

2026 年 遠賀町・岡垣町・水巻町 合同会社説明会

参加事業所アンケート集計報告

本資料は、合同会社説明会に参加した事業所を対象としたアンケート結果を、設問ごとのグラフとコメントにより整理したものです。基本設問は 28 件の回答があり、内訳設問については未回答を含むため回答件数が異なります。

1. 集計概要

対象	合同会社説明会 参加事業所
基本設問の回答数	28 件
ホームページ満足度	満足 96.4% (27 件) / 不満足 0 件
リクルート動画満足度	満足 89.3% (25 件) / 不満足 0 件
説明会の必要性	必要 100% (28 件)

主なポイント

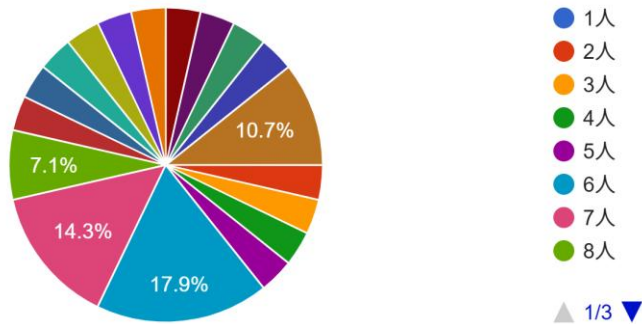
- 合同会社説明会について、回答した全事業所が「必要」と回答しており、継続開催への支持が非常に高い。
- ホームページ、リクルート動画はいずれも「不満足」0 件で、企業情報発信の取組は高く評価されている。
- 当日のブース来訪人数は事業所ごとの差が大きく、集客・回遊の偏りを小さくすることが今後の改善テーマとなる。
- 事前の直接接点は限定的であり、高評価のホームページや動画を「事前面談・訪問予約」へつなげる仕組みが有効と考えられる。

2. 設問別集計・コメント

設問① 当日、貴ブースには何人、話を聞きに来ましたか？

① 当日、貴ブースには何人、話を聞きに来ましたか？

28 件の回答

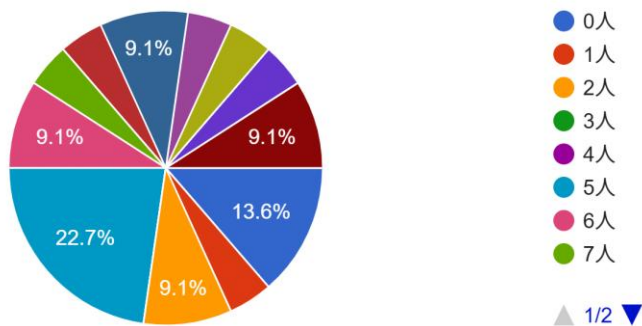


【コメント】28 件の回答。6 人と回答した事業所が 17.9%（5 事業所）で最も多く、7 人が 14.3%（4 事業所）、8 人が 7.1%（2 事業所）となっています。一方で回答は幅広い人数に分散しており、当日のブース来訪者数には事業所ごとの差が大きかったことが分かります。来訪者を多く集めた事業所の見せ方や声掛け方法等を共有することで、次回のブース間の差を縮められる可能性があります。

設問①－1 うち正社員の人数

①－1 うち正社員の人数

22 件の回答

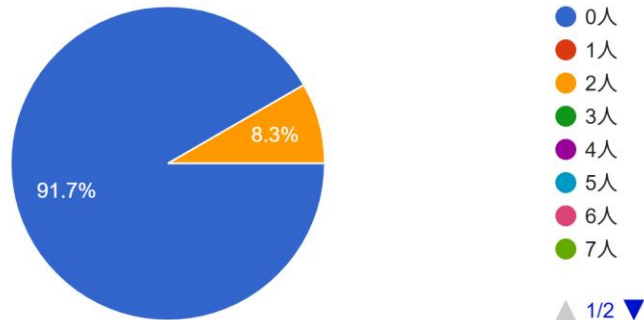


【コメント】22 件の回答。5 人が 22.7%（5 事業所）で最も多く、0 人が 13.6%（3 事業所）となりました。そのほかの人数にも回答が分散しており、正社員の来訪人数は事業所によって幅があります。正社員層との接点は一定程度確保できている一方、事業所ごとの採用ターゲットとのマッチング状況には差があると考えられます。

設問①-2 うち契約社員の人数

①-2 うち契約社員の人数

12 件の回答

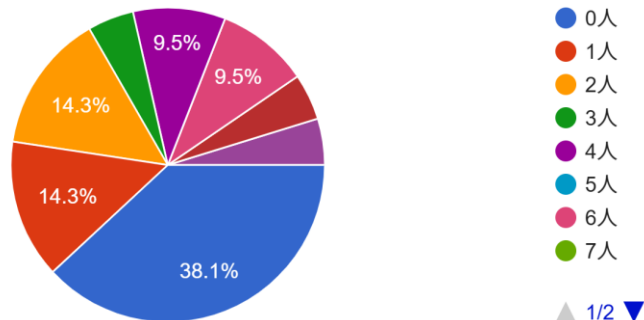


【コメント】12 件の回答。0 人が 91.7%（11 事業所）で、2 人が 8.3%（1 事業所）でした。契約社員に該当する来訪者は極めて少なく、今回の来場者層では正社員やパート等と比較して契約社員の比率が低かったことがうかがえます。

設問①-3 うちパートの人数

①-3 うちパートの人数

21 件の回答

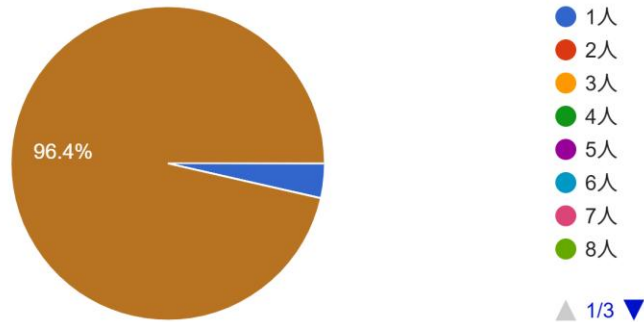


【コメント】21 件の回答。0 人が 38.1%（8 事業所）で最も多いものの、1 人・2 人が各 14.3%（各 3 事業所）、4 人・6 人が各 9.5%（各 2 事業所）など、複数の事業所でパート層の来訪が確認されています。契約社員と比べるとパート層との接点は多く、幅広い就業形態の求職者が参加していたことが分かります。

設問② 事前に貴ブースには何人、話を聞きに来ましたか？

② 事前に貴ブースには何人、話を聞きに来ましたか？

28 件の回答

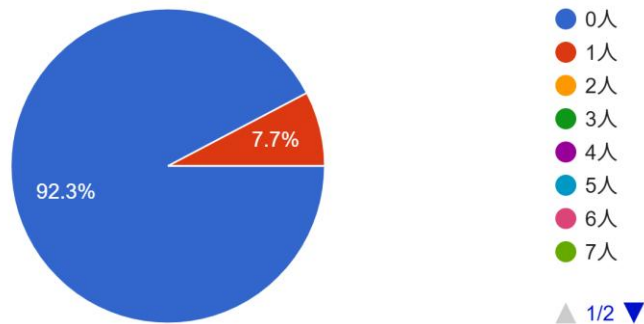


【コメント】28 件の回答。回答の 96.4%が一つの区分に集中し、1 人との回答は 3.6%でした。下記の内訳設問でも、正社員は 0 人が 92.3%、契約社員・パートは 0 人が 100%となっていることから、事前にブースへ話を聞きに来たケースは極めて限定的だったと読み取れます。ホームページや動画の評価は高いため、今後はこれらを事前面談やブース訪問予約につなげる仕組みづくりが課題です。

設問②-1 うち正社員の人数

②-1 うち正社員の人数

13 件の回答

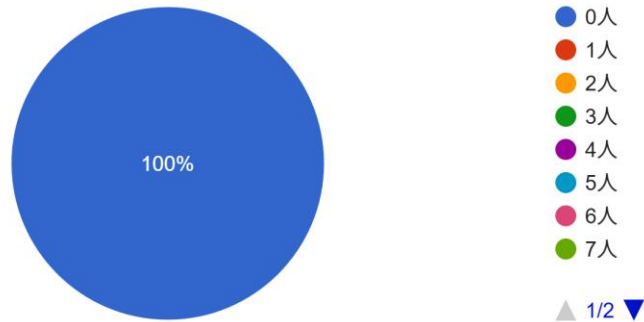


【コメント】13 件の回答。0 人が 92.3%（12 事業所）、1 人が 7.7%（1 事業所）でした。事前段階で正社員層との直接的な接点を持てた事業所はごく少数です。開催前から企業情報を見てもらうだけでなく、興味を持った求職者を個別相談や予約につなげる導線を設ける余地があります。

設問②ー2 うち契約社員の人数

②ー2 うち契約社員の人数

13 件の回答

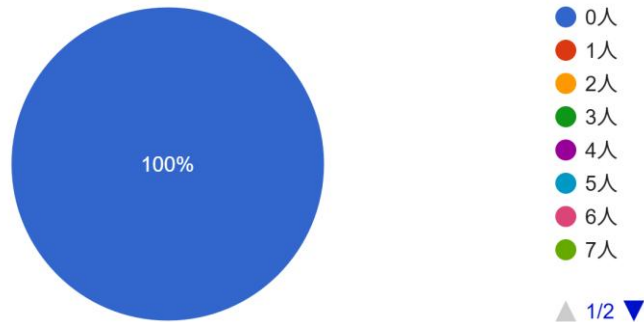


【コメント】13 件の回答すべてが 0 人（100%）でした。契約社員層については事前の直接接点を確認されておらず、今回の説明会では事前接触よりも当日会場での接点形成が中心であったことが分かります。

設問②ー3 うちパートの人数

②ー3 うちパートの人数

13 件の回答

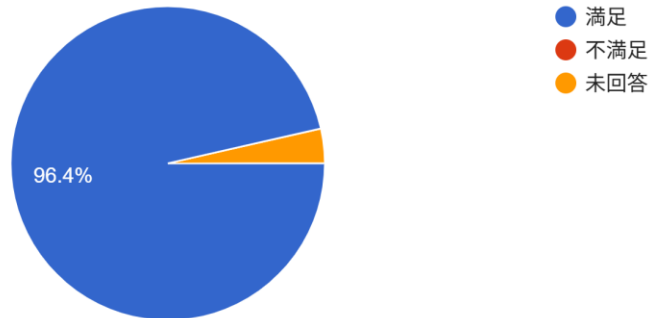


【コメント】13 件の回答すべてが 0 人（100%）でした。パート層も事前の直接接点はなく、当日来場によって初めて企業と接触したケースが中心であったと考えられます。パート求人を求める層への事前周知方法を工夫することで、より効果的なマッチングにつながる可能性があります。

設問③ 作成したホームページの内容について

③ 作成したホームページの内容について

28 件の回答

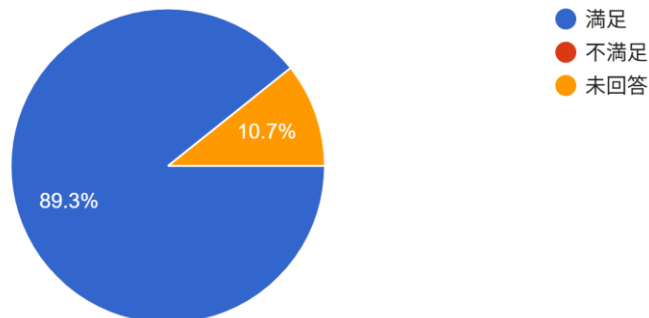


【コメント】28 件の回答中、「満足」が 96.4%（27 事業所）、「未回答」が 3.6%（1 事業所）で、「不満足」は 0 件でした。参加事業所から非常に高い評価を得ており、合同会社説明会の事前広報・企業情報発信ツールとしてホームページ作成は有効であったと評価できます。次回も継続しつつ、閲覧から面談予約等につながる機能を強化すると、より高い効果が期待できます。

設問④ 作成したリクルート動画の内容

④ 作成したリクルート動画の内容

28 件の回答

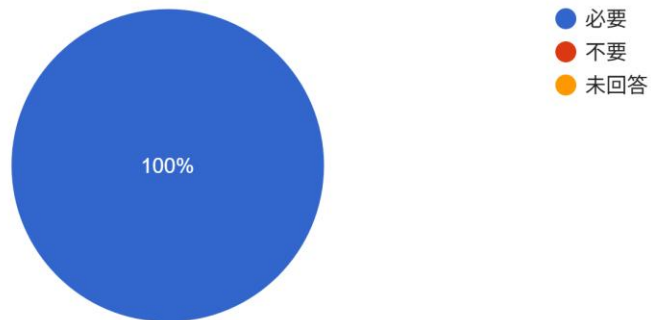


【コメント】28 件の回答中、「満足」が 89.3%（25 事業所）、「未回答」が 10.7%（3 事業所）で、「不満足」は 0 件でした。ホームページと同様に高い評価を得ています。動画は企業の雰囲気や仕事の内容を短時間で伝えやすいため、説明会当日だけでなく、SNS 等を活用した開催前の情報発信に継続利用する価値が高いと考えられます。

設問⑤ 合同会社説明会は必要ですか

⑤ 合同会社説明会は必要ですか

28 件の回答



【コメント】28 件すべてが「必要」と回答し、必要性は 100%となりました。参加事業所から説明会そのものに対する明確な支持が得られており、地域企業の人材確保支援策として継続開催する意義は非常に大きいと評価できます。今後は開催の継続に加え、事前マッチングと当日のブース回遊をさらに高める取組が重要です。

3. 総評

今回のアンケートでは、合同会社説明会の必要性について 28 件すべてが「必要」と回答しており、参加事業所から事業継続に対する極めて強い支持が確認されました。地域企業にとって、求職者と直接接点を持つ機会を行政区域を越えて確保する場として、合同会社説明会は重要な人材確保支援策になっていると評価できます。

事前に作成したホームページは 96.4%、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 件でした。企業の魅力や求人情報を発信するコンテンツとして評価が高く、今後も継続する価値があります。特に、これらのコンテンツを単なる周知にとどめず、求職者が気になる企業を選択し、事前面談や当日のブース訪問予約へ進める導線を設けることで、さらに成果につながれると考えられます。

一方、当日のブース来訪人数は回答が幅広い人数に分散しており、事業所ごとに来訪者数の差が見られました。説明会全体としての必要性・満足度が高いからこそ、次の段階では「どの企業にも一定数の求職者が訪れる仕組み」を整えることが重要です。来訪者の多かった事業所のブースづくり、求人の見せ方、声掛け方法等を共有するとともに、受付時の回遊促進や求職者の希望条件に応じた企業案内を強化することが考えられます。

また、事前のブース接点は極めて限定的でした。開催前にホームページ・動画の閲覧を促し、その閲覧結果を当日の面談に結び付ける仕組みを整えることで、企業・求職者双方が目的を持って参加しやすくなります。今後は「周知する説明会」から「事前にマッチングを作り、当日に面談を深める説明会」へと発展させることが、採用成果の向上につながると考えられます。

今後に向けた改善ポイント

- 説明会は継続開催を基本とし、参加事業所の求人充足・採用実績まで追跡して事業効果を検証する。
- ホームページ・リクルート動画を開催前から積極的に配信し、事前面談・ブース訪問予約につながる仕組みを設ける。
- 来訪者が多かった事業所の取組を分析・共有し、ブース間の来訪者数の偏りを縮小する。
- 次回アンケートでは人数項目を「0 人」を含めた数値入力または選択必須に統一し、内訳設問の回答漏れを減らして比較しやすいデータにする。

【集計上の留意点】 設問①・②の内訳設問は回答件数が 12～22 件、13 件となっており、基本設問 28 件より少なくなっています。このため、内訳の割合は各設問の有効回答数を母数として確認する必要があります。