

2025年12月期 第4四半期

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. M&A	04
／ 2. 通期実績	11
／ 3. 業績予想	19
／ 4. 株式還元方針	23
／ 5. 資本政策	27
／ 6. 中期経営計画	29
／ 7. 業績ハイライト	37
／ 8. 事業概要・主要指標	
インバウンドMD事業部	41
アニメ・ゲームMD事業部	47
サウナ&バケーション レンタル事業部	49
会社概要	52

M&A

Merger and Acquisition

M&Aによる非連続成長の第一歩

対象会社概要と取引スキーム	
会社名	エス・ティー・エヌ伊豆株式会社
設立	2025年12月 ※エス・ティー・エヌ株式会社より新設分割
主な店舗	
名称	メルローズマーケット伊東マリンタウン店
住所	414-0002静岡県伊東市湯川571番地の19
主な取り扱い商品	<ul style="list-style-type: none"> ・オリジナル食品（お菓子等） ・地元の名産品 ・その他雑貨
取引スキーム	株式会社和心が、エス・ティー・エヌ伊豆株式会社の株式100%を取得。26年1月30日付

道の駅 伊東マリンタウン

静岡県の道の駅ランキング

1位

※All About 2025年調査

全国道の駅グランプリ

8位

※じゃらん2024年調査



全国有数の道の駅,その中でも優良立地に。

**和心によるPMI^{a)}（店作り・商品構成・販売の強化）を経て、
年間1億円以上の償却前営業利益（EBITDA）押上げを見込む。**

a)Post Merger Integration ("PMI")： M&A（企業の合併・買収）が成立した後に、異なる2つの会社を1つに統合するプロセス。



今までは10%以下で勝負。
今後は市場の90%の本丸
へ進出します!!

※日本人観光客による買物代市場
当社推定（観光庁2024調査参考）

これまでの出店戦略（点）

有名神社仏閣近くの歴史的観光地の超一等立地中心

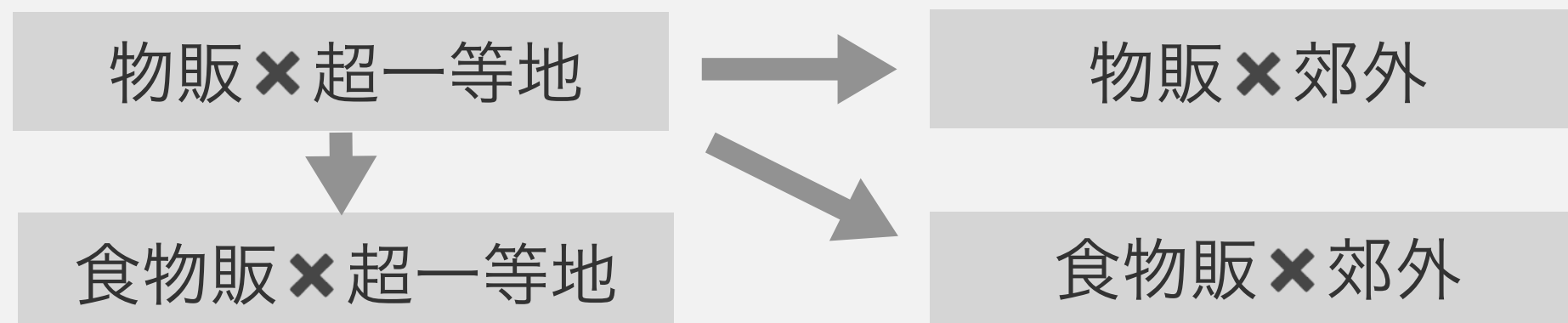
→和小物物販は限られた超一等地の販売戦略

課題：新規の出店スピードに限界がある。

今回加わった2つの要素

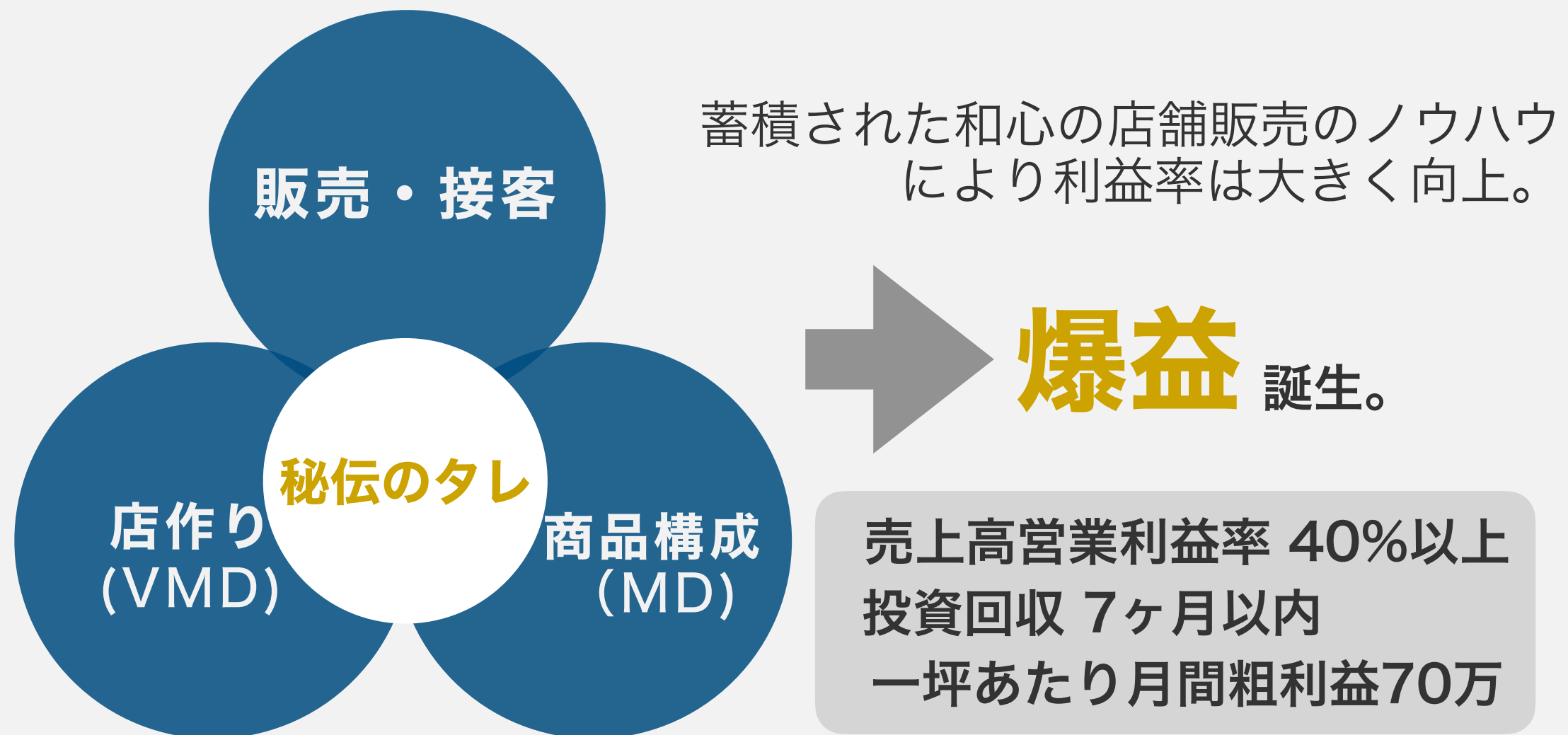
① 食物販のノウハウ

② 道の駅を中心とした郊外で稼ぐノウハウ



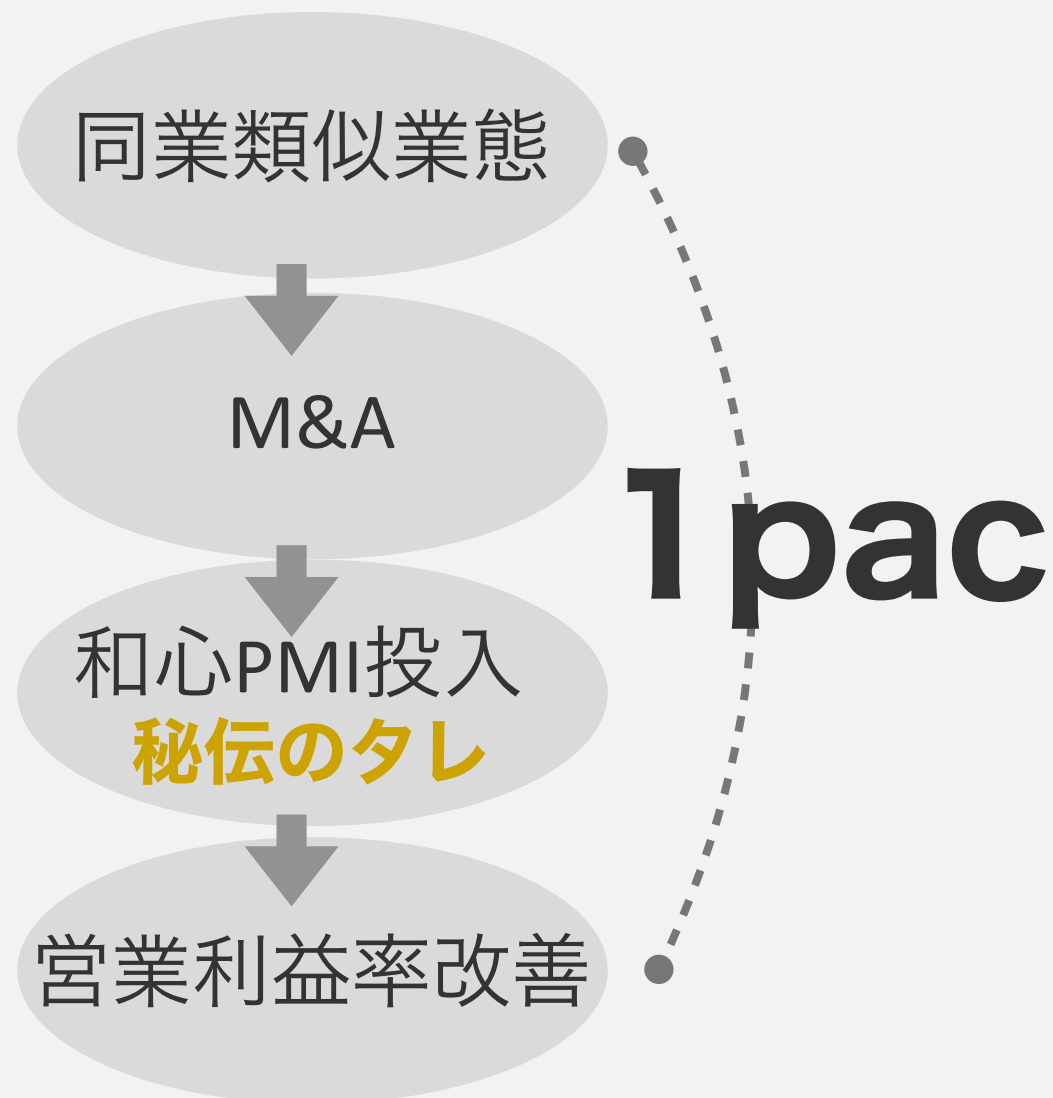
これにより出店戦略が点→線→面になり幅ができ、
今後は全国観光立地への動脈（幹線道路）を攻め立てられます。

PMI戦略 ①事業統合→爆益をパッケージ化



収益構造を改革し、
半年間で対象事業の**営業利益を倍増**させます。

PMI戦略 ②ロールアップモデルの構築に向けて



爆益をパッケージ化し
n社展開させます。

同業M&A × PMIで利益を連鎖的に拡大

非連続成長のM&Aに再現性をもたせることで、
成長戦略を『出店』と『M&A』の両輪で機能し
戦略的かつ連続的に実行していきます。

2026年 成長戦略：非連続成長はM&Aで狙う

【連続成長の先の非連続成長を作りに行く。】

新規出店・既存店改装、既存事業の改善等、これらは全て連続成長である。非常に大事だが、それだけでは成長に限界がある。和心が**非連続成長を狙う手段はM&A**しかないと考えます。

2026年に向け、CFO斎藤を中心に**M&A特設部署**を設置、始動。M&Aの機能を本格的に強化してまいります。

出店戦略が、運による出店→戦略的出店になったように。

勘による出店→型による出店に進化したように。

結論

M&Aについても、

「戦略的M&A」 「型によるPMI」 を確立していきます

通期実績

FY2025 Full-year Results

通期実績

2025 通期（1-12月）連結実績



売上高

27.83 億円

前年同期比（増減）

+32.8%

通期予想達成率

99.3%

営業利益

5.67 過去最高
億円

前年同期比（増減）

+36.2%

通期予想進捗率

109.0%

当期純利益

7.06 過去最高※
億円

前年同期比（増減）

+77.4%

通期予想進捗率

141.2%

2年連続で**営業利益・純利益**が過去最高。

純利益は、欠損金に関する会計処理が寄与し、大幅更新。

※繰延税金資産に関する一時効果約1.7億円を除いても、過去最高を更新

法人税及び実効税率に関する補足

	2024年	2025年	2026年(予想)	2027年以降
税引き前利益	4.2億円	5.5億円	7.4億円	中期経営計画参照
法人税等	① 0.2億円	② △1.5億円	③ 0.9億円	④ 実効税率
内訳				
①法人税(納付額)	0.2億円	0.2億円	0.2億円	実効税率
②法人税調整額(納付)	-	△1.7億円	0.7億円	-
当期純利益	4.0億円	7.0億円	6.5億円	実効税率
実行税率	4.8%	△27.0%	12.2%	30%程度

※連結決算の指標

補足説明

- ① 2024年は、納税額と会計上の法人税等が概ね一致
- ② 2025年は、繰越欠損金(25年末時点の税務上の繰越欠損金残高が約10億円)の資産性を考慮し、**法人税等が利益にプラス寄与**
- ③ 2026年は、繰越欠損金残高の減少に伴い、**法人税等の軽減効果は縮小**すると予想。
- ④ 2027年以降は、繰越欠損金の活用が一巡することで、**実効税率は概ね一般的な水準へ**近づくと想定。

コロナ禍で発生した欠損金の影響で、会計上の法人税等は、25-26年で大きく利益寄与。**27年以降正常化する見通し。**

2025 通期（1-12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12月末)	前期末差額
流動資産	841	1,071	+230
現預金	190	599	+409
商品	208	252	+44
固定資産	434	794	+360
投資その他の資産	233	450	+217
資産合計	1,275	1,865	+590
流動負債	611	436	△175
短期借入金	355	199	△156
固定負債	95	161	+66
長期借入金	77	153	+76
負債合計	707	598	△109
純資産	568	1,267	+699
自己資本比率	40.7%	66.4%	+25.7pt

利益の積み増し等により現預金増、純資産及び自己資本比率の拡大が継続。
→借入余力の増加含め、**成長投資（出店とM&A）への資金を十分に確保。**

【小さな逆風はあったが、全体としては良かった4Q】

10月が特に好調でした。

繁忙期に入りかけ、10月・11月が2期をまたぎ、例年より良い感触。

11月の中国要因は、感覚的には2～3%程度。

中国人観光客が減っても、日本人や他国のインバウンド増で相殺された模様。影響の重要度の指標は、既存店売上の昨年同期比。それで見ると、中国要因よりも春のアニメ・漫画系の影響の方が大きかったです。

結論

観光業として外部要因の影響を受けるのは宿命。しかしプライム市場を睨む今後はリスクヘッジも前提にした経営を意識すべき。その足がかりとしては食物販は非常に良い選択肢に。

【日本トップクラスの立地で、勝ち筋を取りにいった。】

インバウンドで和のお土産と言えば 西日本＝京都／東日本＝東京。
東京の中で言えば、浅草と築地。時速（1時間あたりの売上）だけで
見ると、**築地は日本一と言えるかもしれない。**

築地出店に関しては、下見 → 契約 → 改装 → 商品投入 → 開店ま
で、**1か月未満の超スピード出店が可能に。**

「1日でも早く店を開けて営業する」という思想を見事に実行でき
た。

結論

築地出店は、スピードと数字がそろった成功例。

4Qで見た出店力・店づくりの完成度

【和心の完全に店舗展開は、完全に型になった。】

店探し：開発チームのO田が頑張って希少な店舗をGET！

店作り：当社グループ会社maigreで鍛えた伊豆の職人軍団が、今回も非常に素晴らしい仕事っぷり。

商品陳列：24新卒がリーダーとなって、25新卒のインターンの方達を上手に指導して非常にスピード感があった。

販売：採用には苦戦するが、やはり新卒が店長となって奮闘。

結論

店探しから開店までを一気通貫で無理なく回せる体制が、4Qではっきり見えた。

【3か年計画に向けた基礎は、ほぼ完成。】

25年は、**3か年計画に向けた基礎づくり**として非常に良い一年。
人事・新卒・出店・商品づくり→ 会社の足腰が一段階強くなった。

インバウンドMD事業の利益が大きく見えるが、

- ・ アニメ・ゲームMD事業部 **過去最高利益**
- ・ サウナ&バケーションレンタル事業部 **過去最高利益**
- ・ IT事業部含め、**全事業が黒字で健全**

結論

数字以上に、**再現性のある成長モデル**が整った一年になりました。

業績予想

Earnings forecast

	2025年実績	2026年予想	YoY
売上高	27.8億円	36.0億円	129%
営業利益	5.6億円	7.5億円	132%
営業利益率	20.3%	20.8%	+0.4pt
EBITDA	6.2億円	8.0億円	128%

全ての指標において過去最高更新を予想します。
未確定M&Aや新規事業は、数字に含んでおりません。

和心が最も重視しているKPIは「出店」

【既存店よりも、新規出店を最重要KPIに置いている。】

既存店の売上や営業利益はもちろん重要です。

しかしながら、成長を経営の一番に重きをおく向こう3年間においては、それ以上に「**新規出店**」を**重要視**していきます。

なぜなら、既存店はあくまで積み上げ。

既存店が落ちてきたら、それは上げれば良いのでいつでも出来ます。

しかしながら、新規出店は**成長そのもの**。

なければ、成長がそもそもないのと一緒にです。

もちろん、既存店昨年対比売上高が100%を超えることが前提なので、そこは引き続き強くウオッチしていきます。

結論

和心にとっての最大KPIは、
既存店の改善よりも**新規出店**。

【出店数は重要か？利益を生むお店しか必要ない。】

出店数そのものを追うのは愚の骨頂。

見るべきものは2つです。

1,投資効率がどのくらいか？**投資回収期間が大事です**。我々は半年以内での回収を目標にして、現在は**7.5ヶ月間の回収期間**で新規出店をしています。

2,次はそのお店がどのくらいの営業利益を生んだか。

当該店舗においていくらの営業利益を次年度以降押し上げてくれるか？

つまり **「押上げ営業利益」** である。

結論

出店することは全く大事ではない。

押上げ営業利益こそが我々の正義であり最重要指標。

株主還元方針

Shareholder Return Policy

株主還元の方針について

当社は「株主価値の最大化」を最重要課題の一つと捉えており、2025年まではコロナ禍の影響を一部残す事業環境の下、出店・施設拡充・人材投資など将来成長に必要な投資を最優先としてきました。これらは当社にとって最も投資効率の高い選択であると判断してきたものです。

一方で、**2024年及び2025年においてEBITDA（償却前営業利益）が2期連続で過去最高を更新**。信用力向上を通じて財務基盤の拡充が進展しました。これにより、**成長投資を継続しながら株主還元にも取り組むことが可能なステージに到達したと認識しております。**

よって、以下の**2026年に以下の施策を検討**しております。

1 配当金の実施

2 株主優待制度の導入

1株あたり **12円**

当社は、2025年12月期の業績および中期的な業績見通し、投資計画、財務基盤等を総合的に勘案し、現時点においては、2026年の配当について、1株当たり12円を目安として検討しております。

配当原資の上限を約1億円とした場合、2026年の**当社予想EBITDA(償却前営業利益) 8.0億円**との比較においても、配当額は限定的な水準であり、**成長投資には影響がない**範囲と考えています。

事業が概ね計画通りに進捗し、配当を実施する場合には、2026年6月の中間期および同年12月の期末にそれぞれ概ね50%ずつを、各基準日時点の株主の皆様へお支払いすることを想定しております。

保有株数	株主優待（案）
100~999株	和心商品券 2,000円 相当
1,000株以上	和心商品券 25,000円 相当

当社は、上場後初の配当金に加え、**2026年12月末時点で上記株数を保有する株主様**に対して株主優待制度の導入を検討しております。

本制度導入は、当社商品やブランドに**親しみを持つ株主様にベネフィット**を提供すると共に、当社店舗への来店機会を創出し**長期的なファン形成に繋げる**ことが目的です。

また、本優待は自社商品券であり、原価ベースでの算定では、**当社の損益計算書への影響は限定的**であると考えております。

資本政策

Capital Policy

2026年からの3年間（中期経営計画期間）では、**EBITDA（償却前営業利益）と借入の活用により、数十億円の投資**が可能と見込み、役員・従業員・外部協力者向けのインセンティブ目的の新株予約権を除き、現時点ではこれ以上の**新たな増資は想定しておりません**。

一方で、2025年以降、当社株価が上昇基調にあることも踏まえ、発行済みの新株予約権については、今後行使が進む可能性があるものと想定しております。

主な発行済み新株予約権（第12回新株予約権）

該当新株予約権の 未行使株数	1,865,500株 ※26年2月中旬に、該当新株予約権の行使により50,000株が発行されております。
該当新株予約権の 保有者	ELLE有限責任投資組合 ※本組合の投資方針としては、「比較的短期間に一部を売却する可能性はあるものの、当社グループを中長期的に支援する意向を有し、当社の支配株主となる意思はなく、株式売却にあたっては市場の状況等を勘案し株価への影響を極力排除するよう努める方針」と確認しております。

**プライム市場への
ステップアップまでの資金は確保しました。**

中期経営計画

Mid-term Business Plan

中期経営計画（2026-28年）のスローガン

『プライムへ行くぞっ』

中期経営計画 数値計画

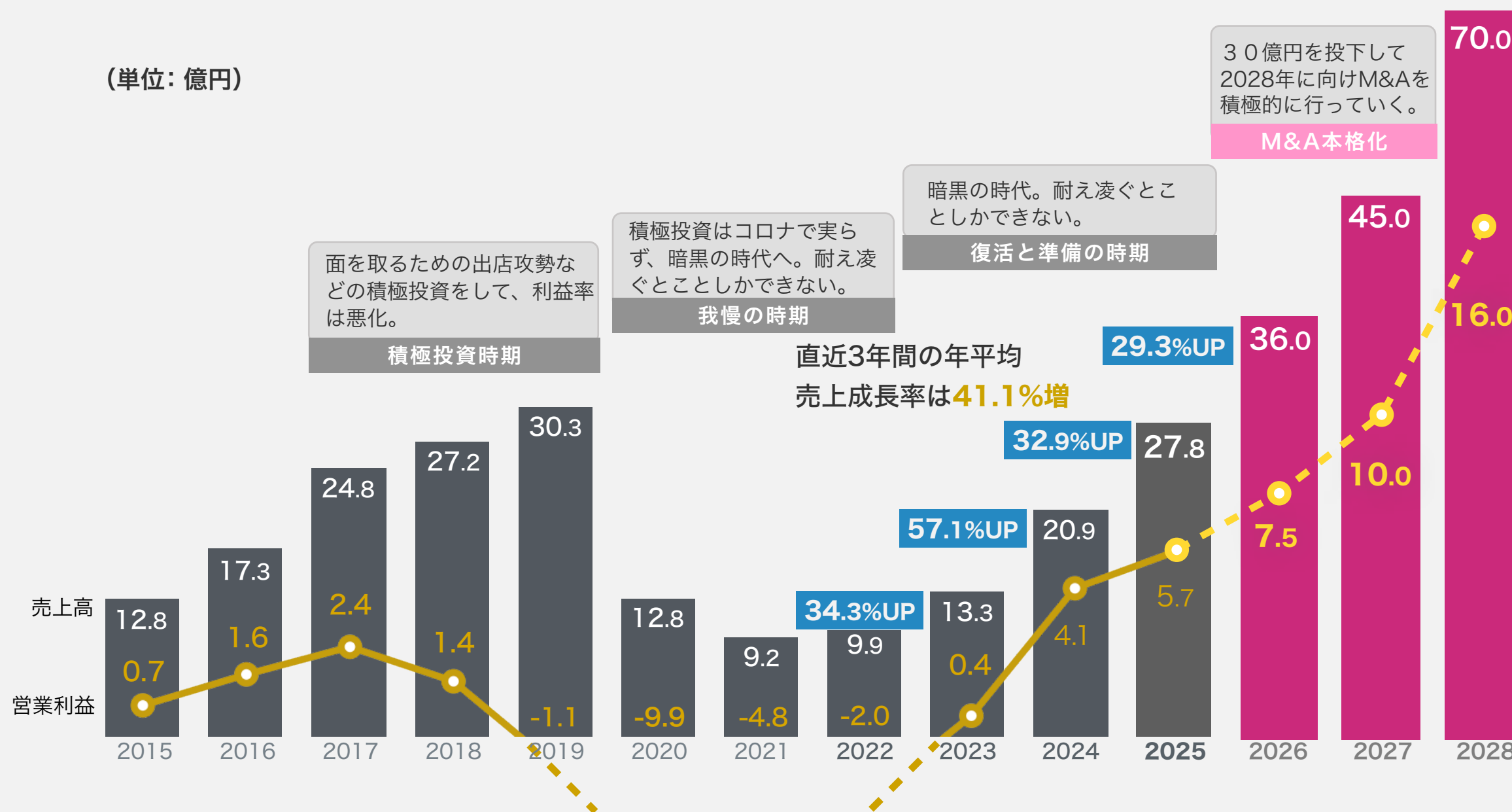


プライム市場
移行申請期

	2025年	2026年	2027年	💎 2028年 💎	FY25-28 平均成長率
売上高	27.8億円	36.0億円	45.0億円	70.0億円	+36%
営業利益	5.6億円	7.5億円	10.0億円	16.0億円	+41%
営業利益 率	20.3%	20.8%	22.2%	22.9%	+4%
EBITDA	6.2億円	8.0億円	10.7億円	20.0億円	+40%

2027年までは先行投資の時期であり、
2028年以降のジャンプアップのための準備期間とする。
新規事業をはじめ、新規出店とM&Aに注力します。

(単位: 億円)



既存事業の成長に加え、**M&Aにより非連続成長を実現へ。**

計画の実現可能性について①

2026-27年の計画について

インバンドMDの年平均9店舗の新規出店を成長の軸とし、未確定のM&Aは含まないが、過去の実績から難しくない数字です。

2年間の新規出店による押上げ営業利益は合計5.5億円を計画しています。

参考として、**2025年度のIMD事業部における新規出店の押上げ営業利益は2.6億円でした。**

進行期において、開発人員を現在の2名体制から**5名体制へ増員**する計画を考えると、（既存店および既存事業の利益が前年比100%で推移する前提ですが）**この5.5億円という利益の積み上げの実現可能性は高いと判断しています。**

2027年までの数字は、過去の実績から難しくはない。
むしろ売上と利益共に控えめの計画としております。

計画の実現可能性について②

2028年の数字について

2028年の営業利益について、計画上は16億円を見込んでおりますが、正直に申し上げて、既存事業の積み上げのみでも13億円程度は十分に射程圏内であると考えています。

一方で、2028年の計画値には、なお**約3億円の営業利益が不足**しています。この不足分については、**M&Aによって補完する方針**です。

M&Aに充当可能な資金については、現在保有している現金、今後2年間の営業キャッシュフロー（今期も法人税負担は極めて軽微）、既に発行済みの新株予約権による調達資金、これらを合算すると、**運転資金および新規出店投資を差し引いた後でも約20億円**の余力があります。

加えて、今回発表済みのM&Aは**金融機関借入で100%実行**しており、追加の借入余地（約10億円程度）も十分にあると考えています。

仮に、**20億円を投下して3億円の営業利益を創出するM&A**を行うとすれば、投資効率の観点からも**極めて実現可能性は高い水準**です。

社内の目標としては、**自己資金20億円＋借入10億円＝30億円**を投下し、**営業利益6億円模の企業をM&A**、その後PMIによって利益を大きく引き上げることを想定しています。のれん償却期間にもよりますが、**EBITDAベースで12億円、営業利益で6億円程度は十分に見込める**と考えています。

計画の実現可能性について③

【結論】

- ・ 新規出店により、**2年間で営業利益を5.5億円押上げ**
- ・ M&Aにより、**3億円～6億円の営業利益を上乗せ**

これらを組み合わせることで、

2028年の営業利益は

16億円～19億円が現実的なレンジとして見えてきます。

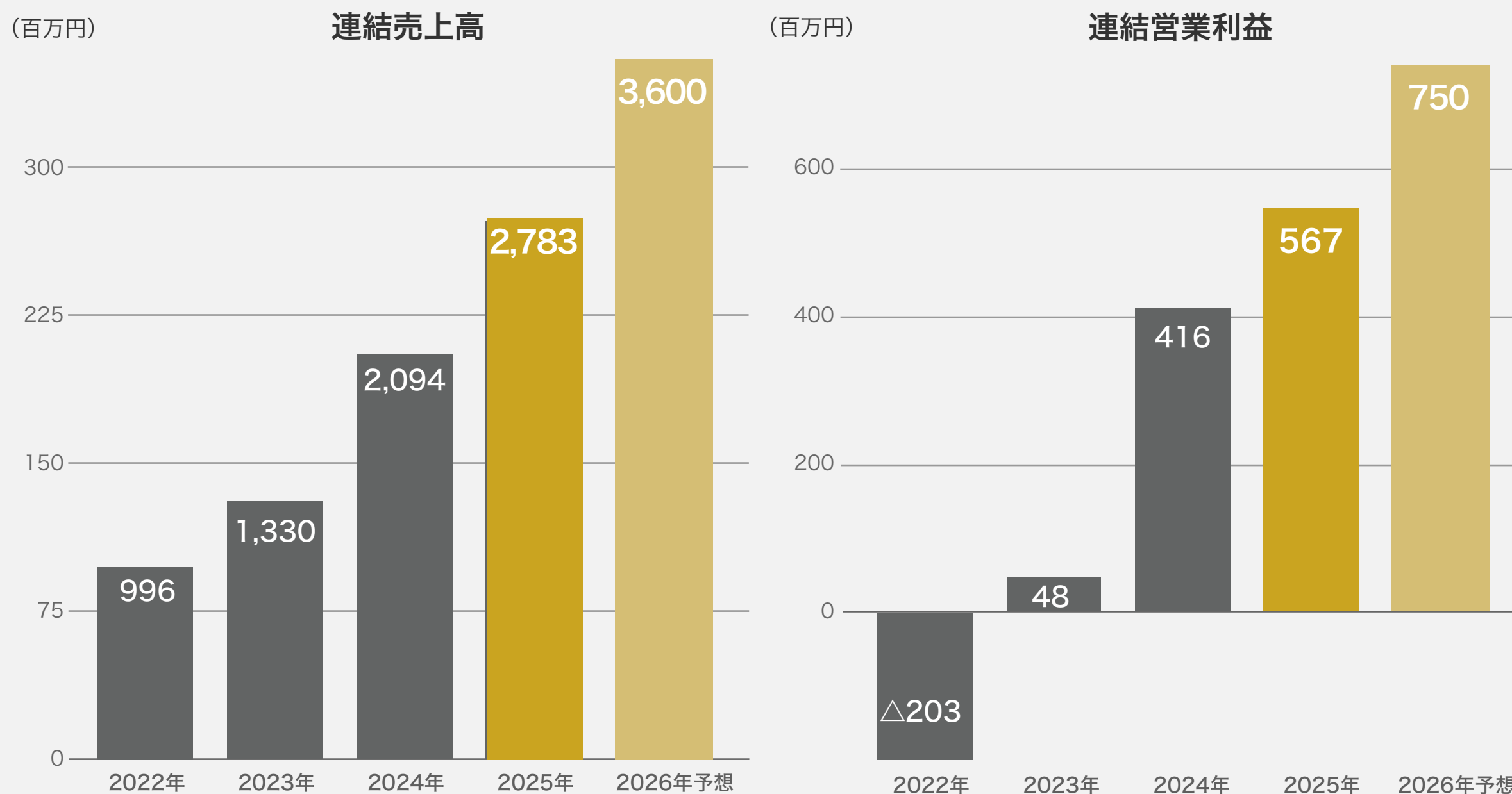
2025年12月期 第4四半期
代表 森による総括

連続成長は、出店で取りに行きます。
非連続成長は、M&Aで取りに行きます。

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

2022-2026 連結売上高・営業利益推移



2026年は、売上・営業利益共に過去最高を見込む。

2024-2025 通期（1-12月）連結損益計算書

	2024年通期	2025年通期	YoY増減率
売上高	2,094百万円	2,783百万円	+32.8%
営業利益	416百万円	567百万円	+36.2%
営業利益率	19.87%	20.37%	+0.5pt
EBITDA [※]	433百万円	621百万円	+43.5%
経常利益	389百万円	531百万円	+36.6%
当期純利益	398百万円	706百万円	+77.4%

※Earning Before Interest, Tax, Depreciation & Amortization (“EBITDA”)：営業利益に償却費を加算した営業キャッシュフロー（償却前営業利益）
→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。

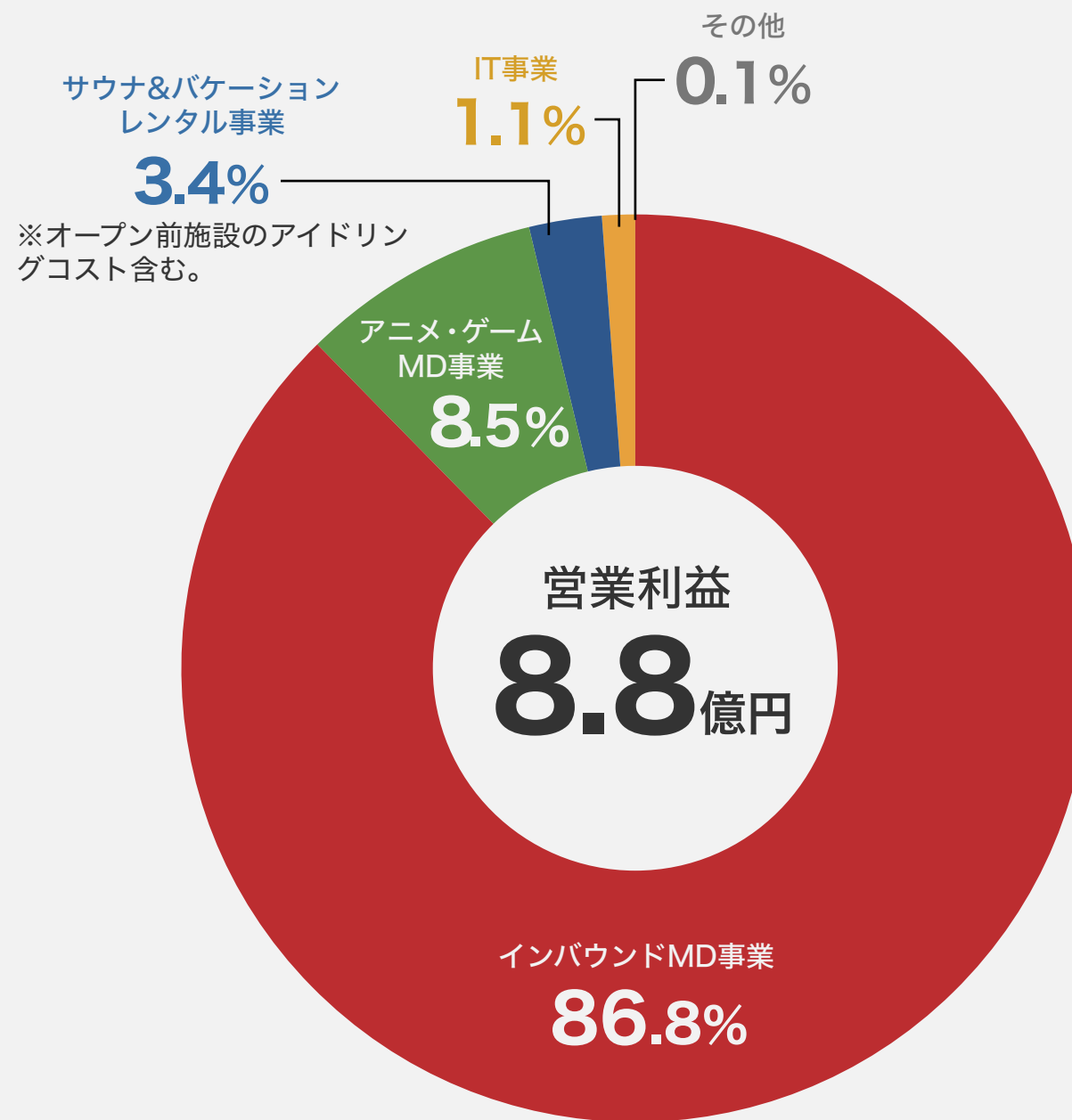
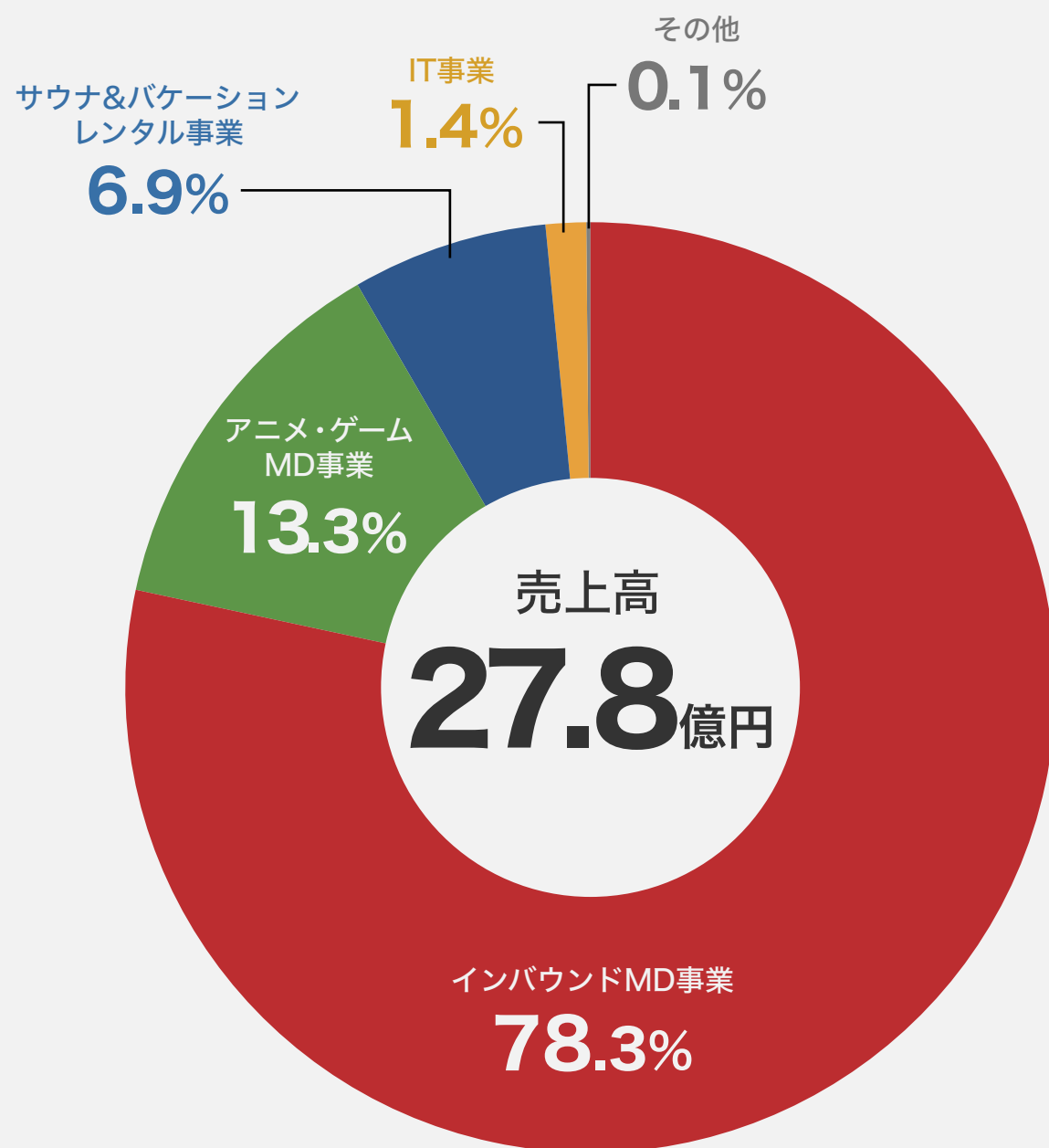
2024-2025 第4四半期（10-12月）連結損益計算書

	2024年 4Q	2025年 4Q	YoY増減率
売上高	507百万円	760百万円	+49.9%
営業利益	99百万円	118百万円	+19.1%
営業利益率	19.53%	15.53%	△4.0pt
EBITDA [※]	103百万円	152百万円	+47.5%
経常利益	87百万円	78百万円	△10.4%
当期純利益	81百万円	240百万円	+196.2%

※Earning Before Interest, Tax, Depreciation & Amortization (“EBITDA”)：営業利益に償却費を加算した営業キャッシュフロー（償却前営業利益）
→積極投資により償却費が増加基調にあり、KPIに追加。

2025年4Qでは、四半期ベースでも増収増益を達成

4Qに戦略支出（店舗改装・採用費等）の計上を行なったものの、営業利益・純利益で増収を達成。



※本部経費等配賦前につき、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。

事業概要・主要指標

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
石作

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。



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
小物を取り揃える専門店。



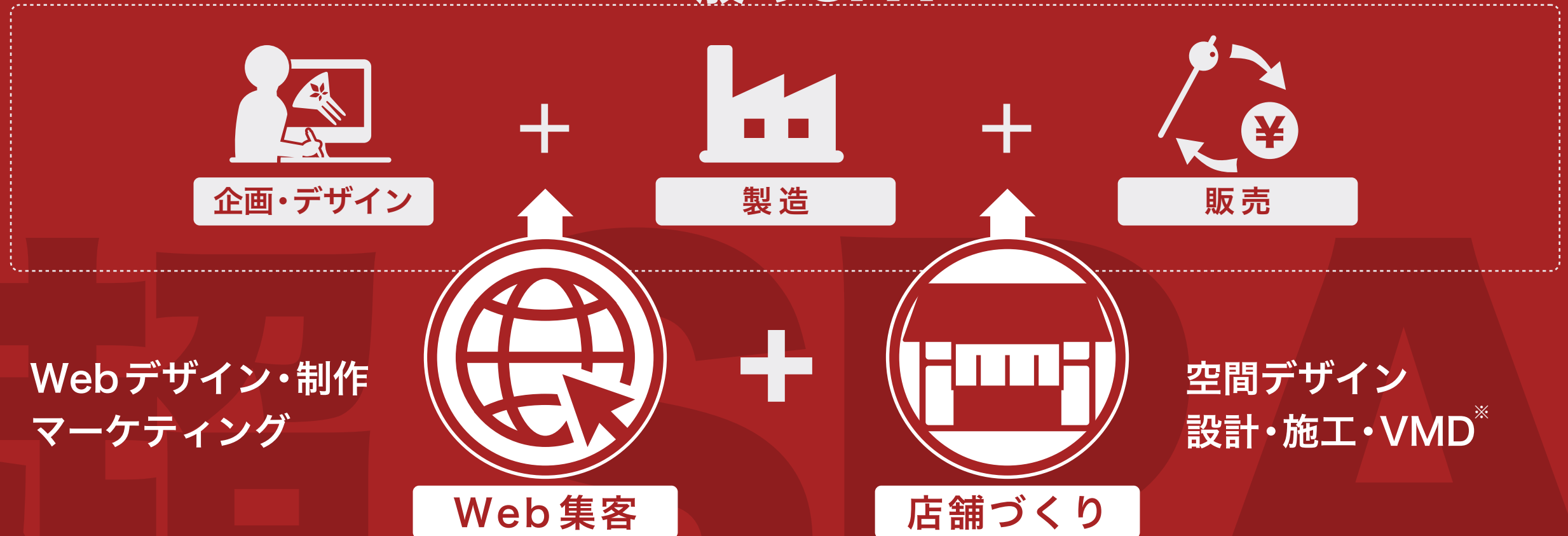
※2024年度より、セグメント名称をモノ事業からインバウンドMD事業に変更しています。

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。

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

77.5%^{b)}

営業利益率

34.9%^{c)}

初期投資の
想定回収期間

約7.5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1～12月の事業部実績。

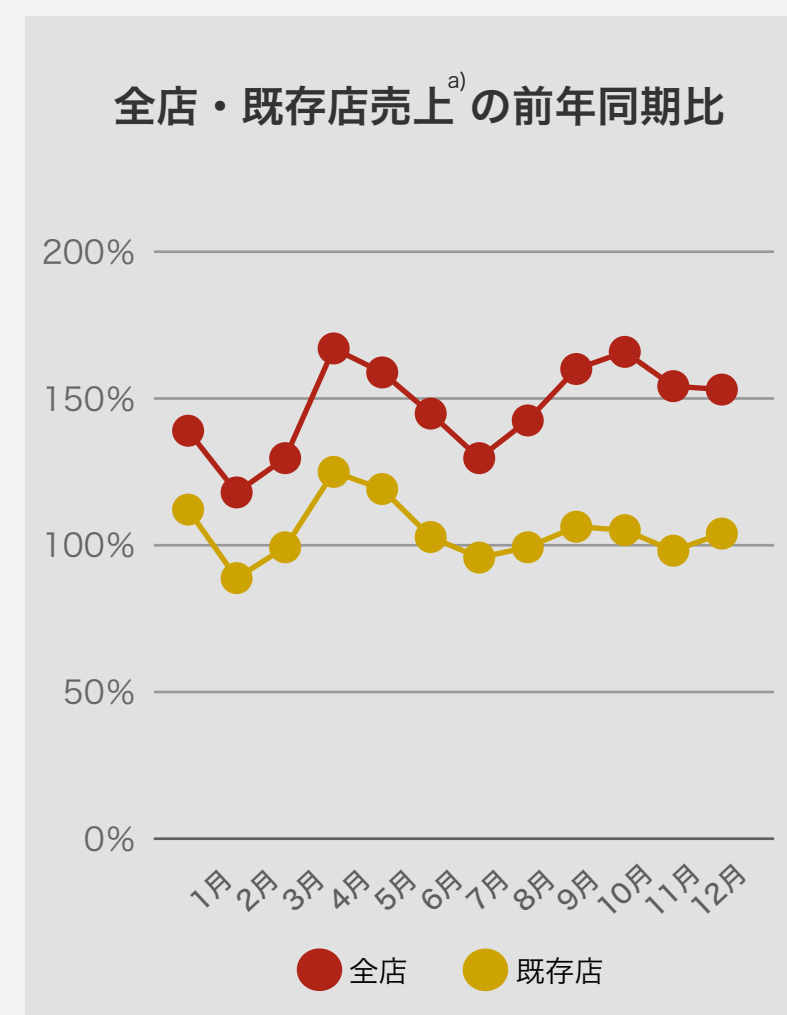
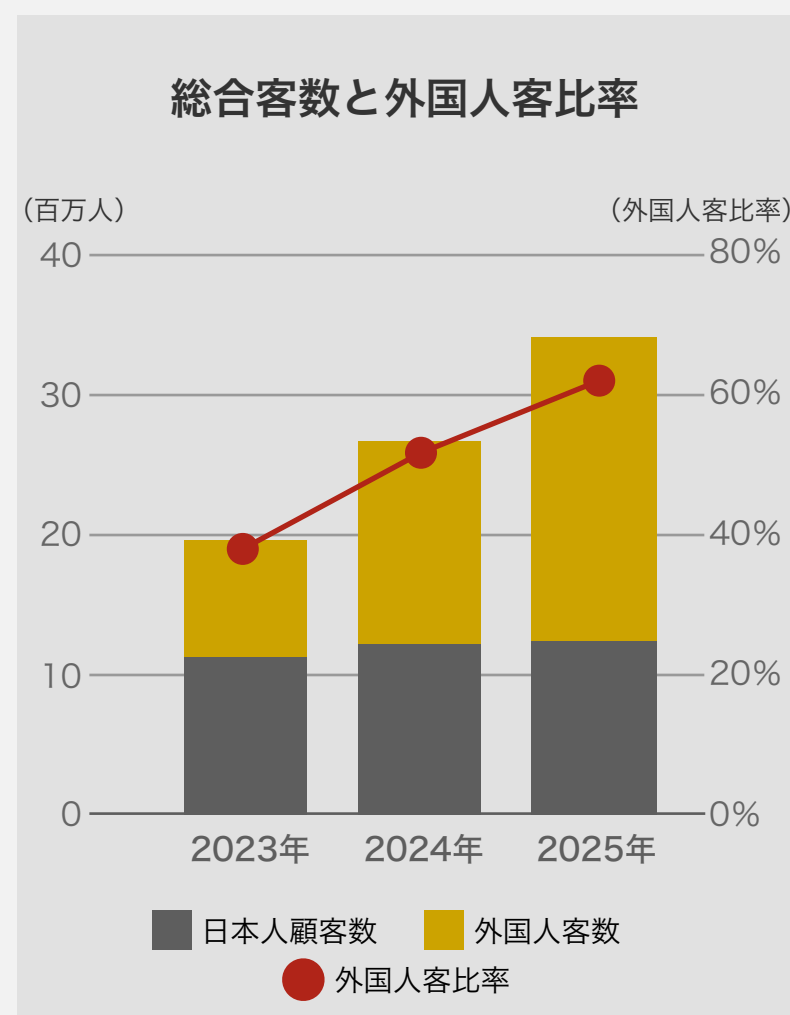
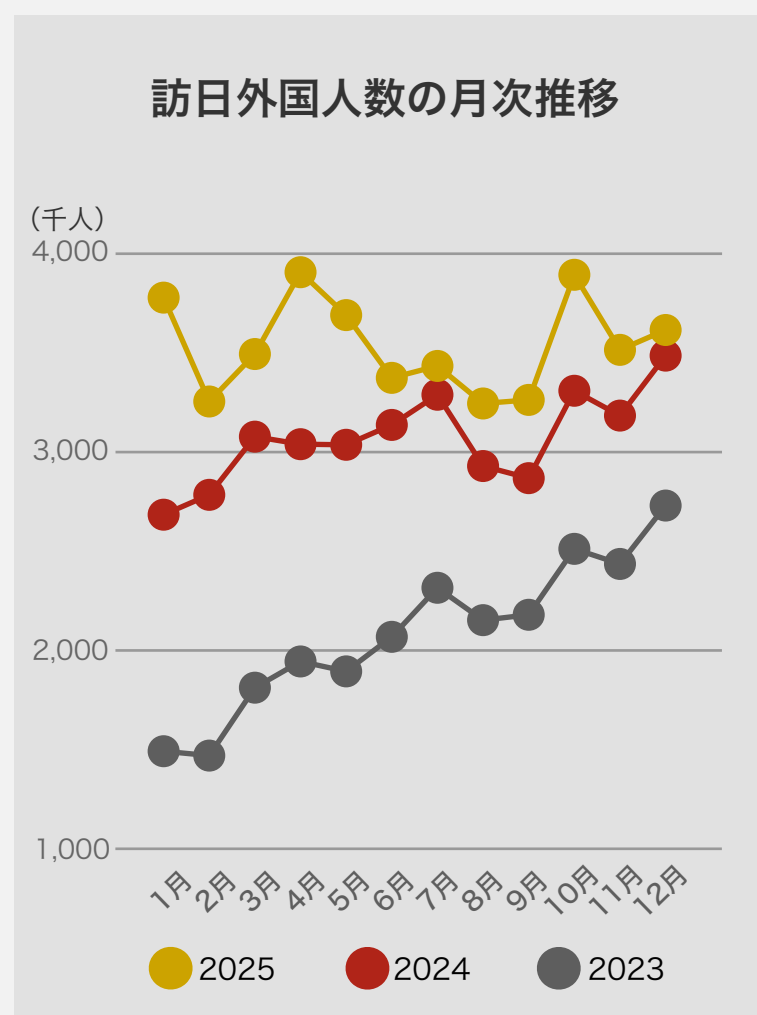
c) 2025年1～12実績（事業本部経費を含む）※一部見込値を含む。

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し、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



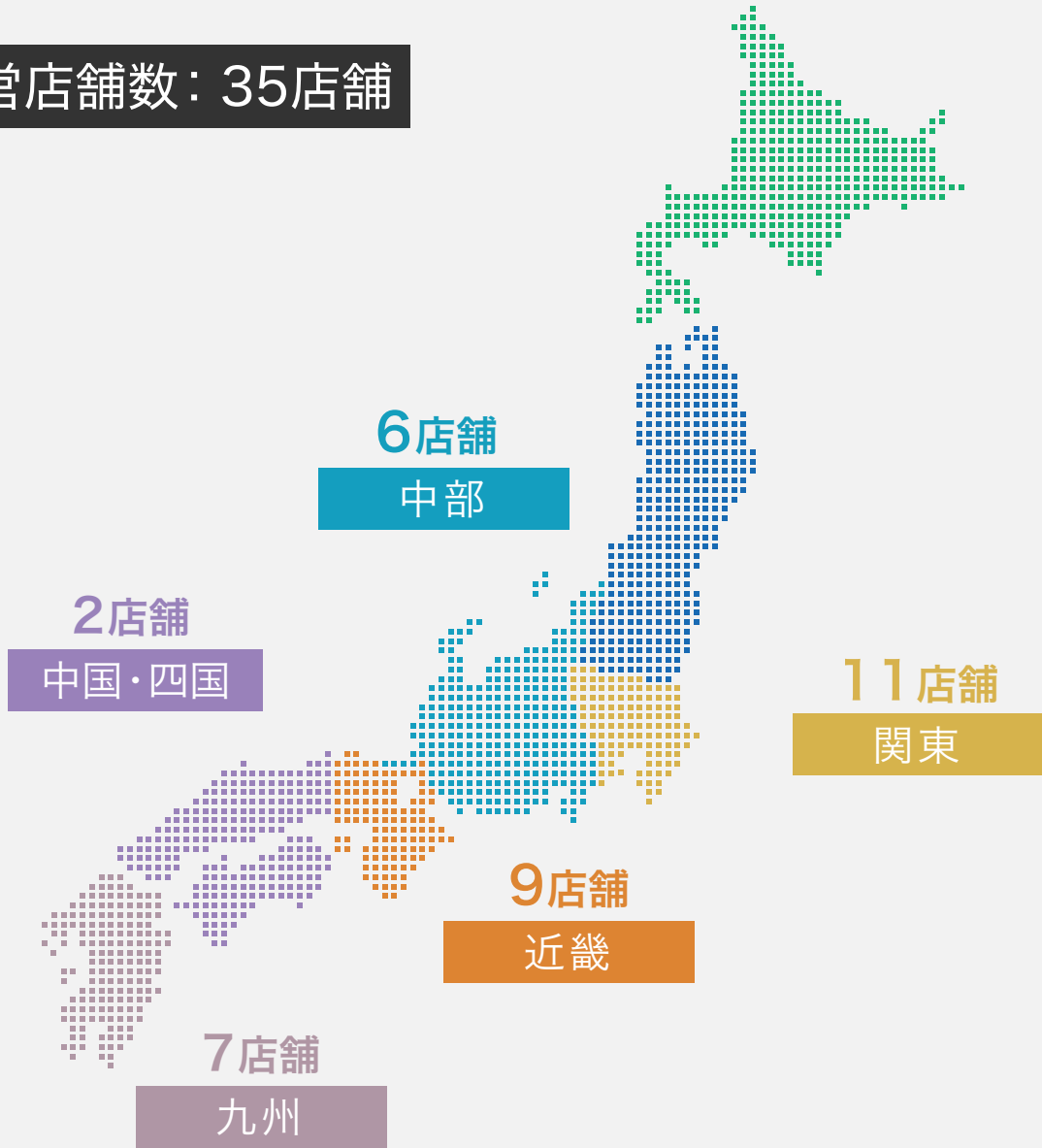
a)既存店売上は、前年同月及び各月において1ヶ月間営業した店舗を対象としています。（新店舗、改装等により未稼働の店舗は除外）

2025年11月後半より、中国本土からの訪日外国人が減少した一方、韓国・台湾などその他地域からの訪日来客増が牽引し、全体では訪日外国人数は前同期比で増加。

→当社既存店売上の前年比は、2025年通期で110%を達成

店舗数と新規出店の進捗

運営店舗数：35店舗

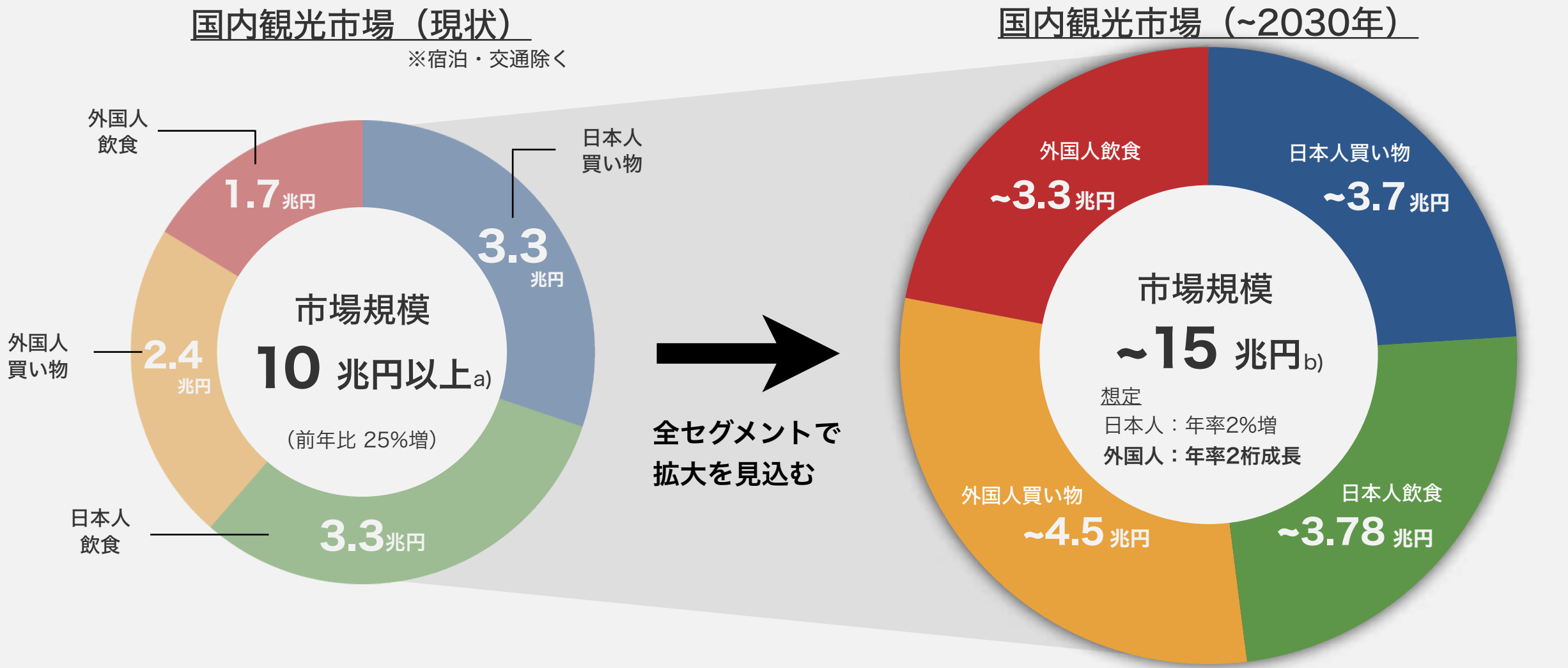


2025年 出店実績

- 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
- 11月 東京都 築地市場 箸や万作

全国の主要都市・観光地で複数ブランドの専門店をドミナント出店。

各事業部の市場規模及び成長性



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



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(1～12月)

333案件納品

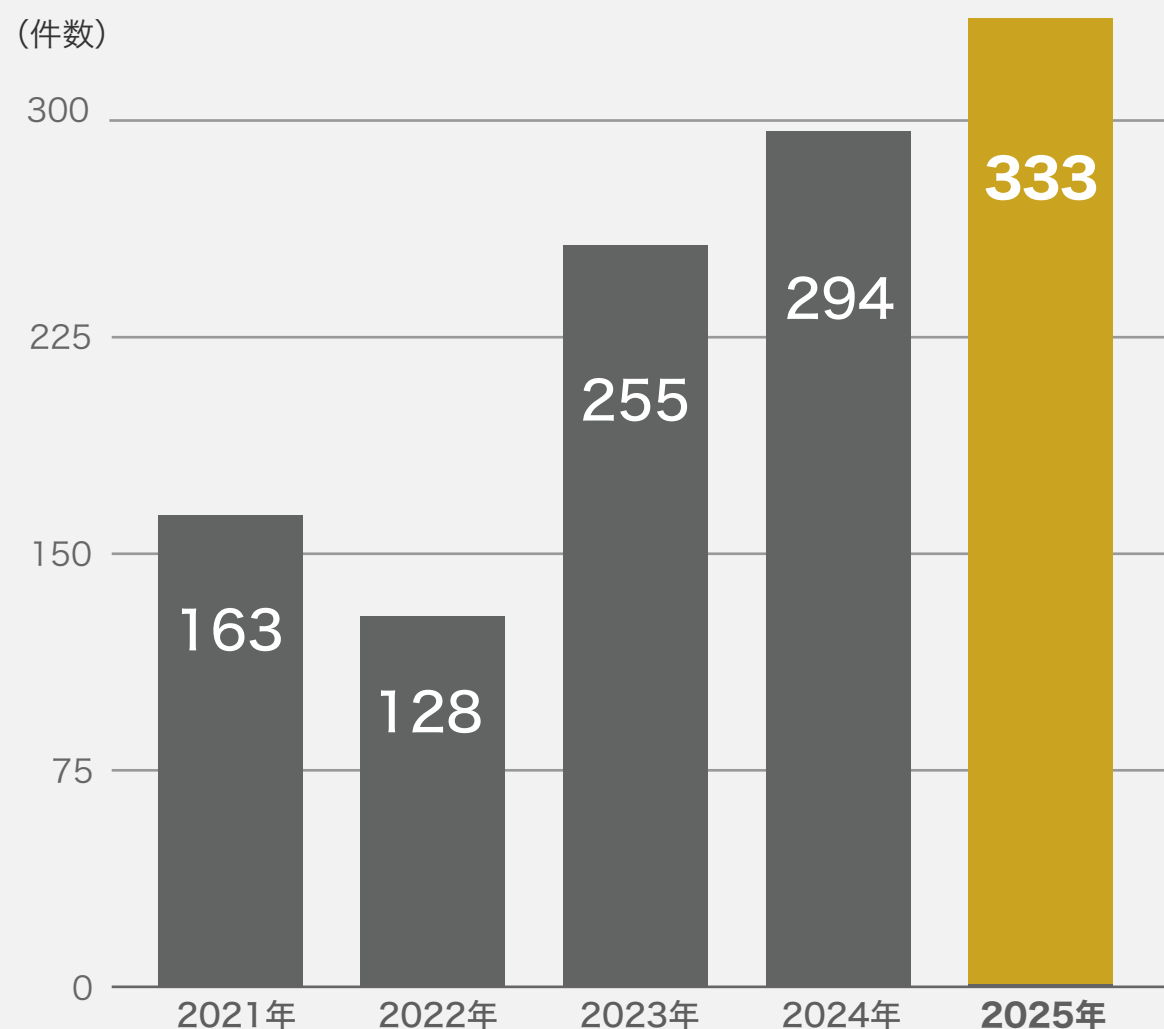
主要取引先 ■ 株式会社NHKエンタープライズ ■ 株式会社KADOKAWA ■ 株式会社講談社 ■ 株式会社セガグループ ■ 株式会社ソル・インターナショナル ■ 株式会社東映アニメーション ■ 株式会社バンダイ ■ 株式会社バンダイナムコフィルムワークス ■ 株式会社ビジョン ■ 株式会社丸井 etc

独自の事業モデルで培ったノウハウを活かし、案件数前年比約**13%増**。

2. アニメ・ゲームMD事業

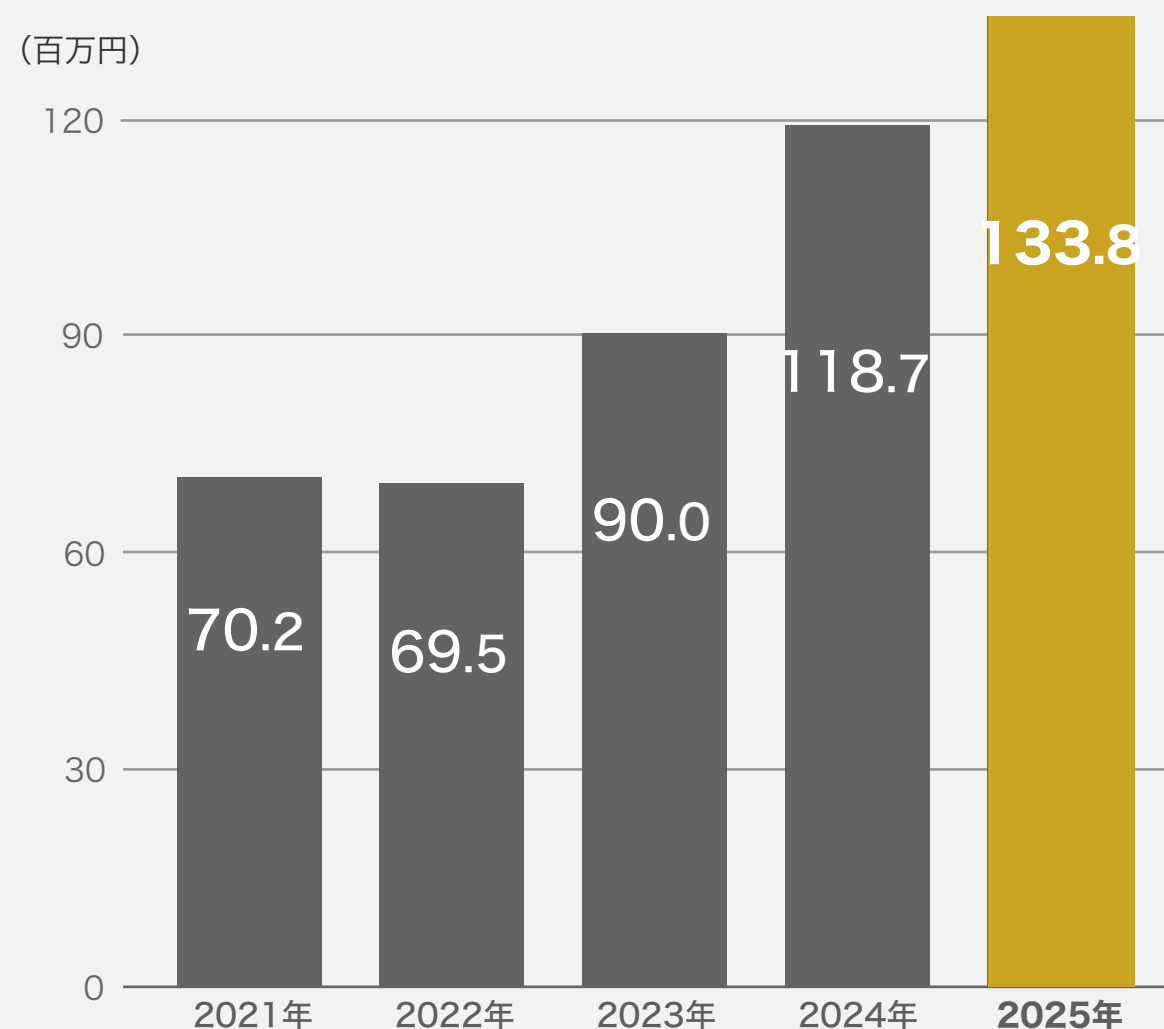
案件獲得数と粗利益額の推移

獲得案件数 a)



a) 案件数：事業規模拡大の主要指標

粗利益額 b)



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ンを構築。

※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

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。

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

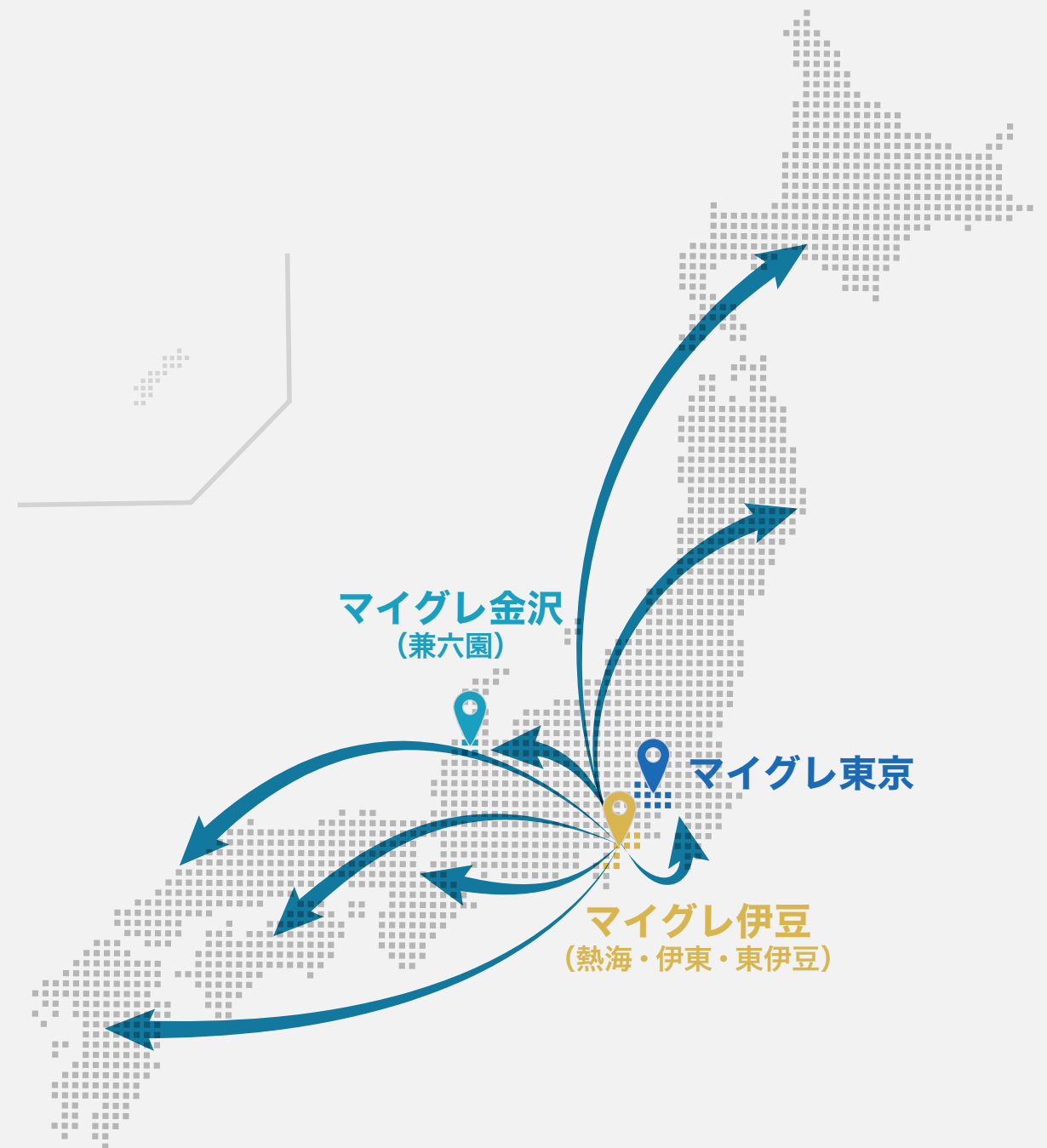
フィンランド直輸入の本格サウナストーブと、自社で研究・改良を重ねた独自のサウナ小屋により、「故障しにくく、短時間で温まり、メンテナンスが容易な」高品質なサウナ施設を実現。サウナ付き貸別荘という競合が追随しづらいコンセプトで、高付加価値の滞在体験を提供。

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、家具選定・コーディネート、設備導入から集客、運営管理に至るプロセスを体系化し、迅速かつ効率的な施設展開を実現。特に、空間の魅力を高めるインテリア提案力で、競合施設との差別化を図る。

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る。



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。

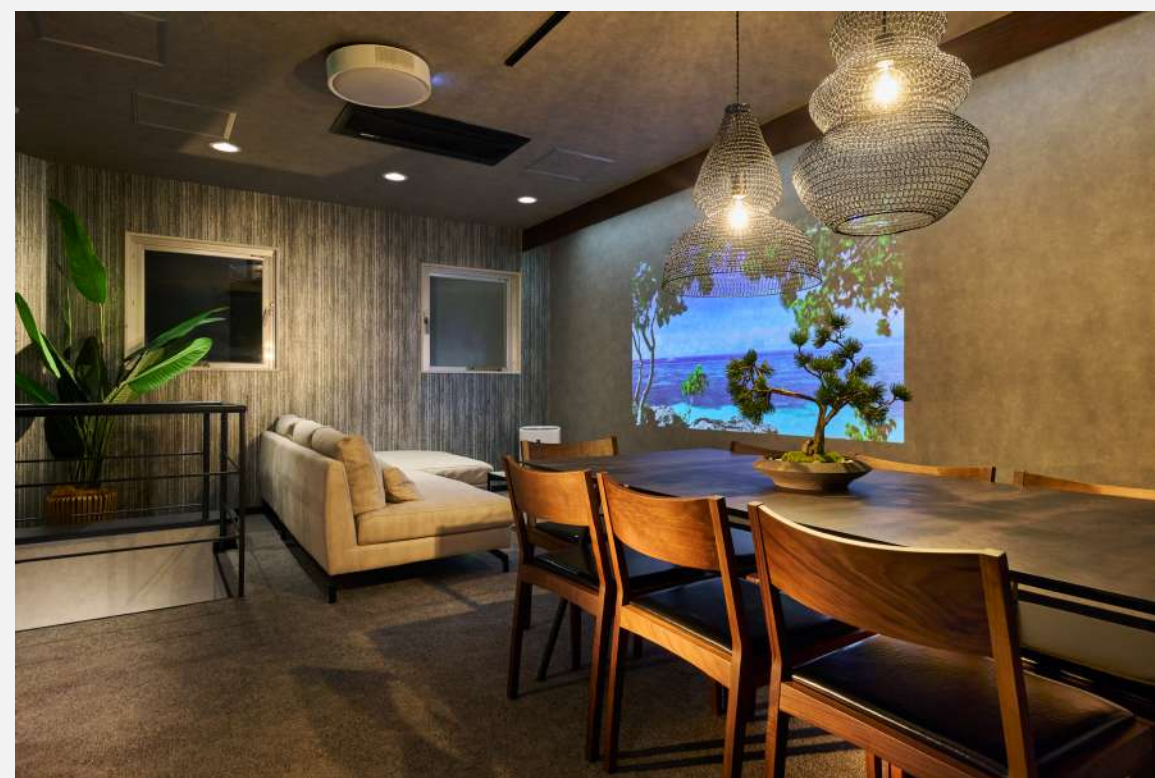


2025.11月オープン

マイグレ南青山

東京都港区南青山

地方での施設運営で培った知見に加え、東京での先行成功体験を活かし、東京の主要なビジネス・文化エリアへのアクセスに優れた南青山にて、高品質なプライベート滞在体験を提供。



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。

事業概要・主要指標
会社概要



会社名	株式会社和心 Wagokoro Co., Ltd.		上場証券取引	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		店舗数	35店舗 (2026年2月現在)	従業員数 177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、エス・ティー・エヌ伊豆株式会社				
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。