

2024年9月期 決算説明資料

2024年11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	2024年9月期 業績	09
3	2024年9月期 トピックス	18
4	成長戦略	23
5	2025年9月期 業績見通し	30
6	Appendix	40

- 1 会社概要
- 2 2024年9月期 業績
- 3 2024年9月期 トピックス
- 4 成長戦略
- 5 2025年9月期 業績見通し
- 6 Appendix



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。

趣味や好み、ライフスタイルなど全てが同じ条件のお客様の存在は稀であり、アイテムに求める機能や利便性、デザインの要望は十人十色です。

一方で世の中には多くの方に受け入れられるよう開発された商品が多数を占めるため、そこに当てはまらないニーズを持った方は欲しいアイテムをなかなか手にすることができません。

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。

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	551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

ディズニーデザイン
ジュエリー販売スタート

2010



キャラクター
ジュエリーブランド
「U-TREASURE」誕生

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



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、そして販売に至るまで、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

ブライダルジュエリー

ファッションジュエリー



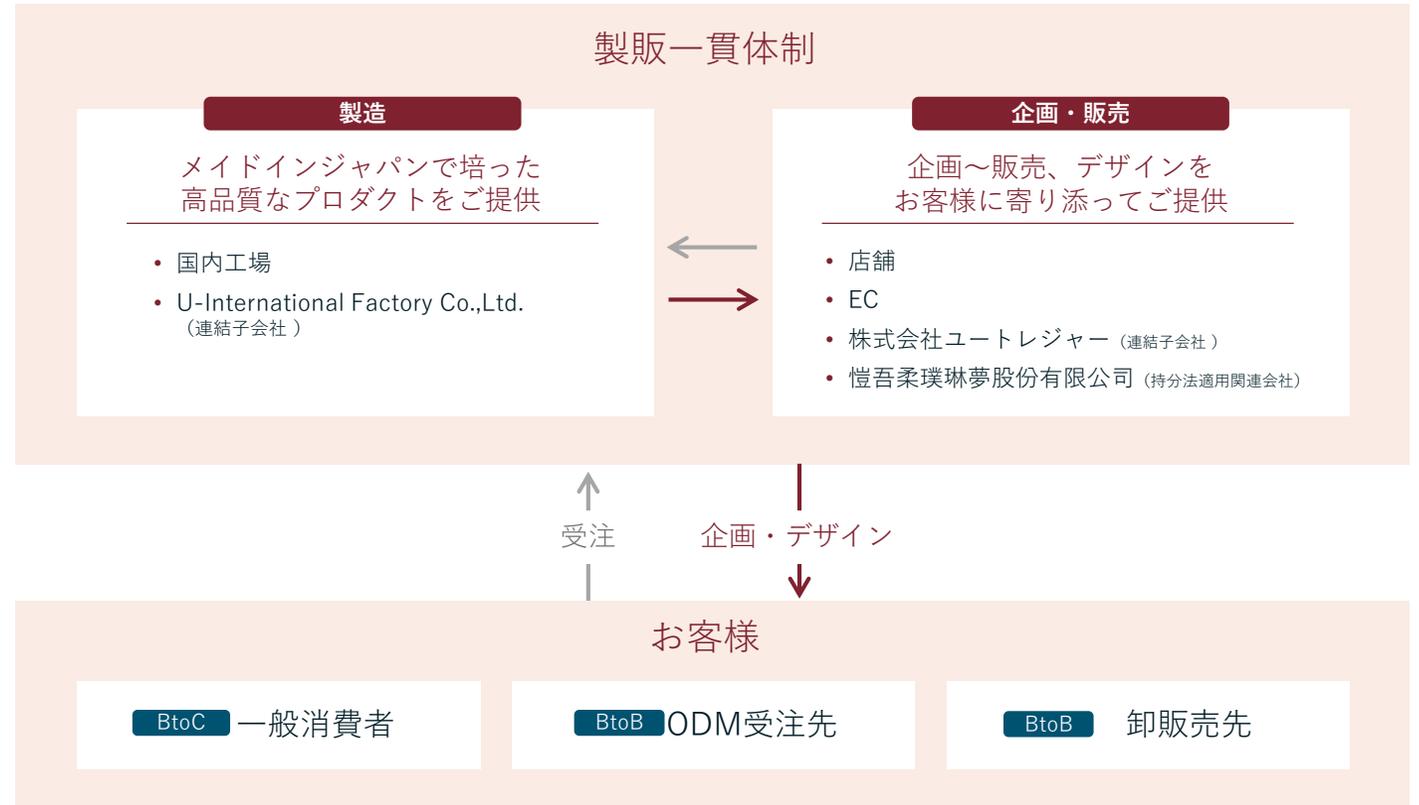
オーダーメイド
ジュエリー



時計

キャラクタージュエリー

製販一貫体制で高品質なプロダクトを提供



※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。

どんな時代、どんな人でも欲しいものが必ず見つかる

人生に寄り添う オーダーメイド プラットフォーム

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、さまざまな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
プロダクト開発力

ビジネスモデル：オーダーメイドプラットフォームを支える力

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

カウンセリング接客を強みとする販売員、お客様の目の前でデザインを描き上げるデザイナー、高い技術力を持った職人それぞれの専門知識を集結させることにより、お客様の期待以上のオーダーメイドを提供することが可能。

自社ブランドの向上に努めるとともに、ライセンス契約を締結している「Disney Treasure created by K.UNO」を含めて、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。お客様に多様な選択肢を提供し、幅広いニーズに応えることが可能。 ※2024年9月末時点

最新技術や伝統技法、特許取得のダイヤモンドカットなど高い専門技術を持った150名の職人が在籍。再現性が高い技術とそれをジュエリーに落とし込むデザイン力により幅広い商品開発が可能。

店舗一覧：国内・海外 合計35店舗を展開

国内：32店舗、海外3店舗（※2024年11月14日現在）



梅田店



銀座本店

- 1 会社概要
- 2 2024年9月期 業績
- 3 2024年9月期 トピックス
- 4 成長戦略
- 5 2025年9月期 業績見通し
- 6 Appendix



決算概要（連結・P/L）



営業利益及び経常利益が増加し、さらに親会社株主に帰属する当期純利益も前期を大きく上回った。

（単位：百万円）

	2023年9月期	2024年9月期	増減額	前年比
売上高	6,170	6,656	+486	107.9%
売上総利益	3,544	3,899	+354	110.0%
売上総利益率	57.4%	58.6%	+1.2pt	102.0%
販売費及び一般管理費	3,367	3,636	+269	108.0%
営業利益	177	262	+85	148.2%
営業利益率	2.9%	3.9%	+1.0pt	137.4%
経常利益	167	234	+66	139.9%
経常利益率	2.7%	3.5%	+0.8pt	129.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	80	166	+85	207.0%
EPS（一株当たり純利益）	85	176	+91	207.0%

（単位：円）

・売上高

マーケティング強化による来店増に加え、来店状況に合わせた柔軟な人員配置や予約枠の増大により、店舗の売上高が伸長したことで増加。

・売上総利益

売上原価率は41.4%で前年より1.2ポイント低下したことにより、売上総利益は増加。

・販売費及び一般管理費

売上増や働きやすさ向上の目的で人事施策を講じた結果、人財定着が進み人件費が増加。店舗の大規模修繕により修繕費が増加。

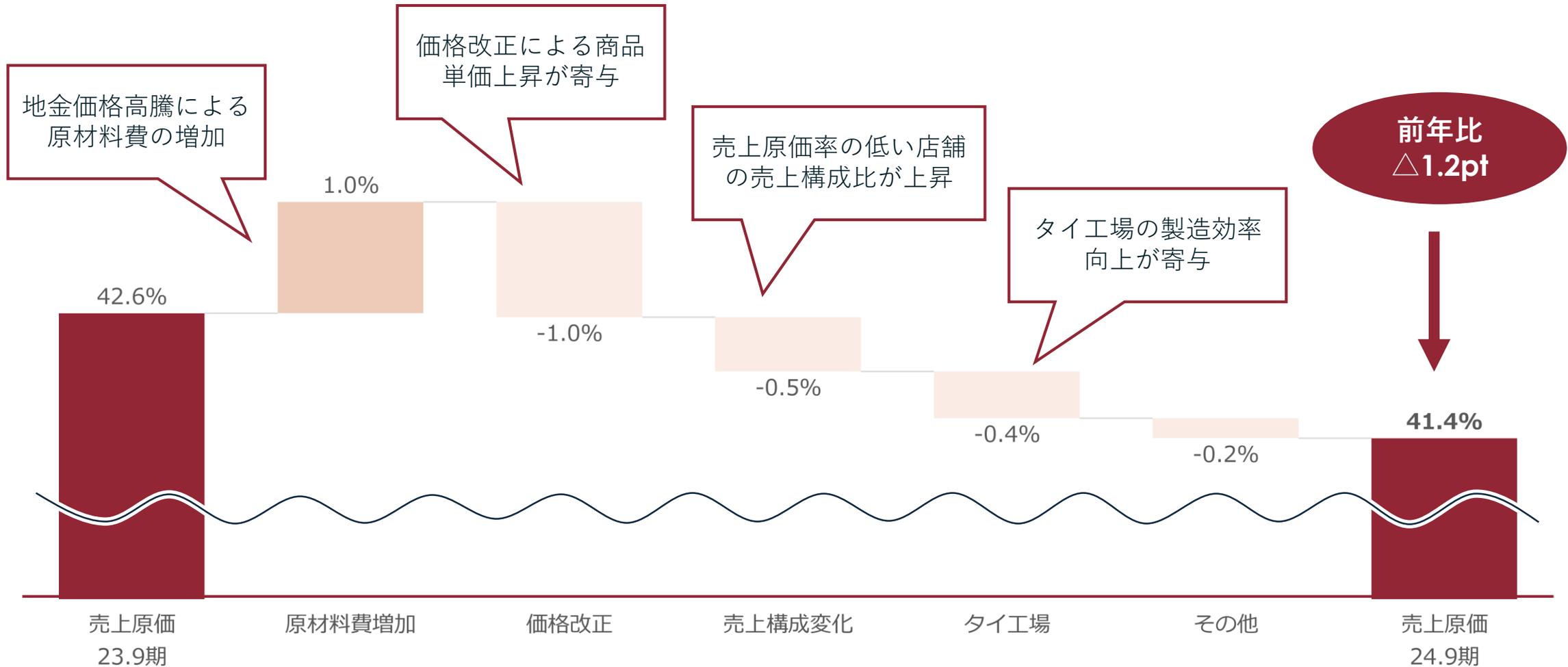
・親会社株主に帰属する当期純利益

売上高が好調であったことに加えて、2023年9月期にタイ子会社で建物及び構築物等に関する減損損失があったが、2024年9月期は発生しなかったため親会社株主に帰属する当期純利益が大幅に増加。

売上原価率



売上原価率は、原材料費高騰による上昇があったものの、価格改正効果やタイ工場の製造効率向上により前年比 $\Delta 1.2\text{pt}$ となった。



決算概要（連結・B/S）



棚卸資産は2023年9月期並み、有利子負債は228百万円減少。

（単位：百万円）

2023年9月30日時点

現金及び預金 978	有利子負債 1,708
棚卸資産 1,701	
その他流動資産 504	その他負債 1,758
固定資産 1,147	純資産 865



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	
その他流動資産 552	その他負債 1,903
固定資産 1,136	純資産 1,020

・棚卸資産

タイ工場の生産量増加に伴い原材料が増加したものの、需要に合わせた在庫構成の戦略的見直しにより製品が減少したことで減少

・有利子負債

収益性の向上が見られたことを背景に、借入依存度の低減を図るために返済を進めたことで減少

財務指標

- ・有利子負債比率
145.0%（前年比△**52.4ポイント**）
- ・自己資本比率
23.2%（前年比+**3.2ポイント**）
- ・ROE(自己資本利益率)
17.6%（前年比+**7.9ポイント**）

キャッシュ・フロー概要

主に売上増による税引前当期純利益の増加が寄与し、フリー・キャッシュ・フローが大幅に増加。

(単位：百万円)

	2023年9月期	2024年9月期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	37	351	+314
投資活動による キャッシュ・フロー	△ 42	△ 73	△ 31
財務活動による キャッシュ・フロー	351	△ 236	△ 588
現金及び 現金同等物の増減額	342	37	△ 305
現金及び 現金同等物の期末残高	978	1,015	+37
フリー・ キャッシュフロー	△ 5	277	+282

・営業CF

税引前当期純利益の計上により営業CFは351百万円となった。
なお前期は急逝した前代表取締役社長への退職慰労金支給に伴い未払金が増加し37百万円であった。

・投資CF

製造用機械の新設で有形固定資産の取得による支出が増加し投資CFは73百万円の使用となった。

・財務CF

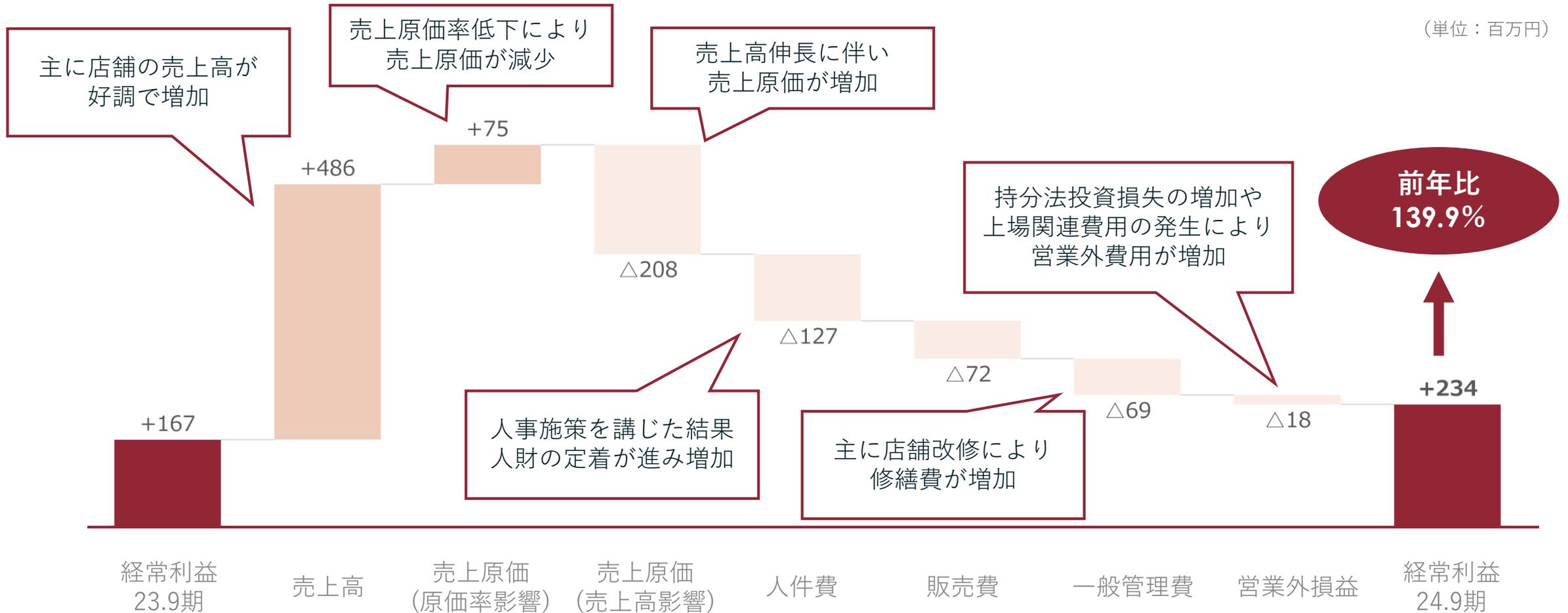
短期借入金 of 積極的な返済により財務CFは236百万円の支出となった。

経常利益増減分析



人件費や営業外費用の増加があったものの、売上高の増加により経常利益は前年比139.9%となった。

(単位：百万円)



売上高（地域別・販売チャネル別）

- ・ 地域別売上高：海外売上高が中国経済の低迷により前年並みとなったものの、マーケティング強化により店舗の来店数が増加し国内の売上高は好調に推移。

(単位：百万円)

	2023年9月期	2024年9月期	前年比	構成比
国内	5,608	6,093	108.7%	91.5%
海外	562	562	100.1%	8.5%

- ・ 販売チャネル別売上高：ECでケイウノブランド・ユートレジャーブランドが共に伸長。

(単位：百万円)

	2023年9月期	2024年9月期	前年比	構成比
店舗	4,874	5,346	109.7%	80.3%
EC	453	464	102.4%	7.0%
卸売	842	845	100.4%	12.7%

売上高（ブランド別・製品別）

- ・ブランド別売上高：店舗の売上高増加により、ケイウノブランドは引き続き好調に推移。
ライセンスを用いたブランドの売上高も増加。

(単位：百万円)

	2023年9月期	2024年9月期	前年比	構成比
ケイウノ	3,873	4,207	108.6%	63.2%
その他(ライセンス商品)	2,296	2,448	106.6%	36.8%

- ・製品別売上高：ケイウノブランドが好調であったことにより、ブライダル、ファッションともに伸長。

(単位：百万円)

	2023年9月期	2024年9月期	前年比	構成比
ブライダル	4,389	4,789	109.1%	72.0%
ファッション	1,781	1,866	104.8%	28.0%

損益計算書（四半期毎の推移）

例年クリスマス商戦のあるQ1に売上が偏る傾向だが、2024年9月期はマーケティング施策が奏功しQ3・Q4の売上高が伸長。原材料費の増加により上半期と比較して売上総利益率は低下したものの、経常利益ベースでQ3は黒字化を達成しQ4も赤字幅が減少した。

（単位：百万円）

	2023年9月期				2024年9月期				前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4		
売上高	1,686	1,534	1,444	1,505	1,747	1,608	1,600	1,699	+194	112.9%
売上総利益	990	901	808	844	1,033	975	924	965	+120	114.3%
売上総利益率	58.7%	58.8%	56.0%	56.1%	59.2%	60.7%	57.7%	56.8%	+0.7pt	101.3%
営業利益	162	68	△ 34	△ 19	122	126	0	12	+32	-
営業利益率	9.6%	4.4%	-	-	7.0%	7.8%	0.0%	0.8%	-	-
経常利益	146	76	△ 26	△ 28	113	123	6	△ 8	+20	-
経常利益率	8.7%	5.0%	-	-	6.5%	7.7%	0.4%	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	93	51	△ 15	△ 49	70	89	△ 0	6	+55	-

- 
- A person's hands are shown drawing a technical diagram on a dark, reflective table. The person is wearing a light-colored, long-sleeved garment. The diagram consists of several interconnected circular and rectangular shapes, resembling a mechanical or electrical schematic. The background is softly blurred, showing a wooden chair and a warm, indoor setting.
- 1 会社概要
 - 2 2024年9月期 業績
 - 3 2024年9月期 トピックス
 - 4 成長戦略
 - 5 2025年9月期 業績見通し
 - 6 Appendix

ブライダル来店促進施策

- 広告やホームページなどのビジュアル変更、顧客の裾野を広げるマーケティング施策により、新たな顧客層の獲得に成功。
- 限られた選択肢から選ぶのではなく、厚み、幅、表面加工などを自由にカスタマイズできる当社ならではのアレンジオーダーの訴求により来店組数が増加。

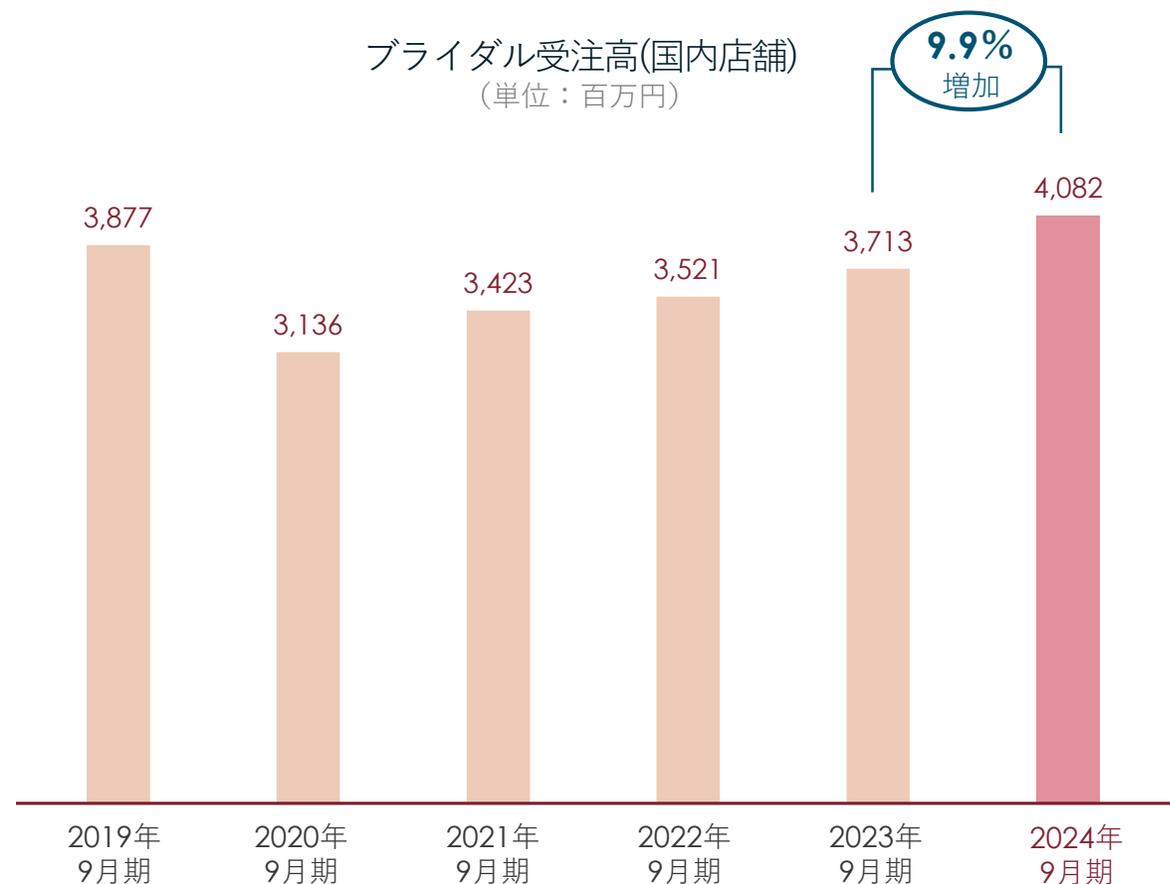
当社が提供するアレンジオーダー

当社オリジナルデザインをベースに
様々なアレンジを加えることが可能



アレンジオーダー例

- リングの幅
- 石の数
- 表面加工
- 刻印など

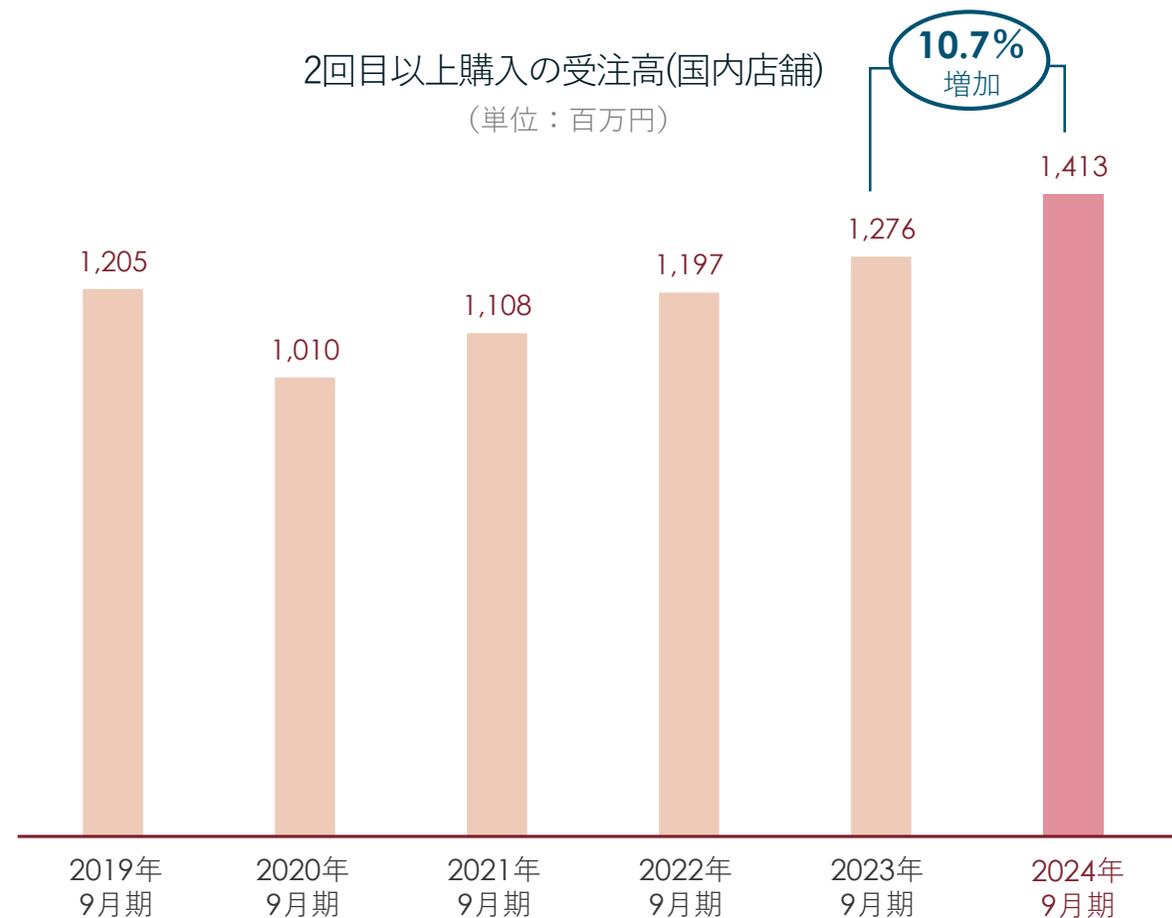


リピート購入施策

- ケイウノで購入したことがある顧客に向け、リピートの来店を促すマーケティングや店舗フェアを実施したことで、特にリフォームジュエリー及び時計のリピート購入額が増加し、2回目以上購入の受注高が伸長。



2回目以上購入の受注高(国内店舗)
(単位：百万円)



その他の指標



- 海外卸事業の拡大：海外売上高

中国本土における販路拡充として、現地販売店に対し、キャラクター商品の卸販売を開始した。
中国の経済低迷の影響を受けるも、売上高は横ばいを維持した。

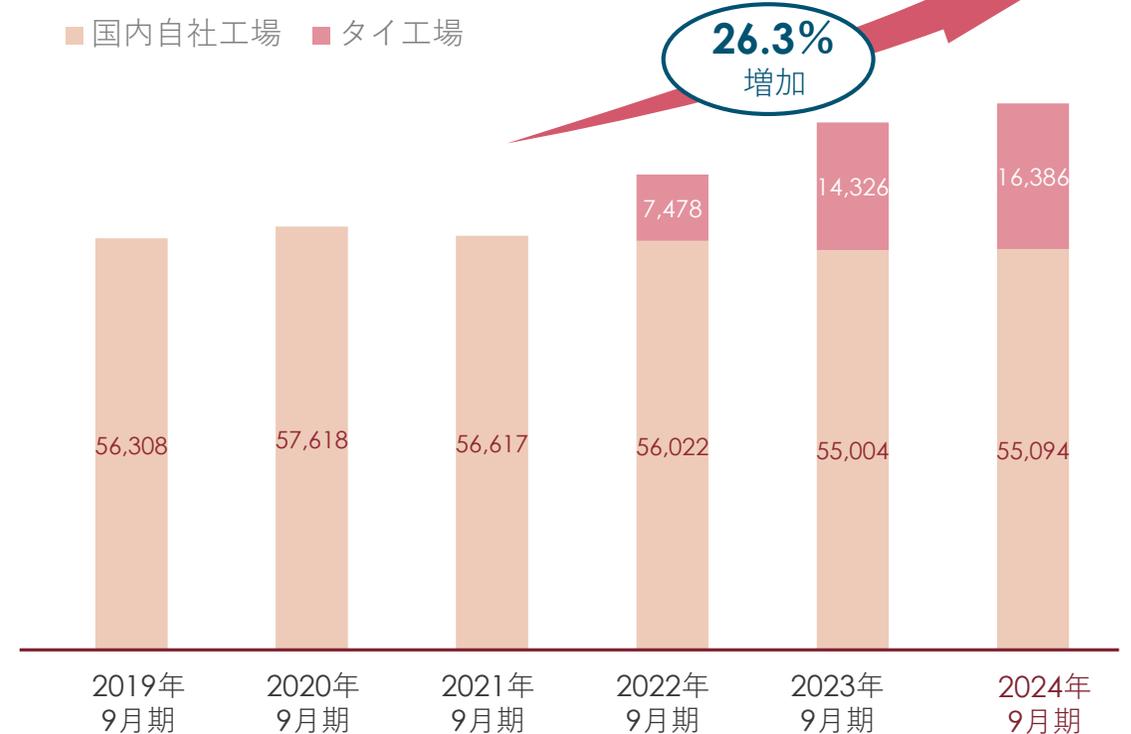
海外売上高の推移 (単位：百万円)



- 生産力の向上：生産本数

国内自社工場に加えU-International Factory Co., Ltd. (タイ工場) 稼働後の生産本数は2021年9月期比で26.3%増加となった。

グループ工場 生産本数 (単位：本)



「Disney Treasure created by K.UNO」 取り組み実績

- 全国各地の百貨店催事への参加
- ディズニー創立100周年を祝う「Disney100」に連動した新作商品やハイジュエリーコレクションの発売



Disney100
限定コレクション(一部)



ハイジュエリーコレクション(一部)



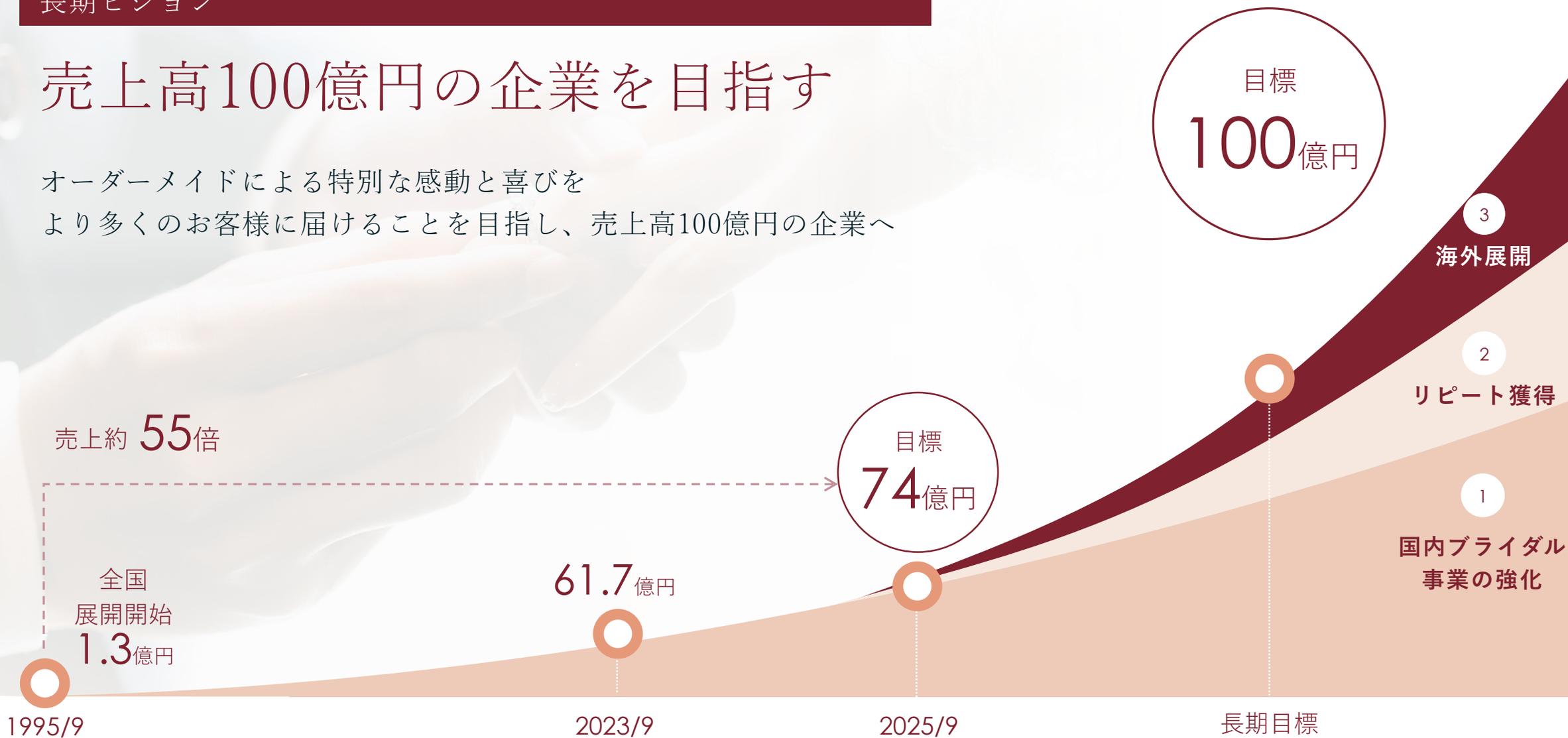
- 1 会社概要
- 2 2024年9月期 業績
- 3 2024年9月期 トピックス
- 4 成長戦略
- 5 2025年9月期 業績見通し
- 6 Appendix



長期ビジョン

売上高100億円の企業を目指す

オーダーメイドによる特別な感動と喜びを
より多くのお客様に届けることを目指し、売上高100億円の企業へ



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

- 新規出店による販路拡大。
- オーダーメイドに対して興味を持つ層へのアプローチによる新規顧客の獲得。
- 当社独自のアレンジオーダーの提供により、様々なお客様のニーズに対応。

2

リピート施策の強化によるファン拡大

- ブライダルの強化を通して拡大した新規顧客に向けて、リピート来店を促す。
- 年齢や時代が変わっても欲しい商品が見つかる「人生に寄り添うオーダーメイド」の実現。

3

グローバル市場での販売拡大

- 台湾新規出店による販路拡大。
- 卸事業における新規エリア開拓。
- グローバルで認知度の高いキャラクターを活用した商品展開。

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

- 売上拡大のため、生産量増加と原価率低減の目的で、タイ工場を稼働し効率的な製造体制を構築。

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

- オーダーメイド事業を行うにあたり発生する「コスト」「煩雑」などの問題点とその起因となる「時間」を解決するためのシステム構築を行い、効率的かつスムーズなオーダーメイドに取り組む。

2025年9月期施策：国内ブライダル事業の強化



新規出店計画

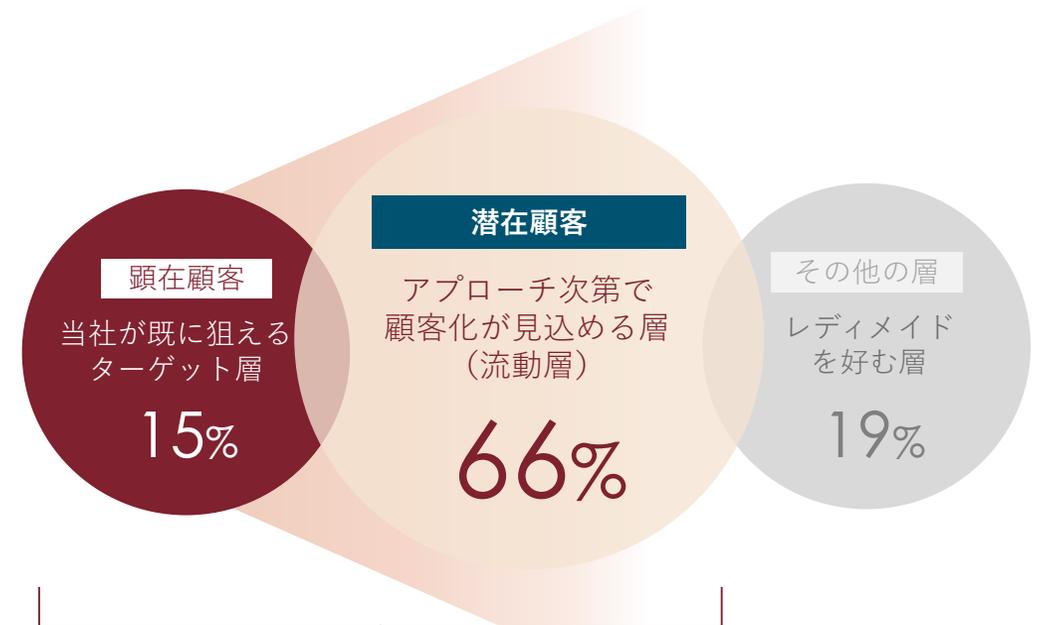
2021年以来の国内新規出店を、1店舗計画。

大規模修繕計画

既存店の収益力強化のため大規模修繕を2店舗計画。

オーダーメイドに興味を持つ層へのアプローチ

オーダーメイドに対して興味を持ちつつも、購入には至っていない潜在的顧客が約6割強存在。この層をターゲットとした広告宣伝及び手軽に利用できるオーダーメイドサービスの提供による、新たな顧客層の獲得に取り組む。



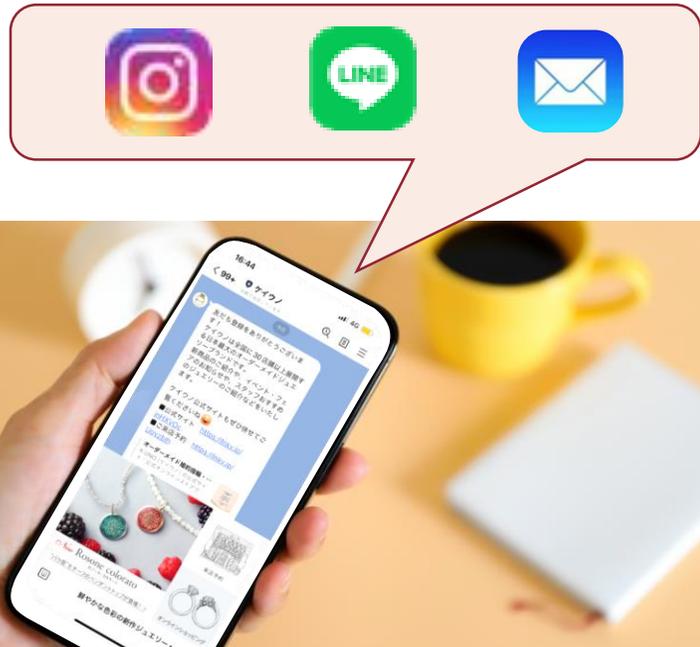
潜在顧客を確保することで、
拡大可能なブライダルシェア **81%**

2025年9月期施策：リピート施策の強化によるファン拡大



顧客へのタッチポイント強化

顧客へのタッチポイント強化として、メルマガやLINE、SNS等を活用し、お客様が必要とするタイミングで情報を提供。店舗の販売員やデザイナーもSNS運営を行うことで、お客様が身近に感じる情報発信を行う。



体験及びイベントの実施、お客様に寄り添うプロダクト

店舗内にある工房で、職人の指導のもとジュエリーの手作り体験を行える体験型サービスを提供。また、趣向を凝らしたフェアを定期的に開催。その他、リアル感を求めるお客様のニーズに応じて商品の開発を行うなど、お客様のご要望を叶えていく。



2025年9月期施策：グローバル市場での販売拡大

- 台湾 4 店舗目の新規出店

台湾 3 店舗に続き、4 店舗目を出店予定。
2026年9月期の出店に向け、2025年9月期に施工開始。

- 台湾店でのユートレジャー商品の取扱い開始

既存の台湾 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予定。

- 中国本土での卸販売強化

キャラクター商品やブライダル商品の中国本土での卸販売を強化すべく、取扱商品の拡充と、SNS広告による認知度拡大を目指す。



● 進出済みエリア ▲ 展開検討エリア

2025年9月期施策：事業基盤強化

タイ工場の生産量向上

日本国内工場で培った品質基準、加工工程、技術を活用し、生産量の向上を図る。

2024年9月期に引き続き、職人の教育及び新型鑄造機等の機械導入を行い、生産本数を増加させる。



日本：技術力

メイドインジャパンの技術で、難易度の高いフルオーダーメイドの商品も高品質で仕上げることができる

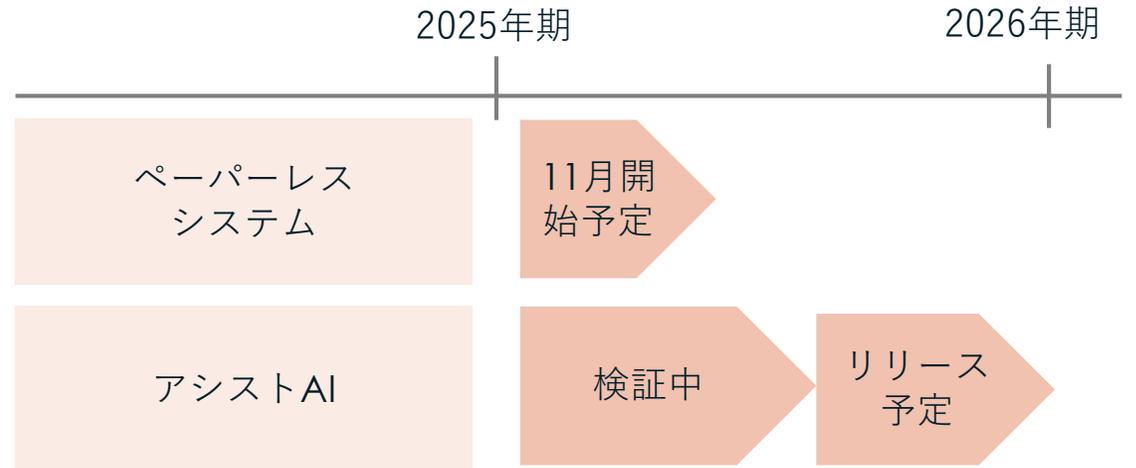


タイ王国：生産量

ジュエリーの産業が盛んなタイ王国では、多くの職人を確保することが容易なため生産量を上げやすい
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

2024年11月より、接客時間短縮のため受注伝票及び領収書のペーパーレスシステムを開始予定。また、複雑なオーダーメイドの社内処理を分かりやすくするためアシストAIを年内に導入予定。オーダーメイドがゆえに仕組みが煩雑で時間がかかっていた社内処理をシンプル化し、リードタイムの短縮、製造効率の改善を目指す。



- 
- 1 会社概要
 - 2 2024年9月期 業績
 - 3 2024年9月期 トピックス
 - 4 成長戦略
 - 5 2025年9月期 業績見通し
 - 6 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	増減額	前年比
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%

(単位：円)

EPS※(一株当たり純利益)	160	178	+18	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、前年比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年比112.6%となる見込み。

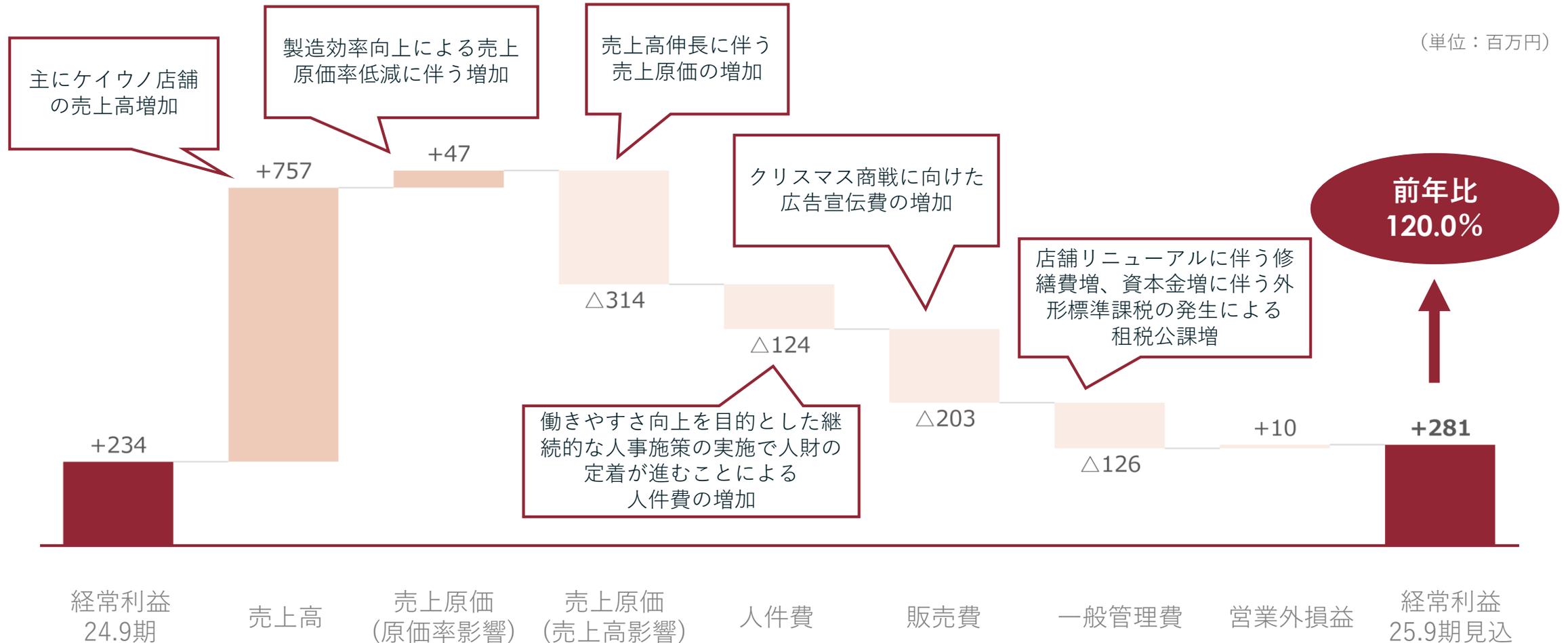
・販売費及び一般管理費
2025年9月期は特に、人事施策の継続による人財定着に伴う人件費増、マーケティング強化に伴う広告宣伝費増、店舗改修費用増、資本金増に伴う租税公課増により前年比112.5%となる見込み。

・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年比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年比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：キャラクター商品を活用して海外卸販売を強化し、海外での売上高が増加する見込み。

国内では店舗の売上高の増加により好調に推移する見込み。

（単位：百万円）

	2024年9月期	2025年9月期	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：国内店舗数増加及び既存店の売上高増加により、店舗売上高が増加。

卸売は海外での販売により増加する見込み。

（単位：百万円）

	2024年9月期	2025年9月期	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%

売上高（ブランド別・製品別）

- ・ブランド別売上高：ケイウノブランドの伸長に加えて、海外に向けたキャラクター商品の売上高が増加見込み。

(単位：百万円)

	2024年9月期	2025年9月期	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：ブライダルは新規獲得、ファッションではリピート獲得に注力し、それぞれに合わせた施策を行うことでともに増加見込み。

(単位：百万円)

	2024年9月期	2025年9月期	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%

損益計算書（四半期毎の推移）

売上高はクリスマス商戦のQ1に最高値となる想定に対し、原材料費高騰の影響や販管費の増加をふまえ上半期の経常利益は2024年9月期を下回る見込み。一方で下半期は売上高の伸長に加え売上原価率の低減、販管費増加幅の縮小により、経常利益は2024年9月期を上回る見込み。

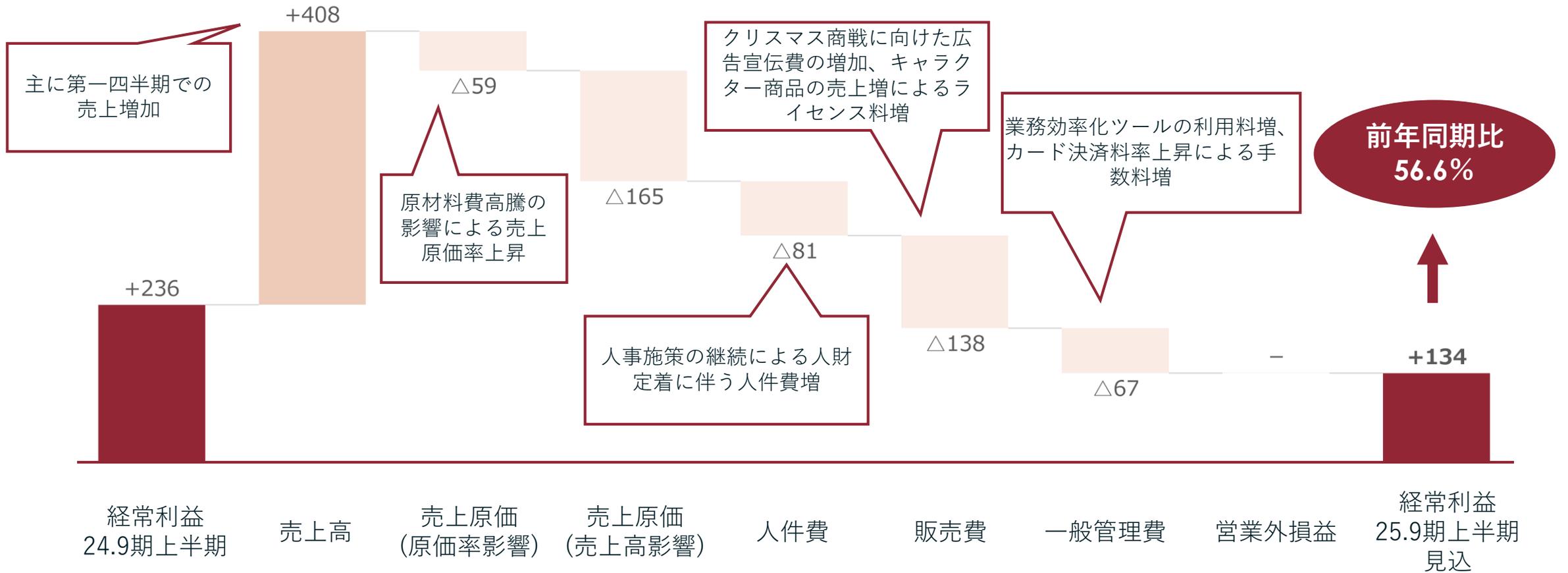
(単位：百万円)

	2024年9月期						2025年9月期					
	Q1	Q2	上半期計	Q3	Q4	下半期計	Q1	Q2	上半期計	Q3	Q4	下半期計
売上高	1,747	1,608	3,355	1,600	1,699	3,300	1,925	1,838	3,763	1,793	1,856	3,650
売上総利益	1,033	975	2,009	924	965	1,889	1,110	1,083	2,194	1,070	1,125	2,195
売上総利益率	59.2%	60.7%	59.9%	57.7%	56.8%	57.3%	57.7%	58.9%	58.3%	59.7%	60.6%	60.2%
営業利益	122	126	248	0	12	13	70	75	145	58	94	153
営業利益率	7.0%	7.8%	7.4%	0.0%	0.8%	0.4%	3.7%	4.1%	3.9%	3.3%	5.1%	4.2%
経常利益	113	123	236	6	△ 8	△ 2	60	73	134	57	89	147
経常利益率	6.5%	7.7%	7.1%	0.4%	-	-	3.1%	4.0%	3.6%	3.2%	4.8%	4.0%
親会社株主に帰属する 当期純利益	70	89	159	△ 0	6	6	48	29	78	48	58	107

経常利益増減分析(上半期推移)

2025年9月期上半期では、前年同期比56.6%の経常利益となる見込み。

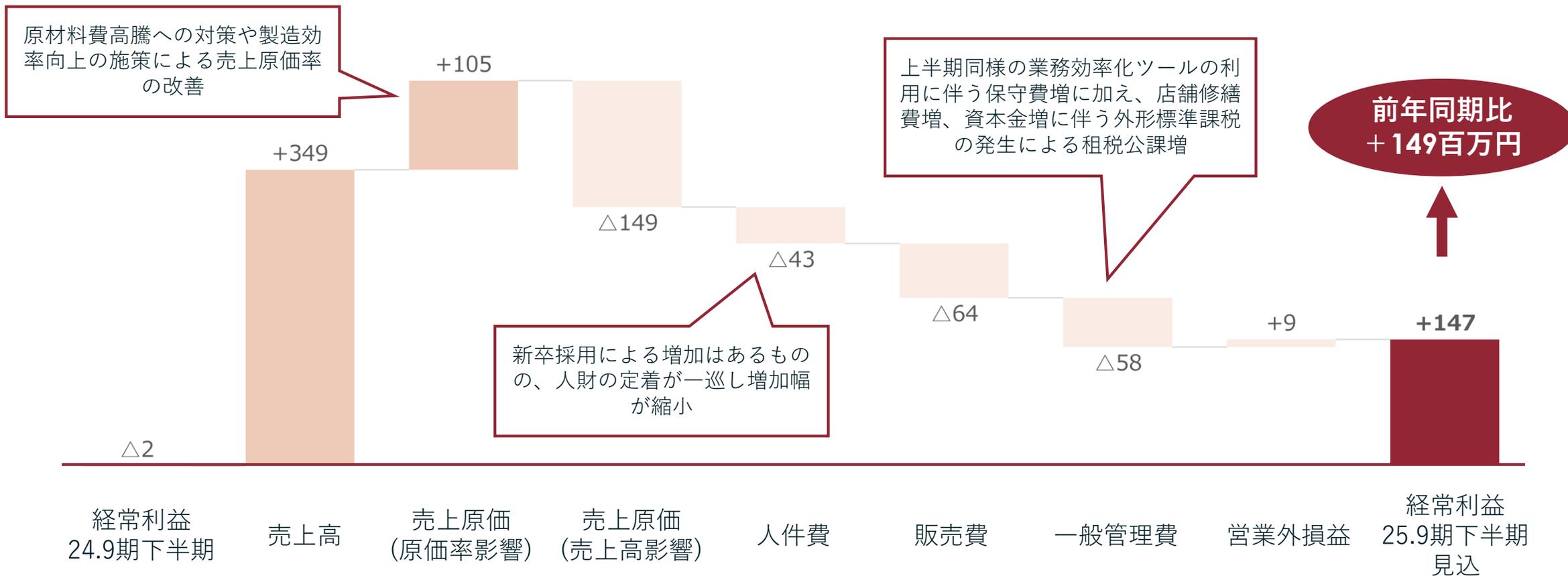
(単位：百万円)



経常利益増減分析(下半期推移)

2024年9月期までは例年上半期での利益の偏向があったものの2025年9月期下半期は是正され、前年同期比+149百万円の経常利益となる見込み。

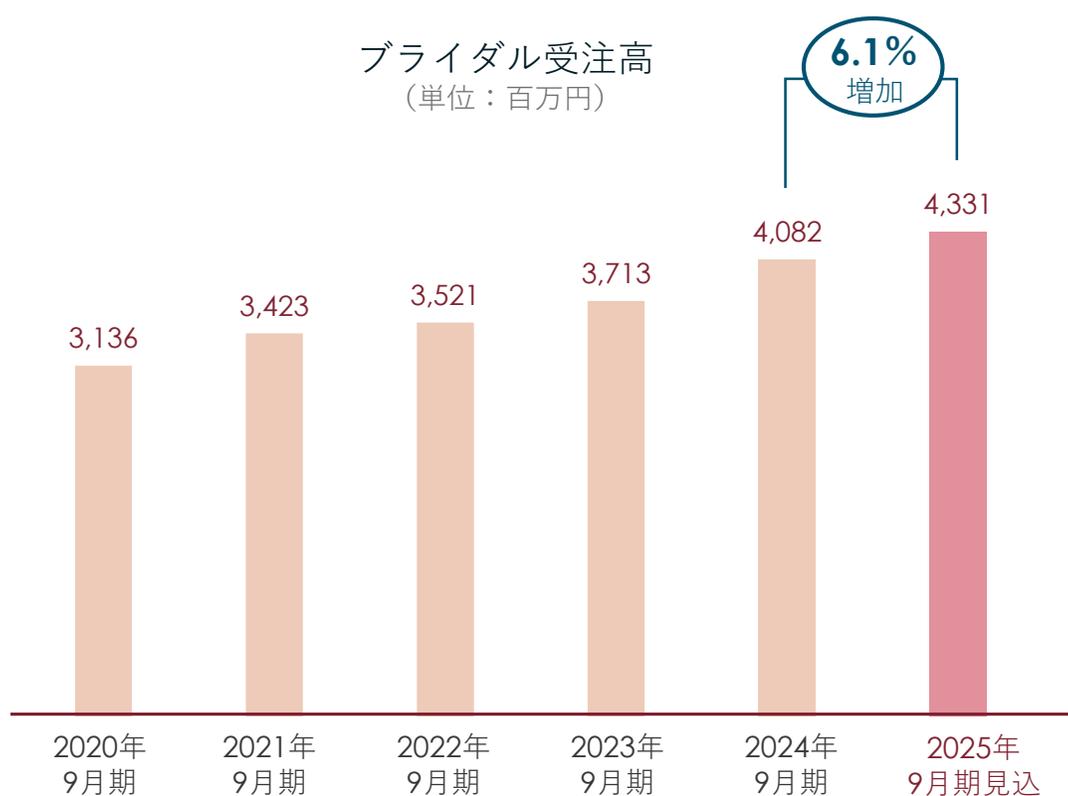
(単位：百万円)



主要指標の状況（1）

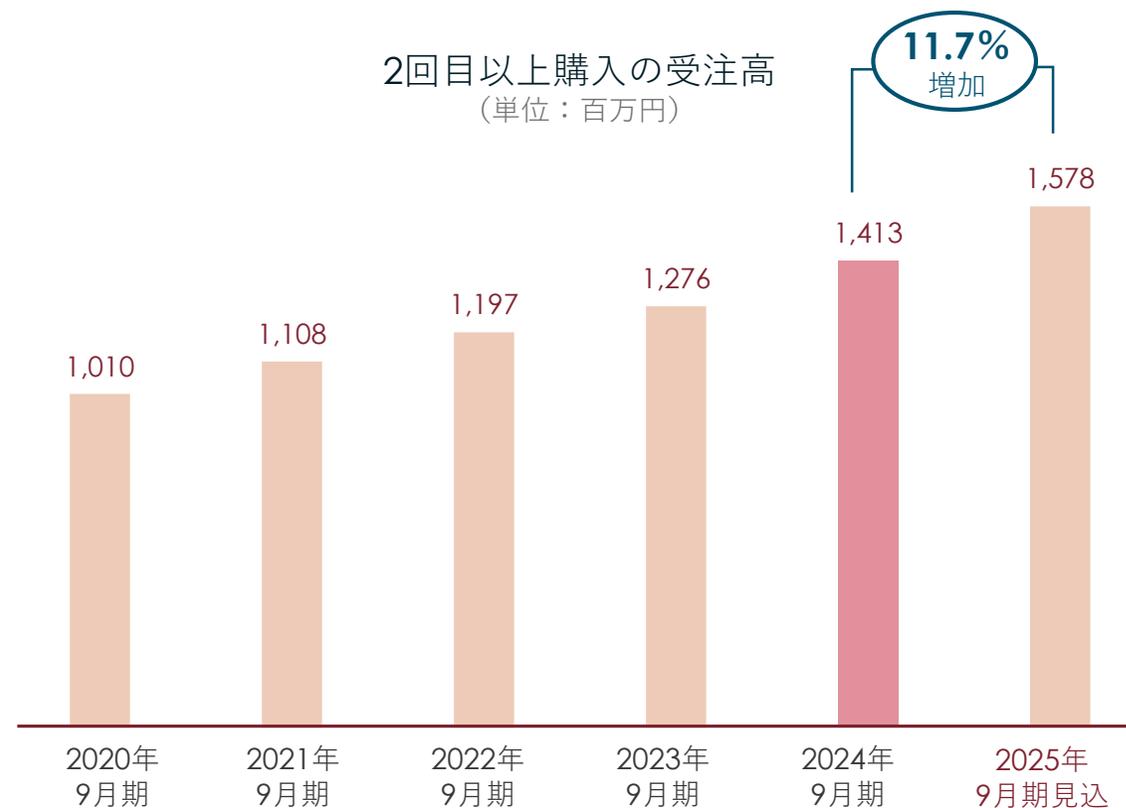
- 国内ブライダルシェアの拡大：ブライダル受注高(国内店舗)

引き続きマーケティング戦略を強化し、ブライダルの来店数を上昇させ、前年比106.1%となる見込み。



- リピート施策の強化によるファン拡大：2回目以上購入の受注高(国内店舗)

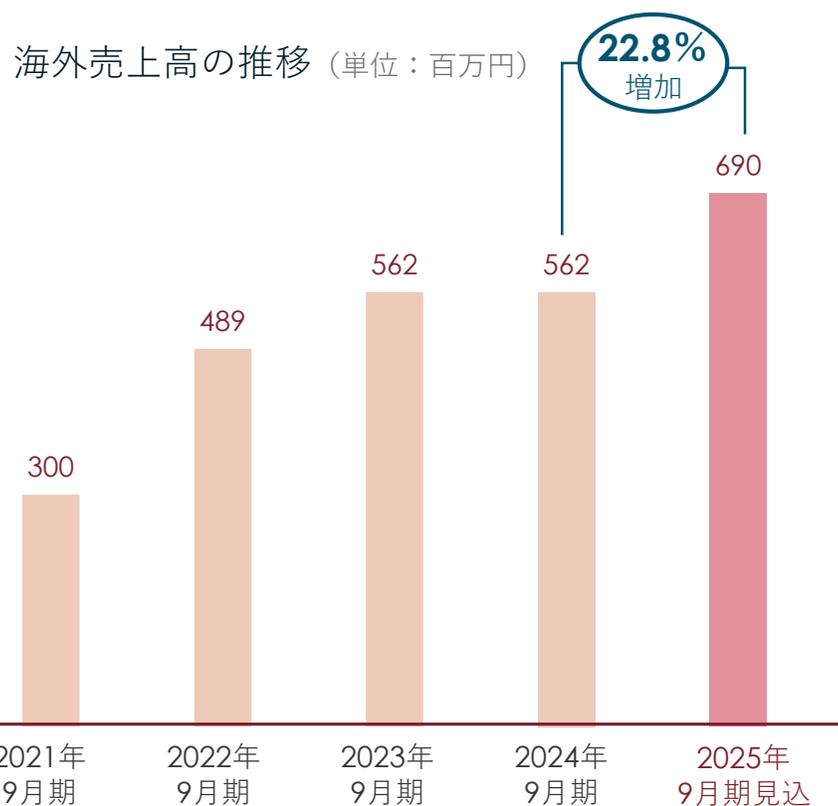
顧客に向けたタッチポイントの強化や付加価値の提供を行うことでリピート来店を促す「ケイウノファンマーケティング」を実施し、前年比111.7%となる見込み。



主要指標の状況（2）

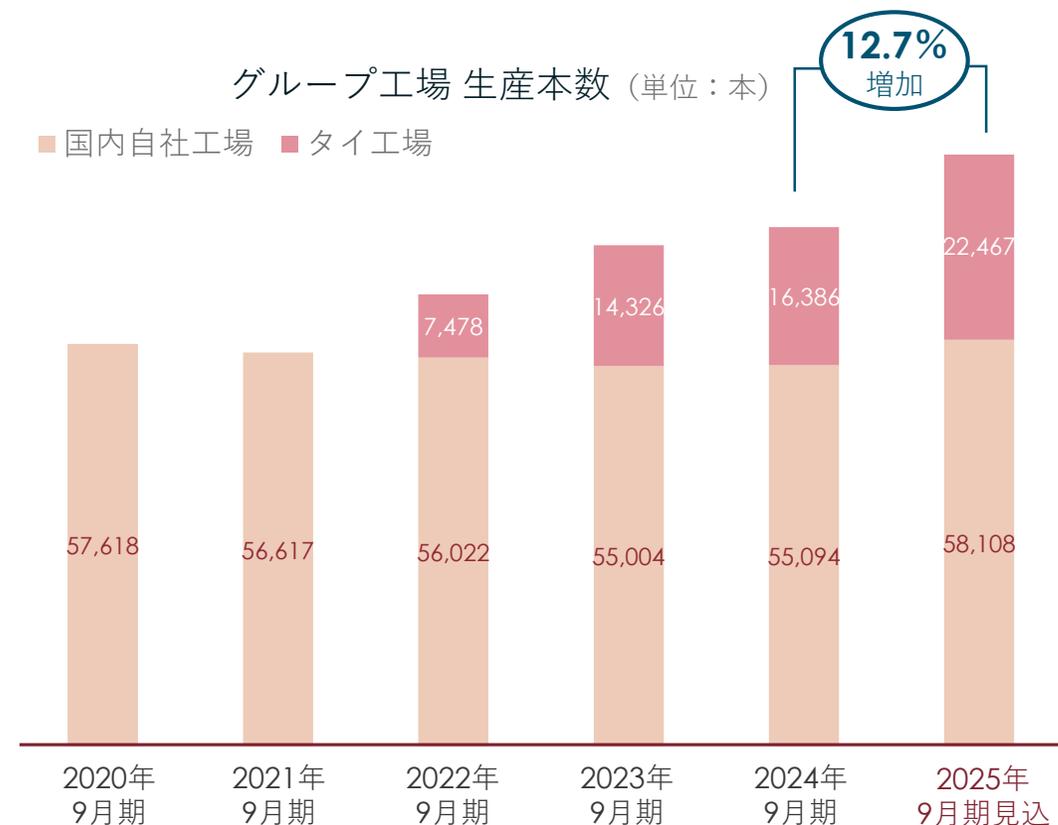
- 海外卸事業の拡大：海外売上高

中国本土へのキャラクター商品やブライダル商品の卸販売を強化することで、前年比122.8%となる見込み。



- 基盤 生産力の向上：生産本数

U-International Factory Co., Ltd. (タイ工場) の生産本数が大幅に増加し、グループ工場全体の生産本数は前年比112.7%となる見込み。



- 1 会社概要
- 2 2024年9月期 業績
- 3 2024年9月期 トピックス
- 4 成長戦略
- 5 2025年9月期 業績見通し
- 6 Appendix

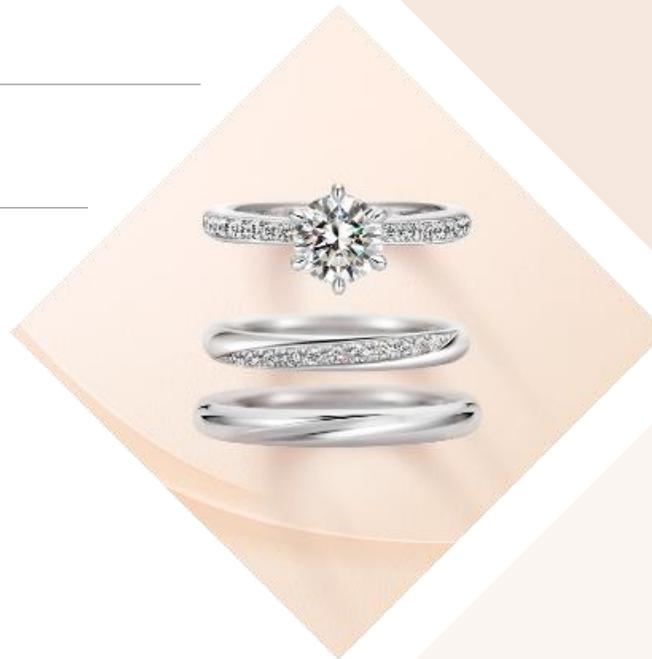


ブランド紹介：ケイウノ



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

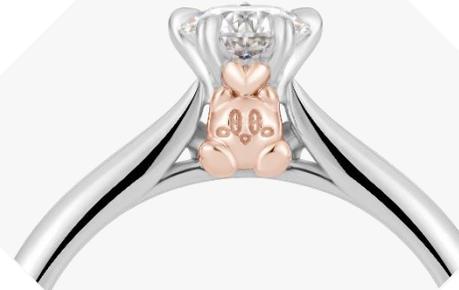
「大人の宝物をクリエイトする」をコンセプトに、キャラクタージュエリーを中心に展開するブランド。

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

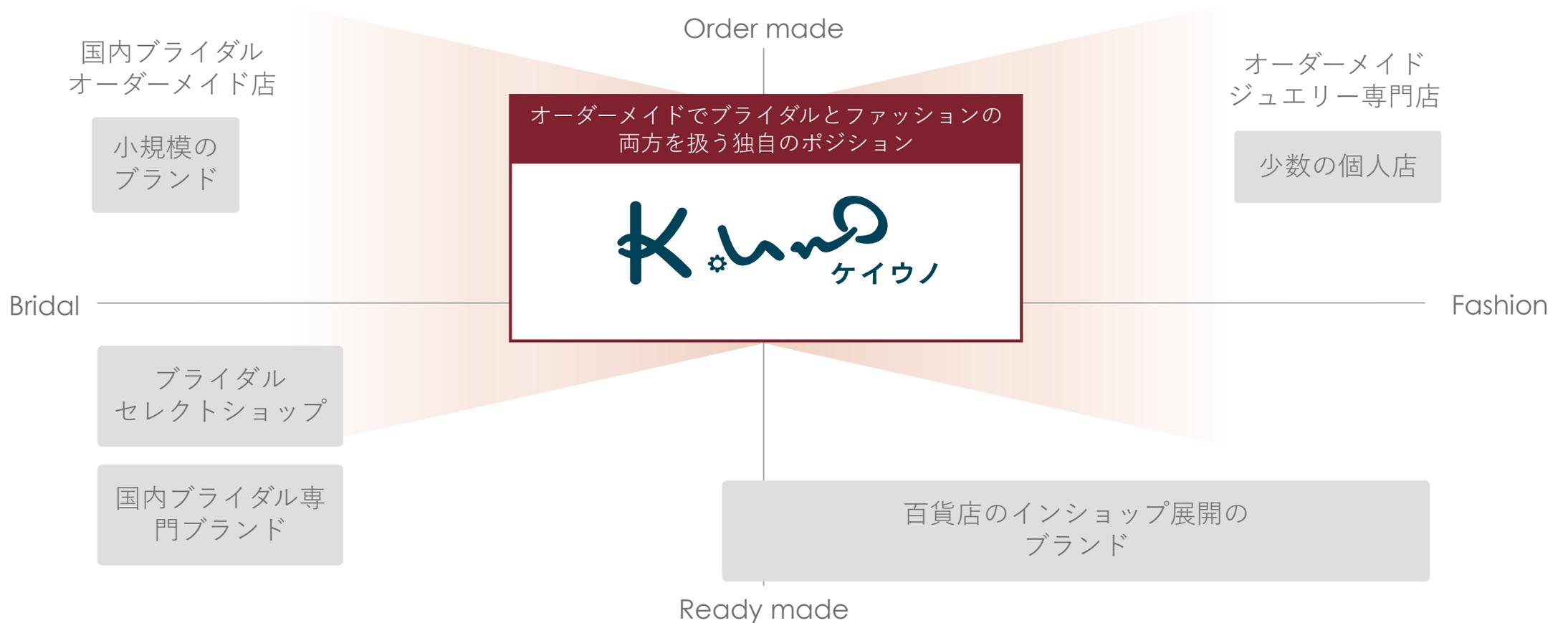
created by K.UNO



ポジショニング



全国規模でオーダーメイドジュエリーを展開する国内ではユニークなジュエリーブランドです。
さらに、ファッションまたはブライダルに特化した企業が多い業界構造のなかで、
市場トレンドに左右されずマーケットを拡大していくことが可能な独自性のあるポジションを獲得しています。

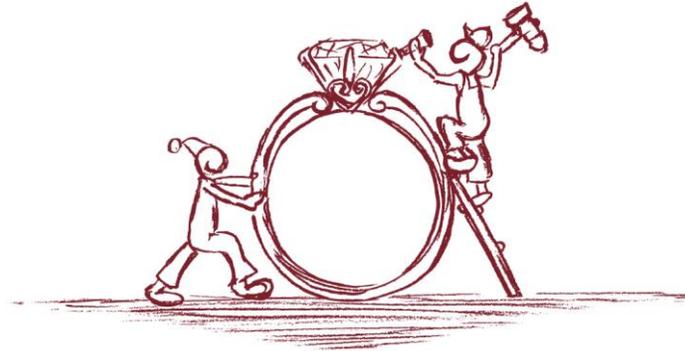


当社が作成した本資料は、情報提供を目的としており、当社の有価証券の買付けや売付け申し込みの勧誘を意図していません。

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