

Dive

株式会社ダイブ
東証グロス：151A

2024年6月期 第3四半期 決算説明資料



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 **93.4億円**
 経常利益 **5.5億円**

(2024年6月期3Q累計)

売上高成長率CAGR +24%
 (2011-2020/9カ年)



観光HR事業の概要

- 観光施設特化型の人材サービス

お取引先 観光施設
4,600施設



年間就業者数
8,306人

(2024年6月期3Q累計)

- 星野リゾート
 - 共立メンテナンス
 - 東急リゾート&ステイ
 - 藤田観光 ● 加賀屋
 - リゾートトラスト など
- (敬称略)

- 利用者属性
 25-44歳**56.5%**
 45-65歳以上**22.3%**

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

住み込みのため
**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。人手不足は深刻化

TAM
 宿泊業(地方+都市)人材市場
1.9兆円

人材需要増加
 ● 訪日外国人8年間で
5倍増加

人材供給不足
 ● 宿泊・飲食事業者
人手不足81.8%

SAM
 宿泊業(地方)人材市場
9,659億円

● 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

SOM
 観光人材派遣市場
300-330億円

【業界課題】
人手不足が深刻化

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

2024年6月期3Q累計

人材獲得に注力し成長目指す

就業者数
8,306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)



目次

01

Company Profile

会社概要

日本経済の成長エンジン
「観光」のベンチャー企業

02

Tourism Human Resources Business

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

03

Regional Revitalization Business

地方創生事業

非観光地特化型のD2C観光事業
4カ年CAGR613%の新規事業

04

Performance Highlights

業績ハイライト

2024年6月期 第3四半期累計

05

Growth Strategy

中長期的な成長戦略

既存事業の高度化・拡大、新規事業の創出
レガシーな産業の変革・進化に挑む

06

Appendix

リスク情報・ サステナビリティ

01

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。

政府目標

2030年旅行消費額*

37兆円

観光地の
人手不足

訪問地域の
偏り

労働生産性の
低さ

Dive | MISSION

一生モノの 「あの日」を創り出す。

2021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1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——。

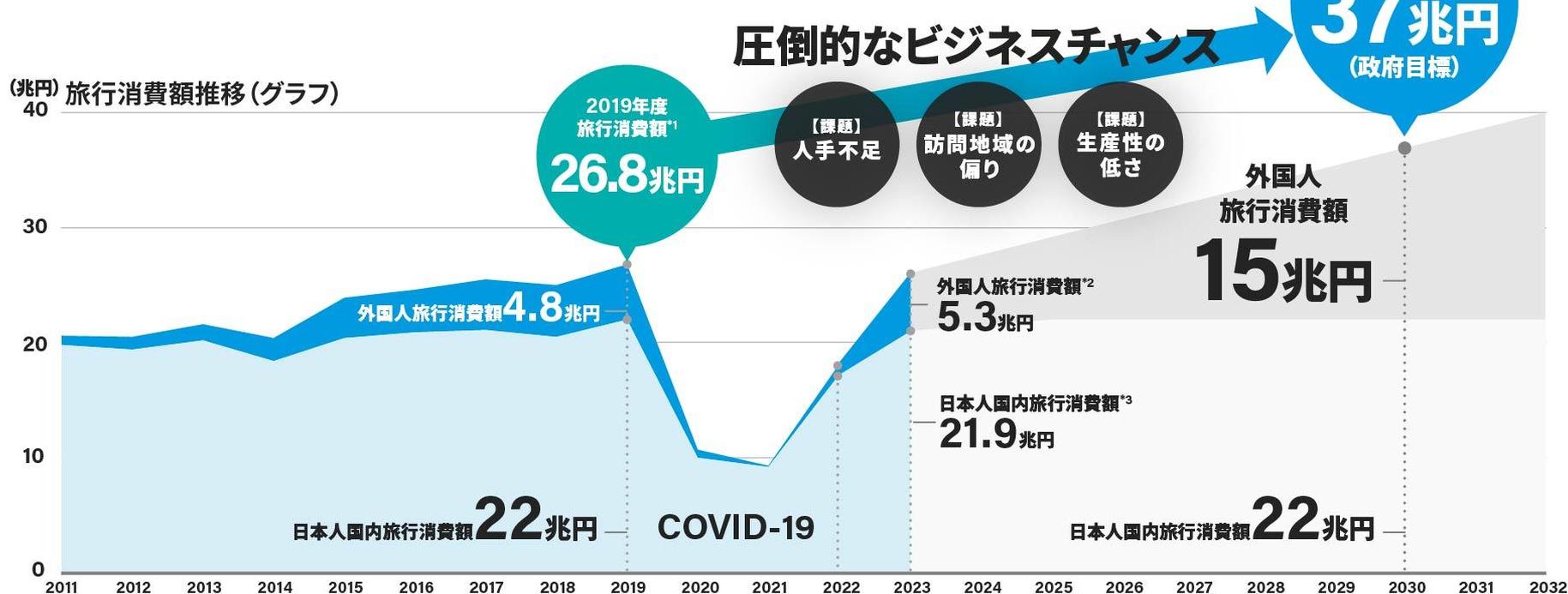
¹ World Economic Forum, "The Travel & Tourism Development Index 2021, 2022, 5"

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年の展望と改革案スクリーン報告書」2017.1

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

基本情報



会社名 株式会社ダイブ (Dive Inc.)

設立 2002年3月

所在地 東京都新宿区新宿2-8-1新宿セブンビル10F

営業拠点 札幌、仙台、大阪、福岡、沖縄

正社員数 142名 (2024年3月末時点)

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、従業員として生活しながら、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)

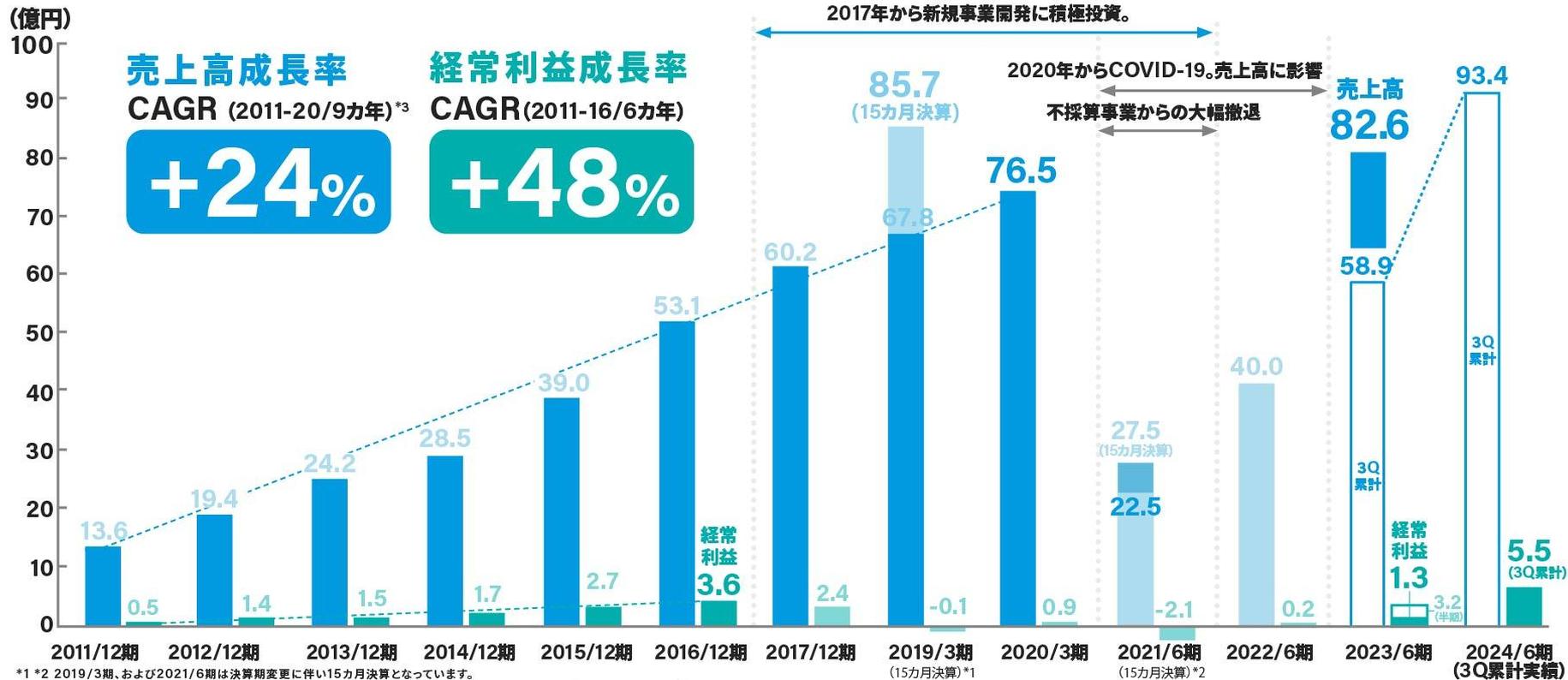
【課題】
訪問地域の偏り

6つの非観光地*3
観光事業を創出



業績ハイライト

2024年6月期は第3四半期累計期間で、2023年6月期を上回る結果となった



*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。

*3 売上高成長率9カ年CAGRについて、2019/3期は2018年1月から2018年12月の12カ月間の売上高67.8億円を用いて算出しております。

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目指す

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。



培ったアセット

観光人材
データベース
累計登録者数
30万人以上
(2024年6月期3Q)

IT領域
テクノロジー

観光施設販路
データベース
累計取引実績
4,600施設以上
(2024年6月期3Q)

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。4年CAGR613%で成長。



企画
開発

全国6地域
収益化

経営
ノウハウ

運営
人材

WEB
集客

データ
構築

BtoB

IT領域 新規事業(各事業内にて開発中)

- ・WEBメディア群
- ・宿泊予約システム
- ・公式サイト作成 サービス等、新規事業を開発中。

テクノロジー

+

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。



山本 拓嗣 取締役

大阪学院大学卒業
1997年、(株)帝国ホテル入社。
東京・上高地・大阪の宿泊・料飲・ウェ
ディング各部門で勤務。
2001年に同社退職後、6ヶ月間の世界
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。



野方 慎太郎 取締役

九州産業大学卒業
2003年、(株)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。



山口 豪志 社外取締役

茨城大学卒業
2007年クックパッド(株)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(株)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。



山中 哲男 社外取締役

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(株)トイマ代表取締役に就任。
2021年(株)ミナデザイン社外取締役に就任。
2021年(株)バルニバービ(東証グロース)社外
取締役に就任。
2022年(株)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。



岩井 裕之 社外取締役

日本大学卒業
2011年(株)創興、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。



稲川 静 常勤監査役

慶応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。



吉野 公浩 社外監査役

早稲田大学卒業
2004年弁護士登録。
2004年石寺・山中総合法律事務所入所。
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。

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



* 2019年3月期は決算期変更に伴い15カ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カ月の売上高67.8億円を記載しております。

02

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、日本政府は訪日外国人旅行者数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。



観光HR事業・概要(売上構成比95.4%) | 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 4,600施設以上、年間就業者数8,306人(2024年6月期3Q累計)の実績

BtoB
売上高**89**億円
(2024年6月期3Q累計)

お取引先 観光施設
4,600施設以上

星野リゾート/加賀屋/共立メンテナンス/東急リゾート&ステイ/藤田観光/プリンスホテルズ&リゾート/リゾートラスト/KPGHOTEL&RESORT/森トラスト・ホテル&リゾート(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。

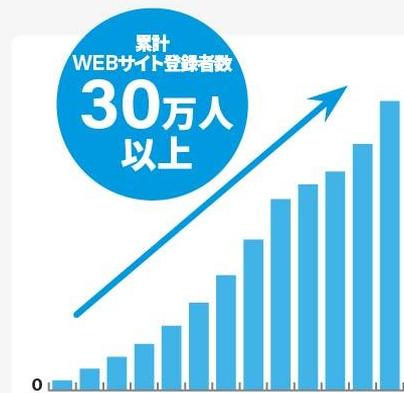
【職種】

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。



年間就業者数 (2024年6月期3Q累計)
8,306人

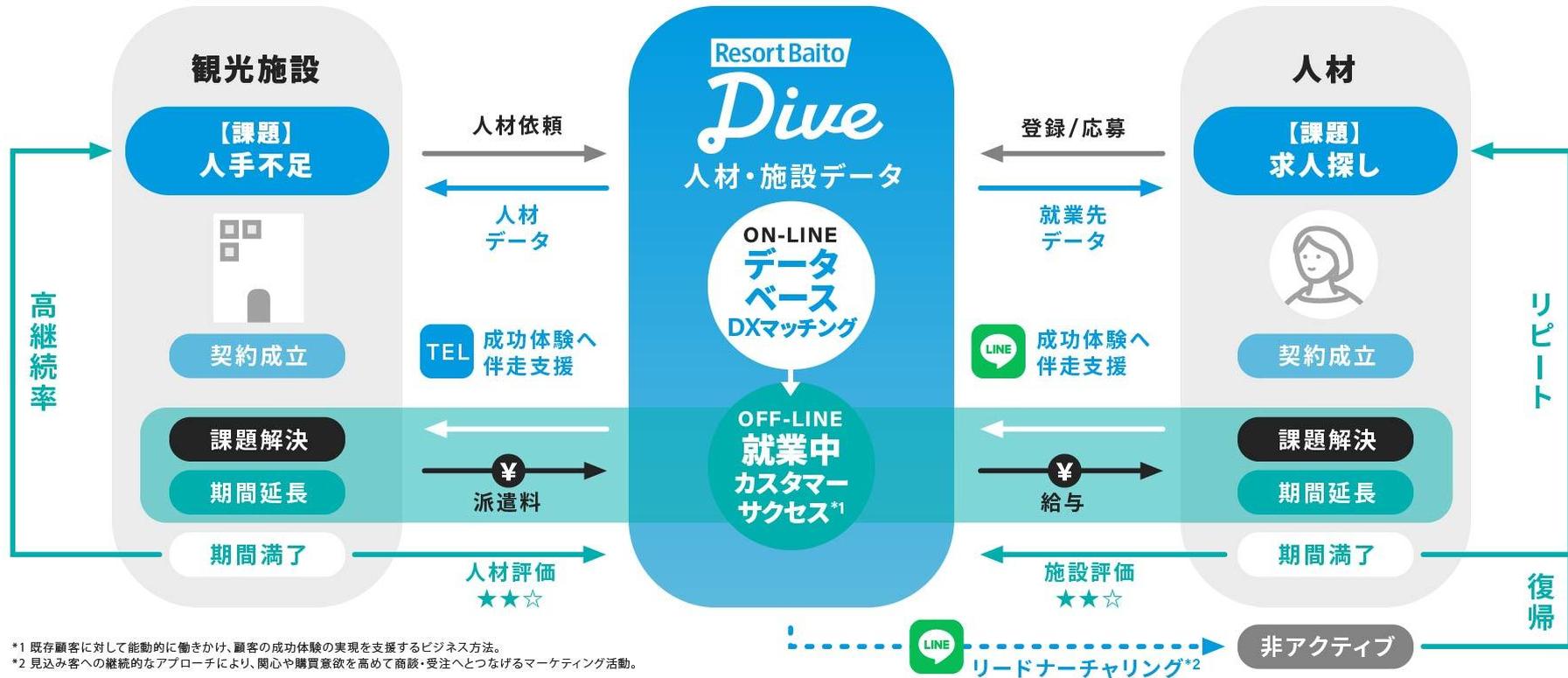
リゾートバイトを希望するWEBサイト登録者数は年間5.2万人以上*。
うち、8,306人が日本各地で就業し、全国を旅しながら働くリピーターも多数。



*2023年1月~12月実績

ビジネスモデル | オンラインとオフラインを組み合わせ、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・受注へとつなげるマーケティング活動。

直近業績 | 2024年6月期3Q累計、売上高89.2億円／営業利益7.6億円(8.5%)

- 売上高は、主に「就業者数」×「就業者1人あたりの売上高」から構成
- 就業者数の増加が最重要KPIであるものの、それと併せて、就業者1人あたりの売上高増加に寄与する「就業期間」の延伸を図ることで成長

収益構造 (2024年6月期3Q累計の実績)



売上高の構成

1人あたり売上高

就業者数(派遣のみ)

×

派遣単価

×

就業時間

×

就業期間

+

その他
売上高

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1位。長期的に訪日外国人旅行者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の増加*1*2



- 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1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 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 *2日本政府観光局(JNTO)「訪日外客統計 国籍/月別 訪日外客数(2003年～2024年)」 *3 World Economic Forum「The Travel & tourism Development Index 2021,2022.5

*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、都道府県一指定都市一中核市別」平成12年度～令和4年度』

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

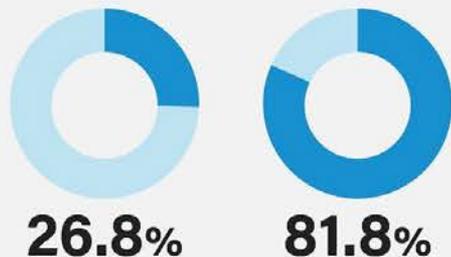
- 宿泊・飲食業は慢性的な人手不足。COVID-19により宿泊業から15万人が離職したことが拍車をかけ、人手不足はさらに深刻化
- 地方から都市への人口流出により、観光地の地域内での人材採用は難しくなっている。日本の都市部、海外からの人材採用の重要性が増す

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」



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6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

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。



「旅行以上、移住未満」

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

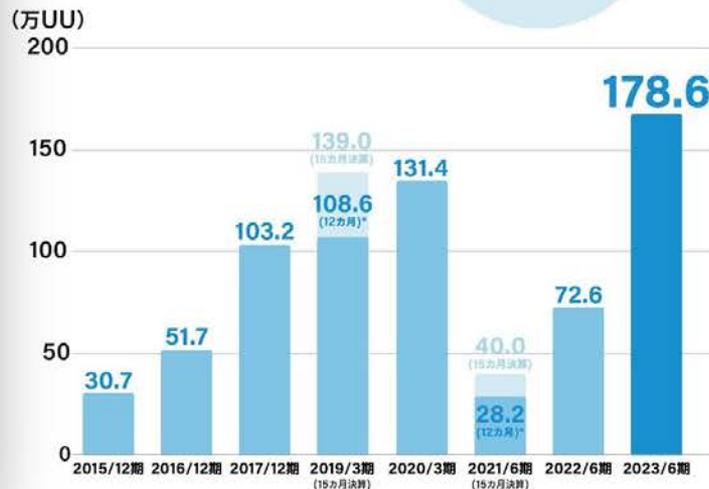
- 利用者数は「人口減少」や「人手不足」に影響されず、着実に増加



利用者の推移

年間サイト利用者数
178万UU
(2023年6月期)

前年比
246%

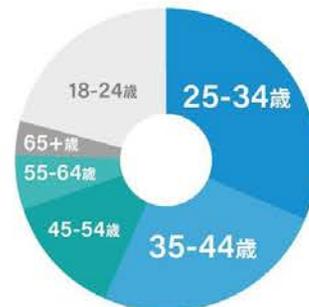


* 2019/3期は決算期変更に伴い15カ月決算となっているため、ここでは2018年1月から12月の12カ月間の年間サイト利用者数(UU)を記載しております。また、2021/6期は決算期変更に伴い15カ月決算となっているため、ここでは2020年4月から2021年3月の12カ月間の年間サイト利用者数(UU)を記載しております。

利用者の属性(2023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

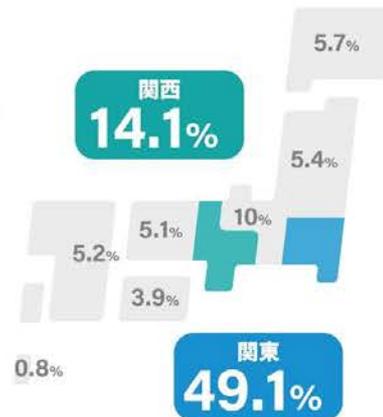


25-44歳
56.5%

45-65歳以上
22.3%

地域

サイト利用者の地域は関東・関西が63.2%を占める



当社人材データ(プロフィール) | 20代女性



これまで6年間に渡りリゾートバイトを続けながら日本一周しています!

20代後半・女性・長野出身



エリア・期間・職種

- 静岡・伊豆(2021/07~2021/09) レストラン
- 島根・玉造温泉(2021/09~2022/03) 仲居
- 山口・長門湯本温泉(2022/03~2022/05) 仲居
- 熊本・黒川温泉(2022/06~2022/10) 仲居
- 佐賀・嬉野温泉(2022/11~2023/02) 仲居
- 福岡・久留米(2023/03~2023/05) フロント

User's Voice スタッフの声

リゾートバイトに出会ってから旅を始め、これまで47都道府県のうち40都道府県を制覇してきました。たくさんの景色を見て、たくさんの人に出会えたことが財産になっています。また、自分に使えるお金が増えることによって、旅行費にしたり、勉強にあてたりと、いろんな面で自分磨きや経験の投資に使えるのもとてもありがたいです。何よりリゾートバイトでしか感じられないワクワクがあるので、この働き方を続けています。

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

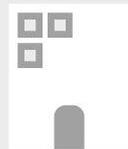
競争優位性.01 | データベース活用によるマッチング精度の向上 ▶ 就業期間延伸に寄与

- 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。

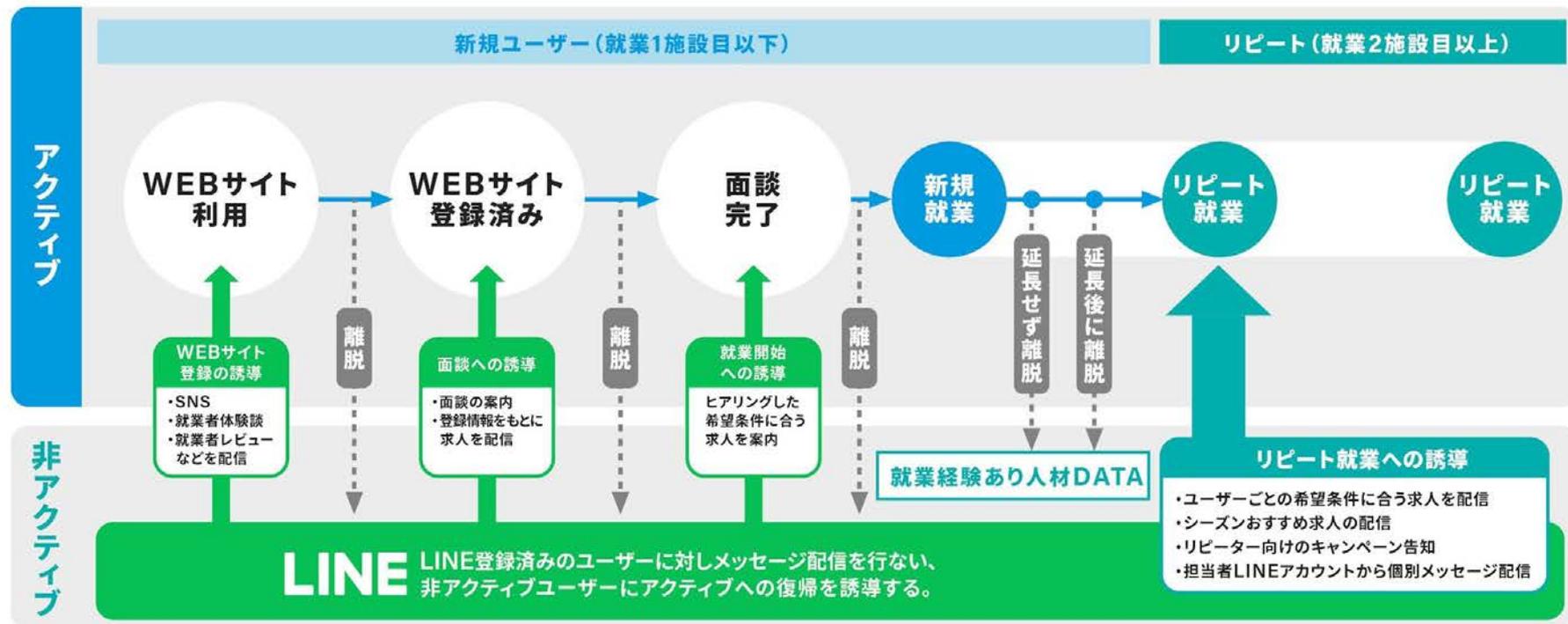


非公開情報提供

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

03

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49.8% —— 896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。



* 国土交通政策研究所「政策課題勉強会」 「地域消滅時代」を見据えた今後の国土交通戦略のあり方について 2014年11月

地方創生事業・概要 (売上構成比3.8%)

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3.5億円

(2024年6月期3Q累計)

4カ年CAGR613%*

佐賀県佐賀市

・ザランタン三瀬高原



岡山県津山市

- ・ザランタンあば村
- ・あば交流館
- ・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



香川県東かがわ市

2024年3月
当社初のホテル業態
クラフトホテル瀬戸内



茨城県常陸大宮市

・ザランタンひたち大宮

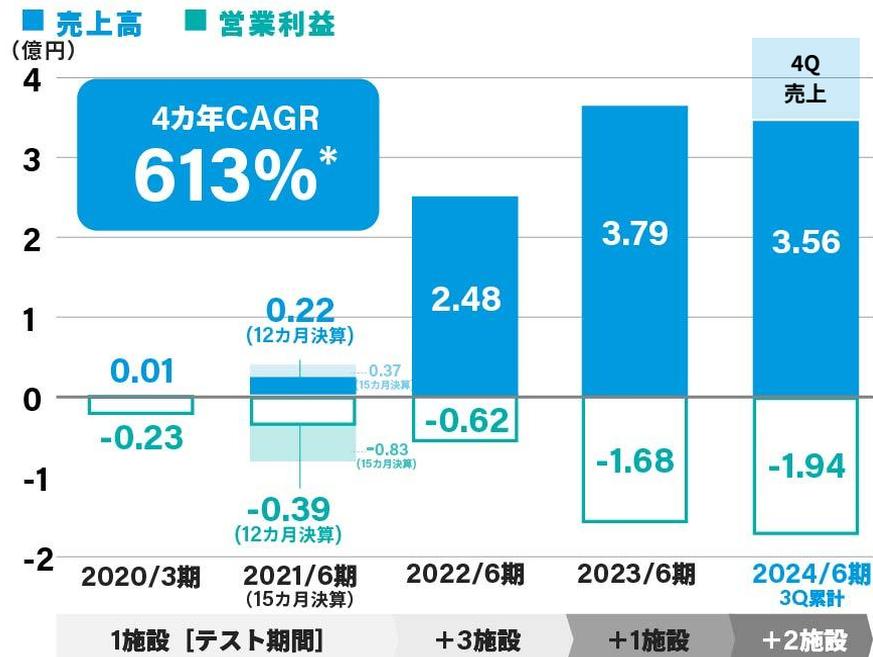


ビジネスモデル・直近業績

売上高3.7億円、4カ年CAGR+613%の高い成長率を記録

(2023年6月期)

- 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。市場シェア率の増加を図るための規模拡大を優先しており、新規施設開業に伴う消耗品費、WEBメディア・WEBシステムの開発費、人材への先行投資などの影響により営業赤字となっている



* 2021年6月期は決算期変更に伴い15カ月決算になっているため、ここでは2020年4月から2021年3月の12か月の売上高、および営業利益を記載しております。なお、売上成長率4カ年CAGRについても、2021年6月期は同期間の売上高0.22億円を用いて算出しております。

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430万UUを
誇る



予約 / 宿泊

宿泊客



訴求

「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。

GLAMPICKS | 当社施設は直予約比率100%、D2Cを実現。他社への集客支援でのマネタイズも開始

- 2019年に日本初のグランピング情報専門のWEBメディア「GLAMPICKS」をローンチ
- 年間430万人が利用する国内最大級のグランピングメディアに成長*



利用者数

430万UU
(2023年6月期末実績)

掲載施設数

467施設
(2023年6月期末時点)

SEO1位

255キーワード
(2023年6月期末時点)

キーワード	1位	2位	3位
グランピング	楽天トラベル	日本グランピング協会	GLAMPICKS
グランピング 北海道	GLAMPICKS	hinata	Camp Standard
グランピング 東北	GLAMPICKS	LIVE JAPAN	wonderout
グランピング 関東	GLAMPICKS	OZmall	リゾグラ
グランピング 神奈川	GLAMPICKS	リゾグラ	ザ ベースグランピング湯河原
グランピング 千葉	楽天トラベル	OZmall	GLAMPICKS
グランピング 栃木	GLAMPICKS	OZmall	hinata
グランピング 群馬	GLAMPICKS	OZmall	BISSFUL GARDEN
グランピング 甲信越	GLAMPICKS	一休	Gomoku-Life
グランピング 東海	じゃらん	GLAMPICKS	リゾグラ
グランピング 関西	GLAMPICKS	リゾグラ	グランドーム滋賀高島
グランピング 中国	GLAMPICKS	リゾグラ	じゃらん
グランピング 四国	GLAMPICKS	リゾグラ	hinata
グランピング 九州	GLAMPICKS	楽天トラベル	リゾグラ
グランピング 沖縄	GLAMPICKS	hinata	Booking.com
グランピング 安い	GLAMPICKS	TAKIBI	Let's ENJOY TOKYO
グランピング 関西 安い	GLAMPICKS	hinata	グランピングスタイル
グランピング 関東 安い	GLAMPICKS	hinata	CAMP BALLOON

* グランピング施設（キャンプ、コテージを含む）に特化した検索・情報サイトのうち、施設掲載数で比較。

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〇、事業参入を後押し
- 2023年までに新たに200施設以上の開業が見込まれており、市場規模は1,000億円に達する見込み^{*5}

当社直営グランピング施設「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)

TAM^{*4}
観光市場
26.8兆円

SAM^{*3}
旅館・ホテル市場
5.2兆円

SOM^{*2}
グランピング市場(顕在市場)
1,000億円

グランピング市場
(現在獲得市場)^{*1}
3.7億円

*1 当社地方創生事業部の2023年6月期売上実績

*2 *5 (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(2022年度)；2023.7 / 2018年度実績

*4 観光庁「旅行・観光消費動向調査 2019年年間値(確報)」2020.4 / 2019年度実績

04

Performance Highlights

業績ハイライト

2024年6月期
第3四半期累計
(2023.7-2024.3)

業績ハイライト | 2024年6月期 第3四半期決算(累計)

- 旺盛なインバウンド消費を追い風に観光施設の人手需要が加速、売上高・営業利益・経常利益は過去最高を更新
- 観光HR事業の就業者数・就業者1人あたり売上高はともに大幅増加



観光HR事業 主要KPI



* 就業者1人あたり売上高 (LTM) : 1年間 (12ヵ月) の派遣売上高を総就業者数 (派遣のみ) で除して算出しております。そのため、2023年3月末時点の実績については2022年4月~2023年3月、2023年6月末(前期末)時点の実績については2022年7月~2023年6月、2024年3月時点の実績については2023年4月~2024年3月の期間で算出しております。

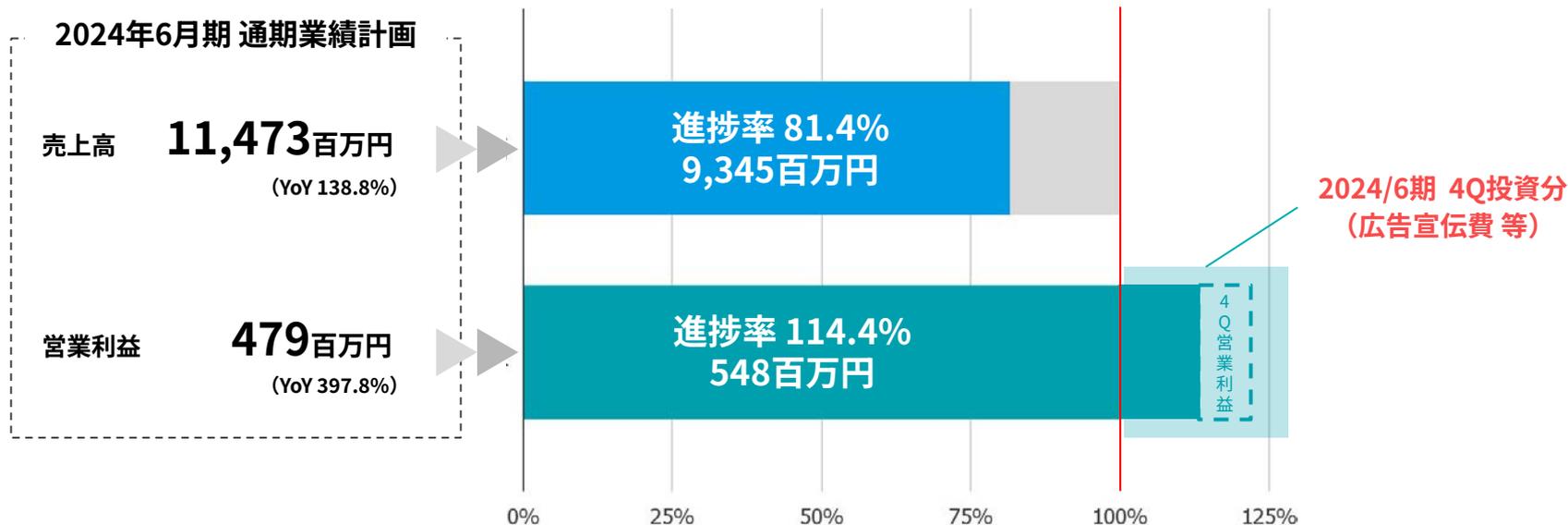
業績ハイライト | 2024年6月期 四半期別推移

- **売上高** 観光HR事業が全体を牽引、前期3Q累計比+58.4%の増収で過去最高を更新
- **営業利益** 地方創生事業において新規開業施設や既存施設へ積極的な投資を実施するも前期3Q累計比+19.1%の増益
- **当期純利益** 新規上場に伴う増資等による法人税負担額の増加により前期比で減益

(百万円)	23年6月期				24年6月期				前期3Q累計比	
	1Q	2Q	3Q	3Q累計	1Q	2Q	3Q	3Q累計	増減額	増減率
売上高	1,792	1,853	2,251	5,898	3,289	2,933	3,121	9,345	+3,447	+58.4%
観光HR	1,579	1,755	2,199	5,534	3,064	2,825	3,032	8,922	+3,387	+61.2%
地方創生	193	80	29	303	204	87	64	356	+53	+17.6%
情報システム	19	17	22	60	21	20	24	66	+6	+10.3%
営業利益	189	122	149	460	344	120	83	548	+88	+19.1%
観光HR	154	149	223	527	330	190	242	763	+235	+44.6%
地方創生	42	▲16	▲60	▲34	21	▲61	▲154	▲194	▲159	-
情報システム	▲7	▲11	▲13	▲32	▲7	▲7	▲4	▲20	+12	▲37.4%
◆営業利益率	10.5%	6.5%	6.6%	7.8%	10.4%	4.1%	2.6%	5.8%	▲1.9pt	-
経常利益	189	130	152	472	349	121	80	551	+79	+16.7%
◆経常利益率	10.5%	7.0%	6.7%	8.0%	10.6%	4.1%	2.5%	5.9%	▲2.1pt	-
当期純利益	188	120	91	400	226	71	13	311	▲89	▲22.2%

業績ハイライト | 計画予算 進捗状況

- 売上高・営業利益ともに計画予算を上振れて堅調に推移
- 営業利益については今期4Qにおいて、来期にむけた広告宣伝等に投資予定 → **計画予算どおりの着地を想定**



業績ハイライト | 財務情報

【貸借対照表 (B/S)】 単位：千円

資産の部	2023年6月	2024年6月3Q	増減率(%)
流動資産	2,741,906	3,589,274	+ 30.9
現金及び預金	1,777,687	2,179,866	+ 22.6
売掛金	928,784	1,372,853	+ 47.8
その他	35,435	36,555	+ 3.1
固定資産	404,139	949,975	+ 135.0
有形固定資産	217,168	648,929	+ 198.8
無形固定資産	74,857	172,466	+ 130.3
投資その他の資産	112,112	128,579	+ 14.6
資産合計	3,146,045	4,539,249	+44.2

負債の部	2023年6月	2024年6月3Q	増減率(%)
流動負債	1,794,090	2,211,283	+ 23.2
未払金	689,424	941,976	+ 36.6
短期有利子負債	229,489	245,823	+ 7.1
未払法人税・消費税等	424,200	560,395	+ 32.1
その他	450,973	463,084	+15.2
固定負債	388,120	441,298	+13.7
長期有利子負債	368,007	393,233	+ 6.8
その他	20,113	48,065	+ 138.9
負債合計	2,182,210	2,652,581	+ 21.5

純資産の部	2023年6月	2024年6月3Q	増減率(%)
株主資本	963,160	1,885,993	+ 95.8
資本金	10,000	315,578	+3,055.7
資本剰余金	—	305,578	—
利益剰余金	953,160	1,264,837	+ 32.6
新株予約権	674	674	0
純資産合計	963,835	1,886,668	+ 95.7
負債・純資産合計	3,146,045	4,539,249	+44.2

05

GROWTH STRATEGY

中長期的な成長戦略

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

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

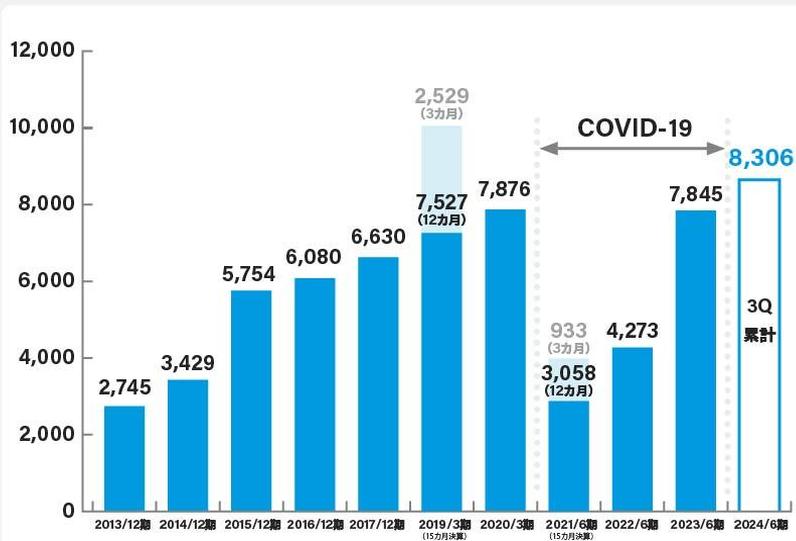
中期

長期

成長戦略① | 観光HR事業のKPI

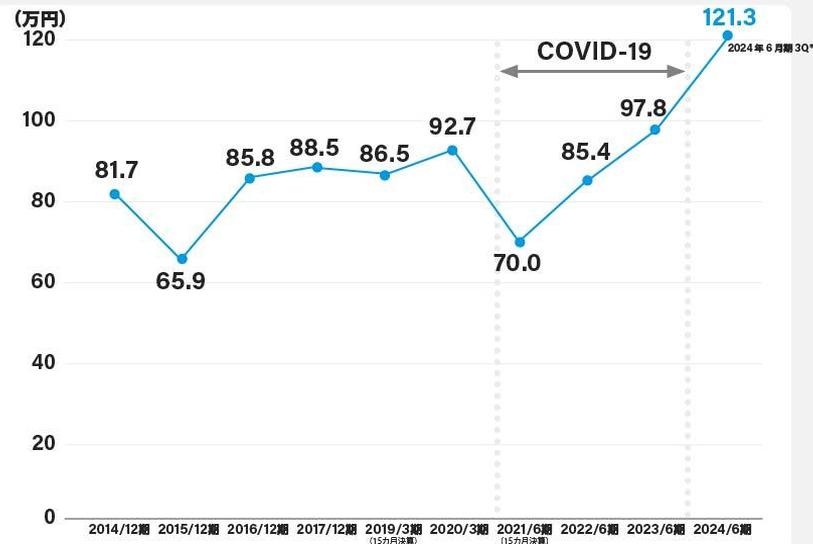
- 売上高は、主に「**就業者数**」×「**就業者1人あたりの売上高**」から構成される
- 特に、就業者数の増加を最重要KPIとし**人材の獲得に注力**することでの成長を目指す

就業者数



* 2019年3月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カ月間の就業1人あたり売上高86.5万円を記載しております。また、2021年6月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カ月の就業1人あたり売上高70.0万円を記載しております。

就業者1人あたりの売上高



* 就業者1人あたり売上高は、1年間(12カ月)の派遣売上高を総就業者数(派遣のみ)で除して算出しております。そのため、2024年6月期3Qの実績については2023年4月～2024年3月の期間で算出しております。

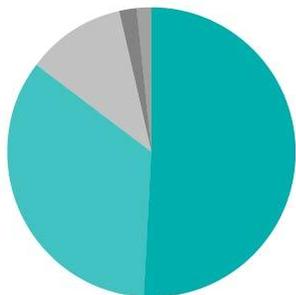
成長戦略① | 観光HR事業・若手人材の獲得

- 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、WEBサイトデザイン改修と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」をどの程度ご存じですか。
- 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

- 若手人材に対して大型プロモーション展開。「リゾートバイトといえば、ダイブ」の認知を得ることで、市場拡大を図る。
- WEBサイトデザイン改修とSEO強化を行う。

*1 ノバセル株式会社「リゾートバイトに関する調査」2023.4

成長戦略① | 観光HR事業・シニア人材の獲得

- 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、WEBデザイン・訴求内容の出し分け等の最適化を行う

シニア人材の市場環境

高齢就業者数 **912**万人^{*2}
19年連続で増加

Resort Baito Dive 成長戦略

当社就業者のシニア人材(50歳以上)が急増
全体に占めるシニア人材割合も急上昇
2012年 0.78% → 2023年6.62%



- シニア人材のニーズにあわせた求人強化。
- シニアの移住検討層に対して、ひとつの老後の選択肢・生き方として認知獲得を図る。

*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。

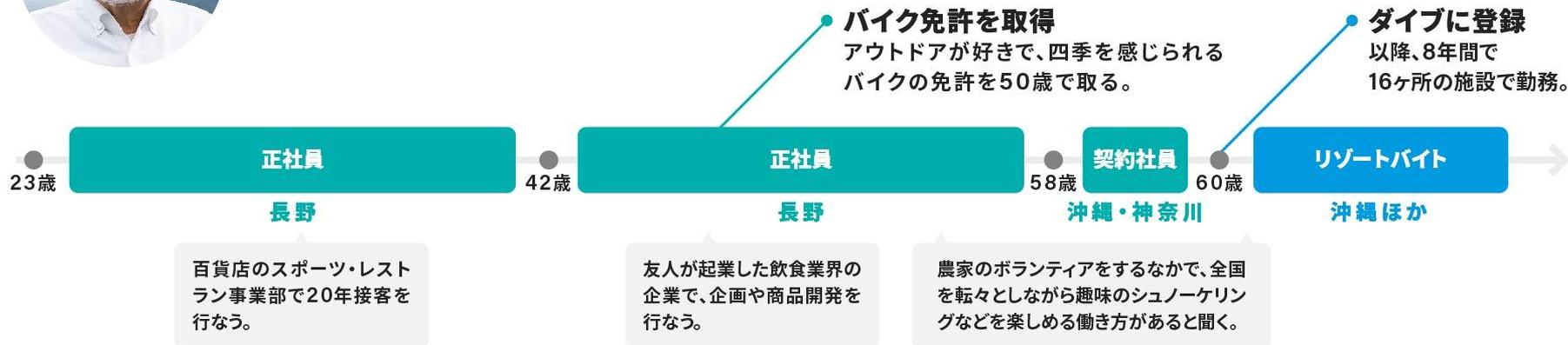
*2 総務省「統計トピックスNo.138 統計からみた我が国の高齢者―「敬老の日」にちなんで―」2023.9.17

当社人材データ(プロフィール) | シニア人材



お金ではない価値があるリゾートバイトで、人生を謳歌しています。

60代後半・男性・長野出身



エリア・期間・職種(一部抜粋)

- 神奈川・箱根(2021/02~2021/05) 調理補助
- 北海道・小樽(2022/04~2022/06) 調理補助
- 新潟・湯沢(2022/07~2022/11) 調理補助
- 沖縄・本島(2022/12~2023/02) 調理補助
- 沖縄・本島(2023/03~2023/05) 調理補助
- 沖縄・本島(2023/06~2023/08) 調理補助

User's Voice スタッフの声

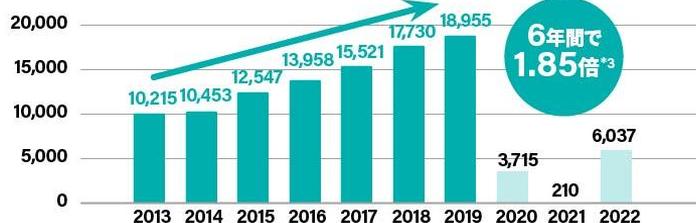
一言でいうと、リゾートバイトをすることで人生を謳歌しています。食を通して、地域ごとの独自性ある料理を学べたり、出会ったことのない人に会えたり、交流ができました。生きていくだけのお金は必要ですが、収入が目的ではありません。都市部では経験があっても高齢で働き口がないという話を友人から聞きますが、地方のリゾート地では働き口もあるし、趣味を存分に楽しみながら働けます。リゾートバイトには、お金ではない価値を感じています。

成長戦略① | 観光HR事業・外国人人材の獲得

- 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見込み。かつ特定技能人材は17万人まで急増中だが産業分野別でみると宿泊業は395人^{*2}と最も少なく、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

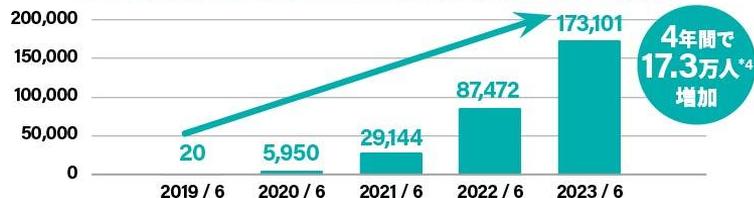
外国人人材の市場環境

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

● 参加人数2.8万人超のFacebookグループ運営

外国人人材への情報発信を目的として、2019年より当社が運営するFacebookグループ『外国人関連 VISA グループ【特定技能(SSW)・技能実習・育成就労・技人国・就労ビザ・留学・インターンなど全般OK!』は、世界99か国28,000人以上(2024年1月30日現在)が参加するまでに成長。今後も情報発信を継続するなどして当社の認知度向上を図る

● 各国送り出し機関、団体との連携強化

宿泊分野での特定技能人材の採用活動は、海外在住の人材採用が主流。当社は5カ国・12カ所の送り出し機関と契約を締結済み。またインドネシアのAP2LN(送り出し機関の連合体)、ネパールのJALTAN(日本語学校の連合体)、フィリピンのJEPPCA(送り出し機関の連合体)の3団体との連携も進んでおり、先行優位性を活かし、連携先の拡大を図る

^{*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5年11月末現在：速報値

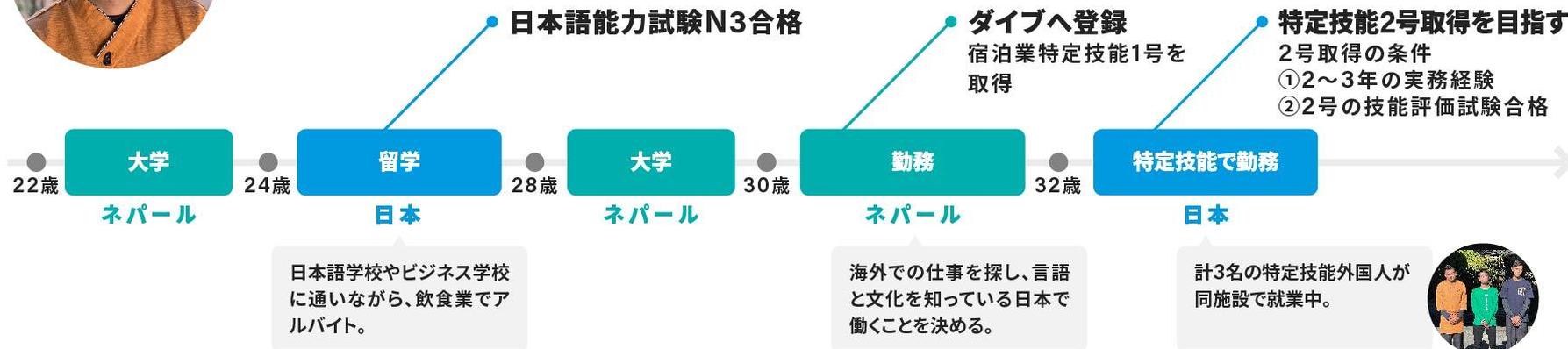
^{*3} 外務省「ビザ(査証)発給統計」2013年～2022年 ^{*4} 出入国在留管理庁「特定技能在留外国人数」令和元年～令和5年 各年6月末現在 ^{*5} 2024年1月時点

当社人材データ(プロフィール) | 外国人人材



経験を積み、特定技能2号に合格して家族を日本に連れてきたいです！

30代前半・男性・ネパール出身



エリア・期間・職種

- 熊本・黒川温泉(2023/09～) 館内全般業務

User's Voice スタッフの声

日本の経済力・文化・医療技術・教育レベルなどは世界でも有名で進んでいるので、娘の将来にいい影響が与えられると思います。一刻も早く実務経験を積み重ねて特定技能2号に合格し、母国に残してきた妻と娘を日本に連れて来たいです。

※特定技能2号では、在留期間更新の上限がなくなるほか、家族の帯同が認められます。



成長戦略② | 地方創生事業

- 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、ハコモノをつく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

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

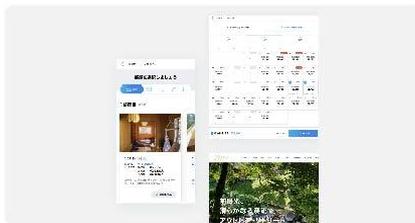
観光HR事業との連携により、どんな地方地域でも
人材を確保し、安定運営が可能。



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。



Dive
Hotels

当社初のホテル業態 | クラフトホテル瀬戸内 (CRAFT HOTEL Setouchi)

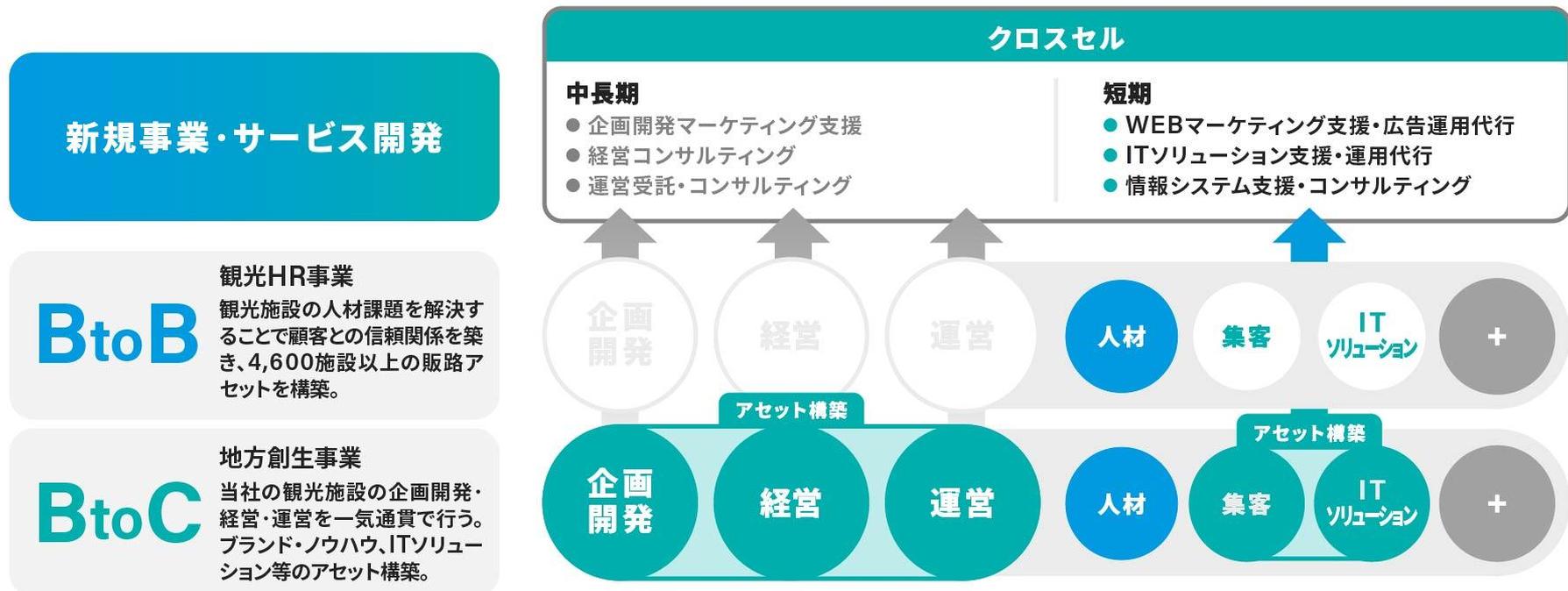
- 2020年5月に閉業した全35室の三本松ロイヤルホテルを、土地建物約8,000万円の好条件で買い付けかつ、東かがわ市企業立地促進補助金を活用するため、観光施設として約5,000万円の支援を受けられる
- 「滞在型アウトドアホテル」へとコンセプト変更を行い、リニューアル工事を実施。2024年3月に開業

Before



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。

06

APPENDIX

リスク情報・サステナビリティ

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のうえ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面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

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。

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、保証していません。

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。

Dive