

よりよいゼミ説明会のために

首都大学東京 B班
大久保香織 小澤潤也
上島涼 菊地麻友 三井拓也

目次

- I. 研究の目的
- II. 研究の枠組み
- III. 仮説の導出
- IV. 調査方法
- V. 独立変数(タイプ分け)の説明
- VI. 分析結果
- VII. まとめ
- VIII. 研究の意義
- IX. 参考文献

2

研究の目的

首都大学東京経営学系ゼミ概要

選考時期	2年生の12月
所属年次、所属率	3、4年生の約8割
事前情報	募集要項、 各ゼミごとの説明会
説明会時間帯	主に昼休み
説明者	担当教員と ゼミ生
選考段階	1次、2次、場合によっては3次以降も。
選考基準	ゼミごとにより評価方法や評価基準が異なる。 GPA、担当教授の授業の成績、面接、エントリーシート等。 ゼミ生 が評価に関わる場合もある。

ゼミ生が関わる機会が多い!

3

研究の目的

私たちにとっても応募者にとっても
win-winな関係

「意欲ある子が欲しい」

「ゼミで頑張りたい」

私たち



応募者



4

研究の目的

私たちにとっても応募者にとっても
win-winな関係

高い期待をもってゼミに入ってきてくれること

私たち



応募者 入る前にゼミに期待がもてて、その期待をゼミに入ってから満たしているような結果になること
* 期待がどれくらい満たされているか = 期待の充足度

両者にとって良いのは高い期待をもって
入った新しいゼミ生の期待を満たすことである

研究の目的

高い期待をもって入った新しいゼミ生の充足度を高めるために、

私たちゼミ生が応募者と最も関われる

説明会が有効ではないか？

- ①自分たちのゼミの「価値」を伝える
→ 応募者の高い期待へ
- ②ゼミについて正しく詳しく伝える
→ 入る前のイメージと現実が近づく
→ 充足度が高まる

①②を満たす最適な機会は説明会！！

研究の目的

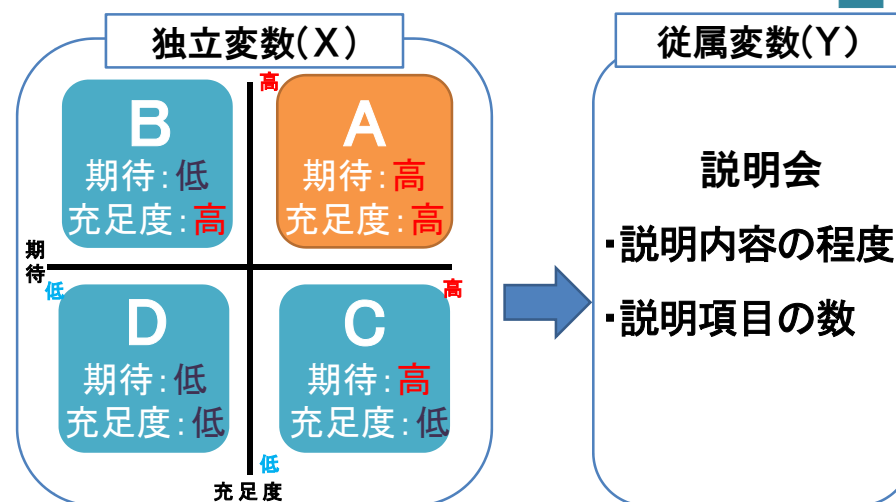
そこで

期待の充足度と説明会

の関係を探り、

よりよい説明会をめざしたい！

研究の枠組み



仮説の導出 III

期待が高く、その充足度が高いグループは
他のグループよりも

- H1: 説明会での説明項目の数が多い
- H2: 説明会での説明内容の程度が深い

9

仮説の導出 III

ゼミの説明会に関する先行研究がなかったため、
企業の説明会の先行研究に注目！

「採用に関して企業がなすべきことの中には、企業情報
や求める人材像について実態に即したリアルな情報をイ
ンターネット等で発信、企業説明会で伝えるよう心がける
必要がある」(岩崎・西久保, 2012)



10

仮説の導出 III

企業説明会で
リアルな情報を伝える手段 = **RJP**
RJP (Realistic Job Preview)とは
「組織や職務に関する現実を入社希望者に伝達し、期待
と現実の差異を少なくする試みである。」

(寺畑, 2009)

→ **RJP**は

期待とその充足度につながる！

企業説明会で行われているRJPを
ゼミの説明会でも活かせるのでは？

11

仮説の導出 III

《RJPの効果》

①ワクチン効果

入る前の過剰な期待を抑制し、
入った後の失望・幻滅感を和らげ
る。

②スクリーニング効果

十分な情報をもつことは所属組織の
自己選択ができる。

③コミットメント効果

組織の誠実さを感じさせ、組織に
対する愛着や帰属意識を高める。

④役割明確化効果

入った後の役割期待を明確化する。
これにより 新たな組織への対応が
より効率化する。

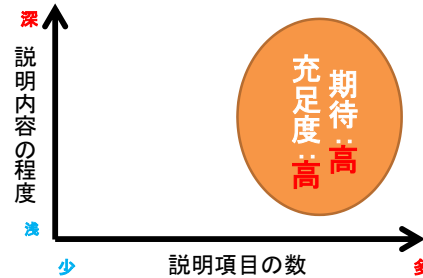
(堀田, 2007)

12

仮説の導出 H1 III

十分な情報を応募者に持つてもらうためには

①説明する項目数が多い必要がある

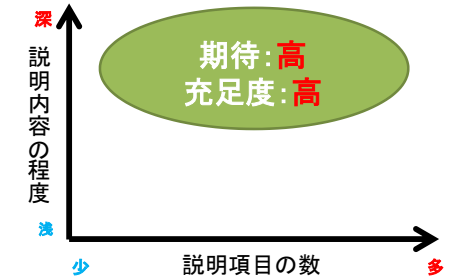


H1:期待が高く、その充足度が高いグループは、他のグループよりも説明会での説明項目の数が多い

仮説の導出 H2 III

十分な情報を応募者に持つてもらうためには

②1つ1つの説明内容の程度が深い必要がある



H2:期待が高く、その充足度が高いグループは、他のグループよりも説明会での説明内容の程度が深い

調査方法 IV

webを用いたアンケート調査を実施

対象	首都大学東京 経営学系ゼミ所属
規模	91人 (男子54人 女子37人) (3年生56人 4年生35人)
調査期間	2014年8月～9月

独立変数(タイプ分け)の説明 V

期待の充足度に関する質問

Q1.ゼミに入る前、以下の項目の期待度はどうでしたか?

→期待(0～100点 20点刻みの6点尺度)

Q2.以下の項目はゼミに入ってみて実際にどうでしたか?

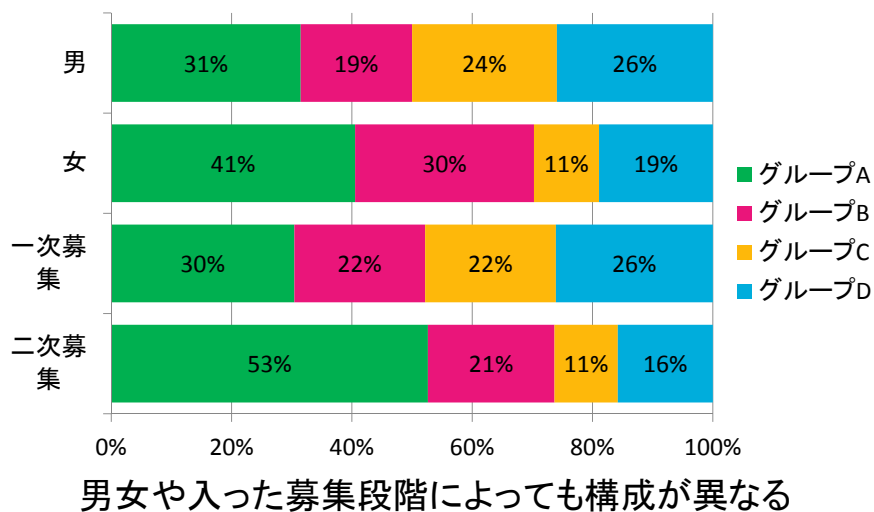
→充足度(1.かなり期待外れ⇔5.かなり期待以上 5点尺度)

- | | |
|---------------|----------------------|
| ①研究テーマ | ⑥同学年との関わり |
| ②勉強上の活動内容 | ⑦外部(他大生・社会人等)との交流 |
| ③勉強以外の活動内容 | ⑧専門知識を身につけること |
| ④先生との関係 | ⑨話す力や論理的思考力等を身につけること |
| ⑤上の代・下の代との関わり | |

以上9項目の質問の平均を2軸にプロット

分析結果 概要

VI



17

分析結果 概要

VI

Q.ゼミ選びにおいて以下の情報をどの程度参考にしたか

→参考度合(1.全く参考にしなかった⇔5.かなり参考にした 5段階)

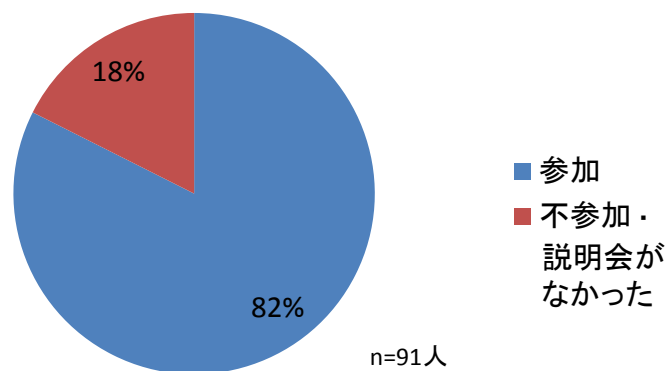
	質問項目	平均	標準偏差
1	友達からの情報	3.30	1.16
2	該当ゼミの先輩からの情報	3.56	1.41
3	その他の先輩からの情報	3.30	1.29
4	説明会での情報	4.29	0.87
5	授業内での先生からの情報	2.88	1.28
6	募集要項	4.18	0.94

18

分析結果 概要

VI

説明会に参加しましたか？



参加者は8割超え！

19

分析結果 H1

VI

H1:期待が高く、その充足度が高いグループは、

他のグループよりも

説明会での説明項目の数が多い

検証

20

分析結果 H1



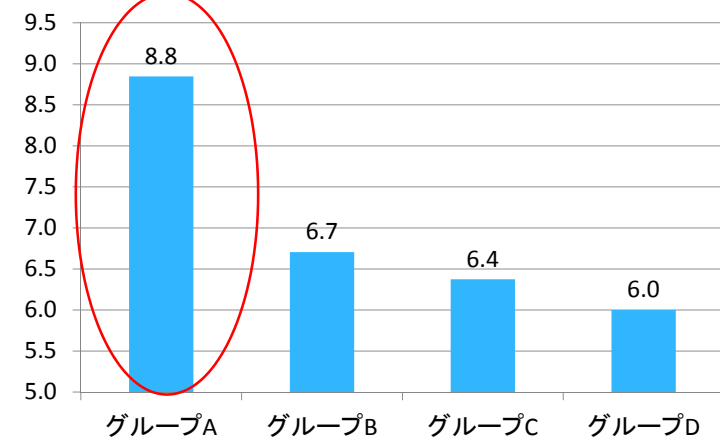
Q.現在所属しているゼミの説明会で聞いた項目は？
(複数回答可)

質問項目	平均			
		8	ゼミ中に求められること	0.52
1 選考方法	0.59	9	単位の取りやすさ	0.04
2 選抜の課題	0.55	10	ゼミ生や先生の紹介	0.59
3 研究テーマ	0.88	11	同学年との関わり	0.20
4 勉強上の活動内容	0.88	12	上の代・下の代との関わり	0.27
5 勉強以外の活動内容	0.76	13	外部(他大生・社会人等)との交流	0.37
6 卒論の有無	0.49	14	ゼミの活動量	0.45
7 ゼミ生に身につけて欲しい力	0.48	15	就活で役立ったこと	0.12

分析結果 H1



グループ別聞いた項目数の平均



グループAは項目数の平均が高い→**仮説1支持**

分析結果 H2



H2:期待が高く、その充足度が高いグループは、

他のグループよりも

説明会での**説明内容の程度が深い**

検証

分析結果 H2



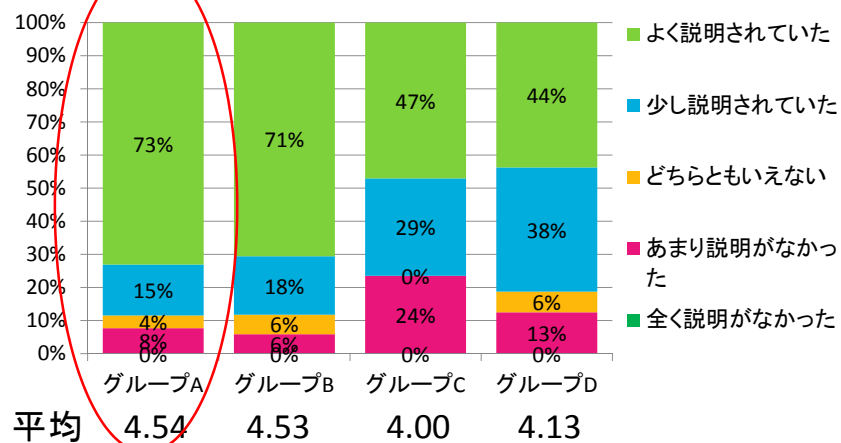
Q.説明会で以下の内容はどの程度説明されていたか？
→説明の程度(1.全く説明なし⇔5.よく説明されていた 5点尺度)

	質問項目	平均	標準偏差
1	勉強上の活動内容	4.17	1.30
2	勉強以外の活動内容	3.85	1.30
3	人間関係	3.15	1.37
4	活動量	3.59	1.30

分析結果 H2

VI

勉強上の活動内容



分析結果 H2

VI

勉強以外の活動内容



分析結果 H2

VI

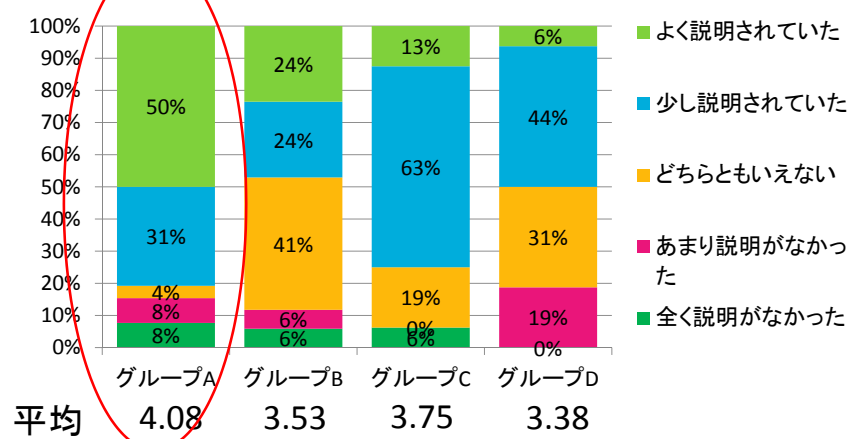
人間関係



分析結果 H2

VI

活動量



分析結果 H2

VI

グループAは他のグループよりも、全ての内容について、「よく説明されていた」と答えた人の割合が高い

＝説明会での**説明内容の程度が深い**

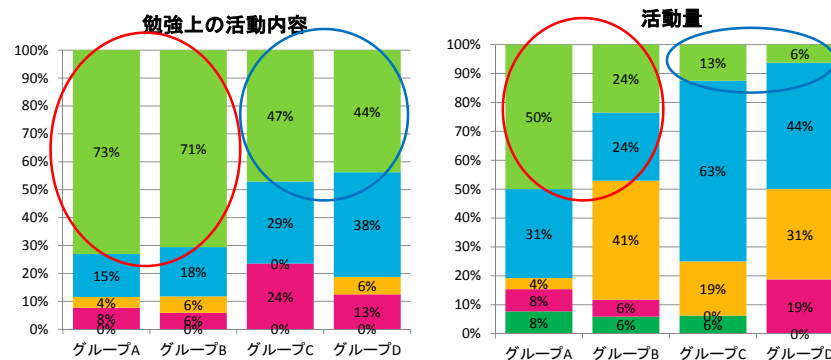
→**仮説2支持**

29

分析結果 H2

VI

①充足度が高いグループ(A,B)に注目！
「勉強上の活動内容」「活動量」は「よく説明されていた」と答えた人の割合がC,Dよりも高い。



30

分析結果 H2

VI

なぜ差が生じたのか？

《RJPIに関する論文》

応募者がもっとリアルに知りたいのは、組織に
内在的な要因

(＝外部者にとって抽象的にならざるを得ない内容)
である(金井, 1994)

つまり、応募者はイメージしづらい内容を知りたがっている！

「勉強上の活動内容」「活動量」はイメージしづらい内容！

「勉強以外の活動内容」「人間関係」は一言で伝わりやすい

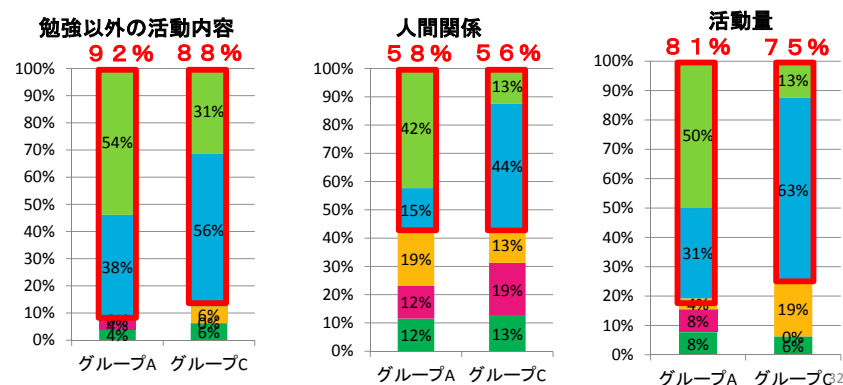
「勉強上の活動内容」「活動量」は一言では伝わりにくい

31

分析結果 H2

VI

②期待が高いグループ(A,C)に注目！
説明があった割合は同程度にも関わらず、「よく説明されていた」割合が大きく異なる



32

分析結果 H2

VI

Aは充足度が高く、Cは充足度が低いという違いはどこから生じるのか？

①ワクチン効果

入る前の過剰な期待を抑制し、入った後の失望・幻滅感を和らげる。

②スクリーニング効果

十分な情報をもつことにより自ら組織との適合性を判断したうえでその組織に所属するか自己選択できる。

③コミットメント効果

組織の誠実さを感じさせ、組織に対する愛着や帰属意識を高める。

④役割明確化効果

入った後の役割期待を明確化する。これにより 新たな組織への対応がより効率化する。

(堀田, 2007)

33

分析結果 H2

VI

Aは充足度が高く、Cは充足度が低いという違いはどこから生じるのか？

考察

グループA:よく説明されていた→RJPが機能

適切な高い期待→充足度の向上へ

グループC:少し説明されていた→RJPが機能せず

過剰期待→充足度の低下へ

34

まとめ

VII

H1:期待が高く、その充足度が高いグループは他のグループよりも説明会での説明項目の数が多い →支持

H2:期待が高く、その充足度が高いグループは他のグループよりも説明会での説明内容の程度が深い →支持

35

まとめ

VII

- 充足度が高いグループでは、充足度が低いグループよりも「勉強上の活動内容」「活動量」は「よく説明されていた」と答えた人の割合が高い。
- 期待が高いグループの中で、充足度が高いグループは「よく説明されていた」と答えた人の割合が高い
- 期待が高いグループの中で、充足度が低いグループは「少し説明されていた」と答えた人の割合が高い。

36

まとめ

VII

①説明会では

- **説明項目の数の多さ**
- **説明内容の程度の深さ**

のどちらも重要。

②過剰期待を防ぐために説明した項目については程度を深くすることが重要

③説明項目としては、応募者がイメージしづらい「**勉強上の活動内容**」や「**活動量**」が大事。

37

研究の意義

VIII

- 今まで研究されたことのなかったゼミの説明会に焦点をあてた研究を行ったこと
- ゼミの説明会でもRJPを用いることができたこと

調査の限界

- 選抜の中で説明会以外の要素を検証できなかったこと
- 説明会における具体的な説明項目がいくつがいいのか分からなかったこと

38

参考文献

IX

- 開本浩矢(2005)「成果主義導入における従業員の公正感と行動変化」『日本労働研究雑誌』No. 543, pp.64-74.
- 堀田聡子(2007)「採用時点におけるミスマッチを軽減する採用のあり方—RJPを手がかりとして」『日本労働研究雑誌』No.567, pp.60-75.
- 岩崎暁・西久保日出夫(2012)「大学新卒者採用における「求める人材像」の業種別傾向に関する研究: 企業ウェブサイトの発信メッセージ分析を通して」『コミュニケーション科学』No.35, pp.179-207.
- 金井壽宏(1994)「エントリー・マネジメントと日本企業のRJP指向性: 先行研究のレビューと予備的実証研究」『研究年報. 経営学・会計学・商学』Vol40, pp.1-66.
- 寺畑正英(2009)「若年層における継続就業の要因」『経営論集』No.74, pp.213-219.

39

ご清聴ありがとう

ございました!



40