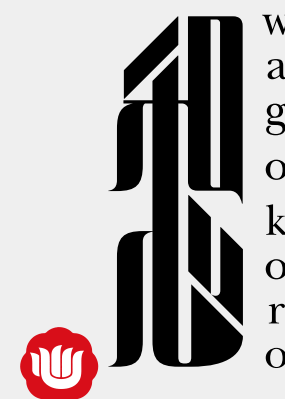


2025年12月期 第2四半期

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	07
／ 3. 業績ハイライト	13
／ 4. 事業概要	17
／ 5. 事業計画	25
／ 6. 財務情報	26
／ 7. 配当方針	27
／ 8. 会社概要	28

2025 上半期累計 (1-6月) 連結実績進捗

通期予想 (25年6月時点)

売上高

28.00億円

(前年同期比 +27.1%)

12.96

進捗率
46.2%

営業利益

4.00億円

(前年同期比 +40.6%)

2.71

進捗率
67.7%

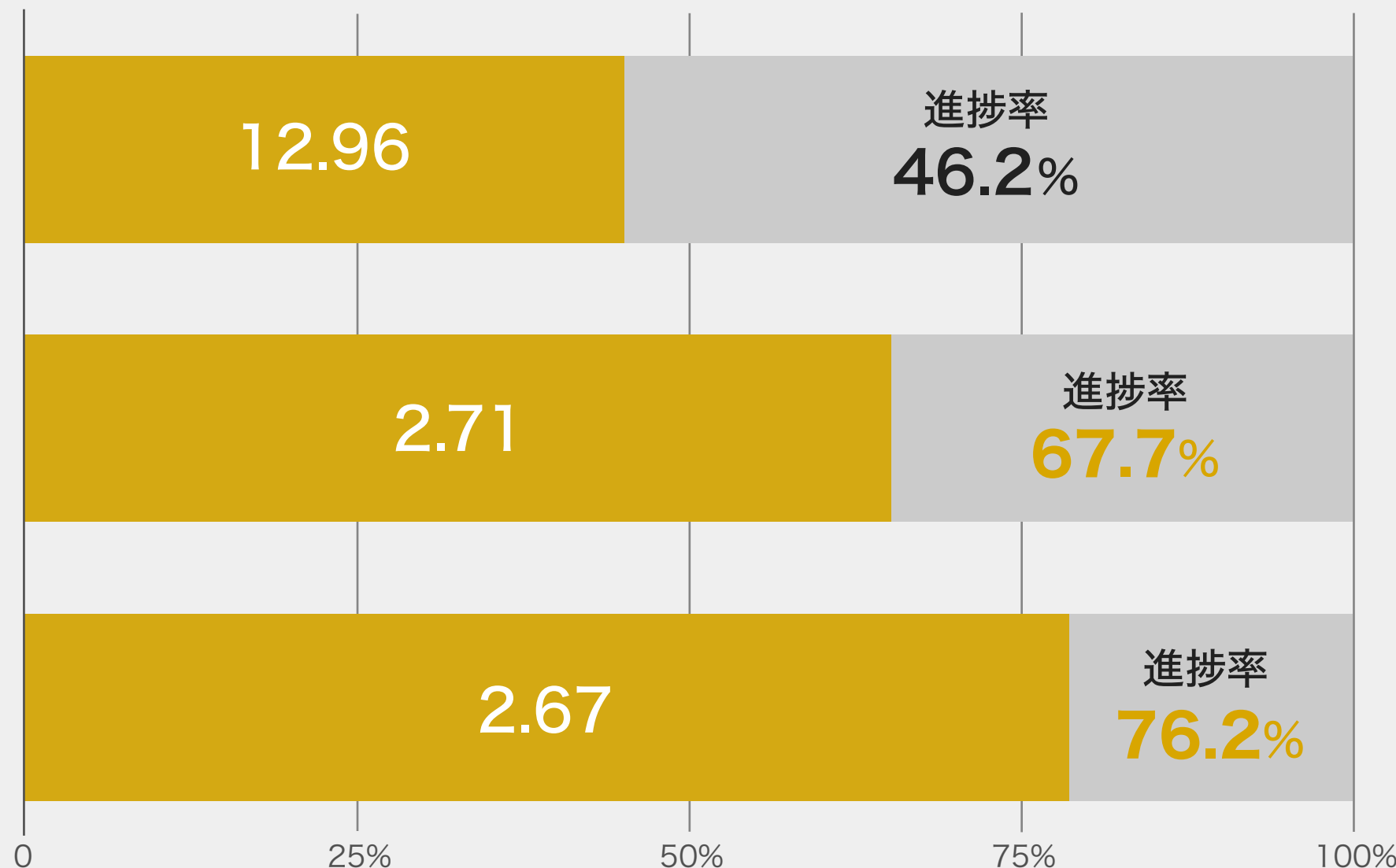
当期純利益

3.50億円

(前年同期比 +35.5%)

2.67

進捗率
76.2%



上半期業績は、利益面で予想を大きく上回る進捗 (過去最高益)。

業績予想

2025年12月期 通期営業利益予想



5.2 歴代最高
通期営業利益
2025年6月時点予想
億円

2025 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
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	修正後予想	増減
4.1 億円	→ 4.0 億円	↗ 5.2 億円	+1.2 億円

通期でも過去最高益を更新見込み

- インバンドMD事業部にて、既存店・新店ともに売上・利益が堅調に拡大。
- 事務業務の効率化や、一部採用遅れを起因とした本部経費の下振れ。

2025年 第2四半期

代表 森による総括と方針

©Wagokoro Co.,Ltd.All Rights Reserved.

1. 慎重さと挑戦のバランスを見直し

■ 第2四半期の成功は「慎重さ」の裏返しでもあった。今、**もう一段階の踏み込み**が必要。

1. 今期の**出店は大成功**。

家賃高騰の中で、物販業態が最適解となり、好立地への多数出店が実現できた。
成果としては良すぎたと言える内容。

2. ただし、**慎重になりすぎた反省**もある。

「確実に勝てる」店舗に絞った結果、チャレンジングな出店を避けてしまった。
大化けの芽を摘んだ可能性がある。

3. 採用も遅れ、体制が出店スピードに追いついていない。

人材戦略と店舗展開の**ギャップ**が課題になりつつある。

結論

「**挑戦とバランス**」を再構築し、**攻めに転じる**土台を整える。

2. なぜ今、インバウンドMD事業に集中するのか

■ 今こそ、**勝てる構造に集中**すべきタイミング。

1. 貸別荘事業は再現性こそあるが、競合優位性を築きにくい。

「先に出しても、後からまかれる」リスクがある。

商品特性上、立地・設備・価格の勝負になりやすく、差別化が困難な構造。

2. それに対して、**物販（インバウンドMD）は模倣困難性が高い。**

商品・VMD・接客・ブランド構築など、積み重ね型の要素が多い。

結果として参入障壁が高く、店舗を増やしても勝率が下がらないスケラブルな事業モデル。

3. 一部観光地では、1坪あたり10万～15万円に賃料が高騰。

和心の「小さいもの×高粗利」の物販業態は、**物件獲得競争において明確な優位性**あり。

結論

現環境で最も競争優位あるインバウンドMD事業に資源を集中。

3. 出店後の「生存力」を鍛える戦略

■ **成長を支えるのは、即応力。** 負けないための布陣を手元に置く。

1. 出店して終わりではなく、「出した後」が重要。

外部要因の変化などに応じ、業態・ブランド転換含め、業績悪化の兆候に即座に反応できる体制が求められている。

2. 即応体制として、**店舗の改装・業態転換・VMD刷新を柔軟かつ迅速に実行できる部隊を整備中。**

「即応改装部隊」を常に手元に置き、スピードと判断を持って再生できる仕組みを作る。

3. この即応部隊は、**森自身が直接指揮**を取る。

「店づくりは経営の根幹」という考えのもと、現場対応力を経営の武器にする。

結論

変化への即応力を培い、出店後の勝率と生存率を最大化。

4. 新業態開発は、「仕込み」を前提にした戦略

■ 我々の強みはヒットを「作る」ことではなく、「育てる」ことにある。

1. 現在、2つの新業態を開発中。

- ① コロナ禍のようなパンデミック環境にも強いお土産業態。
- ② これまでの和心とは異なる切り口で、新市場の開拓を狙う挑戦的な業態。

2. 開発には1年程度の仕込み期間を前提としている。

即出しせず「熟成と見極め」フェーズをしっかりとる。仕込み後に世に出すべきかは慎重に判断。

3. 成功率は決して高くない。

いくつか試す中で、「これは違う」と感じたら潔く撤退する。

結論

将来の柱になり得るものは今から仕込む。

投資はプロジェクトあたり最大1,000万円程度。PL影響は軽微。

代表 森による総括と方針まとめ

2025年 第2四半期

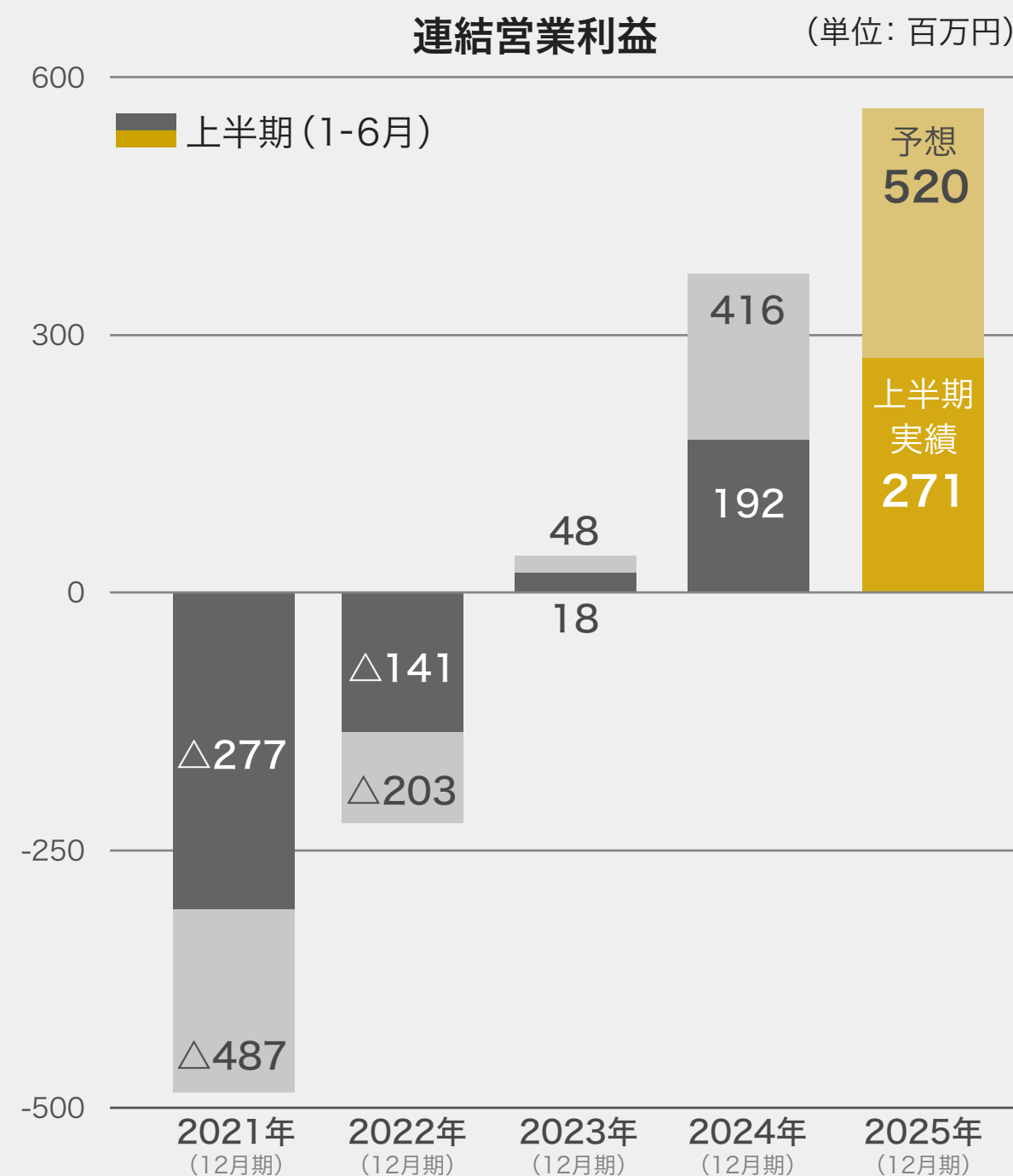
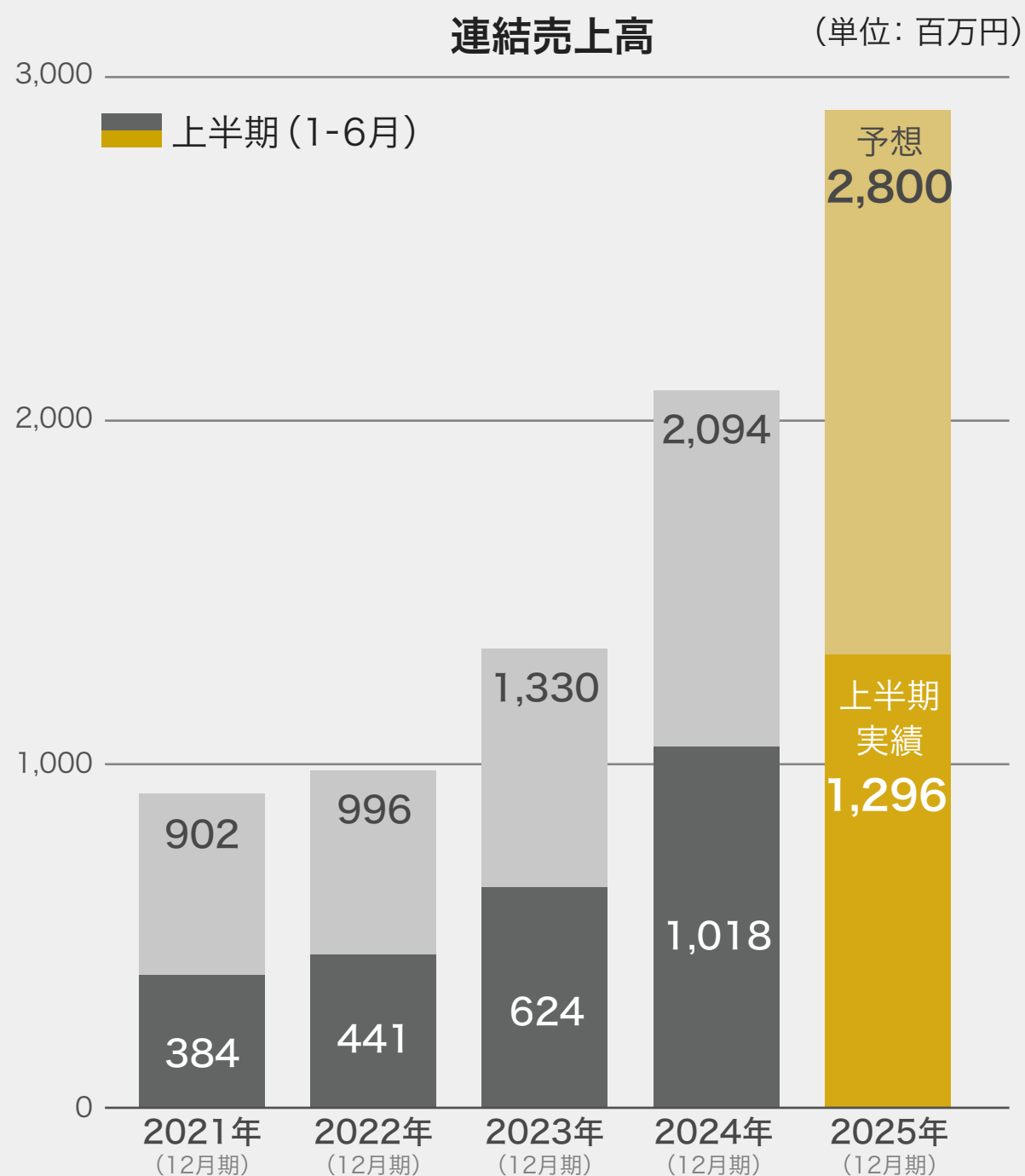
1. 「挑戦とバランス」を再構築し、**攻めに転じる土台を整える。**
2. 現環境で最も競争優位ある**インバウンドMD事業に資源を集中。**
3. 変化への即応力を培い、**出店後の勝率と生存率を最大化。**
4. 将来の柱になり得るものは今から仕込む。

投資はプロジェクトあたり最大1,000万円程度。PL影響は軽微。

お読みいただきありがとうございました。

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 上半期(1-6月) 連結損益計算書

	2024年 上半期	2025年 上半期	YoY増減率
売上高	1,018百万円	1,296百万円	+27.3%
営業利益	192百万円	271百万円	+41.3%
営業利益率	18.9%	20.9%	+2.0pt
経常利益	176百万円	264百万円	+50.0%
当期純利益	197百万円	267百万円	+35.3%

売上・営業利益共に、大幅な増収増益を達成！

※営業利益率に関しては、利益率の高いインバウンドMD事業部の拡大により更に上昇。

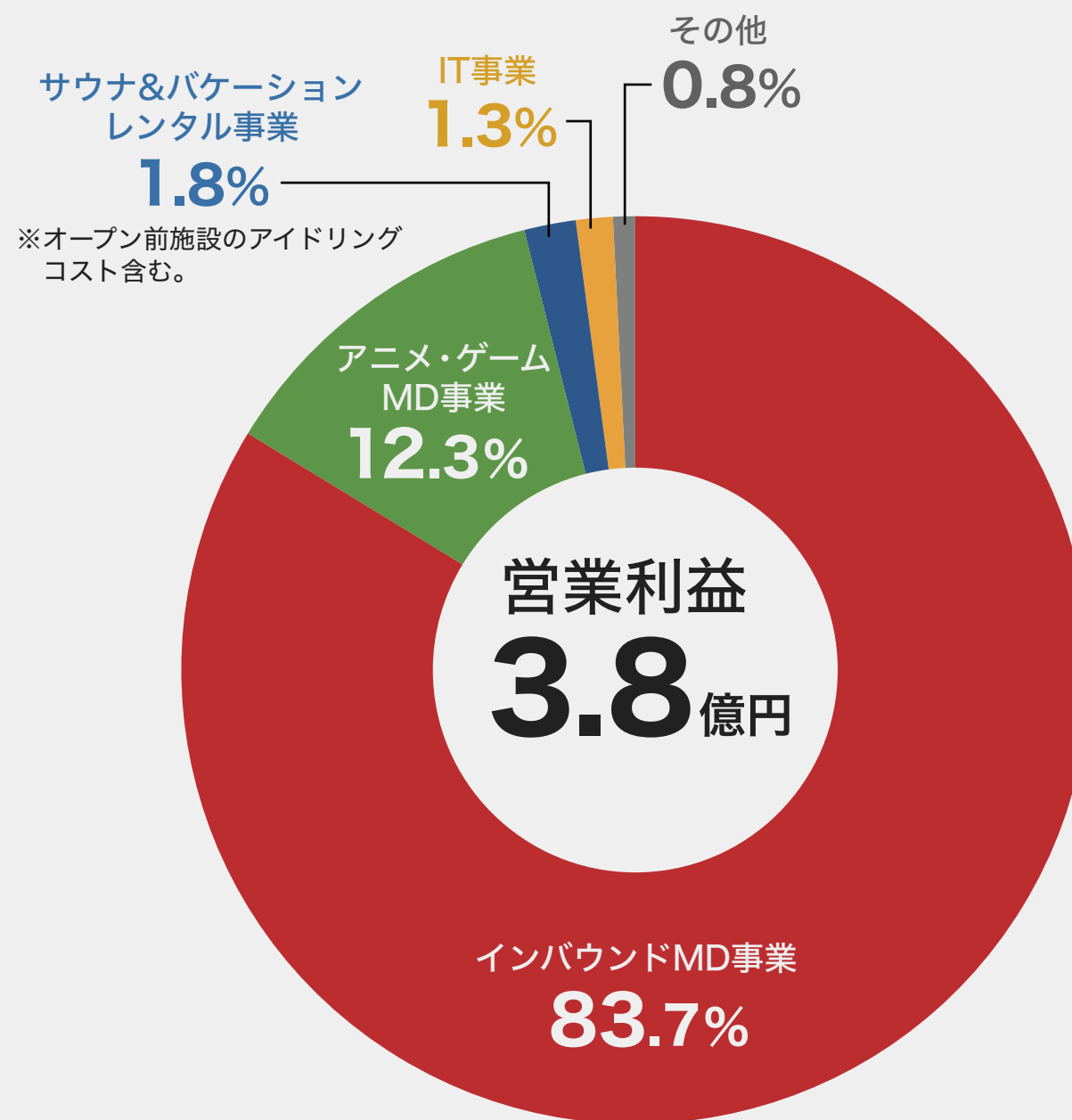
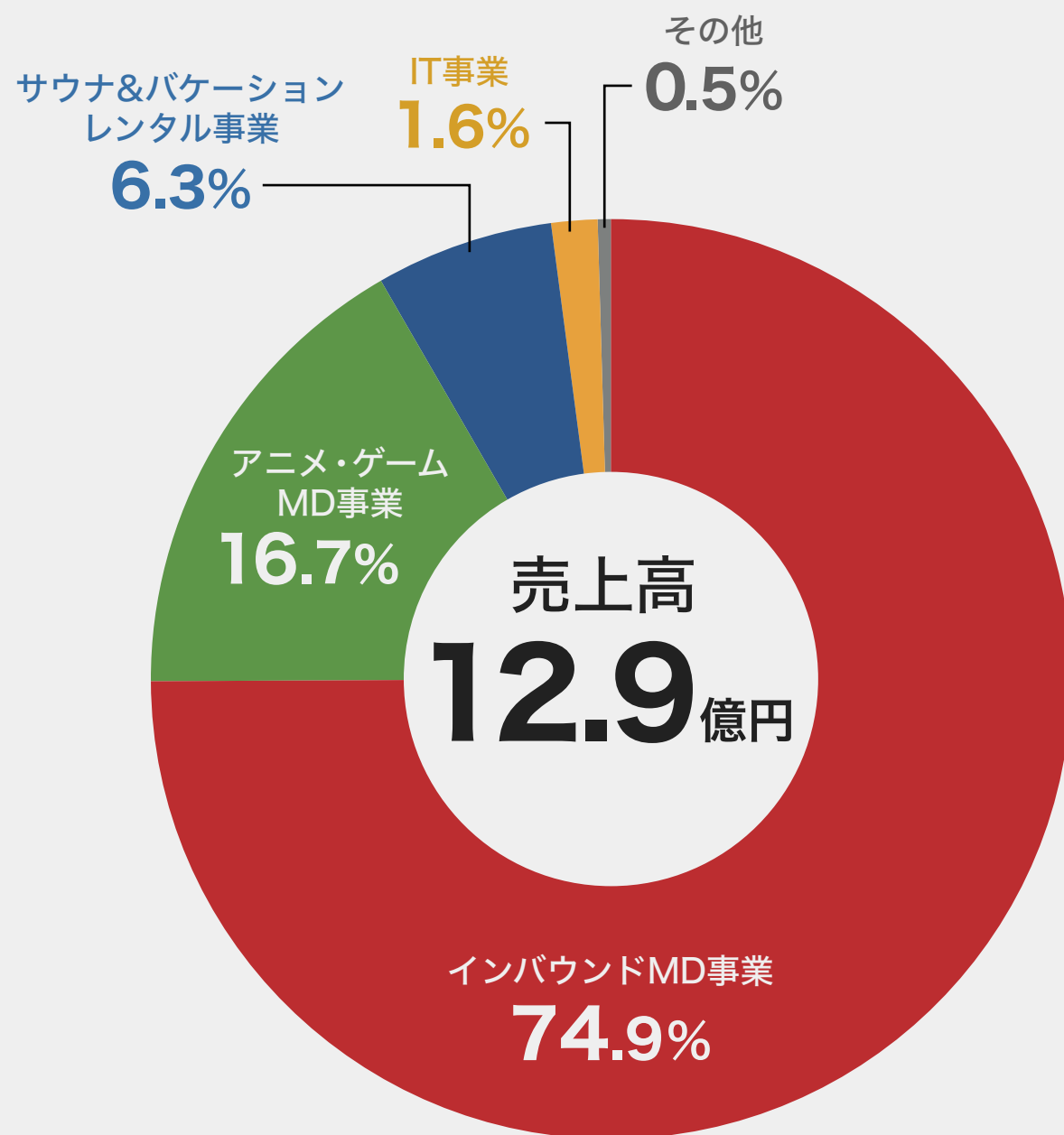
2024-2025 第2四半期(4-6月) 連結損益計算書

	2024年 2Q	2025年 2Q	YoY増減率
売上高	585百万円	752 百万円	+28.4%
営業利益	125百万円	194 百万円	+55.2%
営業利益率	21.2%	25.8%	+4.4pt
経常利益	117百万円	192百万円	+63.6%
当期純利益	140百万円	197百万円	+41.0%

2025年2Qは、四半期ベースの営業利益で過去最高を更新。

※観光消費が活発な4～6月期において売上が拡大し、営業利益率がさらに増加。

2025 上半期 (1-6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。

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。



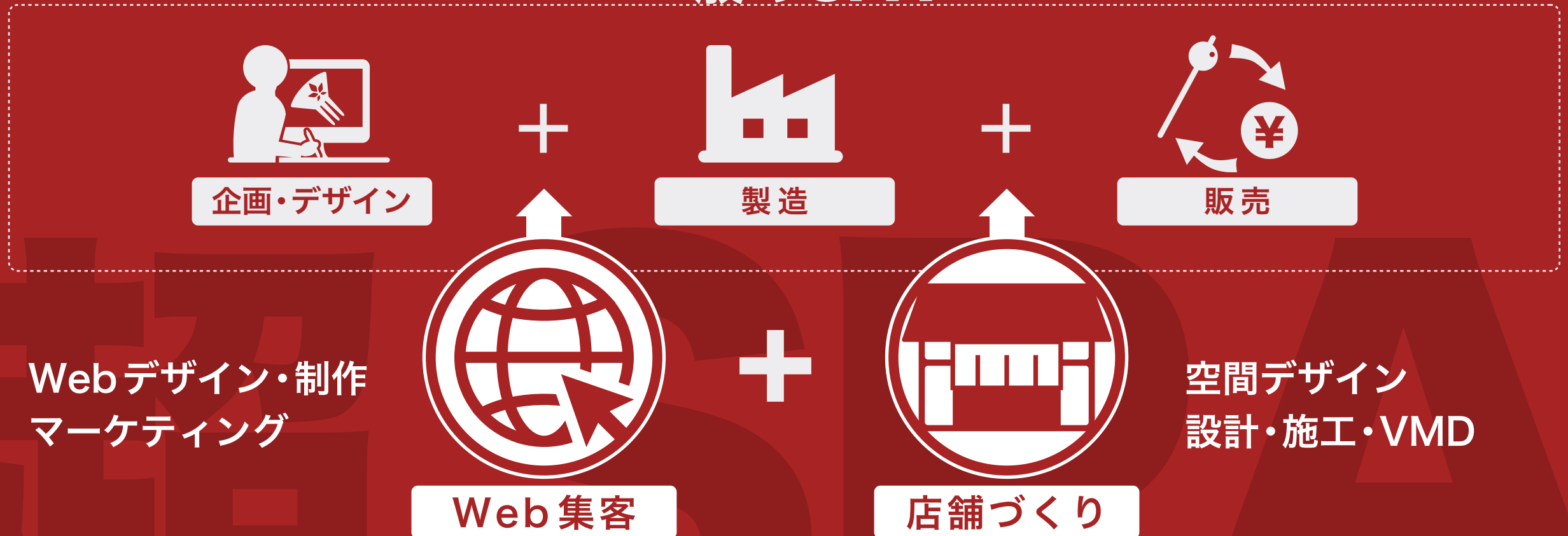
※2024年度より、セグメント名称をモノ事業の小売部門から、インバウンドMD事業に変更しています。

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



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

77.5%

b)

営業利益率

32.9%

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1～6月の事業部実績。

c) 2025年1～6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！

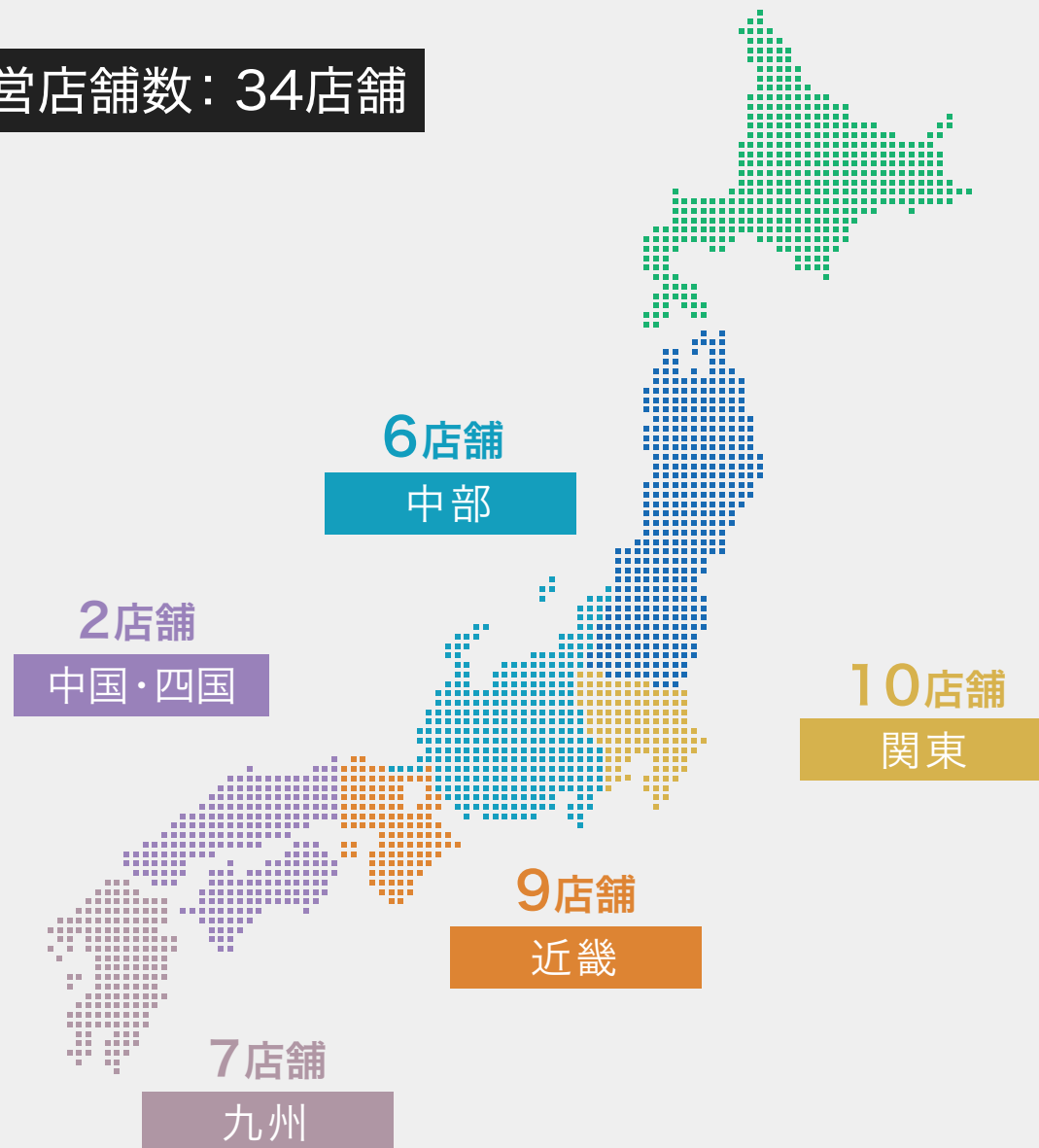
事業概要

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：34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

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

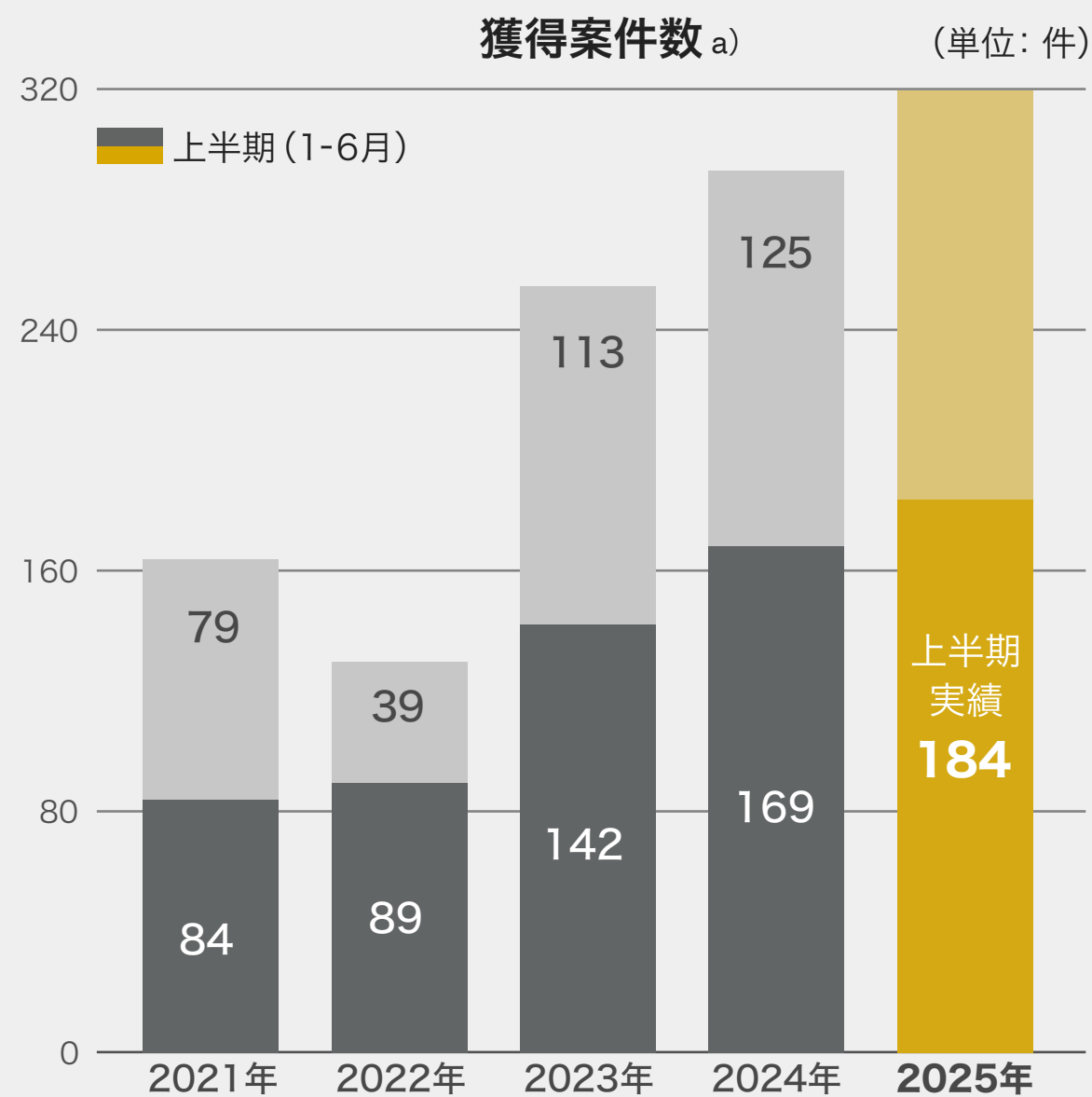
2025年度 上半期(1~6月)

184案件納品 生産商品数
113,574個

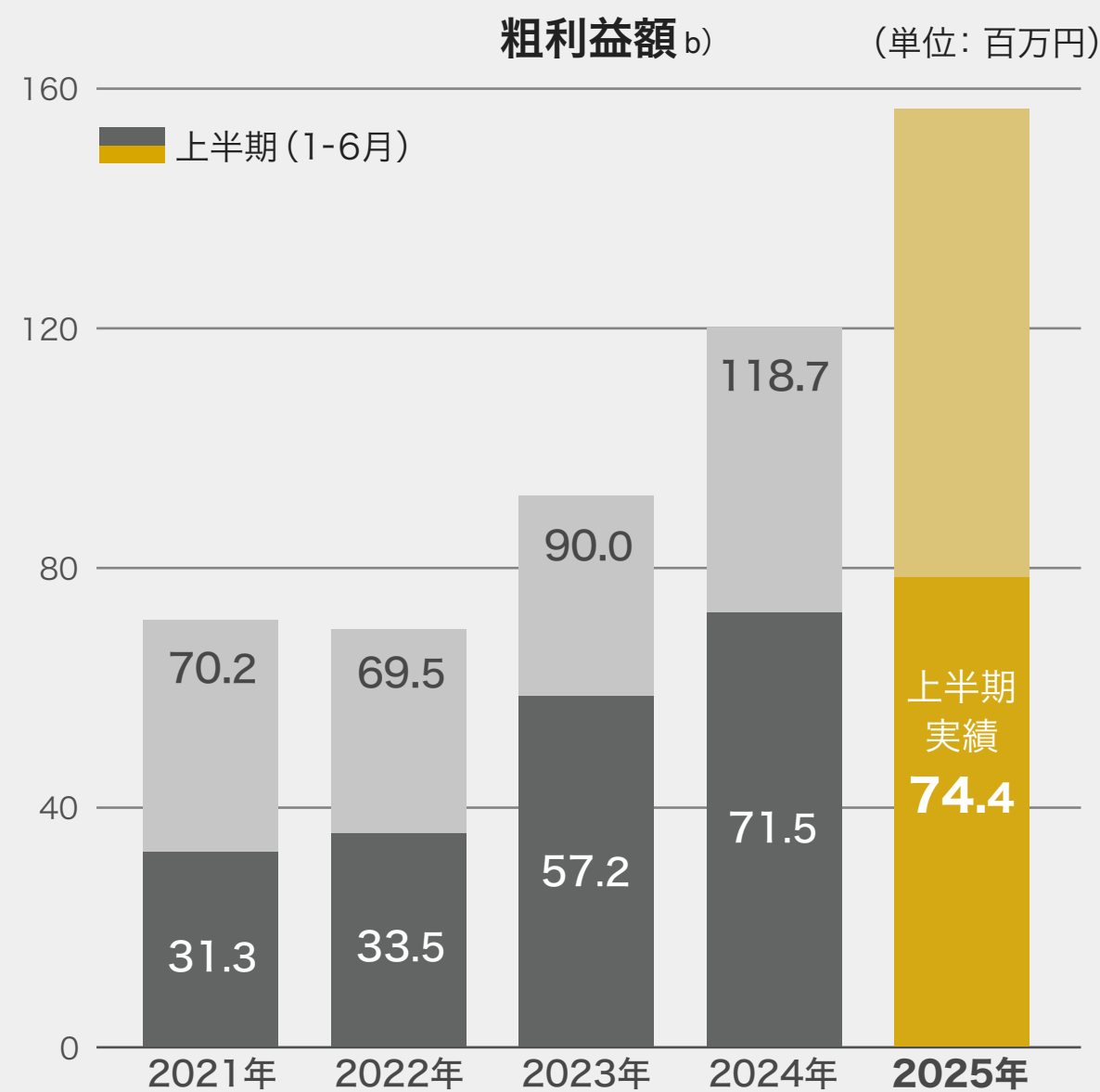
主要お取引先 ■ 株式会社NHKエンタープライズ ■ 株式会社KADOKAWA ■ 株式会社講談社 ■ 株式会社セガグループ ■ 株式会社ソル・インターナショナル ■ 株式会社東映アニメーション ■ 株式会社バンダイ ■ 株式会社バンダイナムコフィルムワークス ■ 株式会社ビジョン ■ 株式会社丸井 etc

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**10%増**。

案件獲得数と粗利益額の推移



a) 案件数: 事業規模拡大の主要指標



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。

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

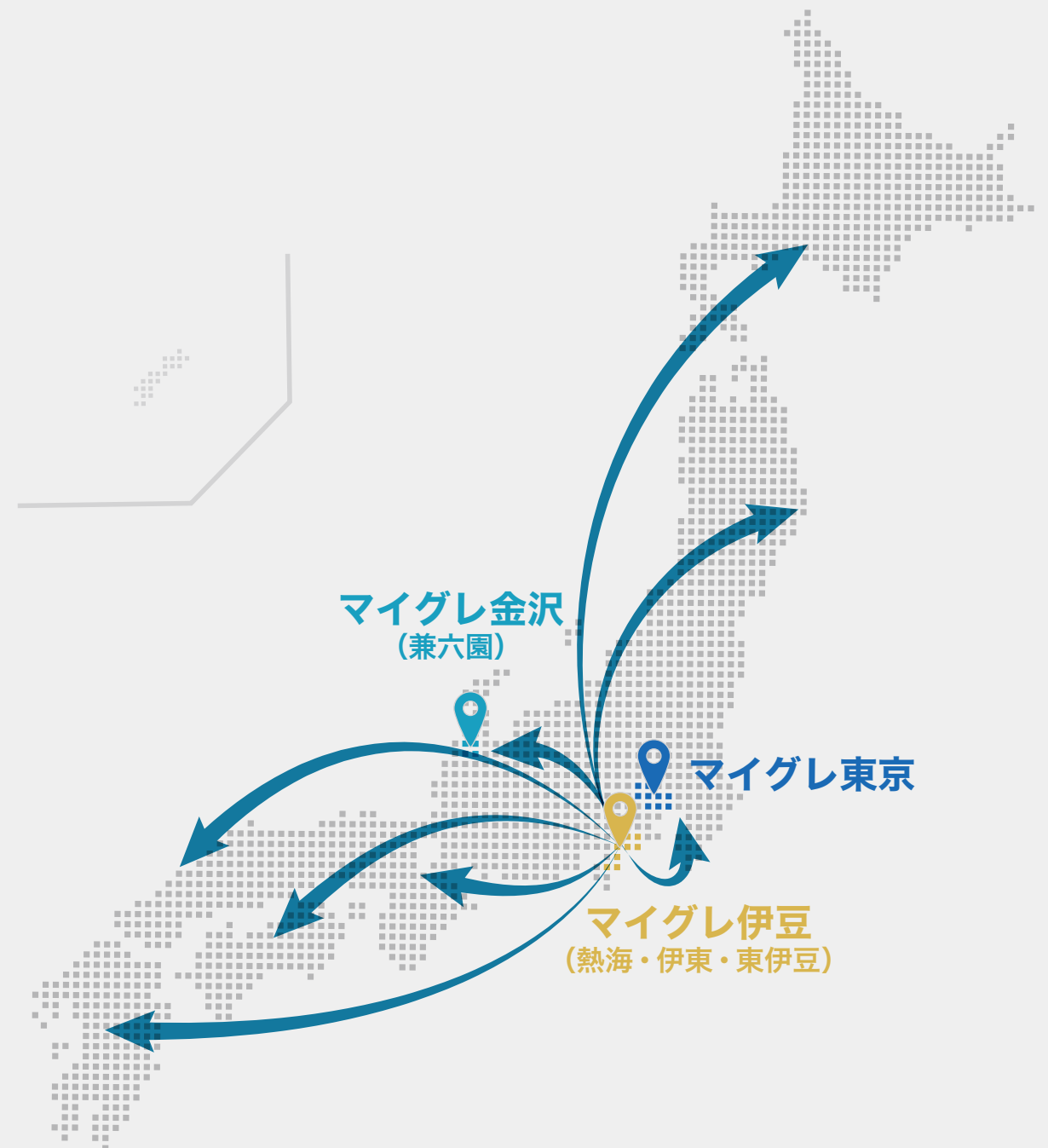
プロダクトの差別化

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

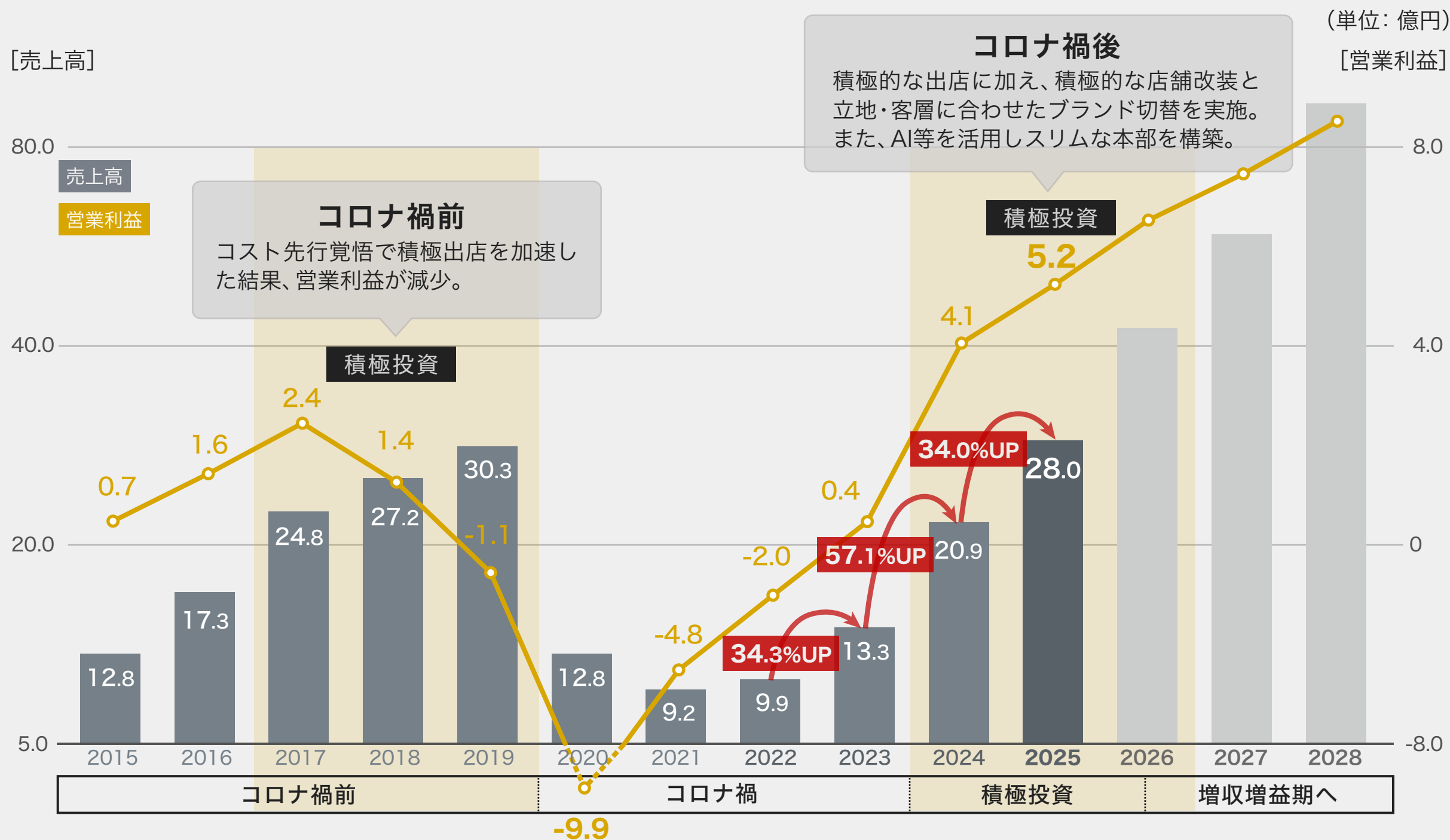
ビジネスモデルの拡張性

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。



事業計画

連結売上高と営業利益の推移と今後の見通し



直近3年間の、2022～25年の年平均売上成長率は**41.4%増**。

2025 上半期 (1-6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6月末)	前期末差額
流動資産	841	928	+87
現預金	190	346	+156
商品	208	186	△22
固定資産	434	601	+167
投資その他の資産	233	289	+56
資産合計	1,275	1,529	+254
流動負債	611	506	△105
短期借入金 (1年内返済予定の長期借入含む)	355	255	△100
固定負債	95	185	+90
長期借入金	77	175	+98
負債合計	707	692	△15
純資産	568	836	+268
自己資本比率	40.7%	51.5%	+10.8pt

利益の積み増しにより純資産が増加し、自己資本比率は**51.5%**へと上昇。

※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。

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	50,000,000円	
本社	東京都渋谷区千駄ヶ谷3-20-12 和心ビル		店舗数	34店舗 (2025年8月現在)	従業員数 161名 (非正規社員112名含)
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）				
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。