

西日本インカレ（合同研究会）2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ) カンサイダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) チバ タカヒロ ゼミナール
関西大学	商学部	千葉 貴宏 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ) パーチャー	フリガナ) フルカワ ナギサ	3	無
パーチャー	古川 渚彩		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

研究テーマ（発表タイトル）

面接における“変わり者”と評価バイアス

※必ずく企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

ある人物が別の人物を評価するとき、たとえば、面接のときには、ある受験者への評価と他の受験者への評価が影響を与え合っていると考えられる。似たような受験者が何人も続いている面接で、ハツラツと冗談を飛ばす笑顔の受験者があらわれたとき、面接官はその“変わり者”をどのように評価するだろうか。また、そのあとに面接を受ける似かよった受験者たちをどのように評価するだろうか。そして、全員が似かよった受験者たちである場合とは、評価がどのように異なるのだろうか。このように、連続的な人物評価を行うとき、評価者には、ある一定のバイアスが生じているといえるのである。

本研究は、面接官同士に話し合いのような相互作用があることを想定したうえで、面接における“変わり者”である特徴的な受験者の影響を、論理的かつ実証的にテストすることを目的とする。具体的には、まず、特徴的な受験者への評価、および、その存在や順序によって、他の受験者への評価がどのように歪むのかを仮説化する。次に、研究室実験を行ってデータを収集し、そのデータに対して、Tukey法を伴った多重比較分析を用いて実証分析を行う。最後に、仮説および分析結果に基づいて、学術的および実務的な示唆を提供する。本研究の知見を先立って述べるならば、面接には中盤効果と呼ぶ順序効果が存在し、企業の人事担当者や受験者は、その効果を利用して、面接に対する種々の戦略を立案することができるというものである。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

2.1 面接についての現状

人物評価についての研究を行うにあたって、企業の人事担当者にインタビューを行った（ $n = 4$ ）。新卒採用面接においては、人事部門以外の他部門担当者が面接を行うことが多く、面接官1人につき最大で1日それぞれ8

名、8名、12名、15名の面接を行うことがあるという。評価基準の有無や基準数については、やる気を重視する、基準は1から5つほどあるがどれを用いるか曖昧である、基準は7、8個程度だがあまり用いていない、といった回答が得られた。特徴的な人物を採用するかどうかは、年度ごとに人事担当者が定めた採用コンセプトに応じるため、採用時期によって異なることが多いという。

2.2 面接における同化・対比効果

今城・瀧本・Wang (2013)によると、履歴書等で形成された受験者に対する事前の印象が面接全体の評価に及ぼす影響を調査した研究は多い一方、面接時に形成される第一印象についての研究は少ないという。そこで彼らは、ある受験者への評価が直前の受験者への評価に近づく同化効果、逆に遠ざかる対比効果について調査し、結果、面接においては対比効果が生じるということを示した。

2.3 順序効果

情報の順序についての研究として、初頭効果を提唱した Asch (1946) が挙げられる。初頭効果は、人物の印象形成において、初めに提示された情報が大きな影響を持つという現象を説明する。他方、新近効果は、最後に提示された情報が大きな影響を持つという現象を説明するという、初頭効果の真逆の効果である (Miller and Campbell, 1959)。人物の印象形成における複数の情報の順序効果は、多少文脈が異なるものの、面接という状況に対しても応用可能であると考えられる。

3. 研究テーマの課題

前節において紹介した既存研究には、次のような課題があると指摘できる。

1. 実務面および学術面の両面において、面接、特に“変わり者”がいる場合の採用面接については、目立った知見が得られていない。
2. 既存研究は、面接官同士の相互作用（話し合い）がある場合について、考慮できていない。
3. 受験者が発する情報の違いによる順序効果や同化・対比効果の発現について、考慮できていない。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

前節において指摘した課題を解決するために、特徴的な受験者 A と他の類似受験者 B 群の存在、および、面接官同士の話し合いといった相互作用を想定したうえで、以下のような3群の7仮説を提唱する。

仮説1 面接順 A, B1, B2, B3, B4 のとき、A への評価 \approx B1~B4 への評価の平均

仮説2 面接順 A, B1, B2, B3, B4 のときの A への評価 \approx
面接順 B5, B6, B7, B8, B9 のときの受験者 B 全員への評価の平均

論拠: 特徴的な受験者 A が初めだと、直後の B1 も A とは異なっているため A と同様のインパクトを持つから、A の初頭効果が抑制される。

仮説3 面接順 B1, B2, A, B3, B4 のとき、A への評価 $>$ B3, B4 への評価の平均

仮説4 面接順 B1, B2, A, B3, B4 のとき、B1, B2 への評価の平均 $>$ B3, B4 への評価の平均

仮説5 面接順 B1, B2, A, B3, B4 のときの B3, B4 への評価の平均 $<$
面接順 B5, B6, B7, B8, B9 のときの受験者 B 全員への評価の平均

論拠: B1 と B2 には初頭効果が作用する。その後、特徴的な受験者 A が途中で出てくると、対比効果によって A は高評価を受ける。さらに、次なる対比効果によって、B3 と B4 は低評価を受ける。

仮説6 面接順 B1, B2, B3, B4, A のとき、A への評価 $>$ B1~B4 への評価の平均

仮説7 面接順 B1, B2, B3, B4, A のときの B1~B4 への評価の平均 $<$
面接順 B5, B6, B7, B8, B9 のときの受験者 B 全員への評価の平均

論拠: 特徴的な受験者 A が最後だと、新近効果とその後の受験者がいないという事実によって、A は高評価を受ける。また、事後の対比効果によって、以前の受験者 B 群は低評価へ見直される。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

5.1 ビデオ作成

実験用のビデオを作成した。8人の男性に、類似した5シナリオおよび特徴的な受験者に相当する1シナリオの計6シナリオの受験者を演じるよう依頼した。1. 志望動機、2. あなたを代表するエピソード、3. グループ活動での役割と問題への対処方法、4. 大学時代に最も注力したこと、および5. 入社して成し遂げたいことの計5

つの質問に回答する様子を撮影した。なお、特徴的な受験者に特有の属性として、高水準の明るさを採用した。明るさという属性を選んだのは、いかなる受験者もすぐに獲得が可能であり、その一方、面接のような緊張する状況においては発揮するのが難しいために明るく振る舞える受験者が少数派だろうからである。

5.2 実験の手順

2017年10月から11月にかけて、実験を行った。実験参加者は近畿地方および九州地方在住の成人73人であり、有効回答は65(89.04%)であった。実験参加者1人につき、架空の飲料製造企業の新卒採用の面接官のつもりで、計5シナリオ分のビデオを観てもらった。和田・若林(1991)に倣って、

1. ビデオをひとつ視聴(7分)
2. 実験参加者2人1組での受験者への評価の話し合い(3分)
3. 質問紙の記入(1分)

という3つの手順を5シナリオ分繰り返し、最後に、質問紙への回答の修正の時間を設けた(1分)。なお、修正が必要な場合は、もとの評価を残したまま、別の色のペンで書き加えるよう指示した。割り当てについて、本研究の仮説に基づいて、以下の図に示すような特徴的な受験者Aが最初に面接する「①A前」、Aが真ん中に面接する「②A中」、Aが最後に面接する「③A後」、およびAがおらず全員が類似した受験者である「④類似」という4セットにそれぞれ重複なく実験参加者を割り当てた。

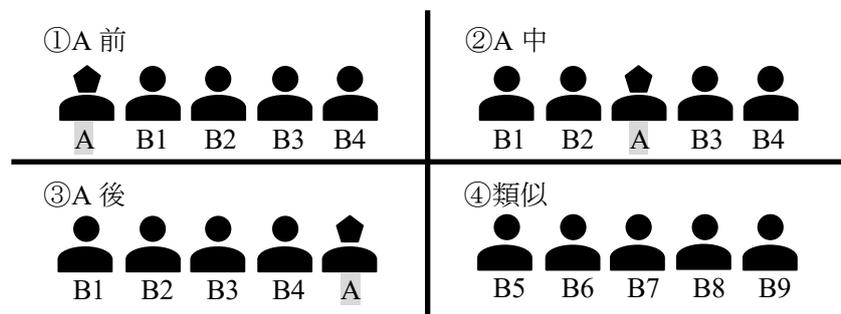


図 4セット×5シナリオ

5.3 質問紙と操作チェック

1人の実験参加者は、1条件に登場する5シナリオの面接受験者について、和田・若林(1991)に倣い、それぞれ志望度合、対人印象、コミュニケーション能力、協調性、リーダーシップ、目標達成志向、および成長志向の7項目について7点尺度で評価した。それを合計したうえで、図中の

- 「①A前」について、Aへの評価・B1～B4への評価の平均
- 「②A中」について、Aへの評価・B1とB2への評価の平均・B3とB4への評価の平均
- 「③A後」について、Aへの評価・B1～B4への評価の平均
- 「④類似」について、B5～B9全員の評価の平均

を算出し、本分析に用いた。

本分析に先立ち、「特徴的な受験者Aの存在を認識していたかどうか」「A以外の受験者は類似していたか」「Aの順番は前半/中盤/後半だったか」といった操作チェックの質問に対する実験参加者の回答から、実験における操作が成功裡に行われているということが示された。

6. 結果や今後の取り組み

6.1 分析結果とインプリケーション

実験から収集されたデータに対してTukey法を伴った多重比較分析を行った結果、仮説1は非有意(差がない)、仮説2は非有意(差がない)、仮説3は5%水準で有意(差がある)、および仮説4は1%水準で有意(差がある)であった。したがって、これらの仮説が支持された。また、仮説5、仮説6、および仮説7は不支持であった。この分析結果から、次のようなことが示唆される。

◎企業の人事担当者へのインプリケーション

- 特徴的な受験者Aが中盤のときには、面接評価にバイアスがかかる(面接における「中盤効果」の発見)。
 - Aについて下方向、B3およびB4について上方向への重み付けの企業パラメーターを算出するべき。
- 評価の変動を抑えるためには、受験者が類似している必要がある。
 - 類似している受験者をソートして面接を行うべき。

◎受験者へのインプリケーション

○競合受験者への「統一化」および競合受験者からの「差別化」が重要である。
→面接順序が選べる時は、序盤を選んで統一化か、中盤を選んで差別化を行うべき。選べないときは、同様に、自身の順番が序盤だとわかれば統一化、中盤だとわかれば差別化を行うべき。

6.2 限界と今後の展望

時間的および金銭的な制約に伴って、本研究には幾つかの限界がある。第1に、本研究の実験に使用した面接ビデオの時間は、和田・若林（1991）での10分と異なって7分であった。ただし、これは、実験参加者の長時間の拘束による過度な疲労効果の発現を抑制するためであった。第2に、実験参加者の大半が大学学部生であった。ただし、これは、職業や年齢による影響を排除するためであった。第3に、面接官役の実験参加者と受験者役のビデオ出演者が事前に知り合いである可能性に対応しきれなかった。ただし、これは、実験の結果に深刻な影響をもたらさなかったと思われる。しかしながら、以上の諸点は今後修正の余地があるだろう。

次に、本研究は、次のような今後の発展の可能性を備えている。第1に、本研究は、面接官同士の相互作用（話し合い）を有りに固定した。そこで、次なる研究では、面接官同士の話し合いがあるかどうかという条件を追加することで、研究知見の応用可能性を高めることができるだろう。第2に、本研究は、受験者の人数を5人に固定した。そこで、受験者の人数について幾つかの条件を追加し実験を行うことで、分析結果の外部妥当性を高めることができるだろう。第3に、本研究は、事前情報を無しに固定した。そこで、エントリーシートや履歴書といった事前情報を面接官に提示するかどうかという条件を追加することによって、事前期待の影響を探ることができるだろう（cf. Dougherty and Turban, 1999）。第4に、本研究は、特徴的な受験者数を1人に固定した。そこで、特徴的な受験者が2人以上いるような条件を考慮することで、新たな示唆を得ることができるだろう。

以上のように、幾つかの限界を残しているとはいえ、多様な発展の可能性を有しつつ、特徴的な受験者の存在やその面接の順序といった諸条件によって、面接における評価のバイアスを解明した本研究は、今後のマネジメントについての研究および実務に対する有意義な礎石となるだろう。

7. 参考文献

- Asch, Solomon (1946), "Forming Impression of Personality," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41 (3), 258-290.
- Dougherty, Thomas W. and Daniel B. Turban (1999), "Behavioral Confirmation of Interviewer Expectations," *The Employment Interview Handbook*, Thousand Oaks, CA, Sage.
- 今城志保・瀧本麗子・Wang, Chen (2013), 「採用面接における第一印象評価の研究 ——面接者間の評価の違いに着目して——」, 『産業・組織心理学会大会発表論文集』, 29巻, 298-301.
- Miller, Norman and Donald Campbell (1959), "Recency and Primacy in Persuasion as a Function of the Timing of Speeches and Measurements," *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59 (1), 1-9.
- 和田 実・若林 満 (1991), 「言語的行動と非言語的行動が採用面接に及ぼす影響についての実験的研究」, 『経営行動科学』, 6 (2), 71-80.

<企画シート作成上の注意>

- ※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。
- ※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。
- ※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1-7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。
- ※本企画シートは、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。
- ※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。
- ※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。
- ※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。
- ※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。
- ※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。