

**airCloset**

2025年6月期 第1四半期 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

- airCloset事業ではサービス改善に伴い継続率が良化し、1Q（7-9月）は、会員数が堅調に推移。これにより売上、各損益が会社想定を上回って着地。投資による費用増も見込むため、現時点では通期計画は維持。
- airCloset事業において、丸井様における体験型店舗での顧客接点拡大施策やアウターレンタルオプションのテストなど、今後の成長に向けた動きも継続。
- プラットフォームではユナイテッドアローズ様の傷物商品等の再商品化業務を受託開始。
- 株主優待制度の導入を決定。投資対象銘柄としての認知度拡大を図る。

# 業績サマリー

売上は予想成長率を上回って推移。各損益は通期予想を上回っているが、季節性の影響や第2四半期以降に成長に向けた投資による費用増も見込むため、現時点では通期予想は据え置き。

単位 (百万円)	2024/6期 第1四半期	2025/6期 第1四半期	前期比	2025/6期 (予想)	25/6期予想 前期実績比
売上	950	1,145	120.5%	4,818	114.3%
営業利益	7	65	8.4倍	32	黒字転換
四半期純利益	3	60	16.7倍	10	黒字転換

# 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1四半期業績
3. 重要トピックス
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

※1 出典：国連貿易開発会議（UNCTAD）2019年4月30日発表資料

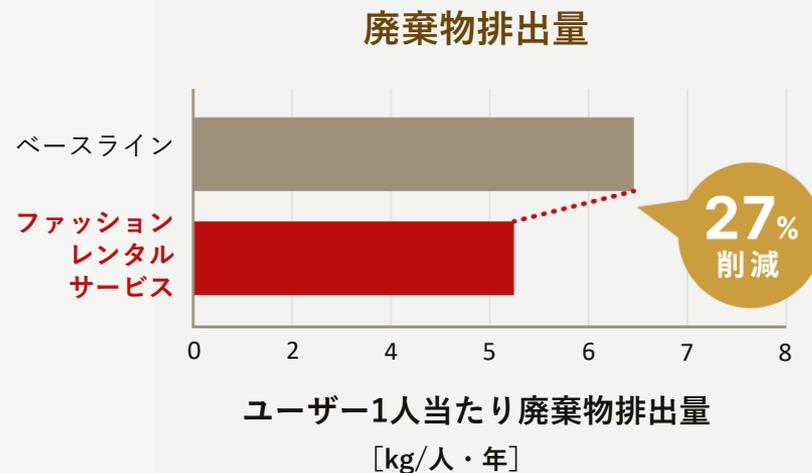
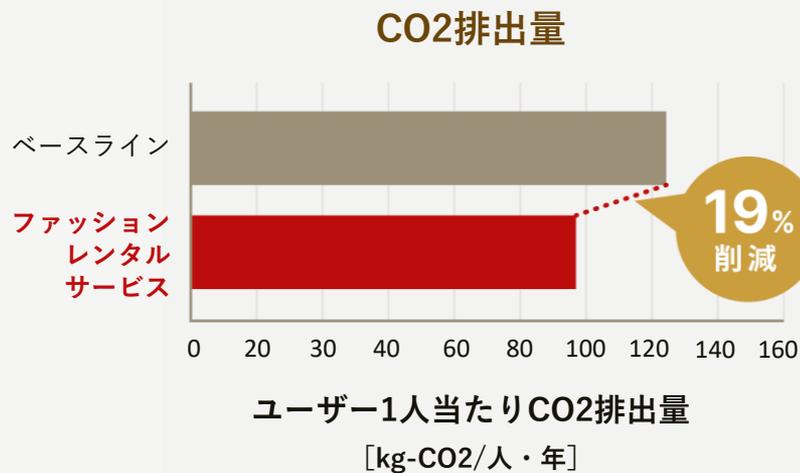
※2 出典：環境省 令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務-マテリアルフロー、環境省「サステナブルファッション（Sustainable Fashion）」

※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。

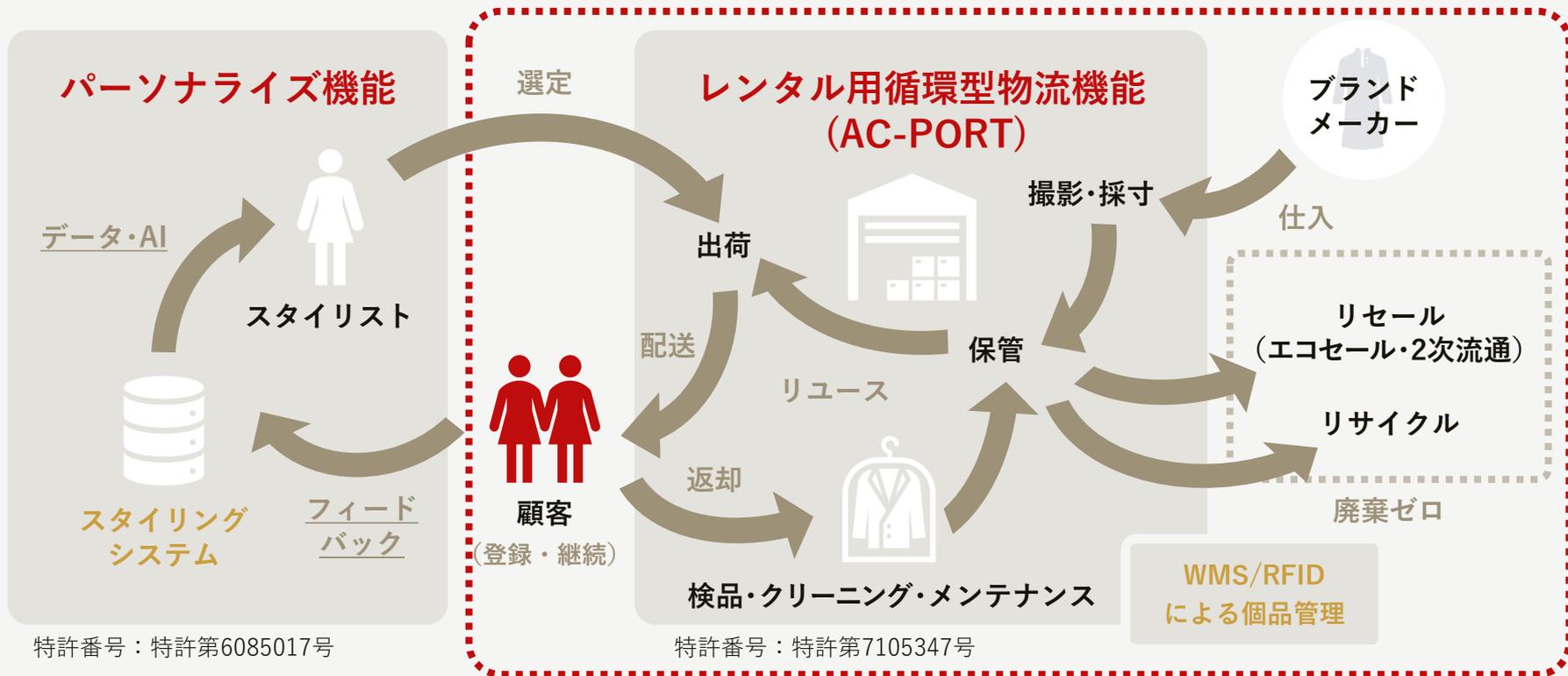


airClosetサービスでは、「サステナブルな選択が取れる仕組み」を実現し、サービスを楽しんでいただくことで、我慢・無理なく環境負荷の低減を可能に

※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<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

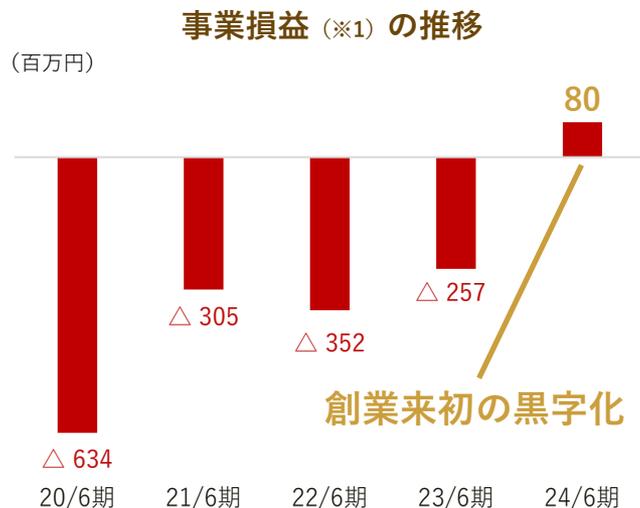
※1 2022年7月にRFIDを活用した独自の物流システムに関する特許を取得 特許第7105347号

※2 Warehouse management system

## プラットフォーム構築・改善による効果

循環型物流プラットフォームの改善等に伴い、事業損益が大きく改善。  
また、同プラットフォームを活用し、多額の投資をかけずに事業展開が可能に。

### airCloset事業の損益改善



### 基盤の確立

多額の投資なく、  
循環型物流プラットフォームを  
活用した事業展開が可能に

-Mall事業では、airCloset事業が同規模の時点と比べ損失額が約**1/10**

-25/6期から本格始動する外部向けの循環型物流機能の提供においては、追加開発が最小限に留まるため、早期から利益寄与を期待

※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。



## 2. 2025年6月期第1四半期業績

# 第1四半期業績要旨

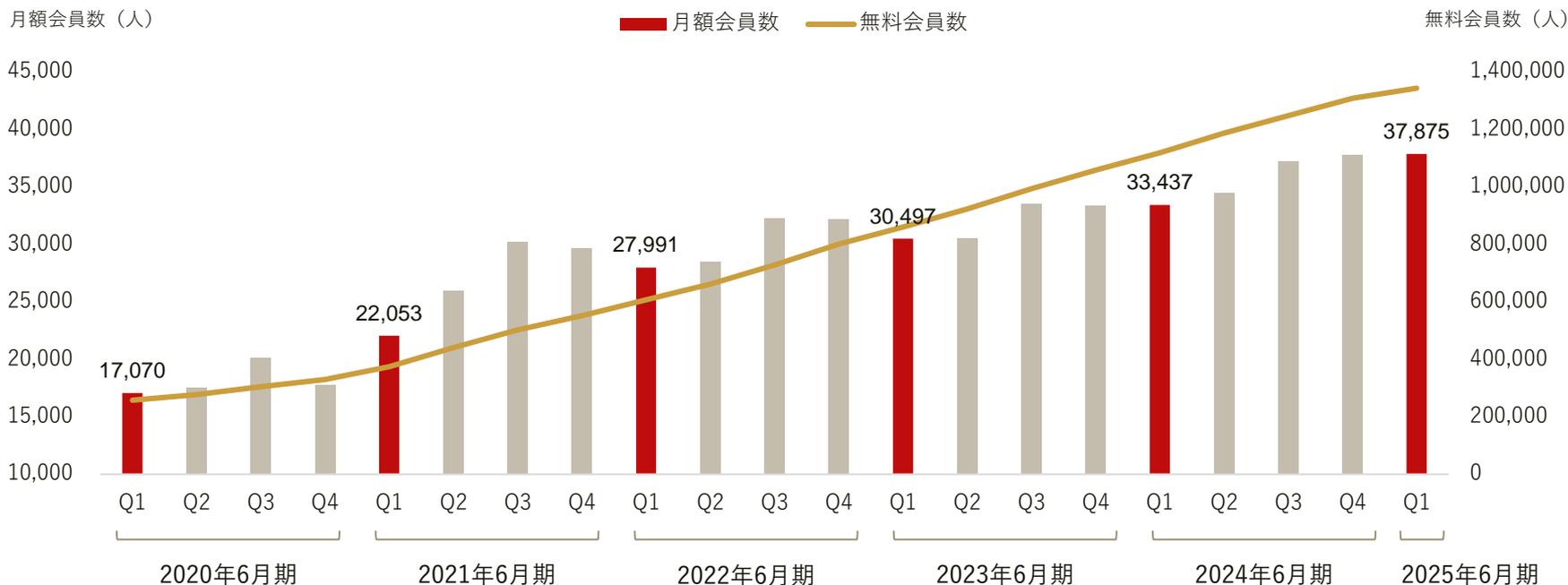
- airCloset事業の継続率改善が進み、広告宣伝費を抑制しながら、会員数が堅調に推移。売上増とともに、採算性も改善。
- なお、倉庫移転等に伴う一時的な費用増（約35百万円）、レンタル用資産の耐用年数変更に伴う一時的な費用減（約40百万円）が発生。
- 利益面が会社想定を上回ったものの、第2四半期以降、今後の成長に向けた投資を実行するため、現時点では通期計画は据え置き。
- Mall事業の高い成長率が継続。
- システム開発力強化において重要なベトナム開発子会社が順調に稼働開始。

## 会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

長引いた猛暑の影響を受けるも、当第1四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。



## 継続率の改善

顧客満足度を上昇させるために絶えずサービス品質の改善を実施。  
これにより、初回継続率およびそれ以降の継続率が改善。

### 初回継続率の四半期毎推移 (※1)



### 4か月目継続率の四半期毎推移 (※2)

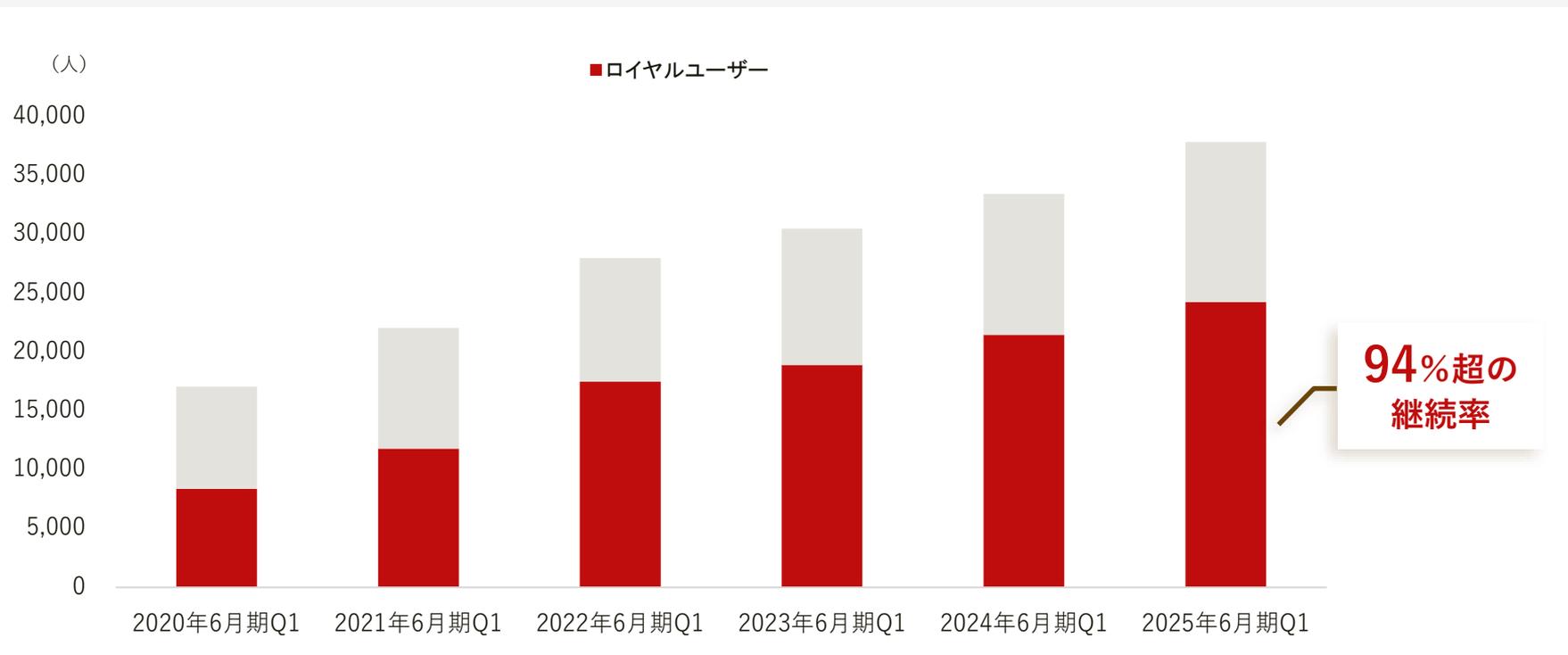


※1 2023年7月の初回継続率を100%とした場合の各月の初回継続率より、四半期毎の平均値を算出

※2 2023年7月時点の4か月目継続率（2023年4月に登録した顧客の7月末時点の残存率）を100%とした場合の各月の4か月目継続率より、四半期毎の平均値を算出

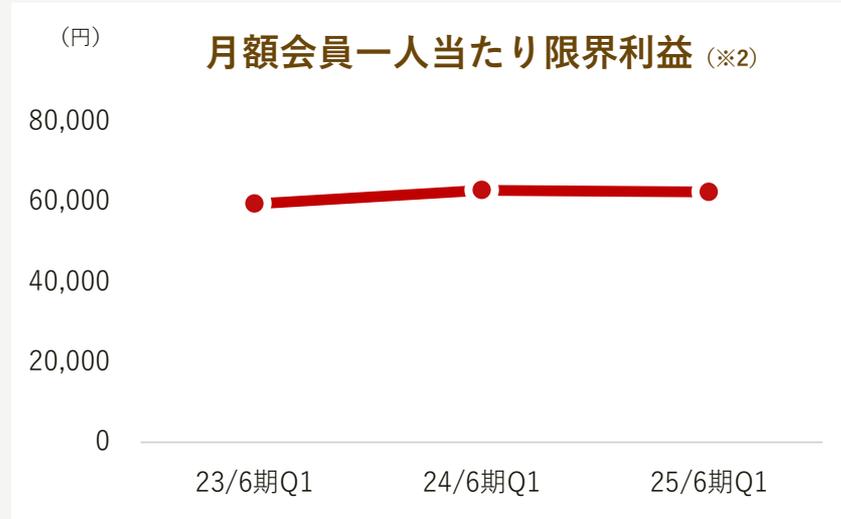
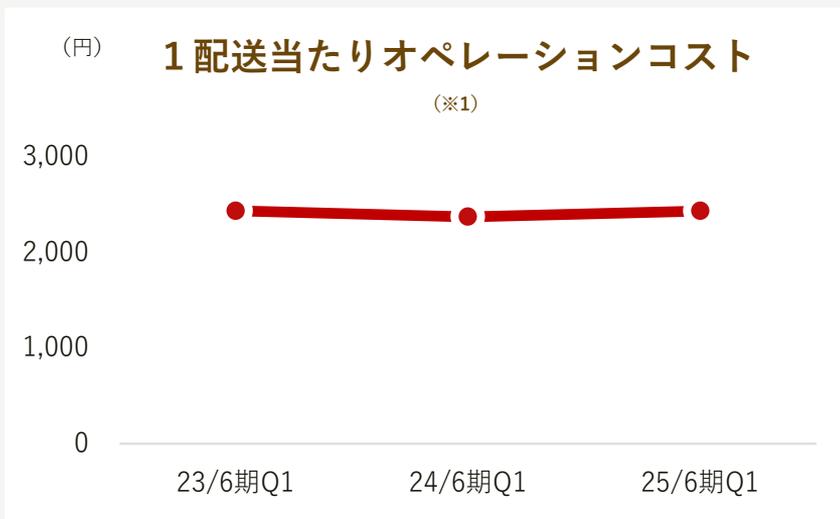
## ロイヤルユーザー数の堅調な推移

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 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1四半期会計期間 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。  
四半期純利益も大幅改善。

単位（百万円）	2024/6期 第1四半期	2025/6期 第1四半期	増減率	2025/6期第1四半期会計期間について
売上	950	1,145	+20.5%	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	466	585	+25.3%	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	49.1%	51.1%		
販売費及び一般管理費	459	519	+13.1%	主にシステム開発力の強化、Mall事業の拡大。
（内 広告宣伝費）	154	162	+5.2%	
営業利益	7	65	+743.4%	
営業利益率	0.8%	5.7%		
経常利益	3	61	+1,517.3%	
四半期純利益	3	60	+1,572.3%	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）	33,437	37,875	+13.3%	
限界利益	549	639	+16.4%	
調整後EBITDA（※1）	180	256	+42.0%	

※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。

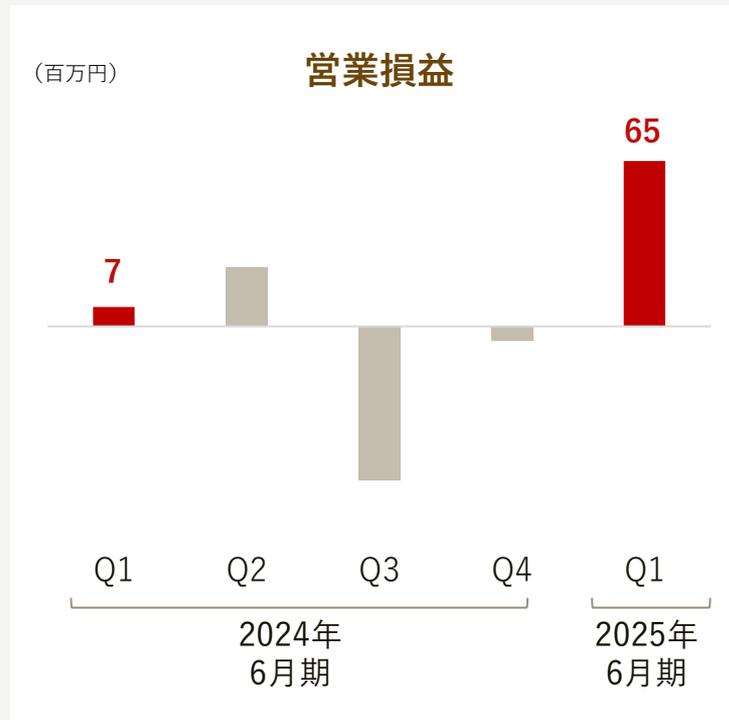
## 販売費及び一般管理費の四半期推移

主にシステム開発力の強化、Mall事業の拡大により、前年同期比増加。  
広告宣伝費率の低下により、販管費の対売上比率は前年同期比で約2.9pt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1四半期会計期間 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。売上総利益率は前述のレンタル用資産の耐用年数の変更により上昇。上記に加え、販管費率の低下もあり、営業損益が大きく改善。

単位（百万円）	2024/6期 第1四半期		2025/6期 第1四半期		
	airCloset事業	その他事業	airCloset事業	その他事業	合計
売上	866	83	998	146	1,145
YoY	+8.1%		+15.2%	+75.8%	+20.5%
売上総利益	423	43	523	61	585
YoY	+5.6%		+23.6%	+42.2%	+25.3%
売上総利益率	48.8%	52.0%	52.4%	42.1%	51.1%
販売費及び一般管理費	390	68	427	91	519
（内 広告宣伝費）	133	20	128	34	162
営業利益	32	△24	95	△29	65
YoY	-		+193.5%	-	+743.4%
営業利益率	3.7%		9.6%	-	5.7%
四半期末会員数（人）	33,437		37,875		
限界利益	501	47	567	71	639
調整後EBITDA(※1)	176	4	235	20	256

※ 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。

### 3. 重要トピックス

## 2025年6月期第1四半期主要トピックス

領域	主要トピックス
airClosetサービスの強化	<ul style="list-style-type: none"><li>●9月より各プラン・コースの料金を改定</li><li>●9月-11月でパーソナルスタイリングの体験型店舗を期間限定オープン</li><li>●11月よりテストを開始するアウターレンタルオプションを発表</li></ul>
プラットフォーム活用および強化	<ul style="list-style-type: none"><li>●8月より流山の新倉庫の工事を開始</li><li>●8月にベトナム・ハノイにシステム開発子会社を新設</li><li>●9月よりユナイテッドアローズ様の傷物商品等の再商品化業務を受託開始</li></ul>
IR・株主還元	<ul style="list-style-type: none"><li>●11月に株主優待制度の導入を発表</li></ul>

## 価格改定の実施

原材料費や人件費の高騰を受け、2024年9月2日に、新規ご登録者様を対象に価格改定を実施。改定後も新規会員登録の傾向に大きな変動なし。

プラン	現行料金	新料金
ライト	7,800円(税込)	7,980円(税込)
レギュラー	10,800円(税込)	10,980円(税込)
ライトプラス	13,800円(税込)	13,980円(税込)

業績への影響：新規登録者のみが対象であり、2025年6月期への影響は軽微。  
来期以降の収益性向上を見込む。

## 体験型店舗によるオフラインでの顧客接点の強化

有楽町マルイにて、カラー診断や骨格診断を含めたパーソナルスタイリング体験ができる店舗を期間限定でオープン。体験後は月額会員登録を促進。今後オフライン接点を継続的に創出し、認知拡大を図る。

OIOI × airCloset

有楽町マルイ

パーソナルスタイリングの  
体験型店舗を  
期間限定オープン

2024.09.11 wed - 11.11 mon

## 物流機能の一体化と拡張に向けた倉庫移転

事業規模の拡大に伴い、倉庫の拡張移転を決定。現在移転に向けた工事等を実施中。分散している機能の一体化を図る。



**移転の目的** : 事業規模拡大への対応、分散している機能の一体化による効率化

**移転先** : 千葉県流山市 GLP ALFALINK 流山 6

**選定理由** : 新型倉庫の建設計画があり拡張性が高い、交通要衝となる立地、関連地域の人口増加により人材採用が見込めるなどの観点で優れているため。

**業績への影響** : 2025年6月期業績予想へ織り込み済、2.2億円程度の設備投資を見込む。

## 事業拡大に向けたベトナムシステム開発子会社の設立

各事業の成長を支えるシステム開発体制を強化し、事業成長を加速させるため、システム開発子会社を設立。システム開発力の倍増を目指す。8月の立ち上げ後、順調に稼働開始。



名称	: AIRCLOSET ENGINEERING COMPANY LIMITED
設立時期	: 2024年 8 月
所在地	: ベトナム ハノイ
想定規模	: 2026年までに現在のシステム開発力の倍増を目指す
業績への影響	: 2025年 6 月期業績予想に織り込み済み

### 事業戦略上の ポイント

- ・ システム開発体制を強化し、サービス改善の高速化や物流プラットフォーム事業の拡大、領域拡大を加速する
- ・ ベトナム国籍メンバーが半数を占める日本国内開発チームとの連携が円滑であり、短期間での立ち上げ、スムーズな運用を図る

# ユナイテッドアローズ様の傷物商品等の再商品化業務を受託

店頭試着等で、わずかに汚れや傷が付いた商品を、当社でクリーニング・メンテナンス（修繕）・検品を行い再販売可能な状態にする業務を受託。生産された商品を最大限に活用し、商品廃棄を低減することで、サーキュラーエコノミーを促進し、業界全体の課題である衣服廃棄問題の解決を目指す。



UNITED ARROWS LTD. **airCloset**

## 傷物商品等の再商品化業務を受託開始

アパレル業界のサーキュラーエコノミーを促進

### 衣服循環サイクルを構築

店頭試着等でわずかな  
傷や汚れが付いた商品



クリーニング・  
メンテナンス(修繕)・検品



再販売可能な状態の商品



## 株主優待制度の導入

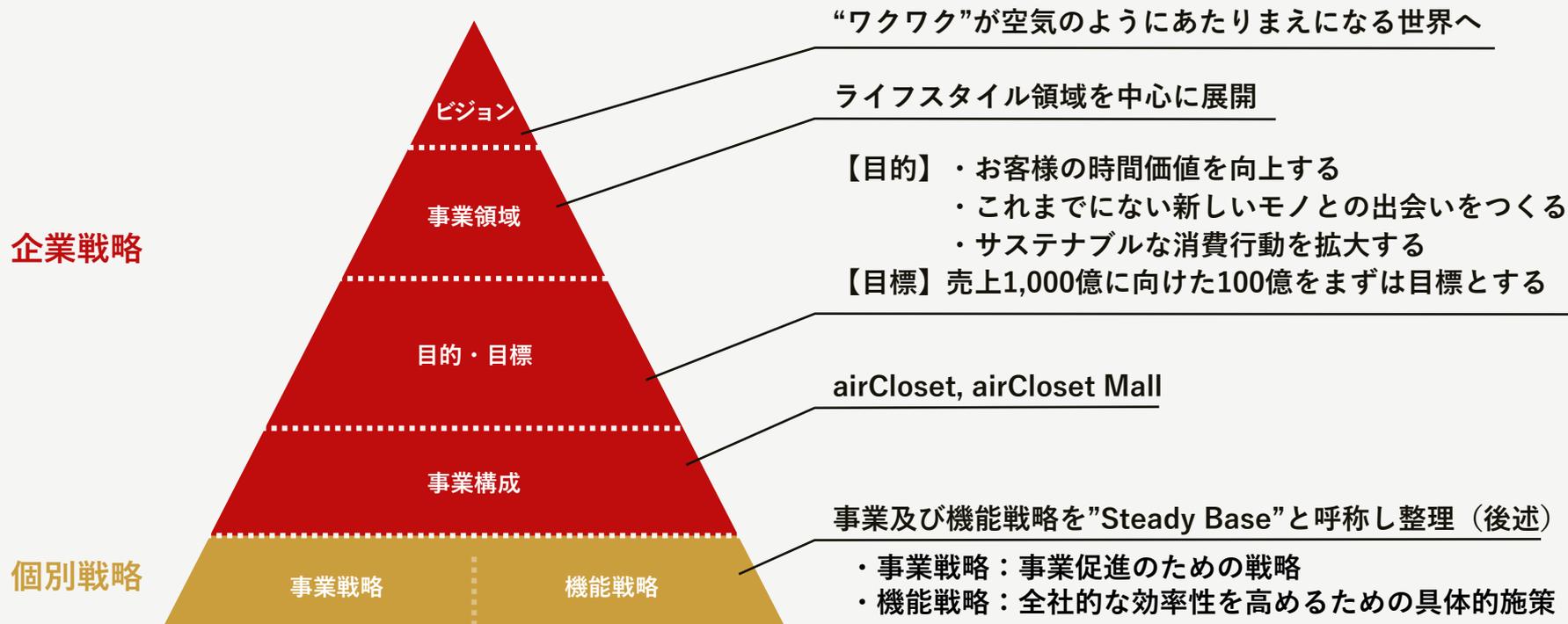
<b>目的</b>	株主様への感謝を表すとともに、特に個人投資家様における当社株式への投資の魅力を高め、より多くの株主様に中長期で当社株式を保有いただくこと。また、当社サービスの認知や理解の拡大を図ること。	
<b>概要</b>	<b>対象となる株主様</b>	毎年6月末（当社期末）現在の株主名簿上で、当社株式を300株以上保有されており、かつ、6ヶ月以上継続（※）して保有されている株主様
	<b>優待内容</b>	「airCloset」月額会費1ヶ月無料クーポン（最大13,980円相当）
	<b>開始予定時期</b>	2025年6月30日時点を基準日として、開始を予定
	<b>業績への影響</b>	2025年6月期業績への影響は軽微の見込

※継続保有期間は、「基準日（毎年6月末）において、同一の株主番号で株主名簿に連続して記載または記録された期間」

## 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

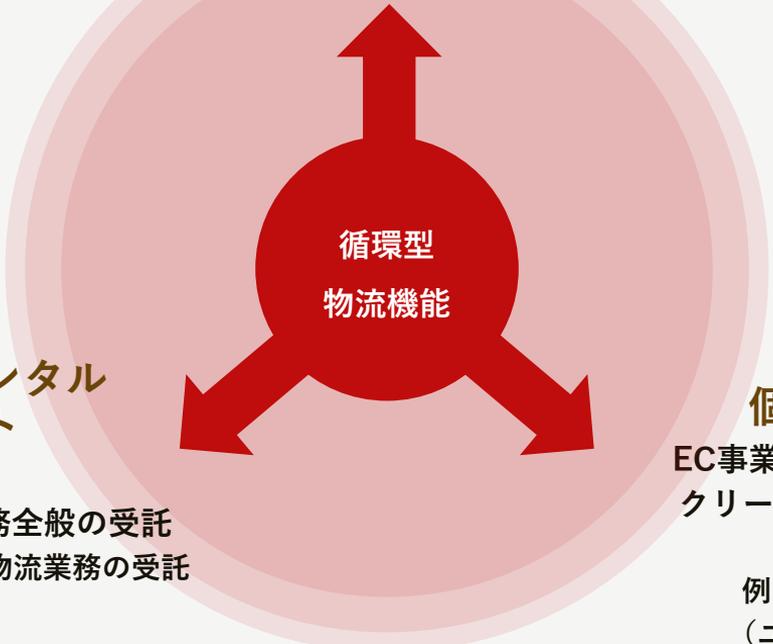
# 「物流機能の外販」の幅広い可能性

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げるため、定期的の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11月に導入。**

## 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

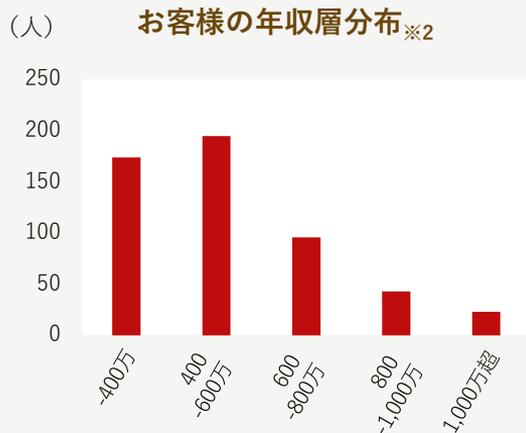
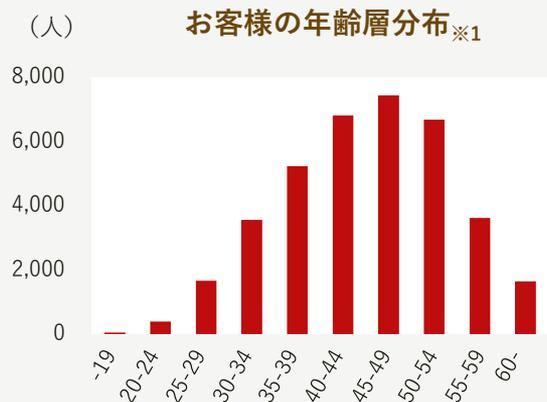
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

# 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<sup>※1</sup>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

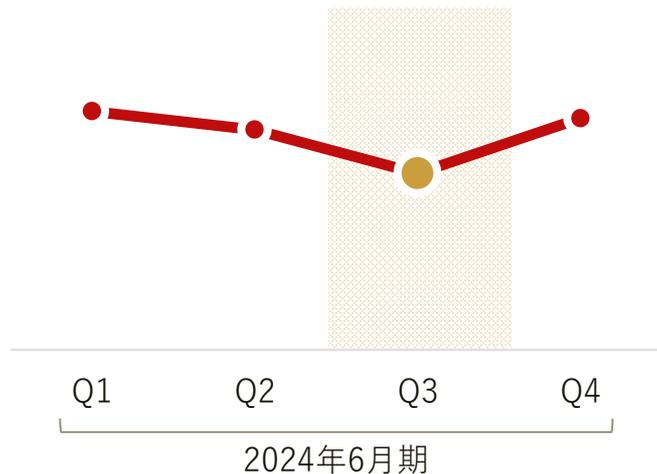
主にairCloset事業において、以下の季節性による変動が生じる。

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



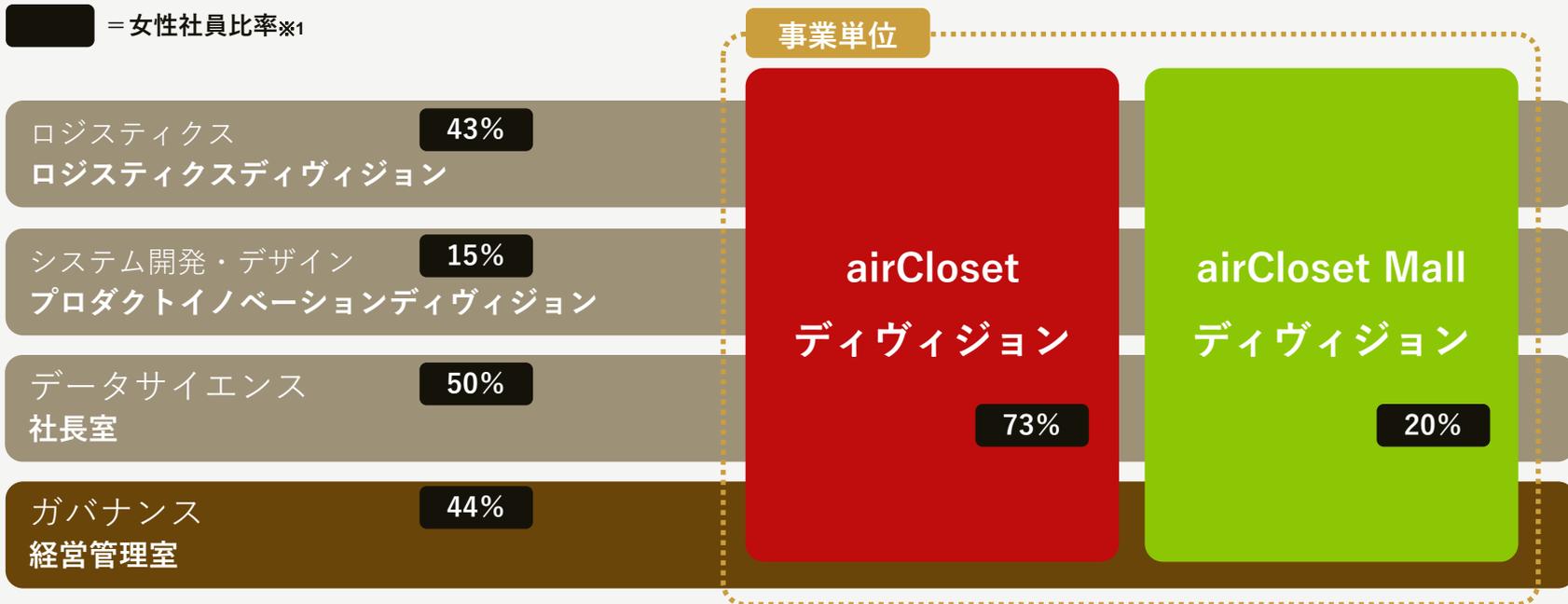
かさばる冬服による配送料金の増加や、メンテナンスが最も必要なニットの取扱いが急増するQ3において、倉庫検品料が増加し、売上総利益率が低下

# 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）
- 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Q1
売上	2,887	3,390	3,740	4,216	1,145
売上総利益	1,455	1,672	1,757	1,998	585
売上総利益率	50.4%	49.3%	47.0%	47.4%	51.1%
販売費及び一般管理費	1,417	1,724	1,945	2,034	519
営業利益又は営業損失	38	△51	△188	△35	65
経常利益又は経常損失	29	△67	△229	△52	61
当期純利益又は当期純損失	△344	△378	△354	△53	60
限界利益	1,484	1,884	2,016	2,394	639
調整後EBITDA（※1）	265	352	392	762	256

※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Q1
<b>流動資産</b>	1,150	1,579	1,905	1,910	1,818
内) 現預金	789	1,139	1,451	1,454	1,308
<b>固定資産</b>	268	606	598	800	954
内) レンタル用資産	131	234	403	542	594
<b>総資産</b>	1,419	2,186	2,504	2,710	2,772
<b>流動負債</b>	921	661	959	1,213	1,212
内) 借入金	449	274	439	617	456
<b>固定負債</b>	456	1,201	986	986	986
内) 借入金	435	1,174	960	960	960
<b>負債合計</b>	1,378	1,863	1,946	2,200	2,199
<b>純資産合計</b>	41	323	557	510	573
<b>負債純資産合計</b>	1,419	2,186	2,504	2,710	2,772

## 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	2024/6期
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	62	353	156	479	802
内) 減価償却費	344	187	348	413	572
内) 減損損失	296	371	308	125	-
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	△793	△797	△1,029	△907	△778
内) 有形固定資産の取得による支出	△782	△794	△817	△877	△911
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	1,190	454	1,223	540	178
<b>現金及び現金同等物の増減額</b>	459	10	350	112	202
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	778	789	1,139	1,251	1,454

## 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。