

2025年8月期 決算説明資料

2025年10月15日



プリモグローバルホールディングス株式会社
(367A 東証スタンダード市場)



目次

INDEX

- 01 ご挨拶・代表メッセージ
- 02 プリモグローバルホールディングスの特長・強み
- 03 通期業績ハイライト（連結）
- 04 セグメント別業績（国内／海外）
- 05 財務情報
- 06 今後の見通し・資本政策
- 07 中期経営計画の進捗と戦略
- 08 市場環境



01

ご挨拶・代表メッセージ



プリモ

おもい

プリモ

かたち

最高の夢を最高の幸に

私たちプリモグローバルホールディングス【367A】は、2025年6月24日をもって東京証券取引所スタンダード市場へ新規上場いたしました。

当社グループでは「最高の夢を最高の幸に」の企業理念に基づき、ブライダルジュエリー専門店として「I-PRIMO」「LAZARE DIAMOND」の2つのブランドを中心に国内最大規模の店舗数を展開しており、また日本発のブランドとしてアジア各地域においても店舗展開をしております。

お客様の「おもい」に寄り添い、一生の記念として「かたち」にすることを事業の柱として、きめ細やかなサービス・おもてなしを通じて、今後も持続的な事業拡大と企業価値の向上に努めてまいります。よろしく願い申し上げます。



プリモグローバルホールディングス株式会社
代表取締役社長 澤野 直樹

 PRIMÒ GHD

02

プリモグローバルホールディングスの特長・強み



当社グループは、高品質なジュエリーと日本流のきめ細やかな接客サービスを強みとするブライダルジュエリー専門店を、日本国内にとどまらず、海外4拠点においても展開

会社概要

企業名	プリモグローバルホールディングス株式会社
代表者名	澤野 直樹
本社所在地	東京都中央区銀座5-12-5
設立年月	1999年4月
事業内容	ブライダルジュエリーなどの宝飾品の企画・販売
資本金	1億円
従業員数	連結1,082名（日本：712名 海外：370名） ※2025年8月末現在

グローバル店舗数：134店舗

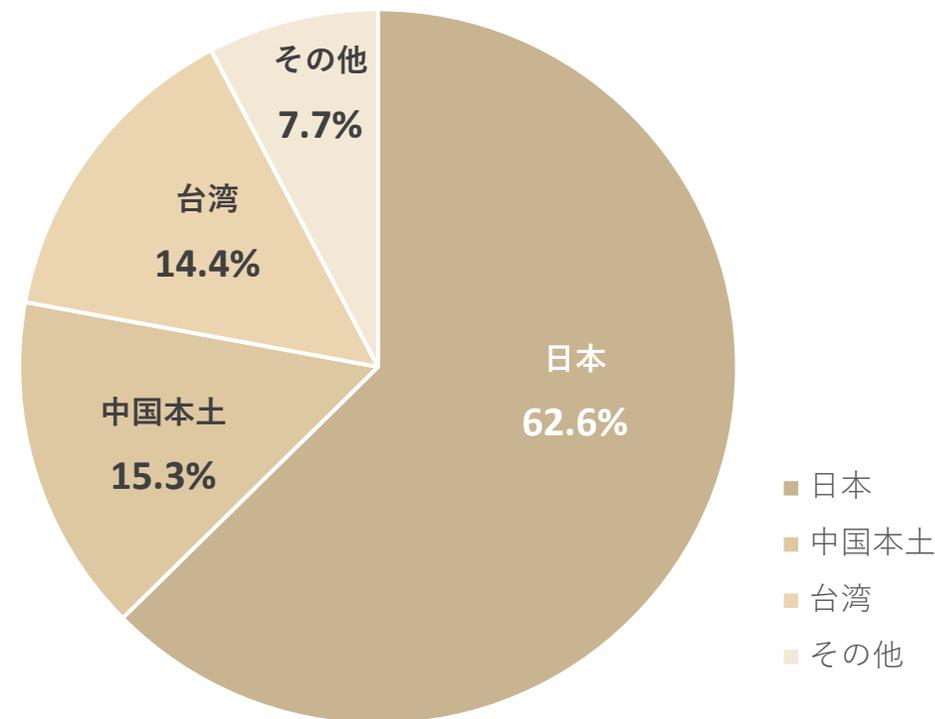
(2025年8月末時点)				
日本国内*1	中国本土*2	台湾*3	香港	シンガポール
87	24	16	5	2

*1：I-PRIMO 72店舗、LAZARE DIAMOND 15店舗 *2：うちSTAR JEWELRY 2店舗

*3：うちK.UNO3店舗、STAR JEWELRY 2店舗

地域別売上収益構成

FY25/8 連結売上収益：280億円



- 日本
- 中国本土
- 台湾
- その他

当社グループは、多様な4つのブランドを展開

自社

I-PRIMO（アイプリモ）

当社グループを代表するオリジナルブランド。

中価格帯を中心に展開する数多くのリングデザインは、神話や星座をモチーフにしたデザインや、和のテイストを取り込んだデザイン、ユニセックスなデザインなど、お客様がお求めの機能や特徴に応じて展開し、一生の記念品にふさわしい商品の品質と丁寧な接客により、幅広いお客様にご成約いただいております。



I-PRIMO

LAZARE DIAMOND（ラザールダイヤモンド）

“世界三大カッターズブランド”のひとつに数えられる米国ニューヨーク発祥のダイヤモンドブランド。

「アイディアルメイク」のダイヤモンドを使用した商品を展開し、外資系ブランドを比較検討されているお客様やダイヤモンドにこだわりのあるお客様にご成約いただいております。



LAZARE DIAMOND
NEW YORK

海外提携

K.UNO（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。当社の連結子会社であるPrimo Diamond Taiwan Inc.と株式会社ケイ・ウノとの共同出資会社「Kuno Primo Co.,Ltd.」が台湾で3店舗を運営しております。

STAR JEWELRY（スタージュエリー）

ブランドコンセプトは、「お客様の人生そのものを“輝かせ”“幸せな気持ち”をお届けする」。株式会社スタージュエリーブティックスと海外展開に関する業務提携契約を締結し、中国本土で2店舗、台湾で2店舗を運営しております。

当社グループは1999年4月に創業し、オリジナルブランドであるI-PRIMOの銀座1号店をオープン。多様なブランド展開や、競合他社に先駆けた海外進出を行い、ブライダルジュエリー専門店としてグローバルに成長・進化



創業
I-PRIMO銀座1号店

LAZARE DIAMOND
銀座1号店

台湾進出

香港進出

中国本土進出

シンガポール進出

1999

2003

2007

2011

2015

2019

2022

2023



台湾でケイ・ウノとの
JV設立

STAR JEWELRY

スタージュエリーブティック
との海外展開に関する業務提携

LAZARE DIAMOND
NEW YORK

LAZARE DIAMONDの
日本での商標権取得

当社グループは、ブライダルジュエリー専門ならではのオーダースタイルとお客様に寄り添うホスピタリティで“最高の顧客体験”を届けるモデルを、国内・海外において展開

ブライダルジュエリー 顧客の特徴



一生に一度の買い物



安定した購入率で
景気影響を受けにくい



情緒的価値を求める

“最高の顧客体験”を届ける日本発のモデル

日本発ならではのブランド ブライダルジュエリー 専門

- 経営資源の集中によりジュエリー業界において競争優位性を確保
- 200種類以上のデザインによる豊富な商品ラインナップ



最高のホスピタリティ パーソナルサポート (人的資本への注力)

- 人的資本に注力し、お客様に寄り添うことのできる人間力を養成
- 日本発の“最高のホスピタリティ”をグローバルに提供



The Best Choice for You セレクトオーダー スタイル

- ダイヤモンドとリングを組み合わせることで高い顧客満足度を獲得
- 受注後の仕入発注による高い在庫回転率、キャッシュ創出力





03

通期業績ハイライト（連結）



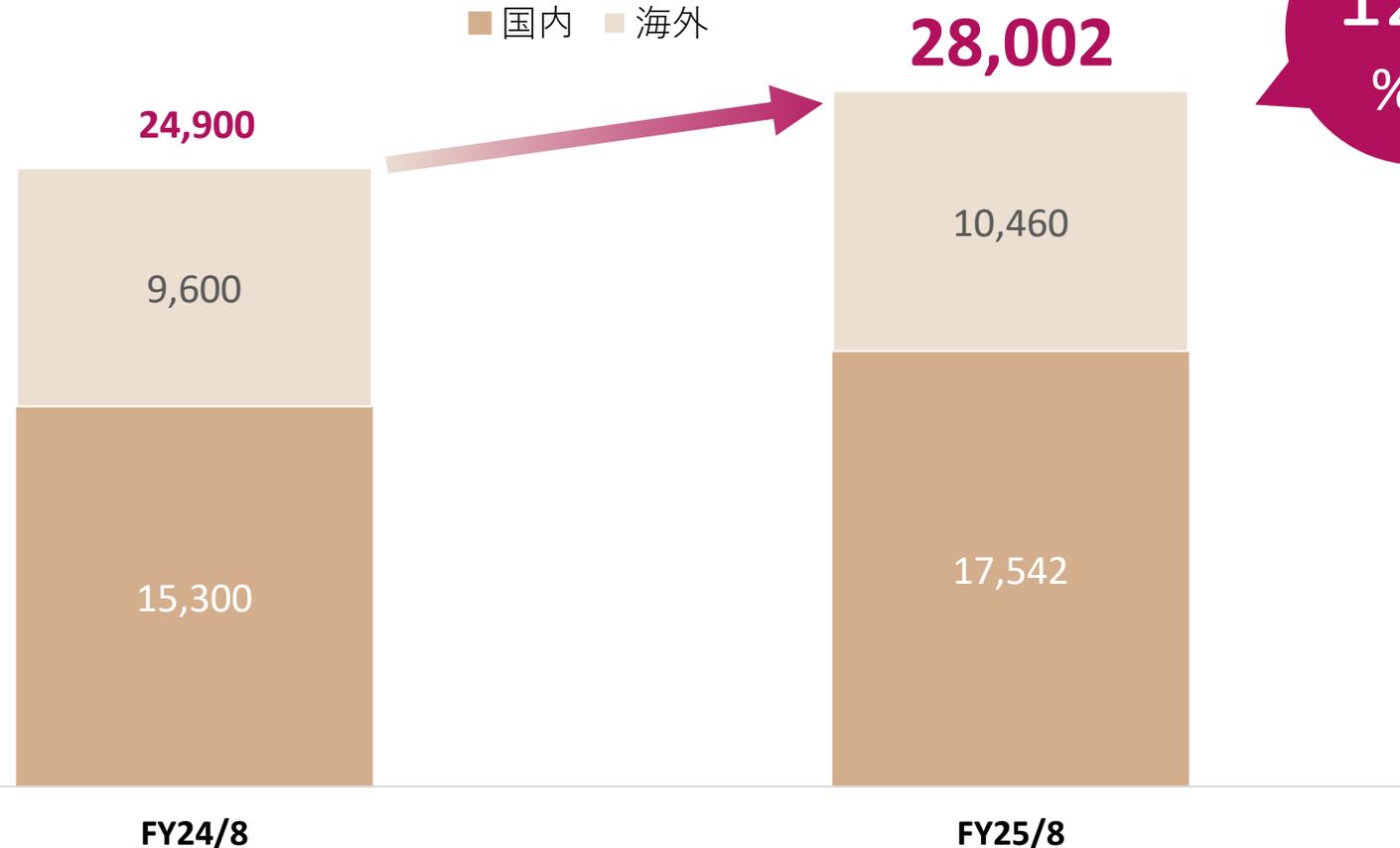
- 売上高・事業利益ともに過去最高を更新
- 現中期経営計画を大きく上回るペースで進捗中

	実績	前期比	中計ガイダンス (2408-2708)
売上収益	28,002百万円	+12.5%	CAGR +5~7%
営業利益	3,132百万円	+39.4%	-
事業利益	3,321百万円	+50.6%	CAGR +10~15%
事業利益率	11.9%	+3.0p	12%以上 (2027年8月期)

売上収益：全社年度累計

- 2025年8月期累計の全社売上収益は前年同期比12.5%増収。国内事業は同14.7%増収、海外事業は同9.0%増収
- 国内事業は適時商品価格の見直し、マーケティング施策等が奏功し2ケタ増収
- 海外事業は外部環境が厳しい中、現地におけるマーケティング施策の精査と営業体制の強化を実施

(単位：百万円)



12.5%増

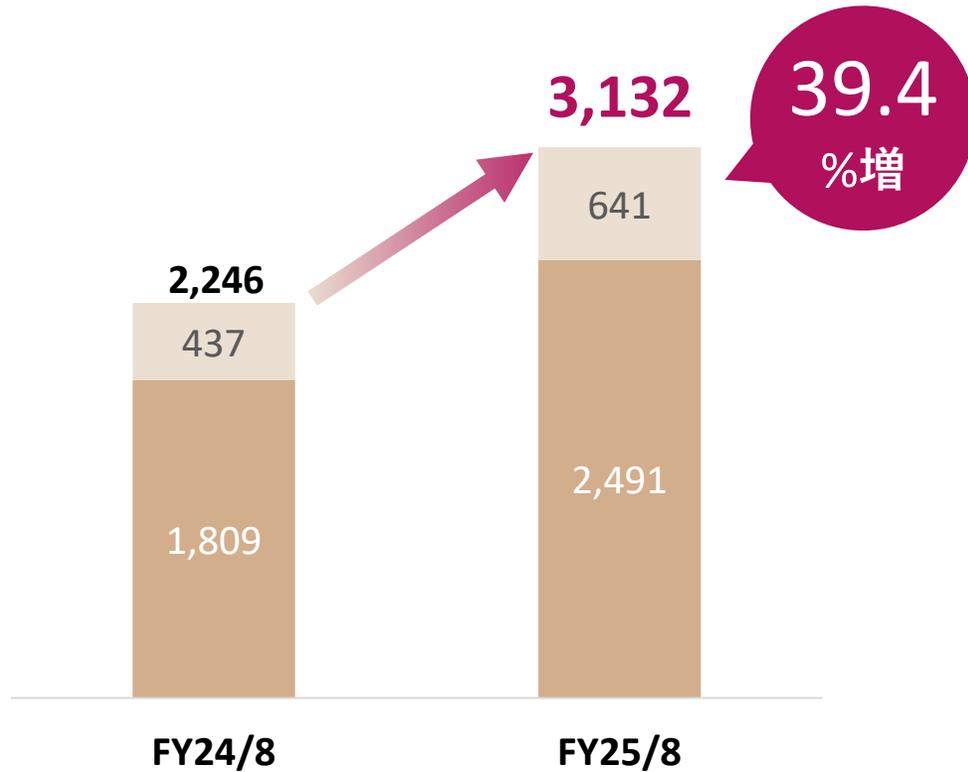
営業利益、事業利益：全社年度累計

- 営業利益は前年同期比で国内事業37.7%増益、海外事業46.7%増益
- 事業利益は前年同期比で国内事業44.4%増益、海外事業77.1%増益

営業利益

(単位：百万円)

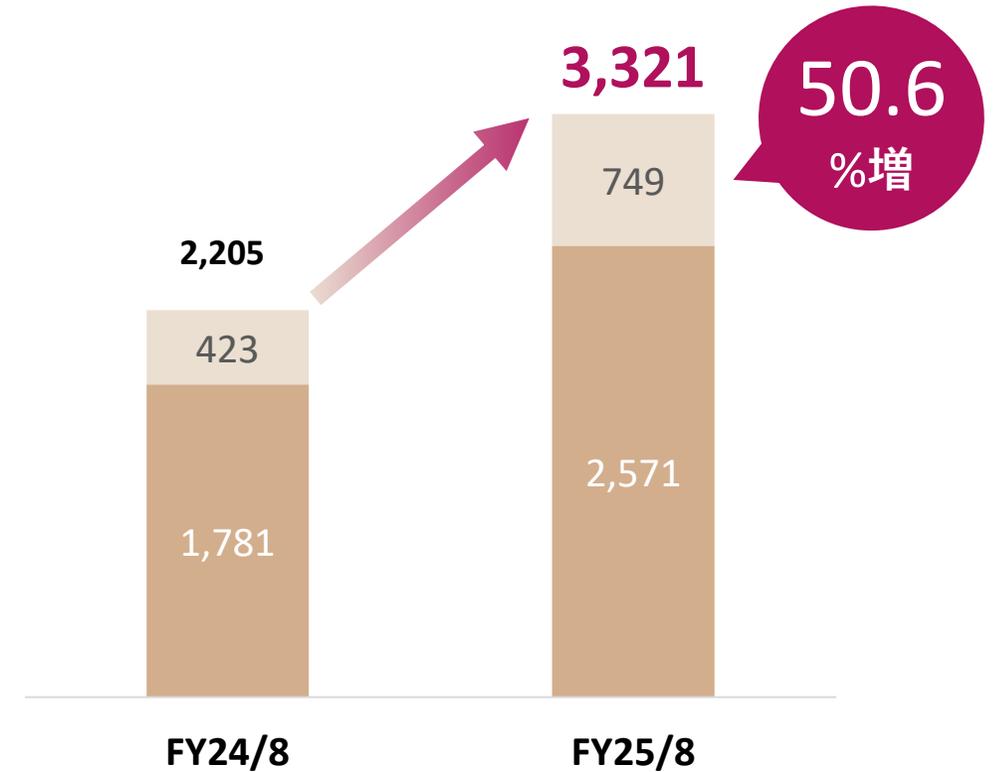
■ 国内 ■ 海外



事業利益

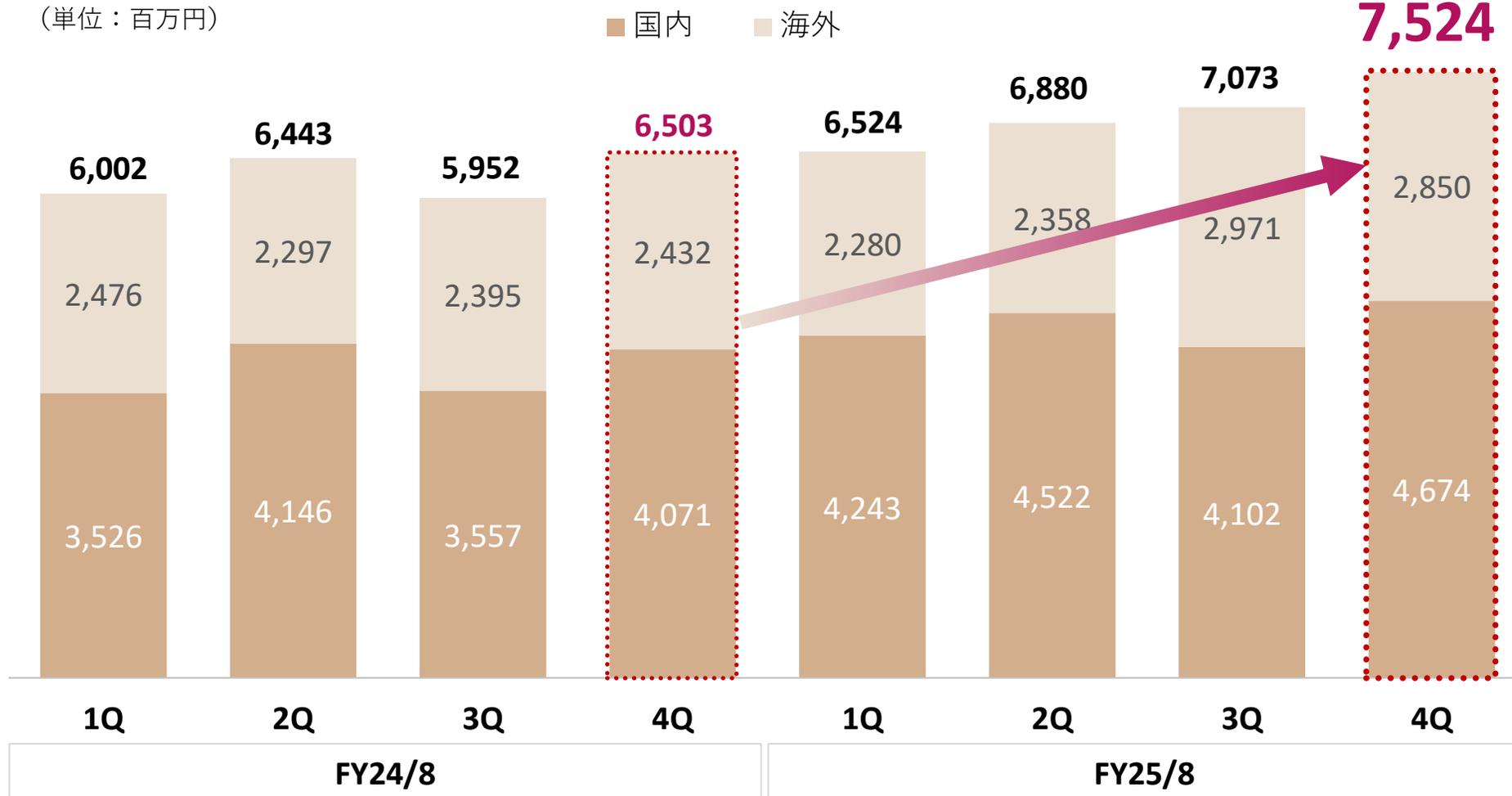
(単位：百万円)

■ 国内 ■ 海外



売上収益：全社四半期推移

- 2025年8月期第4四半期単体の全社売上収益は前年同期比15.7%増収
- 国内事業は同14.8%増収、海外事業は同17.2%増収



15.7
%増

PL (百万円)	第4四半期				2025年8月期累計			
	FY24/8	FY25/8	前年同期比		FY24/8	FY25/8	前年同期比	
売上収益	6,503	7,524	+1,021	+15.7%	24,900	28,002	+3,102	+12.5%
売上原価	2,371	2,689	+318	+13.4%	8,651	9,937	+1,286	+14.9%
売上総利益	4,131	4,835	+704	+17.0%	16,249	18,064	+1,815	+11.2%
売上総利率	63.5%	64.3%	0.8p		65.3%	64.5%	△0.8p	
事業利益 ^{*1}	526	934	+408	+77.6%	2,205	3,321	+1,116	+50.6%
事業利益率	8.1%	12.4%	+4.3p		8.9%	11.9%	+3.0p	
営業利益	424	678	+254	+59.9%	2,246	3,132	+886	+39.4%
営業利益率	6.5%	9.0%	+2.5p		9.0%	11.2%	+2.2p	
税引前当期利益	254	572	+318	+125.2%	1,714	2,732	+1,018	+59.4%
法人所得税費用	147	428	+281	+191.2%	563	946	+383	+68.0%
当期利益	107	143	+36	+33.6%	1,150	1,786	+636	+55.3%

*1：事業利益 = 売上収益 - 売上原価 - 販管費及び一般管理費



04

セグメント別業績 (国内／海外)

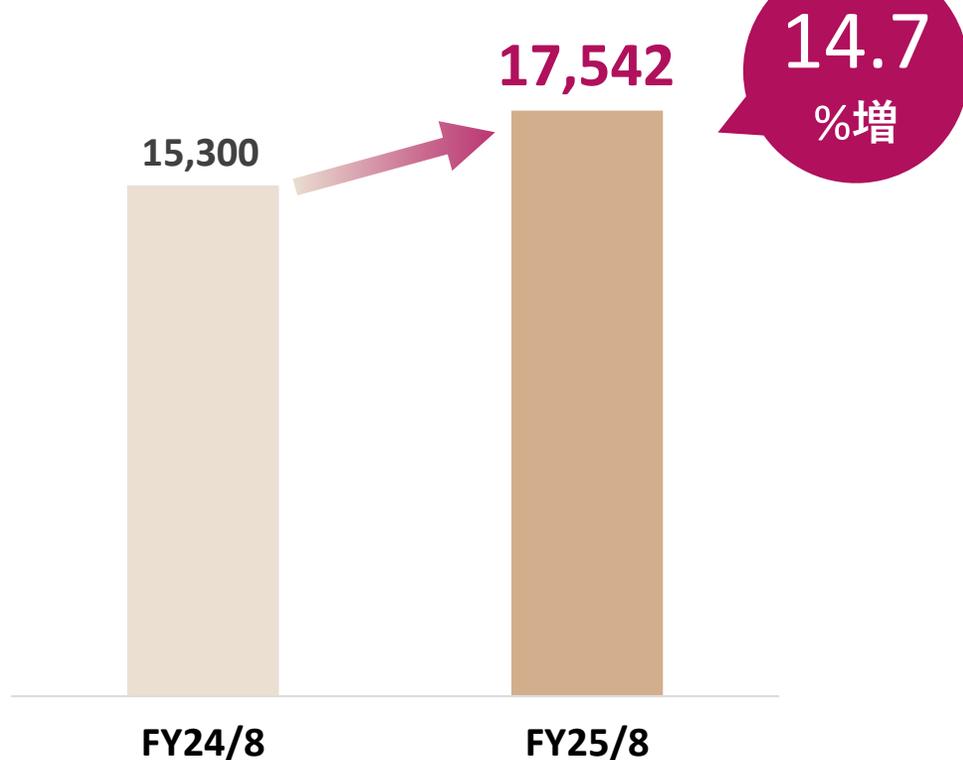


国内 セグメント実績：年度累計

- ダイヤモンドやプラチナ等、原材料価格の急激な高騰の影響を受けるも適時商品価格の見直しを実施
- お客様に寄り添ったマーケティングが奏功し、来店客数の増加が業績をけん引
- さらなるブランド力強化・収益性向上のため、店舗設備の改装を推進

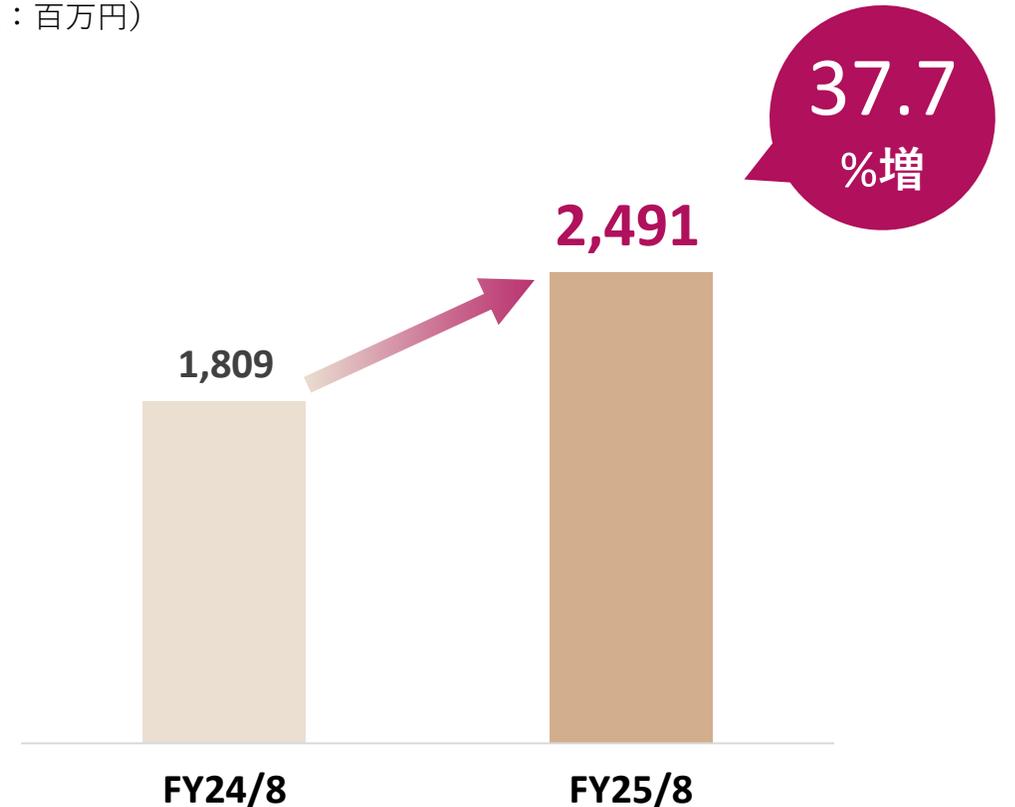
売上収益

(単位：百万円)



セグメント利益

(単位：百万円)



アイプリモ THE FIRST STEP

I-PRIMOの「PRIMO」には「最初に」と「最高の」という意味があるため、最初に訪れていただく最高の場所をご提供していることをマーケティングで訴求。ブランドの様々な強みが浸透したことにより、来店客数が増加



アイプリモ パーソナルハンド診断®

全店舗のタブレット端末に専用の計測・診断ツールを導入し、ジュエリーコーディネーター資格を持つスタッフがお客様にもっとも似合う指輪をご提案。お客様も気付かなかった好みをお伝えすることで、高い顧客満足度を獲得



ラザール ダイヤモンド DIAMOND CAFE

“The World's Most Beautiful Diamond®”
世界で最も美しいダイヤモンドと称されるLAZARE DIAMONDが、2025年5月に表参道でブランド初のポップアップイベントを開催。Instagram・Xのフォロワー数が増加し、ブランド認知が拡大



- 国内事業においては、2025年8月期に2店舗の改装を実施

2024年9月改装

I-PRIMO 立川店



2025年4月改装

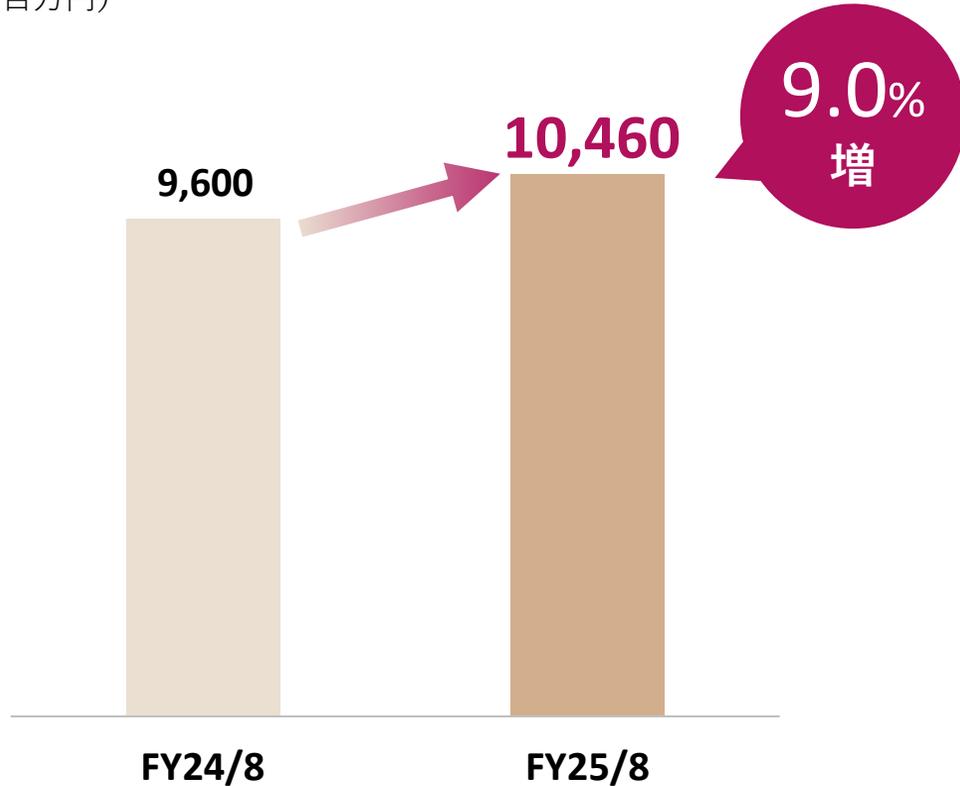
I-PRIMO 横浜ベイクォーター店



- 中国本土における不動産市場の停滞等に伴う景気低迷により、買い控えの傾向があったものの、現地におけるマーケティング施策の精査と営業体制の強化が奏功し、業績は回復
- 店舗改装や集客力のある商業施設への移転、接客力向上等を推進し、既存店成長を中心に業績が拡大

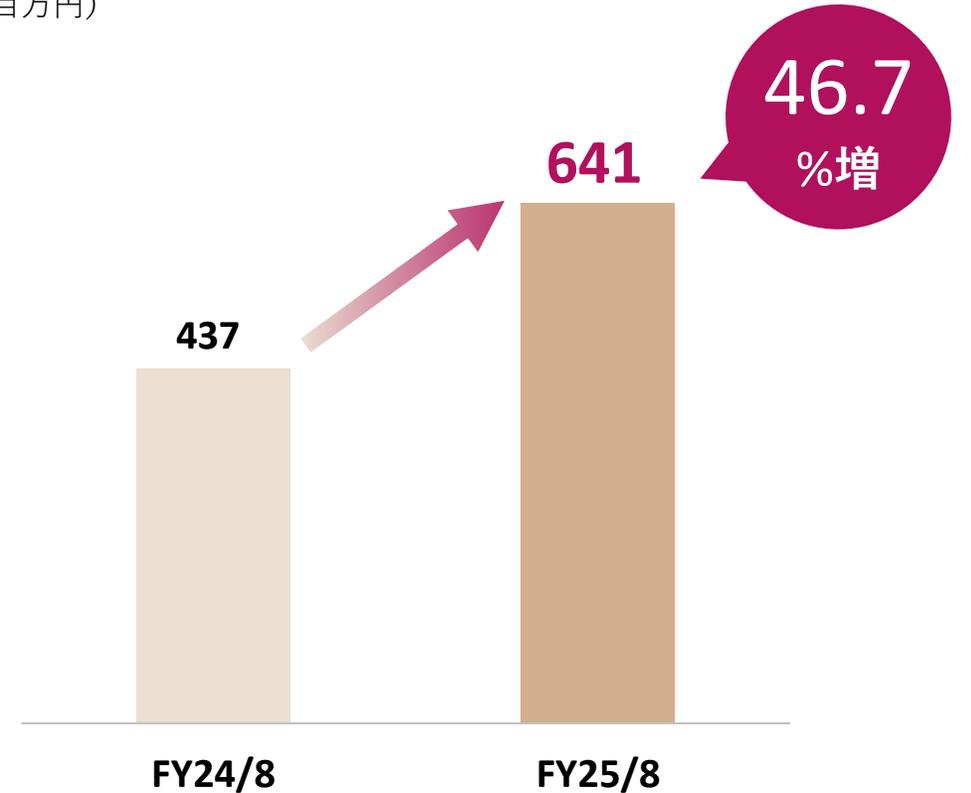
売上収益

(単位：百万円)



セグメント利益

(単位：百万円)



- 海外事業においては、シンガポール2号店の出店のほか、中国本土で2店舗の改装・移転を実施

2024年9月新店
I-PRIMO Suntec City Store
(シンガポール)



2025年1月改装
I-PRIMO Suzhou Center Mall
Store (中国本土・蘇州市)



2025年7月移転
I-PRIMO Chengdu IFS Store
(中国本土・成都市)





05

財務情報



連結財務ハイライト (BS)

BS (百万円)	FY24/8	FY25/8
流動資産	11,407	12,512
現金等	3,199	3,743
営業債権等	1,648	2,087
棚卸資産	6,479	6,630
その他	79	50
非流動資産	33,984	33,437
有形固定資産	1,632	1,354
のれん	16,201	16,491
無形資産	9,935	10,029
使用権資産	3,685	3,322
繰延税金資産	839	780
その他	1,692	1,457
資産合計	45,392	45,949

BS (百万円)	FY24/8	FY25/8
流動負債	9,437	10,007
営業債務等	1,976	1,778
契約負債	2,877	3,602
借入金	1,000	996
リース負債	1,783	1,684
未払法人所得税等	504	510
その他	1,295	1,436
非流動負債	20,253	17,889
借入金	14,336	12,447
リース負債	3,542	2,945
繰延税金負債	2,151	2,282
その他	224	213
資本合計	15,700	18,052
負債及び資本合計	45,392	45,949

財務ハイライト (CF)

CF (百万円)	FY24/8	FY25/8
営業活動によるCF	4,242	4,705
税引前当期利益	1,714	2,732
減価償却費及び償却費	2,404	2,162
減損損失	221	248
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△386	△58
営業債権及びその他の債権の増減額 (△は増加)	△96	△456
営業債務及びその他の債務の増減額 (△は減少)	447	△7
法人所得税の支払額又は還付額 (△は支払)	△357	△753
その他	295	837
投資活動によるCF	△262	△222
有形固定資産の取得による支出	△265	△160
無形資産の取得による支出	△113	△273
有形固定資産の売却による収入	56	-
その他	60	212
財務活動によるCF	△3,421	△4,003
長期借入による収入	-	14,031
長期借入金の返済による支出	△1,000	△15,836
リース負債の返済による支出	△2,423	△2,198
その他	2	0



06

今後の見通し・資本政策



- 2025年8月期の業績好調を受け、現中期経営計画を一年前倒し
- 売上収益・利益ともに過去最高を更新する計画

(単位：百万円)

	FY25/8	FY26/8	前年同期比	
売上収益	28,002	30,000	+1,998	+7.1%
営業利益	3,132	3,650	+518	+16.5%
営業利益率	11.2%	12.2%	+1.0p	-
税引前当期利益	2,732	3,200	+468	+17.1%
税引前当期利益率	9.8%	10.7%	+0.9p	-
当期利益	1,786	2,170	+384	+21.5%
当期利益率	6.4%	7.2%	+0.8p	-

- 国内事業については、ブランド力・営業力の強化、業務効率化等により、さらなる収益成長を図る

店舗移転・改装の実施

- より集客力のあるエリアや有力商業施設への移転、既存店舗設備の改装を推進
- 店舗空間/VMD改善により、ブランド力を強化し、店舗収益性を向上



DX推進

- DXによる業務効率化により、接客機会の増加を推進
- 生成AIを店舗研修にも活用することで、人財力の強化を促進



- 海外事業については、中期経営計画の業績前倒しに伴い、以下の案件について推進する方針

中国事業の新規出店の再開

- 中国事業は、25/8期に当初計画よりも早期に黒字化を達成し、既存店舗の成長率も順調に推移していることから、27/8期に予定していた新店出店を前倒しし、26/8期に3店舗を出店予定



マレーシア事業の進出

- 東南アジア事業は、当初シンガポール以外の地域への出店を27/8期に予定していたが、マレーシアへの出店時期を前倒しし、26/8期に実施予定



- 本業による高いキャッシュ創出力を活かし、積極的な「成長投資」と「株主還元」を両立

高いキャッシュ創出力

成長投資

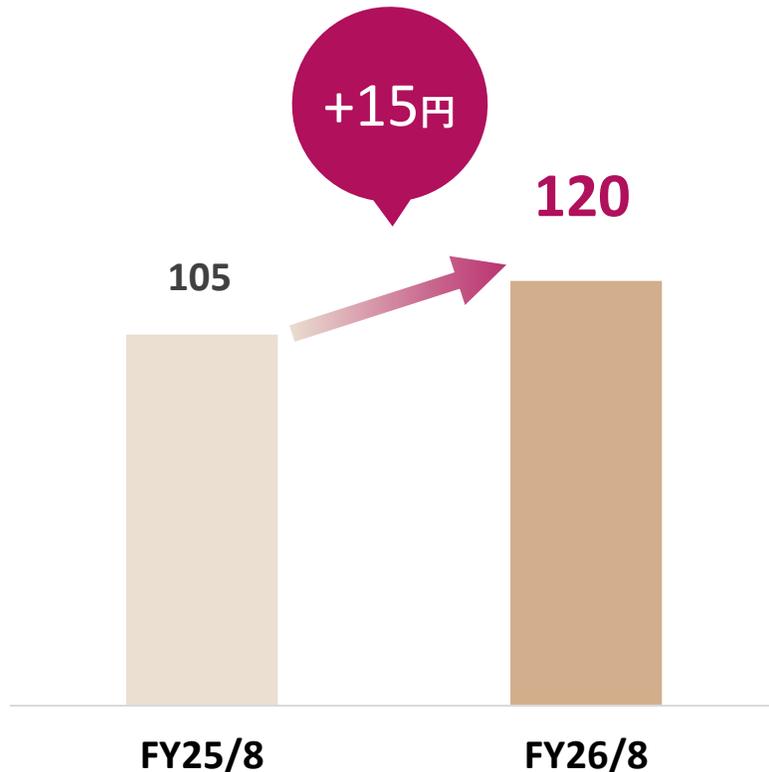
- 国内の店舗投資
- 海外の店舗投資
- 人財・システムへの投資
- シナジー効果が見込めるM&A 等

ステークホルダーへのリターン

- 株主還元（配当・自社株買い）
- 有利子負債の返済

- 2026年8月期は、1株当たり120円（中間60円、期末60円）の配当、前年同期比で15円の増配を予定
- 今後も、企業価値の向上と安定的な株主還元の両立を目指す

1株当たり配当



株主優待制度

商品券の進呈

年1回、毎年8月31日時点の300株（3単元）以上を保有する株主の皆様は、当社店舗で使用可能な商品券を進呈

内 容	日本国内の直営店舗（「I-PRIMO」「LAZARE DIAMOND」）で使用可能な商品券
金 額	年間5,000円分
対 象 者	毎年8月31日時点の300株（3単元）以上を保有する株主
回 数	年1回（権利確定：8月末）
有 効 期 限	1年間



07

中期経営計画の進捗と戦略

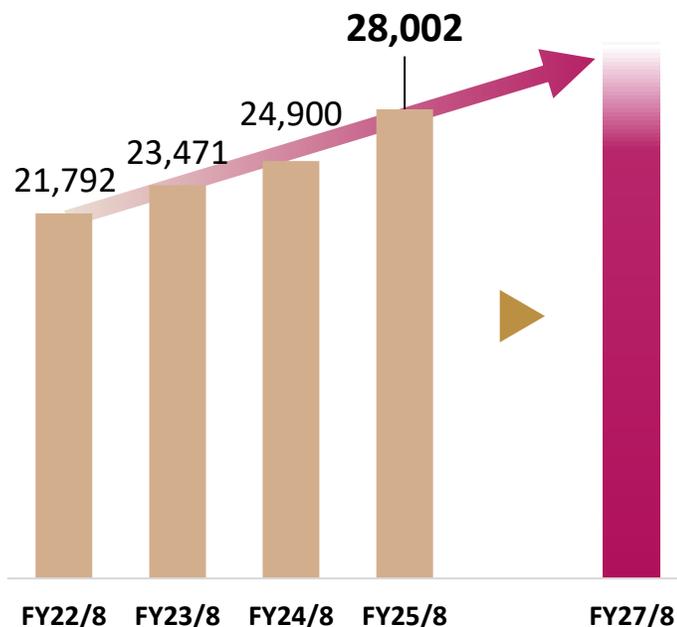


- 中期経営計画における新たな目標として、2027年8月期までにROEを13%以上に引き上げる

連結売上収益

(単位：百万円)

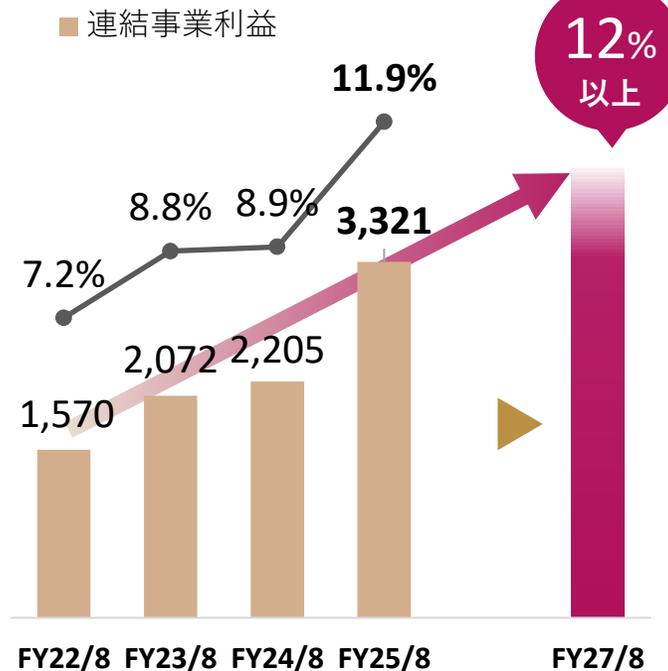
24/8期-27/8期CAGR
5%～7%程度*2



連結事業利益*1

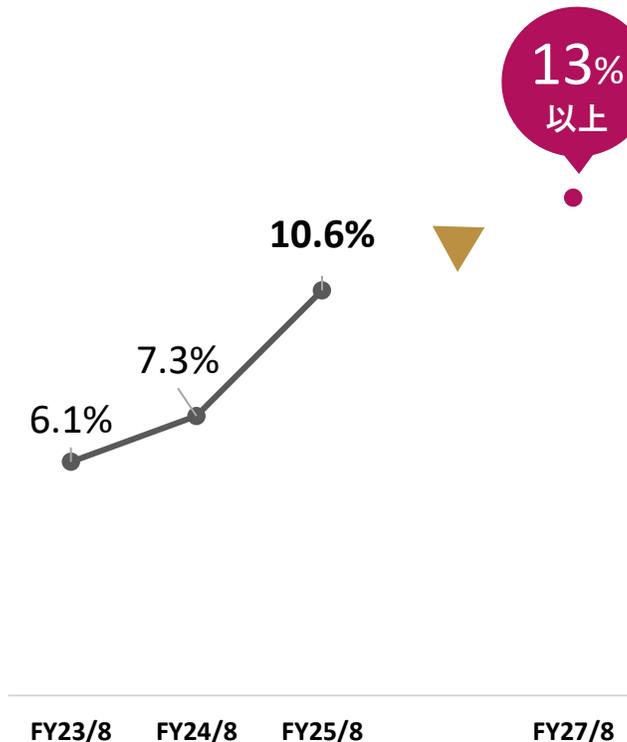
(単位：百万円)

24/8期-27/8期CAGR
10%～15%程度*2



ROE

(%)



*1：事業利益 = 売上収益 - 売上原価 - 販管費及び一般管理費

*2：FY24/8-FY27/8のCAGRおよびFY27/8は中計目標値

注：2024年8月期から2027年8月期の連結売上収益及び連結事業利益のCAGR並びに2027年8月期の連結事業利益率に係る各目標数値については、想定外の外部要因の影響がないことのほか、2025年3月7日付で公表した当社「2025年8月期～2027年3月期中期経営計画」に含まれる各前提条件や当社の想定又は施策の実現を前提としております。実際の当社の経営成績、財政状態その他の結果は、社会経済情勢、競争環境、市場動向、技術革新、規制環境、為替、その他経営環境等様々な要因により、本資料の内容または本資料から推測される内容と大きく異なることがあります。したがってこれらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください

- アジアには広大なブライダルジュエリー市場が広がっており、所得水準の向上においても非常に魅力的なマーケット
- 中国本土のさらなる店舗拡大・収益力の向上、東南アジア未進出地域への店舗展開を推進

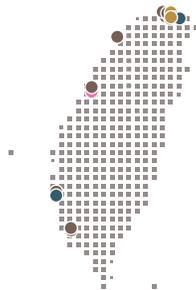
成功モデルの拡大展開

出店状況*1

成長戦略

台湾

- I-PRIMO TOKYO 11店舗
- STAR JEWELRY 2店舗
- Kuno Primo*2 3店舗



香港

- I-PRIMO TOKYO 5店舗



中国本土

- I-PRIMO TOKYO 22店舗
- STAR JEWELRY 2店舗



東南アジア

- I-PRIMO TOKYO 2店舗 (シンガポール)

シンガポール進出に加え、マレーシアへの出店、ベトナム、インドネシアを中心に展開地域の拡大を目指す



- 高収益基盤の強化
- マルチブランド戦略（台湾）

- 新規出店の推進
- 店舗あたり収益の向上

*1：2025年8月末時点

*2：当社とケイウノの台湾におけるJVであるKuno Primo Co., Ltd.の3店舗

マルチブランド戦略

- ユニークで多様な4つのブランドによる顧客獲得を推進
- 国内：オリジナルブランド「I-PRIMO」と、2023年に国内における商標権を取得した「LAZARE DIAMOND」により幅広い価格帯をフォロー
- 海外：「K.UNO」および「STAR JEWELRY」をライセンス販売により展開



I-PRIMO



LAZARE DIAMOND
NEW YORK



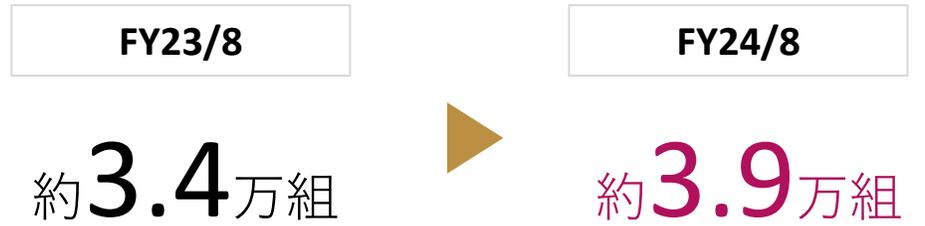
K.uno
ケイウノ



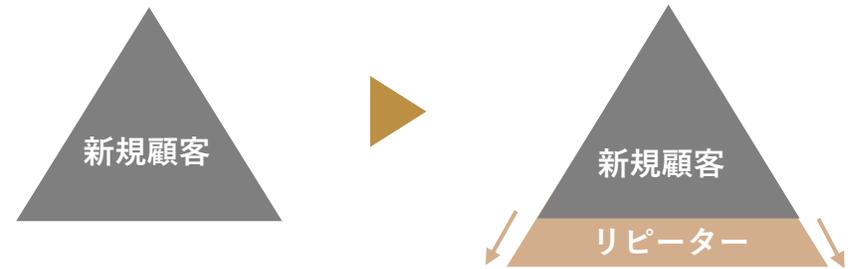
STAR JEWELRY

CRM戦略

- 年間約4万組の国内既存顧客を活用するため、アニバーサリージュエリーの販売を拡大し、生涯顧客化



顧客層拡大・LTV最大化のイメージ





08

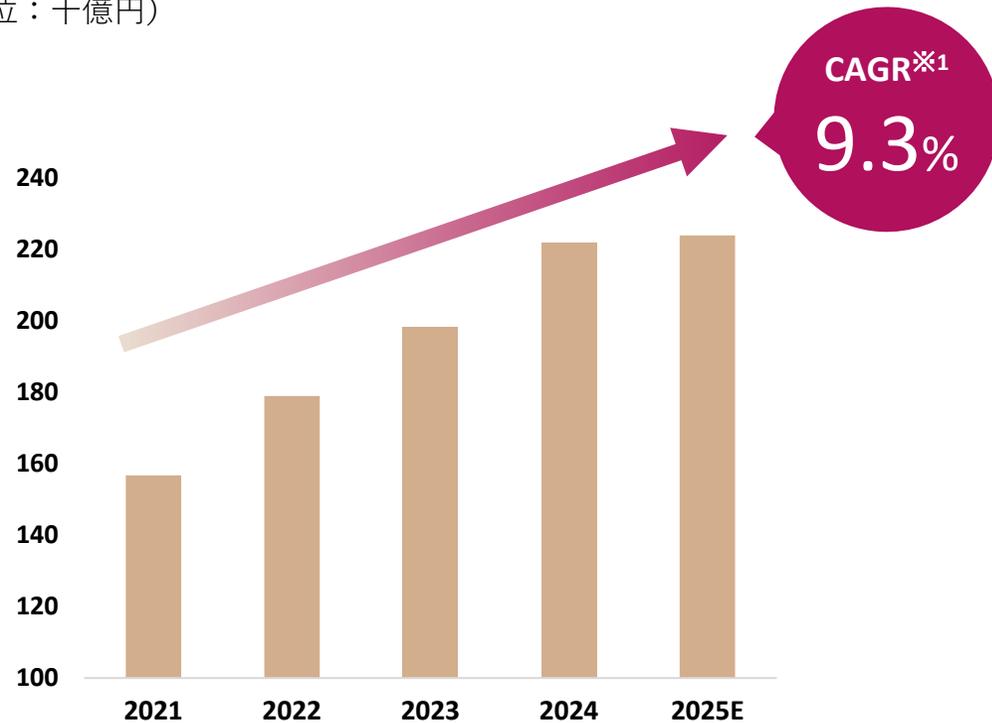
市場環境



- 国内ブライダルジュエリー市場は、婚姻組数の減少の一方で平均単価の上昇により金額ベースでは着実に成長
- ダイヤモンド価格、金・プラチナ価格の高騰および円安の影響により各社数回の値上げを敢行
- I-PRIMO、LAZARE DIAMOND 共に競合の動向を注視しながら着実な値上げを実施

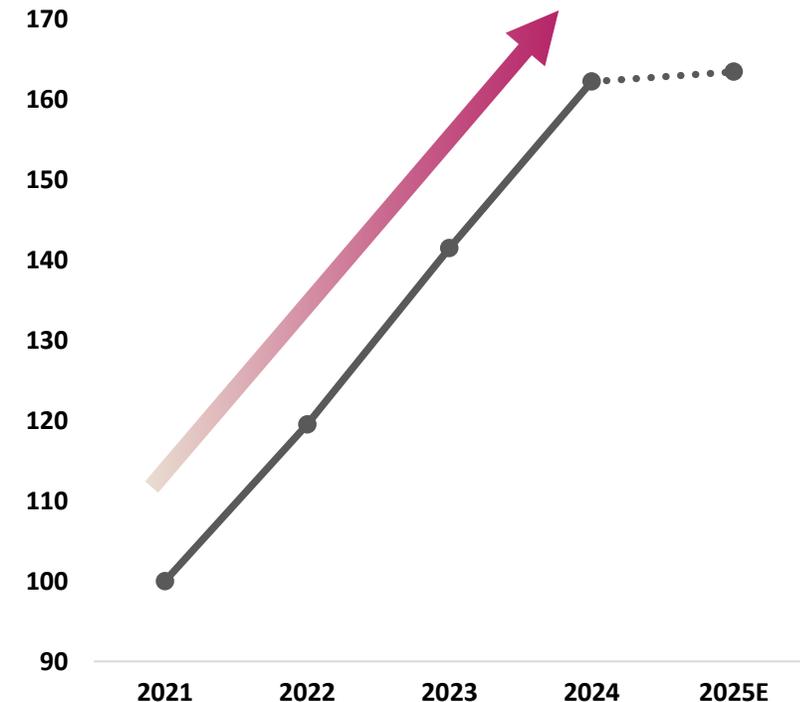
ブライダルジュエリー市場の拡大

(単位：十億円)



平均単価の上昇^{*2}

(2021年を100として指数化)



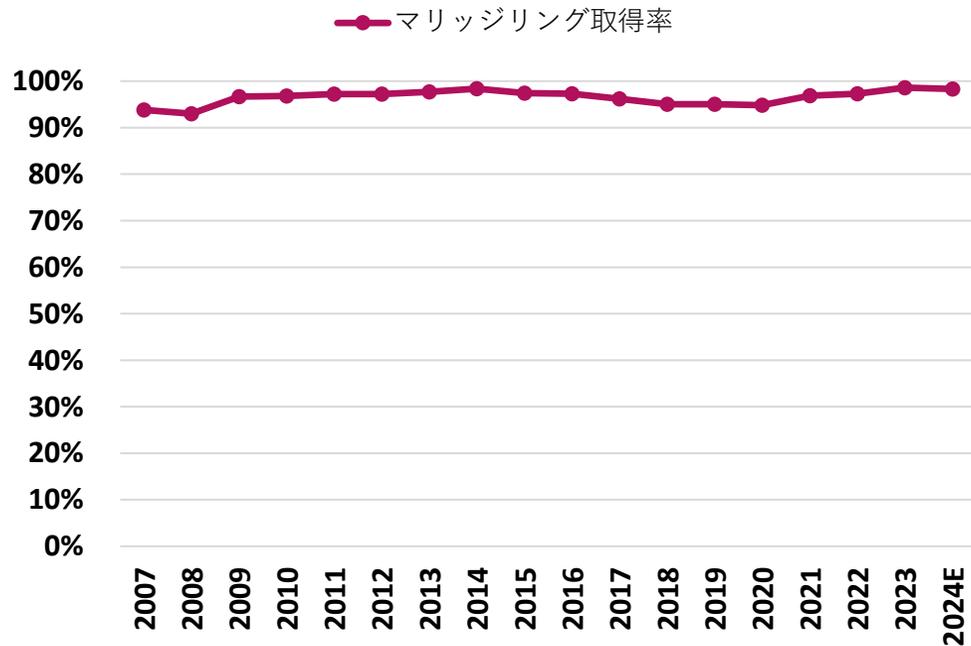
*1：2021年-2025年

*2：結婚指輪の平均単価

出所：矢野経済研究所「宝石・貴金属市場年鑑＜市場分析編＞」（2025年度版）

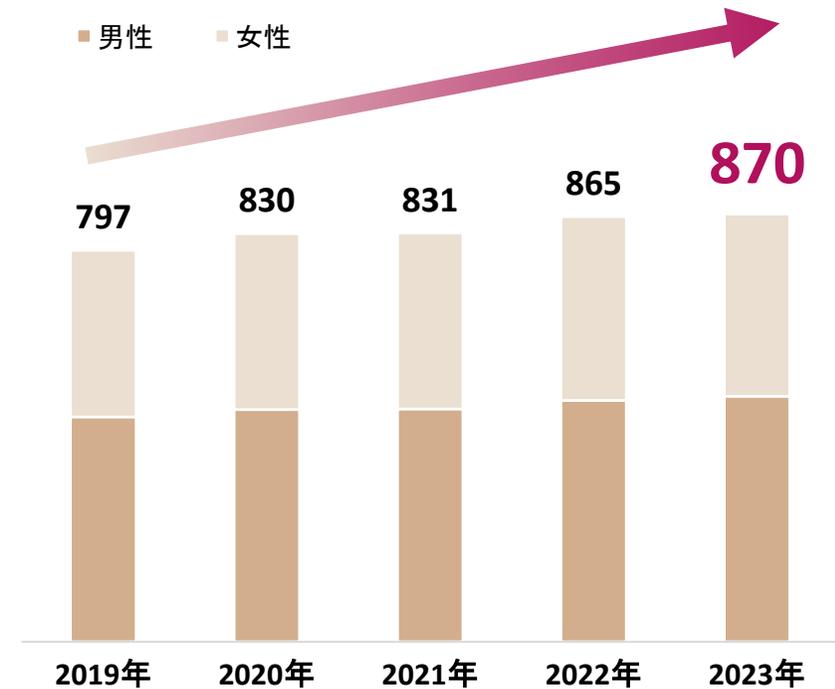
- 結婚指輪の購入率は底堅く、足元では100%に近い状況
- 結婚時の夫婦の年収の合計は、賃上げ効果、晩婚化を背景に着実に上昇
- 今後もこの様な外部要因はブライダルジュエリー市場にとって追い風になると想定

結婚指輪の購入率は90%以上



結婚時の夫婦年収は増加

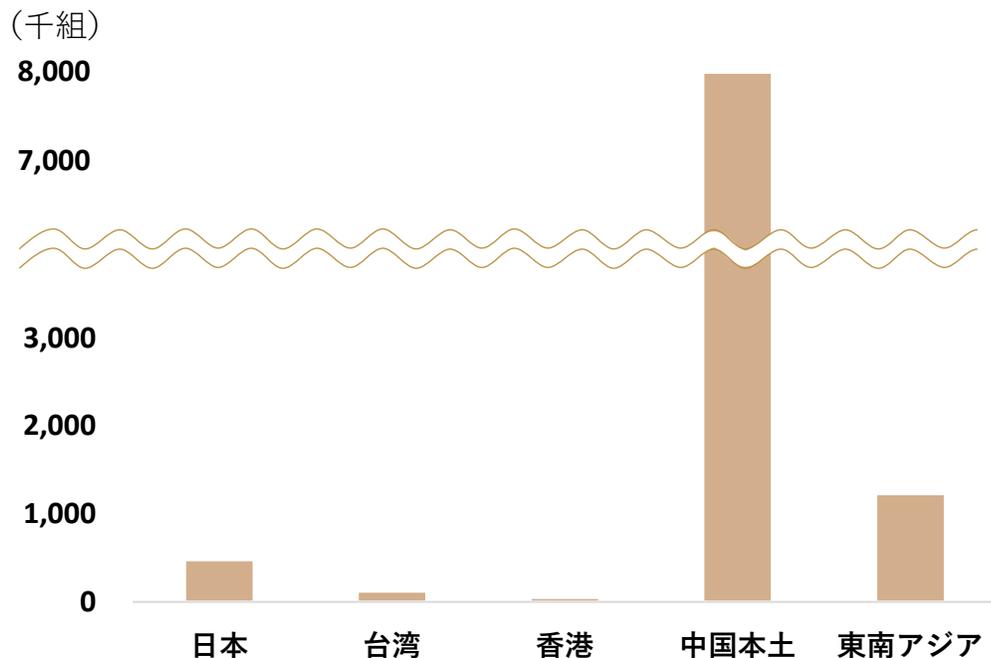
(単位：万円)



注：結婚指輪購入率は矢野経済研究所「2024年版 宝石・貴金属市場年鑑」、結婚時の夫婦年収はゼクシィ結婚トレンド調査（2020、2021、2022、2023、2024年調査）に基づく
 出所：矢野経済研究所「2024年版 宝石・貴金属市場年鑑」、ゼクシィ結婚トレンド調査（2020、2021、2022、2023、2024年調査）

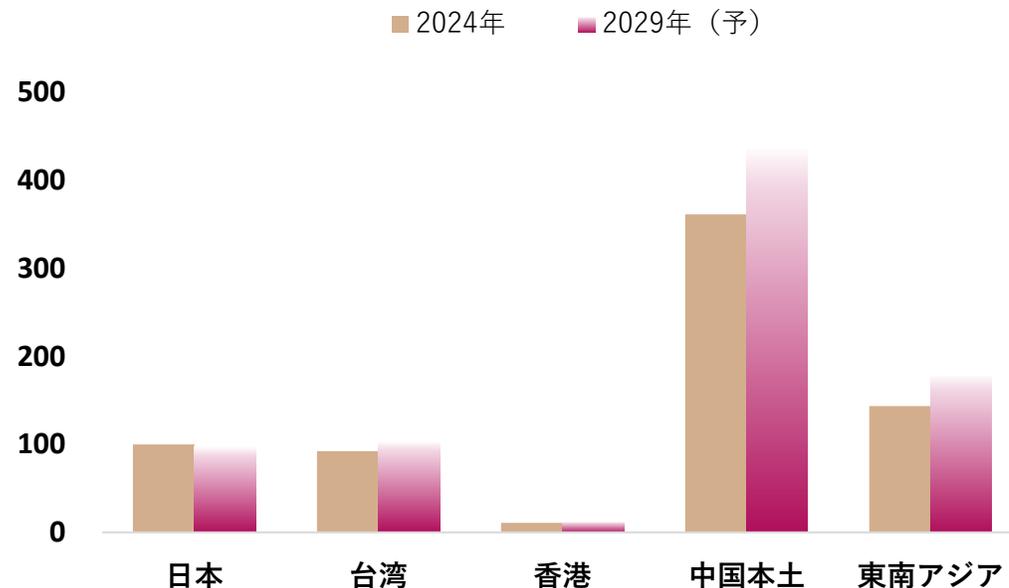
- 当社が展開するグローバル市場(台湾、香港、中国本土、東南アジア*2) は日本対比で広大な市場が存在
- バイイングパワーの増加も見込まれ、外資系ブランドに該当するI-PRIMOもその追い風を受けると想定
- 海外におけるI-PRIMOは、アッパーミドルのなかでも中高価格帯の価格設定を通じ、よりプレミアムなポジショニング

婚姻組数*1の比較



ラグジュアリー関連出費額は増加が見込まれる*3

(2024年の日本を100として指数化)



*1: Euromonitorに基づく (2024年1月~12月)

*2: シンガポール、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピンの合計値

*3: Consumer Expenditure on Jewellery, Silverware, Watches and Clocks, Travel Goodsの年間総額。ドルベース換算

出所: Euromonitor

本資料は、プリモグローバルホールディングス株式会社（以下「当社」といいます。）の企業情報等のご案内のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国又はそれ以外の一切の法域における有価証券の取得勧誘又は売付け勧誘等を構成するものではありません。米国、日本又はそれ以外の一切の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料に記載されている情報は、現時点の経済、規制、市場等の状況を前提としていますが、その真実性、正確性又は完全性について、当社は何ら表明又は保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、何人も、他の目的で公開又は利用することはできません。本資料には、将来の業績に関する記述（「信じる」、「予期する」、「計画する」、「戦略をもつ」、「期待する」、「予想する」、「予測する」又は「可能性がある」というような表現及び将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他類似した表現を含みますが、これらに限定されるものではありません）が含まれております。これらの将来に関する記述は、現在入手可能な情報をもとに一定の前提（仮定）の下でなされた当社の経営陣の判断に基づいて記載したものであり、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来情報に明示又は黙示されたものとは大幅に異なる場合があります。したがって、これらの将来に関する記述に全面的に依拠することのないようご注意ください。

なお、本資料に記載された情報は本資料の日付（又はそこに別途明記された日付）時点のものであり、当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、それらの情報を変更又は訂正する一切の義務を負いません。

本資料は当社の企業情報等のご案内のみを目的として提供しています。本資料の複製は禁じられており、いかなる方法によっても他者に転送又は再配布してはなりません。本資料を提供するにあたり、当社は、追加情報へのアクセス手段、本資料の情報の更新、本資料に記載されている情報が不正確であることが明らかとなった場合の修正につき、一切責任を負いません。

本資料に記載されている当社以外の企業等に関する情報及び第三者の作成に係る情報は、公開情報等から引用したものであり、そのデータ・指標等の正確性・適切性等について、当社は独自の検証は行っておらず、何らその責任を負うことはできません。



プリモグローバルホールディングス株式会社

Primo Global Holdings Co., Ltd.