



2025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

[東証プライム：4936]



AXZIA

◇ 目次

- 01 | エグゼクティブ・サマリー
- 02 | 業績ハイライト(2025年7月期1Q)
- 03 | 今後の方針
- 04 | Appendix

1. エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

A X X Z I A

2025年
7月期1Q累計

■ 売上高 **30.7億円** (前年同期比 **+12.8%**)

■ 営業利益 **0.5億円** (前年同期比 **-77.6%**)

- 2024年2月に子会社化したエムアンドディ社の連結効果により、売上高は前期比**+12.8%**の2桁増収を達成
- 一方で、同連結による原価率悪化や、本社及びエムアンドディ社における人的投資等の影響により、営業利益は前期比**-77.6%**に

トピックス

- エムアンドディ社の売上寄与もあり、中国以外の地域売上比率が**約30%**にまで拡大
- 中国3大イベントの一つ「W11」にて、越境EC総売上が**過去最高**を記録(前期比**+6.5%**)
また、当社のRED旗艦店が**日本企業で唯一**、カテゴリ別ランキング**売上トップ10**に選出
- 日本市場において**インフルエンサーマーケティング**を強化。結果、オーガニックな日本EC売上※が前期比**2倍以上**に拡大
- 美容家電ブランド「Medullux(メデュラックス)」をローンチ。**美容家電市場**に本格参入

※ 2024年2月に子会社化したエムアンドディ社の売上を除いた日本EC売上のこと

2. 業績ハイライト(2025年7月期1Q)

Business Results: Highlights

A X Z I A

エムアンドディ社の連結効果により、売上は前期比+12.8%の2桁増収を達成。
 営業利益については、同連結による原価率の悪化と本社及びエムアンドディ社における人的投資等が
 影響し、前期を下回る結果に

(単位:百万円)

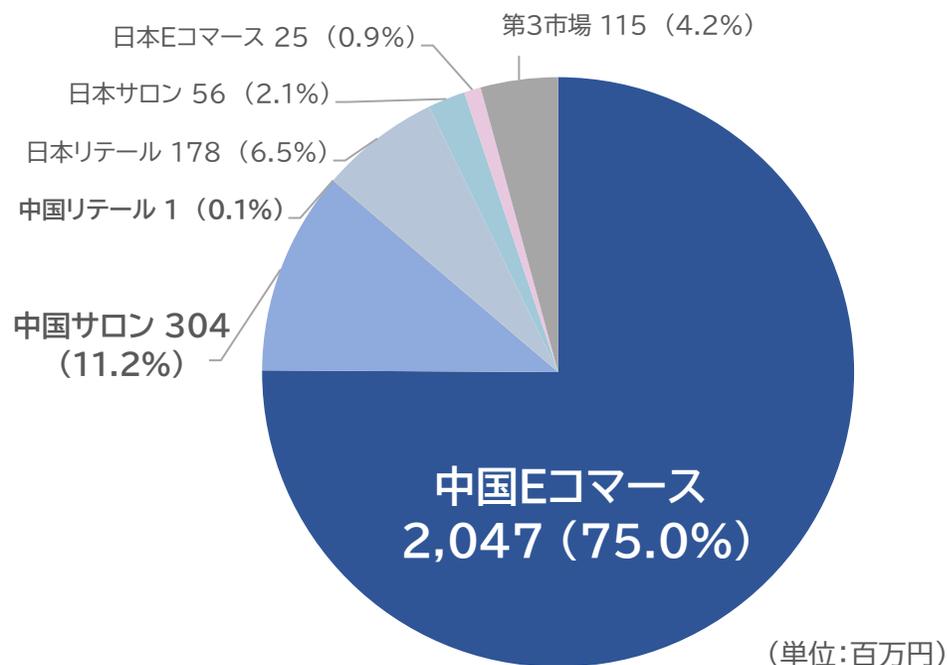
	2024/7期 1Q	2025/7期 1Q	増減額	増減率
売上高	2,730	3,079	+348	+12.8%
営業利益	257	57	-199	-77.6%
営業利益率	9.4%	1.9%	-	-7.8pt
経常利益	381	51	-330	-86.6%
四半期純利益	261	29	-232	-88.8%

地域別・チャネル別 売上高 (2025年7月期 1Q 連結)

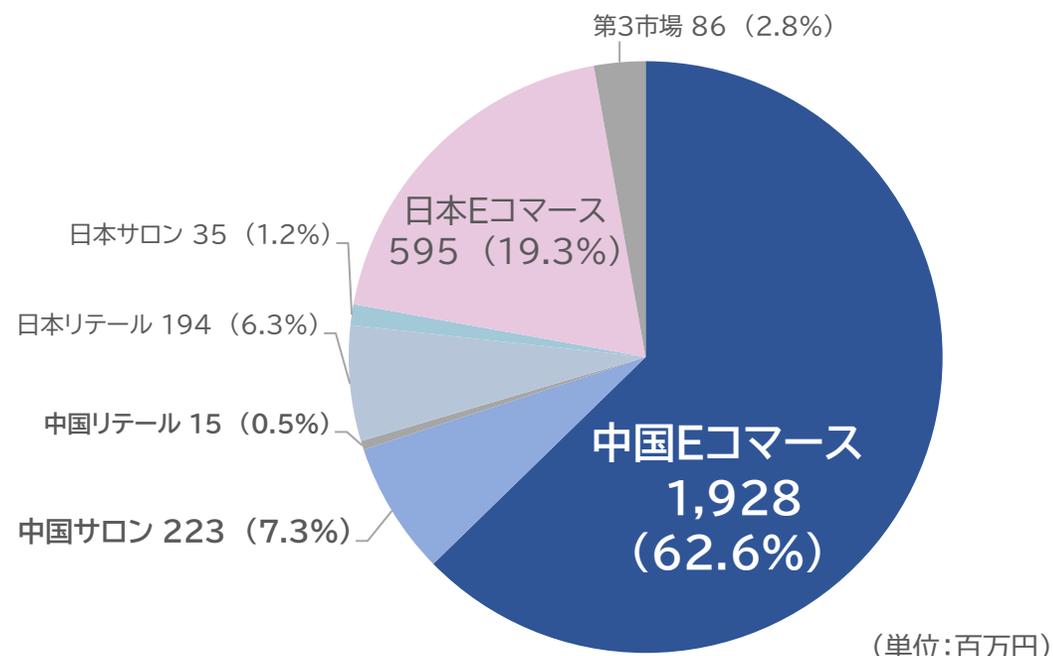
エムアンドディ社の売上寄与等、日本売上強化により、日本EC売上が前期比**23倍超**の大幅拡大。結果、中国以外の地域における売上比率が**約30%**にまで拡大し、**地域ポートフォリオの偏りが改善**

- 中国売上高※ **21億円** (構成比 86.2% → **70.4%**) 前期比 **-7.9%**
- 日本・第3市場売上高※ **9億円** (構成比 13.8% → **29.6%**) 前期比 **+142.3%**

2024年7月期 1Q



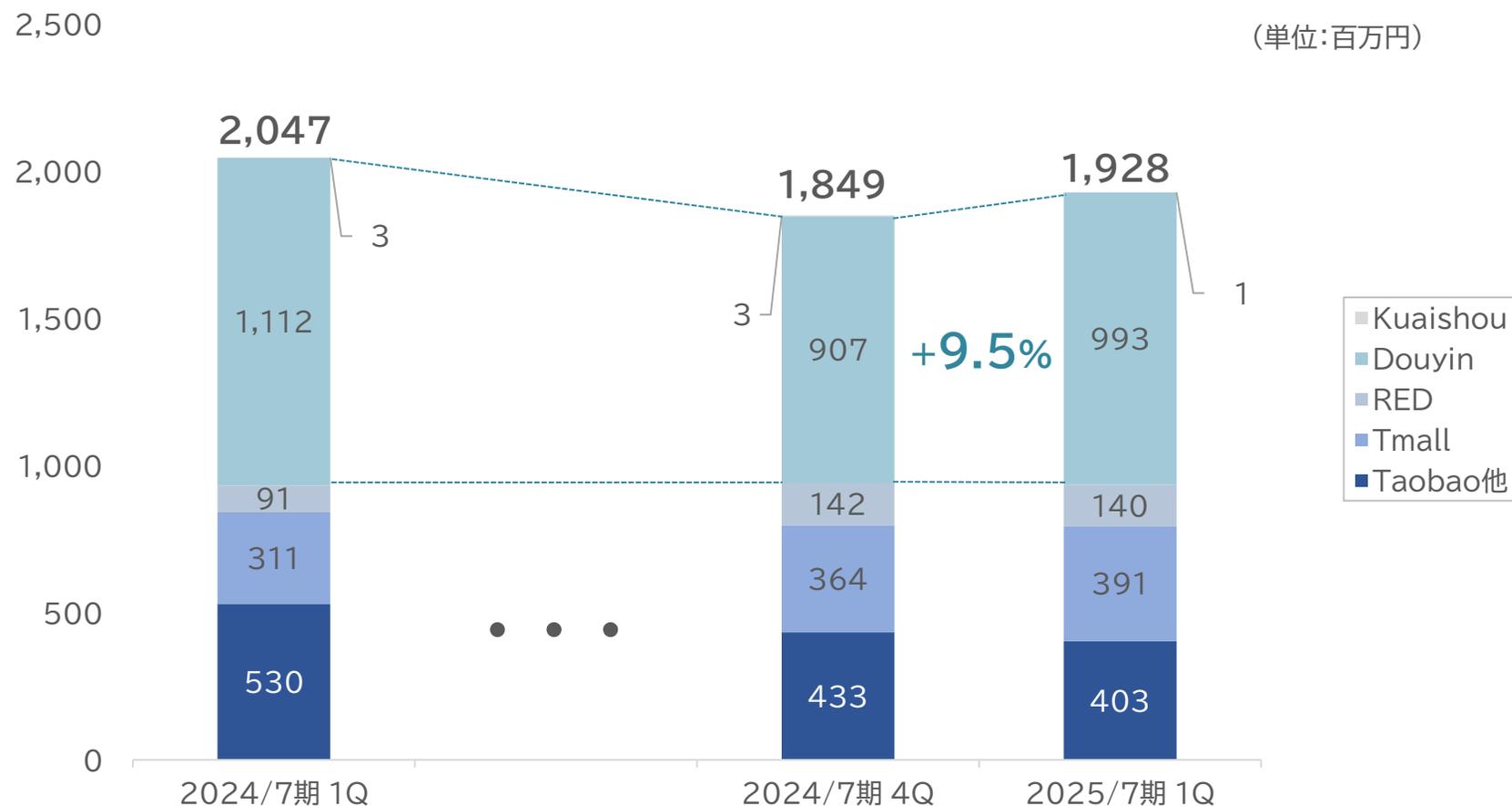
2025年7月期 1Q



※ 中国売上高および日本・第3市場売上高はEコマース、サロン、リテール合算の売上高

中国EC売上高推移 (2025年7月期 1Q 連結)

処理水影響前である前期1Qと比較すると、主要プラットフォームであるDouyin売上は減収しているものの、前期4Q比較ではDouyin※含め中国EC全体で増収しており、**足元は回復傾向**。
RED及びTmallについては、芸能人起用や自社ライブ販売等が奏功し、前期1Q比較でも**増収を達成**



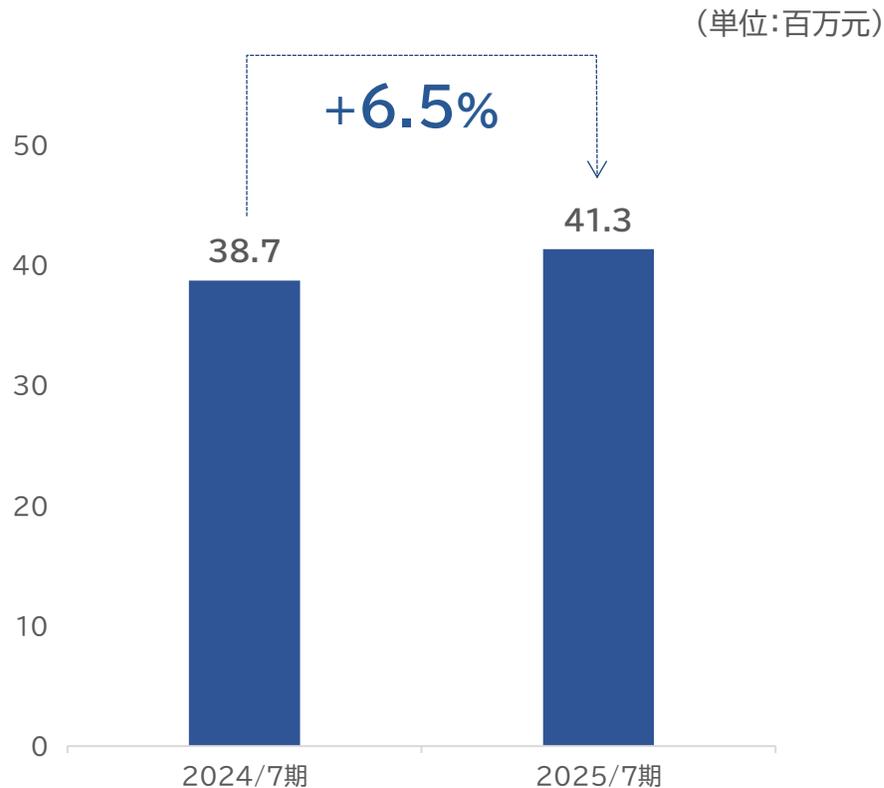
※ 中国大手モバイルビデオアプリ、中国版TikTokのこと

<参考> 「W11」にて過去最高のGSV(総売上)を記録

A X Z I A

中国3大ECイベントの一つ「W11」にて、越境ECのGSV(総売上)が**過去最高**を記録(前期比 +6.5%)。また、当社RED旗艦店が**日本企業で唯一**、REDのカテゴリ別ランキング**売上トップ10**に選出

越境EC旗艦店 GSV推移



- 当社のRED旗艦店が**日本企業で唯一**、「グルメ・栄養カテゴリー、ブランド旗艦店部門」にて**売上トップ10**にランクイン
- 自社企画のライブ販売が売上に貢献し、結果、2024年10～11月の2ヶ月連続でREDの「グルメ・栄養カテゴリー・ライブ部門」にて**1位**を獲得

ブランド別 売上構成 (2025年7月期 1Q)

中国におけるインナーケア需要の高まりを受け、インナーケアブランド2つを育成分野として位置づけ。需要取り込みが奏功し、育成分野売上全体で前期比+18.8%を達成

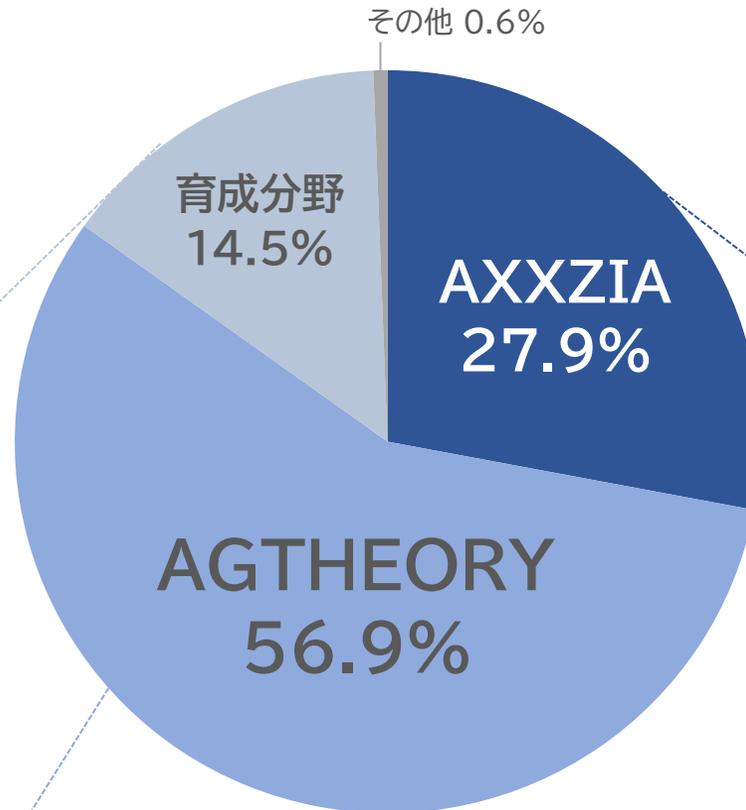
Venus Recipe

RevWell

#ヴィーナスレシピ #レヴウエル
#インナーケア #ウェルネス

AGTHEORY

#エイジーセオリー
#インナーケア #スキンケア



AXXZIA

#アクシージア
#目もとケア #スキンケア



※ 上記構成比は、アクシージア単体出荷ベースより算出

原価率70%超のエムアンドディ社を連結したことにより、原価率が+8.2pt悪化。
 販管費は、本社及びエムアンドディ社における人的投資により人件費が増加した一方で、
 中国ECにおける自社ライブ販売強化等により、プラットフォーム側に支払う支払手数料を一部統制

(単位:百万円)

	2024/7期 1Q		2025/7期 1Q		前期同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
売上高	2,730	100.0%	3,079	100.0%	+348	-
売上原価	537	19.7%	856	27.8%	+318	+8.2pt
販売費及び一般管理費	1,935	70.9%	2,165	70.3%	+230	-0.5pt
(人件費)	339	12.4%	461	15.0%	+122	+2.6pt
(広告宣伝費)	760	27.9%	845	27.5%	+85	-0.4pt
(支払手数料)	444	16.3%	398	12.9%	-45	-3.3pt
営業利益	257	9.4%	57	1.9%	-199	-7.6pt

バランスシートの状況 (2025年7月期 1Q 連結)

2024年9月に自社株買いを実施(300百万円)し、10月には前期末の配当金を支払い(244百万円)。自己資本比率は依然として80%と高水準

(単位:百万円)

	2024年7月期末	2025年7月期 1Q末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	8,631	8,170	-461
(現預金)	4,928	4,148	-780
固定資産	1,911	1,900	-10
資産合計	10,543	10,071	-472
流動負債	1,684	1,716	+31
固定負債	321	293	-28
負債合計	2,006	2,009	+3
(有利子負債)	975	953	-22
純資産合計	8,536	8,061	-475
(利益剰余金)	4,776	4,562	-214
(自己株式)	-655	-955	-299
負債・純資産合計	10,543	10,071	-472

3. 今後の方針

Future Directions

A X X Z I A

【損益改善】営業利益率向上のための取り組み

既存事業においては、**育成分野の成長加速**等による中国EC売上回復や、**日本における認知度向上**及び**売上拡大**を図ることで、**原価率及び広告宣伝費率の改善**を狙う。
子会社については、シナジー追求による更なる**利益率の改善**を図る

取組み内容

中国

- 主力2ブランドの売上回復
- インナーケアブランドの育成加速
- 自社ライブ販売の強化

- ✓ 中国EC売上回復による原価率改善
- ✓ 売上高広告宣伝費率の低減

日本

- インフルエンサーマーケティングの強化
- 目もと関連製品及び美容家電の販売強化

- ✓ 認知度向上による広告効率の改善

子会社

- ユイット社
 - ・ アクシージア製品のOEM受託量増加
- エムアンドディ社
 - ・ 在庫整理や高利益率製品取扱い増加 等

- ✓ 子会社の原価率改善に伴う連結利益率の改善

2021年～2024年にかけてのDouyin電子商取引における保健食品・サプリメント業界のCAGRは、**120%**に達すると予測※。

当社は当該需要に着目し、AGドリンク以外の**インナーケア製品**を育成分野と位置づけ、販売強化



自分らしく生き生きとした未来を創る、ウェルネスブランド

RevWell (レヴウェル)



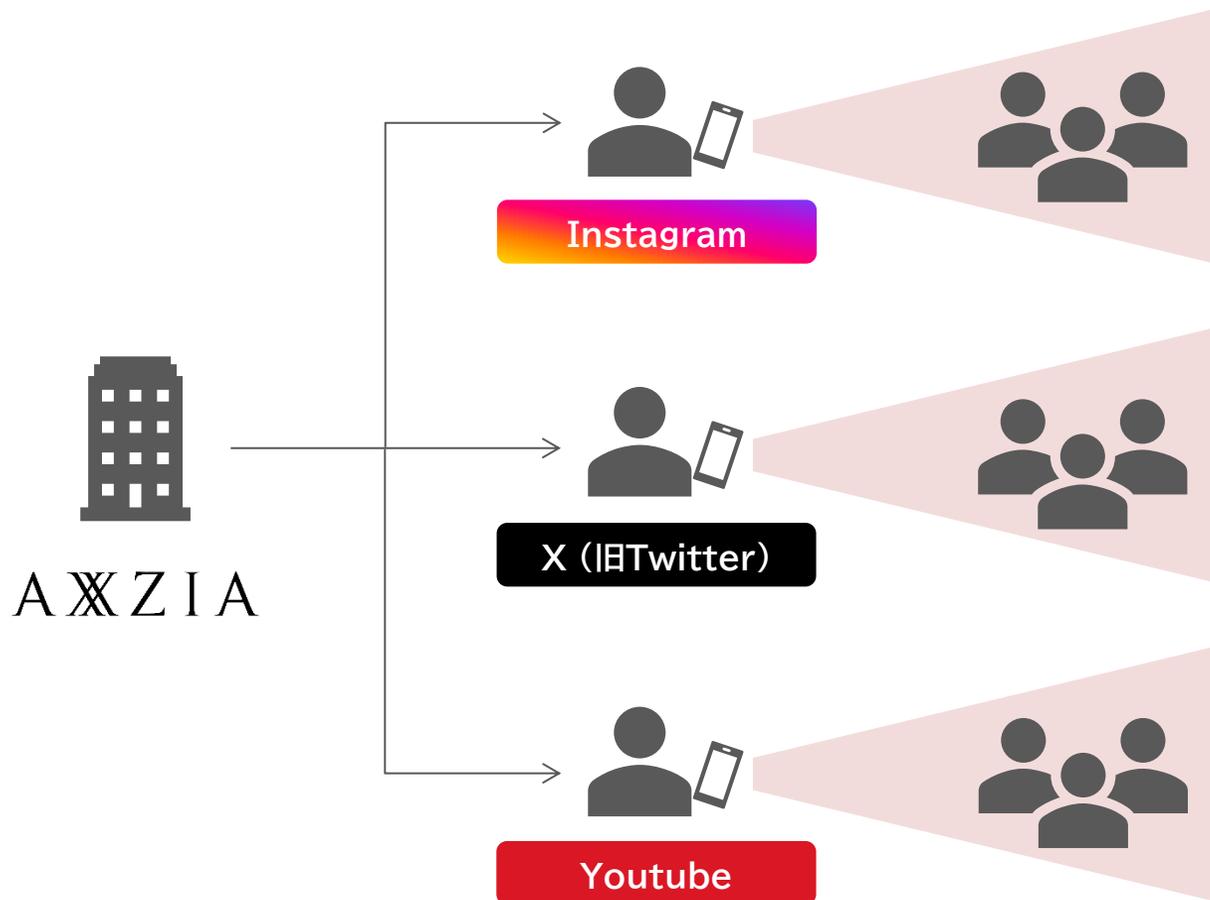
女神のような健やかで美しい美容ライフを
応援するサプリメントブランド

Venus Recipe (ヴィーナスレシピ°)

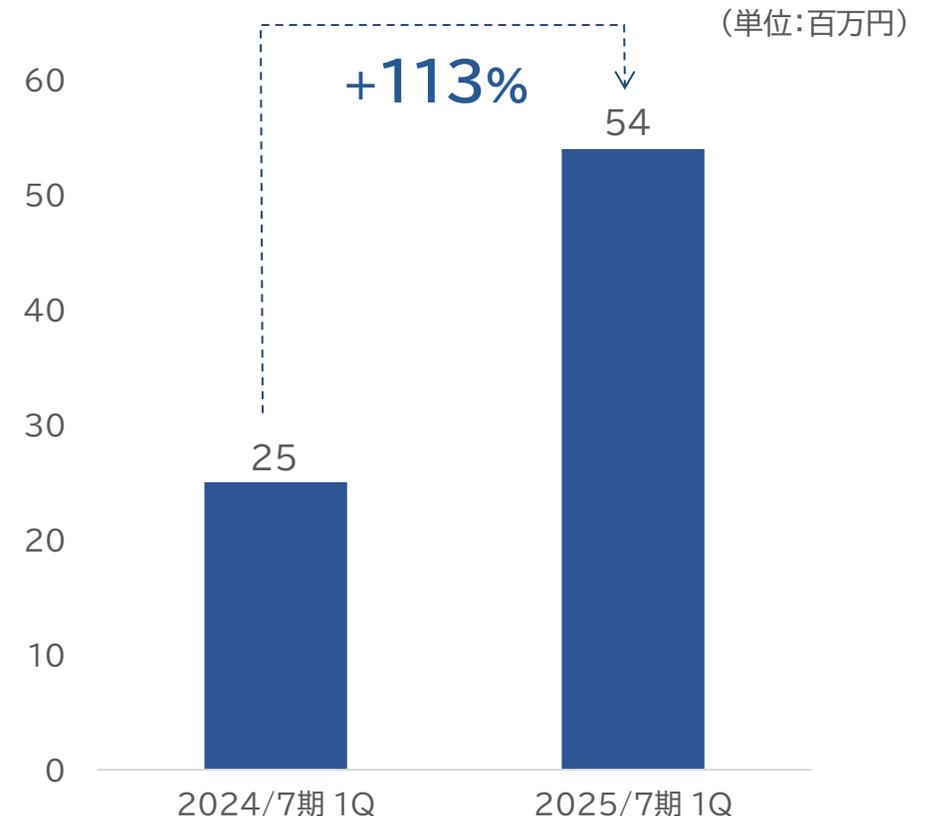
【日本】インフルエンサーマーケティング活用によるEC売上拡大

A X Z I A

当社のターゲット層を抱えるインフルエンサーを起用しSNS上で製品を紹介いただく、**インフルエンサーマーケティング**を強化。認知度拡大のみならず、SNS投稿からECサイトに誘導することでEC売上向上を図る。成果として、1Qはオーガニックな日本EC売上※が前期比**2倍以上拡大**



オーガニックな日本EC売上※推移



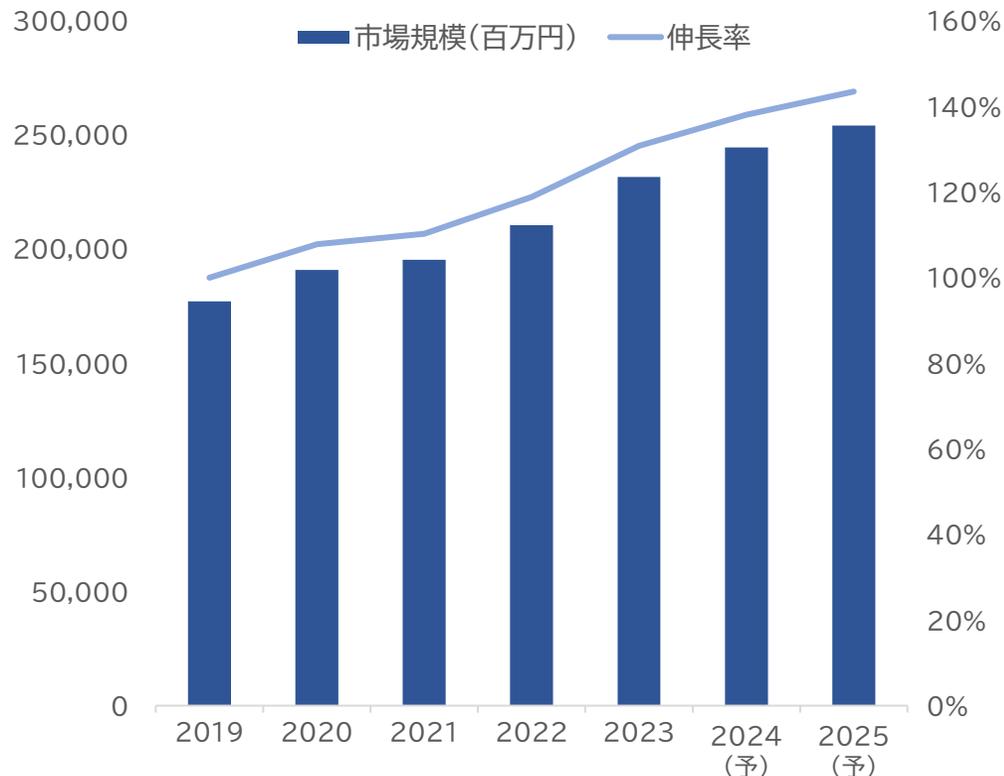
※ 2024年2月に子会社化したエムアンドディ社の売上を除いた日本EC売上のこと

【新規領域】美容家電市場へ本格参入

A X Z I A

約**2,500億円**の市場規模をもつ**美容家電市場**に本格参入すべく、新ブランド「Medullux (メデュラックス)」をローンチ。同ブランドよりヘアアイロンを上市し、積極的に広告投下。日本における認知度向上と売上拡大を狙う

日本美容家電市場規模



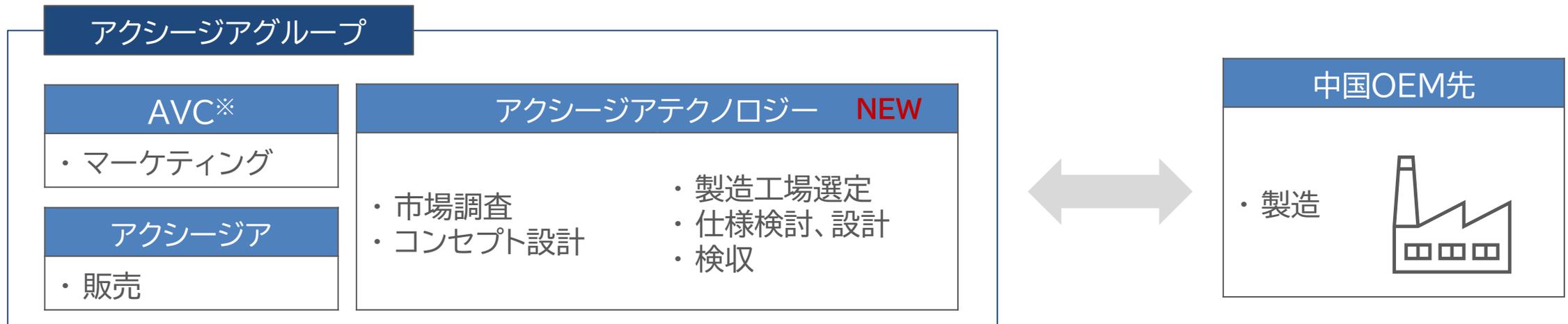
- 新ブランド「Medullux」より、2024年11月、ヘアアイロン「メデュラックス コームアイロン」上市
- 25枚の両面加熱プレートを搭載。大きな加熱面積を実現しているため、素早く時短でストレートヘアへ

2024年9月、美容家電の企画・販売会社「株式会社アクシージアテクノロジー」を連結子会社として設立。製造以外を内製化することで、他社流出費用の抑制や開発スピードの更なる向上を図る

現在の商流



将来的な構想



※ 2023年6月に設立したマーケティングコンサルの子会社「株式会社アクシージアバリュークリエイター」のこと

エムアンドディ社取得により、当初の狙い通り**日本売上が増強し、地域ポートフォリオも改善**。
スロームービング製品の在庫整理等を実施したことで、**足元の利益率は改善傾向**。
今後も利益率改善のための取り組みを継続し、**連結での利益率改善**を図る

株式取得後の変化 (2024/7期 1Q → 2025/7期 1Q)

日本EC売上 : 25百万円 → **595百万円 (+2,250.4%)**
日本売上比率 : 9.5% → **26.8% (+17.3pt)**

- ✓ 日本売上の増強、日本ECビジネスの強化
- ✓ 地域ポートフォリオの改善、カントリーリスクの低減

シナジー創出のための取り組みと成果

- AVC社※からエムアンドディ社へのマーケティング支援による売上拡大
- 以下による利益率の改善
 - ・スロームービング製品の在庫整理
 - ・高利益率製品の取扱い数増加
 - ・より値入率の高い仕入先への変更
 - ・販売価格の見直し

- ✓ エムアンドディ社 売上高 : **+19.1%**
- ✓ エムアンドディ社 損益 : **単月黒字化**に成功

(上記売上高は、1Q連結取り込み期間である2024年6月～8月と前年同期間の比較)

今後の取り組み

- 上記取り組み継続による、更なる**利益率の改善**
- 従来の取引先であるディスカウントストアと協業し、**日本リテール向け香水**の開発、商品化

シンガポール子会社では、TikTok等にて現地のインフルエンサーを起用したライブ販売を実施。EC中心に販売を拡大し、将来的には当該子会社から東南アジア諸国への展開を構想。2024年6月に設立したアメリカ子会社は、順調に事業を立ち上げ中

	シンガポール子会社	アメリカ子会社
2025年7月期 1Qまでの動き	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2023年9月 設立 ➤ アクシージア本社、現地社員、現地パートナーの3者間で協力して運営 ➤ 現地のインフルエンサーを起用したTikTokライブ販売開始 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2024年6月 設立 ➤ 現地のパートナーと連携し事業開始 ➤ マーケティング戦略立案
今後の方針	<ul style="list-style-type: none"> ➤ TikTokをはじめとしたEC中心にて販売強化 ➤ 現地のサロンや展示会等、オフラインにおける販売も実施 ➤ シンガポールで事業基盤を固めた後は、周辺の東南アジア諸国に展開を拡大 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2024年11月、現地のインフルエンサーを招待しオフラインイベントを実施。当社製品やイベントの様子をインフルエンサーのSNSアカウントで投稿いただくことにより、認知度向上を図る ➤ TikTokアカウント等を始動させ、EC中心にて販売強化



5. Appendix

Appendix

A XXX Z I A

A X Z I A

女性の染色体XXを美の象徴と位置づけ、
 アジア(ASIA⇒AZIA)の美を日本から世界へ発信する
 総合ビューティソリューションカンパニーを目指します。

会社名	株式会社アクシージア
代表者	代表取締役社長 段 卓
設立	2011年12月21日
資本金	2,155百万円(2024年10月末現在)
本社所在地	東京都新宿区西新宿2-6-1 新宿住友ビル35階
事業所	東京本社、大阪営業所、福岡営業所
事業内容	化粧品の企画、製造、販売、卸
公開市場	東証プライム(証券コード:4936)
役員	代表取締役社長 段 卓 取締役副社長 段 暁維 常務取締役 武 君 常務取締役 張 輝 取締役 福井 康人 社外取締役 荒川 雄二郎 社外取締役 伊藤 潤一 社外取締役 下森 右子 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

年月	事項
2011年	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	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	美容施設向けスキンケアブランド「ルシエル ド ローブ」を上市
2016年	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 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
2018年	Xiaozhi Cosmetic (Shanghai) Inc.を連結子会社として設立
2019年	中国大手ECプラットフォーム「RED(小紅書)」、「Tmall Global(天猫国際)」にアクシージア旗艦店を出店 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
2021年	東京証券取引所マザーズ市場に上場 美容施設向けスキンケアブランド「ザ ビー プロ」を上市 初の直営店舗「AXXZIA GINZA SIX店」をオープン リテール向けスキンケアブランド「リスビュー」を上市 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 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
2022年	株式会社ユイット・ラボラトリーズを完全子会社化 中国大手モバイルビデオアプリ「快手(Kuaishou)」にアクシージア旗艦店を出店
2023年	東京証券取引所グロース市場からプライム市場へ上場市場区分変更 株式会社アクシージアバリュークリエイターを連結子会社として設立 AXXZIA Cosmetic Singapore Pte. Ltd.を連結子会社として設立
2024年	株式会社エムアンドディを完全子会社化 AXXZIA Cosmetic USA Ltd.を連結子会社として設立 株式会社アクシージアテクノロジーを連結子会社として設立 AXXZIA (Shenzhen) International E-Commerce Co., Ltd.を連結子会社として設立

【主カブランド1】 AGTHEORY(エイジーセオリー) (2025年7月期 1Q)

A X Z I A

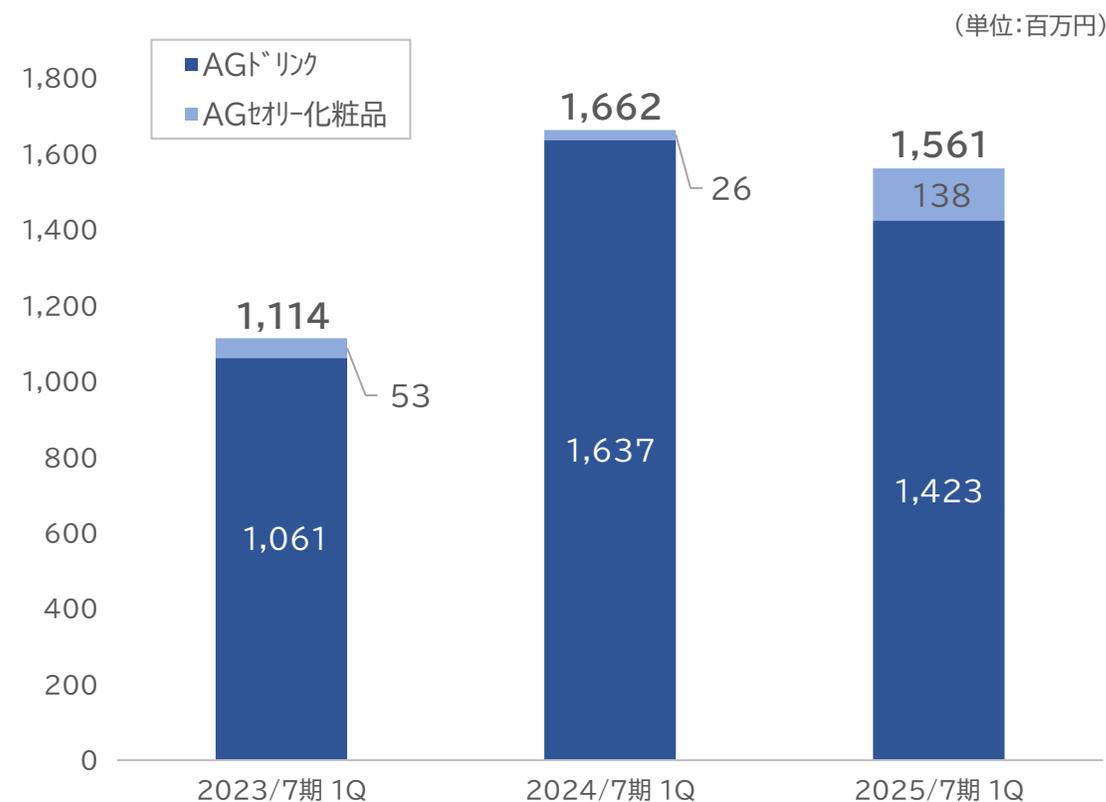
前期に行ったライブ販売イベントによる需要の先取りが影響しAGドリンク売上が前期を下回るも、2024年6月上市のAGセオリー化粧品が売上を伸ばし、エイジーセオリーブランド全体の売上に貢献



持続的成長への布石

- 2023年4月 AGドリンクを「AGドリンクX」としてリニューアル、先行販売時点で既に好調な売上を記録
- 2024年6月「AGドリンクX」とリンクする成分を配合し、スキンケアラインをフルリニューアル

エイジーセオリーブランド売上推移

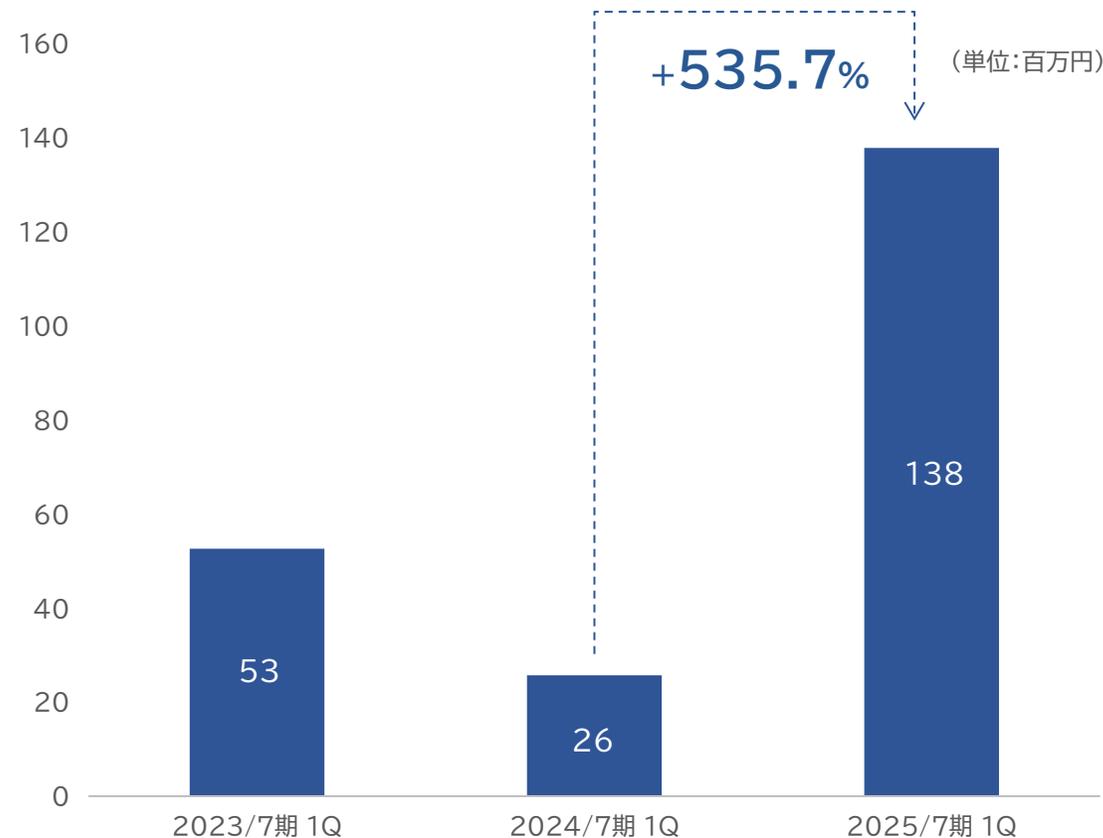
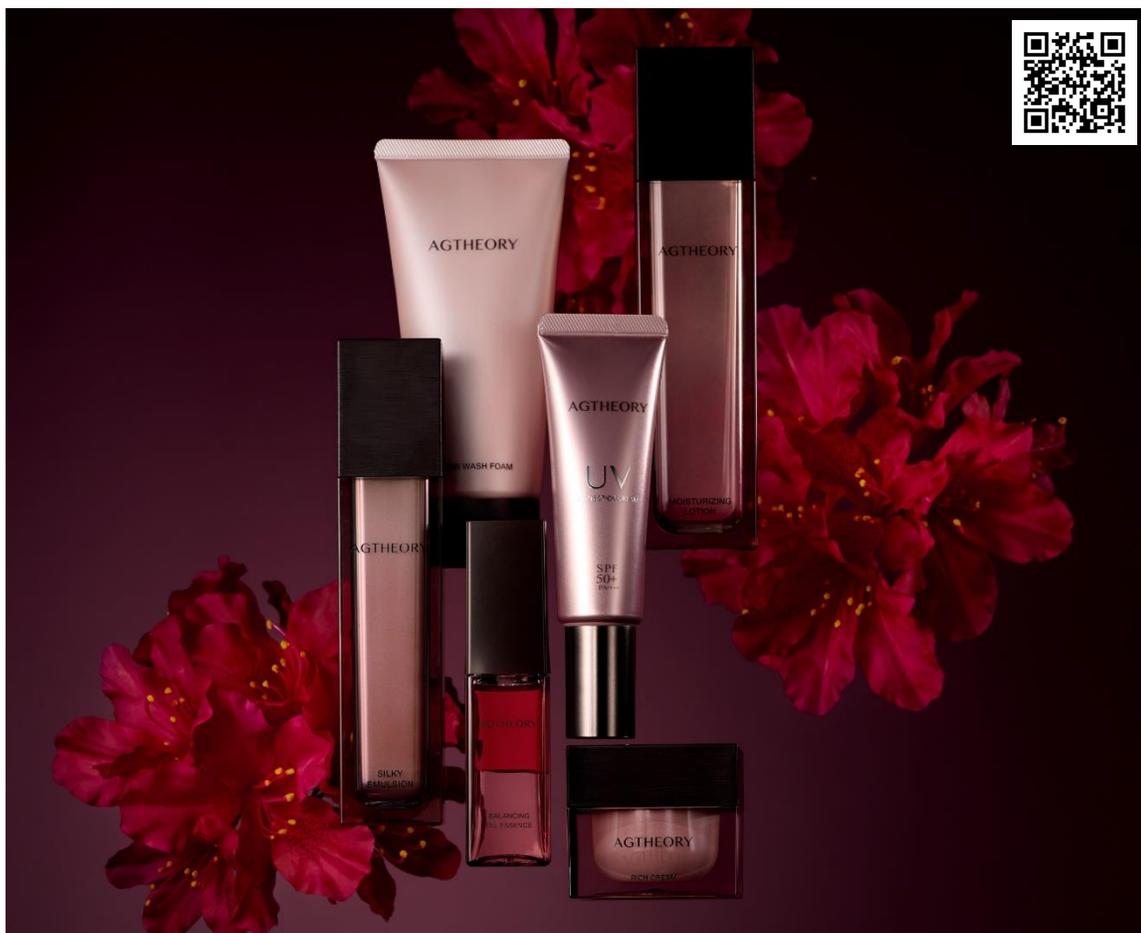


※上記売上高は、アクシージア単体の売上高集計となります

<参考> AGTHEORY(エイジーセオリー)化粧品の伸長

A X X Z I A

2024年7月期4Q、主力製品「AGドリンクX」とリンクする成分を配合した基礎化粧品8種類及びUVクリームを上市。中国化粧品市場における競争激化が続く中、**1四半期で1億円超**の売上を達成



※上記売上高は、アクシージア単体の売上高集計となります

【主カブランド2】 AXXZIA(アクシージア) (2025年7月期 1Q)

AXXZIA

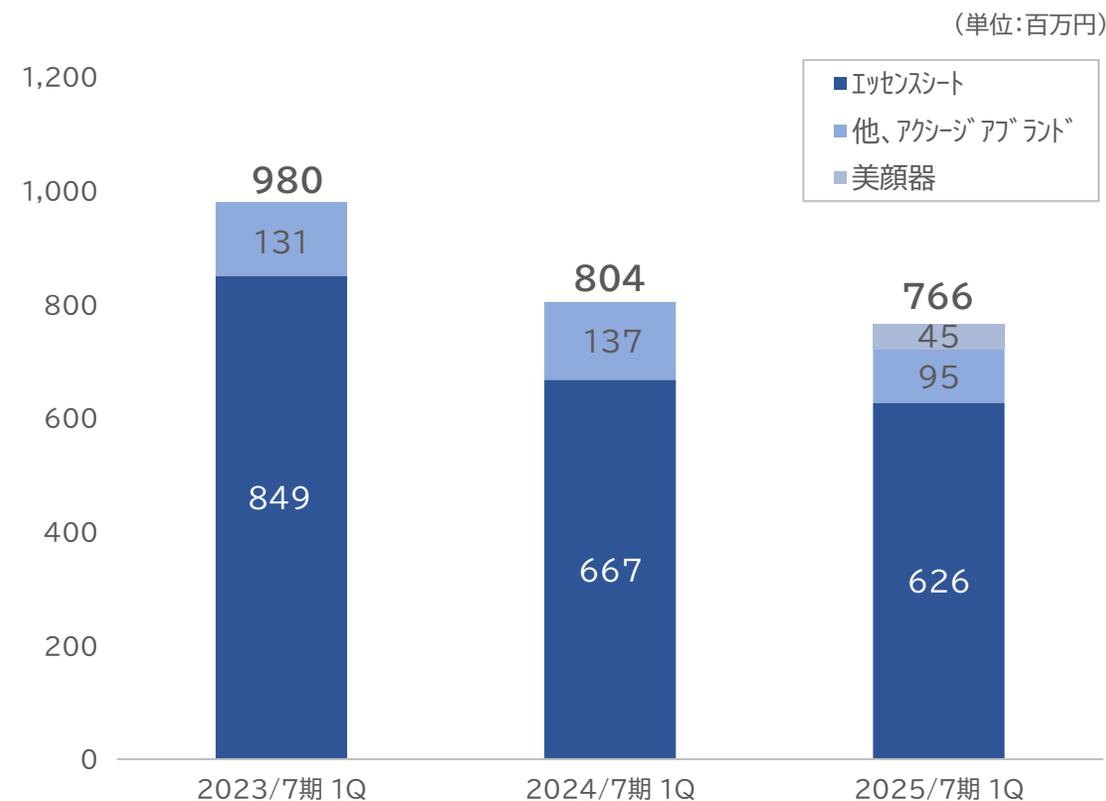
エッセンスシートは、中国個人消費の低下が続く中、前期並みの売上を達成。2024年4月には目もと用美顔器をリニューアルし、主に日本にてエッセンスシートとのクロスセルを狙う



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
- 2023年9月 目もとシートを初リニューアル
「エッセンスシート プラス」「エッセンスシート プレミアム プラス」として上市
- 2024年4月 目もと用美顔器「アクシージア メイト フォー アイズ」をリニューアル

アクシージアブランド売上推移



※上記売上高は、アクシージア単体の売上高集計となります

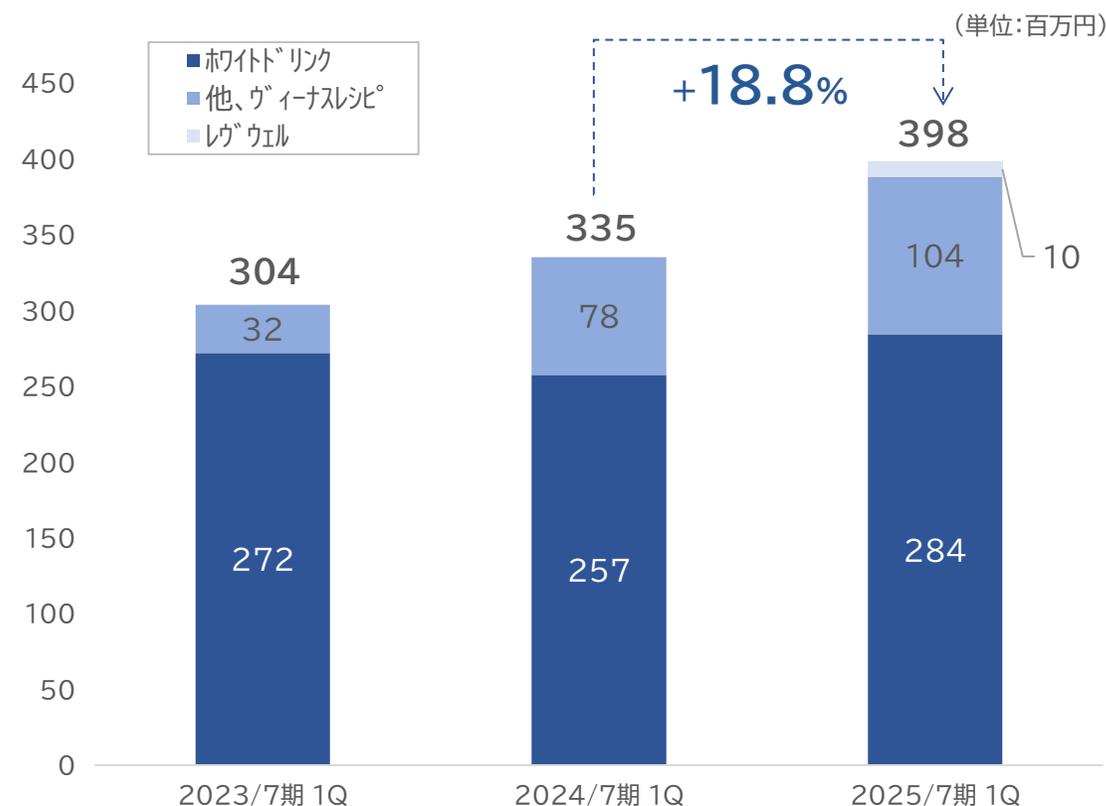
中国におけるインナーケア需要取り込みが奏功し、育成分野売上全体で前期比+18.8%を達成



主カシリーズへの布石

- ザ ホワイト ドリンクが当社初の機能性表示食品として販売可能に
- 2024年6月 アクシージア初のウェルネスブランドとして「レヴウェル」を上市
- 2024年8月「ヴィーナスレシピ」から新感覚インナーケア「HMプランプボール」を発売

育成分野売上推移



※上記売上高は、アクシージア単体の売上高集計となります

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 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）

IR担当（Xアカウント:axxzia_ir）

E-mail:axxzia-ir@axxzia.co.jp

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