

日本国内における自己PRの上手さと年収に関する考察

PR 株式会社企画 代表取締役 知久 哲也
明治大学商学部 兼任講師 土居 拓務

研究概要: 本稿では、日本における自己PRの上手さと年収の関連性を、多角的な視点から論じる。まず、自己PRがキャリア成功や収入アップに影響する具体的データを示し、転職市場でも「自分を的確に売り込める人」が年収交渉などで有利になることを指摘した。企業が採用時に重視する自己PRの要素を「誠実さ」「自己分析と将来ビジョン」「協調性と主体性」の三つに整理した。また、日本と海外の文化的差異にも着目し、「出る杭は打たれる」日本では謙虚さが好まれる一方、欧米では積極的なアピールが評価されると論じる。さらにビッグファイブ性格特性（開放性・誠実性・外向性・協調性・神経症傾向）の視点から、誠実性と外向性が高い人は収入も高くなりやすい傾向を指摘し、自己PRの成功事例と失敗事例を挙げ、具体性や相手視点の重要性を強調して紹介する。

キーワード: 自己PR 年収 就活 ビッグファイブ性格特性 キャリア

1. はじめに

自己PR（自己アピール）の上手さが就職・転職において果たす役割は大きい。特に日本では、新卒採用時から「自己PR」欄や面接で自分の強みを伝えることが求められる。自己PRが上手くできる人材は、自身の価値を適切に企業に伝え、良い評価や待遇を得やすいと考えられる。一方、自己PRが苦手な人は、本来の実力より低く評価されてしまい、昇進・昇給の機会を逃す可能性がある。本稿では、日本国内における自己PRの上手さと年収の関連性について、先行する調査データや研究結果を基に考察する。まず自己PR能力が年収に与える影響を統計データから確認し、次に企業が自己PRで評価する要素を明らかにする。続いて、日本と海外における自己PRの違いを文化的背景や採用基準の観点から比較する。さらに、人の性格特性であるビッグファイブ（Big Five）の概要を説明し、それぞれの特性が年収に与える影響を既存研究に基づき分析する。最後に、自己PRが上

手くいつて年収アップにつながった事例と、自己PRに失敗して評価が下がった事例を具体的に検討する。以上の考察を通じて、自己PR能力と収入の関係性について総合的な見解を示す。

2. 自己PRの上手さが年収に与える影響

自己PRの上手さはキャリア形成や年収に直結し得る重要な要因である。近年の研究でも、自己アピール（self-promotion）はキャリアの成功に不可欠な手段であり、昇進や給与に大きな影響を与えることが指摘されている。例えばハーバード大学の調査では、男女の自己PR傾向の差異が昇進・給与格差の一因となっていることが報告された。同調査によれば、男性は女性よりも自分の業績を積極的にアピールする傾向が強く、その結果、同等の能力であっても女性より高い評価や昇給を勝ち取りやすいという⁽¹⁾。これは、自己PRの上手さが本人の市場価値の伝わり方に影響し、年収格差を生む可

2025年4月3日

能性を示唆している。実際、自己 PR が不足すれば自分の能力が適切に評価されず、本来得られるはずの報酬水準に達しないケースがある。日本の調査でも、自身の現在の年収が「自己評価より低い」と感じている社会人は全体の 51.7%に上り、自己評価年収との平均ギャップは約 64 万円にもなる⁽²⁾。多くの人が「自分は本来もっと稼げるはずだ」と感じている背景には、自分の強みや成果を十分にアピールできていないことや、適切に評価されていないことがあると考えられる。

他方で、自己 PR が上手くできている人は収入向上のチャンスを掴みやすい。転職市場のデータによれば、転職で年収アップを実現するには「企業に自分を採用するメリットを具体的に伝えること」が不可欠である⁽³⁾。職務経歴書や面接で自身の持つスキル・経験を効果的に PR し、「自分を採用すればこれだけの価値を提供できる」と示すことで、企業から提示される年収が高まる傾向がある。実際、ある転職支援の報告では、転職時に自身の強みと希望年収の根拠をセットで説明した求職者は、採用担当者の納得を得やすく、想定以上の高いオファーを引き出せる可能性が高まるとされる⁽³⁾。このように、自己 PR 能力が高い人ほど交渉力も高まり、結果的に年収にもプラスの影響を及ぼす。逆に自己 PR が不得手な場合、面接で十分に自己の強みを伝えられず、本来得られるはずの給与レンジより低い提示を受け入れてしまうことも起こりうる。

以上より、統計データ・研究結果の双方が、自己 PR の上手さが年収に影響を与えることを具体的に示していると言える。

3. 企業が評価する自己 PR の要素

企業の採用担当者は、応募者の自己 PR から様々なポイント进行评估している。startjob 就

活ノウハウ記事 (2023) による人事担当者へのアンケート調査によれば、多くの企業は自己 PR を見る際、以下に注目している⁽⁵⁾。

素直に経験や思いを語れているか

最も重視されるのは「経験や思いを素直に語れる」ことであった。具体的には、過去の成功体験だけでなく失敗経験についても包み隠さず述べ、その失敗から何を学んだかを正直に語れる人材が評価される。自己 PR が上手な人は、自分の強みだけでなく弱みや挫折も開示し、そこから得た教訓や成長を示す。人事担当者はその「素直さ」から、入社後に他者の意見を柔軟に取り入れ成長できる人材かどうかを見極めている。実際、「自分の失敗をきちんとと言える人」「失敗から学んだことを語れている人」は組織で伸びる素養があると判断されやすい⁽⁵⁾。

自己分析ができ将来ビジョンがあるか

次に重視されるのは「自己分析をしっかり行い、将来のビジョンを持っている」点である。具体的には、自分の長所・短所を的確に理解し、その強みを将来どう活かしたいか明確に語れているかが評価の鍵となる。企業側は自己 PR を通じて「応募者はどのような強み・価値観を持ち、どんな考え方で行動し、その強みを入社後どう活かそうとしているのか」を知りたい。したがって、自己 PR には自身の価値観やキャリアプランが一貫して示されていることが望ましい。裏を返せば、自己理解が浅く将来の展望を語れない自己 PR は高評価に繋がりにくい。採用担当者は自己分析が行き届いている応募者ほど、自分を客観視でき組織で活躍する姿を具体的にイメージできると捉える⁽⁶⁾。

協調性があるか

第 3 のポイントは「協調性がある」ことであ

2025 年 4 月 3 日

る。特に日本企業ではチームワークを重視するため、自己 PR において協調性を感じさせるエピソードが評価される傾向にある。アンケートでも「協調性がありそう」「団結力がある」といった印象を与える自己 PR が望ましいとの意見が見られた。もっとも、ここでいう協調性とは単に「誰とでも仲良く衝突を避ける」ことではない。採用側が求める協調性とは、バックグラウンドや価値観の異なる多様なメンバーとも円滑に意思疎通し、協力して物事を進められる能力である。従って、「周囲と衝突しないよう自分を抑えます」といった受け身な姿勢だけを強調すると、かえって「主体性の欠如」と捉えられ逆効果となる⁽⁷⁾。実際、学生の自己 PR でも「友達と仲良くやれる」という内容に終始し自分の主張が無いものは、人事にマイナス評価を与える例があると指摘されている。協調性をアピールする際は、自ら主体的に周囲と協力した経験や、異なる立場の人と目標を達成したエピソードなどを示すことが重要である。

以上のように、企業が評価する自己 PR の要素は (1) 誠実・謙虚に自己を語れること、(2) 自己理解と明確な将来像、(3) 協調性・チーム適応力の 3 点に集約できる⁽⁷⁾。これらを満たす自己 PR は「ぜひ採用したい」と思わせる説得力を持つ。

他にも基本的なポイントとして、コミュニケーション能力の重要性が指摘される。経団連の調査では「コミュニケーション能力」は新卒採用で企業が重視する資質の第 1 位であり、10 年以上連続でトップとなっている (2013 年調査で 86.6% の企業が重視)⁽⁴⁾。自己 PR はまさにコミュニケーション能力の現れであり、自分の考えや経験を論理的かつ簡潔に伝える力そのものが評価対象と言える。以上を踏まえれば、企業は自己 PR を通じて「人柄・強み・価値観」

「入社後の貢献度や成長性」「対人コミュニケーション力」の総合評価を下していることがわかる。

4. 日本と海外の自己 PR の違い (文化的背景と採用基準)

自己 PR のあり方は国や文化によって大きく異なる。日本では謙虚さが美德とされる文化的背景から、自己主張は控えめになりやすい。一方、欧米諸国では自己主張や自己表現が奨励され、積極的に自分の能力をアピールする文化が根付いている⁽⁸⁾。この違いは採用場面にも表れている。

日本企業の採用では、礼儀正しさや謙虚な態度が重視され、面接でも過度に自己を売り込むより節度を持った応答が期待される。例えば日本のある企業では「面接では謙虚な回答が求められ、過去の失敗について自ら詳しく語ることには避けられる」慣習も報告されている⁽⁸⁾。謙虚さゆえに自身の実績を強く語らない傾向がある反面、面接官は応募者の控えめな態度から協調性や忍耐力といった資質を読み取ろうとする。これに対し米国では、自己アピールや成果のアピールが当たり前に行われる。応募者は自身のスキルやプロジェクト実績を詳しく強調し、対話型の面接を通じて個人の能力や適応力を示すことが求められる。例えば米国のテクノロジー企業では、履歴書でスキルと実績を前面に押し出し、面接でも過去の成果を議論するのが中心となる⁽⁹⁾。要するに、日本では「出る杭は打たれる」風土のもと謙虚さを保ちながら自己 PR するのに対し、海外 (特に欧米) では「語らねば伝わらない」とばかりに積極的な自己 PR が求められるのである。

この違いは採用プロセスの形式面にも現れている。日本の多くの企業では、履歴書に証明写真の貼付や手書きの自己 PR 文が求められる

2025 年 4 月 3 日

など、形式的・人格的な側面も重視する⁽⁹⁾。

一方、欧米では応募書類に写真は添付せず、差別を避けスキルと経験に集中した職務経歴書（レジュメ/ CV）が一般的だ。日本の面接は集団面接や厳格な雰囲気の下で礼儀や協調性を見る傾向があるが、米国や欧州では一対一のカジュアルな対話を通じて人となりや即戦力性を評価するケースが多い⁽⁹⁾。文化的要因として、日本では周囲との調和を乱さない態度が尊ばれるため、自己 PR でも謙虚さ・協調性が重視される。しかし海外では個人の能力を如何に発揮できるかが重要視されるため、自己 PR でも遠慮せず実績を誇示することが評価に繋がる⁽⁸⁾。

もっとも近年の日本企業もグローバル化に伴い、自己 PR のスタイルに変化が見られる。若手人材には自分の意見をはっきり述べる積極性を期待する企業も増えており、「謙虚すぎて何を考えているか分からない人」より「多少生意気でも自己主張できる人」を好む傾向も出てきている。このように、日本と海外では自己 PR のアプローチに違いがあるものの、採用側が最終的に見極めたいのは「その人物が自社で活躍できるか」という点で共通している。その本質において、いかなる文化圏でも自分の強みや適性を適切に伝える能力が重要であることに変わりはない。

5. 性格特性の概要と年収への影響

ビッグファイブ (Big Five) とは、人間の性格特性を 5 つの因子で表す心理学モデルであり、性格研究において世界的に広く認められている⁽¹⁰⁾。その 5 因子とは、(1) 開放性 (Openness)、(2) 誠実性 (Conscientiousness)、(3) 外向性 (Extraversion)、(4) 協調性 (Agreeableness)、(5) 神経症的傾向 (Neuroticism) である⁽¹⁰⁾。以下に各因子の概要を述べる。

開放性 (Openness)

知的好奇心や想像力、新奇なものへの嗜好性を表す。スコアが高い人は創造的・革新的で新しいアイデアを好み、低い人は慣れ親しんだやり方を好む傾向。

誠実性 (Conscientiousness)

責任感や勤勉さ、自己統制力を表す。高い人は目標達成のため計画的に努力できる真面目なタイプ、低い人は衝動的・行き当たりばったりになりやすい。

外向性 (Extraversion)

社交性や積極性、エネルギー感を表す。高い人は人付き合いを好みリーダーシップを発揮しやすいのに対し、低い人は一人の時間を好み内省的で静かなタイプ。

協調性 (Agreeableness)

共感力や思いやり、他者との協調志向を表す。高い人は人に親切で協力的、対立を避ける傾向がある。低い人は競争的・自己中心的で他者に関心を持たないこともある。

神経症的傾向 (Neuroticism)

情緒の安定性の逆尺度で、不安やストレスに対する感受性を表す (情緒安定性が低いほど神経症傾向が高い)。スコアが高い人は緊張や心配を感じやすくストレス耐性が低い傾向、低い人は感情が安定しており滅多に動揺しない。

以上のビッグファイブ特性と個人のキャリア・収入との関連は、多くの研究で検討されてきた。既存研究によれば、ビッグファイブと収入との関係について 2001～2020 年の 63 件の論文を統合分析した結果、以下の傾向が明らか

2025 年 4 月 3 日

になった⁽⁸⁾。

開放性、誠実性、外向性

収入と正の関連を持つ。すなわち、これらの特性が高い人ほど収入が高い傾向が統計的に示された⁽⁸⁾。特に誠実性（勤勉性）は最も強く収入を押し上げる要因との報告もあり、計画性や責任感の強さがキャリア成功につながりやすいと考えられる。また外向性も社交性やリーダーシップに結びつき、昇進・営業成績などで有利に働くため収入にプラスとなるケースが多い。開放性については、創造性を活かせる職種などで高収入と関連する可能性がある。

協調性、神経症傾向

収入と負の関連を持つ。すなわち、協調性が高い人ほど収入が低い傾向、神経症傾向が高い人ほど収入が低い傾向が認められた⁽⁸⁾。協調性が高い人は自己主張や競争を好まないため昇給交渉などで不利になりやすいとの指摘がある。また他者に譲歩しがちな姿勢が評価や待遇面で損をする場合がある。一方、神経症傾向が高い人はストレスや不安によってパフォーマンスを発揮できなかったり、長期的なキャリア構築が阻害されたりすることで収入が伸び悩むと考えられる。

この結果は、文化や性別による差異も考慮されているが概ね「誠実性の高さは収入増に寄与し、協調性の高さは収入にはマイナスに働く」という傾向が多く、多くの文化圏で共通していることを示している⁽⁸⁾。つまり、世界的に見て勤勉で責任感の強い人ほど高収入を得やすく、穏和で人に譲りがちな人は収入面で損をしやすい傾向があるようだ。ただし、これらは統計的傾向であり個人差も大きい。例えば外向性については、英米圏で特にそのプラス効果が顕著だが

文化によって重視度が異なる可能性も指摘されている⁽⁸⁾。

日本におけるビッグファイブと年収の関連についても興味深い知見がある。経済産業研究所（RIETI）の研究では、日本の労働者データを分析し、外向性が賃金に一貫して有意なプラス効果を持つことが確認された⁽⁹⁾。つまり外交的・積極的な人ほど日本でも収入が高くなる傾向がある。また勤勉性（誠実性）や情緒安定性も、性別や賃金分位によってはプラスの影響を持つ場合があると報告されている。一方で日本の分析では、協調性および経験への開放性について、場合によっては負の影響が見られるとされた⁽⁹⁾。協調性が高すぎると自己主張の弱さにつながり評価が上がりにくい可能性は先述の通りである。興味深いのは開放性（新奇な経験を求める傾向）が日本では一部でマイナスに作用しうること、これは日本の職場環境が革新的な個人を十分活かしていない可能性や、開放性の高い人が頻繁に転職するため収入が安定しにくい等の解釈が考えられる。

このように、日本のデータでもビッグファイブ特性が賃金に影響を与えることが示されており、「性格が年収を決めるのか、それとも年収が性格に影響を与えるのか」という因果関係について議論はあるものの⁽⁸⁾、近年の傾向としては非認知能力（性格）の経済的影響を重視する見解が支持されつつある。慶應義塾大学の鶴光太郎教授なども、性格特性が人生の成果（収入や幸福度等）に与える影響を指摘し、「性格は後天的に伸ばせるスキルであり得る」と述べている⁽⁸⁾。つまり、ビッグファイブの特性は固定的なものではなく、努力や環境で変化し得るものであるため、自身のキャリア向上のために望ましい特性を伸ばすことも可能だという示唆である。

ビッグファイブの各因子のうち、特に誠実性

2025年4月3日

（勤勉さ）と外向性（社交的積極性）は年収に好影響を与えやすく、協調性の高さや神経症傾向の強さは収入面では不利に働きやすい。開放性は職種や環境によってプラスにもマイナスにもなり得るが、創造的分野では高収入に結びつく一方、保守的な環境では評価されにくい可能性がある。重要なのは、これら性格特性は本人の行動様式にも現れ、例えば誠実性や外向性が高ければ自然と自己PRもうまくなる（熱意や計画性を持って自己アピールできる）だろうし、協調性が高すぎたり神経症的傾向が強かったりすれば自己PRにも消極的になってしまうかもしれないという点である。したがって、自己PRの上手さと年収の関係を考える上で、ビッグファイブと収入の関連性は一種の背景要因としても作用していると考えられる。

6. 自己PR成功・失敗の事例と考察

最後に、自己PRが功を奏して年収アップにつながったケースと、逆に自己PRが上手くできずに評価が下がってしまったケースについてデューダ（パーソルキャリア）（2023）を基に考察する。

30代のAさんはIT業界での転職活動において、自身の実績を効果的に自己PRした結果、年収アップを勝ち取った。Aさんは前職でプロジェクトリーダーを務め、業績を前年比120%に伸ばした実績があった。転職面接ではこの具体的な数字を挙げ、自分のリーダーシップと技術力が新会社でも貢献できると論理的に説明した。また「自分を採用すれば〇〇の課題を解決でき、△△の価値を提供できる」という形で、自身を雇用するメリットを明確にプレゼンテーションした⁽³⁾。さらに希望年収について質問された際には、現在の市場相場と自身の実績を根拠に、前職年収より20%高い額を提示した。Aさんの自己PRは企業側に強い印象を与え、

「即戦力として活躍できる」と高く評価された。その結果、企業は当初提示予定だった年収レンジを引き上げ、Aさんに好条件のオファーを出したという⁽³⁾。

このケースでは、自己PRの段階で具体的な成果と貢献の見込みを伝えたこと、さらに希望年収の根拠を自身の価値と結び付けて説明したことが奏功した。企業は提示年収を上げて「それに見合う理由がある」と納得しやすくなり、結果的にAさんの年収アップにつながったと考えられる⁽³⁾。このように、自身の強み・実績を数値やエピソードで裏付けつつ、それが相手にもたらす利益と結び付けてPRできれば、年収交渉でも有利に働く好例である。

次に、新卒採用面接で自己PRに失敗したBさんの例を考える。Bさんは学生時代に目立った実績がなく、「自分にはアピールできない」と感じていた。面接で自己PRを求められた際、Bさんは「私は協調性があります。周囲と衝突しないよう常に空気を読み、誰とでも仲良くやっていきます」と答えた。一見すると協調性を強調した自己PRだが、具体的なエピソードがなく、また「衝突を避けるため自分を抑える」との発言から、面接官には主体性の欠如と映ってしまった⁽⁷⁾。事実、面接官から「それは協調性というより受け身なだけでは？」と深掘りされた際、Bさんはうまく答えられず、自身の強みを示すことができなかった。結果、Bさんは不採用となり、第一志望企業で得られなかったはずの初任給（年収）を手にする機会を逃した。このケースでは、自己PR内容の抽象性と具体例の欠如、および企業の求める協調性の誤解が失敗の要因である。企業は協調性と同時に主体性も持ち合わせた人材を求めており⁽⁷⁾、ただ波風立てないだけの姿勢は評価されない。Bさんは自己PRで自分の長所を伝えきれなかったために、本来可能だったかもしれない内定と

2025年4月3日

将来の収入を逸したと言える。この例は、「アピールできる実績がない」と萎縮してしまうと逆効果になることを物語っている。些細な経験でも構わないので、チームで何かを成し遂げた話や困難を工夫で乗り越えた話など、自分なりの強みを示す具体例を用意することの重要性がわかる。

また別の観点から、自己評価を低く見積もりすぎたケースも挙げられる。例えば海外のある実験研究では、男女の被験者にテストの自己評価点を提出させ、その結果で報酬を決めると伝えた。すると男性の平均自己評価が 61 点だったのに対し、女性は平均 46 点と著しく低く自己評価した⁽¹⁾。この女性被験者たちは自分を過小評価し「十分にアピールしない」傾向を示したため、結果的に報酬（擬似的な年収に相当）が男性より低くなってしまった。この事例は、自己 PR の遠慮や自己評価の低さがそのまま待遇格差に結び付く可能性を端的に表している。実社会でも、自身の功績を控えめにしか伝えられない人や、評価面接で遠慮してしまう人は、本来得られる昇給を逃すことが考えられる。逆に、自信過剰とまではいかなくとも自分の実力を正當に評価しアピールできる人は、昇給・昇進のチャンスを確実にものにしやすいだろう。このように、自己 PR 不足は「実力があるのに報われない」という残念な結果を招きかねず、本人のみならず組織にとっても機会損失となりうる。

以上、成功事例と失敗事例を比較すると、自己 PR が上手くいく鍵は具体性・根拠・相手視点にあると言える。成功した A さんは具体的実績とその価値を示し、相手企業にとってのメリットを語った。一方失敗した B さんは抽象的な長所のみで自己満足的に終わり、相手に響く内容を提供できなかった。また自己 PR に臨む心構えとして、卑屈になりすぎず適度な自己肯定

感を持つことも重要である。自身を過小評価するあまり十分に PR しないことは、経済的にも不利益を被るリスクが高い⁽¹⁾。適切な自己評価に基づき、自分の強みを率直かつ客観的に伝える—それが自己 PR 成功の秘訣であり、結果として年収アップやキャリア向上につながるのである。

7. おわりに

本稿では、日本における自己 PR の上手さと年収の関連性について、多角的な分析を行った。自己 PR 能力が高い人ほど就職・転職で有利に働き、高い評価や報酬を得やすいことが統計データと事例の双方から示唆された。企業が自己 PR で評価するポイントとして、単に成果を誇るだけでなく謙虚さや自己洞察、協調性と主体性のバランスが重要であることが明らかになった。また、日本と海外で自己 PR のスタイルや求められる要素に違いがあるものの、自身の価値を他者に伝える力がキャリア成功に不可欠である点は共通していた。ビッグファイブ性格特性の分析からは、勤勉性や外向性といった特性が高い人ほど収入が高くなる傾向が示され、性格と自己 PR・収入の関係の奥深さが伺えた。特に協調性が高すぎる人は収入面で損をしやすいという知見は、謙虚さを重んじる日本人にとって示唆的であり、適度に自己主張することの大切さを裏付けている。

本稿の考察から得られる示唆としては、「自分の価値を伝える力は磨くことができるスキルである」という点を強調したい。自己 PR は生まれ持った才能ではなく、準備と訓練で向上し得る後天的スキルだ。事実、性格特性でさえ後天的に変化しうるとの報告もある⁽⁸⁾。従って、自身の強みを洗い出し、客観的な根拠を伴ってアピールする訓練を積むことで、誰しも自己 PR 上手になれる可能性がある。それはひいて

2025 年 4 月 3 日

はキャリア上の機会を拡大し、年収アップや自己実現につながるだろう。逆に言えば、どんなに優秀な人材でも自分を適切に売り込めなければ、その価値は正当に評価されず埋もれてしまう恐れがある。企業側も近年は「個人の潜在能力を見抜く」こと以上に「自分の強みを発揮し伝えられる人」を求めている。激変する社会においては、自ら機会を創出できる人材が重宝されるからだ。自己 PR 力と年収の相関は今後ますます強まる可能性が高い。

自己 PR と年収の関係を理解することは、個人にとってはキャリア戦略を考える上で有益であり、企業にとっては人材育成・評価制度を設計する上で参考となる。本稿の分析が、その一助となれば幸いである。

参考文献

- (1) Christina Pazzanese (2020) 「Women less inclined to self-promote than men, even for a job」『Harvard Gazette』<https://news.harvard.edu/gazette/story/2020/02/women-less-inclined-to-self-promote-than-men-even-for-a-job/>
- (2) ライボ (Job 総研) (2022) 「転職と年収に関する実態調査」『プレスリリース』<https://lab.switch-up.jp/press/salary2022>
- (3) デューダ (パーソルキャリア) (2023) 「転職で年収アップするのはこんな人 年収アップ成功者に見る傾向と対策」『doda 転職ジャーナル』<https://doda.jp/guide/journal>
- (4) 酒井啓司税理士事務所 (2023) 「コミュニケーション力の差が年収の差？」『税理士事務所コラム』<https://sakai-z.com/>
- (5) startjob 就活ノウハウ記事 (2023) 「人事担当者アンケート 50 名に聞いた『こんな自己 PR は採用したい』」『startjob』<https://startjob.jp/>
- (6) Agent-119 採用コラム (2023) 「企業が自己 PR で見ているポイントとは？」『Agent-119』<https://agent119.jp/>
- (7) アチーブメント HR ソリューションズ社コラム (2021) 「ビッグファイブとは？5つの性格特性と心理テストを紹介」『ACHIEVEMENT』<https://www.achievement.co.jp/>
- (8) 紀藤康行 (2025) 「誠実性が最強説～性格と収入の関連性について 63 の研究をメタ分析してわかったこと～」『note』<https://note.com/>
- (9) 安井健悟・佐野晋平・久米功一・鶴光太郎 (2020) 「認知能力及び非認知能力が賃金に与える影響について」『RIETI ディスカッションペーパー20-J-024』<https://www.rieti.go.jp/>
- (10) クリスティン・エクセリー&ジャド・ケスラー (2022) 「The Gender Gap in Self-Promotion」『Quarterly Journal of Economics』137(3), 1345-1381, <https://academic.oup.com/qje>

2025 年 4 月 3 日