



商务日语专业系列教程

商务沟通

◎主 编 陈雨贤





商务日语专业系列教程

商务沟通

主 编：陈雨贤

副主编：姜颖秀

主 审：米島征治

编 委：李秀玲 许 寒 刘 宁
 吕 巍 魏依娜 李贵鑫

一本书一个世界

图书在版编目(CIP)数据

商务沟通 / 陈雨贤主编. — 长春: 吉林出版集团
有限责任公司, 2010.4

(商务日语专业系列教程 / 张晓光主编)

ISBN 978-7-5463-2896-6

I. ①商… II. ①陈… III. ①商务—日语—高等教育
—自学考试—教材 IV. ①H36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 067954 号

网 址: www.360hours.com

邮 箱: expresskey@yahoo.cn

发行电话: 0431-86012826(Fax)

0431-86012675 / 86012812

商 务 沟 通

主 编: 陈雨贤

责任编辑: 王芳芳

出 版: 吉林出版集团有限责任公司
(长春市人民大街 4646 号 130021)

发 行: 吉林出版集团外语教育有限公司
(长春市泰来街 1825 号 130011)

印 装: 吉林省恒远印务有限公司

版 次: 2010 年 4 月第 1 版
2010 年 4 月第 1 次印刷

封面设计: 李立嗣

开 本: 720×960 1/16

印 张: 16

字 数: 400 千字

书 号: ISBN 978-7-5463-2896-6

定 价: 32.00 元

商务日语专业系列教程编辑委员会

总策划：严 明 佟敏强

总主编：张晓光

副主编：陈雨贤 金永珠

总主审：赵尔力

编委会：陈雨贤 李秀玲 辛有仁 刘大军

魏依娜 王志宏 刘 宁 吕 巍

王战华 姜颖秀 李贵鑫

前言

随着全球化的不断发展,企业跨国经营的日益深入,贸易全球化和自由化使跨国公司越来越多。新的国际贸易形式的出现,比如战略联盟和国际易货贸易,这意味着企业对具有跨文化管理能力的人才的需求越来越大。经济全球化的趋势、国际商务活动的日益频繁,越来越显示出对多元文化理解的必要性和跨文化交际能力的重要性。跨文化意识意味着直接的经济效益,如果一个企业想让自己的产品在国际市场上占有一席之地,一个跨国公司想在其他国家或地区取得经济效益,那么就不仅需要具有高超的经济、技术和管理水平,而且更需要深刻了解对象国的文化。

21 世纪的中国是走向国际广泛合作的中国。我国与世界各国的商务往来日益增多。随着近年来中国政治和经济实力不断提升,特别是中国加入世界贸易组织以来,中国经济以前所未有的深度和广度继续对外开放,日益融入到区域经济和全球经济一体化的框架中,国际间的商务活动和接触愈加频繁。随着区域性合作组织如欧盟、北美自由贸易区、亚太组织等的产生与发展,国与国之间的界限变得越来越模糊,经济全球化的大背景下,国外著名跨国集团公司、金融机构、工商企业纷纷抢滩中国市场,在中国设立分支机构、分公司及合资企业。同时,中国工商贸易企业也在不断加大出口力度,在国内外建立跨国公司,雇佣来自不同文化背景的雇员,引发了新一轮对高素质复合型外经贸人才的需求。文化合作已成为当代中国商务合作的重要内容。文化交融现象要求商务日语教学加速培养复合型的商务外语人才,要求他们不仅要掌握学科的专业知识,而且要具备跨文化交往的技能。

商务日语教学把跨文化交际能力的培养放在十分突出的位置已经成为普遍的共识。要求商务人员具备良好的外语听、说、读、写、译以及对外交流、沟通的能力,同时熟知外经贸专业知识及国际贸易惯例。所有这些对高等院校在人才培养方面提出了新的挑战,如何充分利用现有教育资源,培养大批社会急需的复合型商贸人

才是我们所面临的重大研究课题。

在培养复合型人才战略中,各高校都在不断的尝试,取得了很大进步,但总体来说,跨文化商务交际在我国商界和相关专业无论在教学还是教材上都处于比较薄弱的初级阶段。为了适应高效培养跨文化复合型人才的需要,我们组织有多年跨文化交际和跨文化商务交际教学的经验教师,参考了大量国内外的最新相关材料,编写了这本《商务沟通》教材,希望成为大学日语相关专业学生以及商务人员进修提高的可用教材。

佐藤英三子在本书的编写过程中给予了大力的支持与帮助,在此表示衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中一定还有许多不足,希望本教材的使用者提出批评和建议,以便不断改进。

陈雨贤

2010年3月于黑龙江大学

目 録

第一章 ビジネスコミュニケーション	1
第一節 ビジネスコミュニケーション	1
第二節 コミュニケーションの目的	2
第三節 コミュニケーション能力	5
第四節 コミュニケーションの手段	6
第五節 コミュニケーションの形態	9
第六節 コミュニケーションの要素	9
第二章 話し言葉によるコミュニケーション.....	25
第一節 話し方、聞き方	25
第二節 敬語表現.....	30
第三節 身だしなみと立ち居振る舞い	33
第四節 紹介と名刺交換.....	37
第三章 書き言葉によるコミュニケーション.....	48
第一節 ビジネス文書.....	48
第二節 ビジネス文書の書き方.....	53
第三節 社内文書の作成.....	54
第四節 社外文書の作成.....	66
第五節 社交文書の作成.....	76
第四章 コミュニケーションのスキル	85
第一節 コミュニケーションスキル	85

第二節	コミュニケーションとキャッチボール	86
第三節	コミュニケーションスキルアップ	87
第四節	ビジネス会議のスキル	92

第五章 組織内部及び組織外部のコミュニケーション103

第一節	組織内の人間関係を築く	103
第二節	情報を伝達する	107
第三節	「上司や先輩とのコミュニケーション」	108
第四節	部下や後輩とのコミュニケーション	114
第五節	横のコミュニケーション	115
第六節	異性とのコミュニケーション	118
第七節	お客様とのコミュニケーション	120

第六章 プレゼンテーション128

第一節	プレゼンテーションの基本	128
第二節	プレゼンテーションステツプアップ	135
第三節	場面別にプレゼンテーションを設計する	137

第七章 ビジネス電話の応対146

第一節	電話応対	146
第二節	電話の取り次ぎ	152
第三節	間違い電話の対処	155
第四節	他部署への電話対処	156
第五節	会議中の電話対応	157
第六節	電話伝言	158
第七節	社員の家族からの電話対応	159
第八節	携帯電話の使い方	161

第八章 インターネットでのコミュニケーション167

第一節	インターネットの特性	167
-----	------------------	-----

第二節	電子メール	169
第三節	ホームページ	171
第四節	ブログ	172
第五節	メッセンジャー、チャット	176
 第九章 異文化間コミュニケーション.....		181
第一節	異文化間コミュニケーションの基礎	181
第二節	異文化言語によるコミュニケーション	187
第三節	異文化非言語によるコミュニケーション	189
第四節	カルチャーショック	203
 第十章 履歴書の書き方と面接の心がまえ		216
第一節	応募書類	216
第二節	応募書類の書き方	219
第三節	面接時の対応	229
第四節	面接の場で	234

第一章 ビジネスコミュニケーション

達成目標

1. ビジネスコミュニケーション
2. コミュニケーションの目的
3. コミュニケーションの手段
4. コミュニケーション能力
5. コミュニケーションの形態
6. コミュニケーションの要素

第一節 ビジネスコミュニケーション

動物にとって、仲間の内でのコミュニケーションが成立するかどうかは、自らの生存にかかわる重要な問題である。同じように人間にとっても、感情を共有したり意思の疎通を図ったりするなど、コミュニケーションの意義は大きい。個人は、たとえ一人で生活している場合でも、自分の存在意義を確かめようとして、自然や動物を相手に最小限のコミュニケーションを行う。しかし、人類にとって、コミュニケーションは共感や意思疎通以上の意味を担っている。人間は家族や民族、地域社会、国家のような集団を形成し、集団の生き残りを賭けて、その環境に適合した独自の集団文化を構築してきた。そして、その文化を維持し、幾世代にわたって継承していくために創出された道具こそ、言語などのコミュニケーション手段だからだ。

人は、他人とコミュニケーションすることで対人関係を学習し、やがて成人して、集団社会の構成員となっていく。個人は誕生以来、幼少時の家族や遊び仲間、学童期の教師や友人などを相手に共同生活を行い、その中で、他人に受け入れられる行動や言語表現を学んでいく。人生の各時期に出会う他人との間

で起こる「葛藤、対立、和解」を経験しながら、人と共存していく方法を習得していくのである。

自分の生計を支えるために就業して社会人となると、その職業生活の間では、さらに適切なコミュニケーション技術が要求される。家族や仲間内で話す言葉と、職場や交渉の場で使用する言葉は違う。企業組織が円滑に機能し続けるためには、企業活動の目的に沿った有効で明確なコミュニケーション技術が必要不可欠だ。「ビジネスにおいて一定の現実的効果をあげることを目的とする動的な言語活動」と中村巳喜人博士が述べている。

言語活動は、その方法として、「主に話し言葉と書き言葉」に分けられるが、実際のビジネスの間では、話し言葉、書き言葉による言語活動以外に非言語コミュニケーションが含まれている。「手話の文化」とよばれる日本のような社会では、非言語コミュニケーションが用いられる比率は特に高く、相手との位置関係、お辞儀などのいわゆる体の言葉も通常の話し言葉以上に重要な要素となっている。

第二節 コミュニケーションの目的

人間は自分のある目的を達成するために、他者とのコミュニケーションをとる。その目的の主なものは、3つある。

第一は人間関係を築く。他の人々と連絡を取り合い、人間関係を維持発展することである。人間は自分ひとりで生きるのではなく、社会生活をして、多くの人々と共に生活している。逆に、他の人々との連絡もないと非常に孤独で、耐え難いものとなる。

第二は相手に働きかける。自分の回りの状況を制御することである。つまり、自分の回りにいる人々を自分の都合のよいように動かせることである。例えば、何か不満があれば、その関係者に言って訂正してもらうことで、その不満の原因を取り除く。自分の欲求を達成するために、他の人に依頼、命令、ほめる、

脅す、騙すなどの手段を利用して、人を動かして、自分のしたいことをさせる。つまりコミュニケーションは、自分のしたいことを達成するための手段である。

第三は情報交換である。多くの人々と情報交換をして、必要な情報を入手している。他の人々に情報を提供して、手助けもする。

要するに、コミュニケーションは手段ではなく、それそのものが目的である。自分の考えを分かりやすく相手に伝えて、納得してもらうこと、自分の思い通りに相手に動いてもらって、物事を先に進め、より早く確実に成果につなげることである。

一、思いやる心を持つ

1. 人間同士のコミュニケーション

飛行機の中で、何か飲み物をオーダーしたいのに、なかなか客室乗務員が対応してくれないので、怒鳴っている客がいる。一方、グラスが空になるちょうどよいタイミングで、客室乗務員の方から「おかわりはいかがですか。」と勧められる客もいる。なぜ、片方の客はどなり、もう一方は紳士的なのか。実は、この違いは、コミュニケーションスキルの有無に秘密があるのである。

人間であるから、いくら客とはいえ、怒鳴っているほうによい印象はもてない。もし、それが客室乗務員の激務を気づかい、笑顔で穏やかに話しかけてくる客だったら、きっとできるかぎりのサービスをしたくなるはずである。円滑なコミュニケーション、お互いを尊重すること、これは当たり前のことであるが、なかなかできないものである。

2. 相手を気づかうことで自分も気づかってもらえる

客という立場を利用して、横暴にふるまう人を見かけたこともある。自分が被害にあわなくても、見るだけでもけっしてよい感じはしない。人と人が一緒に生活する社会では、コミュニケーションスキルを学び、常に相手を気づかうことが大切なのである。

それが「情けは人のためならず」と同じように、巡り巡って自分にメリット

として帰ってくる。そのメリットというのは、相手も自分のことを気づかってくれるということなのである。

二、コミュニケーションは挨拶から始まる

1. 挨拶の源は感謝の心

挨拶とは、「感謝の気持ちを表す」「コミュニケーションをよりスムーズにする」、こんな重要な言葉である。

「おはようございます」を単に午前中に使う挨拶だと思っていないだろうか。挨拶は相手に対する感謝の気持ちを最小限の言葉で表したものである。

「おはようございます。」は「今朝もあなたに会えて嬉しいです。」という気持ちを表している。「お疲れさまでした。」「ご苦労さまでした。」は「あなたがしてくれたことに感謝します。」という気持ちを表している。「ありがとうございます。」は「いつかまた一緒に過ごしたい。」という気持ちを表している。この言葉はとても大切である。「ありがとう。」が素直に言えない人は、コミュニケーションを取るうえで、今後、苦労するだろう。

あなたも何か親切なことをしてあげたとき、「ありがとう。」と言われたら嬉しいに違いない。逆に、その言葉がなければ、変な感じがしないだろうか。

2. 省略しない挨拶の言葉

ひところはやった「おっはー」や「おはよーっす」という言葉はもちろん、「おはよう」を変化させた言葉である。親しい間柄や冗談で使うのならともかく、こうした言い方はあまりお薦めできない。正式な場での使い分けができるのであればまだいいが、ごちゃ混ぜになって、大事な場面で「おっはー」では目も当てられない。「おはようございます。」と言う習慣をつけよう。

3. 相手を尊重する

相手を尊重することで、コミュニケーションは円滑になる

立場が強いときほど謙虚にする。自分の立場が強いと、とたんに横柄になる人がいる。先輩や上司だからと一方的に命令したり……そんな人には誰も信頼

を寄せないし、ついてもいけない。

自分の立場を利用して、相手を見下したりするのは、弱いものいじめと同じである。相手が弱ければ弱いほど、手を差し伸べる。相手を尊重してあげる。相手を理解してあげる。そういう態度で接すれば、相手も心を開いてくれるものである。

相手を認めて褒めてあげる。相手のよいところを見つけて褒めてあげるのも、コミュニケーションを円滑にするよい方法である。

人は褒めてもらったり、感謝されたりすると嬉しいものである。誰もが自分を認めてほしいという感情を持っているからである。相手を褒めたうえで頼んでみると、相手の反応は、一方的に命令するときとは、まったく異なるものになるはずである。

第三節 コミュニケーション能力

企業で求められる人材として、「コミュニケーション能力が高い人」ということがよく言われる。そもそもコミュニケーション能力とはどのような能力を指すのだろうか。

コミュニケーションには、必ず自分と相手が存在する。コミュニケーションが上手かどうかは相手が決めることなのである。相手からすると、よい印象を受ける人、好感の持てる人がコミュニケーション上手な人と言える。

人と話をするのが好き、コミュニケーションが上手という図式は成り立たない。話し好きだからといって、相手の気持ちを汲み取るのがうまいとは限らないからである。コミュニケーションが上手な人とは、相手を常に意識しながら自分を表現し、会話を楽しめる人と言える。

逆に、人と話をするのが苦手だから、コミュニケーションは下手だと思っている人がいるかもしれない。しかし、これは誤解である。話し下手でも相手に配慮し、思いやりのある会話ができれば、相手の受け止め方は良好なものになる。

心がけ次第で、誰もがコミュニケーション上手になることができるのである。

さらに一步踏み込んで、企業が求めるコミュニケーション能力が高い人とは、どのような人かを考えてみよう。

実際に企業で仕事を進めるときに、コミュニケーション上手というだけでは十分とは言えない。毎日のように会議やミーティングが行われている企業においては、自分の意見をはっきりと主張し、異なるさまざまな意見を調整して一つの方向性を出していかなければならない。

「意思疎通」「協調性」「自己表現力」を総合的に兼ね備えた人が、企業の求めるコミュニケーション能力が高い人と言えるのである。

第四節 コミュニケーションの手段

人々はどのようにしてコミュニケーションを取っているのかを確認しよう。コミュニケーションの手段には、「言語」によるものと「非言語」によるものがある。

一、言語

話し言葉や書き言葉によるコミュニケーションである。それにも直接と間接の2種類がある。直接コミュニケーションは「Aさんと話す」という、直接のやりとりである。間接コミュニケーションは「Aさんの言ったことをBさんから聞く」というものである。その手段は、対面での会話、電話、FXや手紙、メールなどである。

言語的コミュニケーションで気をつけなければならないのは、自分の使う言葉と相手の使う言葉が違う場合である。同じ日本語であっても、性別や年代によって使う言葉が違う。生まれ育った環境によっても違う言葉を使う。同じ職業や仲間内でしか通じないような用語もある。また、同じ言葉でも地域によって意味が違うこともある。例えば「なおす」は関東では修理するという意味で

あるが、関西では片付けるという意味になる。

上手な言語的コミュニケーションのために大切なことは、相手と同じ言葉を使うこと、相手が分らない言葉は極力避け、言い換えることである。

二、非言語

コミュニケーションは、言葉が一番重要だと考えがちであるが、ある研究によれば人間が相手に何かを伝えようとするとき、メッセージは「言葉 7%・声の調子 38%・態度 55%」という割合で伝わるそうである。つまり、言語的コミュニケーションは7%で、あとの93%は非言語的コミュニケーションで伝えているのである。

私たちは、自分で認識している以上にこのような、非言語的コミュニケーションを通してメッセージを表現したり、解釈したりしているのである。

非言語的メッセージは、ジェスチャや話し相手との物理的な距離、視線といったことのほかにも、匂い、服装など、たくさんのものが含まれる。例えば、警察官の制服を着ていれば、それだけでその人の職業が予想されるだろうし、威圧感を相手に与えたりするだろう。また、口ではいくら興味がありそんなことを言っている、あくび一つで退屈だというメッセージが発せられてしまうこともある。つまり表情や身ぶり、手ぶり、動作、姿勢、態度などによって自分の気持ちを示すことである。外国に行って言葉が通じないとき、必死に身ぶり手ぶりで自分の言いたいことを伝えようとする。これも一種の非言語的コミュニケーションである。一般に、相手との関係が親密であるほど、より多く非言語的コミュニケーションが使われる。

声の調子は、気持ちのこめ方、声の高低、強弱、抑揚、速さなどであり、態度は、目線やあいづち、姿勢、しぐさなどのことである。人とのコミュニケーションにおいては、この態度が最も重要な意味を持つ。話をする態度と聞く態度、それによってそのコミュニケーションが良いものになるか、悪いものになるかが決まるとも言える。

初めて会った相手と会話をする場合であっても、「第一印象」「その場の雰囲気」といった非言語的コミュニケーションが、言葉を発する前に既に始まっている。また、「あ・うんの呼吸」「ツーカーの仲」といった間柄は、共通の体験や共同の生活などからできあがったものであり、非言語的コミュニケーションによるところが大きいものである。

非言語的コミュニケーションも、年齢、性別、社会的立場、文化などによって違いがある。例えば、女性が口に手を当てるのは普通であるが、男性がしているとしぐさによっては違和感がある。日本では「おいで」を表すジェスチャーは、手の甲が上で指を下にして動かすが、アメリカでは手のひらを上にして、上向きの指を動かす。日本では、相手の目をじっと見るのは失礼に当たることがあるが、アメリカでは相手の目をじっと見て話を聴くことが礼儀正しいのである。

普通、言葉と態度は一致し、お互いに補佐し合う関係にある。両方を合わせると、よりよく相手の言いたいことを理解できるし、自分の言いたいこともよりよく伝えられる。それによって誤解を防ぐこともできる。

しかし、注意しなければならないのは、言葉と態度が一致しない場合があるということである。非言語的コミュニケーションには、意識的なものだけではなく、無意識のうちに体が反応しているものもあるからである。言葉では「怒っていないよ」と言いながら、声が低かったり、表情が硬かったりすると、態度や声のトーンは「怒っている」という矛盾したメッセージとなり、受け取る側はどちらが真意なのか混乱してしましまう（ダブルバインド現象）。そして大体の場合は、非言語的コミュニケーションのメッセージが優先される。

日本ではもともと「以心伝心」「黙っていても察する」という態度が重んじられてきた。しかし、やはり伝える努力なしにはコミュニケーションは成り立たない。言語的コミュニケーション、そして非言語的コミュニケーションを効果的に用いて、相手とのコミュニケーションをスムーズによりよくすることが大切である。