

2026年9月期 第1四半期 決算説明資料

2026年2月13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、2026年9月期第1四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	2026年9月期 1Q 業績報告	02
2	2026年9月期 1Q トピックス	10
3	2026年9月期 通期 業績見通し	14
4	成長戦略	19
5	株主優待制度について	25
6	Appendix	27

本日は、ご覧の通り、
2026年9月期 第1四半期の業績報告、トピックス、
2026年9月期 通期業績見通し、成長戦略、株主優待制度についてご説明をさせていただきます。

- 
- ① 2026年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2026年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ 成長戦略
 - ⑤ 株主優待制度について
 - ⑥ Appendix

© K-uno,Co.,Ltd. All Rights Reserved.

2026年9月期 第1四半期の業績をご報告いたします。

業績ハイライト

- 第1四半期として過去最高の売上高を更新。
- 想定を上回る地金価格急騰の影響を受け、営業利益は前年同期を下回った。
- 為替差益の発生及び海外合弁会社の業績改善により、当期純利益は大きく伸長。

	実績	前年同期比
売上高	1,928百万円	105.7%
営業利益	47百万円	97.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	51百万円	178.0%

まず、業績ハイライトです。

売上高は、19億2,700万円、前年同期比105.7パーセントと第1四半期として過去最高を更新しました。

しかし、想定を上回る地金価格高騰の影響を受け、
営業利益は4,700万円、前年同期比97.0パーセントと前年同期を下回りました。

一方で、為替差益の発生および海外合弁会社の業績改善により、
当期純利益は5,100万円、前年同期比178.0パーセントと大きく伸長いたしました。

決算概要(連結・P/L)



(単位:百万円)

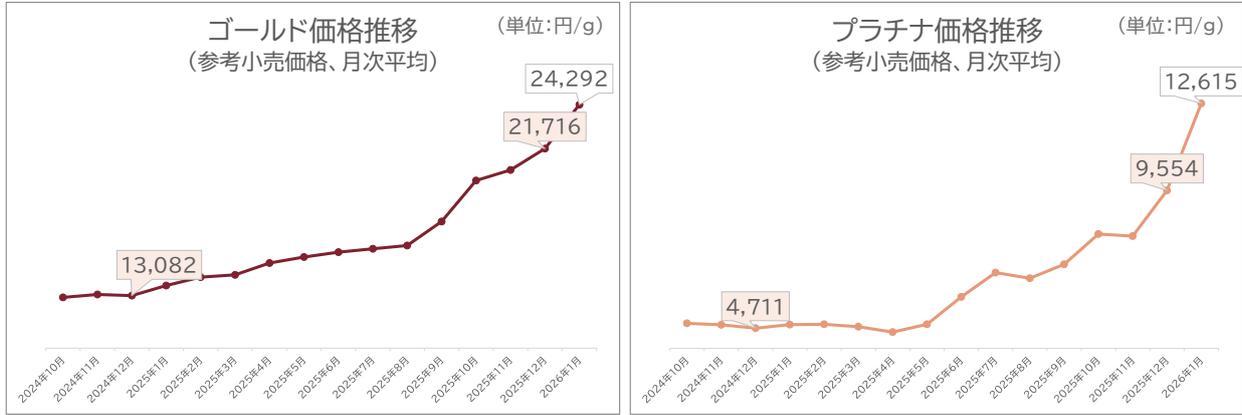
	25/9期1Q 実績	26/9期1Q 実績	前年同期比
売上高	1,823	1,928	105.7%
売上総利益	1,066	1,060	99.5%
売上総利益率	58.5%	55.0%	94.1%
販売費及び一般管理費	1,017	1,013	99.6%
営業利益	48	47	97.0%
営業利益率	2.7%	2.5%	91.8%
経常利益	49	70	142.1%
経常利益率	2.7%	3.7%	134.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	28	51	178.0%

(単位:円)

EPS(一株当たり純利益)	27.70	48.40	174.7%
---------------	-------	-------	--------

PL はご覧の通りです。

- 前年同月(12月・月中平均)比較で、金は約**1.6**倍、プラチナは約**2**倍の高騰。
- 足元の相場水準はその後も上昇基調にあり、特にプラチナにおいてはその傾向が顕著である。



出所: 田中貴金属工業株式会社HP「貴金属価格情報」より
© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved.

続いて、前年同期からの地金相場の推移についてご説明いたします。

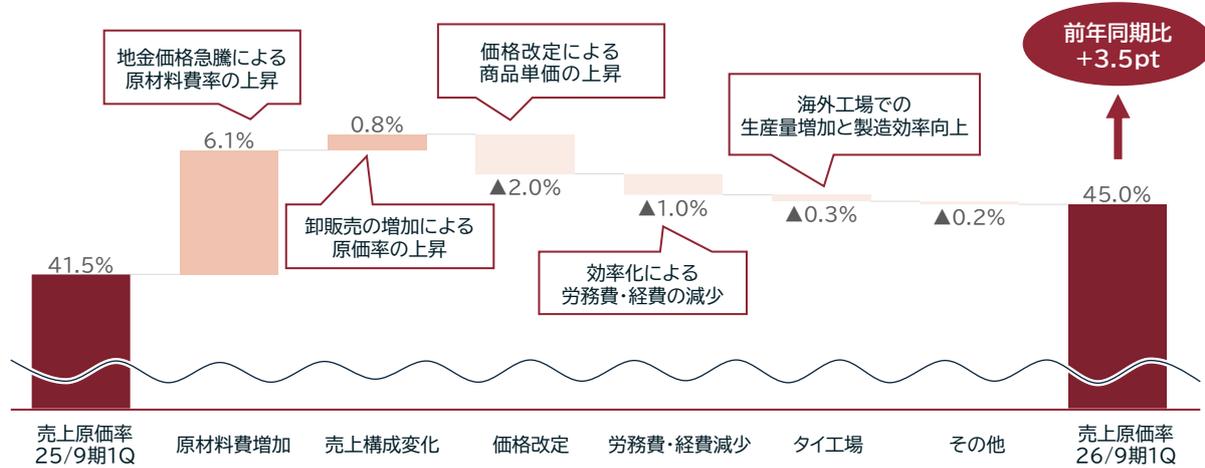
ご覧いただいているグラフは、2024年10月から直近までのゴールド・プラチナの小売価格、月次平均の推移です。

1クォーターである12月同士を比較すると、金は約1.6倍、プラチナにおいては約2倍の急騰となりました。

その後足元でも上昇基調にあり、特にプラチナにおいてはその傾向が顕著に表れております。

売上原価率増減分析

- 地金価格の急騰に伴う原材料費率の上昇が大きく影響した。
- 価格改定による商品単価の上昇や、効率化による労務費・経費の減少が売上原価率を低下させた。
- 結果、売上原価率は前年同期比で3.5ポイント上昇した。



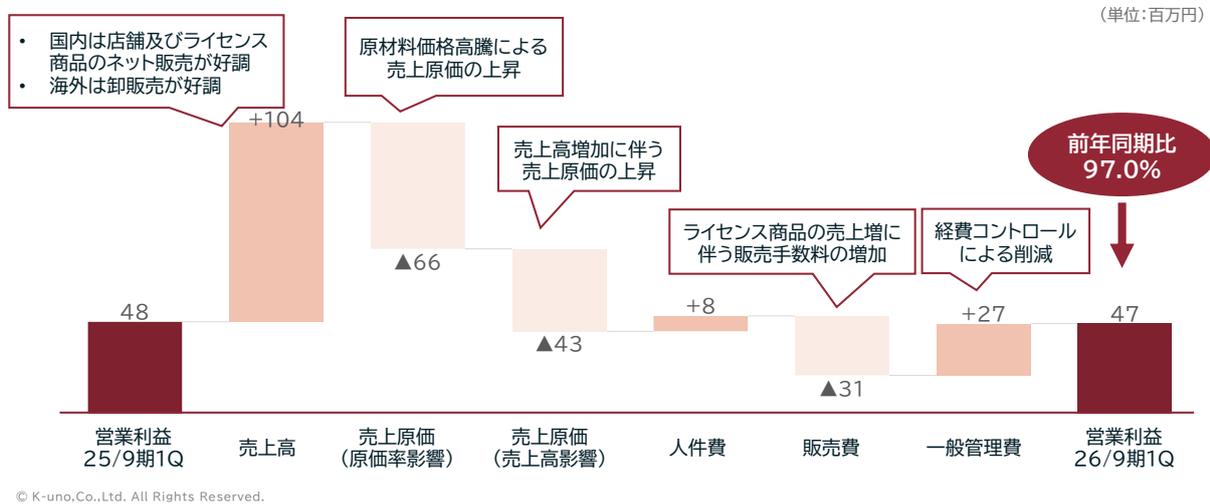
続いて、売上原価率の増減分析です。

先ほどご説明したように地金価格の急騰に伴う原材料費率の上昇が大きく影響した一方で、価格改定による商品単価の上昇や、効率化による労務費・経費の減少が売上原価率を低下させました。

結果、売上原価率は前年同期比で 3.5 ポイント上昇となりました。

営業利益増減分析

- 売上高は、国内店舗及びライセンス商品のネット販売、海外卸販売の伸長により104百万円の増収となった。
- 想定を上回る地金価格の高騰により売上原価が上昇し、営業利益を押し下げる要因となった。



続いて、営業利益の増減分析です。

売上高は、

国内では、店舗及びライセンス商品のネット販売が好調だったこと、

海外では、卸販売が伸長したことにより、1億400万円の増収となりました。

一方で、想定を上回る地金価格の高騰による売上原価の上昇が、営業利益を押し下げる要因となりました。

売上高(ブランド別・地域別)



- ・ ブランド別では、ケイウノ、その他IP商品ともに伸長。
- ・ 地域別では、国内、海外ともに伸長。

(単位:百万円)

■ ブランド別売上高	25/9期 1Q	26/9期 1Q			
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
ケイウノ	1,111	1,163	+51	104.7%	60.3%
その他(IP商品)	711	765	+53	107.6%	39.7%

※IP商品とは…知的財産(Intellectual Property)であるキャラクター、ブランド、作品(アニメ、漫画、ゲームなど)の権利を活用して作られる商品を指す。

(単位:百万円)

■ 地域別売上高	25/9期 1Q	26/9期 1Q			
	実績	実績	増減額	前期比	構成比
国内	1,676	1,747	+71	104.2%	90.6%
海外	146	180	+34	123.7%	9.4%

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・その他 IP 商品ともに伸長いたしました。

地域別では、国内、海外ともに伸長いたしました。

決算概要(連結・B/S)



(単位:百万円)

	2025年 9月30日時点	2026年 12月31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)	1,021	1,052	+31	
流動資産(棚卸資産)	1,797	2,001	+204	地金価格高騰による原材料の増加
流動資産(その他)	584	670	+86	受注増による売掛金の増加
固定資産	1,139	1,172	+33	店舗移転及びシステム投資による増加
資産合計	4,542	4,898	+356	
有利子負債	1,455	1,683	+228	新規借入による増加
その他の負債	1,817	1,901	+83	受注増に伴う契約負債の増加
負債合計	3,272	3,584	+312	
純資産合計	1,269	1,313	+43	利益剰余金が増加
負債純資産合計	4,542	4,898	+356	
有利子負債比率	114.6%	128.1%	+13.5pt	
自己資本比率	28.0%	26.8%	▲1.2pt	

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

9

続いて BS についてです。

前期末と比較して、

資産合計は、3億5,600万円の増加、

負債合計は、3億1,200万円の増加、

純資産合計は、4,300万円の増加となりました。

なお、自己資本比率は前期末比マイナス1.2ポイントの26.8パーセントとなりました。

- 
- ① 2026年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2026年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ 成長戦略
 - ⑤ 株主優待制度について
 - ⑥ Appendix

続いて、2026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。

2025年10月10日「ケイウノ札幌店」移転オープン
移転前にはなかった「工房」を併設、手作り指輪サービスも提供



国内販路の施策としては、
商圈の変化を踏まえ、2025年10月にケイウノ札幌店を移転オープンいたしました。

新店舗では「工房」を併設し、手作り指輪サービスも開始いたしました。

雑誌『ディズニーファン』35周年記念企画
ケイウノのオーダーメイドで夢をカタチにした35点のジュエリーを公開



プロモーション施策としては、

雑誌『ディズニーファン』（講談社刊）創刊 35 周年を記念し、

共同企画としてこれまで手がけたディズニーデザインのオーダーメイドジュエリーから 35 点を一挙に紹介いたしました。

また併せて、ケイウノ特設ページで 35 のストーリーも公開しております。

「新幹線0系・100系 純金ミニフィギュア」OEM提供
2025年12月10日より発売開始
-今後第4弾まで展開予定-

進化を続ける新幹線のフォルムを、計算し尽くした設計により約2cmサイズで忠実に再現。熟練のジュエリー職人の手仕事で、過去から現代へと続く“夢の超特急”に永遠の輝きを与えました。



※OEM…Original Equipment Manufacturerの略で、パートナー企業から委託を受けて製品を設計・生産することをいう。

プロダクト施策としては、

株式会社 JR 東海リテイリング・プラスへ、「新幹線 0 系・100 系 純金ミニフィギュア」の OEM 提供をいたしました。

進化を続ける新幹線のフォルムを、当社の熟練したジュエリー職人の手により約 2cm サイズで忠実に再現しております。

今後第 4 弾まで展開予定です。

- 
- ① 2026年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2026年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ 成長戦略
 - ⑤ 株主優待制度について
 - ⑥ Appendix

© K-uno.Co.,Ltd. All Rights Reserved.

14

ここからは、2026年9月期の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	予想	26/9期	
	実績		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。

売上高は、

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 パーセントの 74 億 7,700 万円と過去最高値の更新を見込んでおります。

売上総利益については、

製造効率向上の施策を講じるものの、前期末からの原材料費の高止まりにより、

前期比 101.9 パーセントとなる見込みです。

販管費については、

売上が前期比 106.8 パーセントと伸長するのに対し、

販管費削減に努めることで前期比 101.5 パーセントとなる見込みです。

よって、営業利益は前期比 117.6 パーセントの 1 億 2,000 万円となる見込みです。

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		26/9期	
	上半期実績	上半期予想	前期比	25/9期 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	—

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

16

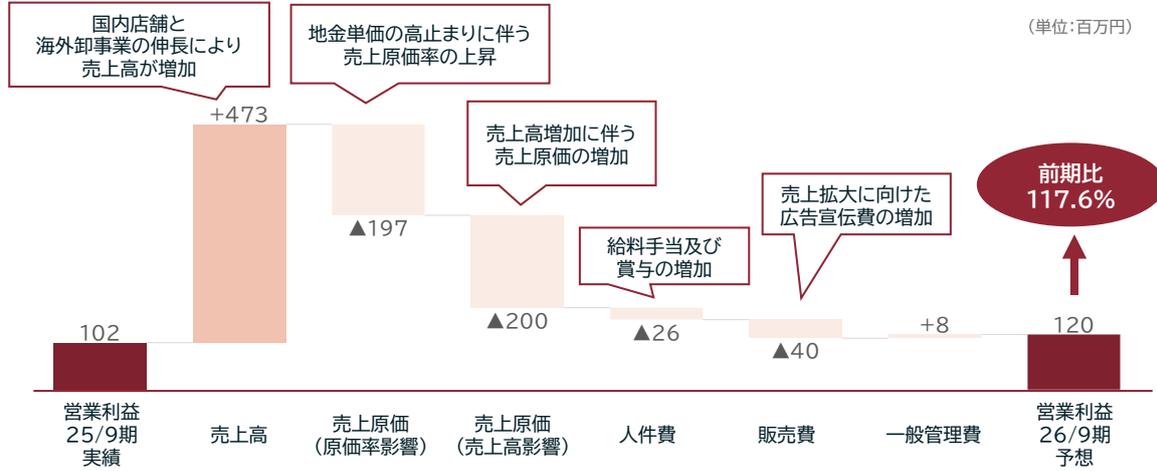
続いて半期毎の PL です。

売上高は、
施策の効果の最大化や、IP 関連の大型案件の受注が 4 月以降となることで下半期に偏る見込みです。

利益面では、
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です。

営業利益増減分析

- 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営業利益は前期比117.6%となる見込み。



次に、営業利益の増減分析です。

前期後半からの地金単価の高止まりにより、売上原価率の上昇が見込まれる一方で、国内店舗と海外卸事業の伸長による売上高の増加、販管費のコントロール等により、営業利益は、前期比 117.6 パーセントの 1 億 2,000 万円となる見込みです。

売上高(ブランド別・地域別)

- ブランド別では、その他IP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(IP商品)	2,763	3,027	+263	109.5%	40.5%

※IP商品とは…知的財産(Intellectual Property)であるキャラクター、ブランド、作品(アニメ、漫画、ゲームなど)の権利を活用して作られる商品を指す。

(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%

続いて、ブランド別および地域別の売上高です。

ブランド別では、その他 IP 商品が特に伸長する見込みです。

地域別では、海外売上高が特に伸長し、海外比率が8パーセントから10パーセントに伸びる見込みです。

- 
- ① 2025年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2025年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ **成長戦略**
 - ⑤ 株主優待制度について
 - ⑥ Appendix

続いて、成長戦略についてご説明いたします。



まずは、当社の中中期経営計画における基本方針についてです。

本中計においては成長性はもとより、収益性に重点を置いた戦略を策定いたしました。

オーダーメイド戦略と IP 戦略の両輪を回しながら、
戦略実現と原価低減のための基盤強化を実行してまいります。

詳細は順にご説明いたします。

より体験価値に重点を置いたブランディングと認知拡大

当社が重視する3つの体験価値…パーソナライズ性・ブランド体験の一貫性・顧客向けサービス

【具体的なアクション】

大項目	施策内容
パーソナライズ性	<ul style="list-style-type: none"> オーダーメイドを前面に打ち出した広告宣伝 オーダーメイドの参考となる商品開発の増強
ブランド体験の一貫性	<ul style="list-style-type: none"> 世界観を統一するためのHP、SNSのリニューアル 定期的な出店及び店舗リニューアル
顧客向けサービス	<ul style="list-style-type: none"> LTV※向上につながる商品開発の強化 顧客向けのフェア、イベントの拡充

+

プライシング	<ul style="list-style-type: none"> 地金及び為替相場に合わせた柔軟な価格改定 オーダーメイド品質、独自のアフターサービス等の価値を反映した価格設定
--------	--

© K-uno, Co., Ltd. All Rights Reserved. ※LTV…Life time Valueの略で「顧客生涯価値」の意味。顧客が自社と取引を開始してから終わるまでの間に、どれだけの利益をもたらすのか、その総額を表す指標。21

オーダーメイド戦略においては、体験価値に重点を置いたブランディングと、認知拡大を図ってまいります。

当社が重視する体験価値は、パーソナライズ性・ブランド体験の一貫性・顧客向けサービスの3つです。

“パーソナライズ性”とは、お客様一人ひとりに合わせた提案型接客やカスタマイズ、オーダーメイドサービス等を指します。

当社においては、強みの源泉であるオーダーメイドそのものがパーソナライズの極みであるため、これまで以上にオーダーメイドを前面に打ち出した広告宣伝や、オーダーメイドの参考となる商品開発を増強することにより、パーソナライズ性を高めてまいります。

“ブランド体験の一貫性”とは、店舗、接客、商品、サービスなどのすべての体験にブレがない、つまり、期待と現実にギャップの無い状態のことを指します。

当社においては、世界観を統一するため、広告上で用いるクリエイティブやホームページ・SNSのリニューアル、定期的な出店及び店舗の改装によりブランド価値の一貫性を高めてまいります。

“顧客向けサービス”とは、購入後のアフターメンテナンスや、購入者向けの特典・プログラムを指します。

当社においては、創業から続く永久無料のアフターサービスを継続しながら、LTV 向上につながる商品開発の強化、フェア・イベントの拡充により、顧客向けサービスの充実を図ってまいります。

なお、3つの体験価値を重視したアクションを実行することに加え、価格面においても、相場に合わせた柔軟な価格改定と、当社のオーダーメイドや品質、アフターサービス等の価値を反映した価格設定を行ってまいります。

IP価値の最大化を目的とした潜在市場の更なる取り込みと販路拡大

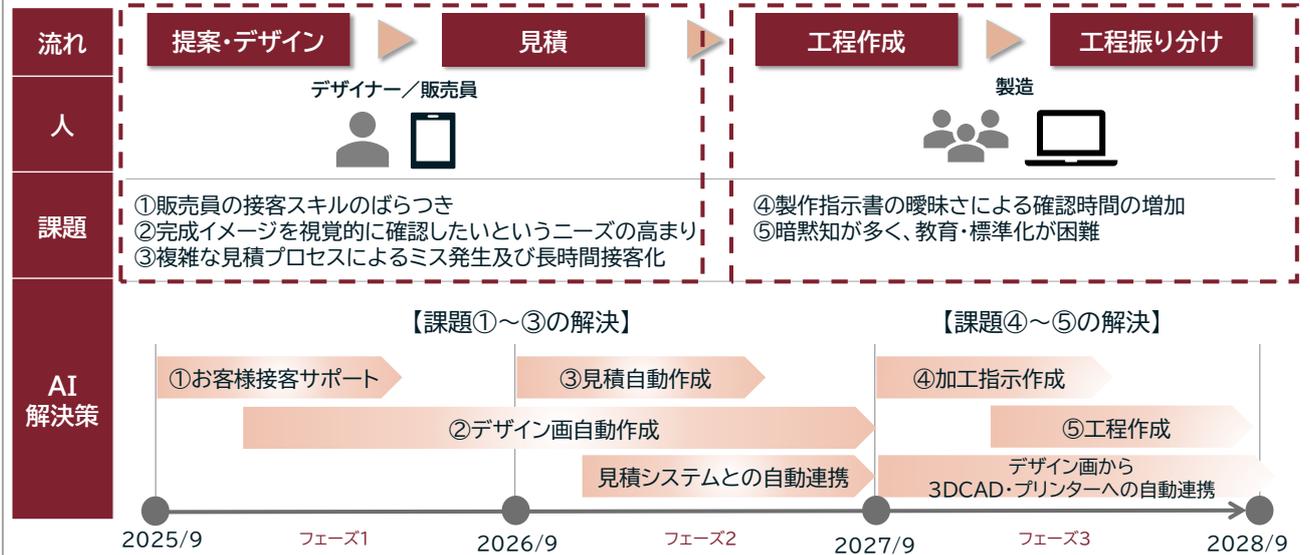
【具体的なアクション】

大項目	施策内容
プロモーション	<ul style="list-style-type: none"> • SNSを中心とした広告宣伝の強化 • HPのリニューアル
プロダクト	<ul style="list-style-type: none"> • アニメ、ゲーム以外のIP展開 • 同一IPのシリーズ化 • ジュエリー以外の貴金属商品の強化
プライス	<ul style="list-style-type: none"> • 地金及び為替相場を踏まえた価格設定 • 中・高価格帯商品の開発促進
プレイス	<ul style="list-style-type: none"> • 国内:直営店の新規出店 • 海外:重点地域における販売網の強化・拡張(重点地域:中国本土・台湾・香港)

IP 戦略では、IP の持つ価値を最大限引き出すための
 広告宣伝の強化や、ホームページのリニューアル、
 アニメ・ゲーム以外の IP 展開や、
 中高価格帯を中心としたジュエリー以外の貴金属製品の積極的な投入を実施いたします。

また、販路拡大として、国内では新規出店を、
 海外においては、重点地域における販売網の強化・拡張に努めてまいります。

AI活用によるビジネスモデルの構造的課題解決



続いて基盤強化の1つ目「AI活用」です。

当社のビジネスモデルにおける製販一貫体制は、他社には模倣できない優位性を持つ一方で、オペレーションの複雑さ、非効率さによる構造的課題も並存しております。

当社のビジネスフローは大きく分けて、販売と製造の2つに分けられます。

それぞれの課題としましては、販売現場では、販売員のスキルのばらつきや、複雑な見積もりプロセスによるミスの発生及び接客の長時間化といった課題を、製造現場では、工程作成における確認作業が多いことや、経験者の裁量による暗黙知も多く教育や標準化が困難といった課題を抱えております。

これらの課題を、AIを活用することで解決し、戦略実現と原価低減を図ってまいります。

難易度別グローバル分業による生産量増加と原価構造の最適化



次に、基盤強化の2つ目「生産分業」です。

これまでご説明して参りました、戦略実現のためには、今後の受注量に対応できる生産キャパシティの確保が必須です。

現在、日本では、オーダーメイドの他、受注生産品のすべてを、
タイでは、主にシルバーを中心とした量産工程に対応しております。

今後は、日本では、高難易度、高付加価値、職人技を要する工程に特化することで、
更なるブランド価値の向上を図ります。

タイでは、これまでの量産工程に加え、受注生産品の難易度低～中の工程を日本から移行することで、
生産量の確保及び、効率化を図ります。

このように、国内工場と海外工場との役割を分けることで生産量を増加させつつ、
原価構造の最適化を図ります。

- 
- A close-up photograph of a hand adjusting a microscope. The microscope is silver and black, with a lens focused on a small object on the stage. The background is blurred.
- ① 2026年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2026年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ 成長戦略
 - ⑤ 株主優待制度について
 - ⑥ Appendix

最後に、株主優待制度についてご説明させていただきます。

株主優待制度について

株主優待の内容

100株以上保有の
株主様へ一律ご進呈

【QUOカード5,000円分】



【自社商品10%割引券1枚】



年1回(毎年12月上旬)

自社商品10%割引券のご利用可能ブランド・販路

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 こちら
	ケイウノオンラインショップ	https://www.k-uno.co.jp/
ユートレジャー	ユートレジャー直営店全店	ご利用可能店舗は こちら
	ユートレジャーオンラインショップ	https://u-treasure.jp/

当社の株主優待制度は、
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しております。

自社商品10パーセント割引券は、
日本全国のケイウノ直営店・ケイウノオンラインショップ、
また、ユートレジャー直営店・ユートレジャーオンラインショップでご利用いただけます。

詳しくは、当社IRサイト「株主優待制度」のページをご覧ください。



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、2026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ありがとうございました。

- 
- ① 2026年9月期 1Q 業績報告
 - ② 2026年9月期 1Q トピックス
 - ③ 2026年9月期 通期 業績見通し
 - ④ 成長戦略
 - ⑤ 株主優待制度について
 - 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

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	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)

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



ブランド構成

約4割の方がIP商品を選択

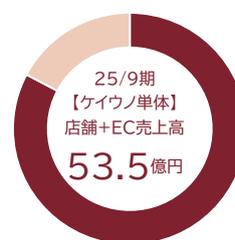


ケイウノ 60%

IP商品※ 40%

製品構成

約8割の方がオーダーメイドを選択



オーダーメイド・リフォーム 83%

既製品・その他 17%

※IP商品とは…知的財産(Intellectual Property)であるキャラクター、ブランド、作品(アニメ、漫画、ゲームなど)の権利を活用して作られる商品を指す。

展開拠点一覧：販売拠点46店舗 製造拠点4工場（※2026年2月13日現在）



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
- 表参路店
- 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



銀座本店

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

U-TREASURE ユートレジャー3店舗

直営店 関東エリア **2**店舗

- U-TREASUREコンセプトストア池袋
- U-TREASUREコンセプトストア心斎橋

提携店舗 北陸エリア **1**店舗

(福井県1)



U-TREASUREコンセプトストア池袋

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)

ビジネスモデル



デザイナー、職人、販売員が全てのプロセスを手掛けることでオンリーワンの価値を提供する



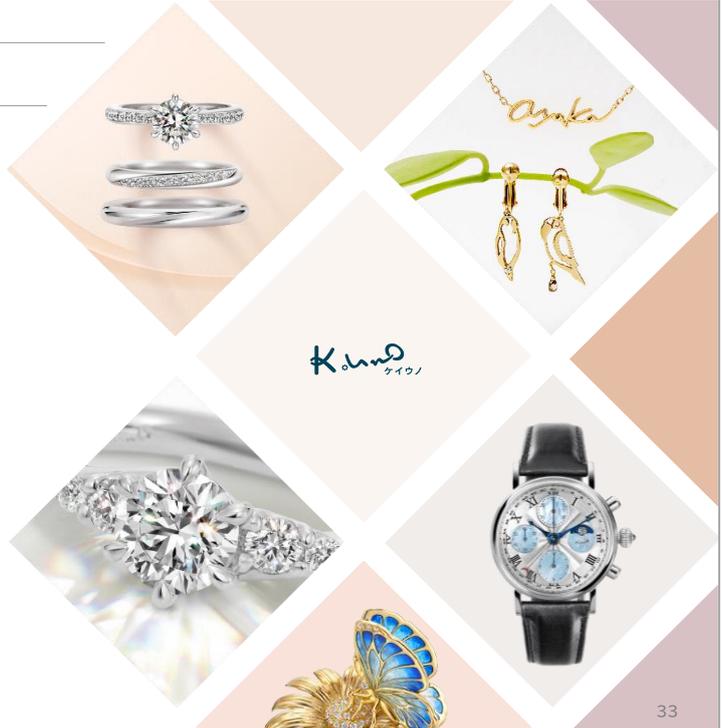
※ODM…Original Design Manufacturingの略で、パートナー企業から委託を受けて製品をデザイン・設計・生産することをいう。

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。



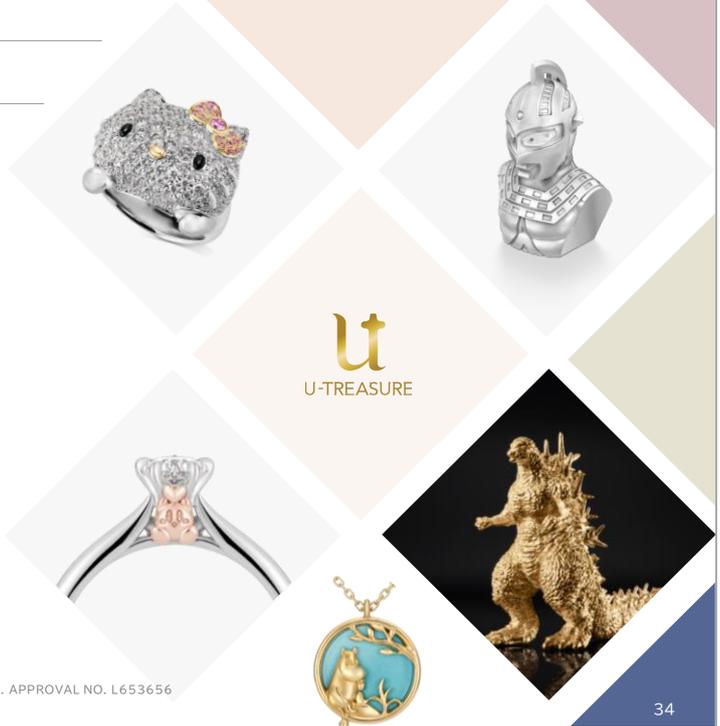
ブランド紹介:ユートレジャー

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。