

2026年3月2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2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・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2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新店開発を計画どおり実施

2月の常設店舗全店売上高は、前年同月比 156.2%、既存店売上高は同 111.3%となりました。

訪日客数は全体では前年同期比で減少したものの、中国の影響を除くと拡大基調が継続しており、中国人観光客減少の和心への影響は限定的です。

当月は戦略的な投資期間と位置付け、京都の既存店4店舗で改装を実施しました。観光需要増を見据え、店頭造作の刷新や什器配置の最適化を行い、繁忙期に向けたオペレーション効率および店舗環境の改善を図っております。

新規出店については、埼玉県川越市において、『北斎グラフィック』に続くエリア2店舗目として『かんざし屋 wargo』を3月20日にオープン予定です。地域でのブランド認知向上と集客の相乗効果を見込むとともに、川越市以外での新規出店計画についても引き続き検討を進めております。

● 春休み需要を追い風にメルローズマーケットとマイグレ両事業が好調に推移

当社子会社であるメルローズマーケット 伊東マリン店は、春休み期間中の学生来訪増加を背景に売上が順調に推移しております。伊豆特産品やオリジナル雑貨が若年層の支持を集め、売上の前年同比がプラスで推移しています。加えて、伊東市を拠点とするサウナ&バケーションレンタル事業のマイグレも、河津桜の開花と春休み需要が重なり好調に推移しております。今後も季節需要を的確に捉え、伊東エリアの活性化と収益基盤の強化を図ってまいります。

● 株主優待制度の新設(新規導入)

本制度は、株主の皆様への日頃のご支援に感謝するとともに、当社ブランドのファンの皆様に中長期的な株主としてご参画いただくことを目的としております。

株主優待の内容につきましては、URL をご参照ください。

本制度の導入により、店舗への来店機会を創出し、ブランド体験の向上を図るとともに、ブランドと株主の関係性を強化することで、企業価値の持続的な向上を目指してまいります。

<https://www.wagokoro.co.jp/ir/preferential/>

■ 新商品発表

『かんざし屋 wargo』

- ・木渡鳥一本簪-緑
- ・木渡鳥一本簪-青
- ・木渡鳥一本簪-桃
- ・木渡鳥一本簪-赤
- ・木渡鳥一本簪-白

『北斎グラフィック』

- ・和柄テキスタイル三つ折り畳み遮光日傘 暮れに駆ける

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

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>

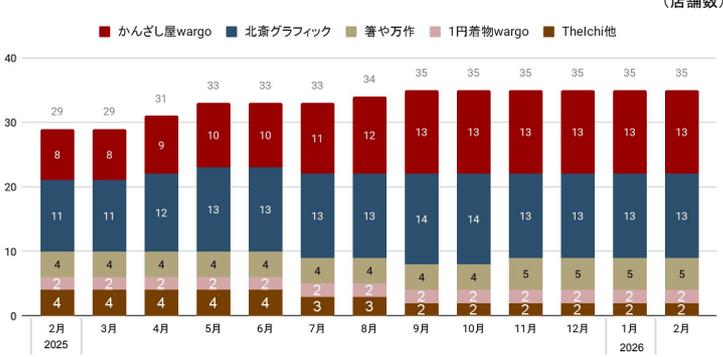
<本件に関するお問い合わせ先>

株式会社和心 広報窓口

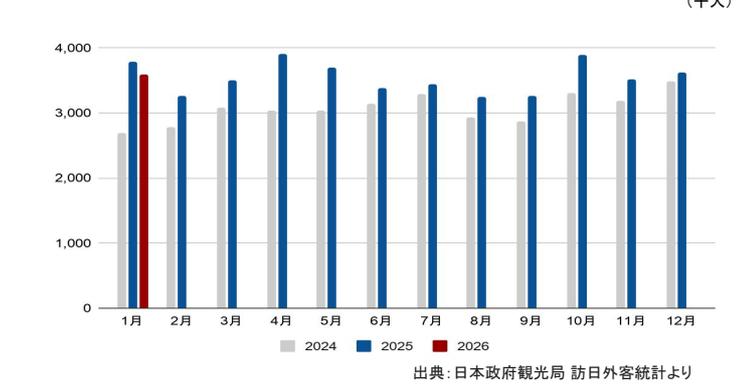
TEL:03-5785-0556

Email:press@wagokoro.co.jp

店舗数月次 推移 インバウンドMD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MD事業

2025年12月期													
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

2026年12月期		
売上高	1月	2月
全店	142.6	156.2
既存店	102.1	111.3

※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

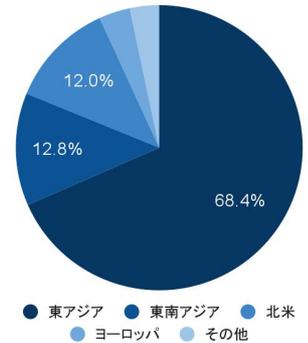
2月の常設店舗全店売上高は前年同月比 156.2%、既存店売上高は同 111.3%となりました。

2月は新規の出店はなかったものの、来る観光繁忙期に備え、京都エリアの既存店4店舗(京錦北斎グラフィック/京都新京極1円着物wargo/京都新京極かんざし屋 wargo/祇園北斎グラフィック)の改装を実施。より多くのお客様の目を惹く店頭造作や、店内導線を鑑みた 什器配置変更など繁忙期に備えた大幅な変更を行いました。また新規出店開発も順当に進行中。

主要国・地域別

順位	国・地域	1月速報	前年比
1	韓国	1,176	21.6%
2	台湾	694	17.0%
3	中国	385	-60.7%
4	米国	207	13.7%
5	香港	200	-17.7%
6	豪州	160	14.3%

地域別シェア



訪日外国人数の動向

1月の訪日客数は全体では前年同期比で減少しましたが、中国の影響を除くと引き続き拡大基調にあります。中国人観光客の減少が和心の業績に与える影響は限定的であり、多角化するインバウンド需要を背景に、既存店売上は前年同期比でプラスを維持しています。

2月の主なトピック

【店舗情報】京都・新京極/祇園エリアの和心 4店舗がリニューアル



京都の主要観光エリアに展開する 4店舗をリニューアルし、日本文化をより体感しやすい店舗空間へ刷新いたしました。今回リニューアルしたのは、新京極『1円着物 wargo 本店』『祇園『北斎グラフィック』新京極『かんざし屋 wargo』。立地を生かし、通りを歩くお客様の視線の流れを分析し、歩きながらでも印象に残るファサード構成へ刷新。ボリューム感ある陳列と商品の訴求力を強化。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「木渡鳥一本簪」が登場



広大な森を越えて次の地へ羽ばたく渡り鳥を表現した一本簪。フープの中で翼を広げるツバメが自由を象徴し、連なる木のビーズは通り抜けた深い森を、艶やかな丸ビーズは旅路で出会った森の恵みを表しています。

ウッドとメタルの異素材が自然の力強さと繊細さを調和させ、揺れる姿は森を駆ける風のように。温かみあるロングシルエットで、カジュアルから個性的な和装まで幅広く映えるデザインです。

【北斎グラフィック】新作「暮れに駆ける」が登場



傘布全面に大胆でモダンな和柄グラフィックを施した晴雨兼用折りたたみ傘です。ボタンを押して開くため、収納時も楽にたためます。

和装・洋装問わず使えるよう、折りたたみでも後ろ帯が濡れない大きめサイズにしました。骨組みには軽しなやかにしなるグラスファイバーを使用し、丈夫で雨風にも強い仕様です。雨傘・日傘のどちらにも対応し、デザイン性と使いやすさを兼ね備えた一本です。

【店舗情報】伊東メルローズマーケット好調



当社子会社である「メルローズマーケット伊東マリン店」は、春休み期間中の学生来訪増加を背景に、売上高が順調に推移しております。地元伊豆の特産品やオリジナル雑貨が若年層の支持を集め、来店客数および購買単価がともに上昇いたしました。グループ来店によるまとめ買い需要も見られ、客層の広がりが売上拡大に寄与しております。今後も季節需要を的確に捉え、店舗運営の強化を図ってまいります。