

プリモグローバル
ホールディングス

367A・100株

6月24日
東証スタンダード上場

市場環境に適応した即断力で 「I-PRIMO」と海外事業が成長を推進

「最高(プリモ)の夢(おもい)を最高(プリモ)の幸(かたち)に」を理念に、一生涯を共にするブライダルジュエリーの企画・開発及び販売を手掛ける。国内事業では、自社ブランド「I-PRIMO」を47都道府県に72店舗(1県では委託販売)、国内商標権を持つ「LAZARE DIAMOND」の直営店を15店舗展開する(2025年4月末現在)。海外事業では、台湾を皮切りに香港、中国に加え東南アジアのシンガポールと全48店舗を構え(2024年12月末現在)、「I-PRIMO」のほか提携する「K.UNO」「STAR JEWELRY」とマルチブランド展開を進めている。

売上高構成比は国内事業61%、海外事業39%となる(2024年8月期)。国内事業では、コロナ禍等の影響を受けた2022年8月期から2期連続減収となった。2023年8月期にはLAZARE DIAMOND銀座本店の移転等に伴う減損影響から利益はマイナスとなったものの、続く2024年8月期には売上高が前期比26%増、営業利益も黒字転換と大幅な回復を見せた。同社コアユーザーの若年層所得水準の上昇や、最大の競合先であるラグジュアリーブランドの値上げが同社顧客増に繋がり、成長を後押しした市場環境もあろう。

海外事業については、中国市場では需要回復を受け2023年8月期売上高は過去最高を記録したが、現地不動産不況等の影響から2024年8月期には売上高が前期比約4割減、セグメント利益は同11億円減と5億の赤字に転落し、海外事業の足かせとなった。とはいえ、その後2025年8月期には中国事業のV字回復のほか、台湾事業ではブランディングへの注力により収益計上をしている。

利益に関しては粗利率維持の方針で、原価連動での価格設定を基本に、調達で競争原理を効かせる等、原価低減にも注力する。なお、新規上場時の親引け先(同社が指定する株式販売先)として外注先が5社あり、メンテナンス等も含めた連携強化で供給体制に万全を期している。



プリモグローバル ホールディングス

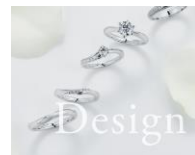
367A・100株

6月24日
東証スタンダード上場

パーソナルハンド診断やセレクトオーダーシステム 「I-PRIMO」の魅力を最大化

「I-PRIMO」では「THE FIRST STEP」をスローガンに、どこよりも先に「I-PRIMO」に足を運ぶ顧客の「はじめて」のブライダルリング購入を、不安なく充足できるようサポートする。同業に先駆けて始めた独自メソッド「パーソナルハンド診断」では、83万組の実績データから分類した手形のパターンに顧客の特徴を合わせ、リング基盤を固める。「セレクトオーダーシステム」で200種類以上のデザインと素材からパーツを選択し、最終形を創り上げる。希望に叶う商品力が競争優位性を発揮している。豊富な商品・デザインの背景には、全方位戦略で多様な顧客の需要を獲得する狙いがある。今後もデザインに傾注し、流行に動じない収益基盤を築く。「LAZARE DIAMOND」については、品質と斬新さを兼ね備えたエッジの効くブランドポジションを追求し、象徴的な商品構成で、「I-PRIMO」との2本柱により国内市場を攻勢する。

また、「セレクトオーダーシステム」には2つの利点がある。一つは、限られた婚礼予算での自由な創造による顧客満足度向上で、コストパフォーマンスとの両立も達成する。もう一つは、完成品ストックが不要なため資産効率が高まる点である。なお、実際、同社の在庫回転期間は同業他社の半分程度に短縮されている。



顧客に寄り添う接客力と販売力が最大の強み 新作で販売力をさらに向上

質の高い接客力と販売力の根底には、「マインド(心・気持ち)」「ナレッジ(知識)」「スキル(技術)」を柱とした「プリモナレッジ」による10年以上に及ぶ指導がある。9割以上を占める女性社員の接客能力を活かすため、長く活躍できる社内環境を提供しており、好影響を及ぼしている。さらに、近年の「モノからコト消費」へ顧客行動変容が、同社が提供する優れた顧客体験への需要を後押ししている。

2024年8月に販売開始した新作「クロリス」等、新商品展開にも注力しており、収益への貢献のみならず、社員のモチベーション向上にも効果を発揮している。新商品から得る新たな知識を既存商品情報とリンクすることで接客品質が向上し、成約額に反映されることから、例年新作を発表する方針である。

プリモグローバル ホールディングス

367A・100株

6月24日
東証スタンダード上場

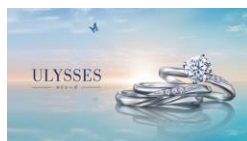
時流や文化を読み、海外事業を効果的に展開

海外市場での大きな差別化要因は、現地社員が「日本式おもてなし」をある意味で商品として提供することである。デザイン等商品構成要素も日本市場投入商品と基本的に変えず、ジャパंकオリティを前面に押し出し、海外顧客から支持されている。ただ、商習慣については現地嗜好に倣いローカライズする。例えば販売ロケーションは、日本では路面店が多い一方、台湾ではブランド力の高い百貨店等へ出店し、効果的に需要層へアクセスしている。

マルチブランド戦略では、「I-PRIMO」と他社ブランドで同社強みのセールス手法は変えていない。将来的には展開ブランド数を増やし、「きめ細やかな接客サービス」で、ブライダルジュエリーからファッションジュエリー等まで事業基盤を拡大する展望を持つ。

品質工学による新機軸で新たな顧客満足を開拓

同社のデザイン開発部門は、品質工学の専門家と協働し2023年3月に「ユリシーズ」を販売開始。「着け心地メソッド」によりジュエリーにストレスフリーな装着感という機能性を付加し、2024年8月期収益にも大きく貢献した。多様な顧客需要に応える方針のもと、ラインナップ拡充の一環として、足元では客観的な視覚から美を数値化する研究を進めており、装着する本人だけでなく、周囲までも魅了するデザインの開発を進めている。これまでも常に時代の先駆け的アイデアを打ち出してきた「I-PRIMO」の新基軸展開に期待は高まる。



優れたサポート体制による顧客価値向上で ホットリードにアニバーサリー需要を醸成

「生涯にわたり顧客を全面的にサポートする」を信条に、「I-PRIMOメンバーシッププログラム」ではアフターメンテナンスに加え、サイズ変更の無料対応で差別化を図る。先行投資として注力することで、現時点でのエンゲージリングからアニバーサリージュエリーへの移行率は約10%、国内売上の約2%まで伸長した。現在商品開発に力を入れており、5年以内に、国内売上シェア2%からシェア5%を目指す。10年先を見据え、アニバーサリージュエリーを成長ドライバーとして育て上げる構想である。

プリモグローバル ホールディングス

367A・100株

6月24日
東証スタンダード上場

中長期の業績見通し

2025年8月期からの3カ年中期経営計画では、国内市場と中国市場を中心に注力し、2027年8月期までCAGR(年平均成長率)で、連結売上高5～7%、連結事業利益(売上高-売上原価-販売費及び一般管理費)10～15%の持続的な成長を目標に掲げる。

日本市場の若年人口縮小を受け、同社は先駆けて海外市場に進出した。中国では大都市を中心にドミナント戦略で旺盛なジュエリー需要を囲い込む。親日機運の高い東南アジアでは、2026年8月期以降、マレーシア、インドネシア、ベトナム、タイへと進出する構想を持つ。東南アジア宝飾業界では北京語が実務ベースで用いられているため、中国の自社人財の転属を想定する。グローバルでの活躍が人財のモチベーションとエンゲージメントの向上に繋がり、サービス品質の高度化が進むだろう。ジャパंकオリティの商品と人財を活かした海外事業の動向に注目したい。

国内事業では、インフレ傾向のほか、特別なものであるブライダルジュエリーの価格感応度の低さと若年層の高賃金水準を背景に、ブライダルジュエリーを中心に販売価格を約5%上げる方針である。特にラグジュアリーブランドからの流入顧客取り込みに注力し、幅広い価格帯(単価10万円～100万円)の商品構成で需要にリーチし収益基盤を拡大する。広告宣伝強化に向け、毎年約4万組が積み重なる顧客データベースを活用し、メディアミックスの強力なアシストとしてデジタルマーケティングを推進する。パーソナライズドマーケティング等で、ロイヤリティの高い顧客の需要を機敏に捉えた販売促進を実現すれば、ブライダルジュエリーからアニバーサリージュエリーへと収益源が多様化する等、成長が加速するだろう。

単体業績推移 (百万円・%)

決算期	売上高	伸び率	経常損失	伸び率	純損失	伸び率
2021/8	—	—	▲ 730	—	▲ 731	—
2022/8	—	—	▲ 510	—	▲ 452	—
2023/8	566	—	▲ 360	—	▲ 354	—
2024/8	718	26.9%	▲ 312	—	▲ 247	—
2025/8 予	—	—	—	—	—	—

連結業績推移 (百万円・%)

決算期	売上収益	伸び率	税引前利益	伸び率	当期利益	伸び率
2023/8	23,471	—	838	—	878	—
2024/8	24,900	6.1%	1,714	104.5%	1,150	31.0%
2025/8 予	26,766	7.5%	2,295	33.9%	1,649	43.4%
2024/2 2Q	12,445	—	1,241	—	938	—
2025/2 2Q	13,404	7.7%	1,348	8.6%	1,048	11.7%

予想EPS/配当

連結：188.52/95.00円以上
※予想EPSは上場時発行済株式数で試算

プリモグローバル ホールディングス

367A・100株

6月24日
東証スタンダード上場

免責事項(ディスクレーマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなるを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山五丁目13番3号

株式会社フィスコ

電話: 03-5774-2443(情報配信部) メールアドレス: support@fisco.co.jp