株式会社ダイブグループ
東証グロース：151A

2027年６月期
第１四半期決算説明資料

2026年11月13日

◀ IR公式LINEアカウントはこちら

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）



目次

01 Performance Highlights
業績ハイライト ...P3
2027年６月期 第１四半期
2027年６月期 連結事業計画

02 Medium-term Platform Strategy
観光HR事業 ...P15
中期プラットフォーム戦略

03 Growth Strategy
中期的な成長戦略 ...P20
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

04 Company Profile
会社概要 ...P32
日本経済の成長エンジン
「観光業」のベンチャー企業

05 Tourism Human Resources Business
観光HR事業 ...P42
観光施設特化型の人材サービス
安定成長の基幹事業

06 Regional Revitalization Business
地方創生事業 ...P55
非観光地特化型のD２C観光事業
6カ年CAGR+277%の新規事業

07 Appendix
リスク情報・
サステナビリティ ...P60

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

01

Performance Highlights

業績ハイライト

2027年６月期 第１四半期

2026. 7 - 2026. 9

※今期より連結決算に移行しているため、前期（2026年６月期）の数値は単体実績です。
※株式会社宿屋塾は今期より連結の対象に含めております。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

業績ハイライト｜2027年６月期 第１四半期決算

- 令和８年熊本地震や夏季シーズンの天候不良の影響を受けるも、連結売上高・連結営業利益ともに**概ね想定通りに進捗し、過去最高を更新**
- 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。加えて、日本人の旅行消費も底堅く推移
- 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**
- 主力事業である観光HR事業は堅調に推移、連結売上高は10.1%増と**２桁の伸び率**で着地。一方で、地方創生事業は苦戦

売上高
4,473百万円
YoY +10.1%
2026年６月期１Q
4,062百万円

売上総利益
1,193百万円
YoY +4.1%
2026年６月期１Q
1,147百万円

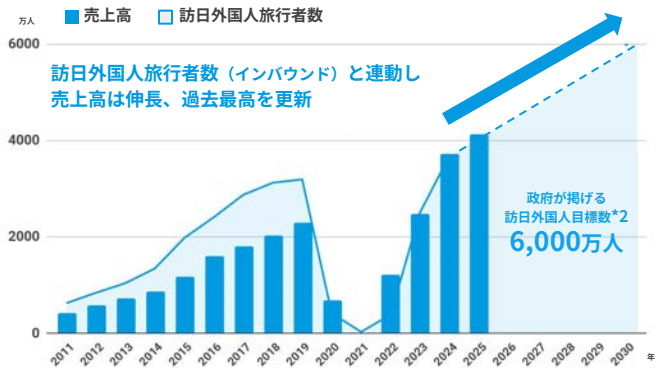
営業利益
420百万円
YoY +0.5%
2026年６月期１Q
418百万円

経常利益
423百万円
YoY +0.9%
2026年６月期１Q
419百万円

当期純利益
262百万円
YoY ▲5.1%
2026年６月期１Q
277百万円

※今期より連結決算に移行しているため、前期の数値は単体実績であり、YoYは単体実績との比較です。
※株式会社宿屋塾は今期より連結の対象に含めております。

当社売上高と訪日外国人旅行者数（インバウンド）の比較



一方で、延べ旅行者数の90%以上は日本人旅行者
日本人旅行者の底堅い需要も重要

※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期変更等に伴い、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2022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関係上、売上高を非表示としております。
*2 観光庁「観光立国推進基本計画」2026.3

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

業績ハイライト｜2027年６月期 四半期別推移

- **売 上 高**　観光HR事業は堅調に推移し11.8%増。地方創生事業は、夏季シーズンの天候不良や市況の変化も影響し減収で着地
- **売上総利益**　観光HR事業はスタッフ時給の引上げ等により▲0.7ptも、増収効果で+8.2%増益。地方創生事業の減収により連結では▲1.5pt
- **営 業 利 益**　地方創生事業で苦戦するも、観光HR事業と生産性を意識した販管費コントロールで概ね想定通り

（単位：百万円）	2026年６月期（単体） 1Q	2Q	3Q	4Q	通期	2027年６月期（連結） 1Q	前期１Q比 増減額	増減率
売上高	4,062	3,685	3,871	3,705	15,325	**4,473**	**+411**	+10.1%
観光HR	3,666	3,521	3,764	3,553	14,505	**4,097**	**+431**	+11.8%
地方創生	395	163	107	151	817	**352**	**▲42**	▲10.7%
宿屋塾	―	―	―	―	―	**22**	**+22**	―
その他	0	0	0	0	2	**―**	**―**	―
売上総利益	1,147	874	871	856	3,749	**1,193**	**+46**	+4.1%
観光HR	818	742	786	738	3,086	**885**	**+66**	+8.2%
地方創生	327	131	84	116	660	**290**	**▲36**	▲11.2%
宿屋塾	―	―	―	―	―	**17**	**+17**	―
その他	0	0	0	0	2	**―**	**―**	―
◆売上総利益率	28.2%	23.7%	22.5%	23.1%	24.5%	**26.7%**	**▲1.5pt**	―
販管費	728	695	711	794	2,929	**773**	**+44**	+6.1%
営業利益	418	179	159	61	819	**420**	**+1**	+0.5%
観光HR	425	336	354	242	1,359	**506**	**+80**	+19.0%
地方創生	138	▲16	▲63	▲41	17	**121**	**▲16**	▲12.3%
宿屋塾	―	―	―	―	―	**3**	**+3**	―
その他	0	0	0	0	1	**―**	**―**	―
全社費用	▲145	▲141	▲131	▲140	▲559	**▲210**	**▲65**	―
◆営業利益率	10.3%	4.9%	4.1%	1.6%	5.3%	**9.4%**	**▲0.9pt**	―
経常利益	419	185	163	62	830	**423**	**+3**	+0.9%
◆経常利益率	10.3%	5.0%	4.2%	1.7%	5.4%	**9.5%**	**▲0.8pt**	―
当期純利益	277	102	115	68	563	**262**	**▲14**	▲5.1%

※今期より連結決算に移行しているため、前期の数値は単体実績です。また、今期より販管費の配賦方法を変更しているため、各事業の営業利益率の前期比較は参考値としてご覧ください。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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。職業紹介は減少したものの、人材派遣スタッフ数（延べ人数）は+12.6%と増加
- 「就業者１人あたりの売上高（LTM）」は、派遣単価上昇と就業期間長期化により、四半期末時点で過去最高を更新

	2025年6月期					2026年6月期					2027年6月期	前期 1Q比	
（単位：人数）	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	2Q	3Q	4Q	合計	1Q	増減額	増減率
延べ人数	12,981	12,323	13,468	12,420	51,192	13,978	13,249	14,734	13,984	55,945	**15,442**	**+1,464**	**+10.5%**
人材派遣	12,005	11,443	12,188	11,640	47,276	12,756	12,453	13,549	13,328	52,086	**14,362**	**+1,606**	**+12.6%**
職業紹介	976	880	1,280	780	3,916	1,222	796	1,185	656	3,859	**1,080**	**▲142**	**▲11.6%**
UU数	6,153	9,284	12,091	14,555	—	7,092	10,192	13,225	15,726	—	**7,298**	**+206**	**+2.9%**
人材派遣	5,201	7,426	8,989	10,756	—	5,892	8,222	10,087	11,947	—	**6,240**	**+348**	**+5.9%**
職業紹介	952	1,858	3,102	3,799	—	1,200	1,970	3,138	3,779	—	**1,058**	**▲142**	**▲11.8%**
LTM（万円）	130.1	131.2	136.1	134.4	—	132.6	135.6	133.7	134.0	—	**136.7**	**+4.1**	**+3.1%**

※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

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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**
- 取引先のニーズに応じて人材派遣と職業紹介を使い分け。職業紹介による就業者は**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等により**職業紹介の割合は、▲2.4pt低下（26/6期1Q16.9%→27/6期1Q14.5%）高止まりから落ち着きを見せはじめている

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。

モデルの特徴 2：人材派遣と職業紹介の構成比は取引先のニーズにより変動

就業者獲得の昨対比較において、
職業紹介の割合は低下傾向

（単位：人）



※就業者数は「UU数」を用いて、表示しております。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

観光HR事業 直近業績 | 2027年６月期 第１四半期 売上高 40.9億円 / 営業利益 5.0億円

- 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

2027年６月期 収益構造の実績

売上高の構成：就業者数（派遣のみ） × １人あたり売上高（派遣単価 × 就業時間 × 就業期間） ＋ 職業紹介 ＋ その他

	売上高	−	原価	=	売上総利益	−	販管費	=	営業利益
27/６月期 １Q実績（連結）	40.9億円		32.1億円 主にスタッフ給与 社会保険 （原価率 78.4％）		8.8億円 （売上総利益率 21.6%）		3.7億円 （販管費率 9.3%）		5.0億円 （営業利益率 12.4%）
26/６月期 １Q実績（単体）	36.6億円	−	28.4億円 （原価率 77.7%）	=	8.1億円 （売上総利益率 22.3%）	−	3.9億円 （販管費率 10.7%）	=	4.2億円 （営業利益率 11.6%）

※今期より連結決算に移行しているため、前期の数値は単体実績です。また、今期より販管費の配賦方法を変更しているため、販管費率・営業利益率の前期比較は参考値としてご覧ください。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

業績ハイライト｜2027年６月期 対計画予算実績概要

- **売上高**　熊本地震や夏季シーズンの天候不良の影響はあったものの、観光HR事業が堅調に推移し、概ね想定通りに進捗
- **営業・経常利益**　生産性向上と費用対効果を意識した販管費コントロールにより、想定通りに進捗
- **当期純利益**　営業利益・経常利益に連動し、想定通りに進捗

（単位：百万円）	27/6期 1Q実績	進捗	
		通期計画予算	対通期計画比
売上高	4,473	17,000	26.3%
営業利益	420	950	44.3%
経常利益	423	950	44.5%
当期純利益	262	630	41.7%

※今期より連結決算に移行しております。
※株式会社宿屋塾は今期より連結の対象に含めております。

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

業績ハイライト｜2027年６月期 第１四半期 Topics

持株会社体制へ移行し、「ダイブグループ」へ商号変更

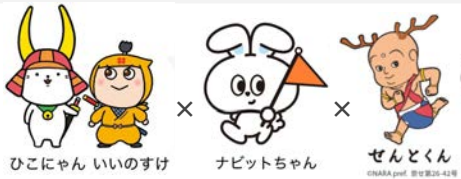
- 2026年７月１日付で商号を「株式会社ダイブグループ」に変更し、持株会社体制へ完全に移行
- 人材派遣のダイブ、地方創生のダイブローカル、観光人材育成の宿屋塾の子会社3社で新経営体制始動。迅速な意思決定とガバナンス強化で一層の成長を目指す

リゾートバイトダイブ AI活用で採用・選考を効率化



- 「Z AI面接」を導入。求職者は担当者との日程調整不要で24時間365日AI面接ができ、自動音声での求人の説明も聞くことが可能
- 外国人人材向けには、HandsOn AI社の「AIロールプレイ」「日本語会話能力測定」を導入

リゾートバイトダイブ「ナビットちゃん」ご当地キャラと地域の魅力を紹介



- 運営サイト『リゾートバイトナビ』にてナビットちゃんがご当地キャラと各地域の観光スポットなどを紹介
- 地域の魅力を発信することで、リゾートバイトの就業地として紹介するとともにリゾートバイトを通じ観光地の人材不足解消や地域経済の活性化を促進

観光庁案件「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」で公募を開始



- 地方の温泉地に残る廃旅館・廃ホテルの撤去・減築費用を補助する事業で、当社は事務局を受託
- 特設サイトを開設し、７月より公募受付を開始およびオンライン説明会実施。事務局として円滑な申請支援と事業者採択に向け有識者との協議を重ねる

ヒルトン沖縄宮古島リゾートと連携し インド・スリランカの現地採用会、20名採用



- 25年９月に14名を採用したインドネシア・ジャカルタでの開催に続く現地採用会で、ヒルトン沖縄宮古島リゾートの特定技能人材20名の採用を実現
- 現地送り出し機関との調整から面接実施までをサポートし、特定技能人材へ就労機会を提供

宿泊施設のカスタマーハラスメント実態調査を公表



- 26年10月のカスハラ対策義務化を前に取引先の宿泊施設を調査。過去3年以内に被害を受けた施設は54.7%に対し対策を終えた施設は19.3%とわずか。対策が進まない理由は人手不足とノウハウ不足が上位に
- 今後も宿泊業の現場の課題をデータで示し発信を行う

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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（再掲）

- 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

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）
*1　社内アンケート実績（2025年６月時点）

業績ハイライト｜2027年６月期 連結事業計画（再掲）

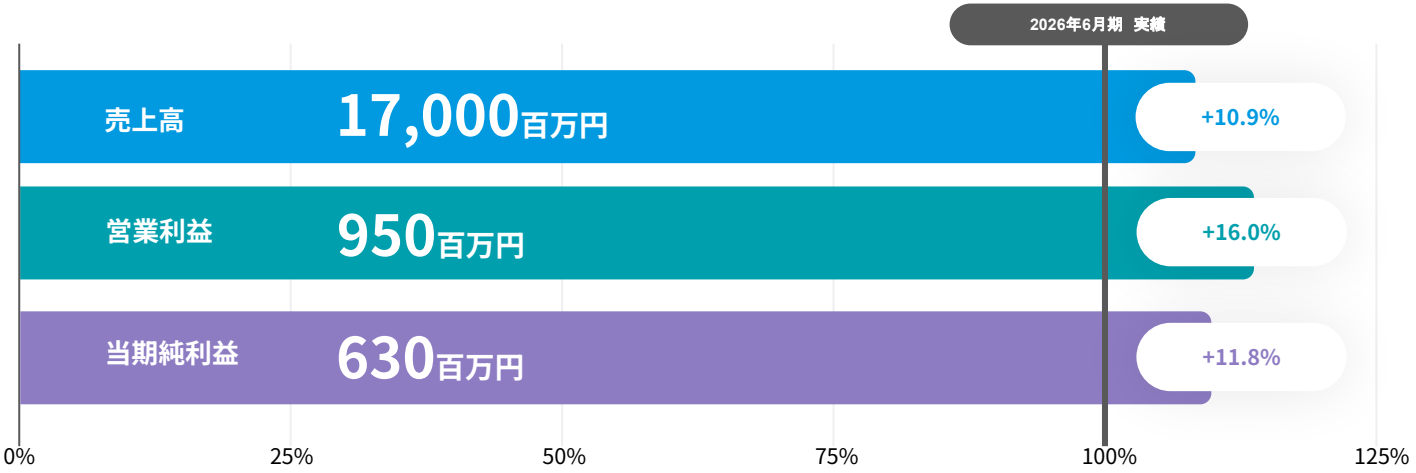
売上高 前期比 **+10.9%**
（26年6月期実績 15,325百万円）

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「03_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マー」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 Group inc. （東証GRT 151A）

業績ハイライト｜事業計画達成に向けて特に注力する取組事項（再掲）

観光HR事業

リゾートバイト Dive

- 就業者数の拡大
  - サービスサイトのSEO強化
  - シニア人材稼働数向上
  - リゾートバイトの認知拡大
- ×
- １人あたり売上高
  - 派遣単価向上
  - 就業期間延伸
  - 就業時間
- ＋
- その他売上高
  - 人材紹介、特定技能外国人人材

地方創生事業

Dive Hotels

- 売上高
  - 客室稼働率向上
  - 営業日数
  - 客室数
  - 客室単価
- ＋
- その他売上高

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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	2026年6月（単体）	2026年9月（連結）	増減率(%)
流動資産	3,887	4,464	+14.8
現金及び預金	2,485	2,835	+14.1
売掛金	1,325	1,554	+17.3
その他の流動資産	77	74	▲2.9
固定資産	1,093	921	▲16.6
有形固定資産	535	522	▲2.6
無形固定資産	225	224	▲0.5
投資その他の資産	332	166	▲50.0
資産合計	4,981	5,377	+7.9

負債の部	2026年6月（単体）	2026年9月（連結）	増減率(%)
流動負債	1,993	2,140	+7.4
未払金	802	880	+9.7
短期有利子負債	171	171	―
その他	1,019	1,089	+6.8
固定負債	211	194	▲8.3
長期有利子負債	145	127	▲12.2
その他	65	66	+0.3
負債合計	2,205	2,334	+5.9

純資産の部	2026年6月（単体）	2026年9月（連結）	増減率(%)
株主資本	2,764	3,027	+9.5
資本金	27	27	―
資本剰余金	628	628	―
利益剰余金	2,292	2,554	+11.5
自己株式	▲183	▲183	―
新株予約権	11	15	+31.3
純資産合計	2,776	3,042	+9.6
負債・純資産合計	4,981	5,377	+7.9

※今期より連結決算に移行しているため、前期の数値は単体実績であります。
※株式会社宿屋塾は今期より連結の対象に含めております。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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』

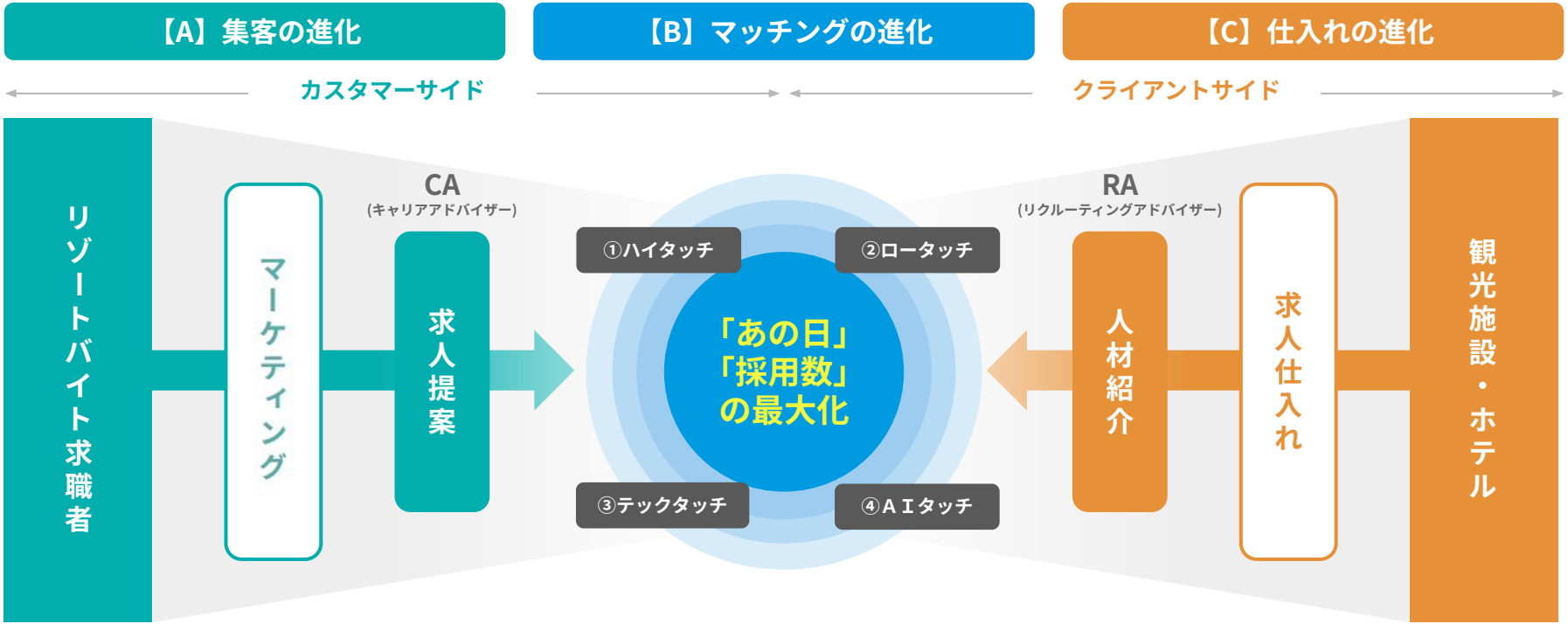
１Q進捗状況

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

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。



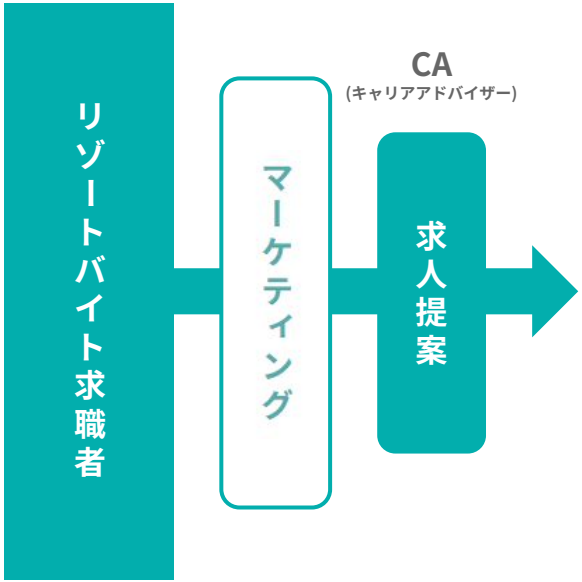
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

【A】集客の進化に向けた ＜成長ドライバー＞ 及び先行指標（一部更新）

Web広告の運用改善、無料集客「SEO」強化を進めることで採用転換の高い『有効応募数』を拡大。さらには認知拡大と第一想起獲得に向けたブランドアンバサダー『のん』さんを起用したブランディング戦略を展開してきた。同時に、AIO・LLMO対策として、リゾートバイト現場の『一次情報』を現役リゾートバイターが体験談投稿する取り組みを強化。圧倒的なオリジナルコンテンツ強化をもって『NO.1 リゾートバイトプラットフォーム』を推進している

【A】集客の進化

カスタマーサイド



①新たな会員資産【ファンマーケティング】

②リゾートバイト現場『一次情報』の投稿促進

「潜在層」向けの中長期施策として、ファンによる『一次情報』投稿を強化。特にSNS動画による喚起が奏功

●現役リゾートバイト インフルエンサー	●公式SNSサービス 総フォロワー数	●現役インフルエンサーの SNS投稿数	●リゾートバイト経験者 口コミ・レビュー数
500名超	15,000名超	3,000件超	9,000件超

③『リゾートバイト応援アライアンス』 ”ダイブを選ぶ理由をつくるPJ”

リゾートバイトがより素敵な体験となるよう、他業種とのコラボで”うれしい価値”を提供

U-NEXT / audiobook.jp / まごころこめておつきあい サカイ引越センター / Trip.com

④会員コミュニケーションの強化

ラストワンマイルのリーチ手段の強化

●LINE友だち数 25.7万人突破

⑤『生成AI』 オリジナルコンテンツ増強による AIO・LLMO対策

AIがリゾートバイトを調べる時『最も引用されるのがダイブである状態』をつくる

- Instagram投稿数 2,000本超
- 記事コンテンツ掲載本数 784本
- YouTubeショート動画 703本
- インフルエンサー投稿数 404%伸張

※前年同期比

⑥『給与前払いサービス』利用増

サービス利用急増。利用人数2千人超え

●給与受取り方法の高いニーズに応える

利用件数 360%伸張

※前年同期比

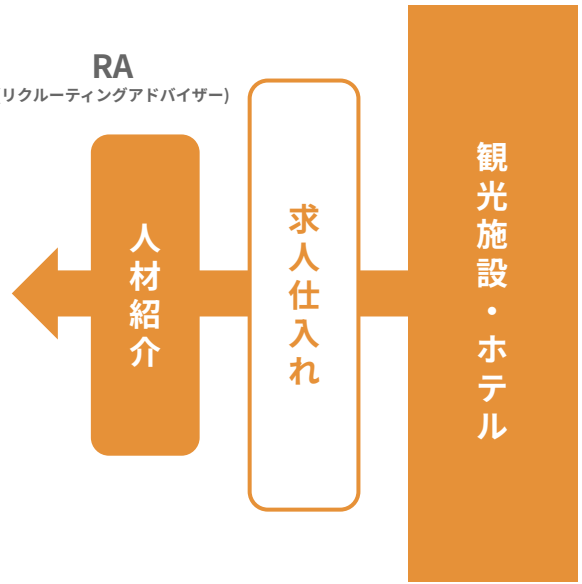
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

【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

【C】仕入れの進化

クライアントサイド



①取引先企業数と稼働施設数の拡大

取引先企業数
（2026年９月末時点）
3,779社

取引先観光施設数
（2026年９月末時点）
7,003施設

施設数 121件増加
（2026年６月末比）

②リゾートバイト求人数のNo.1獲得

求人掲載数No.1*
4,832件

③観光特化型BPO

苗場プリンスホテル（スキー場）
人事一部機能を受諾

Prince Hotel Naeba

④外国人人材の拡大 特定技能

労働力不足に対し急成長

支援施設数：80施設

（2026年９月末時点）

⑤観光特化型SaaS導入 ハッサク

GENSEN HOLDINGS
大江戸温泉物語

大型施設への導入が更に拡大
195施設導入
（2026年１０月末時点）

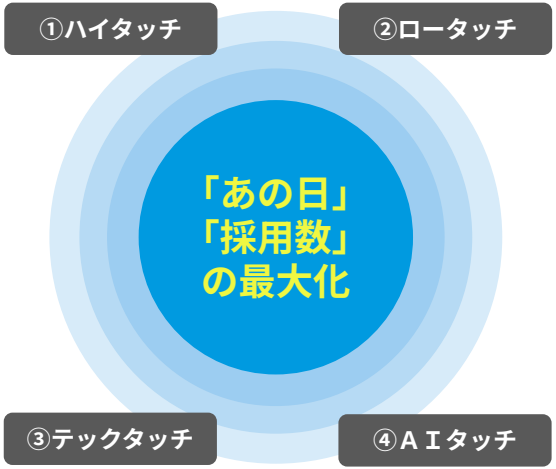
*日本マーケティングリサーチ機構「リゾートバイト専門の求人サイトにおける市場調査」（2025年10月）

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

【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たAX（AIトランスフォーメーション）を推進。求職者対応の『AIエージェント』機能実装による
リードタイム短縮やマッチング精度を向上。さらには24時間365日対応を実現するAXを推進。

【B】マッチングの進化



◆テックタッチ：求職者対応の AIエージェント化

●求職者対応『AIエージェント機能』の実装

●求人紹介、問い合わせをAIエージェントが対応
●AI面接との連携で24時間求人紹介及び各種問い合わせ対応を自動化
以上、AIエージェントによる採用リードタイムの短縮およびマッチング精度向上を実現

◆ロータッチ：　現役インフルエンサーの集客活用

●現役インフルエンサーによるSNS動画投稿による大きな効果

①新規層・検討層への喚起
②友達紹介キャンペーン促進
③リファラル集客の強化



◆ＡＩタッチ：　求職者の ”いつでも” ”どこでも”に対応した『ＡＩ面接』本格的提供開始。通常面接との併用で24時間365日の面接体制を構築。機会損失の最小化、採用機会の最大化を推進

【1】短期学生採用の工数削減

AI面接で多くの学生との様々な種類の求人マッチング・紹介を効率化



【2】営業時間外の面接機会の拡大

AI面接による休日や営業時間外での面接対応を実現。24時間365日の面接体制を構築、面接機会の最大化を推進

リゾートバイト Dive × AI面接 Z-AI INTERVIEW

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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 Group inc.（東証GRT 151A）

ダイブグループは、観光業界のプラットフォーマーへと変化します （再掲）

- 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年年間値（確報）」2026.04　*2観光庁「観光立国推進基本計画」2026.3

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略①｜多角的な展開（観光プラットフォーマーの具体的な姿）（再掲）



観光業のM&A、新規事業開発で

Dive は

観光プラットフォーマーを目指す

地域の現場を回す仕組み

地域に来てもらう仕組み、地域の現場を回す仕組み、
継続的に地域が儲かる仕組みを創造します。

- 宿泊施設の運営オペレーター — M&A 新規事業
- 観光事業における寮事業 — M&A 新規事業
- 後継者不足に悩む客室清掃・リネンサプライ — M&A 新規事業
- 観光地における飲食事業 — M&A 新規事業
- 人材ビジネスの強化ロールアップM&A — 既存事業
- M&A 新規事業 — 観光特化AI・DX支援
- M&A 新規事業 — 料理人不足に対応するセントラルキッチン
- M&A 新規事業 — 官公庁案件
- M&A 新規事業 — 中小宿泊事業者向けのファイナンス支援
- 既存事業 — 宿泊施設の経営・運営規模の拡大

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略①｜観光プラットフォーマー実現に向けた進捗（１Q進捗状況）

- 2026年７月に持株会社体制へ移行し、M&A・新規事業を推進する新体制が始動
- 「宿泊施設の運営」「住まい」「食」「官公庁連携」に経営資源を重点配分し、構想から実行の段階へ移行中

領域	探索	検討	実行	成果	１Qの主な進捗	今後の取り組み
宿泊施設の運営（オペレーター）	■	■			取締役を責任者に配置し、**事業の立ち上げに着手**。M&Aを起点に複数施設を運営する方針を決定	ダイレクトソーシング、金融機関・仲介会社等を通じた案件探索を本格化し、複数施設運営を目指す
住まい（寮）	■	■	■		寮の運営管理（BPO）の実績を基に、企業・自治体からの開発・運営の**相談が増加**。複数案件で提案・協議中	地域の人材インフラとなる寮のモデルケースを構築
食（セントラルキッチン）	■				先行事業者と連携し、事業性・展開可能性を検証中	特定地域での型づくりを優先し、パートナー探索を継続
清掃・リネン	■				後継者不足が進む領域として、複数の事業者と**対話を開始**	M&Aでの参入を基本に案件探索を継続
官公庁連携	■	■	■		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」の事務局として、採択地域への**伴走支援を開始**	２次支援の申請受付を開始。次年度以降に向け体制を強化
M&A推進体制	■	■	■		取締役直轄の専任組織で複数案件の**トップ面談を実施**	「３つの原則」に基づき、中長期の成長に資する案件へ絞り込み

※2026年9月末時点の検討状況であり、新領域の追加・変更、優先順位の入れ替えが発生する場合があります。

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

観光業界の課題解決のために体制を変革（再掲）

● 2026年７月より持株会社体制へ移行

体制変革の経緯

課題とデータの取得

創業以来サービスを提供してきた約6,800の観光施設の
一次情報を取得、共通課題の認識

体制変革の必要性

観光業界の抱える人材以外の課題にスピード感を
以って応えるためには、自らの組織体制の変革が急務と判断

持株会社制への移行

観光業界の重要機能を新規事業創設またはM&Aにより取り込み、
課題解決を図る

ホールディングス化後の新組織体制

M&A・新規事業と既存事業の両輪で課題解決

人材派遣・紹介	株式会社ダイブ
観光人材育成	株式会社宿屋塾
地方創生	株式会社 ダイブローカル
観光業の新領域	M&A 新規事業

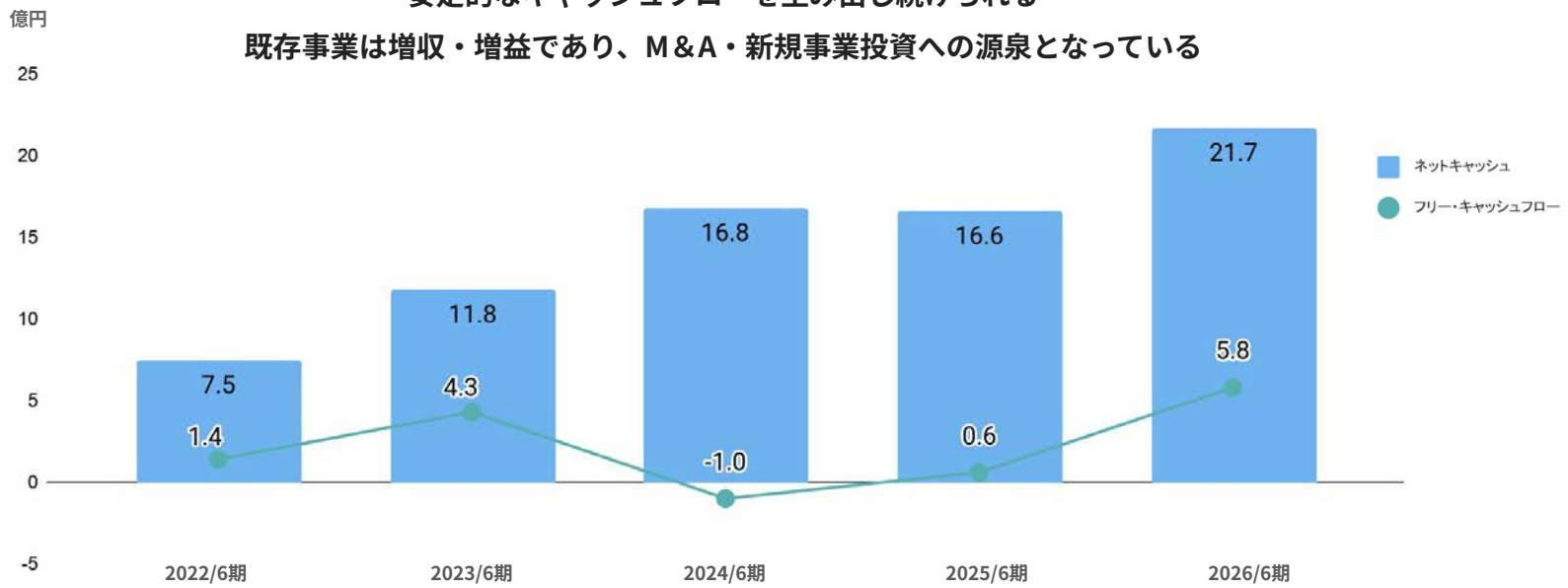
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

確かな収益基盤を土台とした、M&A・新規事業開発を推進（再掲）

- 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

盤石な既存事業

安定的なキャッシュフローを生み出し続けられる
既存事業は増収・増益であり、M&A・新規事業投資への源泉となっている



© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略ロードマップ （再掲）

● 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



© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略①｜観光プラットフォーマー実現のためのM＆A戦略について （再考）

- 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

ターゲット領域（例示）

- **連続成長＝既存領域の積み増し**
  - 人材関連
- **非連続成長＝観光業の隣接領域への参入**（他のTAM参入、TAM内でのSAMの拡張）
  - 宿泊施設の運営ノウハウ
  - 観光特化DX・コンサル
  - 周辺オペレーション（リネン・清掃等）
  - その他観光関連

価値創造までの工程

①ソーシング	②投資規律	③実行	④PMI	⑤検証・還元
直接対話を主軸に取締役直轄の専任組織が常時運用	「３つの原則」に基づき審査	**適正価額での取得**を徹底	経営人材の派遣と**当社アセットの接続**	**次のソーシングの精度へ還元**

M&Aで大事にする３つの原則

- **方針との親和性**
  戦略（観光イノベーター）との整合性
- **取得価額の妥当性**
  過度なプレミアムは支払わない
- **ファイナンス目線**
  資本効率重視、希薄化はできる限り回避

PMIで提供できるバリュー

- **宿泊施設等のネットワーク** 取引先6,800施設
- **マーケティング／採用／事業開発／社内DX 等**
- **資金調達・財務支援**

M&A実績

- **株式会社宿屋塾のPMI完了**
  増収増益・過去最高の売上・利益を記録
- **規律に基づく見送り実績も蓄積**
  統合成功の「型」を次の案件へ複製していく

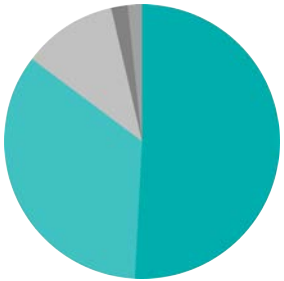
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略② | 観光HR事業・若手人材の獲得（再掲）

● 若手人材(20-30代)において「リゾートバイトがどんなものか知らない」ユーザーは85.5%を占めるため、プロモーション強化により人材獲得できる伸びしろが大きい。WEB媒体へのマス広告出稿による認知度向上、サービスサイトのSEO強化を行う

若手人材(20-30代)の市場環境

「リゾートバイト」
どんなものか知らない 85.5%*1



Q.あなたは「リゾートバイト」をどの程度ご存知ですか。

- 知らない　51.0%
- 名前は聞いたことがあるが、サービスの特徴・詳細は知らない　34.5%
- サービスの特徴・詳細まで知っているが利用したことがない　11.1%
- 過去に利用したことがあるが現在は利用していない　1.8%
- 現在利用している　1.6%

調査内容：「リゾートバイトに関する調査」 *1
調査期間：2023年４月１日～４月３日／サンプル数：1,000ss
調査条件：20歳～34歳男女、自由業・フリーランス、パート・アルバイト、無職

Resort Baito Dive 成長戦略

● 若年層向けブランディング施策、SNSでの一次情報獲得、そしてAI OverView・LLMO施策を強化。「リゾートバイトはダイブ」の認知と第一想起を獲得することで新たな市場拡大を図る

2026年6月期『主な若年層向けブランディング戦略』

【1】ブランディング施策として『のん』さんを起用
【2】現役リゾートバイト・インフルエンサー獲得強化、更にはリゾートバイトのリアルをYouTube/Instagram中心にSNS投稿
【3】AI OverViewに繋がるコンテンツメディア施策の強化
【4】若年層向けサービス事業者とのアライアンスを複数進捗

*1 ノバセル株式会社「リゾートバイトに関する調査」2023.4　*2 YouTube、TikTok、Instagramにて配信

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

成長戦略② | 観光HR事業・シニア人材の獲得（再掲）

● 高齢就業者数の増加に伴い、当社のシニア人材の登録者数もオーガニック*1で増加。また、シニア人材は就業期間が長く、就業者1人あたりの売上高が高い特徴がある。今後シニア人材の獲得強化として、ニーズにあわせた求人強化や、広報活動によるメディア露出で継続的に認知拡大を図る

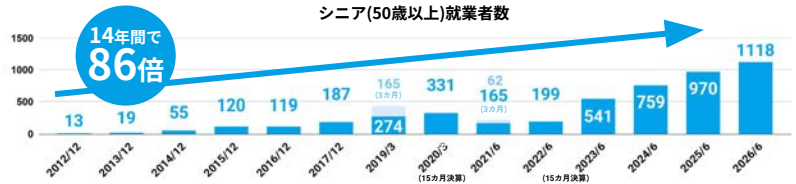
シニア人材の市場環境

高齢就業者数 **930万人***2

21年連続で増加

Resort Baito Dive 成長戦略

● シニア(50歳以上)が急増、ニーズに合わせた求人強化
● シニアの移住検討層に対して、老後の選択肢・生き方として認知獲得を図る



全体に占めるシニア人材割合上昇 2012年 0.78% → 2026年 7.1%

2026年６月期

● 新規および休眠クライアントへの営業活動実施により稼働施設数増加
● 改めて市場のニーズ調査を実施し、シニア人材の採用条件を分析
● メディア露出により認知拡大 → 応募数 昨対+105%増*3

*1 広告を一切介さず、自然検索からサイトに流入すること。
*2 総務省「統計トピックスNo.146 統計からみた我が国の高齢者ー「敬老の日」にちなんでー」2025.9.14
*3 当社実績（2026年6月期）

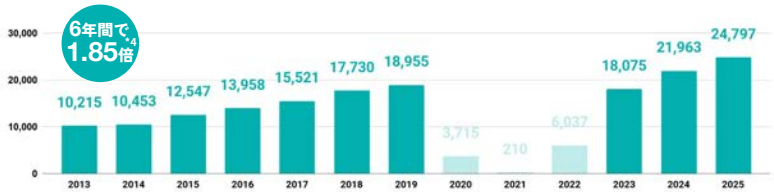
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略② | 観光HR事業・外国人人材の獲得（再掲）

● ワーキングホリデービザ発給数増加や、特定技能２号※1対象分野への宿泊業追加などにより、宿泊分野の外国人人材は増加している。産業分野別でみても、宿泊業は昨年の675人※2から1,998人※3と約3倍の大幅な増加で、今後も伸びしろが大きい。当社は、先行優位性を活かして人材の獲得を図る

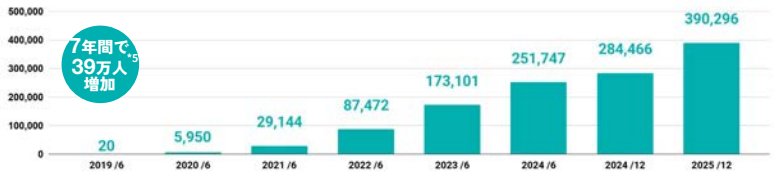
外国人人材の市場環境

ワーキングホリデービザ発給数増加



特定技能人材の急激な増加

2023年６月、特定技能２号の対象分野に宿泊業追加



Resort Baito Dive 成長戦略

- 各国送り出し機関、団体との連携を強化
- 現地での採用イベントやプロモーションイベントの実施
- 外国人人材の就職支援の強化を図る

2026年6月期

- インドネシアにて現地採用イベントを開催し、ヒルトン沖縄宮古島リゾートの特定技能人材14名採用を支援
- 日本のホテル・宿泊業界プロモーションイベントをジャカルタにて開催し、2日間で 合計610名が来場
- 三幸グループ連携と留学生の就職支援で業務提携

*1 特定産業分野に属する熟練した技能を要する業務に従事する外国人向けの在留資格　*2 出入国在留管理庁「特定技能在留外国人数」令和6年12月末時点　*3 出入国在留管理庁「特定技能在留外国人数」令和7年12月末時点
*4 外務省「ビザ（査証）発給統計」2013年～2026年　*5 出入国在留管理庁「特定技能在留外国人数」令和元年～令和7年 12月末現在

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

成長戦略③ | 地方創生事業（再掲）

● 当社の競争優位性を活かし、非観光地にて収益性の高い観光事業を展開。グランピング施設にとどまらず、ホテル業態へも進出

非観光地

非観光地は、観光地化された地域と比べると、今後の利活用に課題がある遊休施設・遊休地が増加
土地建物含めて、好条件で物件を契約(賃貸借・所有)ができるため、事業成功時の利幅が大きい

● 事業開発・マーケティングの課題
非観光地は、観光客の人流がないため目的地化させる企画開発力が必要

● 運営人材の課題
非観光地は、ハコモノを作っても人材不足であり継続的な運営が難しい

● プロモーションの課題
非観光地は、地域の認知度が低いためD2Cでの集客力が求められる

Dive Hotels

新規ブランドの創出
「ザランタン」で培った科学的なマーケティングのアプローチにより、収益性の高い事業を開発し、ブランドを多角化する。

観光HR人材の活用
観光HR事業との連携により、どんな地方地域でも人材を確保し、安定運営が可能。

観光施設の収益化に人材は必要不可欠

ITソリューションの強化
WEBメディアの他領域展開や、D2Cを実現するITソリューション開発を加速。中長期的にはフランチャイズ展開を見据える。

2026年６月期

● クラフトホテル瀬戸内にてOTAの運用を強化し、ブランド認知・予約の拡大を実施
● クラフトホテルあば村にてスポーツ合宿やゼミ合宿などの団体利用客を誘致

● 全アルバイトスタッフのうち半数以上(約53.9%)が観光HR事業経由での採用

● 集客メディア「GLAMPICKS」掲載施設に対して、広告運用やSNS運用、インフルエンサーマーケティングなどの集客支援メニューの提供を開始

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

04

Company Profile

会社概要

日本経済の成長エンジン「観光業」

ダイブは、レガシーかつ巨大な観光業の大課題を解決する。



* 観光庁「観光立国推進基本計画」2026.3

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

エグゼクティブサマリー

直近業績・売上構成

● 日本経済の成長エンジン「観光業」で事業展開

売上高 **153.2億円**
経常利益 **8.3億円**
(2026年６月期)

売上高成長率CAGR ＋18%
(2011-2026/16カ年)



観光HR事業の概要

● 観光特化型の人材サービス

取引先 観光施設
6,800施設

星野リゾート
共立メンテナンス
東急リゾーツ＆ステイ
藤田観光
リゾートトラストなど



年間就業者数
15,726人
(2026年６月期)

利用者属性
25-44歳　50.9%
45歳以上　34.5%

競争優位性

● 観光施設特化型ならではの事業課題を
テクノロジーを活用して解決している

住み込み関連の マッチング項目 多い	期間途中での 早期退職リスク 高い	就業期間が短く事務手続き頻度 多い
▼	▼	▼
データベース蓄積 マッチング 精度向上	カスタマーサクセス 就業期間 延伸	ITで省人化・効率化 営業効率の 向上

市場規模・業界課題

● 中長期的に観光業は成長

TAM
宿泊業(地方＋都市)人材市場
1.9兆円

SAM
宿泊業(地方)人材市場
9,347億円

SOM
観光人材派遣市場
600億円

業界課題
人手不足が深刻化

人材需要増加 ⬆　人材供給不足 ⬇

訪日外国人8年間で
5倍増加

宿泊・飲食事業者
人手不足72.7%

宿泊施設の建設
ラッシュ10年間で
20万室増加

COVID-19により
宿泊業から
15万人離職

成長戦略とKPI

● 就業者数を最重要KPIとして成長へ

売上高＝ 就業者数 × 就業者１人あたりの売上高

2026年６月期　人材獲得に注力し成長目指す

就業者数
15,726人

若手人材
シニア人材
外国人人材

新規事業の創出

● 地方創生事業(2019年から開始)











© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

Dive | MISSION

一生モノの「あの日」を創り出す。

2024年――
世界経済フォーラム（WEF）の
「旅行・観光開発指数レポート」において、
日本は、世界３位[*1]を獲得した。

国際的にみても成長産業である、観光業。
新興国を中心に、世界中で中間層[*2]の人口が増加[*3]し、
観光市場は拡大している。

中国、東南アジアやインドなど、
アジア圏の経済成長は著しく、
旅行者は増えつづけている。

日本には地の利がある。アジア圏から近い。
自然、歴史・文化、食、など観光資源は充分だ。
交通インフラ、安全面、サービス水準は一級品といえる。

グローバルで競争力がある、日本の観光業。
目の前には、勝てるチャンスが転がっている。

日本政府は、
観光業を「日本経済の成長エンジン」と位置付けた。

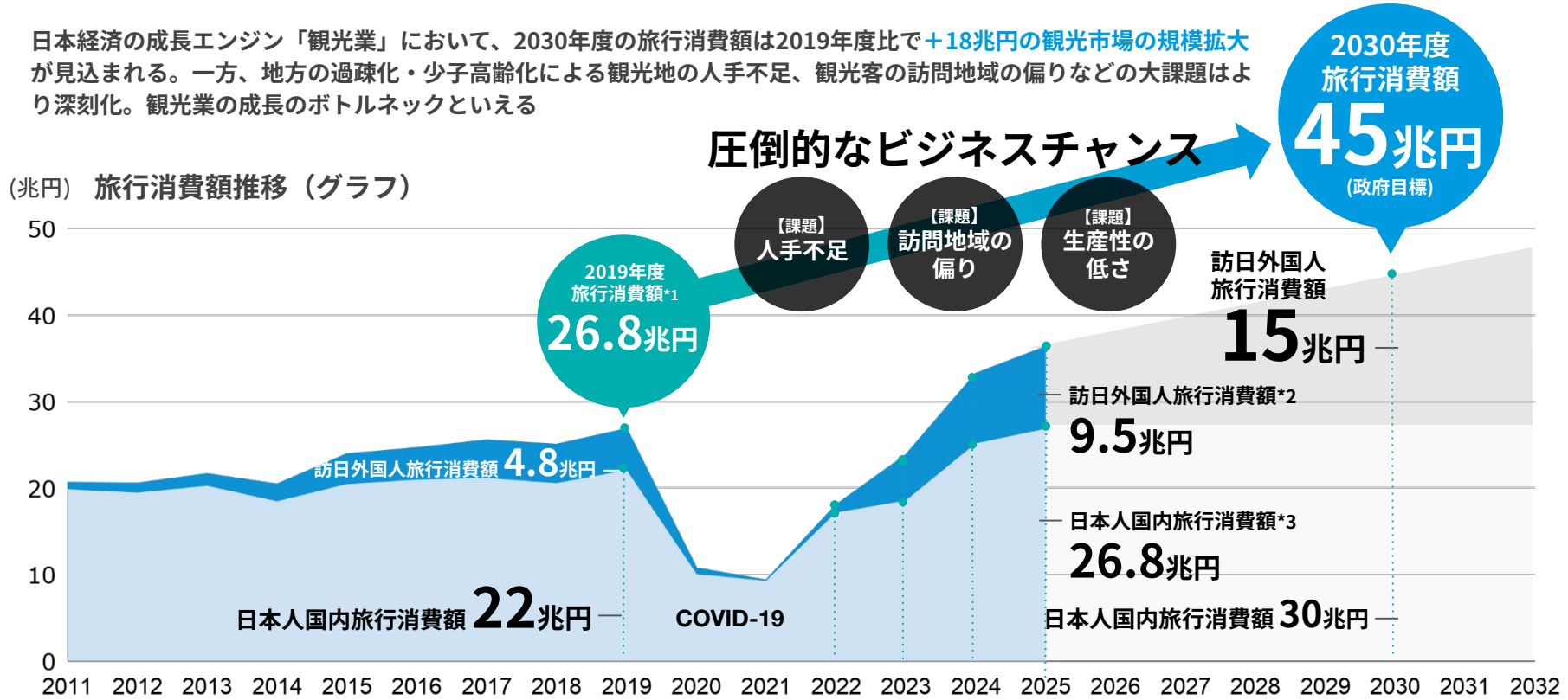
「失われた30年」を嘆くのは、もうやめよう。
さあ、日本は、次の30年を勝ち取りにいくときだ――。

*1 World Economic Forum 「The Travel & Tourism Development Index 2024」2024.5
*2 世帯年間可処分所得が5,000ドル以上～35,000ドル未満の所得層（経済産業省「通商白書2010」より）
*3 内閣府「2030年の展望と改革タスクフォース報告書」2017.1

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

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＋18兆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「訪日外国人の消費動向2025 年 年次報告書」2026.5 *3 観光庁「旅行・観光消費動向調査2025年年間値（確報）」2026.4

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

基本情報



会社名	株式会社ダイブグループ（Dive Group inc.） ※2026年7月より持株会社体制へ移行
子会社	株式会社ダイブ　（観光HR事業） 株式会社ダイブローカル（地方創生事業） 株式会社宿屋塾
設立	2002年３月
所在地	東京都新宿区新宿2-1-12 PMO新宿御苑前
営業拠点	札幌、仙台、大阪、福岡、沖縄
正社員数	158名（2026年6月末時点）









© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

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15,726人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

課題01
人手不足

Resort Baito Dive
リゾートバイトダイブ *1
観光HR事業
観光施設特化型の人材サービス
安定成長の基幹事業

年間 15,726人の観光従事者を創出
(売上構成比94.6%)
2026年6月期

Dive Hotels
ダイブホテルズ
地方創生事業
非観光地特化型のD2C*2 観光事業
7カ年CAGR+204%の新規事業
(2019年~2026年)

6つの非観光地*3 観光事業を創出
(売上構成比5.3%)
2026年6月期

課題02
偏り訪問地域の

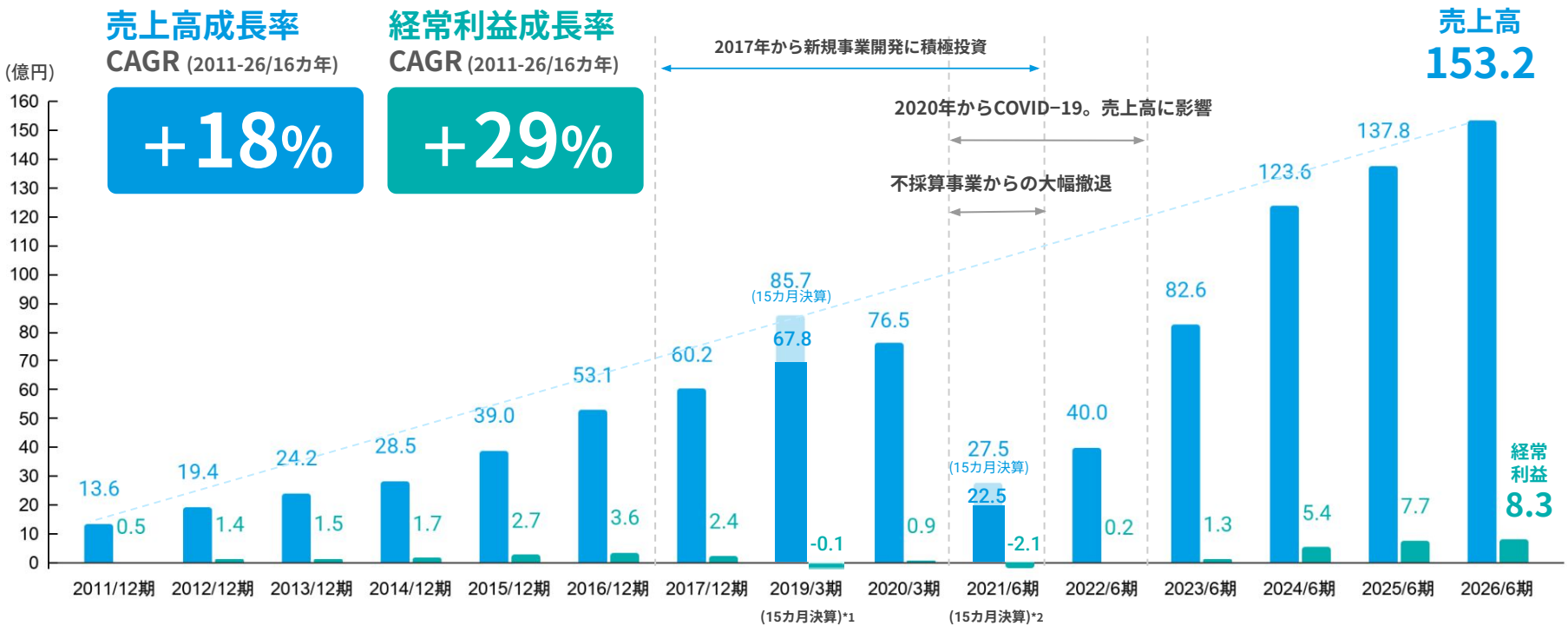




*1 リゾートバイトとは、日本全国のリゾートホテルや旅館、飲食店・レジャー施設（テーマパークやスキー場）等に短期間移住し、従業員寮で生活しながら、勤務する働き方。
*2 Direct to Consumerの略 中間流通業者を通さずに自社のECサイトを通じて製品を顧客に直接販売する販売形態。
*3 非観光地：当社では、観光の対象が未開発である、または存在するものの知られていないがために、観光客が少なく、交通機関や宿泊施設等が十分に整備されていない地域のことを非観光地と定義しております。当社はこれまで、芦別(北海道)・鹿沼(栃木県)・常陸大宮(茨城県)、東かがわ(香川県)、津山(岡山県)、佐賀(佐賀県)の６拠点にて観光事業を創出してまいりました。

業績ハイライト | 売上高153.2億円 / 経常利益8.3億円(2026/6期) COVID-19を乗り越えて、さらなる成長へ

● 2026年6月期は、創業以来過去最高の売上高を更新



*1 *2 2019/3期、および2021/6期は決算期変更に伴い15カ月決算となっています。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

事業領域 | BtoB・BtoCそれぞれでノウハウ・データを蓄積

- 観光HR事業で培ったアセット（観光人材データベースと、ITのノウハウ・ソリューション）を活用して、2019年から地方創生事業を開始
- 今後も、既存事業で培ったアセットをもとに広範囲で観光業界のイノベーションを起こす

BtoB

観光HR事業 (2002年〜)

基幹事業として、観光施設に特化した「観光HR事業（リゾートバイト）」を展開。「人材」と「販路（観光施設）」のデータベース、それを繋げる「IT」が当社の競争優位性の源泉。



BtoC

地方創生事業 (2019年〜)

アセット活用型の新規事業開発を開始。グランピング施設をはじめとする観光施設の企画開発・経営・運営を一気通貫で行う「地方創生事業」がヒット。
7カ年CAGR+204%で成長。



人材・販路データベースとITノウハウ

観光人材データベース	IT領域テクノロジー	宿泊施設販路データベース
累計登録者数 45万人以上 (2026年６月末時点)		累計取引実績 6,800施設以上 (2026年６月末時点)

観光HR事業で培ったアセットを活用

- 企画開発
- 運営ノウハウ
- 経営ノウハウ
- 運営人材
- WEB集客
- データ蓄積

強固な顧客基盤に対し、観光領域における新規事業を開発中

BtoB

観光領域における新規事業 (各事業内にて開発中)

- 観光業界特化SaaS「ハッサク」
- 宿泊予約システム
- 観光開発事業など、新規事業を開発中

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

経営陣紹介 | 観光業界に強い社内役員と、他業界の専門分野に知見のある社外役員にて構成

● レガシーな観光業の変革をリードする、多種多様な専門分野の知見を持つ経営メンバー



庄子 潔 代表取締役

仙台市立仙台高等学校卒業
卒業後、音楽を学ぶため、2年間アメリカニュージャージー州へ留学。帰国後、派遣社員としての勤務を経て、2003年観光施設に特化した人材サービスを行う当社の設立に参画。
創業当初より第一線で事業拡大に貢献。
2012年５月代表取締役に就任。



山中 哲男 取締役

兵庫県立加古川南高等学校卒業
事業開発、戦略立案等に精通。
2008年㈱トイトマ代表取締役に就任。
2021年㈱ミナデイン社外取締役に就任。
2021年㈱バルニバービ(東証グロース)社外取締役に就任。
2022年㈱フィット(東証グロース)社外取締役に就任。
2020年２月当社社外取締役に就任。
2024年11月当社取締役に就任。



稲川 静 常勤監査役

慶應義塾大学大学院修了
2012年弁護士登録
2013年鈴木茂生法律事務所入所。
2020年法律事務所UNSEENに参画。
2022年１月当社常勤監査役に就任。
2026年7月㈱ダイブおよび㈱ダイブローカルの監査役に就任。



山本 拓嗣 取締役

大阪学院大学卒業
1997年、㈱帝国ホテル入社。
東京・上高地・大阪の宿泊・飲料・ウェディング各部門で勤務。
2001年に同社退職後、６カ月の世界一周旅行を経験。2005年当社入社。営業部門のエリアマネージャー、責任者を経て2007年8月取締役に就任。
2024年７月㈱宿屋塾代表取締役に就任。
2026年７月より㈱宿屋塾の取締役に就任。



山口 豪志 社外取締役

茨城大学卒業
2007年クックパッド㈱に入社し
2009年広告マーケティング事業で同社のIPOにトップセールスとして貢献。
2015年㈱54を創業。成長請負人として常時約30社のスタートアップ企業支援を行う。
2018年5月当社社外取締役に就任。



吉野 公浩 社外監査役

早稲田大学卒業
2004年弁護士登録。
2004年石嵜・山中総合法律事務所に入所。
2022年同所代表弁護士に就任。
2023年サザンカパートナーズ(株)監査役に就任。
2019年３月当社社外監査役に就任。



野方 慎太郎 取締役

九州産業大学卒業
2003年、㈱ゲオ入社。
店長として店舗マネジメントを行う過程で、店舗スタッフやチームの成長を目の当たりにし、人材ビジネスに強い関心を持つ。2007年当社入社。営業部門のエリアマネージャー、責任者を経て2018年２月取締役に就任。
2026年７月㈱ダイブの代表取締役社長および㈱ダイブローカルの取締役に就任（兼任）。



岩井 裕之 社外取締役

日本大学卒業
2011年かっこ(株)創業、代表取締役社長CEOに就任。
2020年12月東証マザーズ(現:東証グロース)に上場。
不正検知サービス、決済コンサルティングサービス、データサイエンスサービス等を提供。
2022年４月当社社外取締役に就任。



小泉 大輔 社外監査役

上智大学卒業
1995年朝日監査法人(現:有限責任あずさ監査法人)入社。
2002年新日本監査法人(現:EY新日本有限責任監査法人)入社。
2003年(株)KIAプロフェッショナル(現:(株)オーナーズブレイン)代表取締役に就任。
2024年９月当社社外監査役に就任。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

会社沿革 | 2002年設立、2012年代表交代。観光市場の拡大を追い風に、成長へアクセルを踏む

● リーマンショック、東日本大震災、COVID-19などを乗り越えて、継続的な成長を続ける

第1創業期(2002-2011)

第2創業期(2012 - 現在)

2003. 仙台オフィス設立
2005. 大阪オフィス設立
2007. 福岡オフィス設立
2009. 札幌オフィス設立
2016. 沖縄オフィス設立
2016-2019. 新規事業開発を開始
・東京都内人材サービス事業
・台湾人人材サービス事業
・留学支援事業
・法人向け旅行サービス事業　など
2019.08 地方創生事業を開始
2020.04 COVID-19 経営の合理化を推進
・不採算事業の休止・撤退
・希望退職者の募集を実施
・各拠点の縮小移転を実施
2024.03 東証グロース市場上場
地方創生事業 全国6拠点へと拡大 年間売上高4.9億円
2025. 6 月期 事業の多角化に向けた体制整備を推進
・持株会社体制への移行の検討
・自己株式取得
・新規事業/M&A体制の強化

2002 — 2012 — 2019 — 2020 — COVID-19 — 2022 — 2024 — 2025 — 2026

2002.03 会社設立

2012. 代表取締役交代 現：庄子潔 体制へ



2019.04- 外国人人材採用への投資（特定技能 宿泊分野）

2022-現在 事業ポートフォリオ再構築 観光・IT領域への積極投資
・既存事業のDX化への投資
・WEBメディア、サービスへの投資
・情報インフラ強化への投資　など

2026.07 持株会社体制へ完全移行 商号を「ダイブグループ」へ変更
子会社「㈱ダイブ」が観光HR事業、「㈱ダイブローカル」が地方創生事業を承継

2007.12月期 年間売上高 **10.8**億円

2012.12月期 年間売上高 **19.4**億円

2019. 3 月期 年間売上高 **67.8**億円

2026. 6 月期 年間売上高 **153.2**億円

* 2019年3月期は決算期変更に伴い15ヶ月決算になっているため、ここでは2018年1月から2018年12月の12ヶ月の売上高67.8億を記載しております。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

05

Tourism Human Resources Business

観光HR事業



Resort Baito Dive

日本全国の人材と観光施設をマッチングすることで、人材課題を解決する。

2030年、日本政府は訪問外国人旅行者数6,000万人を目指す。しかし、観光業は高い離職率と高齢化を背景に深刻な人手不足に直面している。当社は、テクノロジーを活用することで日本全国から人材を集客し、観光施設とマッチングさせ人材課題を解決しています。

© 2026 [illegible] Group Inc.（東証GT 151A）

観光HR事業・概要（2026年６月期） | 観光施設特化型の人材サービス

- 日本全国から人材を集客し、観光施設とマッチングさせることで人手不足の大課題を解決する
- 創業20年以上で観光施設と人材のデータベース構築。お取引先観光施設6,800施設以上、年間就業者数15,726人の実績

BtoB

売上高145億円
(25/6期比 +11.8%)
(売上構成比 94.6%)

お取引先 観光施設
6,800施設以上

星野リゾート／加賀屋／共立メンテナンス／東急リゾーツ＆ステイ／リゾートトラスト／KPGHOTEL&RESORT／森トラスト・ホテル＆リゾーツ(敬称略)

【施設】
全国展開する大手企業様から、地元密着型の小規模事業主様まで、またフルサービス型ホテル・旅館から飲食店、スキー場まで幅広い施設との取引実績あり。

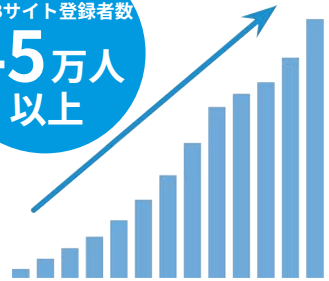
【職種】
旅館の仲居から、ホテルのフロント、レストラン、調理、清掃などに幅広く対応。また、スキー場、テーマパークなど観光地特有の職種にも広く対応し、多くの取引実績あり。

Resort Baito Dive

年間就業者数(UU数)
15,726人

リゾートバイトを希望するWEBサイト登録者数は年間5.6万人以上。
うち、15,726人が日本各地で就業し、全国を旅しながら働くリピーターも多数。

累計WEBサイト登録者数 **45万人以上**



© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

ビジネスモデル | オンラインとオフラインを組み合わせて、就業者数増加と就業期間延伸を実現

- 就業前、観光施設と人材をデータベースをもとにDXマッチングさせることでミスマッチを減少させ、就業者の早期退職を未然に防止
- 就業期間中、観光施設・人材に対してカスタマーサクセスを実施することで、就業期間の満了・期間延長へと伴走し、就業期間の延伸を図る



*1 既存顧客に対して能動的に働きかけ、顧客の成功体験の実現を支援するビジネス方法。
*2 見込み客への継続的なアプローチにより、関心や購買意欲を高めて商談・受注へと繋げるマーケティング活動。

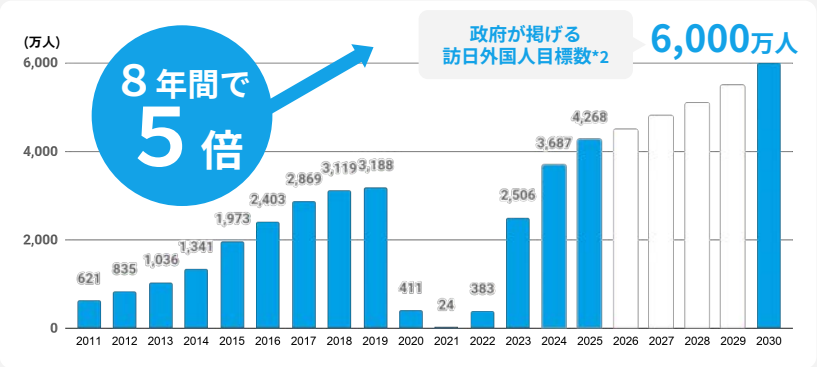
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

観光施設サイド・事業環境 | 観光業の人材需要の増加について

- 日本は観光開発指数ランキング世界３位。長期的に訪日外国人旅行客の増加が見込まれており、宿泊施設の建設ラッシュが続く
- 観光業においては、接客全般、レストラン、調理、客室清掃など無人化・省人化に限度がある業務があり、人材需要は継続すると予測

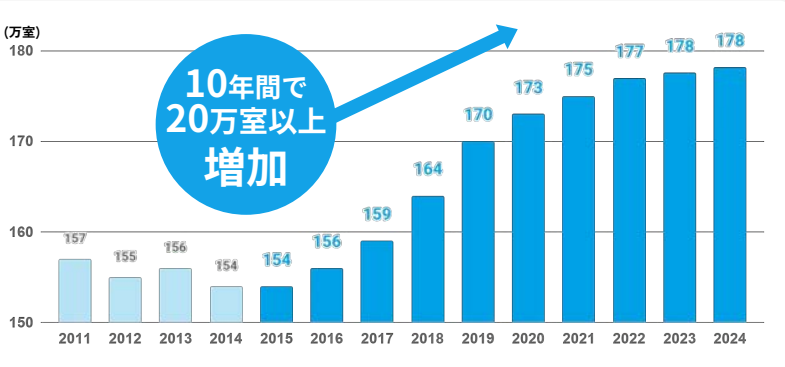
人材需要＜増加＞

訪日外国人旅行者数*1の増加



- 訪日外国人旅行者が８年間で５倍
- 観光開発指数ランキング世界３位*3

宿泊施設の建設ラッシュ*4



- 訪日外国人旅行者数の増加とともに旅館・ホテルの客室数は急拡大
- 2013年～2022年の10年間で、客室数は20万室以上の増加

*1 日本政府観光局「訪日外客統計 国籍/月別 訪日外客数（2003年～2026年）」 *2 観光庁「観光立国推進基本計画」2026.3 *3 The World Economic Forum「Travel & Tourism Development Index 2024」2024.5
*4『厚生労働省「衛生行政報告例 第4章 生活衛生」内、「旅館・ホテル営業の施設数・客室数及び簡易宿所・下宿営業の施設数・許可・廃止・処分件数、都道府県ー指定都市ー中核市（再掲）別」令和6年度』

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

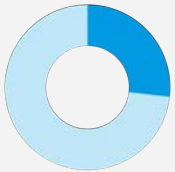
観光施設サイド・事業環境 | 観光業の人材供給の減少について

- 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＞

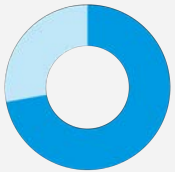
「人材が不足している」事業者 72.7%

産業別離職率



25.1%

「人材が不足しているか」

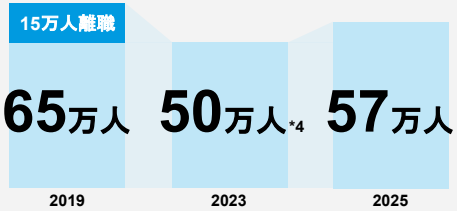


72.7%

宿泊・飲食業の離職率は25.1%*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72.7%*2にまで及ぶ。

COVID-19 宿泊業から15万人が離職 いまだ回復には至らず人手不足

2019年65万人*3 → 2025年57万人*5



COVID-19により、宿泊業から15万人が離職。2年を経て、働き手が戻りつつあるものの、依然として回復には至らず現場の人手不足は続いている。

地方から都市への人口流出

40道府県が転出超過



東京圏・大阪圏・名古屋圏の3大都市圏の合計では11万680人*6の転入超過。主に地方の40道府県は転出超過*7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6年雇用動向調査結果の概況」令和7年8月26日　*2 日本・東京商工会議所「人手不足の状況および多様な人材の活躍等に関する調査」令和6年9月5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 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)」2025年度　*6 *7 総務省統計局「住民基本台帳人口移動報告　2025年結果」令和8年2月3日

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

人材サイド・事業環境 | リゾートバイトは25歳から44歳までの社会人を中心に支持される働き方

● 就業者の年齢、性別、出身地、学歴、職務経歴、就業目的などが多種多様であり、幅広い層にアプローチできる人材サービスといえる

リゾートバイトとは

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、
勤務する働き方です。
労働の対価として収入を得るだけではなく、
新しい仲間との出会いや多様な価値観に触れる経験など、
海外でのワーキングホリデーに近い
“旅行以上、移住未満”の体験価値を
国内でも得られる手段として、
当社では主に25歳から44歳までの社会人を
中心に支持されています。



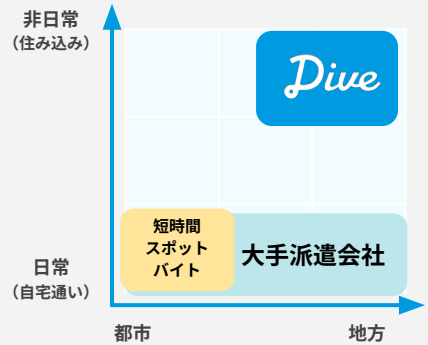
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

ポジショニング | “地方の観光業に特化した期間限定の住み込み勤務”で差別化

- 人材サイド　経済的メリットや非日常的環境での付加価値を求めるなど目的意識の強いユーザー層
- 施設サイド　一定期間の人材確保により、効率的かつ計画的な施設運営が可能

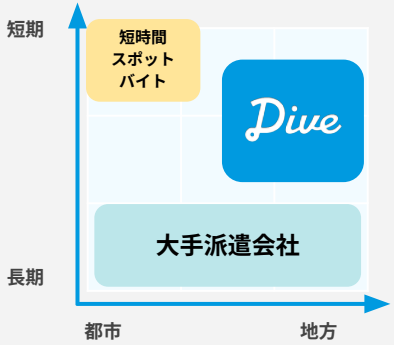
ポジショニングマップ

1）勤務形態 住み込み（従業員寮 等）



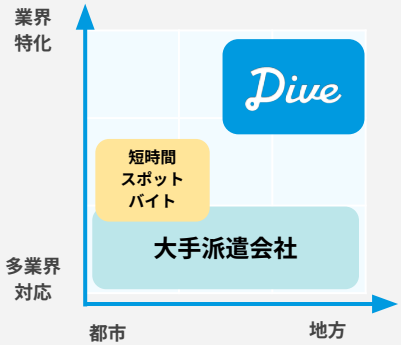
- 経済的メリット◎
  （食費・光熱費・寮費無料、一部例外あり）
- 「働く」だけではない非日常的環境における付加価値

2）勤務形態 短期間（平均3カ月間）



- ライフスタイルに合わせた働き方、観光業での経験・スキル獲得
- １企業での勤務時間の制限がなく、レギュラーのシフトに組み込める*

3）業界 観光業特化（旅館・ホテル 等）



- 宿泊施設情報の豊富なデータベースとサポートノウハウ
- 施設、スタッフの評価（口コミ等）による高精度な人材マッチング

* 法令で定められた勤務時間の遵守は必要

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

リゾートバイト求人サイト「Resort Baito Dive」

利用者増加。都市部25歳以上の社会人がメイン

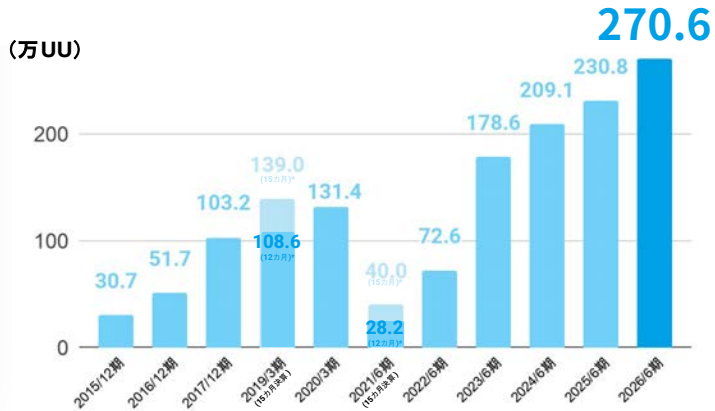
● 利用者数は「人口減少」や「人手不足」に影響されず、着実に増加



サイト利用者の推移

年間サイト利用者数
270万UU
（2026年6月期）

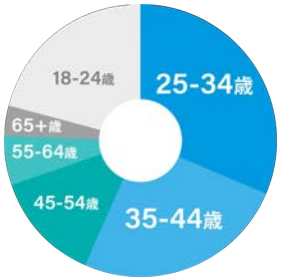
前期比
+39万人



サイト利用者の属性（2026年６月期）

年齢

サイト利用者は長期就業を
見込める社会人がメイン

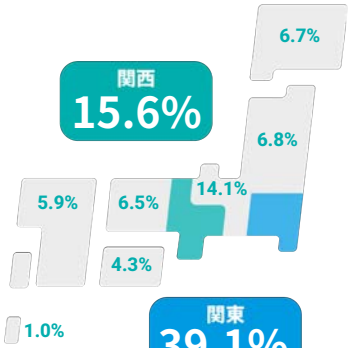


25-44歳
50.9%

45歳以上
34.5%

地域

サイト利用者の地域は
関東・関西が54%を占める。



* 2019/3期は決算期変更に伴い15カ月決算となっているため、ここでは2018年1月から12月の12カ月間の年間サイト利用者数(UU)を記載しております。
また、2021/6期は決算期変更に伴い15カ月決算となっているため、ここでは2020年4月から2021年3月の12カ月間の年間サイト利用者数(UU)を記載しております。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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	ー	✔
周辺環境	ー	✔
食事条件	ー	✔
共同生活者	ー	✔
登録→新規就業までの転換率 転換率＝新規就業者数➗WEBサイト登録者数	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異な特徴に対して、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

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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24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 **15,726人**（年間）
（2026年６月期）

観光施設データベース

累計 **6,800施設以上**
（2026年６月期末時点）

累計23万人の就業実績データ

LINE友だち数	24万人（2026年６月末時点）
WEBサイト登録者数	45万人（2026年６月末時点）
サイト利用者数	270万UU（2026年６月期）

就業先レビュー **8,000件以上**（2026年６月末時点）

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）	周辺環境

希望条件の登録

非公開の
情報を提供



人材

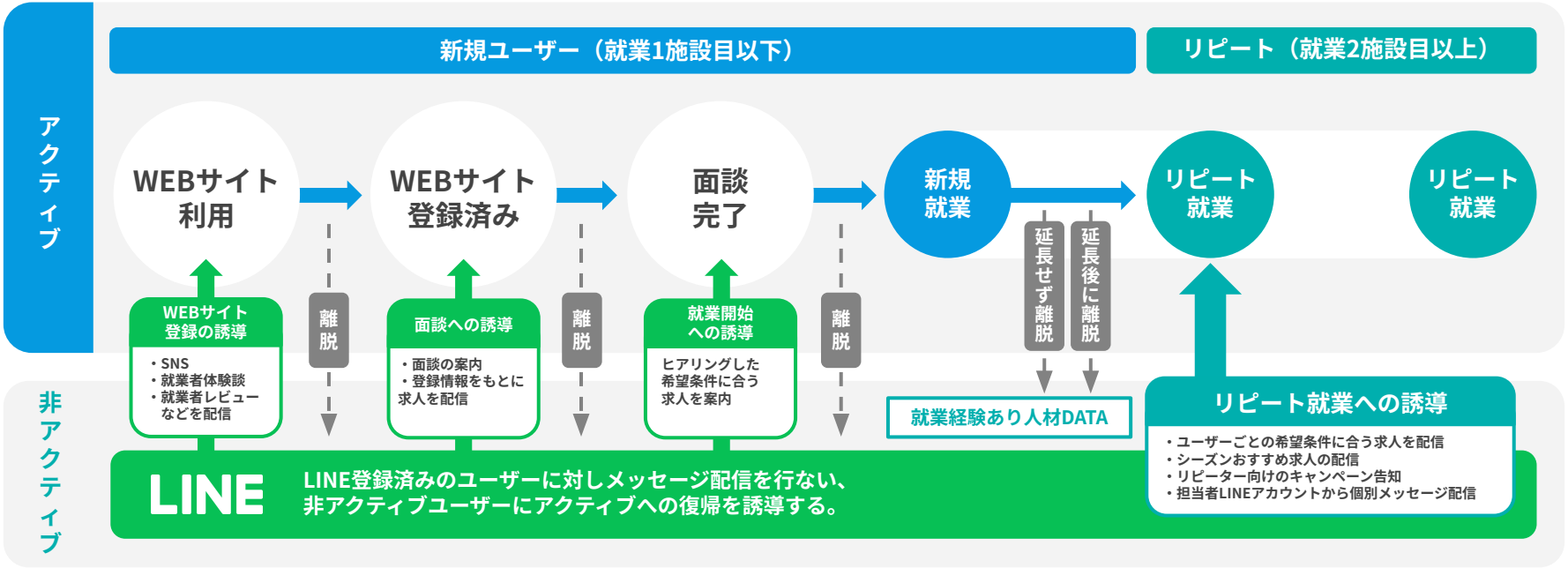
ダイブを利用するメリット

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。

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

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

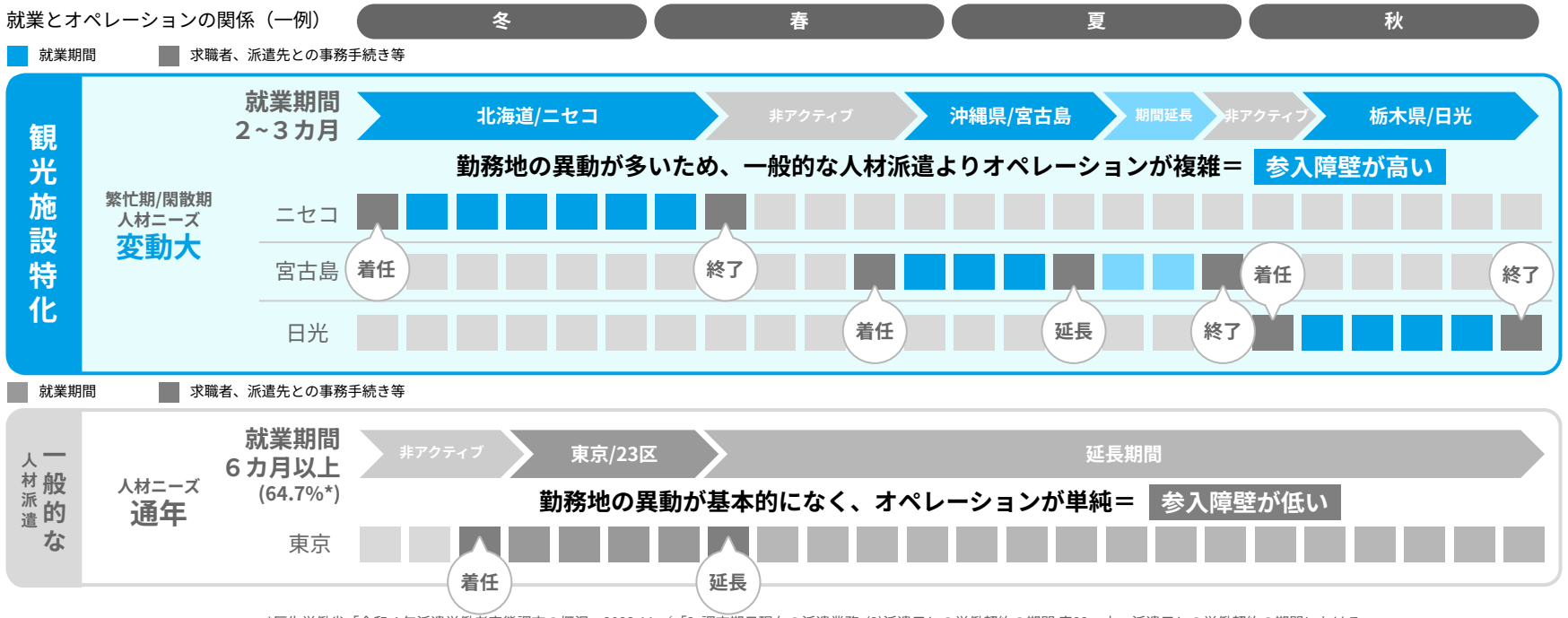
- 人材サービスは、WEBサイト登録から新規就業までに一定の離脱が発生。それに対して、当社はLINEと社内DB(データベース)を連携させユーザーのステータスやアクティブ・非アクティブに応じた個別のコミュニケーションを実施することで、新規就業へと促す
- 新規就業後においてもLINEを介した１to１のサポートを実施し、就業期間満了率の向上や期間延長・リピート就業につなげている



© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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6,800施設以上の施設とのお取引きがあり、繁忙期・閑散期の波にあわせ全国6拠点(東京・札幌・仙台・大阪・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



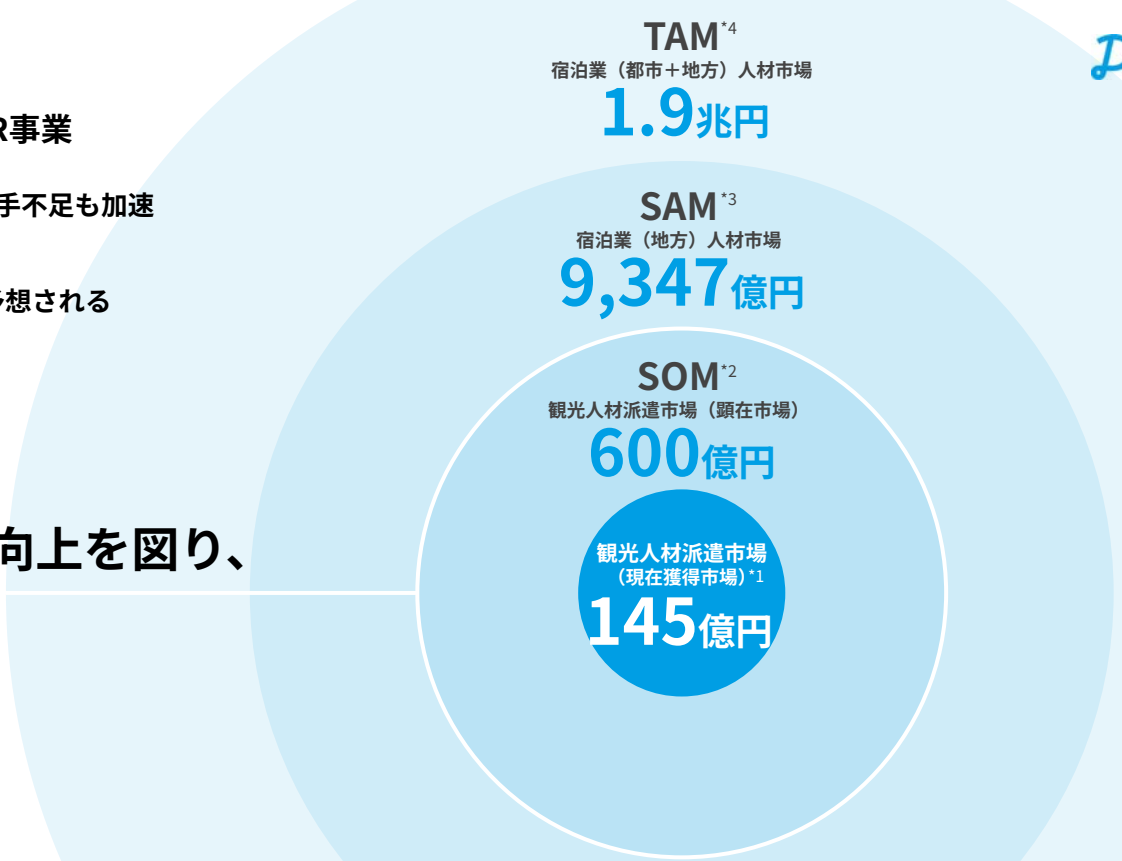
*厚生労働省「令和４年派遣労働者実態調査の概況」2023.11 ／「3 調査期日現在の派遣業務 (3)派遣元との労働契約の期間 表22」内、派遣元との労働契約の期間における「6か月を超え1年以下」「1年を超え3年以下」「3年を超える」「期間の定めはない」「不明」の総数合計値

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

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、人口減に伴う人手不足も加速
加えてあえて非正規を選択する労働者は増加傾向
観光人材派遣サービスの需要はさら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



*1 当社観光HR事業 2026年６月期売上実績
*2 当社調べ（帝国データバンク調査報告書及び日本年金機構等から推計）
*3 TAMに地方圏の宿泊者割合51.5%（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6.5兆円（2025 年度見通し／帝国データバンク調べ）と旅館・ホテルの平均人件費率29.7%（令和7年度実績／一般社団法人日本旅館協会調べ）を乗じて算出

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

06

Regional Revitalization Business

地方創生事業

Dive Hotels

日本の地方地域にある
遊休資産の価値を再定義し、
D2Cで収益化する。



2040年、日本全体の43%――744自治体は消滅する可能性があるという。*
遊休施設や遊休地、空き家などは増え続けており、無価値なものだと見限られている。
当社は、非観光地の遊休資産に目を向け、企画開発・マーケティングで付加価値を高めて、
テクノロジーとオペレーションの力で収益化しています。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

* 人口戦略会議『令和６年・地方自治体「持続可能性」分析レポート』2024年4月24日

地方創生事業・概要（2026年６月期） | D2C観光事業の企画開発・経営・運営

● 全国6カ所の地方地域で、グランピング施設をはじめとするD2Cでの観光事業を展開中

BtoC

売上高8.1億円

(25/6期比 +3.2%)
(売上構成比 5.3%)

7カ年CAGR +204%*
* 2020年3月期～2026年６月期実績



岡山県津山市
・ザランタンあば村
・クラフトホテルあば村
・あば温泉

北海道芦別市
・ザランタン芦別

栃木県鹿沼市
・ザランタン鹿沼

茨城県常陸大宮市
・ザランタンひたち大宮
・PICNIC BASE ひたち大宮
・森のクラフト工房

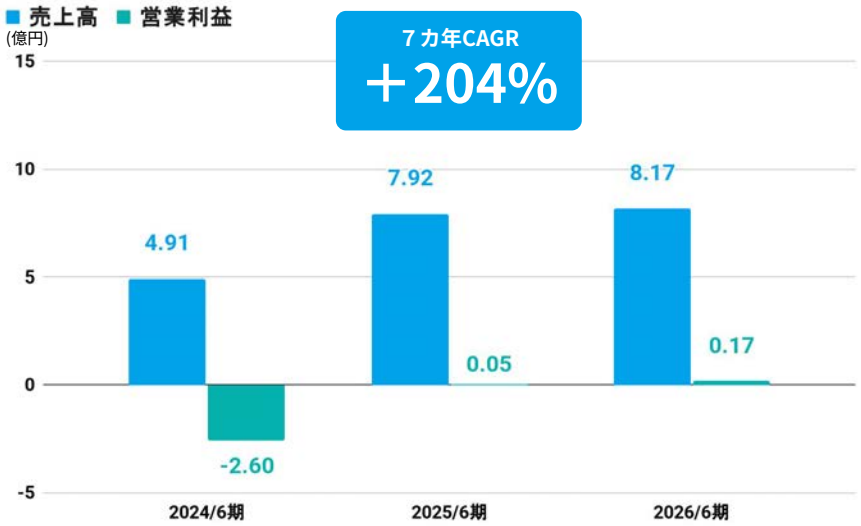
香川県東かがわ市
・ザランタン東かがわ
・クラフトホテル瀬戸内

佐賀県佐賀市
・ザランタン三瀬高原

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

ビジネスモデル・直近業績 | 売上高8.1億円、７カ年CAGR+204%の高い成長率を記録

- 非観光地の遊休施設・遊休地を利活用した観光事業の企画開発・経営・運営を行う
- 2019年から、主にグランピング施設を規模拡大することで成長。先行投資フェーズから収益フェーズへと移行



ビジネスモデル

非観光地の遊休施設・遊休地

公共の宿泊施設、日帰り入浴施設、
キャンプ場、観光施設、遊休地など





契約

Dive Hotels

企画　運営　集客　投資

付加価値UP↗収益性↗↗

掲載

自社WEBメディア

GLAMPICKS(グランピックス)
はグランピング専門の
WEBメディア。
年間利用者254万UUを誇る



訴求

宿泊客



予約 / 宿泊

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

「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1.4万円/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施設・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なっています。



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。グランピング施設「ザランタン」ブランドは直接予約に注力することで、広告宣伝比率は売上高の3.3%*2。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約53.9%*3が、観光HR事業経由で採用、活躍されています。

*1 *2 *3 当社実績（2026年6月期）

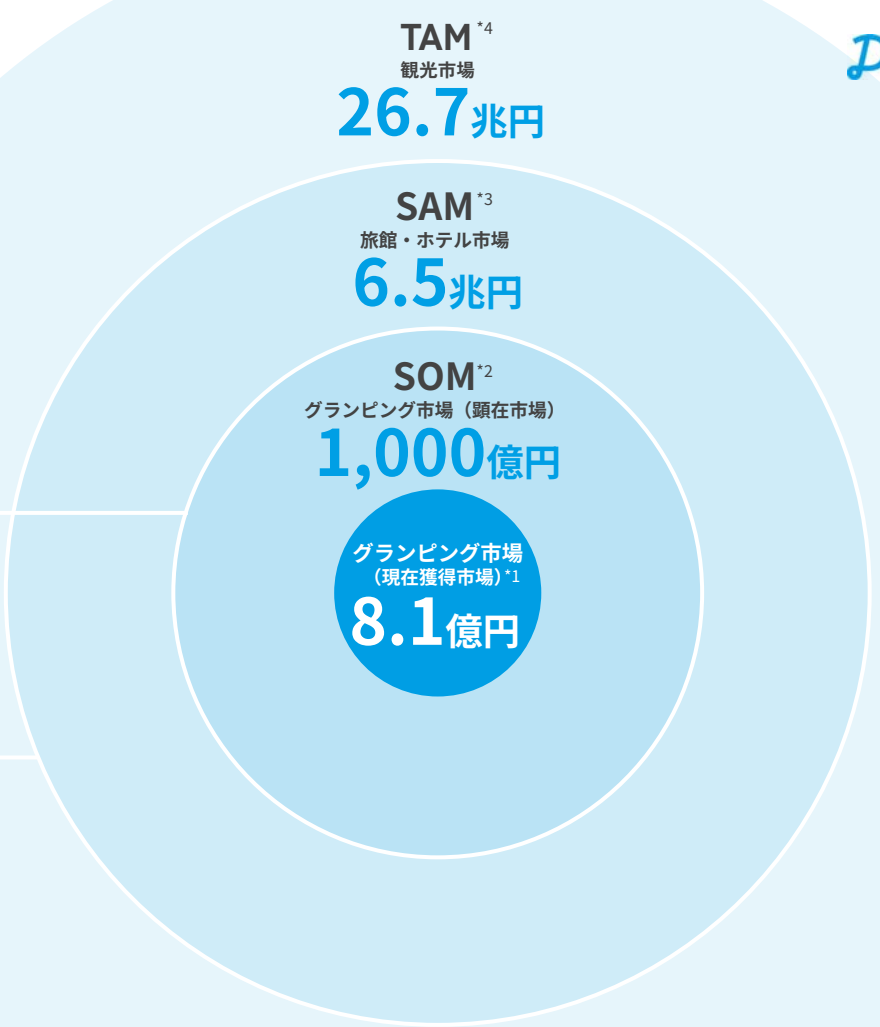
© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

市場環境と成長余地 | 地方創生事業

- 中小企業庁が展開する事業再構築補助金との相性◯、事業参入を後押し
- グランピング施設の運営を通じて宿泊業、観光業自体の運営のノウハウを蓄積。将来的には事業領域の拡大による成長を図る

当社グランピング施設「ザランタン」の
規模拡大を加速させ、市場シェア率の増加を図る（SOM）

「非観光地×観光HR」を強みに他社と差別化し、
ザランタンでの企画・開発ノウハウや知見を活かして、
他業態へも展開、収益力のある観光施設の
複数ブランドを創出する（SAM）



*1 当社地方創生事業部の2026年６月期売上実績
*2（一社）全国グランピング協会「事業再構築補助金によるグランピング市場の拡大」2022.1.4
*3 帝国データバンク『「旅館・ホテル業界」動向調査（2025年度見通し）』2026.3.30
*4 観光庁「旅行・観光消費動向調査　2025年年間値（確報）」2025.4.30

© 2026 Dive Group inc.（東証GRT 151A）

07

Appendix

リスク情報・サステナビリティ

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

主要なリスク及び対応策

項目	主要なリスク	発生可能性	影響度	リスク対応策
派遣スタッフの確保について	事業展開するうえで、派遣スタッフの安定的な確保が重要な課題であり、人材の確保が当社の意図したとおりに進まなかった場合は、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	大	継続的な広告宣伝や各種プロモーションの実施を行うとともに、当社のサービスを複数回利用するリピート派遣スタッフの確保に努めてまいります。
新型コロナウイルス感染症及び新たな感染症について	新型コロナウイルス感染症を含めた感染症が発生し、緊急事態宣言や行動制限等が発令され、当社取引先の宿泊施設等が営業困難となった場合は人材需要が低迷することが想定されます。また、地方創生事業において当社施設の営業が困難となった場合も、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	影響が長期化した場合は固定費の削減を図るとともに取引金融機関へ支援を要請し、各方面からの資金調達の準備を進めてまいります。
大規模自然災害、事故等について	大規模な自然災害が発生し、当社取引先の宿泊施設等が営業困難となった場合は人材需要が低迷することが想定されます。また、地方創生事業において当社施設の営業が困難となった場合も、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	当社取引先は北海道から沖縄まで日本全国にわたり、地理的なリスク分散を図っております。
法的規制について	労働者派遣事業等の許可が取り消された場合や、関係法令の改正内容によっては、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	大	顧問弁護士や顧問社労士からの情報提供を早期に受け、対策を立てるとともに、関係法令に関する教育の実施に努めてまいります。
食品の衛生管理について	当社が運営する宿泊施設において提供した料理（食材等）により、宿泊者が食中毒を発症した場合、営業許可の取り消しやブランドイメージの棄損により、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	HACCP*手法に基づく衛生管理マニュアルを策定し、チェックリスト等を用いて管理するとともに、衛生管理に関する教育の実施に努めてまいります。
システムトラブルについて	当社が運営する観光HR事業では、自社システムと他社サービス（LINE等）とのシステム連携により、システム化及び合理化を図っておりますが、大規模なプログラミング不良や自然災害、不正アクセス、その他何らかの要因によりシステム障害やネットワークの切断等予測不能なトラブルが発生した場合には、一時的に業務が滞る等の事業活動に影響が生じ、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	他社サービスと連携することなく電話や電子メールを用いることにより当社サービスが停止するリスクの軽減を図っております。
固定資産の減損について	当社の保有する固定資産は、その取得にあたって事前に必要性や収益性を十分に検証した上で決定しております。しかしながら、事業環境や経営状況の著しい変化等により収益性が低下し期待する成果が得られない場合には対象資産に対する減損損失の計上により、当社の財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	低	中	経営計画の達成に努めるとともに、新規の設備投資案件については事前に必要性や収益性を十分に検証した上で慎重に検討し、実施することにより、減損損失の計上に至る状況を回避するよう努めてまいります。

※その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照ください。
*食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

サステナビリティへの取り組み | 長期的な成長と持続可能な社会への貢献を見据えた取り組みを実施

事業と関連した社会課題の解決に向けて

ESGの主要な取り組み

Environment
環境

- 当社運営グランピング施設の脱プラスチック推進
- 就業環境における省エネルギーの推進、温室効果ガスの削減

Social
社会

- 地方の関係人口創出、拡大
- 格差のない平等な外国人就労支援
- 地方の遊休地利活用
- ダイバーシティ＆インクルージョン*

等

Governance
ガバナンス

- コーポレート・ガバナンス体制の強化
- 役職員のコンプライアンス推進
- リスクマネジメントの徹底

等

*企業や組織において、多様な人材を採用・育成し、異なる視点や経験を活かすことで、革新性や生産性の向上、社会的責任の遂行などを目指す取り組みのこと。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）

免責事項

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれます。これらの将来の見通しに関する記述は、当該記述を作成した時点の情報に基づいて作成されています。

当該記述には、リスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の結果や業績は、当該記述によって明示的又は黙示的に示された将来の結果や業績の予想と大きく異なる可能性があります。これらの要因には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等が含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

本資料は、関連情報の開示のみを目的として作成していたものであり、日本、米国、その他の地域における有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を目的としたものではありません。

© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）



© 2026 Dive Group inc. （東証GRT 151A）