



業界別マーケティングレポートシリーズ

人材紹介・派遣業界の

市場動向と未来市場予測

Market Trends & Future Outlook

Human × AI

最新 AI と人手編集による業界別レポート

AI.marketing

業界の概要

業界の動向

市場分析

業界の課題と機会

業界の将来展望

業界の現状と未来を予測し

徹底対策を！！ 完全無料 0円



！
本レポートは AI によって生成された内容を基に作成しております。内容には人手による確認・編集を行っておりますが、すべての情報の正確性・妥当性を保証するものではありません。

▶ 目次

| | | |
|----------|-----------------|-----|
| Chapter1 | エグゼクティブサマリー（要約） | 1P |
| Chapter2 | 業界の市場概況（PEST分析） | 2P |
| Chapter3 | 主要プレイヤーと業界構造 | 6P |
| Chapter4 | 経営環境と課題 | 7P |
| Chapter5 | 新たな潮流 | 9P |
| Chapter6 | AIの活用について | 11P |
| Chapter7 | 今後の展望と提言 | 13P |

人材紹介・派遣業界は、企業の成長の原動力である「人材」と、個人のキャリアを輝かせる「機会」とを結びつける、日本経済のダイナミズムを創出する「価値の仲介者」です。皆様の介在価値は、労働市場の流動性を高め、適材適所を実現することで、企業と個人の双方に無限の可能性をもたらす、極めて重要な社会インフラです。

しかし、その重要な役割の裏側で、皆様の事業環境は今、「**HR テックとダイレトリクルーティングによる、徹底的な『中抜き』の進行**」「**労働人口の構造的減少がもたらす、絶望的な候補者獲得競争**」「**『誰でもできる』というイメージが招く、熾烈な価格競争と低利益率**」という、業界の存在意義そのものが問われる、激しく不可逆的な変化の渦中にあります。これは、従来の「右手から左手へ、人を紹介・派遣する」という、シンプルなマッチングモデルが、もはや事業の存続すら保証しない時代の到来を意味しています。

この大きな転換点を乗り越え、未来の経営者と求職者から「かけがえのないパートナー」として選ばれ続けるためには、単なる「人材ブローカー」から脱却し、クライアントの経営課題を人材の側面から解決し、候補者の長期的なキャリア成功にコミットする「**タレントアクイジション・パートナー**」へと、自らの役割を劇的に進化させることが絶対条件です。本資料では、その進化を遂げるための羅針盤として、以下の3つの戦略的視点を深く掘り下げていきます。

【脱・人身売買モデル戦略】

高度な採用コンサルティング能力と、候補者への深いキャリア支援を武器に、「紹介手数料」ではなく「クライアントの事業成長と、候補者の人生への貢献度」で評価されるための具体的な価値提供の手法を提示します。

【HR テックによるエージェント革命】

テクノロジーを、自らを代替する「脅威」ではなく、人間ならではの付加価値業務に集中するための「最強の武器」として駆使する方法を解説します。

【未来を創る組織戦略】

属人的な「スタープレイヤー」依存から脱却し、組織として知見を共有・進化させ、多様な専門性を持つプロフェSSIONALが「人と組織の未来を創る」という誇りを持って活躍できる、持続可能な組織モデルを提案します。

本資料は、最新の市場データと労働市場のリアルな課題に基づき、中小人材紹介・派遣会社の経営者様が、自らの真の価値を再発見し、未来のクライアントと共に成長するための実践的なアクションプランを提示することをお約束します。

2-1 市場規模と推移

人材紹介市場は約 3,000 億円、人材派遣市場は約 9 兆円という巨大な市場を形成しています。日本の構造的な人手不足と、転職が当たり前になった労働市場の流動化を背景に、市場は長期的に成長基調にあります。特に、DX 推進を担う IT 人材や、事業承継を担う経営幹部といった、専門性の高い人材の需要は極めて旺盛です。

【人材紹介・派遣市場の動向と近年の背景】

| 年度 | 市場の状況・動向 | 主な市場背景 |
|-------------|------------------------|--|
| 2021-2022 年 | コロナ禍からの経済回復とリベンジ採用 | 経済活動の再開に伴い、コロナ禍で抑制されていた採用活動が一気に活発化。特に、DX や EC 関連のデジタル人材の獲得競争が激化。 |
| 2023 年 | ダイレクトリクルーティングの一般化 | 企業が、BizReach や Wantedly といったプラットフォームを使い、候補者に直接アプローチする「ダイレクトリクルーティング」が一般化。人材紹介会社の介入価値が問われる。 |
| 2024 年 | ジョブ型雇用の浸透とリスキリング需要の高まり | 年功序列から、職務内容を明確にする「ジョブ型雇用」への移行が進む。これにより、個人のスキルアップ・学び直し（リスキリング）への意識が高まり、キャリア相談のニーズも高度化。 |
| 2025 年 - 予測 | 「採用」から「定着・活躍」へ | 採用難が極限まで進む中、企業は、採用した人材に長く活躍してもらう「リテンション」を最重要課題と認識。入社後のオンボーディング支援や、エンゲージメント向上といった、採用後のサービスへの需要が高まる。 |

今後の市場は、「人を見つけてくる」という単純なソーシング機能の価値はテクノロジーに代替され、「自社に最適な人材を定義し、惹きつけ、入社後に活躍・定着させるまで」という、採用プロセス全体の設計・実行能力が、エージェントの価値を左右する決定的な要因となります。

2-2 市場の動向（PEST 分析）

人材エージェントのビジネスモデルを規定する、外部環境の変化を分析します。

【PEST 分析】 P：政治的要因 E：経済的要因

| | 詳細な影響分析 | 中小人材会社が取るべき戦略的対応 |
|---------------------|---|---|
| P 政治 (Political) | <p>■労働契約法・労働者派遣法の改正 同一労働同一賃金の原則や、派遣期間の制限など、法規制は年々厳格化。コンプライアンス遵守は、事業の生命線です。</p> <p>■フリーランス保護新法 業務委託で働くフリーランスの保護が強化され、企業と個人の新しい関係性を仲介する役割が生まれています。</p> | <p>■コンプライアンスを「信頼」の源泉に 最新の法改正の内容を正確に理解し、クライアント企業と派遣スタッフ双方に、リスクを未然に防ぐための的確なアドバイスを行う。これを事務所の信頼性としてアピールする。</p> <p>■多様な働き方の仲介者となる 正社員だけでなく、フリーランスや業務委託といった、多様な契約形態のマッチングに対応。企業の課題に応じて、最適な人材活用法を提案する。</p> |
| E 経済 (Economic) | <p>■構造的な人手不足と賃金上昇 日本の生産年齢人口は減少し続け、有効求人倍率は高止まり。候補者の獲得競争は激化し、提示年収も上昇傾向にあります。これは、紹介手数料の増加に繋がる一方、クライアント企業の採用コストを圧迫します。</p> <p>■景気変動による採用意欲の増減 採用活動は、景気の先行指標とも言われ、経済の先行きが不透明になると、企業は採用を凍結・抑制する傾向があります。</p> | <p>■「攻め」の採用提案 景気後退期こそ、競合が採用を控える中で、優秀な人材を獲得するチャンスであると、経営者に説く。長期的な視点での人材戦略を提案する。</p> <p>■採用コストの「投資対効果（ROI）」を可視化 紹介した人材が、入社後にどれだけ利益貢献をしたかを、クライアントと協力して試算・追跡する。手数料を「コスト」ではなく「投資」として認識させる。</p> |

2-2 市場の動向（PEST 分析）

【PEST 分析】 S：社会的要因 T：技術的要因

| | 詳細な影響分析 | 中小人材会社が取るべき戦略的対応 |
|-------------------------|--|--|
| S 社会 (Social) | <p>■労働価値観のパラダイムシフト 現代の働く人々は、金銭的報酬だけでなく、「パーパス（存在意義）」「社会貢献」「ウェルビーイング」「心理的安全性」を職場に強く求めます。</p> <p>■人的資本経営への移行 企業は、人材を「資源（リソース）」から「資本（キャピタル）」へと捉え直し、その価値を最大化し、投資家に対して開示することが求められています。</p> | <p>■「カルチャーフィット」のマッチングを追求 スキルや経歴だけでなく、企業の MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）と、候補者の価値観が一致するかという「カルチャーフィット」を、最も重要なマッチング指標とする。</p> <p>■「エンployer・ブランディング」支援 クライアント企業の「働きがい」や「魅力」を言語化・可視化し、求人票やスカウトメールで効果的に伝える、採用広報のコンサルティングを行う。</p> |
| T 技術 (Technological) | <p>■HR テックによる業務のアンバンドリング 採用管理（ATS）、ソーシング、面接調整、リファレンスチェックといった、従来エージェントが担っていた各機能が、専門の SaaS によって切り出され（アンバンドリング）、企業は必要な機能だけを安価に利用できるようになりました。</p> <p>■AI によるマッチングとスカウト自動化 AI が、企業の求人票と、データベース上の候補者の職務経歴書を解析し、最適なマッチングを瞬時に提案。スカウトメールの文面も自動で生成します。</p> | <p>■テクノロジーを「最強のアシスタント」として使いこなす AI に候補者リストの作成やスカウト文面のドラフト作成を任せ、人間であるコンサルタントは、候補者との深いキャリア面談や、企業の経営者との戦略対話といった、共感力や創造性が求められる業務に集中する。</p> <p>■「データドリブン・リクルーティング」の実践 どのような求人票のクリック率が高いか、どのようなスカウトメールの返信率が高いかといったデータを分析し、勤や経験だけに頼らない、科学的な採用活動をクライアントと共に実践する。</p> |

2-3 地域・専門性別の動向や格差

人材紹介・派遣の市場は、地域と専門性によって、全く異なる様相を呈します。

■大都市圏

【特徴】

IT エンジニア、コンサルタント、金融専門職、経営幹部といった、ハイスキル人材の需要が集中。外資系や、特定分野に特化したブティック型エージェントがひしめき合い、競争は極めて熾烈。

■地方都市

【特徴】

後継者不足に悩む中小企業の「事業承継人材」や、地域の基幹産業である製造業の技術者、医療・介護従事者の需要が中心。地域の経営者や金融機関との、人間関係に基づいたネットワークが強みとなる。

■専門特化型

【特徴】

IT エンジニア、SaaS セールス、Web マーケター、医療（医師・看護師）、建設（施工管理）、会計士・税理士など、特定の職種・業界に特化。深い専門知識と、独自の候補者ネットワークが、他社にはない参入障壁となる。

「ジェネラリスト」として、あらゆる職種・業界を扱う中小エージェントは、大手やテクノロジーとの競争に勝つことはできません。自らが最も情熱を注ぎ、最も深い知見を持つ「専門領域」を定め、その分野で No.1 の存在を目指すことが、唯一の生存戦略です。

人材サービス業界は、総合型の大手企業と、無数の専門特化型の中小企業、そして新たなテクノロジー企業によって構成されています。

■トッププレイヤー（総合人材サービス企業）＜代表例：リクルート、パーソルキャリア、パソナグループなど。＞

【ビジネスモデル】

人材紹介、人材派遣、求人広告、アウトソーシングなど、人材に関するあらゆるサービスをワンストップで提供。膨大な求職者・求人データベースを保有。

【強み】

圧倒的なブランド力、集客力、データ量。

■ミドルプレイヤー（専門特化型エージェント・外資系）

【ビジネスモデル】

IT、コンサル、金融、管理部門といった特定の領域で、高い専門性を武器に、ハイクラス人材のマッチングを手掛ける。

【強み】

深い業界知識と、質の高い候補者との強固なリレーション。

■スモールプレイヤー（大多数の中小エージェント）

【ビジネスモデル】

大手出身のコンサルタントが独立して設立したケースが多い。特定の業界や、経営者との個人的な繋がりを基盤に事業を展開。

【強み】

経営者自身がトップコンサルタントであり、候補者・クライアント双方に深く寄り添う、丁寧なサービス。

【課題】

集客力（候補者集め）が弱い。コンサルタント個人のスキルに、事業が完全に依存している。

■ニュープレイヤー（HR テック企業）＜代表例：ビズリーチ、Wantedly、LinkedIn など＞

【ビジネスモデル】

企業と求職者が直接繋がるプラットフォームを提供。従来の「仲介」モデルを破壊し、業界のゲームルールそのものを変えている。

中小人材紹介・派遣会社の経営者が抱える課題は、そのビジネスモデルの「シンプルさ」ゆえの、構造的な脆弱性にあります。

【課題の本質 1】 価格競争に陥るのは、「介入価値」の証明の失敗

■「ただ人を紹介するだけ」という誤解

クライアントからは、「ただデータベースから候補者をリストアップして、メールを送っているだけだろう」と見られがちです。候補者のキャリアプランを深く理解し、企業の潜在的なニーズを掘り起こし、両者の未来をデザインするという、目に見えない「コンサルティング」の価値が、全く伝わっていません。

■成功報酬という「成果の矮小化」

成功報酬モデルは、採用という「一点」の成果しか評価しません。その裏側にある、何十人も候補者との面談、何社もの企業分析といった膨大なプロセスが、すべてコストとして埋没してしまいます。

【課題の本質 2】 経営が不安定なのは、「フロー収入」への完全依存

■「決まるか、決まらないか」のギャンブル性

どんなに努力しても、最終的に採用が決まらなければ、売上はゼロ。毎月、売上がゼロからスタートするこの「狩猟型」のビジネスモデルは、経営者の精神をすり減らし、安定した経営計画の策定を困難にします。

■景気変動の波を直接かぶる構造

景気が悪化し、クライアントが採用を停止すれば、仕事は無くなります。社会に不可欠な役割を担いながら、その経営基盤は、常に外部環境の波に翻弄されています。

【課題の本質 3】 組織が疲弊するのは、「スタープレイヤー依存」と「ノウハウの非共有」

■「トップコンサルタント」の個人商店の集まり

事務所の売上の大半を、一握りのスタープレイヤーが稼ぎ出している。その人が辞めれば、事務所の売上も、ノウハウも、ごっそりと失われます。

■ナレッジのブラックボックス化

優れたコンサルタントの頭の中にある、候補者の心を開くヒアリング術や、経営者の懐に入る交渉術といった「暗黙知」が、組織内で全く共有・体系化されていません。若手は、いつまで経ってもスタープレイヤーの背中を追いかけるだけで、組織としての力が向上しません。

【課題の本質 4】 事業承継ができないのは、「看板」と「人脈」という無形資産

■「〇〇さんだから」という属人性

顧問契約も、候補者からの信頼も、すべては経営者個人のもので、会社の「ブランド」や「仕組み」で仕事に来ていないため、後継者は、その巨大な看板と、ゼロからの人脈構築という、あまりに重い十字架を背負うことになります。

■引き継ぐべき「仕組み」の不在

後継者が引き継ぐのは、物理的なオフィスと、数名のスタッフ、そして、いつ失われるかわからない顧客リストだけです。安定的に、優良なクライアントと、優秀な候補者を集め、質の高いマッチングを、組織として、継続的に提供できる「事業の仕組み」がなければ、事業承継は極めて困難です。

この厳しい現実の中から、未来の労働市場を創造し、クライアントから真に必要とされる、新しいエージェントの姿が生まれています。

■RPO（採用代行）への事業展開

【具体例】

企業の採用部門の一員として、年間契約で、採用戦略の立案から、母集団形成、面接、内定者フォローまで、採用プロセス全体を代行する。

【ポイント】

単発の「フロー」業務から、安定した「ストック」収益へ。クライアントの採用成功に、深く、長期的にコミットするビジネスモデルです。

■タレントアクイジション・コンサルティング

【具体例】

「人が採れない」と悩む企業に対し、その原因を診断。魅力的な求人票の書き方、効果的なスカウトメールの文面、候補者の心を掴む面接のトレーニング、そして社員が辞めないための組織文化の醸成までをコンサルティングする。

【ポイント】

人材を紹介する「前」の段階、すなわち「採用力そのものを高める」支援を行う。これにより、業界の最上流にポジションを移します。

■候補者への「キャリアコーチング」サービスの提供**【具体例】**

転職を前提とせず、候補者の長期的なキャリアの目標設定や、スキルアップ（リスキリング）の計画を、コーチとして支援する。一部を有料サービスとして提供する。

【ポイント】

「転職したい人」だけでなく、「キャリアに悩むすべての人」を対象とすることで、潜在的な候補者との、早期かつ深い関係性を築きます。

■フリーランス・業務委託人材のマッチング**【具体例】**

正社員採用に固執せず、企業の課題に応じて、特定のプロジェクトを遂行できる、高度な専門性を持つフリーランスや副業人材をマッチングする。

【ポイント】

企業の「雇用」のあり方が多様化する中で、最も柔軟でスピーディーな人材ソリューションを提供します。

これまで人間関係と足で稼ぐ営業が中心だったエージェントにとって、AIは、自社の専門性を、未来の優良クライアントと、まだ見ぬ優秀な候補者の双方に届けるための、最強のマーケティング・スカウト部隊となります。

1. AIによる「潜在候補者」の発掘と、心を動かすスカウト戦略

【課題】

データベースに登録してくる候補者を待つだけ。
本当に採りたい、転職潜在層にアプローチできていない。

AI 活用シナリオ

【STEP1】理想の候補者像（ペルソナ）を AI に定義させる

プロンプト (AI への命令文) 例

あなたは優秀なリクルーターです。クライアントである SaaS スタートアップが、「エンタープライズ向けのセールス経験が豊富で、リーダーシップのある 30 代のセールスマネージャー」を探しています。このペルソナが、SNS (LinkedIn や X) で発信しそうなキーワードや、所属していそうなコミュニティ、読むであろう業界ニュースなどをリストアップしてください。

AI の回答 (リスト例)

キーワード: 「THE MODEL」「カスタマーサクセス」「ARR」「インサイドセールス」
コミュニティ: 「SaaS 事業を考える会」「大手町 B2B マーケティング」
ニュース: 「ITmedia」「TechCrunch」

【STEP2】そのペルソナに響く「超・個別スカウトメール」を AI と共作する

プロンプト (AI への命令文) 例

上記のペルソナである〇〇さんの、LinkedIn のプロフィールと X での発信内容を読み込み、彼 / 彼女の専門性や価値観を賞賛しつつ、今回のポジションが、彼 / 彼女のキャリアにとって、いかに挑戦的で魅力的な機会であるかを、情熱的でパーソナルなスカウトメールとして作成してください。定型文は一切使わないでください。

【効果】

AI を、優秀な「ソーサー (候補者発掘の専門家)」として活用する。これにより、これまで出会えなかった優秀な転職潜在層を発掘し、AI が生成した質の高いドラフトを基に、コンサルタントが魂を込めたメッセージを送ることで、驚異的な返信率を実現します。

2. AI による「専門性」を証明するコンテンツマーケティング

【課題】

他のエージェントとの違いが、クライアントにも候補者にも全く伝わっていない。

AI 活用シナリオ

【市場価値診断・キャリア相談コンテンツの作成】

プロンプト (AI への命令文) 例

IT エンジニア (Java, 30 歳, 経験 8 年) 向けの、「あなたの市場価値は？今、転職すべきか徹底解説」というテーマで、専門家としての信頼性が高まるブログ記事の構成案を作成してください。現在の求人動向、年収相場、今後求められるスキルなどを盛り込んでください。

【効果】

候補者が本当に知りたい、キャリアに関する有益な情報を発信することで、事務所の Web サイトが、単なる求人サイトから、「信頼できるキャリア相談の窓口」へと変わります。これにより、待ちの姿勢から、自ら優秀な候補者を引き寄せる「マグネット」へと転換できます。

人材エージェントは、もはや単なる「仲介人」ではありません。企業の成長戦略を人材の側面から支え、個人の人生の可能性を最大化する、社会にとって不可欠な「触媒」です。その崇高な使命を、持続可能なビジネスとして次世代に繋ぐため、実践すべき5つの具体的なアクションプランを提言します。

1. アイデンティティの変革：「人材紹介会社」から「企業の成長と個人のキャリアにコミットする戦略パートナー」へ

【アクションプラン】

事務所のミッションを「クライアントの事業成長を、最適な人材のマッチングを通じて実現する」と再定義する。KPIを、単なる「採用決定数」から、「入社後活躍度」や「クライアントの業績向上への貢献度」へとシフトさせる。

初回ヒアリングでは、求人票の話だけでなく、クライアントの経営課題、事業のビジョン、そして組織文化を、時間をかけて深く理解することを徹底する。

2. サービスモデルの変革：「成功報酬（フロー）」から「RPO・コンサルティング（ストック）」へ

【アクションプラン】

中小企業向けに、月額制で採用活動全体を支援する、スモールスタート可能な「RPO（採用代行）サービス」を開発する。

「採用面接官トレーニング」や「求人票作成ワークショップ」といった、採用力そのものを高めるためのコンサルティングサービスを、スポットまたは月額で提供する。

3. 業務プロセスの革新：「属人的なアナログ管理」から「データ駆動型の協業プラットフォーム」

【アクションプラン】

ATS（採用管理システム）や、CRM（顧客関係管理システム）を導入し、クライアントや候補者とのやり取り、選考の進捗状況を、事務所全体でリアルタイムに共有する。

過去の成功事例（どのような候補者が、どのような企業で活躍したか）をデータとして蓄積・分析し、マッチングの精度を組織として高めていく。

4. 人材戦略の刷新：「売上至上主義の営業」から「深い知見を持つコンサルタント」へ 【アクションプラン】

コンサルタントの評価基準から、短期的な売上目標の比重を下げ、クライアント満足度や、候補者の入社後定着率といった、長期的な価値貢献を評価する指標を導入する。

担当する業界のビジネスモデルや、専門職のキャリアパスに関する深い知識を習得するための、体系的な教育プログラムと、情報共有の仕組みを構築する。

5. パートナーシップ戦略の構築：「一社完結」から「タレントソリューション・エコシステム」へ 【アクションプラン】

自社が専門としない領域（例：IT エンジニア専門だが、営業幹部の相談を受けた場合）については、その領域を得意とする、信頼できる他のエージェントと連携し、共同でクライアントの課題解決にあたる。

リーダーシップ研修の会社、人事評価制度のコンサルタント、ブランディング会社など、企業の「人」に関する、あらゆる課題を解決できる専門家ネットワークを、自らがハブとなって構築する。

人と組織の未来は、決してAIだけでは描けません。そこに、人間への深い洞察と、成長への願いを込めること。それこそが、皆様にしかできない、かけがえのない価値です。本資料が、その価値を再発見し、未来の労働市場をデザインする主役となるための一助となることを、心から願っております。

【お取り扱いおよび著作権に関するご注意】

1. 著作権について

本 PDF コンテンツに関する著作権および一切の知的財産権は、ラフロックス株式会社に帰属します。個人的な学習の範囲を超える、以下の行為を固く禁じます。

本コンテンツの全部または一部を、複製、スキャン、デジタル化すること。

本コンテンツの全部または一部を、第三者に対して貸与、譲渡、共有、配布、販売、送信（インターネット上へのアップロードを含む）すること。

本コンテンツの内容を、許可なく改変、翻訳、翻案すること。

2. 免責事項

本書に掲載されている情報は、著者の経験や AI リサーチに基づいたものですが、その効果や成果を保証するものではありません。実践はお客様ご自身の判断と責任において行ってください。

本書の情報を利用したことによる、いかなるトラブルや損失・損害に対しても、著作者および販売者は一切の責任を負いかねます。

本書に掲載されている情報は、2025 年 9 月現在のものです。AI 関連ツールや各種プラットフォームの仕様変更により、将来的に情報が古くなる可能性があることをご了承ください。

3. その他

本コンテンツをダウンロードいただいた時点で、上記すべての事項に同意したものとみなします。

ご理解とご協力のほど、何卒よろしくお願い申し上げます。

AI.marketing

運営会社：ラフロックス株式会社
www.rough-marketing.com/

 roughRocks

