

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



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

- 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



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



2010

Kuno
ケイウノ

ディズニーデザイン
ジュエリー販売スタート



© Disney

2014

海外初出店、
台北忠孝旗艦店オープン



2019

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



2021

当社代表取締役社長に
伊藤崇史が就任



2022

名証ネクスト市場
新規上場



2024

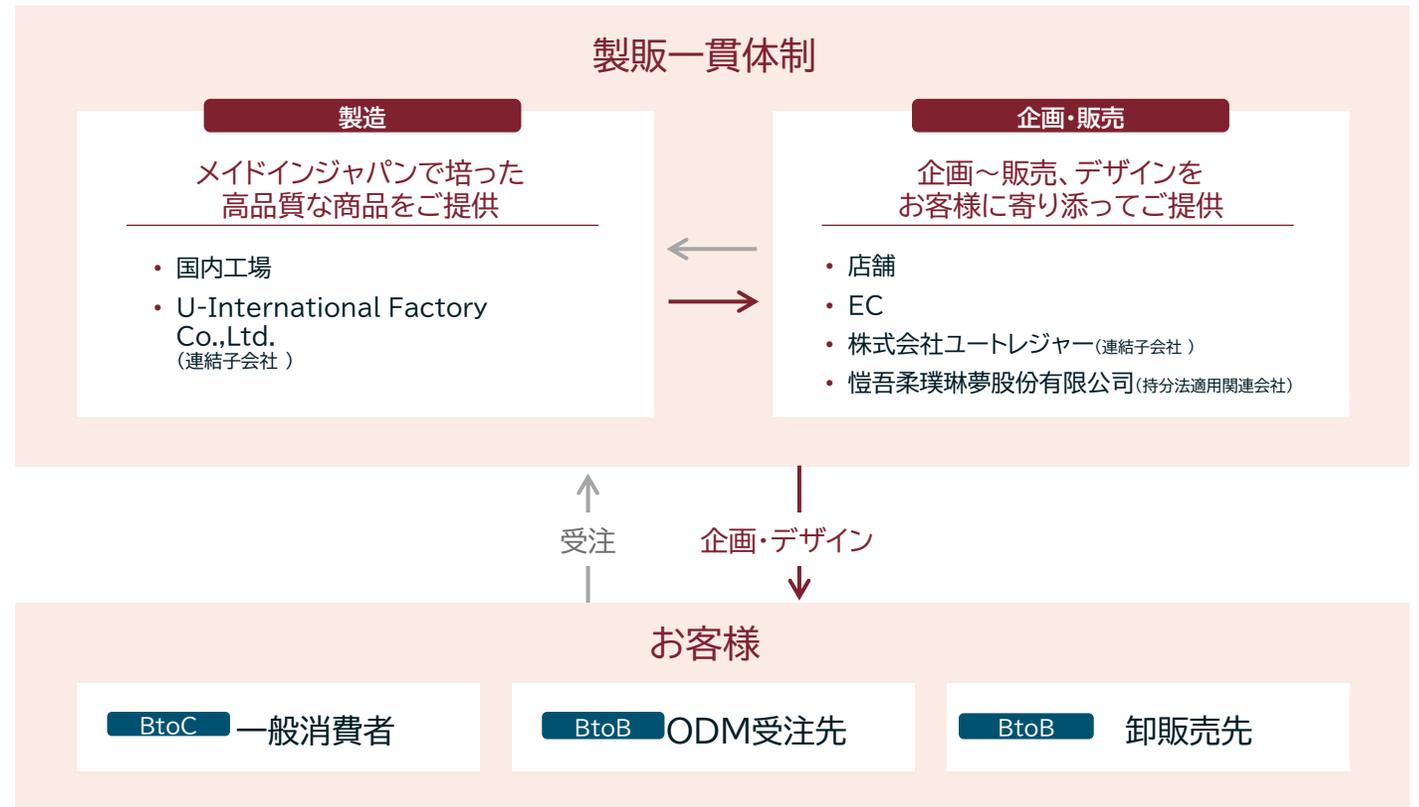
主要事業:オーダーメイドジュエリーを製販一貫体制で展開

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



※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。

ポジショニング



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。

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)



海外店舗

台湾 3店舗

- 台北忠孝旗艦店
- 新光三越台北南西店
- 新光三越台南新天地西門店



新光三越台北南西店

海外工場

タイ王国 1工場

- U-International Factory Co.,Ltd.

国内店舗

北海道・東北エリア 2店舗

- 札幌店
- 仙台店

関東エリア 15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
- U-TREASURE コンセプトストア池袋

関西エリア 4店舗

- 梅田店
- 心齋橋店
- 京都店
- 神戸店

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

九州・沖縄エリア 2店舗

- 福岡店
- 沖縄おもろまち店

国内工場

国内工場 3工場

- オーダーメイド工房(神奈川県)
- 心齋橋工房(大阪府)
- 名古屋工房(愛知県)



梅田店



銀座本店

- 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



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%	<ul style="list-style-type: none">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%	<ul style="list-style-type: none">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%	<ul style="list-style-type: none">売上原価と販管費の増加に伴い減少

決算概要(連結・P/L)

(単位:百万円)

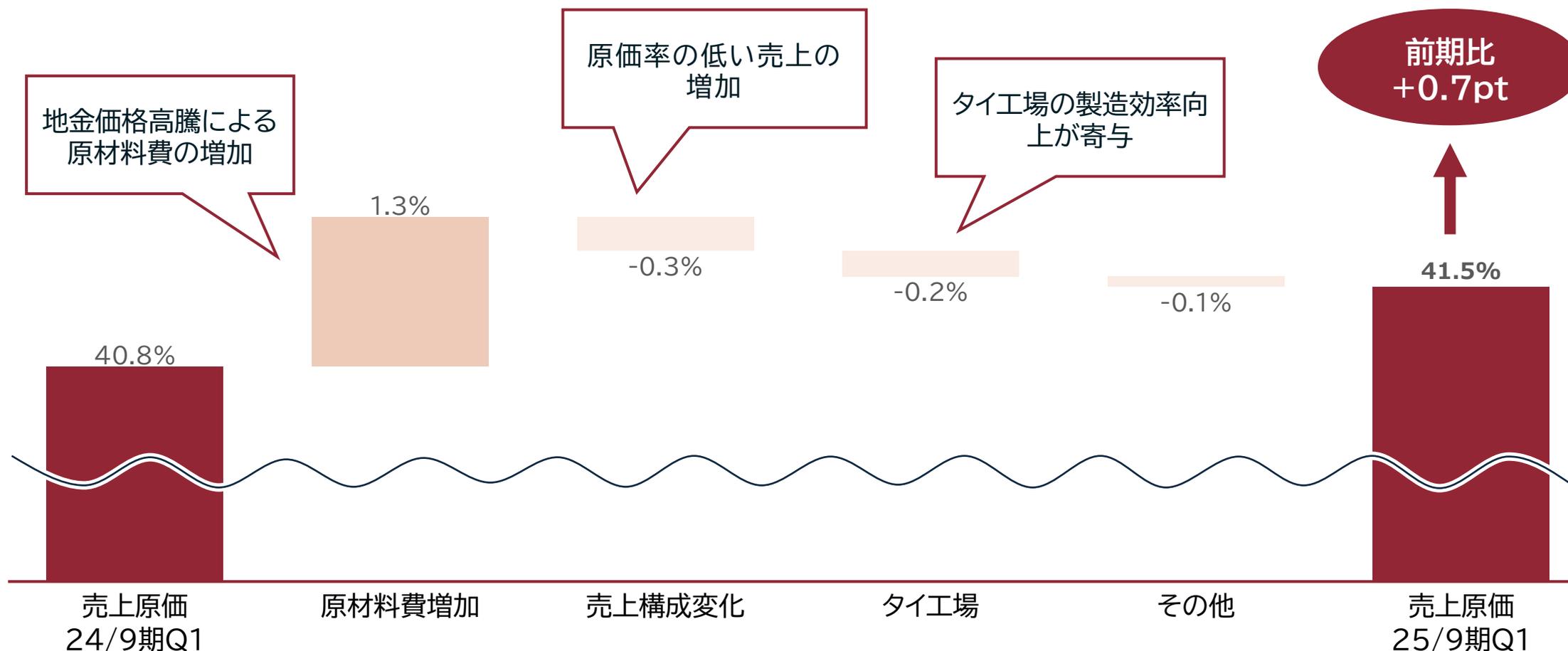
	24/9期 1Q	25/9期 1Q		
	実績	実績	増減額	前期比
売上高	1,747	1,823	+76	104.4%
売上総利益	1,033	1,066	+32	103.2%
売上総利益率	59.2%	58.5%	▲0.7pt	98.8%
販売費及び一般管理費	911	1,017	+106	111.7%
営業利益	122	48	▲73	39.9%
営業利益率	7.0%	2.7%	▲4.3pt	38.2%
経常利益	113	49	▲63	43.6%
経常利益率	6.5%	2.7%	▲3.8pt	41.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	70	28	▲41	40.6%

(単位:円)

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

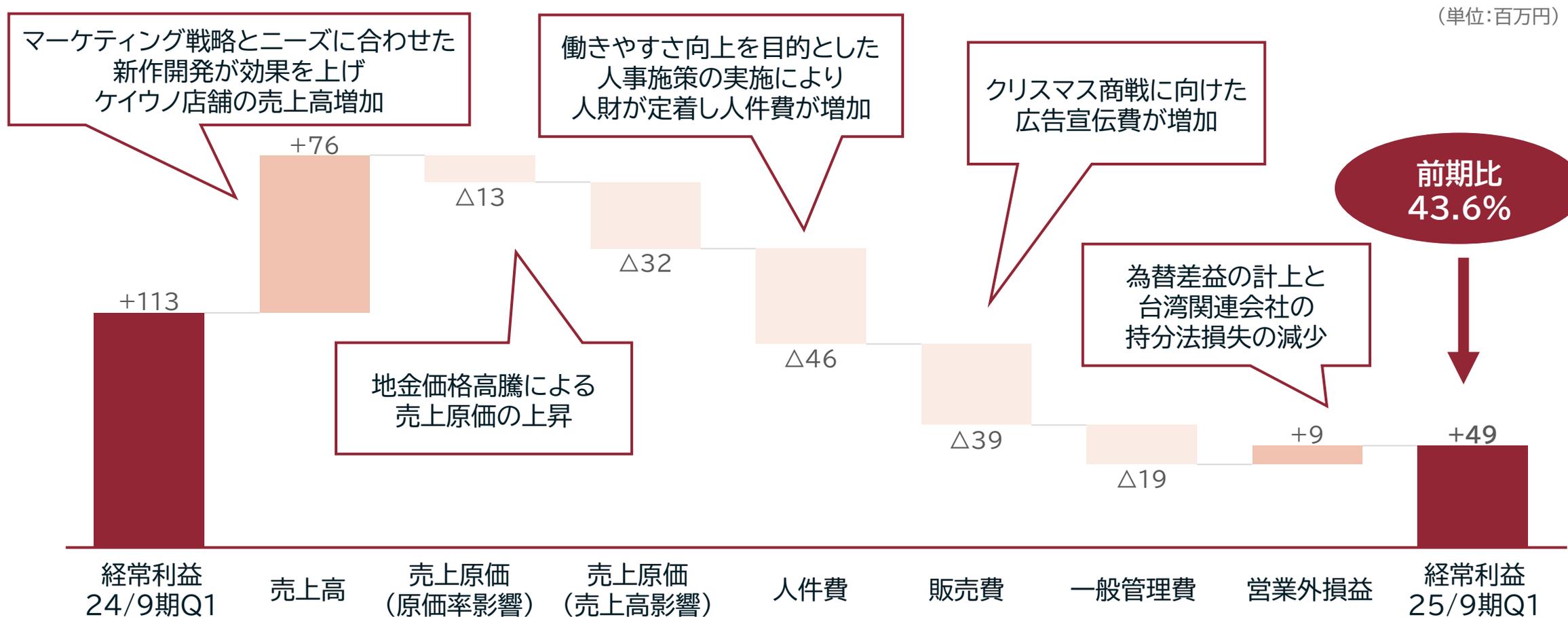
売上原価率

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。



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。



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			
	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%

(単位:百万円)

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			
	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%

(単位:百万円)

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			
	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%

(単位:百万円)

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			
	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%

(単位:百万円)

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

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



2024年12月31日時点

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

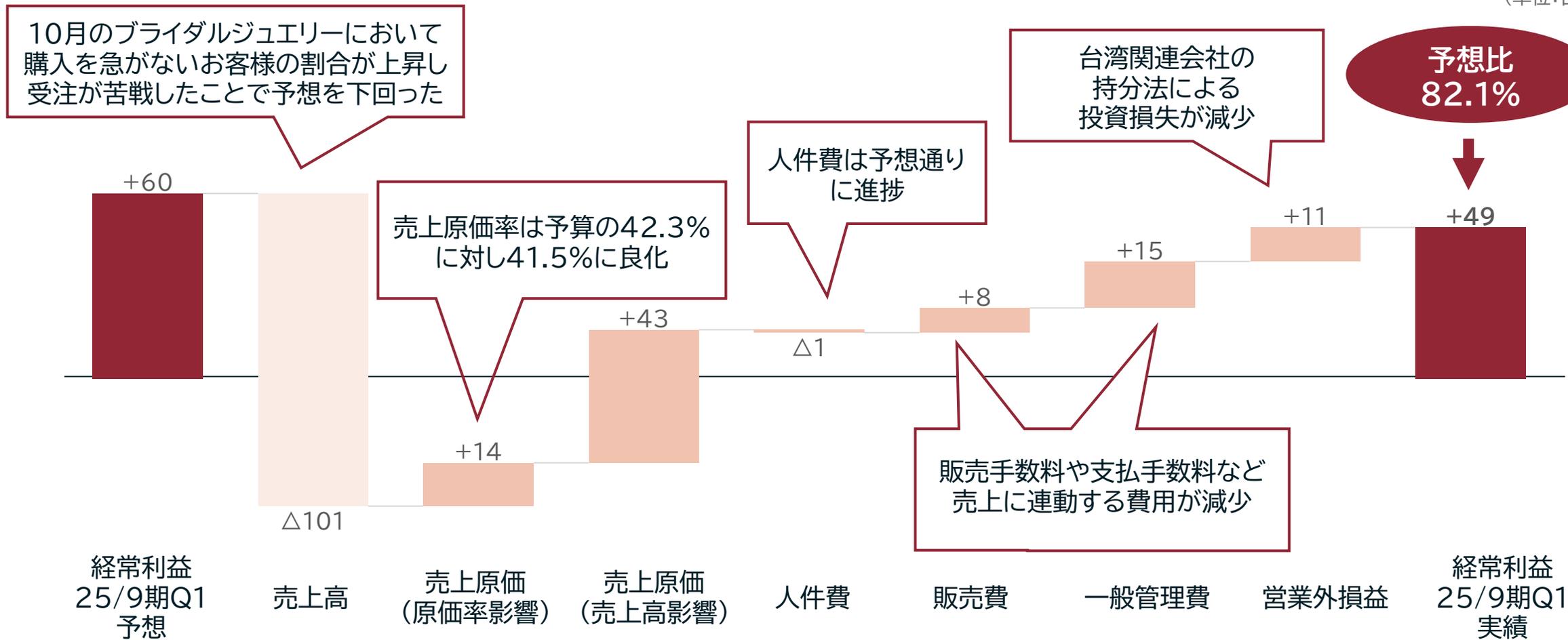
経常利益増減分析

業績予想比較 ※11月14日公表の業績予想値との比較



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。

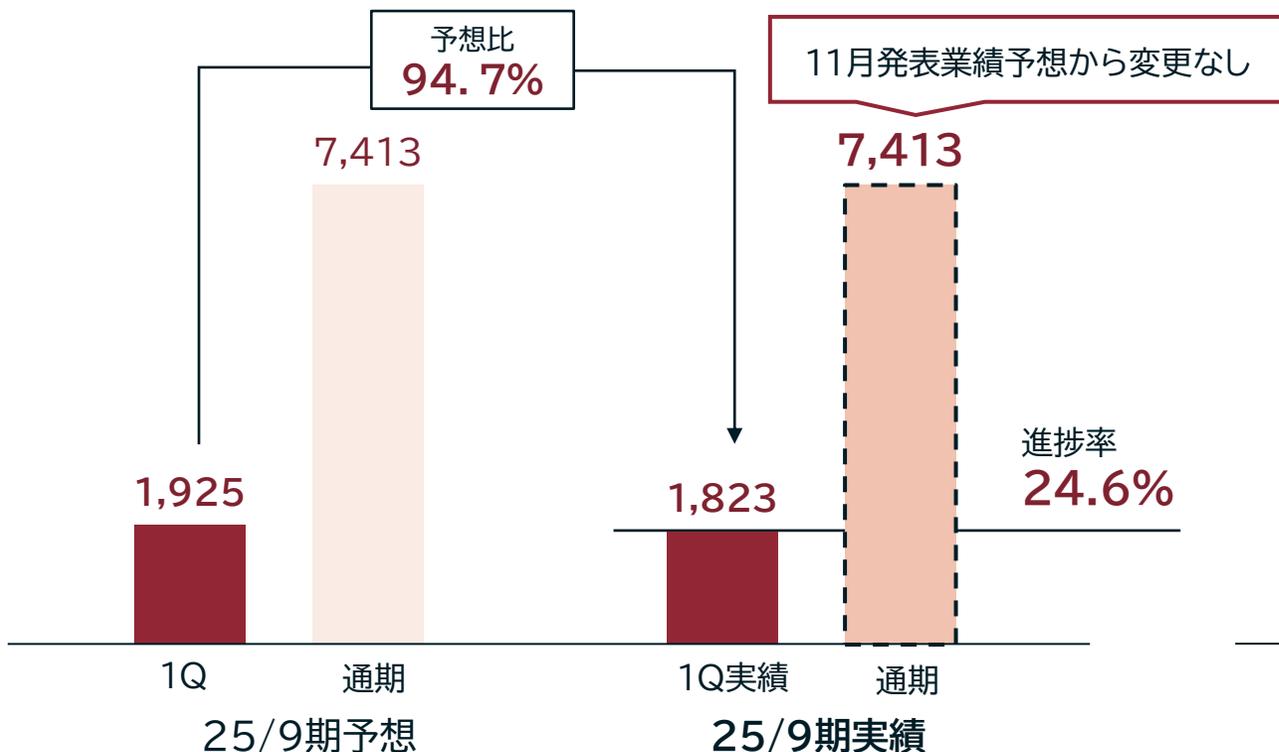
(単位:百万円)



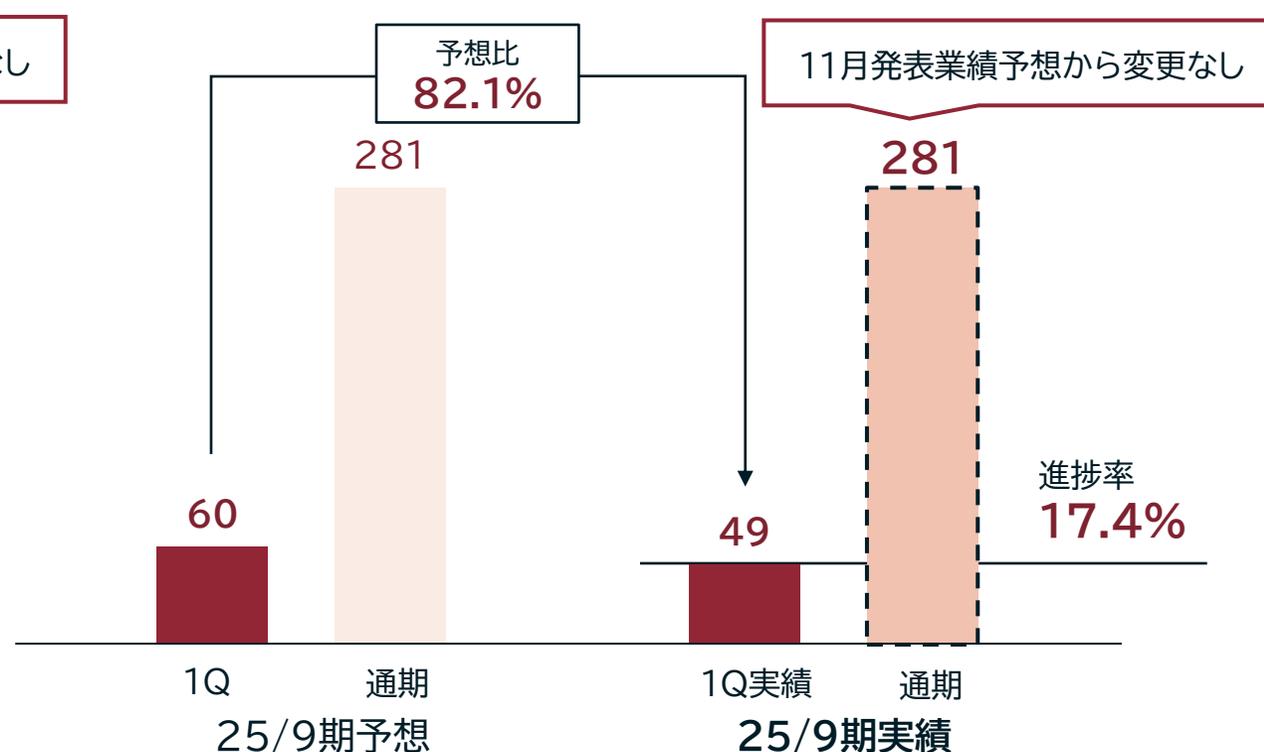
通期業績予想に対する進捗率：計画通り進捗見込み

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。

四半期ごとの売上高推移(累計) (単位:百万円)



四半期ごとの経常利益推移(累計) (単位:百万円)

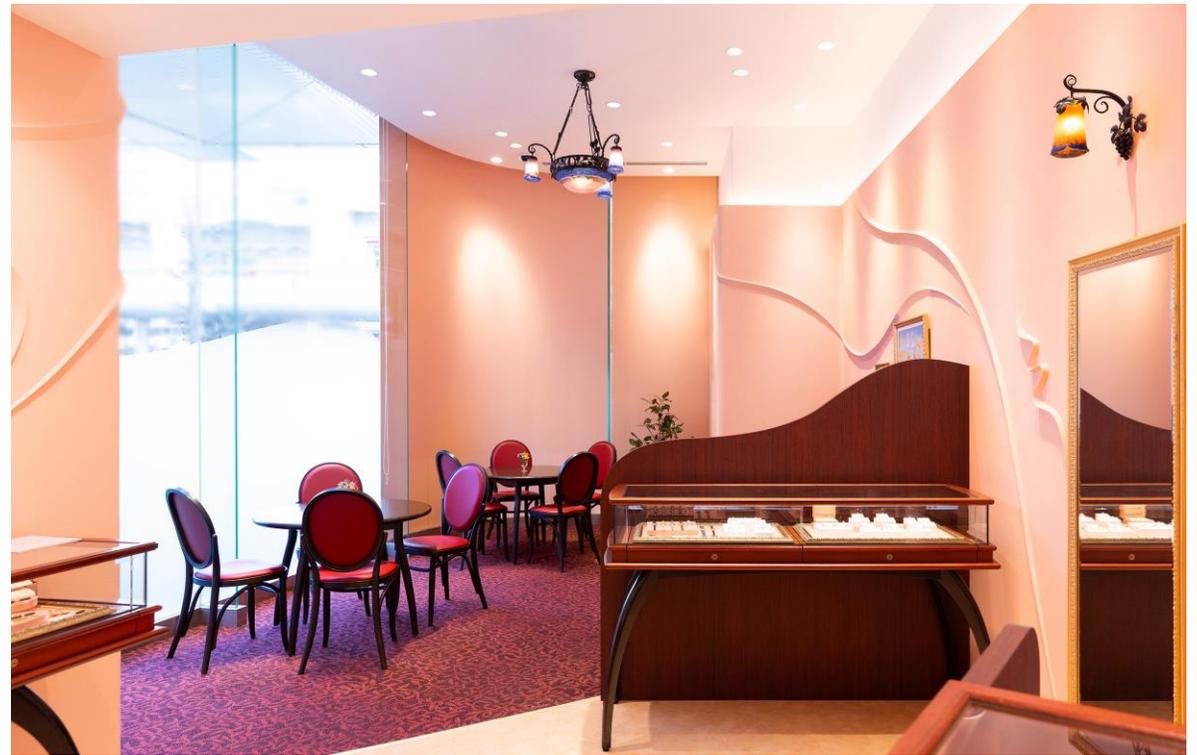


- 1 会社概要
- 2 2025年9月期 第1四半期 業績
- 3 2025年9月期 第1四半期 トピックス
- 4 2025年9月期 通期 業績見通し
- 5 ビジネスモデル
- 6 成長戦略
- 7 Appendix

【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。



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。



～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～



【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)

【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)

ジュエリー表現の新技法「Profondeur(プロフンドゥール)」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～



【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。

これまでの問題点



伝票管理が大変

伝票処理の
時間がかかる

システムと
伝票の内容が違う

接客時間が長くなる

オーダーメイドに取り組みやすい環境

電子サイン

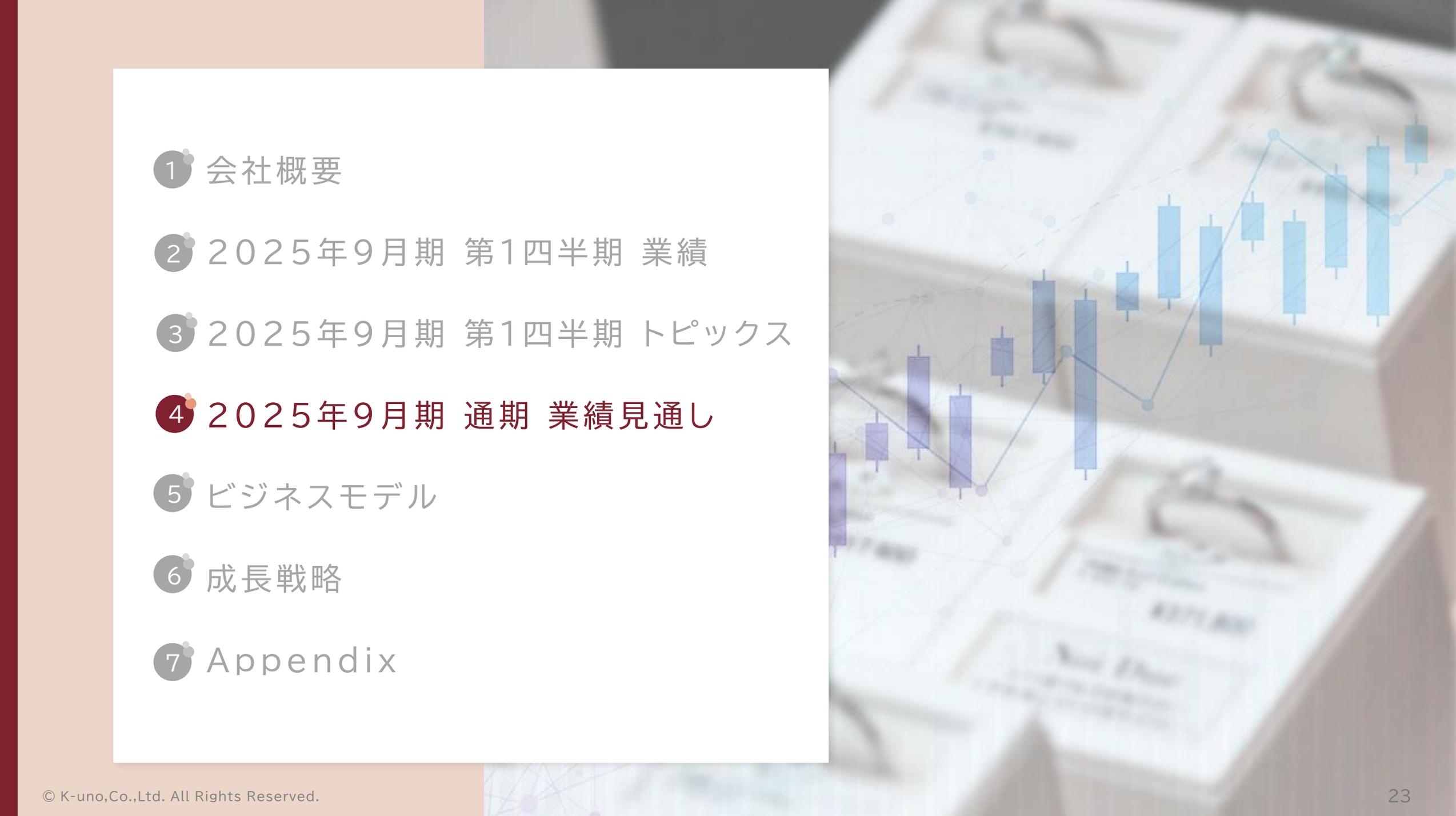
生産ラインの最適化

ペーパーレス化

製品の加工待ち時間
短縮

コミュニケーションの
円滑化

接客時間の短縮

- 
- 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

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 <small>11月公表数値から変更なし</small>		
	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%
EPS(一株当たり純利益)	160	178	+18	111.7%

(単位:円)

・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。

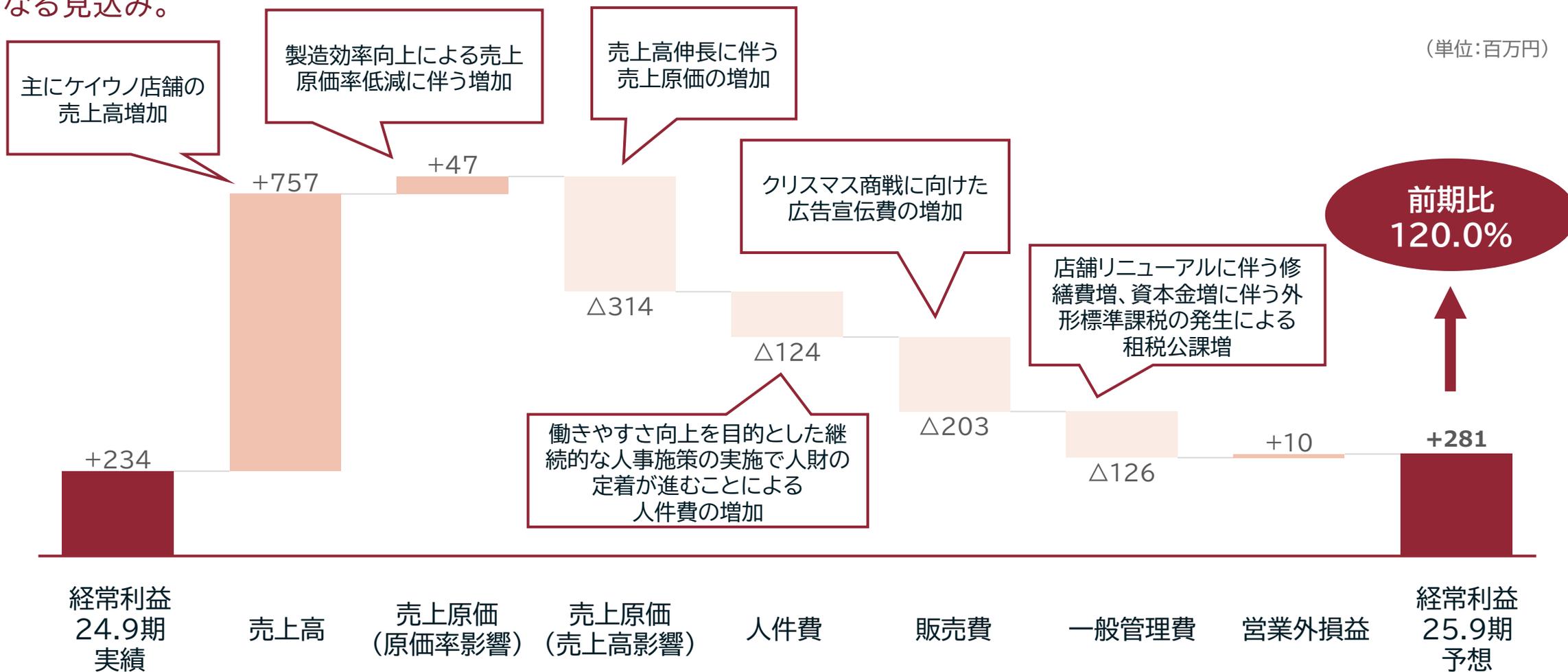
・販売費及び一般管理費
2025年9月期は特に、人事施策の継続による人財定着に伴う人件費増、マーケティング強化に伴う広告宣伝費増、店舗改修費用増、資本金増に伴う租税公課増により前期比112.5%となる見込み。

・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。

※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。

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。



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		
	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%

(単位:百万円)

■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		
	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%

(単位:百万円)

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		
	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%

(単位:百万円)

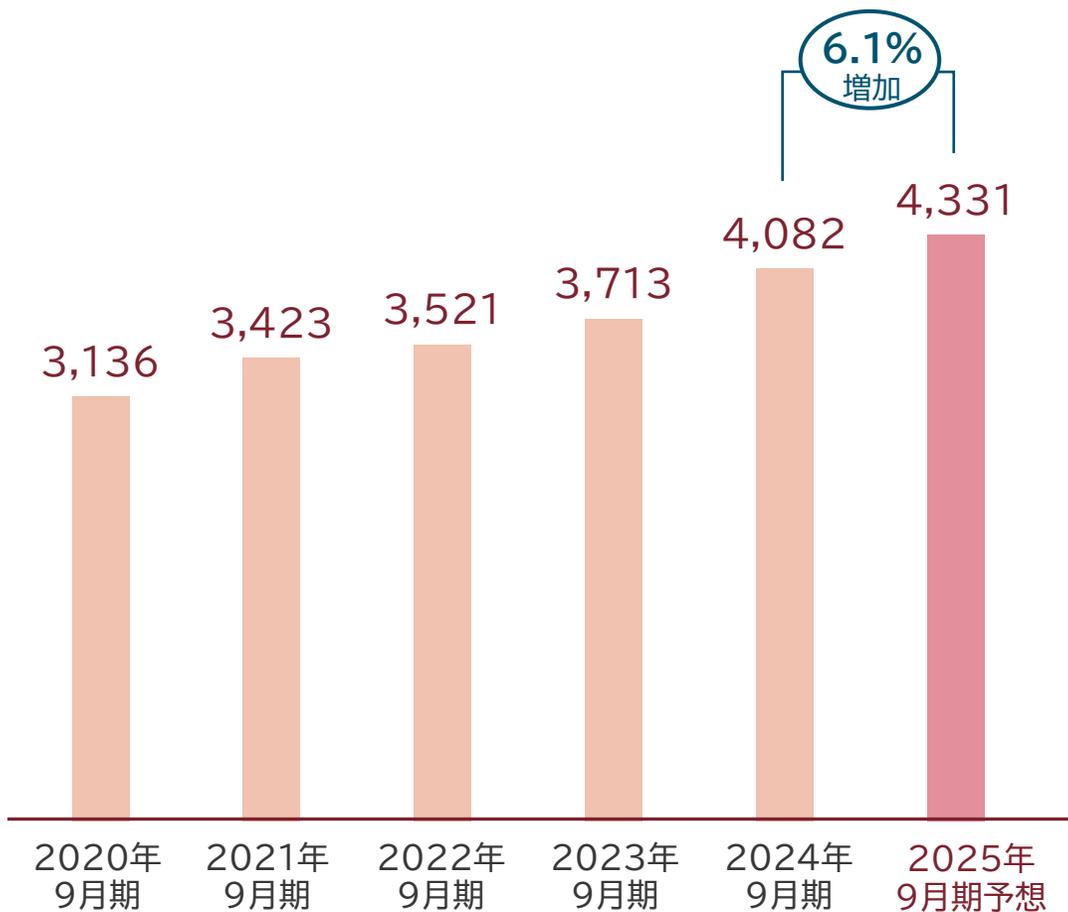
- 製品別売上高:ブライダルは新規顧客の獲得により増加見込み。
 ファッションではリピート獲得に注力し増加見込み。

	24/9期	25/9期		
	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%

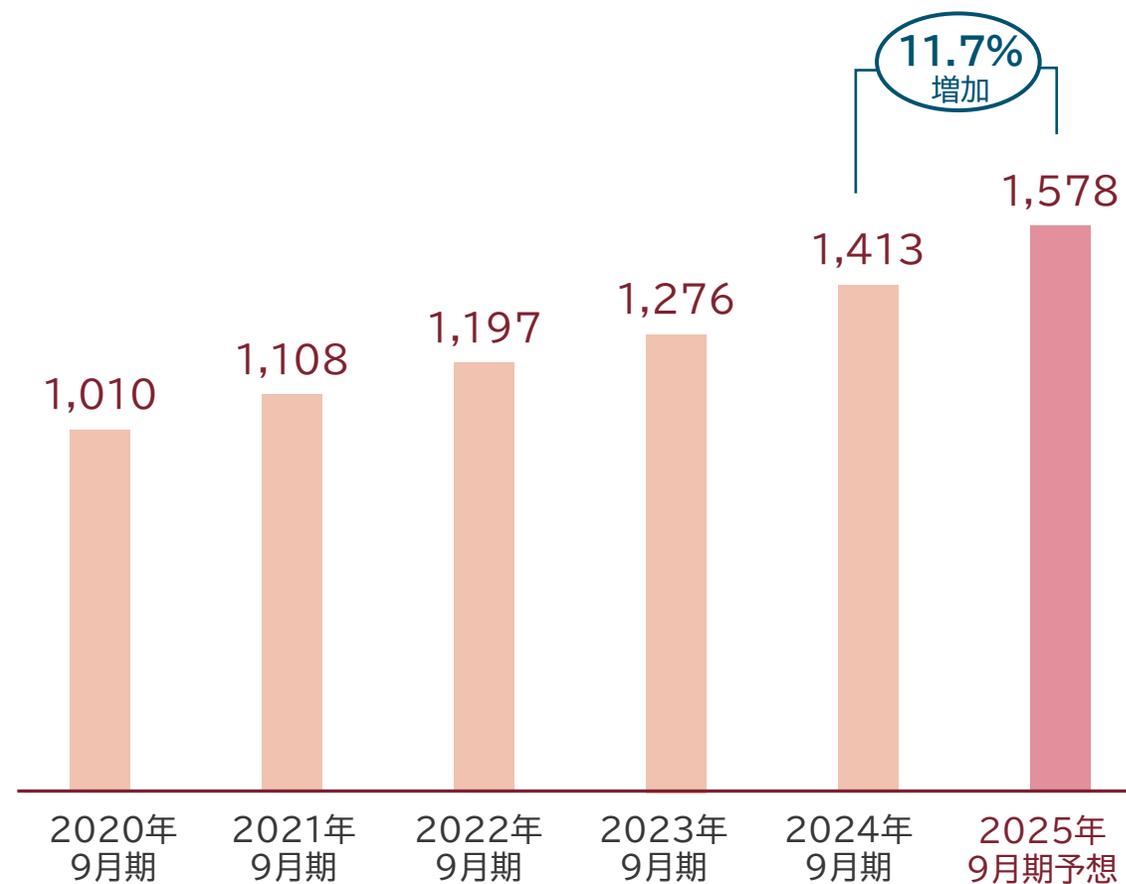
(単位:百万円)

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)

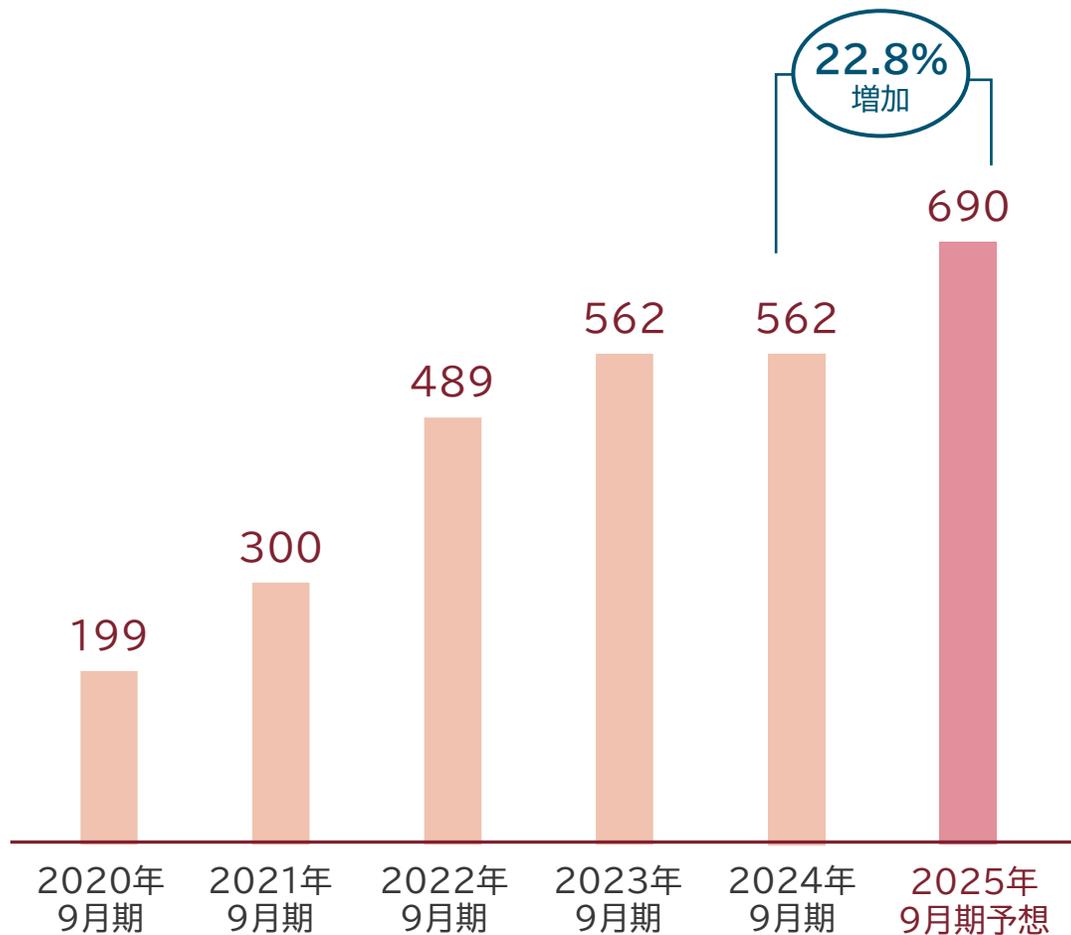


2回目以上購入の受注高(国内店舗) (単位:百万円)

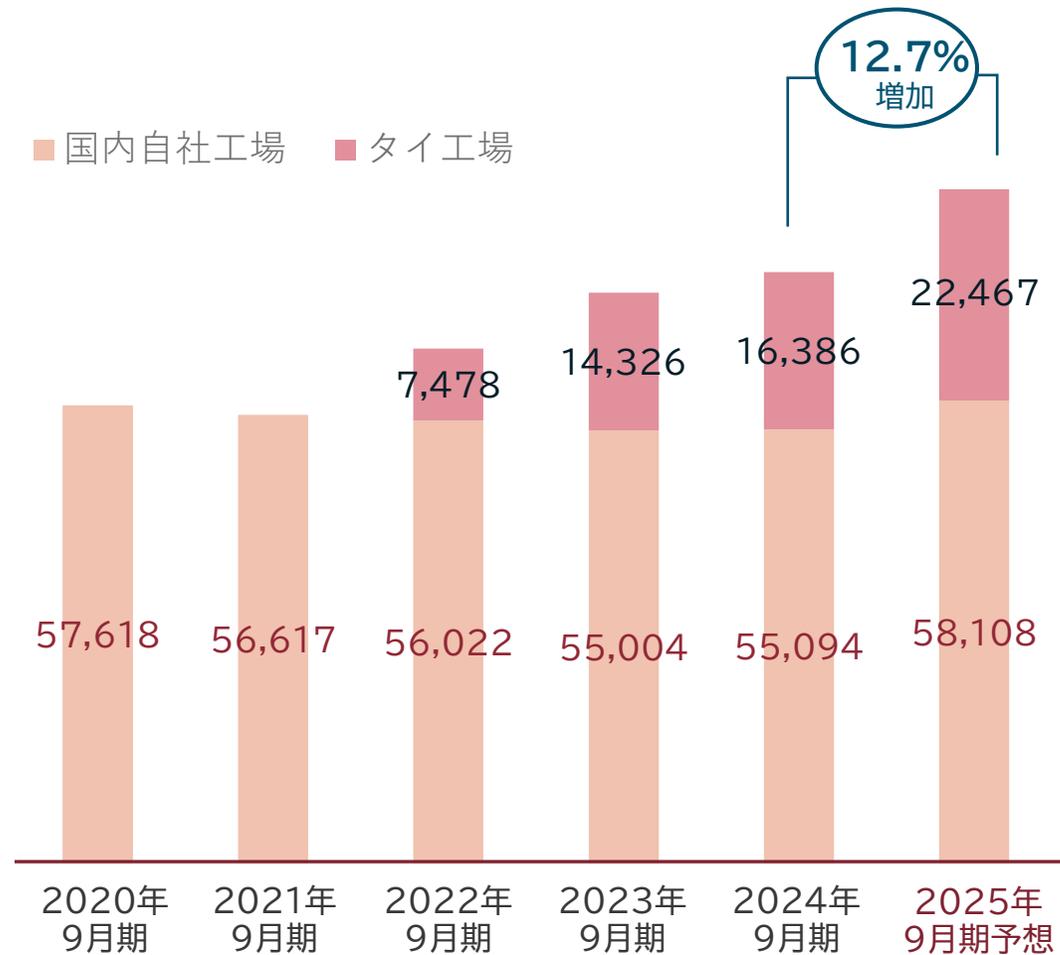


主要指標の状況(2)

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)



- 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



どんな時代、どんな人でも 欲しいものが必ず見つかる

40年間にわたって培われたオーダーメイド技術を基盤に、魅力的なブランドや商品企画を複数展開し、顧客満足度の高いオーダーメイドを提供しています。



お客様の期待を超える
オーダーメイド力



お客様を魅了する
ブランド力



お客様の心をつかむ
商品開発力

オーダーメイドを支える3つの力

Ordermade

販売員



職人 デザイナー

お客様の期待を超える
オーダーメイド力



Brand

当社ブランド



取り扱いライセンス商品



お客様を魅了する
ブランド力



Product



お客様の心をつかむ
プロダクト開発力

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。

59種類※の取扱いライセンスで新たな商品の企画に注力。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。

※2024年9月末時点

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。

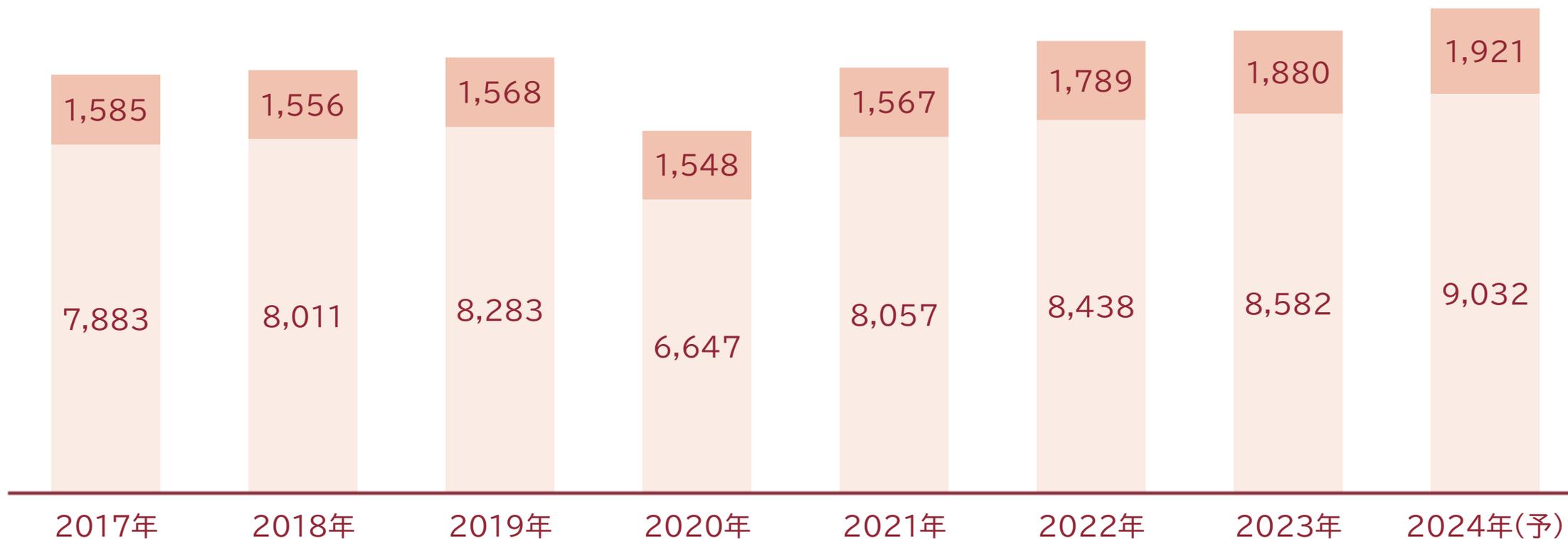
- ① 会社概要
- ② 2025年9月期 第1四半期 業績
- ③ 2025年9月期 第1四半期 トピックス
- ④ 2025年9月期 通期 業績見通し
- ⑤ ビジネスモデル
- ⑥ 成長戦略**
- ⑦ Appendix



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)



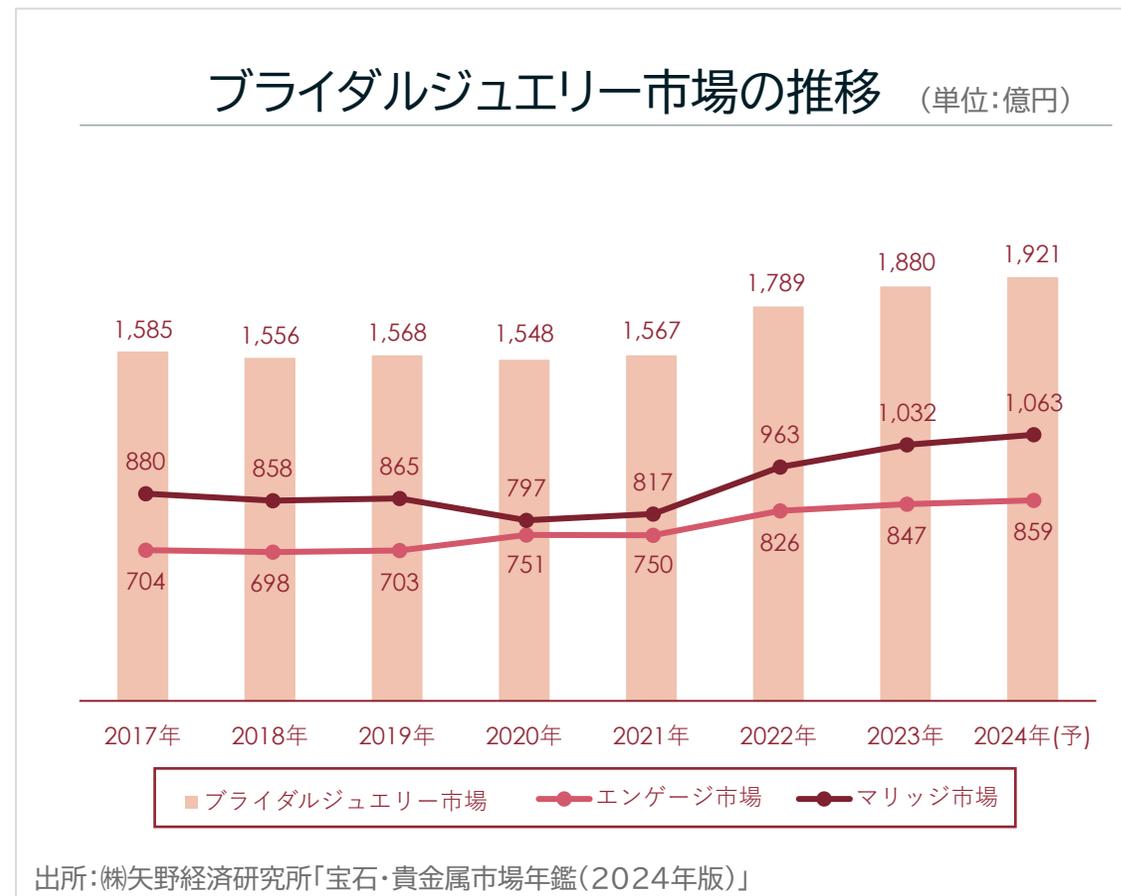
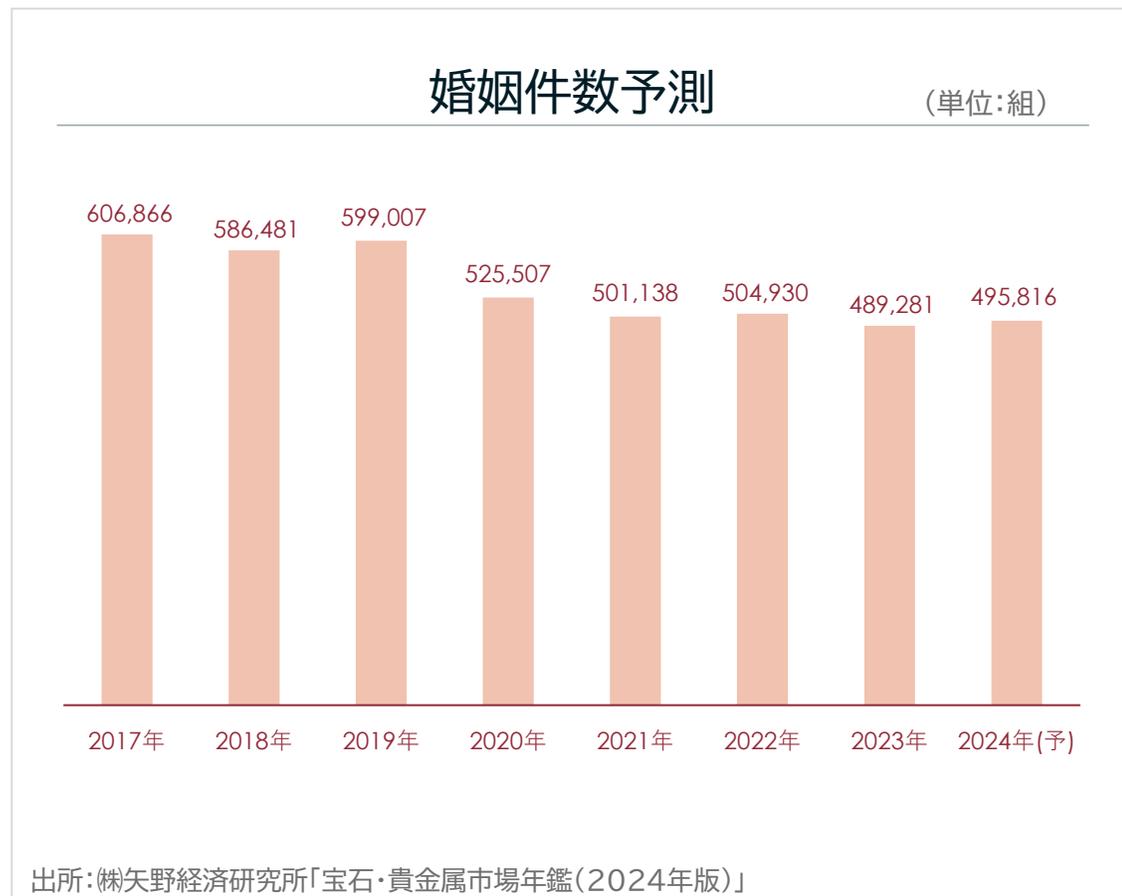
出所: (株)矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑(2024年版)」

■ ブライダル ■ ファッション

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。



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。

基本施策

1

国内ブライダル事業の強化



2

リピート施策の強化によるファン拡大



3

グローバル市場での販売拡大



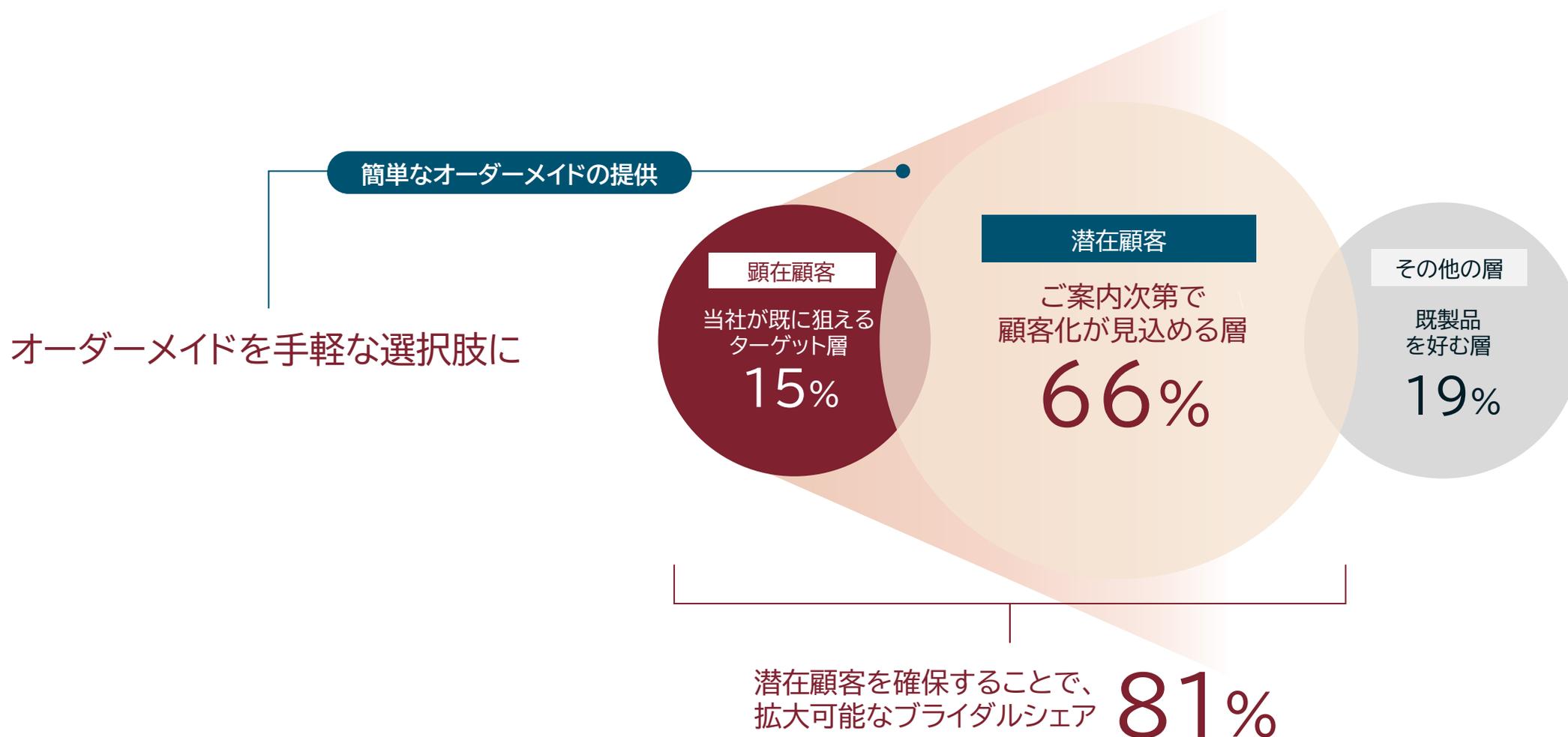
事業基盤強化

メイドインジャパンと海外生産拠点の活用による生産力の向上

オーダーメイドの課題である「時間」を解決するシステム構築

新規顧客拡大

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。



手軽なオーダーメイドの提供

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

生涯顧客の拡大



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。

年齢や時代が変わっても欲しい商品が見つかる

初回購入



ブライダル
ジュエリー



1年後

自分へのご褒美



3年後

お祝い事



5年後

プレゼント



10年後

記念日



25年後

銀婚式



付加価値の提供を行うことでリピート来店を促す「ケイウノファンマーケティング」

取組み内容

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





台湾での店舗拡大



台北忠孝旗艦店



新光三越台北南西店

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



生産力の向上

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。



日本:技術力

難易度の高いフルオーダーメイドの商品も対応が可能。



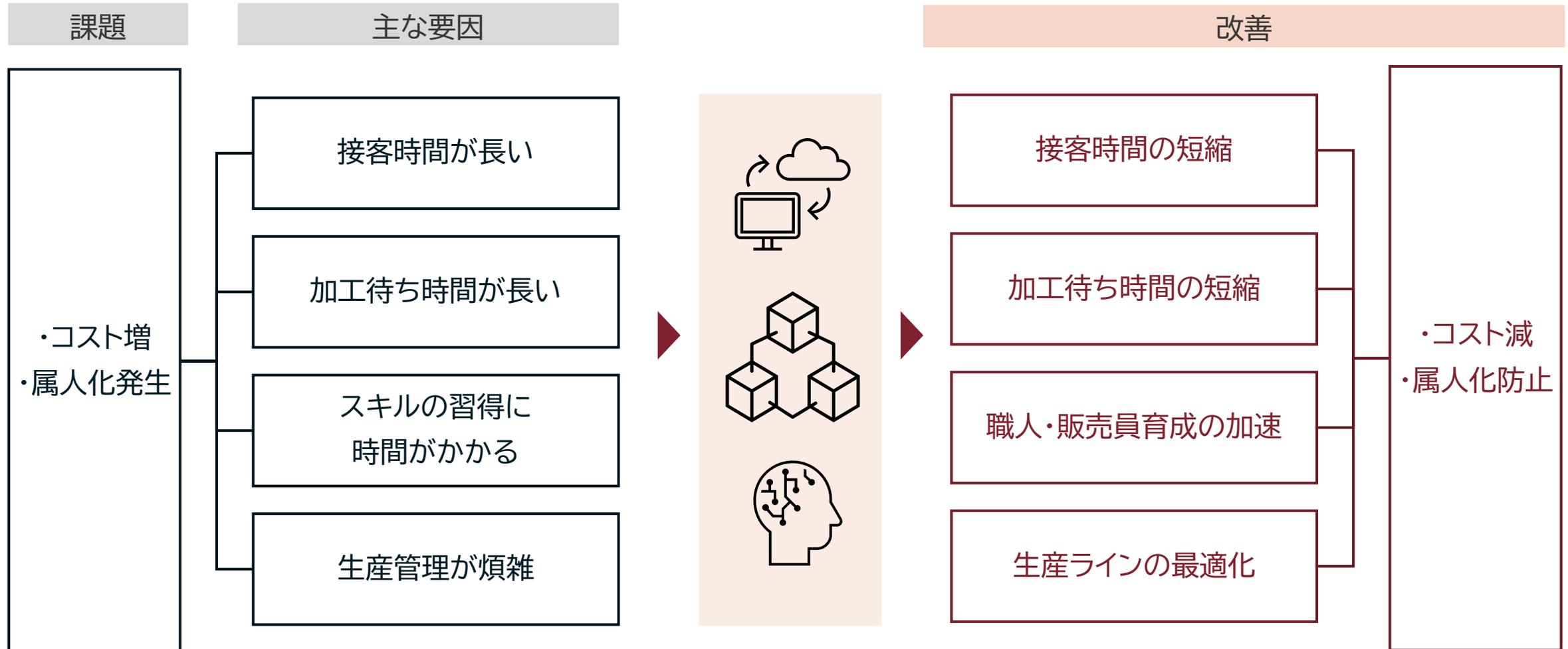
タイ王国:生産量

ジュエリーの産業が盛んなタイ王国では、職人を確保することが容易。さらに、メイドインジャパンの技術を伝承することで品質も向上。



オーダーメイドの課題を解決するシステム構築

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みます。



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、配当を実施していません。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。

- 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

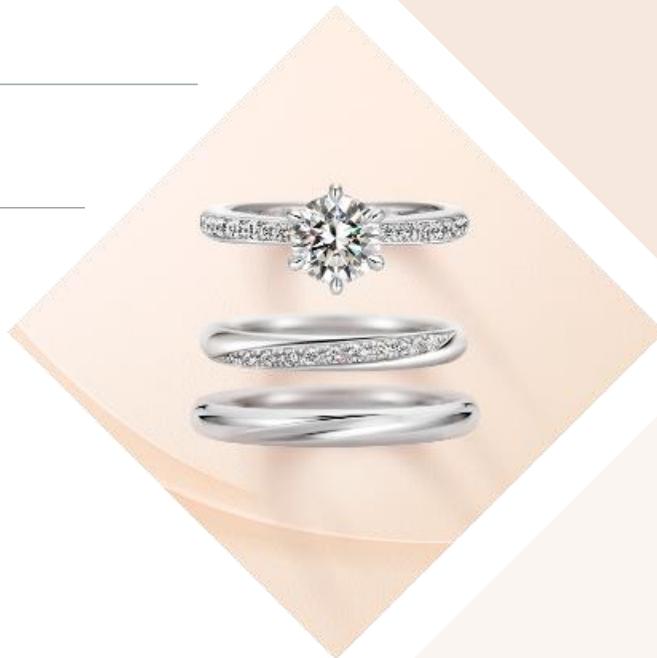


ブランド紹介:ケイウノ



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

Ut

U-TREASURE

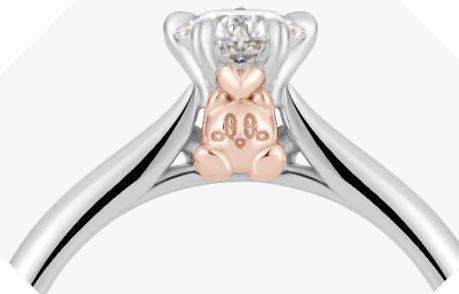
「大人の宝物をクリエイトする」をコンセプトに、キャラクタージュエリーを中心に展開するブランド。

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。



Ut

U-TREASURE



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 Treasure

created by K.UNO



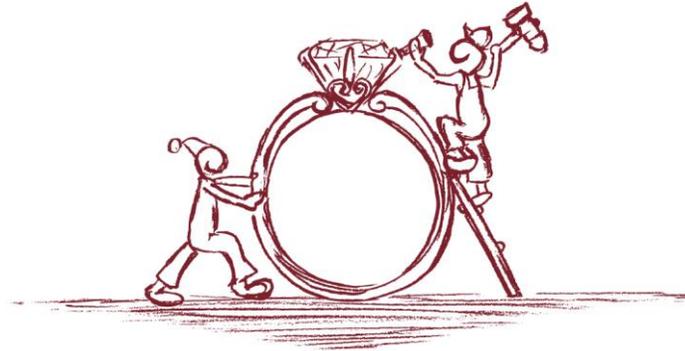
本資料の取り扱いについて

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。



SINCE 1981
ORDER MADE JEWELRY

ケイウノ
ケイウノ