



雨風太陽

2024年12月期 決算説明資料

株式会社雨風太陽（証券コード：5616）

2025.2.14

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

・新経営体制

・2024年12月期通期業績

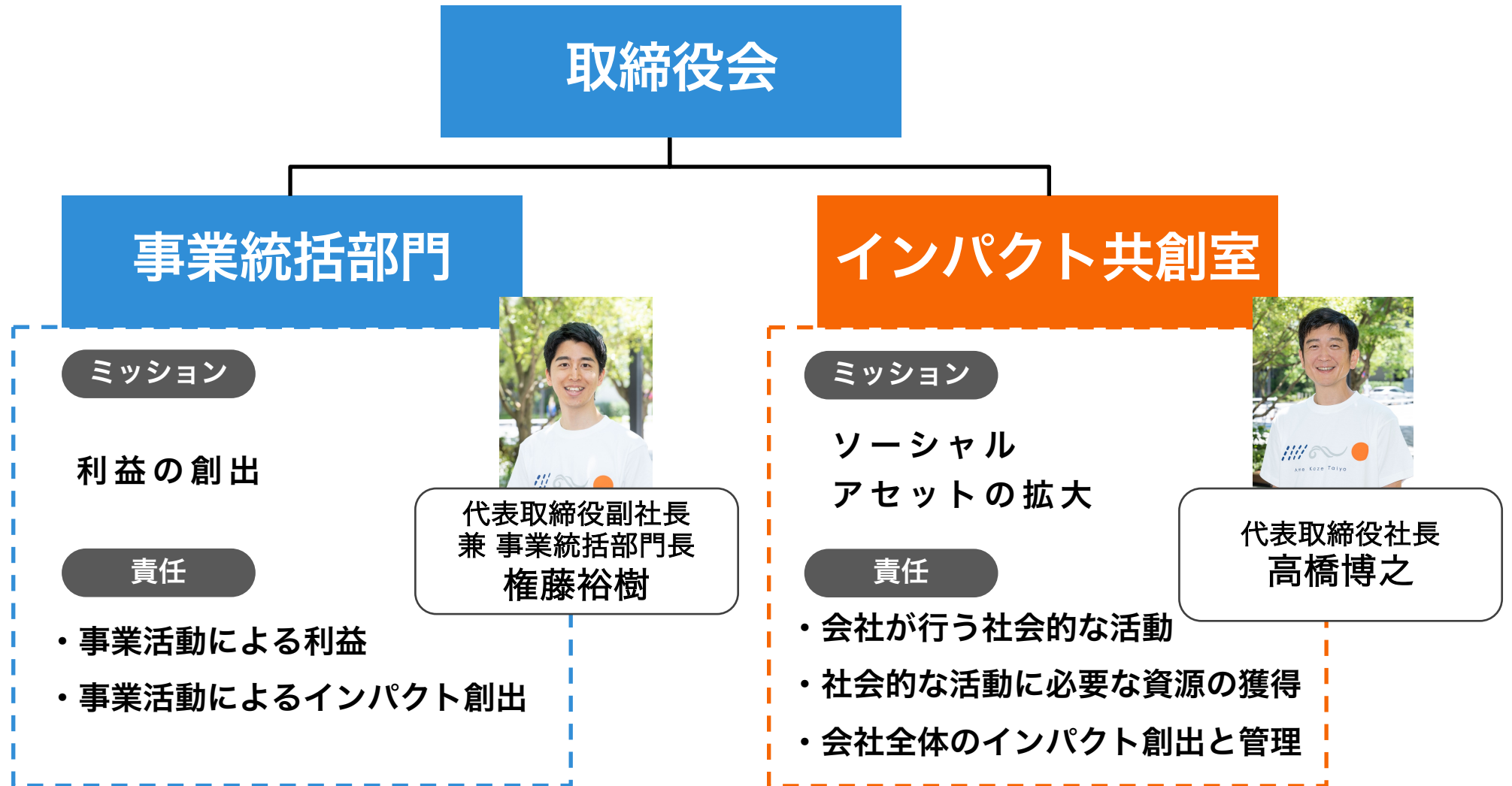
・2025年12月期業績見通し

・インパクト指標実績

・Appendix インパクト創出新体制

新経営体制

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



目次

・新経営体制

・2024年12月期通期業績

・2025年12月期業績見通し

・インパクト指標実績

・Appendix インパクト創出新体制

サマリー

売上高：過去最高売上高（5期連続）

営業損失：前年比で改善

売上高

営業損失

通期

1,016百万円

161百万円

前年比

前年比

+6.2%増

+68百万円改善

2024年12月期通期業績

業績予想通りの着地

(単位：百万円)

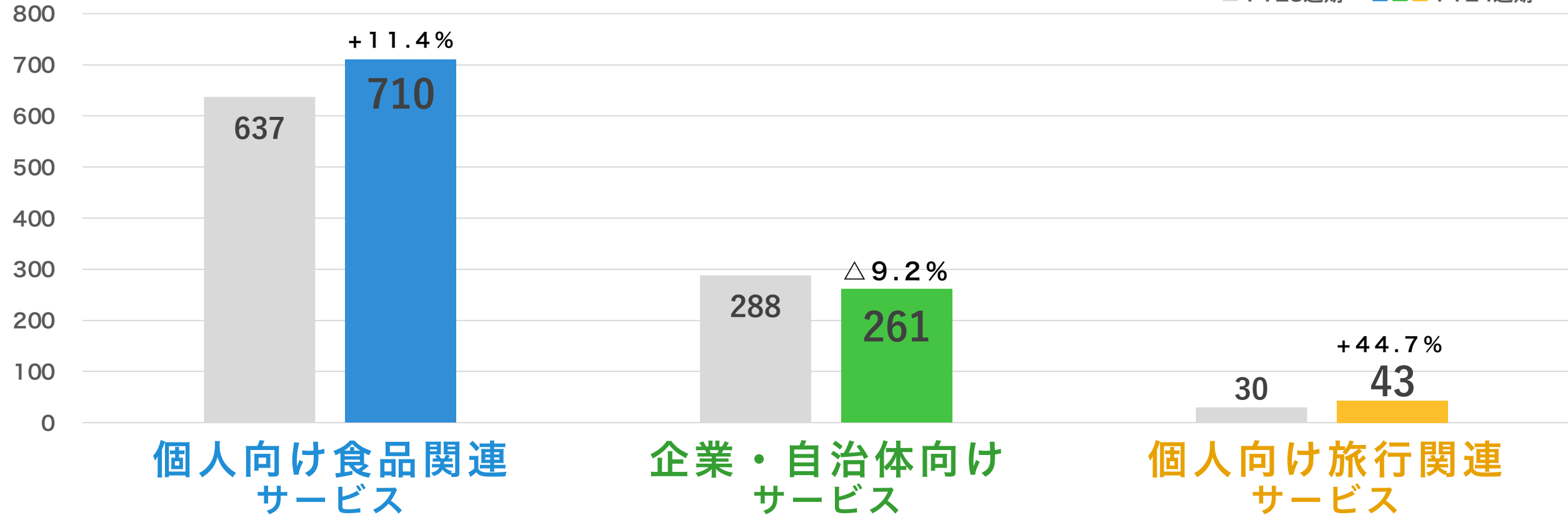
	第4四半期 (10月~12月)			通期 (1月~12月)				
	FY23	FY24	前年比	FY23	FY24	前年比	業績予想	業績予想比
売上高	363	340	-6.4%	956	1,016	+6.2%	1,009	+0.6%
営業利益	-17	10	+28	-229	-161	+68	-170	+9 (5.3%改善*)
当期純利益	-10	10	+21	-182	-163	+18	-173	+9 (5.7%改善*)

*業績予想の損失額に対し、実績の損失額が減少した割合

2024年12月期通期 サービス別売上高推移

(単位：百万円)

■ FY23通期 ■ FY24通期



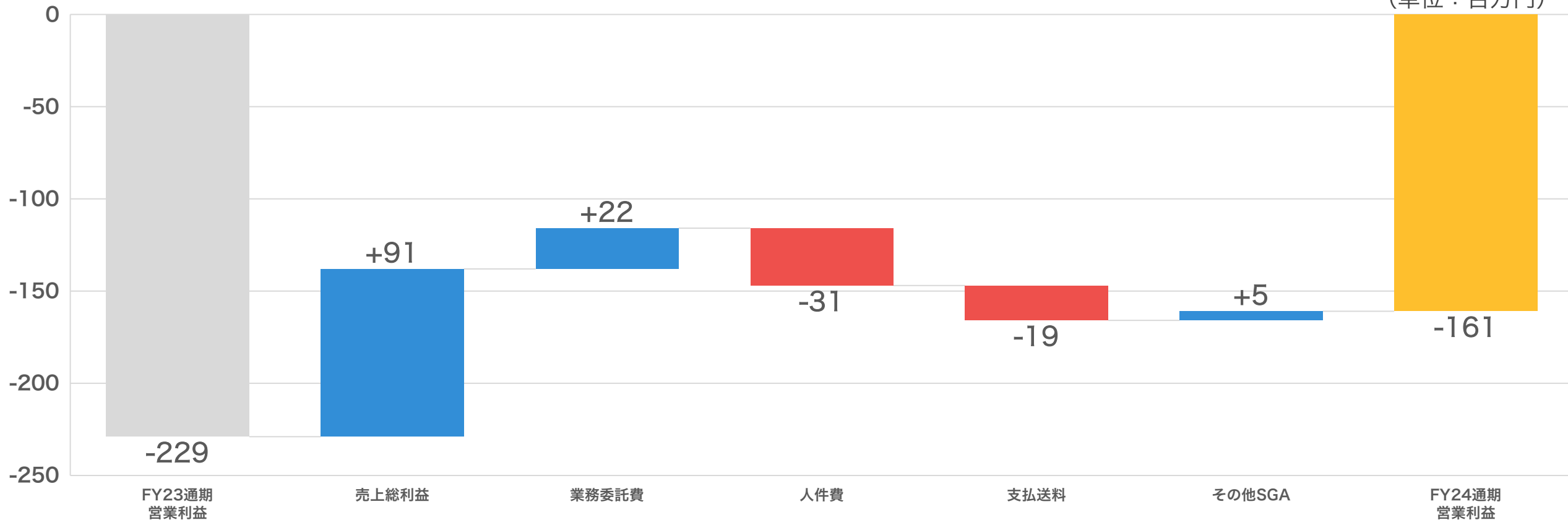
安定した
成長を継続

微減

着実に成長

2024年12月期通期 営業利益増減要因

(単位：百万円)



- 1. 業務委託費の減少
- 2. 人件費の増加
- 3. 支払送料の増加

：エンジニアを中心とした外注業務見直しによる（内製に切り替え含む）
 ；企業・自治体向けサービスの営業人員採用による従業員数増加
 ；経済産業省補助事業の送料無料プログラム実施により支出増加。
 2025年度に補助金（営業外収益）にて補填の想定

2024年12月期通期 営業利益以下増減要因

(単位：百万円)

	FY23 通期	FY24 通期	前年比	増減要因
営業利益	-229	-161	+68	前頁参照
経常利益	-181	-160	+21	(+)営業利益の増加：+68百万円 (+)上場関連費用の減少：+14百万円 (-)農水省等からの補助金収入の剥落：△42百万円 (-)関係人口関連の助成金収入の剥落：△16百万円
税引前当期純利益	-181	-160	+21	同上
税引後当期純利益	-182	-163	+18	同上

貸借対照表推移

(単位：百万円)

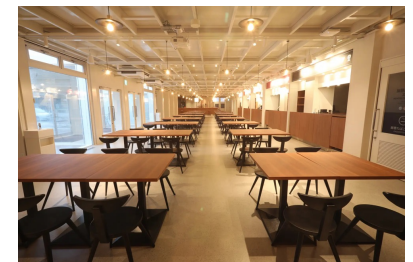
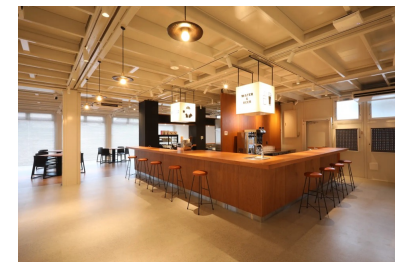
	2023年12月31日	2024年12月31日	前期末比
流動資産	1,277	941	-335
固定資産	13	101	+87
資産合計	1,290	1,042	-247
流動負債	636	492	-143
固定負債	204	204	-
負債合計	840	696	-143
純資産	449	345	-103
負債・純資産合計	1,290	1,042	-247

2024年12月期 トピックス

1. のと里山空港仮設飲食店街「NOTOMORI」オープン

2024年11月2日（土）に能登復興の拠点として開業した、のと里山空港仮設飲食店街「NOTOMORI」を企画・プロデュース。全国各地から能登への人流を創出し、**関係人口を活用した創造的復興を加速**。

石川県内で営業する6つの飲食店が入居するほか、能登官民連携復興センターが入居。100名規模のイベントやセミナーの開催でも利用可能。



2024年12月期 トピックス

2. 当社代表高橋が、内閣官房 新しい地方経済・生活環境創生本部が開催する「新しい地方経済・生活環境創生会議」の有識者構成員に就任

令和6年10月「地方こそ成長の主演」との発想に基づき、地方がそれぞれの特性に応じた発展を遂げることができるよう、内閣に、新しい地方経済・生活環境創生本部が設置された。本部長は内閣総理大臣。

加えて、地方創生策を議論すべく、新しい地方経済・生活環境創生担当大臣の下に、新しい地方経済・生活環境創生会議が開催される運びとなり、**当社代表高橋博之が、本会議の有識者構成員に就任。**



「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 首相官邸より

2024年12月期 トピックス

3.株主優待制度導入

当社株式への投資魅力を高め、より多くの株主に中長期的に当社株式を保有いただくこと、産直EC「ポケットマルシェ」での購入体験を通して、当社のファンになっていただくことを目的として、株主優待制度を導入。

対象は、毎年12月末（当社期末）現在の株主名簿に記載または記録された当社株式1単元（100株）以上を保有する株主。

【株主優待の内容】

保有株式数に応じて、産直EC「ポケットマルシェ」にて利用可能なクーポン券を贈呈

保有株式数	優待内容
1単元（100株）	「ポケットマルシェ」クーポン券2,000円分 (2,000円クーポン×1枚)
2単元以上（200株以上）	「ポケットマルシェ」クーポン券4,000円分 (2,000円クーポン×2枚)
3単元以上（300株以上）	「ポケットマルシェ」クーポン券6,000円分 (2,000円クーポン×3枚)
4単元以上（400株以上）	「ポケットマルシェ」クーポン券8,000円分 (2,000円クーポン×4枚)
5単元以上（500株以上）	「ポケットマルシェ」クーポン券10,000円分 (2,000円クーポン×5枚)

目次

・新経営体制

・2024年12月期通期業績

・2025年12月期業績見通し

・インパクト指標実績

・Appendix インパクト創出新体制

2025年12月期業績見通し

収益性を向上することで黒字化を見込む

売上高

2024年12月期 10.1億円

+16.4%成長

2025年12月期 11.8億円

営業利益(損失)

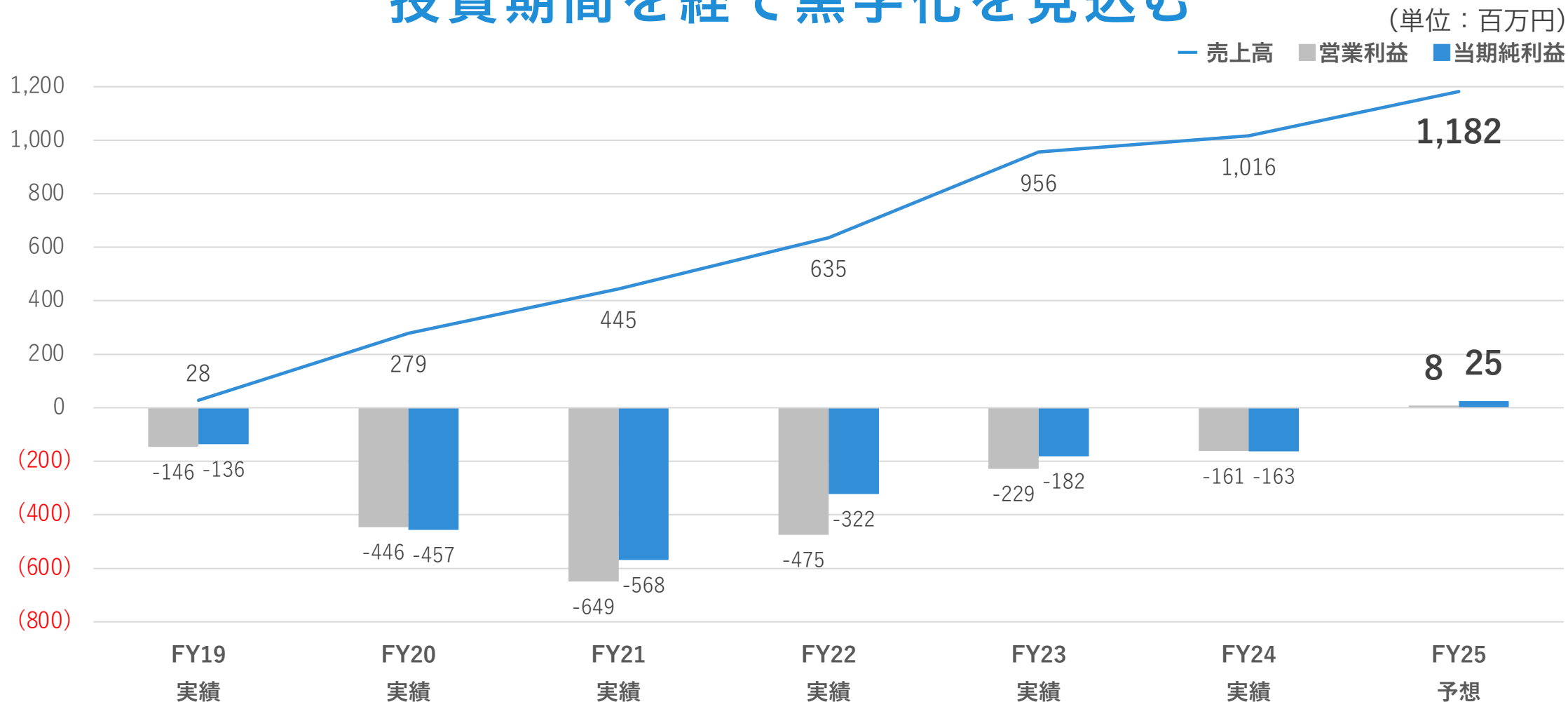
2024年12月期 -161百万円

+169百万円改善

2025年12月期 8百万円

2025年12月期業績見通し（推移）

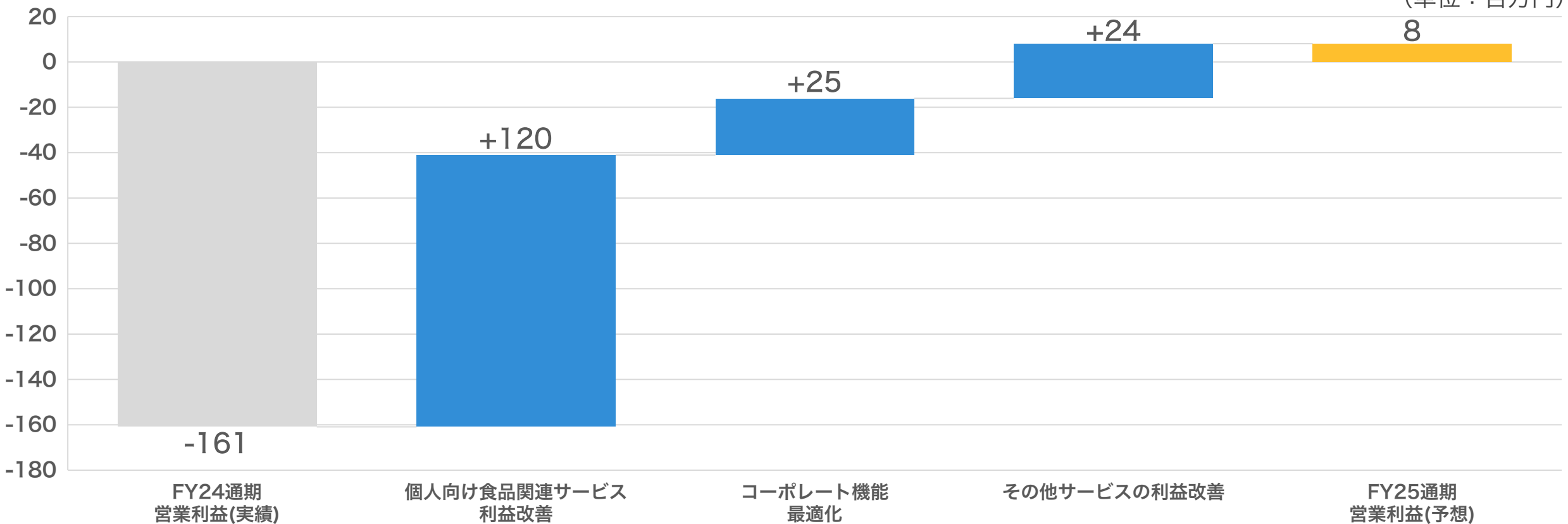
コロナ禍の個人向け食品関連サービスへの 投資期間を経て黒字化を見込む



2025年12月期業績見通し 営業利益改善要因

個人向け食品関連サービスが利益を牽引

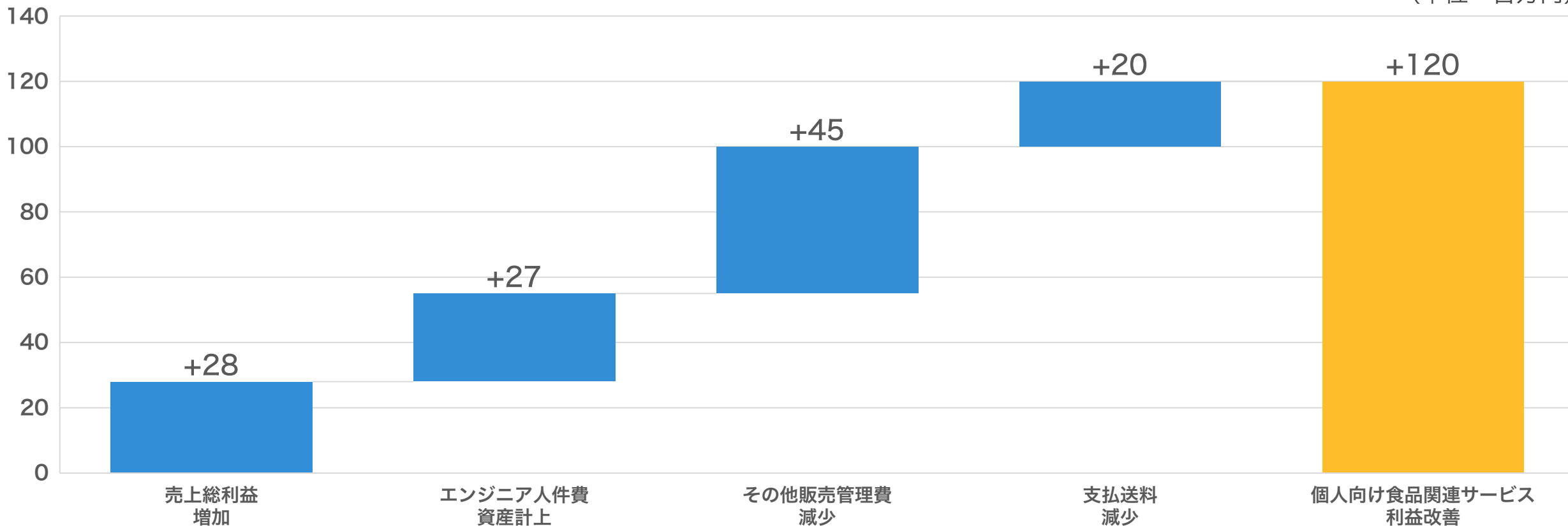
(単位：百万円)



1. 個人向け食品関連サービスの利益改善 : 次頁で詳細に説明
2. コーポレート機能の最適化 : 組織運営の効率化によるもの
3. その他サービスの利益改善 : 個人向け旅行関連サービスの増収等によるもの

事業成長及び運営効率化の両面による増益

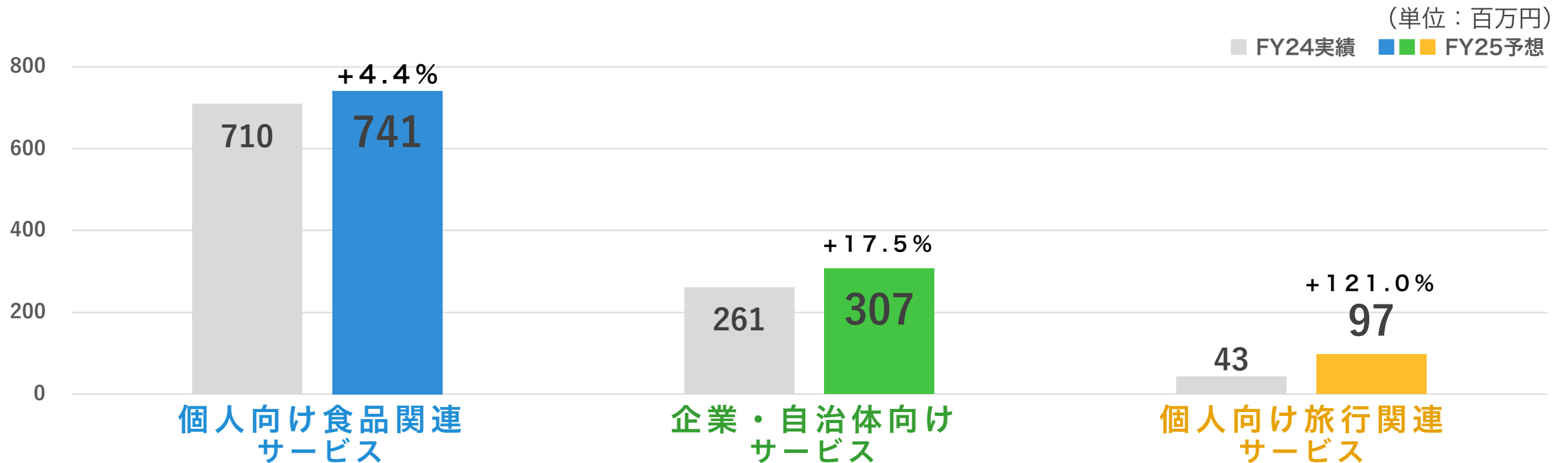
(単位：百万円)



- 1. 売上総利益の増加 : ポケットマルシェの手数料収入増加によるもの
- 2. エンジニア人件費の資産計上 : エンジニア人件費の一部をソフトウェアとして資産計上するもの
- 3. その他販売管理費の減少 : 業務委託の削減等の運営効率化によるもの
- 4. 支払送料の減少 : 前年度は補助金事業の一時的な支出が発生していたが当期は発生しない見込み

2025年12月期業績見通し サービス別売上高推移

個人向け食品関連サービスの安定した成長に加え、
 企業・自治体向けサービス、個人向け旅行関連サービスでの
 成長を見込む



個人向け食品関連サービス | 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5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

個人向け食品関連サービス | 成長戦略

【本サービスの売上高に占める販管費率】

2024年度 約**60%**



2025年度 約**50%**

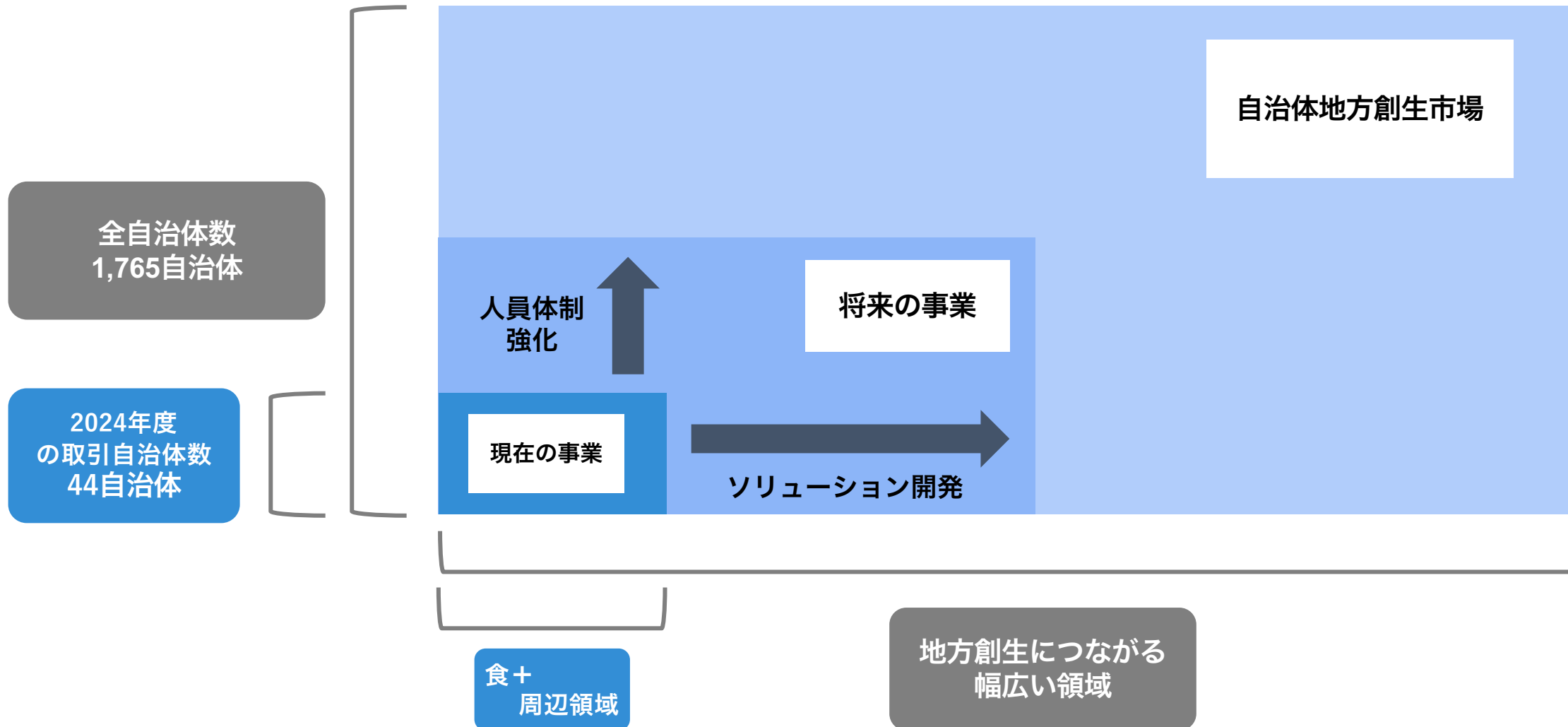
2024年度は、食品市場のEC化率の伸びしろを取り込んで成長を続けながらも、4月に販売手数料を23%に変更するなど、収益力の向上を図ってきました。

- ・生産者と消費者がつながっているため広告宣伝費をかけずにリピート購入が起こる
- ・生産者と消費者がつながっているためカスタマーサポートの負荷が軽い

といった特徴を活かして、2025年度は、**販売管理費の削減を実現**し、サービスとしての収益力向上を目指します。

企業・自治体向けサービス | 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



【取引自治体数】



2024年度は44自治体との連携を行い、**取引自治体数は前期より4自治体増加**しました。

2025年度は、**今後の成長に向けた重要なサービス開発期間**と捉えており、**事業承継や農泊、婚活など、新たなテーマでのソリューション開発**を優先的に行い、主に新たなテーマにおける**取引自治体数の増加**を目指します。なお、当面は前期と同規模の人員体制を維持するものの、ソリューション開発の進捗を踏まえて、翌年度に向けた更なる人員体制の強化を進めていく想定です。

個人向け旅行関連サービス | 成長戦略

おやこ地方留学は地域数の拡大と顧客マーケティングを連動して成長を継続
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も図る



個人向け旅行関連サービス | 成長戦略

ポケマル おやこ地方留学

【夏休み参加家族数】



事業開始後3年目を終え、ツアーグランプリ2024 国土交通大臣賞を受賞するなど、関係人口創出型の旅行プログラムとして社会的にも高く評価されました。

一方で、**2024年度の夏季は前年から7拠点増加し全国12箇所でプログラムを催行したものの、マーケティング活動での遅延により、想定する成長には至りませんでした。**

2025年度は、**2024年度に開拓した拠点を活かすことでマーケティングに注力し、受入家族数の増加を目指します。**

目次

・新経営体制

・2024年12月期通期業績

・2025年12月期業績見通し

・インパクト指標実績

・Appendix インパクト創出新体制

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都市住民が生産現場で過ごしたのべ日数は、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。

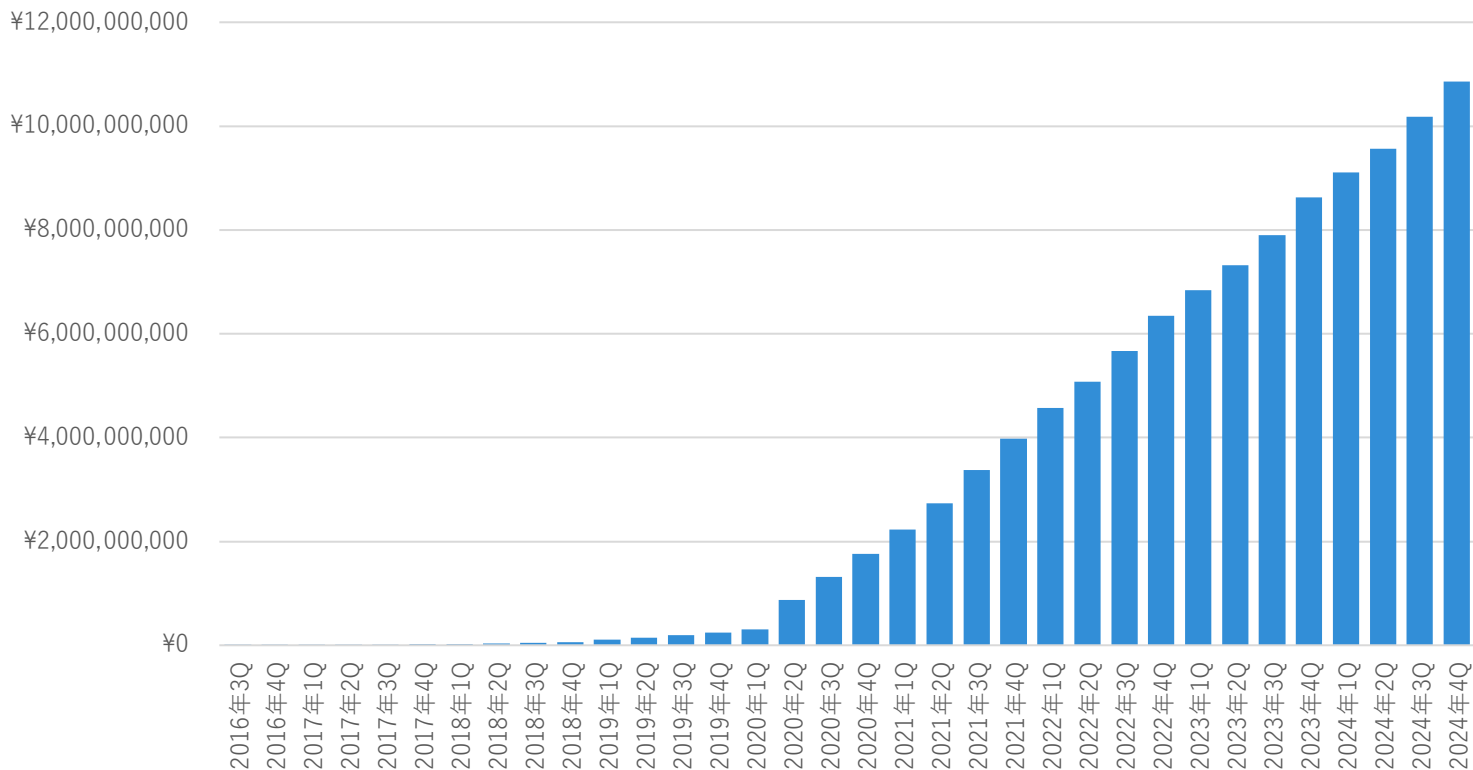


私たちの目指すものとインパクト指標



インパクト指標① 「顔の見える取引」にかかかる流通総額

生産者と消費者との「顔の見える取引」にかかかる流通総額（円）



生産者と消費者との「顔の見える取引^{※1}」
にかかかる流通総額

約 **108億5,399万円**^{※2}

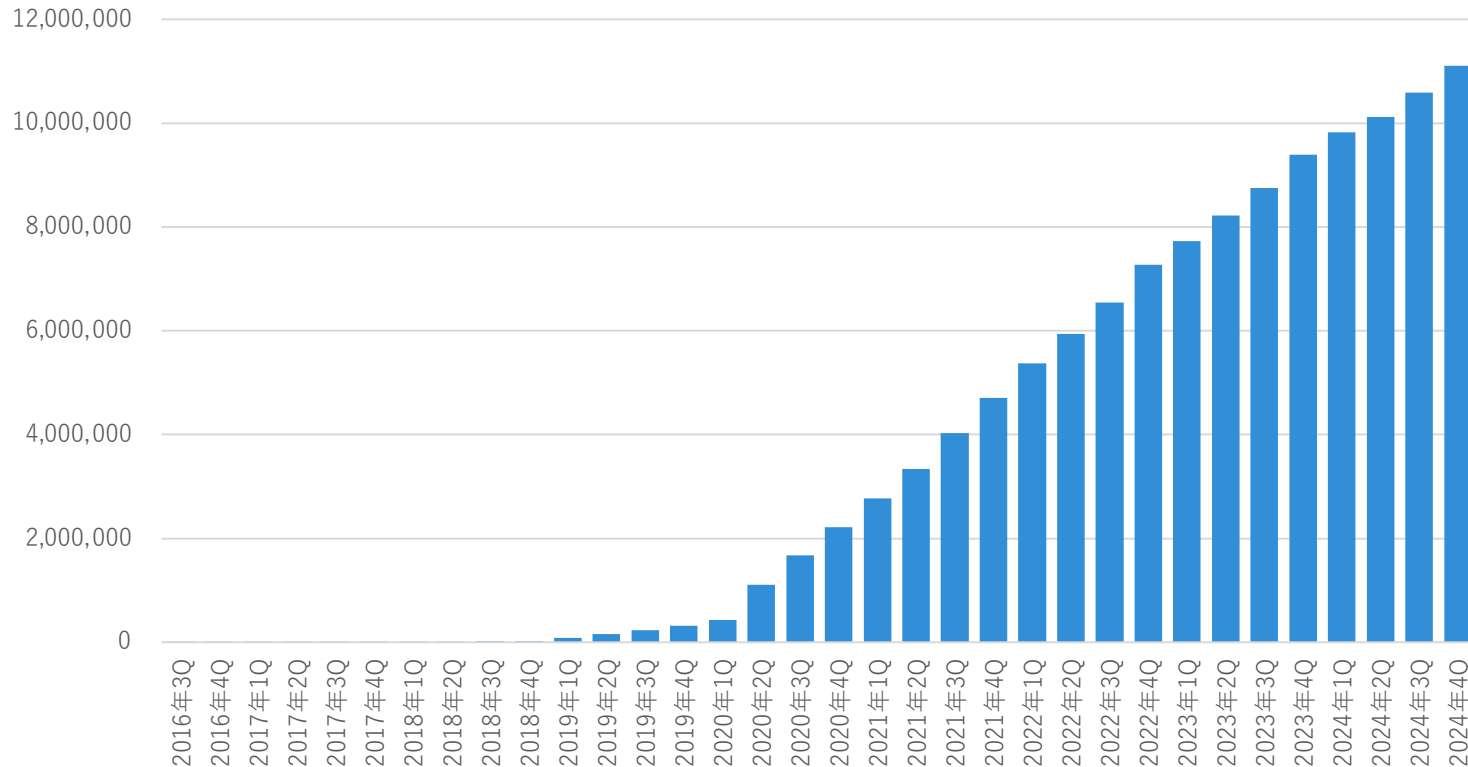
生産者と消費者がつながり、直接やりとり
をしながら生産物を販売する「顔の見える
取引」にかかかる流通総額は毎年大きく伸長。

※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）」「おやこ地方留学」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（2024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}

1,110万3,796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}。

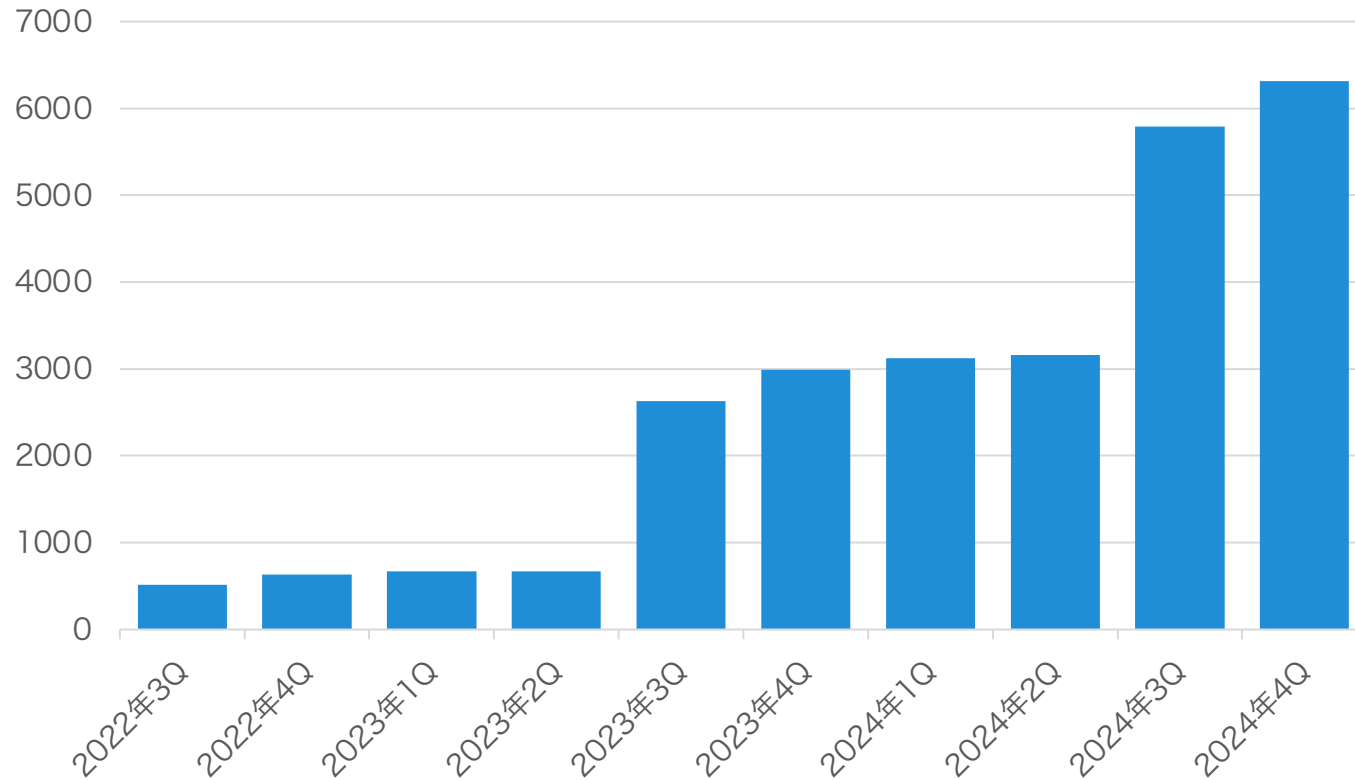
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、当社「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※2 当社サービス利用データより算出（2024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 都市住民が生産現場で過ごした延べ日数

都市住民が生産現場で過ごした延べ日数



おやこ地方留学等を通して
都市住民が生産現場で過ごした延べ日数

6,313日*

2022年から開始したおやこ地方留学等により、都会の人を地方に送り込む人流創出を加速させています。

※ 当社サービス利用データより算出（2024年12月現在）

目次

・新経営体制

・2024年12月期通期業績

・2025年12月期業績見通し

・インパクト指標実績

・Appendix インパクト創出新体制

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（≡ 仲間・つながり）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

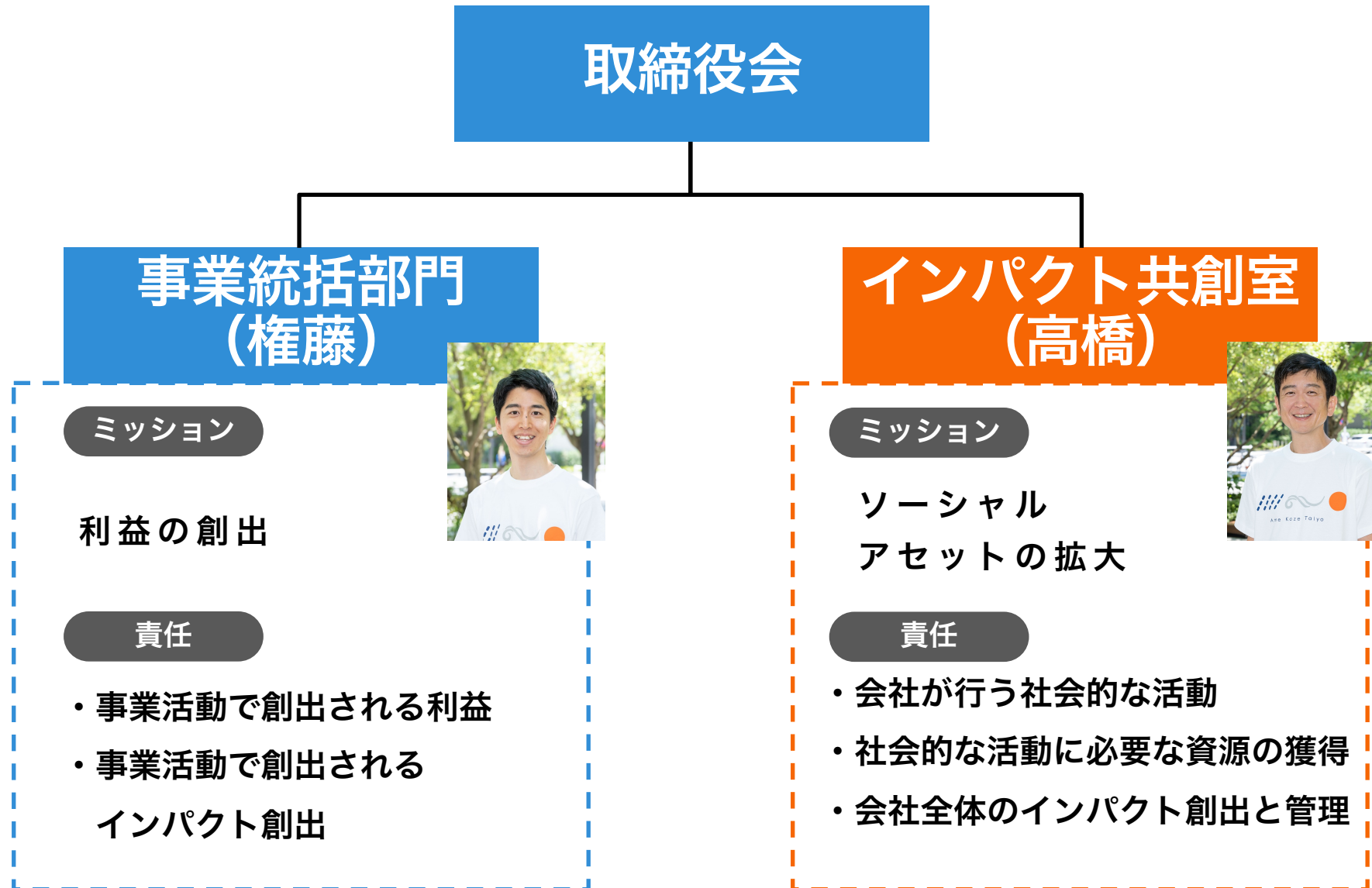
1. 経営体制の変更・組織の変更

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。

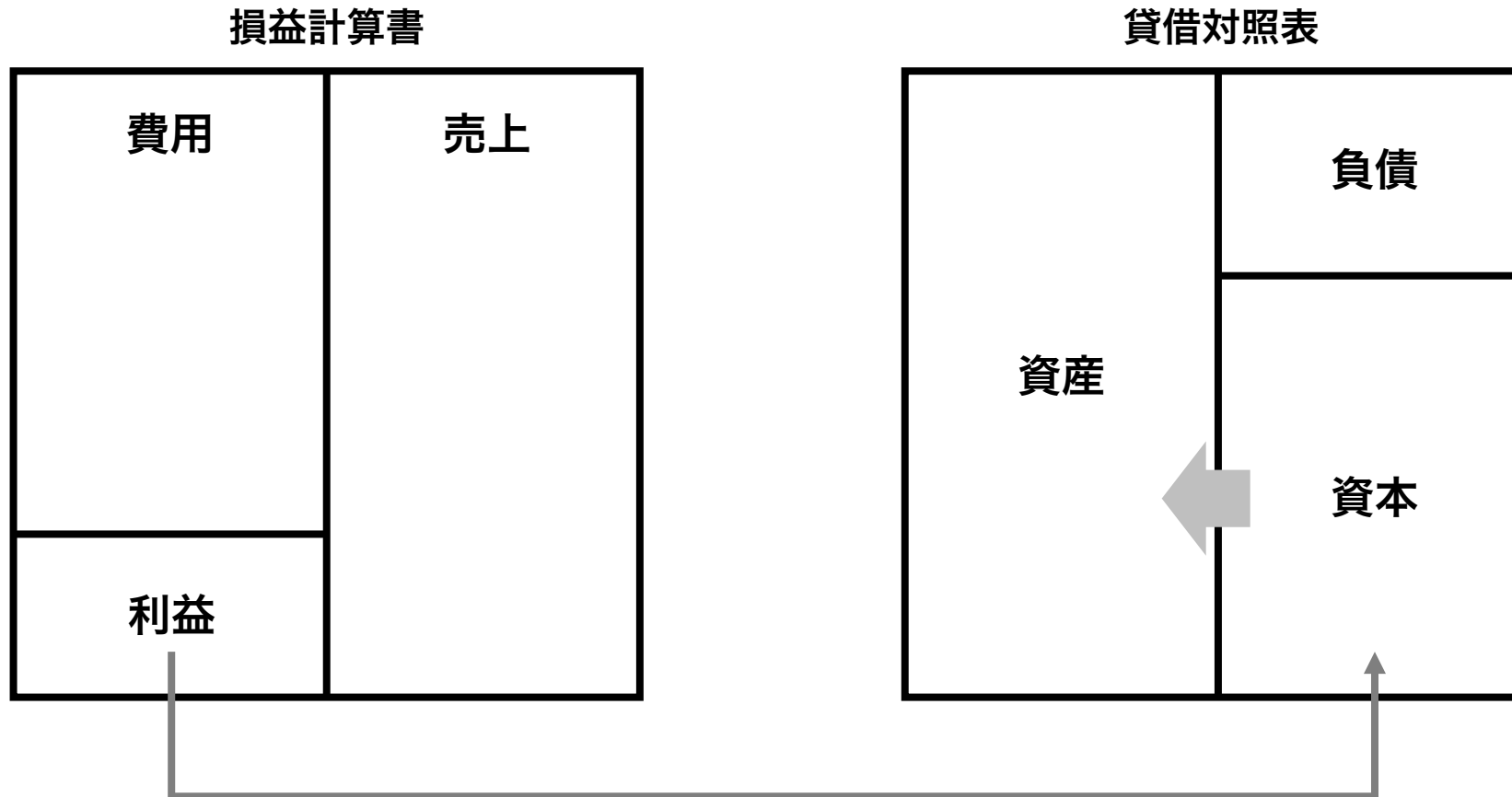
2. 社会的財務諸表の公開

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。

1. 経営体制の変更・組織の変更

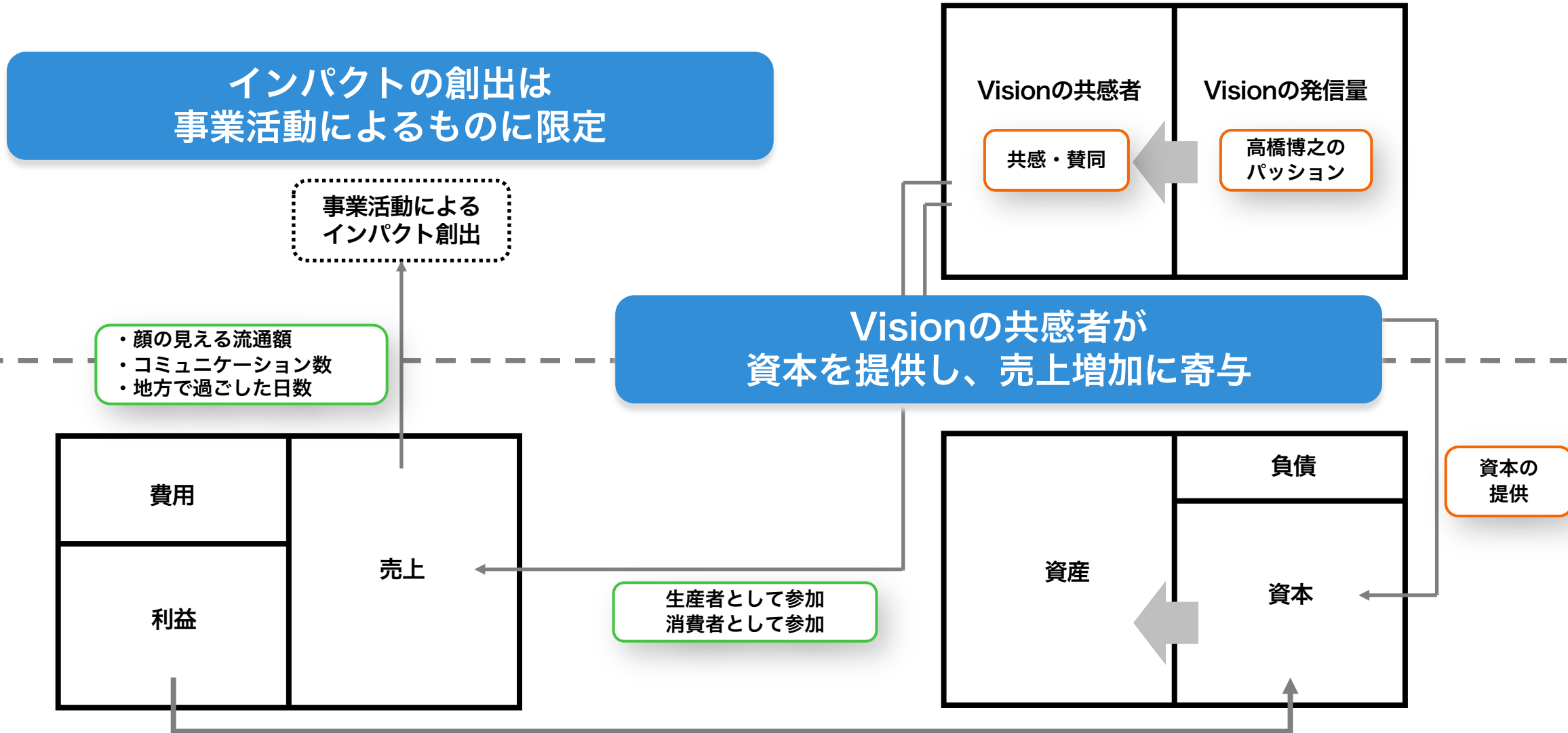


2. 社会的財務諸表の公開 一般的な企業の損益計算書と貸借対照表の関係

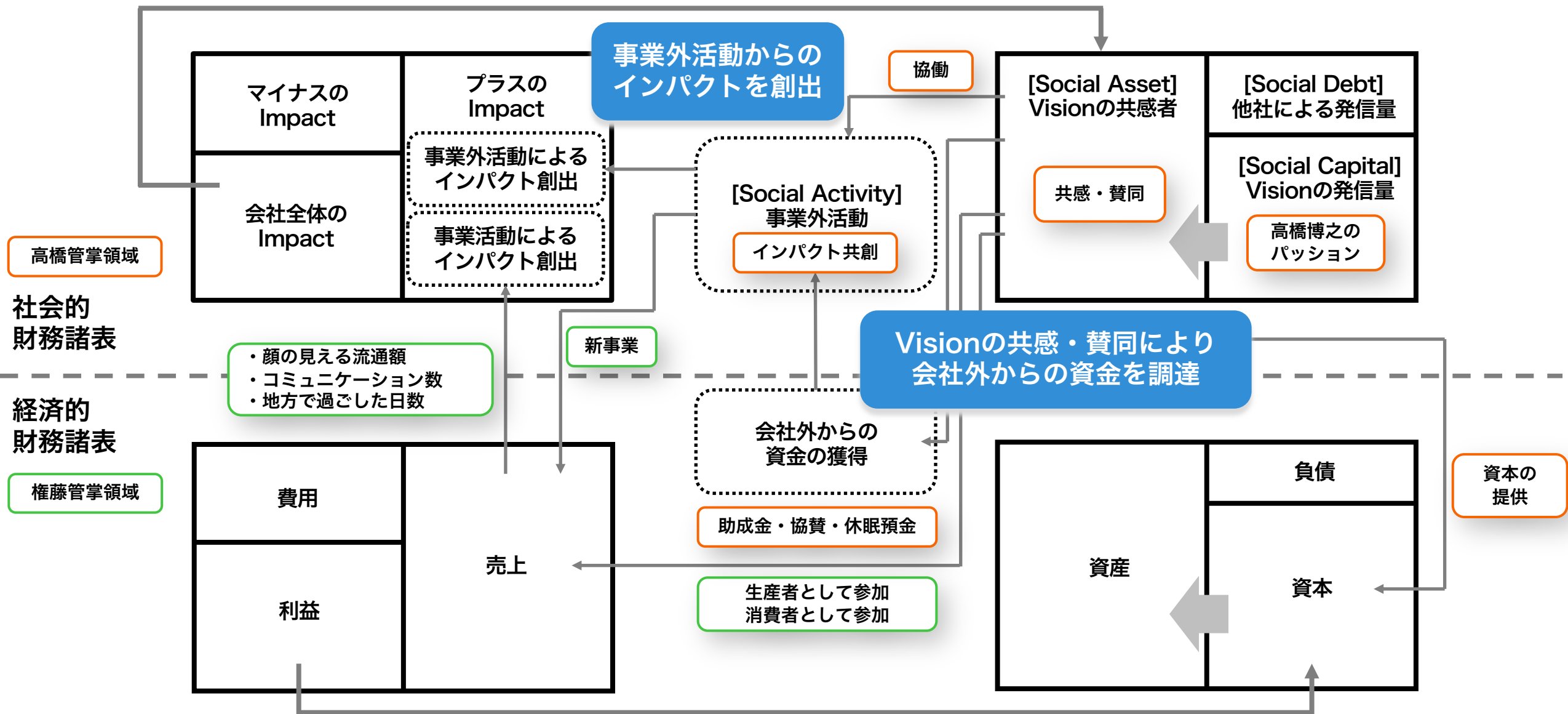


事業活動からの利益が、会社の株主資本を増強する関係

2. 社会的財務諸表の公開 これまでの当社の社会性と経済性の関係



2. 社会的財務諸表の公開 これからの社会的及び経済的な財務諸表の考え方



インパクト共創室関与領域における活動のイメージ

Vision
発信量

[Social Capital]

ビジョンを
話した量

ビジョンを
書いた量

ビジョンを直接
伝えた人の数

Vision
共感者数

[Social Asset]

資金提供
候補者数

協働
パートナー数

Vision達成の
ための活動資源

[Input]

事業外活動に
使える会社外
資金の量

事業外活動を
行う協働者の数

事業外活動

[Social Activity]

インパクト共創
の機会創出

長期的に
目指すもの

[Outcome]

Vision

日本中あらゆる場の
可能性を花開かせる

目指す状態

日本のあらゆる地域が、
自然・社会資本を活用し、
持続可能である状態

インパクト共創室のKPIとして管理

これまでに蓄積したソーシャルキャピタル／ソーシャルアセット

Vision発信量 [Social Capital]

◆高橋が対面で直接ビジョンを伝えた人数

総理大臣：2人（菅義偉氏、石破茂氏）

都道府県知事：5人

基礎自治体首長：58人

自治体職員：1,168人

代議士・地方議員：316人

生産者：1,320人

◆高橋が対面で直接ビジョンを伝えた回数

講演：495回、車座：1,273回

◆オウンドメディアでの発信量

各SNS、著書等発信：約35,000回

◆外部メディアでの露出量

TV：179回、新聞：480回、雑誌：102回、Web：2,683回

Vision共感者数 [Social Asset]

◆協働パートナー数

①PJを共創した団体数

各食べる通信協働者：525名

おやこ地方留学受け入れ先：115事業者

復興留学受け入れ先：15事業者

講演依頼者：495団体

広域自治体：1県（石川県）

②行動変容がおきた数

生産者8,400名、地域への訪問意欲のあるポケマルユーザー580名、ポケマルおやこ地方留学参加者818名、生産者の元に訪れたユーザー103名、生産者と交流のある食べる通信読者500名、のと復興留学参加者30名

③共感を示した数

高橋博之の発信・記事がシェアされた数：34,660回

影響力に応じて独自の係数を掛け、情報を伝えた時間を算出

約39.7万時間人

ビジョンに共感する「仲間」を1名として算出

約1.4万人



これまでの活動資源獲得・事業外活動実績

Vision達成のための活動資源 [Input]

◆休眠預金／助成金／協賛金等採択合算金額

「食べる通信」加盟団体の育成強化およびプラットフォームの構築：¥89,760,000

「関係人口」の創出プロセス明確化：
¥30,000,000

◆事業外活動を行う協働者の数：

共創をともにしたプロジェクトの数

(2024年度事例：NOTOMORI、のと未来トーク、能登半島地震復興イベント、Japan Vitalization Platform等)



金額：1億1,976万円

協働者：7団体

2024年度事業外活動 [Social Activity]

2024年度プロジェクト事例：



NOTOMORI：能登空港に隣接する仮設飲食店街、関係人口を活用した能登の復興を支援



能登復興と関係人口の可能性を考えるトークセッション・車座交流会 in 金沢市



のと未来トーク：「これからの能登をどうしていくか、そのまちのみんなで考える」ことをコンセプトとした対話の場



Japan Vitalization Platform(JVP)：都市と地方をかき混ぜて日本を覚醒させるコンソーシアム構想₂

2025年12月期のソーシャルキャピタル・ソーシャルアセット予算

Vision発信量
[Social Capital]

Vision共感者数
[Social Asset]

累計実績

約39.7万時間人

約1.4万人

当期予算

+4万時間人

+3,000人

アクションプラン

- ・ 講演機会の能動的な獲得、車座の積極開催
- ・ 自治体関係者、代議士等キーマンとの接触機会増加
- ・ メディア露出量増加のための発信量の増加

- ・ 地域創生、産業振興などに取り組む全国各地の地域団体との関係性構築、関係性強化
- ・ 当社運営サービスの各ユーザーのロイヤリティ向上
- ・ ビジョンに共感する株主増加のためのIR活動

2025年12月期の社会的活動予算

Vision達成のための活動資源
[Input]

Vision達成のための共創活動
[Social Activity]

累計実績

社外からの獲得資源
1億1,976万円

共創パートナー
7団体

当期予算

1億円

10団体

アクションプラン

- ・ 休眠預金分配団体への申請
 - ・ 協賛金の獲得
 - ・ 助成金等の活用

- ・ 防災・事前復興に関するプロジェクト
- ・ 地域での共助を促進するプロジェクト
- ・ 能登の復興に関わる人を増やすプロジェクト
 - ・ 二地域居住を促進するプロジェクト

2025年12月期のインパクト予算

事業から創出される
インパクト

事業外から創出される
インパクト

マイナスの
インパクト

累計実績

顔の見える流通総額：約108億円

生産者と消費者のコミュニケーション量：約1,110万件

都市住民が生産現場で過ごした日数：6,313日

未評価

当期予算

非公表

未定

アクションプラン

- ・ 顔の見える流通総額の拡大
- ・ 生産者と消費者のコミュニケーション促進
- ・ 都市住民に対する生産現場滞在の機会提供

- ・ 評価方針の確定
- ・ 社内でのインパクト評価体制の拡充

雨風太陽