



事業計画及び成長可能性に関する事項の開示

2024年3月29日
株式会社和心
東証グロース(9271)



会社概要

ビジネスモデル

1. 事業の内容
 - ・ モノ事業
 - ・ その他事業
 - ・ 事業ごとの寄与度
2. 収益構造
 - ・ 売上構成
 - ・ 事業系統図

市場環境

1. 市場規模
 - ・ 日本人国内旅行消費額の推移
 - ・ 訪日外国人数の推移
 - ・ BtoC-EC市場規模の推移
 - ・ 当社進出先マーケット

競争力の源泉

1. 経営資源・競争優位性
 - ・ モノ事業

事業計画

1. 成長戦略
 - ・ モノ事業
 - ・ その他事業
2. 経営指標の進捗状況

リスク情報

1. 認識するリスク
2. リスク対応策

会社概要



『日本のカルチャーを世界へ』

Japanese culture to the world

会社概要



会社名	株式会社 和心			
設立	2003年2月7日（1997年7月創業）	役員	代表取締役社長	森 智宏
資本金	936,556千円		専務取締役	最上 夢人
本社	東京都渋谷区千駄ヶ谷3-20-12和心ビル		専務取締役	小田桐新五
店舗数	22店舗		社外取締役	三上 功太
従業員数	34（105）名（使用人数は就業人員であり、臨時雇用者数（パートタイマー、人材会社からの派遣社員を含む。）は、（ ）内に年間の平均人員を外数で記載しております。）	社外取締役監査等委員	白潟 敏郎	
		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	
事業概要	モノ事業	子会社	マイグレ株式会社	
	和雑貨の企画・デザイン、製造、販売（店舗・EC）			
	その他事業			
	地方移住者向け不動産の仕入、改装、賃貸・売買、民泊施設の運営			

（2024年3月末現在）

ビジネスモデル



ビジネスモデル

1. 事業の内容ーモノ事業 (1/2)

専門店

かんざし
かんざし屋wargo (8)



和傘・和柄傘
北斎グラフィック (5)



箸・器
箸や万作/MANSAKUGALLERY (2)



ブランド複合店
The Ichi (3)

日本猫雑貨
猫まっしぐら (2)



リユース着物量売り
1円着物wargo (2)



和柄アクセサリ
かすう工房



ゆかた屋
hiyori



帯留
おびどめ屋wargo



京都せんす処
白扇堂



※ カッコ内は実店舗数 (2023年12月末現在)

モノ事業

モノ事業は、企画・デザインから製造、販売までを自社で徹底して管理する製造小売業、いわゆるSPA（※）の事業形態を取っております。店舗の空間設計や施工、オムニチャネル化を可能としたECサイトの開発・運用まで一貫して管理する事業形態を取ることで、効率的かつ高収益を目指した小売業を展開しております。また、小売業で蓄積したノウハウを武器に、他企業へのOEM提案を行っております。

※Specialty store retailer of Private label Apparel

①小売部門

[かんざし屋wargo]、[北斎グラフィック]、[箸や万作]、[猫まっしぐら]、[1円着物wargo]、[かすう工房]、[おびどめ屋wargo]、[ゆかた屋hiyori]及びこれら複数ブランドの商品を取り扱う複合店舗[The Ichi]、を京都をはじめ国内の主要都市／観光地に展開しております。また、店舗出店の他、ECサイトにおける販売及び催事場による販売も行っております。いずれのブランドにおいてもオリジナルデザインを中心に、伝統工芸から人気キャラクターまで様々なコラボ商品を手掛けており、1商材に対する商品数の充実に注力し、多種多様な顧客ニーズに対応しております。また、お客様が楽しみながらお買い物をして頂ける店作りを追求しております。

②OEM部門

当社は、アニメ、マンガ、ゲーム及びそのキャラクターグッズなどクールジャパンの筆頭に挙げられるサブカルチャーコンテンツを手掛ける企業を主要取引先として、自社商品の製造過程で培ってきた国内外の多数の提携工場とのリレーションを活かし、原価を抑え、品質を維持した小ロット生産にも対応できるOEMサービスを提供しております。商材毎に特化したOEM制作サイトを開設し、新規顧客開拓の主要手段としております。長年にわたる小売店舗の運営経験を活かした提案が可能であること、社内の専属デザイナーと顧客の間で直接コミュニケーションが可能であること、などが特徴に挙げられます。

マイグレ

2020年7月に連結子会社マイグレ株式会社を設立。同年8月より、静岡県を中心に空き家をリノベーションして賃貸する不動産賃貸業を開始し、6件の賃貸物件を運用しております。尚、賃貸物件に続き、2021年8月に宿泊施設がグランドオープンし、9件の民泊物件を運営しております。（2023年12月現在）

マイグレテラス
2021年6月OPEN



マイグレ天守閣
2021年12月OPEN



マイグレフィールズ
2022年5月OPEN



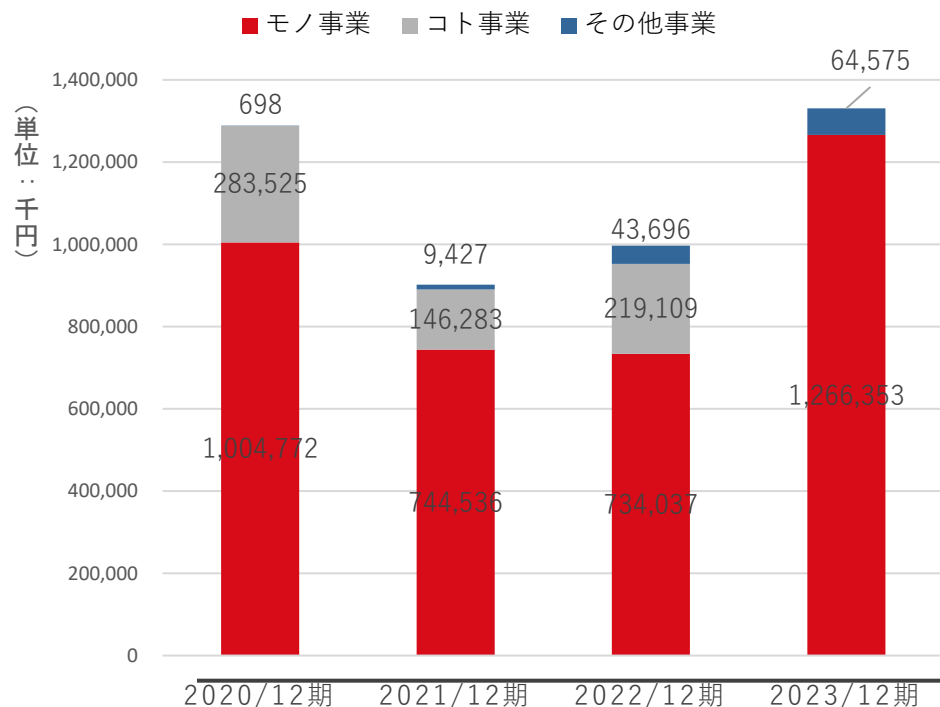
マイグレフラット
2022年5月OPEN



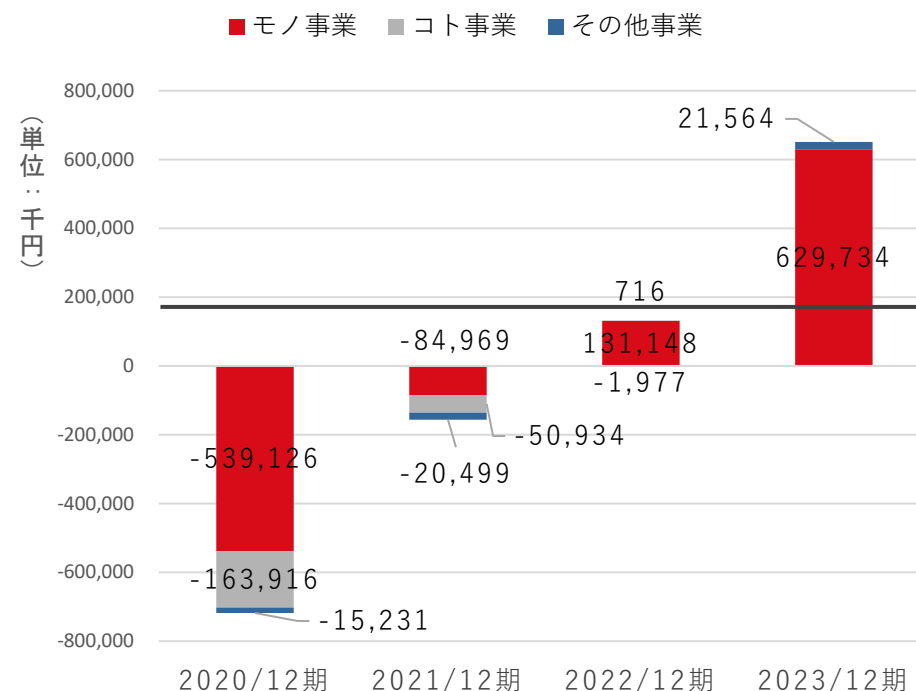
事業ごとの全社業績における寄与度

2023年12月期は経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより来店客数が前年同期比152.5%と戻りつつあるため増収となりました。

売上高



セグメント利益



※ 2020年12月期より連結財務諸表を作成しております。2020年12月期よりその他事業のセグメントを追加しております。

※ コト事業においては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、来店客数も感染症拡大前の状態にはなかなか戻らず、収益性が悪化しました。モノ事業及びその他事業にリソースを集約し経営資源の再配分を行う必要があり、2022年12月末に着物レンタル部門であるコト事業を事業譲渡しました。

ビジネスモデル

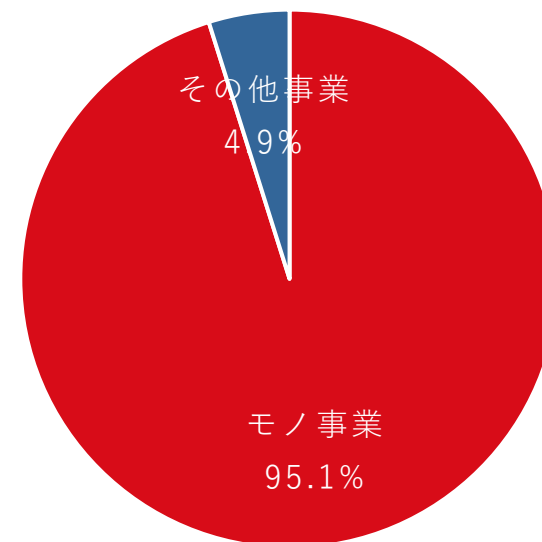
2. 事業の収益構造－売上構成

売上構成

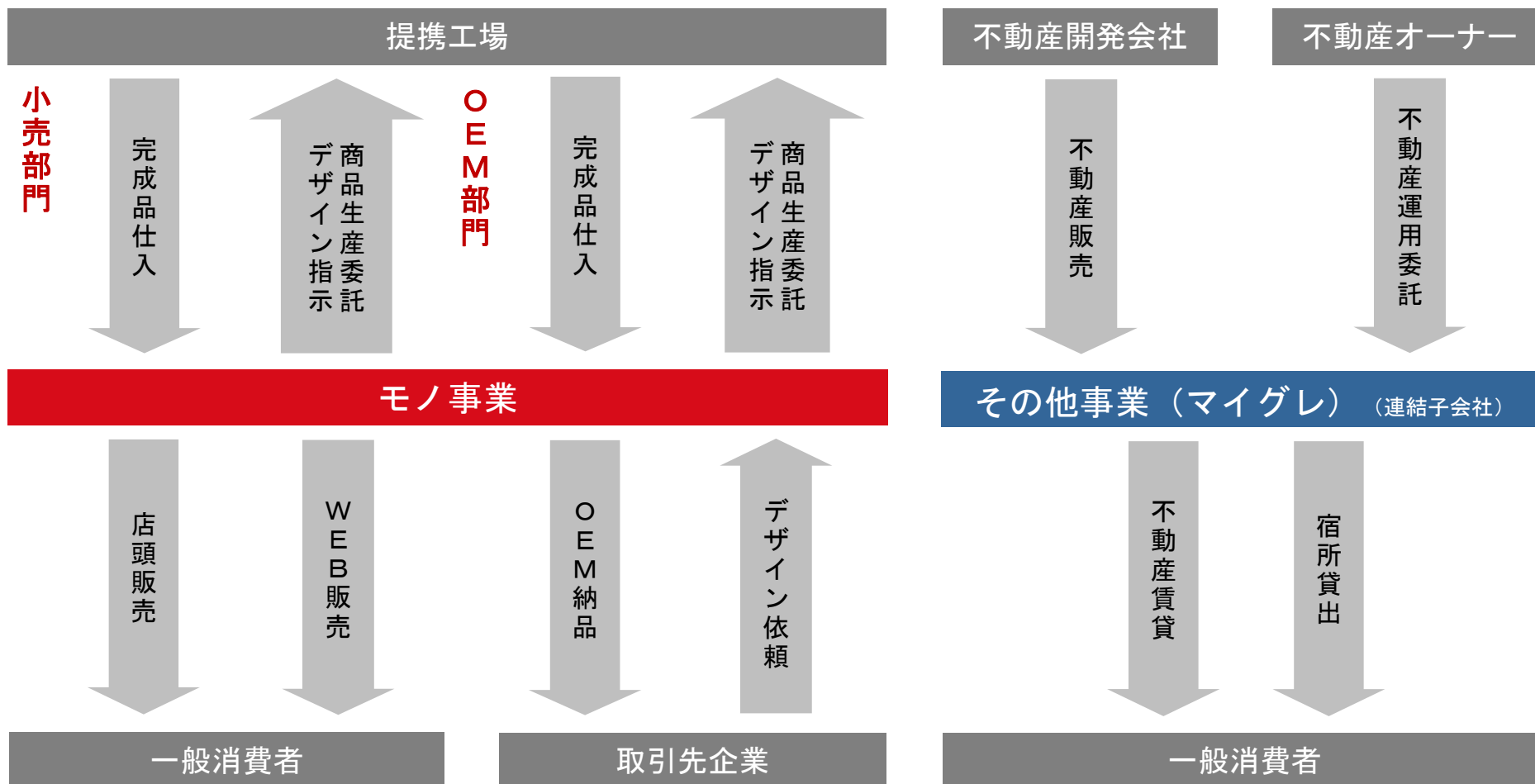
(単位：千円)

		2020/12期	2021/12期	2022/12期	2023/12期
モノ事業	店舗等	756,091	501,865	506,206	962,670
	OEM	168,825	164,322	185,602	270,863
	IT通販	79,854	78,407	52,727	32,818
コト事業	店舗等	275,207	134,775	193,198	—
	宅配	8,317	11,507	14,987	—
その他事業		698	11,322	43,696	64,575
合計売上高		1,288,995	902,142	996,843	1,330,928

売上高
(2023/12期)



事業系統図

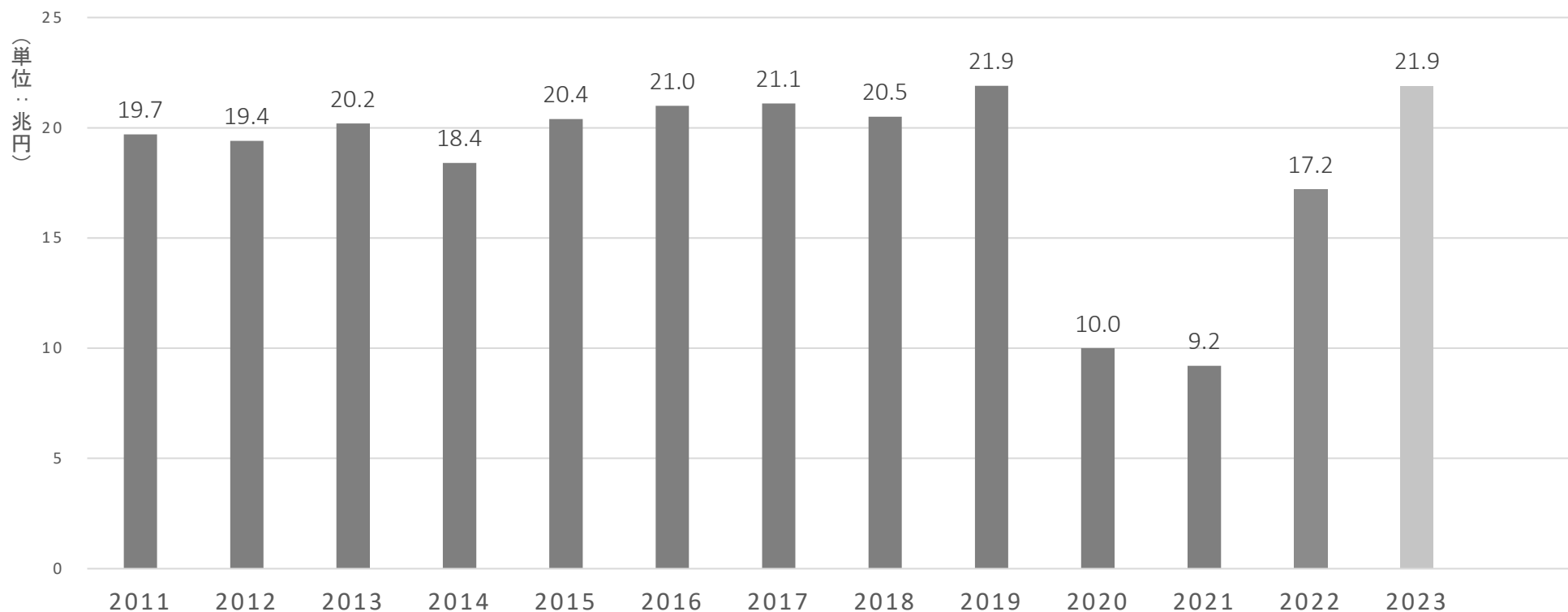


市場環境



日本人国内旅行消費額の推移

国内主要都市/観光地を中心に店舗を展開するモノ事業-小売部門とその他事業（マイグレ）の主なターゲットは、旅行者です。日本人国内旅行消費額は新型コロナウイルス感染症の影響により2020年に大幅に減少しましたが、2023年は行動規制が緩和され、復調となりました。

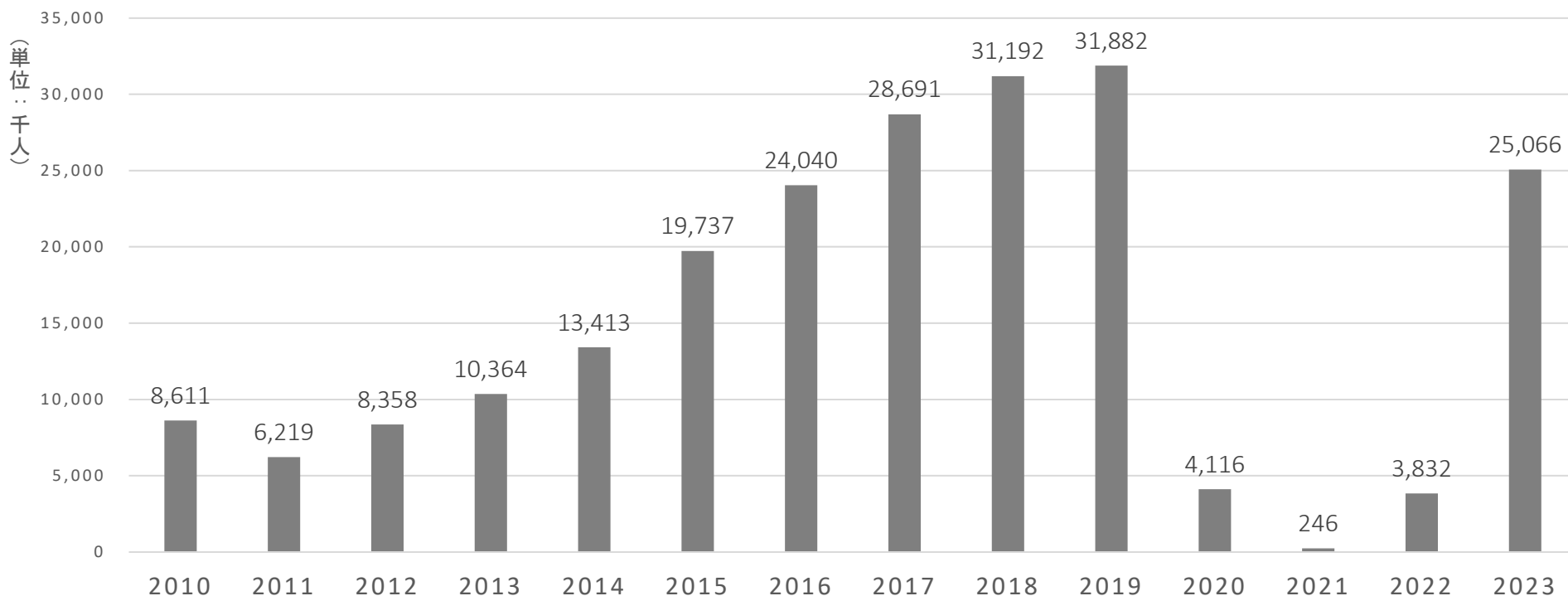


※ 出典：日本政府観光局（JNTO）

訪日外国人数の推移

国内主要都市/観光地を中心に店舗を展開するモノ事業-小売部門とその他事業（マイグレ）の主なターゲットは、旅行者です。訪日外国人数は2020年に新型コロナウイルス感染症の影響により大幅に減少しました。

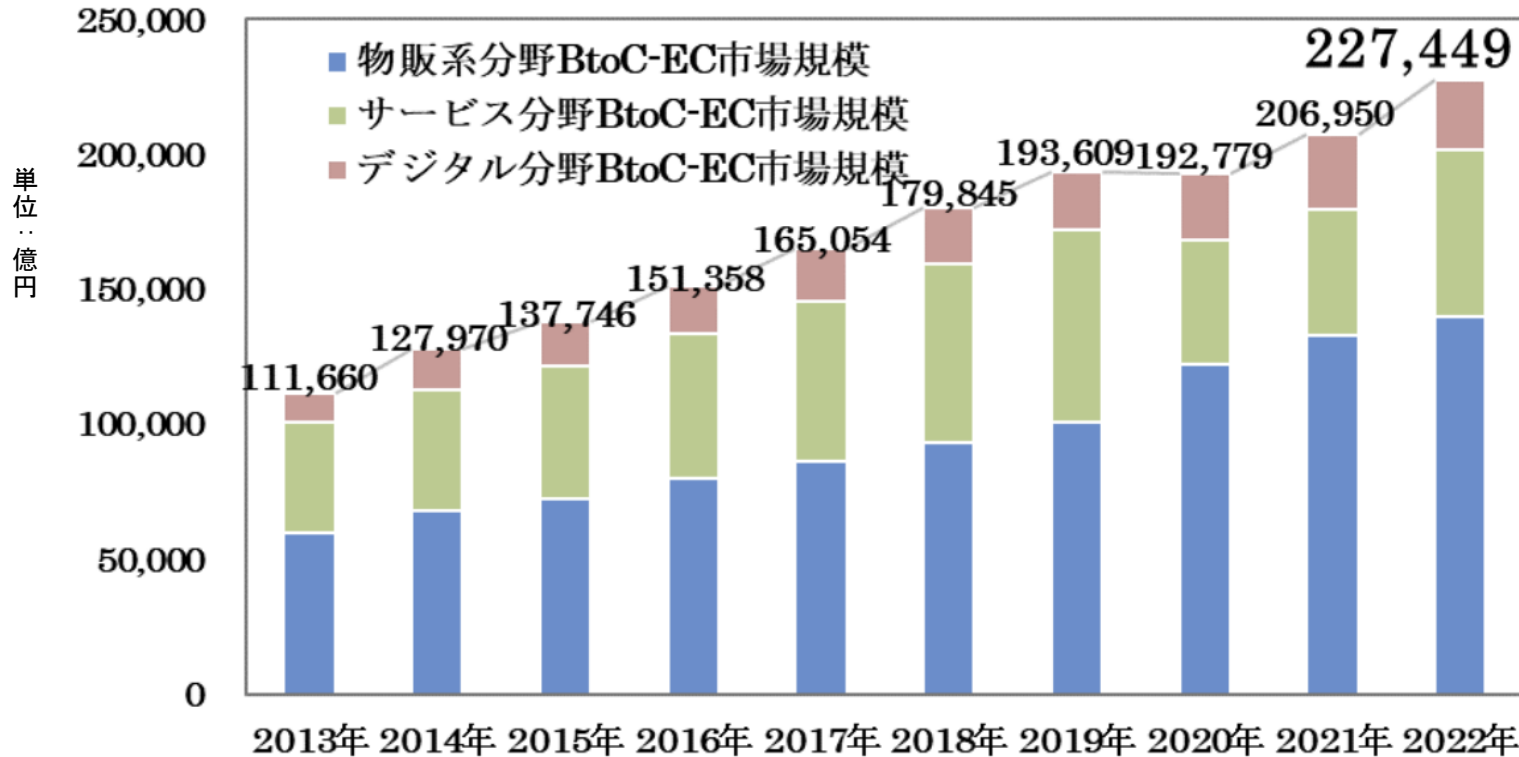
2023年の年間訪日外客数は、25,066,100人となりました。4月の水際措置撤廃以降、訪日外客数は右肩上がり急回復を遂げ、単月では10月に初めて2019年同月比100%を超えており、年間累計では2019年比78.6%と8割程度まで回復が進みました。（出典：日本政府観光局（JNTO））



BtoC-EC市場規模の推移

モノ事業のIT通販が関わるBtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場は前年と比べて20,499億円増加し、過去最高の市場規模となり、今後更なる規模拡大が期待されます。BtoC-ECの市場規模は年間で約2倍に拡大していることから背景で伸びるオムニチャネル・コマース市場に登場する新たなメディアの活用検討にも積極的に取り組んで参ります。

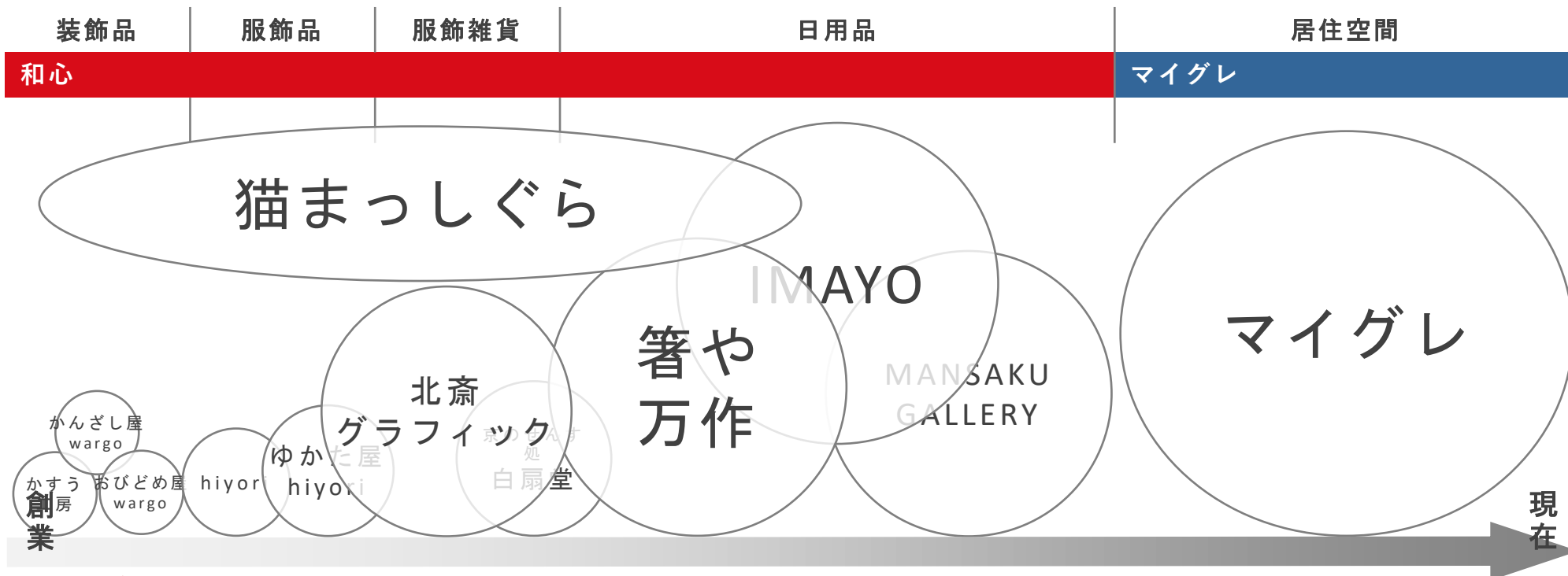
図表 1-5 : BtoC-EC 市場規模の経年推移（単位：億円）



※ 出典：経済産業省

観光地から居住地へ。コロナ禍後を見据えたビジネスを始動

新型コロナウイルス感染症の収束により、観光関連消費は復調しておりますが、日用品や住まい関連、コト消費等のマーケットにも進出してまいります。装飾品から始めた事業領域を拡大しております。



みやげ物屋は小規模企業、非上場企業の競合先が多いのが現状です。

※ 円の大きさは市場規模のイメージです

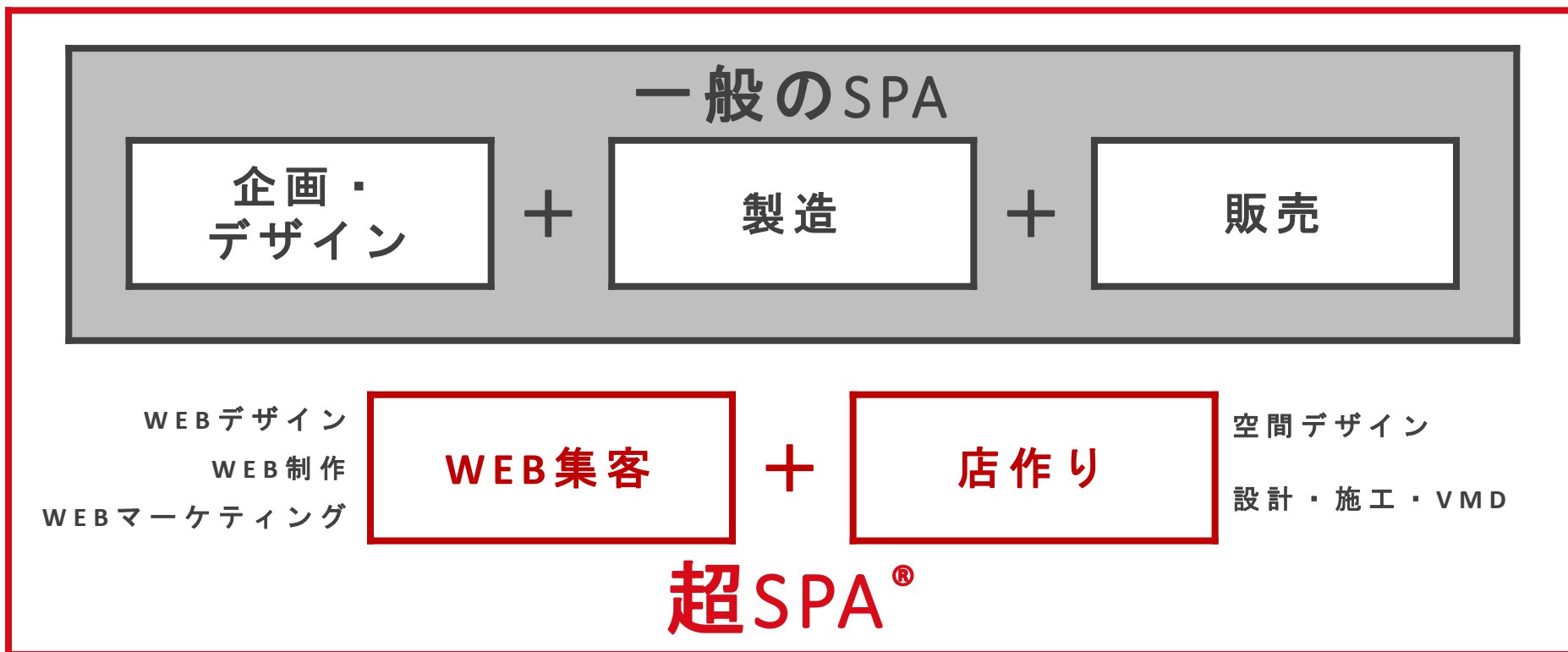
競争力の源泉



超SPA®

一般のSPA（※）に加えて、WEB集客から店作りまで一貫して内製化することで、短期間の出店投資回収を実現しております。

※specialty store retailer of private label apparelの略で製造小売ともいう。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。



取扱製品の拡大

デザインや生産ノウハウなどの「既存の経営資源」を軸足に据え、低リスク・低コスト・高スピードな業態開発を実現しております。

かんざし



箸



帯留め



箸置き



かんざし袋



箸袋



傘



小物

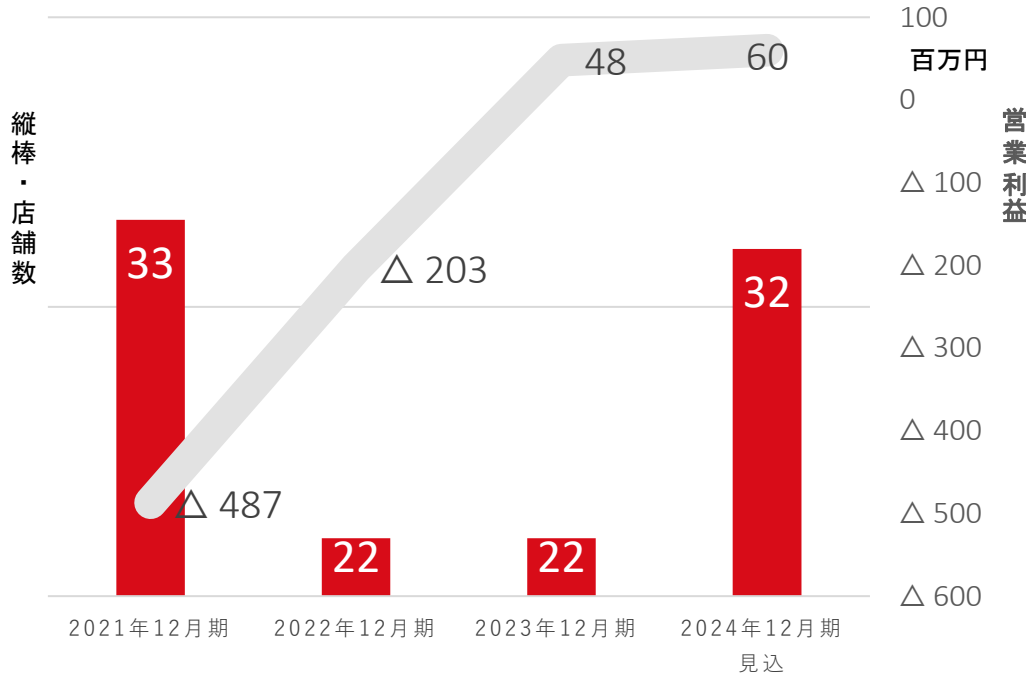


事業計画



1. 成長戦略－モノ事業 新規店舗オープン

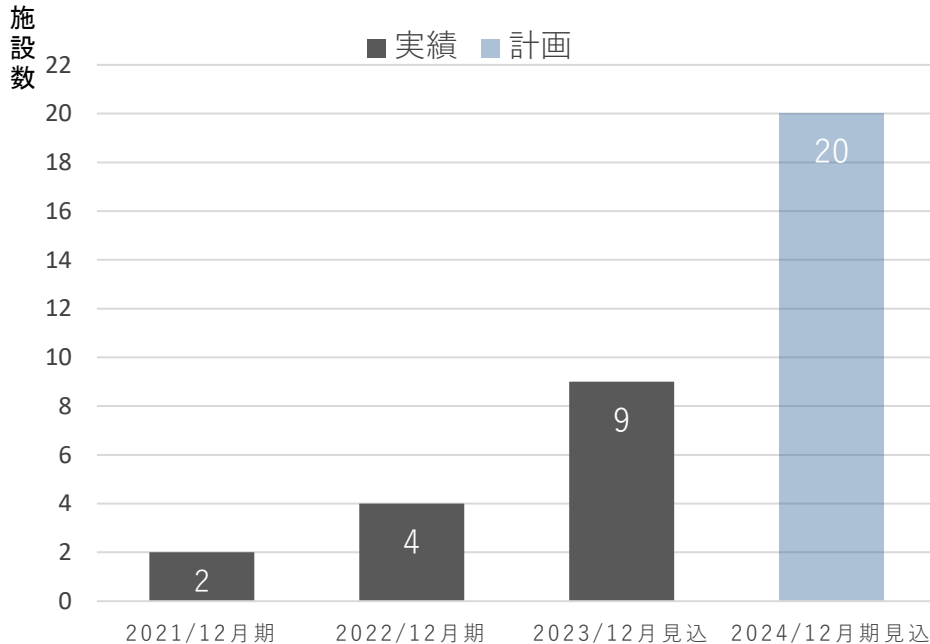
2023年12月期は、収益の見込める好立地に4店舗の新規出店を計画しておりましたが、条件に合致する物件の調達が進まないため、出店計画の見直しを行い、出店2店、退店2店となり店舗数は22店舗となりました。2024年12月期の見通しにつきましては、モノ事業は、引き続き催事の強化を進めてまいりますとともに、出店に関しましては、立地条件、契約条件、競合、収益性等を精査しながら総合的かつ慎重に検討を行い、家賃減額交渉も継続しながら、周辺領域への新規展開も行うことで収益の多様化を図ってまいります。2024年12月期は10店舗の出店を予定しております。



マイグレ

賃貸に続き、2021年8月にオープンした宿泊施設が業績好調のため、運営物件数を増やし、力を入れてまいります。物件数には自己物件及びマイグレ以外の物件の運用数も含んでおります。2023年12月期末には12物件まで増やす予定でしたが、運用面の見直しや各物件のグレードアップを優先したため、2023年12月期は5物件増えて9物件となり、2024年12月期末には20物件の運営をめざします。

宿泊施設の物件数



マイグレICE
2023年4月OPEN予定



マイグレ600 (石庭)
2023年5月OPEN予定



マイグレ600 (天上、レセプション)
2023年5月OPEN予定



財務戦略

手元流動性の確保

これまで進めてきた経費の見直しを引き続き継続し、無駄を省くことにより緊急事態宣言下の厳しい状況を最小限の経費で運営してまいります。

堅実なキャッシュフローの創出

売上が回復基調に転じた際に堅実なキャッシュフローの創出を実現するために、店舗事業での固定費について ①既存店については見直しを進め、②新規出店については固定費がかからない契約形態で出店を進める。

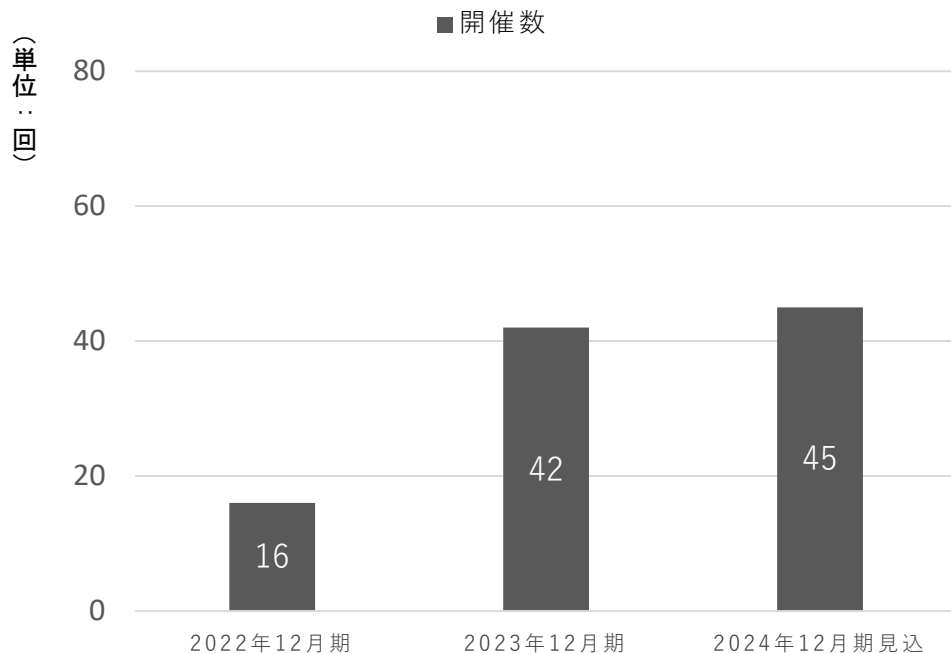
中長期的な財務健全性の向上

多様なエクイティファイナンスにより自己資本の強化を図り、同時に手元流動性の確保及び翌期以降の飛躍に必要な投資資金を確保してまいります。また子会社は独自の資金調達を実行することで、グループとしての財務健全性の向上を目指してまいります。

催事計画と進捗状況

2022/12期は16会場で開催し、2023/12期は95会場を予定しておりましたが、コロナが5類に移行し店舗の売上が復調を示してきたことから、商品や人員を実店舗に集約するため、催事は45会場の開催地となりました。出店コストも安く、催事の引き合いも多いため、2024/12期は45会場での開催を計画しております。

開催計画と進捗



当社グループの今後の見通しにつきましては、2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行後、個人消費の持ち直し、インバウンド需要の復調など経済活動が正常化に向かう一方、ウクライナや中東地域をめぐる情勢長期化による資源や原材料価格の高騰など依然として先行き不透明な状況が続くことが考えられます。また、客数が順調に回復する中でも、エネルギー価格や原材料の仕入価格高騰及び円安による物価上昇、人件費の高騰などが懸念されており、今後も厳しい状況が続くものと予想しております。当社グループのモノ事業は主に店舗運営により行っておりますが、条件に合致する物件の調達が進まないため、出店計画の見直しを行っております。2024年12月期は10店舗の出店を予定しております。2024年12月期の見通しにつきましては、モノ事業は、引き続き催事の強化を進めてまいりますとともに、出店に関しましては、立地条件、契約条件、競合、収益性等を精査しながら総合的かつ慎重に検討を行い、家賃減額交渉も継続しながら、周辺領域への新規展開も行うことで収益の多様化を図ってまいります。コスト面につきましては、全店舗について家賃減額の交渉、人件費の削減、本社機能の縮小などを行ってまいりました。本社及び店舗の運営費用の削減等引き続き経費の削減に努力してまいります。

以上により、2024年12月期の連結業績予想は、売上高1,560百万円、営業利益60百万円、経常利益60百万円、親会社株主に帰属する当期純利益60百万円を見込んでおります。

リスク情報

競合・経済情勢・市場規模について

競合について

当社グループが運営する事業は、物品の販売を行うモノ事業ですが、モノ事業（OEM部門）の一部案件を除き、一般消費者が最終顧客となることから、常に、商品・サービス・価格に関して国内外の競合企業と競争状態にあります。当社グループの商品・サービス・価格の競合他社に対する魅力が劣る等により事業競争力が相対的に低下し、顧客が競合他社を選択する場合、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

経済情勢について

当社グループは「日本のカルチャー」をテーマに、国内の主要都市／観光地で服飾雑貨や生活雑貨等のオリジナル商品の販売等を営んでおります。外部環境の変化による気候状況、景気後退、大規模災害等に伴う消費縮小、来店客減少によって当社の業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

市場環境について

当社グループ事業を取り巻く市場環境は、日本文化を象徴するデザインや日本製の商品に対する好感度の高さなどにより需要が拡大している状態と考えております。市場規模の拡大から異業種企業の参入等、市場の構造変化が劇的に進んだ場合は当社の業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。一方で、わが国における戦争・紛争・テロの発生、感染症等の疫病の流行、大規模地震や台風等の自然災害、外交関係の悪化による訪日外国人客の減少等の場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。

継続企業の前提に関する重要事象等について

当社グループは、新型コロナウイルス感染症の悪影響を受けた結果、前連結会計年度末には連結純資産が△441百万円の債務超過となっておりましたが、当連結会計年度に実施した第三者割当による新株式の発行並びに第12回新株予約権の発行により、財務基盤は強化され、2023年12月期連結会計年度末の連結純資産が142百万円となり、債務超過を解消することとなりました。また、当連結会計年度には、不採算店舗の退店と人員削減等によるコスト削減を実施することにより、モノ事業における店舗数を33店舗（2021年12月期末時点）から22店舗（2023年12月期末時点）まで縮小いたしました。新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動の制限が徐々に緩和されたことにより来店客数が戻りつつあり、不採算店舗の閉鎖と合わせて営業収益も黒字に転換しました。モノ事業における店舗展開以外に、ECサイトにおける販売、OEMサービス等の強化による収益も確保しており、その他事業における静岡県を中心とした空き家をリノベーションした不動産賃貸業及び宿泊施設の運営も順調です。その結果、当連結会計年度において、営業利益48,646千円、経常利益11,187千円、親会社株主に帰属する当期純損失13,465千円を計上しました。一方、当事業年度の個別決算では、27,933千円の営業利益を計上したものの、当期純損失は42,718千円となり、△662千円の債務超過となっており、継続企業の前提に疑義を与える状況は残っておりますが、残存する新株予約権の行使による資金調達が見込めることや、2024年度は更なる業績の回復が見込まれるため、2024年度にはこれらの残りの事象も解消する見込みです。当社グループの今後の見通しにつきましては、2023年5月の新型コロナウイルス感染症の5類移行後、個人消費の持ち直し、インバウンド需要の復調など経済活動が正常化に向かう一方、ウクライナや中東地域をめぐる情勢長期化による資源や原材料価格の高騰など依然として先行き不透明な状況が続くことが考えられます。また、客数が順調に回復する中でも、エネルギー価格や原材料の仕入価格高騰及び円安による物価上昇、人件費の高騰などが懸念されており、今後も厳しい状況が続くものと予想しております。当社グループのモノ事業は主に店舗運営により行っておりますが、条件に合致する物件の調達が進まないため、出店計画の見直しを行っております。2024年12月期は10店舗の出店を予定しております。2024年12月期の見通しにつきましては、モノ事業は、引き続き催事の強化を進めてまいりますとともに、出店に関しましては、立地条件、契約条件、競合、収益性等を精査しながら総合的かつ慎重に検討を行い、家賃減額交渉も継続しながら、周辺領域への新規展開も行うことで収益の多様化を図ってまいります。コスト面につきましては、全店舗について家賃減額の交渉、人件費の削減、本社機能の縮小などを行ってまいりました。本社及び店舗の運営費用の削減等引き続き経費の削減に努力してまいります。以上により、2024年12月期の連結業績予想は、売上高1,560百万円、営業利益60百万円、経常利益60百万円、親会社株主に帰属する当期純利益60百万円を見込んでおります。このような状況を総合的に判断した結果、現時点において、継続企業の前提に関する重要な不確実性は認められなくなったと判断しております。

なお、詳細につきましては、「2023年12月期有価証券報告書 第2事業の状況 3事業等のリスク (16) 継続企業の前提に関する重要事象等について」に記載しております。

継続企業の前提に関する重要事象等について

前ページの「継続企業の前提に関する重要事象等について」に記載のとおり、当社グループには継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせる事象または状況が存在しております。

当社グループは、当該状況の解消のために、下記のような改善施策の実行により、収益力及び財務体質の改善を図ってまいります。

1. 安定的な利益確保

(1) 好立地・好条件の物件獲得

当社の事業発展には、好立地・好条件の物件への新規出店を継続的に行うことが重要と考えています。当社は複数ルートからの物件情報収集と積極的な条件交渉を行い、全国の主要都市や観光地への出店を再度推し進め、営業基盤を拡大してまいります。

(2) IT技術革新への対応

ECサイトの企画から開発、運営とwebマーケティングの運用を一貫して内製化することで迅速で高頻度な新コンテンツのリリース等に対応してきました。webマーケティング、ユーザビリティ及びコンテンツへの対応をすることにより、今後の競争力を強化してまいります。

(3) 安定した需要の確保

小売り部門の実店舗やECサイトを通じて得る市場トレンド・消費者ニーズに関するマーケティング情報や開発のノウハウをOEM事業の提案内容に織り込み、他社ではなし得ない、小売の強みを活かした提案で、競合他社との差別化を図っております。

継続企業の前提に関する重要事象等について

2. 財政状況の安定化

財務状況の安定化を図るために、エクイティファイナンスを実行いたしました。

当社は2023年6月29日開催の臨時株主総会において、第三者割当による新株式の発行並びに第12回新株予約権の発行を決議し、同年6月30日に552,358千円の払込が完了しており、債務超過を解消し財務基盤は強化されております。

また、2023年12月13日開催の取締役会において、第13回新株予約権の発行を決議いたしました。

2021年5月20日開催の取締役会において、第三者割当による新株式の発行並びに第10回新株予約権の発行を決議し、2022年10月6日までに資金調達を完了しておりましたが、2023年12月をもって充当は完了いたしました。

今後も財務体質の改善をより確実なものとするために、引続きエクイティファイナンスも検討することで、将来の事業拡大に備えた機動的な資金調達を図ってまいります。

第10回新株予約権（行使価額修正条項及び行使停止条項付）による調達資金の使途

資金使途	調達額（円）	充当額（円）	支出時期
運転資金	55,000,000	55,000,000	2021年6月～2021年12月
既存業態出店及び業態変更並びに新規事業開発及び出店資金	141,000,000	63,193,179	2021年6月～2023年12月

注：詳細は2022年11月11日公表の「第10回新株予約権（行使価額修正条項及び行使停止条項付）の金額及び支出予定時期変更に関するお知らせ」をご参照ください。

特に優先度の高い対処すべき事業上及び財務上の課題

店舗展開の見直し

2020年春以降、不採算店舗の退店と人員削減によるコスト削減を実施しております。2019年12月末に91店舗(モノ事業72店舗、コト事業19店舗)だった店舗を2023年12月末には22店舗(モノ事業22店舗)まで縮小いたしました。今後も店舗の採算に応じて店舗撤退の可否を判断いたしますが、効率経営を念頭に、出店の再開、赤字店舗の閉鎖及び催事の強化を実施することで、コロナ禍においても利益が出る体質への変革を実行してまいります。

販売費及び一般管理費の削減

全店舗について家賃減額の交渉、人件費の削減、本社機能の縮小などを行ってまいりました。家賃減額交渉も継続しながら、本社及び店舗の運営費用の削減等引き続き経費の削減に努力してまいります。

※その他の対応策に関しては、2023年12月期有価証券報告書の「第2 【事業の状況】 1 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等」をご参照ください。



※ 次の本開示は2025年3月を予定しています。

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。