

**airCloset**

2023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

- ・ 2023年6月期通期業績予想の見直しの内容、背景
- ・ 変わっていないairClosetサービスの本質的価値への考え方
- ・ 新規事業を含めた今後の方向性

# 目次

## 1. airClosetについて

-ビジョン・ミッション

-社会の変化（情報の爆発的な増加・サーキュラーエコノミーへの転換）

-ファッション業界の変化（パーソナライズ需要の高まり・サステナビリティ意識の上昇）

-サービス概要（パーソナルスタイリング×レンタル）

-ファッション業界で進む消費の多様化

-事業構造（パーソナライズ・循環型物流が特徴）

-収益構造

## 2. 2023年6月期第3四半期業績

## 3. 2023年6月期通期業績予想の見直し

## 4. 成長戦略

## 5. Appendix

# 1. airClosetについて

## 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

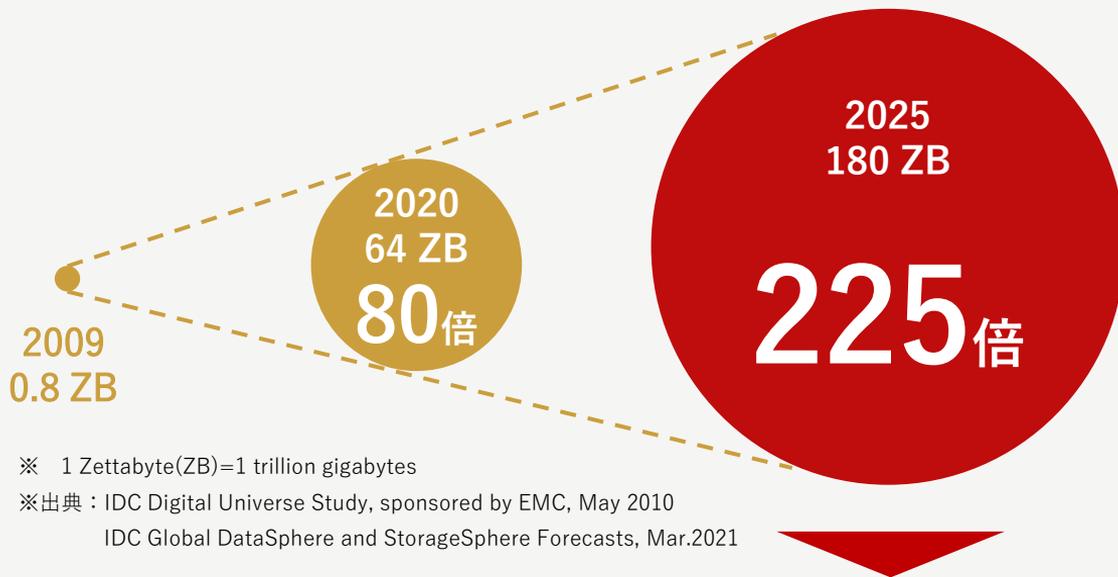
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

### Mission

発想とITで人々の日常に新しいワクワクを創造する

## 社会の変化① 超情報化社会による時間価値の向上

人生の限られた時間に対し、情報・モノが爆発的に増加し、人の「**時間価値**」が**相対的に向上**。  
最適な時間の使い方が求められるとともに、**AI・データ活用、パーソナライゼーション、サブスクリプション**といった時間活用の最適化を促すサービスニーズが高まっている。



情報の爆発的増加により

一人一人の時間の価値が

大きく向上

※ 1 Zettabyte(ZB)=1 trillion gigabytes

※出典：IDC Digital Universe Study, sponsored by EMC, May 2010

IDC Global DataSphere and StorageSphere Forecasts, Mar.2021

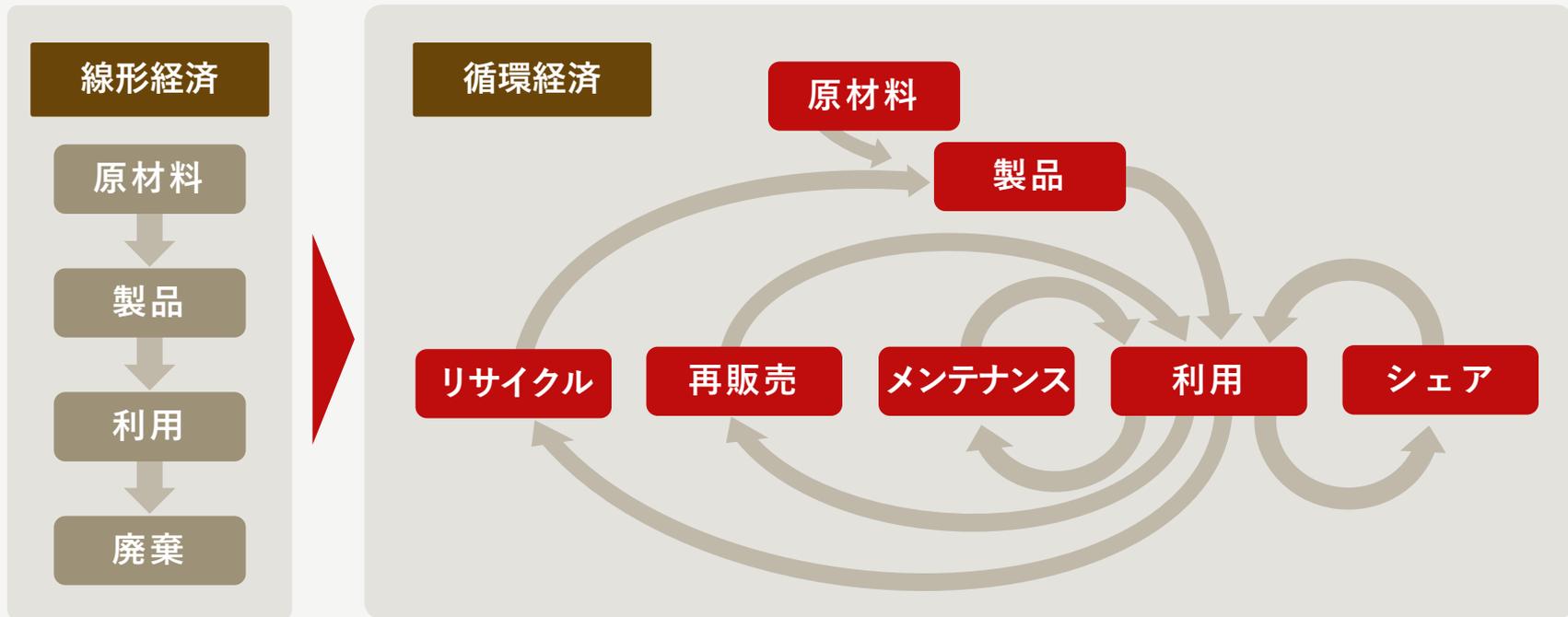
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

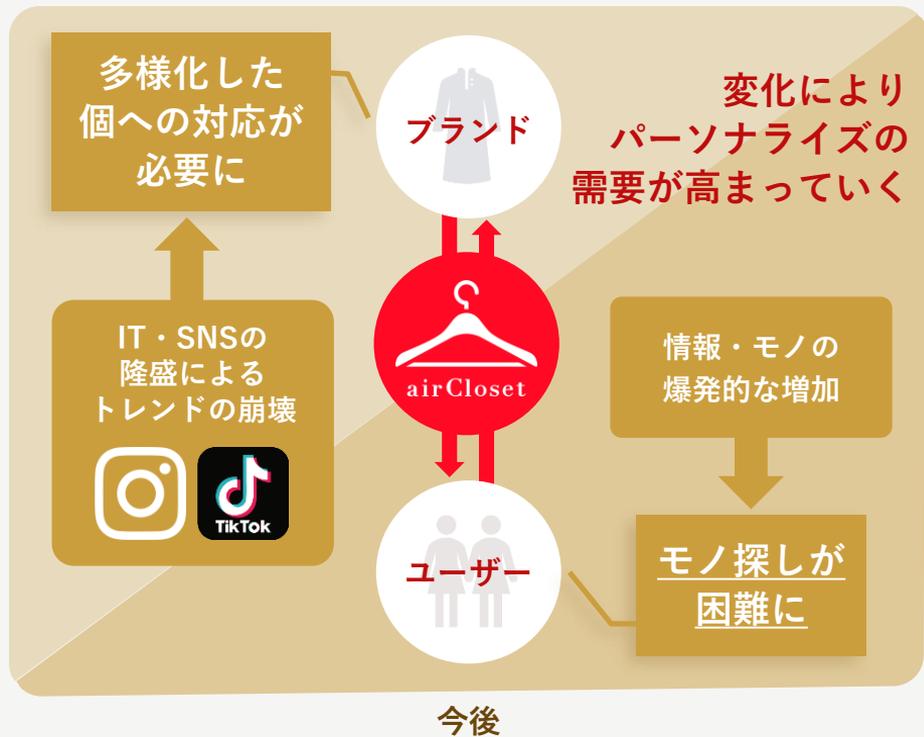
## 社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

サステナビリティのために、**循環経済（サーキュラーエコノミー）**への転換が必要不可欠に。そのため、利用・リサイクルの過程での飛躍的な革新が求められる。加えて、利用データの活用による製造過程での一層の効率化も重要性が高まる。



# ファッション業界の変化① パーソナライズ需要の高まり

①IT・SNSの隆盛によるトレンドの崩壊、②情報・モノの爆発的な増加による選択肢の急増により、**パーソナライズサービスへの需要が高まっていく。**

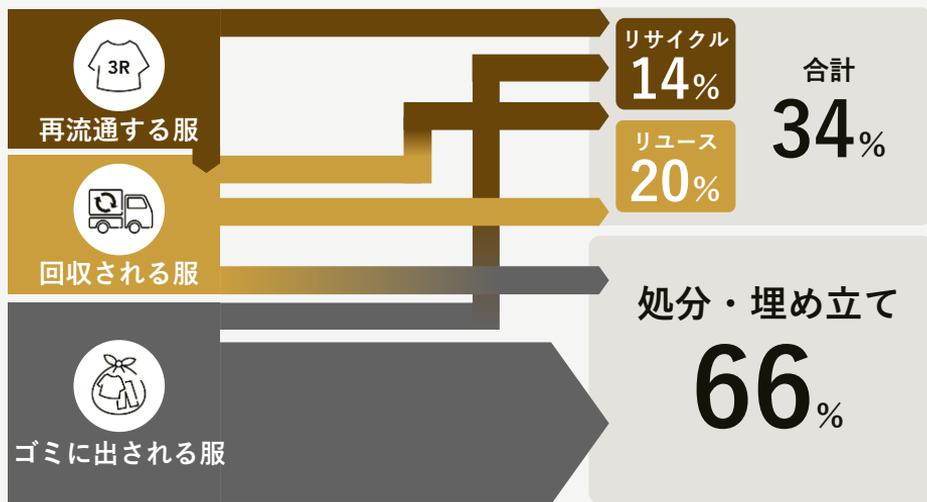


## ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

SDGsの気運に代表されるように、**消費者のサステナビリティ意識が上昇**。

これまでの大量生産・大量消費・大量廃棄の業界姿勢の見直しが求められ、消費者意識の変化と共に**シェアリングエコノミー・サーキュラーエコノミー**を通じた大きな変化が予想される。

ファッション業界における現状の内訳～廃棄削減が求められている～



**大量生産・大量消費・大量廃棄の**

**時代は終わりを迎える**

**ファッション業界でも循環経済が**

**求められている**

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

サステナビリティ

シェアリングエコノミー

サーキュラーエコノミー

## 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

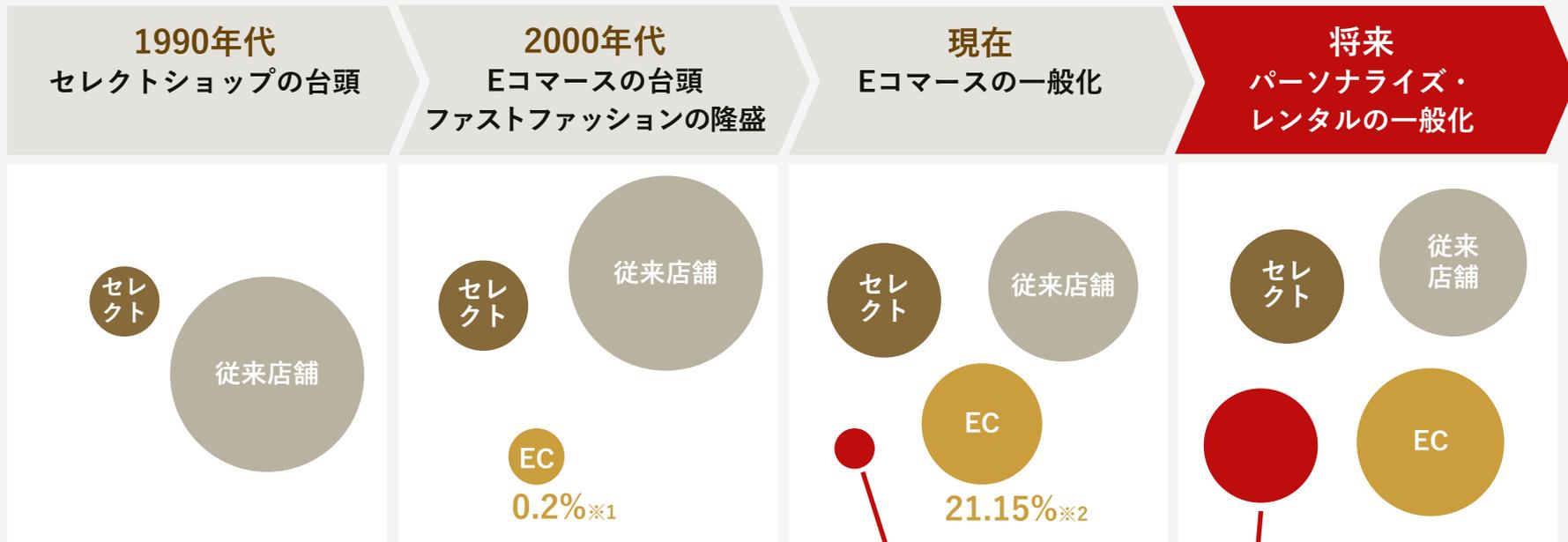


クリーニング**不要**

パーソナルスタイリング × レンタル

# 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。



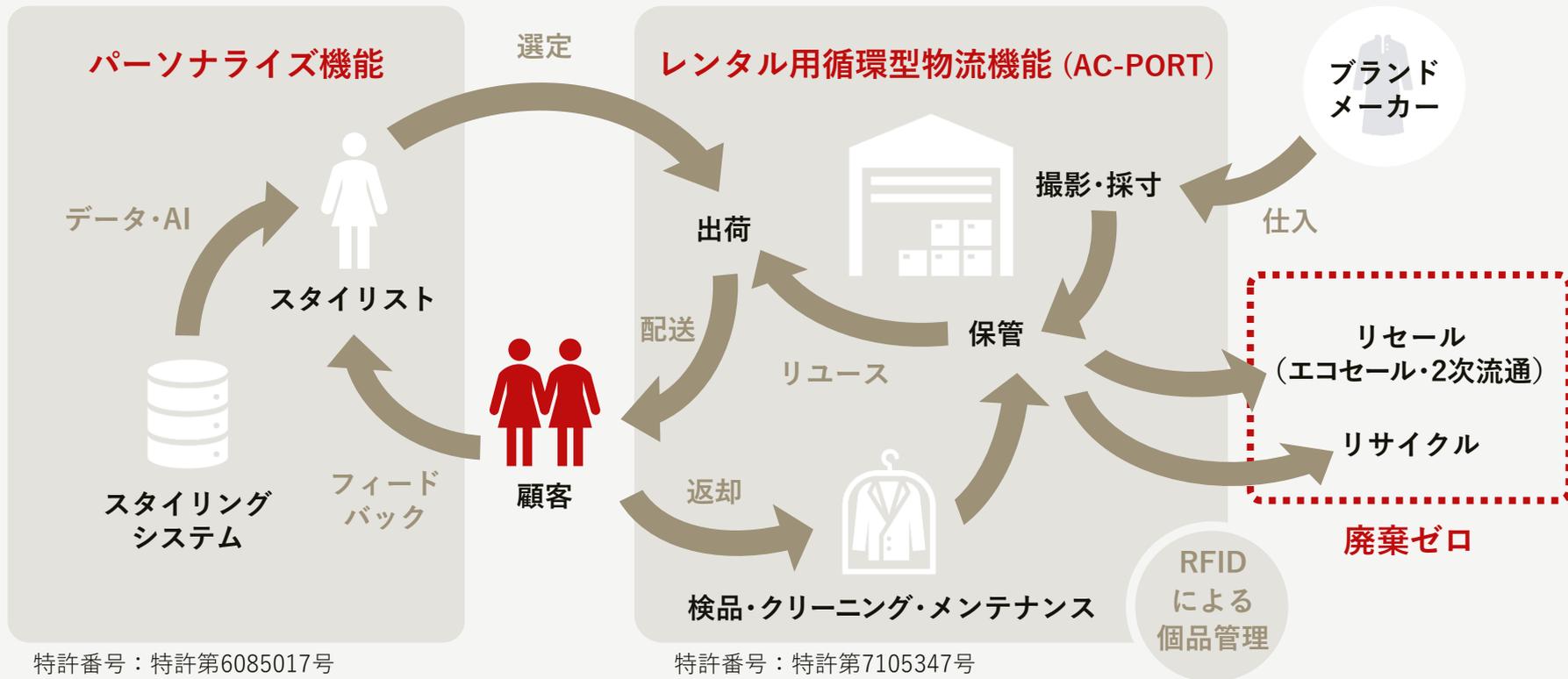
※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※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

# airClosetの事業構造の特徴

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。  
循環型物流の仕組みを構築し、**廃棄ゼロ**も実現。



特許番号：特許第6085017号

特許番号：特許第7105347号

# airClosetの収益構造

安定して発生する月額会費および販売による売上が90%以上※1を占める構造。  
会員数の拡大、限界利益の最大化にまずは注力し、企業価値の向上を図る。



※ airCloset Fitting事業、airCloset Mall事業は含まず、airCloset事業についてのみ記載。

※1 2022年6月期

## 2. 2023年6月期第3 四半期業績

## | 2023年6月期第3四半期業績

### 2023年6月期第3四半期会計期間（2023年1-3月）の実績

- 売上高912百万円（前年同期比+11.6%）、限界利益481百万円（前年同期比+6.5%）
- 四半期末会員数33,490人（前年同時点比+3.7%）
- ブランドセレクトオプションに係る仕入、広告宣伝費など先行投資は増加

## 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に伴い、売上、限界利益は前年同期比増加。

| 単位（百万円）    | 2022/6期<br>第3四半期 | 2023/6期<br>第3四半期 | 増減率    | 2023/6期第3四半期会計期間について   |
|------------|------------------|------------------|--------|--|
| 売上         | 817              | 912              | +11.6% | 会員数の増加に伴い、増加。  |
| 売上総利益      | 398              | 408              | +2.5%  | 減損損失の減少に伴い、売上原価計上分が増加。また、洋服の品質改善のため基準を見直し、修繕費25百万円をかけたことにより売上総利益率が低下。修繕費は主に冬季に使用するニットにて発生。 |
| 売上総利益率     | 48.7%            | 44.8%            |        |  |
| 販売費及び一般管理費 | 413              | 477              | +15.3% | 広告宣伝費への投資は継続。<br>その他、人員数の増加に伴う人件費の増加に加え、円安によるサーバー代の増加等により前年同期比で増加。                         |
| （内 広告宣伝費）  | 155              | 176              | +13.1% |  |
| 営業損失       | △15              | △68              | -      |  |
| 営業利益率      | -                | -                |        |  |
| 経常損失       | △18              | △75              | -      |  |
| 四半期純損失     | △93              | △75              | -      | 耐用年数の変更等に伴い、減損損失が前第3四半期74百万円から、当第3四半期での発生なしと減少。  |
| 四半期末会員数（人） | 32,297           | 33,490           | +3.7%  |  |
| 限界利益       | 452              | 481              | +6.5%  |  |
| EBITDA     | 58               | 42               | △26.2% | 上述の修繕費の増加や減損損失が減少したことによる販売原価の増加等に伴い減少。   |

## 業績概要 第3四半期会計期間 事業毎内訳

airCloset事業においても、会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。売上総利益率については前頁と同様の理由により低下。

|             | 2022/6期 第3四半期 | 2023/6期 第3四半期 |       |       |
|-------------|---------------|---------------|-------|-------|
| 単位 (百万円)    | airCloset事業   | airCloset事業   | その他事業 | 合計    |
| 売上          | 782           | 842           | 69    | 912   |
| YoY         | -             | +7.6%         |       |       |
| 売上総利益       | 377           | 376           | 31    | 408   |
| YoY         | -             | △0.3%         |       |       |
| 売上総利益率      | 48.2%         | 44.7%         | 45.7% | 44.8% |
| 販売費及び一般管理費  | 385           | 438           | 38    | 477   |
| (内 広告宣伝費)   | 147           | 158           | 17    | 176   |
| 営業損失        | △8            | △62           | △6    | △68   |
| YoY         | -             | -             |       |       |
| 営業利益率       | -             | -             |       |       |
| 四半期末会員数 (人) | 32,297        | 33,490        |       |       |
| 限界利益        | 433           | 446           | 34    | 481   |
| EBITDA      | 65            | 43            | △0    | 42    |

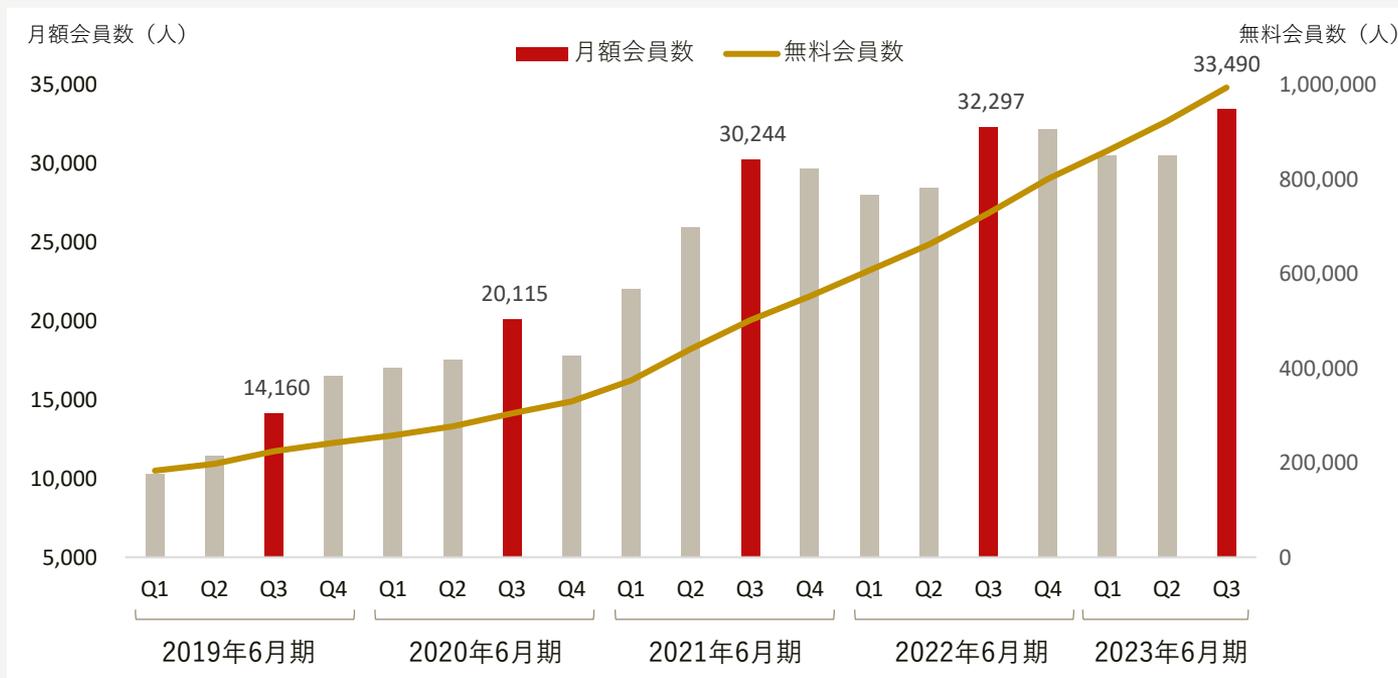
※事業毎の各数値は監査およびレビューを受けておりません。

## 四半期毎会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

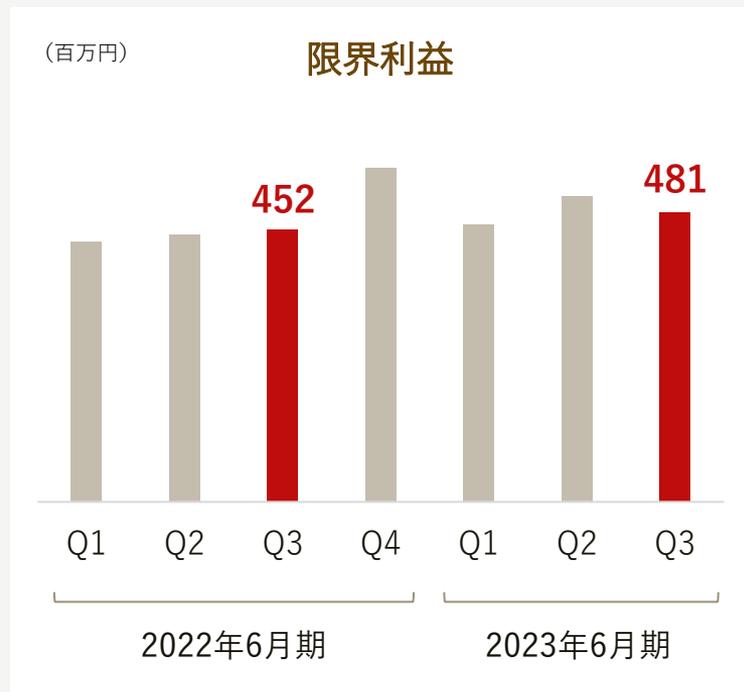
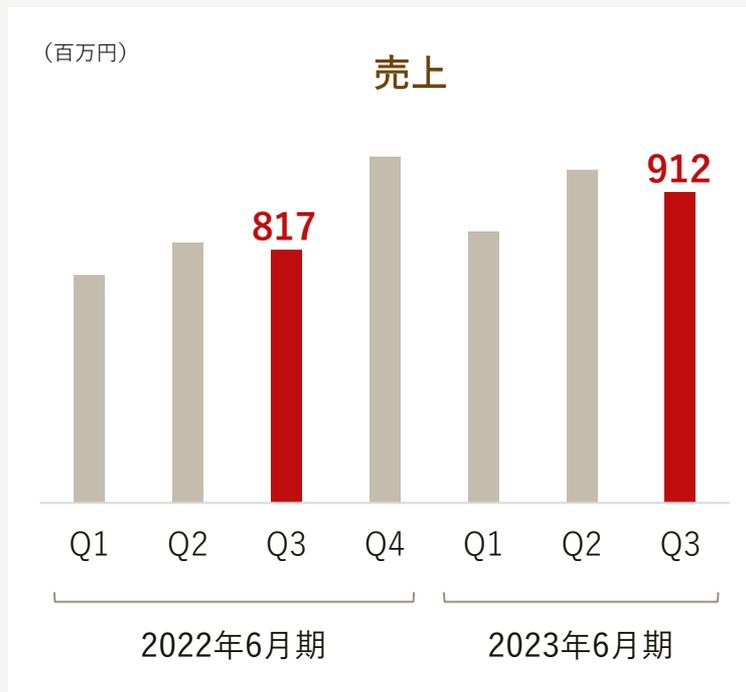
当第3四半期末において、前年同時点比で成長。

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。



# 売上及び限界利益の四半期推移

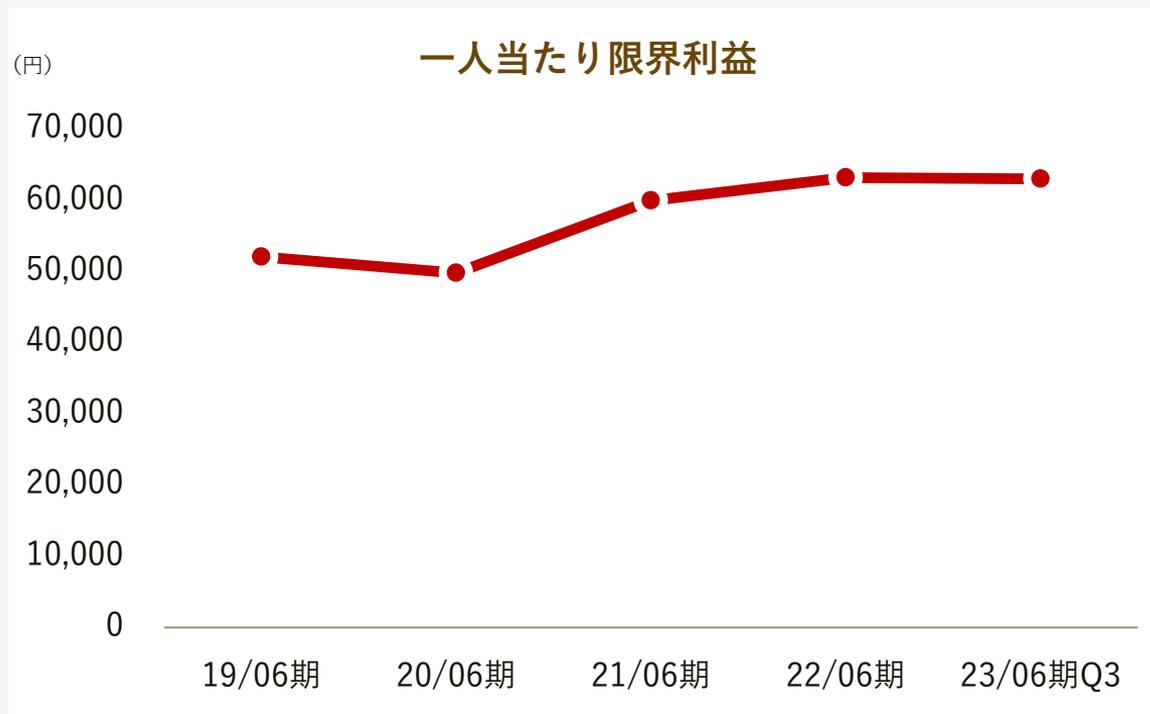
売上及び限界利益は、会員数の増加に伴い、前年同期比で増加。



※ 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。

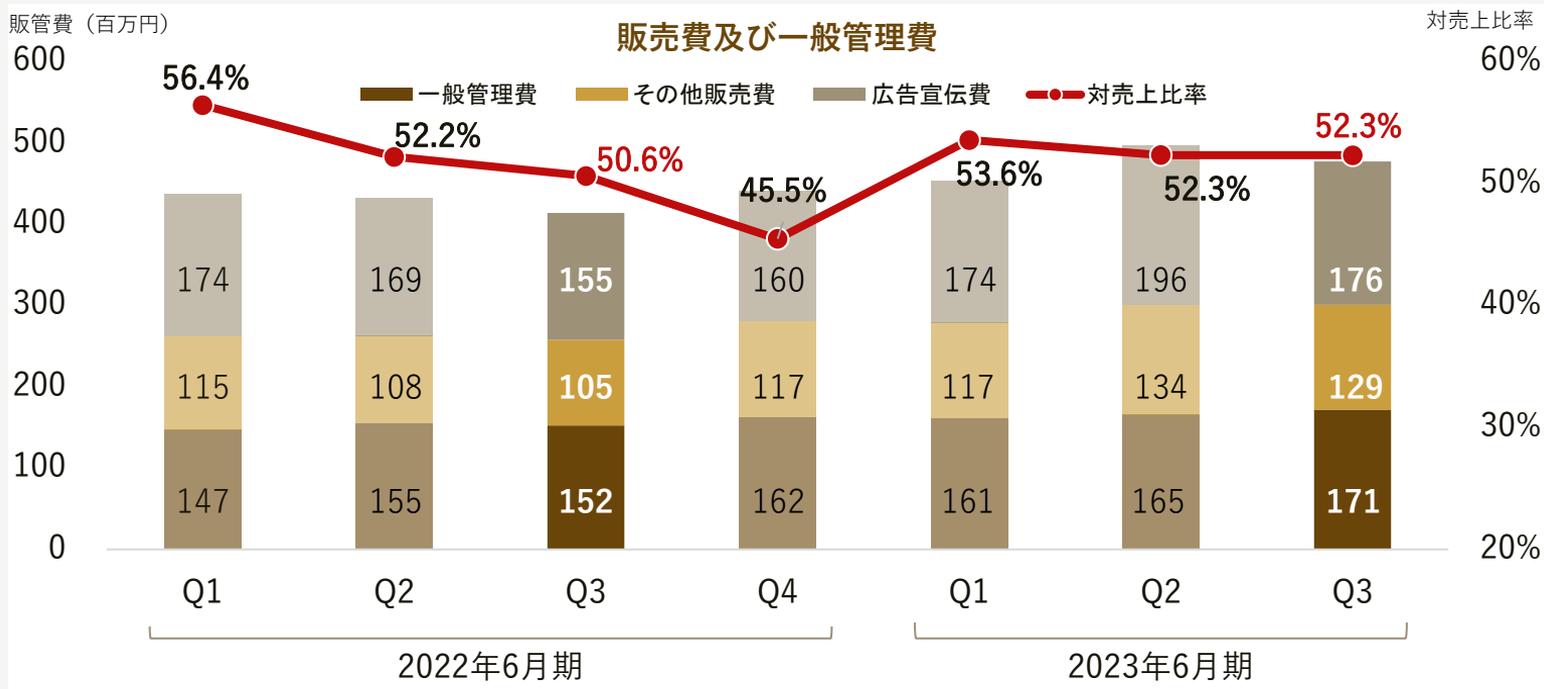
## 月額会員一人当たり限界利益の推移

月額会員一人当たり限界利益については前期と同水準で推移。



## 販売費及び一般管理費の四半期推移

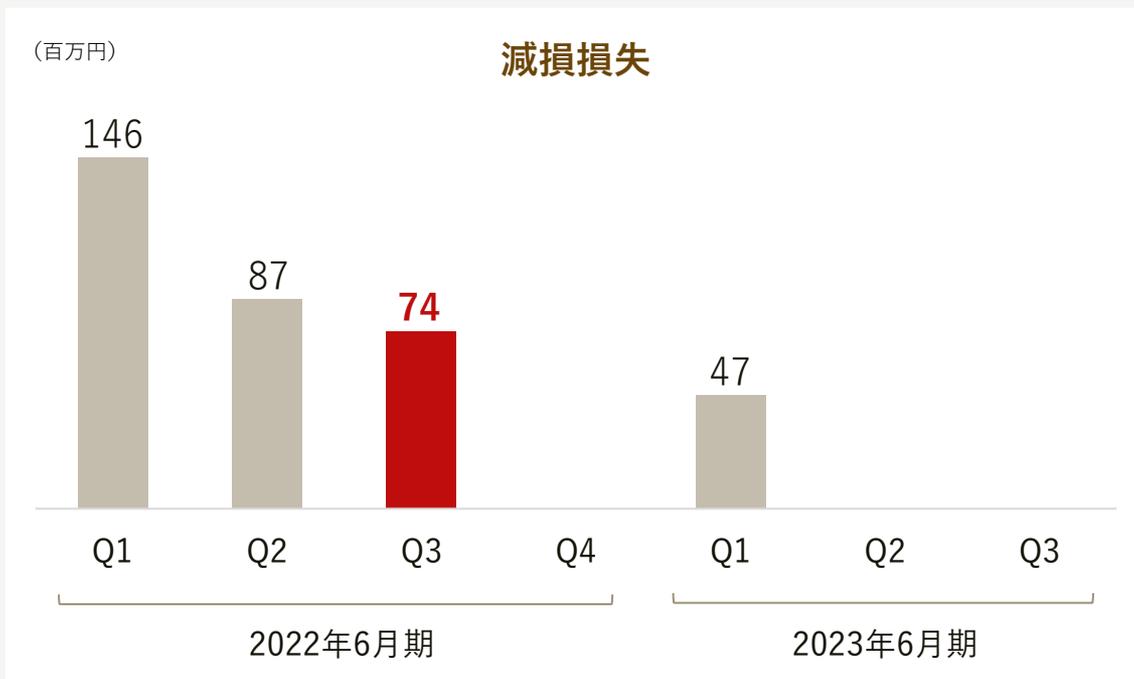
月額会員獲得のために広告宣伝費への投資を継続。  
その他販売費及び一般管理費については、人件費、為替の影響等によりサーバー費用などが増加。



※ 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。

## 減損損失の四半期推移

仕入の季節変動、順調なレンタル利用実績に基づくレンタル用資産の耐用年数の長期化、キャッシュフローの改善等に伴い、当第3四半期では減損損失の発生はなし。  
納品が第4四半期にずれ込んでいる洋服も一部あり、今後も一定の発生は見込む。



※ 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. 2023年6月期通期業績予想の見直し**

## 2023年6月期通期業績予想の見直しの背景

通期業績予想の見直しの背景は下記のとおりとなります。

今期、コロナウイルス感染症の影響がもう少しコロナ前の状況に戻ると予想したが、限定的な戻りとなった。

脱マスク及び今後のリモートワークからの戻りは引き続き予想されるため、**これからがファッション業界へのポジティブな影響**となると考えております。

事業成長は継続しているものの、新規登録が想定よりも下回った。

コロナ影響以外でも、継続率向上のために実施をした施策の影響があることが分析済みです。**良い改善結果も立証出来た**ため、今後活かしていきます。

事業戦略にも含めている物流プラットフォームを活用した事業のための先行投資を実施。(パートナー企業様のご意向により今夏を目処に発表予定)

これまで想定してきたように既存事業にて構築してきた**プラットフォームの横展開の活用が実現**していきます。今後はさらに展開を広げてまいりたいと思います。

想定より成長が下回ったものの、**既存事業の根本への大きな影響はないため、改善を続けつつ継続した成長**をしてまいりたいと思います。また、新規事業をプラットフォーム活用のひとつの姿としてしっかりと実現してまいりたいと思います。

## 2023年6月期通期業績予想の見直し

最新の通期業績予想が、期初における見込みを下回るため、下表の通り修正いたします。

| 単位<br>(百万円) | 2023年6月期 通期業績予想 |       |        | 主な要因   |
|-------------|-----------------|-------|--------|--|
|             | 修正前             | 修正後   | 増減率    |  |
| 売上          | 4,277           | 3,732 | △12.7% | <ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>新規会員獲得が計画を下回ったことに伴う会員数の未達</b></li></ul>   |
| 営業利益        | 110             | △218  | -      | <p>〈売上総利益〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>会員数の未達に伴う売上減による売上総利益の未達</b></li></ul> <p>〈販売費及び一般管理費〉</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・ <b>新規事業のための投資（第4四半期）<br/>（主にシステム開発費用）</b></li><li>・ 円安影響による費用増<br/>（サーバー代、業務委託料）</li></ul> |
| 当期純利益       | △114            | △374  | -      | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 主に売上高の未達に伴うもの</li></ul>  |

## 四半期毎月額会員数の推移

継続的な会員数の成長を実現。一方、特に需要期である春先において、会員獲得を加速させ過去を上回る会員数の増加を見込んでいたが、想定を下回る形となった。



# 見直し要因の詳細と対応

業績予想見直し要因の詳細は以下となります。

| 大項目  | 中項目       | 状況  | 対応   |
|------|-----------|---|--|
| 会員数  | 新規会員登録    | <p>〈外部要因〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 想定よりも限定的なコロナ影響からの戻り（オフィス勤務回帰など）</li> </ol> <p>〈内部要因〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. LTV（顧客生涯価値）向上に向けた会員登録導線の改修による導線の伸長に伴う、コンバージョンレートの低下</li> <li>2. 一時的なシステムエラー（サーバートラブル・バグ）に伴う影響</li> </ol> | <p>〈外部要因〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 保守的な影響の算定</li> </ol> <p>〈内部要因〉</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 会員登録導線の最適化<br/>⇒お客様により負担を感じさせない導線への改修</li> <li>2. サーバーの監視体制の強化および開発レビュー体制の強化</li> </ol> |
|      | 既存会員（継続率） | 概ね想定通りに推移。<br>中長期成長に重要となる初回継続率（※1）については改善傾向   | パーソナルスタイリングの品質向上が継続率の改善につながることで改めて明らかになった一方、登録時取得情報の増加は登録効率の悪化にもつながるため、効率の最大化を図る   |
| 新規事業 | 新規事業      | 成長戦略に記載の「事業領域の拡大」に向けたシステム開発を開始  |  |

※1 月額会員登録されたお客様が、翌月月額会員として残る割合

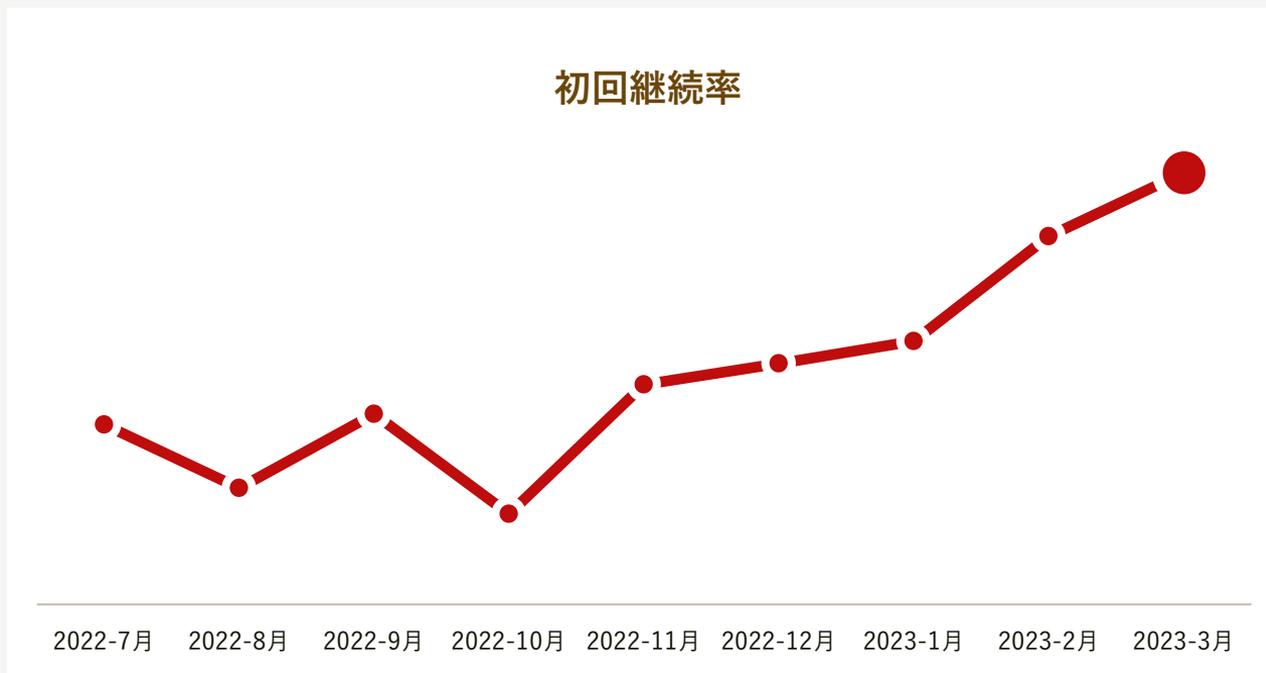
## 初回継続率と新規会員登録時CVRの推移

初回継続率改善に向けた取り組みを実施した結果、初回継続は改善したものの、登録導線の伸長等に伴う、コンバージョンレートの低下も発生。

|      | 予定  | 実績  | 評価  |
|------|---|---|---|
| 初回継続 |  |  |  |
| CVR  |  |  |  |

## 初回継続率の改善

顧客満足度を上昇させるために絶えずUI/UXのチューニングを行っており、特に今四半期積極的な改善施策を行った結果、中長期成長に向けて重要となる、初回継続率については改善傾向。



※ 2022年7月の初回継続率を100%とした場合の、各月の初回継続率を算出

## 事業領域の拡大

当社固有の循環型プラットフォームを中心とした多面的成長戦略によりトップライン成長及び収益性の改善を図る。横展開に向け、システム開発を開始。

サブスクリプション(ストック型)

都度課金(フロー型)

レディース向け  
月額制ファッション  
レンタル



airClosetプラットフォーム

発送・返送(循環型)

撮影

採寸

検品

クリーニング

メンテナンス

個品管理(RFID)

保管

循環型ビジネスに特化した自社開発WMS(倉庫管理システム)

パーソナライゼーション

データ

## 4. 成長戦略

# 中長期成長戦略

現状4%<sup>※1</sup>である「①女性の認知拡大」に加えて、「②事業領域の拡大」を進め、さらには「③アジア展開」を行い、パーソナルスタイリングと循環型プラットフォームを強みとした成長を図る。



※1 (株)インテージ調べ 2021年1月15日～2021年1月19日実施の調査において、ファッションレンタル企業として弊社を回答した割合、有効回答数2,721件

## 事業領域の拡大

当社固有の循環型プラットフォームを中心とした多面的成長戦略によりトップライン成長及び収益性の改善を図る。現状、外部企業からの引き合いも増加。

サブスクリプション(ストック型)

都度課金(フロー型)

レディース向け  
月額制ファッション  
レンタル



airClosetプラットフォーム

発送・返送 (循環型)

撮影

採寸

検品

クリーニング

メンテナンス

個品管理(RFID)

保管

循環型ビジネスに特化した自社開発WMS(倉庫管理システム)

パーソナライゼーション

データ

## 来期に向けての重要項目

### 【airClosetサービスの収益性の向上】

継続率と新規会員獲得の最適化

### 【全社としての効率化】

airClosetサービスと提供価値が重複していた部分があるairCloset Fittingサービスに関し、airClosetサービスとの統合を決定済み

### 【プラットフォームの横展開の加速】

来期ローンチ予定の新サービスの円滑な立ち上げ

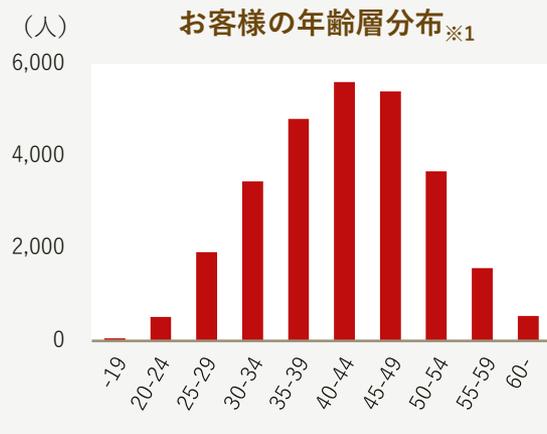
## 5. Appendix

# 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%※4

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%※4

お仕事をされているお客様

93.5%※3

お子様がいるお客様

55.8%※4

※1 2021年10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3月時点お客様登録データより集計  
※4 2022年4月実施のお客様アンケートより集計

# 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の組織構造の特徴

サービス品質向上のために再現性のあるPDCAサイクルを高速で回す組織構造を構築。

データ活用  
ノウハウの集約

機能単位

サブスクリプションサービス運営に必要な重要要素

徹底的な機能改善

兆候把握と即時対応



※PSG：パーソナルスタイリンググループ  
SCMG：サプライチェーンマネジメントグループ

MKG：マーケティンググループ  
CCG：カスタマーコミュニケーショングループ

## 損益計算書 推移

| 単位 (百万円)   | 2020/6期 | 2021/6期 | 2022/6期 | 2023/6期 3Q |
|------------|---------|---------|---------|------------|
| 売上         | 2,173   | 2,887   | 3,390   | 2,708      |
| 売上総利益      | 656     | 1,455   | 1,672   | 1,283      |
| 売上総利益率     | 30.2%   | 50.4%   | 49.3%   | 47.4%      |
| 販売費及び一般管理費 | 1,067   | 1,417   | 1,724   | 1,427      |
| 営業利益又は営業損失 | △411    | 38      | △51     | △143       |
| 経常利益又は経常損失 | △419    | 29      | △67     | △183       |
| 当期純損失      | △715    | △344    | △378    | △232       |
|            |         |         |         |            |
| 限界利益       | 882     | 1,484   | 1,884   | 1,451      |
| EBITDA     | △66     | 226     | 297     | 135        |

## 貸借対照表 推移

| 単位（百万円）        | 2020/6期 | 2021/6期 | 2022/6期 | 2023/6期 3Q |
|----------------|---------|---------|---------|------------|
| <b>流動資産</b>    | 1,085   | 1,150   | 1,579   | 1,884      |
| 内) 現預金         | 778     | 789     | 1,139   | 1,306      |
| <b>固定資産</b>    | 77      | 268     | 606     | 798        |
| 内) レンタル用資産     | -       | 131     | 234     | 430        |
| <b>総資産</b>     | 1,163   | 1,419   | 2,186   | 2,683      |
| <b>流動負債</b>    | 930     | 921     | 661     | 813        |
| 内) 借入金         | 604     | 449     | 274     | 286        |
| <b>固定負債</b>    | 80      | 456     | 1,201   | 1,189      |
| 内) 借入金         | 60      | 435     | 1,174   | 1,162      |
| <b>負債合計</b>    | 1,011   | 1,378   | 1,863   | 2,002      |
| <b>純資産合計</b>   | 152     | 41      | 323     | 680        |
| <b>負債純資産合計</b> | 1,163   | 1,419   | 2,186   | 2,683      |

## 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 2Q |
|-------------------------|---------|---------|---------|------------|
| <b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b> | 62      | 353     | 156     | 135        |
| 内) 減価償却費                | 344     | 187     | 348     | 167        |
| 内) 減損損失                 | 296     | 371     | 308     | 47         |
| <b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b> | △793    | △797    | △1,029  | △459       |
| 内) 有形固定資産の取得による支出       | △782    | △794    | △817    | △459       |
| <b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b> | 1,190   | 454     | 1,223   | 583        |
| <b>現金及び現金同等物の増減額</b>    | 459     | 10      | 350     | 259        |
| <b>現金及び現金同等物の期末残高</b>   | 778     | 789     | 1,139   | 1,398      |

## 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。