



各 位

2026年2月6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2四半期 決算説明資料」に関する動画書き起こし

当社が2026年2月6日に開示いたしました「2026年6月期 第2四半期 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2四半期決算説明資料

2026年2月6日



◀ IR公式LINEアカウントはこちら

© 2026 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2四半期

2025.7 - 2025.12

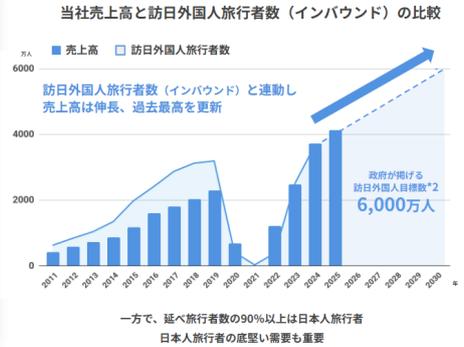
© 2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

3

2026年6月期 第2四半期の業績ハイライトをご説明させていただきます。

## 業績ハイライト | 2026年6月期 第2四半期決算

- インバウンド旅行者は2025年過去最多\*の4,200万人を突破、現時点で中国市場動向による影響は限定的、事業環境は依然として良好
- 売上高・各段階利益は、想定通りに進捗し、引き続き過去最高を更新中
- 観光HR事業の就業者は約10%増と堅調に推移、広告宣伝費はSEO順位向上・採用単価の削減等により前期比▲約1,300万円、高い集客効率を維持



\* 日本政府観光局「訪日外客数（2025年12月推計値）」2026.01

※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。  
※当社の決算期および決算発表時期は、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3月期（2020年4月～2021年3月）、2021年は2022年6月期、2022年は2023年6月期、2023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、売上高を非表示としております。  
\*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

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

4

売上高については、前期比 8.3%増の 77 億円、売上総利益は 8.2%増の 20 億円、営業利益・経常利益はいずれも 8%増の約 6 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は 2025 年に過去最多となる 4,200 万人を突破し、懸念されていた中国市場の動向も現時点では限定的で、旺盛な人材需要に変わりはありません。観光 HR 事業の就業者は約 10%増と、堅調に推移しました。また、SEO 順位の上昇や採用単価の削減により広告宣伝費は前期と比較して約 1,300 万円の削減となり、高い集客効率を維持できております。

今後も、旺盛な人材需要にこたえ、業績も着実に成長させられるよう取り組んでまいります。

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1Qで前期比+6.5%増、2Q累計では前期比+8.2%増と右肩上がり増収傾向、想定通りの進捗
- 売上総利益 売上総利益率は26.1%と前期同等で推移
- 営業利益 地方創生事業が収益フェーズに入り、全社を牽引し、前期比+8.1%増

(単位:百万円)	2025年6月期							2026年6月期			前期2Q累計比	
	1Q	2Q	2Q累計	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	2Q累計	増減額	増減率	
売上高	3,800	3,354	7,154	3,406	3,220	13,781	4,062	3,685	7,748	+593	+8.3%	
観光HR	3,441	3,199	6,641	3,284	3,047	12,973	3,666	3,521	7,187	+546	+8.2%	
地方創生	351	147	499	121	171	792	395	163	558	+59	+11.9%	
その他	7	6	14	0	0	16	0	0	1	▲12	▲87.9%	
売上総利益	1,060	807	1,867	807	791	3,467	1,147	874	2,021	+153	+8.2%	
観光HR	771	688	1,459	714	660	2,834	818	742	1,561	+101	+7.0%	
地方創生	287	116	404	92	130	627	327	131	458	+54	+13.4%	
その他	2	1	3	0	0	5	0	0	1	▲2	▲53.9%	
◆売上総利益率	27.9%	24.1%	26.1%	23.7%	24.6%	25.2%	28.2%	23.7%	26.1%	+0.0pt	-	
販管費	676	638	1,314	656	740	2,711	728	695	1,423	+109	+8.3%	
営業利益	384	169	553	151	51	755	418	179	598	+44	+8.1%	
観光HR	422	312	734	319	218	1,273	425	336	762	+27	+3.8%	
地方創生	100	▲20	79	▲43	▲30	5	138	▲16	122	+42	+53.5%	
その他	▲19	▲16	▲35	▲10	▲6	▲52	0	0	0	+36	-	
全社費用	▲118	▲106	▲224	▲115	▲130	▲470	▲145	▲141	▲287	▲62	-	
◆営業利益率	10.1%	5.0%	7.7%	4.4%	1.6%	5.5%	10.3%	4.9%	7.7%	+0.0pt	-	
経常利益	388	171	559	154	54	769	419	185	605	+45	+8.1%	
◆経常利益率	10.2%	5.1%	7.8%	4.5%	1.7%	5.6%	10.3%	5.0%	7.8%	+0.0pt	-	
当期純利益	244	124	369	108	▲22	454	277	102	379	+10	+2.8%	

©2026 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8.2%増の71.8億円、売上総利益は前期比7%増の15.6億円となりました。地方創生事業の売上高は、前期比11.9%増の5.5億円、売上総利益は前期比13.4%増の4.5億円となりました。

販管費につきましては、先行投資を実行しつつも、生産性を意識し、前期比8.3%増の14.2億円となりました。

結果、営業利益は、前期比8.1%増の5.9億円。また、地方創生事業は前期比53.5%増と、大幅な増益で着地しております。

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)

- 就業者数は過去最高を更新。有料広告運用改善が進捗、**応募単価/採用単価が大幅改善**。結果 1 Qに続き**広告費減少** (前期比較)
- 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+3.4%の上昇、2 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 2Q比	
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	増減額	増減率
延べ人数	12,239	10,707	11,976	11,423	46,345	12,981	<b>13,323</b>	13,468	12,420	51,192	13,978	<b>13,249</b>	+926	+7.5%
人材派遣	11,437	10,283	11,205	10,944	43,869	12,005	<b>11,443</b>	12,188	11,640	47,276	12,756	<b>12,453</b>	+1,010	+8.8%
職業紹介	802	424	771	479	2,476	976	<b>880</b>	1,280	780	3,916	1,222	<b>796</b>	▲84	▲9.5%
UU数	6,089	8,284	10,238	11,708	—	6,153	<b>9,284</b>	12,091	14,555	—	7,092	<b>10,192</b>	+908	+9.8%
人材派遣	5,037	7,095	8,306	9,320	—	5,201	<b>7,426</b>	8,989	10,756	—	5,892	<b>8,222</b>	+796	+10.7%
職業紹介	782	1,189	1,932	2,388	—	952	<b>1,858</b>	3,102	3,799	—	1,200	<b>1,970</b>	+112	+6.0%
LTM (万円)	103.9	112.0	121.3	124.4	—	130.1	<b>131.2</b>	136.1	134.4	—	132.6	<b>135.6</b>	+4.4	+3.4%

※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/tdnet/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。

今期の第 1 四半期から、新たに就業者の「延べ人数」を開示しております。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継続して、更新しております。

第 1 四半期に引き続き、運用型有料広告の改善施策が進捗しました。SEO 順位の向上をはじめ、全ての集客チャネル施策が奏功し、就業者が増加する中でも、広告宣伝費の抑制を実現できました。

その結果、顧客獲得単価の改善施策が好調に進み、前期と比較して約 1,300 万円削減しております。

また、就業者 1 人あたりの売上高も 135.6 万円と前期比で 4.4%上昇し、第 2 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
- 職業紹介の割合はわずかに減少したものの、2Qにおいても前期比▲0.7%減（25.6期2Q：20.0%→26.6期2Q：19.3%）と高止まりの状況

### 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

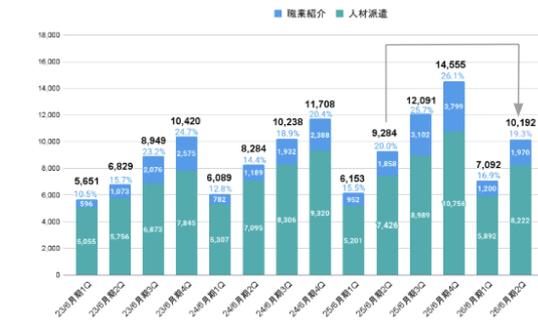


※スタッフは、紹介先企業のアルバイト等（有期雇用：1〜3か月程度）として雇用されることが一般的です。紹介先企業での就業期間を満了すると、当社で再度勤務するスタッフも多数いらっしゃいます。その他に一部、正社員の人材紹介も行っております。

©2026 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。

増加傾向にあ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、粗利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。

粗利の「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になります。

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2四半期と比較して0.7%ほど減少しておりますが、高い割合を維持しております。

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2四半期 売上高 71.8億円 / 営業利益 7.6億円

- 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



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

8

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 21.7%、販管费率は 11.1%と、前期比とほぼ同等水準で推移しました。

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、広告宣伝費は前期比で 1,300 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計画通りに着地
- 営業・経常利益 計画では進捗率約60%を見込むも、約75%の高い進捗率  
先行投資予算（2026年6月期通年で2億円）のうち、上半期投資予算の約74%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 2Q実績	進捗	
		通期計画予算	対通期計画比
売上高	7,748	16,000	48.4%
営業利益	598	800	74.8%
経常利益	605	797	75.9%
当期純利益	379	540	70.2%

売上高については、計画比 48.4%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計画比 60%ほどを見込んでおりましたが、実績は約 75%と高い進捗率を維持しております。

また、今期は約 2 億円の先行投資を行う旨を開示しておりますが、上半期までに消化を予定していた先行投資のうち、約 74%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。

第 3 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 2 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2四半期 Topics

観光HR事業、有効応募数を拡大しながら  
応募単価・採用単価を大幅改善



- 採用転換しやすい有効応募が前年同期比+25%増、それに伴い面接数も+21%増と集客が拡大
- 一方で、有効応募が増えたため応募単価は前年同月比-28%減、広告費も-11%減とコスト削減達成

リゾートバイトダイブ、半年間で現役インフルエンサーが200名超え、リアル動画投稿が800本超え



月	現役インフルエンサー
1月	52
2月	84
3月	119
4月	150
5月	181
6月	215

- リゾートバイトダイブのリアルをSNSで発信する現役インフルエンサーが募集開始から半年で200名突破
- インフルエンサーによる動画投稿が累計800本となり、新規顧客獲得に好影響

リゾートバイトダイブ公式アンバサダー  
SNSフォロワー100万人の人気キャラクター就任



- 人気クリエイター・BUSON氏が手がける『しきぶちゃん』を公式アンバサダーとして起用し、様々なコラボ企画を通してサービスブランディングを推進
- うさぎ社員『ナビットちゃん』入社で、リゾートバイトへの親しみやすさやダイブのイメージ定着を図る

リゾートバイト就業中スタッフの意識調査  
「キャリアブレイク」としてリゾートバイトを活用



- 働き方やキャリアに関する意識調査により、リゾートバイトが新しい環境で自分を再構築する時間「キャリアブレイク」としての活用増加を確認
- 働く価値観の変化が、「キャリアブレイク」としてのリゾートバイト支持拡大の後押しとなる兆し

特定技能人材の現地採用を支援  
ヒルトン沖縄宮古島リゾートで14名採用



- インドネシア・ジャカルタにてヒルトン沖縄宮古島リゾートの現地採用イベントを実施し14名の採用を実現
- 現地機関との面接実施までの調整や、特定技能人材へ機会提供を行い、企業の国際的な採用活動を支援

メディア（テレビ・新聞など）出演



- 10月14日 テレビ東京「LIFE IS MONEY～世のお金で見てみよう～」リゾートバイトの事例紹介
- 10月16日 四国放送「ゴジカル」クラフトホテル瀬戸内紹介
- 11月15日 「INBOUND JOURNAL」代表庄子のインタビュー記事掲載

(その他多数)

第2四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)

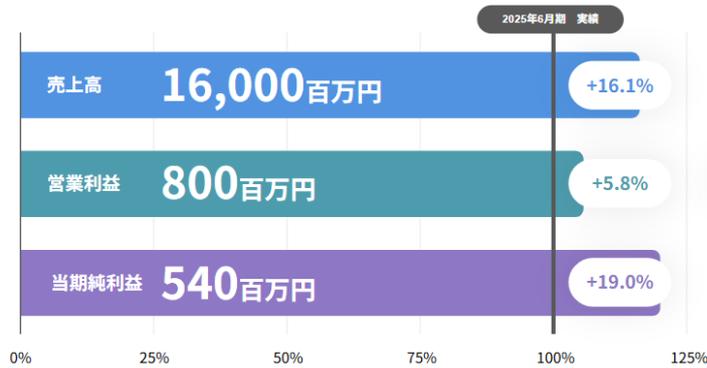
売上高 前期比 **+16.1%**  
(25年6月期実績 13,781百万円)

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	

昨年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

2Qにおける進捗状況	
<p>1 <b>売上・市場シェア向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・SEO強化</li> <li>・閑散期の売上向上施策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●SEO施策は計画通り進捗。主要キーワードでの検索順位は前年同期比で大幅に改善し、流入数・応募単価ともに改善傾向を維持</li> <li>●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</li> <li>●全国で求人掲載数No.1の「リゾートバイトタイプ」が、体験談・解説・漫画等を網羅した総合情報メディア『リゾートバイトナビ』をグランドオープンし、ユーザーの情報接点を強化</li> </ul>
<p>2 <b>生産性向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・業務自動化、AI活用</li> <li>・観光HR事業の組織構造の変更</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●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</li> <li>●組織構造の見直し（RA/CA体制へ移行）により、マッチング精度・対応品質の向上が進展</li> </ul>
<p>3 <b>新規事業の創出</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宿泊事業者向けSaaS（ハッサク）</li> <li>・「共同寮」プロジェクト</li> <li>・その他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光業界特化SaaS『ハッサク』の導入施設数が2026年1月時点で171施設へ拡大。認知拡大と同時に、収益性の改善も狙う</li> <li>●「住まい」を起点とする共同寮プロジェクトについて、コンセプト設計を完了。金融機関・支援企業・自治体との連携可能性を検討し、社会実装を見据えた事業モデルの具体化を推進中</li> </ul>
<p>4 <b>M&amp;A</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●経営陣・金融機関ネットワークを通じて、複数の有望案件を継続的に精査中</li> <li>●トップ面談・初期デューデリジェンスを複数案件で実施し、中長期成長に資する案件選定フェーズへ移行</li> <li>●PMI（統合）を見据え、社内M&amp;A推進体制を強化</li> </ul>
<p>5 <b>組織力の向上</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・高度人材の採用</li> <li>・ホールディングス化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●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</li> <li>●ホールディングス化はスケジュール通り進行。2025年9月25日の定時株主総会で分割契約書を承認済み</li> </ul>

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

12

先行投資の進捗についてご説明します。

まず、「売上・市場シェアの向上」についてです。

SEOを中心に、計画どおり成果が出ており、流入数、応募効率ともに改善が継続しています。加えて、総合情報メディアを立ち上げ、ユーザーとの接点をさらに強化しました。

次に、「生産性の向上」についてです。

社内でのAI活用による業務効率化を進めるとともに、観光HR事業では、給与前払いのデジタル化や、組織構造の見直しを行うことで、利便性とマッチング品質の向上が進んでいます。

続いて、「新規事業」についてです。

ハッサクの導入施設数は171施設まで拡大し、順調に進捗しています。あわせて、さらなる収益性の向上も目指しています。

また、共同寮プロジェクトについては、社会実装を見据えた事業モデルの具体化を進めています。

次に、「M&A」についてです。

複数の有望な案件を継続的に検討しており、現在は、具体的な案件選定と、PMIを見据えた体制強化のフェーズに入っています。

最後に、「組織力の向上」についてです。

DXおよび新規事業を担う体制強化を進めるとともに、ホールディングス化についても、計画どおり進捗しています。

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9月	2025年12月	増減率(%)
流動資産	3,716	3,948	+6.2
現金及び預金	2,293	2,446	+6.7
売掛金	1,378	1,457	+5.7
その他の流動資産	44	45	+1.5
固定資産	1,144	1,152	+0.7
有形固定資産	557	563	+1.0
無形固定資産	260	251	▲3.4
投資その他の資産	325	336	+3.4
資産合計	4,860	5,100	+4.9

【キャッシュ・フロー計算書 (C/F)】単位：百万円

	2024年12月	2025年12月	増減率 (%)
営業活動によるキャッシュ・フロー	86	712	+8.2倍
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲179	▲192	-
財務活動によるキャッシュ・フロー	100	▲139	-
現金及び現金同等物の増減額	8	380	+45.2倍
現金及び現金同等物の期首残高	2,038	2,065	+1.3
現金及び現金同等物の期末残高	2,046	2,446	+19.5

負債の部	2025年9月	2025年12月	増減率(%)
流動負債	2,141	2,279	+6.5
未払金	830	916	+10.4
短期有利子負債	368	168	▲54.3
その他	942	1,195	+26.8
固定負債	252	239	▲5.2
長期有利子負債	190	173	▲8.6
その他	62	65	+4.9
負債合計	2,393	2,519	+5.2

純資産の部	2025年9月	2025年12月	増減率(%)
株主資本	2,466	2,577	+4.5
資本金	21	25	+20.6
資本剰余金	622	626	+0.7
利益剰余金	2,005	2,108	+5.1
自己株式	▲183	▲183	-
新株予約権	0	4	+512.5
純資産合計	2,466	2,581	+4.7
負債・純資産合計	4,860	5,100	+4.9

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

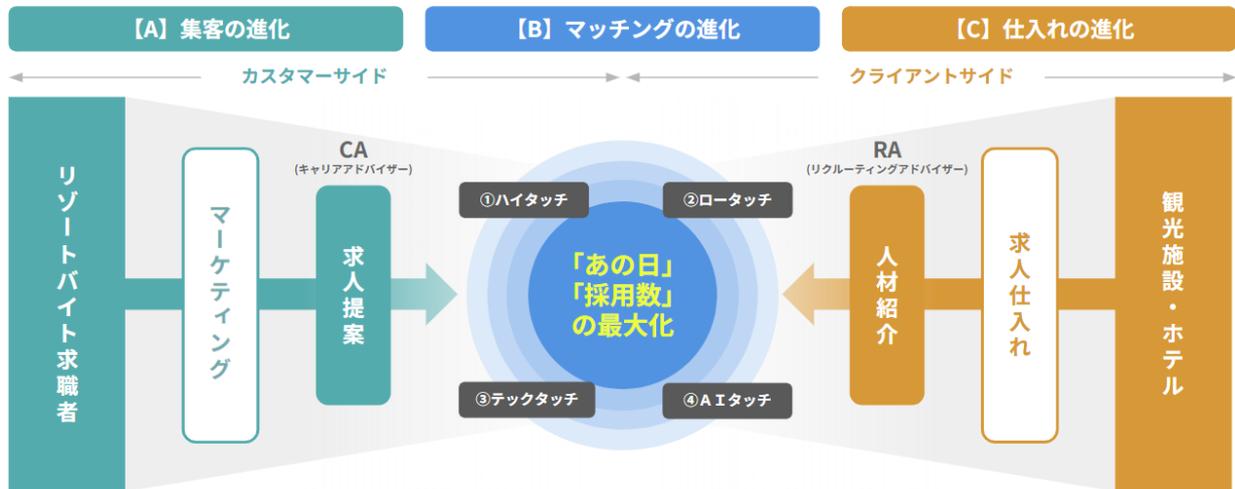
## 中期プラットフォーム戦略

2Q進捗状況

最後に、第1四半期に新しく開示した中期プラットフォーム戦略の概要と進捗状況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』（再掲）

リゾートバイトダイブは、他の求人サイトとの差別化戦略として『NO.1 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となることで強い競争優位性を確立します。



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

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進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』の最大化を実現していきます。

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。

## [A] 集客の進化に向けた<成長ドライバー>及び先行指標（再掲、一部更新）

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、全てのマーケティングKPIを高度化、さらにAI中心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』完成を加速させる。



まず「集客の進化」についてご説明します。

このページでは、赤字で示している部分が、今回アップデートしたポイントです。

まず、リゾートバイト経験者による口コミ件数についてです。

前回から1,000件増加し、7,000件を突破しました。実体験に基づく一次情報が着実に積み上がっており、ユーザーの不安解消や、応募の後押しにつながっています。

次に、現役インフルエンサーの取り組みです。人数は150人から200人へと大きく拡大しました。

実際に働いている現場のリアルをSNSで発信することで、広告だけでは伝えきれない信頼感や臨場感を生み出せています。

そして、LINEの友だち数についてです。

こちらは1万人増加し、21万人となりました。業界内においても、引き続き強い集客基盤と、ユーザーとの直接的な接点を維持できています。

## [A] 集客の進化に向けた<成長ドライバー>及び先行指標（2Q進捗）

マーケティング改革元年の今期、有料広告の戦略転換及び運用改善を行った結果、採用転換高い『有効応募数』を大きく拡大しながら、応募単価改善も実現。結果、広告費を削減。また、新たな認知施策による第一想起獲得とファン化、更にはSEO・LLMOといった短期/長期の施策も進捗。『NO.1 総合リゾートバイトプラットフォーム』構築と完成に向けたサイトバリューとブランディングをスピード感をもって推進



20

引き続き、「集客の進化」についてご説明します。

今期は、マーケティング改革を本格的に進めており、有料広告の戦略転換と運用改善によって、採用転換率の高い、いわゆる「有効応募数」を拡大しながら、応募単価、つまりコストの削減を同時に実現しています。

まず、成果面についてです。

有効応募数は25%増加し、それに伴い、面接数も21%増加するなど、採用につながる母数が着実に伸びています。

一方で、コスト面です。

広告運用の最適化により、応募単価は28%削減しました。さらに、効率化の結果として、広告費全体についても11%の削減を実現しています。

集客の中身についても、強化を進めています。『リゾートバイトナビ』を中心に、記事は累計550本、漫画も50本まで拡充しました。SEOに加えて、AI OverviewやLLMOといった、将来を見据えた集客施策も同時に進めています。

また、インフルエンサー施策では、現場のリアルを伝えるSNS動画が累計800本まで拡大し、認知から応募への導線強化につながっています。

このように、集客量・質・コストのすべてが改善する形で進捗しており、「総合リゾートバイトプラットフォーム」の構築に向けて、スピード感を持って推進しています。

## 【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（2Q進捗）

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



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

\*日本マーケティングリサーチ機構「リゾートバイト専門の求人サイトにおける市場調査」(2025年10月)

21

続いて、「求人仕入れの進化」についてご説明します。

まず、クライアント基盤についてです。

取引先企業数は 3,410 社、施設数は 6,422 施設まで拡大しました。施設数については、昨年 9 月末時点から 3 か月で 455 件増加しており、クライアント基盤は着実に広がっています。その結果として、リゾートバイトの求人掲載数は 4,832 件となり、業界 No.1 のポジションを引き続き獲得しています。量、エリアともに、安定した体制を構築できています。

次に、観光特化型 BPO の取り組みです。

苗場プリンスホテル様において、人事の一部機能を受託しており、現場負荷の軽減と、安定した人材運用の支援につながっています。こうした取り組みを通じて得られた知見を活かし、今後は、同様のニーズを持つ企業様への導入を、さらに広げていきたいと考えています。

また、外国人人材の拡大により、支援施設数は 20%増加し、クライアントからの引き合いも増えています。

さらに、自社開発の観光業界特化型 SaaS についてです。

大手チェーンホテルを中心に導入が進み、導入施設数は 171 施設まで拡大しました。

このように、求人「量」「質」、そして「付加価値」のすべてを強化しながら、求人仕入れの基盤そのものを進化させているフェーズに入っています。

## [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（再掲、一部更新）

さらなる採用数の最大化に向けて、『【仕入れ】No.1求人数』と『【集客】有効応募数の拡大』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



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

22

最後に、マッチングの進化についてご説明します。

まず、ハイタッチの強化です。

RA・CAの体制移行が完了し、求人仕入れとキャリアカウンセリングを分業することで、一人ひとりに、より深く向き合える体制を整えました。

次に、ロータッチの強化です。

インフルエンサーによるSNS動画を活用し、「リゾートバイトを知る」「興味を持つ」「応募する」までを自然につなぐ導線づくりを進めています。

次に、テックタッチについてです。

データドリブンプロジェクトとして、Tableau（タブロー）を導入し、勘や経験だけに頼らず、数字に基づいたマッチング精度の向上を進めています。

そして、AIタッチです。

応募数や面接数の増加に対応するため、学生や若年層を中心に、AI面談の試験導入を開始しました。



以上が、2026年6月期 第2四半期の業績と、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