

2026年12月期 第1四半期

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. 業績ハイライト	04
／ 2. 株式還元方針	15
／ 3. 資本政策	20
／ 4. 第1四半期実績	22
／ 5. 事業説明	
インバウンドMD事業部	28
アニメ・ゲームMD事業部	33
サウナ&バケーション レンタル事業部	34
会社概要	35

業績ハイライト

Summary of financials

業績ハイライト

2026年12月期 通期営業利益予想



8.0

歴代最高
通期営業利益

2026年5月時点予想

億円

2026 第1四半期（1-3月）連結実績

売上高

7.06 億円

前年同期比（増減）

+29.6%

通期予想達成率

19.6%

営業利益

1.49 億円 過去最高

前年同期比（増減）

+93.8%

通期予想進捗率*

19.9%

当期純利益

1.34 億円 過去最高

前年同期比（増減）

+93.0%

通期予想進捗率*

20.7%

※26年2月時点予想に対する達成率

第1四半期として**営業利益が過去最高**。

拡大を続ける訪日観光客消費と日本人による国内旅行消費を背景に、季節的に鈍化しやすい第1四半期で、**想定以上の利益**を確保。

2026 通期連結業績予想の修正（上方修正）

売上高

前年実績	前回予想	修正後予想	増減
27.8 億円	↗ 36.0 億円	→ 36.0 億円	-

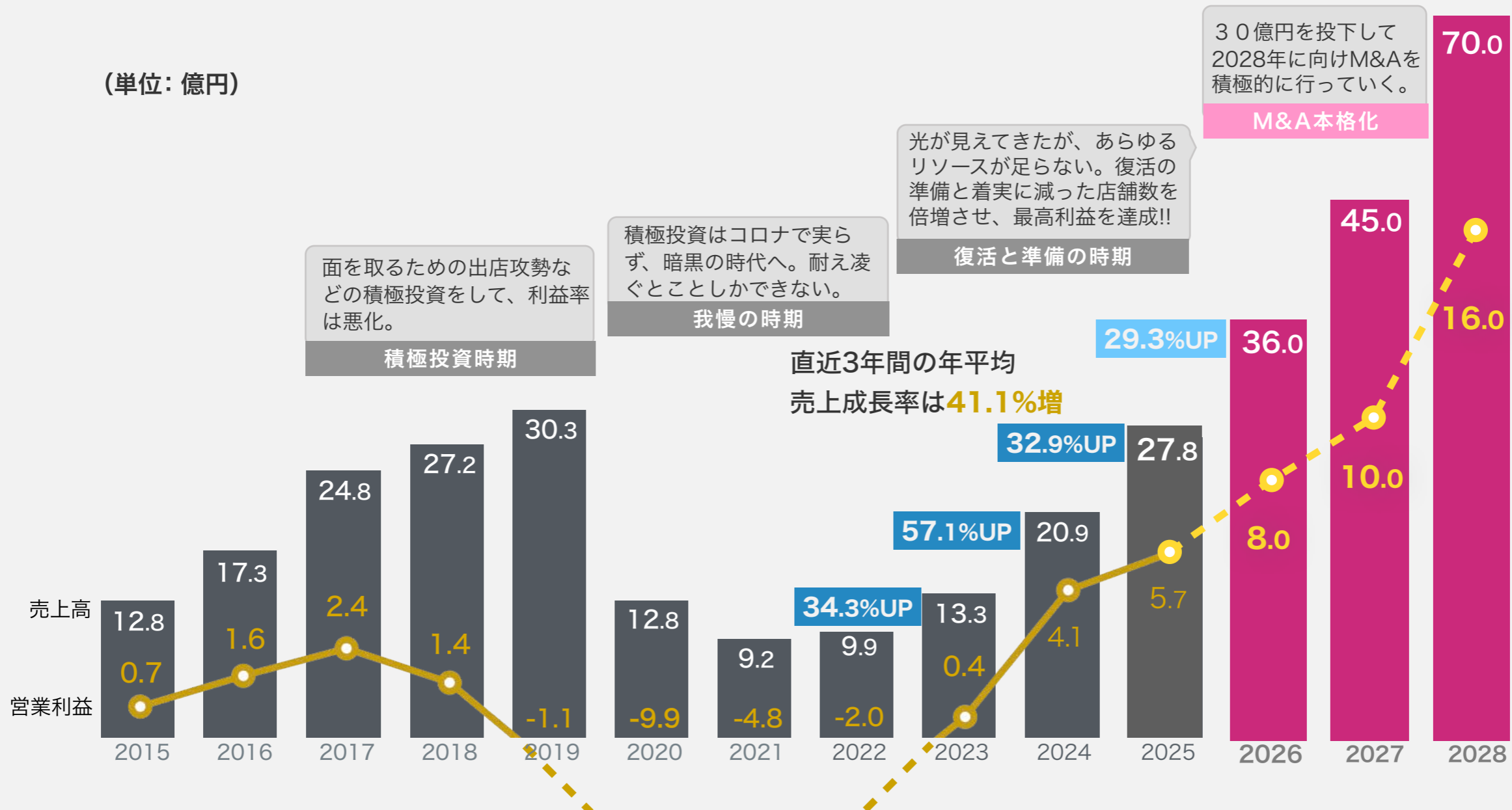
営業利益

前年実績	前回予想	修正後予想	増減
5.6 億円	↗ 7.5 億円	↗ 8.0 億円	+0.5 億円

通期業績予想（営業利益）を上方修正。

- インバウンドMD事業部で、販売単価増等により利益率が上振れ。
- 全社的にAI活用を加速し、本部の効率化を加速。

(単位: 億円)



中期経営計画における2027-2028年の売上・利益目標は維持。

M&Aにより非連続成長を実現へ。

2026年 第1四半期

代表 森による総括と方針

【全体総括 — 改装投資を仕込み切った1Q①】

結論

第1四半期は、**全体感として「よかった」**と評価できる四半期となった。インバウンド消費の拡大基調を追い風に、繁忙期に向けた改装投資を計画通りに実行できた。一方で、人材投資の遅れには課題感が残る。AI活用でカバーリングは進んでいるが、3-5年後を見据えた採用・育成への投資は引き続き重要なテーマである。

1. インバウンド消費は全体として拡大が継続

中国本土・中東からの来訪に一部減少が見られるなかでも、**訪日外国人消費の総量は拡大基調を維持**。当社業績への影響はポジティブに推移した。

2. 月次の動き

2月が好調。3月は出だしこそ鈍かったものの、**雨天が多かったことが追い風**となった。

- ・雨だから、傘が売れる：北斎グラフィックの和傘需要が顕在化
- ・雨だから、観光客がインドアに流れる：屋外観光からお土産屋等のインドア店舗利用へ 動線がシフト

両方向の好影響が重なり、**3月は好調な着地**となった。複数ブランド・店舗型ビジネスならではの構造的な強みである。

【全体総括 — 改装投資を仕込み切った1Q②】

3. 改装8店舗を実施 - 繁忙期に向けた仕込み

- ・1月：兼六園北斎・1円着物・軽井沢・湯布院 の4店舗
- ・2月：京都新京極・祇園エリア の4店舗

インバウンド事業の閑散期である12月・1月・2月の段階で、繁忙期に向けた投資を一気に仕込み切れたことは、**2Q以降の業績拡大に直結する打ち手**である。実際に3月の躍進にも繋がった。

4. 課題 - 人材投資の遅れと、AIによる全領域カバー

3年後・5年後を見据えた採用・教育への投資には、現状遅れが生じている。

ただし、**AI利用をあらゆる領域で実装**したことにより、**現場のオペレーションは想定以上にカバーリング**できている。店舗運営、商品企画、デザイン、バックオフィス — 領域を問わずAI活用を全社で推進。これは単なる人材不足の補填ではなく、生産性そのものを次の水準に引き上げる打ち手として位置付けている。

中長期の成長エンジンとしての「人」への投資は、2Q以降の最重要テーマの一つとして取り組む。

【既存事業 — 既存店は好調、その他事業は予算通り】

結論

既存店は好調に推移。一方、その他事業は決して楽観できる状況ではないが、予算通りの着地。「**儲からないところに大きな投資はしない**」「**確実に利益を取っていく**」という方針を継続している。

1. 既存店 - 好調

インバウンド消費の追い風と、改装8店舗による磨き込みの効果で、既存店は前年同期比100%超を維持。特に3月の好調は、改装投資のリターンが数字に表れ始めたサインである。

2. その他事業 - 予算通りの着地

良くはないが悪くもない、予算通りの推移。現状では大きな投資は実行せず、確実に利益を取っていく作戦を継続中。

「儲かることに集中投資する」これが当社の基本姿勢である。

【成長戦略 — 新店舗開発とM&Aの両輪で仕掛ける】

結論

成長戦略の二本柱、「新規出店」と「M&A」のいずれも、1Qは仕込み期間となった。2Q-3Qにかけて、これらが業績として実装フェーズに入る。

1. 新店舗開発 - 1Qは契約まで至らず、ただし2Q-3Qの出店ラッシュに期待
1Qの新規出店ペース自体は強気な数字ではなかったが、業績への影響はない。契約には至っていないものの、見込み案件は多数進行中。今期の出店予定は変えていない。
2Q-3Qにかけての出店ラッシュに、自信を持って臨む。

2. M&A案件のPMI

メルローズマーケット2店舗の買収後統合は、想定通りに進捗。
売上前年同期比は2026年2-3月累計で103%、改装後の4月単月では107.8%、明確にプラスで推移。さらなる改装と商品構成（MD）の充実によって**利益の倍増を狙う。**

3. M&Aの新規案件

2号案件以降の取り組みも積極的に進行中。商談中の案件もある。
ただし問われるのは、「投資効率・営業利益率・模倣困難性」の3条件を当社との合併後に達成可能か否か。件数の積み上げは追わずに、**良い案件だけに集中する。**

代表 森による総括と方針まとめ

2026年 第1四半期

1. 全体総括

改装投資を仕込み切った好スタート、AI全領域活用で人材課題をカバー

2. 既存事業

既存店は好調、その他事業も予算通り

3. 成長戦略

新店舗・M&Aともに、2Q-3Qで実装フェーズへ

1Qは、繁忙期に向けた仕込みを着実に積み上げた四半期となった。
2Qからは出店ラッシュ、M&A1号案件の利益倍増、そして新規M&Aの実行で、一気にギアを上げていきます。
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

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」を最重要課題と位置づけ、これまで将来の成長に向けた投資を最優先してまいりました。その結果、2026年度は**3期連続で過去最高のEBITDA（償却前営業利益）を更新する見通し**であり、収益力と財務基盤はかつてない水準まで強化されております。

この盤石な経営基盤を背景に、今期は**将来の競争優位性を決定づける成長投資を一段と加速させつつ、同時に株主還元の拡充を並行して推進する「新たなステージ」へと移行いたします。**

よって、以下の**2026年に以下の施策実施を検討**しております。

1 配当金の実施

2 株主優待制度の導入

3 自己株式取得枠の設定（新施策）

1株あたり **12円**

当社は、2026年12月期の業績予想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。

自己株式の取得枠 **1.2億円**

営業利益の上方修正により財務基盤が一段と強固になったことを受け、配当金の実施・株主優待の導入に加えて、**新たに自己株式の取得枠（2026年5月15日～11月11日）**を設定いたしました。

本施策は、最優先事項である**成長投資への資金力を十分に維持した上で行うもの**であり、**収益拡大と資本効率改善の両立**を一段と加速させてまいります。

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、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）

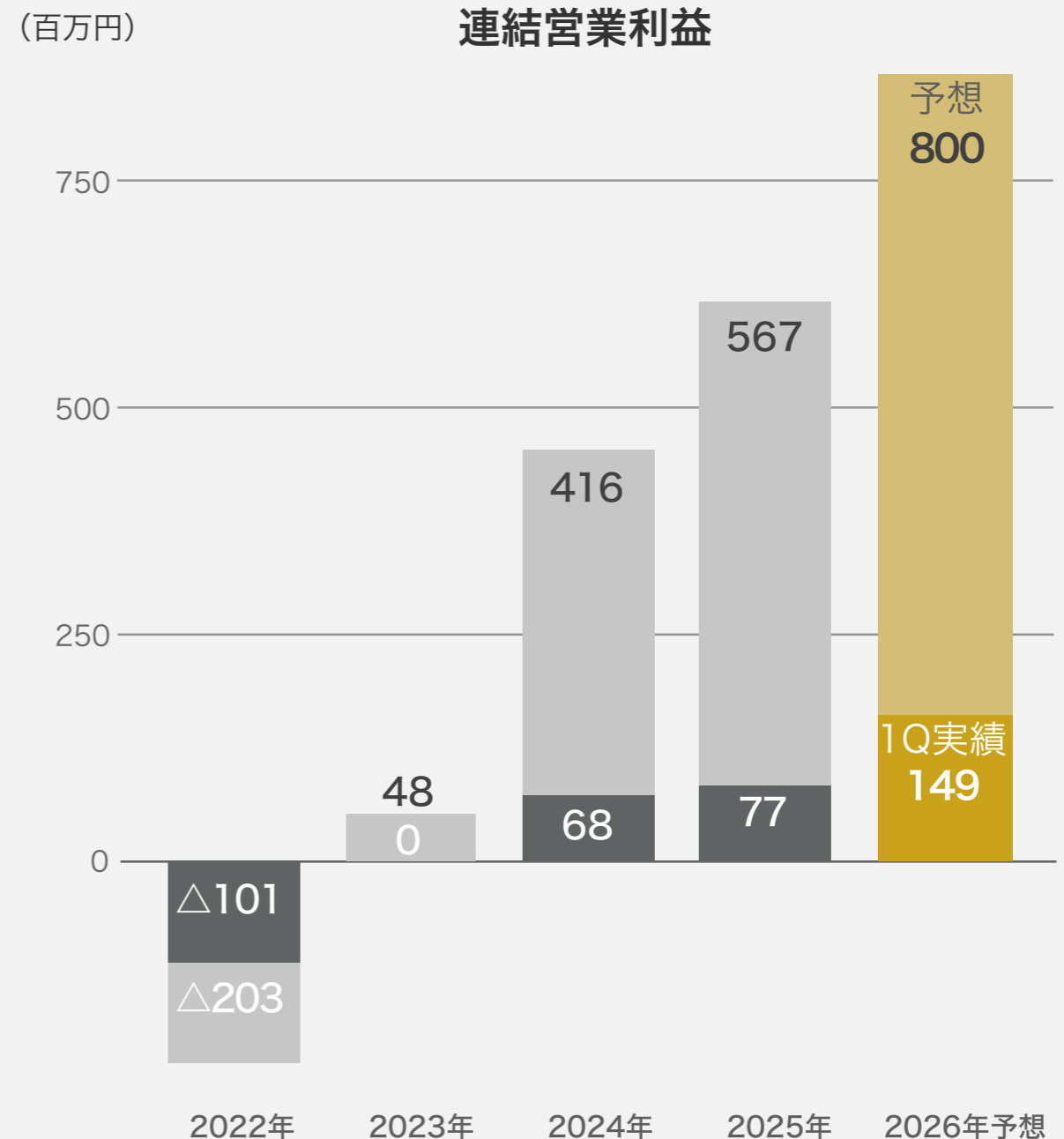
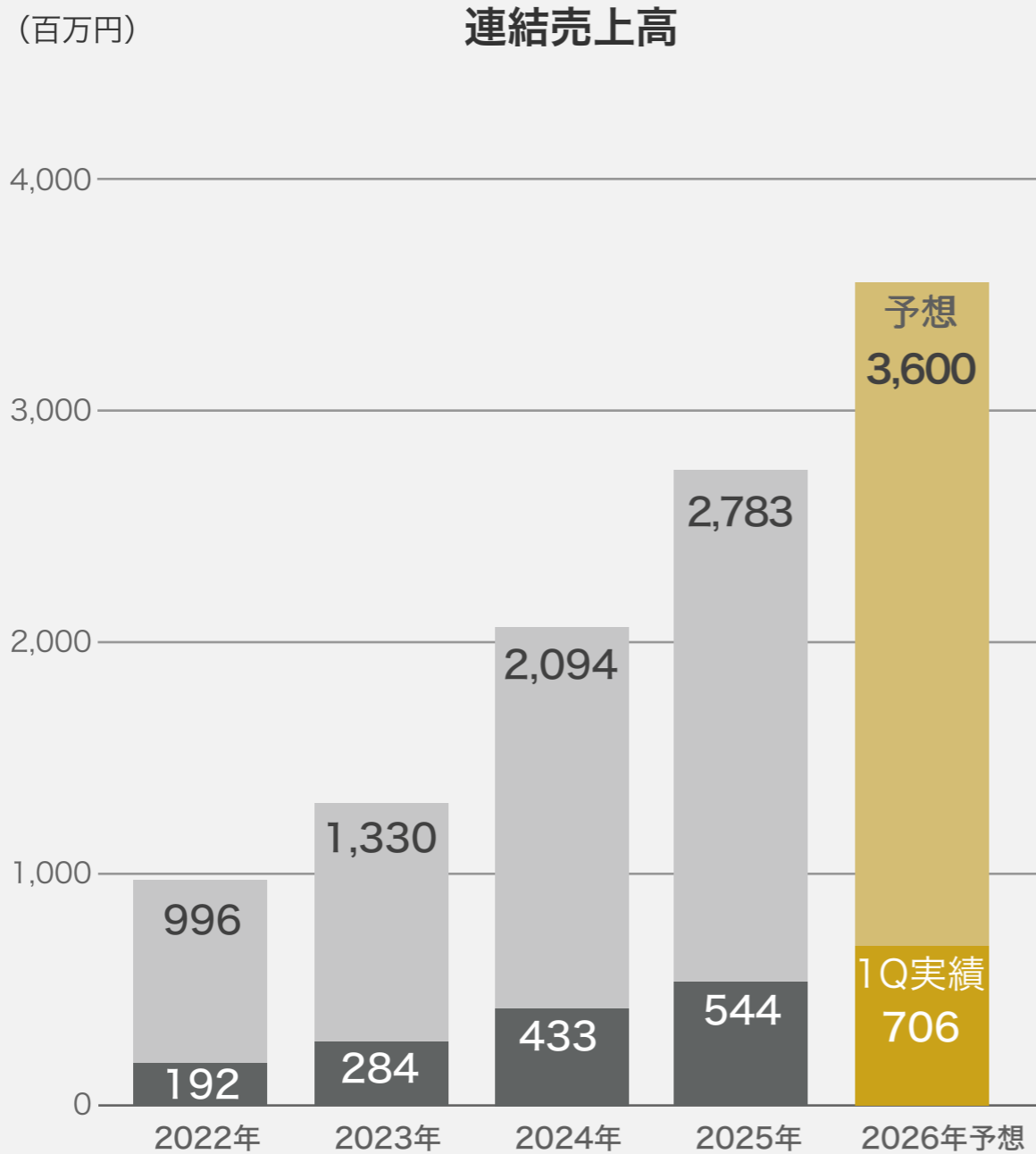
該当新株予約権の 未行使株数	1,615,500株 ※26年に、該当新株予約権の行使により300,000株が発行されております。
該当新株予約権の 保有者	ELLE有限責任投資組合 ※本組合の投資方針としては、「比較的短期間に一部を売却する可能性はあるものの、当社グループを中長期的に支援する意向を有し、当社の支配株主となる意思はなく、株式売却にあたっては市場の状況等を勘案し株価への影響を極力排除するよう努める方針」と確認しております。

**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。**

第1四半期実績

FY2026 1Q Financial Results

2022-2026 連結売上高・営業利益推移



売上・営業利益共に順調に成長。

	2025年1Q	2026年1Q	YoY増減率
売上高	544百万円	706百万円	+29.6%
営業利益	77百万円	149百万円	+93.8%
営業利益率	14.15%	21.10%	+7.0pt
EBITDA [※]	82百万円	161百万円	96.9%
経常利益	72百万円	138百万円	+89.6%
当期純利益	69百万円	134百万円	+93.0%

※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。

営業利益・EBITDAは、前年同期で約倍増

- 季節的に鈍化しやすい第1四半期においても、**20%超の売上高営業利益率**を達成。

2026 第1四半期(1-3月) 連結貸借対照表



(単位: 百万円)

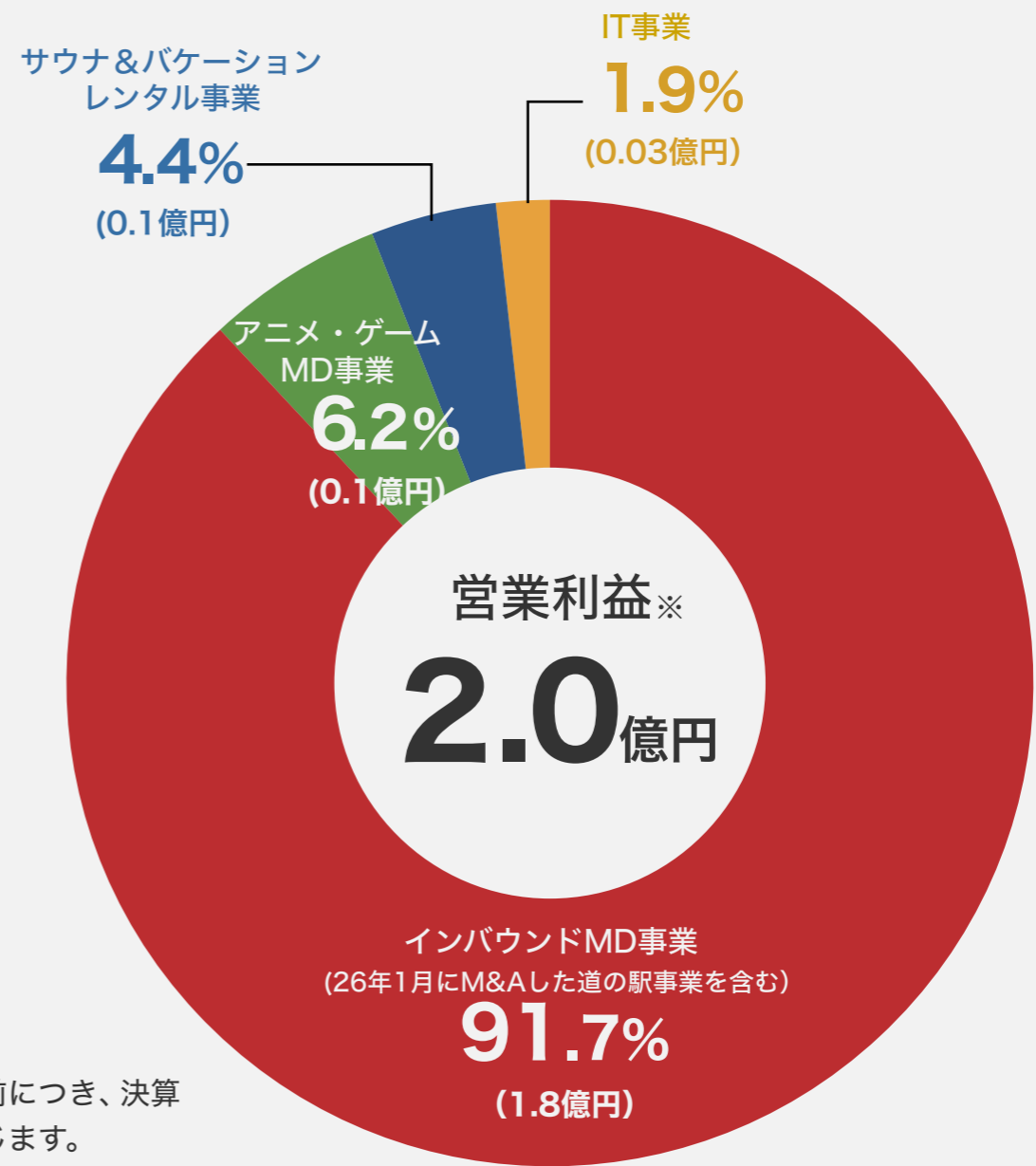
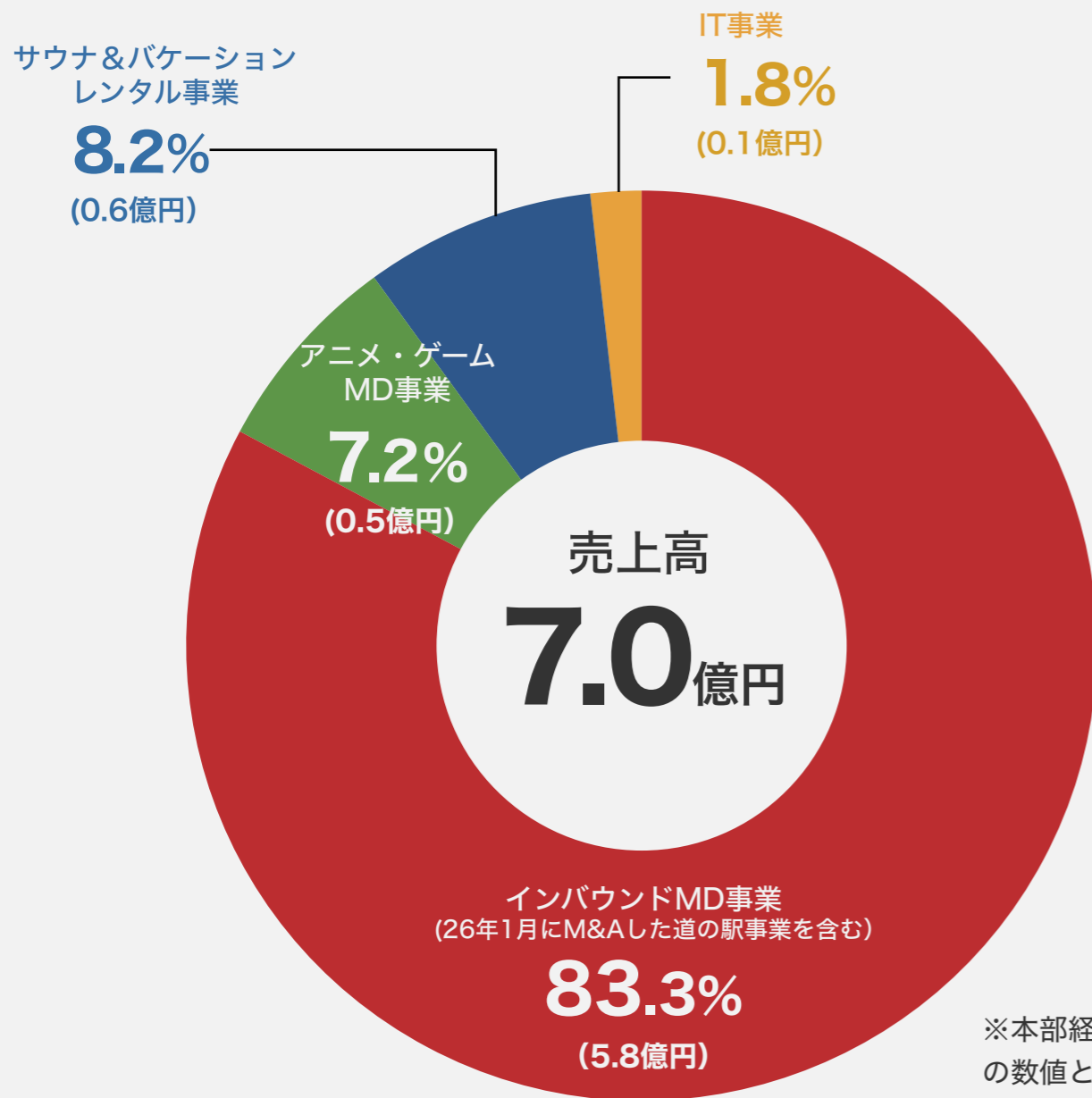
	前期末 (2025年12月末)	当四半期末 (2026年3月末)	前期末差額
流動資産	1,071	1,032	△39
現預金	599	493	△107
商品	252	295	+43
固定資産	794	1,075	+281
無形固定資産	3	237	+234
資産合計	1,865	2,107	+243
流動負債	436	289	△147
短期借入金	199	62	△138
固定負債	161	403	+242
長期借入金	153	397	+244
負債合計	598	693	+95
純資産	1,267	1,414	+147
自己資本比率	66.4%	65.7%	△0.7pt

※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。

M&Aによる成長と財務の健全性を両立

- 3月末でコロナ禍で条件変更した借入金を一括返済
- 26年1月のM&A(静岡県の道の駅事業)で、無形固定資産(のれん)と長期借入金が増加。

2026 第1四半期(1-3月)実績 セグメント売上/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。

事業説明

Business description

事業説明

1. インバウンドMD事業

観光立地にてお土産屋を展開



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。



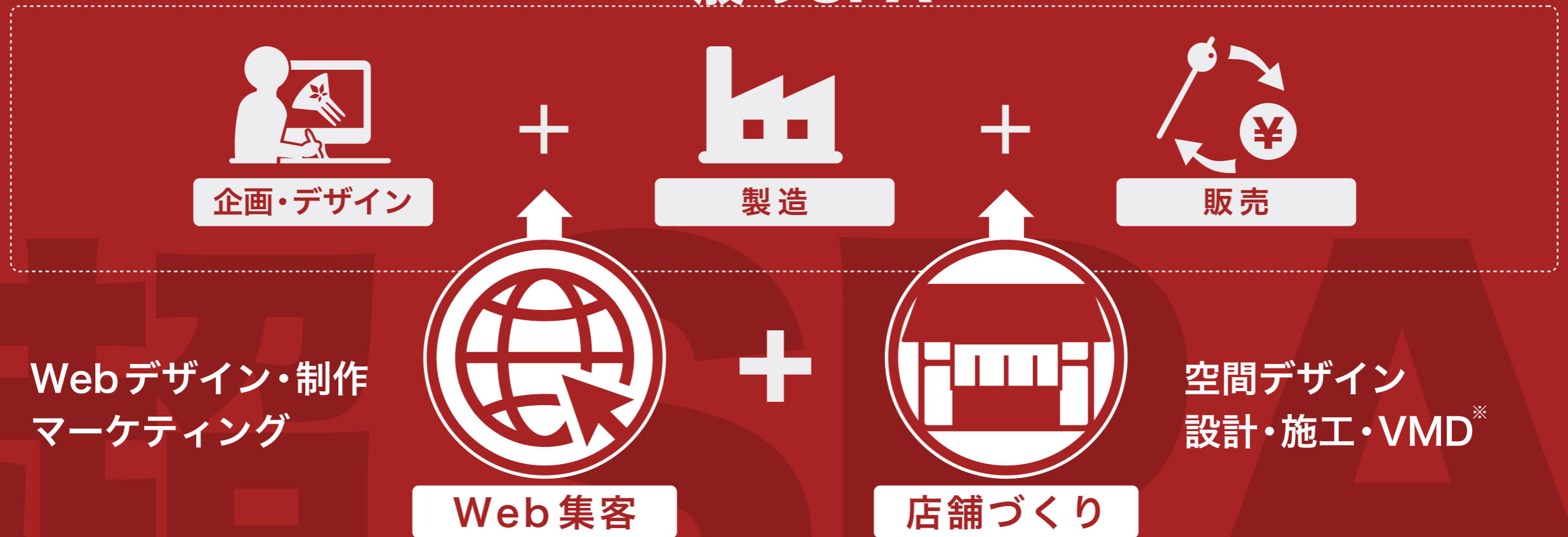
※2024年度より、セグメント名称をモノ事業からインバウンドMD事業に変更しています。

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、集客から店づくりまでを一貫して内製化。

事業説明

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

77.7%^{b)}

営業利益率

32.8%^{c)}

初期投資の
想定回収期間

約6.8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) 2026年1~3月の事業部実績。

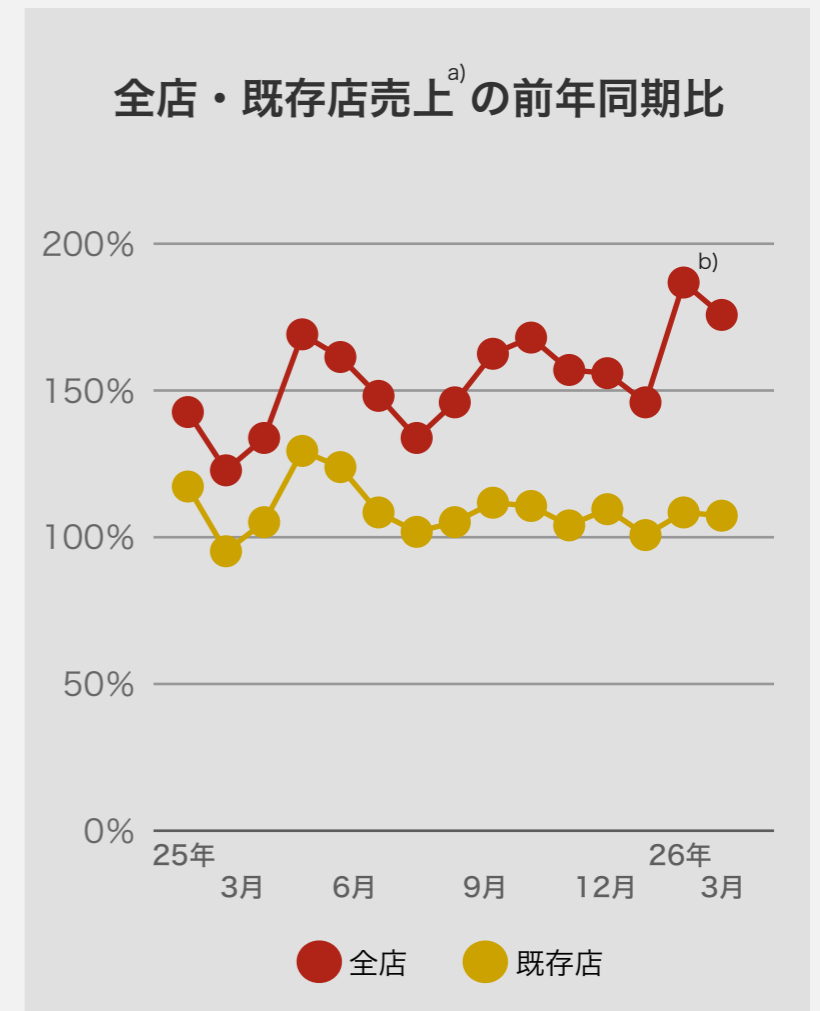
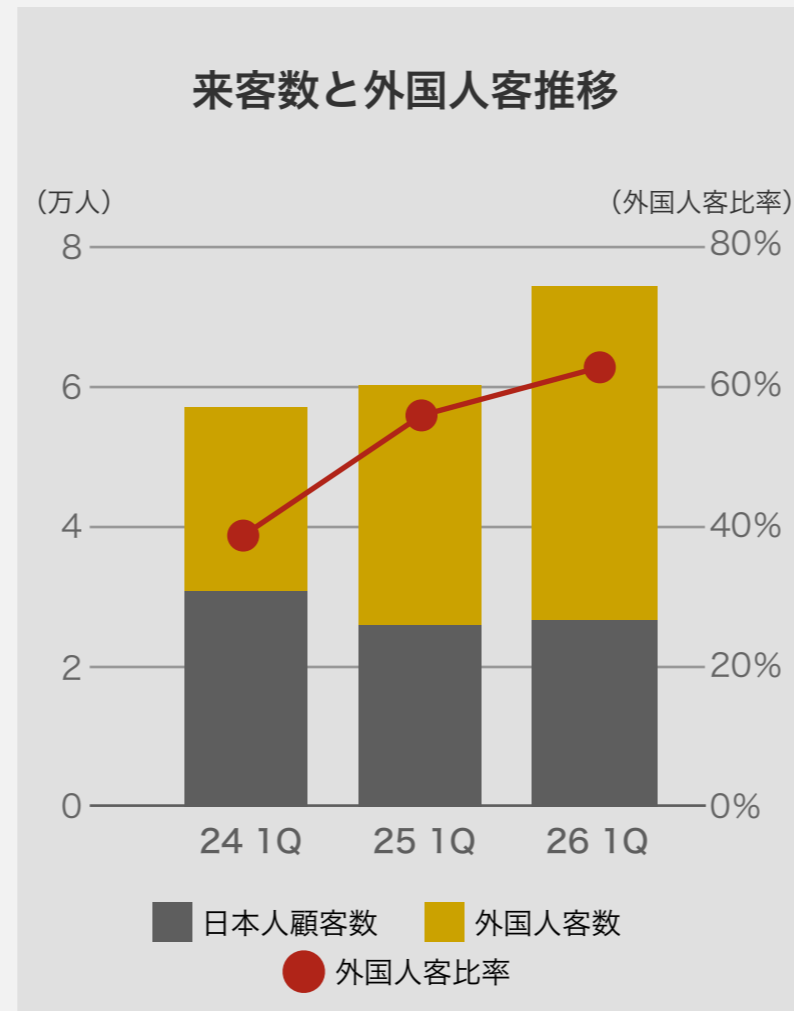
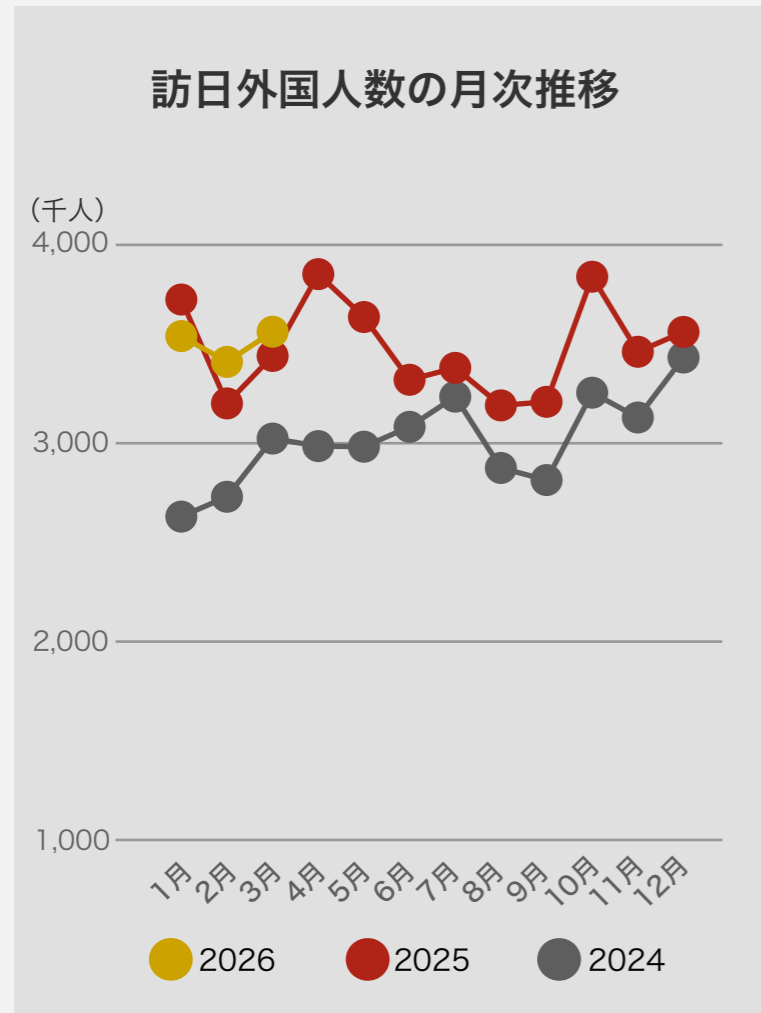
c) 2026年1~3実績(事業本部経費を含む) ※一部見込値を含む。

d) 2024年以降新規出店の平均初期費用を該当店舗の営業利益(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が対象。(新店舗、改装等により未稼働の店舗は除外)
 b) 2026年2月より、M&A (事業継承) したエス・ティー・エヌ伊豆株式会社が運営するメルローズマーケットの売上を反映。

2026年1~3月の訪日外国人は、2年連続で1,000万人を突破。 地政学的要因で、中国本土及び中東が減少する一方、韓国・台湾などその他地域が牽引し、全体では拡大が続く。

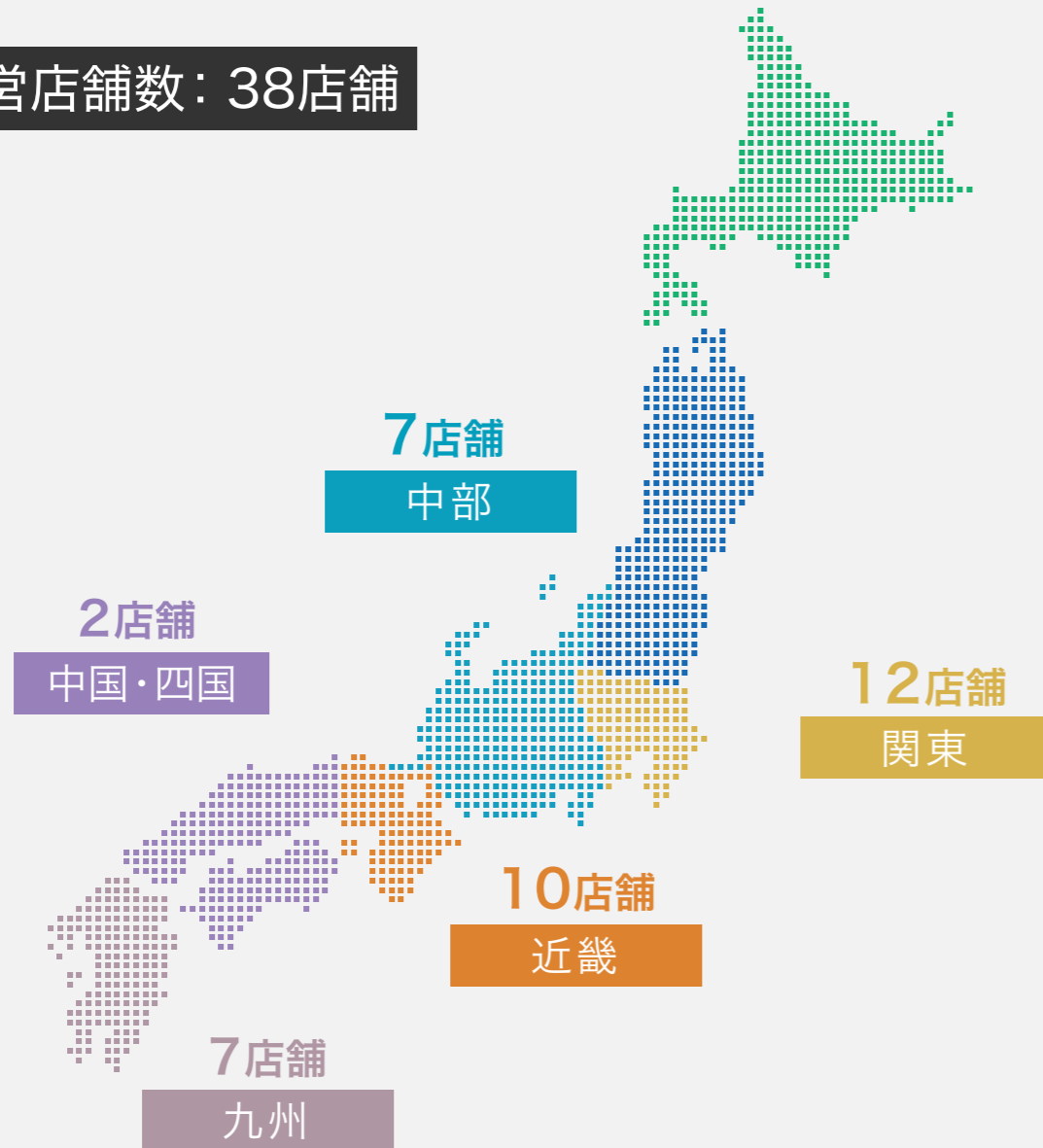
→当社既存店売上の前年比は、2026年1-3月累計で107%を達成

事業説明

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：38店舗



2025-26年 出店実績

2025	
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
2026	
2月	(M&A) 静岡県 メルローズマーケット
3月	埼玉県 川越 かんざし屋wargo
4月	兵庫県 城崎温泉 北斎グラフィック

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。

事業説明

2. アニメ・ゲームMD事業

キャラクターグッズのOEM制作



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

2026年度 第1四半期

44案件納品

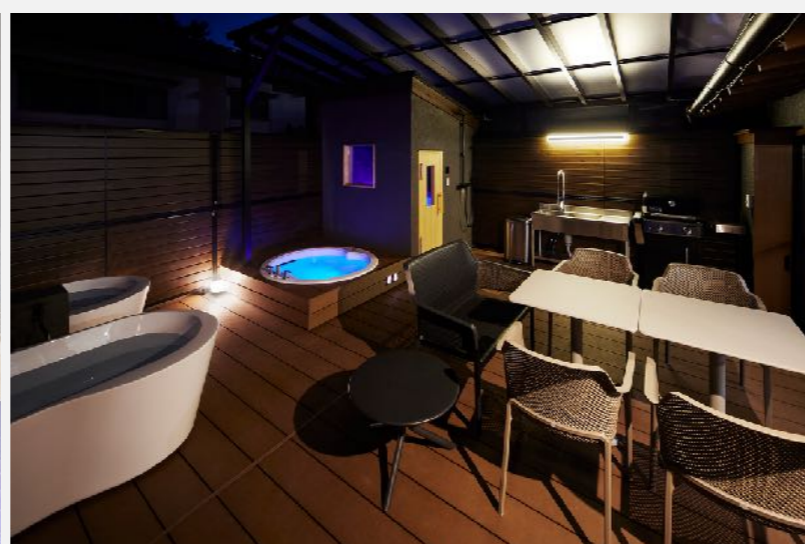
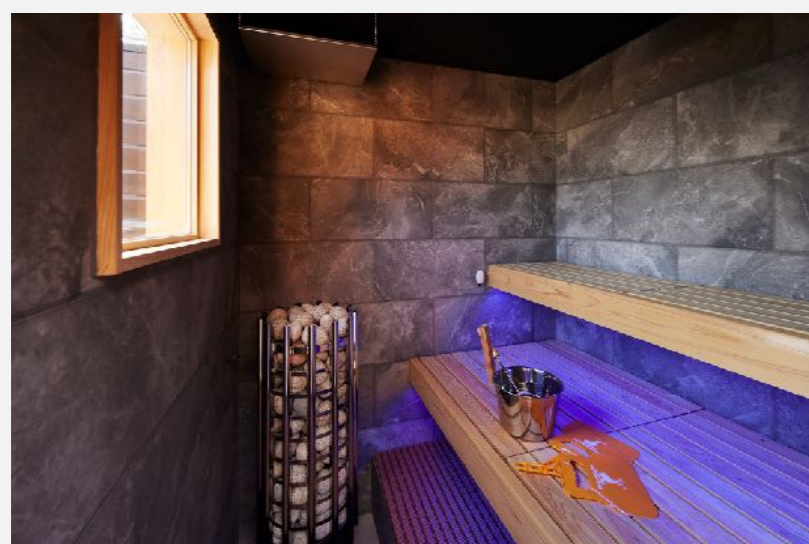
主要お取引先 ■ 株式会社NHKエンタープライズ ■ 株式会社KADOKAWA ■ 株式会社講談社 ■ 株式会社セガグループ ■ 株式会社ソル・インターナショナル ■ 株式会社東映アニメーション ■ 株式会社バンダイ ■ 株式会社バンダイナムコフィルムワークス ■ 株式会社ビジョン ■ 株式会社丸井 etc

独自の事業モデルで培ったノウハウを活かし、規模に依存しない運営へ。全社的な人的リソースは、インバウンドMD事業部を優先。

事業説明

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



静岡県を中心に、東京含む観光地で20棟の宿泊施設を運営。

事業説明
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	455,847,018円	※2026年4月時点 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	38店舗 (2026年4月時点)	従業員数	185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CFO	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)				



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。