また、いわゆるデジタルネイティブとして育ったＺ世代の学生にとって、情報収集や情報の比較に当たってデジタルツールを駆使して各種ＳＮＳ等を活用することは当然の行動様式となっている。情報があふれる社会となる中、採用側としては、発信した情報が大量の情報に埋もれないよう、自分たちの組織の魅力を個々の学生の価値観に応じて的確に発信することが重要となっている。

このような人材確保を取り巻く状況を踏まえると、適切な処遇や勤務環境の整備を前提とした上で、厳しい人材獲得競争の中で、求職者に自分たちの組織を働く場として選んでもらうために、人材獲得における競合相手と差別化した魅力を戦略的に訴求していくことが重要と言える。

第２節　公務組織における魅力向上・発信の取組状況

国家公務員採用試験の申込者数は、長期にわたり減少傾向が続いており、また、若年層職員の離職が増加するなど、国家公務員の人材確保は危機的状況にある。

こうした中、公務においては、近年、採用試験の見直し（試験実施時期の早期化、総合職試験教養区分の受験可能年齢の引下げ、一般職試験への教養区分導入等）を行うとともに、超過勤務の縮減や柔軟な働き方の推進（各府省の勤務時間の管理等に関する調査・指導を行う部署を人事院に設置、フレックスタイム制の見直し、勤務間のインターバル確保の努力義務導入等）、初任給の引上げや諸手当の見直しを含む給与制度のアップデートなど、公務の魅力を向上させるための施策を講じてきた。また、本年３月の人事行政諮問会議最終提言において、新時代の人事管理を実現するための具体的施策が提言されており、人事院としても、今後、同提言の内容を受け止め、公務の魅力向上のための取組を更に進めることとしている。

各府省においても、働き方やマネジメントの改善を進めるとともに、組織の使命や目指す姿、行動指針などを、ミッション・ビジョン・バリュー（ＭＶＶ）等の形で定めることにより、組織の目指す方向性や職員共通で重視する価値を改めて明確にする等の取組が行われている。

このように、公務職場の魅力「向上」に向け、様々な取組が進められている。その一方で、魅力の「発信」についても、人事院、内閣官房内閣人事局、各府省の各主体が、説明会の充実や動画・ＳＮＳの活用などそれぞれ工夫しながら取り組んでいる。しかしながら、国家公務員採用試験の全体の申込者数を増加に転じさせるには至っていないなど、必ずしも大きな成果につながっているとは言えない状況である。

厳しい人材獲得競争の中、各主体がそれぞれで取り組んでいるだけでは、公務全体として優秀で志のある人材を十分に確保できなくなるおそれがある。人材の獲得を最重要課題として位置付け、公務内外の人材から積極的に「選ばれる」公務組織を目指して、公務全体としての魅力「発信」にも力を入れて取り組んでいく必要がある。

第３節　国家公務員に対して持たれているイメージ

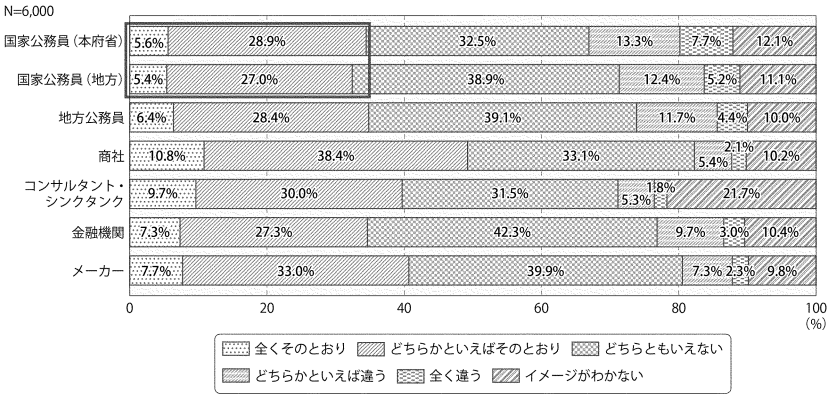
１　国家公務員イメージ調査

国家公務員の仕事のやりがいや働き方について、国民各層から持たれているイメージを把握し、魅力向上・発信施策の検討材料を得るため、令和７年２月に、職業等を問わず6,000人を対象に意識調査（以下「国家公務員イメージ調査」という。）を実施した。この調査は他の業界と比較する形で実施し、比較する業界として、人材獲得において国家公務員と競合する可能性の高い、商社、コンサルタント・シンクタンク、金融機関、メーカー、地方公務員を設定した。

⑴　「やりがいのある仕事ができている」についてのイメージ

やりがいのある仕事ができているイメージがあるかという設問への回答においては、本府省に勤務する国家公務員（以下「国家公務員（本府省）」という。）及び本府省以外に勤務する国家公務員（以下「国家公務員（地方）」という。）ともに、商社やコンサルタント・シンクタンク、メーカーと比べると、肯定的回答の割合が低かった。地方公務員も同様に肯定的回答の割合が低く、国・地方を合わせた公務員全体に対して、やりがいについてポジティブなイメージを持たれていないことが分かる（図１－１）。

図1-1　やりがいのある仕事ができている（全年代計）



同設問を、就職活動中の者が多いと考えられる「20歳台の学生」に絞って見ると、全年代計に比べて全体的に肯定的回答の割合が高くなった。他方で、国家公務員（本府省）のみ、肯定的回答の割合は全年代計よりも更に低くなった。学生からは、特に国家公務員（本府省）の仕事のやりがいについて、ポジティブなイメージを持たれてないことが分かる（図１－２）。

図1-2　やりがいのある仕事ができている（20歳台学生）

