

Timee

BRAND BOOK

タイミーの軌跡

スポットワークが「はたらく」を変える

はじめに

こんにちは、タイミー代表取締役の小川嶺です。

私が初めて起業したのは大学1年生のとき。
つくったのはRecolle（レコレ）というアパレルECの
会社でしたが、まったくうまくいきませんでした。

当時の6人のメンバーたちはあっけなく解散……。



お金はもちろん、起業家としての自信もすっかり失ってしまった私は、複数のアルバイト
を掛け持ちしながら、日雇い派遣にも登録して漫然と働く毎日を過ごしていました。

そこで味わったのが、アルバイトや日雇いのような非正規労働者が「下」に見られる空気
です。

「それ、今日中に適当にやっとして。どうせ明日来ないでしょ」

この一言で私は、日雇いの仕事が嫌いになりました。

また、人手が足りないアルバイト先では、無理矢理シフトに入らされることが続きました。

そのせいで、友人との約束をキャンセルした経験も少なくありません。

「これだけ人手不足だと言われている国なのに、なぜ働く人が軽視されるのだろう？」

このとき感じた矛盾が、私たちのサービス着想の原点です。



世の中には、忙しいタイミングに人手が足りなくて困っている企業がたくさんある一方で、働きたいと思っているのに条件が合わず時間を持て余している人がたくさんいます。

このミスマッチの状況をなんとかしたいという思いで、大学2年生だった私は「株式会社タイミー」を立ち上げました。

2018年の創業以来、タイミーはものすごい勢いで事業成長し、いまや**スポットワークサービスを手がける国内No.1の企業**■となりました。

スポットワークは「スキマバイト」「単発バイト」「雇用型ギグワーク」など、さまざまな名前と呼ばれる新しい働き方です。

しかし、日雇い派遣などが持つ旧来のイメージもあって、いまだに世の中には「危険で過酷な労働」という誤解があるようです。

また、そこまで否定的ではないにせよ、この働き方になんらかの「つかみどころのなさ」を感じている人がまだまだ多いのが実情でしょう。

私たちはこの状況をなんとかしたいと考えています。

日本の各産業では今、深刻な人手不足が表面化しています。

しかし、これはまだ序の口にすぎません。

人口動態予測では、2025年から2040年までの15年間のうちに、日本からは1,000万人分の現役世代人口（20～64歳）が消滅すると言われているからです。

国内産業の低迷を食い止めるためには、スポットワークのような柔軟な働き方の浸透が欠かせない——そう私たちは考えています。



そこで、このたび作成したのが、このBRAND BOOK『**タイミーの軌跡——スポットワークが「はたらく」を変える**』です。

本書に目を通していただければ、いまだスポットワークの核心をつかみかねている方にも「なぜこの働き方が日本を救うと期待されているのか？」をご理解いただけるはずです。

「最初の起業で味わった失望感」と「非正規労働への視線に対する不満」に押しつぶされていた私が、「もう一度、起業家の夢を追いかけてみよう」と思えたのは、1日だけ働きに行った現場の店長さんにかけていただいたひと言のおかげでした。

そこは老夫婦が経営するコンビニ店だったのですが、とにかく人手が足りていませんでした。時間を持て余した大学生の私がいなければ、まともにシフトが回らないような状況だったのです。

そこで私がオーナーのご夫婦に「もしぼくがいなかったら、どうやってお店を回すつもりだったんですか？」と何気なく質問したところ、店長さんがこう言ってくださったのです。

「もし小川くんが来なかったら、自分で18時間働いてお店を回すだけだよ。」

小川くんがうちに来てくれて本当に助かったよ。ありがとう」

このひと言が私を起業家の道に引き戻してくれました。

その瞬間に私は「アルバイトや派遣の仕事には、まだまだ価値が眠っている！」という手応えを得ることができたのです。

そして、いまでもこのときの直感間違いではなかったと信じています。



ここで、本書のおおまかな構成をご紹介しますおきましょう。

まず **[CHAPTER 01]** では、タイミーの「現在とこれまでの歩み」をご紹介します。タイミーというスポットワークサービスがどのように生まれ、どんな戦略を経て世の中から受け入れられ、770万人（※2024年4月末時点）のワーカーに愛されるサービスへと急成長したのかを解説します。

続く **[CHAPTER 02]** では、私たちの原動力となってきた「考え方」に注目します。タイミーがスポットワーク市場でNo.1でいられている理由は、そのビジョンやミッションなくしては語れません。

最後の **[CHAPTER 03]** は、本書のためだけに企画した「特別対談」です。タイミーの事業を支える最大の柱・運送業界より、セイノーホールディングス株式会社代表取締役社長の田口義隆氏をお招きし、スポットワークの可能性について大いにお話しさせていただきました。

忙しい方にも読んでいただけるよう、できるかぎりコンパクトにまとめました。
気になるところからお気軽にめくってみていただければ幸いです。

そしてそのなかで、ほかのサービスにはない独自の温かみや未来像を、タイミーというサービスに感じていただければ、これ以上うれしいことはありません。

株式会社タイミー 代表取締役
小川 嶺



Contents

はじめに 02

CHAPTER 「スキマバイトNo.1の会社」ができるまで 07
01
1. スポットワークはどこがスゴいのか？ 08
2. スポットワークはどう広がっていくのか？ 15

CHAPTER
02
スポットワークの「先」にあるもの 26

CHAPTER [対談] タイミーは日本をどう変えるのか？
03
——田口 義隆（セイノーホールディングス代表）×
小川 嶺（タイミー代表） 35

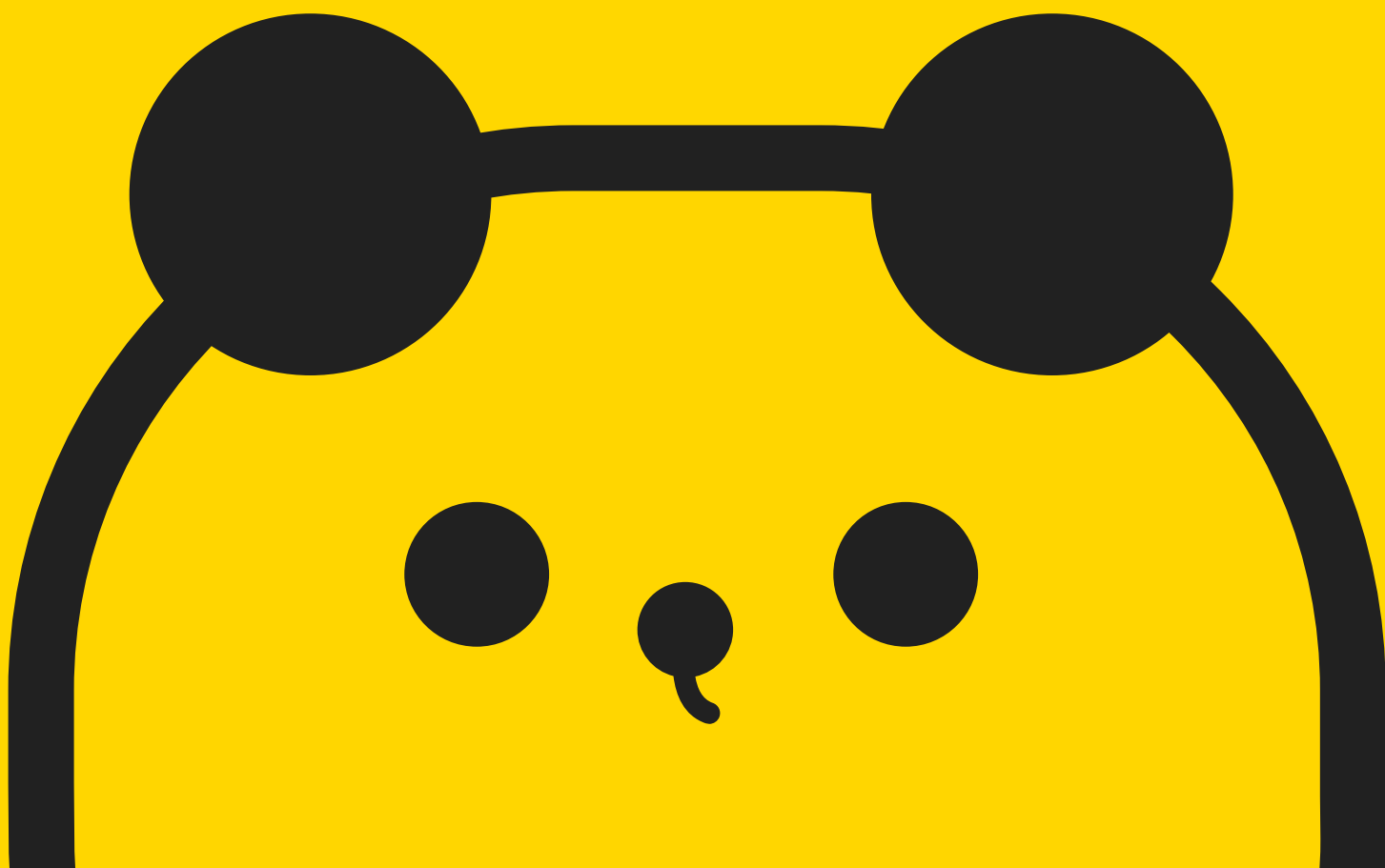
おわりに 48

CHAPTER

01

**「スキマバイトNo.1の会社」
ができるまで**

Timee's Short History



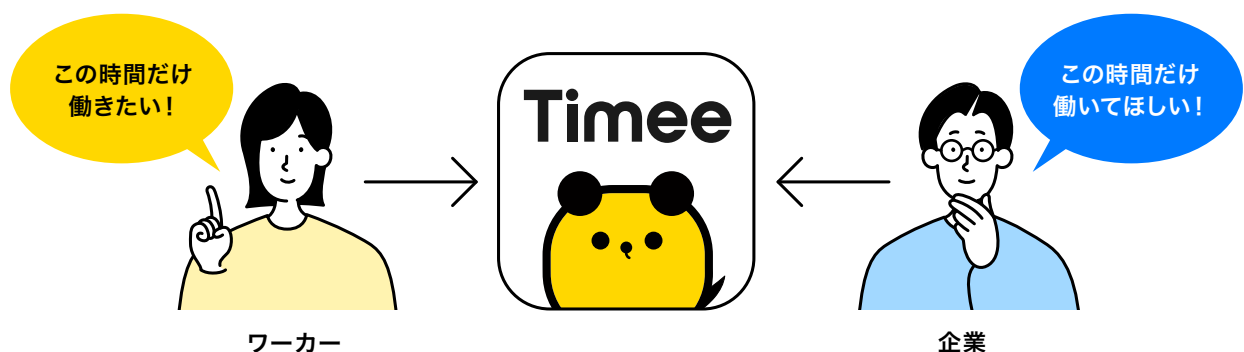
1

スポットワークは どこがスゴいのか？

>> 人も企業も幸せになる「新しい働き方」

弊社が提供する「タイミー（Timee）」は、2024年4月末時点で770万人のワーカーが利用するスキマバイトサービスです。日本国内には同様のサービスを提供する企業が複数ありますが、現在のところ、利用率¹やリピート率²において、タイミーは国内のスキマバイト市場で圧倒的なNo.1のポジション■にあります。

タイミーが従来の求人サービスと一線を画しているのは、「**個人が働きたい時間**」と「**企業が働いてほしい時間**」とをマッチングするスキマバイトサービスであるという点です。働き手に寄り添ったサービスにシフトしたことで、私たちは新しい働き方を実現することができました。



Timee's Short History



タイミーは、好きな時間に働きたいワーカーと、人手不足に悩んでいる事業者の両方に寄り添ったサービスであり、双方に大きなメリットをもたらします。

これまで個人がアルバイトをするときには、あらかじめ履歴書を書いたり、面接の日取りを決めて事前に一度顔合わせをしたりする手間が発生していました。実際に働くときにも細かな手続きがあり、お給料が入ってくるまで1~2カ月待たなければなりません。

タイミーでは、働きたいと思ったときに今すぐ働ける仕事が見つけれ、面接や履歴書なしですぐに働けます。実際の仕事をするときのステップも簡略化されており、お給料も働いた即日に入金される仕組みになっています。しかも、これらがすべてタイミーアプリ上で完結するのです。

企業側にも、アルバイトを雇ううえでさまざまな課題がありました。

求人を出したり、面接や採用の手続きをしたりするには、時間も手間もかかります。また、必ずしも来てほしい働き手を確保できるとも限りません。さらに、自社でスキマバイト人材を雇うときには、その都度、労働者名簿を作成したりお給料の支払い処理をしたりせねばならず、労務管理も煩雑になりがちでした。

ですが、タイミーを使えば、「この時間だけ働いてほしい」というときに、必要な人材だけを簡単に確保できます。

求人を出すときもタイミー専用の管理画面から数分で募集を開始できますし、働きぶりのいいワーカーさんがいれば無料でそのまま長期雇用してもOK。タイミー利用の手数料は成果報酬型で月末に一括支払いいただけるので、労務管理の点でも好評をいただいています。



>> 誰が使っているのか？

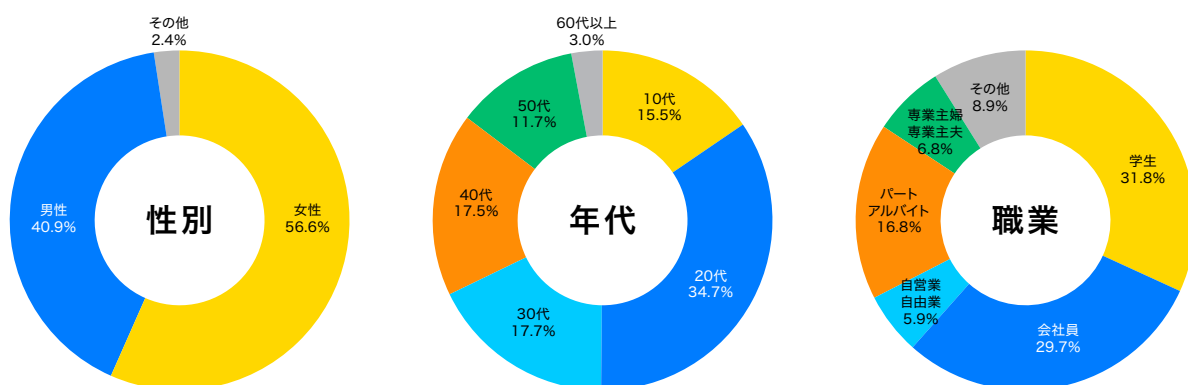
どの業界で広がっているのか？

タイミーは老若男女関係なく、誰もがユーザーになり得るサービスです。ワーカー属性を見ても、現在はやや女性の比率が高いものの、性別に関係なくご利用いただいています。年代別では、**20・30代が約半数を占めており、若年層の働き手の確保に苦労している事業者にとっては、この点が大きな魅力ではないか**と思います。

また、私たちとしては50・60代以上のプレシニア・シニア世代にも利用が広がっていることをうれしく感じています。タイミーに登録している65歳以上のワーカー数は、2023年7月時点で約4万人[■]になっており、2020年以降、毎年約2倍のペースで増加しています。

また、770万人のユーザーのうち、勤務回数トップ3のなかにはなんと60代のワーカーの方もいらっしゃいます[■]。この方はもともと金融マンでしたが、早期退職したあとにスキマバイトの魅力にのめり込み、4年でなんと1,000回以上タイミーを使って働いた実績をお持ち

「タイミー」ワーカー属性
(2023/12時点)



年代、職業問わず、幅広い属性が利用

Timee's Short History

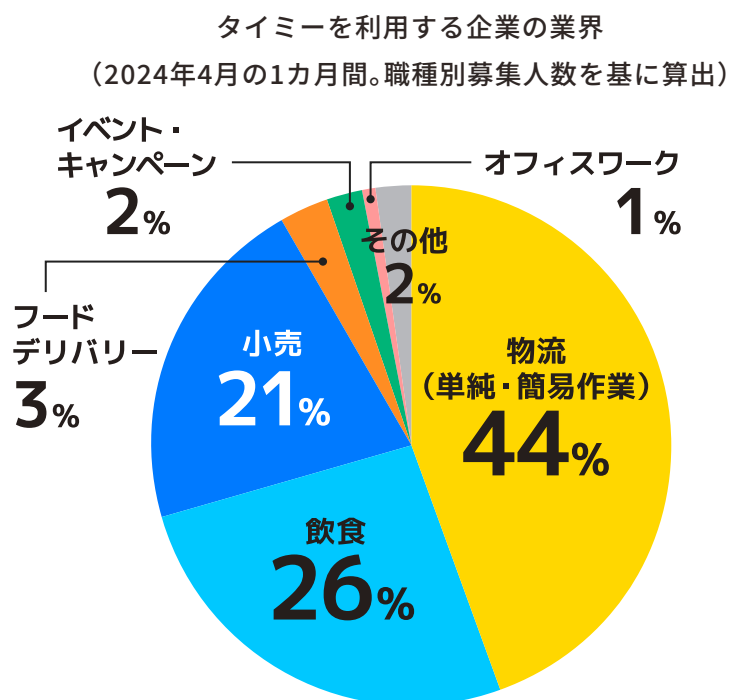


ちです。豊富な世代人口を抱えるプレシニア・シニア層にもタイミーが広がっていけば、その社会的インパクトは相当なものになるでしょう。

職業別の属性で特筆すべきは、学生に次いで会社員のユーザーが多い点です。この大半は、平日の仕事帰りや週末などのスキマ時間を使った副業的なタイミー利用です。値上げラッシュに伴う生活費の高騰を背景として、ちょっとしたお小遣いを稼ぎたいというニーズにもタイミーは応えているようです。また、ふだんの仕事とは異なる経験、新しい人とのつながりなどにスキマバイトの価値を感じている人もたくさんいます。

また、専業主婦／主夫でもタイミーを使う人が多くいらっしゃいます。子どもが幼稚園や小学校に行っているあいだに通常のパート勤めをしようとしても、どうしてもシフトが固定的になり、不測の事態に対応できません。スキマ時間ができたときにだけ自由に働けるタイミーは、こうした層にもかなり重宝されています。

ワーカーの属性だけでなく、タイミーを利用する企業の業界も見ておきましょう。



Timee's Short History



2024年4月時点では、「軽作業」が全体の半分近くを占めています。これは主に物流倉庫などでのピッキング・仕分け業務ですが、ホテル業界での仕事などもここに含まれています。それに次いで多いのが「飲食業」、さらにスーパーやドラッグストアのような「販売・小売業」が続きます。

>> 「キャリアの積み上げ」を実現する2つの工夫 ——バッジ機能とタイミーキャリアプラス

スキマバイトのようなスポットワークにおける大きな課題の1つは、ワーカーのスキルや実績が可視化されておらず、キャリアが積み上がらないことでした。

スポットワーカーにおいても、それぞれの就業体験を通じて、多様な経験や実績、スキルが蓄積されているはずですが、しかし、次の仕事に出かけていくと、時給も最低ラインからのスタートになってしまう。こうした状況が放置されてきた結果、スポットワークはしばしば批判の対象になってきました。

この課題を解決するために、タイミーがはじめたのが「バッジ」機能と「タイミーキャリアプラス」です。

働き手のスキルや実績を可視化する「バッジ」は、2023年10月から実装された機能です。仕事を通じて次々とバッジを獲得していくことで、働き手は自分の「できること」が増えていく成長実感を持つことができます。

また、企業側も、そのワーカーがどんなスキルや実績を持っているのかを事前に把握できるので、お願いする業務とのミスマッチが避けられるようになります。さらに企業側は、時給に差分をつけたうえで特定のバッジを保有している人に限定した求人を公開できるようになります。



働き手にとってのメリット



- 「タイミー」での勤務を通じて「バッジ」を獲得することで、自身の「できること」が可視化され成長やスキルアップを実感できる。
- 獲得した「バッジ」に関する業務の求人が届きやすくなり、スキルや経験を活かして働くことができる。

事業者にとってのメリット



- マッチングする働き手がどの「バッジ」を獲得しているのかを管理画面から事前に確認できるため、ミスマッチが減り、当日お任せする業務を考えやすくなったり、受け入れの工数を削減しやすくなる。

タイミーの働き手のうち7割以上が「タイミーを通じていい職場と出会えたら、そのままそこに長期就業したい」と考えています。また、9割以上の企業からも「タイミーを通じていい人材と出会えたら、そのまま長期雇用したい」との回答が得られました。つまり、実際には両者とも「より長期的な就業／雇用の関係」を望んでいる場合が多いのです■。

しかし、働き手のなかには、十分なスキルや資格がないために就業をあきらめてしまったり、定職に就きたくてもその機会に恵まれなかったりする方たちが大勢いらっしゃいます。

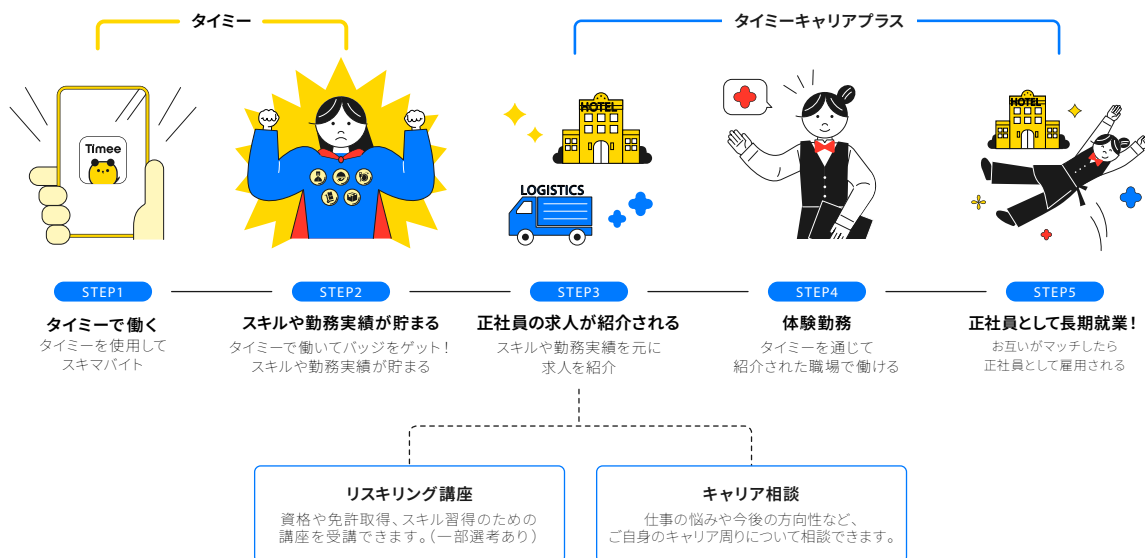
また、企業側でも、未経験者にスキルや資格を習得させる余裕がないばかりに、どうしても経験者限定の求人ばかりを出さざるを得ないような状況があります。

こうした負の解消を狙ったのが「タイミーキャリアプラス」です。

資格やスキルを身につける機会を提供しながら、キャリア形成・転職までを一気通貫で支援し、長期就業を望む働き手と人材を採用したい事業者とをマッチングします。

タイミーキャリアプラスでは、すでにタイミーを通じて通常のスキマバイトを経験し、スキルや実績のバッジを蓄積してきたワーカーに対して、正社員の求人が紹介されます。





このとき、希望者にはその求人に見合ったスキルや資格を身につけるための「**リスキリング講座**」と、その働き手の仕事の悩みや方向性についてアドバイスを行う「**キャリア相談**」のプログラムがタイミーから提供されます。その後、紹介された職場で「体験勤務」し、働き手・企業がマッチしたら正社員として雇用されるという流れです。

これらステップを経ているため、働き手も企業もミスマッチを避けることができます。従来の人材紹介会社が「人と企業をつないだところまでで終わり」だったのに対し、**両者**が**よりよくつながれるよう最大限の支援をしていくことこそが、タイミーの責任**だと考え、本事業を展開しています。

注

- *1 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～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18～69歳の男女1034人
- *2 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～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18～69歳の男女1034人 ※直近1年以内に2回以上働いた経験があるスキマバイトサービスを聴取



2

スポットワークは どう広がっていくのか？

>> 大学生がつくったサービスが 「初月に3,000ユーザー」を獲得

タイミーの「これから」をお話しする前に「これまで」をご紹介します。

「タイミー (Timee)」がリリースされたのは2018年8月初めのことでした。当時、立教大学経営学部の2年生だった創業者の小川嶺は、これに合わせてメディアを集めた記者会見を設定し、「**タイミーという新しい働き方が、これからの日本を変えていきます!**」と宣言しました。

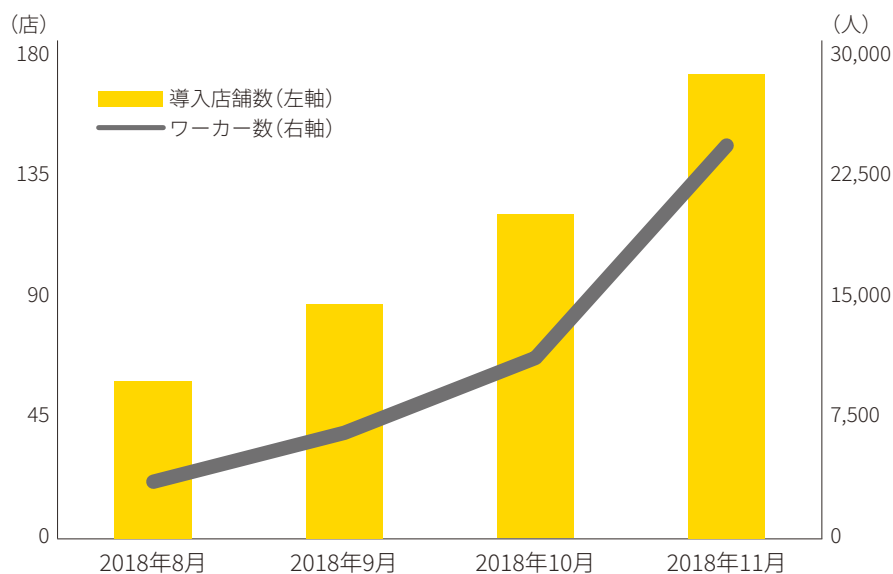
空前のアルバイト不足が騒がれていたタイミングだったこともあり、タイミーは40以上の媒体で取り上げられ、最初の1カ月で約3,000人のワーカーを獲得しました。しかし当初は、求人を掲載する事業者が少なく、なかなかマッチングが進まない状況が続きました。

そこで私たちは飲食業界に的を絞り、徹底的に営業をかけていきました。「**飲食業界の人手不足を救いたい!**」というメンバー個人の熱意や関心度を優先した経営判断ではあったものの、この戦略はみごとの中し、タイミーは飲食業界での利用を一気に増やしていきました。



リリース初月の2018年8月末時点での導入事業者は58店。これがさらに86店（9月）→119店（10月）→171店（11月）と伸びていくのと並行して、ワーカー数も3,480人（8月）→6,480人（9月）→11,072人（10月）→24,094人（11月）と成長していきました。リリース1周年となる2019年8月末には、ワーカー数は10万人超、事業者も2,000店に達しています。当初は10万円にも満たなかった単月売上も1,284万円にまで急伸びしました。

タイミー導入店舗数とワーカー数の推移
(2018/8-2018/11)



>> テレビCMやPR活動、 オウンドメディアで認知拡大が進んだ

関西・九州支社の立ち上げによって事業者数をさらに伸ばしていた私たちにとって、より多くのワーカー数を確保することが次なる課題でした。そのためには、**タイミーの認知度をさらに高めていく必要があった**のです。



リリースから1年が経ち、このサービスに対するニーズの高さははっきりしていました。だとすれば、あとは規模を拡大していただくだけ。アクセルを踏まない理由はありませんでした。

こうして、2019年11月25日から約1カ月にわたって関東エリアで放映されたのが、**橋本環奈さんを起用した第1弾テレビCM**です。

テレビCMは一般的には、100万人以上のユーザーを抱えるサービスが、さらなる認知を獲得したいときに有効な手段だと言われています。まったく知られていない段階ではなく、「1~2回は聞いたことがある」という状態になっていれば、視聴者にもCMに興味を持ってもらいやすいからです。

それにもかかわらず、タイミーがこの時期尚早とも言えるタイミングでCMを打つことにしたのは、2つの理由がありました。

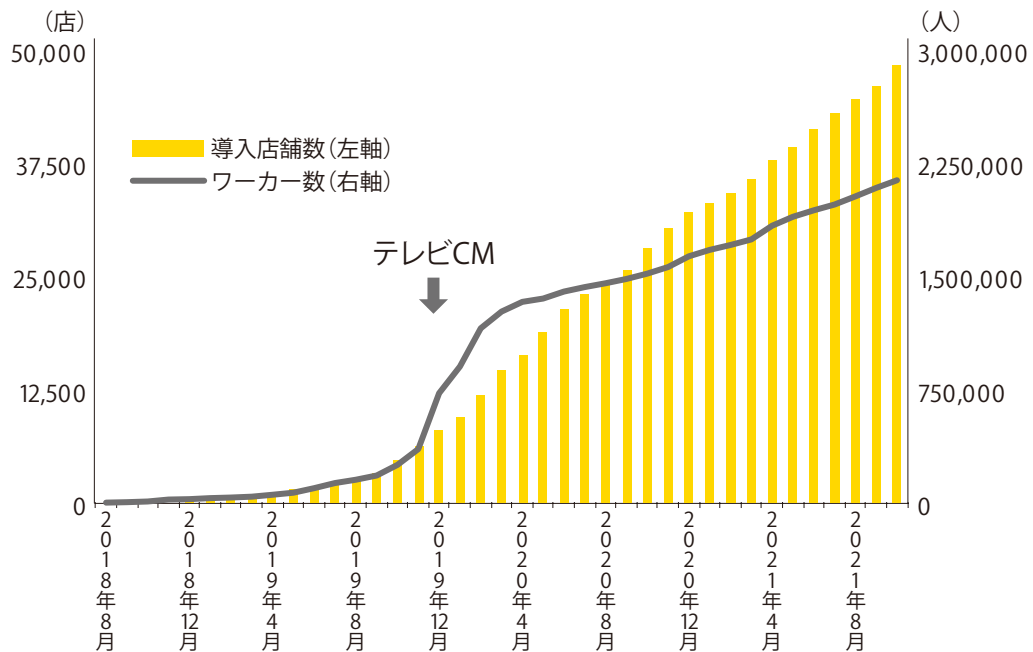
1つには、12月は飲食業界の人手不足が起きる繁忙期であり、そこで「タイミーを使えばちゃんと人が集められた」という実績をつくれれば、サービスに対する信頼を一気に獲得できると考えたから。

もう1つは、競合サービスが増える前に圧倒的な認知度を確保しておきたかったからです。

この2つを背景として、タイミーは5億円を投じて、社運を賭けた勝負に出ました。その結果は次ページのグラフのとおりです。**テレビCM以降、タイミーの名は全国的に知れ渡ることになり、ワーカー数が急増することになりました。**

第1弾テレビCMには「ドタキャン篇」と「今日、気付いた篇」という2つのバージョンがあります。この段階では「気軽にすぐ働けるサービス」としての認知獲得に全力を注ぎ、「お金がすぐにもらえる」といったベネフィットの表現は抑えめにしています。





他方で、2021年4月5日から放映したお笑いトリオ「ネプチューン」の原田泰造さんを起用した「管理責任者の苦悩篇」と「店長の苦悩篇」、さらに同年4月16日スタートで再び橋本環奈さんに出演いただいた「夜の予定篇」といった一連のテレビCMでは、すでにある程度の認知があることを前提としながら、使いやすさやお金といった「機能」の面を訴求するようにしました。

>> タイミーを使う業界が「飲食→物流」にシフト

2019年末の第1弾テレビCM以降、タイミーの認知度は大きく高まり、事業の成長速度はどんどん高まっていくかに思われました。

しかし、この状況は長く続きませんでした。原因はコロナ禍です。

名古屋支社を立ち上げた翌月の2020年3月12日には、WHO（世界保健機関）がパンデミックを宣言。日本でも感染者が増え始め、4月7日に「埼玉・千葉・東京・神奈川・大阪・兵



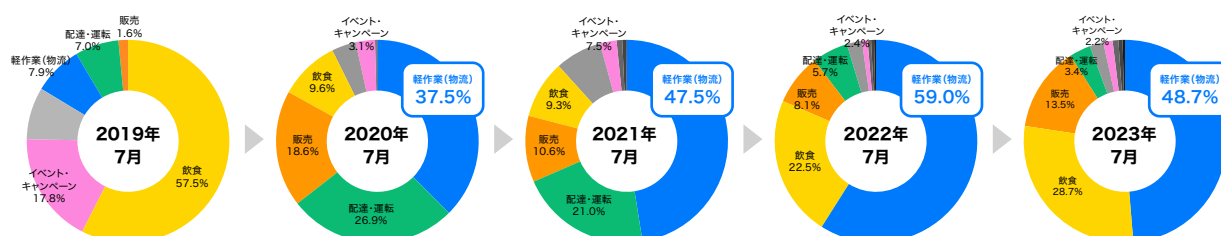
庫・福岡」を対象に緊急事態宣言が出されます。これにより、タイミーの主要展開エリアにあった飲食店のほとんどが休業を余儀なくされました。

当然ながら、これは私たちにとっても大打撃でした。当時のタイミーは、売上の7割ほどを飲食業界に頼っていましたが、その売上が一瞬で前月の5パーセント以下の水準に落ち込んだのです。全体の売上額も、ピーク時の3分の1を下回る低水準となりました。いつまでこの状況が続くのかも見通せないまま、経営陣にはかなりの緊張が走りました。

この状況に対応すべく、私たちが着手したのが**物流業界への進出**でした。巣ごもり需要によってEC活用が急増し、物流業界の人手不足が加速していました。そこで、すでにタイミーを導入していた倉庫事業者へもヒアリングを重ねながら、自分たちがやるべきことを見極めていったのです。

この戦略シフトが功を奏し、タイミーの売上は再び成長軌道を描きはじめました。パンデミック発生から半年後の2020年10月にはなんと**過去最高売上を更新し、みごとV字回復を遂げます**。これ以降、物流業界はタイミーの事業に欠かせない大きな柱となりました。

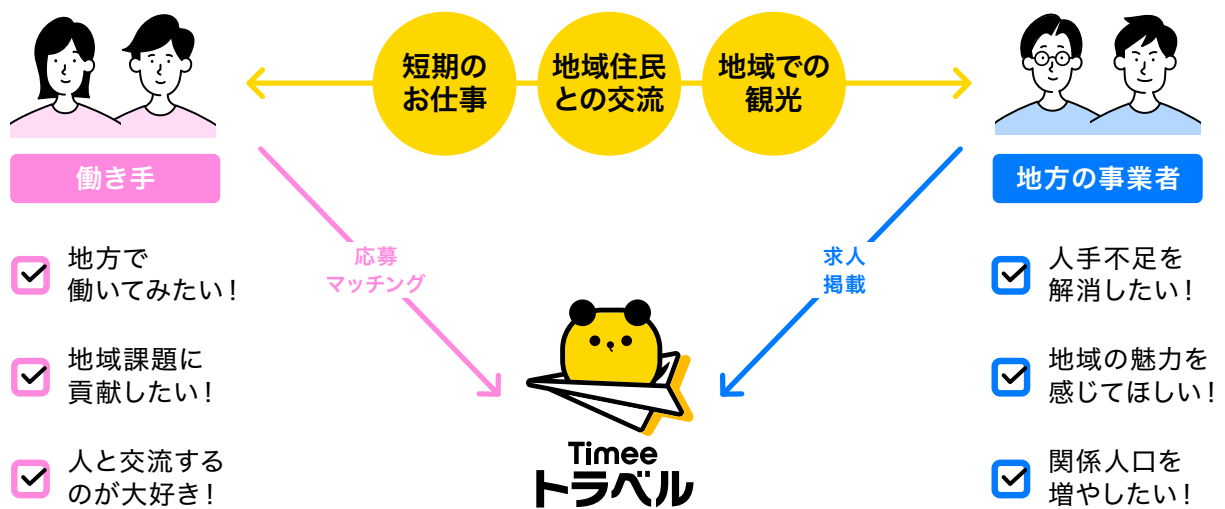
世の中の情勢に応じて、雇用は流動的に変化します。コロナ禍のときには人的需要が低い業界から高い業界へと人材の移動が進みました。そうした人材の流動性をシステム上で自然に実現しているタイミーには、みごとに世相が反映されます。今後、物流よりも人手が足りない業界が出てくれば、そのときにはまたタイミーが大きな役割を果たすことになるはずです。



>> 「働きながら旅をする／旅をしながら働く」

私たちは「**タイムトラベル**」という事業を立ち上げ、これを現在に至るまで継続しています。タイムトラベルの歴史は長く、創業1年目である2019年4月にはすでにβ版がリリースされていました。

「働きながら旅をする／旅をしながら働く」というコンセプトから生まれたタイムトラベルは、「**旅行をしたいけれどお金がない人**」と「**人手不足に困っている観光地**」とを**マッチングするサービス**です。ワーカーは交通費・宿泊費の負担なしに旅行ができるうえ、そこでの仕事を通じて、ふつうの個人旅行では得られない豊かな体験を得ることができます。



タイムトラベルという事業があったおかげで、タイミーではさまざまな地方自治体との連携が進み、それが事業成長に大きく寄与しています。



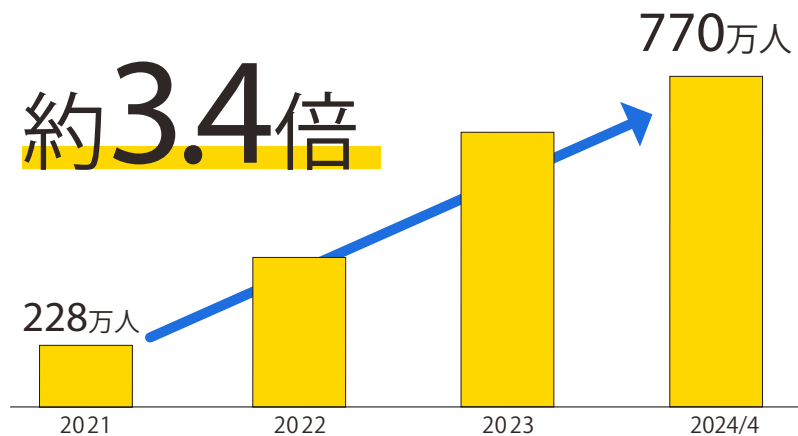
>> 「働く人の10人に1人」が使うサービスへ

2024年8月にタイミーは、サービス開始から6周年を迎えます。2024年4月末現在、タイミーにはなんと770万人以上のワーカーが登録しており、**タイミーで働ける日本人（18歳以上）のうち、約10人に1人が利用している計算**になります。

タイミーのワーカー数が伸びた背景としては、副業解禁などの働き方改革やコロナ禍といった社会情勢がありました。しかし、それをさらに加速させたのが、インフレ・円安にともなう「値上げラッシュ」です。食料品価格やその他生活コストの上昇を実感した人が、生活費の補てんを目的としてタイミーを使うケースがかなり増えているのです。

この物価高はかなり長期化すると見られており、切実なニーズからタイミーを利用する人はまだまだ増えていくでしょう。タイミーは、スキマ時間に気軽に働けるサービスであると同時に、**「生活コストの上昇」という生活者の困りごとを解決し得る存在にもなりつつあります。**

タイミーワーカー数の推移
(2021-2024/4)

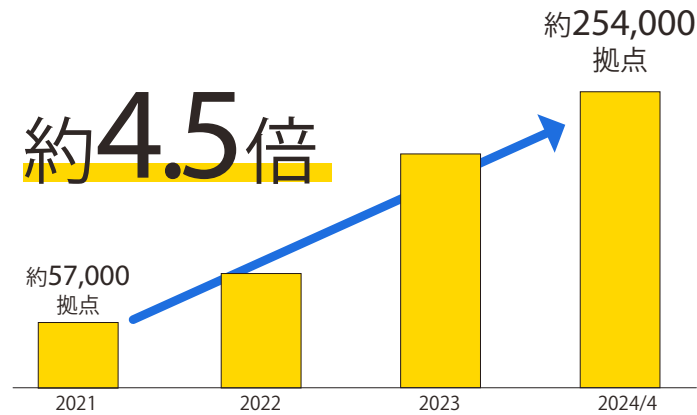


Timee's Short History



ワーカー数と連動して伸びているのが、タイミーに求人を出す事業者の数です。同時点で事業所数は25.4万拠点を超えています。

タイミーを活用する事業所数の推移
(2021-2024/4)

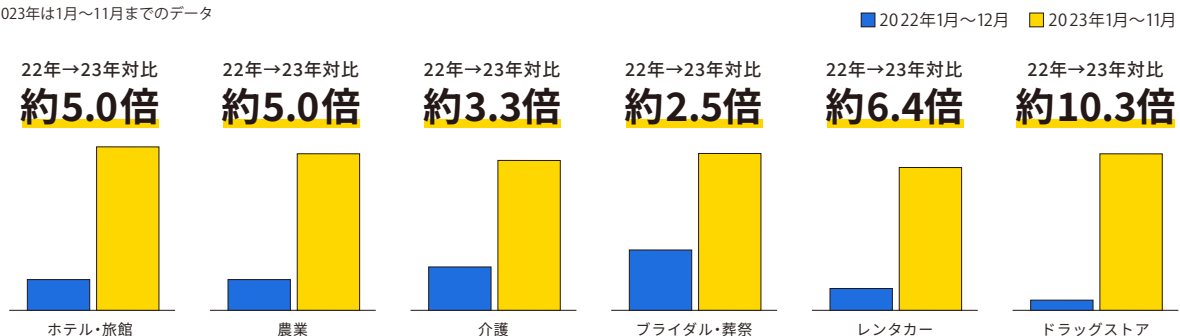


ここまでの事業者急増を支えているのが、業界・業種の広がりです。スーパーマーケットやホテル、介護、農業などの新たな業界でタイミーが活用されるケースが、近年増えてきました。その背景にはやはり深刻な人手不足があります。

スーパー関連の募集人数は拡大しています。とくにレジ、品出し、惣菜などの部門でスキマバイト利用が急増し、過去最多の募集人数を記録することになりました。また、1店舗ごとの募集人数も確実に増加しており、レジ／品出し／生鮮など、幅広い業務でタイミーが活用されるようになっています。

業種別(職種別)募集人数 推移【新規業界】

※2023年は1月～11月までのデータ



Timee's Short History



ホテル業界でも同様の動きがあります。インバウンド需要の増大によって、ホテルの現場でも人材難が加速しており、タイミーを活用する業務も多様化しています。

これまでのタイミーは、**物流・飲食・小売**といった**特定の業界**で勝ちパターンを築き上げ、それを一気に横展開することで急成長を成し遂げてきました。足元では、**レンタカー、介護、農業、ブライダル・葬祭、クリーニング、ドラッグストア**などの**業界**でタイミーの募集人数が急増しています。このなかから柱となる次の業界が生まれてくれば、タイミーはさらに大きく成長していくでしょう。

また、これまでのタイミーは**エリアの拡大**にかなり力を入れてきましたが、今後はさらに**それぞれのエリアでの浸透度**をも高めていくことになります。「広さ」だけでなく「深さ」も追求してこそ、日本のどこでも使えるサービスだと言えるからです。

地場で存在感を発揮している中小規模の事業者や個人商店には、タイミーが浸透していく余地がまだたっぷりあります。現在、街全体を巻き込みながらタイミー活用を促進し、地域の人手不足を救っていく**「タイミータウン」プロジェクト**がいくつかのエリアで進行しています。

エリアごとの浸透度を高めるためには、各店への地道な営業が必要になります。どんなに小さな飲食店に入っても、レジ横にペイメントサービスのステッカーが貼られているのは、個人商店に向けて泥臭い営業を継続しているからでしょう。そうした地道な努力は、やはり私たちにとっても欠かせません。

一方で、こうした地上戦だけでは限界があります。広告やテクノロジーの力も組み合わせながら、エリアへの浸透度を高めていく施策も必要になるでしょう。

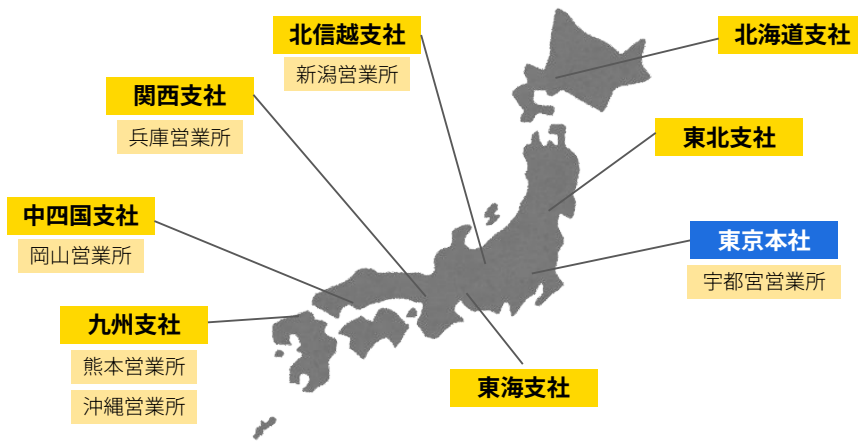


>> 「地場に寄り添う営業チーム」が成長のカギ

タイミーの利用可能エリアは広がり続けており、現在では最北端の稚内市から最南端の石垣市に至るまで、47都道府県どこでもタイミーのお仕事募集が出ています。

これを支えているのが、全国にある支社・営業所です。2024年2月現在、国内には東京本社のほか、7つの支社（北海道・東北・北信越・東海・関西・中四国・九州）と6つの営業所（宇都宮・新潟・兵庫・岡山・熊本・沖縄）があります。

私たちがここまで支社・営業所を増やしてきたのは、それぞれのエリアの事業者や自治体関係者と顔を合わせながら、きめ細かなサポートをしていくことを大切にしてきたからです。拠点を東京の本社だけに集中させて、あとはすべて電話やリモート会議で済ますようなやり方では、タイミーの目指す働き方は実現できません。



国内に7支社・6営業拠点を配置し
日本全国の事業者・働き手を開拓



この方針は業界別の営業施策においても変わりません。物流業界なら物流業界、ホテル業界ならホテル業界というように、**それぞれの業界に特化したプロフェッショナル人材を育成し、事業者の課題に寄り添った解決策を提案**できるようにしています。

とはいえ、私たちだけではエリア拡張のスピードに限界があります。そこで必要なのが**自治体との連携**です。

私たちは2023年3月、**岐阜県下呂市**との業務提携協定を締結しました。「日本三名泉」の1つ下呂温泉のある下呂市は、観光業だけでなく農業なども盛んですが、昨今は農業人材の不足が深刻化していました。必要な時期に必要な人員を確保できるタイミーは、地元の農業が抱えていた課題を解消する一助を担っています。

提携開始から8カ月ほどで、市内のワーカー数は約2倍、募集人数が11.4倍となるなど、取り組みの成果が順調に現れてきています。今後はさらに自治体と連携しながら、観光業や介護・医療、林業での活用も目指しています■。

自治体との連携は下呂市だけにとどまらず、ニセコ町・倶知安町（2023年10月）、小樽市（2024年3月）、仙台市・仙台観光国際協会（2024年5月）、日光市（2024年5月）、糸島市（2024年6月）、清水町（2024年6月）と、2024年6月時点で全国8自治体に広がっています。各地の産業の人手不足解消や雇用促進に寄与しています。

これ以外にも働き手の不足に頭を悩ませている自治体はたくさんあります。タイミーを活用することで**地域の潜在労働力を喚起し、日本の社会問題である人手不足を解消していくことは、私たちの使命**だと考えています。

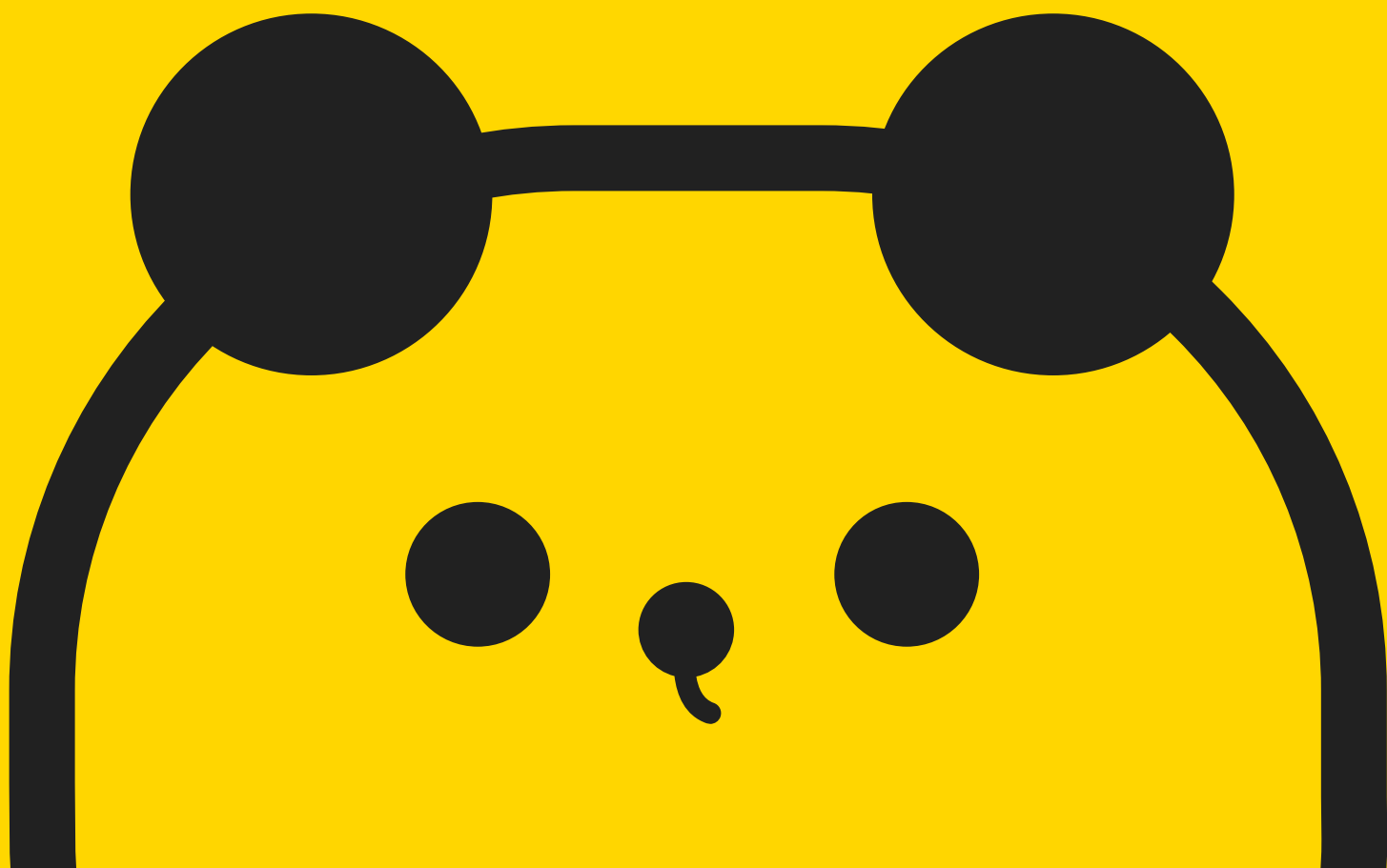


CHAPTER

02

スポットワークの
「先」にあるもの

Timee's Vision and Mission



>> なぜこの社名なのか？

ここからは、タイミーの組織としての核となる考え方、すなわちMVV（ミッション、ビジョン、バリュー）についてご説明したいと思います。

タイミーの現行のMVVは、社内での膨大なディスカッションを経て、2021年につくられました。

- **ビジョン** 一人ひとりの時間を豊かに
- **ミッション** 「はたらく」を通じて人生の可能性を広げるインフラをつくる
- **バリュー** 理想ファースト／オールスクラム／バトンツナギ／やっていき

ここで改めて強調しておきたいのは、**私たちは単なる「人材紹介会社」ではなく、「時間を豊かにする会社」である**という点です。

人はしばしば、自分には無限の時間が与えられているかのように考え、無駄な時間を過ごしてしまいがちです。

そうした問題意識の下、創業者の小川嶺は、事業構想の段階から一貫して「一人ひとりの時間を豊かにする会社」を実現したいと考えてきました。

創業当時のメンバーたちとの多くの議論を経てたどり着いた「Timee」という名前には、時間（Time）のかけがえのなさに対する小川の強い想いが込められています。

「Time」に「e」を加えたのは、音の観点で可愛いと感じ、愛着を持っていただきたくそのようにしました。



>> タイミーが目指す「ゴール」と「優先順位」

「一人ひとりの時間を豊かに」というビジョンは、タイミーにとって最も優先度が高く、最も長い時間をかけて達成していく目標です。

とはいえ、これだけでは具体性に欠け、どこから手をつければいいのか分かりません。

そこで、もう少し解像度を上げ、中長期的なゴールの形に落とし込んだのが、ミッションです。

「一人ひとりの時間を豊かに」が10年・20年、あるいは、50年・100年というスパンで実現されていくものだとすれば、「『はたらく』を通じて人生の可能性を広げるインフラをつくる」というミッションのほうは、5~7年の時間幅でとらえているものです。

3つ目のバリューは、より現在にフォーカスしています。つまり、これらのゴールに向かって走っていくうえで、それぞれのメンバーがどうアクションしていくべきかを規定した4つの行動指針です。

それぞれの行動指針は以下のように連動しています。

「理想ファースト」は、現状にとらわれることなく望ましい状態をまず思い描き、そこから逆算して行動する姿勢を指します。理想が描けたら、「オールスクラム」で関係者全員が一丸となってプロジェクト全体の成功に貢献することの重要性を強調しています。

「やっぴいき」は、タイミーの基本精神を象徴するバリューで、目標達成に向けてチャレンジを恐れず、前進し続けようとする意志を表しています。最後の「バトンツナギ」は、個人の仕事だけにフォーカスするのではなく、ほかのメンバーがスムーズに業務を進められるよう配慮し、全体としての長期的な目標達成ができるよう仕組み化を目指すことを意味しています。



>> 私たちはなぜ「はたらく」にこだわるのか？

「『はたらく』を通じて人生の可能性を広げるインフラをつくる」というタイムーのミッションは、5~7年のスパンで達成されるべきゴールです。

他方で、タイムーが究極的に目指すのは「一人ひとりの時間を豊かに」することですから、その手段は必ずしもスキマバイトのマッチングサービスである必要はないはずです。

それにもかかわらず、なぜ私たちは「はたらく」にこだわるのか——？

これには大きく3つの理由があります。

「はたらく」にこだわる最初の理由は、その社会的インパクトの大きさにあります。

働くという行為ほど、人々の時間価値を引き上げるものはないのではないのでしょうか。私たちは働くことで、自分の隠された才能を発見したり、世の中のさまざまな仕事のありがたみに気づいたり、他者との関わり方を学んだりします。

人々が少しでも多くの学びを得られるよう、できるかぎり多様な選択肢を提供することが私たちの使命であり、そこにこそタイムーの価値が存在すると考えています。

2つめは、個人に対するインパクトです。

人生の3分の1の時間、私たちは働きながら過ごしています。働く時間を豊かなものにできれば、人々の人生全体の豊かさも一気に押し上げられるでしょう。

本気でビジョンを実現しようとするなら、やはり「はたらく」からはじめるのが最も理にかなっていると考えています。



最後は、**経済的インパクトの大きさ**です。

日本の労働力人口は約7,000万人にも及びますが、そこにはうまく活用されていない膨大な時間が眠っています。もしタイミーがこの潜在労働力のわずか1パーセントでも引き出せれば、その経済効果は相当なものになるでしょう。

人口減少が進む日本で、労働力の確保はきわめて重要な課題です。これを解決するうえでは、日本の「はたらく」のポテンシャルを引き出すタイミーのようなサービスが必要不可欠です。

>> 「選択肢」が可視化されるほど、 「人生の時間」はもっと豊かになる

タイミーのビジョンは「一人ひとりの時間を豊かに」です。

しかし、それは一秒一秒の時間効率を気にしながら生きるという意味ではありません。

重要なのは、時間を節約することではなく、豊かにすることです。

どれだけ無駄な時間を削ってタイムパフォーマンスを高めたところで、その時間が楽しく実りのあるものでなければ本末転倒です。

では、「時間が豊かである」とはどういうことでしょうか？

私たちは、**豊かな時間には「豊かな選択肢」が欠かせない**と考えています。「何かしよう」と感じたときに、「やりたいこと」の選択肢ができるだけたくさん可視化されていて、そこから選んだ好きなことに全力で没頭できるのだとすれば、その人の時間はきっと豊かで価値あるものだと言えるのではないのでしょうか。



時間の豊かさにとって最大の障壁は、選択肢が十分に可視化されていないことです。タイミーは、**個人にとって最良の選択肢を目に見えるかたちで提供するインフラ**であるべきです。これを実現できれば、世界中の人々の時間を豊かにできるはずだからです。

これは途方もないゴールです。

私たちのビジョンの実現度は、現時点でまだ0.5パーセントから1パーセントにすぎません。

しかし、私たちは間違いなく「一人ひとりの時間がより豊かになっている未来」に向かって歩み続けています。

肝心なのは、正しい方向に進むこと——。そのためにも、私たちはつねにビジョンに立ち返り、向かうべき先をたしかめ続けていきます。

>> 圧倒的なNo.1を目指すわけ

——「はたらく」のインフラ①

タイミーのミッションは「『はたらく』を通じて人生の可能性を広げる」ではなく、「『はたらく』を通じて人生の可能性を広げるインフラをつくる」です。

私たちは「**インフラ**」という言葉に次の3つの意味を込めています。

- ① 圧倒的なNo.1の存在であること
- ② 膨大な情報を担う存在であること
- ③ 生活を支える存在であること

1つ目については、非常にシンプルです。タイミーがインフラと呼ばれるためには、まずはスポットワークやアルバイトの市場において、**他の追随を許さないポジションを確保する必要があります。**



この点で「インフラ」という言葉は、タイミーをNo.1の企業へと押し上げるという私たちの決意表明でもあります。

医療従事者向けのサービスで不動の地位を築いたM3、大手向けのシステムで時価総額2兆円を超えた巨大企業オービックなど、それぞれの業界には「圧倒的なNo.1」がいます。後発の競合がどんなにがんばっても、これらの企業に打ち勝つのは容易ではありません。タイミーも「はたらく」の分野でこうしたポジションを確立する必要があります。

>> 「情報」を担う存在になる覚悟

——「はたらく」のインフラ②

タイミーがインフラと呼ばれるためには、「膨大な情報を担う存在」にもならなければなりません。

わかりやすいのはグーグル検索です。何か知りたいことがあるとき、人々はもはや事典や図書館を利用するよりも前に、検索窓にキーワードを入力して情報を求めます。

グーグル検索は、その膨大な情報量により、現代社会における不可欠なインフラとなっています。

たとえば、ある人がスマートフォン以外には何も持たず、47都道府県のどこかで迷子になってしまったとしましょう。もしそんな状況になっても、タイミーアプリを開けば、その人は希望する仕事を即座に見つけ、その日のうちに報酬を得ることができます。

しかし、タイミーがインフラになるには、物流、飲食、小売といった限られた業界のスポットワークだけをカバーするのでは不十分です。あらゆる「はたらく」の情報が集約されていなければなりません。



「世界中の情報を整理し、全人類がアクセスし利用できるようにする」をGoogleがミッションとして掲げてきたのと同様、タイミーも世界中の仕事情報を集約し、誰もがアクセスして利用できるようにすることを目指しています。

もちろん、スポットワーク業界には、これからさまざまな企業が参入してくるでしょう。しかし、タイミーにはそれに打ち勝つ2つの強みがあります。

1つは**データ**です。

タイミーのなかには、ワーカーたちのデータがどんどん蓄積されていきます。「これまでにそれぞれの人が、どこでどんな仕事をし、どんな成果を出してきたか」という情報は、働く人を迎え入れる事業者にとってきわめて貴重な判断材料になります。タイミーの活用が進めば進むほど、事業者はタイミー以外のサービスを使う理由がどんどんなくなっていくのです。

もう1つは、**オペレーショナルエクセレンス**です。

上記のようなデータを効率よく蓄積していくためには、「働く人」と「働いてほしい人」の需給をマッチングさせる仕組みやノウハウが不可欠です。後発参入のサービスは、それをゼロベースでつくらないといけません。これは容易なことではないでしょう。この点においても、タイミーには他社にはないアドバンテージがあります。

>> 「仕事」と「人生の満足度」との関係性

——「はたらく」のインフラ③

インフラに似た概念として「プラットフォーム」という言葉があります。

しかしタイミーは、利益追求のための単なるプラットフォームに留まるつもりはありません。



蛇口をひねれば水が出るのと同様、タイミーアプリを開けば、いつでも好きなときに好きな仕事が見つかり、困ることなく生活していける——これがタイミーが実現したいインフラ像です。

「『はたらく』を通じて人生の可能性を広げるインフラをつくる」というミッションには、「一人でも多くの人の生活を支える存在であろう」という決意が込められています。

他方で、世の中ではAI（人工知能）やFIRE（経済的自立と早期退職）、ベーシックインカム（政府などが最低限の所得を保障する制度）などが注目され、将来的には「働かなくていい世界」がやってくるのではないかとされています。

しかし、本当に人々は「仕事なし」で満足して生きられるでしょうか？
もしも働かなくてもよくなったら、人々はどのように日々を過ごすのでしょうか？
ずっと遊ぶだけの人生に耐えられる人は、意外と多くないと私たちは考えています。

「仕事のない人生」には限界があり、多くの人が人生の楽しさを見失うのではないかと。
働くという行為は、人間にとって本質的であり、自己実現の手段だからです。

自分のポテンシャルを世の中に出してこそ、その人の人生は満ち足りたものになります。
「はたらく」の基盤であるタイミーは、このような意味においても人々の生活を支えるインフラでありたいと考えています。





Timee

2020年からタイミーと取引を開始し、採用についても協力関係を築いてきたセイノーホールディングス株式会社。このたび、同社代表取締役社長である田口義隆氏と弊社代表取締役の小川嶺による対談を実施しました。タイミーを導入したことで、同社の組織はどう変化したのか。また、スポットワークの浸透により日本企業はどう活性化するのか。存分に語っていただきました。

CHAPTER

03

— 対談 —

タイミーは 日本をどう変えるのか？

Special Dialogue

田口 義隆 (たぐち・よしたか)

1985年西濃運輸株式会社入社。その後、取締役総務部長、常務取締役東部地区・東北地区担当、専務取締役労務部担当、代表取締役副社長営業本部担当を経て、2003年6月に代表取締役社長に就任。2005年10月には純粋持株会社セイノーホールディングス株式会社に商号変更、同社代表取締役社長就任（現任）。そのほか、西濃運輸株式会社代表取締役をはじめ、セイノーグループ各社役員を兼務。早稲田大学大学院スポーツ科学研究科修了。



小川 嶺 (おがわ・りょう)

1997年生まれ、東京都出身。高校時代から起業を志し、2017年立教大学在学中にアパレル関連事業の「株式会社 Recolle（レコレ）」を設立するも一度は解散。さまざまなアルバイトを複数掛け持ちする日々のなかで「応募から勤務、報酬の受け取りが1つのアプリで完結できたら」と感じ、スキマバイトサービス「タイミー」の開発に着手。社名を「株式会社タイミー」に登記変更し、代表取締役に就任、2018年8月にアプリをリリース。将棋は認定3段の腕前。



Special Dialogue





タイミー導入により 「物流未経験者」の 応募が増えた

小川 嶺（以下、小川） 田口さん、本日はありがとうございます。この機会をととも楽しみにしていました。まずは、物流業界の人手不足の現状について教えていただけますか？

田口義隆氏（以下、田口） こちらこそ、今日はありがとうございます。物流業界の「2024年問題」については、課題感を強く抱いています。日本には物流会社が6万社あり100万人が働いていると言われていますが、2035年には働き手が70万人に減るという予測が出ています。

現時点で「70パーセント以上の職場で人手が足りていない」というデータもあり、状況は年々深刻化しています。世間でよく知られた宅配会社や当社のように福利厚生が整っている大手はまだ比較的働き手を確保できていますが、中小の物流会社は今後ますます厳しくなるでしょう。

小川 タイミーは、2020年から西濃運輸さんをはじめとするセイノーグループと取引させていただいています。倉庫での軽作業や荷役作業、ドライバーの補助作業員などのアルバイト採用でご活用いただき、2024年2月には資本業務提携を結ばせていただきました■。タイミー導入前後で何か変化はありましたか？

田口 以前は、「募集をかけてもほとんど人が来ない」という状況が日常化していま



した。物流は3K（きつい・汚い・危険）のイメージが強く、なかなか応募にまで至らない。しかし、タイミーさんを導入することで、人手不足問題を打破することができました。

とくに「スキマ時間に履歴書なしで気軽に働ける」のが功を奏したのだと思います。タイミーさんを導入して以来、これまで物流業界で働いたことのない人が、申し込んできてくれるようになりました。さらに20～30代の若い世代も増えて、現場にますます活気が出てきていますね。

「いつか辞めてしまう スポット人材」ではなく、 「将来の仲間候補」

小川 それはうれしいです。現場ではどのようなシナジー効果がありましたか？

田口 いちばんありがたいのは、「どんどん引き抜いてOK」と言ってもらえたことです。派遣会社も一部で利用していますが、派遣さんは簡単に引き抜くことができ

ません。そのため、社員たちはどうしても「この人はそのうちいなくなるんだろうな…」と感じ、現場になかなか仲間意識が生まれにくかったんです。

小川 タイミーでは、事業者さんが「このまま働いてほしい」と思った優秀なワーカーさんを自由に仲介手数料なしで長期雇用することができます。たしかに、この仕組みのおかげで、「ワーカーさんを“将来の仲間”として意識するようになった」という声をよくいただいています。



田口 おっしゃるとおり、タイミーのワーカーさんは今後の採用にもつながります。自分たちの仲間になるかもしれない人と一緒に働くと、社員たちも積極的にワーカーさんに関心を向けはじめます。現場にも「自分たちで教えよう、自分たちで育てよう」という意識が生まれ、声かけや雰囲気づくりなどにもつながっています。もともといた社員たちの顔つきも変わり、現場のコミュニティ意識が高まったように感じています。

小川 「採用の自分ごと化」が組織全体で進んだのは、とても大きな変化ですね。



人事を「自分ごと化」 するサービス

田口 御社には、770万人のワーカーさんが実際に働いたリアルなデータが膨大に蓄積されているわけですよね。その意味では、タイミーはもはや「日本最強の人事部」と言っても過言ではないのではないでしょうか。

小川 ありがとうございます。タイミーのサービスは、採用とその後の定着、既存の組織文化の変革を行う機能を持っています。しかし、事業者さんにもタイミーの思想を理解したうえで活用いただけないと、なかなかこのような好循環は生まれません。

セイノーさんには、このサービスの本質を深く理解いただけているからこそ、先ほどのようなシナジーが得られているのだと思いますね。田口さんとは、そもそもの課題感が一致しており、解像度高くタイミーの可能性を見出していただけられているのが本当にありがたいです。



田口 タイミーさんには、弊社専任のチームをつくっていただき、ワーカーさんを迎え入れやすくするため、ピッキングや積み付け作業のマニュアルなども作成いただいています。まさに弊社にとっての人事コンサル的な動きもしてくれていますよね。

小川 弊社にいる従業員1000人のうち約半数は、事業者さんをサポートするカスタマーサクセスという職種です。彼らは事業者さんの組織変革にまで責任を持って取り組んでおり、単なる営業ではなくコンサルタントのような働きも担ってくれています。

「人材を1社だけで 困り込む時代」 は終わる

小川 田口さんは、スポットワークの浸透が日本企業にどんな影響を与えていると考えていますか？

田口 間違いなくプラスの効果があると思いますね。物流業界だけに限らず、日本の労働力人口は減少の一途をたどっています。ですから、DXやITを活用しつつ、いかに潜在労働力を活性化し一人ひとりの生



Special Dialogue





産性を引き上げるかがカギになります。そのためには、各業界の日本企業がネットワークをうまく活用しながら、ボーダーレスに協働していくしかないと考えています。

小川 これまでは自社の資産を1社で独占するのが当たり前でしたが、それでは社会が回らないほどにまで人手不足が進みつつあります。

だからこそ、各社が横でつながりながら、課題解決に向かっていく意識は欠かせませんよね。それができれば、このネガティブな状況も、一気にポジティブにシフトさせられるのではないのでしょうか。

田口 おっしゃるとおり、ピンチはチャンスです。弊社の場合、タイミーさんのおかげで採用コストを通常の3分の1に抑えられています。しかも、タイミー経由で社員になった方の定着率は現状100パーセントです。

小川 定着率100パーセントはすごいですね。生産性を鑑みると、早期離職は最も不毛です。せっかく入社してオンボーディングをしても、職場の雰囲気や仕事内容とのミスマッチがあれば、すぐに退職してしまいます。

人材の流動性は重要ですが、ミスマッチによる転職を繰り返していたら、いつまで経ってもその人のスキルは磨かれません。ですから、前提として「ミスマッチが生じない採用」が最も大切なんです。

田口 スキルが磨かれないままだと、その人はいずれ「根無し草」になってしまいかねませんからね。その点、タイミーのワーカーさんたちは実際に働いてみたうえでの採用になるので、入社後のミスマッチが抑えられます。



日本全体の 「スキルアップ」 につなげる

田口 ワーカーさんたちのリスキリング（職業能力の再開発）につながるという点でも、タイミーさんにはものすごいポテンシャルを感じています。

小川 ありがとうございます。あらかじめスポットで働いてみて、ミスマッチを防ぐという仕組みは、効率的な採用につながります。その結果として、物流業界で働いたことがなかった人が転職先として選んでくれているというのは、大きな変化だと感じています。

田口 「副業時代」と言われ、国や企業もそれを推奨していますが、スポットワークが浸透していけば、「二足の草鞋」を履く人は今後も増えていくでしょうね。二足、三足の草鞋を履いて働きたい人にとっては、効率よく実地で学べるシステムが必要になってくると感じています。

小川 それこそまさにタイミーが目指すところです。「働き手のスキマ時間」と「人手が足りない事業者」とのマッチングにより、潜在労働力を活性化するだけでなく、同時に、実践を通じた一人ひとりのスキルアップを実現していきたい。最終的には、一人ひとりの時間や人生をより彩り豊かにすることがタイミーのビジョンなんです。

田口 タイミーさんを使って複数のスキルや経験値をアップさせた人たちが、ノンストレスで異業種にもチャレンジできる状況になれば、日本全体が活性化しないわけがありませんよね。

小川 おっしゃるとおりです。スポットワークは日本活性化の要諦だと考えています。



Special Dialogue



「タイミーにしよう」 と決めた理由

小川 弊社に追随してほかのサービスも続々とリリースされているなかで、タイミーを選んでいただけた理由を教えてくださいませんか。

田口 第一に実績の高さです。先ほどお話ししたように、実際にタイミーを導入させていただいたことで、採用や組織文化の面で確実にポジティブな結果が出ています。何よりも現場での評価が高い。

第二に、未来に向かって柔軟性高く事業展開をされている点です。セイノーグループでは、物流業界全体でボーダーレスに協働していく「オープン・パブリック・プラットフォーム（O.P.P.）」という構想を立ち上げて活動をしています。「これ、面白いからやってみようよ!」というタイミーさんのカルチャーに共鳴できたところが大きいですね。

小川 タイミーのカルチャーに共感してい

ただけたのはうれしいですね。私も、田口さんの前提にとらわれない柔軟性の高い思考にいつも刺激をいただいています。

田口 個人的には、小川さんの経営者としての思想と実行力に惚れ込みました。タイミーさんのサービスは、日本の人手不足問題を解決する画期的なビジネスモデルです。未来の働き方について互いに意見を交わし、ともに日本企業を変えていけると確信できたから出資を決めました。



小川 ありがとうございます。スポットワークで「はたらく」の常識が大きく変化しました。そして、それぞれの業界に好循環をもたらす成功例も増えてきています。

社会をよりよくしたいという思想を持ち、それに向かってチームとして一致団結して結果を残せる会社として、「新しい働き方」のスタンダードをつくっていきたいと考えています。



スポットワークは 「地域活性化」 にもつながる

小川 日本企業の活性化はもちろんですが、タイミーはローカライズ（サービスの地域化）にも注力しています。それぞれの地域の特性に応じて、マッチングの最適化を図ることで、地域にもインパクトを与えられるサービスだという手応えを感じています。

田口 「職場」だけでなく、「地域」からもアプローチをかけて労働生産性を引き上げるわけですね。

小川 少子高齢化が進んだ日本において、労働生産性を引き上げるのは難しいテーマですが、タイミーのスキームを活用すれば容易にできてしまいます。これこそが、スポットワークがもたらす大きな価値だと感じています。

田口 「はたらく」が地域活性化にもつながるわけですね。ローカライズは、研究し



がいのある興味深いテーマですね。海外への事業展開にもつながるのではないのでしょうか。

働く人の「自己効力感」 を高める仕組み

田口 私は、「はたらく」は「傍（はた）を楽（らく）にすること」だと社員に伝えています。「相手に成り変わり、その人を楽にして幸せをもたらす」という考え方の根底は、時代が移り変わっても揺らぎません。

「はたらく」うえでの幸福は、経済的に自立できていること、将来性を感じられること、自己効力感が得られることだと考えています。自分の仕事に対して、「ありがとう」と感謝されれば、「自分は誰かの役に立っている」という自己効力感が得られ、誇りが生まれます。これこそが「はたらく」の醍醐味です。

小川 タイミーには事業者さんとの相互評価システムがあり、ワーカーさんが自信や

手応えを得られるような仕組みになっています。スポットで働いたあとに「Good評価」や感謝のレビューをもらえると、ワーカーさんのエンゲージメントは確実に上がり、「次も働きたい！」という気持ちにつながります。

田口 事業者目線で見ても、それはありがたいですね。ワーカーさんに対して感謝のレビューをこまめに書くことで、職場内でもお互いに「ありがとう」と言い合える文化が醸成されていくと思います。





小川 今の時代、SNSなどを見れば、いろんなものの相対比較が簡単にできてしまいます。ですから、だれもが一見華やかで楽しそうなものに目移りしがちになります。その結果、現実の人間関係や仕事がつまらないと感じて、自信を失ってしまう人も少なくない。

人生の3分の1を占める労働時間がつまらないと感じている状況は、幸せとは言いつらいですね。

キャリアアップのイメージを抱きながら、心地よく仕事ができる環境をタイミーはつくっていきたいと考えています。

田口 まさにタイミーは「はたらく」を通じて人生の彩りをもたらしているわけですね。

「タイミーが 日本の労働市場を バージョンアップした」

小川 最後に、田口さんが「今後のタイミーにどんなことを期待しているか」をぜひ教えてください。

田口 近い将来、現場で実力をつけたタイミーのワーカーさんが、次々と起業を試みるような未来もやってくるんじゃないかと考えています。その際に我々が資金だけでなく、知恵や人脈も貸すことができれば、日本全体をよりエンパワーしていけるのではないのでしょうか。そんなシナジー効果を期待しています。

小川 すばらしいです。チャレンジする人をあらゆる方向から支援できる仕組みをつくって、そのような好循環を生み出していきたいですね。



田口 タイミーは、日本人の実践力と生産性を底上げする画期的なサービスです。御社が生まれたことで、人手不足問題を「日本の好機」に転換できる未来が見えてきたと思っています。その意味では、タイミーが日本の労働市場そのものをバージョンアップしたと言ってもいい。今後もタイミーの事業展開を心から楽しみにしています。

小川 ありがとうございます。「社会課題と向き合い本気で社会をよくしたい」という思いを持ってスポットワークを展開している会社は、タイミーだけだと自負しています。今後も日本の「はたらく」をともにアップデートし続けましょう。

(対談おわり)



Special Dialogue



おわりに

株式会社タイミー代表取締役の小川嶺です。

お忙しいなか、本書『タイミーの軌跡——スポットワークが「はたらく」を変える』にお目通しいただき、本当にありがとうございました。



「はじめに」でもお伝えしたとおり、この本の何よりもの目的は、スポットワークの可能性を知っていただくことです。

従来のスキマバイトは、働く人たちに十分寄り添えておらず、働く人の実績や評価、スキルが蓄積していかないネガティブな側面を持っていました。

しかし、「タイミー」は、スキマバイトを仲介して手数料を受け取るだけの人材紹介プラットフォームを目指しているわけではありません。

繰り返しになりますが、**私たちは「一人ひとりの時間を豊かに」する会社**なのです。

誰もが「働きたいとき」に「働きたい場所」で「好きな仕事」を選べる——。

働いた実績はデータとして蓄積され、評価は「バッジ」のかたちで可視化される——。

「タイミーキャリアプラス」でさらなるスキルが獲得でき、企業サイドは手数料なしで引き抜くことができるからこそ、タイミーを通じた素敵な出会いが創出されていく——。

そうやって、みなさんの時間がもっと価値あるものに豊かになっていくことが、私たちの究極のゴールです。

Epilogue



そして、そのためには何よりもまず、日本の「はたらく」をなんとかしなければなりません。**足元の人手不足はもちろんのこと、1,000万人の現役世代人口が消滅する「2040年問題」の解決に向けて、タイミーにはやるべきことが膨大にあります。**

これまで以上にサービスやプロダクトを磨き込み、よりいっそう企業価値を向上させながらも、安心・安全な「はたらく」のインフラ運営に力を入れていくことが、私たちの使命だと考えています。

とはいえ、タイミーは平均年齢30.9歳（2024年5月時点）の若い会社です。
まだまだ学ぶべきことがたくさんある未熟な組織です。

そんな私たちが、世界のトップベンチャーに比肩し得る成長カーブを描いてこられたのは、ここに至るまで働き手、事業者、投資家、行政関係者などのみなさまからの多大なご助力があったからにはほかなりません。

この場を借りてみなさまに御礼を申し上げます。

私は本気で、スポットワークが日本の「はたらく」を変えると信じています。

しかし、タイミー単独でそれを成し遂げられるとは思いませんし、成し遂げたいとも思っておりません。私はこれからもみなさまとともに「はたらく」の可能性を切り拓く同志であり続けたいと考えています。

そして将来、「スポットワークという働き方は、私たちがともにつくり上げてきましたね」と互いに労える日がやってくることを願っています。

株式会社タイミー 代表取締役

小川 嶺

Epilogue



タイミーの軌跡

スポットワークが「はたらく」を変える

2024.07.26

作成 株式会社タイミー

© 2024 Timee, Inc.

無断転載を禁ず。