



2024年10月9日

各 位

会 社 名 株式会社タイミー
代 表 者 名 代表取締役 小川 嶺
(コード番号：215A 東証グロース)
問 合 せ 先 取締役 CFO 八木 智昭
TEL. 03-6822-3013

よくある質問と回答

平素よりご愛好いただきありがとうございます。足元で投資家様からいただいた主な質問とその回答について下記の通り開示いたします。

本開示は投資家様への情報発信強化とフェア・ディスクロージャーを目的にしております。回答内容については、時点のずれによって多少の齟齬が生じる可能性がある点ご了承ください。

Q1. タイミー事業に季節性はありますか。

繁忙度は、1Q（11-1月）>4Q（8-10月）>3Q（5-7月）>2Q（2-4月）の順となる傾向があります。各四半期の主なイベントは以下の通りです。

1Q（11-1月）： クリスマス・年末年始商戦、忘年会・新年会

2Q（2-4月）： 新年度・新生活

3Q（5-7月）： ゴールデンウィーク、お中元

4Q（8-10月）： お中元、夏休み/お盆、シルバーウィーク

一方で、2月（上記のようなイベントが少ない、日数が少ない）や6月（梅雨）は閑散期となります。また、特に1Qと2Qの季節性による差は大きく、2Qの売上高は1Qを下回る傾向があります。

[2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P11](#)

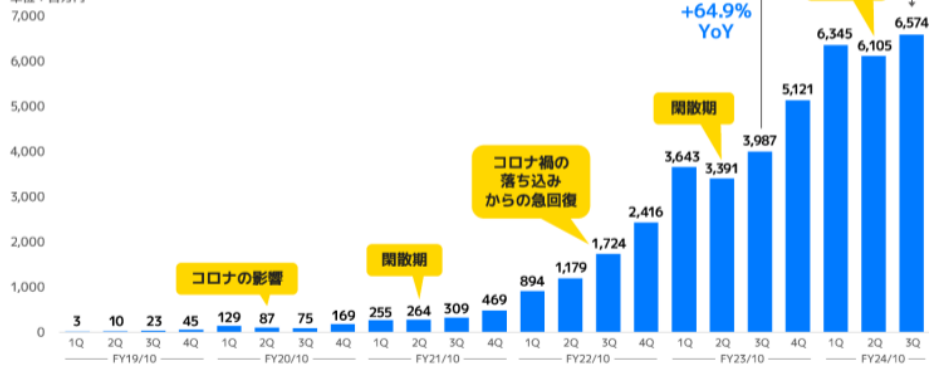
売上高の拡大

Timee

平均テイクレートの安定した推移により、流通総額に比例して売上高も過去最高(+64.9% YoY)。

売上高(四半期推移)

単位：百万円



Q2. 稼働率とはどのような KPI でしょうか。

例えば稼働率が 86% の場合、クライアントが 100 人の求人募集を出したときに、86 名のワーカーが稼働することを意味します。季節性に応じて若干の変動があり、相対的に繁忙期は低め、閑散期は高めに出る傾向があります。マッチングが難しい募集としては、直前の募集、条件（経験者限定等）が厳しい募集、相互評価制度によるワーカーからの評価が低いクライアントからの募集等があります。

Q3. 新規参入が増え競争激化する中でタイミーの競争優位は何でしょうか。

タイミーのビジネスモデルはネットワーク効果が効く、先行者優位のビジネスモデルだと考えております。より多くのワーカーがいるプラットフォームに多くのクライアントが求人を出し、より多くの求人があるプラットフォームにより多くのワーカーが集まる状況で、タイミーは日本における No. 1 のポジション（注 1）を築いております。

その上で、弊社の競争優位は大きく分けて 3 点あると考えております。

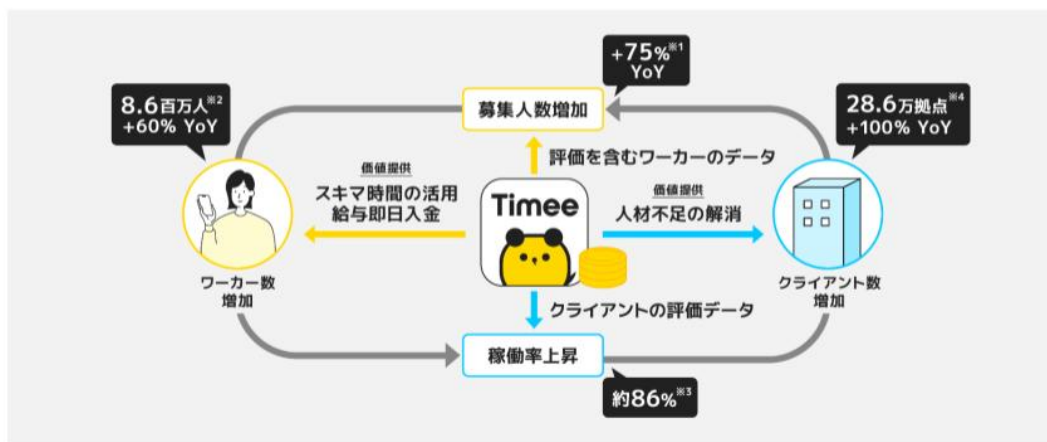
一点目は、高い稼働率です。FY24 3Q の稼働率は 86%と、直近は安定して 80%以上の高い水準を維持しております。人手不足の時代において、人手が確保できるサービスかどうかは非常に重要な点となっております。

[2024 年 10 月期 第 3 四半期決算説明資料 P33](#)

ワーカー・クライアントの双方に価値を提供

Timee

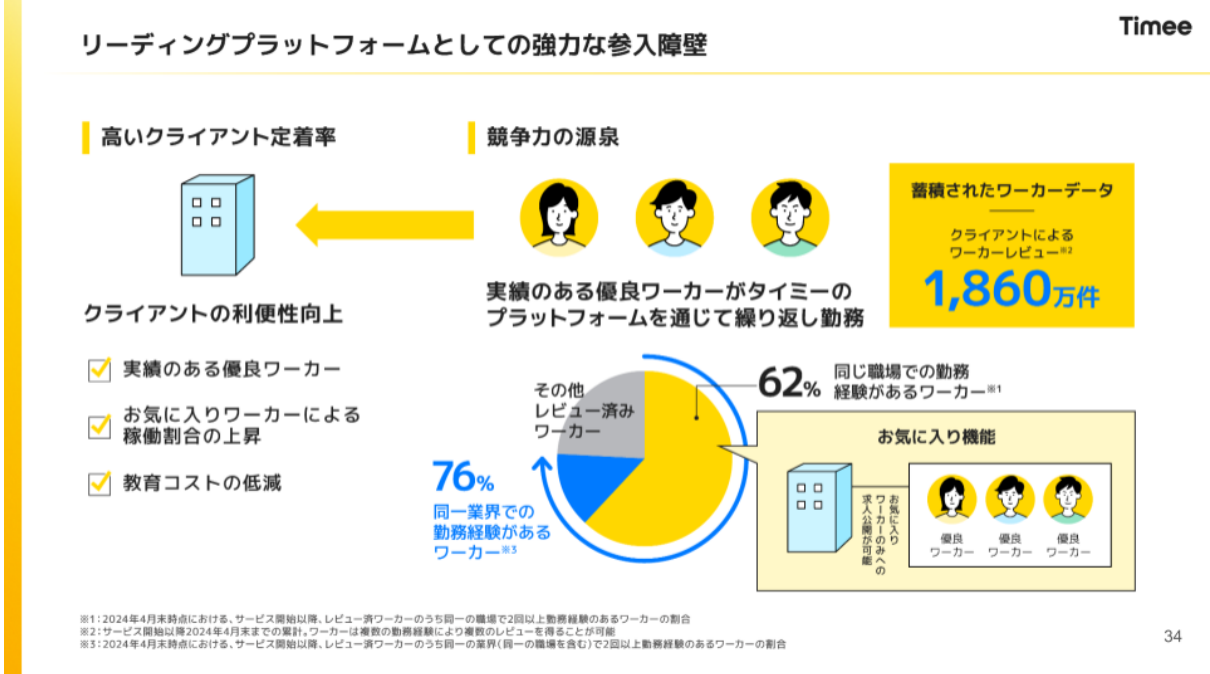
明確な提供価値とネットワーク効果による更なるプラットフォームの拡大



※1: クライアントによる募集人数。FY2023/10-3QからFY2024/10-3Qまでの増加率 ※2: 2024年7月末時点の登録ワーカー数。サービス開始以降の累計。2023年7月末時点から2024年7月末時点における増加率
※3: FY2024/10-3Qの稼働人数を募集人数で割って算出 ※4: 2024年7月末時点の登録クライアント事業所数。サービス開始以降の累計。2023年7月末時点から2024年7月末時点における増加率

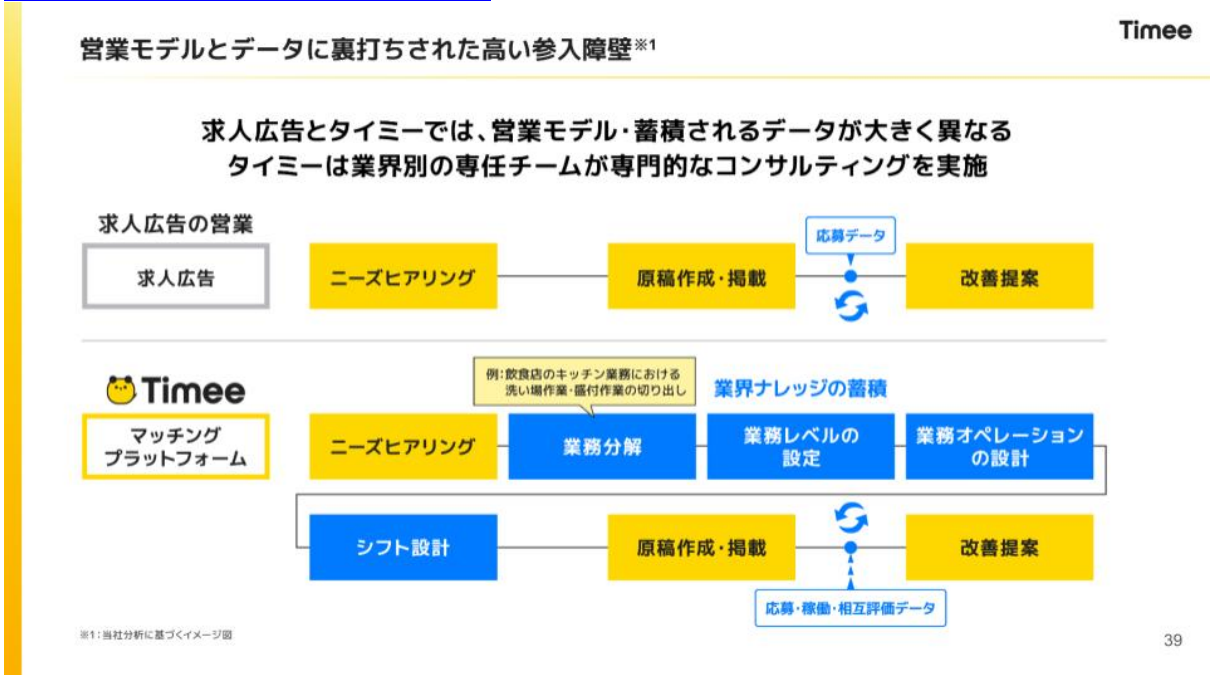
二点目は、働きぶりの良いワーカーです。タイミーは単に人手を確保できるサービスではなく、ワーカーの働きぶりが良いことも特徴の一つです。毎回の業務終了後に行われる相互評価制度、直前キャンセル・無断欠勤に対するペナルティ制度等により、働きぶりの良いワーカーがきちんと評価される仕組みを構築しております。加えて、同じ職場での勤務経験があるワーカーが約62%、同一業界での勤務経験があるワーカーが約76%と、実績のあるワーカーがタイミーのプラットフォームを通じて繰り返し勤務されており、それがクライアントの利便性向上につながっていると考えています（注2）。

2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P34



三点目は、営業（カスタマーサクセス）担当による手厚いフォローです。求人サイトの営業とスキマサイトの営業では、必要なノウハウが大きく異なり、スキマバイトならではのカスタマーサクセスが重要となります。弊社の営業人員は、実際にクライアントの現場に足を運び、業務プロセスを理解した上で、タイミーワーカーが対応可能な業務の切り出しを提案しております。そのため、この BPR(Business Process Re-engineering)のノウハウと業界毎のナレッジも弊社の競争優位となっております。

2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P39



注1：ワーカーの観点ではサービス利用率、クライアント観点では求人掲載数に基づく。

サービス利用率：調査委託先 マクロミル 調査方法 インターネット調査 調査時期 2024年2月9日から2024年2月11日 調査対象 直近1年以内にスキマバイトを経験したことのある18から69歳の男女1,034人

求人掲載数：調査機関 日本マーケティングリサーチ機構 調査期間 2024年4月9日から2024年5月29日
調査概要 2024年5月期_スキマバイトサービスにおける市場調査

注2：2024年4月末時点における、サービス開始以降、レビュー済ワーカーのうち同一の職場で2回以上勤務経験のあるワーカーの割合が約62%、レビュー済ワーカーのうち同一の業界（同一の職場を含む）で2回以上勤務経験のあるワーカーの割合が約76%

Q4. 競争激化によるテイクレートへの影響はありますか。

FY24 3Q の平均テイクレートは 29.6%と高い水準を維持し続けております。

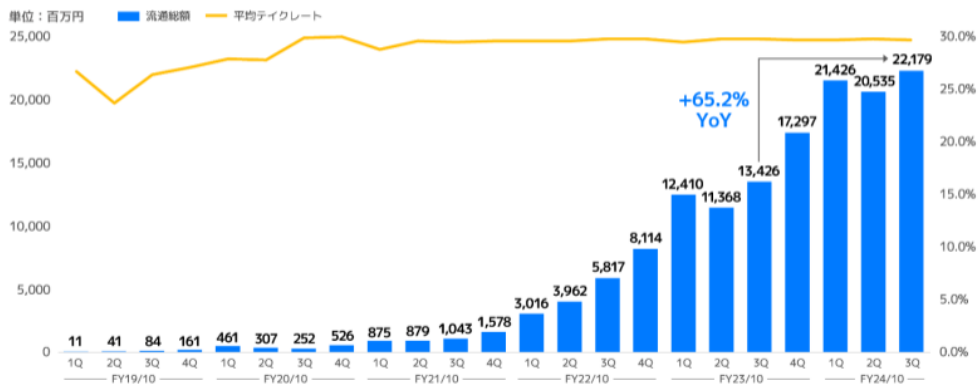
2024 年 10 月期 第 3 四半期決算説明資料 P10

流通総額の拡大

Timee

3Qの流通総額は過去最高(+65.2% YoY)。平均テイクレートも安定して高水準を維持。

流通総額/平均テイクレート※1(四半期推移)



※1: タイミープラットフォームの売上を流通総額で除して算出

Q5. 具体的な競合対策は何でしょうか。

蓄積された膨大なワーカーデータは弊社しか保有していない強力な参入障壁になると考えております。そのため、今後は蓄積されたデータの活用によるさらなる参入障壁の強化を目指します。具体的には、昨年10月にバッジ機能をリリースしております。バッジ機能とは、ワーカーがタイミー上でのこれまでの勤務を通じて、期待以上の働きをしてくれたと認められた業務（ホール、洗い場、調理等）を示す機能です。加えて、今年の4月には高時給を条件に、バッジ保有者限定で求人を掲載する新機能も実装しており、バッジ保有ワーカーは高時給で勤務可能、クライアントも即戦力人材を確保が可能になっております。このようなタイミーにしかできない取り組みを通じて、ワーカー・クライアント双方のエンゲージメントを高めてまいります。

2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P35

蓄積されたデータの活用による更なる参入障壁の強化

Timee

バッジ機能/スキルの可視化※1



ワーカー側のメリット

- スキルの向上
- 時給上昇

クライアント側のメリット

- 新たな業務募集の拡大促進
- 要件の限定によるマッチング精度の向上
- スキルを有するワーカーの迅速な確保

レコメンド機能※1



蓄積データに基づく
パーソナライズされた
レコメンド

※1:イメージ図。画像は実際のデータとは異なる

Q6. クライアントは複数のスキマバイトサービスを併用していますか。

1 企業 1 サービスが一般的な利用方法だと考えております。

タイミーにはワーカーの選考プロセスがなく、ワーカーが働きたい求人案件に応募した時点でマッチングが成立します。そのため、複数サービスを併用するには、各サービスのマッチング状況をモニタリングしながら募集人数を調整する必要があります。人手不足の状況下において、このような追加の業務を発生させてまで複数サービスを利用することはあまり現実的ではないと考えております。

加えて、タイミーでは、クライアントが導入しやすくなるよう、労務管理の工数を削減するための「ブロック機能」を設けています。例えば、同じ事業所で1ヶ月に「8万8000円以上」働き、他の要件(継続して2ヶ月を超えて雇用される見込み等)を満たした場合、事業所側にワーカーの社会保険加入手続きが生じますが、これに伴う費用負担と事務作業の発生を防ぐために、タイミーでは、同じ事業所で「8万8000円以上」働くことを防ぐブロック機能を設けています。しかし、事業所側が複数のスキマバイトサービスを併用している場合、このブロックが機能しなくなり、事業所側でワーカーの労働時間の照合などを行う作業が発生してしまいます。

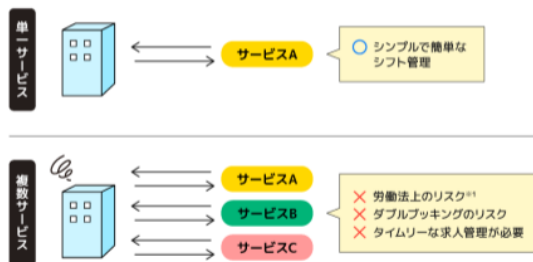
2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P38

先駆者としての強力な参入障壁

Timee

1企業・1サービス

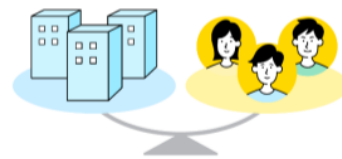
即時マッチングの性質上複数サービスの利用は困難



長期のリードタイム

新規参入者がプラットフォームを急速に拡大することは困難

スキマバイト事業においては、ワーカーとクライアントの均衡を確立できる水準まで、プラットフォームの規模を拡大することが必要
例) ワーカー数が多いと働ける仕事が見つからず、クライアント数が多いと人手確保が出来ない



※1: クライアント及びワーカーが複数のサービスを利用する場合、クライアントは法定労働時間の上限などの労働規制に抵触してしまう恐れがある。
一方、クライアントがタイミー経由でのみワーカーを雇用する際には、総労働時間が一定の時間を超えるとマッチングが自動的にブロックされる

Q7. クライアントとワーカーのどちらを獲得することに重点を置いていますか。

現時点では、クライアントになります。稼働率が80%以上の高位である点や、登録ワーカー数と累積アクティブワーカーの数に間に大きな開きがある点からも、多くのワーカーが仕事を探しているものの、稼働ができていない状態だと捉えております。なお、クライアントとワーカーのバランスについては、稼働率等を注視しながら、日本全国、市町村単位で細かな調整を続けております。

Q8. 今後の成長ドライバーは何ですか。

タイミーの売上は、アクティブアカウント数 x アクティブアカウント当たりの流通総額 x 平均テイクレートで算出できます。現在の売上の成長は、アクティブアカウント数の増加が牽引しており、今後についても同様と考えております。

2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P53

Timee

収益・コスト構造のイメージ



※1: 売上高のほぼ全額は流通総額xテイクレートから算出されるタイミー手数料による
 ※2: 販売費及び一般管理費の内訳はNon-GAAP指標。HRは営業チーム、バックオフィスなどの給与を含む。マーケティング費用はワーカー・クライアントの獲得のための広告費(デジタル広告が大半)、販売促進費、その他マーケティング費用。その他は、外部委託費、販売代理店手数料、回収業者費用、その他費用・手数料を含む

Q9. クライアントはどのように獲得していますか。

クライアントの規模に合わせて獲得方法は異なります。

大規模・中規模のクライアントには営業（カスタマーサクセス）担当がついており、各担当がクライアントにアプローチをしております（コストとしては HR 費用）。一方で、エコノミクスの観点から、小規模のクライアントに対してはデジタル広告、TVCM 等を活用しております（コストとしてはマーケティング費用（クライアントマーケティング））。また、地方自治体との事業連携等も小規模のクライアントの獲得に寄与しております。

昨年度の 4Q から本格的にクライアントマーケティングを開始しておりますが、サービス開始以来、大・中規模のクライアントに対して精力的に営業活動をしており、この方針は今後も大きく変わりません（大・中規模クライアントにおける弊社の浸透率はまだ低いと考えております）。

2024 年 10 月期 第 3 四半期決算説明資料 P47



※1: イメージ図 ※2: BDR: Business Development Representative (主にアウトバウンドコール) ※3: SDR: Sales Development Representative (主にインバウンドコール)

Q10. コスト構造・投資の優先度はどのようになっていますか。

主要なコストはHR費用とマーケティング費用の二つになります。

HR費用は、弊社の全従業員のうち、約半数が営業人員（主に大・中規模のクライアント獲得を目的としたカスタマーサクセスが中心）となっており、売上高比で約30%前後で推移しております。

マーケティング費用は、ワーカーマーケティングとクライアントマーケティングから構成され、共にデジタル広告やTVCM等が中心です。

ワーカーマーケティングは主に新規ワーカーの獲得を目的としたものです。Q1に記載の通り、タイミー事業には季節性があり、繁忙期はより多くの求人が掲載されるため、稼働率を維持するためにワーカーマーケティングに投下する費用の割合も増加します。一方で、YoYで売上高比を比較すると、その割合は緩やかに減少しています。これは、コアワーカー（ひと月当たり8回以上稼働するワーカー）の割合が増加するにつれ、新規で獲得が必要なワーカーの割合が減少しているためです。

クライアントマーケティングは小規模のクライアント獲得を目的としたものです。加えて、小規模な多種多様な求人が増えることにより、プラットフォームとしての魅力が増し、ワーカーエンゲージメントにも間接的に寄与するものと考えております。

投資の優先度としては、大・中規模のクライアント獲得と稼働率を維持するためのワーカーマーケティングが高いです。その次に、全社ベースの利益水準を見ながら、獲得効率を悪化させない範囲で、適切な額をクライアントマーケティングにも投下しております。

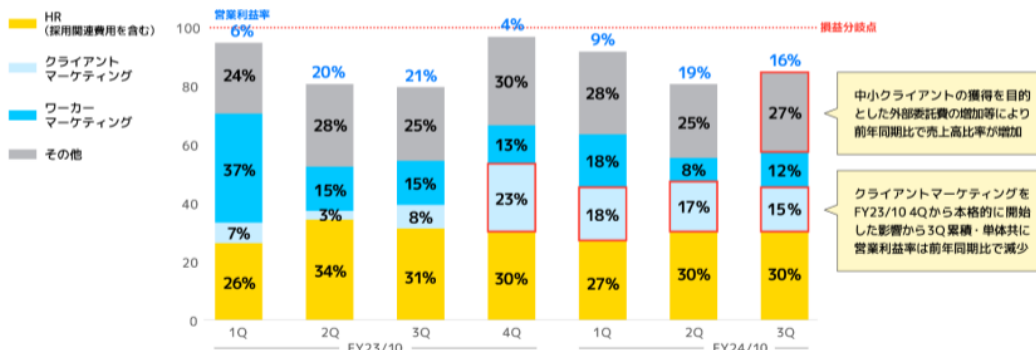
2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P17

利益率の更なる改善に向けた明確な道筋

Timee

前年同期比でのワーカーマーケティングの売上高比率減少の傾向は継続。FY23/10 4Qから本格的に開始したクライアントマーケティングの影響から、前年同期比でクライアントマーケティングの売上高比率は増加。

コスト内訳(対売上高比率)(四半期推移)*1



*1: 販売費及び一般管理費の内訳はNon-GAAP指標。HRは営業チーム、バックオフィスなどの給与を含む。ワーカーマーケティング費用とクライアントマーケティング費用は、ワーカー又はクライアントの獲得のための広告宣伝費(デジタル広告が大半)、その他は、売上原価、販売促進費、その他マーケティング費用、外部委託費、販売代理店手数料、回収業者費用、その他費用・手数料を含む

Q11. クライアントはタイミーを利用しているワーカーを引き抜くことができますか。

可能です（追加の手数料も発生しません）。しかし、タイミーを利用するワーカーの多くが、シフトの提出が不要な柔軟な働き方や給与即日入金に対するニーズを有していることから、その難易度は高いと認識しております。

Q12. 派遣・求人サイトといったプレイヤーとはどのように競合していますか。

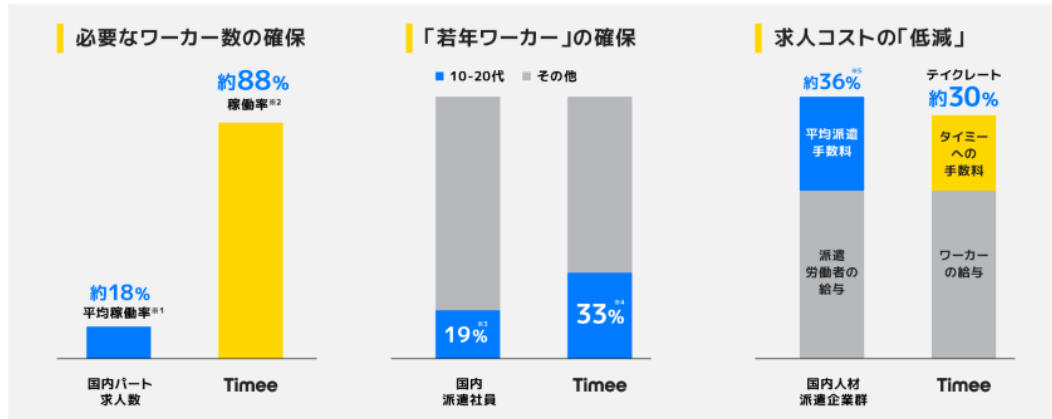
物流、飲食、小売の3業界において、物流は主に派遣会社を通じて、飲食・小売は主に求人サイトを通じて、これまで人手を確保してきたと認識しております。そして、タイミーの高い稼働率、ワーカーの働きぶりといった競争優位性は、スキマバイトサービスの競合だけでなく、既存プレイヤーに対しても同様と考えております。加えて、コスト面については、派遣会社の平均派遣手数料は約36%と弊社の手数料30%より高い状況です(注3)。求人サイトにおいては、掲載料として月間約10万円程度かかりますが、タイミーは稼働時のみコストが発生します(注4)。

2024年10月期 第3四半期決算説明資料 P37

タイミーの導入によるメリット

Timee

タイミーの導入により、クライアントは若年層且つ十分なワーカーを低コストですぐに確保可能に



※1:パートタイムの稼働率は登録件数を新規求人数で除して算出。期間は2024年2月から2024年4月。厚生労働省「一般職業紹介状況(職業安定業務統計)」に基づく
※2:タイミーの稼働率はFY2024/10-2Qの稼働人数をクライアントによる掲載案件の募集人数で除して算出
※3:日本の派遣会社から派遣された派遣社員10-20代の割合は、2024年4月時点の総務省「労働力調査」に基づく
※4:2024年4月の稼働人数における10-20代のワーカーの割合。アプリの登録情報に基づく(回答者のみ)
※5:派遣会社の利益率。2022年4月から2023年3月までの派遣労働者の平均派遣料金と同期間の派遣労働者の平均賃金の差分を前者で除して算出。厚生労働省「労働者派遣事業報告書」(2022年度)に基づく

注3:派遣会社の利益率。2022年4月から2023年3月までの派遣労働者の平均派遣料金と同期間の派遣労働者の平均賃金の差分を前者で除して算出。厚生労働省「労働者派遣事業報告書」(2022年度)に基づく

注4:主要求人サイトの首都圏におけるスタンダードプランの月間掲載料に基づく

Q13. 不正利用への対策はどのようにされていますか。

不正利用については、機能・オペレーション双方で既に対策済みで、その発生は極めて限定的です。また、発生した場合も、検知し次第速やかに必要な措置を講じる体制を構築しております。上記の通り、その発生自体を抑制できていることに加えて、弊社は中小規模クライアントの債権は債権回収業者へ譲渡することで、貸倒れリスクを適切にコントロールしています。

以上