

【8カ国8000人以上対象 Duolingo×LinkedIn Report】  
**ビジネス用語の使用に関する実態調査**  
半数以上の社会人が使用頻度を減らしたいと回答  
ビジネス用語の多用は時間を無駄にする？

日本の最も紛らわしいビジネス用語ベスト3は「バジェット」「ASAP」「アジェンダ」

---

世界でもっともダウンロードされている無料語学学習アプリ「Duolingo」を提供するDuolingo,Inc.(本社所在地：Pittsburgh, USA, 以下Duolingo)は、世界最大のプロフェッショナルネットワークであるLinkedIn（リンクトイン、日本法人所在地：東京都千代田区、日本代表：田中 若菜）と共同で、職場で使われるビジネス用語に関する調査「State Of Workplace Jargon（ビジネス用語の使用に関する実態調査）※1」を行いました。

職場も含めて、あらゆるコミュニティには独自の言語があります。職場で専門的に使われるビジネス用語（『アグリ』や『Ducks in a row』、『Brainstorm』など仕事を遂行する上で用いられるビジネス用の専門用語）は、新しい職場で「仲間」として受け入れられるポジティブな方法である人もいれば、仕事を覚える際に障壁になると感じる人もいます。世界最大のプロフェッショナルネットワークであるLinkedInと、世界で最もダウンロードされている教育アプリであるDuolingoは、これらの言葉について理解を深め、どうすれば職場でより良いコミュニケーションと一体感を生み出すことができるかを考えるために、職場における専門用語とそれが世界中のプロフェッショナルに与える影響についてグローバル調査を実施しました。

ビジネス用語は、それ自体がほとんど言語のようなものです。私たちは、8カ国8,000人以上の社会人を対象に、最も誤解され、多用されているビジネス用語について調査し、新しいビジネス用語を理解することについて社会人がどのように感じているか、世代や国によってビジネス用語が仕事に与える影響をどう受け止めているのか明らかにしました。

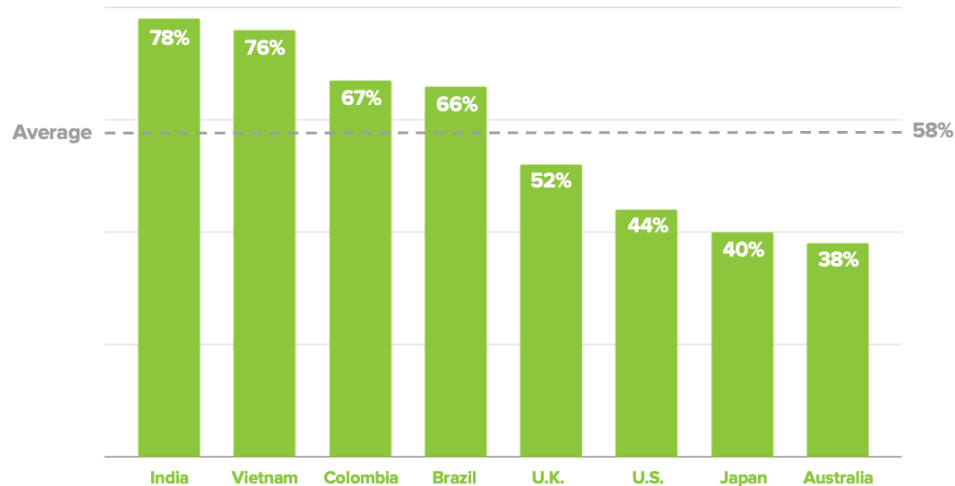
※1 Jargonは本来、特定のグループや業界内だけで用いられる専門用語を指します。本調査の日本市場においては、便宜上主に英語などのビジネス場面で多く使われる用語を「ビジネス用語」と定義して調査しました。

### <<調査サマリー>>

- 世界中の職場でビジネス用語が多用されていますが、4分の1以上の社会人は自分がビジネス用語を使っていることにほとんど気づいていない
- 回答者の約半数ができることならば職場でビジネス用語の使用をなくしたい、あるいは減らしたい、と考えている
- 3人に2人が職場のビジネス用語を自分で理解しなければならないと回答。生産性を低下させ、会話から取り残されていると感じている人も
- 40%の社会人が、職場のビジネス用語の意味を知らなかったために、仕事で誤解やミスをしたことがあると回答。ビジネス用語の多用が時間の浪費に繋がる結果に
- ハイブリッドワーカーやリモートワーカーは特にビジネス用語がもたらすネガティブな影響を受けやすい

- 日本独自の「おじさんビジネス用語」は、Z世代には特に意味が伝わらない傾向

### 「同僚がビジネス用語を多用している」と回答した人の各国比較



LinkedIn duolingo

世界中の職場でビジネス用語が多用されていますが、4分の1以上の社会人は自分がビジネス用語を使っていることにほとんど気づいていません。中でも、ミレニアル世代は職場でビジネス用語を使うことを最も認めており、Z世代は職場にビジネス用語が多すぎると最も強く感じています。

- 世界の58%の社会人が「同僚が職場でビジネス用語を多用している」と回答
- 調査対象国のうち、最も「同僚がビジネス用語を多用している」と答えた国はインド（78%）で日本は下から2番目の40%（Z世代60%、ミレニアル世代45%、X世代33%、ベビーブーマー24% ※2）
- 日本の社会人の36%が、自分がビジネス用語を使っていることは分かっているが、使わないように意識していると回答
- 日本のプロフェッショナルの19%は、職場でビジネス用語に慣れすぎていて、自分がビジネス用語を使っていることにほとんど気づいていない

※2 Z世代：1997年～2012年生まれ、ミレニアル世代：1981年～1996年生まれ、X世代：1965年～1980年生まれ、ベビーブーマー（1946年～1964年生まれ）

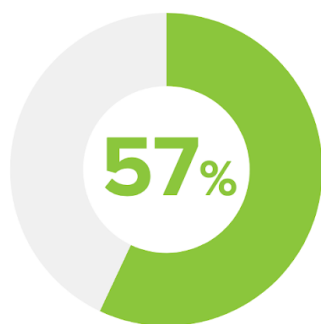
半数近く（46%）の社会人が、できることならば職場でビジネス用語の使用をなくしたい、あるいは減らしたい、と考えています。

- アメリカでは、ちょうど半数の社会人がビジネス用語の使用をなくしたい、または減らしたいと考えており、特に若い世代においてその傾向が強い（Z世代60%、ミレニアル世代65%、X世代50%、ブーマー世代23%）
- 調査対象国のうち、ビジネス用語の使用をなくしたい、または減らしたいという意見に最も同意しているのはインド（70%）、ついでベトナム（58%）、米国（50%）という結果に

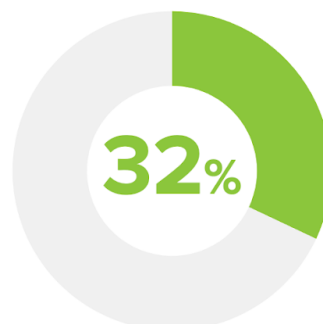
- **日本の社会人**の31%が、職場のビジネス用語の使用をなくす、または減らすことを望んでいる。ミレニアル世代（33%）、X世代（23%）、ベビーブーマー（17%）と比較して、Z世代（52%）でより顕著である

世界の社会人の3人に2人が、職場のビジネス用語を自分で理解する必要があると答えています。これはストレスの原因となり、生産性を低下させ、会話から取り残されていると感じる人もいます。

- 特に、ベトナム（86%）、インド（78%）、米国（56%）において、「職場のビジネス用語を自分で理解する必要がある」と回答した割合が最も高かった
- ビジネス用語の使用は、調査対象の社会人のあらゆる業種で見られるが、特にテクノロジー、情報、メディアで働く人々が最も多い結果に（72%）
- **日本の社会人**の47%が、直近の仕事を始めたとき、ビジネス用語を自分で理解する必要があると回答。これはZ世代（65%）で最も顕著であり、ミレニアル世代（53%）、X世代（38%）と続く



半数以上の社会人が「ビジネス用語の誤解によって月に数回以上時間を無駄にした」と回答

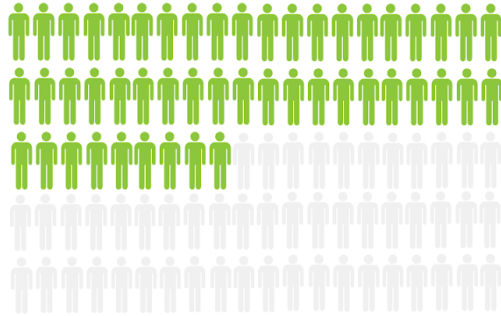


3人に1人の社会人が「ビジネス用語の誤解によって週に数回時間を無駄にした」と回答

LinkedIn duolingo

ビジネス用語が多すぎると、コミュニケーションが複雑になり、ミスや余計な会議、メール、修正などによる時間の浪費に繋がります。

- 世界中の社会人の半数以上（57%）が、月に数回以上ビジネス用語の誤解によって時間を浪費していると回答。およそ3分の1（32%）は週に数回無駄にしていると回答
- 40%の社会人が、職場のビジネス用語の意味を知らなかったために、仕事で誤解やミスをしたことがあると回答。**日本の社会人**に限定すると22.9%という結果に
- **日本の社会人**の26%がビジネス用語の使用は混乱を招くと感じ、20%がコミュニケーションを複雑にしすぎていると回答
- **日本の社会人**の70%が、ビジネス用語の誤解が、追加の会議、メール、修正といった形で無駄な時間につながることに同意



# 49%

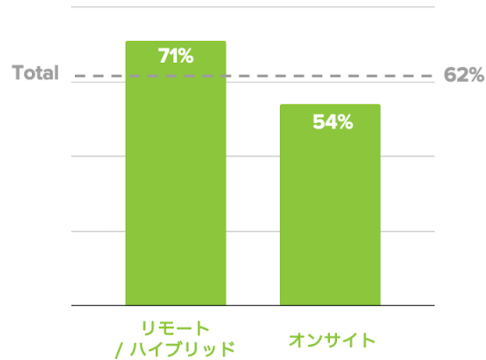
半数近くの社会人が、  
「少なくとも週に一度は、職場の会議で  
ビジネス用語が使われ、理解できない言  
語を話しているように感じる」と回答

LinkedIn duolingo

**時間の浪費や複雑さが増えるだけでなく、ビジネス用語の多用は、職場に排他的な環境を生み出す可能性があります。**

- 世界の半数近く（49%）の社会人が、少なくとも週に一度、「職場の会議でビジネス用語を使う人がいると、理解できない言語を話しているように感じる」と回答
- 約40%の**日本人**が、少なくとも週に一度、「職場の会議でビジネス用語を使う人がいると、理解できない言語を話しているように感じる」と回答
- 世界の社会人のうち64%、**日本の社会人**のうち33.2%が「ビジネス用語を理解している同僚は、理解していない同僚よりも仕事で出世（昇進、昇給など）できる」と回答。仕事でのビジネス用語の多用が、昇進の機会の不平等を生む結果に
- 世界中の社会人のうち19%、**日本の社会人**のうち12%が、「一緒に働く人がビジネス用語を多用すると、一体感のある環境を作れない」と回答
- **日本の社会人**の19%が、ビジネス用語を理解する過程で、会話から取り残されているように感じると回答。一方で、41%はこのプロセスが自分に影響を与えないと感じている

“ビジネス用語の多用によって  
取り残されたと感じた”



LinkedIn duolingo

**職場に出社する社員よりも、ハイブリッドワーカーやリモートワーカーの方が、ビジネス用語がもたらすネガティブな影響を受けやすいことが分かりました。**

- ハイブリッドワーカーやリモートワーカーのうち71%が、ビジネス用語の多用によって会話に取り残されたと感じており、オンサイトワーカーの54%よりも高い結果に
- ハイブリッドワーカーとリモートワーカーの70%が、ビジネス用語を理解している社員は仕事で出世できる（昇進、昇給など）と回答。オンサイト社員においてもの半数以上（56%）が同じ考えを持つ
- グローバルに活躍するハイブリッドワーカーやリモートワーカーの4分の1以上が、ビジネス用語を理解することがストレスになり、生産性を低下させたり、入社後のオンボーディングを遅らせたと回答

**ビジネスのグローバル化に伴い、英語が公用語でない国でも、英語での専門用語が一般的になってきていることが明らかになりました。**

8カ国で、最も混乱するビジネス用語と最も一般的なビジネス用語を調べると、英語を母国語としない国でも英語での専門用語が挙げられました。これは、ビジネスのグローバル化と、若い世代の社会人が、英語の専門用語をその国の言語に直接翻訳せずに職場に持ち込んでいることの両方が原因であると考えられます。

Country	最も混乱したビジネス用語	最も親しみのあるビジネス用語
アメリカ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Boiling the ocean</li> <li>2. Herding cats</li> <li>3. Ducks in a row</li> <li>4. Move the needle</li> <li>5. Run it up the flagpole</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ducks in a row</li> <li>2. Out of pocket</li> <li>3. Too many cooks in the kitchen</li> <li>4. Drinking the Kool-Aid</li> <li>5. Circle back</li> </ol>
イギリス	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Blue sky thinking</li> <li>2. COP/ EOP/ EOD</li> <li>3. Low hanging fruit</li> <li>4. Move the needle</li> <li>5. Ducks in a row</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Moving forwards</li> <li>2. Touch base</li> <li>3. Noted</li> <li>4. Singing from the same hymn sheet</li> <li>5. Blank canvas</li> </ol>
オーストラリア	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Boiling the ocean</li> <li>2. Noodling</li> <li>3. Low-hanging fruit</li> <li>4. Juice worth the squeeze</li> <li>5. Wheelhouse</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Good to go</li> <li>2. Touching base</li> <li>3. Arvo</li> <li>4. Slammed</li> <li>5. Bludger</li> </ol>
インド	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keep me in the loop</li> <li>2. Take offline</li> <li>3. Win-win situation</li> <li>4. Core competency</li> <li>5. Value-add</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. B2C (business to customer)</li> <li>2. B2B (business to business)</li> <li>3. EOD (end of day)</li> <li>4. MoM (minutes of the meeting)</li> <li>5. ROI (return on investment)</li> </ol>
ブラジル	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Feedback</li> <li>2. Networking</li> <li>3. ASAP</li> <li>4. Briefing</li> <li>5. Brainstorm</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Feedback</li> <li>2. Networking</li> <li>3. Call</li> <li>4. Job</li> <li>5. Insight</li> </ol>
コロンビア	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. By EOD</li> <li>2. ASAP</li> <li>3. KPI</li> <li>4. Out of the box</li> <li>5. FYI</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ASAP</li> <li>2. Brainstorm</li> <li>3. Engagement</li> <li>4. Double Check</li> <li>5. FYI</li> </ol>
日本	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. バジエツト(budget)</li> <li>2. ASAP</li> <li>3. アジェンダ(Agenda)</li> <li>4. アサイン(Assign)</li> <li>5. リスケ(reschedule)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. エビデンス(Evidence)</li> <li>2. リスケ(reschedule)</li> <li>3. アジェンダ(Agenda)</li> <li>4. コミツト(commit)</li> <li>5. コンセンサス(Consensus)</li> </ol>
ベトナム	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. FYI</li> <li>2. KPI</li> <li>3. Low-hanging fruit</li> <li>4. SOW</li> <li>5. By EOD</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. FYI</li> <li>2. KPI</li> <li>3. Low-hanging fruit</li> <li>4. SOW</li> <li>5. By EOF</li> </ol>

さらに日本の社会人に対しては「おじさんビジネス用語」についても追加調査を行いました。

「おじさんビジネス用語」とは「ツーカー」や「あいみつ」「1丁目1番地」など、ある年代以上がビジネスにおいて使う用語を表したもので、Twitterなどでも「#おっさんビジネス用語」のハッシュタグが生まれるなど話題になりました。

「次の10個のビジネス用語（あいみつ、1丁目1番地、音頭をとる、鉛筆なめなめ、がっちゃんこ、ガラガラポン、全員野球、ツーカー、ロハ、よしなに）において、正確に意味が答えられるものはどれですか？（複数回答）」という質問に関しては、「音頭をとる」がトップも意味が答えられる人は半数で止まる結果となりました。

- ・51%の社会人が「音頭をとる」の意味が答えられると回答。ついで「ツーカー（43.7%）」「あいみつ（38.1%）」
- ・選択肢のビジネス用語の全てにおいて、世代が高くなるにつれて意味が答えられる人の割合が増える結果に。Z世代は「音頭をとる(27.2%)」、「がっちゃんこ（22.0%）」を除く8つのビジネス用語において意味がわかる割合が20%を切った
- ・「ロハ（無料であること）」が最下位で8割近くが意味が答えられないと回答
- ・どのビジネス用語の意味も分からないと回答した人が17.6%

### Q. 次のうち、正確に意味が答えられるものはどれですか？（複数回答）

	全て	Z世代	ミレニアル世代	X世代	ベビーブーマー
音頭をとる	51.90%	27.20%	51.20%	61.90%	67.20%
ツーカー	43.71%	13.20%	36.80%	60.32%	64.40%
あいみつ	38.12%	10.80%	32.40%	47.22%	62.00%
よしなに	37.13%	17.60%	28.80%	46.03%	56.00%
全員野球	34.63%	16.40%	26.80%	42.46%	52.80%
がっちゃんこ	32.63%	22.00%	33.60%	37.70%	37.20%
ガラガラポン	32.14%	19.60%	22.00%	39.68%	47.20%
1丁目1番地	31.54%	14.40%	22.40%	40.08%	49.20%
鉛筆なめなめ	28.34%	11.60%	21.60%	30.56%	49.60%
ロハ	22.16%	12.40%	12.40%	23.81%	40.00%
どれも分からない	17.66%	28.80%	17.60%	13.49%	10.80%

## 調査概要

2023年5月、DuolingoとLinkedInは、米国、英国、オーストラリア、インド、コロンビア、ブラジル、ベトナム、日本の18～76歳のグローバル社会人8227人を対象に、CensusWide調査を実施（各国最低1,000人の参加）。

※本調査結果をご利用いただく際は、必ずDuolingo調べと明記ください。

## LinkedInについて

LinkedInは、世界200以上の国と地域に9億3,000万人以上のメンバーを有する世界最大のプロフェッショナルネットワークです。世界中のプロフェッショナルをつなげることで個人と組織の生産性を高め、さらなる成功に結びつけると同時に、企業における採用、マーケティング、営業などの分野に変革をもたらします。LinkedInは、世界中で働くすべての人々に経済的なチャンスを作り出すことを目指しています。

<https://www.linkedin.com/>

## Duolingoについて

Duolingo ([www.duolingo.com](http://www.duolingo.com)) は、最も人気のある言語学習プラットフォームであり、世界で最もダウンロードされている教育アプリです。まるでゲームをしているかのような一口サイズのレッスンで、新しい言語を楽しく学ぶことができます。当社は「誰もが利用できる、世界最高の教育を開発すること」をミッションに掲げています。Duolingo（デュオリンゴ）はスペイン語、フランス語、ドイツ語、韓国語からナバホ語、イディッシュ語まで、42の異なる言語にわたって合計100以上のコースを提供しています。（日本語版では英語、中国語、韓国語、フランス語の4言語を提供）

さらに世界で4,000以上の教育機関で採用されているオンライン英語試験のDuolingo English Testを、学習者が手ごろで便利に受験できる方法で提供しています。