

---

The logo for dip, consisting of the lowercase letters 'dip' in a bold, sans-serif font.

Labor force solution company

ディップ株式会社（東証プライム 2379）

**2024年2月期 第3四半期  
決算説明資料**

2024年1月11日

1	企業価値向上に向けた取り組み	P 3
2	2024年2月期 第3四半期 連結業績	P 11
3	2024年2月期 業績予想	P 15
4	DX事業 事業概要・進捗	P 22
5	人材サービス事業 進捗	P 32
6	株主還元	P 46
7	Appendix	P 51

2024年1月1日に発生しました  
「令和6年能登半島地震」により  
亡くなられた方々に  
謹んでお悔やみを申し上げます。

また、被災されました皆様に  
心よりお見舞い申し上げます。

当社は、被災者の救援活動及び被災地の復興に  
役立てていただくため、総額1,000万円を  
特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパンに  
寄付することを決定しました。

被災地の一日も早い復興を  
心より祈念しております。

#### ■ 特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパンについて

ピースウィンズ・ジャパンは、国内外で自然災害、  
あるいは紛争や貧困など人為的な要因による人道危機や  
生活の危機にさらされた人びとを支援する  
日本発の国際協力NGOです。

名 称：特定非営利活動法人ピースウィンズ・ジャパン

代表理事兼統括責任者：大西 健丞

設 立：1996年2月

所在地：広島県神石高原町近田1161-2 2F

東京事務所：東京都渋谷区富ヶ谷2-41-12 2F

主な活動：海外人道支援、災害緊急支援、地域復興・開発  
支援、犬の保護・譲渡活動

URL：<https://peace-winds.org/>

1

## 企業価値向上に向けた取り組み

1. 大谷翔平選手 ブランドアンバサダー就任
2. AIエージェントサービス開発の進捗
3. 人的資本の拡充
4. ステークホルダーとの関係強化
5. ESG経営の評価向上

## ディップのフィロソフィーや企業姿勢に共感いただき WBC開催後、初の企業契約

### 既存の求人広告からAIエージェントへの事業構造転換を企業広告にて訴求

#### ■ フィロソフィー（一部抜粋）

##### 【dip WAY（行動規範）】

<b>dream</b>	自ら夢を持ち、語り、夢の実現に努力する。私は決して途中で諦めない。
<b>idea</b>	アイデアは成長、発展の源である。多様性に溢れた自由闊達な社風をつくり、イノベーターとして価値あるサービスの創造を追求する。
<b>passion</b>	まず自らが熱くなり、周りを熱くする。惜しげなく誉め、共に喜び、悩み、励まし、語り合う。チームワークとリーダーシップで一致団結して勝利を勝ち取る。

##### 【ファウンダーズスピリット（行動哲学）】

<b>ピンチはチャンス</b>	どんな困難も、“発想の転換”でチャンスに変える。たとえチャンスであっても、油断はしない。ものごとをあらゆる角度から俯瞰し、自ら道を切り拓く。
<b>チャレンジし続ける</b>	どんな状況下でも、失敗を恐れず、果敢に挑戦し続ける。ベンチャー精神のもと、イノベーターとして、社会の問題点を解決する。
<b>最後まで諦めない</b>	強い意志と行動力で、途中で決してあきらめない。やり遂げることで失敗しても、そこから学び、より大きな成果を出す。
<b>期待を超える</b>	言われたことをただ受け入れるだけでなく、“考え抜き”、価値あるアイデアを創造し、周囲の期待を超え、自ら高い成長を実現する。
<b>仕事、人生を楽しむ</b>	仕事もプライベートも楽しみ、心身ともに充実した、幸せな人生を送る。
<b>自らが dip を創る</b>	理念のもとに集まる社員一人ひとりが、強い主体性を発揮し、新しいdip の未来を築いてゆく。

#### < ブランドアンバサダーの役割 >

- テレビ、雑誌、Web、屋外広告など 各メディアでの企業広告に活用
- 各種ノベルティでの利用



## 大谷選手とCEO富田がフィロソフィーをテーマに対談

多くのメディアが取り上げ、高い広告効果



▲ 対談時の様子

### ● 動画URL

【dipブランドアンバサダー大谷翔平 フィロソフィーを語る】

<https://www.youtube.com/watch?v=YrTD5yW9PrA>

### ■ 対談動画に多くのメディアが注目 YouTubeで合計100万再生を突破

<本動画が取り上げられた番組・メディア>

#### 【テレビ番組】 (19番組※)

- テレビ東京 「ワールドビジネスサテライト」
- 日本テレビ 「ZIP!」
- 日本テレビ 「Going!Sports & News」
- フジテレビ 「めざましテレビ」
- フジテレビ 「FNN Live News α」
- フジテレビ 「ノンストップ」
- テレビ朝日 「羽鳥慎一モーニングショー」
- テレビ朝日 「スーパーJチャンネル」
- TBS 「ひるおび」
- TBS 「アッコにおまかせ!」

他多数

#### 【その他メディア】

日経電子版、ブルームバーグ、会社四季報オンライン  
日刊スポーツ、オリコンニュース、スポーツ報知

他多数

## 「夢を叶える仕事に出会おう。」をコンセプトにハイブリットプロモーションを展開

### 企業ブランディング向上によりユーザー・顧客基盤が拡充

#### ■新CMを放映（2023年12月31日WBC特番より）



#### 【主な提供番組】

- TBS 大晦日特番「WBC2023 ザ・ファイナル」
- TBS 「ひるおび」
- テレビ東京 「ワールドビジネスサテライト」
- テレビ東京 「カンブリア宮殿」
- テレビ朝日 「報道ステーション」
- フジテレビ 「めざましテレビ」

#### ■多様なチャネルを活用し、プロモーションを展開



▲渋谷スクランブルスクエアの大型ビジョン  
(2024年1月15日より開始)



▲交通広告を全国主要駅で大規模展開  
(2024年1月16日より開始)

#### ■営業活動にステーションナリーを大々的に活用



▲A4クリアファイル



▲卓上カレンダー

※ 画像は現時点でのイメージです

### バイトルAIエージェントのリリースを後倒し

すでに社内限定公開済み。フィードバックを踏まえ  
ユーザーとの会話をより自然なものとするため、追加開発を実施

- (再掲) AIエージェントサービスのビジネスモデル  
「検索型」から「対話型」の仕事選びに転換し、新たな就業機会を創造



## AI活用の全社プロジェクトを推進

営業の顧客提案や求人原稿の修正、システム開発等の幅広い業務に活用

### ■ AI活用による効果の目標

来期（2025年2月期）

**約50万時間**の業務削減・商談時間の創出を目指す

<今期導入した主な取り組み>

#### 営業の顧客提案支援ツール（独自開発/他社SaaS）

- ・ AIを相手に商談ロールプレイングの実施
- ・ 提案資料などのドキュメント作成時における文章生成

削減目標：約30万時間

#### 求人ページ改善ツール（独自開発）

求人原稿の改善案を自動で作成し、改善ポイントや根拠を解説

削減目標：約4万時間

#### 開発支援ツール（Github Copilot）

コードの自動生成、入力時の正誤チェックを実施

削減目標：約4万時間

### ■ 新たに「闇バイトチェックAI」を導入開始 広告審査の工数を大きく削減見込み

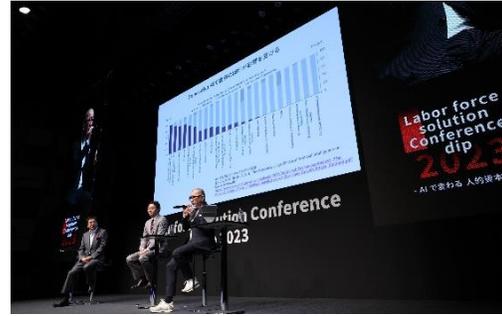


#### 闇バイトチェックAIとは

- ・ 当社開発のAIが、インターネット等で公開されている事例データを学習し、顕在的な闇バイトを検出。
- ・ 潜在的な闇バイトも検知すべく、ユーザーから直接申告を受ける「闇バイト相談窓口」をタイトル等のサイト上に設置予定（2024年1月中）

リリースURL：<https://www.dip-net.co.jp/news/1964>

## 「AIで変わる 人的資本経営」をテーマに 「Labor force solution Conference dip 2023」を開催（10月24日） 200社を超える未取引の顧客企業から受注を獲得。さらなる顧客開拓を目指す

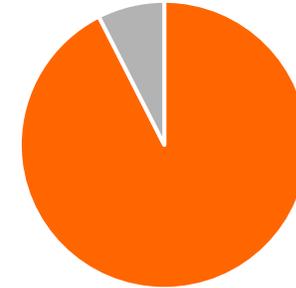


▲カンファレンスの様子

### ■カンファレンス実施の結果

会場・オンライン合わせて3,600社を超える顧客企業が参加

カンファレンス全体満足度



93%が  
とても良かった  
良かった  
と回答

### ■コンテンツ概要

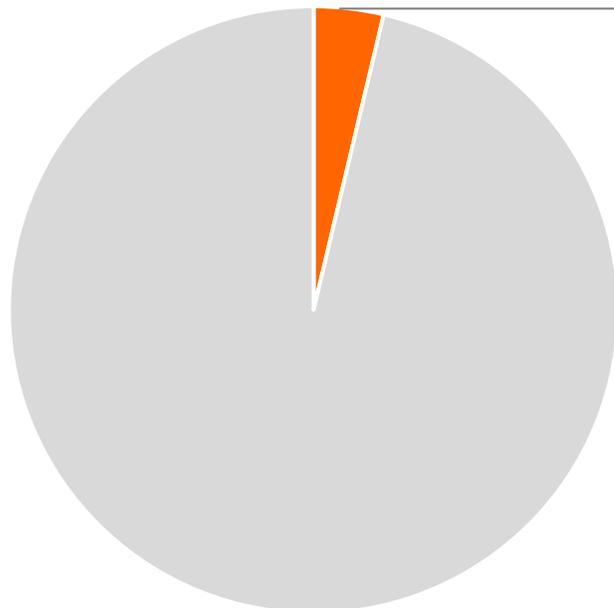
- 1 AI時代の新たな働き方を探る  
▶ 日本におけるAI研究の第一人者である松尾豊氏と、「AI時代の新たな働き方」についてディスカッションを実施
- 2 「dip ワークプレイス診断」で明らかになった「人が集まる&定着する職場」のキーポイント  
▶ 「dip ワークプレイス診断」という職場診断ツールを実施した結果から、「人が集まる&定着する職場」についてディスカッションを実施
- 3 働く喜びを感じられる職場づくり  
▶ 社外取締役の島田氏がモデレーターを務め、JR東日本テクノハート TESSEI様と一家ダイニングプロジェクト様の働く喜びを感じられる職場づくりの事例を紹介

### ■参加者から寄せられた主な感想

- 「求人媒体の会社」というイメージが払しょくされた。
- 生成AIをはじめ、貴社の新しいものへのチャレンジ的な取り組み姿勢を強く感じた。
- 人的資源を活用する上での内省とアイデアを数多く頂けた。
- 働く人の気持ちに沿った人材獲得、定着、生産性改善について考えていきたい。

## 女性取締役比率が東証プライム上場企業で『No.1』

### ■プライム市場上場企業※1における女性役員※2の割合



女性役員比率が  
30%以上の企業は  
**3.7%**

出所：内閣府男女共同参画局『企業における女性登用の加速化について』を参考に当社作成  
 ※1 2023年7月31日時点のプライム市場上場企業（1,834社）  
 ※2 取締役、監査役及び執行役

### ■2023年 女性取締役比率ランキング※

ランキング順位 (同率の企業は 時価総額順)	社名	業種	女性取締役 合計人数	取締役 合計人数	取締役における 女性比率 (対前年増減)
1位	ディップ	サービス	5 (+3)	9 (+3)	55.6% (↑)
2位	ニデック	電気機器	5 (+1)	10 (-1)	50.0% (↑)
3位	ZOZO	小売業	5 (+5)	11 (+3)	45.5% (↑)
4位	サントリー食品 インターナショナル	食品	4 (+2)	9	44.4% (↑)
5位	伊藤忠テクノ ソリューションズ	サービス	3	7	42.9%
6位	コーセー	化学	5 (+2)	12 (+2)	41.7% (↑)
7位	ソニーグループ ローソン	電気機器 小売業	4 2	10 5	40.0% 40.0%
9位	リクルートホール ディングス 良品計画 カゴメ	サービス 小売業 食品	3 (+1) 3 (+2) 3	8 (+1) 8 (-1) 8 (-2)	37.5% (↑) 37.5% (↑) 37.5% (↑)
12位	かんぽ生命保険 日本特殊陶業 LIXIL	保険 窯業 非鉄金属製品	4 (+2) 4 4	11 (+1) 11 11	36.4% (↑) 36.4% 36.4%
16位	ケースホールディングス ゆうちょ銀行 大和証券グループ本社	小売業 銀行 証券	4 (+1) 5 (+2) 5 (+1)	11 14 (+1) 14	36.4% (↑) 35.7% (↑) 35.7% (↑)

出所：日経Xwoman  
 ※ 2023年7月14日時点のプライム市場上場企業を対象に集計



## 2024年2月期 第3四半期 連結業績

## ■ 業績ハイライト

### 全社

- ・ 売上成長が想定よりも鈍化、営業利益が前年同四半期比で減少
  - ・ DX事業は高い成長を継続。一方、人材サービス事業は売上高成長の鈍化により売上高は前年同四半期比+6.3%の137億円
  - ・ 広告宣伝費の効率運用が進み、広告宣伝費・販売促進費比率が低下。人件費率は上昇
- 2026年2月期（再来期）には、今期の新卒社員の売上創出は年間100億円超となる想定**

### DX事業

- ・ 売上高、月額課金対象社数の成長が継続
- ・ 事業成長のために必要な投資（人員増強、プロダクト開発等）を行いつつ、**黒字が拡大**

### 人材サービス事業

- ・ 売上高、セグメント利益の成長が鈍化
- ・ コールセンター・事務の求人広告市場の悪化、飲食領域の想定よりも緩やかな市場回復が影響

## 売上成長が想定よりも鈍化、営業利益が前期比で減少

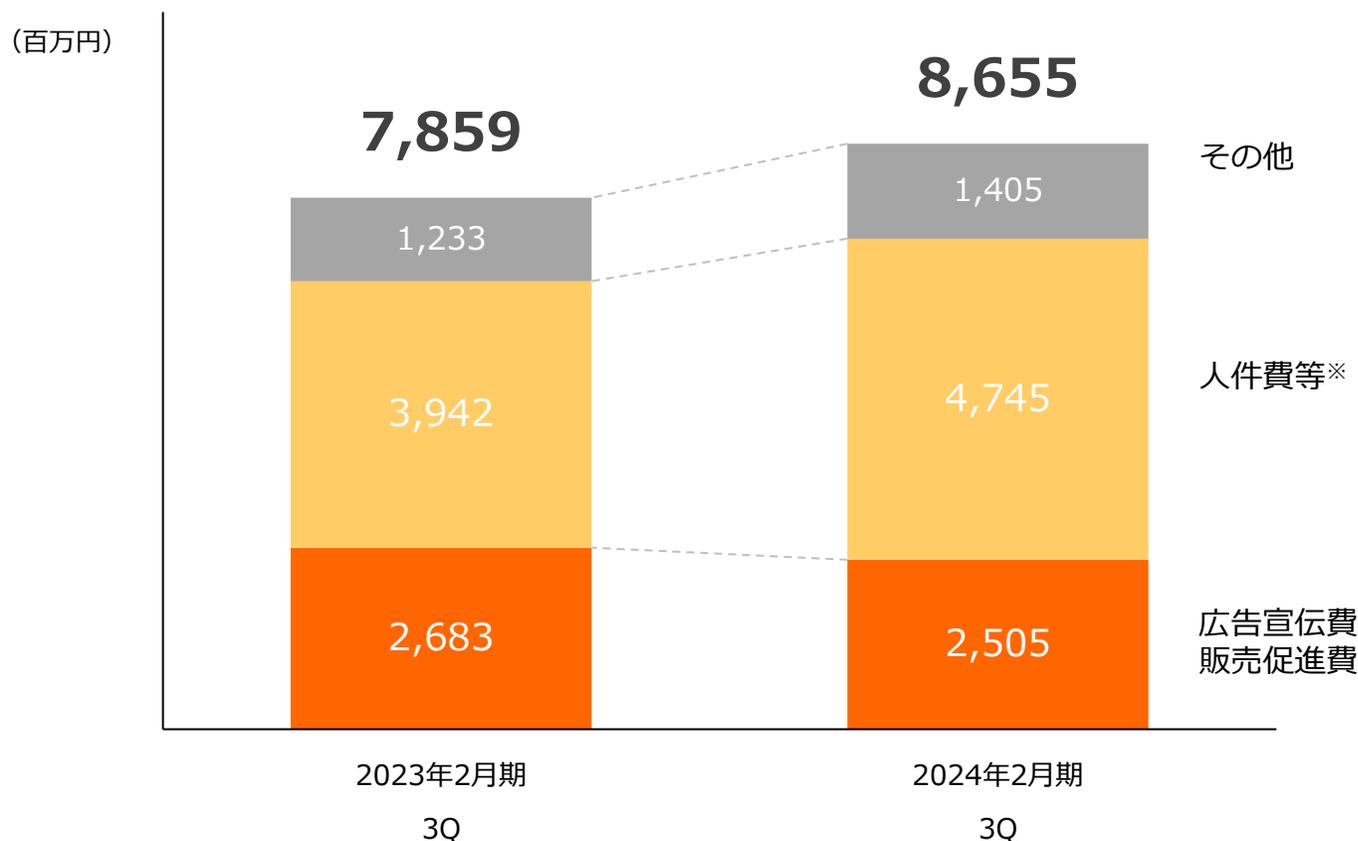
コールセンター・事務の求人広告市場の悪化、飲食領域の想定よりも緩やかな市場回復の影響

		2023年2月期 第3四半期	2024年2月期 第3四半期	前年同四半期比
		(百万円)	(百万円)	
全社	売上高	12,899	<b>13,709</b>	+6.3%
	営業利益	3,708	<b>3,586</b>	▲3.3%
	経常利益	3,717	<b>3,567</b>	▲4.0%
	親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,561	<b>2,463</b>	▲3.8%
DX事業	売上高	1,234	<b>1,519</b>	+23.1%
	セグメント利益	571	<b>737</b>	+29.1%
人材サービス 事業	売上高	11,664	<b>12,190</b>	+4.5%
	セグメント利益	4,383	<b>4,522</b>	+3.2%

広告宣伝投資の効率運用が進み、広告宣伝費・販売促進費比率が低下。人件費率は上昇

新卒社員採用は先行投資であり、  
2026年2月期（再来期）には、今期の新卒社員の売上創出は年間100億円超となる想定

■ 販売費及び一般管理費の内訳



＜広告宣伝費＞  
バイトルPROの投資を減らし、  
4メディアのWEB広告を一体運用。  
独自のプロモーション施策も奏功し、  
対売上比率が2.5%pt低下

＜人件費＞  
新卒社員612名（うち営業人員数516人）  
採用による人員増等により増加

\* 人件費等には給与、福利厚生費等のほか採用関連費および教育費等を含んでおります。

3

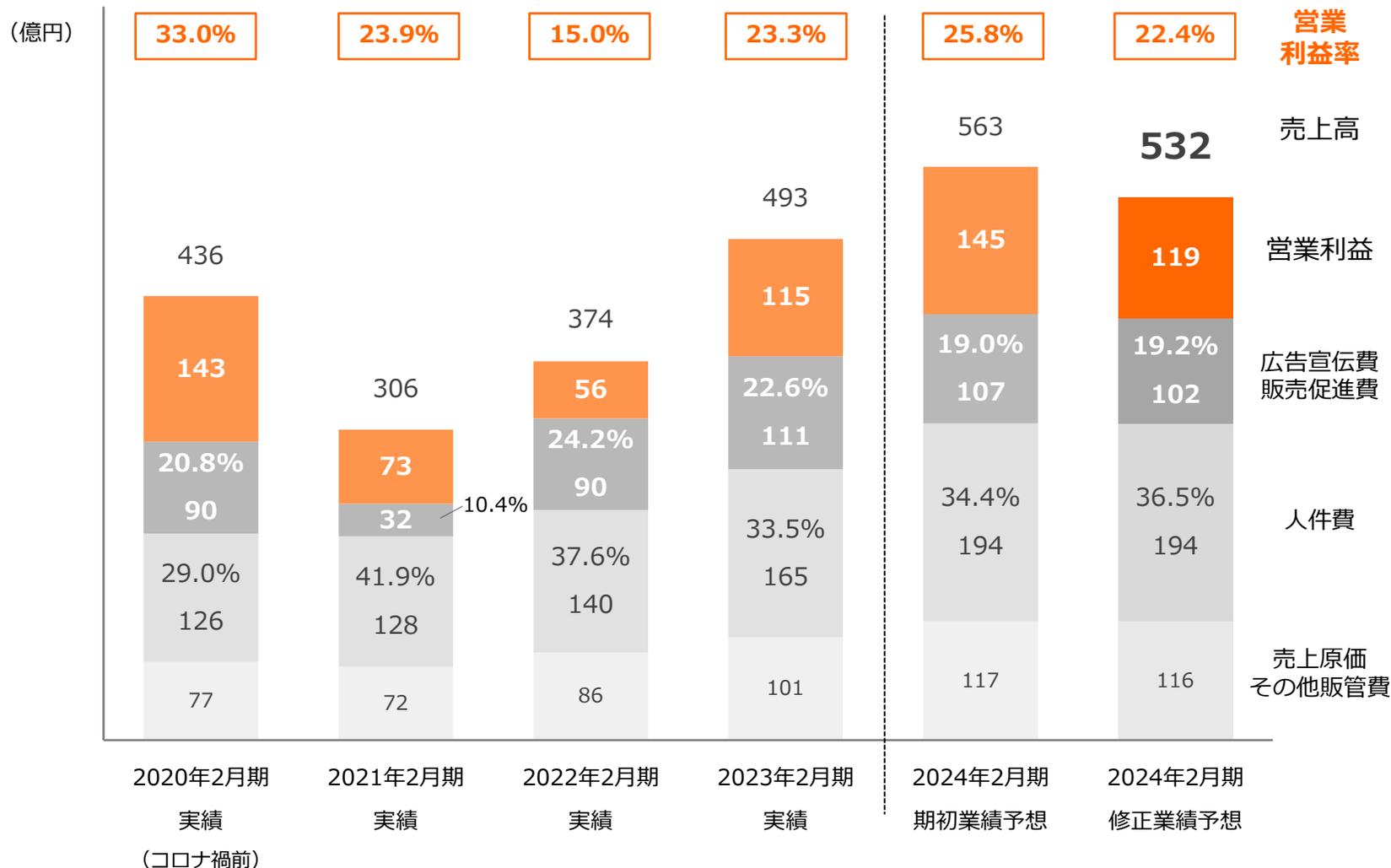
## 2024年2月期 業績予想

## 通期業績予想を下方修正

## 今期のROEは 21.5% の見通し

	2023年2月期 通期実績	2024年2月期 期初業績予想	2024年2月期 修正業績予想	前年比 通期
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	
全社	売上高	49,355	56,300	<b>+7.8%</b>
	営業利益	11,538	14,500	<b>+3.1%</b>
	経常利益	11,599	14,100	<b>+0.0%</b>
	親会社株主に帰属する 当期純利益	7,935	9,400	<b>+4.6%</b>
DX事業	売上高	4,778	5,700	<b>+23.5%</b>
	セグメント利益	2,132	2,300	<b>+31.3%</b>
人材サービス 事業	売上高	44,577	50,600	<b>+6.1%</b>
	セグメント利益	14,849	18,100	<b>+11.1%</b>

# 2024年2月期 通期業績予想 ② 下方修正の背景



## 売上高の下方修正の背景

- ①コールセンター・事務領域の求人広告市場の急速な悪化による人材会社向け売上の減少
- ②飲食領域での想定より緩い回復ペース（回復基調は継続）

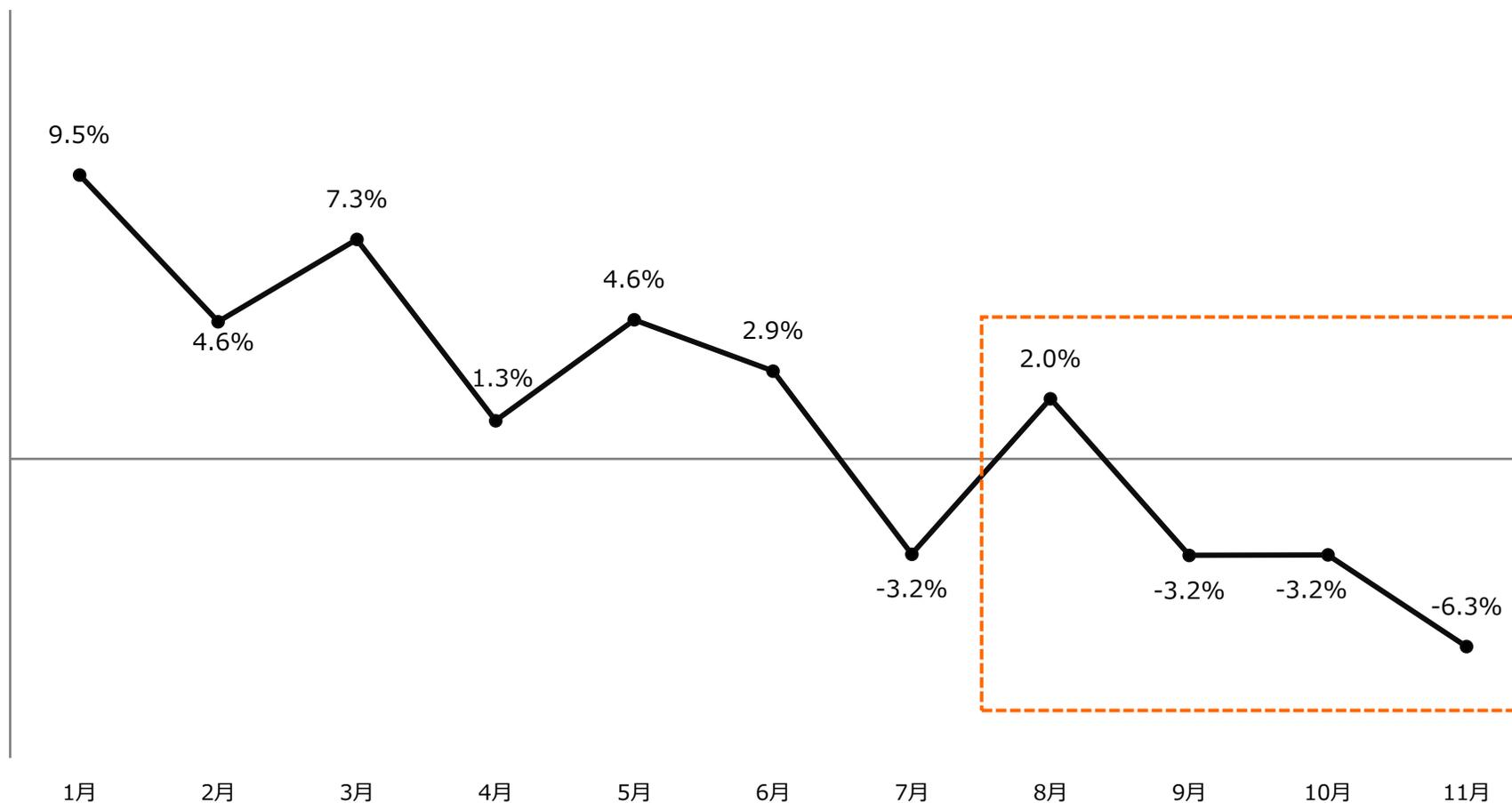
## 営業利益の下方修正の背景

上期、売上が想定よりも若干弱かったものの、プロモーションの効率運用による広告宣伝費減により、概ね想定通りの営業利益を確保。下期、売上要因（①②）に加え、AIエージェントリリースに向けた企業広告の積極投資の実施が背景

注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。

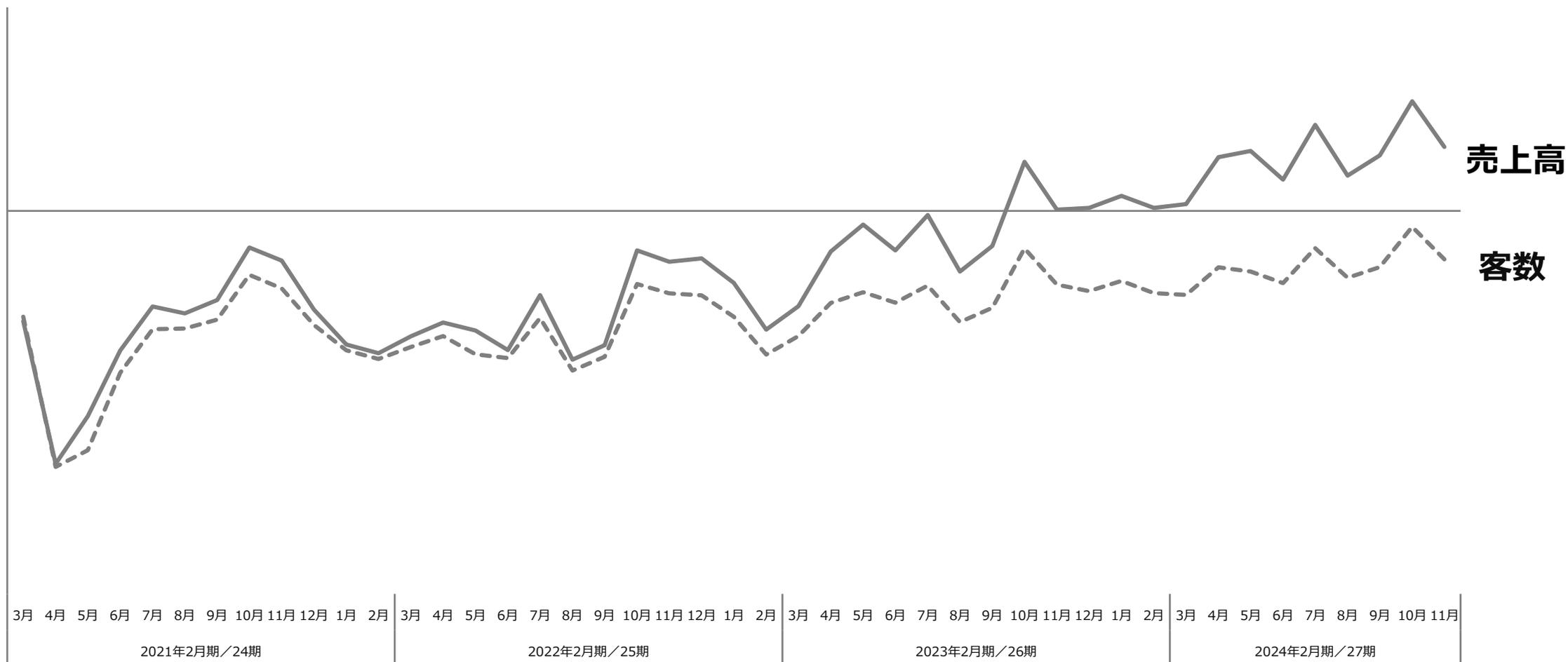
事務・製造の求人広告市場が悪化。飲食領域は、想定よりも緩い回復ペース

■ アルバイト・パート 新規求人倍率 前年比推移



売上高がコロナ前を超えている一方、客数はコロナ前まで回復していない  
回復基調は継続しており、今後も緩やかな成長が続いていくと想定

■ 飲食事業者の売上高・客数推移 (コロナ前対比の増減率)



## 派遣会社・代理店の売上が減少

### ■メディア（求人広告）サービス 顧客カテゴリー毎の売上高の前年同期比増減率

2024年2月期 第3四半期

中堅・中小	116%
大口	108%
人材会社 (派遣/BPO)	95%
代理店	95%

期初の想定よりは弱いものの、  
高い成長率が継続

コールセンター・事務領域の求人広告市場の悪化  
により減収（製造領域の市況悪化の自社への影響は限定的）

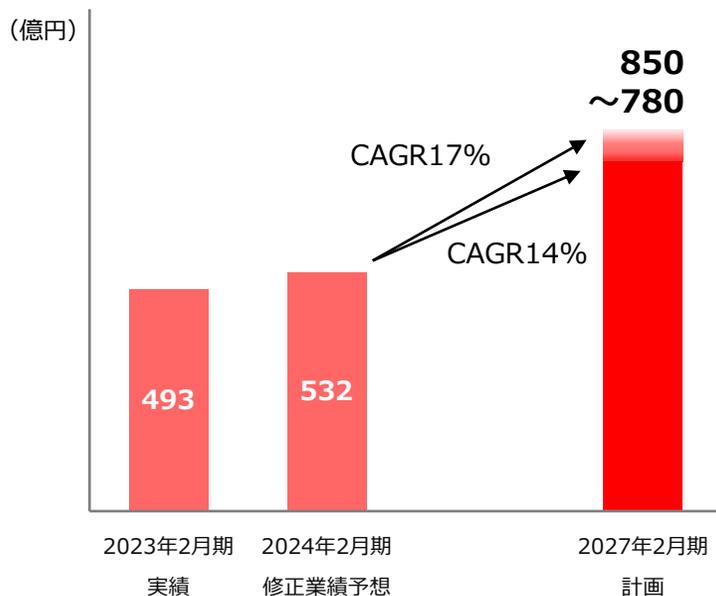
代理店の営業人員リソース減少による減収

## 中期経営計画「dip30th」の数値計画に変更無し

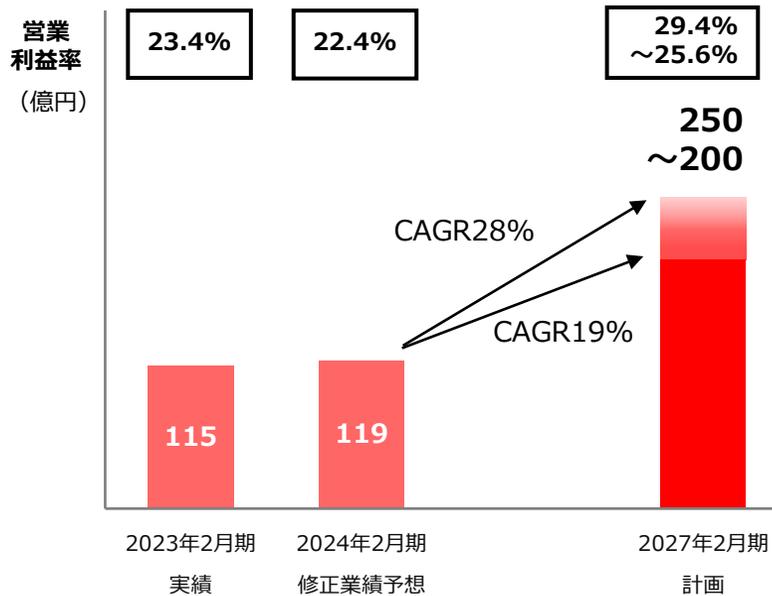
業績予想修正の背景である市場環境の変化等は織り込み済

### ■ 「dip30th」の数値計画

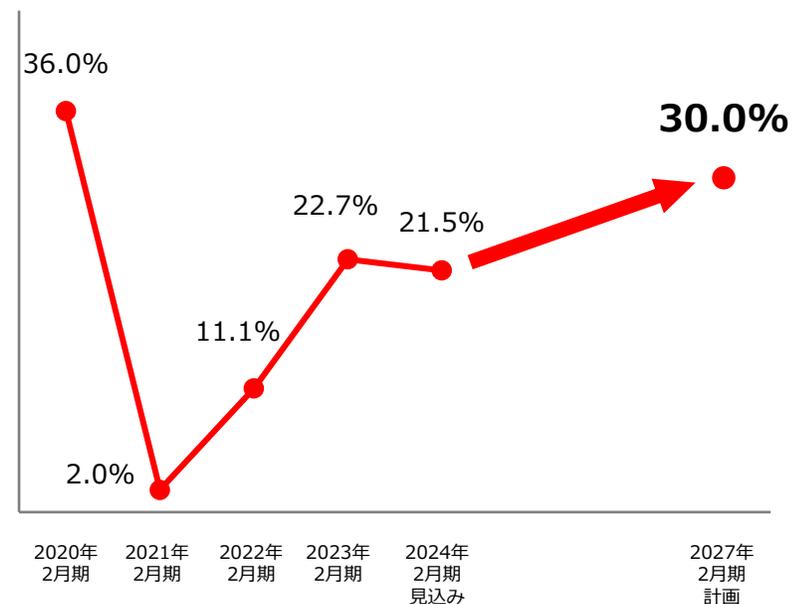
#### 売上高計画



#### 営業利益計画



#### ROE



4

## DX事業 事業概要・進捗

1. DX事業の概要
2. 2024年2月期 第3四半期 業績
3. 2024年2月期 第4四半期 重点施策
4. 今期の事業計画

ビジョン  
"Labor force solution company"

人材サービスとDXサービスの提供を通して、  
労働市場における諸課題を解決し、  
誰もが働く喜びと幸せを感じられる社会の実現を目指します。

人材サービス事業

Human work  
force solution

バイトル バイトルNEXT はたらこねっと  
バイトルPRO ナースではたらこ 介護ではたらこ

×

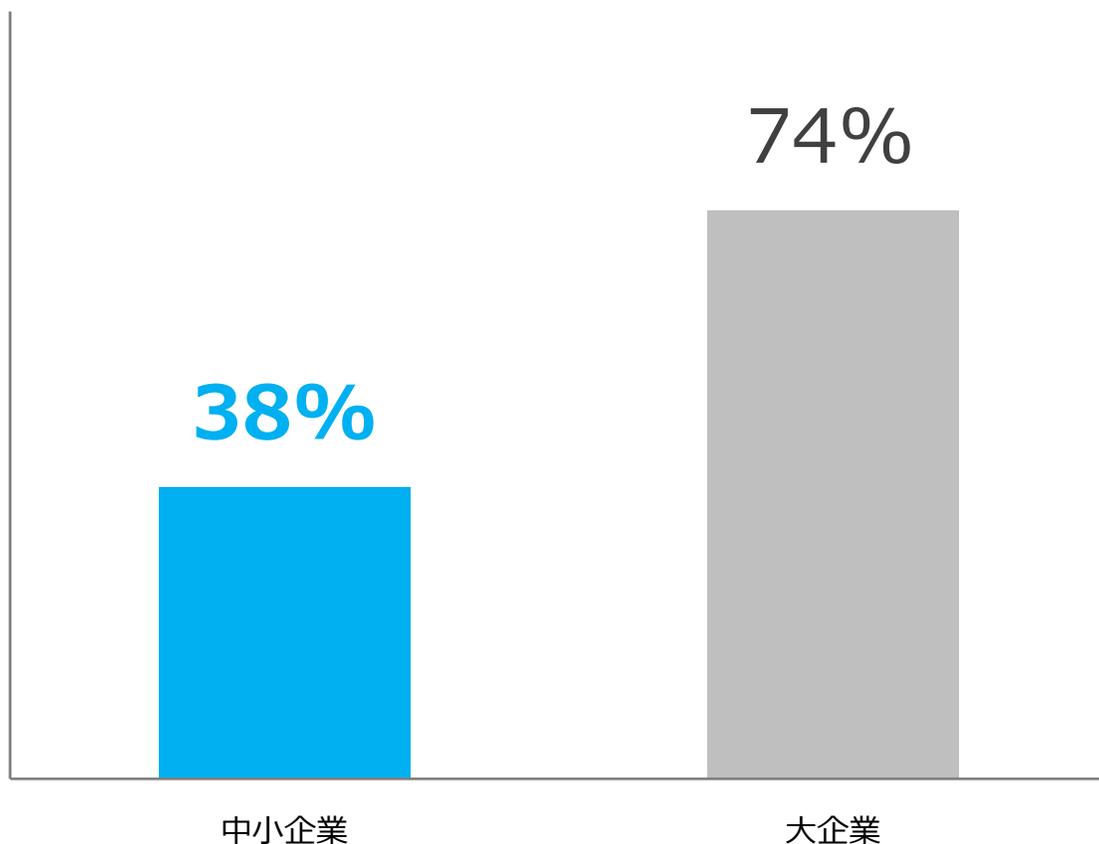
DX事業

Digital labor  
force solution

コボット

## 日本では、中堅・中小企業におけるDX導入の余地が大きい

### ■ 企業規模別 DXを推進している企業の割合



#### 中堅・中小企業のDX化遅れの原因

- ・ どの業務を効率化できるかわからない
- ・ 導入にあたり、コスト・手間がかかる
- ・ 導入後、機能を使いこなせない



#### 中堅・中小企業のDX導入のポイント

- ・ 安価かつシンプルな商品設計
- ・ 導入にあたっての支援
- ・ 充実したカスタマーサクセス

出所：経済産業省『令和3年度年次経済財政報告—レジリエントな日本経済へ：強さと柔軟性を持つ経済社会に向けた変革の加速—』に基づき当社作成

## 中堅・中小企業向けDX市場を創出

当社の  
強み

**中堅・中小企業に特化した  
商品設計**

自社商材および  
提携先（スタートアップ企業等）  
の商材をパッケージ化し、  
優れたUI・UXで安価に提供



**2,000名超の直販営業と  
15万社の顧客基盤**

人材サービス営業1,900名※  
+ 専任営業140名超※

コボット  
シリーズ  
の特徴

**シンプルな機能**



**中堅・中小企業向けの  
価格設定**



**導入が容易**



**導入から保守・運用までワンストップで提供**

※ 2023年4月時点

## 採用・人事業務効率化

ストック  
商品

**採用ページコボット** 2021年6月提供開始  
20,000円/月～

自社での採用ページの作成が不要に  
職場紹介動画等のタイトル独自機能を搭載した  
オリジナルの採用サイトをすぐに作成

ストック  
商品

**面接コボット** 2019年11月提供開始  
30,000円/月～

応募者との採用面接スケジュールの自動調整  
(チャットボットでの自動対応)

フロー  
商品

ストック  
商品

**人事労務コボット** 2021年7月提供開始  
24,000円/月～

アルバイト・パートの  
入社・労務管理をペーパーレスで完結

## 営業支援

ストック  
商品

**HRコボット** 2019年9月提供開始  
40,000円/月～

派遣会社様の営業先リストの自動作成  
営業先へのコール代行サービス 等

## 販促支援

ストック  
商品

**常連コボット for LINE** 2021年12月提供開始  
9,800円/月～

LINE上のアプリで会員証を発行し  
来店ポイントやクーポンを付与  
飲食・小売店等の販促を支援

ストック  
商品

**集客コボット for MEO** 2023年3月提供開始  
30,000円/月～

MEO※対策に必要な施策を代行  
MAP検索における店舗表示の向上

※Map Engine Optimization :  
Googleマップ向けの地図エンジンで検索結果の上位に表示されるために  
様々な施策を行うこと

ストック  
商品

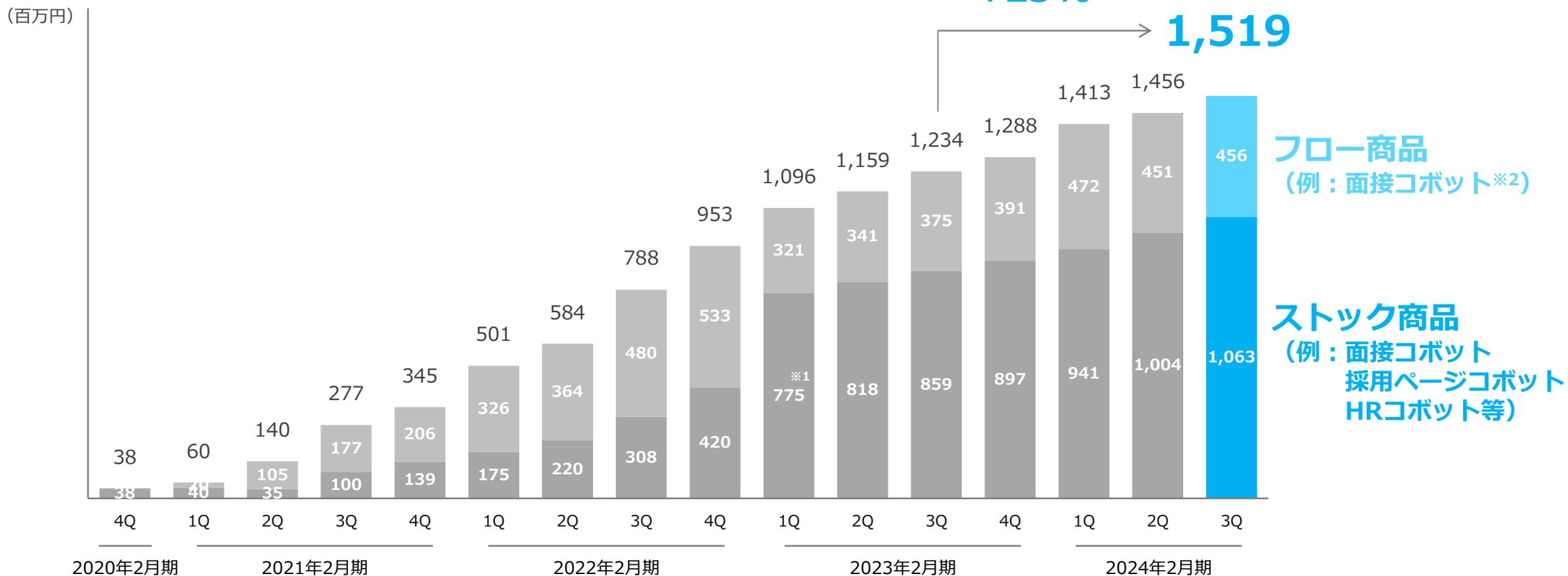
**集客コボット for SNS Booster**

SNSアカウントから予約が可能  
予約台帳機能により飲食店の顧客管理を支援

2023年10月提供開始  
20,000円/月～

### 前年同四半期比+23%と高成長を継続

#### ■ 売上高推移

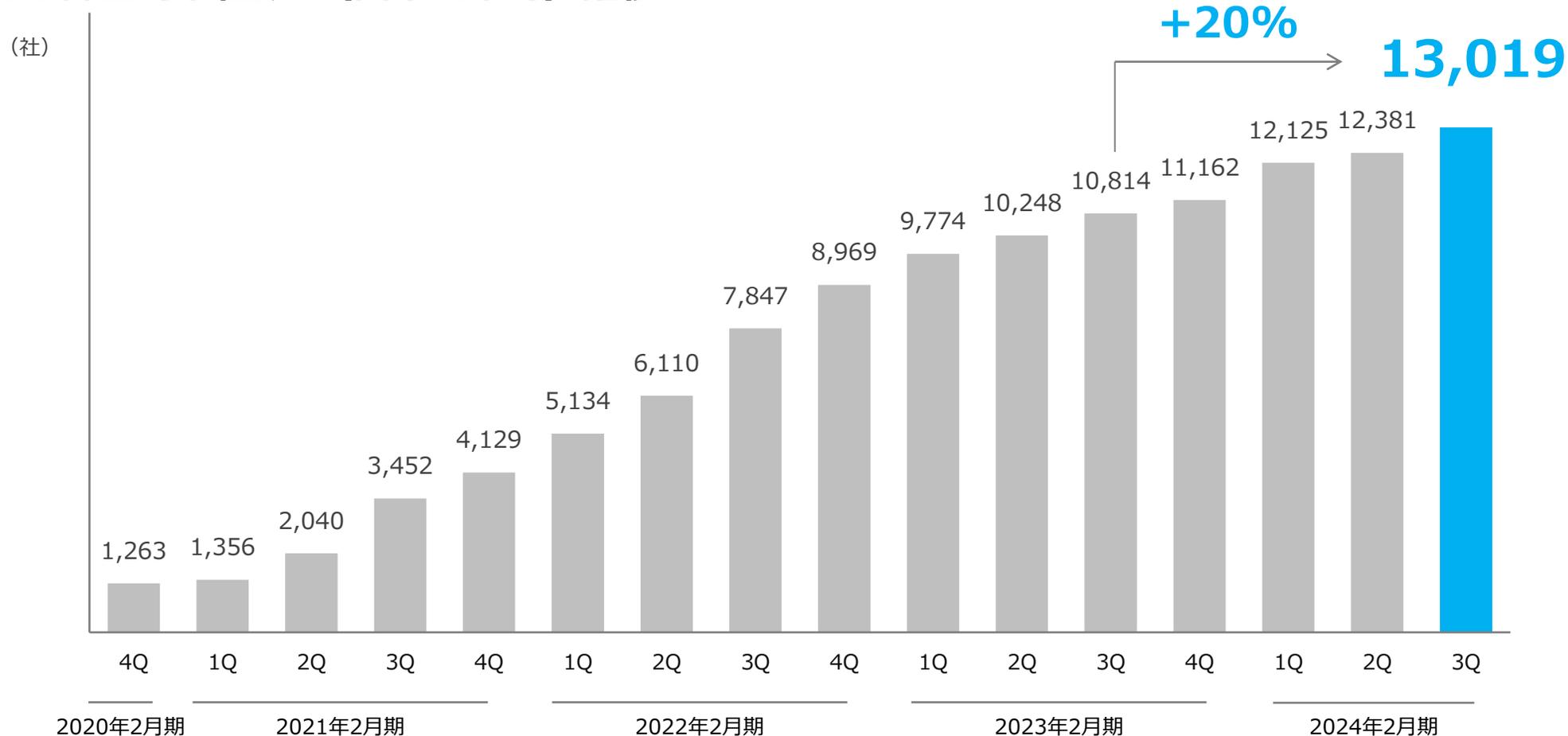


※1 「HRロボット for 応募対応」と契約期間1年以上の「面接ロボット」について、解約率が改善したことに鑑み、ストック売上に含めております。

※2 契約期間1年未満の面接ロボット

月額課金対象社数も前年同四半期比で大きく成長

■ 月額課金対象社数※（四半期平均）推移



※ 有料サービスを利用した企業数（ユニーク社数）

## 月額課金対象社数を伸ばし、高い売上成長を継続

	23年2月期 4Q 実績	24年2月期 1Q 実績	24年2月期 2Q 実績	24年2月期 3Q 実績	24年2月期 4Q 計画 (2023年7月修正)
四半期平均 売上高	4.2億円	4.7億円	4.8億円	<b>5.0億円</b>	<b>5.8億円</b>
四半期平均 課金 対象社数	11,162社	12,125社	12,381社	<b>13,019社</b>	<b>14,000社</b>
※1 四半期平均 ARPU	3.8万円	3.8万円	3.9万円	<b>3.8万円</b>	<b>4.2万円</b>
※2 ストック 売上比率	70%	67%	69%	<b>70%</b>	(通年で) <b>65%程度 を維持</b>

※1 四半期平均売上高を四半期平均課金対象社数で除して算出

※2 ストック商品（自動更新契約）の売上高を総売上高で除した比率

## 2024年2月期 第4四半期

1

### 既存商品の品質向上 機能拡充

- 効果レポートの発行等により  
アップセル・クロスセルを加速
- 解約率の低減に向け  
採用ページロボットの  
開発を加速

2

### 商品ラインナップおよび プロモーション強化

- 大谷選手の企業広告を活用した  
新たな販促プロモーションを実施
- ウェビナーを随時開催し、  
販促領域の顧客獲得を推進

3

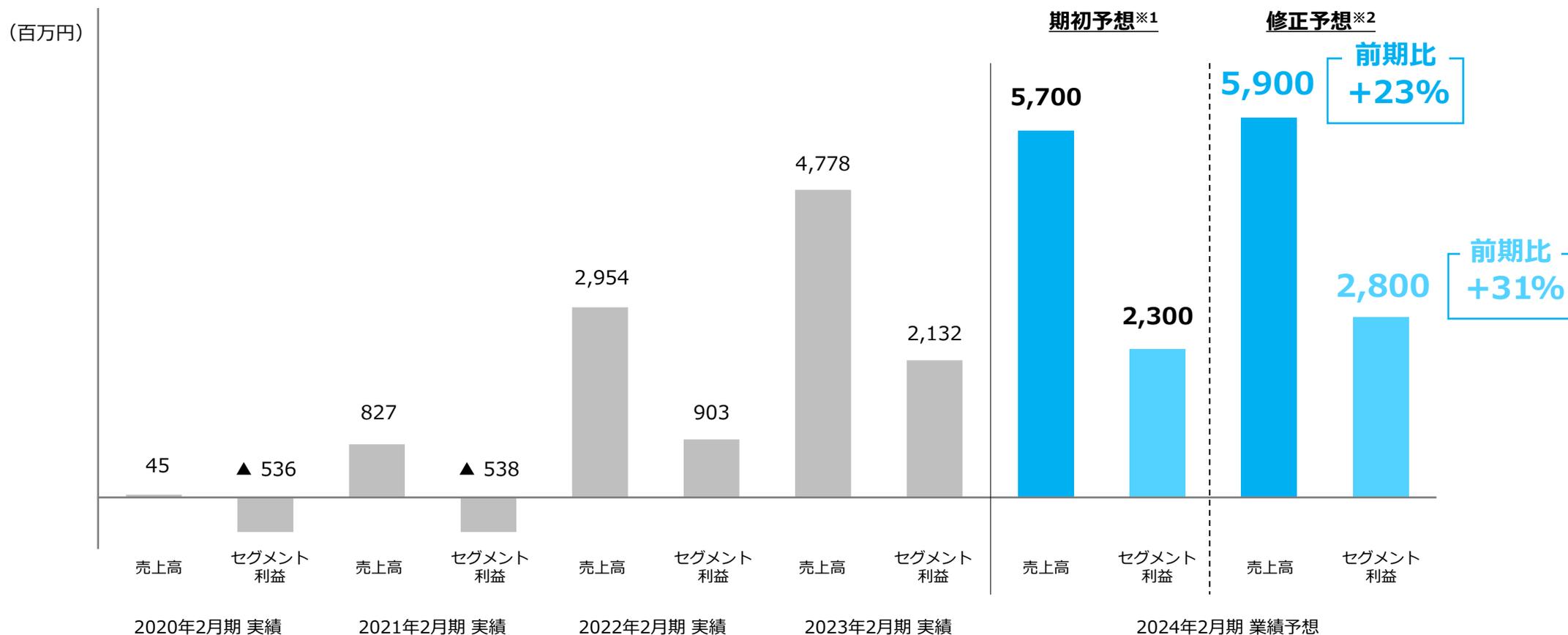
### 営業効率の向上

- AI活用により  
営業の顧客対応を効率化
- 導入・管理画面の設定プロセスを  
簡略化し、サービス利用開始までの  
期間を短縮

## 売上高・セグメント利益の計画を上方修正

新商品の開発を進め、来期以降、年率30%以上の売上成長を目指す

### ■ DX事業 売上高・セグメント利益



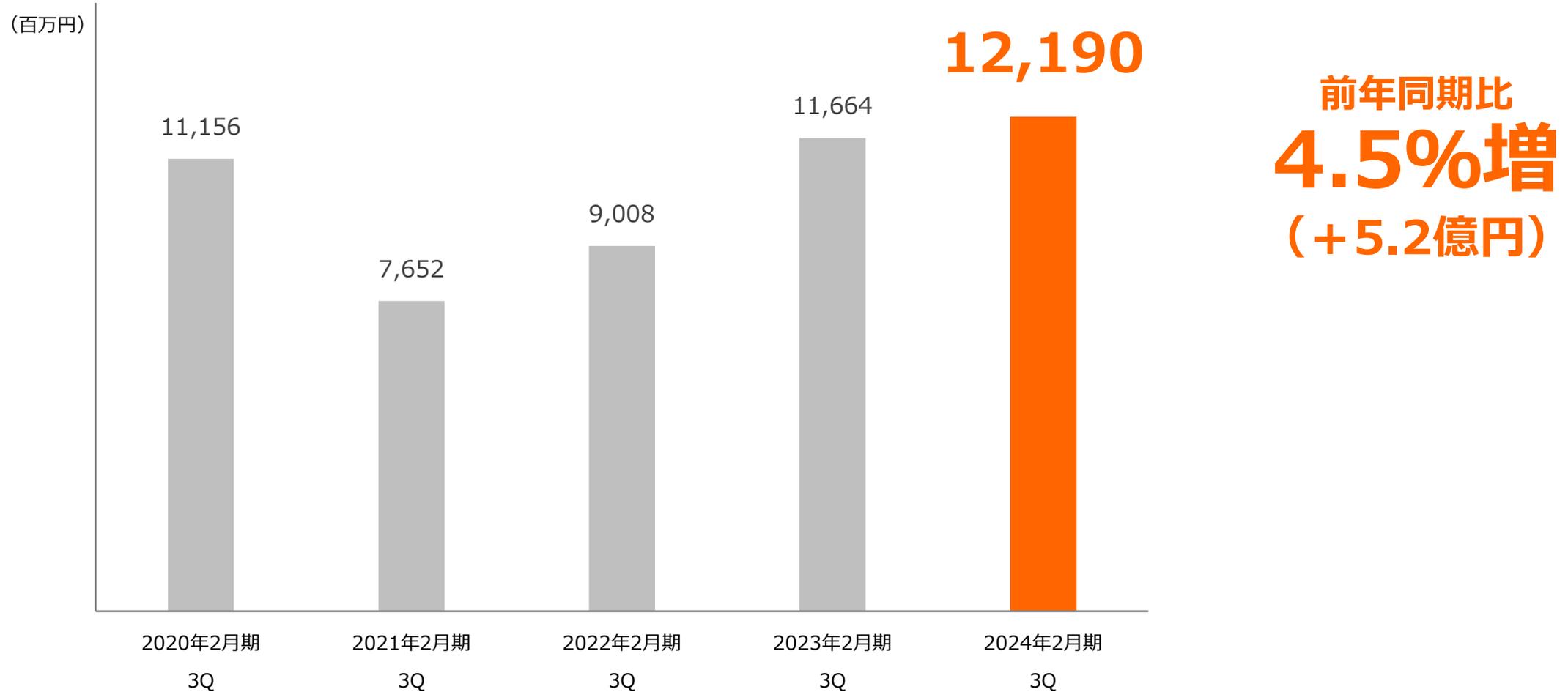
※1 2023年7月時点でKPIを修正する一方、売上・セグメント利益は修正しておりません。今回（2024年1月）修正したものを※2にて記載しております。  
注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。

5

## 人材サービス事業 進捗

1. 2024年2月期 第3四半期 業績
2. メディアサービス
3. エージェントサービス
4. 今期の事業計画

## ■ 人材サービス事業 売上高推移



注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。

# 1. 2024年2月期 第3四半期 業績 ② 売上高内訳

(百万円)

	2023年2月期 第3四半期	2024年2月期 第3四半期		
	実績	実績	前年同四半期比	
			増減額	増減率
メディア（求人広告） サービス	11,206	11,731	+525	+4.7%
エージェント（人材紹介） サービス	430	443	+13	+3.0%

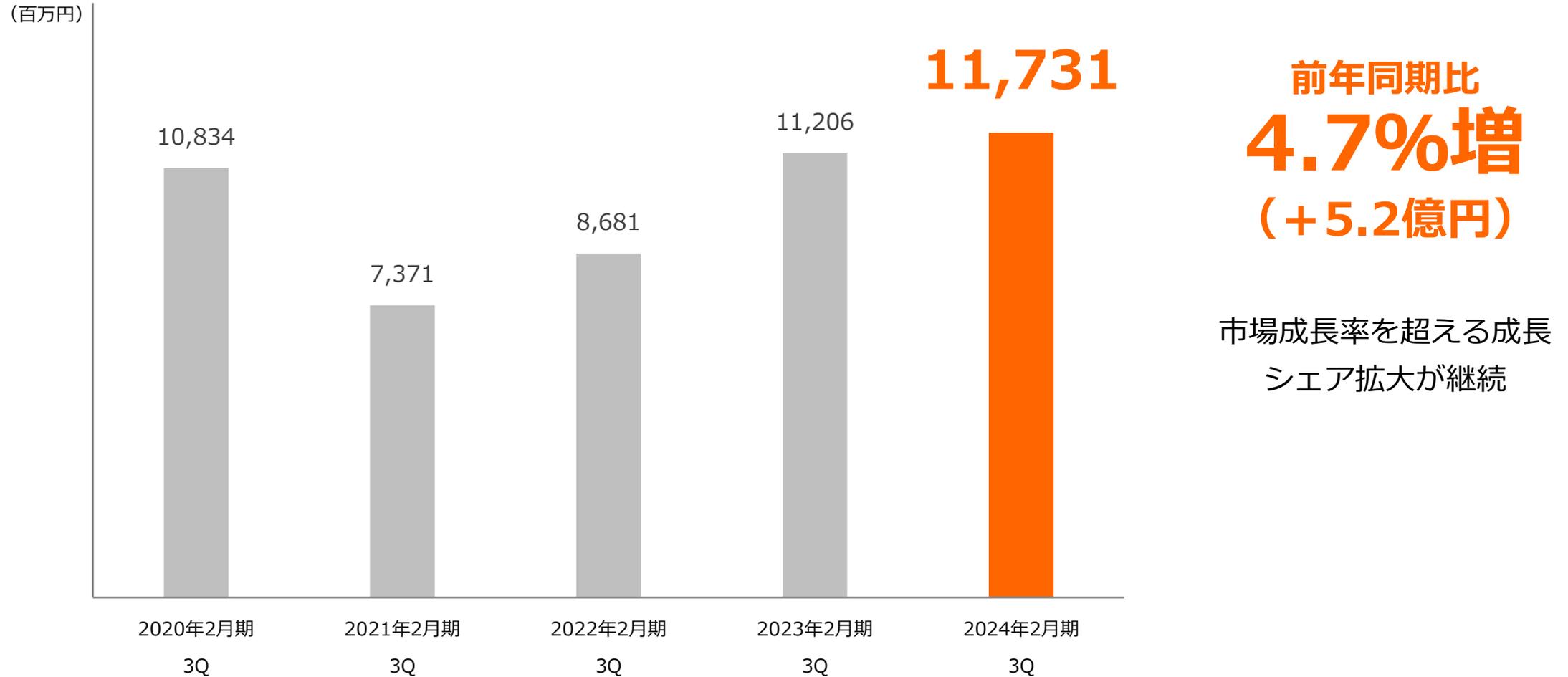
前期から収益認識基準が適用され、同時に販売した商品の値引率は均一化され会計処理されています。

これを踏まえて当第1四半期に弊社における売上管理区分を、商品単位から営業方針と整合するサービスの種類に応じた区分に見直し、サービスの種類を「メディア（求人広告）サービス」「エージェント（人材紹介）サービス」※への表示に変更しています。

※ メディア（求人広告）サービス：バイトル・バイトルNEXT・バイトルPRO・はたらこねっと  
 エージェント（人材紹介）サービス：ナースではたらこ・介護ではたらこ

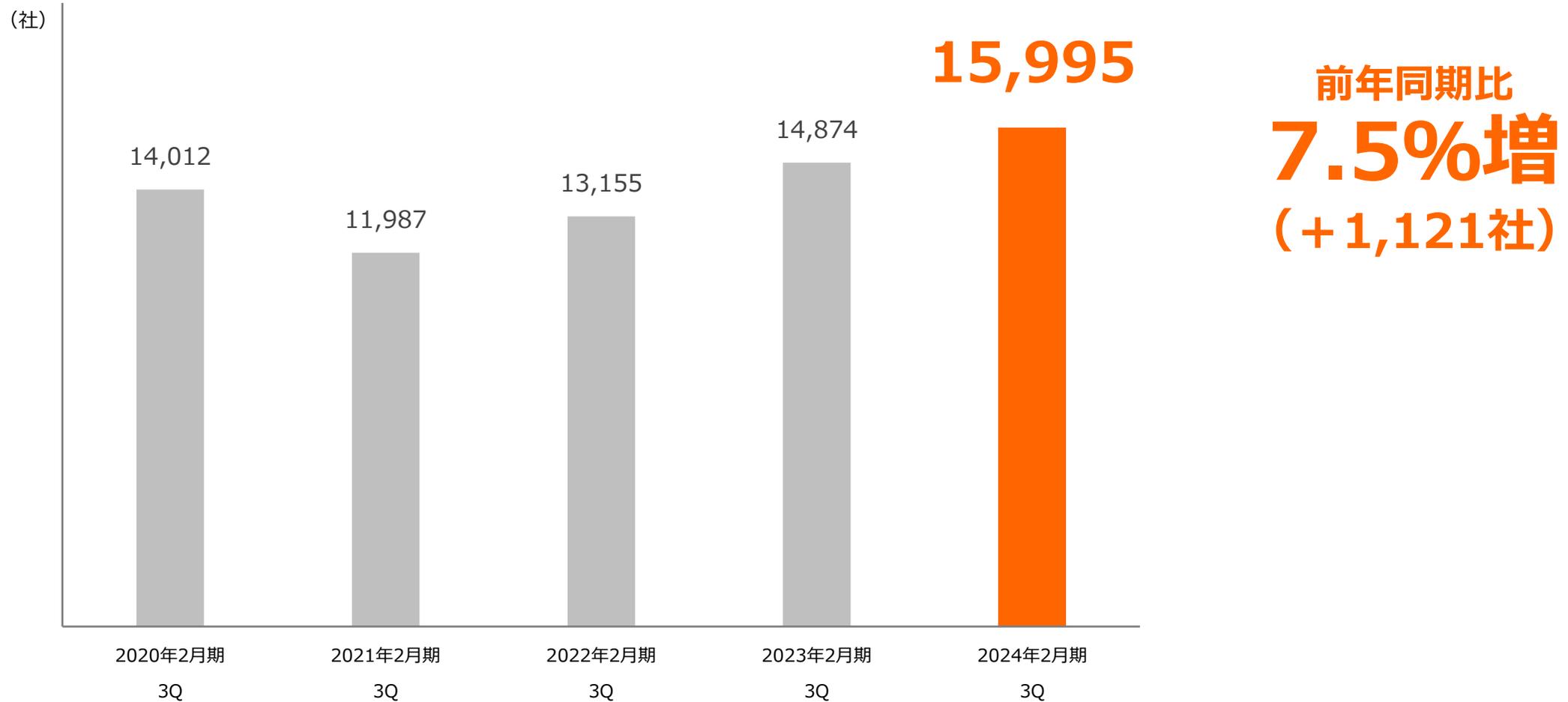
注：当期の人材サービス事業の売上高には、上記2サービスのほか、その他サービスの売上高（14百万円）が含まれます。

### ■ メディアサービス 売上高推移



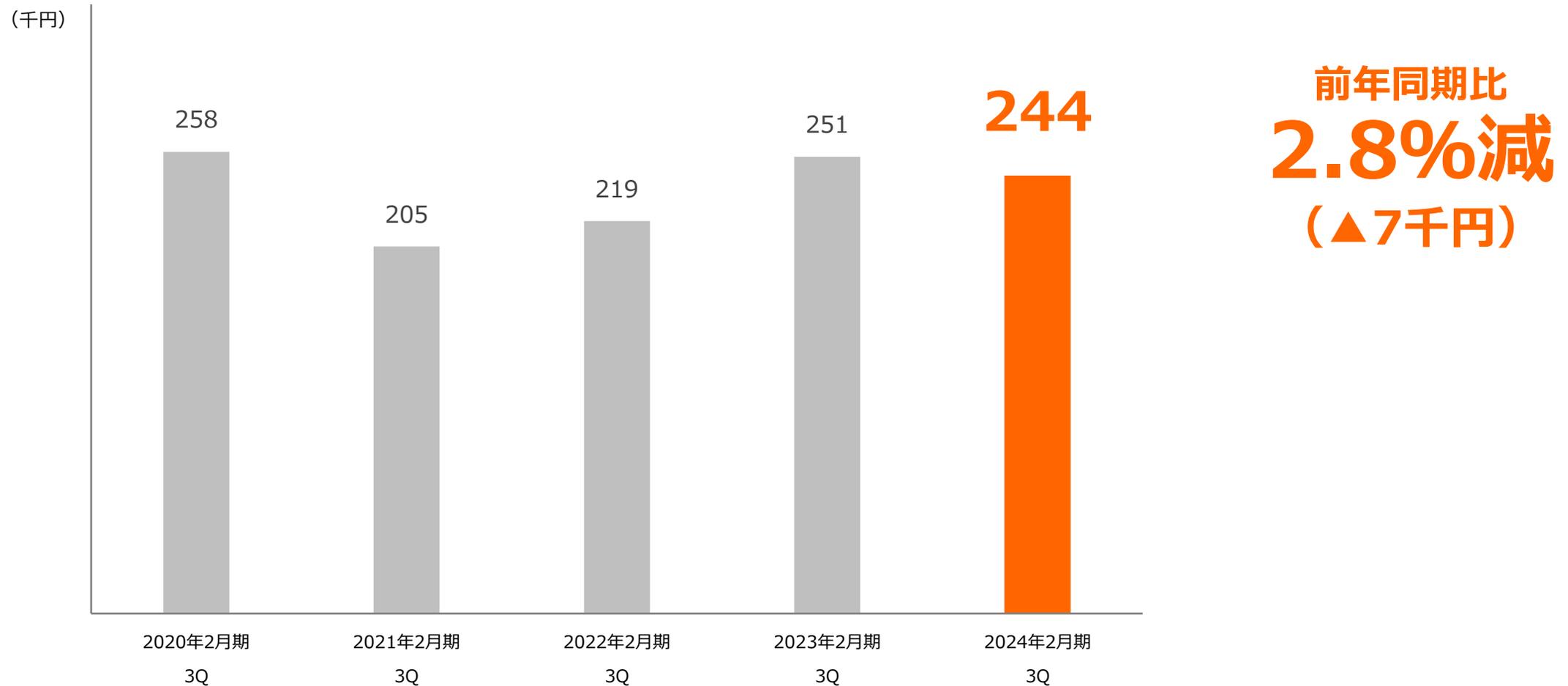
注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。

■ メディアサービス「契約社数」推移（ユニーク※）



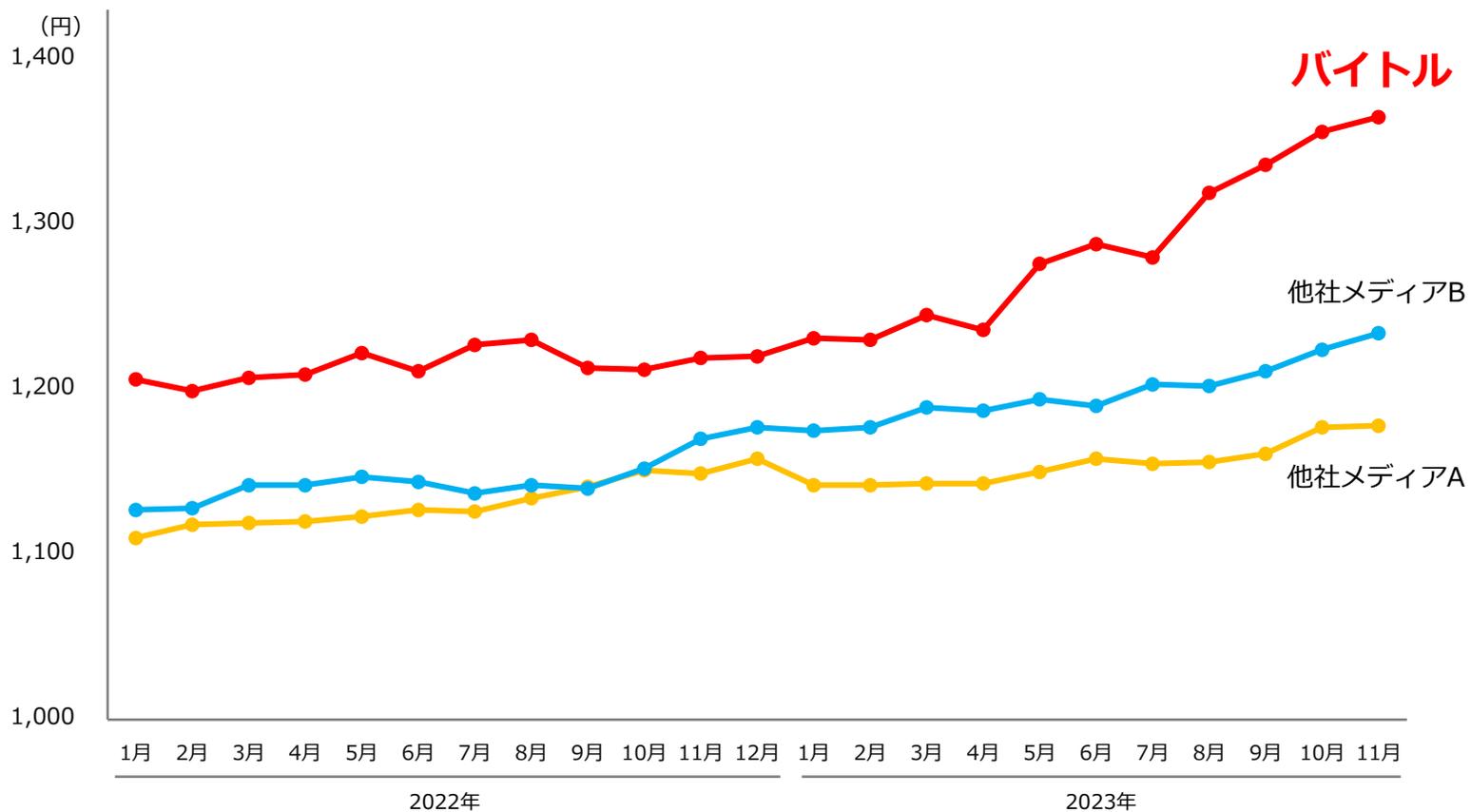
※ バイトル・バイトルNEXT・バイトルPRO・はたらこねっとのうち、複数サービスをご契約頂いた場合1社としてカウントしています。

■ メディアサービス 1契約あたり「単価」推移（ユニーク※）



## バイトル掲載案件の平均時給『No.1』が継続

### ■ バイトル掲載案件平均時給※

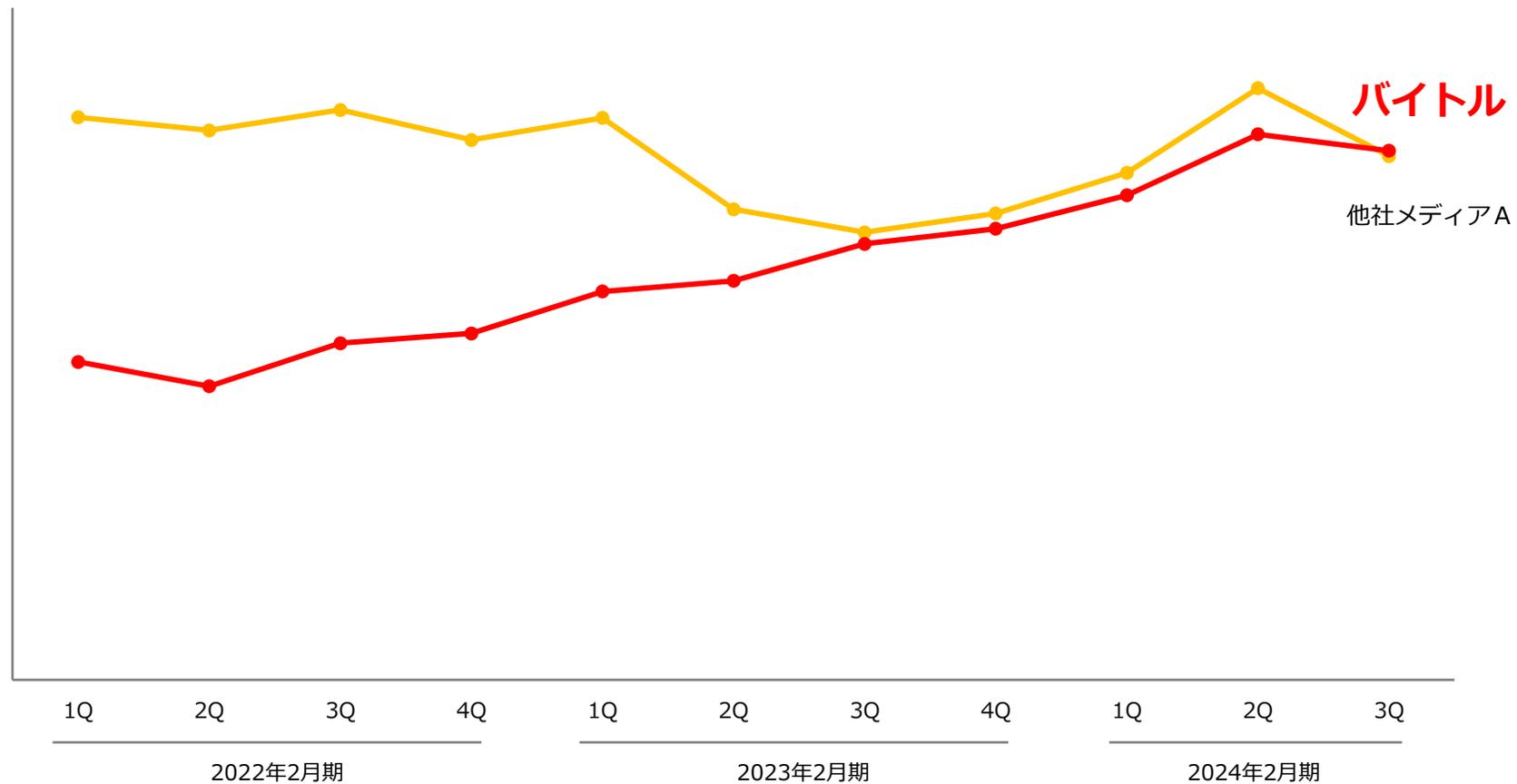


出所：各社平均賃金レポート

※ 調査対象エリア バイトル：全国平均 他社メディアA：3大都市圏平均（首都圏・東海・関西） 他社メディアB：全国平均

## バイトルへの自然流入数で『No.1』を新たに達成

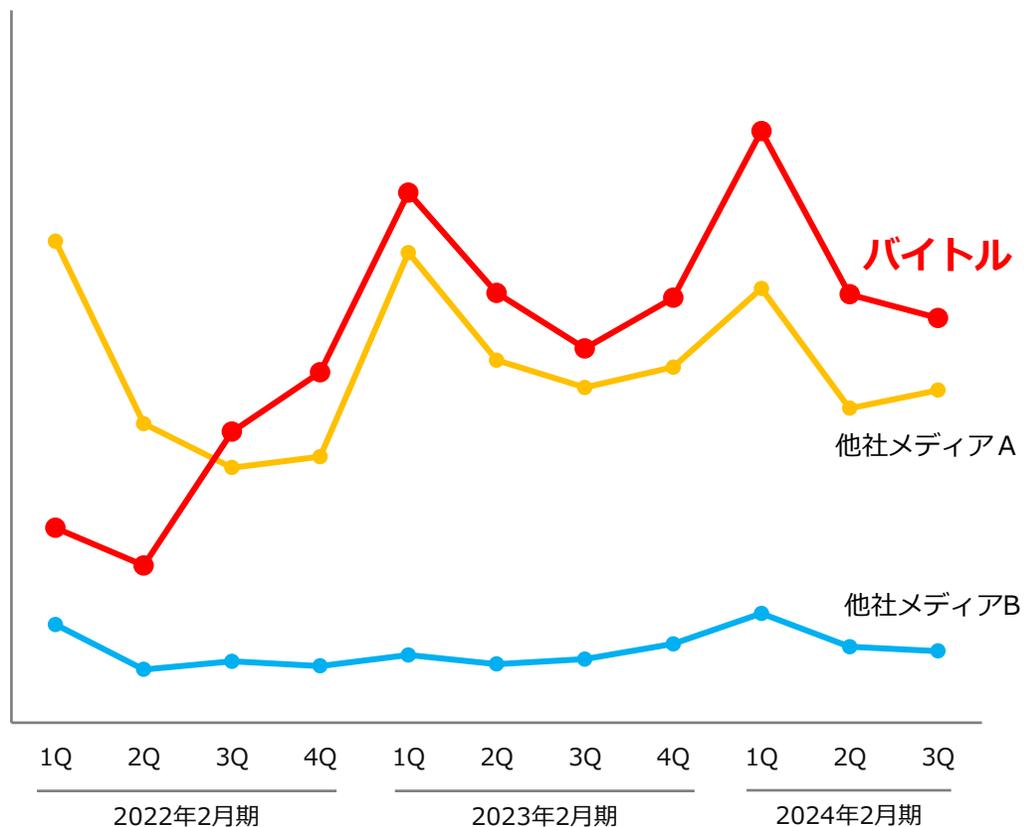
### ■ バイトルサイトへの自然流入数の推移※



注：data.aiより、自然流入数を抽出し当社作成  
※ユーザーが広告を除くウェブ検索によりバイトルサイトへ訪問した数

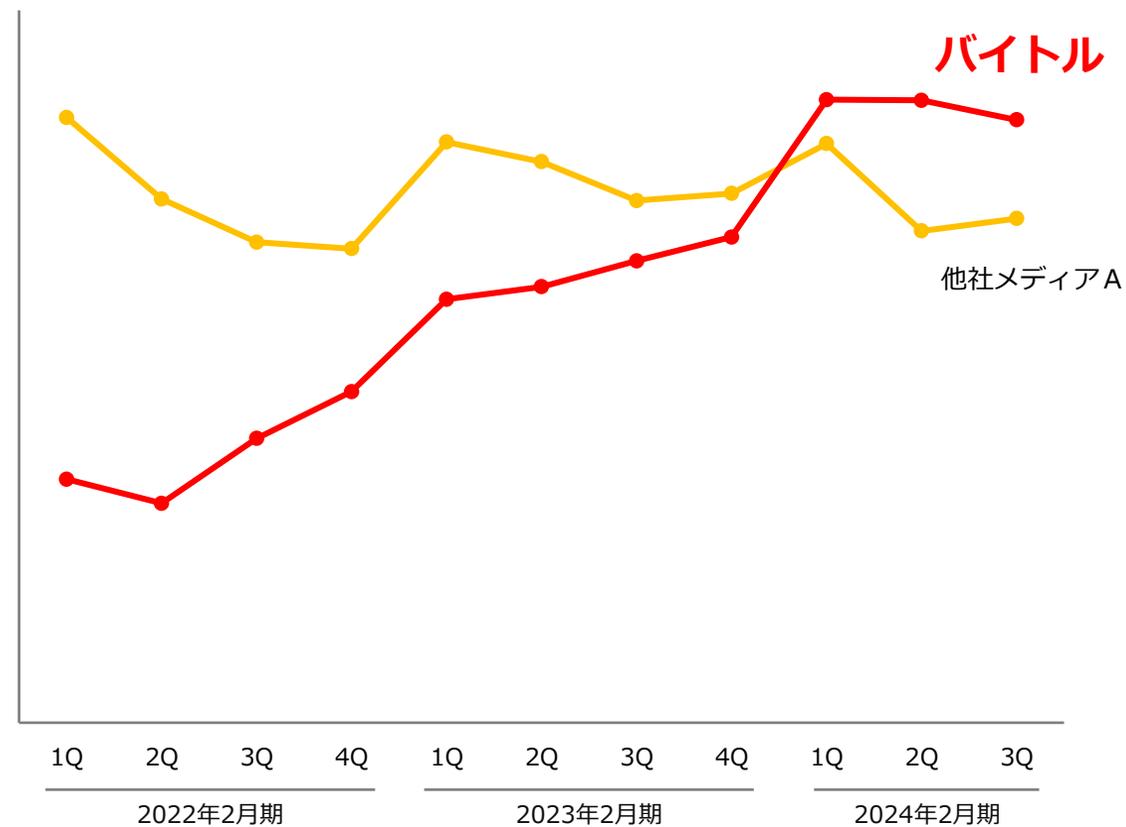
## アプリダウンロード数・MAU『No.1』を継続

### ■ アプリダウンロード数の推移



注：data.aiより、アプリダウンロード数を抽出し当社作成

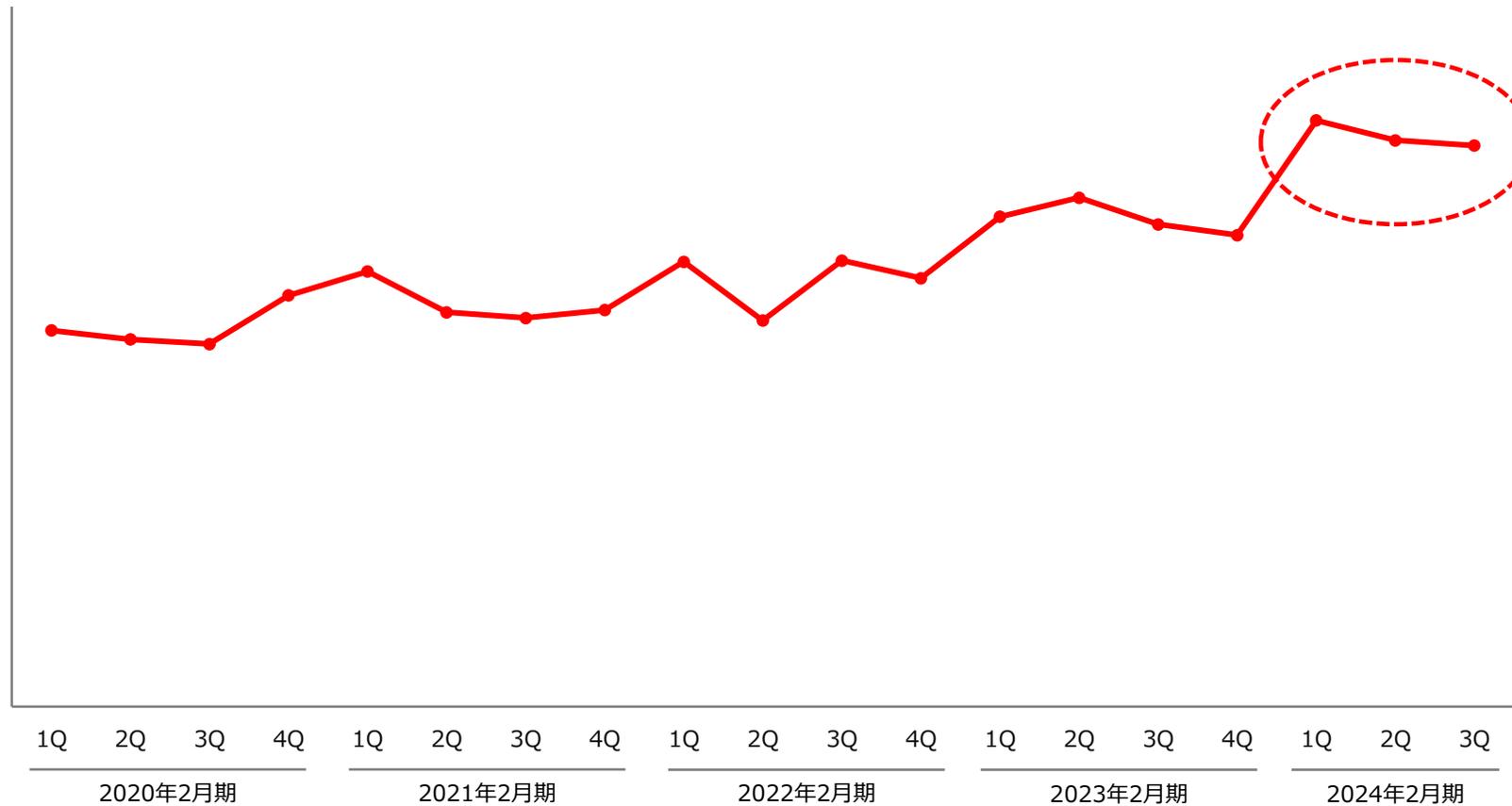
### ■ MAU※の推移



注：data.aiより、アプリ利用ユーザー数を抽出し当社作成  
※ Monthly Active Users

## 過去最高水準の応募数を獲得

### ■メディア（求人広告）サービス※応募数 四半期推移



※ バイトル・バイトルNEXT・はたらこねっと

## 2024年2月期 第4四半期

1

### ユーザーファーストな アイデアに基づく 独自の機能・サービスを 企画・開発

- 時給UPの推進、年齢差別撤廃の訴求により、ユーザー／顧客企業への提供価値を向上
- AIを活用した原稿作成により、マッチング精度の向上とユーザー基盤を拡充

2

### 営業生産性の向上

- 受注予測ツール導入により顧客獲得効率を向上
- AIを活用したロールプレイングで新卒教育強化を推進
- 商談記録ツールでナレッジを共有化、顧客提案の質を向上
- 顧客ニーズに合わせて4メディア※のクロスセルを促進

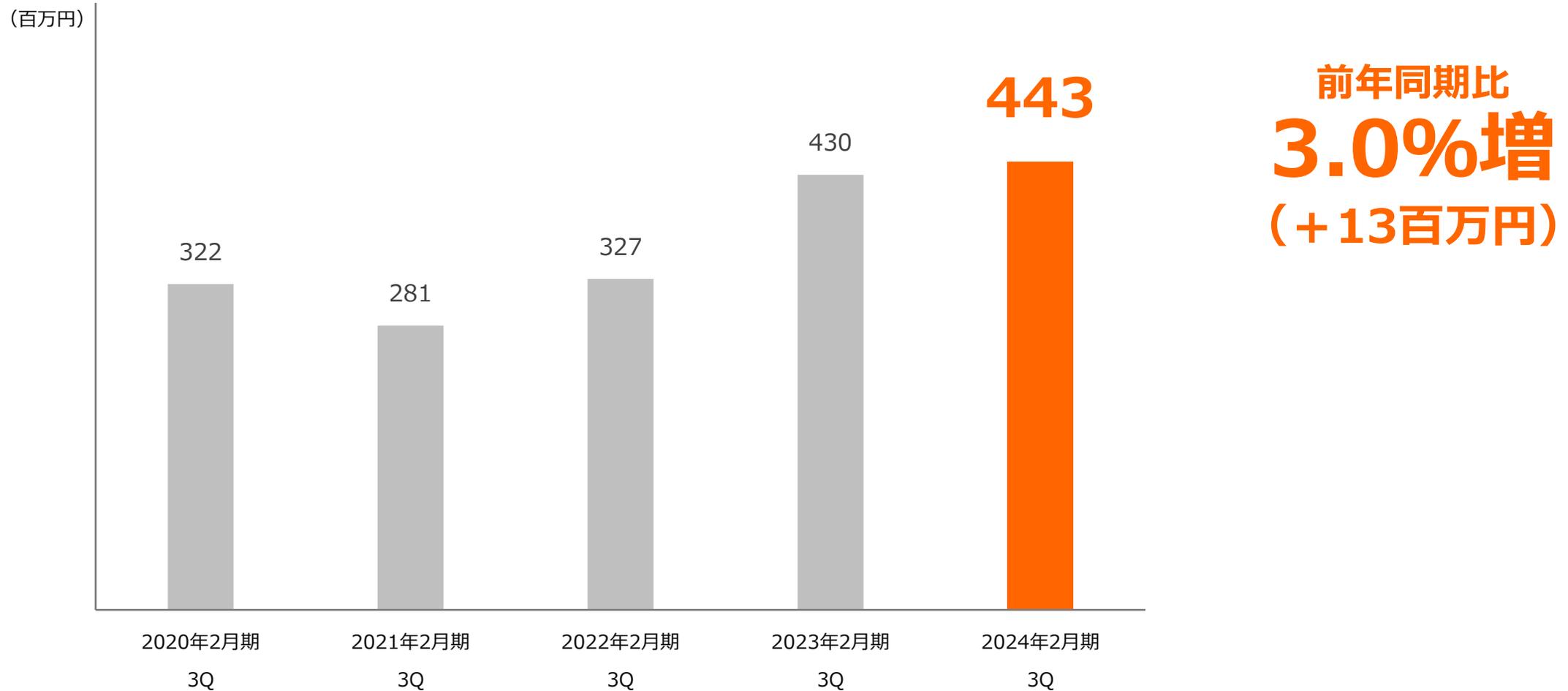
3

### 職種・エリアごとの 最適なプロモーション

- 大谷選手の企業広告を活用した新たな販促プロモーションを実施
- 職種ごとの応募獲得を強化
- 重点エリアに向けてリアル／デジタルのハイブリットプロモーションを実施

※ バイトル・バイトルNEXT・バイトルPRO・はたらこねっと

■ エージェントサービス 売上高推移



注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。

## 2024年2月期 第4四半期

### 1 キャリアアドバイザーの 人員大幅増強

- AIを活用したロールプレイングにより新卒教育を強化・効率化
- AIを活用した業務フローの改善によりキャリアアドバイザーの生産性を向上

### 2 新プロモーション展開や 既存メディアからの集客強化

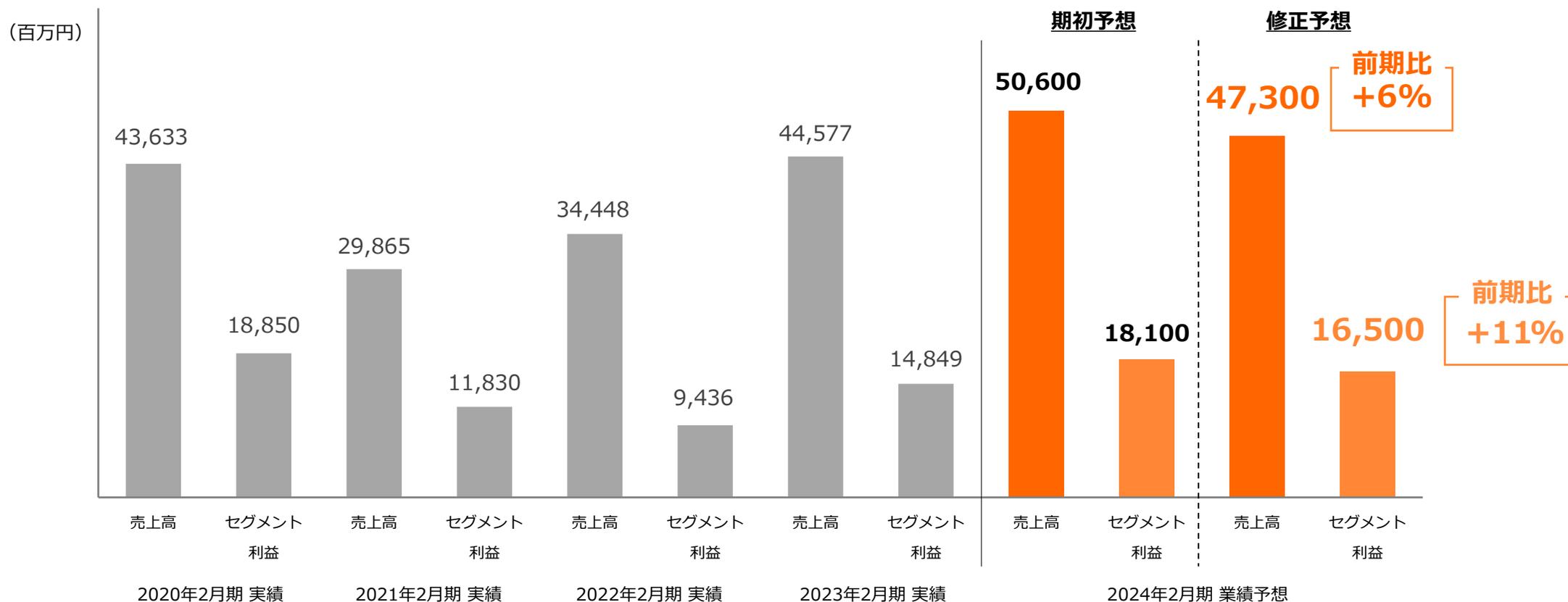
- 大谷選手の企業広告を活用した新たな販促プロモーションを実施
- 全既存メディアとの連携を強化
- はたらこねっとのTVCMによりエージェントサービスへの集客を推進
- 都心部における介護領域の顧客開拓を強化

### 3 サービス品質の向上

- AIの活用によりマッチング精度を高め、就業率を向上
- ミドル・シニア層の新たな就業機会創出にむけて日中勤務の求人開拓を推進

## 売上高・セグメント利益の計画を下方修正

### ■ 人材サービス事業※ 売上高とセグメント利益



注：2022年2月期以前の実績は収益認識基準を適用した数値（試算値）を記載しております。  
 ※ バイトル・バイトルNEXT・バイトルPRO・はたらこねっと・ナースではたらこ等

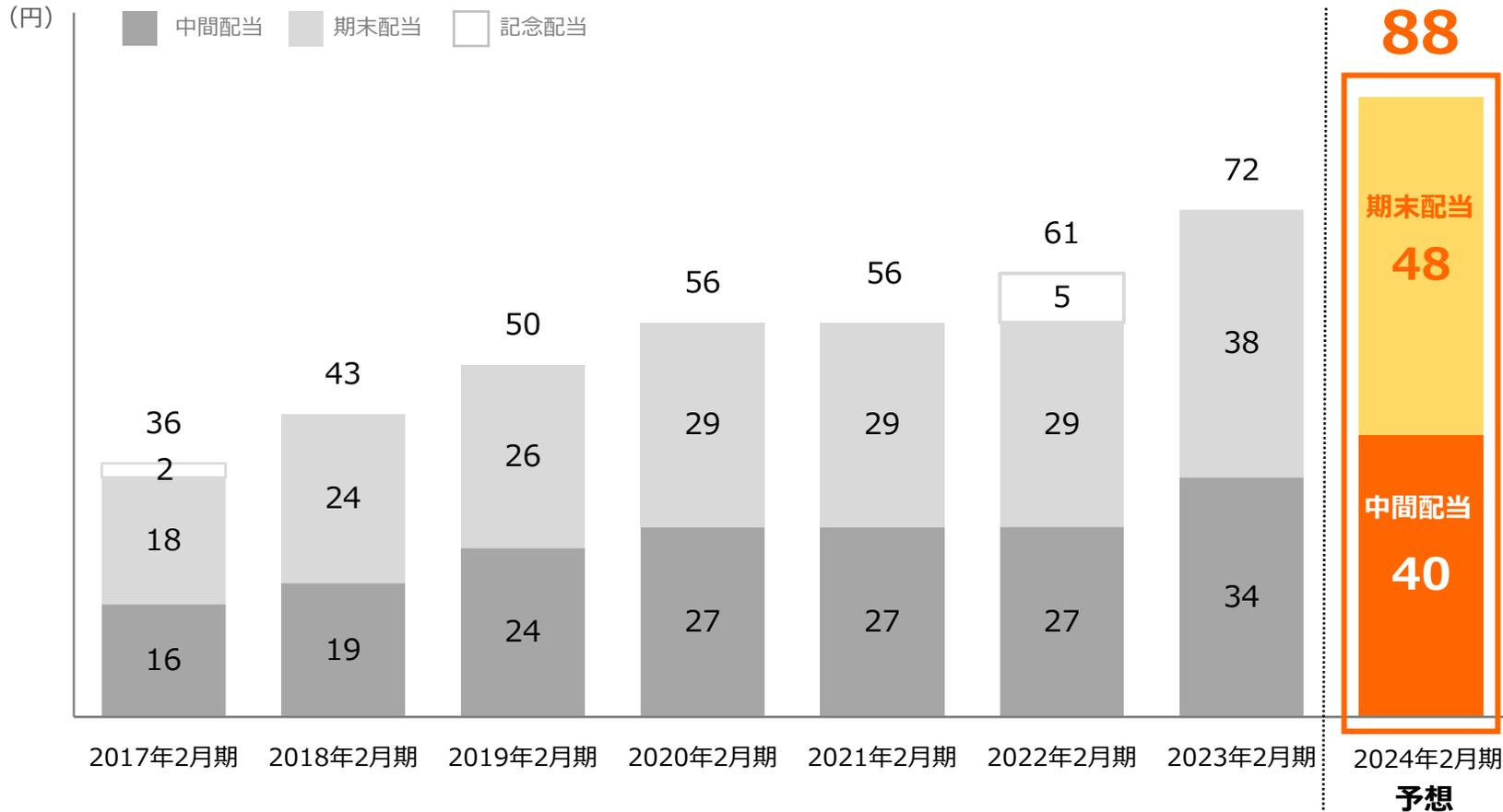
6

## 株主還元

期末配当予想は変更なし

今期の総還元性向は 97.0% の見込み

■ 一株当たり配当金の推移



**通期配当 88円 (予想)**

【内訳】  
 中間配当 40円 (実績)  
 期末配当 48円 (予想)

**(ご参考) 配当方針**  
 前期配当額を下限とし、  
 配当性向50%を目安とした  
 配当を実施

## 株主優待として大谷翔平選手のQUOカードを贈呈予定

### 【株主優待制度について】

株主優待の内容を魅力あるものとし、  
より多くの株主の皆様の中長期的にわたり継続して  
当社株式を保有していただくことを目的として、  
株主優待制度を設けております。

本年の期末株主優待（2024年2月末基準日）につきましては、  
2024年2月27日が権利付最終売買日となります。

### 【株主優待の内容】

基準日	株式保有数	優待内容
2月末 8月末	100株以上 ～500株未満	オリジナルQUOカード (500円相当)
	500株以上	オリジナルQUOカード (1,000円相当)

配当性向50%に加え、「総還元性向65%」を新たに設定

成長投資を行った上で、マクシмумキャッシュを超える現預金は株主に還元

基本方針 「成長投資と株主還元を重視したキャッシュアロケーションを行う」

成長投資

- 既存事業の成長や新規事業創出のための投資  
(人材投資、システム投資、プロモーション投資等)
- AIなど先端テクノロジーに関する研究開発、事業に活用するための投資
- 事業成長の加速を目的としたM&Aや出資 等

株主還元

- 原則、前期配当額を下限とし、**配当性向50%**を堅持。年2回の配当実施。
- **総還元性向65%を目安**とする
- キャッシュポジションなどBSの状況、財務目標の達成見通し、株価水準などを総合的に勘案し、追加的な株主還元策を検討
  - **事業運営に必要な資金運用をマクシмумキャッシュ※とし、原則、それを超える過剰な現預金は保有しない。**ただし、単年度では判定せず、中期的な投資機会を慎重に見極めながら、過剰な現預金がある場合は株主に還元
  - 仮に中期的な利益目標の達成が困難な見通しの場合に、BSの状況や株価水準などを勘案の上、ROE目標に近づけるべく追加的な株主還元を検討

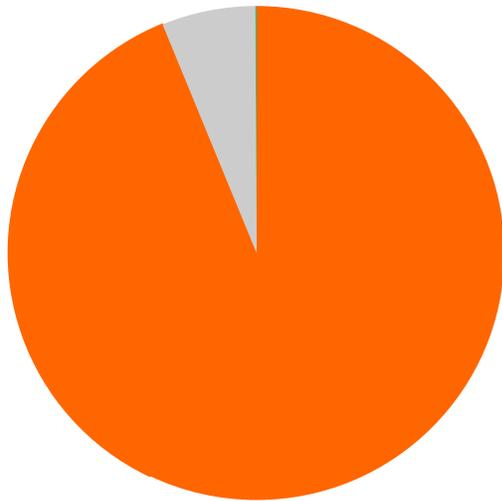
※マクシмумキャッシュの考え方

「3か月分の支払いと、その期間における税金・配当金支払いの合計額」

(ご参考) 2024年2月期は180億円 (= 2023年3~5月の支払い120億円 + 税金40億円 + 配当20億円)

## 営業社員の約9割が顧客企業との取引にポジティブな影響があったと回答

### ■ 営業社員を対象に実施した ブランドアンバサダー反響調査の結果



**91%**の営業社員が  
新規・既存顧客との取引で  
ポジティブな影響があったと  
回答

出所：営業社員を対象にアンケートを実施 (n=1,277)

### ■ 営業社員からの主なコメント

- 競合で掲載中のお客様に、今回の大谷選手アンバサダー就任の件をお伝えしたところ、「効果が期待できそう」と年明け掲載開始でご契約をいただきました。
- 値下げをご要望された新規のクライアント様に「大谷選手を起用させていただきました。間違いなく応募が伸びることが予想されます。ディップと私に期待してください。」とお伝えしたところ、値下げすることなくご契約を頂きました。
- ディップに対して、期待を寄せて登録してくださるユーザーやクライアントさまがこれからどんどん増えてくると思います。今まで以上に最後まで諦めず、期待を超えるマッチングを実現していきます。
- 大谷選手がdream、idea、passionの文字を書かれた瞬間、鳥肌が立ちました。これを機にdipを大きく進化させたいです。

7

## Appendix

1. 会社概要
2. 財務データ
3. ESGの取り組み
4. その他

会 社 名	ディップ株式会社
設 立	1997年3月
代 表 者	代表取締役社長 兼 CEO 富田 英揮
所 在 地	東京都港区六本木3-2-1 六本木グランドタワー31F
資 本 金	1,085百万円（2023年2月末日現在）
売 上 高	49,355百万円（2023年2月期）
従 業 員 数	2,925名（2023年4月1日時点の正社員）
事 業 内 容	インターネットによる求人情報提供サービス DXサービスの提供
上 場 市 場	東証プライム（証券コード：2379）

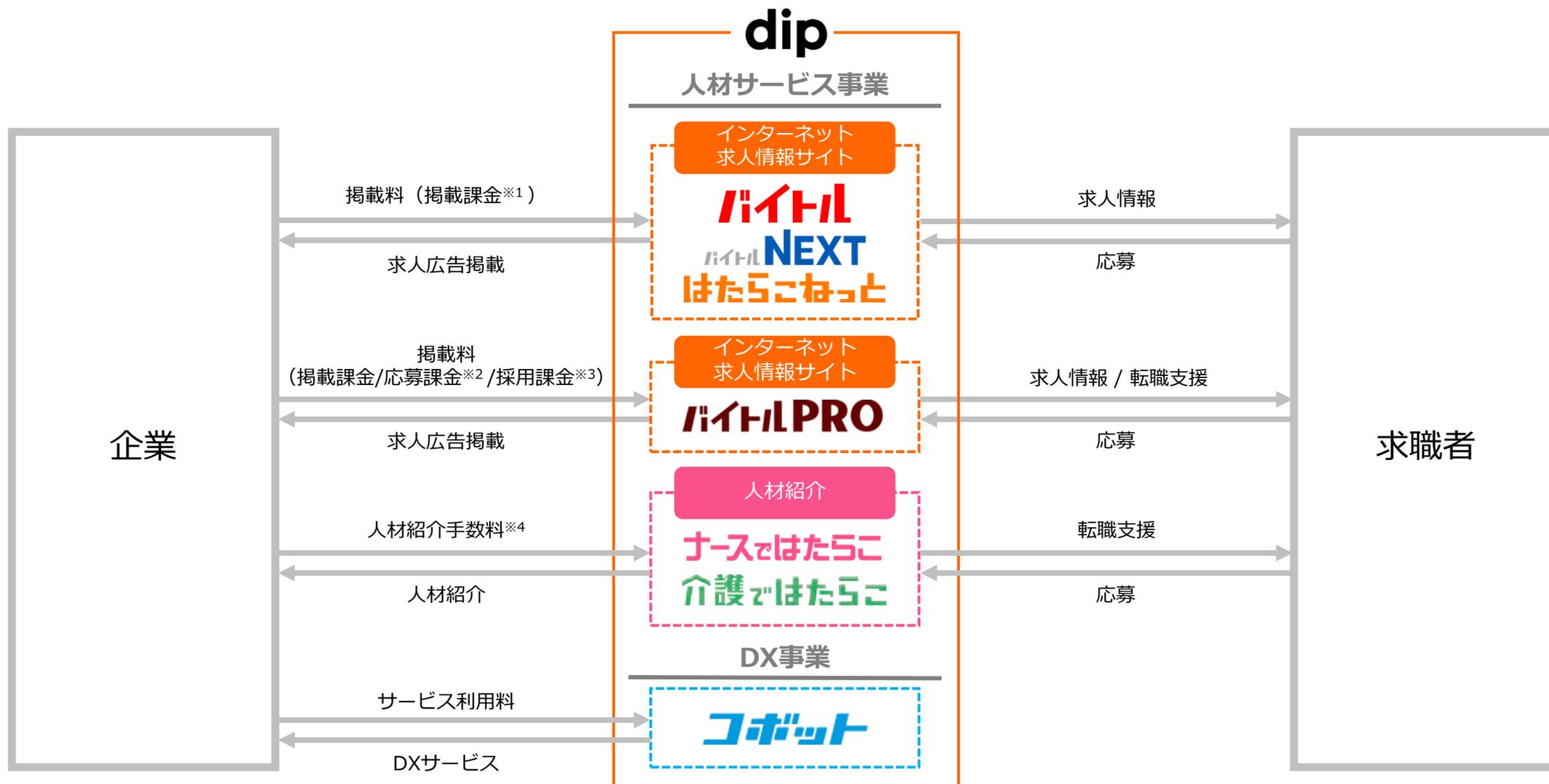
# 1. 会社概要 ② 経営体制（監査等委員会設置会社）

氏名	役職
富田 英揮	代表取締役社長 兼 CEO（最高経営責任者）
志立 正嗣	代表取締役 COO（最高執行責任者）
馬淵 邦美	社外取締役（独立役員）
竹内 香苗（※）	社外取締役（独立役員）
島田 由香（※）	社外取締役（独立役員）
田邊 えり子（※）	社外取締役（独立役員 / 監査等委員）
今津 幸子（※）	社外取締役（独立役員 / 監査等委員） 〈弁護士〉
丸山 みさえ（※）	社外取締役（独立役員 / 監査等委員） 〈公認会計士〉

独立社外取締役が3/4（8名中6名）、女性取締役が過半（8名中5名）

（※）女性

注：取締役会の諮問機関として任意の指名・報酬委員会を設置しております。なお、指名・報酬委員会にて取締役の個別報酬を決定しております。



※1掲載課金…弊社運営サイトへの掲載期間に応じて、求人広告掲載料をお支払いいただくモデル  
 ※2応募課金…弊社運営サイトへ無料で掲載いただき、応募があった掲載料をお支払いいただくモデル  
 ※3採用課金…弊社運営サイトへ無料で掲載いただき、採用できたタイミングで掲載料をお支払いいただくモデル  
 ※4人材紹介手数料…弊社人材紹介サービスを通じて、採用が決定した適切なタイミングで手数料をお支払いいただくモデル

人材サービス事業

メディアサービス  
(求人広告)

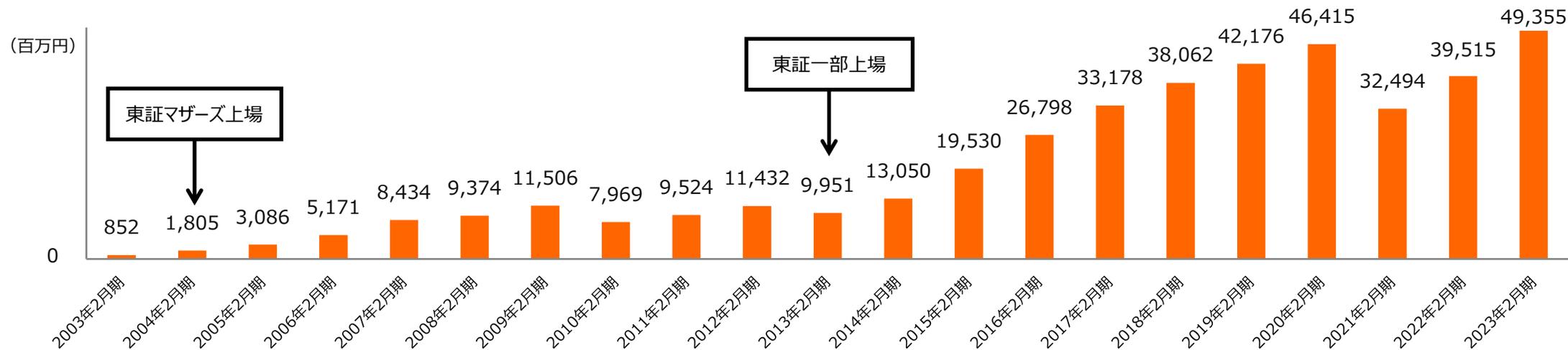
**バイトル**  
バイトル **NEXT**  
**はたらこねっと**  
**バイトルPRO**

エージェントサービス  
(人材紹介)

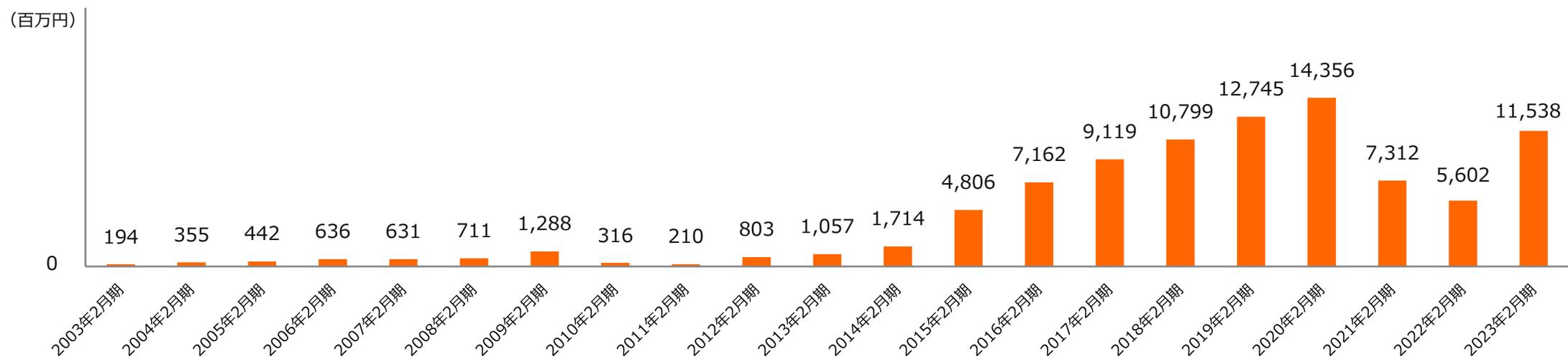
**ナースではたらこ**  
**介護ではたらこ**

## 2. 財務データ ① 全社売上高・営業利益推移

### ■ 売上高推移



### ■ 営業利益推移



注：当社は2021年2月期第3四半期連結会計期間より連結決算へ移行しております。

## 2. 財務データ ② 損益計算書

(百万円)

	22/2期				23/2期				24/2期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高	9,226	8,387	10,448	11,451	12,342	11,476	12,899	12,637	14,027	12,518	13,709
売上原価	1,060	1,092	1,176	1,216	1,341	1,252	1,331	1,348	1,450	1,422	1,467
売上総利益	8,166	7,295	9,272	10,235	11,001	10,224	11,567	11,288	12,577	11,096	12,242
販売費及び一般管理費	6,310	6,111	8,455	8,490	7,843	7,599	7,859	9,242	9,234	8,206	8,655
人件費※	3,405	3,323	3,654	3,676	3,955	3,938	3,942	4,717	5,032	4,879	4,745
広告宣伝費・販売促進費	1,871	1,810	3,804	3,733	2,669	2,521	2,683	3,304	2,717	1,931	2,505
地代家賃	286	286	285	277	255	254	256	264	277	285	281
その他	746	691	710	803	963	885	977	956	1,208	1,109	1,123
営業利益	1,856	1,184	817	1,744	3,158	2,625	3,708	2,046	3,342	2,889	3,586
経常利益	1,784	1,115	759	1,661	3,090	2,473	3,717	2,317	3,276	2,865	3,567
親会社に帰属する四半期純利益	1,204	948	515	819	2,006	1,685	2,561	1,681	2,153	2,213	2,463

※ 人件費には給与、福利厚生費等のほか採用関連費および教育費を含んでおります。

注：当社は2021年2月期第3四半期連結会計期間より連結決算へ移行しております。

2022年2月期以前の実績につきましては旧基準、2023年2月期以降の実績につきましては新収益認識基準を適用しております。

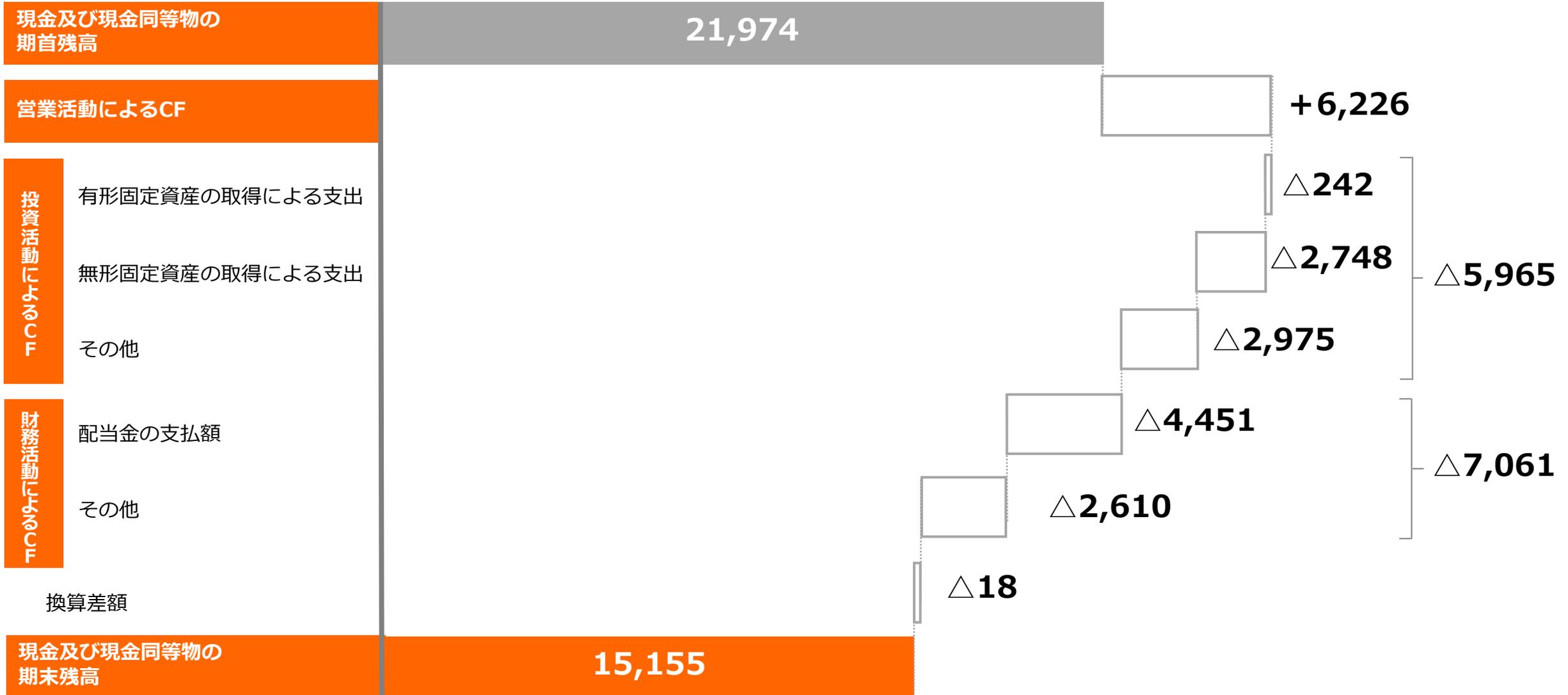
## 2. 財務データ ③ 貸借対照表

(百万円)

	2023年2月期 (2023年2月28日)	2024年2月期 第3四半期末 (2023年11月30日)	増減額
<b>資産</b>	<b>50,167</b>	<b>49,168</b>	<b>△999</b>
流動資産	28,816	26,182	△2,634
固定資産	21,351	22,985	+1,634
有形固定資産	1,882	2,090	+208
無形固定資産	8,529	9,214	+685
投資その他の資産	10,939	11,680	+741
<b>負債</b>	<b>11,924</b>	<b>10,728</b>	<b>△1,196</b>
流動負債	10,476	8,969	△1,507
固定負債	1,448	1,758	+310
<b>純資産</b>	<b>38,242</b>	<b>38,440</b>	<b>+198</b>
株主資本	37,125	37,539	+414
その他の包括利益累計額	497	445	△52
新株予約権	601	435	△166
非支配株主持分	17	19	+2

### ■ 2023年2月期 第3四半期

(百万円)



## 2. 財務データ ⑤ 人材サービス事業 KPI

	22/2期				23/2期				24/2期		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
売上高（人材サービス事業合計）	8,252	7,297	9,008	9,891	11,246	10,317	11,664	11,348	12,614	11,062	12,190
<YoY>	△4.7%	+15.1%	+17.7%	+37.0%	+36.3%	+41.4%	+29.5%	+14.7%	+12.2%	+7.2%	+4.5%
売上高（メディアサービス合計）	7,588	6,954	8,680	9,608	10,594	9,881	11,206	10,935	11,913	10,635	11,731
<YoY>	△5.8%	+16.3%	+17.8%	+38.5%	+39.6%	+42.1%	+29.4%	+13.8%	+12.5%	+7.6%	+4.7%
契約社数（メディア合計）	12,770	11,329	13,155	13,493	14,484	14,063	14,874	14,904	15,965	14,809	15,995
<YoY>	+18.8%	+14.9%	+9.7%	+15.8%	+13.4%	+24.1%	+13.1%	+10.5%	+10.2%	+5.3%	+7.5%
応募数（メディア合計）	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
<YoY>	+2.2%	△2.1%	+14.8%	+8.0%	+10.1%	+31.8%	+4.9%	+10.3%	+16.5%	+12.9%	+16.3%
売上高（エージェントサービス合計）	663	342	327	282	644	408	430	388	689	406	443
<YoY>	+10.9%	△5.5%	+16.4%	△0.4%	+1.7%	+19.3%	+34.4%	+40.1%	+7.0%	△0.5%	+3.0%

※2022年2月期のメディア（求人広告）サービスの契約社数、2022年2月期～2023年2月期の前年同期比増減率を修正しております。

企業理念 | 私たち dip は夢とアイデアと情熱で社会を改善する存在となる  
 ビジョン | Labor force solution company- 誰もが働く喜びと幸せを感じられる社会の実現-

### マテリアリティ

● 事業活動におけるマテリアリティ

多様な就業機会の創出  
雇用ミスマッチの解消

人材力・経済生産性の向上  
働きがいのある職場づくり

DEIの推進  
人権の尊重

気候危機への対応

● 経営基盤におけるマテリアリティ

フィロソフィーで結びつく  
人的資本の強化

ガバナンスの強化

### 価値創造の源泉

**財務資本**  
強固な財務基盤

**人的資本**  
フィロソフィーで結びつく人的資本

**社会・関係資本**  
多様性の高いユーザー基盤  
関係性の強い顧客基盤  
共創を生む外部パートナー

**知的資本**  
営業ノウハウ/  
独自サービス・機能開発ノウハウ

### 事業活動

価値創造のしくみ

データ・テクノロジーの力 → サービス開発力 → フィロソフィーで結びつく人的資本 (dream idea passion) → 事業 (人材サービス, DX事業, 新規事業) → プロモーション力

### 創出価値

**社会価値**

- 仕事と働き方やキャリアの選択肢を増やし、多様な人材の就業機会を増大
- 仕事で自らの力を発揮し、やりがいをもって幸福度高く働く就業者の増加
- 働く人のエンゲージメントやスキルアップによる人材力強化
- 企業の生産性向上による、就業者の処遇改善と働きがいの創出
- AI・DXによる業務の効率化、イノベーションの推進
- ジェンダー平等の推進、障がい者・シニアの雇用率の増加
- 人権侵害を受けている労働者の減少
- 気候危機の抑制、再生可能エネルギー割合の拡大
- 気候危機により災害を受けた人々の就業機会損失の低減

**経済価値**  
(2027年2月期)

売上高 780億円~850億円  
営業利益 200億円~250億円  
ROE30%

ブランドステートメント | dip WAY (行動規範) | ファウンダーズスピリット (行動哲学)

マテリアリティへの取り組みを通じて「誰もが働く喜びと幸せを感じられる社会」の実現を目指す

生成系AIの急速な進化などの変化を踏まえてマテリアリティを特定

## VISION

誰もが働く喜びと幸せを感じられる社会  
Labor force solution company

### 事業におけるマテリアリティ

多様な就業機会の創出  
雇用のミスマッチの解消

人材力・経済生産性の向上  
働きがいのある職場づくり

DEIの推進  
人権の尊重

気候危機への対応

### 経営基盤におけるマテリアリティ

フィロソフィーで結びつく  
人的資本の強化

ガバナンスの強化

ビジョン実現のための マテリアリティ		多様な就業機会の創出 雇用ミスマッチの解消	人材力・経済生産性の向上 働きがいのある職場づくり	DEIの推進 人権の尊重	気候危機への対応
		<ul style="list-style-type: none"> <li>多様な職業・職種、様々な働き方へのニーズに応える質の高い求人168万件を掲載。最適なマッチングで、有期雇用の領域で業界最大規模の雇用を創出                      〈注力領域〉                      シニア歓迎求人45万件                      育児・介護中でも働きやすい求人80万件                      外国人・留学生の求人30万件                      高校生歓迎の求人15万件</li> <li>少子高齢化により深刻化する医療・社会福祉領域での人材不足と採用のミスマッチを解消                      〈雇用創出数〉                      医療・介護・福祉従事者：年間2.5万人</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用・人事、販促領域でDX導入・課金社数を3万社に伸ばし、中堅・中小企業の労働生産性向上に貢献</li> <li>リスクリング機会の提供により資格取得を支援し、労働移動による地域活性化や産業振興を促進</li> <li>時給アップ等の処遇改善を実現した求人125万件を掲載し、就業条件の向上を推進</li> <li>dipワークプレイス診断※を導入し、職場環境を改善。就業後の定着・活躍を支援                      ※職場の魅力と課題を明らかにし改善案を提供するサービス</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>採用時の年齢バイアスがない求人を65万件に増やし、ミドル・シニアなど多様な人材の就業機会を拡充</li> <li>障がい者雇用支援キャンペーン（厚生労働省後援）を通年で展開し、ハンディキャップを持つ方の就業へのチャレンジを支援</li> <li>LGBTQ+フレンドリー求人を掲載し、多様性を尊重した職場環境づくりを推進</li> <li>法令違反や人権侵害のリスクがある求人の掲載を禁止。人権侵害のない職場環境の整備を顧客企業に対して啓蒙</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>再生可能エネルギーの導入などにより、Scope1,2のGHG排出量を2025年度までに実質ゼロとし、脱炭素社会の実現に寄与</li> <li>大規模災害発生直後に、全国の営業拠点ネットワークを活用し、自治体と連携。災害ボランティア募集の特設ページを自社サイトに開設し、被災地支援を迅速かつ効果的に展開</li> <li>気候危機による災害で仕事を失った方々の就業への多様なニーズに応える求人情報を集め、各サイトに掲載。就業機会を提供し、経済的な困窮からの脱却を支援。被災地の経済的復興に貢献</li> </ul>
創出価値		経済価値 社会価値			
		経済価値 社会価値			
中期経営計画 dip30th		経済価値 社会価値			
		経済価値 社会価値			
経営戦略		人材サービス事業 一番選べる・一番決まる 直販営業が集めた高品質で独自の求人情報と 先進テクノロジーで、就業のベストマッチングを実現		DX事業 いつもだれでもDX 採用・人事、販促サービスで得られるデータを活用した 高品質なソリューションで労働生産性向上を支援	
		事業戦略		事業戦略	
経営戦略		営業力 生産性向上を加速させる ハイブリッドセールスの推進 最新テクノロジーとデータを活用 最適な提案を効率的に行い 顧客基盤を強化	サービス開発力 提供価値を最大化する 精鋭400名のチームスクラム 横断的な内製中心の開発体制で 高い生産性を実現し 付加価値を増大	プロモーション力 ユーザーファーストNo.1 のブランド確立 独自の大規模ハイブリッド プロモーションを展開し 広告効果と投資効率を向上	データ・テクノロジーの力 戦略実行の全てを支える データ基盤の整備 全事業共通のデータ基盤“Labor force solution platform”を構築し 事業スピードを加速
		機能別戦略	機能別戦略	機能別戦略	機能別戦略
経営基盤の強化		フィロソフィーで結びつく人的資本 人材のポテンシャルを最大限に引き出す施策の展開 ピープルアナリティクスを用いて社員の多様な才能を 開花・活かさせ社員幸福度No.1を実現		ガバナンス ステークホルダーとの対話を通じた経営力の向上 株式市場との対話をはじめ、株主などとのコミュニケーションを拡充し 経営に活かすことで企業価値を最大化	
		経営基盤の強化		経営基盤の強化	

## マテリアリティ毎にKPIを設定

### 今年度、6項目を追加/拡充し、32項目に

マテリアリティ	非財務 KPI	実績		
		2023年2月期	2025年2月期	2027年2月期
多様な就業機会の創出 雇用ミスマッチの解消	多様な職業・職種、様々な働き方へのニーズに応える質の高い求人数 <sup>*1</sup>	133万件 <sup>*1</sup>	業界No.1を維持	168万件 <sup>*1</sup>
	シニア歓迎求人数	31万件 <sup>*1</sup>	40万件 <sup>*1</sup>	45万件 <sup>*1</sup>
	育児・介護中でも働きやすい求人数	51万件 <sup>*1</sup>	-	80万件 <sup>*1</sup>
	外国人・留学生の求人数	14万件 <sup>*1</sup>	-	30万件 <sup>*1</sup>
	高校生歓迎の求人数	15万件 <sup>*1</sup>	-	15万件 <sup>*1</sup>
	医療・福祉業界の就業者数 <sup>*2</sup>	1万人	-	2.5万人
人材力・経済生産性の向上 働きがいのある職場づくり	採用・人事、販促領域でDX導入・課金社数	1.2万社 <sup>*1</sup>	-	3万社 <sup>*1</sup>
	時給アップ等の処遇改善を実現した求人数 <sup>*3</sup>	99万件 <sup>*1</sup>	100万件 <sup>*1</sup>	125万件 <sup>*1</sup>
DEIの推進 人権の尊重	採用時の年齢バイアスがない求人数 (年齢入力任意求人数)	13万件 <sup>*1</sup>	-	65万件 <sup>*1</sup>
	障がい者雇用の求人	単発でキャンペーンを実施	通年でキャンペーンを実施	通年でキャンペーンを実施
	優良募集情報等提供事業者認定	取得	取得・継続	取得・継続
	労働法規に違反する案件数	0件	0件を継続	0件を継続
	人権侵害と思われる案件の掲載禁止	実施済	実施を継続	実施を継続
気候危機への対応	全オフィスとデータセンターのGHG排出量	Scope1+2 49%削減 (2020年2月期比)	Scope1+2と データセンター 実質ゼロ <sup>*2</sup>	Scope1+2と データセンター 実質ゼロ <sup>*2</sup>

マテリアリティ	非財務 KPI	実績		
		2023年2月期	2025年2月期	2027年2月期
フィロソフィーで結びつく 人的資本の強化	エンゲージメント指数 <sup>*4</sup>	3.84	4.0(最高5)	4.2(最高5)
	新卒社員から管理職に昇格した社員における女性比率	43.5%	50%	50%
	女性の管理職比率	34.4%	40%	40%
	女性の育児休業取得率	98.3%	100%	100%
	女性の育児休業復帰率	100%	100%	100%
	男性の育児休業取得率	92.5% <sup>*3</sup>	100%	100%
	障がい者の雇用率	3.0% <sup>*4</sup>	法定雇用率 <sup>*4</sup> 以上	法定雇用率 <sup>*4</sup> 以上
	有給休暇取得率	59.4%	80%	80%
	平均所定外労働	23.0時間/月	20時間以下/月	20時間以下/月
	離職率	12.6%	10.0%	10.0%
	新卒研修	326時間	継続的に拡充	継続的に拡充
	新任管理職研修	52時間		
次世代リーダー育成研修	143時間			
ガバナンスの強化	独立役員割合	2/3 <sup>*5</sup>	2/3以上	2/3以上
	女性取締役比率	55.6% <sup>*5</sup>	50%	50%
	重要な法令違反件数	0件	0件を維持	0件を維持
	コンプライアンス研修・テスト受講率	100%	100%を維持	100%を維持
	投資家面談数	367件	500件	550件

\*1: 2月末

\*2: Scope1とScope2(全オフィスの都市ガスと電気が対象。2023年2月期より算定範囲に保養所・データセンターを含む)

\*3: 育児・介護休業法に基づき、育児・介護休業法施行規則第71条の4第2号における育児休業等および育児目的休暇の取得割合を算出しております。

\*4: 6月1日現在 (厚生労働省 障害者雇用状況報告時点) 民間企業の法定雇用率2.3% (2021年3月改定)

\*5: 2023年5月末現在

※1: 動画やしごと体験機能、dipさんからのメッセージを掲載。今後さらに質を高める施策を実施

※2: エージェントサービスの決定人数とメディアサービスからの就業者数(自社推計)の合計

※3: 時給アップ、継続勤務ボーナス・入社祝い金の案件

※4: 当社ES (Employee Satisfaction) サーベイにおけるスコア

## “心と体を整える” をコンセプトに健康経営を推進

### 健康経営推進体制



「人が全て、人が財産」という信念のもと、社員の健康管理は仕事の生産性や社員幸福度に直結する重要なテーマであると考えております。「病気になること」だけでなく、「今よりもっと活力高く、幸せになること」を目指しており、その思いを込め“心と体を整える”コンセプトとして健康経営を推進しています。

2023年3月には、当社健康経営への取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で選定する「健康経営優良法人2023」のうち、上位500社のみが認定される「健康経営優良法人2023ホワイト500」に認定されました。

### “心と体を整える”さまざまなプログラムを実施

- ・ウォーキングプログラム
- ・食事改善プログラム
- ・社内イントラでの健康経営に関するコラムの開始
- ・dipバトルズによるストレッチ

その他各種プログラムも継続



▲ストレッチプログラム



▲ウォーキングプログラム



2015年より、女性社員の自律的なキャリア形成を育むプロジェクトを実施  
2017年2月には、厚生労働省から女性活躍推進が優良な企業に与えられる「えるぼし」を取得



・女性社員比率※1

50.4%

・女性管理職比率※1,2

34.4%

・女性育休・産休取得率※1

98.3%

・男性育休・産休取得率※1

92.5%

・育休・産休復帰率※1

100.0%



※1 2023年2月期実績

※2 全企業平均は8.9% (2021年8月 帝国データバンク調べ)

## 地方自治体と連携した 「移住・しごと体験イベント」

人材サービスの強みを生かし、一般的な「移住体験」だけでなく、「移住・就労」への希望者を創出する事業を展開

■ 2022年9月

福井県事業 オンライン（全2回）+リアルツアー（全4回）開催

■ 2022年10月

礼文町事業 オンライン+リアルツアー開催

長崎県事業 オンライン開催



**地方自治体と連携し、都市部の人口集中ならびに  
地方の労働力不足の解決に貢献**

※2023年2月期はリアルとオンラインのハイブリットで開催

## 子どもたちへの職業体験学習 第4回「バイトルKidsプログラム」

2019年より開始した小学生を対象としたキャリア教育。「仕事」に関するノウハウを子どもたちに伝え、働くことの意味・やりがいを理解し、豊かにする機会を提供。これまで30社以上の企業協力のもと小学生830名が体験

■ 実施校実績

2021年2月期 1校/2022年2月期 5校/2023年2月期 11校



新聞・TV等、複数メディアに取り上げられました

**5年目となる2024年2月期も引き続き  
全国の小学校・企業様とオンラインで実施**

2021年12月にTCFDが提言する情報開示フレームワークに沿った情報を開示  
オフィスで使用する電力を再生可能エネルギーに切り替えるなど  
環境への取り組みを実施中



#### ● TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）

主要国・市域の中央銀行、金融監督当局、財務省などが参加する金融安定理事会（FSB）によって、金融市場の安定化を目的として気候関連の情報開示および金融機関の対応を検討するため2015年12月に設立された作業部会。

2022年6月24日時点で、世界で3,549の組織、日本においては962の組織がTCFDの提言に賛同。

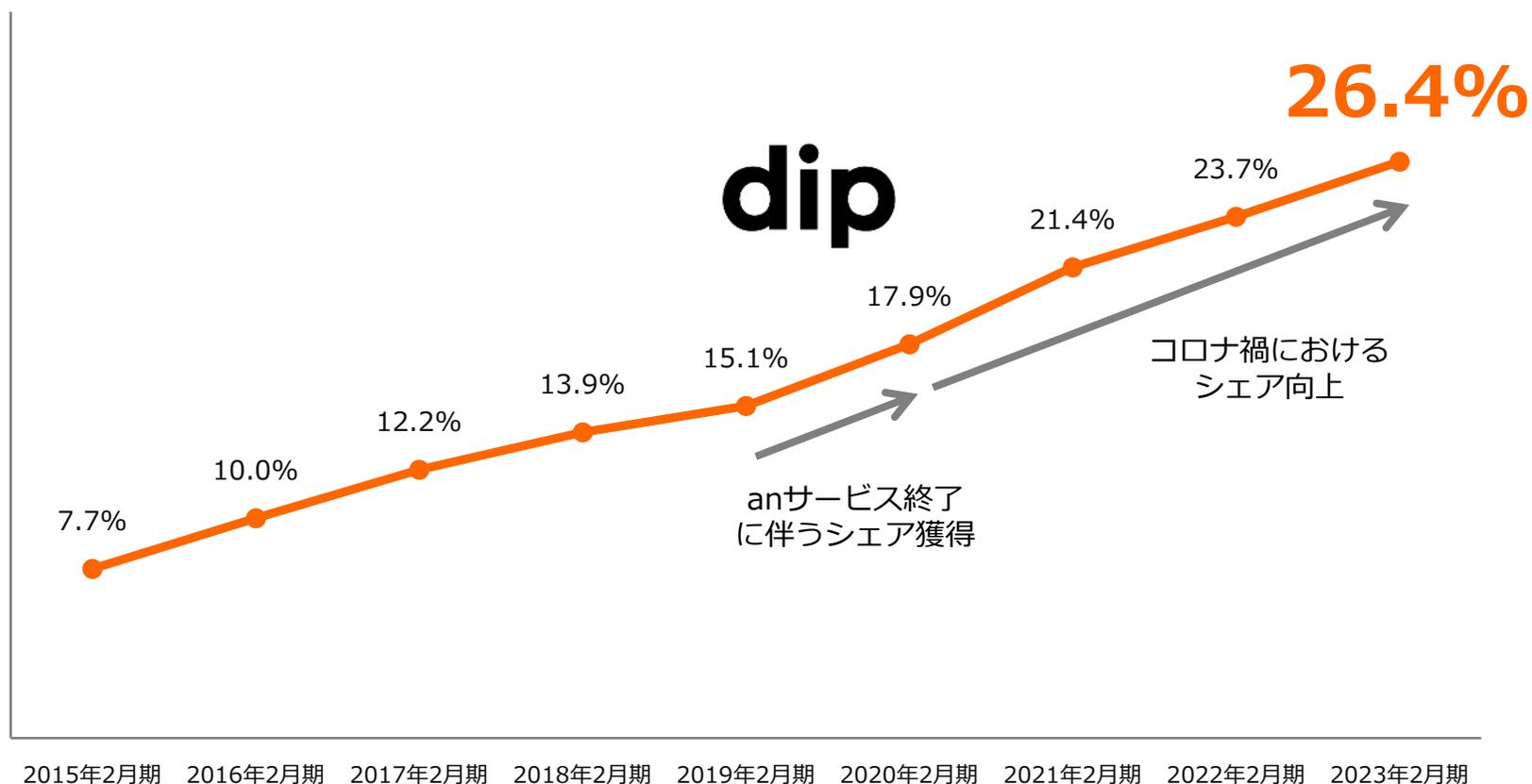
TCFD提言に沿った開示

<https://www.dip-net.co.jp/esg/environment/E004>

### 順調にシェアを拡大

#### 第三者機関が最新の市場調査結果を発表（2022年度）

##### ■ アルバイト・パート・派遣求人メディア市場におけるシェアの推移



注：第三者機関の市場規模調査に基づき当社作成

### ■ アルバイト・パート・派遣求人メディア市場におけるエリア別シェア

	市場規模※1	当社シェア※2
<b>3大都市圏 都心</b>	約840億円	<b>25%以上</b>
<b>3大都市圏 郊外</b>	約500億円	<b>20%以上</b>
<b>地方</b>	約340億円	<b>10%以上</b>

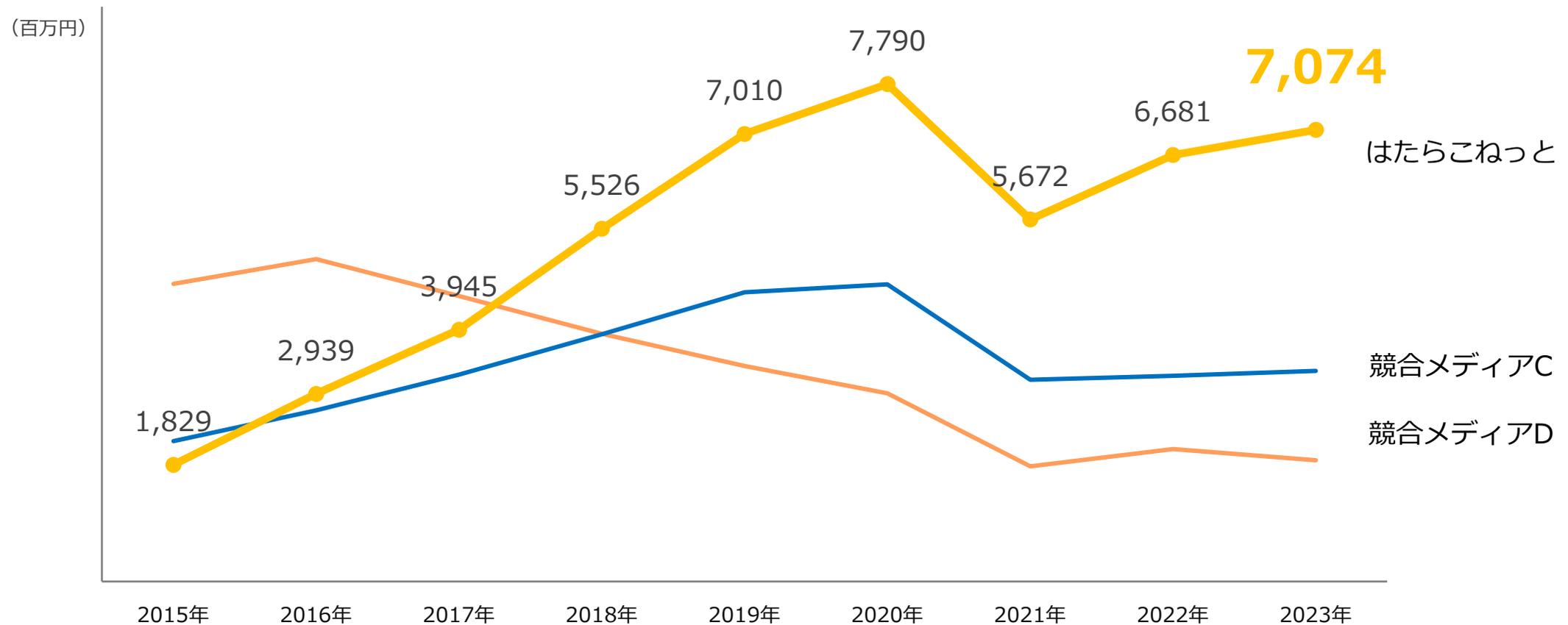
※1 第三者機関の市場規模調査（2022年度）

※2 メディア事業

- ・3大都市圏 都心：東京23区、名古屋市、大阪市
- ・3大都市圏 郊外：首都圏1都6県、東海3県、近畿2府4県。「都心」に含まれる地域を除く
- ・地方：「都心」「郊外」に含まれる地域を除く

## 派遣求人メディア市場で、すでに『No.1』ポジションを確立

### ■ 各派遣求人メディアの売上高推移



注：当社推計

### 「AI エージェント事業」開発を開始（2023年4月14日リリース）



▲ dip30th 会議で冨田よりアイデアを発表



▲ 社員総会で全社に発表

- 正社員領域を中心に、求人広告ビジネスから人材紹介ビジネスに置き換わってきている。一方、有期雇用領域では現状その動きは広がっていないが、AIの活用により、有期雇用領域で新たな人材紹介ビジネスを創出できると考え、事業化に着手。chatGPTの登場で、この私たちのアイデアに基づく事業の立ち上げが加速
- 「AIエージェント事業」により、これまでの「検索型」から「対話型」の仕事選びに転換し、新たな就業機会を創造できる
- ディップは、営業社員が集めた最新・正確・高品質な求人情報と広範なユーザー基盤があり、精度の高いAIエンジンを創ることができる
- 一般的に、求職者のサイトへのアクセスから就業に至る率は数%程度であり、AIエージェントによりマッチング精度を高め、就業率を向上させることで、大きな収益機会の創造につながる
- インターネットの普及を捉えてビジネスを拡大したように、AIの劇的な進化をビジネスチャンスに変えていく

## ディップ技術研究所を設立

### これまでのAI活用ノウハウを活かし、最先端の研究開発で社会実装を加速

#### ■ 東京大学松尾教授、慶應義塾大学安宅教授と協働



**松尾 豊 (マツオ ユタカ)**

1997年 東京大学工学部電子情報工学科卒業。2002年 同大学院博士課程修了。博士(工学)。同年より、産業技術総合研究所研究員。2005年8月よりスタンフォード大学客員研究員を経て、2007年より、東京大学大学院工学系研究科総合研究機構/知の構造化センター/技術経営戦略学専攻准教授。2014年より、東京大学大学院工学系研究科技術経営戦略学専攻 特任准教授。2019年より、東京大学大学院工学系研究科 人工物工学研究センター/技術経営戦略学専攻 教授。2017年より日本ディープラーニング協会理事長。2019年よりソフトバンクグループ社外取締役。



**安宅 和人 (アタカ カズト)**

慶應義塾大学 環境情報学部教授、LINEヤフー株式会社 シニアストラテジスト。マッキンゼーを経て、2008年からヤフー。前職ではマーケティング研究グループのアジア太平洋地域中心メンバーの一人として幅広い商品・事業開発、ブランド再生に関わる。2012年よりCSO、2022年よりZHD シニアストラテジスト。2016年より慶應義塾SFCで教え、2018年秋より現職(現兼務)。2013年春よりデータサイエンティスト協会理事・スキル定義委員長。一般社団法人 残すに値する未来 代表。総合科学技術イノベーション会議(CSTI)専門委員、内閣府デジタル防災未来構想チーム座長ほか、科学技術及びデータ×AIに関する国や経団連などの公的検討に多く携わる。イェール大学脳神経科学PhD。

#### ■ ディップにおけるこれまでのAIに係る取り組み例

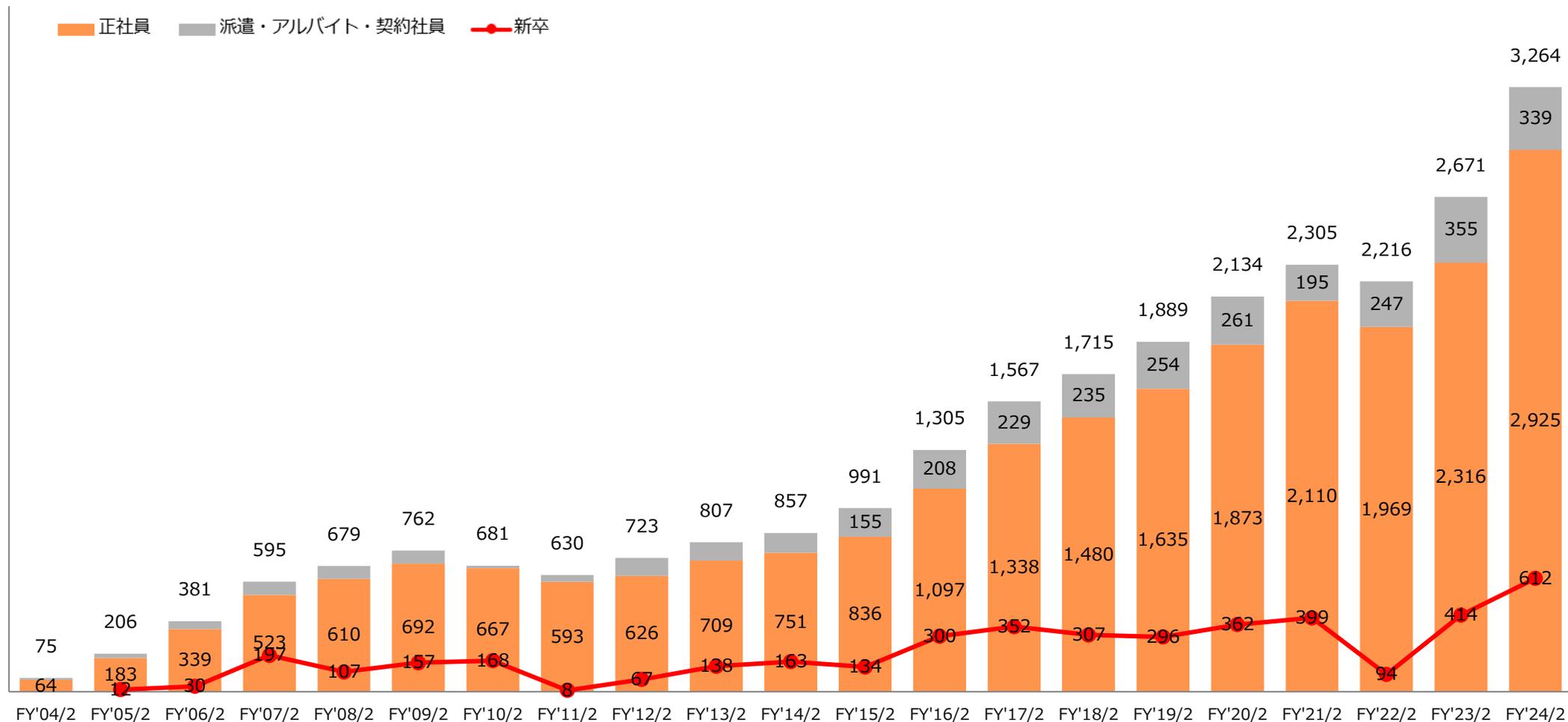
- ・ 原稿自動作成ツール (GENKO)を開発



- ・ 日本最大級のAI専門メディア「AINOW」を運営
- ・ AI.Acceleratorへの取り組み



## ■ 人員数 年次推移



注：各年次、期末時点での人員数を記載  
 FY'24/2のみ、2023年4月1日時点の人員数を記載

## DX事業

業務軸

営業



事務



採用・労務



知財管理



販売



開発



業種軸

医療



金融



不動産



エンタメ



## 人材サービス事業



研修



教育



## 新規事業 (SDGs)

「SDGsを基に社会改善を事業に」

環境



## 免責事項

- 本資料に記載された将来情報等は、本資料作成時点における弊社の認識、意見、判断及び予測であり、その実現を保証するものではありません。様々な要因の変化により実際の業績や結果と乖離が生じる可能性がありますのでご承知おき下さい。
- 本資料に記載されている弊社以外の企業に関わる情報は、公開されている情報などから引用しており、その情報の正確性などについて保証するものではありません。
- 本資料は、弊社をご理解いただくための情報提供を目的としたものであり、弊社が発行する有価証券への投資を勧誘するものではありません。本資料に全面的に依拠した投資等の判断は差し控え願います。

## IRに関するお問い合わせ先

ディップ株式会社	IR担当	E-mail	finance@dip-net.co.jp
		URL	<a href="https://www.dip-net.co.jp/">https://www.dip-net.co.jp/</a>