



Labor force solution company

ディップ株式会社（東証プライム 2379）

中期経営計画「dip30th」

（2025年2月期～2027年2月期）

2023年12月8日

1	「dip30th」策定にあたって	P 2
2	価値創造プロセス	P 4
3	中期経営計画「dip30th」の全体像	P 7
4	「dip30th」各サービスの戦略と財務目標	P 12
5	「dip30th」財務戦略	P 25
6	Appendix	P 28

1

「dip30th」策定にあたって

中期経営計画「dip30th」策定への思い



▲ 統合報告書 表紙

2020年に策定しました中期経営戦略「dip2025」では、ビジョン「Labor force solution company」の実現に向けた道筋を描き、2025年2月期のアスピレーションとして売上高1000億円、営業利益300億円を掲げました。

「dip2025」の戦略・戦術を着実に実行することでコロナ禍というピンチをチャンスに変え、ディップ・インセンティブ・プロジェクトなど独自の取り組みでユーザー・顧客基盤を拡充し、アルバイト・パート・派遣社員の求人広告市場でシェアを大きく向上させてきております。2019年に立ち上げたDX事業では、プロダクト開発を加速し、求人広告営業によるアップセルを進め、高い成長を遂げております。

一方で、コロナ禍の影響が想定よりも長期にわたり、求人広告市場は未だコロナ禍前の水準に回復しておらず、アスピレーションとして掲げた売上・利益は、その達成が難しい状況です。

これを真摯に受け止めたうえで、コロナ禍の収束や急速な進化を遂げるAIの影響や市場・競争環境の変化等を踏まえた、創立30周年の2027年2月期を最終年度とする中期経営計画「dip30th」を新たに策定するに至りました。

AIなどの新たなテクノロジーの進展によって、これまでは解決が困難だった課題に対する解決策が見え始めています。

私たちは、AIを働く人の幸せのために活用し、労働力不足という構造的な課題に正面から向き合うことで、先駆者としてその解決に取り組んでまいります。

そして、過去dipがインターネットの普及を捉えてビジネスを大きく拡大したように、AIの劇的な進化をビジネスチャンスに変えるべく、「dip30th」の戦略を強力に推し進めてまいります。

今後も社会価値と経済価値の同時実現を追求し、持続可能な社会の実現に向けて全力を尽くしてまいります。ステークホルダーの皆様におかれましては、引き続きご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

2

価値創造プロセス

1. マテリアリティ
2. 価値創造プロセス

1. マテリアリティ

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

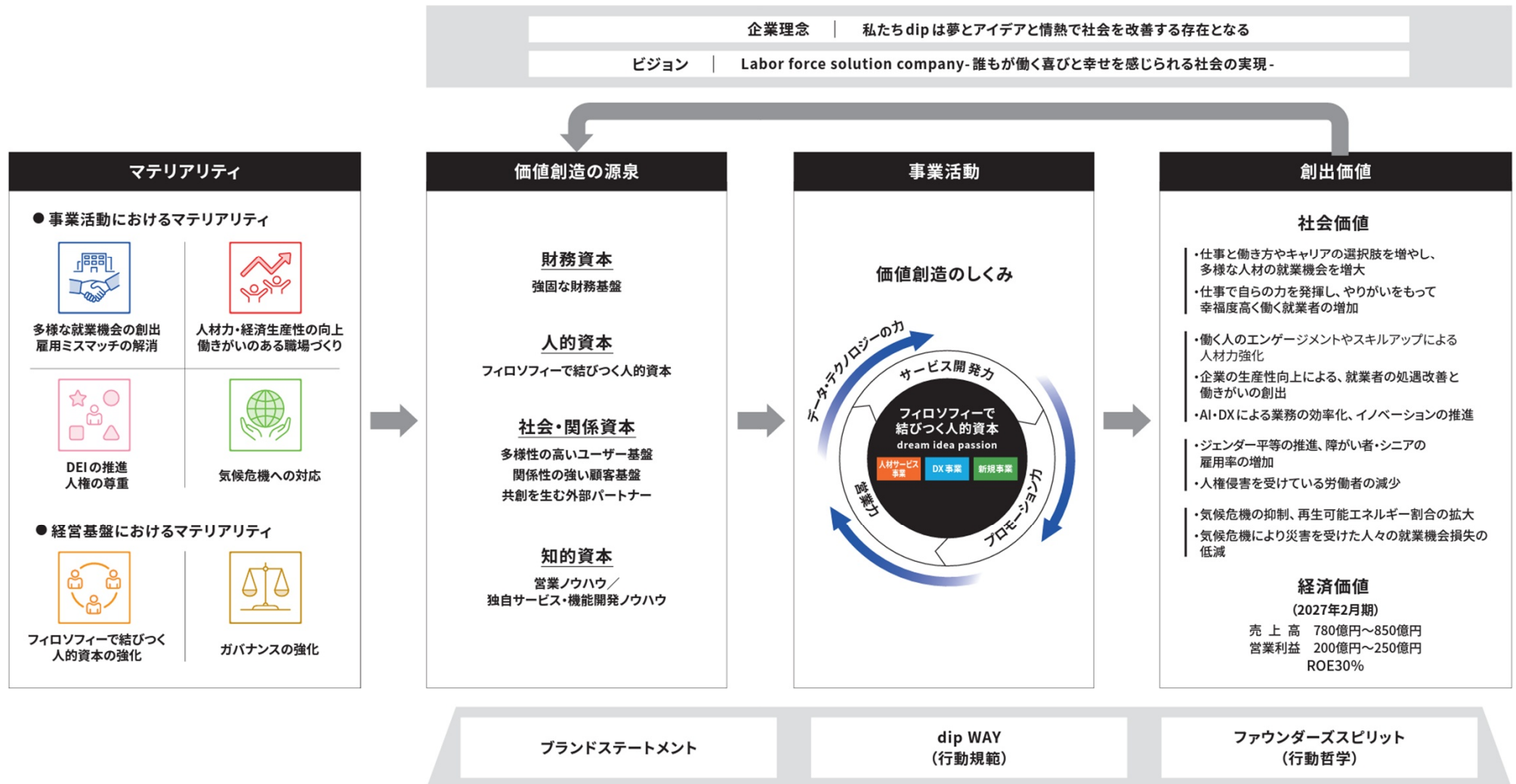
気候危機への対応

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

2. 価値創造プロセス



3

中期経営計画「dip30th」の全体像

1. 全体像
2. 創出する社会価値（非財務KPI）
3. 創出する経済価値（財務目標）
4. 成長戦略の柱「新時代」に向けた取り組み

1. 全体像

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	
中期経営計画 dip30th	創出価値	- 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 - 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	- 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 - 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 - 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 - 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	- 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 - 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 - 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 - 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	- 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 - 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 - 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	
	経済価値	全社 売上高 780億円～850億円、営業利益200億円～250億円、ROE30%				
	事業戦略	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	
	機能別戦略	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	事業開発力 イノベーションを生み出す 仕組みの強化 新規事業・新サービスを生み出す “dipイノベーションエンジン”で 新たな社会価値・経済価値を創出
経営戦略	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		

2. 創出する社会価値（非財務KPI）

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	目標	
		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 ^{*1}	133万件 ^{*1}	業界No.1を維持	168万件 ^{*1}
	シニア歓迎求人数	31万件 ^{*1}	40万件 ^{*1}	45万件 ^{*1}
	育児・介護中でも働きやすい求人数	51万件 ^{*1}	-	80万件 ^{*1}
	外国人・留学生の求人数	14万件 ^{*1}	-	30万件 ^{*1}
	高校生歓迎の求人数	15万件 ^{*1}	-	15万件 ^{*1}
	医療・福祉業界の就業者数 ^{*2}	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 ^{*1}	-	3万社 ^{*1}
	時給アップ等の処遇改善を実現した求人数 ^{*3}	99万件 ^{*1}	100万件 ^{*1}	125万件 ^{*1}
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 ^{*1}	-	65万件 ^{*1}
	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 ^{*2}	Scope1+2と データセンター 実質ゼロ ^{*2}

マテリアリティ	非財務 KPI	実績	目標	
		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 ^{*4}	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% ^{*3}	100%	100%
	障がい者の雇用率	3.0% ^{*4}	法定雇用率 ^{*4} 以上	法定雇用率 ^{*4} 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		
ガバナンスの強化	次世代リーダー育成研修	143時間		
	独立役員の割合	2/3 ^{*5}	2/3以上	2/3以上
	女性取締役比率	55.6% ^{*5}	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：エージェンシー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

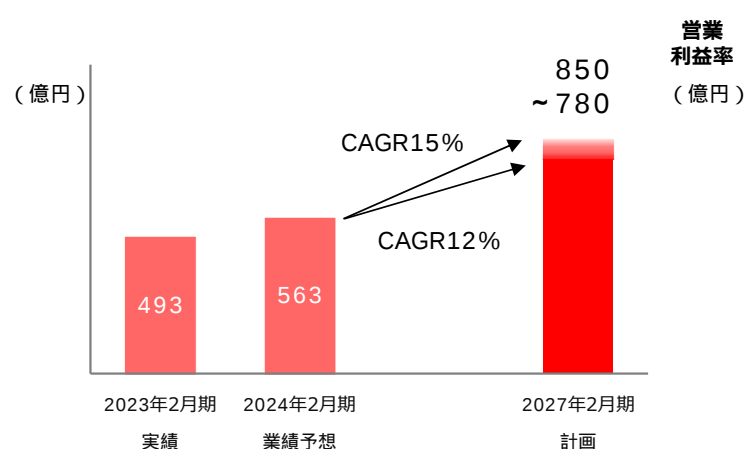
3：時給アップ、継続勤務ボーナス・入社祝い金の案件

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

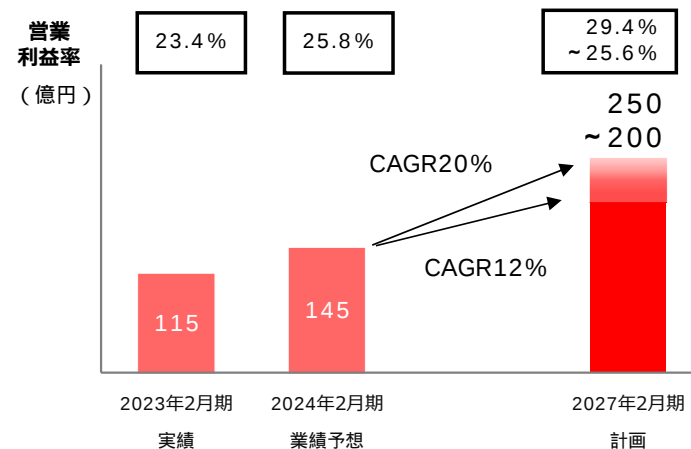
3. 創出する経済価値（財務目標）

中計最終年度（2027年2月期）でROE30%を目指す

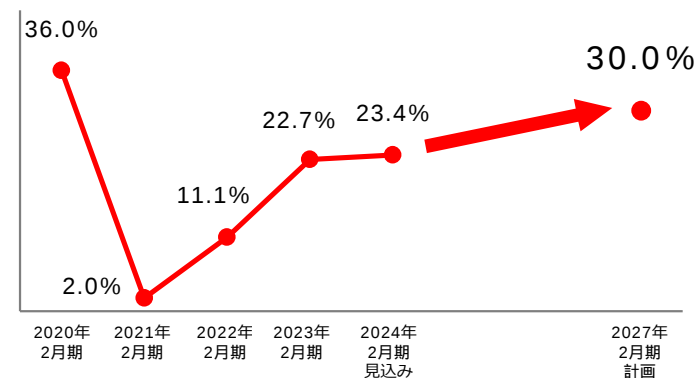
■ 売上高計画



■ 営業利益計画



■ ROE



（ご参考）前提条件

【市況の前提】

緩やかな景気拡大が継続する前提

【システム投資計画】

- ・既存サービスに係る投資は毎年約15%成長を想定
- ・上記とは別に、AI関連の投資を3年間で合計約20億円と仮定
- ・資産化率は現状の水準が継続すると想定

【人員計画】

- ・新卒採用：2024年度300人、25年度340人、26年度400人
(内訳)
 - メディア：2024年度215人、25年度215人、26年度215人
 - エージェント：2024年度50人、25年度15人、26年度40人
 - DX：2024年度20人、25年度90人、26年度120人
- ・中途採用：2024年度150人、25年度130人、26年度155人
エンジニア・企画等で毎年70名、エージェント・DXで毎年30〜50名、コーポレート部門は退職補充のみ

(注) 現時点での想定であり、変更の可能性があります

4. 成長戦略の柱「新時代」に向けた取り組み

テーマ「新時代」に基づき、AIの急速な進化をチャンスと捉え
AIエージェントによる事業構造の転換と営業生産性の向上を目指す

財務目標の上限値には、下記の成長戦略によるアップサイドを織り込む



1

AIエージェントによる事業構造の転換

- ・既存事業の機能拡充等による成長加速
- ・新たな領域へ事業拡大

2

営業生産性の向上

- ・AIテクノロジーやデータを駆使した新たな営業体制・基盤等の構築
- ・メディア（求人広告）・DX商品のクロスセル促進

3

新規サービスによる事業拡大（2024年度 発表予定）

4

「dip30th」各サービスの戦略と財務目標

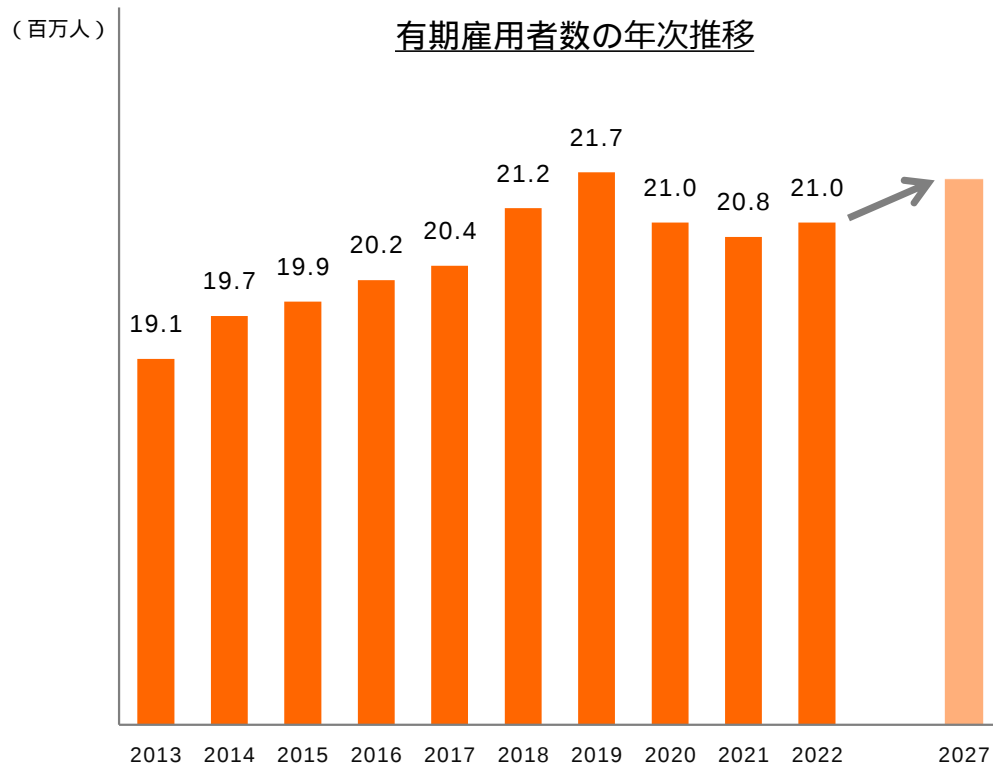
1. メディア（求人広告）サービス
2. エージェント（人材紹介）サービス
3. AIエージェントサービス
4. DXサービス

1. メディア（求人広告）サービス

有期雇用のマーケットは今後も拡大する見通し

競合優位性を活かした事業展開で、さらなるシェア拡大を目指す

■ マーケット環境

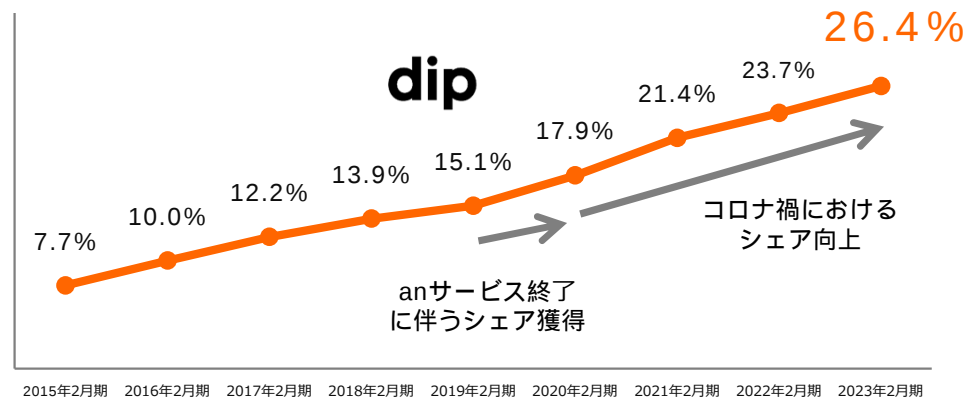


出所：総務省統計局「労働力調査」

■ 競争優位性

- 高いブランド認知による広範なユーザー基盤
- 「ユーザーファースト」に基づく独自のサービスとプロモーション
- フィロソフィーで結びつく直販営業のコンサルティング営業力
- 直販営業により集められた就業者の声に寄り添ったサービス開発力
- 15万社に及ぶ顧客基盤と独自の顧客情報の蓄積

（ご参考）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



第三者機関の市場規模調査に基づき当社作成

1

AI を活用したマッチング精度の向上

dip独自のデータ（顧客企業、ユーザー）を基にAIの精度を高め、応募率・採用率を大幅に向上させ、ユーザー集客力を高める

2

ユーザーファーストを軸にしたコンサルティング営業の強化

求職者の待遇改善に加え、年齢やジェンダー、国籍に係る採用企業のバイアスの撤廃により、ユーザーの就業機会を増やすとともに、顧客企業の採用力を高める

3

営業人員（直販・代理店）の拡充とAI 活用による生産性の向上

求人広告の原稿制作、営業対象先のリストアップ、顧客への提案などの営業活動においてAIを活用し、営業効率と成約率を向上させる

4

ユーザーファーストに基づく独自サービス×プロモーション

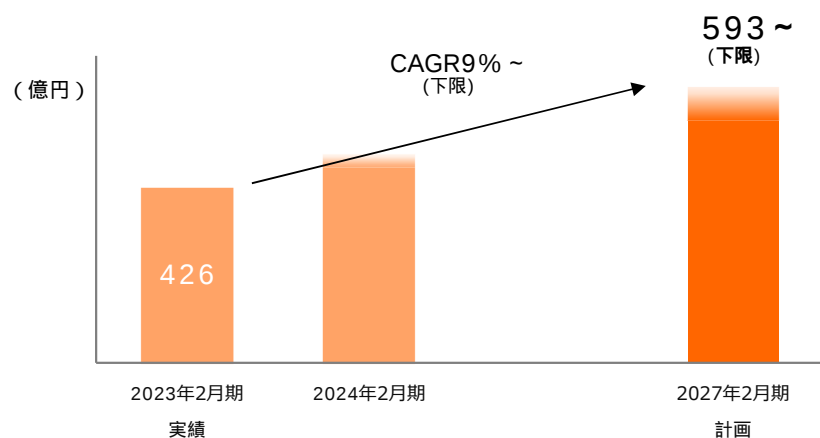
ユーザーのニーズをいち早くサービスに取りこみ、それをハイブリッドでプロモーション営業戦略との連携をさらに深め、顧客セグメント毎に合わせたプロモーションを実施し、高い投資対効果を実現する

1. メディア（求人広告）サービス

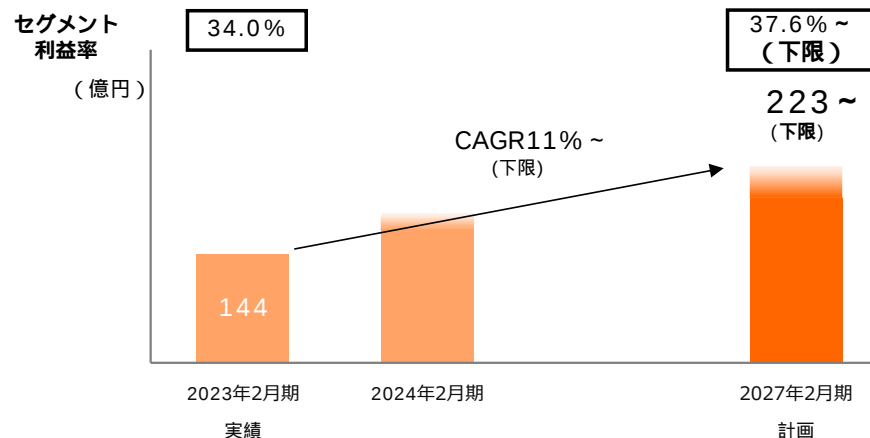
AI 活用等による営業生産性向上により、売上・利益成長を狙う

生産性が高い3年目以上の営業社員比率の向上による全体の生産性アップも想定

■売上高



■セグメント利益

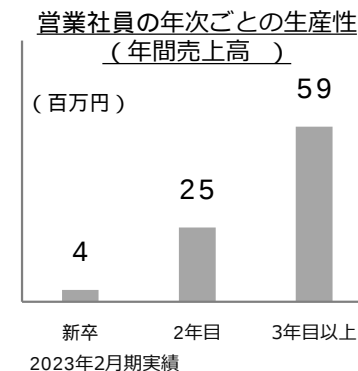
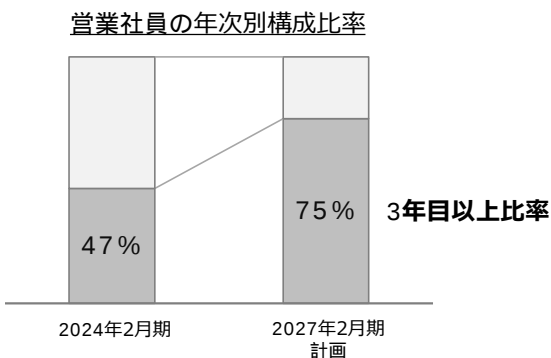


■主要KPI

メディア営業人員数計画 (管理職のぞく) 2024年2月期 予想 約1,200人 2027年2月期 計画 約1,400人

(ご参考)
新卒社員数 (メディア営業)
2023年2月期 355人 2024年2月期 430人

(ご参考)



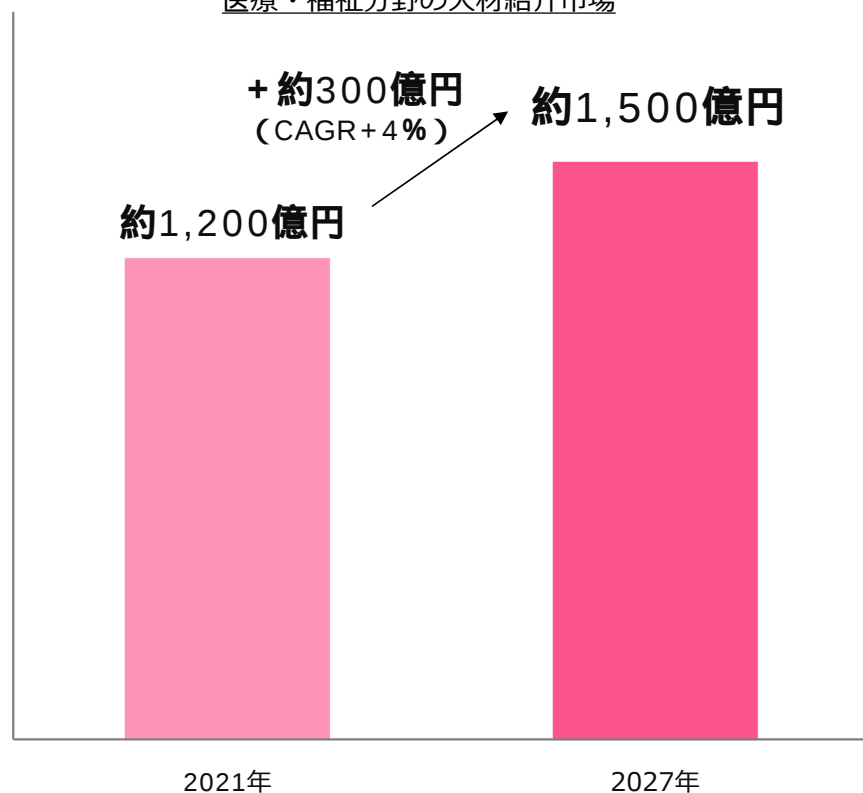
2. エージェント（人材紹介）サービス

医療・福祉分野の人材紹介市場は、高い成長率が継続する見通し

既存メディアのユーザー基盤を活用し、最適なマッチングで新たな雇用機会を創出

■ マーケット環境

医療・福祉分野の人材紹介市場



第三者機関の市場規模調査に基づき当社作成

■ 競争優位性

- 医療・介護領域における既存メディアの顕在・潜在的ユーザー基盤
- メディアサービスで培った医療・介護施設の顧客基盤
- メディア営業含む直販営業による顧客開拓力
- 最先端のAI等のテクノロジーを活用した最適なマッチング

（ご参考）サイトユーザーに求人広告・人材紹介サービスを最適に組み合わせる提案



1

「人（キャリアアドバイザー）」+「AI」による最適なマッチングで 多様な就業機会を創出

求職者のニーズに合わせ、人+AIで多様な働き方を提案
AIエージェントサービスを活用し、マッチング精度を高め、就業率を向上・短期離職率を低減

2

既存メディアからの送客による人材紹介の登録者数拡大

既存メディアのリブランディングにより常勤登録者を拡大
資格保有支援サービスにより未経験者の就業を促進

3

医療・介護施設の顧客基盤の拡大・関係強化

メディアとエージェントのサービスを組み合わせた営業で顧客を開拓
医療・介護のDX商品の拡販も行い、求人事業所数の拡大、関係性の強化を図る

4

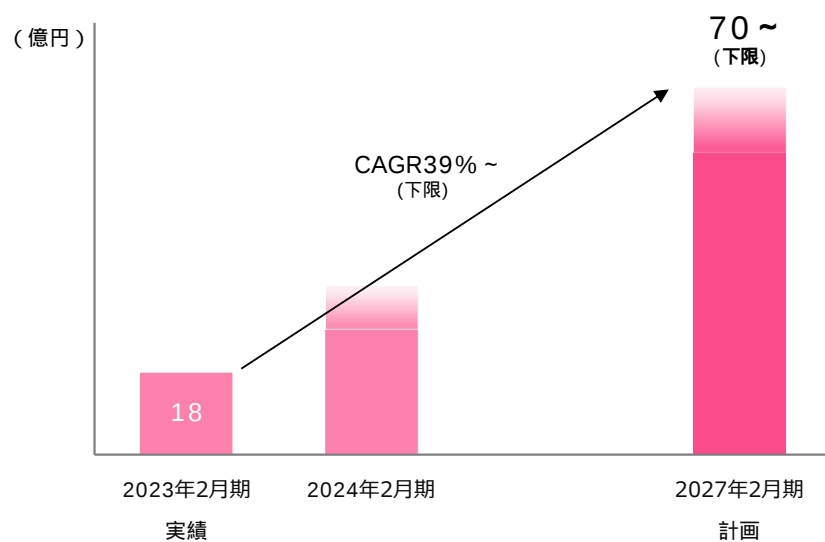
キャリアアドバイザー（CA）体制の拡充、生産性の向上

CA採用の強化・退職率の抑制とともに、
AI / DXの活用による業務フローの継続的な改善で生産性を向上（退職率は12%を継続）

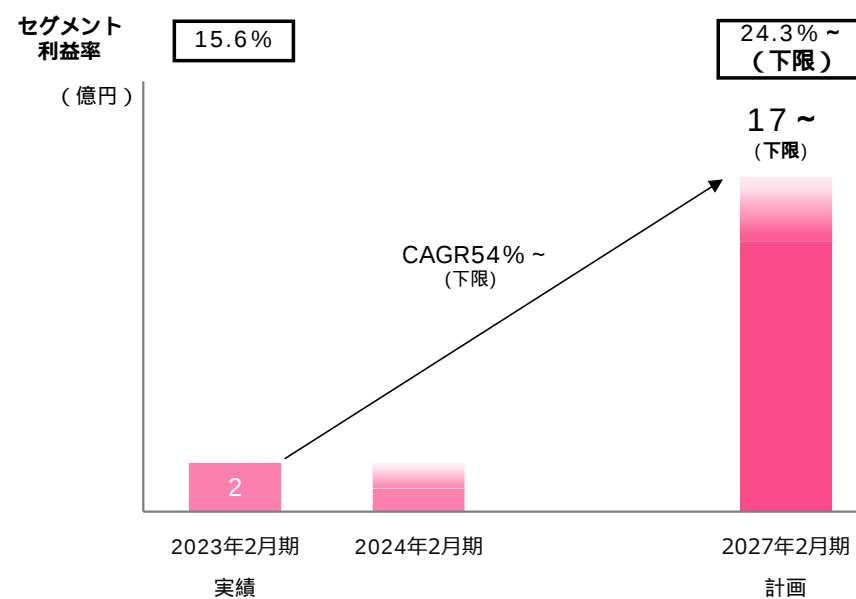
2. エージェント（人材紹介）サービス

キャリアアドバイザーの人員強化と生産性向上により 高い売上成長と収益性向上を目指す

■ 売上高



■ セグメント利益



■ 主要KPI

キャリアアドバイザー人員数計画

2024年2月期 予想

約140人



2027年2月期 計画

約240人~

3. AIエージェントサービス

「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

■ 事業開始の背景

- 正社員領域を中心に、求人広告から人材紹介ビジネスにシフトしている一方、有期雇用領域ではその動きは広がっていない中、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、AIエージェントの事業化に着手。
chatGPTの登場で、事業の立ち上げを加速させ、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したいと考えています
- 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、大きな収益機会が創出されます
- dip の強みは、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です。他社にないこの強みを活かし、精度の高いAIエンジンを創ることが可能と考え、2023年4月に最先端のAI 技術を活用した「AIエージェント事業」の開発を開始しました。
- インターネットの普及を捉えてビジネスを大きく拡大したように、AIの劇的な進化をビジネスチャンスに変えてまいります

■ AIエージェントサービスのビジネスモデル



3. AIエージェントサービス

営業社員が集めた独自の情報と高い開発力により、AIの性能を差別化

■ 競争優位性

- 多様性の高い広範なユーザー基盤
- 直販営業が顧客に寄り添い収集した独自情報の蓄積
- 松尾研究所との協働による高い技術力と強力なAI開発体制
- 400人規模のスクラムチームによる高い開発力
- 日本最大級のAI情報サイト「AINOW」の運営などを通じて培ったAI領域の深い知見

■ 事業展開の方向性

既存サイトの1機能として搭載し、求職者の採用率・就業率を向上。応募数増加による、売上アップ・応募獲得コスト低減を実現

マッチング精度向上後、採用課金モデルを導入。マッチングが高い人材を紹介し、採用率・就業率を上げるとともに、定着率も向上

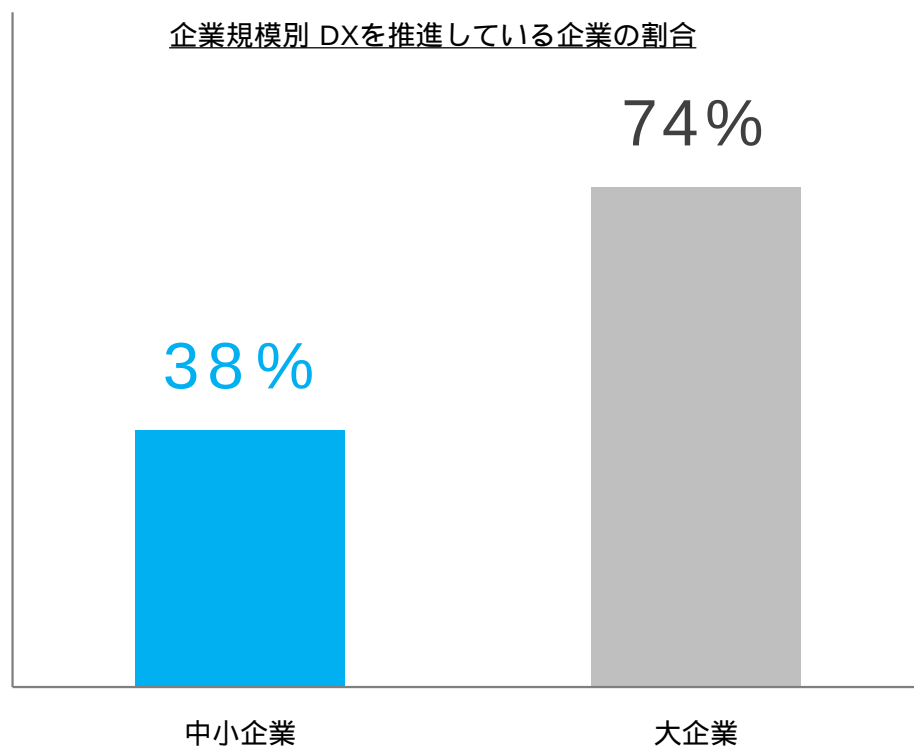
導入領域を拡大

4. DXサービス

中堅・中小企業に特化したシンプルで導入が容易なDX商品を、メディア営業社員が拡販

日本の中堅・中小企業におけるDX導入の余地は大きく、市場拡大を牽引していく

■ マーケット環境



■ 競争優位性

- 中堅・中小企業に特化したシンプルで導入がしやすい商品設計
- 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
- 20年以上のメディア運営を通じて築かれた15万社に及ぶ顧客基盤
- メディア営業・DX専任営業など直販営業2000人 による販売体制

人材サービス・DX事業の営業社員合計

（ご参考）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



1

人事・採用、販促領域のサービス開発の加速

既存商品の品質向上と各領域における新商品の開発

2

新たな領域の商品開発を推進

業務コミュニケーション領域や介護DX領域、ロボティクス領域などのプロダクトラインナップを拡大

3

メディア営業との連携強化とDX専任営業体制の拡充

メディア営業の提案力アップにより受注率を引き上げ、解約率を低減。新たな顧客の開拓にも注力

4

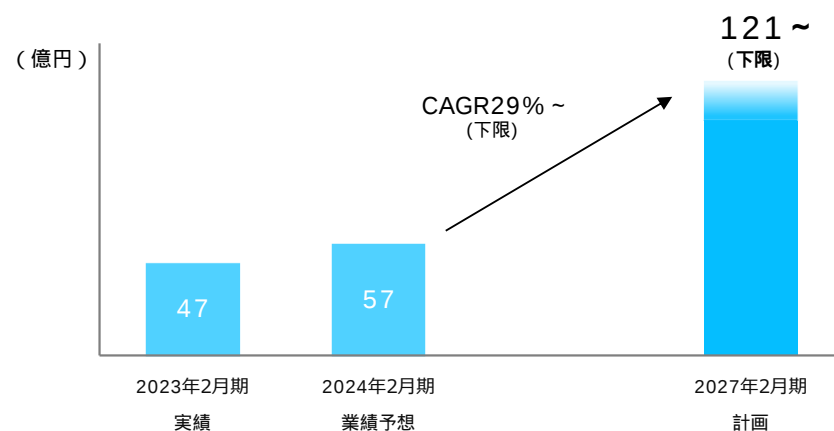
収集したデータとAIテクノロジーで最適なソリューションを提供

AIを組み込んだ商品で収集されるデータを基に、適時に最適なソリューションを提供
顧客と常時つながることで、人材サービスの拡販にも寄与

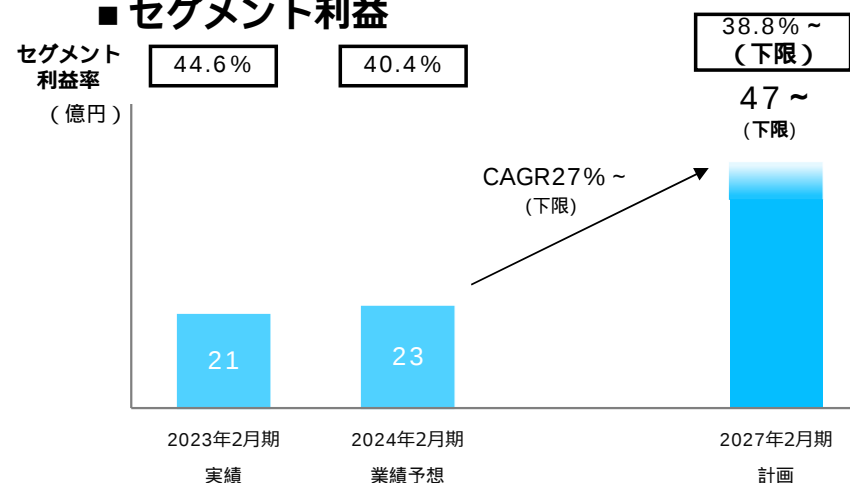
4. DXサービス

DX専任の営業組織により、販促領域や新領域の商品を拡販するとともに
AI・データの活用でソリューション力を強化

■ 売上高



■ セグメント利益



■ 主要KPI目標

課金対象社数計画

2024年2月期 予想

14,000社



2027年2月期 計画

30,000社

ARPU計画

2024年2月期 予想

43千円



2027年2月期 計画

40千円

ストック比率計画

2024年2月期 予想

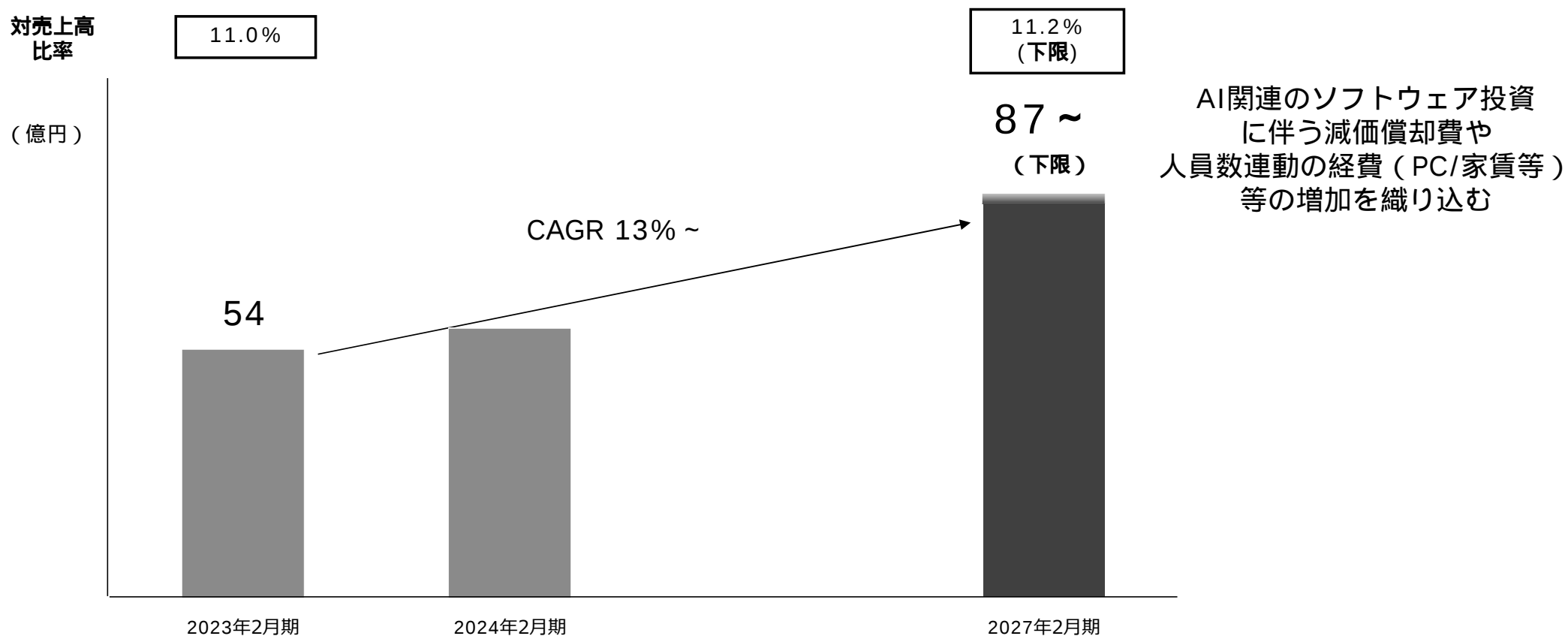
68%



2027年2月期 計画

70%を維持

（ご参考）調整額（全社費用等）



全社費用等は、主に報告セグメント（人材サービス事業、DX事業）に帰属しない一般管理費

5

「dip30th」財務戦略

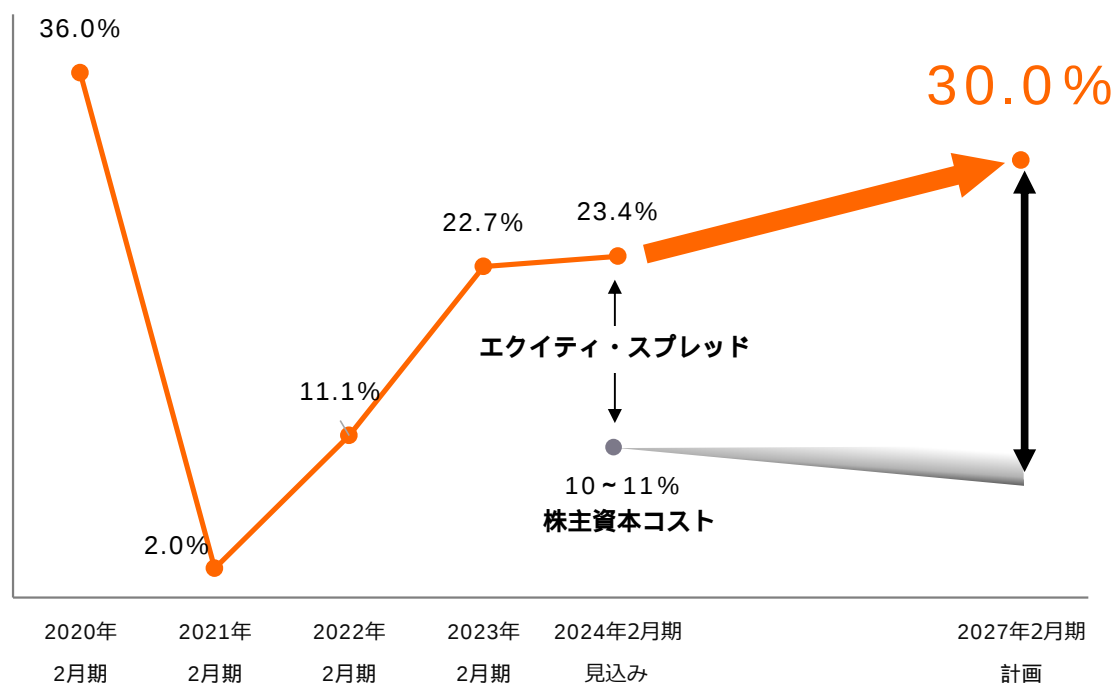
1. 財務目標
2. キャッシュアロケーション

1. 財務目標

エクイティ・スプレッドの最大化で企業価値・株主価値を向上

利益成長と資本効率向上により、中計最終年度でROE 30%達成を目指す

■ ROE目標



資本コストの前提

- ・株主資本コスト (約10~11%) = リスクフリーレート(0.8%) + $\beta(1.5) \times$ リスクプレミアム(6~7%)
- ・リスクフリーレート: 10年物新発国債金利の2023年10月平均
- ・ β : TOPIXと当社株価の変動率を基に5年月次で算出
- ・マーケット・リスクプレミアム: 弊社にて算出した長期の期待市場利回りを基に、マーケット・リスクプレミアムを6~7%と想定

2. キャッシュアロケーション

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)



Appendix

1. 機能別戦略 ①

営業力



生産性向上を加速させる ハイブリッドセールスを推進する

- AI活用による営業生産性向上
メディア営業の原稿制作、営業対象先のリストアップ、顧客への提案業務、エージェントサービスのキャリアアドバイザーの登録者への求人案件ピックアップやロールプレイ練習など、一連の営業活動においてAIをフル活用。基幹システムリプレイス、CRMのシステム構築も実施し、営業効率と成約率を向上させる
- テクノロジーとデータを活用した
新たな営業手法の構築
BtoBマーケティングを活用したインバウンドセールスを推進することに加え、受注確度の高い顧客に効率的にアプローチできるリード獲得モデルを確立

サービス開発力



提供価値を最大化する 精鋭400人のチームスクラムを 構える

- 400名のスクラム体制を構築
エンジニア、企画、デザイン、CRM、データ、マーケター等、多職種からなる400名の社員によるチームで、職種の垣根なく開発
- 中計期間中でエンジニアを200名採用
エンジニアの採用強化を継続
サービスを常に刷新し、最高の品質を提供し続ける
- 内製比率50%以上に引き上げ
外部パートナーとの開発体制を築きつつ、内製・外注の最適な組み合わせで適材適所のプロジェクトアサインメントを実施、効率的なプロダクト開発を目指す
- AI/自動化による開発プロセスの大幅短縮
既に導入済みのAI開発ツールであるGitHub Copilot等により、開発プロセスが大幅に効率化。高品質かつ迅速なシステム開発が可能に
- 開発基盤の更新
レガシーな開発基盤を一新し、開発効率を高める新しい基盤を構築。開発品質、コスト、納期（QCD）を大幅に向上

プロモーション力



ユーザーファーストNo.1の ブランドを確立する

- ユーザーファーストのサービスを創る独自の
ハイブリッドプロモーション
マスとデジタル、SNSを統合したハイブリッドプロモーションの展開により、ユーザーファーストの各プロジェクトを展開し、サービス創造にも貢献
- AI / 自動化による効果向上
広告コンテンツ制作や効果予測をするAIツールを導入済。マーケティングプロセスの大幅な効率化により、高品質で迅速な価値を提供
- データドリブン・マーケティング
マーケティングミックスモデリングを活用し、戦略に合わせた戦術・予算配分の予測と学習モデルを構築。認知の質向上と売上効率化をはかる
- 効果的な求人広告サイト運営で顧客満足度を向上
顧客生涯価値（Life Time Value）に影響する要素を分析し、ユーザーと求人広告のマッチング精度が高い求人広告サイトを運営。顧客満足度の向上と広告宣伝費のコストダウンを実現

1. 機能別戦略 ②

データ・テクノロジーの力



戦略実行のすべてを支える データ基盤の整備する

- 全社を繋げるデータ基盤の構築
情報セキュリティが確保された環境下で、全社のデータを繋ぐ「Labor force solution platform」を構築
リードタイムの短縮とコストダウン、サービス品質を向上
- AI / 自動化ツールの積極導入
全社 AI 活用プロジェクトチーム
「AI Force」による活動により、AI / 自動化ツールを積極的に導入。業務プロセスを大幅に効率化
- 業務の一部を自動化
■ 全社でAIを導入済。営業の事務作業をAIで一部代替し自動化。
営業工数の削減と生産性向上に寄与
- AI エージェントによる求人広告の応募数増加
「AIエージェント」の開発を進め、ユーザーと求人広告のマッチング精度を高める。求人広告への応募数を増やし、売上増加とコストダウンを実現

事業開発力



イノベーションを生み出す 仕組みの強化

- 新規事業・新サービスを生み出す“dipイノベーションエンジン”で新たな社会価値・経済価値を創出
事業を生み出すイノベーションの仕組みを構築します。
社内では、社内取締役・執行役員全員参加のDream会議を新たに立ち上げたとともに、社員が誰でも提案できるdipアクセラレーターにて新規事業の創出に取り組んでいます。
社外とのコラボレーションでは、CVC におけるスタートアップ企業への投資を進め、新たな事業・技術の探索を行うとともに、dip技術研究所・dip総合研究所においてアカデミアとの協創を推進します。
これら4つの機能を
「dipイノベーションエンジン」と位置づけ、イノベーション力を高め、事業創出の基盤を構築します。
- 事業創出を促す4つの機能

