

2025年12月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社和心 東証グロース市場 証券コード(9271)



日本のカルチャーを世界へ

Japanese culture to the world.

目次

CONTENTS

／ 1. 業績予想	04
／ 2. 代表 森の見解	06
／ 3. 業績ハイライト	12
／ 4. 事業概要	17
／ 5. 事業計画	27
／ 6. 財務情報	28
／ 7. 配当方針	29
／ 8. 会社概要	30

2025 上半期累計 (1-9月) 連結実績進捗

通期予想 (25年8月時点)

売上高

28.00億円

(前年同期比 +27.3%)

20.23

進捗率
72.2%

営業利益

5.20億円

(前年同期比 +39.4%)

4.49

進捗率
86.3%

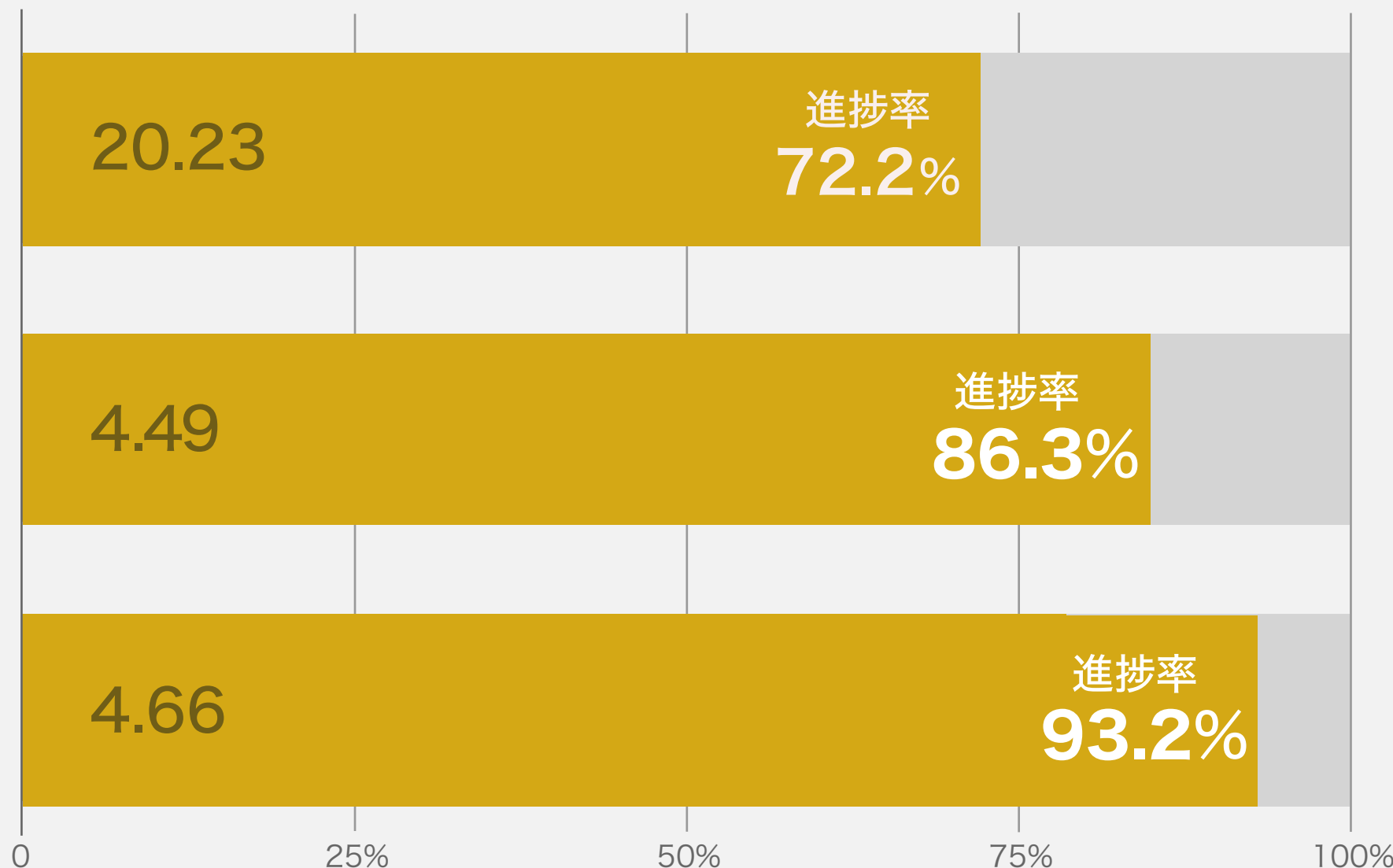
当期純利益

5.00億円

(前年同期比 +32.5%)

4.66

進捗率
93.2%



3Q累計業績は、2Qに続き過去最高益を更新（営業利益40%+増）

2025 通期連結業績予想（控え置き）

売上高

前年実績	前回予想	最新予想	増減
20.9 億円	↗ 28.0 億円	→ 28.0 億円	+0.0 億円

営業利益

前年実績	前回予想	最新予想	増減
4.1 億円	↗ 5.2 億円	→ 5.2 億円	+0.0 億円

通期予想に関しては控え置き

- インバンドMD事業部を主軸に、事業部営業利益が順調に拡大。
- 更なる成長に向け採用教育、研究開発、設備修繕等に戦略支出。

2025年 第3四半期

代表 森による総括と方針

©Wagokoro Co.,Ltd.All Rights Reserved.

1.回復力と地力を試された夏

■ 第3四半期は、繁忙期に外的要因による逆風を受けながらも、**底力を示した**期間となった。

1. 想定外の落ち込みと猛暑

7月の“例の予言問題”により、インバウンド来店数が大きく減少。その余波は8月まで続き、例年のような賑わいを欠いた。また、猛暑の影響もあったが、暑さ対策としての傘や、まとめ髪需要によるかんざしの販売が奏功し、一定の下支えに。

2. 計画は達成も、社内には悔しさが残る

結果として、期初に設定していた予算水準には到達し、数値上は計画以上の着地。

しかし、社内的にはもう一段上を狙っていたため、**「手応えと物足りなさ」**が同居する**四半期**となった。

3. 需要回復も早い

お盆を境に需要が戻り始め、9月以降はインバウンド需要が本格的に復調。

来店数・売上ともに順調に回復し、その後も好調を維持している。

ただし同時に、外的要因一つで大きく変動する観光ビジネスの脆さも垣間見えた。

結論

外的要因に左右されるビジネスであることは百も承知。

この規模なら下手にポートフォリオを組まずに、**このまま全力全開でぶっ込んで参ります！**

むしろ、回復局面で一気にギアを上げられる“攻めの地力”を鍛え上げたい。

2. インバウンドMD事業 — 出店精度と再現性の向上

■ 新規出店の安定性が高まり、“**勝てる店づくり**”が再現性を持ち始めた。

1. 事業部のKPI - 押し上げ営業利益

現在、事業部のKPIは「**新規出店でどれだけ利益を押し上げられたか（＝押し上げ営業利益）**」を**最重視**している。既存店の恒常的な売上増も安定しており、全体として堅調な推移を続けている。さらに、新規出店においても、安定感と成功確率が明確に上がってきた。

2. 戦略的な新規物件の獲得

コロナ前までは、観光地での知名度と勢いにより、不動産業者やオーナー側から物件を持ち込んでもらうケースが多かった。いわば“運”や“勢い”に頼った出店も少なくなかった。

しかし**今期は、狙って取るべくして取った物件で結果を出している**点が大きな進化である。

当期では、**浅草で待望の2店舗目**が、**京都では清水・二年坂エリアへの出店が実現**。

いずれも初日から好スタートを切り、現在に至るまで売上は堅調に推移している。

両店舗とも早々に全店トップ10入りを果たし、**今後の成長を牽引する存在**となった。

結論

「小さく出して確実に勝つ」モデルが定着し、出店戦略の精度が格段に向上。

勢いに頼らず、勝ち筋を設計して勝ち切る - 場当たりの出店から、戦略的な出店へ進化。

3. 本部機能の再構築と基盤強化

■ 事業成長に追いつくための「人」と「財務」の体制整備を進行。

1. 採用・人事体制

CFOとして新たに加わった斎藤を中心に、**人事・採用領域の立て直しに着手。**

これまで課題が多かった採用活動において、週次会議にも積極的に参加するなど、現場と一体になった採用の仕組みづくりが始まった。

マーケティング・生産管理・デザインといった間接部門も**安定的に稼働**しており、全社的な基盤が徐々に整ってきている。

2. 財務基盤

9月末時点で現預金は5億円を突破し、金融機関との関係性も改善。

借入余力が高まり、**次の成長投資に向けた余力を十分に確保**できる水準となった。

財務面の安定が、挑戦を支える土台として機能し始めている。

結論

採用と財務の両輪が回り始め、

「三步進んで二歩下がる危うい体制」から、「アンカーとしての機能を強化し、安定成長を支える強固な体制」へ

4. 成長戦略と新たな挑戦

■ **非連続的な成長**を実現するための「仕込み」を本格化。

1. 新規事業

既存の強みを生かしつつ、将来の柱を育てるための新規事業開発を推進。

社長室直下に新たな人材を採用し、探索・検証フェーズを開始した。

「ヒットを作るのではなく、育てる」という当社らしいアプローチで、時間をかけた仕込みを進めている。

2. M&A戦略

財務体質の強化により、調達余力が拡大。

M&Aを成長の選択肢として積極的に検討しているが、現時点では決定的な案件には至っていない。

今後は、**既存事業と高いシナジーを生み出せる領域に焦点**を当てていく。

結論

既存事業の堅調な成長をベースに、

新規事業・M&Aという“非連続の芽”をどう育てるかが次の焦点。

「挑戦できる財務体質」を得た今、仕込みから跳躍へのフェーズへと移行する。

代表 森による総括と方針まとめ

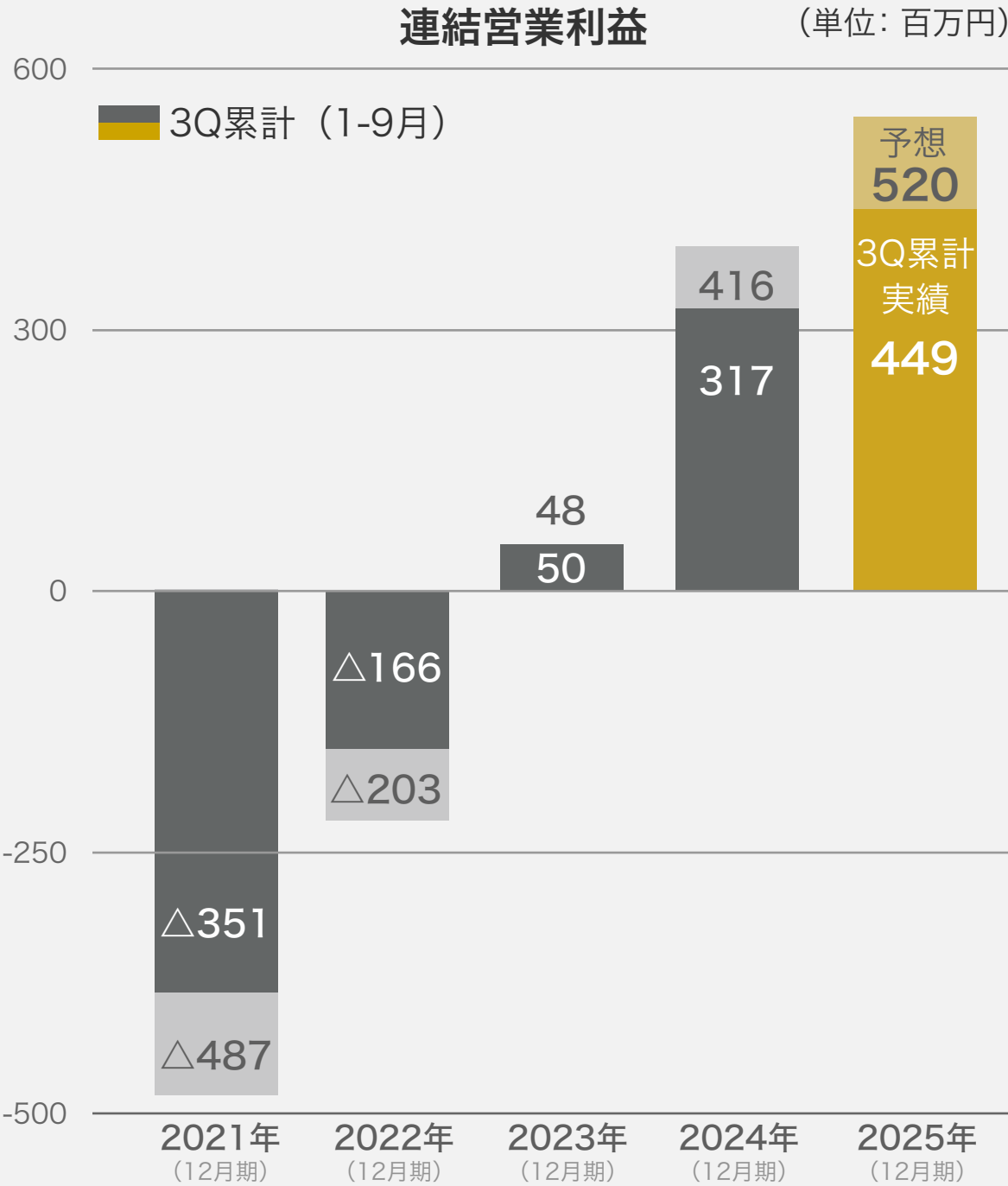
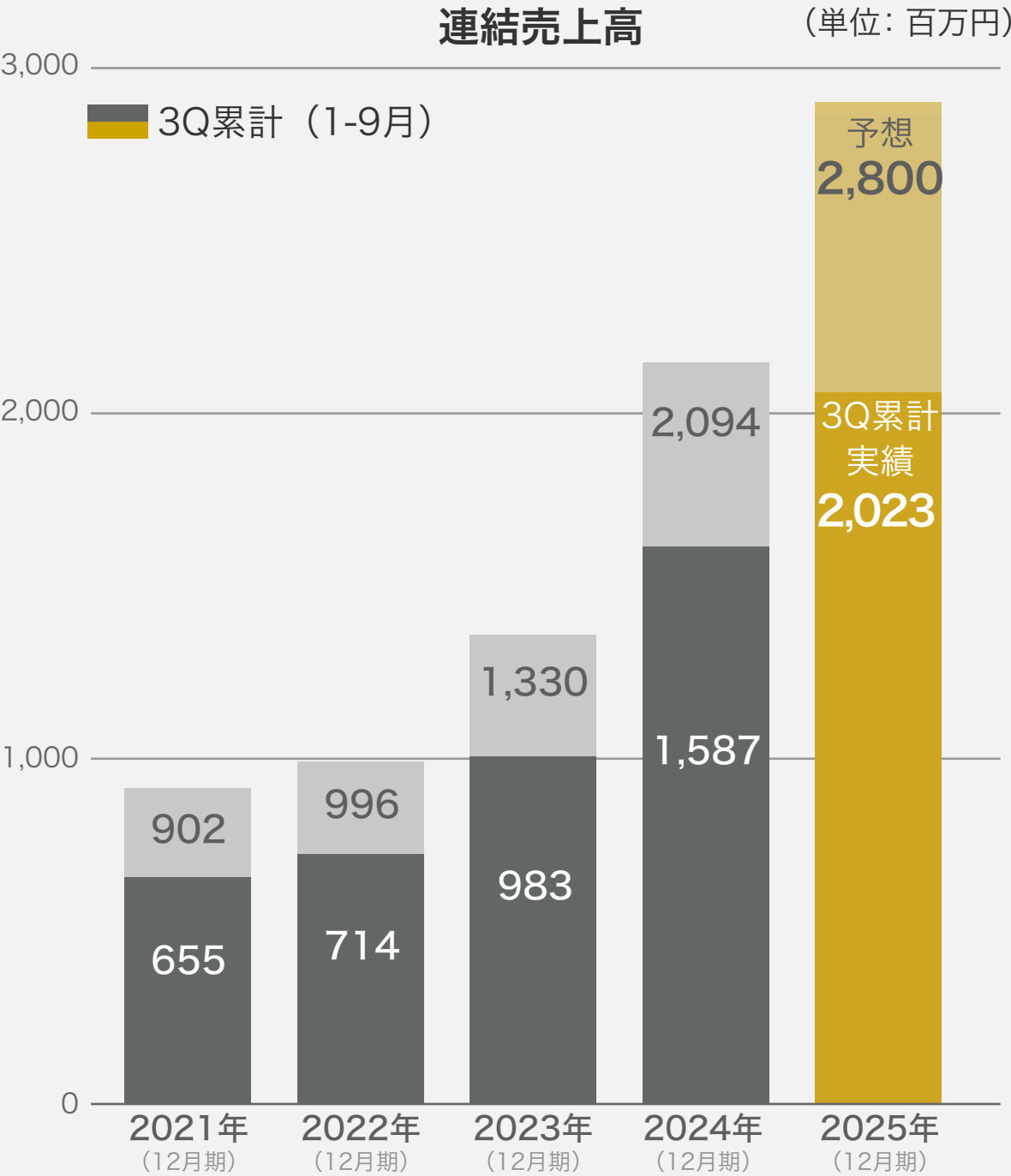
2025年 第3四半期

- 1.回復力と地力を試された夏 → 底力を示し、このまま全力全開で！
2. インバウンドMD事業 → “戦略的出店”が可能に
3. 本部機能の再構築と基盤強化 → 「アンカーとしての機能を強化し、安定成長を支える強固な体制」へ
4. 成長戦略と新たな挑戦 → 仕込みから跳躍へのフェーズへ

今後の和心にご期待ください！

株式会社和心 代表取締役 森 智宏

2021-2025 連結売上高・営業利益推移



2024-2025 第3四半期（1-9月）連結損益計算書

	2024年3Q累計	2025年3Q累計	YoY増減率
売上高	1,587百万円	2,023百万円	+27.4%
営業利益	317百万円	449百万円	+41.6%
営業利益率	19.9%	22.1%	+2.2pt
EBITDA [※]	330百万円	469百万円	+42.1%
経常利益	302百万円	453百万円	+50.0%
当期純利益	317百万円	466百万円	+47.0%

※営業利益に償却費を加算した簡易的なEarning Before Interest, Tax, Depreciation & Amortization (“EBITDA”)

→積極投資により償却費が増加基調にあり、KPIに追加。

売上・営業利益共に、増収増益を達成！

※営業利益率も、粗利・部門営業利益率の高いインバウンドMD事業の拡大で更に上昇。

2024-2025 第3四半期（7-9月）連結損益計算書

	2024年 3Q	2025年 3Q	YoY増減率
売上高	569百万円	726百万円	+27.5%
営業利益	125百万円	177百万円	+41.6%
営業利益率	21.9%	24.3%	+2.4pt
EBITDA [※]	130百万円	184百万円	+41.5%
経常利益	126百万円	189百万円	+49.6%
当期純利益	120百万円	199百万円	+65.6%

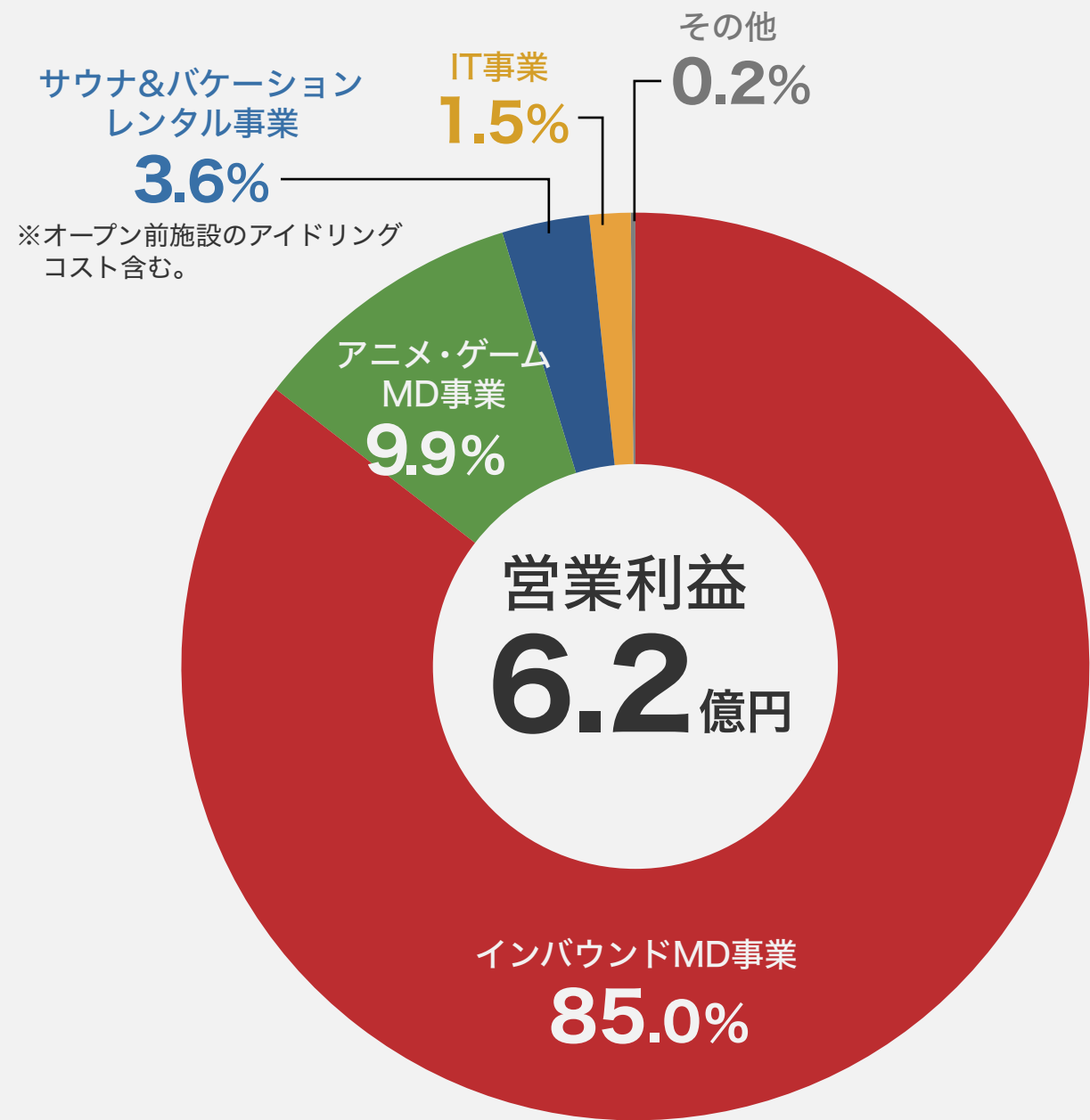
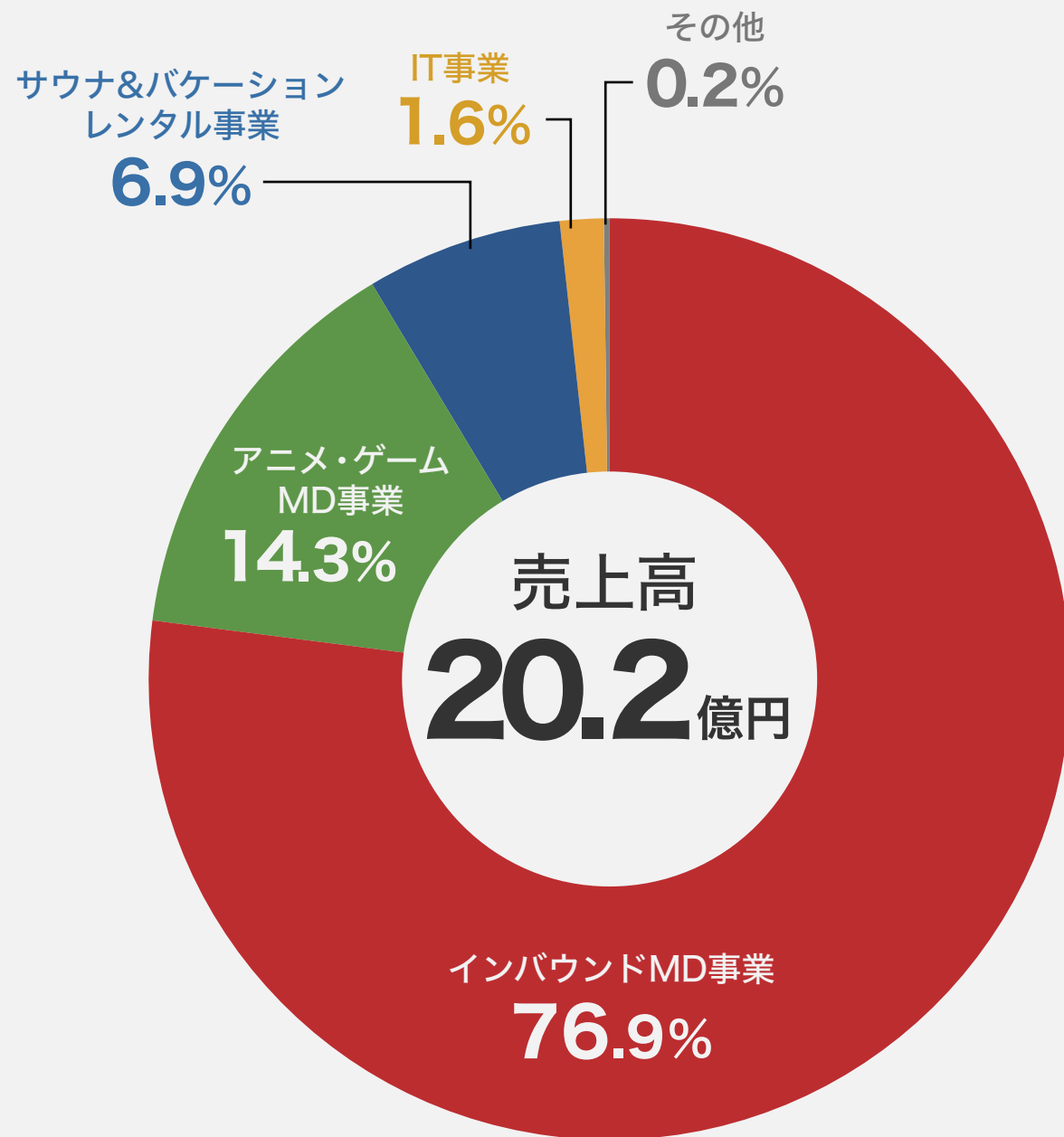
※営業利益に償却費を加算した簡易的なEarning Before Interest, Tax, Depreciation & Amortization (“EBITDA”)

→積極投資により償却費が増加基調にあり、KPIに追加。

2025年3Qでは、四半期ベースでも増収増益を達成

※訪日外客数（インバウンド）の成長率鈍化があった一方で、インバウンドMD事業部が成長を継続的に牽引し、営業利益ベースでは、前年比40%超の増益。

2025 第3四半期（1-9月）セグメント累計売上・営業利益

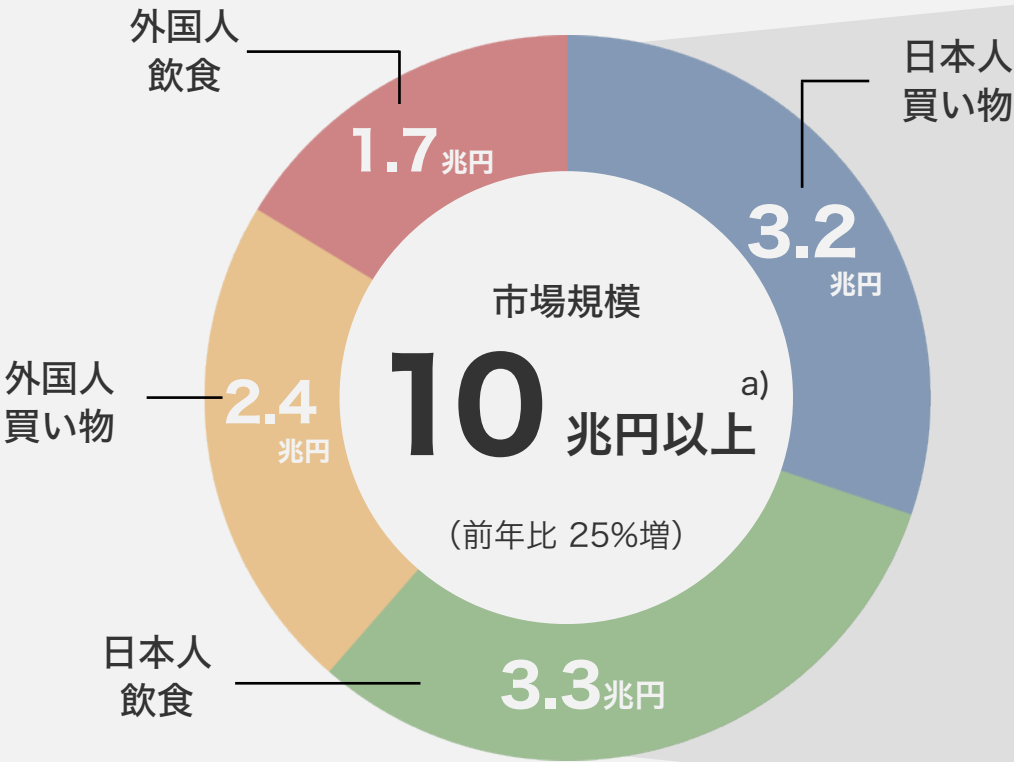


※本部経費配賦前につき、決算の数値と差分が生じます。

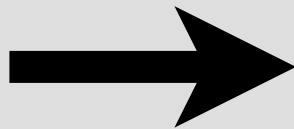
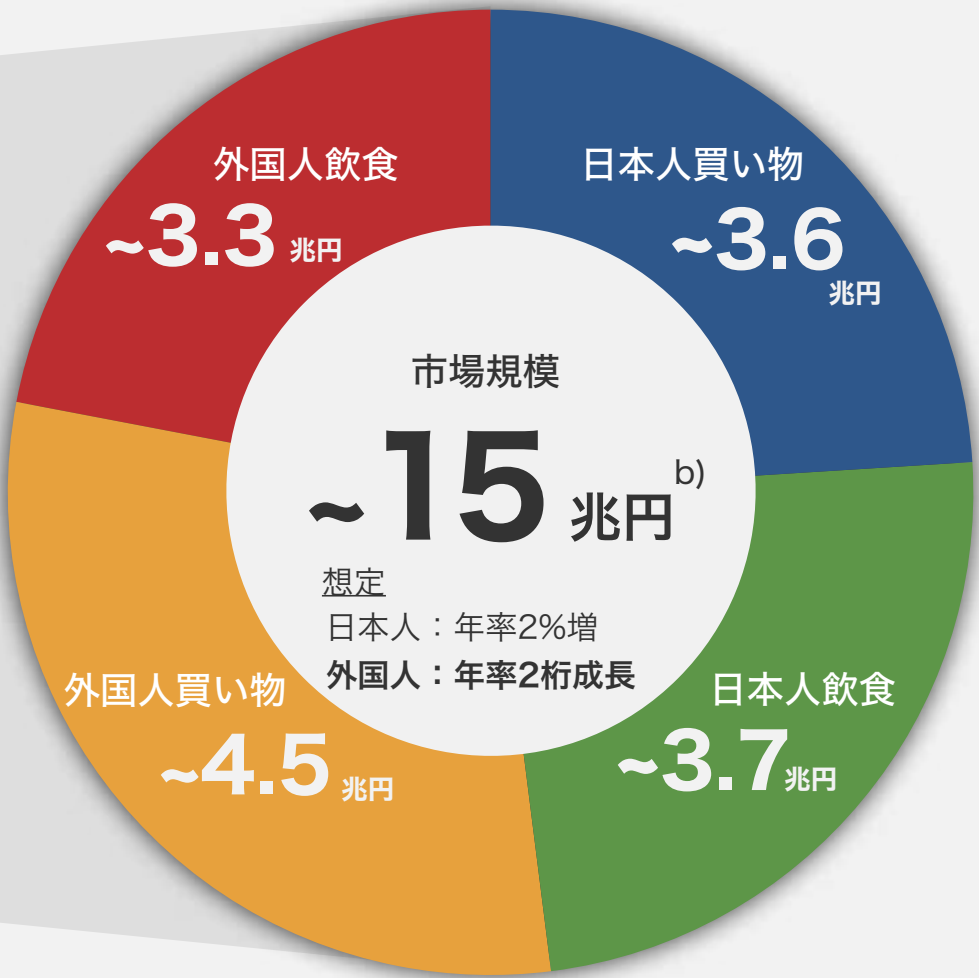
全事業セグメントで黒字を継続。

国内観光市場（現状）

※宿泊・交通除く



国内観光市場（～2030年）



全セグメントで
拡大を見込む

a) 観光庁の「旅行・観光消費同行調査」より当社推計（2024年時点）
b) 当社推計（政府による「観光立国推進基本計画」等を参考）

事業部	市場環境と見通し
1. インバウンドMD	訪日外国人（インバウンド）による観光消費の更なる拡大を見込む
2. アニメ・ゲーム	グッズ関連市場（キャラクター商品）は1.7兆円 ^{c)} 。堅調な拡大が続く
3. サウナ& バケーションレンタル	ウェルネス市場は、健康意識の高まりやウェルネス・ツーリズムの需要増加により継続的な市場拡大を見込む

事業概要

1. インバウンドMD事業

観光立地にてお土産屋の運営事業

かんざし屋
wargo

伝統的装飾品を現代に
日本随一のかんざし専門店

華やかさ、可愛らしさを演出する多様な
素材や伝統素材使用の簪 1,500 種類以
上を取り揃える専門店。



HOKUSAI
GRAPHIC

雨の日も、晴れの日も
粋に品よく、恰好よく

伝統的な和傘の形を継承しつつ、機能性
も兼ね備えた新しい傘を展開する和傘
・和柄傘専門店。



箸や
MANSAKU
1848

万(よろず)の箸を作る
縁を繋ぐ「はしわたし」

ポップなオリジナルデザインの箸や、輪
島塗・若狭塗の伝統工芸箸等、全国津
々浦々の箸を取り扱う箸専門店。



和心
wagokoro

per gram kimono
1円着物
wargo
ANTIQUE KIMONO

業界初！
1g=1円の着物量り売り

種類や素材は一切不問。1g1円で販売。
独自の仕入で圧倒的な数量の着物・和
装小物を取り揃える専門店。



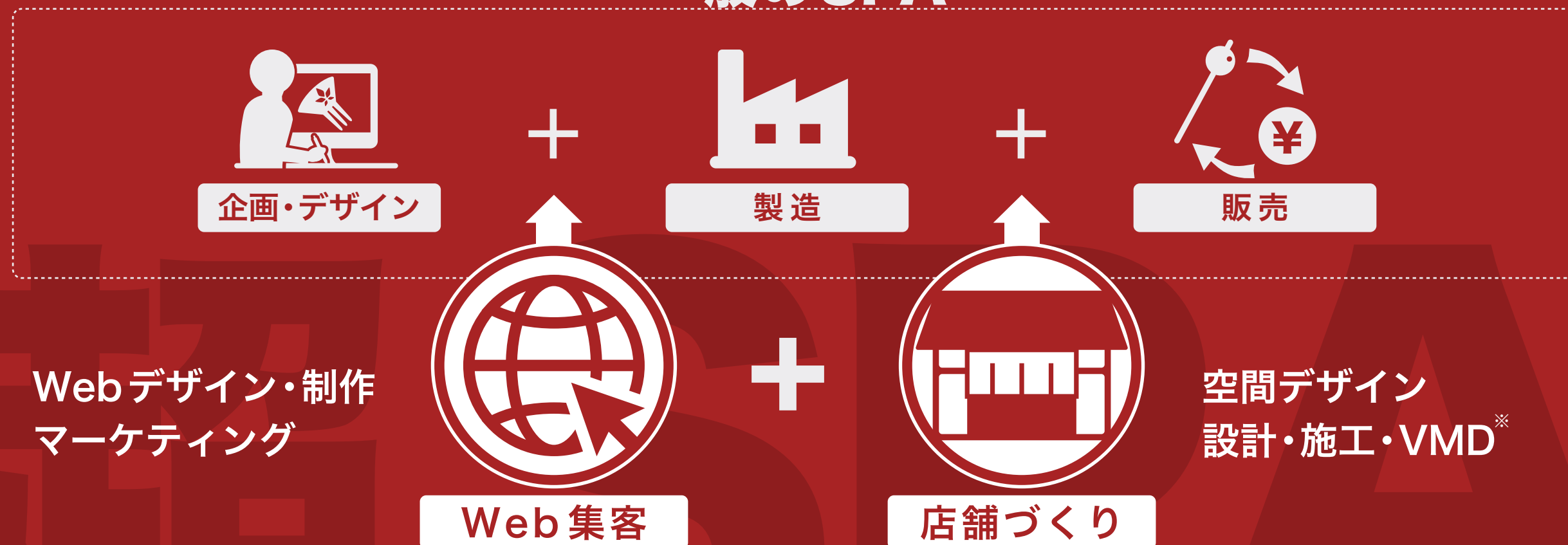
※2024年度より、セグメント名称をモノ事業の小売部門から、インバウンドMD事業に変更しています。

1. インバウンドMD事業

超SPA®モデル

○柔軟かつ迅速な商品企画・生産体制 ○圧倒的な店づくり(空間デザイン・設計・施工・VMD)[※]

一般のSPA



※VMD (Visual Merchandising) : 店舗の世界観やブランドイメージを、陳列・ディスプレイ等の視覚的手法により表現する取組み。

一般のSPAに加え、Web集客から店づくりまでを一貫して内製化。

事業概要

1. インバウンドMD事業

超SPAモデル^{a)}による効率経営



粗利益率

77.3%

b)

営業利益率

33.8%

c)

初期投資の
想定回収期間

約9ヶ月

d)

a) specialty store retailer of private label apparelの略。製造小売ともいう。企画から製造、小売までを一貫して行うアパレルのビジネスモデルを指す。

b) 2025年1～9月の事業部実績。

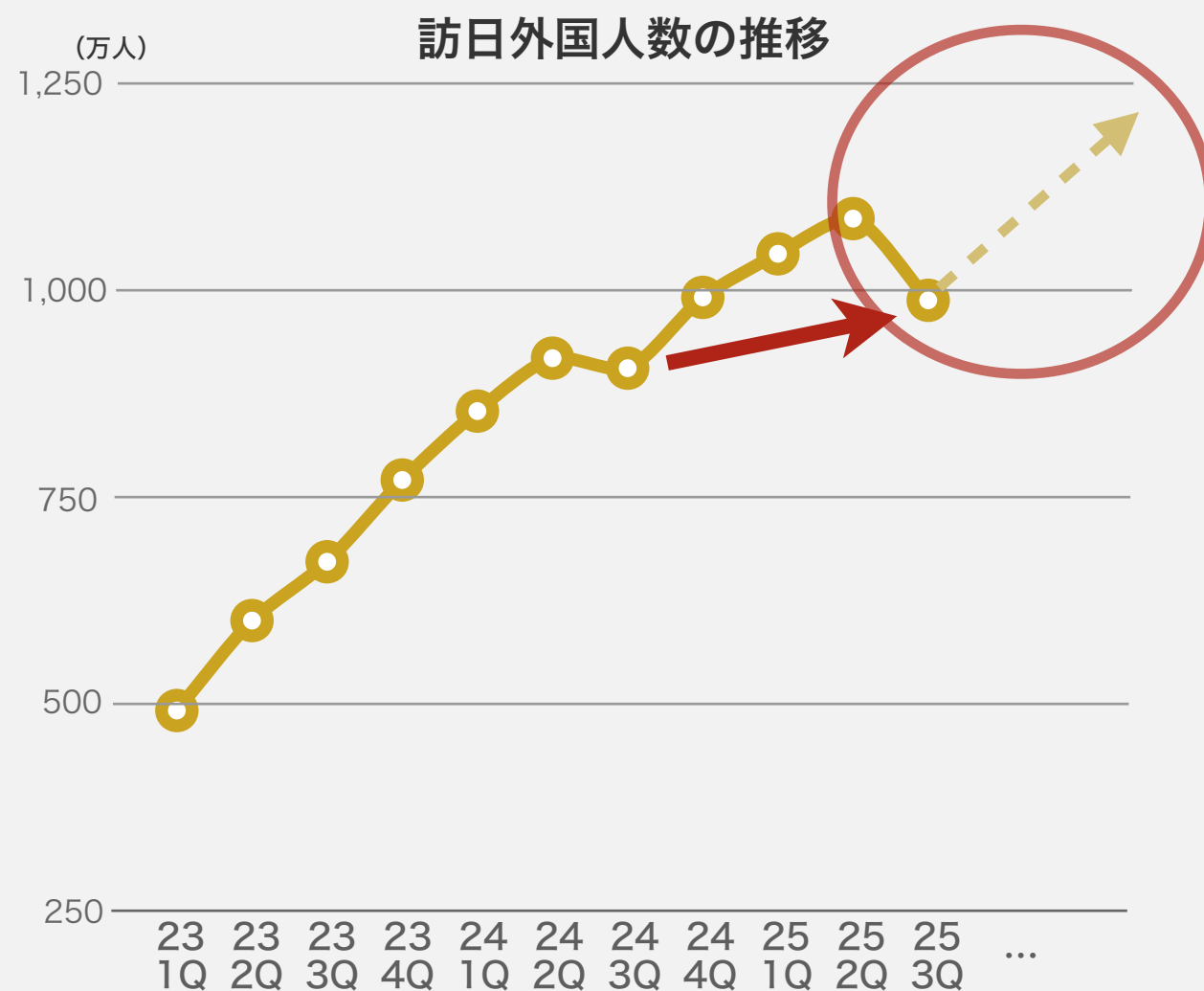
c) 2025年1～9実績（事業本部経費を含む）※一部見込値を含む。

d) 2024～25年の平均初期費用を事業部の営業利益（月次平均）で除した数値。

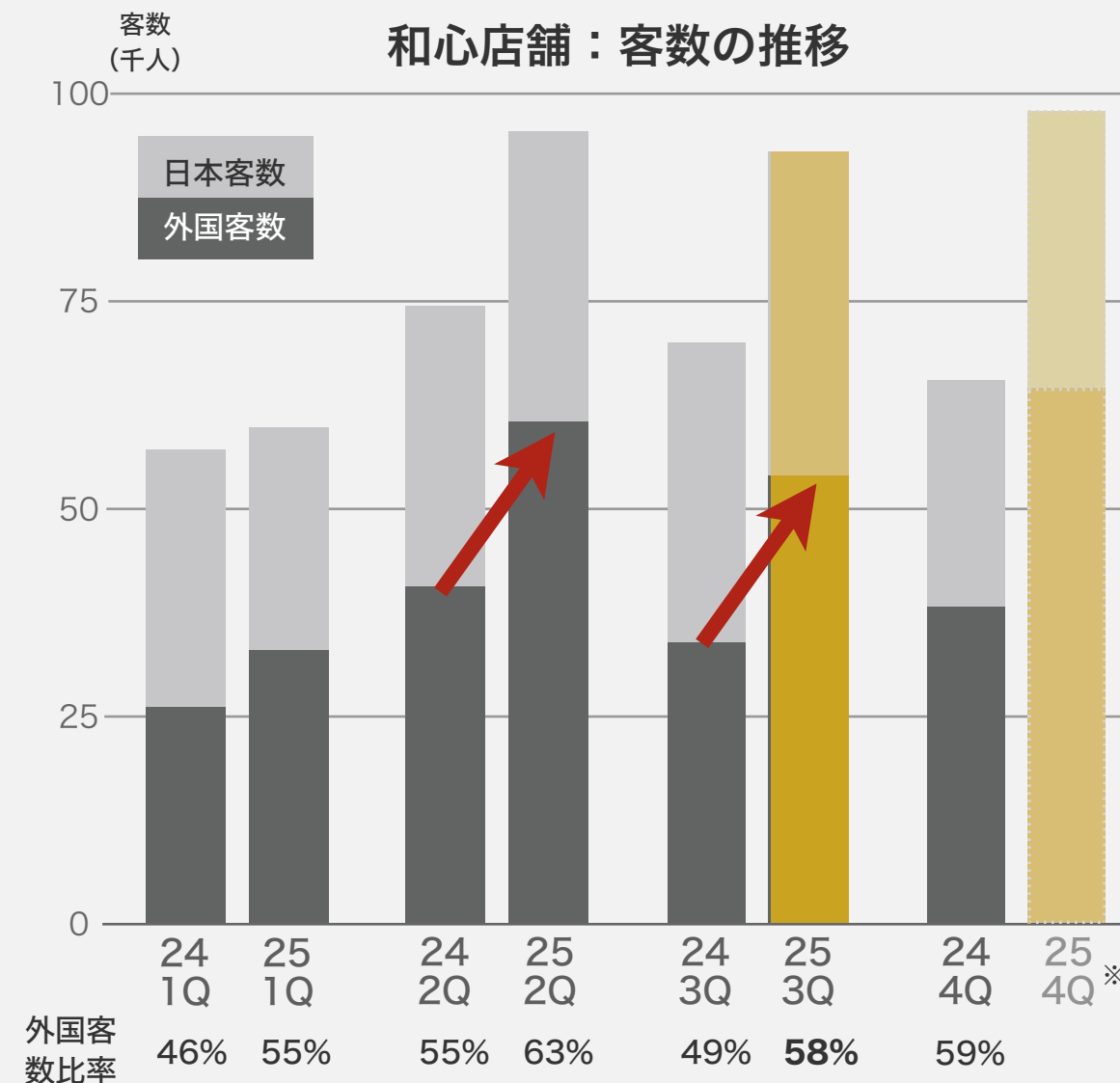
製造・販売から「店づくり」までを一貫して内製化することで、出店・改装のスピードが早く、出店投資の短期回収が可能で、高い営業利益率を実現！

1. インバウンドMD事業

訪日外国人（インバウンド）の推移と和心店舗の外国客数比率



※25年4Q以降の訪日外国人推移は、当社見込み



25年6-8月に訪日外国人増加率が一時的に鈍化したも一方、当社売上は底力を示す。

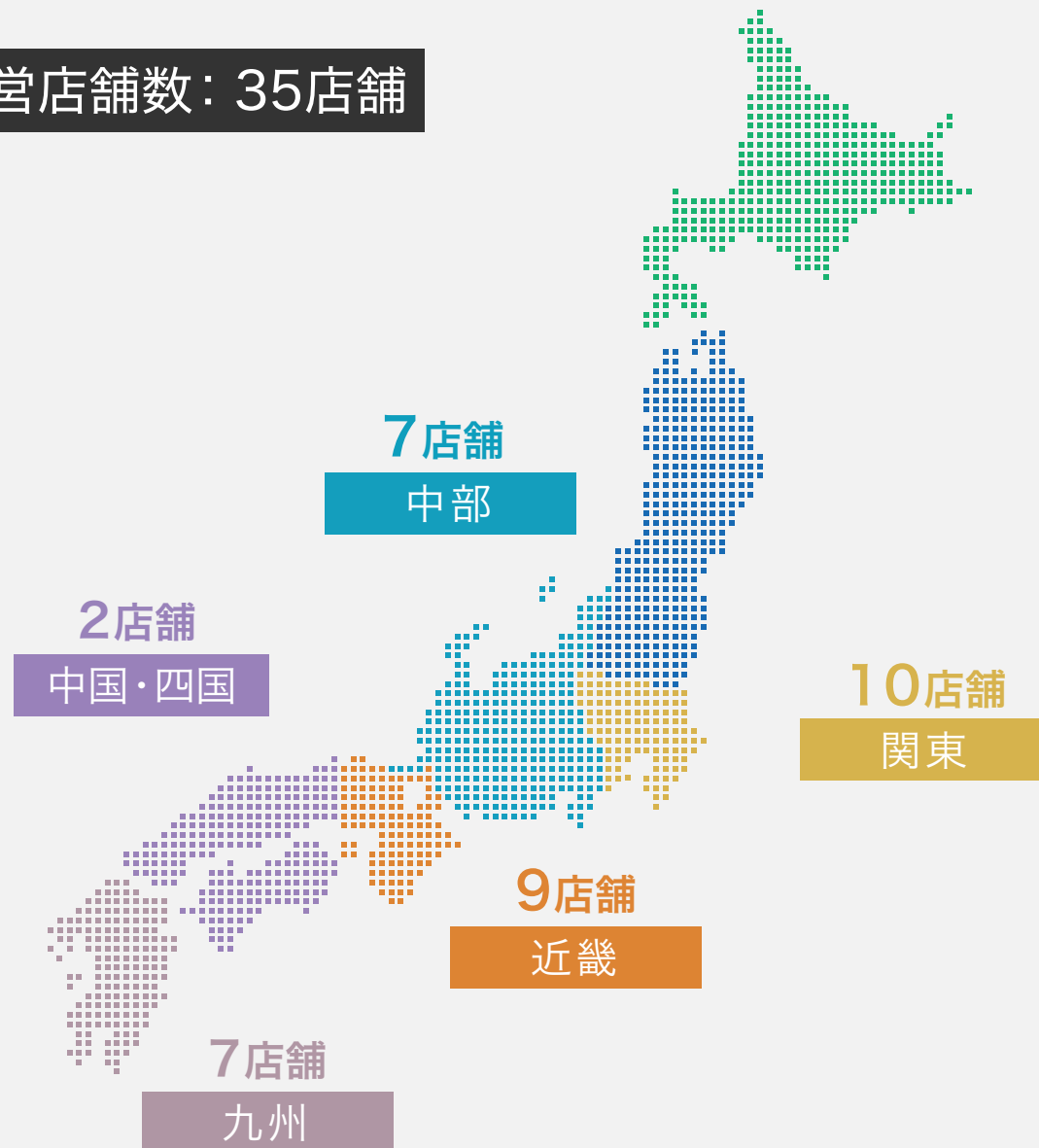
→8月後半以降はインバウンド需要の増勢が再び拡大傾向に。

事業概要

1. インバウンドMD事業

店舗数と新規出店の進捗

運営店舗数：35店舗



2025年 出店実績

- 1月 京都府 新京極 箸や万作
- 2月 東京都 新宿マルイアネックス 箸や万作
- 4月 埼玉県 川越 北斎グラフィック
京都府 新京極 かんざし屋wargo
- 5月 神奈川県 鎌倉小町通り かんざし屋wargo
東京都 浅草観音通り 北斎グラフィック
- 8月 京都府 二年坂 かんざし屋wargo
- 9月 愛知県 名古屋大須 北斎グラフィック

全国の主要都市・観光地にて複数ブランドの専門店をドミナント出店。

事業概要

2. アニメ・ゲームMD事業

キャラクターグッズのOEM制作事業



アニメ・ゲームMD事業部

営業・企画・デザイン・製造

クライアント

商品製作・催事相談 | ノベルティ配布・販売

エンドユーザー

商品予約・購入

2025年度 上半期(1~9月)

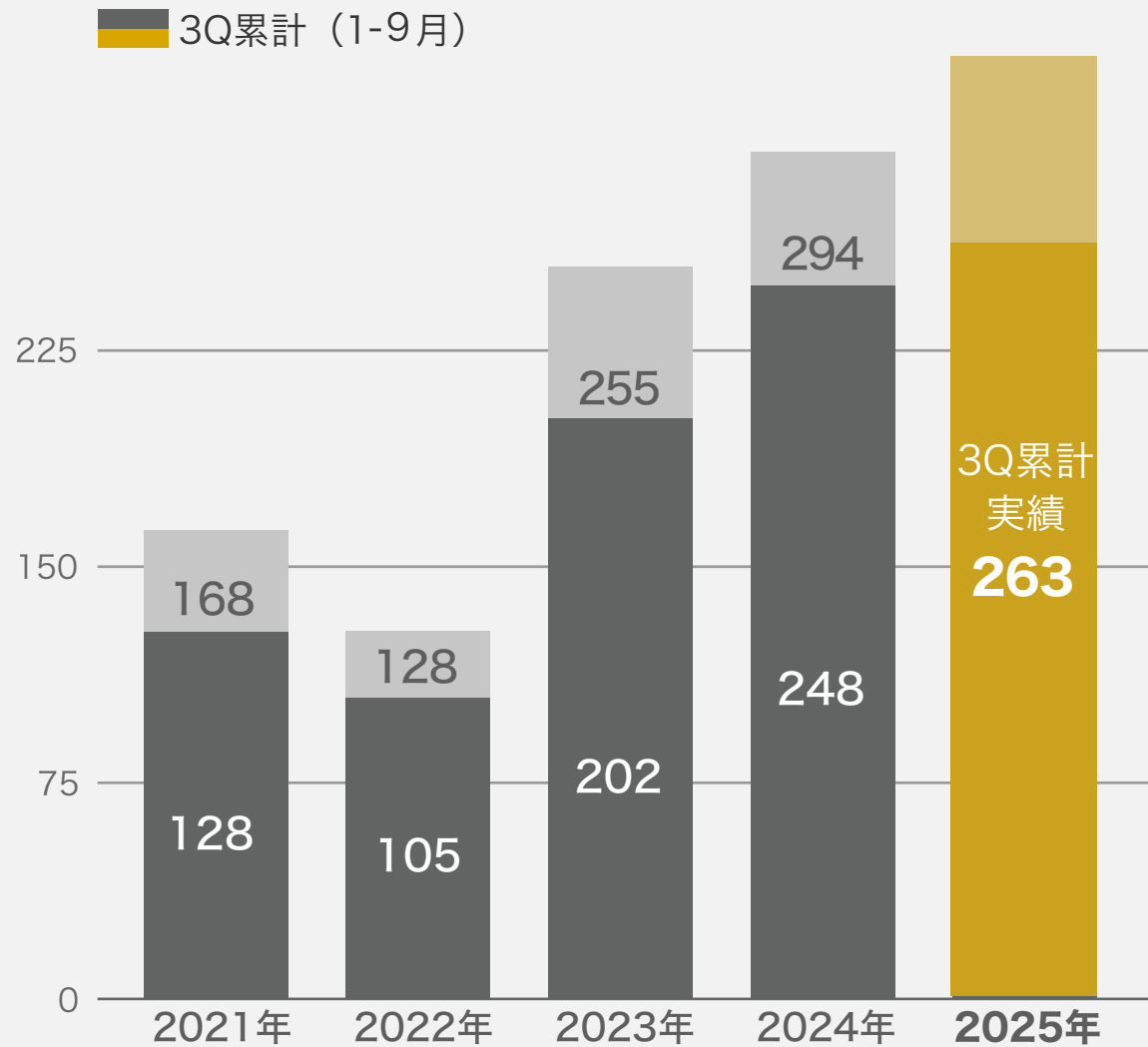
263案件納品 生産商品数
221,780個

主要お取引先 ■ 株式会社NHKエンタープライズ ■ 株式会社KADOKAWA ■ 株式会社講談社 ■ 株式会社セガグループ ■ 株式会社ソル・インターナショナル ■ 株式会社東映アニメーション ■ 株式会社バンダイ ■ 株式会社バンダイナムコフィルムワークス ■ 株式会社ビジョン ■ 株式会社丸井 etc

プライベートブランドで培ったノウハウを活かし、前年比案件数約**6%増**。

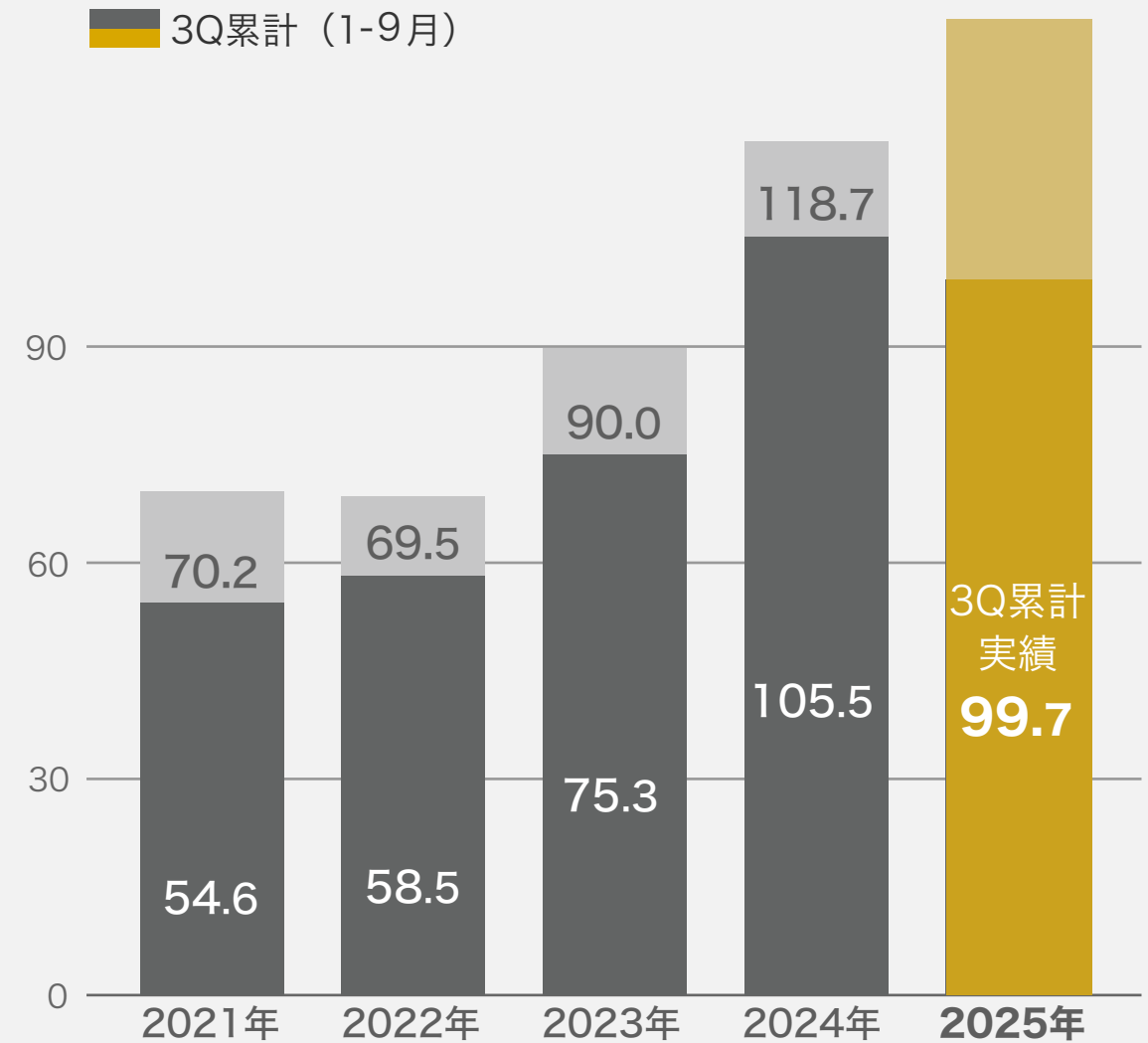
案件獲得数と粗利益額の推移

獲得案件数 a) (単位: 件)



a) 案件数: 事業規模拡大の主要指標

粗利益額 b) (単位: 百万円)



b) 粗利益額: 収益規模拡大の主要指標

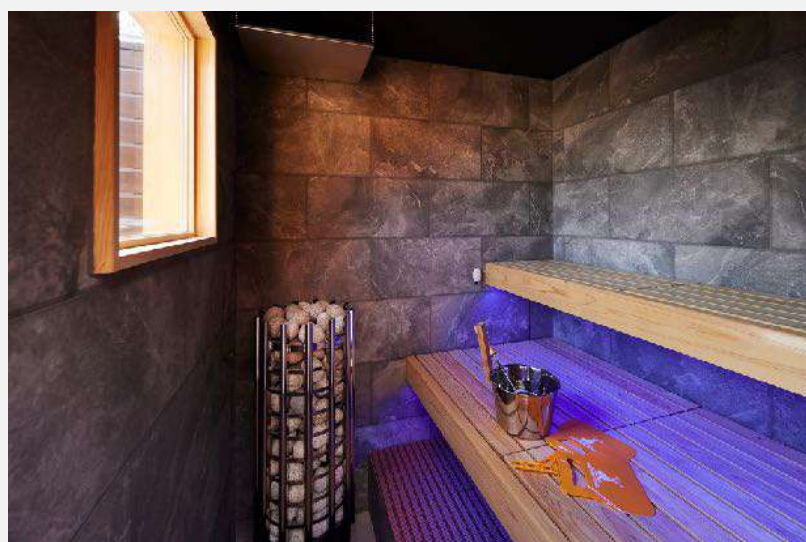
競合が少なく、参入障壁の高い和雑貨で独自のポジショニングを構築。

※インバウンド事業部の拡大を戦略的に優先し、25-26の成長率は鈍化を見込むが、営業人員の採用・教育強化により27年より成長拡大を見込む

事業概要

3. サウナ & バケーションレンタル事業(子会社 マイグレ)

サウナ・露天風呂付き宿泊施設の運営事業



空き家をリノベーションし、付加価値の高い宿泊施設として運営。

事業概要

3. サウナ & バケーションレンタル事業(子会社 マイグレ)

サービスの差別化と出店戦略

圧倒的なサウナの質

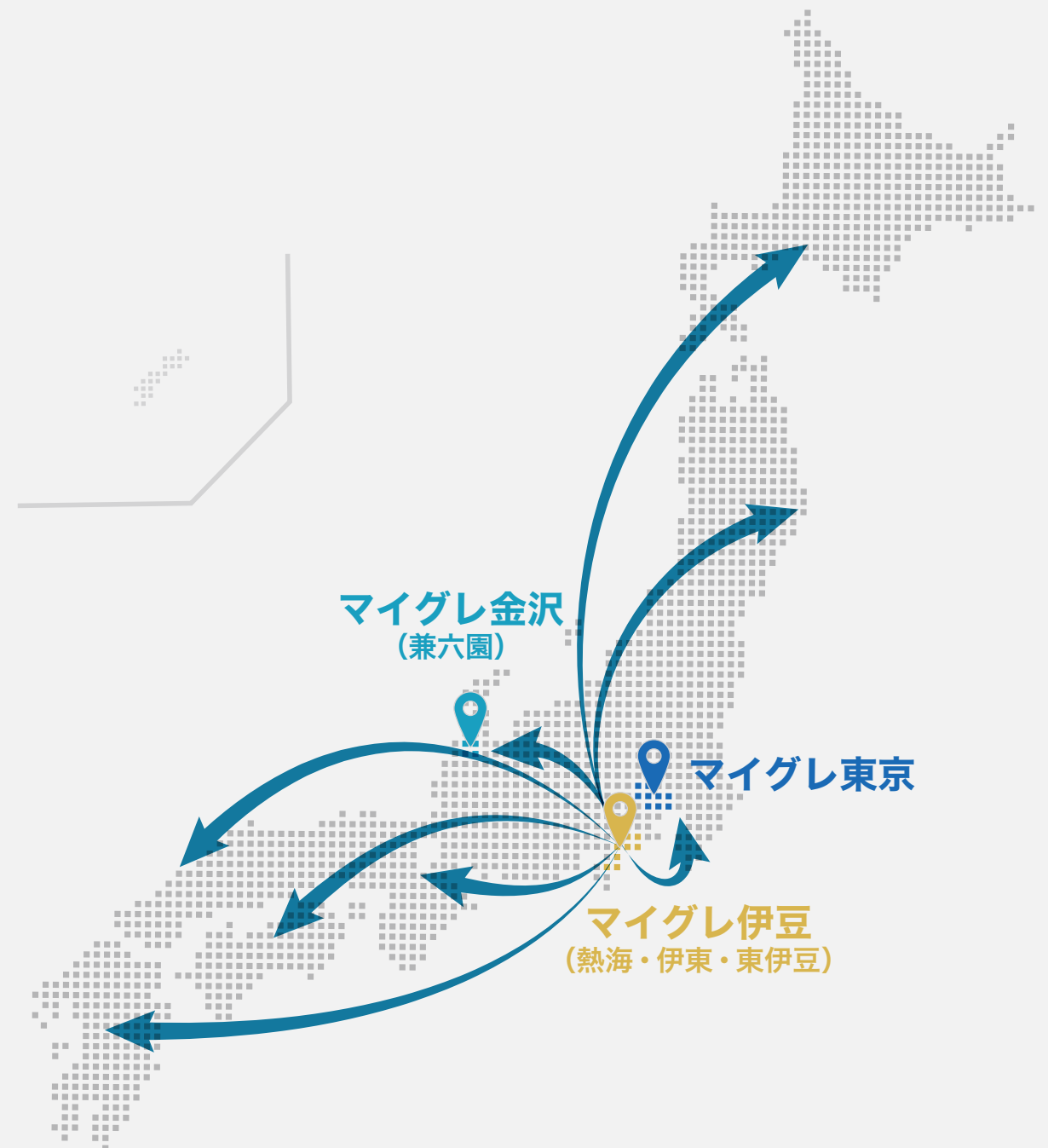
プロダクトの差別化

フィンランド直輸入の本格的なサウナストーブと、自社で幾度も研究・改良を重ねた独自のサウナ小屋により、「故障しにくく、短時間で温まり、メンテナンスが容易な」高品質なサウナ施設を実現しています。サウナ付き貸別荘という競合が追随しづらいコンセプトで、高付加価値の滞在体験を提供しています。

スピード感のある出店・運営モデル

ビジネスモデルの拡張性

物件リサーチ、リノベーション、家具の選定・コーディネート、設備導入から集客、運営管理に至るまでのプロセスを体系化し、迅速かつ効率的な施設展開を実現しています。特に、空間の魅力を高めるインテリアの提案力により、競合施設との差別化を図っています。さらに、オペレーションの標準化とにより、低コストでスピーディな出店が可能となり、開業後の短期間での黒字化を容易にしています。



事業概要

3. サウナ & バケーションレンタル事業(子会社 マイグレ)

宿泊施設の増加と展開

2025.9月オープン

マイグレPetit渋谷原宿

東京都渋谷区神宮前

和心本社や店舗を構える東京の主要観光地（渋谷区・新宿区等）にて、“和”の文化を感じる宿泊体験を提供。観光客向けの集客等のノウハウを活かし、インバウンド需要を取り込む。



2025.4月オープン

マイグレ兼六園

石川県金沢市兼六町

和心が運営するお土産品店舗の2階を宿泊施設にリニューアル。主要観光地立地による宿泊需要の取り込みと、既存リソース活用により、高効率運営を実現。

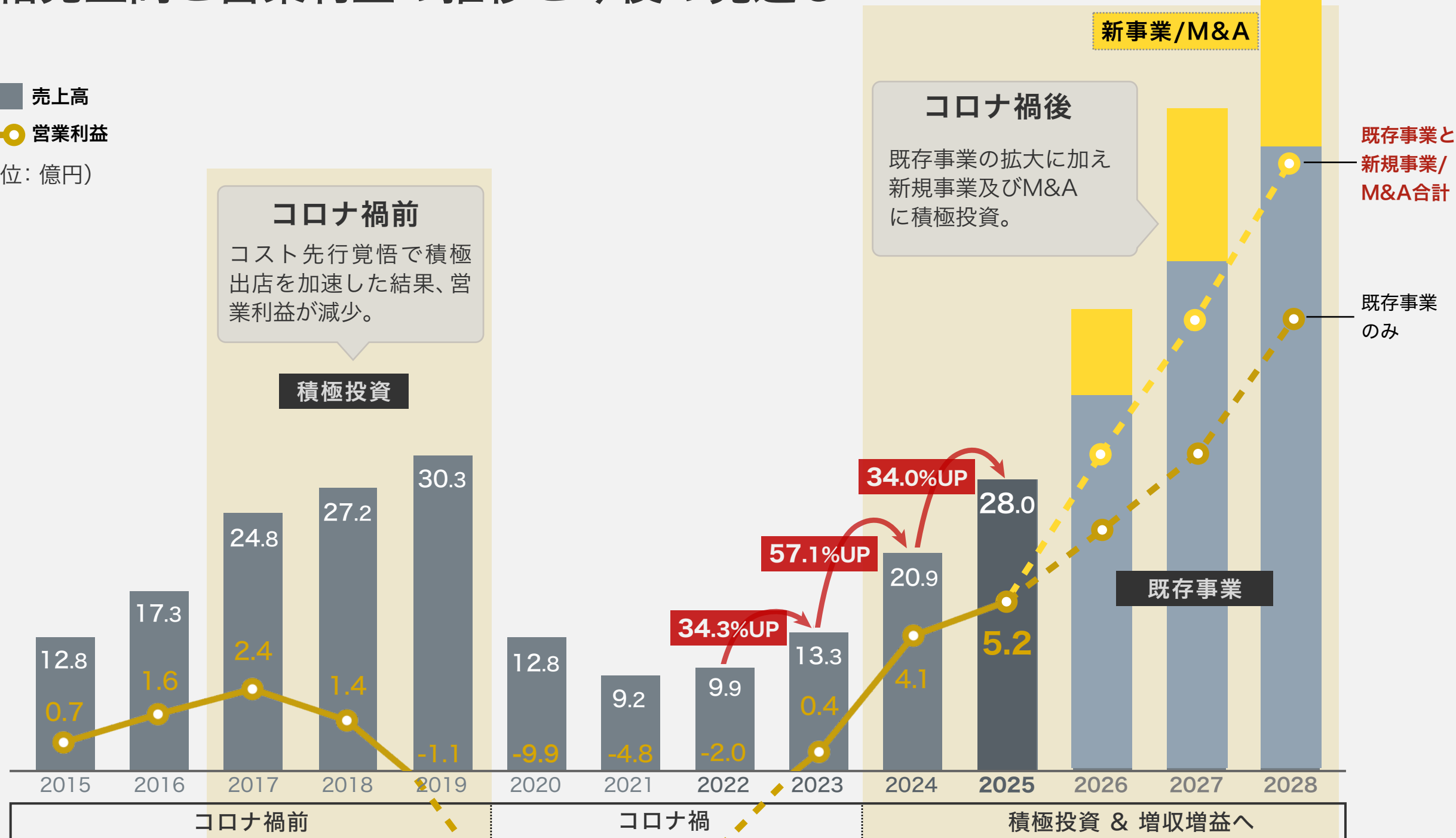


主要観光地に出店するインバウンドMD事業とのシナジーを活かし、和心独自の宿泊施設を展開。

事業計画

連結売上高と営業利益の推移と今後の見通し

■ 売上高
● 営業利益
(単位: 億円)



直近3年間の、2022～25年の年平均売上成長率は**41.4%増**。

→既存事業の持続的な拡大に加え、**積極投資により非連続な成長を実現へ**。

2025 3Q (1-9月) 連結貸借対照表

(単位: 百万円)

	前期末 (2024年12月末)	当四半期末 (2025年9月末)	前期末差額
流動資産	841	995	+154
現預金	190	572	+382
商品	208	204	△4
固定資産	434	653	+219
投資その他の資産	233	320	+87
資産合計	1,275	1,649	+374
流動負債	611	453	△158
短期借入金 (1年内返済予定の長期借入含む)	355	235	△120
固定負債	95	168	+73
長期借入金	77	158	+81
負債合計	707	621	△86
純資産	568	1,027	+459
自己資本比率	40.7%	60.6%	+19.9pt

※自己資本比率: 総資産に対する自己資本(純資産から非支配株主持分など除く)の割合。

利益の積み増し等により自己資本比率が**60.6%**に上昇。現預金は**5億円**を突破。
 →借入余力の増加含め、**成長投資 (M&A含む) への資金基盤確保。**

株主還元及び将来的な配当方針について

株主還元の方針について

当社は「株主価値の最大化」を最重要課題のひとつと捉えております。そのうえで、現時点での配当実施は時期尚早と判断しております。

現在、コロナ禍の影響を一部残しつつある現況において、新規借入自体は可能ですが、出店・施設拡充・人材投資など、成長に必要な資金を“潤沢に”確保する段階には至っておりません。そのため、**限りあるキャッシュは、将来の収益拡大に直結する分野に集中投資！**

これが現時点での最も投資効率の高い資本配分と判断しています。

将来的な配当実施に向けて

営業キャッシュフローの増加と財務基盤の厚みの確保を進めており、近い将来には、成長投資と株主還元の両立が可能なステージに到達することを目指しております。

成長資金を確保した上で、安定的かつ継続的な配当を実施できる体制を構築予定です。

今後も、持続的な企業価値向上と株主利益の最大化を目指し、誠実かつ戦略的に経営を進めてまいります。

会社概要



会社名	株式会社和心 Wagokoro Co., Ltd.		上場証券取引所	東証グロース市場 証券コード9271	
設立	2003年2月（1997年創業）		資本金	1,036,686,564円 ※資本準備金含む	
本社	東京都渋谷区千駄ヶ谷3-20-12 和心ビル		店舗数	35店舗 (2025年11月現在)	従業員数 182名 (非正規社員を含む)
役員一覧	代表取締役	森 智宏	社外取締役	稲井 祥平	
	専務取締役	最上 夢人	社外取締役監査等委員	白潟 敏郎	
	専務取締役	小田桐 新五	社外取締役監査等委員	津金 庸平	
			社外取締役監査等委員	山口 一	
子会社	マイグレ株式会社				
事業概要	インバウンドMD事業：和雑貨の企画・デザイン、製造、販売（店舗・催事）				
	アニメ・ゲームMD事業：キャラクターグッズのデザイン、OEM制作				
	サウナ＆バケーションレンタル事業：サウナ・露天風呂付き宿泊施設の運営（子会社マイグレ）				
物流拠点	江戸川BASE（東京都江戸川区） 千駄ヶ谷BASE（東京都渋谷区） 伊東BASE（静岡県伊東市）				



日本のカルチャーを世界へ

Japanese culture to the world.

©Wagokoro Co.,Ltd.All Rights Reserved.

当資料に記載されている意見や予測は、当資料作成時点における当社の判断に基づき作成しております。これらは、現在における見込み、予測及びリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招きうる不確実性を含んでおります。