

2026 年遠賀町・岡垣町・水巻町合同会社説明会

事業総評

1. 事業成果の概要

項目	実績
参加事業所	28 事業所
来場者数	121 名
事前予約者	41 名
事前予約者の参加率	78.8% (41 名 / 52 名)
問い合わせ・見学	58 件
面接	34 件
内定	14 件
うち即採用	11 件

※問い合わせ・見学、面接、内定、即採用については、今回更新された事業所別名簿の「結果 (8/28) ※累計」欄を集計。

開催直後に把握していた「問い合わせ・訪問 54 件、面接 24 件、内定 8 件」から、その後の追跡により問い合わせ・見学 58 件、面接 34 件、内定 14 件まで成果が伸びている。特に面接は 9 件、内定は 5 件増加しており、説明会当日だけでなく、その後の企業と求職者との接触が実際の採用活動につながっていることが確認できる。

また、最新集計では、28 事業所のうち 19 事業所で問い合わせ・見学、17 事業所で面接、11 事業所で内定、8 事業所で即採用が発生している。説明会が単なる企業 PR の場ではなく、実際の採用につながる事業として機能した点は大きな成果である。

2. 特に評価できるポイント

① 「集客」だけで終わらず、採用成果までつながった

本事業の最大の成果は、121 名を集客したことだけではなく、58 件の問い合わせ・見学 → 34 件の面接 → 14 件の内定まで進んだことである。

件数ベースでは、面接 34 件に対して 14 件の内定となっており、約 41%が内定につながっている。企業と求職者が直接話すことのできるリアル形式の合同会社説明会が、地域企業の採用活動に具体的な成果を生み出したと評価できる。

② 参加事業所から極めて高い支持を得ている

参加事業所アンケートでは、28 事業所すべてが合同会社説明会を「必要」と回答しており、必要性は 100%となった。

また、事前に作成した企業紹介ホームページは 96.4%が満足、リクルート動画は 89.3%が満足と回答し、いずれも「不満足」は 0 件であった。企業単独では十分に取り組みにくい採用広報を商工会が支援する取組についても、高い評価を得ている。

したがって、本事業は「合同会社説明会を開催すること」だけではなく、**企業の採用力・情報発信力を高める伴走型の人材確保支援**として意義がある。

③ 紙媒体・関係機関・Web 広告を組み合わせた大規模な周知ができた

町広報、町 LINE、商工会 LINE、学校訪問・DM、ハローワークでの直接配布に加え、YouTube・TikTok 等の Web 広告を組み合わせたことで、幅広い層への周知を実施した。

特に Web 広告では、

- YouTube: 約 58.3 万回表示
- TikTok: 約 41.9 万回表示
- 2 媒体合計: 1,001,387 回表示

となり、地域の就職イベントとして非常に大きな認知を獲得した。YouTube では開催直前 5 日間で 2,042 回のサイト誘導も確認されている。

一方、実際の参加者アンケートでは「チラシ」が認知経路の単一項目として最も多く、ハローワークからの認知も多かったのに対し、LINE・Instagram 等からの直接的な認知は少なかった。

このことから、Web 広告は認知拡大、チラシ・ハローワーク等は実際の来場につなげる役割として、それぞれの長所を生かした広報を継続することが望ましい。

④ 地域内だけでなく、広域から求職者を呼び込んだ

参加者の居住地は、遠賀町・岡垣町・水巻町の3町が37.5%である一方、八幡西区、若松区など北九州市方面からの参加も多く確認された。

つまり、本説明会は3町の住民だけを対象とした就職イベントではなく、**周辺地域の人材を遠賀地域の企業へ呼び込む広域的な人材確保事業**として機能している。

⑤ 新卒だけでなく、転職・再就職・ミドル・シニアまで幅広く参加した

参加者アンケートでは社会人が58.3%で最多となり、年齢では50歳以上が53.1%を占めた。

学生だけでなく、在職者、求職者、再就職希望者、ミドル・シニア層等まで参加しており、本説明会は実質的に**地域の総合的な就職・転職マッチングの場**となっている。

この結果を踏まえると、今後も若年者だけに対象を絞るのではなく、「未経験可」「シニア可」「パート可」など、多様な働き方を分かりやすく提示することが重要である。

3. アンケートから見た今後の課題

① 「企業数」より「マッチングの質」を高める

学校関係者アンケートでは、説明会の規模について58.3%が「特に規模は関係なし」と回答している。

学校側が求めているのは企業数の多さではなく、

- ・ 学生に合った企業があるか
- ・ 仕事内容が分かりやすいか
- ・ 給与・福利厚生が分かるか
- ・ 通勤や住居を含め地域で生活できるか
- ・ 留学生・外国人材を採用できるか

といった、紹介しやすい具体的な情報である。

したがって、次年度は「参加企業を何社まで増やすか」だけでなく、**求職者・学生のニーズに合う企業を揃えることを重視すべき**である。

② 事前マッチングを強化する

参加事業所アンケートでは、説明会前に求職者との直接的な接点を持った企業は極めて少なく、当日のブース来訪人数についても企業間で差が確認された。

今後は事前予約時に、

希望職種・勤務地・雇用形態・年齢・経験・希望条件

などを把握し、

「あなたにはこの3社がおすすめです」

といった形で企業を案内する仕組みを設けることで、ブース訪問の偏りを減らし、面接・採用につながる確率を高めることが期待できる。

③ 求職者が本当に知りたい情報を企業側に統一して提示してもらう

参加者が就職先選びで最も重視したのは、

- 仕事内容 73.1%
- 勤務地 58.5%
- 休日 46.2%
- 労働時間 44.6%
- 給与 43.1%
- 職場の雰囲気 40.8%

であった。

したがって、次年度は各企業に共通して、

**「仕事内容」「1日の流れ」「勤務地」「給与」「勤務時間」「休日」「残業」「未経験可否」「年齢条件」
「職場の雰囲気」「福利厚生」**

などを分かりやすく提示してもらうことが有効である。

④ 若年層への Web 広告を「来場」までつなげる

Web 広告では若年層を中心に大きな露出を得ることができた一方、実際の来場者は 50 歳以上が 53.1%を占めた。

したがって、Web 広告そのものを否定するのではなく、

広告を見る

- 企業紹介を見る
- 興味のある企業を選ぶ
- 事前予約する
- 当日その企業を訪問する

という導線を構築し、Web 広告がどの程度来場・面接・採用につながったのかを把握できる仕組みに改善する必要がある。

4. 今後の重点改善ポイント

- ・ 来場者数だけでなく、面接・内定・採用を主要成果指標とする
 - ・ 事前予約時に求職者の希望条件を把握し、企業との事前マッチングを行う
 - ・ 企業ブースの説明内容を共通化し、求職者が企業を比較しやすくする
 - ・ 「未経験可」「シニア可」「パート可」「外国人材可」等に見える化する
 - ・ 学校ごとの学生ニーズを事前に把握し、該当企業を学校側へ案内する
 - ・ リアル開催を基本とし、企業紹介動画や Web を事前情報として活用する
 - ・ 説明会後の企業見学・応募・面接まで商工会がフォローする
 - ・ 広告→予約→来場→面接→採用までの流入経路を把握できる仕組みを構築する
 - ・ 企業ごとの面接・採用成果を継続的に追跡し、成果の高かった取組を次年度へ反映する
-

5. 総合評価

本年度の合同会社説明会は、28 事業所の参加、121 名の来場を確保するとともに、最新の追跡結果では 58 件の問い合わせ・見学、34 件の面接、14 件の内定、うち 11 件の即採用につながっており、**地域企業の人材確保支援事業として明確な成果を上げた**と評価できる。

また、参加事業所の 100%が説明会を「必要」と回答していることに加え、企業紹介ホームページやリクルート動画も高く評価されている。学校関係者からも地方での合同会社説明会には一定の需要があり、リアル開催を含む形式への支持も高いことから、**本事業については継続実施する意義が十分にある**。

一方、参加者アンケート、学校関係者アンケート、企業アンケートを総合すると、今後の課題は「さらに多くの企業・求職者を集めること」だけではない。求職者が自分に合った企業を見つけ、企業側も自社の採用対象となる人材と効率的に出会えるよう、**マッチングの精度を高めることが次の段階の課題**である。

特に、本年度は開催後の追跡によって面接・内定件数が増加していることから、説明会は当日だけで完結するものではなく、「**事前周知・企業研究 → 合同会社説明会 → 企業見学・応募 → 面接 → 採用**」までを一つの事業として捉えることが重要である。

次年度は、これまで構築してきた広報力・集客力を維持しながら、

「人を集める合同会社説明会」から

「**企業と求職者を確実に結び付け、採用までつなげる合同会社説明会**」へ

発展させることで、遠賀町・岡垣町・水巻町の地域企業の人手不足解消と、地域内外の求職者の就業・定着に、より大きく貢献できる事業になると考える。

総合的には「継続すべき成果の高い事業」であり、次年度は集客数の拡大よりも、マッチング精度と採用成果の向上に重点を置くことが望ましい。