

STRATEGY REPORT 2025-2030

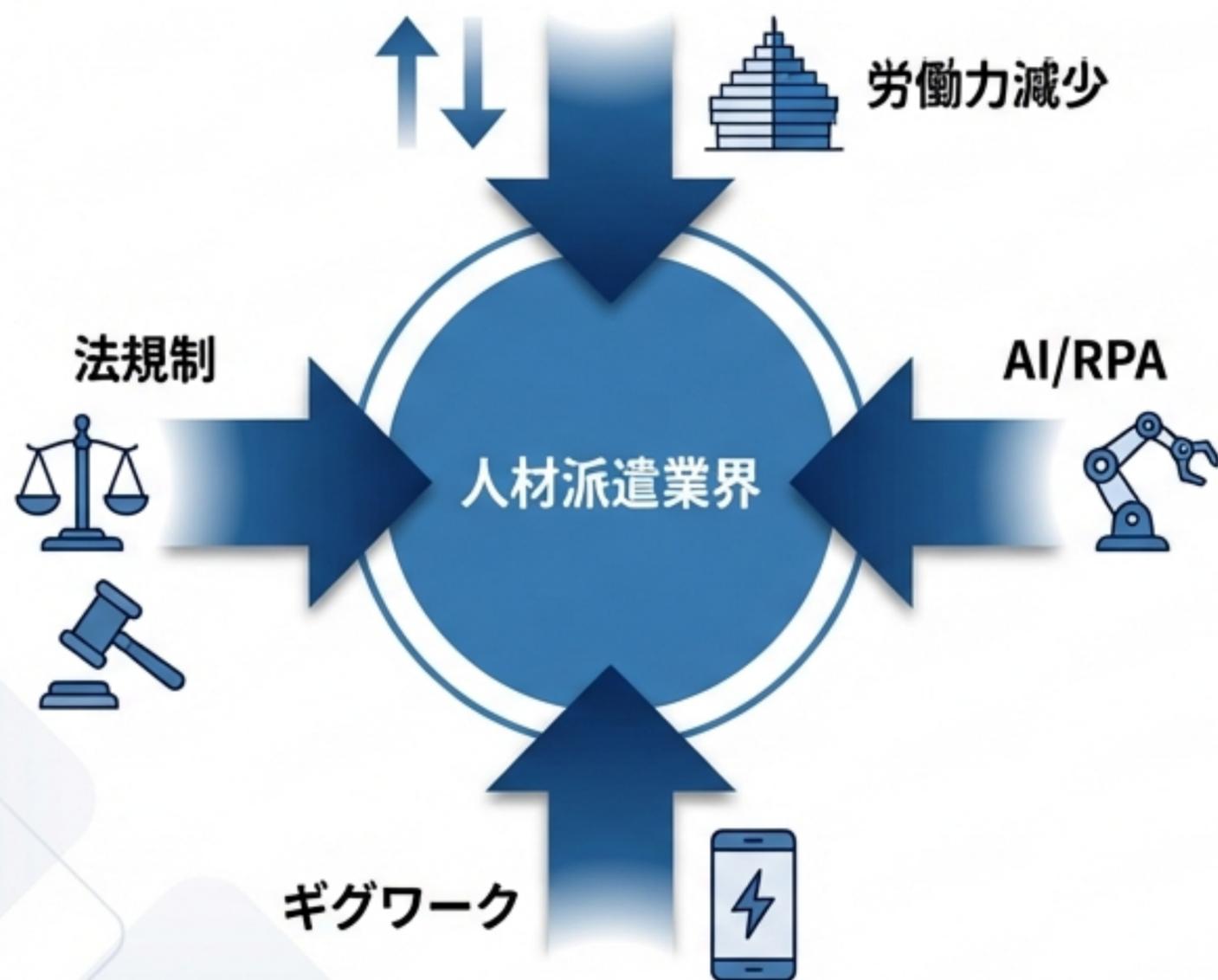
# 人材派遣業界戦略レポート 2025-2030

脱・労働力仲介：  
スキルとデータが駆動する  
次世代人材エコシステムの構築戦略



# 業界は「四重の圧力」に晒されており、勝者の条件は物理的規模から「スキルとデータの運用能力」へ移行する

## The Quadruple Pressure



## 現状の課題 (Context) :

従来の「労働力需給調整」モデルは限界を迎えている。登録者数や拠点数といった物理的資産はコモディティ化し、優位性を失いつつある。

## 未来の勝者の3条件 (Winning Conditions) :

1. スキルの可視化・再教育力  
市場需要に応じたリスキリングと評価
2. データ予測マッチング力  
潜在能力と未来のニーズを結びつけるAI活用
3. エコシステム構築力  
多様な働き手を惹きつけるプラットフォーム

## 4つの戦略提言 (Strategic Pillars) :

ポートフォリオ  
転換

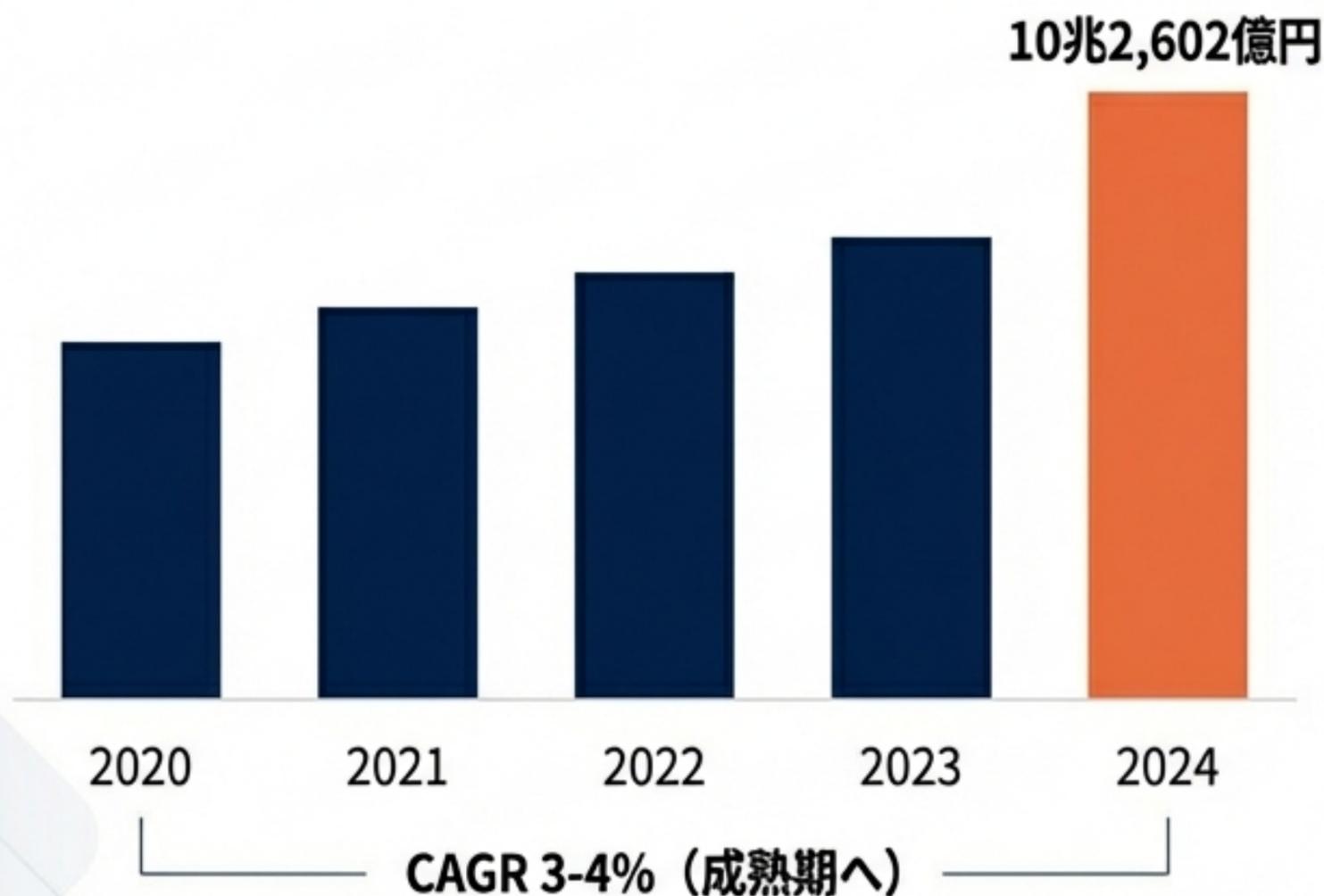
データ経営

エコシステム

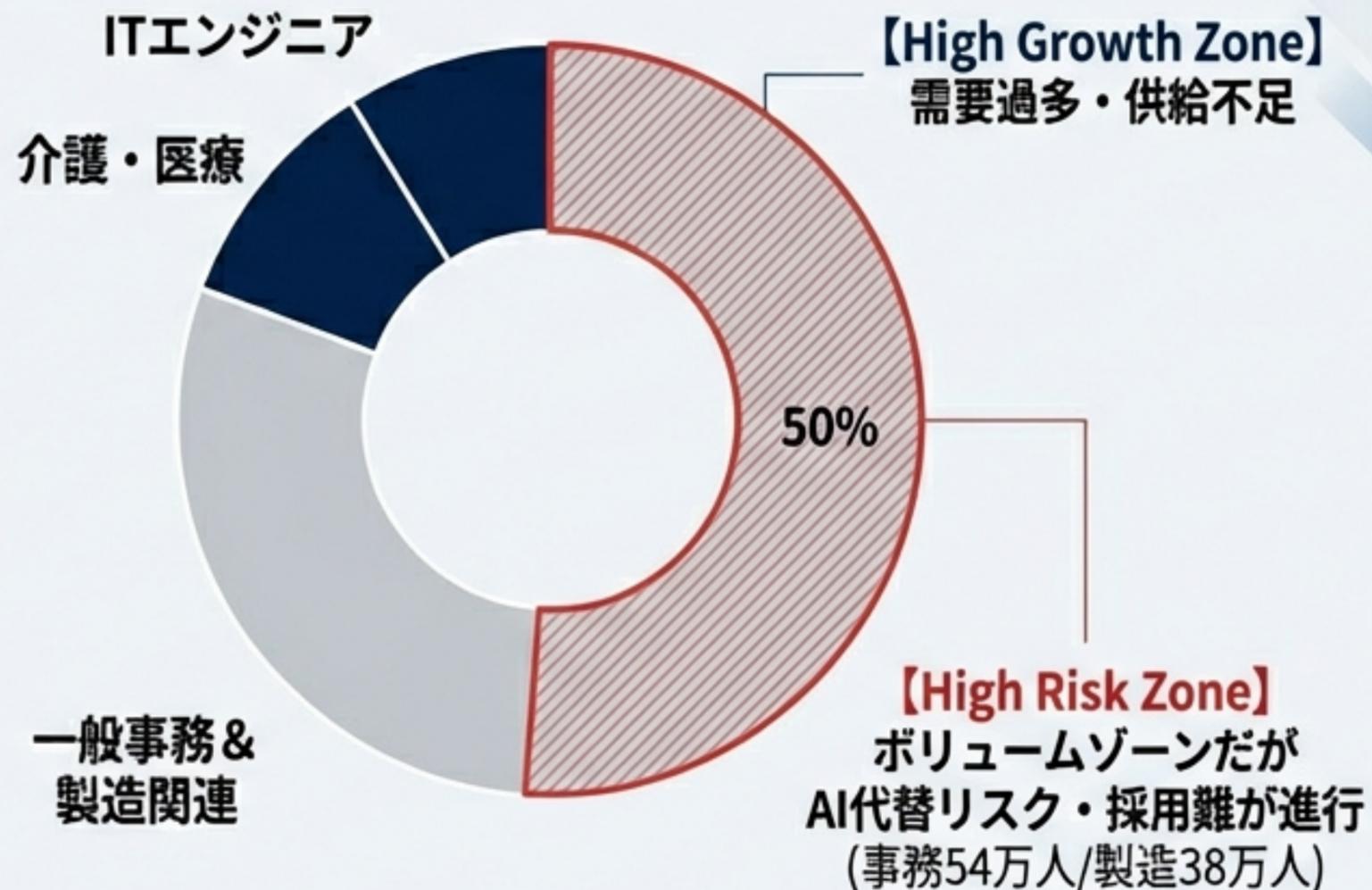
営業高度化

# 市場規模は10兆円を突破するが、ボリュームゾーンの「事務・製造」は構造的なリスクを抱えている

## A. 市場規模推移（予測）



## B. 職種別構成比とリスク分析



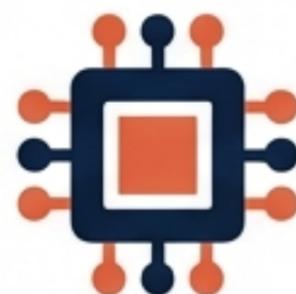
事務・製造のジレンマ：自動化の過渡期にあり、採用難と代替リスクが同時に進行している。

# 外部環境は「労働者保護」と「テクノロジー進化」により、単なる仲介業からの脱却を強制している



## LEGAL (法規制)

同一労働同一賃金によるコスト増  
派遣法改正 (教育訓練・情報提供義務)  
コンプライアンス遵守が絶対条件



## TECHNOLOGY (技術)

HRテック市場拡大 (2030年 2.05兆円)  
AI/RPAによる定型業務代替  
マッチングアルゴリズムの進化



## SOCIAL (社会)

労働力人口の減少 (2070年 9,000万人割れ)  
キャリア自律意識の高まり  
リスクリングへの社会的要請

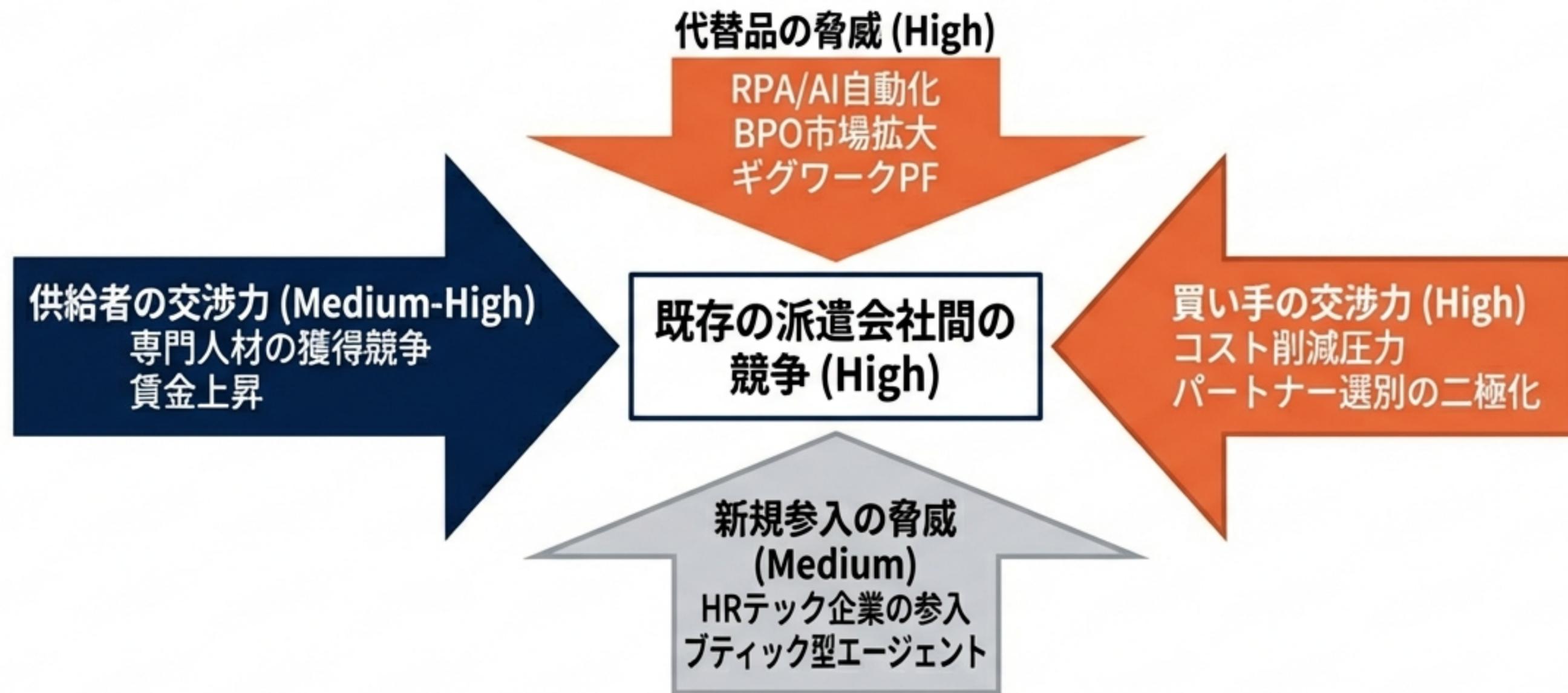


## ECONOMY (経済)

有効求人倍率は「売り手市場」維持  
インフレによる賃上げ圧力  
マージン率の圧迫

Impact: 派遣会社は「雇用主」として労働者のキャリア形成に責任を持つ役割へ進化必須。

# 買い手の交渉力増大と代替品の台頭により、従来の労働力仲介モデルの収益性は構造的に圧迫されている



Takeaway: 全方位戦略は「低価格競争」と「高付加価値投資」の板挟みになる。ターゲットの明確化が不可欠。

# AIは定型業務を奪う「破壊者」であると同時に、 マッチング精度と生産性を劇的に高める「救世主」でもある

## THREAT: 破壊



### 需要消滅

- 一般事務、データ入力
- 既存の売上基盤の侵食

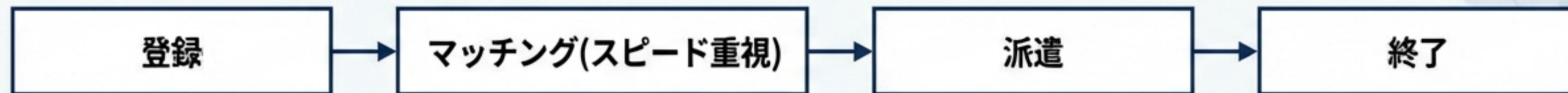
## OPPORTUNITY: 創造



- 1. 高精度・多次元マッチング**  
カルチャーフィット・潜在能力解析  
(事例: マッチング率83%改善)
- 2. 生産性向上**  
業務時間40%削減、人間によるケアへ再配分
- 3. 未来予測**  
スキル需要予測に基づくリスクリング提案

# 価値の源泉は「集客・マッチング」から移動し、 循環型の「キャリア創造サイクル」への再設計が求められる

## OLD MODEL: 直線型 (Linear)



コモディティ化 / 低付加価値

## NEW MODEL: 循環型 (Circular)



「一回限りの取引」から「継続的なリレーションシップ」へ。  
LTV（顧客生涯価値）の最大化を目指す。

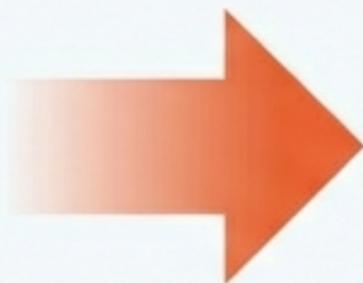
# 顧客は「安さ」ではなく「人的資本への貢献」を求め、 働き手は「キャリア自律とエンゲージメント」を求めている



## 企業 (Client - BtoB)

### From (過去)

- 良い人材を安く
- 欠員補充



### To (未来)

- 人的資本経営への貢献
- 専門スキルの質
- コンプライアンス

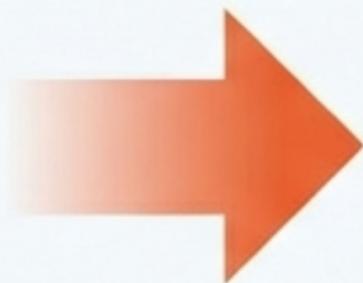
Note: 派遣社員のスキル証明やエンゲージメントスコアが新評価基準



## 働き手 (Worker - BtoC)

### From (過去)

- 単なる仕事紹介
- 給与



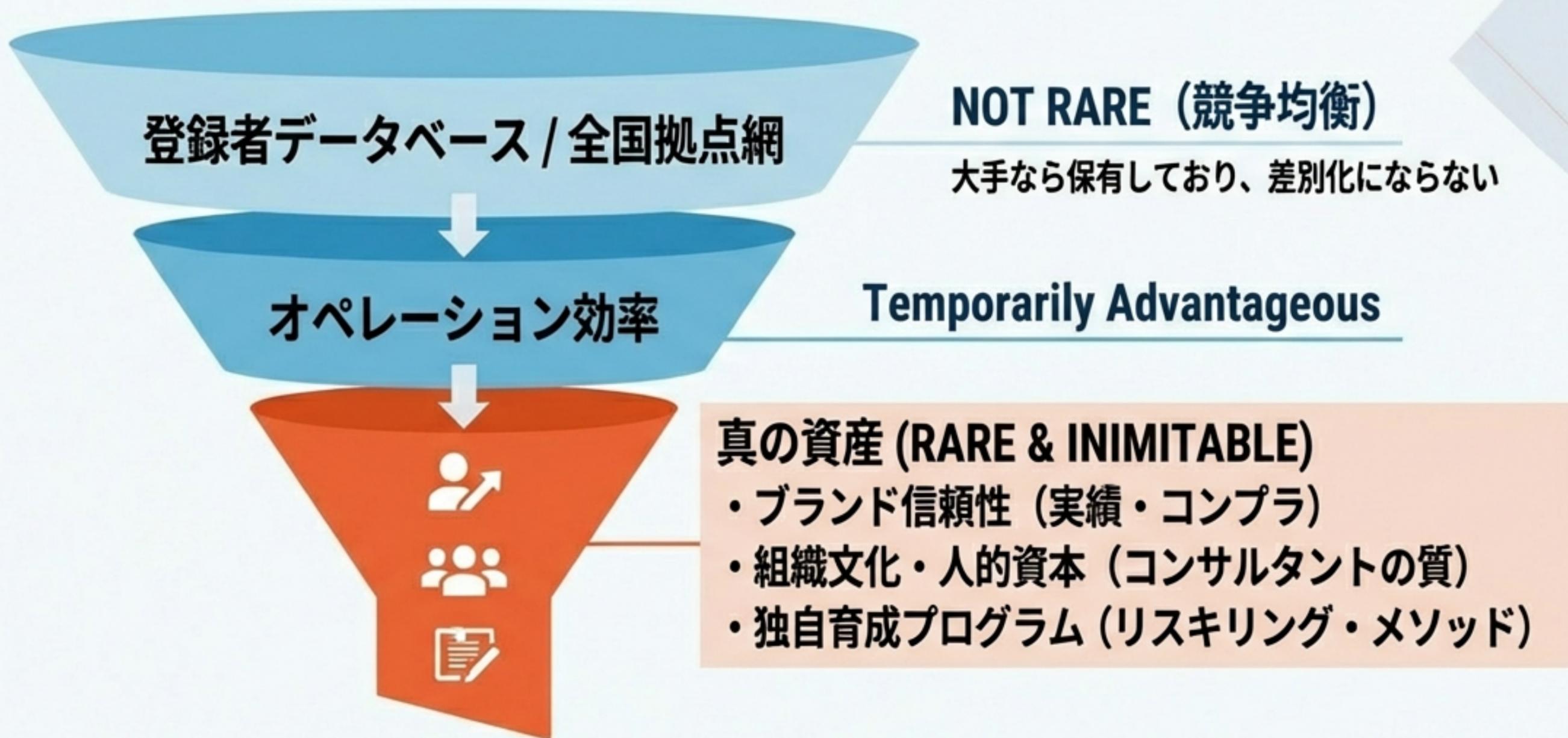
### To (未来)

- 質の高い研修
- キャリアパス
- 担当者の親身なサポート

Data Note: 満足度No.1要因：担当者が親身 (39%)

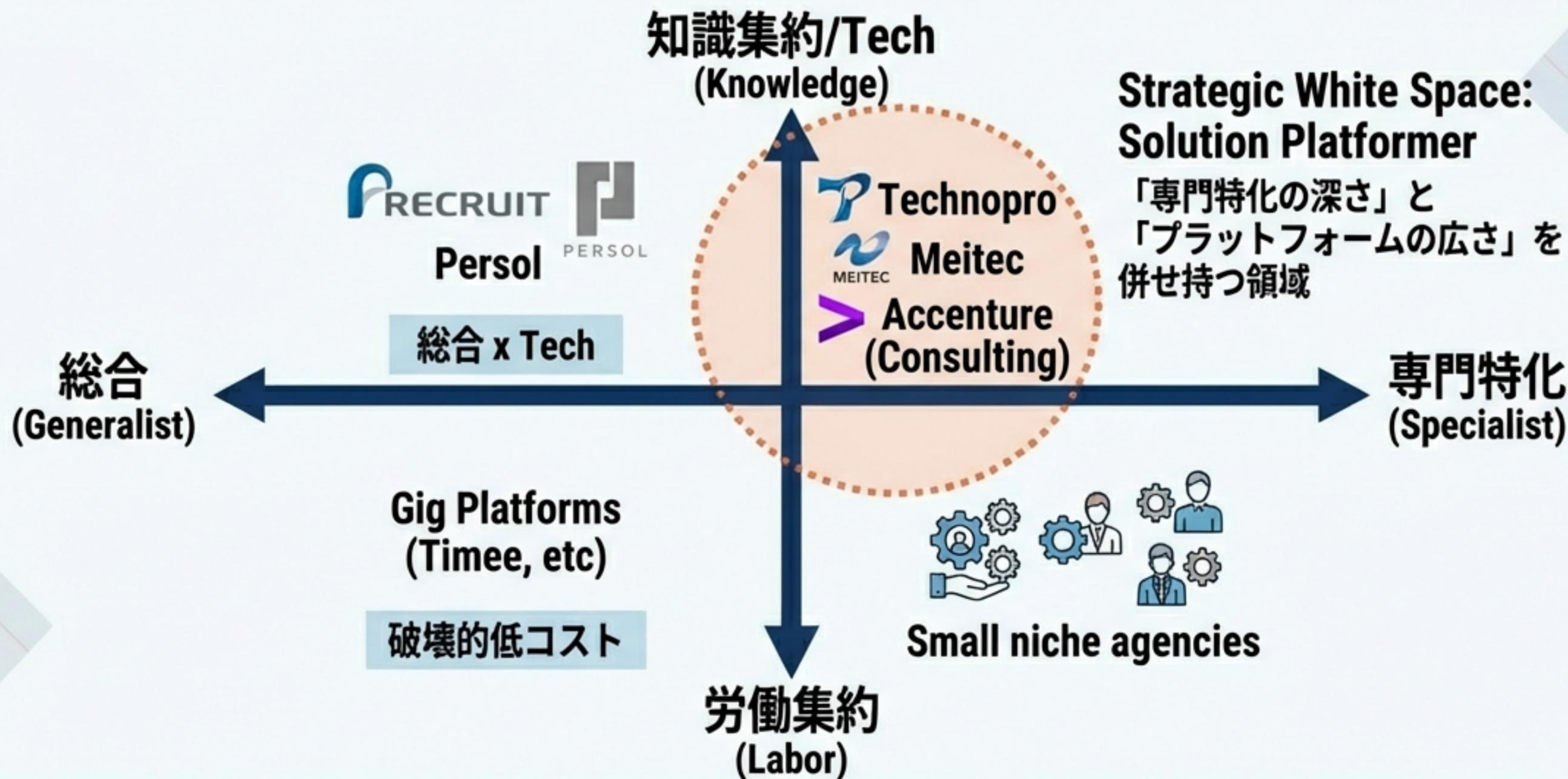
営業担当者的人間的サポート (Experience) こそが、AI時代における差別化要因となる。

# データベースの規模はもはや差別化要因ではない。 真の資産は「ブランド信頼性」と「独自育成プログラム」にある



テクノロジーで効率化(Organization)し、人間で付加価値をつける構造が最強のVRIOとなる。

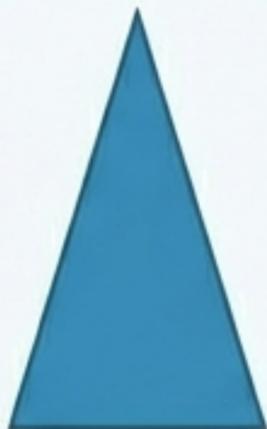
# 総合型、専門特化型に加え、ギグワークPFやコンサルが入り乱れる競争環境で、独自ポジションの確立が必要



総合型、専門特化型に加え、軽く簡化する特濃ギグワークPFや都合型が足必要である

# 推奨戦略は「専門特化（深化）」と「プラットフォーム（拡大）」を組み合わせたハイブリッドモデルである

Option A: 専門領域特化  
(Niche Top)



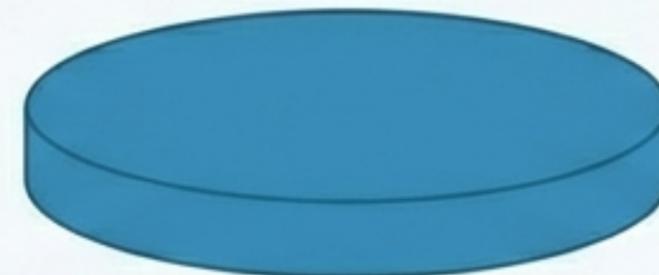
スケーラビリティに限界

Option B: ソリューション統合  
(Deepening)



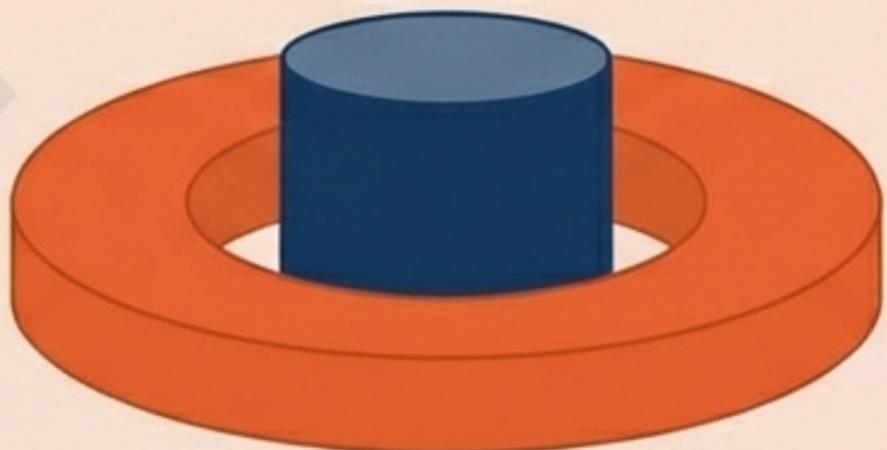
リソース負担大

Option C: エコシステム  
(Expansion)



独自性が薄まる

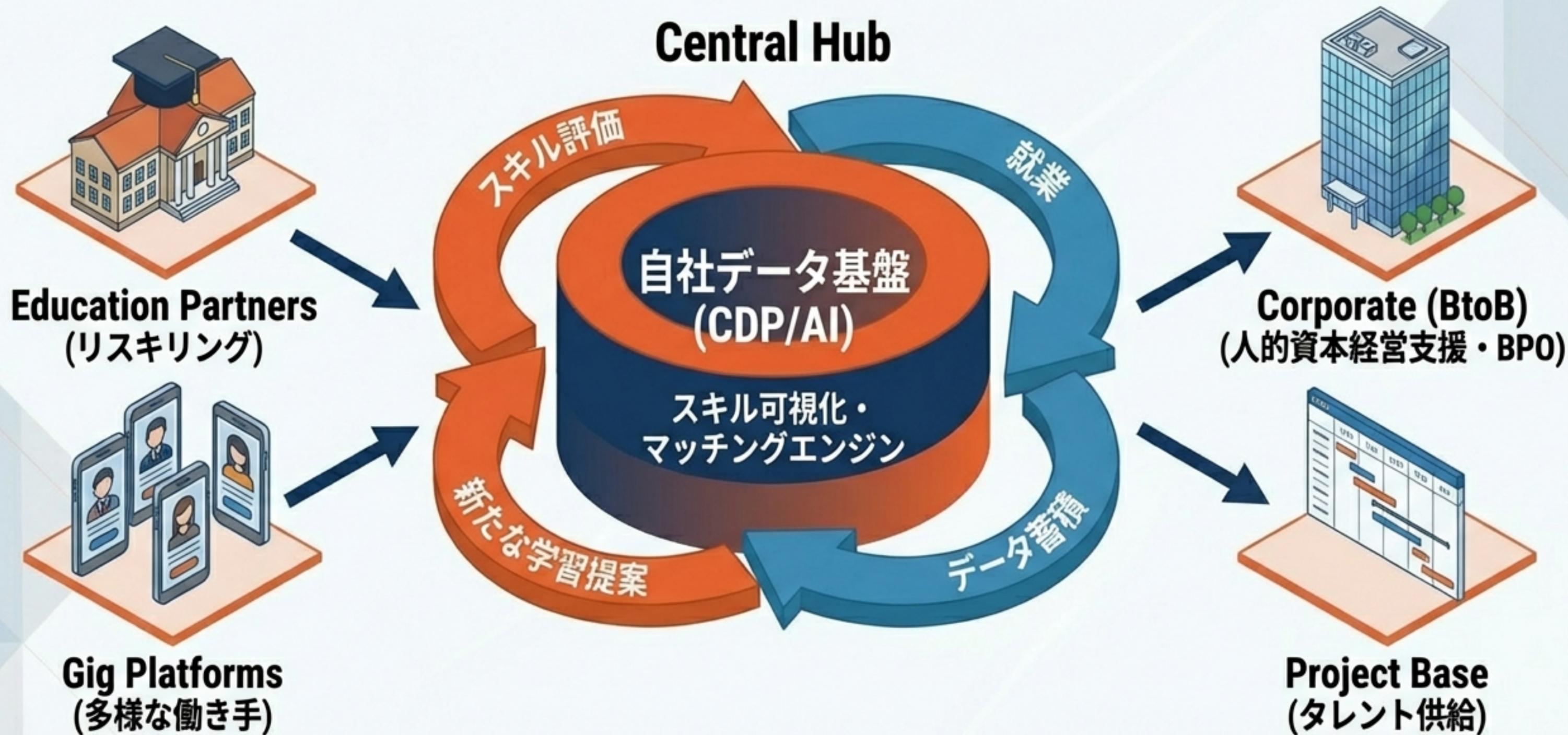
## 推奨: Solution Platformer (Option B + C)



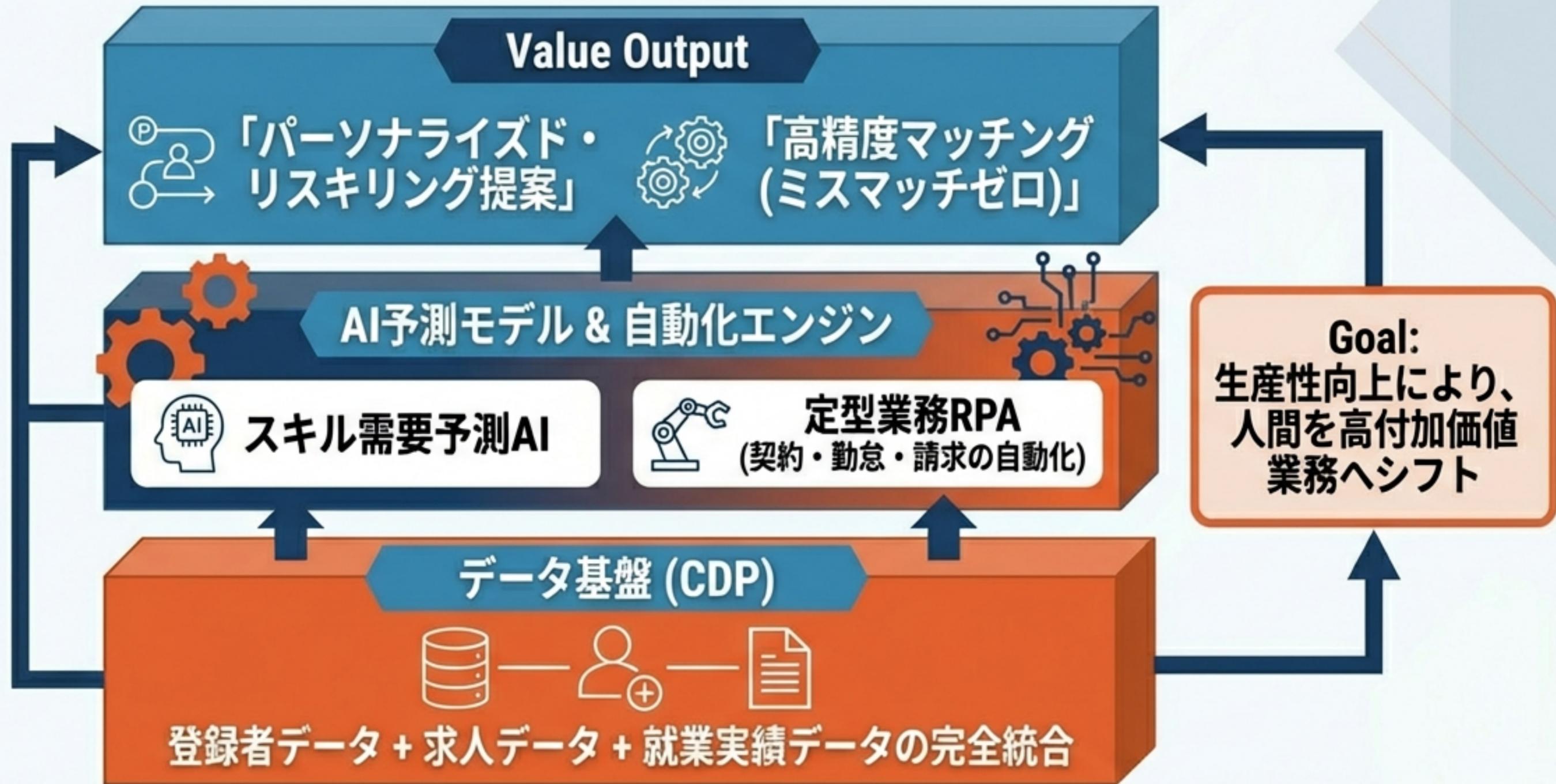
**Core Strategy:** 自社の強みある領域 (IT/製造等) は「ソリューションで深化」。

**Expansion:** 周辺領域や学習・単発ワークは「パートナー連携で拡大」。

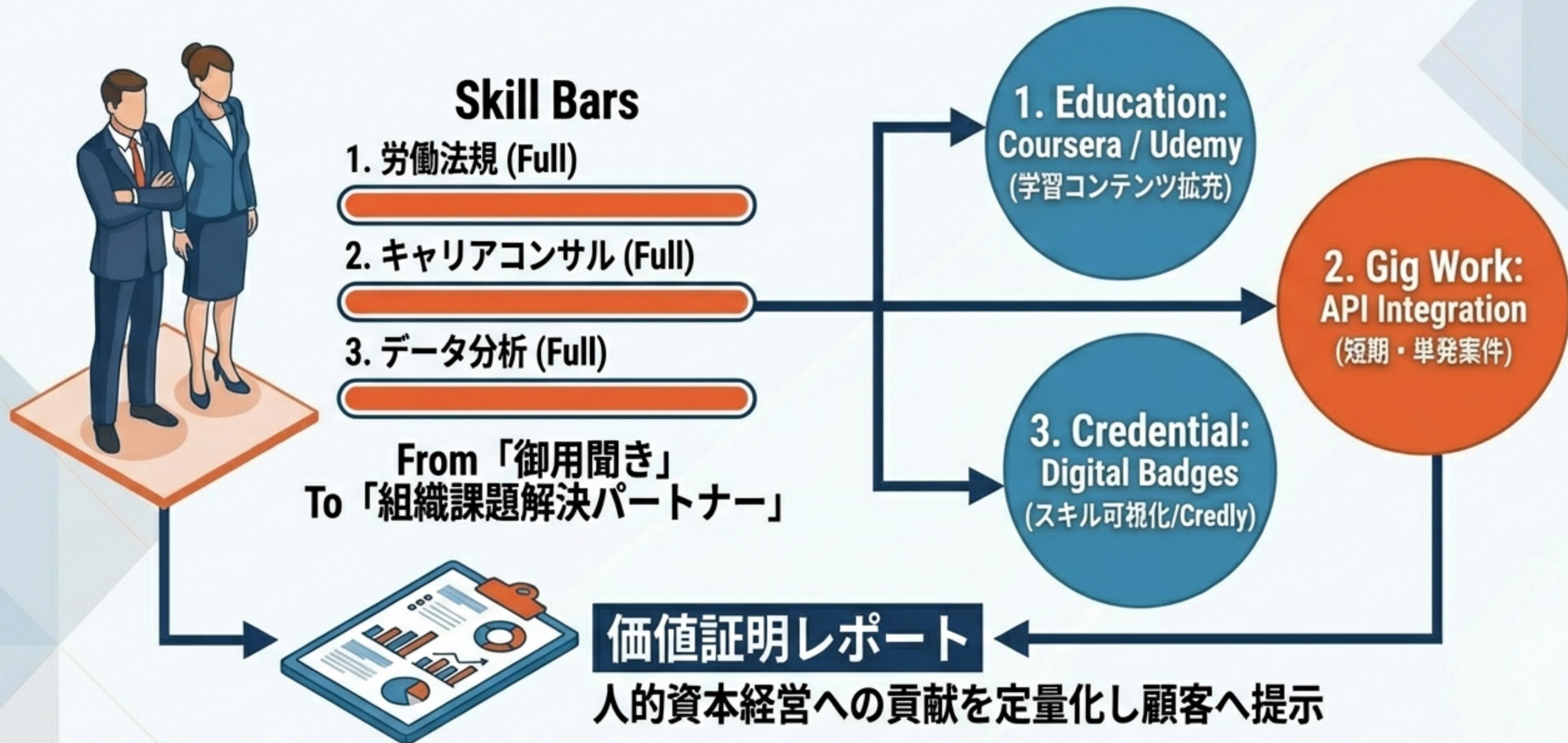
# スキルとデータが循環するエコシステムのハブとなり、人材の「育成」から「流動化」までを一気通貫で提供する



# 実行計画①：全社データを統合し、AIによる「未来予測」と「高精度マッチング」を実装する



# 実行計画②：営業を「タレントソリューション・コンサルタント」へ進化させ、外部パートナーと連携する



# 「労働力仲介」から「人的資本パートナー」へ。 3つのフェーズで持続的な競争優位を確立する



「勝敗を分けるのは、テクノロジーによる効率化と、  
人間による高付加価値化の両立である。」