

2026 年 10 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 9 月の事業進捗レポートを公開

株式会社和心は、本日、当社の主要ブランドである『かんざし屋 wargo』、『北斎グラフィック』、『箸や万作』、『1 円着物 wargo』を展開するインバウンド MD 事業部、食物販がメインの道の駅事業、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 9 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 事業は主要観光地店舗を中心に力強く拡大、出店開発も加速

当月の常設店舗全店売上高は前年同月比 150.1%、既存店売上高は同 115.0%を記録いたしました。シルバーウィークを背景に国内・インバウンド需要がともに伸長し、独自性の高い商品開発と一貫したブランド体験が国内外のお客様から高い支持を獲得、主力店舗が業績を牽引いたしました。

店舗開発では、新宿マルイ アネックスにて『かんざし屋 wargo』『北斎グラフィック』の新規出店と、既存『箸や万作』のリニューアルを合わせた 3 店舗が 9 月 18 日に同時オープンいたしました。新宿は世界有数のターミナルであり、連日多くのインバウンド客や観光客が訪れるエリアとなり、初日から大変な賑わいとなりました。

さらに今後の出店として、初の羽田空港第 3 ターミナル直結「羽田エアポートガーデン」にて『かんざし屋 wargo』の新規出店を決定いたしました。出店エリアの「ジャパンプロムナード」は、日本の伝統文化や匠の技を象徴する名店が集結し、日本文化を五感で堪能できる人気スポットとして高い注目を集めています。

来月以降も確固たるブランド価値を軸とした出店戦略のもと、複数の開発案件が順調に進行しております。

● 訪日外国人客数

訪日外国人客数

8 月の訪日外客数は、東南アジアにおける季節的な需要の落ち着きや、台風等による航空便の欠航といった一時的な影響を受けて 3,098,900 人(前年同月比 9.6%減)となりました。一方で、前月に引き続き東アジアや欧米豪・中東を中心に、夏季休暇や祝日に合わせた力強いインバウンド需要に支えられました。その結果、韓国、マレーシア、メキシコなど 14 市場で 8 月としての過去最高を記録したほか、イタリアとスペインでは単月としての過去最高を更新いたしました一部市場での一時的な下押し要因はあったものの、広範な地域において国際的な渡航需要の定着と底堅い成長基調が示される結果となっております。

当社店舗が多数出店する主要観光地におきましても、引き続き堅調なインバウンド需要の取り込みが見込まれます。

● 静岡県伊東市の道の駅店舗「伊豆 The Ichi」がシルバーウィーク需要を捉え好調

静岡県伊東市の道の駅伊東マリンタウン内の「伊豆 The Ichi」は、シルバーウィークは台風の影響で 1 日休館となったものの、家族連れや学生団体などで賑わい好調に推移しました。シルバーウィーク以外でも 9 月の観光シーズンに伴い、日帰りシニア旅行や修学旅行の立ち寄りといった団体バスの乗り入れも多く見られまし

た。食品では引き続き地元の銘菓が売上上位を占めています。雑貨は取扱数を大幅に増やし、人気商品の海系マスコットのチャーム、キーホルダー、スクイーズなどを展開。原価率を下げた仕入れと上記ラインナップ需要がマッチし、利益率向上に繋がっています。

■ 新商品発

『かんざし屋 wargo』

- | | |
|-------------|-------------|
| ・一本彫螺鈿簪-胡蝶 | ・一本彫螺鈿簪-木葉 |
| ・一本彫透かし簪-瑞雲 | ・一本彫透かし簪-流水 |
| ・木春菊一本簪-藍 | ・木春菊一本簪-赤 |
| ・木春菊一本簪-橙 | ・木春菊一本簪-翠 |
| ・木春菊一本簪-桃 | ・月窓蝶一本簪-黄 |
| ・月窓蝶一本簪-藤 | ・月窓蝶一本簪-白 |
| ・月窓蝶一本簪-桃 | ・月窓蝶一本簪-空 |

『北斎グラフィック』

- | | |
|--------------|--------------|
| ・24 本骨社長傘-柳茶 | ・24 本骨社長傘-紺藍 |
| ・24 本骨社長傘-梅鼠 | |

商品詳細につきましては、PRTIMES をご覧ください。

https://prtmes.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文化に触れる機会を創出するとともに、伝統文化・技術の継承という課題の解決に取り組んでいます。『北斎グラフィック』『かんざし屋 wargo』『箸や万作』『一円着物 wargo』『musumusu』などの和小物・アクセサリー、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・販売をはじめ、EC サイト「The Ichi」の運営、他社製品の OEM 事業、子会社による宿泊事業『マイグレ』、道の駅事業『伊豆 The Ichi』など、幅広い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：203 名（非正規社員を含む）

資 本 金：722,614,818 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 エス・ティー・エヌ伊豆株式会社

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＞

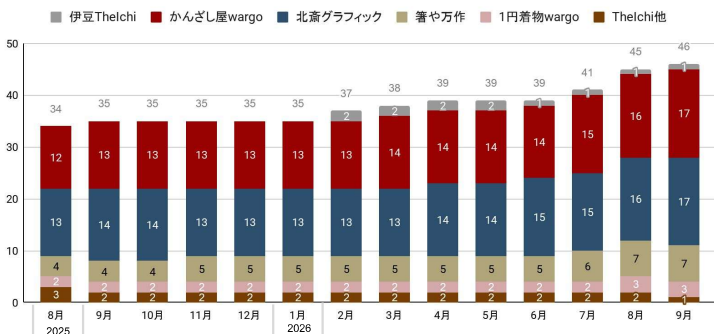
株式会社和心 広報窓口

TEL: 03-5785-0556

Email: press@wagokoro.co.jp

店舗数月次 推移 インバウンドMD・道の駅事業※

(店舗数)



※本レポートより 2026年1月末に事業継承したエス・ティー・エス伊豆株式会社の伊豆 Thelchi(旧メルローズマーケット)を追加しています。

月次売上前年同期比 インバウンドMD・道の駅事業

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	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月
全店	142.6	179.6	169.5	142.5	160.1	140.3	155.2	151.7	150.1
既存店	102.1	109.3	107.9	100.8	115.5	108.5	116.0	106.2	115.0

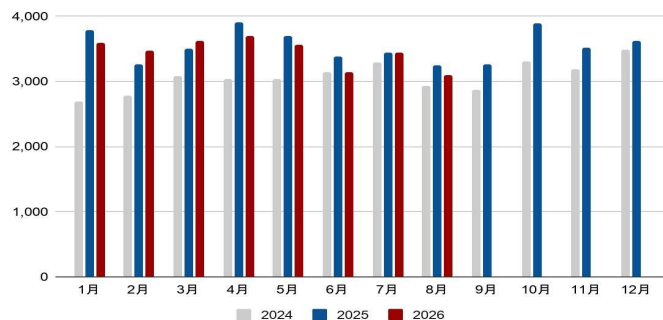
1)単位: % (レジデータを基にした監査前の売上速報・参考値ベース)
2)26年2月から伊豆 Thelchiの売上を反映。既存店売上高前年同期比は、同店舗の継承前実績を含め算出。

インバウンド MD事業

9月の常設店舗全店売上高は前年同月比 150.1%、既存店売上高は同 115.0% を記録いたしました。シルバーウィークを背景に国内・インバウンド需要がともに伸び、独自性の高い商品開発と一貫したブランド体験が国内外のお客様から高い支持を獲得、主力店舗が業績を牽引いたしました。
さらに今後の出店として、羽田エアポートガーデンの『かんざし屋 wargo』の新規出店が確定し、26年の新規出店数が目標の 10を超えました。

訪日外国人数 推移

(千人)

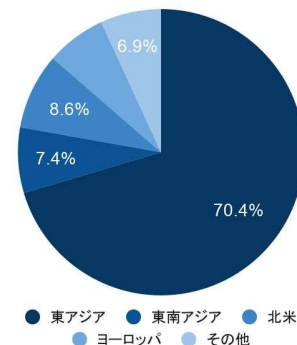


出典: 日本政府観光局 訪日外客統計より

主要国・地域別

順位	国・地域	8月速報	前年比
1	韓国	850	28.8%
2	台湾	666	7.2%
3	中国	418	-59.0%
4	香港	247	9.3%
5	米国	197	1.0%
6	その他	143	-1.4%

地域別シェア



訪日外国人数の動向

8月の訪日外客数は309万8,900人で前年同月比9.6%減となったものの、韓国、マレーシア、メキシコなど 14 市場で 8 月として過去最高を記録した。そのうちイタリア、スペインで単月過去最高を記録。引き続き戦略的な訪日旅行プロモーションに取り組んでいく。

9月の主なトピック

【店舗情報】新宿マルイアネックスにて『かんざし屋 wargo』『北斎グラフィック』が新規同時オープン



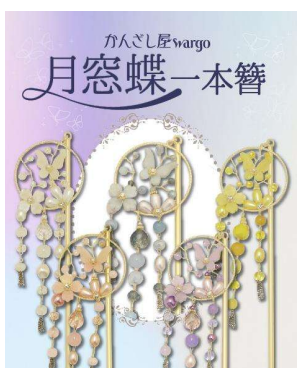
2026年9月18日に新宿マルイ アネックス 1階にて、専門店エリア『かんざし屋 wargo』『北斎グラフィック』を新規同時オープンしました。世界有数のターミナルであり、連日多くのインバウンド客や観光客が訪れる新宿エリア。その中心に位置する新宿マルイアネックスにおいて、これまでセレクト複合店『Thelchi(ザ・イチ)』として展開していた店舗を、各ブランド独自の世界観と専門性をより深く体験できる空間へと刷新いたしました。専門性を高めた 2店舗の同時オープンにより、プロダクトの魅力を世界へ向けに力強く発信してまいります。

【店舗情報】新宿マルイアネックスにて『箸や万作』がリニューアルオープン



『かんざし屋 wargo』『北斎グラフィック』の新規オープンの同日に新宿マルイアネックスに箸や箸置き専門店『箸や万作』をリニューアルオープンしました。今回のリニューアルにより、1階正面入口へ移動。日本各地の伝統工芸やモダンなデザインを取り入れた多種多様な箸と箸置きを取り扱う専門店。ご自身用はもちろん、大切な方へのギフトやインバウンドのお土産としても人気の店舗が、より見やすく上質な空間へと生まれ変わりました。お箸の名入れもその場で承ります。

【かんざし屋 wargo】新作「月窓蝶一本簪」が登場



繊細な輪郭を描く円形フレームの中に、からやかに羽ばたく蝶と愛らしいお花をワイヤーワークで表現。フレームの下からは長さの異なる 3本のビーズ下がりやが優しく流れ落ち、歩くたびに光を拾って繊細で華やかな揺れ感を演出します。カラーは 5色展開。色ごとにパーツやビーズの組み合わせを変え、それぞれの情景に合わせた表情を楽しめる仕上がりになりました。主張しすぎない絶妙なニュアンスカラーと現代的なシルエットで、日常のコーディネートから和装までスタイルを選ばずお使いいただけます。

【その他情報】シルバーウィークでマリンタウン好調



シルバーウィークは台風の影響で1日休館となったものの、家族連れや学生団体などで賑わい好調に推移しました。シルバーウィーク以外でも9月の観光シーズンに伴い、日帰りシニア旅行や修学旅行の立ち寄りといった団体バスの乗り入れも多く見られました。食品では引き続き地元の銘菓が売上上位を占めています。雑貨は取扱数を大幅に増やし、人気商品の海系マスコットのチャーム、キーホルダー、スクイズなどを展開。原価率を下げた仕入れと上記ラインナップ需要がマッチし、利益率向上に繋がっています。