



2024年4月12日

各 位

会社名 株式会社 ダイブ  
代表者名 代表取締役社長 庄子 潔  
(コード番号: 151A 東証グロース)  
問合せ先 取締役管理本部長 山本 拓嗣  
(TEL. 03-6311-9833)

## 「リゾートバイトで体験できる“異文化体験が”自己肯定感の向上へ」 株式会社電通と共同調査を実施

全国約4,600施設の宿泊施設に特化した人材サービス事業を行う株式会社ダイブ(東京都新宿区 代表取締役社長: 庄子潔、東証グロース/151A、以下ダイブ)は、ワークスタイル研究のパイオニア、仲隆介教授監修のもと、株式会社電通と共同で、2023年6月に全国の15~69歳の男女計20,000人を対象にインターネット調査を実施いたしました。

この調査において、ダイブが提供する観光HR事業(リゾートバイト)が働き手の自己肯定感を高めることに関して「重要な役割を担い、社会的価値を期待できる働く選択肢の一つではないかと考えらえる」(仲教授コメントより)という結果となりました。(調査詳細は次頁以降をご参照ください。)

### 【調査サマリー】

- リゾートバイトに対する印象は、約7割がポジティブ。「普通のバイトでは体験できないことができそう」「知らない土地に行ける」などの回答が上位を占める
- リゾートバイトを経験して得られたことに「普段できない体験」「さまざまな人に出会えた」と回答した人はいずれも3割弱で上位
- リゾートバイトの経験者は、「周りに認められていると感じた」「わかり合える人に出会えた」「人間関係を構築できた」など、暮らし方に関する意見と、自分自身や人との関わり方についてのスコアが一般生活者と比較して高く、ウェルビーイング意識が高い結果に

以 上

# 「リゾートバイトで体験できる”異文化体験”が自己肯定感の向上へ」ダイブ、業界初となる大規模調査（\*注1）を株式会社電通と共同で実施

～ワークスタイル研究の第一人者、仲隆介教授監修による研究で明らかに～

全国約4,600施設の宿泊施設に特化した人材サービス事業を行う株式会社ダイブ（東京都新宿区 代表取締役社長：庄子潔、証券コード151A、以下ダイブ）は、ワークスタイル研究のパイオニア、仲隆介教授監修の下、株式会社電通と共同で、2023年6月に全国の15～69歳の男女計20,000人を対象にインターネット調査を実施しました。



本調査では、一般生活者の15～69歳の男女2,000人と、リゾートバイト経験者の15～69歳の男女500人に対して、リゾートバイトに関する意識調査を行いました。本リリースでは、リゾートバイト経験者の分析結果を紹介します。

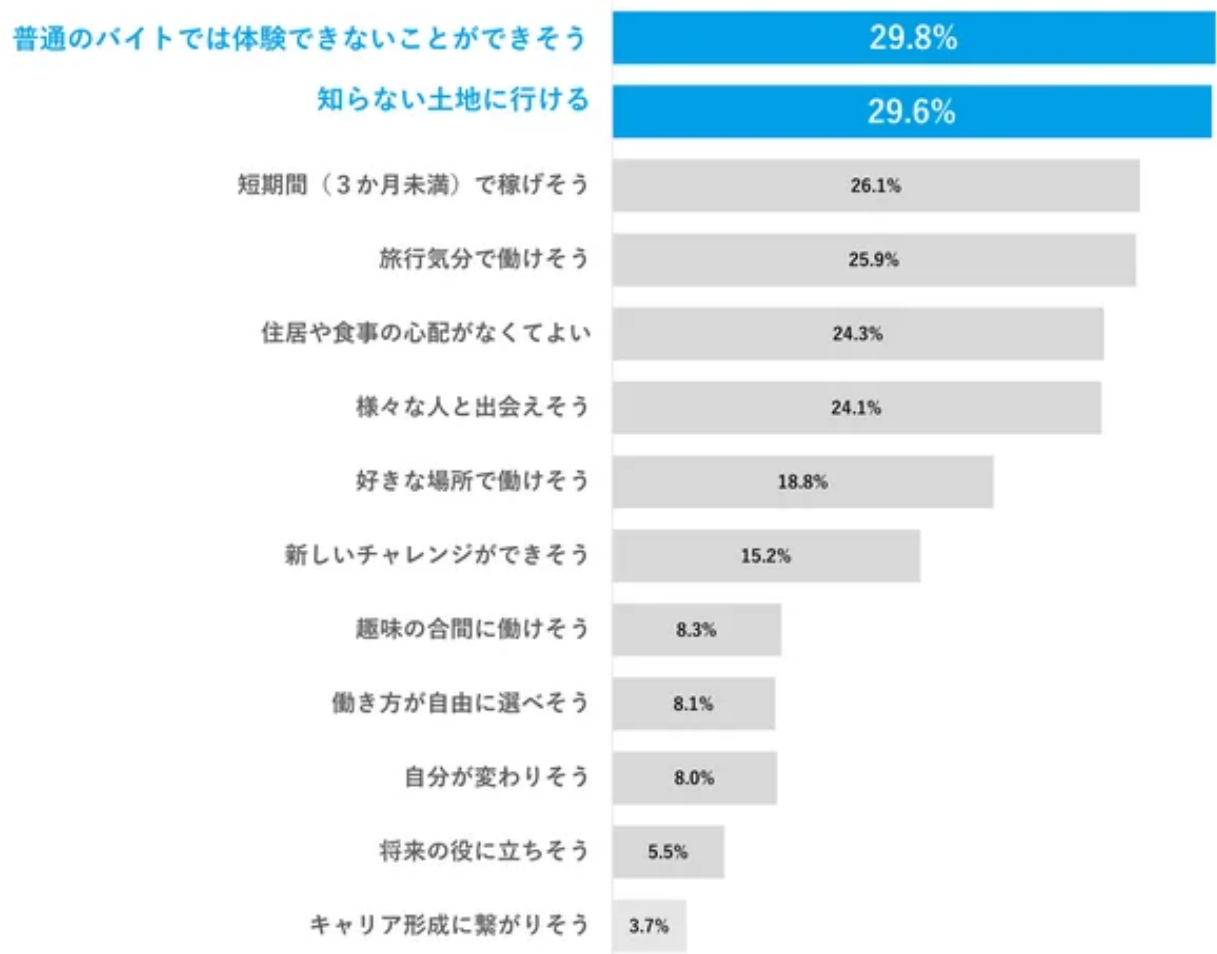
(\*注1) : 自社調べ

### 【調査サマリー】

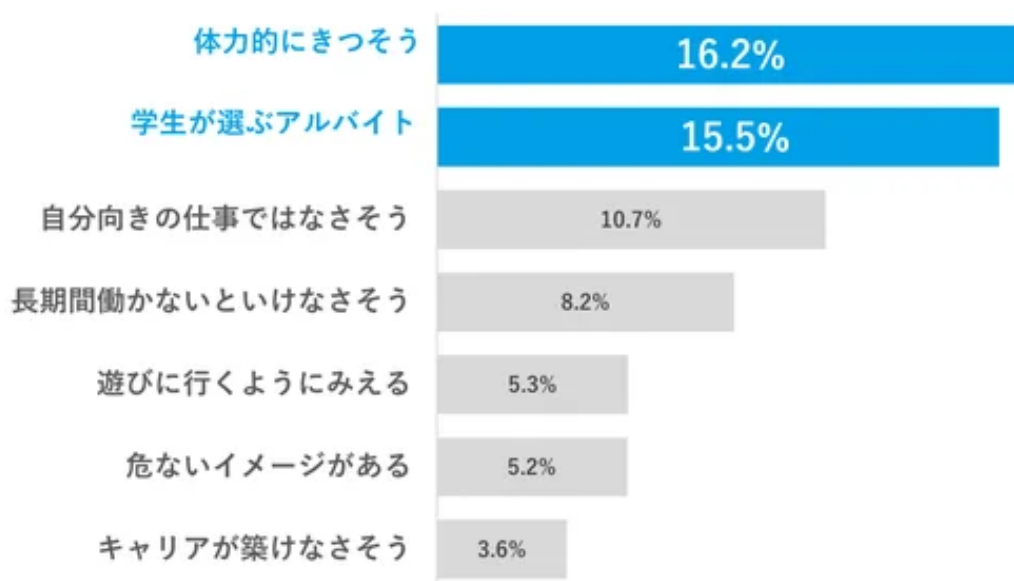
- 1.リゾートバイトに対する印象は、約7割がポジティブ。「普通のバイトでは体験できないことができそう」「知らない土地に行ける」などの回答が上位を占める
- 2.リゾートバイトを経験して得られたことに「普段できない体験」「様々な人に出会えた」と回答した人はいずれも3割弱で上位
- 3.リゾートバイトの経験者は「周りに認められていると感じた」「分かり合える人に出会えた」「人間関係を構築できた」など、暮らし方に関する意見と自分自身や人との関り方についてのスコアが一般生活者と比較して高く、ウェルビーイング意識が高い結果に

1: 「リゾートバイト」と聞くとどのような働き方の印象を持つかお聞かせください。

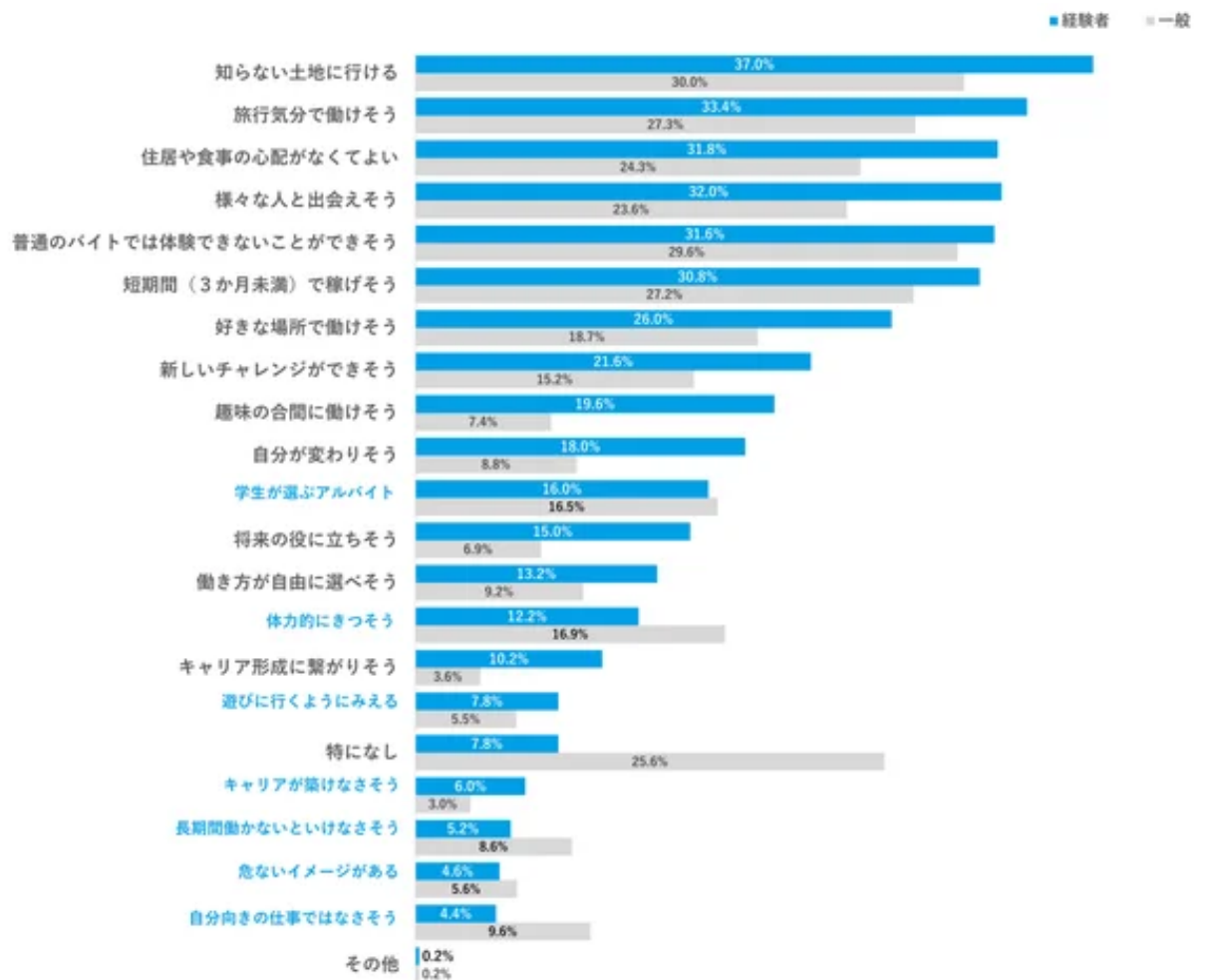
15～69歳の男女20,000人に「リゾートバイト」と聞くとどのような働き方の印象を持つかを調査したところ、**ポジティブイメージが約67%を占めていました**。ポジティブなイメージでは「普通のバイトでは体験できないことができそう」「知らない土地に行ける」が約**3割で上位**を占めています。(図1-1) ネガティブなイメージでは「体力的にキツそう」「学生が選ぶバイト」という回答が上位となりました。(図1-2) 全体傾向として、リゾートバイトの印象は経験者の中では、ポジティブな評価が多く、反対にネガティブな印象は経験者よりも一般生活者内で高い傾向が見られます。(図1-3)



(図1-1) : 15～69歳の男女20,000人ポジティブ回答



(図1-2) : 15～69歳の男女20,000人ネガティブ回答

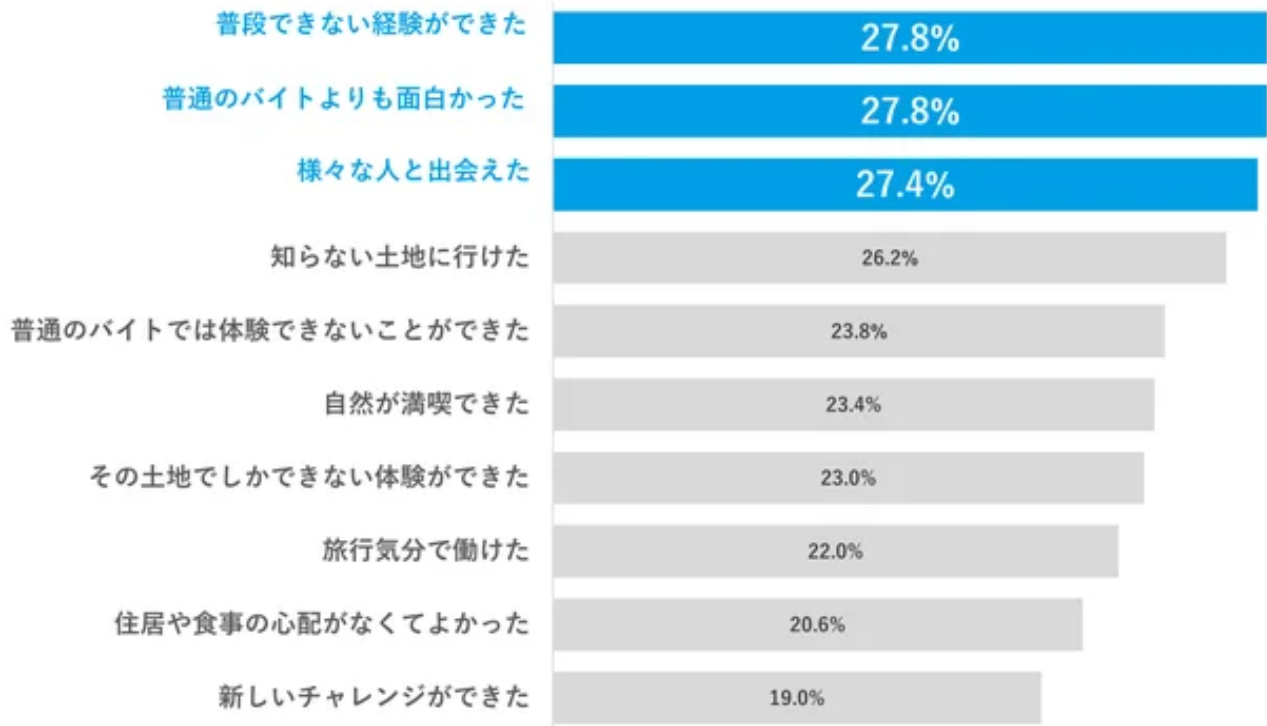


(図1-3)：一般生活者15～69歳の男女2,000人／リゾートバイト経験者15～69歳の男女500人※青字＝ネガティブ項目

2：「リゾートバイト」を経験して得られたことを教えてください。【経験者のみ】  
 ※該当するものすべて選択（上位10項目を抜粋）

さらに、リゾートバイトを経験したことがある人に経験したことで得られたこと、よかったと思うメリットについて調査しました。

とくに「普段できない経験ができた（27.8%）」「普通のバイトよりも面白かった（27.8%）」「様々な人と出会えた（27.4%）」「知らない土地に行けた（26.2%）」がいずれも3割弱で上位となりました。（図2）

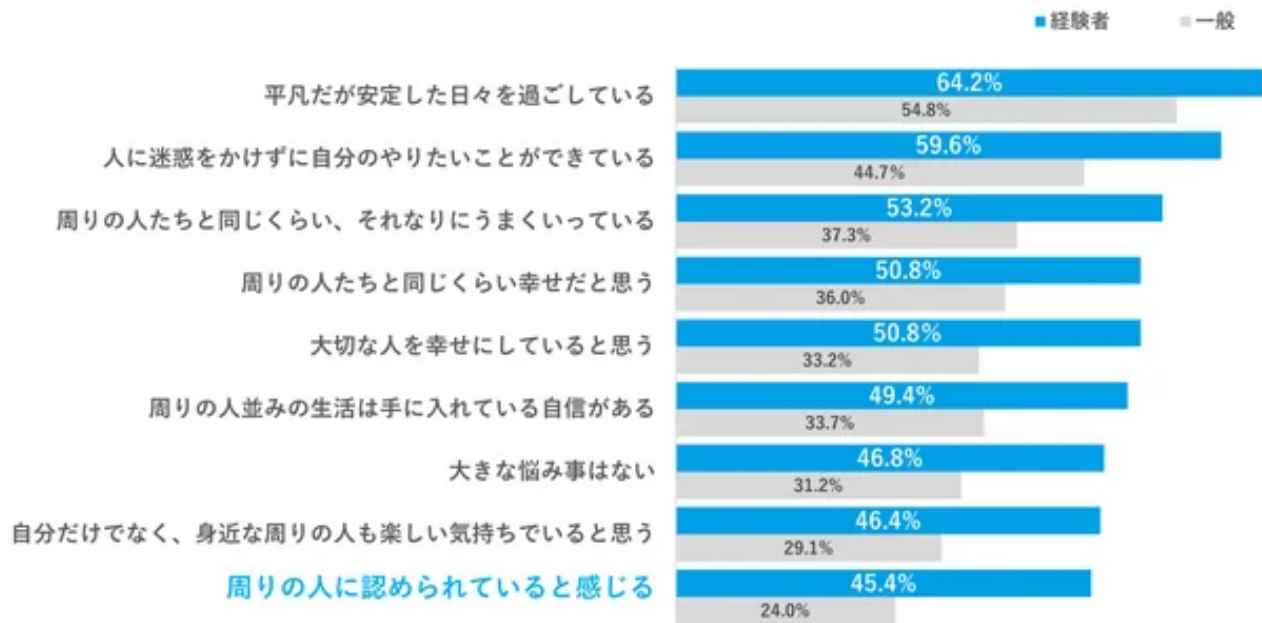


(図2) : リゾートバイト経験者15～69歳の男女500人

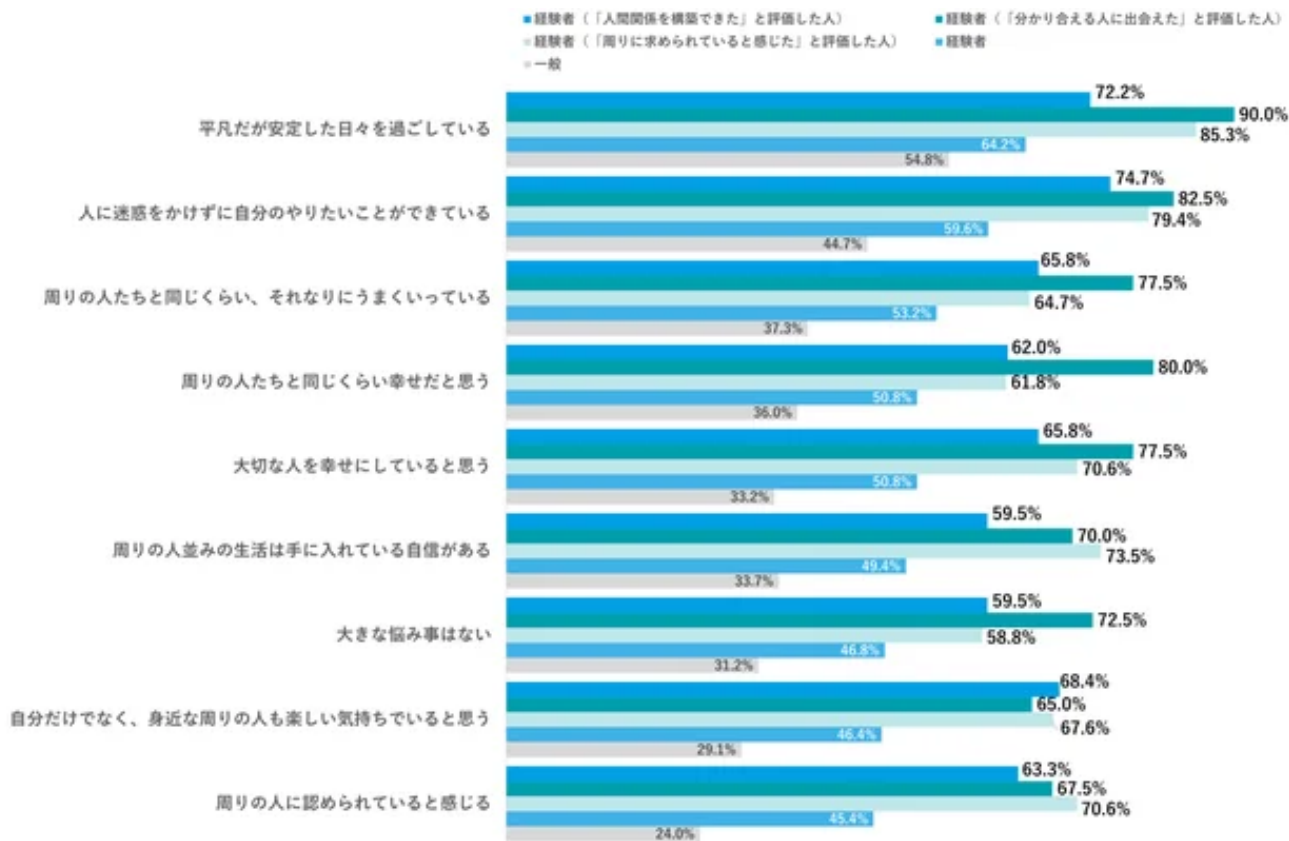
リゾートバイトは、生活状況や活動の環境が変わることから「普段できない体験」「多様な価値観」と触れたことにより、リゾートバイト経験後は、魅力的な働き方であると感じる人が多いと言えそうです。

**3：暮らし方に関する意見と、自分自身や人との関り方に関する意見について該当するものを教えてください。**

次に、暮らし方に関する意見と、自分自身や人との関り方について質問したところ、リゾートバイトの経験者が全項目で一般生活者よりもスコアが高く、ウェルビーイング意識が高いことがわかりました。特に「周りの人に認められていると感じている (45.4%)」については、一般生活者との差分が大きく、幸福感につながっている可能性が高いと言えそうです。(図3) リゾートバイトの経験を「周りに認められていると感じた」「分かり合える人に出会えた」「人間関係を構築できた」と評価している人の幸福度は一般生活者に比べ、経験者の中でも、突出して高いことから、リゾートバイトはその後の生き方や姿勢にプラスに働くことがうかがえます。(図4)



(図3)：一般生活者15～69歳の男女2,000人／リゾートバイト経験者15～69歳の男女500人



(図4)：一般生活者15～69歳の男女2,000人／リゾートバイト経験者15～69歳の男女500人／経験者（周りに求められていると感じたと評価した34人）／経験者（分かり合える人に出会えたと評価した40人）／経験者（人間関係を構築できたと評価した79人）

### (仲教授コメント)

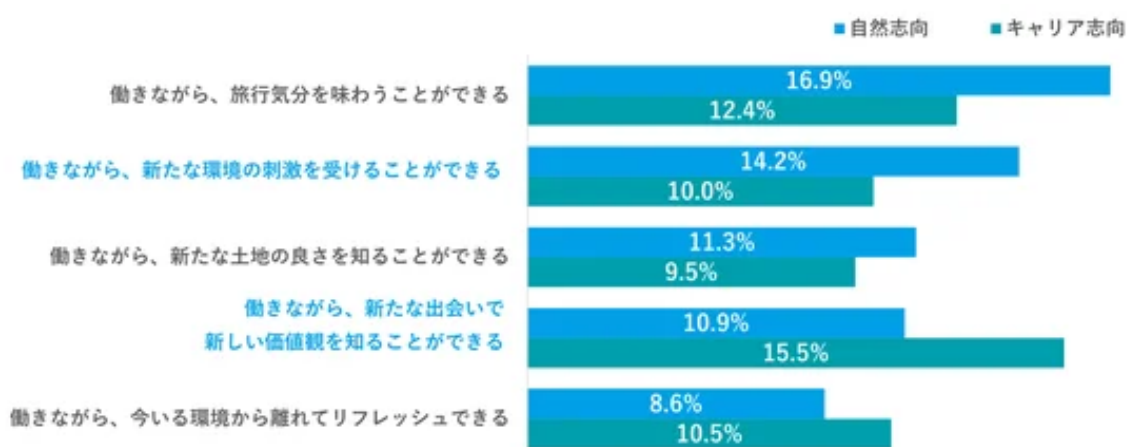
ウェルビーイングというのは、身体的健康、心理的健康、社会的健康が揃っていて幸せの状態のことを指します。



リゾートバイト経験がウェルビーイング意識を高めるのは、おそらく今までと違う生活体験ができ、しかも比較的簡単に違う世界に飛び込むことができるからだと思われます。

リゾートバイト経験に対して「自然が満喫できた」と評価している人たちは、更にウェルビーイングが高く見られるのも、おそらく変化する自然の中に身を置き、人間としての感覚が研ぎ澄まされて、より人間らしく生きられた結果として、身体的に健康になり、さらにリゾートバイトを介して仕事で充足感を得て心理的な健康と、世に貢献しているという実感から社会的にも健康になる、という好循環が生まれ、ウェルビーイングにつながっているからでしょう。

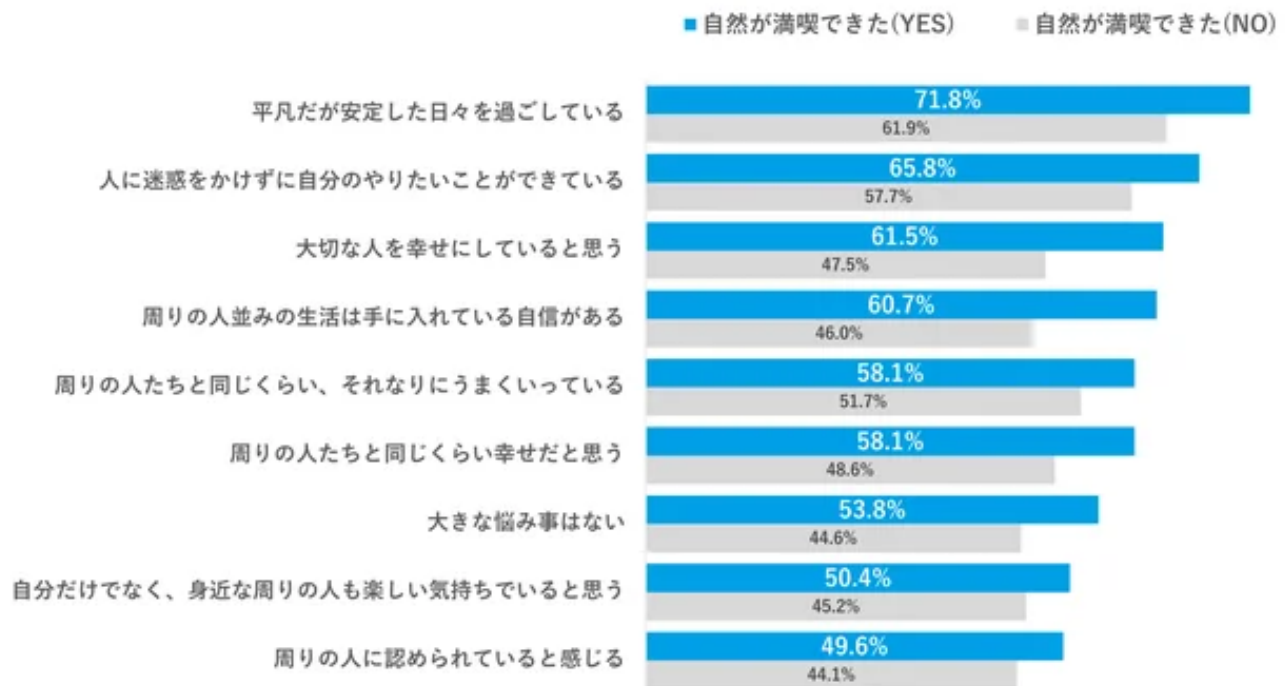
一般生活者のリゾートバイト仮説ベネフィット評価として、キャリア志向層は新しい出会いと新しい価値観を得ることに対して評価しているのに対して、自然志向層は新しい環境からの「刺激」を評価しています。（図5）



(図5) : 一般生活者15～69歳の男女2,000人のうちキャリア志向579人、自然志向302人

自然志向層（リゾートバイトのメリットを「自然が満喫できた」と評価した層）は、一般生活者よりはもちろんのこと、リゾートバイトの経験者全体の平均値よりも、ウェルビーイング意識が高い傾向にあります。このような背景から、自然に触れ合うことでウェルビーイング意識が高まると言えそうです。（図6）





(図6) : リゾートバイト経験者15～69歳の男女500人

## 新しい働き方、時代に合わせたワークスタイルへの期待

### (仲教授コメント)

都会の最適化された変化の少ない環境にいと、感覚はつい鈍ってきます。自然という変化の中に一定期間、身をおいた方が、変化することに慣れていって、多様性にも慣れていきます。同じ場所よりも多様な経験を多様な場所で積み重ねた方が、実は感覚が活性化し、生産性も創造力もイノベーションも高くなる傾向にあります。

リゾートバイトをチャレンジする人たちの背中を押したいと思います。

今回の調査を通して経験者が持つイメージと、一般生活者が持つイメージの乖離を確認できました。リゾートバイト経験者は「趣味の合間に働けそう」で一般生活者との差分が大きい。一般生活者のネガティブイメージで経験者との差分が大きいのは「自分向きの仕事ではなさそう」です。

ただリゾートバイトが持つ”様々な価値”を掲示すると、様々な性別・年齢・職業の人が興味を示していることもデータからも分かりました。

「様々な人と出会えそう」「住居や食事」「旅行気分で行けること」「趣味の合間に働けること」「新たなチャレンジができる」など経験することで得られるリゾートバイトの魅力

力があり、それらの魅力ポイントで「自分向けの仕事ではない」というイメージを払拭することが可能かどうかは今後の課題としてありそうですが、リゾートバイト（新しい働き方＝自然の中で働く、自由に働く）は、まさに働く人のウェルビーイングの向上に重要な役割を担い、そういった社会的価値を期待できる働く選択肢の一つではないかと考えられます。これから先のリゾートバイト業界がさらに大きくなっていく可能性も期待されます。

### 【調査概要】

- ・タイトル：リゾートバイトに関する意識調査
- ・調査方法：インターネット調査（日本全国対象）
- ・調査対象者：15～69歳の男女（未既婚・職業不問・人口構成比）※広告代理店・市場調査業のみ除外
- ・調査時期：2023年06月27日(火)～2023年06月29日(木)
- ・回答数：20,000（スクリーニング調査）2,500（本調査）

### ■仲隆介教授プロフィール

合同会社NAKA Lab代表社員。京都工芸繊維大学名誉教授 1957年大分県生まれ、1983年東京理科大学院修士課程終了、PALインターナショナル一級建築士事務所、1984年東京理科大学助手、1994年マサチューセッツ工科大学客員研究員、1998年宮城大学助教授、2002年京都工芸繊維大学助教授、2007年同大学教授、2023年より現職。専門分野は、都市計画・建築計画、教育工学、メディア情報学・データベース、社会学。さまざまな機関で研究、啓蒙活動を展開するとともに、企業・自治体でワークプレイスデザインを実践している。

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、世界中で中間層の人口が増加し、  
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、  
旅行者は増えつつきている。

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」を覆くのは、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——。

## 【株式会社ダイブ・概要】

会社名 : 株式会社ダイブ  
創業 : 2002年3月  
代表取締役社長 : 庄子 潔  
本社所在地 : 〒160-0022 東京都新宿区 新宿2-8-1 新宿セブンビル10F  
サイト : <https://dive.design/>

ダイブは、日本経済の成長エンジン「観光業」の大課題を解決すべく、事業展開しているベンチャー企業です。

基幹事業である観光施設に特化した人材サービス（リゾートバイト）においては、観光施設の大課題である「人手不足」の解決に寄与しており、年間7,845人の観光従事者を創出。日本人人材と外国人人材あわせて、全国47都道府県、4,600施設以上の観光施設と、人材のお取引実績があります。

また、新規事業の地方創生事業では、全国6カ所の非観光地（過疎地・消滅可能性都市を含む）において、D2Cの観光事業を展開。収益の創出・外貨の獲得はもちろん、地域事業者と連携することでのサステナブルな地域づくりに貢献しております。

その他にも、グランピング施設に特化したWEBメディア GLAMPICKS（グランピックス）

の運営をはじめとした宿泊施設に対する集客支援など、IT領域での事業展開も積極的に行っております。

---

株式会社ダイブのプレスリリース一覧

[https://prt看mes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/34289](https://prt看mes.jp/main/html/searchrlp/company_id/34289)