

airCloset

2023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

- 2024年6月期は成長は継続しつつ、中長期成長に向け会員獲得効率の改善に注力
- 2024年6月期のairCloset事業は営業損益黒字転換を見込む
- 全体損益も大幅改善見通し
- 成長加速に向けたプラットフォーム展開の具体施策として、「Disney FASHION CLOSET」がスタート予定

目次

1. airClosetについて
2. 2023年6月期第4四半期及び通期業績
3. 今後の成長方針と2024年6月期業績予想
4. トピックス
5. その他
6. 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

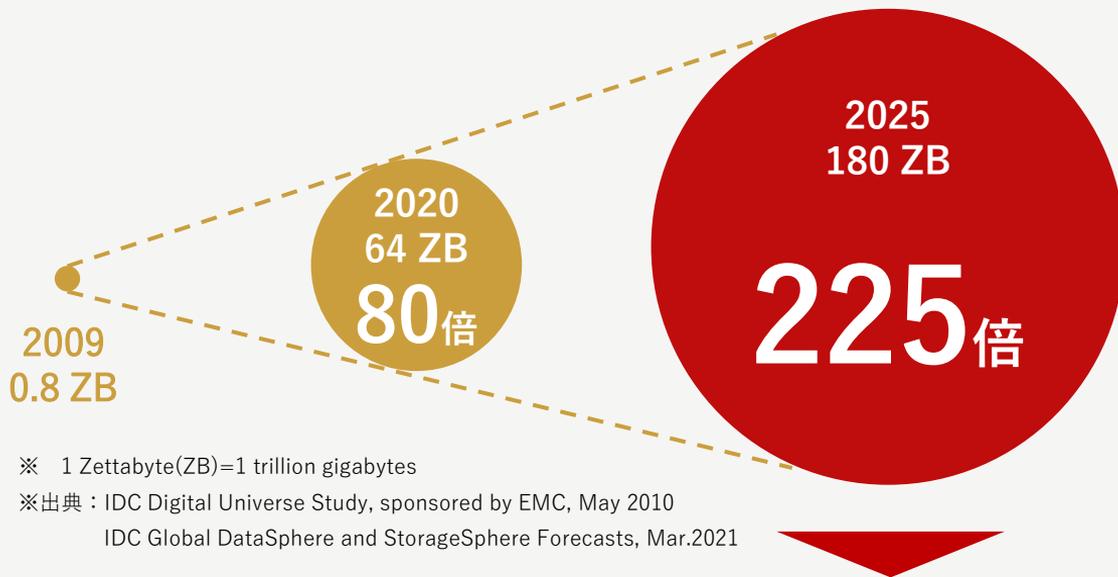
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

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

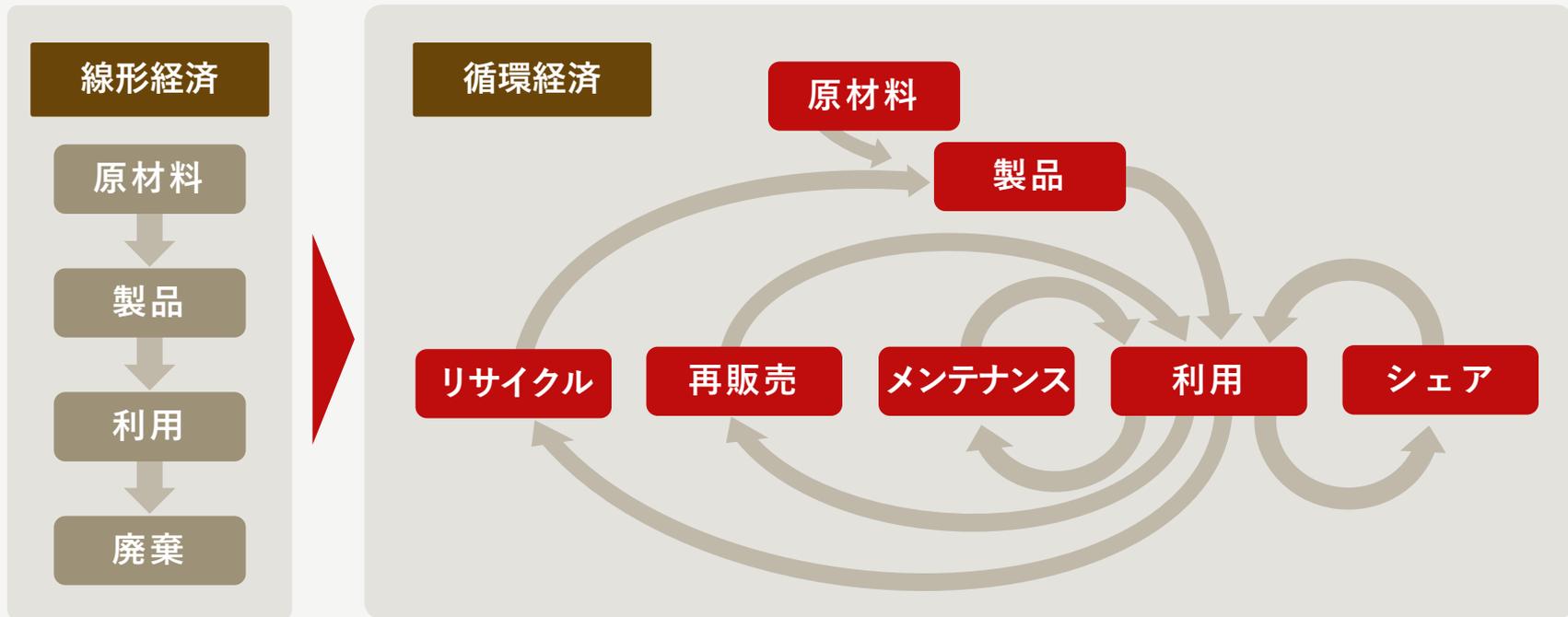
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

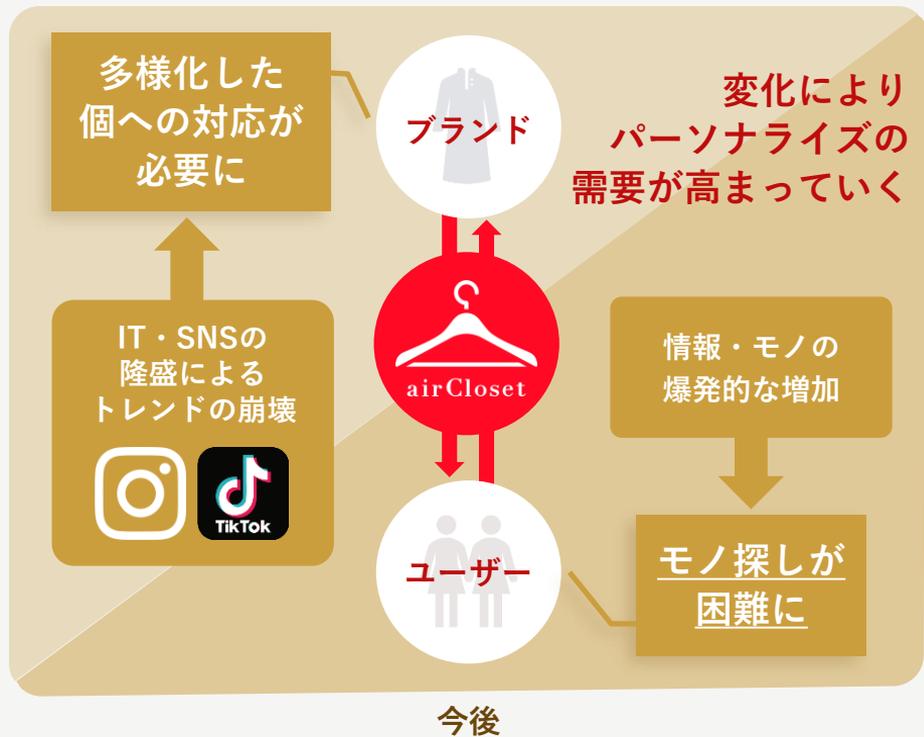
社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

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。**

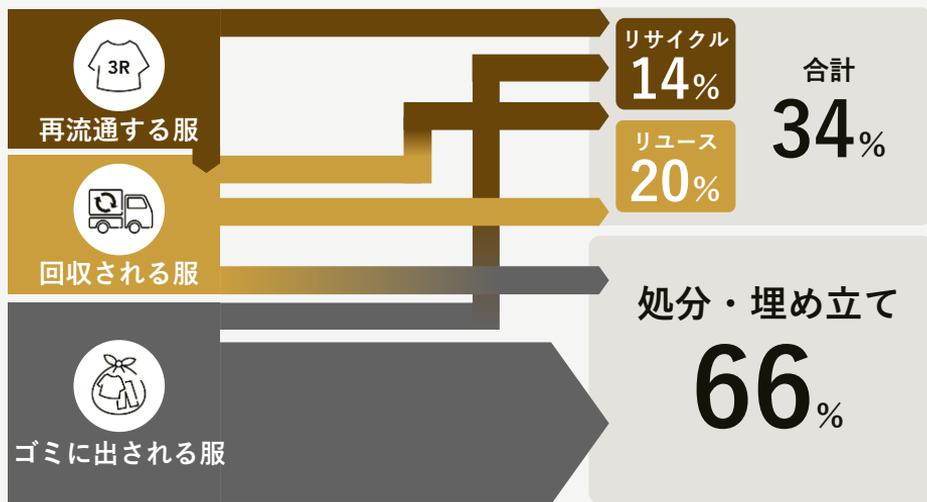


ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

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**

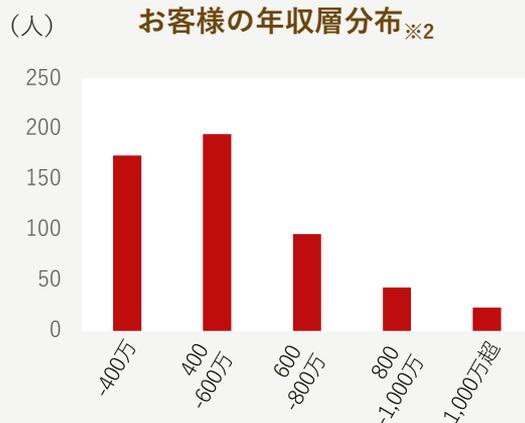
パーソナルスタイリング × レンタル

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

94.0%※1

お子様がいるお客様

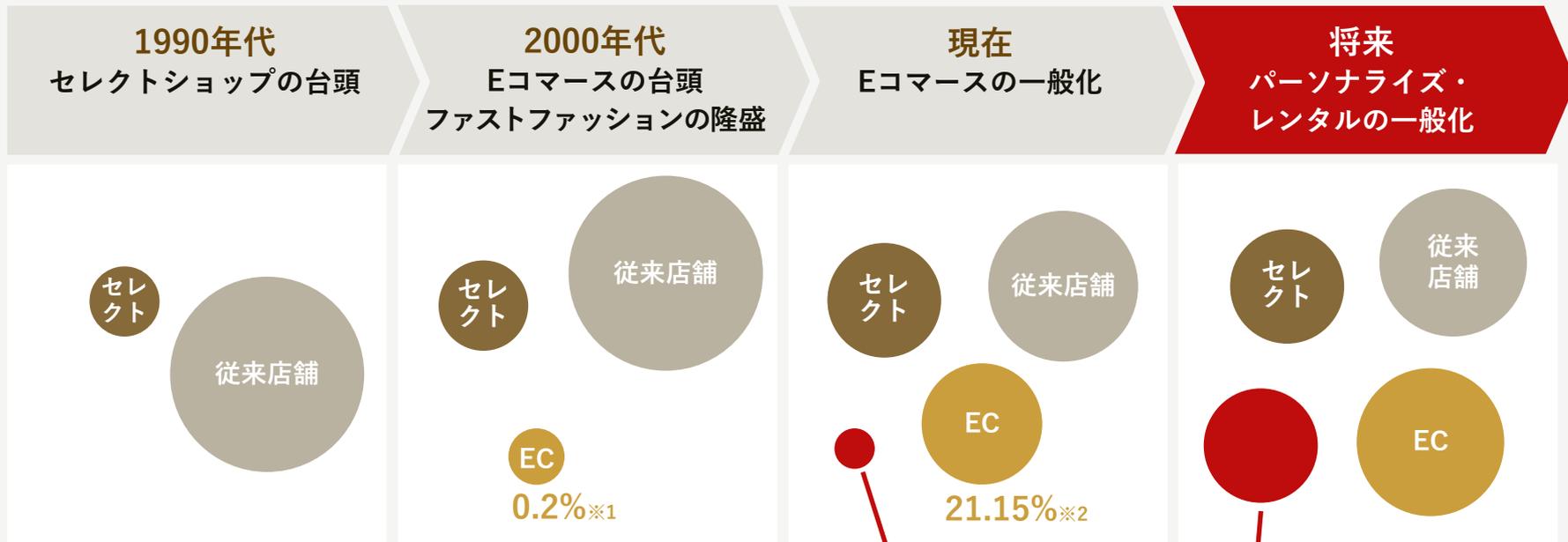
55.8%※3

※1 2023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

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。



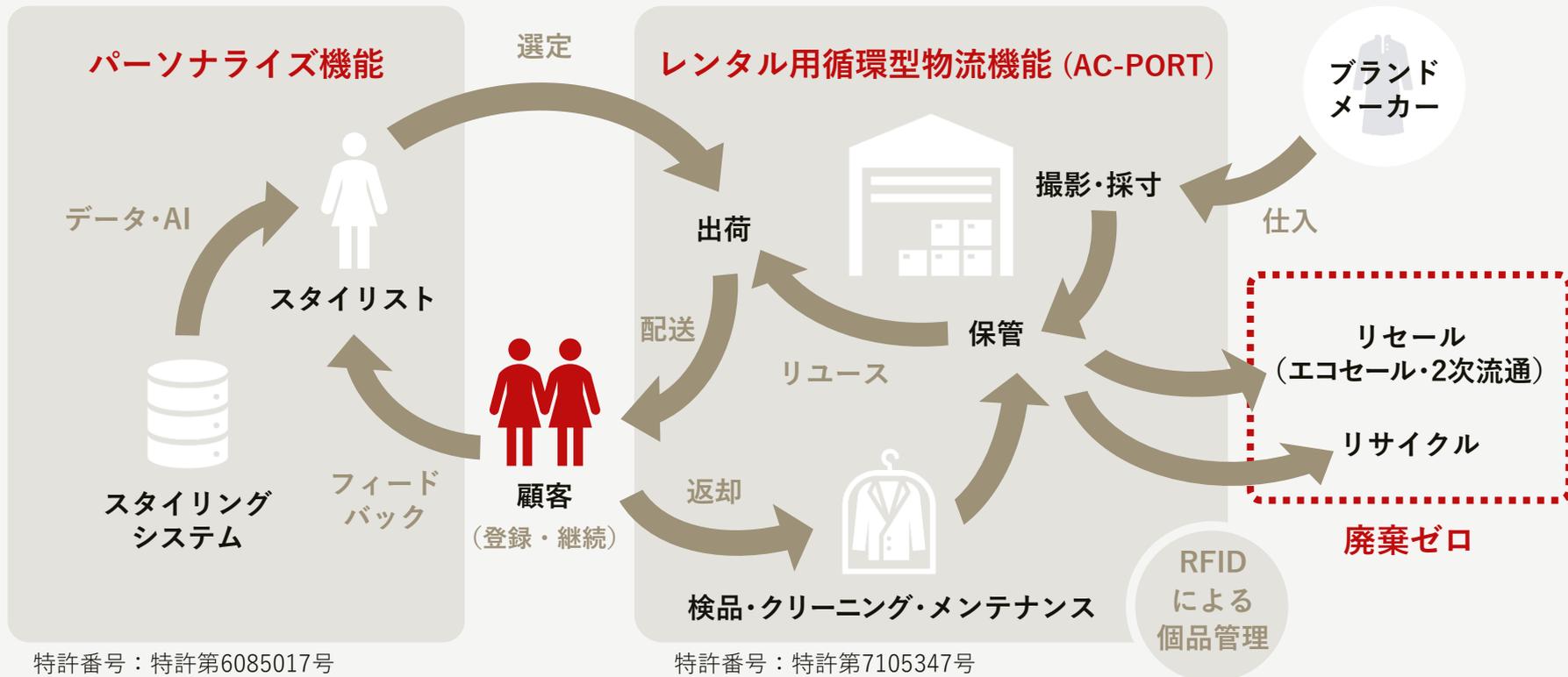
※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※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

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85%※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。



※1 2023年6月期

2. 2023年6月期第4四半期及び通期業績

2023年6月期第4四半期 結果要旨

- 売上、限界利益は前年同期比増加。
- 「Disney FASHION CLOSET」の立ち上げに伴う費用が増加したが、将来の成長に向けた投資であり、想定通り。

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、限界利益は前年同期比増加。

単位（百万円）	2022/6期 第4四半期	2023/6期 第4四半期	増減率	2023/6期第4四半期会計期間について
売上	969	1,031	+6.4%	月額会員数の増加に伴い、 前年同期比増加 。
売上総利益	504	473	△6.0%	売上総利益率の低下要因についてはP23参照。
売上総利益率	52.0%	46.0%		
販売費及び一般管理費	440	518	+17.6%	既存サービスに加え、「Disney FASHION CLOSET」の立ち上げに係る費用が増加。 その他、広告宣伝費、人件費及び採用費用の増加により 前年同期比増加 。
（内 広告宣伝費）	160	187	+17.2%	
営業利益	63	△44	-	
営業利益率	6.5%	-		
経常利益	56	△45	-	
四半期純利益	55	△121	-	当第4四半期は減損損失77百万円を計上。
四半期末会員数（人）	32,204	33,363	+3.6%	
限界利益	555	564	+1.7%	
EBITDA	164	89	△45.5%	

業績概要 第4四半期会計期間 事業毎内訳

airCloset事業においても、会員数の増加に伴い、売上が前年同期比増加。売上総利益率の低下は前頁と同様の理由。

単位（百万円）	2022/6期 第4四半期		2023/6期 第4四半期	
	airCloset事業	airCloset事業	その他事業	合計
売上	896	942	88	1,031
YoY	-	+5.2%		
売上総利益	458	426	47	473
YoY	-	△7.0%		
売上総利益率	51.2%	45.2%	53.7%	46.0%
販売費及び一般管理費	407	471	47	518
（内 広告宣伝費）	143	169	17	187
営業利益	50	△44	0	△44
YoY	-	-		
営業利益率	5.7%	-		
四半期末会員数（人）	32,204	33,363		
限界利益	510	513	51	564
EBITDA	150	81	7	89

※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。

会員数の推移

当第4四半期末においても、前年同時点比で成長。

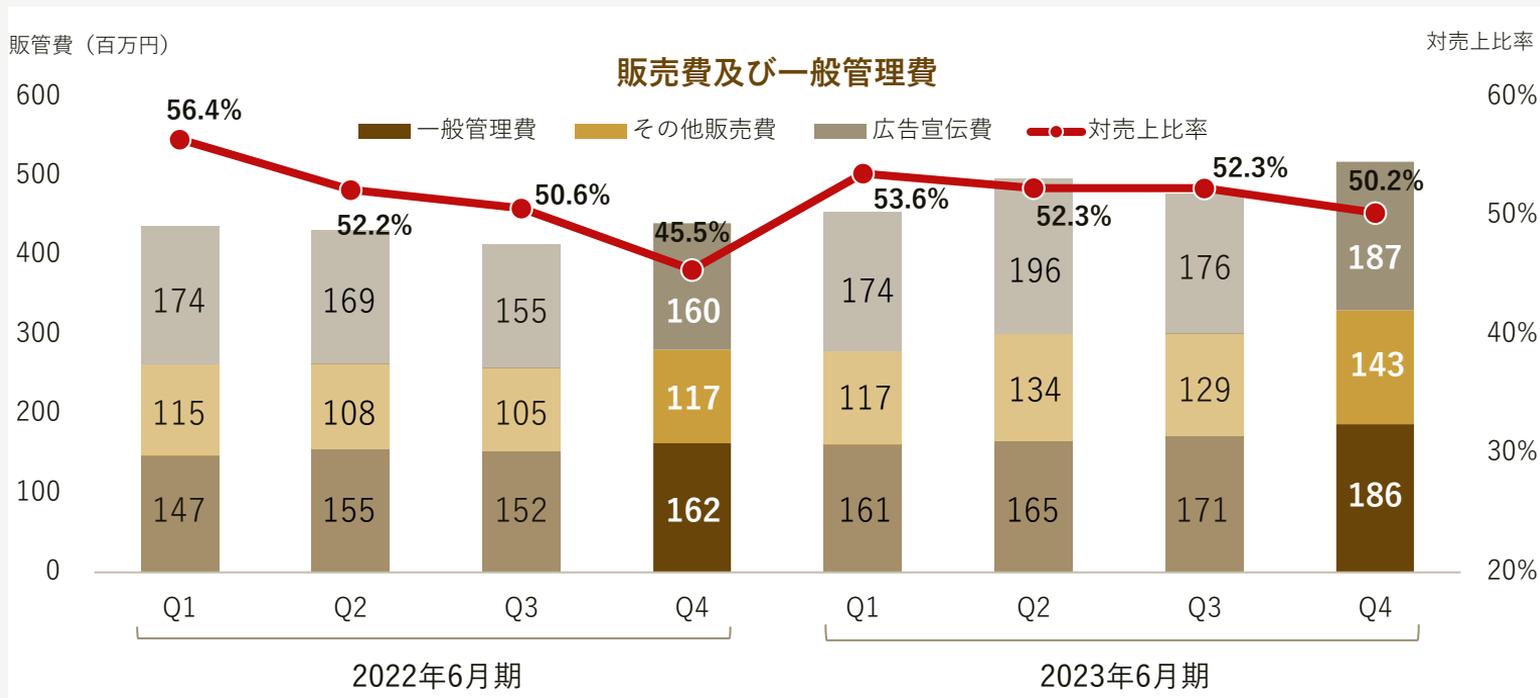
月額会員数の推移には季節性が存在。

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

当第4四半期では「Disney FASHION CLOSET」の立ち上げに係る費用の増加、会員獲得単価の上昇等に伴い、対売上比率は前年同期比で増加。



※ 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。

2023年6月期通期 結果要旨

- 2023年6月期通期計画を着実に達成。（2023年5月見直し公表）
- 月額会員数の増加に伴い、通期での売上高が継続的に成長。
- 事業構造の重要指標である限界利益についても、継続的に成長。

業績概要 通期業績 対前年同期比

2023年5月15日公表の通期計画通り。

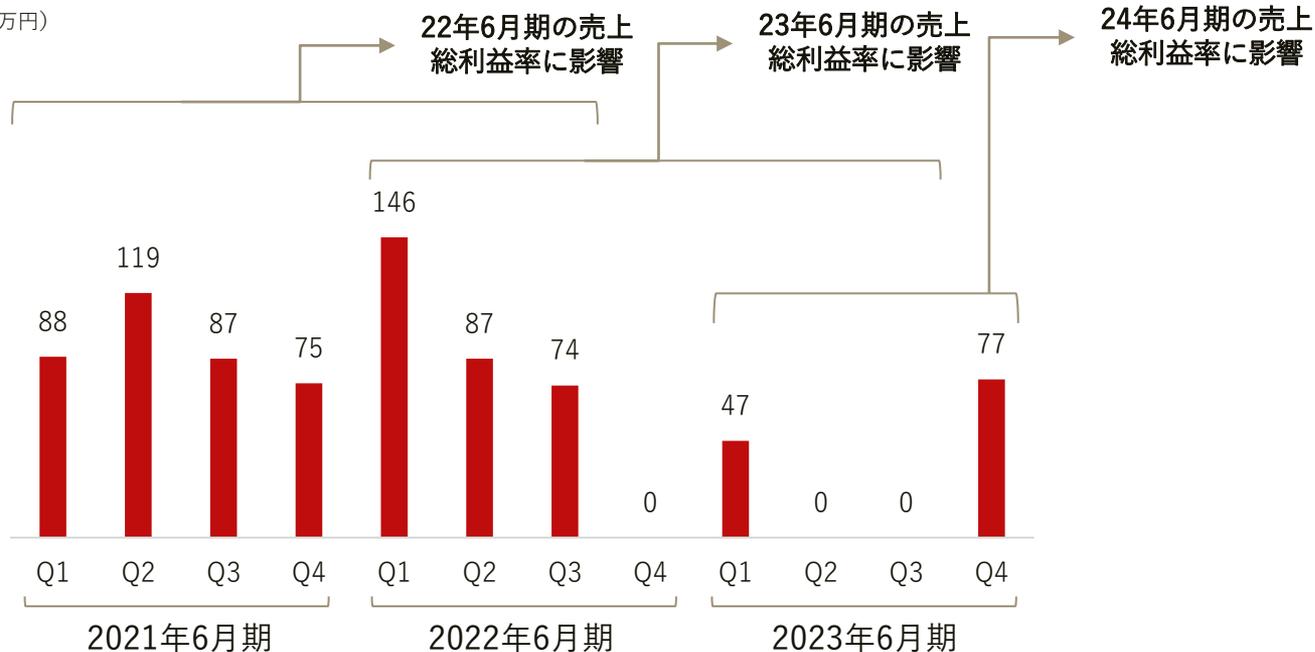
主に月額会員数の増加に伴い、売上、限界利益は前年同期比増加。

単位（百万円）	2022/6期	2023/6期	増減率	2023/6期 業績予想	達成率	2023/6期について
売上	3,390	3,740	+10.3%	3,732	100.2%	主に会員数の増加に伴い 前期比増加 。
売上総利益	1,672	1,757	+5.1%	-	-	売上総利益率の低下要因についてはP23参照。
売上総利益率	49.3%	47.0%				
販売費及び一般管理費	1,724	1,945	+12.9%	-	-	会員獲得数の増加、会員獲得単価の上昇により広告宣伝費が増加。 その他、人件費の増加に加え、円安の影響等により 前期比で増加 。
（内 広告宣伝費）	659	734	+11.4%	-	-	
営業損失	△51	△188	-	△218	-	
営業利益率	-	-				
経常損失	△67	△229	-	△262	-	
当期純損失	△378	△354	-	△374	-	耐用年数の変更、キャッシュフローの改善等に伴い、 減損損失が前期308百万円から、当期125百万円と減少 。
期末会員数（人）	32,204	33,363	+3.6%	33,000	101.1%	
限界利益	1,884	2,016	+7.0%	-	-	
EBITDA	297	225	△24.1%	-	-	上述の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。

【補足】減損損失の推移および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。

(単位：百万円)

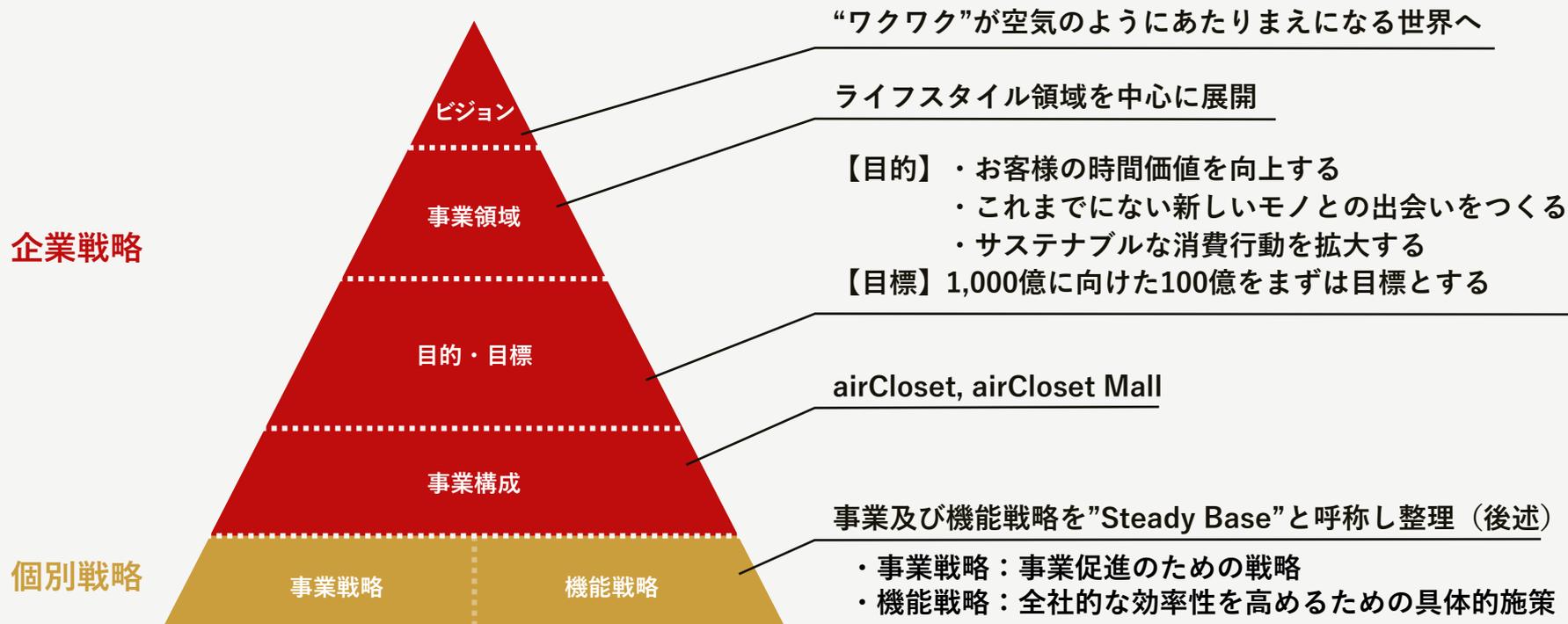


※ 2022年6月期第2四半期以前の数値は監査およびレビューを受けておりません。

3. 今後の成長方針と2024年6月期業績予想

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の確に管理。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。



基本成長方針

前期から継続し、既存のレディース領域の事業を中心にセグメント展開及びプラットフォーム展開により成長する方針を基本方針とする。



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。構想段階だった23年6月期に対し、24年6月期以降は「Disney FASHION CLOSET」など具体的な活用を展開する。

サブスクリプション(ストック型)

都度課金(フロー型)

to B 向け

メンズ等
他セグメント



Disney
FASHION
CLOSET

都度課金型
サービス

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

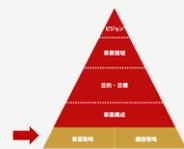
個品管理(RFID)

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



1,000億に向けた100億事業への戦略

より拡大する事業に対し、100億円の事業を土台と捉え、ビジネスモデルの確立と共に実現していく。そのための戦略“Steady Base（盤石な土台）”を公表。



Steady Base（盤石な土台）

1.利益を生む仕組みの構築

事業の収益性を高め、成長につながる投資を実行する仕組みを構築する施策群

2.顧客基盤の拡大

既存の対象顧客だけでなく、将来的な成長に向けた顧客基盤を拡大する施策群

3.事業拡大に向けた基盤強化

ノウハウの集約やAI・データの活用を含め、成長を支え加速する基盤を構築する施策群



Steady Baseの具体的な施策群と注力時期

短期のトップライン成長率ではなく、中長期的な成長に向けた利益を生む仕組みの強化を優先。

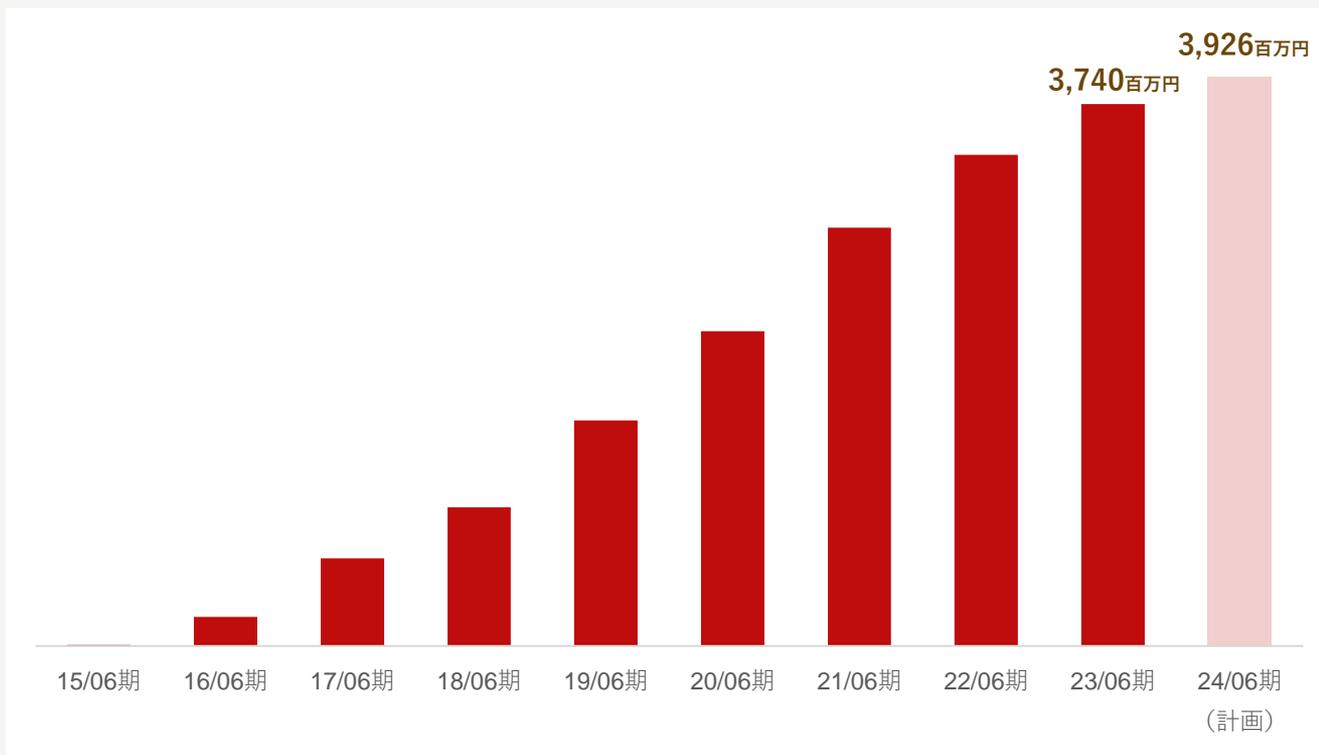


2024年6月期 経営方針

- 創業来9期連続の安定的な成長を維持
- 短期の大きなトップラインの成長率よりも、中長期的な成長に向けた事業基盤の構築を優先し、airCloset事業の営業黒字化を実現
- 今後の多面的な成長のためのairCloset Mall事業の拡大及び「Disney FASHION CLOSET」の立ち上げを実施

売上高の推移

創業来、安定した売上成長を維持。



2024年6月期 業績予想

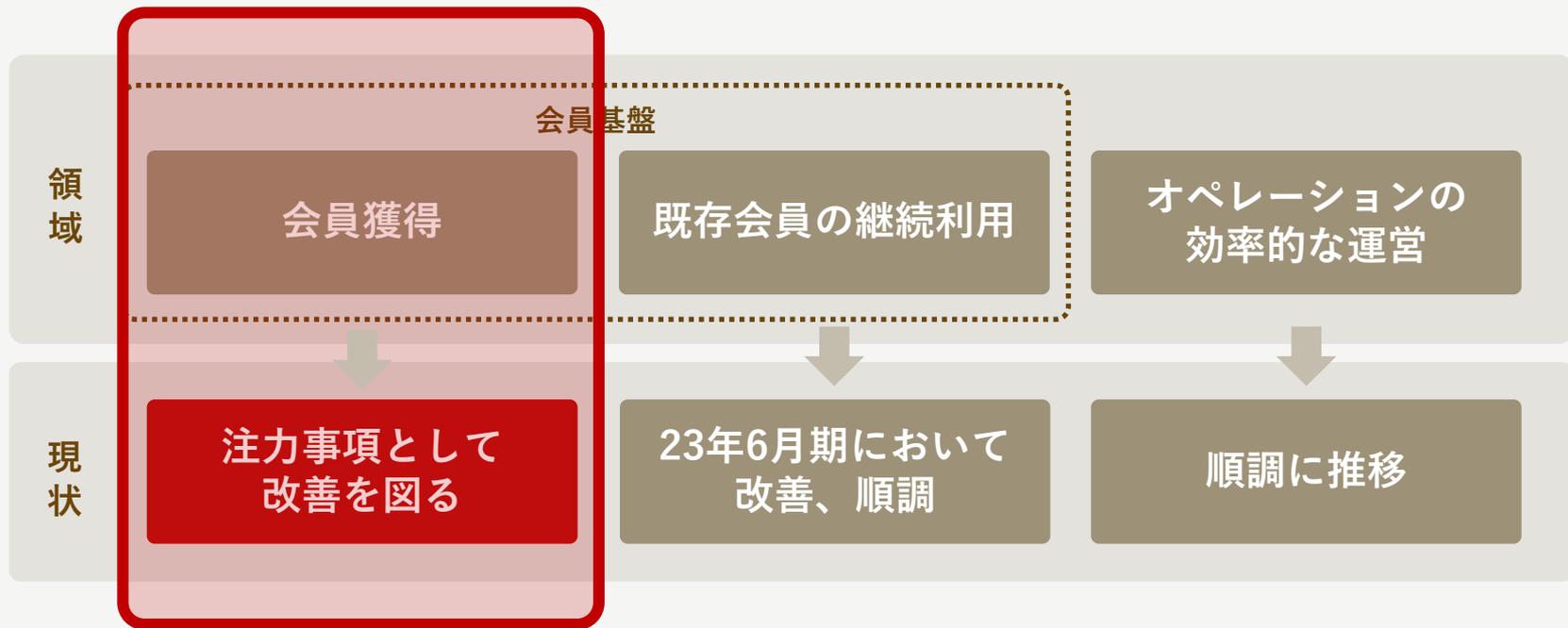
安定的な成長は維持しつつも、将来の成長加速に向けた会員獲得効率の改善を優先。
airCloset事業の営業損益黒字化、当期純損失の大幅縮小を見込む。

単位(百万円)		2023/6期	2024/6期	増減	2024/6期について
		(実)	(予)		
売上		3,740	3,926	+186	会員数増加に伴う増加を計画するものの、 会員獲得効率の改善を優先 。 「Disney FASHION CLOSET」の売上は統合を行ったairCloset Fitting事業と同水準を見込んでおり、売上成長への寄与は25年6月期からの想定。
	YoY	+10.3%	+5.0%		
営業利益		△188	△97	+90	会員獲得効率の改善に注力することにより、 airCloset事業では黒字化を見込む 。 airCloset Mall及びDisney FASHION CLOSETにおいては先行投資を実施予定。
	YoY	-	-		
	営業利益率	-	-		
経常利益		△229	△117	+111	
	YoY	-	-		
当期純利益		△354	△119	+234	キャッシュフローの改善に加え、実態により近いキャッシュフロー回収額の算定を行うことにより、 24年6月期においては減損損失が発生しない見込み 。
	YoY	-	-		
期末会員数 (人)		33,363	34,546	+1,183	
限界利益		2,016	2,134	+118	

airCloset事業における重要領域と現状

これまで徹底的なPDCAにより、オペレーション効率、既存会員の継続利用における改善を実現。24年6月期は会員獲得効率を注力事項として改善を図る。

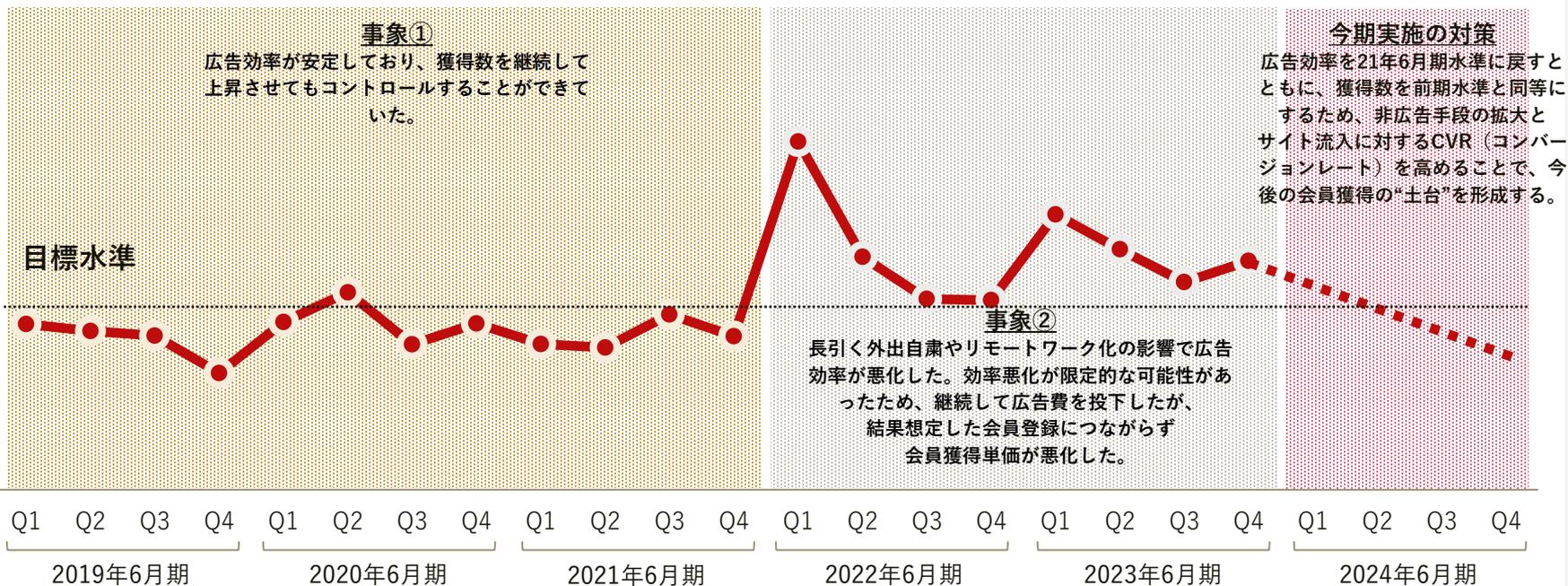




会員獲得効率改善の実施

22年6月期、23年6月期にCVRの低下等により悪化した会員獲得効率の改善を最優先事項として注力。会員獲得単価の削減を早期に図り、中長期的な成長の基盤を構築する。

会員獲得単価の推移



会員獲得の効率改善にむけた対応

これまで他領域の改善を図ってきたように、PDCAを高速で回し続けることで、早期の改善を図る。

獲得効率を変化させる構成要素

	自然流入等の非広告	Web広告
期待数量	少ない	多い
コントロール	難しい	容易
時間軸	改善効果等が現れるまでに 時間が一定必要	広告を絞る等によりすぐに費用は 抑えられるが、本質的改善はCVR向上

今期実施の対策

成長土台の形成

具体例

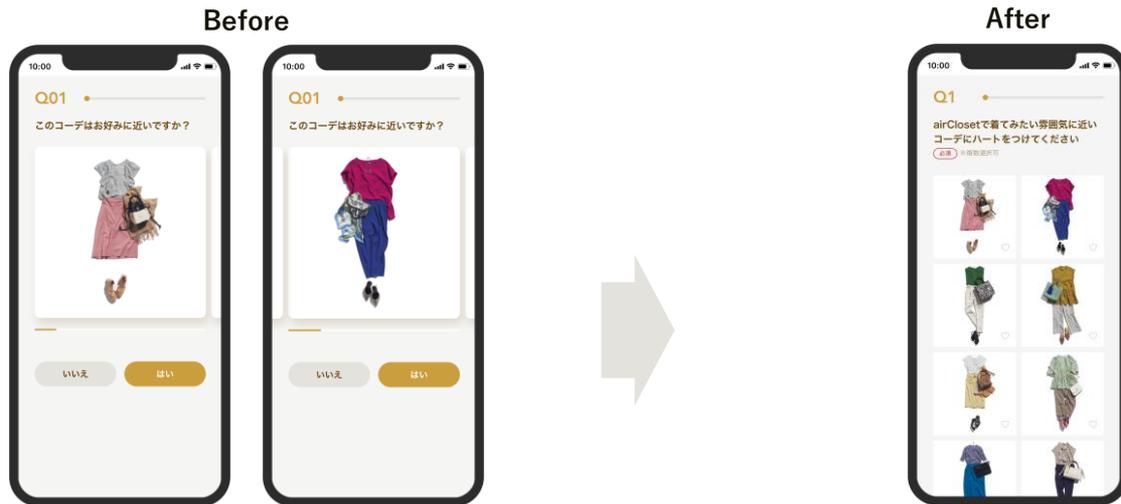
非広告領域の比率を高めることで
全体獲得効率が上がるため、
非広告領域への改善活動を実施。

コロナ禍に行えなかった他社様との
コラボレーション施策等の実施

今後広告の量を高めた際にも、
継続的に効率が良い状態を作り上げるため、
徹底的なデータ分析により、
サイトのCVR（コンバージョンレート）を高め、
本質的な獲得効率の向上を図る。

一部例を次ページ以降に記載

【Web広告】 23年6月期4Q以降の改善例②



20枚を1枚ずつ確認する形

一覧形式にすることで、遷移数を1/20へ

SNS広告経由のお客様のCVRが改善

こうした改善施策を継続的に実施



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のチューニングを実施。

23年6月期においては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が改善。引き続き改善を図る。

初回継続率の四半期毎推移

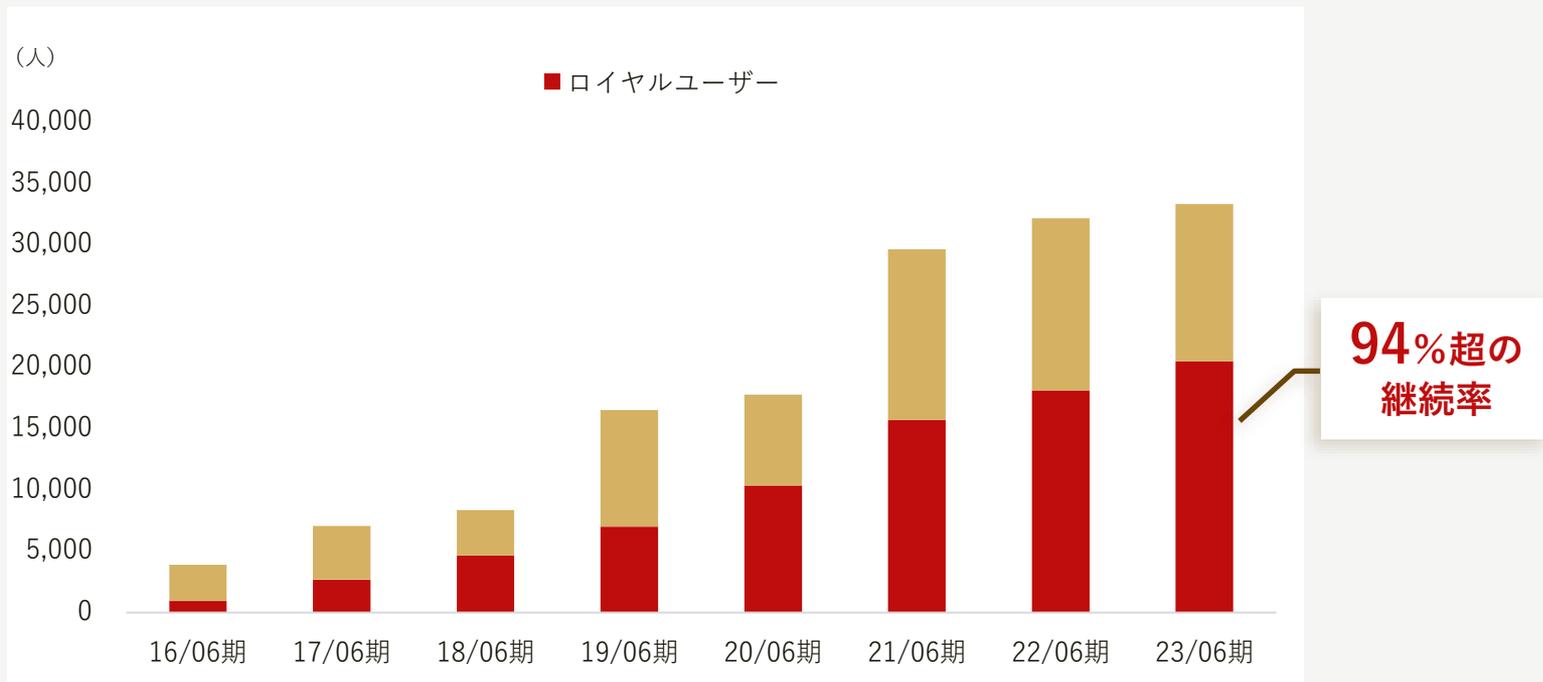


【改善事例】

- 取得情報の適正化
- まとめ払い対象プランの拡充
- 解約申請画面改修
- 初月のお客様への架電によるフォロー
- お客様カルテの整理強化
- …etc

ロイヤルユーザー継続率の堅調な推移

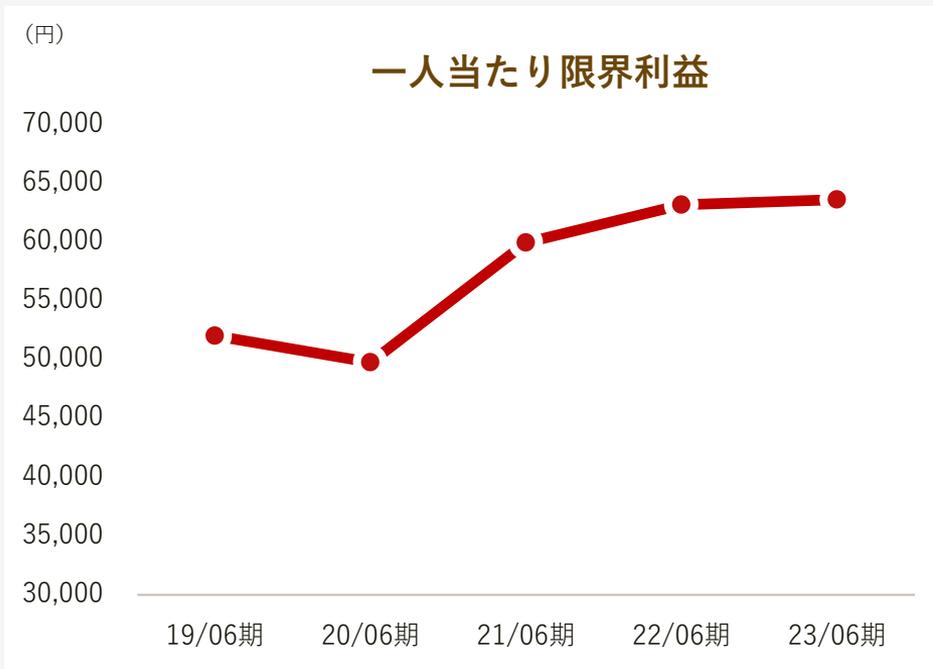
利用期間6ヶ月超利用者の月次継続率は継続して**94%超**。
安定した成長の基盤を構築。





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も過年度における徹底的なPDCAによる改善以降、順調に推移。24年6月期においても同水準を見込む。



【改善事例】

- RFIDタグによる管理
- 自社倉庫管理システムの開発
- レンタル専用のクリーニング手法の確立
- 倉庫内リペア体制の確立
- クリーニング工場の集約化
- …etc

事業領域の拡大による成長の加速

プラットフォーム活用の具体策として、24年6月期に「Disney FASHION CLOSET」を実施することで、将来的な事業拡大に向けた一歩となる。



プラットフォーム活用 Disney FASHION CLOSET



プラットフォーム活用 Disney FASHION CLOSET

概要

2023年秋開始

ディズニーアイテムのコーディネートセットのレンタル
(サブスクではなく、都度利用)

第1弾は20代女性をメインターゲット
今後カップルコーデやファミリーコーデの展開も視野に

事業戦略上の狙い

- 将来的な売上、利益の増加
- 「レンタル」のオケージョン利用による文化浸透
- 年齢層、セグメントの拡大による将来サブスク顧客の拡大及び相互送客の実現

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

airClosetの組織構造による強み

改善は再現性のあるPDCAサイクルを高速で回すことで実現。
ノウハウが集約され、共有される組織構造により改善を継続する。

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

ノウハウの集約
データ活用

データサイエンス
アセット戦略室

PSG

SCMG

MKG

CCG

システム開発
プロダクトグループ

- ・ MD
- ・ 仕入
- ・ スタイリング

- ・ 物流企画
- ・ 倉庫オペレーション
- ・ クリーニング
- ・ メンテナンス
- ・ 配送/返送

- ・ マーケティング
- ・ ナーチャリング
(顧客育成)
- ・ CRM

- ・ CS
- ・ PR

デザイン
プロダクトグループ

ガバナンス
経営管理グループ

※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

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回以上実施済み)

-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.

21年4月

21年11月

22年5月

22年11月

23年5月

4. トピックス

| 2023年6月期プレスリリース一覧

- 『airCloset』 と「フジテレビ・めざまし8」のコラボ企画が決定！ 永島アナ・堤アナ・竹俣アナがコンセプトを監修、女性アナが心躍るコーデを数量限定でお届け
- RFIDを活用した独自の**物流システムに関する特許を取得**
- エアークローゼットが住友商事と業務提携、長期的なサーキュラーエコノミーの推進を図る
- エアークローゼットが文化服装学院・東京モード学園・戸板女子短期大学と産学連携し、パーソナルスタイリングのインターンシップを実施
- 『airCloset』 が「日本サービス大賞 内閣総理大臣賞」を受賞、**創業10年未満のスタートアップで初の総理大臣賞受賞**
- 大好評につき第二弾決定！ 『airCloset』 とフジテレビのコラボ企画がスタート「突然ですが占ってもいいですか？」×ファッションの新感覚パーソナライズ体験が楽しめる

2023年6月期プレスリリース一覧

- 生駒市とエアークローゼットが公民連携、サステナビリティ教育の取り組みを公立小学校にて実施
- 「タイパ（タイムパフォーマンス）意識」と“ファッション消費”をテーマにした、働く女性の意識調査を実施
- 『airCloset』が女性活躍を推進するサービスとして、「HAPPY WOMAN AWARD 2023 for SDGs 女性応援ブランド賞」を受賞
- **環境省実証事業による、ファッションレンタルサービスの脱炭素・資源循環効果を公開**
- **生成系AIを含む最新の研究成果を「airCloset Data Science Collection」にて公開**
- 『airCloset』が月額料金まとめ払いの全プラン適用、過去アイテムの色違い購入機能を追加
- 柴咲コウさんがプロデュースする『MES VACANCES』とのコラボ企画で、『airCloset』のデータを活用し、限定アイテムを共同で企画・開発

5. その他

継続的なAI・データ活用

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	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		

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

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）

IRについて

上場後1年を経過し、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。今期については具体施策として下記を継続実施。

- 出来高の向上が注力事項
個人投資家様向けの説明会を積極的に開催する
- 各種説明会や投資家様との1on1MTGにおいて、代表の天沼が直接積極的にコミュニケーションを実施
- 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

6. Appendix

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

Lite
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

Regular
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

Lite Plus
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)

損益計算書 推移

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

貸借対照表 推移

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

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
営業活動によるキャッシュ・フロー	62	353	156	479
内) 減価償却費	344	187	348	413
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
内) 有形固定資産の取得による支出	△782	△794	△817	△877
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,190	454	1,223	540
現金及び現金同等物の増減額	459	10	350	112
現金及び現金同等物の期末残高	778	789	1,139	1,251

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	リスクへの対応策
<h3>洋服の仕入価格の上昇について</h3> <p>原材料価格の上昇や円安の進行など様々な要因により、当社が仕入れを行っているアパレル商品の仕入コストの上昇等が発生した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	短期	お客様一人当たりに必要な洋服の量の最適化、仕入商品の見直しにより対応を行います。 また、上記で対応が困難な規模の仕入価格コストの上昇が起きた場合はサービス価格への反映を検討してまいります。
<h3>物流コストの上昇について</h3> <p>当社は物流業務を外部の専門業者に委託しておりますが、原油価格や為替レートの変動により燃料費が高騰した場合や、物流業界における2024年問題の影響等により人件費が高騰した場合に物流コストが上昇し、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	短期	複数の専門業者様と取引を行うことや、より効率的な仕組みの構築を行うことで対応してまいります。2024年問題については前述に加え、定期的に物流業者様とコミュニケーションを実施し、物流コストへの影響を確認したうえで、事業への影響の最小化を図るよう対応してまいります。

※ 上記以外のリスクにつきましては、有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	リスクへの対応策
<h3>月額会員数について</h3> <p>当社事業において重要なKPIに定めている月額会員数について、不測の事態が生じた場合に新規会員獲得が計画通りに実現できない可能性があります。また、計画以上に既存会員の減少が発生した場合、当社の経営成績及び財政状態等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中期	すべてのリスクの発生可能性を未然に防ぐ合理的な手立てはないものと考えておりますが、かかる事象が生じた場合にも、適切な経営判断ができるよう常に社内外の情報収集を行っていくとともに、社内外の各組織・関連機関との関係を維持・向上できるよう努めてまいります。
<h3>競合優位性について</h3> <p>関連市場の拡大に伴い、各ブランド自身によるパーソナルスタイリング・ファッションレンタル事業の展開、競合他社による新たな付加価値サービスの提供等がなされる可能性があります。</p>	中	中期	当社はインターネット通信販売事業者として、単なるアパレル商品のレンタル・販売を行うだけでなく、サイトの利便性を高め、また各ブランドと良好な関係を保ちつつ、ユーザーにパーソナルスタイリングを提供することによって、競合優位性を有していると考えております。また、当社独自に開発したファッションレンタル物流の構築や所属スタイリストの数的優位性など、参入障壁は高いものと考えております。

※ 上記以外のリスクにつきましては、有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	リスクへの対応策
情報セキュリティ及び個人情報等の漏洩について 当事業においては、個人情報や機密情報が含まれているデータ等を取り扱っております。万が一、こうしたデータの情報漏洩、改ざん、または不正使用等が生じた場合、もしくは何らかの要因からこれらの問題が発生した場合には、顧客への損害賠償やサービスに対する信頼性の低下などにより、当社の経営成績及び財政状態等に影響を及ぼすことがある重要なリスクと認識しておりますが、顕在化する可能性は高くないと認識しております。	中	短期	当社会員等の個人情報については、クレジットカード情報を保持しない等のシステム設計上の配慮は当然ながら、個人情報に関する社内でのアクセス権限の設定や、外部データセンターでの厳重な情報管理等、管理面及び物理的側面からもその取扱いに注意を払っております。また、社内での個人情報保護に関する教育啓蒙を行っており、個人情報保護について重要性の認識の醸成を行っております。なお、万一の場合に備え、サイバー保険を付保しております。
固定資産（主にレンタル用資産）の減損について 当社では、固定資産の減損に係る会計基準に従い、定期的に保有資産の将来キャッシュ・フロー等を算定し、減損損失の認識・測定を行っております。経営環境の著しい変化や収益状況の悪化等により、対象となる資産に減損損失を計上する必要性が生じた場合、当社の業績等に影響を及ぼす可能性があります。	中	中期	「月額会員数について」に記載の対応策を講じるとともに、レンタル用資産が生み出すキャッシュ・フローの最大化に向け、新規会員獲得に向けた施策及び既存会員の減少を低減させる取り組みを行ってまいります。

※ 上記以外のリスクにつきましては、有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	リスクへの対応策
<p>システムトラブルについて</p> <p>当社はユーザーとの接点についてインターネットサイトやスマートフォンアプリを主たる方法として採用しており、事業の安定的な運用のためのシステム強化及びセキュリティ対策を行っております。しかしながら、地震、火災等の自然災害、事故、停電など予期せぬ事象の発生によって、当社設備又は通信ネットワークに障害が発生した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。また、当社のサービスは外部クラウドサーバAmazon Web Service社が提供するサービス（以下、「AWS」という。）を利用して提供しており、AWSの安定的な稼働が当社の事業運営上、重要な事項となっております。</p> <p>これまでのところ、当社においてAWSに起因する重大なサービスの停止やトラブル等は起こっておりませんが、システムエラーや人為的な破壊行為、自然災害等の当社の想定していない事象の発生によりAWSが停止した場合には、顧客への損害の発生やサービスに対する信頼性の低下などにより、当社の経営成績及び財務状況等に影響を及ぼす可能性があります。</p>	低	短期	<p>当社では、AWSが継続的に稼働しているかを随時モニタリングしており、障害の発生またはその予兆を検知した場合には、当社の役職員に連絡が入り、早急に復旧するための体制を整備しております。AWSはFISC安全対策基準（注）を満たす安全性を備えております。</p> <p>（注）FISCとは、金融庁が金融機関のシステム管理体制を検査する際に使用する基準のことを指します。</p>

※ 上記以外のリスクにつきましては、有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。

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。