

面接コミュニケーションにおける笑顔の同調度が 評価に与える影響の検証

齋藤裕太^{†1} 中村亮太^{†2} 上林憲行^{†1}
東京工科大学^{†1} 湘北短期大学^{†2}

1. はじめに

人材採用において、面接を行う企業は99.1%にも及ぶ[1]. 多くの企業が人材採用のステップに面接を取り入れているが、一回きりの面接において対面で会話を行っても、採用希望者の中から能力のある人材を見極めるのは難しい. 採用までに何度も面接を重ねるなど、様々な対策をしている企業が増えてきており、面接には多くのコストがかかる.

そこで、画像認識による採用面接の自動評価が可能となれば、面接員による評価の作業が不要となり、採用面接の大幅なコスト削減につながると考えた. 本研究ではその第一歩として、面接員と被面接者の非言語情報による面接評価に影響を与える指標の抽出を目標とし、面接員と被面接者双方の笑顔の表出量およびその同調と、面接員による被面接者への面接評価との関係を定量的に解析した.

2. 実証調査と調査方法

2.1 事前調査

面接時に交わされるコミュニケーションには、言語情報だけでなく身振り手振りなどの非言語情報によるものがある. その中でも好意や親密さの伝達機能を担う「笑顔」は、表出者の印象や魅力評価を高めるということがわかっている[2]. 面接という特殊なコミュニケーションの場でも笑顔が同じように作用するのであれば、その評価に影響を及ぼしている可能性が高いと考えられる. そこで、本研究では笑顔に注目して調査を行った.

企業の採用面接は会社の規模により若干の相違は見られるものの、概ね4回程度実施されることが多い. 非言語情報が最も評価に影響を与えている面接段階を調べるために、就職活動で面接を経験したことのある大学4年生68名を対象にアンケートを実施した. その結果一次面接が最も対人印象を見られているという回答が多かった. また、企業調査においても多くの企業が対人印象や人間的魅力など印象のよさを重要視して評価していると回答している[3]. そこで本研究の面接実験は一次面接と仮定した.

2.2 調査方法

実証調査は、被面接者として大学3年生22名(男15名, 女7名), 4年生4名(男4名), 面接員として、4年生3名(男

3名)に協力を依頼し実施した. 面接員1名被面接者1名で10分程度の面接を行い、入室から退室までを5視点から動画に記録した(図1). また被面接者の26名の内、3名が調査に2回参加しているため、合計29サンプルが集まった.

被面接者と面接員の調査参加者には、非言語情報に関する調査であることを伝えず、就職支援のための模擬面接であると説明し、表情を意識せず自然体で面接に臨んでもらえる環境を用意した. 面接終了後は、面接員から被面接者に面接評価としての点数をつけてもらい、その後に点数の理由を口頭で簡潔に説明してもらった.

抽出したデータは以下の5点である.

- ・面接評価(5.0点満点)
 - ・被面接者の笑顔表出割合
 - ・面接員の笑顔表出割合
 - ・被面接者笑顔同調の頻度数
 - ・面接員笑顔同調の頻度数
- (2.3節参照)

2.3 笑顔の同調の定義

笑顔の同調は場の雰囲気構成する様々な要素が積み重なることにより引き起こされると考えられるが、本研究では面接員および被面接者どちらか一方が笑顔を表出した後、5秒以内にもう一方が笑顔を表出した時、笑顔が同調したとみなす. 例えば、図2に示すように被面接者が笑顔を表出している間に、面接員が間隔をあけて3回笑顔を表出した場合、被面接者から面接員に笑顔が3回同調したとカウントする. 同時に笑顔が見られたり、両者の笑顔表出のタイミングに6秒以上間が空いてしまったりした場合は、笑顔の同調とみなさないことにした. 本研究では笑顔の判定を目視で行える範囲に限定したため、笑顔の種類の細分化は行わず、笑顔とみなせるものに対して、同調の定義に当てはまるものをすべてカウントした. 以降、被面接者から面接員に同調した笑顔を表出を、面接員笑顔同調とし、面接員から被面接者に同調した笑顔を表出を、被面接者笑顔同調とする.



図1 調査環境と動画撮影視点

The influence effects of congruent smile on evaluation in interview communication

^{†1} YUTA SAITO, NORIYUKI KAMIBAYASHI, Tokyo University of Technology

^{†2} RYOTA NAKAMURA, Shohoku College

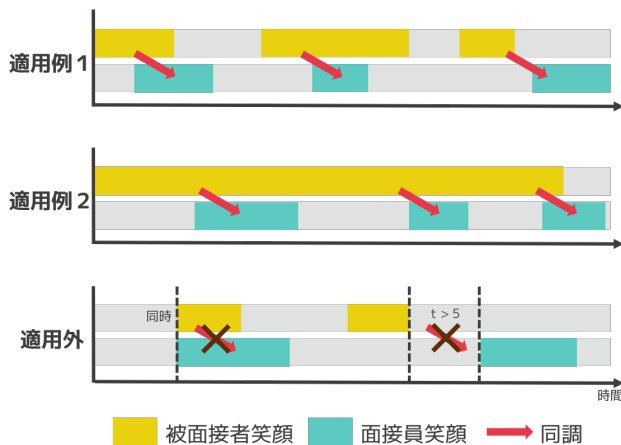


図2 笑顔の同調の定義

表1 各抽出データ間の相関関係

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	M	SD
(1)	—	.32	.24	-.05	.47 *	3.55	.68
(2)		—	.09	.08	.54 **	.15	.19
(3)			—	.65 **	.50 **	.09	.07
(4)				—	.59 **	1.34	.97
(5)					—	2.24	2.10

* $p < .05$ ** $p < .01$

(1)面接評価

(2)被面接者笑顔表出割合

(4)被面接者笑顔同調の頻度数

(3)面接員笑顔表出割合

(5)面接員笑顔同調の頻度数

3. 調査結果と分析

被面接者と面接員の笑顔表出割合の平均を面接合格時(面接評価 ≥ 4.0)と面接不合格時(面接評価 < 4.0)で求め比較した。被面接者の笑顔表出割合の平均は不合格時には7.8%, 合格時には20.1%となり, 面接員の笑顔表出割合の平均は不合格時には6.3%, 合格時には11.3%となった。

次に各抽出データ間における相関関係を表1に示す。被面接者笑顔表出割合および面接員笑顔表出割合は, 面接評価と相関がみられなかった。被面接者笑顔同調の頻度数と, 面接評価との間にも相関はみられないが, 面接員笑顔同調の頻度数と, 面接評価との間には5%水準で優位に相関がみられた(図3)。また, 面接合格時と面接不合格時との間で面接員笑顔同調の頻度数の平均値を比較した結果, 1%水準で有意差がみられ($t(23.8) = 3.746, p < .01$), 合格時の平均値が高かった(図4)。

4. 考察

不合格時に比べて合格時の方が, 被面接者と面接員の両者とも笑顔表出量の平均が大きいことから, 笑顔が評価に影響を与えている可能性が示唆された。しかし, 被面接者笑顔表出割合および面接員笑顔表出割合は, 面接評価と相

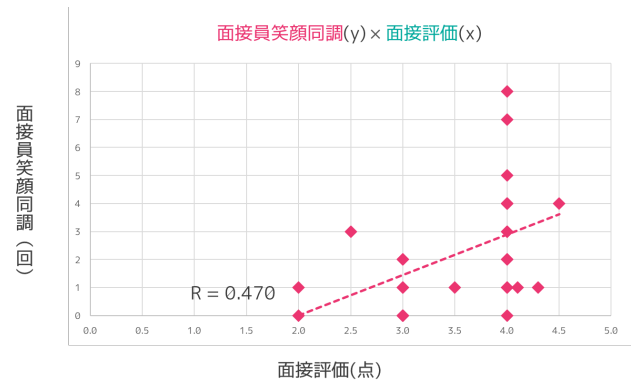


図3 面接員の笑顔同調と面接評価の散布図

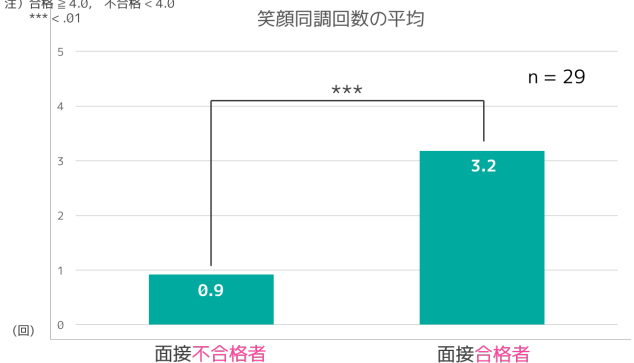
注) 合格 ≥ 4.0 , 不合格 < 4.0
*** $< .01$ 

図4 面接員笑顔同調回数の平均とt検定

関がみられなかったことから, 単に笑顔を多く表出することが高評価に結びついているわけではないと考えられる。一方, 面接員笑顔同調回数と, 面接評価との間には5%水準で優位に相関がみられたことから, 被面接者の笑顔が面接員に同調した回数は面接評価に関係があり, 同調回数が多ければ評価が高くなる可能性が示唆された。これは面接員が被面接者に対して好印象を抱いていることが, 面接というコミュニケーションの場において, 無意識的な非言語情報として表情に現れてしまうためだと推察される。

5. おわりに

本研究では, 採用面接におけるコスト削減のための, 画像認識による自動評価プログラムを提案し, その実現に向けて評価指標の抽出を行った。その結果, 被面接者の笑顔が面接員に同調した時は評価に大きく影響し, 同調回数が多ければ高い評価をつける可能性が示唆された。

参考文献

- [1] “就職白書 2016 -採用活動・就職活動編-”.
https://www.recruitcareer.co.jp/news/2016/02/16/20160216_01.pdf, (参照 2016-12-15).
- [2] 青木, 加藤, 菅原, 宮崎 “対話における笑顔表出量の変化と印象形成との関連性の分析”, 日本顔学会誌, Vol.14, No.1, pp.105-113 (2014).
- [3] 岩脇 “大学新卒者採用における面接評価の構造”, 日本労働研究雑誌, Vol.49(10), pp.49-59, (2007).