

AXZIA

2022年9月14日



2022年7月期 決算説明資料

株式会社アクシージア(東証グロース: 4936)

◇ 目次

- 01 | エグゼクティブ・サマリー
- 02 | 業績ハイライト(2022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 | 2023年7月期業績予想と基本方針
- 06 | Appendix

エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

A X X Z I A

2022年
7月期
連結

実績

主戦場の中国ECの成長に成功し、当初計画値を大幅にクリア。

過去最高業績を達成。（7/14発表通期業績予想修正値を超過達成）

■売上高	82.2億円	（前期比 +42.0%	当初計画比 +15.4%）
■営業利益	16.3億円	（前期比 +18.1%	当初計画比 +11.4%）
■当期純利益	11.2億円	（前期比 +28.6%	当初計画比 +20.0%）

2023年
7月期
連結

計画

中長期成長に向けた投資(工場・研究開発)を先行して実施し、
安定的に事業を成長させ、増収増益を計画。

■売上高	103.5億円	（前期比 +26.0%）
■営業利益	18.2億円	（前期比 +11.3%）
■当期純利益	11.7億円	（前期比 +5.0%）

業績ハイライト(2022年7月期)

Business Results: Highlights

AXZIA

上海ロックダウンや中国各種規制強化による逆風を跳ね返し、計画以上に中国EC販売を拡大させ売上・利益ともに**過去最高**を達成。

（7月14日発表の業績予想値より、売上高 +2.2億円、営業利益 +1.3億円）

（単位：百万円）

	2021/7期	2022/7期	前期差	2022/7期 当初計画
売上高	5,787	8,215	2,428(+42.0%)	7,117
営業利益	1,383	1,633	250(+18.1%)	1,466
営業利益率	23.9%	19.9%	-4.0pt	20.6%
経常利益	1,370	1,746	376(+27.4%)	1,424
当期純利益	868	1,116	248(+28.6%)	930
1株当たり純利益 (EPS)	35.97円	43.28円	-	36.06円

売上原価・販管費の状況（2022年7月期 連結）

A X X Z I A

計画通り広告宣伝費を先行的に投下し売上拡大に成功、**収益増**を実現。
 販管費率は計画よりも増加したが、**原価率低減**もあり**高い利益率を維持**。

（営業利益 **16.3**億円（営業利益率 **19.9%**） 前期比 **+2.5**億円）

（単位：百万円）

	2021/7期		2022/7期		増減率	
	金額	売上比	金額	売上比	前期差	当初計画差
売上高	5,787	100.0%	8,215	100.0%	—	—
売上原価	1,712	29.6%	1,994	24.3%	-5.3pt	-1.3pt
販売費及び一般管理費	2,692	46.5%	4,587	55.8%	+9.3pt	+2.1pt
（人件費）	686	11.9%	842	10.3%	-1.6pt	-1.1pt
（広告宣伝費）	793	13.7%	1,578	19.2%	+5.5pt	-0.8pt
（支払手数料）	670	11.6%	1,252	15.3%	+3.7pt	+2.4pt
営業利益	1,383	23.9%	1,633	19.9%	-4.0pt	-0.7pt

バランスシートの状況（2022年7月期 連結）

AXZIA

事業拡大に伴い総資産**100億円**へ。潤沢な現預金を保持し純資産**84億円**と優良な財務体質を維持。（ROE 13.3%、ROA 11.1%）

（単位：百万円）

	2021年7月期末	2022年7月期末	対前期末増減
	金額	金額	金額
流動資産	7,690	8,795	+1,105
(現預金)	5,935	6,389	+454
固定資産	577	1,257	+680
資産合計	8,267	10,053	+1,786
流動負債	958	1,243	+285
固定負債	116	414	+297
負債合計	1,074	1,657	+583
(有利子負債)	213	654	+440
純資産合計	7,193	8,396	+1,202
負債・純資産合計	8,267	10,053	+1,786

キャッシュ・フローの状況（2022年7月期 連結）

A X X Z I A

株式会社ユイット・ラボラトリーズの完全子会社化を4月に実行。
現預金は増加、期末残高**63.9億円**。

（単位：百万円）

科目／区分	2021/7期	2022/7期	前期差
	金額	金額	金額
現預金期首残高	924	5,935	5,010
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,059	797	-261
投資活動によるキャッシュ・フロー	-84	-775	-690
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,959	386	-3,572
換算差額	77	45	-31
現預金期末残高	5,935	6,389	454
現預金の増減額	5,010	454	-4,556

販売チャンネル別の状況

Status by Sales Channel

A X X Z I A

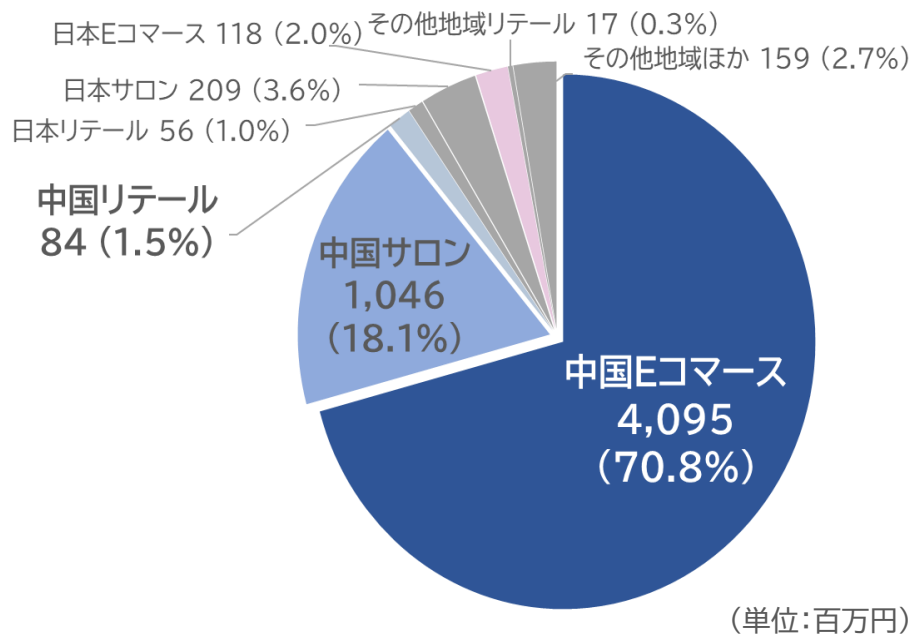
地域別・チャネル別 売上高 (2022年7月期)

AXXZIA

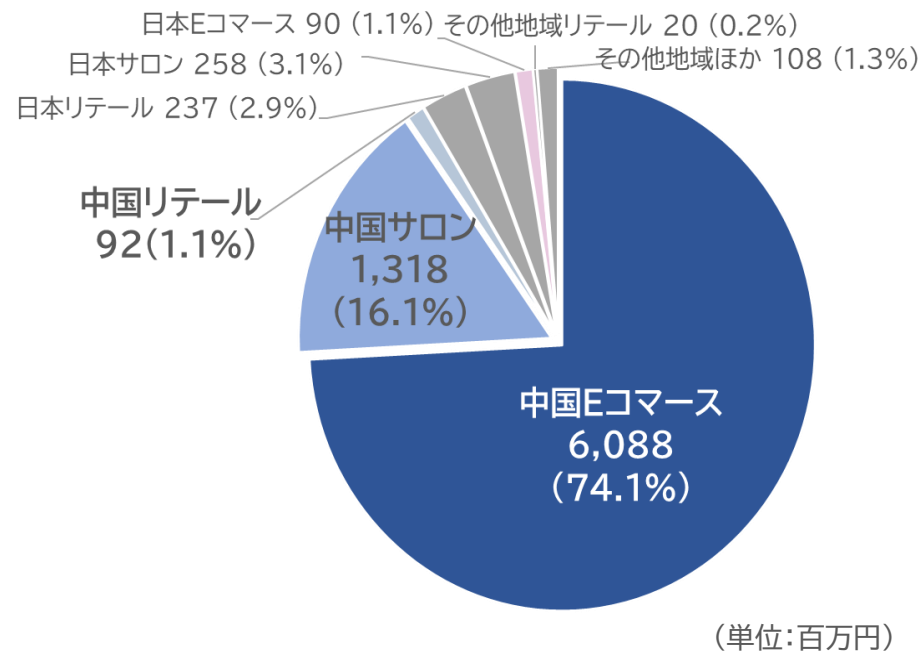
上海ロックダウンや中国各種規制強化による逆風に負けず、中国売上は**好調**。
国内はEC戦略転換。日本売上はユイット社完全子会社化により**前期比プラス**。

■ 中国売上高※ **75億円(+44%)** ■ 日本・その他地域売上高※ **7億円(+28%)**

2021年7月期

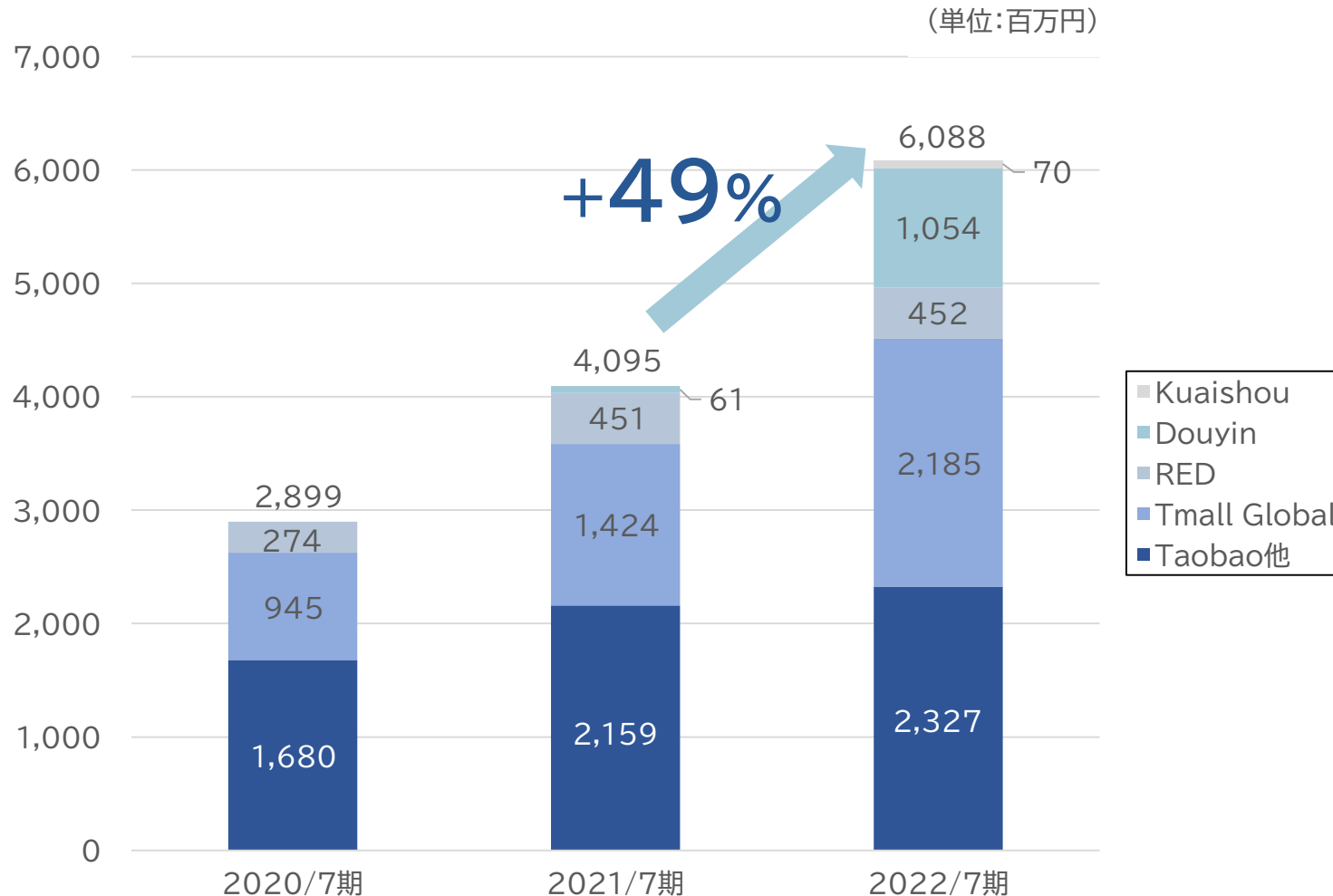


2022年7月期



※ 中国売上高及び日本・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

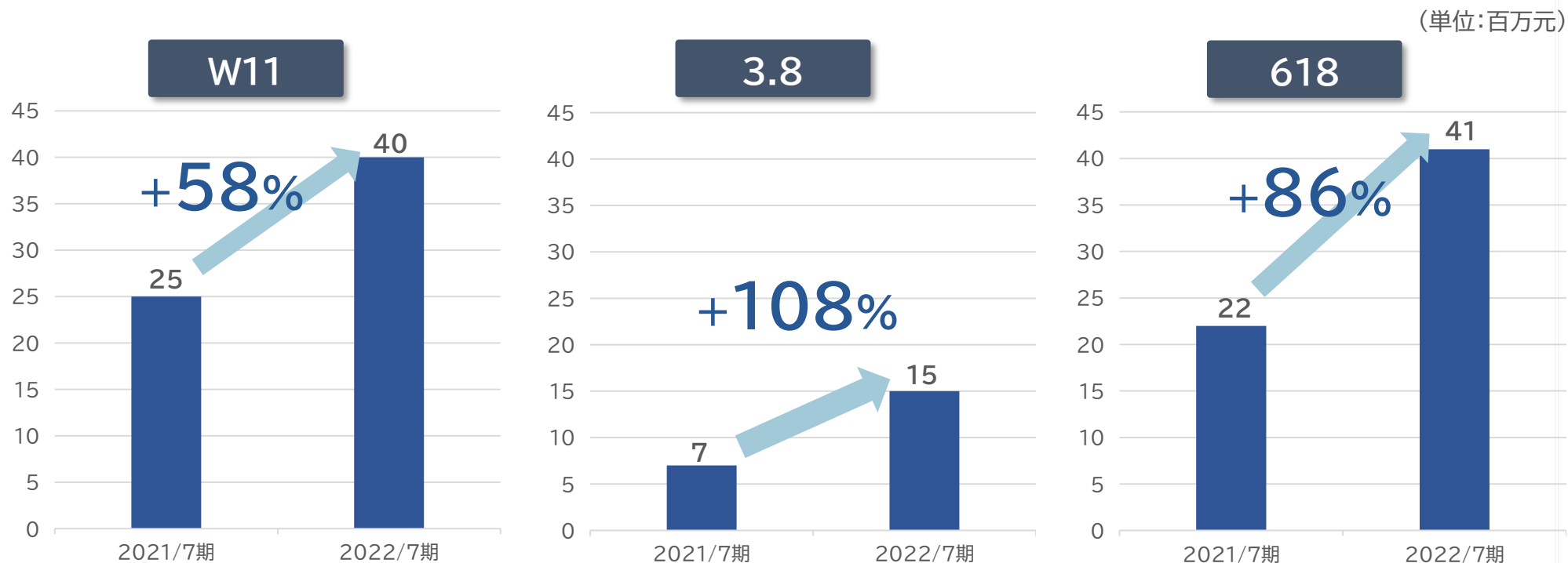
動画プラットフォームTikTokの中国本土版『Douyin』が順調に成長。
前期比+49%と大きく成長。



中国EC 3大イベントGMV（2022年7月期）

AXZIA

『Douyin』を含めた販売チャネル拡大施策が奏功し、3大イベント『W11』『3.8』『618』すべてにおいて、過去最大の成果(GMV※)を記録。



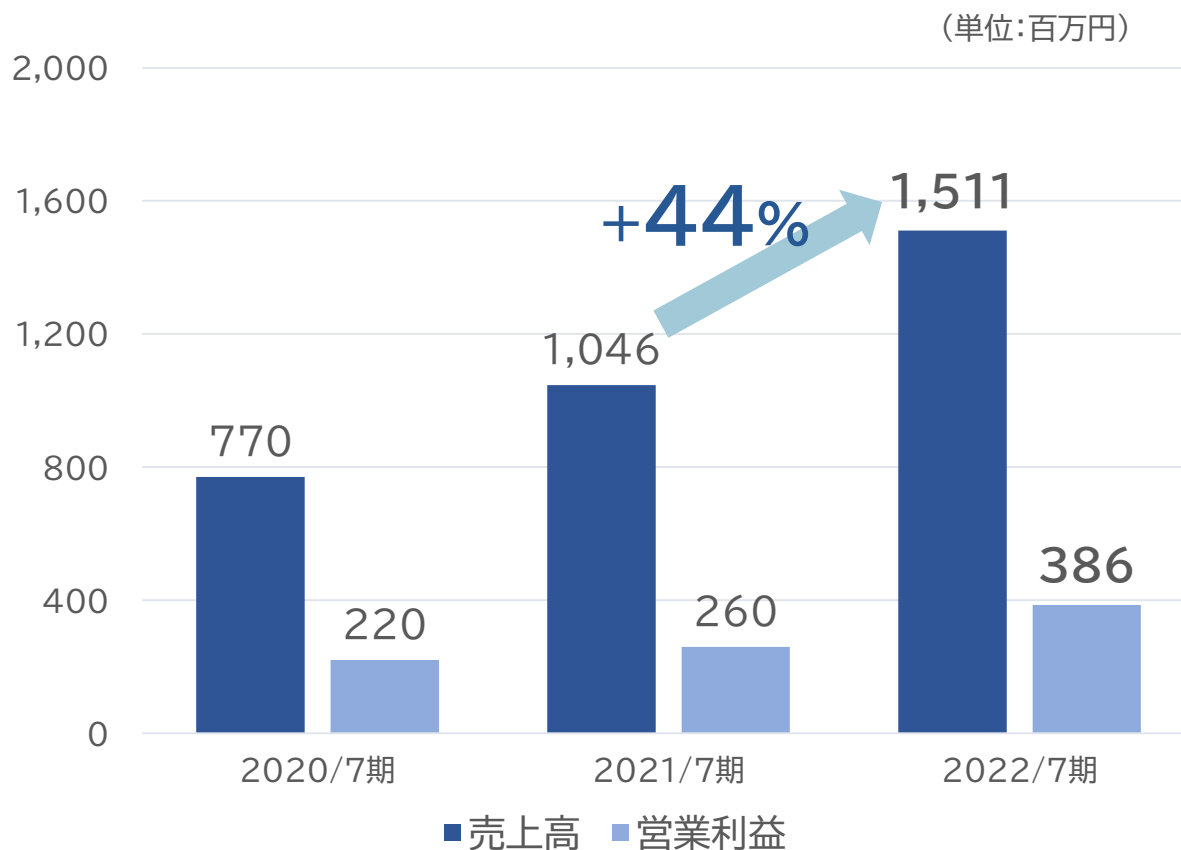
<中国Eコマース 3大イベント>

- ・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

※ GMV(Gross Merchandise Value)とは、流通取引総額のこと

上海ロックダウンによる迅速な対策を実施しマイナス影響を限定。
中国国内ECチャネルへの旗艦店出店を実施。大幅な収益拡大に成功。

- 今後のロックダウンや災害対策として、上海以外(洛陽)への物流拠点を5月に設置
- 従来のエステサロン・リテール販売に加え、EC販売を強化



日本国内事業の状況（2022年7月期）

A X Z I A

売上高**6億円**。（前期比+**53%**）国内での**認知度不足解消施策を実施**。
M&AによるR&D・製造強化に加え**今後国内事業強化**。

日本での当社ブランドの認知度向上を優先し、サロン向けスキンケアライン『THE B MAISON』のアンバサダーに佐藤大樹さんと八木勇征さんを起用。

4月にユイット社を完全子会社化。
製造・R&Dの基盤獲得に加え、日本国内の新たなブランド・販売網を獲得し今後の国内強化へ。
（2021年12月期:売上高7.2億円、営業利益0.1億円）



ようこそ、
ザビーメゾンへ。



【リスブラン】



40年以上に渡り販売している、
自然派のスキンケア基礎化粧品

ブランド別の概況

Overview by Brand

A X X Z I A

主カブランド



育成分野



サロン専売分野



エッセンスシートが引き続き伸長し、「目元ケアシリーズ」の売上UPを牽引。
 (売上高 **37億円** 前期比 **+39%**)

目元製品を中心としたリテール向け主カブランド

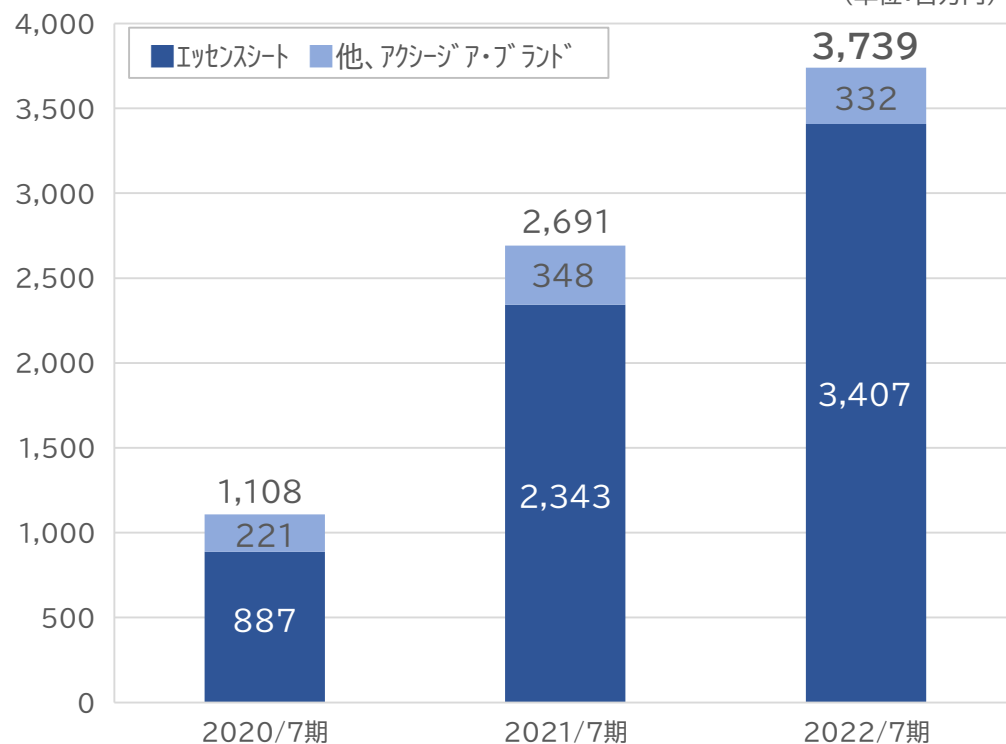


持続的成長への布石

- エッセンスシートを軸にシリーズ製品への展開。
- 2020年12月にエッセンスシート・プレミアム版を追加上市、販売は好調に推移中。
- 2022年春、サンスクリーン新製品をシリーズに追加投入し、ブランドとして第2の柱へ。

アクシージア ブランド売上推移

(単位:百万円)



「AGドリンク」愛用者に向け同一コンセプトの化粧品を投入しシリーズ化。
ライブコマースが成功し売上拡大。(売上高 **29億円** 前期比 **+39%**)

AGドリンクをコアに化粧品と融合させた第2のリテール向け主カブランド

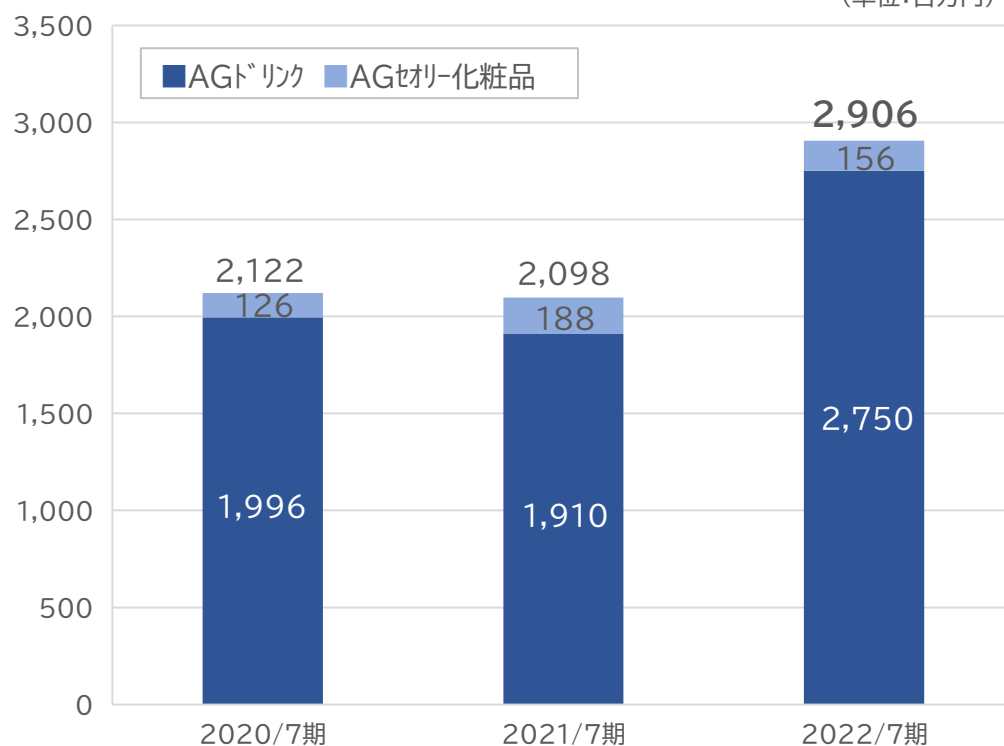


持続的成長への布石

- 2021年3月、AGドリンクを第5世代としてリニューアル。月1万個水準での売上高安定。
- 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。

エイジーセオリーブランド売上推移

(単位:百万円)



育成分野(美白訴求) (2022年7月期)

A X Z I A

ザ ホワイト ドリンク、サンスクリーン(UVヴェールEX)共に、**第3の主カブランド候補**として順調に成長中。(2月発売のザ ホワイト ドリンクが売上**4億円**達成)

美容サプリメントとサンスクリーンを育成分野と位置づけ、第3の主カブランド化へ

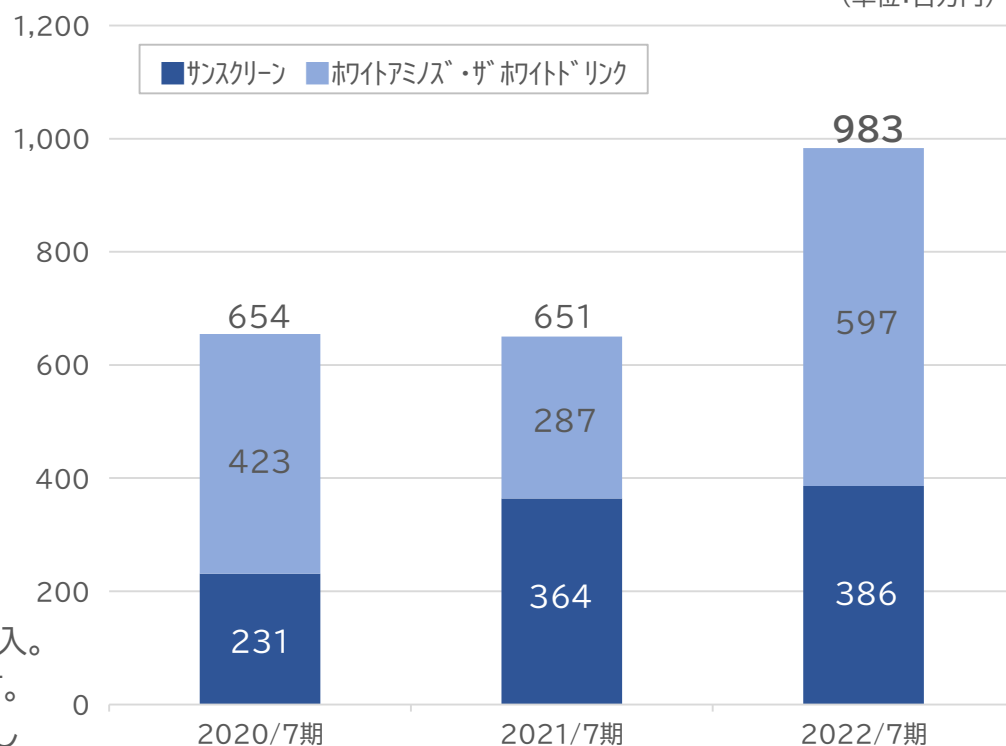


主カシリーズ化への布石

- ホワイトアミノズドリンクは独自容器金型でのリニューアル品投入。
- アクシーア初の美白訴求の化粧品シリーズ(医薬部外品)上市。
- 2022年7月、UVαのNMPA特殊化粧品登録が完了(当社として特殊化粧品登録は初)。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。

育成分野(美白訴求)売上推移

(単位:百万円)



サロン専売分野(プロフェッショナル分野) (2022年7月期)

A X Z I A

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『The B』等を展開。

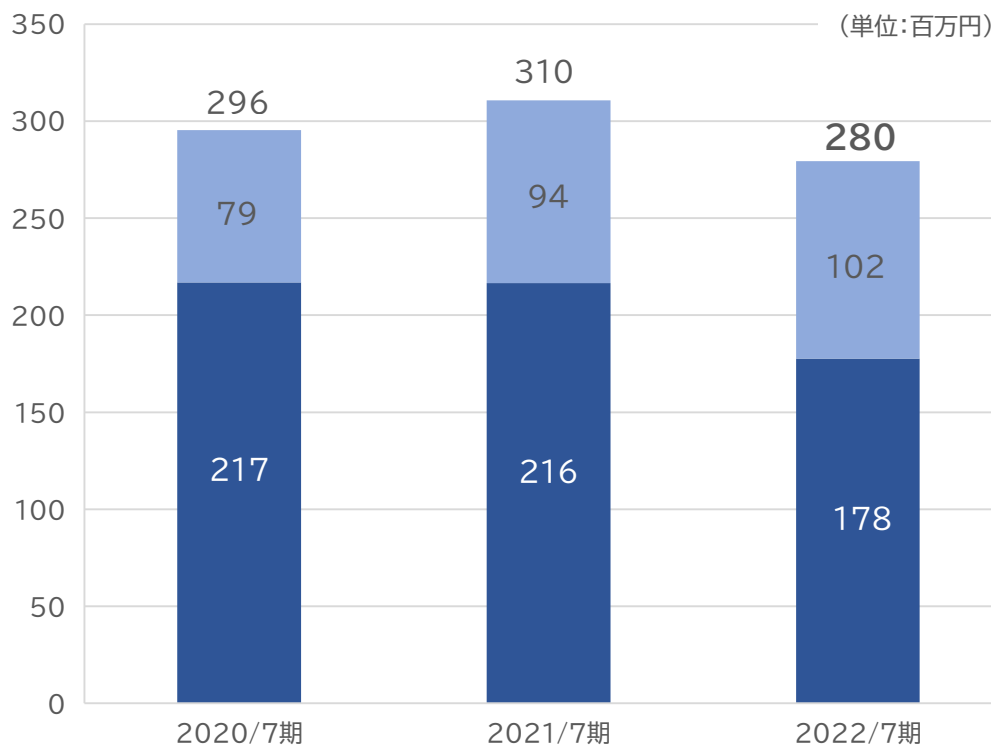
創業以来の強み、かつ特長分野であるサロン専売分野



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 The B (ザビー)を上市。スペシャルケアに応じた特殊化粧品の開発・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。

サロン専売分野



■ルシエルドローブ ■THE B・アイトール他業務専用

2023年7月期業績予想と基本方針

Forecast for FY07/2023

AXZIA

好調な中国ECの事業拡大を軸とし、高利益率を維持し、且つ中長期成長への投資も強化。初の売上**100億円超(+26%)**達成を計画。

(単位:百万円)

	2022/7期 実績	2023/7期 計画	前期差
売上高	8,215	10,351	+2,135(+26.0%)
営業利益	1,633	1,818	+184(+11.3%)
営業利益率	19.9%	17.6%	-2.3pt
経常利益	1,746	1,797	+50(+2.9%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,116	1,172	+55(+5.0%)
1株当たり純利益 (EPS)	43.28円	45.43円	-

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、R&Dと人的投資を強化し、M&A・アライアンスを推進。

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(ヒット製品)育成
- ②迅速な化粧品登録(NMPA) & ブランド保護
- ③ラボ新設による研究開発強化

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次なるエリアへの進出強化(中国以外への展開模索)

M&A・アライアンス
方針

- ①製造・R&Dの強化・シナジーの実現
- ②日本国内の事業拡大・販売チャネル確保
- ③優良な日本製品の中国市場展開強化による収益拡大

主力2ブランドの展開強化に加え、市場規模が大きくニッチニーズでの差別化が狙える**美白市場**でのブランド育成・ヒット商品化を推進。



①ブランド・シリーズ投入&ヒーロープロダクツ(ヒット製品)育成

美白市場の製品をヒーロープロダクツ化に向けて成長育成、ヒーロープロダクツの育成による認知度Upを通じて、ブランド・シリーズ全体の持続的成長へ。



②迅速な化粧品登録(NMPA)&ブランド保護

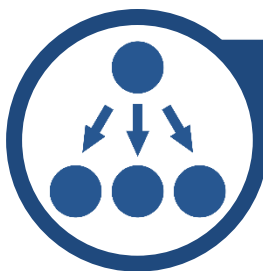
中国化粧品登録(NMPA登録)前提の製品開発により、スムーズにNMPA承認を取得。加えて主要市場での知的財産(商標、意匠)登録とセキュリティーラベルシステム導入による模倣品対策の徹底により、ブランドの健全な成長と信頼性醸成へ。



③ラボ新設による研究開発強化

メーカーとしての機能拡充のため、ラボ(研究施設)の新設を計画。研究開発強化へ。

中国ECチャネルの多角化と深耕を進めつつ、**日本国内を含めた次なるエリアへの進出**を強化。そのための**体制強化・積極的な人員採用**を進める。



①中国ECチャネルの多角化と深耕

【多角化】

前期取り組んだDouyin、Kuaishouに続く中国ECプラットフォーム展開を実施。さらなる認知度拡大、新たな顧客層獲得。また、チャネルリスクの分散。

【深耕】

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、D2Cの推進。



②次なるエリアへの進出強化(中国以外への展開模索)

グローバルな事業展開による、収益基盤の多様化と売上拡大。

- 日本国内SNS発信強化及びリアル店舗展開(羽田エアポートガーデン、大手百貨店)
- その他の地域(オーストラリア、カナダ、東南アジア等)への積極的進出

ユイト社のM&Aシナジーを推進する共に、**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製造・R&Dの強化・シナジーの実現

4月買収のユイト社を活用し工場と研究施設活用強化を行い、当社グループ製品の迅速な製造・開発に加え、他企業からの製造受託による収益拡大も図る。

②日本国内の事業拡大・販売チャネル確保

迅速に国内事業を強化・拡大するため、優良な化粧品事業のM&Aを狙う。

③優良な日本製品の中国市場展開強化による収益拡大

国内優良メーカーとのアライアンスを推進し、当社の中国販売網を活用した中国展開・マーケティング支援を行い、収益拡大を図る。

事業収益拡大への積極的投資に加え、機動的な株主還元策の実施基盤を整備。

株主優待制度

2022年7月期に株主優待制度を新設。更なる知名度向上と株主増加を図る。

優待内容 (2022年7月期)

- 【100株～499株】 当社製品(1)
- 【500株～999株】 当社製品(1&2)
- 【1,000株～】 当社製品(1&2&3)



1



2



3

1. アクシージア ビューティーフォース リキッドルーセント 3D
2. アクシージア ビューティーアイズ インテンシブ ケア エッセンス
3. アクシージア ビューティーアイズ デイケア クリーム

将来的な配当等を見据えた定款変更

将来的な配当等を見据え、「取締役会の決議をもって剰余金の配当等を行うことができる」旨を定める定款変更を10月24日定時株主総会へ付議することを決定。



Appendix

Appendix

A XX 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 天野 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】21億987万5千円(2022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
AXXZIA GINZA SIX店
- 【事業内容】化粧品の企画、製造、販売、卸
- 【公開市場】東証グロース(証券コード:4936)

連結子会社

- Xiaozi Cosmetic (Shanghai) Inc.
- AXXZIA (HongKong) International Limited
- 株式会社ユイト・ラボラトリーズ

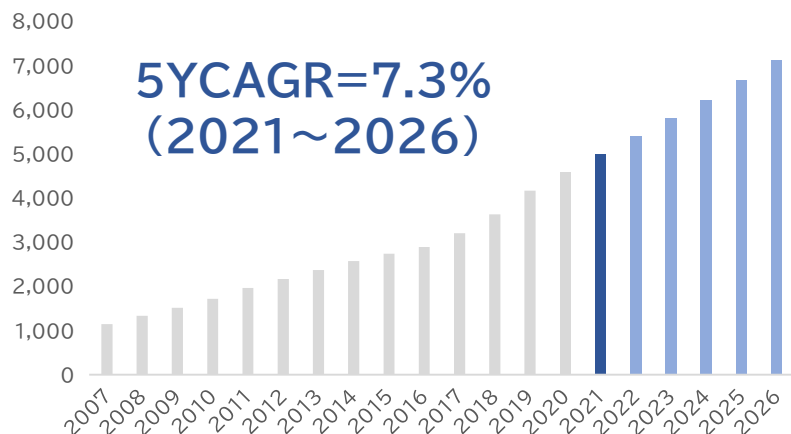
年月	事項
2011年	東京都新宿区西新宿一丁目にてオリエンティナ化粧品株式会社を設立(資本金9百万円) 美容施設向け化粧品開発・製造に着手
2012年	社名をオリエンティナ化粧品株式会社より株式会社アクシージアへ変更
2013年	美容施設向けスキンケアブランド「ルシエル ド ローブ」を上市
2016年	小売市場向け目もとケア・スキンケアブランド「ビューティー アイズ」を上市 小売市場向けサプリメントブランド「ヴィーナス レシピ」を上市
2018年	Xiaozhi Cosmetic (Shanghai) Inc.を連結子会社(100%)として設立
2019年	中国大手ECプラットフォーム「RED(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 上海子会社にて、中国大手モバイルビデオアプリ「抖音(Douyin/TikTok)」にスキンケア商品専門旗艦店を出店 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 東京証券取引所の市場再編に伴い、グロース市場に区分変更 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



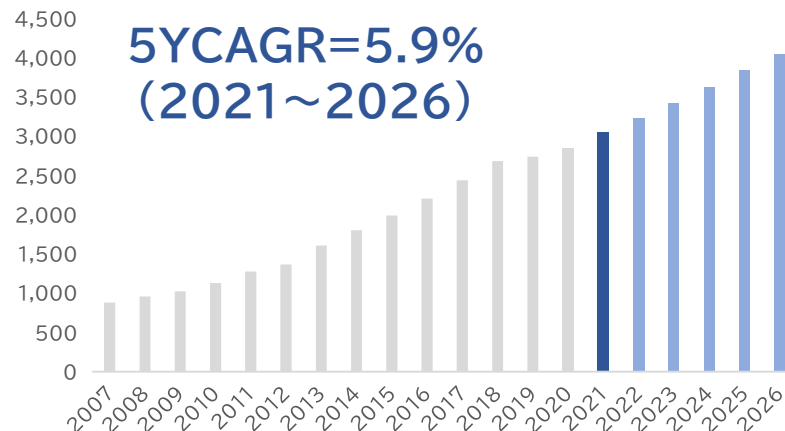
当社をとりまく市場動向 当社のターゲットである中国市場は拡大中

中国化粧品市場の多くを占めるスキンケア・サプリの市場規模は、経済成長に伴う所得水準の向上と、化粧品人口の増加を背景に大きく成長している。

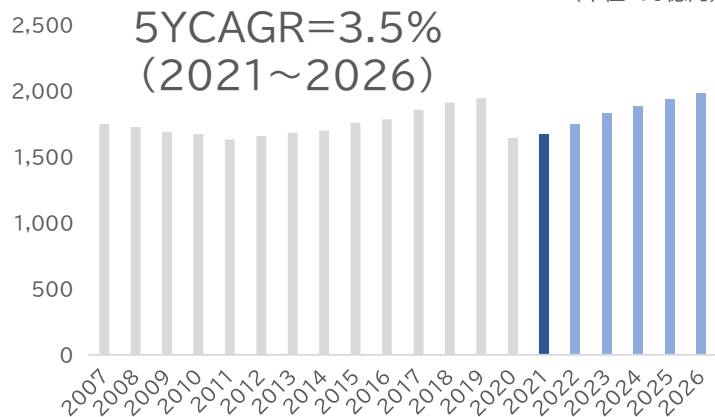
中国のスキンケア市場規模 5兆2億円(2021年小売額)
(単位:10億円)



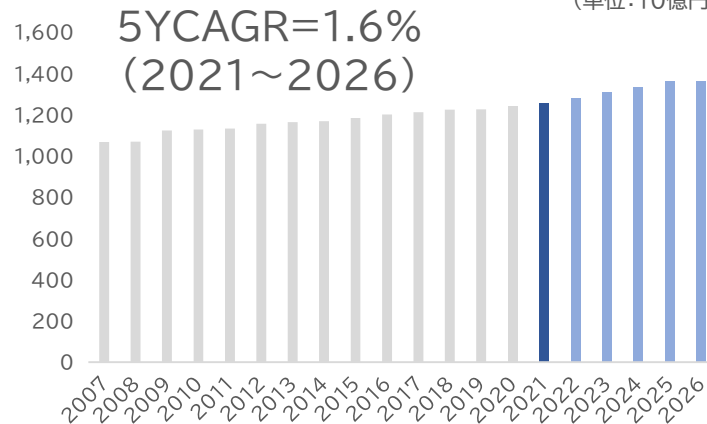
中国のサプリメント市場規模 3兆456億円(2021年小売額)
(単位:10億円)



日本のスキンケア市場規模 1兆6,696億円(2021年小売額)
(単位:10億円)



日本のサプリメント市場規模 1兆2,543億円(2021年小売額)
(単位:10億円)



※ 2021年の年平均為替レート1円=0.059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)

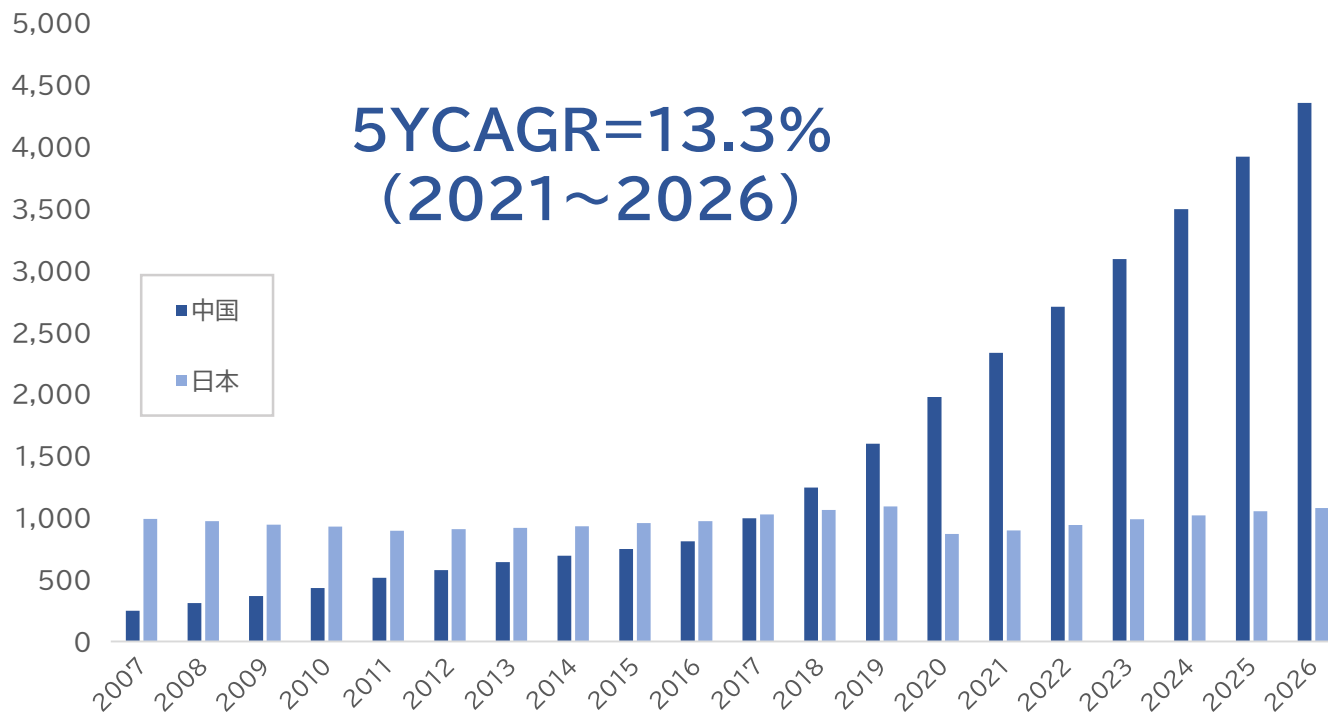
(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2021 edition, retail value RSP fixed 2021 exchange rates, current prices, data extracted on 23 August 2022)

(出典: Euromonitor International Limited, Consumer Health 2021 edition, retail value RSP, fixed 2021 exchange rates, current prices, data extracted on 23 August 2022)

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が高く、市場全体に占める割合も上昇傾向。

中国・日本のスキンケアプレミアム市場

(単位:10億円)



※ 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

※ 2021年の年平均為替レート1円=0.059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)

(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2021 edition, retail value RSP fixed 2021 exchange rates, current prices, data extracted on 23 August 2022)

主力製品・分野成長の軌跡

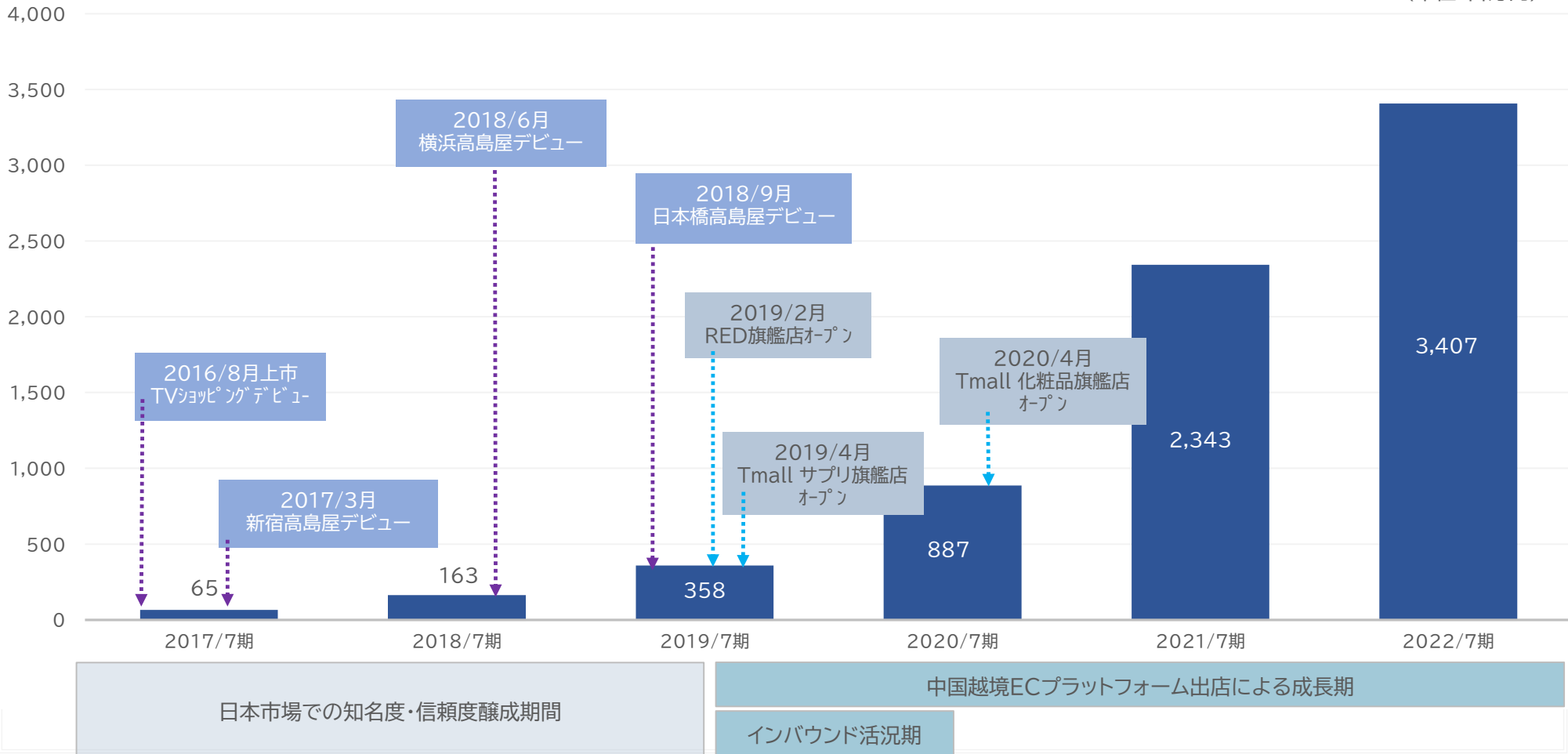
① AXXZIA アクシージア(エッセンスシート成長の軌跡)

AXXZIA

日本市場での認知・信頼度醸成から中国市場へ展開の成長モデル

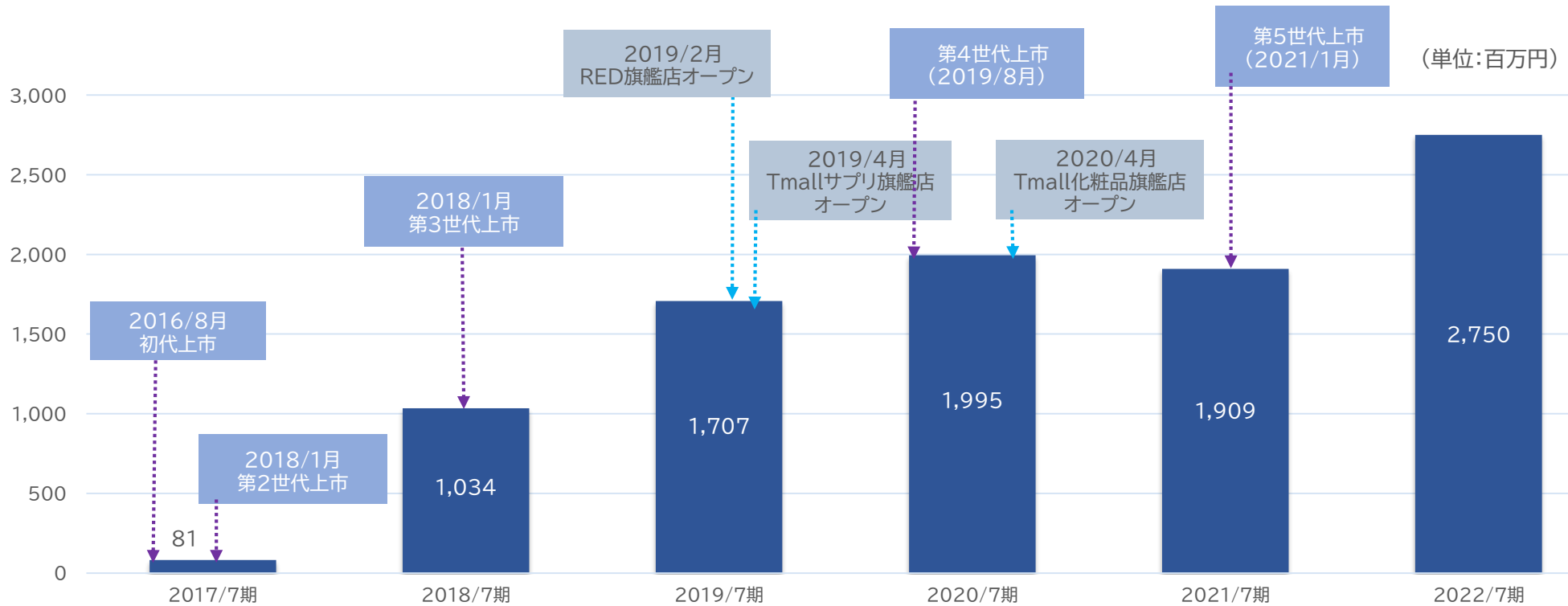
エッセンスシート・ヒット製品化への売上推移

(単位:百万円)



中国市場での先取り、ヒーロープロダクツに続く製品の育成軌跡

AGドリンク・ヒット製品化への売上推移

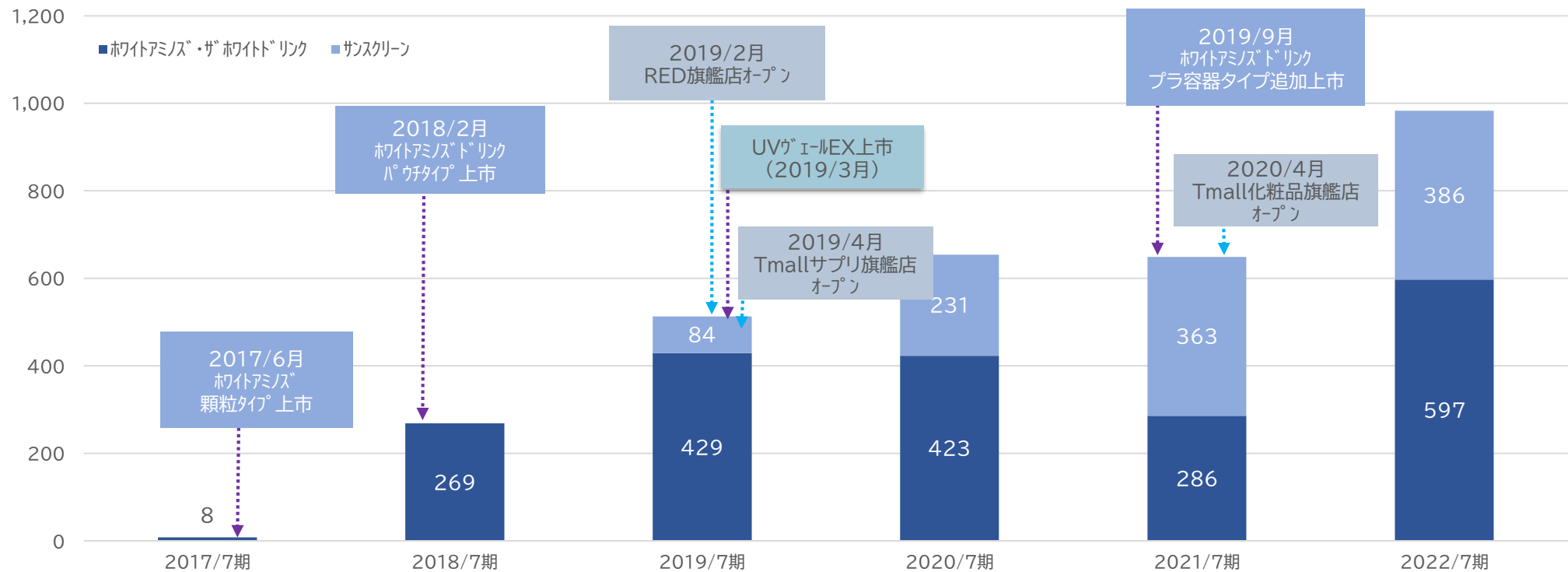


中国市場での ニーズ先取り 開拓期間	高頻度リニューアルにより類似品対策・製品ライフ長期化策	
	Taobao成長期	中国越境ECプラットフォーム出店による成長期

中国市場ニーズ先取り、高頻度のリニューアルによる成長モデル

育成分野(美白訴求)ヒット製品化への売上推移

(単位:百万円)



中国市場でのニーズ先取り
開拓期間

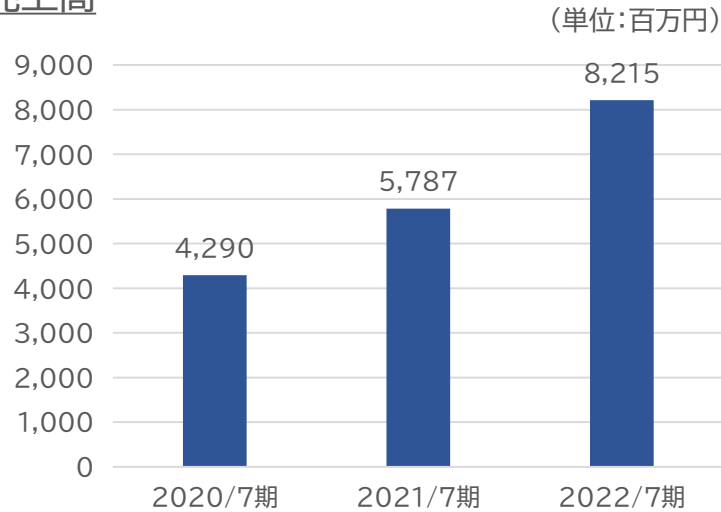
Taobao成長期

分野第2の柱育成へサンスクリーン(UVゲルEX)投入、ヒット製品化へ

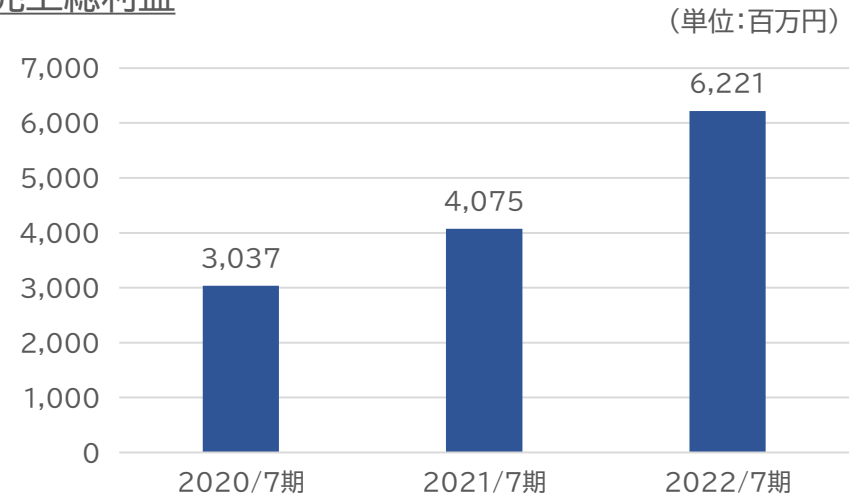
中国越境ECプラットフォーム出店による成長期

経営成績等の推移(連結)

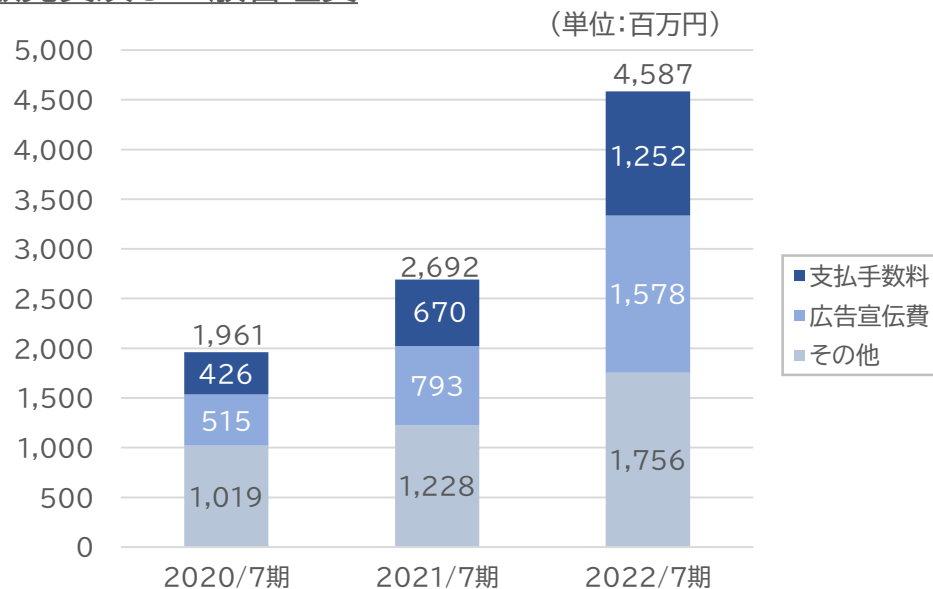
①売上高



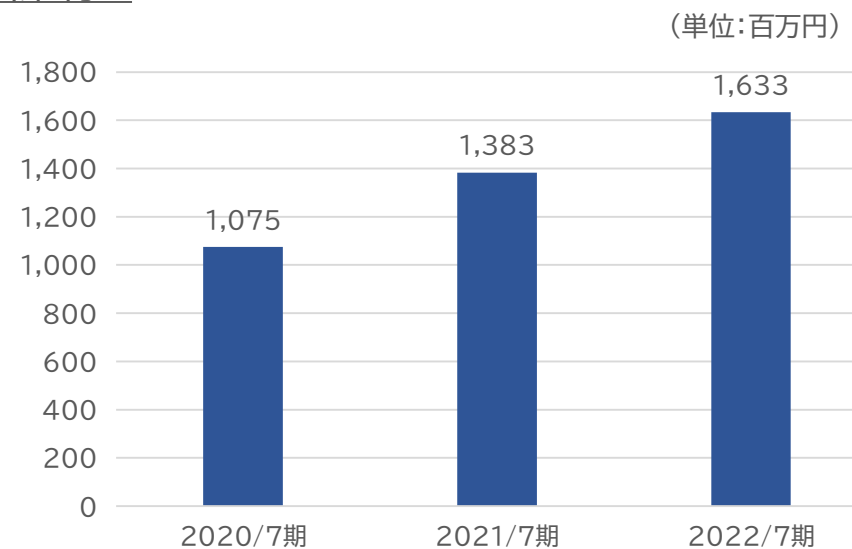
②売上総利益



③販売費及び一般管理費

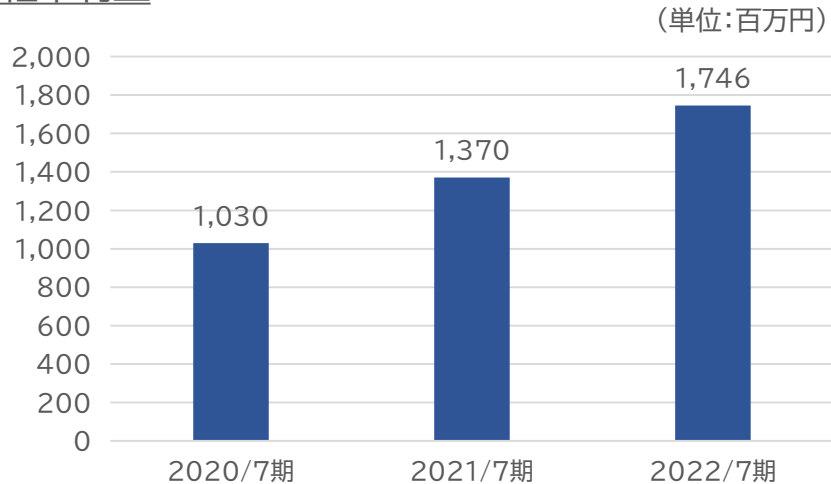


④営業利益

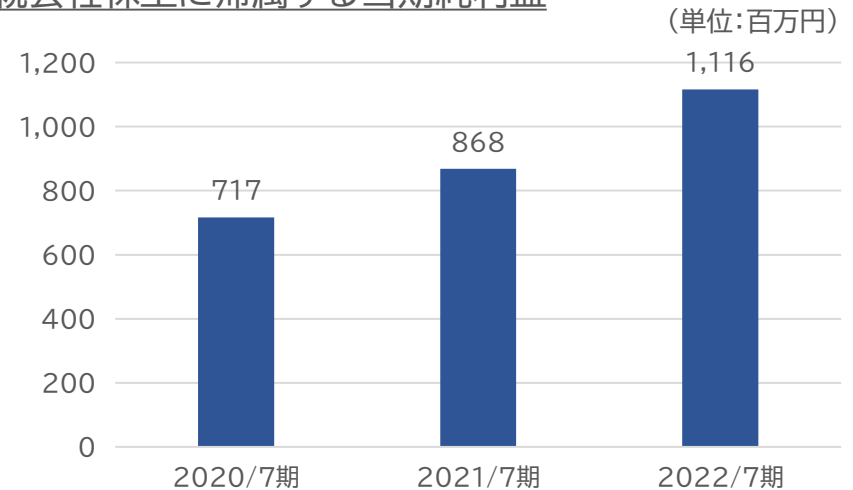


経営成績等の推移(連結)

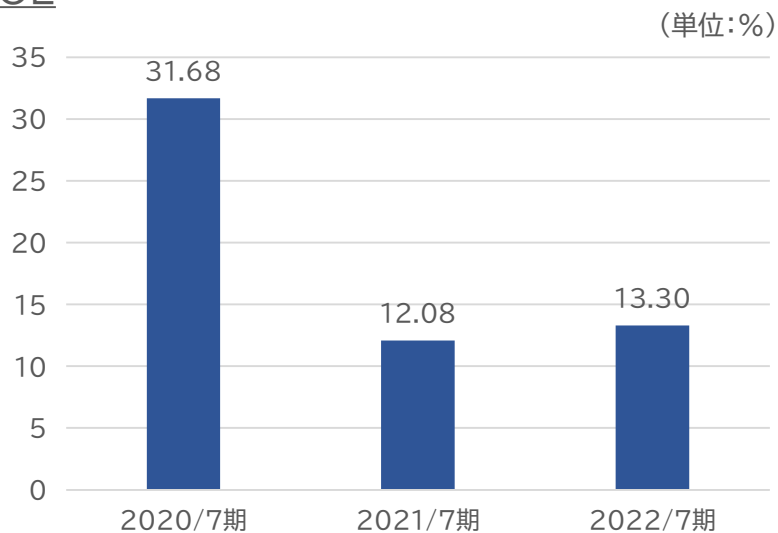
⑤ 経常利益



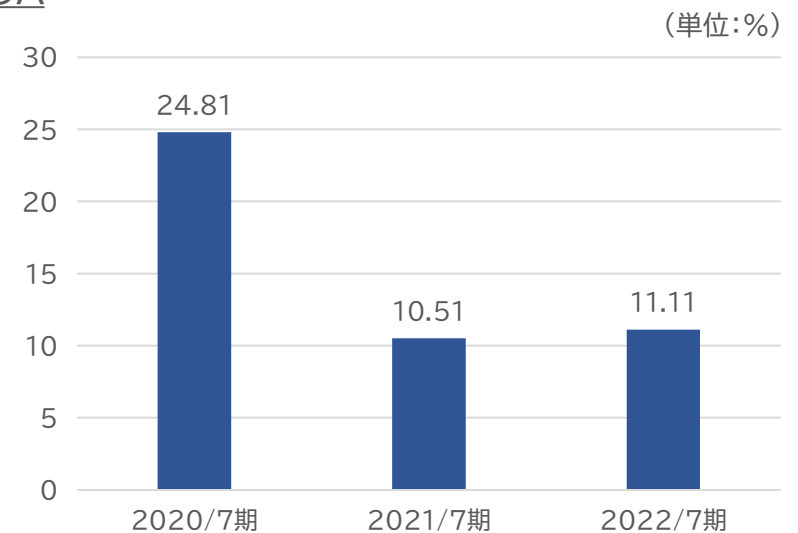
⑥ 親会社株主に帰属する当期純利益



⑦ ROE



⑧ ROA



※ 2020/7期は上場前の数値(当社は2021年2月に上場)

国内受賞歴

AXZIA

2016年	美容経済新聞社選定「2016 ベストオブベンチャー賞」受賞
2017年	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
	美容経済新聞社選定「2017 成長企業銘柄」受賞
2018年	「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
	「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
	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
2019年	@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
2021年	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アイケアコスメ」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
2022年	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



2016「ベストオブベンチャー賞」



2017
「大人女子に評判の化粧品」



2017「成長企業銘柄」



2018「モンドセレクション銅賞」



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



2018年
「大人女子に評判の化粧品」



2021
「美容従事者おすすめのアイケアコスメ」
部門 第1位

海外受賞歴

AXXZIA

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)
	「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)
2022年	「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」「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」

- 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)

管理部

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

URL : <https://axxzia.co.jp/ir/>

