

2025年9月期 第1四半期 決算説明資料

2025年2月14日
株式会社ケイ・ウノ

名証ネクスト市場:259A

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.



本日は、株式会社ケイ・ウノ 2025 年 9 月期 第 1 四半期の決算説明をさせていただきます。
どうぞよろしくお願いいたします。

Contents

1	会社概要	02
2	2025年9月期 第1四半期 業績	08
3	2025年9月期 第1四半期 トピックス	18
4	2025年9月期 通期 業績見通し	24
5	ビジネスモデル	30
6	成長戦略	35
7	Appendix	47

本日は、スライドのアジェンダに沿ってご説明させていただきます。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

当社の概要を簡単にご説明させていただきます。

会社概要

Company
Profile

会社名	株式会社ケイ・ウノ
事業内容	ジュエリー・時計の製造販売 オーダーメイド、リフォーム、修理
設立	1991年3月29日(創業1981年)
資本金	1億3,672万円
所在地	愛知県名古屋市千種区猫洞通3-9
代表者	代表取締役社長 伊藤 崇史
従業員数	547名(2024年9月末)
関連会社	株式会社ユートレジャー(子会社) U-International Factory Co.,Ltd. (子会社 タイ王国) 愷吾柔璞琳夢股份有限公司(関連会社 台湾)

宝飾品の営業販売
として名古屋に創業



1981

キャラクター
ジュエリーブランド
「U-TREASURE」誕生



2014

U-International
Factory co.,Ltd.(UIF)設立



名証ネクスト市場
新規上場



2024

Kuno
タイウノ

ディズニーデザイン
ジュエリー販売スタート



2010

海外初出店、
台北忠孝旗艦店オープン



2019

当社代表取締役社長に
伊藤崇史が就任



2022

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

3

会社名は、株式会社ケイ・ウノと申します。

事業内容につきましては、ジュエリー・時計の製造販売、オーダーメイド、リフォーム、修理を承っております。

簡単ではございますが、沿革についてご説明させていただきます。

当社は1981年、名古屋に創業いたしました。その後、新たなお客様のご要望に応えるべく、2010年にはウォルト・ディズニー・ジャパン株式会社とライセンス契約を結び、現在ではオーダーメイドジュエリーの製造販売許諾をいただいているブランドになります。

ここで得たノウハウを横展開し、さらなるお客様のご要望に応えるべく、2014年にキャラクタージュエリーブランド「ユートレジャー (U-TREASURE)」が誕生いたしました。

今後の販路拡充、グローバルへのチャレンジとして、2019年には台湾に旗艦店がオープンいたしました。

受注量増加に伴う生産量向上、原価率低減を目的に、2021年にはタイにジュエリー工場を設立しました。

そして、2024年に名証ネクスト市場へ新規上場をいたしました。

主要事業:オーダーメイドジュエリーを製販一貫体制で展開

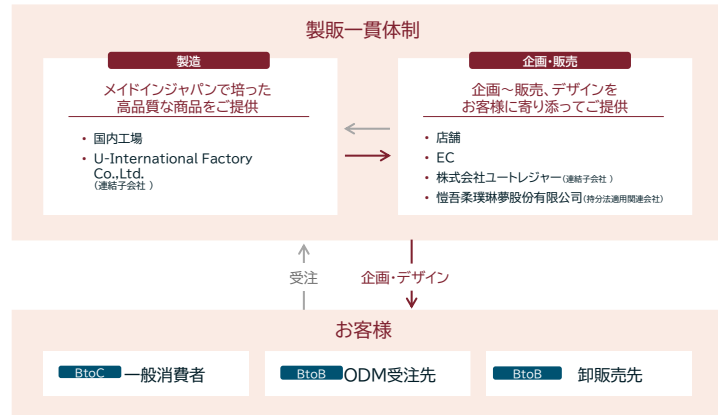


オーダーメイドジュエリーと時計を取扱い、個人のお客様から企業のお客様まで、幅広いニーズにお応えするため、ジュエリーの企画・デザインから製作、そして販売に至るすべての工程を、自社で一貫して行っています。

取扱い商品



製販一貫体制で高品質な商品を提供

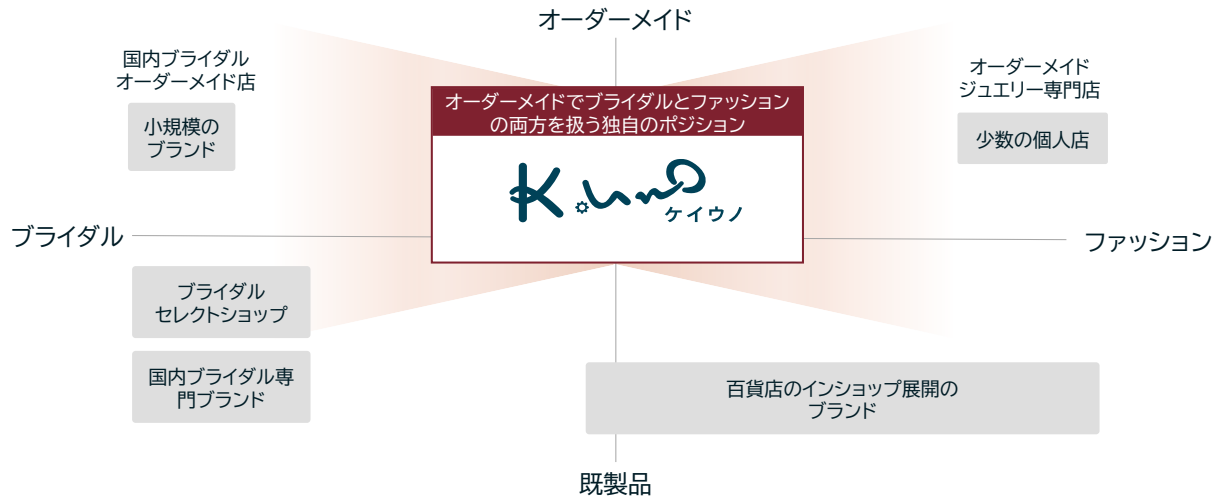


© K-unno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

※ODM…Original Design Manufacturingの略で、パートナー企業から委託を受けて製品をデザイン・設計・生産することをいう。

4

主要事業については、オーダーメイドジュエリーを製販一貫体制で展開しています。



業界における当社のポジショニングです。

まず、この業界ですが、ファッションジュエリー市場、ブライダルジュエリー市場ともに全国展開しているブランドは、専門店として特化した構造になっております。

そのような中、当社はファッションジュエリー、ブライダルジュエリーともに、オーダーメイドで全国展開するユニークなポジションを取っているため、世の中のトレンドに左右されことなく成長させることが可能となっております。

Purpose

オーダーメイドで お客様に特別な感動と喜びを贈り続ける

創業者である久野雅彦がジュエリーの既成品販売を行っていた頃感じた、
「あとちょっとこうだったらいいのにな…」というお客様の本音。

80%、90%の満足を狙うよりも、お客様一人ひとりに合わせて100%の満足を提供し、
お客様に特別な感動と喜びを贈ることができる企業でありたい。
そのような思いから、当社グループはオーダーメイドを行っております。

当社が掲げるパーパスは「オーダーメイドでお客様に特別な感動と喜びを贈り続ける」です。

創業者である久野が、ジュエリーの既製品販売を行っていた頃感じた、
「あとちょっとこうだったらいいのにな…」というお客様の本音。

80 パーセント、90 パーセントの満足を狙うよりも、お客様一人ひとりに合わせて 100 パーセントの満足を提供していきたい、そのような思いから当社グループはオーダーメイドを行っております。

店舗一覧：国内・海外 合計36店舗を展開 国内：33店舗、海外3店舗（※2025年2月14日現在）



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

7

店舗一覧です。

現在、国内 33 店舗、海外 3 店舗、合計 36 店舗を展開しています。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

8

それでは、2025年9月期第1四半期の決算についてご報告いたします。

業績ハイライト



前期比で売上高は104.4%、当期純利益は40.6%で増収減益

	実績	前期比	主な要因
売上高	1,823百万円	104.4%	・ ブライダルジュエリー市場の競争激化があったものの、継続してきたマーケティング戦略が奏功し増加
経常利益	49百万円	43.6%	・ 原材料高騰による売上原価の上昇 ・ 人事施策を講じたことによる人件費の増加 ・ クリスマス商戦に向けた広告宣伝費の増加
親会社株主に帰属する 当期純利益	28百万円	40.6%	・ 売上原価と販管費の増加に伴い減少

2025 年 9 月期第 1 四半期の業績ハイライトです。

売上高は 18 億 2,300 万円、前期比 104.4 パーセント、
経常利益は 4,900 万円、前期比 43.6 パーセント、
当期純利益は 2,800 万円、前期比 40.6 パーセントで増収減益となりました。

主な要因としては、売上高が増加した一方で、原材料高騰による売上原価の上昇、人事施策を講じたことによる人件費の増加、クリスマス商戦に向けた広告宣伝費の増加といったコスト増によって経常利益、当期純利益が減少したためです。

決算概要(連結・P/L)



(単位:百万円)

	24/9期 1Q	25/9期 1Q		
	実績	実績	増減額	前期比
売上高	1,747	1,823	+76	104.4%
売上総利益	1,033	1,066	+32	103.2%
売上総利益率	59.2%	58.5%	▲0.7pt	98.8%
販売費及び一般管理費	911	1,017	+106	111.7%
営業利益	122	48	▲73	39.9%
営業利益率	7.0%	2.7%	▲4.3pt	38.2%
経常利益	113	49	▲63	43.6%
経常利益率	6.5%	2.7%	▲3.8pt	41.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	70	28	▲41	40.6%

(単位:円)

EPS(一株当たり純利益)	74.83	27.70	▲47.13	37.0%
---------------	-------	-------	--------	-------

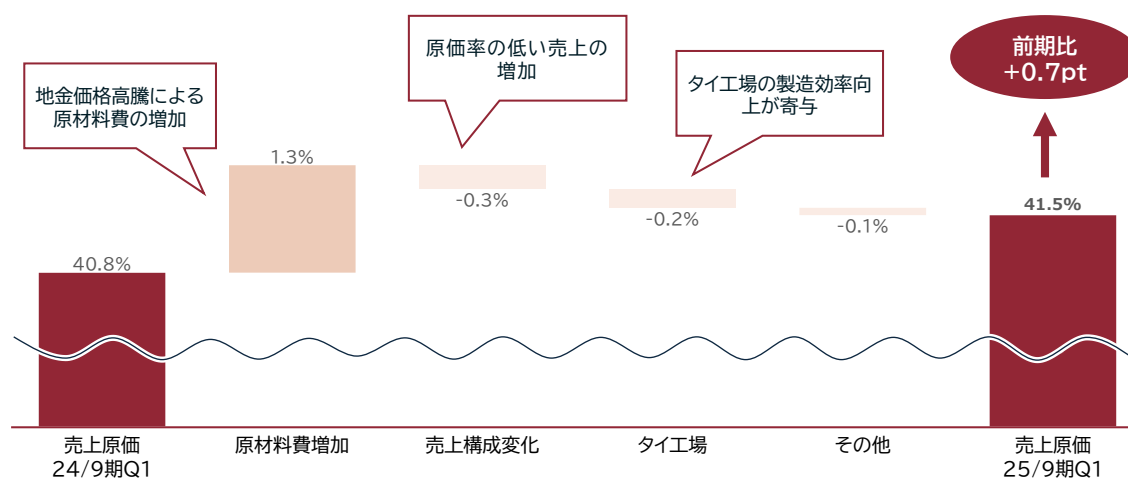
PL につきましてはご覧の通りです。

増収減益の主な要因としましては、売上原価の上昇と販売費及び一般管理費の増加となります。

詳細は順にご説明いたします。

売上原価率

低原価率の売上増加及びタイ工場の製造効率向上が売上原価率低減に寄与したものの、地金価格高騰による原材料費の上昇により、売上原価率は前期比+0.7ptとなった。



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

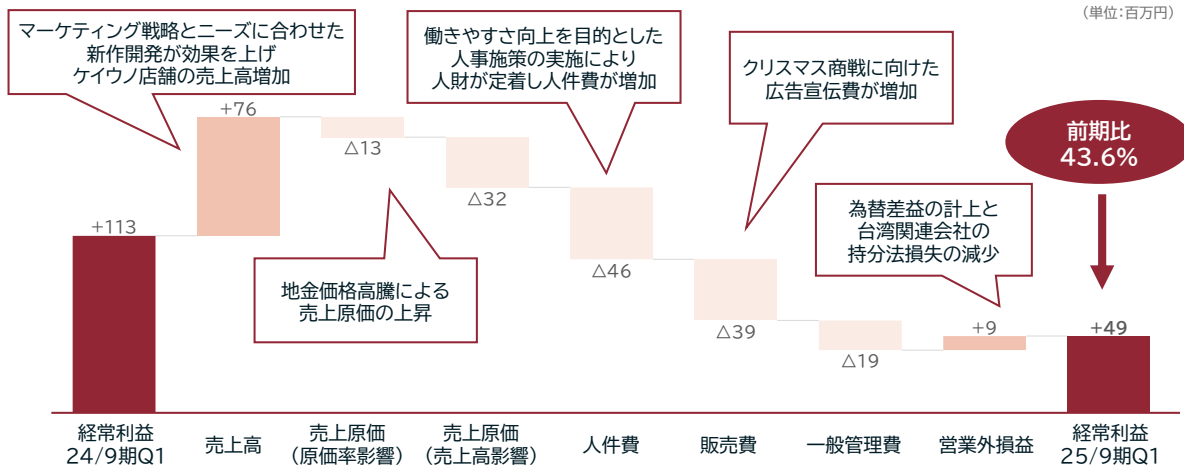
11

まず、売上原価率の増減分析です。

良い点としては、原価率の低い売上の増加、タイ工場における製造用機械の導入による製造効率の向上がありましたが、地金価格高騰による原材料費の上昇が大きく影響し、売上原価率は、前期比+0.7ポイントの41.5パーセントとなりました。

経常利益増減分析

売上高76百万円の増加があったものの、地金価格高騰による売上原価の上昇、人件費や広告宣伝費の増加により、経常利益は前期比43.6%となった。



続いて、経常利益の増減分析です。

前期から継続してきた、顧客の裾野を広げるマーケティング戦略と、消費者ニーズに合わせた幅広い価格帯の新作開発を行ったことで、店舗の売上高が伸長し、7,600 万円の増加となりました。

一方で、地金価格高騰による売上原価の上昇に加え、働きやすさ向上を目的とした人事施策の実施により人財が定着し人件費が増加、クリスマス商戦に向けた広告宣伝費の増加があり、経常利益が前期比 43.6 パーセントの 4,900 万円となりました。

売上高(地域別・販売チャネル別)

■ **地域別売上高**:国内は店舗の売上高が好調。海外は卸事業が好調。

	24/9期 1Q	25/9期 1Q				(単位:百万円)
	実績	実績	増減額	前期比	構成比	
国内	1,621	1,676	+54	103.4%	92.0%	
海外	125	146	+20	116.6%	8.0%	

■ **販売チャネル別売上高**:店舗はブライダルが好調。ECは納品タイミングのズレにより減少。

卸売は海外向けの販売が好調で伸長。

	24/9期 1Q	25/9期 1Q				(単位:百万円)
	実績	実績	増減額	前期比	構成比	
店舗	1,407	1,470	+63	104.5%	80.7%	
EC	150	137	▲13	91.1%	7.5%	
卸売	189	214	+25	113.5%	11.8%	

続きまして地域別、販売チャネル別の売上高です。

国内は、店舗の売上高が好調でした。

海外は、卸事業が好調でした。

販売チャネル別としましては、店舗は、ブライダルが好調だったため伸長いたしました。

ECは、納品タイミングのズレにより減少いたしました。

卸売は、海外向けの販売が好調だったことにより伸長いたしました。

売上高(ブランド別・製品別)

■ **ブランド別売上高:** ケイウノは手軽なオーダーが好調。その他は既存ライセンス商品が伸長。

	24/9期 1Q	25/9期 1Q				(単位:百万円)
	実績	実績	増減額	前期比	構成比	
ケイウノ	1,059	1,111	+52	104.9%	61.0%	
その他 (ライセンス商品)	688	711	+23	103.4%	39.0%	

■ **製品別売上高:** ブライダルは国内店舗が順調に推移。ファッションはECで納品タイミングのズレがあり微減。

	24/9期 1Q	25/9期 1Q				(単位:百万円)
	実績	実績	増減額	前期比	構成比	
ブライダル	1,235	1,312	+76	106.2%	72.0%	
ファッション	511	510	▲1	99.7%	28.0%	

続いてブランド別、製品別の売上高です。

ケイウノブランドでは、手軽なオーダーメイドが好調だったことから伸長いたしました。
その他のブランドでは、既存ライセンス商品が伸長いたしました。

製品別では、ブライダルは、国内店舗が順調に推移しました。
ファッションは、ECで納品タイミングのズレがあり微減いたしました。

決算概要(連結・B/S)



有利子負債が80百万円、その他負債が114百万円減少し、純資産が243百万円増加。

(単位:百万円)

2024年9月30日時点

2024年12月31日時点

現金及び預金 1,015	有利子負債 1,479
棚卸資産 1,699	
その他流動資産 552	その他負債 1,903
固定資産 1,136	純資産 1,020



現金及び預金 971	有利子負債 1,399
棚卸資産 1,719	
その他流動資産 606	その他負債 1,789
固定資産 1,154	純資産 1,263

- ・有利子負債
長期借入金の通常返済により減少
- ・その他負債
法人税の納税や冬季賞与の支給により未払法人税等や賞与引当金が減少
- ・純資産
主に新規上場に伴う増資により増加

財務指標

- ・有利子負債比率
110.8% (前期末比△34.2ポイント)
- ・自己資本比率
28.4% (前期末比+5.2ポイント)

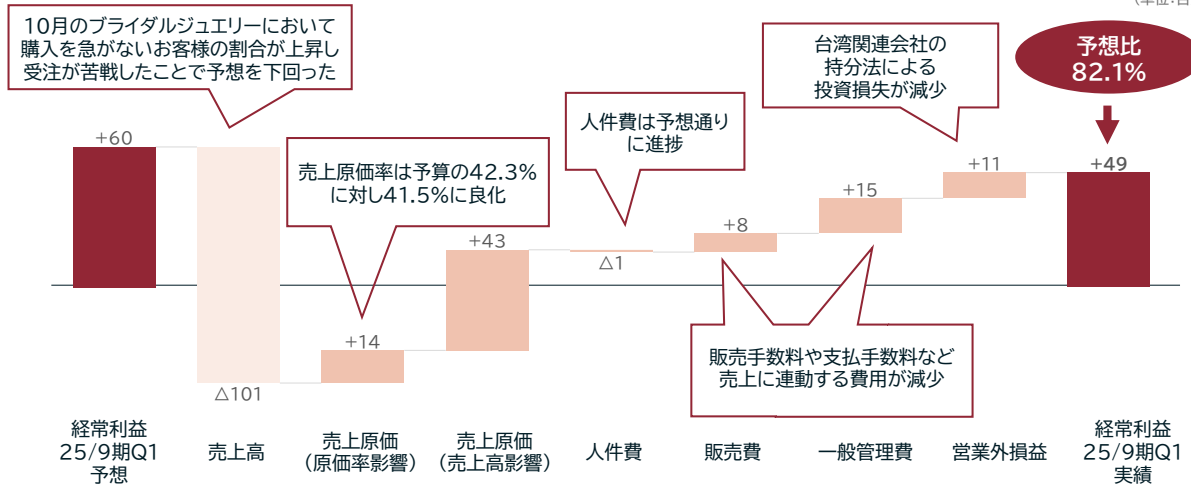
BS についてです。

有利子負債が 8,000 万円、その他負債が 1 億 1,400 万円減少、純資産が 2 億 4,300 万円増加いたしました。これは主に、長期借入金の返済による減少と、法人税の納税や、冬季賞与の支給による未払法人税等や賞与引当金の減少に加え、新規上場に伴う増資により純資産が増加したためです。

なお、自己資本比率は前期末比 + 5.2 ポイントの 28.4 パーセントとなりました。

売上原価率と人件費は予想通り推移したものの、売上高が予想を下回り、経常利益は予想比82.1%となった。

(単位:百万円)



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

16

2024年11月に公表した業績予想値との比較による増減分析です。

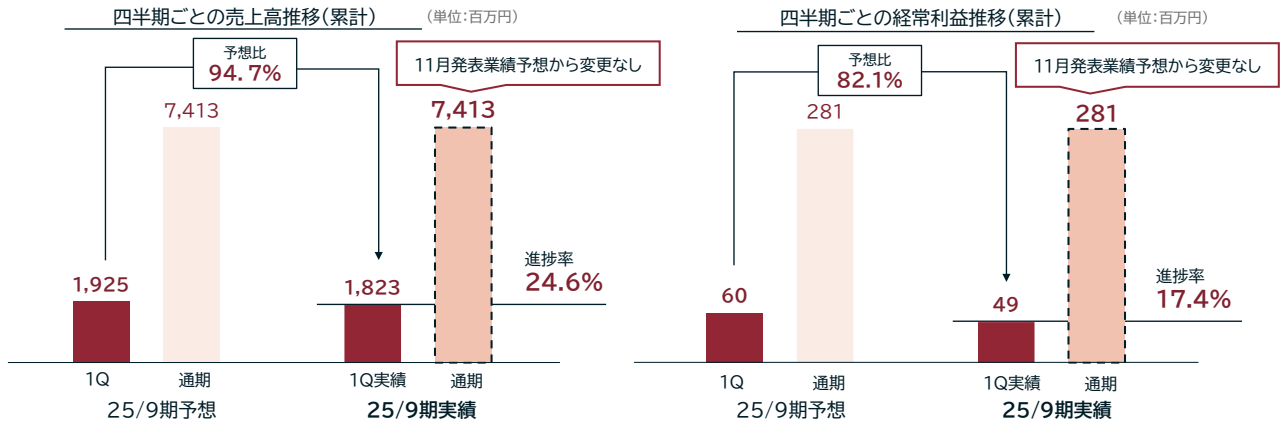
売上高は、マーケティング戦略とニーズに合わせた新作開発で、前期は上回ったものの、10月のブライダルジュエリーにおいて、相次ぐ価格改正により他ブランドにて駆け込み消費が生じるといった市場の競争激化に加え、クリスマス前でまだ検討時間があり、購入を急がないお客様の割合が上昇したことにより10月の受注が苦戦いたしました。結果、売上高が予想を下回りました。

一方で、売上原価と人件費は織り込み済みだったため、予想通り推移いたしました。

結果、経常利益は予想比で82.1パーセントとなりました。

通期業績予想に対する進捗率：計画通り進捗見込み

10月の受注減が影響し、1Qは売上高、経常利益ともに予想を下回る結果となったが、11月以降は10月に購入を見送ったお客様が戻り、受注が順調に推移。(店舗受注高 予想比100.4% ※10月～1月累計) によって、通期では売上高、経常利益ともに計画通り進捗する見込み。



続いて、通期業績予想に対する進捗率です。

10月の受注減が影響し、1Qは売上高、経常利益ともに予想を下回る結果となりましたが、11月以降は継続してきた、顧客の裾野を広げるマーケティング戦略が効果を出し、お客様が戻ってこられたことで受注は順調に推移しております。なお、10月～1月の店舗受注高の累計は予想比100.4パーセントとなっております。

よって、通期では売上高、経常利益ともに計画通り進捗する見込みでございます。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

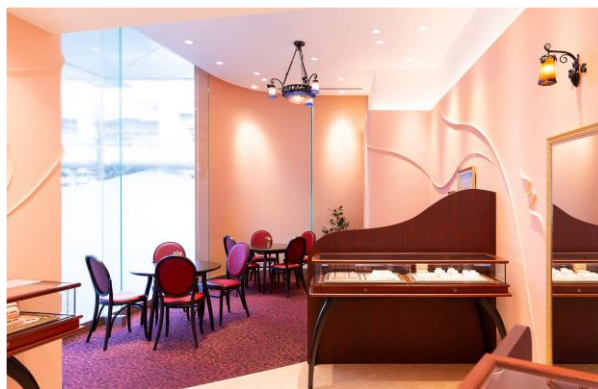
© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

18

2025 年 9 月期 第 1 四半期の主なトピックスについてご説明いたします。

【計画実行済】「ケイウノ立川店」2025年1月17日オープン

東京都立川市に、2021年以来の新規出店を実施。



期首に計画していた通り、東京都立川市に、2021年以来の新規出店を実行済みです。

新作の婚約指輪『ウニーレ』結婚指輪『アフィニタ』を2024年11月1日に発売



婚約指輪『ウニーレ』は、あえて石留めの高さを抑えており、引っかかりが少なく普段使いしやすいデザイン。結婚指輪『アフィニタ』は、落ち着いた色味のピンクゴールドをワンポイントで使用し、肌馴染みよく身に着けられるように開発。



【税込価格・素材】

上 ¥218,900 (プラチナ950、ダイヤモンド0.2ct)

中 ¥154,000 (プラチナ950、K18ピンクゴールド、ダイヤモンド0.034ct)

下 ¥128,700 (プラチナ950、K18ピンクゴールド)

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

～金属の変更やダイヤの追加など
様々なアレンジを加えることも可能～



【上 ピンクゴールドからイエローゴールド変更の場合の税込価格】
左記と同様

【下 プラチナー色の場合の税込価格・素材】
右 ¥143,000 (プラチナ950、ダイヤモンド0.034ct)
左 ¥117,700 (プラチナ950)

20

クリスマス商戦に合わせてアレンジオーダーしやすいブライダルジュエリーの新作を発売しました。

ジュエリー表現の新技法「Profondeur(プロフォンドゥール)」を開発

伝統技法の七宝作品をアレンジし、樹脂を使用して鮮やかな色彩を表現。



同技法を用いて製作した新作ジュエリー『Rosone colorato -ロゾーネ・コロラート-』(2024年11月1日発売)

【税込価格・素材】(左)シルバー:¥20,900、(右)K10イエローゴールド:¥35,200

※ネックレス別売り (左)ラブラドライト¥8,360、(右)白蝶貝:¥5,060

～七宝や樹脂を使用した事例～

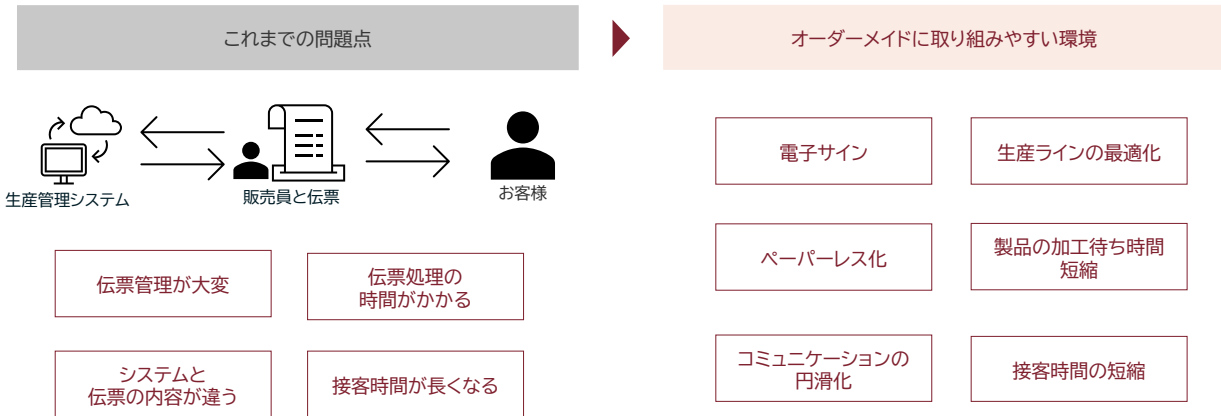


ファッションジュエリーにおいてもクリスマス商戦に合わせ、ケイウノの新技术を用いた商品をお披露目いたしました。
詳細としましては、伝統技法の七宝作品をアレンジし、樹脂を使用して鮮やかな色彩を表現した商品となっております。

【計画実行済】受注伝票の電子化を2024年11月11日よりスタート

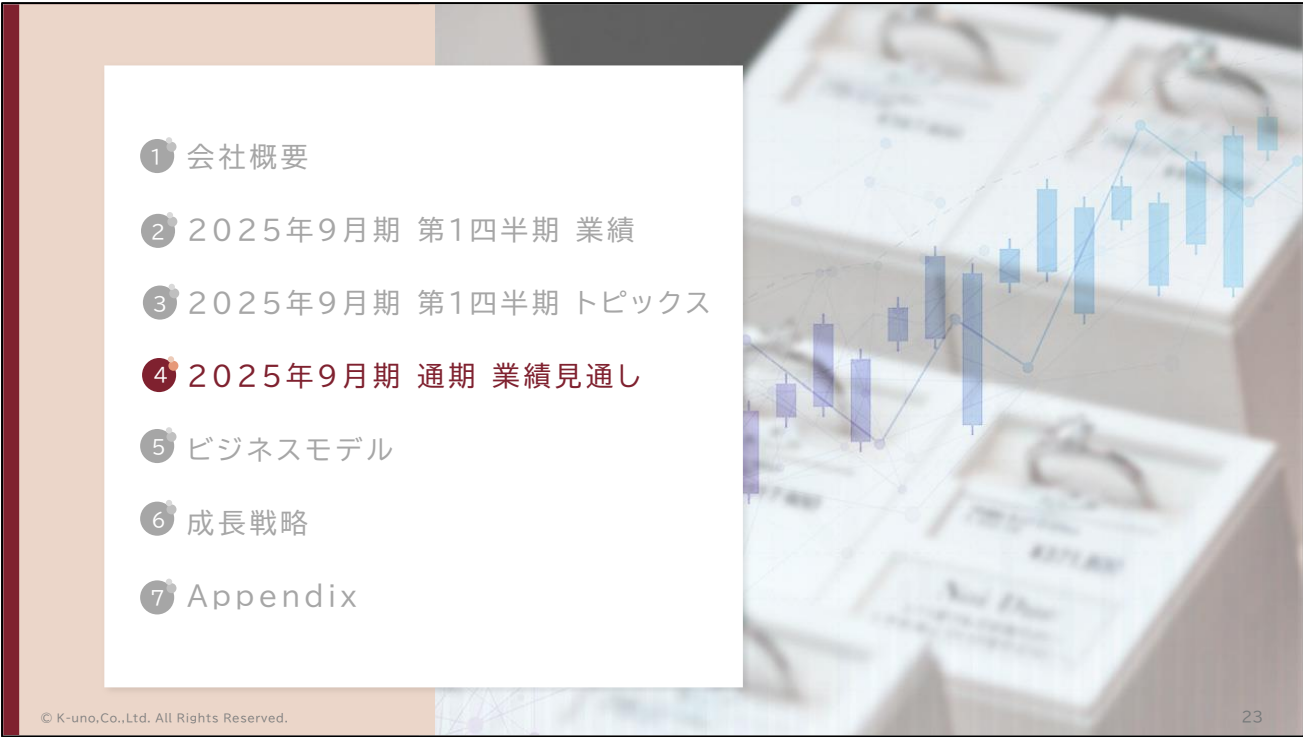


創業から40年以上、紙で受注～加工～納品までを管理してきた伝票の電子化がスタート。
単に紙からデータに代わるのではなく、データを活用した処理全体の効率と精度の向上を狙っていく。



期首に計画していた通り、受注伝票の電子化を実行済みです。

創業から40年以上、紙でご注文から、ジュエリー作成、ご納品までを管理してきた伝票を電子化いたしました。
単に紙からデータに代わるのではなく、データを活用した処理全体の効率と精度の向上を目的としております。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

23

2025 年 9 月期の通期業績見通しについてご説明いたします。

2025年9月期業績予想



売上高は7,413百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は185百万円で増収増益となる見込み。

(単位:百万円)

	2024年9月期	2025年9月期		
	実績	予想	増減額	前期比
売上高	6,656	7,413	+757	111.4%
売上総利益	3,899	4,389	+490	112.6%
売上総利益率	58.6%	59.2%	+0.6pt	101.1%
販売費及び一般管理費	3,636	4,090	+454	112.5%
営業利益	262	298	+36	113.9%
営業利益率	3.9%	4.0%	+0.0pt	102.3%
経常利益	234	281	+46	120.0%
経常利益率	3.5%	3.8%	+0.2pt	107.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	166	185	+19	111.7%

・売上高
店舗数の増加やリピート施策の強化により店舗の売上高が増加し、前期比111.4%となる見込み。

・売上総利益
製造効率の更なる向上等により売上総利益は前期比112.6%となる見込み。

・販売費及び一般管理費
2025年9月期は特に、人事施策の継続による人財定着に伴う人件費増、マーケティング強化に伴う広告宣伝費増、店舗改修費用増、資本金増に伴う租税公課増により前期比112.5%となる見込み。

・親会社株主に帰属する当期純利益
資本金増に伴う税金費用の増加があるものの前期比111.7%となる見込み。

(単位:円)

EPS(一株当たり純利益)	160	178	+18	111.7%
---------------	-----	-----	-----	--------

※EPSは上場に伴って実施した公募増資による増加株式数(100,000株)を含めた予定期中平均株式数により算出しております。

2025年9月期通期の業績予想です。

11月14日公表の内容から変更はございません。

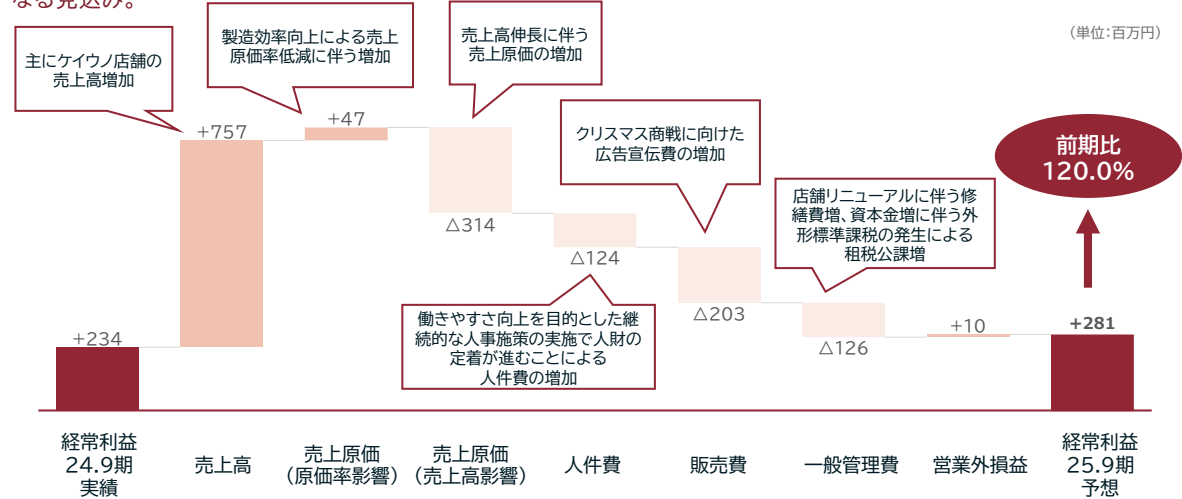
売上高は、前期比111.4パーセントの74億1,300万円、

経常利益は、前期比120パーセントの2億8,100万円、

当期純利益は、前期比111.7パーセントの1億8,500万円で、増収増益となる見込みです。

経常利益増減分析

販管費が増加見込みであるものの、主にケイウノ店舗の売上高の増加により、経常利益は伸長し、前期比120.0%となる見込み。



経常利益の増減分析です。

人件費は、2024 年 9 月期に引き続き、働きやすさ向上のために人事施策を継続することで、人財の定着が進み増加する見込みです。

また、広告宣伝費増、店舗リニューアルに伴う修繕費増、資本金増に伴う租税公課増が見込まれます。

主にケイウノ店舗の売上増加に加え、製造効率向上による売上原価率の低減が見込まれることから、経常利益は前期比 120 パーセントと想定しております。

売上高(地域別・販売チャネル別)

- 地域別売上高：国内は店舗が好調に推移する見込み。
海外は、卸販売を強化し、売上高が増加する見込み。

	24/9期	25/9期			(単位:百万円)
	実績	予想	前年比	構成比	
国内	6,093	6,722	110.3%	90.7%	
海外	562	690	122.8%	9.3%	

- 販売チャネル別売上高：店舗は、新規店舗及び既存店の売上高増加により伸長する見込み。
ECはファッションが好調に推移する見込み。卸売は海外が増加する見込み。

	24/9期	25/9期			(単位:百万円)
	実績	予想	前年比	構成比	
店舗	5,346	5,839	109.2%	78.8%	
EC	464	526	113.3%	7.1%	
卸売	845	1,047	123.9%	14.1%	

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

26

地域別及び販売チャネル別の売上高です。

国内は、店舗が好調に推移する見込みです。

海外は、卸販売を強化することで売上高が増加する見込みです。

販売チャネル別では、店舗は新規店舗及び既存店の売上高増加により伸長する見込みです。

EC はファッションが好調に推移する見込みです。

卸売は海外が増加する見込みとなっております。

売上高(ブランド別・製品別)

- ブランド別売上高：ケイウノはアレンジオーダーが好調に推移する見込み。
 その他は新規・既存ライセンス共に伸長する見込み。

	24/9期	25/9期			(単位:百万円)
	実績	予想	前年比	構成比	
ケイウノ	4,207	4,612	109.6%	62.2%	
その他(ライセンス商品)	2,448	2,801	114.4%	37.8%	

- 製品別売上高：ブライダルは新規顧客の獲得により増加見込み。
 ファッションではリピート獲得に注力し増加見込み。

	24/9期	25/9期			(単位:百万円)
	実績	予想	前年比	構成比	
ブライダル	4,789	5,265	109.9%	71.0%	
ファッション	1,866	2,148	115.1%	29.0%	

ブランド別及び製品別の売上高です。

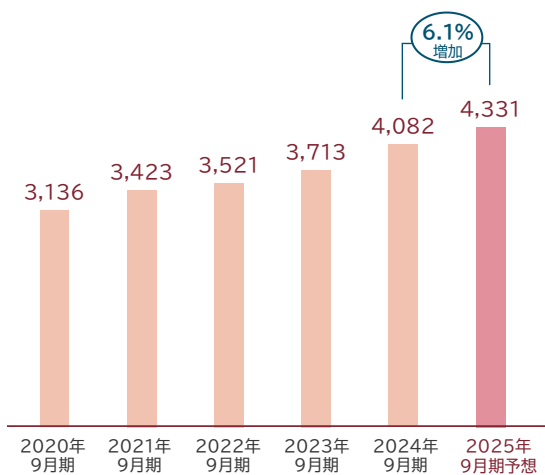
ケイウノはアレンジオーダーが好調に推移する見込みです。
 その他のブランドは新規・既存ライセンス共に伸長する見込みです。

製品別では、ブライダルは新規顧客の獲得により増加する見込みです。
 ファッションではリピート獲得に注力することで増加する見込みとなっております。

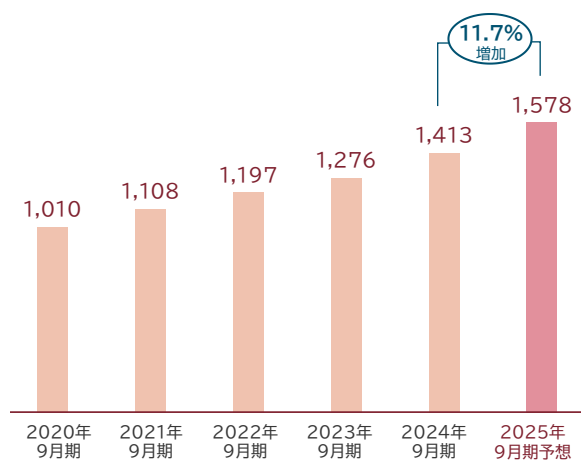
主要指標の状況(1)



ブライダル受注高(国内店舗) (単位:百万円)



2回目以上購入の受注高(国内店舗) (単位:百万円)



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

28

その他指標についてです。

国内ブライダル受注高については、来店数を上昇させ、前期比 106.1 パーセントとなる見込みです。

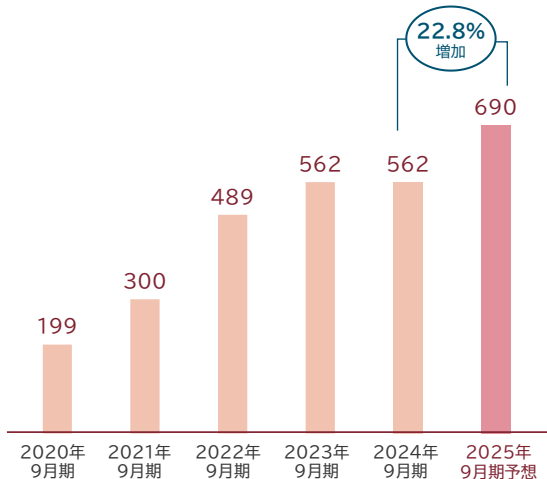
2回目以上購入の受注高については、リピート来店を促す施策を実施し、前期比 111.7 パーセントとなる見込みです。

主要指標の状況(2)



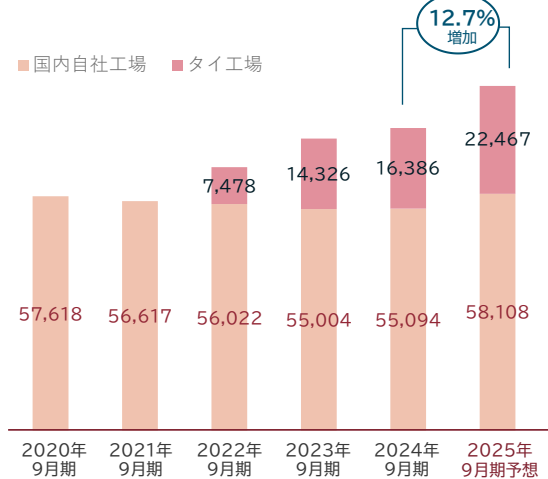
海外売上高の推移

(単位:百万円)



グループ工場 生産本数

(単位:本)



© K-unno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

29

海外売上高につきましては、キャラクタージュエリー商品の卸販売を強化することで、前期比 122.8 パーセントとなる見込みです。

グループ工場の生産本数につきましては、タイ工場の生産本数が前期比 137.1 パーセントに増加し、グループ工場全体の生産本数は前期比 112.7 パーセントとなる見込みです。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ **ビジネスモデル**
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

30

当社のビジネスモデルについてです。



オーダーメイドを提供することで、どんな時代、どんな人でも欲しいものが必ず見つかるプラットフォームを構築していること。これらを支える3つの力が当社の強みとなりますので、順にご説明させていただきます。

オーダーメイドを支える3つの力



©TM & © TOHO CO., LTD. ©Moomin Characters™ ©TSUBURAYA PROD. © Nintendo / HAL Laboratory, Inc.
©2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L653656 © Disney
© K-uno,Co.,Ltd. All Rights Reserved.

32

まずは、オーダーメイド力。

販売員、デザイナー、職人、それぞれの専門知識を集結できることが強みとなります。

続いて、ブランド力です。

59 種類の取り扱いライセンスで新たな商品の企画に注力し、お客様に多様な選択肢を提供し、幅広いニーズに応えられることが強みです。

最後に、プロダクト開発力です。

高い専門技術を持った 150 名の職人が在籍していることが強みです。

- 
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ Appendix

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

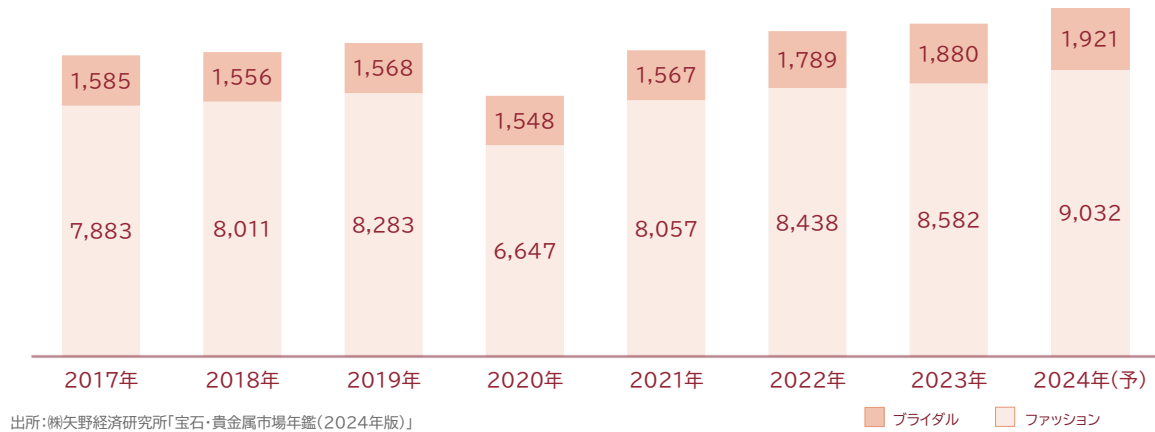
33

成長戦略についてご説明いたします。

国内宝飾品市場

2022年の国内宝飾品市場は14年ぶりに1兆円台へ回復しました。2023年はインバウンド需要や富裕層のリベンジ消費で市場が伸長し、2024年もファッション市場ブライダル市場ともに増加する見込みです。

(単位:億円)



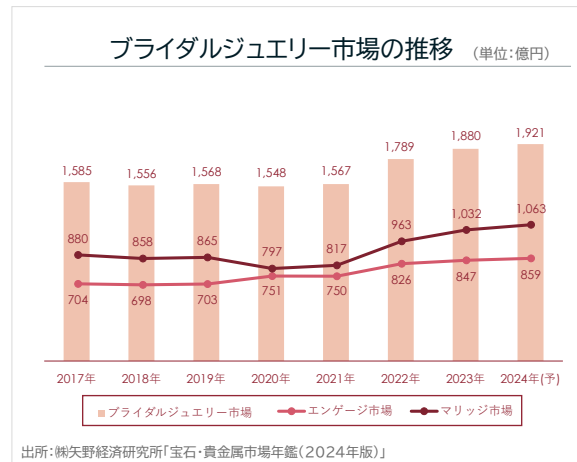
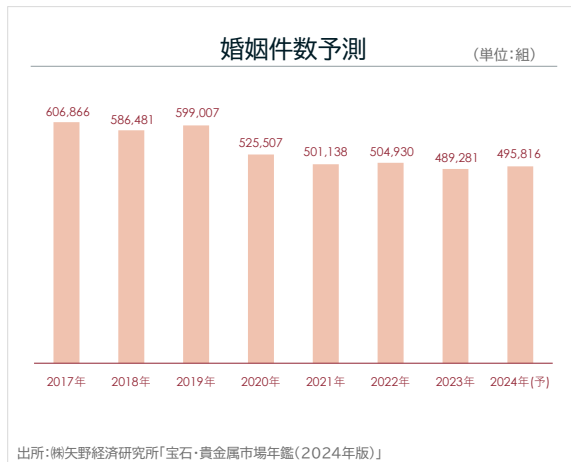
国内の宝飾品市場についてご説明いたします。

2022年の国内宝飾品市場は14年ぶりに1兆円台へ回復いたしました。

2023年はインバウンド需要や富裕層のリベンジ消費で市場が伸長し、2024年もファッション市場、ブライダル市場ともに増加する見込みとなっております。

婚姻件数・ブライダルジュエリー市場

2021年のコロナ禍の影響で婚姻件数は50万組台まで減少しましたが、ブライダルジュエリー市場は単価の上昇が寄与し、2023年には1,880億円に成長しました。今後は緩やかな増加が見込まれています。



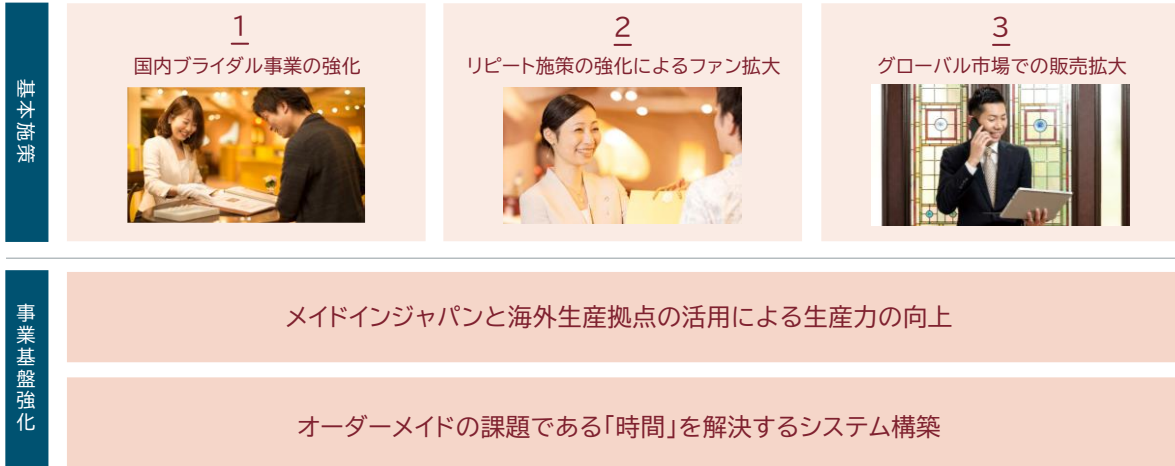
では、もう少しブライダル市場についてご説明させていただきます。

左側のグラフが婚姻件数予測、右側のグラフがブライダルジュエリー市場の推移です。

2021 年のコロナ禍の影響で婚姻件数は 50 万組台まで減少しましたが、ブライダルジュエリー市場は単価の上昇が寄与し、2023 年には 1,880 億円まで成長いたしました。

3つの基本施策と2つの事業基盤の強化

国内・海外において3つの基本施策と事業基盤の強化に取り組み、中期的な成長を目指します。



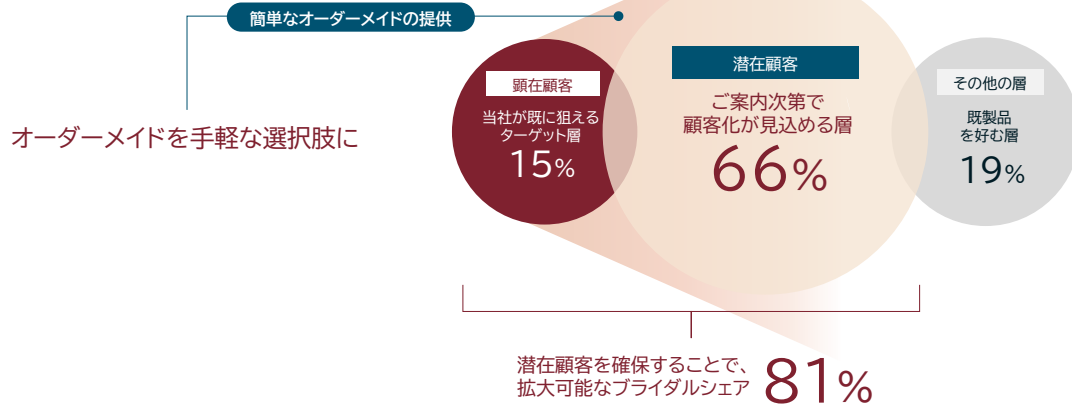
成長戦略についてです。

当社は、3つの基本施策と2つの事業基盤の強化に取り組みます。

- 1つ目は国内ブライダル事業の強化、
- 2つ目はリピート施策の強化によるファン拡大、
- 3つ目はグローバル市場での販売拡大です。

これらを支える、2つの事業基盤の強化を進めてまいります。

当社でできるオーダーメイドの範囲の広さを知らない層に対して、手軽にできるオーダーメイドを提供することで認知度を上げ、ブライダルシェアを拡大していきます。



まず、国内ブライダル事業の強化についてです。

当社でできるオーダーメイドの範囲の広さを知らない層に対し、手軽にできるオーダーメイドを提供することで認知度を上げ、ブライダルシェアを拡大していきます。

当社の提供する手軽なオーダーメイドは、既製品に対し、幅、厚み、表面加工、石の種類・数、刻印など自由にカスタマイズできます。

当社が提供する手軽なオーダーメイド



当社の既製品をベースにしたアレンジ例



デザイナーが描くオーダーメイド刻印の例

手軽なオーダーメイドについてのご説明です。

当社の提供する手軽なオーダーメイドは、既製品に対し、幅、厚み、表面加工、石の種類、刻印など自由にカスタマイズすることが可能です。

ブライダルの強化を通して拡大した顧客に向けて、リピート施策を戦略的に実施。



リピート施策の強化によるファン拡大についてです。

ブライダルを起点に、結婚から1周年、3周年、5周年、10周年、25周年など、年齢や時代が変わっても欲しいものが必ず見つかるプラットフォームを構築しております。

様々なイベントや企画により何度でも来店していただけるきっかけを作ります。



小学生を対象にしたイベント
「なつやすみワークショップジュエリーデザイナー体験」



ペットジュエリーフェア



「手作り結婚指輪・婚約指輪」



リフォームフェア



Before



リポート施策の強化における取組み内容についてです。

お子様が書いた絵をそのままジュエリーに表現できるイベント。

家族のように可愛がっているペットをジュエリーにデザインするペットジュエリーフェア。

自分たちで指輪を手作りできるような取り組み。

最近ではリフォーム需要も増えているので、眠っている宝石やジュエリーをリフォームできるリフォームフェア。

このように、様々な企画、イベントを開催し何度でも足を運んで頂けるきっかけを作っております。



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

台湾での店舗拡大



キャラクターを活用した海外卸事業の拡大

グローバルで認知度の高いキャラクターをとメイドインジャパンの技術力を活用した製品展開を通じて、グローバル市場での販売拡大を目指します。

キャラクタージュエリー



メイドインジャパンの技術力



© Disney

41

グローバル市場での販売拡大としましては、店舗出店による販路拡大と、キャラクター活用を行ってまいります。

現在台湾で3店舗展開しておりますが、もともと事業計画で5店舗の出店を目指しておりましたので、台湾国内での出店を加速させていただきます。

また、キャラクターを活用した海外卸事業の拡大を計画しております。

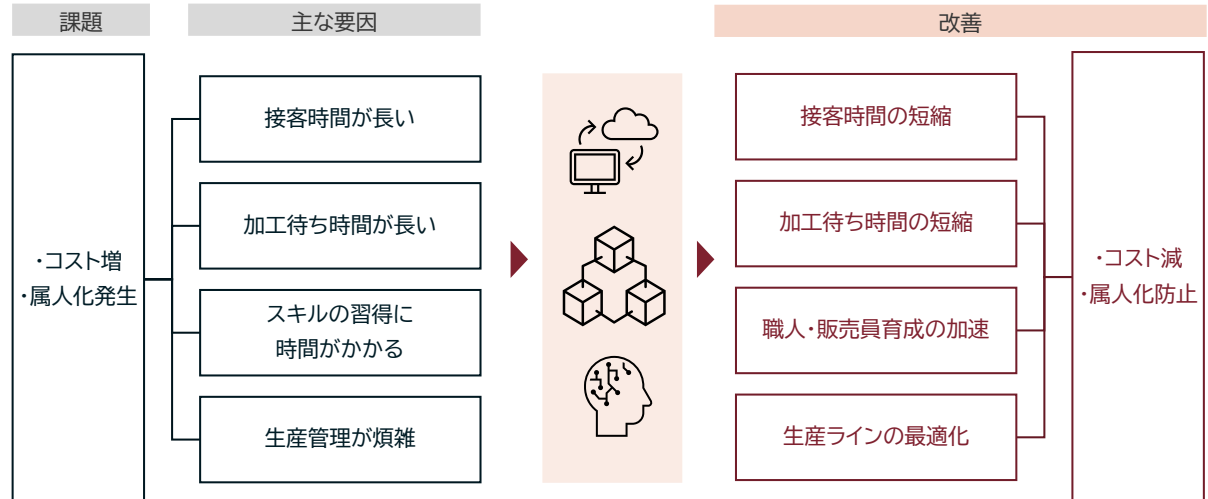
生産量増加と原価率低減の目的で設立したタイ工場では、効率的な製造体制を構築しています。



生産力の向上です。

生産量増加と原価率低減の目的で設立したタイ工場では、効率的な製造体制を構築してまいります。

オーダーメイドがゆえに発生する様々な課題を、システムやAIアシストによって解決することにより、品質は維持しつつ、効率的かつスムーズなオーダーメイドに取り組めます。



オーダーメイドの課題を解決するシステム構築についてご説明いたします。

オーダーメイドというのは、やはり既製品販売に比べ、コスト増加や属人化が発生しやすいです。

これらをシステムや AI アシストによって解決することによりコスト削減、属人化防止を進めております。

株式還元の方針について

当社グループは、創業以来、経営基盤の強化及び積極的な事業展開に備えるため、内部留保の充実を図り、配当を実施しておりません。株主に対する利益還元については経営の最重要課題の一つとして位置付けておりますが、現時点において配当実施の可能性及びその実施時期等は未定であります。

内部留保の水準や事業成長フェーズの変化などを適切に判断し、経営成績・財政状態を勘案しながら、配当などによる株主への利益還元に努める所存であります。

最後に、株主還元の方針についてです。

株主様に対する利益還元につきましては、経営の最重要課題の一つとして位置付けておりますので、今後ともご支援のほどよろしくお願いいたします。



© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

アペンディクスにつきましては、説明を省かせていただきますが、お時間のある方は決算説明資料をご覧くださいと思います。

以上を持ちまして、2025 年 9 月期第 1 四半期 決算のご報告を終了させていただきます。
最後までご清聴いただきましてありがとうございました。

- 
- The background of the slide features a close-up photograph of several pieces of jewelry, including a large ring with a prominent orange oval gemstone and a smaller ring with a crown-like design, both resting on a reflective surface. The lighting is soft, creating gentle reflections.
- ① 会社概要
 - ② 2025年9月期 第1四半期 業績
 - ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
 - ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
 - ⑤ ビジネスモデル
 - ⑥ 成長戦略
 - ⑦ **Appendix**

ブランド紹介: ケイウノ



オーダーメイドを主軸にジュエリーや時計でお客様の想いをカタチにするブランド。

1981年の創業以来、ジュエリーのオーダーメイドやリフォーム・修理を中心に手がけており、年間に約4万種類のデザインを生み出します。一つひとつのデザインにはコンセプトがあり、一生愛せる宝物となるよう願いをこめております。



ブランド紹介: ユートレジャー



「大人の宝物をクリエイトする」をコンセプトに、
キャラクタージュエリーを中心に展開するブランド。

オーダーメイドビジネスで培った技術力と企画力により、
ファッションジュエリーの既製品をメインに再現性の高い商
品開発を行っており、ブライダルジュエリーも取り
扱っております。

TM & © TOHO CO., LTD. © Moomin Characters™
© TSUBURAYA PROD. © Nintendo / HAL Laboratory, Inc. © 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L653656
© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.



主要取扱ライセンス：
Disney Treasure created by K.UNO

Disney Treasure

created by K.UNO

主にオーダーメイドでディズニーのキャラクターや世界観を用いたデザインジュエリーを展開するブランド。

オーダーメイドで長年培ったデザイン力と技術力により、これまで6万種以上の多彩なジュエリーを生み出し、ライト層からコア層まで幅広いディズニーファンの支持を受けております。

© Disney. Based on the "Winnie the Pooh" works by A.A.Milne and E.H.Shepard
© K-uno,Co.,Ltd. All Rights Reserved.



Disney Treasure
created by K.UNO



本資料の取り扱いについて



当社が作成した本資料は、情報提供を目的としており、当社の有価証券の買付けや売付け申し込みの勧誘を意図していません。

将来予測に関する記述は、当社の見解や仮定、現在利用可能な情報に基づいていますが、将来予測には多くのリスクや不確定要素が存在し、実際の業績は予測とは大きく異なる可能性があります。

なお、本資料の日付以降に事象や状況が変化した場合でも、本資料の内容を更新または改訂する予定はありません。

この資料には、当社以外の情報も含まれており、それらは公開情報に基づいていますが、当社はこれらの情報の正確性や適切性について独自の検証を行っておらず、保証していません。