

**airCloset**

会社説明資料

株式会社エアークローゼット

株式会社 エアークローゼット  
代表取締役社長 兼 CEO

# 天沼 聡

ロンドン大学卒業  
アビームコンサルティング株式会社  
IT・戦略コンサルタントを約10年経験

楽天株式会社  
UI/UXに特化のWebグローバルマネージャー  
2014年7月 株式会社エアークローゼットを設立



# | 目次

1. airClosetについて
2. 競争優位
3. 成長戦略及び事業計画
4. 2024年6月期業績進捗
5. 人的資本とサステナビリティ

# 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

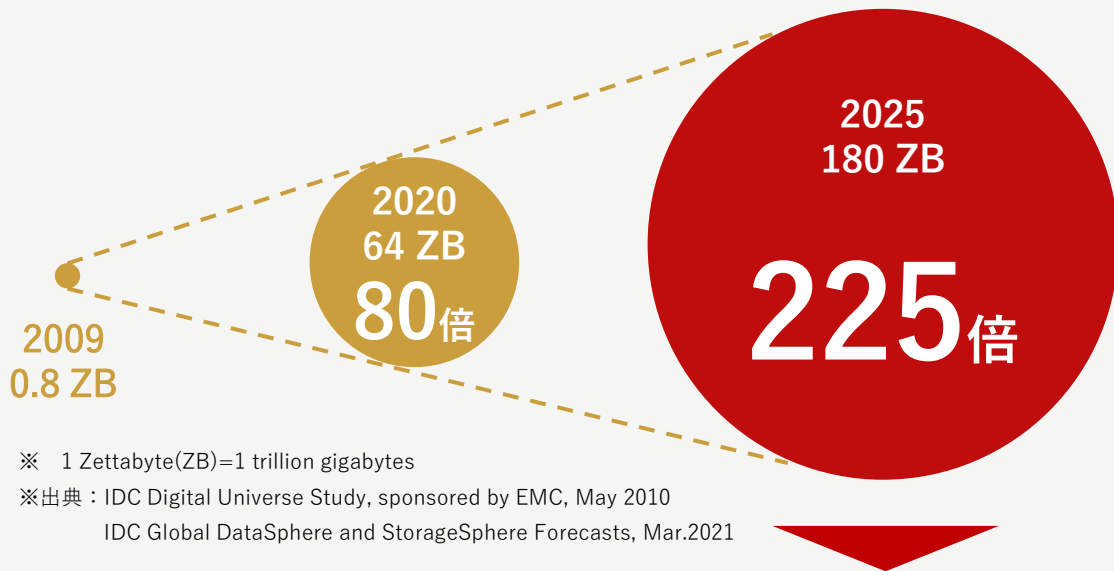
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

### 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

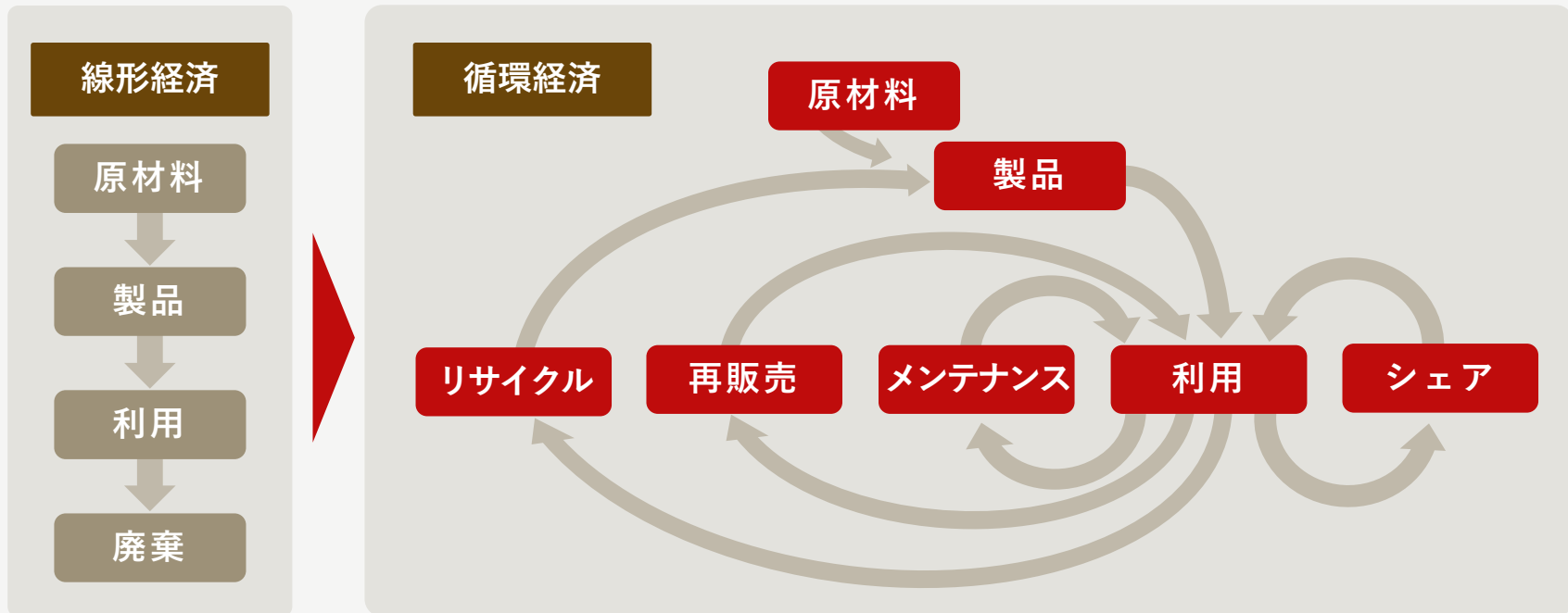
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

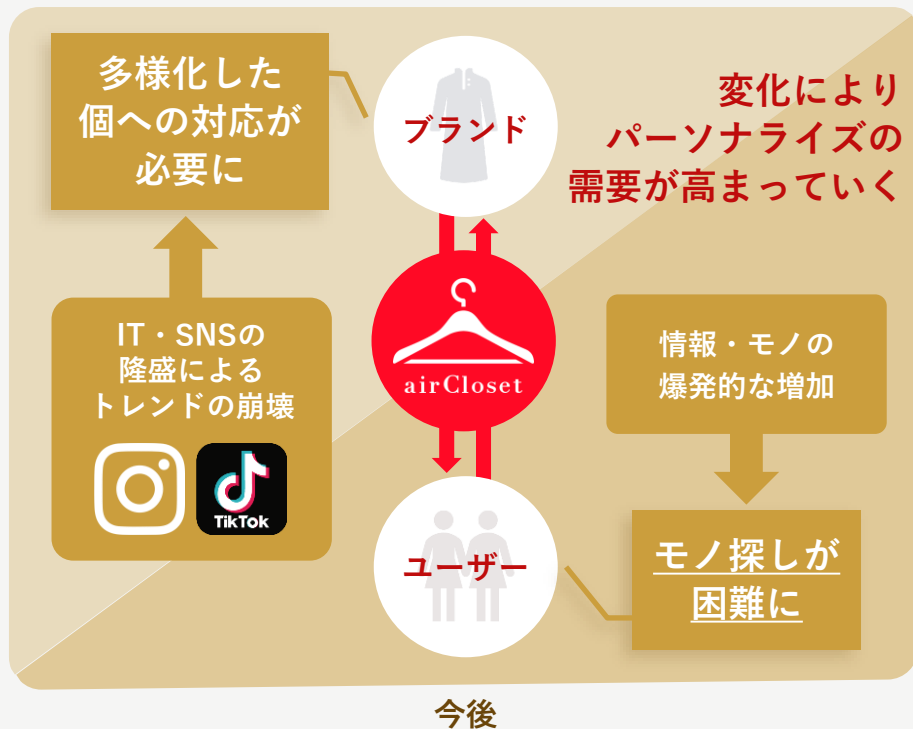
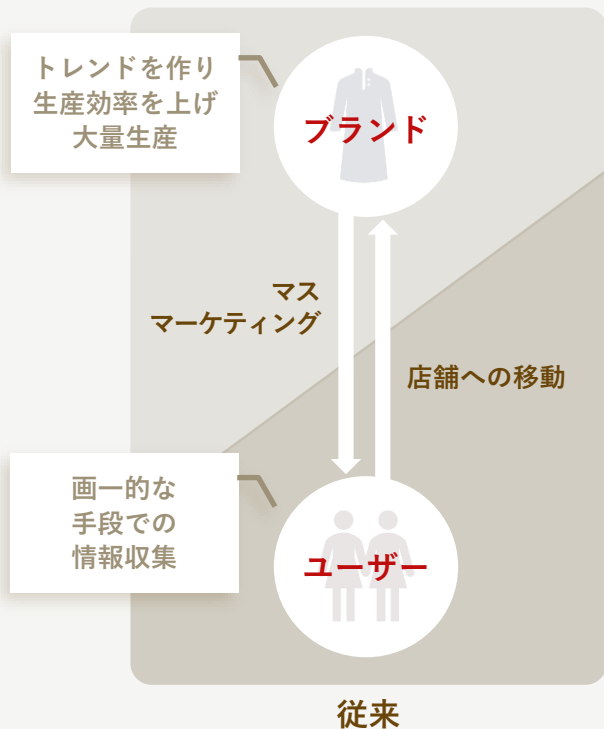
## 社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

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。**



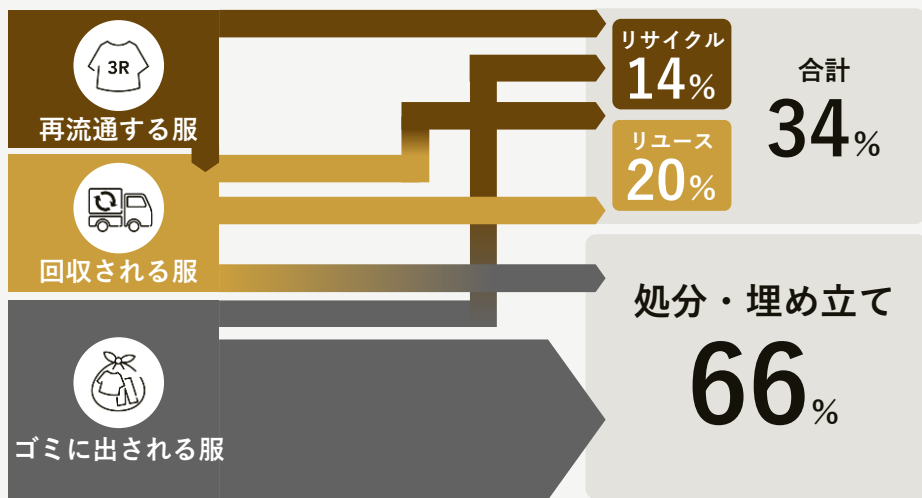


## ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

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

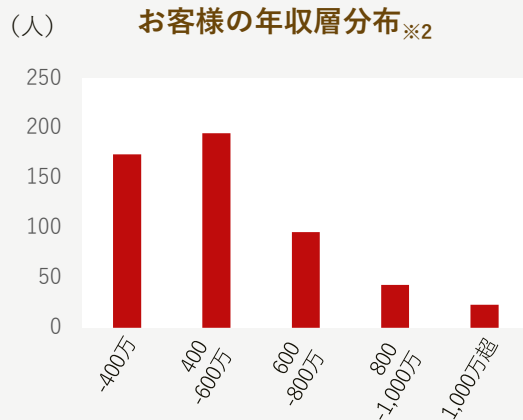
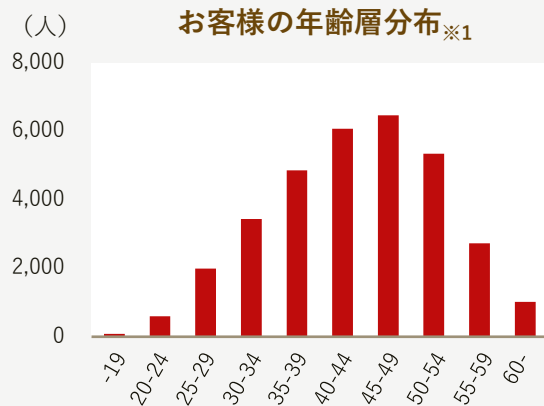
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

# 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

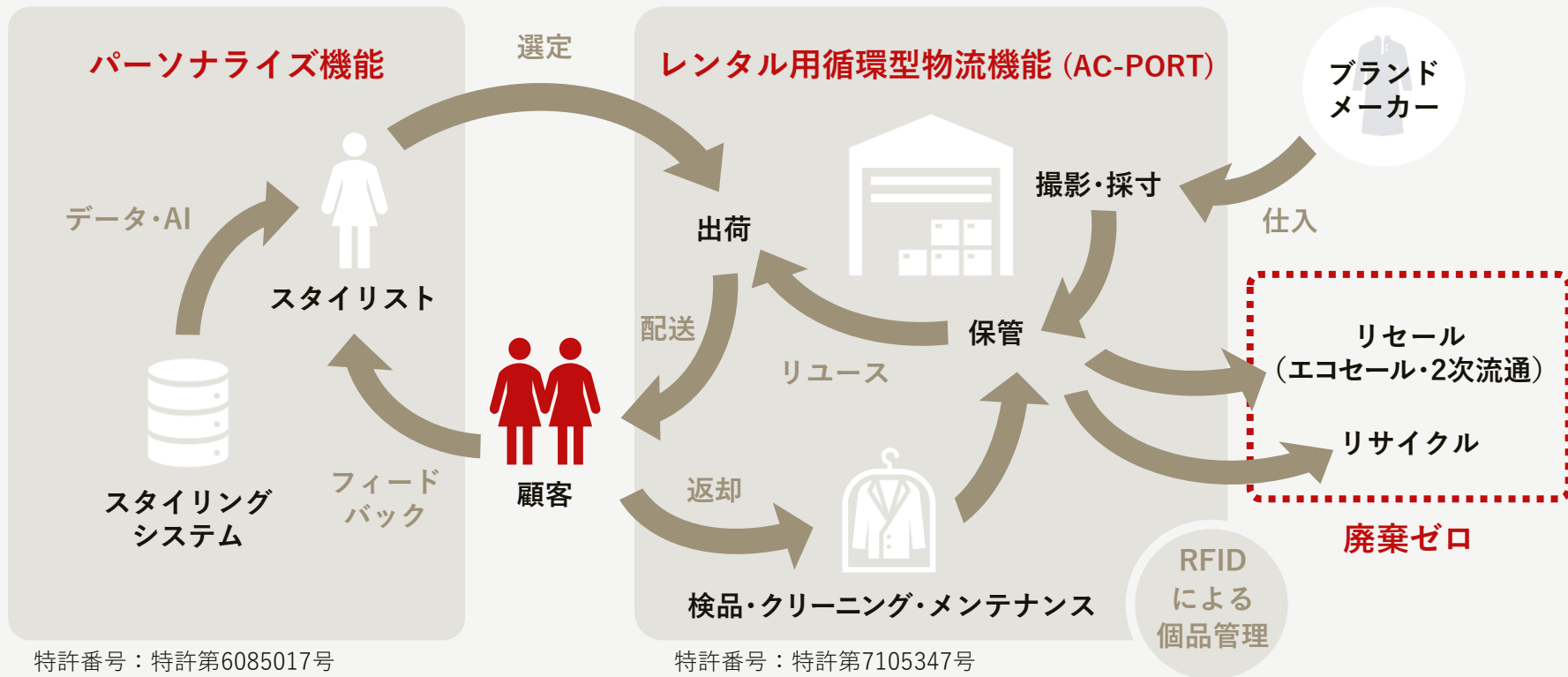
※1 2023年6月時点お客様登録データより集計

※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）

# 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

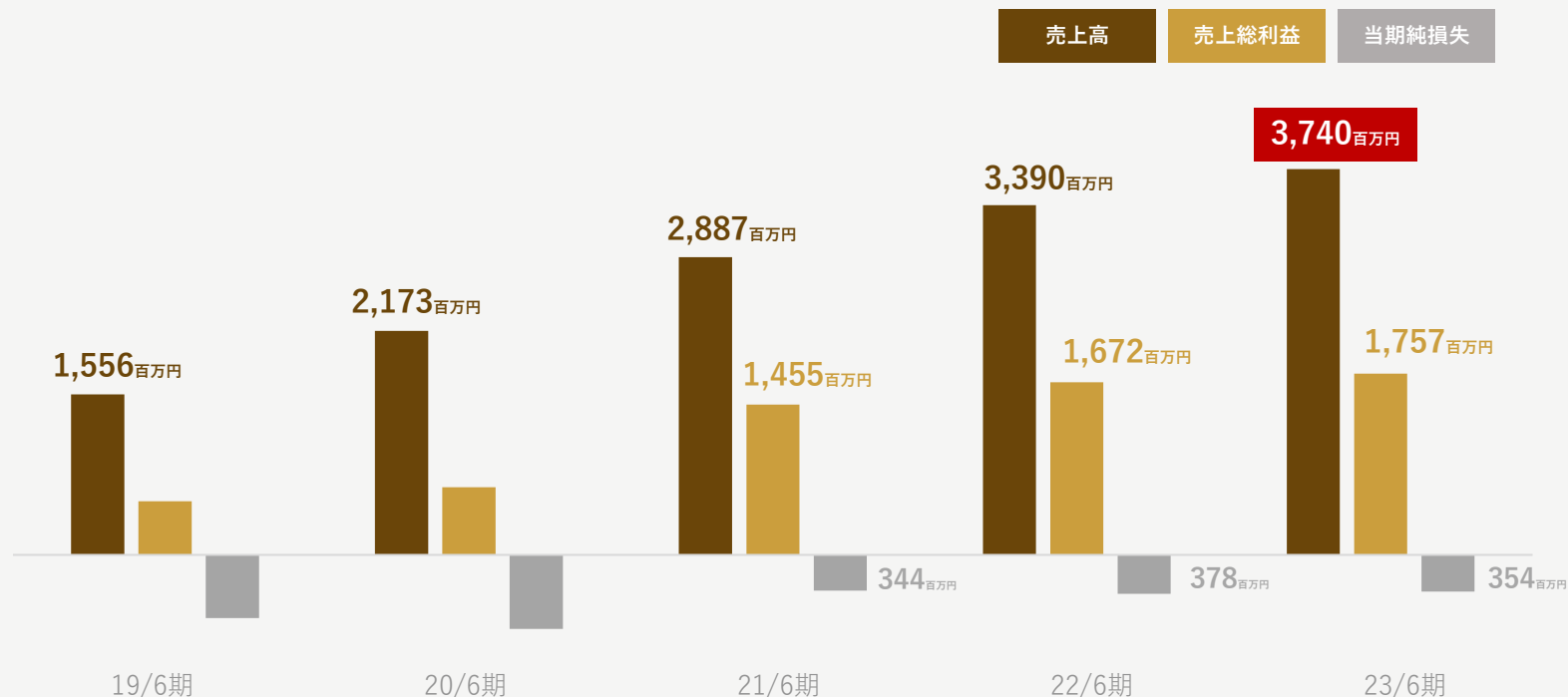
安定して発生するairCloset事業の月額会費および販売による売上が約85%※1を占める構造。  
会員数の拡大、限界利益の最大化にまずは注力し、企業価値の向上を図る。



※1 2023年6月期

## 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**

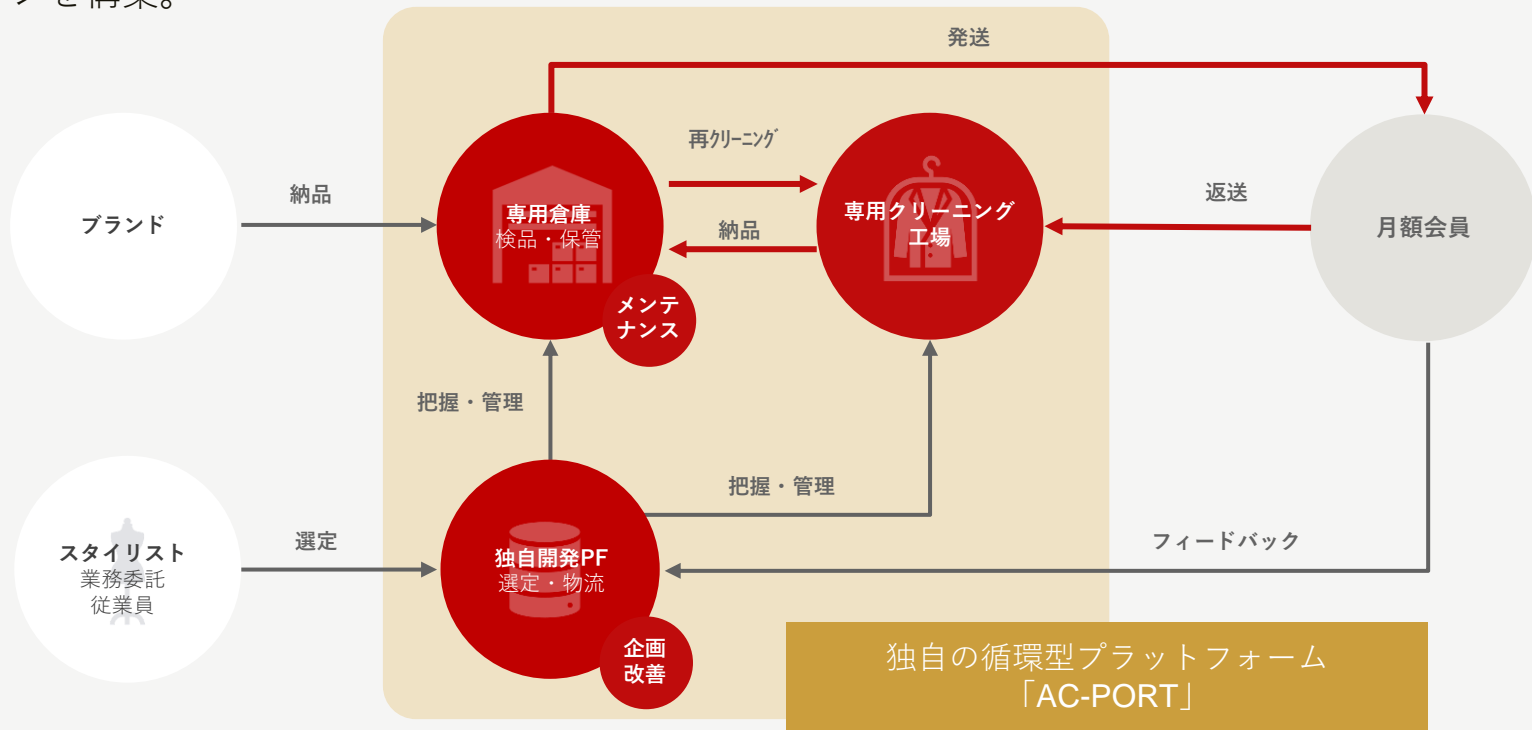
3

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。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。



## フェーズ5の準備 倉庫移転の概要



移転先 : 千葉県流山市 GLP ALFALINK 流山 6

移転予定月 : 2024年7月より順次

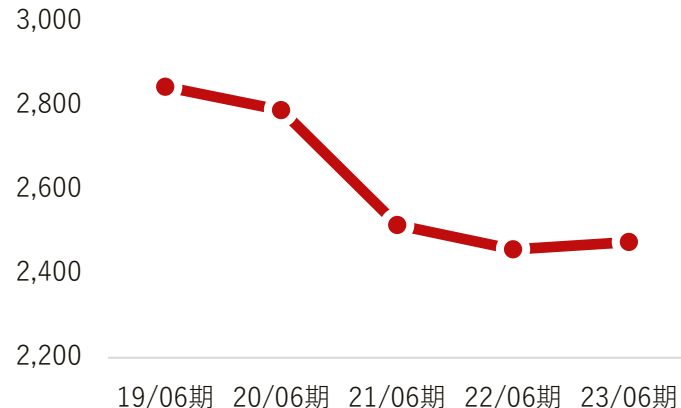
業績への影響 : 現在精査中。2024年6月期損益への影響は軽微となる見通し。

# 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。

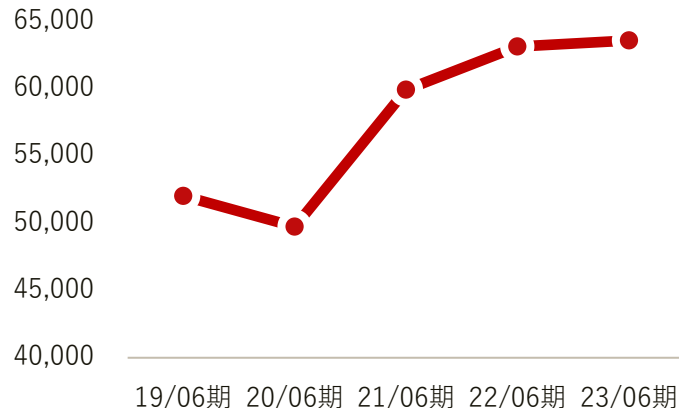
## 1配送当たりのオペレーションコスト※1の推移

(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

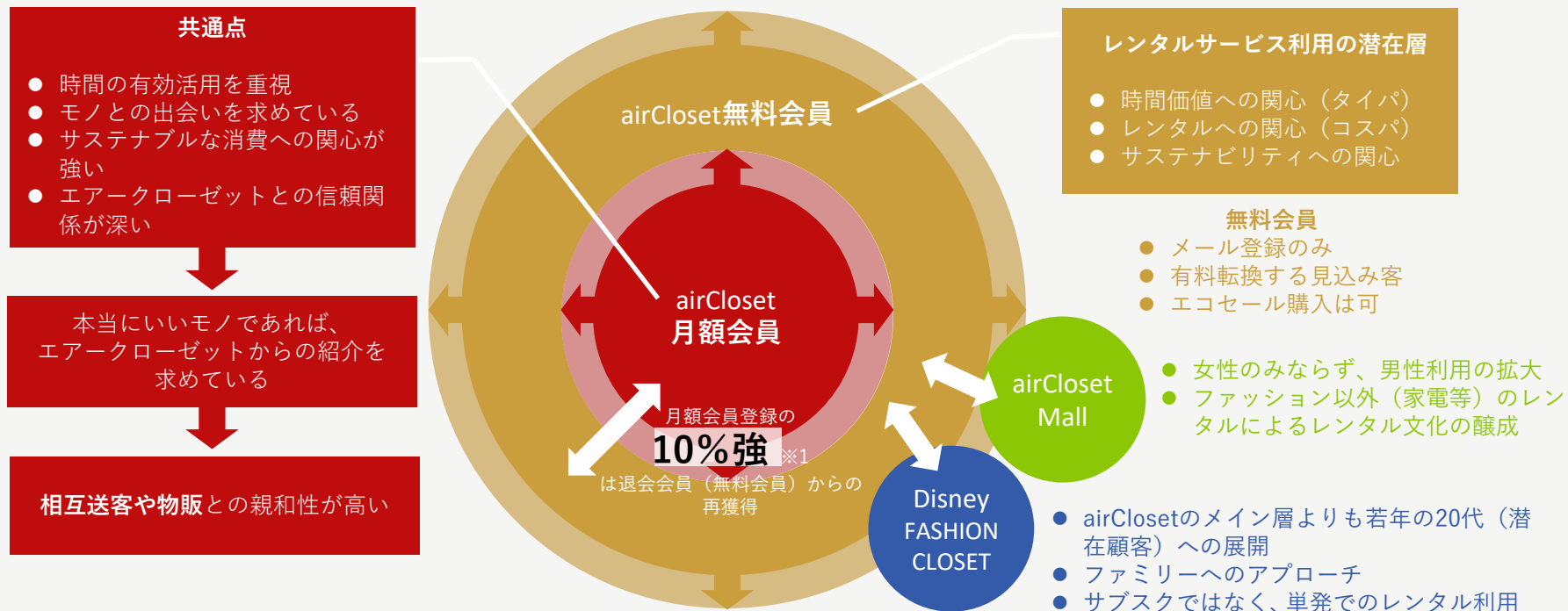
再現性のある改善を実現する

**IT・データ活用**



# 独自の特性を持った顧客基盤と会員戦略

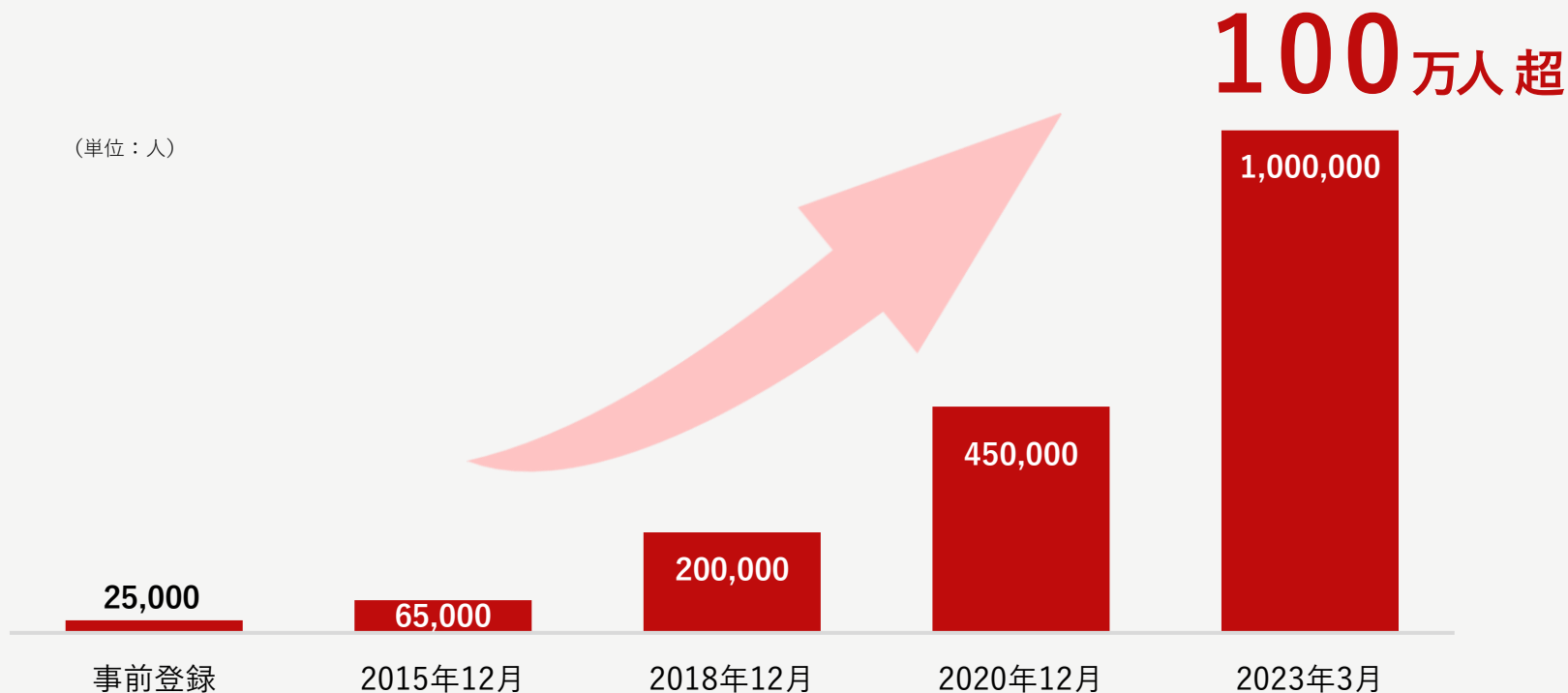
ファッションの要素に加え、「タイパ」「コスパ」「サステナブル」への関心が強い方が中心となった顧客層。サブスク型の月額会員のみならず、airClosetの潜在層としての無料会員、airCloset Mall、Disney FASHION CLOSETにより将来的な広がり の基盤も構築。



※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。

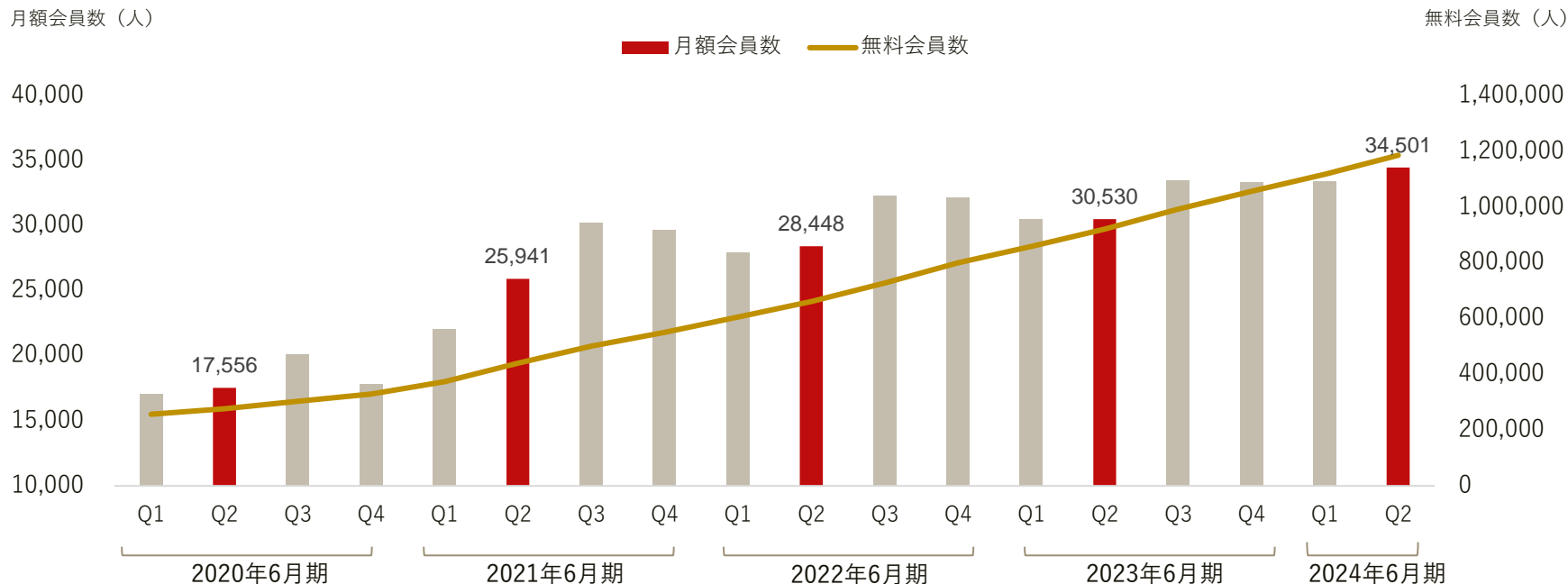


※会員数：無料会員数+月額会員数の合計値

## 会員数の推移

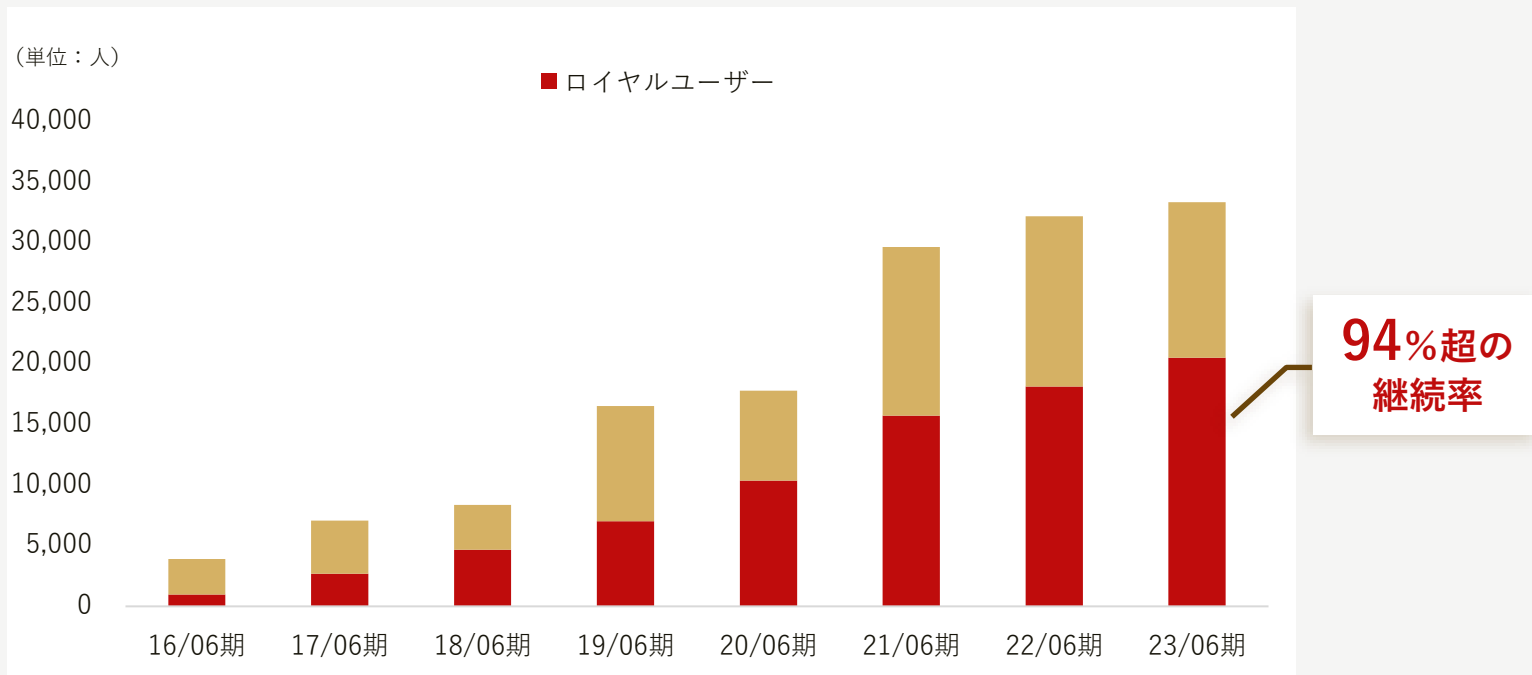
月額会員数の推移には季節性が存在。

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

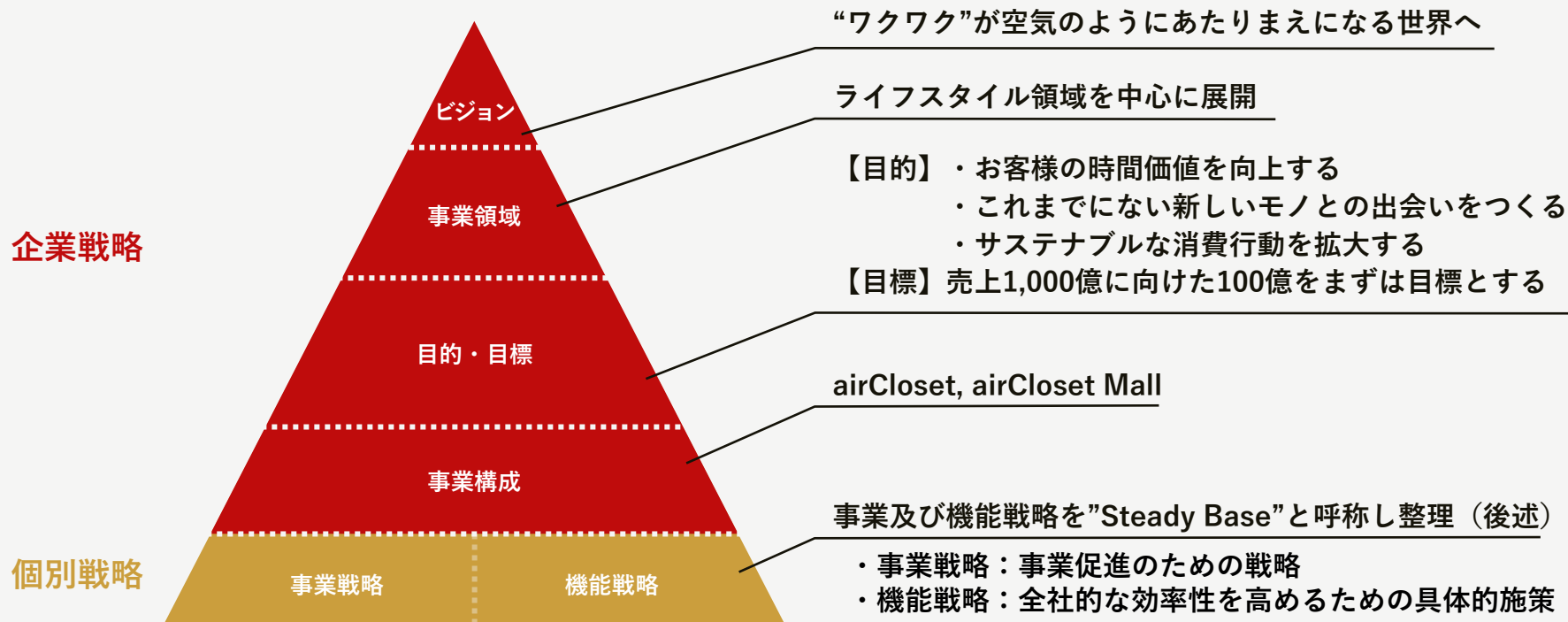
様々な指標をデータ化しサービス品質の向上にむけたPDCAサイクルに活用。  
AI活用によるUX（顧客体験）向上・効率化も図る。

	UX向上	効率化	
活用中	<b>スタイリストマッチングシステム</b> 相性のいいお客様とスタイリストの 最適な出会い	<b>スタイリングサポートAI</b> お客様情報の把握 洋服選びの補助	etc.
	<b>商品開発</b> お客様の感想データに基づいた商品開発	<b>物量予測</b> 予測に基づいた人員配置	
研究開発中	<b>生成系AIによるスタイリングコメント生成</b> 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
	<b>洋服調達支援システム</b> 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. 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

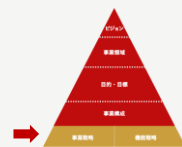
前期から継続し、既存のレディース領域の事業を中心にセグメント展開及びプラットフォーム展開により成長する方針を基本方針とする。



## 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。





# 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。



成長方針を  
具体の成長  
戦略として  
整理

## Steady Base（盤石な土台）

### 1.利益を生む仕組みの構築

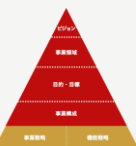
事業の収益性を高め、成長につながる投資を実行する仕組みを構築する施策群

### 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

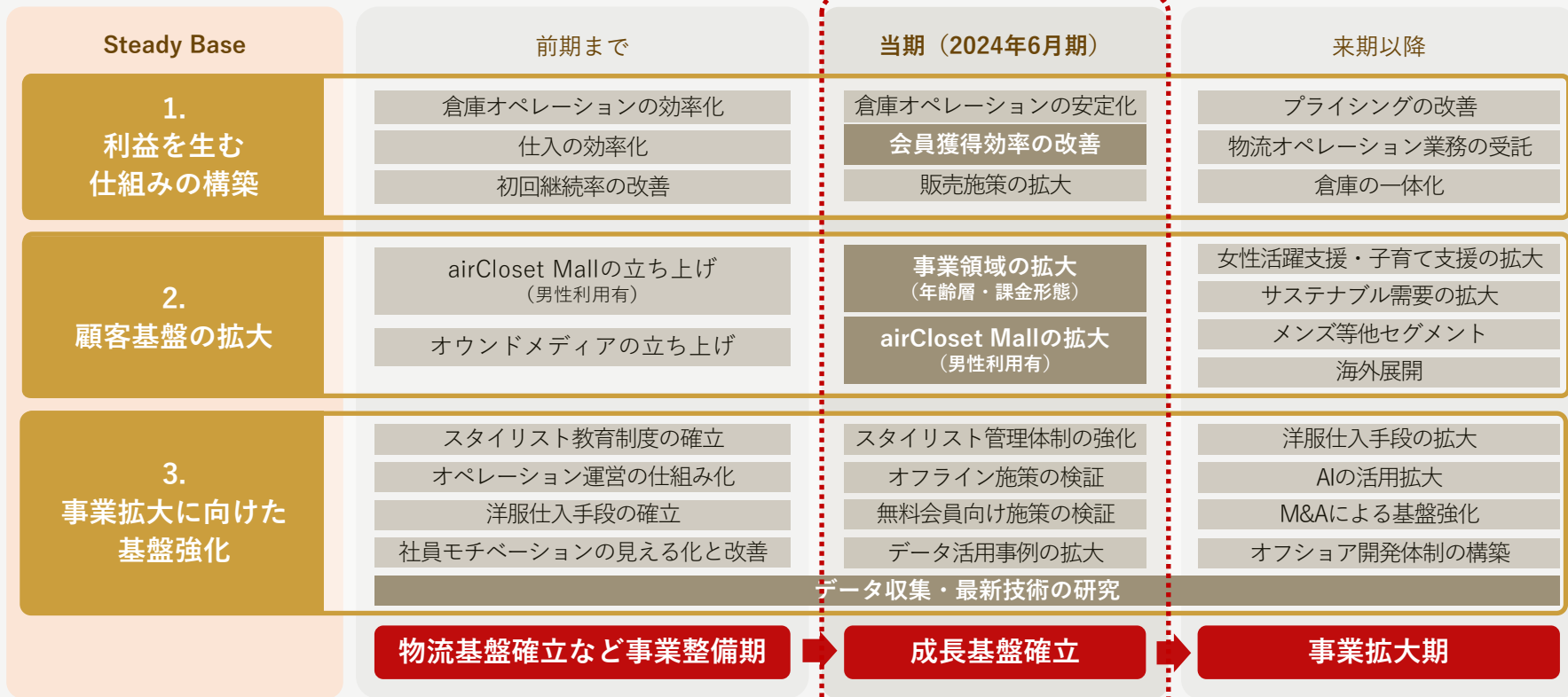
### 3.事業拡大に向けた基盤強化

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。





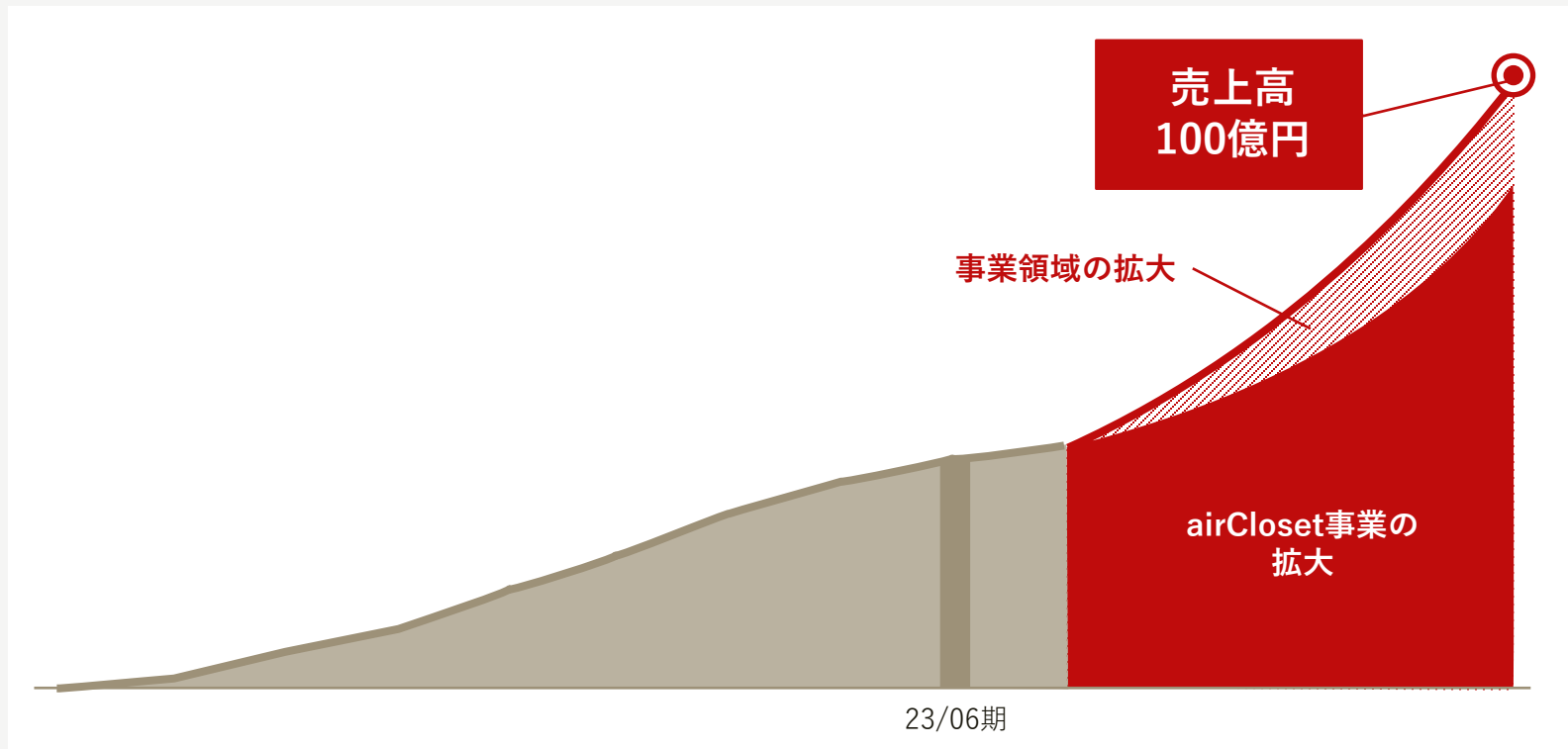
## 2024年6月期 業績予想

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	<b>3,926</b>	<b>+186</b>	会員数増加に伴う増加を計画するものの、 <b>会員獲得効率の改善を優先</b> 。 「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%	<b>+5.0%</b>		
営業利益		△188	<b>△97</b>	<b>+90</b>	会員獲得効率の改善に注力することにより、 <b>airCloset事業では黒字化を見込む</b> 。 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	<b>△117</b>	<b>+111</b>	
	YoY	-	-		
当期純利益		△354	<b>△119</b>	<b>+234</b>	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、 <b>24年6月期においては減損損失が発生しない見込み</b> 。
	YoY	-	-		
期末会員数 (人)		33,363	<b>34,546</b>	<b>+1,183</b>	
限界利益		2,016	<b>2,134</b>	<b>+118</b>	

## 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。



## 4. 2024年6月期業績進捗

## 2024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+5%に対し、2Q累計で+11.9%と順調に推移。

各損益も計画を上回って順調に推移。

下期の新規会員獲得拡大に向けた施策の可能性を考慮し、現時点では業績予想を据え置き。

単位(百万円)	2023/6期 第2四半期累計	2024/6期 第2四半期累計	2024/6期	進捗率
	(実)	(実)	(計画)	
売上	1,796	<b>2,009</b>	<b>3,926</b>	<b>51.2%</b>
YoY		<b>+11.9%</b>	<b>+5.0%</b>	
営業利益	△74	<b>31</b>	<b>△97</b>	<b>上回って進捗</b>
経常利益	△108	<b>23</b>	<b>△117</b>	<b>上回って進捗</b>
当期純利益	△156	<b>22</b>	<b>△119</b>	<b>上回って進捗</b>

## 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

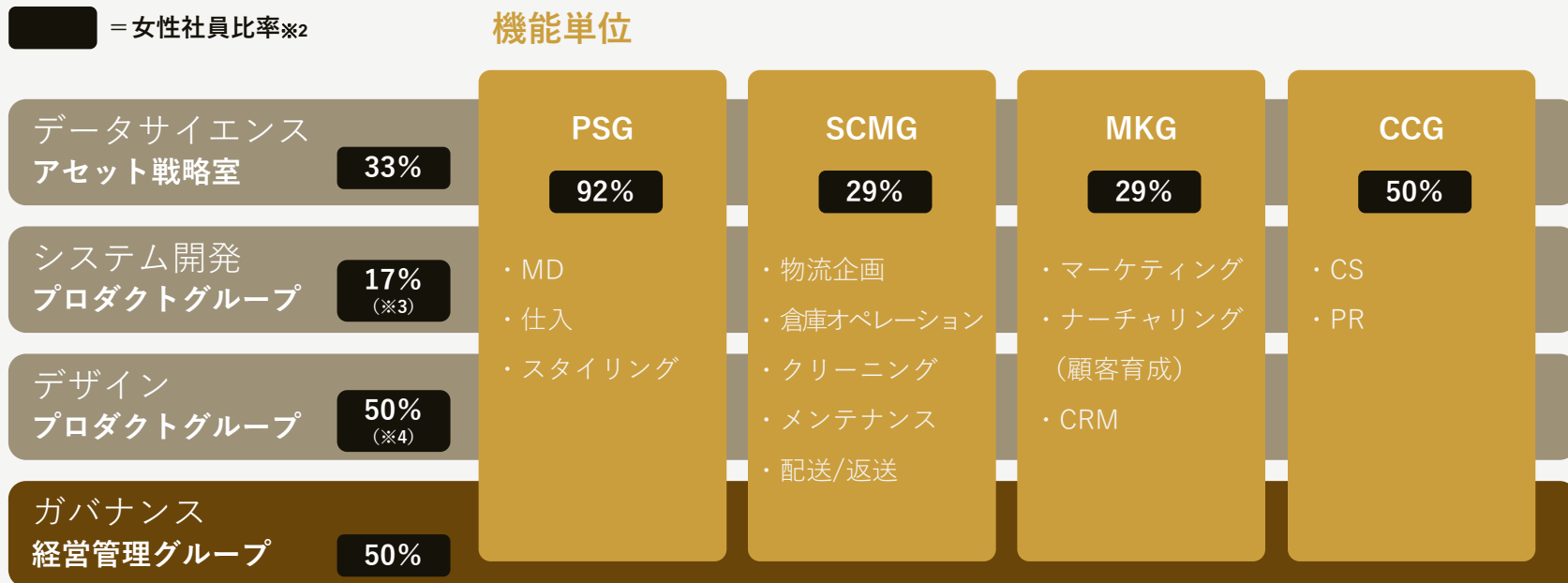
- サブスクリプションサービスの重要な観点である継続的な改善  
(再現性のあるPDCAサイクル)を実現するための組織構造を確立
- 持続可能な成長に向けた全社のエンゲージメント(組織との紐づき)の継続的なモニタリングと対策実施

# 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。

また、女性向けのサービスのため、サービス内容に直結する部署には女性社員を多く配置。



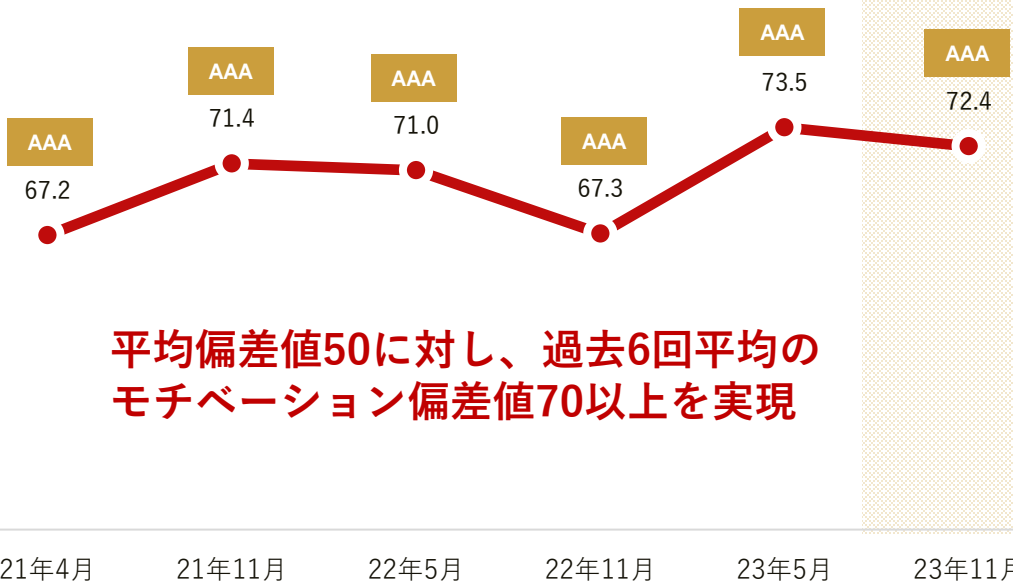
※PSG：パーソナルスタイリンググループ／MKG：マーケティンググループ／SCMG：サプライチェーンマネジメントグループ／CCG：カスタマーコミュニケーショングループ

※2 2023年9月末時点の正社員における女性社員比率 ※3 プロダクトグループのエンジニアにおける比率 ※4 プロダクトグループのデザイナーにおける比率

## 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.



## 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、以降継続

### 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）

### サステナブルな販売会 「エコセール」

レンタル提供を終了したお洋服を  
会員様向け、  
企業の従業員様向けに販売

### アパレル販売員向け 衣類シェアリング

アパレル販売員の方が制服として  
利用した商品を再活用

# 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。