

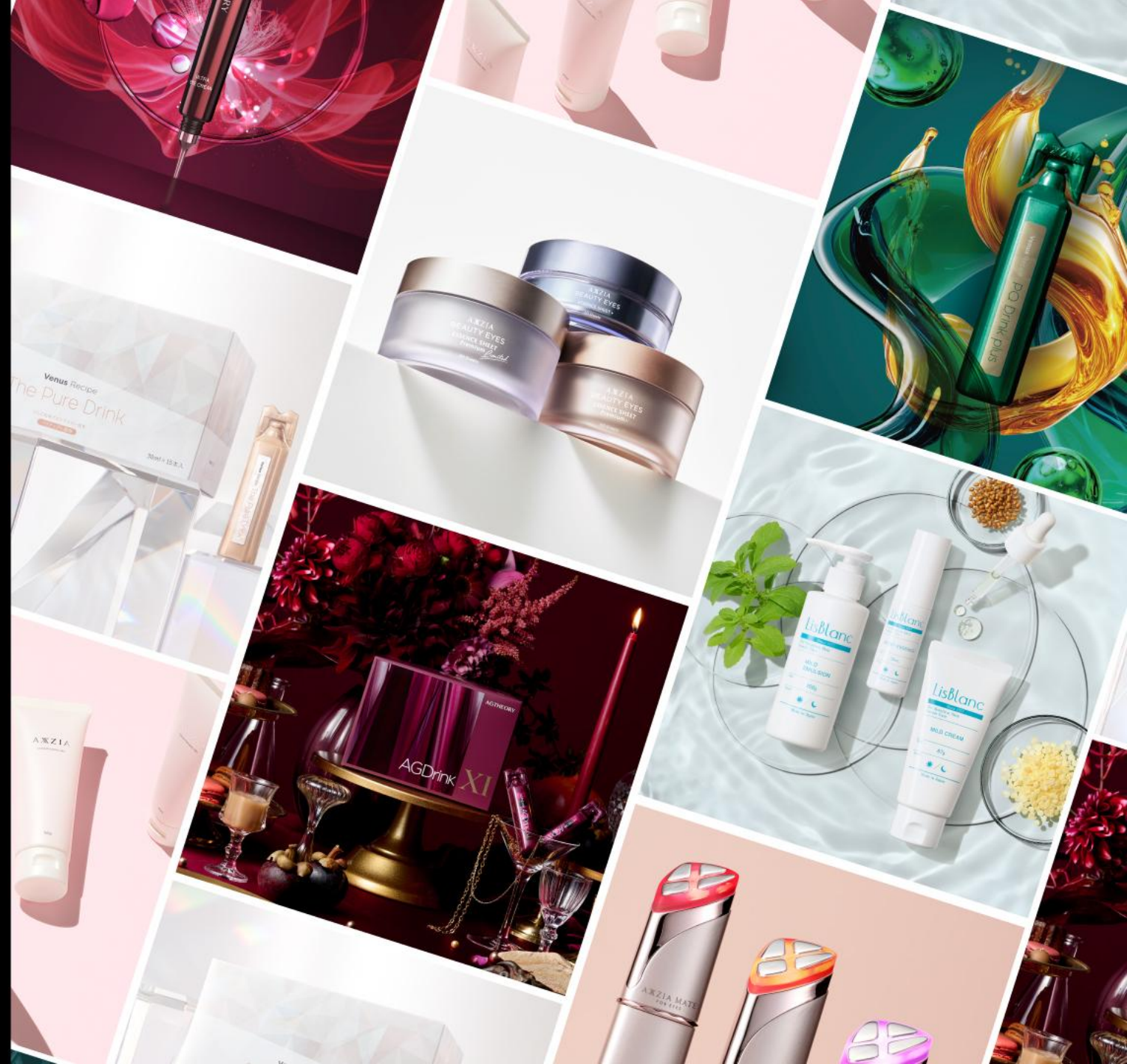
AXZIA

2026年7月期 通期決算説明資料

株式会社アクシージア

【東証スタンダード：4936】

2026年9月14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)
- 03 | 販売チャネル別の状況
- 04 | ブランド別の概況
- 05 | 2027年7月期業績予想
- 06 | Appendix

1. エグゼクティブ・サマリー

Executive Summary

AXXZIA

2026/7期
連結
実績

売上高	134.6億円	(前期比	-0.1%)	(計画比※	-0.2%)
営業損益	-1.7億円	(前期営業損益	5.1億円)	(計画値※	-2.5億円)
純損益	-4.6億円	(前期純損益	3.2億円)	(計画値※	-1.0億円)

- 売上高は、前期比・計画比ともに概ね同水準で着地。
- 広告宣伝費や人件費等の販管費増加により、1.7億円の営業損失を計上。
- 固定資産の減損による特別損失を計上、純損益は-4.6億円。

2027/7期
連結
計画

売上高	148.0億円	(前期比	+9.9%)
営業損益	-0.5億円	(前期差	+1.2億円)
純損益	-1.8億円	(前期差	+2.7億円)

- 中国のみならず、日本及び第3市場の売上拡大を図る。
- 広告宣伝費及び支払手数料の統制を強化し、且つ、グループの経営資源やAIの活用によりコストを抑制、営業利益率改善を目指す。

2. 業績ハイライト(2026年7月期)

Business Results: Highlights

AXXZIA

売上高は前期比・計画比ともに概ね同水準で着地。
一方で、**広告宣伝費や人件費等の販管費の増加**により、-176百万円の営業損失。
加えて、**固定資産の減損**による特別損失を計上し、当期純損益は-464百万円で着地。

（単位：百万円）

	2025/7期	2026/7期	前期比	2026年6月公表 業績予想比
売上高	13,478	13,466	-11 (-0.1%)	-33 (-0.2%)
営業損益	513	-176	-689	+73
営業利益率	3.8%	-1.3%	-5.1pt	+0.5pt
経常損益	504	23	-480	+57
当期純損益	320	-464	-785	-359
1株当たり純利益 (EPS)	13.74円	-20.33円	-34.06円	-

売上原価率は、前期比**0.6pt**改善。

一方、販管費については、中国ECにおける**広告費高騰が継続**し、広告宣伝費が増加。
また、日本や第3市場を中心とした**事業投資のための人員拡大**に伴い、人件費が増加。

(単位:百万円)

	2025/7期		2026/7期		前年同期比	
	金額	売上比	金額	売上比	金額	増減率
売上高	13,478	100.0%	13,466	100.0%	-11	-
売上原価	3,604	26.7%	3,515	26.1%	-88	-0.6pt
販売費及び一般管理費	9,360	69.4%	10,127	75.2%	+767	+5.8pt
(人件費)	1,792	13.3%	2,010	14.9%	+218	+1.6pt
(広告宣伝費)	3,466	25.7%	3,814	28.3%	+347	+2.6pt
(支払手数料)	2,025	15.0%	2,128	15.8%	+103	+0.8pt
営業損益	513	3.8%	-176	-1.3%	-689	-5.1pt

バランスシートの状況 (2026年7月期 連結)

足元の営業損失の状況及び2027年7月期の事業計画を踏まえ、固定資産の減損を実施(410百万円)。
また、2025年10月、2026年4月には**配当金の支払**を実施(計228百万円)。
一方で、現預金**3,996百万円**、自己資本比率**79.7%**と、財務健全性は維持。

(単位:百万円)

		2025年7月期末	2026年7月期末	対前期末増減
		金額	金額	金額
流動資産		7,546	7,367	-178
	(現預金)	3,990	3,996	+6
	固定資産	2,021	1,574	-447
資産合計		9,567	8,941	-625
流動負債		1,728	1,619	-108
固定負債		264	180	-83
負債合計		1,992	1,800	-192
(有利子負債)		860	654	-205
純資産合計		7,575	7,141	-433
(利益剰余金)		4,020	3,326	-693
(自己株式)		-838	-838	+0
負債・純資産合計		9,567	8,941	-625

3. 販売チャネル別の状況

Status by Sales Channel

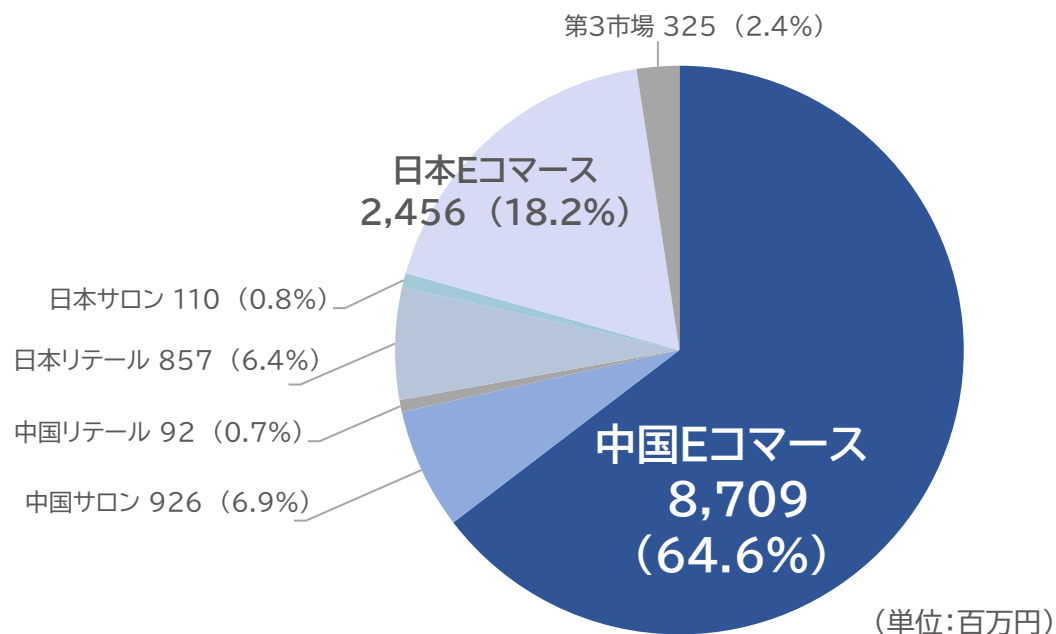
AXXZIA

地域別・チャネル別 売上高 (2026年7月期 連結)

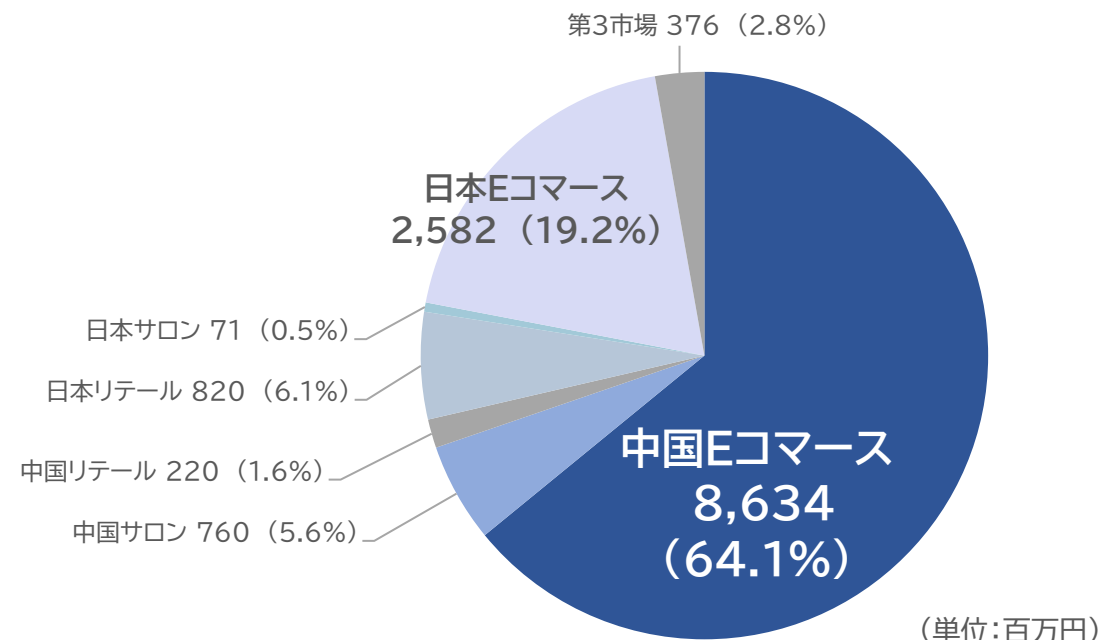
中国が前期並みの水準を維持する中、**日本及び第3市場が伸長**。
中国以外の売上構成比が拡大し、**地域ポートフォリオの多様化**が着実に進行。

■ 中国売上高※	96億円	(構成比 72.2% → 71.4%)	前期比 -1.3%
■ 日本売上高※	34億円	(構成比 25.4% → 25.8%)	前期比 +1.5%
■ 第3市場売上高	3億円	(構成比 2.4% → 2.8%)	前期比 +15.7%

2025年7月期



2026年7月期

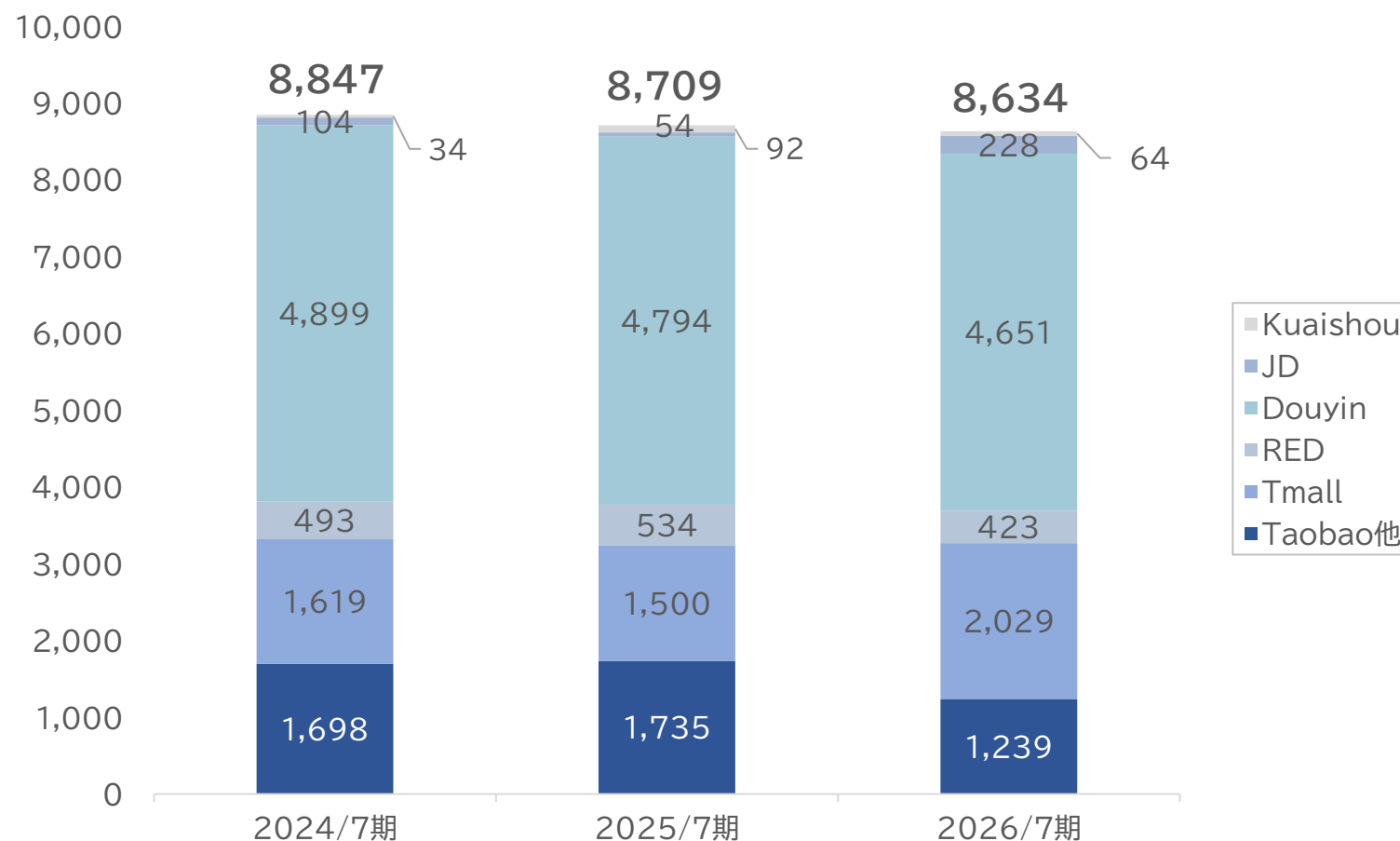


※ 中国売上高および日本売上高はEコマース、サロン、リテール合算の売上高

中国EC売上高推移（2026年7月期 連結）

618セールでは、Douyinをはじめとした中国EC旗艦店で**前期を上回るGSVを達成**。
通期では、中国EC全体で売上高は概ね横ばいで推移する一方、**Tmall及びJDが伸長し、
チャンネルの多角化が進展**。

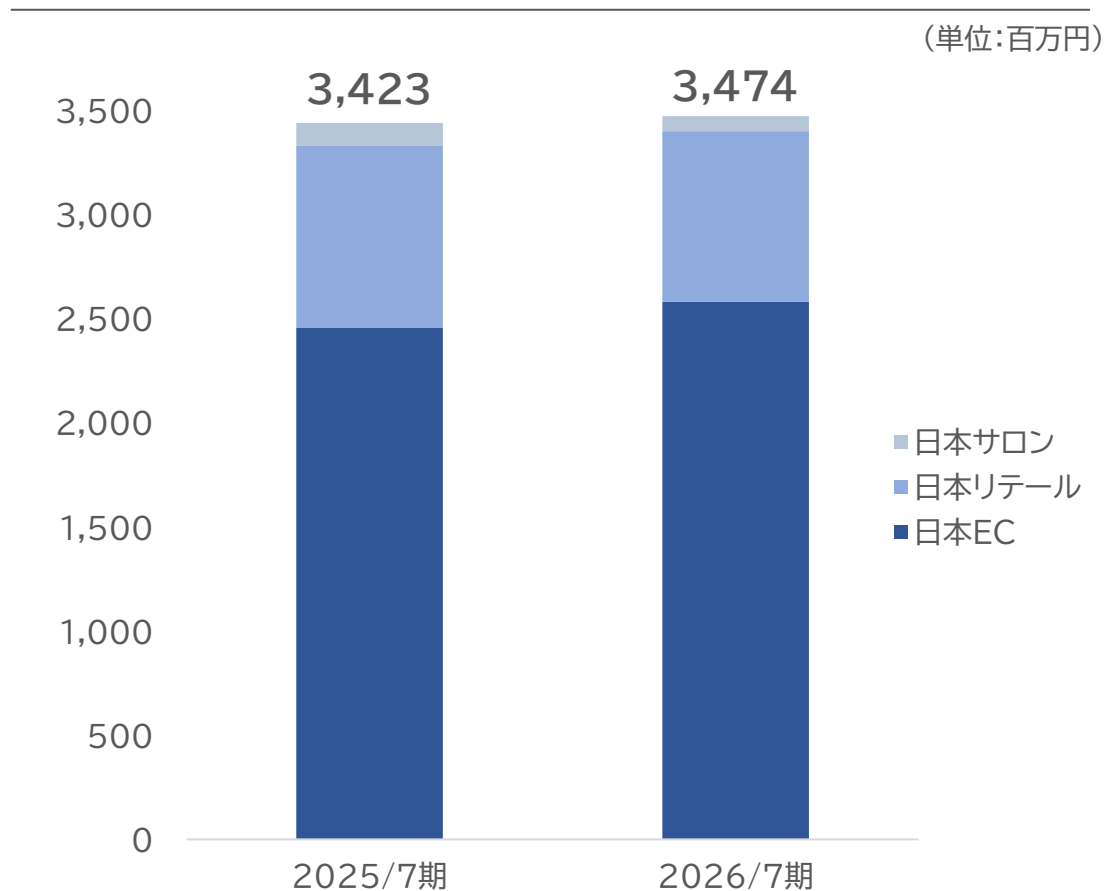
（単位：百万円）



日本については、中国人旅行者数減少の影響でリテール売上が鈍化するも、**EC売上が伸長**。
第3市場については、マレーシアを中心とした**インフルエンサーマーケティング強化**により、
東南アジア売上が前期比**+381.4%**と高成長を達成。

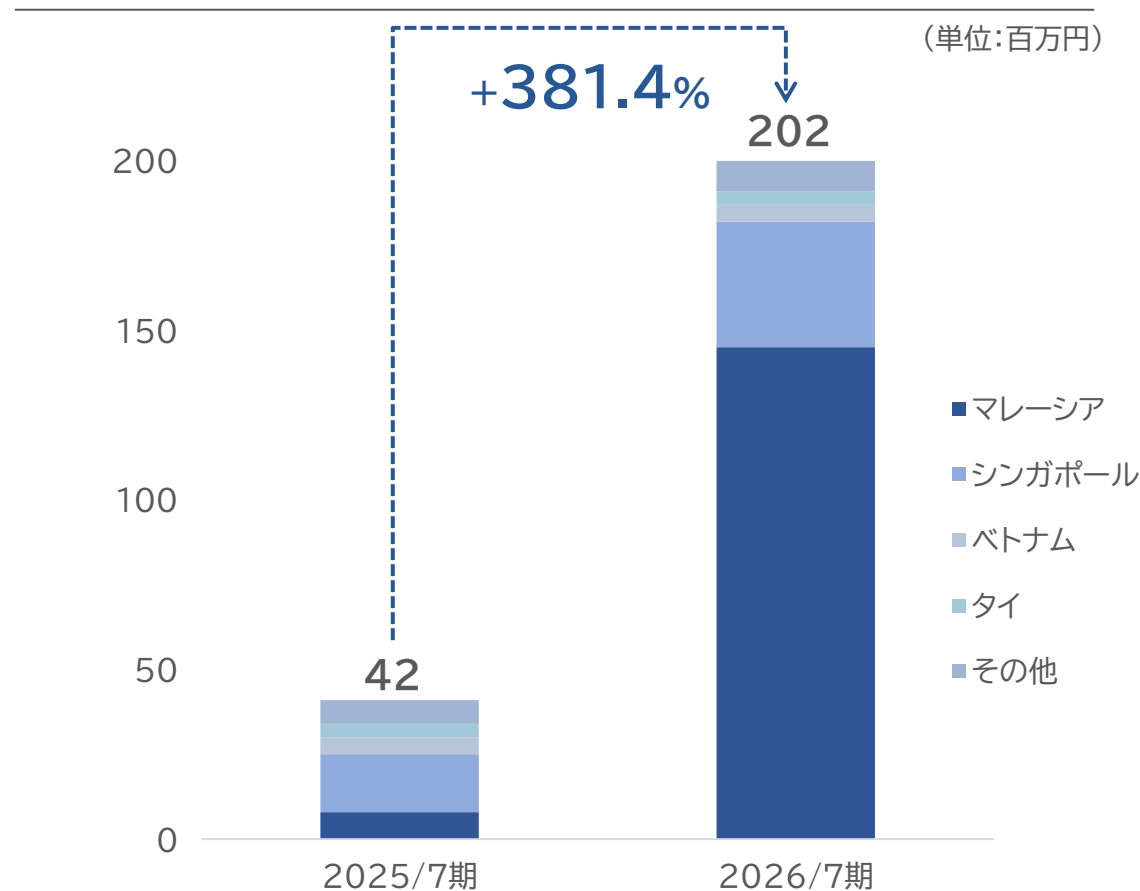
日本売上高推移

(単位:百万円)



東南アジア売上高推移

(単位:百万円)



4. ブランド別の概況

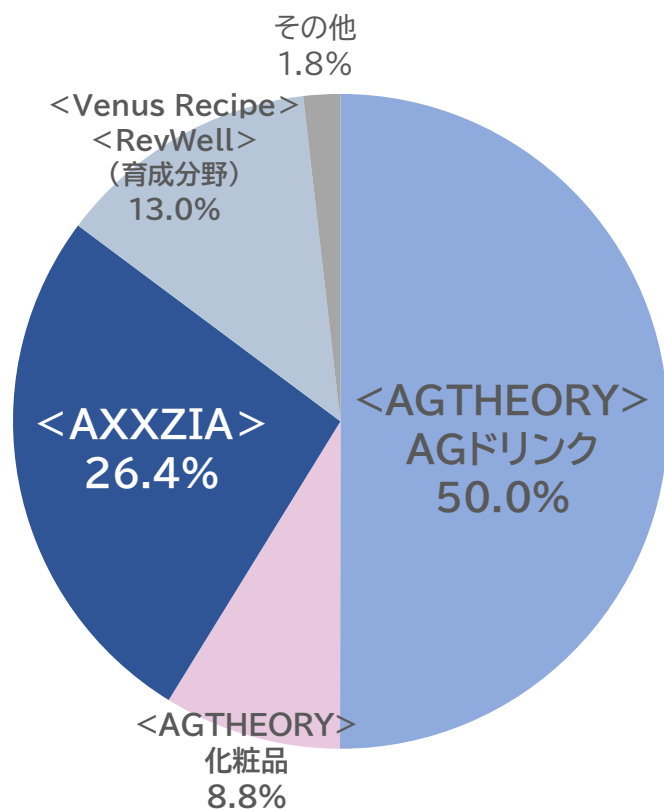
Overview by Brand

AXXZIA

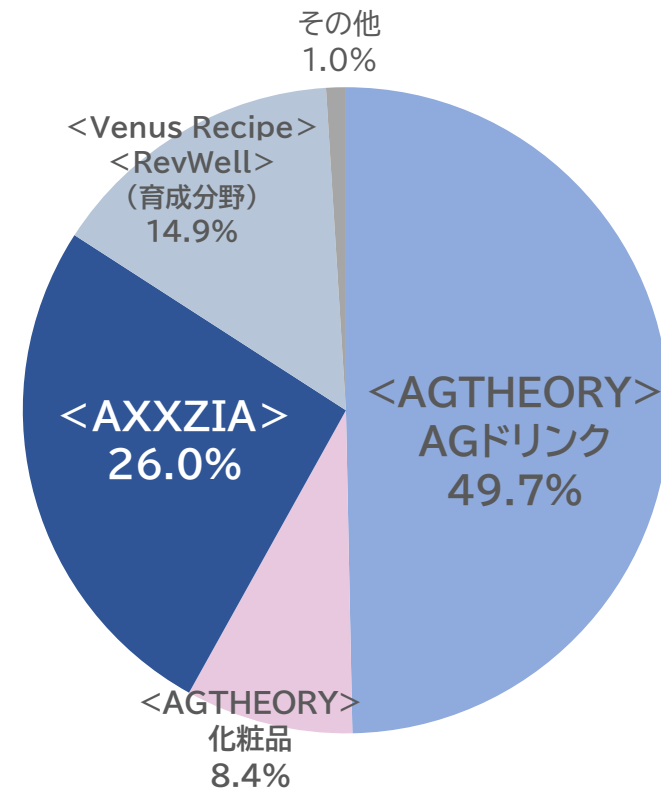
ブランド別 売上構成 (2026年7月期)

主力ブランド<エイジーセオリー><アクシージア>については**安定的に推移**し、収益基盤を維持。
育成分野は順調に**伸長**し、構成比が**+1.9pt**拡大。**新たな成長ドライバー**として立ち上がり。

2025年7月期



2026年7月期



※ 上記構成比は、アクシージア単体出荷ベースより算出

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

A X X Z I A

AGドリンク、＜エイジーセオリー＞化粧品ともに**安定的に推移**。

8月には、毎日手軽に「内側からのエイジングケア※」を実践するためのインナーケアサプリメント
＜エイジーセオリー＞AGタブレットを新発売、売上拡大を図る。



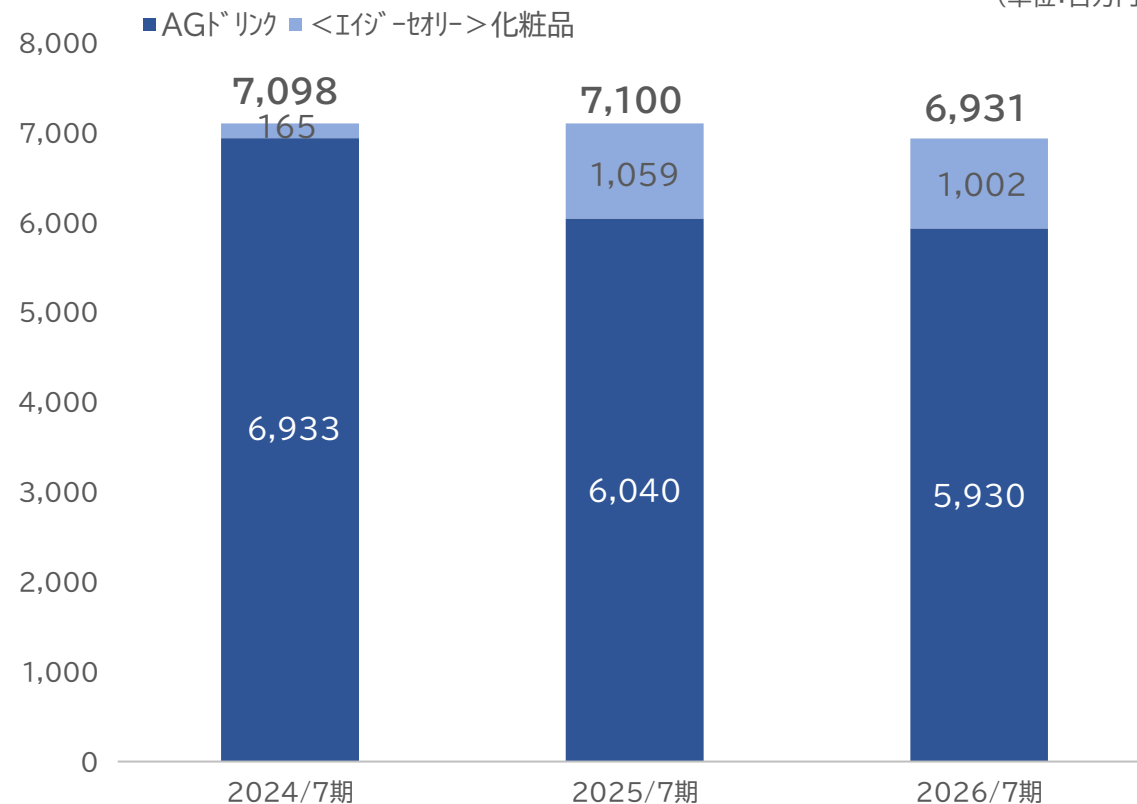
持続的成長への布石

- 2024年6月 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
- 2026年4月 目もと用シートマスク＜エイジーセオリー＞ラディアンズアイシート発売
- 2026年8月 インナーケアサプリメント＜エイジーセオリー＞AGタブレット発売

※ 年齢に応じた栄養補給によるケア

＜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、アクシージア単体出荷ベースの売上高集計

【主力ブランド2】AXXZIA(アクシージア) (2026年7月期)

AXXZIA

主力製品であるエッセンスシートを中心に、**底堅く推移**。
2026年7月末で、エッセンスシートシリーズは累計販売数**700万個**※¹を突破。今後も販売強化を継続。

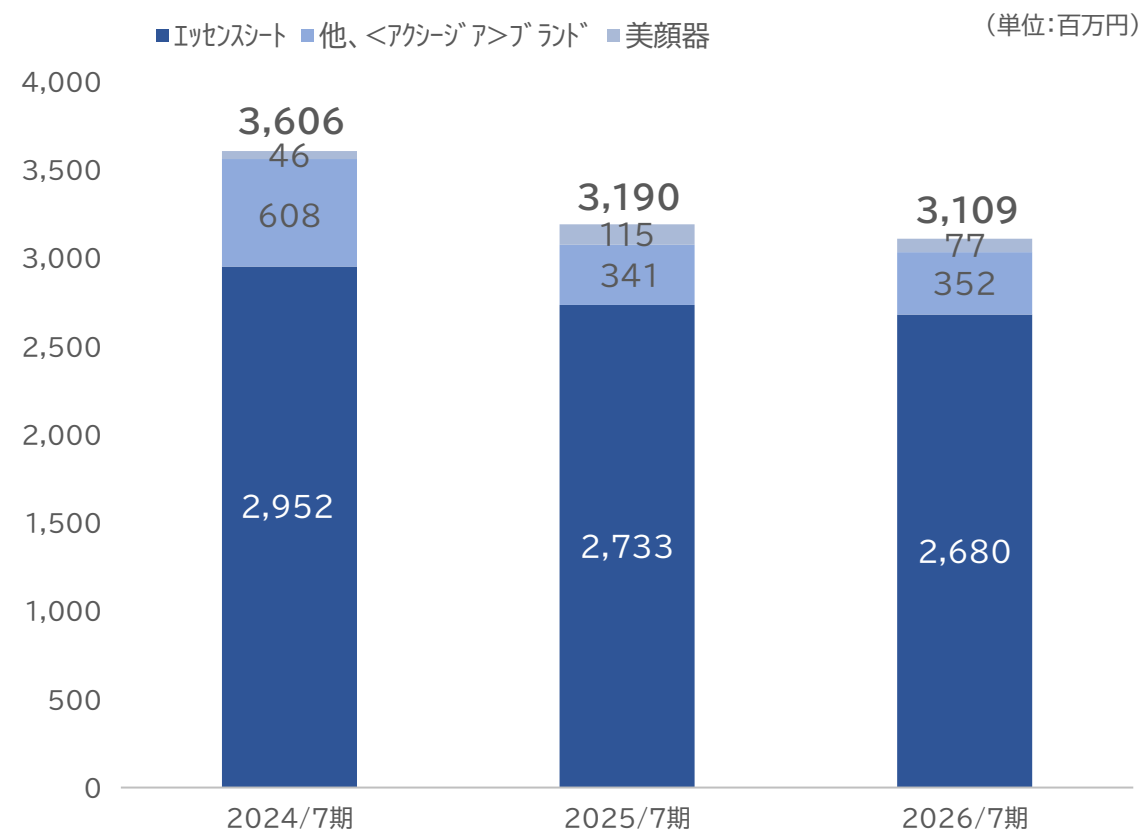


＜アクシージア＞ビューティーアイズ エッセンスシート
プレミアム グロウ

持続的成長への布石

- 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
- 2026年5月 日本向け製品エッセンスシート プレミアム グロウ発売

＜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

※ 2016年10月発売開始～2026年7月末まで(当社調べ)の、エッセンスシートシリーズの累計販売個数

中価格帯インナーケア製品 **PQドリンク プラス**が引き続き好調に推移。
育成分野全体は前期比+13.5%と大きく売上拡大。



<ヴィーナスレシピ> ザ ピュア ドリンク



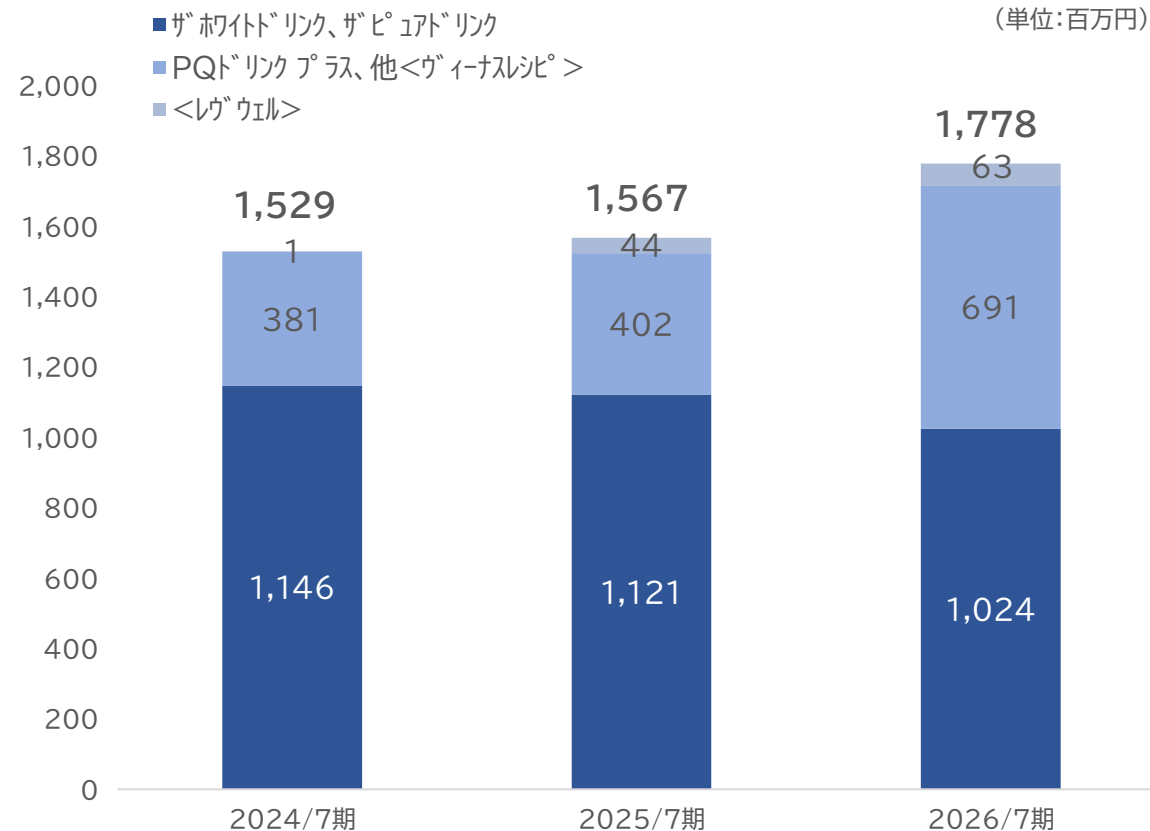
<ヴィーナスレシピ> PQドリンク プラス

主力シリーズへの布石

- 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

(単位:百万円)



※ 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

5. 2027年7月期業績予想

Forecast for FY07/27

AXXZIA

【売上・利益】2027年7月期業績予想

AXXZIA

中国のみならず、日本及び第3市場においても売上拡大を目指し、連結で**+9.9%の増収**を計画。
広告宣伝費・支払手数料の統制を強化し、且つ、グループの経営資源を活用し**コストを抑制**。
また、AI専門部署を設置し、AIエージェントを活用した効率化を推進。**営業利益率改善**を目指す。

(単位:百万円)

	2026/7期 実績	2027/7期 計画	前期比
売上高	13,466	14,800	+1,333(+9.9%)
営業損益	-176	-50	+126
営業利益率	-1.3%	-0.3%	+1.0pt
経常損益	23	-100	-123
親会社株主に帰属する 当期純損益	-464	-185	+279
1株当たり純利益 (EPS)	-20.33円	-8.09円	-

【地域別売上】2027年7月期業績予想

A X X Z I A

メイン市場である**中国**については、引き続きグループ成長の中心として**増収を計画**。
日本は、前期の子会社決算期変更影響※を除き、実質ベースで**2桁増収**を計画、**成長強化を継続**。
あわせて、**第3市場の拡大**を進め、**地域ポートフォリオの偏り改善と成長ドライバーの多様化**を図る。

(単位:百万円)

	2026/7期 実績	2027/7期 計画	前期比	前期比 (子会社決算期 変更影響除く)※
売上高	13,466	14,800	+9.9%	+12.3%
中国	9,615	10,500	+9.2%	+9.2%
(売上比)	(71.4%)	(70.9%)	(-0.5pt)	(-2.0pt)
日本	3,474	3,500	+0.7%	+10.0%
(売上比)	(25.8%)	(23.6%)	(-2.2pt)	(-0.5pt)
第3市場	376	799	+112.3%	+112.3%
(売上比)	(2.8%)	(5.4%)	(+2.6pt)	(+2.5pt)

※ 連結子会社であるエムアンドディ社の決算期変更に伴い追加計上された2026年6月及び7月の売上高を除いた比較可能ベース

最大チャネルであるDouyinを中心にプラットフォーム別の**利益管理を徹底**。
主力製品のリニューアルと新製品の継続投入により、グループ全体の柱として**成長を継続**。

① チャネル別戦略

01 Douyin | 最大チャネル

- ライブ販売・ショート動画を軸に、**越境EC・一般貿易の両輪**で販売を拡大。
- 当社最大のチャネルとして、成長と採算を両立。

02 Tmall | 第2の柱

- 検索対策・会員化・再購入の強化により、**安定収益基盤**として運営。
- 化粧品は**エッセンスシート・UV**を重点育成。

03 RED | 認知獲得の起点

- **KOL・KOCを通年で幅広く起用**し、ブランド認知と指名検索を拡大。
- 新製品投入直後に広告投下を厚くし、**初動を最大化**。

② プロダクト別戦略

01 主力製品のリニューアル

- **主力製品をリニューアル**し、売上の再拡大を図る
- リニューアルのタイミングで中国の**著名人をアンバサダーとして起用**、広告費を集中投下

02 新製品の投入

- 次なる主力製品を生み出すべく、**新製品**を年間で順次投入
- 越境ECで先行販売・検証し、投資継続を判断

03 アーティストコラボの実施

- アーティスト・**蜷川実花**氏ディレクションのブランドとのコラボ製品を販売
- 大型商戦、卸商談へ接続

TikTok Shopで認知を獲得し、EC・店頭で刈り取り、体験・CRMでファン化する好循環を構築。
「目もとのアクシージア」というブランドイメージ確立を目指しつつ、他カテゴリ製品を育成。

① チャネル別戦略(日本)

01 TikTok Shop | 最注力チャネル

- 中国市場で培ったノウハウを、日本でも展開。
- 認知から購買までの一気通貫の特性を生かし、KOLを起用したコンテンツ投稿やライブ販売を数多く実施。

02 EC | スtock型収益への転換

- 自社ECはサブスク×CRMを強化し、定期会員数を積み上げ。
- SNSマーケティングを活用しECサイトへ送客。

03 リテール | 店頭・直営で刈り取りとファン化

- 卸はリスブランをテコに販売実績を確立し配荷を拡大。
- 直営店は製品体験を起点に日本顧客のリピーター化とECとの相互送客を推進。

② プロダクト別戦略(日本)

01 エッセンスシート | ブランドイメージの確立

- 「目もとのアクシージア」というブランドイメージ確立を目指し、SNS・ポップアップ等で認知～購買まで接続。
- トライアル品から本製品への引き上げを目指す。

02 リスブラン | 日本向け注力ブランド

- 低～中価格帯の日本向けブランドとして販売強化。
- アンバサダーを起用したSNS等での露出拡大により、認知拡大とともに売上拡大を図る。

03 ベルバイ(香水) | 話題性で拡大

- 既存製品の香水から派生し、香りに関連する話題性のある新製品を、四半期毎に投入。
- 小ロット・短サイクルで検証し、ヒット製品を発掘。

第3市場においては、**東南アジア**に特に注力。中国で人気の既存製品を、**ECを主軸**に展開。
中国で培ったノウハウを生かし、**KOLを起用したSNSマーケティング**を中心に販売促進を強化。

① チャネル別戦略(東南アジア)

01 EC×ライブ販売 | 主軸チャネル

- **Shopee、Lazada、TikTok Shop**にて販売強化。
- **トップKOL**を起用した大型ライブ販売を実施するとともに、**ミドル・マイクロKOL**を常時起用し認知を拡大。

02 卸(オフライン) | 安定収益源へ

- 主要小売店の定番棚を維持・拡大しつつ、**ドラッグストア・美容サロン**等のオフライン販路を新規開拓。
- EC商戦依存を抑え、**安定収益源**へ育成。

03 販売基盤(マレーシア) | 現地法人化(8月設立)

- マレーシアに子会社を設立。現地在庫からの直送・現地決済の体制へ移行し、**配送リードタイムを短縮**。
- 卸展開と現地販促の前提となる事業基盤を確立。

② プロダクト別戦略(東南アジア)

01 エッセンスシート | 最主力・成長ドライバー

- 当社の主力製品、**エッセンスシート**を成長ドライバーに位置づけ。
- セット企画、クロスセルも活用し**客単価を向上**。

02 インナーケア | 次なる柱

- ザ ピュア ドリンク等の**インナーケア製品**を拡販し、高付加価値SKUへ構成をシフトし**販売単価を向上**。
- 継続飲用の訴求で**リピート・定期需要**を獲得。

03 フェイスマスク | 新規顧客の入り口

- 新規でも購入しやすい**フェイスマスク**の販売を強化。
- サンプルング・トライアル販促で新規顧客を獲得し、主力2カテゴリへの**アップセル**へ接続。

【株主還元】2027年7月期の取り組み

2027年7月期は営業損失を計画するものの、継続的かつ安定的な配当を基本方針とし、
年間10円の配当を予定。良好な財務基盤を背景に**株主優待制度も継続**し、株主還元を維持する方針。

| 配当

<2027年7月期 配当予想>

1株当たり配当金(予想)	
中間配当	期末配当
5.0 円	5.0 円

- 成長投資を推進しつつ、**継続的かつ安定的**な配当実施が基本方針。
- 配当性向は每期 **30%前後** が目安。

| 株主優待

保有期間及び**保有株式数**に応じ、お得なセット商品を多数ご用意した**株主様限定ページ**にてご利用いただける**優待券**を贈呈。

200～499株	6,000円相当
500～999株	12,000円相当
1,000株～	18,000円相当

3年以上の継続保有で



200～499株	9,000円相当(1.5倍)
500～999株	24,000円相当(2倍)
1,000株～	36,000円相当(2倍)



4. Appendix

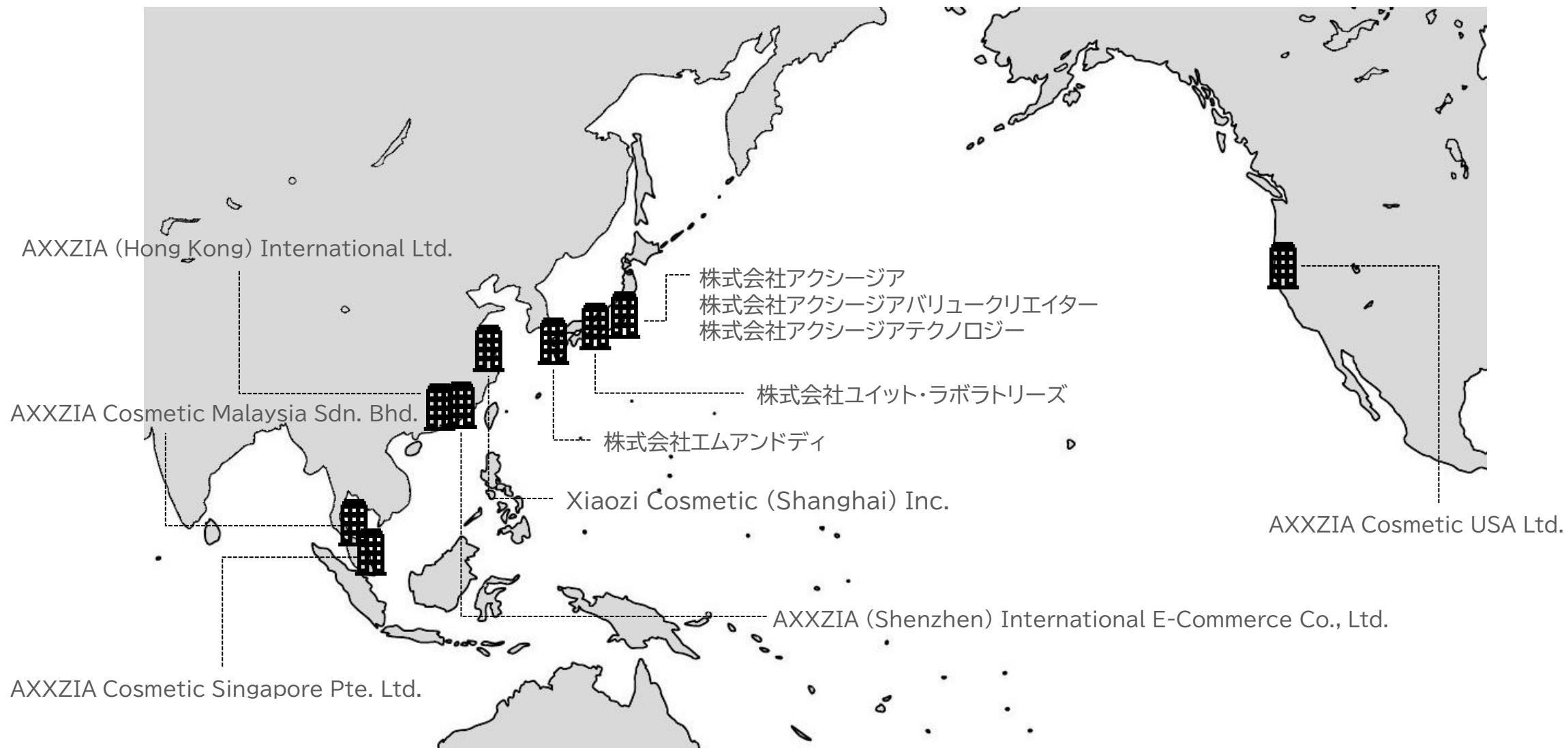
Appendix

AxxZIA

A X 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（2026年7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

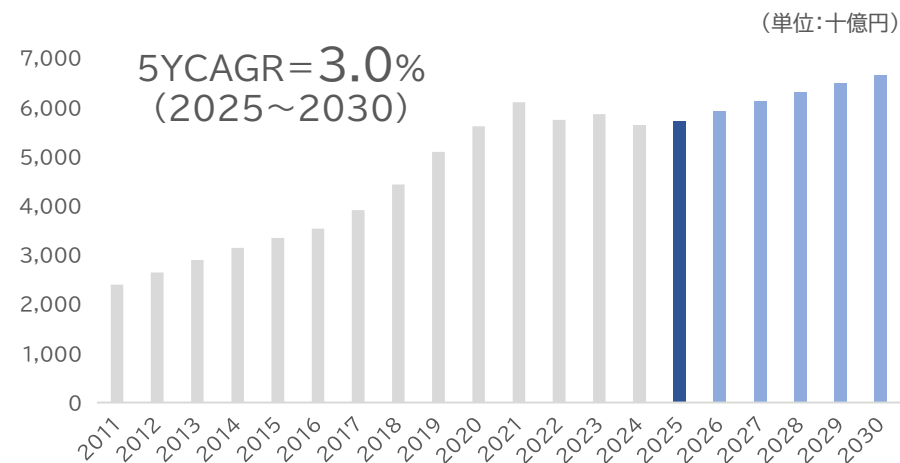
A X X Z I A

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 エッセンスシート プレミアム グロウ	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
	AGタブレット	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
	バランシングオイルエッセンス	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
	ラディアンスアイシート	化粧品

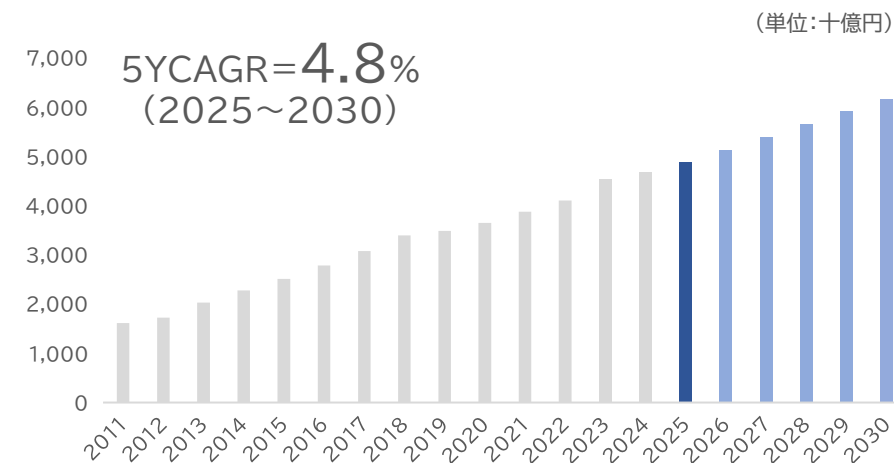
ブランド	製品	カテゴリ
LisBlanc (リスブラン)	マイルド クレンジングウォーター	化粧品
	クリア パウダーウォッシュ	化粧品
	マイルド クレンジング	化粧品
	マイルド ウォッシュ	化粧品
	マイルド ローション	化粧品
	モイスト ローション	化粧品
	モイスト エッセンス	化粧品
	マイルド エマルジョン	化粧品
	マイルド クリーム	化粧品
	マイルド フェイスマスク	化粧品
	モイスト フェイスマスク	化粧品
Venus Recipe (ヴィーナスレシピ)	ザ ピュア ドリンク	インナーケア
	ザ ホワイト ドリンク	インナーケア
	PQドリンク プラス	インナーケア
	PQリキッド	インナーケア
	HMプランブボール	インナーケア
	VF ゼリー	インナーケア
RevWell (レヴウェル)	ラクトスティック	インナーケア
	バリーアイAX	インナーケア
	KZ ケア	インナーケア
Medullux (メデュラックス)	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

【市場環境1】スキンケア・サプリメント市場

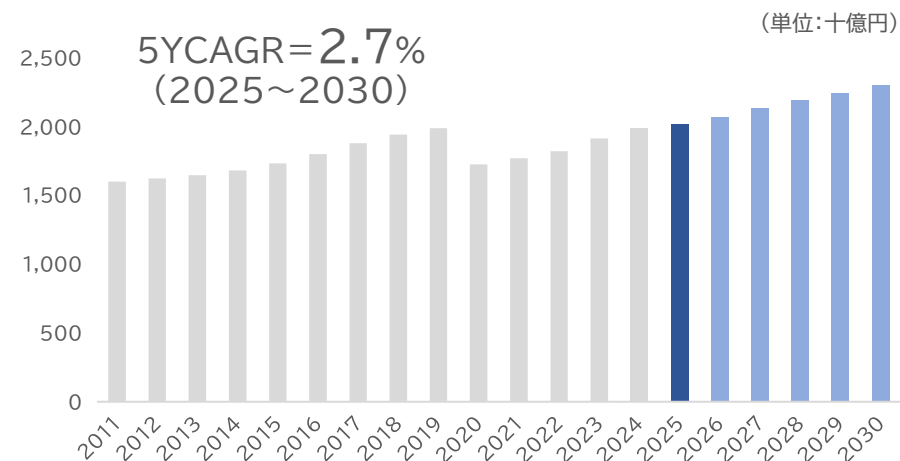
中国のスキンケア市場規模 5兆7,293億円(2025年小売額)



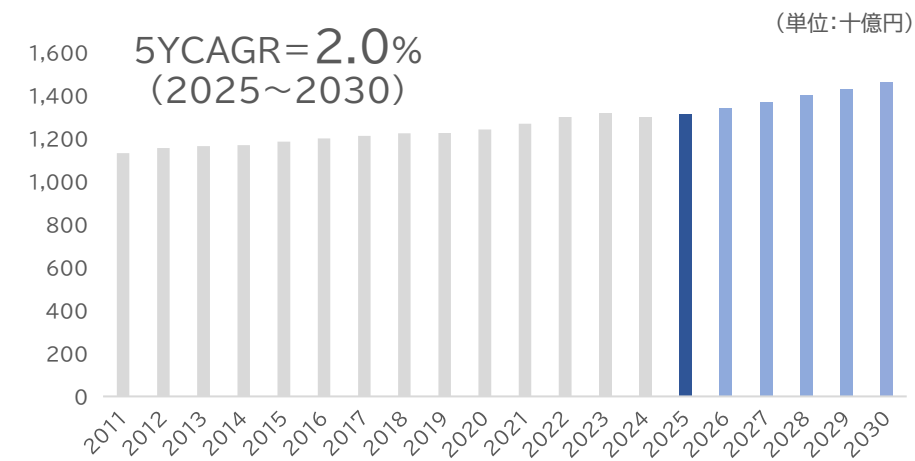
中国のサプリメント市場規模 4兆8,903億円(2025年小売額)



日本のスキンケア市場規模 2兆125億円(2025年小売額)



日本のサプリメント市場規模 1兆3,135億円(2025年小売額)



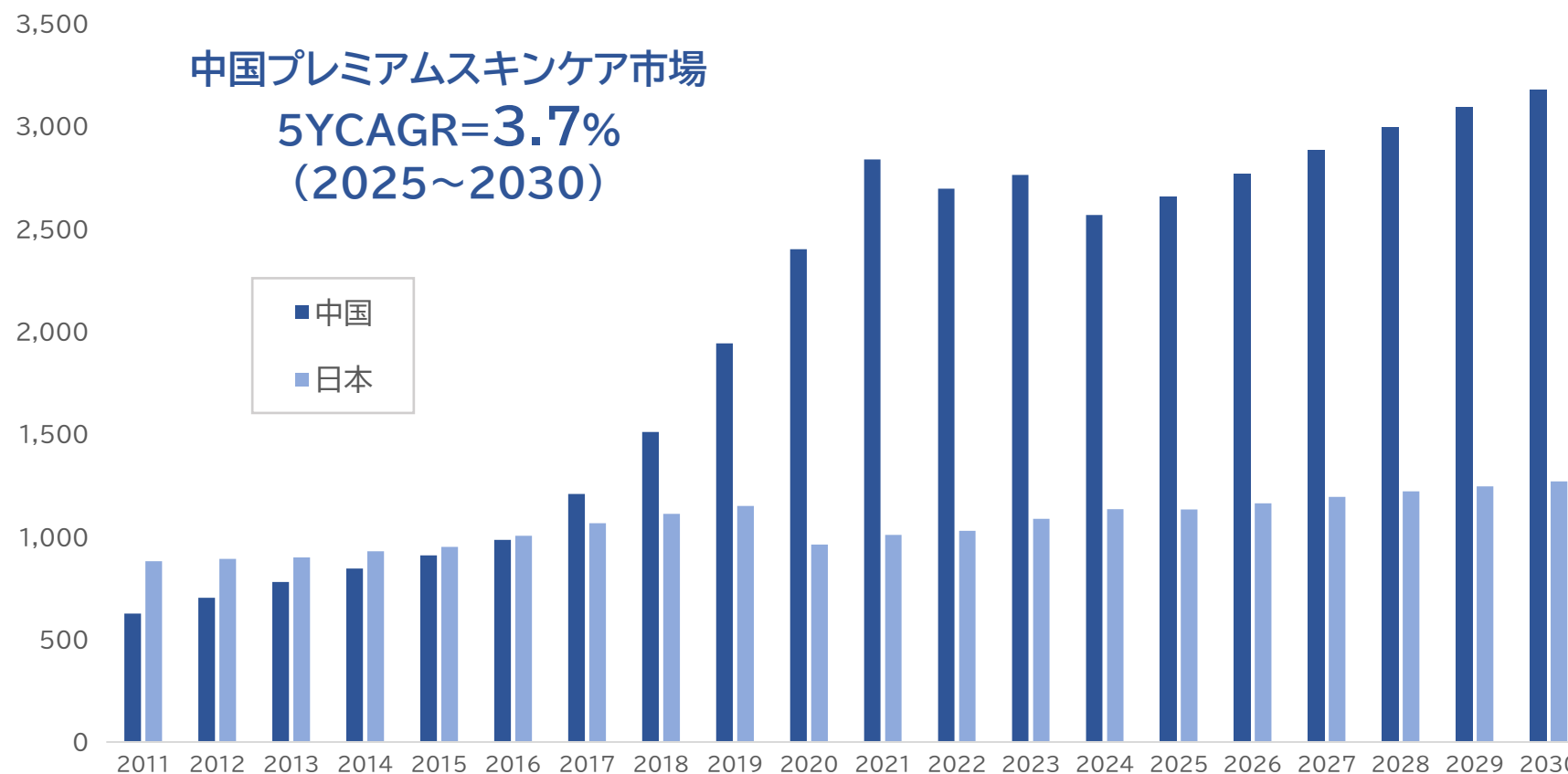
(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2025 edition, retail value RSP fixed 2025 exchange rates, current prices, data extracted on 21 August 2026)

(出典: Euromonitor International Limited, Consumer Health 2025 edition, retail value RSP, fixed 2025 exchange rates, current prices, data extracted on 21 August 2026)

【市場環境2】プレミアムスキンケア市場

中国・日本のプレミアムスキンケア市場

(単位:十億円)

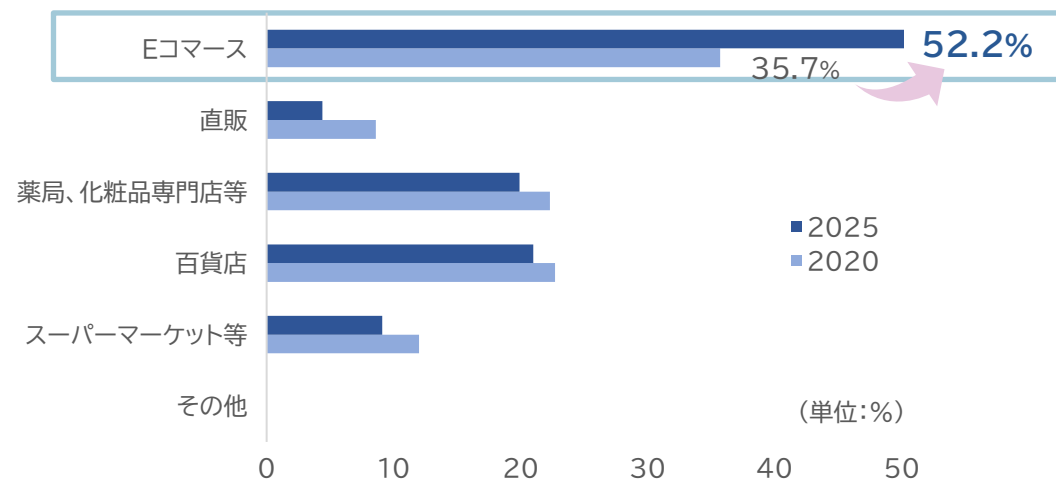


(出典: Euromonitor International Limited, Beauty and Personal Care 2025 edition, retail value RSP fixed 2025 exchange rates, current prices, data extracted of 21 August 2026)

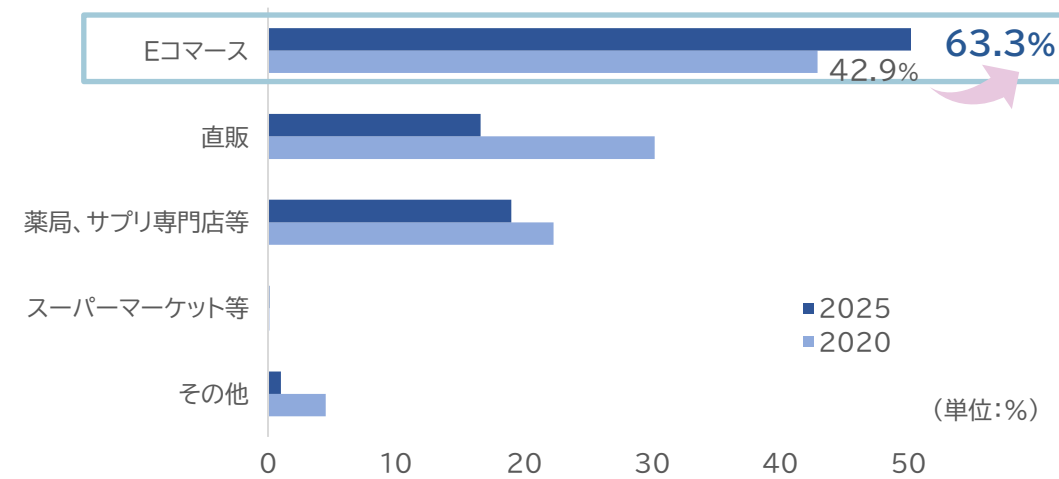
※ プレミアム=高価格帯化粧品。マスではなく、美意識が高く美容にかかるコストを惜しまない顧客向けの上級ライン。百貨店や直営店など店舗を限定しプレミアムチャネル向けと位置付けるシリーズ

【市場環境3】EC市場

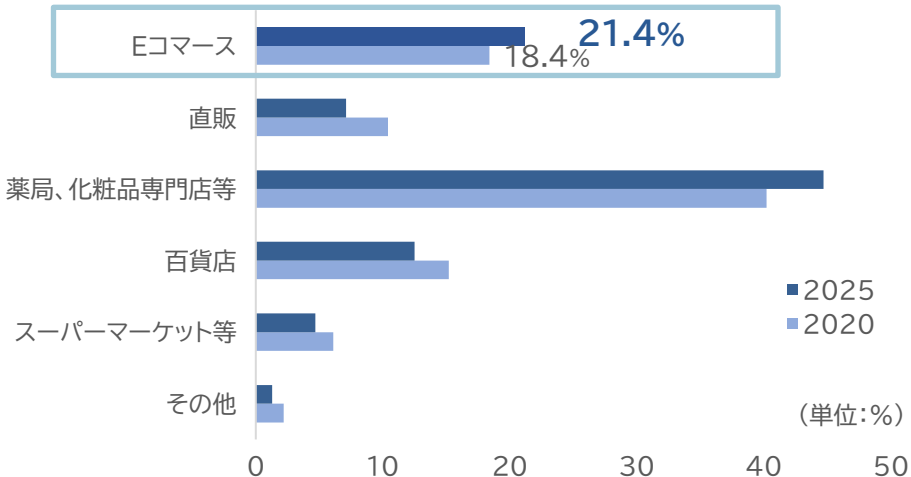
中国のスキンケア市場



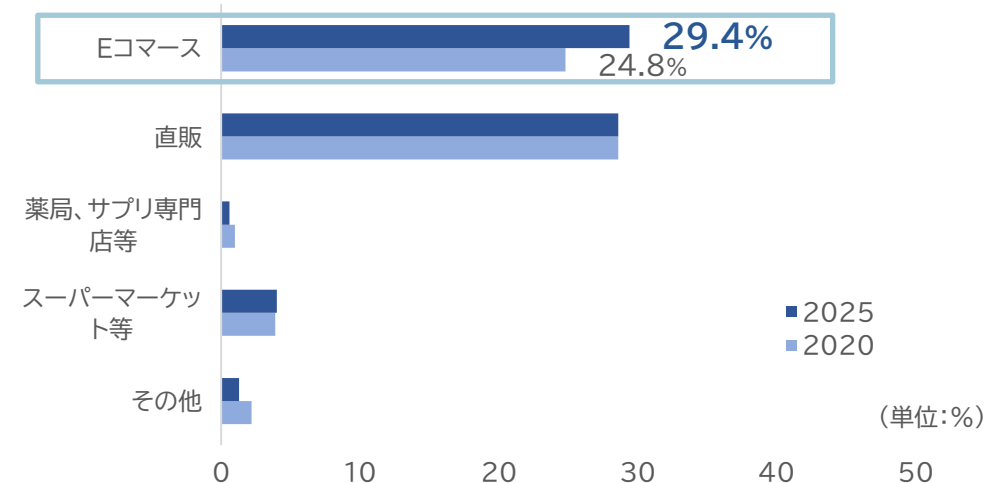
中国のサプリメント市場



日本のスキンケア市場



日本のサプリメント市場



(出典: Euromonitor International Limited, Skin Care 2025 edition, retail value RSP fixed 2025 exchange rates, current prices, data extracted on 21 August 2026)

(出典: Euromonitor International Limited, Consumer Health 2025 edition, retail value RSP, fixed 2025 exchange rates, current prices, data extracted on 21 August 2026)

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 X Z I A

Creating things and experiences
that amaze people.