

airCloset

2024年6月期 決算説明資料

株式会社エアークローゼット

決算説明の要旨

事業構築期から拡大期へ

- 収益性の向上、外部協業の拡がりを踏まえ、独自の「循環型物流プラットフォーム」の競争優位とポテンシャルへの自信が更に深まる。
- 24/6期は、循環型物流プラットフォームを軸に事業基盤を確立し、既存会員の継続率改善、顧客獲得効率の改善により、airCloset事業の営業利益黒字化を実現（80百万円）。全社の最終損益も大幅改善。
- 25/6期は、今後の飛躍に向け倉庫の拡張移転やシステム開発子会社設立等により強みの強化を図る。全社での売上成長に加え、airCloset事業の黒字化継続、全社としての損益黒字化を見込む。

重要業績サマリー

単位 (百万円)	2023/6期 (実績)	2024/6期 (実績)	増減率	2025/6期 (予想)	増減率
売上	3,740	4,216	+12.7%	4,818	+14.3%
営業損益	△188	△35	大幅改善	32	黒字転換
当期純損益	△354	△53	大幅改善	10	黒字転換

目次

1. 当社事業の全体像と現況
2. 2024年6月期第4四半期業績および通期業績
3. 今後の成長戦略および2025年6月期業績予想
4. その他
5. Appendix

1. 当社事業の全体像と現況

Vision & Mission

エアーローゼットは下記のVision & Missionを掲げ、人々のライフスタイルがより豊かになるよう、時間価値を向上させる事業を運営。

Vision

“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

Mission

発想とITで人々の日常に新しいワクワクを創造する

主要事業

主力のairCloset事業に加え、循環型物流プラットフォームの強みを活かした事業を展開。

ファッションレンタル事業

airCloset



airCloset

スタイリストが選んだ
お洋服が届く
月額制ファッション
レンタルサービス

ファッション以外のレンタル事業

airCloset Mall

(以下、Mall事業)



airCloset
Mall

商品を日常で試して
購入を検討できる、
メーカー公認
月額制レンタルモール

ToB事業



airCloset
Bridge

循環型物流
プラットフォームの
外部向け提供

airClosetのサービス概要

自らの好みやサイズ等を登録した上で、パーソナライズされたレンタルアイテムを受け取り、返却期限やクリーニングを気にすることなく楽しみ、返却するというシンプルなサービス。気に入った洋服は買取りが可能。

Step 1

自分の好みや
サイズ等を登録する



オンラインで
簡単に登録

Step 2

プロのスタイリストが
選定した洋服が届く



3着 or 5着 / 回

Step 3

新しい自分を
楽しむ



気に入ったら
買取りできる

Step 4

楽しんだら
そのまま返却



クリーニング**不要**

パーソナルスタイリング



レンタル

airClosetの背景にある社会課題

情報量の圧倒的な増加、サーキュラーエコノミーへの転換の必要性など、新しい消費の形が求められる変化が起きている。

社会の変化① 情報・モノの圧倒的な増加

2025年には2009年の**225倍**の情報量(※1)
選択が困難になり、時間の価値が向上

+

ファッション業界では、
IT・SNSの隆盛によりトレンドが崩壊

時間活用の最適化、
多様化した個への対応として、
パーソナライゼーションのニーズが高まる

社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

大量生産、大量消費、大量廃棄による
環境問題の深刻化

+

特にファッション業界では、
日本国内で毎日**1,200トン**の衣服が
焼却・埋め立てされている(※2)

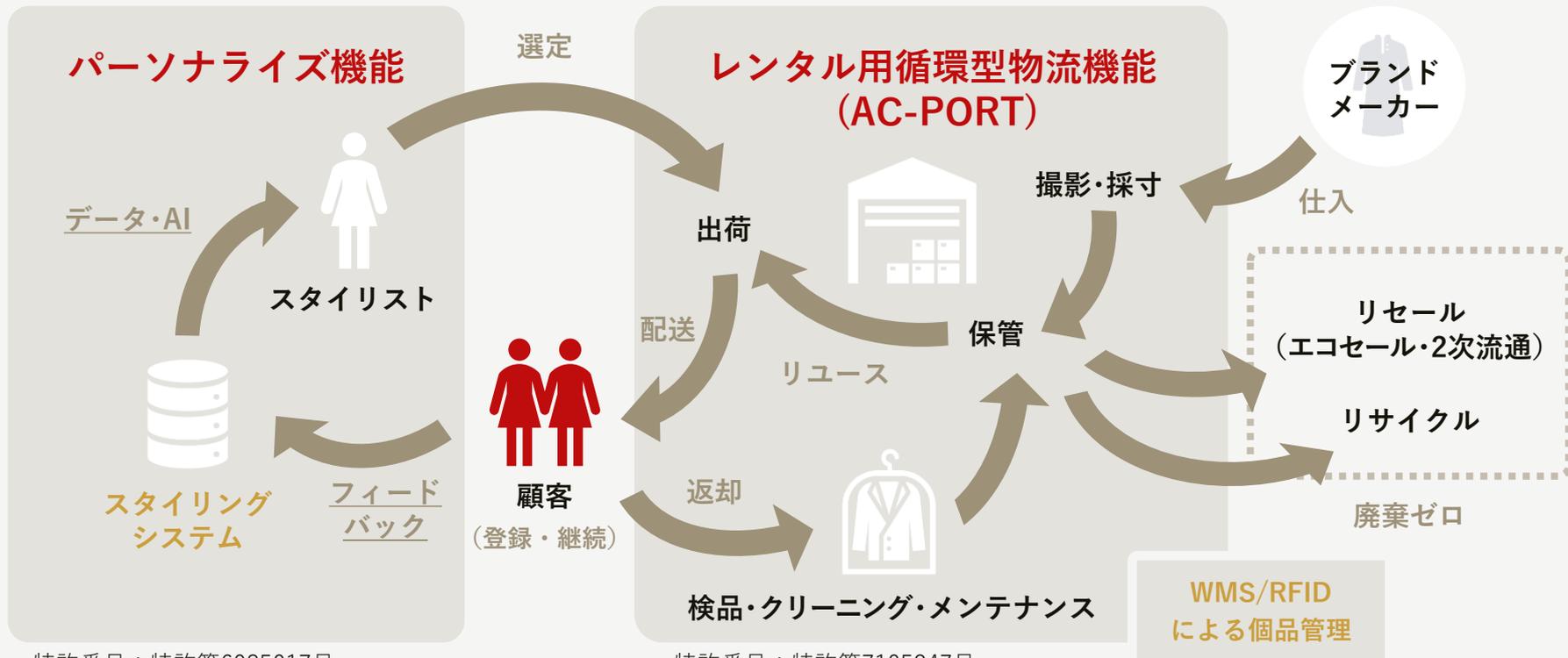
リユース・リサイクルなど、持続可能な形で
資源を活用するサーキュラーエコノミーへの
転換が必要不可欠に

※1 出典：IDC Digital Universe Study, sponsored by EMC, May 2010、IDC Global DataSphere and StorageSphere Forecasts, Mar.2021

※2 環境省「サステナブルファッション (Sustainable Fashion)」

airClosetの事業構造と希少性

パーソナルスタイリング×レンタルを主軸としたサービスを提供。顧客からのフィードバックデータを活用したスタイリング、循環型物流に対応したシステムが希少性の源泉。



AC-PORTは循環型物流固有の課題に対応

- ✓ レンタルでは、保管・発送が主の通常の販売と異なり、お客様からの**返却が前提**。返却された商品を迅速に再利用可能にすることが肝要。
- ✓ 1着1着ごとに貸出・メンテナンス状況などが異なるため、**完全個品管理が必要**。
- ✓ お客様にお届けした際の商品の状態がお客様の満足度を左右する。**クリーニングやメンテナンスの重要性**が高い。

「AC-PORT」進化の履歴

一貫して弊社の物流専門企画チームが主導し、物流関連機能のアップデートを実施。



独自開発WMSによる唯一無二^(※1)の循環型物流プラットフォーム構築

ファッションレンタル事業のサービス品質向上、収益化のため、「個品管理が可能なWMS (airCloset Bridge)」を独自開発。

2022年7月にRFIDを活用した独自の物流システムに関する特許を取得。

個品管理が可能な自社開発のWMS^(※2)



【特徴】

- 完全個品管理対応
⇒1点1点の所在地・履歴の把握が可能
- 返却管理に対応
⇒循環型物流を効率化
- RFID対応
⇒真贋判定を瞬時に実施可能、倉庫内作業の効率化
- 他社への横展開も可能
- 物流システム全体で特許を取得



エアークローゼットの事業拡大、他社提供に寄与

※1 2022年7月にRFIDを活用した独自の物流システムに関する特許を取得 特許第7105347号

※2 Warehouse management system

独自ノウハウによるオペレーションコストの改善

独自システム、徹底した効率化により、1配送当たりのオペレーションコストの削減に成功。



前述の独自開発システム



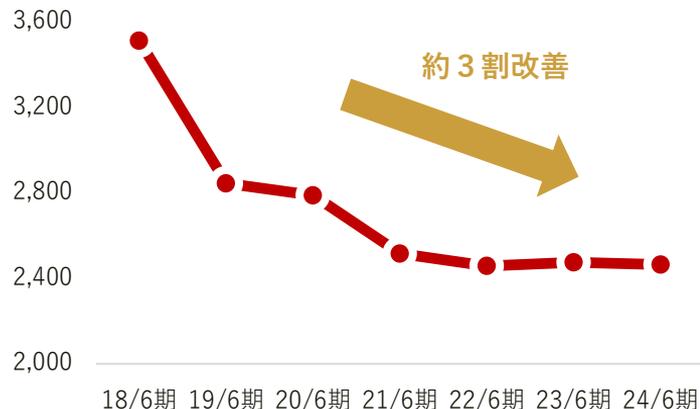
オペレーション改善による
独自ノウハウ

- ・ AC-PORTのアップデート (P12参照)
 - ・ 無数のオペレーション改善の積み上げ
- ⇒返却から再利用までの期間が1週間弱から最短1日へ大幅短縮などの成果



1配送当たりのオペレーションコスト※1の推移

(単位：円)



※1 倉庫移転に要する費用を除く物流費用の総額を、配送数で除すことで算出

IT業界出身の創業者によるテクノロジー活用体制の構築

IT・データ活用を得意とする経営陣を中心に、テクノロジーが積極的に活用される体制を整備。システム構築の内製化・データ活用により、迅速な改善活動を実現。

ITコンサルティング
会社出身の
創業者を軸に
IT・仕組み化への
知見が深い経営陣



システム内製化により機能改善の速度を高め、
データを見える化することでPDCAの高速回転を実現。
事業の改善スピードを極限まで高める体制を構築

システム構築を
内製化

正社員の1/4がエンジニア、
その半数以上がベトナム国籍

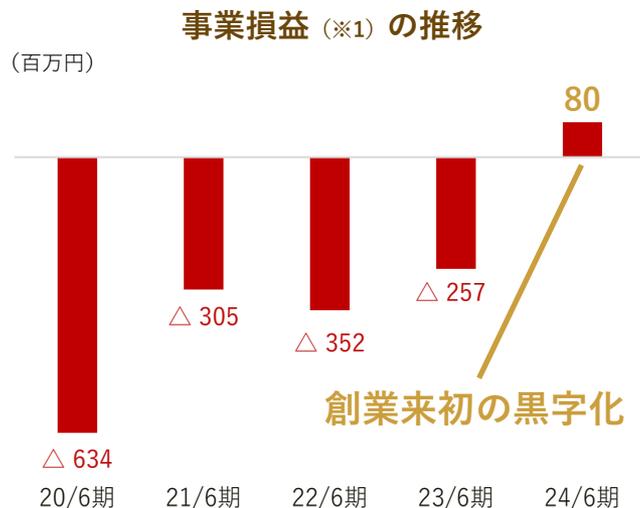
データ活用による
徹底した改善

あらゆる指標をデータ化し、
品質向上・効率化に向けた
PDCAサイクルに活用

プラットフォーム構築・改善による効果

循環型物流プラットフォームの改善等に伴い、事業損益が大きく改善。
また、同プラットフォームを活用し、多額の投資をかけずに事業展開が可能に。

airCloset事業の損益改善



基盤の確立

多額の投資なく、
循環型物流プラットフォームを
活用した事業展開が可能に

-Mall事業では、airCloset事業が同規模の時点と比べ損失額が約**1/10**

-25/6期から本格始動する外部向けの循環型物流機能の提供においては、追加開発が最小限に留まるため、早期から利益寄与を期待

※1 airCloset事業の営業利益から減損損失の金額を控除

2. 2024年6月期第4四半期業績および通期業績

第4四半期重要領域サマリー

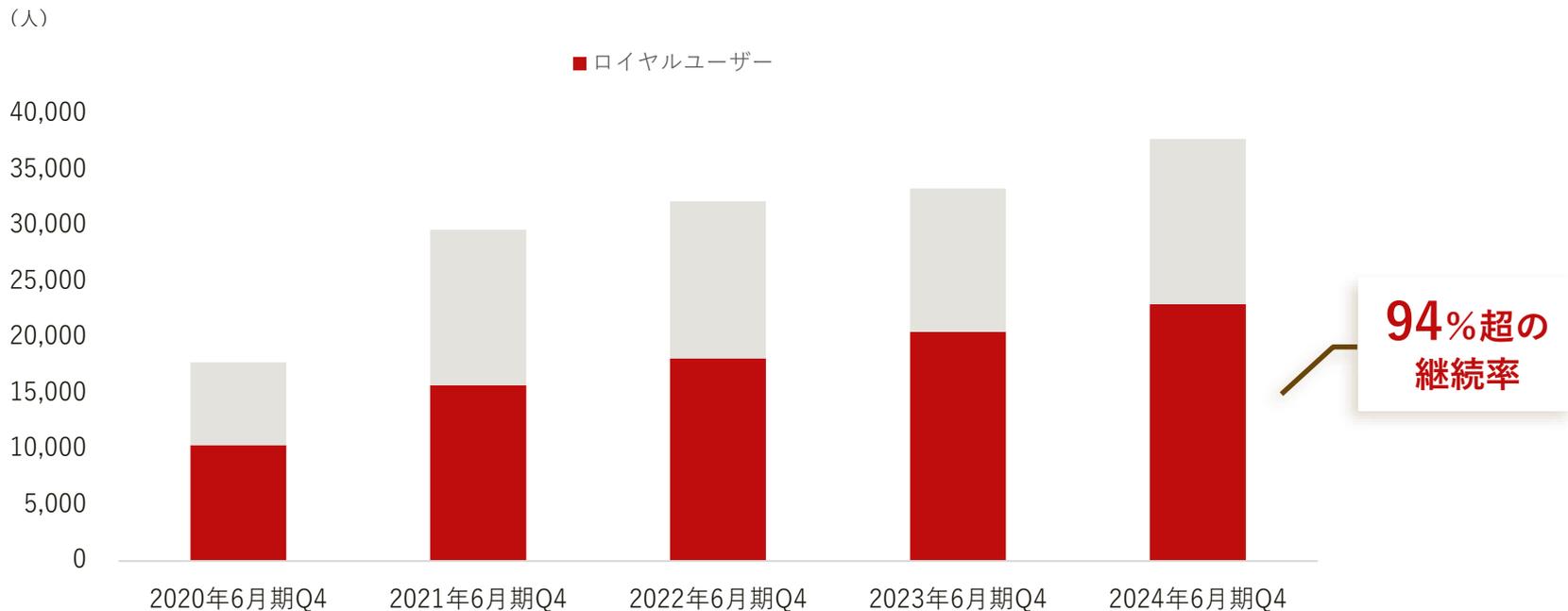
領域		第4四半期の状況
会員数の増加	既存会員の継続率改善	airCloset事業の継続率改善が持続。
	新規会員獲得効率の改善	2024年4-6月の会員獲得数について、需要期である4月が好調に推移、会員数増加に寄与。
オペレーションの効率的な運営		オペレーションコストは引き続き安定して推移。
事業領域の拡大		Mall事業の拡大継続。 循環型物流プラットフォームの他社様による活用がスタート。

2024年6月期第4四半期会計期間（2024年4-6月）の実績

- 四半期末会員数 37,802人（前年同時点比+13.3%）
- 売上高 1,192百万円（前年同期比+15.7%）
- 限界利益 684百万円（前年同期比+21.4%）、EBITDA 148百万円（前年同期比+65.0%）
- 既存会員の継続率改善等により収益性が改善。airCloset事業は営業損益が黒字化。
- 四半期純損益 △10百万円（前年同期は△121百万円の赤字）

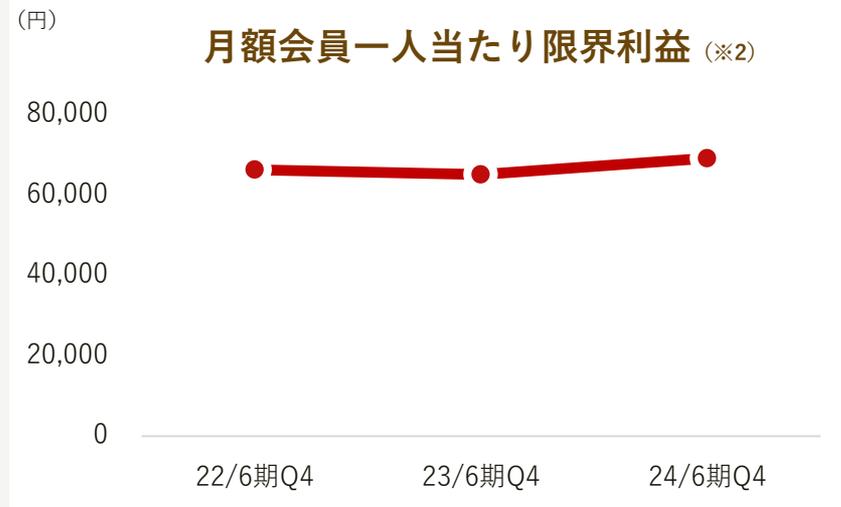
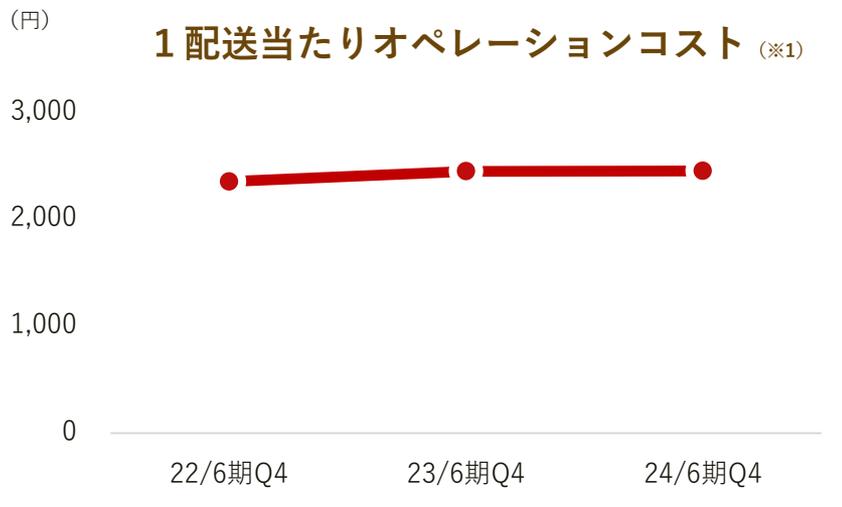
ロイヤルユーザー数の堅調な推移

利用期間6ヶ月超利用者（ロイヤルユーザー）の月次継続率は継続して94%超。
安定した成長の基盤を構築。



安定したオペレーション運営

効率的なオペレーション運営を継続し、オペレーションに係る費用は安定して推移。



※1 会計期間における倉庫移転に要する費用を除く物流費用の総額を、配送数で除すことで算出

※2 会計期間の売上高より、売上原価及び販売費及び一般管理費に含まれる変動費（オペレーションコスト、スタイリングコストなど）を控除（ただし、レンタル用資産償却費控除前）した金額に4を乗じた金額（年間換算額）を限界利益とし、airCloset事業の平均月額会員数で除すことで算出

業績概要 第4四半期会計期間 対前年同期比

主に月額会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。
四半期純損益も大幅改善。

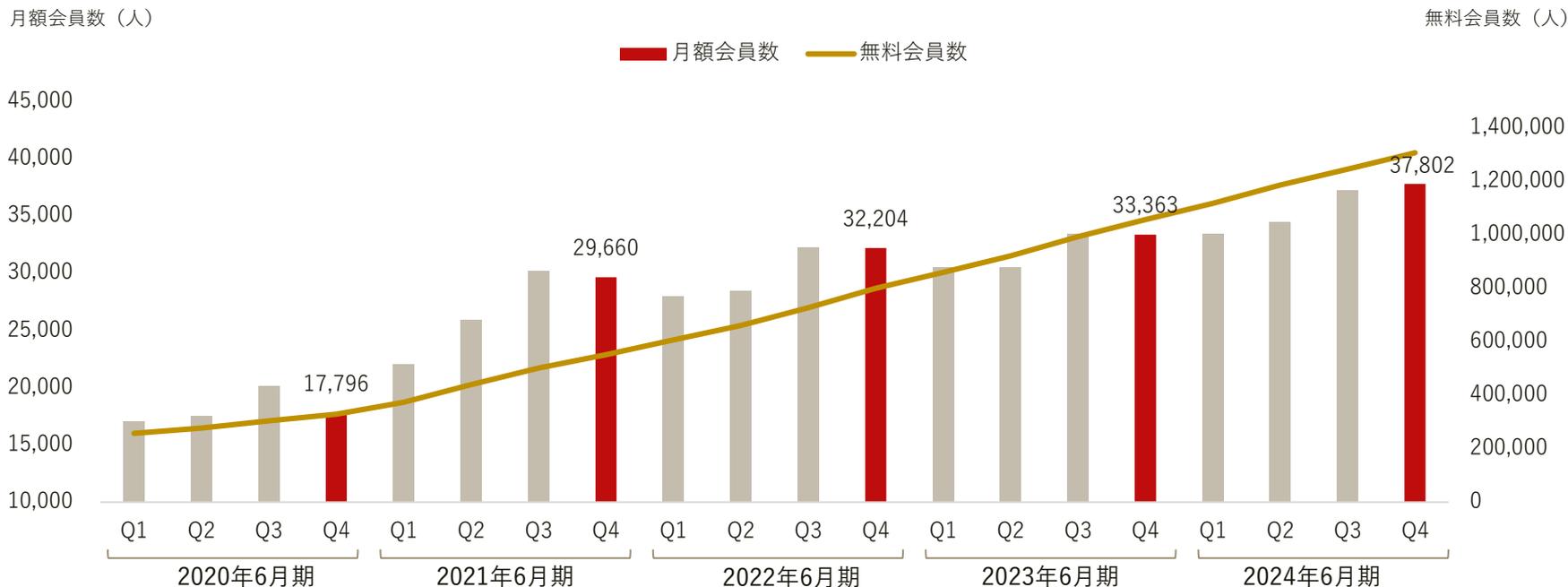
単位 (百万円)	2023/6期 第4四半期	2024/6期 第4四半期	増減率	2024/6期第4四半期会計期間について
売上	1,031	1,192	+15.7%	月額会員数の増加、Mall事業の拡大に伴い、前年同期比増加。
売上総利益	473	579	+22.3%	airCloset事業において利益率の高いレンタル品の買取による売上が好調であったこと等により、減損損失の減少に伴う低下を吸収して、売上総利益率が改善。
売上総利益率	46.0%	48.6%		
販売費及び一般管理費	518	584	+12.9%	主に広告宣伝費の増加、Mall事業の規模拡大。
(内 広告宣伝費)	187	233	+24.7%	
営業損失	△44	△5	-	
営業利益率	-	-		
経常損失	△45	△9	-	
四半期純損失	△121	△10	-	当期は減損損失の発生がなく、大幅改善。
四半期末会員数 (人)	33,363	37,802	+13.3%	
限界利益	564	684	+21.4%	
EBITDA	89	148	+65.0%	

会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

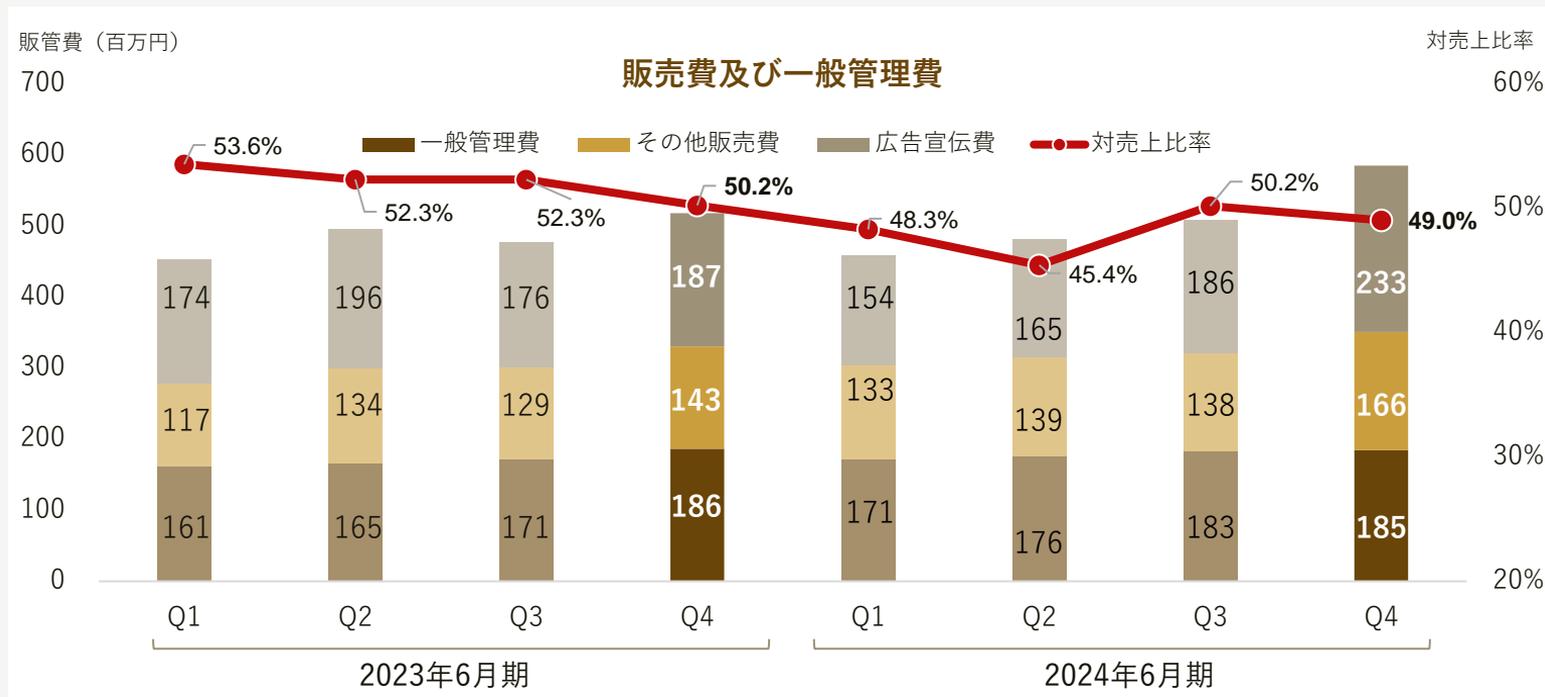
当第4四半期末においても前年同時点比で成長を継続、前期の増加幅を上回る。

中期では月額会員数は、無料会員数の推移に回帰していく傾向。



販売費及び一般管理費の四半期推移

主に広告宣伝費の増加により、前年同期比増加。
販管費の対売上比率は前年同期比で約1.2ptの改善。



限界利益及び営業損益の四半期推移

限界利益は、会員数の増加等に伴い、前年同期比で増加。
営業損益も売上増、収益性の改善により、償却費増を吸収し改善。



業績概要 第4四半期会計期間 事業毎内訳

airCloset事業において、会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。売上総利益率はレンタル品の買取による売上が好調であったこと等により、減損損失の減少による償却費増を吸収して上昇。営業損益についても収益性改善により改善。

単位（百万円）	2023/6期 第4四半期		2024/6期 第4四半期		
	airCloset事業	その他事業	airCloset事業	その他事業	合計
売上	942	88	1,077	115	1,192
YoY	+5.2%	-	+14.3%	+30.1%	+15.7%
売上総利益	426	47	527	52	579
YoY	△7.0%	-	+23.7%	+9.5%	+22.3%
売上総利益率	45.2%	53.7%	48.9%	45.2%	48.6%
販売費及び一般管理費	471	47	497	87	584
（内 広告宣伝費）	169	17	196	37	233
営業利益	△44	0	29	△34	△5
YoY	-	-	-	-	-
営業利益率	-	-	2.7%	-	-
四半期末会員数（人）	33,363		37,802		
限界利益	513	51	619	65	684
EBITDA	81	7	164	△16	148

※事業毎の各数値は監査およびレビューを受けておりません。

2024年6月期通期 結果要旨

- 安定したオペレーションに加え、既存顧客の継続率改善、会員獲得効率改善等による収益性改善に伴い、airCloset事業の黒字化達成。
- キャッシュ・フロー改善により減損損失の発生もなく、全社の損益についても大幅改善。

業績概要 通期業績 対前年同期比

売上、各段階損益が2024年5月15日公表の通期計画を上回って着地。

主に月額会員数の増加に伴う売上増に加え、収益性改善により損益が大幅改善。

単位（百万円）	2023/6期	2024/6期	増減率	2024/6期 業績予想	達成率	2024/6期について
売上	3,740	4,216	+12.7%	4,150	101.6%	主に会員数の増加に伴い 前期比増加 。
売上総利益	1,757	1,998	+13.7%	-	-	減損損失の減少に伴う償却費増を吸収し、売上総利益率が前年同水準で着地。
売上総利益率	47.0%	47.4%				
販売費及び一般管理費	1,945	2,034	+4.5%	-	-	Mall事業の拡大、Disney FASHION CLOSETの立ち上げによる費用増を吸収し、 販管費率が3.8pt改善 。
（内 広告宣伝費）	734	740	+0.7%	-	-	
販売費及び一般管理費率	52.0%	48.2%				
営業損失	△188	△35	-	△55	-	
営業利益率	-	-				
当期純損失	△354	△53	-	△80	-	キャッシュフローの改善等に伴い、 減損損失が前期125百万円から、当期発生なし 。
期末会員数（人）	33,363	37,802	+13.3%	37,000	102.2%	
限界利益	2,016	2,394	+18.8%	-	-	
EBITDA	225	536	+137.9%	-	-	償却費増の中で、営業利益が改善したことにより大幅増加。

業績概要 通期業績 事業毎内訳

airCloset事業において、会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。売上総利益率は減損損失の減少による償却費増を吸収し、前期を上回って着地。営業損益は収益性改善により改善し、黒字化。

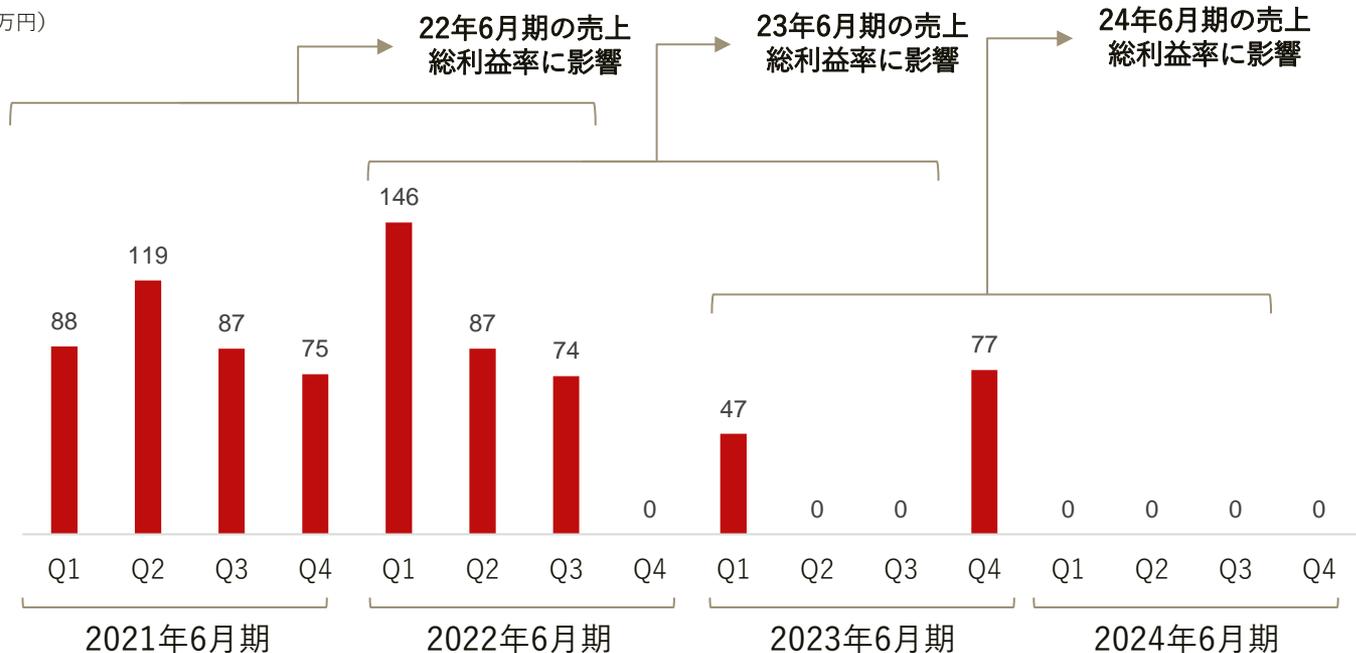
単位（百万円）	2023/6期		2024/6期		
	airCloset事業	その他事業	airCloset事業	その他事業	合計
売上	3,470	269	3,833	382	4,216
YoY	+8.3%		+10.5%	+42.0%	+12.7%
売上総利益	1,626	131	1,816	182	1,998
YoY	+3.8%		+11.7%	+38.7%	+13.7%
売上総利益率	46.9%	48.7%	47.4%	47.5%	47.4%
販売費及び一般管理費	1,781	164	1,736	298	2,034
（内 広告宣伝費）	663	71	635	105	740
営業利益	△154	△33	80	△116	△35
YoY	-		-		
営業利益率	-		2.1%		
四半期末会員数（人）	33,363		37,802		
限界利益	1,877	138	2,171	223	2,394
EBITDA	239	△13	593	△56	536

※事業毎の各数値は監査およびレビューを受けておりません。

【参考】減損損失が損益に与える影響について

レンタル用資産（固定資産）として計上している洋服から減損損失が発生。減損損失は将来の一定期間における償却費、販売原価等に影響を与える。将来キャッシュフローの改善等により、減損損失が減少傾向にあり、対象時期の売上総利益率が低下する要因となる。

(単位：百万円)



※ 2022年6月期第2四半期以前の数値は監査およびレビューを受けておりません。

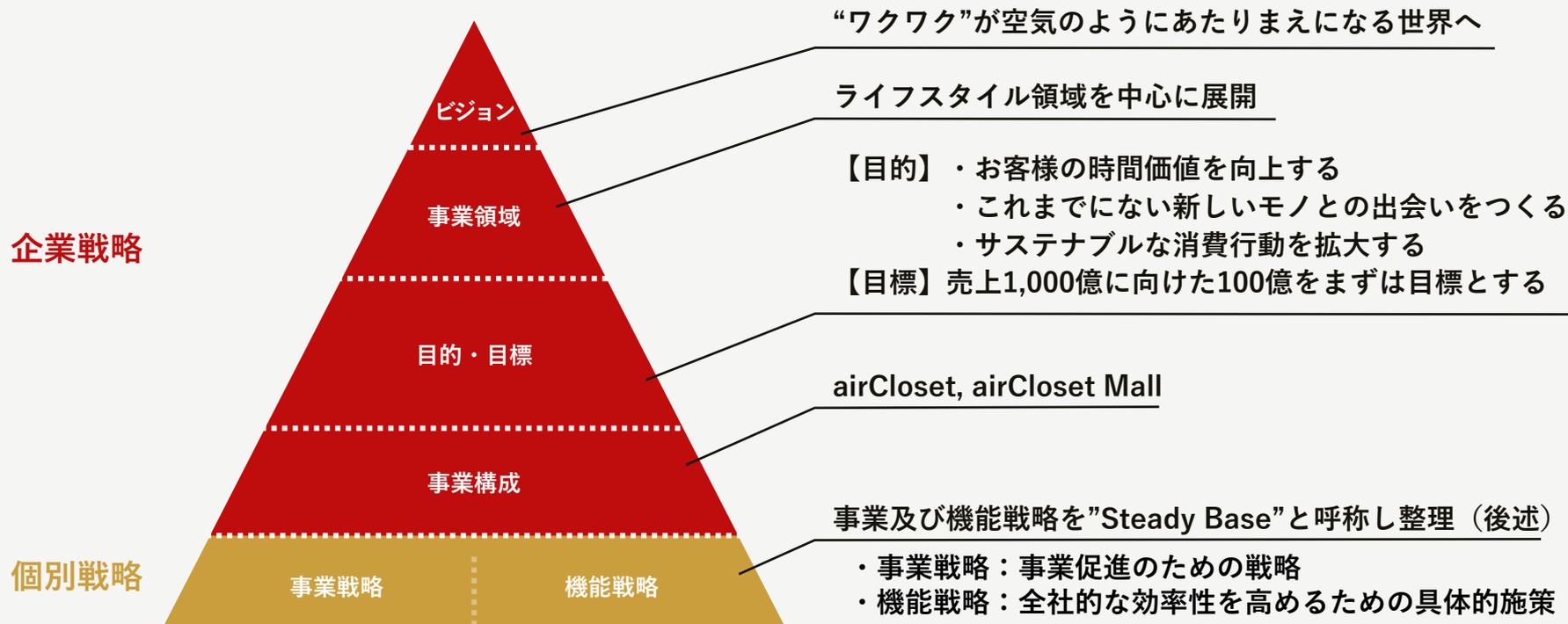
3. 今後の成長戦略および2025年6月期業績予想

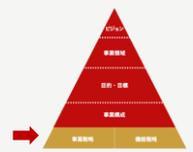
成長戦略及び2025年6月期業績予想

- airCloset事業の継続的な成長、Mall事業の拡大等に加え、領域拡大に向けた施策を実施する。
- 倉庫の移転拡張や、ベトナムシステム開発子会社の設立によるシステム開発力の強化など、将来の成長に向けた投資を予定。
- 25/6期は全社として14%の売上成長を見込む。損益改善も継続し、上述の投資による費用増を吸収し、営業損益、当期純損益の黒字化を見込む。

エアークローゼットの経営戦略

創業来掲げているビジョンを軸に企業戦略、事業戦略及び機能戦略を策定し、当該戦略の実行をKPI等のモニタリングなどにより的確に管理。また、事業成長に合わせ当該戦略のアップデートを実施予定。





Steady Baseの具体的な施策群と注力時期

2025年6月期は全社の黒字化を図りつつ、事業拡大につながる施策群に注力。
将来の事業展開に向けて、2024年9月に定款変更を実施予定。

Steady Base	前期	当期（2025年6月期）	来期以降
1. 利益を生む 仕組みの構築	会員獲得効率の改善	物流オペレーション業務の受託	M&Aによる収益拡大
	倉庫オペレーションの安定化	倉庫の一体化に向けた移転	スタイリスト派遣業務
	販売施策の拡大	プライシングの改善	倉庫オペレーションの内製化
2. 顧客基盤の拡大	airCloset Mallの拡大 (男性利用有)	事業領域の拡大 (年齢層・取扱商品)	女性活躍支援・子育て支援の拡大
	事業領域の拡大 (年齢層・課金形態)	airCloset Mallの拡大 (男性利用有)	サステナブル需要の拡大
3. 事業拡大に向けた 基盤強化	スタイリスト管理体制の強化	オフショア開発体制の構築	洋服仕入手段の拡大
	オフライン施策の検証	AIの活用拡大	オフライン施策の拡大
	無料会員向け施策の検証	仕入の仕組み強化	M&Aによる基盤強化
	データ活用事例の拡大	スタイリスト評価制度の改善	AIの活用拡大
		データ収集・最新技術の研究	
	成長基盤確立	事業拡大期	事業拡大・多角化期

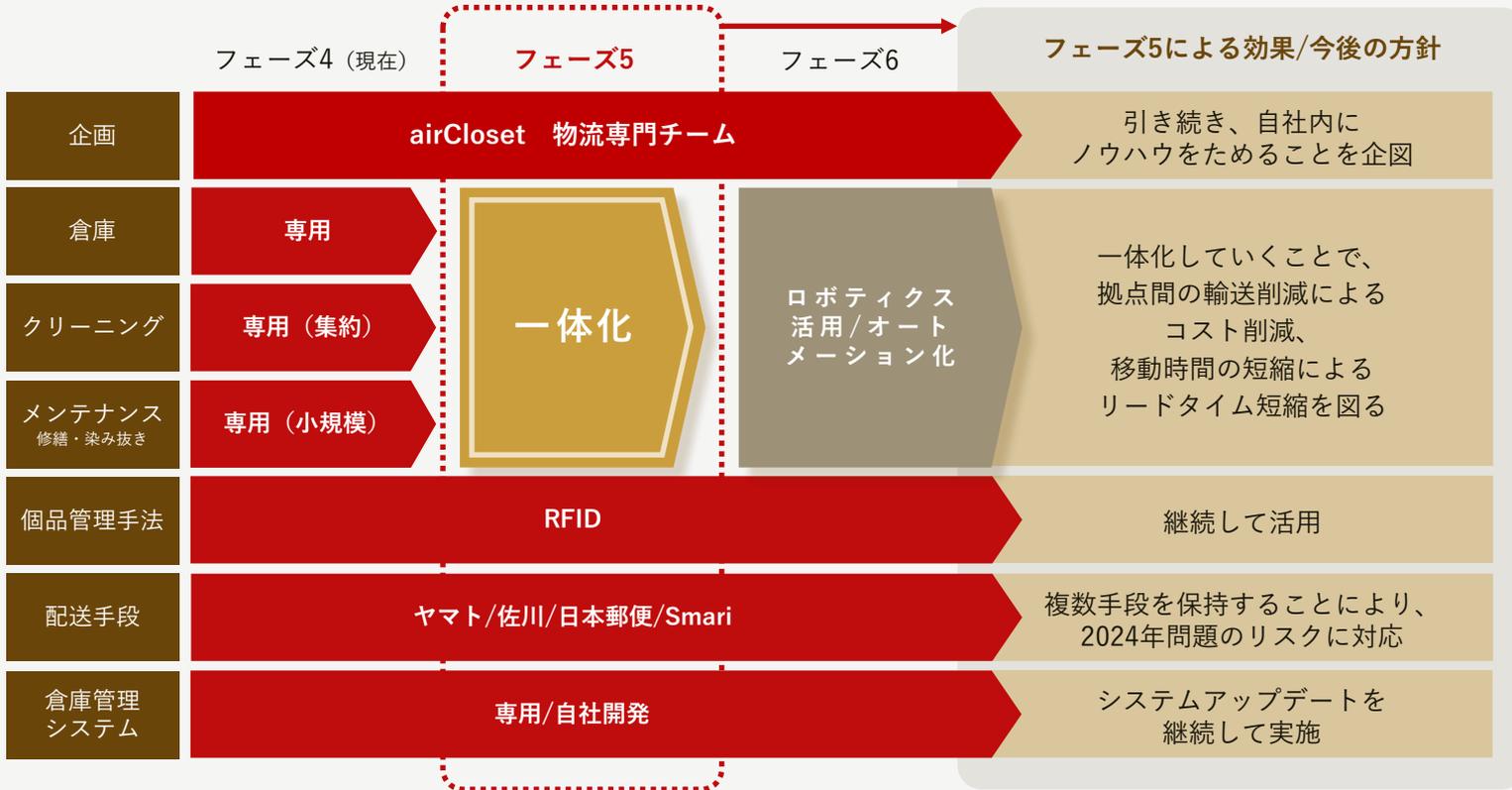


2025年6月期施策群の詳細

Steady Base	当期（2025年6月期）
1. 利益を生む 仕組みの構築	物流オペレーション業務の受託 ← 受注済み案件の円滑な立ち上げを図る。その後営業活動を強化
	倉庫の一体化に向けた移転 ← P37で詳細説明
	プライシングの改善
2. 顧客基盤の拡大	事業領域の拡大 (年齢層・取扱商品) ← 年齢層拡大やアウターなど、取扱商品拡大に向けた施策を実施
	airCloset Mallの拡大 (男性利用有) ← 取り扱い商品の拡充などによる事業拡大を図る
3. 事業拡大に向けた 基盤強化	オフショア開発体制の構築 ← P38で詳細説明
	AIの活用拡大 ← airClosetサービス内における、生成AI活用による体験価値向上を図る
	仕入の仕組み強化
	スタイリスト評価制度の改善
	データ収集・最新技術の研究
	事業拡大期

「AC-PORT」の更なる進化へ

プラットフォーム活用を含む事業規模の拡大、分散している機能の集約によるオペレーションコストの改善に向けて、倉庫の移転拡張を決定。フェーズ5の準備を開始。



物流機能の一体化と拡張に向けた倉庫移転

事業規模の拡大に伴い、倉庫の拡張移転を決定。現在移転に向けた工事等を実行中。分散している機能の一体化を図る。



移転の目的 : 事業規模拡大への対応、分散している機能の一体化による効率化

移転先 : 千葉県流山市 GLP ALFALINK 流山 6

選定理由 : 新型倉庫の建設計画があり拡張性が高い、交通要衝となる立地、関連地域の人口増加により人材採用が見込めるなどの観点で優れているため。

業績への影響 : 2025年6月期業績予想へ織り込み済、2.2億円程度の設備投資を見込む。

事業拡大に向けたベトナムシステム開発子会社の設立

各事業の成長を支えるシステム開発体制を強化し、事業成長を加速させるため、システム開発子会社の設立を決定、システム開発力の倍増を目指す。



名称	: AIRCLOSET ENGINEERING COMPANY LIMITED
設立時期	: 2024年 8 月
所在地	: ベトナム ハノイ
想定規模	: 2026年までに現在のシステム開発力の倍増を目指す
業績への影響	: 2025年 6 月期業績予想に織り込み済み

事業戦略上の ポイント

- ・ システム開発体制を強化し、サービス改善の高速化や物流プラットフォーム事業の拡大、領域拡大を加速する
- ・ ベトナム国籍メンバーが半数を占める日本国内開発チームとの連携が円滑であり、短期間での立ち上げ、スムーズな運用を図る

事業領域の拡大による成長の加速

プラットフォームの活用により、事業の幅を拡大する。
ToCの拡大に加え、法人向け案件も拡大していく。



メーカー公認月額制レンタルモール airCloset Mall

多面的な成長に向け、Mall事業も引き続き拡大を図る。

ファッション領域外の循環型物流ノウハウの蓄積も進む。



買う前に自宅で試せる

話題商品の月額制レンタル

- ・ マットレスや美顔器など、話題の商品を月額制でレンタルできる
- ・ ライフスタイルの中で利用し、購入前にじっくり試せる



事業戦略上の 狙い

- ・ 将来的な売上、利益の増加
- ・ 男性も含む顧客層の拡大
- ・ ファッション以外のレンタルによるレンタル文化の醸成
- ・ 複数商品間における嗜好性等のデータ収集
- ・ 多品種の商品群における循環型物流の仕組みを構築

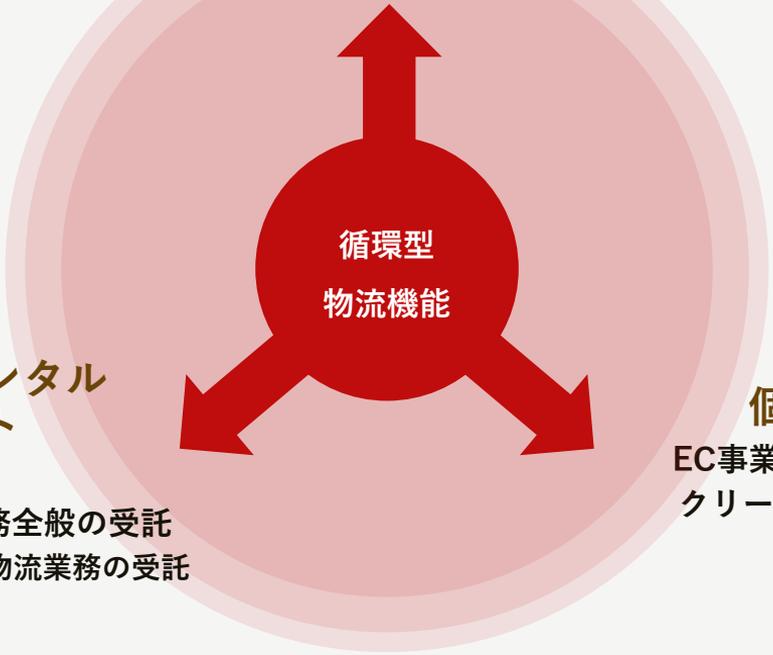
「物流機能の外販」の幅広い可能性

ファッションレンタルのみならず、幅広い外販の可能性がある。

ファッションレンタルフルフィルメント

他社ファッションレンタルビジネスの物流業務全般の受託

例：フォーマルウェアレンタル事業の物流業務の受託（東京ソワール様）



循環型
物流機能

ノンファッションレンタル フルフィルメント

ファッション以外の

他社レンタルビジネスの物流業務全般の受託

例：アウトドア用品レンタル事業の物流業務の受託

個別カスタマイズ

EC事業における返品再生業務や、
クリーニング・メンテナンス等、
一部機能の提供

組織構造の変革

2024年7月より、事業領域の拡大を更に促進するため、従来の機能単位の組織設計から、事業単位の管理を強化する体制へと刷新。事業毎の意思決定のスピードを高め、成長加速を目指す。ノウハウが集約され共有される組織構造は継続し、引き続きPDCAにより改善を図る。

■ = 女性社員比率※1

ノウハウの集約
データ活用



※1 各部署の2024年7月末時点の正社員における女性社員比率

2025年6月期 業績予想

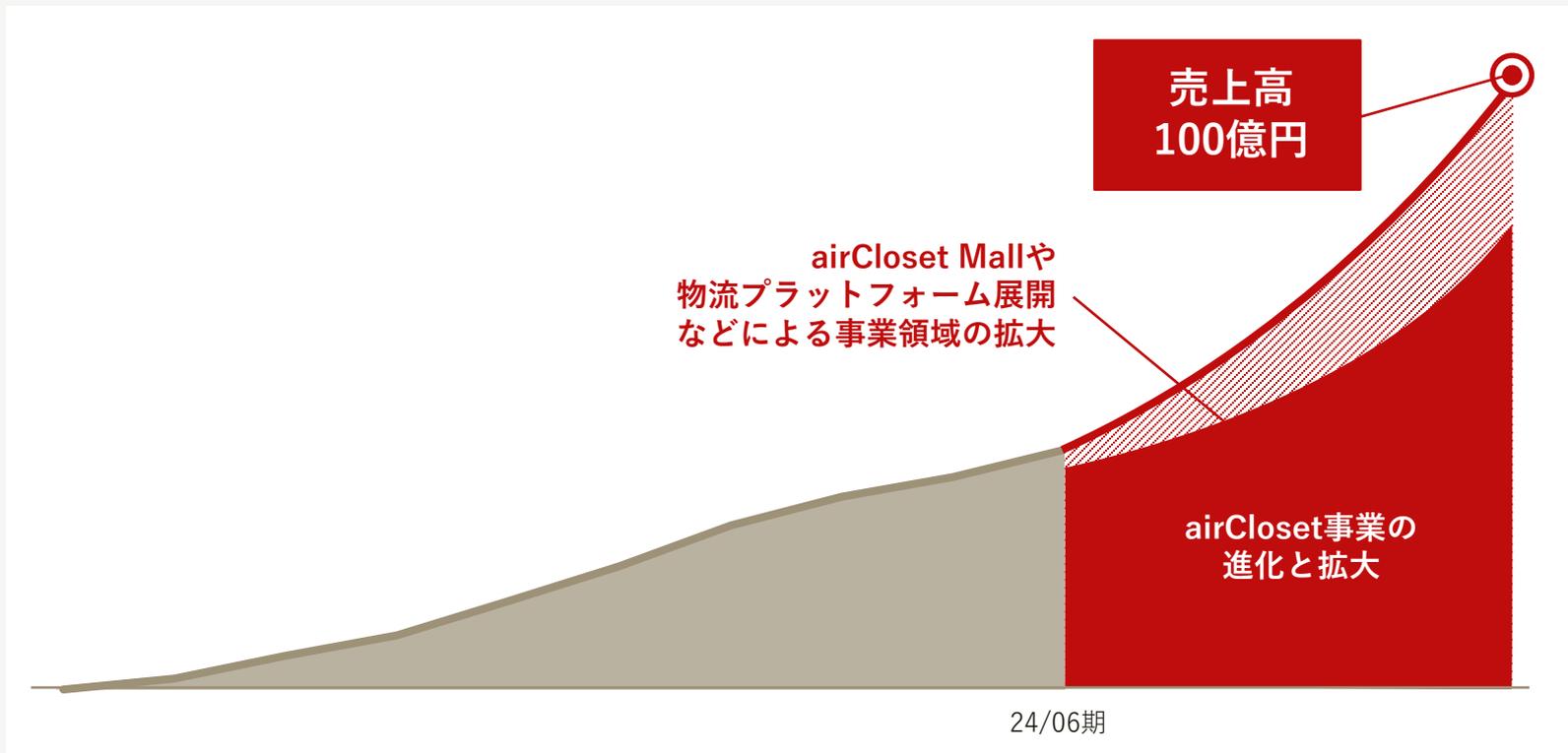
売上成長を継続。

将来に向けた投資を継続しつつ、全社の営業損益黒字化を見込む。

単位(百万円)	2024/6期	2025/6期	増減	2025/6期について
	(実)	(予)		
売上	4,216	4,818	+602	airCloset事業における会員数増加、Mall事業の規模拡大、物流プラットフォームのToB取引開始による売上増を見込む。
YoY	+12.7%	+14.3%		
営業利益	△35	32	+67	倉庫移転に要する費用、システム開発子会社設立による人件費増を吸収し、黒字転換を見込む。
YoY	-	-		
営業利益率	-	0.7%		
経常利益	△52	12	+65	黒字転換。
YoY	-	-		
当期純利益	△53	10	+63	黒字転換。
YoY	-	-		
期末会員数 (人)	37,802	42,000	+4,198	

将来の売上成長曲線イメージ

成長戦略を確実に実行し、早期に売上高100億円を実現する。



4. その他

当社における人的資本の現状

- サブスクリプションサービスの重要な観点である継続的な改善（再現性のあるPDCAサイクル）を実現するための組織構造を確立
- 持続可能な成長に向けた全社のエンゲージメント（組織との紐づき）の継続的なモニタリングと対策実施

エンゲージメントスコアの把握と継続的な組織改善

従業員のエンゲージメントを企業成長における重要指標と捉え、2016年より測定を継続。最高レーティング（※）である「AAA」を維持することを目標として施策を実行。

エンゲージメントスコアの推移



平均偏差値50に対し、過去5回平均のモチベーション偏差値70以上を実現

【施策】

- 全社の向かう方向性をすり合わせる半年に1回の全社合宿「airCloset Boot Camp」
- 毎週の全社会議における代表天沼による考えのシェア（累計400回以上実施）
- ニックネーム制によるフラットなコミュニケーションの実現

etc.

広がるAI・データ活用の具体事例

様々な指標をデータ化しサービス品質の向上にむけたPDCAサイクルに活用。
AI活用によるUX（顧客体験）向上・効率化も図る。

	UX向上	効率化	
活用中	スタイリストマッチングシステム 相性のいいお客様とスタイリストの 最適な出会い	スタイリングサポートAI お客様情報の把握 洋服選びの補助	etc.
	商品開発 お客様の感想データに基づいた商品開発	物量予測 予測に基づいた人員配置	
研究開発中	生成AIによるスタイリングコメント生成 品質の安定および作業効率化を図る		明治大学・高木研究室との 共同研究を実施
	洋服調達支援システム トレンド把握、調達予定アイテムの画像生成による品質向上および効率化		
	生成AIを用いたお客様との対話システム 認識合わせを対話にて実施し、品質の向上および作業効率化を図る		

サステナビリティについて

サステナビリティを重要テーマとして認識し、サーキュラーファッションの実現を推進。その他施策も特設Webページ (<https://corp.air-closet.com/sdgs/>) にて公開。

お洋服の 廃棄量削減

「**衣服廃棄ゼロ**」を
2022年2月に実現、以降継続

CO2排出削減・ 廃棄物排出抑制

ファッションレンタルサービスの
脱炭素・資源循環効果が
「**CO2排出削減19%・廃棄物排出抑制27%**」
と推計※（2023年5月）

サステナブルな販売会 「エコセール」

レンタル提供を終了したお洋服を
会員様向け、
企業の従業員様向けに販売

アパレル販売員向け 衣類シェアリング

アパレル販売員の方が制服として
利用した商品を再活用

IR方針・株主還元について

引き続き投資家様向けの公平かつ的確なタイミングでの情報開示を意識して実施。
株主様への還元につながるため、定期的の方針の見直しを行う。

IR方針

出来高の向上を注力事項と捉え、認知して頂くための投資家様向け会社説明会を積極的に開催。

各種説明会や投資家様との1on1 MTGにおいて、代表の天沼が直接コミュニケーションを実施。
投資家様の意見を取締役会などで共有し、経営方針に反映。

双方向コミュニケーションを大切にし、質疑応答の時間確保等を実施。

株主還元・優待について

株主様に対する利益還元を経営上の重要課題の一つと認識。現時点では事業拡大のための投資に充当していくことが、株主様に対する最大の利益還元につながると判断。

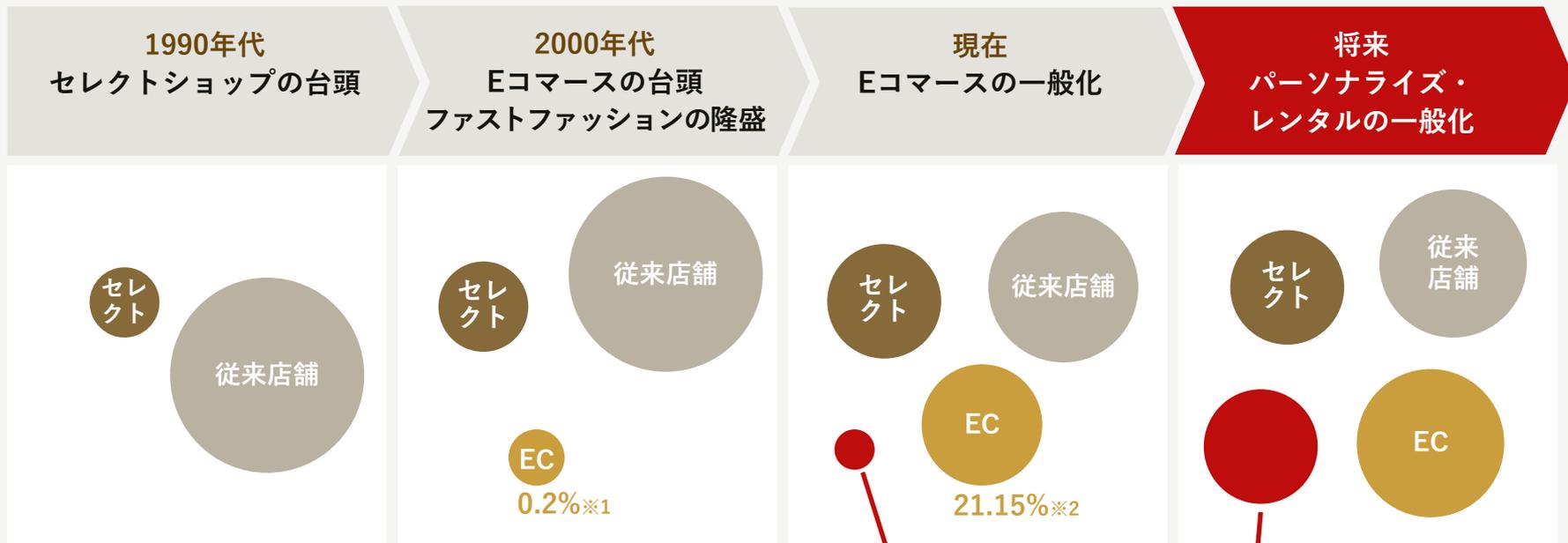
現状、会社法上の分配可能額がマイナスとなっており、自己株式の取得や配当が実施できない状況。収益性の改善を継続し、これらのアクションを将来的に実施できる状況としていく。

株主優待については、収益性、財務基盤への影響を鑑みながら、当社サービスの認知や理解の拡大につながる制度を検討。

5. Appendix

ファッション業界で進む消費の多様化

これまでもセレクトショップ・ECのように新しい消費の形が時代の流れと共に当たり前。今後、**情報の爆発的増加**、**サステナビリティ**の必要性という大きな潮流のもと、**パーソナライズ・レンタル**という消費の形が当たり前となっていく。



※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※1 経済産業省 「平成17年度電子商取引に関する市場調査報告書」 衣料・アクセサリーのEC化率

※2 経済産業省 「令和3年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」 衣料・服装雑貨等のEC化率

パーソナライズ・レンタル

airClosetの料金体系

月額料金プラン

＼まずは気軽にはじめたい＼

月に一回3着届く

ライト

月額料金

¥7,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-L 3着



トップス2、ボトムス1

or



トップス1、ボトムス1
ワンピース1

＼こまめに色々試したい＼

一回3着を何度でも

レギュラー

月額料金

¥10,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-L 3着



トップス2、ボトムス1

or



トップス1、ボトムス1
ワンピース1

＼一度にたくさん試したい＼

月に一回5着届く

ライトプラス

月額料金

¥13,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-3L 5着



トップス3、ボトムス2

※トップス5点の場合も
ございます。

+

その他

販売・広告

レンタル中洋服販売

+

広告収入

オプション

ブランドセレクト※1

¥2,200~/回(税込)

スタイリスト指名

¥550/回(税込)

アクセサリー

¥1,100/回(税込) 他

※1 コーディネートに用いる洋服のブランドを指定できるオプション

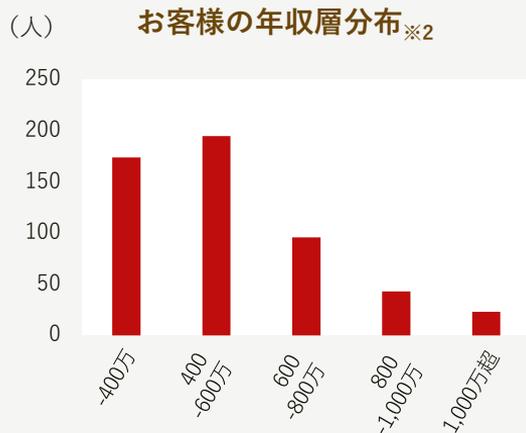
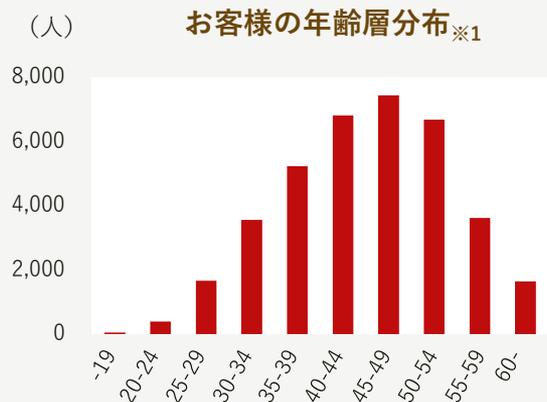
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

airClosetのお客様像（月額会員）

30代後半～40代が主、お仕事をされているお客様が90%超を占め、忙しく働く女性が中心。
忙しい時間の中でもおしゃれを楽しめるパーソナルスタイリングに高い価値。

顧客層特性

顧客層の悩み(モノ選びが困難)



買い物に行きたくても行けなかった

71.6%※3

洋服のコーディネートや着こなしに迷ったことがある

92.0%※3

お仕事をされているお客様

92.8%※1

お子様がいるお客様

55.8%※3

※1 2024年6月時点お客様登録データより集計
※2 2021年10月実施のお客様アンケートより集計

※3 2022年4月実施のお客様アンケートより集計

収益構造

安定して発生するairCloset事業の月額会費および販売による売上が約8割^{※1}を占める構造。
会員数の拡大、限界利益の最大化により、企業価値の向上を図る。



※1 2024年6月期

【参考】四半期における季節性の影響

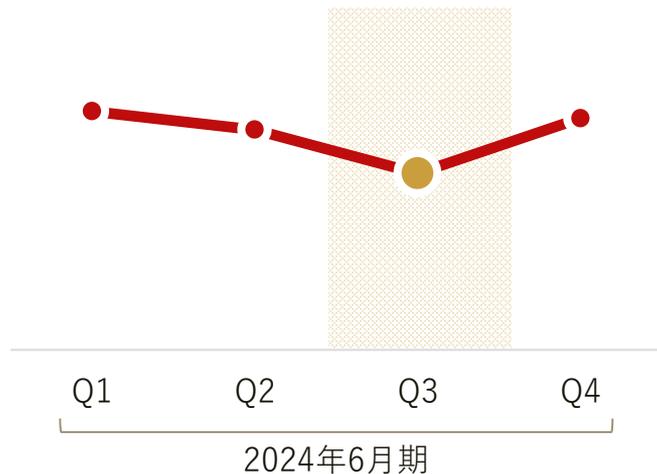
主にairCloset事業において、以下の季節性による変動が生じる。

売上



月額会員数の季節性による変動に伴い、Q1Q3は減少、Q2Q4は増加する傾向。

売上総利益率



かさばる冬服による配送料金の増加や、メンテナンスが最も必要なニットの取扱いが急増するQ3において、倉庫検品料が増加し、売上総利益率が低下

2024年6月期第4四半期主要プレスリリース（24/4/1～24/8/13）

- 採用マッチングプラットフォーム『Sangoport』と連携し、出産・育児後の復職者に向けた取り組みを開始
- 初の会員プログラム「エアクロプライム」を提供開始
- ディズニーアイテムのファッションレンタル『Disney FASHION CLOSET』に、新キャラクターや夏バウンドコーデが登場！
- 日本DX大賞2024 CX部門「優秀賞」を受賞
- 創立10周年を迎え、コーポレートビジョンに込めた想いを公開

損益計算書 推移

単位（百万円）	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期
売上	2,173	2,887	3,390	3,740	4,216
売上総利益	656	1,455	1,672	1,757	1,998
売上総利益率	30.2%	50.4%	49.3%	47.0%	47.4%
販売費及び一般管理費	1,067	1,417	1,724	1,945	2,034
営業利益又は営業損失	△411	38	△51	△188	△35
経常利益又は経常損失	△419	29	△67	△229	△52
当期純損失	△715	△344	△378	△354	△53
限界利益	882	1,484	1,884	2,016	2,394
EBITDA	△66	226	297	225	536

貸借対照表 推移

単位（百万円）	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期
流動資産	1,085	1,150	1,579	1,905	1,910
内) 現預金	778	789	1,139	1,451	1,454
固定資産	77	268	606	598	800
内) レンタル用資産	-	131	234	403	542
総資産	1,163	1,419	2,186	2,504	2,710
流動負債	930	921	661	959	1,213
内) 借入金	604	449	274	439	617
固定負債	80	456	1,201	986	986
内) 借入金	60	435	1,174	960	960
負債合計	1,011	1,378	1,863	1,946	2,200
純資産合計	152	41	323	557	510
負債純資産合計	1,163	1,419	2,186	2,504	2,710

キャッシュ・フロー計算書 推移

単位（百万円）	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期
営業活動によるキャッシュ・フロー	62	353	156	479	802
内) 減価償却費	344	187	348	413	572
内) 減損損失	296	371	308	125	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△793	△797	△1,029	△907	△778
内) 有形固定資産の取得による支出	△782	△794	△817	△877	△911
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,190	454	1,223	540	178
現金及び現金同等物の増減額	459	10	350	112	202
現金及び現金同等物の期末残高	778	789	1,139	1,251	1,454

本資料の取扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されています。これらの記述は将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しております。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。