



2025年7月期 第3四半期決算説明資料

株式会社アクシージア

[東証プライム：4936]

2025年6月13日



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3Q)
- 03 | 経営課題に向けた取り組み
- 04 | Appendix

スタンダード市場への市場区分変更申請について

2025年5月9日付けで、東京証券取引所スタンダード市場へ上場市場区分変更申請。

変更申請の背景

- メインとしている中国市場の景況感悪化等の影響により、営業利益率が悪化。
- 株価を形成する要素である業績の低迷により、プライム市場の上場維持基準「流通株式時価総額100億円以上」について未達の状況が続いており、**短期間で当該基準を満たすことは難しいと判断。**

市場区分変更後の方針

- 一定のガバナンスと流動性を有するスタンダード市場にて、改めて経営課題の解決に向き合い地力を蓄え、**中長期的な企業価値向上**に努める。

なお、現時点では承認日は未定であり、申請の承認の可否につきましても、認められない場合がございます。

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3Q累計

- 売上高 **100.8億円** (前年同期比 **+10.6%**)
- 営業利益 **4.2億円** (前年同期比 **-55.3%**)

- 中国個人消費の低迷等の影響で、メイン市場である中国EC売上が前期実績を下回るも、**日本ECの売上拡大**により、売上高は前期比**+10.6%**を達成。
- 営業利益については、2Qまでの減益分もあり、前期比**-55.3%**。
- 一方で、3Qに主力製品であるAGドリンクをリニューアル。同製品の販売施策が奏功し、比較的粗利益率の高い同製品の売上を想定以上に伸ばすことができ、結果、減益幅が軽減、**通期業績予想を上方修正**。

トピックス

- **主力インナーケア製品** AGドリンクをリニューアル、「AGドリンクXI」として発売。それに伴い**プレス発表会**や**特別ライブ販売**を実施し、**販売強化**。
- **キリン・ファンケルと共同開発**のサプリメント「レヴウェル ラクトスティック」を、当社中国越境EC旗艦店にて発売。
- インフルエンサーマーケティングの強化や広告投下が奏功し、オーガニックな日本EC売上※が前期比**2倍超え**に成長。

売上については、2025年3月に開示した通りの水準に着地する見込み。
 一方、3QにAGドリンクをリニューアルし、それに伴い実施した施策が奏功したこと等により、比較的粗利益率の高いAGドリンク売上が3Qにて想定以上に伸ばすことができたため、**営業利益は上方修正**。

(単位:百万円)

	2024/7期 実績	2025/7期 前回予想	2025/7期 修正予想	増減額	増減率
売上高	12,192	13,281	13,281	+0	+0.0%
営業利益	918	207	440	+232	+112.3%
営業利益率	7.5%	1.6%	3.3%	-	+1.8pt
経常利益	1,122	185	340	+154	+83.4%
当期純利益	794	111	140	+28	+26.0%

2. 業績ハイライト(2025年7月期3Q)

Business Results: Highlights

A X Z I A

売上・利益の状況（2025年7月期 3Q累計 連結）

売上は、日本売上の伸長等の影響で、前期比+10.6%を達成。
 営業利益については、2Q決算発表時に公表した金額を大幅に超過。
 AGドリンク及び中国ECの売上比率が想定よりも高まり、減益幅の軽減に寄与。

（単位：百万円）

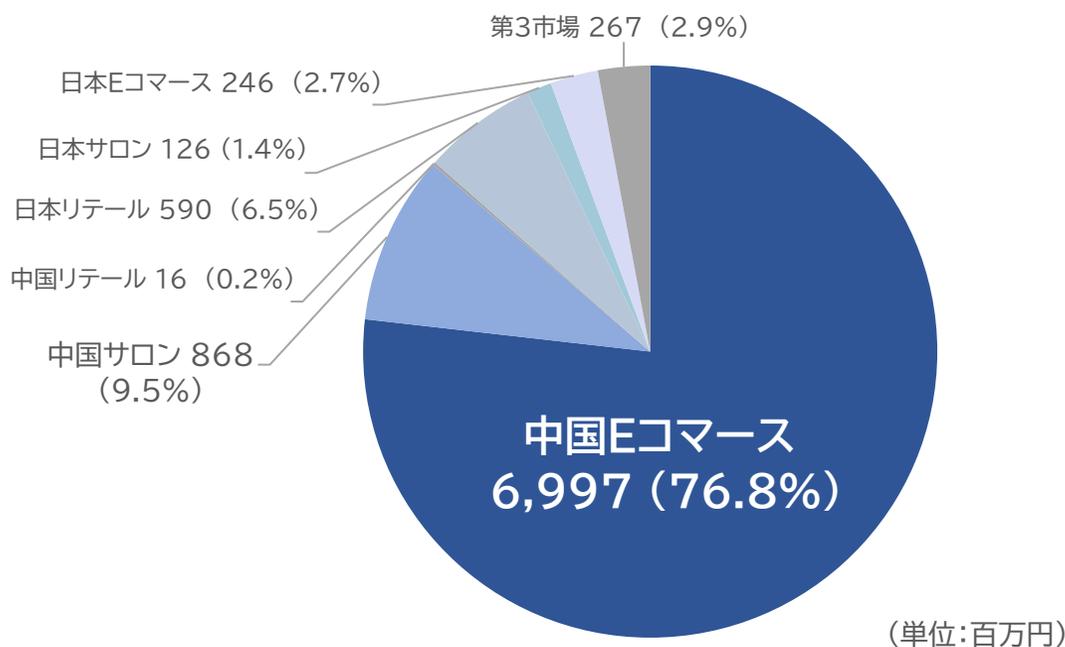
	2024/7期 3Q累計	2025/7期 3Q累計	前期比	2Q公表値 進捗率
売上高	9,113	10,080	+966 (+10.6%)	75.9%
営業利益	953	426	-527 (-55.3%)	205.7%
営業利益率	10.5%	4.2%	-6.2pt	-
経常利益	1,155	342	-812 (-70.3%)	184.8%
当期純利益	811	211	-600 (-74.0%)	190.2%

地域別・チャネル別 売上高 (2025年7月期 3Q累計 連結)

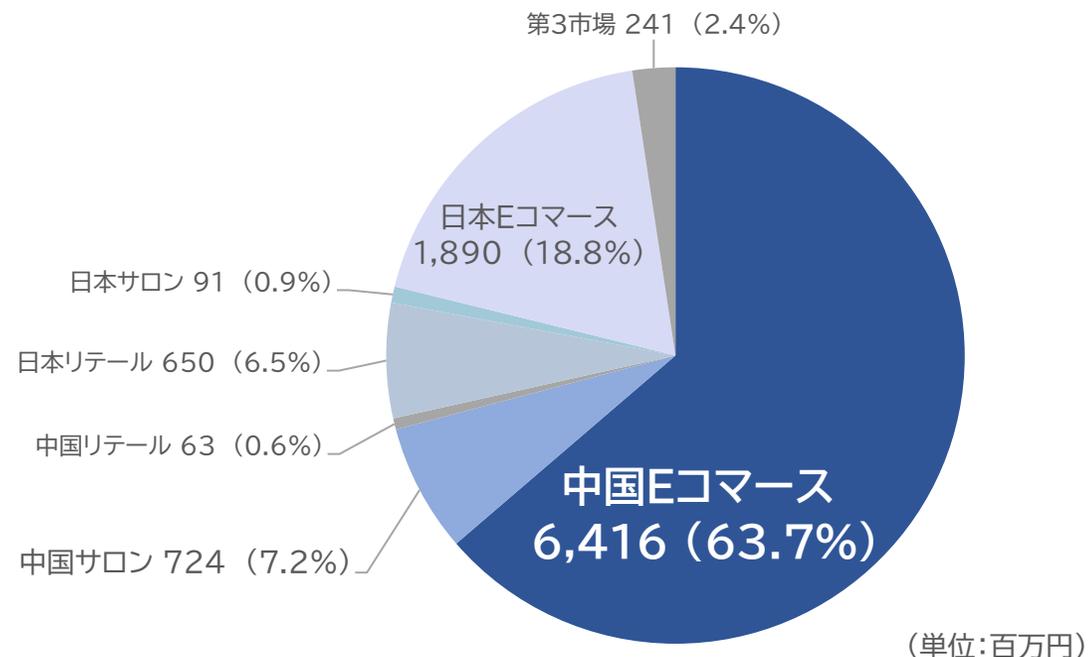
中国では消費の低迷が継続した影響もあり、当社の中国売上は前期比-8.6%。
 日本売上はエムアンドディ社の連結に加え、オーガニックな売上成長も寄与し前期比約3倍に拡大。

- 中国売上高※ **72億円** (構成比 86.5% → **71.5%**) 前期比 **-8.6%**
- 日本・第3市場売上高※ **28億円** (構成比 13.5% → **28.5%**) 前期比 **+133.6%**

2024年7月期 3Q累計



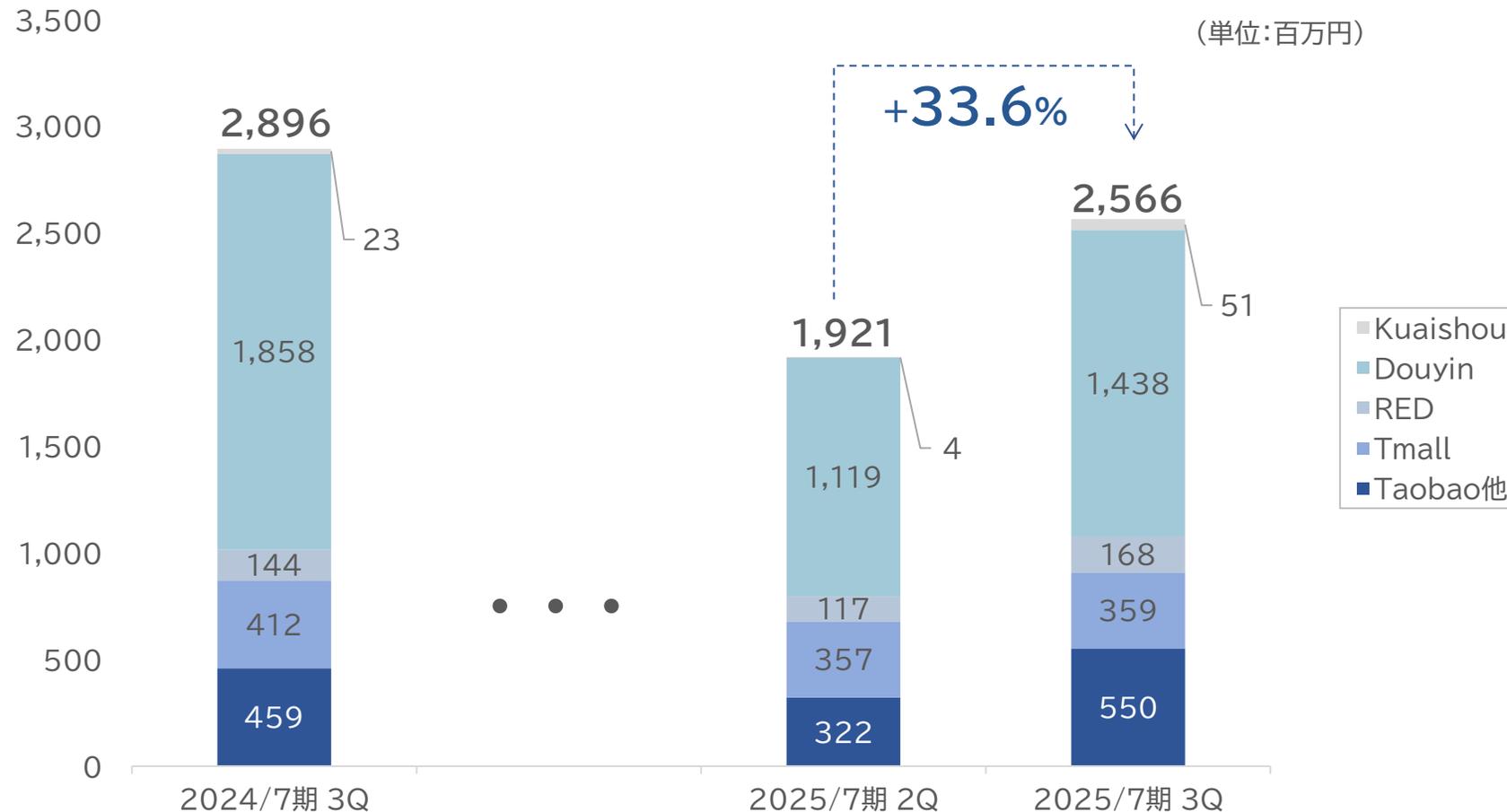
2025年7月期 3Q累計



※ 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 3Q 連結)

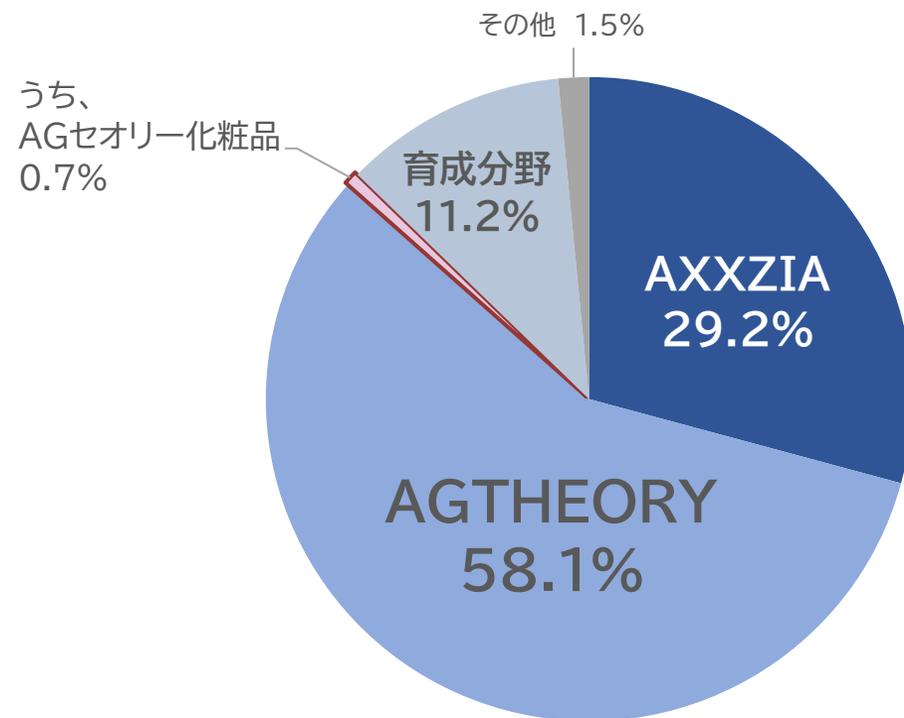
前期3Q比較では減収しているものの、前四半期(2025年7月期2Q)比較では+33.6%と大幅増収。
 AGドリンクリニューアル及びそれに伴う販売施策が奏功、全プラットフォームがQoQで増収を達成。



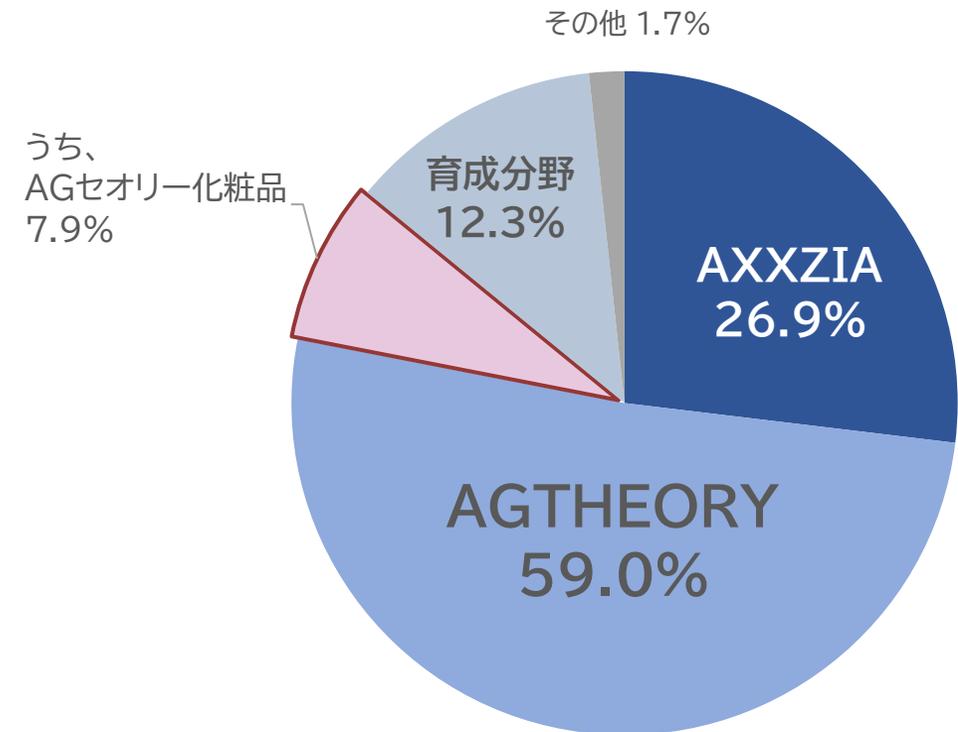
ブランド別 売上構成 (2025年7月期 3Q累計)

中国市場における中価格帯インナーケア製品の需要拡大を捉え、**育成分野**が引き続き売上拡大。AGTHEORYブランドについても、販売強化している**化粧品シリーズ**の構成比が拡大。**主力製品依存からの脱却、ブランドポートフォリオの改善**を図る。

2024年7月期 3Q累計



2025年7月期 3Q累計



※ 上記構成比及び前期比は、アクシージア単体出荷ベースより算出

売上原価率は、エムアンドデイ社(原価率70%以上)連結の影響で前期比7.8ポイント悪化も、比較的粗利益率の高いAGドリンク売上の伸長により相殺され、2Q決算時の想定と比較し**1pt改善**。加えて自社ライブ販売強化等により支払手数料を統制したことで、減益幅が軽減。

(単位:百万円)

	2024/7期 3Q累計		2025/7期 3Q累計		前期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
売上高	9,113	100.0%	10,080	100.0%	+966	-
売上原価	1,734	19.0%	2,698	26.8%	+963	+7.8pt
販売費及び一般管理費	6,425	70.5%	6,956	69.0%	+530	-1.5pt
(人件費)	1,046	11.5%	1,354	13.4%	+307	+1.9pt
(広告宣伝費)	2,316	25.4%	2,607	25.9%	+290	+0.4pt
(支払手数料)	1,721	18.9%	1,486	14.7%	-235	-4.1pt
営業利益	953	10.5%	426	4.2%	-527	-6.2pt

バランスシートの状況 (2025年7月期 3Q 連結)

株主還元の拡充、資本効率向上を図る観点から、自己株式の取得及び消却を実施。
また、2025年4月には中間配当金の支払いを実施(114百万円)。

(単位:百万円)

	2024年7月期末	2025年7月期 3Q末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	8,631	7,654	-977
(現預金)	4,928	3,762	-1,166
固定資産	1,911	1,939	+28
資産合計	10,543	9,594	-948
流動負債	1,684	1,928	+243
固定負債	321	290	-30
負債合計	2,006	2,219	+212
(有利子負債)	975	874	-100
純資産合計	8,536	7,375	-1,161
(利益剰余金)	4,776	3,911	-865
(自己株式)	-655	-838	-182
負債・純資産合計	10,543	9,594	-948

- ・ 期末配当金の支払い (-244百万円)
- ・ 中間配当金の支払い (-114百万円)
- ・ 自己株式の消却 (-718百万円)

- ・ 自己株式の取得 (-901百万円)
- ・ 自己株式の消却 (+718百万円)

3. 経営課題に向けた取り組み

Initiatives to Address Management Issues

AXXZIA

経営課題に向けた取り組み（サマリー）

中国売上回復に向け、中国市場向け**主力製品のリニューアル**や、**新製品の投入**を実施。リニューアルに際しては**幅広くインフルエンサー**を起用。顧客との接触機会を増やし販売も強化。日本においては、足元では**新規顧客取り込み施策**を引き続き強化。中長期目線では、今後日本にても実装予定の**TikTokのEC機能**を活用した売上拡大を構想。

取り組み内容

経営課題①
中国売上の低迷

- ① 主力インナーケア製品「AGドリンク」のリニューアル
- ② インフルエンサーの裾野拡大
- ③ キリン・ファンケルとサプリメントを共同開発、中国越境ECにて販売

経営課題②
日本事業成長の遅れ

- ④ 新規顧客取り込み施策の実施
- ⑤ TikTokを活用した日本売上拡大（中長期戦略）

【取り組み内容①】主カインナーケア製品「AGドリンク」のリニューアル

A X X Z I A

主カインナーケア製品「AGドリンク」をリニューアル。「サイエンス×糖花※」を追求し、新たな成分を加え**ブランド史上最高レシピ**として再構築した「AGドリンクXI」を2025年4月より発売。



※ 糖花とは、「エイジーセオリー」共通成分である甘美な花を咲かせる植物成分のこと

【取り組み内容①】主インナーケア製品「AGドリンク」のリニューアル

A X X Z I A

本リニューアルを機に**更なる売上拡大**を目指すべく、プレス発表会や特別ライブ販売を実施、販売強化。結果、4月単月、AGドリンクシリーズ全体で**11億円**の売上※を達成。

「AGドリンクXI」プレス発表会の開催

日本にて、新製品「AGドリンクXI」の**プレス発表会**を開催。国内外のマイクロ～トップインフルエンサー合わせ、合計**200名以上**を招待。

Point1 中国における著名人の起用

- 中国においても著名な、フリーアナウンサー・俳優の宇垣美里さん、美容家の千葉由佳さんが登壇、トークセッションの実施。
- アジアで絶大な人気を誇る歌手MARiA(メイリア)さんによるライブパフォーマンスを実施。



Point2 エビデンスに基づく製品訴求

- 糖化ストレス研究の第一人者、同志社大学生命医科学部／アンチエイジングリサーチセンターの米井嘉一教授をお招きし、「糖化とエイジングの関係」のセミナーを開催。
- 今後米井教授と**共同で研究を進めることを発表**。



SNS投稿

- 参加者によるSNS投稿
プレス発表会の様子を参加者がSNS投稿。
話題性と購買意欲を喚起。



ライブ販売

- インフルエンサーライブ
プレス発表会の来日に合わせ、**日本にてライブ販売を実施**。
- 自社ライブ
数日間限定で
キャンペーン価格にて販売。

※ アクシージア単体出荷ベースの売上高集計。なお、収益認識基準の関係で一部売上は4Qに計上

【取り組み内容②】インフルエンサーの裾野拡大

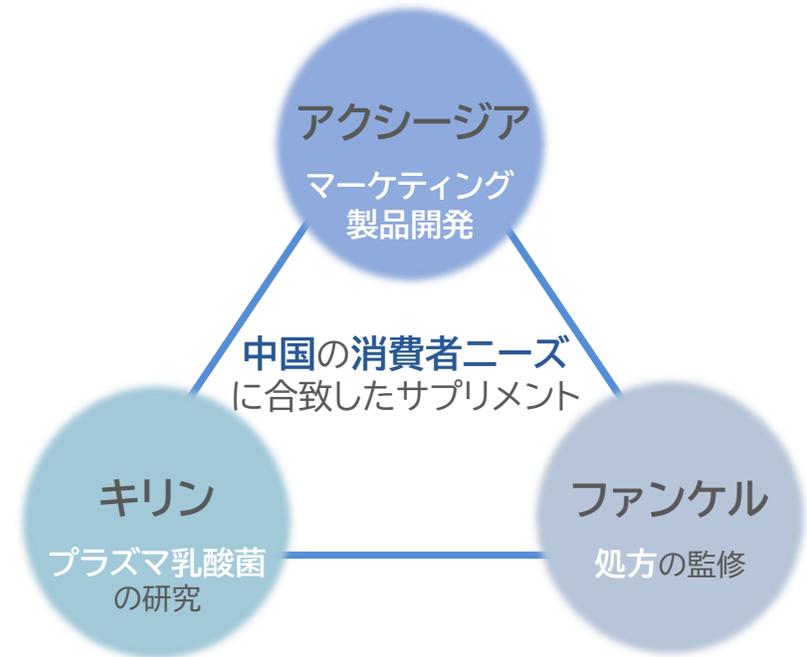
A X Z I A

AGドリンクリニューアルに伴う販売強化に際し、**インフルエンサーの裾野を拡大**。
ブランドアンバサダーの起用によりブランド価値の向上を図る一方、ミドル・マイクロインフルエンサーをプレス発表会に招待し口コミを投稿いただくことで、**消費者との接触機会が増加**。
また、それら消費者の受け皿として、トップインフルエンサーがライブ販売を実施、**購入を促進**。



【取り組み内容③】 キリン・ファンケルとサプリメントを共同開発、中国越境ECにて販売 A X X Z I A

キリン、ファンケルと3社共同でサプリメント「Lacto Stick(ラクトスティック)」を開発。
当社ウェルネスブランド「RevWell(レヴウェル)」より上市。
当社の中国市場におけるブランド力を活かし、アクシージア中国越境EC旗艦店にて販売。



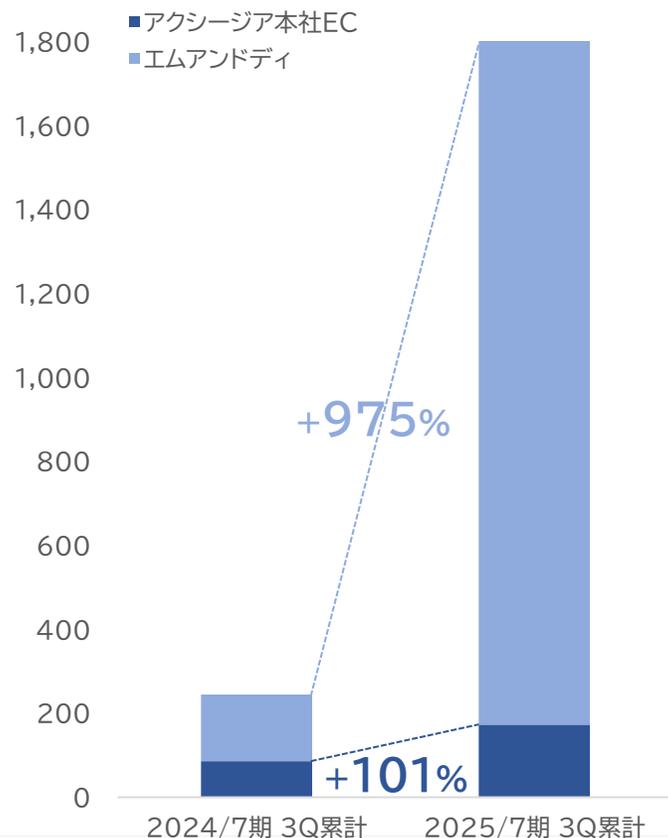
【製品概要】

キリンの独自素材「**プラズマ乳酸菌**」を**1本あたり1,000億個**と、**GABA30mg**をメインに、その他アミノ酸、ビタミンB6、ミネラルなどアクシージア設計のサポート成分を配合。
そのまま飲んでおいしい**顆粒タイプ**のサプリメント。

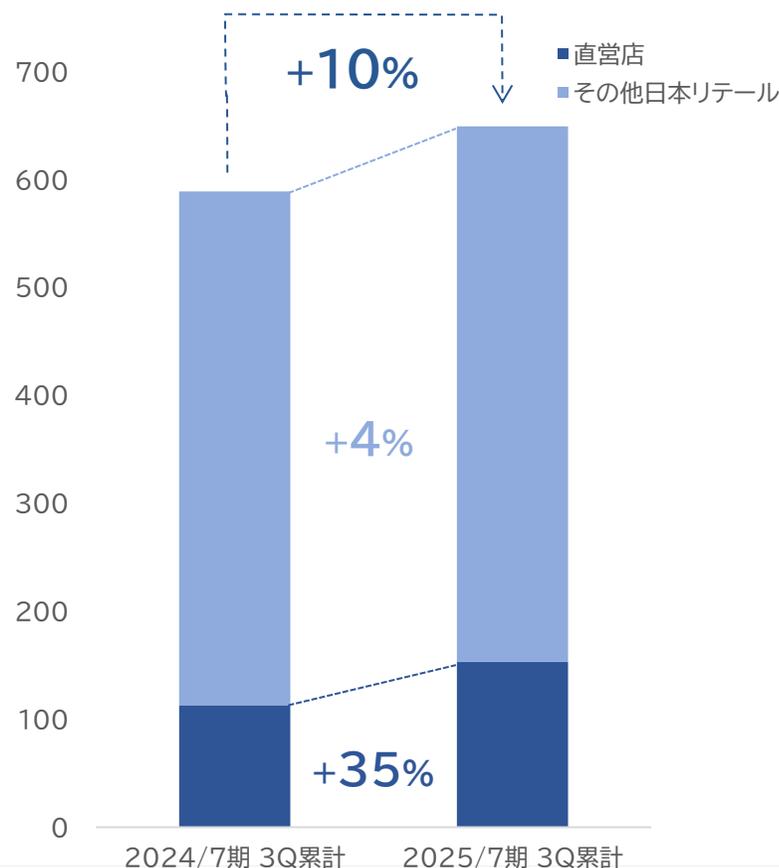
【取り組み内容④】新規顧客取り込み施策の実施

日本については、インフルエンサー起用やライブ販売実施によりオンライン(=EC)にて認知度拡大と売上拡大を図りつつ、オフライン(=リテール)にてタッチポイントの拡充を継続。日本売上は着実に拡大。

日本EC売上推移



日本リテール売上推移



取り組み内容

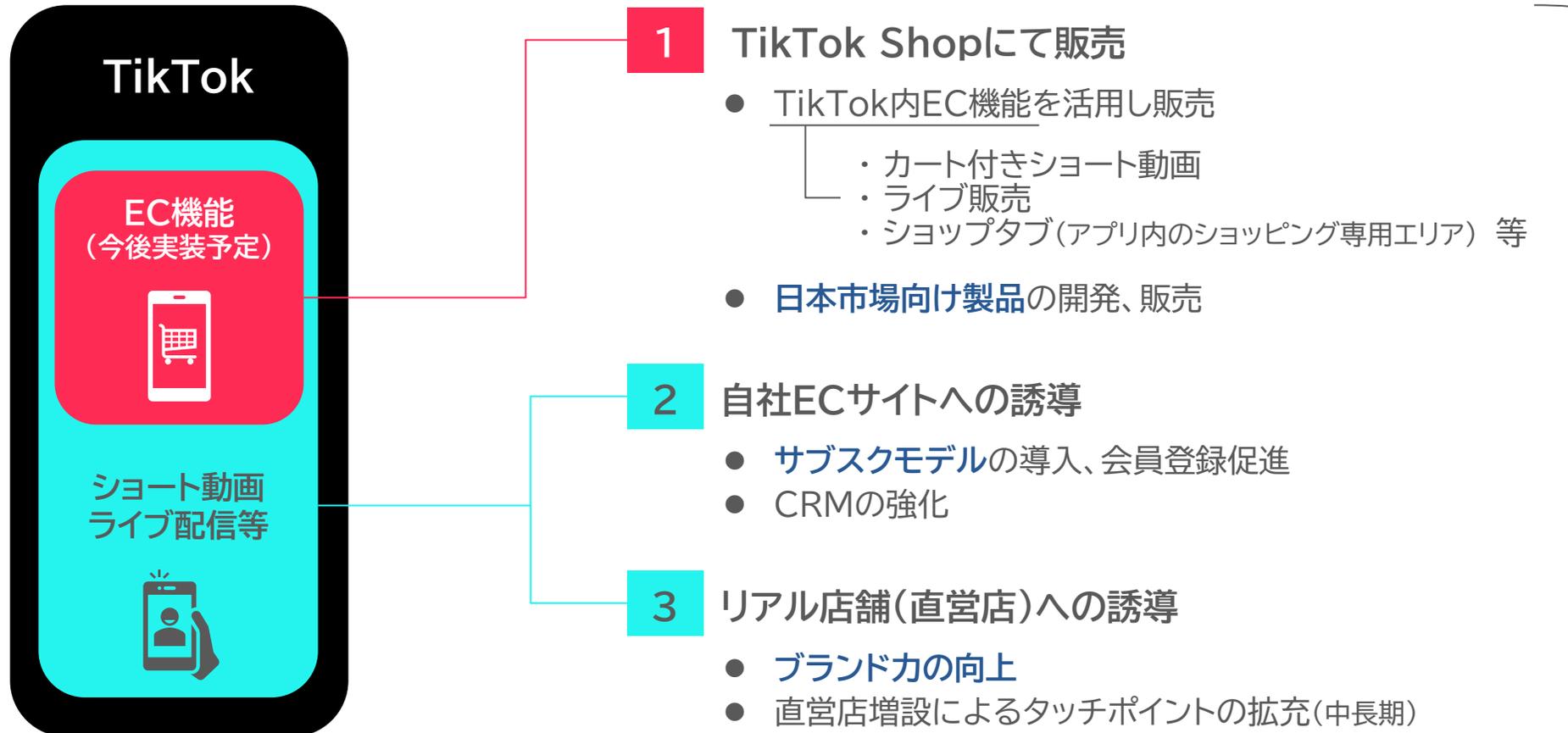
■ 日本EC

- 日本のEC販売会社、株式会社エムアンドデイの子会社化 (2024年2月)
- SNS(Instagram、X、Youtube等)にてインフルエンサーとのタイアップ実施
- Instagram、楽天、TikTok等におけるライブ販売の実施

■ 日本リテール

- 既存店舗(GINZA SIX店)のリニューアルによるブランドイメージ向上 (2024年8月)
- 阪神梅田本店にてPOP UPの開催 (2024年11月、2025年6月)
- 直営店(渋谷ヒカリエShinQs店)の増設 (2024年11月)
- バラエティショップ(@cosme等)への展開強化

中国市場で培ったTikTokノウハウを活用し、日本においてもTikTokを活用した売上拡大を目指す。今後実装予定のTikTok Shopにて販売すると同時に、投稿から自社EC・直営店に誘導し売上拡大を図る。また、コンテンツ生成の効率化等を目的として、AIの活用も検討。



AIの活用



コンテンツ生成の効率化、データ分析の高度化等を目的にAIの活用も検討。



4. Appendix

Appendix

A XXXZ I A

AXZIA

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(2025年4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 3Q累計)

A X Z I A

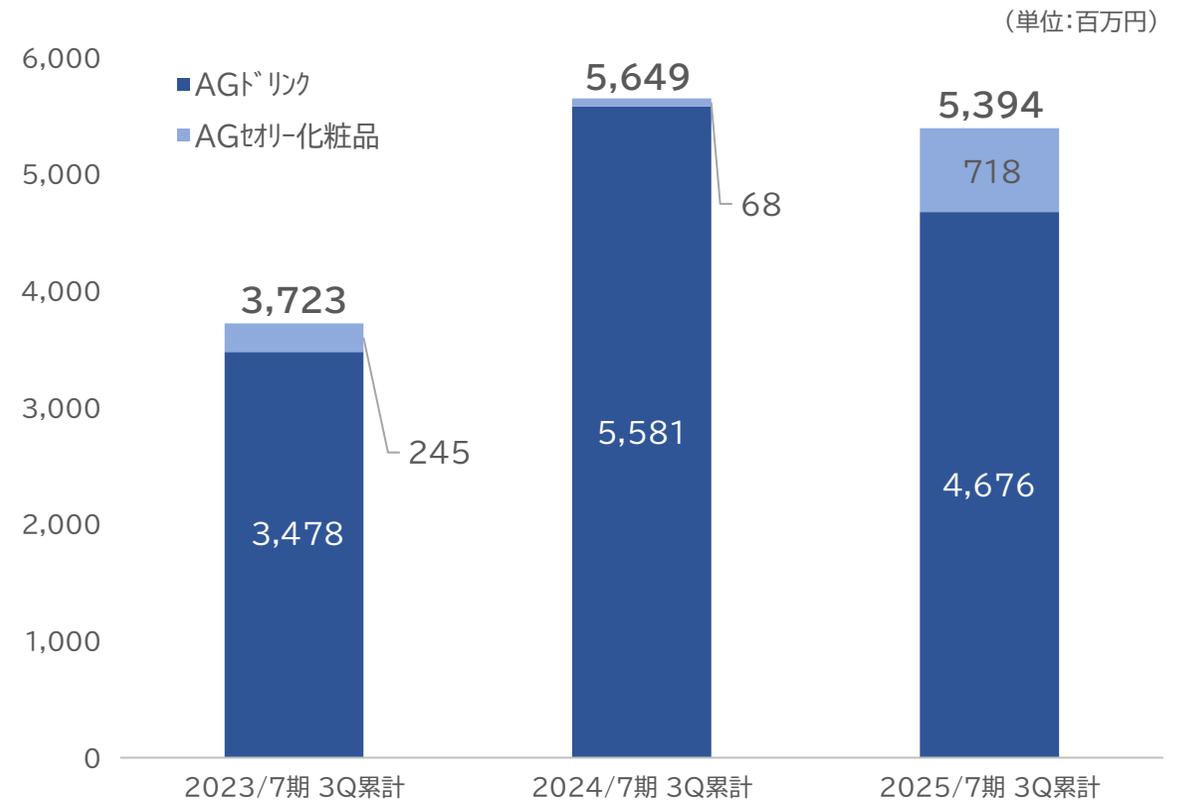
AGセオリー化粧品の伸長により、ブランド全体での減収幅が軽減。
4月には、AGドリンクを「AGドリンクXI」へリニューアル。本リニューアルを機に売上回復を図る。



持続的成長への布石

- 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。
- 2025年4月 AGドリンクを「AGドリンクXI」としてリニューアル、新たな成分を加え、ブランド史上最高レシピとして再構築。

エイジーセオリーブランド売上推移



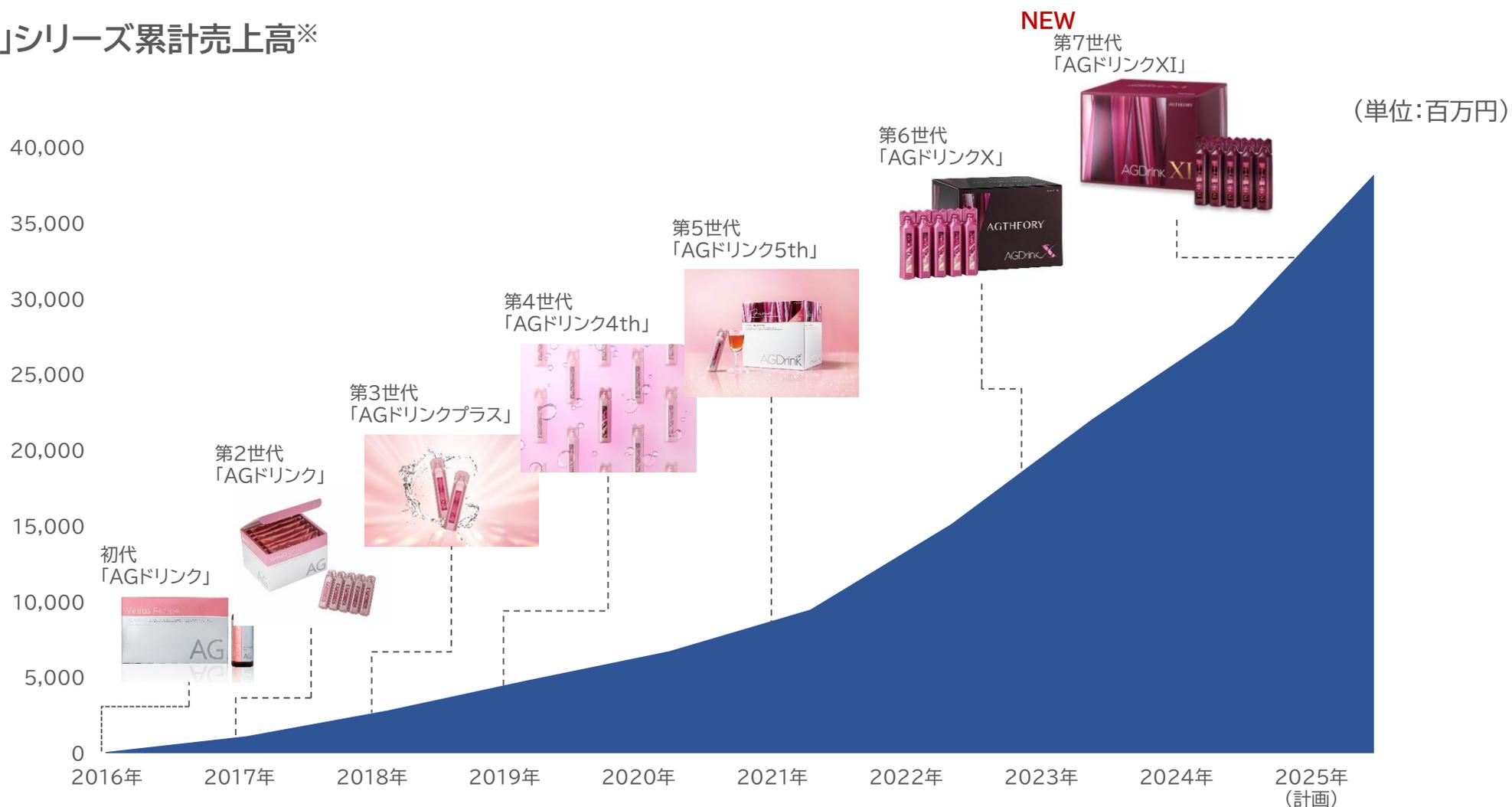
※ 上記売上高は、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

<参考> AGドリンク成長の軌跡

A X Z I A

ピークアウトに先んじてリニューアルを行うことで、ブランド力の持続的な向上を図る戦略。

「AGドリンク」シリーズ累計売上高※

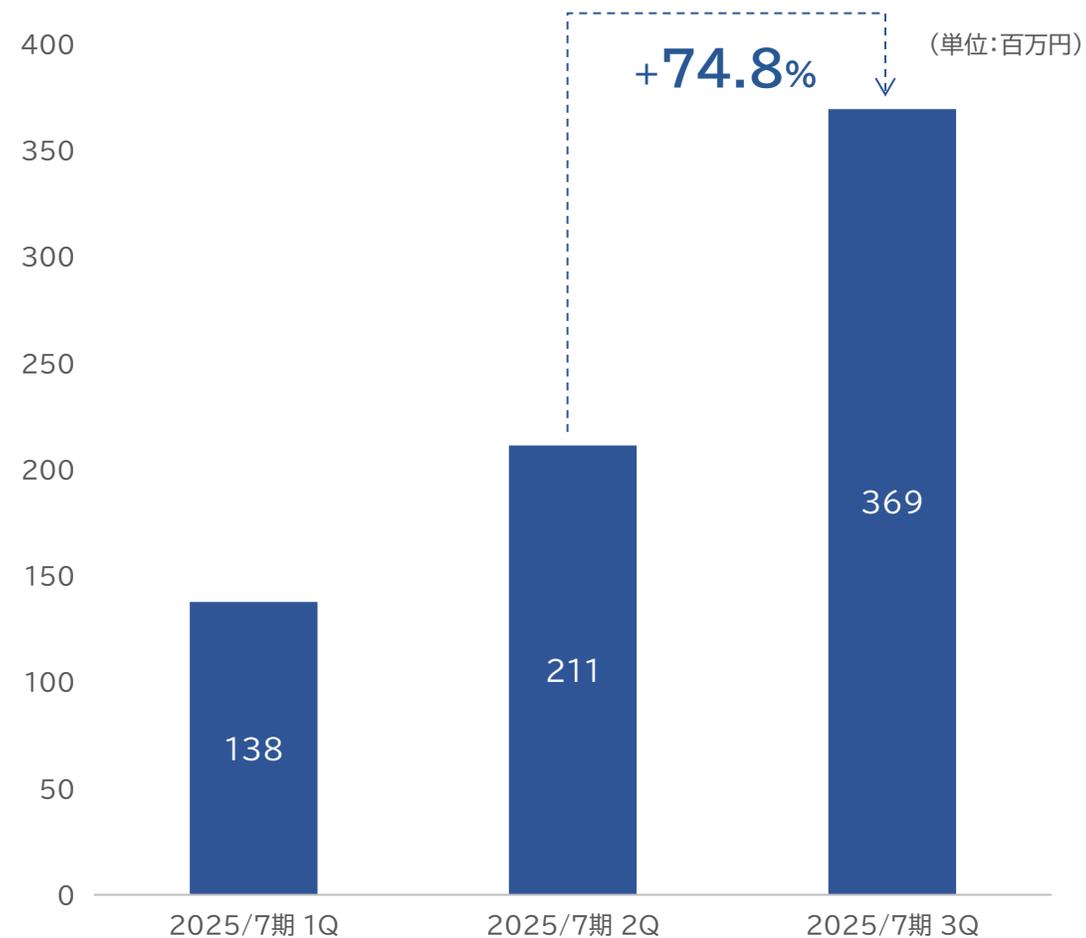


※ 上記売上高は、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

<参考> AGTHEORY(エイジーセオリー)化粧品の伸長 (QoQ)

A X X Z I A

上市以来、中国をメインに売上拡大。当四半期売上**3.6億円**と、前四半期比**+74.8%**の高成長を達成。



※ 上記売上高は、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

【主カブランド2】 AXXZIA(アクシージア) (2025年7月期 3Q累計)

AXXZIA

中国化粧品市場の事業環境の影響により前期比では低調も、**足元では回復傾向**。
日本においては、インフルエンサーとのコラボ等で「目もとケア」の**セット販売**を実施、販売強化。

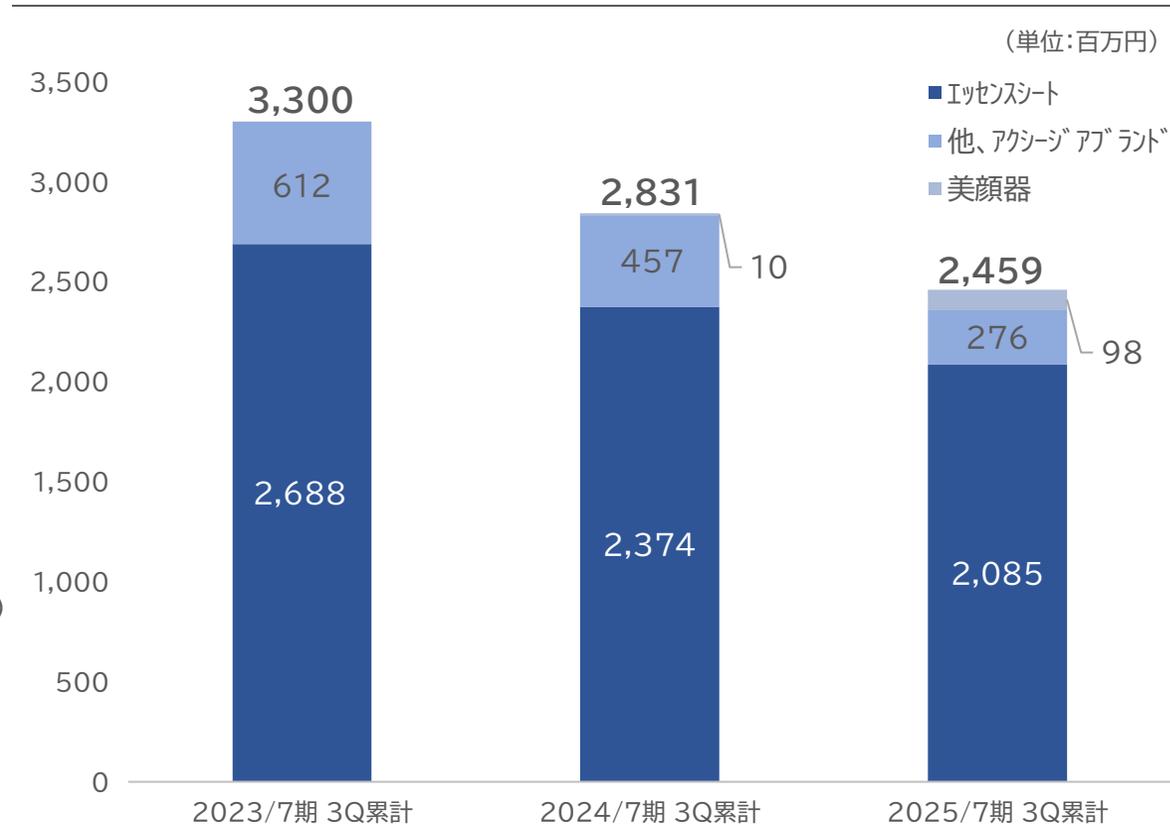


↑ アクシージア メイト フォーアイズ(目もと用美顔器)

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、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

育成分野については、堅調に推移。
今後も引き続き新製品の上市と広告投下を継続。更なる売上拡大を図る。



↑ ヴィーナスレシピ ザ ピュアドリンク

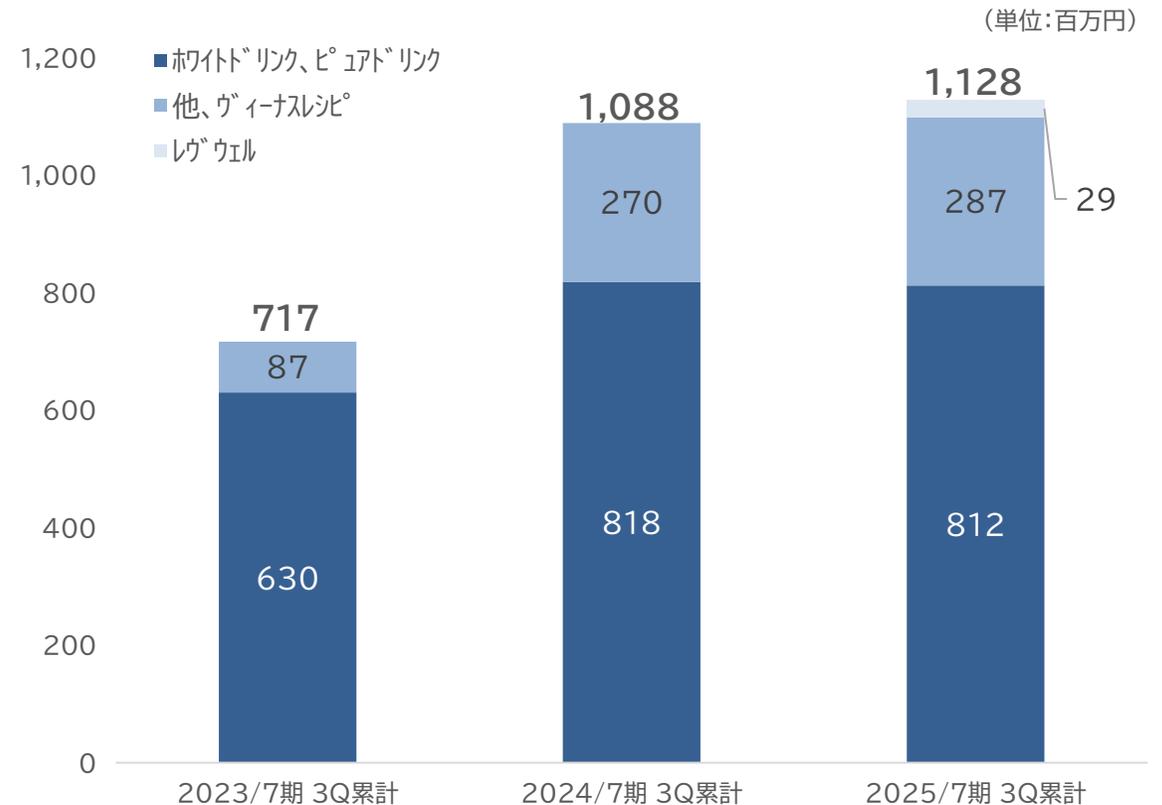


↑ ヴィーナスレシピ HMプランプボール

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「レヴウエル」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。
- 2025年2月「ザ ホワイト ドリンク」をリニューアル、「ザ ピュア ドリンク」発売。

育成分野売上推移



※ 上記売上高は、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

シェアードリサーチ社による当社レポート

株式会社シェアードリサーチ発行の
アナリストレポートを開示しております。
投資判断のご参考に、是非ご覧ください。

<https://sharedresearch.jp/ja/companies/4936>



IR公式Xアカウント

@axxzia_ir



個別のお問い合わせは右記
「お問い合わせ先」までお願いいたします。

お問い合わせ先

株式会社アクシージア（証券コード:4936）



公式HP : <https://axxzia.co.jp/ir/>

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

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.