

なぜ「言葉」は職場で届かないのか

文化庁「国語に関する世論調査」×フラップス3.5年・27,454件の独自調査データが一致して示す「言葉の意味と感情の世代間ギャップ」

文化庁は、2025年度実施の「令和7年度 国語に関する世論調査」※1の結果を2026年10月2日に公表しました。その結果を受けて文化庁は「世代によってことばの使い方や受け止め方に違いがあり、自分は当たり前でも相手を不快にさせることばがあるということを理解し、円滑なコミュニケーションの参考にしてほしい」としています。つまり、日本語という共通の言語を使いながら、世代によってその意味が異なることが明らかになりました。この問題は、ビジネスの現場でも起きています。フラップスプラン株式会社（渋谷区、代表取締役、福永寿徳）が、自社の研修プログラムの受講生約1,000人に対し、3年半・27,454件の学習記録を分析したところ、「届く言葉」と「届かない言葉」の違いが明らかになりました。本資料では、その分析結果を公開します。

※1 文化庁「令和7年度国語に関する世論調査」：https://www.bunka.go.jp/tokei_hakusho_shuppan/tokeichosa/kokugo_yoronchosa/pdf/94441001_01.pdf

文化庁「令和7年度 国語に関する世論調査」が示した ビジネス現場の言葉に世代断絶

文化庁の調査では、ビジネスの現場で使うことばの世代差が明らかになりました。とりわけ際立つのが「ツーカーの仲」という表現。60代以上では66～67%が「使うことがある」と回答した一方、20代ではわずか7.0%。上の世代が「気心の知れた間柄」を表現するつもりで使う言葉が、若い世代にはほぼ存在しない言葉になっています。逆に「なるはやで」は20代76.4%が使うのに対し、60代は17.3%。同じ職場で、まったく異なる語彙と感情を持つ世代が働いています。文化庁はこの調査結果を踏まえ、「世代によって言葉の受け止め方が違うことを理解することが、円滑なコミュニケーションにつながる」と呼びかけています。

（右図：出典：令和7年度 国語に関する世論調査）

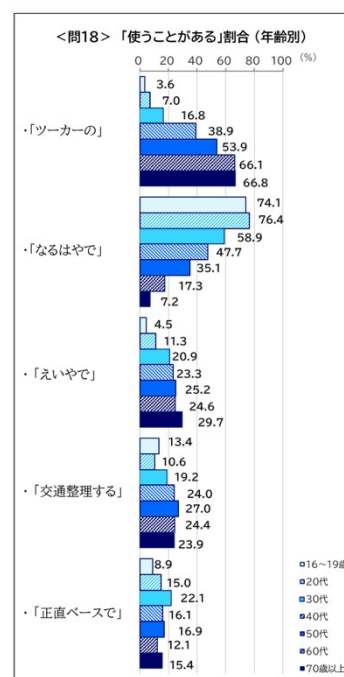
フラップスプランの現場データが示す

「共通言語」がないと言葉は届かない事実

フラップスプラン代表の福永寿徳が提唱する「共通言語」とは、上司と部下が「同じ言葉を、同じ意味・同じ感情で使える状態」を指しています。現場データ分析からも以下のことが明らかになりました。

- ・上司が「当たり前」と思って使っている言葉が、部下に別の意味で受け取られているケースが多数存在する
- ・共通言語を意識的に作った職場では、造語『素直力』を、500人以上の受講生が自分の言葉として使っていた

文化庁の調査が「理解してほしい」と呼びかけた世代間の言葉のずれを、職場で意識的に解消しようとするアプローチがこの「共通言語」です。「言葉の意味だけでなく、その言葉に乗る感情までそろえることで、初めて指示は届くものになる」と福永寿徳は言います。本調査で明らかになった、管理職育成の現場で繰り返し使われているキーワードを出現件数の多いものから4つ抽出したものが下の図です。「素直力」や「エスパーニーズ」といった『ワンネス経営プログラム』の独自概念が現場のリーダーに刺さっていることが判明しました。



【本リリースに関するお問い合わせ】

フラップスプラン株式会社 広報担当 福井直子 E-mail: fukui@aile-branding.com

キーワード	意味・定義	出現件数	記録した受講生数
素直力	情報や意見を先入観なく受け取る力	1,986 件	500 人超
エスパーニーズ	「察してほしい」という非言語の期待・要求	468 件	300 人超
共通言語	チームや組織内で意味が共有された言葉・概念	299 件	約 180 人
自走	指示を待たず自ら考えて動く状態	179 件	—

※出現件数はダイアリー・レポートへの自発的な記載数。課題への回答や研修内テキストの転記は含まない。

また、受講後アンケート（n=348、2023 年 3 月～2026 年 2 月・約 35 社）では、95.7%が「何らかの変化があった」と回答し、55.8%が「社長のことが前より好きになった」と答えています。言葉の共有が上下関係を超えた信頼感の醸成にまで影響することが示唆されます。

■ 現場の声：「共通言語」が生まれた瞬間の記録

以下は研修プログラム「ワンネス経営」の受講生が自発的にダイアリーに記した言葉の一部（匿名・原文ママ）。管理職が「言葉が届いた瞬間」をどう体験しているかが読み取れます。

「係長との面談。素直力の一言で内容が通じる。そこから話がサクサク進む。改めて共通言語の存在の大きさを感じた。」
「共通言語がある事で話が早い！そんな仲間がいる事に感謝です。」
「仲間と共通言語で会話することが、文化を創っていくプロセスなのだと気づきました。」
「エスパーニーズはとても耳が痛かった。内に溜めず、言い方を変えて伝えていく。」

■ 考察：「伝わらない」を解く鍵は「言葉の共有」にある

今回のデータが示すのは、組織に「共通言語」が生まれたとき、管理職のコミュニケーションの質が変わるという現象でした。「言っても動かない」という管理職の悩みは、しばしば部下のモチベーションや能力の問題として語られます。しかし実態は「言葉の意味が共有されていない」という構造的な問題である可能性が高く、部下が動かないのではなく、そもそも同じ言葉で同じ景色を見ていないことにあります。

【本調査から導かれる示唆】

- ・管理職の「伝わらない」悩みは、言い方・伝え方の技術論だけでは解決しない
- ・組織にチームで共有できる「共通言語」があると、対話の質とスピードが変わる
- ・定着する言葉には「繰り返し使いたくなる独自性」と「体験との結びつき」が必要
- ・抽象概念はビジュアル（比喻・図）とセットにすることで定着が促進される

■ 調査概要

調査名：管理職育成現場における言葉の定着度調査

対象：国内企業 39 社・管理職および部下約 1,000 名

期間：2023 年 2 月～2026 年 8 月（約 3 年半）

データ件数：27,454 件の行動・コミュニケーションログ

分析手法：「共通言語」の有無と業務成果・関係性の変化を追跡

※本調査は自社運営プログラムの学習記録を対象としたものです。受講生の声は本人の同意・匿名化のもとで使用しています。

【会社概要】

フラップスプラン株式会社 代表取締役：福永寿徳

事業内容：組織の成果を最大化させる管理職教育

URL：<https://flapsplan.co.jp/>

【本リリースに関するお問い合わせ】

フラップスプラン株式会社 広報担当 福井直子 E-mail：fukui@aile-branding.com