

(別紙)

意見交換

※ 委員長は□、委員は○、事務担当者は△で表示する。

□ まず、オンラインによる採用広報の「みせ方」について、工夫できることや留意すべきことはありますか。業種や職種によってアピールポイントはいろいろあると思いますが、それを伝える手法については、共有できる部分もあるかと思われます。各仕事の内容の魅力を伝えるという点について、工夫や実践している方法があれば教えていただけますでしょうか。

○ オンラインセミナーの動画はコンパクトにまとまっていて、スライドもわかりやすく、なかなかこれ以上工夫するのは難しい気もしました。検察庁でも人材確保で苦勞していますが、今年は弁護士会主催で法曹三者合同のガイダンスがあり、学部生向けにアピールをする機会がありました。そこで、検察官の一日の仕事がわかりやすいように、架空の事件を元にドラマ仕立てのような10分間程度の動画を作成しました。現役の検察官が出て、決裁官も出て、検察庁の建物を使って作成しました。それが非常に好評で、実際の職場の雰囲気、仕事のやり方は実際の画像を見た方が言葉での説明よりわかりやすく、親しみを持ってもらえるという気がしました。なかなかシナリオを作るのが難しいですが、そういうことも一つあると思います。

○ 同じく人員確保ができなくて苦勞しています。

オンラインでの動画はほとんど撮らないのですが、社内のホームページなどで従業員の仕事を紹介したりしています。正直なところオンラインよりは対面でやっていく方向にした方がいいと思います。先日次年度の採用面接を担当したのですが、私たちも面接の時は冒頭マスクを取って目礼してスタートしました。特に調査官の方ですと、その方の人格は表情に出てくるので、裁判所はちょっと厳しく言われるかもしれませんが、オンラインセミナーの動画でも、まずはマスクを

とって表情（笑顔）、口角を上げて目礼してから始めてもよいと思います。

企業セミナーで一番効果があるのは、年齢層近いスタッフの意見です。先輩を紹介すると即座に関心を示してくるという印象があります。

活動としては、個々の説明会と講義、出向は大きく力を入れていいかと思っています。ターゲットを絞った上でいい人材をといる今の方法でいいと思います。

ただ、オンラインを否定するわけではなく、ちょっと別の枠ですが、社内研修の一環で実施しているオンライン講座（動画・外部委託）を実施しています。これが結構受講希望が多くて、通勤電車の途中でスマートフォン、興味のあるコンテンツの講義を聴けるというのは、時代の変化かと思いますが、若い方にはオンラインで調査官紹介のチャンスというのもあった方がいいと思います。両方やってもいいですが、個人的には、対面で感じの良い方が採用できればと思います。

- 動画は大変良くできていると思います。内容説明もきちんとされていて、これ以上のものを作成するのは難しいのではないかと思うほどでした。しいて加えるならば、「調査官の一日」として、ある日のスケジュールや仕事の様子を伝える部分を入れるのはいかかでしょう。調査官をより身近に感じてもらえるのではと思います。

ネット上で裁判所職員広報動画を検索してみましたら、その中にも参考になりそうな調査官や書記官の一日を取り上げた動画がありました。

また、今回作成された動画に出演なさっている調査官がとても若々しい方々でしたので、御覧になる方たちも受け入れやすいのではと感じました。

- やはり、採用のターゲットになる人に近い年代というのが一つのポイントなのでしょうね。

- 若い方の声をということですが、私は、2年前に採用関係部署におりました。オンラインの説明もありましたが、最初の説明のところは中堅といいますか担当者がやりましたが、最後に1分ぐらいで、一、二年目の職員に自由にしゃべってもらいました。実際入ってみてどうだったのか、思っていたのと違っていたとこ

ろ、良かったところ、悪かったところ、悪かったところは悪いままじゃなく、それについては「こういうふうに助けてもらった」とか、「こういうことで対応している」とかも足してほしいということで、後は自由にしゃべってもらいました。やはり、入ってすぐ、どんな職場なのかということが気になるところだと思いますので、短時間でもちょっと入れたら、印象に残るかと思います。

- 調査官の職業というのは、難しいけどやりがいがあるというのが魅力の一つで、新聞記者も日々しんどい思いもするけれど、やりがいがあるという点では同じかなと思っております。

どういう思いからこの職業を志したのかが個々人の経験を聞くことで、「そういうことでこの人は調査官を目指したのだ」と分かれば、自分とリンクさせて考えられる一つになるのかなと思います。少しプライベートとといいますか、個々人の思いを話されたり、例えばどういう悩みをどう解決していつているとか、逆にいうと、日々の生活や、休日はどのように過ごしているかといったこと、新聞社ですと、どのくらい拘束されるのか、ちゃんと休みが取れるのか、といったところもみんな不安に思っているものですから、休みの日のプライベートみたいなものもあれば、そういうところも少しあればいいかなと思います。

私どもでも、コロナ禍においても、やはり仕事の魅力を伝えるには現場を感じてほしいということで、インターンを行っているので、そういうこともトライしてみてもいいのかなと思います。

- 今の御意見にもありましたが、仕事がいくら魅力的でも自分の就職の対象として選べるのかというところ、仕事内容の魅力以外のいろいろなポイントがあると思います。どのようなところを情報提供していくのがよいかについてはいかかでしょうか。仕事の内容以外に、こういうこともアピールできるのではないかと、みんなが関心をもっているのではないかと、というところはございますか。

- 働き方という意味では、産休、育休、介護休暇、復職をするにあたってどれだけのサポートがあるのか。裁判所は、長く働いていらっしゃる方も、ワークライ

フバランスを両立されていらっしゃる方もたくさんいらっしゃると思いますので、「こんな充実した制度がありますよ」、「安心して来てください」、というようなことがアピールポイントになると思います。

あと、就職先を選ぶのに学生さんは、リアルなのかリモートワークができるのか、そこは、わりと関心事だと聞いたことがあります。裁判所はまだ取り入れられていないと思いますが、今後取り入れられるようなことがあれば、アピールポイントになり得るのかと思います。

- 転勤があるかどうかはどうでしょうか。やはり将来を考えるに当たっては、全国異動があるとか、近畿エリアだけかなども関心事だと思います。
- 学校の先生に聞きましたが、福利厚生、休日がしっかりしている企業と専門職に専念して、技術・知識を習得できる個人事業主の二通りに就職は分かれるそうです。
- 待遇面については、当社も、給料が男女全く一緒で、当然企業内に保育所があり、色んな福祉という部分では充実している会社だと自認しています。そういう会社であっても、今年については4月1日に入社した12名中、既に二人が辞めてしまいました。2か月持たないです。人事、総務を担当して、採用面接にも参加してきましたが、昔からの大きな会社に入って、実際に仕事をしてみたら、「全然イメージと違った」、「こうではなかった」、というような現実的な部分でかい離を感じていらっしゃるようです。

広報については、二つの視点があると思っています。一つは、受験者数を全体的に増やしていくということ。もう一つは、専門性です。やはり、心理学、社会学、社会福祉学、教育学など、こういった専門性があって、調査官の仕事をしたい、この二つがないと、オンラインで「こういう仕事です」という紹介をしてイメージをあげる対応をとったとしても、それほど効果はないのではないかと思います。

家庭裁判所調査官の採用試験の中身は、まず1次試験、基礎能力試験があって、

その次に2次試験があって、専門試験、心理学に関する領域、教育学に関する領域、福祉、社会学、法律学、そして政策論文試験、更に人物試験、グループワークをしたりして、そして個別面接、これだけの試験を突破しないとれない。

「この仕事をやってみたい」というスキルと希望とを持った人を集めていかないといけない。幅広く仕事の認知度を高めていくことも大事だと思うのですが、やはり、これだけのスキルと能力を持って活躍する調査官という二面性を見たときに、大学の先生とかOBとかからうまく紐づけていって、良い人材といいたまうか、そういうのを1回生、2回生くらいからみておいて、確実な人から採っていく方がいいのかなと思います。オンラインというより対面できちっとその人物を見る方がいいのかなと思います。

△ 「やはり対面式だ」と思われた理由があったと思いますが、それについて教えてくださいたいのですがいかがでしょうか。

○ 面接では、まず、最初お互いにマスクをとって表情を見ます。私たちも接客業ですから、笑顔が出る、挨拶、声のトーン、やはりこれが必要です。接客に向いているかという判断が必要ですので、対面が効果あると思います。突発的な質問をするとなかなか戸惑う。その辺でも対面ですと表情が見えます。実際にあまり試験は良くなかったけれど、面接ですごく意欲を感じる方もあります。その辺が察知できるのが対面かと思います。

○ 私なりに、大学教師を40年近くやって、家庭裁判所調査官という仕事を含めて学生たちがどういうイメージを持っているかということはずっと考えてきました。

家庭裁判所調査官がわりとイメージ的に広がっていったのが、1988年の毛利甚八、魚戸おさむの「家裁の人」という漫画で、これはドラマ化もされました。ある教え子は、これを読んで、自分なりにイメージを作って、多くが教員になっている中で、あえて家庭裁判所調査官を受けました。「家裁の人」は家庭裁判所の裁判官がメインですが、どこかで裁判的な職業として家庭裁判所調査官がおし

あがるものとして、一つは「家裁の人」であり、もう一つは、NHKの「少年たち」というドラマがあります。上川隆也が家庭裁判所調査官役をやった20年くらい前のものですが、ああいったものがあると一定出るのですね。朝ドラで家庭裁判所調査官をとりあげると全然違って来るだろうと思います。やはり基本ベースとして、こういった職業かというイメージはあります。

このイメージというところで話がつながるのですが、例えば、調査官の一日みたいなのを、Facebookで、公式アカウントが一つしかないというお話でしたが、1分ずつの動画を撮って編集して、ちょっとずつあげていくとか。休日はどうかとか、朝どんなふう起きて、どんなふうに出勤して、どんな仕事してるとか、そういうのがあるというだけですご大きいと思います。

全体的にイメージアップするということかというと、先ほどの勉強の話だと、どんな勉強したらいいとか、それは聞きたい部分だろうと思います。ある程度役に立つ情報と、イメージアップと両方あるとうまくいくのではないかと、そんな感じで作り込むといいと思います。

- ターゲット層にアクセスするための方策として、ほかにどのようなことがありますか。家庭裁判所調査官を知らないけれど、ターゲットになりそうな人にどうやってアクセスするかについてはいかがでしょうか。
- 採用に至るには間がありますが、高校生もターゲットとして考えるのも良いと思います。高校生は自分の進路を初めて考える世代ですので、様々な機会を利用して調査官という仕事をアピールするのも有効かと考えます。また、先生方へのアピールも必要ですね。先生方にも調査官という仕事を御理解いただき、生徒へ御説明いただければと思います。
- 資料を見ると、採用試験の国家公務員全体の受験申込者数が右肩下がりの中で、家庭裁判所調査官はここ10年くらい堅調、ほぼ横ばいで、むしろ健闘しているのかとも思います。

毎年10倍以上の難関を潜り抜けてなられているのかと拝察しますが、そうい

う意味でいうと、すごく間口を広げた方がいいのか。今目指している方、ある程度学校とか親和性の高い学部にいる方が受けて、ある程度の人数の方が毎年顕著な形で来るとなれば、よりそこにパワーを集中させた方がいいのか。オンラインとかパワーポイントで説明する形ではなく、対面で行って、ネット等ではできない、「学生の質問にぶっちゃけ答えます」といった形で、私の使命感とか、こういうやりがいを持って仕事をしているというのを、生で伝える機会を増やしていくのもありなのかと思いました。

- 潜在的な受験者層というのは家庭裁判所の方々から見るとどういうところを想定しているのかとちょっと思ったりしました。私を感じたところを申しますと、調査官という職種、仕事上、広く一般の方々に受験していただくというのは現実的ではなく、それなりにそういう可能性のある範囲の方々を対象に採用広報活動をしていくというのが現実的なのかと思います。そうしますと、一定のこれまで関わりのある機関、大学を中心としたところ、教員の方々、裁判所で働く現役の調査官の引き出しがあってそこからつながる後輩に対しての働きかけをすること、が範囲として考えられるのではないのでしょうか。

また、コロナ禍でリアルからウェブを使ったオンラインへ、世の中全体が一般的にシフトしている感がありますが、オンラインありきではないのだろうと思っております。やはり「人」ということがありますし、かつ調査官の仕事を見ると人間力を高めていくことが将来にわたって必要な仕事なのだと思います。そういうところからみると、オンラインを重視することなく、便利なところはオンラインを使っていく。なかなか時間的に確保できにくいのでリアルが難しい方、遠隔地で行き来が難しいのでオンラインを使った方が機会が得られる方、そういった方々にはオンラインを活用しながら、本当のところは対面で直接いろいろなものを見ながら、説明もし、質問を受け、やり取りをして理解を深めていただくことが基本的なのかと感じております。

蛇足ですが、今の若い方々を想定すると、どういう仕事をするのかということ

に興味があるのは当然ですが、仕事に就いてから自分の将来を見る中で、就労する勤務場所の環境、労働条件、働き方がどういうことになるか、教育研修というのは自分にどのような物が提供されるのか、福利厚生的なことも含めてどうなのか、ということは非常に興味関心を持っていると思うので、リアルにしてもオンラインにしても、そういうエッセンスは入れていただいた方が、就職していくというものの範疇の中に組み込まれていくのか、そこで「もうやめた」となるのか、といったところの判断になろうかと思います。

ほかのいろいろな手段で情報提供されている部分があるかも知れませんが、相手からみると全て見ているかどうかわかりませんので、提供する中ではエッセンスでもいいのでそういったものも盛り込んで情報提供するのも一つなのかと思います。

□ オンラインならではの伝え方の工夫、逆に留意点、そのあたりはいかかがでしょうか。皆さんのところでもオンラインでされる場合は、だいたいウェブ会議用のアプリなど使っておられるのでしょうか。

○ 本当に受けたいと思っている学生達と質問のやりとりをする場合、オンラインでするのが早いですね。例えば、ZoomでもGoogle Meetでもいいのですが、割と若い世代の調査官が、毎週金曜日の午後4時から午後5時までとかあるいはその時間はゼミがあるから駄目だというなら、月曜日の午前10時から午前11時までとか、その時間「大阪家庭裁判所の調査官がお答えします」とか、ホームページに出しておいて、申し込んでもらってパスワード与えて。そうすると同時に1対1でなくても、1対3でも、1対5でもできますね。ただ一番難しいのは、その時に録音、録画をする人がいます。この向こうが勝手に録音、録画できてしまうというところが問題なくいければ、されてもかまわないならよいのですが、そこをどうするかです。例えばやっかいなのは、この2年間学生たちとオンライン授業をやった時に、先生の話聴いてなくて、画面に映った可愛い子だけでズームアップしてずっと録画をしているという学生がいるんですよ。そして位

置情報を消していない学生がいると、ストーカーができてしまいます。どこに住んでいるか全部わかってしまうのですから。そこのやっかいさがあるって、位置情報を消してもらうだとか、そういったことも含めてどこまで迫れるかです。私も、質問が来るときは、ZoomとかGoogle Meetとかすごくいいと思います。対面でいろいろ話ができますし、どこからでも、自宅にいられますし、スマートフォン持ちながら公園からでもできます。そういう形で疑問に答えるっていうことはできると思います。どこまで裁判所という大事な場所で、機密性を守れるか、品格を保てるかという、そこがどうしてもあります。

- わたしたちのところも、Zoomで会議をしています。登録して、パスワードをつけて、出席者はだいたい決まっています。

昨日、オンラインで講義文を作って、Zoomで録画して保存しました。これが、いろいろなところのオンライン授業に活用できる教材となりました。

- △ 先ほど御意見をいただいた、学生等が参加しやすい時間帯に、曜日を固定するなどして、調査官が複数の学生等の質問に答える企画が新鮮に感じました。現在、そのアイデアに近い形として実施している企画が、オンラインガイダンスです。この企画では、学生等が参加しやすいように、事前申込み不要で広く募集をかけており、当日はZoomのチャット機能を使って、参加者になるべく多く質問をしてもらい、私たちがそれに次々に答えていくという形式で実施しています。本日の意見交換にありますように、こちらは学生等の人となりを見ながら説明し、学生等には調査官の仕事の本質を知ってもらうために対面行事を活用し、かつ、調査官のイメージ作りも踏まえながら、学生等が参加しやすいような「お気軽企画」をオンラインで併用することで、採用広報をうまく組み立てていくことが効果的だと感じました。

- まずは調査官の仕事を多くの方々に知っていただくこと、そして次の段階として自分自身の将来の仕事として認識してもらうこと、このふたつの広報活動の方法はおのずと異なると思いますが、それぞれの充実が必要だと考えます。

- 採用広報のより効果的な年間スケジュールはございますでしょうか。
- 新聞報道にもありますように、6月から大学生の就職活動が始まりますが、これはあくまでも公の解禁日で、水面下ではもっと早くから動いています。具体的には、1年生の後半、2年生くらいからOBがどんどん入り込んできます。そのくらいから手をつけておかないと、何社も何社も受ける学生もいます。内定を出す側にも、辞退とかいろいろな形がでてきます。企業にとって、せっかく内定通知を出したにもかかわらず、よそにとられる、辞退されると、労力に対して非常にショックです。ですから、6月からというのではなく、2年も、1年半も前から、既に採用活動はスタートしています。そして、優秀な人材は取り合いだと思います。今は、就職してスキルをあげて能力を高めてということではなくて、テレビのコマーシャルなどでもやっていますけれど、ヘッドハンティングというのでしょうか、「給料こっちの方がいいですよ」「すぐネットで求人来ますよ」という時代になってきていますので、仕事に対して関心とか興味があるというのではなく、本当にやりたいと思えるような「ど真ん中」を狙っていかないといけないという気はします。

補足で、先ほど、オンラインでより効果を高めるという話、御意見がいろいろありました。Teamsでもテレビでもなんでもマイクマークが入っていますよね。当然ながら一人がしゃべっているとみんな聞いています。画像とマイク部分を調節しながら会議しますが、一方通行になります。そこに人間の会議とは違いがあると思います。今こうやってこれだけ十数人集まって、声の響き、息遣い、感情を出す、声のトーン、いろいろな部分が協調すべきこと、集まっているからこそ非常に伝わる。画面で音量は全て一定、自分がしゃべっているときだけ、マイクマークの「/」（ミュート）を外してというのだと伝わりにくい、とうちの会議でもよく言われているので、より工夫がいるかと思います。

- 採用に当たって興味を持ってくれた人を引き付けておくノウハウ、留意点はございますか。

- 民間企業の場合は、研修などをして引き留めることができますが、調査官の場合、それができないですね。しかも、受けるところまではいくけど、じゃあ受かるのかと。

受験するという意欲を持った時、合格までのモチベーションの維持という形を、それはむしろ調査官の方がよくご存じだし、先輩方がどういう形でモチベーションを維持し続けたのか。十何倍の競争率を考えた時に、誰だって尻込みしますよ。これ1本に絞ってダメな時どうするのか、就職浪人するのか。当然それができる学生ばかりじゃないから、結局民間も受けつつ、公務員も受け、公務員も二、三種類受けつつ、というのをやらざるを得ない。だからその時に、一番大事なところは、受験までの自分のメンタルの維持をどうやって向けられるか、というところを先輩たちがメッセージ的にどうやって伝えるか、なのではないでしょうか。

- △ 調査官の場合、採用広報にOBをうまく活用する仕組みが十分できていないように思いました。OBをどのように活用するのが効果的かについて、御意見をいただけますでしょうか。

- 我が社ではOBを非常に効果的に活用しています。大体2月、1月の段階で、人事部主催のリクルートの会議を開いて、3年目ないしは4年目の社員については、全員集まっていたいただいて、組織的に、計画的にずっと暦年からやっています。そして、今若手で頑張っている二、三年目の優秀な人が大学の後輩のところへOB訪問をすると必ずいい人を連れてきます。先輩をみると、一生けん命働いてすごく輝いている。「やっぱり、社会人だわ」「学生の私たちとは違うんだわ」と、後輩は先輩への憧れを持って見る。それがてき面です。調査官の方は、いろいろ専門性の勉強をしていらっしゃるの、後輩も同じように勉強して、同じジャンルの勉強をしている。そこが狙い目かと思います。

- 多くの貴重な御意見をありがとうございました。こちらで、どう活かせるか検討をしていきたいと思っています。