



各 位

2026年5月8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3四半期 決算説明資料」に関する動画書き起こし

当社が2026年5月8日に開示いたしました「2026年6月期 第3四半期 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
東証グロス：151A

2026年6月期 第3四半期決算説明資料

2026年5月8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3四半期
2025.7 - 2026.3

© 2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

3

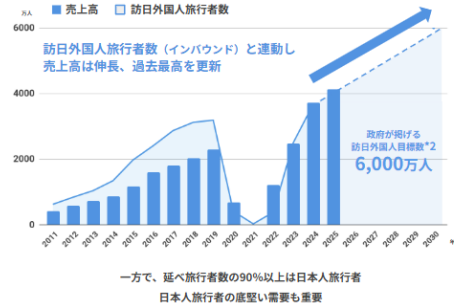
2026年6月期 第3四半期の業績ハイライトをご説明させていただきます。

業績ハイライト | 2026年6月期 第3四半期決算

- 中国人旅行者は半減するも他国が牽引し、1月～3月のインバウンド旅行者数は過去最多*の1,068万人を突破、引き続きトレンドは追い風
- 他業界と比較し、生成AIに代替されにくいホスピタリティ産業の人材需要は依然として旺盛
- 売上高は10%増と2桁の伸び率となった。営業・経常利益は想定を上回る進捗、引き続き過去最高を更新中



当社売上高と訪日外国人旅行者数（インバウンド）の比較



*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。
 **訪日外国人旅行者数は2019年1月～2020年3月、2020年4月～2021年3月、2021年4月～2022年3月、2022年4月～2023年3月、2023年4月～2024年3月、2024年4月～2025年3月、2025年4月～2026年3月の期間を指し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が異なるため、売上高を修正値としております。
 *2 観光を取り巻く環境及び進捗率について令和3年11月25日観光庁より

*日本政府観光局「訪日外客数（2026年3月推計値）」2026.04
 ©2026 Dive Inc.（東証GRT 151A）

まず足元の事業環境につきましては、良好に推移しております。

1月から3月のインバウンド旅行者は、過去最多の1,068万人を突破しました。

中国人旅行者は以前と比較して半減しておりますが、欧米を中心とした他国の旅行者が、減少分をカバーし、全体を力強く牽引しております。

また、当社の主戦場であるホスピタリティ産業は、他業界と比較して生成AIに代替されにくい特性があり、深刻な人手不足を背景とした人材需要は依然として旺盛です。

こうした需要を確実に捉えた結果、売上高は前期比10%増の116億円となり、2桁の伸び率を達成しました。

営業利益・経常利益は約7.6億円と、想定を上回る進捗で推移しており、引き続き過去最高を更新しております。

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事業の3Qは、最繁忙期である1Q売上高を超え右肩上がりで増収（前期比1Q+6.5%、2Q累計+8.2%、3Q累計+10.3%）
- 売上総利益 シェア拡大に向けた投資としてスタッフ時給を引き上げた結果、売上総利益率は▲0.4pt低下するも前期比+8.1%増の2.1億円の増益
- 営業利益 費用対効果を重視した広告宣伝を強化。営業利益率は▲0.2pt低下したものの、就業者数12.2%増と広告施策は成功

(単位: 百万円)	2025年6月期						2026年6月期				前期3Q累計比	
	1Q	2Q	3Q	3Q累計	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	3Q累計	増減額	増減率
売上高	3,800	3,354	3,406	10,561	3,220	13,781	4,062	3,685	3,871	11,619	+1,058	+10.0%
観光HR	3,441	3,199	3,284	9,925	3,047	12,973	3,666	3,521	3,764	10,951	+1,026	+10.3%
地方創生	351	147	121	620	171	792	395	163	107	665	+44	+7.2%
その他	7	6	0	15	0	16	0	0	0	2	▲13	▲86.1%
売上総利益	1,060	807	807	2,675	791	3,467	1,147	874	871	2,893	+217	+8.1%
観光HR	771	688	714	2,174	660	2,834	818	742	786	2,347	+173	+8.0%
地方創生	287	116	92	497	130	627	327	131	84	543	+46	+9.3%
その他	2	1	0	4	0	5	0	0	0	2	▲2	▲52.8%
◆売上総利益率	27.9%	24.1%	23.7%	25.3%	24.6%	25.2%	28.2%	23.7%	22.5%	24.9%	▲0.4pt	-
販管費	676	638	656	1,970	740	2,711	728	695	711	2,135	+164	+8.3%
営業利益	384	169	151	704	51	755	418	179	159	758	+53	+7.6%
観光HR	422	312	319	1,054	218	1,273	425	336	354	1,117	+62	+5.9%
地方創生	100	▲20	▲43	36	▲30	5	138	▲16	▲63	58	+22	+61.2%
その他	▲19	▲16	▲10	▲46	▲6	▲52	0	0	0	0	+46	-
全社費用	▲118	▲106	▲115	▲340	▲130	▲470	▲145	▲141	▲131	▲418	▲78	-
◆営業利益率	10.1%	5.0%	4.4%	6.7%	1.6%	5.5%	10.3%	4.9%	4.1%	6.5%	▲0.2pt	-
経常利益	388	171	154	714	54	769	419	185	163	768	+53	+7.5%
◆経常利益率	10.2%	5.1%	4.5%	6.8%	1.7%	5.6%	10.3%	5.0%	4.2%	6.6%	▲0.2pt	-
当期純利益	244	124	108	477	▲22	454	277	102	115	494	+17	+3.6%

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

5

まず、主力事業である観光HR事業の売上高についてです。

例年、夏休みシーズンを含む1Qが最大の繁忙期であり、売上が最も高くなります。

今期は、採用施策が好調に推移した結果、繁忙期である1Qを上回る過去最高の売上を記録しました。成長の勢いも加速しており、1Qは6.5%増、2Q累計は8.2%増、3Q累計では10.3%増と、右肩上がりの成長を継続しております。一方で、地方創生事業につきましては、閑散期ということもありますが、想定と比較して稼働率が低下しました。今後の繁忙期シーズンに向けて、テコ入れを図ってまいります。ここで、利益率について2点補足させていただきます。

まず売上総利益率ですが、前期比で0.4ポイント低下しております。

これは、シェア拡大に向けた投資として、スタッフ時給の引き上げを優先的に実施したことによるものです。

営業利益率についても、広告宣伝の強化により0.2ポイント低下しましたが、投資の結果として就業者数は12.2%増と拡大しており、広告施策とシェア拡大への投資は成功したと評価しております。

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。職業紹介スタッフ数の割合は高止まりしているものの、人材派遣スタッフ数が増加傾向
- 「就業者 1 人あたりの売上高 (LTM)」は、▲1.8%減となったが、3Qで新規スタッフ採用 (就業期間が短くLTMが低い) が好調に推移したことによるもので問題無し。UU数は前期 (24.6期から25.6期) +8.2%増、今期+12.2%増、と採用数も右肩上がり

(単位: 人数)	2024年6月期					2025年6月期					2026年6月期			前期 3Q比	
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	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	13,249	14,734	+1,266	+9.4%
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	12,453	13,549	+1,361	+11.2%
職業紹介	802	424	771	479	2,476	976	880	1,280	780	3,916	1,222	796	1,185	▲95	▲7.4%
UU数	6,089	8,284	10,238	11,708	—	6,153	9,284	12,091	14,555	—	7,092	10,192	13,225	+1,134	+9.4%
人材派遣	5,037	7,095	8,306	9,320	—	5,201	7,426	8,989	10,756	—	5,892	8,222	10,087	+1,098	+12.2%
職業紹介	782	1,189	1,932	2,388	—	952	1,858	3,102	3,799	—	1,200	1,970	3,138	+36	+1.2%
LTM (万円)	103.9	112.0	121.3	124.4	—	130.1	131.2	136.1	134.4	—	132.6	135.6	133.7	▲2.4	▲1.8%

※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://ssi4.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。

就業者につきましては、延べ人数・UU 数ともに過去最高を更新いたしました。

前期から大きく伸びている職業紹介スタッフの割合は依然として高い傾向にありますが、人材派遣スタッフも増加傾向にあります。

「就業者 1 人あたりの売上高 (LTM)」は、直近 1 年間で就業したスタッフ 1 人あたりの平均売上高です。

前期比で 1.8%減少しておりますが、これは第 3 四半期の 1 月～ 3 月において新規スタッフの採用が好調に推移したことによるものです。

新規スタッフは就業期間が短く、一時的に LTM が低く算出されますが、ポジティブな状況だと捉えております。

実際に、人材派遣の UU 数は、前期の 8.2%増から今期は 12.2%増へと伸びが加速しており、採用数も右肩上がりで推移しております。

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
- 人材派遣の就業者増加により職業紹介の割合は、▲2.0%減（25.6期3Q：25.7%→26.6期3Q：23.7%）となったが、依然として高止まりの状況

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

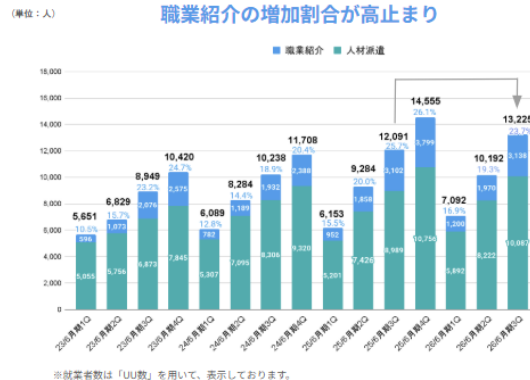


※スタッフは、紹介先企業のアルバイト等（有期雇用：1～3カ月程度）として雇用されることが一般的です。紹介先企業での就業期間を満了すると、当社で再度勤務するスタッフも多数いらっしゃいます。その他に一部、正社員の人材紹介も行っております。

©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



7

高止まり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、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3四半期と比較して2%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3四半期 売上高 109.5億円 / 営業利益 11.1億円

- 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。

先ほどもお伝えしましたとおり、売上総利益率は21.4%と、前期と比較して0.5ポイント低下しております。

戦略的なスタッフ時給の引き上げや広告強化により、利益率は前期と比較して若干低下しておりますが、販管費率を11.2%に抑えるなど、生産性を意識した事業運営を継続しております。

今後も生産性を高め、売上・利益ともに伸ばしていけるよう、市場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** 今期は右肩上がり増収しているものの、職業紹介の高止まり等により、計画に対してややビハインド
- **営業・経常利益** 費用対効果、コストを意識した結果、進捗率約81%を見込むも、**約95%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、**第3四半期までの投資予算に対して約57%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。※投資予算は下期に偏重して予算計上

(単位：百万円)	26/6期 3Q実績	進捗	
		通期計画予算	対通期計画比
売上高	11,619	16,000	72.6%
営業利益	758	800	94.7%
経常利益	768	797	96.3%
当期純利益	494	540	91.5%

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

9

売上高については、右肩上がり増収は継続しているものの、通期計画に対してはややビハインドしている状況です。

観光HR事業の職業紹介の増加や、地方創生事業が想定を下回る進捗となったためです。第4四半期での巻き返しを図ってまいります。

一方で、利益面については高い進捗となっております。

第3四半期時点での計画進捗率は約81%を見込んでおりましたが、営業利益・経常利益ともに95%前後の進捗となっております。

今期予定している2億円の先行投資につきましては、第3四半期までの投資予算に対して約57%を消化しております。

投資予算につきましては、下期に偏重して予算組みをしておりますので、第4四半期も投資を継続する予定です。

次は、第3四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3四半期 Topics

<p>観光業界特化型SaaS「ハッサク」 導入施設数が171施設に拡大</p>  <ul style="list-style-type: none"> 導入は大手ホテル・リゾートチェーンを中心に進み、導入数は171施設まで拡大（2026年1月時点） 開発工程には生成AIを活用し、すべて自社で開発。さらなる利便性向上を目的に、勤怠管理機能追加を予定 	<p>観光庁「廃屋撤去・再生による地方温泉地等の まちづくり支援事業」に係る事務局に採択</p>  <ul style="list-style-type: none"> 観光庁による、温泉地等のまちづくり支援事業の事務局に採択 観光HR事業や、自社での廃業ホテル再生などの地方創生事業を通じて培ったノウハウを活かし、持続可能で高付加価値な温泉地・観光地の再生に貢献 	<p>『リゾートバイトダイブ×Chocomoo』 初のアートコラボ実現！スタッフ応援企画を展開</p>  <ul style="list-style-type: none"> 大人気イラストレーター『Chocomoo』とのコラボによるオリジナルデザインを作成 観光地で働くスタッフの気持ちを前向きに高め、仕事や経験を特別なものと感じられる世界観を目指したデザイン。制作したTシャツを活用した応援企画を予定
<p>外国人人材 「特定技能」支援人数が前年比+183%に</p>  <ul style="list-style-type: none"> インバウンドの回復および増加に伴う観光業界の人手不足を受け、特定技能人材の支援を強化 支援人数が前年同月比で183%、支援施設数が120%と大幅に伸長 	<p>外国人人材 三幸グループと留学生の就職支援で業務提携</p>  <ul style="list-style-type: none"> 三幸グループの教育ノウハウと、ダイブの宿泊業界における人材マッチングの知見を合わせ連携体制を構築 観光業界における担い手不足の解消と、留学生の安定したキャリア形成を支援 	<p>メディア（テレビ・新聞など）出演</p>  <ul style="list-style-type: none"> 1月24日 テレビ朝日「大下容子ワイド！スクランブル」リゾートバイトの事例紹介 2月10日 日本テレビ「中国新聞」リゾートバイトの事例紹介 2月13日 NHK「WORLD JAPAN」特定技能の事例紹介 3月20日 国際ホテル旅館、取り組み紹介 (その他多数)

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

10

第3四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）

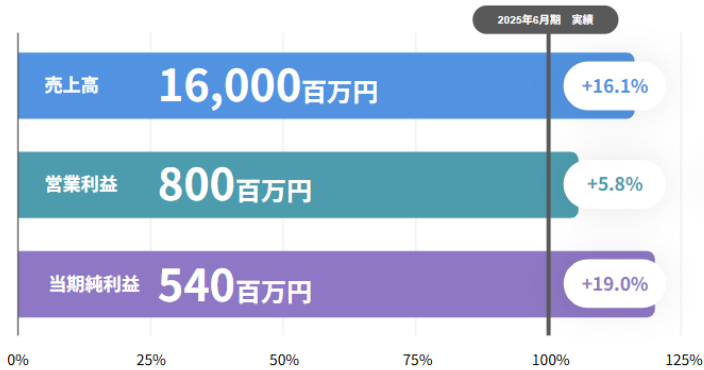
売上高 前期比 **+16.1%**
(25年6月期実績 13,781百万円)

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	

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

11

昨年8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

3 Qにおける進捗状況	
<p>1 売上・市場シェア向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ブランドアンバサダー就任 ・SEO強化 	<ul style="list-style-type: none"> ●リゾートバイトタイプのブランド戦略による第一想起獲得に向け、ブランドアンバサダーに「のん」さん就任 ●SEO施策は計画通り進捗していることに加え、先行者優位狙いの次世代戦略「AI OverView・LLMO」も進捗 ●有料集客の戦略転換で、採用転換率の高い『有効応募 (=コア)』を大きく拡大
<p>2 生産性向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・全営業担当へBIツールを導入 ・若年層向けAI面接の本格導入 	<ul style="list-style-type: none"> ●全営業担当へBIツール「Tableau」を導入。分析から改善へ、データドリブンマネジメントを始動 ●AI親和性の高い「学生」「若年層」を中心に、AI面接を本格的導入 ●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3.6倍に増加
<p>3 新規事業の創出</p> <ul style="list-style-type: none"> ・宿泊事業者向けSaaS（ハッサク） ・「共同寮」プロジェクト ・その他 	<ul style="list-style-type: none"> ●観光庁「廃屋撤去・再生による地方温泉地等のまちづくり支援事業」に係る事務局に採択。地域再生を支える側から動かす側へ、国家機関とも連携したプロジェクトの遂行へ ●観光業界特化SaaS「ハッサク」と実務代行を組み合わせたスポットBPOが進行 ●「住まい」を起点とする共同寮プロジェクトについて、事業会社と連携し、新規開業施設の住まい整備や、既存の寮の運営等にかかる事業化を推進中
<p>4 M&A</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●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 ●PMI（統合）を見据え、社内M&A推進体制を強化
<p>5 組織力の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高度人材の採用 ・ホールディングス化 	<ul style="list-style-type: none"> ●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 ●HD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

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

12

5つのテーマに沿ってご説明します。

1点目の『売上・市場シェア向上』では第一想起の獲得に向けて、ブランドアンバサダーに「のん」さんが就任いたしました。

また、次世代を見据えたSEO戦略や広告の運用改善により、採用に直結する『有効応募』を大きく拡大させつつ、応募単価の改善も実現しています。

2点目の『生産性向上』では全営業担当へBIツール『Tableau（タブロー）』を導入しデータドリブンな運営を始動しました。

また、若年層を中心としたAI面接の本格導入、給与前払い制度のデジタル化による利便性向上を進めています。

3点目の『新規事業』では、この度、観光庁による「廃屋撤去・再生による地方温泉地等のまちづくり支援事業」に係る事務局に採択されました。

これまで観光HR事業や、自社での廃業ホテル再生などの地方創生事業を通じて培ったノウハウを最大限に活かし、持続可能で高付加価値な温泉地・観光地の再生に貢献してまいります。

また、ハッサクのセールスに加えて、ハッサクを起点としたスポットBPOも推進しております。

4点目の『M&A』では複数の有望案件を継続的に精査しております。

当社のさらなる成長に資する案件を見極めるべく、スピード感を持ちながらも、慎重な判断を重ねていく方針です。

5点目の『組織力向上』につきましても、ホールディングス化へ向けた体制整備など、計画通り順調に進捗しております。

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6月	2026年3月	増減率(%)
流動資産	3,371	3,858	+14.5
現金及び預金	2,065	2,241	+8.5
売掛金	1,161	1,578	+35.9
その他の流動資産	144	38	▲73.4
固定資産	1,067	1,093	+2.4
有形固定資産	576	544	▲5.5
無形固定資産	259	241	▲7.0
投資その他の資産	232	307	+32.6
資産合計	4,439	4,952	+11.6

負債の部	2025年6月	2026年3月	増減率(%)
流動負債	1,897	2,026	+6.8
未払金	733	946	+29.0
短期有利子負債	199	168	▲15.9
その他	964	912	▲5.4
固定負債	269	222	▲17.6
長期有利子負債	207	156	▲24.6
その他	62	65	+5.6
負債合計	2,167	2,248	+3.8
純資産の部	2025年6月	2026年3月	増減率(%)
株主資本	2,272	2,696	+18.6
資本金	21	27	+29.1
資本剰余金	622	628	+1.0
利益剰余金	1,728	2,223	+28.6
自己株式	▲100	▲183	-
新株予約権	-	7	-
純資産合計	2,272	2,703	+19.0
負債・純資産合計	4,439	4,952	+11.6

02

Medium-term Platform Strategy

観光HR事業

中期プラットフォーム戦略

『NO.1リゾートバイトプラットフォーム』

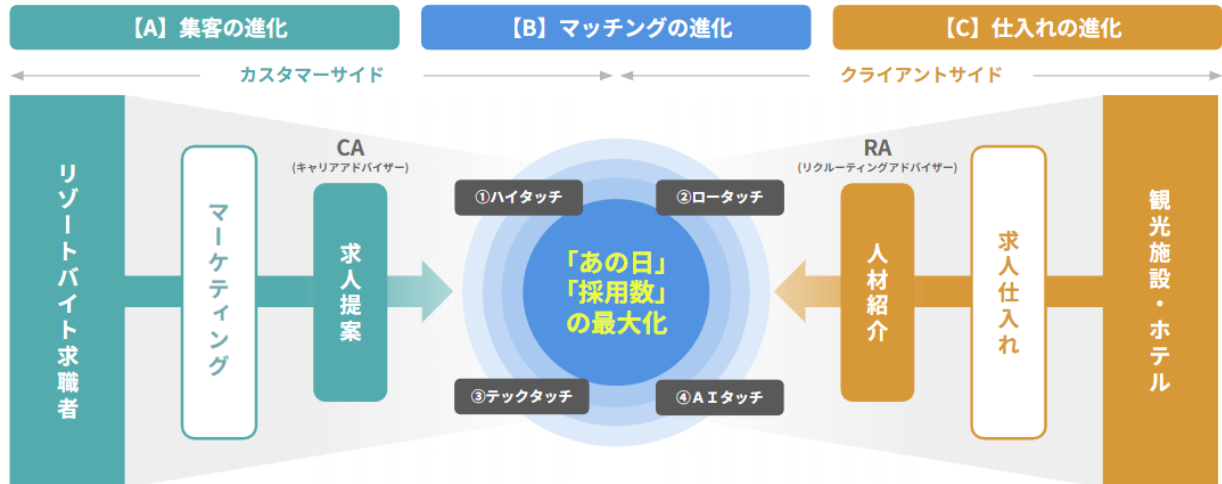
3Q進捗状況

最後に、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イトサービスから、国内最大の『NO.1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はなく、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『NO.1リゾートバイトプラットフォーム』完成を加速させる。



19

まず「集客の進化」についてご説明します。

こちらのスライドでは、赤字で示している箇所が今回アップデートしたポイントとなります。

④の『インフルエンサー』についてです。

リゾートバイトのリアルを SNS で投稿してくれるインフルエンサーが、前回の 200 人からさらに拡大し、300 人を突破しました。この一次情報の発信強化が、新規顧客の獲得に大きな好影響を生み出しております。

次に、⑤の『コミュニケーション強化』についてです。

求職者との重要な接点となる『LINE 友だち数』が着実に増加し、22 万人を突破しました。ユーザーとの直接的なコミュニケーションをさらに深め、利便性も高めてまいります。

【A】集客の進化に向けた<成長ドライバー>及び先行指標（再掲、一部更新）

マーケティング改革元年、有料集客の戦略転換によって、採用転換率高い『有効応募（=コア）』を大きく拡大、同時に応募単価改善も実現。

また、新たなリゾートバイトダイブのブランド戦略による第一想起獲得に向け、ブランドアンバサダーに「のん」さんが就任。

さらには、先行者優位獲得に向けた次世代戦略「AI OverView・LLMO」も進捗。『NO.1リゾートバイトプラットフォーム』構築をスピード感をもって推進



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元年として有料集客の戦略転換を行い、採用転換率の高い『有効応募』を拡大させると同時に、応募単価も改善しております。

成果面といたしましては、有効応募数が前期比で 31%増と大きく拡大しました。この有効応募の拡大に伴い、面接数も前期比で 21%増加しております。

次に、各施策のアップデートについてです。

まず、ブランド戦略による第一想起獲得に向けて、ブランドアンバサダーに「のん」さんが就任しました。

また、『リゾートバイトナビ』は成長を遂げており、リゾートバイト漫画は 80 本、お役立ち記事は 600 本を突破しました。さらに、リゾートバイトのリアルを伝えるインフルエンサーによる SNS 動画投稿も 1,000 件を突破しました。

引き続き、AIO や LLMO といった先行者優位獲得に向けた次世代戦略も推進し、『NO.1 リゾートバイトプラットフォーム』の構築をスピード感をもって進めてまいります。

[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（再掲、一部更新）

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、①のクライアント基盤の拡大についてです。

取引先企業数は3,637社、稼働施設数は6,707施設まで拡大しました。2025年12月末から3ヶ月間で施設数は285件増加しており、着実に全国のクライアントとの接点を広げております。

次に、⑤の『観光特化型SaaS ハッサク』についてです。

大型施設を中心に導入が拡大しており、2026年3月末時点で175施設まで導入が進みました。

今後も、求人の「量」「質」、そして「付加価値」のすべてを強化し、

求人仕入れの基盤そのものをさらに進化させてまいります。

[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 (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実装』と『データドリブンマネジメント導入』による本格的なマッチング強化戦略を推進



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

22

最後に、マッチングの進化については、

①のハイタッチ、②のロータッチ、③のテックタッチ、④のAIタッチは、これまでに構築した基盤をしっかりと運用フェーズに乗せ、各プロセスの転換率改善を進めております。

Dive

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

23

以上が、2026年6月期 第3四半期の業績と、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