

Dive

株式会社ダイブ

東証グロース：151A

代表取締役社長 庄子 潔



事業概要 | レガシーかつ巨大な観光業の大課題を解決する事業を展開

- 観光地の人手不足を解決する「観光HR事業」において、年間8,306人(2024年6月期3Q累計)の観光従事者を創出
- 観光客の訪問地域の偏りを解決する「地方創生事業」において、6つの非観光地で観光事業を創出

Resort Baito Dive

観光HR事業

売上構成比95.4%(2024年6月期3Q累計)

リゾートバイトダイブ*1
観光施設特化型の人材サービス
安定成長の基幹事業

【課題】
人手不足

年間8,306人
観光従事者を創出
(2024年6月期3Q累計)



検索条件から探す



*1 リゾートバイトとは、日本全国のリゾートホテルや旅館、飲食店・テーマパーク・レジャー施設・スキー場等に短期間移住し、従業員寮で生活しながら、勤務する働き方。

*2 Direct to Consumerの略 中間流通業者を bypass せずに自社のECサイトを通じて製品を顧客に直接販売する販売形態。

*3 非観光地:当社では、観光の対象が未開発である、または存在するものの知られていないがために、観光客が少なく、交通機関や宿泊施設等が十分に整備されていない地域のことを非観光地と定義しております。当社はこれまで、芦別(北海道)・鹿沼(栃木県)・常陸大宮(茨城県)・東かがわ(香川県)・津山(岡山県)・佐賀(佐賀県)の6拠点にて観光事業を創出してまいりました。

Dive Hotels

地方創生事業

売上構成比3.8%(2024年6月期3Q累計)

ダイブホテルズ
非観光地特化型のD2C*2観光事業
4カ年CAGR613%の新規事業(2019年~2023年)

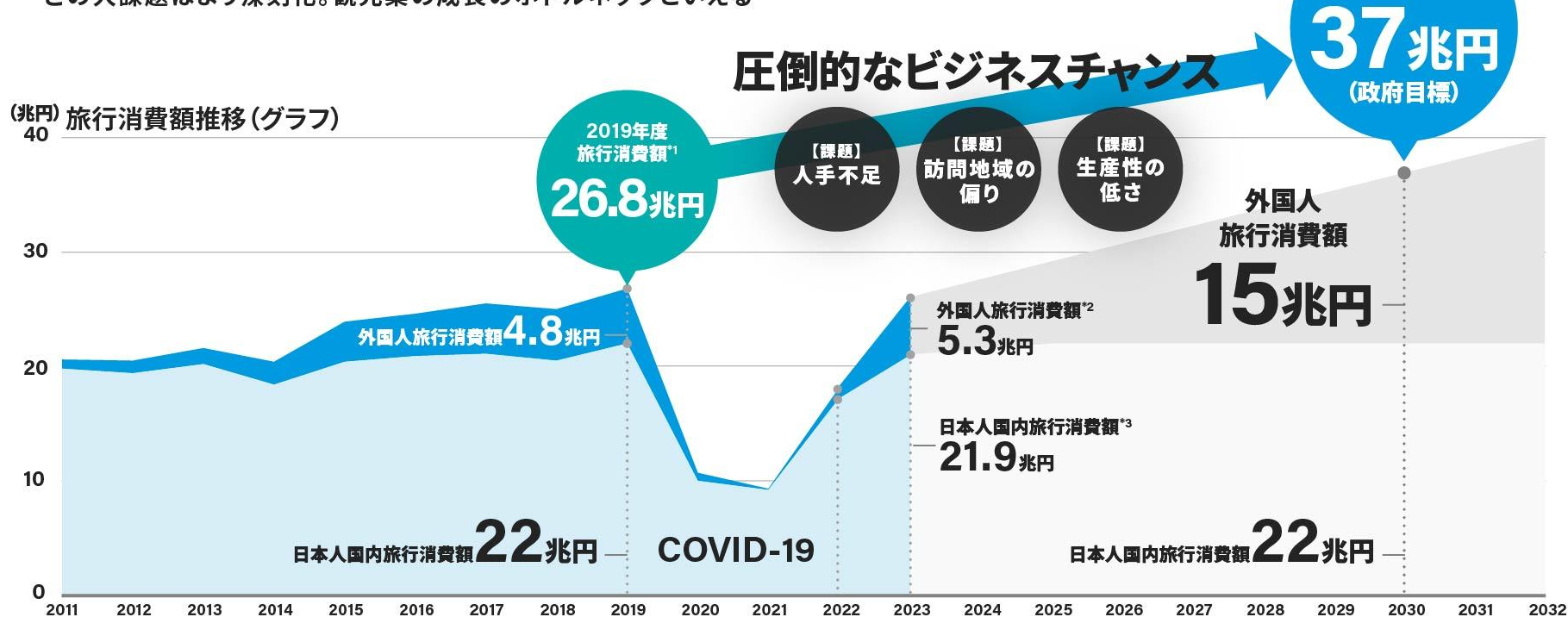
【課題】
訪問地域の偏り

6つの非観光地*3
観光事業を創出



はじめに | 観光業の市場規模について

- 日本経済の成長エンジン「観光業」において、2030年度の旅行消費額は2019年度比で**+10兆円**の**観光市場の規模拡大**が見込まれる。一方、地方の過疎化・少子高齢化による観光地の人手不足、観光客の訪問地域の偏りなどの大課題はより深刻化。観光業の成長のボトルネックといえる



*1 観光庁「旅行・観光消費動向調査2019年年間値(確報)」2020.4 *2 観光庁「訪日外国人消費動向調査 2023年暦年 調査結果(確報)」2024.3.29

*3 観光庁「旅行・観光消費動向調査 2023年年間値(確報)」2024.4.30

観光施設サイド・事業環境

観光業の**人材供給の減少**について

- 宿泊・飲食業は慢性的な人手不足。COVID-19により宿泊業から15万人が離職したことが拍車をかけ、人手不足はさらに深刻化
- 地方から都市への人口流出により、観光地の地域内での人材採用は難しくなっている。日本の都市部、海外からの人材採用の重要性が増す

人材供給<減少>

「人材が不足している」

事業者 **81.8%**

産業別離職率 「人材が不足しているか」



26.8%



81.8%

宿泊・飲食業の産業別離職率は26.8%^{*1}と産業別では最も高く、「人材が不足している」と感じる事業者は81.8%^{*2}にまで及ぶ。

COVID-19 宿泊業から**15万人**が離職

2019年65万人^{*3}→2023年50万人^{*4}



COVID-19により、宿泊業から15万人が離職したことで、人手不足の課題が加速度的にすすむ。

地方から都市への人口流出

**36道府県が
転出超過**



東京圏・大阪圏・名古屋圏の3大都市圏全体では80,954人^{*5}の転入超過。主に地方の36道府県は転出超過^{*6}となっている。自然減・社会減により、地方地域において「地元では人材が採用できない」課題が深刻化。

^{*1} 厚生労働省「令和4年雇用動向調査結果の概況」令和5年8月22日 ^{*2} 日本・東京商工会議所「人手不足等への対応に関する調査」令和元年6月6日 ^{*3} 総務省統計局「労働力調査／II-5 産業、職業別就業者数」2019年

^{*4} 総務省統計局「労働力調査／II-4 年齢階級・前職の有無、従業上の地位・雇用形態・雇用契約期間・産業別就業者数(新規就業者)」2023年4～6月期 ^{*5} ^{*6} 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告 2022年(令和4年)結果」令和5年1月30日

競争優位性サマリー | オペレーションDXによって、就業期間の延伸と営業効率の向上を実現

	一般的な 人材派遣	一般的な 観光施設特化
生活環境	自宅	住み込み
マッチング項目	少ない	多い
仕事内容	✓	✓
居住環境	—	✓
周辺環境	—	✓
食事条件	—	✓
共同生活者	—	✓
登録→新規就業までの転換率 <small>転換率 = 新規就業者数 ÷ WEBサイト登録者数</small>	標準	低い
期間途中での早期退職リスク	標準	高い
就業期間	長い 6カ月以上	短い 2~3カ月
必要な事務手続き	同じ	

Resort Baito Dive

- 観光施設特化の人材サービスならではの特別な特徴に対して、テクノロジーを活用して解決。当社の3つの競争優位性となっている

競争優位性.01
データベース活用による
マッチング精度の向上

競争優位性.02
LINEとDB連携。ユーザーごとの
カスタマーサクセスを実施

競争優位性.03
高頻度の事務手続きを
ITで省人化・効率化

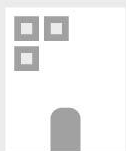
競争優位性.01 | データベース活用によるマッチング精度の向上 ▶ 就業期間延伸に寄与

- 観光施設特化型の人材サービスは、不慣れな環境下において一定期間住み込みで就業するため、仕事内容のマッチングだけではなく、居住環境、食事条件や共同生活を送る同僚とのマッチングが求められる。ミスマッチは期間途中での早期退職につながるため、就業期間に影響がでるが、当社は創業22年、人材と観光施設のデータベースを構築し、それを活用することでマッチング精度の向上を可能にした

観光施設

ダイブを利用するメリット

地方地域の人手不足は深刻化している。より多くの人材にアプローチし、その地域に招くには人材データベースの「人数」の重要度が高い。



求人掲載

人材派遣
フォロー体制

Resort Baito Dive

人材データベース

スタッフ就業者数 **8,306人**
(2024年6月期3Q累計)

全国の人材データ

LINE友だち数 **11.0万人**
(2024年6月期3Q時点)

WEBサイト登録者数 **30万人以上**
(2024年6月期3Q時点)

サイト利用者数 **178万UU**
(2023年6月期)

観光施設データベース

累計 **4,600施設以上**
(2024年3月末時点)

累計16万人の
就業実績データ

仕事内容 稼働時間

同僚 満了率

従業員寮 トラブル

食事(賄い) 就業先レビュー

周辺環境 **2,000件以上**
(2024年4月末時点)

人材

ダイブを利用するメリット

地元を離れ、初めて訪れる土地で一定期間寮生活をしながら働く。ミスマッチを防ぐには、観光施設データベースの「質」の重要度が高い。

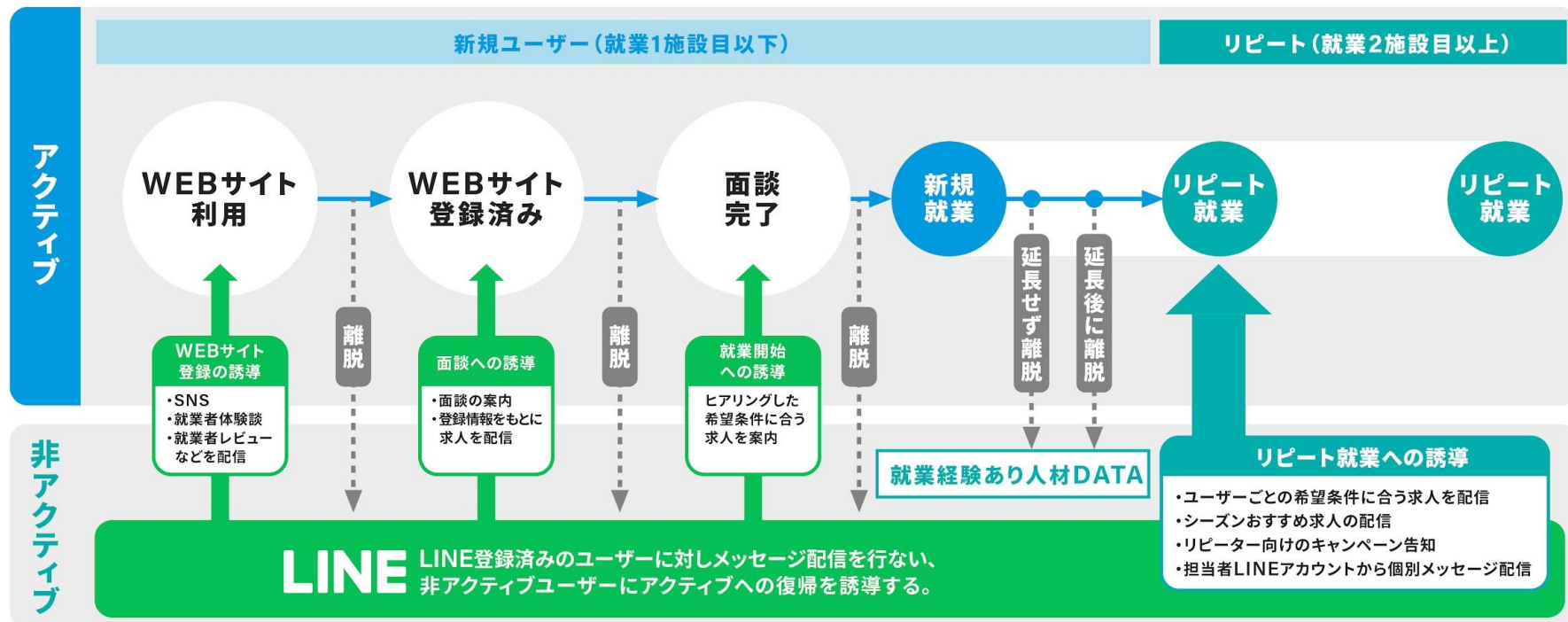


非公開情報提供

希望条件登録

競争優位性. 02 | LINEとDB連携。ユーザーごとのカスタマーサクセスを実施 ▶ 就業期間延伸に寄与

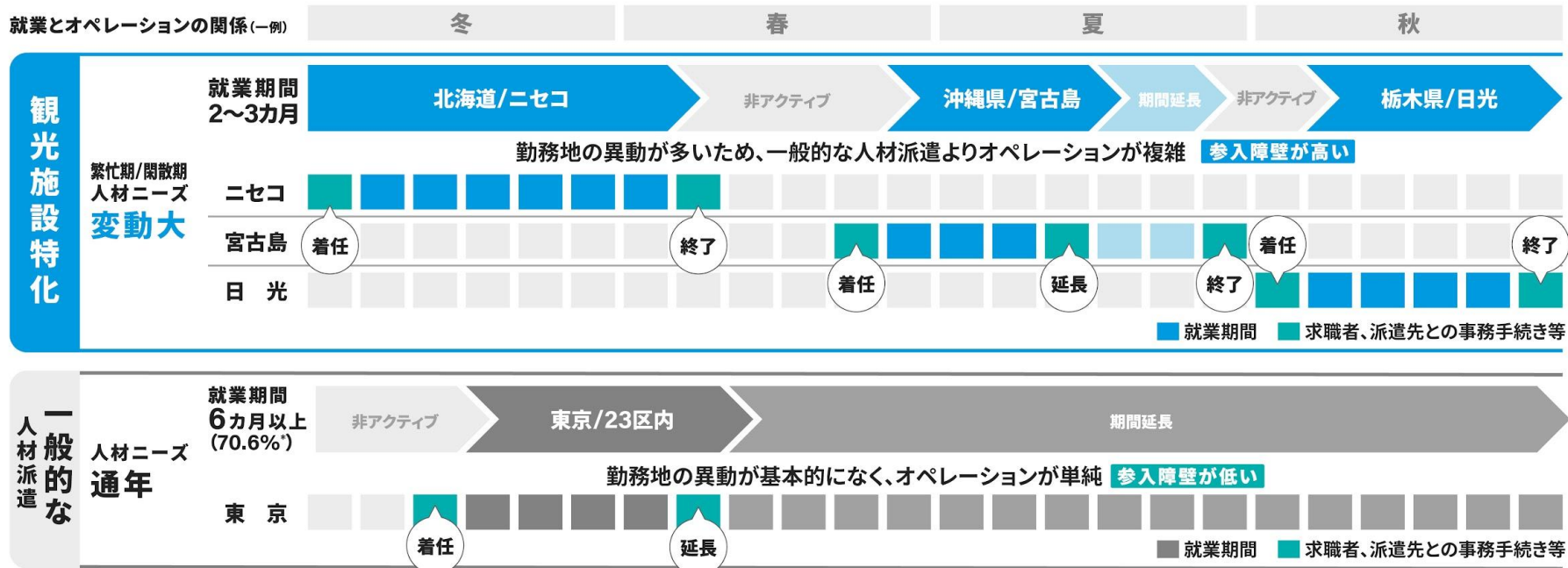
- 人材サービスは、WEBサイト登録から新規就業までに一定の離脱が発生。それに対して、当社はLINEと社内DB（データベース）を連携させユーザーのステータスやアクティブ・非アクティブに応じた個別コミュニケーションを実施することで、新規就業へと促す
- 新規就業後においてもLINEを介した1to1のサポートを実施し、就業期間満了率の向上や期間延長・リピート就業につなげている



競争優位性.03 | 高頻度の事務手続きをITで省人化・効率化 ▶ 営業効率の向上に寄与

- 観光業には地域ごとに繁忙期・閑散期があり、「繁忙期の2～3カ月だけ人材派遣を利用したい」という業界特有の人材ニーズがある
- 当社は4,600ヶ所以上の施設とのお取引があり、繁忙期・閑散期の波にあわせ全国6拠点（東京・大阪・札幌・仙台・福岡・沖縄）で連携することで人材の流動化を行う。高頻度の事務手続きに対しITを活用した効率化を実現し高い参入障壁を構築。中長期の安定的な営業利益の創出につながっている

就業とオペレーションの関係(一例)



*厚生労働省「平成29年派遣労働者実態調査の概況」2018.10 / 「2 派遣契約の状況 (2)通算派遣期間 表8」内、通算派遣期間における「6か月を超え1年以下」「1年を超え3年以下」「3年を超える」の総数合計値

市場環境と成長余地 | 観光HR事業

観光業のV字回復・急成長と共に、人口減に伴う人材不足も加速し、観光人材派遣サービスの需要は更に増加すると予想される

広大なTAMを見据えつつ、
SOMを獲得してシェア率の向上を図り、
安定した成長を目指す

TAM^{*4}
宿泊業(都市+地方)人材市場
1.9兆円

SAM^{*3}
宿泊業(地方)人材市場
9,659億円

SOM^{*2}
観光人材派遣市場(顕在市場)
300億円~330億円

観光人材派遣市場
(現在獲得市場)^{*1}
89億円

*1 当社観光HR事業 2024年6月期3Q累計売上実績

*2 当社調べ(帝国データバンク調査報告書等から推計)

*3 TAMと地方圏の宿泊者割合49.6%(観光庁「宿泊旅行統計調査」より算出)を乗じて算出

*4 旅館・ホテル市場5.2兆円(2018年実績/帝国データバンク調べ)と旅館・ホテルの平均人件費率37.45%(2019年実績/一般社団法人日本旅館協会調べ)を乗じて算出

「ザランタン」ブランド戦略 | ザランタンは、グランピング施設なのにリーズナブル

- グランピング施設の宿泊料金において、1泊2食付き1万円台が許容範囲であるユーザーが65.7% (n=315 / 自社調べ)
- ザランタンは1泊2食体験付き1.5万円/人前後^{*1}で泊まれるカジュアルな価格帯でありながら、3つのコスト優位性により高い営業利益率と顧客満足度を誇る



01. 企画開発コストの優位性

「ザランタン」は自治体公共施設の既存設備・遊休地を活用し、初期投資を大幅に抑制しております。一方、投資価値の大きな開発はしっかりと行い、その後の運営・経営を意識した企画開発を行っています。



02. 集客コストの優位性

当社WEBメディアGLAMPICKSを活用し、D2Cで集客を行う。「ザランタン」はOTA^{*2}を利用せず直予約比率100%であるため、広告宣伝費率は売上高の1.8%^{*3}。他社施設に比べて大幅に抑制できています。



03. 運営コストの優位性

観光HR事業と連携し、繁忙期・閑散期で人材を流動化。固定人件費を抑制しており、全アルバイトスタッフのうち54.6%^{*4}が、観光HR事業経由で採用、活躍されています。

*1 *3 *4 当社実績 (2023年6月期)

*2 Online Travel Agent の略。実店舗を持たずインターネット上で営業する旅行代理店。

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機能の強化・サービス拡大・展開に加えて、成長産業である観光業に伴走しつつその大課題の解決につながる新規事業の創出に取り組むことで、持続的な成長と企業価値の向上を目指す

観光HR事業

成長戦略① 就業者数の拡大と サービス拡充

- 若手人材の獲得強化
大型プロモーション実施によるリゾートバイトのサービス認知拡大、SEO強化による集客基盤の強化
- シニア人材の獲得強化
移住検討層に対してニーズにあわせた求人獲得、シニア人材に特化したプロモーションの実施
- 外国人人材の獲得強化（ワーキングホリデー人材、特定技能人材）
観光施設からの外国人人材の求人獲得、外国人人材に特化したプロモーションの実施

地方創生事業

成長戦略② ザランタン規模拡大と 他業態への展開

- ザランタン規模拡大
既存施設の客室数増加と客室稼働率向上、新規施設の開業による市場シェア率の増加
- 他業態への展開・ブランド創出
ホテル業態「クラフトホテル」をはじめとした観光施設ブランドの多角化

- フランチャイズ展開
非観光地の遊休施設・遊休地を当社アセットで収益化

新規事業

成長戦略③ サービス・事業領域の 拡大

- IT領域
WEB集客支援、ITソリューション支援、情報システム支援の展開

- マーケティング・コンサルティング領域
企画開発、経営、運営の課題解決をする新規事業創出

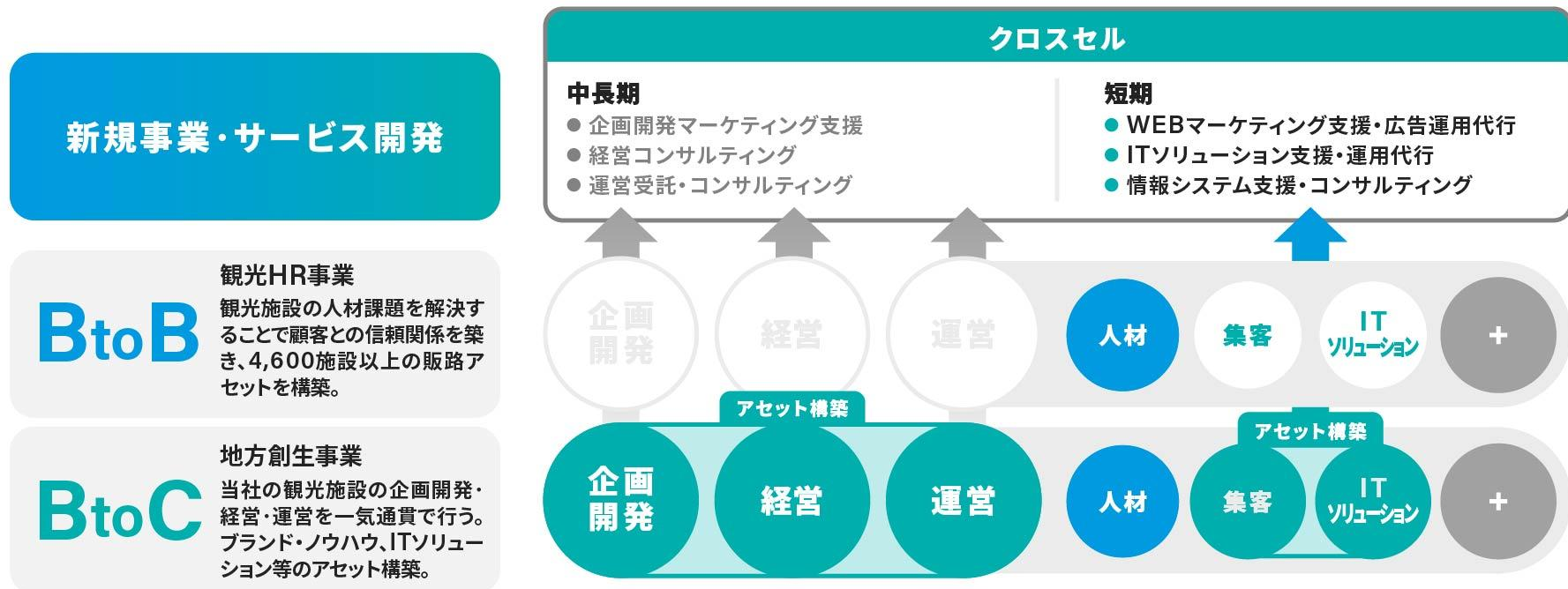
短期

中期

長期

成長戦略③ | 新規事業・サービス開発とクロスセル*

- 日本経済の成長エンジン「観光業」の大課題を解決すべく、サービス・事業領域の拡大を進める
- 観光HR事業で築き上げた観光施設 4,600カ所以上の販路アセットを活用し、提供可能なサービスを拡充することで、顧客となる観光施設あたりの取引量・取引額の最大化を図る



* クロスセルとは、顧客が購入しようとする製品と別の製品を単独・または追加購入を提案して購買を促すセールスの手法のこと。

Dive