



2025 年 11 月 7 日

会社名 株式会社 ダイブ
代表者名 代表取締役社長 庄子 潔
(コード番号：151A 東証グロース)
問合せ先 執行役員管理本部長 大野 友裕
(TEL. 03-6311-9833)

「2026年6月期 第1四半期 決算説明資料」に関する動画書き起こし

当社が2025年11月7日に開示いたしました「2026年6月期 第1四半期 決算説明資料」に関する動画の書き起こしを掲載いたします。

一部、内容の明確化、表現を文書形式に調整しております。
詳細につきましては次頁以降をご参照ください。

なお、動画本編は当社 IR サイトをご参照ください。

<https://dive.design/ir>

以上

Dive

株式会社ダイブ
東証グロース：151A

2026年6月期 第1四半期決算説明資料

2025年11月7日



◀ IR公式LINEアカウントはこちら

© 2025 Dive Inc. (東証GRT 151A)



株式会社ダイブ、代表取締役社長の庄子です。

01

Performance Highlights

業績ハイライト

2026年6月期 第1四半期
2025.7 - 2025.9

© 2025 Dive Inc. (東証GRT 151A)

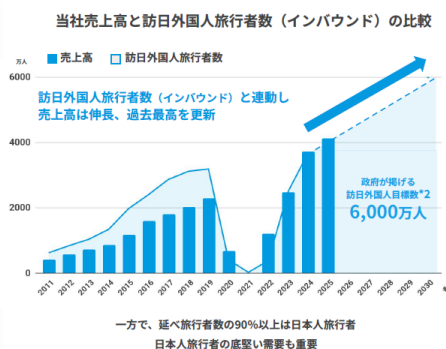
3

2026年6月期 第1四半期の業績ハイライトをご説明させていただきます。

また、後半に今回、はじめて開示させていただく観光HR事業の「中期プラットフォーム戦略」についてご説明いたします。

業績ハイライト | 2026年6月期 第1四半期決算

- インバウンド旅行者は9月末時点で史上最速*の3,000万人突破、日本人旅行者も堅調に推移、事業環境は良好
- 売上高・各段階利益は引き続き過去最高を更新、売上高は四半期ベースで初の40億円を突破
- 観光HR事業の先行指標である各種KPIの進捗は好調に推移（詳細は19、20ページ参照）
- 観光HR事業における組織体制を再構築し、生産性を高め、売上高・利益の拡大を狙う



* 日本政府観光局「訪日外客数（2025年9月推計値）」2025.10

©2025 Dive Inc.（東証GRT 151A）

※観光庁が公表している訪日外国人旅行者数は1月1日を起算日として集計されております。
 ※当社の決算報告および決算期発表等には、2018年は2019年3月期（2018年1月～12月）、2019年は2020年3月期（2019年4月～2020年3月）、2020年は2021年6月期（2020年4月～2021年3月）、2022年は2024年6月期、2023年は2023年6月期、2024年は2024年6月期を用いて算出しております。また、2021年につきましては当社の決算期と訪日外国人旅行者数の集計期間の相違上、売上高と乖離が生じております。
 ※2 観光を取り巻く現状及び課題等について令和3年11月25日 観光庁より

4

売上高については、前期比 6.9%増の 40 億円、売上総利益は 8.1%増の 11 億円、営業利益・経常利益はいずれも約 8%増の 4.1 億円となり引き続き、過去最高を更新しております。

事業環境についても、インバウンド旅行者が史上最速で 3,000 万人を突破し、日本人旅行者も底堅く推移しており、旺盛な人材需要に変わりはありません。

また、観光 HR 事業の先行指標である KPI や、各種施策も好調に進捗しており、のちほど詳しくご説明させていただきます。

今後も、旺盛な人材需要にこたえ、業績もしっかり成長させられるよう努力してまいります。

次は四半期別の推移です。

業績ハイライト | 2026年6月期 四半期別推移

- 売上高 観光HR事業は前期比+6.5%増、地方創生事業は前期比+12.5%増と想定通りに推移
- 売上総利益 地方創生事業で客単価上昇等により、全社で前期比0.3%上昇
- 営業利益 地方創生事業が収益フェーズに入り前期比+37.9%増

(単位：百万円)	2025年6月期					2026年6月期		前期1Q比	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q		増減額	増減率
売上高	3,800	3,354	3,406	3,220	13,781	4,062		+262	+6.9%
観光HR	3,441	3,199	3,284	3,047	12,973	3,666		+224	+6.5%
地方創生	351	147	121	171	792	395		+43	+12.5%
その他	7	6	0	0	16	0		▲6	▲87.5%
売上総利益	1,060	807	807	791	3,467	1,147		+86	+8.1%
観光HR	771	688	714	660	2,834	818		+47	+6.1%
地方創生	287	116	92	130	627	327		+40	+14.0%
その他	2	1	0	0	5	0		▲1	▲52.8%
◆売上総利益率	27.9%	24.1%	23.7%	24.6%	25.2%	28.2%		+0.3pt	-
販管費	676	638	656	740	2,711	728		+52	+7.7%
営業利益	384	169	151	51	755	418		+34	+8.9%
観光HR	422	312	319	218	1,273	425		+3	+0.8%
地方創生	100	▲20	▲43	▲30	5	138		+37	+37.9%
その他	▲19	▲16	▲10	▲6	▲52	0		+19	-
全社費用	▲118	▲106	▲115	▲130	▲470	▲145		▲26	-
◆営業利益率	10.1%	5.0%	4.4%	1.6%	5.5%	10.3%		+0.2pt	-
経常利益	388	171	154	54	769	419		+31	+8.0%
◆経常利益率	10.2%	5.1%	4.5%	1.7%	5.6%	10.3%		+0.1pt	-
当期純利益	244	124	108	▲22	454	277		+32	+13.3%

©2025 Dive Inc. (東証GRT 151A)

5

冒頭でもお伝えしたとおり、売上高、各段階利益ともに、過去最高を更新しております。

観光 HR 事業の売上高は、前期比 6.5%増の 36.6 億円、売上総利益は前期比 6.1%増の 8.1 億円となりました。

地方創生事業の売上高は、前期比 12.5%増の 3.9 億円、売上総利益は前期比 14.0%増の 3.2 億円となりました。

販管費については、先行投資を実行しつつも、生産性を意識し、前期比 7.7%増の 7.2 億円となりました。結果、営業利益は、前期比 8.9%増の 4.1 億円。

また、地方創生事業は前期比 37.9%増と、収益フェーズに入ったと認識しております。

次は観光 HR 事業の主要 KPI についてです。

観光HR事業 KPI | 就業者数 (延べ人数/UU数)、就業者 1 人あたりの売上高 (LTM)

- 就業者数（延べ人数/UU数）は過去最高を更新、SEO順位向上やスタッフ集客施策が奏功し、**広告宣伝費は前期と比較し減少**
- 就業期間の延伸等が寄与し「就業者 1 人あたりの売上高（LTM）」が前年比で+1.9%の上昇、1 Q 末時点の過去最高を更新

(単位：人数)	2024年6月期					2025年6月期					2026年6月期	前期 1Q比	
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	増減額	増減率
延べ人数	12,239	10,707	11,976	11,423	46,345	12,981	12,323	13,468	12,420	51,192	13,978	+997	+7.7%
人材派遣	11,437	10,283	11,205	10,944	43,869	12,005	11,443	12,188	11,640	47,276	12,756	+751	+6.3%
職業紹介	802	424	771	479	2,476	976	880	1,280	780	3,916	1,222	+246	+25.2%
UU数	6,089	8,284	10,238	11,708	—	6,153	9,284	12,091	14,555	—	7,092	+939	+15.3%
人材派遣	5,037	7,095	8,306	9,320	—	5,201	7,426	8,989	10,756	—	5,892	+691	+13.3%
職業紹介	782	1,189	1,932	2,388	—	952	1,858	3,102	3,799	—	1,200	+248	+26.1%
LTM (万円)	103.9	112.0	121.3	124.4	—	130.1	131.2	136.1	134.4	—	132.6	+2.5	+1.9%

※2026年6月期より、「就業者数（延べ人数）」をKPIとして表示しております。延べ人数はUU数と比較して、より売上高に直結したKPIとなります。
「就業者数（延べ人数）」は、同一人物が複数の月にわたって勤務した場合でも、勤務した月ごとに1名としてカウントしております。
「就業者数（UU数）」は、同一人物が複数の月にわたって勤務した場合でも1名としてカウントする、重複を除いた実人数です。
※就業者 1 人あたり売上高（LTM）の、2023年6月期以前の数値は過去の決算資料をご参照ください。 <https://ssl4.eir-parts.net/doc/151A/rdnet/2671665/00.pdf>

観光 HR 事業における主要 KPI の「就業者の人数」と「就業者 1 人あたりの売上高 (LTM)」の推移です。
今期より、新たに就業者の「延べ人数」を記載しております。

延べ人数とは、同一人物が複数の月にわたって勤務した場合でも、勤務した月ごとに 1 名としてカウントした人数を指します。この指標は、UU 数と比較して、より売上高に直結した KPI となります。

就業者は、延べ人数・UU 数ともに四半期ベースで過去最高を更新しております。

SEO 順位向上や集客施策が奏功し就業者が増加しながらも、広告宣伝費はインハウス化による CPA 改善施策が実を結び、前期と比較して減少しております。

また就業者 1 人あたりの売上高も 132.6 万円と前期比で 1.9%上昇し、第 1 四半期末時点の過去最高を更新しております。

次に、職業紹介スタッフの増加に伴う人材派遣と職業紹介のセールスマックスについてご説明いたします。

当社における人材派遣と職業紹介のモデルについて

- 職業紹介の売上高は、粗利のみを売上高とするため、人材派遣と比べ**売上高の計上額が低くなる性質がある**
- 取引先のニーズ拡大により職業紹介による就業者が増加。就業者は**有期雇用のため、就業期間満了後、当社で再度勤務する者が多数**
- 職業紹介の割合が高止まりしており、1Qにおいても前期比+1.4%増（25.6期1Q：15.5%→26.6期1Q：16.9%）となった

モデルの特徴 1：売上高の計上額が低くなる

職業紹介は人材派遣と比べ
売上高の計上額が低くなる

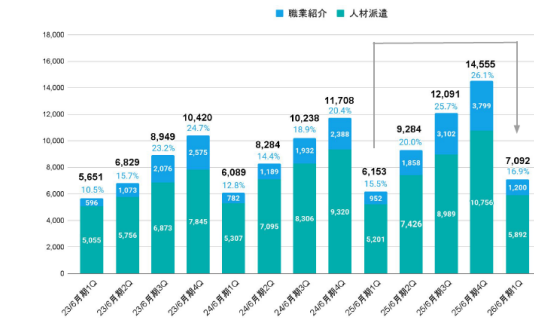


※スタッフは、紹介先企業のアルバイト等（有期雇用：1～3カ月程度）として雇用されることが一般的です。紹介先企業での就業期間を満了すると、当社で再度勤務するスタッフも多数いらっしゃいます。その他に一部、正社員の人材紹介も行っております。

©2025 Dive Inc.（東証GRT 151A）

モデルの特徴 2：職業紹介の求人拡大により就業者数は増加傾向

就業者獲得の昨対比較において、
職業紹介の増加割合が高止まり



※就業者数は「UU数」を用いて、表示しております。

前期より増加している職業紹介について、改めてご説明いたします。

まず前提としてスライド左側に記載しております通り職業紹介による売上高は、売上総利益のみを売上高に計上するため、人材派遣と比較して、売上高の計上額が低くなる性質があります。売上総利益の「額」自体に大きな差はありませんが、職業紹介が想定を上回ると売上高が低く見えることとなります。

また、スライド右側の図に記載しております通り、職業紹介の割合は前期の第1四半期と比較して1.4%上昇しております。

当社としましては、人材派遣も職業紹介も売上計上の違いはありますが、どちらでも収益に与える影響は無いと考えておりますので人材派遣、職業紹介ともに注力してまいります。

次に主力事業である観光 HR 事業の業績です。

観光HR事業 直近業績 | 2026年6月期 第1四半期 売上高 36.6億円 / 営業利益 4.2億円

- 売上高は、主に「就業者数」×「就業者1人あたりの売上高」+「職業紹介」から構成
- 就業者数の増加が重要KPIである一方で、就業者1人あたりの売上高増加に寄与する「就業期間」の延伸により成長を図る

2026年6月期 収益構造の実績



※各セグメントの業績評価をより適切に行うため、本社機能の費用配賦方法を見直しております。従来は、一定の基準でセグメントに配賦していた一般管理費を「全社費用」としてセグメント利益の調整額に含める方法に変更しております。過年度の実績につきましても、同様の方法で修正しております。

観光 HR 事業の売上高、売上総利益、営業利益の全てにおいて過去最高を更新しております。

売上総利益率は、22.3%と前期とほぼ同等の水準で推移しました。販管費率については、社員数の増加や継続的なシステム開発などの影響により、前期と比較して0.6%ほど上昇しております。

一方で、先ほどもお伝えしましたとおり、就業者は増加しておりますが、スタッフ獲得単価の減少により、広告宣伝費は前期比で900万円ほど減少しております。

今後も、生産性を高めながら、売上、利益ともに伸ばして行けるよう市場の動向を見極めながら、適切な投資を実行してまいります。

次に計画予算に対する進捗です。

業績ハイライト | 2026年6月期 対計画予算実績概要

- 売上高 観光HR事業、地方創生事業ともに**ほぼ計画通りに着地**
- 営業・経常利益 想定では進捗率約45%を見込むも、約52%の進捗率
先行投資予算（2026年6月期通年で2億円）のうち、第1四半期までの投資予算の約84%を消化
主に、新規事業開発の人員採用費や寮関連事業への投資を実施
- 当期純利益 営業・経常利益と同様に好調な滑り出し

(単位：百万円)	26 / 6 期 1 Q 実績	進捗	
		通期計画予算	対通期計画比
売上高	4,062	16,000	25.4%
営業利益	418	800	52.3%
経常利益	419	797	52.6%
当期純利益	277	540	51.2%

売上高については、対計画比 25.4%と、ほぼ計画通りの進捗となりました。

営業利益、経常利益については、進捗率 45%ほどを見込んでおりましたが、実績は 52%と好調な滑り出しと考えております。

他方で、今期は通期を通じて約 2 億円の先行投資を行う旨を開示しておりますが、第 1 四半期までに消化を予定していた先行投資のうち、約 84%を消化しております。主に新規事業開発や M&A の体制強化のための人件費投資や、寮関連事業における投資となっております。

観光 HR 事業のスタッフ集客も順調に推移しておりますし地方創生事業の客単価、稼働率ともに上昇してきておりますので第 2 四半期以降もペースを落とさず、事業展開してまいります。

次は、第 1 四半期の主なトピックスです。

業績ハイライト | 2026年6月期 第1四半期 Topics

観光HR事業
給与前払い制度デジタル化



- リゾートバイトタイプで就業するスタッフを対象に、給与前払い申請を自動化するシステムを導入し、最短1時間以内の支給が実現
- スタッフの利便性向上と管理側の事務工数削減を両立し、効率的な運営体制を構築

観光HR事業
台湾マイナビと業務提携



- 日本の冬季観光地におけるワーキングホリデー外国人人材の就業機会拡大を図る
- 日本での就業意欲が高い台湾人材に向けた情報発信とサポートを強化し、地域の人材確保と国際交流を促進するとともに観光産業の人手不足解消に貢献

観光業界特化型SaaS「ハッサク」
大江戸温泉物語・湯快リゾートグループ全国導入



- 人材管理システム「ハッサク」を大江戸温泉物語・湯快リゾートグループの全国68施設へ展開
- 導入により各施設の従業員配置最適化やコスト削減など、運営負担を削減し、従業員満足度の向上および観光業界全体の生産性を底上げする

アドバイザー就任
宮本 賢一郎氏 (元株式会社リクルート 旅行Division長)



- 観光市場全体を牽引する視点と戦略性を活かして、新規事業の創出や既存事業の深化を行い、観光業のさらなる成長と、当社の「観光イノベーター」構想実現を推進する

新株予約権の発行



- 取締役1名に対し、業績目標達成を条件とする新株予約権を発行
- 事業創出や外部パートナーとの提携を強化し、中長期的な企業価値向上と健全な収益性を伴う業績成長へのコミットメント強化

メディア（テレビ・新聞など）出演



- 7月19日 毎日新聞「リゾートバイトの事例掲載」
- 7月22日 関西テレビ「旬感LIVEとれたてっ!」事例紹介
- 7月28日 NHK「おはよう日本」関東甲信越 リゾートバイト紹介

(その他多数)

第1四半期の主なトピックスは6つです。詳細は資料をご参照ください。

次に2026年6月期の事業計画です。

業績ハイライト | 2026年6月期 事業計画（再掲）

売上高

前期比 **+16.1%**
(25年6月期実績 13,781百万円)

営業利益

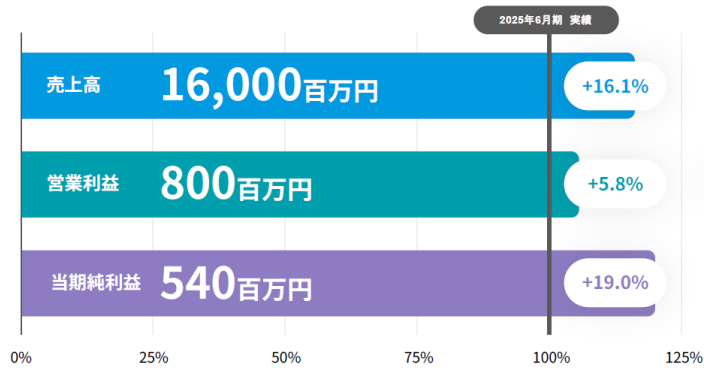
前期比 **+5.8%**
(25年6月期実績 755百万円)

当期純利益

前期比 **+19.0%**
(25年6月期実績 454百万円)

2025年6月期は「上期・通期」で事業計画を開示しておりましたが、2026年6月期は新規事業・M&Aの開始時期が流動的なため、事業計画を「通期」で開示しております。
また、新規事業・M&Aにかかる**売上高・利益は事業計画に含めておらず、費用（先行投資）のみ事業計画に含めております**。修正が必要になりましたら速やかに開示いたします。

- **売上高** 観光HR事業は持続的な成長、地方創生事業は客室稼働率、客単価の向上を計画
- **営業利益** 今期は積極的な成長投資フェーズと位置付ける計画



先行投資を抑えれば、営業利益10億円超を見込めるが、**来期(2027年6月期)さらなる利益成長を図る**ため、あえて今期は成長投資フェーズと位置付ける。

高度人材・人的投資	合計 約2.0億円
新規事業開発	
M & A関連	
その他、AI導入費用など	

今年5月に開示した事業計画と変更はありません。

売上高は前期比16.1%増の160億円、営業利益は5.8%増の8億円、当期純利益は19%増の5.4億円を計画しております。

次に先行投資の進捗状況です。

先行投資の進捗状況

1 Qにおける進捗状況	
1 売上・市場シェア向上 ・SEO強化 ・閑散期の売上向上施策	●SEO施策は順調に推移。主要キーワードでの検索順位が前年比で大幅に上昇し、流入数・応募単価ともに改善 ●派遣スタッフのリード獲得力が向上し、LINE友だち数の競争優位性を維持 ●季節変動の影響を受けにくい収益構造の構築に向け、複数の新規施策を検討中
2 生産性向上 ・業務自動化、AI活用 ・観光HR事業の組織構造の変更	●全社員を対象としたAIリテラシー研修を継続実施。業務の自動化・効率化に向けた具体的なユースケース開発を推進中 ●観光HR事業において、給与前払い制度をデジタル化。スタッフ利便性と社内処理効率を大幅に改善し、利用者数は前年比で大幅に増加
3 新規事業の創出 ・宿泊事業者向けSaaS（ハッサク） ・「共同寮」プロジェクト ・その他	●観光業界特化SaaS『ハッサク』が大江戸温泉物語・湯快リゾートグループ全国68施設へ導入。導入拡大と機能改善が順調に進行 ●共同寮プロジェクトについて、主要観光地におけるモデルケースの事業化に向け、金融機関・自治体・事業者との連携を深化
4 M & A	●経営陣・金融機関ネットワークを通じて複数の有望案件を精査中。トップ面談および初期デューデリジェンスを複数件で実施 ●PMI（統合）を見据えた社内M&Aチームを増強
5 組織力の向上 ・高度人材の採用 ・ホールディングス化	●高度専門人材2名の採用に成功。新規事業開発およびIT領域におけるリーダーシップ強化を図り、DX・新規事業創出を推進中 ●ホールディングス化はスケジュール通り進行。9月25日の定株主総会で分割契約書を承認済み

©2025 Dive Inc.（東証GRT 151A）

12

先行投資の進捗についてです。

まず、「売上・市場シェア向上」についてはSEO 施策が順調に推移し、主要キーワードでの順位が大きく上昇するなど流入数・応募単価ともに改善しております。

「生産性向上」では、全社員を対象とした AI リテラシー研修を継続的に実施し、業務の自動化・効率化を推進しております。また、派遣スタッフの給与前払い制度のデジタル化をしたことで、大幅な工数削減を実現し、生産性が向上しております。

「新規事業」では、観光業界特化 SaaS「ハッサク」を大江戸温泉物語、湯快リゾートに導入が完了しました。また、共同寮プロジェクトについても、複数の候補地から絞り込みを進め、金融機関や自治体と連携し、進めている段階です。

「M&A」については、複数の有望案件の精査を進めており、PMI を見据えた体制強化を図っております。

「組織力の向上」では、高度人材 2 名の採用に成功し、ホールディングス化に向けた準備も計画通り進めております。

以上が、先行投資の進捗状況です。

次に財務状況です。

業績ハイライト | 財務情報

【貸借対照表 (B/S)】単位：百万円

資産の部	2025年6月	2025年9月	増減率(%)
流動資産	3,371	3,716	+10.2
現金及び預金	2,065	2,293	+11.0
売掛金	1,161	1,378	+18.7
その他の流動資産	144	44	▲69.1
固定資産	1,067	1,144	+7.2
有形固定資産	576	557	▲3.2
無形固定資産	259	260	+0.5
投資その他の資産	232	325	+40.4
資産合計	4,439	4,860	+9.5

負債の部	2025年6月	2025年9月	増減率(%)
流動負債	1,897	2,141	+12.8
未払金	733	830	+13.2
短期有利子負債	199	368	+84.3
その他	964	942	▲2.2
固定負債	269	252	▲6.2
長期有利子負債	207	190	▲8.2
その他	62	62	+0.3
負債合計	2,167	2,393	+10.5
純資産の部	2025年6月	2025年9月	増減率(%)
株主資本	2,272	2,466	+8.5
資本金	21	21	0
資本剰余金	622	622	0
利益剰余金	1,728	2,005	+16.0
自己株式	▲100	▲183	-
新株予約権	-	0	-
純資産合計	2,272	2,466	+8.6
負債・純資産合計	4,439	4,860	+9.5

財務情報につきましては、資料をご参照ください。

02

Medium-term Platform Strategy

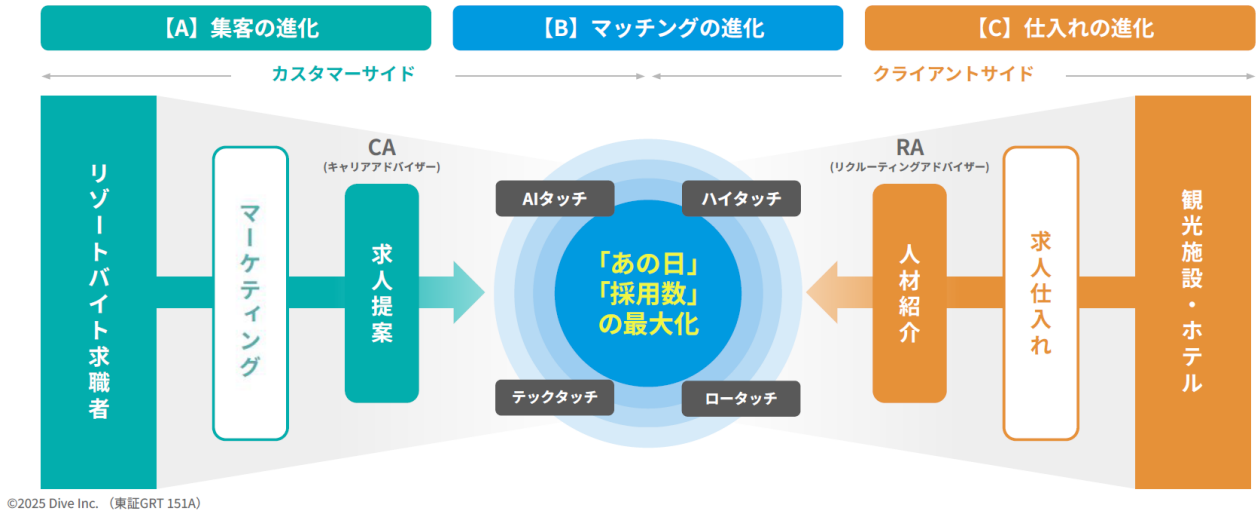
観光HR事業 中期プラットフォーム戦略

最後に、今回、はじめて開示させていただく、観光 HR 事業の中期プラットフォーム戦略についてご説明いたします。

観光HR事業 中期戦略 『観光人材アクションプラットフォーム構想』

リゾートバイトダイブは、他の求人サイトとの大きな差別化戦略となる『総合リゾートバイトプラットフォーム』へ進化します。

単なる求人サイトではない【A】集客マーケティング【B】マッチング【C】仕入れ、それぞれがNo.1・高度化することで強い競争優位性を確立します。



18

今後、リゾートバイトダイブは、ただ求人を探せるだけのサービスレベルから、国内最大の『総合リゾートバイトプラットフォーム』へと進化してまいります。それは、採用数や求人数、そして集客の規模を大きくするだけでなく、新しい価値提供もあわせて差別化をすすめていく中期事業戦略です。

具体的に進化させる戦略テーマは3つ。緑色の『集客マーケティング』、オレンジ色の『求人仕入れ』、そして青色部分の『マッチング』です。

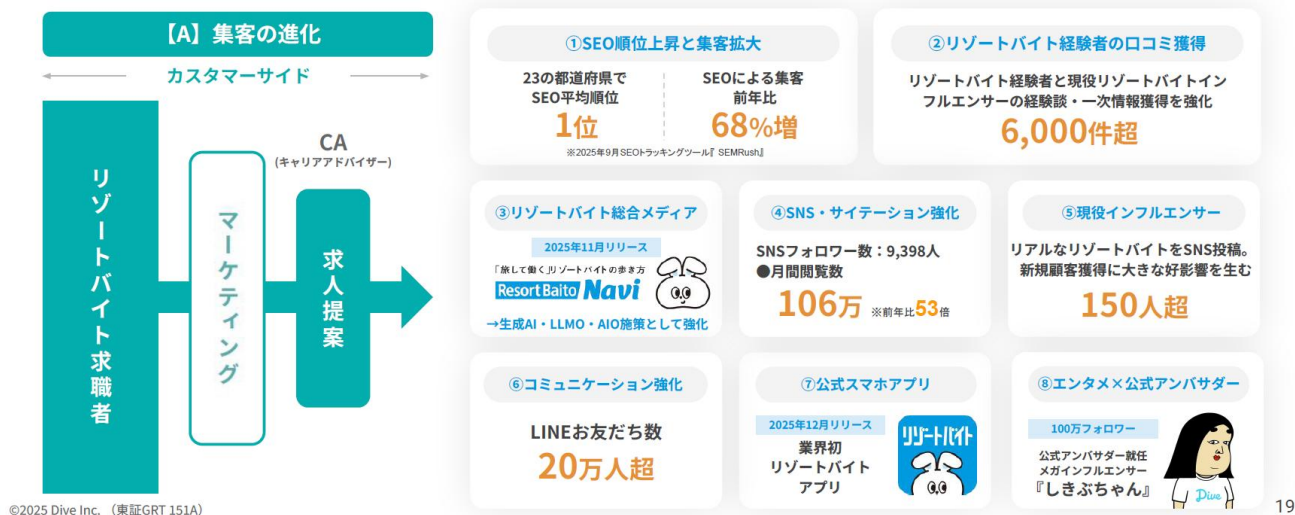
それぞれが高度化することで、圧倒的 NO.1 を獲得し、『採用数』の最大化、そして私たちのミッションである『あの日』の最大化を実現する。

これが、『観光人材アクションプラットフォーム構想』の勝ち筋であり目指す姿です。

続きまして、『マーケティングの進化』『仕入れの進化』『マッチングの進化』の順に説明いたします。

【A】集客の進化に向けた＜成長ドライバー＞及び先行指標

データドリブン・マーケティングによってSEO順位と集客が大きく改善。さらに新たな複数のマーケティング成長ドライバー強化の結果、先行指標に成果が出現。今後は、AIをはじめとする新たな戦略施策をもって強固な『総合リゾートバイトプラットフォーム』構築を加速させる。



まずはマーケティング、『集客の進化』から説明します。

上場以降、特にこの半年間は、マーケティング投資を進めたこととデータドリブンの強化を進めた結果、早くも先行指標に大きな成果が現れております。

まず、SEO 順位とスタッフ集客が大きく改善しました。現在、都道府県の約半分で、SEO の平均検索順位が 1 位となり、集客は前年比 68%増と、大きく伸びています。続いて、口コミ数が 6,000 件、そして LINE 友だち数が 20 万人を突破、こちらは、業界における圧倒的な NO. 1 を獲得しています。

また、SNS やインフルエンサー施策も強化した結果、SNS の閲覧数は前年比 53 倍の月間 100 万を超える規模に成長しました。

さらに、現役リゾートバイトインフルエンサーは 150 人を超えてきており彼らが日常のリアルなリゾートバイトを投稿することで新しくリゾートバイトを検討している層にとっての、重要な情報源となっています。

以上、現時点では、足許のスタッフ集客拡大が最優先ですが、一方で「5 年後に何が起きているか」から逆算した、新しい価値創造、そして先行投資にも取り組んでおります。

まず、リゾートバイトに関心のある全ての方が訪れるメディア『リゾートバイト ナビ』をリリースします。海外旅行をするときは「地球の歩き方」、結婚をするときは「ゼクシイ」、そしてリゾートバイトをするときは『リゾートバイトナビ』というオンリーワンの存在を目指してまいります。

また、業界初となる『公式リゾートバイトアプリ』のリリースも予定しております。様々な HR 領域で、アプリの導入比率は高く、リゾートバイト業界においてもダイブがこの業界の UX を改善することで、誰にでもリゾートバイトに入りやすいオープンな環境作りを実現していきます。

このような新たな価値づくりをもって、リゾートバイトダイブは業界に対して新しいチャレンジを進め、競争優位性を獲得し続けることで、強固な『総合リゾートバイトプラットフォーム』の構築を加速させてまいります。

【C】 求人仕入れの進化に向けた＜成長ドライバー＞及び先行指標

圧倒的な全国のクライアント接点による仕入れ機能・営業強化によって求人数NO.1を実現。質と規模の両面で在庫を強化。

さらに、自社開発『観光業界特化型SaaSサービス』を大手チェーンホテル・施設へ導入完了。新たな価値提供による深耕営業を推進



続いてクライアントサイド、『仕入れの進化』についてです。

求人仕入れについては、20 年以上にわたって築き上げてきたクライアントとの強固な接点により、求人掲載数 No. 1 のポジションを確立しております。

今後も、これまで以上に「量」と「質」の両面で、求人獲得に努めてまいります。

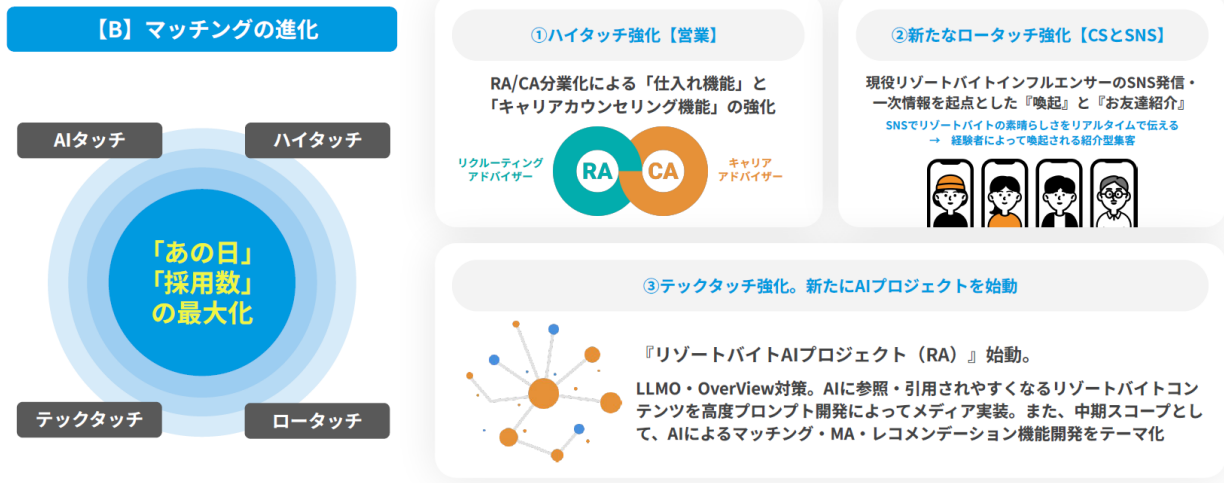
現在、取引先企業は 3,369 社、取引先観光施設数は 5,967 施設へと着実に拡大しております。また、都道府県別でも 39 エリアで求人掲載数 No. 1 を達成し、圧倒的な顧客接点を築いております。

さらに、観光業界に特化した自社開発 SaaS を大手ホテルチェーンに対して導入が完了し、これまでの「リゾートバイトの人材派遣会社」という枠を超えて、観光業界のクライアント課題を解決する企業として、提供価値の更なる向上を進めてまいります。

【B】 マッチングの進化に向けた＜成長ドライバー＞及び先行指標

さらなる採用数の最大化に向けて、『No.1求人数』と『拡大する集客』を、より効率的に”採用”転換させる複数のマッチング機能を進化。

RA/CA分業化によるハイタッチの進化、さらにAIを本格的に活用したコンテンツとマッチング機能の開発を検討。テックタッチの進化も進めていく



©2025 Dive Inc. (東証GRT 151A)

21

最後に『マッチングの進化』についてです。

これまでダイブでは、営業担当による「ハイタッチ」を中心とした採用転換の強化を進めてまいりました。

これからは、採用数の最大化に向けて、マッチング機能を、さらに追加し進化させていきます。

『No.1 求人数』と『拡大する集客規模』を、より効率的に採用へつなげるための、複数のマッチング機能を強化してまいります。

まず、ハイタッチについてです。

これまでは RA、リクルーティングアドバイザーと、CA、キャリアアドバイザーを両面で行ってまいりましたがこの10月からは、RAとCAの分業化によって、RA機能を強化しクライアントとの接点を最大化することで、求人仕入れの進化を進めてまいります。

次に、ロータッチについてです。

既存のカスタマーサクセス機能だけでなく、現役のリゾートバイトインフルエンサーが、日常のリゾートバイトのリアルを投稿することでタッチする取り組みを始めています。これにより、「リゾートバイトへの喚起」や「お友達紹介」といった、新しいロータッチの形をつくり出していきます。

続いて、テックタッチ・AIタッチについてです。

サイトのレコメンデーションやマーケティングオートメーションなど、テックタッチ機能の開発を進める一方で、AIプロジェクト『リゾートバイト AI プロジェクト』も始動しました。

LLMO・OverView対策として、AIに参照・引用されやすくなるためのコンテンツを高度なプロンプト開発をもってメディア実装を完了しております。

あわせて中期的には、この『リゾートバイト AI プロジェクト』において、AIによるマッチング、マーケティングオートメーション、レコメンデーション機能の開発も進めてまいります。



以上が、2026 年6月期 第1四半期の業績と、観光 HR 事業の中期プラットフォーム戦略です。

今後も事業の成長スピードを加速させていきたいと考えておりますのでご支援のほど、よろしくお願いいたします。

以上