



各 位

2026年8月13日

会 社 名 株 式 会 社 ダイブ グ ル ー プ
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)
問合先 執行役員管理本部長 大野 友裕
(TEL. 03-6311-9833)

「2026年6月期 決算説明資料」に関する動画書き起こし

当社が2026年8月13日に開示いたしました「2026年6月期 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。

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



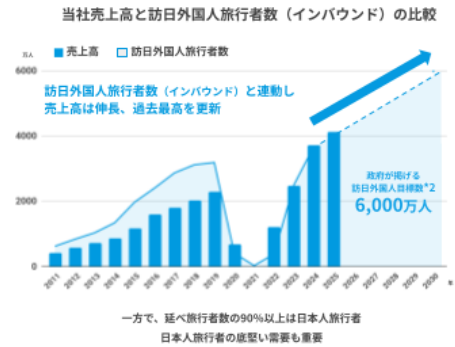
株式会社ダイブグループ、代表取締役社長の庄子です。



今回は 2026 年 6 月期 通期の業績ハイライト、2027 年 6 月期の連結事業計画、そして、今回アップデートした「中期的な成長戦略」を中心にご説明させていただきます。

業績ハイライト | 2026年6月期 通期決算

- *中国人旅行者は半減するも、複数国で旅行者数が過去最高を更新。客層の分散化で特定国への依存リスクが軽減され、**ポジティブな状況**
- 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11.2%増と**2桁の伸び率**で着地。営業・経常利益は**想定を上回る結果**、引き続き**過去最高を更新**



* 日本政府観光局「訪日外客数（2026年6月推計値）」2026.06
©2026 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。
※当社の決算期および決算発表期は2025年6月期（2025年6月1日～2025年5月31日）、2025年度は2025年6月期（2025年6月1日～2025年5月31日）、2026年度は2026年6月期（2026年6月1日～2026年5月31日）、2027年度は2027年6月期（2027年6月1日～2027年5月31日）です。また、2021年11月までは当社の決算期と訪日外国人旅行者数の集計期間のずれによる売上高の差が生じております。
※2 観光庁「観光立国推進基本計画（2023.3）」

4

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。

インバウンド旅行者は、中国人旅行者が以前と比較して半減しておりますが、欧米やアジアの複数の国で旅行者が過去最高を更新し、中国人旅行者の減少分をカバーしております。結果として客層の分散化が進み、特定の国に依存するリスクが軽減されました。当社としては、ポジティブな状況と捉えております。インバウンド旅行者に加えて、日本人旅行者も依然として底堅く推移しており、引き続き高い需要がございます。

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、通期の売上高は前期比 11.2%増の 153 億円となり、2桁の伸び率で着地いたしました。

営業利益、経常利益ともに8億円超えとなり、引き続き過去最高を更新しております。旺盛な人材需要にこたえ、引き続き業績もしっかりと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、**右肩上がり**で増収傾向を維持（前期比1Q単体+6.5%、2Q単体+10.1%、3Q単体+14.6%、4Q単体**+16.6%**）
- 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▲0.7pt低下するも前期比+8.1%増の**2.8億円の増益**
- 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とほぼ横ばいに関わらず、就業者数+8.0%増と**広告施策は成功**

(単位：百万円)	2025年6月期					2026年6月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	3,800	3,354	3,406	3,220	13,781	4,062	3,685	3,871	3,705	15,325
観光HR	3,441	3,199	3,284	3,047	12,973	3,666	3,521	3,764	3,553	14,505
地方創生	351	147	121	171	792	395	163	107	151	817
その他	7	6	0	0	16	0	0	0	0	2
売上総利益	1,060	807	807	791	3,467	1,147	874	871	856	3,749
観光HR	771	688	714	660	2,834	818	742	786	738	3,086
地方創生	287	116	92	130	627	327	131	84	116	660
その他	2	1	0	0	5	0	0	0	0	2
◆売上総利益率	27.9%	24.1%	23.7%	24.6%	25.2%	28.2%	23.7%	22.5%	23.1%	24.5%
販管費	676	638	656	740	2,711	728	695	711	794	2,929
営業利益	384	169	151	51	755	418	179	159	61	819
観光HR	422	312	319	218	1,273	425	336	354	242	1,359
地方創生	100	▲20	▲43	▲30	5	138	▲16	▲63	▲41	17
その他	▲19	▲16	▲10	▲6	▲52	0	0	0	0	1
全社費用	▲118	▲106	▲115	▲130	▲470	▲145	▲141	▲131	▲140	▲559
◆営業利益率	10.1%	5.0%	4.4%	1.6%	5.5%	10.3%	4.9%	4.1%	1.6%	5.3%
経常利益	388	171	154	54	769	419	185	163	62	830
◆経常利益率	10.2%	5.1%	4.5%	1.7%	5.6%	10.3%	5.0%	4.2%	1.7%	5.4%
当期純利益	244	124	108	▲22	454	277	102	115	68	563

4Q単体比		通期	
増減額	増減率	増減額	増減率
+485	+15.1%	+1,543	+11.2%
+505	+16.6%	+1,531	+11.8%
▲19	▲11.3%	+25	+3.2%
▲0	▲62.1%	▲13	▲84.6%
+64	+8.1%	+281	+8.1%
+78	+11.9%	+251	+8.9%
▲13	▲10.4%	+32	+5.2%
▲0	▲60.5%	▲2	▲54.1%
▲1.5pt	—	▲0.7pt	—
+54	+7.3%	+218	+8.1%
+9	+19.4%	+63	+8.4%
+23	+10.8%	+86	+6.8%
▲10	—	+11	+201.7%
+6	—	+53	—
▲9	—	▲88	—
—	—	▲0.2pt	—
+7	+14.5%	+61	+8.0%
—	—	—	—
+91	—	+108	+23.9%

©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。

観光 HR 事業は、右肩上がり増収傾向を維持しております。前期比の単体成長率は、1Qが6.5%増、2Qが10.1%増、3Qが14.6%増、そして4Qは16.6%増と、期を通じて成長が加速いたしました。通期では前期比11.8%増の145億円となっております。

地方創生事業につきましては、通期売上高は前期比3.2%増の8億円、営業利益は前期比201.7%増の1,700万円と、大幅な増益で着地いたしました。一方で4Q単体では、稼働率が想定を下回り、11.3%の減収となっております。

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。通期で24.5%、前期比0.7ポイントの低下となりました。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、売上総利益は前期比8.1%増と、増益しております。

次に営業利益につきましては、費用対効果を重視した広告宣伝の強化により、通期で5.3%、前期比0.2ポイントの低下と、ほぼ横ばいの水準を維持しました。一方で就業者は8%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。なお、4Q単体の当期純利益は6,800万円となり、前期の2,200万円の赤字から大きく改善しております。

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。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、▲0.3%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

(単位: 人数)	2024年6月期					2025年6月期					2026年6月期					通期比	
	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	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	13,984	55,945	+4,753	+9.3%
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	13,328	52,086	+4,810	+10.2%
職業紹介	802	424	771	479	2,476	976	880	1,280	780	3,916	1,222	796	1,185	656	3,859	▲57	▲1.5%
UU数	6,089	8,284	10,238	11,708	—	6,153	9,284	12,091	14,555	—	7,092	10,192	13,225	15,726	—	+1,171	+8.0%
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	11,947	—	+1,191	+11.1%
職業紹介	782	1,189	1,932	2,388	—	952	1,858	3,102	3,799	—	1,200	1,970	3,138	3,779	—	▲20	▲0.5%
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	134.0	—	▲0.4	▲0.3%

※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>

次は観光 HR 事業の主要 KPI についてです。

観光 HR 事業における主要 KPI である「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。今期の特徴として、前期から大きく伸びていた職業紹介スタッフの割合は依然として高止まりしているものの、「人材派遣スタッフが着実に増加していること」がございます。

次に「就業者 1 人あたりの売上高 (LTM)」です。

これは直近 1 年間で就業したスタッフ 1 人あたりの平均売上高を示しております。今期は前期比 0.3% の減少となりました。減少の要因は、第 3 四半期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いため、一時的に LTM が低く算出されますが、採用の母数が拡大しておりますので、問題はなく、むしろポジティブな状況だと捉えております。

この 2 つの KPI は、当社の事業成長を支える根幹です。業務の自動化やオペレーションの改善を通じて、さらなる成長を目指してまいります。

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、▲2.1%減（25.6期：26.1%→26.6期：24.0%）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

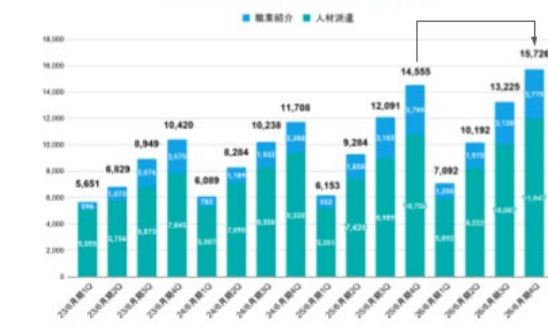


※スタッフは、紹介先企業のアルバイト等（有期雇用：1～3か月程度）として雇用されることが一般的です。
紹介先企業での就業期間を満了すると、当社で再度勤務するスタッフも多数いらっしゃいます。
その他に一部、正社員の人材紹介も行っております。

©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「UI数」を用いて、表示しております。

7

次に、職業紹介と人材派遣のセールスマックスについて、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。

次に、スライド右側の図をご覧ください。

職業紹介の割合は、前期と比較して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、引き続き人材派遣、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 通期 売上高 145.0億円 / 営業利益 13.5億円

- 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



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。売上総利益は約 31 億円、売上総利益率は 21.3%となりました。前期と比較しますと、売上総利益率は 0.5 ポイント、営業利益率は 0.4 ポイントの低下となっておりますが、これは先ほどお伝えしたスタッフ時給の引き上げと広告宣伝の強化によるものです。一方で、販管費率は 0.1%改善しており、生産性を意識した事業運営を継続できております。

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、就業者の増加に加え、就業者1人あたりの「就業期間」の延伸によっても成長を図ってまいります。

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事業は下期にかけ右肩上がりで増収傾向であったが、職業紹介の高止まり、地方創生事業の稼働率が想定を下回ったこと等の要因により未達
- **営業・経常利益** 広告宣伝費等において費用対効果を意識した投資、先行投資の期ズレ等により達成
- **当期純利益** 営業利益・経常利益に呼応し達成

(単位：百万円)	26 / 6 期 累計実績	進捗	
		通期計画予算	対通期計画比
売上高	15,325	16,000	95.8%
営業利益	819	800	102.4%
経常利益	830	797	104.1%
当期純利益	563	540	104.2%

まず売上高です。

通期計画 160 億円に対して、実績は 153 億円、達成率は 95.8%とややビハインドとなりました。観光 HR 事業は下期にかけて右肩上がりで増収傾向であったものの、職業紹介の高止まり、地方創生事業の稼働率が想定を下回った事により、未達となりました。

一方で、利益面についてはいずれも計画を上回っております。営業利益・経常利益ともに約 8 億円、営業利益は対計画比 102%の 8.2 億円となりました。広告宣伝費等において費用対効果を意識した投資を実行したこと、また先行投資の一部に期ズレが生じたことが、利益の計画達成に寄与しております。

次は、第 4 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4四半期 Topics

業界初！リゾートバイト専門アプリ『公式リゾートバイトアプリ』誕生



- 業界初となるリゾートバイト専門のアプリ『公式リゾートバイトアプリ』を正式リリース
- アプリでは7,000件以上の口コミを参考に全国の求人を探せるほか、就業中の給与明細確認や給与の前払い申請も可能で、就業中も一貫したサポートを提供

「のん」さんがブランドアンバサダー就任



- のんさんを起用したブランドムービーを制作・公開。リゾートバイトの第一想起獲得に向け認知拡大を図る
- 人生を前向きに変える“転機”＝“あの日”を創出し、一歩踏み出すすべての人を応援することをブランドメッセージ『変わる、ダイブなら。』で表現

大手3社とアライアンス締結で、スタッフ支援
Trip.com・サカイ引越センター・audiobook.jp



- 3社とのアライアンス締結で割引キャンペーン実施。「働きながら旅を楽しむ」というリゾートバイトの就労スタイルに挑戦するスタッフを支援
- 就労先への引越・就労期間中のスキマ時間・休日や就労後の旅行など、就労前から就労後まですべてのフェーズでスタッフの体験価値向上に繋がる支援施策

リゾートバイトダイブの「現役インフルエンサー」リアルな体験に基づくコンテンツ発信が活発化



- 昨年7月の開始から2026年5月31日時点で累計SNS投稿数1,600件、動画投稿数1,200件を突破。在籍する現役リゾートバイトインフルエンサーも350名を突破
- 働き方や現地での生活を具体的に伝え、現場からの一次情報発信として多くのユーザーとの接点創出に貢献

苗場プリンスホテルの冬季300名採用を「スポットBPO」で完結



- 観光業特化型SaaS「ハッサク」と実務代行を合わせた「スポットBPO」を提供し300名の採用支援実施
- 40社以上の人材エージェント対応や書類管理などの実務代行で、担当者への業務集中解消、長時間労働の削減に寄与。また採用進捗を「ハッサク」で可視化し、予測データに基づく人事管理体制の構築を支援

メディア（テレビ・新聞など）出演



- 4月6日 東京新聞 リゾートバイトの事例紹介
- 4月21日 日経MJ リゾートバイトの事例紹介
- 4月27日 広島ホームテレビ リゾートバイトの事例紹介
- 4月28日 北海道新聞 リゾートバイトシニアに関する弊社データ紹介

(その他多数)

第4四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。

次に全社 AI 活用による生産性向上についてです。

業績ハイライト | 全社AX AI活用による全部門の生産性向上

- 生成AI推進本部チームの発足、全部署にAI活用推進リーダー設置により、全社横断でのナレッジ共有と各部署の業務効率化を推進
- 人事評価にもAIによる業務効率化の項目を追加
- 事業側では観光HR事業の採用プロセスのAXを推進。各部署でも現場レベルでの活用が進展

AX推進基盤 全社横断で運用ルール整備・ナレッジ共有・評価制度への組み込みを推奨

社内AI導入率 100%^{*1}

- Geminiを全社的に導入・活用
- Claudeの導入を推進

推進体制

- 生成AI推進本部チーム発足
- AI活用推進リーダー設置

AI活用人材の育成

- 外部講師によるレクチャーを実施
- 2024年5月よりe-learning導入

評価制度

- AIによる業務効率化を人事評価制度の評価項目に追加

社内AX事例 顧客接点でのAX・各部署レベルでの業務効率化の取り組み

観光HR事業の採用プロセスAX

- | | |
|---------------|--------------------------------|
| AI
エージェント | 求人公開までの工程をエージェントで自動化 |
| AI面接 | 学生・若年層を中心に導入 |
| 求職者対応
自動化 | 求人紹介・各種問い合わせの自動対応「AIエージェント」開発中 |
| マッチング
精度向上 | マッチングロジックへのAI適用により、ミスマッチを低減予定 |

現場・部署での活用事例

- | | |
|--------------|---|
| 業務管理 | タスク進捗の自動追跡、ダッシュボード化、bot通知でタスクの対応漏れや遅延を低減 |
| 社内ヘルプ
デスク | 観光HR事業における労務規程（派遣法等）や、社内規程に関する情報を収集したAIにより、問い合わせ対応自動化 |
| 問い合わせ
管理 | 問い合わせに対する対応状況管理や、FAQ整理を自動化 |
| 内製化 | AIによるサイト構築や、大容量ファイル送付システムを内製化し、コスト削減 |

当社では更なる生産性向上に向けて、今期より「生成AI 推進本部チーム」を発足させ、あわせて全部署にAI 活用推進リーダーを設置いたしました。これにより、全社横断でのナレッジ共有と、各部署の業務効率化を推進しております。

外部講師によるレクチャーなど AI フレンドリーな人材の育成に加え、人事評価の項目に AI による業務効率化を追加し、AX の推進基盤を整備しております。

事業側では、AI エージェントによる自動化など観光 HR 事業における採用プロセスの AX を推進しております。

このほか、現場・部署レベルでも AI を駆使した効率化や内製化を図り、コスト削減を実現しております。

次に、2027 年 6 月期の連結事業計画です。

業績ハイライト | 2027年6月期 連結事業計画

売上高

前期比 **+10.9%**

(26年6月期実績 15,325百万円)

営業利益

前期比 **+16.0%**

(26年6月期実績 819百万円)

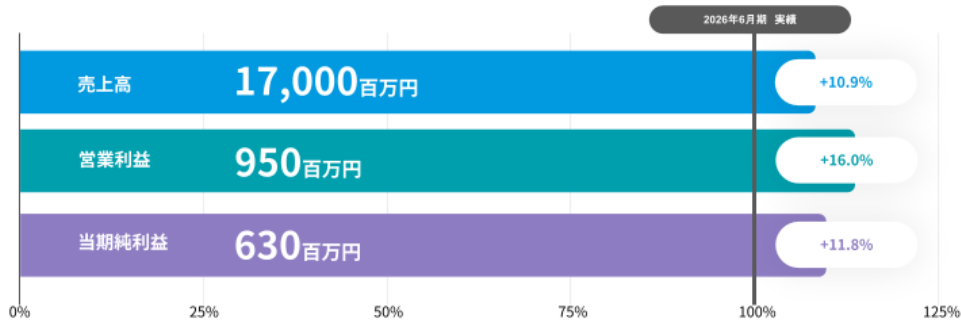
当期純利益

前期比 **+11.8%**

(26年6月期実績 563百万円)

本資料P.23「中期的な成長戦略」に記載のとおり、当社は観光業における「観光業界のプラットフォーム」実現にむけて、積極的なM&A・新規事業開発を計画しておりますが当該計画による売上高・利益は事業計画に含めておらず、費用（一部の先行投資）のみを事業計画に含めております。

- **売上高** 令和8年熊本地震の一時的な影響は想定されつつも、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** 今期は生産性向上、費用対効果を意識した投資を実行



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

12

今期も引き続き、増収増益の計画を立てております。

売上高は前期比 10.9%増の 170 億円、営業利益は 16%増の 9.5 億円を見込んでおります。まず売上高につきましては、令和8年熊本地震による一時的な影響は想定しつつも、持続的な成長を計画しております。主力の観光 HR 事業の人材需要、スタッフ集客も堅調ですので、同様に推移するものと考えております。

また、地方創生事業におきましても、客室稼働率および客単価の向上を計画しております。

営業利益につきましても、単にコストを削るのではなく、業務の AI 化・システム化、オペレーションの分業体制を通じた生産性の向上を図りながら、費用対効果を意識した投資を実行してまいります。

その他に、この事業計画の数字には、「新たな M&A や新規事業」による売上や利益の上乗せ分は、含んでおりません。一方で、それらを実行するための一部の先行投資の費用のみを、保守的に計画に織り込んでいます。

次に先行投資の進捗状況です。

先行投資の進捗状況

4 Qにおける進捗状況	
1 売上・市場シェア向上 ・業界初！リゾートバイト専門アプリ公開 ・大手とアライアンス締結でスタッフ支援	●業界初となるリゾートバイト専門のアプリ『公式リゾートバイトアプリ』を正式リリース ●大手3社とのアライアンス締結で割引キャンペーン実施。「働きながら旅を楽しむ」というリゾートバイトの就労スタイルに挑戦するスタッフを支援 ●「新規集客」「若年層獲得」の中長期施策として『一次情報』獲得を強化。潜在層/検討層に向けた取り組みを推進
2 生産性向上 ・求職者対応のAIエージェント化 ・若年層向けAI面接の本格導入	●求人紹介、問い合わせをAIエージェントが一部対応 ●AI親和性の高い学生・若年層を中心に、AI面接を導入 ●AIエージェントとAI面接の連携により、24時間体制での求人紹介および各種問い合わせ対応を実装予定
3 新規事業の創出 ・宿泊事業者向けSaaS（ハッサク） ・観光庁事業の推進 ・「共同寮」プロジェクト	●観光業特化型SaaS「ハッサク」と実務代行を合わせた「スポットBPO」を提供し、苗場プリンスホテルの冬季300名の採用支援を実施 ●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」特設サイトの開設および公募受付準備を推進 ●「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着実に推進
4 M & A	●経営陣・金融機関ネットワークを中心に探索範囲を拡大。複数の有望案件を継続的に精査中 ●複数案件でトップ面談・デューデリジェンスを実施。規律ある選別を徹底し、中長期成長に資する案件へ絞り込み ●PMIを見据えた社内推進体制の整備と、買収後の経営を担える人材の確保を継続
5 組織力の向上 ・高度人材の採用 ・ホールディングス化	●2026年7月1日付でホールディングス体制へ移行し「株式会社ダイブグループ」が発足 ●各社の責任と権限を明確化し、M&A・新規事業という非連続成長を推進するグループ構造を整備 ●新規事業開発・行政連携の各領域で外部の高度専門人材の登用を進め、非連続成長を担う経営人材層を拡充

©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

13

昨年の通期決算で、2026年6月期に実行する先行投資として5つのテーマを掲げました。その1年間の進捗と結果を、5つのテーマごとにご説明いたします。

1点目の『売上・市場シェア向上』では、業界初となるリゾートバイト専門アプリ『公式リゾートバイトアプリ』を正式リリースいたしました。また、大手3社とアライアンスを締結し、「働きながら旅を楽しむ」というリゾートバイト特有の就労スタイルに挑戦するスタッフを支援しております。あわせて、「新規集客」「若年層獲得」の中長期施策として『一次情報』の獲得を強化し、潜在層・顕在層に向けた取り組みを推進しております。

2点目の『生産性向上』では、AI活用でも触れておりますが、求人紹介や問い合わせにAIエージェントが対応する体制を構築いたしました。また、AIとの親和性が高い学生・若年層を中心に、AI面接を導入しました。AIエージェントとAI面接の連携により、24時間体制での求人紹介および各種問い合わせ対応も実装予定です。

3点目の『新規事業』では、観光業特化型SaaS「ハッサク」と実務代行を合わせた「スポットBPO」を提供し、苗場プリンスホテル様の採用支援を実施いたしました。また、第3四半期にご報告した観光庁「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」につきましては、特設サイトの開設・公募受付など事務局としてプロジェクトを推進しております。さらに、「住まい」を起点とする共同寮プロジェクトについても、事業化にむけて推進しております。

4点目の『M&A』では、経営陣および金融機関のネットワークを中心に探索範囲を拡大し、複数の有望案件を継続的に精査しております。複数の案件でトップ面談およびデューデリジェンスを実施しており、

規律ある選別を徹底し、中長期の成長に資する案件へ絞り込んでおります。あわせて、PMI を見据えた社内推進体制の整備と、買収後の経営を担える人材の確保を継続しております。

5 点目の『組織力の向上』につきましては、2026 年 7 月 1 日付でホールディングス体制へ移行し、「株式会社ダイブグループ」が発足いたしました。各社の責任と権限を明確化し、M&A や新規事業という非連続な成長を推進するグループ構造を整備しております。

この 1 年で築いた基盤を活かし、2027 年 6 月期以降の売上・利益の最大化を目指してまいります。

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6月	増減率(%)
流動資産	3,371	3,887	+15.3
現金及び預金	2,065	2,485	+20.3
売掛金	1,161	1,325	+14.1
その他の流動資産	144	77	▲46.6
固定資産	1,067	1,093	+2.4
有形固定資産	576	535	▲7.1
無形固定資産	259	225	▲13.1
投資その他の資産	232	332	+43.2
資産合計	4,439	4,981	+12.2

【キャッシュ・フロー計算書 (C/F)】単位：百万円

	2025年6月	2026年6月	増減率 (%)
営業活動によるキャッシュ・フロー	268	800	+198.3
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲210	▲219	+4.3
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲30	▲161	+429.8
現金及び現金同等物の増減額	27	419	-
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	2,065	2,485	+20.3

負債の部	2025年6月	2026年6月	増減率(%)
流動負債	1,897	1,993	+5.1
未払金	733	802	+9.4
短期有利子負債	199	171	▲14.2
その他	964	1,019	+5.7
固定負債	269	211	▲21.5
長期有利子負債	207	145	▲29.7
その他	62	65	+5.9
負債合計	2,167	2,205	+1.8

純資産の部	2025年6月	2026年6月	増減率(%)
株主資本	2,272	2,764	+21.7
資本金	21	27	+29.1
資本剰余金	622	628	+1.0
利益剰余金	1,728	2,292	+32.6
自己株式	▲100	▲183	-
新株予約権	-	11	-
純資産合計	2,272	2,776	+22.2
負債・純資産合計	4,439	4,981	+12.2

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

『NO.1リゾートバイトプラットフォーム』

4Q進捗状況

© 2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

18

つづいて、2026年6月期よりすすめておりました中期プラットフォーム戦略については資料をご参照ください。

03

Growth Strategy

中期的な成長戦略

既存事業の高度化・拡大、
観光業のM&A、新規事業の創出
レガシーな観光業の変革・進化に挑む

© 2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

23

今回、大きくアップデートした「中期的な成長戦略」についてご説明いたします。

ダイブグループは、観光業界のプラットフォームへと変化します

- 力強い観光需要。2025年 旅行消費額約27兆円^{*1}、2030年 政府旅行消費額目標45兆円^{*2}を目指す
- 観光業界には取り組むべき大きな課題（ビジネスチャンス）があります



*1観光庁「旅行・観光消費動向調査 2025年段階（速報）」2026.04 *2観光庁「観光立国推進基本計画」2026.3
©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

24

まず、今後の私たちの目指す大きな方向性ですが、ダイブグループは単なる人材サービス会社から『観光業界のプラットフォーム』へと進化してまいります。

現在、日本の観光需要は非常に力強く、政府は2030年に旅行消費額45兆円という高い目標を掲げています。一方で、観光業界の現場には「人手不足」「生産性の低さ」、そして「後継者問題」や「資本不足」といった、取り組むべき大きな課題が山積みの状況です。

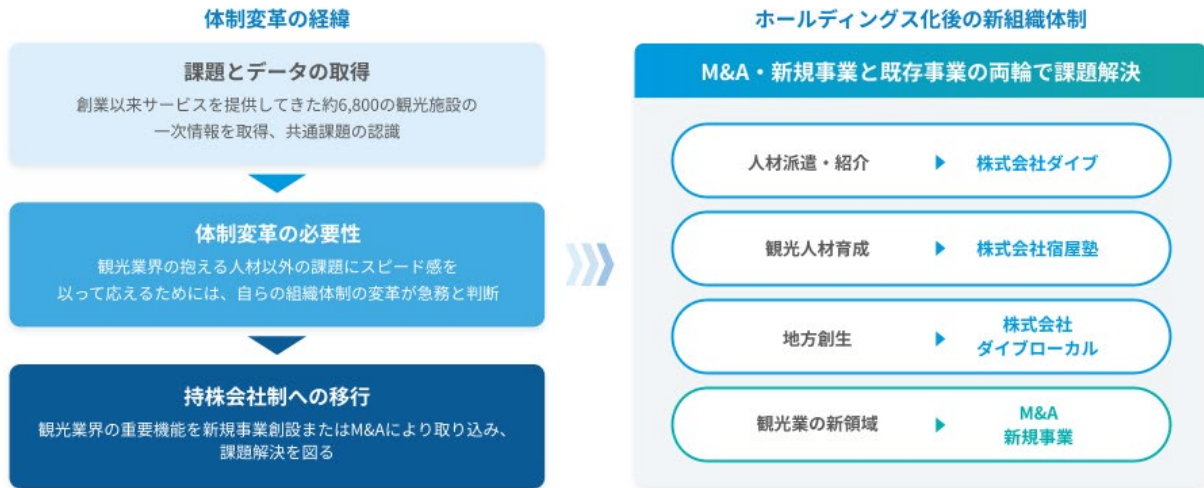
私たちは、創業以来、観光特化の人材サービスである「Dive 1.0」として、採用力や人員の安定化に貢献してきました。

そして「Dive 2.0」として、地方創生事業で得た運営ノウハウや、観光特化型 SaaS「ハッサク」などを活かして、観光業界のオペレーション・DX化を加速させてまいります。

また、今後はそこから一歩踏み込み、業界のあらゆる課題を解決する『観光業界プラットフォーム (Dive 3.0)』へと事業領域を拡大させてまいります。

観光業界の課題解決のために体制を変革

● 2026年7月より持株会社体制へ移行



先ほどお伝えした「観光業界の課題」にスピード感をもって応えていくため、2026年7月より「ホールディングス体制」へと移行しました。創業以来、約6,800の観光施設様へサービスを提供する中で、私たちは現場の「一次情報」と「共通の課題」を蓄積してきました。

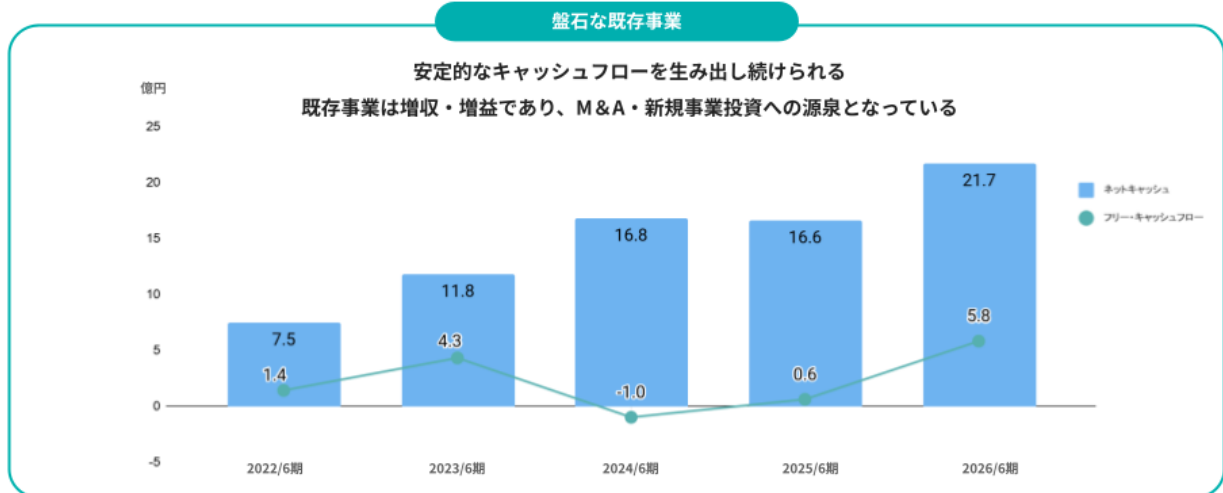
人材以外の課題解決を加速させるには、事業ごとの独立性と機動力が不可欠です。

新体制では、人材派遣・職業紹介を担う「株式会社ダイブ」、人材育成の「株式会社宿屋塾」、地方創生の「株式会社ダイブローカル」という既存事業に加え、新たに「M&Aや新規事業」を必要に応じて、スピード感をもって、子会社化できる組織体制を構築し、既存事業と新規事業の両輪で業界の課題解決を図ってまいります。

確かな収益基盤を土台とした、M&A・新規事業開発を推進

- 成長への加速は、決してリスクを伴う無理な挑戦ではなく

観光HR事業の盤石な収益を土台として、M&A・新規事業を実行します



©2026 Dive Inc. (東証GRT 151A)

26

ここで投資家の皆様にお伝えしたいのは、この成長への加速は、決して「リスクを伴う無理な挑戦」ではないということです。私たちの M&A や新規事業は、あくまで主力である『観光 HR 事業の盤石な収益』を土台として実行します。

こちらのグラフをご覧ください。

当社の既存事業は増収・増益を続けており、ネットキャッシュ、フリー・キャッシュフローともに安定的に生み出し続けられる強固な財務基盤があります。この安定したキャッシュフローが、今後の M&A や新規事業への投資の源泉となります。

成長戦略ロードマップ

- 観光HR事業と地方創生事業における既存事業（連続成長）の強化・サービス拡大・展開に加えて

成長産業である観光業のM&Aや新規事業（非連続成長）の創出に取り組むことで、持続的な成長と時価総額・企業価値の向上を目指す



今後の、具体的な成長戦略のロードマップをご説明いたします。

これまでの「観光HR事業」や「地方創生事業」といった既存事業による『連続的な成長』は引き続き、若手・シニア・外国人材の獲得強化や、施設の規模拡大などを推進させてまいります。

それに加えて、今回新たに追加したのが一番上の「成長戦略①：観光業のM&A」による『非連続な成長』です。短期的には、全国6,800施設以上の一次情報を活かしてM&Aや新規事業開発を強化し、中長期的には「人材課題」だけでなく「経営・運営課題」までをカバーする領域へと拡張し、最終的には業界全体の構造改革をリードする存在を目指します。

成長戦略① | 多角的な展開（観光プラットフォームの具体的な姿）



では、私たちが目指す「観光プラットフォーム」とは具体的にどのような姿なのかを表したのがこちらのスライドです。

これまでの人材ビジネスの強化に加え、M&A や新規事業を通じて、観光地の現場を回すためのあらゆる領域に進出します。例えば、後継者不足に悩む「客室清掃・リネンサプライ」、料理人不足に対応する「セントラルキッチン」、あるいは「宿泊施設の運営オペレーター」や「観光特化のAI・DX 支援」などです。

地域に来てもらう仕組み、現場を回す仕組み、そして継続的に地域が儲かる仕組みを、ダイブグループが中心となって総合的に創造してまいります。

成長戦略① | 観光プラットフォーム実現のためのM&A戦略について

- 目的は「観光イノベーターの実現」と「1株当たり利益（EPS）の最大化」
- 案件の多寡ではなく、ソーシングからM&A実行後の価値創造までの工程に規律を設け、目的に合う案件のみに絞って実行する



©2026 Dive Inc.（東証GRT 151A）

29

最後に、観光プラットフォームを実現するためのM&A戦略についてご説明いたします。

私たちのM&Aの目的は、「観光プラットフォームの実現」と、株主の皆様に向けた「1株当たり利益の最大化」です。案件の「数」を追うのではなく、明確な規律を設けて実行します。

特に重視する投資規律は3つです。戦略と整合性のある「方針との親和性」、過度なプレミアムは支払わない「取得価額の妥当性」、そして希薄化をできる限り回避する「ファイナンス目線」です。

すでにM&Aを実施した『株式会社宿屋塾』におきましては、当社のネットワークやノウハウを接続するPMIが完了し、過去最高の売上・利益を記録するなど確かな実績が出ております。一方で、規律に基づき「見送る」という判断の実績も蓄積されております。

今後も、この統合成功の「型」を次の案件へ複製し、企業価値の向上に繋げてまいります。



以上が、2026 年 6 月期 通期の業績ハイライト、2027 年 6 月期の連結事業計画、そして、今回アップデートした「中期的な成長戦略」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