

ISHIKI
999999 100x99 WORLD 1-1 TIME

意識が高くて
なんだろなあ

「意識が高い」研究所
栗原 高橋 藤村 永澤

nishimura lab

目次

- I 導入
- II 研究の流れ
- III STAGE1—予備調査
 - 本調査
 - 因子分析・結果
 - まとめ
- IV STAGE2—研究枠組み
 - 仮説の導出
 - 重回帰分析・仮説の検証
 - 考察・まとめ
- V STAGE3—「意識が高い」4タイプ
 - 「意識が高い」4タイプの評価・考察
 - まとめ
- VI インプリケーション
- VII 本研究の限界
- VIII 付表
- IX 参考文献

I. 導入

Q.大学生の考える
「意識が高い」とは？

I. 導入

例えば友達グループで…

今週末
5時間しか
TOEIC勉強
してないんだ



意識が高い
人だなあ

(出典: <http://www.photo-ac.com/>)

※あくまでも一例です

I. 導入

例えばインターンの懇親会で…

※あくまでも一例です

今の世の中は
圧倒的に
クリエィティブ

うわ～
意識が高い
人だ！



(出典: <http://www.photo-ac.com/>)

I. 導入

Q.一般的な「意識が高い」とは？

「ある事柄に対して強く意識している。ある理念をよく理解している。」(大辞林より)

→大学生の使う「意識が高い」とは、用途が違
うように感じる。

I. 導入



→同じ「意識が高い」という言葉でも、大学生の間では

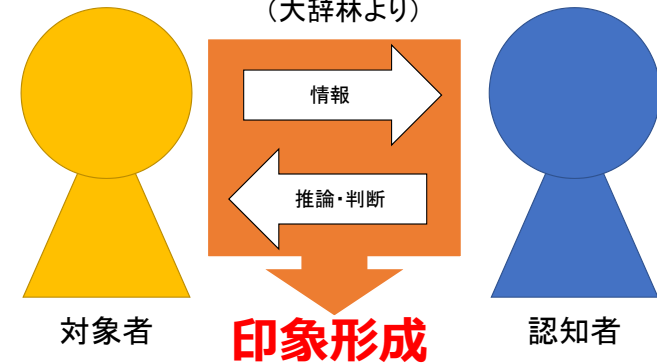
- ①一般的な「意識が高い」とは違う意味
- ②どんな場面、どんな人が考えるかで違う「意識が高い」がある
- ③その「意識が高い」人に対する評価も、例1と例2では違うものという、3つの相違がある！

5

I. 導入

人が他者を「この人は、このような人物だ」と理解し、把握することを**対人認知**という。

(大辞林より)



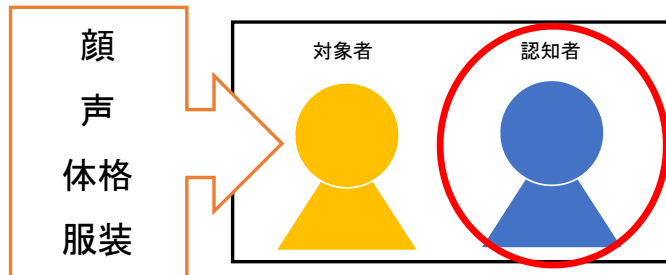
6

I. 導入 先行研究

印象形成における手がかり優位性に関する研究(廣兼・吉田, 1984)

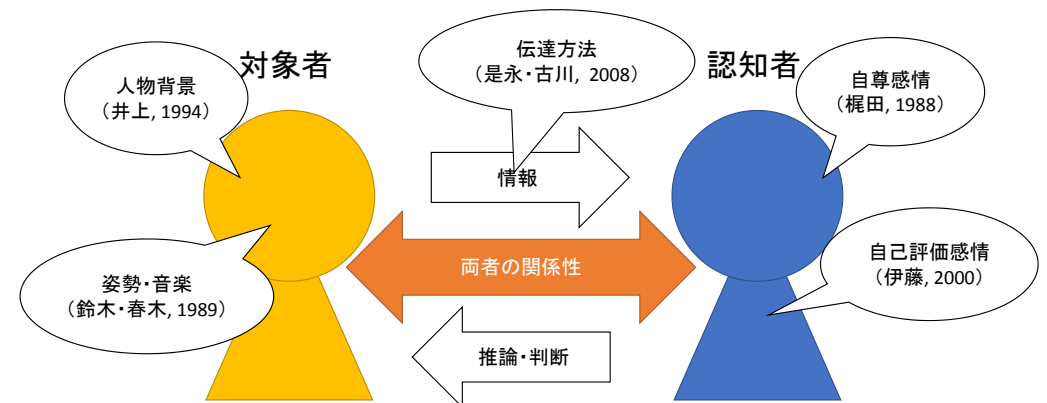
人が他者のパーソナリティを判断する際に、認知者が対象者の**どの特徴を手がかりとして重要に感じるか**という研究。

この研究の過程で、認知者の個人差が大きく存在することが推測された。



7

I. 導入 先行研究

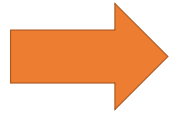


8

I. 導入 先行研究

Robert Bolesław Zajonc(1968)より **「ザイオンス効果」**

同じ人や物に接する回数が増えるほど、その対象に対して好印象を持つようになる効果



**「意識が高い」人との接触頻度によって、
印象が変化しているのかもしれない！**

9

疑問点のまとめ

- ①一般的に定義された「意識が高い」と大学生の考える「意識が高い」の意味には違いがある
→**では、どういう意味なのか？**
- ②大学生の思い浮かべる「意識が高い」人は、目撃する人・状況・場によって異なる
→**何によって、どうして異なるのか？**
- ③「意識が高い」人に対する評価には差がある
→**どのように、どうして異なるのか？**

10

II. 研究の流れ

STAGE1

「意識が高い」
人を構成する
要素を見つける

一般的に定義された「意識が高い」と異なる、**大学生の「意識が高い」**を構成する要素を探す。
→**疑問点①を明らかにする！**

11

II. 研究の流れ

STAGE2

その要素は
何に影響を受け
るのか

先行研究より、「**接触頻度**」に関する仮説を立て、**重回帰分析を用いた検証・考察**を行う。
→**疑問点②を明らかにする！**

12

Ⅱ. 研究の流れ

STAGE3

実際にどのような
「意識が高い」人が
いるのか？
どのように思われて
いるのか？

「意識が高い」人を構成する要素の度合いをもとに「意識が高い」人を数タイプに分類し、タイプ別に見た好感度から考察を行う。
→疑問点③を明らかにする！

13

Ⅲ. STAGE1 予備調査

対象	大学生・大学院生
規模	38人
調査期間	2015年10月2日～2015年10月4日
調査方法	Google formを利用したWEB回答、または用紙配布

14

Ⅲ. STAGE1 予備調査

積極的な	消極的な	いじっぱりな	素直な	楽天的な	悲観的な	人懐っこい	近づきがたい
感じの良い	感じの悪い	真面目な	不真面目な	活発な	おとなしい	自分勝手な	思いやりのある
にぎやかな	静かな	誠実な	不誠実な	美しい	みにくい	理性的な	感情的な
好きな	きらいな	おしゃべりな	無口な	かわいらしい	にくらしい	情熱的な	冷静な
明るい	暗い	親切的な	意地悪な	社交的な	非社交的な	信頼できる	信頼できない
清潔な	不潔な	しっかりした	頼りない	やわらかい	かたい	友好的な	非友好的な
大人っぽい	子供っぽい	ユーモアのある	ユーモアのない	健康的な	病的な	温厚な	怒りっぽい
あたたかい	つめたい	魅力のある	魅力のない	さっぱりした	しつこい	強調的な	妨害的な
頭の良い	頭の悪い	はでな	地味な	外向的な	内向的な	神経質な	神経質でない
ほがらかな	いんうつな	自身のある	自信のない	人の良い	人の悪い	雑な	こまやかな

林(1978)を基に作成

予備調査目的：人の特性を表す計80個の形容詞から
「意識が高い」人を構成する形容詞を探す

15

Ⅲ. STAGE1 予備調査結果

ポジティブな形容詞

まじめである
活発である
おしゃべりである
積極的である
明るい
情熱的である
社交的である
しっかりしている

ネガティブな形容詞

自信家である
誇張する(盛る)
口先だけである
プライドが高い
頑固である
人を見下す
神経質である

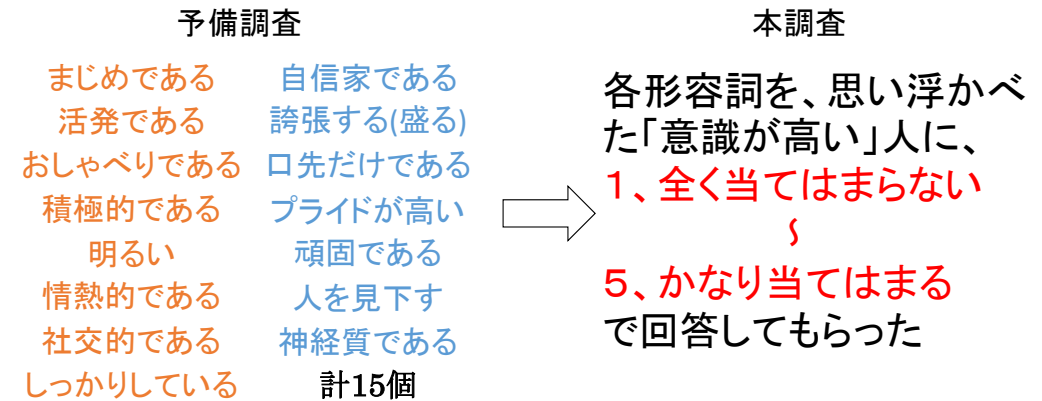
などの計15個の形容詞が「意識が高い」人を構成する形容詞としてあげられた。

Ⅲ. STAGE1 本調査

対象	大学生・大学院生
規模	178人(男87,女91)
調査期間	2015年10月15日～2015年10月20日
調査方法	Google formを利用したWEB回答、または用紙配布

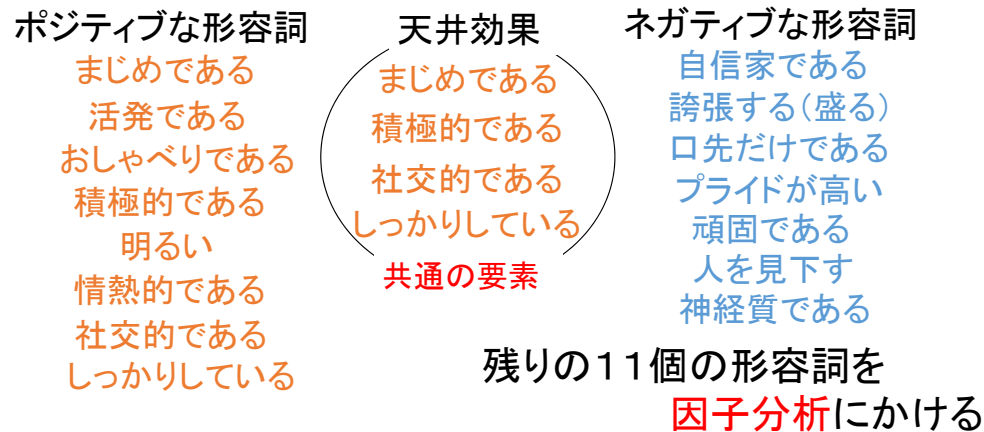
17

Ⅲ. STAGE1 本調査



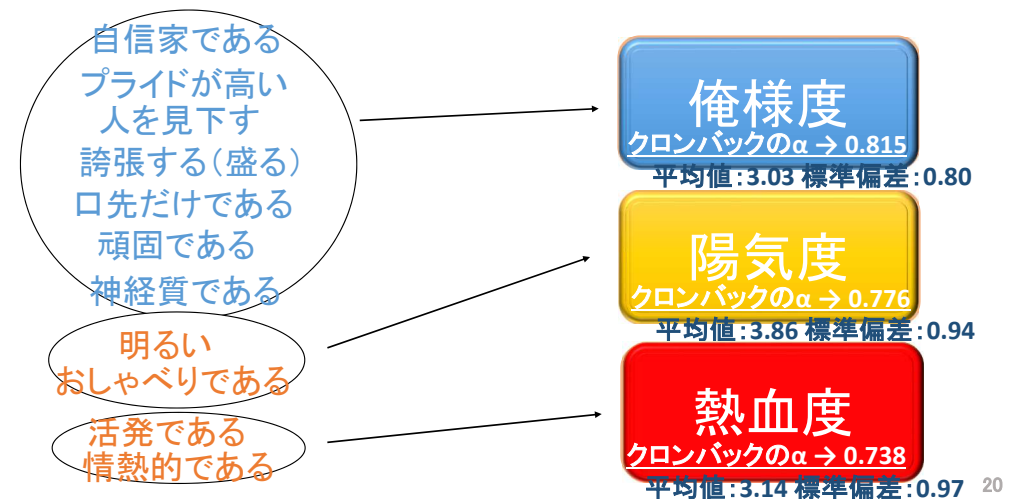
18

Ⅲ. STAGE1 本調査結果



19

Ⅲ. STAGE1 因子分析結果



20

Ⅲ. STAGE1 まとめ

つまりSTAGE1では……

「意識が高い」人は

まじめ・しっかり

積極的・社交的という共通性

その上で

俺様度・陽気度・熱血度

という3つの要素を

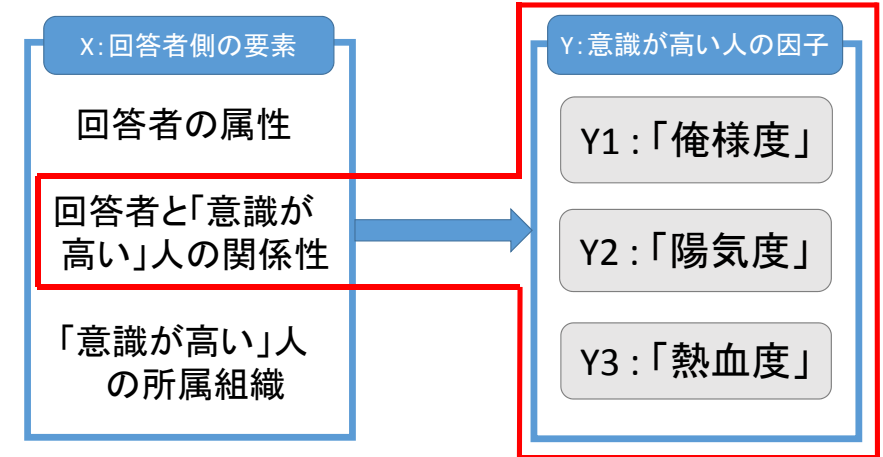
人によって違う度合い

で持つことが分かった。



21

Ⅳ. STAGE2 研究枠組み



22

Ⅳ. STAGE2 仮説の導出

Robert Bolesław Zajonc(1968)より「ザイオンズ効果」

同じ人や物に接する回数が増えるほど、その対象に対して好印象を持つようになる効果

H1: 回答者と「意識が高い」人の接触頻度が高いほど、俺様度の度合いは低くなる

H2: 回答者と「意識が高い」人の接触頻度が高いほど、陽気度の度合いは高くなる

H3: 回答者と「意識が高い」人の接触頻度が高いほど、熱血度の度合いは高くなる

23

Ⅳ. STAGE2 仮説の検証

有意水準を満たしたのは陽気度のみ

変数	俺様度		陽気度		熱血度	
	β (係数)	標準誤差	β (係数)	標準誤差	β (係数)	標準誤差
回答者学年	0.333 **	0.112	-0.034	0.137	0.012	0.145
回答者年齢	-0.152	0.088	0.033	0.108	0.071	0.114
ゼミダミー	-0.452 **	0.375	-0.030	0.490	-0.241	0.488
講義ダミー	-0.397 **	0.387	-0.254	0.475	-0.084	0.501
友達グループダミー	-0.205	0.363	-0.038	0.445	-0.413	0.472
アルバイトダミー	-0.239 **	0.420	0.034	0.516	-0.02	0.47
(サークル+部活)ダミー	-0.424 **	0.362	-0.008	0.444	-0.276	0.471
(学外組織+インターン)ダミー	-0.292 **	0.400	0.019	0.491	-0.087	0.52
組織規模	0.171 *	0.053	0.009	0.065	-0.096	0.069
年齢関係	-0.088	0.094	-0.069	0.116	-0.034	0.123
知り合い度	0.157	0.113	-0.083	0.139	-0.043	0.138
親密度	-0.374 ***	0.104	0.187	0.127	0.310**	0.113
接触頻度	0.054	0.054	-0.237 ***	0.066	-0.128	0.075
組織出席頻度	0.071	0.061	-0.097	0.075	0.024	0.079
回答者性別	-0.049	0.134	0.180	0.164	-0.09	0.174
意識が高い性別	-0.150 **	0.137	0.008 **	0.168	0.09	0.178
定数	5.587		3.837		2.41	
調整済みR ²	0.144		0.093		0.049	
F値	2.857***		2.128***		1.573	

*0.05<p<0.10, **0.01<p<0.05, ***p<0.01

モデルが成立しない

24

IV. STAGE2 仮説の検証結果

H1 棄却(有意水準を満たしてないため)

H2 逆の結果

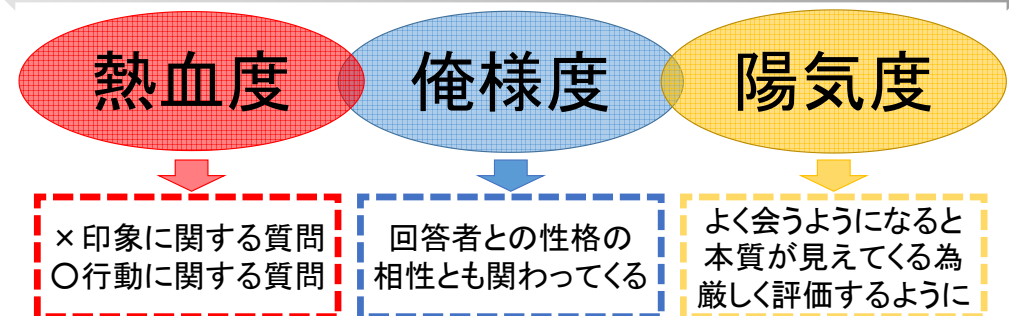
H3 棄却(熱血度のモデルが成立しないため)

25

IV. STAGE2 考察

接触頻度が多くなると
読み取れない
(内面的形容詞)

接触頻度が少なくても
読み取れる
(外面的形容詞)



26

ここで注目してほしい！！

変数	俺様度		陽気度		熱血度	
	β (係数)	標準誤差	β (係数)	標準誤差	β (係数)	標準誤差
回答者学年	0.333 **	0.112	-0.034	0.137	0.011	0.145
回答者年齢	-0.152	0.088	0.033	0.108	0.071	0.114
ゼミダミー	-0.452 **	0.375	-0.030	0.490	-0.241	0.488
講義ダミー	-0.453 **	0.387	-0.254	0.475	-0.084	0.501
友達グループダミー	-0.205	0.363	-0.038	0.445	-0.413	0.471
アルバイトダミー	-0.239 **	0.420	0.034	0.516	-0.02	0.577
(サークル+部活)ダミー	-0.240 **	0.362	-0.008	0.444	-0.276	0.571
(学外組織+インターン)ダミー	-0.241 **	0.400	0.019	0.491	-0.087	0.52
組織規模	0.171 *	0.053	0.009	0.065	-0.096	0.069
年齢関係	-0.088	0.094	-0.069	0.116	-0.034	0.123
知り合い度	0.157	0.113	-0.088	0.139	-0.043	0.138
親密度	-0.374 ***	0.104	0.181	0.127	0.310**	0.131
接触頻度	0.054	0.054	-0.237 ***	0.066	-0.128	0.076
組織出席頻度	0.071	0.061	-0.097	0.075	0.024	0.079
回答者性別	-0.049	0.134	0.180	0.164	-0.09	0.174
意識が高い性別	-0.150 **	0.137	0.008 **	0.168	0.02	0.178
定数	5.587		3.837		2.571	
調整済みR ²	0.144		0.093		0.049	
F値	2.857***		2.128***		1.673	

*0.05<p<0.10, **0.01<p<0.05, ***p<0.01

27

IV. STAGE2 考察

※
組織の種類

組織の規模

親密度

接触頻度

俺様度

陽気度

※ゼミ、講義、アルバイト、(サークル+部活)、(学外組織+インターン)

28

IV. STAGE2 考察

① 組織の種類※ ⇒ 俺様度↓

ゼミ、サークル・部活動などの組織は成員の目的意識が近い人が集まっているため「プライドが高い」「人を見下しがち」といった印象は持ちにくくなる

※ゼミ、講義、アルバイト、(サークル+部活)、(学外組織+インターン)

② 組織の規模↑ ⇒ 俺様度↑

ある一人の「意識が高い」人が起こす行動は、組織の規模が大きくなるに連れて「自信がある」などの評価に繋がる

③ 親密度↑ ⇒ 俺様度↓

心理的な距離が近くなること、あるいは自分と同質性の高い人と親しくなることで「意識が高い」人に対して、ポジティブな印象を持つ

④ 接触頻度↑ ⇒ 陽気度↓

接触頻度が低い相手に対してはざっくりとした評価を行うが、接触頻度が高くなるにつれて相手の本質が見え、より厳しい評価をするようになる

IV. STAGE2 考察

「接触頻度」はどれくらい影響しているのか？

意識が高い人を構成する要素のうち、

「俺様度」、「熱血度」には影響しない。

「陽気度」は、接触頻度が上がるにつれて下がる。

本当に「意識が高い」人に影響する要素は何か？

組織の種類、組織の規模といった組織特性が「俺様度」に、

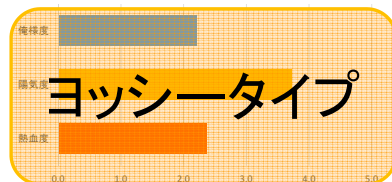
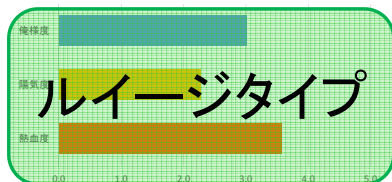
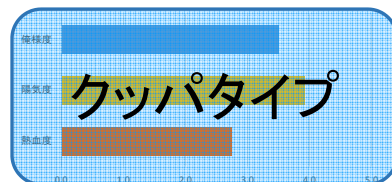
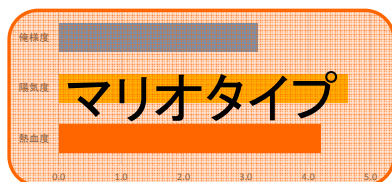
「意識が高い」人との親密度が「俺様度」、「陽気度」に

それぞれ影響を与えている。

30

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

クラスター分析の結果、意識が高い人は因子の含み度合によって4タイプに分かれた。



31

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

実際にはどのような「意識が高い」人がいるのか？

この4タイプを

「俺様度」「陽気度」「熱血度」の度合いから、

因子が含んでいる形容詞を参考にして、

各タイプがどのような人なのかを考察した。

32

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

図鑑No.1: マリオタイプ



(出典: <http://www.nintendo.co.jp/>)



■生息地：アルバイト先、部活、サークル等

<考察>

おしゃべりで明るく、コミュニケーションが得意。物事に対して活発に取り組むタイプだが、情熱的になりすぎるあまり、つい自己主張が強くなってしまうことも。

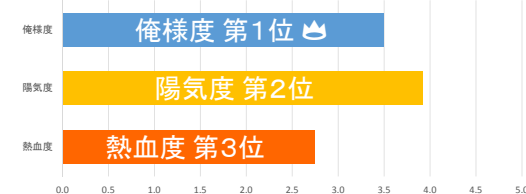
33

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

図鑑No.2: クッパタイプ



(出典: <http://www.nintendo.co.jp/>)



■生息地：学外組織、友達グループ、サークル等

<考察>

プライドが高く、自分に自信があるタイプ。比較的明るく、口数も多いが、情熱的になることはあまりない。自信家であるため、少し頑固な一面も。

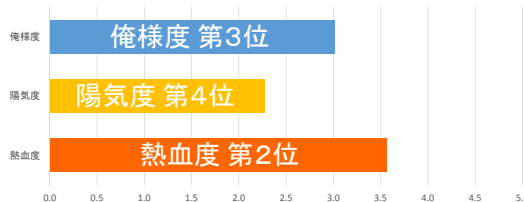
34

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

図鑑No.3: ルイージタイプ



(出典: <http://www.nintendo.co.jp/>)



■生息地：講義、サークル、アルバイト先等

<考察>

情熱的で感情を表に出すタイプ。物事に対して活発に取り組むが、あまり明るい印象は受けない。

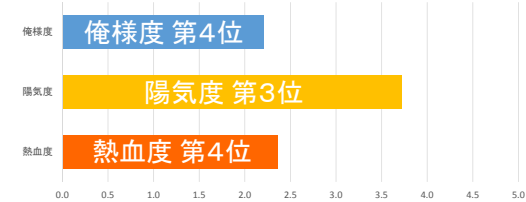
35

V. STAGE3 「意識が高い」4タイプ

図鑑No.4: ヨッシータイプ



(出典: <http://www.nintendo.co.jp/>)



■生息地：インターンシップ先、ゼミ、部活等

<考察>

謙虚で、自分の成果を自慢することは殆どない。どちらかというと口数は多く、明るい、自分の感情を表に出すことはあまりない。

36

V. STAGE3 「意識が高い」タイプの評価

実際にはどのように評価されているのか？

各タイプがどのような評価をされているのかを測るため、「想定した意識が高い人に対する好感度」を5点尺度(嫌い～好き)で問う質問を行った。

(実際の質問)

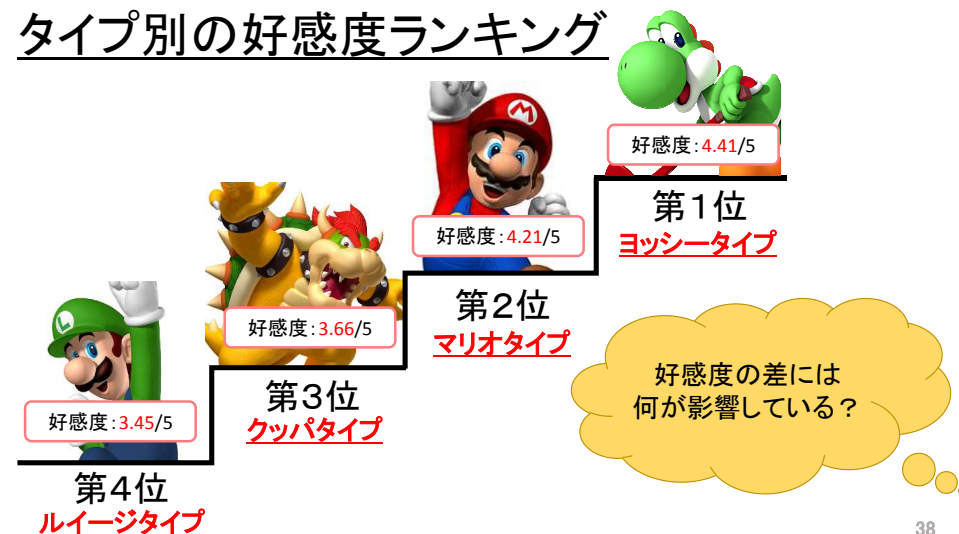
Q11. あなたは、その人に対してどのくらいの好感度を持っていますか

1. 嫌い 2. やや嫌い 3. どちらとも言えない 4. やや好き 5. 好き

⇒ 平均値：3.97 標準偏差：1.10

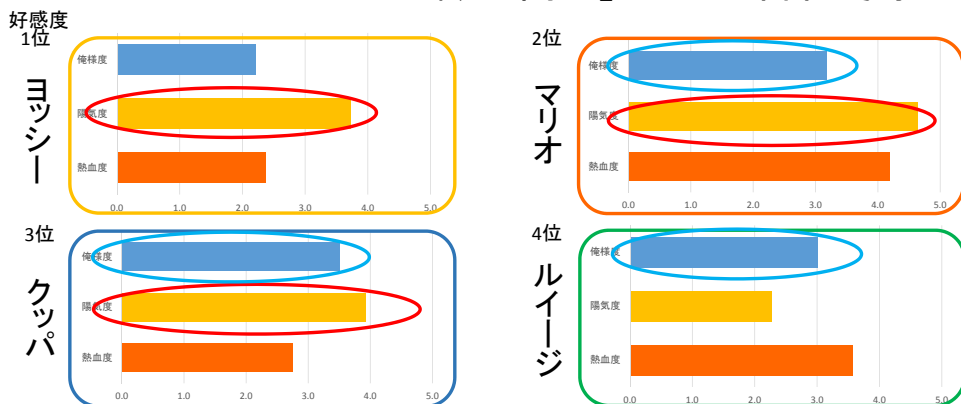
37

タイプ別の好感度ランキング



38

V. STAGE3 「意識が高い」タイプの評価考察



考察1:「陽気度」は好感度にプラスの影響を与える
考察2:「俺様度」は好感度にマイナスの影響を与える

39

V. STAGE3 まとめ

どのような「意識が高い」人がいるのか？

「意識が高い」人には、大まかに分けると

「マリオタイプ」「クッパタイプ」「ルイーダタイプ」「ヨッシータイプ」の人が存在する。

どのように評価されているのか？

好感度を評価の指標とすると、

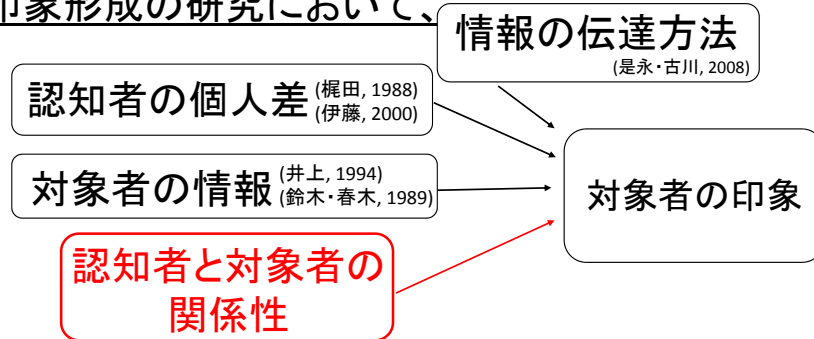
「陽気度」が高いとプラスに、

「俺様度」が高いとマイナスに評価されていると考察できる。

40

VI. インプリケーション 研究面

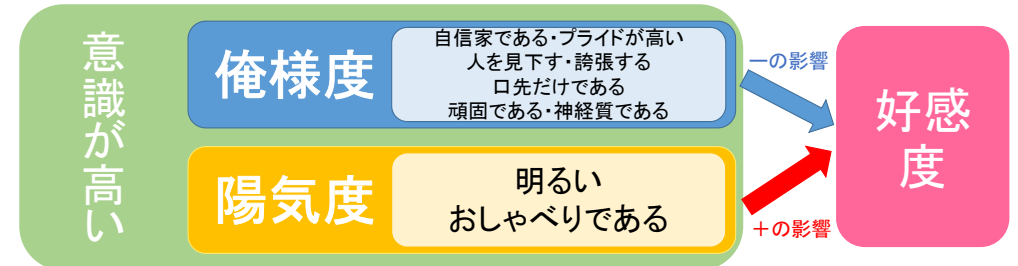
印象形成の研究において、



41

VI. インプリケーション 実務面

これから就職活動を迎えるあなたへ...



本研究における、好感度に影響を与える形容詞(性格)は以上の通り
⇒ みんなに好かれる「意識が高い」人になる方法が示された！

42

VII. 本研究の限界



(出典: <http://www.nintendo.co.jp/>)

① 先行研究の検証が不十分

質問票に含められる項目数との兼ね合いで、先行研究に関する質問項目を含められなかったため、先行研究が「意識が高い」印象形成に関してどのように差をもたらすか検証ができなかった。

② 「意識が高い」人に関する情報が不足

意識が高い人の能力や行動に関する質問項目を設けられなかったため、あくまでも「印象」レベルでの検証になっている。

今後の研究では、「意識が高い」人の実際の能力や行動に対してどのような評価をしているのか、などの検証を行う必要がある。

43

VIII. 付表 使用した変数の記述統計

	N	平均値	標準偏差	Cronbachのα
回答者性別	178	1.5112	.50128	-
回答者学年	178	2.70	1.035	-
回答者年齢	178	20.43	1.339	-
想定者性別	178	1.34	.476	-
ゼミ	178	.180	.3851	-
講義	178	.157	.3651	-
友達グループ	178	.208	.4069	-
アルバイト	178	.051	.2197	-
サークル+部活	178	.2865	.45341	-
学外組織+インターン	178	.0899	.28683	-
組織規模	178	2.31	1.358	-
組織出席頻度	178	2.16	1.085	-
年齢関係	177	1.82	.667	-
知り合い度	178	2.87	.762	-
親密度	178	2.92	.867	-
接触頻度	178	3.57	1.144	-
好感度	178	3.97	1.099	-
俺様度	178	3.0329	.79166	.815
陽気度	178	3.8624	.93844	.776
熱血度	178	3.1433	.97308	.738

Cronbachのαとは

信頼性の指標になる係数のひとつで、心理尺度に使われた項目の回答にどの程度一貫性があるかを示す。

通常、0.7～0.8以上であれば一貫性があるとされている

※「俺様度」「陽気度」「熱血度」は合成変数

44

Ⅷ. 付表 使用した変数の相関表

No.	変数名	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	回答者性別																			
2	回答者学年	-.168*																		
3	回答者年齢	-.209**	.848**																	
4	想定者性別	.374**	-.052	-.089																
5	ゼミ	-.011	.223**	.190*	-.061															
6	講義	.268**	-.262**	-.265**	.013	-.202**														
7	友達グループ	-.053	-.064	-.029	.068	-.240**	-.221**													
8	アルバイト	-.031	-.156*	-.189*	.103	.108	.100	-.118												
9	サークル+部	-.101	.078	.132	-.039	-.297**	-.274**	-.325**	-.146											
10	学外組織+インターン	-.164*	.149*	.105	-.144	-.147	-.136	-.161*	-.073	-.199**										
11	組織規模	.011	-.149*	-.071	-.142	-.238**	.082	-.416**	.003	.468**	.087									
12	組織出席頻度	-.154*	.160*	.100	-.065	-.111	-.279**	.115	-.106	.065	.280**	.007								
13	年齢関係	-.162*	.109	.303**	.033	-.071	-.003	.098	-.092	.079	-.033	-.011	.055							
14	知り合い度	.063	.156*	.134	.128	-.109	-.309**	.255**	-.027	.227**	-.203**	-.177*	-.042	.099						
15	親密度	-.024	.112	.131	.230**	-.127	-.389**	.335**	.021	.158*	-.131	-.181*	-.046	.078	.728**					
16	接触頻度	-.051	.119	.086	-.041	.188*	.121	.046	-.026	-.220**	-.020	-.197**	-.312**	-.013	.024	.017				
17	好感度	.144	-.004	.037	.238**	.028	-.240**	.167*	.077	.019	-.080	-.133	-.047	.026	.406**	.644**	.024			
18	俺様度	-.108	.165*	.082	-.223**	-.075	-.035	.021	-.093	.034	.079	.114	.176*	-.096	-.066	-.222**	-.004	-.498**		
19	陽気度	.132	-.020	-.018	.125	-.025	-.225**	.016	.089	.106	.004	.034	.017	-.094	.104	.181*	-.252**	.209**	.121	
20	熱血度	-.058	.077	.070	.064	-.047	-.048	-.097	.111	.015	.075	-.043	.031	-.011	.110	.211**	-.112	.094	.159*	.135

表中の数値はPearsonの相関係数 ※有意確率: **1%水準有意, *5%水準有意

Ⅸ. 参考文献

- Robert Bolesław Zajonc(1968)“Attitudinal effects of mere exposure” *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.9, No.2 Part.2 pp.1-27.
- 伊藤美加(2000)「自己評価感情における個人差が印象形成課題に及ぼす影響」『日本教育心理学会総会発表論文集』Vol.42, pp.664.
- 井上佳朗(1994)「対人印象に及ぼす背景の効果」『鹿児島大学法文学部紀要(人文学科論集)』Vol.40, pp.1-32.
- 梶田叡一(1988)『自己意識の心理学』東京大学出版会.
- 是永崇・古川雅文(2008)「情報の提示方法が印象形成に及ぼす影響—映像情報と文字情報の比較—」『学校教育研究』Vol.20, pp.19-29.
- 鈴木晶夫・春木豊(1989)「姿勢の研究—姿勢と音楽が意識性に及ぼす影響—」『早稲田大学 人間科学研究』Vol.2, No.1 pp.75-81.
- 林文俊(1978)「対人認知構造の基本次元についての一考察」『名古屋大学教育学部紀要. 教育心理学科』Vol.25, pp.233-247.
- 廣兼孝信・吉田寿夫(1984)「印象形成における手がかりの優位性に関する研究実験」『社会心理学研究』Vol.23, No.4 pp.117-124.

