

企業の特徴がエントリーシートの記入内容に与える影響； その場の規範への同調と逸脱

中尾理恵*・石井徹**

How do we adjust our requests to the desired ability and the norms in the room we would be interviewed?

Rie NAKAO, Tooru ISHII

要旨

本研究では大学生にとって動機付けの高い就職活動の場面を用いて、自己呈示方略の使い分けについて検討した。エントリーするいくつかの部門に提出するエントリーシートに記入する際、我々は部門やその場の規範によって呈示したい自己のイメージや呈示する程度を変化させるといふ仮説のもとに調査を行なった。その結果、エントリーする部門によって呈示したい自己のイメージは異なっていた。また呈示する内容によってはその場の規範にただ従っているのではないことが明らかになった。これらの結果は、我々は相手の求めるものに応じて、かつその場の規範も考え合わせて自己を呈示していること、さらに、呈示したい内容との関わりにおいても柔軟に対応していることを示した。

キーワード：エントリーシート，自己呈示，同調と逸脱，規範，調節

abstract

The purpose of this research is to reveal how students present themselves in their job applications according to their own requests and their reading of the situation in which they will be interviewed. We hypothesized that applicants would adjust their requests to the desired ability and the norm in the place and present them. Our results confirmed this hypothesis. This study showed once more that situation ethics exist in our society.

keywords: job application, self-presentation, conformity and deviation, norm, adjustment

*2013年度島根大学法文学部社会文化学科卒業生，**島根大学法文学部社会文化学科

序論

社会心理学において1980年代から盛んになった印象管理 (impression management)、あるいは自己呈示 (self-presentation) の研究 (e.g. Tedeschi, 1981) は、他者や集団あるいは規範などの、主に我々が影響を受ける対象に対するそれまでの研究から、他者に対して自己を呈示する戦略の研究へと、視点の転換を提案する試みであった。すなわち前者ではどんな人でも特定の条件下ではしかるべく影響を受けるという視点で探求が進められた。それに対して、後者ではどんな場面でも人は自己高揚呈示あるいは自己卑下呈示をする、両者の違いは文化の違いを反映するようだ、といった視点から研究が始まった。しかし後者の流れはたちまち、時々の動機に基づいた戦略的な自己呈示、つまり自己開示の研究へと焦点が移り、自己開示の程度と状況要因との関連が問われることになった。以下に述べるように本研究はこの流れをさらに進め、その場の規範構造との関連において自己呈示の内容が変化する際の規則性を明らかにしようとした。先に述べた2つの視点を融合しようとする一つの試みである。

我々は日々、たくさんの他者に様々な方法で接しながら生活をしている。そのような他者への接し方の一つに自己呈示がある。自己呈示とは、自分の特性に関する他者の帰属を誘発あるいは形成する目的のために行われる行動であり、自己宣伝、取り入り、例示、懇願、威嚇などがある (Jones & Pittman, 1982)。

自己呈示についてはさまざまな研究が行われているが、その中で日本文化には自己卑下呈示を望ましいとする文化的な規範が存在することが明らかにされてきた (吉田・浦, 2002)。すなわち日本文化の中では、自己卑下

的な振る舞いをするのは相手に好印象を与えると考えられる。例えば村本・山口 (1994) は、欧米の多くの研究で実証されてきた、帰属のセルフサービングバイアス (self-serving bias；個人が自分の成功を内的要因に、失敗を外的要因に帰属する傾向) が、日本において見出されないことに着目した。そしてハワイでは自らの成功体験を自己卑下的に帰属することは、リーダーシップに欠けるというネガティブな評価を受けたのに対して、日本では自己高揚的な帰属を行うよりも他者から好意的な評価を受けるとの傾向があることを示した。

先行研究が示すように、確かに自己卑下呈示が受け手にポジティブな印象を与えることは経験的に納得がいく。しかし、自己卑下呈示をすることが常に受け手にポジティブな印象を形成させるだろうか。もしそうなら、我々は対人場面において常に自己卑下呈示をすればよいことになる。しかし例えば実際には、過剰な自己卑下呈示は受け手に「卑屈な人」などというネガティブな印象を形成させることもある。

これまでの、日本では自己卑下的な振る舞いを望ましいものとみなすという見解の一方で、吉田・浦 (2003) は日本人大学生が自己卑下呈示よりも自己高揚呈示をより望ましい呈示規範として内在化していることを明らかにした。吉田ら (2003) は、現代の日本人大学生は幼いころから欧米式の考え方や呈示様式に触れる機会が多く、成人と比較して欧米文化の影響を強く受けていると指摘している。また稲富・山口 (2004) は、賞賛に対する反応としての自己卑下呈示は、謝辞を述べるよりも常に低い印象を受け手に与えていたという結果を示した。この結果は、従来の研究から導かれた「文化的な自己呈示規範によって、自己卑下呈示はポジティブな印象を与える」

という知見とは相容れない。これらの結果からは、個々の自己卑下呈示は状況要因の影響を受けやすく、ネガティブな印象を与える可能性も十分想定できる呈示方略（稲富・山口，2004）と言いうる。

一方、中村（1986）は自己開示について注目すべき見解を示唆した。中村（1986）は、自己卑下的自己開示の割合が多くなるにつれて、対人魅力が直線的に増加するのではないことを示した。つまり、一貫して自己高揚的あるいは自己卑下的自己開示をする人物よりも、自己高揚的自己開示と自己卑下的自己開示の両方を使って自己開示をする人物の方が、より魅力が高いことが明らかになった（中村，1986）。このことは自己卑下を望ましいとする日本文化的な規範とは矛盾しており、より複雑な自己呈示方略が受け手の印象に影響を及ぼしていると考えられる。

これに関連して稲富（2004）は自己卑下、自己高揚を二分法で捉えるのではなく連続量として捉える「卑下度－高揚度」の視点を導入、中村（1986）と同様に「適切な卑下度－高揚度」の範囲が見出され、ある点を頂点とする逆U字の曲線が得られることを明らかにした。さらに稲富（2004）は、ある状況における適切な対人行動は目下の社会的文脈に大きく影響を受けることを指摘し、自己卑下適切状況と自己高揚適切状況の2つのシナリオを用いて調査を行なった。その結果、刺激人物の卑下度－高揚度と評価状況は好意度評価に影響を与えることが明らかになった。適切な卑下度－高揚度は評価状況によって変動する。これらは一律に自己卑下を望ましいとする日本文化的な規範とは矛盾しており、より詳細で状況に応じた自己呈示方略が受け手の印象に影響を及ぼすことを示している。

他方、自己呈示に関連するパーソナリティ

特性として注目されているセルフ・モニタリングについて、Snyder（1974）は、対人場面において他者の行動や周囲の状況を観察し、自らの自己呈示がその場に適切か否かを考慮して自己の行動を統制する傾向と考えた。同様に成田・松井（2009）は、自己呈示の動機・理由として、「自分をよく見せる」と「相手・周囲への配慮」の2つの側面を示した。「相手・周囲への配慮」ではその場の雰囲気や相手との関係を維持したり、周囲に迷惑をかけないようにするためという動機や理由を抱えていることを示した。

また、福島（1996）は大学生がもつ自己イメージを分類し、自己イメージのうち望ましいイメージほど強く呈示することを明らかにした。研究1では父親、母親、教師、友人、好意を持つ異性に対してどんなイメージを示したいかを自由記述させ、望ましい自己イメージをKJ法（川喜多，1986）を参考にして分類した。その結果、他者に示したい自己イメージは相手によってかなり異なることが明らかになった。さらにセルフ・モニタリング尺度などへの回答結果から、適切な自己呈示を実行する能力の高い人の方が低い人より呈示の素材となり得る自己イメージを多く報告することが示された。研究2では、研究1で見出された15個の自己イメージの中から対象人物ごとに望ましい自己イメージを5つ選ばせ、さらにそれぞれの呈示量を報告させた。その結果、選択された自己イメージが実際にもより多く呈示されていることが示された。ただし、この研究についてはいくつかの課題が残された。一つ目は調査協力者がすべて男子学生であったこと、二つ目は望ましい自己イメージの「その他」に含まれるものの割合が全体の2割から3割を占めていたことである。しかしそれでもなお、福島（1996）は、我々が日々

場面や相手によって自己呈示方略を柔軟に使い分けていることを示唆している。

本研究では我々がその場の規範にあった自己呈示を使い分けていることを、大学生にとって動機づけの高い就職活動を例にとって明らかにする。就職活動は自己の社会的な印象が重要な対人場面での自己呈示といえる。どのようにすれば効果的な自己呈示につながるかを考え、就職活動を見据えてどれだけ準備ができるか、そして企業側の特徴や求める人物像に沿う自己の側面を適切にモニタリングし、呈示できるかが重要になる。自己呈示と就職活動について、小島（2006）はエントリーシート（以下、ESと略記）を取り上げ、記入者の日常生活における依存行動の頻度の多さが、ESの記入を求められている内容によってはマイナスの影響をもたらす可能性（シートを読む人に対して良い印象を与えたい可能性）を示唆した。しかし、会社の特徴がESの記入内容に与える影響については未だ検証されていない。

我々が場面や相手によって自己呈示方略を柔軟に使い分けているならば、ESへの記入内容はその企業の特徴に沿った自己のイメージを呈示するものとなることが予測できる。

そこで本研究では、ある企業内の総務部門、新商品開発部門（以下、新商品部門と略記）、伝統文化継承部門（以下、伝統部門と略記）の3つの部門を設定し、それぞれの部門に対して呈示する自己のイメージと呈示の程度をどのように使い分けるのかを検討する。また自己を積極的に呈示するのをよしとする場面とよしとしない場面を設定し、それぞれの呈示規範に従うかどうかについても検討する。

仮説1 ある企業内の複数の部門に対するESの記述は、それぞれの部門の特

徴に合わせた記述になるだろう。

仮説2 積極的な呈示をよしとする場では、よしとしない場よりも常に自己主張するだろう。

方法

予備調査

福島（1996）の研究で得られた15個のイメージについて、女性を含む調査対象者に、提示した場面において示したい自己イメージの要素を回答してもらい、示したい自己イメージ要素の新たな項目を作成した。自己高揚適切状況の具体的な一例として新商品部門を、自己卑下適切状況の具体的な一例として伝統部門を便宜的に用いた。どちらにも属さない一例として総務部門を設定した。

調査協力者

女性を含む島根大学生251名を対象に質問紙調査を行った。このうち2名は回答不備により除外したため、呈示したい程度については249名（男性123名、女性116名、不明10名）を分析対象とした。学年は1回生142名、2回生62名、3回生20名、4回生14名、不明11名であった。呈示したい自己イメージについては回答のあった227名を分析対象とした。

課題場面

ある企業内の新商品部門と伝統部門と総務部門を設定し、それぞれの部門に提出するESに記入する場面を想定するよう求めた。新商品部門は今までにないまったく新しい商品を開発する部門であり、伝統部門は日本の老舗店と提携し商品を提供する部門、総務部門は事務作業や建物管理など、全社員の仕事を裏から支える部門である。質問紙は新商品部門、伝統部門、総務部門の順に構成されているものと、新商品部門と伝統部門の順を入れ替え

た構成のものを2種類用意した。各部門においてESに記入をする際、どのような自己イメージを示したいかを5行以内で自由に記述してもらった。そして各部門で、提示した部門に直接関わる内容について、直接関わらない内容について、全体として、のそれぞれについて「たいへん控えめにみせるべき」から「たいへん呈示すべき」までの5件法で回答を求めた。実施に際しては文中の「呈示」という表現は「アピール」と改めた。

評定

提示した部門がそれぞれ自己高揚適切状況、自己卑下適切状況として適切に操作されていることを確認するため、各条件特長点をそれぞれ算出して分散分析により比較し、操作チェックを行った。その結果、提示した部門に関わらない内容と全体としての2項目で新商品部門の方が伝統部門よりも呈示すべきと考えていることが明らかになった。提示した部門に関わる内容についても、新商品部門と伝統部門は同程度に呈示すべきと考えていた。これらの結果から新商品部門を自己高揚適切状況、伝統部門を自己卑下適切状況に設定したことは適切であったと判断した。また総務部門については高揚と卑下のどちらが適切な状況かを明確に判断することができなかったため本調査では練習課題として用いることにした。

望ましい自己イメージは、福島(1996)で得られた15個の望ましい自己イメージを基礎カテゴリーとし、このカテゴリーに当てはまらないと思われる項目については新たな項目を作った。その後さらに検討した結果、基礎カテゴリーの「まじめ」という項目の中の意味内容の記述にあった「あまりでしゃばらない」などについては新たに「目立たなさ」という項目を作った。最終的に自己イメージの

要素の項目は41項目になった。この41項目について3つの部門における総回答数を検討した。項目ごとの回答数は最小で0、最大で100であった。この分布から総回答数が10未満の項目を省き、残った24項目を用いて部門ごとに因子分析を行った結果、13個の示したい自己イメージの項目が得られた。加えて「でしゃばらない」、「おおらか」、「協調性がある」、「気配りができる」、「礼儀正しい」という控えめさを表す5つの自己イメージをフィルター項目として用い、全18項目で調査を行なうこととした。フィルター項目を用いた理由は、ESは本来自己を積極的に呈示するものであり、本来のままでは本調査で設定した自己卑下適切条件とは矛盾が生じる。この矛盾を解消するためである。

本調査

予備調査で得た示したい自己イメージのカテゴリーをもとに、呈示したい自己のイメージが部門間で異なるか検証する。また、積極的な呈示をよしとする高揚条件と積極的な呈示をよしとしない卑下条件を設定し、呈示規範によって呈示する程度が変化するかどうかもあわせて明らかにする。

実験計画

部門(新商品部門・伝統部門)と呈示規範(高揚・卑下)を独立変数とし、呈示度を従属変数とする二要因配置。

調査協力者

島根大学生107名(男性51名、女性56名)を対象に質問紙調査を行った。学年は1回生43名、2回生30名、3回生22名、4回生12名。

手続き

共通の練習課題としてまず前半で総務部門を提示し、後半で新商品部門と伝統部門のいずれかを提示した。どちらの条件においても高揚群と卑下群を設定し、計4種類の質問冊

子を作成した。

調査協力者には冊子の表紙において、企業に示す望ましい自分のイメージは何かを尋ねるための調査であることを伝えた。その下に学年、性別を問う欄を作りそれらに記入するよう求めた。

調査協力者に対して、予備調査で得られた13個の呈示したい自己イメージと、フィラー項目として設定した5つの自己イメージの合計18項目を示した。提示された2つの部門においてそれぞれ18個の呈示したい自己イメージについて「非常に控えめにみせるべき」から「非常に呈示すべき」までの7件法で回答を求めた。それ以外に呈示したい自己イメージがあれば自由に記述してもらい同様に7件法で回答を求めた。さらに、各部門において特に呈示した方がいいと思う項目を18項目の中から3つ選んでもらった。以下に調査で用いた呈示したい18個の自己イメージの項目を示す（表1）。

結果と考察

操作チェック

質問紙の前半の総務部門と、後半の新商品部門・伝統部門を合わせた部門別の2つに分けて分析した。まず総務部門について「明るい」から「まじめ」までの18項目の呈示度を算出し、部門（新商品部門・伝統部門）×呈

示規範（高揚・卑下）の二要因分散分析を行った。その結果、18項目すべてにおいて部門の主効果はみられなかった。呈示規範については9項目で主効果もしくは有意な傾向がみられた。9項目のうち8項目は高揚群の方が卑下群よりも呈示したいと答え、残りの「でしゃばらない」という項目では卑下群の方が高揚群よりも呈示したいと答えた。これは積極的な呈示をよしとする高揚群で「でしゃばらない」という比較的控えめな側面を呈示する際、でしゃばらないということを極力呈示した結果、卑下群よりも呈示度が低くなったと考えられる。部門と呈示規範の交互作用については6項目で有意もしくは有意な傾向がみられた。

同じく後半の部門別のデータを用いて同様に二要因分散分析を行った結果、14項目で部門の主効果がみられた。また10項目で呈示規範の主効果もしくは有意な傾向がみられ、10項目すべてにおいて高揚群の方が卑下群よりも呈示したいと答えた。部門と呈示規範の交互作用は3項目で有意もしくは有意な傾向がみられた。これらの結果から、部門と呈示規範の操作はともに成功したと考える。

総務部門における呈示したい内容の分析

総務部門における「明るい」から「まじめ」までの18項目の呈示度を用いて因子分析を行った。因子得点は「非常に控えめにみせるべき」

表1 呈示したい自己のイメージ

イメージタイプ		
1. 明るい	8. コミュニケーション能力がある	15. でしゃばらない
2. 柔軟性がある	9. おおらか	16. 歴史や伝統を継承したい
3. 発想力がある	10. 裏方が好き	17. 協調性がある
4. 個性的	11. リーダーシップがある	18. まじめ
5. 歴史や伝統に関心がある	12. 気配りができる	
6. 丁寧さ	13. 積極性がある	
7. 礼儀正しい	14. 熱心	

表2 総務部門における因子分析表

	組織維持力	課題遂行力	歴史関心
丁寧さ	.87	-.05	.15
礼儀正しい	.76	.15	.10
協調性がある	.76	.25	.02
気配りができる	.75	.26	.06
まじめ	.74	-.11	.42
柔軟性がある	.62	.41	-.07
裏方が好き	.56	-.21	.15
でしゃばらない	.50	-.14	.40
積極性がある	.03	.84	.09
発想力がある	-.02	.79	-.03
熱心	.32	.75	.24
リーダーシップがある	-.03	.74	.10
個性的	-.21	.73	.19
コミュニケーション能力がある	.37	.61	-.20
明るい	.34	.57	-.21
歴史・伝統を継承したい	.25	.00	.83
歴史・伝統に関心がある	.10	.25	.80
固有値	5.67	3.43	1.59
説明率 (%)	24.91	23.05	10.81
累積説明率		47.96	58.77

を1点、「非常に呈示すべき」を7点とした。主成分分析でバリマックス回転を行った結果、因子内容は以下に示すように大別された(表2)。第三因子までで累積説明率が50%を超えたため第三因子までを分析の対象とした。

第一因子は「協調性がある」や「気配りができる」など比較的どの部門でも必要とされる能力が集まった因子といえる。また集団としてのまとまりを保ちその存続を図るべく働きかけを行うという側面を持つ項目が多かったことから「組織維持力」と命名した。またこの因子に高い負荷量を持つ8つの項目の評定値の平均を求め「組織維持力」得点とした。第二因子は「積極性がある」や「リーダーシップがある」など目標に向けて集団の活動をどのように統制し方向づけるかというような側面を持つ項目が多かったことから「課題遂行力」と命名した。同じくこの因子に高い負荷

量を持つ6項目の評定値の平均を求め「課題遂行力」得点とした。第三因子は「歴史・伝統に関心がある」と「歴史・伝統を継承したい」の2項目であったが、歴史や伝統を継承したい気持ちがあるということは、歴史への関心があることが前提と考え「歴史関心」と名付けた。ここでもこの因子に高い負荷量を持つ2つの項目の評定値の平均を求め「歴史関心」得点とした。第二因子、第三因子は第一因子と比較して特定の部門でより必要とされる能力と言いうる。また、第一因子と第二因子については三隅(1966)のPM理論も参考にしつつ命名した。

続いてこれら3得点のそれぞれについて分布の違いを部門(新商品部門・伝統部門)×呈示規範(高揚・卑下)の二要因分散分析によって検討した。

組織維持力について総務部門における部門

ごとの平均と標準偏差を表3に、分散分析の結果を表4に示す。

組織維持力については、表4に示すように部門と呈示規範ともに主効果はみられず、交互作用もみられなかった。質問紙の後半の問いで新商品部門と伝統部門のどちらの部門に回答することになるとしても前半の総務部門では組織維持力について同様の呈示度が示された。また呈示規範の主効果もみられなかったことから、部門や呈示規範に関わらず組織の和を大切にすの自己の側面は同様に呈示すべきと考えていることがうかがえる。小林(1980)によると日米のビジネスの場を比べる際に出てくる違いは、日本の職場の“人間くささ”と“集団志向性”だという。日本ではアメリカ以上に人と人との関わりを重視し、「和をもって貴しとなす」を守ることが集団の規範として要求されやすいことを本研究においても導き出したと言いうる。つまり調査協力者はどの職場においても組織や和を大切にすという姿勢が求められることを理解し、

表3 総務部門における組織維持力の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	4.70	4.89
		S.D.	.80	.67
		n.	26	27
	卑下	平均	4.91	4.78
		S.D.	.58	.67
		n.	27	27

どの条件でも同程度に組織維持力を呈示したといえる。組織維持力は総務部門においては、呈示規範の内容に関わらず呈示してよい資質とみなされていることがわかる。一つの場に複数の規範が存在し、それぞれの間に優先度の違いのあることがうかがえる。

次に、課題遂行力について総務部門における課題遂行力の部門ごとの平均と標準偏差を表5に、分散分析の結果を表6に示す。

課題遂行力については、表6に示すように呈示規範について主効果がみられた。高揚群の方が卑下群よりも課題遂行力を呈示したいと答えた。しかし、部門の主効果および部門と呈示規範の交互作用はみられなかった。仕事内容に関わらず呈示規範の違いによってのみ呈示の程度を変えていることが明らかになった。つまり総務部門においては質問紙の後半の問いで新商品部門と伝統部門のどちらの部門に回答するかに関わらず、呈示をよとする場面では遂行すべき課題に対する自己の能力を積極的に呈示し、呈示をよとしない場面ではその規範に合わせて自己の能力を控えめに呈示していることがうかがえる。この結果から、総務部門において課題遂行力は組織維持力と比較して規範を無視してまで積極的に呈示する能力ではないと考えられていることがうかがえる。

続けて歴史関心について総務部門における歴史関心の部門ごとの平均と標準偏差を表7に、分散分析の結果を表8に示す。

表4 総務部門における組織維持力の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	.02	1	.02	.05	.83
呈示規範	.07	1	.07	.15	.70
部門 * 呈示規範	.71	1	.71	1.52	.22
誤差	48.11	103	.47		

表5 総務部門における課題遂行力の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	4.74	4.55
		S.D.	.71	.62
		n.	26	27
	卑下	平均	3.65	3.75
		S.D.	.77	.88
		n.	27	27

表7 総務部門における歴史関心の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	3.81	3.48
		S.D.	1.06	.90
		n.	26	27
	卑下	平均	3.41	3.67
		S.D.	.94	1.14
		n.	27	27

表6 総務部門における課題遂行力の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	.04	1	.04	.08	.78
呈示規範	23.88	1	23.88	42.42	.00
部門 * 呈示規範	.57	1	.57	1.01	.32
誤差	57.97	103	.56		

表8 総務部門における歴史関心の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	.03	1	.03	.03	.87
呈示規範	.31	1	.31	.30	.59
部門 * 呈示規範	2.29	1	2.29	2.22	.14
誤差	106.30	103	1.03		

表8に示すように部門、呈示規範ともに主効果はみられず、交互作用もみられなかった。表7に示すように歴史因子での呈示度は最大で3.81、最小で3.41と差が小さく歴史関心はどの条件であっても総務部門では特に呈示すべき自己の側面ではないと考えていることがうかがえる。全社員の仕事を裏から支える総務部門において歴史に関心があることは特段の関係はなく、この結果は当然とも言う。部門別における呈示したい内容の分析

総務部門と同様に後半の部門別でも「明るい」から「まじめ」までの18項目の呈示度を用いて因子分析を行った。因子得点は「非常

に控えめにみせるべき」を1点、「非常に呈示すべき」を7点とした。主成分分析でバリマックス回転を行った結果、因子内容は以下に示すように大別された(表9)。

前半の総務部門の因子分析結果と後半の部門別の因子分析の結果を比べると、中身の項目は多少異なるが第三因子までは同じ構造をしていた。また部門別の評定値を用いて、部門別の因子分析で得られた組織維持力の6項目と、総務部門で得られた組織維持力の8項目のそれぞれの組織維持力得点を算出し、部門(新商品部門・伝統部門)×呈示規範(高揚・卑下)の二要因分散分析を行ってその結

表9 部門別における因子分析表

	組織維持力	課題遂行力	歴史関心	謙遜性
礼儀正しい	.84	.05	.28	.09
気配りができる	.78	.16	.12	.13
まじめ	.74	.03	-.07	.37
丁寧さ	.72	.01	.39	.17
協調性がある	.72	-.07	.02	.42
コミュニケーション能力がある	.69	.38	-.06	-.11
積極性がある	.12	.82	-.02	-.17
個性的	-.25	.77	-.39	-.05
熱心	.17	.75	.07	.23
発想力がある	-.10	.64	-.55	-.00
リーダーシップがある	.31	.63	-.26	-.03
歴史・伝統を継承したい	.38	-.16	.79	.23
歴史・伝統に関心がある	.35	-.04	.77	.26
柔軟性がある	.36	.27	-.69	-.02
裏方が好き	.17	.07	.24	.79
でしゃばらない	.13	-.20	.05	.76
固有値	5.42	4.19	1.32	1.20
説明率 (%)	23.88	17.96	14.33	11.15
累積説明率		41.84	56.17	67.32

果を比較した。結果すべての項目について主効果や交互作用の出方は同じであった。同様に課題遂行力と歴史関心においてもそれぞれ部門別で得られた項目と総務部門で得られた項目の得点を用いて分散分析し比較した結果、主効果と交互作用の出方は同じであった。そのため、前半の総務部門と後半の部門別のそれぞれ3因子を多少中身の項目が異なるものの、同じ因子と考えることにした。さらに前半の総務部門と後半の部門別の違いをより明確に映し出すために、前半の総務部門の因子分析で得られた項目のまとまりを後半の部門別の因子としても用いて分析を行うこととした。また、第四因子の2項目は総務部門では組織維持力に属していたが、部門別では新たな因子として抽出されたので加えて分析した。

すなわち第一因子は総務部門と同様に「組織維持力」と考え、総務部門の組織維持力で

高い負荷量を持つ8つの項目の部門別における評定値の平均を求め「組織維持力」得点とした。第二因子も同様に「課題遂行力」と考え、総務部門の課題遂行力で高い負荷量を持つ6項目の部門別における評定値の平均を求め「組織維持力」得点とした。同じく第三因子も総務部門に倣って「歴史関心」と考え、総務部門の歴史関心で高い負荷量を持つ2項目の部門別における評定値の平均を求め「歴史関心」得点とした。第四因子は「裏方が好き」と「でしゃばらない」の2項目から成っており、積極的に表に出ようとする因子ではないため「謙遜性」と命名した。この因子に高い負荷量を持つ2項目の平均値を求め「謙遜性」得点とした。先にも述べたように、第三因子までは総務部門の因子分析で得られた項目のまとまりを部門別の因子としても用いて以下の分析を行った。

まず後半の部門別のこれら4得点のそれぞれについて分布の違いを部門（新商品部門・伝統部門）×呈示規範（高揚・卑下）の二要因分散分析によって吟味した。

最初に組織維持力について総務部門で得られた組織維持力の部門ごとの平均と標準偏差を表10に、分散分析の結果を表11に示す。

組織維持力については表11に示すように部門について主効果がみられ、伝統部門の方が新商品部門よりも組織維持力を呈示したいと答えた。ここでも小林（1980）の指摘がこの結果につながったと言っている。伝統部門に就職したいと思っている人は新商品部門を志願する人に比べて日本の文化や伝統を大切にす自己を呈示したいと思っており、そのことが組織や和も大事にできるという日本人らしさを持つ自己の呈示につながったと考えられる。そして呈示に関する規範を無視して同程度に組織維持力を呈示するという結果につながったといえる。

表10 総務部門で得られた組織維持力の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	4.05	4.59
		S.D.	.62	.61
		n.	26	27
	卑下	平均	3.95	4.51
		S.D.	.55	.75
		n.	27	27

呈示に関する規範を無視することは新商品部門でも同様に起こった。調査協力者は、再び組織維持力は専門的な仕事の内容において必要とされるのではなくどの職場でも必要とされる能力であると認識していた。そして呈示規範に左右されずそれなりに呈示する内容だと思っていることがうかがえる。また表11に示すように部門と呈示規範の交互作用はみられなかった。すなわち呈示すべきか否かに関する規範の影響は、その内容との関わりにおいても左右されることがうかがえる。

次に課題遂行力について総務部門で得られた課題遂行力の部門ごとの平均と標準偏差を表12に、分散分析の結果を表13に示す。

課題遂行力については表13に示すように部門の主効果がみられ新商品部門の方が伝統部門より課題遂行力を呈示したいと答えた。呈示規範についても主効果がみられ高揚群の方が卑下群より課題遂行力を呈示したいと答えた。新しいものを作り出す新商品部門では、歴史や伝統を守る伝統部門よりも課題遂行力が期待されているという認識があり、この能力を持っている自己を強く呈示したいと考えたことがうかがえる。呈示規範についても主効果がみられたため、その場の呈示規範に沿って自己を呈示していることが分かる。また部門と呈示規範の交互作用に有意な傾向($p=.054$)がみられた。これを図1に示す。呈示度の違いは伝統部門の方が新商品部門よりも顕著であった。これは、新商品部門の卑

表11 部門別にみる総務部門で得られた組織維持力の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	8.09	1	8.09	19.93	.00
呈示規範	.21	1	.21	.52	.47
部門 * 呈示規範	.00	1	.00	.00	.96
誤差	41.80	103	.41		

表12 総務部門で得られた課題遂行力の平均と標準偏差

		部門		
			新商品	伝統
呈示規範	高揚	平均	5.12	4.78
		S.D.	.67	.56
		n.	26	27
	卑下	平均	4.70	3.88
		S.D.	.55	.79
		n.	27	27

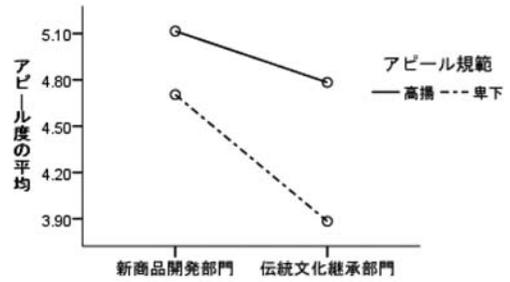


図1 課題遂行力の交互作用

表13 部門別における課題遂行力の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	8.88	1	8.88	21.19	.00
呈示規範	11.49	1	11.49	27.43	.00
部門 * 呈示規範	1.59	1	1.59	3.80	.05
誤差	43.16	103	.42		

下群がやや高い呈示度を示したことが原因として挙げられる。新商品部門という課題遂行力が求められるような部門において呈示をよしとしないと言われ、葛藤を解消するために呈示規範にあまり従わないという決断をした結果だと考えられる。すなわち、ここでも部門や規範に盲目的に従うのではなく、呈示する内容との関わりにおいても柔軟に対応を変化させていることがうかがえる。

次に歴史関心について総務部門で得られた歴史関心の部門ごとの平均と標準偏差を表14に、分散分析の結果を表15に示す。

歴史関心については表15に示すように部門の主効果がみられ伝統部門の方が新商品部門よりも歴史関心を呈示したいと答えた。呈示規範についても主効果がみられ高揚群の方が卑下群より呈示したいと答えた。部門と呈示規範の交互作用はみられなかった。伝統部門は文字通り日本の伝統や文化などの歴史を継

承していく部門であり、歴史に関心がある自己の側面や歴史を継承したいと思っている自己の側面を新商品部門よりも強く呈示することは当然の結果といえる。呈示規範についても主効果がみられたためその場の規範に沿って呈示しようとしていることが分かる。

次に謙遜性について謙遜性の部門ごとの平均と標準偏差を表16に、分散分析の結果を表17に示す。

表17に示すように部門の主効果がみられ伝統部門の方が新商品部門よりも謙遜性を呈示したいと答えた。呈示規範の主効果および部門と呈示規範の交互作用はみられなかった。この結果も先に述べた小林(1980)の指摘が表れているといえる。この因子は特に「和をもって貴しとなす」の精神を表しており新商品部門よりも伝統部門で特に呈示したい側面として捉えていることがうかがえる。このことが呈示に関する規範を無視して同程度に謙

表14 総務部門で得られた歴史関心の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	3.44	5.93
		S.D.	1.13	.23
		n.	26	27
	卑下	平均	3.02	5.52
		S.D.	.92	.63
		n.	27	27

表16 謙遜性の平均と標準偏差

		部門		
		新商品	伝統	
呈示規範	高揚	平均	2.85	3.46
		S.D.	.82	.73
		n.	26	27
	卑下	平均	2.98	3.54
		S.D.	.79	1.13
		n.	27	27

表15 部門別にみる歴史関心の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	166.05	1	166.05	261.13	.00
呈示規範	4.62	1	4.62	7.26	.01
部門 * 呈示規範	.00	1	.00	.00	.96
誤差	65.50	103	.64		

表17 部門別における謙遜性の分散分析表

	平方和	自由度	平均平方	F 値	有意確率
部門	9.19	1	9.19	11.75	.00
呈示規範	.29	1	.29	.38	.54
部門 * 呈示規範	.03	1	.03	.03	.86
誤差	80.55	103	.78		

遜性を呈示した結果につながったといえる。呈示に関する規範を無視することは新商品部門でも同様に起こった。謙遜性は専門的な仕事の内容に関して必要とされるのではなくどの職場でも必要とされる能力であると認識し、呈示規範に左右されずそれなりに呈示する内容だと思っていることがうかがえる。すなわち再度、呈示すべきか否かに関する規範の影響はその内容との関わりにおいても左右されることがうかがえる。

総務部門と部門別の比較

組織維持力について総務部門では後半に新商品部門、伝統部門のどちらの部門の質問に

答えたかによる違いはみられなかったのに対し、専門に応じた部門別においては伝統部門の方が新商品部門よりも呈示したいと答えた。またどの部門においても呈示規範に左右されず高揚群、卑下群で同程度に呈示したいと考えていた。同様に課題遂行力についても総務部門では後半で新商品部門、伝統部門のどちらの部門の質問に答えたかによる部門の違いはみられなかった。しかし専門に応じた部門別においては新商品部門の方が伝統部門よりも呈示したいと答えた。同時に呈示規範についてはどの部門においても高揚群の方が卑下群よりも呈示したいと答えた。また部門別に

表 18 各部門における特に呈示したい自己の側面

総務部門	新商品部門	伝統部門
丁寧さ	発想力がある	歴史・伝統を継承したい
気配りができる	柔軟性がある	歴史・伝統に関心がある
協調性がある	個性的	コミュニケーション能力
まじめ	コミュニケーション能力	礼儀正しい
コミュニケーション能力	熱心	積極性がある

において呈示度の違いは伝統部門の方が新商品部門よりも顕著であった。これは新商品部門の卑下群がやや高い呈示度を示したことが原因として考えられる。歴史関心については、総務部門では後半に新商品部門、伝統部門のどちらの部門の質問に答えたかによる違いはみられなかったのに対し、専門に応じた部門別においては伝統部門の方が新商品部門よりも呈示したいと答えた。呈示規範については総務部門で同程度に呈示したいと答えたが、部門別では規範の影響がみられ、高揚群の方が卑下群よりも呈示したいと答えた。部門別においてのみ抽出された謙遜性については伝統部門の方が新商品部門よりも呈示したいと答えた。また、呈示規範に関わらず同程度に呈示したいと答えた。

これらの結果から、私たちは相手の求めるものに応じて、かつその場の規範も考え合わせて自己を呈示していると言いうる。さらに盲目的に規範に従うのではなく、呈示したい内容との関わりにおいても柔軟に対応していることが見てとれた。

各部門の特に呈示したい自己の側面について

各部門において特に呈示したい自己の側面をそれぞれ18項目のうち3つずつ選んでもらった結果について、度数を算出して得られた上位5項目を度数が高かった順に以下に示す(表18)。

総務部門では上位5項目のうち4項目が総務

部門における因子分析において組織維持力に分類された項目であった。小林(1980)が述べたように、総務部門においては組織としてのまとまりを保ちその存続を図るべく働きかけを行う能力を呈示したいことがうかがえる。新商品部門では上位5項目のうち4項目が総務部門における因子分析において課題遂行力に分類された項目であった。新商品部門では目標に向けて組織の活動を統制し方向づける能力を呈示したいことがうかがえる。伝統部門では総務部門における因子分析で歴史因子に分類された2項目が上位に入った。伝統部門では歴史や伝統に関心があり、また継承していきたいという姿勢を呈示したいことがうかがえる。歴史や伝統を継承していくこの部門において歴史に関心があることや継承していきたいと思っていることを呈示することは当然ともいえる。

これらの結果は先の二要因分散分析において各部門で特に呈示したいと思っていた能力とかなり一致しており、先に述べた考察を裏付けるものといえる。コミュニケーション能力については、どの部門においても上位5項目の中に入っており、どんな職場でも必要な能力と捉えていることが明らかになった。これらの結果から呈示する内容はそれぞれの部門に合わせて変化させており、さらにはコミュニケーション能力のようにどの部門でも呈示すべきと考える自己の側面も存在することが

明らかになった。

総合考察

本研究は大学生が就職活動をする際に、エントリーする企業の部門によってESに記入する自己のイメージをどのように使い分けしているのか、また自己を積極的に呈示するのをよしとする場面とよしとしない場面において呈示の程度をどのように使い分けしているかについて調べることを目的とした。本研究で設定した総務部門、新商品部門、伝統部門のそれぞれにおいて、調査協力者の呈示したい自己のイメージは異なっており部門の特徴に合わせた呈示を行なおうとしていた。この結果から、仮説1は支持されたといえる。仮説2において、自己主張すべき場ではすべきでない場よりも常に自己を呈示するという仮説をたてたが、呈示する内容によっては高揚群と卑下群の間に呈示度の違いがみられなかった。仮説2は支持されなかったといえる。これは卑下群においても呈示する内容によっては呈示規範に関わらず呈示してよい資質とみなし、その場に合わせた呈示をしたことが原因として考えられる。

これらの結果から我々は相手の求めるものに依じて、かつその場の規範も考え合わせて自己を呈示しているといえる。さらに盲目的に規範に従うのではなく、呈示したい内容との関わりにおいても柔軟に対応していることが見てとれた。市川（1980）は日本人の場合、状況をこえて普遍的に妥当するような原理・原則はなく、人々の行動は「状況次第」であるという。そしてある状況の中での「ふさわしさ」を求め、善悪は具体的な状況によって異なるという「状況倫理」を信奉しているという。つまり、一定の規範がある場面においてもその規範にただ従うのではなくその場

の状況などを総合的に考えて柔軟に対応しているのである。我々の日常生活をふり返ってみても、呈示方略を変化させていることは納得のいくものだと考えられ、そのことが本研究で実証的に明らかになったといえる。

本研究では就職活動という場面設定はあくまでも自己呈示の使い分けを明らかにする材料として用いたが、今後就職活動の場を軸に研究を進めるならば改善すべき点があると考えられる。本研究の調査対象者は就職活動をした経験のない1回生や2回生が多かった。就職活動に対する固定観念などのないことがプラスの面として挙げられるが、経験のない場面を想定することは難しかった可能性もある。そのため、今後就職活動の場を軸に研究を進めるならば、就職活動を経験した4回生も対象に調査を行なっていくことが課題として挙げられる。本研究では場に含まれる規範の重層性が示唆された。その確認とそれぞれに対する同調と逸脱の判断、およびその優先順位を決める要因の解明が今後のもう一つの課題となろう。

引用文献

- 福島治（1996）. 身近な対人関係における自己呈示：望ましい自己イメージの呈示と自尊心および対人不安の関係 社会心理学研究, 12, 20-32.
- 長谷川直宏（2005）. 自己呈示行動における文化的自己観の影響 社会心理学研究, 21, 44-52.
- 市川孝一（1980）. 南博（編）. 『日本人の人間関係事典』講談社, 「状況と自己」84-85.
- 稲富健（2004）. 自己卑下の・高揚の人物に対する好意度評価に関する研究
<http://www.hues.kyushu-u.ac.jp/education/student/pdf/2004/2HE03053S.pdf>

- 稲富健・山口裕幸 (2004). 自己卑下呈示が受け手に与える印象 —受け手が認知する呈示者の作為性との関連— 九州大学心理学研究, **5**, 201-206.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. *Psychological Perspective on the Self*, **1**, 231-262.
- 川喜多二郎 (1986). 『KJ法』中央公論社.
- 小林薫 (1980). 南博 (編). 『日本人の人間関係事典』講談社, 「職場の人間関係」214-216.
- 小島弥生 (2006). 自己呈示としての就職活動に関する探索的研究 —準備活動、日常生活での自己呈示スタイルおよび評価欲求の影響について— 埼玉学園大学紀要 人間学部篇, **6**, 59-70.
- 三隅二不二 (1966). 『新しいリーダーシップ』ダイヤモンド社.
- 村本由紀子・山口勸 (1994). 自己呈示における自己卑下・自己高揚の規範の存在について— 日本社会心理学会第35回大会発表論文集, 222-225.
- 中村雅彦 (1986). 自己開示の対人魅力に及ぼす効果 (2) —開示内容の望ましさの要因に関する検討— 実験社会心理学研究, **25**, 107-114.
- 成田恭代・松井豊 (2009). 自己呈示に伴う否定的意識の規定因の探索的検討— 対人社会心理学研究, **9**, 33-44.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, **30**, 526-537.
- Tedeschi, J. T. (1981) *Impression management theory and social psychological research*. Academic Press. N.Y..
- 吉田綾乃・浦光博 (2002). 自己卑下的コミュニケーションが印象形成に及ぼす影響— 日本社会心理学会第43回大会発表論文集, 280-281.
- 吉田綾乃・浦光博 (2003). 自己呈示規範の内化傾向に関する探索的研究— 日本人大学生における検討— 自己心理学研究, **1**, 27-39.