

airCloset

2025年6月期 第2四半期 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2四半期（10-12月期）は、引き続きairCloset事業の会員数が堅調に推移、投資増を吸収し、売上、各損益共に順調。上期損益が通期計画を超過しているが、今後の需要期におけるマーケティング強化、人的資本投資による費用増の可能性を考慮し、現時点では通期計画は据え置き。
- airClosetの上期事業利益が1.8億円と過去最高を達成。主力事業の収益体質の強化が鮮明に。
- 強みである循環型プラットフォームを活用したドレスレンタルサービスの開始、卒入学式シーン向けのオプション追加など、成長に向けたサービスの多様化の動きも継続。

業績サマリー

売上は今期の予想成長率（14％）を上回って推移。各損益も順調に推移しているが、下期における成長に向けた費用増の可能性を考慮し、現時点では通期予想は据え置き。

単位 (百万円)	2024/6期 第2四半期 (10-12月)	2025/6期 第2四半期 (10-12月)	前期比
売上	1,059	1,279	+20.8%
営業利益	23	58	+149.9%
四半期純利益	19	53	+177.5%

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2四半期業績
3. 主要トピックス
4. 成長戦略
5. IR方針・株主還元について
6. 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



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

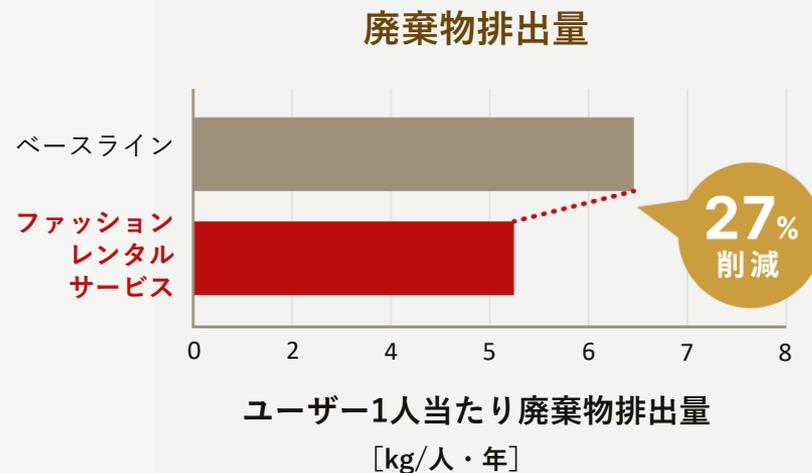
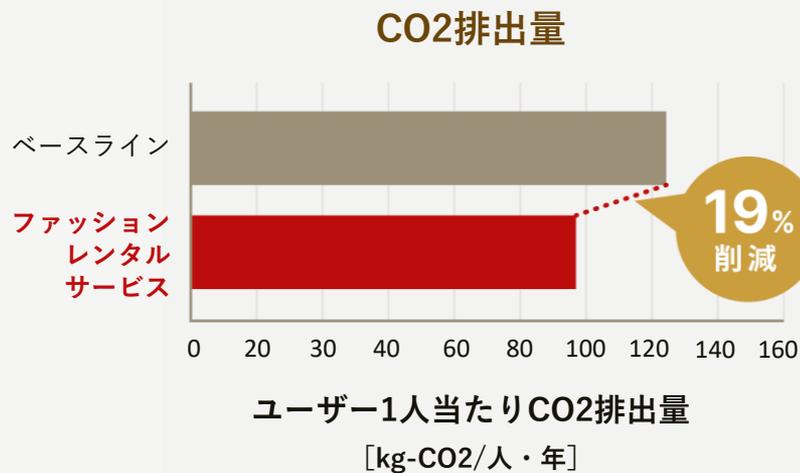
※2 出典：環境省 令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務-マテリアルフロー、環境省「サステナブルファッション（Sustainable Fashion）」

※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。

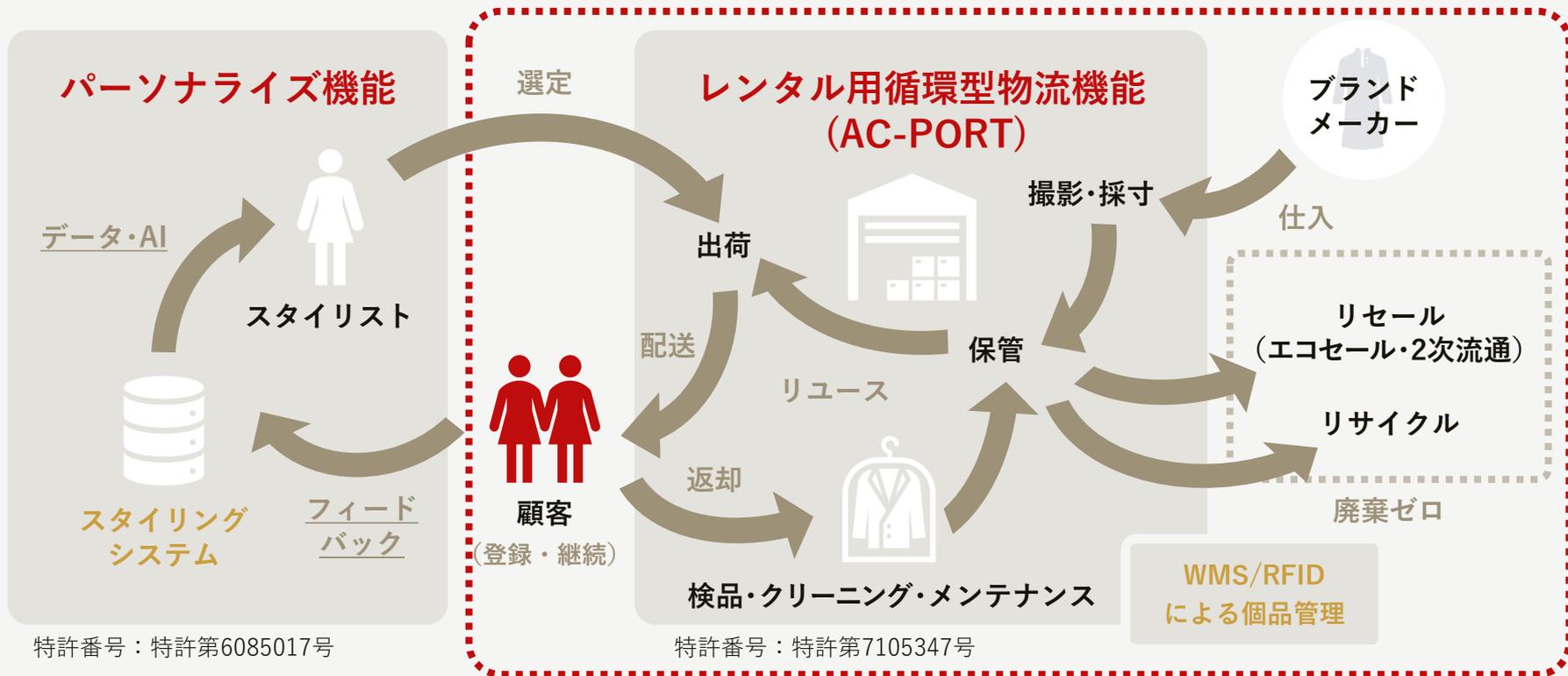


airClosetサービスでは、「サステナブルな選択が取れる仕組み」を実現し、サービスを楽しんでいただくことで、我慢・無理なく環境負荷の低減を可能に

※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。



特許番号：特許第6085017号

特許番号：特許第7105347号

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



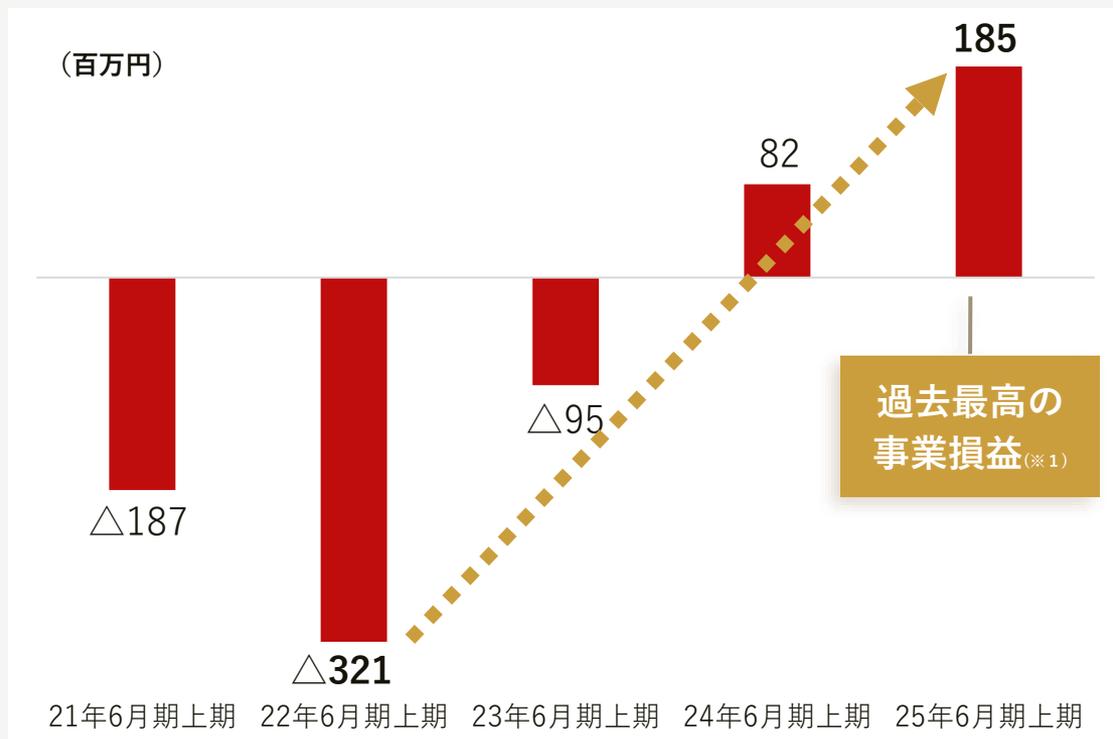
エアークローゼットの事業拡大、他社提供に寄与

※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

airCloset事業の上期損益^(※1)の改善

airCloset事業損益（※1）が大幅に改善、上期ベースで過去最高益を達成。
レンタル用資産への投資も含めたキャッシュ・フローも改善基調。



- ✓ サービス品質改善による継続率の良化
- ✓ 物流プラットフォーム構築後の安定運営
- ✓ キャッシュ・フロー改善等に伴う減損損失の減少
- ✓ コロナ禍からの平準化の中での会員獲得効率の改善

※1 airCloset事業の営業利益から減損損失の金額を控除

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

- ・ 拡張性が高く、地域の人口も増加している千葉県流山市に移転対応中
- ・ 2025年2月より順次運用開始



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
- ・ 2024年12月末時点で、エンジニア16名と順調な立ち上がり、ハノイ工科大学出身者など優秀層の採用も進む



2. 2025年6月期第2四半期業績

第2四半期業績要旨

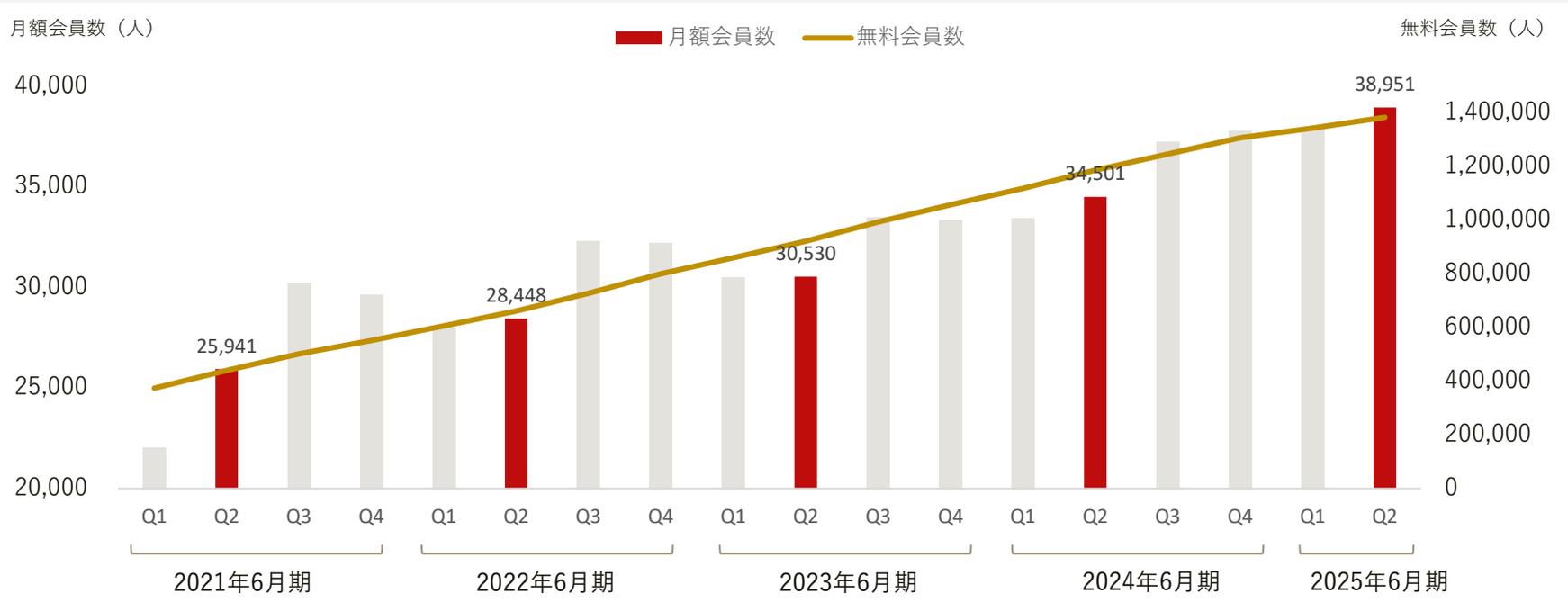
- 第1四半期に続きairCloset事業の継続率改善により、会員数が堅調に推移。これに伴い、前年同期比で売上増とともに、採算性も改善。
- なお、一時的な変動として倉庫移転等に伴う費用増（約15百万円）、レンタル用資産の耐用年数変更に伴う費用減（約20百万円）が発生。
- 需要期の春におけるマーケティング強化、人的資本投資による費用増の可能性を考慮し、現時点では通期計画は据え置き。
- システム開発力強化において重要なベトナム開発子会社が本格稼働開始。

会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

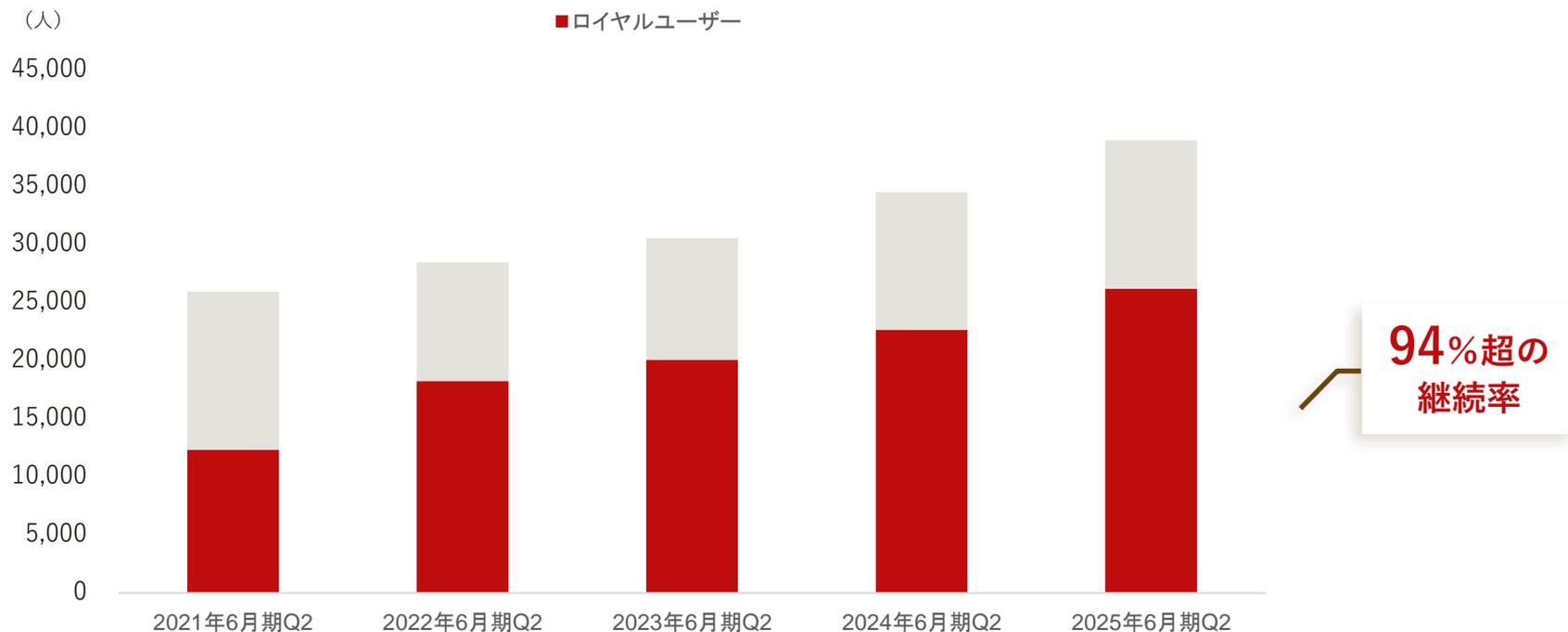
当第2四半期末においても前年同時点比で成長を継続。

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

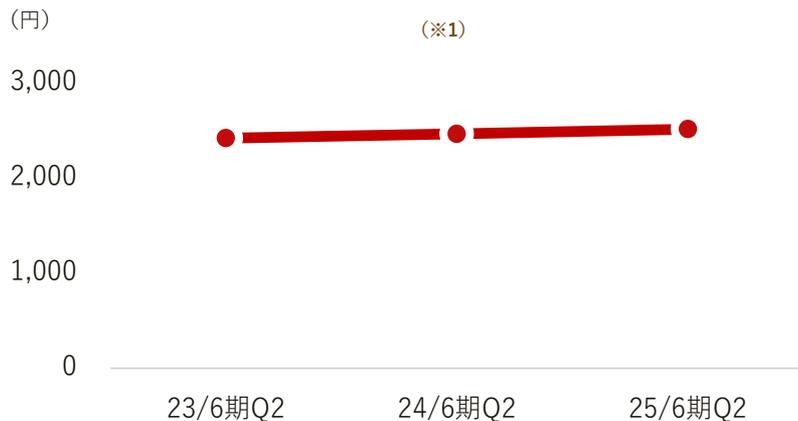
利用期間6ヶ月超利用者（ロイヤルユーザー）の月次継続率は継続して94%超。
安定した成長の基盤を構築。



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 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事業の物流費用の総額を、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2四半期会計期間 対前年同期比

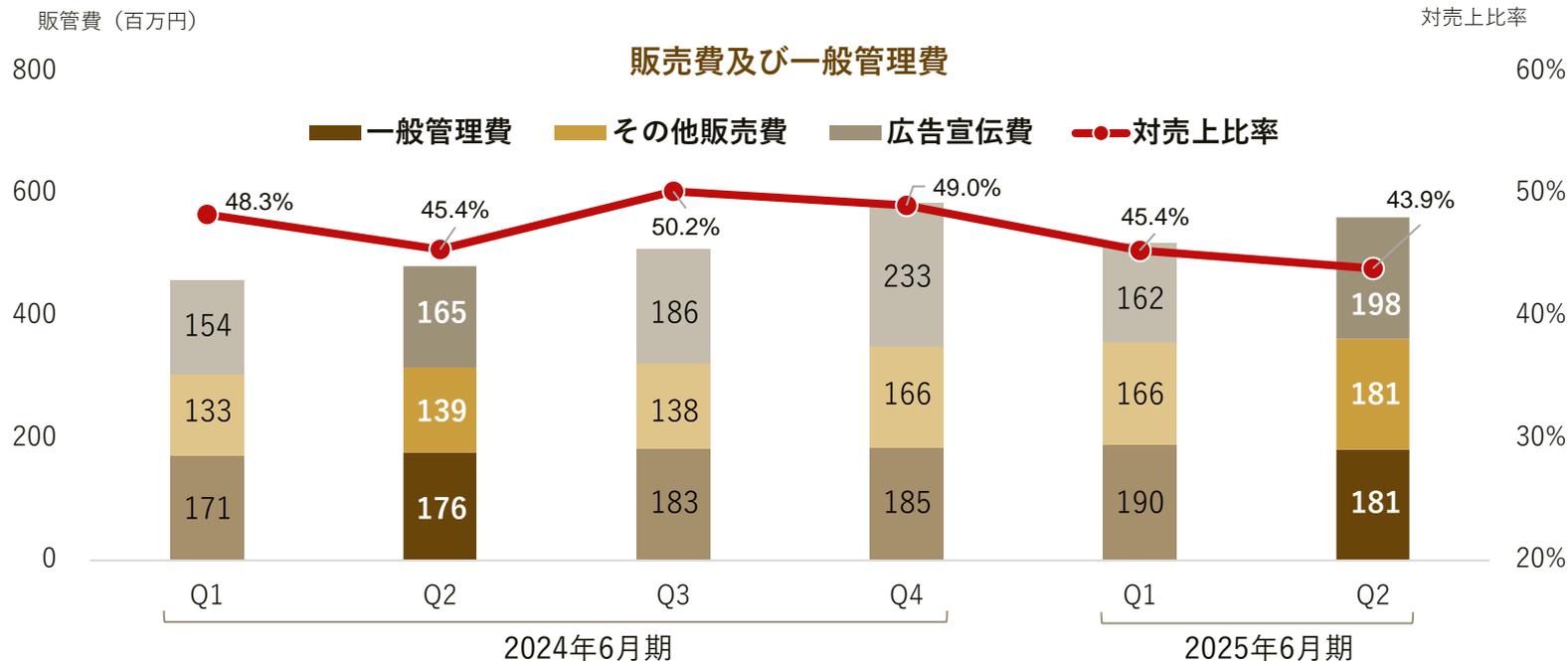
主に月額会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。
各段階損益も改善。

単位（百万円）	2024/6期 第2四半期	2025/6期 第2四半期	増減率	2025/6期第2四半期会計期間について
売上	1,059	1,279	+20.8%	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	504	619	+22.9%	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	47.6%	48.5%		
販売費及び一般管理費	481	561	+16.7%	主にシステム開発力の強化、広告宣伝費の増加、Mall事業の拡大。
（内 広告宣伝費）	165	198	+20.2%	
営業利益	23	58	+149.9%	
営業利益率	2.2%	4.6%		
経常利益	19	53	+176.3%	
四半期純利益	19	53	+177.5%	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）	34,501	38,951	+12.9%	
限界利益	604	707	+17.0%	
調整後EBITDA（※1）	225	271	+20.3%	

※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、広告宣伝の強化、Mall事業の拡大により、前年同期比増加。
費用増を吸収し、販管費の対売上比率は前年同期比で約1.5ptの改善。



限界利益及び営業損益の四半期推移

限界利益は、会員数の増加等に伴い、前年同期比で増加。
営業損益も売上増、採算性改善により増加。



業績概要 第2四半期会計期間 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。airCloset事業の営業利益は前年比1.8倍と大幅増加。

単位（百万円）	2024/6期 第2四半期			2025/6期 第2四半期		
	airCloset事業	その他事業	合計	airCloset事業	その他事業	合計
売上	970	88	1,059	1,133	145	1,279
YoY	+9.8%			+16.8%	+64.1%	+20.8%
売上総利益	462	42	504	559	60	619
YoY	+9.2%			+21.1%	+42.0%	+22.9%
売上総利益率	47.6%	47.8%	47.6%	49.4%	41.3%	48.5%
販売費及び一般管理費	412	68	481	469	92	561
（内 広告宣伝費）	142	23	165	162	36	198
営業利益	49	△26	23	90	△32	58
YoY	-	-		+82.0%	-	+149.9%
営業利益率	5.1%	-	2.2%	8.0%	-	4.6%
四半期末会員数（人）	34,501			38,951		
限界利益	553	50	604	634	73	707
調整後EBITDA(※1)	218	7	225	260	11	271

※ 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。

2025年6月期業績予想に対する進捗率

売上は通期計画が前期比+14%に対し、2Q累計で+20%と順調に推移。

上期の各損益が通期計画を超過しているが、今後の季節性や下期の新規会員獲得拡大に向けた施策の可能性、人的資本投資等を考慮し、現時点では業績予想を据え置き。

単位 (百万円)	2024/6期 上期累計	2025/6期 上期累計	2025/6期	進捗率
	下期累計			
	(実)	(実)	(計画)	
売上	2,009 2,206	2,424	4,818	50.3%
YoY	+11.9%	+20.6%	+14.3%	
営業利益	31 △66	124	32	通期計画を超過
当期純利益	22 △76	114	10	通期計画を超過

3. 主要トピックス

2025年6月期第2四半期主要トピックス（2024/10/1～2025/2/14）

領域	主要トピックス
airClosetサービスの強化	<ul style="list-style-type: none">●2024年11月よりアウターレンタルオプションのテストを開始●2024年12月より法人向け衣装レンタル・スタイリスト派遣の『airCloset PRO（エアクロプロ）』をスタート●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
プラットフォーム活用および強化	<ul style="list-style-type: none">●2024年11月に『airCloset Dress』をリリース
IR・株主還元	<ul style="list-style-type: none">●2024年11月に株主優待制度を導入

法人向け衣装レンタル・スタイリスト派遣をスタート

2024年12月より法人向け衣装レンタルやスタイリスト派遣を行う『airCloset PRO（エアクロプロ）』の提供を開始。

300名以上の所属スタイリストのスキルを活かし、法人向けサービスを開始することで、事業領域の拡張を図る。

豊富なカラー・テイストのairClosetアイテムを活用した
「スタイリング付き衣装レンタル」

衣装探しのお悩みを解決

お悩み



- 出演者本人が探すのが大変
- 少ない着数しか借りられない

airCloset PRO



解決!

- スタイリストが選んでくれる
- 数十着まとめて借りられる

■ 撮影現場でのスタイリングと衣装提供を行う
「スタイリスト派遣」

撮影現場でのお悩みを解決

お悩み



- 衣装・フィッティングをプロに頼めていない
- 明確な料金プランがないことが多い

airCloset PRO



解決!

- 衣装・フィッティングをまとめてプロに依頼できる
- 時間単位の料金プランから選べる

ドレスレンタル『airCloset Dress』をスタート

2024年11月より、結婚式やイベント時に着用いただくドレスのレンタルサービス『airCloset Dress（エアクロドレス）』の提供を開始。airClosetの提供を通して構築してきたシステムやノウハウ等を活用し、効率的に立ち上げ。



安心ポイント

- 01 スペア(予備)ドレス同梱
- 02 追加料金一切なし
- 03 有名ブランド・メーカー様のドレス

&

お手軽ポイント

- 01 簡単登録・簡単注文
- 02 洗濯・クリーニング不要
- 03 簡単返却

卒入学シーンへの対応を開始

2025年2月より、卒業式や入学式に適したお洋服のレンタル提供を開始。airClosetでのオプション利用、airCloset Dressでのスポット利用を可能とし、対応シーンを拡充。顧客基盤の拡大を図る。



airCloset / airCloset *Dress*

ママ向け卒入学ファッション

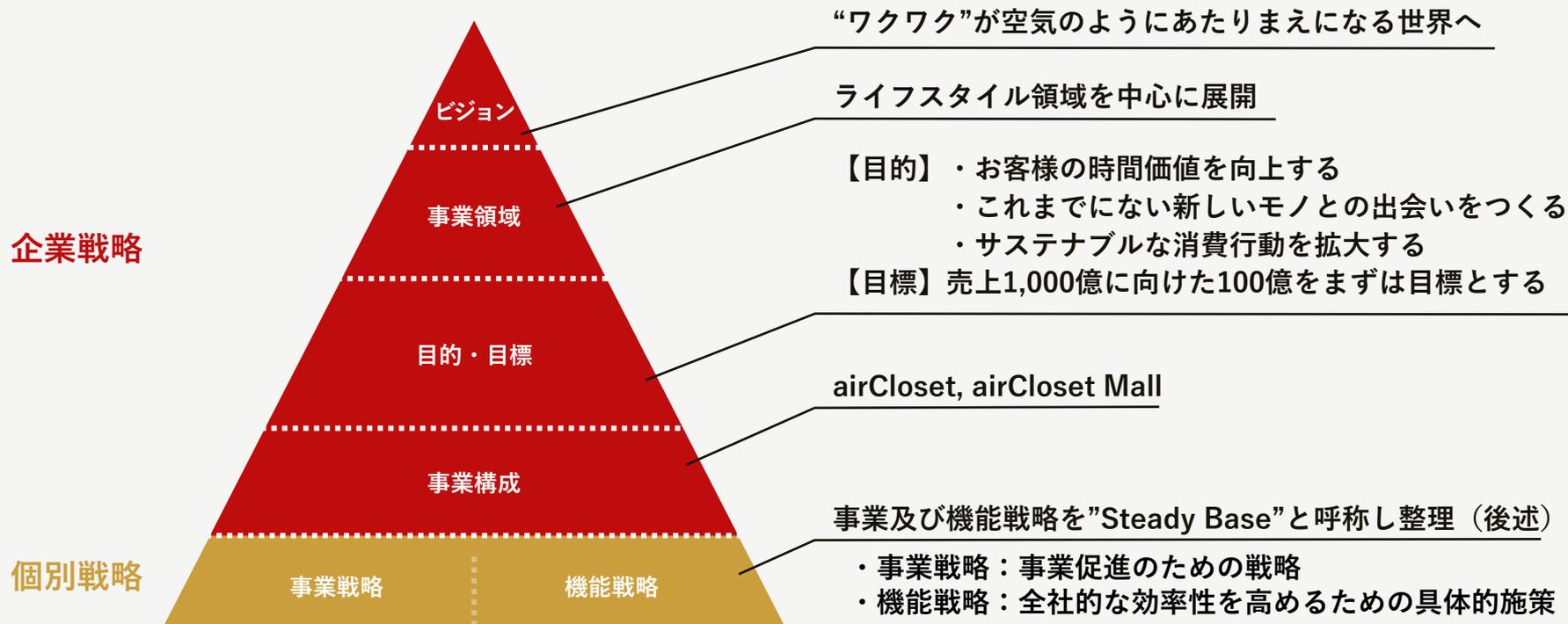
レンタル提供を開始

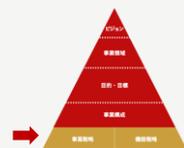


4. 成長戦略

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。

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

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

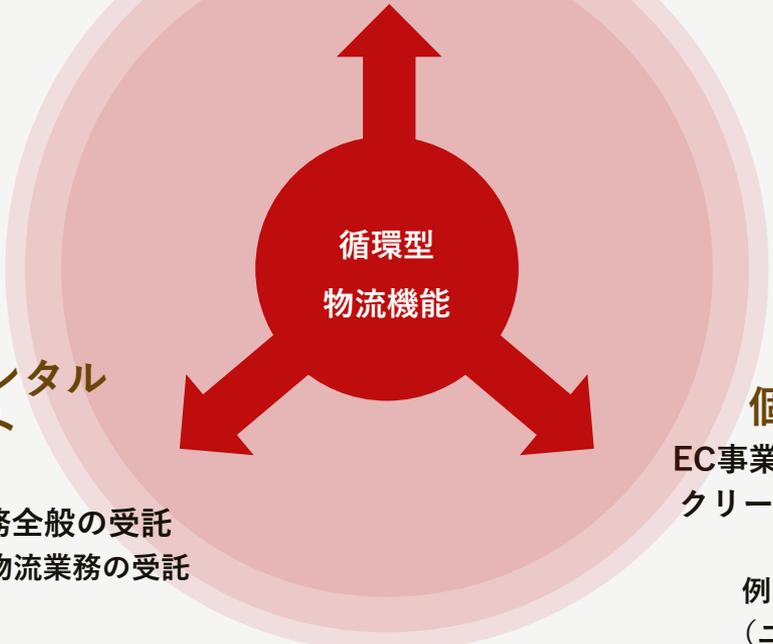
「物流機能の外販」の幅広い可能性

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）

5. 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がるため、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。

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。

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

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

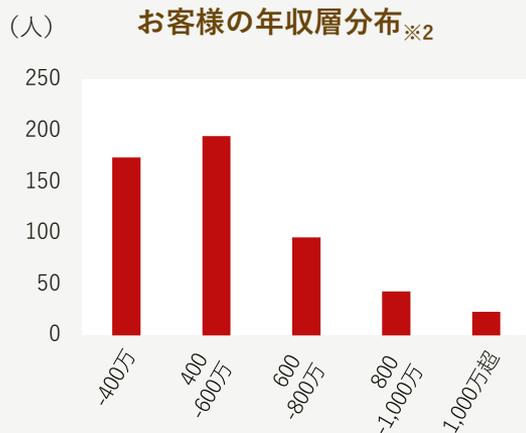
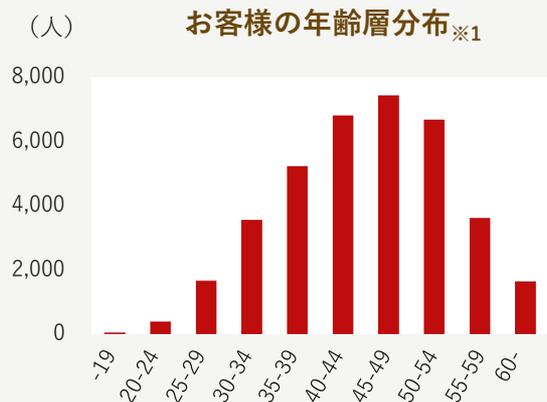
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

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

四半期における季節性の影響

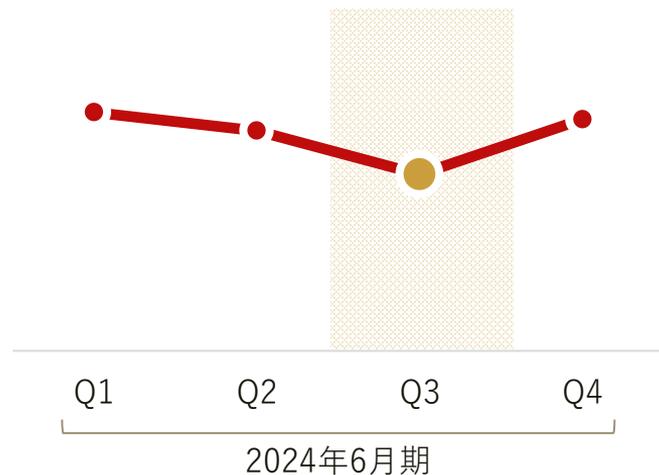
主にairCloset事業において、以下の季節性による変動が生じる。

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



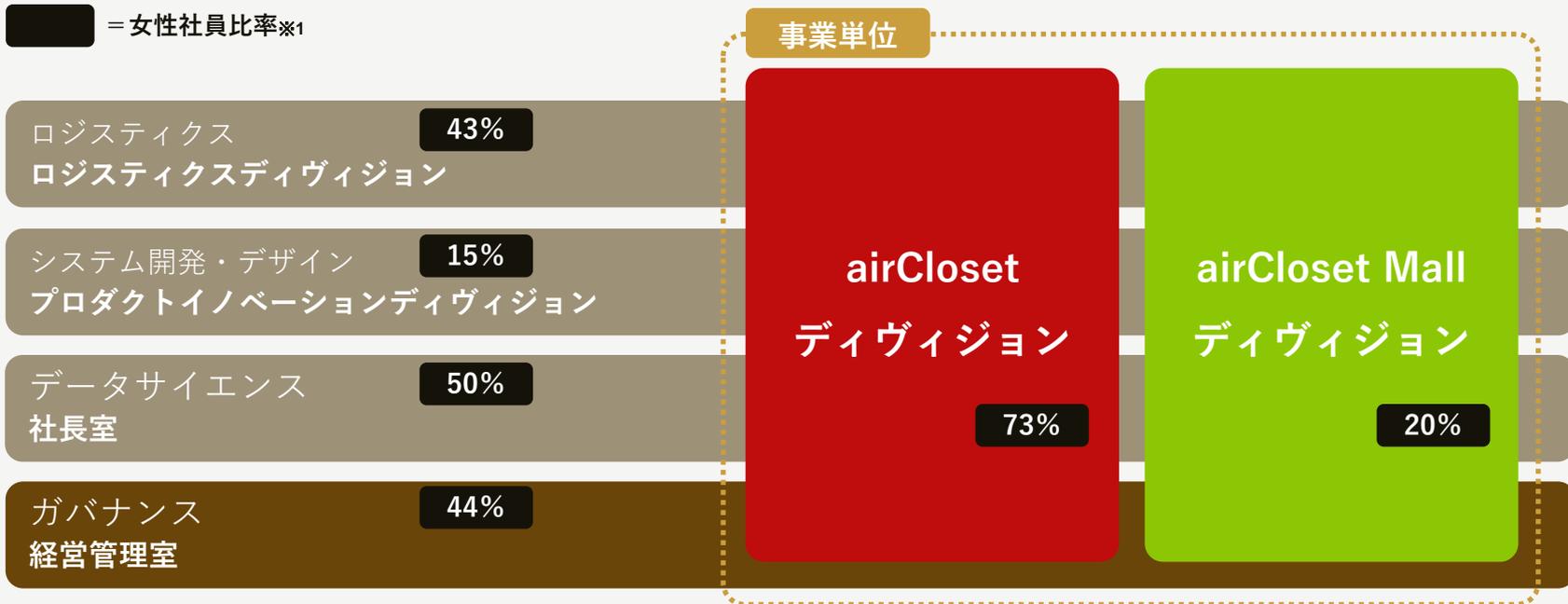
かさばる冬服による配送料金の増加や、メンテナンスが最も必要なニットの取扱いが急増するQ3において、倉庫検品料が増加し、売上総利益率が低下

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



平均偏差値50に対し、過去6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.

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Q2 （累計）
売上	2,887	3,390	3,740	4,216	2,424
売上総利益	1,455	1,672	1,757	1,998	1,205
売上総利益率	50.4%	49.3%	47.0%	47.4%	49.7%
販売費及び一般管理費	1,417	1,724	1,945	2,034	1,080
営業利益又は営業損失	38	△51	△188	△35	124
経常利益又は経常損失	29	△67	△229	△52	114
当期純利益又は当期純損失	△344	△378	△354	△53	114
限界利益	1,484	1,884	2,016	2,394	1,347
調整後EBITDA（※1）	265	352	392	762	527

※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Q2
流動資産	1,150	1,579	1,905	1,910	1,563
内) 現預金	789	1,139	1,451	1,454	1,081
固定資産	268	606	598	800	1,172
内) レンタル用資産	131	234	403	542	724
総資産	1,419	2,186	2,504	2,710	2,735
流動負債	921	661	959	1,213	1,518
内) 借入金	449	274	439	617	895
固定負債	456	1,201	986	986	586
内) 借入金	435	1,174	960	960	560
負債合計	1,378	1,863	1,946	2,200	2,105
純資産合計	41	323	557	510	629
負債純資産合計	1,419	2,186	2,504	2,710	2,735

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。