

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. 市場規模と成長余地
4. 成長戦略

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

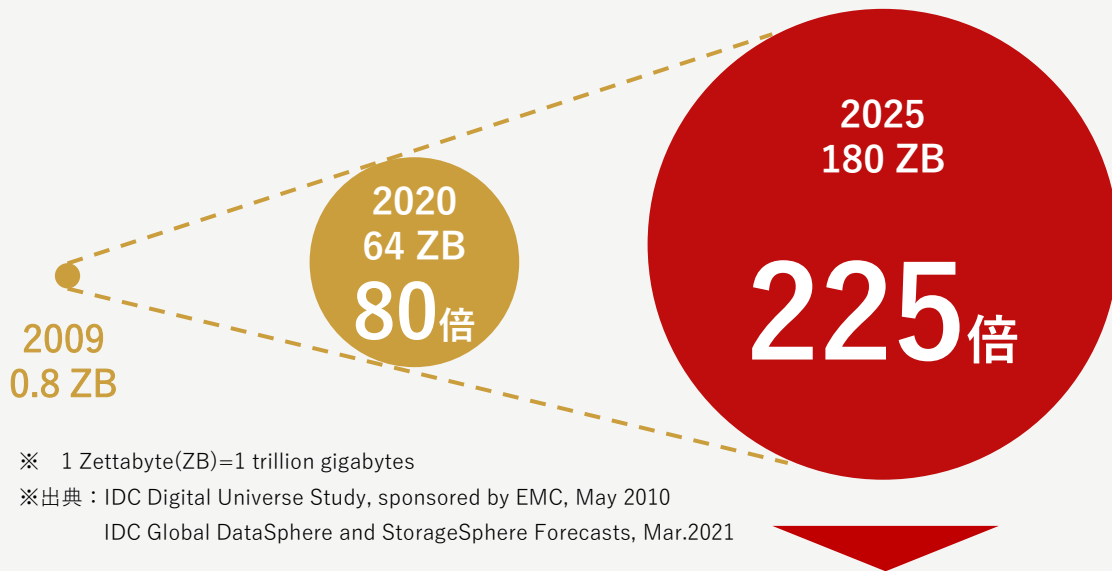
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

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

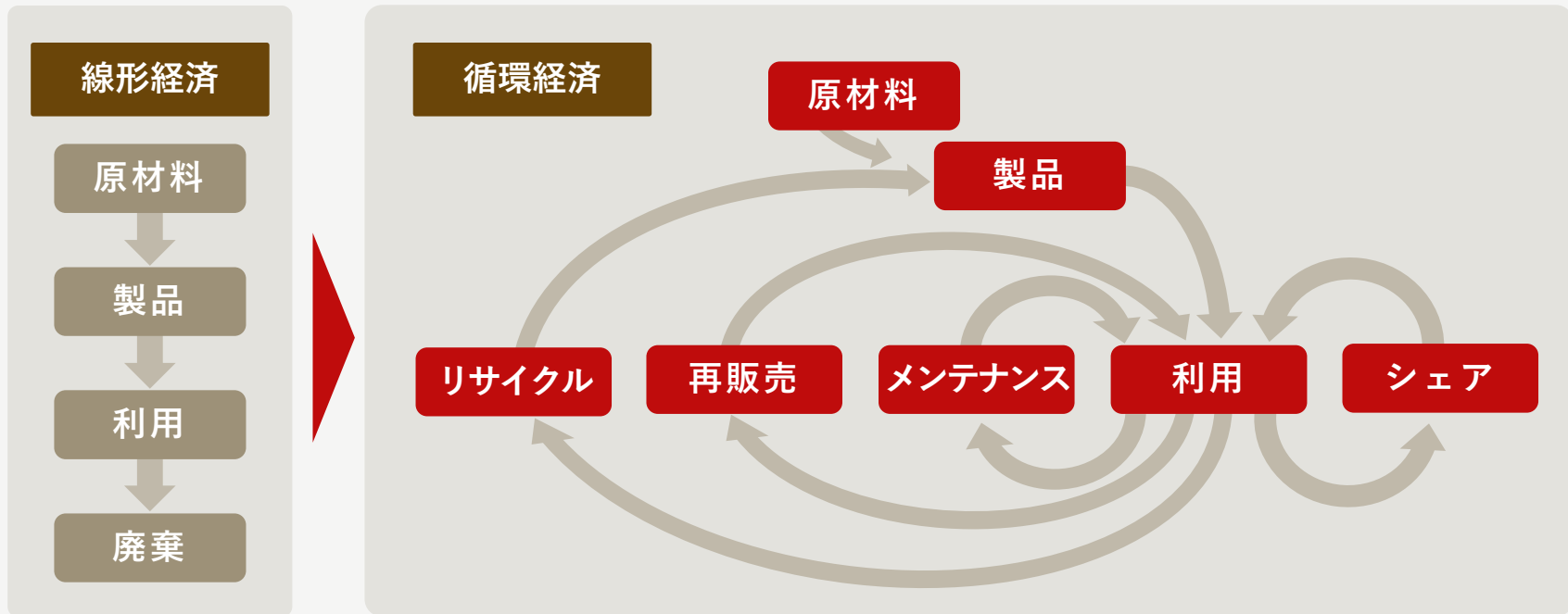
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

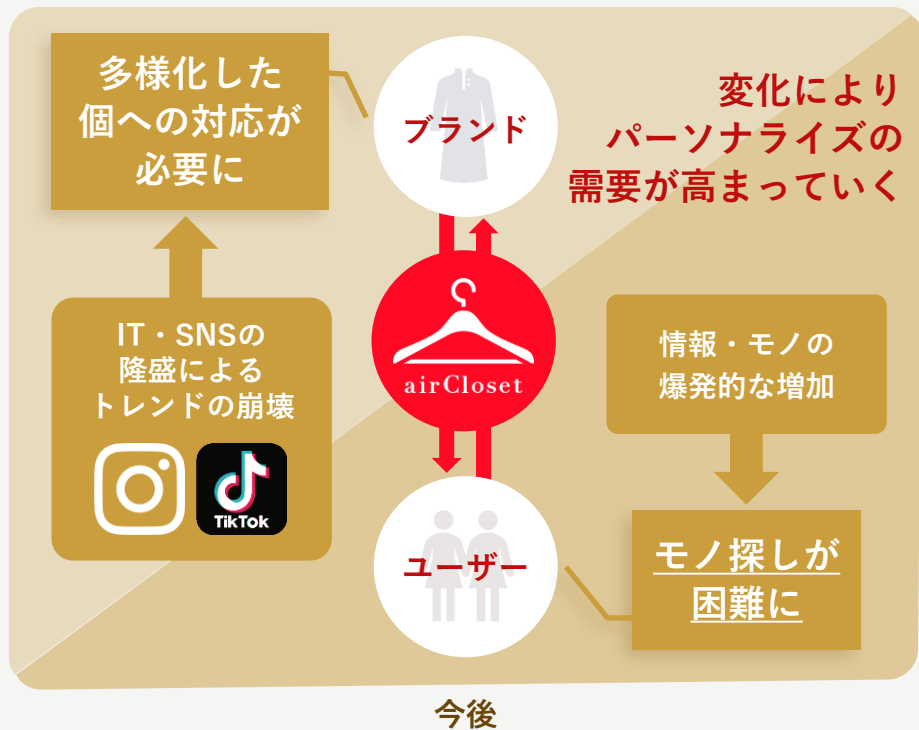
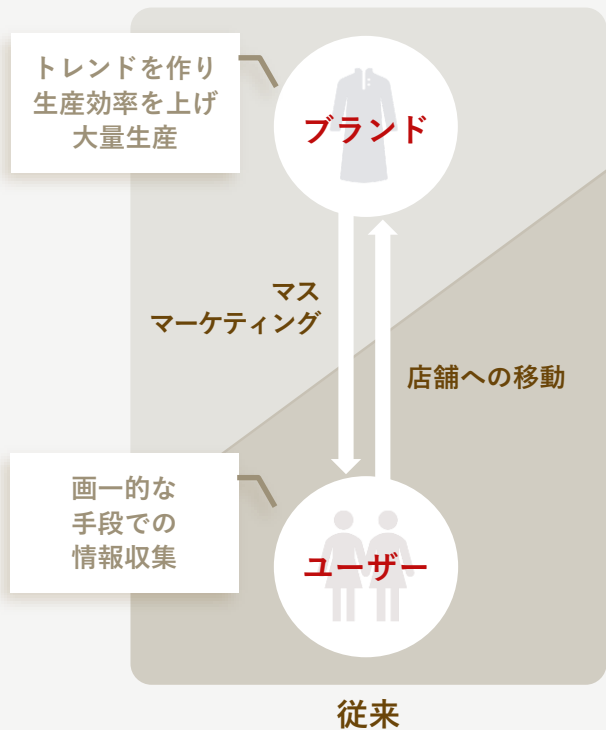
社会の変化② サーキュラーエコノミーへの転換

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。**

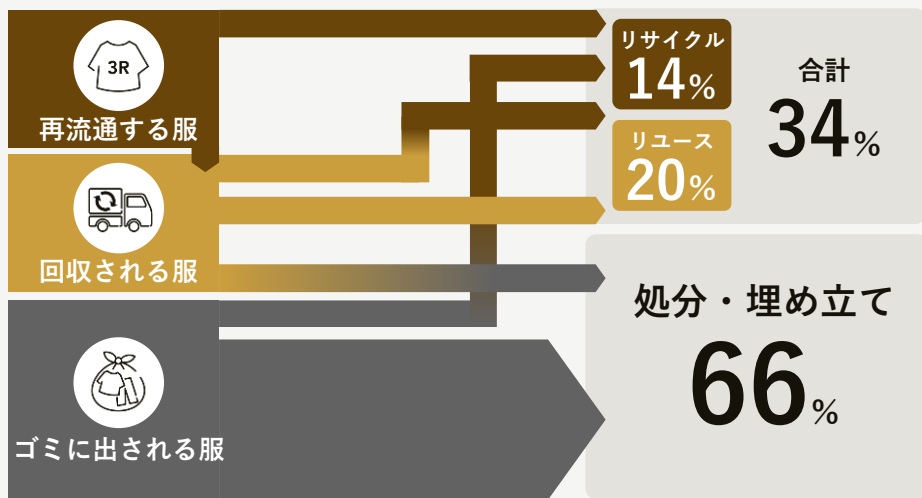


ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

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

Lite
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

Regular
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

Lite Plus
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

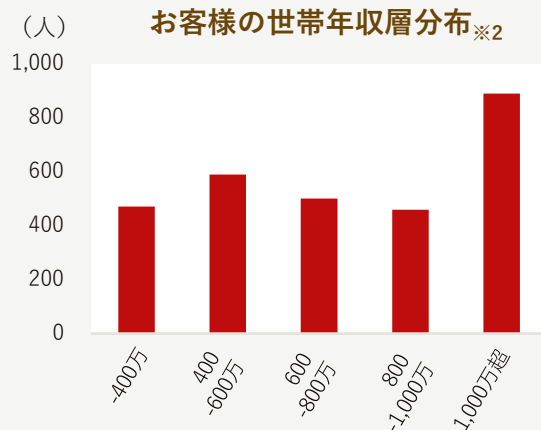
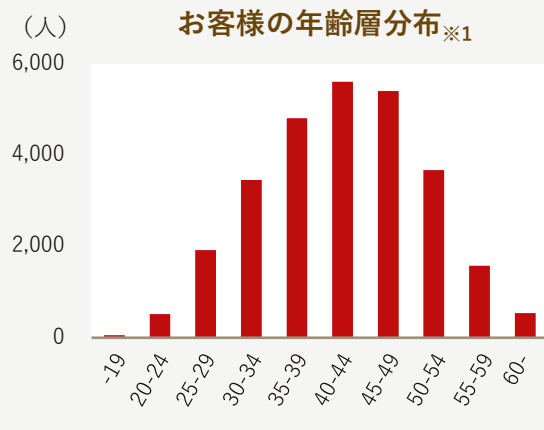
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

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%※4

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%※4

お仕事をされているお客様

93.5%※3

お子様がいるお客様

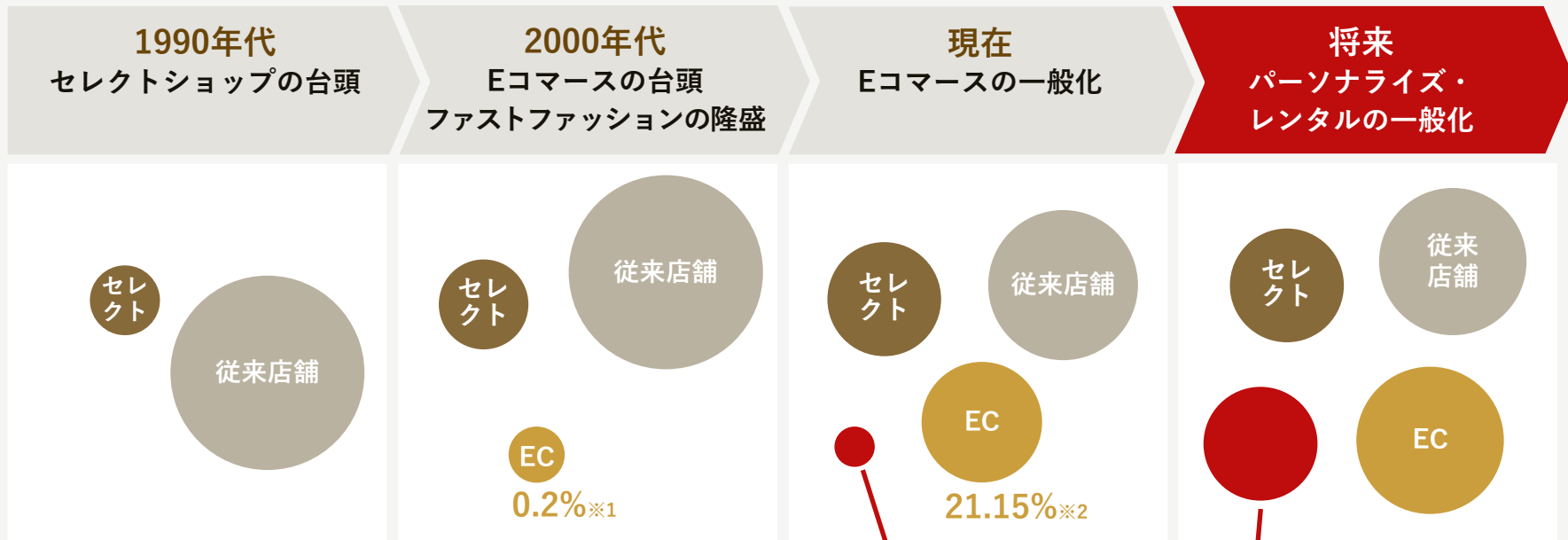
55.8%※4

※1 2021年10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3月時点お客様登録データより集計
※4 2022年4月実施のお客様アンケートより集計

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。



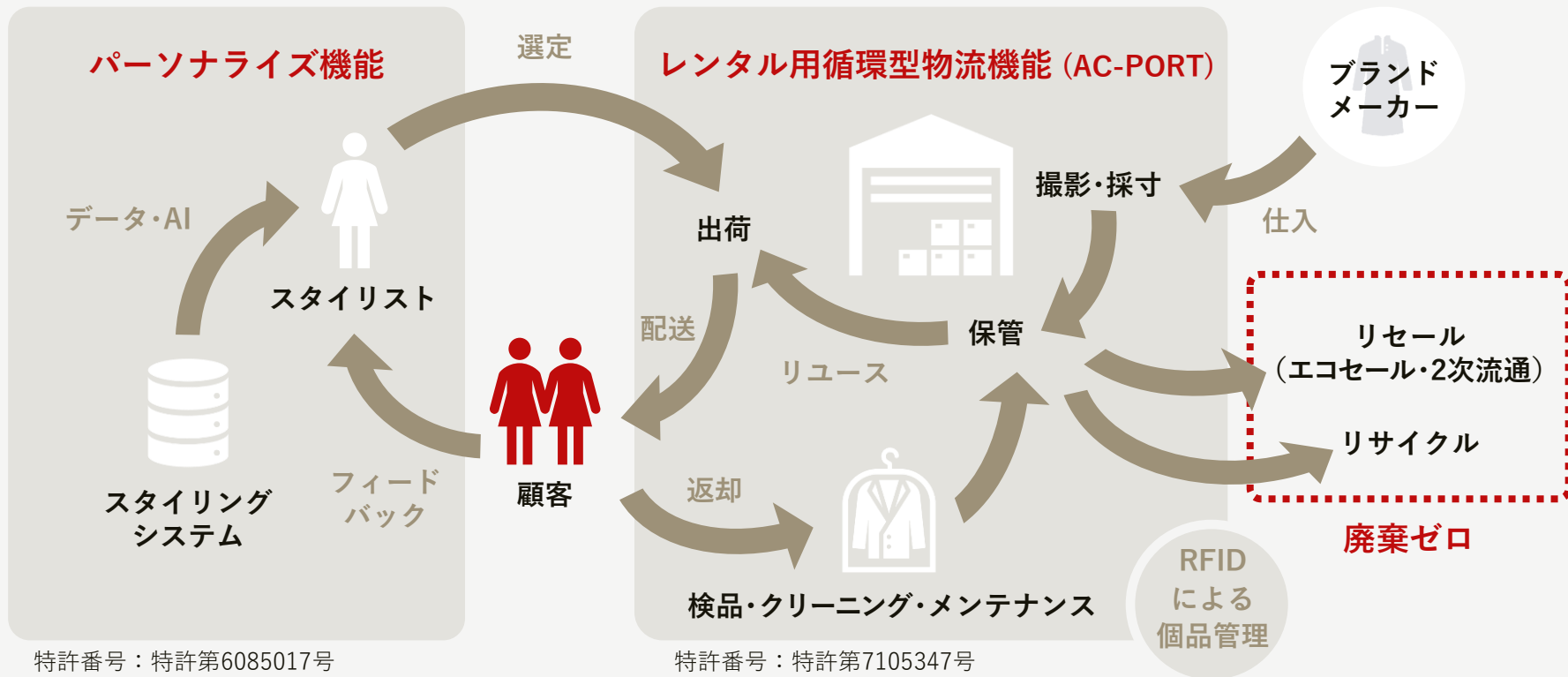
※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※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。



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。

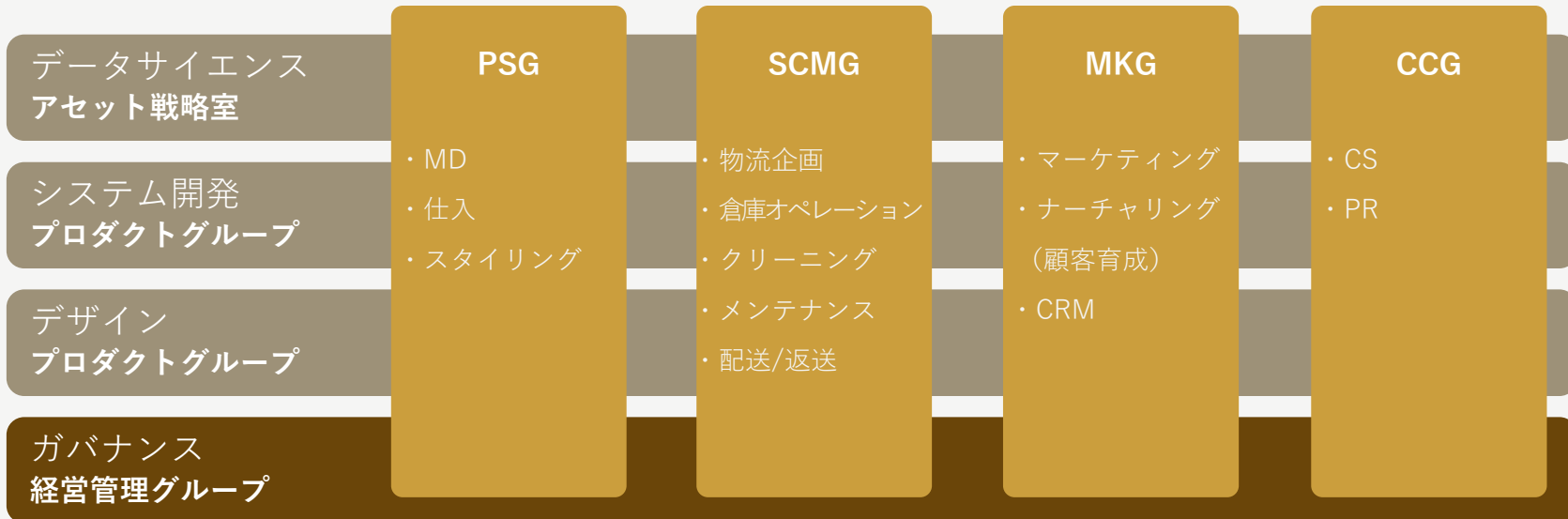
データ活用
ノウハウの集約

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

airClosetの収益構造

安定して発生する月額会費および販売による売上が90%以上※1を占める構造。
会員数の拡大、効率運営による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。

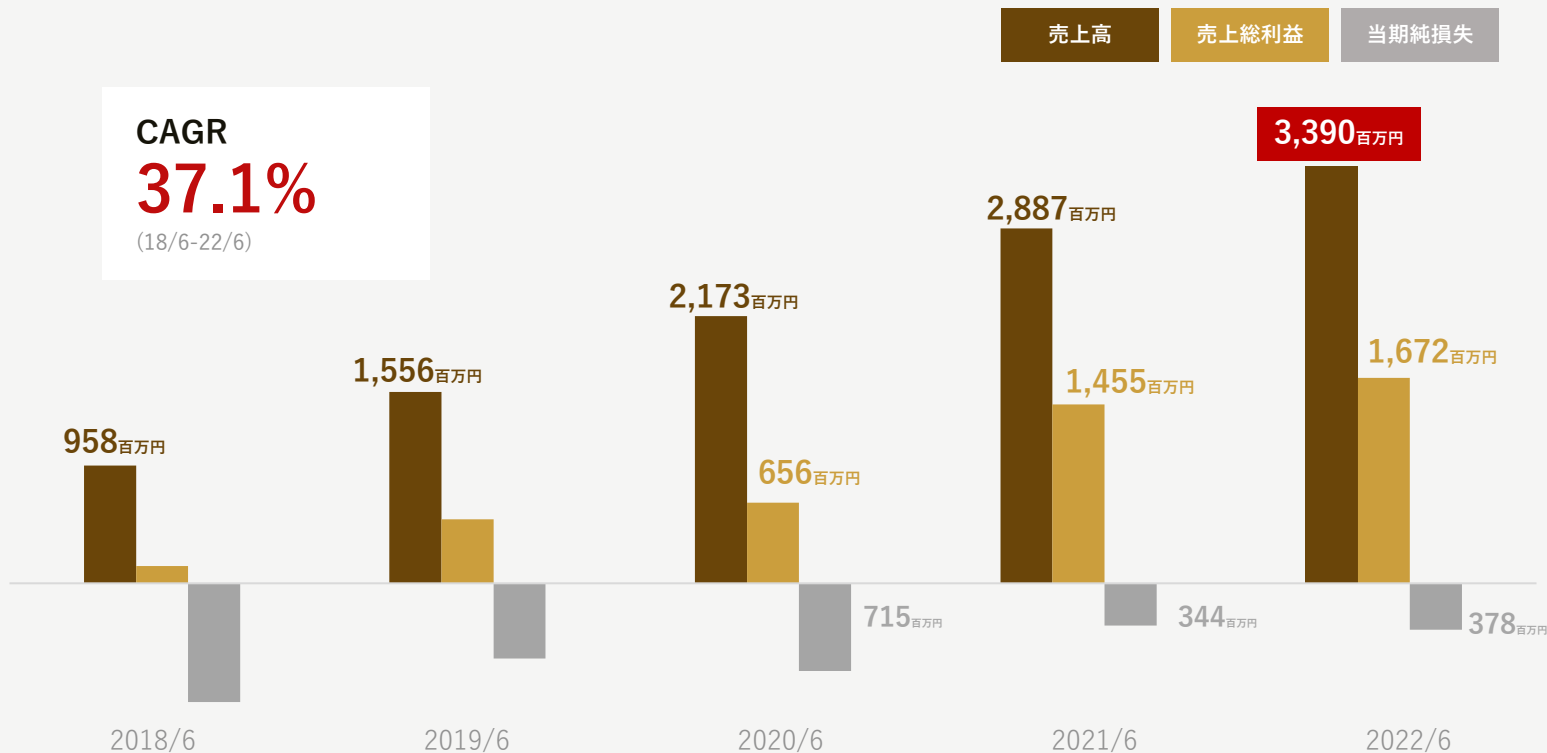


※ airCloset Fitting事業、airCloset Mall事業は含まず、airCloset事業についてのみ記載。

※1 2022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る売上規模の拡大を継続的に実現し、同時に利益率の改善も継続。先行的な広告宣伝費への投資、洋服の購入およ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。先行投資は継続方針だが、今後規模の拡大に伴い黒字化を見込む。



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

高い成長性を実現する

**パーソナル
スタイリング**

3

サブスク・データ活用による

高い顧客満足度

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

高い成長性を実現する

**パーソナル
スタイリング**

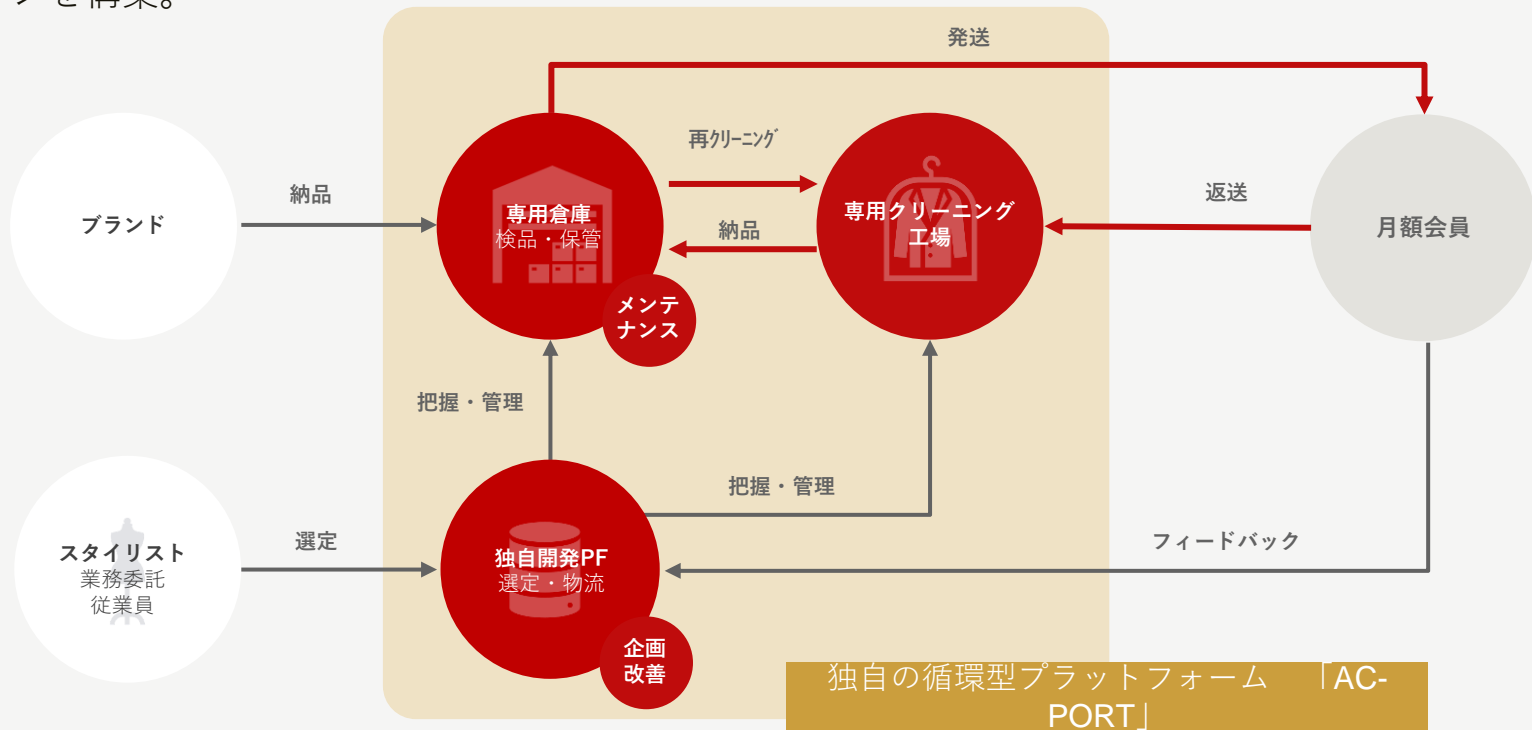
3

サブスク・データ活用による

高い顧客満足度

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

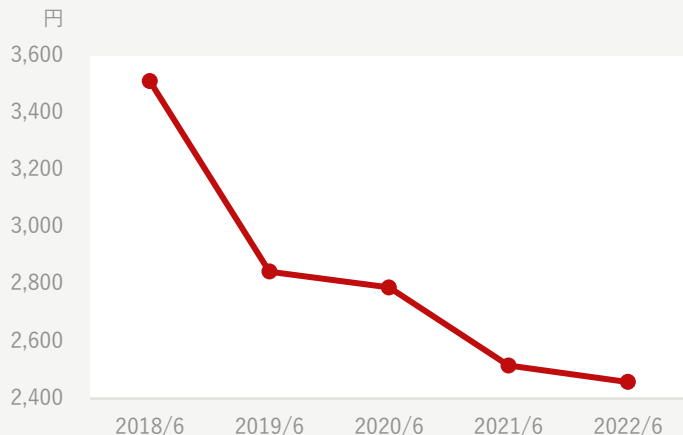
一貫して**弊社の物流専門チームが主導**し、物流関連機能のアップデートを実施。将来的には、プラットフォームとして他社への展開も可能。また、フェーズ5では分散している機能の集約により、輸送コストの低減などを企図。



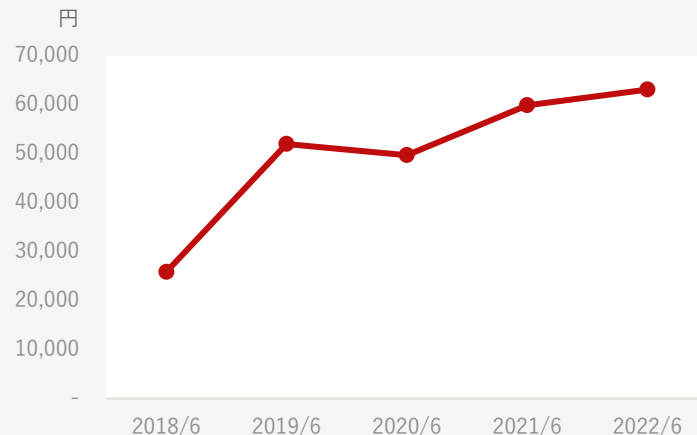
オペレーションコストの改善

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



月額会員一人当たり限界利益※2の推移



※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

高い成長性を実現する

**パーソナル
スタイリング**

3

サブスク・データ活用による

高い顧客満足度

顧客志向の変化を捉えた「パーソナライズ」領域の開拓

これまでのマスに提供されていたサービス形態に加え、パーソナルなサービスが求められる時代へ。

新たな「パーソナライズ市場」に対応可能なソリューションを提供。

従来

トレンドというものさしに従うことが「答え」だった

正解がある
ライフスタイル

画一的な
ファッション

マスから
発信される情報

現在

自分なりの「答え」を見つけなければならない

個々にライフスタイル
あったイル

自己表現をする
ファッション

個人から
発信される情報



UI/UXに優れた
ファッション診断



豊富なパーソナルスタイル
リストの対応力



フィードバック蓄積による
最適化されたコーデ

特許取得の独自のパーソナルスタイリング

パーソナルサービスの量及び品質を担保するため、自社システムにより、「スキルのシェアリング」と「体験データ」、「AI/データ活用」を徹底して管理・活用。



※1 ユーザーの選好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

airClosetのマーケティング

「自分の好み・自分に似合う」を求めているパーソナライズ市場の潜在顧客を、様々なマーケティング手法で的確に捉えることに成功。

SNS広告や検索広告で
幅広く潜在顧客へ訴求

あなたが好きなスタイルは？

conservative / コンサバ
cool / クール
casual / カジュアル

プロが選ぶ、コーデが届く airCloset

各種広告において年間**10,000件以上**
の検証により最適化※1

※1 2022年6月期
※2 2022年6月末時点での累計

パーソナライズ提案からの
スムーズな入会導線

airCloset

パーソナルカラーの新定番

パーソナル
スタイリング診断

診断結果は100通り！

パーソナルカラー診断

累計診断件数 **200万件超**※2

※3 LTV：Life Time Valueの略称で、顧客生涯価値を表す。CAC：Customer Acquisition Costの略称で、顧客獲得単価を表す。
LTV/CACは、2022年6月期の数字を用いて、LTV=年間売上高/年間平均会員数/12ヵ月/平均退会率×限界利益率により算出、CAC=airCloset事業の広告宣伝費/月額会員獲得数により算出、顧客獲得の投資効率性を示す。

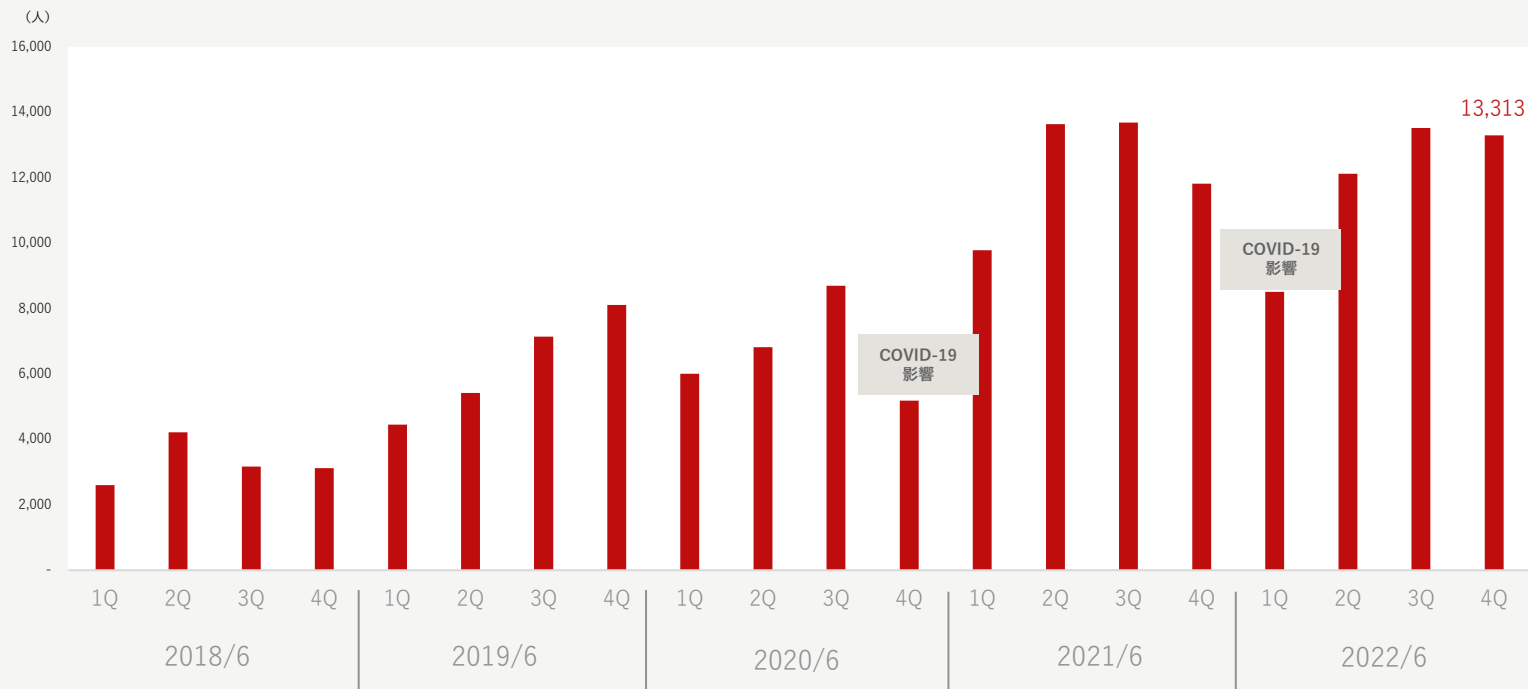
効率的な顧客獲得

LTV/CAC※3
3.2

顧客獲得コストのコントロールを行
った上で成長を実現
2022年6月期下期のCACを用いた場
合のLTV/CACは**3.9**と緊急事態宣言
終了後は上昇

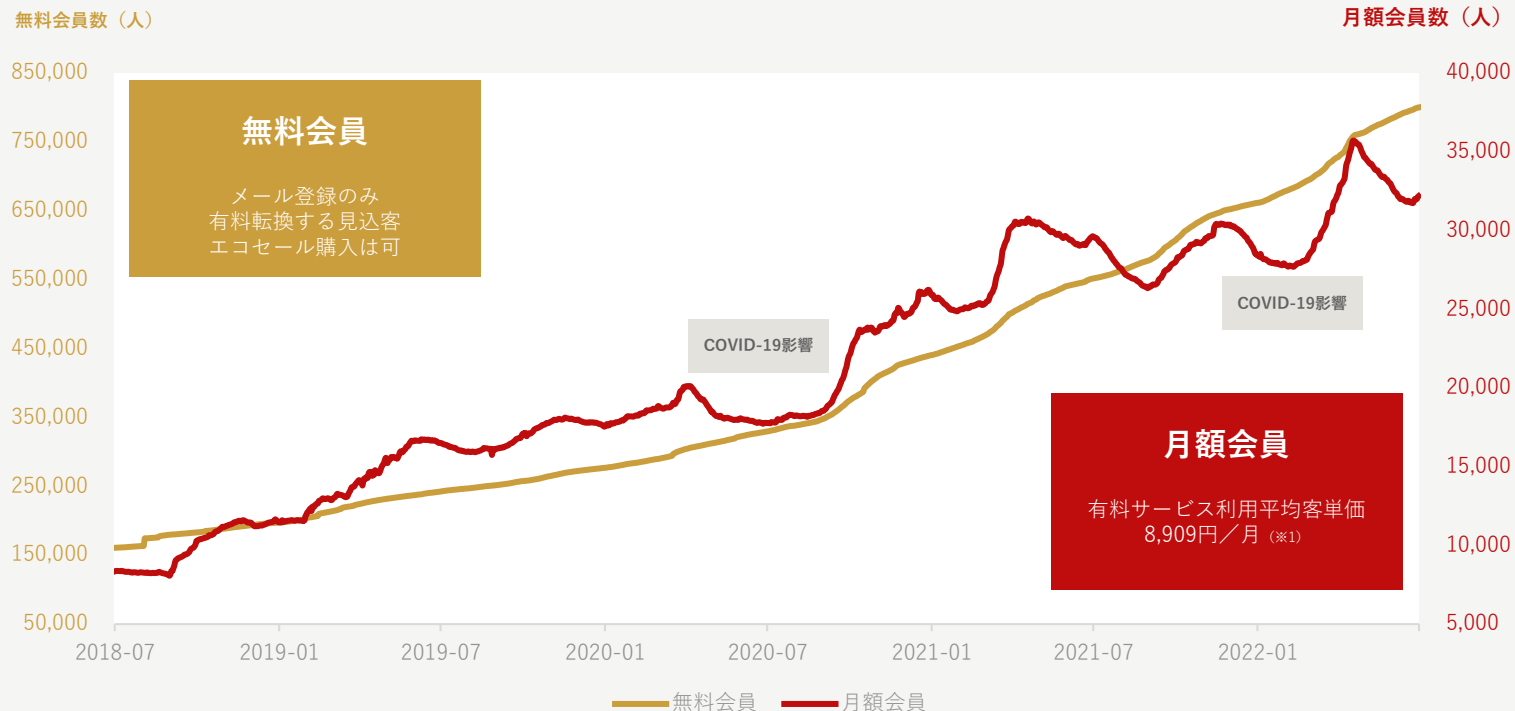
月額会員獲得規模の四半期推移

創業当初より継続的に月額会員の獲得規模を拡大。2020年4-6月、2021年7-9月はCOVID-19に伴う行動制限により新規獲得に苦戦したものの、コロナ禍の中でも獲得を伸長。



無料会員数・月額会員数の増加

2022年6月末で無料会員80万人、月額会員3万2千人と、着実に成長。また、COVID-19も含め、外部環境で月額転換が一時的に落ち込んだ期間がある場合も、無料会員数が月額会員数増加の先行指標となり、回復する傾向。



※1 2022年6月期

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

高い成長性を実現する

**パーソナル
スタイリング**

3

サブスク・データ活用による

高い顧客満足度

月額会員との強固な信頼関係

他のサブスクリプションサービスにはない、お客様との相互コミュニケーションが特徴。コミュニケーションにより継続的な信頼関係を構築し、サービス価値の理解が深い顧客基盤を形成。

毎回のコミュニケーション

スタイリングアドバイス
⇄
お客様フィードバック

お客様フィードバック率
50%※1

相互信頼関係

メール開封率
50%※1

アンケート回答率
19%※2

最長継続期間※3
7年2ヶ月

退会会員の再登録

月額会員登録の
11%強※4
は退会会員からの復活獲得

※1 2021/7~2022/6の平均値

※2 2021/1~2021/12の間に実施したアンケートにおける平均値

※3 2022年6月末時点における月額会員としての継続期間

※4 2022年6月期

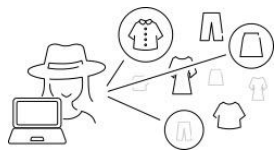
データ活用事例

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。

代表的な分析項目（例）

Styling support AI

スタイリング価値の最大化



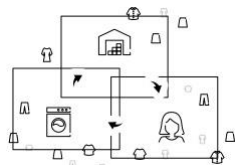
Styling Matching System

お客様とスタイリストの最適な出会い



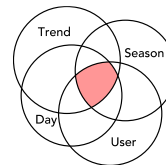
Inventory Optimizer

在庫数の最適化



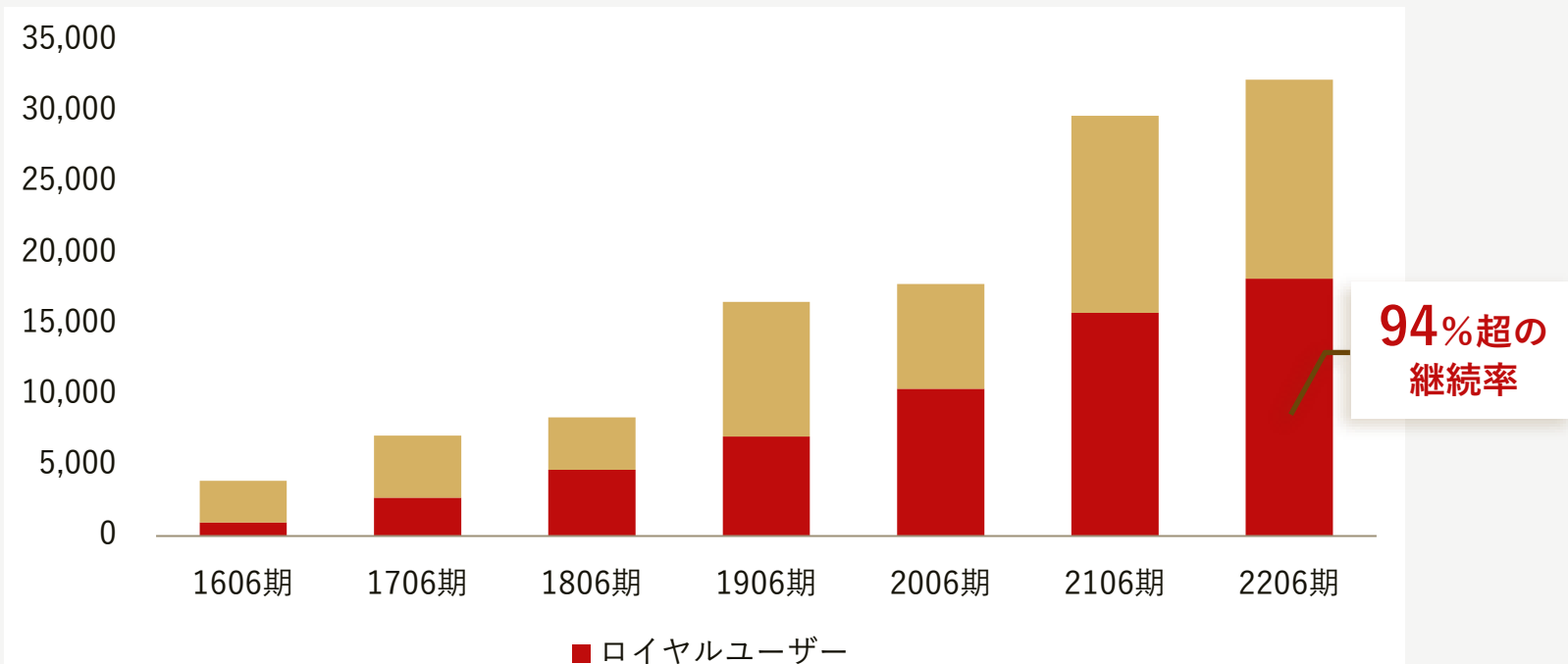
Logistics Forecast

物流効率の最大化



ロイヤルユーザーの増加

利用期間6ヶ月超利用者の月次継続率は継続して**94%超**を達成。
この**ロイヤルユーザー**が着実に増加し、全体としての成長をけん引。
パーソナライズ×レンタルへの強いニーズを確認。



3. 市場規模と成長余地

高い潜在成長余地

女性の豊かなライフスタイルを支援すると共に、データを活用しTAMを徐々に攻略。ファッション市場はコロナウイルスの影響もあり縮小したが、感染症対策の進展とともに一定の回復が見込まれる。また、EC化率は2019年13.8%から2020年19.4%と増加傾向（※6）。

TAM

ファッション市場（2020）※2

7兆5,158億円

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(22/6)※5 105千円

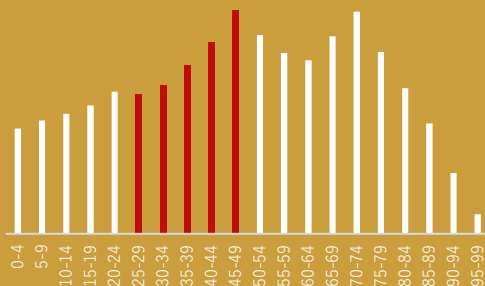
1兆187億円

エアークローゼット売上(22/6期)

33億円



日本の女性人口（※1）



未開拓領域
(メンズなど)

※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「2021 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、

※5：2022/6月期における売上/期末会員数でARPUを試算

※6：経済産業省「令和2年度産業経済研究委託事業（電子商取引に関する市場調査）」

4. 成長戦略

中長期成長戦略

現状4%^{※1}である「①女性の認知拡大」に加えて、「②事業領域の拡大」を進め、さらには「③アジア展開」を行い、パーソナルスタイリングと循環型プラットフォームを強みとした成長を図る。



※1 (株)インテージ調べ 2021年1月15日～2021年1月19日実施の調査において、ファッションレンタル企業として弊社を回答した割合、有効回答数2,721件

事業領域の拡大

当社固有の循環型プラットフォームを中心とした多面的成長戦略によりトップライン成長及び収益性の改善を図る。現状、外部企業からの引き合いも増加。

サブスクリプション(ストック型)

都度課金(フロー型)

レディース向け
月額制ファッション
レンタル



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