

AXZIA



2023年9月14日

# 2023年7月期 通期決算説明資料

株式会社アクシージア(東証プライム: 4936)

◇ 目次

- 01 | エグゼクティブ・サマリー
- 02 | 業績ハイライト(2023年7月期)
- 03 | 販売チャンネル別の状況
- 04 | ブランド別の概況
- 05 | 2024年7月期業績予想
- 06 | 中期経営計画
- 07 | Appendix

# 1. エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

A X X Z I A

2023年  
7月期  
連結

実績

Douyin旗艦店における売上が前期比3倍に拡大。  
連結売上高は遂に100億円を突破。売上利益ともに過去最高を達成

■ 売上高	113.4億円	(前期比 +38.0%	計画比 +9.6%)
■ 営業利益	18.9億円	(前期比 +16.3%	計画比 +4.5%)
■ 当期純利益	13.3億円	(前期比 +19.2%	計画比 +13.5%)

2024年  
7月期  
連結

計画

売上高の安定的な成長を継続。中長期成長に向けた投資を強化し、  
且つ原価低減も図り、更なる収益性の向上を図る

■ 売上高	130.0億円	(前期比 +14.6%)
■ 営業利益	24.0億円	(前期比 +26.3%)
■ 当期純利益	16.3億円	(前期比 +22.9%)

## 2. 業績ハイライト(2023年7月期)

Business Results: Highlights

AIXZIA

中国におけるロックダウンやパンデミックといった厳しいマクロ環境を乗り越え、**増収増益**を達成

(単位:百万円)

	2022/7期	2023/7期	前期差	計画差
売上高	8,215	<b>11,341</b>	3,125 (+38.0%)	989 (+9.6%)
営業利益	1,633	<b>1,899</b>	266 (+16.3%)	81 (+4.5%)
営業利益率	19.9%	<b>16.8%</b>	-3.1pt	-0.8pt
経常利益	1,746	<b>1,902</b>	155 (+8.9%)	104 (+5.8%)
当期純利益	1,116	<b>1,330</b>	214 (+19.2%)	158 (+13.5%)
1株当たり純利益 (EPS)	43.28円	<b>51.80円</b>	+8.52円	+6.37円

売上は前期比+38.0%と大幅に増加。売上の上振れに連動し、広告宣伝費を当初計画より投下。結果販管費が計画より増加するも、原価率低減が奏功し営業利益も前期比+16.3%を記録

(単位:百万円)

	2022/7期		2023/7期		売上比 前期差	売上比 計画差
	金額	売上比	金額	売上比		
売上高	8,215	100.0%	11,341	100.0%	-	-
売上原価	1,994	24.3%	2,397	21.1%	-3.1pt	-2.8pt
販売費及び一般管理費	4,587	55.8%	7,043	62.1%	+6.3pt	+3.6pt
(人件費)	860	10.5%	1,280	11.3%	+0.8pt	-1.8pt
(広告宣伝費)	1,578	19.2%	2,464	21.7%	+2.5pt	+1.6pt
(支払手数料)	1,252	15.3%	1,892	16.7%	+1.4pt	+3.3pt
営業利益	1,633	19.9%	1,899	16.8%	-3.1pt	-0.8pt

## バランスシートの状況 (2023年7月期 連結)

現預金を潤沢に維持し、且つ自己資本比率**83.2%**と、優良な財務体質を維持。  
また、自社株買いにより純資産額が減少し、ROE向上に寄与 (ROE **15.4%**)

(単位:百万円)

	2022年7月期末	2023年7月期末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	8,795	9,150	+354
(現預金)	6,389	5,787	-601
固定資産	1,257	1,550	+292
資産合計	10,053	10,701	+647
流動負債	1,243	1,363	+119
固定負債	414	436	+22
負債合計	1,657	1,799	+142
(有利子負債)	654	632	-21
純資産合計	8,396	8,901	+505
(利益剰余金)	4,142	5,473	+1,330
(自己株式)	-	-891	-891
負債・純資産合計	10,053	10,701	+647



キャッシュ・フローの状況 (2023年7月期 連結)

潤沢なキャッシュを活用し、**中長期成長に向けた投資**を継続して実施。  
また、株主還元の一環として**自社株買い**を実施。896百万円のキャッシュアウト

(単位:百万円)

科目/区分	2022/7期	2023/7期	前期差
	金額	金額	金額
現預金期首残高	5,935	6,389	454
営業活動によるキャッシュ・フロー	797	707	-89
投資活動によるキャッシュ・フロー	-775	-438	336
財務活動によるキャッシュ・フロー	386	-862	-1,249
(有利子負債の増減)	419	14	-405
(自己株式の取得による支出)	-	-896	-896
換算差額	45	-8	-53
現預金期末残高	6,389	5,787	-601
現預金の増減額	454	-601	-1,056

- 2023/7期
  - うち、286百万円  
自社物流センター  
「富士山麓PLC」設立  
(2024年4月稼働予定)
  - うち、55百万円  
ユイット社設備投資
- 2022/7期
  - うち、646百万円  
ユイット社株式取得

# 3. 販売チャネル別の状況

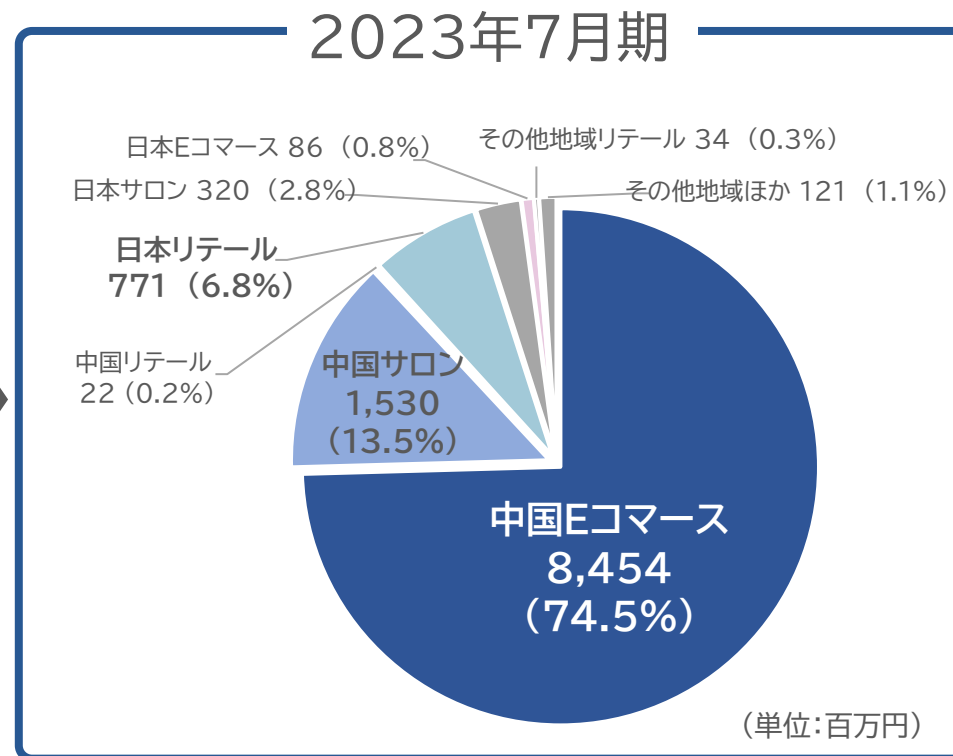
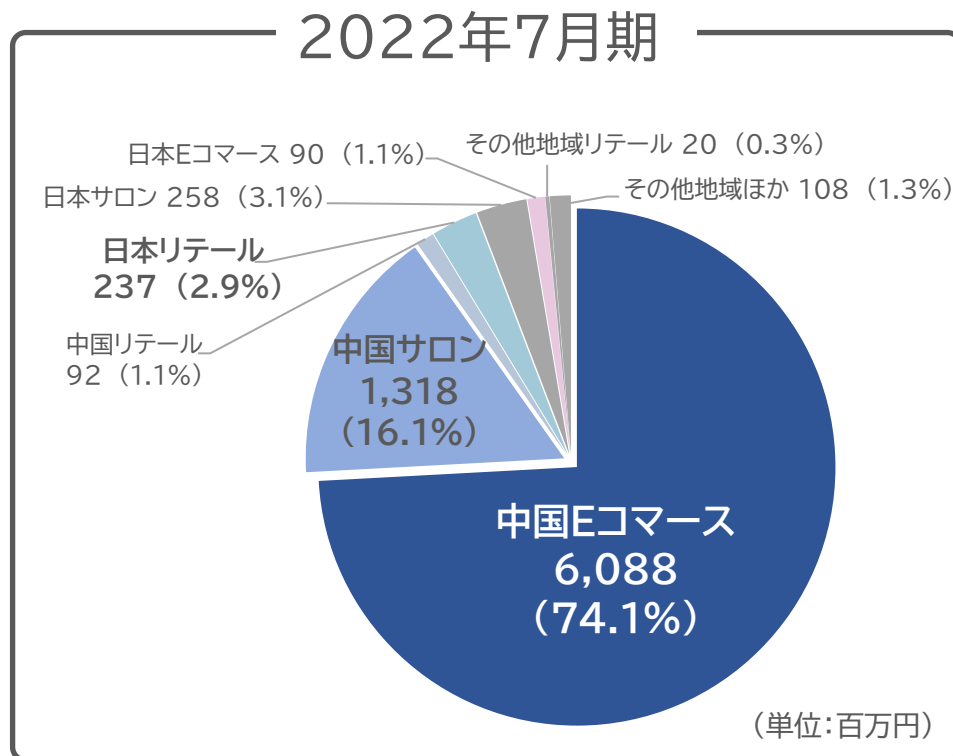
Status by Sales Channel

AXXZIA

地域別・チャネル別 売上高 (2023年7月期 連結)

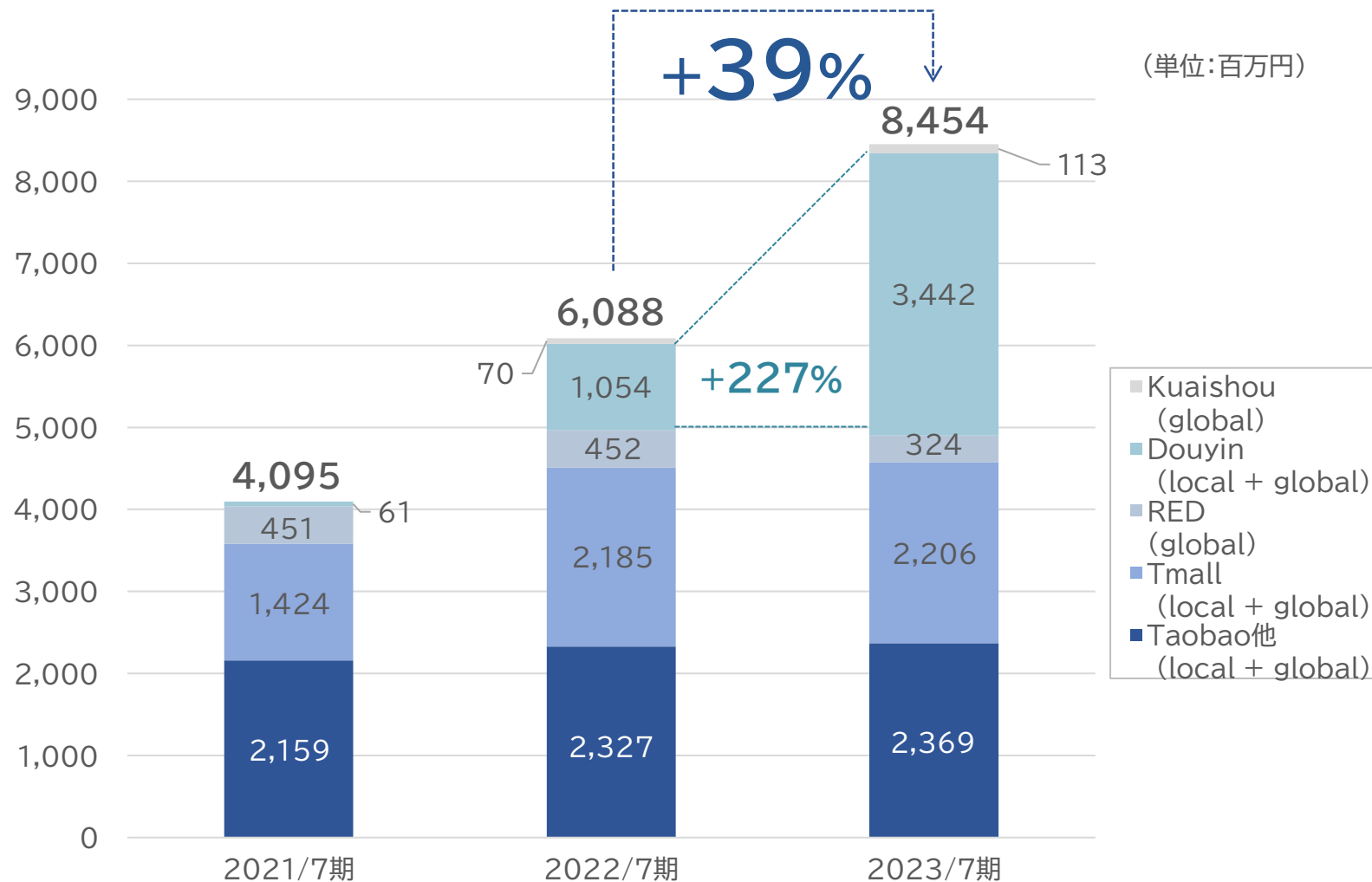
主戦場である中国売上は引き続き**好調**。中国のみで**100億円**の売上を達成。  
 日本売上はユイット社完全子会社化とインバウンド需要の回復によりリテール売上が前期比約**3倍**

- 中国売上高※ **100億円** (構成比 91.3% → **88.2%**) 前期比 **+33.4%**
- 日本・その他地域売上高※ **13億円** (構成比 8.7% → **11.8%**) 前期比 **+86.3%**



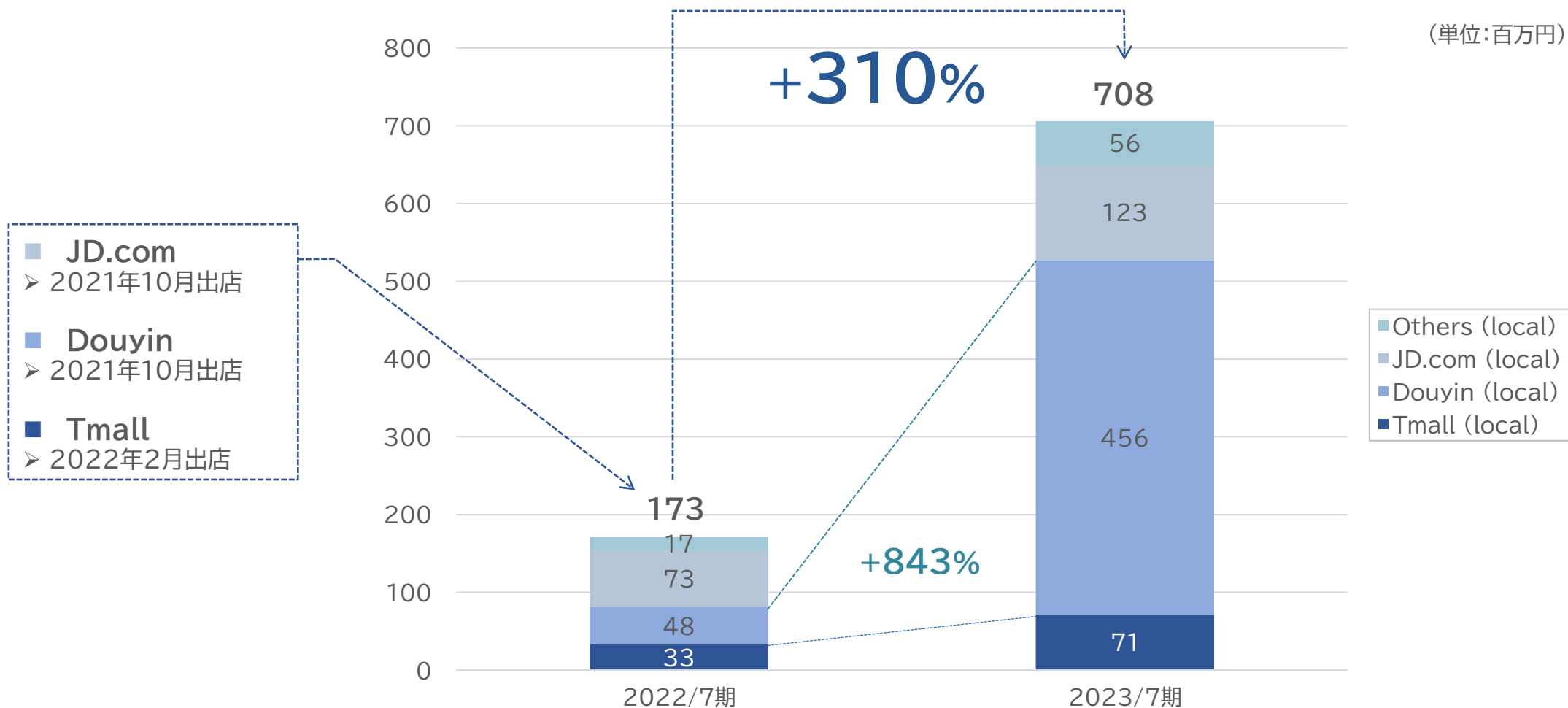
※ 中国売上高および日本・その他地域売上高はEコマース、サロン、リテール合算の売上高

TikTokの中国本土版「Douyin」が引き続き好調、前期比 **3倍超**を記録。中国EC売上全体を牽引



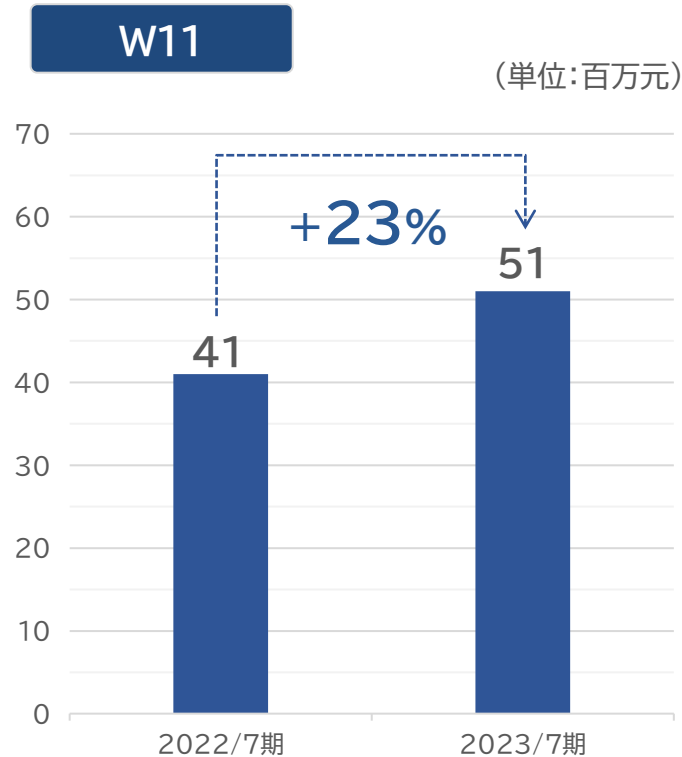
中国ローカルEC売上高推移 (2023年7月期 上海子会社)

上海子会社で取り組んでいる中国ローカルECにおいても、Douyinが売上を牽引（前期比 **9倍超**）。結果、全体で約**4倍**と大幅な売上成長。中国ローカルEC販売に必須な**NMPA登録**は引き続き順調

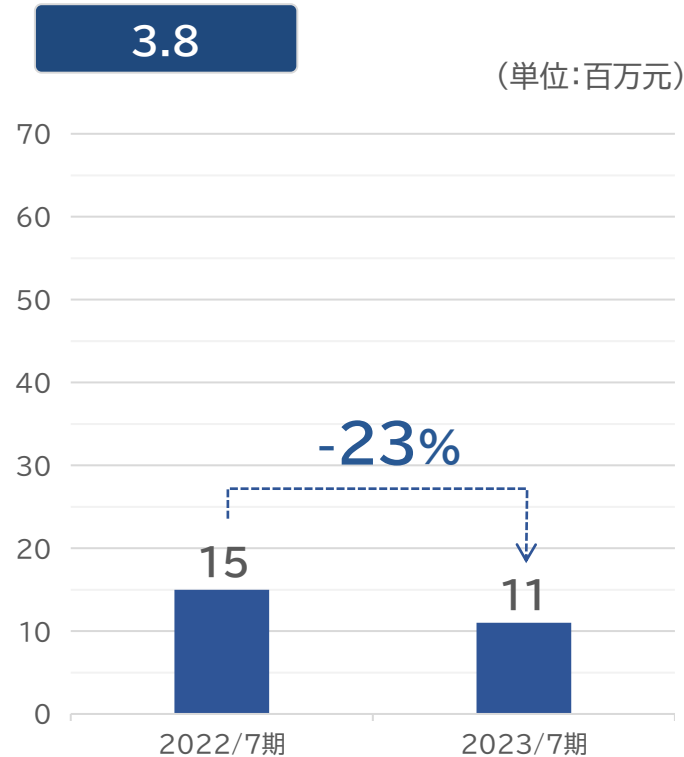


中国EC 3大イベントGMV (2023年7月期)

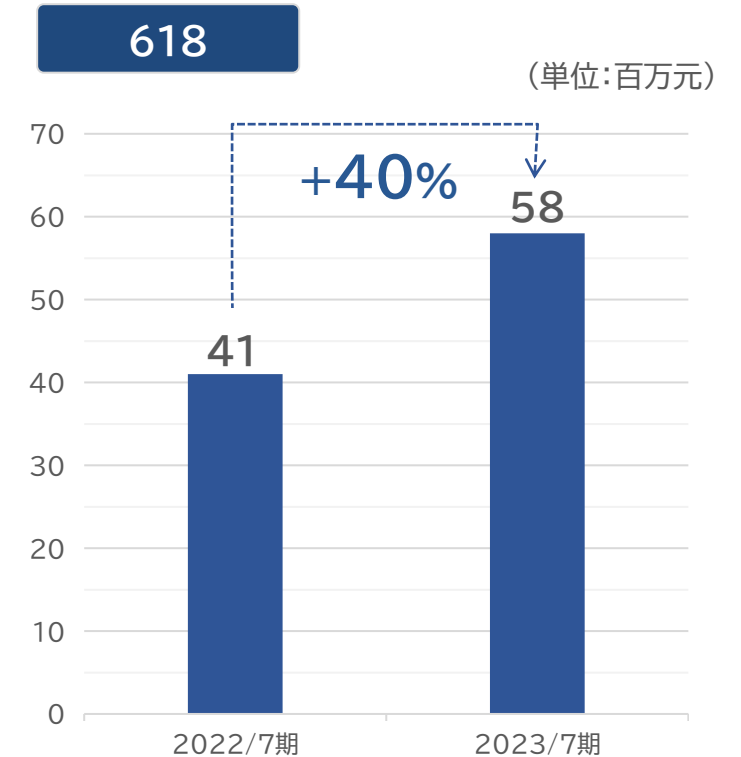
Douyinの売上が牽引し、W11および618においては**過去最大の成果(GMV)**を記録。  
 比較的ボリュームの小さい3.8に関しては、市場全体が縮小した影響を受け伸び悩み



➤ 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

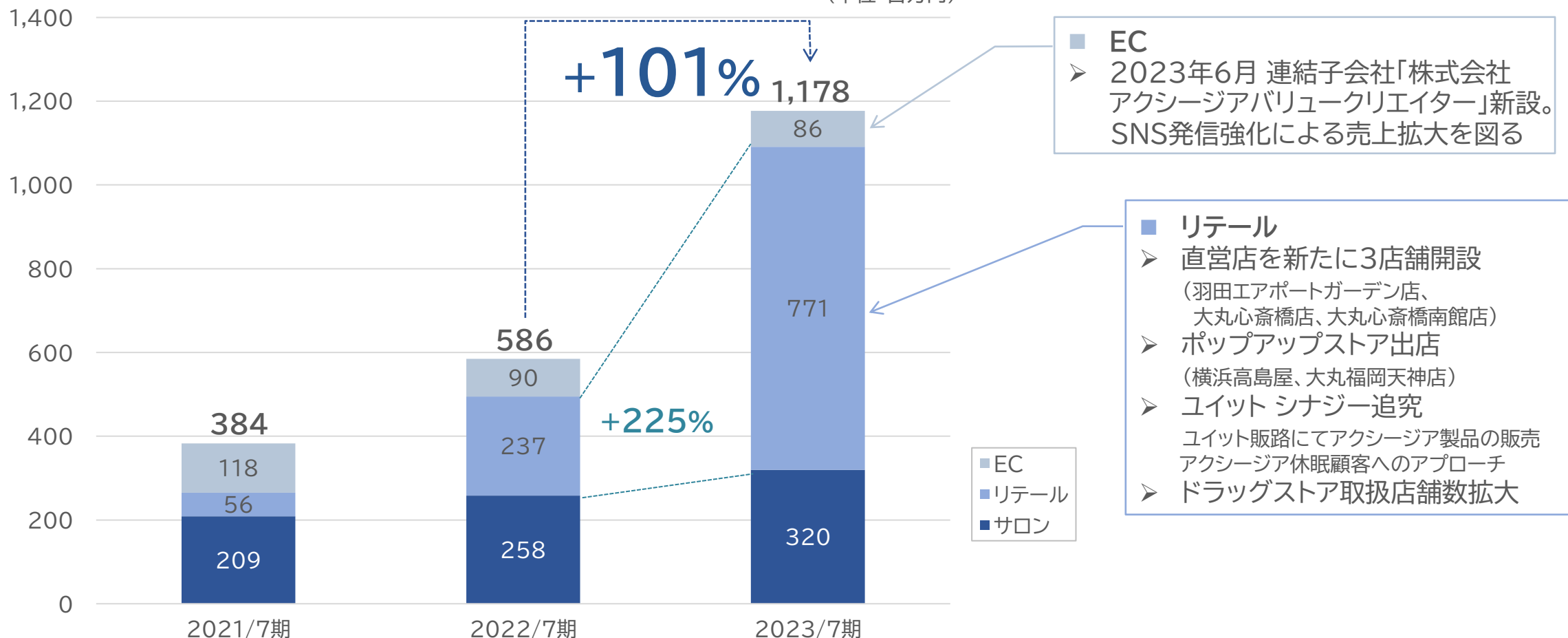


➤ 中国のECサイト「京東商城」による、毎年6月18日付近に開催されるECセール

※ 上記数値は、越境EC旗艦店(Tmall、Douyin、RED、Kuaishou)のGMV(流通取引総額)を元に集計

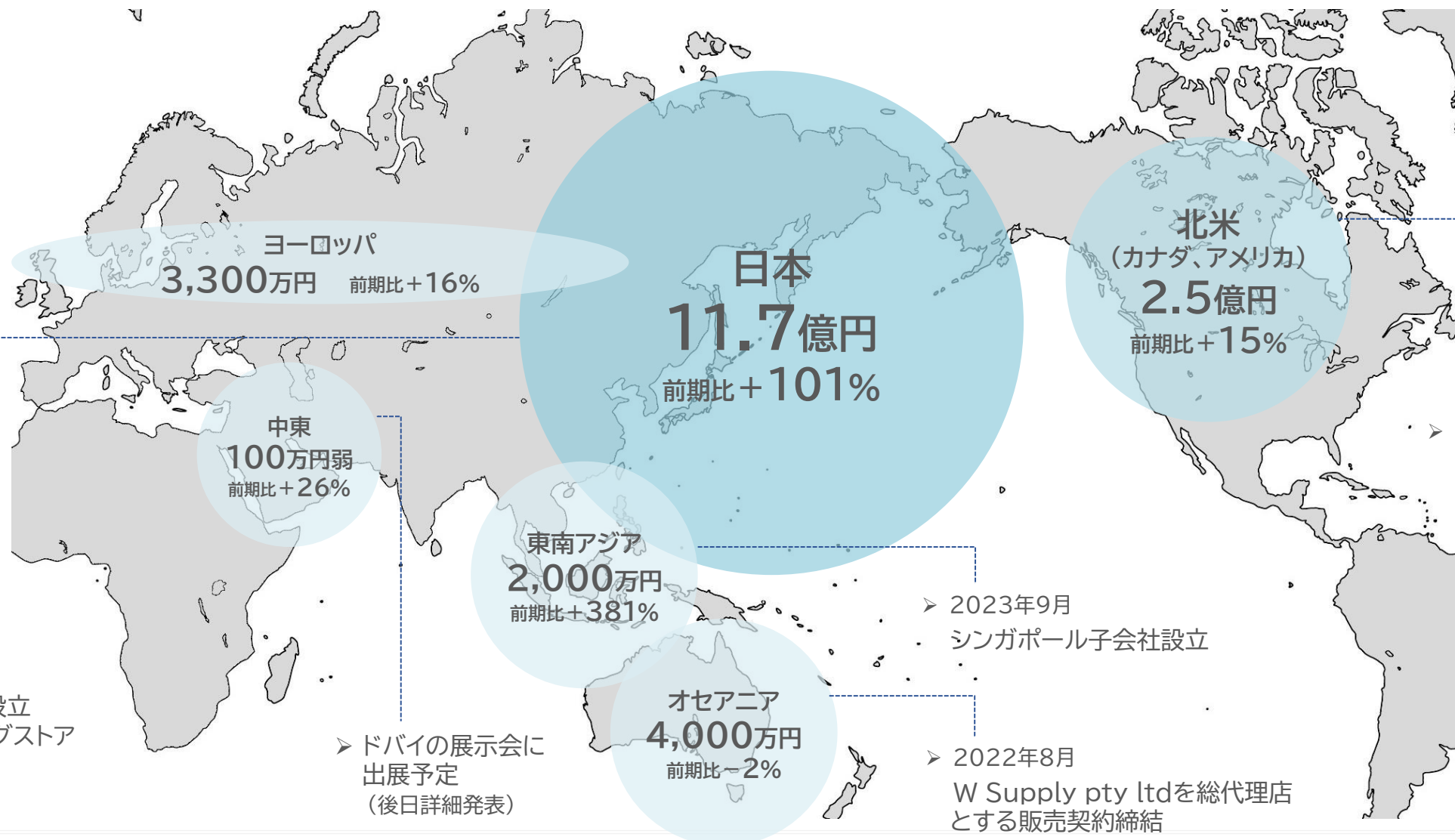
ユイット社子会社化が寄与し、リテール売上が伸長(前期比 +225%)。  
結果、日本売上全体で約**2倍**の売上に成長。また、EC売上強化のため子会社を設立

(単位:百万円)



中国以外の地域への展開状況 (2023年7月期)

中国以外の地域売上が徐々に**拡大中** (売上高 13億円 構成比 12%)。ビジネスリスクの分散を図る



- 2023年6月 EC売上拡大を目的に子会社設立
- 直営店・ドラッグストアの拡大推進中

- ドバイの展示会に出展予定 (後日詳細発表)

- 2023年9月 シンガポール子会社設立

- 2022年8月 W Supply Pty Ltdを総代理店とする販売契約締結



# 4. ブランド別の概況

Overview by Brand

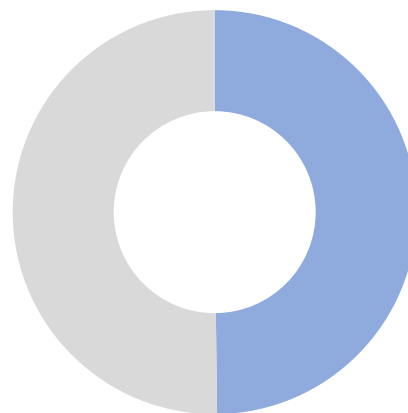
A X Z I A

● ● 主カブランド



A X X Z I A

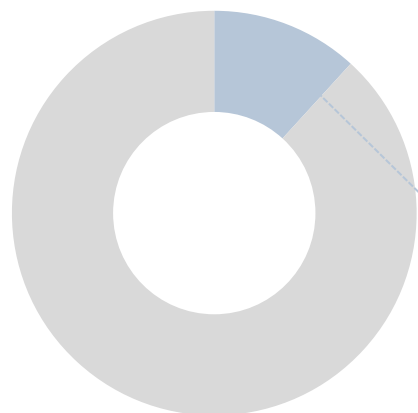
売上高 40.6億円  
売上構成比 34.1%



AGtheory

売上高 59.5億円  
売上構成比 49.8%

● 育成分野

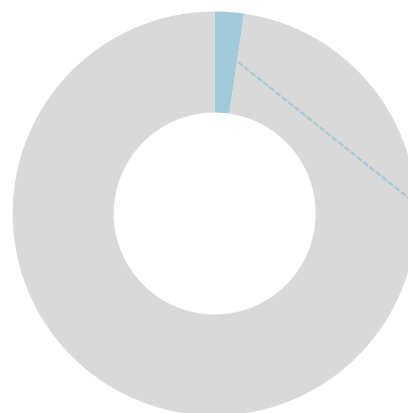


Venus Recipe  
The White Drink

A X X Z I A  
BEAUTY FORCE  
UV α

売上高 14.0億円  
売上構成比 11.8%

● サロン専売分野



the B  
THE B

Le Ciel de Laube  
Aither

売上高 2.7億円  
売上構成比 2.3%

※1 育成分野には、美容サプリメント(ザホワイトドリンク等)、サンスクリーン(UVα等)を位置付け。UVαはAXXZIAブランドであるが、上記AXXZIA数値には反映していない

※2 上記売上高及び売上構成比は、アクシージア単体出荷ベースの数値より算出

【主カブランド1】 AXXZIA(アクシージア) (2023年7月期)

エッセンスシートは引き続き堅調に推移。

ヒット製品化を目指しているフェイスマスクは徐々に売上拡大 (売上高 **3億円強**)

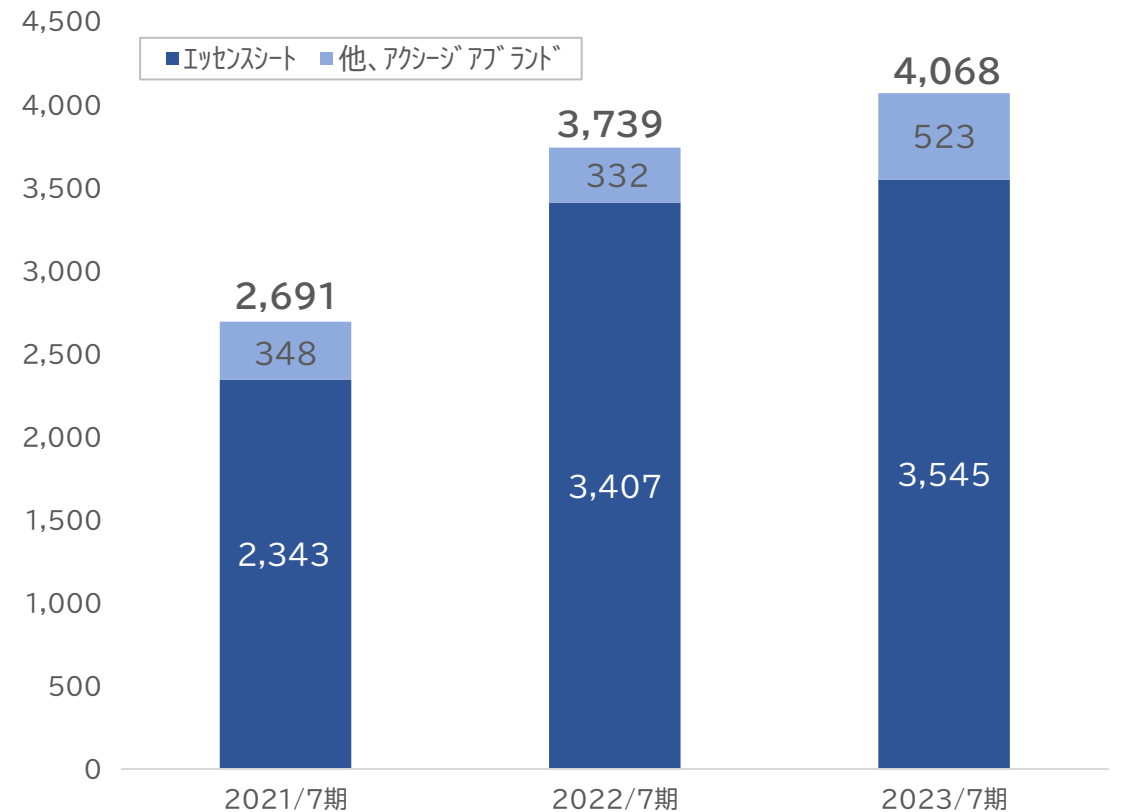


↑「トリートメントマスク [GK/MW/AG]」

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 エッセンスシートのプレミアム版を追加上市
- 2023年5月「アクシージア ビューティーフォース」の基礎スキンケアラインをフルリニューアル

アクシージア ブランド売上推移 (単位:百万円)



※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】AGtheory(エイジーセオリー) (2023年7月期)

A X Z I A

2023年4月に行ったリニューアルが功を奏し、AGドリンクが大きく売上拡大（前期比 +105.4%）

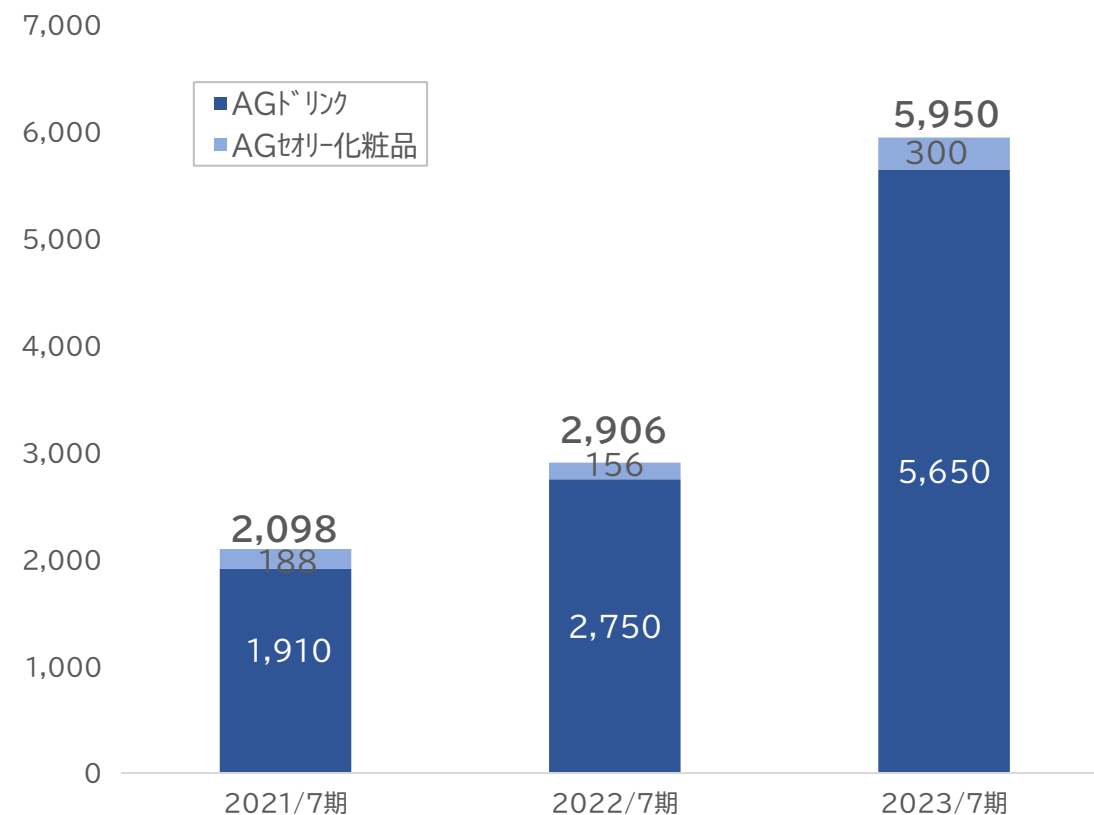


### 持続的成長への布石

- 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
- 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

エイジーセオリーブランド売上推移

(単位:百万円)



※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

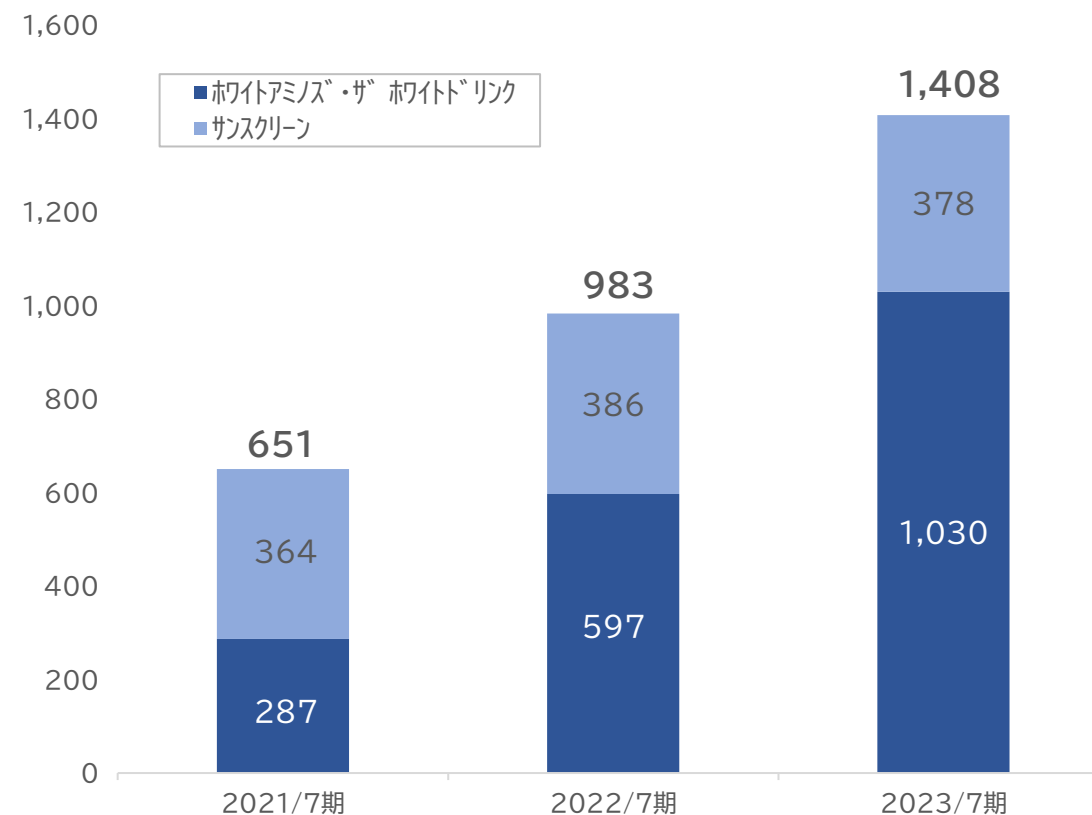
【育成分野(美白訴求)】ザ ホワイト ドリンク / UVα (2023年7月期)

ザ ホワイト ドリンクが**第3のヒーロープロダクト候補**として順調に成長中 (前期比 +72.5%)。  
2023年6月より**当社初の機能性表示食品**として日本国内で販売開始



育成分野(美白訴求)売上推移

(単位:百万円)



※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

主力シリーズ化への布石

- アクシージア初の美白訴求の化粧品シリーズ上市
- UVαにおいて当社初のNMPA特殊化粧品登録が完了、上海子会社による正規輸入により中国市場向け本格販売をスタート予定
- 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

ロングセラーの『ル シエルド ローブ』、プレミアムスキンケアブランド『ザ ビー』等を展開

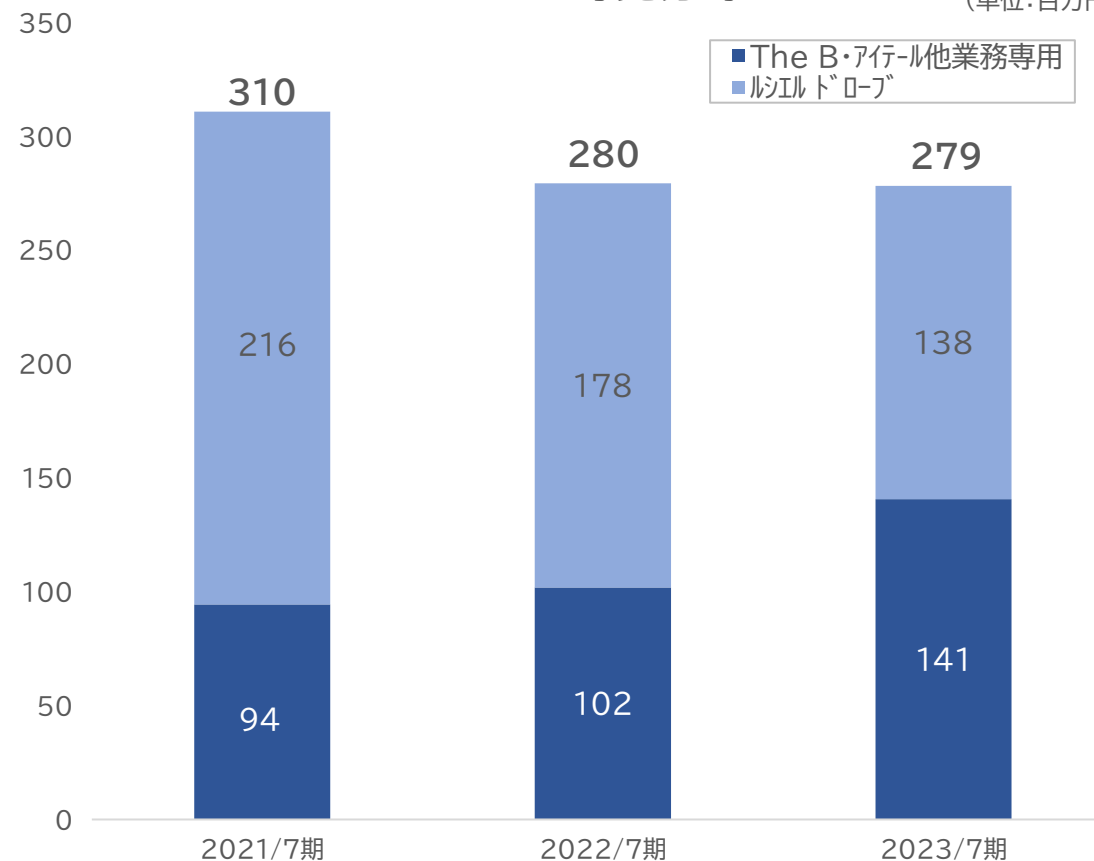


### 持続的成長への布石

- 2021年3月、プレミアム版新スキンケアブランド ザ ビーを上市、スペシャルケアに応じた化粧品の開発・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
- 2022年10月、ザ ビー メゾンよりスパークリングマスクを上市

### サロン専売分野

(単位:百万円)



※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

# 5. 2024年7月期業績予想

Forecast for FY07/24

AXZJA

中国ECの事業拡大を軸としつつ、中国以外の地域への展開も強化し、**持続的な成長を志向**。  
売上高広告宣伝費率を**23%前後**まで引き上げ投資を強化する一方、  
**原価低減**を図り、収益性の向上を狙う（営業利益率 **+1.7pt**）

(単位:百万円)

	2023/7期 実績	2024/7期 計画	前期差
売上高	11,341	<b>13,000</b>	+1,658(+14.6%)
営業利益	1,899	<b>2,400</b>	+500(+26.3%)
営業利益率	16.8%	<b>18.5%</b>	+1.7pt
経常利益	1,902	<b>2,300</b>	+397(+20.9%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,330	<b>1,635</b>	+304(+22.9%)
1株当たり純利益 (EPS)	51.80円	<b>65.05円</b>	+13.25円



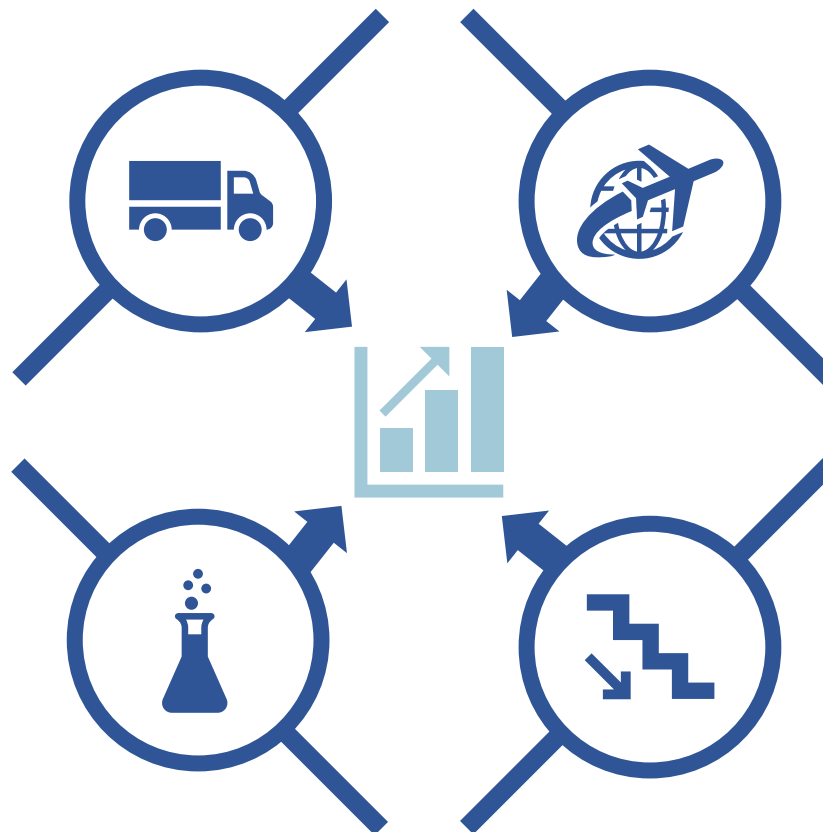
## 中国以外の地域にもバランスよく展開を進めるとともに、持続的成長のための投資を強化

### ● 継続的な成長投資

- 富士山麓PLC  
自社物流センター設立に**569百万円**の投資計画。2024年4月の稼働を予定。  
**物流コストの抑制、BCP対応**を図る
- 人的資本  
富士山麓PLCや直営店舗等の設備投資に伴い、アルバイト含め**80~90名**の大量採用を予定

### ● 研究開発強化

- 方針  
新製品開発のスピードアップを図り、リニューアルも含め**25~30SKU**の上市を計画。  
また、**環境に配慮**した製品設計の推進
- 体制強化  
将来的に知財出願や、効果効能を謳える機能性表示食品や医薬部外品の開発・取得を目指すべく、**研究員増員**による体制強化を図る



### ● 調和のとれた地域展開

- 日本国内  
インバウンド需要取込に備え、直営店舗を**3~5店舗**、ポップアップストアを**3~5店舗**出店予定  
また、**子会社**を活用しSNS強化による**EC売上拡大**を図る
- その他地域  
**シンガポール子会社**立上げの遂行。  
また、**展示会出展**により北米や中東への進出を図る

### ● コスト削減

- ユイット社シナジー追求  
ユイット社八ヶ岳工場におけるアクシージア製品の生産量増加。  
外注費削減による**原価低減**を図る
- 中国EC運営の内製化  
上海子会社にて、旗艦店の運営内製化を推進。  
**支払手数料の削減**を狙う

# 6. 中期経営計画

Medium-Term Management Plan

AIXZIA

中期経営計画 (2024年7月期-2026年7月期)

高成長を維持するものの、**成長持続性を重視**する計画にシフトし、そのための**投資も強化**。  
 一方、ユイット社や物流センターを活用した**固定費の効率化**により、**営業利益率向上**を図る

3カ年での重要経営指標

引き続き、売上及び営業利益の持続的成長、収益性向上を目指す

売上高 年平均成長率

15%前後

営業利益 年平均成長率

20%前後

中期経営計画(3カ年)

(単位:百万円)

	2023/7期 実績	2024/7期 計画	2026/7期計画 (3ヶ年最終)	CAGR (23/7期-26/7期)
売上高	11,341	13,000	17,500	15.6%
営業利益	1,899	2,400	3,350	20.8%
営業利益率	16.8%	18.5%	19.1%	-

※上記計画は、現行事業のオーガニックな成長のみを見込んでおり、M&A・アライアンス等による成長は織り込んでおりません

## 中長期VISION

現行事業のオーガニックな成長に加え、M&Aや成長投資により成長を加速させ、  
中長期的に時価総額**1,000億円**突破を目指す



中国ECの展開強化・成長推進に加え、更なる事業・収益基盤の多様化に向け、日本国内及び第3市場(中国、日本以外の地域)への展開を強化。M&A・アライアンスも引き続き推進

戦略

1

### ブランド戦略

- ① ブランド・シリーズ投入 & ヒーロープロダクツ(ヒット商品)育成
- ② 迅速な化粧品登録(NMPA) & ブランド保護
- ③ R&Dセンターを活用した研究開発強化

戦略

2

### マーケティング戦略

- ① 中国ECチャネルの多角化と深耕
- ② 日本国内事業の強化
- ③ 第3市場(中国、日本以外の地域)への展開強化

戦略

3

### M&A・アライアンス方針

- ① 事業拡大・販売チャネル確保
- ② ユイット社取得によるシナジーの実現

主力2ブランドの展開強化に加え、引き続き**美白市場**でのブランド育成・ヒット商品化を推進。  
さらに、ヒーロープロダクツ候補として**フェイスマスク**等、新たなニッチ分野製品の育成にも注力



### ① ブランド・シリーズ投入&ヒーロープロダクツ(ヒット商品)育成

第3のヒーロープロダクツとして育成が進んでいるホワイトドリンクに加え、フェイスマスク等、新たなニッチ分野製品の育成に注力。売上ポートフォリオの多様化を図る



### ② 迅速な化粧品登録(NMPA)&ブランド保護

中国化粧品登録(NMPA登録)前提の製品開発により、スムーズにNMPA承認を取得。加えて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 R&Dセンターを活用した研究開発強化

2022年11月に設立したR&Dセンターにて成分研究や独自処方開発を推進

中国ECチャネルの多角化と深耕を進めつつ、**日本及び第3市場(中国、日本以外の地域)**への展開を強化



### ① 中国ECチャネルの多角化と深耕

さらなる認知度拡大、新たな顧客層獲得、チャネルリスクの分散を図る。  
また、ボトムアップアプローチ(口コミ、SNS、ライブコマース)によるブランドポジションの確立。  
BIGデータを活用した顧客層の分析、潜在的顧客層へのアプローチ



### ② 日本国内事業の強化

渡航制限解除により期待されるインバウンド需要を確実に取り込むため、  
直営店舗の増設、ポップアップストアの出店、ドラッグストア取扱い店舗数拡大を推進。  
また、2023年6月に新設した子会社を活用し、SNS発信強化によるEC売上拡大



### ③ 第3市場(中国、日本以外の地域)への展開強化

世界各地に在住の中華圏の方々にアプローチし、売上拡大の足掛かりとする。  
東南アジアにはシンガポール子会社を、北米(カナダ、アメリカ)や中東には展示会を切り口に、進出を図る。  
グローバルな事業展開により、収益基盤の多様化と売上拡大を図る

## 【成長戦略3】M&A・アライアンス方針

ユイット社のM&A成功実績を土台として、**積極的事業拡大・収益基盤の多様化**に向け、潤沢なキャッシュを活用し**継続したM&A・アライアンスを推進**



### ① 事業拡大・販売チャネル確保

優良な財務体質を生かし、潤沢なキャッシュを活用。  
成長投資の一環としてM&Aやアライアンスを推進。  
迅速に国内事業の強化・販売基盤を構築するための資金活用を狙う。  
国内消費者への認知度向上およびインバウンド需要の取り込みを強化



### ② ユイット社取得によるシナジーの実現

2022年4月に株式取得したユイット社を活用し、**工場とR&Dセンター活用強化**を継続。  
アクシージア製品の製造を一部内製化することにより、製造原価の低減を図る。  
また、当社グループ製品の迅速な製造・開発による効率性追求



資本効率の向上と株主還元の充実

2023年7月期のROEは**15.4%**と、同業他社と比較し高い水準。  
 当期純利益の増加と純資産の効率化により、今後も**高水準のROE維持**を図る

$$ROE = \frac{\text{EPS (一株当たり純利益)}}{\text{BPS (一株当たり純資産)}}$$

当期純利益の増加

- 持続的な成長による売上拡大。そのための投資も継続
- 収益性の向上  
 営業利益 **CAGR 20%前後**を目指す

純資産の効率化

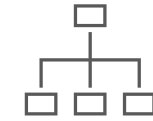
- 株主還元の充実(配当)  
**配当性向30%前後**を目安に、継続的かつ安定的に実施予定
- バランスシートの効率化  
 借り入れも適宜実施。**財務レバレッジの向上**を図る

サステナビリティ経営に向けて

2023年8月 **サステナビリティ委員会**を設置。サステナビリティに関する方針を2024年7月期策定予定。当該方針に沿った取り組み・投資を行うことで、**中長期的な企業価値向上**を図る

サステナビリティ委員会

中長期的な企業価値向上のため、2023年8月 **サステナビリティ委員会**を設立



役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>サステナビリティ方針・戦略の策定・実施支援</li> <li>環境、社会、ガバナンスの側面における持続可能な取り組みの促進</li> </ul>
人員構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 委員長 代表取締役</li> <li>② 委員 常勤取締役、常勤監査役、執行役員</li> </ul>

環境



< 具体的な取り組み >

- 機能性マスターバッチ「グリーンナノ」を添加したプラスチック容器の採用  
→ **CO<sub>2</sub>排出量削減**へ
- 森林保全の観点で適切に管理された森からの木材、紙に至るまで認証を受けたFSC認証取得済みの化粧箱素材の採用  
→ **持続可能な森林資源保護に貢献**へ
- ユイット社八ヶ岳工場にて全館LED化(2023年7月に完了)  
→ **電力使用量削減**へ

人的資本



< D&I推進 >

- 性別、国籍、年齢等、属性や考え方の違いを互いに認め尊重し合う、**ダイバーシティ&インクルージョン**の推進
- 個々人の多様な個性や能力を最大限発揮し活躍できる場を提供

< 人的資本関連指標 >

(2023年7月末時点)

女性管理職比率	<b>39.4%</b>
外国籍社員比率	<b>33.0%</b>

※上記数値は、アクシージア単体の従業員数より算出



# 7. Appendix

Appendix

A X X Z I A

# AXXZIA

Creating things and experiences  
that amaze people.

## 役員

- 代表取締役 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 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

## 会社概要

- 【 設 立 】 2011年12月21日
- 【 資 本 金 】 2,147百万円 (2023年7月末現在)
- 【 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
- 【 直 営 店 】 AXXZIA GINZA SIX店  
AXXZIA 羽田エアポートガーデン店  
AXXZIA 大丸心齋橋店  
AXXZIA 大丸心齋橋南館店
- 【事業内容】 化粧品企画、製造、販売、卸
- 【公開市場】 東証プライム (証券コード:4936)

## 連結子会社

- Xiaozi Cosmetic (Shanghai) Inc.
- AXXZIA (HongKong) International Limited
- 株式会社ユイット・ラボラトリーズ
- 株式会社アクシージアバリュークリエイター
- AXXZIA Cosmetic Singapore Pte. Ltd (9月設立)

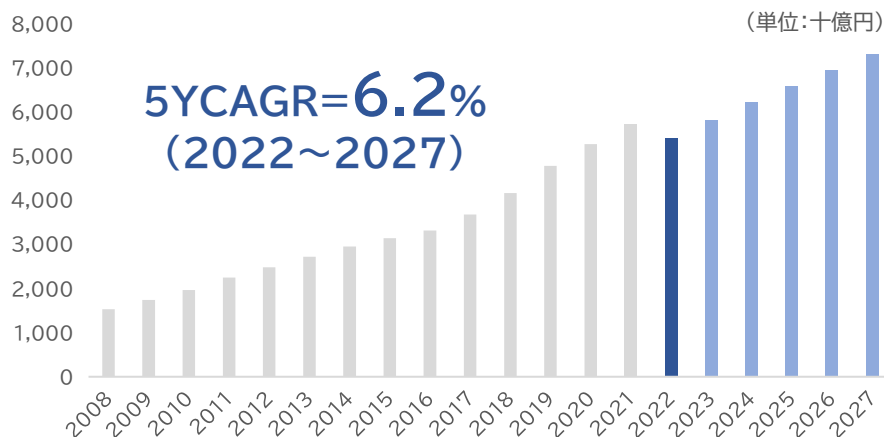
年月	事項
2011年	東京都新宿区西新宿一丁目にてオリエンティナ化粧品株式会社を設立(資本金9百万円) 美容施設向け化粧品開発・製造に着手
2012年	社名をオリエンティナ化粧品株式会社より株式会社アクシージアへ変更
2013年	美容施設向けスキンケアブランド「ルシエル ド ローブ」を上市
2016年	小売市場向け目もとケア・スキンケアブランド「ビューティー アイズ」を上市 小売市場向けサプリメントブランド「ヴィーナス レシピ」を上市
2018年	Xiaozhi Cosmetic (Shanghai) Inc.を連結子会社(100%)として設立
2019年	中国大手ECプラットフォーム「RED(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(100%)として設立 AXXZIA Cosmetic Singapore Pte. Ltd.を連結子会社(100%)として設立



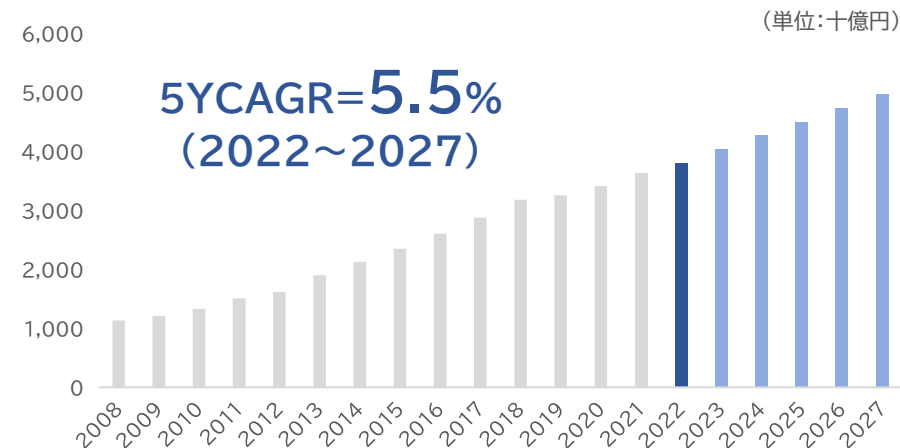
【市場環境1】スキンケア・サプリメント市場

中国のスキンケア・サプリメント市場は、化粧品人口の増加を背景に大きく成長

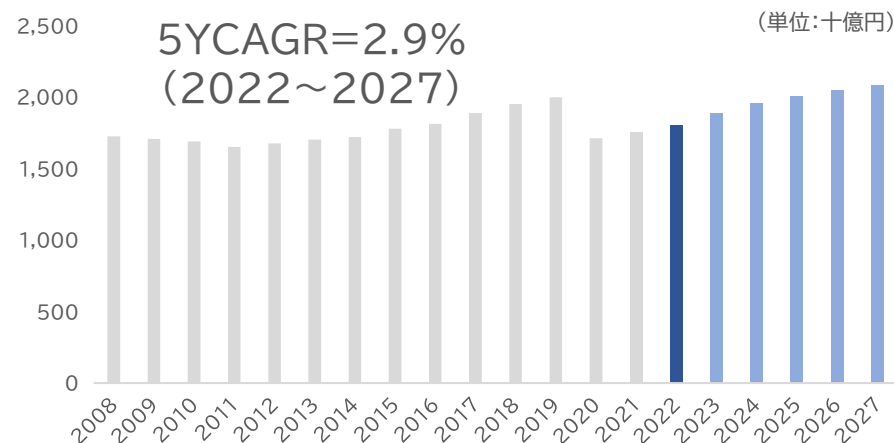
中国のスキンケア市場規模 5兆3,922億円(2022年小売額)



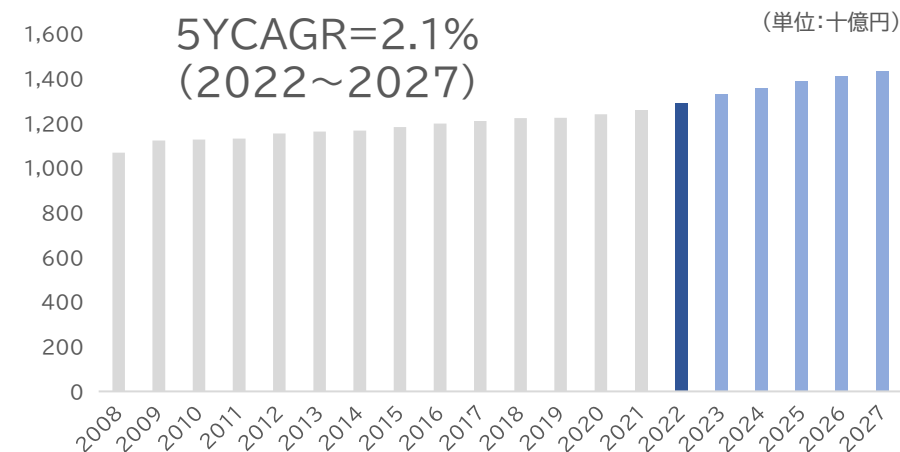
中国のサプリメント市場規模 3兆8,088億円(2022年小売額)



日本のスキンケア市場規模 1兆8,033億円(2022年小売額)



日本のサプリメント市場規模 1兆2,920億円(2022年小売額)



(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2022 edition, retail value RSP fixed 2022 exchange rates, current prices, data extracted on 17 August 2023)

(出典: Euromonitor International Limited, Consumer Health 2022 edition, retail value RSP, fixed 2022 exchange rates, current prices, data extracted on 17 August 2023)

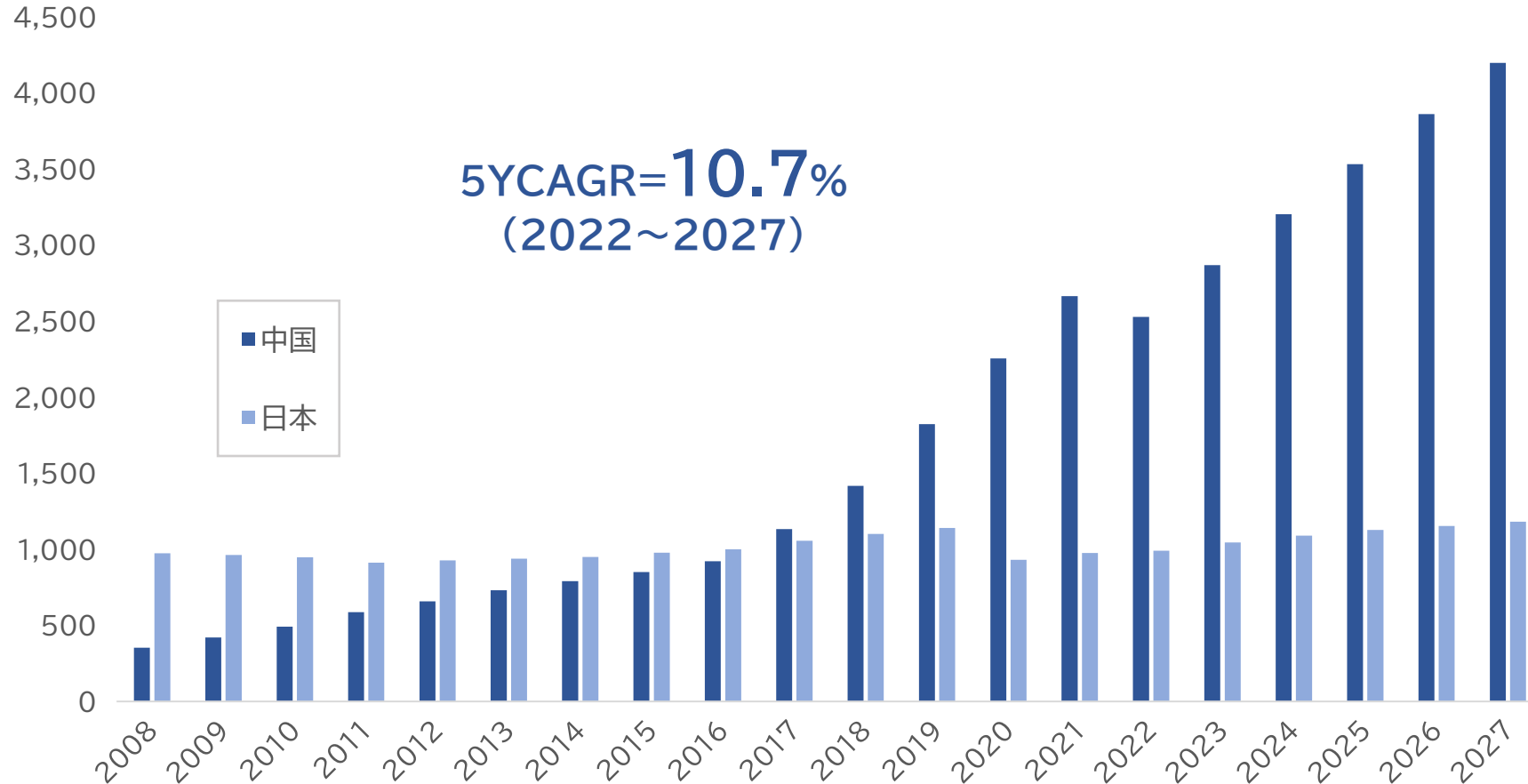
※ 2022年の年平均為替レート1円=0.073円を使用(なお、換算は小数点4位以下の数字も加味し換算しております)

【市場環境2】プレミアムスキンケア市場

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は高く、市場全体に占める割合も上昇傾向

中国・日本のプレミアムスキンケア市場

(単位:十億円)



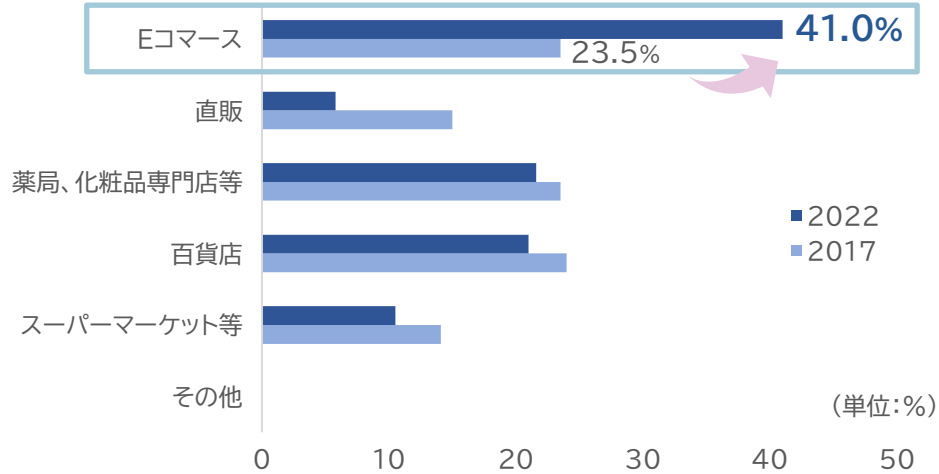
(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2022 edition, retail value RSP fixed 2022 exchange rates, current prices, data extracted on 17 August 2023)

※1 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

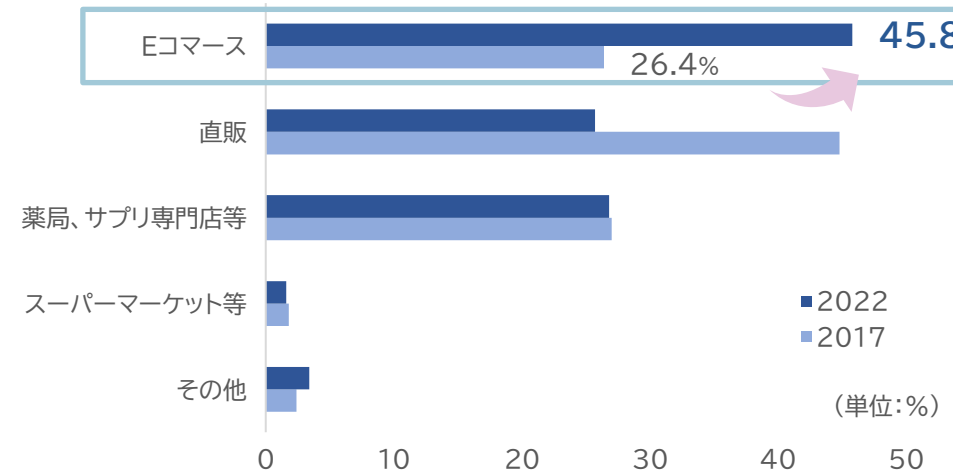
※2 2022年の年平均為替レート1円=0.073元を使用(なお、換算は小数点4位以下の数字も加味し換算しております)

中国のスキンケア・サプリメント市場においては、日本と違いEC購入が一般的

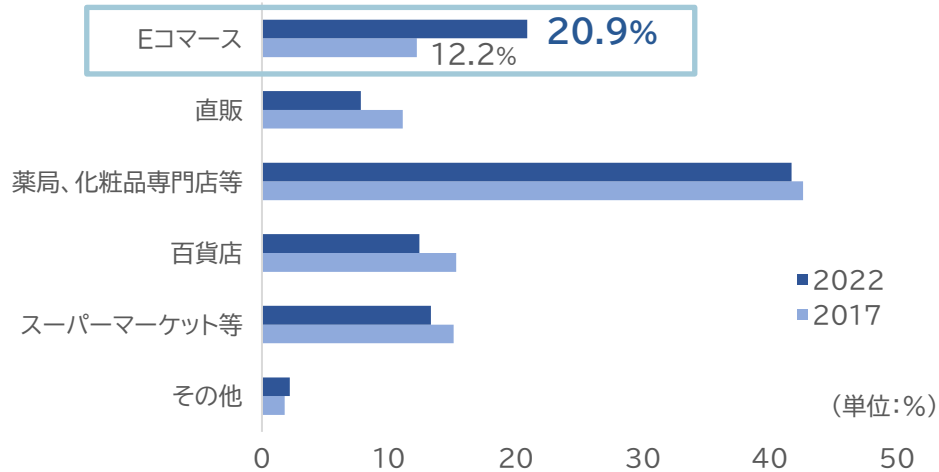
中国スキンケア市場



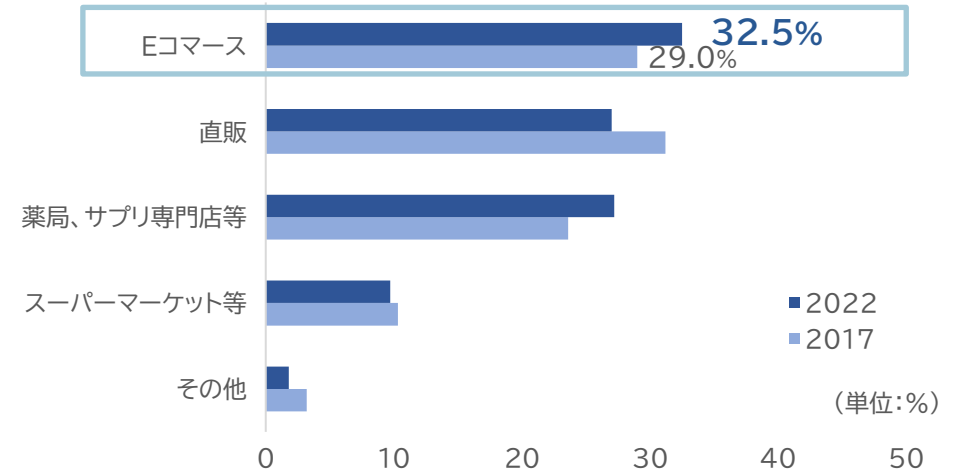
中国サプリメント市場



日本スキンケア市場



日本サプリメント市場



(出典:Euromonitor International Limited, Skin Care 2022 edition, retail value RSP fixed 2022 exchange rates, current prices, data extracted on 17 August 2023)

(出典:Euromonitor International Limited, Consumer Health 2022 edition, retail value RSP, fixed 2022 exchange rates, current prices, data extracted on 17 August 2023))



		2021/7期	2022/7期	2023/7期
売上高	百万円	5,787	8,215	11,341
売上原価	百万円	1,712	1,994	2,397
販売費及び一般管理費	百万円	2,692	4,587	7,043
人件費	百万円	686	860	1,280
広告宣伝費	百万円	793	1,578	2,464
支払手数料	百万円	670	1,252	1,892
営業利益	百万円	1,383	1,633	1,899
経常利益	百万円	1,370	1,746	1,902
当期純利益	百万円	868	1,116	1,330
ROE	%	18.4	14.3	15.4
EPS	円	35.97	43.28	51.80
BPS	円	278.81	325.43	354.00
自己資本比率	%	87.0	83.5	83.2
配当金	円	0.00	0.00	14.00

## 国内受賞歴

# AXZIA

2017年	<p>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</p> <p>美容経済新聞社選定「2017 成長企業銘柄」受賞</p>
2018年	<p>「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</p> <p>「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 クラリファイング エッセンス/ヴィーナスレシピ AGドリンク プラス</p> <p>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</p>
2019年	<p>@cosme(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</p>
2021年	<p>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</p>
2022年	<p>サロン経営者向け専門情報誌『エステティック通信』8月号(2022年7月10日発行)の「エステセレクション2022」金賞を受賞 受賞製品: THE B MAISON シリーズ</p>
2023年	<p>サロン経営者向け専門情報誌『エステティック通信』8月号(2023年7月10日発行)の「エステセレクション2023」金賞を受賞 受賞製品: THE B MAISON シリーズ</p>



2017「成長企業銘柄」



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



2021  
「美容従事者おすすめのイケアコスメ」  
部門 第1位



2018「モンドセレクション銅賞」



2018  
「大人女子に評判の化粧品」



2023  
「エステセレクション2023」  
金賞

## 海外受賞歴

# A X X Z I A

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)
2022年	「2021年度畅销抗衰眼膜大奖」受賞 (「2021年度ベストセラーアンチエイジングアイシート大賞」受賞)
	「2021年度TOP100潜力新品牌」受賞 (「2021年度潜在力があるブランドTOP100賞」受賞)
	「新勢力品牌榜TOP10」受賞 (「2021-2022年度新勢力ブランドTOP10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」



「2021年度ベストセラー  
アンチエイジングアイシート大賞」

## 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 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

E-mail: [axxzia-ir@axxzia.co.jp](mailto:axxzia-ir@axxzia.co.jp)URL : <https://axxzia.co.jp/ir/>