

2026年4月1日  
株式会社和心  
(証券コード: 東証グロース 9271)

## 和心及び連結子会社の3月の事業進捗レポートを公開

和心は、本日、当社の主要ブランド『北斎グラフィック』『かんざし屋 wargo』『箸や万作』等を展開するインバウンド MD 事業、和雑貨・アクセサリー・キャラクターグッズの OEM 製造を展開するアニメ・ゲーム MD 事業、連結子会社「マイグレ」が展開するサウナ&バケーションレンタル事業の3月における事業進捗レポートを公開しました(別添資料)。

### ■主なトピックス

#### ● インバウンド MD 事業では、既存店舗の改装および出店開発を計画どおり推進

3月の常設店舗全店売上高は、前年同月比 147.3%、既存店売上高は同 109.1%となりました。

平日において単日売上高が 1,000 万円を突破し、過去最高を更新するなど、好調な推移となりました。

訪日外国人客数は全体で 346 万人と過去最高を更新し、春節(旧正月)需要を背景に、韓国・台湾・東南アジアを中心に増加、18 市場において過去最高を記録いたしました。こうした外部環境のもと、当社事業においても拡大基調が継続しており、中国人観光客数の減少による影響は限定的となっております。

新規出店については、3月20日に埼玉県川越市の「蔵造りの街並み」において、地域2店舗目となる「川越かんざし屋 wargo」をオープンいたしました。観光需要の取り込みにより売上は好調に推移しております。伝統的な和の要素と現代的なデザインを融合した店舗空間において、日常使いから特別な用途まで幅広い商品を展開しております。

4月には兵庫県豊岡市の温泉地である城崎温泉への和心ブランド初出店を予定しており、引き続き次以降の新規出店に向けた交渉も順調に進めております。

#### ● 春休み需要および桜シーズンの影響によりメルローズマーケットとマイグレ両事業が好調に推移

3月は、当社子会社が運営する「メルローズマーケット伊東マリン店」において、来店客数の増加を背景に売上が好調に推移いたしました。あわせて、伊東エリアを中心に展開するサウナバケーションレンタル事業「マイグレ」においても、宿泊予約が高水準で推移し、高稼働を維持いたしました。

春休みに伴う学生およびファミリー層の利用拡大に加え、桜の開花時期と重なったことによる観光需要の高まりが、全体の業績を押し上げる要因となりました。

## ■ 新商品発表

### 『かんざし屋 wargo』

- ・猫型陶器玉かんざし-光彩桃
- ・猫型陶器玉かんざし-光彩白
- ・猫型陶器玉かんざし-黒鋼
- ・猫型陶器玉かんざし-銀
- ・猫型陶器玉かんざし-金

商品詳細につきましては、PRTIMES をご覧ください。

[https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company\\_id/10740](https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/10740)

## 株式会社和心について

日本文化を取り入れたライフスタイル提案を通じて、国内外の人々が日本に触れる機会の創出と伝統文化・技術の継承の課題解決に寄与するべく、「北斎グラフィック」「かんざし屋 wargo」「箸や万作」「かすう工房」の和小物やアクセサリ、浴衣、サウナ・スパグッズ等のオリジナルブランドの企画・デザイン・製造・販売や EC サイト「The Ichi」の運営を中心に、他社製品の OEM 事業や子会社の宿泊事業も含めて幅広く事業を展開しています。

『日本のカルチャーを世界へ』というビジョンを大切に、日本で育まれたモノやコトを日本国内に再提案するだけでなく、世界に発信していくことを目指しています。

## ■会社概要

会 社 名： 株式会社和心

証 券 コード： 9271(東証グロース)

代 表 者： 代表取締役社長 森 智宏

設 立 年： 2003 年 2 月

従 業 員 数： 177 名(非正規社員を含む)

資 本 金： 443,651,518 円(資本準備金を含む)

事 業 内 容： 商品企画・デザイン・製造、店舗設計・運営、Web デザイン・EC サイト運営・コンサルティング事業

子 会 社： マイグレ株式会社

U R L: <https://www.wagokoro.co.jp/>

ブランド情報: <https://wargo.jp/blogs/shop-list/index>

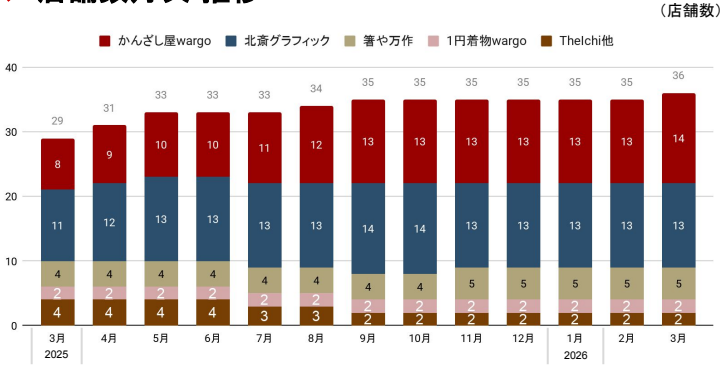
<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社和心 広報窓口

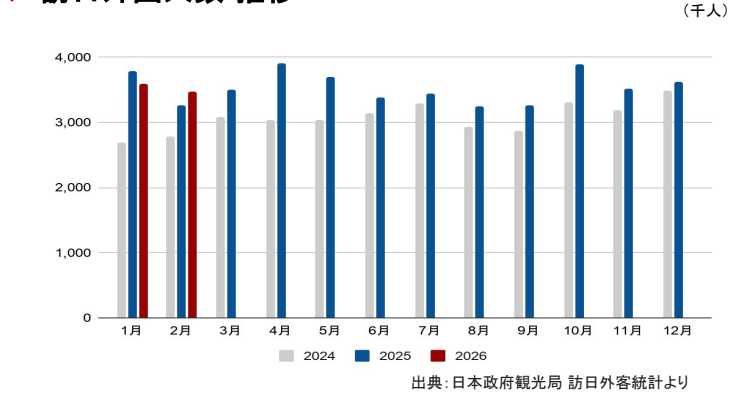
TEL: 03-5785-0556

Email: [press@wagokoro.co.jp](mailto:press@wagokoro.co.jp)

## 店舗数月次推移 インバウンド事業



## 訪日外国人数 推移



## 月次売上前年同期比 インバウンド事業

売上高	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	通年
全店	140.1	121.6	132.5	164.2	157.5	145.3	131.9	142.8	157.6	162.9	152.5	151.9	147.9
既存店	116.9	97.3	106.0	127.7	122.9	108.8	103.3	106.1	111.6	111.1	105.3	110.4	110.7

売上高	1月	2月	3月
全店	142.6	156.2	147.3
既存店	102.1	111.3	109.1

※単位: % (レジデータを基にした、監査前の売上速報・参考値ベース)

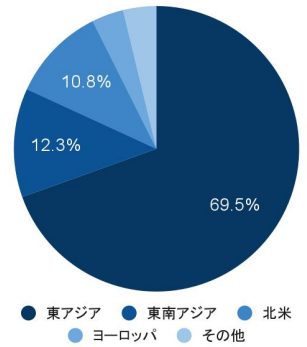
### インバウンド MD事業

3月の常設店舗全店売上高は前年同月比 147.3%、既存店売上高は同 109.1%となりました。3月20日には埼玉県川越市のシンボルである「蔵造りの街並み」に、地域2店舗目となる『川越かんざし屋 wargo』がオープン。古き良き日本の情緒が息づく小江戸の景観の中で、伝統的な「和」の美しさと現代的な「洋」のエッセンスが融合した店装は、道ゆく人々の目を惹きつける一際モダンな佇まいです。店内には、日常を彩るカジュアルなものから特別な日を飾る逸品まで、職人のこだわりが詰まったかんざしが並びます。現在、次月以降の新店舗展開に向けた交渉も着々と進行中。

## 主要国・地域別

順位	国・地域	2月速報	前年比
1	韓国	1,086	28.2%
2	台湾	694	36.9%
3	中国	396	-45.2%
4	香港	234	20.0%
5	米国	220	15.2%
6	タイ	117	0.0%

## 地域別シェア



### 訪日外国人数の動向

2月の訪日客は346万人で過去最高を更新しました。春節(旧正月)に伴う東アジアからの訪日需要で東アジア中心に増加し、18市場で記録更新しました。

## 3月の主なトピック

### 【店舗情報】川越にブランド 2店舗目 かんざし専門店『かんざし屋wargo』を新規オープン



歴史的景観が残る埼玉県川越市に、かんざし専門店『かんざし屋 wargo』を新規出店いたしました。川越は「蔵造りの町並み」を始めとする歴史的景観を背景に、近年は観光需要の高まりと共に、和小物雑貨や土産への関心も高まっているエリアです。既存の和柄傘専門店『北斎グラフィック』との近接立地を実現し、観光動線上での回遊性を高めることで、急増するインバウンド及び国内観光客の利便性とブランド認知の向上を図ります。観光客の自然な立ち寄りを促し、地域の新たな賑わい創出を目指します。

### 【かんざし屋 wargo】新作「猫型陶器玉簪」が登場



ころんと丸みを帯びた猫のシルエットが愛らしい「猫型陶器玉簪」に、待望の新色が仲間入り。陶器ならではの優しい質感はそのままに、角度によって表情を変えるオーロラ加工やメタリックな彩りをプラス。オーロラ加工がふわりと光る「光彩白」「光彩桃」に加え、鏡面仕上げが豪華な「金」「銀」など、個性豊かなカラーが揃いました。また、今回は猫玉の色に合わせて軸のカラーもバリエーション豊かに展開。一本一本のトーンを統一することで、猫のシルエットがより際立ちます。

### 【店舗情報】軽井沢・金沢の観光名所に位置する『北斎グラフィック』と『1円着物 wargo』がリニューアルオープン



軽井沢銀座の和柄傘専門ブランド『北斎グラフィック』および金沢兼六園の『1円着物 wargo』の2店舗をリニューアルオープンいたしました。国内外から多くの観光客が訪れる軽井沢銀座と兼六園エリアにおいて、日本文化をより身近に楽しんでもいただける店舗として、店頭デザインや商品ラインナップを刷新。観光地の街並みに調和する和の空間づくりと、より充実した商品展開を通じて、日本文化の魅力を発信してまいります。

### 【その他情報】春休み需要と桜効果で伊東事業が好調推移



3月は当社子会社「メルローズマーケット伊東マリン店」の売上が来店客数の増加により好調に推移した。あわせて伊東エリアを中心に展開するサウナバケーションレンタル事業「マイグレ」も宿泊予約がほぼ満室となり、高稼働を維持した。

春休みに伴う学生やファミリー層の利用拡大に加え、桜の開花時期と重なったことで観光需要が高まり、全体の業績を押し上げた。