

# 2025年9月期 通期 決算説明資料

2025年11月14日  
株式会社ケイ・ウノ

名証ネクスト市場:259A



K uno  
ケイウノ

# Contents

- ① ケイウノについて ━━━━━━ 02
- ② 2025年9月期 通期 業績報告 ━━━━━━ 13
- ③ 2025年9月期 通期 トピックス ━━━━ 21
- ④ 2026年9月期 通期 業績予想 ━━━━ 29
- ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について 34
- ⑥ Appendix ━━━━ 37

- ① ケイウノについて
- ② 2025年9月期 通期 業績報告
- ③ 2025年9月期 通期 トピックス
- ④ 2026年9月期 通期 業績予想
- ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について
- ⑥ Appendix



## 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に感じた、「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。

# 会社概要

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

5,504万円

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CEO 青木 興一

従業員数

578名(2025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)

## Company Profile

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

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

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

2021

名証ネクスト市場  
新規上場

2024

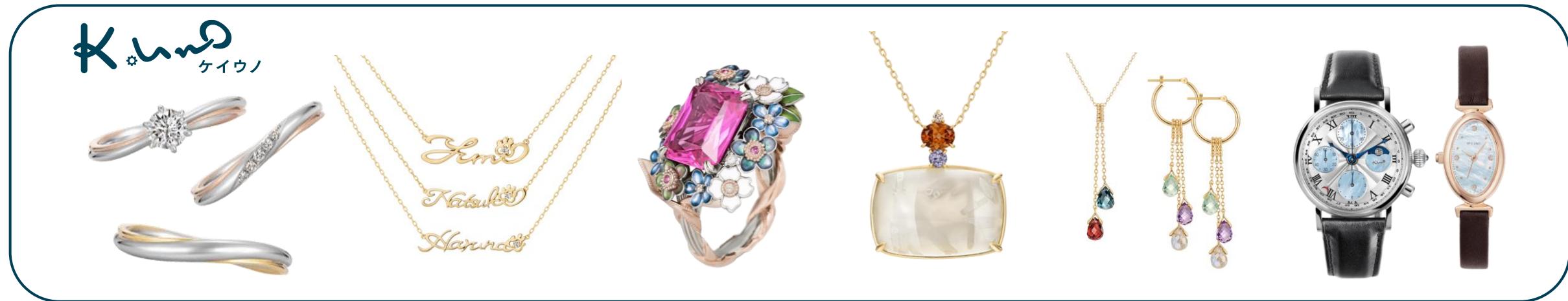
当社代表取締役CEOに  
青木興一が就任

2025

## 展開商品



創業から40年間にわたって培われたオーダーメイドのノウハウを活用し、様々な商品を展開



Disney Treasure

created by K.UNO



© Disney

© Disney. Based on the "Winnie the Pooh" works by A.A.Milne and E.H.Shepard



U-TREASURE



© Nintendo / HAL Laboratory, Inc.

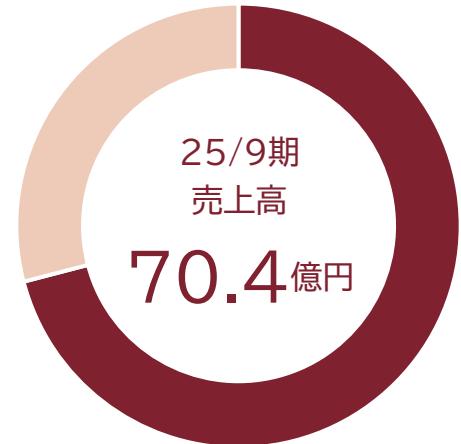
© 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L653656 © TSUBURAYA PROD.

## 主要構成

ブライダルを目的としたお客様が約**7**割、ライセンス商品を購入するお客様が約**4**割

### 製品構成

ブライダルを目的としたお客様が約7割



ブライダル

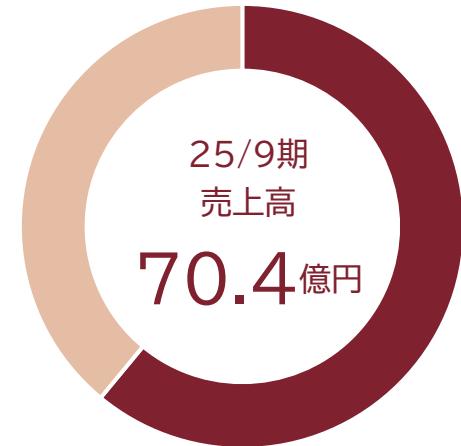
70%

ファッショニ

30%

### ブランド構成

約4割の方がライセンス商品を選択



ケイウノ

60%

ライセンス商品

40%

# 展開拠点一覧:販売拠点**45**店舗 製造拠点**4**工場 (※ 2025年11月現在)



## Kuno 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)

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

### 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



## ユトレジャー**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

### 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

### 海外工場

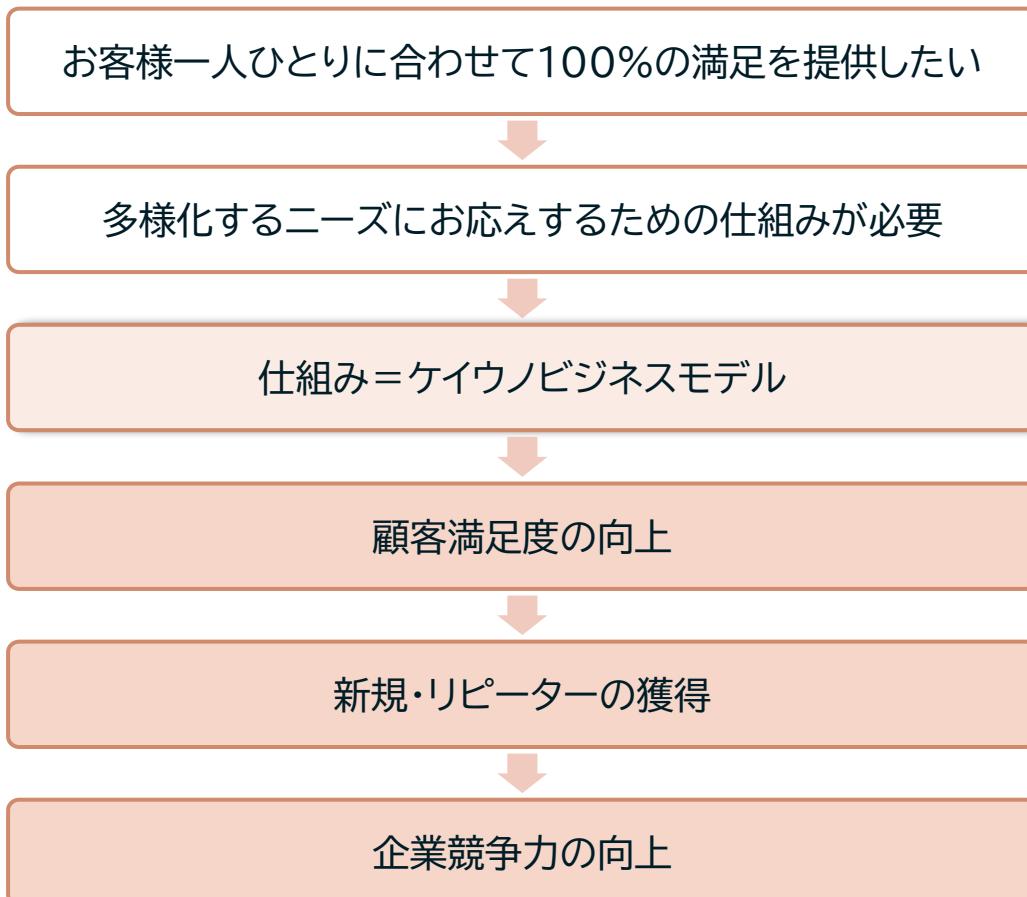
**1** 工場

- ・U-International Factory Co.,Ltd.(タイ王国)

# 当社のビジネスモデル



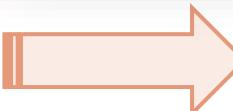
当社のビジネスモデルは、お客様の多様なニーズにお応えできるサービスを複合的に展開することにより、顧客満足度を上げ、更なる新規顧客・リピーターを増やす仕組みです。  
多様化するお客様のニーズにお応えし続けることで企業競争力を向上させてまいります。



## 【ケイウノビジネスモデル】

### <欲しいと思える商品ラインナップ>

- ・豊富なブランドオリジナル商品
- ・バラエティに富んだキャラクター商品



「欲しい」  
が見つかる



また  
来たくなる

### <想いを具現化できる高い柔軟性>

- ・オーダーメイド
- ・リフォームサービス

できたら良  
いなが叶う

安心できる  
サービスが  
ある

### <何度も利用したくなるワクワク感>

- ・イベント、フェアの実施
- ・様々な顧客優待制度

### <“つくる”で終わらない安心感>

- ・永久無料のアフターサービス※ケイウノ商品のみ
- ・データ保管により紛失しても再現可能

## 当社の成長をけん引する3つの指標



1

高いオーダーメイド率

2

高いライセンス率

3

高いリピーター売上率

# 高いオーダーメイド率



当社はオーダーメイドに対応できる販売員、デザイナー、職人を自社で雇用・育成しており、お客様自身も気が付いていない潜在的なニーズを引き出すことで、高いオーダーメイド率を維持しております。

## オーダーメイドを生み出すスペシャリスト



販売員

40年以上にわたり培ったオーダーメイドの知識をナレッジ化させスキルアップに努めております。お客様の潜在的なご要望を引き出し、最適なアドバイスを行います。



デザイナー

お客様の目の前で1枚のデザインを2~3分で描き上げ、ニーズをその場で形にします。また、イニシャルや思い出を取り入れるなど、よりパーソナルで特別な提案を行います。

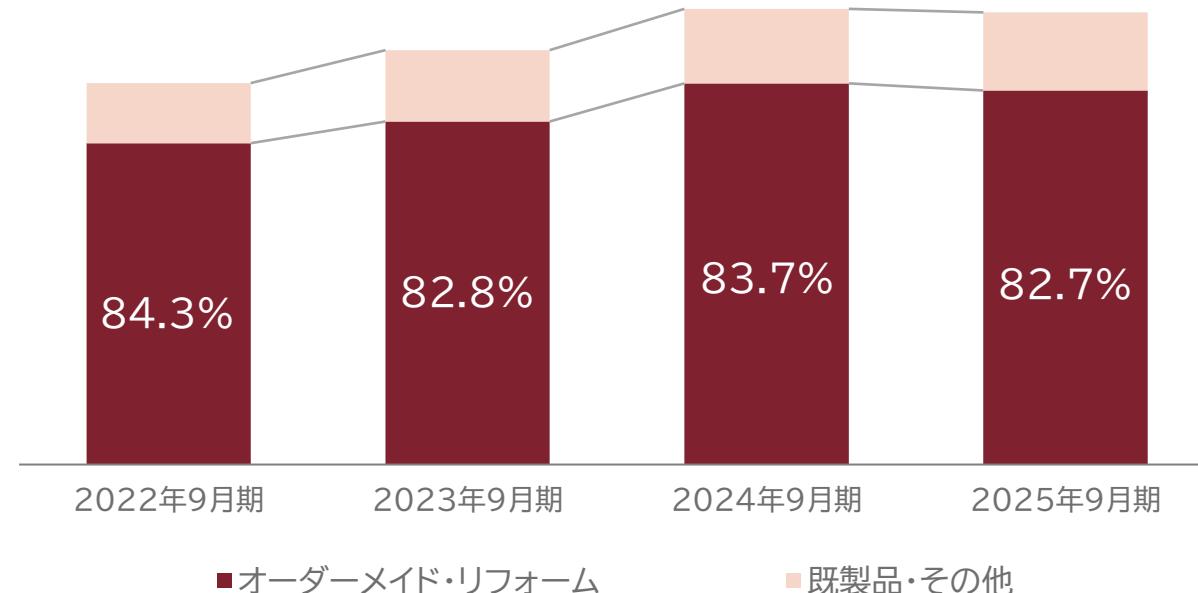


職人

培ったオーダーメイド技術を駆使し、お客様のこだわりポイントに応えるだけでなく、機能性や立体としての美しさを追求し、期待を超える商品を製作します。

約**8**割の方オーダーメイド・リフォームを選択  
オーダーは既製品に比べ単価が約**1.4**倍

製品カテゴリー別売上高の推移(店舗+EC【個別】)



※オーダーメイドには、アレンジオーダーも含む

# 高いライセンス率



高いポテンシャルを持つ推し活文化の波に乗り、多様なキャラクターを用いた心をつかむ商品展開で  
売上の高成長を目指します。

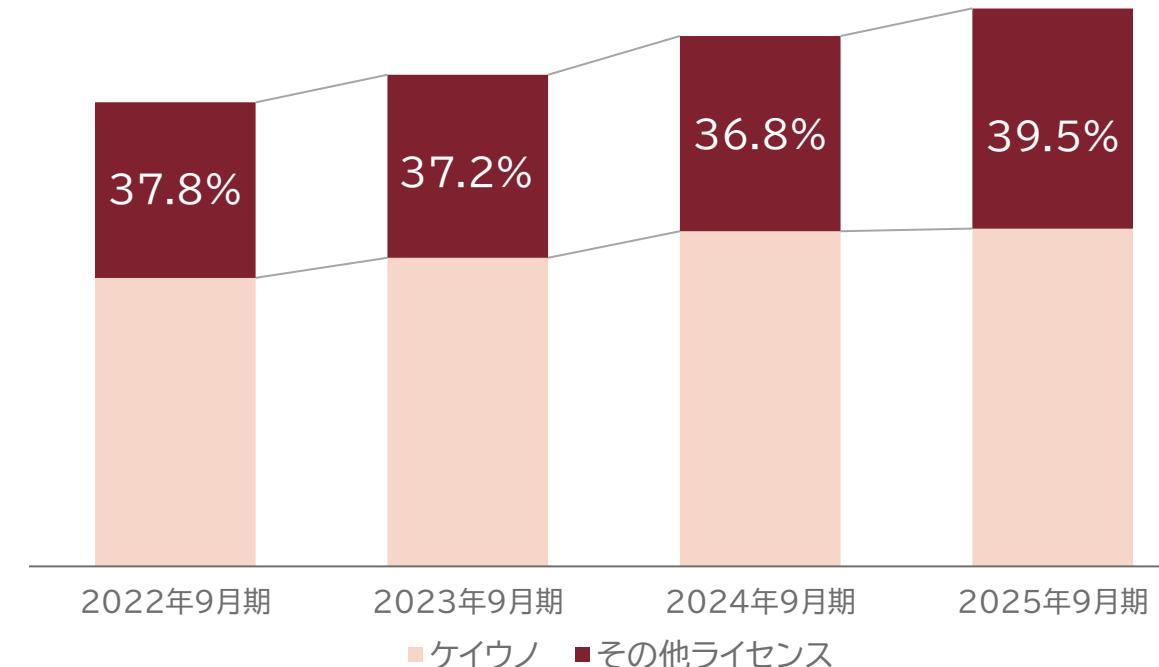
ライセンスの拡充で多様なキャラクター商品を展開



© Disney © 2024 SANRIO CO., LTD. APPROVAL NO. L653656  
© Nintendo / HAL Laboratory, Inc. ©TSUBURAYA PROD. ©2015 EXNOA LLC/NITRO PLUS  
©CAPCOM ©堀越耕平／集英社・僕のヒーローアカデミア製作委員会 ©2016 COVER Corp.

ライセンス商品売上高は年々増加し、  
約**4**割がライセンス商品を選択

ブランド別売上高の推移【連結】



# リピーター売上率



ブライダルをはじめとして初回購入されたお客様に喜んでいただき、継続的に付加価値を提供することで顧客満足度を向上させ、高いリピーター売上率を維持し安定的な収益基盤を構築しています。

好みや年齢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

3年後

5年後

10年後

25年後

お祝い事

自分への  
ご褒美

プレゼント

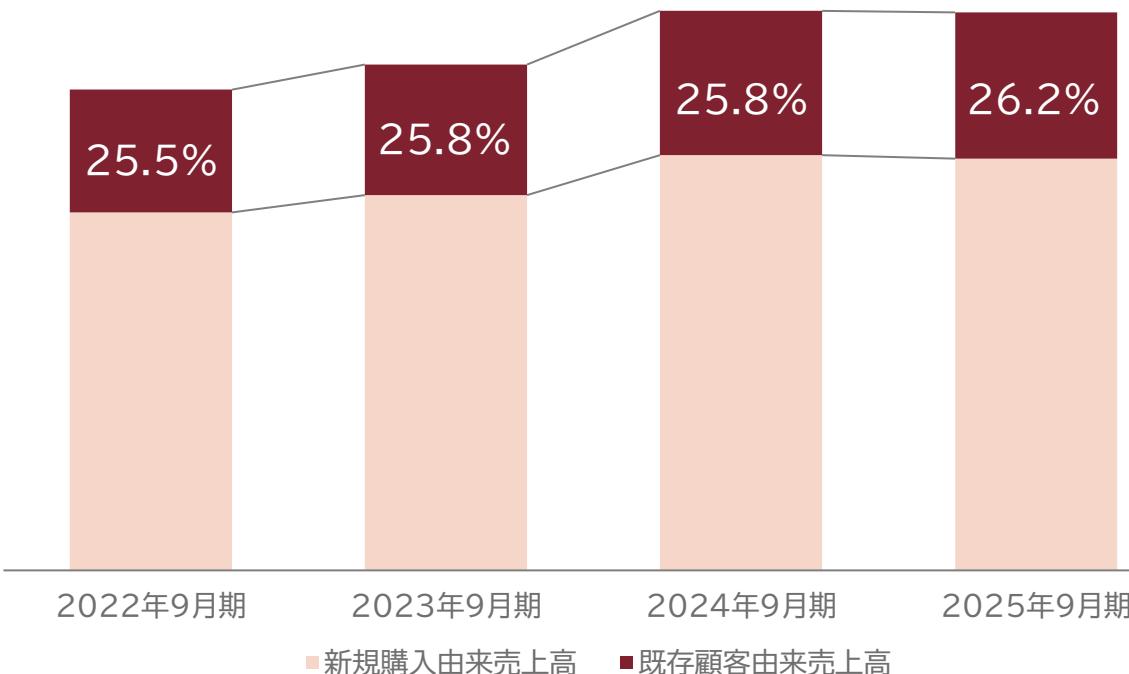
記念日

銀婚式

付加価値の提供によりリピート来店を促す  
「ケイウノファンマーケティング」

ブライダルをきっかけとした新規顧客も増やしつつ  
約3割がリピーターによる売上高

顧客種別売上高(店舗+EC【個別】)



- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 通期 業績報告
  - ③ 2025年9月期 通期 トピックス
  - ④ 2026年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について
  - ⑥ Appendix

## 業績ハイライト



売上高は前期比105.2%と過去最高値を更新したものの、継続する地金価格高騰の影響や販管費の増加、店舗の減損損失等により、当期純利益は前期比13.7%の增收減益となつた。

## 実績

## 前期比

売上高

7,004百万円

105.2%

経常利益

75百万円

32.2%

親会社株主に帰属する  
当期純利益

22百万円

13.7%

## 決算概要(連結・P/L)

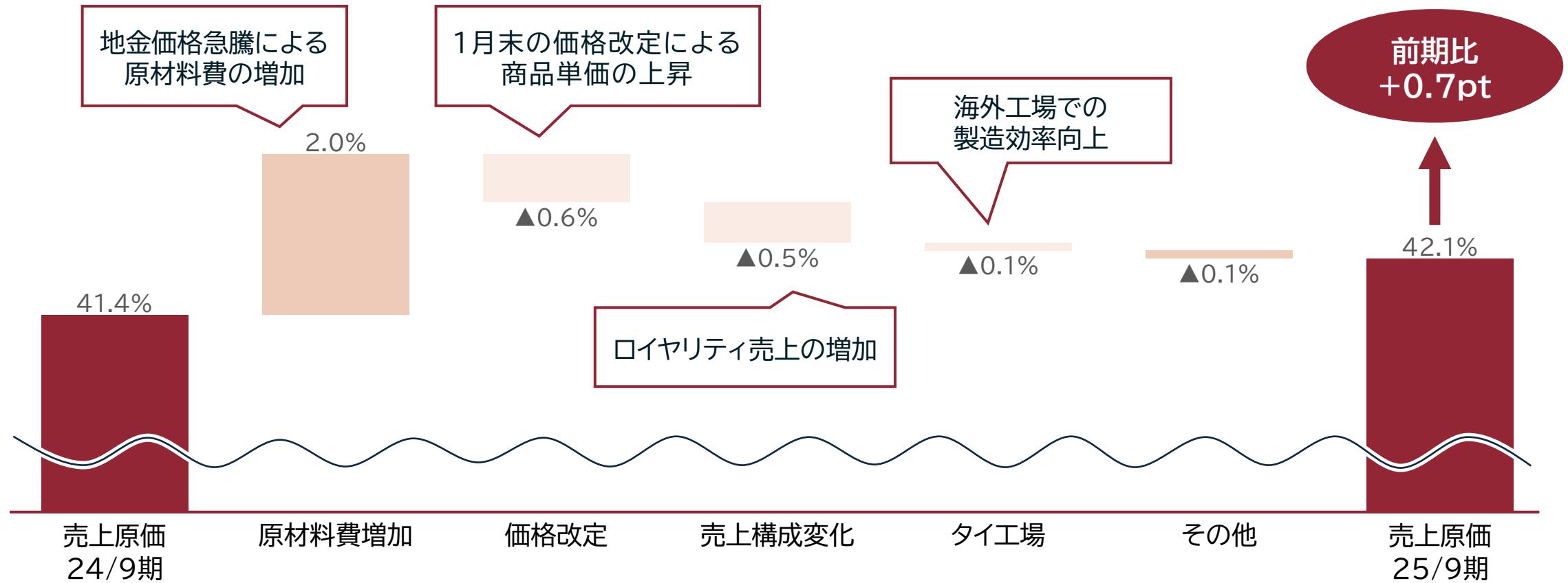
- 売上高は、前期実績、計画値ともにクリア
- 経常利益及び当期純利益は、計画値を3割以上上回った

(単位:百万円)

	24/9期 実績	25/9期 実績	前期比	25/9期 計画値(5/7公表)	計画比
売上高	6,656	7,004	105.2%	6,862	102.1%
売上総利益	3,899	4,058	104.1%	4,073	99.6%
売上総利益率	58.6%	57.9%	98.9%	59.4%	97.6%
販売費及び一般管理費	3,636	3,955	108.8%	3,973	99.6%
営業利益	262	102	39.2%	100	102.4%
営業利益率	3.9%	1.5%	37.2%	1.5%	100.3%
経常利益	234	75	32.2%	55	137.0%
経常利益率	3.5%	1.1%	30.6%	0.8%	134.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	166	22	13.7%	7	324.9%
 (単位:円)					
EPS(一株当たり純利益)	176.13	21.87	12.4%	6.74	324.5%

## 売上原価率増減分析

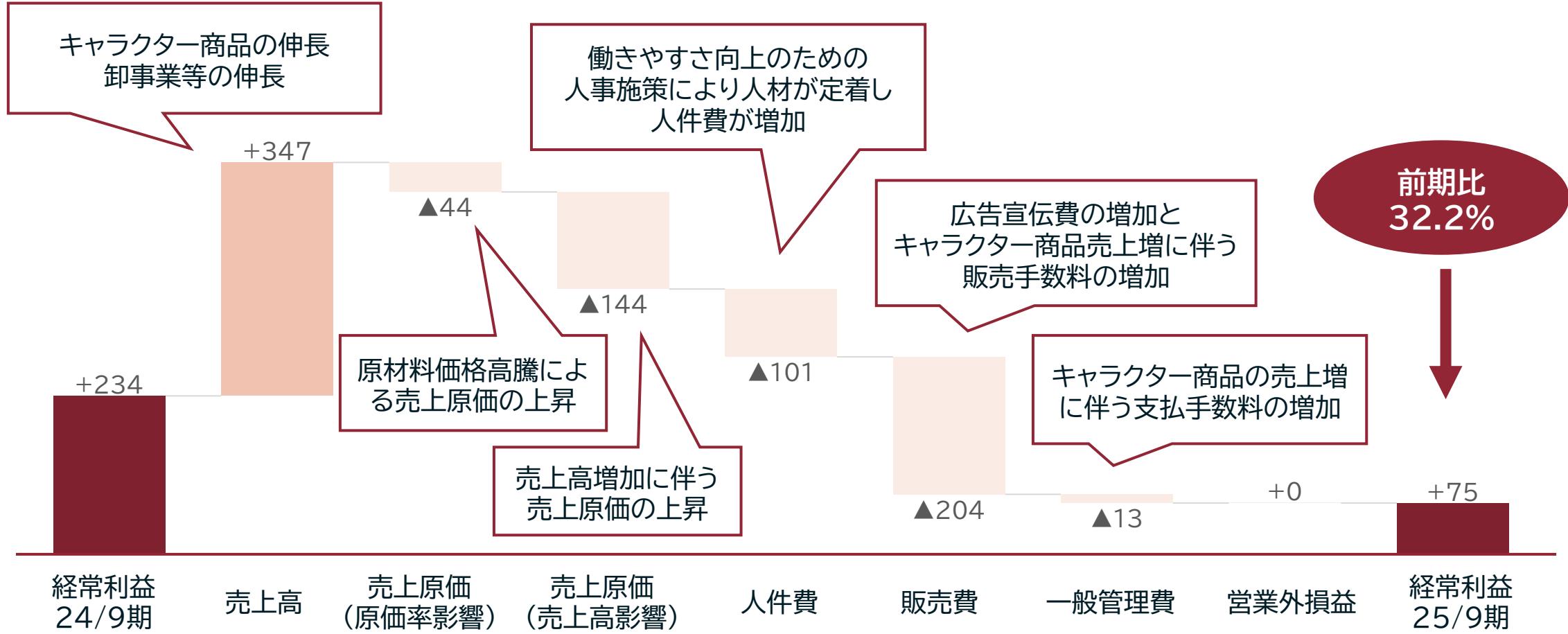
- 想定を超える地金価格急騰により原材料費が上昇したものの、価格改定による商品単価上昇、ロイヤリティ売上の増加、海外工場の製造効率向上により+0.7 ptに留めた。



## 経常利益増減分析

- 売上高はキャラクター商品及び卸事業等の伸長により347百万円の増加
- 一方で、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減益

(単位:百万円)



## 売上高(ブランド別・製品別)



- ・ ブライダル商品を中心とするケイウノブランドは微増
- ・ コレクターアイテムを中心にライセンス商品が特に好調

(単位:百万円)

■ ブランド別売上高	24/9期 通期		25/9期 通期		
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
ケイウノ	4,207	4,240	+32	100.8%	60.5%
その他ライセンス	2,448	2,763	+315	112.9%	39.5%

(単位:百万円)

■ 製品別売上高	24/9期 通期		25/9期 通期		
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
ブライダル	4,789	4,884	+94	102.0%	69.7%
ブライダル以外	1,866	2,119	+253	113.6%	30.3%

## 売上高(地域別・販売チャネル別)



- ECと卸売を中心に国内売上が伸長
- 海外はライセンス商品の卸売を中心に伸長

(単位:百万円)

■ 地域別売上高	24/9期 通期		25/9期 通期		
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
国内	6,093	6,421	+328	105.4%	91.7%
海外	562	582	+19	103.5%	8.3%

(単位:百万円)

■ 販売チャネル別 売上高	24/9期 通期		25/9期 通期		
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
店舗	5,346	5,460	+113	102.1%	78.0%
EC	464	586	+122	126.3%	8.4%
卸売	845	957	+111	113.2%	13.7%

## 決算概要(連結・B/S)

- 棚卸資産が97百万円増加、その他負債が86百万円減少し、純資産が248百万円増加

(単位:百万円)

	2024年 9月30日時点	2025年 9月30日時点	対前期末増減	主な増減理由
流動資産(現金及び預金)	1,015	1,021	+5	
流動資産(棚卸資産)	1,699	1,797	+97	期末にかけた受注増に伴う仕掛品の増加
流動資産(その他)	552	584	+32	卸売商品の受注増に伴う売掛金の増加
固定資産	1,136	1,139	+2	店舗の減損に伴い減少した一方でシステム投資により増加
資産合計	4,404	4,542	+137	
有利子負債	1,479	1,455	▲24	長期借入金の減少
その他の負債	1,903	1,817	▲86	賞与引当金の増加があった一方で未払金の減少、法人税の支払い、契約負債の減少が発生
負債合計	3,383	3,272	▲111	
純資産合計	1,020	1,269	+248	新株発行による資本金及び資本剰余金の増加、利益剰余金の増加
負債純資産合計	4,404	4,542	+137	

有利子負債比率	145.0%	114.6%	▲30.4pt
自己資本比率	23.2%	28.0%	+4.8pt
ROE	17.6%	2.0%	▲15.6pt

## キャッシュ・フロー概要

- 営業CFにおいては、利益の減少に加え、原材料高騰による支出の増加や法人税の支払いが影響し減少
- 投資CFにおいては、立川店出店やシステム等の先行投資により減少

(単位:百万円)

	24/9期	25/9期	増減額	主な内訳
営業活動によるキャッシュフロー		351	▲44	▲395
				税引前当期純利益 減価償却費 棚卸資産の増加 売上債権の増加 法人税の支払
				62百万円 88百万円 ▲94百万円 ▲31百万円 ▲107百万円
投資活動によるキャッシュフロー	▲73	▲139	▲66	有形固定資産の取得による支出 無形固定資産の取得による支出
				▲92百万円 ▲41百万円
財務活動によるキャッシュフロー	▲236	191	428	長期借入金の返済による支出 長期借入れによる収入 株式の発行による収入
				▲324百万円 300百万円 213百万円
現金及び現金同等物の増減額	37	5	▲31	
現金及び現金同等物の期末残高	1,015	1,021	5	
フリー・キャッシュフロー	277	▲183	▲461	

- ① ケイウノについて
- ② 2025年9月期 通期 業績報告
- ③ 2025年9月期 通期 トピックス
- ④ 2026年9月期 通期 業績予想
- ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について
- ⑥ Appendix



# 当社の中長期的な成長戦略(概念図)



国内事業と海外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。

販売戦略

事業基盤強化

国内事業の伸長

海外事業の拡大

新規顧客の獲得

リピート顧客の拡大

新規顧客の獲得

販路の拡大

手軽なオーダーメイド商品の拡充

推し活ニーズに合わせた商品の拡充

CRM※の強化

“アニバーサリーニーズ”に合わせた商品の拡充

販路の拡大

販路拡大とニーズに合わせた商品展開による売上の獲得

国内外の生産拠点活用による生産力の向上

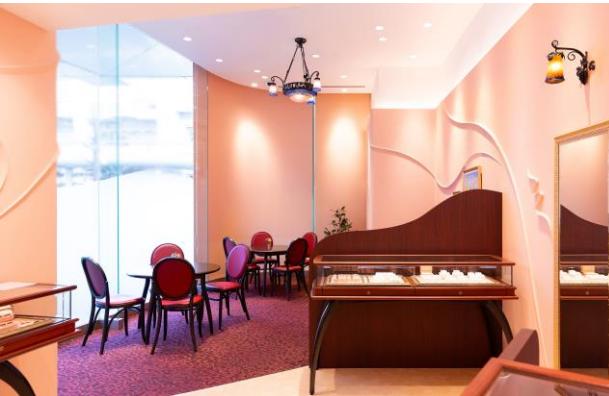
オーダーメイドの課題を解決するシステム構築

#### 国内事業の伸長に関わる施策①

## 【販路施策】

- ・ ケイウノ立川店の新規出店
  - ・ 各種イベントへの参加

## ＜ケイウノ立川店の様子＞



<Disney THE MARKET 2025>



＜スター・ウォーズ セレブレーション ジャパン2025＞



STAR WARS YouTube公式チャンネル「Star Wars Celebration - DAY 3 Replay」より引用

【商品施策】

- ・アレンジオーダー商品の拡充
  - ・推し活ニーズに合わせた商品の拡充
  - ・『手作りリング』新プランの登場

#### ＜アレンジオーダー商品の一例＞



※ アレンジ版

#### ＜キャラクター商品の一例＞



TM & © TOHO CO., LTD.

＜DIY貴金属コースに新「シンプルプラン」が登場＞



## 国内事業の伸長に関わる施策②



### 【リピート施策】

- ・趣向を凝らしたフェア、イベントの開催

<ケイウノ サマージュエリーフェア>



<小学生のお子様対象 なつやすみワークショップ>



### 【商品施策】

- ・アニバーサリーニーズに合わせた商品の拡充

<樹脂を用いた新技法によるネックレス>



<リフォームにも対応する一粒ダイヤネックレス>



<出生身長と同じ長さでつくれるネックレス>



<ご遺骨やご遺灰を中にお入れできるメモリアルジュエリー>



# 海外事業の拡大に関する施策/事業基盤強化

## 【販路施策】

- ・上海、香港におけるディズニーデザイン商品の卸販売開始
- ・ケイウノ台湾店でのユートレジャー商品取扱い開始

<ケイウノ台湾店で取り扱うユートレジャー商品の一例>



## 【生産力向上施策】

- ・国内工場
  - └ 教育体制の確立と実行により生産キャパシティが増加

## ・海外工場

- └ 国際労働基準に基づいた安全衛生体制を確立
- └ 生産体制の強化のための増員を実施

## 【課題解決のためのシステム構築】

- └ 受注伝票のペーパーレス化を実現し運用
- └ 災害・システム障害発生時においても事業を継続できるインフラ整備に着手

## 【商品施策】

- ・上記で展開した現地のニーズに合わせた商品の開発

- ① ケイウノについて
- ② 2025年9月期 通期 業績報告
- ③ 2025年9月期 通期 トピックス
- ④ 2026年9月期 通期 業績予想
- ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について
- ⑥ Appendix



# 業績予想(連結・P/L)



- 売上高は前期比106.8%の74億77百万円と過去最高値を更新する見込み
- 営業利益は前期比117.6%の1億20百万円となる見込み

(単位:百万円)

	25/9期		26/9期	
	実績	予想	増減額	前期比
売上高	7,004	7,477	+473	106.8%
売上総利益	4,058	4,135	+76	101.9%
売上総利益率	57.9%	55.3%	▲2.6pt	95.4%
販売費及び一般管理費	3,955	4,014	+58	101.5%
営業利益	102	120	+18	117.6%
営業利益率	1.5%	1.6%	+0.1	110.1%
経常利益	75	104	+28	137.8%
経常利益率	1.1%	1.4%	+0.3	129.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	22	74	+52	328.7%
(単位:円)				
EPS(一株当たり純利益)	21.87	71.03	+49.16	324.8%

## 【売上高】

国内店舗の伸長と、キャラクター商品の国内外での更なる拡大により、前期比106.8%となる見込み。

## 【売上総利益】

製造効率向上のための施策を講じるもの、前期末からの原材料費の高止まりにより、売上総利益は前期比101.9%となる見込み。

## 【販売費及び一般管理費】

人件費や販売費が増加するものの、全体的な販管費削減に努めることで、前期比101.5%となる見込み。

## 業績予想(連結・P/L 半期)

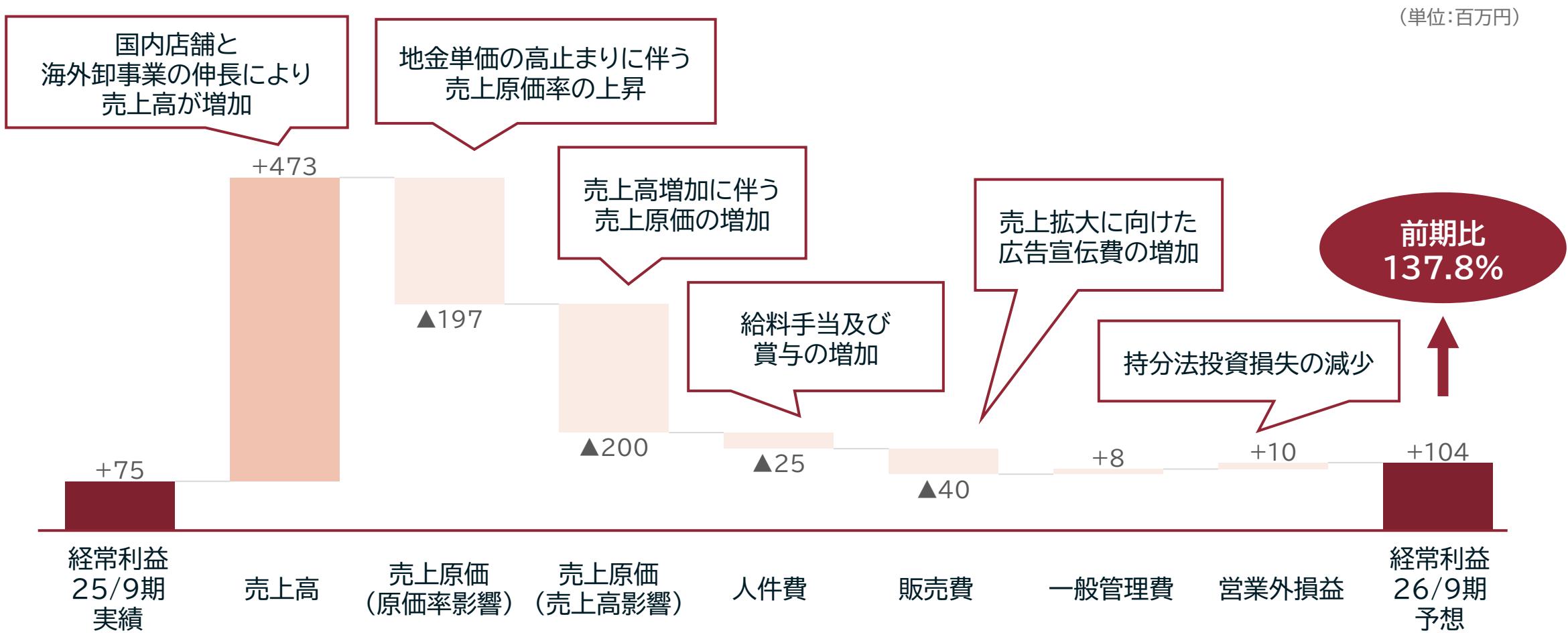
- 売上高は、下半期に売上増加施策効果の最大化や、IP大型案件が発生することで下半期に偏る見込み
- 利益は、原価の高止まりが続く中、下半期に原価低減施策の効果が表れることで下半期に偏る見込み

(単位:百万円)

	25/9期		26/9期		25/9期		26/9期	
	上半期実績	上半期予想	前期比		下半期実績	下半期予想	前期比	
売上高	3,560	3,591	100.9%		3,443	3,886	112.9%	
売上総利益	2,093	1,977	94.4%		1,964	2,158	109.8%	
売上総利益率	58.8%	55.1%	93.6%		57.1%	55.5%	97.3%	
販売費及び一般管理費	1,983	1,973	99.5%		1,972	2,040	103.5%	
営業利益	110	3	3.4%		▲7	116	—	
営業利益率	3.1%	0.1%	3.3%		-0.2%	3.0%	—	
経常利益	91	▲8	—		▲16	112	—	
経常利益率	2.6%	-0.2%	—		-0.5%	2.9%	—	
親会社株主に帰属する当期純利益	48	▲28	—		▲25	103	—	

## 経常利益増減分析

- 前期後半からの地金単価の高止まりにより売上原価率が上昇する見込み
- 一方で、売上高の増加及び販管費のコントロール等により前期比137.8%となる見込み



# 売上高(ブランド別・地域別)



- ・ ブランド別では、その他ライセンス商品が特に伸長する見込み
- ・ 地域別では、海外売上高が特に伸長し海外構成比が8%から10%に増える見込み

(単位:百万円)

■ ブランド別売上高	25/9期		26/9期		
	実績	予想	増減額	前期比	構成比
ケイウノ	4,240	4,449	+209	104.9%	59.5%
その他(ライセンス商品)	2,763	3,027	+263	109.5%	40.5%

(単位:百万円)

■ 地域別売上高	25/9期		26/9期		
	実績	予想	増減額	前期比	構成比
国内	6,421	6,709	+288	104.5%	89.7%
海外	582	767	+185	131.8%	10.3%

## 成長戦略



2025年12月26日に中期経営計画を発表する予定です。  
今後の成長戦略については公表までお待ち下さい。

- ① ケイウノについて
- ② 2025年9月期 通期 業績報告
- ③ 2025年9月期 通期 トピックス
- ④ 2026年9月期 通期 業績予想
- ⑤ 株主優待制度(ご利用販路拡充)について
- ⑥ Appendix



# 【株主優待制度】ご利用可能ブランド・販路の拡大について

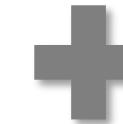


## 株主優待の内容

100株以上保有の  
株主様へ一律ご進呈

年1回(毎年12月上旬)

【QUOカード5,000円分】



【自社商品10%割引券1枚】

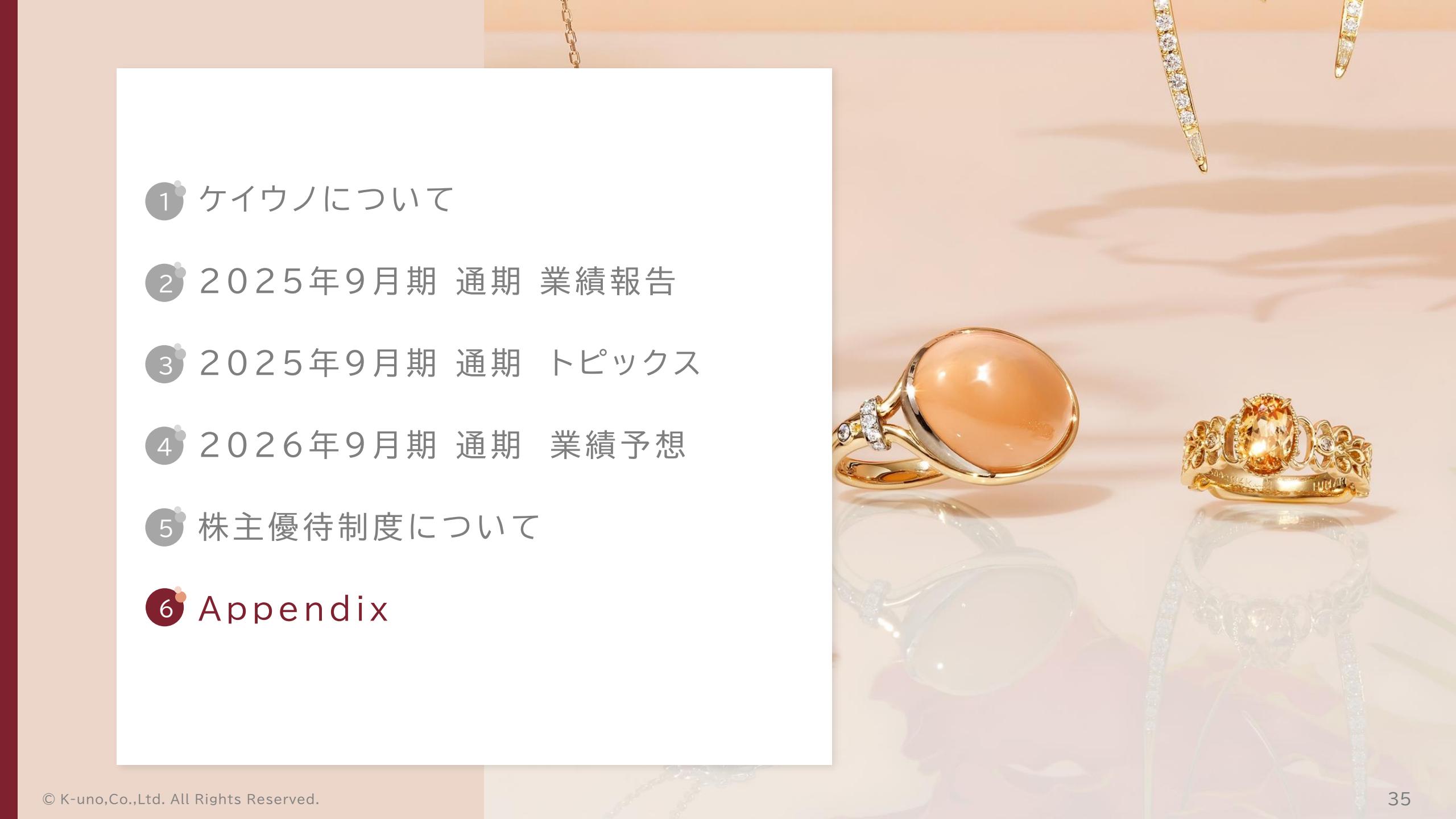


## 自社商品10%割引券のご利用可能ブランド・販路

【変更前】ケイウノ直営店全店のみ

【変更後】

ブランド	ご利用可能販路	詳細
ケイウノ	ケイウノ直営店全店	ご利用可能店舗は <a href="#">こちら</a>
	ケイウノオンラインショップ	<a href="https://www.k-uno.co.jp/">https://www.k-uno.co.jp/</a>
ユトレジャー	ユトレジャー直営店全店	ご利用可能店舗は <a href="#">こちら</a>
	ユトレジャーオンラインショップ	<a href="https://u-treasure.jp/">https://u-treasure.jp/</a>

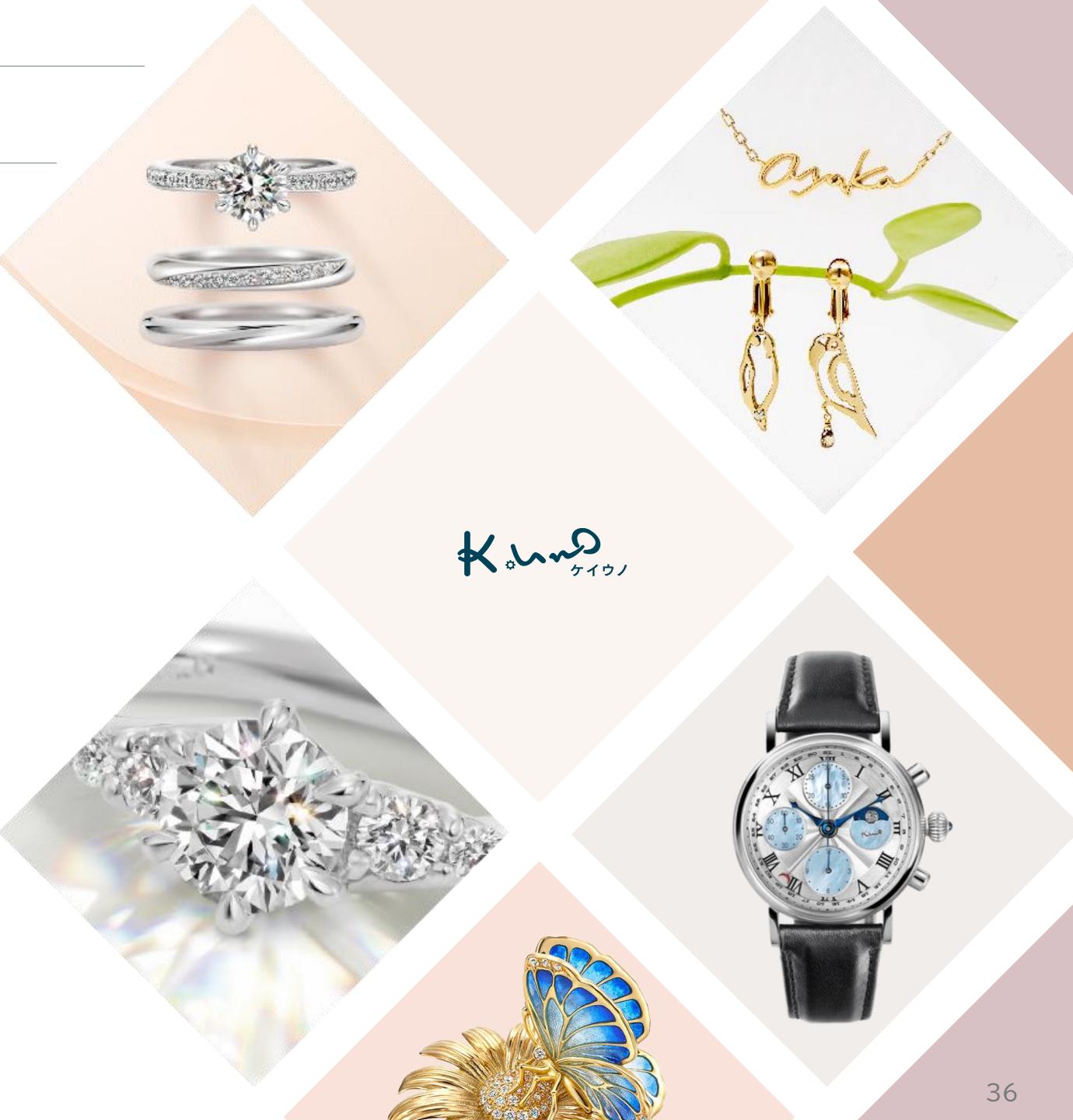
- 
- ① ケイウノについて
  - ② 2025年9月期 通期 業績報告
  - ③ 2025年9月期 通期 トピックス
  - ④ 2026年9月期 通期 業績予想
  - ⑤ 株主優待制度について
  - ⑥ Appendix

## 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力  
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



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、  
ファッショング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。



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

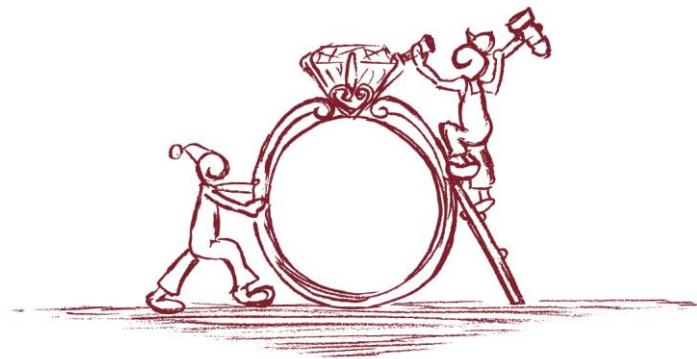


当社が作成した本資料は、情報提供を目的としており、当社の有価証券の買付けや売付け申し込みの勧誘を意図していません。

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。



Kuno ケイウノ