



雨風太陽

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2026.3.27

目次

・当社について

・食品事業

・旅行事業

・自治体事業

・財務ハイライト

・サステナビリティ／リスク情報

会社概要

- **社名** 株式会社雨風太陽
- **所在地** **(本店) 岩手県花巻市仲町1-29 HANAMAKI BASE^{※1}**
※1 2026年2月25日付で移転しており、当該日以前の住所は「岩手県花巻市大通一丁目1番43-2花巻駅構内」です。
(東京オフィス) 東京都千代田区平河町2-5-3 MIDORI.so NAGATACHO 4F^{※2}
※2 2026年4月6日付で移転予定であり、当該日以前の住所は「東京都渋谷区千駄ヶ谷3-26-5金子ビル3F」です。
- **設立** **2015年2月** (2013年7月NPO法人東北開墾として創業)
- **従業員数** **52名** (2025年12月末)
- **事業内容** **食品事業**：産直アプリ「ポケットマルシェ」、ふるさと納税プラットフォーム「ポケマルふるさと納税」等
旅行事業：宿泊予約サイト「STAY JAPAN」、子ども向け企画旅行「ポケマルおやこ地方留学」等
自治体事業：関係人口創出、販路拡大等の自治体支援サービス
その他：結婚相談所「ちほ婚!」、インパクト共創に関するサービス

マネジメントチーム



代表取締役 社長
高橋 博之

岩手県議会議員を経て、
2013年NPO法人東北開墾
を立ち上げ、2015年に当社
を設立し代表取締役に就任。



代表取締役 副社長
権藤 裕樹

総務省を経て、2021年7月
に当社取締役に就任し、
2025年1月より、当社代表
取締役副社長に就任。



取締役
永田 暁彦

UntroD Capital Japan株式会社
代表取締役

株式会社ユーグレナの未上場期
より事業戦略、M&A、資金調達、
管理部門を管轄。



取締役
小橋 正次郎

小橋工業株式会社
代表取締役社長

1910年創業の農業機械メーカー
小橋工業株式会社第4代目代表取
締役社長。



取締役
小沼 大地

NPO法人クロスフィールズ
代表理事

青年海外協力隊参加後にNPO法
人クロスフィールズを創業。社
会活動家としてビジネスを通じ
た社会課題の解決に貢献。



監査役
野尻 瑠璃

公認会計士

監査法人を経て金融機関にて
M&A関連業務等に従事後、
事業会社の常勤監査役を経験。



監査役
大久保 和樹

弁護士／NEXAGE法律事務所

弁護士登録後、TMI総合法律事
務所に入所。特に知的財産分野
においての実績豊富。



監査役
吉田 正通

株式会社ホリプロ・グループ・
ホールディングス
取締役

東京証券取引所にて多数の上場
審査に携わったのち、上場企業
の取締役や社外監査役を経験。

インパクトIPO企業として、 社会性と経済性の両立を目指す

当社は東日本大震災をきっかけに生まれた会社です。東日本大震災の被災地で復興に関わる中で「都市と地方の分断」という社会課題に着目し、NPO法人「東北開墾」を立ち上げ、食を介して「都市と地方をかきまぜる」ことでその解決を目指してきました。

その後、課題解決のスピードを上げるために2015年に株式会社化して現在に至ります。

当社は、「関係人口の創出」をインパクトとして捉え、その影響を最速で最大化し、地方の衰退に歯止めをかけるために、社会性と経済性の双方を追求する道を選択し、インパクトIPOとして2023年12月に新規上場しました。

今後も、都市と地方をかきまぜ、社会性と経済性の両立に取り組んでまいります。



代表取締役社長 高橋 博之

代表取締役副社長 権藤 裕樹

Mission

都市と地方を
かきまぜる

Vision

日本中あらゆる場の
可能性を花開かせる

私たちは、全国の生産者を媒介に、
都市と地方をつなぐことで地域を持続可能にし、
将来にわたって活力ある日本社会を残したいと願う会社です。

私たちの考える未来



私たちの目指すもの

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つう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

事業概要

地方の価値を発掘し、都市住民へサービスを提供する事業モデルで、主に食品事業、旅行事業、自治体事業の3つの事業を展開

個人向けサービス

法人向けサービス

食品事業

旅行事業

自治体事業



ポケマル



ポケマル
ふるさと納税



食べる通信



STAY JAPAN



ポケマル
おやこ地方留学
OyakoTravel



当社のアセットを活用した
ソリューションを提案

各自治体の
生産者

90万人の
ユーザー

メディア構築
ノウハウ

農業・自然体験
コンテンツ開発



農業体験 勉強会



ワークショップ

事業を通して「都市と地方のつながり」を生み出し、関係人口を創出

沿革



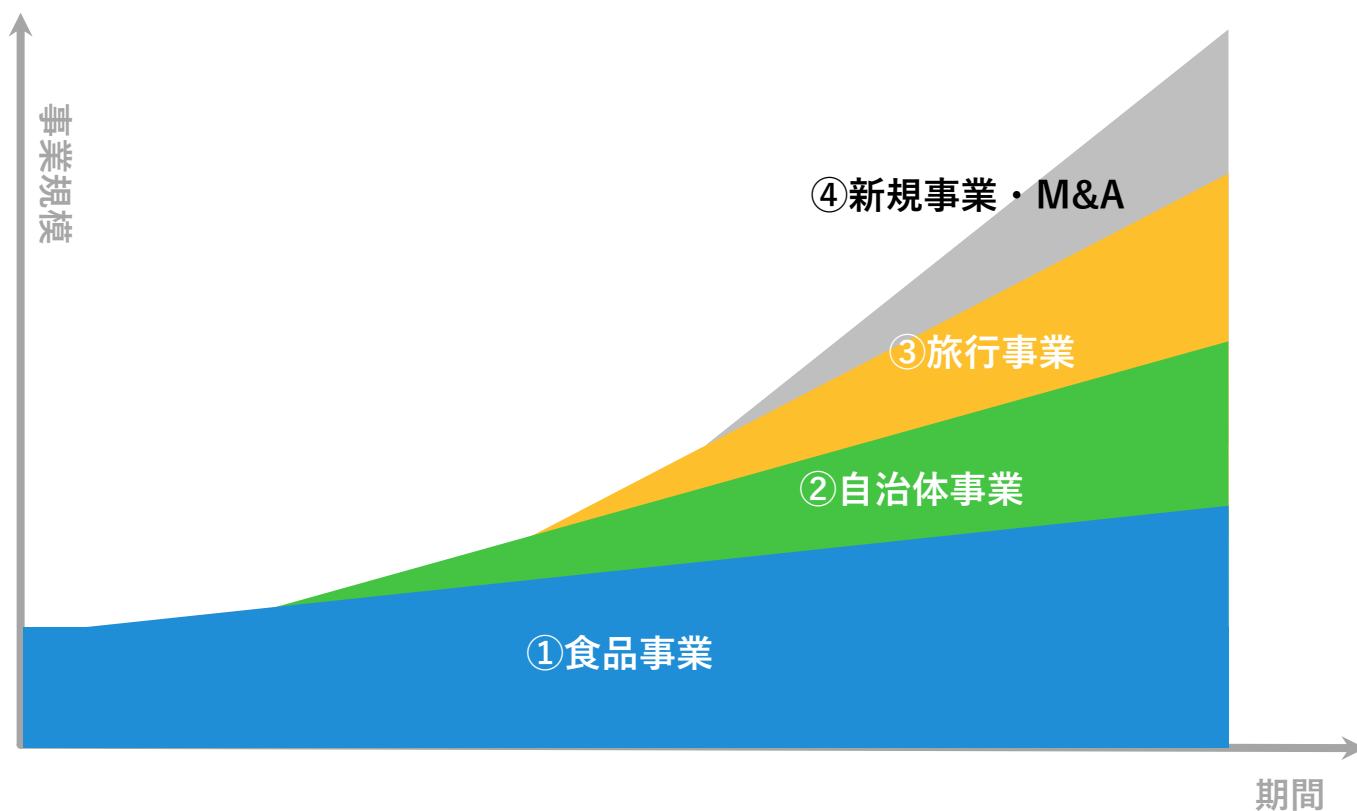
食べる通信



※1 特許第7442831号
※2 『都市と地方をかきまぜる』（光文社新書）にて

今後の全体的な成長戦略

2030年からのグロース上場維持基準の適合に向けて時価総額を早期に100億円以上とするため、2026年12月期は増収増益による営業黒字化を実現するとともに、主要3事業や新規事業、M&Aによる更なる事業成長を推進する1年とする。



1

食品事業の収益力強化

FY25進捗: 売上高販管費率の改善 (FY24: 64% → FY25: 51%)

2

取引領域の拡大、取引自治体数の増加による自治体事業の成長

FY25進捗: 関係人口や旅行領域での取引領域の拡大

3

生産者が提供する体験と宿泊を組み合わせ、旅行事業への進出拡大

FY25進捗: およこ地方留学拡大、STAY JAPANの事業譲受

4

新規事業・M&Aによる非連続の成長

FY25進捗: STAY JAPANの事業譲受

目次

・ 当社について

・ **食品事業**

・ 旅行事業

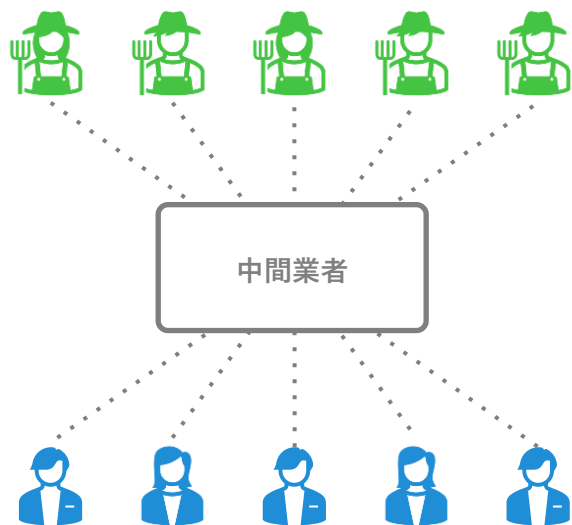
・ 自治体事業

・ 財務ハイライト

・ サステナビリティ／リスク情報

ポケットマルシェは、
オンラインで直接生産者と消費者を繋ぎ物流を構築した、
日本で最初[※]のスマホで完結する産直プラットフォーム。

中間業者が存在する一般的な小売業



生産者



消費者

直接つながるメッシュ型のプラットフォーム



※ 宅配業者とデータ連携することで伝票の印刷等も不要なスマートフォンで完結する一次産品に特化したサービスとして日本初。

旬のいまだけ。
こだわり食材。
数量限定。
規格外。

今まで流通の過程では
なかなか出会えない食材と
生産者との出会い。

丸々1尾を
楽しめます！



野呂英樹
【深浦サーモン】丸ごと1尾（セミドレス）
青森県西津軽郡深浦町

5,670円～

冷凍せず
お届けします！



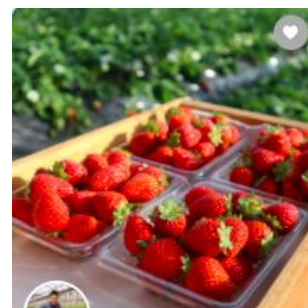
笠井大輝
【豊作につき大特価！！】業界初？！【生ジビエ】京都鹿ロース…
京都府相楽郡笠置町

モモ300g、ロース30…～4,620円～



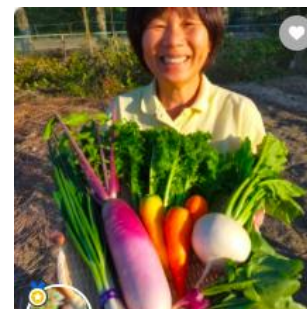
後藤 猛
甘みと濃厚さホタテ超え！？食の宝石「ヒオウギ貝」
大分県佐伯市

お試しセット12枚入り～2,851円～



小清水規
2P入り お試し用 完熟 香り高いさちのか 苺
神奈川県小田原市

1パック280グラム入り 1,836円



平岩輝美
【5品+おまけ付き】【7品+おまけ付き】美味しくてニコッリ笑顔！…
愛知県安城市

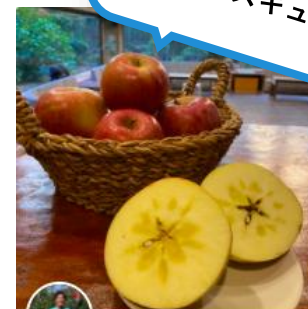
冬野菜5品+おまけセ…～1,300円～



河野泰幸
【送料無料】宮崎県産！朝どれ鮮魚セット（L）
宮崎県串間市

5kg前後（5～7種入り）6,980円

直販だからできる
フードレスキュー！



金子真一朗
フードロスを減らそう！サンふじ！家庭用 小玉 5kg
長野県下高井郡

サンふじ 家庭用

珍しい食材に
出会えます！



片柳雄大
オーストリッチミート（ダチョウ肉）モモ500g超or1kg超 クール代…
栃木県小山市

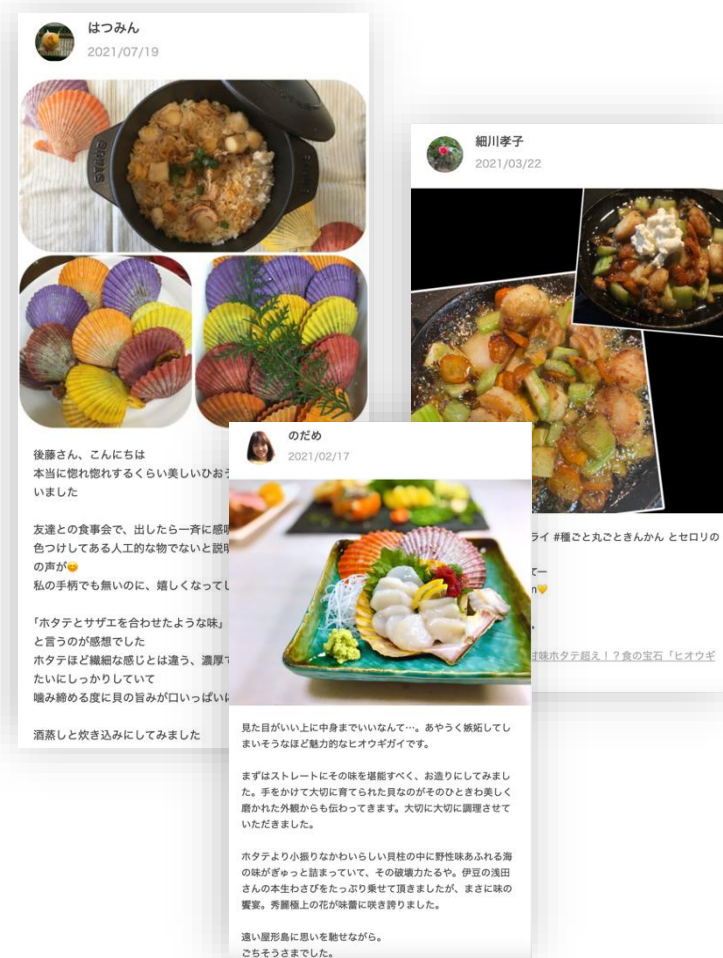
2P～3P 計500…～3,488円～

約3人に1人が、 生産者ページへ投稿※

※2020年～2023年 投稿ユーザー数/購入者数

生産者は、専用のコミュニティウォールを持っており、購入者は、ごちそうさまを伝える。食べ方を聞く。など、会話ができる。

また、直接やりとりのできるDMの機能を使用して、個別の要望やコミュニケーションも促進。



事業概要 | 産直アプリ「ポケットマルシェ」ハイライト



登録ユーザー数

約 **90** 万名

※2025年12月現在

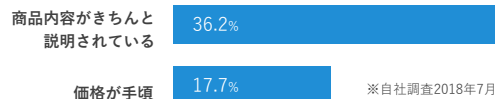
1か月の平均購入回数

約 **2.5** 回

※2022年1月～12月リピートユーザーの平均値

値段より
情報を重視

購入時の
重視ポイント



購入者に占める
リピート率 約 **8** 割

※2022年1-12月平均

ポケマルで知った生産者の
地域を
訪れたい **71.3** %

※自社調査「生産者と仲良くしている（販売・発送以外のやりとりをしている）」生産者への調査N=5802021年8月



業界屈指の
登録生産者

約 **9,000** 名

※2025年12月現在

一次生産者との車座座談会
47都道府県行脚

1,279 回

※自社調査2023年8月末日現在

1日に並ぶ
平均商品数

約 **14,000** 点

※2025年12月現在

出品するのは
100%
生産者のみ

全国の生産者から旬にあわせた食材を
キュレーションし、サブスクや詰め合わせで提供

販売商品数（2025年度）：27商品

総販売件数（2025年度）：約35,000件



月額3,380円（税込・送料込）



月額3,680円（税込・送料込）



月額2,480円（税込・送料込）



同一の商品ページ内で、通常の購入と、ふるさと納税での購入が選択可能。

生産者側の出品、発送について特別な作業は発生せず、生産者として登録の自治体が当社と契約すれば、

自動的にふるさと納税対象商品

として出品、発送が可能に。

対象の自治体の生産者の出品は全てふるさと納税にて購入が可能

通常の購入

ふるさと納税での購入
※納税額は出品額に応じて自動計算 (特許第7442831号)

ふるさと納税可 本日あと10点

【冷蔵】平飼い自然卵 白身ぷりぷり黄身はレモン色

宮城県登米市 鈴木 豊 | 株式会社いなほ

10個入2パック	1,500円 (税込)
10個入3パック	2,250円 (税込)

ポケマルふるさと納税

10個入4パック	寄付金額 11,000円 (送料無料)
10個入5パック	寄付金額 13,000円 (送料無料)

寄付手続きへ

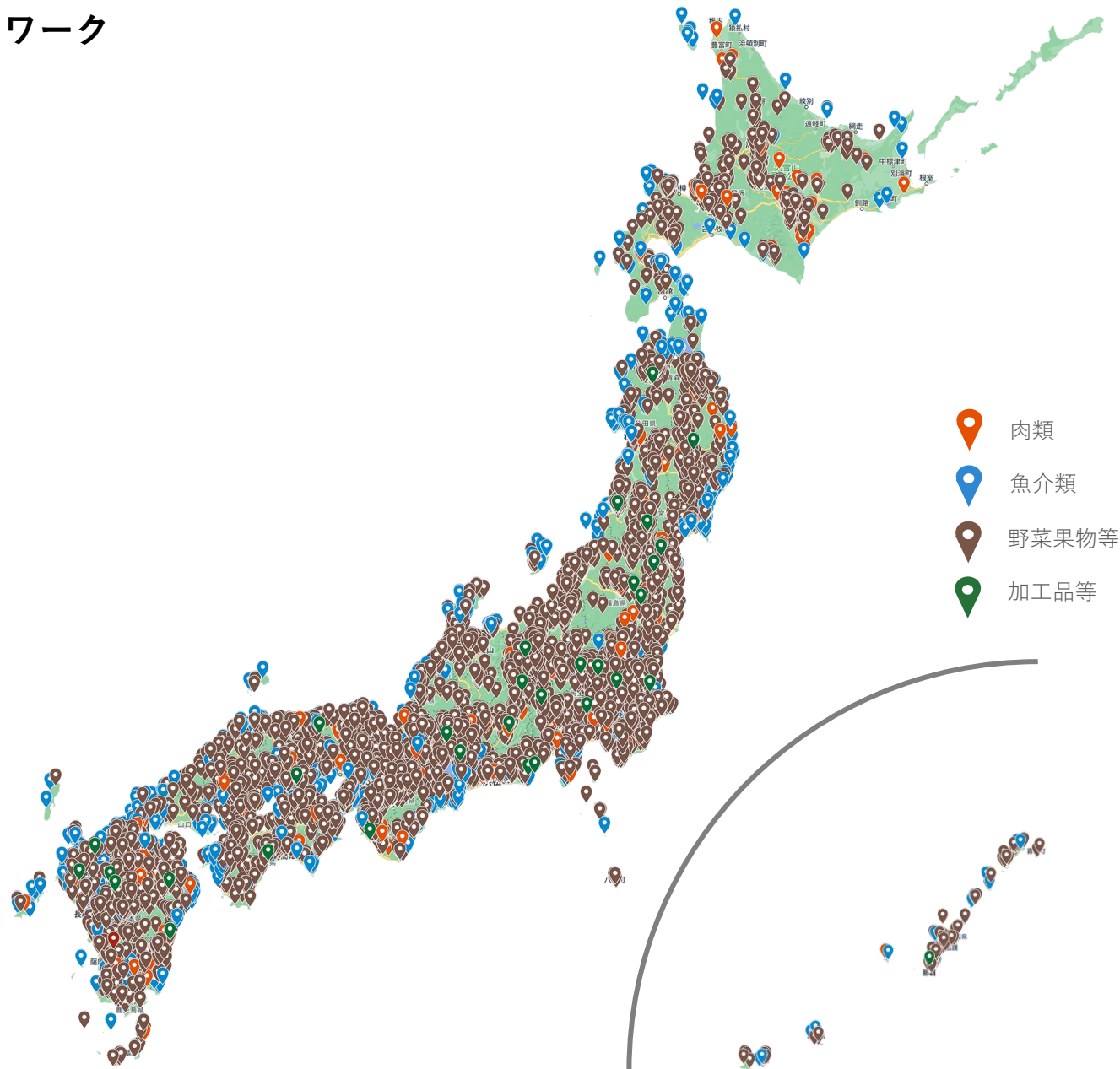
競争力の源泉：日本最大級※1 9,000名超の生産者ネットワーク

北は稚内から、南は西表島まで。

日本にある市町村の
90.9% ※2,3 をカバー。

**9,000名超の生産者を
ネットワーク。**

※1 自ら生産活動を行う一次生産者のみが登録するプラットフォームとして日本最大級
※2 日本の自治体数1,765自治体（47都道府県+1,718基礎自治体）
ポケットマルシェ登録生産者が根ざしている市町村数1,605より試算
※3 自治体数は「e-Stat政府統計の総合窓口」2025年12月31日時点



地図データ@2023Google, TMapMobility

生産者と消費者を直接つなげ※、
コミュニケーションを活性化することで継続的
な長期購入を目指す。

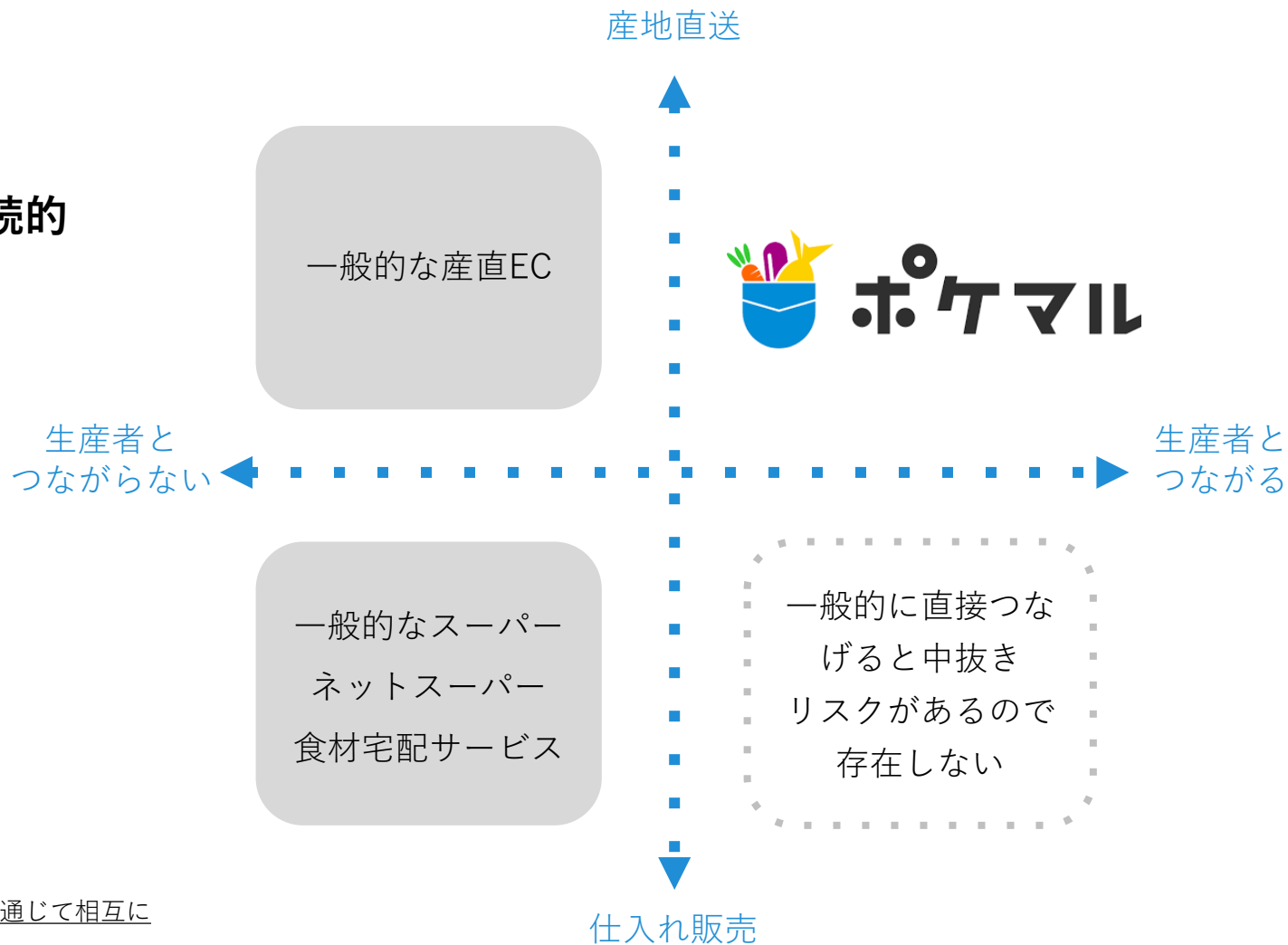
直接つなげるリスクよりも、

つながることで

継続購入が

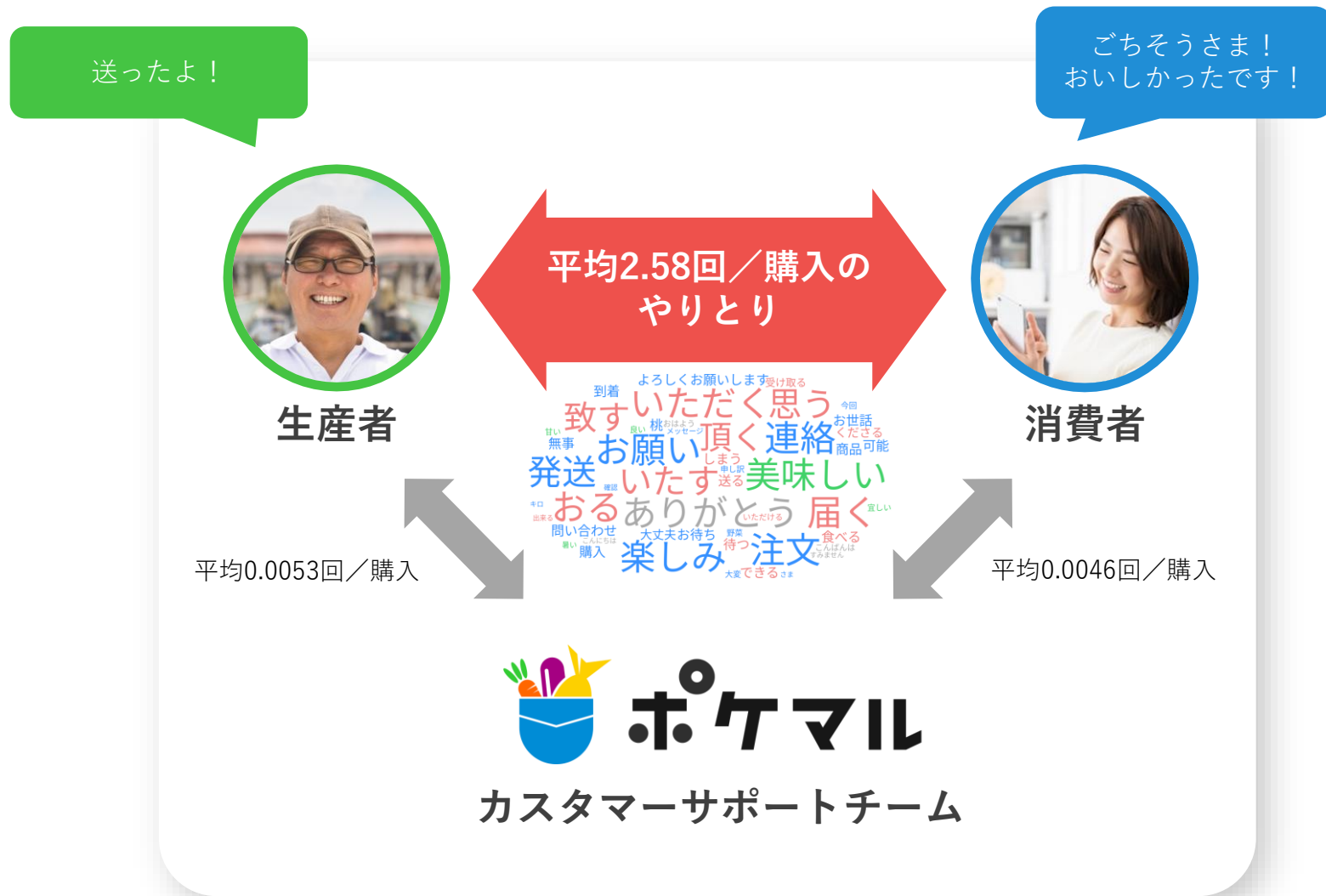
発生することを重視。

※生産者とつながるとは、レビューの投稿などだけでなくメッセージ等を通じて相互に
直接コミュニケーションできる状態を指す。



一度の購入で 平均2.58回の コミュニケーションが 発生

生産者が一次対応を行うため、
カスタマーサポート宛の
問い合わせは注文数の0.5%程度



競争力の源泉 | 生産者と消費者がつながっているため宣伝広告費をかけずにリピート購入が起こる

生産者からのメッセージ発信をサポートするプログラムを有料にて提供

「ポケマル寺子屋」勉強会でベテラン生産者が新規生産者に消費者とのコミュニケーションのコツを伝授



生産者



生産者からのメッセージ

CVR: **3~5%**



生産者が
直接メッセージを送る方が、
一般的なメルマガに比べて
CVR※が**約50倍**高い。



消費者



ポケマルからのメルマガ

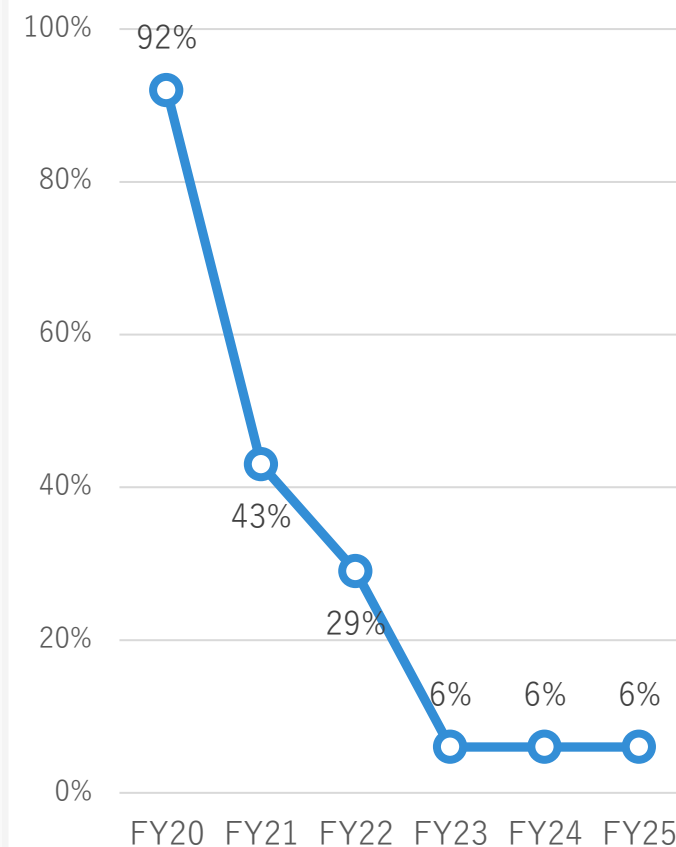
CVR: **0.06~0.1%**



ポケマル

ポケマル編集部

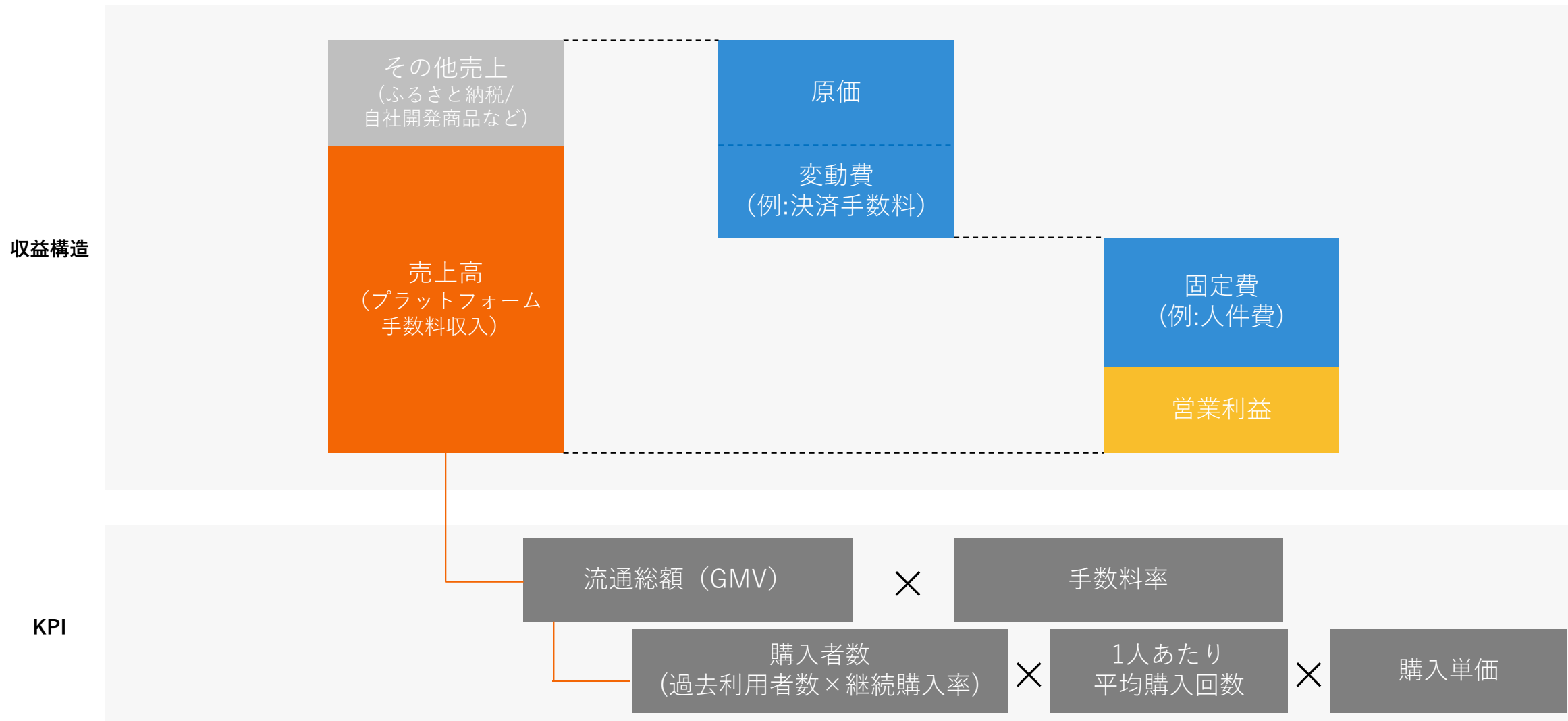
売上高広告宣伝費比率



※ CVR=「メルマガ・メッセージ経由での購入者数」÷「メルマガ・メッセージの配信者数」

ビジネスモデル

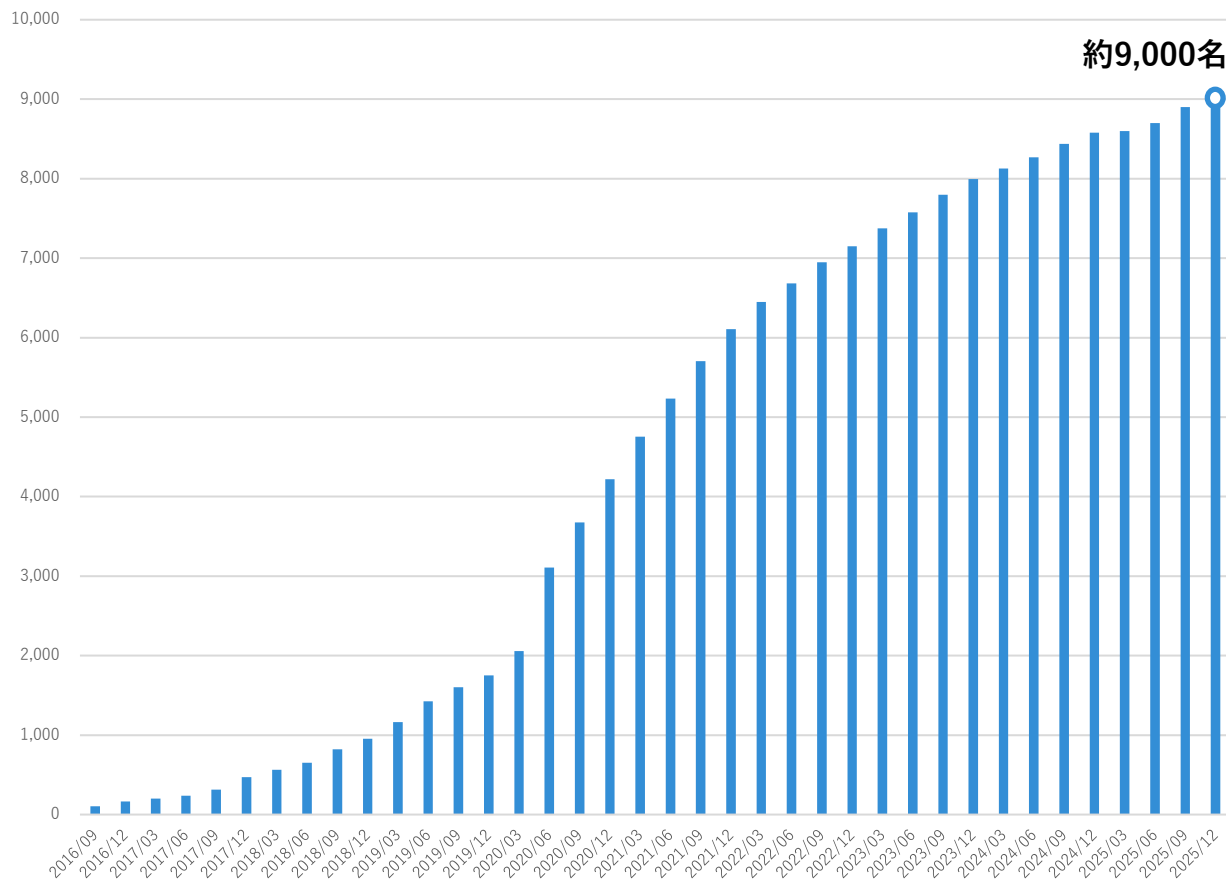
プラットフォーム型であるため、変動費割合は少なく、売上増加によって利益がダイレクトに伸びやすい



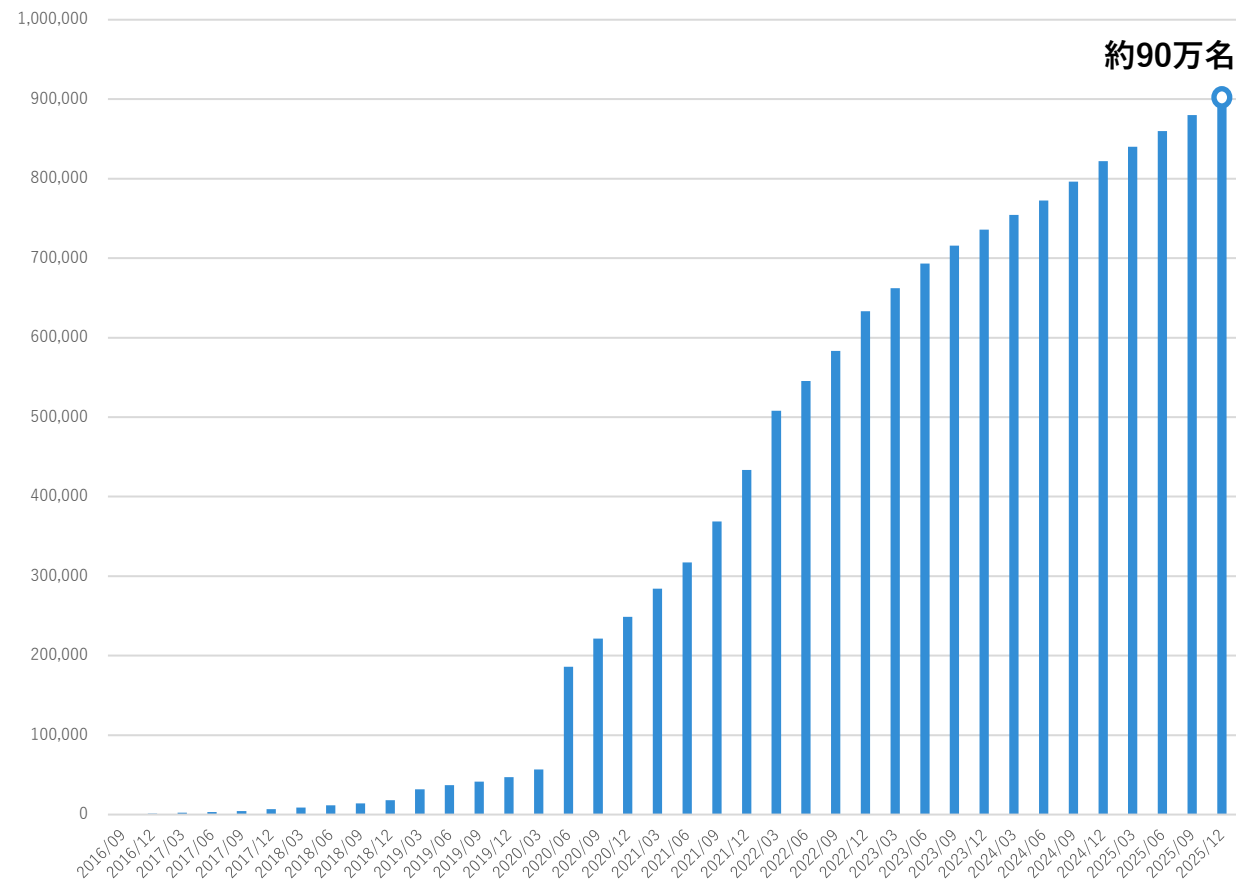
ビジネスモデル | 主要KPI

ユーザー数、生産者数は共に着実な増加トレンド

累計生産者数



累計ユーザー数



成長戦略 | 巨大な食品EC市場はまだ成長が期待される

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

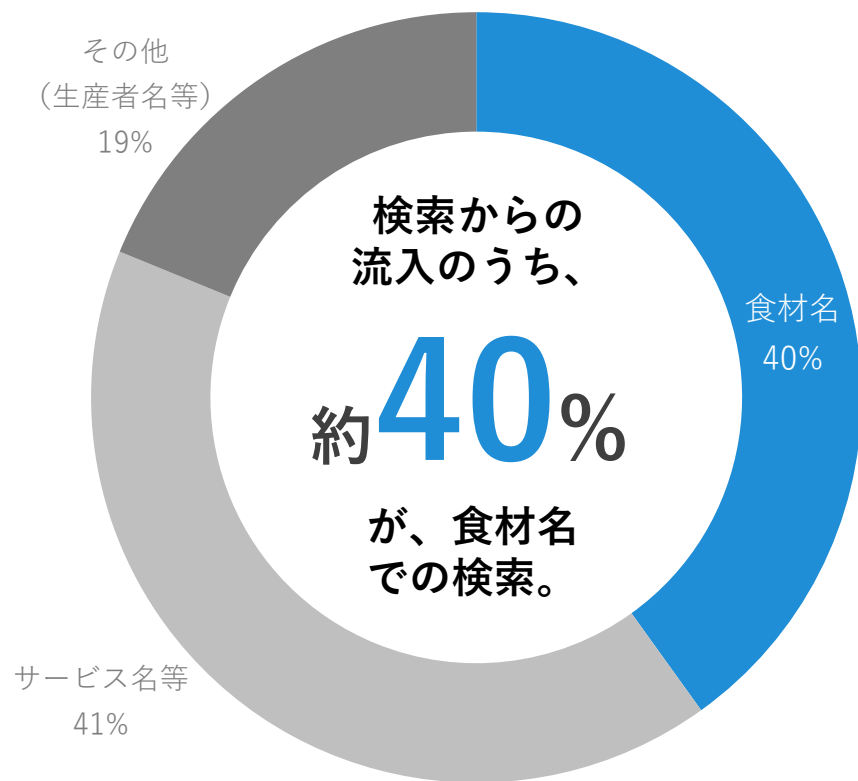


※経済産業省「令和6年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関する市場調査)」より

成長戦略 | SEO対策により検索流入数を伸ばす

年間を通して食材名での検索流入が多く、商品ページ構成の改善等によるSEO対策を行うことで検索流入数を伸ばす

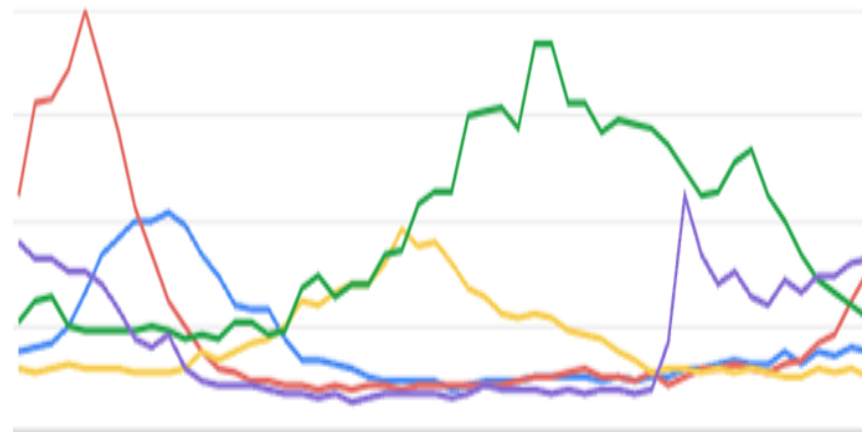
検索流入のキーワード傾向



旬の移り変わりに応じて検索ワードがリレーし、
年間を通じてさまざまな
食材名から自然流入が起こる。

例：果物食材キーワードでの検索実績

■ ぶどう ■ 桃 ■ みかん ■ いちご ■ メロン



目次

・当社について

・食品事業

・旅行事業

・自治体事業

・財務ハイライト

・サステナビリティ／リスク情報

ポケマルおやこ地方留学は、

自然のエキスパートである
全国の生産者さんのもとへ親子で訪れ、
親はワーケーションで仕事をしながら、
子どもは生産者さんのもとで
自然について学ぶプログラム。



おやこで 「たべる」の裏側を知る



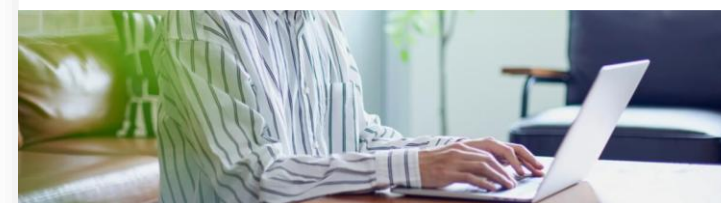
海・山・畑・川など様々な自然環境を舞台に、
生きものが食べものになる瞬間を体感できる。
これぞ「究極の食育」。

自然のエキスパートが アクティビティを提供



ポケットマルシェに登録の生産者をはじめとした自然の
エキスパートが、その日の気象条件も鑑みながら、お子
さんを雄大な自然に案内。

ワーケーション 環境を完備



日中、お子さんは農家のもとでアクティビティに参加。
その間、親御さんはWi-Fi環境の整った施設でテレワー
クをすることが可能。

これまでに**全国15箇所**^{*1}で開催し、計**514家族**^{*1}が参加。

推奨意向**90.7%**^{*2}、リピート率が**28.4%**^{*3}と高い水準になっており、
高い評価を得ている。

- ・ ツアーグランプリ2024 最優秀賞相当の「国土交通大臣賞」
- ・ 一般社団法人日本子育て支援協会主催の「第5回日本子育て支援大賞」
- ・ 特定非営利活動法人キッズデザイン協議会主催の「第18回キッズデザイン賞のキッズデザイン協議会会長賞」を受賞するなど、社会的な評価も得ている。

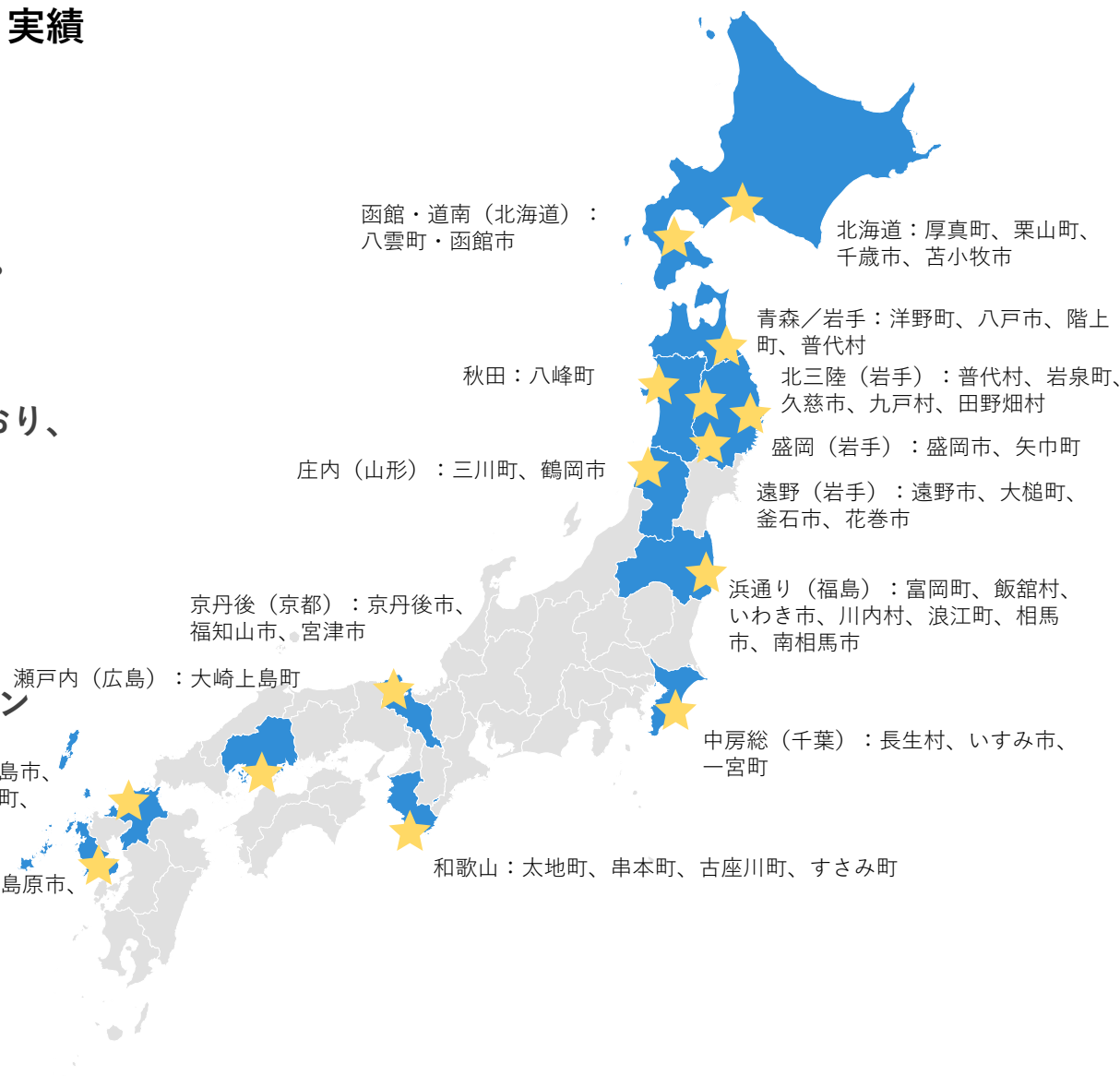


KIDS
DESIGN
AWARD
2024

*1: 2025年夏季プログラムまでの累計値

*2: 「このプログラムを他の小学生の親御さんに勧めたいと思いますか?」という設問に対し、とても思う+思うと回答した方の比率

*3: 2024年冬プログラムまでの参加者の前年参加率316家族中90家族

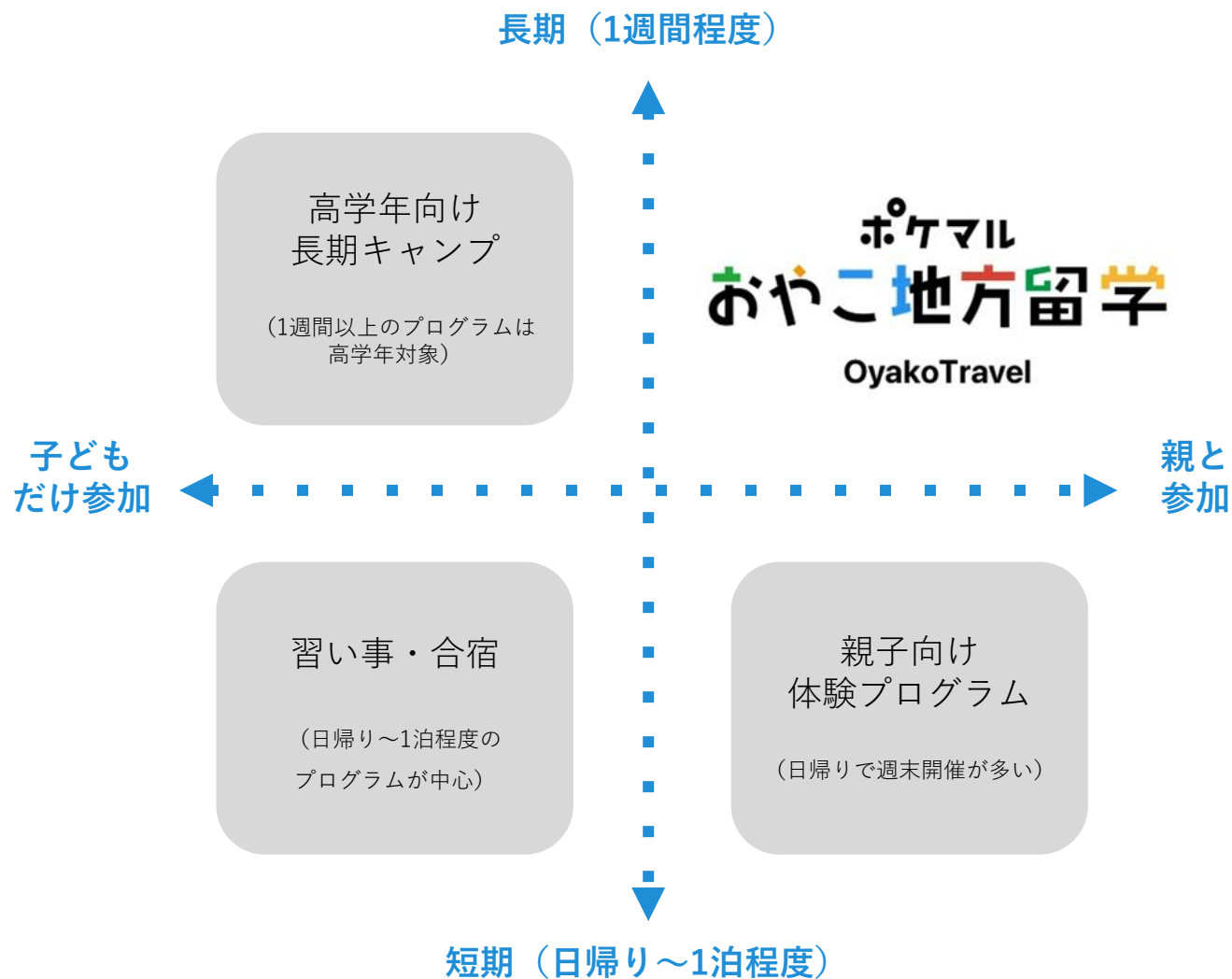




「STAY JAPAN」は、「知らない日本に泊ってみよう」をコンセプトに全国各地の民泊、農泊、別荘泊、古民家泊、寺泊、城泊など
その地域ならではの個性的な宿泊施設を約1,000件掲載し、
ユニークな宿泊体験を提供している。

コロナ禍において
ワーケーションが一般化した
ことにより、1週間程度の
地方滞在が可能な家庭が増加。

昼間は、
子どもは自然教育、
親は仕事ができ、
宿泊は一緒のため未就学児
からの参加も可能。

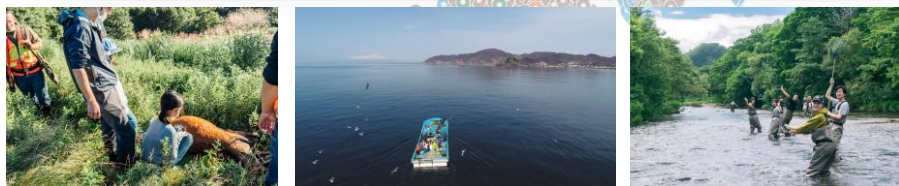


農漁業体験



生産者 9,000人

- 生産者による農漁業体験
- 全国規模（約700箇所）でのインバウンド向け農漁業体験を提供可能
- 人気の「食体験」ができる



宿泊施設



STAY JAPAN

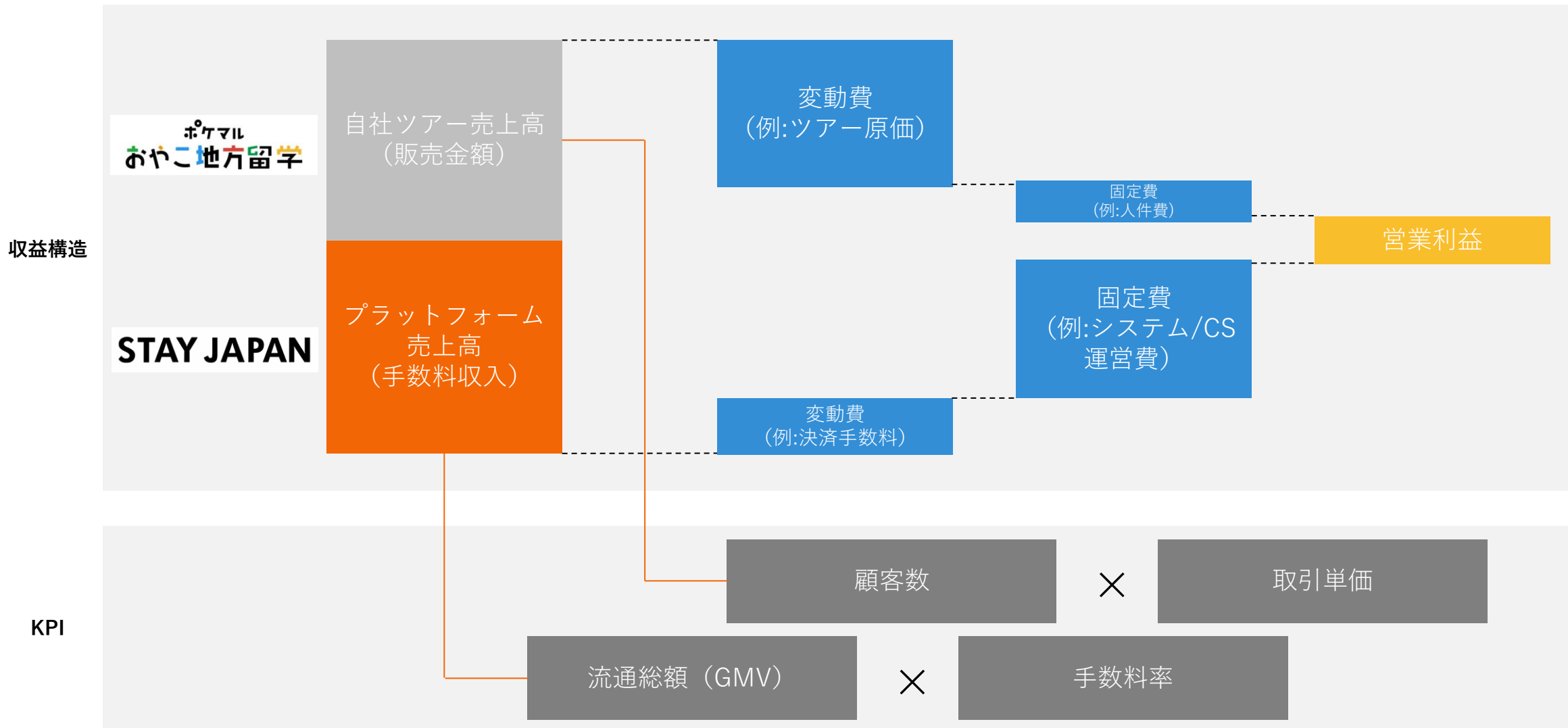
宿泊施設 1,000件

- 古民家泊、寺泊、城泊などユニークな宿泊施設
- プライベート重視の一棟貸しから、現地交流が豊富なホームステイ型まで多種多様



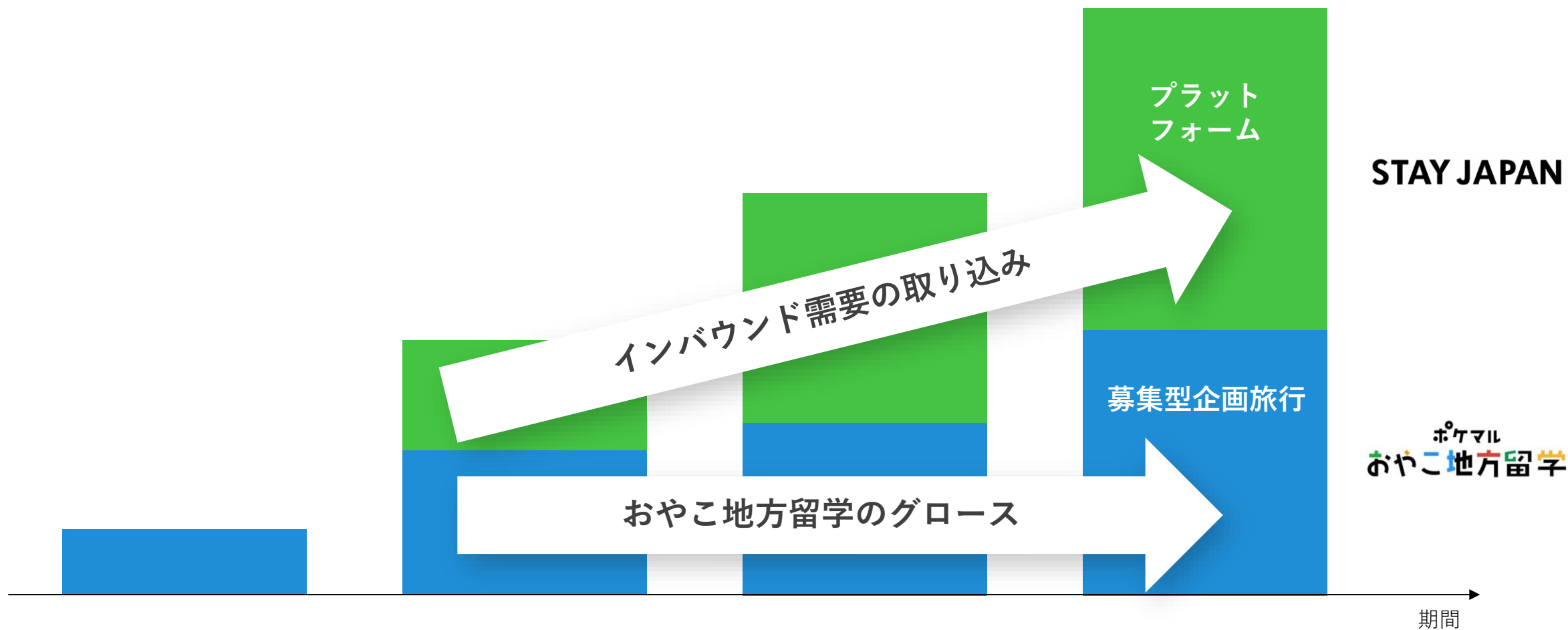
ビジネスモデル

ポケマルおやこ地方留学といった募集型企画旅行、STAYJAPANの予約プラットフォームの2つの事業モデルを有している。



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たプラットフォームの在庫情報を大手OTAに連携することで訪日インバウンド需要の取り込みを図る。



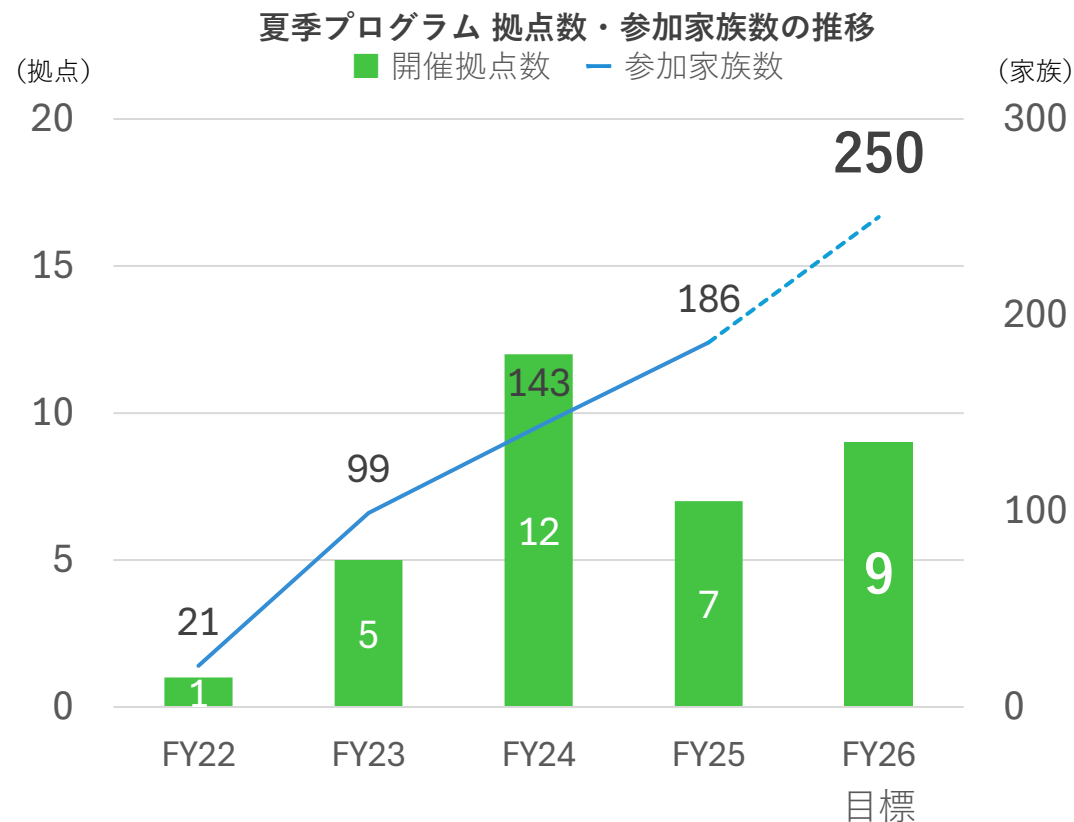
成長戦略 | 開催拠点数と参加家族数の拡大

今年で5年目の開催となる「ポケマルおやこ地方留学」夏季プログラムは、拠点数の拡大や多様なアクティビティによる口コミやリピート参加によって参加家族数は年々増加しており、2026年度は**9拠点**での開催と**250家族**の参加を目標とする。

ポケマル おやこ地方留学 OyakoTravel

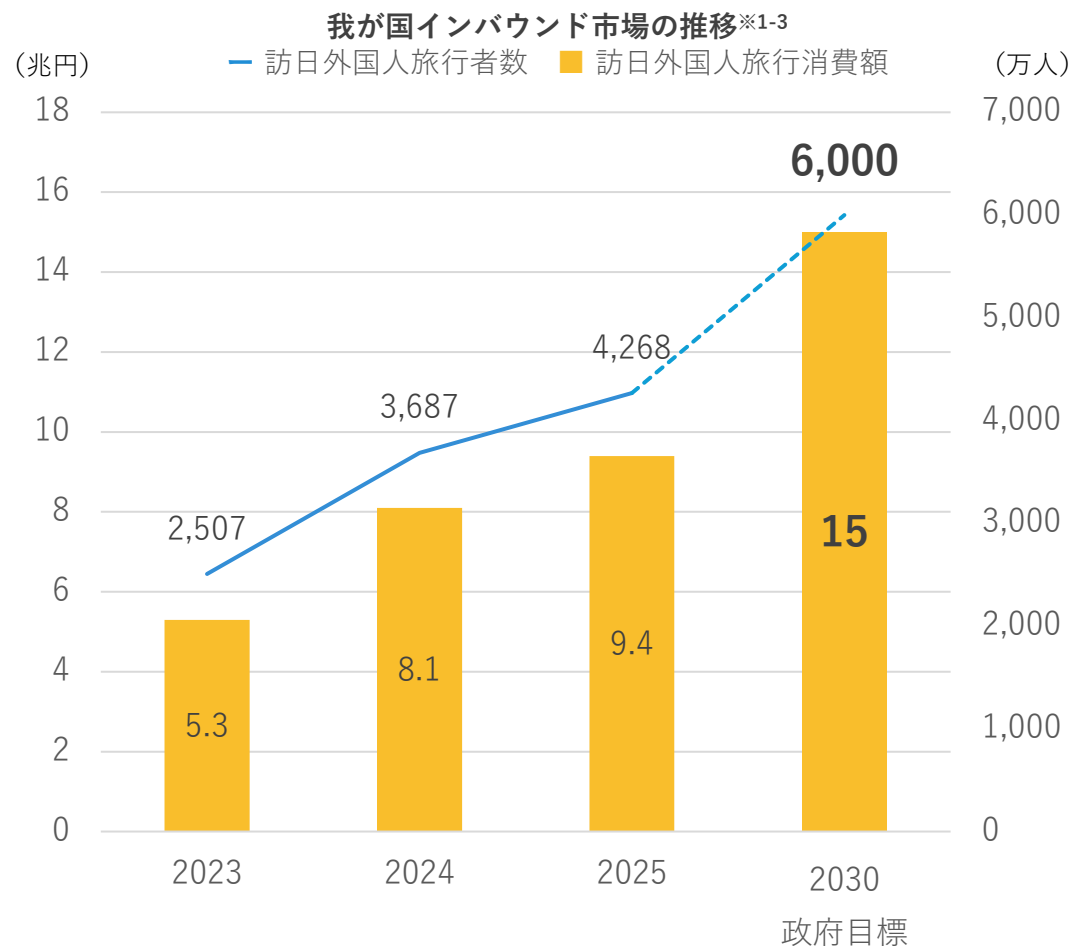


▲ 2025年度 夏季プログラム開催の様子



インバウンド観光客は 2030年に6,000万人^{※1}、 年間消費額は15兆円^{※1}へ。

インバウンド観光客の地方誘客は
人口減少社会における重点施策。
地方での観光資源開発が急務。

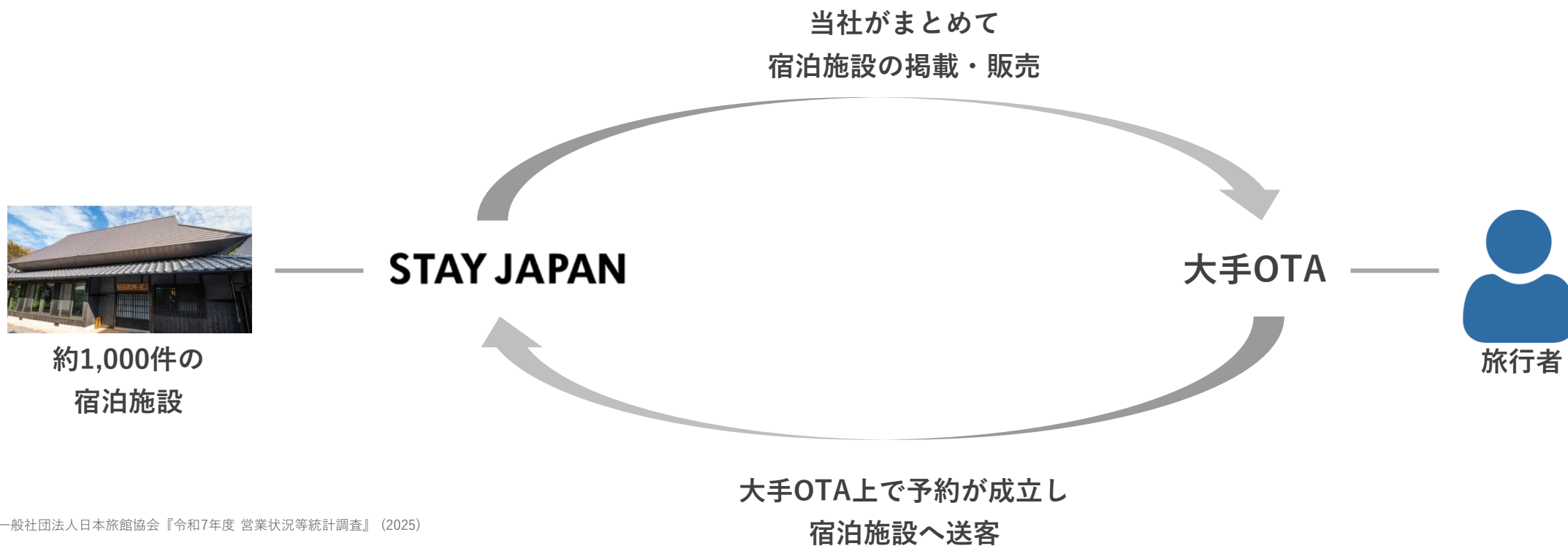


※1 観光庁『明日の日本を支える観光ビジョン』(2016)
※2 観光庁『訪日外国人旅行者数・出国日本人数』(2023-2025)
※3 観光庁『インバウンド消費動向調査』(2023-2025)

成長戦略 | 大手OTA連携

「STAY JAPAN」が有している約1,000件の宿泊施設のネットワークを活用し、世界的にシェアの高い大手OTA各社と連携し、大手OTAプラットフォーム上で当社がまとめて販売を行うモデルを構築する。

訪日客の宿泊予約の46.9%^{*1}を占める大手OTAの集客基盤と、当社の希少な宿泊在庫を直結させることで、早期の稼働率向上と収益化を図ります。現在、複数の大手OTAと具体的な商談を推進しており、2026年度内のサービス開始を予定しております。



※1 一般社団法人日本旅館協会『令和7年度 営業状況等統計調査』（2025）

目次

・当社について

・食品事業

・旅行事業

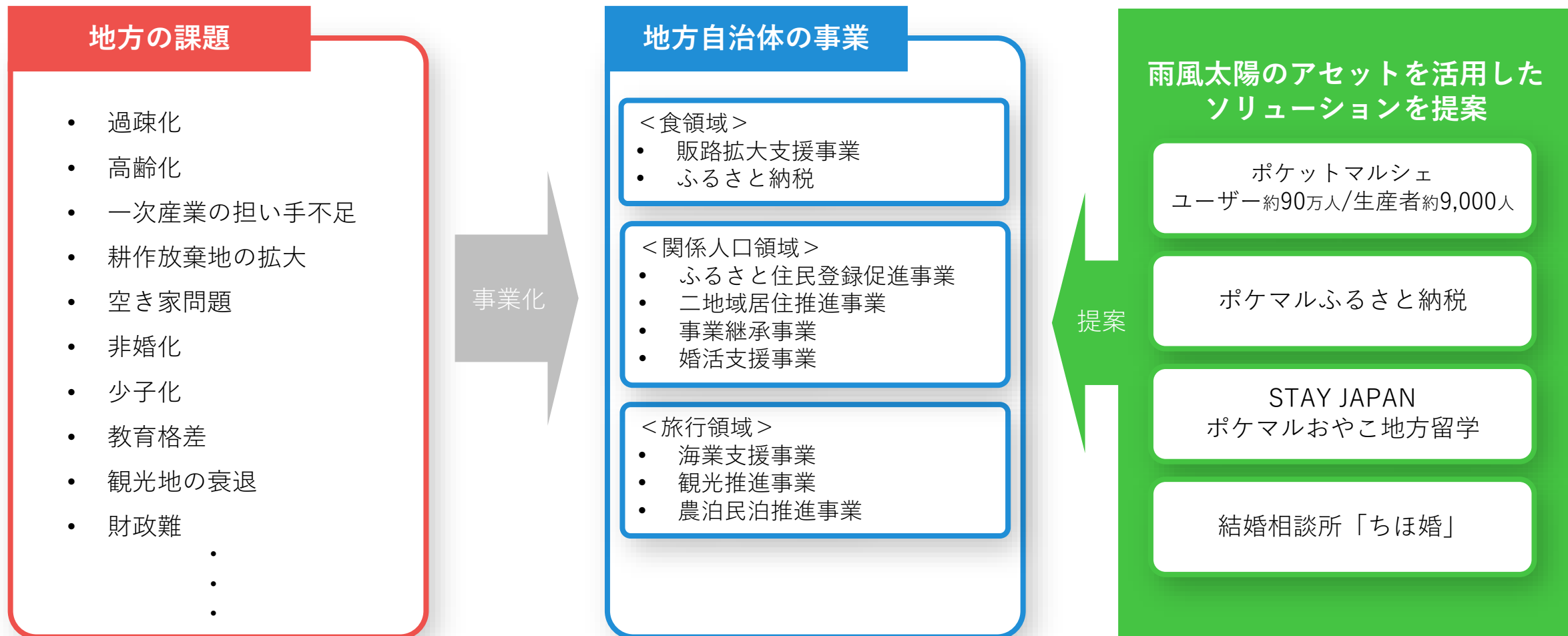
・自治体事業

・財務ハイライト

・サステナビリティ／リスク情報

事業概要 | 自治体向け支援サービス

地方は過疎高齢化を中心として、さまざまな課題を内包している。当社は、展開している自社サービス及びそれに付随するアセットを活用し、地方自治体に対し食領域、関係人口領域や旅行領域などのサービスを展開している。



産直EC での販路拡大支援

発注者 群馬県農政部ぐんまブランド推進課

事業名 産直ECサイトを活用した生産者の販路拡大支援業務

- 目的
- 生産者の販路拡大支援
 - 農家所得の向上及び県産農畜産物の認知度向上

主な業務内容

- (1) 送料割引等の施策の実施
- (2) 生産者向け個別支援の実施
- (3) 群馬県産農畜産物の認知度向上につながる施策の実施
- (4) データの収集・分析
- (5) 広報活動

受託の理由/ポイント

- 産直ECのパイオニアとしての流通実績
- 過年度での同様の事業での成果
- 生産者に寄り添った支援（訪問型支援、ウェブ会議での個別アドバイス等）



▲ 生産者へポケットマルシェの操作方法を説明



▲ ポケットマルシェで送料割引を実施

関係人口創出の支援

発注者 いしかわ「第二のふるさと」推進実行委員会 (石川県企画振興部地域振興課内)

事業名 ● 石川県関係人口マッチングプラットフォームに係る広報業務
● 石川県関係人口創出・拡大プログラム造成支援業務

目的 ● 石川県関係人口マッチングプラットフォームの認知拡大及び登録・利用の促進
● 石川県の更なる関係人口の創出・拡大

主な業務内容

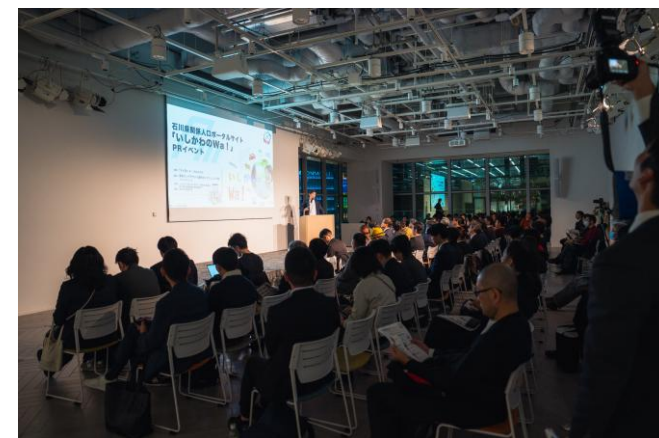
- (1) 関係人口をテーマとした首都圏でのPRイベントの開催
- (2) 石川県関係人口マッチングプラットフォームへの登録・利用促進に向けた広報の実施
- (3) プラットフォームに掲載する地域内外の交流機会を創出するプログラムの造成支援
- (4) プログラムの実施支援・サポート
- (5) 都市部の関係人口へのニーズ調査の実施
- (6) プログラム造成に係るマニュアルの作成

受託の理由/ポイント

- 関係人口の提唱者として、会社全体で取り組む「関係人口」創出のノウハウ
- 地域との繋がりを活かした企画・運営体制
- 関係人口や二地域居住に関心がある都市部人材、都市部企業等とのネットワーク



▲ プラットフォーム掲載のプログラム



▲ 首都圏でのPRイベントの様子



▲ プログラム参加の様子

海業の実装支援

発注者 岩手県農林水産部漁港漁村課

事業名 海業ビジネスモデルづくり支援業務

目的

- 海業の振興による漁村の交流人口拡大と地域の所得向上
- 岩手県の海業ビジネスモデル構築と県内沿岸各地への普及

主な業務内容

- (1) モデルとなる3エリアにおける現地調査
- (2) モデルツアーの企画と実施
- (3) 海業実装に向けたタビマエ・タビアトコンテンツの制作
- (4) 専門家からのフィードバックを踏まえた地域での自走化に向けた企画の提案

受託の理由/ポイント

- 海業等の専門家とのネットワークや地域との繋がりを生かした企画・運営体制
- 「ポケマルおやこ地方留学」等の生産者と連携したツアープログラムの企画・運営実績
- 生産者等や地域への関心を持つ「ポケットマルシェ」ユーザー基盤を活かした集客



▲ 牡蠣剥き体験の様子



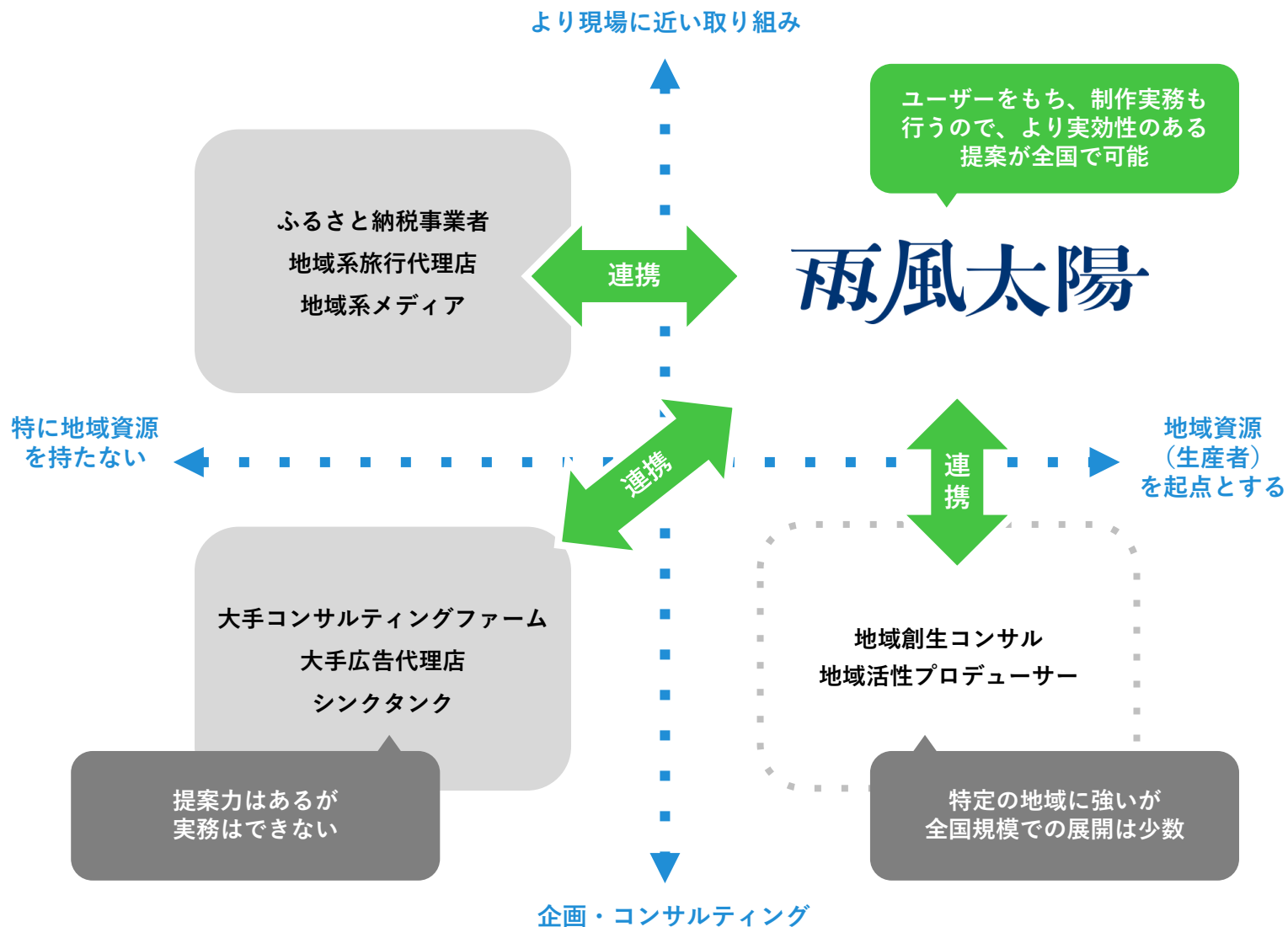
▲ 昆布漁体験の様子



▲ 煮干し工場見学の様子

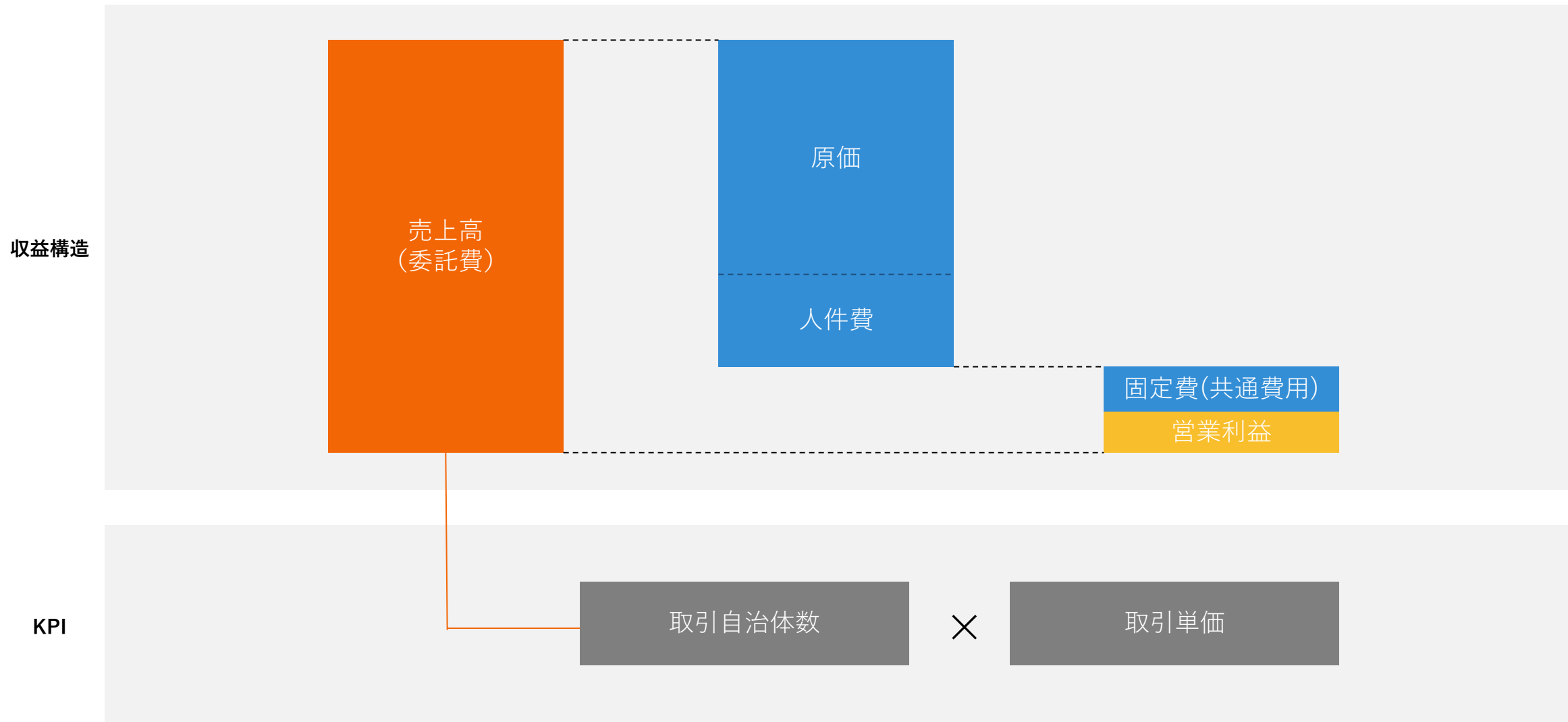
コンサルティングを
行うだけではなく、
ユーザーを扱った取り組みや、
クリエイティブ制作実務
などもパッケージで提供でき、

より実効性のある
取り組みが可能。



ビジネスモデル

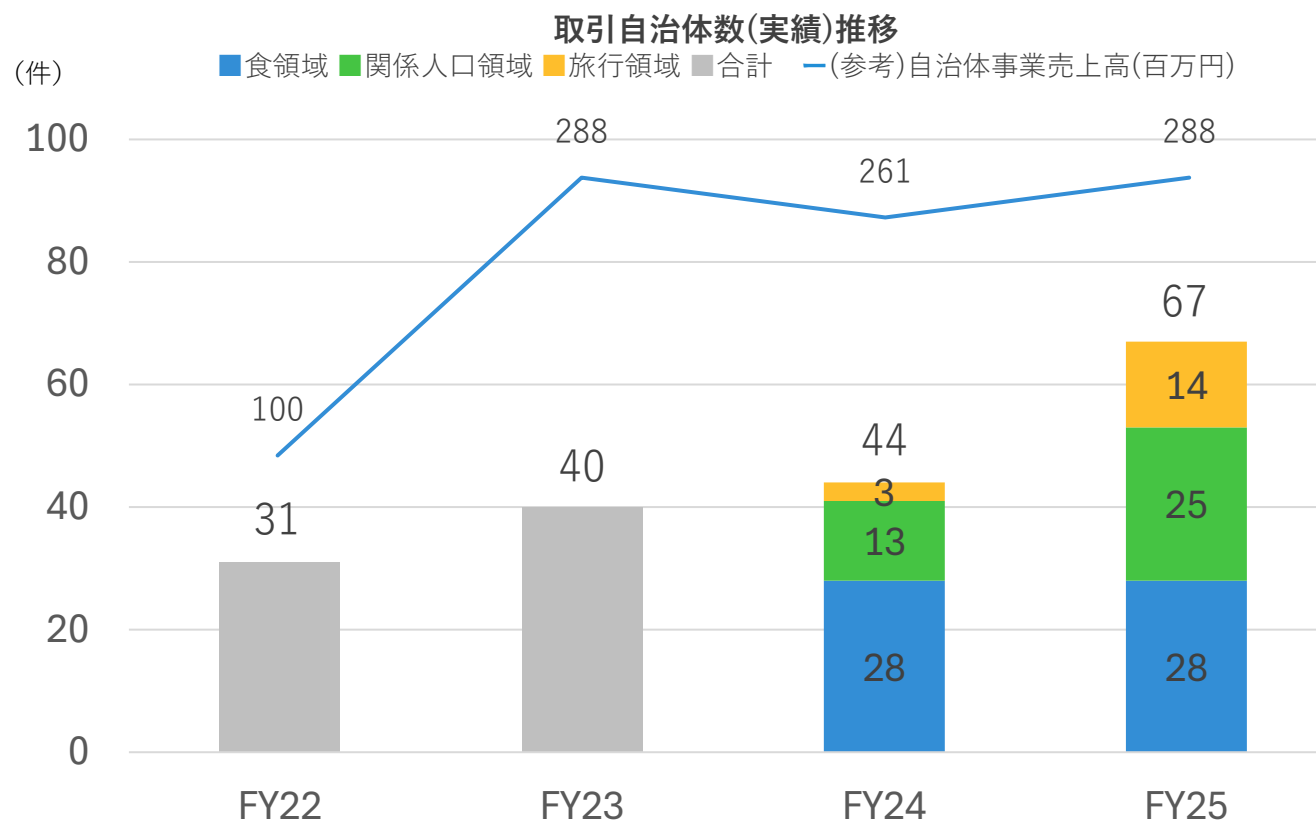
売上高は取引自治体数×案件単価で構成され、案件ごとに原価・人件費がかかるため、営業利益はその差額の積み上げとなる



ビジネスモデル | 主要KPI

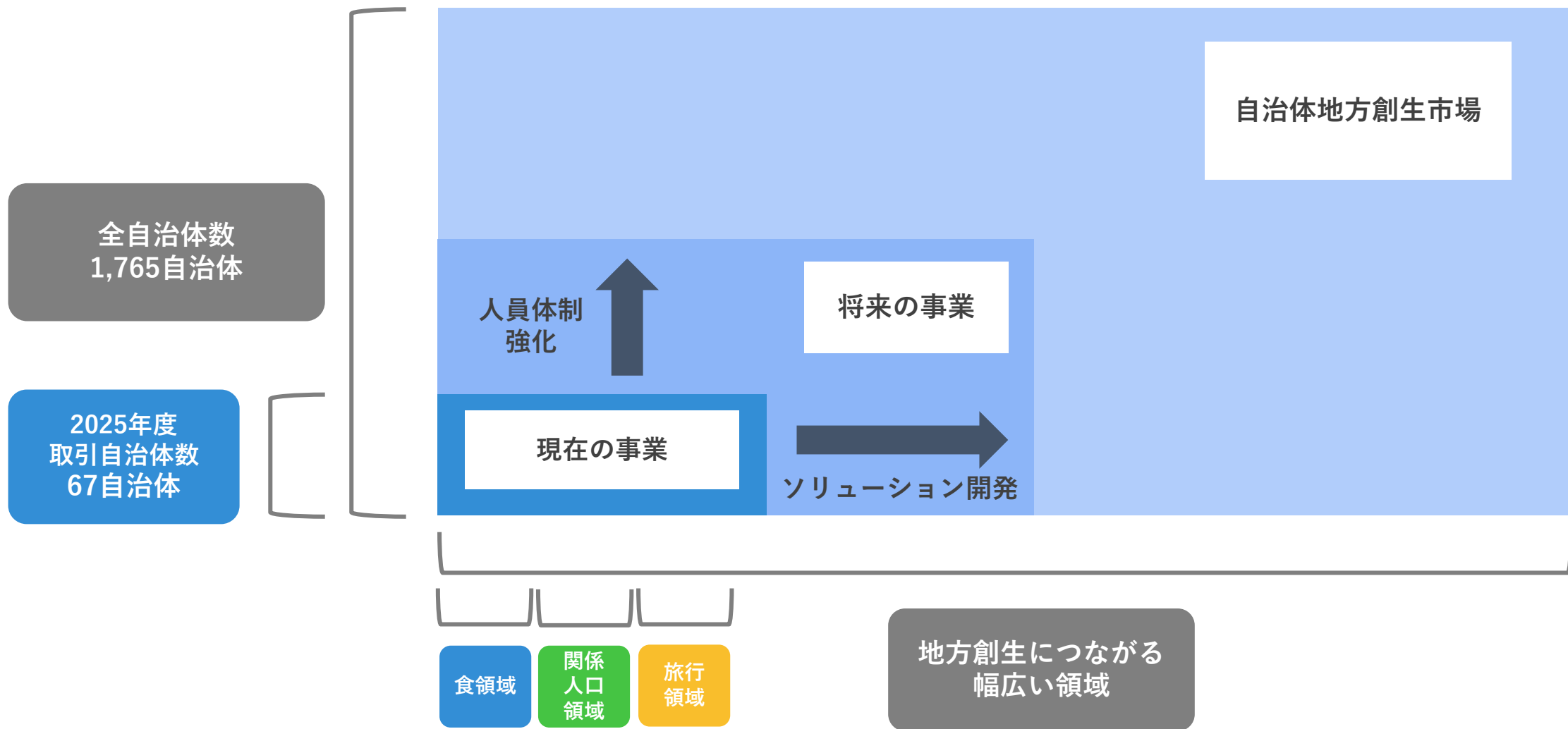
- ・平均継続年数が数年間となるため、リピート顧客も増えていく
- ・自治体向けに提供するソリューション領域が拡大している
- ・関係人口領域や旅行領域といった得意分野が明確になってきている

取引自治体数が積み上がる



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

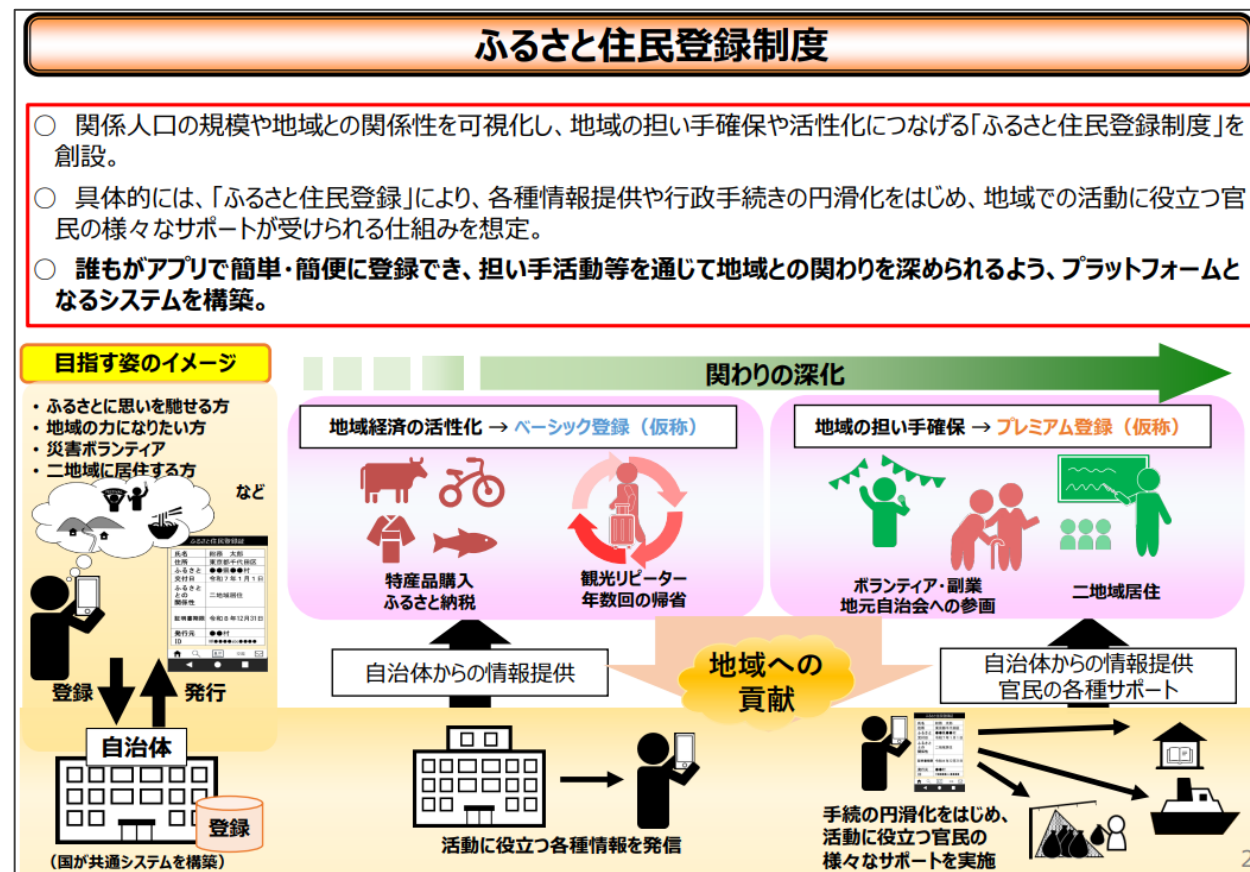


成長戦略 | 関係人口領域のソリューション開発、取引自治体数の拡大

内閣官房「新しい地方経済・生活環境創生会議」において、当社代表の高橋が提唱した、都市と地方を恒常的につなぐ制度インフラである「ふるさと住民登録制度」が、2025年6月に閣議決定された「地方創生2.0基本構想」の中で正式に創設されることとなった。

当社は、関係人口の提唱者であるとともに、石川県、福島県磐梯町、京都府亀岡市等の自治体から本制度につながる委託事業を受託しており、本制度に対して高い知見を有している。

今後は、本制度の開始に伴って、更なる取引数の増加が見込まれるとともに、関係人口の大幅な拡大に向けてさらなるソリューション開発を行う。



成長戦略 | 関係人口創出拠点「HANAMAKI BASE」を開業

当社は、2026年2月に関係人口創出拠点「HANAMAKI BASE」を岩手県花巻市の中心地にて開業し、同施設内へ本店移転した。2013年のNPO創業以来、「関係人口」という概念を提唱し、都市と地方の分断を解消すべく全国の自治体と連携して数多くの関係人口創出事業に関わってきた知見から、地域に深く根を下ろすためには「6泊7日以上滞在」「落ち着いて仕事ができる環境」「地元の方々との交流」という3つの要素が不可欠であることを導き出した。

「HANAMAKI BASE」は、これら3つの要素（宿泊・仕事・交流）を複合的に組み合わせた本社オフィス、コワーキングスペース、宿泊施設、交流ラウンジを備えた施設であり、創業の地である花巻市における関係人口創出のモデルケースを自ら体現・構築することで、関係人口領域のソリューション開発に活かす。

HANAMAKI
BASE はなまきベース



目次

・ 当社について

・ 食品事業

・ 旅行事業

・ 自治体事業

・ **財務ハイライト**

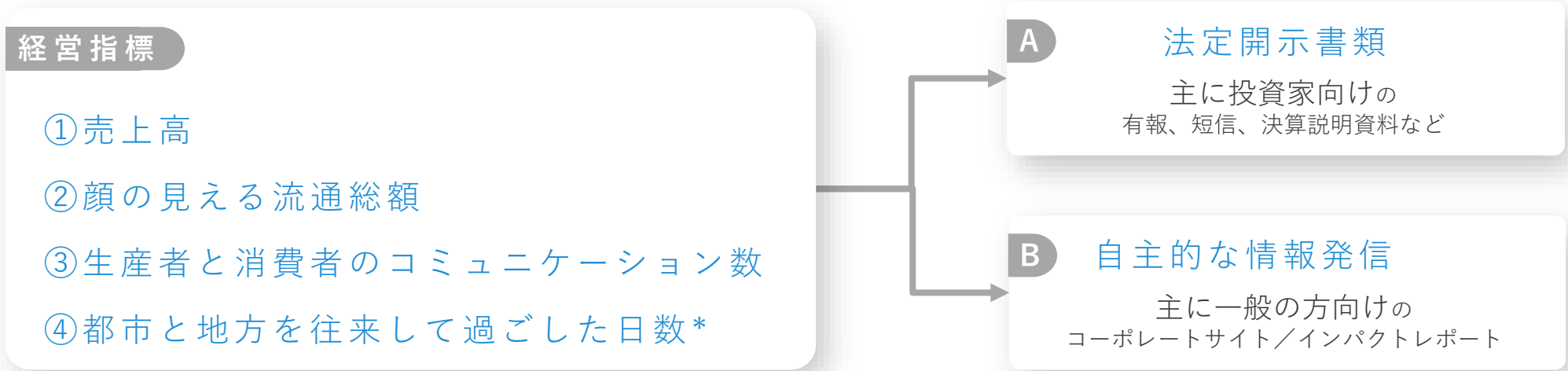
・ サステナビリティ／リスク情報

経営指標について

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。

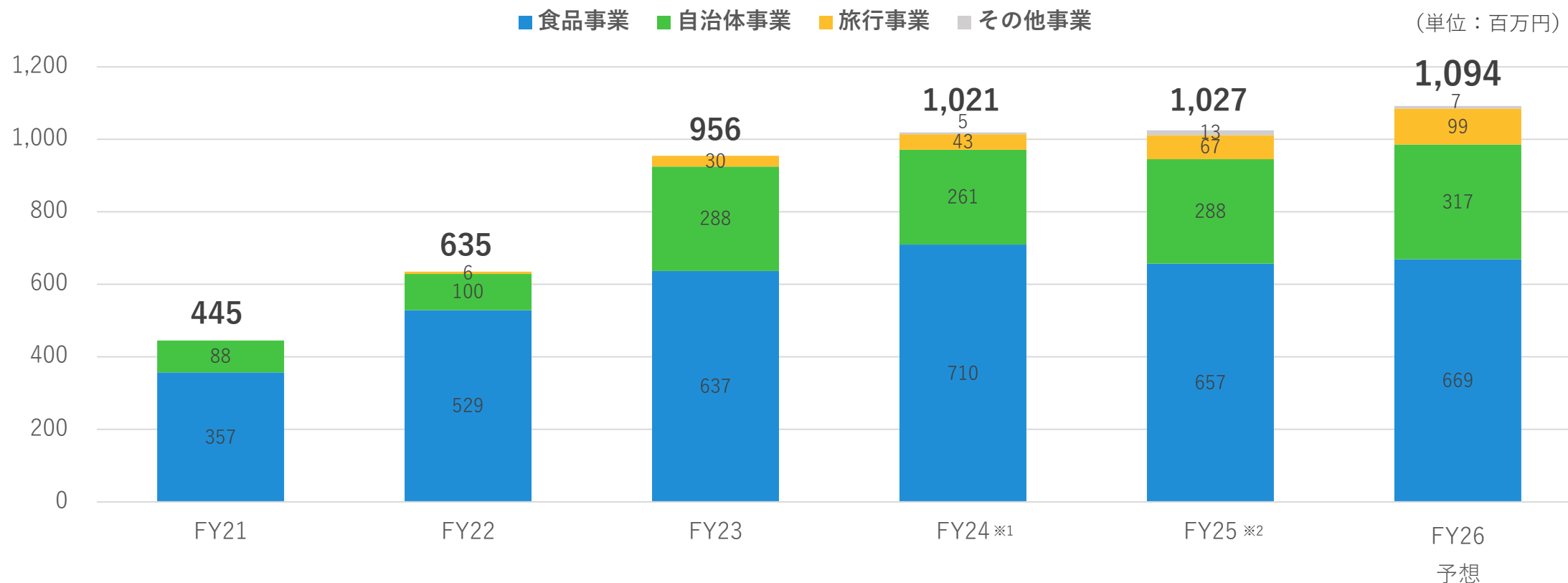
これらの指標は四半期に一度開示を行ってまいります。



* 2025年度より、宿泊予約サイト「STAY JAPAN」の利用による宿泊日数を集計範囲に追加しており、名称を「都市住民が生産現場で過ごした延べ日数」から変更しています。

事業別の売上推移

食品事業はコロナ禍で大きく伸長した後に安定して推移しており、自治体事業は2022年度より本格的に自治体への提案を行い成長し、旅行事業は2022年度から始まり着実に成長しております。

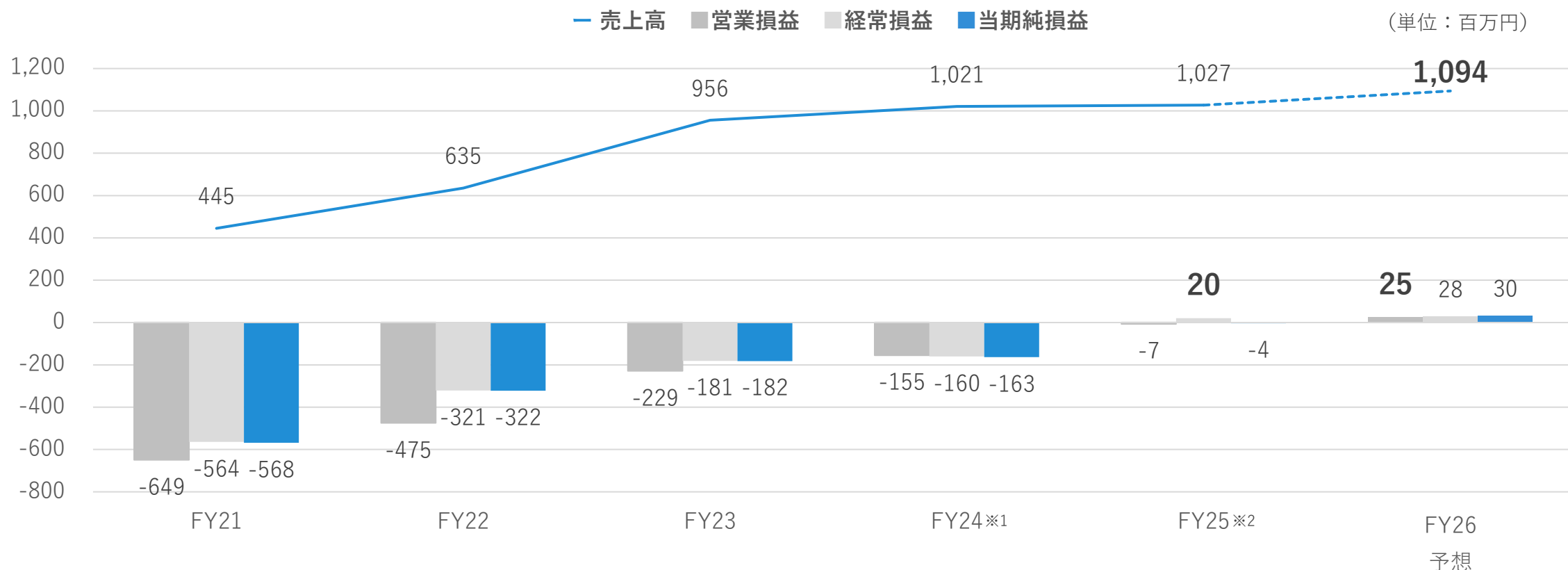


※1 2025年12月期よりインパクト共創室を設置する組織変更を行っており、インパクト共創室が稼得した講演料等の収益は売上高として表示しています。これにより、2024年12月期において営業外収益として表示されていた同収益は、売上高へ組み替えております。

※2 2025年12月期の通期業績予想（当初）は売上高1,182百万円であったものの、食品事業における産直アプリ「ポケットマルシェ」で販売する自社開発商品（サブスク・アソート）のうち収益性の低い商品を整理したことや、旅行事業における子ども向け企画旅行「ポケマルおやこ地方留学」の夏プログラムで地域ごとに人気の差があり準備した2地域で催行に至らず、参加家族数が186家族と当初目標300家族に至らなかったこと等により、売上高の実績値が予想値を下回りました。

業績推移

コロナ禍の食品事業への投資期間を経て、2025年12月期に上場来初となる経常黒字を達成しております。
2026年12月期においては増収増益による営業黒字を目指してまいります。



※1 2025年12月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12月期の通期業績予想（当初）は売上高1,182百万円であったものの、食品事業における産直アプリ「ポケットマルシェ」で販売する自社開発商品（サブスク・アソート）のうち収益性の低い商品を整理したことや、旅行事業における子ども向け企画旅行「ポケマルおやこ地方留学」の夏プログラムで地域ごとに人気の差があり準備した2地域で催行に至らず、参加家族数が186家族と当初目標300家族に至らなかったこと等により、売上高等の実績値が予想値を下回りました。

事業の収益構造

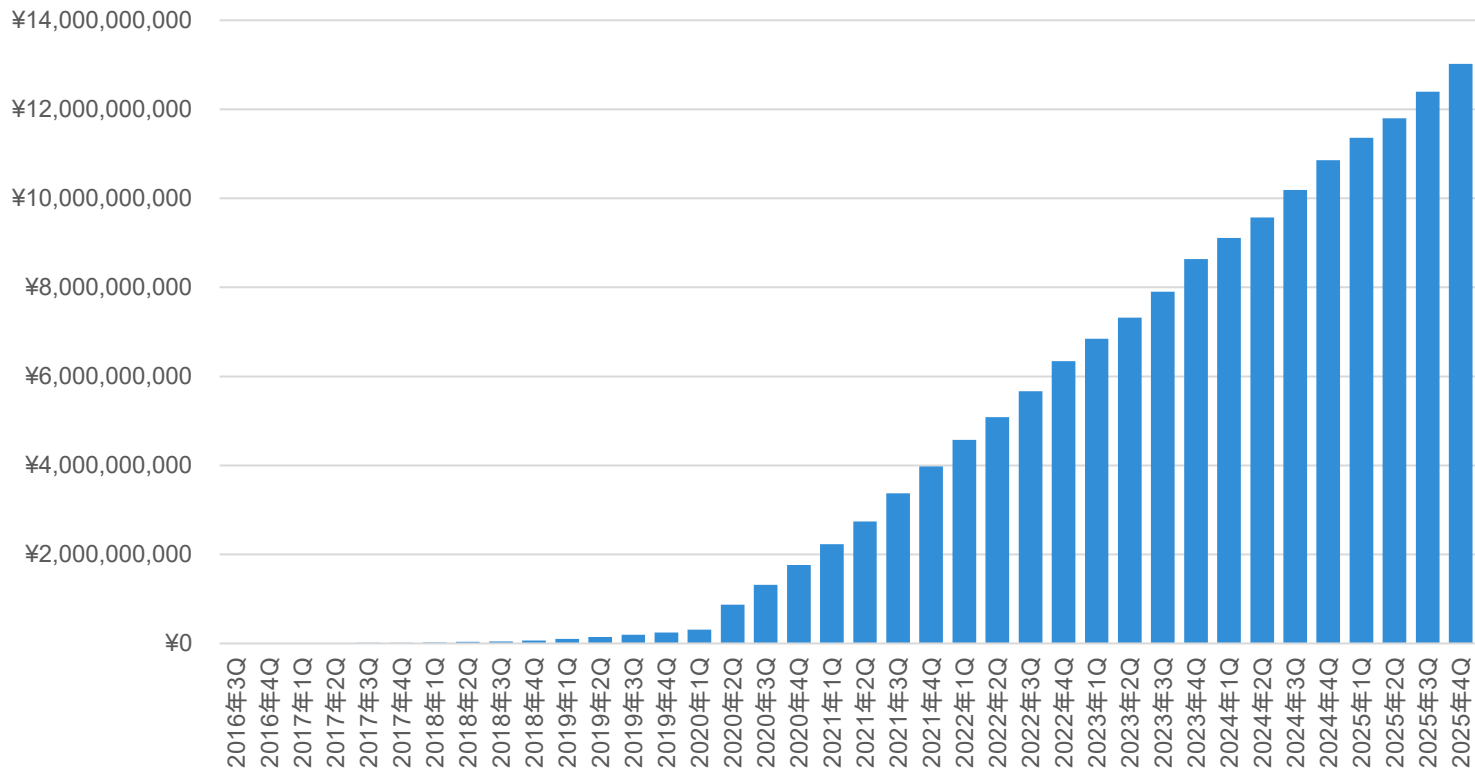
(百万円)

	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
売上高	445	635	956	1,016	1,027
売上原価	116	155	386	354	353
人件費※	274	294	306	338	289
業務委託費	84	92	74	51	33
広告宣伝費	193	187	63	63	49
通信費	44	60	50	52	46
その他	385	324	305	317	263
販売管理費計	979	957	799	822	682
営業損益	-649	-475	-229	-161	-7
営業外収益	88	156	69	8	33
営業外費用	3	2	21	7	5
経常損益	-564	-321	-181	-160	20
当期純損益	-568	-322	-182	-163	-4

※ 役員報酬、給料、法定福利費の合計

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」^{※1}
にかかる流通総額

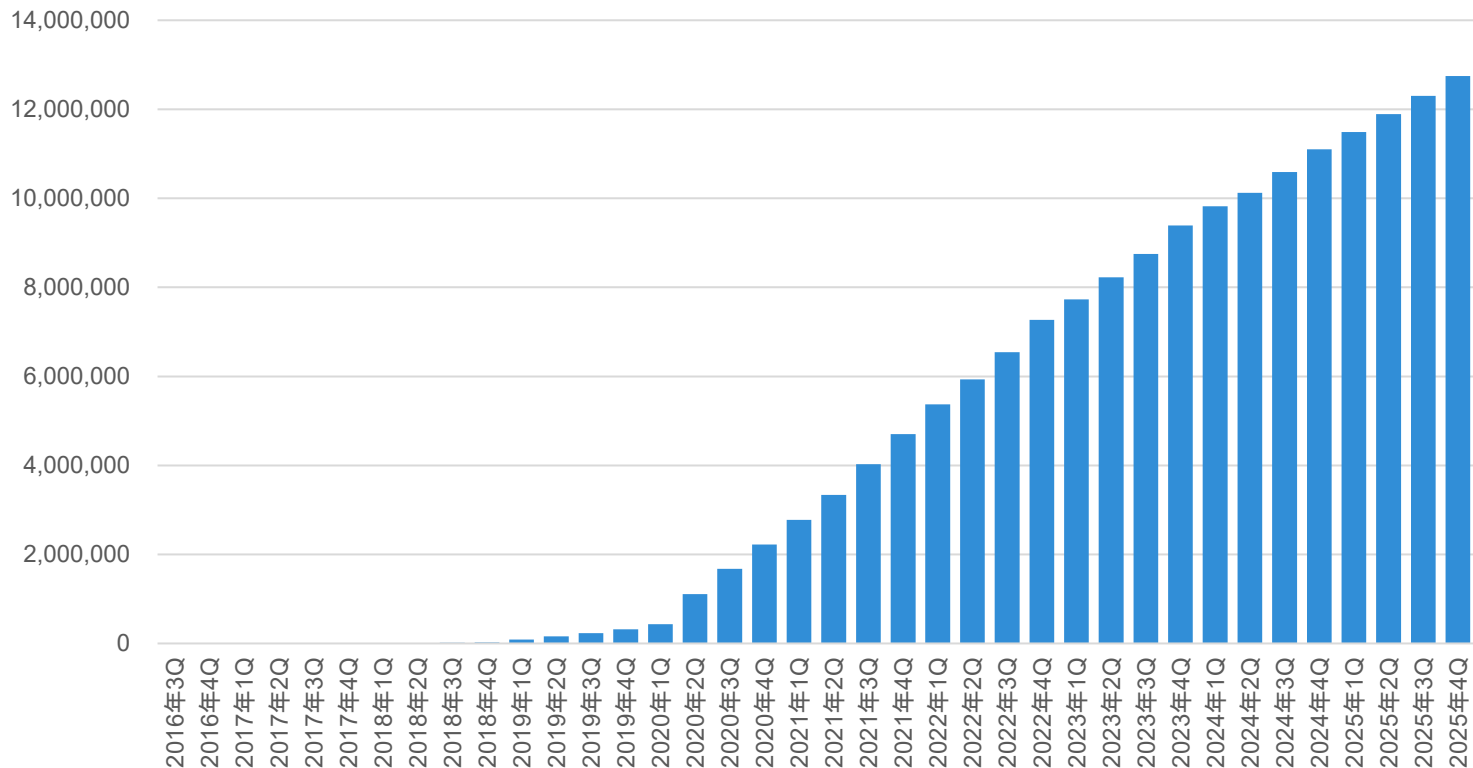
約 **130億2,315万円** ^{※2}

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^{※1}

1,274万5,813件^{※2}

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^{※3}。

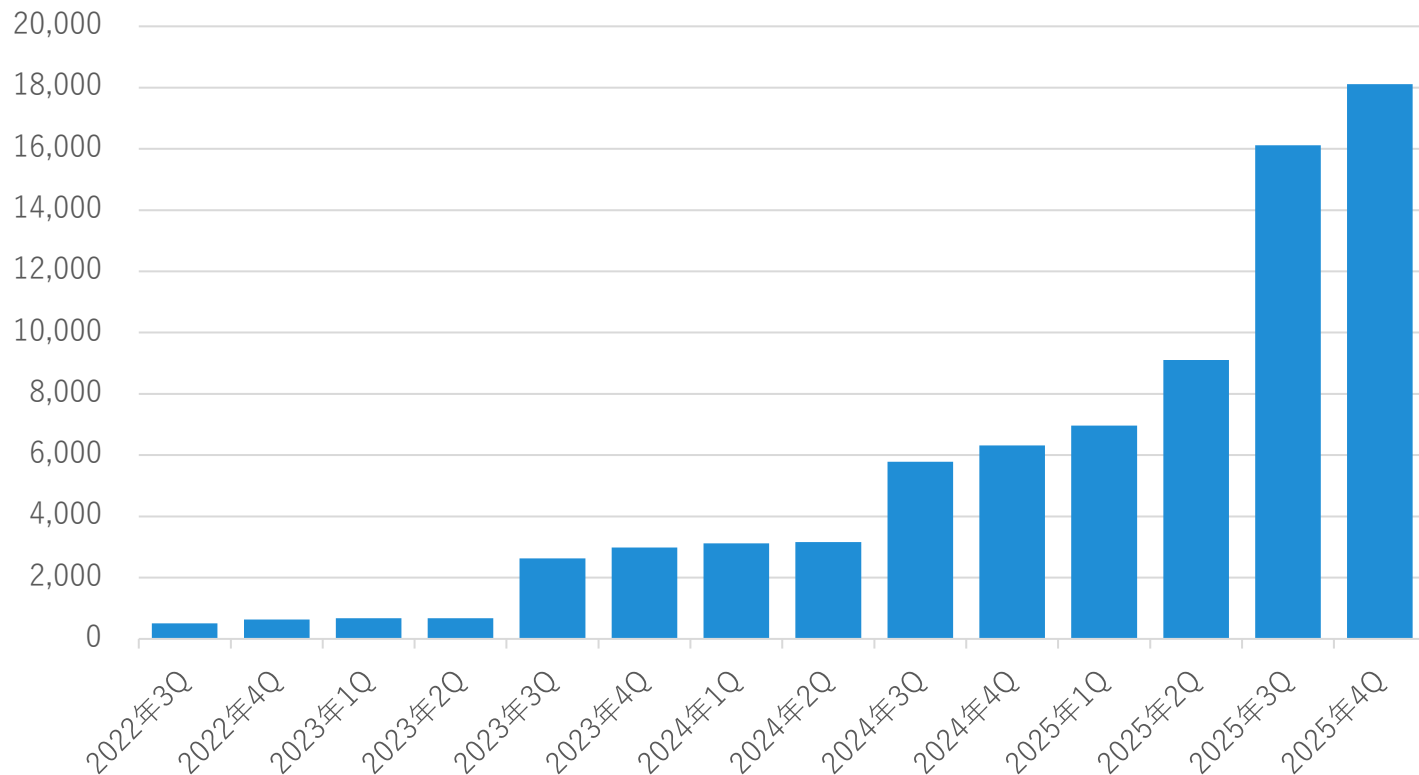
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※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^{※1}

18,114日^{※2}

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

・ 当社について

・ 食品事業

・ 旅行事業

・ 自治体事業

・ 財務ハイライト

・ **サステナビリティ／リスク情報**

サステナビリティへの対応について

当社にとって生産者ならびに生産拠点である地方が持続可能であることは大変重要であり、また生産者は気候変動や異常気象などの変化に対し、最初に影響を受ける存在でもあります。当社には、**生産者を通じて得た情報・知見からサステナビリティについて広く啓発する責務**があると考えており、事業活動全体を通じて地球と地域・文化のサステナビリティに向かい合っております。



2 肌様を
ゼロに

ポケットマルシェ／ポケマルおやこ地方留学

ポケットマルシェでの販売を通じて生産環境を安定化させ、また体験プログラムなどを通じて農業外収入を拡大させる。また災害時の応援商品開発などを通じ生産環境の復興に迅速に対応する。



7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに

ポケマルでんき／ソーラーシェアリング／洋上風力

再生可能エネルギー100%の電気を消費者へ提供することにより消費者のエネルギーに対する意識を変え、またソーラーシェアリングや洋上風力発電と生産者の接点を作り発電にも寄与する。



8 働きがいも
経済成長も

ポケットマルシェ

生産者が直接値付けし、出品から販売まで行うことで生産物の価値をあげ生産者が自らの仕事の価値を実感できるようにする。またそれに寄与した実感を消費者も得て経済を活性化させる。



11 住み続けられる
まちづくりを

関係人口創出／自治体支援

持続可能な町づくりを実践するため、関係人口を創出し誰もが参加できる持続可能な町づくりを支援する。また地方自治体と協働し事業を通じて地方の社会課題解決する。



12 つくる責任
つかう責任

規格外／未利用魚

生産者が一般的な流通には乗らない規格外の生産物や未利用魚を出品できるよう積極的に案内する。また広報やプロモーション活動を通じ啓発を行い、廃棄される食料を削減する。



13 気候変動に
具体的な対策を

応援出品サポート／カーボンニュートラル

災害時に迅速に生産者のサポートを行い応援商品の出品などを行う。また温室効果ガス排出量をポケットマルシェ生産者が創出したカーボンクレジットとオフセットしてカーボンニュートラルを実現する。



14 海の豊かさ
を守ろう

ポケットマルシェ／食べる通信

持続可能な水産業について漁業者や関係団体と連携し、実際に持続可能な漁業で穫られた魚介類と、その背景となる情報やコンテンツを同時に消費者に提供し啓発する。



15 陸の豊かさ
を守ろう

食べる通信／ポケマルおやこ地方留学

自然の持続可能性について、そこから獲れる食材と、その環境についての情報やコンテンツを同時に消費者に提供し啓発する。また実際に現場へ足を運ぶプログラムを提供する。

2025年度のカーボンニュートラル達成

当社は、GHGプロトコルやSSBJの基準に基づき、Scope1（直接排出）からScope3（サプライチェーンによる排出）まで、2025年度における事業活動に伴う温室効果ガス排出量を算定した結果55.9t-CO2eとなりましたが、「ポケットマルシェ」登録生産者が創出したカーボンクレジット*1を買い取りカーボンオフセットすることで、カーボンニュートラルを達成しました。

この取り組みにより、生産者は環境配慮型の営農を通じて環境価値（クレジット）を創出し販売することで所得の向上を実現できます。この「循環型オフセット」を通じて、生産者に環境負荷の低い新しい「稼ぎ方」を提案してまいります。



※1 J-クレジット方法論AG-005「水稲栽培における中干し期間の延長」に基づいて創出されたカーボンクレジット58t-CO2e

※2 Scope1・2・3におけるカーボンニュートラル（詳細は「[インパクトレポート](#)」をご参照ください）

当社の認識するリスク

以下は、成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクです。

その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

	顕在化の可能性	顕在化の時期	影響度	リスク	対策
システムトラブルについて	中	特定時期無し	大	オンラインプラットフォームの運営が主要なサービスであります。システムへの一時的な過負荷、ソフトウェアの不具合、外部からの不正アクセスによるシステムへの侵入、火事やその他自然災害、予期せぬ電力供給の停止、事故等によって、当社のシステムがダウンした場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	システム構成の冗長化やセキュリティ対策の強化を継続して推進していくと共に従業員への情報セキュリティ教育を定期的実施するなどして意識を高く持つようしております。
国内の農水産業環境の変化について	中	特定時期無し	大	自然環境の変化、過疎高齢化等による自然環境の悪化に伴い、国内の農水産業に関わる生産者の離職が増加した場合、プラットフォームへの出品量が減少する可能性があります。	生産者の登録促進のみならず出品頻度などのプラットフォーム自体の活性化策を強化してまいります。
特定人物への依存について	中	特定時期無し	大	当社の創業者である代表取締役社長高橋博之は、経営方針や事業戦略の決定など、当社の事業活動全般において極めて重要な役割を果たしております。何らかの理由により同人による業務執行が困難となった場合には、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	経営幹部人材の拡充、採用・育成及び権限委譲による分業体制の構築などにより、経営組織の強化に取り組んでおります。
人材の確保について	中	特定時期無し	中	今後の事業拡大及び収益基盤の拡充のためには、優秀な人材を確保及び育成することが不可欠と認識しておりますが採用基準を満たす優秀な人材を十分に採用できない場合や、採用後の育成が十分に進まなかった場合には、当社の事業拡大の制約となり、財政状態及び経営成績等に影響を及ぼす可能性のある重要なリスクと認識しております。	良質な採用チャネルの開拓やリファラル採用の積極導入の他、既存社員への研修制度を充実化させてまいります。
社歴の浅いことについて	中	特定時期無し	中	2015年2月の設立から本書提出日まで創業から約11年と社歴が浅いため、業績に影響を与える全ての事象を網羅的に経験していると断じることが出来ず、不測の事象により事業計画の達成を阻害する要因が生じうる可能性を残しております。	創業以来、蓄積してきた経営ノウハウや過去データに基づく将来予測を可能な限り精緻に実施していくことで、当該リスクが顕在化する可能性を最小化できるよう努めてまいります。
競合他社の影響について	中	特定時期無し	中	有力な競合企業が、その資本力、営業力等を現状以上に活用してサービスや商品の販売に取り組み、当社の想定している以上に競争が激化した場合には、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。また、当社及び競合他社においてシステムや手数料等の経済条件の変更がなされた際に、当社の提供するサービスと明確な差異が生じた場合には、当社の事業及び業績に影響を与える可能性があります。産直アプリ「ポケットマルシェ」の販売手数料については、経済状況を鑑み2022年1月に15%から20%に、2024年4月に20%から23%に引き上げた実績があり、今後も状況に応じて変更の可能性があります。	競合他社の状況も踏まえつつ、サービスの継続的な強化に努めてまいります。

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供を目的として当社が作成したものです。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれおり、これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点において当社が利用可能な情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の結果や業績は、将来予想に関する記述によって明示的又は黙示的に示された将来の結果や業績の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらリスクや不確実性には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

なお、今後の当資料の更新は、2027年3月を目途に実施する予定です。