

airCloset

2025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

- 25年6月期はairCloset事業の収益性の向上が明確となり、営業損益の大幅改善、全社として創業来初の当期純損益の黒字化を達成。
- 26年6月期は、今後のairCloset事業の会員数の成長角度を上げるため、広告への集中から脱却し、コラボレーション強化やオフライン接点の強化など、新規会員獲得手段の多様化を図る。また、オケージョーンシーン向けサービスの拡大、メンズ向けサービス開始に向けた準備など新規領域への投資を積極化。
- 26年6月期業績計画では、上記投資により営業利益としては減益だが、特別損失の一巡により当期純利益の増益を見込む。

重要業績サマリー

単位 (百万円)	2024/6期 (実績)	2025/6期 (実績)	増減率	2026/6期 (予想)	増減率
売上	4,216	4,957	+17.6%	5,716	+15.3%
営業損益	△35	102	黒字転換	81	△20.9%
当期純損益	△53	23	黒字転換	42	+79.3%

目次

1. 当社事業の全体像と今後の方向性
2. 2025年6月期第4四半期業績および通期業績
3. 今後の成長戦略および2026年6月期業績予想
4. その他
5. Appendix

1. 当社事業の全体像と今後の方向性

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



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**

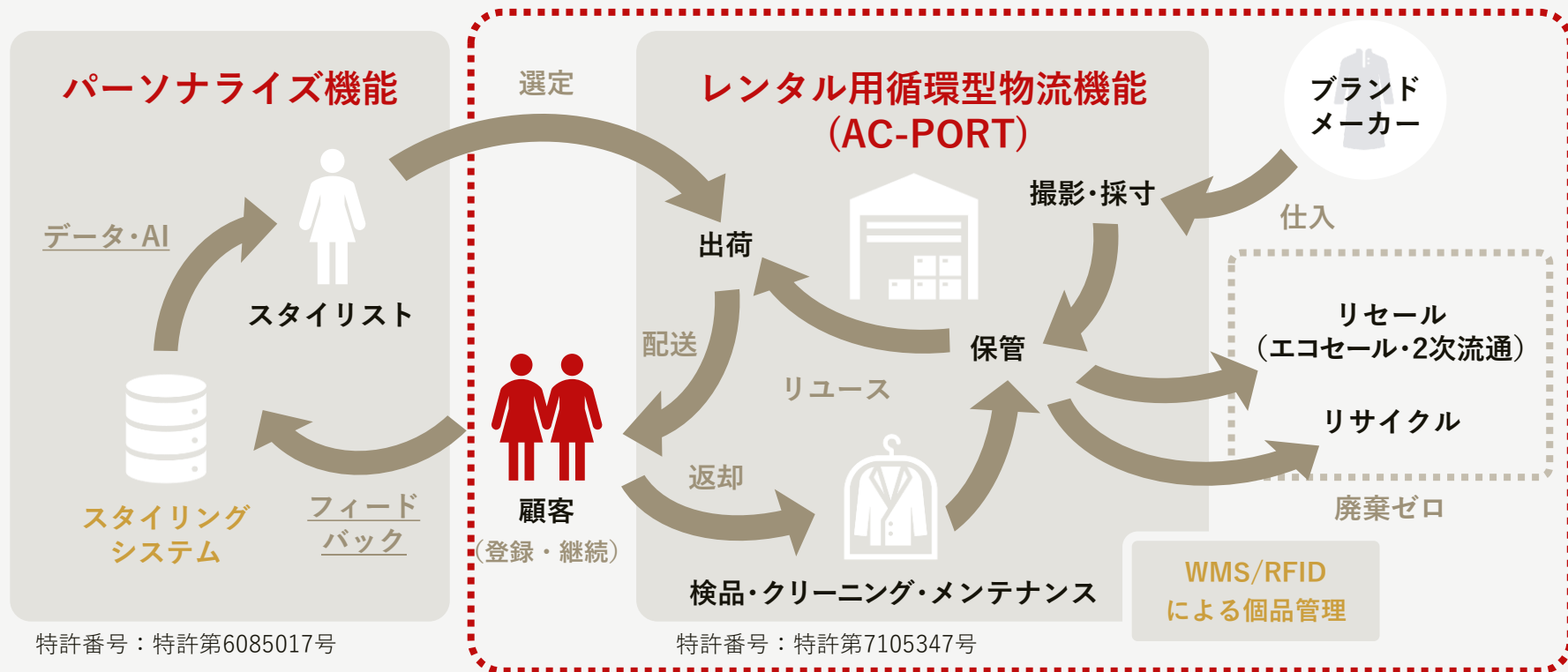
パーソナルスタイリング



レンタル

airClosetの事業構造

お客様からの返却が前提、完全個品管理が必要となる構造。クリーニングやメンテナンスといったオペレーションも重要であり、循環物流固有の課題への対応が求められる。



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

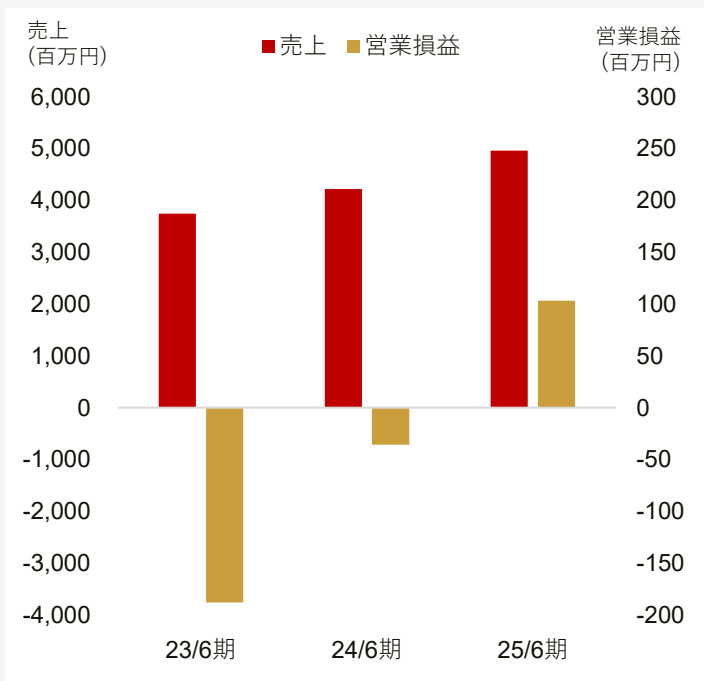


事業戦略上の 狙い

- ・ 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

収益性の改善による全社損益の黒字化

継続した収益性の改善により、前期のairCloset事業の黒字化に続き、全社としての損益黒字化も達成。



基盤の確立

会員獲得効率の向上、継続率の向上、顧客単価の上昇等により収益性の改善が進み、独立系ファッションレンタルサービスとしては初の全社損益の黒字化を達成 (※1)。

収益化が困難といわれたファッションレンタルサービスの事業モデルを証明、更なる成長を目指す。

※1 2025年7月末時点、開示情報より当社調べ

成長加速に向けた新たな取り組み

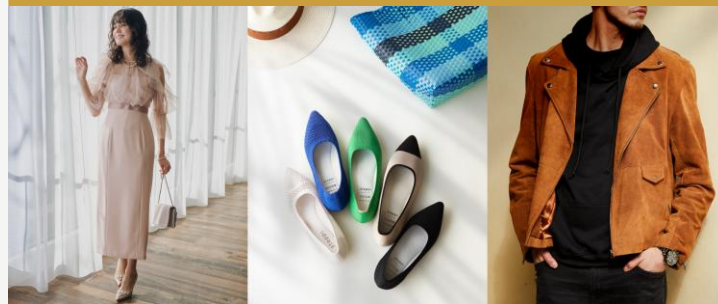
早期の売上高100億円突破に向け成長スピードの加速を図るため、会員獲得手段の構造改革、新規領域の強化を図る。

airCloset事業の 会員数の増加に向けた動き



- ・短期だけでなく中長期の成長のため、従来広告に集中していた会員獲得手段の多様化によるairCloset事業の会員数増加率上昇を図る。

全社成長加速に向けた展開



- ・既存事業の成長に加え、顧客基盤の拡大や単価上昇に向けオケージョン展開の拡大や物品販売の強化、メンズ向けサービスの準備を実施していく。

2. 2025年6月期第4四半期業績および通期業績

第4四半期業績要旨

- 4-6月期は会員数の増加・顧客単価上昇により前年同期比増収を継続。当初の予定通り、採用費用や品質改善等に費用を積み増し。
- また、本日開示の「債権の取立不能または取立遅延のおそれおよび特別損失（貸倒引当金繰入額）の計上に関するお知らせ」の通り、取立不能と判断した敷金に係る引当金64百万円を特別損失として計上。債権回収に向けた動き、再発防止を実施する。

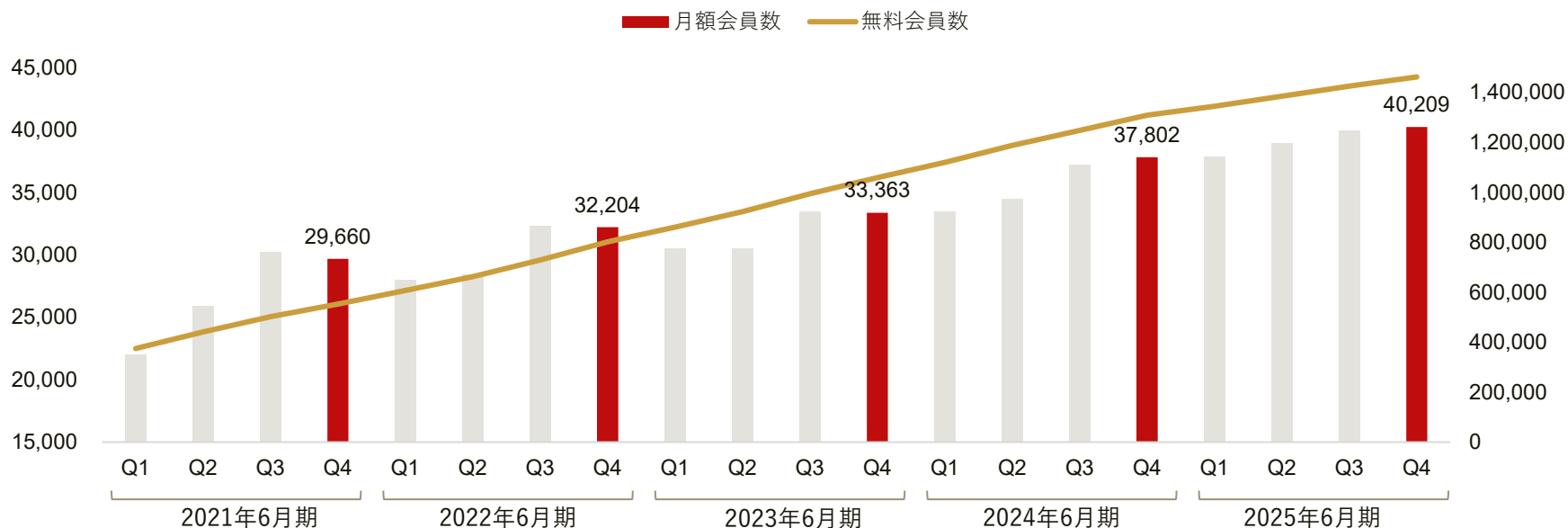
会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

春の需要期における天候不順などの影響で4Qの会員数増加ペースはやや鈍化したが、当期末においても前年同時点比で成長を継続。

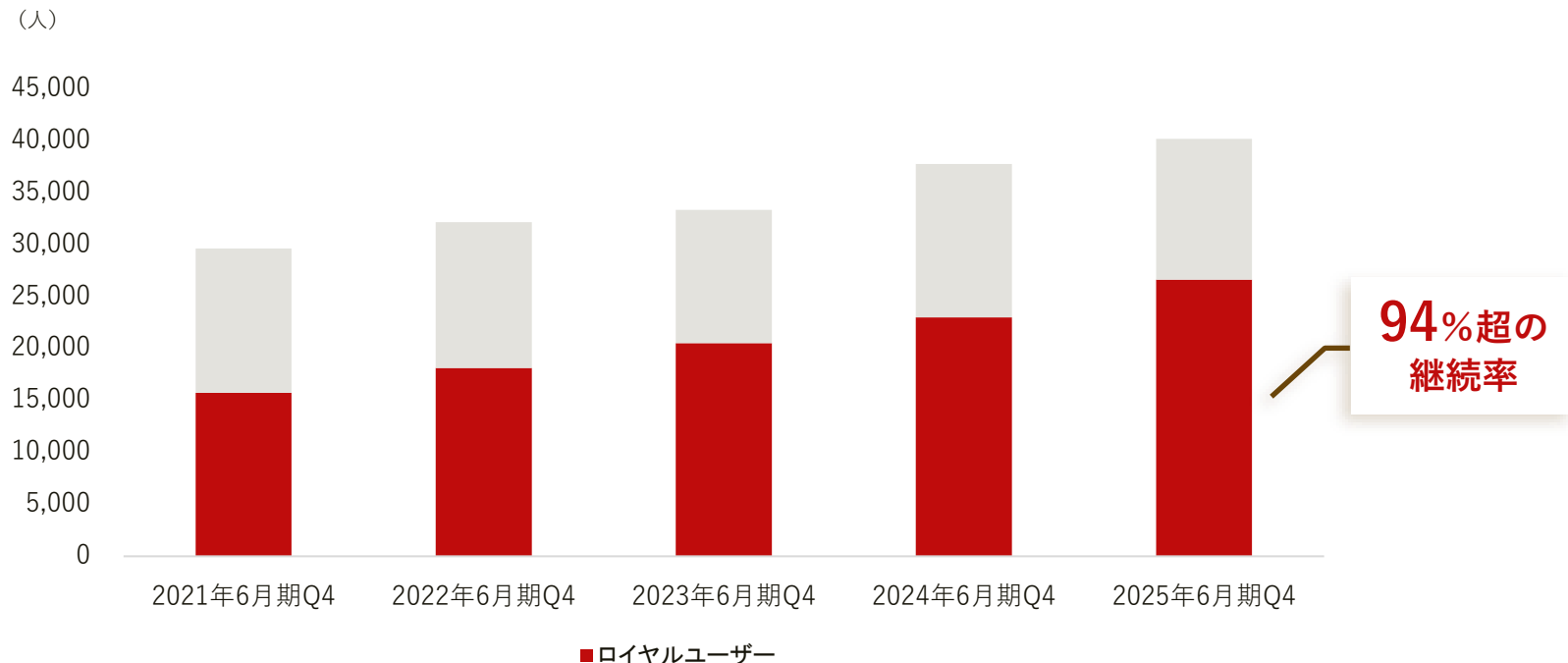
月額会員数（人）

無料会員数（人）



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。

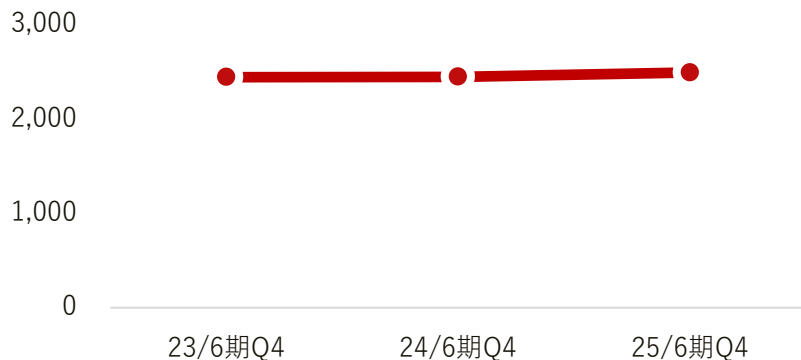


安定したオペレーション運営

更なる品質強化に向け検品工程を拡充しているが、全体として効率的なオペレーション運営を継続。一人当たり限界利益も安定して推移。

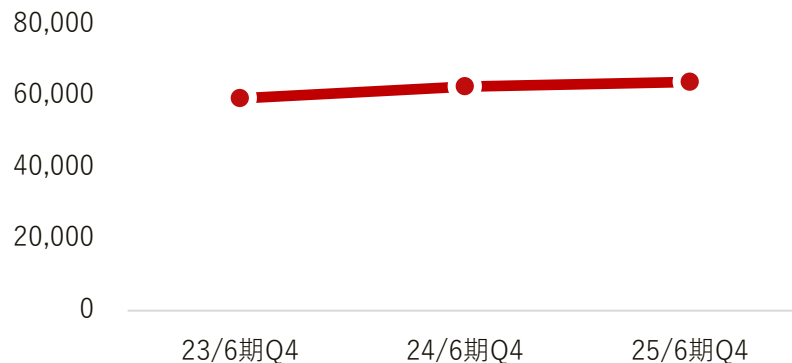
(円) 1 配送当たりオペレーションコスト

(※1)



(円) 月額会員一人当たり限界利益 (年額)

(※2)



※1 会計期間におけるairCloset事業の物流費用からの総額から倉庫移転に要するコストを控除した金額を、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

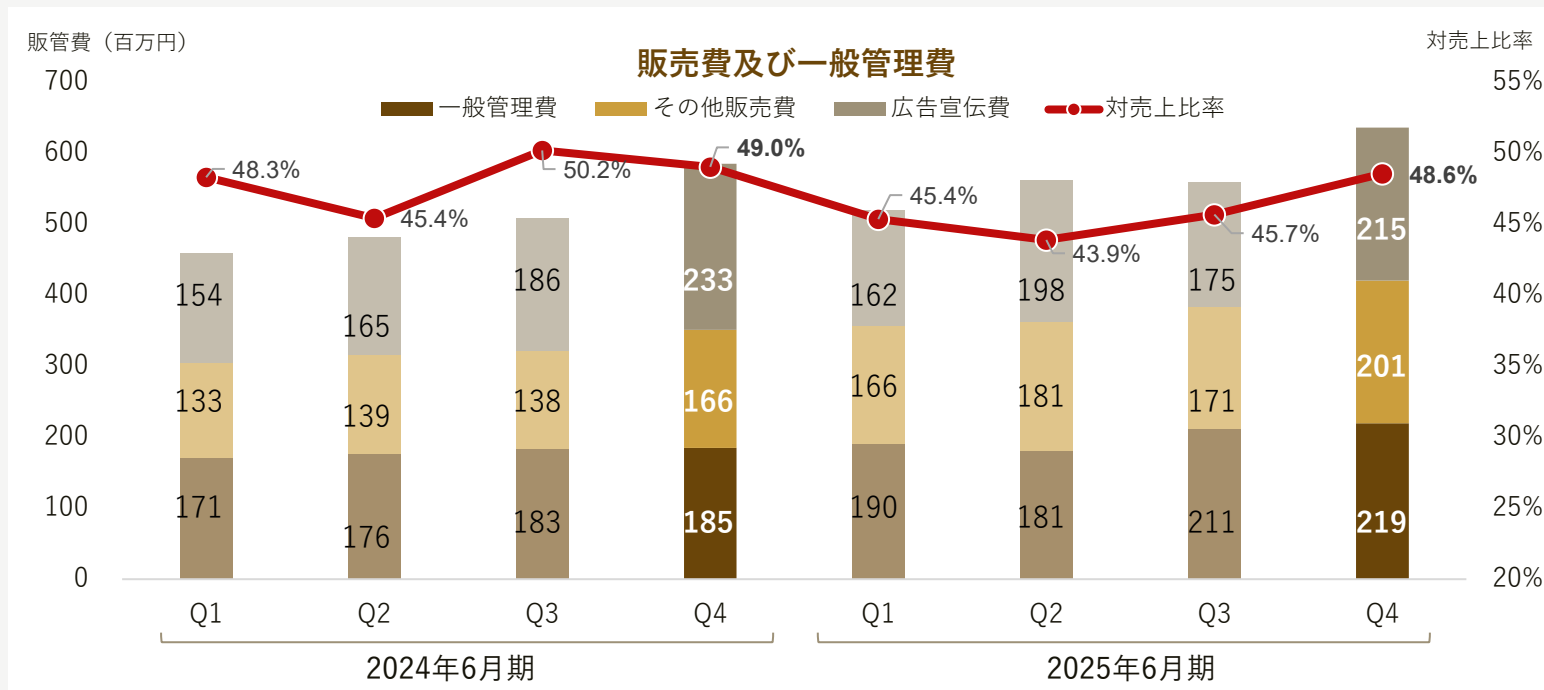
主に月額会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。
敷金の回収不能に伴う特別損失等により四半期純損益はマイナス。

単位（百万円）	2024/6期 第4四半期	2025/6期 第4四半期	増減率	2025/6期第4四半期会計期間について
売上	1,192	1,310	+9.8%	月額会員数の増加、単価の上昇によるairCloset事業の成長、Mall事業の成長に伴い、増収。 airCloset事業における販売原価率の上昇、一時費用計上等により売上総利益率が低下。
売上総利益	579	611	+5.5%	
売上総利益率	48.6%	46.7%		
販売費及び一般管理費	584	636	+8.7%	主に採用費用、人件費、品質改善に伴う支払手数料の増加。
（内 広告宣伝費）	233	215	△7.9%	
営業損失	△5	△24	-	
営業利益率	-	-		
経常損失	△9	△28	-	
四半期純損失	△10	△92	-	敷金に係る引当金64百万円を計上。詳細は「債権の取立不能または取立遅延のおそれおよび特別損失（貸倒引当金繰入額）の計上に関するお知らせ」にて開示。
四半期末会員数（人）	37,802	40,209	+6.4%	
限界利益	684	726	+6.1%	
調整後EBITDA(※1)	212	244	+15.4%	

※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

主に採用費用、人員増およびベースアップによる人件費の増加により、前年同期比増加。
対売上比率は前年同期比では改善を継続。



業績概要 第4四半期会計期間 事業毎内訳

事業毎内訳は下表の通り。

airCloset事業において、会員数の増加、単価上昇に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。
今後の成長に向けて採用や品質改善に費用を積み増したことに伴い営業利益は減益。

	2024/6期 第4四半期			2025/6期 第4四半期		
単位（百万円）	airCloset事業	その他事業	合計	airCloset事業	その他事業	合計
売上	1,077	115	1,192	1,152	157	1,310
YoY	+14.3%	+30.1%	+15.7%	+7.0%	+36.1%	+9.8%
売上総利益	527	52	579	550	60	611
YoY	+23.7%	+9.5%	+22.3%	+4.5%	+15.7%	+5.5%
売上総利益率	48.9%	45.2%	48.6%	47.8%	38.4%	46.7%
販売費及び一般管理費	497	87	584	549	86	636
（内 広告宣伝費）	196	37	233	186	28	215
営業利益	29	△34	△5	1	△26	△24
YoY	-			△94.7%	-	-
営業利益率	2.7%			0.1%	-	-
四半期末会員数（人）	37,802			40,209		
限界利益	619	65	684	648	78	726
調整後EBITDA(※1)	213	△1	212	232	12	244

※ 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。

直近の重要トピックス（2025/4/1～2025/8/13）

領域	主要トピックス
airClosetサービスの強化	●2025年4月より、手元に届いたアイテムの新品を購入することができる、新品購入機能を追加
プラットフォーム活用および強化	●2025年6月より、パーティドレスに続き、「浴衣」のレンタルを開始 ●airCloset Mallにおいて、価値を感じるまでに一定期間が必要な商品の月額が割引となる新プラン「じっくりお試しプラン」を導入
その他	●パジャマをメインとしたアパレルブランド「Chill ST（チルストリート）」の展開開始に向け、2025年5月に合併会社を設立

2025年6月期 通期振り返り

- 安定したオペレーションに加え、会員数の増加や顧客単価の上昇等により収益性を改善し、営業利益の大幅増益、創業来初の当期純利益の黒字化を達成。計画に対する実行力、PDCAによる継続的な改善力を確信。

業績概要 通期業績 対前期比

売上、営業損益が2025年5月15日公表の通期計画を上回って着地。

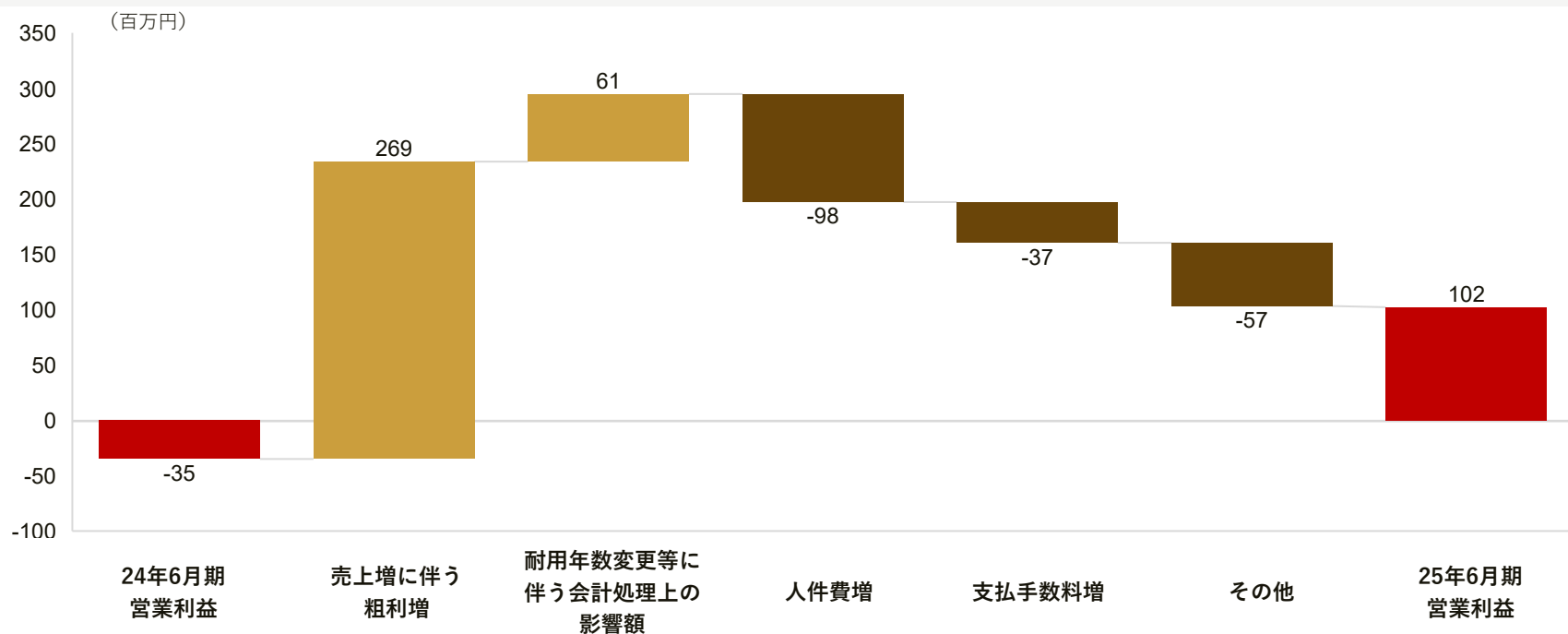
月額会員数の増加に伴う売上増に加え、収益性改善により営業損益が大幅改善。

単位（百万円）	2024/6期	2025/6期	増減率	2025/6期 業績予想	達成率	2025/6期について
売上	4,216	4,957	+17.6%	4,935	100.5%	主に会員数の増加、単価上昇に伴い増加。
売上総利益	1,998	2,378	+19.0%	-	-	レンタル用資産の耐用年数変更の影響などにより改善。
売上総利益率	47.4%	48.0%				
販売費及び一般管理費	2,034	2,275	+11.8%	-	-	事業規模拡大による費用増を吸収し、 販管費率が2.3pt改善 。
（内 広告宣伝費）	740	752	+1.6%	-	-	
販売費及び一般管理費率	48.2%	45.9%				
営業損益	△35	102	-	80	128.0%	25年6月期は64百万円の特別損失を計上（詳細は開示「債権の取立不能または取立遅延のおそれおよび特別損失（貸倒引当金繰入額）の計上に関するお知らせ」参照）。
営業利益率	-	2.1%				
当期純損益	△53	23	-	64	36.8%	
期末会員数（人）	37,802	40,209	+6.4%	-	-	
限界利益	2,394	2,731	+14.1%	-	-	
調整後EBITDA（※1）	762	1,028	+34.8%	-	-	

※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。

営業利益の主要変動要因

25年6月期の営業利益は、主に会員数の増加等に伴う売上、粗利増により、人員数の増加に伴う販管費増を吸収し、大幅に増益。



業績概要 通期業績 事業毎内訳

事業毎内訳は下表の通り。

	2024/6期			2025/6期		
単位（百万円）	airCloset事業	その他事業	合計	airCloset事業	その他事業	合計
売上	3,833	382	4,216	4,378	579	4,957
YoY	+10.5%	+42.0%	+12.7%	+14.2%	+51.2%	+17.6%
売上総利益	1,816	182	1,998	2,129	248	2,378
YoY	+11.7%	+38.7%	+13.7%	+17.3%	+36.3%	+19.0%
売上総利益率	47.4%	47.5%	47.4%	48.6%	42.9%	48.0%
販売費及び一般管理費	1,736	298	2,034	1,923	351	2,275
（内 広告宣伝費）	635	105	740	628	123	752
営業利益	80	△116	△35	206	△103	102
YoY	-			+156.2%		
営業利益率	2.1%			4.7%		2.1%
期末会員数（人）	37,802			40,209		
限界利益	2,171	223	2,394	2,431	300	2,731
調整後EBITDA（※1）	761	1	762	970	58	1,028

※ 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。

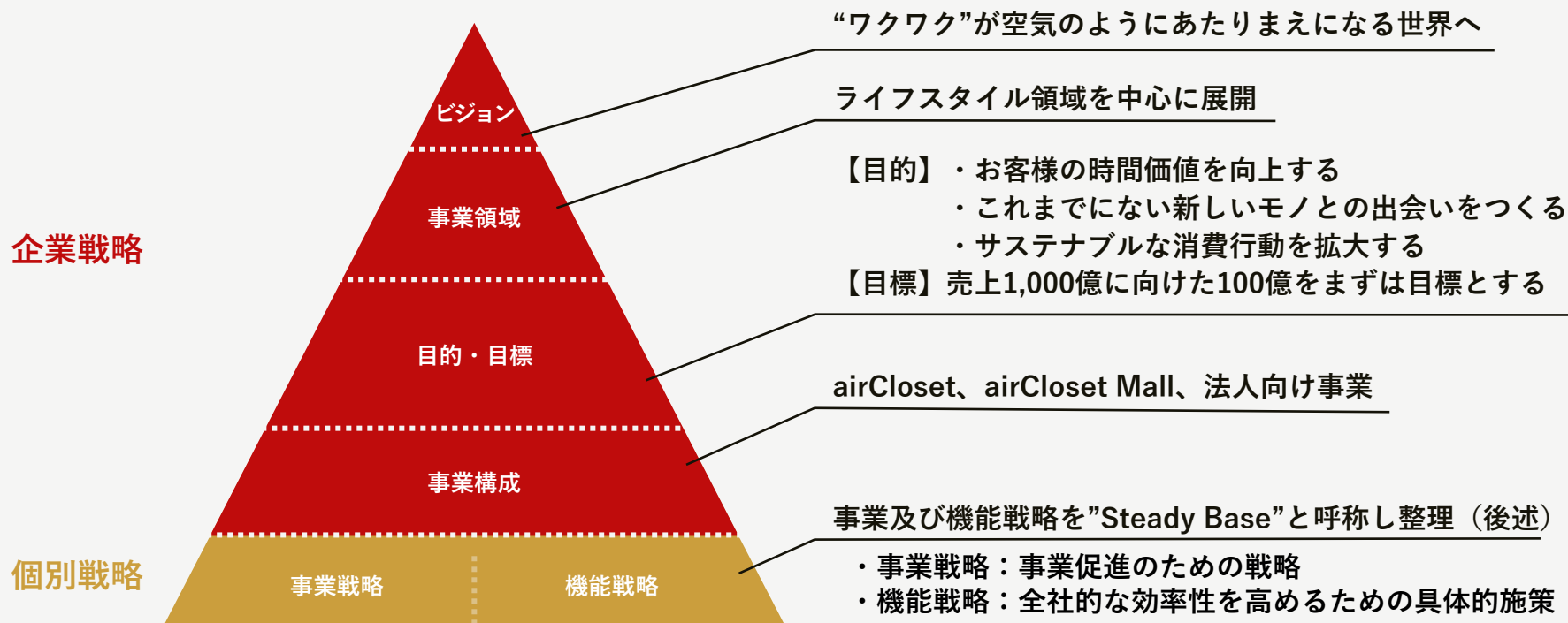
3. 今後の成長戦略および2026年 6 月期業績予想

成長戦略及び2026年6月期業績予想

- 既存事業の継続的な成長に加え、airCloset事業における会員数増加率の向上のための顧客獲得手段の多様化、オケーション領域の拡大やメンズ向けサービスの準備など、今後の成長につながる施策を実施する。
- 26/6期は引き続き15%超の売上成長を見込む。倉庫移転に係る一時的な費用や、将来成長に向けた新規投資増により営業利益は若干の減益を見込むが、特別損失の一巡により、当期純利益の増益を見込む。また、月額会員数は45,000人（+12%）を計画。

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的確に管理。また、事業成長に合わせ当該戦略をアップデート。



プラットフォームの活用拡大

自社事業運営において強化を図ってきたプラットフォームの活用により、事業の横展開に加え、ToB案件も拡大を図る。

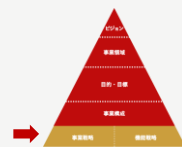


売上・利益の拡大を支える3本の柱

売上・利益の拡大に向け、新規領域への投資を積極化していく。

3本の柱へ積極投資を行い、業績・企業価値の向上をはかり、更なる成長投資を加速していく





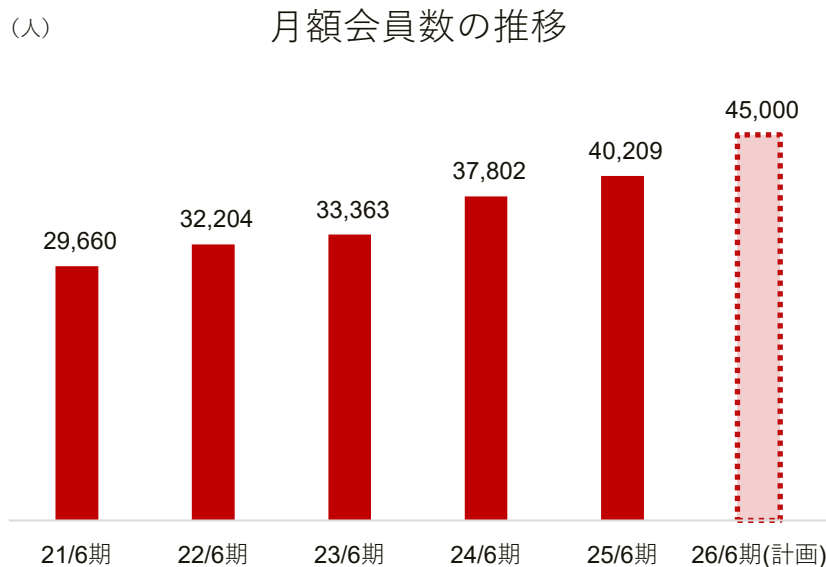
Steady Baseの具体的な施策群と注力時期

2026年6月期は成長角度を上げる施策群に注力する。

Steady Base	前期まで	当期（2026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 倉庫オペレーションの安定化 プライシングの改善	物品販売の強化 仕入の仕組み強化 物流業務の生産性改善	M&Aによる収益拡大 スタイリスト派遣業務 倉庫でのロボティクス活用
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・課金形態） 体験型店舗の検証	アライアンス強化 オケージョン・体験型店舗の拡大 法人向けサービス導入 airCloset Mallの拡大 メンズ等他セグメント	女性活躍支援・子育て支援の拡大 ブランド展開 海外展開
3. 事業拡大に向けた 基盤強化	オフショア開発体制の構築 無料会員向け施策の検証 スタイリスト管理体制の強化	倉庫の一体化に向けた移転 オフショア開発体制の安定化 AIの活用拡大 データ収集・最新技術の研究	洋服仕入手段の拡大 M&Aによる基盤強化
	成長基盤確立	事業拡大・多角化期	

会員数の増加率の向上に向けた動き

airCloset事業の月額会員数は継続的に増加しているが、更なる成長のため、会員獲得手段の多様化を図る。



広告が主となっていた会員獲得手段において、下記を実行し、会員数の増加率の向上を図る。

- コラボレーション・アライアンス強化
- 友達紹介機能の強化
- オフライン接点の強化
- 自社メディアの強化
- 法人向けサービス導入

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、倉庫の拡張移転を実施中。
2段階に分けて移転を実施しており、25年9月に完了見込。



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

業績への影響：2026年6月期に1億円程度の設備投資、3千万程度の一時費用を見込む
(業績予想へ織り込み済)

2026年6月期 業績予想

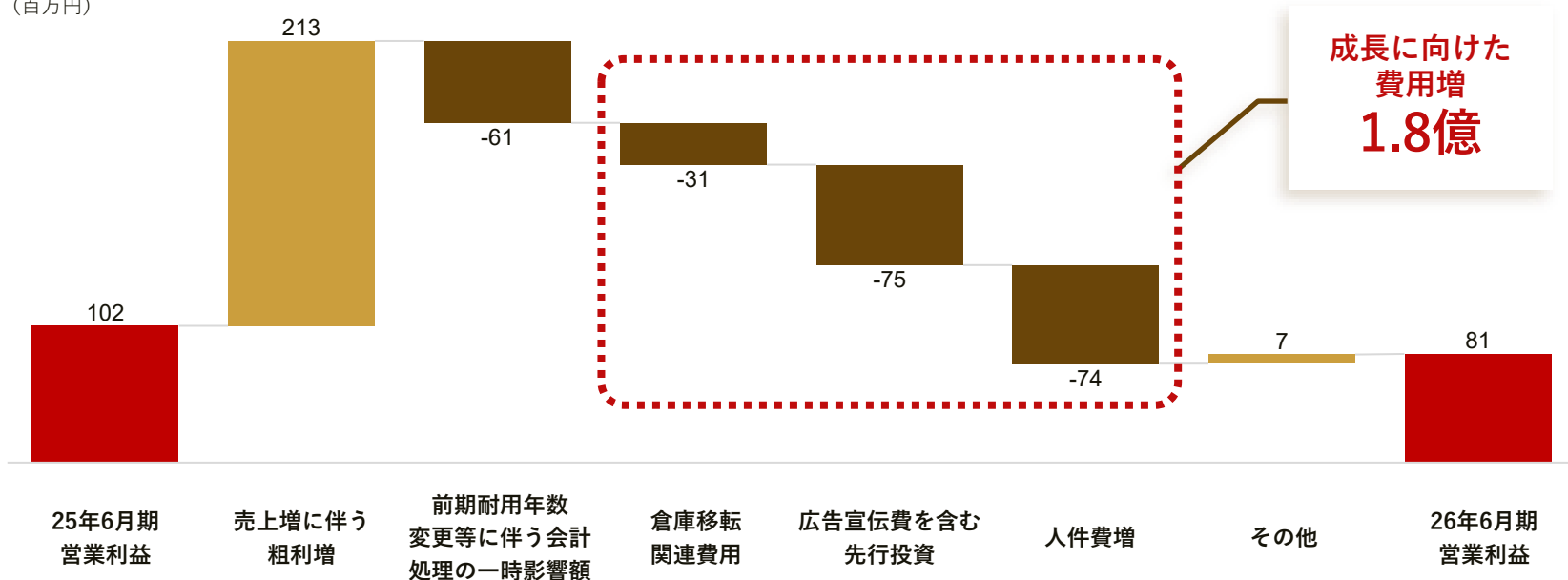
売上成長を継続。倉庫移転のための一時的な費用や、将来成長に向けた新規投資増により営業利益は若干の減益を見込むが、当期純利益は増益を見込む。

単位（百万円）		2025/6期 (実)	2026/6期 (予)	増減	2026/6期について
売上		4,957	5,716	+758	主にairCloset事業における会員数増加、Mall事業の規模拡大による売上増を見込む。
	YoY	+17.6%	+15.3%		
営業利益		102	81	△21	耐用年数変更影響の一巡、先行投資等による費用増により減益。 詳細は次ページにて説明。
	YoY	-	△20.9%		
	営業利益率	2.1%	1.4%		
経常利益		88	46	△41	営業利益の減少に加え、支払利息の増加により減益。
	YoY	-	△47.1%		
当期純利益		23	42	+18	特別損失の一巡により、増益を見込む。
	YoY	-	+79.3%		
期末会員数（人）		40,209	45,000	+4,791	

2026年6月期業績予想における営業利益の変動要因

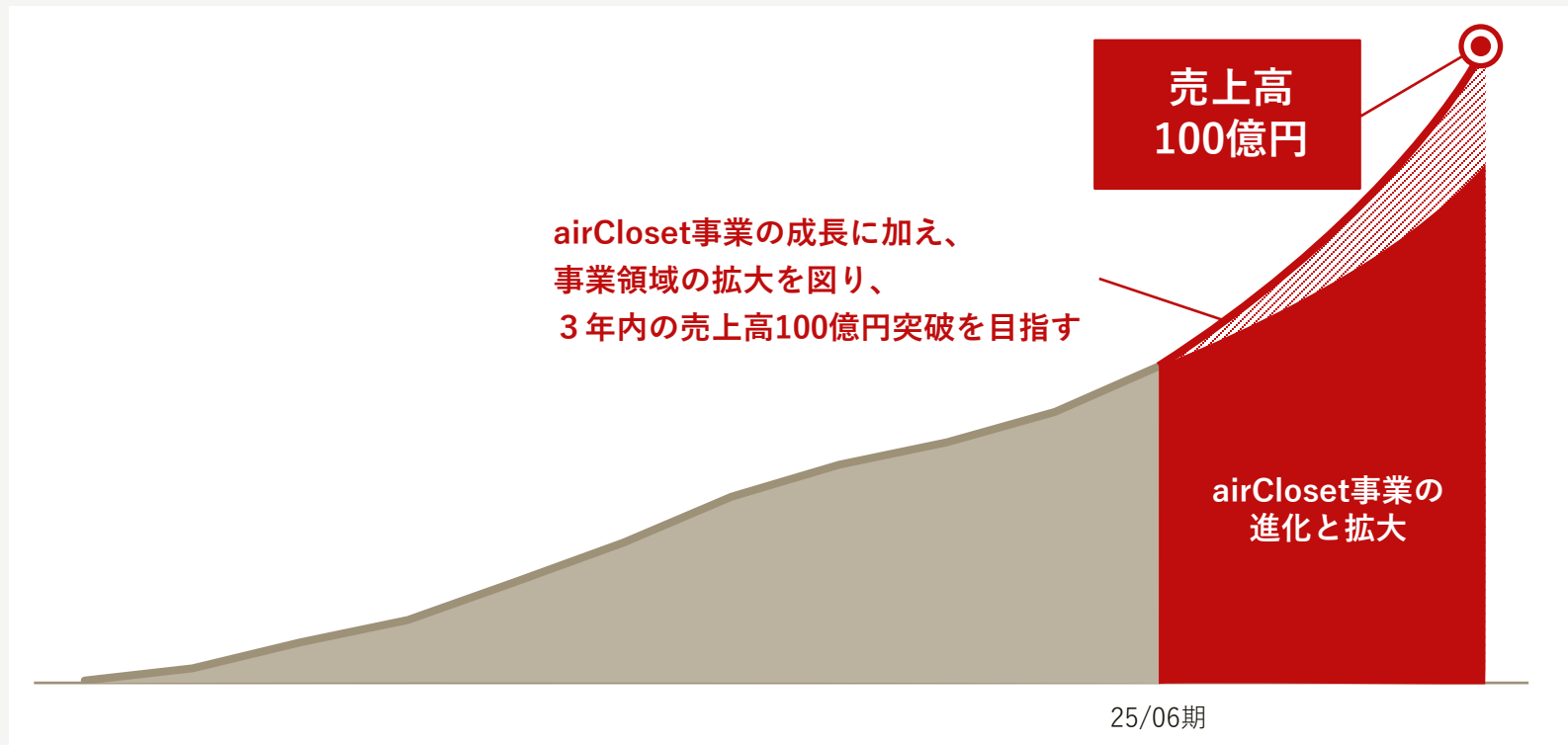
26年6月期は若干の減益を見込むが、先行投資やベースアップ、人員増に伴う成長に向けた費用増によるものであり、今後の売上・利益の成長加速を図る。

(百万円)



将来の売上成長曲線イメージ

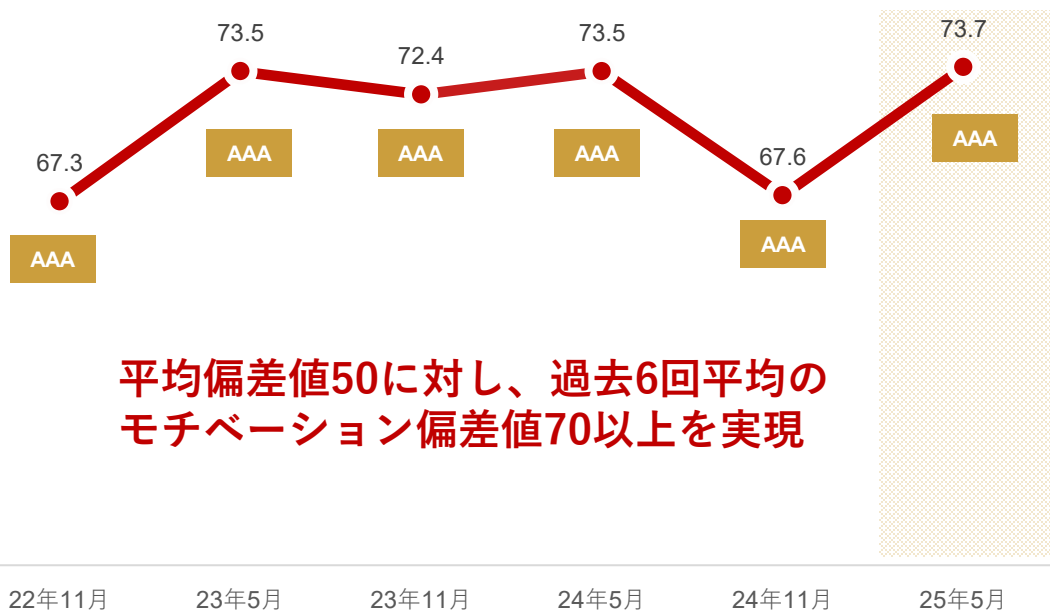
成長戦略を確実に実行し、まずは売上高100億円を実現する。



4. その他

人的資本：エンゲージメントスコアの把握と継続的な改善

従業員数が増加し、人材への投資も拡大する中で、エンゲージメントを企業成長における重要指標と設定。最高レーティング（※）を維持することを目標として施策を実行。



【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500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.

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継続的に開催。また、雑誌媒体等への掲載に向けたコミュニケーションを実施。

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、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につながる制度を2024年導入済み。優待内容についても継続的に見直しを図る予定。

5. Appendix

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

※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

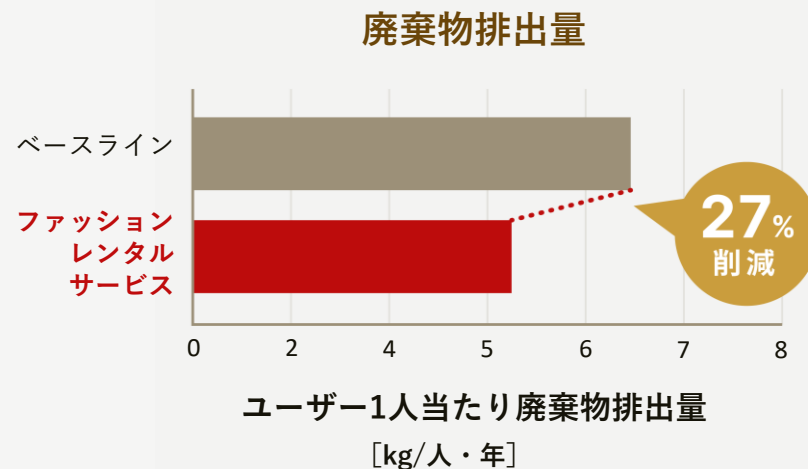
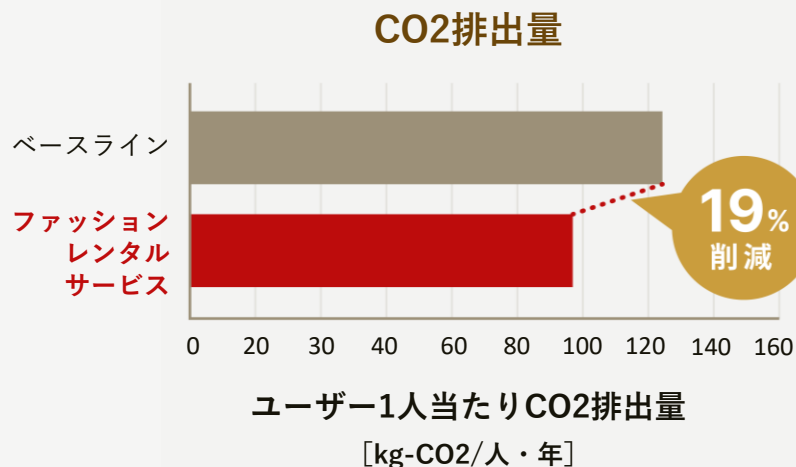
※2 出典：環境省 令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務-マテリアルフロー、環境省「サステナブルファッション（Sustainable Fashion）」

※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の料金体系

月額料金プラン

＼まずは気軽に始めたい／

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

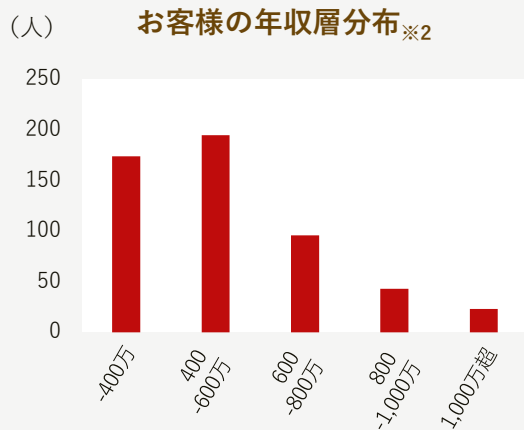
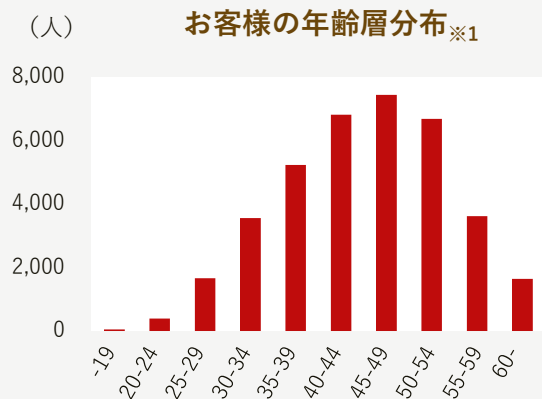
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

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、忙しく働く女性を中心。
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。

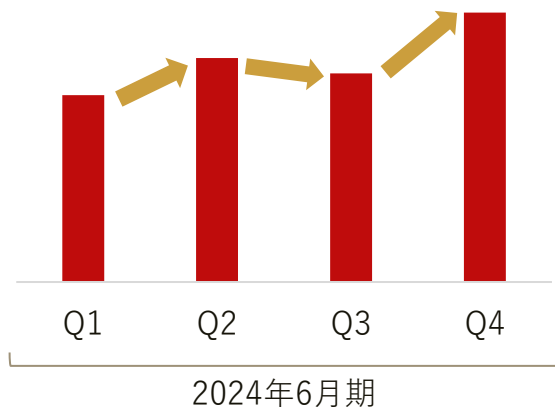


※1 2024年6月期

【参考】四半期における季節性の影響

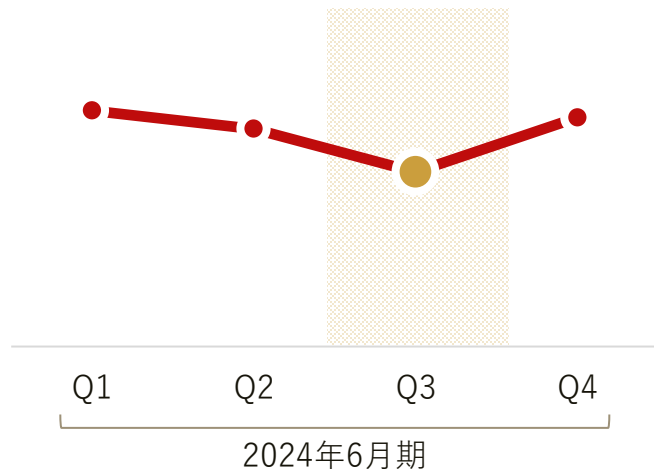
主にairCloset事業において、以下の季節性による変動が生じる。

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



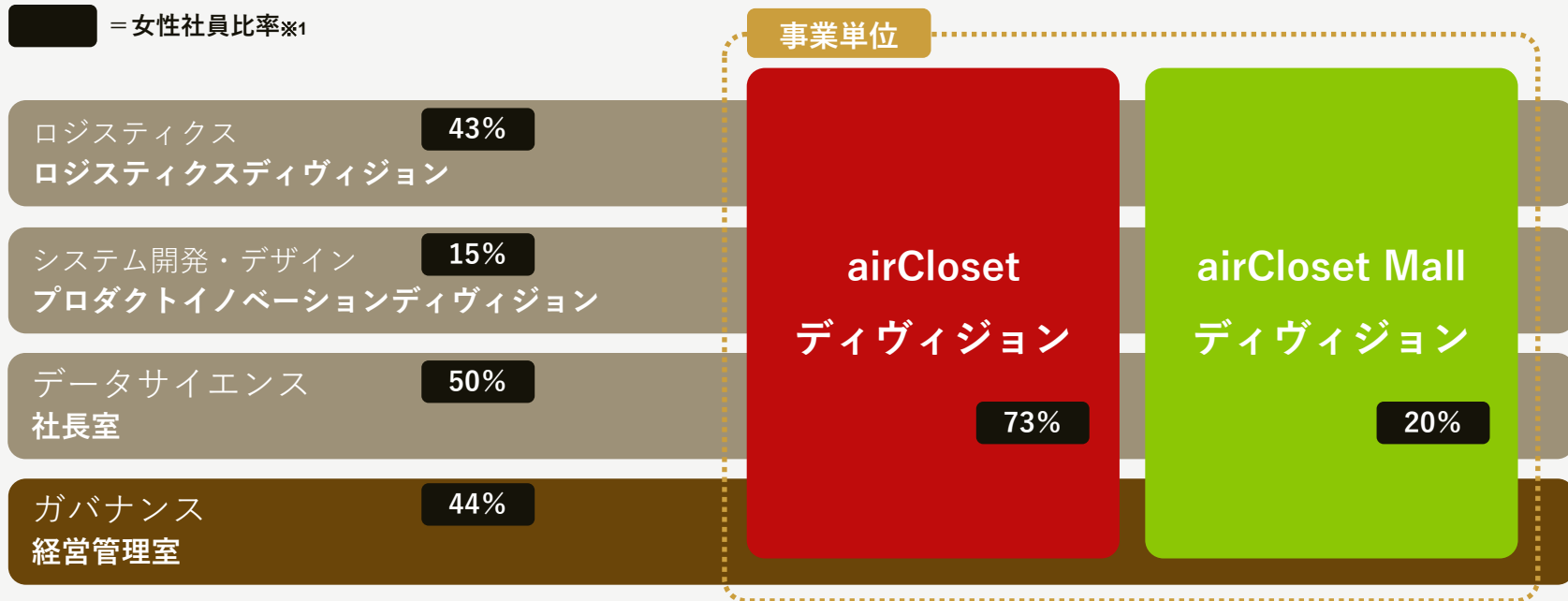
かさばる冬服による配送料金の増加や、メンテナンスが最も必要なニットの取扱いが急増するQ3において、倉庫検品料が増加し、売上総利益率が低下

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

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
売上	2,887	3,390	3,740	4,216	4,957
売上総利益	1,455	1,672	1,757	1,998	2,378
売上総利益率	50.4%	49.3%	47.0%	47.4%	48.0%
販売費及び一般管理費	1,417	1,724	1,945	2,034	2,275
営業利益又は営業損失	38	△51	△188	△35	102
経常利益又は経常損失	29	△67	△229	△52	88
当期純利益又は当期純損失	△344	△378	△354	△53	23
限界利益	1,484	1,884	2,016	2,394	2,731
調整後EBITDA（※1）	265	352	392	762	1,028

※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
流動資産	1,150	1,579	1,905	1,910	1,566
内）現預金	789	1,139	1,451	1,454	1,092
固定資産	268	606	598	800	1,186
内）レンタル用資産	131	234	403	542	771
総資産	1,419	2,186	2,504	2,710	2,752
流動負債	921	661	959	1,213	1,617
内）借入金	449	274	439	617	972
固定負債	456	1,201	986	986	580
内）借入金	435	1,174	960	960	560
負債合計	1,378	1,863	1,946	2,200	2,198
純資産合計	41	323	557	510	554
負債純資産合計	1,419	2,186	2,504	2,710	2,752

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
営業活動によるキャッシュ・フロー	353	156	479	802	1,060
内) 減価償却費	187	348	413	572	562
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	△1,389
内) 有形固定資産の取得による支出	△794	△817	△877	△911	△1,334
財務活動によるキャッシュ・フロー	454	1,223	540	178	△32
現金及び現金同等物の増減額	10	350	112	202	△361
現金及び現金同等物の期末残高	789	1,139	1,251	1,454	1,092

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。