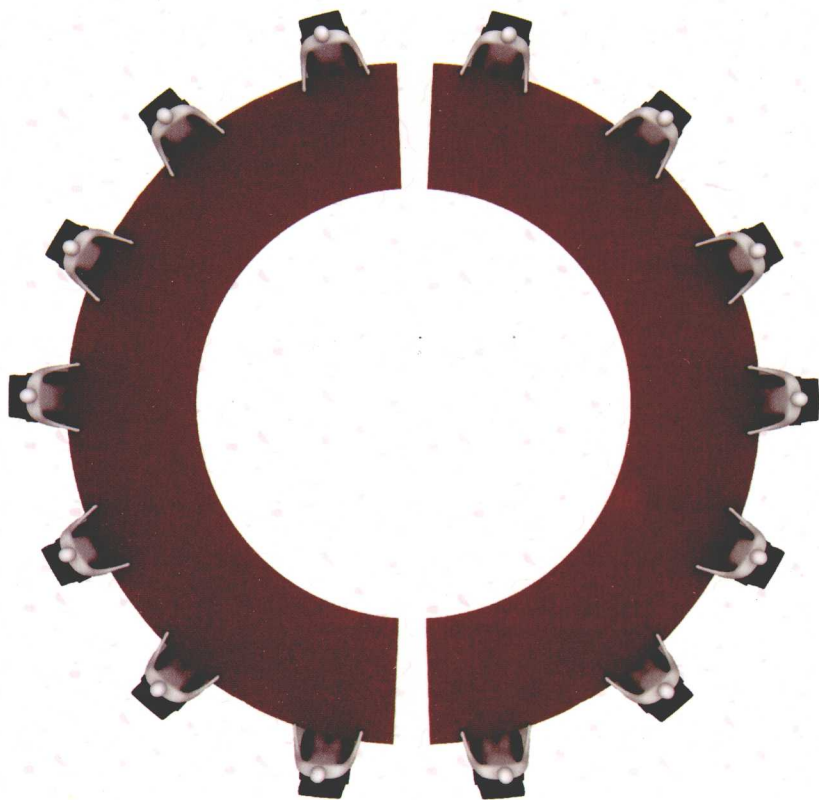




商务日语专业系列教程

商务谈判

◎ 主编：辛有仁





商务日语专业系列教程

商务谈判

主 编：辛有仁

副主编：魏伊娜 乔红伟

编 委：吕 巍 刘 宁

刘大军 王战华

杨晓丹

一本书一个世界

图书在版编目(CIP)数据

商务谈判 / 辛有仁主编. —长春: 吉林出版集团有限责任公司, 2009. 11

(商务日语专业系列教程 / 张晓光主编)

ISBN 978-7-5463-1032-9

I. 商… II. 辛… III. 贸易谈判—日语—口语—高等教育—自学考试—教材 IV. H369.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 192964 号

网 址: www.360hours.com

邮 箱: expresskey@yahoo.cn

发行电话: 0431-86012826(Fax)

0431-86012675 / 86012812

商 务 谈 判

主 编: 辛有仁

责任编辑: 于 鑫

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: 长春市新颖印业有限责任公司

版 次: 2009 年 11 月第 1 版

2009 年 11 月第 1 次印刷

封面设计: 李立嗣

开 本: 720×960 1/16

印 张: 14

字 数: 224 千字

书 号: ISBN 978-7-5463-1032-9

定 价: 28.00 元

如有印刷、装订质量问题请与印厂调换。

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

前 言

改革开放 30 年来,中国在对外开放方面取得了惊人的发展。对外贸易对中国经济的高速成长起到了前所未有的支撑作用。其中日本的贸易增长速度最快,日本已成为我国最重要的贸易伙伴国之一。随着中国经济的崛起,对日本的出口必将进一步增加,对日外贸人才的需求也会同步上升。经济危机过后,将是新一轮经济高潮的到来。为此,人才的储备是势在必行。社会上急迫要求提升自己文化水平的有志青年大批涌现,为了满足他们对自学考试的需求,特编著了本书,作为辅助教学使用。

根据自学考试的特点,本书的编写着重基础。《商务谈判》共分为商务谈判的概述、谈判前的人员准备、谈判前的材料准备、谈判前的礼仪准备、谈判中的磋商技巧、谈判中的策略、谈判中的语言运用、各国家的谈判风格等八大章节。力求简捷、明了,易理解、好掌握。

每章的结构都为:

基础理论部分——概念的理解

应用实例部分——实际的演习

训练习题部分——自我的考核

心理分析部分——对手的判断

因为是面向有一定日语基础的学生,所以全部用日语编写的。由于编者能力的局限性,望发现文中的错误部分的老师、学生们能不吝指教。我的电子邮箱是 xyr1963@163.com。本书编写过程中,得到院部领导的大力支持与帮助,同时参考使用了本书封底列举的书目的一部分材料,在此一并表示感谢!

编 者

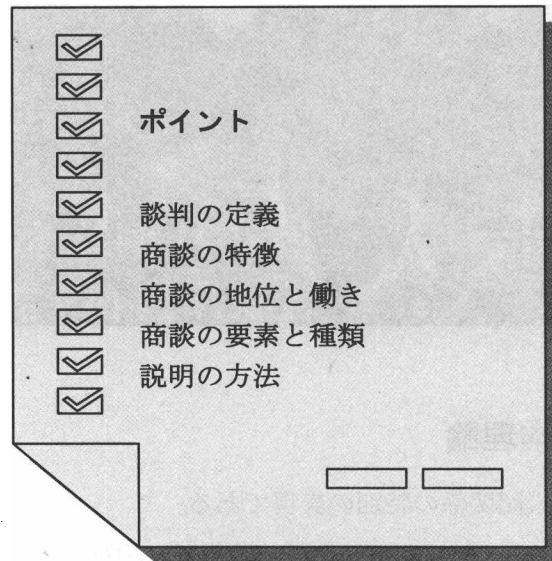
目 录

第一章 商談の略述	1
1.1 談判の定義	1
1.2 商談の特徴	3
1.3 商談の地位と働き	4
1.4 商談の要素と種類	5
1.5 説明の方法	8
練習問題	10
職場心理分析	12
第二章 商談要員の準備	15
2.1 商談メンバーの素質	15
2.2 商談メンバーの構成	16
2.3 商談チームの規模と商談チーム団結の重要性	22
2.4 商談チームの役割	24
2.5 意見を述べる方法	29
練習問題	30
職場心理分析	32
第三章 商談材料の事前準備	35
3.1 市場調査の重要性	35
3.2 商談レジュメの書き方	40
3.3 初の商談のための心理準備	43
3.4 賛成の方法	47
練習問題	48
職場心理分析	50
第四章 商談の礼儀作法の準備	52
4.1 個人礼儀の準備	52
4.2 上座と下座がわかる	59

4.3	商談中の礼儀作法	63
4.4	新入社員のマナー	65
4.5	電話対応のマナー	67
4.6	上司にうまく「NO」を言うには	69
4.7	反対の方法	70
	練習問題	71
	職場心理分析	73
第五章	商談中のテクニック	76
5.1	オファーの技	77
5.2	カウンターオファーの技	78
5.3	譲歩の技	81
5.4	膠着局面を打ち破る技	85
5.5	説得のための方法	87
	練習問題	89
	職場心理分析	92
第六章	商談中の策略	99
6.1	いい雰囲気を保つ策略	99
6.2	効果的に疎通する策略	105
6.3	商談促成の策略	110
6.4	結論を引き出す方法	114
	練習問題	115
	職場心理分析	117
第七章	商談中の言語の使い方	120
7.1	言葉の使い方	120
7.2	身振り・しぐさで伝える意味	130
7.3	クレームの処理の原則	140
7.4	クレームの実例	142
	練習問題	143
	職場心理分析	145

第八章 各国の商談の風格	148
8.1 商談風格とは?	149
8.2 アジア州の商談風格	151
8.3 アメリカ州の商談風格	158
8.4 ヨーロッパの商談風格	162
8.5 アフリカ人と大洋州人の商談風格	165
職場心理分析	166
附录	169
附录一：练习题答案	169
附录二：职场心理分析归纳	183
附录三：クレームの処理	197

第一章 商談の略述



1.1 談判の定義

談判というのは人々は相互の関係を変えるために、意見を交換し、矛盾や問題を解決し、一致にするように話し合うやり方である。

狭い意味から見ると、具体的な場所で二人以上のメンバーがある事情について十分に話し合って、望みを果たす過程である。

広い意味から見ると、すべての意見を交換し、一切の問題を解決するのに相談を進める行為は談判である。



1.1.1 談判の基本理論

1) 談判の本質は人間関係の特別の表現である。

人間は社会に属する一人で生きられない動物で、物質と精神との需要を満足させるには他人と付き合っていてはいけない。これは人間関係と言われる。

2) 談判の本格的な任務は相手を説得して、自分の意見を受け取るのだ。

3) 談判が生じたのは両方のそれぞれの見方、利益、やり方が違うからだ。

4) 談判双方の関係はそれぞれの物質とか、人格とか、地位などがみんな独立する場合、成立した平等な関係である。

5) 談判の道具は話したいことが相手に伝えられたり、相手からの話がよく理解できたりする「言葉」を使ってよく考えている過程である。途中で詰まったら、談判が順調に進むことができない。

商談は商務談判であり、つまり個人や会社の間での談判を指す。

1.2 商談の特徴

商務は一言で商業の事務であり、すなわち俗語で商売するということを指す。

商務談判は商務活動をしている二人以上の個人、あるいは二つ以上の組織が各自の利益を満足させるために十分に話し合ってから、望みを果たす過程である。

1.2.1 商談の基本の特徴

1) 利益性を持つ

商談は自分の最大な利益を取るために交渉する行為である。

2) 平等性を持つ

価値規律に従って等価交換を原則として行う。

3) 多様性を持つ

商談の相手はいろいろだ。個人との間の商談、会社との間の商談、個人と会社との間の商談、両方のほかに、三方とか、四方とかの間の商談もある。自分の能力によって相手を選ぶことは一番大事なことだ。

4) 組織性を持つ

今の商談は一人で交渉すればますます難しくなってきた。商談の領域がだんだん広がって、内容も物々交換から情報交換とか、技術交換とか、労働者派遣などに入った。各方面の知識を持つ人間が無理だから、団体で交渉すれば楽になるだろう。

5) 制約性を持つ

商談の内容、結果などは外部の環境の制約を受ける。たとえば、国際事件、国際契約など、特に国際経済の供給関係は商談に重大な影響を与える。また、社会風俗、習慣、礼儀などで商談がうまくいかない場合もよくある。

1.3 商談の地位と働き

1.3.1 商談の地位

1) 商談は商売活動の架け橋と絆である。売り手でも買い手でも商談を通じて商売になるだろう。

2) 商談は商売の手段である。商品流通、貨物流通、情報流通、資金流通などの全過程に存在するのだ。特に消費者の需要の情報を調べるものだ。

3) 商談は会社の管理の主な内容である。商売のため、契約を締結する必要がある。契約締結のためいろいろな準備が必要である。契約を守るためよく努力しなければならないだろう。それで、会社の経営管理の全過程に存在するのだ。

1.3.2 商談の働き

1) 調和の働きを持つ

売り手でも買い手でも商談を通じて自分の利益を作ったこと。

2) 疎通の働きを持つ

売り手でも買い手でも商談を通じて自分の必要な情報を得たこと。

3) セールスの働きを持つ

自分の会社や会社の商品などを他人によく見せること。

4) 発展の働きを持つ

会社の発展のために古い得意先を守り続けると同時に、絶えずに新しい相手を探して、新しい市場を開拓すること。

5) 利益の働きを持つ

上手に説得すれば、利益が上げられるし、販売量も増えることができるだろう。

6) 社会の働きを持つ

商談の手段とか、方法とかがだんだん上手になると、社会に貢献がある。商談の成功の戦略や風格などは人類文明の進歩にも貢献がある。

1.4 商談の要素と種類

1.4.1 商談の要素

商談の要素は商談を行ういろいろな必要な条件である。

1) 商談のメンバー

商談に参加する人員（対面に直接交渉する人と参考で資料などを用意する人）。

2) 商談の標的

標的は商談の目標であり、それをめぐって両方の権利と義務を実現することができるのであり、両方の権利と義務の基礎である。

3) 商談の議題

議題が多いのに、ともに関心を寄せる議題を解決することは商談の任務である。

1.4.2 商談の種類

1) 商談の内容によって

①商品貿易の商談

商品貿易の商談は極普通の商談である。商品の質、数量、運送手段、価格、支払い方式などについて交渉すること。

②投資項目の商談

資本をある項目に使って一定の利益を取るやり方。

③技術貿易の商談

技術の内容、性能、使用権益などについての商談である。

④仕事の派遣の商談

仕事の形式、内容、時間、価格、計算方式、支払い方式などについての権利、責任、義務などを交渉すること。

⑤賠償クレームの商談。

この商談の四つの原則は契約を重んじること、証拠を重んじること、時効に注意すること、相互関係に注意すること。

2) 商談の接触方式によって

①直接商談

双方は対面に商談すること。

②間接商談

手紙、電話、ファクス、メールなどを通じて商談すること。

3) 商談の場所によって

①ホームグラウンド商談

主人として相手を招待するチャンスを生かして、相手にいい印象を与えると、商談に役立つことだ。

②相手チームのホームグラウンド商談

相手の事情によって、自分の立場を自由に変える。成功の可能性があれば、自分の立場をそのまま守る。可能性がなければ、できるだけ早く終わらせるようにする。

③中利地帯の商談

両方以外の場所で商談を行う。双方とも平等な所だと思うだろう。

4) 商談の態度によって

①譲歩型の商談

双方は譲歩し合って、衝突を避けるため、信頼を深めるようになった。

②強硬型の商談

一步も譲歩しなくて契約を締結しても、これからの契約の履行も難しくなる恐れがある。

③原則型の商談

双方とも勝つ。相手と自分の利益を考えながら、自分の意見を出し、相手の意見を聞いてから双方の同意によって商談が終わること。

5) 商談の透明度によって

①公開商談

公開商談はすべて公開する。つまり商談の内容、時間、場所、メンバー、交渉過程など全部外に公開すること。

②秘密商談

逆に、商談の内容、時間、場所、メンバー、交渉過程など一切外界に公開しないこと。

公開商談と秘密商談は相対的である。

6) 商談の人数によって

①一対一の商談。

規模が小さくて、手段も自由で、雰囲気も調和をとれていて、自分で内容を決められて、秘密も守りやすい。しかし、ある程度の商談に応じる知識がないと、その場で助けてくれる人はいないよ。また、一人で重要なことを決めるとき、責任が重い。

②グループの商談

グループの商談は団体商談とも言われる。両方とも二人以上のメンバーで商談に出席する。メンバーはそれぞれの専門知識を持っていて、よく相談してから重要なことが決められる。反対に、意見がいろいろあるから、一致にするのは時間がかかる。

7) 商談の性質によって

①正式な商談

雰囲気が厳粛である。法律によって締結した契約どおり実施しなければならない。

②非正式な商談

場合のさまざまであって、談話しながら商談すること。つまり、商談の以外のことを言うことが許される。たとえば、自分の会社の管理とか、自分の家庭事務とか、世界政治経済とか、相手の人柄なども話せる。

美国前总统克林顿首席谈判顾问

世界谈判大师 《谈判圣经》作者

罗杰·道森

深圳书城中心城读者见面会

主办单位：深圳出版发行集团公司

联合主办：中资海润商务管理（深圳）有限公司 重庆出版集团

协办单位：世界大师中国行 《经理人》杂志 经理人MAGAZINE

活动时间：2008年7月2日 星期三 19:00-21:00

活动地点：中国·深圳书城中心城五楼大堂

电话订票：0755-22191122 订票热线：深圳书城总店 第一书店 深圳书城龙岗店 龙岗书城分店

咨询热线：深圳书城中心城 深圳书城龙岗店 深圳书城龙岗分店

售票：深圳书城中心城 深圳书城龙岗店 深圳书城龙岗分店 深圳书城龙岗分店

深圳书城中心城 深圳书城龙岗店 深圳书城龙岗分店 深圳书城龙岗分店



美国前总统克林顿首席谈判顾问罗杰·道森

1.5 説明の方法

1.5.1 「説明」の実例

社内

1) 聞き返して説明を求める

A：このレジメ、多めにコピーしておいて。

B：多めに、って言いますと。

A: そうだねえ。15 部ぐらいかな。

2) ポイントを説明する

A: この商品の販売メリットは、どんな点にあるんですか。

B: 新しい顧客をつかむことができるという点にあります。

A: ああ、そうですか。

3) 比較して説明する

A: 今月の売り上げはどうなっていますか。

B: 先月に比べて 15%減となっています。

A: ああ、そうですか。

社外

1) 聞き返して説明を求める

A: まとめてご注文いただければ、さらに 5%お安くいたしますが.....

B: まとめて、とおしゃいますと。

A: そうですねえ。100 ケース以上ということになりますね。

2) ポイントを説明する

A: こちらの特長はどのような点にあるのでしょうか。

B: そうですね。なんと言っても、操作が簡単で覚えやすいという点にございます。

A: ああ、そうですか。

3) 比較して説明する

A: コストはどうなんでしょうか。