

就職活動において学生が語るエピソードについての研究

横浜国立大学 経営学部  
学籍番号 1335030 今野 雄貴

1 章：研究関心	2
1-1.研究関心	
1-2 本稿の構成	
2 章：理論の検討	3
2-1.既存研究の検討	
2-2.既存研究の問題点と研究課題	
2-3.研究課題に対する仮説	
3 章：調査と方法	10
3-1.調査協力者の詳細	
3-2.調査方法の詳細	
3-3.分析方法	
4 章：データと分析結果	12
4-1.研究課題の分析結果	
4-1-1.アンケート調査の分析	
4-1-2.インタビュー調査の分析	
4-1-3.新たな発見	
5 章：考察	22
5-1.研究課題①の分析結果に関する考察	
5-2.研究課題②の分析結果に関する考察	
5-3.研究課題③の分析結果に関する考察	
5-4.研究課題④の分析結果に関する考察	
6 章：結論と含意	25
6-1.結論	
6-2.含意	
6-2-1.理論的含意	
6-2-2.実践的含意	
6-3.本稿の課題	
謝辞	26
参考文献	27

## 1 章：研究関心

### 1-1.研究関心

就職活動、特に新卒において、現在最もポピュラーな方法として用いられているのが面接である。そしてこの面接で最も聞かれる質問の一つが、学生時代に頑張ったことを聞くものだ。学生はこの質問に答えるべく、学生時代の出来事から面接に話すにふさわしい「エピソード」を練り上げて話すことで、学生自身の能力や人間性、ひいては自分が考えていることや将来への展望をアピールする。

近年、自分には語るに値するエピソードがないということで、話すエピソードが練り上げることができない人が増えていることを、ゼミナール活動のなかで知った。こうした、いわばエピソードコンプレックスとでも呼ぶべき状態は、学生自身の過小評価や自信の喪失に繋がっている。筆者はその原因の一つとして、就職活動においてのエピソードで本来優劣のつくべきでない部分に、優劣のイメージがついていることが起因しているのではないかと考えた。

筆者としてはこうしたイメージは全く持って意味のないことだと考えている。もちろん貴重な経験や他の学生ではできない経験を勝ち取ってきたことの意味はある程度あるだろう。しかし最も重要かつ評価されるべきは、学生自身がエピソードの時点やその背景でどのように向き合い、何を考え、何に悩み、そこから導き出した行動であると筆者は考えている。筆者自身が就職活動で話していたエピソードにおいて、「自分自身が熱量を込めてきたこと」と「就職活動において面接官の印象が良いエピソード」との間に、言葉で表し難い乖離のようなものを感じ、悩んだ経験があった。筆者の場合はテニスサークルでの代表職の経験が当てはまり、泥酔のニュース等も相まって世間一般的に良い印象を持たれていないことが多い。そうした面接官にとって印象の良くないエピソードに費やしてきた時間や労力は、就職活動では無価値に扱われているように感じ、非常に悔しさを覚えたことは記憶に新しい。

そこで、本稿では昨今の新卒の就職活動において、学生自身がどのようにエピソードと向き合うのか、実際に話されているエピソードを把握し、彼(女)ら面接官に話すにふさわしいと判断し、面接の場で語っているのか、明らかにしたいと思う。彼(女)らのエピソードにある共通点や相違点を調査することで、コンプレックスに陥る学生にとって、エピソードを組み立てる道標の一つになれば本望である。

### 1-2.本稿の構成

本稿は、全部で 6 章から構成されている。第 2 章では、就職活動の面接において話されているエピソードとして考えられる話が、どのような位置づけとされているのかに関する先行研究をレビューする。第 3 章では、本稿の調査対象者と調査方法について説明され、続く第 4 章では、分析の結果が示される。第 5 章で分析結果から導き出した筆者の考察を述べ、第 6 章でそれらを踏まえた本研究の結論と含意を提示する。

## 2章：理論の研究

### 2-1. 選考研究の検討

理論の検討をするにあたり、まずは就職活動、主に企業側の採用活動についての研究を参考にし、採用活動の現状や企業にとっての意義を紹介する。次に採用活動のなかでも「面接」という選考方法にフォーカスした研究から、日本と海外の就職活動の違いからみた面接の行われ方の違いを知る。これは日本における面接の現状や課題を把握するためだ。さらに神話研究を用いて、人が何かを伝える際に、一定の型を使用することの意義や分類の方法に触れる。これは面接のエピソードと神話とが、ある程度のパッケージ化された話という点で共通していると考え、今回の研究課題③にあたる「決まった型」についての補足になると考えた。

大まかな流れとしては上記の通りで、適宜これらの理論の補足のために、数値研究や統計学、心理学の研究を加えていく形で、本章では論理の検証を行っていく。

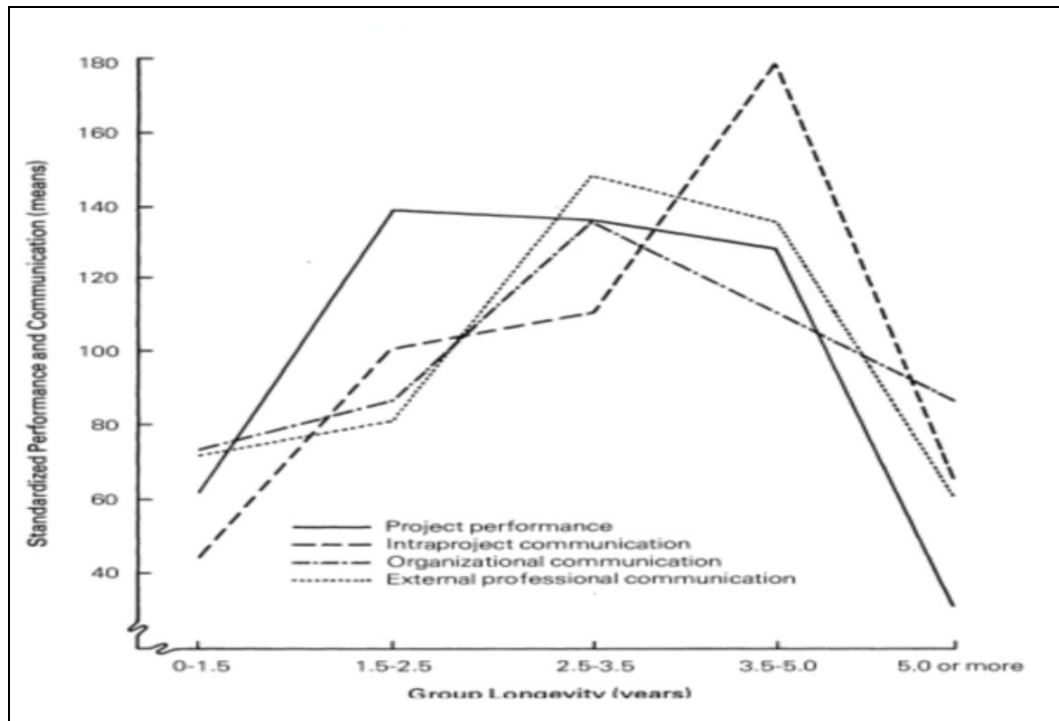
本稿のメインテーマは、“学生”が就職活動において語るエピソードについてである。しかしこのテーマを語るうえで、学生が就職活動を目の前に何を考えたのか。採用を実際に行っている企業側の現状や課題を把握しなければ、その本質まで触れることができないと考えた。従って本章では、第4章で学生の意見を検討し、採用の現場における双方の現状から学生の現状を研究するため、第2章では主に企業側の検討を行っている。

まずは就職活動における企業の採用活動の意義について。Katz(1982)は、組織や集団でのパフォーマンスやコミュニケーションに関して、同じメンバーで続けて行動をしていると、3~4年を目安に衰退していくと主張している(図1参照)。共有した時間が長いメンバー間特有の慣れや、「言わなくてもわかるだろう」と言った伝達の怠慢が生じることは、筆者自身も学生時代に組織の運営を行った一人として、非常に共感できる。

また服部(2016)は、企業が採用を行う目的を「①企業が設定した目標と経営戦略を実現するために、不足あるいは不足が予想される分の人材を確保すること」「②新しいメンバーの加入によって、組織内の閉塞感や硬直性を打破し、組織を活性化させること」とであると主張している(30-31頁)。

2者の意見から考えると、企業にとって採用活動は上記のような意義を持ち、組織のパフォーマンスを高く維持させるために必要不可欠な要素の1つであることが言える。

図1.組織における同一メンバーの場合の各要素推移  
(横軸に時間、縦軸に作業効率やコミュニケーション量)



出所 : Katz(1982)

次に採用手法について、服部(2016)は次のように述べている。

「選抜とは既知の情報に基づいて、人材の優秀さや魅力を推測すること」であり、ここで注目すべきは、推測という部分である。日本の採用の現場では、新卒一括採用方式をとる企業がほとんどであり、採用時点で企業が求める能力水準に求職者が達していることを期待することは難しい。そのため、求職者が未来の時点で企業が求める能力に達するか、潜在的にその能力を秘めているか、この点を判断できる採用方法が、良い採用手法だということだ。(44-45/137-138 頁)

採用活動を論理的に考えていくと、たしかに上記の主張はある程度正しいと言えるだろう。しかし、人が人を判断する採用活動において、果たして未来の時点での能力を、採用の段階で判断することは可能なのだろうか。Ryan and Tippins(2004)は研究のなかで、採用活動に用いられる代表的な手法を比較し、「妥当性係数」という指標を用いてどの手法が業績の予測に優れているか調査した。この調査では、いわゆるペーパーテストのような能力テストや、実際に部分的に仕事をさせて業績を見るワークサンプル、そして構造化面接<sup>1</sup>が高い数値を示した。

そもそも構造化とは、採用側が評価を行う前に、評価する能力を明確に設定し、どの候補者に対しても同じ評価基準になるようにする手法である。この点について、構造化の度合いによって業績予測力の推移について研究した Huffcut and Culbertson(2010)は、構造化の程度を高める程、高い業績予測を導き出せることを主張している。Ryan and Tippins(2004)と Huffcut and Culbertson(2010)の研究は国外の研究であるため、そのまま日本の採用現場に用いるにはある程度の調整が必要となる。しかし、面接という方法そのものの本質が変化するわけではなく、彼らの指標を日本の現場に用いても明らかな支障はないと言える。

そして日本企業が用いる代表的な選抜手法のなかで、最もポピュラーな手法が、何を隠そうこの面接である。さらに日本の採用活動の現場で行われている面接のほとんどは、非構造化面接であることが、これまで指摘されてきた。筆者自身の就職活動の体験や、ゼミナールで様々な企業の人事へ行った聴取、また今回のインタビュー調査からも、ある程度正しい指摘だと考える。先述した業績予測の結果が正しいとするならば、実は日本の採用方法は将来時点での求職者の能力を判断することにおいて、改善の余地があるということだ。

では、構造化されていない面接では、なぜ業績予測の精度が下がってしまうのか。服部(2016)は次のように述べている。

評価者(ここでは面接官)が評価を行う際、明確な評価基準が定まっていない場合、面接官は様々なバイアスに影響され、高い水準での業績予測ができなくなってしまう。例として、以下のようなものが挙げられる。

---

<sup>1</sup>面接に先立って求職者に対する質問や評価する能力を設定し、その通りに面接する手法のこと。反対に候補者ごとに質問を変える面接を、非構造化面接としている。

### (1) 即時的決定

私たちは、初めての人と会った際、その人の第一印象で非常に大きな影響を与えられていることが多い。採用科学の調査では、大半の面接官は面接が開始してから約4分以内に、候補者の採用/不採用を決定してしまうことがわかっている。一方、就職活動の候補者のなかには、面接の最初はうまく話すことができず、尻上がりに自分の魅力を伝えられるようになるタイプの候補者も少なくない。そうした候補者が最初に低評価をつけられてしまった場合、まずその評価を覆すことに時間を割かなければならない。結果として評価が逆転することもあるが、最終的なアピールの時間は大幅に少なくなっているため、第一印象の良い候補者と比べると、圧倒的に不利になっていることが多いのだ。

### (2) 確証バイアス

履歴書や学歴、学力テストの結果を面接官が事前に情報としてインプットしている場合、候補者のイメージが無意識のうちに設定されてしまい、ステレオタイプな見方で面接に臨んでしまうことが考えられる。例えば「高学歴の学生は優秀」という考えを持つ面接官の場合、学歴のレベルの高い候補者には通常の質問をする。学歴が劣る候補者には(意識的であれ、無意識であれ)少しひねった質問をしたとする。後者が返答に困る様子を見て「やはり高学歴の学生は優秀だ」という評価を下してしまうのだ。

いわば、面接官がもつステレオタイプの「答え合わせ」のようになる可能性があるのだ。

### (3) ネガティブな情報

長期雇用を前提とする企業が多い日本では、優秀な人材を採り逃すことよりも、会社に不適合な人材を採ってしまうことのほうを避ける傾向がある。従って選考における採用/不採用の基準が「減点方式」のようになりがちである。すると、一芸に秀でた人材よりも、すべてを卒なくこなす、器用な候補者の評価が高くなりがちなのだ。

(149-152 頁)

これらをふまえると、企業が面接において将来必要になる人材を、高い精度で採用したいと考えた時、面接を構造化する動きが必要であることがいえる。そして構造化を行うために、企業の中でどのような人材・能力が必要となるのか正しく言語化し共有し、それを候補者側にも公表し、そうした候補者に興味をもってもらうことが必要だと言えるだろう。

しかし、筆者自身も2017年卒の就職活動を経験したが、どのような能力を持った学生を求めているのか、明確に示している企業はかなり少なかった。採用ホームページ等で「人材要件」として提示される能力は、どの企業も抽象度が高く、同じような人を求めているように感じられたのだ。構造的面接は、日本の新卒採用の選抜段階では、まだ広く普及していないのが現状であると言える。

これは他方で、日本の新卒採用の面接場面においては、求職者自身が自分自身の言葉によって、自分自身のことを表現するという余地が多分に残されているということでもある。構造化された面接の場合、どのような能力を測定するかということが企業側にとって自明になっており、またそれが具体的な質問項目としてすでに確定している。そのため、回答者である求職者にとって、自らの言葉で自らを表現する際の自由度は高くない。これに対して非構造的な側面の強い面接では、そもそもどのような能力を測定するか、それをどのような質問で測定するかということが必ずしも自明ではなく、それだけ、求職者の自由度が高くなる。面接における自己表現の自由度が高いことは、欧米の研究の観点からすれば、よくない面接の典型であり、是正されるべきものということになる。ところが能力要件が明確でない日本の場合、これはある程度仕方のないことでもある。

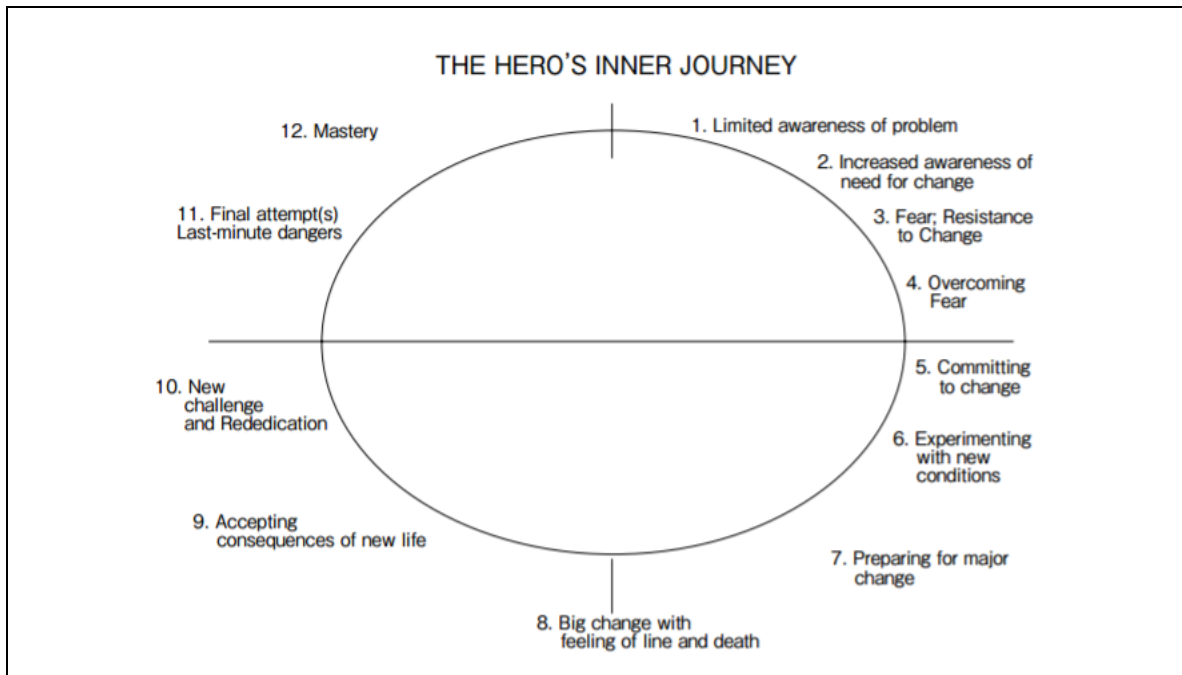
それでは、そうした状況の中で求職者は、どのように就職活動と向き合い、面接等で自分自身のアピールや能力の提示を行っているのか。こうした問いこそが、他ならぬ日本の文脈では重要になってくるわけである。この点を明らかにするため、本稿では特に、面接での学生のエピソード、ストーリーテリングに注目した。章の冒頭でも触れたが、面接でのエピソードは、ある種の「一続きの流れを汲んだ話の型」のようなものが存在すると筆者は考えている。例えば就職活動における「挫折経験」や「トラブルシューティング」は、既にいくつかの就職活動の対策本等でも書かれている。

他方、世界各国の神話から、人間がどのように世界を見ているかをまとめた **Joseph Campbell** の研究を行った **Christopher Volger(1990)**によると、神話の話の構成は次の 12 の要素から成り立っている、と主張している(図 2 参照)。注目していただきたいのが、図 2 の 4.8.12 である。“何か解決すべき大きな敵が登場。このままではいけない、変わらなければいけないと自覚したヒーローが大きく変化し、最終的に敵を倒して平穏を取り戻す”というのが大まかな流れである。何千年にわたり人々に伝承されるような神話には、こうした流れが存在するということだ。

この流れが、先述した面接での「挫折経験」と非常に類似しているのだ。神話と面接ではあまりにも比べる土俵が異なるという考えもあるが、「人々の心に印象づけ、権威や魅力をアピールする」という点においては、この 2 つは性質として近いものがあると考えられる。従って、面接に臨む学生の中にも、こうした流れを見つけることができると考えた。



図 2：ヒーローが登場する神話における世界の流れ



出所：Christopher Volger(1990)

## 2-2. 既存研究の問題点と研究課題

既存研究の問題点として、採用を行う企業側からの研究は数多くされているが、学生側（求職者側）からの研究がほとんど存在しないということだ。日本の企業を俯瞰した採用の流れや、日本企業と欧米企業での採用の違い等、企業側の研究は数多く見受けられた。しかし、学生が就職活動に対してどのようにアプローチをしているかという研究は非常に少ないのである。いわゆる「就活本」で求職者に対してのアドバイスを行う書籍は存在するものの、その書籍を出版・執筆しているのは、学生ではない。学生の本音により近い研究をするためには、同じ立場である学生が行う研究が必要である。

上記のことを踏まえ、本稿では新卒の就職活動において、①学生がどのようなエピソードを話しているのか現状把握をする。同時に、学生が就職活動で話すエピソードの選択をするなかで、②有利になる(面接官に刺さる)と考えているエピソードはないのか。そしてエピソードとして話す際に、③「挫折経験からの復活」や「困難の克服」など、学生が語るエピソードには一定の決まった型が存在するのか、存在するとすれば、どのような型であるのか。④学生は面接をどのようなものと捉え、そのなかで面接官に伝えようとしたものは何なのか。これらを明らかにする。

### 2-3 研究課題に対する仮説

①はゼミナール活動、サークル活動、インターンシップのエピソードがメインになると考えられる。筆者自身が就職活動の際に使っていたエピソードでもあり、また一般的な学生が経験するのが、主にこの3つであると考えたからだ。自分の今まで頑張ってきたことを話す面接において、全く経験のないことを話すとは考えづらい。よって、自分たちが経験したことのなかからエピソードを選択すると考えられるため、サークル活動やゼミナール活動が話されると考えた。また、近年の就職活動において浸透してきたインターンシップも話す話題として選択する学生は多いと考えられる。選考を受ける企業が開催したものはもちろん、他社で行われたインターンもこれに当てはまる。就業経験や企画立案を行った経験は、企業へ学生自身の能力をアピールする際にはおあつらえであると考えた。

②はインターンシップ、起業経験、海外留学といったエピソードがメインになると考える。一般の学生が踏み込まないような、一歩行動範囲を広げて行動をしているように考えられ、語学スキルの向上や、目に見える成果を出しやすい上記のエピソード。企業側としても話を聞いた時に「この学生は優秀そうだ」と判断するのではないかと考えたからだ。

③は「挫折経験からの復活」が一つ考えられる。就職活動の対策本などの、面接でのエピソード作成の際にこの型で紹介されていた。他の型で話している学生もいるだろうが、一般的にこの流れが使用されていると考えた。

## 第3章：調査対象と調査方法

### 3-1.調査協力者の詳細

本研究では、学生へのアンケート調査とインタビュー調査筆者の個人的なつながりによるスノーボールサンプリングによって、41名の大学4年生と大学院2年生の2017卒就職活動経験者を対象としたインターネット上で質問票調査を実施した。

全41名のうち有効な回答は40名(有効回答率97.5%)。そのうち男性が22名(55.0%)、女性が18名(45.0%)であった。学年別で分けると、学部4年生<sup>2</sup>が37名、大学院2年生<sup>3</sup>が3名。ここに文理を加えると、文系学部4年生が36名、理系学部4年生が1名、文系大学院2年生が0名、理系大学院2年生が3名であった。これは筆者自身が文系学部の4年生であり、その個人的なつながりによってアンケートの拡散を行ったことで、文系学部4年生の割合が多くなったと考えられる。一方、大学院2年生の面接においては、それまでの研究などの成果を聞かれることが多い。今回の研究課題は面接で話すエピソードに焦点を当てているので、一般的に面接で自分自身の経験や出来事を話す、学部4年生のサンプルが多くなることは分析の障壁にはならず、適していると言える。

インタビュー調査協力者は、アンケート回答者のなかから有志協力者を募り決定し、インタビュワーは筆者自身が行った。インタビューの中で質問をする際、適宜インタビュワーが必要と判断したところで回答を掘り下げる形でインタビューを行った。

以下はインタビューの際に用いた質問の一覧である。

#### <面接官に話す前の段階>

- 1-1 一般的に就職活動において、面接官にささりそうなエピソードを教えてください
- 1-2 インタビュイー自身が、就職活動において使用したエピソードを教えてください
- 1-3 インタビュイーがそのエピソードを選択した理由を教えてください

#### <エピソード自体の内容>

- 2-1 上記のエピソードの概要を教えてください
- 2-2 このエピソードから、インタビュイー自身が一番伝えたかったこと、もしくはアピールしたかったことを教えてください

#### <実際の面接を経験した段階>

- 3-1 用意したエピソードを話した後の、面接官の反応を教えてください
- 3-2 インタビュイーのエピソードは、就職活動中の他の学生と比べて優劣を感じていた否か、具体的にどの部分に感じていたか教えてください

#### <就職活動終了後>

- 4-1 自分の就職活動を振り返ると、満足がいくものでしたか。またその満足感(もしくは不満感)は、何が原因だと考えているか、教えてください

---

<sup>2</sup> 本稿ではB4と記載

<sup>3</sup> 本稿ではM2と記載

本調査で実施した学生へのインタビューの協力者は計 13 名。そのまとめが表 1 である。

仮名(イニシャル)	性別	学年	就職企業の業種	インタビュー日時
A	M	B4	総合住宅メーカー	2016/11/25
B	M	B4	地方公務員	2016/12/1
C	M	B4	金融	2016/12/7
D	F	B4	旅行代理店	2016/12/8
E	M	B4	コンサルティング	2016/12/8
F	M	B4	デジタルマーケティング	2016/12/8
G	F	B4	IT(情報サービス)	2016/12/9
H	M	B4	システムインテグレーター	2016/12/9
I	F	B4	製薬会社	2016/12/9
J	F	B4	ゲーム制作	2016/12/13
K	F	B4	総合印刷業	2016/12/14
L	F	B4	地方銀行	2016/12/17
M	M	B4	重工業メーカー	2016/12/26

(筆者作成)

今回アンケート調査とインタビュー調査を並行して行った経緯として、学生全体の現状調査と個人個人の双方へのフォーカスを行うためである。

アンケート調査については、学生が話しているエピソードを知るために、より多くのサンプルを集める必要があった。そこでインターネット上での調査票調査を活用し、実際に対面で会うことが難しい人の調査も行うことができた。また、筆者と関わりが深くない人もインターネットを介してアクセスすることができ、限定されたコミュニティのなかで価値観が偏る危険性を排除することにも適している。この点で今回の方法は適していたといえる。

次にインタビュー調査については、アンケートのみではわからないエピソード選択までの経緯や、インタビューのバックグラウンド、考え方の推移を調査するためだ。実際に話したエピソードはもちろん、悩んで話すことを直前でやめた場合や、面接の場ではそこまで話さなかったが自信を持っていた話などは、アンケートで把握することができない。そこで面接の準備、就職活動最中、就職活動後の大きく 3 つの段階に分けて質問をしていくことで、アンケートで把握することができないインタビューの心境の変化を調査した。

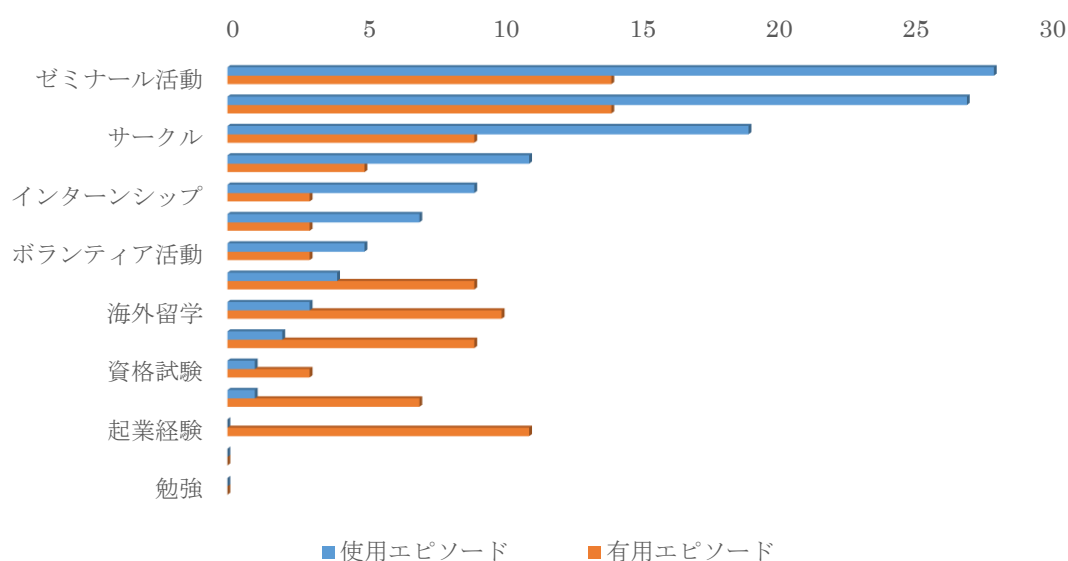
#### 4章：分析

##### 4-1.研究課題の分析結果

##### 4-1-1.アンケート調査の分析

まずは本研究の課題①「学生がどのようなエピソードを話しているのか現状把握」の分析を行った。アンケート調査の集計結果が図3と表2の通りである。ここで使われている「使用エピソード」とは実際の面接で学生が話したエピソード。「有用エピソード」とは就職活動において面接官に刺さると思われているエピソードを表している。

図3.使用・有用エピソード 集計結果(合計度数 40人)



(筆者作成)

表2.エピソードごとの度数：0内は有効回答数40人を全体としたときの回答率

エピソードの種類	使用エピソード	有用エピソード
ゼミナール活動	28(70.0%)	14(35.0%)
アルバイト	27(67.5%)	14(35.0%)
サークル活動	19(47.5%)	9(22.5%)
趣味	11(27.5%)	5(12.5%)
インターンシップ	9(22.5%)	3(7.5%)
委員会	7(17.5%)	3(7.5%)
ボランティア活動	5(12.5%)	3(7.5%)
部活動	4(10.0%)	9(22.5%)
海外留学	3(7.5%)	10(25.0%)
コンペティション	2(5.0%)	9(22.5%)

資格試験	1(2.5%)	3(7.5%)
旅	1(2.5%)	7(17.5%)
起業経験	0(0%)	11(27.5%)
習い事	0(0%)	0(0%)
勉強	0(0%)	0(0%)

(筆者作成)

学生一人当たりのエピソード平均使用数は 2.925 個。調査を行った学生のなかで最も話されていたエピソードは、上から順にゼミナール活動 28 名(70.0%)、アルバイト 27 名(67.5%)、サークル活動 19 名(47.5%)、趣味 11 名(27.5%)、インターンシップ 9 名(22.5%)、委員会 7 名(17.5%)、ボランティア活動 5 名(12.5%)、部活動 4 名(10.0%)、海外留学 3 名(7.5%)、コンペティション 2 名(5.0%)、資格試験 1 名(2.5%)、旅 1 名(2.5%)、起業経験、習い事、勉強が回答者なしであった。したがって、半数近くの学生に話されているエピソードが、ゼミナール活動とアルバイトとサークル活動という結果になった。これらはいずれも、一般的な大学生がキャンパスライフの中で経験するエピソードであることから、学生は就活のために始めた特別なインターン等よりも身近な経験の方をエピソードとして選択していることがいえる。

他方、面接官に刺さると考えられているエピソードは、上から順にゼミナール活動 14 名(35.0%)、アルバイト 14 名(35.0%)、起業経験 11 名(27.5%)、海外留学 10 名(25.0%)、サークル活動 9 名(22.5%)、部活動 9 名(22.5%)、コンペティション 9 名(22.5%)、旅 7 名(17.5%)、趣味 5 名(12.5%)、インターンシップ 3 名(7.5%)、委員会 3 名(7.5%)、ボランティア活動 3 名(7.5%)、資格試験 3 名(7.5%)、習い事、勉強が回答者なしであった。ゼミナール活動とアルバイトは使用エピソードと同じく、有用エピソードでも上位を占めた。そのなかでも起業経験、海外留学、部活動、コンペティションは、実際に話している人数に対して、面接官に刺さりそうと答えている人が特に多かった。しかし、最も多い上記の 2 つでも 35.0%と半数に届いておらず、他のエピソードに散らばった印象が強かった。

このことから、研究課題①「学生がどのようなエピソードを話しているかの現状把握」と②「面接官に刺さりやすいと考えられているエピソード」が、アンケート調査によって明らかになった。

#### 4-1-2.インタビュー調査の分析

インタビュー調査では、研究課題③「エピソードの型の有無と性質」と④「面接に対して学生が考えていること」を調査した。研究課題③の調査のため各エピソードから「トラブル」「要因の所在」「成果」「脚色具合」のエッセンスを抜き出し、それぞれのエピソードをカテゴリ分けし、カテゴリからそれぞれの型を決定した。各分類のインタビューイのエピソードとともに、どのようなカテゴリになっているのか、順に説明する。

研究課題④の調査には、インタビューイが「面接に対してどのような考えを持っていたか」をまとめた。エピソードは面接のなかで話されるものであるため、学生の面接に対する考え方を知ること、面接でのエピソードの位置づけを知ることができると考えた。

#### 研究課題③「エピソードの型の有無と性質」

インタビューイが話したエピソードの内容を聴取し、それらのエピソードの内容からいくつかの要素をピックアップし、表3にまとめた。

表3.インタビュー調査におけるエピソードエッセンスのまとめ

	タイトル	トラブル	要因の所在	成果	脚色具合
A	店舗の売り上げ回復(ア)	3か月連続の売り上げ低下	外部要因	あり	売上数値
	常に明るくチームにコミット(ゼ)	組織内雰囲気悪化	内部要因(組織内)	なし	なし
B	チーム内の潤滑油(ゼ)	組織内雰囲気悪化	内部要因(組織内)	なし	なし
	接客コンテストで優勝(ア)	接客コンテスト	なし	あり	なし
C	運営として組織の活性化(サ)	サークル参加人数の低下	外部要因	あり	参加人数の数値
	日本語教育から接客技術の改善(ア)	外国人従業員の増加による、接客クレーム	内部要因(組織内)	なし	売上数値
D	利用者が分かりやすい案内設計(ア)	店内の案内が分かりにくい	内部要因(組織内)	なし	なし
	他大学と合同での活動(ゼ)	自分とメンバー間の能力乖離	内部要因(自分)	なし	なし
E	チューターとして最大限のコミット(ア)	なし	内部要因(自分)	なし	なし

F	チーム内で方向を決める指針に(ゼ)	コンセプト等の共有	内部要因 (組織内)	なし	なし
	失恋を機に逆転した受験勉強(勉)	学力不足	内部要因 (自分)	あり	なし
G	利用者の立場に立った、案内作り(ア)	店員の知識・気遣いの不足	外部要因	あり	なし
	レベルの高い環境でのコミット(ゼ)	(自分にとっての)難易度	内部要因 (自分)	なし	なし
H	リーダーシップで勧誘を活性化(サ)	新入生の減少	外部要因	あり	結果的な成果を事前の目標値とした
	意識改革から組織への共有へ(ア)	作業効率の低下	内部要因 (組織内)	なし	意識改善に他人への共有を追加
I	SNSを活かして売上を改善(イ)	スキル不足による、売上の不調	内部要因 (自分)	あり	売上数値
J	組織のフォロワーとしてコミット(ゼ)	なし	なし	なし	なし
	業務参加型インターンでの奮闘(イ)	自らの能力不足	内部要因 (自分)	なし	なし
K	リーダーとしてフォロワーとして(サ)	メンバーとの意思疎通	内部要因 (組織内)	なし	なし
L	チーム丸でプロジェクトの推進(ゼ)	作業効率	内部要因 (組織内)	なし	なし
M	裏方として資材調達や人員采配(サ)	学祭模擬店の売り上げ低下	外部要因	あり	なし

(筆者作成)

※表中に出てくる以下の語はインタビュー内で話を聞いたエピソードの種類を表す。

(ア)：アルバイト (ゼ)：ゼミナール活動 (サ)：サークル活動 (イ)：インターンシップ  
(勉)：勉強

- ・内部要因：自分もしくは所属する組織内の要因。アルバイトであれば従業員、サークル活動であれば同期や後輩など、既に組織に所属しているものがこれにあたる。
- ・外部要因：自分を含め、所属する組織の外の要因。アルバイトであれば顧客、サークル活動であれば新入生や他のサークルのメンバーといったものがこれにあたる。
- ・成果：エピソードの中で数字に変換できる成果。アルバイトであれば売上の改善。サークル活動であれば、新入生の入会人数や会費の収集率といったものがこれにあたる。
- ・脚色具合：エピソードを話す際、事実とは異なる成果や過程を話した部分のこと。



ここからわかったことは、就職活動におけるエピソードとして、「改善もしくは何かを成し遂げた経験」が、ほとんどのエピソードに盛り込まれていたことだ。第2章の研究課題に対して筆者が立てた仮説である「挫折経験からの復活」にかなり近い内容と言える。何か超えるべき課題があり、そこに対して学生がどのように乗り越えていったのか。この乗り越える際に考えてきたことや、乗り越えた結果残すことができた成果、これらを自分なりに組み合わせていることがわかった。この「改善もしくは何かを成し遂げた経験」が、昨今の就職活動のエピソードにおける、代表的な一つの型と言えるだろう。具体例として、インタビューが実際に面接で使用したエントリーシートから抜粋したエピソードと、その狙いについて紹介する。

#### ・自らの提案で売り上げ改善(A氏)

本稿では、アルバイトでの経験をエピソードとして使用している。取り上げるのは改善点や、自ら企画し行った施策、その成果も具体的に記されているパターンである。

私は大学1年から、あるアミューズメント施設でアルバイトをしています。ある時、店舗の売り上げが3か月連続で前年比を下回ることがありました。(中略)自ら原因の調査をし、浮かび上がった原因に対して、私は2つの解決策を提案しました。フロアに連絡ノートを作ることで、店頭でのチケット販促を活性化し優秀者を表彰するシステムの導入です。以上のことを実践し、次月には同エリア内で売り上げ1位を達成。私の提案は現在も継続して行われています。

上記のエントリーシートを活用した面接について、彼は次のように話している。

自分の強みとして論理的な思考力とか判断力をアピールしたかったのよ。アルバイトの話は、それを自分から発揮した経験だから、ちゃんと話せると思って使ってたかな。他にゼミナールの話も話せたんだけど、ゼミでは周りの人が優秀だったから、自分が引っ張ってきた感じじゃないし、そこを話しても刺さらないと思ったかな。

(総合住宅メーカー内定 B4 男性)

アルバイトとゼミナールのエピソードを比較した時に、ゼミナールの話では弱い「自分が組織のなかでメンバーを引っ張って能力を発揮した」という経験について、もう一つの「アルバイト」で補填していたと言える。そしてエピソードは、売り上げ低下という課題に対して、連絡ノートと表彰制度の導入というアプローチにより、エリア1位の売り上げという成果をアピールしている。まさしく課題に対して、アプローチを行い、改善を行ったエピソードと言えるだろう。

研究課題④「面接に対する考え方」

今回インタビューを重ねるにつれて、この「改善・成し遂げる」の大きな型に加えて、さらに細分化した4つの要素からアピールをしていることがわかった。その説明のため、インタビューそれぞれの考える「面接官に伝えなかったこと」「面接そのものに対する考え方」を表4にまとめた。

表4. 学生が面接で伝えようとしたことと、面接そのものに対する考え方

	あなたにとって面接とは	面接官に伝えなかったこと
A	自分の性格や能力を知ってもらえる機会	自分の性格の明るさと判断力
B	自分の性格や能力を知ってもらえる機会	ホスピタリティの高さと粘り強さ
C	志望動機や勉強した知識をアピールする機会	企業に対する興味や勉強してきたこと
D	面接官との対話の機会	相手の立場に立ち、相手の話を傾聴できる能力
E	ありのままの姿を最大限に伝える機会	自分自身がアルバイトの時に感じていた、考え方や工夫をしていた点。
F	個性を知ってもらい、認めてもらう機会	自分の考えや他の人とは違うキャラクター
G	頑張ってきたことから、一番伝えたいことを伝える機会	相手の目線に立つことができること。
H	さわやかさやリーダーシップを伝える機会	リーダーシップと行動力
I	嘘の塗り固め合い。素を出さずに打算的にアピールする機会	逆算的に導き出した、職種として求められる能力
J	面接官の意図から逆算し、求められる答えを用意する	サポートメンバーとしての組織への行動力
K	やりたい仕事ができるか確認する機会	組織の中で、トップにもメンバーにもなれる素質
L	業界によって求められる能力を逆算し、アピールする機会	組織の中で気配りをし、チーム一丸とさせる力
M	志望動機や会社に関する興味、思いを伝える機会	会社について勉強してきたことや、会社のなかでやりたいこと

この結果から、筆者なりに面接に対しての考え方を大きく 4 つのタイプに分けることができた。その分類が以下の通りである。

- ①改善を行ったことによる、具体的な「成果のアピール」
- ②エピソード内でインタビュー어가踏んだ「プロセスや考え方のアピール」
- ③エピソードの内容よりも、質問に対する受け答えの仕方などの「コミュニケーションアピール」
- ④就職活動という場において話すエピソードとして、最も適していそうな話を選択して話す「逆算的・打算的アピール」

この 4 つをそれぞれのエピソードやインタビュー어가面接官に伝えたい事に応じて、うまく配分を変えていたのだ。例えば、エピソードに自信を持っていた学生は、そこから得られた成果によって、能力の高さをアピールする。ここでアピールが足りていない性格の部分について、面接での話し方や身振り手振りを多くして、人間性の明るい部分をアピールしたりと、学生それぞれが自分なりにこれらを調整する。以下はそれぞれのアピールタイプについて、インタビュー어의発言から説明する。

#### ①成果アピール型

##### ・売上アピール(A 氏)

本稿においては、アピールしたいことによってエピソードを分けた場合が見られた。そのなかでもアルバイトでの売り上げ改善の話をし、具体的に改善数値を提示する方法である。

ゼミとバイトの話を基本的に話してたよ。自分の明るさとか性格の部分はゼミで、能力の部分はバイトって感じで。企業の人に刺さるのって、「自分が組織のトップになって引っ張ってきました」とか、「こういう能力があってこういう風に活かしてきました」みたいなのだと思うんだけど、ゼミだと(自分は)できてなかったと思うんだよね。アルバイトレベルだったらできるんだけどさ。いわゆる売上アピールってやつ。だからゼミのほうは、性格的な部分の話をしてたし、面接もそれがアピールできるように明るくしてた。

(総合住宅メーカー内定 B4 男性)

彼はエントリーシートで、自らが課題点を発見し改善策を実施、その後の成果について触れ、その取り組みが現在に及ぶまで影響していることを伝えている。そうした経験を伝えることで、ゼミナールのエピソードでアピールが弱くなる、自らの能力の部分をアピールしていた。それぞれのエピソードからアピールする部分を決めていたことで、強調する部分や押し出す部分をはっきりさせていたことがうかがえる。

## ②プロセスや考え方アピール型

### ・普段通りを最大限に伝える(E氏)

本稿においては、就職活動において自分の話を良く見せる、いわゆる“盛る”学生が多い中、あえて盛ることはせず、自分の普段の考え方を伝えるという方法が見出された。

就活のためにちょっと話を盛る人って少なからずいると思ってるんだよね。俺としては6~7割の人はそうじゃないかなって思うんだけど。でも、俺はそれをしたくなくて。話を盛るとか、どうやって良く見てもらおうかとするのではなく、俺の考えてきたこととかやってきたことを素直に伝えて、最大限に伝えられれば、普通の大学生に比べたら勝っている自信はあったのよ。(中略)相手にどう刺さるかというよりも、普段通りの自分最大限に、ウソ無く全力で伝えられるのは、全力でやってきたバイトしかないっていう感じ。他にビジネスの経験はないんですか、とか言われちゃうのであれば、ある種仕方ないと思う。裏を返せば、(アルバイト以外に)そういう能力がその会社では必要なのか、とも思うし。

(コンサルティング会社内定 B4 男性)

彼は予備校の指導員のアルバイトのエピソードを話していたが、目に見える成果は特に話していなかったという。彼の場合は成果よりも、学生に対してどのように接していたか、アルバイトとして伝えるべきことと社員の人が伝えるべきことをその都度判断していたこと等、プロセスの中で考えたことや行動したことを伝えている。自分の考えを繕うことなく伝え、その部分が評価されてこそ真の評価に繋がると考えている。逆に他の能力が求められて不採用になったとしても、マッチングとして不適合だったと、すんなりと納得することになっただろう。

## ③コミュニケーションアピール

### ・求められるのは相手の話を聴ける力(D氏)

本稿においては、面接の中でも特に「会話」ということを意識したインタビューが見受けられた。②のプロセスも同時に重視しているが、面接での会話が最終的に内定という結果に繋がっていたと振り返っていた。

私、エリア総合と総合職の両方とも受けてたんだけど、エリアと総合で求められる力が違うなって感じた。エリアはどちらかと言うとお客さんとコミュニケーションが取れる、愛想がいい感じの人を求めているのかなって感じたかな。受けてる学生もそういう雰囲気の人が多かったし。(中略)その中で自分で就活してるうちに、なんか「自分エリアかなあ」ってなんとなく感じたから、エリアにした。(中略)就活始めた最初の方は、取り繕って話してたんだけど、なんか違う気がしてきて。聞かれたことに対して思ったことを素直にそのまま話してれば、一番コミュニケーションが取れたんだよね。

面接は会話ができることが良いと思ってたからね。繕って話してるところは、いけたと思って落ちたし。

(旅行代理店内定 B4 女性)

彼女は面接で、市民センターでの受付のアルバイトについて話していた。彼女自身、エピソード自体にある程度の自信は持っていたが、それよりも面接での受け答えの方を重視しているように感じられた。どれだけの会話ができているかが面接の良し悪しの指標となっており、質問に対して繕うことをしないようにしたことがうかがえる。また彼女自身が感じていたのが、エリア総合職として求められる能力も、まさに会話の力だという。求められる能力に加えて、自らの強みとしても、この「会話」というものが大きく関わっていたと言えるだろう。

#### ④逆算的・打算的アピール

・面接は嘘の塗り固め合い。素のままじゃ勝てないから素は絶対に見せない。(I氏)

本稿では、面接そのものに対して、どちらかと言うと否定的な意見を持つ人が見られた。そして面接で話すエピソードとして、本稿の4章で紹介した有用エピソードのように、面接官に刺さる要素を自分なりに抽出し、自らのエピソードからそれに最も適したものを選択するパターンである。

最初の方の面接では、割と頑張ってたと思ってたアルバイトの話してたんだけど、深堀りされた時に、所詮言われたことだけやってたって気づいたんだよね。そこから、インターンの話に変えた。インターンの話で面接官に伝えようとしたこと…お客に合わせる…提案力と対応力の話かな。営業職で受けてたのもあったし、ちょうどいいなって思って、自分のなかで特にこれが伝えたいってものはなかったから、このエピソードで伝えられそうだった(提案力と対応力)のを話したって感じ。私は素のまま(の状態)で人より明確に秀でてるものはないと思ってるから、素で戦うことはしなかった。本当に、面接は嘘の塗り固めだと思ってるからね。素なんて全然出してない。

(製薬会社内定 B4 女性)

彼女の場合、面接官に伝えたいことを話す際、かなり長い沈黙から提案力と対応力という言葉と話していたのが印象的であった。その2つの力は、個人的に伝えたいことと言うよりも、営業職という立場で求められる能力をアピールするために、インターンのエピソードから導き出したと考えられる。自分の本来の力に自信を持っていなかったからこそ、求められそうな能力から逆算し、自分が持っている話のなかで「丁度いい」エピソードを話していたことがうかがえる。

#### 4-1-3.新たな発見

インタビューをしていくにつれて新たに分かったことがある。インタビューイがそれぞれのエピソードに対し、どのくらいの自信度で面接官に話していたかを、インタビューの中から筆者が判断し、以下の表にまとめた。

表 5.インタビュー調査における、話したエピソードと自信度

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
サークル			○				○	○			◎	●	◎
資格試験							○						
インターンシップ				●					○	○			
海外留学											●		
ゼミナール活動	○	○		○	●	◎	○	●	●	◎		◎	●
アルバイト	◎	○	●	◎	◎		○	●	●		○	○	
起業経験													
ボランティア活動													
委員会		●											
部活動													
旅													
コンペティション										○			
習い事													
趣味							○						
勉強						●	○						

※表の記号はそれぞれ以下の通りである。

(筆者作成)

◎：積極的に話していた ○：話していた ●：面接官に聞かれたら話した

表 5 はインタビューイが実際に面接で使用したエピソードと、そのエピソードをどの程度積極的に話していたのかを示したものである。アンケートの結果と同じく、ゼミナールやアルバイト、サークルのエピソードを多くのインタビューイが使用していた。それによって面接時に積極的に話していたことを示す◎も、上記の 3 つに分布されている。

こうした結果が出た要因として、筆者の個人的なつながりを使用したため、似通った価値観の人が集まった可能性も指摘できる。しかし同じコミュニティの中にいた学生のなかでも、同エピソードでの面接での話し方に差が出ており、本稿においては支障がないと考える。

ここでわかることは、基本的にどのインタビューイも、いわゆる鉄板ネタとなるような「積極的に話すエピソード」と、そこから主張することができない「補填のためのエピソード」を持っていたということが言える。積極的に複数のエピソードを話しているインタビューイはほとんどおらず、メイン・サブを使い分けている場合が多く見受けられた。

## 5章：考察

まず、4章で分析を行った研究課題と、それに対する分析結果をまとめたものを表6にまとめた。この章ではそれぞれの分析結果に対して、なぜこのような結果にあったのか。またこの結果から考察できることは何なのかを論じていく。

表 6.本稿の研究課題とそれに対する分析結果

研究課題	分析結果
①学生によって話されているエピソード	ゼミナール・アルバイト・サークル活動
②学生が、就職活動において「刺さる」とイメージしているエピソード	ゼミナール・アルバイト・起業経験・海外留学
③エピソードの型の存在。その特徴	何かを成し遂げた経験。既存の問題に対しての解決や改善のエピソードが何らかの形で盛り込まれている。
④学生の面接に対する考え方。	成果アピール・プロセスアピール・コミュニケーションアピール・打算型アピール(4章参照) これら4つの要素を、学生自身が濃淡を決定して、自分が伝えたいことに合わせてエピソードを形成していく。
extra	メインエピソードとサブエピソードの存在。

(筆者作成)

### 研究課題①の分析結果に関する考察(学生によって話されているエピソード)

上位3つ(ゼミナール活動、アルバイト、サークル活動)が、一般的な大学生がキャンパスライフの中で経験する出来事のなかからエピソードを選択していた。仮にインターンシップ等について、就職活動を意識して始めた活動と定義する。学生の現状として、就職活動を意識したエピソードよりも、日々の日常に近い場面の自分をエピソードとして話しているということが、結果から考察できる。

### 研究課題②の分析結果に関する考察(学生が就職活動において「刺さる」とイメージしているエピソード)

面接官に刺さりやすいエピソードに関して、筆者が仮説で挙げたインターンシップ、海外留学、起業経験を回答した人は、ゼミナール活動やアルバイトに比べて少数であった。したがって、面接官に刺さると考えられているエピソードは、使用エピソードに比べて個人の考え方によって差が生じやすいと言えるだろう。これに関してはいくつかの原因があると考察する。①就職活動の中で「面接」に対しての個人の考え方が、非常に多種多用であること。②有用性を判断する際、それぞれのエピソードの内容が大きく関わってくること。(例えばインターンシップは、半日のもの複数日程にわたるものまで、その種類は多岐に渡る)

### 研究課題③：エピソードの型の存在、その特徴

本稿では「改善・達成経験」が一つの型として、多くの学生に利用されているという結果が導かれた。この理由として、現在の学生の間にある就活に対する漠然としたイメージが、今回の結果として現れたと考察している。筆者の肌感覚ではあるが、大学へ入学した瞬間から(あるいはその前から)就職活動を意識した行動をしているような、本物の意識の高い学生でない限り、就職活動の準備を始めるのは大学3年生の夏前が現在の相場と言えよう。ということは、裏を返せばその時期までは就職活動がどのようなものであり、面接において何を話すのか、こういったことに触れる機会はあまりないのが現状である。また、就職活動の性質上、学生自身のトライ&エラーが面接でのエピソードや話し方を決める大きな要素になる。以上を踏まえると、学生自身が抱えているイメージによって、面接やその中のエピソードにおいて、学生なりの「正解例」をイメージしてしまうことは自然の流れと言えよう。実際にこのような決まった型のなかでも、学生自身が試行錯誤して面接に臨み内定を勝ち取っているのが、筆者自身こうした型の存在はあつてしかるべきだと考える。

しかし一つ問題点があるとすれば、こうした型に学生側も企業側も寄せ過ぎているように思うことだ。例えば、何かを「継続した」「当たり前のことを当たり前にこなし続けた」経験のような話は、今回のインタビューでも話している人はほとんどいなかった。話していた人も、よほど強い信念や自らの考えを持った人であり、「評価してくれなければそれはマッチングしなかった」と評価に対して非常に肝の据わった学生であった。こうした強い考えをもって臨むことが就職活動だ、と言い切ってしまうまでであるが、ここまで強い考えを持つことができない学生や、面接で話してみたが伝わらなかった学生も少なからず存在する(むしろ多いのではないか)。すると現行の「継続型」のエピソードではダメだと判断し、正解例のように掲げられている「達成型」のエピソードに自らのエピソードを当てはめようとする。その結果として、数字のでっち上げや事実のねつ造等、いわゆる盛ったエピソードが面接において蔓延していると筆者は考える。(誤解のないように断っておくが、話を盛って面接官にわかりやすく説明すること自体を否定するつもりは全くない。筆者自身も面接において多少の盛りを含めて話していた。)

もしも「達成型」のエピソードが自分にはないと悩む人がいたとすれば、そこに無理に成果をもって作るのではなく、例えばプロセスや考え方の部分からアプローチをする選択肢を覚えておいて欲しい。実際に今回インタビューをし、そうした方法できちんと内定を取った学生がいることは紛れもない事実である。そして同時に、こうした就職活動における正解例のイメージが、一刻も早く多様な考え方へと広がってほしいのも、筆者の考えるところである。



#### 研究課題④：学生の面接に対する考え方

本稿では、面接に対するアプローチの方法として、「成果アピール」「プロセスアピール」「コミュニケーションアピール」の3つに分類することができた。このような結果が出た原因として筆者が考えるのが、面接という選考方法の性質である。短い時間のなかで学生は自分の優秀さや人間性をアピールする必要があること。加えて、現行の就職活動においては聞かれる質問がほとんど似通ったものになっていること。以上から、面接という場においてアピールできるチャンスを集約していくと、自然と上記の3つ(もしくはそれに近いもの)になるのではないかと考えた。そして学生は、自分のエピソードや強みと照らし合わせ、この3つの要素の濃淡を決定し、実際の面接に臨んでいるといえるだろう。

服部(2016)が主張するように、面接に限らずすべての選考の始まりは、学生要件の決定からスタートしている。それぞれの選考方法でどの能力を見て、逆にどの能力を見ないのか。これを明確にすることで、企業にとって有意義な人材が採用できる可能性を高めることができるとしている。

学生にとって、あくまで面接は選考方法のひとつにすぎない。もし面接という短時間でのアピールが自分にとって合わないと考えるのであれば、例えばインターンのように長期間にわたって自分の実力をアピールできる場所に飛び込むことも選択肢だ。(もっとも、そのインターンに入るために面接が必要になるというジレンマもあるが)そして企業側も、自社に足りない能力は何なのか。人材に何を求めるのか。その能力を見極めるのはどのような選考方法なのか。こうしたことを絶え間なく考え続ける必要がある。近い将来、面接という選考方法が「伝統的な選考方法」という扱いを受け始めたら、今よりも人材が多様な方法で評価され始めた合図といえるかもしれない。

## 6章：結論

### 6-1.結論

就職活動におけるエピソードは所詮、面接という選考方法における一つの道具にしかすぎない。しかし、そのエピソードの中にある学生自身の考え方や人生は、誰にも否定されるべきでないし、かけがえのないものである。そうした思いをすべて込めるには、就職活動におけるエピソードは器としてあまりにも小さいが、自分のエッセンスを伝えるために今回紹介したような考え方が役に立つのであれば、ぜひ参考にさせていただきたい。

筆者自身、就職活動や学生生活を通じて、本当に様々な考え方を持つ人に出会ってきた。一見自分とは全くことなる考え方や、相容れないようにみえる考え方も、実は非常に多くの「学び」を得ることができるのだ。こうした価値観を取り入れることで、時には自らの活力として、時には自分が助ける立場として、就職活動に立ち向かうことができた。そうした彼(女)らへの尊敬の意も込められている。

### 6-2.含意

#### 6-2-1.理論的含意

本稿では、就職活動における学生の現状の調査を行ってきた。第2章でも紹介しているように、これまでの研究では、採用を行う企業側の取り組みについての調査が多かった。しかし、学生が企業の取り組みや、就職活動における面接という段階をどのようにとらえ、そのアプローチを調査した研究がなかったのだ。企業側への研究と同時並行で学生側の取り組みが調査されることで、これまでの面接や就職活動に関する研究が、どのように学生に影響を与えているのかを確かめることができると考える。そうしたデータが継続的に行われることで、時代背景や社会の状況によって、就職活動や採用活動がどのように変化していたのか。この点について、企業側だけでなく学生側の動きを知ることができ、より正確なデータ収集や、双方にとって有意義なマッチングができるようになる研究が、可能になるといえるだろう。

#### 6-2-2.実践的含意

本稿を執筆した一番の目的が、1章でも紹介した通り、就職活動におけるエピソードに悩む学生について、その参考になればと思い始めたのが原点であり、この点は変わっていない。加えて、採用活動において組織を活性化させる採用活動を行う企業にとっても非常に有意義なものになっている。それは、こうした学生のアプローチの仕方や考え方を見ることで、今一度「どのような能力が足りていないのか」「そうした人材を採用するために、何をすればいいのか」これらを考える機会になるからだ。学生の考えを知っておけば、欲しい能力が明確になった際に、より欲しい人材へフォーカスした採用手法を考える道標になる。今までの採用方法で、果たして本当に自社が欲しい人材を採り逃していないか。これらを思考停止せずに考えるためにも、こうした学生の動きに、これからも注目してほしい。

### 6-3.本稿の課題

本稿の限界として、サンプル数の少なさ、2017卒という限定した時期の学生の動きしか分からないこと、学歴レベルの偏りが挙げられる。本稿では40人のアンケート調査と13人のインタビュー調査によって構成されている。これらは個人的なつながりによるサンプルが非常に多く、加えて1人の調査ではサンプル数にも限界があることにより、似通った価値観が集約している可能性を否定できない。また、採用解禁時期の変更等、就職活動自体が非常に流動的になっている現在。これらがどのように変化していくかを追うことができない。ぜひ筆者も、今後この動きがどのように変化していくか、興味をもって見守りたい。

### 謝辞

最後になるが、この論文のテーマを考えるきっかけとなった「採用活動におけるエピソード偏重主義」という考え方を学ばせていただいた、筆者の担当教員、服部泰宏准教授に感謝を述べたい。筆者自身が就職活動を通じて感じた疑問や憤りを、論文という形で世に訴求する機会をいただいたことが、何よりも嬉しかったからだ。また、アンケートに回答していただいた41名、インタビューに答えていただいた13名。以下、これらの考えに様々な意見をくれた、横浜国立大学服部ゼミナールの皆に、感謝を述べて謝辞とさせていただきます。

参考文献

Christopher Volger(1990), “The Hero’s Journey. Joseph Campbell on His Life and Work”  
Harper Collins

服部泰宏(2016), 『採用学』 新潮選書

Huffcutt A. I and Culbertson, S. S. (2010). “Interviews,” In Zedeck, S. (Ed.), APA  
handbook of industrial and organizational psychology (pp. 185–203).

Joseph Campbell(1949), “The Hero with a Thousand Faces” Pantheon Books

Michael Lewis(2003), Moneyball: The Art of Winning An Unfair Game,  
W.W.Norton&Company.(中山宥訳 『マネーボール[完全版]』 早川書房,2013)

Ralph Katz(1982), The Effects of Group Longevity on Project Communication and  
Performance

Ryan and Tippins(2004), “Attracting and Selecting: What psychological research tells us”  
Human Resource Management Vol43

豊田義博(2010), 『就活エリートの迷走』 筑摩書房

常見陽平(2015), 『「就活」と日本社会 平等幻想を超えて』 NHK 出版