



2025 年 7 月 11 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 (2025 年 7 月)

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。

以 上

Q1. FY25/10 2Q の売上高が予想レンジの下限を下回った要因として、不正利用対策の影響と飲食業界等における顧客の決算期末の影響をあげていますが、それぞれの影響度合いはいかがでしょうか。

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による影響の方が大きいです。弊社のクライアントの多くは大・中規模サイズの企業となっております。一方で、不正利用対策の影響は、割合としては少ない小規模クライアントの獲得を目的としたクライアントマーケティングの減少につながっており、その影響から新規獲得 AA 数や売上高に影響は少なからず出ています。

2025 年 10 月期 第 2 四半期決算説明資料 P4

FY25/10 2Q単体 業績見通しと実績の差異について				Timee
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	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。 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。	
売上高成長率	29.4% — 32.7%	28.0%		
営業利益	1,660 — 1,700	1,851	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。	
営業利益成長率	44.2% — 47.7%	60.8%	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運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。	
営業利益率	21.0% — 21.0%	23.7%		

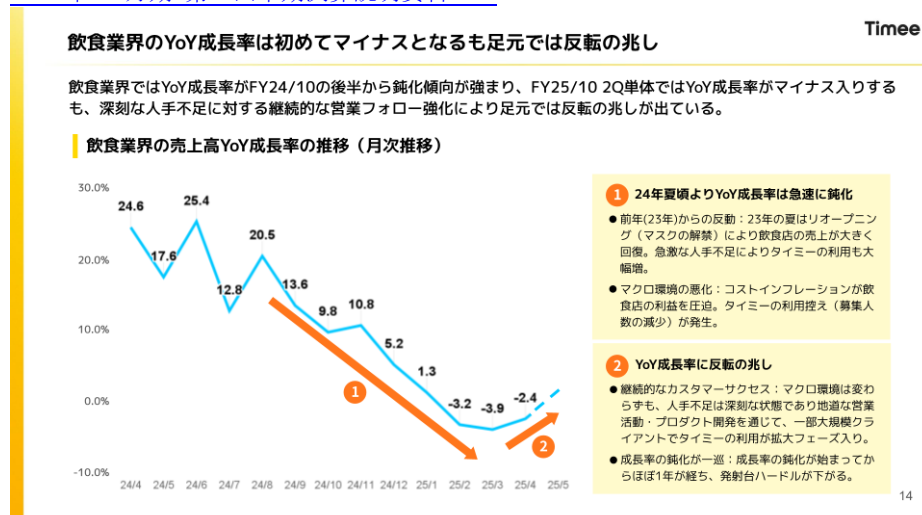
Q2. 飲食、小売業界の決算期末の影響は来期以降も続く想定でしょうか。

現時点で来期の影響は分かりかねますが、今期の決算期末の影響は昨年から続いていたコストインフレーションを背景に、過去と比べても相対的に大きかったものと捉えております。

Q3. 飲食業界で反転の兆しが出ているとのことですが、今後の成長率はどのように想定していますでしょうか。

緩やかな回復は想定しているものの、現状の継続的な営業フォローを強化するだけで二桁成長に回復することは現時点では想定しておりません。そのため、飲食業界において更なる高成長を実現するためには現状のサービス利用率 30%とは違ったマネタイズの追加検討も進めております。

2025 年 10 月期 第 2 四半期決算説明資料 P14



Q4. FY25/10 2Q のワーカーマーケティングの売上高比が YoY で増加している背景は何でしょうか。

マーケティングに関しては、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を合わせて全体の投資額をコントロールしております。2Q につきましては、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントとしてクライアントマーケティングを減少したこともあり、相対的に投資対効果の高いワーカーマーケティングを増加させております。そのため、例年 2Q は閑散期のため稼働率が高い傾向はあるものの、今 2Q は過去最高水準の稼働率（87.9%、YoY+0.4pt）を実現しております。

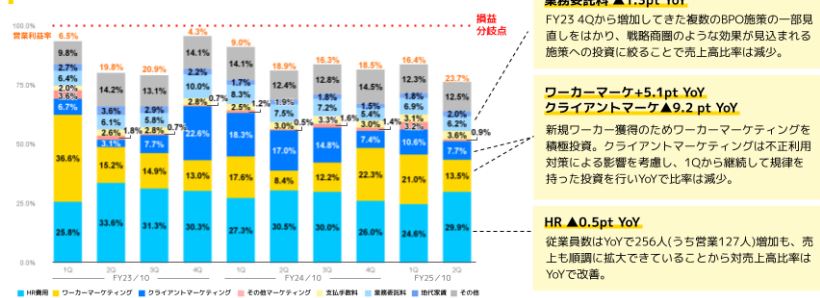
2025 年 10 月期 第 2 四半期決算説明資料 P19

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

Timee

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



※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、ワーカーマーケティング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、販促関連費用を含む。その他は、売上原価（プロダクト製造に要するエンジニア費用を含む）、販促関連手数料、その他費用・手数料を含む

19

Q5. QoQ で AA 数が減少しているのは何故でしょうか。

2Q は閑散期のため、季節性の影響が大きいです。加えて、昨年度との対比ではクライアントマーケティングへの投資も要因となっております。昨年度は相対的にクライアントマーケティングに積極的に投資をしていたことから小規模クライアントの AA 数拡大もあり QoQ で増加した一方、本年度は不正利用対策に係る適切なコストマネジメントとしてクライアントマーケティングを減少させておりますため、主に小規模クライアントの AA 数増加が昨年対比で鈍化しているのも一因です。

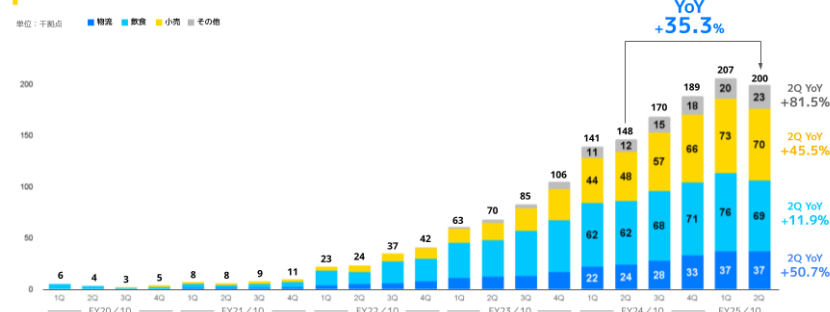
2025 年 10 月期 第 2 四半期決算説明資料 P15

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

Timee

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



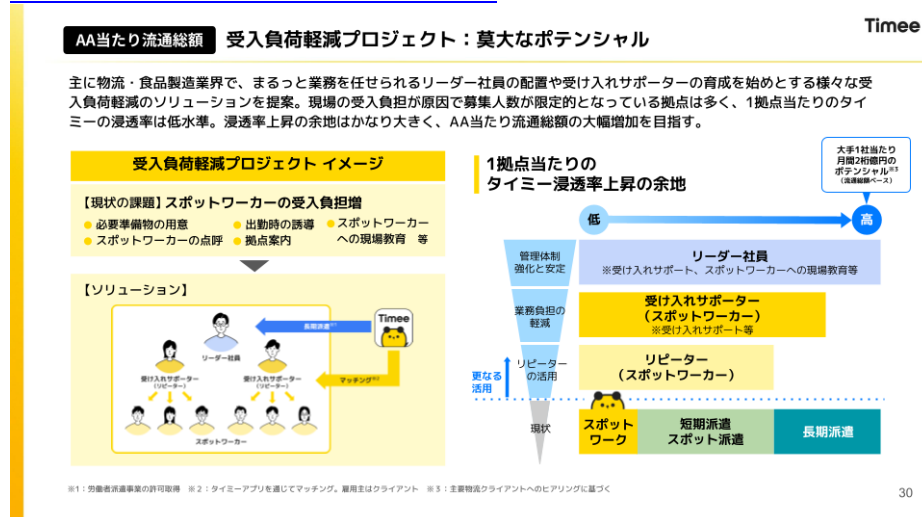
※1：月に少なくとも1つの求人掲載した登録クライアント事業所数。各四半期における3ヶ月のアクティブアカウント数の合計を示しており、かかる数値は四半期中に少なくとも1つの求人掲載した登録クライアント事業所数よりも大きくなる可能性がある

15

Q6. 物流業界における受入負荷軽減プロジェクトの効果が顕在化してくるのはいつでしょうか。

受入負荷軽減プロジェクトにつきましては、FY25/10 2Q 決算発表日時時点で約 20 拠点（1 社で複数拠点の場合もございます）から正式合意、約 40 拠点から大枠の合意をいただいております。今年中の導入が予定されている拠点においては、年末の繁忙期(FY26/10 1Q)を目先のターゲットとして、下半期から徐々に利用が拡大する見込みです。

2025 年 10 月期 第 2 四半期決算説明資料 P30



30

【過去によくある質問と回答】

以下サイトにてご確認ください。

<https://timee.notion.site/ir-faq-jp>