



# 2025年7月期 中間期決算説明資料

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月期中間期)
- 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月期中間期

■ 売上高 62.8億円 (前年同期比 +15.7%)

■ 営業利益 1.1億円 (前年同期比 -80.9%)

- メイン市場である中国ECは、中国個人消費が弱含みしている状況下で、**1桁%の減収**。営業利益率についても、中国ECにおける広告効率悪化により低下
- 一方、日本売上増強施策が奏功し日本売上が**前期比3倍超に拡大**したことで、売上高は、前期比**+15.7%**の増収を達成
- 中国EC売上低迷により売上・利益ともに予算未達であり、リカバリー施策を推進してはいるものの、下期も当該状況は続くことが予想されるため、**通期業績予想を下方修正**

トピックス

- **累計販売数30万箱※突破の美容ドリンク**をリニューアル、「ザ ピュア ドリンク」発売
- 「アクシージア」ブランド**初のヘアケア製品**「モイスチャライジング ヘアミルク」上市
- 日本で**5店舗目**となる直営店「AXXZIA 渋谷ヒカリエShinQs店」オープン
- 株主還元の拡充、資本効率向上の観点から、**自己株式の取得及び消却**を実施

売上については、メイン市場である中国の景況感悪化に伴う消費マインドの低迷等により、中国ECにおける**ライブ販売売上の低迷**が続くことが予想されるため、下記の通り通期業績予想を修正。広告宣伝費の費用対効果を踏まえた統制強化等、**戦略的なコスト削減施策を推進**してはいるものの、足元の中国ECの減収による減益分を補うほどには至らず、営業利益も前回予想を下回る見込み

(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	15,417	13,281	-2,136	-13.9%
営業利益	918	941	207	-734	-78.0%
営業利益率	7.5%	6.1%	1.6%	-	-4.5pt
経常利益	1,122	906	185	-720	-79.5%
当期純利益	794	636	111	-525	-82.6%

## 修正後 通期業績予想のコスト構造 (2025年7月期)

売上原価率は、中国EC売上が伸び悩んでいることにより、原価率70%以上の**エムアンドディ社の売上構成比増加**が影響し、2.5pt悪化を見込む。

売上高広告宣伝費率は、中国における広告効率悪化による増加分に加え、**効果の発現が来期以降**となる新製品や日本向けにリアロケーションすることにより、3.2pt悪化を見込む

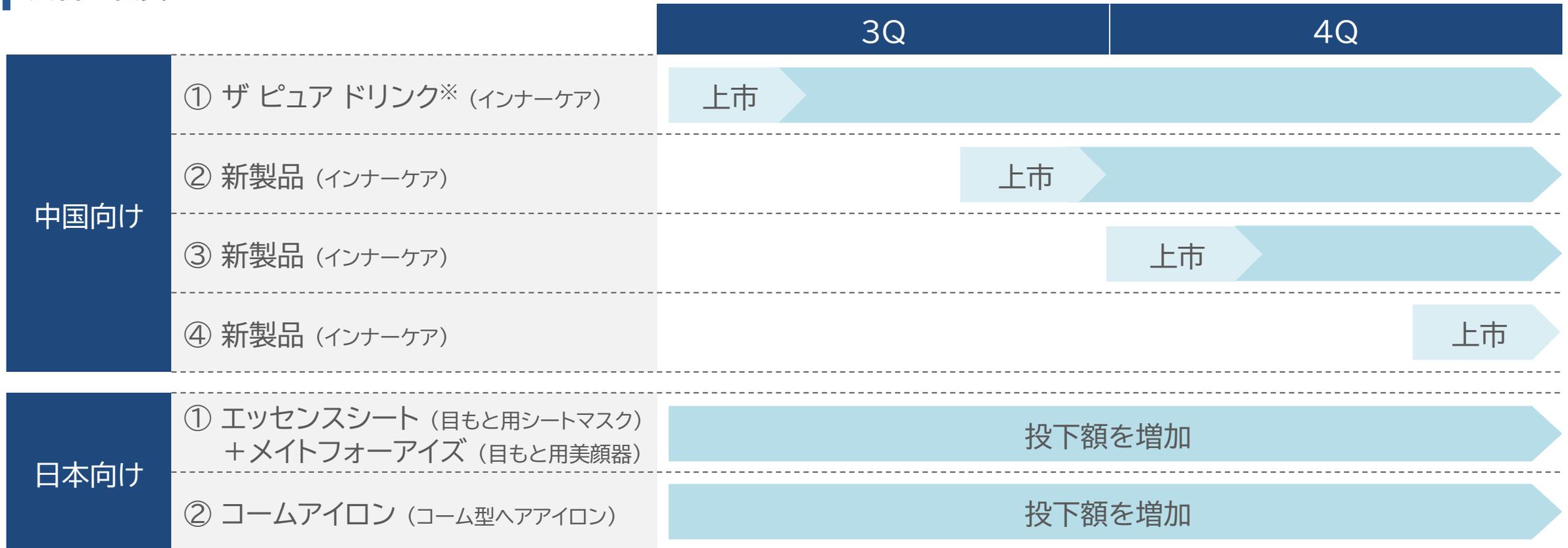
(単位:百万円)

	2025/7期 前回予想		上期増減 (実績)	下期増減 (予想)	2025/7期 修正予想		増減率	売上比増減
	金額	売上比	金額	金額	金額	売上比		
売上高	15,417	100.0%	-1,256	-880	13,281	100.0%	-13.9%	+0.0pt
売上原価	3,937	25.5%	-200	-22	3,714	28.0%	-5.6%	+2.5pt
販売費及び一般管理費	10,538	68.4%	-767	-412	9,358	70.5%	-11.2%	+2.1pt
(人件費)	2,051	13.3%	-97	-116	1,838	13.8%	-10.4%	+0.5pt
(広告宣伝費)	3,473	22.5%	-63	+2	3,412	25.7%	-1.8%	+3.2pt
(支払手数料)	2,917	18.9%	-544	-261	2,112	15.9%	-27.6%	-3.0pt
営業利益	941	6.1%	-288	-447	207	1.6%	-78.0%	-4.5pt

広告宣伝費のリアロケーション (2025年7月期 下半期)

中国市場における広告効率が悪化している状況を踏まえ、下半期にて、**本来中国向けに予定していた広告宣伝費の使い道をリアロケーション**。中国では下半期上市予定の新製品へ、日本では注力製品へ、それぞれ広告投下を強化。広告の効果発現は**2026年7月期以降**を見込む

広告宣伝費のリアロケーション



※ 育成分野に位置づけている「ザ ホワイト ドリンク」のリニューアル製品

## 2. 業績ハイライト(2025年7月期中間期)

Business Results: Highlights

AXZIA

## 売上・利益の状況 (2025年7月期 中間期 連結)

売上については、日本売上増強施策が奏功し、前期比+15.7%を達成。  
一方、営業利益率は、中国における広告効率悪化等の影響で減少

(単位:百万円)

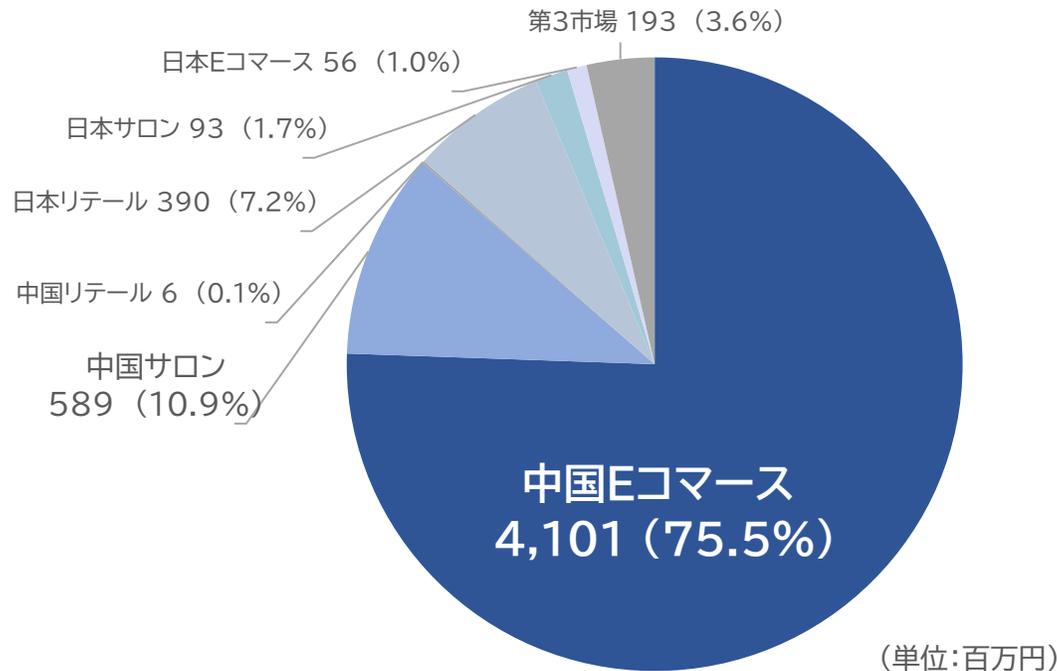
	2024/7期 中間期	2025/7期 中間期	増減額	増減率
売上高	5,431	6,287	+855	+15.7%
営業利益	613	117	-495	-80.9%
営業利益率	11.3%	1.9%	-	-9.4pt
経常利益	740	126	-613	-82.9%
中間純利益	498	62	-436	-87.5%

地域別・チャネル別 売上高 (2025年7月期 中間期 連結)

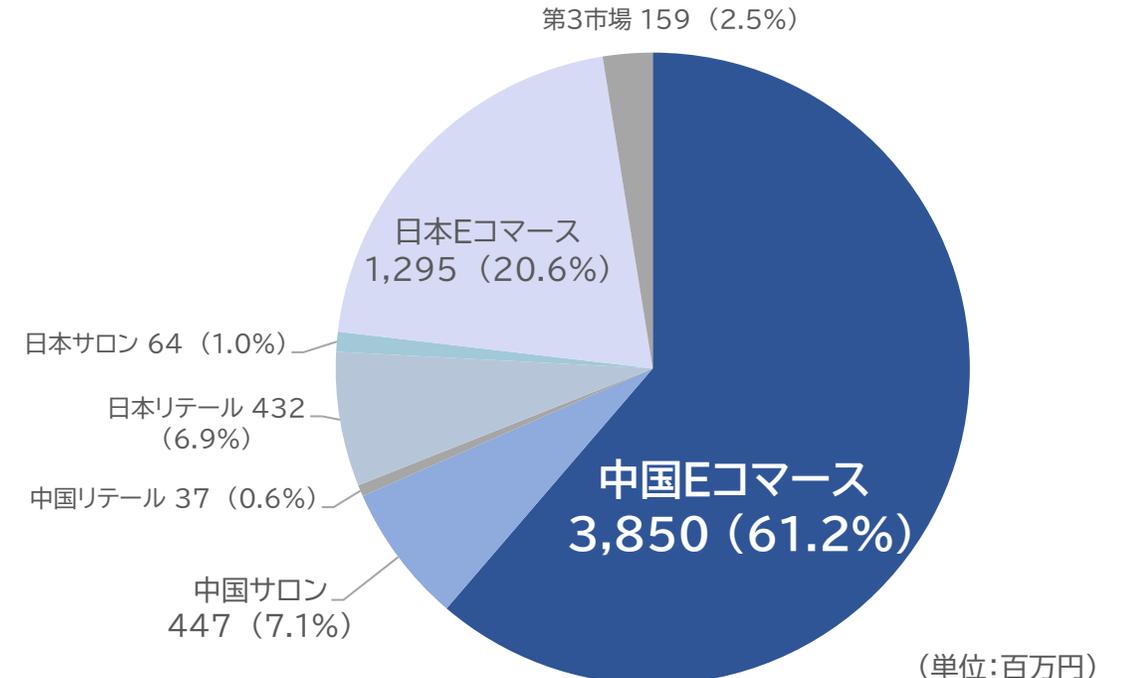
中国個人消費が弱含みしている状況下で、当社の中国売上は**1桁%の減収**。  
 一方で、日本売上強化が奏功し、日本売上は前期比**3倍超**と大幅拡大。**地域ポートフォリオ改善**に寄与

- 中国売上高※ **43億円** (構成比 86.5% → **68.9%**) 前期比 **-7.7%**
- 日本・第3市場売上高※ **19億円** (構成比 13.5% → **31.1%**) 前期比 **+165.8%**

2024年7月期 中間期



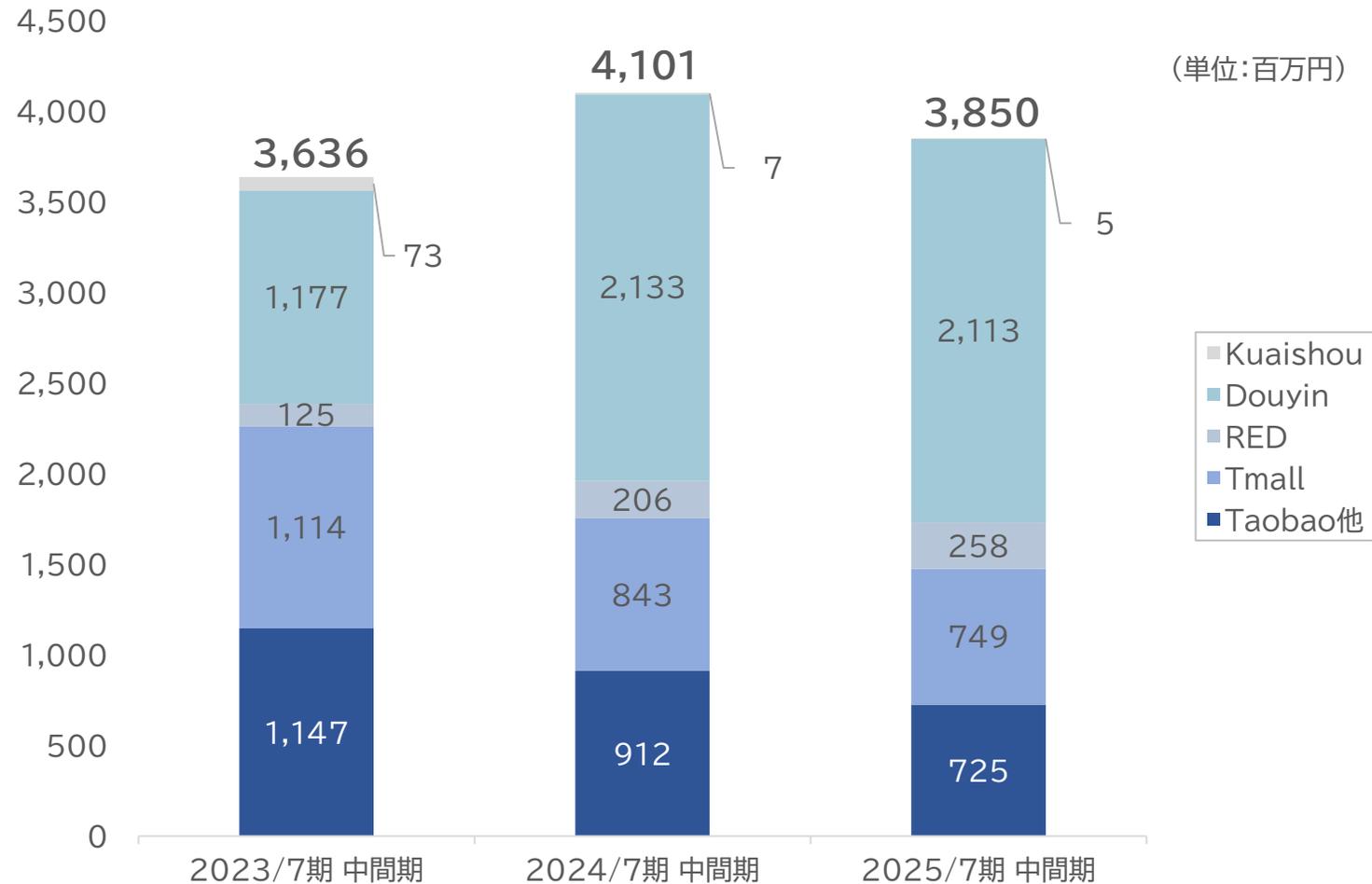
2025年7月期 中間期



※ 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 中間期 連結)

中国市場における日本化粧品ブランドの消費減退等の影響で、中国EC全体で想定よりも売上を伸ばすことができず、結果、中国EC売上全体で前期比-6.1%と減収



ブランド別 売上構成 (2025年7月期 中間期)

中国インナーケア市場の需要高まりを捉えた新製品投下等が奏功し、育成分野全体で前期比+12.8%と成長。ブランドポートフォリオの多様化を推進

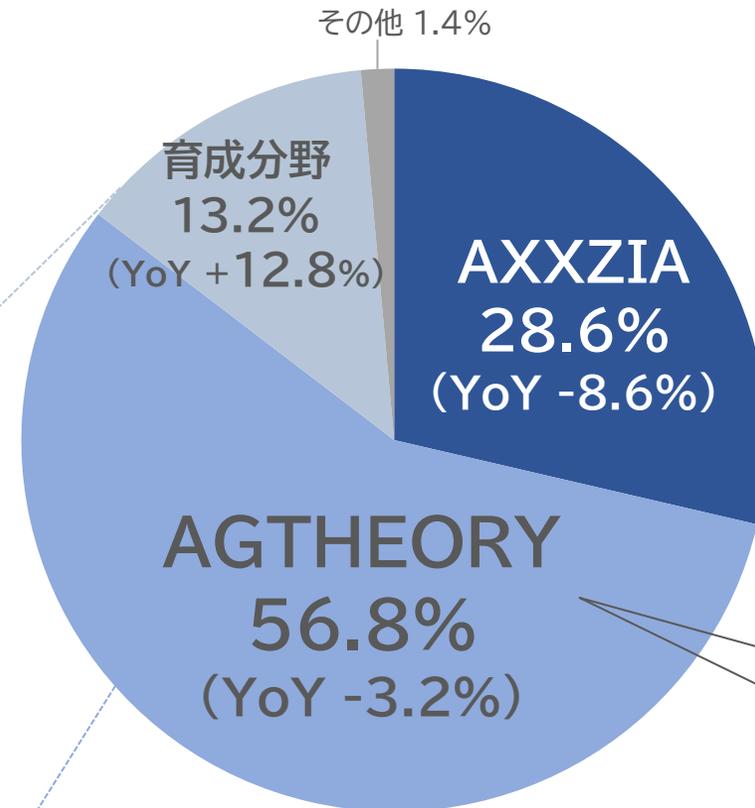
Venus Recipe

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



A X X Z I A

#アクシージア  
#目もとケア #スキンケア

内訳

AGドリンク : 88.8%  
AGセオリー化粧品 : 11.2%

※ 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・販管費の状況 (2025年7月期 中間期 連結)

売上原価率は、エムアンドディ社の連結等の影響で前期比9.8ポイント悪化。  
 営業利益率悪化の主要因は、中国ECにおける広告効率が悪化したこと。  
 支払手数料は、**自社ライブ販売強化**等により、中国ECプラットフォームに支払う費用を統制強化

(単位:百万円)

	2024/7期 中間期		2025/7期 中間期		前期同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
売上高	5,431	100.0%	6,287	100.0%	+855	-
売上原価	1,002	18.5%	1,771	28.2%	+769	+9.8pt
販売費及び一般管理費	3,816	70.3%	4,398	70.0%	+582	-0.3pt
(人件費)	645	11.9%	909	14.5%	+264	+2.6pt
(広告宣伝費)	1,440	26.5%	1,633	26.0%	+192	-0.5pt
(支払手数料)	925	17.0%	884	14.1%	-40	-3.0pt
営業利益	613	11.3%	117	1.9%	-495	-9.4pt

バランスシートの状況 (2025年7月期 中間期 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

(単位:百万円)

	2024年7月期末	2025年7月期 中間期末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	8,631	7,453	-1,178
(現預金)	4,928	3,945	-983
固定資産	1,911	1,950	+39
資産合計	10,543	9,403	-1,139
流動負債	1,684	1,611	-73
固定負債	321	325	+4
負債合計	2,006	1,936	-69
(有利子負債)	975	995	+20
純資産合計	8,536	7,467	-1,069
(利益剰余金)	4,776	3,876	-900
(自己株式)	-655	-838	-182
負債・純資産合計	10,543	9,403	-1,139

- ・ 配当金の支払い (-244百万円)
- ・ 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. 今後の方針

Future Directions

A X X Z I A

## 経営課題に向けた取り組み

短・中期的には、中国事業環境変化への対応による**中国売上回復**と、日本事業の成長加速施策推進による**日本売上拡大、地域ポートフォリオの改善**を図る。一方で、長期的には、メイン市場である中国の事業環境を鑑み、中国のみでなくグローバルで共通のECノウハウを確立すべく、**グローバルEC体制への転換**を推進

## 経営課題①

中国売上の低迷

## 経営課題②

日本事業成長の遅れ

## 経営課題③

営業利益率の低下

## 取り組みテーマ①

中国における  
事業環境変化への対応

## 取り組みテーマ②

日本事業の  
成長加速

## 取り組みテーマ③

グローバルEC  
体制への転換

市場規模の大きさを鑑み、中国は引き続きメイン市場と位置付けて注力するものの、**戦略を見直し**。マクロ環境悪化等により変容した中国消費者の購買意識や行動に対して、**機動的かつ柔軟に新製品を開発及び投入**。また、**自社ライブ販売**の強化等を推進し、**持続的な成長**を実現

中国市場の変容

当社の対応

プロダクト戦略

化粧品

- ・ ローカルブランドの台頭、競争激化
- ・ 効果効能重視への志向変容

化粧品

- ・ ニッチ市場（目もとケア、糖化ケア）への注力
- ・ 機能性を謳える製品の開発（2026/7期 上市予定）

インナーケア製品

- ・ 低価格帯（8千円以下）の競争激化、高価格帯（15千円以上）の需要減退

インナーケア製品

- ・ 中価格帯（8～15千円）製品の開発、継続的な新製品投入（2025/7期～2026/7期で 約5SKU上市予定）

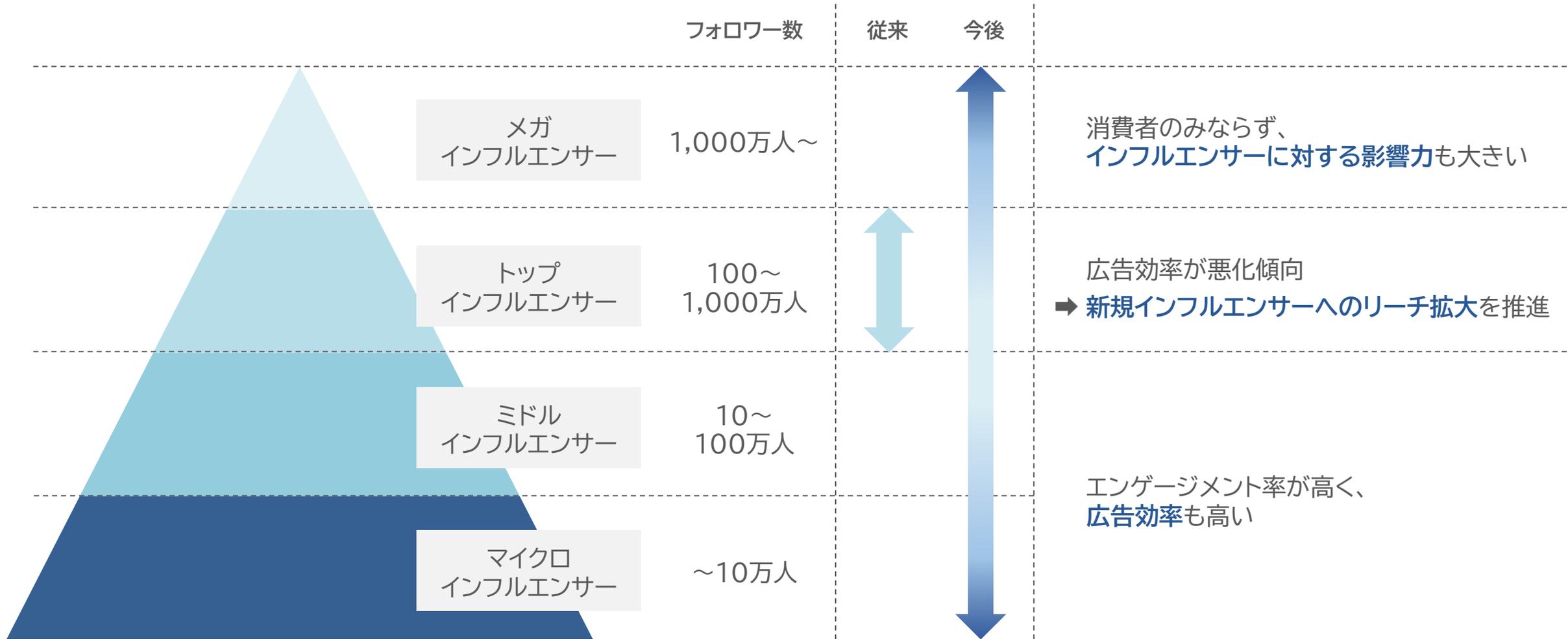
マーケティング戦略

- ・ ライブ販売報酬の高騰
- ・ トップインフルエンサーの集客力低下

- ・ 自社ライブ販売の強化、支払手数料の抑制
- ・ 新規インフルエンサーの開拓

# 【取り組みテーマ①】中国における事業環境変化への対応

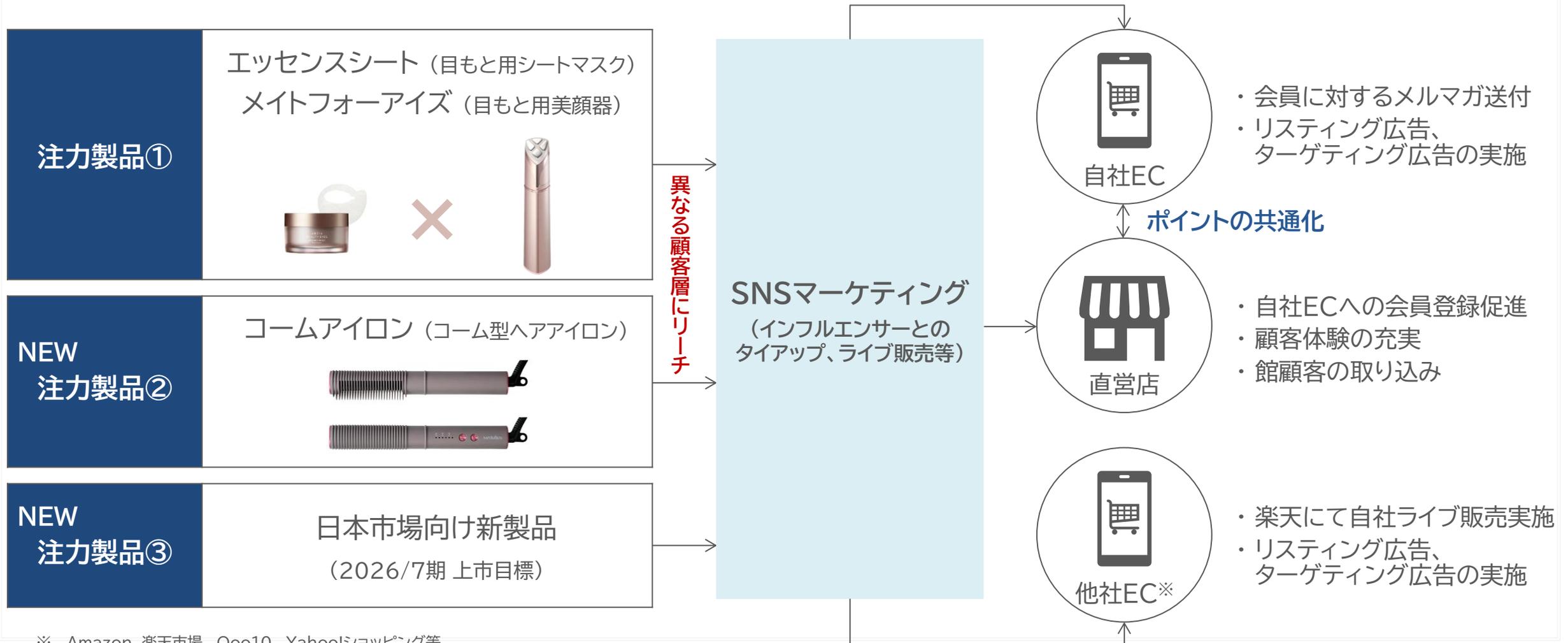
従来はトップインフルエンサーの起用がメインであったところを、メガインフルエンサーへのリーチ拡大による**ブランド力向上**を図るとともに、**広告効率の高い**マイクロインフルエンサーへのリーチ拡大を推進



## 【取り組みテーマ②】日本事業の成長加速

A X Z I A

日本事業の成長を加速させるべく、**日本の新規顧客**取り込み施策を強化。  
**SNSマーケティング**を活用し、**注力製品**に集中して**広告投下**。認知度拡大と同時に**売上拡大**を図る



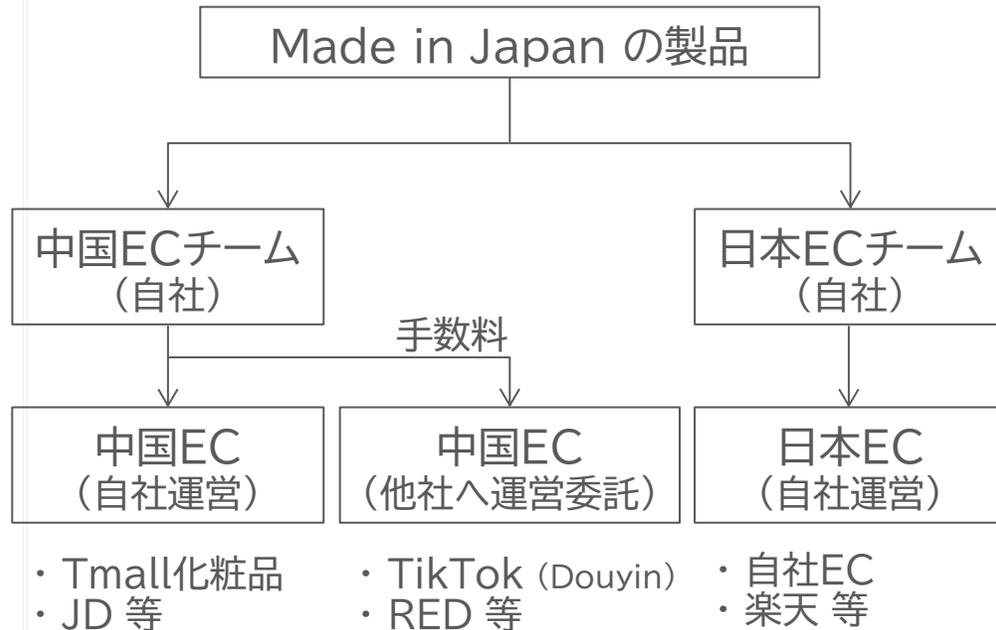
※ Amazon、楽天市場、Qoo10、Yahoo!ショッピング等

## 【取り組みテーマ③】グローバルEC体制への転換

A X Z I A

2025年7月期下半期中に、**グローバルECチーム**を組成。ローカルECチームでは「**ローカルECの運営**」を、グローバルECチームでは「**グローバルECの運営**」及び「**ローカルECチームの統括**」を行う。中国EC市場で培ったグローバルECノウハウを各地域で活かしつつ、現地ではローカル特性に応じた運営を実現させ管理を一元化することで、**効果的且つ持続的なEC売上向上**を図る

### 現在のEC体制

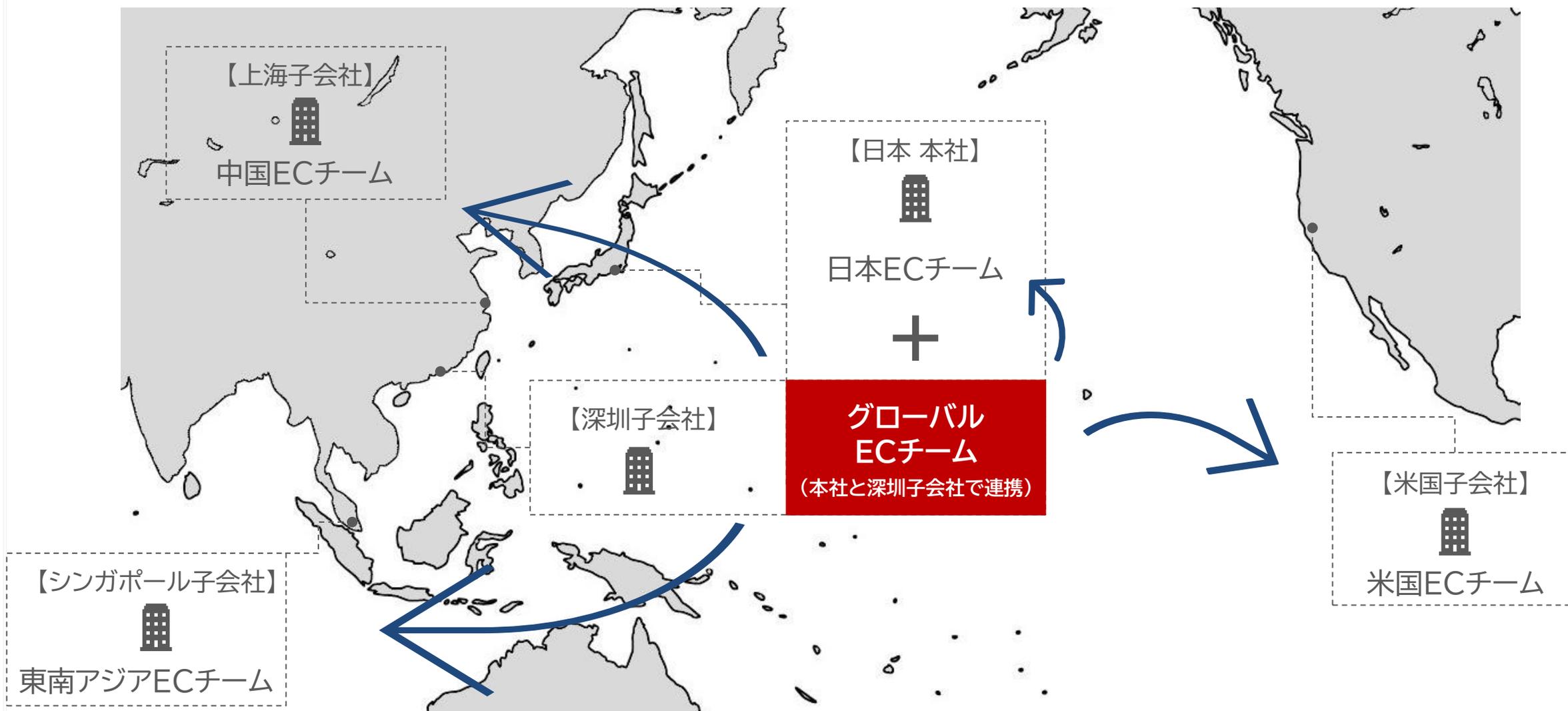


### 将来的なEC体制



<参考> 将来的なグローバルEC体制イメージ

グローバルECチームにて、世界中のローカルECチームを統括





# 4. 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(2025年1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 中間期)

AXZIA

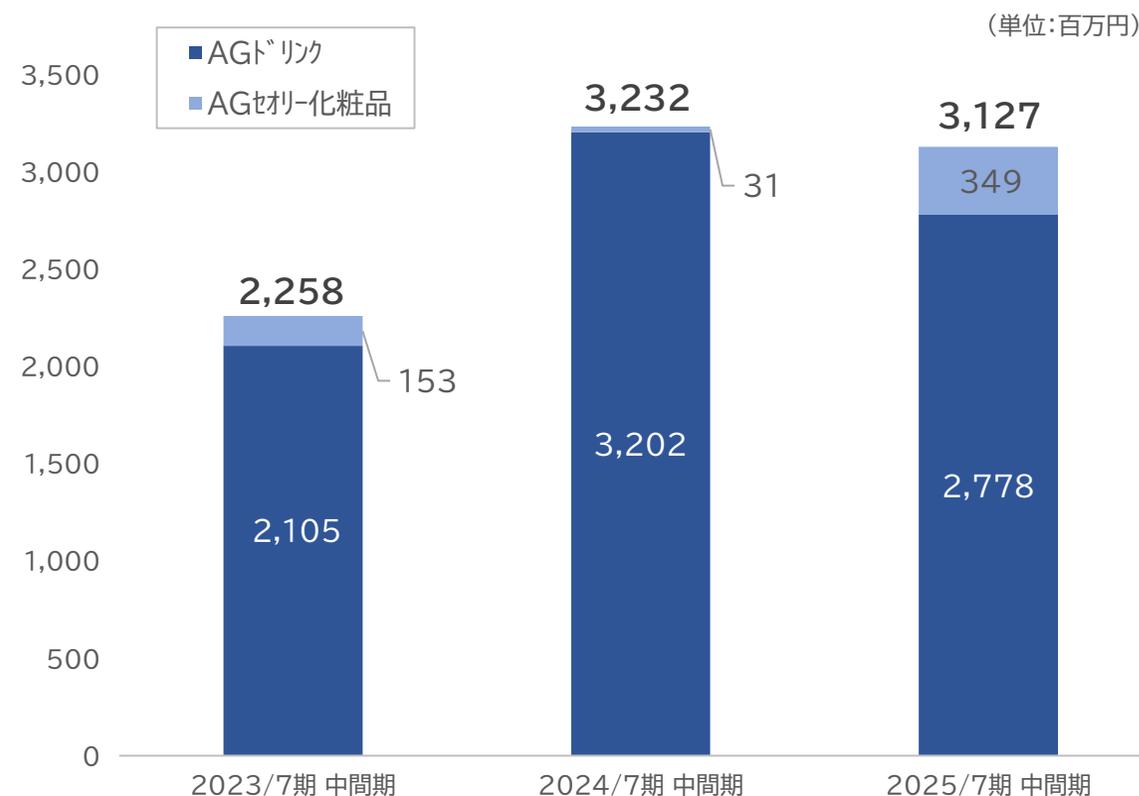
中国における高価格帯製品の需要減退を受け、主力製品であるAGドリンクの売上は前期を下回るも、**AGセオリー化粧品**の販売強化が奏功し、ブランド全体では**前期並の売上を達成**



## 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

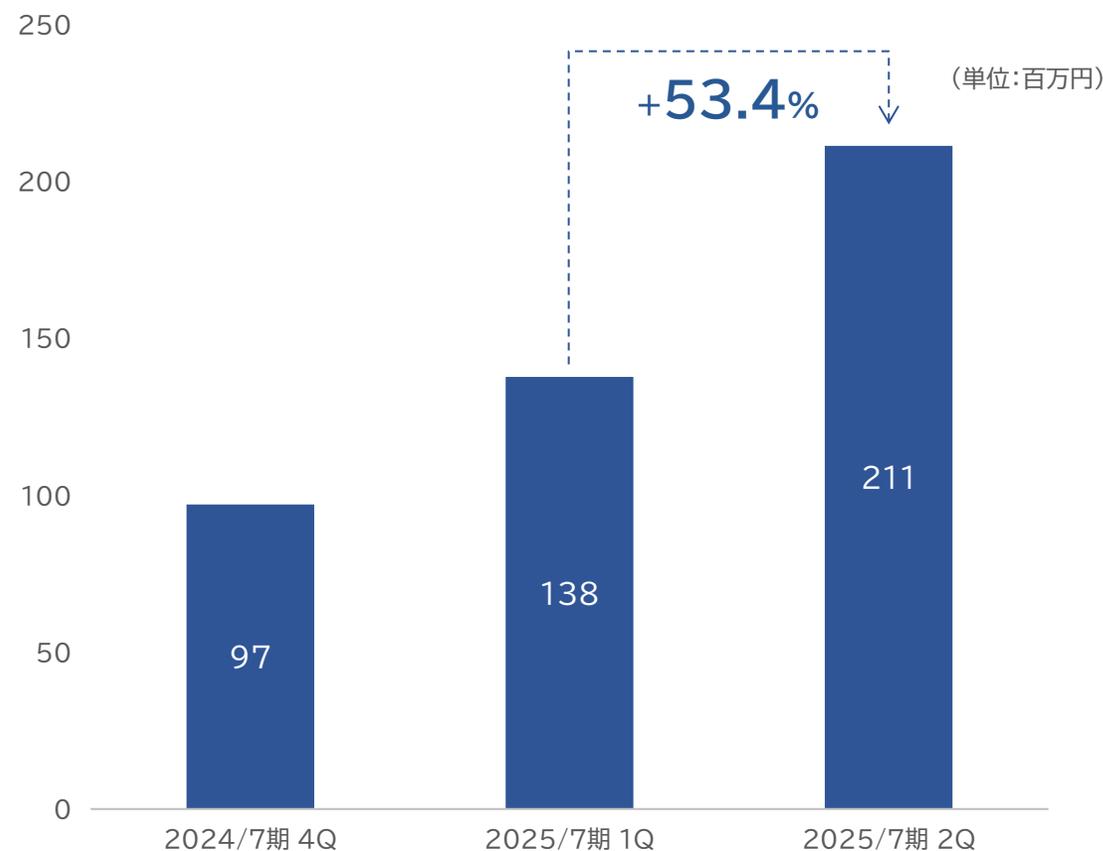


※上記売上高は、アクシージア単体の売上高集計となります

## <参考> AGTHEORY(エイジーセオリー)化粧品の伸長 (QonQ)

A X X Z I A

2024年7月期4Qの上市以降、継続して高成長を記録。当四半期においては**売上高2億円超**を達成。中国で競合の比較的少ないニッチ分野「**糖化ケア**」を意識したコンセプト設計。今後も販売強化を継続



※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 中間期)

AXXZIA

中国化粧品市場における厳しい事業環境を受け、前期比では売上減少。一方で、日本における販売強化やエッセンスシートとメイトフォーアイズ(目もと用美顔器)のクロスセル効果もあり、**足元は回復傾向**

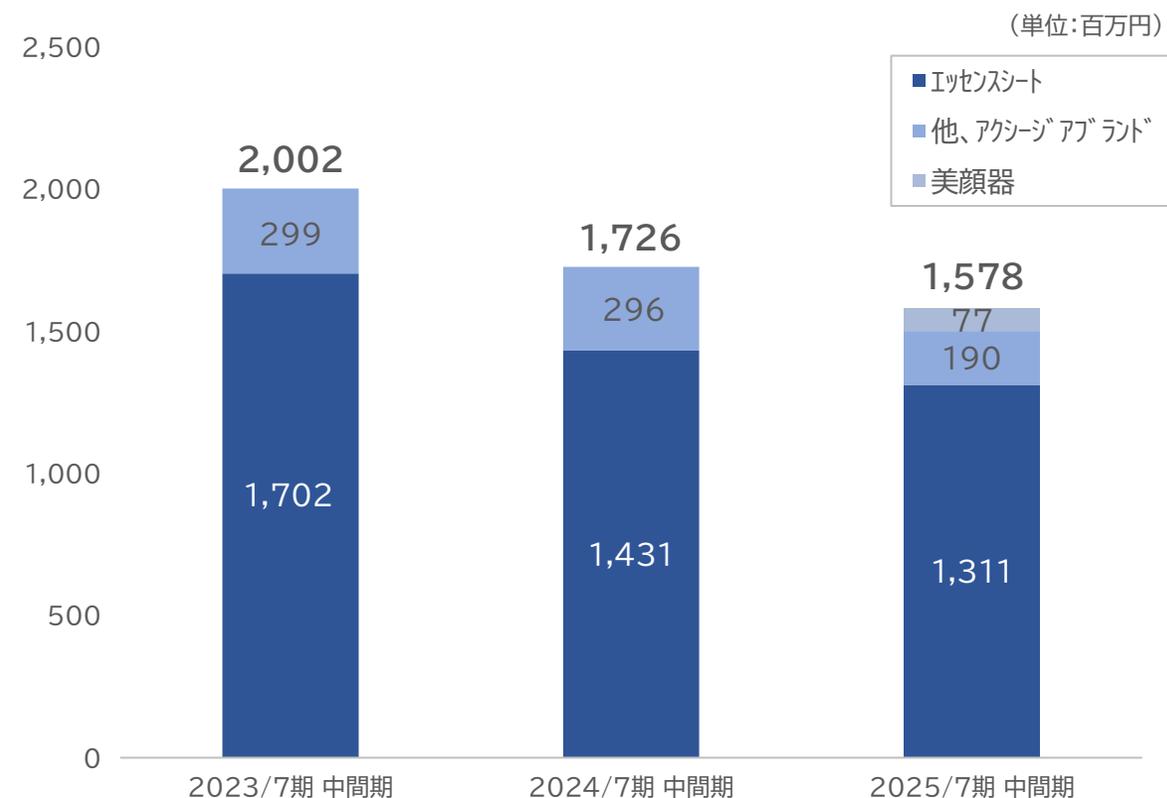


↑ アクシージア メイト フォーアイズ(目もと用美顔器)

### 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、アクシージア単体の売上高集計となります

中国インナーケア市場の需要高まりを捉えた新製品投下等が奏功し、育成分野全体が堅調に成長(前期比+12.8%)。今後もインナーケア製品の**新製品投入を継続**



↑ ヴィーナスレシピ ザ ピュアドリンク

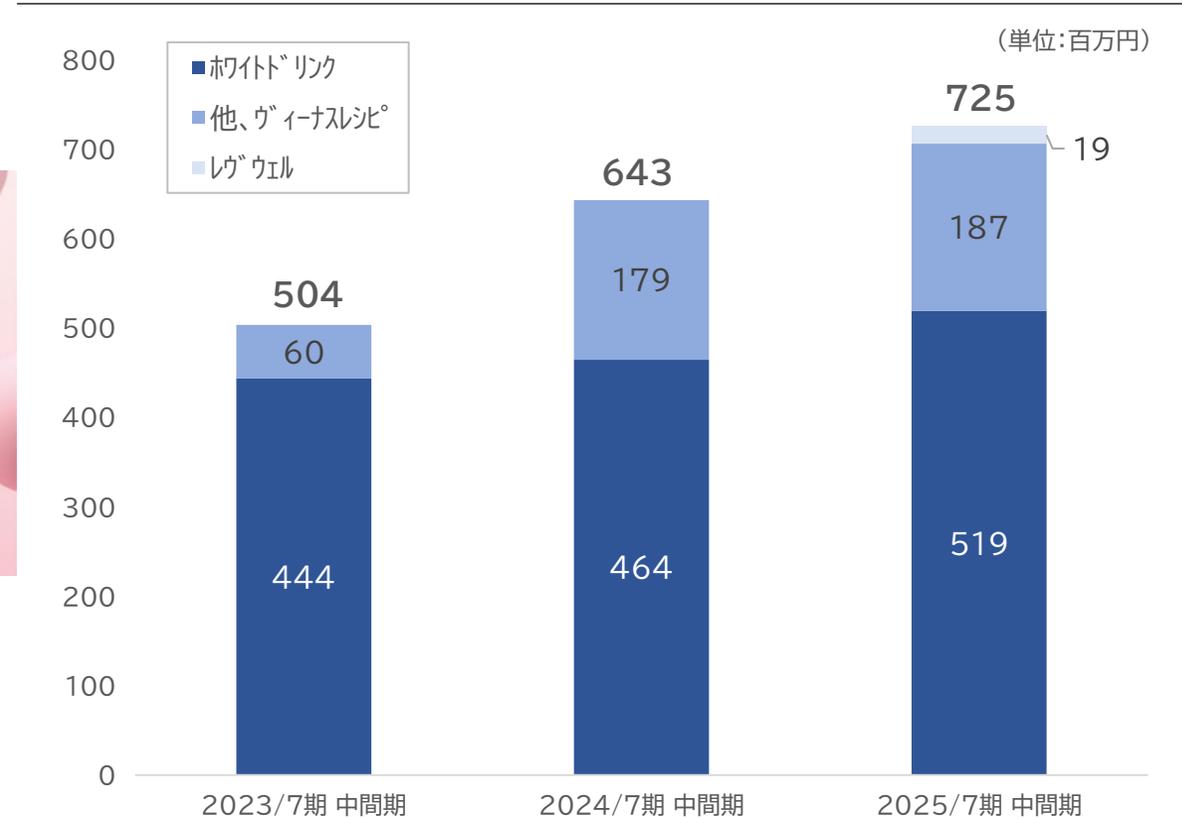


↑ ヴィーナスレシピ HMプランプボール

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/>