



# 雨風太陽

2025年12月期通期 決算説明資料

株式会社雨風太陽（証券コード：5616）

2026.2.13

## 免責事項

本資料に含まれる計画、見通し、戦略その他の将来に関する記述は、本資料作成日時点において当社が入手している情報および合理的であると判断している一定の前提に基づいており、さまざまナリスクおよび不確実性が内在しています。実際の業績などは、経営環境の変動などにより、当該記述と大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている情報は、公開情報などから引用したものであり、情報の正確性などについて保証するものではありません。

# 目次

・ 2025年12月期通期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ インパクト指標実績

・ インパクト共創

# サマリー

売上高：過去最高売上高（6期連続）

営業損益：前年比で大幅改善

経常損益：前年比で大幅改善し、上場来初となる黒字化を達成

当期純損益：前年比で大幅改善

売上高

営業損益

経常損益

当期純損益

10.2 億円

-7 百万円

20 百万円

-4 百万円

前年比

前年比

前年比

前年比

+0.6% 増

+148 百万円改善

+180 百万円改善

+159 百万円改善

FY25  
通期実績

# 2025年12月期通期業績

## 上場来初となる経常黒字化を達成

本日付の適時開示「通期業績予想値と決算値の差異及び特別損失（減損損失）の計上に関するお知らせ」の通り、2025年12月期通期業績予想を下回る着地となりましたが、上場来初となる経常損益の黒字化を達成しました。

(単位：百万円)

	FY25 通期予想	FY25 通期実績	増減額	増減率 (%)	(参考) FY24 通期実績
売上高	1,182	1,027	-155	-13.1%	1,021
営業損益	8	-7	-15	-	-155
経常損益	26	20	-6	-22.3%	-160
当期純損益	25	-4	-29	-	-163

※1 2025年12月期第1四半期よりインパクト共創室を設置する組織変更を行っており、インパクト共創室が稼得した講演料等の収益は売上高として表示しています。これにより、2024年12月期において営業外収益として表示されていた同収益は、売上高へ組み替えております。

# 2025年12月期セグメント別通期業績

(単位：百万円)

		FY25 通期予想	FY25 通期実績	増減額	増減率 (%)	(参考) FY24 通期実績
個人向けサービス	売上高	869	726	-143	-16.5%	754
	営業損益	220	170	-50	-22.4%	73
法人向けサービス	売上高	313	301	-12	-3.7%	267
	営業損益	31	48	+17	+54.8%	31
全社費用	売上高	-	-	-	-	-
	営業損益	-242	-226	+16	-	-261
合計	売上高	1,182	1,027	-155	-13.1%	1,021
	営業損益	8	-7	-15	-	-155

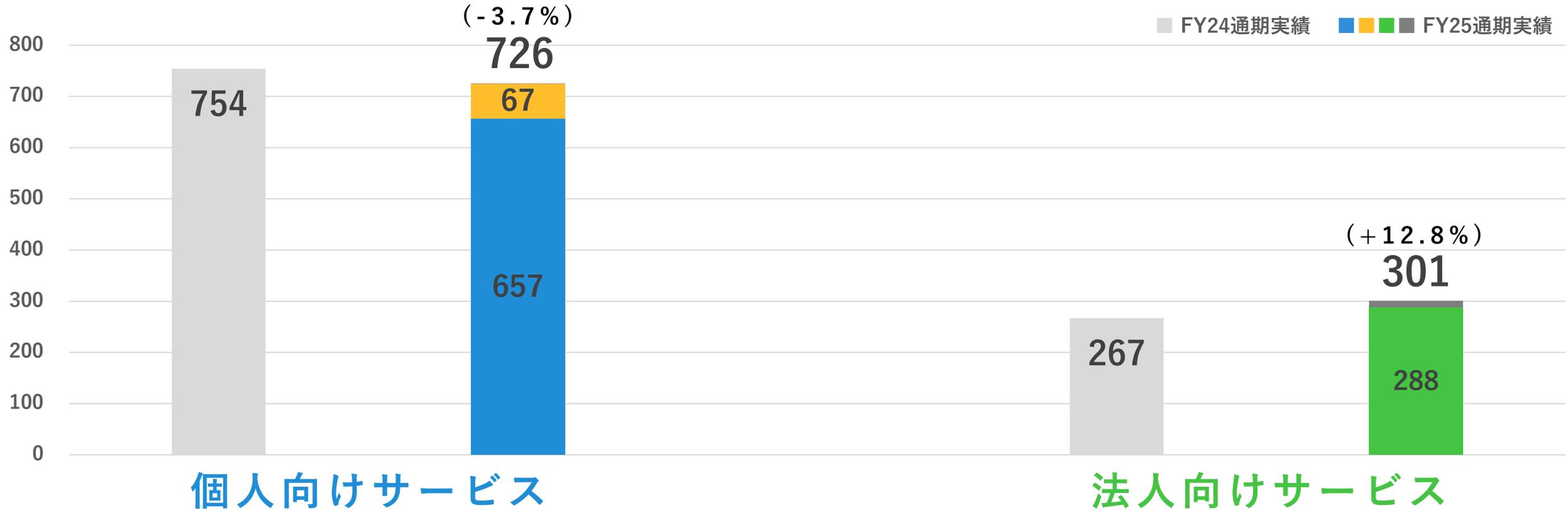
※1 2025年12月期第1四半期よりインパクト共創室を設置する組織変更を行っており、インパクト共創室が稼得した講演料等の収益は売上高として表示しています。これにより、2024年12月期において営業外収益として表示されていた同収益は、売上高へ組み替えております。

※2 2025年1月1日付の経営体制及び組織変更により経営資源の最適化及び執行体制の強化を図っており、2025年12月期第1四半期より、報告セグメントを従来の関係人口創出事業の単一セグメントから、個人向けサービス及び法人向けサービスの2区分に変更しております。これにより、2024年12月期の実績を新たな報告セグメント区分で組替再表示しています。

2025年12月期通期 セグメント・事業別売上高

(単位：百万円)

■ FY24通期実績 ■ FY25通期実績

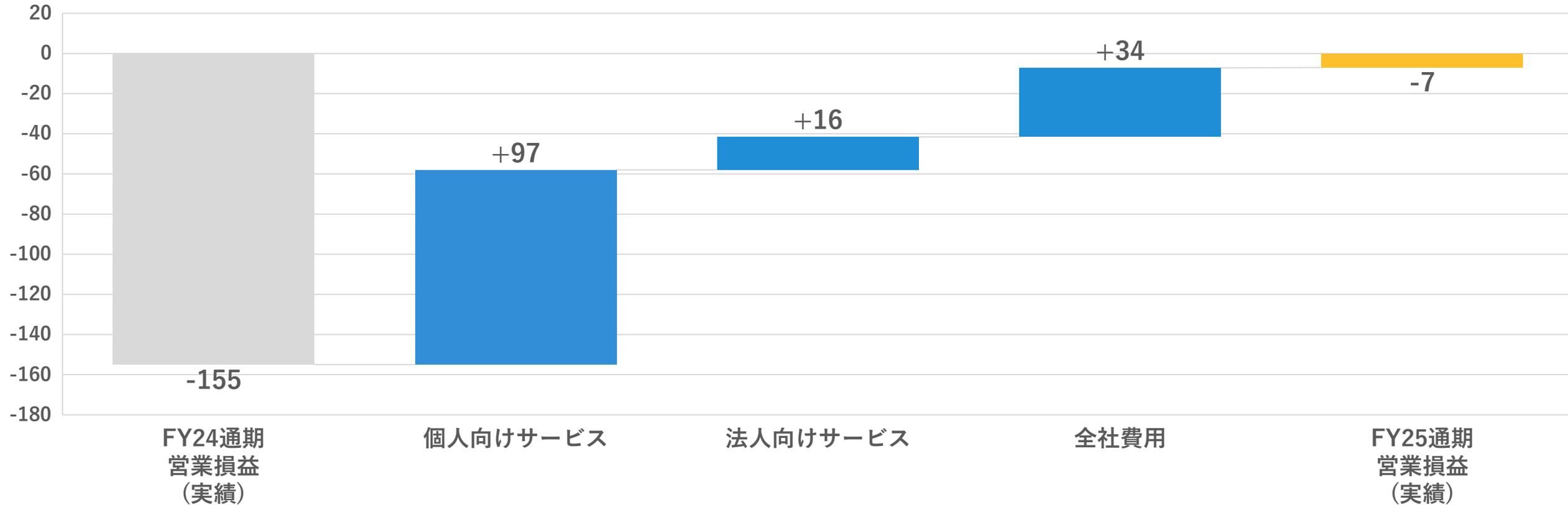


- **食品事業**：657百万円 (-7.4%)
- **旅行事業**：67百万円 (+55.2%)
- その他：0百万円

- **自治体事業**：288百万円 (+10.2%)
- その他：13百万円

# 2025年12月期通期 セグメント別営業損益増減要因

(単位：百万円)



- 個人向けサービス**
  - ：食品事業において前年度は補助事業により支払送料が一時的に増加、当期より開発費の資産計上開始による人件費減少等により、売上高販管費比率が前期64%から当期51%と大きく改善したことによる
- 法人向けサービス**
  - ：自治体事業の売上高増加等による
- 全社費用**
  - ：組織運営の効率化等による

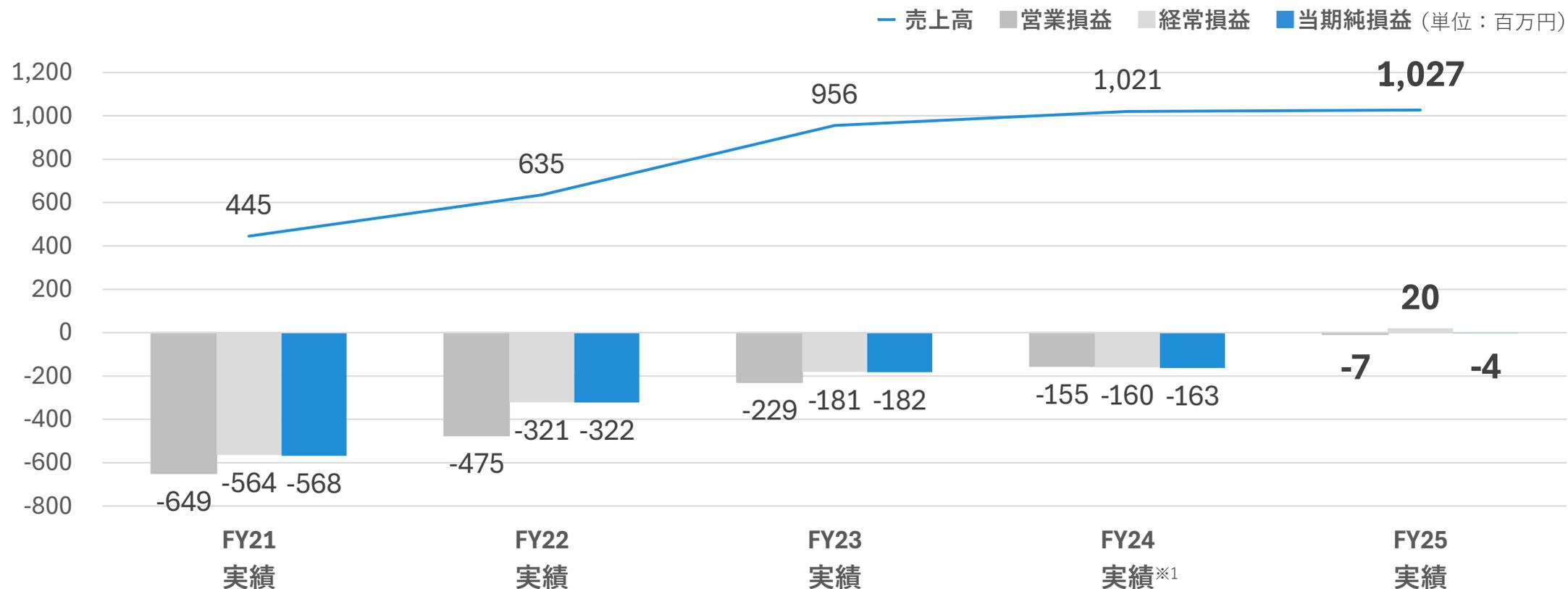
# 2025年12月期通期 営業損益以下増減要因

(単位：百万円)

	FY24 通期実績	FY25 通期実績	増減額	増減要因
営業損益	-155	-7	+148	前頁参照
経常損益	-160	20	+180	(+)営業損益の増加：+148百万円 (+)ALPS処理水関連の補助金収入：+26百万円
当期純損益	-163	-4	+159	(+)繰延税金資産の計上による法人税等調整額(益)：+5百万円 (-)「STAY JAPAN」のれん減損損失：-29百万円

# 業績推移

## 5期連続の増収増益により収益性の改善が進む



※1 2025年12月期第1四半期よりインパクト共創室を設置する組織変更を行っており、インパクト共創室が稼得した講演料等の収益は売上高として表示しています。これにより、2024年12月期において営業外収益として表示されていた同収益は、売上高へ組み替えております。

# 貸借対照表推移

(単位：百万円)

	2024年12月31日	2025年12月31日	増減額
流動資産	941	864	-77
固定資産	101	142	+41
資産合計	1,042	1,006	-36
流動負債	492	456	-36
固定負債	204	204	-
負債合計	696	661	-35
純資産	345	345	-0
負債・純資産合計	1,042	1,006	-36

# 2025年12月期の振り返り

## 1. 宿泊予約サイト「STAY JAPAN」の事業譲受とのれん減損

2025年4月、生産者のもとの体験と現地での宿泊を組み合わせたサービスを提供し、拡大するインバウンド需要の取り込みを目指し、「STAY JAPAN」を事業譲受しました。

一方で、宿泊予約サイト「STAY JAPAN」について、事業運営の体制構築に想定より時間を要したことにより、事業譲受の際に計上したのれんについて2025年12月期において減損損失29百万円を計上しました。

今後は、「STAY JAPAN」に掲載されている宿泊施設の在庫情報を大手OTAに連携して販売するモデルを構築することなどを通じて、早期の収益化を図ってまいります。

# STAY JAPAN



# 2025年12月期の振り返り

## 2. 自治体事業の関係人口・旅行領域における成長

「新しい地方経済・生活環境創生会議」において当社代表の高橋が有識者構成員として提言した「ふるさと住民登録制度」の創設を背景とした関係人口領域、個人向け旅行サービスのアセットを活かした海業や農泊等の旅行領域での新規案件の受託が増えました。結果として、令和7年度の国や地方公共団体からの受託事業の総数が67と単年度では過去最高の案件数となりました。

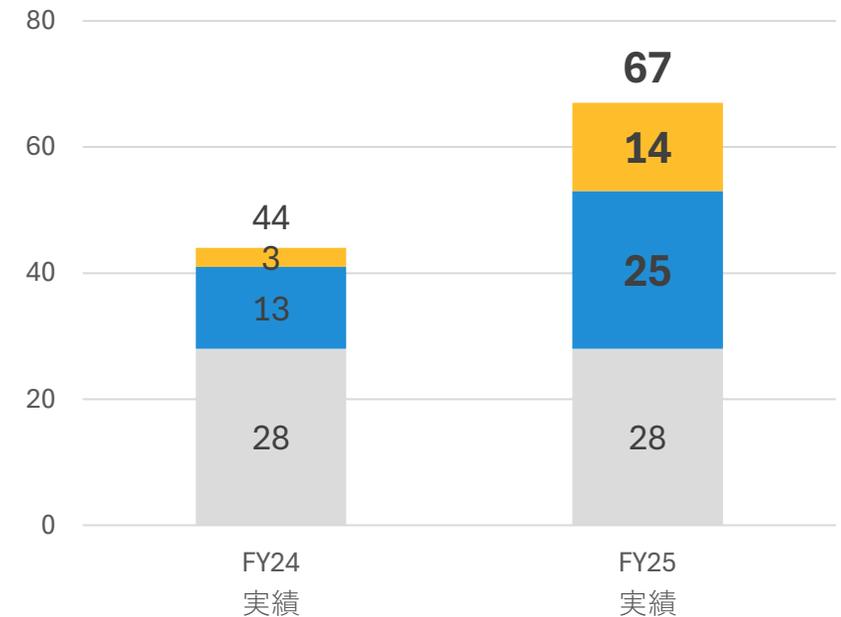
### 【関係人口領域の令和7年度受託事業（一例）】

- ・ 石川県関係人口創出・拡大プログラム造成支援業務委託（石川県）
- ・ 二地域居住先導的モデル事業（福島県磐梯町）
- ・ 二地域居住先導的モデル事業（静岡県松崎町）
- ・ 亀岡市ふるさと住民登録制度促進業務（京都府亀岡市）

### 【旅行領域の令和7年度受託事業（一例）】

- ・ 海業ビジネスモデルづくり支援業務（岩手県）
- ・ 千葉県農泊交流促進プログラム企画運営業務（千葉県）

自治体事業の領域別受託案件数推移(件)  
 ■ 関係人口領域 ■ 旅行領域 ■ 食領域



# 目次

・ 2025年12月期通期業績

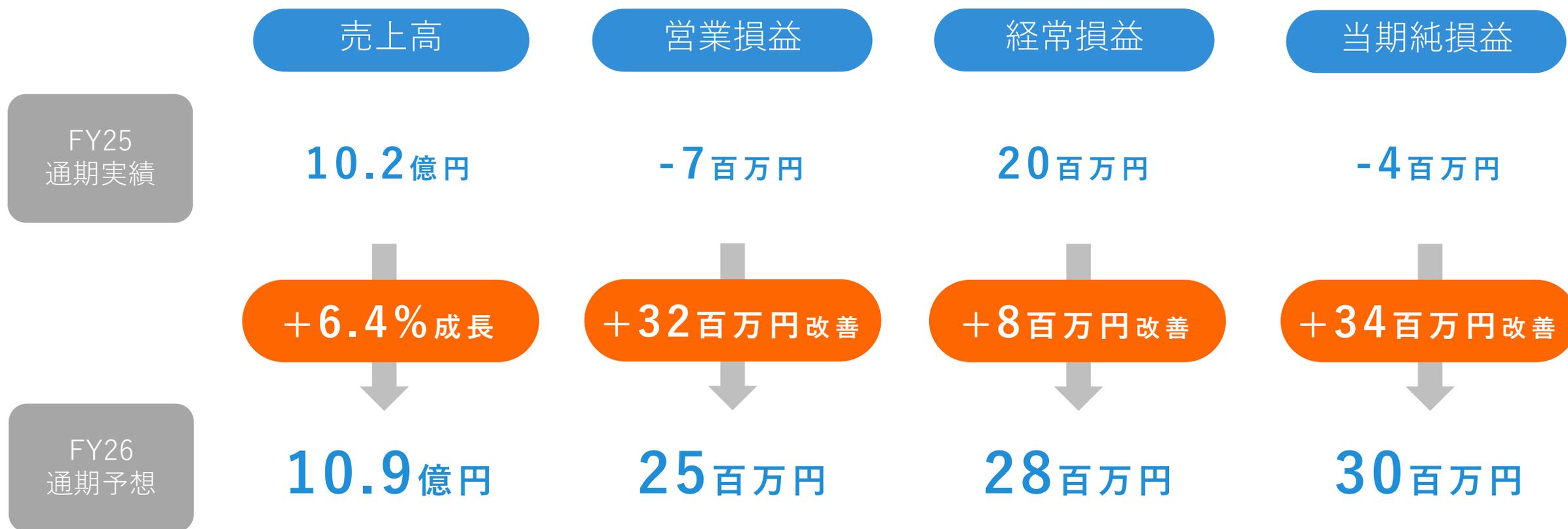
・ **2026年12月期通期業績予想**

・ インパクト指標実績

・ インパクト共創

# 2026年12月期通期業績予想

## 収益性を更に高めて営業黒字化を見込む



# 2026年12月期セグメント別通期業績予想

## 個人向け・法人向けサービス共に増収を見込む

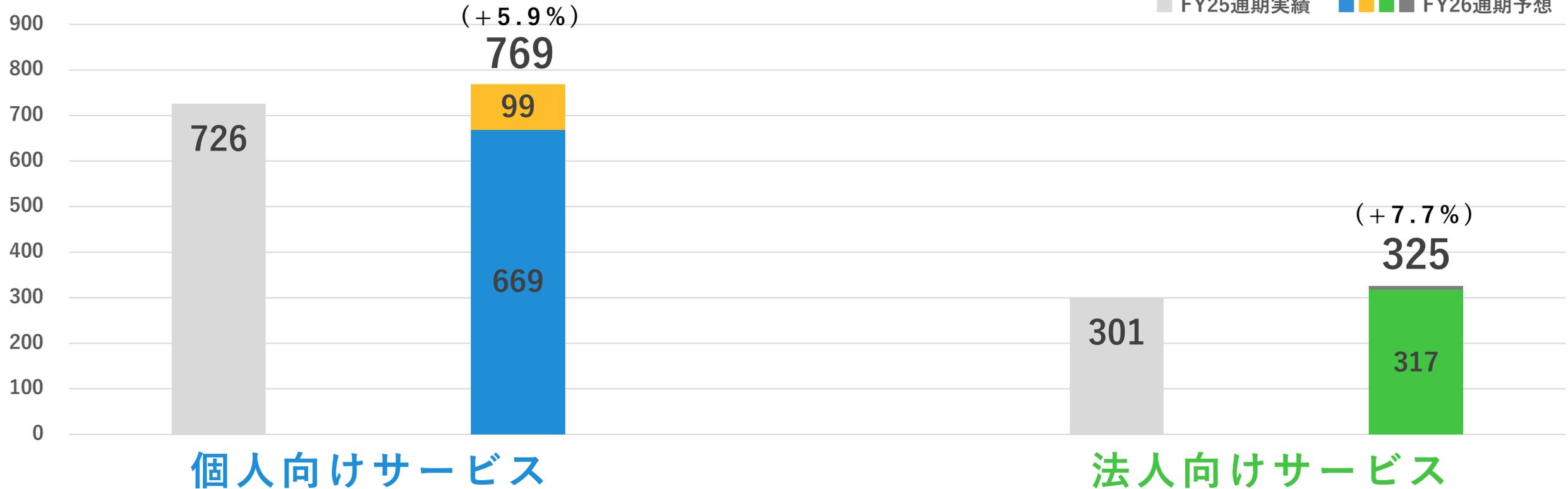
(単位：百万円)

		FY25 通期実績	FY26 通期予想	前期比
個人向けサービス	売上高	726	769	+43
	営業損益	170	197	+27
法人向けサービス	売上高	301	325	+24
	営業損益	48	46	-2
全社費用	売上高	-	-	-
	営業損益	-226	-218	+8
合計	売上高	1,027	1,094	+67
	営業損益	-7	25	+32

## 2026年12月期通期業績予想 セグメント・事業別売上高

(単位：百万円)

■ FY25通期実績 ■ FY26通期予想

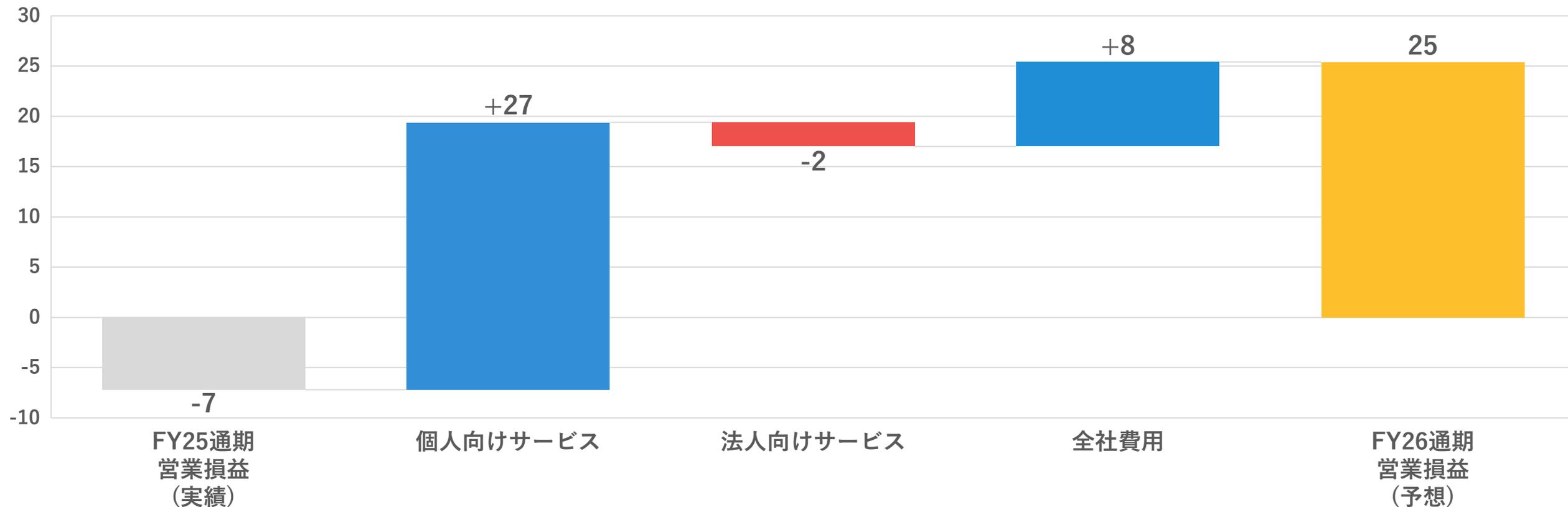


- **食品事業**：669百万円 (+1.9%)
- **旅行事業**：99百万円 (+46.5%)

- **自治体事業**：317百万円 (+10.2%)
- **その他**：7百万円

## 2026年12月期通期業績予想 セグメント別営業損益増減要因

(単位：百万円)



- **個人向けサービス** : 食品事業、旅行事業の増収による
- **法人向けサービス** : 自治体事業の領域拡大に伴う組織強化による
- **全社費用** : 組織運営の効率化による

# 2026年12月期通期業績予想 営業損益以下増減要因

(単位：百万円)

	FY25 通期実績	FY26 通期予想	増減額	増減要因
営業損益	-7	25	+32	前頁参照
経常損益	20	28	+8	(+)営業損益の増加：+32百万円 (+)ALPS処理水関連の補助金収入の剥落：-21百万円
当期純損益	-4	30	+34	(+)「STAY JAPAN」のれん減損損失の剥落：+29百万円

# 個人向けサービス（食品事業） | 成長戦略

食品市場のEC化率の伸びしろを取り込んで成長を続け、収益力を向上する



※経済産業省「令和6年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関する市場調査)」より

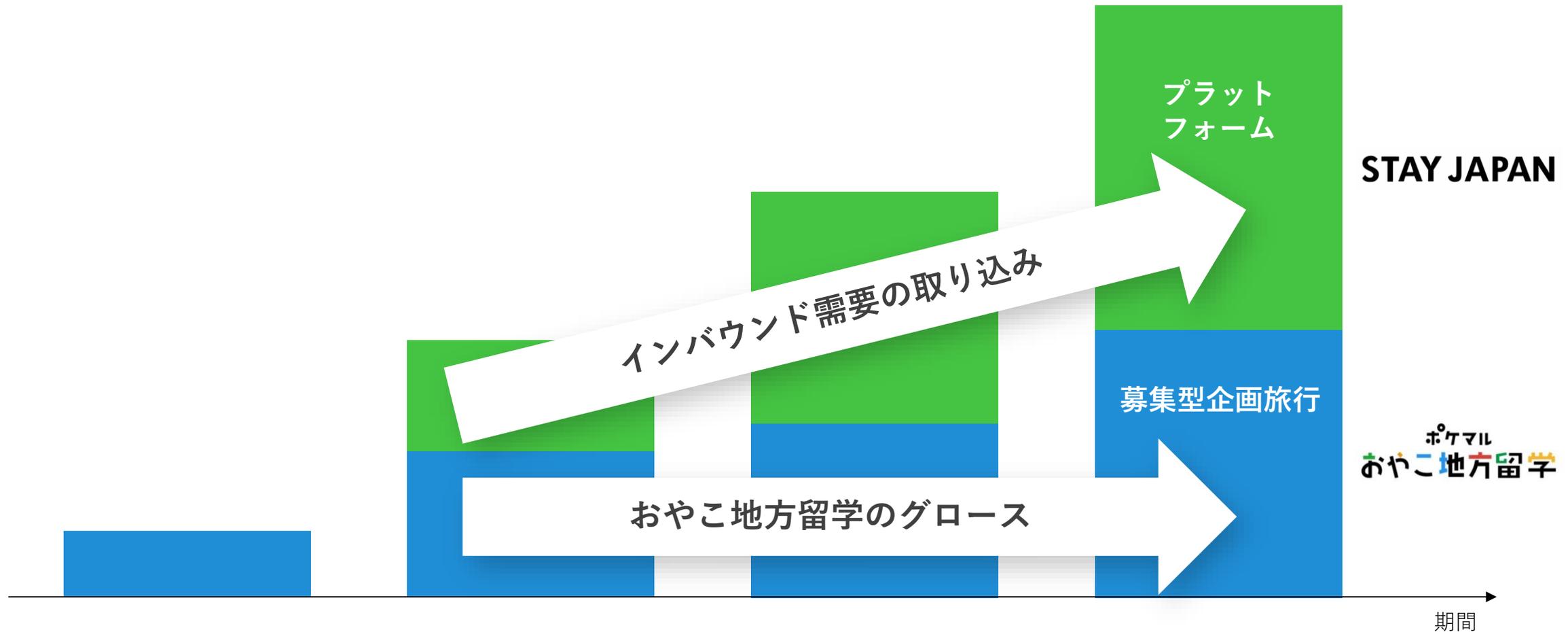
## 個人向けサービス（食品事業） | 成長戦略

2025年度は、プラットフォーム以外の**低収益率事業を整理**したことで売上は前年比から低下しましたが、SEO対策の強化などにより、**流通額を下げずに広告宣伝費を前年比で削減**することができました。結果として、**売上高販管費率を前年比で10%削減**（約50%）し、サービスとしての**収益力を大幅に強化し**、全社の収益の柱として確立することができました。

2026年度は、前年度に続いてのSEO対策の強化などにより、食品市場のEC化率の伸びしろを取り込むことでの**プラットフォームの成長**によって、更なる成長を図ります。

# 個人向けサービス（旅行事業） | 成長戦略

おやこ地方留学のグロースに加えて、  
生産者が提供する体験と宿泊を組み合わせ、訪日インバウンド需要の取り込みを図る



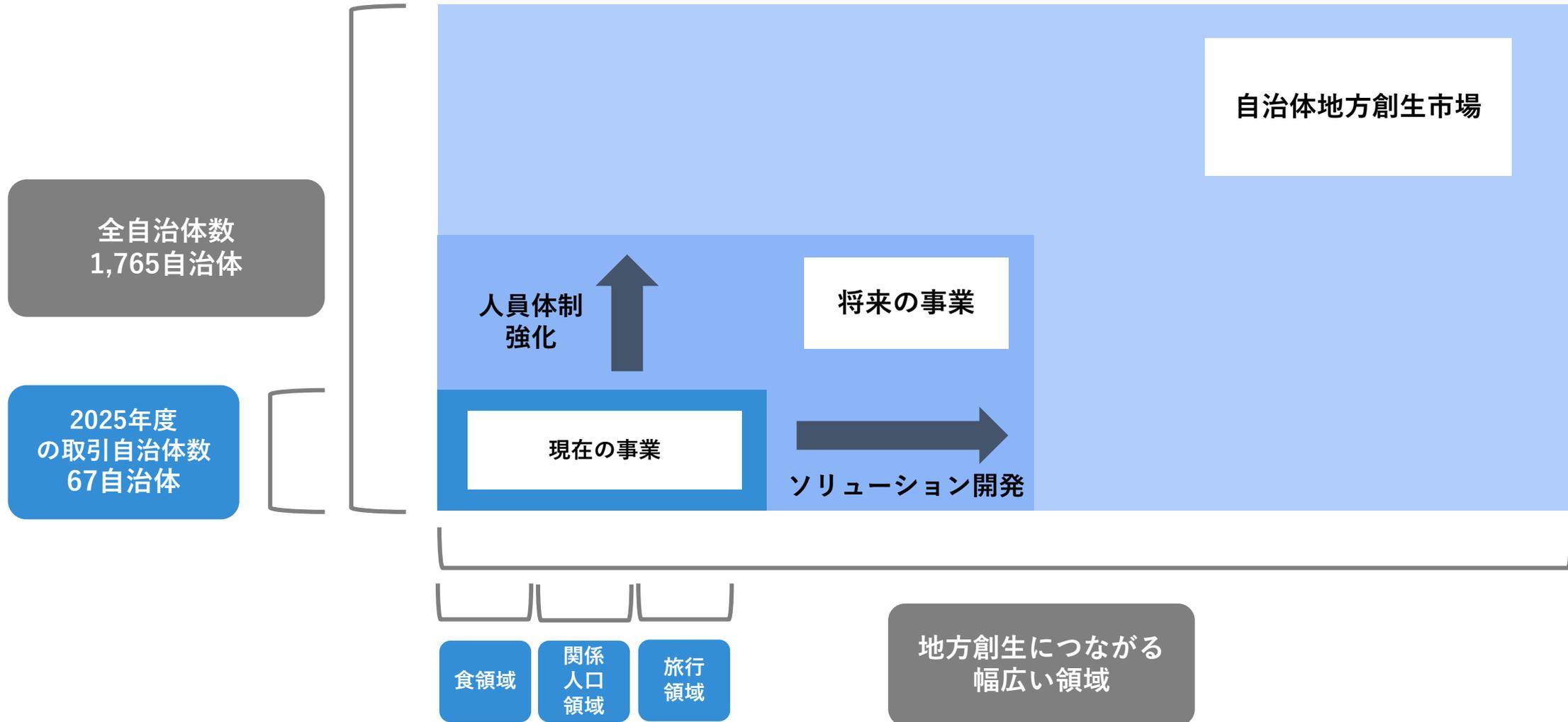
## 個人向けサービス（旅行事業） | 成長戦略

2025年度は、「おやこ地方留学」にて、前期の143家族を上回る**186家族**が参加するとともに、運用面での効率化も併せて実現して**収益化に目処**を見つけました。また、「STAY JAPAN」の事業譲受をし、旅行市場においても**プラットフォーム型の事業**をスタートしました。

2026年度は、「おやこ地方留学」で**参加家族数の拡大**をすることで引き続き拡大を図るとともに、「STAY JAPAN」に掲載されている宿泊施設の在庫情報を大手OTAに連携して販売するモデルを構築することなどを通じて、「**STAY JAPAN**」の**早期の収益化**を図ります。

# 法人向けサービス（自治体事業） | 成長戦略

ソリューション開発による取引領域の拡大、人員強化による取引自治体数の増加によって成長を図る



## 法人向けサービス（自治体事業） | 成長戦略

2025年度は、67自治体との連携を行い、取引自治体数は前期より23自治体増加し、増収増益となりました。

- ・ふるさと住民登録制度の創設等を受けて、関係人口領域で25自治体
- ・「おやこ地方留学」や「STAY JAPAN」を活かし、海業や農泊といった旅行領域で14自治体と取引をするなど、前年度の主な取組事項であったソリューション開発に成功しました。

2026年度は

- ・前年度に拡大した関係人口、旅行領域の取引自治体数拡大
- ・当社のミッションでもある関係人口周辺領域でのソリューション開発を継続することで、成長を継続し、食品事業に次ぐ第2の柱へと成長を目指します。

# 目次

・ 2025年12月期通期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ **インパクト指標実績**

・ インパクト共創

## 雨風太陽とインパクト

当社は非営利組織として創業しており、社会的な課題の解決を目的として事業活動をおこなっております。社会に対するポジティブで計測可能な影響をインパクト指標として継続的に計測・マネジメントしております（IMM：Impact Measurement and Management）。

インパクト指標は事業活動を行う上で最も重要な指標のひとつであり、「売上高」に3つのインパクト指標を加えた4つの指標を成長戦略の進捗を示す重要な経営指標として採用しております。①売上高と②顔の見える流通総額は、都市から地方へと流通した経済的な価値を示し、③生産者と消費者のコミュニケーション数と④都市と地方を往来して過ごした日数\*は、都市住民と生産者が交流した量を示しています。これらの指標が向上することが「都市と地方をかきまぜる」ことであり、当社のビジョン・ミッションの実現と、企業としての成長につながります。

これらの指標は四半期に一度開示を行ってまいります。



\* 2025年第2四半期より、指標名称を「都市住民が生産現場で過ごした延べ日数」から「都市と地方を往来して過ごした日数」へ変更

## 私たちの目指すものとインパクト指標

ビジョン  
ミッション

Vision

日本中あらゆる場の可能性を花開かせる

Mission

都市と地方をかきまぜる

長期的に  
目指すもの

日本の人口の20%（2050年に2,000万人）が関係人口となり、主体的に関与し続ける地域を持っている。

中期的に  
目指すもの

年間で200万人、10年で延べ2,000万人のふるさと住民登録に当社が関与する。

短期的に  
目指すもの

生産者や地域の事業者へ直接的に支払いを行うことで、双方がその対価を実感している。

地方の生産者と都市の消費者が、直接のコミュニケーションを通じて相互理解を深めている。

都市在住者と地方在住者が、居住地と異なる地域を訪問することで、その土地が持つ魅力への理解を深めている。

インパクト指標

① 顔の見える流通総額

② コミュニケーション数

③ 都市と地方を往来して  
過ごした日数

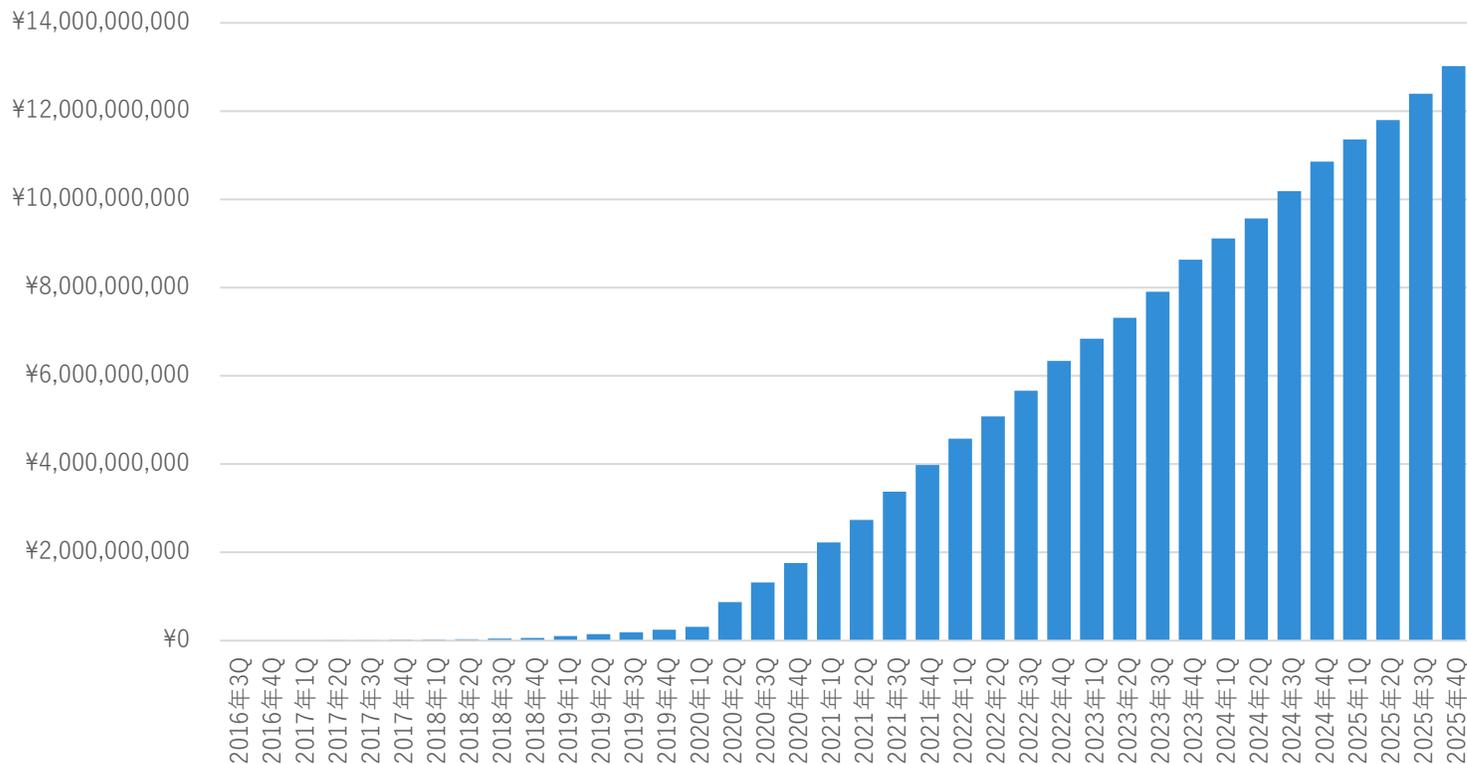
事業



STAY JAPAN

## インパクト指標①「顔の見える取引」にかかる流通総額

「顔の見える取引」にかかる流通総額（円）



「顔の見える取引<sup>※1</sup>」  
 にかかる流通総額

**約130億2,315万円<sup>※2</sup>**

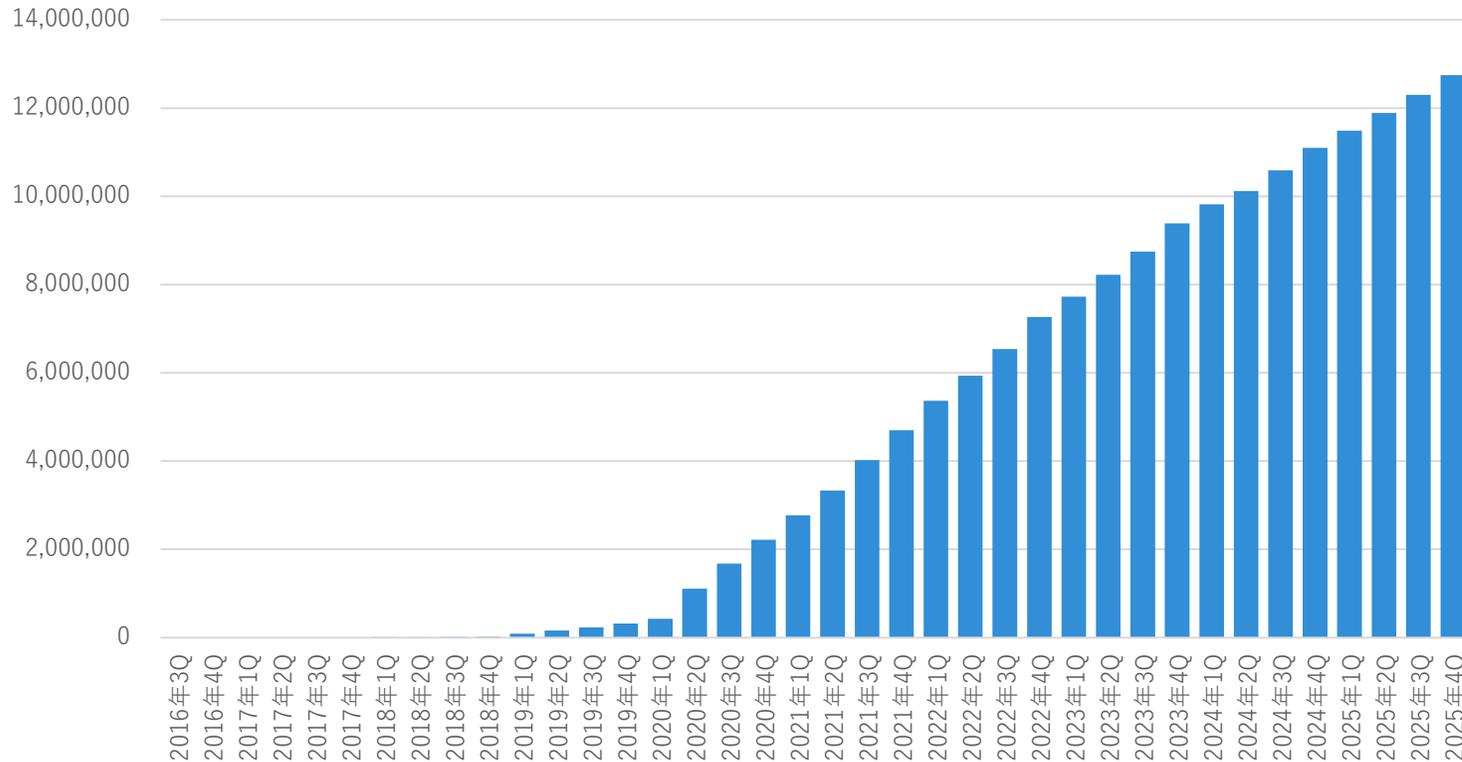
生産者や地域の事業者と消費者がつながり、  
 直接やりとりをしている「顔の見える取引」  
 にかかる流通総額は毎年大きく伸長。

※1 「顔の見える取引」にかかる流通総額は、「ポケットマルシェ」「食べる通信」「ポケマルふるさと納税（寄付額）」「ポケマルおやこ地方留学」「STAY JAPAN」のサービス利用金額の合算で算出

※2 当社サービス利用データより算出（2025年12月現在）

## インパクト指標② コミュニケーション数

生産者と消費者のコミュニケーション数



生産者と消費者との  
コミュニケーション数<sup>※1</sup>

**1,274万5,813件<sup>※2</sup>**

生産者が現場の様子を伝えたり、消費者が「ごちそうさま」を伝えたり。コミュニケーションの数も毎年大きく伸長<sup>※3</sup>。

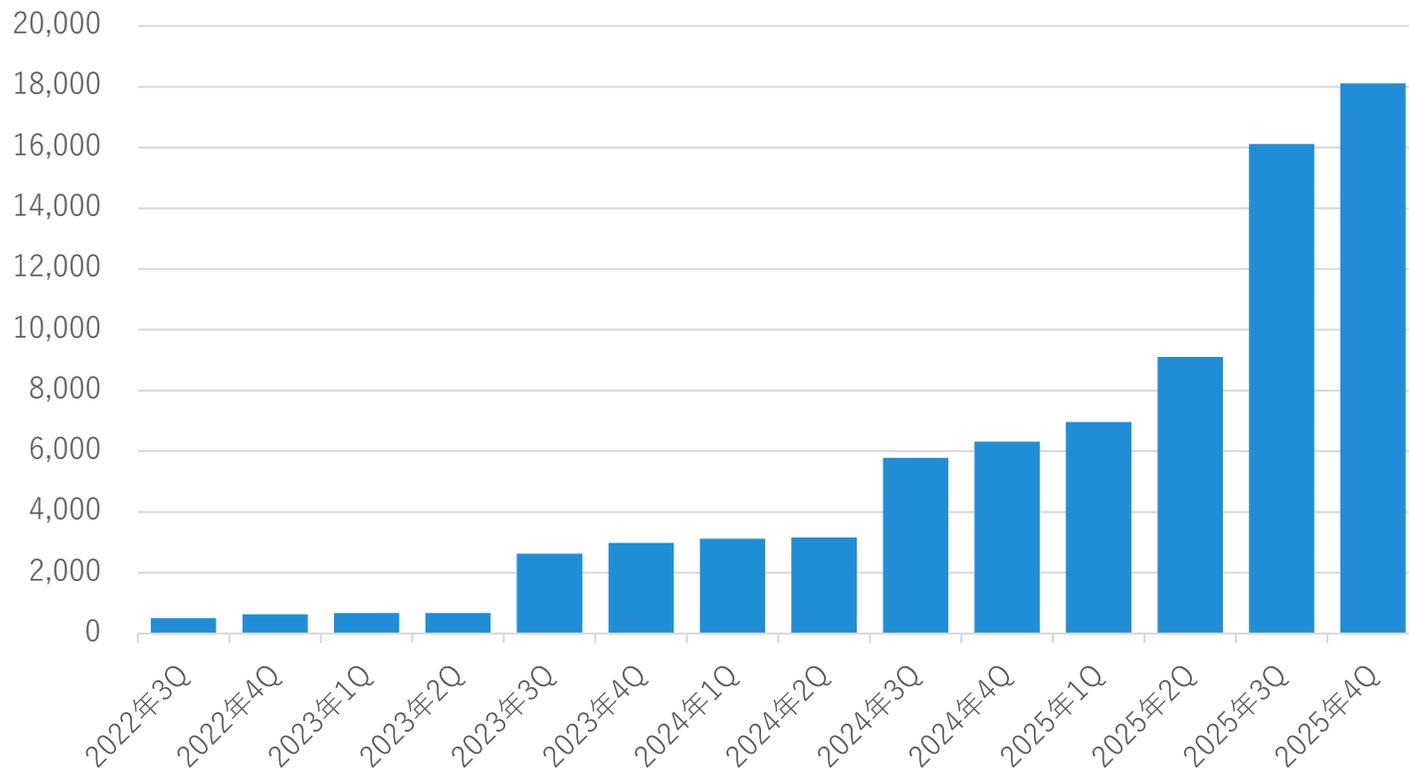
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※2 当社サービス利用データより算出（2025年12月現在）

※3 コミュニケーションの数には取引にかかる問い合わせ等も含まれます。

## インパクト指標③ 都市と地方を往来して過ごした日数

都市と地方を往来して過ごした日数



ポケマルおやこ地方留学  
STAY JAPAN等を通して  
都市と地方を往来して過ごした日数<sup>※1</sup>

**18,114日<sup>※2</sup>**

ポケマルおやこ地方留学、STAY JAPAN等により、都会と地方の間の人流創出を加速させています。

※1 「都市と地方を往来して過ごした日数」は、「ポケマルおやこ地方留学」「STAY JAPAN」における滞在日数の合算で算出

※2 当社サービス利用データより算出（2025年12月現在）

# 目次

・ 2025年12月期通期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ インパクト指標実績

・ **インパクト共創**

## 当社が社会性を追い求める理由

- ・創業の起点が「社会に対して変化を与えること」であり、現在も社会にポジティブな影響を与えることを目指している
- ・当社代表高橋の講演や車座、全国行脚などを中心とした非事業活動で獲得したソーシャルアセット（≡ 共感者）により事業が開発されている
- ・ソーシャルアセットは単事業年度で獲得できるものではなく、蓄積されていく性質を持つ



**ソーシャルアセットの蓄積が  
事業に正の影響を与えてきた事実が存在**

社会性と経済性を同時に追い求める組織を目指して

## 1. 経営体制の変更・組織の変更

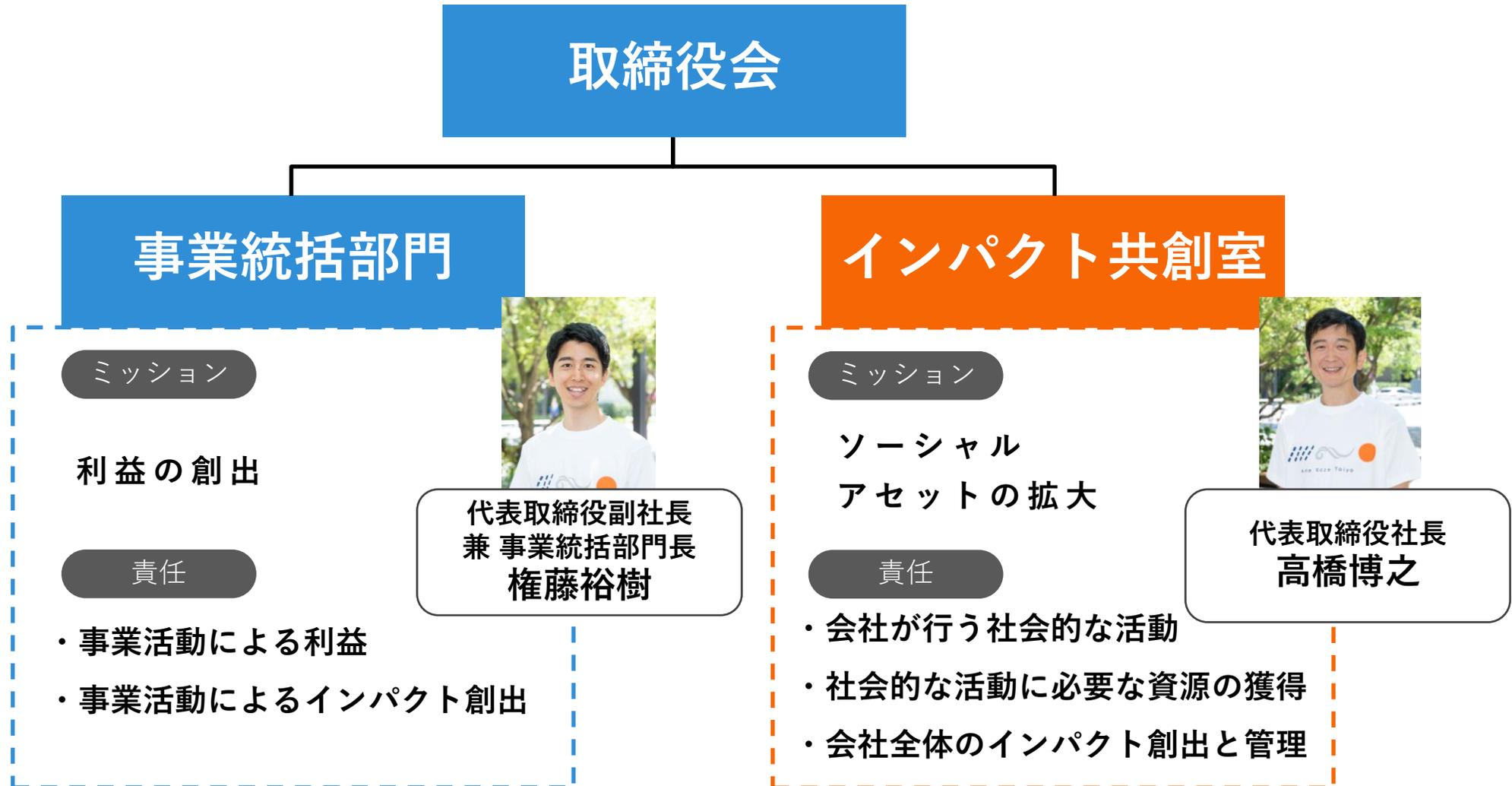
2025年1月より、社会性を追い求める代表取締役社長と、経済性を追い求める代表取締役副社長の2人代表制に変更。2025年度に黒字化を達成し、以降も安定的に利益を創出できる体質に改善。

## 2. 社会的財務諸表の公開

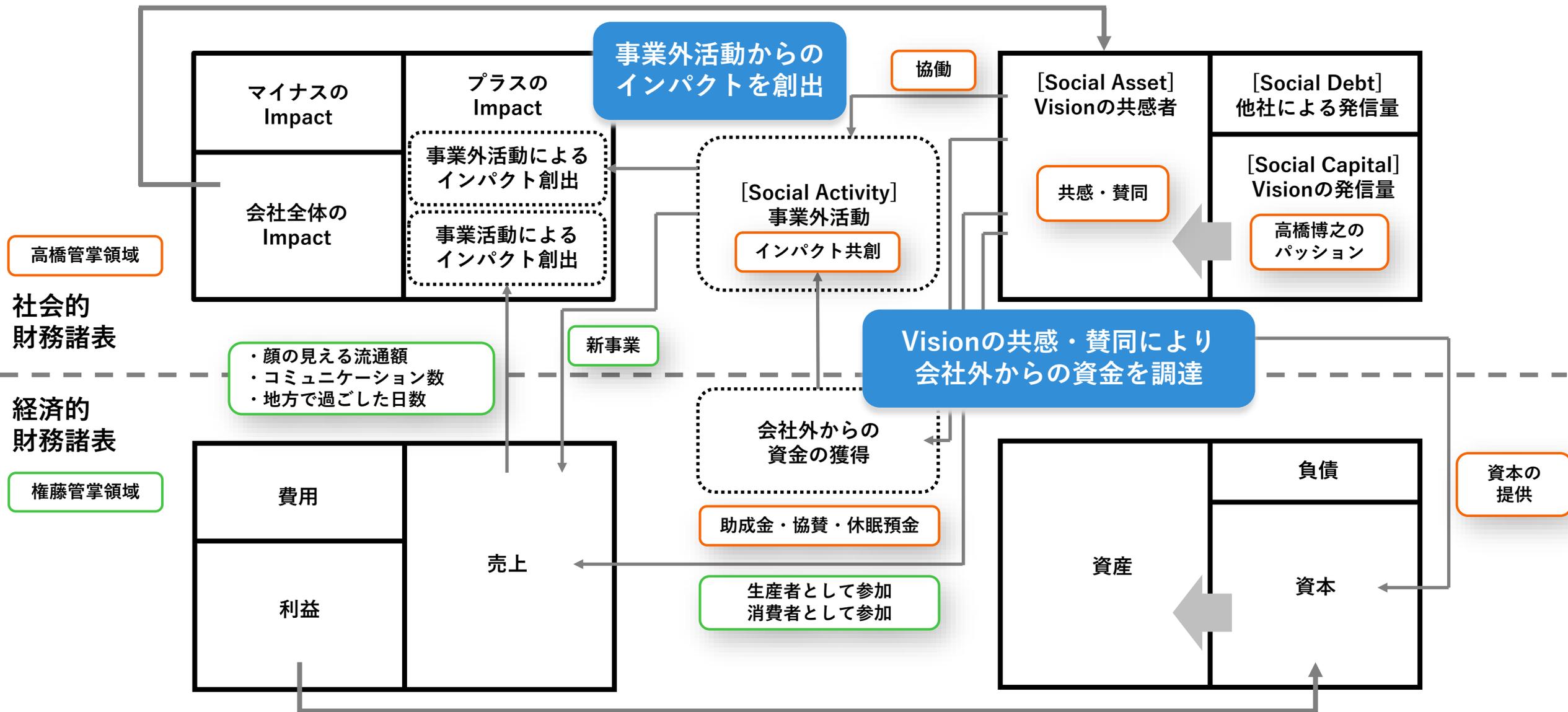
社会的な活動を定量的に計測・報告し、「社会的財務諸表」として公表。

## 2025年1月からの経営体制の変更・組織の変更

2025年1月から、代表取締役社長である高橋は社会活動によるインパクト創出を、代表取締役副社長である権藤は事業活動による利益創出に最終責任を持つ共同代表制へ移行



## 当社の社会的及び経済的な財務諸表の考え方



## 2025年度 ソーシャルキャピタル／アセットと主な成果

当社は社会性を追求するプロセスを定量的に捉えるため、2024年に公表した「社会的財務諸表」の枠組みにおいて代表取締役社長の高橋による**Vision発信量**を**ソーシャルキャピタル**、**Vision共感者数**を**ソーシャルアセット**として可視化した。

**ソーシャルキャピタル**は、代表高橋が自社のビジョンを発信してきた量で「1人に対して1時間ビジョンを伝える」ことを1単位(時間人)とし、**ソーシャルアセット**は、Visionに賛同・共感したことで行動変容を起こし、当社と取組みを共にした人数を表す。

### Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]

2025年度実績 **36,363時間人**(予算達成率90.9%)

主な活動内容

- 講演回数：88回
- 自著『関係人口』販売数：約5,800冊
- 各種メディア出演、新聞・雑誌への寄稿、SNSでの発信等



### Vision共感者数 [ソーシャルアセット]

2025年度実績 **1,873人**(予算達成率62.4%)

主な共感者の内訳

- ポケマル新規登録生産者：約600名



- おやこ地方留学参加者：528名



## 2025年度 ソーシャルキャピタル／アセットと主な成果

社会性追求の成果として、能登の子ども向けアーバンスポーツ施設「NOTO COMPLEX PLAYGROUND」開業や、総務省による「ふるさと住民登録制度」創設に繋がった。

特に関係人口を可視化する「ふるさと住民登録制度」創設は、関係人口創出を目指す当社にとって大きな転換点であり、年間で200万人、10年で延べ2,000万人のふるさと住民登録への関与という当社の中期的な目標設定に繋がった。

### ふるさと住民登録制度

内閣官房「新しい地方経済・生活環境創生会議」の有識者構成員として就任した高橋が提唱した「ふるさと住民登録制度」が、都市と地方を恒常的につなぐ制度インフラとして正式に採用。



※「新しい地方経済・生活環境創生会議」有識者メンバーとの意見交換会 首相官邸にて

### NOTO COMPLEX PLAYGROUND

1.4億円の助成金を活用した石川県の能登復興支援事業として、能登エリアで子どもが無料で利用できるアーバンスポーツ施設「NOTO COMPLEX PLAYGROUND」開業に関与。



※「NOTO COMPLEX PLAYGROUND」開業式典の様子

## 2025年度の実績

	FY25 予算	FY25 実績	FY25 達成率
Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]	40,000時間人	36,363時間人	90.9%
Vision共感者数 [ソーシャルアセット]	3,000人	1,873人	62.4%
Vision達成のための活動資源 [インプット]	¥100,000,000	¥167,854,865	167.9%
Vision達成のための共創活動 [ソーシャルアクティビティ]	10回	2回	20.0%

### 単位

#### Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]：時間人

高橋が対面でビジョンを伝えた人数や、オウンドメディアでの発信、外部メディアからの露出を、その影響力に応じた係数を掛けて、「1人に対して1時間ビジョンを伝えた」ことに相当する「時間人」という単位を用いて、ポイントを算出。

#### Vision共感者数 [ソーシャルアセット]：人

ビジョンに共感し、プロジェクトを共創した方や、行動変容がおきたユーザーを「共感者」として、その「人数」を算出。

#### 会社外から獲得した活動資源 [インプット]：

インパクト創出のために獲得した資金や共創した団体の数を計測。

#### 事業外活動 [ソーシャルアクティビティ]：

インパクト創出のために共創したプロジェクト数を計測。

ソーシャルキャピタルの算出方法を見直し、ビジョンを伝えた相手の影響度合いや波及効果による係数設定を廃止し、「1人に1時間ビジョンを伝えたら1pt」として、統一的にカウントする方法へ変更。

## 2026年度の予算

	FY25 実績	FY26 予算	根拠
Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]	36,363時間人	40,000時間人	FY25実績+10%成長
Vision共感者数 [ソーシャルアセット]	1,873人 (FY25までの累計 16,277人)	16,000人	FY25までの累積Vision共感者数 約16,000人
Vision達成のための活動資源 [インプット]	¥167,854,865	¥30,000,000	大型案件(NOTO PLAYGROUND 1.4億円)を 除く FY25実績+10%成長
Vision達成のための共創活動 [ソーシャルアクティビティ]	2回	10回	FY25予算を維持

### 単位

#### Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]：時間人

高橋が対面でビジョンを伝えた人数や、オウンドメディアでの発信、外部メディアからの露出を、その影響力に応じた係数を掛けて、「1人に対して1時間ビジョンを伝えた」ことに相当する「時間人」という単位で計測。

#### Vision共感者数 [ソーシャルアセット]：人

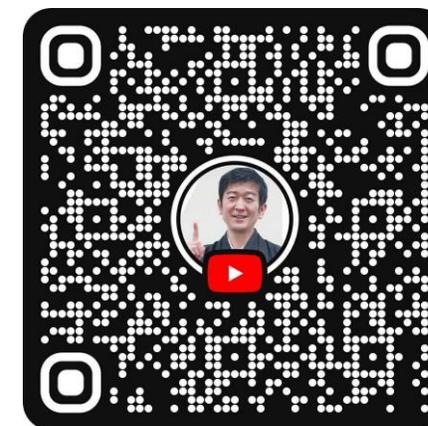
ビジョンへ共感して高橋のYoutubeチャンネル「[高橋博之チャンネル](#)」に登録した「人数」で計測。

#### 会社外から獲得した活動資源 [インプット]：

インパクト創出のために獲得した資金を計測。

#### 事業外活動 [ソーシャルアクティビティ]：

インパクト創出のために共創したプロジェクト数を計測。



▲ 高橋博之チャンネル

## 各種発信について

社会的財務諸表のページを公開

当社コーポレートサイトにて、社会的財務諸表のページを公開。  
活動実績を内訳とともに随時更新。

項目	数値
2025年12月期予算	40,000
2025年12月期累計	31,605
2025年12月期進捗	79.0%
2025年6月実績	4,456

講演対応	人数*	内訳補足	係数	pt (時間人)
高橋博之が話した国家元首数	0		10000	0
高橋博之が話した広域自治体首長数	0		2000	0
高橋博之が話した基礎自治体首長数	0		200	0
高橋博之が話した自治体職員数	41.5	新潟県、伊予市、豊後町など42自治体	10	415
高橋博之が話した政治家、代議士数、地方議員、省庁職員	14		50	700
高橋博之が話した生産者	61		20	1220
講演一般聴講者	330.5		1	330

オウンドメディア	回数/冊数	フォロー	係数	pt (時間人)
自著	323	1	3.2	1033
note (高橋博之個人アカウント)	0	407	0.2	0
Voicy	0	940	0.1	0
歩くらジオ	0	190	0.2	0
X (Twitter)	22	17835	0.0001	39237
Facebook	1	7056	0.01	7056
Instagram	0	2699	0.001	0
TikTok	0	1839	0.001	0

外部メディア	回数	リーチ数	係数	pt (時間人)
TV	2	100000	0.001	200
新聞	8	50000	0.001	400
雑誌	2	1000	0.001	2
Web	45	1000	0.001	45

※社会的財務諸表 雨風太陽HPより

<https://ame-kaze-taiyo.jp/socialfinancialstatements/>

ポケットマルシェ公式noteにて活動実績を報告

代表高橋の講演や露出実績等、ソーシャルキャピタル・ソーシャルアセットの獲得につながる活動を公式noteにて報告。

※ポケットマルシェ公式noteより

[https://note.com/pocket\\_marche](https://note.com/pocket_marche)

雨風太陽