

2025年12月期

事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

株式会社和心 東証グロース市場 証券コード(9271)



会社概要

ビジネスモデル

1. 事業概要と収益構造

- ・インバウンドMD事業
- ・アニメ・ゲームMD事業
- ・その他事業（サウナ&バケーションレンタル事業）
- ・事業毎の売上構成と収益構造
- ・事業系統図

市場環境

1. 市場規模

- ・日本人国内旅行消費額の推移
- ・訪日外国人数の推移
- ・日本アニメ・ゲーム市場の動向
- ・サウナ付き貸別荘市場の動向

競争力の源泉

1. 経営資源・競争優位性

- ・インバウンドMD事業
- ・その他（サウナ&バケーションレンタル）

事業計画

1. 成長戦略

2. 経営状況の進捗状況

リスク情報

1. 認識するリスク

2. リスク対応策

会社概要

日本のカルチャーを世界へ

Japanese culture to the world.

会社概要
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	50,000,000円 ※2026年2月時点		
本社	東京都渋谷区千駄ヶ谷3-20-12	店舗数	35店舗 (2026年2月時点)	従業員数	177名 (非正規社員を含む)
役員一覧	代表取締役 専務取締役 専務取締役 取締役	森 智宏 最上 夢人 小田桐 新五 斎藤 順一	社外取締役 社外取締役監査等委員 社外取締役監査等委員 社外取締役監査等委員	稲井 祥平 白潟 敏郎 津金 庸平 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)				

ビジネスモデル

ビジネスモデル

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 石作 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。



per gram kimono 1円着物 wargo ANTIQUÉ 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。

ビジネスモデル

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年度通期 (1~12月)

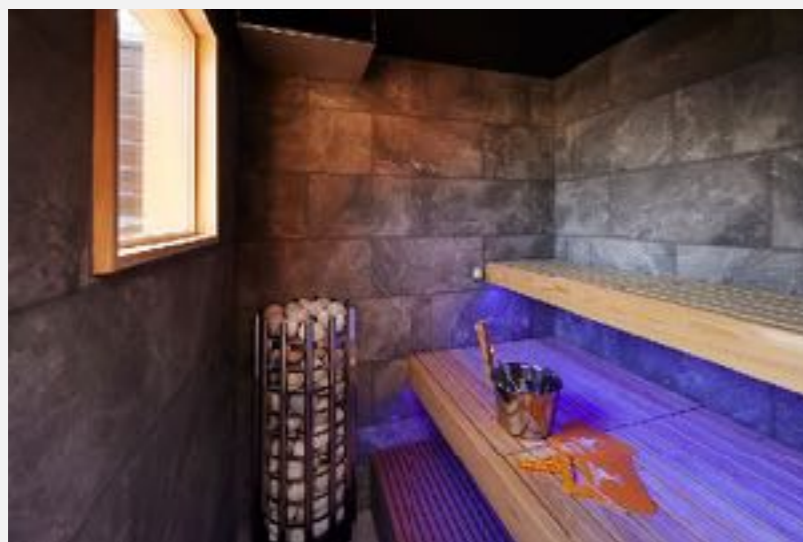
333案件納品

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

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**。

3. サウナ & バケーションレンタル事業 (子会社 マイグレ)

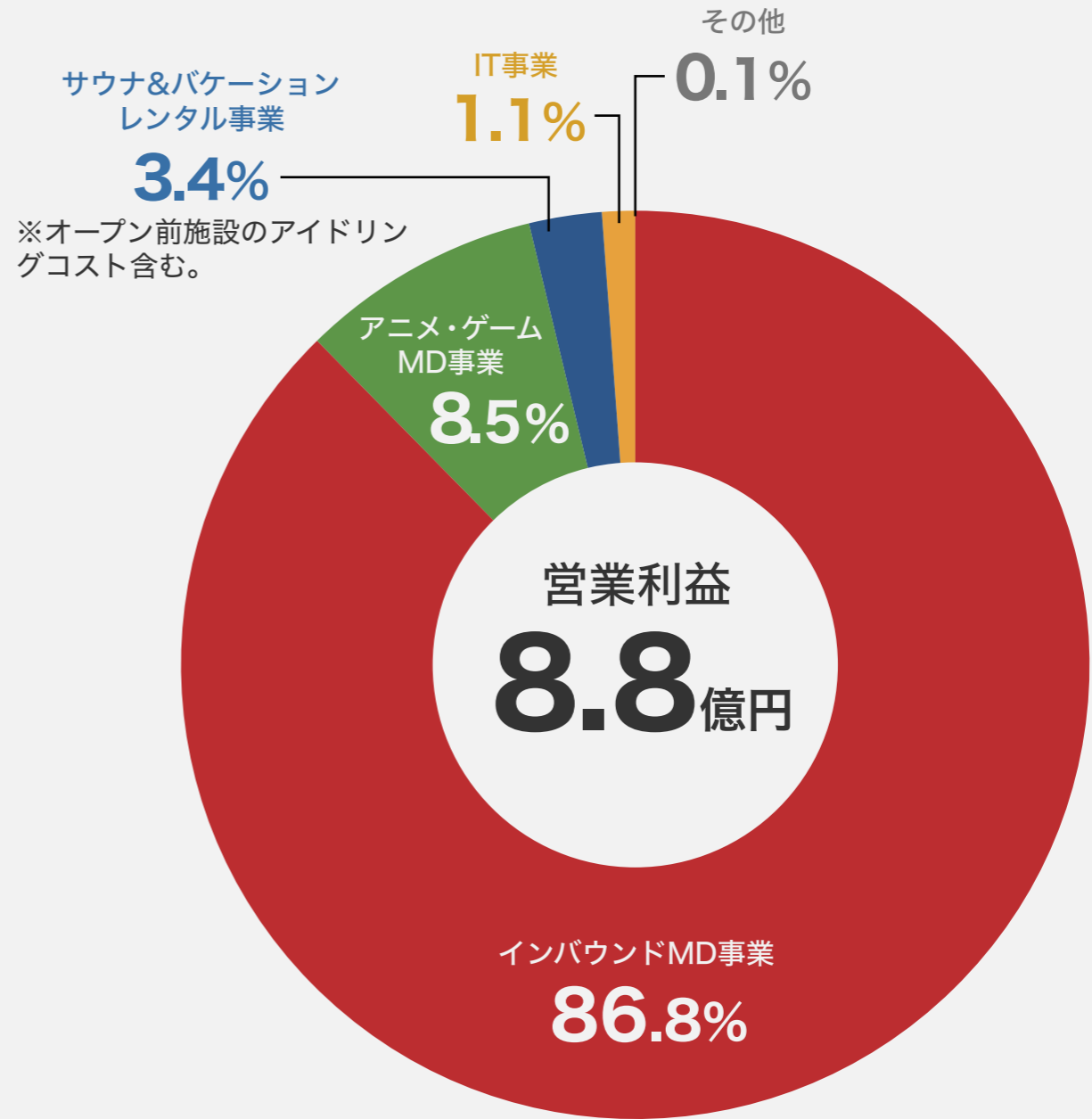
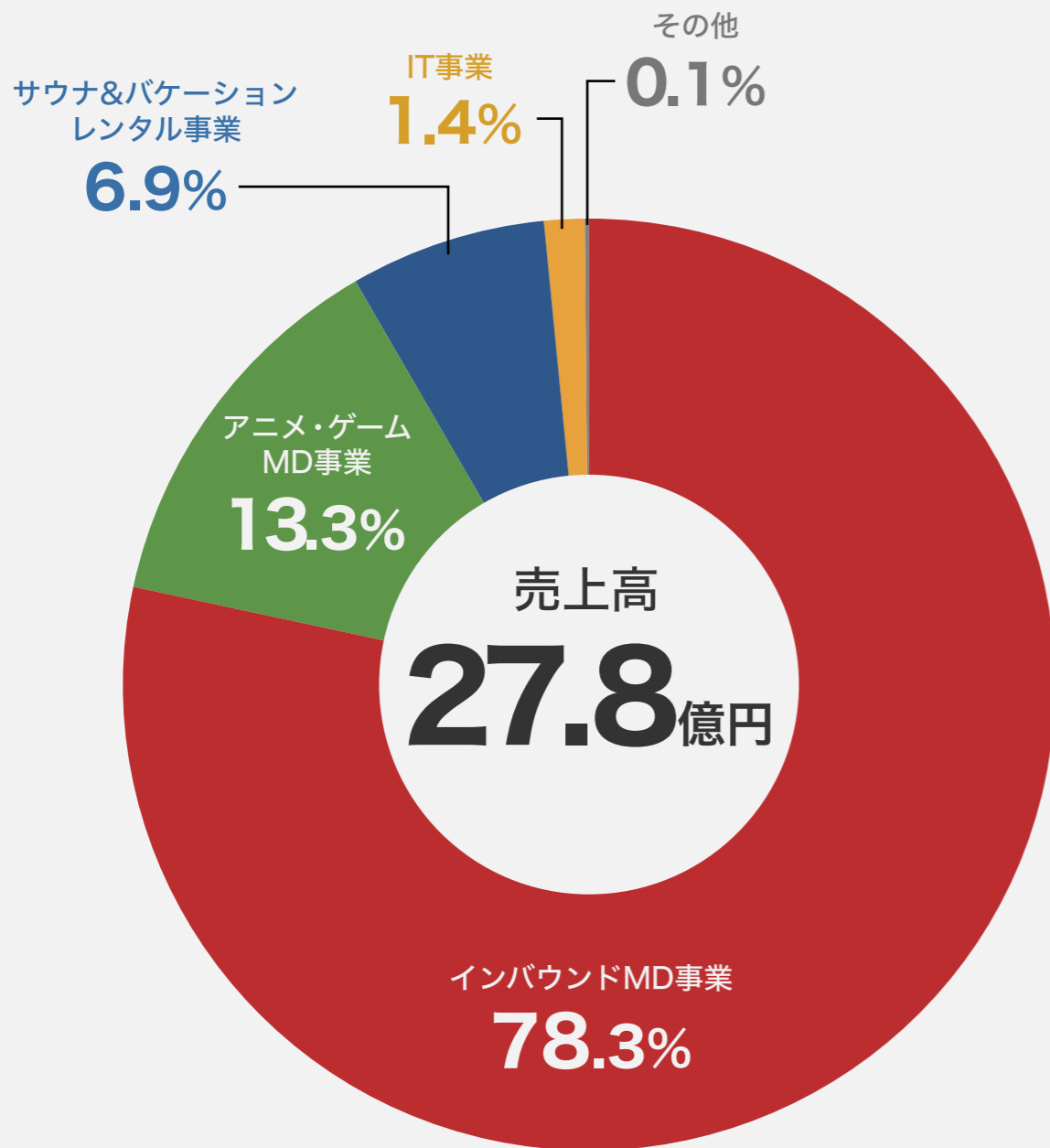
サウナ・露天風呂付き宿泊施設の運営事業



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。

事業毎の売上構成及び収益構造

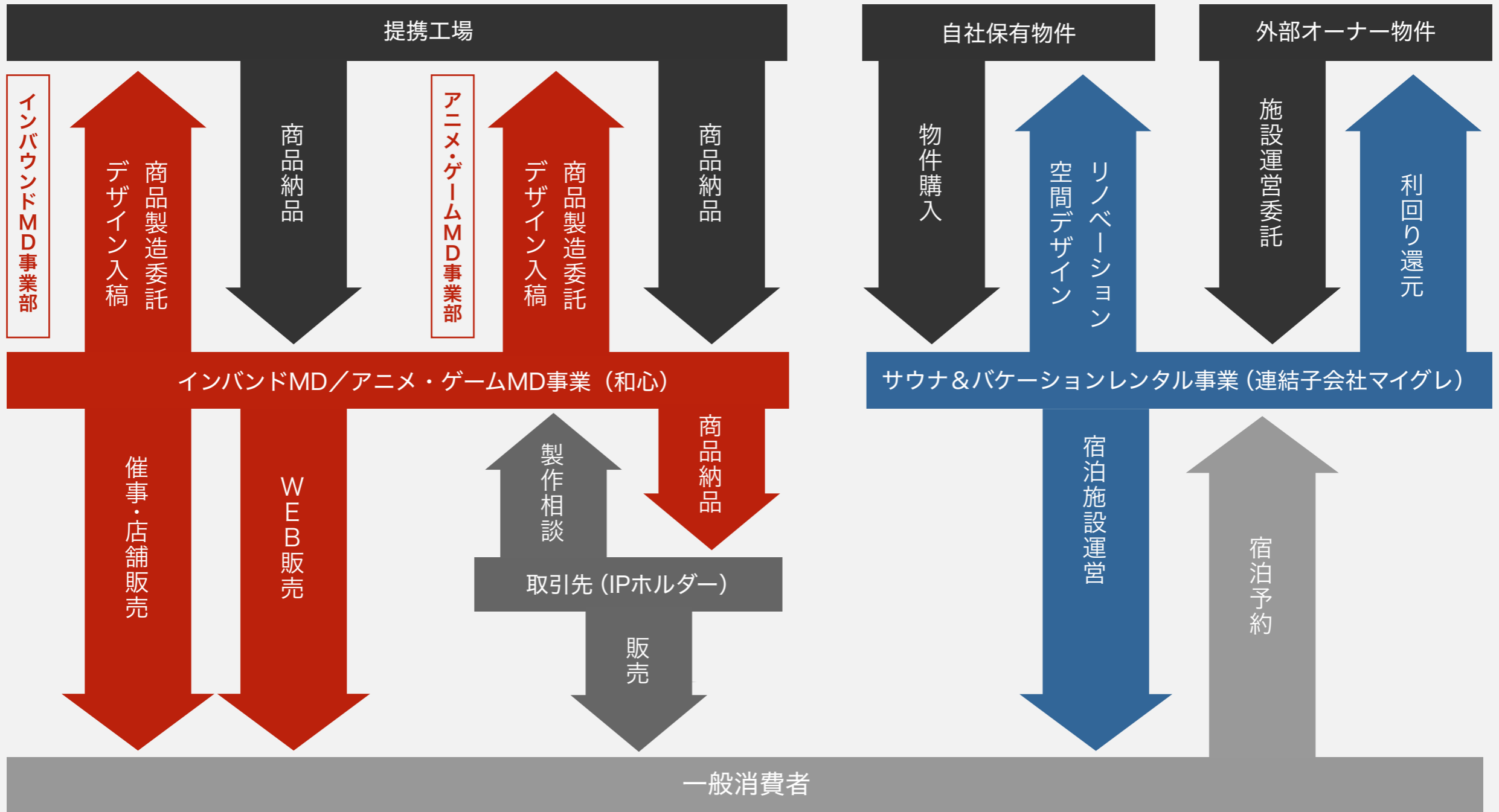
2025年12月期 セグメント累計売上・営業利益



※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。

事業毎の収益構造 - 事業系統図



超SPA®

※詳細は、P18参照

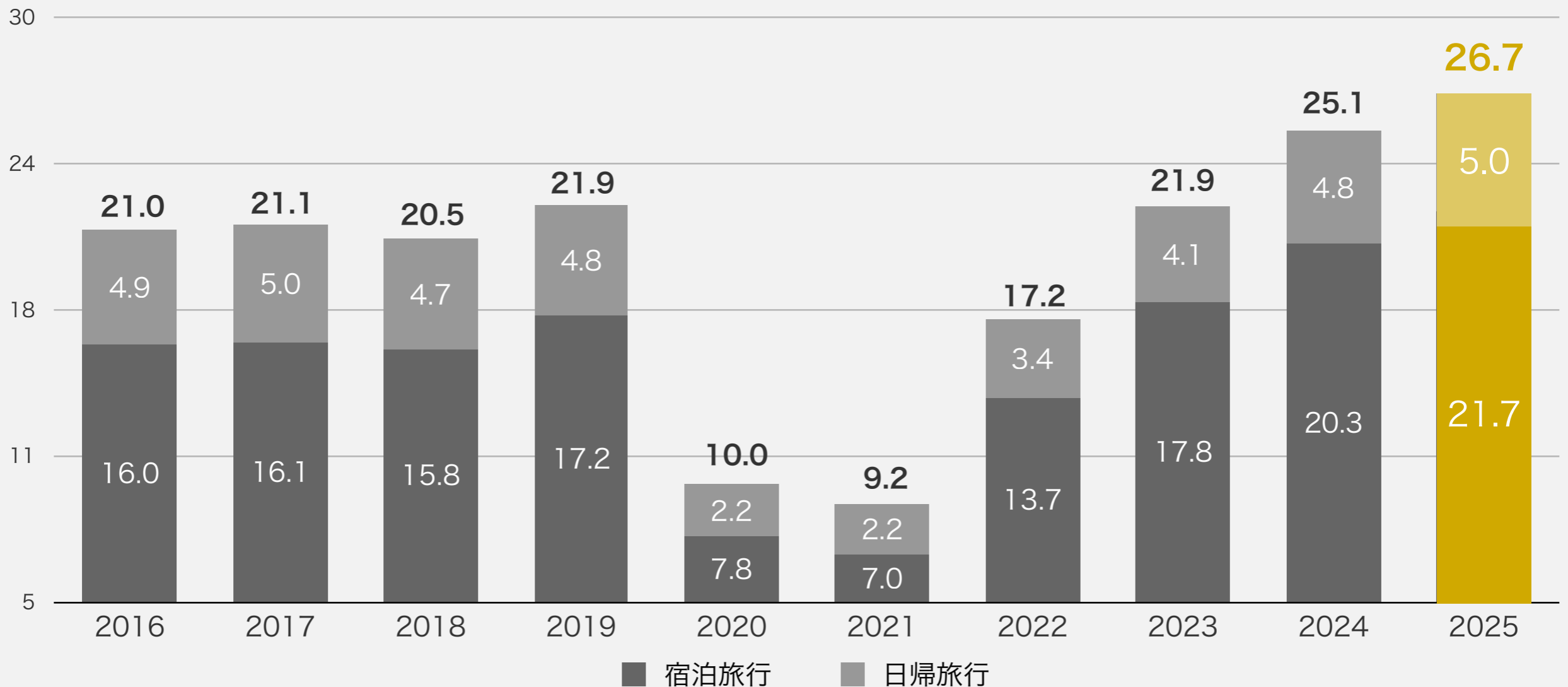
市場環境

1. 市場規模 - インバウンドMD事業

日本人国内旅行消費額の推移

国内主要都市/観光地を中心に店舗を展開するインバウンドMD事業とサウナ&バケーションレンタル事業の主なターゲットは、旅行客です。日本人国内旅行消費額は新型コロナウイルス感染症の影響により2020年に大幅に減少しましたが、行動規制が緩和された2023年以降復調し、2026年は26兆円を超え、**過去最高を更新**する結果になりました。

[単位：兆円]



出典：観光庁 旅行・観光消費動向調査 26年2月18日発行

1. 市場規模 - インバウンドMD事業

訪日外国人数の推移

国内主要都市/観光地を中心に店舗を展開するインバウンドMD事業とサウナ&バケーションレンタル事業の主なターゲットは、旅行者です。訪日外国人数は2020年に新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しました。

2025年の年間訪日外客数は、4,268万人で**過去最高を更新**となりました。2023年以降、訪日外客数は右肩上がり急回復を遂げ、単月では25年4月の訪日外客数は390万人で、**単月過去最高を更新**しました。2025年11月以降、中国からの訪日客数は減少に転じたものの、韓国や欧米豪など他国市場の伸びがその減少分を補い、全体的な影響は限定的となりました。

[単位：万人]



出典：日本政府観光局（JNTO） 訪日外客数 26年1月21日発行

1. 市場規模 - アニメ・ゲームMD事業

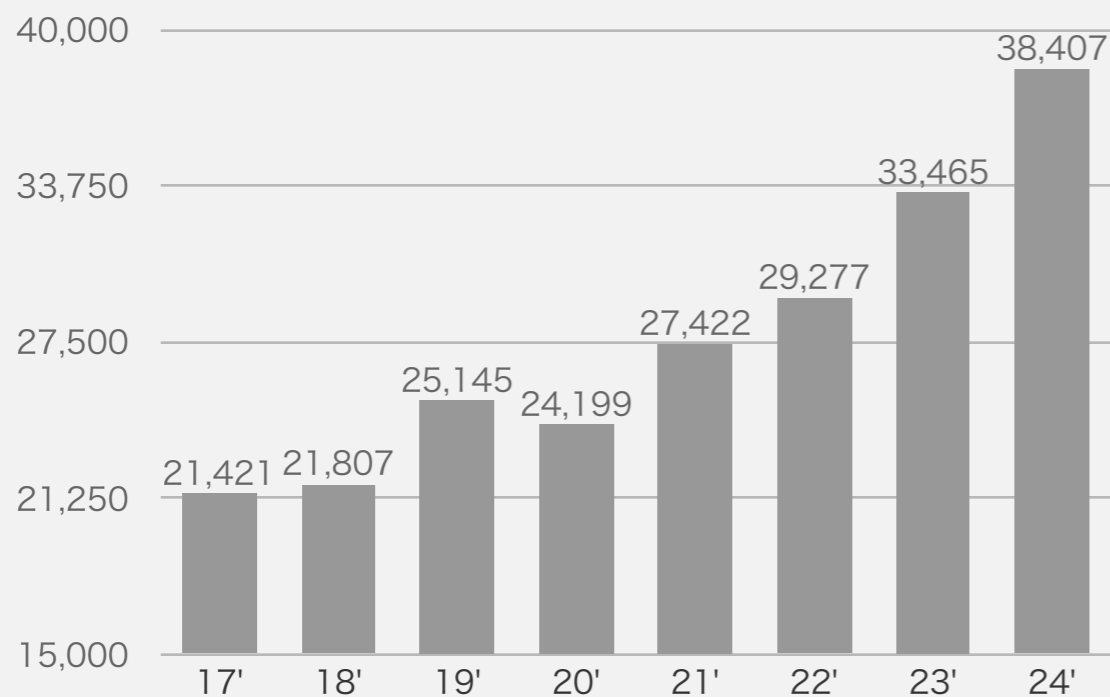
日本アニメ・ゲーム市場の推移

日本アニメ・ゲーム市場は国内外を問わず需要が継続的に拡大しており、海外からの注目度が高く、長期的な市場成長を見込んでいます。2024年は、アニメ産業市場は約3.8兆円、国内玩具市場は約1.1兆円となり、共に**過去最高を更新**となりました。

伝統文化を融合した和テイストの商品は、市場内でも競合が限定的であり、大手企業による直接的な競争が少ないブルーオーシャンです。和風キャラクターグッズの分野は競合の参入障壁が高く、和心の持つ職人ネットワークや店舗網などの資産を最大限に活用した独自のポジショニングを構築しています。

アニメ産業市場

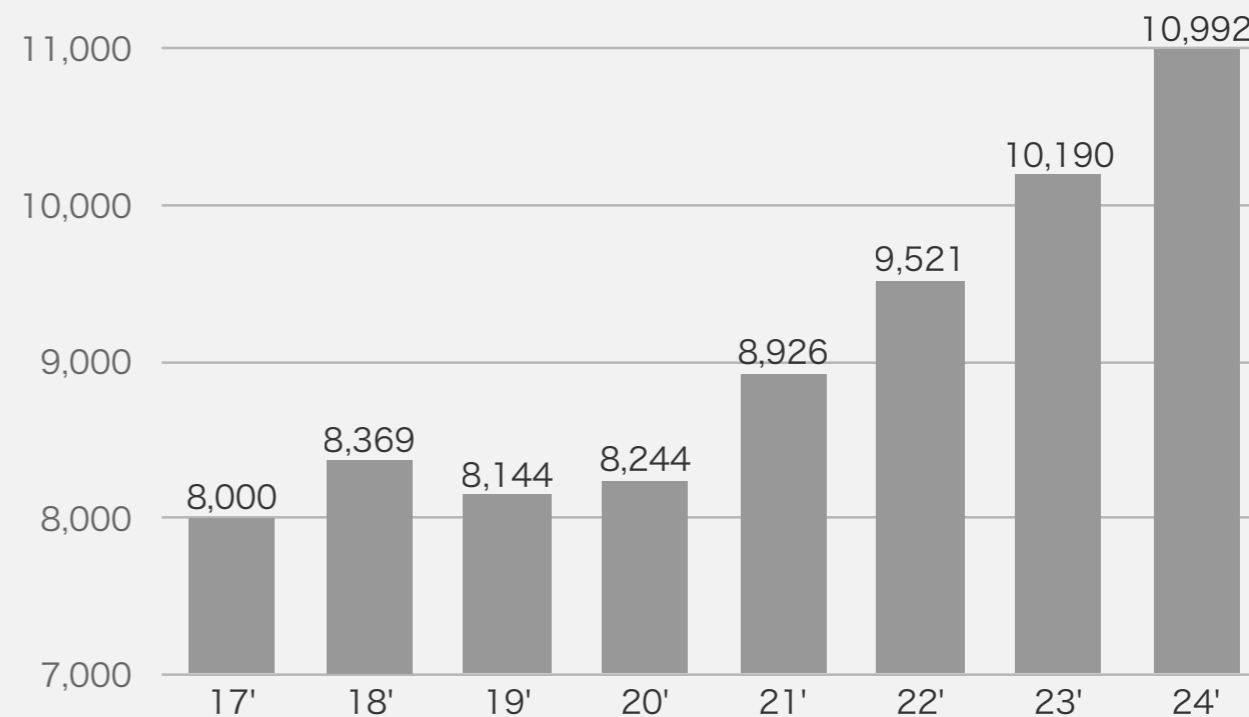
[単位：億円]



出典 一般社団法人日本動画協会 アニメ産業レポート 25年12月18日発行

日本国内の玩具市場の推移

[単位：億円]



出典 一般社団法人 日本玩具協会 国内玩具市場規模 25年6月25日発行
※金額は上代価格（メーカー希望小売価格ベース）です。

1. 市場規模 - その他事業（サウナ&バケーションレンタル事業）

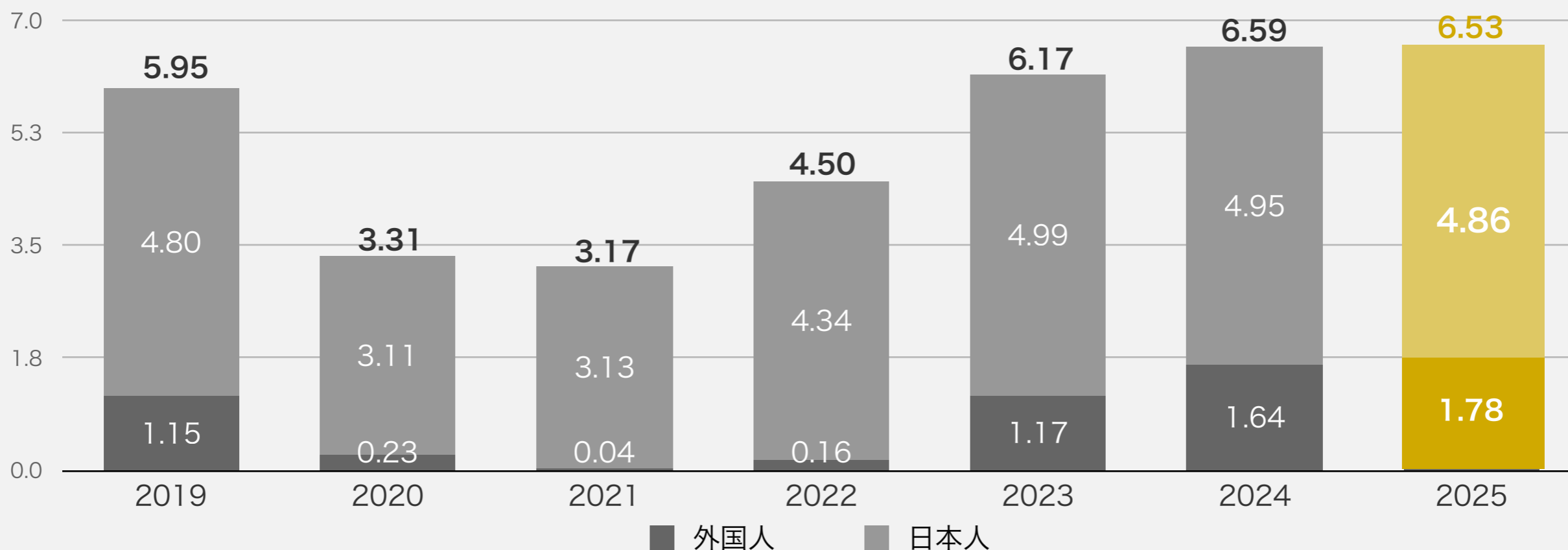
サウナ付き貸別荘市場

サウナ&バケーションレンタル事業では、国内及び海外の旅行客をターゲットとしています。日本人の宿泊者数に関しては2023年がピークとなっている一方で、**外国人延べ宿泊者数**は1.7億人泊を超え、**市場最高を更新**となりました。

当社が展開する「サウナ付き貸別荘」市場は、プライベート空間での体験価値を求める需要が鮮明になっています。2025年以降、宿泊施設の安全性や管理体制への関心が高まる中、当社のような清掃・設備管理を徹底した法人運営の貸別荘へのシフトが加速しています。また、多角化したインバウンド需要により、短期のみならず中長期滞在の利用ニーズも拡大しています。

延べ宿泊者数の推移

[単位：億人]



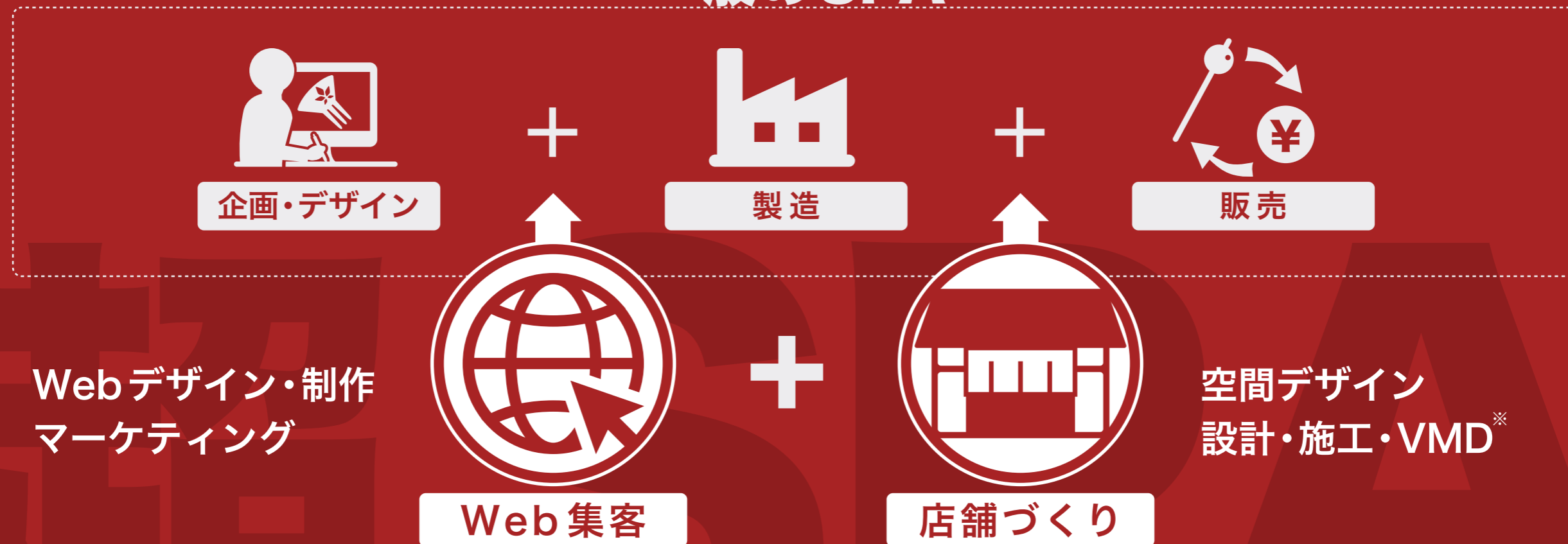
出典：観光庁 宿泊旅行統計調査 26年2月27日発行

競争力の源泉

超SPA[®]モデル^{※1}

- 柔軟かつ迅速な商品企画・生産体制
- 圧倒的な店づくり^{※2} (空間デザイン・設計・施工・VMD)

一般のSPA



※1 SPA (Specialty store retailer of Private label Apparel)の略で製造小売ともいう。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。

※2 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！

競争力の源泉

その他事業（サウナ&バケーションレンタル：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

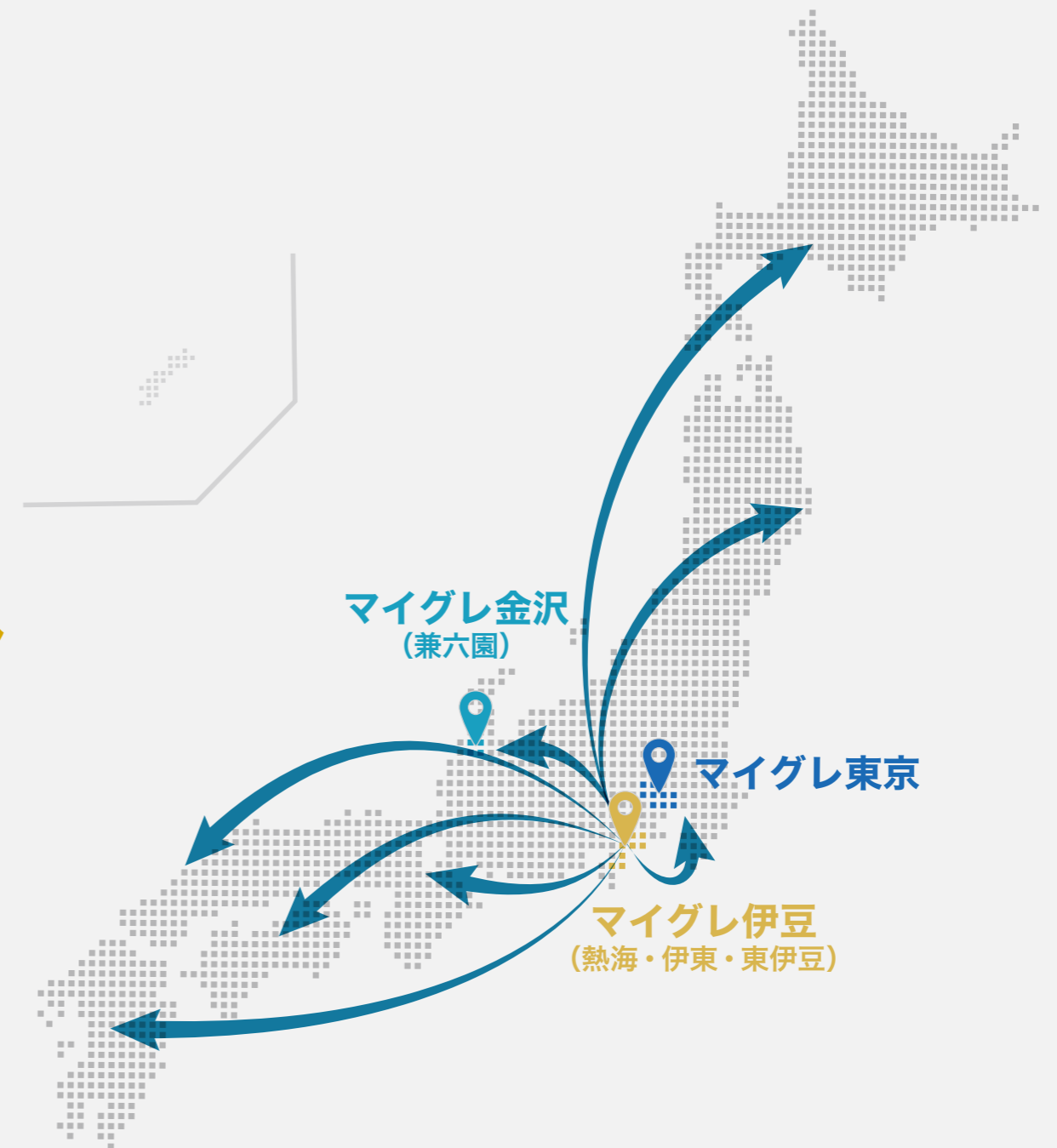
フィンランド直輸入の本格サウナストーブと、自社で研究・改良を重ねた独自のサウナ小屋により、「故障しにくく、短時間で温まり、メンテナンスが容易な」高品質なサウナ施設を実現。サウナ付き貸別荘という競合が追随しづらいコンセプトで、高付加価値の滞在体験を提供。

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。



事業計画

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%

現市場環境で、最も高い競争優位性を誇る**インバウンドMD事業へ経営資源を集中**し、新規出店を最重要KPIとして着実な成長を図る。

あわせて、既存事業の枠にとらわれない**積極的なM&Aを実行**することで、非連続な事業規模の拡大を追求。

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



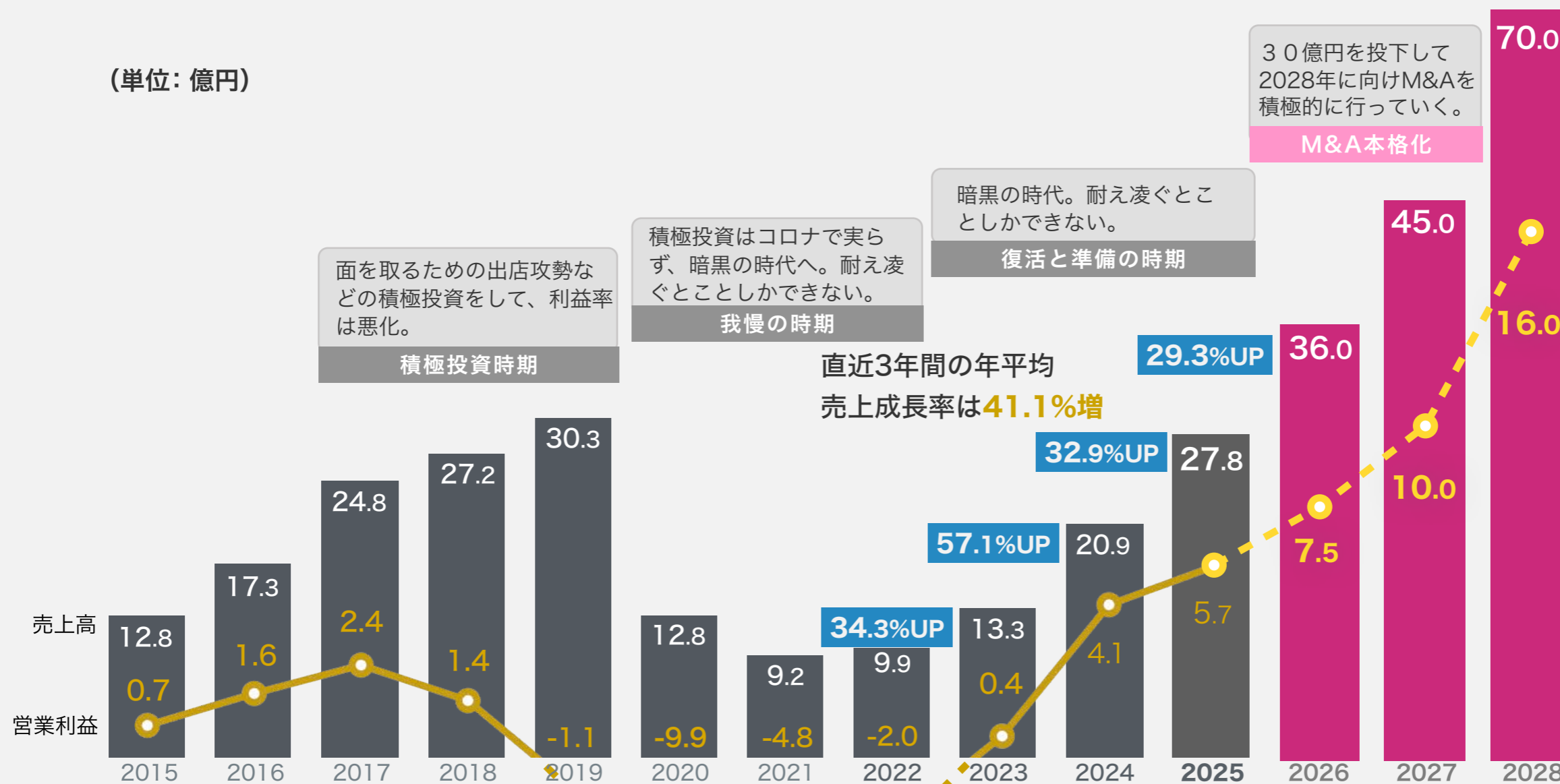
全国有数の道の駅,その中でも優良立地に。

**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。

売上・営業利益の推移と見通し

(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し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し上げ営業利益は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。

【結論】

- ・ 新規出店により、**2年間で営業利益を5.5億円押し上げ**
- ・ 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。

1. 成長戦略 - 財務戦略

営業キャッシュフローの維持・改善による自己資金創出

当社は安定的な営業キャッシュフローの継続を最優先とし、これにより生まれる内部留保の充実を図ります。また、効率的な在庫管理および売掛金回収のサイクル短縮を推進し、運転資金の効率化によって資金繰りの強化を継続的にを行います。

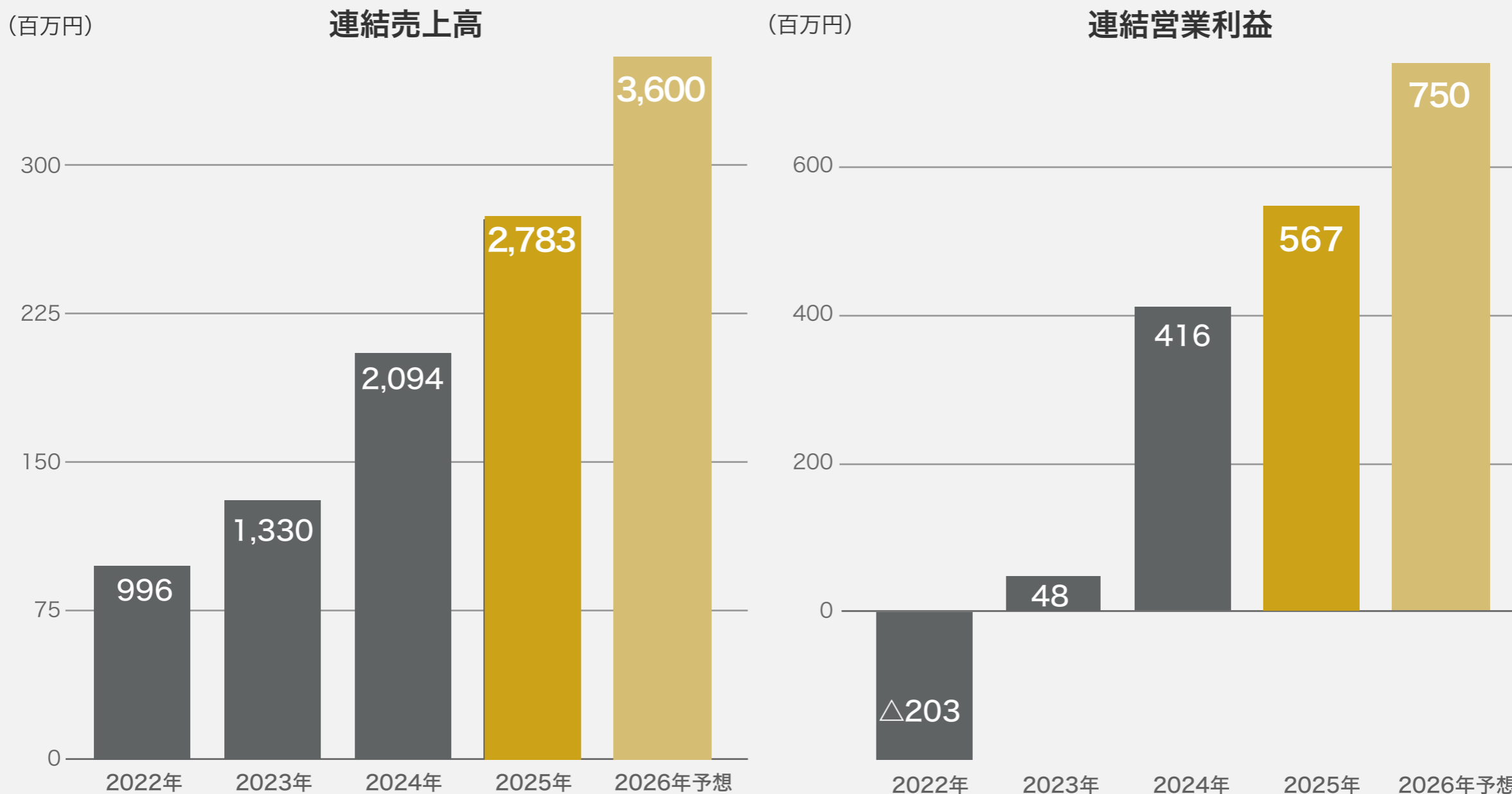
銀行借入の積極活用と戦略定配分

株式価値の希薄化を避けるため、成長投資に必要な資金は銀行借入を中心に調達いたします。調達資金はM&Aや新規出店へ戦略的に配分し、既存・新規の金融機関との信頼関係をベースに、資本コストの最適化と企業価値向上を両立させてまいります。

株主還元の実施と投資方針

2期連続の最高益更新により、成長投資と還元の両立が可能なステージに到達いたしました。2026年度は初配当に加え、ファン形成を目的とした株主優待制度の導入も検討しております。今後3年間は営業キャッシュフローと借入により十分な原資を確保できる見込みであり、発行済新株予約権の行使を除き、現時点で新たな増資は想定しておりません。

2. 経営指標の進捗状況



2026年は、売上・営業利益共に過去最高を見込む。

3. 利益及び前提条件

当社は、インバウンドMD事業、アニメ・ゲームMD事業、サウナ&バケーションレンタル事業のいずれにおいても、継続的に市場が拡大している分野を対象としており、各事業がそれぞれのマーケット成長に沿って、着実に収益基盤を構築できております。

特に主力のインバウンドMD事業においては、2025年の訪日外客数が過去最高を更新する中、市場の多極化が進展いたしました。2025年11月以降、中国からの訪日客数は減少に転じたものの、韓国や欧米豪など他国市場の記録的な伸びがその減少分を補っており、当社業績への全体的な影響は限定的となっております。また、当社の収益構造は国内観光客や地域住民の需要も確実に取り込んでおり、外部環境の変動に左右されにくい堅実なビジネスモデルを確立しております。

利益計画においては、店舗網の拡大と商品力の強化、販売効率の最適化を継続することで、安定的な売上総利益の積み上げを実現いたします。中長期的な成長に向けてはM&Aを積極的に検討・推進する一方、2026年12月期の連結業績予想には、現時点で未確定のM&Aによる寄与分は含んでおりません。各事業の収益性を見極めながら、無理のない範囲で着実な利益成長を目指してまいります。

以上を踏まえ、2026年12月期の連結業績予想は、売上高3,600百万円、営業利益750百万円、経常利益740百万円を見込んでおります。

リスク情報

1. 認識するリスク

競合・経済情勢・市場規模について

競合について

インバウンド需要の回復により、当社の主力である観光地型お土産事業においては一定の競争環境が存在しますが、当社は「日本のカルチャーを世界へ」をテーマに、独自の企画力・商品開発力を活かした差別化された商品構成および店舗設計によって、他社との明確な違いを打ち出しております。また、アニメ・ゲーム領域との連携やサウナ&バケーションレンタル事業（マイグレ）を含む多角的な顧客接点を活用することで、競争優位性を維持・拡大しております。

経済情勢について

為替変動や人件費高騰に加え、イラン情勢等の地政学リスクや中国市場の減速が懸念されます。しかし、2025年11月以降の中国客減少を他国市場の伸びが補っている事実に加え、当社は日本人顧客や地域住民をも標的とした分散出店を徹底しており、特定国やインバウンドのみに依存しない体制を確立しています。この事業の多角化と地域分散により、外部環境の変動に対し高い耐性（レジリエンス）を維持してまいります。

市場規模について

国内人口の減少に伴う消費市場の縮小リスクは中長期的に存在しますが、当社の主戦場であるインバウンド市場は訪日外国人観光客の増加とともに拡大が見込まれており、今後も大きな成長余地を有しております。加えて、アニメ・ゲームMD事業およびサウナ&バケーションレンタル事業（貸別荘）についても、いずれも成長性の高い市場環境にあり、当社ではそれぞれの市場特性に応じた商品・サービス展開を行いながら、事業ポートフォリオ全体の持続的成長を目指しております。

2. リスク対応策

特に優先度の高い対処すべき事業上及び財務上の問題

好立地・好条件の新規物件獲得

主力であるインバウンドMD事業においては、市場拡大に伴う出店競争の激化により、好立地物件の確保難易度が上昇しております。この課題に対し当社は、エリアマーケティングの高度化や地域連携に加え、機動的なM&A手法を積極的に活用することで、新規出店を加速する計画です。独自の早期交渉体制とM&Aを組み合わせた多角的なアプローチにより、優良な出店余地の安定的な確保と収益基盤の拡大を推進してまいります。

AI活用による業務効率化・自動化

持続的な成長に向け、「AI活用によるプロセスの自動化・簡素化」を徹底的に進めております。バックオフィス業務の効率化や、店舗運営におけるオペレーションの最適化を加速させることで、人的リソースに過度に依存しない、高収益かつ筋肉質な組織体制を構築してまいります。

借入金等を活用した財務政策

財務面では、安定した営業キャッシュフローを背景に、良好な資金繰りを維持しております。株主価値の希薄化を防ぐため、新株予約権の行使を除き、新たなエクイティ調達は控える方針です。今後は銀行借入等の外部資金を戦略的に活用し、機動的な成長投資を実行できる体制を堅持してまいります。

※その他の対応策に関しては、2025年12月期有価証券報告書の「第2 【事業の状況】 1 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等」をご参照ください。



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。

※次の本開示は、2027年3月を予定しています。