

# 2025年9月期 第2四半期 決算説明資料

2025年5月15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.



株式会社ケイ・ウノ代表取締役 CEO の青木です。

本日は、2025年9月期 第2四半期の決算についてご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	ケイウノについて	02
2	2025年9月期 第2四半期 業績	08
3	2025年9月期 第2四半期 トピックス	16
4	2025年9月期 通期 業績予想	20
5	成長戦略	25
6	株主優待の導入について	36
7	Appendix	38

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 ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

© K-uno,Co.,Ltd. All Rights Reserved.

まず、初めに、当社の概要とビジネスモデルについてご説明いたします。

## 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。  
そのような想いから、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」を Purpose に掲げております。

お客さまが大切にされたい思い出や、その瞬間に感じたお気持ちを、特別なジュエリーという「カタチ」にして、  
お客さまにお届けすることが当社の存在意義だと考えております。

お客さまお一人お一人に合わせて 100 パーセントの満足をご提供し、  
それぞれのお客さまに特別な感動と喜びを贈り続ける企業であり続けたい。

だからこそ当社はオーダーメイドにこだわり続けてまいります。

## 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	愛知県名古屋市中種区猫洞通3-9
代表者	代表取締役CEO 青木 興一
従業員数	547名(2024年9月末)
関係会社	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



2021  
当社代表取締役CEOに  
青木興一が就任



2010  
ディズニーデザイン  
ジュエリー販売スタート



2019  
海外初出店、  
台北忠孝旗艦店オープン



2024  
名証ネクスト市場  
新規上場



続いて、当社の会社概要についてご説明いたします。

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。

関係会社といたしましては、株式会社ユートレジャー、U-international factory 株式会社、ケイウノプリモ株式会社がございます。

会社の沿革についても簡単にご説明いたします。

2010年にウォルト・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おります。

2014年にはキャラクタージュエリーブランド「U-treasure」を設立、現在も50を超えるライセンスジュエリーを展開しております。

2019年には海外初となる店舗を台湾にオープン、現在は3店舗を展開しており、今後更なる出店を計画中です。

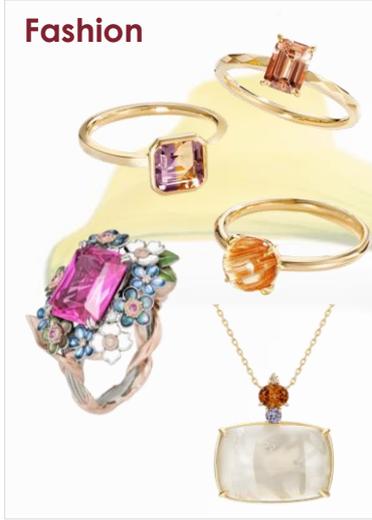
2021年には、ライセンスジュエリーの量産強化を目的に、タイに工場を設立いたしました。こちらにも更に生産キャパシティを増強する予定でございます。

“どんな時代、どんな人でも欲しいものが必ず見つかる”を軸に商品を展開

**Bridal**



**Fashion**



**Watch**



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

5

続いて、当社の展開商品についてです。

ブライダルジュエリー、ファッションジュエリー、時計を中心に取扱っております。

展開拠点一覧：販売拠点**45**店舗 製造拠点**4**工場（※ 2025年5月現在）



**ケイウノ43店舗**

- 直営店**
  - 北海道・東北エリア **2**店舗
    - 札幌店
    - 仙台店
  - 関東エリア **14**店舗
    - 銀座本店
    - 銀座中央通り店
    - 新宿店
    - 表参道店
    - 自由が丘店
    - 池袋店
    - 町田店
    - 立川店
    - 横浜元町店
    - 横浜本店
    - 千葉店
    - 柏店
    - 大宮店
    - ジュエリースタジオ 新宿
  - 関西エリア **4**店舗
    - 梅田店
    - 心斎橋店
    - 京都店
    - 神戸店
  - 九州・沖縄エリア **2**店舗
    - 福岡店
    - 沖縄おもろまち店
- 提携店舗**
  - 提携先店舗 **8**店舗  
(北海道1・福島県1・群馬県1・新潟県1・福井県1・滋賀県1・愛媛県1・山口県1)

- 東海・北陸エリア **8**店舗
  - 栄店
  - 本山本店
  - 名古屋駅前店
  - 岐阜店
  - クロスモール豊川店
  - 浜松店
  - 静岡店
  - 金沢店
- 中国・四国エリア **2**店舗
  - 広島店
  - 岡山店



**U-TREASURE ユートレジャー2店舗**

- 直営店**
  - 関東エリア **1**店舗
    - U-TREASUREコンセプトストア池袋
- 提携店舗**
  - 北陸エリア **1**店舗  
(福井県1)



- 国内工場** **3**工場
  - オーダーメイド工房(神奈川県)
  - 心斎橋工房(大阪府)
  - 名古屋工房(愛知県)
- 海外工場** **1**工場
  - U-International Factory Co.,Ltd.(タイ王国)

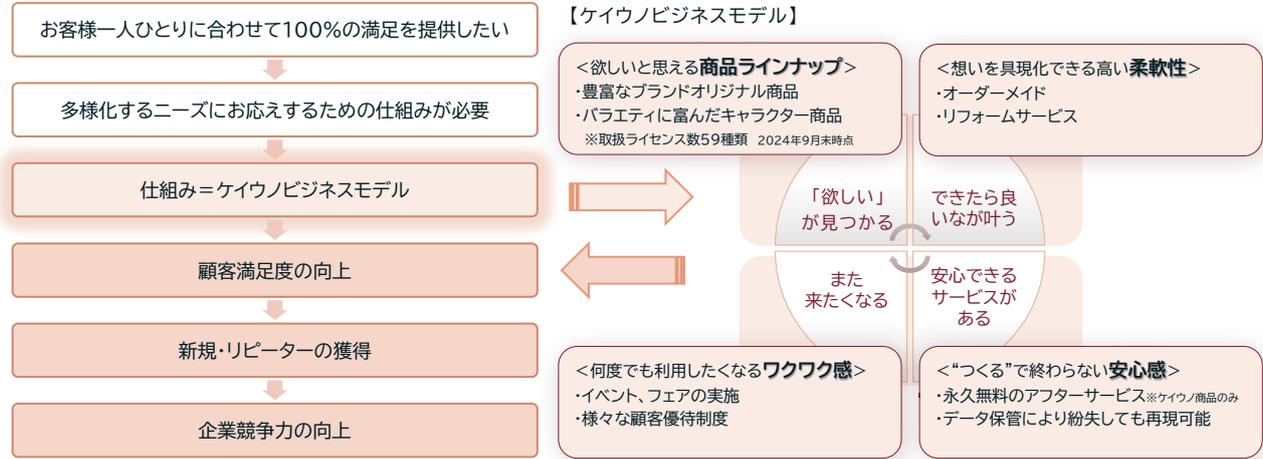
続いて、展開拠点についてです。

ケイウノは、国内で、直営店舗 32 店舗、提携店舗 8 店舗を、海外では、台湾にて 3 店舗を展開しております。ユートレジャーは国内にて、提携先を含め、2 店舗を展開しております。

また、工場は日本にて 3 か所、タイにて 1 か所を有しております。

## 当社のビジネスモデル

当社のビジネスモデルは、お客様の多様なニーズにお応えできるサービスを複合的に展開することにより、顧客満足度を上げ、更なる新規顧客・リピーターを増やす仕組みです。  
今後も多様化するお客様のニーズにお応えし続けることで企業競争力を向上させてまいります。



続いて、当社のビジネスモデルについてご説明いたします。

当社のビジネスモデルは、お客様の多様なニーズにお応えできるサービスを複合的に展開することにより、顧客満足度を上げ、更なる新規顧客、リピーターを増やす仕組みです。

今後も多様化するお客様のニーズにお応えし続けることで、企業競争力を向上させてまいります。

- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

ここからは、2025年9月期 第2四半期の決算についてご報告いたします。

## 業績ハイライト



売上高は前年同期比106.1%と前年は上回ったものの、当期純利益は30.4%となり増収減益となった。

	実績	前年同期比	主な要因
売上高	3,560百万円	106.1%	<ul style="list-style-type: none"> <li>キャラクター商品の伸長による売上高増加</li> <li>立川店オープンによる売上高増加</li> </ul>
経常利益	91百万円	38.8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>原材料高騰による売上原価の上昇</li> <li>人事施策を講じたことによる人件費の増加</li> <li>WEBマーケティングの強化に伴う広告宣伝費の増加</li> <li>キャラクター商品売上増に伴う販売手数料の増加</li> </ul>
親会社株主に帰属する 当期純利益	48百万円	30.4%	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上原価と販管費の増加に伴い減少</li> </ul>

なお、2025年5月7日に上半期及び通期の業績予想を修正しております。  
詳細は、「2025年9月期第2四半期累計期間及び通期業績予想の修正に関する補足説明資料」をご覧ください。

2025年9月期第2四半期の業績ハイライトです。

売上高は35億6,000万円、前年同期比106.1パーセント、

経常利益は9,100万円、前年同期比38.8パーセント、

当期純利益は4,800万円、前年同期比30.4パーセントで増収減益となりました。

主な要因につきましては、後程ご説明いたします。

なお、2025年5月7日に、上半期及び通期の業績予想を修正しております。

詳細は、「業績予想の修正に関する補足説明資料」をご覧ください。

## 決算概要(連結・P/L)



(単位:百万円)

	24/9期2Q	25/9期2Q		
	実績	実績	増減額	前年同期比
売上高	3,355	3,560	+204	106.1%
売上総利益	2,009	2,093	+84	104.2%
売上総利益率	59.9%	58.8%	▲1.1pt	98.2%
販売費及び一般管理費	1,760	1,983	+223	112.7%
営業利益	248	110	▲138	44.2%
営業利益率	7.4%	3.1%	▲4.3pt	41.7%
経常利益	236	91	▲145	38.8%
経常利益率	7.1%	2.6%	▲4.5pt	36.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	159	48	▲111	30.4%

(単位:円)

EPS(一株当たり純利益)	169.46	46.70	▲122.77	27.6%
---------------	--------	-------	---------	-------

© K-uno,Co.,Ltd. All Rights Reserved.

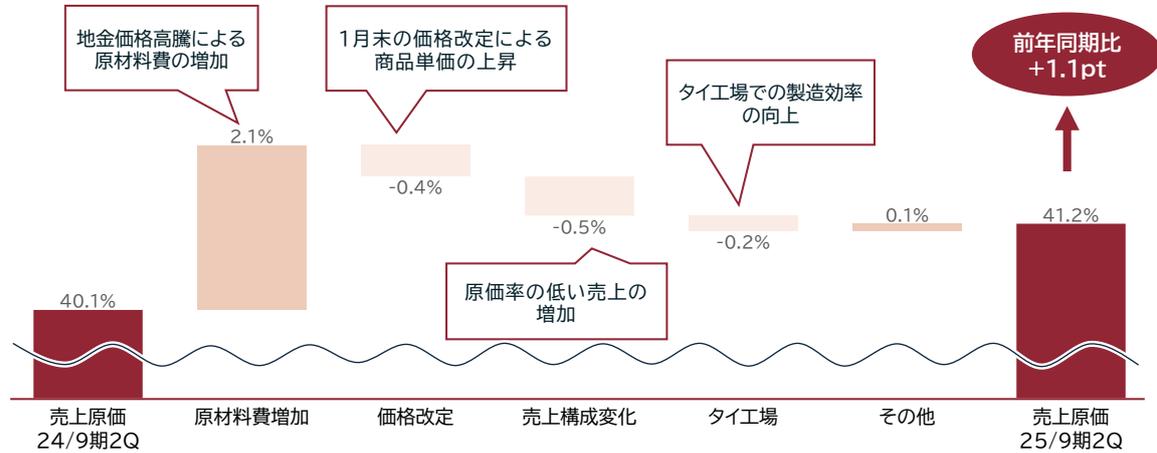
10

PLにつきましてはご覧の通りです。

詳細は順にご説明いたします。

## 売上原価率増減分析

1月末の価格改定による商品単価上昇、低原価率の売上増加、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、売上原価率は前年同期比+1.1ptとなった。



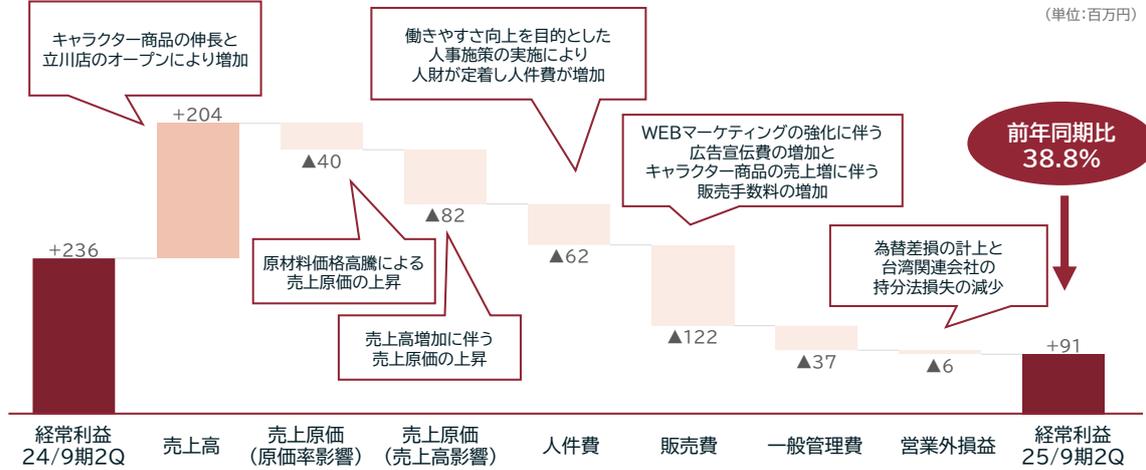
まずは、売上原価率の増減分析についてです。

1月末の価格改定による商品単価上昇、原価率の低い売上の増加、タイ工場における製造効率の向上が、売上原価率の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、前年同期比+1.1ポイントの41.2パーセントとなりました。

## 経常利益増減分析



売上高204百万円の増加があったものの、原材料価格高騰による売上原価の上昇、広告宣伝費や販売手数料の増加により、経常利益は前年同期比38.8%となった。



続いて、経常利益の増減分析です。

キャラクター商品の伸長と立川店オープンにより、売上高は2億400万円の増加となりました。

一方で、原材料価格高騰に伴う売上原価の上昇、WEBマーケティングの強化に伴う広告宣伝費の増加、キャラクター商品の売上増に伴う販売手数料の増加等により、経常利益が前年同期比38.8パーセントの9,100万円となりました。

## 売上高(地域別・販売チャネル別)



■地域別売上高:国内は店舗が好調。海外ではケイウノブランドが伸長。

(単位:百万円)

	24/9期 2Q	25/9期 2Q			
	実績	実績	増減額	前年同期比	構成比
国内	3,120	3,294	+173	105.6%	92.5%
海外	234	266	+31	113.3%	7.5%

■販売チャネル別売上高:店舗・ECにおいてライセンス商品が伸長。卸売は国内ODMが好調に推移。

(単位:百万円)

	24/9期 2Q	25/9期 2Q			
	実績	実績	増減額	前年同期比	構成比
店舗	2,764	2,860	+96	103.5%	80.3%
EC	235	266	+31	113.3%	7.5%
卸売	356	433	+77	121.6%	12.2%

続いて、地域別、販売チャネル別の売上高です。

地域別では、国内は、店舗が好調でした。

海外は、ケイウノブランドが伸長いたしました。

販売チャネル別では、店舗・ECにおいてライセンス商品の売上が伸長いたしました。

卸売は、国内 ODM が好調に推移いたしました。

## 売上高(ブランド別・製品別)



■ブランド別売上高:ケイウノブランドは卸売が好調に推移。

その他ライセンスでは、特に既存のライセンス商品が伸長。

(単位:百万円)

	24/9期 2Q	25/9期 2Q			
	実績	実績	増減額	前年同期比	構成比
ケイウノ	2,115	2,171	+56	102.7%	61.0%
その他 (ライセンス)	1,240	1,388	+148	112.0%	39.0%

■製品別売上高:ブライダルは国内店舗と卸売が順調に推移。ファッションはライセンス商品が伸長。

(単位:百万円)

	24/9期 2Q	25/9期 2Q			
	実績	実績	増減額	前年同期比	構成比
ブライダル	2,441	2,525	+83	103.4%	70.9%
ファッション	913	1,034	+120	113.2%	29.1%

続いてブランド別、製品別の売上高です。

ブランド別では、ケイウノブランドは、卸売が好調に推移いたしました。  
その他ライセンスは、特に既存の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、ファッションともに伸長いたしました。

## 決算概要(連結・B/S)



現金及び預金が144百万円増加、その他負債が188百万円減少し、純資産が262百万円増加。

(単位:百万円)

	2024年 9月30日時点	2025年 3月31日時点	対前期末増減	主な増減理由
現金及び預金	1,015	1,160	144	借入増による増加と売上増による増加
棚卸資産	1,699	1,668	▲30	在庫構成の戦略的見直しによる減少
その他の流動資産	552	529	▲23	前渡金の減少
固定資産	1,136	1,148	+11	立川店出店に伴う増加
資産合計	4,404	4,506	+102	
有利子負債	1,479	1,507	+28	借入金の返済があるものの新規借入金の増加
その他の負債	1,903	1,715	▲188	未払金の減少、法人税の支払い、 契約負債の減少
負債合計	3,383	3,223	▲160	
純資産合計	1,020	1,282	+262	
負債純資産合計	4,404	4,506	+102	
有利子負債比率	145.0%	117.5%	▲27.4	
自己資本比率	23.2%	28.5%	+5.3	

続いて、BSについてご説明いたします。

現金及び預金が1億4,400万円増加、その他負債が1億8,800万円減少、純資産が2億6,200万円増加いたしました。

なお、自己資本比率は前期末比+5.3ポイントの28.5パーセントとなりました。

- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

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

16

続いて、2025年9月期第2四半期の主なトピックスについてご説明いたします。

## 代表取締役の異動及び執行役員制度の導入(2025年3月28日発表)



2025年4月1日付で、青木 興一が代表取締役CEOに就任しました。



代表取締役CEO

青木 興一

1971年1月6日生まれ。2020年10月に当社入社後、製造部門、マーケティング部門、ライセンスビジネス業務を担当し、同年12月に取締役クリエイティブ本部長に就任。そして、2025年4月に代表取締役CEOに就任。現在は、株式会社ユートレジャーの代表取締役社長、U-International Factory Co.,Ltd.のDirector及び愷吾柔璞琳夢股份有限公司の董事も兼任。



取締役COO兼執行役員

伊藤 崇史  
(役職変更)



取締役CAO兼執行役員

渡沼 和則  
(役職変更)



取締役(監査等委員)

長谷川 学  
(変更なし)



取締役(監査等委員)

星野 一郎  
(変更なし)



取締役(監査等委員)

山岡 誓子  
(変更なし)

2025年3月28日に、4月1日付で代表取締役の異動及び執行役員制度の導入をする旨、発表いたしました。

## 【計画実行済み】台湾店でのユートレジャー商品取扱い開始

台湾ケイウノ3店舗で、2025年1月よりユートレジャー商品の取扱いを開始しました。  
今後は、受注状況を見ながら取扱ライセンスや、商品ラインナップの増加を検討してまいります。



2025年1月より、台湾ケイウノ3店舗において、ユートレジャー商品の取扱いを開始いたしました。  
今後は、受注状況を見ながら、取扱ライセンスや、商品ラインナップの増加を検討してまいります。

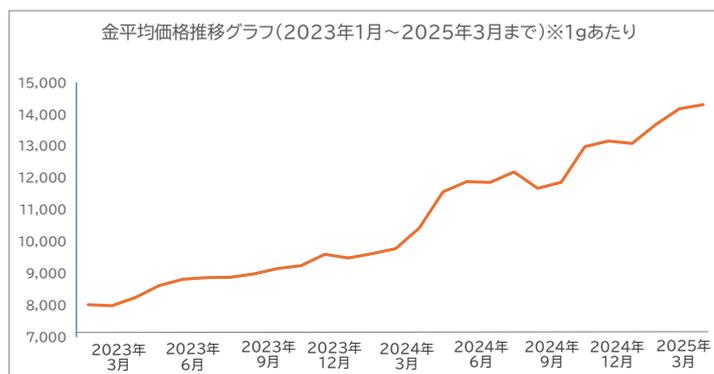
## 価格改定の実施



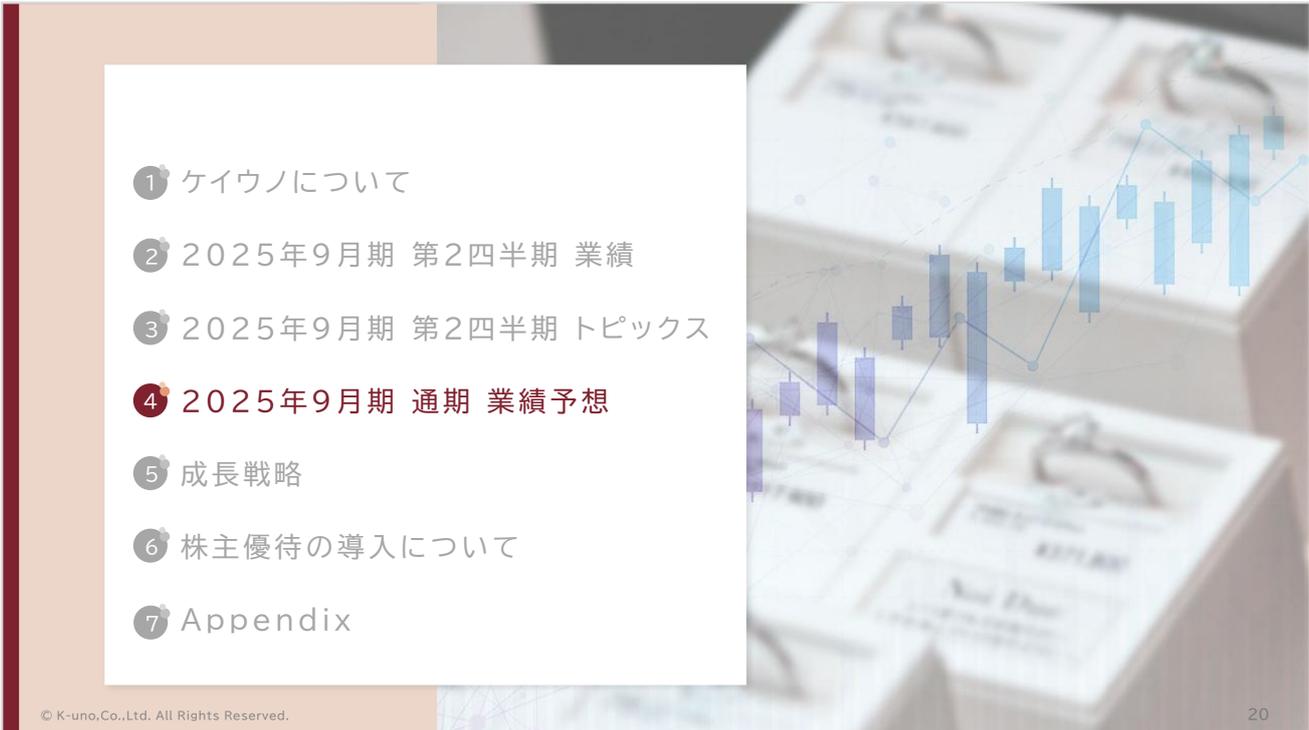
原材料高騰などの理由から、2025年1月30日に、一部の商品の価格改定を実施しました。  
今後も、地金や為替の変動を見ながら、適宜価格の改定を検討してまいります。

### 【価格改定対象商品】

- ・地金及びダイヤモンドの相場変動に伴う、婚約指輪・結婚指輪、その他ジュエリー
- ・一部のネックレス、パーツ、色石
- ・一部の加工代



2025年1月末に、原材料高騰などの理由から、一部商品の価格改定を実施いたしました。  
今後も、地金や為替の変動を見ながら、適宜価格の改定を検討してまいります。

- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

ここからは、2025年9月期の「通期業績予想」についてご説明いたします。

業績予想(連結・P/L)



売上高は前年同期比103.1%の6,862百万円となるものの、経費等の増加等により、当期純利益は7百万円で増収減益となる見込み。

(単位:百万円)

	24/9期通期	25/9期通期			前年同期比
	実績	予想値	増減額	2025年5月7日公表の数値	
売上高	6,656	6,862	+205	103.1%	【売上高】 事業環境の厳しさが継続するものの、WEBマーケティングや来店予約の強化等の施策により、前年同期比103.1%となる見込み。
売上総利益	3,899	4,073	+174	104.5%	
売上総利益率	58.6%	59.4%	+0.8pt	101.3%	【売上総利益】 タイ工場の製造効率向上や価格改定効果等により売上原価率が低減し、売上総利益が前年同期比104.5%となる見込み。
販売費及び一般管理費	3,636	3,973	+336	109.3%	
営業利益	262	100	▲162	38.3%	【販売費及び一般管理費】 コスト削減に努めるものの、売上増に伴うコスト増等があり、前年同期比109.3%となる見込み。
営業利益率	3.9%	1.5%	▲2.5pt	37.1%	
経常利益	234	55	▲179	23.5%	
経常利益率	3.5%	0.8%	▲2.7pt	22.8%	
親会社株主に帰属する当期純利益	166	7	▲159	4.2%	

(単位:円)

EPS(一株当たり純利益)	176.13	6.74	▲169.40	3.8%
---------------	--------	------	---------	------

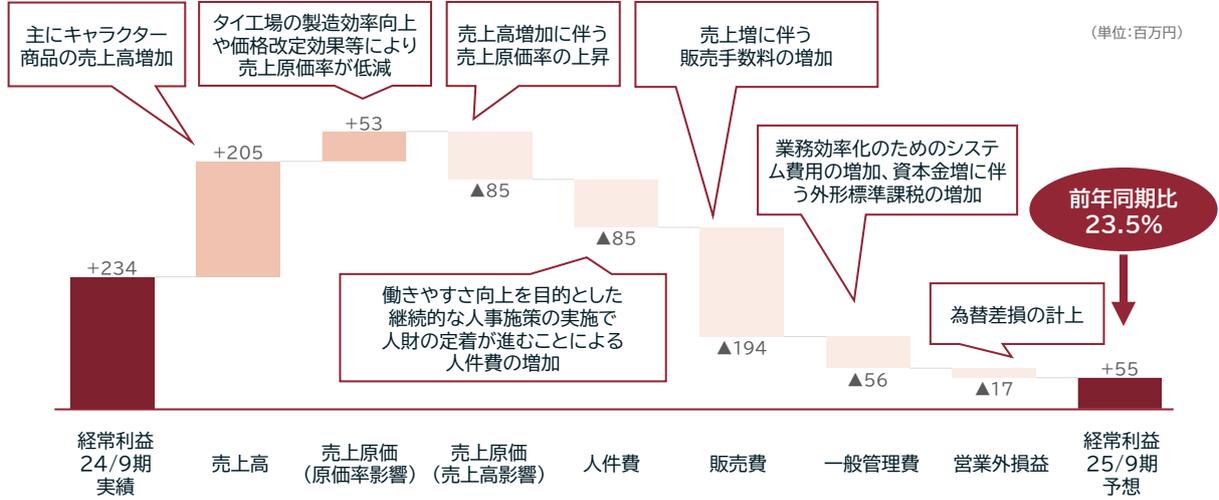
※EPSは上場に伴って実施した公募増資による増加株式数(100,000株)を含めた予定期中平均株式数により算出しております。

ご覧いただいている2025年9月期の連結業績予想は、5月7日公表の修正後予想値です。

売上高は前年同期比103.1パーセントの68億6,200万円となるものの、経費等の増加により、当期純利益は700万円で増収減益となる見込みです。

## 経常利益増減分析

売上高は増加するものの、人件費や販売費等のコスト増によって、前年同期比23.5%となる見込み。



経常利益の増減分析です。

キャラクター商品の伸長による売上増の一方で、人材の定着が進むことによる人件費の増加、売上増に伴う販売手数料の増加等が想定されることから、経常利益は前年同期比 23.5 パーセントを見込んでおります。

## 売上高(地域別・販売チャネル別)

■地域別売上高:国内はECと卸売の売上が伸長する見込み。

海外は、中国の景況悪化に伴い卸売が苦戦することで横ばいとなる見込み。

	24/9期	25/9期		
	実績	予想	前年同期比	構成比
国内	6,093	6,294	103.3%	91.7%
海外	562	568	101.0%	8.3%

(単位:百万円)

■販売チャネル別売上高:店舗は、新店の純増があるものの横ばいとなる見込み。

ECはユートレジャーが好調に推移する見込み。卸売は中国が引き続き苦戦する見込み。

	24/9期	25/9期		
	実績	予想	前年同期比	構成比
店舗	5,346	5,374	100.5%	78.3%
EC	464	557	120.0%	8.1%
卸売	845	930	110.1%	13.6%

(単位:百万円)

続いて、地域別及び販売チャネル別の売上高です。

地域別では、国内は、ECと卸売の売上が伸長する見込みです。

海外は、中国の景況悪化に伴い、卸売が苦戦することで、横ばいとなる見込みです。

販売チャネル別では、店舗は、新店の純増があるものの、横ばいとなる見込みです。

ECはユートレジャーが好調に推移する見込みです。

卸売は引き続き中国が苦戦する見込みです。

## 売上高(ブランド別・製品別)



■ブランド別売上高:ケイウノブランドはファッションの売上が伸長するものの、横ばいとなる見込み。  
 その他ライセンスは好調に推移する見込み。

	24/9期	25/9期		
	実績	予想	前年同期比	構成比
ケイウノ	4,207	4,215	100.2%	61.4%
その他(ライセンス商品)	2,448	2,647	108.1%	38.6%

(単位:百万円)

■製品別売上高:ブライダルは新店の純増があるものの、横ばいとなる見込み。  
 ファッションではライセンス商品が増加する見込み。

	24/9期	25/9期		
	実績	予想	前年同期比	構成比
ブライダル	4,789	4,817	100.6%	70.2%
ファッション	1,866	2,044	109.5%	29.8%

(単位:百万円)

続いて、ブランド別・製品別の売上高です。

ブランド別では、ケイウノブランドは、ファッションの売上が伸長するものの、横ばいとなる見込みです。  
 その他ライセンスは、好調に推移する見込みです。

製品別では、ブライダルは、新店の純増があるものの、横ばいとなる見込みです。  
 ファッションは、ライセンス商品が増加する見込みです。

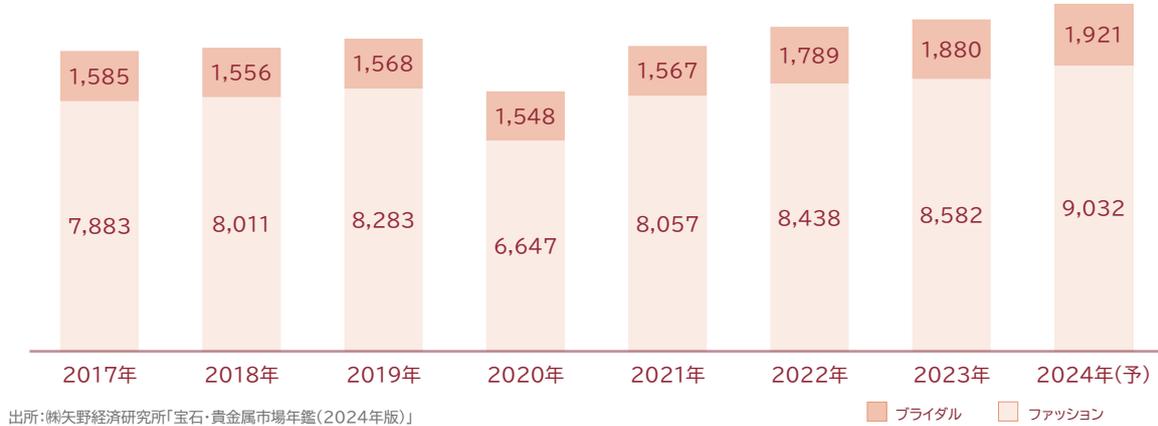
- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略**
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

ここからは、当社の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により市場が伸長し、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)



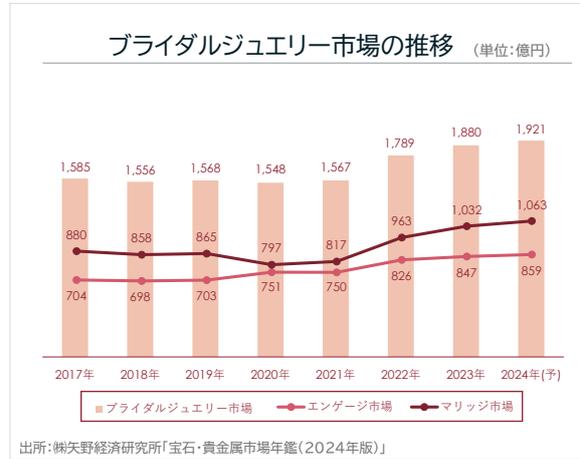
まずは、当社を取り巻く市場環境についてです。

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により市場が伸長し、  
2024年も、ファッション、ブライダル市場ともに増加する見込みです。

## 婚姻件数・ブライダルジュエリー市場

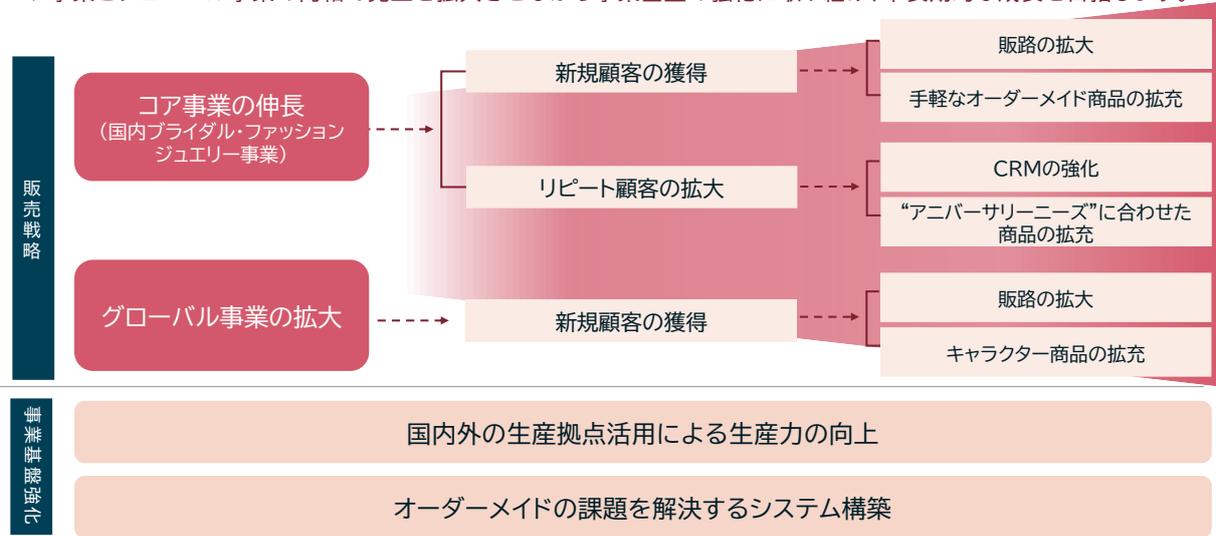


2023年の婚姻件数は50万組を切りましたが、ブライダルジュエリー市場は単価の上昇が寄与し1,880億円に成長しました。



2023年の婚姻件数は50万組を切りましたが、ブライダルジュエリー市場は、単価の上昇が寄与し、1,880億円に成長いたしました。

コア事業とグローバル事業の両軸で売上を拡大させながら事業基盤の強化に取り組み、中長期的な成長を目指します。



続いて、当社の成長戦略についてご説明いたします。

当社は、コア事業とグローバル事業の両軸で売上を拡大させながら、事業基盤の強化に取り組み、中長期的な成長を目指します。

ここからは各施策の概要についてご説明いたします。

販売員やデザイナーが、お客様と直接対面で接客することにより、当社の強みを最大限引き出せるため、今後も定期的な新規出店により販路を拡大させます。

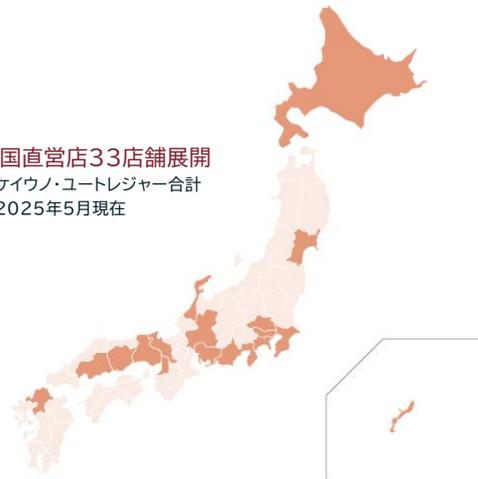
## 【店舗の特徴】

「夢のある空間でジュエリー選びをお楽しみいただきたい」という想いから、ショップは創業者自らデザイン。  
“幸せのジュエリーを作る妖精が棲むお店”をコンセプトに、アール・ヌーヴォー調の柔らかな曲線に囲まれた空間が広がります。

全国直営店33店舗展開

※ケイウノ・ユートレジャー合計

※2025年5月現在



【ケイウノ新宿店】



【ケイウノ千葉店】

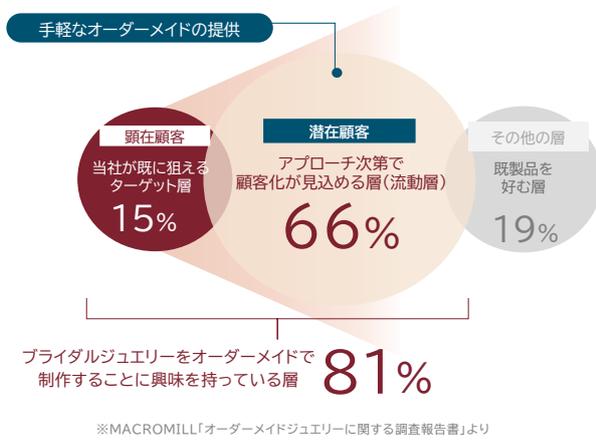
© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

29

コア事業の施策 1 つ目「販路の拡大」についてです。

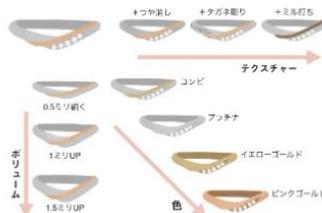
当社は、販売員やデザイナーの対面接客により、強みを最大限引き出せるため、今後も定期的な新規出店により販路を拡大させてまいります。

オーダーメイドジュエリーに対して興味を持ちつつも購入に至っていない潜在的な顧客に対し、当社ならではの『手軽なオーダーメイド』を提供することで、新規顧客の獲得拡大を目指します。



手軽なオーダーメイド

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るのももちろんのこと、デザイナーや職人によるオーダーメイドの要素を取り入れたアレンジを加えることで自分たちだけのOnly1を作ることが可能。



お互いのリングを重ねると、思い入れのある“星”とそれぞれにイニシャル“M”と“K”が浮かび上がるデザイン

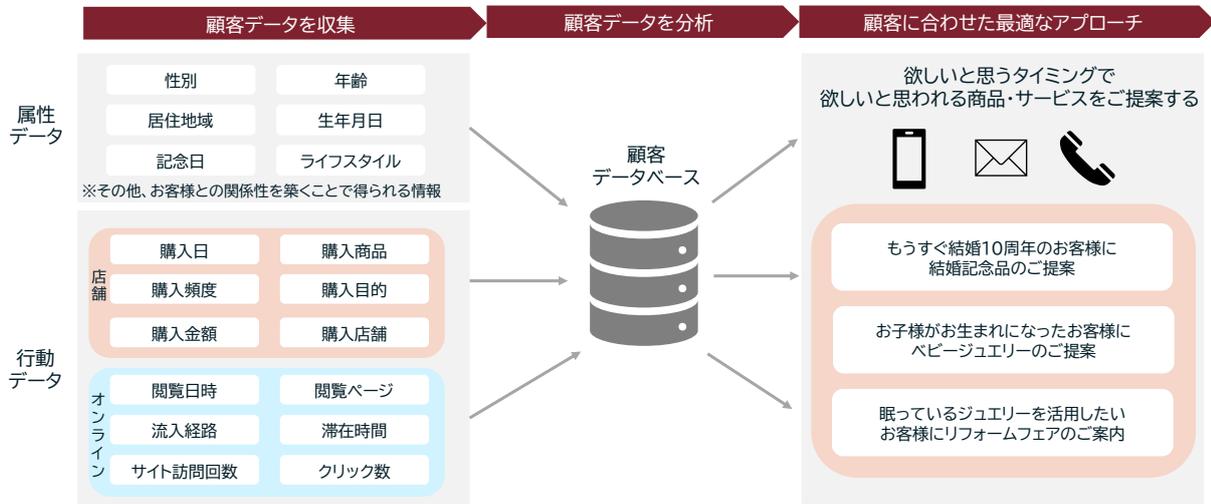
当社既製品「ルミナーレ」アレンジ例

続いて、コア事業の施策2つ目「手軽なオーダーメイド商品の拡充」です。

当社の手軽なオーダーメイドは、様々なオプションを自由にカスタマイズでき、また、デザイナーが描くお客様だけの Only 1 のデザインを入れることも可能です。

オーダーメイドジュエリーに興味を持ちつつも購入に至っていない潜在的な顧客に対し、当社ならではの「手軽なオーダーメイド」を提供することで、新規顧客の獲得拡大を目指します。

CRMの強化により、顧客のニーズや嗜好に合わせたきめ細やかな対応を行いリピート顧客の拡大を目指します。



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

CRM…Customer Relationship Managementの略で「顧客関係管理」の意味。顧客の情報をデータ化し、最適で効率的なアプローチを行う手法。

31

続いて、コア事業の施策3つ目「CRMの強化」です。

当社では、定量的なデータに加え、お客様との信頼関係を築くことで得られる定性的なデータにより、適切なタイミングで適切な商品・サービスをご提供することが可能となります。

これによりお客様のニーズに合わせたきめ細やかな対応を行い、リピート顧客の拡大を目指します。

## “アニバーサリーニーズ”に合わせた商品の拡充

ご来店いただいたお客様に向け、様々な「アニバーサリー」＝「記念日」に合わせた商品で戦略的にリピート施策を実施し、ケイウノファンの更なる拡大を目指します。



続いて、コア事業の施策4つ目「“アニバーサリーニーズ”に合わせた商品の拡充」です。

ご来店いただいたお客様に向け、様々な「アニバーサリー」に合わせた商品で戦略的にリピート施策を実施し、ケイウノファンの更なる拡大を目指します。



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

### 販路の拡大

台湾では2019年に初出店してから現在3店舗を運営。  
4店舗目の新規出店を計画中。  
その他の国・地域においては、直営店を含む、代理店・提携先など  
あらゆる販路の拡大を図ります。



台北忠孝旗艦店



新光三越台北南西店

### キャラクター商品の拡充

進出した国・地域における人気の高いキャラクター商品の展開及び開発に  
より、グローバル市場での販売拡大を目指します。

#### キャラクターライセンス



© Disney

#### ニーズに合わせた商品開発



33

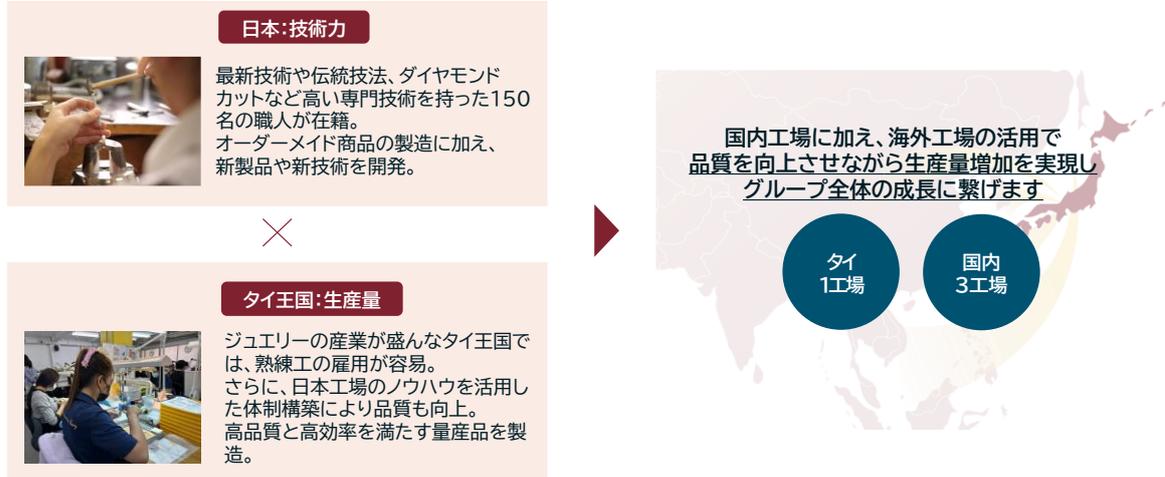
続いて、グローバル事業の施策「販路の拡大」と「キャラクター商品の拡充」についてです。

台湾においては、現在の3店舗に続き、4店舗目の新規出店を計画中です。

その他の国・地域においては、直営店を含む、代理店・提携先などあらゆる販路の拡大を図ります。

進出した国・地域における人気の高いキャラクター商品の展開及び開発により、グローバル市場での販売拡大を目指します。

多様化するお客様のニーズに合わせた、高品質な商品を効率よく提供するために、国内工場と海外工場それぞれの強みを生かした生産体制を構築しております。



続いて、販売戦略の土台となる、事業基盤の強化についてご説明いたします。

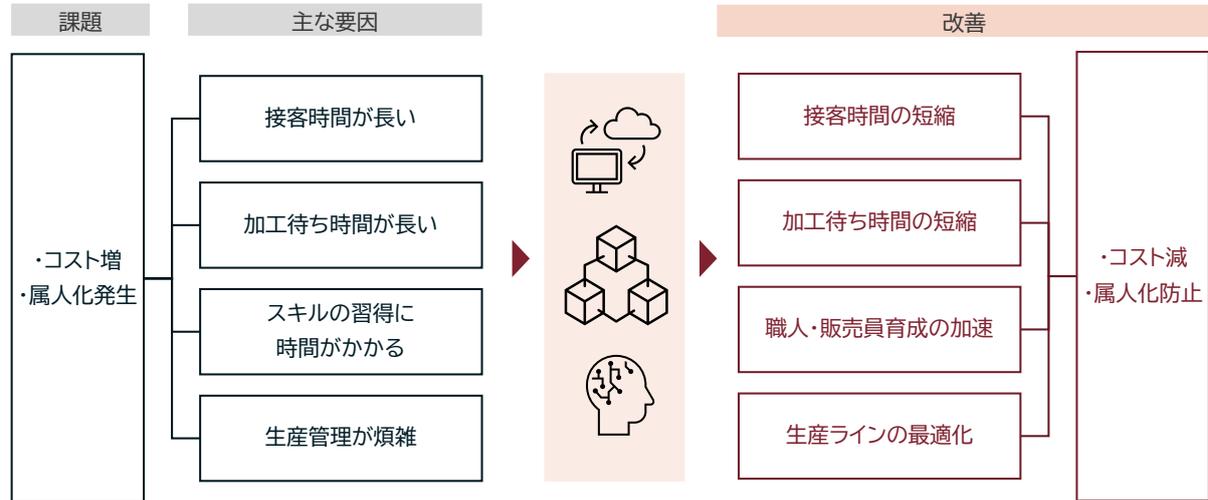
1つ目「国内外の生産拠点活用による生産力の向上」です。

多様化するお客様のニーズに合わせた、高品質な商品を効率よく提供するために、国内工場と海外工場それぞれの強みを生かした生産体制を構築しております。

国内工場では、オーダーメイド商品の製造に加え、新製品や新技術の開発を、タイ工場では高品質と高効率を満たす量産品の製造をしております。

今後も両社の活用により、品質を向上させながら生産量増加を実現し、グループ全体の成長に繋がってまいります。

オーダーメイドである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みます。



事業基盤強化の2つ目「オーダーメイドの課題を解決するシステム構築」です。

オーダーメイドであるがゆえに発生する、コスト増加や属人化といった様々な課題を、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んでまいります。

- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 第2四半期 業績
  - ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
  - ④ 2025年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 成長戦略
  - ⑥ 株主優待の導入について
  - ⑦ Appendix

最後に、株主優待の導入についてご説明させていただきます。

## 株主優待制度の導入について



株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、当社商品やサービスに触れていただくことで当社事業へのご理解を一層深めていただくこと、当社株式への投資の魅力を高め、より多くの皆様に当社株式を長期的に保有いただくことを目的に株主優待制度を導入することといたしました。

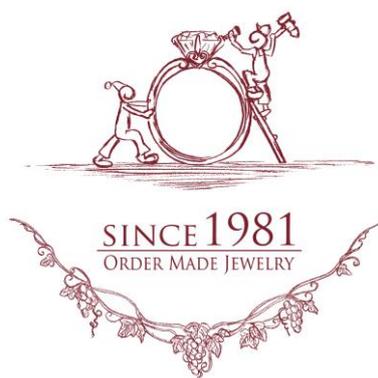
## 株主優待の内容

	【QUOカード5,000円分】	+	【自社商品10%割引券1枚】
100株以上保有の株主様へ一律ご進呈			
項目	詳細		
対象者	毎年9月末日の株主名簿に記載または記録された当社株式1単元(100株)以上を保有する株主様		
進呈内容	QUOカード5,000円分及び自社商品10%割引券※ ※全国のケイウノ直営店舗で使用できる10%割引券(割引額に上限なし) ※1回の使用に限る ※オンラインショップでの使用は不可		
進呈時期	年1回…12月頃		

2025年5月7日に株主優待制度の導入について発表いたしました。

株主の皆様のご支援に感謝するとともに、商品やサービスに触れていただくことで当社事業へのご理解を深めていただくこと、また、より多くの皆様に当社株式を長期的に保有いただくことを目的に2025年9月末日を基準日として、株主優待制度を導入することといたしました。

優待の内容といたしましては、100株以上保有の株主様へ、一律で、QUOカード5,000円分と、自社商品10パーセントの割引券をご進呈いたします。



**K-uno**  
ケイウノ

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

アペンディクスにつきましては、説明を割愛させていただきます。

以上を持ちまして、2025年9月期第2四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誠にありがとうございました。

- ① ケイウノについて
- ② 2025年9月期 第2四半期 業績
- ③ 2025年9月期 第2四半期 トピックス
- ④ 2025年9月期 通期 業績予想
- ⑤ 成長戦略
- ⑥ 株主優待の導入について
- ⑦ **Appendix**

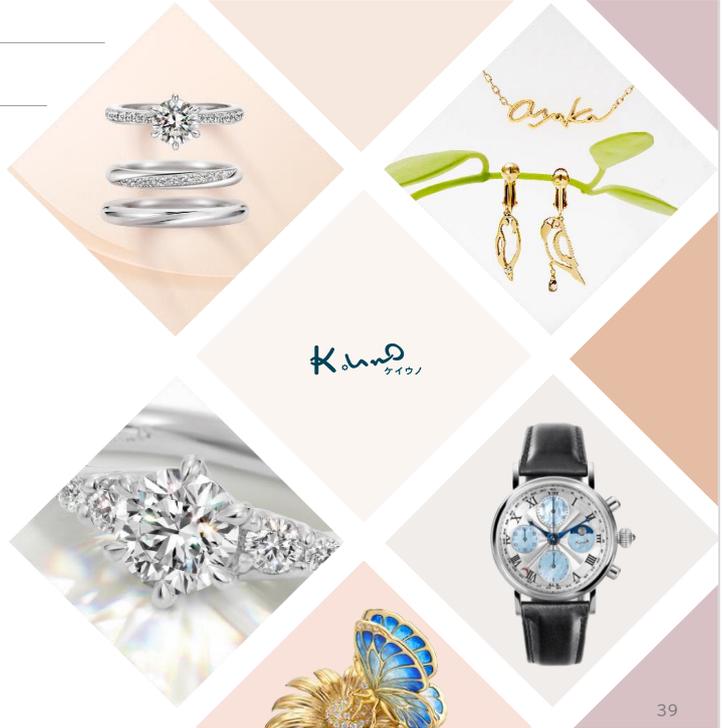


## ブランド紹介:ケイウノ



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。



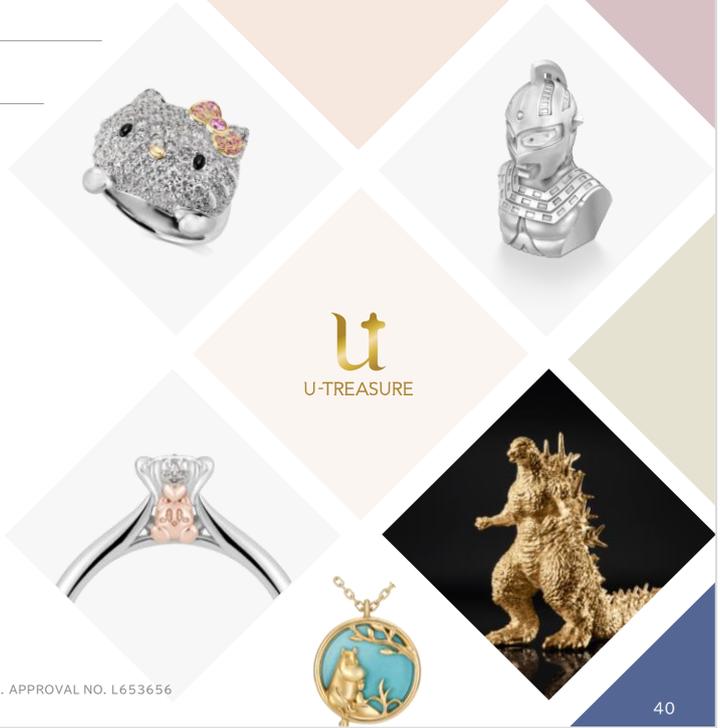
ブランド紹介:ユートレジャー

Ut

U-TREASURE

「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  
© 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



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。