



2026 年 10 月 8 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)
問合わせ先 取締役 CFO 八木 智昭
TEL. 03-6822-3013

よくある質問と回答 (2026 年 10 月)

当社は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。

以 上

Q1. 長期アルバイト採用サポートプランの各プランの違いについて教えてください。

ベーシックプランに加え、導入しやすい廉価版として2種類のライトプランを用意しております。

ベーシックプラン：すべての機能が利用可能です。過去にスポットワークで接点を持った「長期就業に関心のあるワーカー」へのアプローチ、長期採用を前提とした専用求人への公開、採用管理までを一気通貫で行えます。料金は月額4万円/拠点からとなります。現在ご利用いただいているクライアントの多くに本プランを選択いただいております。

ライトプラン：上記機能を部分的に切り出して提供するプランです。料金は月額2万円/拠点からとなっております。

基本的にはベーシックプランをメインとして販売しておりますが、クライアントの多様なニーズに応じた選択肢としてライトプランを提供しております。

2027年4月期第1四半期決算説明会資料 P4

長期アルバイト採用サポートプラン：プライシング

ワーカーとどのように関係構築したいかで選べる3つのプランを用意。
利用料金は、スポットワーク手数料（30%）に加えて、月額で1拠点当たり20,000円から。

選べる3つのプラン

月額料金：¥20,000～/拠点
※プランやアプローチ人数・規模に応じて設定

ライトプラン アプローチ
スポットワークで接点を持った長期アルバイト就業に関心のあるワーカーにアプローチできる

ライトプラン コネクト
長期アルバイト就業に関心のあるワーカーへプレバイトの求人を公開し接点を増やせる

ベーシックプラン
アプローチ・接点づくりから採用管理まで一気通貫で行える

予算獲得イメージ

長期アルバイト採用ニーズに直接的にアプローチすることで、膨大な求人広告掲載費予算の獲得を目指す。また、本プランを通じて、既存の求人媒体のみを利用している「スポットワーク未導入店舗」の新規開拓・スポットワーク利用も加速させる。

プラン活用前

クライアント 予算合計
タイミー 売上高
求人広告 掲載費用
スポットワーク 手数料

プラン活用後

長期アルバイト採用サポートプラン 活用費用
スポットワーク 手数料

4

Q2. 長期アルバイト採用サポートプランの本格展開後の初速をどのように評価していますか。

8月1日からの本格展開以降、計画を上回って進捗しております。

本プランは従来の求人媒体を通じた採用手法とは大きく異なるため、クライアントの採用行動を伴走支援するカスタマーサクセス（採用目標に応じたプレバイト（スポットワーク）募集人数の設計、現場での受け入れや声掛けのサポート等）が極めて重要となります。そのため現在は、スポットワークのカスタマーサクセスを通じて現場を熟知している営業担当によるクロスセルを中心に、着実な販売を進めております。

まずは、年々増加している「従来の求人媒体では採用が困難な店舗」へ重点的にアプローチしており、そうした店舗においても確実に採用へ繋がるという実績が積み上がってきております。

なお、FY27/4 通期業績予想において、本プランの売上高は数億円程度を織り込んでおります。

Q3. 長期アルバイト採用サポートプランへの先行投資及び利益率の考え方について教えてください。

立ち上げ初期においては、「スポットワークだけでなく長期アルバイトの採用も可能である」という認知を獲得するためのマーケティング施策を実施する可能性がございます。

一方で、本プランは既存のスポットワーク営業担当がクロスセルで提案・販売する体制をとっているため、追加の人件費は発生しておりません。したがって、サービス単体としての限界利益率は非常に高い水準となっております。

Q4. スポットワークの物流業界の売上高成長率減少の背景となっている要因（冷夏、中東情勢、特定個社の影響）について、詳細を教えてください。

各要因の影響および当社の受け止めは以下の通りです。

冷夏の影響：前年同期と比較した気温低下に伴い、小売店における夏物衣料、飲料、ドラッグストア関連（暑さ対策商品）などの季節需要の立ち上がりが遅れ、物流全体の取扱量減少に繋がったと分析しております。近年の「急激な気温上昇による夏物需要の急スパイク」が生じなかったことが主な要因です。

中東情勢の影響：4-6月に発生した物流遅延やコスト高騰を懸念した駆け込み需要の反動に加え、7月以降は実際のコンテナ到着遅延等の影響を受けております。具体的には、予定コンテナの未着により当日の作業が発生せず、スポットワークの募集人数を縮小せざるを得ない事象が一部確認されております。

特定個社の影響：一部の大手クライアントにおいて、収益性重視の観点等から全体取扱数量が減少しており、当該企業およびその下請け企業におけるスポットワーク募集人数の減少に繋がっております。

冷夏および中東情勢の影響については、影響が継続する期間において注視が必要であるものの、基本的には一時的なマクロ要因と捉えております。従来からの戦略である既存大手クライアントの深掘り（短期派遣だけでなく、Field Manager 施策やスマートグループ機能を活用した長期・固定派遣からタイミナーへの切り替え）を推進することで、マクロ環境の変化に左右されにくい安定した収益基盤を構築してまいります。

特定個社の影響についても、当社の競争優位性が毀損したわけではなく、クライアントポートフォリオ上の課題（未開拓領域の存在）であると認識しております。既存大手クライアントの深掘りを継続して特定個社への依存度を低減させつつ、かねてよりアプローチを進めている未開拓の大手クライアントへの展開を一層加速させてまいります。

Q5. スポットワークの物流業界の平均テイクレートを減少傾向にある理由を教えてください。

安易なディスカウントを行わない基本方針に変更はございません。ただし、非常に大きな流通総額の創出が見込める一部の大手クライアントに対しては、戦略的に期間限定のディスカウントを提示しております。足元における平均テイクレートの低下は、この戦略的ディスカウントを適用したクライアントからの流通総額が大幅に拡大したことによる結果です。

Q6. スポットワークの売上高と利益の関係性について教えてください。売上高成長率が減速したにもかかわらず、利益が順調に進捗している理由は何でしょうか。

スポットワークにおける主な営業費用は「ワーカーマーケティング費」と「HR 費用」です。このうちワーカーマーケティング費については、クライアントの募集人数に連動させて投入量を柔軟に調整できる構造となっております。そのため、仮に売上高（募集人数）が計画を下回る局面であっても、ワーカーマーケティング費の削減がバッファーとなり、安定した営業利益を創出することが可能です。

FY27/4 1Q の業績においても、この費用構造の特徴が顕著に表れた結果となっております。なお、FY27/4 上期におきましては、前期より継続している物流業界（Field Manager 施策）および介護福祉業界への戦略的投資を、1Q においても計画通り実行しております。

収益・コスト構造のイメージ

Timee

基本的に募集人数はクライアントの繁忙期に連動しているため、繁忙期には募集が比較的多くなり閑散期には少なくなる傾向がある。募集人数に応じて必要な稼働率を満たすためにワーカー数の確保を目的としてワーカーマーケティング（オンライン広告・TVCM等）を行っており、**繁忙期ほど多くの投資を必要とすることから、売上高は増加する一方、利益率は低下する傾向となる**。尚、獲得したワーカーはリピーターとして働くため、需要と供給のバランスにもよるが**先行してワーカーを獲得することで将来のマーケティング投資が低減するという性質もある**。

募集人数に応じたワーカーマーケティングへの投資

- 繁忙度は11-1月期 > 8-10月期 > 5-7月期 > 2-4 月期の順

※ 2月（日数・イベントが少なく、日数が少ない）や 6月（梅雨）は閑散期

【主なイベント】

5-7月期	8-10月期	11-1月期	2-4月期
ゴールデンウィーク お中元 ※6月は閑散期	お中元 夏休み/お盆 シルバーウィーク	クリスマス 年末年始商戦 忘年会・新年会	新年度（歓送迎会） 新生活（引越等） ※2月は閑散期

- 11-1月期と2-4 月期の季節性による差は大きく、例年2-4 月期の売上高は直前の11-1月期を下回る傾向
- 繁忙期ほど多くの投資を必要とし、売上高は増加する一方、利益率は低下
- 仮に募集人数が計画を下回る場合、同時に必要なワーカーマーケティングの投資額も抑制されることから利益は維持される

【過去のよくある質問と回答】

以下サイトにてご確認ください。

https://note.com/timee_ir/n/n49007098b9a0