

AXZIA

2021年12月10日



# 2022年7月期 第1四半期決算説明資料

株式会社アクシージア(東証マザーズ: 4936)

◇ 目次

- 01 | エグゼクティブ・サマリー
- 02 | 業績ハイライト(2022年7月期 1 Q)
- 03 | 2022年7月期 1 Qのトピックス
- 04 | 今後の取り組み
- 05 | Appendix

# エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

A X X Z I A



# 業績ハイライト(2022年7月期1Q)

Business Results: Highlights

AXZIA

# 損益計算書（連結 前年同期比）

- 売上高 : **1,788百万円** 前年同期比 **563百万円**の増収 (増減率**+46.0%**)
- 営業利益 : **321百万円** 前年同期比 **16百万円**の増益 (増減率 **+5.4%**)

(単位：百万円)

	2021/7期 1Q	2022/7期 1Q	増減額	増減率
売上高	1,225	<b>1,788</b>	+563	+46.0%
営業利益	305	<b>321</b>	+16	+5.4%
営業利益率	24.9%	<b>18.0%</b>	-	-6.9pt
経常利益	309	<b>333</b>	+23	+7.7%
四半期純利益	209	<b>218</b>	+9	+4.5%

※ 2021/7期1Qは上場前の数値（当社は2021年2月に上場。）

# 通期業績予想の四半期分解

- 通期業績予想はECイベントの影響もあり**下期偏重型**。
- 通期業績に対する1Qの比重は四半期単位の中では最小。

(単位：百万円)

	2022/7期 1Q	2022/7期 2Q	2022/7期 3Q	2022/7期 4Q	2022/7期 業績予想
売上高	1,570	1,832	1,759	1,954	7,117
通期比	22.1%	25.8%	24.7%	27.5%	100.0%
営業利益	243	376	401	445	1,466
通期比	16.6%	25.7%	27.4%	30.4%	100.0%
経常利益	241	372	372	438	1,424
通期比	16.9%	26.1%	26.2%	30.8%	100.0%
四半期(当期) 純利益	157	240	244	287	930
通期比	16.9%	25.8%	26.3%	30.9%	100.0%

# 予算実績差異

- 売上高 : 1Q予算比 **218百万円**の上振れ (達成率**113.9%**)
- 営業利益 : 1Q予算比 **78百万円**の上振れ (達成率**132.4%**)
- 四半期純利益 : 1Q予算比 **61百万円**の上振れ (達成率**139.0%**)

(単位 : 百万円)

	2022/7期 1Q予算	2022/7期 1Q累計実績	予算実績 差異	予算達成率
売上高	1,570	1,788	+218	<b>113.9%</b>
営業利益	<b>243</b>	<b>321</b>	+78	<b>132.4%</b>
営業利益率	<b>15.5%</b>	<b>18.0%</b>	-	<b>+2.5pt</b>
経常利益	241	333	+92	<b>138.2%</b>
四半期純利益	<b>157</b>	<b>218</b>	+61	<b>139.0%</b>

※ 2021/7期1Qは上場前の数値 (当社は2021年2月に上場。)

# 売上原価、販売費及び一般管理費

- 売上原価率 28.0%（前年同期比-1.1pt） 販管費率 54.0%（前年同期比+8.0pt）
- 広告宣伝費は1Q予算355百万円に対し、374百万円（対1Q予算比+5.4%）。  
超過分は中国ECの売上大幅増加に連動したものであり、ROIの観点では順調。引き続き広告投資を実施。

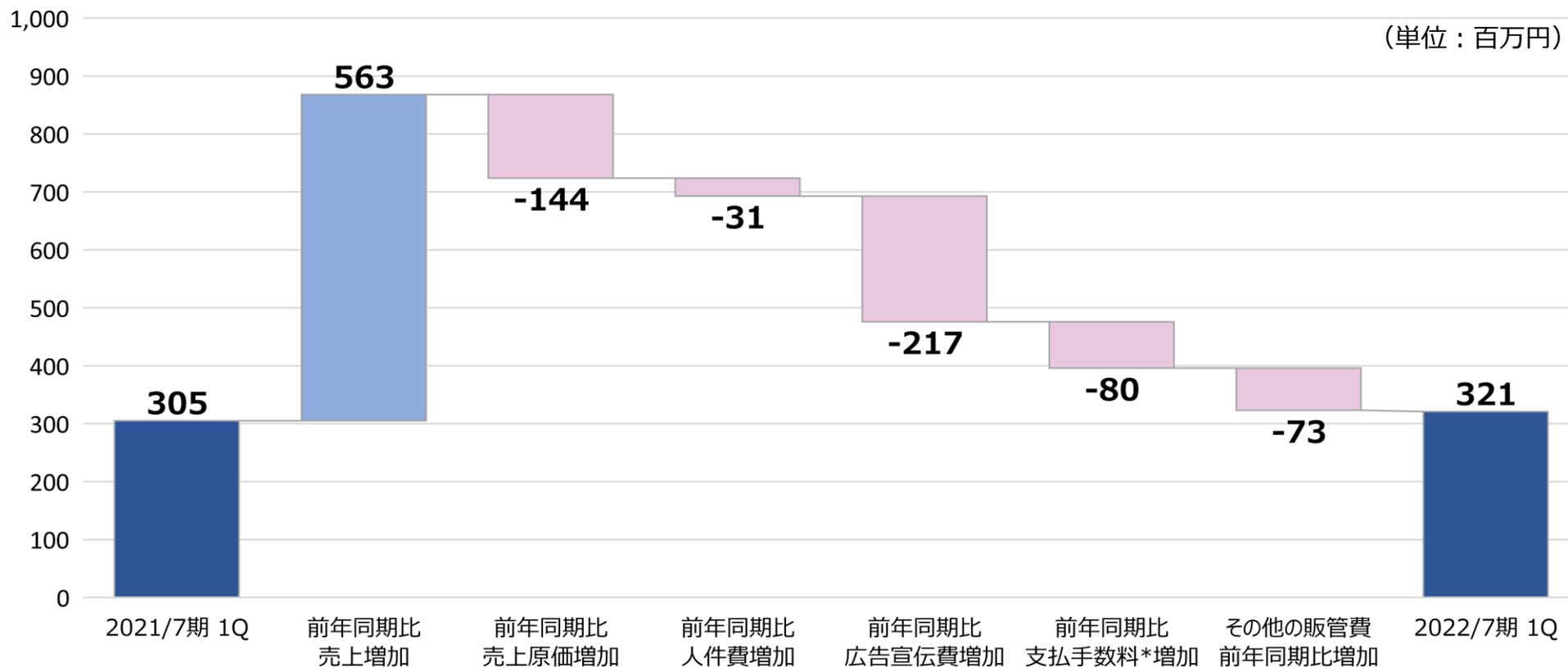
（単位：百万円）

	2021/7期 1Q		2022/7期 1Q		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比増減率
売上原価	357	29.2%	<b>501</b>	<b>28.0%</b>	+144	-1.1pt
販売費及び一般管理費	562	45.9%	<b>965</b>	<b>54.0%</b>	+402	+8.0pt
広告宣伝費	157	12.9%	<b>374</b>	<b>20.9%</b>	+217	+8.1pt
支払手数料	135	11.0%	<b>215</b>	<b>12.0%</b>	+80	+1.0pt
人件費	166	13.6%	198	11.1%	+31	-2.5pt
減価償却費	4	0.4%	13	0.7%	+8	+0.3pt
研究開発費	3	0.3%	3	0.2%	0	-0.1pt
その他	95	7.8%	160	9.0%	+65	+1.2pt

※ 2021/7期1Qは上場前の数値（当社は2021年2月に上場。）

# 営業利益 対前年同期増減要因分析

- 売上高 前年同期比+563百万円の増収（増減率+46.0%）
- 営業利益 前年同期比 +16百万円の増益（増減率 +5.4%）
- 計画どおり、ブランド知名度向上・販売基盤拡大のための広告先行投資を実施。



\*ECプラットフォーム利用料等

## バランスシートの状況（連結）

- 流動比率、自己資本比率などを含め、引き続き、優良な財務体質を維持。

（単位：百万円）

	2021/7 期末		2022/7 1Q末		対前期末増減
	金額	構成比	金額	構成比	金額
流動資産	7,690	93.0%	<b>7,659</b>	<b>93.2%</b>	-30
固定資産	577	7.0%	<b>557</b>	<b>6.8%</b>	-20
資産合計	8,267	100.0%	<b>8,217</b>	<b>100.0%</b>	-50
流動負債	958	11.6%	<b>714</b>	<b>8.7%</b>	-243
固定負債	116	1.4%	<b>86</b>	<b>1.1%</b>	-29
負債合計	1,074	13.0%	<b>801</b>	<b>9.8%</b>	-272
純資産合計	7,193	87.0%	<b>7,415</b>	<b>90.2%</b>	+222
負債・純資産合計	8,267	100.0%	<b>8,217</b>	<b>100.0%</b>	-50

# 2022年7月期 1Qのトピックス

FY07/2022 Q1 Topics

A X X Z I A

## 2022年7月期1Qのトピックス(旗艦店)

- 10月に上海子会社にて2つの旗艦店を出店。
- スキンケア商品の需要が高まっている中国市場において、今後も市場拡大・ブランド認知拡大と売上向上を推進。

2021年10月20日

動画プラットフォームTikTok中国本土版

「抖音 (Douyin) 」

スキンケア商品専門の旗艦店「AXXZIA 晓姿美妆旗艦店」

2021年10月26日

ECコマースプラットフォーム

「京東 (JD.com) 」

「AXXZIA 京東 (JD.com) 自営官方旗艦店」

A X Z I A 晓姿美妆旗艦店  
**GRAND OPENING**

A X Z I A  
(JD.com)  
京東自営官方旗艦店  
**GRAND OPENING**

## 2022年7月期1Qのトピックス(新製品)

- 2022年7月期1Qにおいて、以下の製品・ラインアップを上市。



ヴィーナスレシピ「ラクト カプセル」



業務用スキンケアライン「THE B PRO」シリーズ



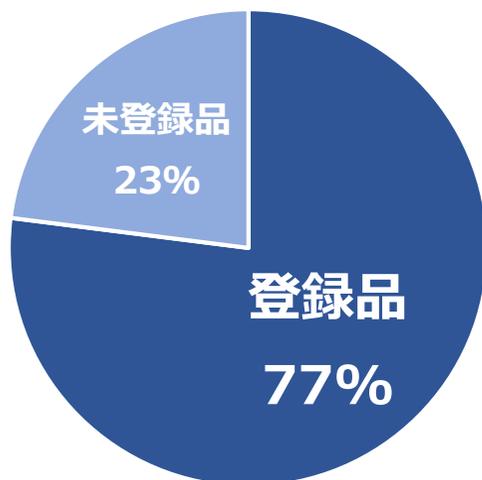
アクシージア ビューティーフォース「リキッドルーセント UP」

# 2022年7月期1Qのトピックス(NMPA承認取得)

- 当社の商品設計は、NMPA認可成分・処方を重視し、スムーズに承認を取得
- 総SKUの87製品の約**77%**はNMPA※承認済。
- 中国向け展開製品では約**86%**。
- 最近2年間の**承認比率100%**（一般的には平均20%~30%）。
- **平均申請期間3か月**（一般的には他社平均6か月）

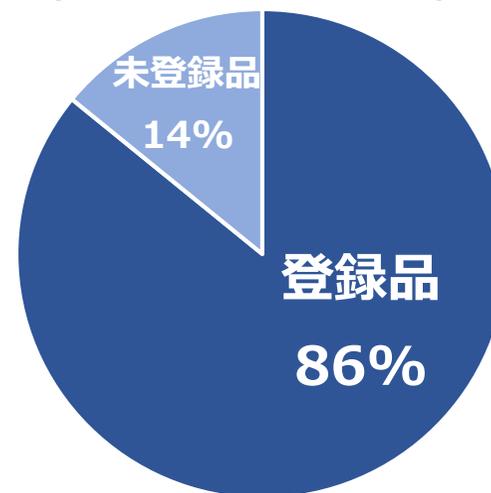
## NMPA登録比率(全製品)

(2021年11月末現在)



## NMPA登録比率(中国向け展開製品)

(2021年11月末現在)



※ NMPA : National Medical Products Administrationの略。

中国市場にて医療機器、医薬品、医薬品包材、化粧品、保健食品を販売するための要件、中国の審査許可を管理する政府機関。

日本に於ける製造販売承認書に相当する厚生労働省認証に相当（米国のFDAによるPMA認証、欧州のCE認証に準ずる）。

なお、当社のサプリメントについては一般食品や一般飲料として販売しているため、NMPAの対象外であることから、表中の記載は化粧品のみに係るものであります。

※ サプリは中国輸入許可を取得する方針のため、NMPA承認取得を進めている化粧品について記載しております。



# 今後の取り組み

Future Initiatives

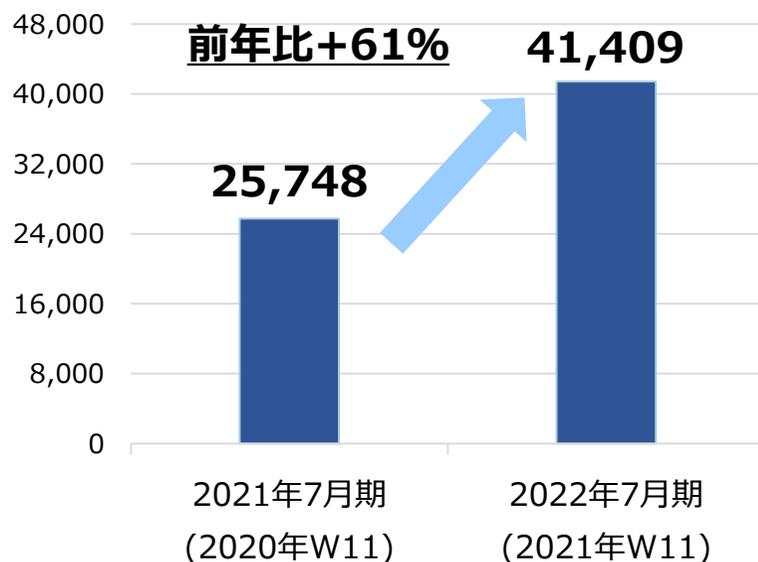
A X X Z I A

# 「W11」イベントにおける越境EC旗艦店の成果

- 中国最大のECイベント「W11」開催期間中における当社のGMV（流通取引総額<sup>※1</sup>）は前年比**+61%**増加。
- W11開催にかかる収益は**2Qに寄与予定**。

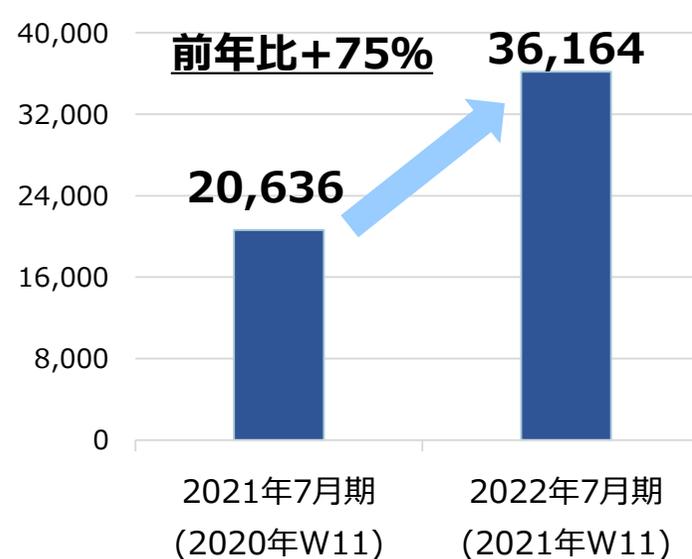
(単位：千元)

GMV比較



(単位：千元)

主力製品<sup>※2</sup>のGMV比較



## <中国Eコマース 3大イベント>

- ・毎年11月11日に中国で行われる独身の日(シングルデー)を祝うイベントで中国最大のECセール
- ・3月8日の「国際女性デー(International Women's Day)」に合わせて行われる女性関連製品のECセール
- ・中国のECサイト「京東商城」による、毎年6月18日付近に開催されるECセール

※1 当社が出店をしている、Tmall Global(天猫国際)化粧品とサブ旗艦店両店、RED (小紅書) 及びTikTokにおける当社製品のGMV

※2 当社主力製品である、AGDrink 5th、Essence Sheet Premium、Essence Sheet を対象。

# Baidu(百度)の越境EC向け新広告サービス導入

- バイドゥ株式会社が越境EC向け新広告サービス「Baidu Baike LOFT(百度百科 LOFT)」を提供開始に伴い、当該サービスを導入。
- 「Baidu(百度)」と併せて利用することにより、中国市場でのさらなる潜在顧客層の深耕・ブランド力の醸成、**当社越境EC旗艦店への直接送客が可能**。当社の収益貢献に寄与予定。

百度百科

明星产品

臻璨御龄眼膜  
点击购买 >

多效修护面膜  
点击购买 >

AXXZIA是日本株式会社AXXZIA旗下零售类化妆品品牌，于2002年创立<sup>[1]</sup>。

中文名 晓姿  
外文名 AXXZIA  
所属行业 化妆品、护肤品<sup>[2]</sup>  
创立时间 2002年<sup>[1]</sup>  
所属公司 日本株式会社AXXZIA<sup>[1]</sup>

AXXZIA是日本株式会社AXXZIA旗下零售类化妆品品牌，于2002年创立<sup>[1]</sup>。

中文名 晓姿  
外文名 AXXZIA  
所属行业 化妆品、护肤品<sup>[2]</sup>  
创立时间 2002年<sup>[1]</sup>  
所属公司 日本株式会社AXXZIA<sup>[1]</sup>

百度百科 AXXZIA

首页 妙懂百科 特色百科 用户 知识专题 权威合作

下载百科APP 个人中心

AXXZIA

AXXZIA是日本株式会社AXXZIA旗下零售类化妆品品牌，于2002年创立<sup>[1]</sup>。

中文名	晓姿	创立时间	2002年 <sup>[1]</sup>
外文名	AXXZIA	所属公司	日本株式会社AXXZIA <sup>[1]</sup>
所属行业	化妆品、护肤品 <sup>[2]</sup>		

相关产品  
SENCE SHEET Premium  
AXXZIA

AGtheory 肌肤药  
AGtheory

V百科 往期回顾  
十大热词盘点

The background features two large, overlapping wireframe structures. The one on the left is a complex, multi-faceted polyhedron-like shape, while the one on the right is a more angular, star-like structure. Both are composed of thin, light gray lines.

# Appendix

Appendix

A XX Z I A

# 会社概要

# A X X Z I A

Creating things and experiences  
that amaze people.

## 経営理念

アクシージア『AXXZIA』の『XX』は女性の染色体を表し、美の象徴を意味します。『AZIA』は『ASIA』を表す造語です。アクシージアは、アジアの女性がつもつ凛とした美しさに価値を見出し、外面のみならず内面の豊かさを追求していくことを使命としています。化粧品を通じて、『アジアの美』を日本から全世界に発信し、一人ひとりの輝きと品位のある生き方を応援します。

## 会社概要

設立 : 2011年12月21日  
 資本金 : 21億987万5千円 (2021年7月末現在)  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿 6-3-1  
 新宿アイランド・ウイング 2階  
 事業所 : 東京本社 東京本社第2オフィス  
 大阪営業所 福岡営業所  
 AXXZIA GINZA SIX店  
 事業内容 : 化粧品の企画、製造、販売、卸  
 公開市場 : 東証マザーズ (証券コード : 4936)

## 連結子会社

Xiaozi Cosmetic (Shanghai) Inc.  
 AXXZIA (HongKong) International Limited

## 役員

代表取締役	段 卓
取締役副社長	天野 暁維
常務取締役	武 君
常務取締役	張 輝
取締役	吉田 雅弘
取締役	福井 康人
社外取締役	荒川 雄二郎
社外取締役	朱峰 玲子
監査役	宮島 正裕
社外監査役	清水 健次
社外監査役	奥田 都修

## 沿革

年 月	事 項
2011年12月	東京都新宿区西新宿一丁目にてオリエンティナ化粧品株式会社を設立。(資本金9百万円) 美容施設向け化粧品開発・製造に着手。
2012年11月	社名をオリエンティナ化粧品株式会社より株式会社アクシージアへ変更。
2013年 2月	資本金を10百万円に増資。
2013年 4月	東京都新宿区西新宿六丁目に本社を移転。
2013年 5月	化粧品製造販売業許可取得 許可番号 (13C0X11007) 化粧品製造業許可取得 許可番号 (13CZ200772)
2013年 9月	美容施設向けスキンケアブランド「ルシエル ド ロープ」を上市。
2016年 5月	小売市場向け目もとケア・スキンケアブランド「ビューティー アイズ」を上市。
2016年 8月	小売市場向けサプリメントブランド「ヴィーナス レシピ」を上市。
2017年11月	大阪府大阪市中央区に大阪営業所を開設。
2018年 4月	Xiaozi Cosmetic (Shanghai) Inc.を連結子会社 (100%) として設立。
2018年 5月	AXXZIA (HongKong) International Limitedを連結子会社 (100%) として設立。 資本金を38百万円に増資。
2018年10月	資本金を98百万円に増資。
2018年12月	静岡県駿東郡小山町「富士山麓フロンティアパーク小山」に工場建設用地を取得。
2019年 2月	中国大手ECプラットフォーム「RED(小紅書)」にアクシージア旗艦店を出店。
2019年 4月	中国大手ECプラットフォーム「Tmall Global(天猫国際)」にアクシージア旗艦店を出店。
2019年 5月	小売市場向けスキンケアブランド「エイジーセオリー」を上市。
2020年 8月	福岡県福岡市博多区に福岡営業所を開設。
2021年 2月	東京証券取引所マザーズ市場に上場。 サロン専売 業務用「ザビー プロ」を上市。
2021年 3月	初の直営店舗「AXXZIA GINZA SIX店」をオープン。
2021年 5月	中国大手モバイルビデオアプリ「抖音(Douyin/TikTok)」にアクシージア旗艦店を出店。
2021年10月	上海子会社にて、中国大手モバイルビデオアプリ「抖音(Douyin/TikTok)」にスキンケア商品専門旗艦店を出店。 中国大手Eコマースプラットフォーム「京東(JD.com)」にアクシージア旗艦店を出店。

# 事業概要

- 高価格帯（プレミアム）、中価格帯の化粧品・サプリメントの企画、製造、販売を手掛ける。
- 一般的に化粧品はスキンケア、メイクアップ、フレグランスの3つに分かれるが、当社が扱っているのは主にスキンケア商品。

## 主な製品ラインナップ

高価格帯  
平均売価¥10,000以上  
(サロン専売ブランド)

中・高価格帯  
平均売価¥5,000以上  
(BtoCブランド)

エイジングケアシリーズ

目元ケアシリーズ

透明感・ツヤシリーズ

化粧品  
(主にスキンケア)



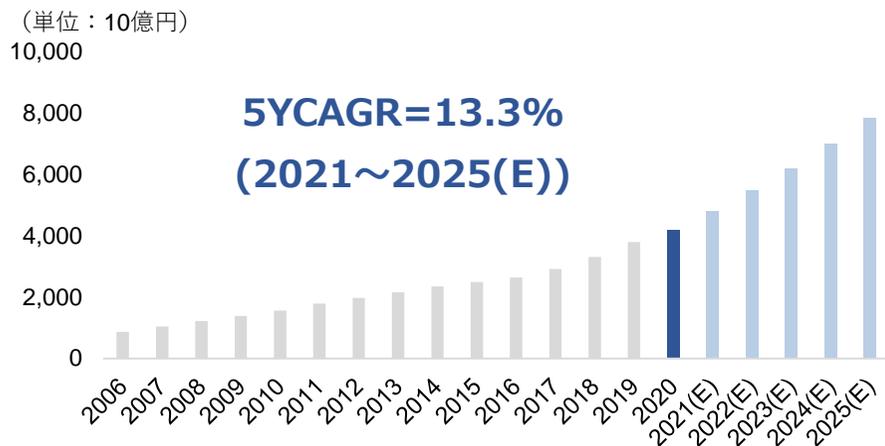
サプリメント



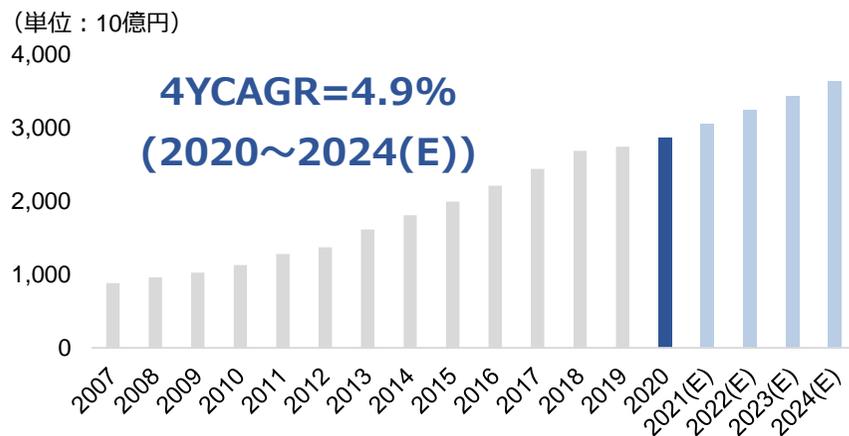
# 当社をとりまく市場動向：当社のターゲットである中国市場は拡大中

- 中国化粧品市場の多くを占めるスキンケア・サプリの市場規模は、経済成長に伴う所得水準の向上と、化粧品人口の増加を背景に大きく成長。

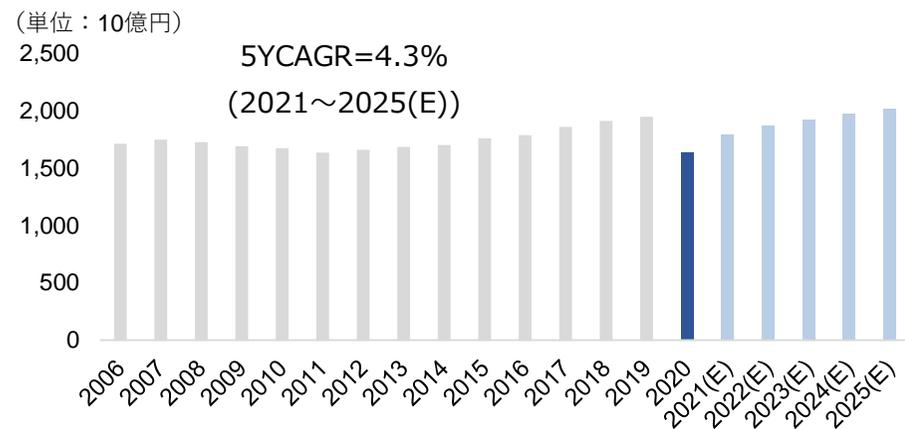
## 中国のスキンケア市場規模 4兆1,789億円（2020年小売額）



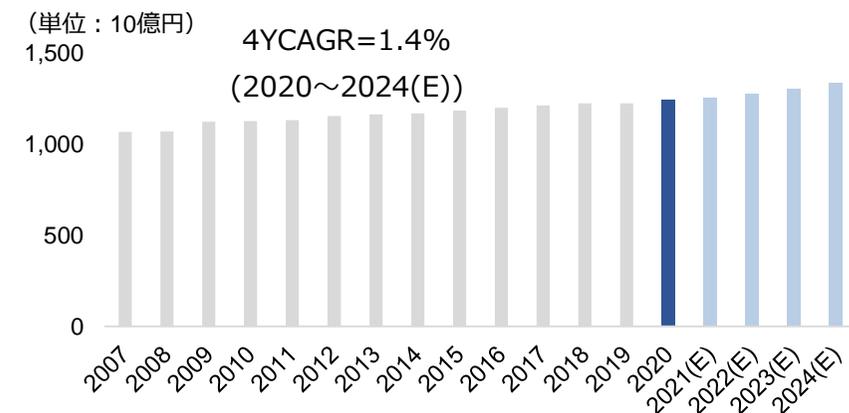
## 中国のサプリメント市場規模 2兆7,397億円（2020年小売額）



## 日本のスキンケア市場規模 1兆6,434億円（2020年小売額）



## 日本のサプリメント市場規模 1兆2,410億円（2020年小売額）

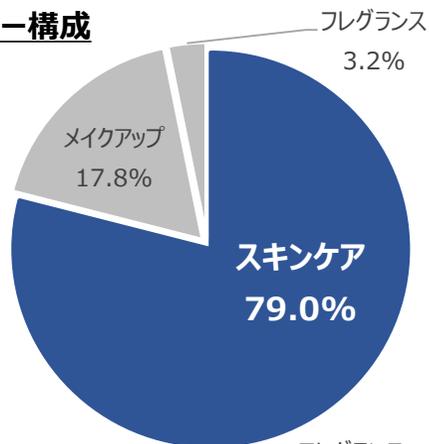


(出典：Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2021 edition, retail value RSP, fixed 2020 exchange rates, current prices, data extracted on 8 October 2021) 23  
(出典：Euromonitor International Limited, Consumer Health 2021 edition, retail value RSP, fixed 2021 exchange rates, current prices, data extracted on 8 October 2021) )

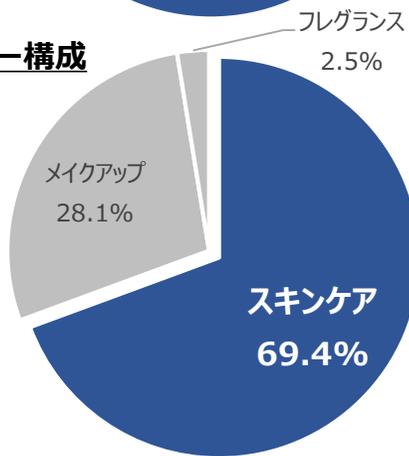
# 当社をとりまく市場動向：中国化粧品の製品カテゴリーとプレミアム市場

- 日本に比べて中国は化粧品市場に占めるスキンケアの割合は約 8 割。
- また、中国スキンケア市場ではプレミアムセグメントの伸び率が高く、市場全体に占める割合も上昇傾向。

中国化粧品の製品カテゴリー構成

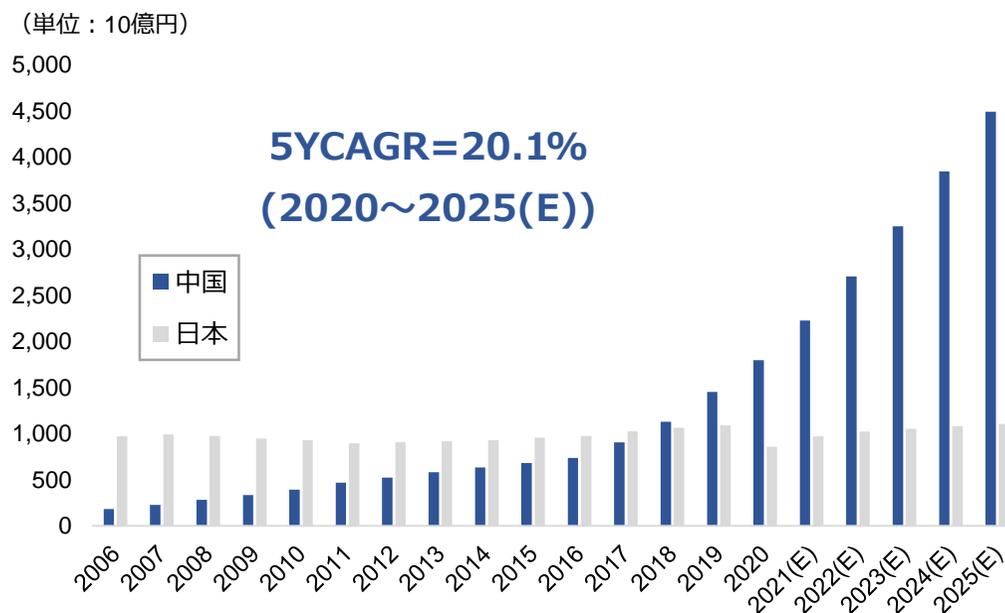


日本化粧品の製品カテゴリー構成



(出典：Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2020 edition, retail value RSP fixed 2019 exchange rates, current prices, data extracted on 30 November 2020)

中国・日本のスキンケアプレミアム市場



※ プレミアム = 高価格帯化粧品。マスではなく、美意識が高く美容にかかるコストを惜しまない顧客向けの上級ライン。百貨店や直営店など店舗を限定しプレミアムチャネル向けと位置付けるシリーズ

(出典：Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2021 edition, retail value RSP, fixed 2020 exchange rates, current prices, data extracted on 8 October 2021)

# 当社のブランド戦略

■創業以来の次の3つの戦略ポリシーの下、当社ブランドへの総合的価値評価を高める取り組みを継続。

## 1 ブランド・シリーズ投入 & ヒーロープロダクツ(ヒット製品) 育成戦略

美容ニーズに幅広く応えるブランド・シリーズを投入（=大手並みの品揃えを実現）、ヒーロープロダクツの育成による認知度Upを通じて、ブランド・シリーズ全体の持続的成長へ。

## 2 ブランド保護 & 信頼性醸成戦略 知的財産 & 模倣品対策

主要市場での知的財産（商標、意匠）登録とセキュリティーラベルシステム導入による模倣品対策の徹底により、ブランドの健全な成長と信頼性醸成へ。

## 3 主力市場・中国でのマルチチャネル戦略 化粧品登録（NMPA）

中国化粧品登録（NMPA登録）前提の製品開発により、中国市場向けマルチチャネル販売（越境ECビジネス+中国本土リアル販売）を可能に。  
（2021年11月末現在、NMPA登録化粧品数49製品）

# 主カブランド AXXZIA（アクシージア）シリーズ

目元製品を中心としたリテール向け主カブランド

- エッセンスシートのヒーロープロダクト化に成功。  
(2021/7：2022/7 1Q売上高 511百万円：900百万円と約+76%に伸長。)
- ブランド名=会社名 認知度向上。

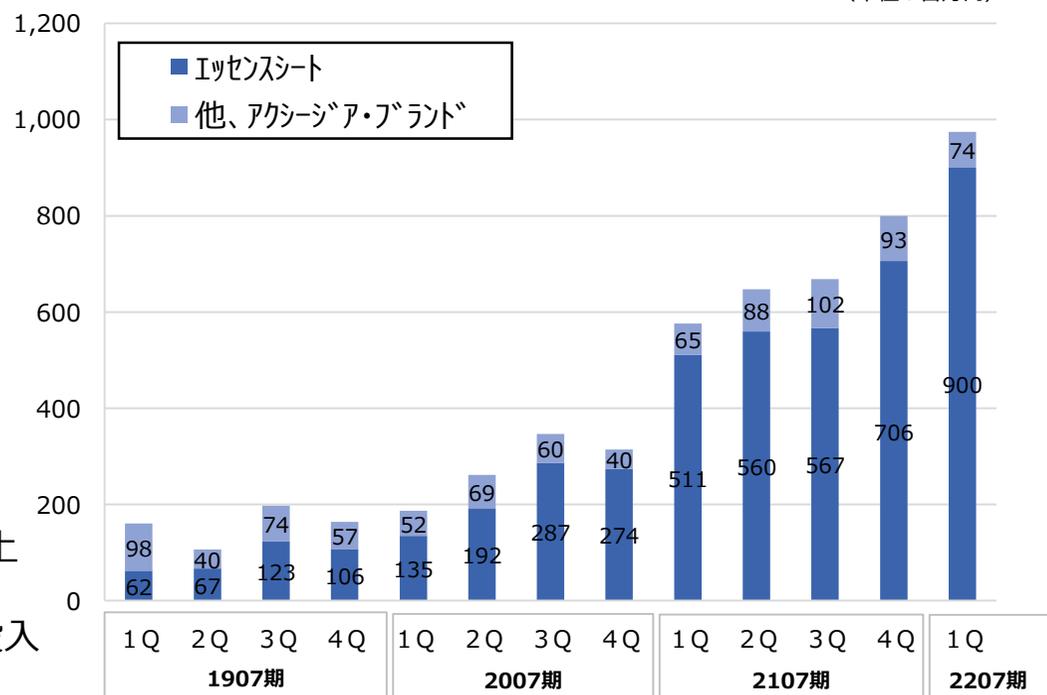


## <持続的成長への布石>

- エッセンスシートを軸にシリーズ製品への展開。
- 2020年12月、エッセンスシート・プレミアム版を追加上市、販売は好調に推移中。
- 2022年春、サンスクリーン新製品をシリーズに追加投入し、ブランドとして第2の柱へ。

アクシージア ブランド売上推移

(単位：百万円)



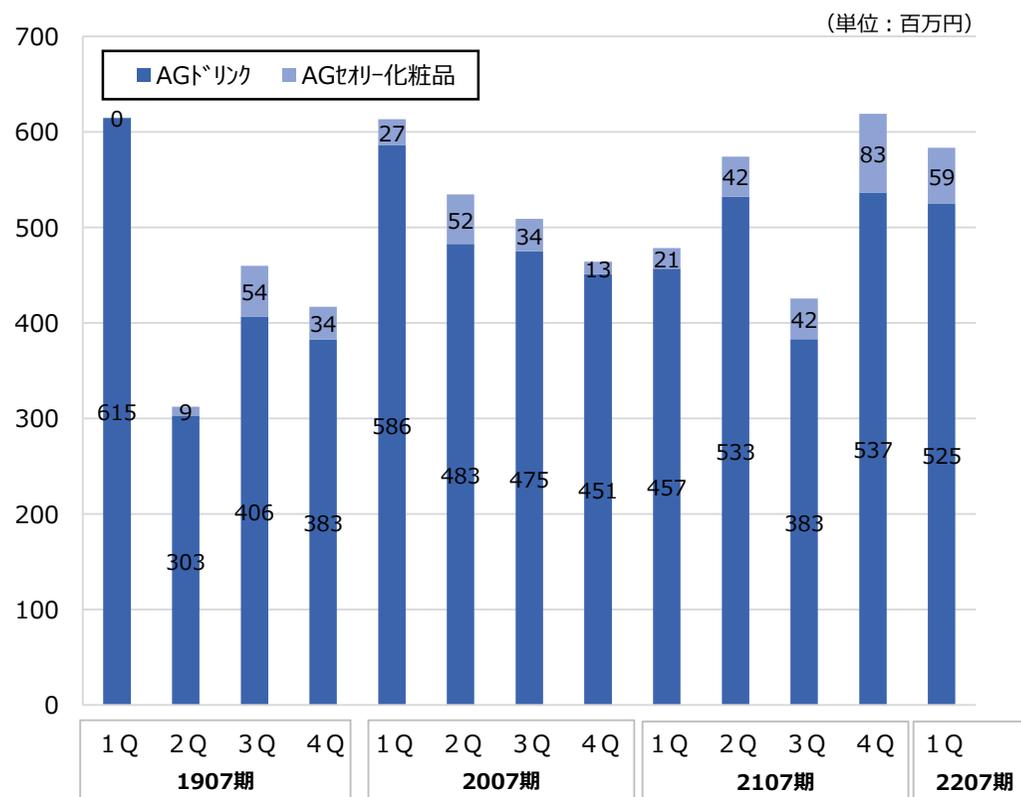
# 主カブランド AGtheory (エイジーセオリー) シリーズ

AGドリンクをコアに化粧品と融合させた第2のリテール向け主カブランド

- ヒーロープロダクツ化に成功したAGドリンク愛用者へ 同一コンセプトでのAGセオリー化粧品と融合ブランド化。
- AGドリンクは売上安定 (2021/7 : 2022/7 1Q売上高 457百万円 : 525百万円と+15%増。)
- AGドリンクを軸にAGセオリー化粧品を成長。



AGセオリー ブランド売上推移



## <成長への布石>

- 2021年3月、AGドリンクを第5世代としてリニューアル。月1万個水準での売上高安定。
- 2021年10月、AGセオリー化粧品シリーズにクレンジング・洗顔を追加上市、フルラインが完成。

# 育成分野（美白訴求）シリーズ

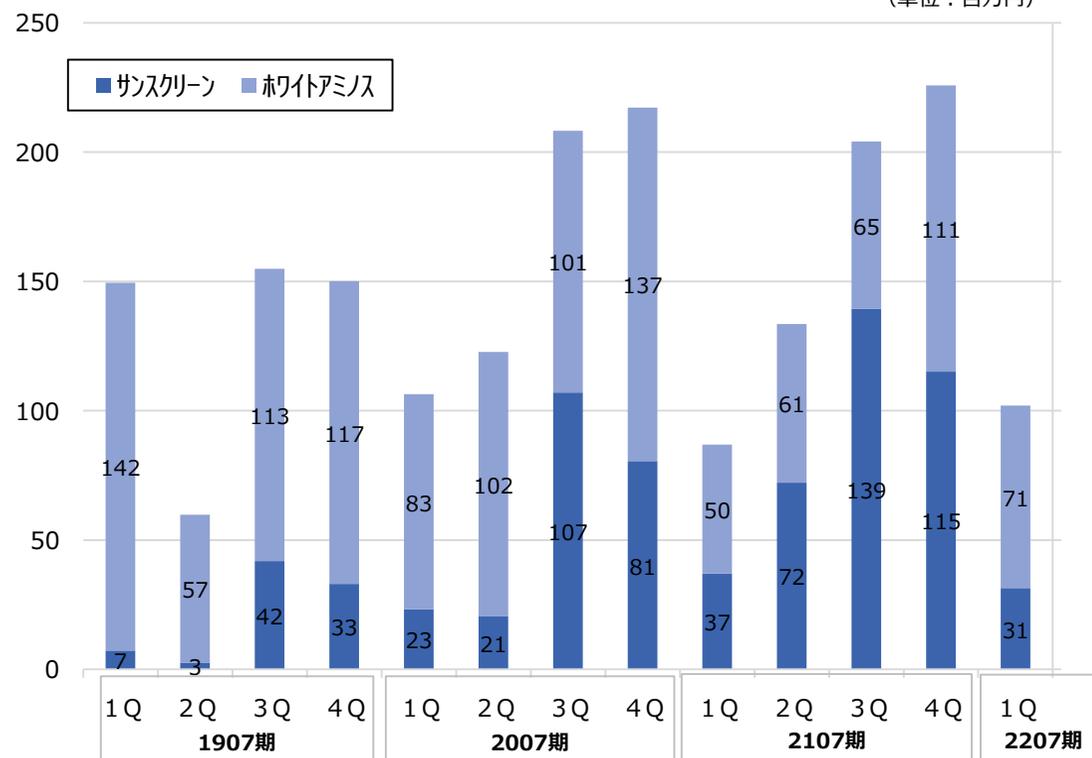
美容サプリメント（ホワイトアミノズ）とサンスクリーンを育成分野と位置づけ、第3の主力ブランド化へ。

- ホワイトアミノズ、サンスクリーン（UVヴェールEX）共に、中規模ヒット製品化を実現。  
（2021/7：2022/7 1Q売上高 87百万円：102百万円と+17%増。）
- シリーズ製品化の企画検討中。



育成分野（美白訴求）売上推移

（単位：百万円）



## ＜主力シリーズ化への布石＞

- 2022年春よりの本格シーズンに向け、以下企画中。
- ホワイトアミノズドリンクは独自容器金型でのリニューアル品投入。
- アクシージア初の美白訴求の化粧品シリーズ（医薬部外品）上市。

# サロン専売分野（プロフェッショナル分野）シリーズ

創業以来のアクシージアの強み、かつ特長分野であるサロン専売分野

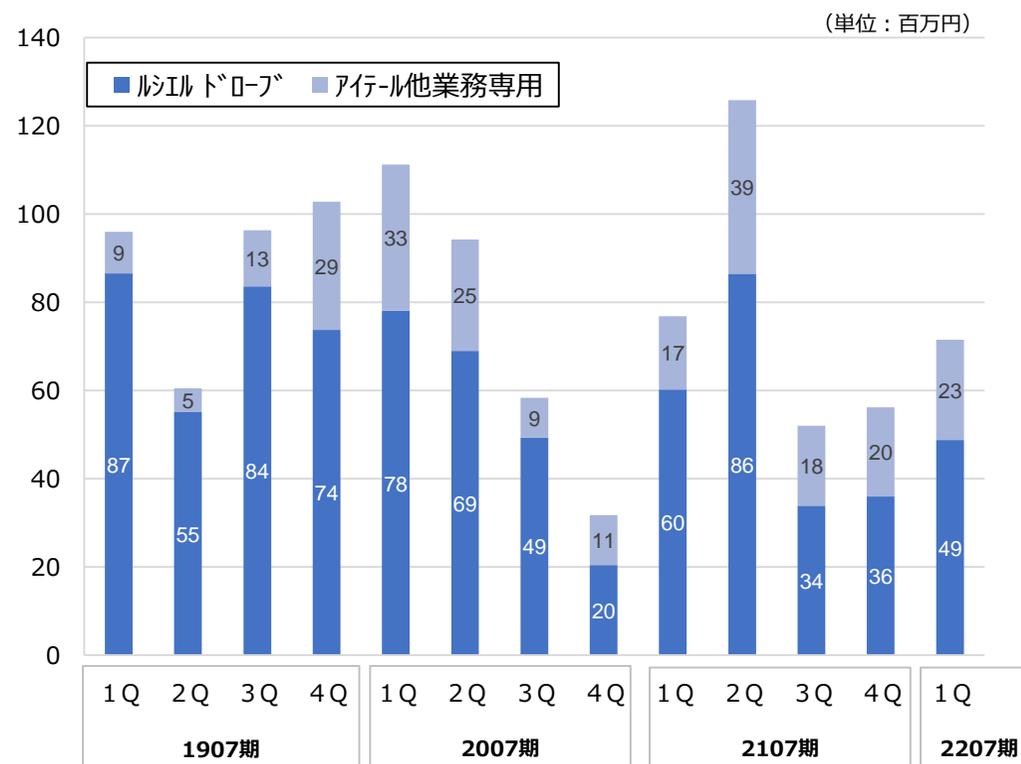
- 創業以来のロングセラーブランド Le Ciel de L'aube (ル シエル ド ローブ) の他、業務専用の特殊化粧品 (アイテル・シリーズ) を品揃え。
- 他社に先駆けて中国化粧品登録を進め、made in Japan化粧品での中国サロン向けビジネスを実現し上海子会社設立後の成功へ寄与。



## <持続的成長への布石>

- 2021年3月、プレミアム版新スキンケアブランドThe B (ザビー) を上市。スペシャルケアに応じた特殊化粧品の開発・拡充による新たな柱へ育成。
- 新技術・新成分による新製品トライアル市場としても活用。

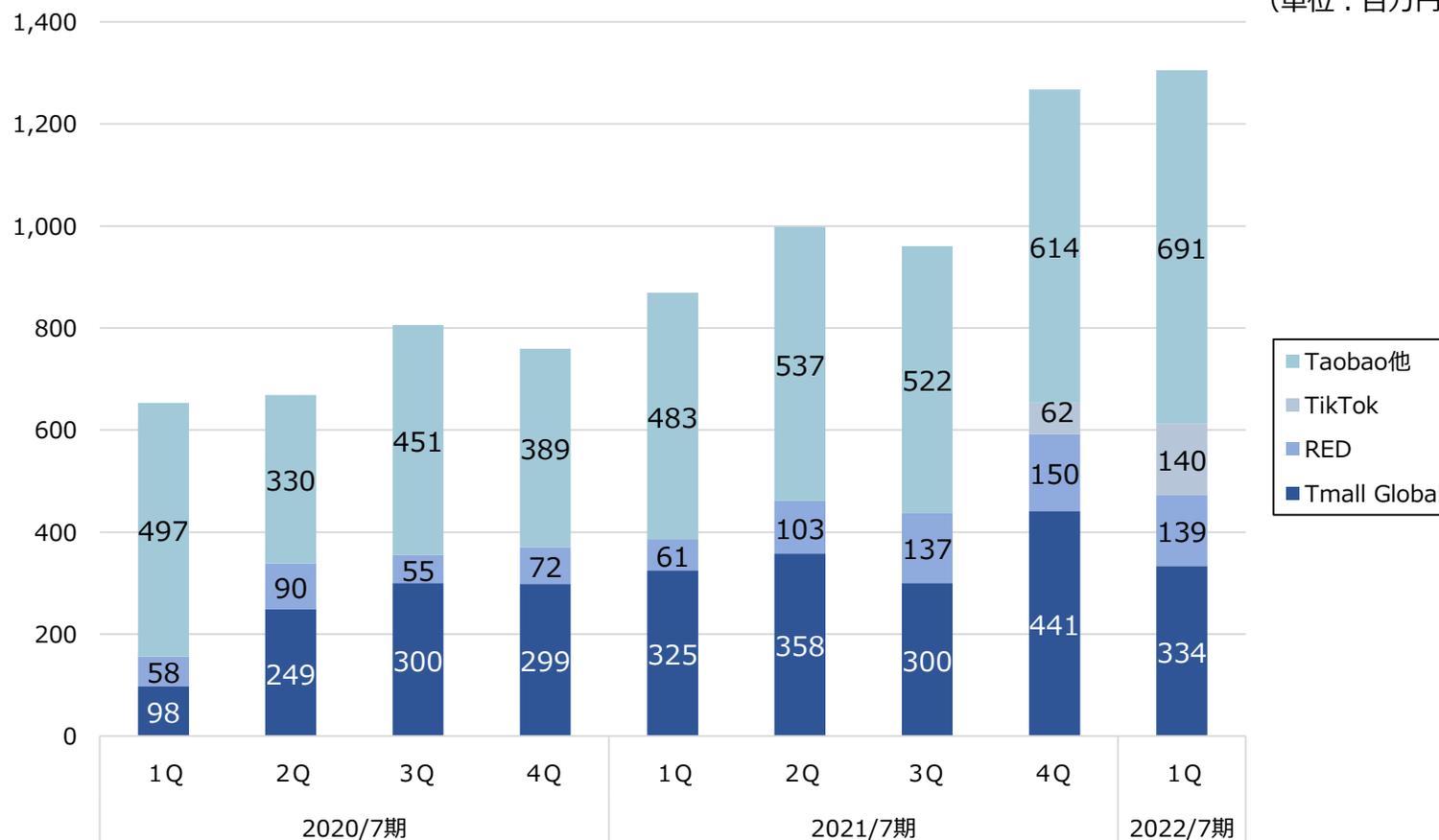
サロン専売分野 売上推移



# 中国EC売上高推移（四半期 2020/7期 – 2022/7期Q1）

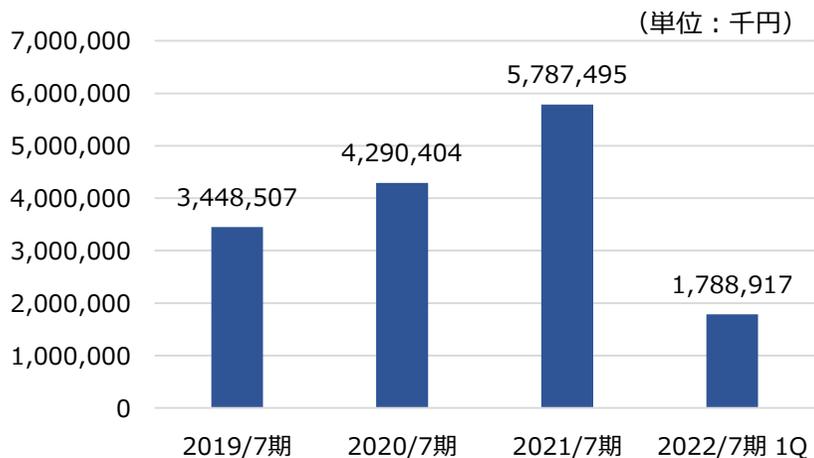
- 競争が激化する中国ECチャネルにおいて、アリババ(Tmall Global・Taobao)、RED及びTikTokにおいての四半期売上高は順調に伸長。
- 2022/7期1Q売上高1,304百万円（2021/7期1Q 869百万円）前年同期比+435百万円（増減率+50.1%）
- トップダウンマーケティングとボトムアップマーケティングの相乗効果による販促戦略が奏功。

（単位：百万円）

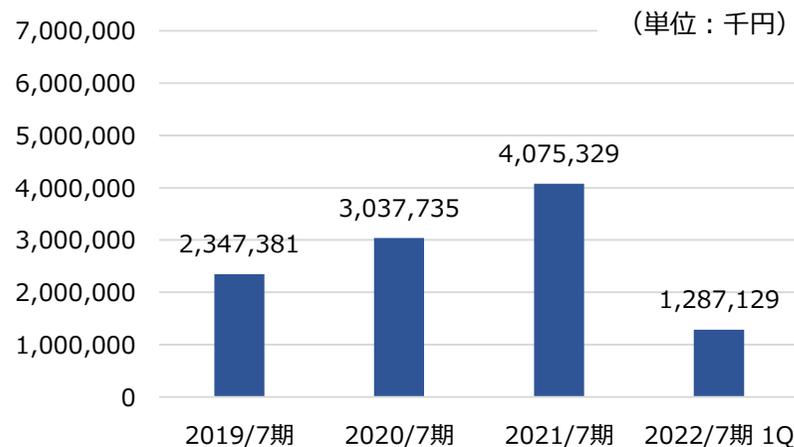


# 経営成績等の推移(連結)

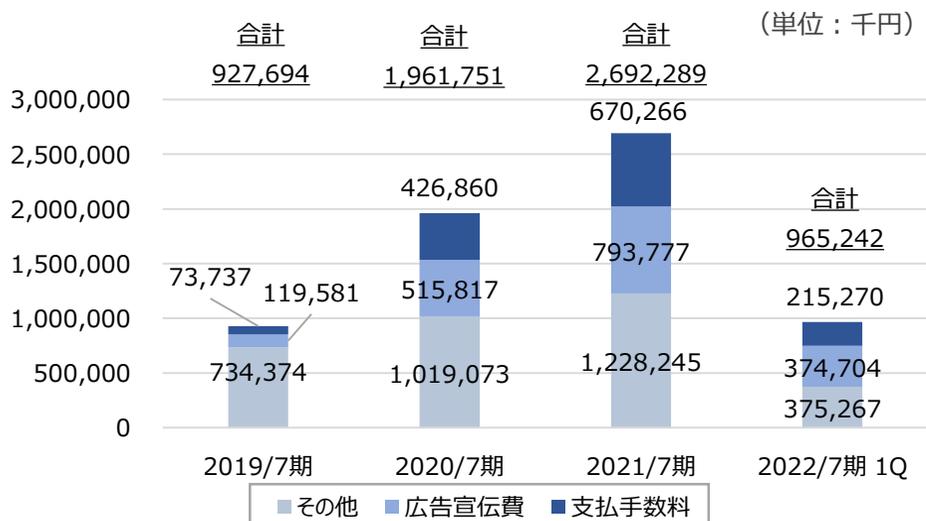
## ①売上高



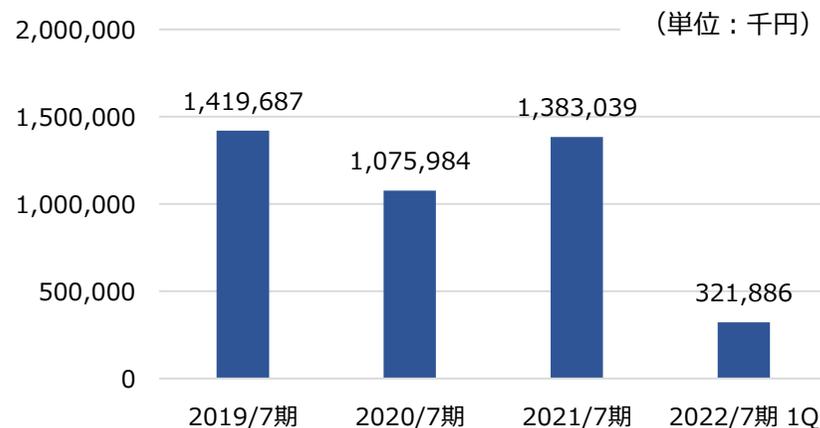
## ②売上総利益



## ③販売費及び一般管理費

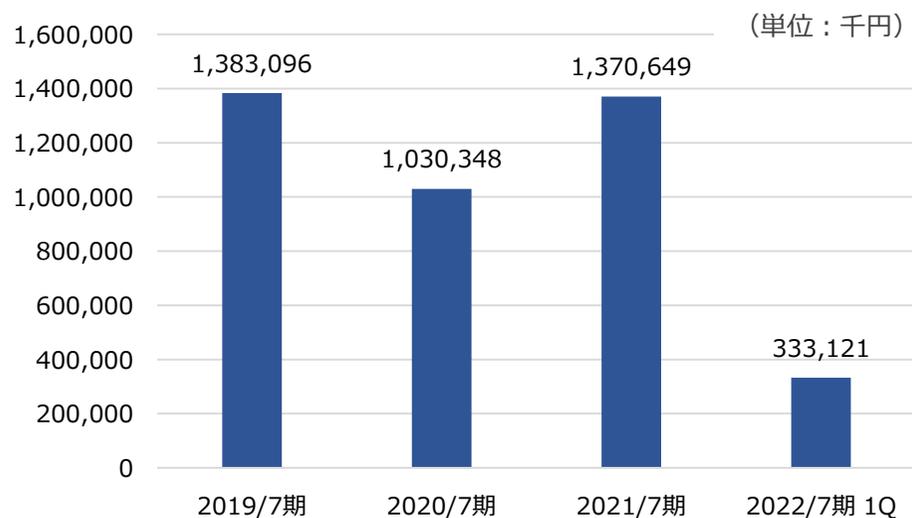


## ④営業利益

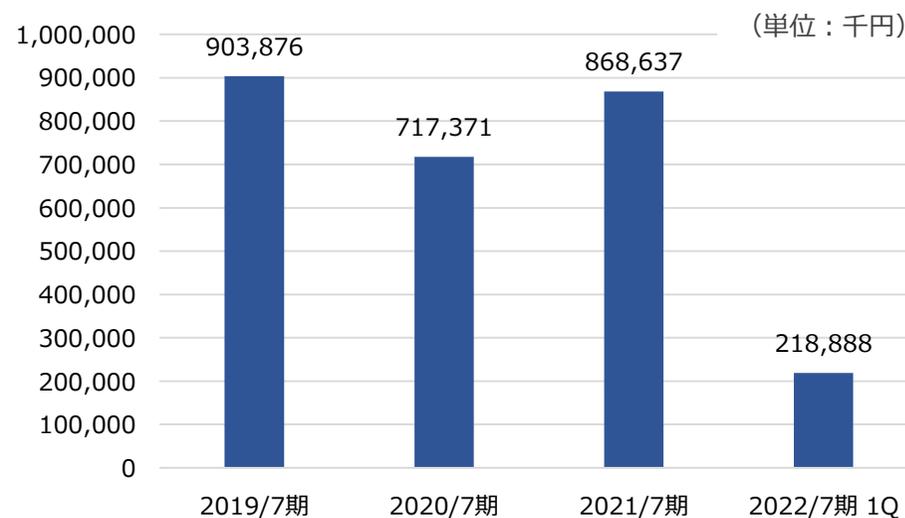


# 経営成績等の推移(連結)

## ⑤ 経常利益



## ⑥ 親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益



# 国内受賞歴

2016年	美容経済新聞社選定「2016 ベストオブベンチャー賞」受賞
2017年	楽天リサーチランキング「大人女子に評判の化粧品」部門 第1位を受賞
	美容経済新聞社選定「2017 成長企業銘柄」受賞
2018年	「2018モンドセレクション銅賞」受賞 受賞製品：ヴィーナスレシピ AGドリンク プラス
	「Girls Happy Style Selection 2018」（日本のテレビ番組『Girls Happy Style』選定）の「Smile Award」「Gritter Award」「Happy Award」を受賞 受賞製品：エイジーセオリー クラリアイニング エッセンス/ヴィーナスレシピ AGドリンク プラス
	日本マーケティングリサーチ機構選定「大人女子に評判の化粧品」部門 第1位を受賞 調査概要：2018年11月期 サイトのイメージ調査
2019年	@ c o s m e （アットコスメ）クチコミランキング 「スキンケア美容家電」部門 第3位 集計期間：2019年5月1日～2019年7月31日（3ヶ月） 受賞製品：メイト フォーアイズ
2021年	日本マーケティングリサーチ機構選定「美容従事者おすすめのアイケアコスメ」部門 第1位を受賞 日本マーケティングリサーチ機構調べ 調査概要：2021年2月期_ブランドのイメージ調査 調査期間：2021年1月19日～2021年2月2日



2016 ベストオブベンチャー賞



2017年 大人女子に評判の化粧品の化粧品



2017 成長企業銘柄



2018 モンドセレクション銅賞



「Girls Happy Style Selection 2018」「Smile Award」「Gritter Award」「Happy Award」



2018年 大人女子に評判の化粧品の化粧品



2021 「美容従事者おすすめのアイケアコスメ」部門 第1位

# 海外受賞歴

2019年	「医药保健双11-新店成长奖」受賞 (Tmall「サプリメント部門W11急成長賞」受賞)
2020年	「财年新锐奖」受賞 (Tmall「2020年度新锐企業賞」受賞)
2021年	「优质战略合作品牌方」受賞 (日本バイヤー連盟「2020年度優越戦略提携企業賞」受賞)
	「卓越价值品牌」受賞 (日本バイヤー連盟「優れた価値のあるブランド賞」受賞)
	「2021小红书美护趋势品牌」受賞 (「2021年REDスキンケア趨勢ブランド賞」受賞)



Tmall  
「サプリメント部門W11急成長賞」



Tmall  
「2020年度新锐企業賞」



日本バイヤー連盟  
「2020年度優越戦略提携企業賞」



日本バイヤー連盟  
「優れた価値のあるブランド賞」



「2021年REDスキンケア趨勢ブランド賞」

# 免責事項および将来見通しに関する注意事項

- 本資料は当社の企業説明に関する情報提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘する目的で提供されるものではありません。本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものでなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についても何ら補償するものではありません。
- 本資料ならびに本発表において提供される情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

# A X X Z I A

Creating things and experiences  
that amaze people.

【問い合わせ先】

株式会社アクシージア（証券コード：4936）

管理部

E-mail : [axxzia-ir@axxzia.co.jp](mailto:axxzia-ir@axxzia.co.jp)

URL : <https://axxzia.co.jp/>

