

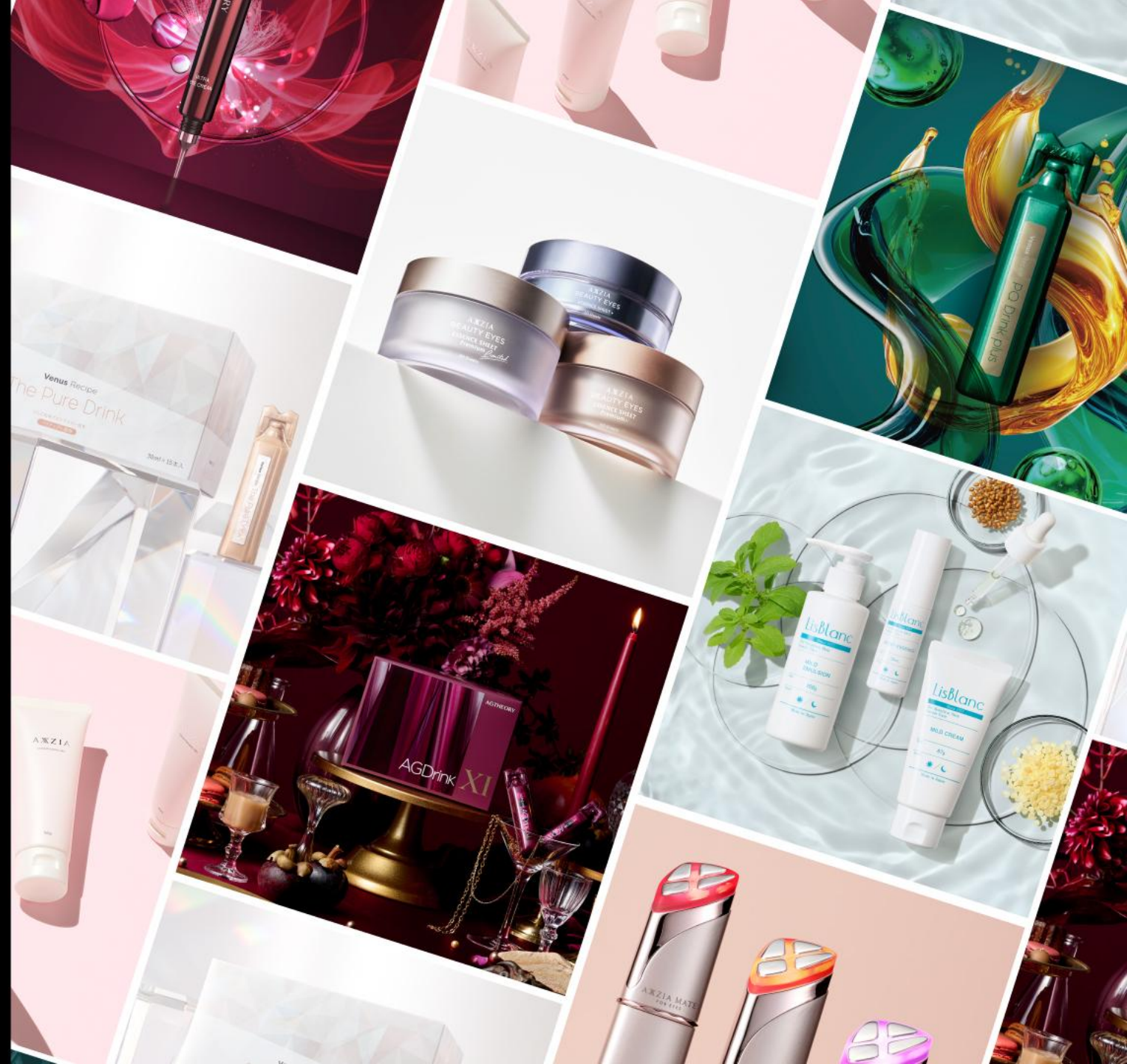
AXZIA

2026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

【東証スタンダード：4936】

2025年12月15日



◇ 目次

- 01 | エグゼクティブ・サマリー
- 02 | 業績ハイライト(2026年7月期1Q)
- 03 | トピックス
- 04 | Appendix

1. エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

A X X Z I A

2026年
7月期1Q累計

■ 売上高 **36.3億円** (前年同期比 **+17.9%**)

■ 営業利益 **0.6億円** (前年同期比 **+7.1%**)

- 中国最大のECイベント「W11」※における売上好調等により、DouyinやTmall等、中国EC売上を想定以上に伸ばすことができ、結果、売上高は前期比**+17.9%**を達成。
- 広告投資の強化や売上増加に伴い販管費が増加した一方、粗利益率の高いAGドリンクの売上拡大が奏功し、営業利益は前期比**+7.1%**を達成。

トピックス

- W11において、中国EC旗艦店全体のGSVが**過去最高**(前期比**+16.2%**)を達成。
- 中価格帯インナーケア製品<ヴィーナスレシピ> PQドリンク プラス上市。
次なる**ヒット製品化**に向け、主に中国にて販売強化。
- 日本向け注力ブランド<リスブラン> <ベルバイ> の販売を本格化。
リテール店舗への配荷を拡大し、**認知度拡大**及び**タッチポイント拡充**を狙う。
- **東南アジア**において、インフルエンサーマーケティングが奏功、前期比**+177.6%**を達成。

2. 業績ハイライト(2026年7月期1Q)

Business Results: Highlights

A X Z I A

売上高は、**中国EC売上好調**により、前期比**+17.9%**の増収を達成。
 売上増加に伴い販管費も増加したものの、**売上原価率改善**により、営業利益は**+7.1%**の増益。

(単位:百万円)

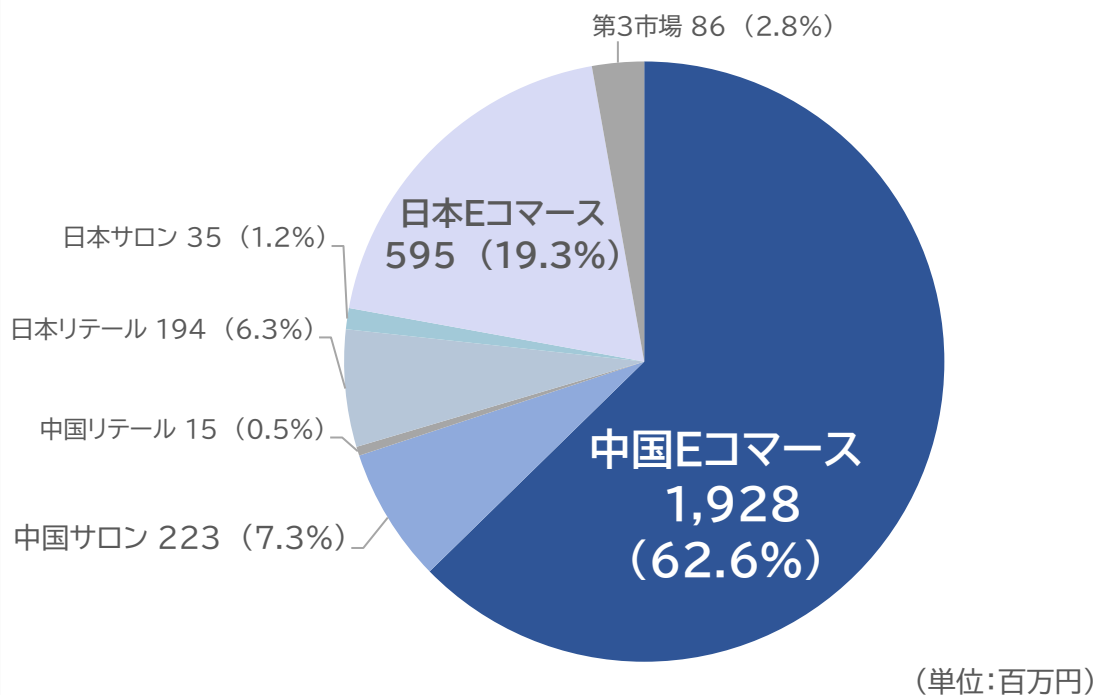
	2025/7期 1Q	2026/7期 1Q	増減額	増減率
売上高	3,079	3,631	+551	+17.9%
営業利益	57	61	+4	+7.1%
営業利益率	1.9%	1.7%	-	-0.2pt
経常利益	51	127	+75	+148.3%
四半期純利益	29	69	+40	+138.0%

地域別・チャネル別 売上高 (2026年7月期 1Q 連結)

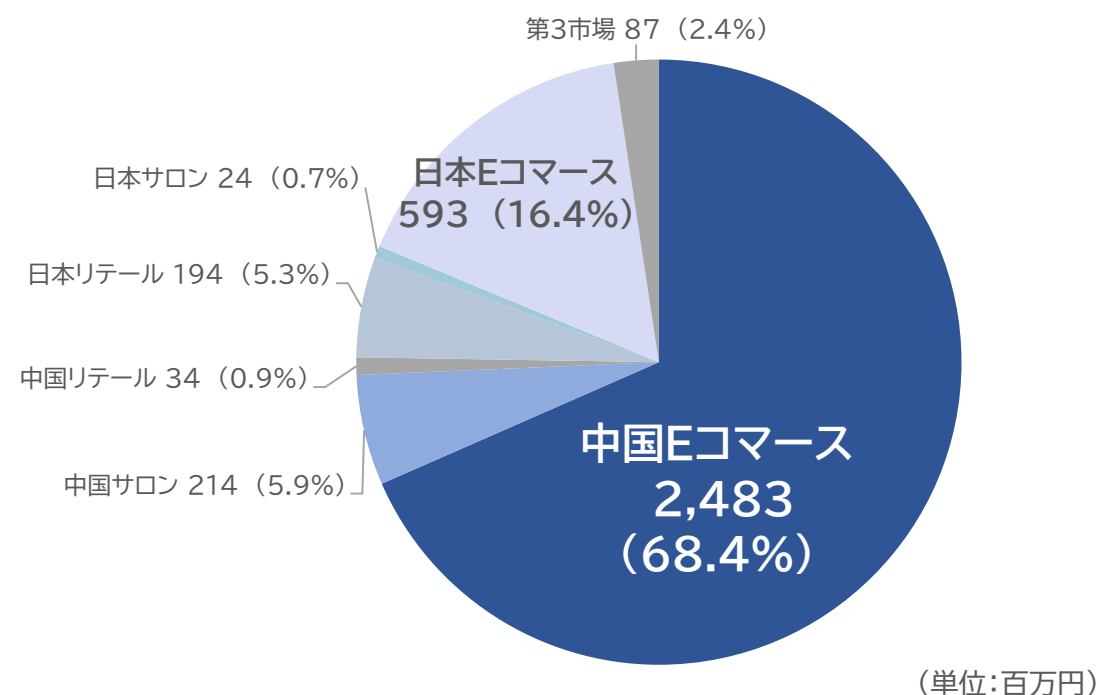
中国売上については、W11におけるライブ販売が奏功し、前期比+26.0%を達成。
日本売上については、前期比ほぼ横ばい。

- 中国売上高※ 27億円 (構成比 70.4% → 75.2%) 前期比 +26.0%
- 日本・第3市場売上高※ 8億円 (構成比 29.6% → 24.8%) 前期比 -1.4%

2025年7月期 1Q



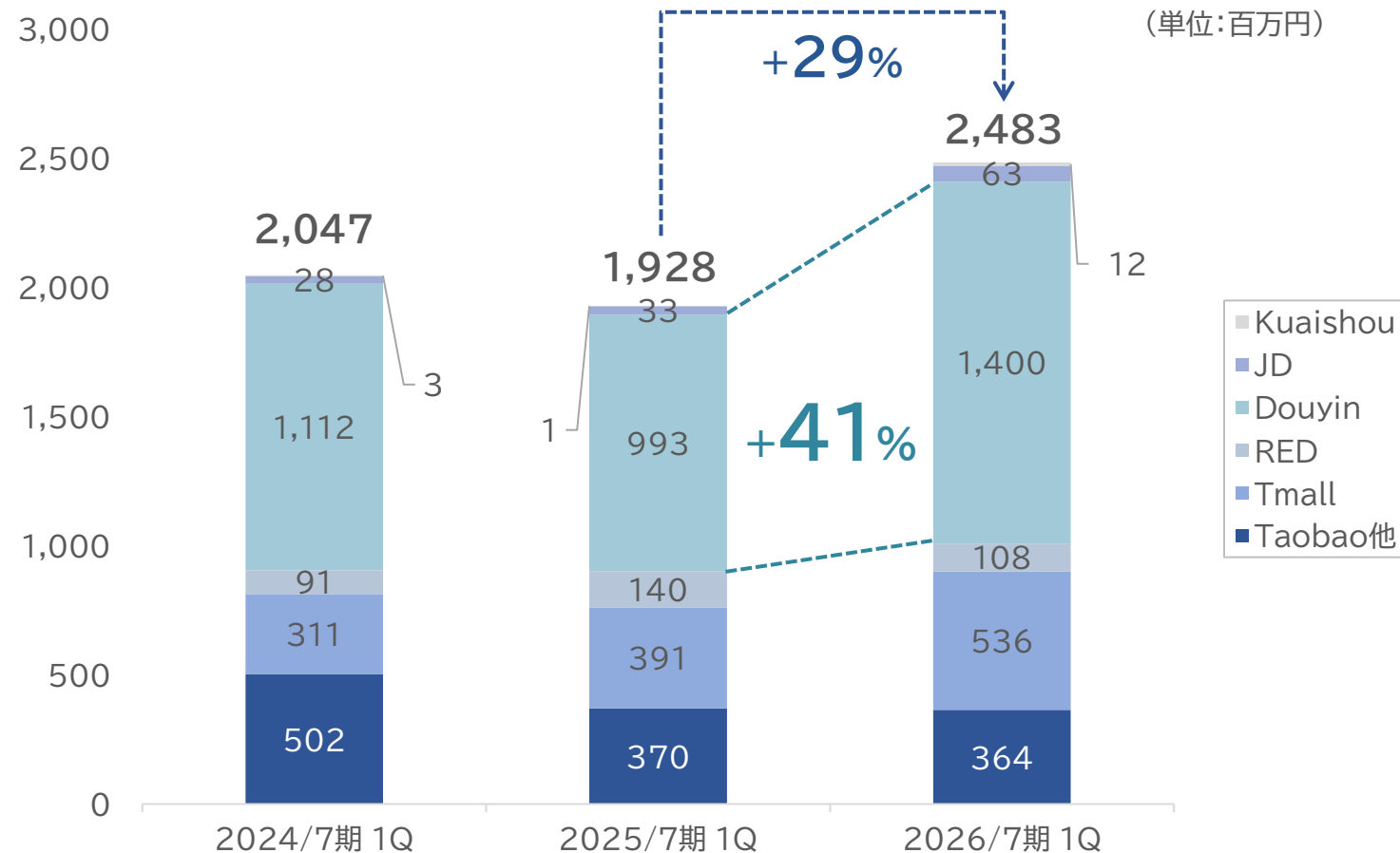
2026年7月期 1Q



※ 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 (2026年7月期 1Q 連結)

W11セール期間の長期化が追い風となり、中国EC売上は+28.8%の大幅増収。
特にDouyinは、KOLライブに加え自社ライブ販売の売上も貢献し、前期比+40.9%を達成。



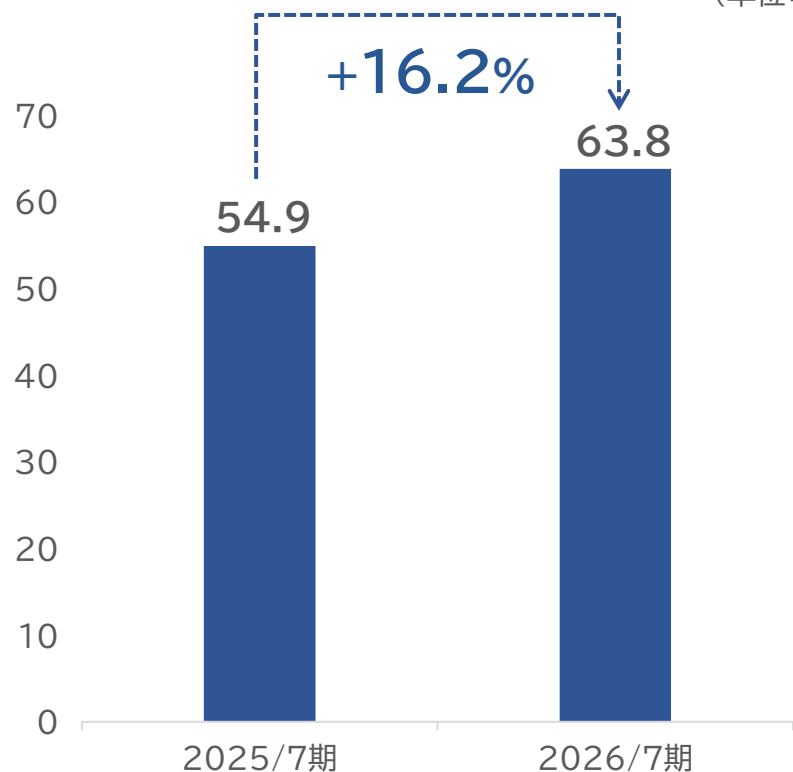
<参考> W11にてGSV(総売上)が過去最高を達成

A X Z I A

中国最大のECイベント、**W11**において、当社の中国EC旗艦店全体のGSVが**過去最高**を達成。主力製品のAGドリンク、エッセンスシート プレミアム プラスのみならず、育成製品の**PQドリンク プラス**や**<AGセオリー> UVプロテクションクリーム**も売上拡大に寄与。

中国EC旗艦店全体(越境EC+一般貿易) GSV推移

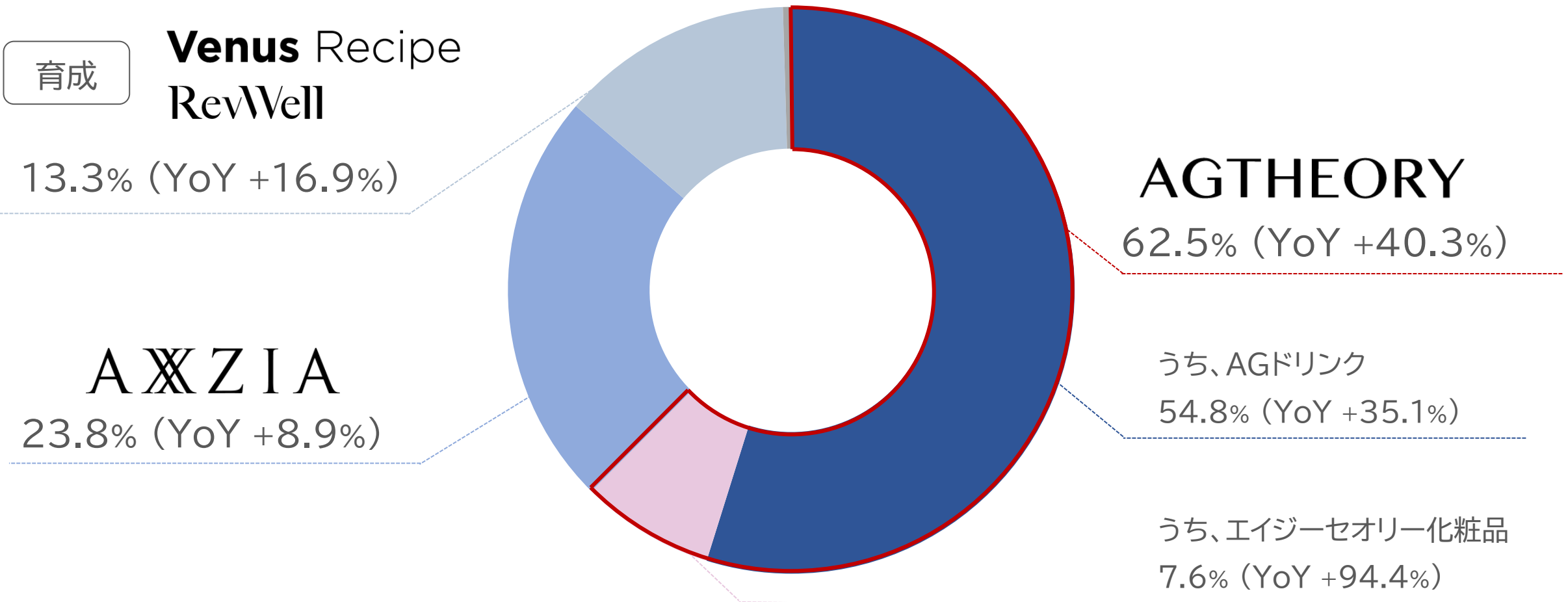
(単位:百万元)



プラットフォーム別では**Douyin、Tmall**が牽引し、越境EC、一般貿易ともに**過去最高**を達成。

ブランド別 売上構成 (2026年7月期 1Q)

中国ECにおけるAGドリンクの売上伸長に伴い、<エイジーセオリー>の売上構成比が拡大。
 <アクシージア>及び育成分野についても売上は伸長。



※ 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

粗利益率の高いAGドリンクの売上構成比が高まったことにより、**売上原価率は1.7ptの改善**。
 一方、W11のセール期間が長期化したことに伴う**広告投資の強化**や、
 中国EC売上拡大に伴う**支払手数料の増加**等の影響で、**売上高販管費率は1.8pt増加**。

(単位:百万円)

	2025/7期 1Q		2026/7期 1Q		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
売上高	3,079	100.0%	3,631	100.0%	+551	-
売上原価	856	27.8%	948	26.1%	+92	-1.7pt
販売費及び一般管理費	2,165	70.3%	2,620	72.2%	+455	+1.8pt
(人件費)	461	15.0%	478	13.2%	+16	-1.8pt
(広告宣伝費)	845	27.5%	1,037	28.6%	+191	+1.1pt
(支払手数料)	398	12.9%	595	16.4%	+197	+3.5pt
営業利益	57	1.9%	61	1.7%	+4	-0.2pt

バランスシートの状況 (2026年7月期 1Q 連結)

自己資本比率については、**77.9%**と引き続き良好な水準を維持。

(単位:百万円)

	2025年7月期末	2026年7月期 1Q末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	7,546	7,761	+215
(現預金)	3,990	4,132	+142
固定資産	2,021	1,999	-22
資産合計	9,567	9,760	+193
流動負債	1,728	1,911	+183
固定負債	264	240	-23
負債合計	1,992	2,152	+160
(有利子負債)	860	799	-60
純資産合計	7,575	7,608	+33
(利益剰余金)	4,020	3,975	-44
(自己株式)	-838	-838	+0
負債・純資産合計	9,567	9,760	+193

3. トピックス

Topics

A X X Z I A

主要製品ポートフォリオの新たなる展開

中国市場、日本市場それぞれの特性に合わせた製品展開。
製品ポートフォリオ多角化のため、**育成製品の販売を強化。**

高価格帯
(アッパー層向け)

中価格帯
(ミドル層向け)

低～中価格帯
(アッパーマス層向け)

インナーケア

AGTHEORY
AGドリンク



インナーケア

Venus Recipe
ザピュアドリンク



スキンケア

A X Z I A
エッセンスシート



育成

スキンケア

LisBlanc
モイスト エッセンス etc.



フレグランス

BELLE BAI



育成

育成

Venus Recipe
PQドリンク プラス



AGTHEORY
UVプロテクションクリーム



育成

戦略的に市場投入

中国市場向け

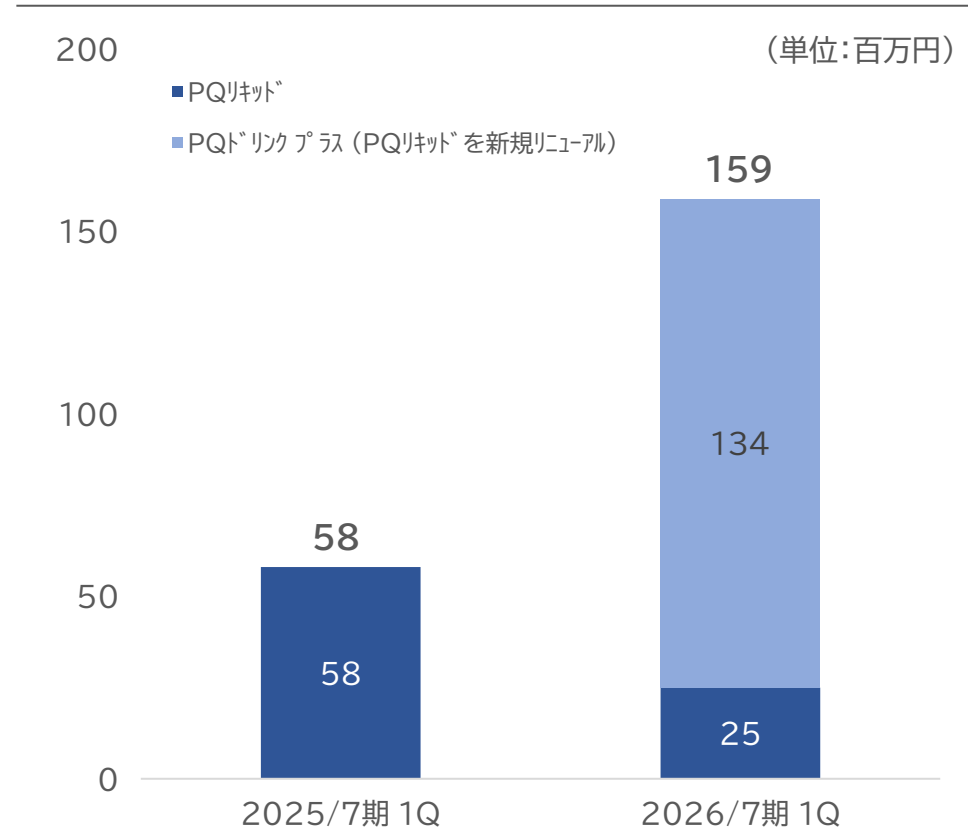
日本市場向け

【中国】次なるヒット製品候補「PQドリンク プラス」の育成

中国市場においては、ヒット製品AGドリンク、ザピュアドリンクに、育成製品PQドリンク プラスを加えた3製品をインナーケア「御三家」としてPR。自社ライブ販売やミドル～マイクロインフルエンサーの活用等により、売上は着実に伸長。



PQシリーズ売上高



※ 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】<ヴィーナスレシピ>PQドリンク プラスの特徴

前身のPQリキッドに新たな成分を加え、さらに注目成分**PQQ**[※]の配合量を大幅にUPした、内側から輝く美しさをパワフルにサポートする**総合美容ドリンク**。

美容力追求のための
メイン成分



PQQ

- コエンザイムQ10と同じ**補酵素の一種**
- 「**14番目のビタミン**」として期待される水溶性のビタミン様成分

コラーゲン

- 体内のタンパク質の3分の1を占めると言われる、皮膚の主要な構成成分
- **高純度・低分子・安定型**の3種類のコラーゲンペプチドを採用

エルゴチオネイン (新成分)

- **カラダを守る天然物質**として注目
- キノコなどの菌類や一部の細菌のみが合成できる**アミノ酸誘導体**

【中国】〈エイジーセオリー〉UVプロテクションクリームの特特殊化粧品行政認可

A X X Z I A

2025年9月にUVプロテクションクリームの、NMPA※における特殊化粧品行政認可登録が完了。
越境ECに加え、一般貿易でも販売が可能となり、タッチポイント及び販路が拡大。



特殊化粧品

シミ取り、美白、日焼け止め、
染髪等の効果・効能を主張
する化粧品

※ 審査認可を管理する中国政府機関のこと。一般貿易で中国に輸入される化粧品は、NMPA認証がなければ中国で販売できない。
化粧品は「特殊化粧品」と「普通化粧品」に分類される。

日本市場における注カブランド、<リスブラン>と<ベルバイ>について、認知度拡大及びタッチポイント拡充のための施策を推進。特に化粧品専門バラエティショップ等、**リテール販売強化**。

注カブランド① <リスブラン>

- 表参道にて**美容プレス向け製品発表会**を実施
- 化粧品専門バラエティショップ等、**リテール販売強化**
- 10月より一部製品の**価格を改定**



注カブランド② <ベルバイ>

- ドラッグストア等、**約570店舗**で販売
(2025年10月末現在)
- 認知度拡大のため、**インフルエンサー**を起用した**SNS投稿**や**口コミ施策**等を実施

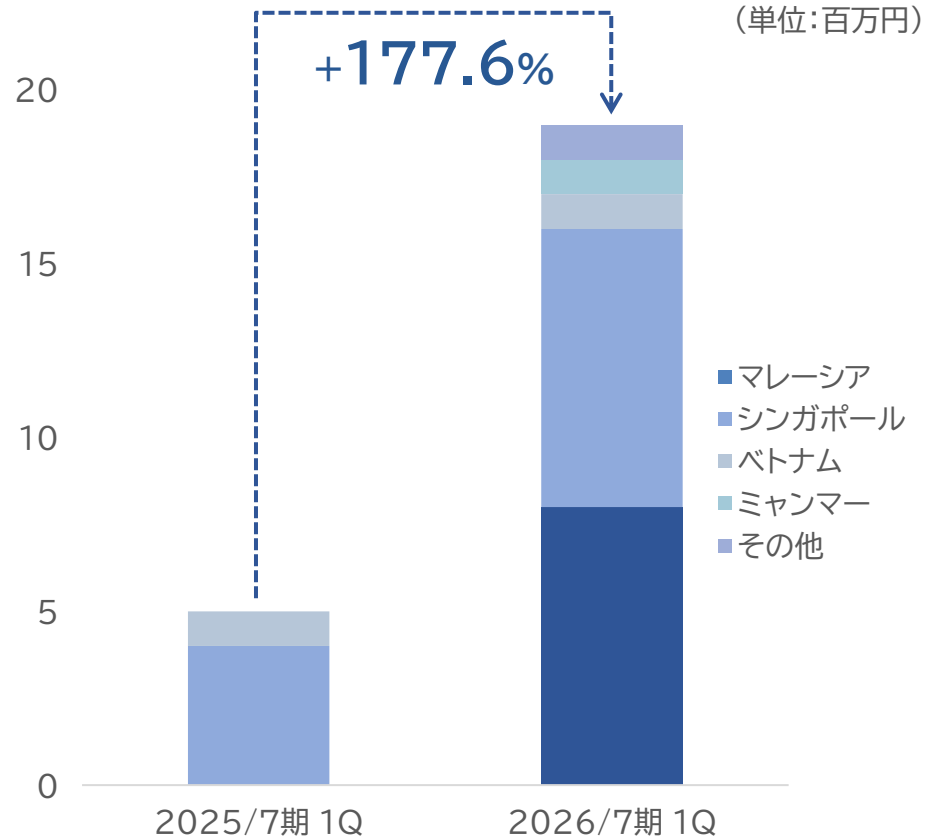


【第三市場】東南アジアにおける市場開拓

AXXZIA

東南アジア市場の開拓が順調に進行。売上高は前期比+177.6%を達成。
特にマレーシアにおいては、インフルエンサーマーケティングに注力。
今後は既存インフルエンサーとの関係強化に加え、新規インフルエンサーの開拓も推進。

東南アジア売上推移



マレーシアの人気インフルエンサー「Jomama」氏が来日し、直営店GINZA SIX店や工場を訪問。
日本製の「安心・高品質」を訴求。

製品は大手ECモール「Shopee」や「Lazada」の当社公式ショップにて販売。

※ 上記売上高は、出荷ベースの売上高集計(グループ間取引除く)

【株主還元】特別株主優待の実施

日本国内での認知度拡大や新規事業への領域拡大に向けた意欲表明のため、ビットコイン(BTC)を贈呈する今回限りの特別株主優待を実施。

対象となる株主様

2026年1月末日現在の株主名簿に記載または記録された株主様のうち、2单元(200株)以上を保有されている株主様(未成年及び非居住者の株主様を除く)。

株主優待の内容

対象となる株主の皆様の中から、抽選により以下のとおり総額1,000万円相当のビットコイン(BTC)を贈呈。

贈呈金額		当選者数
ビットコイン(BTC)	10万円相当	20名様
ビットコイン(BTC)	3万円相当	100名様
ビットコイン(BTC)	1万円相当	500名様



4. Appendix

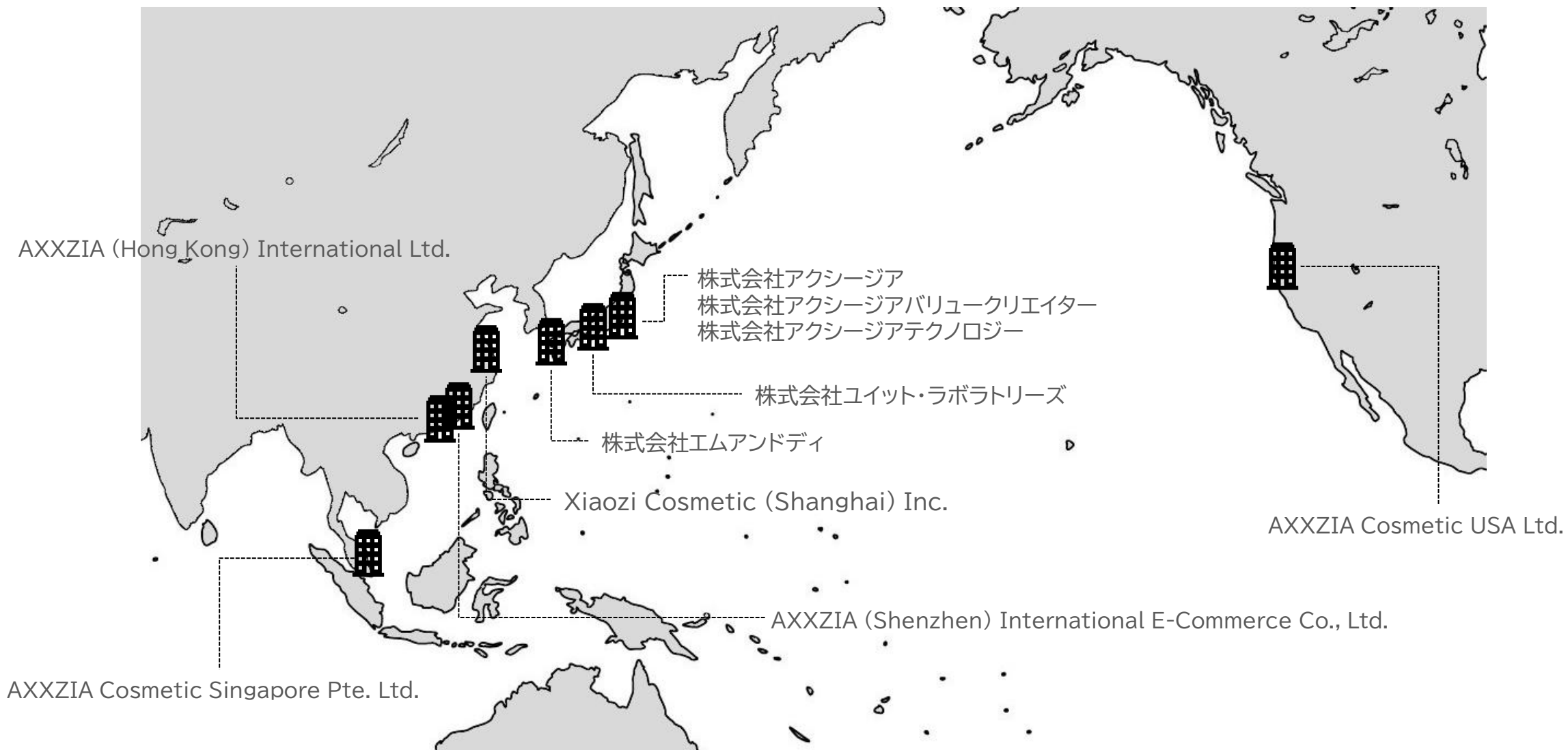
Appendix

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
 総合ビューティー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	化粧品企画、製造、販売、卸
公開市場	東証スタンダード(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 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	Xiaozi 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
2025年	東京証券取引所プライム市場からスタンダード市場へ上場市場区分変更

ブランド・製品一覧表

AXXZIA

ブランド	製品	カテゴリ
AXXZIA (アクシージア)	ビューティーアイズ エッセンスシート プレミアム プラス	化粧品
	ビューティーアイズ エッセンスシート プラス	化粧品
	ビューティーアイズ ルーティンケア エッセンス プレミアム	化粧品
	ビューティーアイズ ルーティンケア クリーム プレミアム	化粧品
	ビューティーフォース コンフォート クレンジング クリーム	化粧品
	ビューティーフォース マッド フォーミング ウォッシュ	化粧品
	ビューティーフォース ファイン ローション	化粧品
	ビューティーフォース ヌーディー スキン エマルジョン	化粧品
	ビューティーフォース モイストリッチクリームEX	化粧品
	ビューティーフォース トリートメント マスク	化粧品
	ビューティーフォース エアリー フェイス マスク	化粧品
	ビューティーフォース UV アルファ	化粧品
	メイト フォーアイズ	美容家電
	メイト フォーフェイス	美容家電
	コンディショニング ジェル	化粧品
モイスチャライジング ハアミルク	ヘアケア	
AGTHEORY (エイジーセオリー)	AGドリンクXI	インナーケア
	UVプロテクションクリーム	化粧品
	ディーブクレンジングジェル	化粧品
	クリアウォッシュフォーム	化粧品
	モイスチャライジングローション	化粧品
	balancingoilエッセンス	化粧品
	シルキエマルジョン	化粧品
	リッチクリーム	化粧品
	パーフェクトジェルマスク	化粧品
	スムースマスク	化粧品
ウルトラアイクリーム	化粧品	

ブランド	製品	カテゴリ
LisBlanc (リスブラン)	マイルド クレンジング	化粧品
	マイルド ウォッシュ	化粧品
	マイルド ローション	化粧品
	モイスト ローション	化粧品
	モイスト エッセンス	化粧品
	マイルド エマルジョン	化粧品
	マイルド クリーム	化粧品
	マイルド フェイスマスク	化粧品
	モイスト フェイスマスク	化粧品
Venus Recipe (ヴィーナスレシピ)	ザ ピュア ドリンク	インナーケア
	ザ ホワイト ドリンク	インナーケア
	PQドリンク プラス	インナーケア
	PQリキッド	インナーケア
	HMプランプボール	インナーケア
RevWell (レヴウェル)	VF ゼリー	インナーケア
	ラクトスティック	インナーケア
	ベリーアイAX	インナーケア
Medullux (メデュラックス)	KZ ケア	インナーケア
	コームアイロン	美容家電
BELLE BAI (ベルバイ)	BELLE NUMBER 1	フレグランス
	BELLE NUMBER 3	フレグランス
	BELLE NUMBER 5	フレグランス
	BELLE NUMBER 7	フレグランス
	BELLE NUMBER 9	フレグランス

【主カブランド1】 AGTHEORY(エイジーセオリー) (2026年7月期 1Q)

A X X Z I A

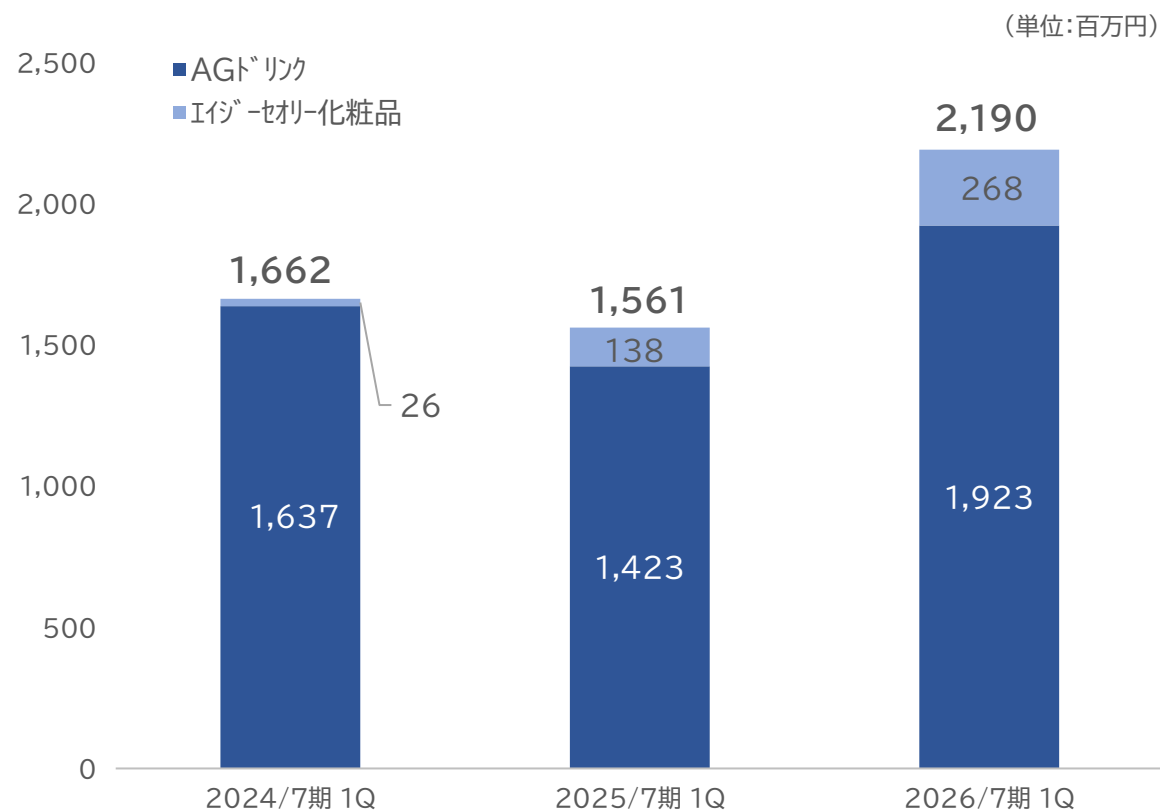
中国ECにおけるライブ販売が奏功し、AGドリンク売上が大きく伸長。
また、育成中の**エイジーセオリー化粧品**も引き続き順調に伸長し、ブランド全体で**+40.3%**と大幅増収。



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 上記製品を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

W11においてエッセンスシート プレミアム プラスが好調となり、売上が回復。
日本においてもサブスクモデルの導入等の施策を通じ、販売強化を継続。

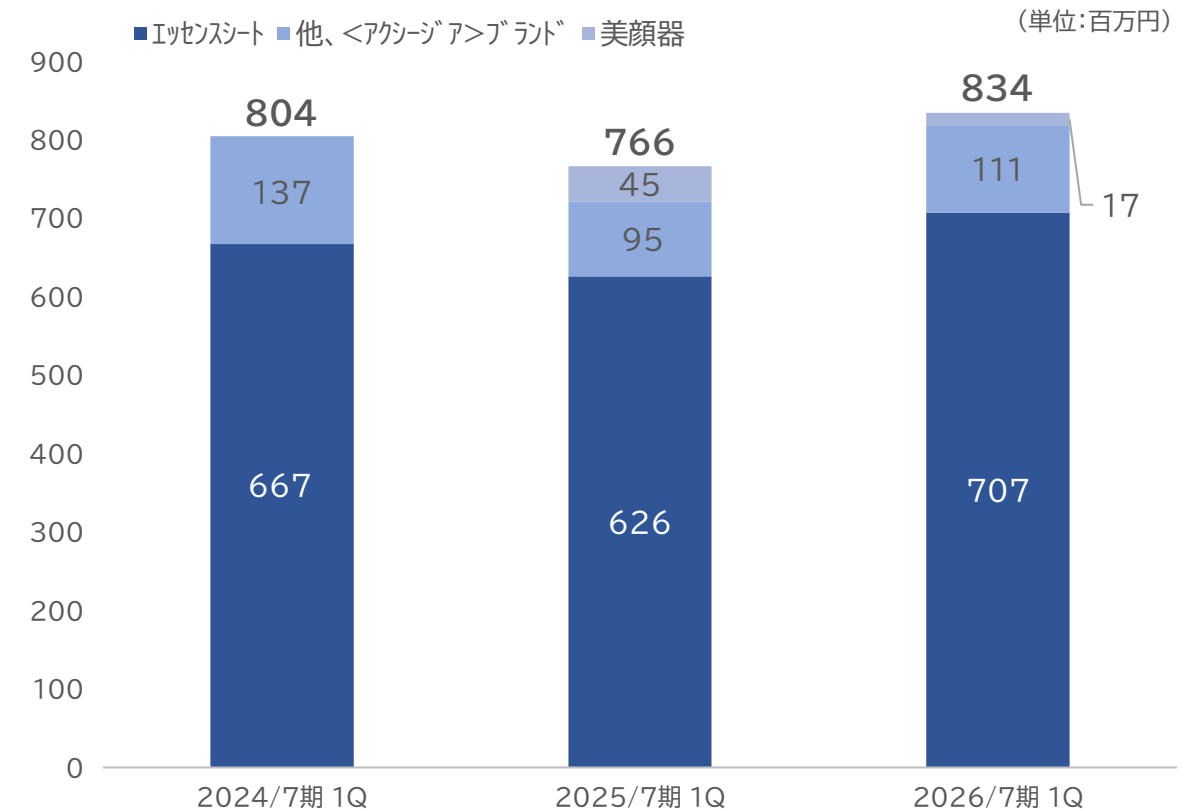


<アクシージア> メイト フォーアイズ(目もと用美顔器)

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

育成製品PQドリンク プラスの販売強化が奏功し、育成分野全体で+16.9%の成長を達成。



<ヴィーナスレシピ> ザピュアドリンク

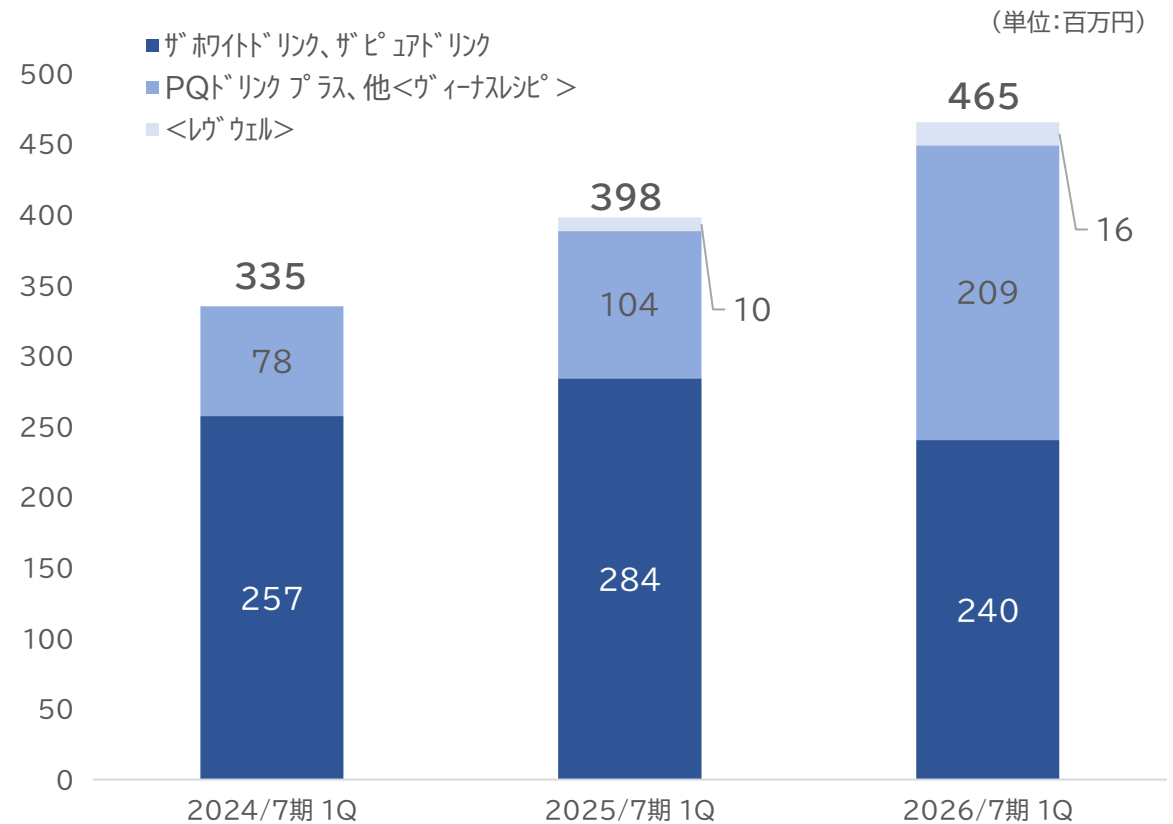


<ヴィーナスレシピ> PQドリンク プラス

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 当社初のウェルネスブランドとして<レヴウェル>を上市。
- 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。
- 2025年9月 PQリキッドをリニューアル、PQドリンク プラス発売。

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.