



保育業界戦略レポート： 少子化・人材難時代の 生存戦略

テクノロジーと「保育の質」で再
定義する次世代保育ビジネス



2025年版 | Confidential

エグゼクティブサマリー：待機児童解消により、競争の軸は「量」から「質」へ不可逆的にシフトした

現状 (Context)



待機児童数推移

26,081人 → 2,254人

待機児童数はピーク時の約1/10 (2,254人) まで減少。政策目標の達成に伴い、保護者が施設を選ぶ「買い手市場」へ移行。



課題 (Core Challenge)



業界を襲う3つの脅威。「少子化」によるパイの縮小、「公定価格」による収益の硬直性、そして最大のボトルネックである「深刻な人材難」。



勝者の条件 (Winning Strategy)

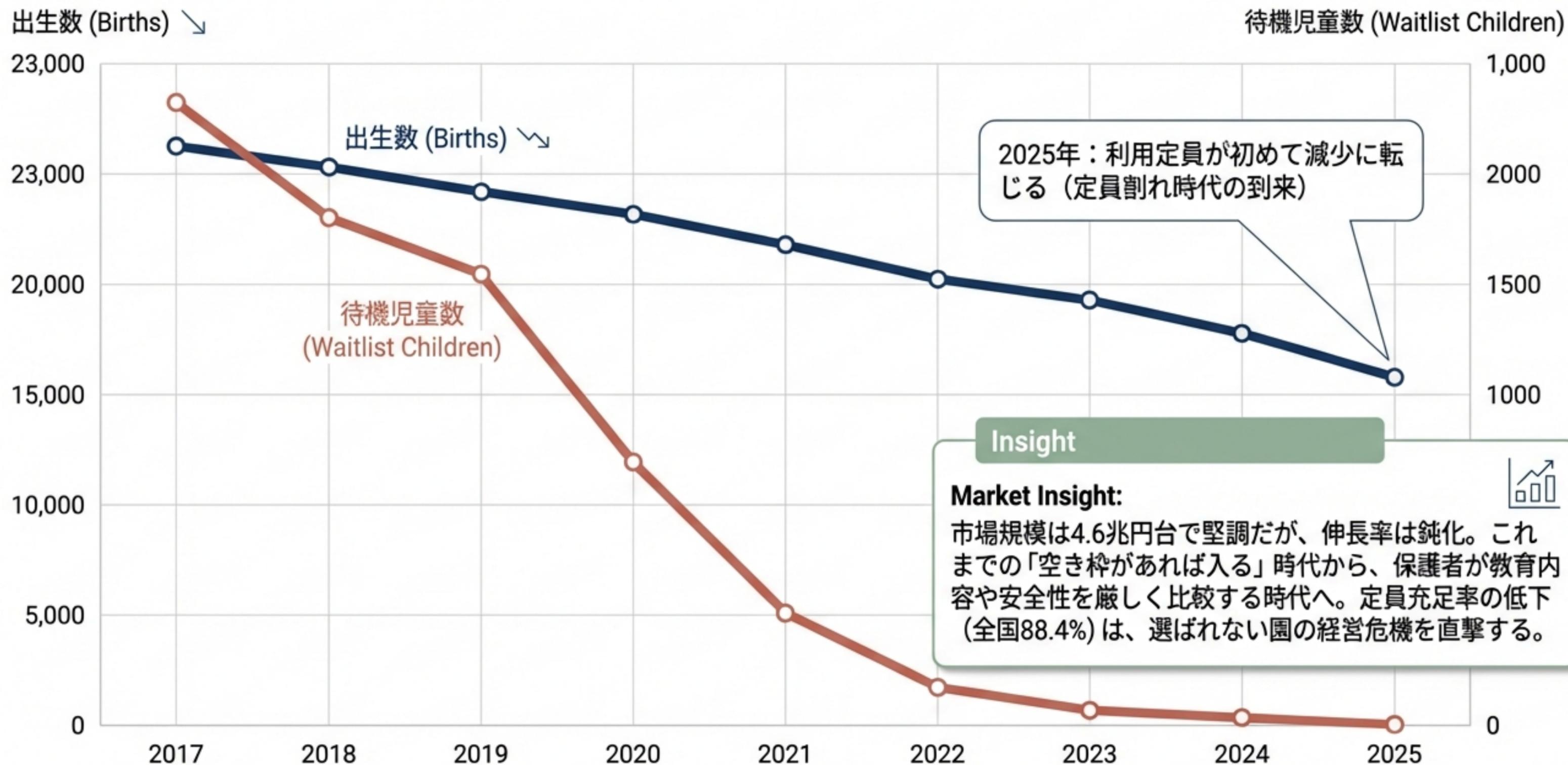


生存を分ける3つの能力。

1. 人材獲得・定着力 (EVP)
2. Tech-Enabled Quality
3. 事業多角化



市場概観：待機児童問題の解決は、保護者による「選別淘汰」時代の幕開けを意味する



外部環境：76年ぶりの配置基準見直しによる「コスト増」と、AI活用による「生産性向上」のせめぎ合い

Politics (政治)

Impact: High



76年ぶりの配置基準改善（4・5歳児 30:1→25:1）。
Implication: 保育の質は上がるが、人件費コストが直撃。

Technology (技術)

Impact: High



AI午睡チェック、連絡帳アプリの標準化。
Implication: 業務効率化だけでなく、「安全性」が商品価値になる。

Society (社会)

Impact: Medium



「預かり」から「幼児教育(ECE)」へのニーズ高度化。

Economy (経済)

Impact: Medium



物価高騰による固定費圧迫。公定価格ビジネスの限界。

最大のボトルネック：有効求人倍率4.28倍（東京）の衝撃。 人材不足が事業存続を脅かす

4.28倍

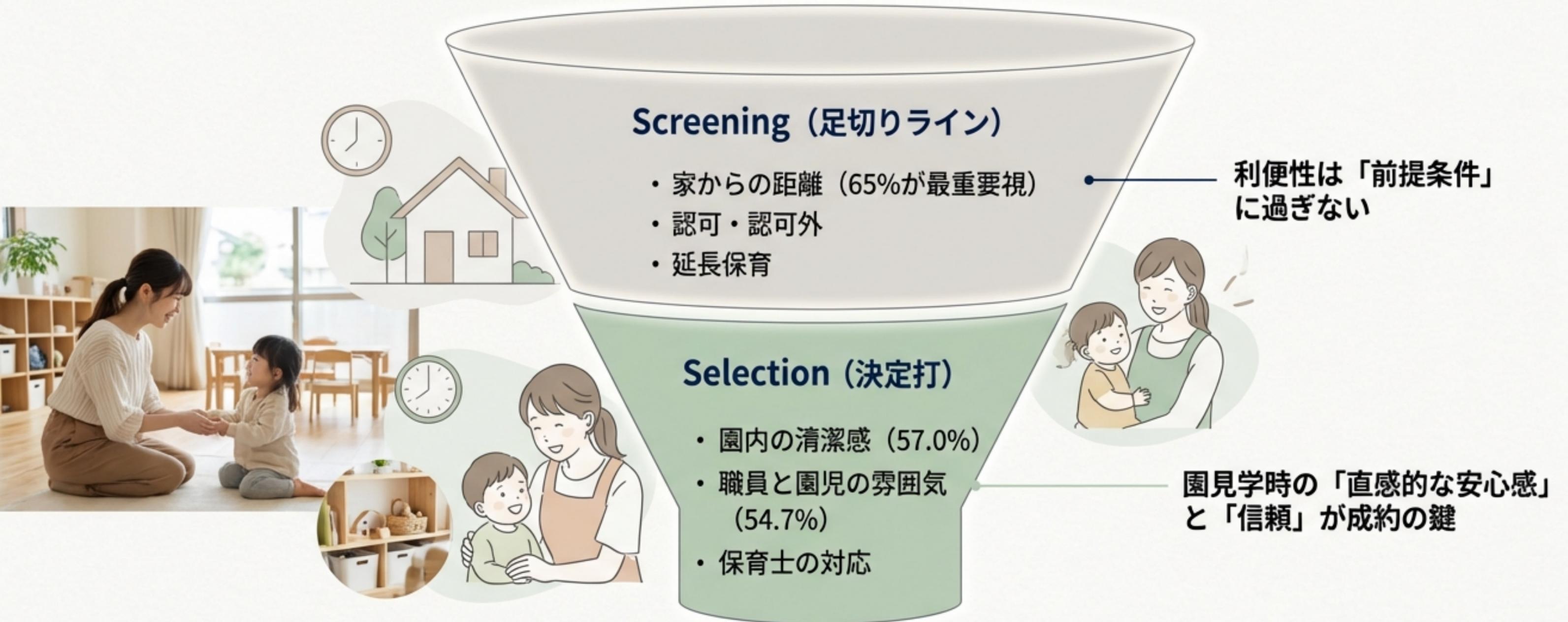
東京都 保育士有効求人倍率

全職種平均: 1.18倍 / 全国保育士: 2.77倍



Opportunity: 「潜在保育士」の存在。復職を阻む最大の壁は「責任の重さと業務量」。ここを解決することが唯一の打開策である。

顧客分析：「立地」でスクリーニングされ、「施設の雰囲気・質」で最終決定される



Takeaway: オンラインでは利便性を訴求し、オフライン（見学）では「人の質」を体験させる二段構えのマーケティングが必要。

バリューチェーン変革：競争優位の源泉は「箱（施設）」から「人」と「ソフト（プログラム）」へ



最重要: 人材こそが商品 (Quality)。定着率の高い組織文化が模倣困難な資産となる。

差別化: 英語、STEAM、リトミックなど、選ばれるための独自のカリキュラム開発。

効率化: Techで徹底的に自動化し、リソースを「人」と「ソフト」へ再配分。

テクノロジーの真価：業務時間の50%削減と、人の目を超えた「安全性」の確立

Back Office (Defensive DX)



- AI Document Generation (日誌・指導案作成)
- Auto-shift management
- Impact: 事務時間50%削減。保育士を「書く仕事」から解放する。

Takeaway: オンラインでは利便性を訴求し、オフライン（見学）では「人の質」を体験させる二段構えのマーケティングが必要。

Front Office (Offensive DX)

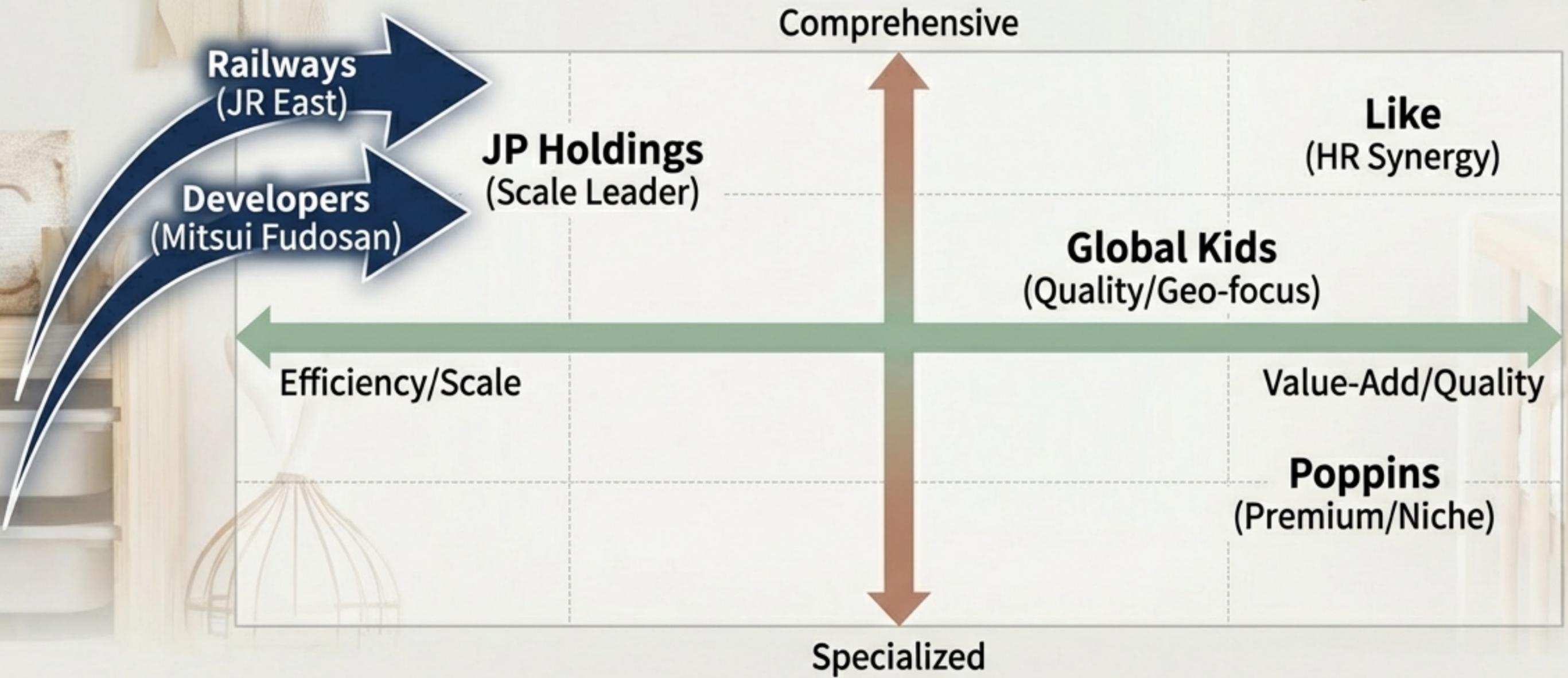


- AI Safety Cameras (午睡チェック・ヒヤリハット検知)
- Health Analysis
- Impact: SIDSリスクの低減。保護者への「安心」という最大の付加価値提供。

Takeaway: オンラインでは利便性を訴求し、オフライン（見学）では「人の質」を体験させる二段構えのマーケティングが必要。

Tech empowers Humans.

競合環境：市場は「規模の追求」と「高付加価値」に二極化。 異業種参入が競争を加速させる



中途半端なポジショニングの事業者は淘汰される。
自社の立ち位置（規模か、質か、ニッチか）の明確化が急務。

未来予測2030：「保育」と「教育」の融合、そしてM&Aによる業界再編

ECE Integration (幼児教育化)



Daycare becomes
Early Childhood
Education.
非認知能力の重視。

Diversification (多角化)



学童・療育・ベビー
シッターへの領域拡大
(1000億円市場へ)。

Consolidation (再編)



中小事業者の淘汰と
M&Aによる寡占化。

Personalization (個別化)



AI活用による
発達データに基づく
個別最適化保育。

戦略的選択肢：生き残りをかけた3つの道



Scale Leader (規模の経済)



**Focus: Cost leadership,
M&A.**

**Risk: 差別化困難、利益率の
低下 (Red Ocean).**

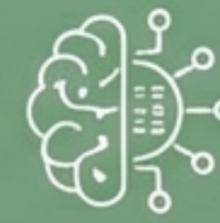


Niche Player (一点突破)



**Focus: 療育、富裕層向け、
医療ケア。**

**Risk: 市場規模の限界
(Small Market).**



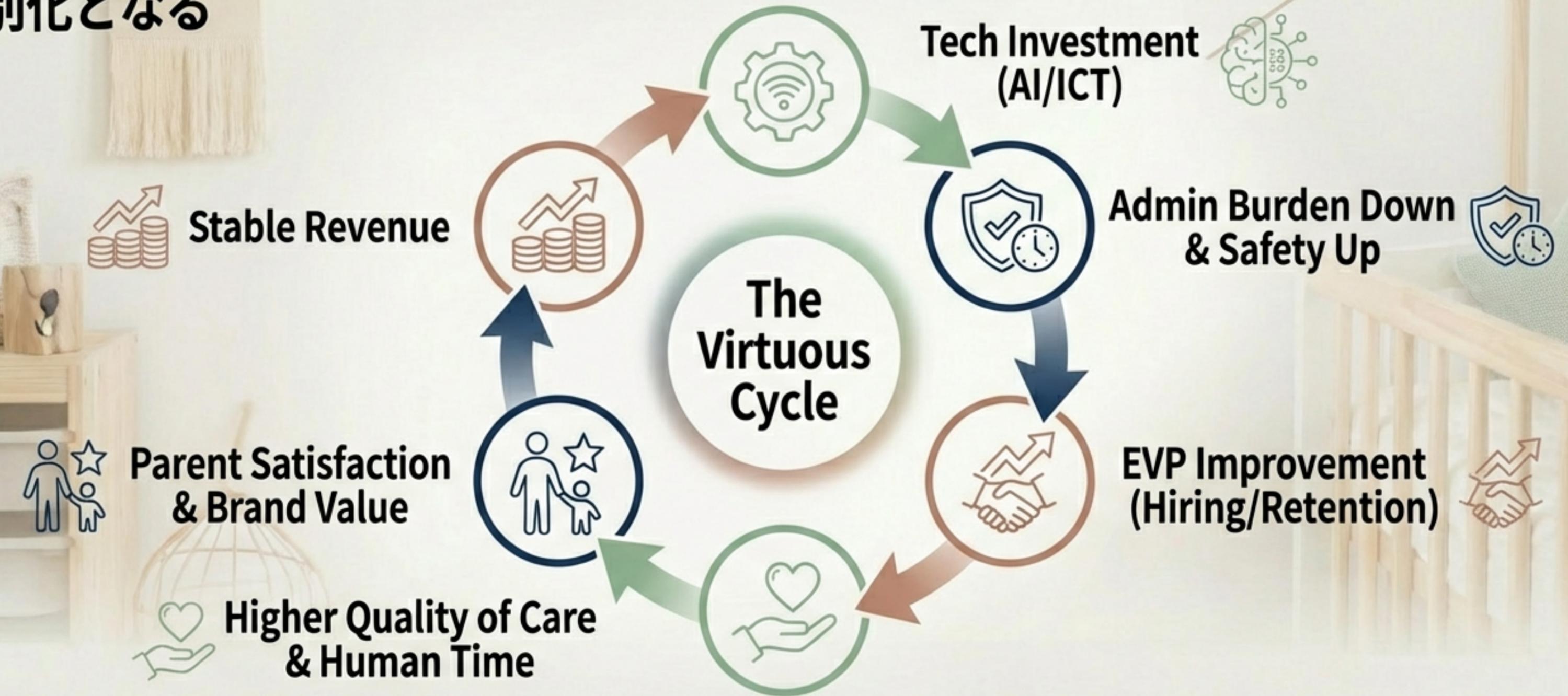
Tech-Enabled Quality (推奨戦略)



**Focus: Tech投資による「質」
と「定着率」の向上。**

**Benefit: 参入障壁の構築、
ブランド価値向上、持続可能な
HRモデル (Blue Ocean)。**

提言：テクノロジーとEVPの好循環（Tech-Enabled Quality）が最強の差別化となる



「働きやすさ」が「保育の質」を生み、それが「選ばれる理由」になる。

実行ロードマップ：守りのDXから、攻めの差別化・多角化へ

	Year 1	Year 2	Year 3+
<p>Phase 1: Foundation (基盤構築)</p>	<p>ICT導入, 自動シフト作成, 働き方改革(短時間正社員)</p>		
	<p>KPI: Admin time -30%, Turnover -20%</p>		
			
<p>Phase 2: Differentiation (差別化)</p>	<p>AI午睡チェック標準化, 独自カリキュラム開発, ブランディング</p>		
	<p>KPI: Parent NPS, Enrollment Ratio Up</p>		
			
<p>Phase 3: Diversification (事業拡大)</p>	<p>学童参入, 外販・コンサルティング事業</p>		
	<p>KPI: Non-gov Revenue > 15%</p>		
			

結論：テクノロジーで「余白」を作り、保育士を「人間らしい仕事」へ回帰させる

勝者の条件は、最新技術を使いこなし、保育士が子どもと向き合う時間を最大化することにある。



Facility Operator
(単なる施設の運営者)



Child Development Partner
(子どもの発達を支えるパートナー)

人材不足と質の競争を勝ち抜く唯一の鍵は、Tech-Enabled Qualityの実装である。

引用文献・データソース



矢野経済研究所「保育・幼児教育市場に関する調査」



各社IR資料（JPホールディングス, ライク, ポピンズ, グローバルキッズCOMPANY）



厚生労働省「保育所等関連状況取りまとめ」



内閣府「少子化社会対策白書」



こども家庭庁「こども未来戦略」
「待機児童解消加速化プラン」



全国保育士会「保育士の現状と課題」