

オンライン採用面接における面接者評価と 志願者発話内容の関係

安田 孝¹・高木 幸子²・伊藤 博晃³・森 一将⁴・澤田 奈々実⁵・
渋井 進⁶・渡邊 伸行⁷

¹非会員 城西国際大学准教授 福祉総合学部 (〒283-0002 千葉県東金市求名1)

E-mail:t-yasuda@jiu.ac.jp

²非会員 常磐大学教授 人間科学部 (〒310-8585 茨城県水戸市見和1-430-1)

E-mail:takagi@tokiwa.ac.jp

³非会員 神奈川大学非常勤助手 人間科学部 (〒221-8686 神奈川県横浜市神奈川区六角橋3-27-1)

E-mail:pt121543vc@jindai.jp

⁴正会員 千葉大学准教授 国際未来教育基幹 (〒263-8522 千葉県千葉市稲毛区弥生町 1-33)

E-mail: mori@faculty.gs.chiba-u.jp

⁵非会員 大学改革支援・学位授与機構研究補佐員／早稲田大学博士課程 (〒187-8587 東京都小平市学園西町1-29-1)

E-mail: sawada@niad.ac.jp

⁶正会員 大学改革支援・学位授与機構教授 (〒187-8587 東京都小平市学園西町1-29-1)

E-mail: shibui@niad.ac.jp

⁷非会員 金沢工業大学教授 情報フロンティア学部 (〒921-8501 石川県野々市市扇が丘7-1)

E-mail: n-watanabe@neptune.kanazawa-it.ac.jp

本邦では、大学卒業生の大量一括採用が一般的であり、採用面接が重要な役割を果たしている。近年、新型コロナウイルスの影響でオンラインや録画型の面接が普及し、形式が多様化した。しかし、オンライン面接における評価と内容の関係について、明確な関連性は明らかではない。そこで本研究では、録画型採用面接の発話内容をテキストマイニングで解析し、評価者の評価との関連を検討した。具体的には、28名の学生による自己PRや志望理由の録画を対象に、KH Coderを用いて頻出語、語同士の共起ネットワーク、評価者の評価を分析した。その結果、発話内容がより外交的であるほど高い評価を得られる傾向が認められた。人事評価の新たな視点を提供し、志願者が面接でより効果的に自己表現を行う方法の開発可能性について考察した。

Key Words : *online recruitment interview, evaluation, speech content, text mining*

1. はじめに

本邦においては、大学を新規に卒業する学生を一括で大量に採用するという採用形式が一般的である。採用を行う過程において、複数回の面接を行うことが一般的である。高木ら (2021) によれば、面接形式による人物評価はさまざまな課題があり、他の手法と比較しても決して妥当性が高くないことが示されているものの、人事採用において採用面接はもっとも重視されるといえる[1]。

COVID-19によるコロナ禍に対面形式の面接は減少したが、それに代わる形でオンライン型や録画型の採用面接が登場し、近年一般化した。ここでオンライン型の採用面接とは、ビデオ通話等を用いた同時双方向型の面接形式をいう。いわば従来の対面形式の面接を、画面越しにおこなう形式である。これに対し録画型採用面接とは、与えられた課題についてパソコンやスマートフォンを用いてスピーチを録画し、その動画を面接者が評定する方式である。本研究では、この録画型採用面接に焦点を当

てる。

高木ら(2024)は、録画型採用面接の発話内容についてテキストマイニングによる解析を行っている[2]。録画した動画とそれに対する評価結果について、1~4年の学年を外部変数とした対応分析を行い、就職活動のトレーニングの効果といった観点から分析を行っている。その結果は、2年生と4年生では自身の経験に基づく具体的なエピソードに関連する語が多く、1年生と3年生では一般的で抽象的と捉えられるエピソードに関連する語が多い傾向が示されていた。学年と発話内容に単純な対応関係が見いだせないというこの結果は、学生の発言だけに焦点を当てても、そこから就職活動場面において適切な、すなわち面接者に高くまたは低く評価されるスピーチ内容を明らかにするのは困難であることを示唆しているといえよう。

したがって、採用面接場面においてどのような発話内容が面接者から高い評価を得られるか、また評価が高い発話内容が存在するかを検討するためには、評価者の評価結果と照らし合わせた分析が必要となる。発話内容と評価の関係が明らかになることは、人事評価における判断基準に新たな観点をもたらすとともに、志願者にとってもより適切に面接で自己表現を行うための手法開発につながることも期待される。

そこで本研究では、大学生を対象とし録画型採用面接を行い、そこで録画された動画を第3者である面接者が評価し、志願者の発言内容と面接者の評価の関連性を検証することで、発話内容と評価の関連性を明らかにすることを目的とした。

2. 手続き

(1) 参加者

面接を受ける志願者として、茨城県内の私立大学に所属する大学生29名(1年生2名, 2年生9名, 3年生10名, 4年生8名; 女性19名, 男性10名)が参加した。

また面接者評価を行う者として、企業において採用面接経験を持つ者2名が参加した。

(2) 方法

a) 採用面接の録画

採用面接の録画は2023年11月30日と12月日の2日間で実施した。撮影用カメラ(Insta360)を設置し、参加者はカメラから約1m離れた椅子に着席した。着席後、カメラに表情が映るように参加者自身で椅子の位置を調節するよう求めた。撮影位置の調整後に参加者に対して、実験においては参加者の発言とともに表情を録画すること、録画に際してマスクや帽子を着用していた場合には

それらを外し、顔全体がきちんと見えるように整えるよう伝えた。撮影準備が終了したのち、模擬面接を受ける志願者として、想定される面接場面とスピーチ課題に関する教示を行った。

模擬面接について、まず想定場面について説明した。場面は第1志望の会社の最終面接という設定であった。もし参加者の中で志望する会社が決まっている場合には、その会社に向けてスピーチを行うことを求めた。また具体的な会社が決まっていなかった志望する業界は決定しているのであれば、その業界の会社に向けてスピーチすることを求めた。さらに、志望の会社と業界のどちらも未定の場合は、仮定の志望先としてABC商事株式会社を想定し、スピーチを行うよう求めた。ABC商事株式会社の概要として、主に事務機(コピー機やPC, プリンタ, 事務机等)を販売する東京都にある中堅商社で、営業職の募集をしているというカバーストーリーを与えた。

想定場面の説明に続き、模擬面接のスピーチで話す内容を説明した。模擬面接では、会社の志望動機と自己PRの2つの課題について、大学時代の体験を含めてそれぞれ3分程度で話すことを求めた。また、2つの課題内容はスピーチ中も前方ディスプレイに表示されているので、忘れたらディスプレイを見るよう伝えた。課題に正解はなく、制限時間内ならばどんなことを話しても良いことを伝えたいので、5分後に模擬面接を開始することを教示した。なお教示の内容と2つの課題は、参加者の前方にあるディスプレイに投影するとともに、機械音声でも参加者に呈示した。

b) 面接者による第3者評価

録画された27名分スピーチ動画に対し、2名の人事研究者がこれを視聴し評価を行った。評価の観点は志望動機、自己PR、そして総合評価の3項目であり、評価は5段階評価(1:悪い~5:良い)とアドバイスコメントで構成された。なおコメントは今回の分析対象としなかった。

3. 結果

(1) 志願者の発話内容の分析

録画された採用面接における発話について文字起こしを行い、データとして使用した。データの一部が抽出不可能だった参加者2名分(いずれも3年生, 女性)を除外したため、最終的に27名分のデータを分析対象とした。

(2) 発話内容の分析

発話内容を対象とし、KH Coder Ver. 3.01[3]を用いて計量テキスト分析をおこなった。まず、表記ゆれ等を修正するスクリーニングを実施したのち、形態素解析をおこなった。この際、志望動機と自己PRの2つの課題に対

する発話内容を、合わせて1名分のデータとした。次に、抽出された語の出現頻度の分析を行い、出現頻度が高いが自由記述の内容とは直接関係のない語、ならびに「人名」「地名」「固有名詞」を今後の分析対象から除外することとした。

以上の発話データに対し、計量テキスト分析をおこなった共起ネットワークを描くことで、発話データにおける語の共起頻度の分析を行った。さらに、語が共起す傾向が面接者による総合評価との関係を検討するため、評価と共起パターンとの関係をあわせた共起ネットワークを描画した。最後に、面接者による総合評価の得点と語の出現傾向を別の観点から検討することを目的として、発話データに対する面接者の総合評価得点を外部変数とする対応分析をおこなった。分析結果の解釈に際しては、発話内容元のテキストも参照しながらおこなった。

(3) 単語の出現頻度

単語の出現頻度上位25位（出現回数20回以上の語）の結果を表-1に示した。「自分」（第2位）、「大学」（第5位）、「御社」（第8位）など、面接場面に頻出すると考えられる語が上位を占める結果となった。

また、出現頻度第1位の「えー」をはじめ、発話時のフィラーと呼ばれる感動詞が1位、16位、19位に位置した。これらの感動詞を以後の分析に含める必要があるかを検討することを目的とし、頻度1位の「えー」をとりあげ、これと面接者が評価を行った3つの観点それぞれの得点との相関係数を算出した。その結果、志望動機への評価（ $r=.13$ ）、自己PRへの評価（ $r=.13$ ）、そして総合評価（ $r=.14$ ）のいずれにおいても、高い相関係数は認められなかった。そのため、以後の分析からは、分析前にすでに除外した語に加え、感動詞も取り除いて分析をおこなった。

表-1 スピーチの発話データにおける単語の修験頻度上位25位

順位	抽出語	出現回数
1	えー	270
2	自分	78
3	思う	72
4	考える	59
5	大学	52
6	志望	50
7	人	50
8	御社	47
9	PR	29
10	感じる	28
11	コミュニケーション	26
12	時代	26
13	自己	26
14	番号	26

15	学籍	25
16	え	23
17	学ぶ	23
18	仕事	23
19	えーと	22
20	アルバイト	22
21	経験	22
22	動機	21
23	聞く	21
24	会社	20
25	自身	20

(4) 共起ネットワーク

共起する頻度の高い語同士を結んだ共起ネットワークを作成し、図-1に示した。大きなネットワークとして、緑色で示した「自分」「人」などと共起するグループが認められた。さらに比較的大きな共起ネットワークとして、薄紫色で示した「観光」を中心とした「一緒」「活動」「方々」を含むネットワーク、また黄色で示した「御社」「志望」「アルバイト」など、働くことに関する語を含む共起ネットワークが認められた。これに対して紫色で示した「大学」「時代」「サークル」のネットワークや、朱色で示した「興味」「広告」「行動」を含むネットワーク、そして桃色で示した「コミュニケーション」「能力」「学ぶ」などは、比較的少数の語とだけ共起する傾向が認められた。

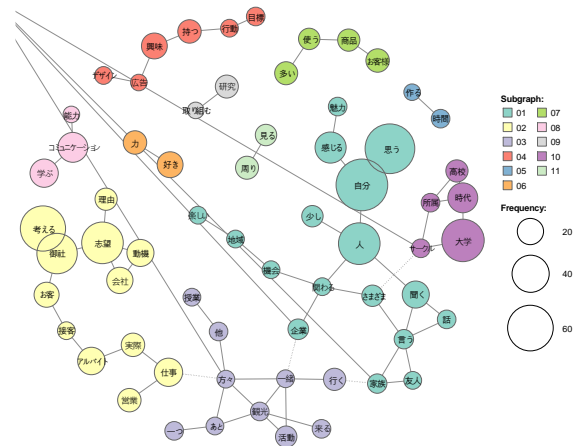


図-1 発話データの共起ネットワーク

(5) 共起ネットワークにおける共起パターンの変化

共起ネットワークについて、面接者がおこなった総合評価との関係から検討をおこなったのが図2である。図2では、総合評価の得点が高いほど赤色で、低いほど水色で表現されている。「人」を含む大きな共起ネットワークにおいては、「関わる」を介して評価が高いスピーチ

響した可能性が高い。つまり、より具体性のある経験を述べたほうを高く評価する傾向が認められたと解釈できる。

(2) 異なる話題に対する評価

図-2と図-3から、評価により共起する語が大きく異なる場合があることが示された。高評価である3と4の領域には、「サークル」「大学」「御社」「アルバイト」などの単語が多く認められた。これは、他者との関りが端的に示される話題であると考えられ、こうした内容に対して評価が高い傾向が認められたと言えよう。

これに対し、低評価で出現した語として「写真」「スキル」「家族」「コミュニケーション」などが認められた。また評価が2で特徴的な単語として「デザイン」「広告」「研究」などが認められた。「スキル」は「コミュニケーションスキル」「さまざまなスキル」といった発言で用いられていた。「写真」は、撮影や画像処理のスキルを特にアピールした文脈で、また「デザイン」「広告」は志望する業界について述べる文脈で使用されていた。これらの特徴として、具体的な活動や内容を伴わない発言で使用されていることが指摘できる。

以上より、発話内容と面接者の評価の関係を検討すると、他者との関りが伺える内容や、具体的な体験を含む活動が含まれていた場合、より高い評価を与える可能性が高いといえる。一方で、低い評価を与える可能性が高いのは、使用される単語にネガティブなイメージはないものの使用が抽象的である、また話題が個人の活動に偏りすぎている場合は、高い評価を与えない傾向を持つ可能性があると考えられる。

5. 結論

本研究の目的は、オンライン採用面接として録画型面接場面をとりあげ、面接者評価と志願者の発話内容に関係があるかを検討することであった。計量テキスト分析により志願者の発話内容と面接者の評価を分析した結果、面接者の評価が高かった志願者の発話内容として、他者との係わりや具体的な活動経験に関わるものが見いださ

れた。面接を行う際に、面接者側にこうした内容を高く評価する傾向が自覚的であるか、それとも意図しない潜在的なものであるかに着目することは、オンライン面接を行う際の重要な観点であることを示唆したと言える。

最後に本論文の限界として、次の2つが挙げられる。ひとつめは、外部評価のデータを1名によるものしか使用していない点である。通常面接場面では、それがオンライン形式であれ、複数の評価者によって様々な観点から志願者を評価することが通常であろう。そのため、本研究の結果が特定の評価者の観点を反映したものである可能性は否定できない。より多くの外部評価と面接内容の関連性を併せて検討することが、本論文の知見をより一般化し、採用をはじめとした企業の面接場面におけるより妥当性が高い評価指標の確立のためには不可欠であろう。

ふたつめは、オンライン面接の形態として録画形式を使用したことがあげられる。この形式は採用面接であれば一次面接や二次面接で使用されることが想定されたため、現実的な場面を取り上げたと考える。しかし同時双方向型のオンライン面接も使用されており、こちらはお互いがやり取りを行う中で、録画型とは異なる様相を示すことも考えられる。オンライン型の面接において、どこまで本研究の結果を適用できるかは、対面形式も含めた他の方式との比較検討をさらに蓄積する必要があると考える。

参考文献

- [1] 高木幸子・伊藤博晃・安田孝・渡邊伸行.『オンライン採用面接における自己像が志願者に及ぼす影響の予備的検討.電子情報通信学会技術研究報告』121(37), 61-64, 2021.
- [2] 高木幸子・伊藤博晃・安田孝・渡邊伸行・澤田奈々美・渋井進・森一将.『録画型採用面接における発話特徴に関する検討』電子情報通信学会技術研究報告, 124(19), 153-157, 2024.
- [3] 樋口耕一.『社会調査のための計量テキスト分析-内容分析の継承と発展を目指して』.ナカニシヤ出版, 2014.

THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERVIEWER EVALUATIONS AND APPLICANT SPEECH CONTENT IN ONLINE RECRUITMENT INTERVIEWS

Takashi YASUDA, Sachiko TAKAGI, Hiroaki ITOH, Kazumasa MORI, Nanami SAWADA, Susumu SHIBUI and Nobuyuki WATANABE

In Japan, mass recruitment of new university graduates is a common practice, and job interviews play a significant role in this process. Recently, due to the impact of COVID-19, online and video-based interviews have become more widespread, leading to a diversification in interview formats. However, the clear relationship between evaluation outcomes and the content of online interviews has not yet been established. Therefore, this study aims to analyze the speech content of video-based recruitment interviews using text mining to explore its relationship with evaluators' assessments. Specifically, the study focused on the recordings of 28 students discussing their self-introductions and reasons for applying, using KH Coder to analyze frequently occurring words, co-occurrence networks, and evaluators' ratings as external variables. The findings revealed that the more extroverted the speech content, the higher the evaluation tended to be. These results provide a new perspective on personnel evaluation and suggest the potential for developing methods to help applicants express themselves more effectively in interviews.