

airCloset

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社エアークローゼット

| 目次

1. airClosetについて
2. 競争優位
3. 市場規模と成長余地
4. 成長戦略及び事業計画
5. 人的資本とサステナビリティ
6. リスク情報
7. 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

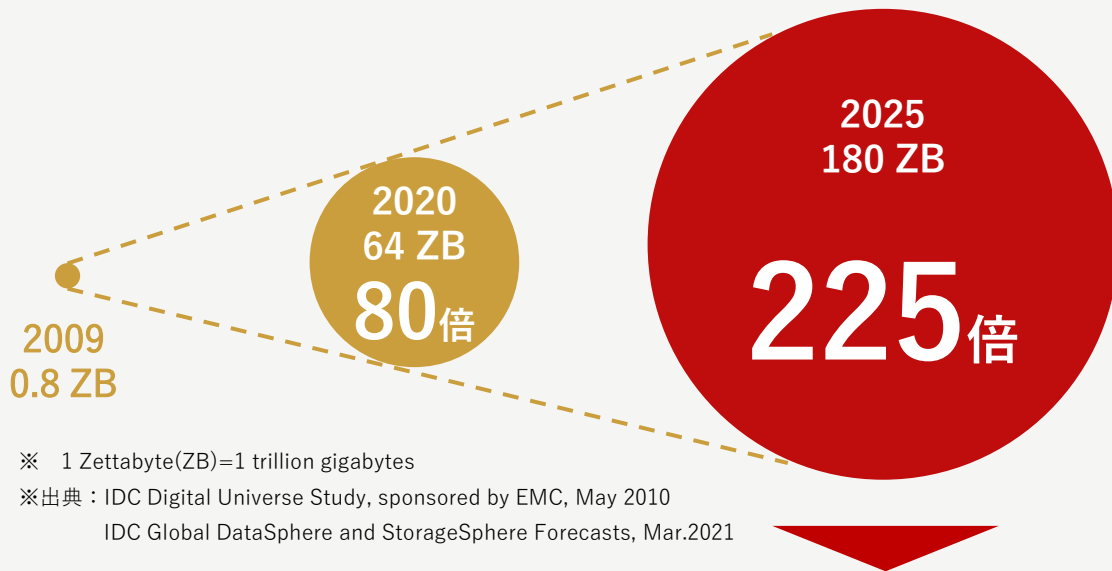
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

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

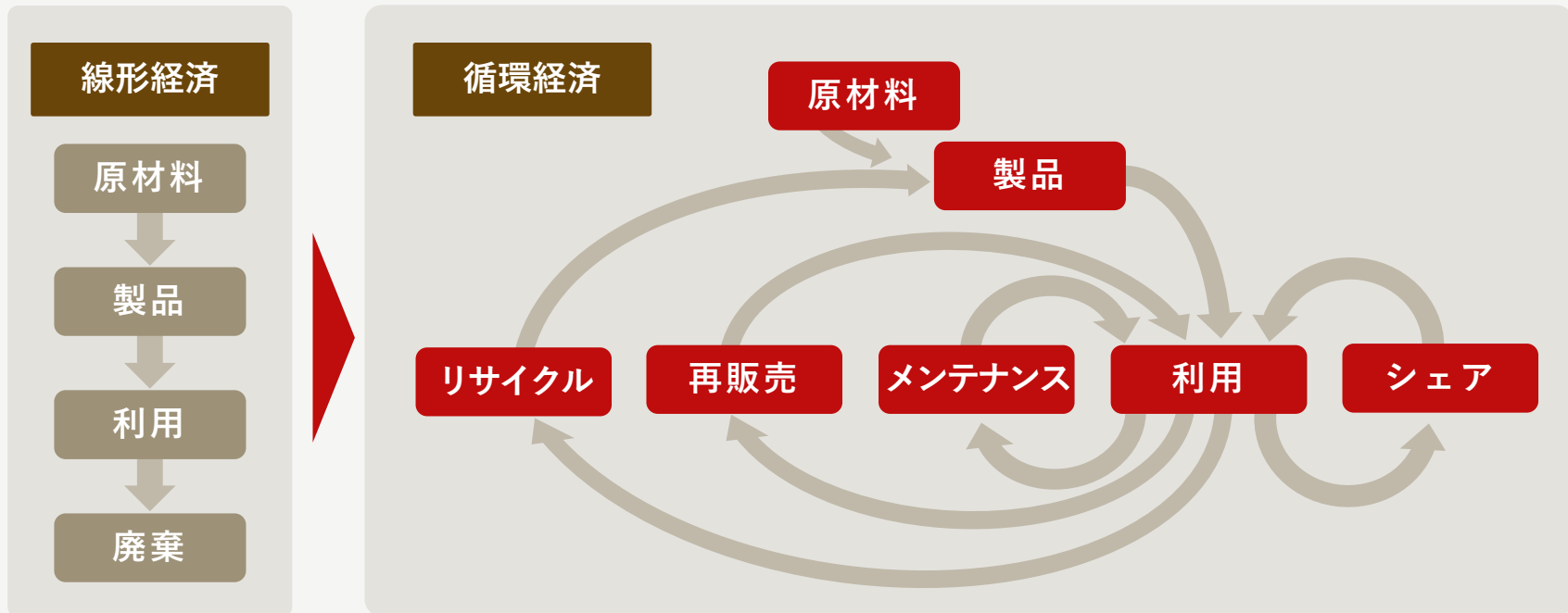
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

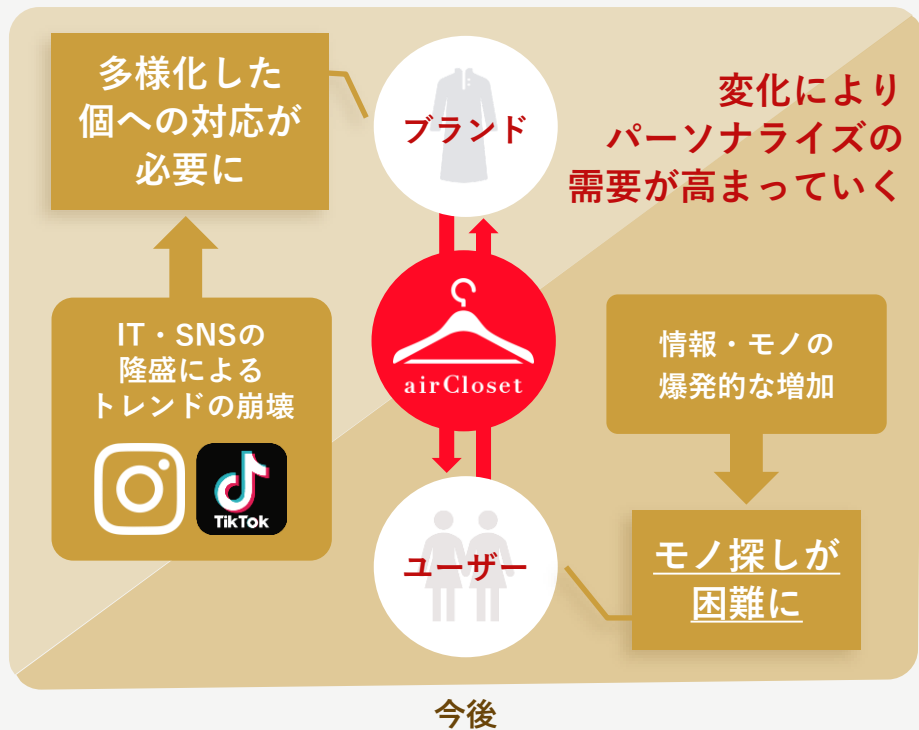
社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

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。**

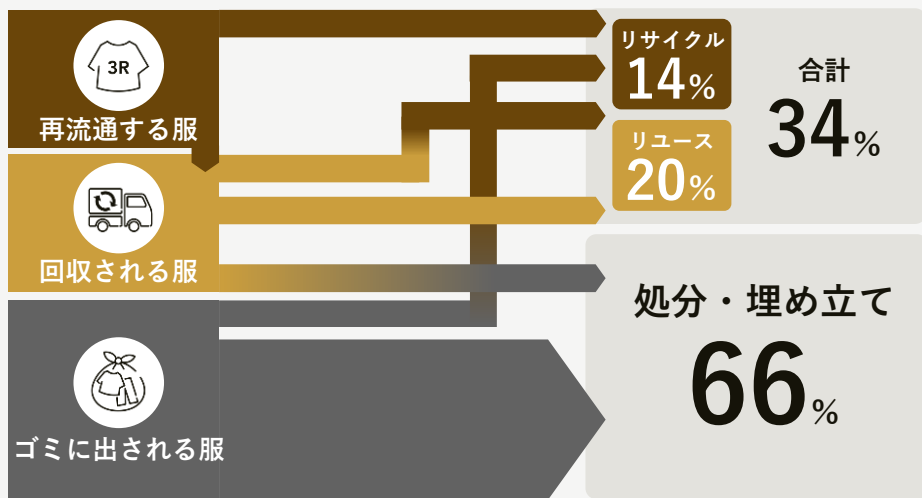


ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

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

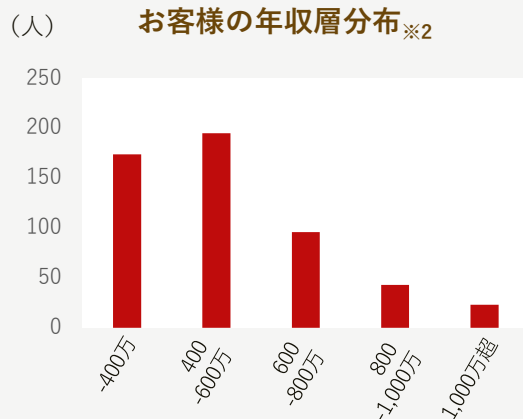
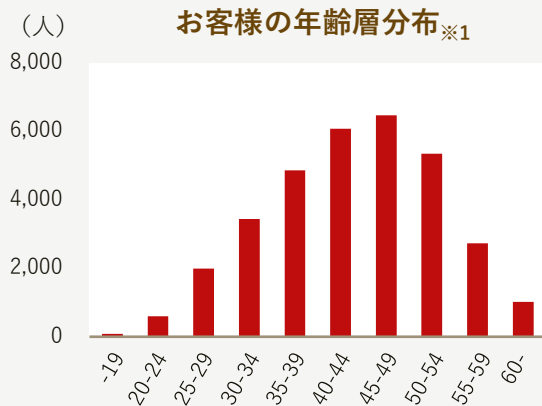
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

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

94.0%※1

お子様がいるお客様

55.8%※3

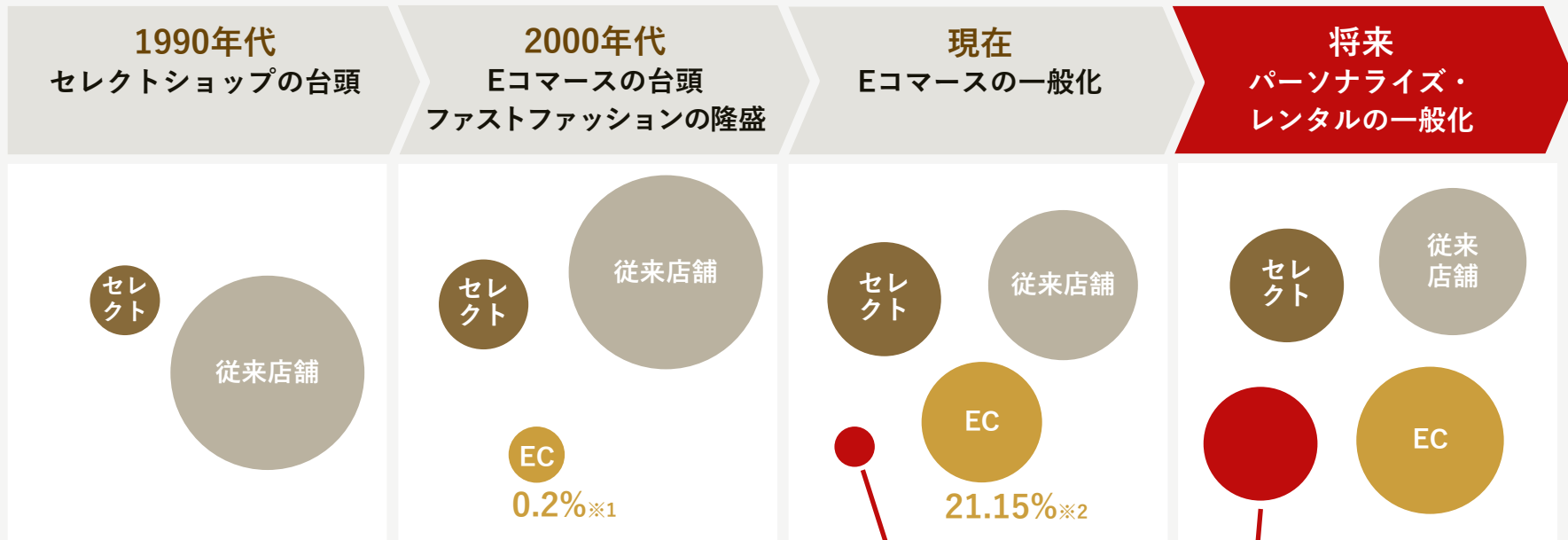
※1 2023年6月時点お客様登録データより集計

※3 2022年4月実施のお客様アンケートより集計

※2 2021年10月実施のお客様アンケートより集計（従来の世帯年収分布の開示から個人年収へと変更）

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。



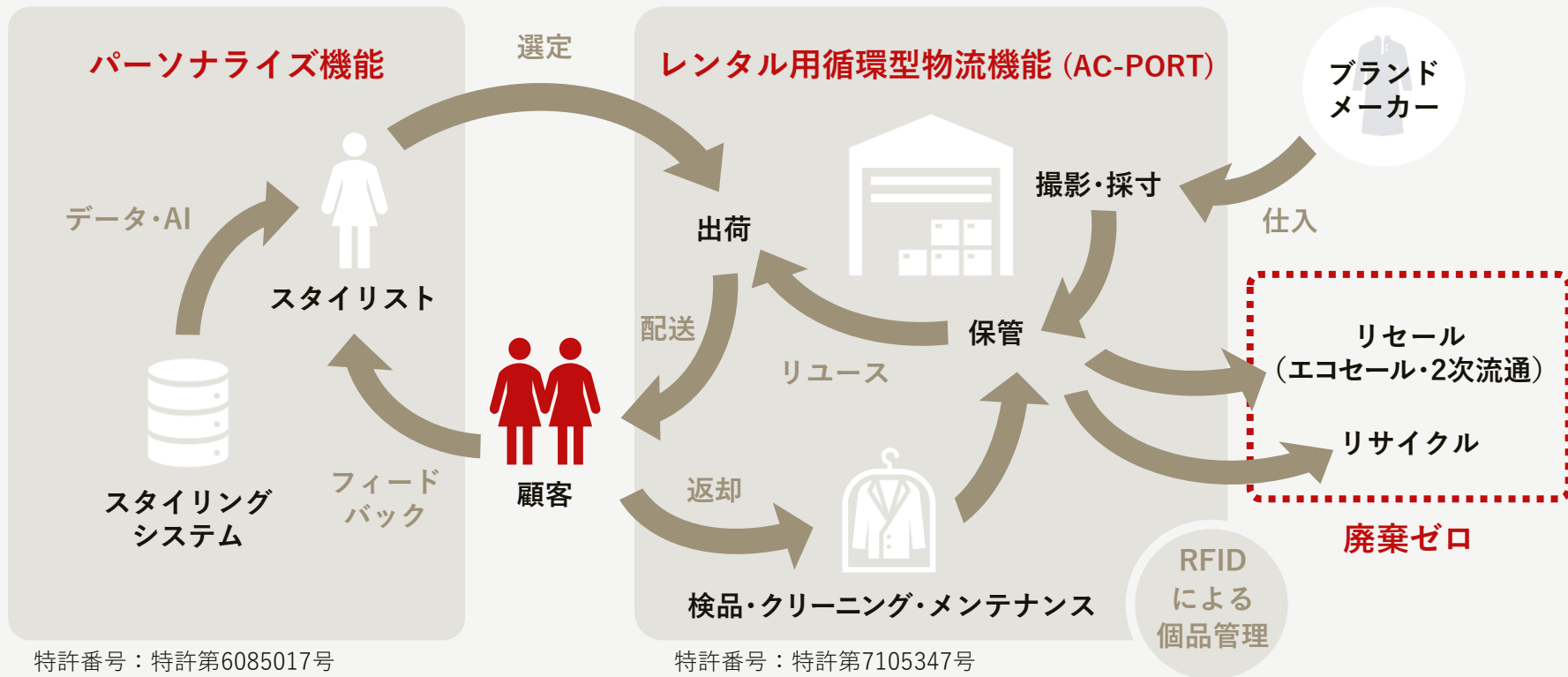
※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※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。

ノウハウの集約
データ活用

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

収益構造

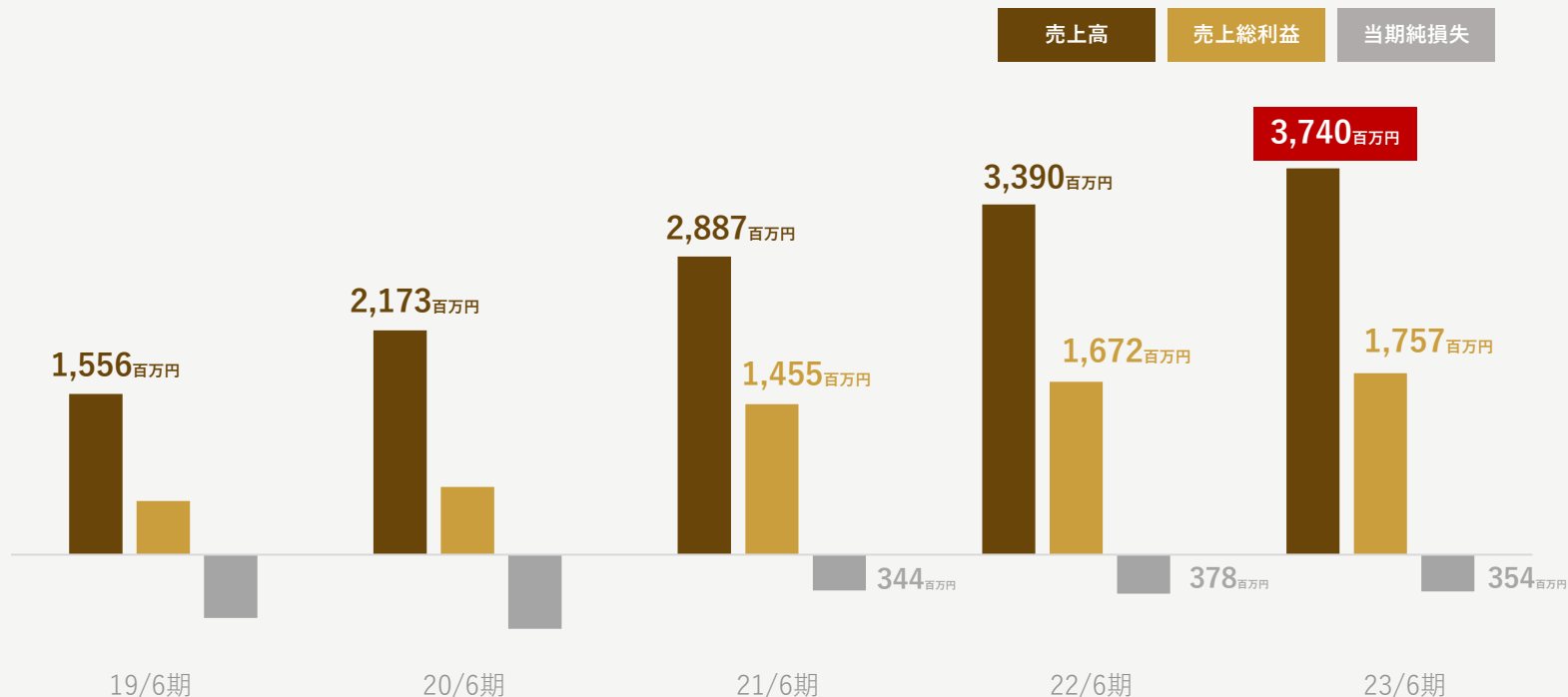
安定して発生するairCloset事業の月額会費および販売による売上が約85%※1を占める構造。
会員数の拡大、限界利益の最大化にまずは注力し、企業価値の向上を図る。



※1 2023年6月期

エアークローゼットの業績推移

月額会員数増加により、売上高が継続的に成長。広告宣伝費への投資、洋服の購入及びそれに伴う減価償却費・減損損失の発生により赤字を計上。
今後、売上成長及び会員獲得効率の改善により黒字化を図る。



2. 競争優位

競争優位

以下の3つの強みにより競争優位を確立。

1

独自に構築を行った

**循環型
プラットフォーム**

2

今後の広がりを見据えた

強固な顧客基盤

3

再現性のある改善を実現する

IT・データ活用

競争優位

1

独自に構築を行った

**循環型
プラットフォーム**

2

今後の広がりを見据えた

強固な顧客基盤

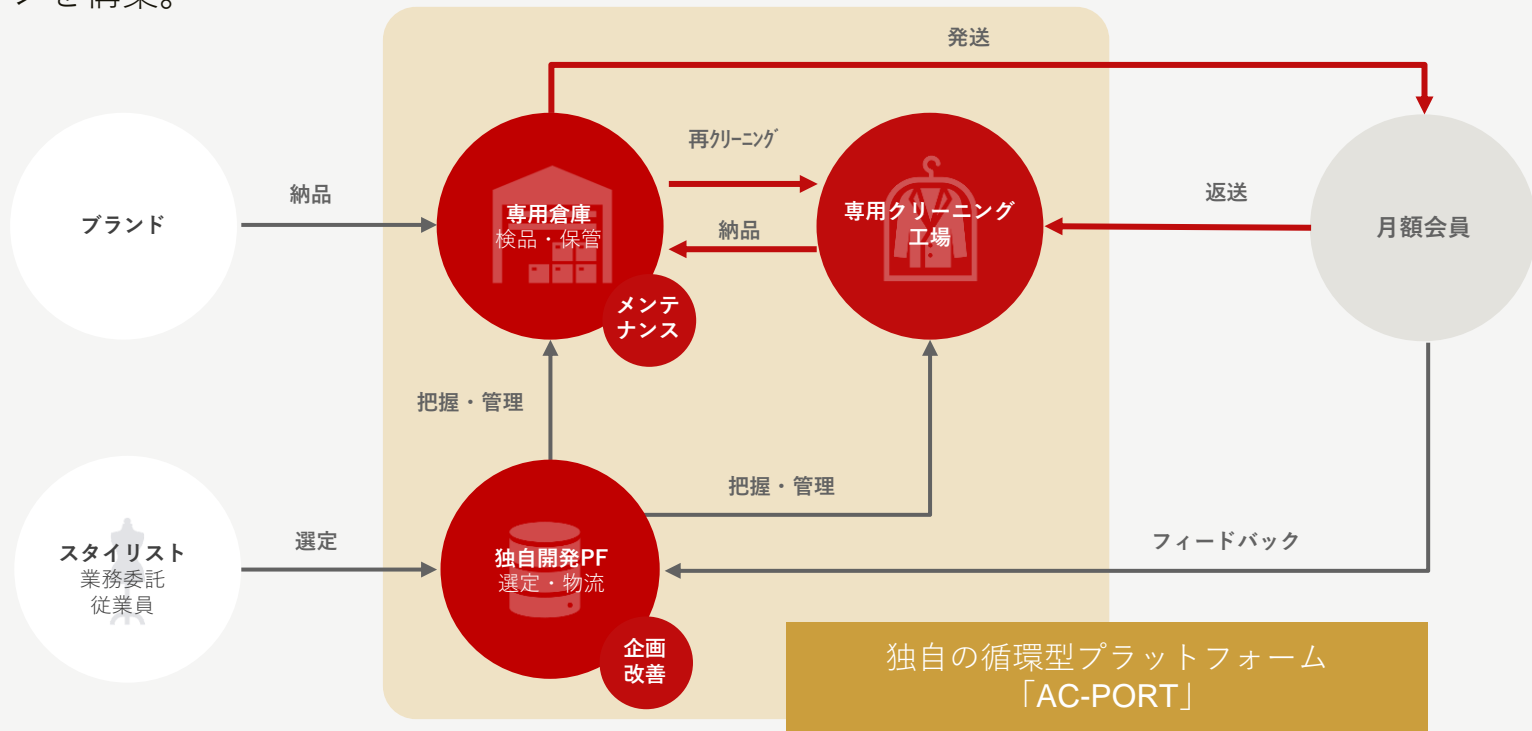
3

再現性のある改善を実現する

IT・データ活用

独自の循環型プラットフォームを構築

循環型プラットフォームを構築するため、**創業時から社内に物流専門チームを設置し**、協力会社と共に専用物流倉庫/専用クリーニング工場による独自システムや独自オペレーションを構築。



収益力の源泉「AC-PORT」を改善運用

創業以来、実現困難と言われたファッションレンタル事業の収益化のため、「個品管理が可能なWMS」などを含む独自開発した循環型の物流プラットフォーム「AC-PORT」を改善。オペレーションも徹底して効率化を継続。

洗濯可能なRFIDで個品管理が可能な独自のWMS(※1)



洗濯可能なRFID(※2)タグ全品導入

返却を前提とした独自システム
(他社への横展開にも対応可能な設計)
※特許取得済み

専用クリーニングメンテナンス手法



体臭をケアできるレンタル専用の手法を開発
(通常のクリーニングでは服の所有者本人に服を返却することを前提としているため、臭い対策技術が少ない)

徹底したOP改善で返却から最短1日で再利用可能に



返却を前提としたオペレーション

協力会社と二人三脚でのオペレーション改善を継続

※1 Warehouse management system

※2 Radio frequency identificationの略で、電波の送受信により非接触でICタグのデータを読み書きする自動認識技術

「AC-PORT」のアップデート履歴

一貫して**弊社の物流専門チームが主導**し、物流関連機能のアップデートを実施。将来的には、プラットフォームとして他社への展開も可能。また、フェーズ5では分散している機能の集約により、輸送コストの低減などを企図。

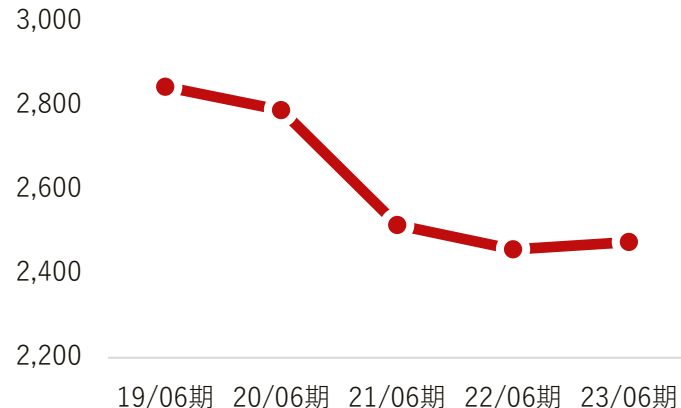


オペレーションコストの改善

継続的なオペレーションの効率化を推進し、1配送当たりのオペレーションコストの削減に成功。限界利益の増加に大きく寄与。

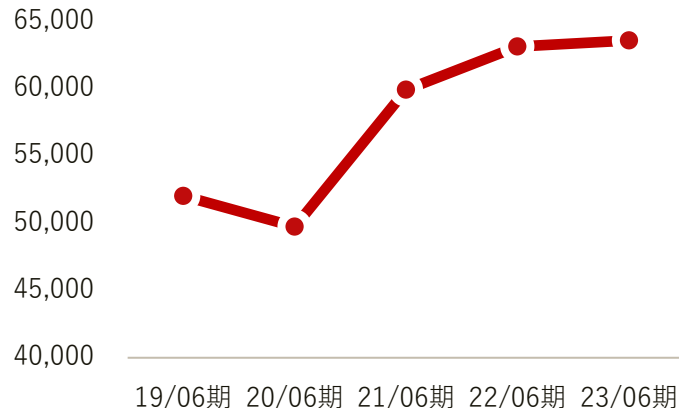
1配送当たりのオペレーションコスト※1の推移

(単位：円)



月額会員一人当たり限界利益※2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

※2 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）した金額を限界利益とし、平均会員数で除すことで算出（年度数値）

競争優位

1

独自に構築を行った

**循環型
プラットフォーム**

2

今後の広がりを見据えた

強固な顧客基盤

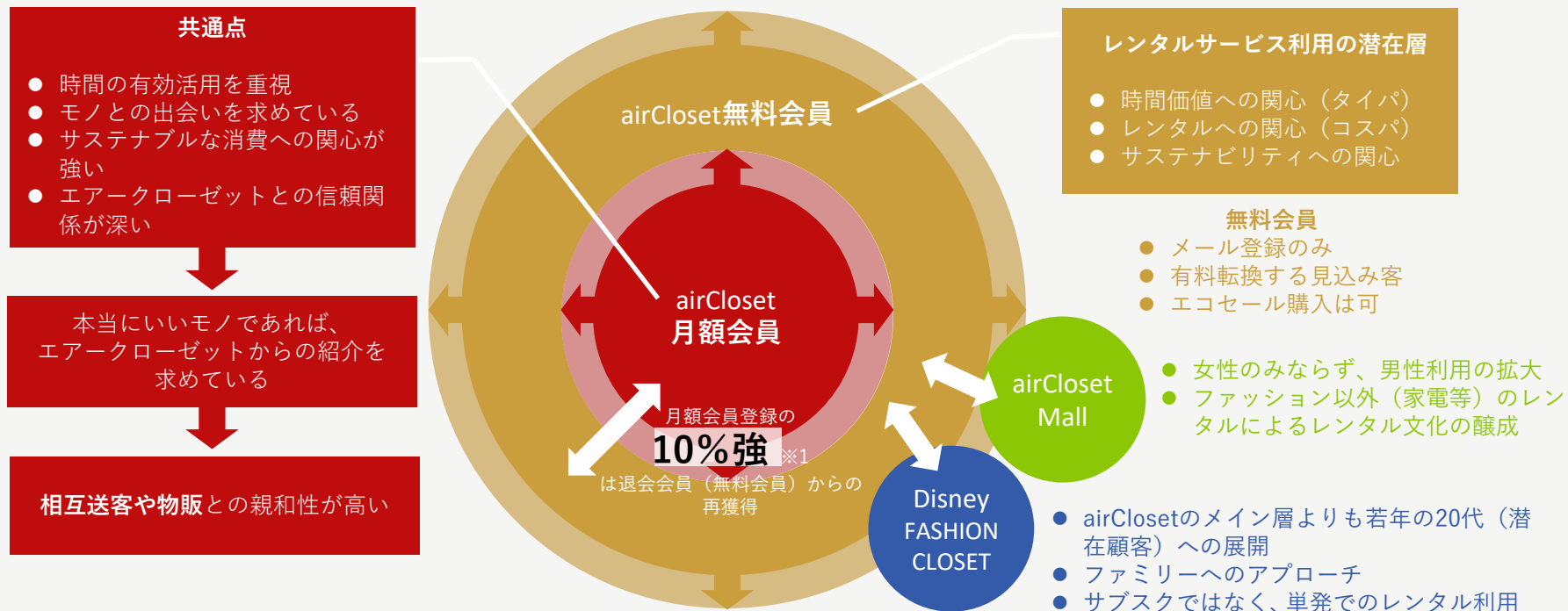
3

再現性のある改善を実現する

IT・データ活用

独自の特性を持った顧客基盤と会員戦略

ファッションの要素に加え、「タイパ」「コスパ」「サステナブル」への関心が強い方が中心となった顧客層。サブスク型の月額会員のみならず、airClosetの潜在層としての無料会員、airCloset Mall、Disney FASHION CLOSETにより将来的な広がり の基盤も構築。

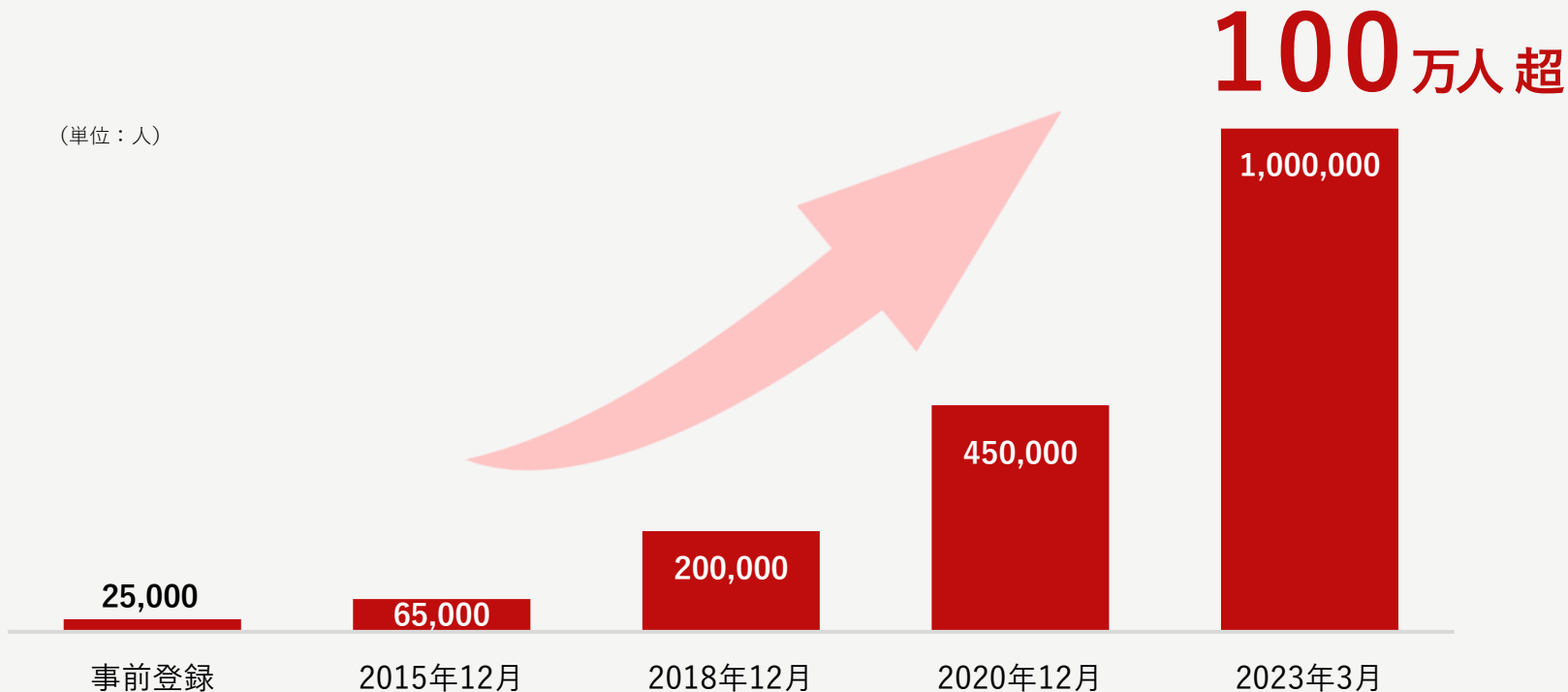


※1 2023年6月期

airCloset会員数の推移

サービス開始以降、会員基盤を順調に拡大。

(単位：人)



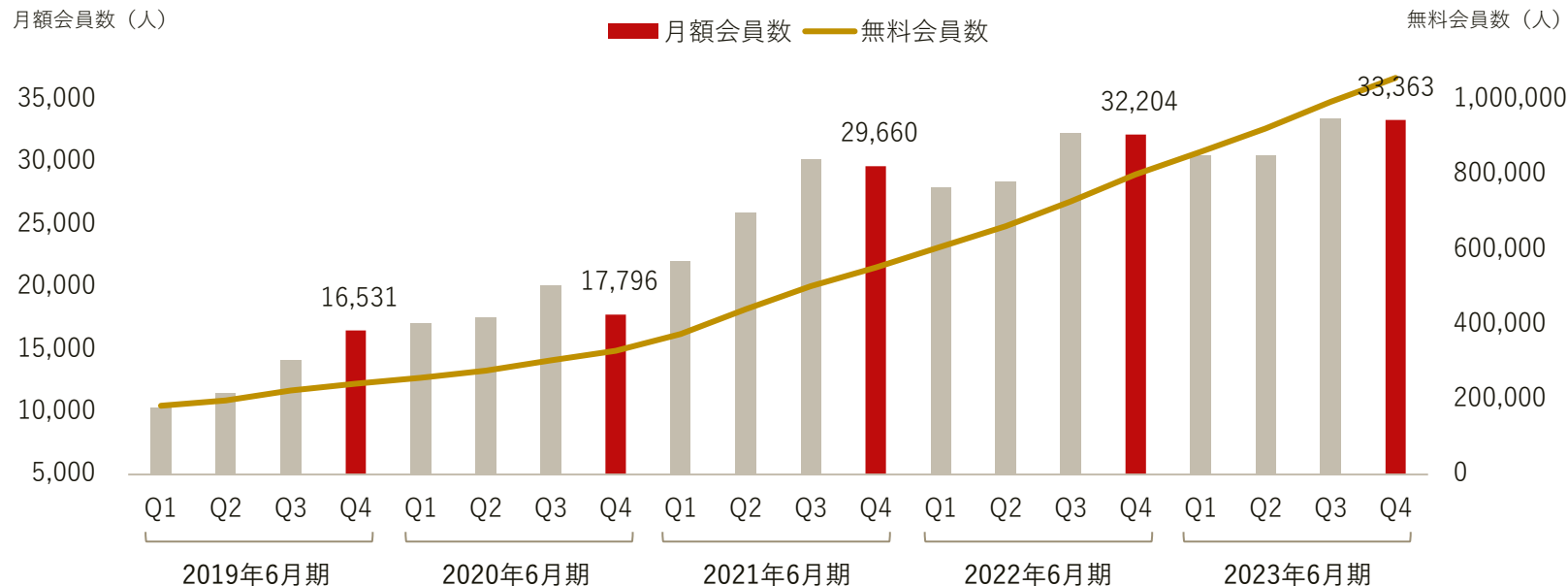
※会員数：無料会員数+月額会員数の合計値

無料会員数・月額会員数の推移

2023年6月末で無料会員100万人超、月額会員3万3千人と、着実に成長。

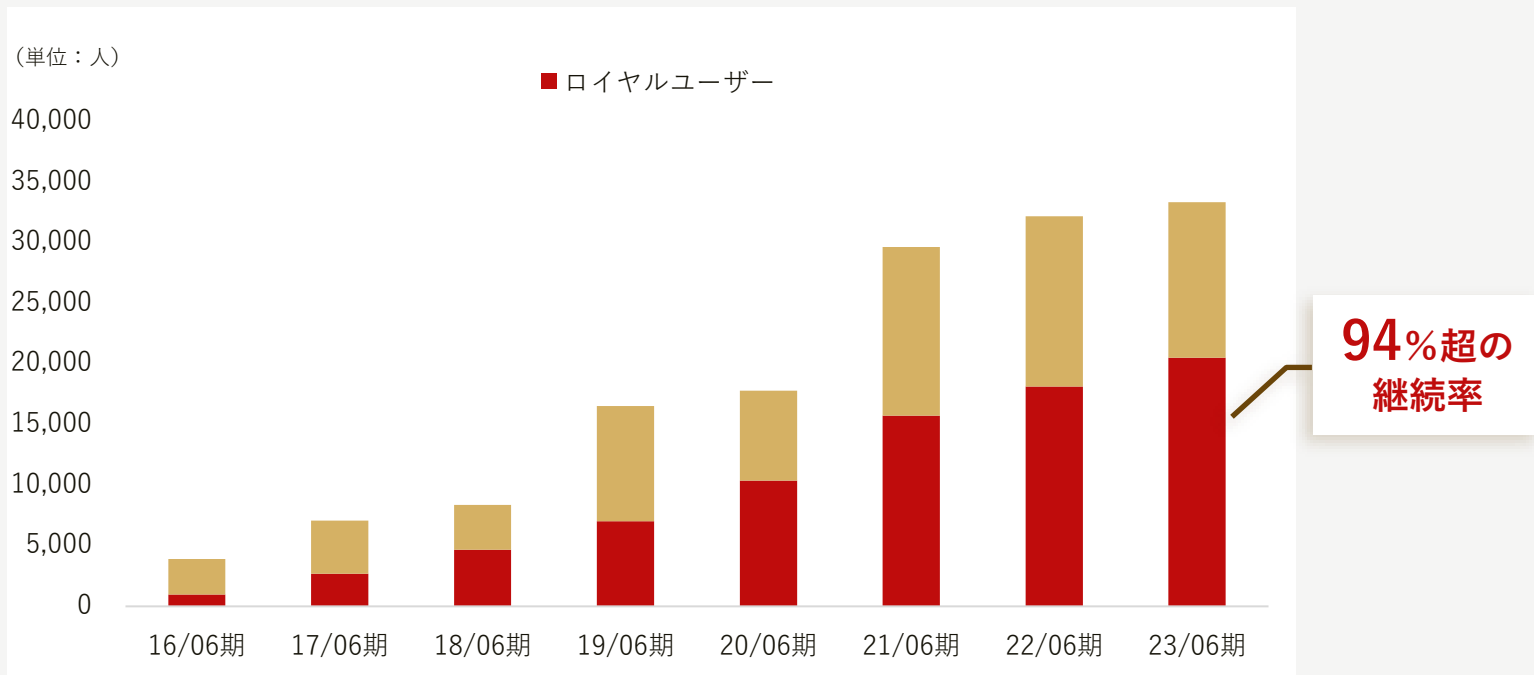
月額会員数の推移には季節性が存在。

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。



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（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。



競争優位

1

独自に構築を行った

**循環型
プラットフォーム**

2

今後の広がりを見据えた

強固な顧客基盤

3

再現性のある改善を実現する

IT・データ活用

IT・データドリブンな組織体制

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。システム構築等を内製化することで、高速な対応を実現。

経営陣のバックグラウンド

ITへの知見が深い
経営陣

システム構築体制

正社員の約25%がエンジニア
システム構築を内製化



データ活用

社長直下組織に
データサイエンスチームを配置

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

アナログ中心だったファッション業界において、IT・データ活用は大きな可能性を秘めている。エアークローゼットでは、システムの内製化によりノウハウの集約・機能改善のスピードを高めると共にデータを自社にて保有することで、人工知能を含む幅の広いIT・データ活用を実現している。

経営陣によるITへの知見を活かした事業・組織運営

経営陣のIT領域における知見を活かし、IT・データ活用のための適切なシステム設計を実現。

エンジニア経験を持つ経営陣によるIT活用



代表取締役社長兼CEO
天沼 聡

出身

アビームコンサルティング

— ロンドン大学にてコンピューター情報を専攻 (Computer Information Systems)
アビームコンサルティングにおいてIT・戦略コンサルタントを約10年経験



取締役副社長
前川 祐介

出身

アビームコンサルティング

— ITコンサルタントとして多数のプロジェクトに従事



取締役
小谷 翔一

出身

アビームコンサルティング

事業構築期におけるポイント

データは的確に蓄積されてはじめて活用可能なため、サービス構想時から、データベースの設計にもこだわり、データが適切に蓄積され活用できる体制を構築。

事業運用期におけるポイント

経営サイドが密接に関わることでデータ価値の最大化につながるため、データサイエンスのチームを社長直属の組織下に配置し、事業におけるデータ活用を推進。効率化・仕組み化においてもITを中心とした運営を実施。

自社開発システムを中心とした特許の取得

パーソナルスタイリング×レンタルという新しいサービスを提供するためのシステムは内製化。当該システムを中心としたオペレーションを構築し、2つの特許を取得。



スタイリング提供システム

お客様の登録情報に基づいて
オンライン上で
スタイリングを行う
システムを自社で開発

特許番号：特許第6085017号（※1）

RFIDを活用した 物流システムに関する特許

自社で独自に構築した
循環型物流を
適切に管理できる
WMS(倉庫管理システム)
およびRFIDを活用

特許番号：特許第7105347号（※2）



※1 ユーザーの選択情報等をシステム上に登録し、その情報に基づきスタイリストが同システム上に登録されている服飾品から推薦を行うことを実現するスタイリング提供システム

※2 ファッションレンタルサービスにおいて、アイテムの状態管理を行えるWMSを構築し、効率化に洗濯可能なRFIDタグを活用しているシステム

エアークローゼットが保有するデータの価値

サービスを運営する中で、他にない多量のデータを収集。
相互に関係しあうデータの分析・解析を行い、サービス改善、コラボレーションに活用。

各洋服には一般的なサイズや採寸情報に加え、パーソナルスタイリングに必要な特徴を100種類以上のタグデータから付与し管理

300人以上の登録スタイリストによるコーディネートおよびスタイリングコメントデータを保有

お届けしたアイテム/コーディネートに対する定量評価(レーティング)および定性評価(コメント)データを保有

アイテムデータ
100万件over

スタイリングデータ
40万件/年

フィードバックデータ
120万件/年

ブランドデータ

スタイリストデータ

顧客データ

各データを組み合わせることにより、トレンドや必要在庫の把握などの**自社のサービス改善**に向けたデータだけでなく、アイテム生産など**他社とのコラボレーション**においても活用が可能な**無数のバリエーション**が考えられる

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	生成系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		

3. 市場規模と成長余地

高い潜在成長余地

新たな消費行動により市場を塗り替えていくことで成長を図る。

TAM

ファッション市場（2021）※2

7兆6,105億円

SAM

airClosetの対象ユーザー人口 9,676千人

（25-49歳までの女性人口×対象年齢の就業率77.4% ※3

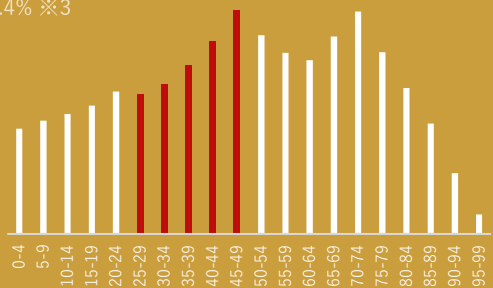
×世帯年収400万以上の割合 66.0% ※4）

× airCloset/ARPU(23/6) ※5 104千円

1兆65億円

エアークローゼット売上
(23/6期)

37億円



日本の女性人口（※1）

未開拓領域
(メンズなど)

+

airCloset Mall等
ファッション市場
以外の領域

※1：総務省人口統計より当社作成（2021/01/01時点）

※2：矢野経済研究所 「2022 アパレル産業白書」

※3：内閣府「男女共同参画白書令和三年版」

※4：政府統計の総合窓口（e-Stat）「家計消費状況調査 平成29年改定（2015年1月～）総世帯」、2020より計算、

※5：2023/6月期におけるairCloset事業売上/期末会員数でARPUを試算

競合および海外事例

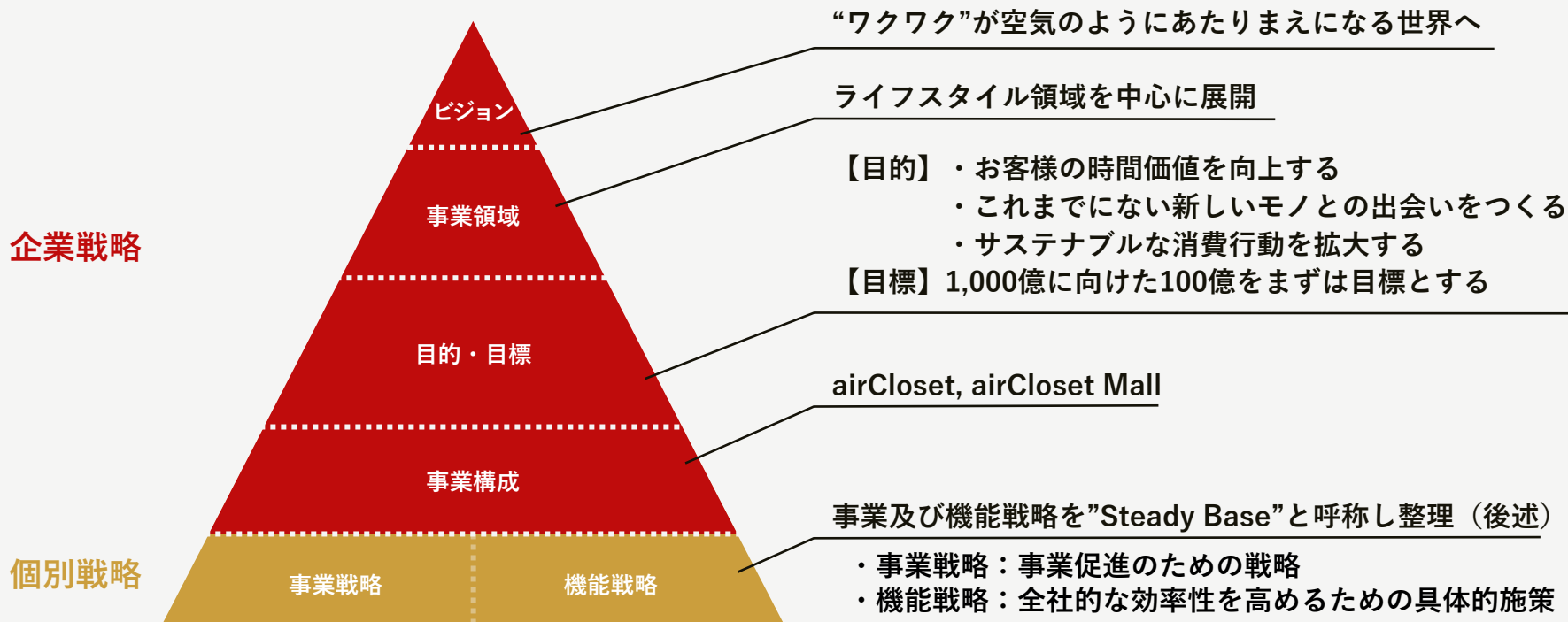
競合および海外事例は以下の通り。前述の競争優位にて差別化を図る。

サービス名	airCloset	A社	B社	C社	D社	海外A社	海外B社
料金 (税込)	7,800~13,800円/月 3~5着/回	3,278~10,780円/月 1~5着/回	8,360~10,120円/月 4着/回	8,800~22,880円/月 3~6着/回	5,500~22,000円/月 1~5着/回	\$20/回 (レンタルではなく試着)	\$94~235/月 4~16点/月
ターゲット ユーザー	女性	男女	女性	女性	女性	男女	男女
貸出 アイテム	カジュアル服	カジュアル (服、バッグ等)	カジュアル服	ドレス カジュアル服	ドレス カジュアル (服、バッグ等)	服 アクセサリ	ドレス カジュアル服
誰が選ぶか	スタイリスト	ユーザー	事前選定	スタイリスト	ユーザー	スタイリスト	ユーザー
サービス 開始時期	2015年2月~	2015年9月~	2016年1月~	2015年12月~	2021年3月~	2011年~	2009年~

4. 成長戦略及び事業計画

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

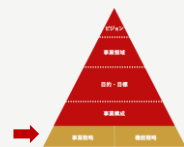
個品管理(RFID)

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

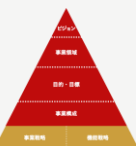
事業の収益性を高め、成長につながる投資を実行する仕組みを構築する施策群

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

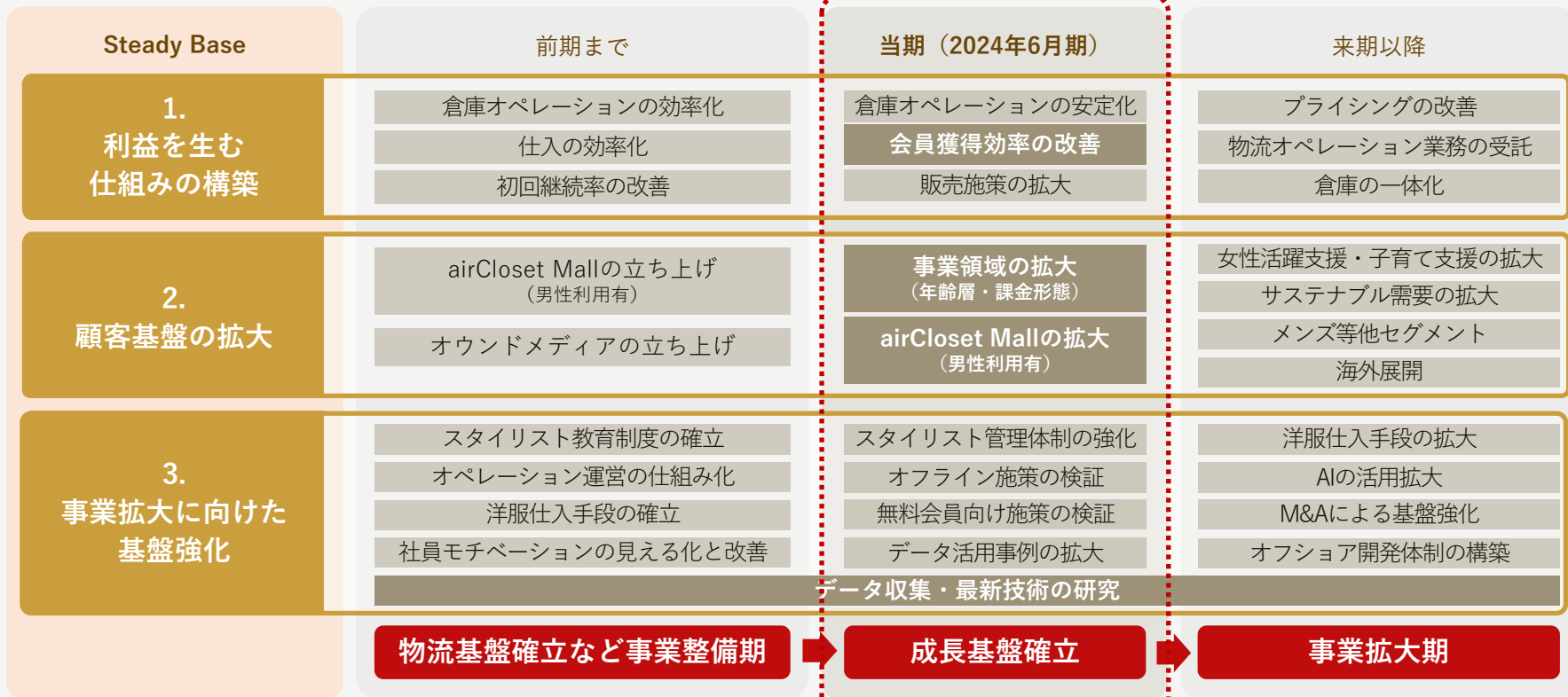
3.事業拡大に向けた基盤強化

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。



事業領域の拡大 Disney FASHION CLOSET



事業領域の拡大 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

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。

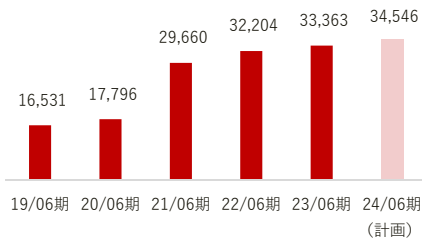
単位(百万円)		2023/6期	2024/6期	増減	2024/6期について
		(実)	(予)		
売上		3,740	3,926	+186	会員数増加に伴う増加を計画するものの、 会員獲得効率の改善を優先 。 「Disney FASHION CLOSET」の売上は統合を行ったairCloset Fitting事業と同水準を見込んでおり、売上成長への寄与は25年6月期からの想定。
	YoY	+10.3%	+5.0%		
営業利益		△188	△97	+90	会員獲得効率の改善に注力することにより、 airCloset事業では黒字化を見込む 。 airCloset Mall及びDisney FASHION 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	

重要経営指標の推移および計画値

売上拡大の源泉となる月額会員数、事業の収益性をはかる指標としての一人当たり限界利益については引き続き重要経営指標として管理。24年6月期は、会員数は増加させつつ、会員獲得効率の改善を優先。一人当たり限界利益は過年度の改善以降の順調な推移を維持し、同水準を見込む。

① 月額会員数

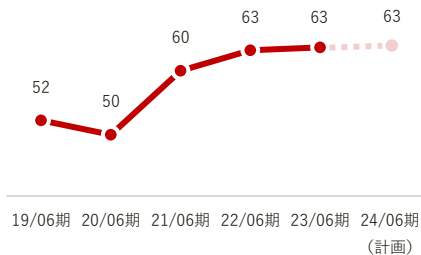
(単位：人)



×

② 月額会員一人当たり限界利益※1

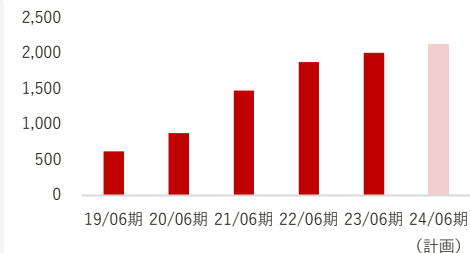
(単位：千円)



=

③ 限界利益

(単位：百万円)



2023年6月期の主な実施施策

- 継続率の改善
 - 取得情報の適正化
 - まとめ払い対象プランの拡充
- 新規会員獲得
 - 地域を絞ったTVCMによる認知度向上
 - デジタル広告の強化、ブランドセレクトオプションによるタッチポイントの強化、インフルエンサーマーケティングの強化などの継続実施

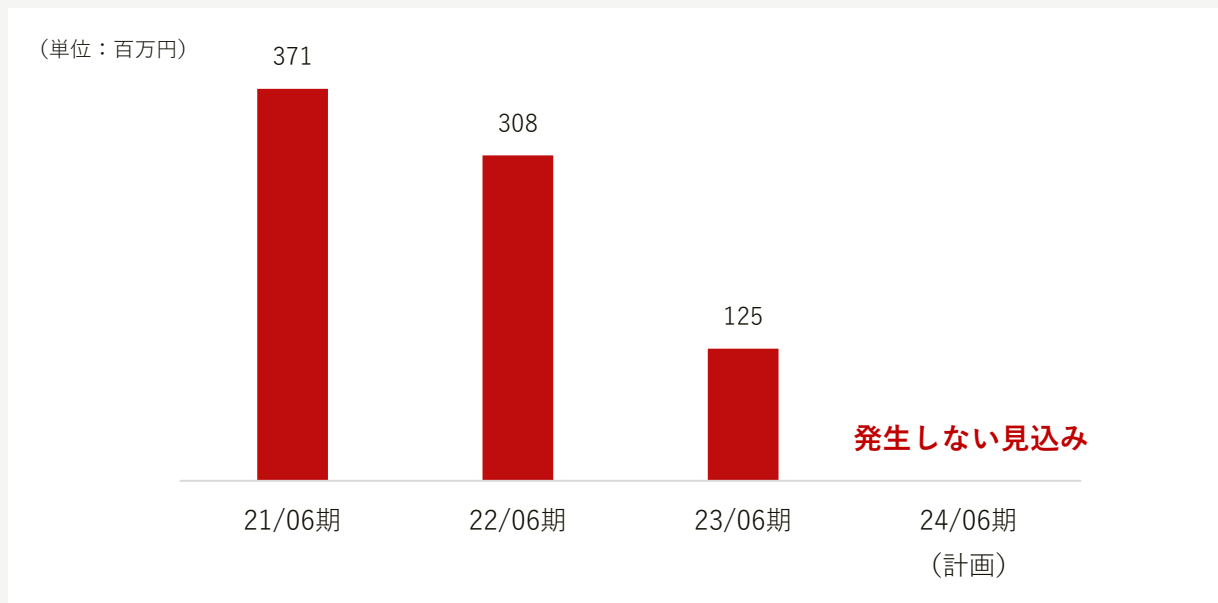
2023年6月期の主な実施施策

- 売上増加
 - 登録導線におけるオプション促進や、お試しキャンペーンによるオプション利用率の向上施策
- コスト改善
 - 保管効率や配送手段の最適化による継続的なオペレーション効率の改善

※1 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）した金額を限界利益とし、平均会員数で除することで算出（年度数値）

減損損失の推移

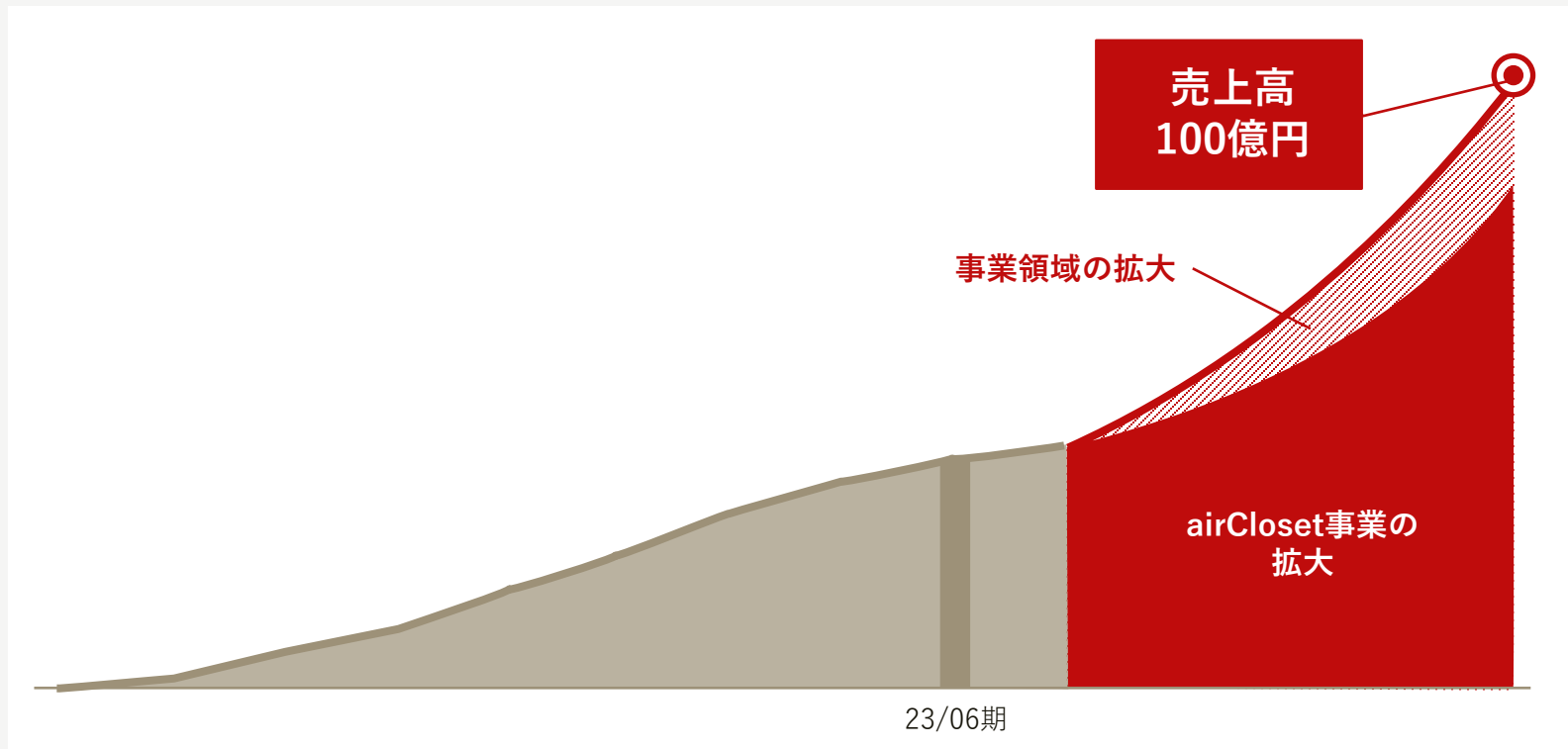
従来、固定資産として扱っているレンタル用の洋服において減損損失を計上。
当資産の耐用年数が22年6月期における12ヵ月から23年6月期においては18ヶ月と、実際の利用状況に基づき伸長。これに加え、全社としてのキャッシュフローの改善等により減損損失は減少傾向にあり、24年6月期においては発生しない見込み。



※ 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。

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。



上場時の調達資金の主な用途

上場時の調達資金について、2023年6月期においては計画通りに充当。
2024年6月期においても引き続き成長に向けた投資に充当予定。

	マーケティング関連投資	レンタル用資産の購入	事業拡大や新規事業開発のための 人件費への投資
2023年6月期	1億円	2億円	0.7億円
2024年6月期	0.6億円	0.7億円	0.4億円

※ 2022年8月25日に「第三者割当増資の結果に関するお知らせ」にて開示した通り、オーバーアロットメントによる売出しに関連して申込のなかった株式が発生したことにより、上場時の資金調達額が変更となっております。そのため、2024年6月期の充当予定額についても変更を行っております。

5. 人的資本とサステナビリティ

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。

データ活用
ノウハウの集約



※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

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）

6. リスク情報

リスク情報

主要なリスク	可能性	時期	リスクへの対応策
洋服の仕入価格の上昇について 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。	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。
物流コストの上昇について 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。	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。

7. Appendix

多彩なマネジメントチーム

コンサルティングファーム、監査法人、メガベンチャー等の出身者を中心とした他業界から集った多彩なマネジメントチームが、ファッション業界に新しいあたりまえを実現するエアーフローゼットの組織・事業をリード。



代表取締役社長兼CEO
天沼 聡

出身

アビームコンサルティング



取締役副社長
前川 祐介

出身

アビームコンサルティング



取締役
小谷 翔一

出身

アビームコンサルティング



執行役員 CTO
辻 亮祐

出身

楽天



執行役員
石川 桂太

出身

NRI



執行役員
月原 優子

出身

モリタ



執行役員
森本 奈央人

出身

監査法人トーマツ



執行役員
市塚 諒

出身

KPMG



執行役員
安田 和央

出身

監査法人トーマツ



執行役員
中村 将彰

出身

ZOZO

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。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は、次回は本決算の発表後（2024年8月下旬）を目途として開示を行う予定です。

皆さまへ

エアークローゼットをご利用、ご支援いただいている皆さま。
当社のビジョンにご賛同くださっている皆さま。
いつも本当にありがとうございます。

“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

一人一人の時間・人生の価値を最大化するために、人々のライフスタイルを豊かにしたいと考え生まれた当社ですが、
感染症の蔓延や世界的な政治不安などの社会情勢の変化に際し、
より一層その大切さを感じております。

これまで以上に、お客様と社会に真摯に向き合い、
笑顔であふれる素敵未来につながる取り組みを行ってまいります。