

外来語に於ける意識の変化

五十住 有香

今日、私たちの生活にはたくさん外来語が入り込んできている。街にあるポスターや広告、テレビの宣伝、雑誌、店の名前など、あらゆる所で外来語を目にし、耳にする。

それらを人々はどうに考えているのだろうか。私は外来語に対する人々の意識の移りかわりを知りたいと思った。そこで昭和56年にNHKの総合放送文化調査研究所が行った人々の外来語に対する意識の調査と同じ調査をし、比較することで変化をみようと思った。

昭和56年の調査は有識者として50歳代が中心の年配層100人と山梨大学の学生104人に対して行なわれ、質問事項は具体的な個々の外来語150語について①それが「日本語になっていると思うか」②それを「放送で使ってもいいと思うか」をきくものである。質問に対する回答は①に対しては(イ)肯定(「日本語になっている」)(ロ)「日本語になっていない」(ハ)保留(「どちらとも言えない」)の三つのうちいずれか、②に対しては(イ)肯定(「放送で使ってもいい」)(ロ)否定(「放送で使ってはいけない」)の二つのうちどちらかを選ぶものである。この場合、①については「普通の日本語」

②については「ニュースなど」という補足説明はあるが、それ以上の規定は全くない。

私も同じ調査を平成元年11月に行った。私の場合、回答者は有識者として平均年齢47歳の熊本県庁の方々100人、大学生100人(熊本女子大学、熊本大学で男性50人、女性50人)の合計200人である。有識者の場合、一方は東京、一方は熊本、大学生の場合も山梨と熊本というように調査の地域は違うが、外来語に対する人々の意識の変化や年代差を見るのに十分な結果が得られたと思う。

(1)日本語になっているか

この質問に関しては有識者・大学生ともに「日本語になっている」という人が「日本語になっていない」という人よりも多い。表1は調査語一語あたりの平均回答率(単位%)である。これを見ると昭和56年の時は大学生と有識者の肯定の差が大きく、大学生の肯定が有識者のそれを大幅に上回っている。しかし、今回の調査では大学生64%、有識者59%と大学生の肯定の割合が多いことにかわりはな

(単位 %)

表 1

	昭和 56 年			平成 1 年		
	YES	NO	どちらでもない	YES	NO	どちらでもない
大学生	62	19	20	64	26	10
有識者	47	27	25	59	27	14

いが、あまり差がなくなっている。有識者で「日本語になっている」と思う人の割合が増えているのである。これは現代社会の変化にもなつて外来語が有識者にとって抵抗のない言葉となつてきているためであろう。

反対に大学生の否定回答は19%から26%と増えている。これは、この調査が8年前のものであるため、現在では使われなくなつたりしている語もあり、大学生の意識から遠のいたものもでてきたためであろうと思われる。

これをさらに細かくみていくと、「日本語になっている」と「日本語になつていない」のどちらか一方、または両方で有識者と大学生の回答に有意差を生じた語は全部で78語ある。そのうち、肯定回答で有識者が大学生を上回つた語は22語である。残りの56語は大学生が有識者を上回っている。

昭和56年に有識者と大学生で有意差を生じた語は81語であった。これはあまり変わりが無い。以前と比べて大きな

(単位 %)

表 2

	有識者		大学生	
	S.56	H. 1	S.56	H. 1
ターゲット	→ 10	63	57 → 78	
シンガーソングライター	→ 42	69	94 → 85	
フィーリング	→ 39	66	86 → 79	
プレッシャー	→ 39	77	85 → 91	
プロポジション	→ 55	84	90 → 93	

違いがみられたのは肯定回答で有識者が大学生を上回つた語である。以前はわずか8語であったのが今回は22語にふえている。だんだん有識者に抵抗感がなくなつてきているのであろう。

次に有意差を生じた語について、その中でも特に差の大きいものにはどんな語があるかみていこう。まず、大学生のほうが肯定的な語である。

「日本語になつていない」と「日本語になつていない」のどちらかで有識者と大学生の回答差が大きいものに「シリアスな」「ライブ」「シェイプアップ」「カジュアル」「インパクト」などがある。これらの語に対しては有識者の肯定回答が50%を越えたものはない。これは有識者がこれらを使う環境におかれていないからではないだろうか。

また、昭和56年の時と比べると回答差の大きい語の数が減り、差がある語でもその差が

表3

(単位 %)

	有識者		大学生	
	S.56	H.1	S.56	H.1
ビッグな	25	→ 74	76	→ 72
テクノポリス	4	→ 63	24	→ 64
ワースト	45	→ 66	85	→ 64
ハプニング	56	→ 85	92	→ 91
クリスタル	16	→ 24	31	→ 28
バトントワラー	32	→ 42	66	→ 51
デッドヒート	28	→ 49	61	→ 58
フィードバック	13	→ 28	35	→ 27
サスペンス	51	→ 77	83	→ 87
マイコン	47	→ 73	78	→ 84
フェスティバル	50	→ 77	81	→ 83
イメージチェンジ	56	→ 86	86	→ 90

小さくなってきている。これは大学生と有識者の意識の差がなくなってきたと考えられる。8年前と比べて著しく差が小さくなっている語に「ターゲット」「シンガーソングライター」「フィーリング」「プレッシャー」「プロポーション」などがある。これらの語が何故、差が小さくなったのか、その数の移りかわりをみてみると、「ターゲット」「プレッシャー」「プロポーション」は大学生、有識者ともに肯定回答が増え、しかも有識者の増え方が大きい。これらの語は日常生活でも多く使われ、有識者が特に抵抗をもたなくなってきたのであろう。「シンガーソングライ

ター」「フィーリング」は有識者の肯定回答の増え方が大きいことにかわりはないが、大学生がわずかではあるが減少している。これらは日本語で表現するよりもこの形で一般化されているし、また、日本語ではピッタリのニュアンスを表現できないのではないだろうか。有識者に肯定回答が増えているのはそのためであらう。大学生が減っているのは昔ほどこれらの語を使わなくなって少し意識から遠のいていきつつあるのかもしれない。

その他、以前は有意差があり、大学生と有識者の差が大きかったが、今回は有意差がなくなっている語に「ビッグな」「テクノポリス」「ワースト」などがある。これらの語に共通していることは有識者の肯定回答が増え、しかも増え方が大きいということである。これらは日本語では表現できない雰囲気をもっているため、日本語として定着し、有識者もよく接するようになり、抵抗がなくなってきたのであろう。

さらに以前は有意差がなかった「シチュエーション」「モラトリアム」は今回、有意差を生じ、しかも有識者と大学生の差が大きくなっている。「シチュエーション」は有識者の否定回答が増えて差が大きくなった。この語は日本語で「状況」というのが普通になっているのではないだろうか。「モラトリアム」は大学生の肯定回答がふえて差ができてきている。この語は日本語ではピッタリした表現はしにくいと思われる。大学生の肯定が増えてるのは「モラトリアム人間」という自分達に関係ある言葉をよく見聞き

するからであろう。

次に有識者に肯定的な語をみていくと、有意差があり、肯定回答で有識者が大学生を上回っている語は22語である。昭和56年の時は8語であったからかなり増えている。有識者に肯定的な語は、大学生に肯定的な語とは違い、「マジジン」「リベート」「ベースアップ」などの商業、または経済用語が多い。結局、有識者も大学生も自分の知識や経験、置かれた環境の中でしか物事をみていないようである。

昭和56年の結果と比べてみると、以前は有意差があったのに今回はなくなっている語に「イニシアチブ」「オフレコ」

(単位 %) 表4

	有識者		大学生	
	S.56	H. 1	S.56	H. 1
イニシアチブ	45 → 24	24 → 22		
オフレコ	30 → 17	11 → 17		
レトリック	24 → 6	7 → 8		

「レトリック」がある。これらはどれも有識者の肯定回答が減って差がなくなっている。有識者のこれらの語に対する意識がうすれてきているのである。大学生は以前とかわらず肯定回答の割合が低い。これは大学生が使う環境におかれてないので馴染みがないのであろう。その他の有識者に肯定的な語について言えることは大学生の評価があまりにも低すぎるということである。しかも、以前と比べるとさらに評価が低くなっている語が多い。これは社会人

(単位 %) 表5

	有識者		大学生	
	S.56	H. 1	S.56	H. 1
オートメ	62 → 42	45 → 19		
ホームヘルパー	52 → 72	64 → 42		
モータリゼーション	23 → 51	13 → 16		

と社会予備人との違いだけではないような気がする。もっと政治や経済にも目を向けてもいいのではないだろうか。

また、有識者に肯定的な語で以前は有意差がなかったのに今回でできた語はたくさんあるが、差が30%以上あるものに「モータリゼーション」「オートメ」「ホームヘルパー」がある。これらに対しても大学生の評価は低い。「オートメ」は有識者・大学生ともに肯定回答が減っている。この語は専門用語なので日常生活で使うことはほとんどないであろう。「ホームヘル

パー」は有識者が増え、大学生が減っている。この語は職業として一役割をもっており、最近では老人問題でもよく新聞などで目にするようになったのが有識者が増えている理由であろう。「モータリゼーション」は有識者・大学生ともが増えてきている。この語を現代社会に密接な言葉として意識しているのかもしれない。

以上、日本語化で言えることは、「日本語になっているか」を判断する時、有識者は外来語に抵抗がなくなってきたといるとは言っても、まだまだ慎重であり、大学生は大胆

である。ただ、有識者も大学生も自分に馴染みのある語には肯定的で、そうでない語には否定的という傾向は変わりがないようである。

(2)放送で使ってもいいか
次に「放送で使ってもいいと思うか」に対する回答につ

表6 (単位%)

	昭和56年		平成1年	
	YES	NO	YES	NO
大学生	59	41	64	36
有識者	55	42	65	35

表7 (単位%)

	日本語になっているか		放送で使っているか	
	YES	NO	YES	NO
大学生	64	26	64	36
有識者	59	27	65	35

いてみていく。表6は一語あたりの平均回答率である。昭和56年の時と比較すると大学生・有識者ともに肯定回答が増え、否定回答が減っている。これらの語が一般化し、放送使用に対する抵抗感がなくなってきたのであろう。大学生と有識者の差は昭和56年も今回もかわりがない。また、表7は今回の調査の「日本語化」と「放送使用」の肯定・否定回答をまとめたものである。「放送使用」では「日本語化」のときにあった「どちらとも言えない」がなくなっているため、肯定回答と否定回答が増えたと予想される。その点では有識者は予想通りである。しかし、大学生は64%のままかわらず、そのぶん、否定回答が増えている。大学生は放送使用についての判断に慎重なようである。

「放送で使ってもいい(または「放送で使ってはいけな

い)」の回答で有識者と大学生に有意差を生じた語は全部で57語である。昭和56年の時と比べると48語↓57語と増えている。このうち、肯定回答で大学生が有識者を上回っているものは33語↓35語とほとんど変わりがなく、有識者が大学生を上回っている語は15語↓22語と増えている。放送使用に関して有識者の抵抗がなくなってきたからであらう。

日本語化の結果と比べてみると、有識者と大学生で有意差を生じた語が約3割減っている。そのうち、肯定回答で有識者が大学生を上回る語はほとんど変わりがなく、大学生が上回る語が21語減っている。放送使用の判断に慎重な大学生の姿勢がうかがえる。

(単位 %)

	有識者		大学生	
	S.56	H. 1	S.56	H. 1
シンガーソングライター	59	→ 80	97	→ 87
ブティック	57	→ 86	87	→ 93

まず、大学生に肯定的な語からみていこう。大学生が有識者を肯定回答で上回る語は「ライブ」「シリアス」など日本語化の時と同じような語である。また、昭和56年の結果と比べると大学生と有識者との差が小さくなってきており、放送使用における有識者と大学生の意識の差がなくなってきたようである。特に有識者の肯定回答が増えている語が多い。

また、以前は有意差があったのに今回はなくなっている語に「シンガーソングライター」「ブティック」がある。今回は二語とも有識者と大学生の差があまりみられなくなっている。表8をみるとわかるように以前は有識者の肯定回答は50%台とあまり肯定的ではなかった。それが今回は80%をこえている。最近音楽やファッションが盛んになって有識者もよく接する語となったのであろう。「シンガーソングライター」で大学生が少し減っているのは以前ほど盛んに言われなくなったからではないだろうか。

次に有識者のほうが肯定的な語についてみてみよう。有識者が肯定回答で大学生を上回った語は22語である。ここ

(単位 %)

	有識者		大学生	
	S.56	H. 1	S.56	H. 1
ベースアップ	90	→ 87	72	→ 54
モータリゼーション	38	→ 65	17	→ 20

でも、日本語化の時と同じように「マージン」「リベート」「ベースアップ」など商業用語の類が多い。昭和56年の結果と比べると日本語化の時と同様に有識者と大学生の差が大きくなってきている。これは有識者は肯定回答が増える語が多いのかかわらず、大学生の肯定回答はそのままかわらないか、減るかとなつてきているためである。表9をみてわかるように「ベースアップ」は大学生が大幅に減っている。この語を日本語で言ったほうがわかりやすいと思つたのであろう。「モータリゼーション」は有識者が大幅にふえている。この語は日本語で言うより新しい感じを与えるし、近頃の本によく関係ある言葉なので有識

者も抵抗がなくなつてきているのであろう。

また、以前は有識者が大学生を上回る語として出てきていたのに、今回は大学生が有識者を上回る語として出てきている語に「ソフトウェア」がある。この語は以前は有識者で放送で使っていたと認めていた人63%、大学生43%であったが、今回は有識者で認める人73%、大学生85%と大学生が大幅にふえた。これは最近、コンピューターが盛ん

になり、大学生にも関係がある語となったからであろう。大学生は自分に関係のある時代の流れには敏感なようである。

その他、以前は有意差があったのに今回なくなっている「ドライ」は以前は有識者で認める人76%、大学生40%だったが、今回有識者62%、大学生57%と有識者の肯定回答が減った。この語は最近、流行語的に使われている面もあり、有識者には放送で使うのは軽い感じを与えるように思えるのだろうか。同様に今回は有意差がなくなった「レイアウト」は大学生・有識者ともに増えている。この言葉はデザイン関係の語だが、最近、部屋の装飾や工場の設備の配置に関心をもつ人がふえ、よく耳にするようになったからであろう。

さらに、日本語化の結果と比べてみると、有識者に肯定的な語で日本語化では有意差がないのに放送使用で出ている語は「ドラスチック」「アブローチ」など9語、反対に日本語化では差があるのに放送使用では差がない語には「エキスパート」「コミュニティー」など9語ある。大学生に肯定的な語にもそういう語がある。日本語化のときは有意差がないのに放送使用で出てきた語には「インテリア」「カウンセラー」など6語、反対に日本語化では有意差があるが放送使用では差がない語は「クリエート」「イベント」など26語である。

このように有識者も大学生も、日本語化では差があったのに放送使用では「日本語になっている」は「放送で使ってもいい」に結びつきやすく、「日本語になっていない」は

「放送で使ってはいけない」に結びついて数を調整して有識者と大学生の差を小さくしている語が多い。

昭和56年の結果もあわせてみてみると、有識者の場合

肯定 否定

○昭和56年 47↓55 27↓42

今回 59↓65 27↓35

となり、「日本語になっている」は「放送で使っている」に、「日本語になっていない」は「放送で使っていない」に結びつき、「どちらとも言えない」の分だけ両方の数が増えるようである。大学生の場合

肯定 否定

○昭和56年 62↓59 19↓41

今回 64↓64 26↓36

となり、「どちらとも言えない」はそのまま否定にまわり、昭和56年の結果では肯定の分まで否定にまわっている。この結果、差が小さくなっているのである。

(3)判断の根拠

「日本語化」と「放送使用」の質問に答える際、どういう基準で選んでいくのであろうか。その判断根拠をきいてみた。選択肢は昭和56年の時と同じで「使用頻度」「外来語としての歴史」「言いかえの有無」「使用領域の広さ」「意味のわかりやすさ」「その他」である。まず日本語化の判断根拠についてみると、大学生・有識者ともに44%で「使用頻度」をあげ、次いで大学生27%、有識者35%で「意味のわ

かりやすさ」をあげている。三位は大学生・有識者とも「言いかえの有無」を上げ、それぞれ18%と10%である。昭和56年の時は一位は同じく「使用頻度」なのだが有識者は二位に「外来語としての歴史」三位に「言いかえの有無」をあげ、大学生は二位に「使用領域の広さ」次いで「意味のわかりやすさ」をあげていた。この時の「使用頻度」の割合は有識者62%、大学生75%と圧倒的であった。また、有識者で二位にあがっていた「外来語としての歴史」は今回は4%と極端に少なくなっている。

次に「放送使用」についての判断根拠をみると一位が「意味のわかりやすさ」で大学生57%、有識者41%である。二位以下は大学生は「言いかえの有無」「使用頻度」と続き、有識者は二位に「使用頻度」三位に「言いかえの有無」をあげている。昭和56年の時は大学生の一位は「意味のわかりやすさ」で48%、次いで「言いかえの有無」と続き、有識者の一位は「言いかえの有無」で45%、次いで「意味のわかりやすさ」「使用頻度」となっている。今回の結果と比べてみると、昭和56年に有識者で一位になっていた「言いかえの有無」は今回は三位で45%↓17%となっている。大学生の場合は変わらず「意味のわかりやすさ」に重点をおいており、しかもその割合は48%↓57%と増えている。

以上のことによると以前は有識者は日本語になっていたかどうかを決める時、使用頻度の多少だけでなく古くからの外来語か、新しい外来語かを検討し、放送使用を決める

時はその言葉が日本語で表現できないかどうかを考え、外来語を日本語に対立する存在とみていたようである。それが今回は使用頻度を重視し、分かりやすさにも重きを置き、歴史性を軽視、放送使用判定の際も分かりやすさを重視、使用頻度も考えるなど外来語を日本語と対立する存在とは見ていない。大学生はその言葉が広く一般に使われ、分かりやすいものであれば日本語として認め、放送使用を許すという傾向がある。これは以前も今回も同じである。ただ今回は今ある語で置きかえられるかどうか少し考えるようである。

以上、判断根拠を述べてきたが、有識者と大学生の回答差が以前より小さくなっている理由についてまとめると有識者は以前は外来語を「よその」とみてそれに対置し、その上で日本語になっているかどうか判断した。また、放送使用では言いかえやその語の必要性を考えて判断をしていた。が今回は有識者が外来語を特別視せず、使用頻度や語の分かりやすさで日本語かどうか判断し、放送使用では皆が理解できるかどうかで判断をする。外来語を日本語の中の一つとしてみている。これは意識が大学生にとても近くなっている。それで全体として以前のような有識者と大学生の差がなくなってきたのであろう。

その他、外来語に対する全体的印象やテレビドラマ脚本における外来語についても調べ、それらとあわせて見ると、わずかではあるが有識者の外来語に対する抵抗感がなくなってきたのである。

外来語に対する意識の調査

	有識者（日本語）				大学生（日本語）			
	（S. 56）		（H. 1）		（S. 56）		（H. 1）	
	YES	NO	YES	NO	YES	NO	YES	NO
アクシデント	38 ⁻	30 ⁺	45 ⁻	33 ⁺	75 ⁺	10 ⁻	76 ⁺	13 ⁻
アシスタント	67 ⁻	8	82 ⁻	12 ⁺	95 ⁺	3	97 ⁺	3 ⁻
アジト	60	18	56 ⁻	29 ⁺	65	13	75 ⁺	14 ⁻
アップする	67	14	73 ⁺	16 ⁻	81	10	59 ⁻	29 ⁺
アニメ	63 ⁻	15 ⁺	82 ⁻	9 ⁺	84 ⁺	4 ⁻	96 ⁺	2 ⁻
アフターケア	61	10	42	41	57	15	45	40
アプローチする	32	32	41	43	41	25	35	42
アレンジする	44 ⁻	23	50 ⁻	26	69 ⁺	10	66 ⁺	17
イニシアチブ	45 ⁺	21 ⁻	24	61	24 ⁻	44 ⁺	22	66
イベント	12 ⁻	57 ⁺	78 ⁻	11	50 ⁺	19 ⁻	90 ⁺	5
イメージアップ	62 ⁻	14	82	10	86 ⁺	5	84	7
イメージチェンジ	56 ⁻	12	86	9	86 ⁺	3	90	5
インターナショナル	64	11	62	21	76	10	58	30
インテリア	67 ⁻	8	88	6	92 ⁺	3	95	3
インパクト	10 ⁻	70 ⁺	33 ⁻	42 ⁺	25 ⁺	39 ⁻	70 ⁺	21 ⁻
インフォメーション	20	41	26 ⁻	54 ⁺	26	37	56 ⁺	30 ⁻
エキサイトする	41 ⁻	26 ⁺	66	20	69 ⁺	11 ⁻	59	23
エキスパート	66 ⁺	7 ⁻	45 ⁺	38 ⁻	41 ⁻	29 ⁺	29 ⁻	62 ⁺
エチケット	94	4	98	2	98	0	94	3
エンジョイする	55	17	65	20	70	7	62	24
オートメ	62	14	42 ⁺	34 ⁻	45	24	19 ⁻	71 ⁺
オートメーション	85	7	81 ⁺	8 ⁻	94	3	59 ⁻	27 ⁺
オーナー	54 ⁻	16	60 ⁻	15	73 ⁺	7	78 ⁺	9
オープンする	63 ⁻	20 ⁺	91	6	89 ⁺	4 ⁻	85	10
オピニオン	25	41	4	83	23	40	9	81
オフレコ	30 ⁺	39	17	68	11 ⁻	49	17	70
オリジナル	68 ⁻	4	67 ⁻	16 ⁺	86 ⁺	3	91 ⁺	3 ⁻
カウンセラー	66 ⁻	7	69	21	84 ⁺	3	77	15
カジュアルな	25 ⁻	40 ⁺	34 ⁻	36 ⁺	64 ⁺	8 ⁻	72 ⁺	15 ⁻
カテゴリー	34	32	5 ⁻	81 ⁺	29	46	13 ⁺	67 ⁻
カラフル	58 ⁻	14 ⁺	84	10 ⁺	93 ⁺	1 ⁻	91	3 ⁻
ギャップ	73	8	65 ⁻	18 ⁺	76	5	87 ⁺	8 ⁻
キャパシティー	12	55	6	82	13	58	12	77
キャリアウーマン	38 ⁻	28 ⁺	61 ⁻	23 ⁺	75 ⁺	7 ⁻	89 ⁺	7 ⁻
キャンパス	78	5	67 ⁻	15	88	3	82 ⁺	11
キャンブル	81	6	75 ⁻	18 ⁺	93	3	90 ⁺	6 ⁻
グリーン（色）	86	5	62 ⁻	33 ⁺	95	3	89 ⁺	4 ⁻
クリエートする	12	57	16 ⁻	65 ⁺	18	53	31 ⁺	49 ⁻
クリスタルな	16	64 ⁺	24	56	31	28 ⁻	28	57
クリニック	38	31	50	32	32	21	51	27

クレーター	47 ⁻	32 ⁺	24 ⁻	56 ⁺	78 ⁺	12 ⁻	50 ⁺	37 ⁻
クレーム	53	11	64	15	64	12	61	23
ゴージャスな	28 ⁻	40	38	41	50 ⁺	24	47	35
コスト	79	3	86	7	78	9	76	11
コミュニティ	29	33	63 ⁺	22 ⁻	37	17	40 ⁻	36 ⁺
コラム	70	11	40 ⁻	38 ⁺	82	5	66 ⁺	19 ⁻
コンコース	11	58	9	75 ⁻	5	75	3	90 ⁺
コンサルタント	73	12	83 ⁺	9 ⁻	79	8	58 ⁻	24 ⁺
コンシューマー	4	78	0 ⁻	87	2	72	4 ⁺	91
コンセンサス	26 ⁺	39 ⁻	37 ⁺	39 ⁻	9 ⁻	67 ⁺	5 ⁻	87 ⁺
コンプレックス	72 ⁻	7	84	10	91 ⁺	4	90	8
サスペンス	51 ⁻	15	77	13	83 ⁺	5	87	9
シェイプアップ	8 ⁻	72 ⁺	47 ⁻	31 ⁺	53 ⁺	18 ⁻	89 ⁺	6 ⁻
ジェネレーション	50	20	17 ⁻	61 ⁺	33	39	43 ⁺	34 ⁻
シチュエーション	10	55	6 ⁻	83 ⁺	13	50	29 ⁺	49 ⁻
シビアに	18 ⁻	47 ⁺	46 ⁻	30 ⁺	55 ⁺	16 ⁻	76 ⁺	12 ⁻
シミュレーション	6	80	28	53	10	64	36	51
ジョギング	68 ⁻	12 ⁺	92	3	92 ⁺	1 ⁻	98	1
シリアスな	18 ⁻	47 ⁺	20 ⁻	55 ⁺	59 ⁺	12 ⁻	73 ⁺	17 ⁻
ジレンマ	70	7	65	21	70	7	56	28
シンガーソングライター	42 ⁻	18 ⁺	69 ⁻	16	94 ⁺	4 ⁻	85 ⁺	8
スキャンダル	84	7	88 ⁻	8	91	2	96 ⁺	4
スクランブル交差点	55 ⁻	24 ⁺	62 ⁻	25 ⁺	92 ⁺	3 ⁻	83 ⁺	11 ⁻
スケープゴート	5	78	11	69	3	80	9	80
ステータスシンボル	15	65	12	62	11	74	19	60
ストレス	88	2	97	1	97	2	98	1
スペース	80 ⁻	6	93	2	93 ⁺	2	86	7
スペシャリスト	41	21	69	15	52	14	63	17
ソフトウェア	38	26	62	21	34	31	67	20
ターゲット	10 ⁻	69 ⁺	63 ⁻	14	57 ⁺	14 ⁻	78 ⁺	10
ダイジェストする	21	46	23	54	22	41	19	63
ダウンする	57 ⁻	19	75	10	83 ⁺	9	76	13
チャリティショー	63 ⁻	13	80	10	88 ⁺	3	76	15
ツアー	59 ⁻	14 ⁺	83 ⁻	8	90 ⁺	0 ⁻	94 ⁺	3
テクノポリス	4 ⁻	82 ⁺	63	24	24 ⁺	36 ⁻	64	24
デッドヒート	28 ⁻	44 ⁺	49	28	61 ⁺	17 ⁻	58	27
テナント	28	37	72 ⁺	11 ⁻	40	24	56 ⁻	28 ⁺
デメリット	34	30	54	23	52	19	50	30
デレゲーション	3	80	4	82 ⁻	2	78	1	93 ⁺
ドキュメンタリー	72 ⁻	10 ⁺	71	12	93 ⁺	1 ⁻	80	9

ドライな	73	8	81 ⁺	10	58	17	67 ⁻	16
ドラマチックな	10	72	19	66	5	75	19	78
トラブル	75	10	94	6	89	3	94	2
ナイーブ	36 ⁻	30 ⁺	35 ⁻	42 ⁺	66 ⁺	10 ⁻	68 ⁺	22 ⁻
ナウな	37 ⁻	32 ⁺	50 ⁻	31	74 ⁺	8 ⁻	65 ⁺	19
ナショナルリズム	67	10	49	26	51	16	56	34
ニーズ	25	46	72 ⁺	10 ⁻	24	40	58 ⁻	25 ⁺
ネガティブな	19	47	8 ⁻	78	12	54	21 ⁺	67
ネットワーク	70	6	84	8	80	5	83	8
ノウハウ	25	35	54 ⁻	25	30	37	73 ⁺	17
バーゲンセール	90	4	87 ⁻	7	96	0	96 ⁺	3
ハッスルする	69 ⁻	8	83	9	94 ⁺	2	82	9
バトントワラー	32 ⁻	39 ⁺	42	39	66 ⁺	17 ⁻	51	39
パニック	65 ⁻	12 ⁺	82 ⁻	8	89 ⁺	1 ⁻	95 ⁺	2
ハブニング	56 ⁻	16 ⁺	85	9	92 ⁺	2 ⁻	91	5
バラエティー	64 ⁻	13	82	8	88 ⁺	3	90	5
ハンディキャップ	78	8	70	15	84	4	75	13
ピーク	71 ⁻	12	85	8	92 ⁺	3	89	5
ビッグな	25 ⁻	50 ⁺	74	17	76 ⁺	12 ⁻	72	15
ビデオ	88	6	96	2	93	2	98	1
ビバーク	20	53	17 ⁺	65 ⁻	18	58	1 ⁻	94 ⁺
フィードバック	13 ⁻	58 ⁺	28	53	35 ⁺	26 ⁻	27	55
〇〇フィーバー	21 ⁻	50 ⁺	58 ⁻	26 ⁺	57 ⁺	14 ⁻	73 ⁺	13 ⁻
フィーリング	39 ⁻	21 ⁺	66 ⁻	17	86 ⁺	1 ⁻	79 ⁺	11
〇〇フェア	54 ⁻	21 ⁺	78	11	73 ⁺	7 ⁻	85	7
フェスティバル	50 ⁻	15	77	10	81 ⁺	5	83	8
ブティック	35 ⁻	33 ⁺	71 ⁻	12 ⁺	84 ⁺	5 ⁻	92 ⁺	4 ⁻
プレーオフ	48 ⁻	18	62	22	71 ⁺	14	54	27
プレタポルテ	30	40	29	51	31	38	26	57
プレッシャー	39 ⁻	32 ⁺	77 ⁻	13 ⁺	85 ⁺	5 ⁻	91 ⁺	5 ⁻
プロポジション	55 ⁻	15 ⁺	84 ⁻	10	90 ⁺	3 ⁻	93 ⁺	4
ページュ	84 ⁻	2	70 ⁻	14	96 ⁺	1	88 ⁺	9
ベースアップ	89 ⁺	4	79 ⁺	11 ⁻	63 ⁻	15	32 ⁻	48 ⁺
ホームヘルパー	52	17	72 ⁺	14 ⁻	64	13	42 ⁻	38 ⁺
ポジティブな	10	75	5	79	9	61	10	81
ポスト〇〇	45 ⁻	21	62	17	69 ⁺	9	57	26
ボランティア	72	8	94	2	87	3	96	4
マージン	52 ⁺	16 ⁻	73 ⁺	11 ⁻	14 ⁻	5 ⁺	18 ⁻	68 ⁺
マイコン	47 ⁻	27 ⁺	73	11	78 ⁺	5 ⁻	84	7
マグニチュード	85	4	78 ⁻	14	95	1	90 ⁺	6

ミックスする	62 ⁻	14	81	8	86 ⁺	6	75	17
メカ	36 ⁻	34 ⁺	58 ⁻	18 ⁺	78 ⁺	2 ⁻	87 ⁺	6 ⁻
メカニズム	39 ⁻	30 ⁺	58 ⁻	18	74 ⁺	4 ⁻	78 ⁺	14
メッセージ	85 ⁻	5	81 ⁻	13 ⁺	98 ⁺	1	96 ⁺	4 ⁻
メリット	50 ⁻	13	81	8	74 ⁺	4	81	10
モータリゼーション	23	44	51 ⁺	33 ⁻	13	62	16 ⁻	78 ⁺
モラトリアム	12	59	7 ⁻	73 ⁺	10	56	37 ⁺	50 ⁻
ヤング	74 ⁻	9	92	4	92 ⁺	1	89	7
ユーザー	31	30	55 ⁺	27 ⁻	32	37	39 ⁻	42 ⁺
ライセンス	46 ⁻	21	65	18	71 ⁺	10	70	19
ライブ	16 ⁻	54 ⁺	3 ⁻	41 ⁺	79 ⁺	6 ⁻	84 ⁺	11 ⁻
ラジカセ	53 ⁻	18 ⁺	81 ⁻	8 ⁺	92 ⁺	5 ⁻	98 ⁺	1 ⁻
ラジカル	25	42	17	62	14	47	14	73
ランク	65 ⁻	7	84	9	89 ⁺	3	81	12
リアル	52	20	53 ⁻	28 ⁺	69	6	79 ⁺	9 ⁻
リース	36	34	80 ⁺	9 ⁻	35	28	56 ⁻	29 ⁺
リーダーシップ	75	9	89	6	87	3	85	10
リクルート	7 ⁻	52 ⁺	47 ⁻	36 ⁺	37 ⁺	22 ⁻	73 ⁺	18 ⁻
リッチな	15 ⁻	58 ⁺	63 ⁻	18 ⁺	61 ⁺	11 ⁻	85 ⁺	6 ⁻
リバイバル	49	19	76 ⁺	16	64	14	55 ⁻	26
リフォーム	23	42	44	37	29	41	48	33
リポート	82 ⁺	3 ⁻	79 ⁺	11 ⁻	58 ⁻	15 ⁺	31 ⁻	53 ⁺
リモートコントロール	67	10	70 ⁺	15 ⁻	76	7	52 ⁻	34 ⁺
リモコン	70 ⁻	10	80 ⁻	11 ⁺	95 ⁺	2	91 ⁺	2 ⁻
リラックスする	68 ⁻	11 ⁺	83	8	97 ⁺	2 ⁻	92	5
ルーツ	29 ⁻	33 ⁺	66	19	57 ⁺	13 ⁻	68	21
ルール	90	4	90 ⁻	8 ⁺	98	1	97 ⁺	1 ⁻
レイアウト	44	27	48	28	32	39	38	41
レトリック	24 ⁺	46	6	75	7	64	8	78
ワースト	45 ⁻	17	66	17	85 ⁺	6	64	21

(単位 %)

	有識者 (放送)				大学生 (放送)			
	(S. 56)		(H. 1)		(S. 56)		(H. 1)	
	YES	NO	YES	NO	YES	NO	YES	NO
アクシデント	40 ⁻	56 ⁺	52 ⁻	48 ⁺	62 ⁺	38 ⁻	71 ⁺	29 ⁻
アシスタント	77 ⁻	21 ⁺	94	6	98 ⁺	2 ⁻	97	3
アジト	65	30	58	42	58	42	53	47
アップする	58	38	75 ⁺	25 ⁻	69	31	47 ⁻	53 ⁺
アニメ	70	28	86	14	83	17	92	8
アフターケア	67	29	53	47	52	48	50	50
アプローチする	40	57	45 ⁺	55 ⁻	38	63	30 ⁻	70 ⁺
アレンジする	54	43	56	44	63	38	60	40
イニシアチブ	53 ⁺	46 ⁻	28	72	23 ⁻	77 ⁺	34	66
イベント	27 ⁻	70 ⁺	86	14	53 ⁺	47 ⁻	94	6
イメージアップ	62 ⁻	32 ⁺	88	12	81 ⁺	19 ⁻	86	14
イメージチェンジ	65 ⁻	34 ⁺	88	12	89 ⁺	11 ⁻	84	16
インターナショナル	68	28	64	36	79	21	66	34
インテリア	78 ⁻	19 ⁺	87 ⁻	13 ⁺	94 ⁺	6 ⁻	97 ⁺	3 ⁻
インパクト	21	74	33 ⁻	67 ⁺	25	75	54 ⁺	46 ⁻
インフォメーション	30	63	37 ⁻	63 ⁺	21	79	61 ⁺	39 ⁻
エキサイトする	45	53	58 ⁺	42 ⁻	44	56	44 ⁻	56 ⁺
エキスパート	69 ⁺	29 ⁻	44	56	38 ⁻	63 ⁺	34	66
エチケット	92	6	98	2	97	3	96	4
エンジョイする	54	45	54 ⁺	46 ⁻	45	55	40 ⁻	60 ⁺
オートメ	51	46	40 ⁺	60 ⁻	36	64	14 ⁻	86 ⁺
オートメーション	90	9	82	18	96	4	73	27
オーナー	68	29	67 ⁻	33 ⁺	75	25	86 ⁺	14 ⁻
オープンする	52 ⁻	43 ⁺	88	12	77 ⁺	23 ⁻	79	21
オピニオン	32	64	13	87	28	72	15	85
オフレコ	35 ⁺	63 ⁻	16	84	14 ⁻	87 ⁺	26	74
オリジナル	79	19	70 ⁻	30 ⁺	84	16	90 ⁺	10 ⁻
カウンセラー	90	8	74 ⁻	26 ⁺	94	6	86 ⁺	14 ⁻
カジュアルな	30 ⁻	67 ⁺	42 ⁻	58 ⁺	62 ⁺	39 ⁻	65 ⁺	35 ⁻
カテゴリー	40	55	10 ⁻	90 ⁺	33	67	23 ⁺	77 ⁻
カラフル	62 ⁻	34 ⁺	81	19	89 ⁺	11 ⁻	89	11
ギャップ	69	28	69	31	60	40	77	23
キャパシティ	19	79	9 ⁻	91 ⁺	14	86	22 ⁺	78 ⁻
キャリアウーマン	48	45	65 ⁻	35 ⁺	66	34	88 ⁺	12 ⁻
キャンパス	88	10	78	22	95	5	86	14
ギャンブル	83	13	77	23	84	6	83	17
グリーン (色)	87	11	66 ⁻	34 ⁺	90	10	90 ⁺	10 ⁻
クリエートする	22	77	20	80	16	84	24	76
クリスタルな	16	83	33	67	22	78	27	73
クリニック	44	51	53	47	38	63	52	48

クレーター	79	18	42 ⁻	58 ⁺	89	12	61 ⁺	39 ⁻
クレーム	71	27	64	36	56	44	54	46
ゴージャスな	26	73	43	57	43	57	33	67
コスト	85	14	90	10	78	22	87	13
コミュニティ	47	50	67 ⁻	33 ⁺	39	61	56 ⁺	44 ⁻
コラム	81 ⁺	16 ⁻	50	50	83 ⁻	17 ⁺	84	16
コンコース	26	70	16 ⁺	84 ⁻	12	89	13 ⁻	87 ⁺
コンサルタント	85	13	84	16	82	18	64	36
コンシューマー	11	86	4	96	6	94	11	89
コンセンサス	40 ⁺	56 ⁻	45 ⁺	55 ⁻	17 ⁻	83 ⁺	16 ⁻	84 ⁺
コンプレックス	79	18	78	22	88	13	85	15
サスペンス	69	27	81	19	83	17	82	18
シェイプアップ	12 ⁻	86 ⁺	64 ⁻	36 ⁺	46 ⁺	54 ⁻	90 ⁺	10 ⁻
ジェネレーション	60 ⁺	35 ⁻	24 ⁻	76 ⁺	29 ⁻	71 ⁺	54 ⁺	46 ⁻
シチュエーション	20	77	10 ⁻	90 ⁺	11	89	39 ⁺	61 ⁻
シビアに	20	78	45 ⁻	55 ⁺	28	72	59 ⁺	41 ⁻
シミュレーション	17	80	39 ⁻	61 ⁺	12	89	53 ⁺	47 ⁻
ジョギング	86 ⁻	13 ⁺	96	4	99 ⁺	1 ⁻	98	2
シリアスな	18	78	30 ⁻	70 ⁺	29	71	63 ⁺	37 ⁻
ジレンマ	78 ⁺	19 ⁻	63	37	63 ⁻	38 ⁺	59	41
シンガーソングライター	59 ⁻	34 ⁺	80	20	97 ⁺	3 ⁻	87	13
スキャンダル	86	13	89	11	78	22	8	11
スクランブル交差点	74 ⁻	24 ⁺	72 ⁻	28 ⁺	96 ⁺	4 ⁻	90 ⁺	10 ⁻
スケープゴート	8	87	17	83	5	94	17	83
ステータスシンボル	19	77	19	81	13	88	27	73
ストレス	95	4	98	2	100	0	97	3
スペース	74	21	93	7	85	14	88	12
スペシャリスト	46	51	68	32	55	44	70	30
ソフトウェア	63 ⁺	34 ⁻	73 ⁻	27 ⁺	43 ⁻	57 ⁺	85 ⁺	15 ⁻
ターゲット	15 ⁻	83 ⁺	64 ⁻	36 ⁺	44 ⁺	56 ⁻	78 ⁺	22 ⁻
ダイジェストする	26	70	32	68	22	78	27	73
ダウンする	53	45	74	26	71	29	64	36
チャリティショー	73 ⁻	24 ⁺	85	15	93 ⁺	7 ⁻	87	13
ツアー	57 ⁻	36 ⁺	86 ⁻	14 ⁺	88 ⁺	13 ⁻	96 ⁺	4 ⁻
テクノポリス	9 ⁻	87 ⁺	82	18	25 ⁺	75 ⁻	81	19
デッドヒート	45	53	71	29	64	37	71	29
テナント	34	61	79 ⁺	21 ⁻	44	55	62 ⁻	38 ⁺
デメリット	40	55	62	38	44	56	60	40
デレゲーション	13	84	13	87	5	95	9	91
ドキュメンタリー	85 ⁻	13 ⁺	82 ⁻	18 ⁺	99 ⁺	1 ⁻	94 ⁺	6 ⁻

ドライな	76 ⁺	23 ⁻	62	38	40 ⁻	60 ⁺	57	43
ドラマチックな	12	85	48 ⁺	52 ⁻	5	95	21 ⁻	79 ⁺
トラブル	84	15	90	10	90	10	96	4
ナイーブ	46	51	38 ⁻	62 ⁺	51	49	52 ⁺	48 ⁻
ナウな	31	66	41	59	32	68	36	64
ナショナリズム	79	19	65	35	67	33	68	32
ニーズ	25	68	69	31	25	75	63	37
ネガチブな	18	80	9	91	11	89	16	84
ネットワーク	86	12	91	9	93	7	90	10
ノウハウ	39	57	57	43	27	73	69	31
バーゲンセール	91	8	93	7	96	4	93	7
ハッスルする	59	39	78 ⁺	22 ⁻	70	30	63 ⁻	37 ⁺
バトントワラー	57 ⁻	40 ⁺	61	39	78 ⁺	22 ⁻	68	32
パニック	79	17	92	8	90	10	91	9
ハプニング	66 ⁻	32 ⁺	90	10	84 ⁺	16 ⁻	88	12
バラエティー	69	29	89	11	85	15	92	8
ハンディキャップ	86	10	81	19	91	9	85	15
ピーク	81 ⁻	16 ⁺	90	10	95 ⁺	5 ⁻	87	13
ビッグな	23 ⁻	74 ⁺	71 ⁺	29 ⁻	46 ⁺	54 ⁻	54 ⁻	46 ⁺
ビデオ	95	4	98	2	95	5	99	1
ビバーク	36	61	32 ⁺	68 ⁻	29	71	18 ⁻	82 ⁺
フィードバック	32	60	31	69	47	52	39	61
○○フィーバー	25	72	63	37	43	57	63	37
フィーリング	54	42	69	31	62	39	64	36
○○フェア	65	33	88	12	76	24	82	18
フェスティバル	75	23	90	10	88	13	94	6
ブティック	57 ⁻	38 ⁺	86	14	87 ⁺	14 ⁻	93	7
プレーオフ	69	29	78	22	81	19	77	23
プレタポルテ	48	49	35	65	42	58	44	56
プレッシャー	46 ⁻	51 ⁺	85	15	67 ⁺	33 ⁻	90	10
プロポジション	72 ⁻	26 ⁺	86	14	94 ⁺	6 ⁻	93	7
ベージュ	88	8	78 ⁻	22 ⁺	95	5	90 ⁺	10 ⁻
ベースアップ	90 ⁺	8 ⁻	87 ⁺	13 ⁻	72 ⁻	28 ⁺	54 ⁻	46 ⁺
ホームヘルパー	70	28	84 ⁺	16 ⁻	70	30	53 ⁻	47 ⁺
ポジチブな	16	82	9	91	5	95	12	88
ポスト○○	60	34	72	28	60	40	68	32
ボランティア	90	9	97	3	98	2	98	2
マージン	56 ⁺	40 ⁻	73 ⁺	27 ⁻	19 ⁻	81 ⁺	29 ⁻	71 ⁺
マイコン	58 ⁻	38 ⁺	79	21	82 ⁺	18 ⁻	86	14
マグニチュード	94	4	92	8	99	1	96	4

ミックスする	57	42	75 ⁺	25 ⁻	69	31	62 ⁻	38 ⁺
メカ	34	63	54 ⁻	46 ⁺	50	50	77 ⁺	23 ⁻
メカニズム	51	45	73 ⁻	27 ⁺	69	31	87 ⁺	13 ⁻
メッセージ	92	4	86 ⁻	14 ⁺	97	3	96 ⁺	4 ⁻
メリット	55	39	84	16	73	27	80	20
モータリゼーション	38 ⁺	58 ⁻	65 ⁺	35 ⁻	17 ⁻	83 ⁺	20 ⁻	80 ⁺
モラトリアム	25	68	14 ⁻	86 ⁺	27	83	47 ⁺	53 ⁻
ヤング	54 ⁻	43 ⁺	86 ⁺	14 ⁻	78 ⁺	22 ⁻	74 ⁻	26 ⁺
ユーザー	44	52	56	44	32	68	47	53
ライセンス	58	40	70	30	69	31	70	30
ライブ	30 ⁻	66 ⁺	43 ⁻	57 ⁺	82 ⁺	18 ⁻	87 ⁺	13 ⁻
ラジカセ	53 ⁻	43 ⁺	81 ⁻	19 ⁺	78 ⁺	22 ⁻	95 ⁺	5 ⁻
ラジカル	28	68	22	78	15	85	19	81
ランク	70	28	87	13	85	14	84	16
リアル	52	42	50 ⁻	50 ⁺	43	57	75 ⁺	25 ⁻
リース	46	51	87 ⁺	13 ⁻	37	64	62 ⁻	38 ⁺
リーダーシップ	80	18	95 ⁺	5 ⁻	91	9	87 ⁻	13 ⁺
リクルート	15 ⁻	82 ⁺	53 ⁻	47 ⁺	47 ⁺	53 ⁻	76 ⁺	24 ⁻
リッチな	17	82	58	42	27	73	56	44
リバイバル	68	29	80 ⁺	20 ⁻	64	36	66 ⁻	34 ⁺
リフォーム	39	56	51	49	33	67	64	36
リポート	90 ⁺	9 ⁻	86 ⁺	14 ⁻	59 ⁻	41 ⁺	51 ⁻	49 ⁺
リモートコントロール	75	20	85	15	80	20	76	24
リモコン	66 ⁻	29 ⁺	77	23	90 ⁺	10 ⁻	84	16
リラックスする	66 ⁻	30 ⁺	86	14	93 ⁺	7 ⁻	84	16
ルーツ	41	52	72	28	57	43	77	23
ルール	91	8	96	4	96	4	99	1
レイアウト	50 ⁺	45 ⁻	58	42	29 ⁻	71 ⁺	56	44
レトリック	31 ⁺	66 ⁻	12	88	10 ⁻	90 ⁺	22	78
ワースト	67 ⁻	28 ⁺	74	26	85 ⁺	15 ⁻	76	24

(単位 %)