

第 2 回

カタカナ用語表記に関するアンケート報告書

テクニカルコミュニケーター協会

2003 年 10 月

目次

1. アンケート調査概要	64
<hr/>	
1) 目的.....	64
2) 実施時期.....	64
3) 実施要領.....	64
4) 結果概要および所見.....	64
2. アンケート調査結果	66
<hr/>	

TC 協会カタカナ表記検討ワーキンググループ(以下カタカナ表記検討 WG)は、2003 年 9 月、カタカナ表記に関するアンケートを行いました。目的、概要、分析結果などは以下のとおりです。

1 1. アンケート調査概要

(ア) 1) 目的

- 様々な分野で使われているカタカナ表記について、日頃マニュアル制作、翻訳、ローカライズに関わっていない不特定多数の一般 PC ユーザー層から、語末の長音のあるものとないものに対する違和感の有無およびその偏向を調査する。
- とりわけ、一部特定の分野で使われている技術系の長音なしのカタカナ用語について、不特定多数の一般 PC ユーザーがどのように感じているか、その違和感の有無およびその偏向を調査する。

(イ) 2) 実施時期

2003 年 9 月

(ウ) 3) 実施要領

調査対象： 21 未満から 71 歳以上の PC ユーザー（一部使用未経験者も含む）196 人
調査方法： 配付された調査票への選択式。カタカナ用語 40 例に対する、二者択一調査。
調査結果： 次ページ以降の『アンケート調査結果』参照。

(エ) 4) 結果概要および所見

[総論]

総体的には、長音付きのカタカナ用語の方に馴染みを感じているユーザーが多いことがわかった。

[各論]

- プリンタ、メモリ、タイマなど、一部業界では長音なしで浸透しているカタカナ用語については、長音付きのプリンター、メモリーの方が違和感がないとする回答が圧倒的多数を占めた。
- エレベーター、パーティー、アクセサリなど、一般的に使用されているカタカナ用語については、一部で長音なしの使用例もある中、長音付きの方が違和感がないとする回答が圧倒的多数を占めた。
- ウェア、ケア、ストアなど、一部の限られたものについては、長音なしを肯定する回答が上回る例が散見された。

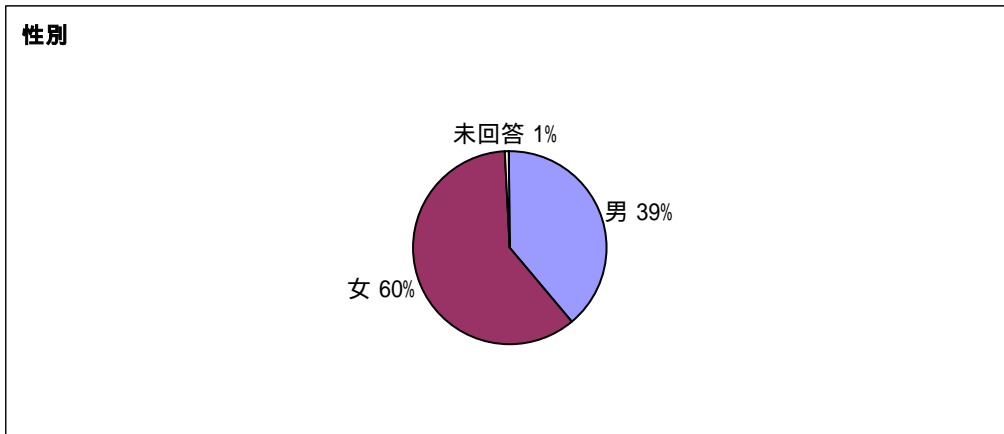
[所見]

業界により長音なしで標準的に使用されているカタカナ用語に、一般ユーザーは違和感を覚え、それらの技術用語が決して支持されているものではないことが判明した。

2.2. アンケート調査結果

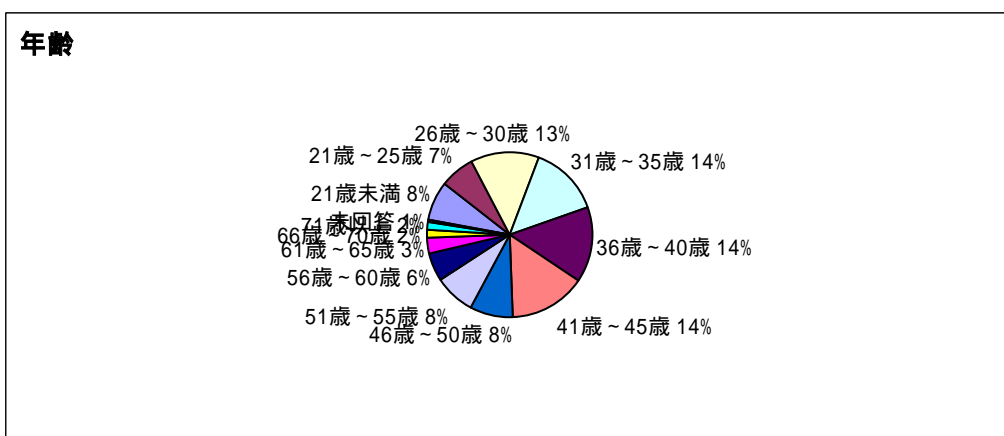
性別

男 (39%)
 女 (60%)
 未回答 (1%)



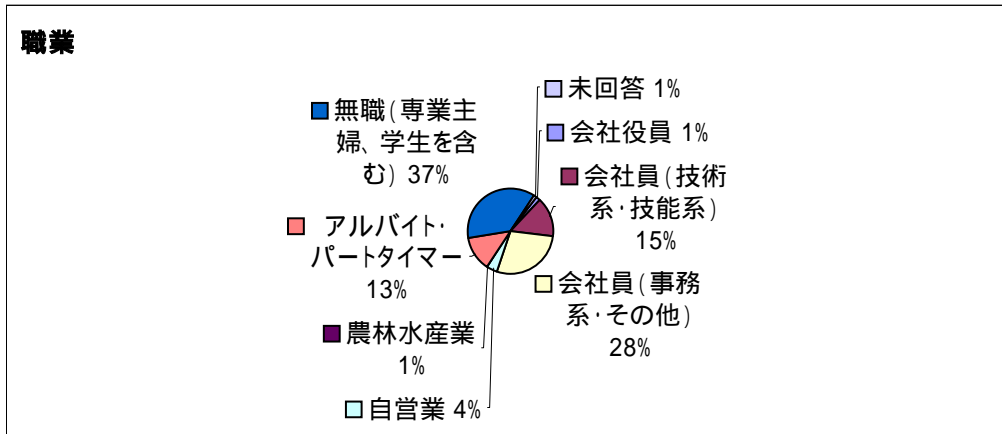
年齢

21歳未満	(8%)	51歳～55歳	(8%)
21歳～25歳	(7%)	56歳～60歳	(6%)
26歳～30歳	(13%)	61歳～65歳	(3%)
31歳～35歳	(14%)	66歳～70歳	(2%)
36歳～40歳	(14%)	71歳以上	(2%)
41歳～45歳	(14%)	未回答	(1%)
46歳～50歳	(8%)		



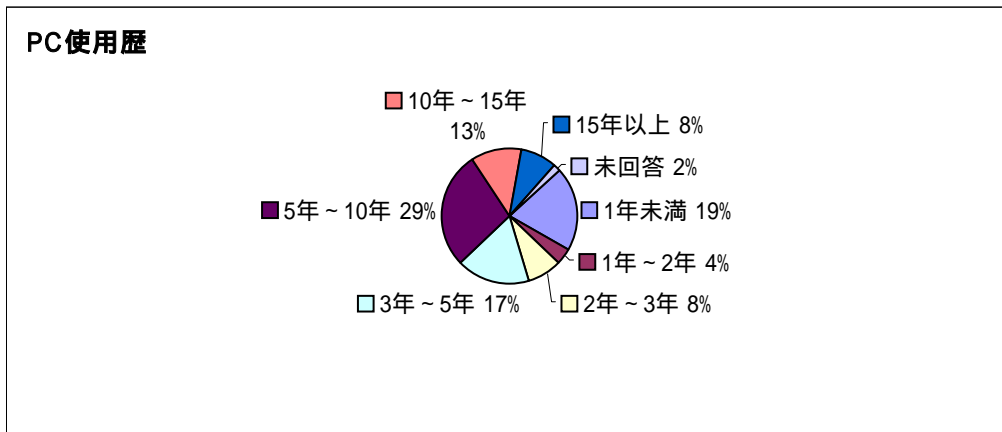
職業

会社役員	(1%)	農林水産業	(1%)
会社員(技術系・技能系)	(15%)	アルバイト・パートタイマー	(13%)
会社員(事務系・その他)	(28%)	無職(専業主婦、学生含む)	(37%)
自営業	(4%)	未回答	(1%)



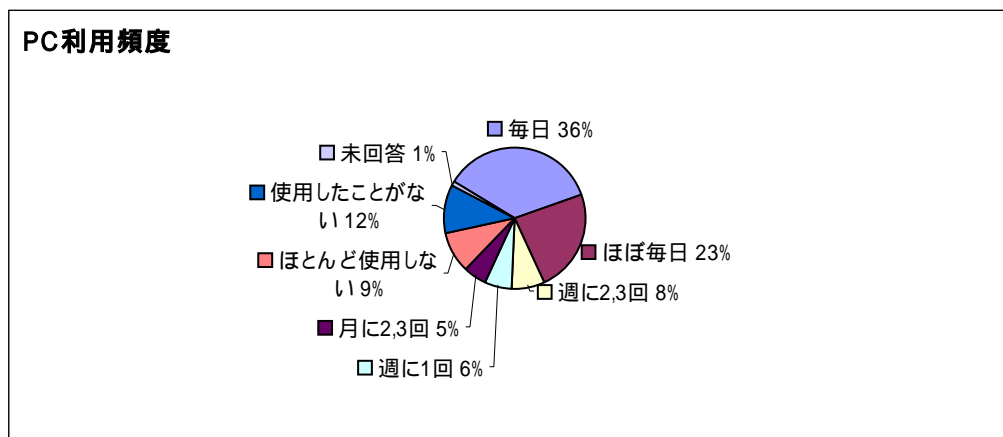
PC 利用頻度

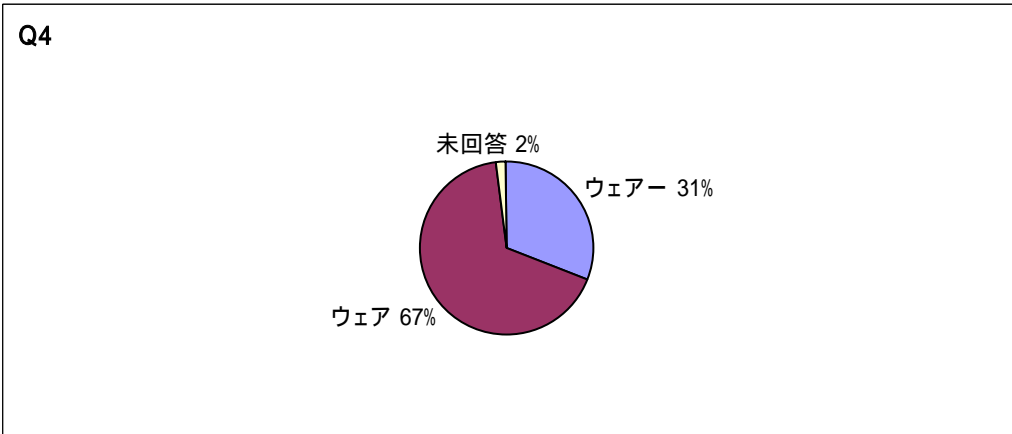
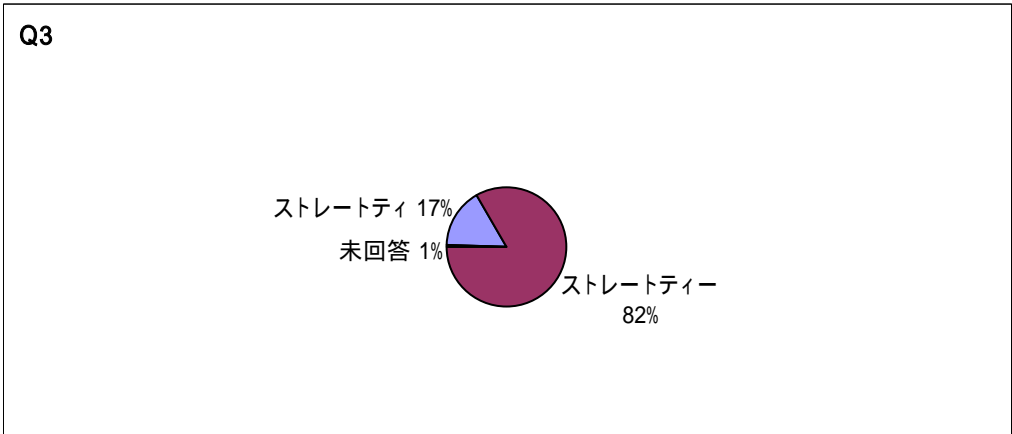
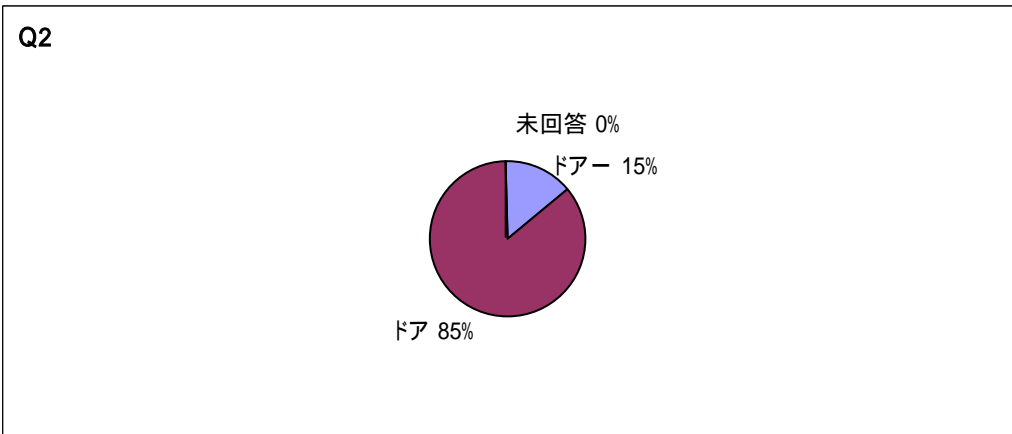
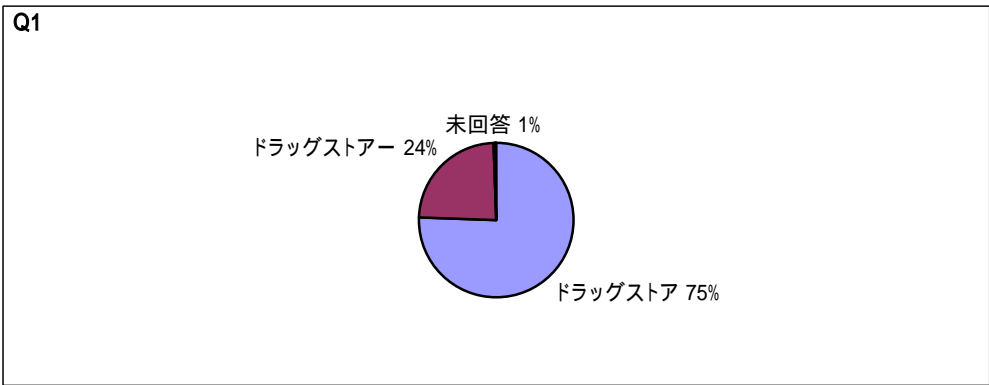
1年未満	(19%)	5年～10年	(29%)
1年～2年	(4%)	10年～15年	(13%)
2年～3年	(8%)	15年以上	(8%)
3年～5年	(17%)	未回答	(2%)



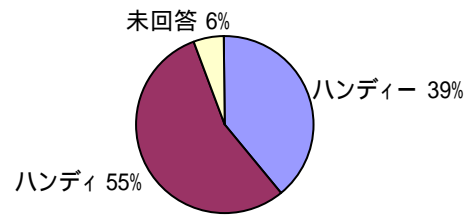
PC 利用頻度

毎日	(36%)	ほとんど使用しない	(9%)
ほぼ毎日	(23%)	使用したことがない	(12%)
週に2、3回	(5%)	未回答	(1%)
週に1回	(6%)		

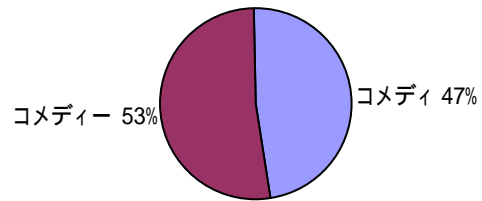




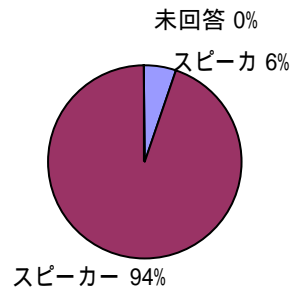
Q5



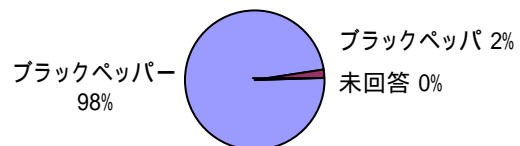
Q6



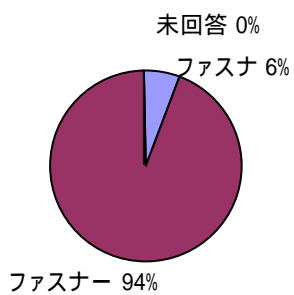
Q7



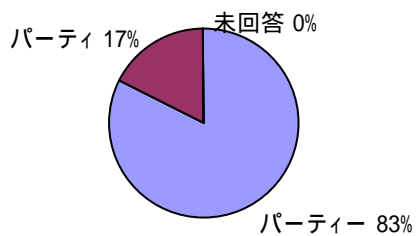
Q8



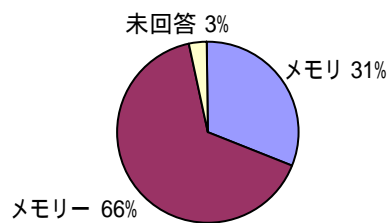
Q9



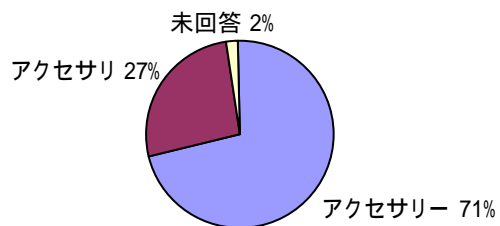
Q10



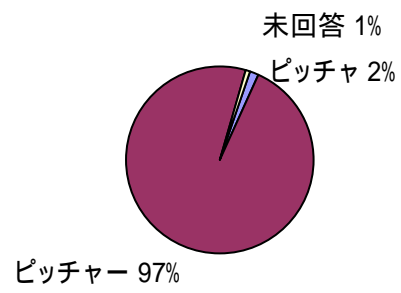
Q11



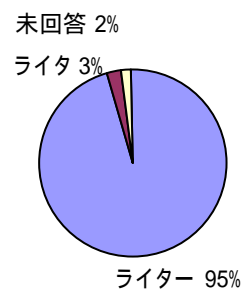
Q12



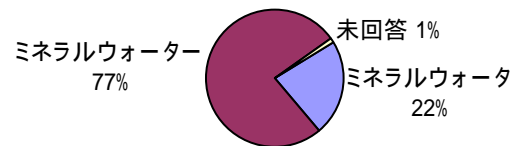
Q13



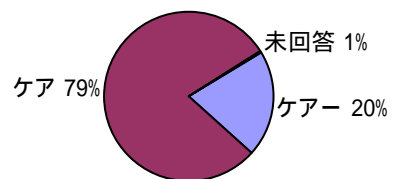
Q14



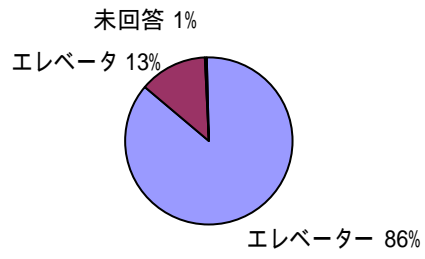
Q15



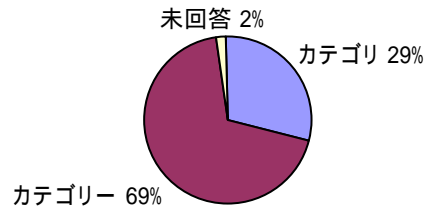
Q16



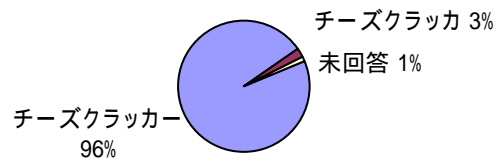
Q17



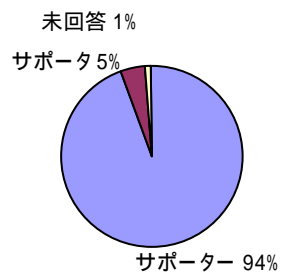
Q18



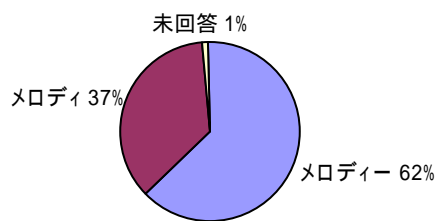
Q19



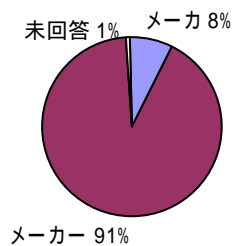
Q20



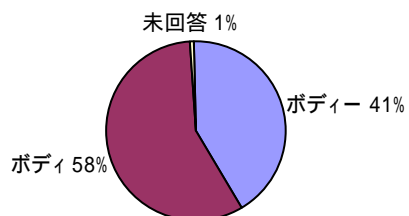
Q21



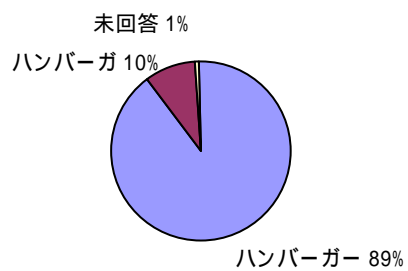
Q22



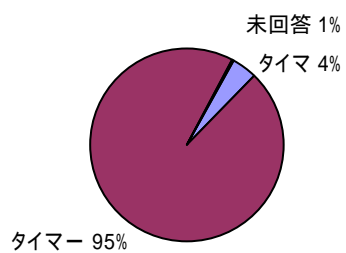
Q23



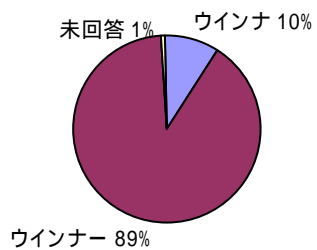
Q24



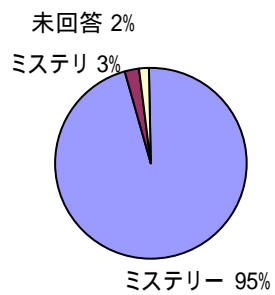
Q25



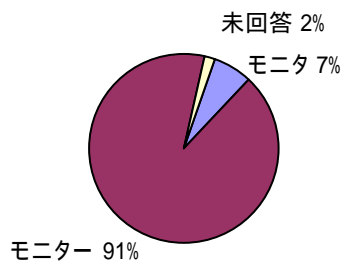
Q26



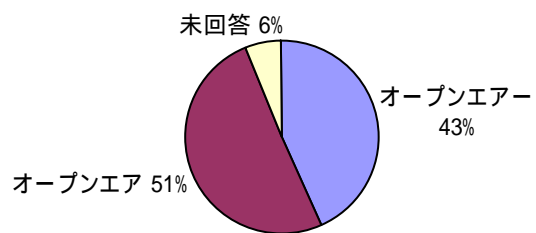
Q27



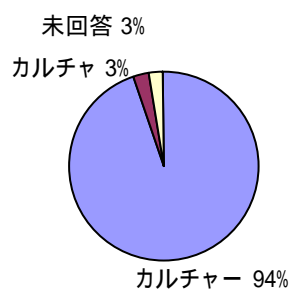
Q28



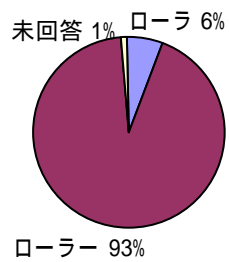
Q29



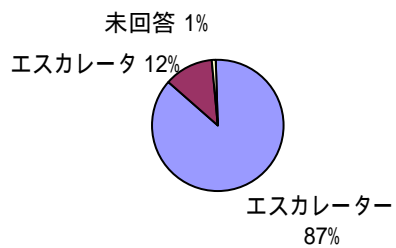
Q30



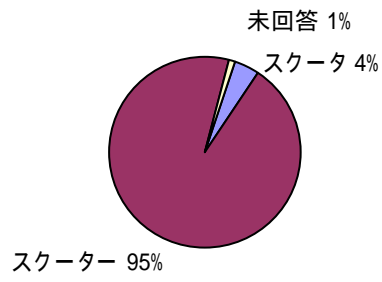
Q31



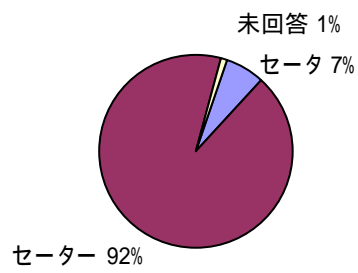
Q32



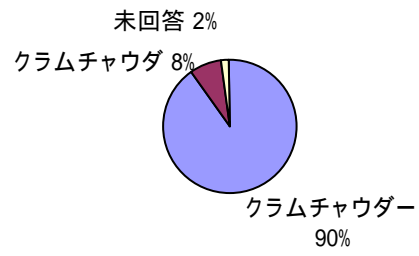
Q33



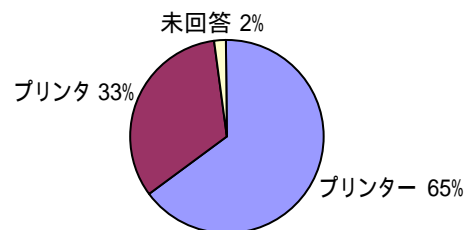
Q34



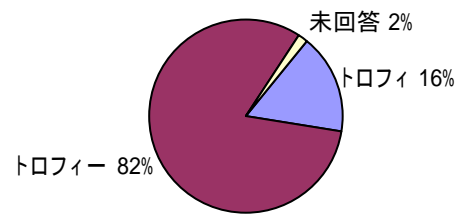
Q35



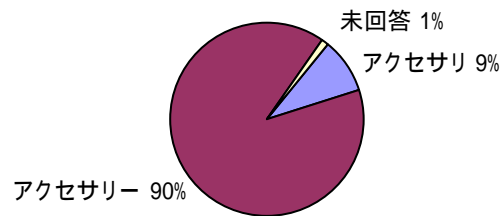
Q36



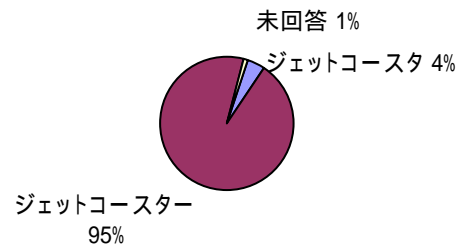
Q37



Q38



Q39



Q40

