

Timee

FY25/10期 第2四半期

決算説明資料

2025.6.12

株式会社タイミー
(証券コード：215A)

FY25/10 2Q決算ハイライト

164 億円

/ +32.2% YoY
売上高^{※1}/成長率
(FY25 2Q累計)

32 億円

/ +89.9% YoY
営業利益/成長率
(FY25 2Q累計)

29.0%

平均テイクレート^{※2}
(FY25 2Q累計)

86.2%

稼働率^{※3}
(FY25 2Q累計)

565 億円

流通総額^{※4}
(FY25 2Q累計)

408 千拠点

アクティブアカウント
(AA) 数^{※5}
(FY25 2Q累計)

138 千円

AA当たり流通総額
(FY25 2Q累計)

※1：ネットベースの収益（流通総額 × テイクレート）。当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの

※2：クライアントに請求する手数料率。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

※3：マッチング率。稼働人数を募集人数で除して算出

※4：クライアントからワーカー（特に記載がない場合、「ワーカー」とは「スポットワーカー」のことをいう）に支給される給与＋交通費

※5：月に少なくとも1つの求人掲載したクライアント事業所数。6か月のアクティブアカウント数の合計を示しており、かかる数値は上期中に1つの求人掲載したクライアント数よりも大きくなる可能性がある。

FY25/10 2Q決算概要及び3Q業績見通し

PL
2Q単体

- 売上高は78.1億円 (+28.0% YoY)、営業利益は18.5億円 (+60.8% YoY、営業利益率 23.7%) と増収増益。
- 売上高は、飲食業界を中心としたコスト抑制が顧客決算期末も相俟って強化されたことや不正利用対策の影響が継続したが、物流・小売業界での堅調な成長により全社でもYoYで増収。コスト面は、前年の2Qは試験的にクライアントマーケティング・BPO費用を大幅に計上したものの、今Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小したことに加え、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益はYoYで大幅増益。

PL
2Q累計

- 売上高は164.6億円 (+32.2% YoY)、営業利益は32.6億円 (+89.9% YoY、営業利益率 19.8%) と増収増益。
- 売上高及び営業利益ともに通期業績予想レンジ対比で順調に進捗しており、特に利益面は1Q、2Qともに大幅に上振れて進捗中。

KPI
2Q単体

- 流通総額は主にAA数の増加を背景に26,666百万円 (+29.9% YoY) と大幅増加。
- 平均テイクレートは29.1%と引き続き高水準を維持。ボリュームディスカウント施策の関係で1Qに大きく低下した物流業界では当初見込み通り期間が終了しQoQで回復。
- 稼働率は過去最高水準の87.9% (+0.4pt YoY)。閑散期に入り季節性によりQoQで上昇。
- AA数は物流及び小売業界を中心に順調に拡大し200.7千拠点 (+35.3% YoY)。
- AA当たり流通総額は132.8千円。2Qは閑散期のためQoQでは低下したものの、物流及び小売業界での安定した継続利用（受入負荷軽減プロジェクトの成果も含む）によりYoYでは▲4.1%と小幅な下落に留まる。

FY25/10
3Q 見通し

- 売上高は84.0 - 85.5億円 (+27.8% - +30.0% YoY)、営業利益は17.3 - 17.7億円 (+61.1% - +64.8% YoY、営業利益率 20.6% - 20.7%) の見通し。飲食業界は引き続き軟調であるものの反転の兆しが出ていること、物流業界を中心に堅調にサービス利用拡大が見込まれることから、売上高はYoY成長率がQoQで反転し営業利益も高成長を見込む。

FY25/10 2Q単体 業績見通しと実績の差異について

単位：百万円

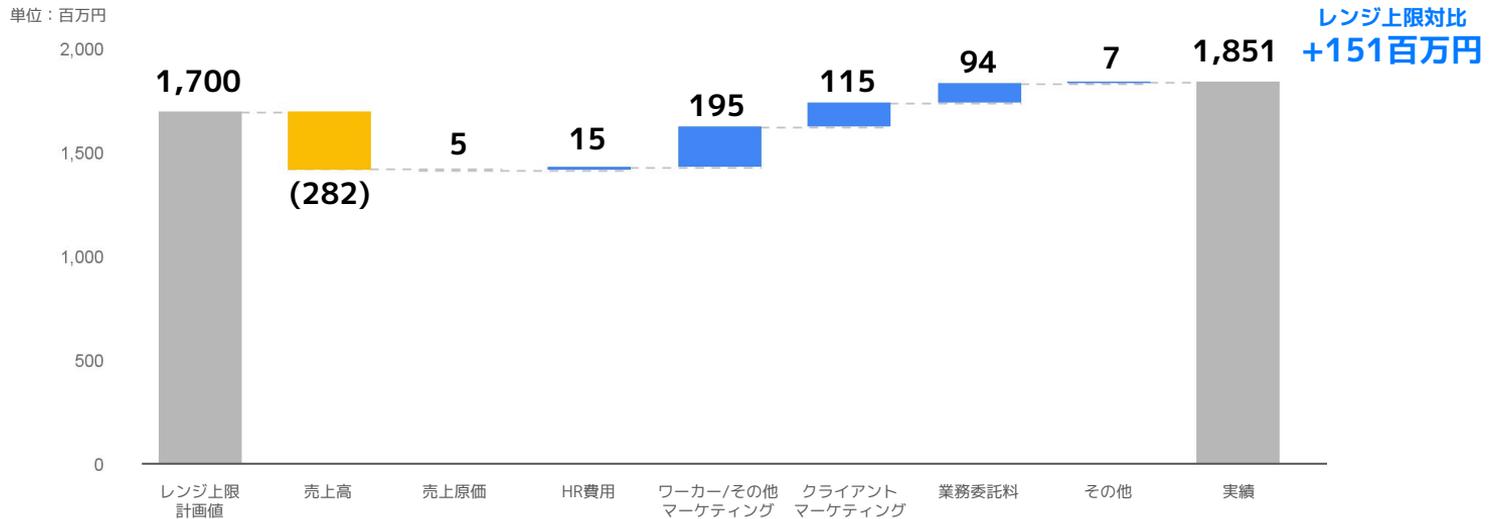


	FY25/10 2Q 業績見通し	FY25/10 2Q 実績	差異理由
売上高	7,900 — 8,100	7,817	<p>売上高は2Qレンジ下限を82百万円下回る7,817百万円（+28.0% YoY）で着地。</p> <p>不正利用対策の影響において想定よりも影響が出たことに加え、飲食業界において顧客の決算期末のタイミングも相俟って利用抑制が増加し飲食業界での売上高が想定よりも鈍化したことにより下振れ。</p>
売上高成長率	29.4% — 32.7%	28.0%	
営業利益	1,660 — 1,700	1,851	<p>営業利益は2Qレンジ上限を151百万円上回る1,851百万円（+60.8% YoY、営業利益率 23.7%）で着地。</p> <p>売上高はレンジ下限を下回ったものの、募集数減少に応じてワーカーマーケティングコスト等の変動コストも連動して減少したことに加え、1Qに引き続き規律を持った投資を継続したこと、営業生産性の向上が継続したこと、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントを継続したことにより、全体的にコスト改善を実現することができたためレンジ上限を大幅に上振れて着地。</p>
営業利益成長率	44.2% — 47.7%	60.8%	
営業利益率	21.0% — 21.0%	23.7%	

ご参考：営業利益の増減要因（2Q単体計画対比）

売上高はレンジを下回ったものの、募集数減少に応じてワーカーマーケティングコスト等の変動コストも連動して減少したに加え、1Qに引き続き規律を持った投資を継続したこと、営業生産性の向上が継続したこと、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントを継続したことにより、全体的にコスト改善を実現することができたためレンジ上限を大幅に上振れて着地。

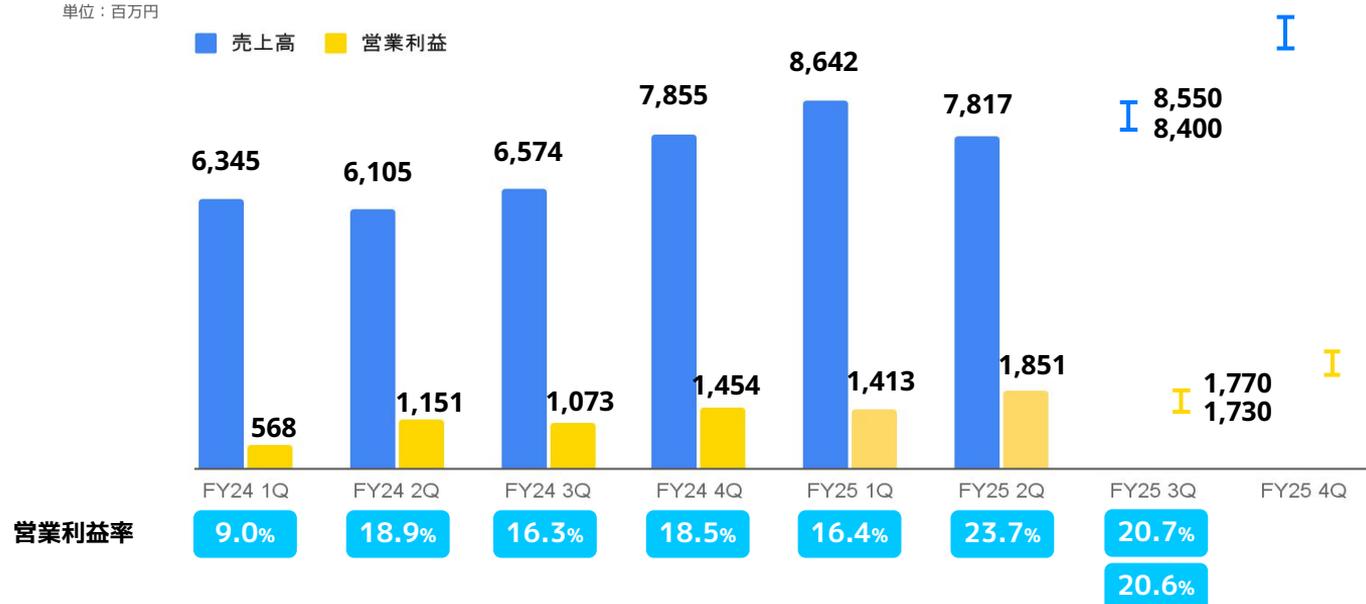
営業利益増減要因（対計画）※1



※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、採用関連費用を含む。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）。その他マーケティング費用は、販売促進費を含む。その他は、支払手数料、販売代理店手数料、その他費用・手数料を含む

FY25/10 3Q業績見通し

売上高は8,400 - 8,550百万円（+27.8% - +30.0% YoY）、営業利益は1,730 - 1,770百万円（+61.1% - +64.8% YoY、営業利益率20.6% - 20.7%）の見通し。不正利用対策の影響は継続するも繁忙期に入り3Qは2Q対比反転。また、飲食業界は引き続き軟調であるものの足元で反転の兆しが出ていること、物流業界において受入負荷軽減プロジェクトの成果が下半期に徐々に出てくる見込みであること、AA当たり流通総額が改善傾向にあること、更にはホテル・介護業界の利用拡大もあり、売上高成長率は改善する見込み。営業利益は規律を持ったコストマネジメントによりYoYで大幅増益、利益率の大幅改善を見込む。



FY25/10

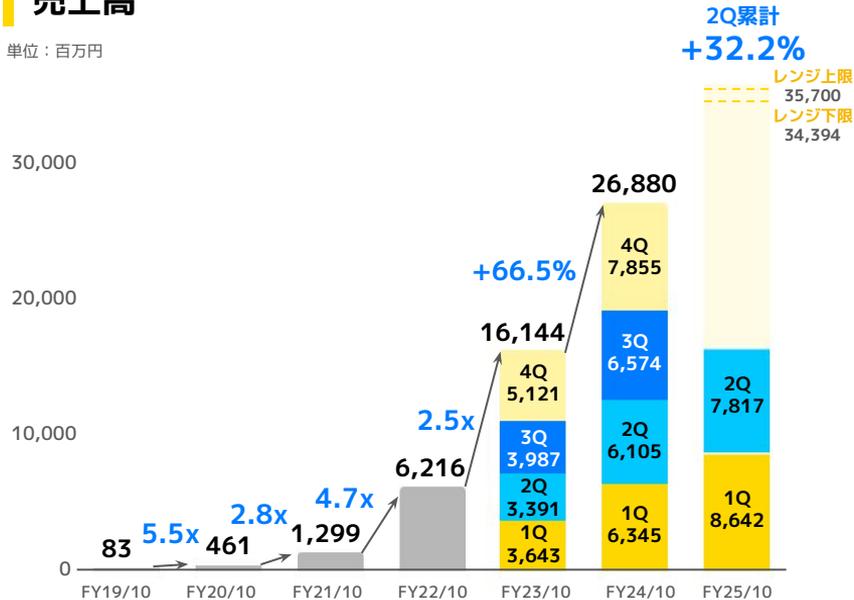
第2四半期決算概要

業績推移（売上高・営業利益）

FY25/10 2Q累計売上高は164.6億円（+32.2% YoY）、営業利益は32.6億円（+89.9% YoY、営業利益率 19.8%）と増収増益。売上高は、深刻な人手不足を背景に高成長を継続し通期業績予想対比の進捗も46.1%まで進捗。営業利益も規律を持った投資の継続や営業生産性向上もあり大幅な増益を実現し、通期業績予想対比の進捗も48.7%まで進捗。

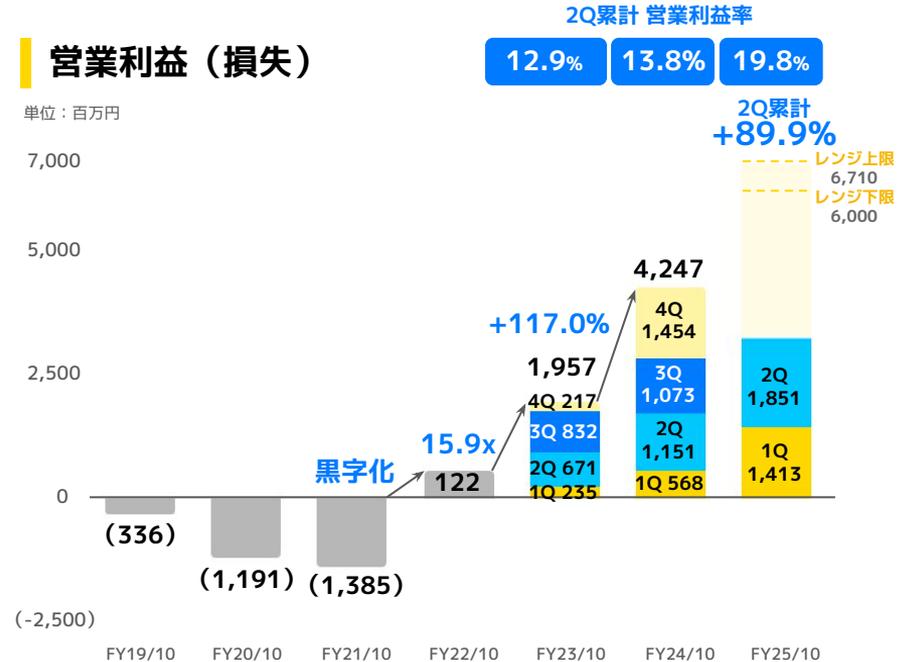
売上高

単位：百万円



営業利益（損失）

単位：百万円



FY25/10 2Q累計実績及び2Q単体実績

FY25/10 2Q累計売上高は164.6億円（+32.2% YoY）、営業利益は32.6億円（+89.9% YoY、営業利益率 19.8%）、当期純利益は25.6億円（+165.8% YoY、当期純利益率 15.6%）。2Q単体売上高は、飲食業界を中心としたコスト抑制や不正利用対策の影響が継続した中、物流・小売業界での堅調な成長により全社でもYoYで増収。コスト面は、前年の2Qは試験的にクライアントマーケティング・BPO費用を大幅に計上したものの、今Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小したことに加え、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益はYoYで大幅増益。

単位：百万円

	FY24/10 2Q 累計	FY25/10 2Q 累計	差額	YoY	FY24/10 2Q 単体	FY25/10 2Q 単体	差額	YoY
売上高 ^{※1}	12,450	16,460	4,010	+32.2%	6,105	7,817	1,712	+28.0%
売上総利益	11,908	15,581	3,672	+30.8%	5,802	7,370	1,567	+27.0%
売上総利益率	95.7%	94.7%	—	▲1.0pt	95.0%	94.3%	—	▲0.8pt
営業利益	1,719	3,264	1,545	+89.9%	1,151	1,851	700	+60.8%
営業利益率	13.8%	19.8%	—	+6.0pt	18.9%	23.7%	—	+4.8pt
当期純利益	964	2,564	1,599	+165.8%	645	1,255	610	+94.6%
当期純利益率	7.7%	15.6%	—	+7.8pt	10.6%	16.1%	—	+5.5pt

※1：当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの。FY25/10 2Q累計のタイミー事業以外の売上高は74百万円（タイミーキャリアプラス、タイミートラベル等）

FY25/10 2Q 業界毎のトレンド

物流

- タイミーのコスト優位性を比較し易い派遣を活用している業界であり、足元のコストプレッシャーの高まりを受けた環境下でより顕著に成長。受入負荷軽減プロジェクトを通じた1拠点当たりのタイミーの浸透率を高める取り組みも順調に進捗。
- FY25/10 1Qに下落した平均テイクレートはQoQで反転。

飲食

- 四半期ベースで売上高成長率がマイナスとなるも、継続的な営業フォロー強化により足元では反転の兆し。
- ワタミと業務提携し、“フルタイミー^{※1}”でのサブウェイ店舗運営も開始。
- 一方で、大手クライアントにおいて決算期末によるタイミーの利用抑制やFY25/10 1Qから続くクライアントマーケティングの規模縮小がAA数増加に影響を及ぼす。

小売

- コンビニ、スーパーでの利用に加えて、100円均一、生活雑貨、アパレル、ガソリンスタンド等の多様なサブインダストリーへの横展開に成功。
- 一方で、飲食業界同様、大手クライアントにおいて決算期末によるタイミーの利用抑制やFY25/10 1Qから続くクライアントマーケティングの規模縮小がAA数増加に影響を及ぼす。

その他

- ホテル業界は、最繁忙期の夏休みに募集人数を最大化すべく、これまで課題だった大規模クライアントのトップとの商談を開始。
- 介護業界は、繁閑の波がなく着実に成長。厚生労働省の利用支援^{※2}は現場でスポットワークを活用する心理的ハードルを下げ、更なる市場拡大へ。
- ホテル・介護以外の業界では、派遣を活用をしている食品製造業界において、物流同様に受入負荷軽減の提案等を通じて売上が拡大。PMF^{※3}の達成を目指す。

※1：店長・社員と従業員の全員を、現場リーダーとしてタイミーで社員採用されたタイミー社員や、タイミーアプリを通じてマッチングしたスポットワーカー（雇用主はタイミー社）によって構成する店舗運営モデル

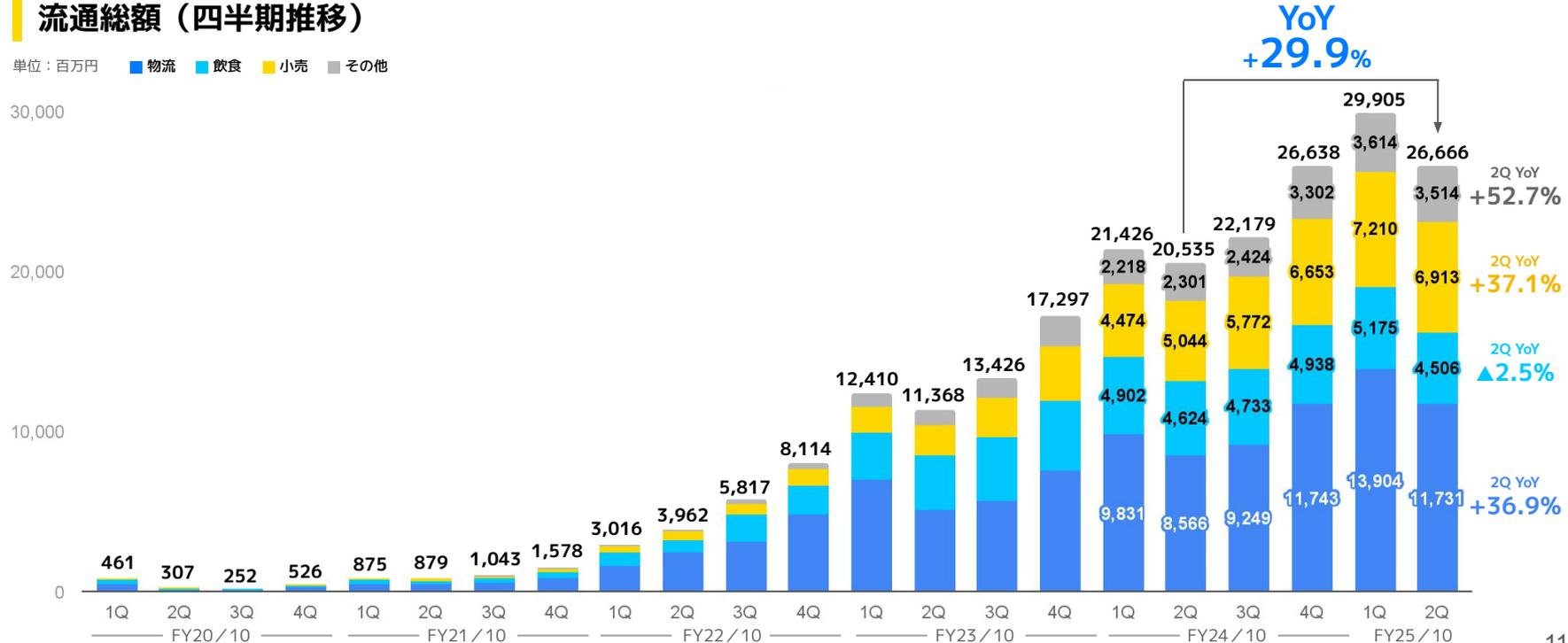
※2：厚生労働省が介護施設でのスキマバイトサービスなどのマッチングアプリの利用支援を発表 ※3：Product-market Fitの略

深刻な人手不足を背景とした順調な流通総額の拡大

飲食業界では従来からのコストプレッシャーの高まりに加え、顧客の決算期末のタイミングも相俟ってYoYでマイナス成長。また、不正利用対策の影響から小規模クライアントの利用減退も継続。反面、物流及び小売業界での堅調な利用増加により全体として高成長を持続。

流通総額（四半期推移）

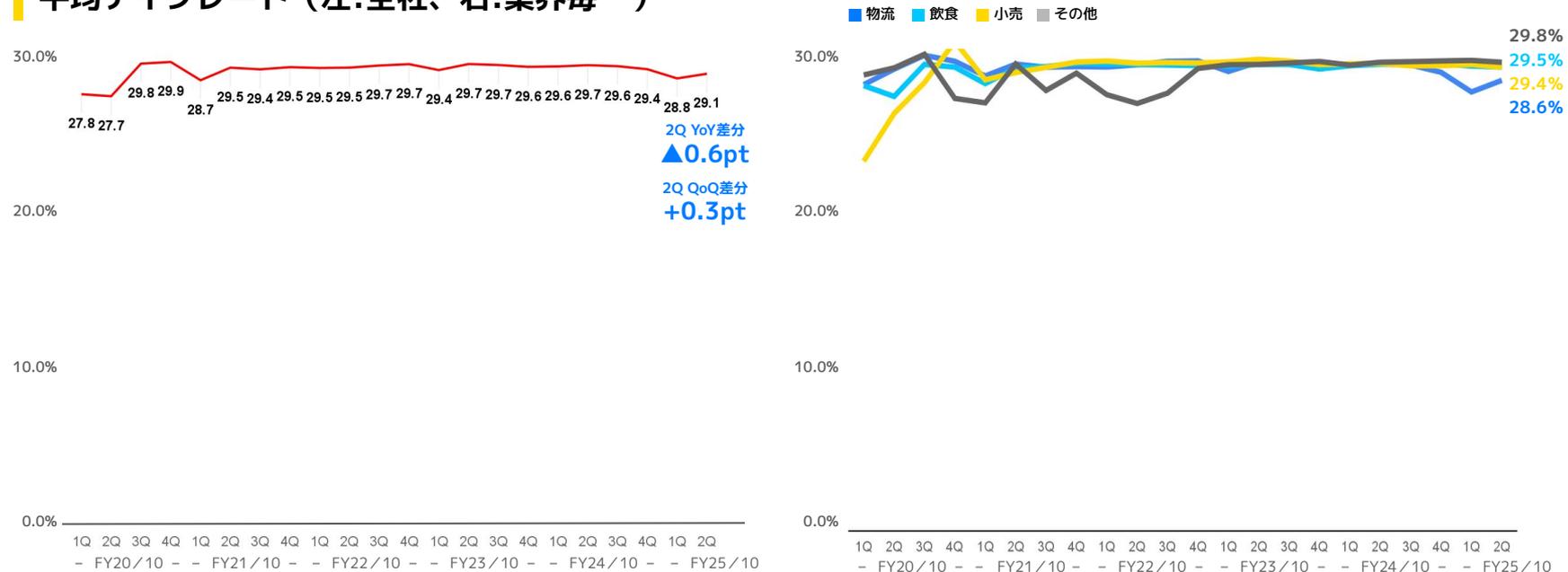
単位：百万円 ■ 物流 ■ 飲食 ■ 小売 ■ その他



物流業界の平均テイクレートの戻り全社では29%台に回復

平均テイクレートは29.1%と引き続き高水準を維持。飲食・小売業界、他は約30%程度とQoQでほぼ横ばいを維持しつつ、ボリュームディスカウント施策の関係で1Qに大きく低下した物流業界では当初見込み通り期間が終了しQoQで回復し全体でも29%台に戻して推移。

平均テイクレート（左:全社、右:業界毎※1）



※1：FY20/10後半からFY21/10前半でテイクレートが30%を超えているのは、売上の会計基準の変更の影響等によるもの

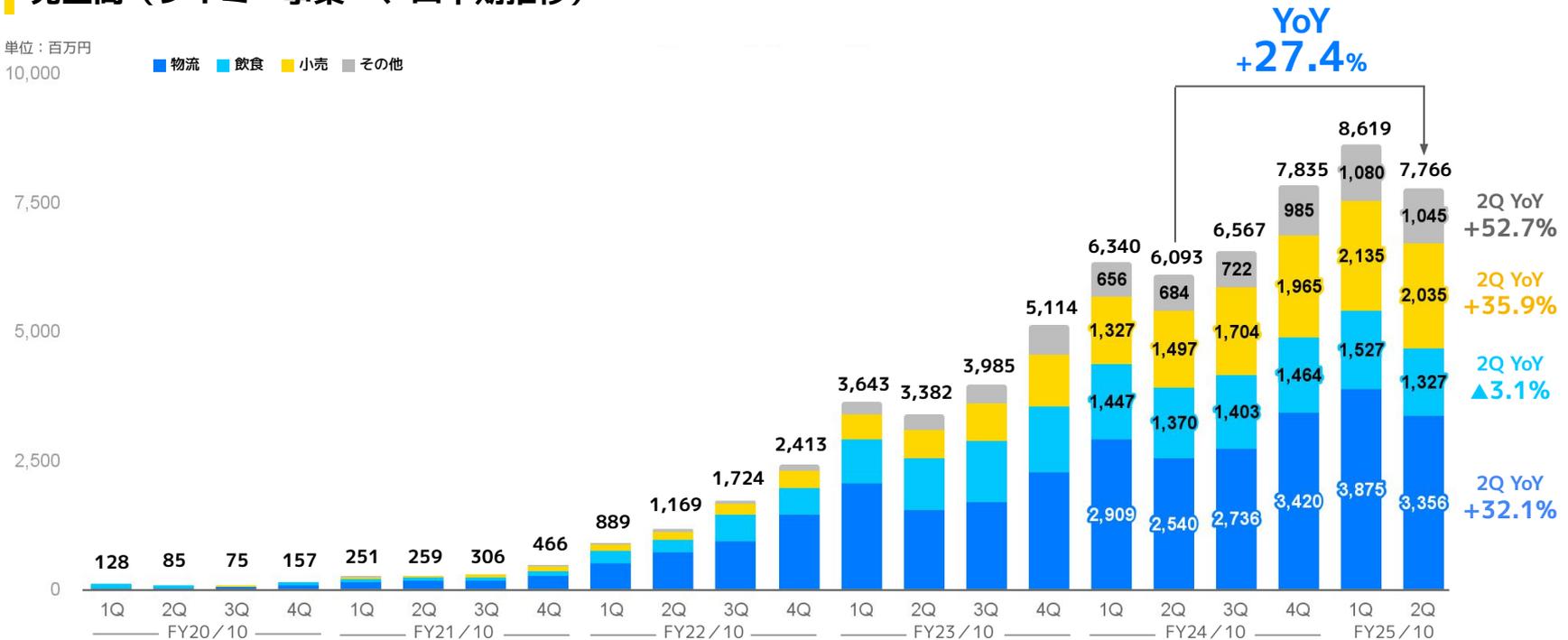
安定した平均テイクレートに裏打ちされた順調な売上高の拡大

3業界全てで平均テイクレートが高水準で安定しているため、流通総額の拡大にあわせて売上高も増加。

売上高（タイミー事業※1、四半期推移）

単位：百万円
10,000

■ 物流 ■ 飲食 ■ 小売 ■ その他

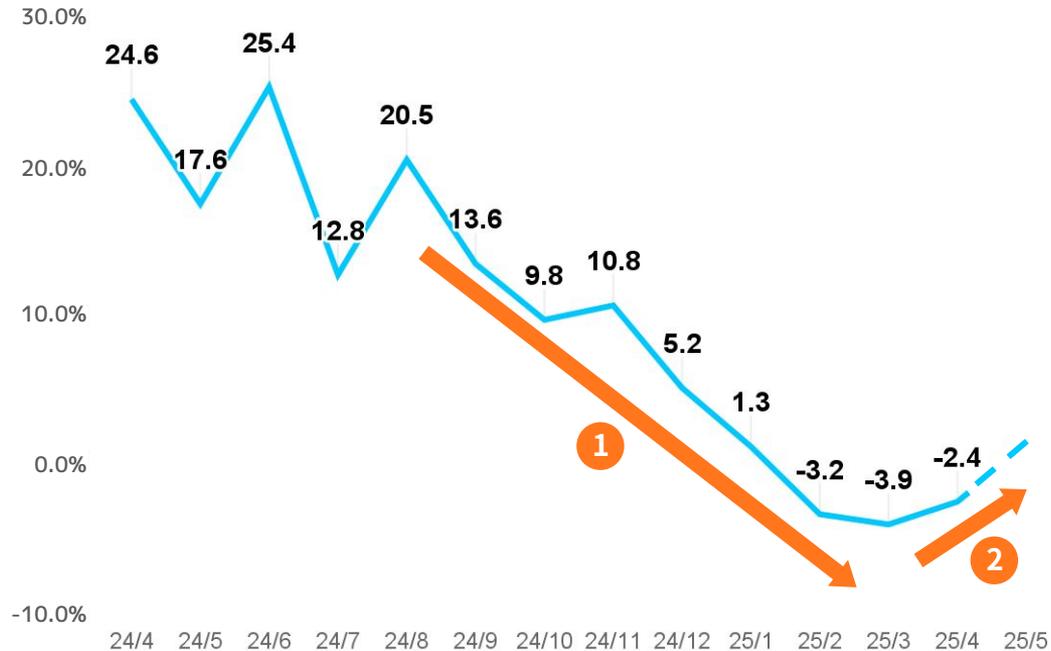


※1：当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの

飲食業界のYoY成長率は初めてマイナスとなるも足元では反転の兆し

飲食業界ではYoY成長率がFY24/10の後半から鈍化傾向が強まり、FY25/10 2Q単体ではYoY成長率がマイナス入りするも、深刻な人手不足に対する継続的な営業フォロー強化により足元では反転の兆しが出ている。

飲食業界の売上高YoY成長率の推移（月次推移）



1 24年夏頃よりYoY成長率は急速に鈍化

- 前年(23年)からの反動：23年の夏はリオープニング（マスクの解禁）により飲食店の売上が大きく回復。急激な人手不足によりタイミーの利用も大幅増。
- マクロ環境の悪化：コストインフレーションが飲食店の利益を圧迫。タイミーの利用控え（募集人数の減少）が発生。

2 YoY成長率に反転の兆し

- 継続的なカスタマーサクセス：マクロ環境は変わらずも、人手不足は深刻な状態であり地道な営業活動・プロダクト開発を通じて、一部大規模クライアントでタイミーの利用が拡大フェーズ入り。
- 成長率の鈍化が一巡：成長率の鈍化が始まってからほぼ1年が経ち、発射台ハードルが下がる。

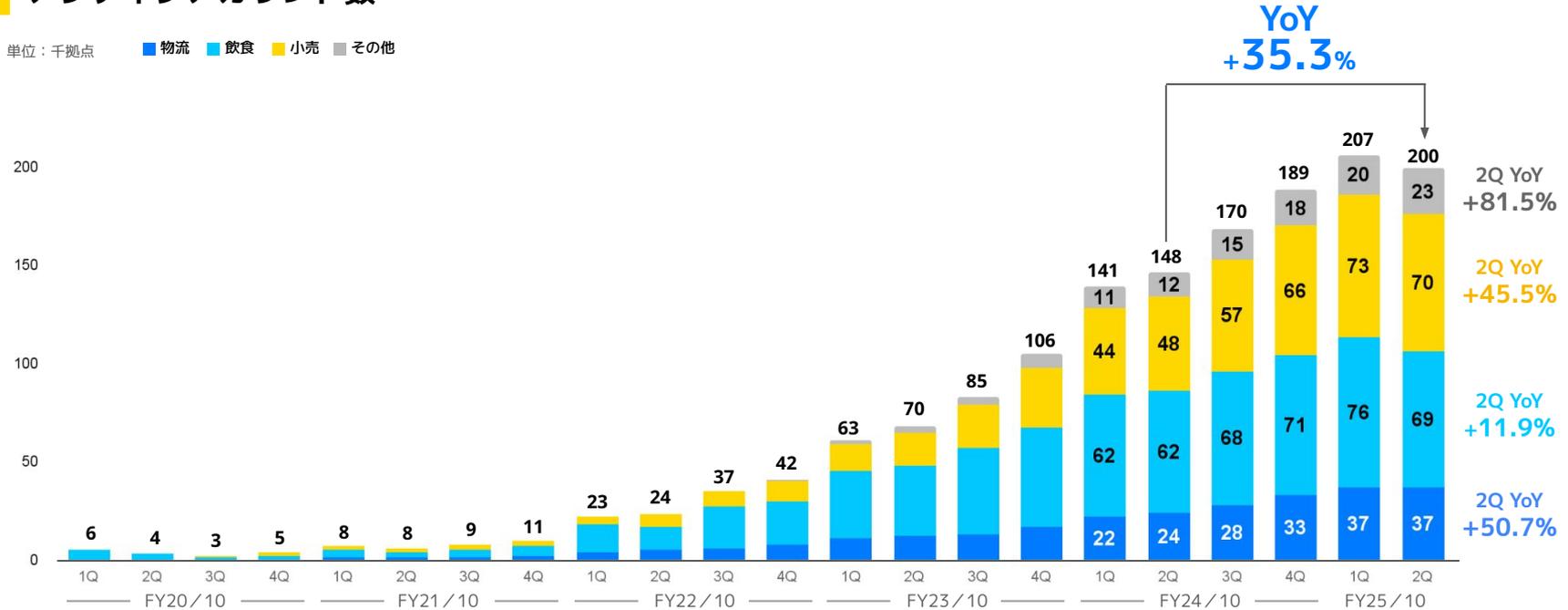
各主要業界で順調なアクティブアカウント数の積み上げを実現

深刻な人手不足の背景からAA数は順調に増加。飲食業界での利用低調や、不正利用対策の影響で小規模クライアントの増加はやや弱くなったものの、特に物流及び小売業界を中心に順調に増加。

アクティブアカウント数※1

単位：千拠点

■ 物流 ■ 飲食 ■ 小売 ■ その他

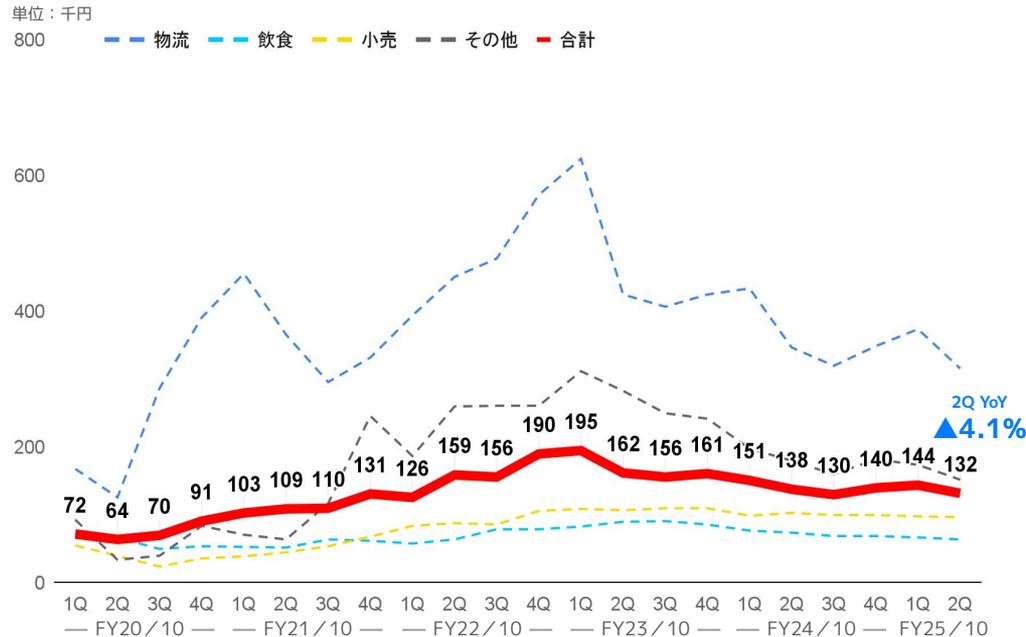


※1：月に少なくとも1つの求人掲載した登録クライアント事業所数。各四半期における3ヶ月のアクティブアカウント数の合計を示しており、かかる数値は四半期中に少なくとも1つの求人掲載した登録クライアント事業所数よりも大きくなる可能性がある

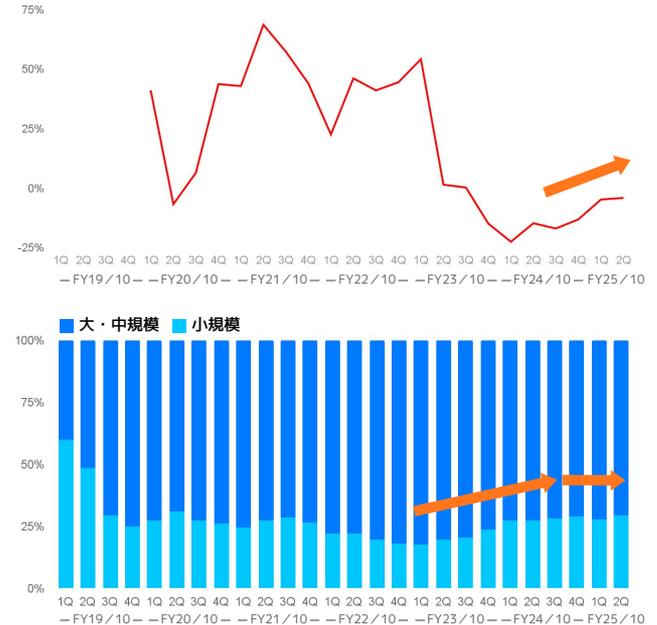
継続的な営業フォロー強化によりAA当たり流通総額のYoY成長率は改善傾向

AA当たり流通総額は132.8千円。2Qは閑散期のためQoQでは低下したものの、物流及び小売業界での安定した継続利用（受入負荷軽減プロジェクトの成果も含む）によりYoYでは▲4.1%と小幅な下落に留まる。継続的な営業フォロー強化により直近はYoY成長率は改善傾向にありプラス成長回復を目指す。

業界別AA当たり流通総額



AA当たり流通総額のYoY成長率（上段） AA数のクライアント規模別割合（下段）

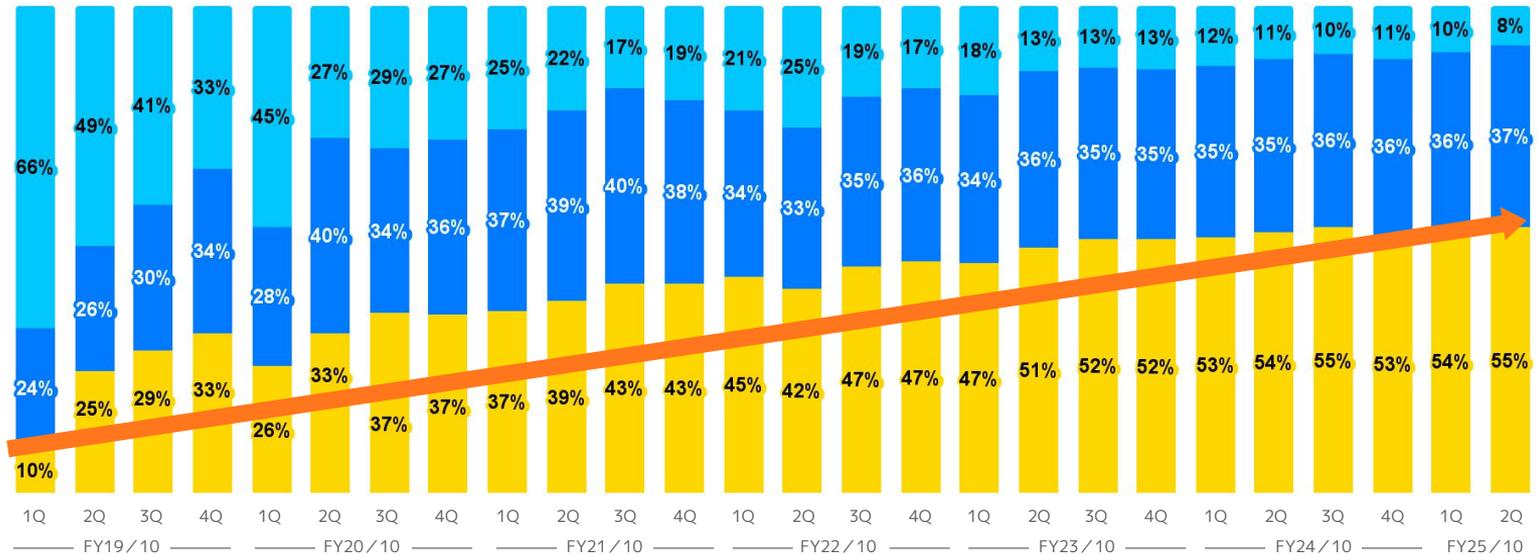


コアワーカーの拡大による安定した稼働の実現

コアワーカー比率は過去最高水準。今後も引き続き、新規ワーカーとのバランスを取りながらコアワーカー比率の高水準を維持していく。

稼働総数に占めるコアワーカーの割合※1

■ コアワーカー（8回以上/月） ■ 低・中頻度ワーカー（1～7回/月） ■ 新規ワーカー

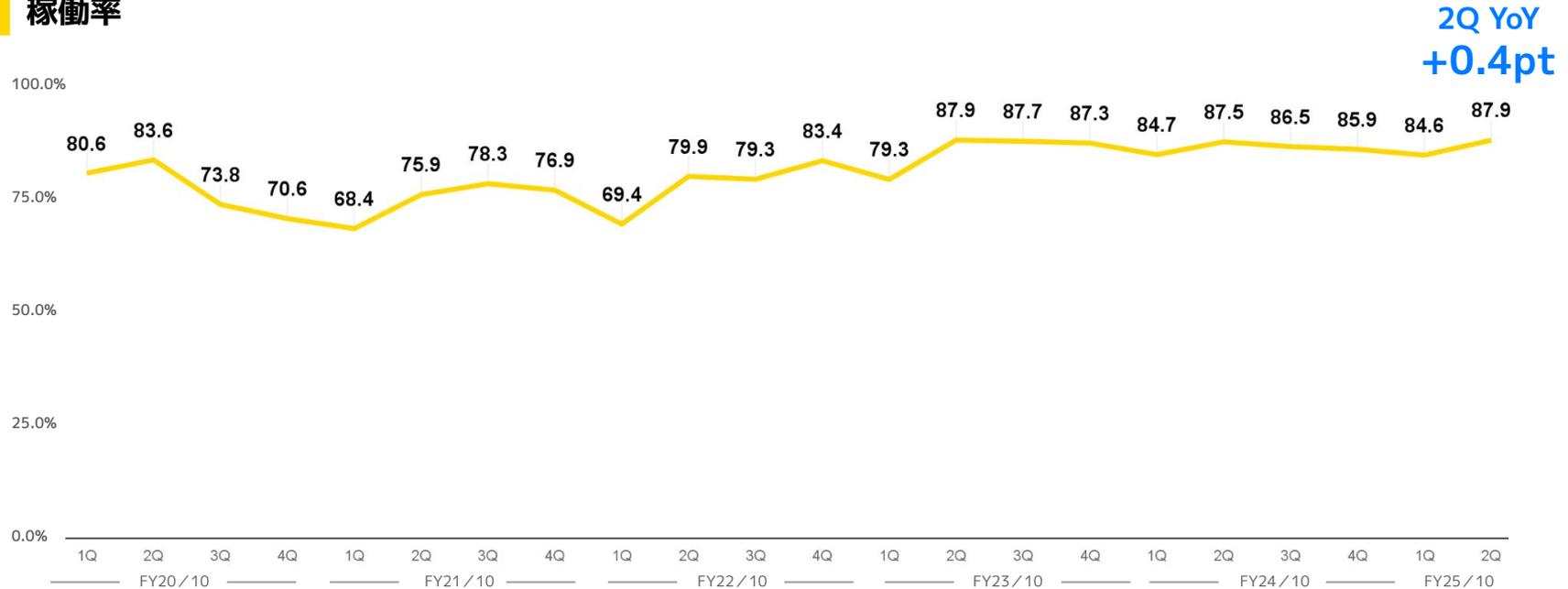


※1：コアワーカーはひと月当たり8回以上就業する既存ワーカー。低・中頻度ワーカーはひと月当たりの就業回数が8回未満の既存ワーカー。新規ワーカーは就業回数にかかわらず、当該期間に初めてタイマーを利用して就業したワーカー。それぞれのワーカー層による3ヶ月間の総稼働回数を3ヶ月間の総稼働回数で除して算出。コアワーカー、低・中頻度ワーカー、新規ワーカーのステータスは、各四半期における3ヶ月の各月について月次で設定

安定して高い稼働率を実現

稼働率は過去最高水準を実現。コアワーカー数の着実な増加、蓄積されたワーカーデータに裏打ちされたきめ細かいワーカーマーケティング、稼働率対策の取り組み継続により、YoYで0.4pt改善。

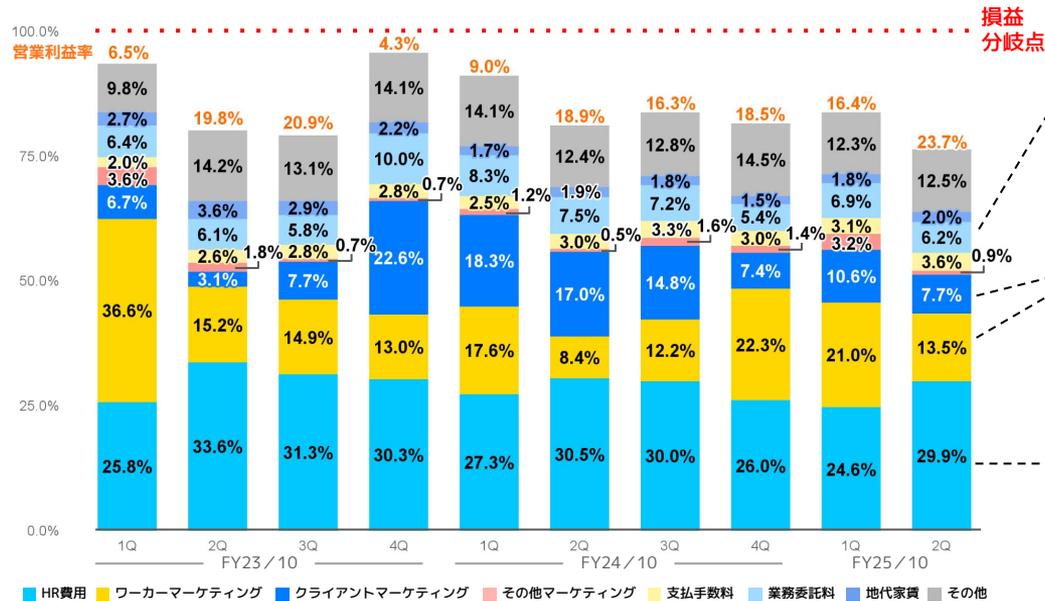
稼働率



YoYで見たコスト比率の改善で安定した営業利益の創出を実現

前年の2Qは試験的にクライアントマーケティング・業務委託料（主にBPO費用）を大幅に計上したものの、FY25/10 2Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小。また、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益率は18.9%から23.7%とYoYで大幅に改善。

コスト内訳（対売上高比率）（四半期推移）※1



業務委託料 ▲1.3pt YoY

FY23 4Qから増加してきた複数のBPO施策の一部見直しをはかり、戦略商圏のような効果が見込まれる施策への投資に絞ることで売上高比率は減少。

ワーカーマーケティング+5.1pt YoY クライアントマーケティング▲9.2 pt YoY

新規ワーカー獲得のためワーカーマーケティングを積極投資。クライアントマーケティングは不正利用対策による影響を考慮し、1Qから継続して規律を持った投資を行いYoYで比率は減少。

HR ▲0.5pt YoY

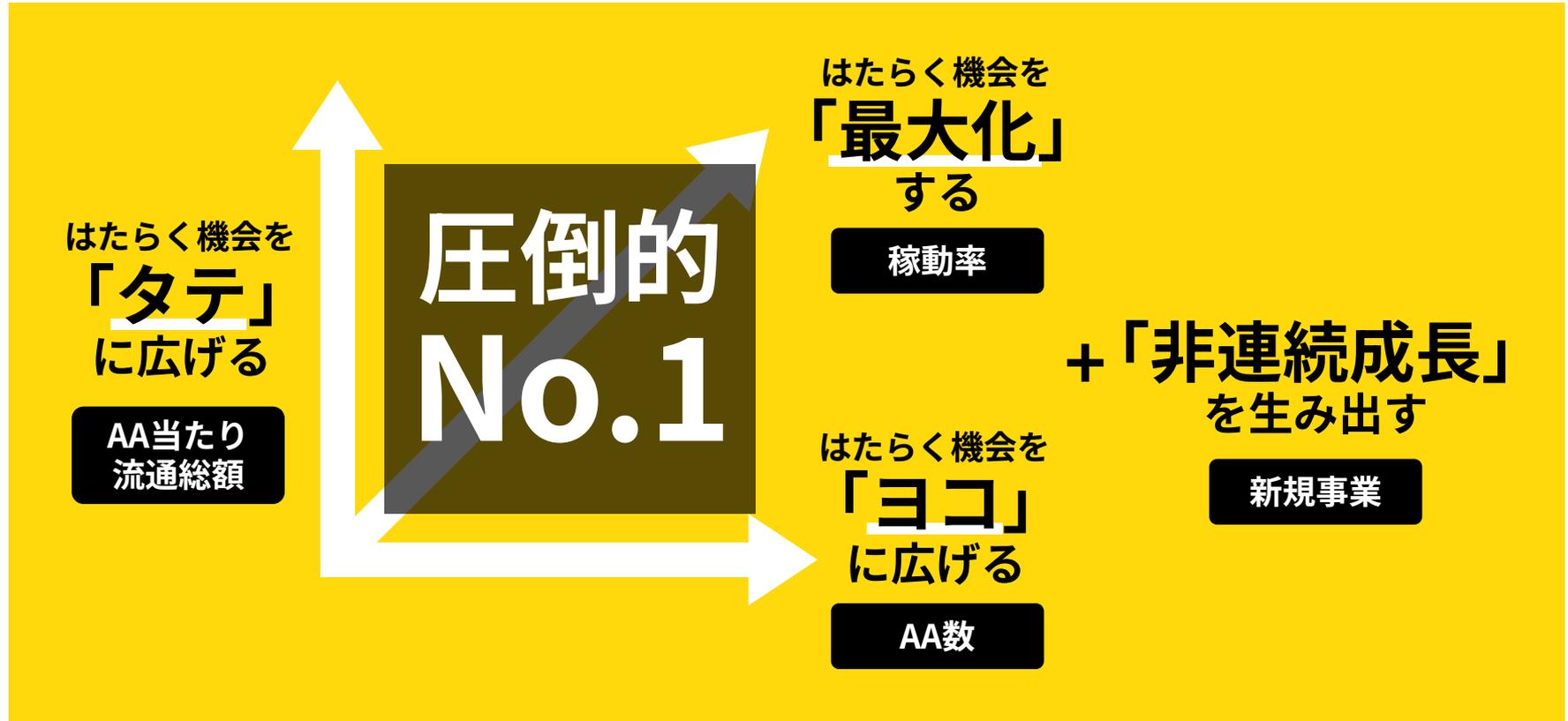
従業員数はYoYで256人(うち営業127人)増加も、売上も順調に拡大できていることから対売上高比率はYoYで改善。

※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、採用関連費用を含む。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）。その他マーケティング費用は、販売促進費を含む。その他は、売上原価（プロダクト改善に要するエンジニア費用を含む）、販売代理店手数料、その他費用・手数料を含む

内需メインの顧客基盤によりトランプ関税の影響は限定的

	トランプ関税	景気後退
売上高	<ul style="list-style-type: none"> ● タイミー事業の関税に対する直接的なエクスポージャーはなし。 ● 主要3業界である物流、飲食、小売も基本的には内需向けのため、クライアント経由の間接的なエクスポージャーも極めて限定的。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 景気後退により人手確保のニーズが減退し、募集人数が減少する可能性あり。
コスト/利益	<ul style="list-style-type: none"> ● 売上高への影響が限定的なため、コスト/利益への影響も同様に想定していない。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 募集人数の減少に伴い、必要となるワーカー数も減少することから、ワーカーマーケティングの投資額も減少。 ● そのため、売上の減少分以上にコストも減少するため、募集人数の影響規模にはよるものの、利益ベースで見ると景気低迷時においても大きな影響は想定していない。

中長期成長戦略の進捗



新規参入企業の増加の中でも圧倒的な業界プレゼンスを確立

新規参入増加により競争環境に変化が生じるものの、先行者優位性や高い業界知名度により本邦No.1スキマバイトサービスの地位は不変。

競争優位性①

人が集まる

稼働率：88%※1

競争優位性②

**ワーカーの
働きぶりが良い**

リピートワーカー率：64%※2

無断欠勤率：約 0.2%※3

競争優位性③

**営業による
手厚いサポート**

営業人数：676人※4

日本におけるパイオニアとしての
No.1のポジション※5



※1：FY25/10 2Qの稼働人数を募集人数で除して算出 ※2：2025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

※3：無断欠勤は申告なしの欠勤を指す。分子は2025年2月から2025年4月の無断欠勤数。分母は同期間に充足された求人数 ※4：2025年4月時点の営業人数

※5：ワーカーの観点ではサービス利用率※6、クライアントの観点では求人掲載数※7に基づく

※6：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 2025年1月31日から2025年2月4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1,033人

※7：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

ワタミとの業務提携 – “フルタイム^{※1}”でのサブウェイ店舗運営を開始

慢性的な人手不足に直面している飲食業界において、人手不足解消と事業成長を目指す業界初のモデルケースを共同で構築することを目指しワタミと業務提携。サブウェイは将来的には国内3,000店舗に^{※2}。本提携を通じて得たノウハウを活かし他企業との提携（横拡大）も目指す。



※1：店長・社員と従業員の全員を、現場リーダーとしてタイミーで社員採用されたタイミー社員や、タイミーアプリを通じてマッチングしたスポットワーカー（雇用主はタイミー社）によって構成する店舗運営モデル

※2：ワタミグループ 2025年3月期上期 決算説明会資料より

AA数

「THE 赤提灯」で得た大きな実績

「THE 赤提灯」は23年5月にオープンした「アルバイト全員がスポットワーカー」がコンセプトの新橋の居酒屋。オープン以来マッチング不足による営業時間・客席の減少は一度もなく、人手不足という課題に対するタイミーの提供価値の高さを実証。

マッチング不足による
営業時間・客席の減少※1

0日

平均稼働率※2

94%

総稼働に占める
リピートスポットワーカー
の稼働の割合※1

51%

スポットワーカーからの
Good率※2

99%

赤提灯のお気に入り
リストにいる
スポットワーカー数※3

192人



「THE 赤提灯」で蓄積したノウハウを活かした"従業員全員スポットワーカー（店長・社員以外の全ての従業員がタイミーアプリを通じてマッチングしたスポットワーカー）"モデルに加えて、店長・社員をタイミー社員が務める"フルタイミー※1"モデルでの店舗運営も開始。

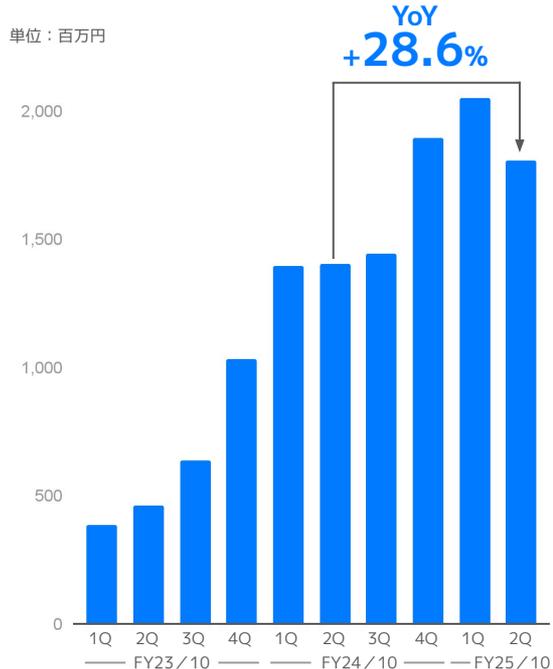


※1：店長・社員と従業員の全員を、現場リーダーとしてタイミーで社員採用されたタイミー社員や、タイミーアプリを通じてマッチングしたスポットワーカー（雇用主はタイミー社）によって構成する店舗運営モデル

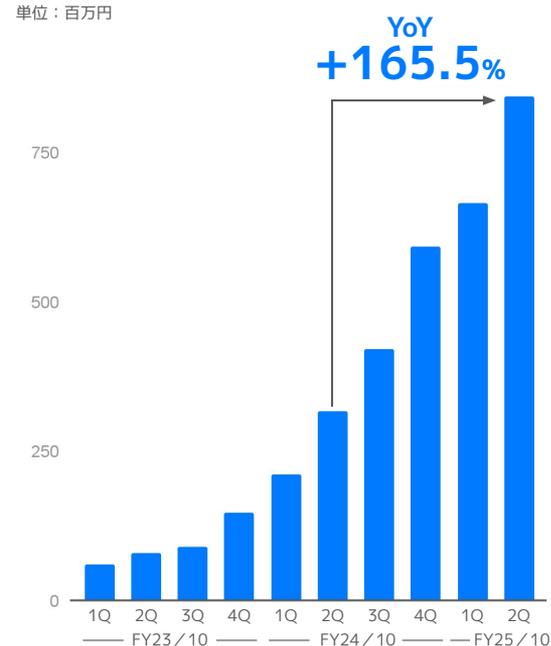
※2：ワタミグループがスポットワーカーとしての雇用契約から長期の雇用契約に切り替えた方 ※3：パターンAの場合

ホテル業界は閑散期に入るも流通総額が+28.6% YoYと成長。QoQの減少は規模拡大により季節性の影響が顕在化。最繁忙期の夏休みに募集人数を最大化すべく、これまで課題だった大規模クライアントのトップとの商談を開始。介護業界は流通総額が+165.5% YoYと成長。繁閑の波はなく、政策の追い風を受けて高成長を維持。

ホテル業界の流通総額

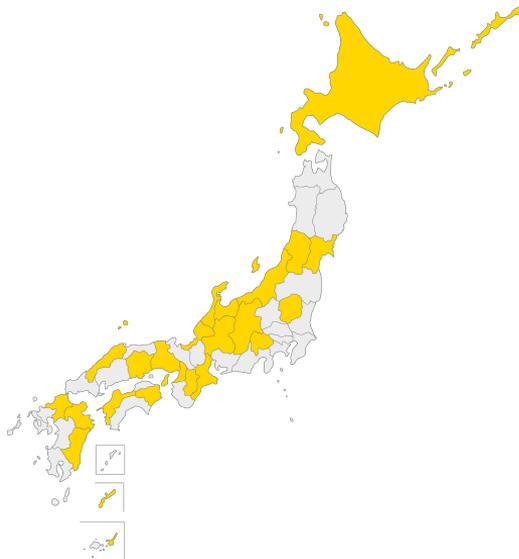


介護業界の流通総額



引き続き地方自治体・商工会議所等との連携を強化。さらに、沖縄では地域経済活性化を目指してシンバホールディングスと包括連携協定を締結。小規模クライアントの獲得においては戦略商圈がROI上昇に伴い投資拡大へ。また、クライアントマーケティングを通じて獲得した小規模クライアントへのフォローを開始。BPOの活用且つ、蓄積されたノウハウをテックタッチに反映させることで効率的な継続率改善を目指す。

自治体連携（23道府県46自治体）※1



小規模クライアントの獲得

戦略商圈 (新規AA数)



- エリアを選定し、集中的に企業とワーカーの獲得を行う

架電フォロー × テックタッチ (既存AAの継続率)



- BPOを活用した架電フォロー
- 蓄積されたノウハウをテックタッチに反映

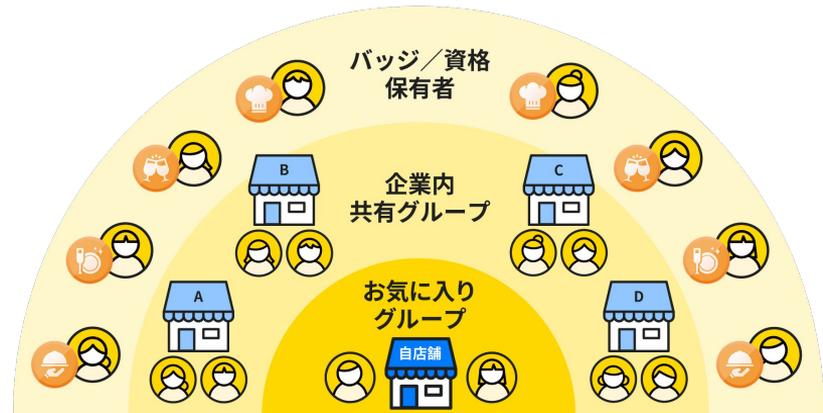
企業内共有グループ機能 (25年2月に大幅アップデート)

企業内で稼働経験のあるワーカーを好きな条件でグループ登録し、同一企業/ブランドの店舗間で共有できる機能。



蓄積されたワーカーデータを活用した 求人公開のバリエーション

自店舗経験者（お気に入りグループ）、同一企業/ブランドの経験者（企業内共有グループ）、特定のスキルを有するワーカー（バッジ/資格保有者）といった様々な層のワーカーへのアクセスが可能に。



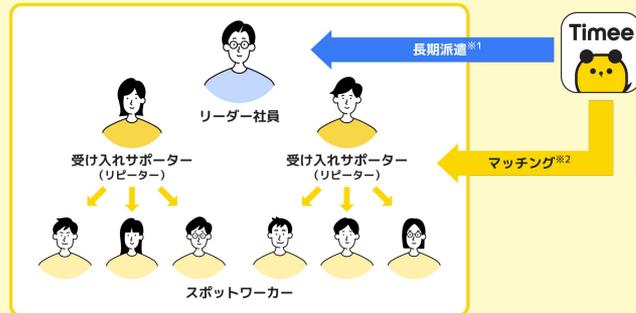
主に物流・食品製造業界で、まるっと業務を任せられるリーダー社員の配置や受け入れサポーターの育成を始めとする様々な受入負荷軽減のソリューションを提案。現場の受入負担が原因で募集人数が限定的となっている拠点は多く、1拠点当たりのタイミーの浸透率は低水準。浸透率上昇の余地はかなり大きく、AA当たり流通総額の大幅増加を目指す。

受入負荷軽減プロジェクト イメージ

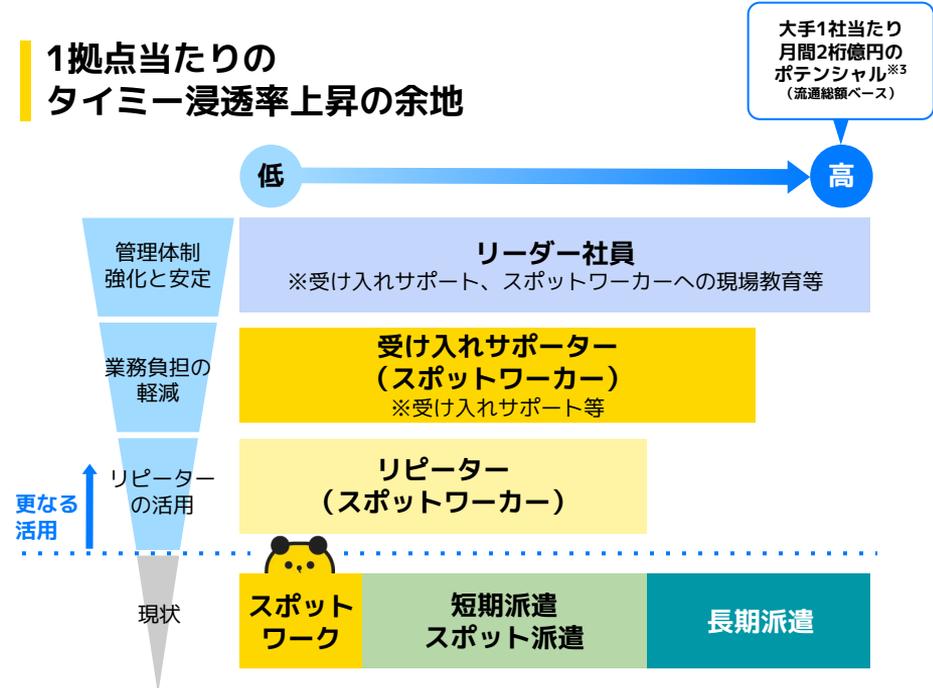
【現状の課題】スポットワーカーの受入負担増

- 必要準備物の用意
- 出勤時の誘導
- スポットワーカーへの現場教育 等
- スポットワーカーの点呼
- 拠点案内

【ソリューション】

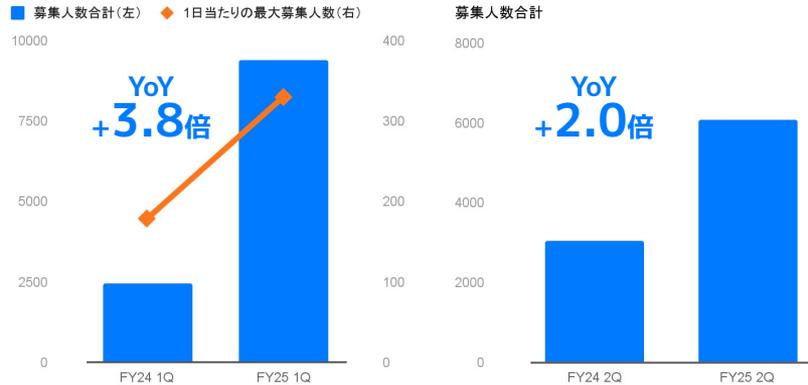


1拠点当たりのタイミー浸透率上昇の余地



FY25/10の上期に実施した複数拠点でのトライアルで大きな実績を残し、年度末の繁忙期に向けて下期は導入を加速。大手企業を中心に提案を進め、すでに約20拠点から正式合意を獲得。

FY25/10 上期の成果（事例）



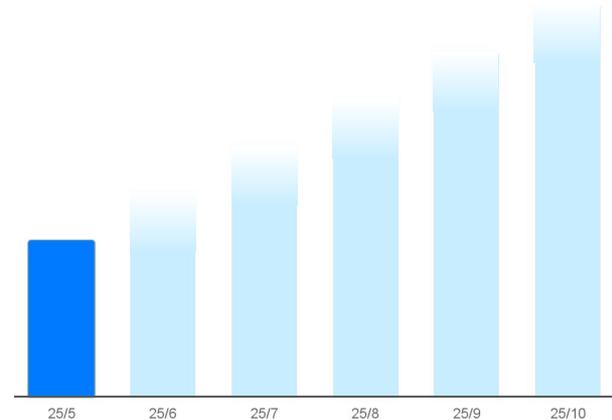
大手物流企業Aの拠点

- 募集人数はYoY3.8倍成長
- 1日で最大330名のスポットワーカーを受け入れ、繁忙期の需要を獲得

大手物流企業Bの拠点

- 閑散期の2Qに導入も、募集人数はYoY2倍成長

FY25/10 下期の導入拠点数増加イメージ



- 多くの募集人数が見込める大手企業を中心に提案し、方針の大枠合意は40拠点程度にのぼり、約20拠点からは既に正式合意を獲得
- 繁忙期の年末に向けて、提案・導入を加速させていく

本資料の取り扱いについて

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、いかなる目的においても、第三者に開示し又は利用させることはできません。

将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。このような事態の原因となり得るリスクや不確定要素には、日本における非正規労働者需要の重大な変化、当社のブランド及びサービスの評価・信頼性、当社モバイルアプリに関する問題、当社が事業を営む市場の競争環境、イン플레이ション、資金の変動、新しい法律や規制の導入、当社の事業戦略の実行可能性、個人情報及び機密情報の保護、訴訟、大規模災害の発生、その他の要因が挙げられますが、これらに限られません。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

本資料には、EBITDA並びに販売費及び一般管理費の内訳を含む、一般に公正妥当に認められる企業会計の基準に基づかない指標（以下「Non-GAAP指標」といいます。）が含まれております。これらのNon-GAAP指標は、日本会計基準やその他の会計基準に基づき算出された財務数値と比較可能なものではなく、また、これらの財務数値に代替するものでもないため、Non-GAAP指標のみに基づいて投資判断を行うことはできません。

当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。

はたらくに“彩り”を。

