

株 主 各 位

株式会社アクシージア

2021年11月

## **第 10 回定時株主総会 質疑応答サマリー**

### **【開催日時】**

2021年10月27日（水）10：00～11：45

※ 当社 HP に動画配信と当日配布資料を掲載しておりますので、是非ご参照ください。

動画配信 <https://axxzia.co.jp/ir/stock/>

当日配布資料 <https://axxzia.co.jp/ir/stock/meeting.html>

### **Q 1. 上場時の工場建設計画の現状について**

⇒自社で工場を建設すると十数億円かかり、また建設期間も3年ほどを要します。直近のコロナ禍でOEM企業がM&A先として多数挙がっており、M&AによりOEM工場を手に入れた場合は、資産やノウハウを手に入れることができ、短期間で目的を達成することができると考えております。

### **Q 2. 昨季業績の営業利益率と比較して当期業績予想の営業利益率が下がる要因について**

⇒売上高の拡大のため、新たなチャネル、プラットフォームの構築に着手し、広告を先行して投下していく。また、当社が成長途上であり、まずは中期的に売上高200億円を目指して参ります。

### **Q 3. 上場来右肩下がりの株価を踏まえての株主還元策について**

⇒一番の還元策は株価の上昇です。現在も業績は右肩上がりであるため、この成長を継続することで株価を上げて参りたいと考えております。また、上場来、機関投資家向けのIRを優先しましたが、今後は個人投資家に向けてのIRについても強化し、当社の魅力を伝え知名度を上げて参りたいと考えております。手元資金の用途については、配当等ではなくM&Aに積極的に着手し成長するための投資に充当していきます。

### **Q 4. 中期的な目標とする時価総額とその形成要素について**

⇒最終的な時価総額は1,000億円を目指しております。現状中期経営計画は公表しておりませんが、まずは中期的なマイルストーンとして売上高200億円を目標としております。そのために、市場とし

# A X Z I A

株式会社アクシージア

て成長する中国でのチャンネルを深掘りと多様化することでのオーガニックな成長と日本でのインバウンドの戻りを取り込み、日本での知名度やブランド力の向上に努めて中期的に売上高を向上させて参ります。

## Q 5. 対処すべき課題における独自の中国の市場調査について

⇒中国においてエステサロンに製品を販売しており、そこのお客様からのニーズを集めております。また、BtoCの市場対応としてWeChat<sup>1</sup>で日々の現地取引先とのコミュニケーションを通じて情報収集をしております。また、主戦場とするTmall<sup>2</sup>でのビッグデータを活用して市場ニーズの高い製品を研究し、製品開発に取り組んでおります。

## Q 6. 最近の報道にある将来的な中国不動産バブル崩壊が与える影響について

⇒現状では、中国市場での購買力が落ちているとは感じておりません。当社製品は高価格帯とはいえ1~2万円の製品であり、不動産や高額な耐久消費財等に比べれば製品単価や低いものです。中国沿岸部の裕福な家庭が主要なお客様となっておりますが当社業績への影響はあまり考えておりません。今後も市場を注視して参ります。

## Q 7. 日本人役員の所有株式がないことについて

⇒現状株式は保有しておりませんが、ストックオプションを保持しており、気持ちとしては株主と同じで株価を意識して業務遂行しております。

## Q 8. 業績が良くないことから役員報酬の返納について

⇒上場来、売上高や営業利益は拡大しております。開示している業績予想はクリアしてきておりますことから役員報酬の返納については考えておりません。

## Q 9. 配当等の1年ごとの株主還元について、高い自己資本比率から株主還元策の必要性について

⇒現在プライム市場への指定替えを目指しており、上場で獲得した資金については成長投資に充当していきたいと思っております。配当につきましては、市場変更後に検討していきたいと思っております。

## Q10. 今後の日本市場での展開について

⇒今後、当社ブランド、製品についての認知度を高める活動を国内ECやSNSを通じて継続していくほか、将来的なインバウンドの戻りや国内EC企業のM&Aも相まって、日本国内の売上比率で3割程度まで引き上げるようにしたいと考えております。

## Q11. 製品の技術的な優位性について

⇒具体的にはエステサロン向けの”Le Ciel de L’ aube (ルシエルドローブ)”というブランドにおきましては、化粧品の大部分を占める水にこだわり製品開発をした結果、高い浸透性を持つという特徴が得られております。その他の製品についてもこだわりをもって開発しておりまして、HPやLPで優位性や製品特性を詳しく説明しております。

Le Ciel de L’ aube ブランドサイト <https://axxzia.co.jp/brand-web/lecieldeleube/>

## Q12. 今後の継続的な株主優待や選択できる株主優待について

⇒現在検討中です。

## Q13. 中期経営計画の公表時期について

⇒現在検討中として、近い公表を検討しております。トップラインの成長を重視し精査しております。

## Q14. 中期経営計画のバックカスティング型の意味について

⇒将来の目標を定めて、現状を分析して、差をどのように埋めていくか施策に落とし込んでいくことを企図しております。

## Q15. 中国市場での EC チャネル展開について

⇒著名な KOL を起用したライブ販売等でお客様を数多く呼び込み、併せて弊社ブランド・製品の知名度向上を図り、Tmall<sup>2</sup>や RED<sup>3</sup>に加え、京東商城<sup>4</sup>、TikTok<sup>5</sup>に横展開を図って参ります。

## Q16. ニーズをキャッチしての製品開発における戦略について

⇒中国では日本化粧品のブランド力が高く、現地でエステサロン向けにプロ仕様の化粧品を販売し実績を積み上げて参りました。その結果、弊社製品への信頼感を高めることが出来てきております。それらを製品開発力やお客様へのアピールにつなげていく戦略です。

## Q17. GINZA SIX のリアル店舗出店について

⇒中国では GINZA SIX の知名度が非常に高く、ブランディングにつながることから出店をいたしました。国内においてアフターコロナにおけるインバウンドの戻りへ備えるとともに、日本国内においてもライブコマースを通じての EC との相乗効果が得られるよう戦略を遂行して参ります。

## Q18. 中国での定期便について

⇒中国では定期便という商習慣がありません。当社製品は高価格帯にも関わらず、そのリピート率は高く、お客様の信頼や製品へのロイヤリティは獲得できていると考えております。

## Q19. 今後の日本市場での拡大戦略について

⇒当期は定期便モデルを試験導入しましたが、それを通じてお客様の獲得しながら基盤強化中です。中期的な成長へ繋げて参ります。

以上

---

<sup>1</sup> WeChat (ウィーチャット)：中国大手 IT 企業 Tencent が開発したインスタントメッセージングアプリのこと。

- <sup>2</sup> Tmall (天猫、テンマオ) : アリババグループが運営する中国最大の BtoC EC プラットフォームのこと。
- <sup>3</sup> RED (小紅書、レッド) : 商品情報 (口コミ) を投稿する SNS アプリ。紹介された商品をそのまま購入することができる。
- <sup>4</sup> 京東商城 (JD.com、ジンドン) : Tmall に次ぐ中国 EC 市場シェアの第 2 位の EC プラットフォームのこと。
- <sup>5</sup> TikTok : 中国 ByteDance 社が開発運営しているモバイル端末向けショートビデオプラットフォームのこと。