

**airCloset**

2025年6月期 第3四半期 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

- 第3四半期（1-3月期）は、airCloset事業における継続率の順調な推移、顧客単価が想定を上回ったことに加え、広告宣伝費が抑制され、結果として累計損益が想定を大幅に上回って着地。これに伴い通期計画を上方修正。営業損益は32百万円から80百万円に増額（前期実績は△35百万円）。今期のテーマであった全社ベースでの収益性向上が明確化。
- 天候不順等による足元の新規登録の伸び悩みを踏まえ、4-6月期に会員数増加に向けた投資を積み増すとともに、中期的な顧客獲得手段の多様化に向けた取り組みの強化へ。
- airCloset事業での新品購入機能リリースやパーソナルスタイリング体験型店舗airCloset Salonのオープンなど、成長に向けた動きを活発化。

# 業績サマリー

1-3月期の売上は会員数・顧客単価の堅調な動きを受け、会社想定を上回って推移。  
広告宣伝費も抑制され、人員増を吸収し、1-3月損益は大幅に改善し黒字化。

単位 (百万円)	2024/6期 第3四半期 (1-3月)	2025/6期 第3四半期 (1-3月)	前期比
売上	1,013	1,223	+20.7%
営業利益	△61	2	-
四半期純利益	△66	1	-

# 目次

1. 当社事業および取り巻く環境の変化
2. 2025年6月期第3四半期業績
3. 2025年6月期通期業績予想の見直し
4. 主要トピックス
5. 成長戦略
6. IR方針・株主還元について
7. Appendix

# 1. 当社事業および取り巻く環境の変化

## Visionおよび主力事業

エアークローゼットは下記のVision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

ファッションレンタル事業

**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)



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

法人向け事業



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

継続的な情報量の大幅な増加に加え、近年ではサーキュラーエコノミーへの転換の必要性が大きく高まるなど、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

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

近年においても  
サーキュラーエコノミーへの気運が高まる  
⇒詳細は次ページ

※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)」



# サーキュラーエコノミーへの更なる気運の高まり

ファッション産業は、  
石油産業に次いで  
2番目に環境負荷が高い  
産業(※1)

国内アパレルにおいては  
約3割が売れ残りとなり、  
毎日1,200トンが廃棄(※2)

SHEINやTemuといった  
低価格ECの台頭による  
環境負荷の上昇の懸念



EUでは  
売れ残った衣料品の  
廃棄が禁止に(※3)

日本では、経済産業省が  
「成長志向型の資源自律  
経済戦略」を策定(※4)、  
資源循環分野において  
2兆円以上の投資を予定

※1 出典：国連貿易開発会議（UNCTAD）2019年4月30日発表資料

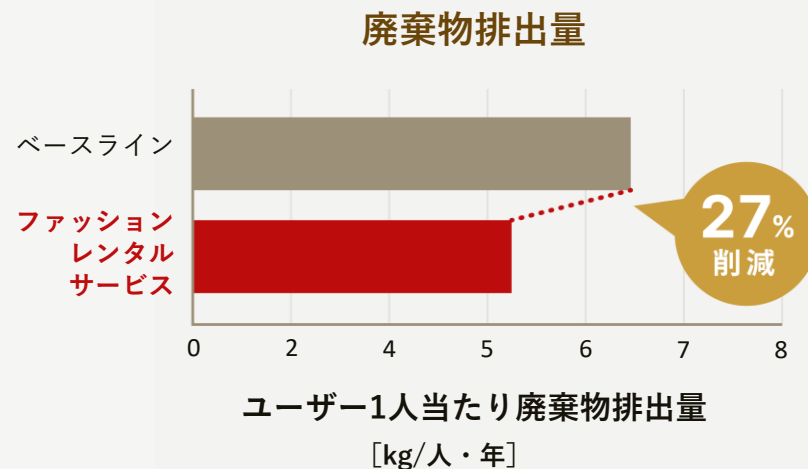
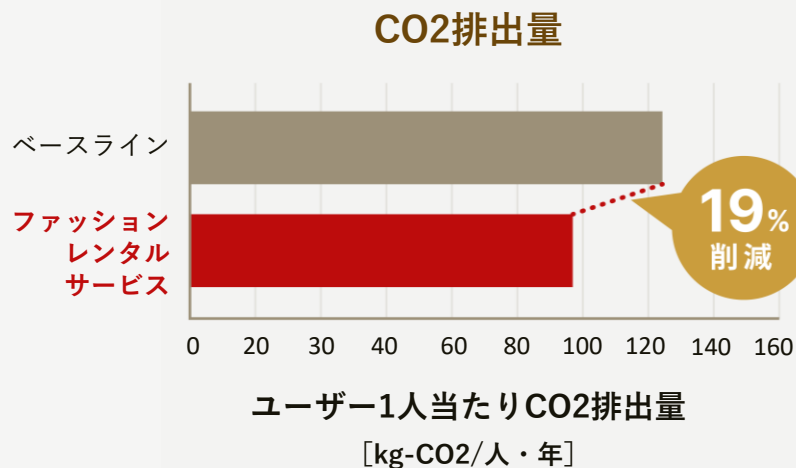
※2 出典：環境省 令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務-マテリアルフロー、環境省「サステナブルファッション（Sustainable Fashion）」

※3 2024年7月18日施行の「持続可能な製品のためのエコデザイン規則（ESPR）」

※4 出典：2023年3月経済産業省公表資料「成長志向型の資源自律経済戦略」

## ファッションレンタルによる環境負荷の低減効果

環境省様にて、通常の販売モデル（全ての衣服をユーザーが保有し、使用後は可燃ごみとして廃棄する）とファッションレンタルモデルを比較した際の脱炭素効果を推計※、削減効果が認められる。

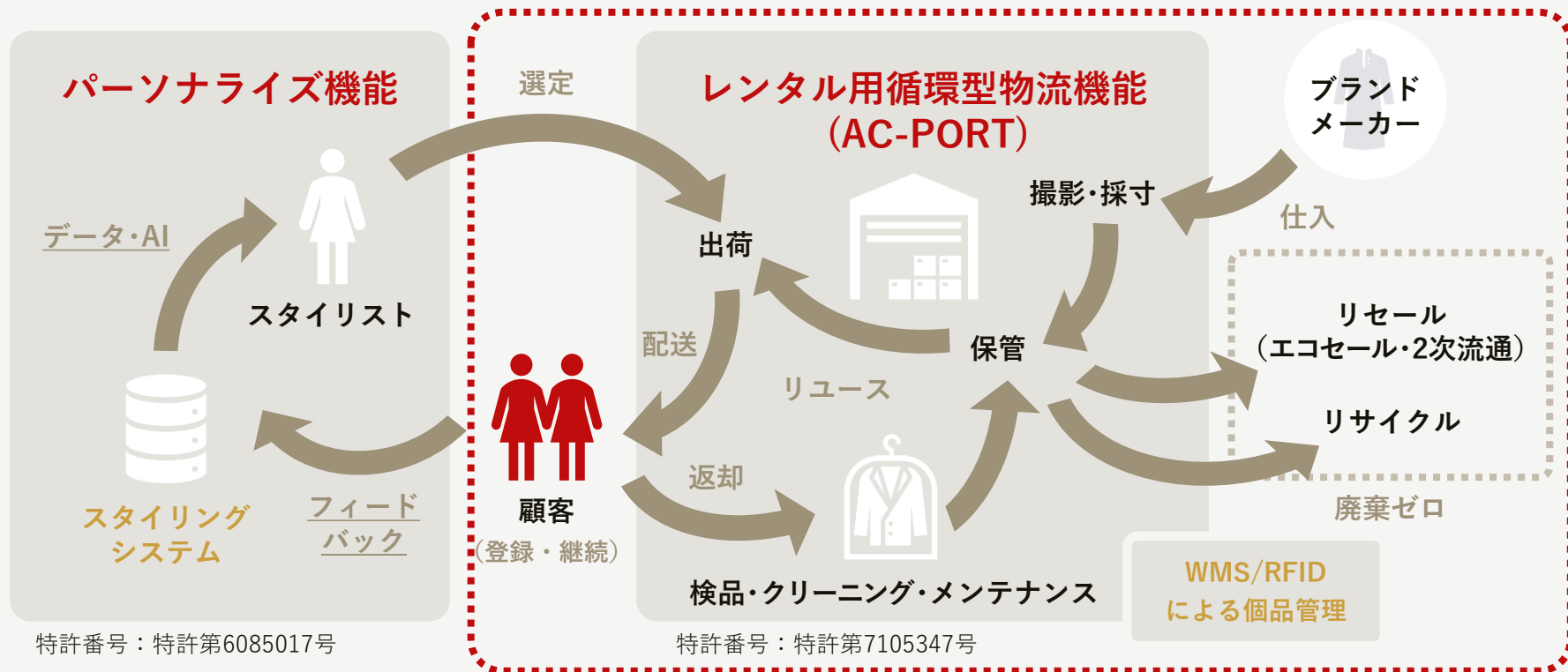


airClosetサービスでは、「サステナブルな選択が取れる仕組み」を実現し、サービスを楽しんでいただくことで、我慢・無理なく環境負荷の低減を可能に

※環境省「令和4年度デジタル技術を活用した脱炭素型資源循環ビジネスの効果実証事業」

# airClosetの事業構造

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。



# 独自開発WMSによる唯一無二<sup>(※1)</sup>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<sup>(※2)</sup>



### 【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

# プラットフォームの活用拡大

プラットフォームの活用により、自社事業の横展開に加え、ToB案件も拡大を図る。  
サーキュラーエコノミーへの気運の高まりを受け、引き合いも増加。



## プラットフォーム強化関連施策は順調に進捗

倉庫の拡張移転やシステム開発力強化のための子会社立ち上げは順調に進捗。  
今後のプラットフォーム展開に向け強化を図る。

### 物流機能の一体化と拡張に向けた 倉庫移転

- ・ 2025年2月より運用開始した一部については想定通りの生産性で稼働
- ・ 一体化に向けた残機能の移管も順次実施予定（26年6月期中に完了見込）



### システム開発力の倍増に向けた 子会社の立ち上げ

- ・ 2024年8月にベトナム、ハノイに設立
- ・ ベトナム国籍メンバーが多い日本の開発チームとのコミュニケーションも円滑、想定通りの開発規模に



## 2. 2025年6月期第3四半期業績

## 第3四半期業績要旨

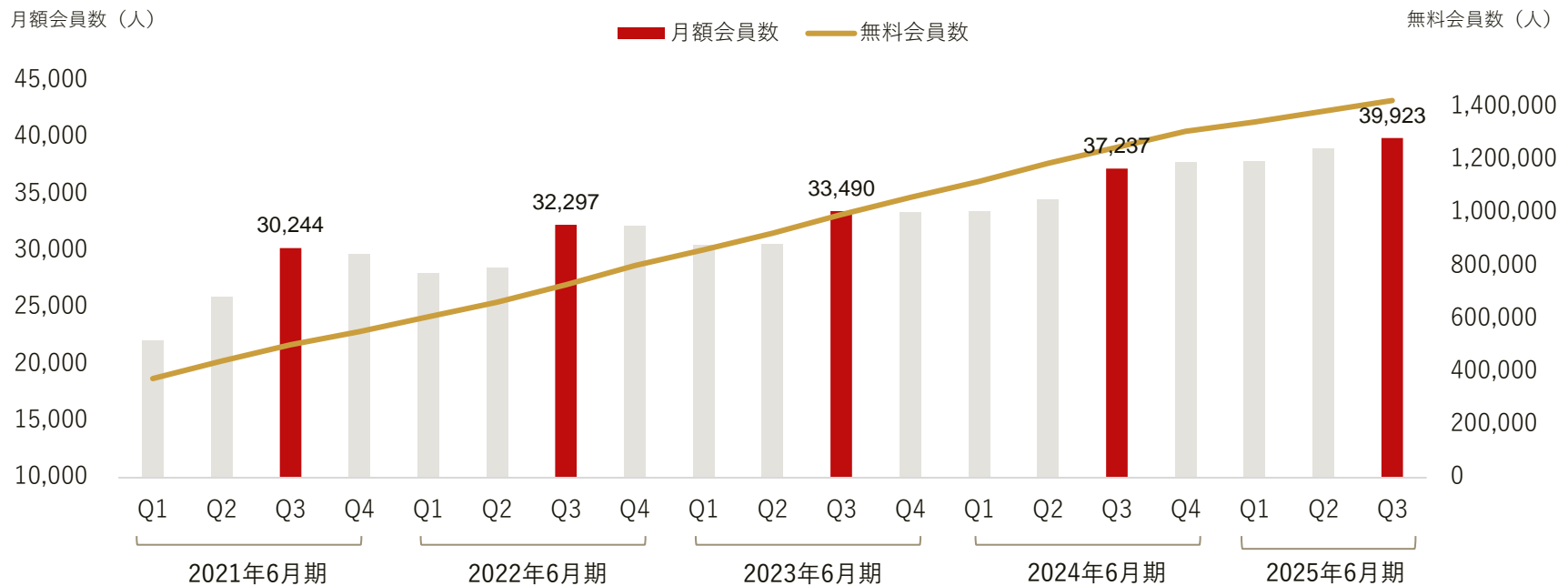
- 1-3月期は会員数の増加・顧客単価上昇により、前年同期比で売上が20%増収。また、採用が順調に進捗。採用費用、人件費が増加したものの、増収効果や広告宣伝費抑制により営業損益は黒字転換。
- 春の最需要期の天候不順などで3月末の会員数はやや伸び悩んだ。4-6月期に会員数増加に向けた投資を積み増すとともに（修正計画に織り込み済み）、中期的な顧客獲得手段の多様化に向けた取り組みの強化へ。



## 会員数の推移

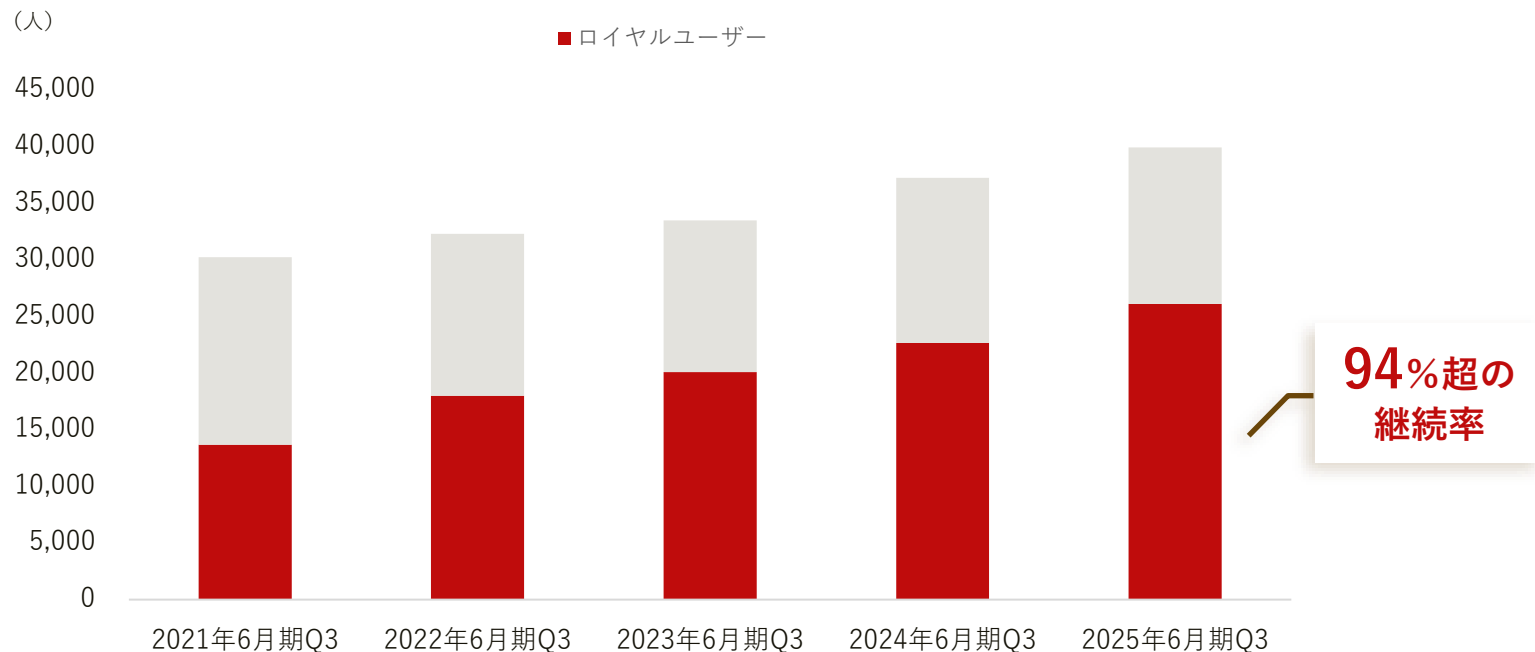
月額会員数の推移には季節性が存在。

春の需要期における天候不順などの影響で3Qの会員数増加ペースはやや鈍化したが、当第3四半期末においても前年同時点比で成長を継続。



## ロイヤルユーザー数の堅調な推移

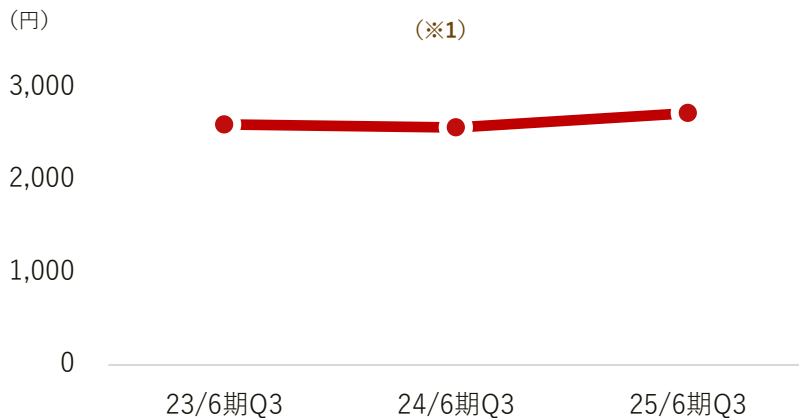
利用期間6ヶ月超利用者（ロイヤルユーザー）の月次継続率は継続して94%超。  
安定した成長の基盤を構築。



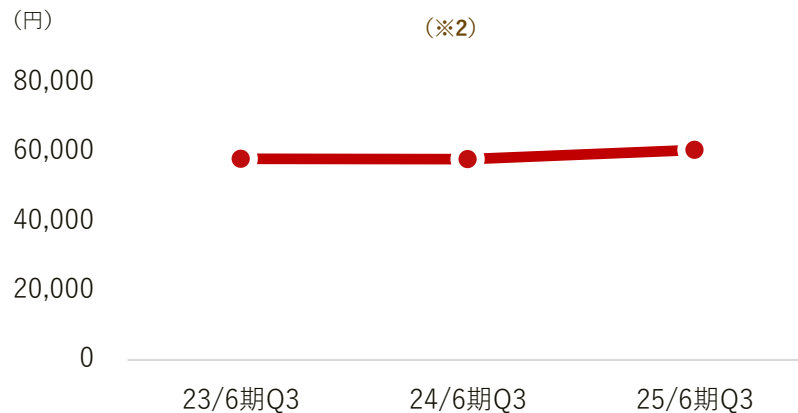
## 安定したオペレーション運営

更なる品質強化に向け検品工程を拡充したが、全体として効率的なオペレーション運営を継続。一人当たり限界利益も安定して推移。

### 1 配送当たりオペレーションコスト



### 月額会員一人当たり限界利益（年額）



※1 会計期間におけるairCloset事業の物流費用からの総額から倉庫移転に要するコストを控除した金額を、配送数で除すことで算出

※2 airCloset事業における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3四半期会計期間 対前年同期比

主に月額会員数の増加、顧客単価の上昇に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。増収効果、広告宣伝費抑制により各段階損益も大幅に改善。

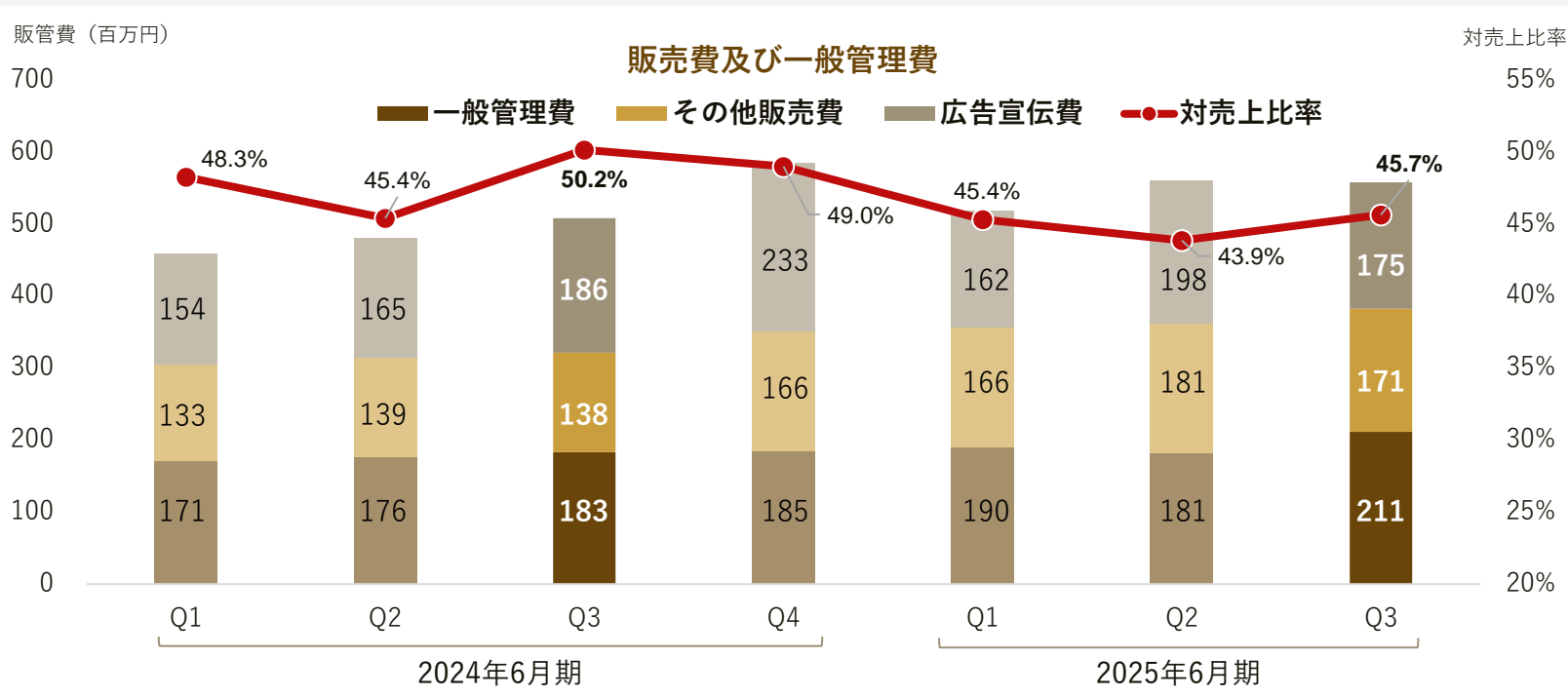
単位（百万円）	2024/6期 第3四半期	2025/6期 第3四半期	増減率	当四半期会計期間について
売上	1,013	1,223	+20.7%	月額会員数の増加、単価の上昇によるairCloset事業の成長、Mall事業の成長に伴い、増収。
売上総利益	447	561	+25.5%	airCloset事業において、利用期間の実績に基づきレンタル用資産の耐用年数を18ヵ月⇒24ヵ月に変更したことに伴い、売上総利益率が改善。
売上総利益率	44.2%	45.9%		
販売費及び一般管理費	508	558	+9.8%	主にシステム開発力の強化、従業員数の増加。
（内 広告宣伝費）	186	175	△5.9%	
営業利益	△61	2	-	
営業利益率	-	0.2%		
経常利益	△65	1	-	
四半期純利益	△66	1	-	
				順調な業績推移により、前期から引き続き減損損失は発生なし。
四半期末会員数（人）	37,237	39,923	+7.2%	
限界利益	555	657	+18.4%	
調整後EBITDA（※1）	144	255	+77.3%	

※1 営業利益＋レンタル用資産償却費＋減価償却費＋レンタル用資産売却等に伴う原価振替額。よりキャッシュフローベースに近い数字とするため、EBITDAから変更。

## 販売費及び一般管理費の四半期推移

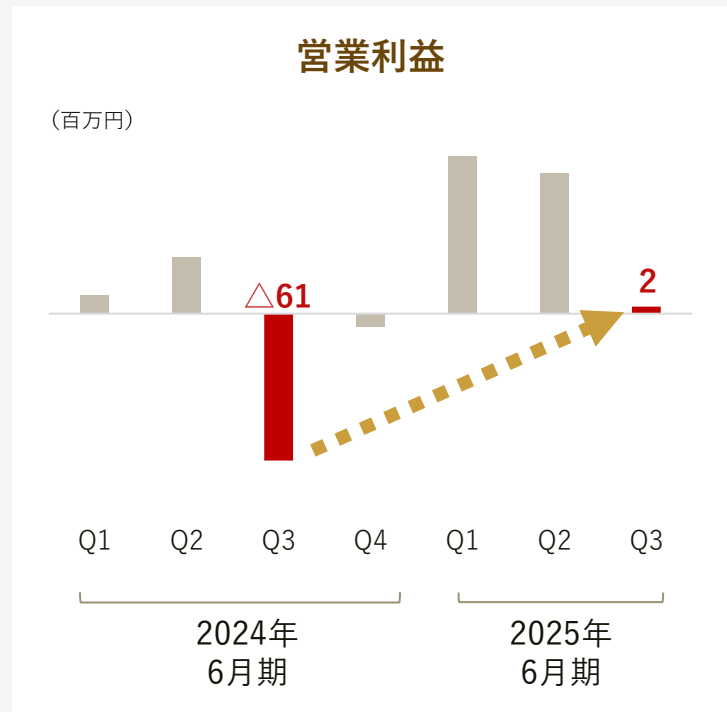
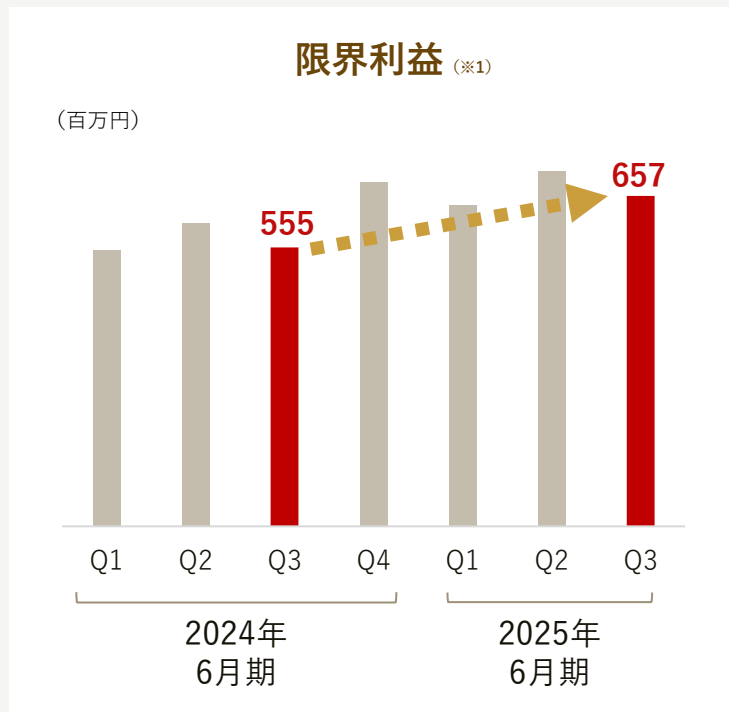
主にシステム開発力の強化、従業員数の増加により、前年同期比増加。

広告宣伝費抑制も寄与し、販管費の対売上比率は前年同期比で約4.5pt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、単価の上昇等による増収に伴い、前年同期比で増加。  
営業損益も売上増、広告宣伝費の抑制が寄与し改善。



※1 airCloset事業における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

## 業績概要 第3四半期会計期間 事業毎内訳

airCloset事業において、会員数の増加、単価上昇に伴い、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用資産の耐用年数の長期化による償却費の減少により上昇。営業利益は広告宣伝費の抑制も寄与し大幅改善。

	2024/6期 第3四半期			2025/6期 第3四半期		
単位（百万円）	airCloset事業	その他事業	合計	airCloset事業	その他事業	合計
売上	919	94	1,013	1,094	128	1,223
YoY	+9.1%	+35.8%	+11.1%	+19.1%	+35.9%	+20.7%
売上総利益	403	43	447	496	65	561
YoY	+7.3%	+37.4%	+9.6%	+22.9%	+49.6%	+25.5%
売上総利益率	43.9%	46.2%	44.2%	45.3%	50.8%	45.9%
販売費及び一般管理費	434	73	508	477	81	558
（内 広告宣伝費）	163	23	186	151	24	175
営業利益	△31	△30	△61	18	△15	2
YoY	-	-	-	-	-	-
営業利益率	-	-	-	1.7%	-	0.2%
四半期末会員数（人）	37,237			39,923		
限界利益	496	59	555	580	77	657
調整後EBITDA(※1)	153	△8	144	241	13	255

※ 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。

※1 営業利益＋レンタル用資産償却費＋減価償却費＋レンタル用資産売却等に伴う原価振替額。よりキャッシュフローベースに近い数字とするため、EBITDAから変更。

## 業績概要 第3四半期累計期間

第1四半期、第2四半期に引き続き第3四半期会計期間においても損益改善基調が継続し、結果として第3四半期累計期間において、損益が大幅に改善。

単位（百万円）	2024/6期 3Q累計	2025/6期 3Q累計	増減率
売上	3,023	3,647	+20.6%
売上総利益	1,419	1,766	+24.5%
販売費及び一般管理費	1,449	1,639	+13.1%
営業利益	△30	127	-
四半期純利益	△43	116	-



### 3. 2025年 6 月期通期業績予想の見直し

# 業績予想見直しの要旨

- 第3四半期累計期間で各段階損益が当初想定を上回って推移。第4四半期において費用を積み増す予定だが、通期では当初計画を上回る見込みとなったため、各段階損益を上方修正。

## 2025年6月期通期業績予想の上方修正

最新の通期業績予想が、期初における見込みを上回るため、下表の通り修正。

単位 (百万円)	2025/6期 通期業績予想				主な変動要因
	修正前	修正後	増減率	前期比	
売上	4,818	4,935	+2.4%	+17.0%	・ 既存会員の継続率改善により、会員数が堅調に推移したことに加え、顧客単価が当初想定を上回ったため
営業利益	32	80	+148.1%	-	〈売上総利益〉 ・ 売上増に伴い増加  〈販売費及び一般管理費〉 ・ 計画比での増加幅が限定的
当期純利益	10	64	+529.8%	-	・ 主に営業利益の改善に伴うもの
月額会員数 (人)	42,000	41,000	△2.4%	+8.5%	・ 既存会員の継続率は改善しているものの、春における新規会員登録が想定を下回り、当初計画を若干下回る見込み

## 4. 主要トピックス

## 2025年6月期第3四半期主要トピックス（2025/1/1～2025/5/14）

領域	主要トピックス
airClosetサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"><li>●2025年2月より、卒入学シーンに対応したオプションを展開</li><li>●2025年3月より、骨格・カラー診断サロン『airCloset Salon(エアクロサロン)』をスタート</li><li>●2025年4月より、新品購入機能を追加</li></ul>
プラットフォーム活用および強化	<ul style="list-style-type: none"><li>●2025年2月より、流山の新倉庫の一部にて稼働開始</li></ul>
その他	<ul style="list-style-type: none"><li>●2025年2月に「airCloset」が10周年</li><li>●パジャマをメインとしたアパレルブランド「Chill ST（チルストリート）」の展開開始に向け、2025年5月に合併会社を設立</li></ul>

# | airCloset Salonをオープン

2025年3月より、骨格・カラー診断サロン『airCloset Salon(エアクロサロン)』を新宿、有楽町の2店舗にてスタート。2024年秋に期間限定で出店し、好評を得たことを受け、本格展開を決定。リアルでパーソナルスタイリングを体験していただく場として、拡大を予定。



骨格・カラー診断サロン  
エアクロサロン  
**airCloset Salon**  
スタート



# airClosetサービス10周年

2025年2月3日にサービス開始10周年を迎え、各種キャンペーンを実施。  
インフォグラフィックにおいてサステナビリティ効果なども公開。



**10周年大感謝祭**  
(会員様向け、新規ご登録者様向け)



**豪華賞品が当たる  
大抽選会**



**パーソナルスタイリングの  
体験型店舗**

10年間でスタイリストが組んだ  
総コーディネート数



**856**万コーデ

10年間のサステナビリティ効果 ※1

CO2排出削減



約**2,443**t

廃棄物排出抑制量



約**25,414**t

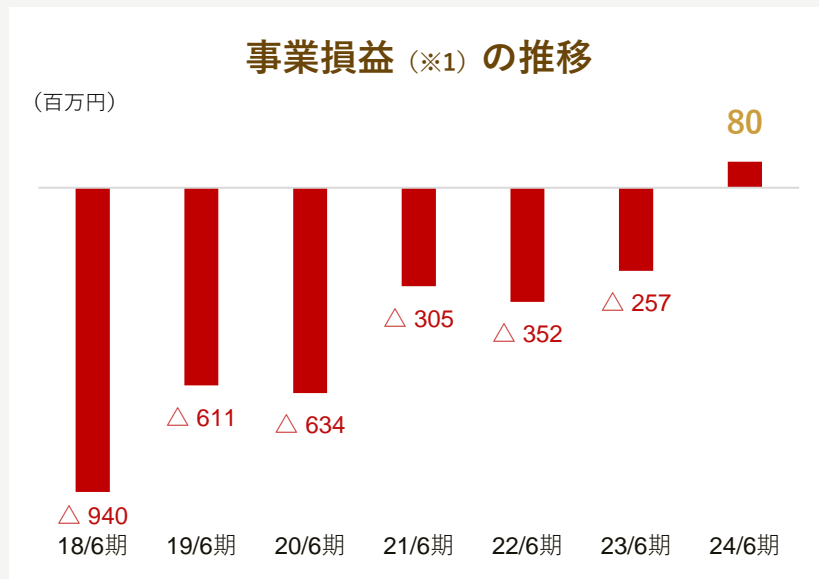


**限定 airCloset Bag  
メッセージカード**

※1 環境省「令和4年度デジタル技術を活用した脱炭素型資源循環ビジネスの効果実証事業」における削減効果の推計およびairCloset会員数より当社試算

# airClosetサービス10周年

10年の間に様々な改善を積み重ね、複数の特許取得を伴う独自性の強化に加え、採算性の改善を実現し、事業としての持続可能性を証明。



- ✓ パーソナルスタイリング×レンタルという独自性の高いサービスモデルによる継続的な成長
- ✓ 特許取得のスタイリングシステムの確立
- ✓ 自社開発の倉庫管理システムを含む循環型物流プラットフォームの構築
- ✓ 2024年6月期には事業として黒字を達成し、持続可能性を証明
- ✓ airCloset事業の牽引により2025年6月期には全社ベースでの営業黒字を見込む

## 唯一無二かつ持続可能な事業モデルを構築

※1 airCloset事業の営業利益から減損損失の金額を控除



## アパレルブランド「Chill ST」の展開に向け合弁会社を設立

アパレルブランドを展開する株式会社オアシスライフスタイルグループ（以下「OLG社」）と合弁会社を設立し、パジャマをメインとしたアパレルブランドの展開を開始。

名称 : 株式会社チルストリート  
出資比率 : 当社 50.0% OLG社 50.0%  
設立時期 : 2025年5月1日  
事業内容 : アパレルブランド「Chill ST」の販売  
サイトURL : <https://chill-st.com/>  
業績への影響 : 2025年6月期への影響は軽微となる見込み

# Chill<sup>ST</sup>



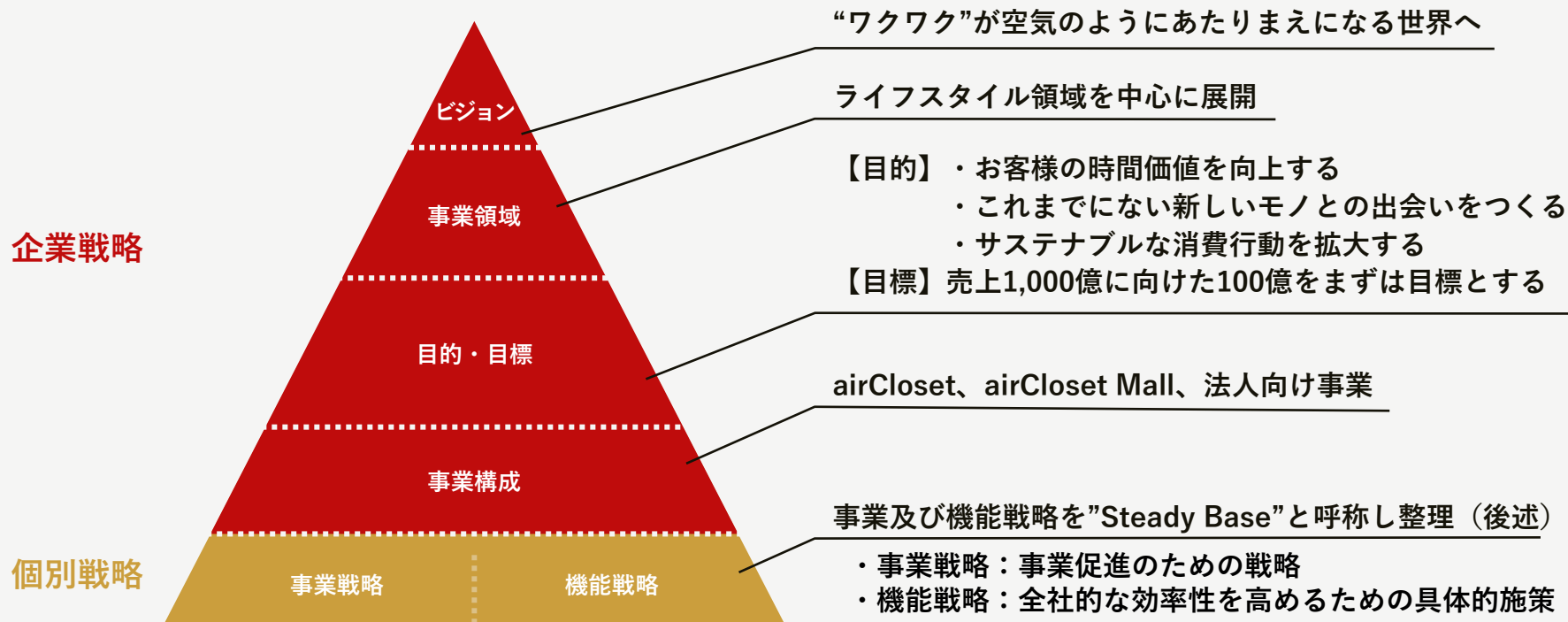
### 事業戦略上の ポイント

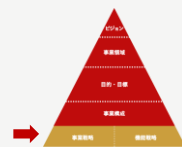
- ・ パジャマをメインとしたブランドによる、お客様の幅広いライフスタイル支援
- ・ ユニセックスブランドの運営による男性も含めた顧客基盤の拡大
- ・ 店舗展開、ブランド運営、モノ作りノウハウの蓄積

## 5. 成長戦略

# 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をアップデート。





# 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。  
今後はオケージョン展開の本格化等に加え、メディア活用など、顧客獲得手段の多角化を図る。

Steady Base	前期まで	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 倉庫オペレーションの安定化 販売施策の拡大	物流オペレーション業務の受託 倉庫の一体化に向けた移転 プライシングの改善	M&Aによる収益拡大 スタイリスト派遣業務 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・課金形態）	事業領域の拡大 （年齢層・取扱商品） airCloset Mallの拡大 （男性利用有）	オケージョン領域の拡大 体験型店舗の拡大 ブランド展開 メンズ等他セグメント
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 オフライン施策の検証 無料会員向け施策の検証 データ活用事例の拡大	オフショア開発体制の構築 AIの活用拡大 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	洋服仕入手段の拡大 オフライン施策の拡大 M&Aによる基盤強化 AIの活用拡大
	成長基盤確立	事業拡大期	事業拡大・多角化期

# 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

例：傷物商品等の再生業務  
（ユナイテッドアローズ様）

## 6. IR方針・株主還元について



## 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げるため、定期的に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。また、雑誌媒体等への掲載に向けたコミュニケーションを実施。

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、特に個人投資家様による注目度を高めていただくため、当社サービスの認知や理解の拡大につながる制度を2024年11月に導入済み。

## 7. Appendix

# airClosetの料金体系

## 月額料金プラン

＼まずは気軽に始めたい／

月に一回3着届く

ライト

月額料金

¥7,980(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

¥10,980(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

¥13,980(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

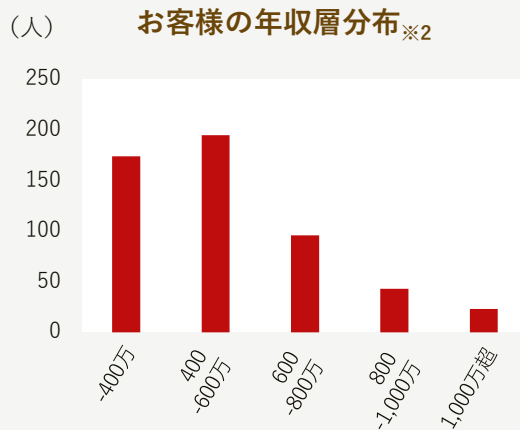
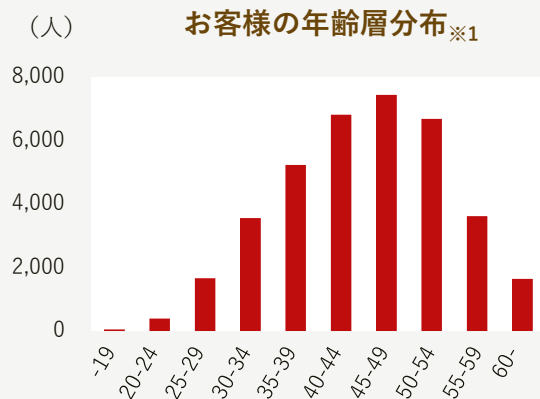
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

# 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、忙しく働く女性を中心。  
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。

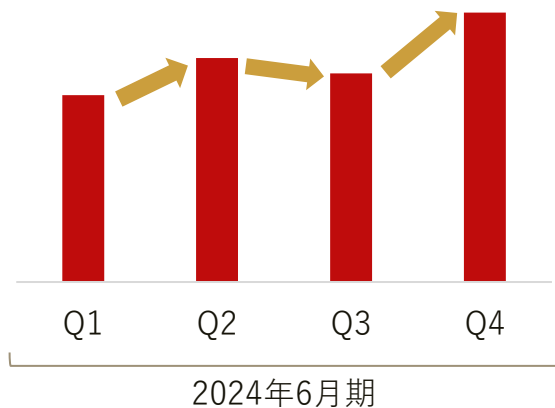


※1 2024年6月期

## 四半期における季節性の影響

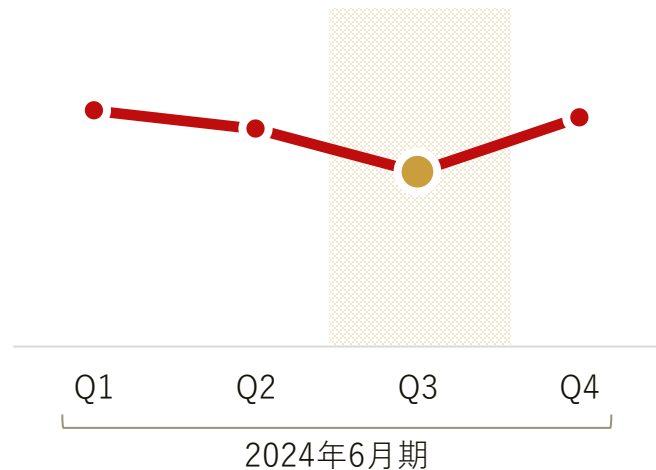
主にairCloset事業において、以下の季節性による変動が生じる。

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



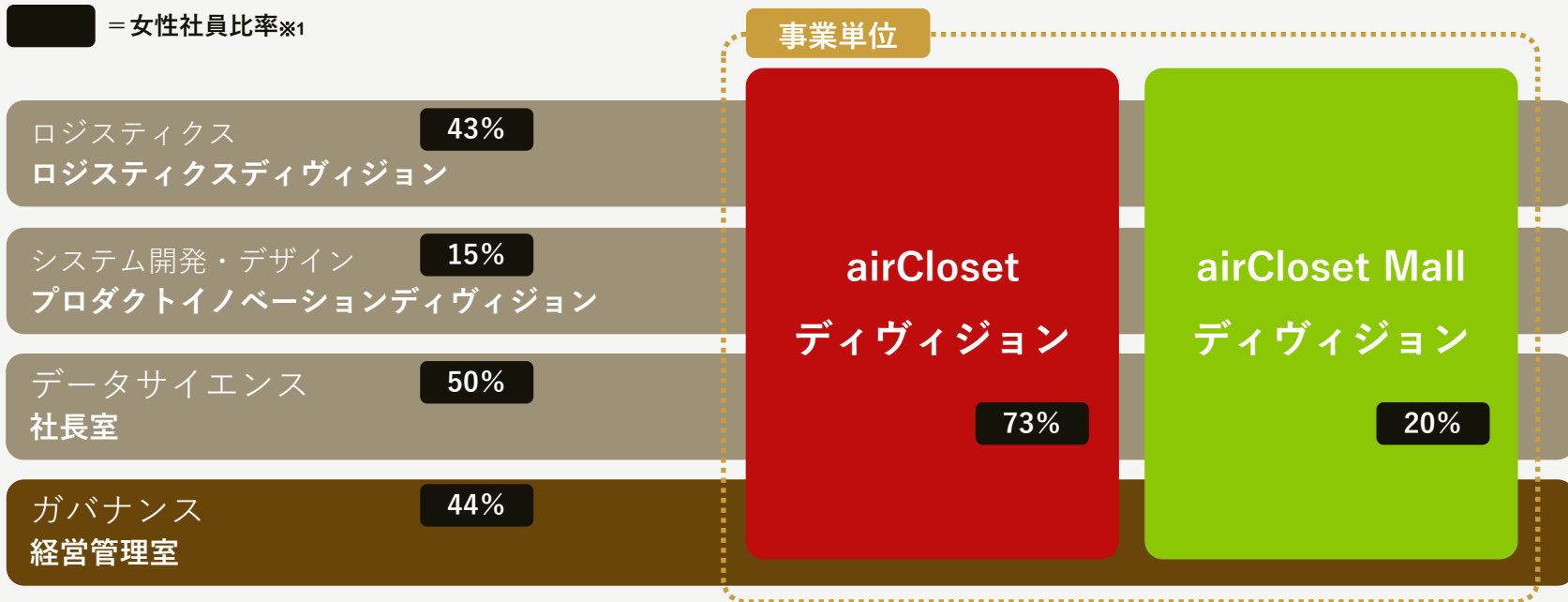
かさばる冬服による配送料金の増加や、メンテナンスが最も必要なニットの取扱いが急増するQ3において、倉庫検品料が増加し、売上総利益率が低下

## 組織構造

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にて運営。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

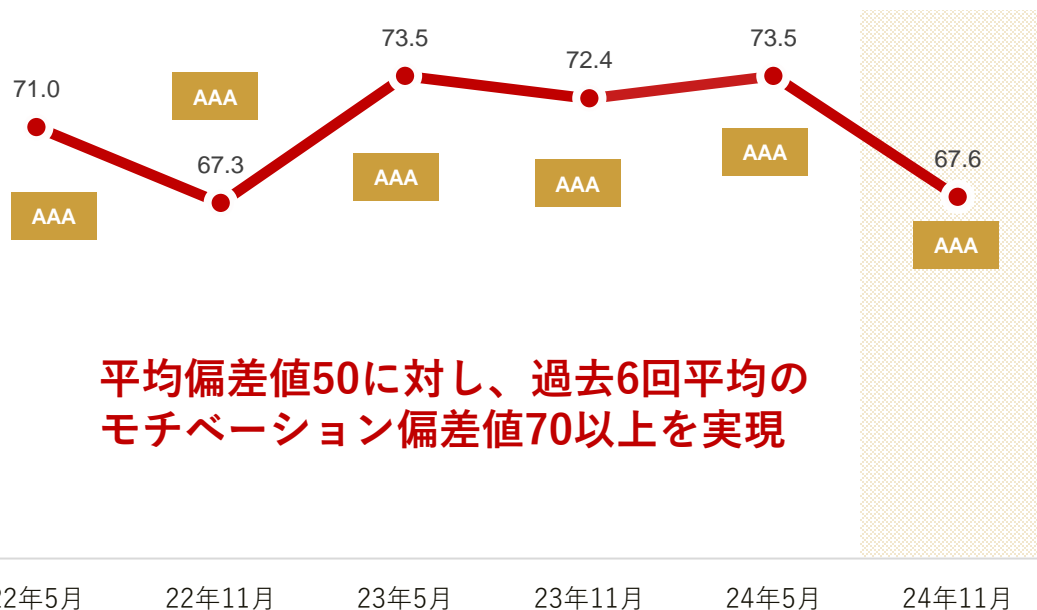


※1 各部署の2024年7月末時点の正社員における女性社員比率

## 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



### 【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.



# 損益計算書 推移

単位（百万円）	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期	2025/6期Q3 （累計）
売上	2,887	3,390	3,740	4,216	3,647
売上総利益	1,455	1,672	1,757	1,998	1,766
売上総利益率	50.4%	49.3%	47.0%	47.4%	48.4%
販売費及び一般管理費	1,417	1,724	1,945	2,034	1,639
営業利益又は営業損失	38	△51	△188	△35	127
経常利益又は経常損失	29	△67	△229	△52	116
当期純利益又は当期純損失	△344	△378	△354	△53	116
限界利益	1,484	1,884	2,016	2,394	2,004
調整後EBITDA（※1）	265	352	392	762	783

※1 営業利益＋レンタル用資産償却費＋減価償却費＋レンタル用資産売却等に伴う原価振替額。よりキャッシュフローベースに近い数字とするため、EBITDAから変更。

## 貸借対照表 推移

単位（百万円）	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期	2025/6期Q3
<b>流動資産</b>	1,150	1,579	1,905	1,910	1,707
内）現預金	789	1,139	1,451	1,454	1,197
<b>固定資産</b>	268	606	598	800	1,194
内）レンタル用資産	131	234	403	542	735
<b>総資産</b>	1,419	2,186	2,504	2,710	2,901
<b>流動負債</b>	921	661	959	1,213	1,676
内）借入金	449	274	439	617	983
<b>固定負債</b>	456	1,201	986	986	586
内）借入金	435	1,174	960	960	560
<b>負債合計</b>	1,378	1,863	1,946	2,200	2,263
<b>純資産合計</b>	41	323	557	510	638
<b>負債純資産合計</b>	1,419	2,186	2,504	2,710	2,901

## キャッシュ・フロー計算書 推移

単位（百万円）	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期	2025/6期 Q2
営業活動によるキャッシュ・フロー	353	156	479	802	530
内) 減価償却費	187	348	413	572	241
内) 減損損失	371	308	125	-	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△797	△1,029	△907	△778	△780
内) 有形固定資産の取得による支出	△794	△817	△877	△911	△751
財務活動によるキャッシュ・フロー	454	1,223	540	178	△122
現金及び現金同等物の増減額	10	350	112	202	△372
現金及び現金同等物の期末残高	789	1,139	1,251	1,454	1,081

## 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。