



雨風太陽

2026年12月期第1四半期 決算説明資料

株式会社雨風太陽（証券コード：5616）

2026.5.15

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。

Mission

都市と地方を
かきませる

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。

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、関係人口を創出する

目次

・ 2026年12月期第1四半期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ インパクト指標実績

・ Appendix 社会的財務諸表

サマリー

売上高：前年比で微減

営業損益：前年比で増加

経常・当期純損益：前年並み

売上高

2.3 億円

前年比

-1.1% 減

営業損益

-17 百万円

前年比

+2 百万円 増

経常損益

-17 百万円

前年比

-0.1 百万円 減

当期純損益

-17 百万円

前年比

-0.1 百万円 減

FY26Q1
実績

2026年12月期第1四半期業績

売上高は前年比で微減も、
営業損益以下は前年並みと収益力を維持

(単位：百万円)

	FY25Q1 実績	FY25通期 実績	FY25Q1 売上高進捗率	FY26Q1 実績	FY26通期 予想	FY26Q1 売上高進捗率
売上高	235	1,027	22.9%	232	1,094	21.3%
営業損益	-19	-7	-	-17	25	-
経常損益	-17	20	-	-17	28	-
四半期(当期) 純損益	-17	-4	-	-17	30	-

2026年12月期第1四半期セグメント別業績

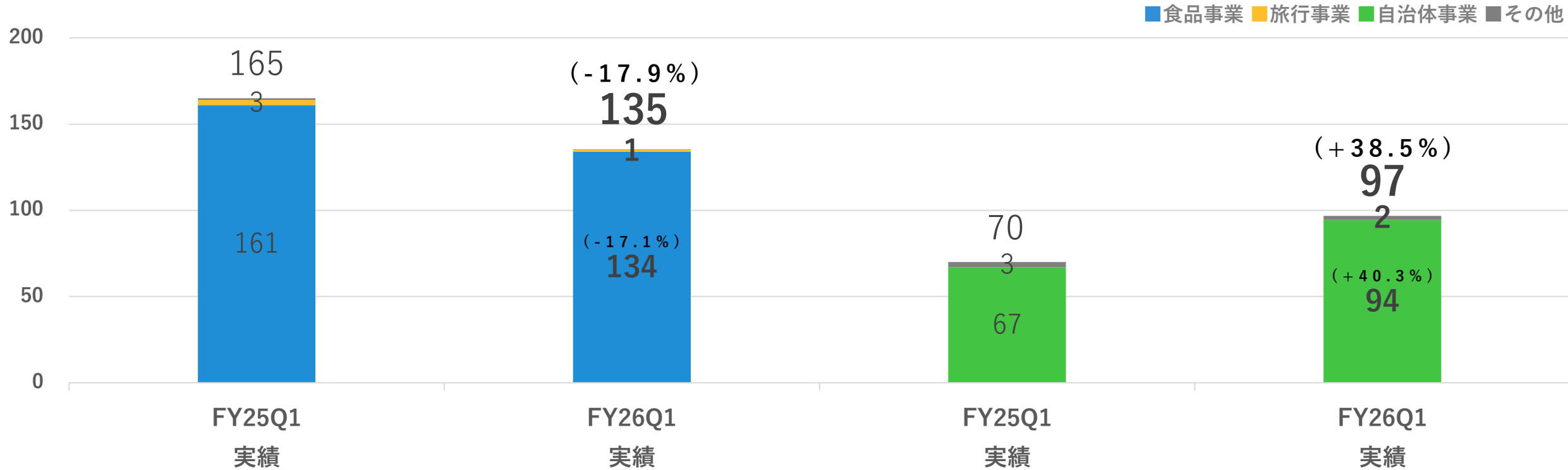
個人向けサービスは前期比で減収減益も、
法人向けサービスは前期比で増収増益

(単位：百万円)

		FY25Q1 実績	FY25通期 実績	FY26Q1 実績	FY26通期 予想
個人向けサービス	売上高	165	726	135	769
	営業損益	35	170	27	197
法人向けサービス	売上高	70	301	97	325
	営業損益	8	48	15	46
全社費用	売上高	-	-	-	-
	営業損益	-62	-226	-60	-218
合計	売上高	235	1,027	232	1,094
	営業損益	-19	-7	-17	25

2026年12月期第1四半期 セグメント・事業別売上高

(単位：百万円)



個人向けサービス

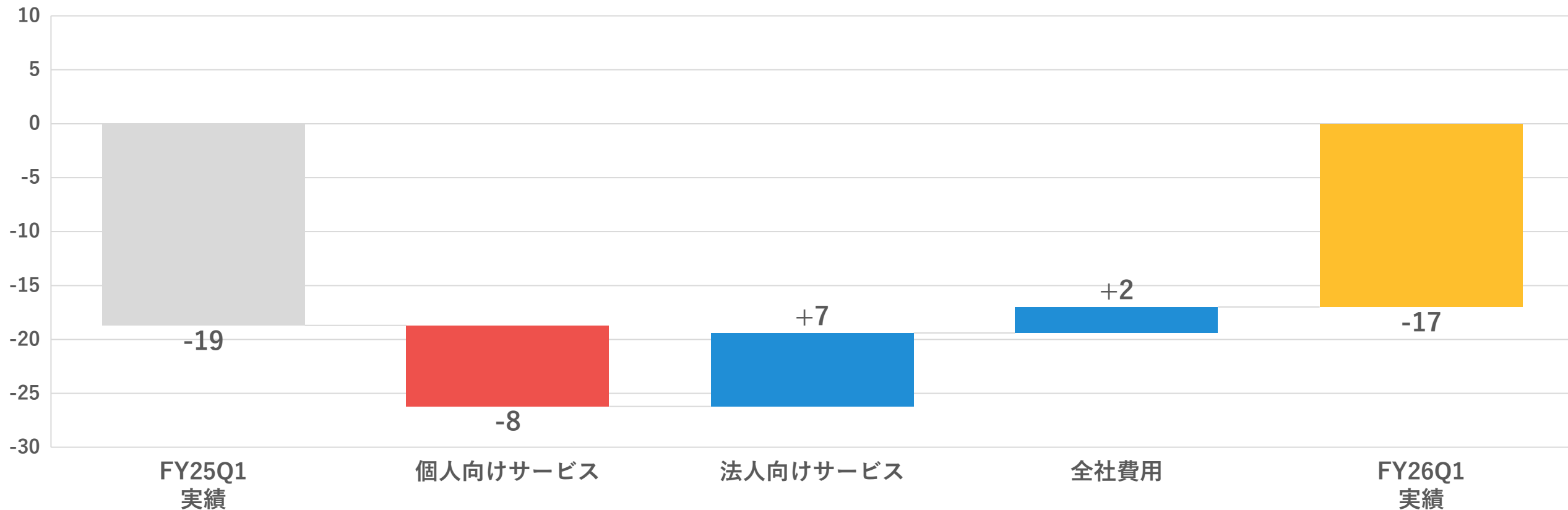
- **食品事業**： ポケットマルシェで主に収益性の低い自社開発商品（サブスク・アソート）を整理したことによる
- **旅行事業**： 前期はポケマルおやこ地方留学の冬・春休みプログラムを実施したことによる（当期は未実施）

法人向けサービス

- **自治体事業**： 関係人口・旅行領域の案件数増による

2026年12月期第1四半期 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** : 食品事業におけるポケットマルシェの減収
- **法人向けサービス** : 自治体事業における関係人口・旅行領域の案件数増による増収
- **全社費用** : 組織運営の効率化等

2026年12月期第1四半期 營業損益以下増減要因

(単位：百万円)

	FY25Q1 実績	FY26Q1 実績	増減額	増減要因
營業損益	-19	-17	+2	前頁参照
經常損益	-17	-17	-0.1	(-) 有価証券利息の剥落：-2百万円
当期純損益	-17	-17	-0.1	-

2026年12月期トピックス

1. 関係人口創出拠点「HANAMAKI BASE」を開業

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開業し、同施設内へ本店移転しました。

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ました。

「HANAMAKI BASE」は、これら3つの要素（宿泊・仕事・交流）を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ており、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、自治体事業における関係人口領域のソリューション開発に活かします。



2026年12月期トピックス

2. 2025年度のカーボンニュートラルを達成し「インパクトレポート」を公表

2025年度における当社の事業活動に伴う温室効果ガス排出量55.9t-CO2eに対して、「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*2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」を提案します。

また、2025年度の社会的インパクト測定・マネジメント（IMM）の結果をまとめた「インパクトレポート／社会的財務諸表報告書」を2026年3月に公表しました。「都市と地方の分断解消」を存在意義として掲げる当社のインパクトを本レポートで公開することで、当社の透明性と社会的責任を示すだけでなく、「社会的財務諸表」という独自の概念に基づくソーシャルキャピタル等の指標についても、2025年度の成果を報告しています。



*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／社会的財務諸表報告書](#)」をご参照ください）

貸借対照表推移

(単位：百万円)

	2025年3月31日	2025年12月31日	2026年3月31日	前期末比
流動資産	777	864	668	-196
固定資産	111	142	162	+20
資産合計	889	1,006	830	-176
流動負債	352	456	297	-159
固定負債	204	204	204	-
負債合計	557	661	502	-159
純資産	332	345	327	-18
負債・純資産合計	889	1,006	830	-176

目次

・ 2026年12月期第1四半期業績

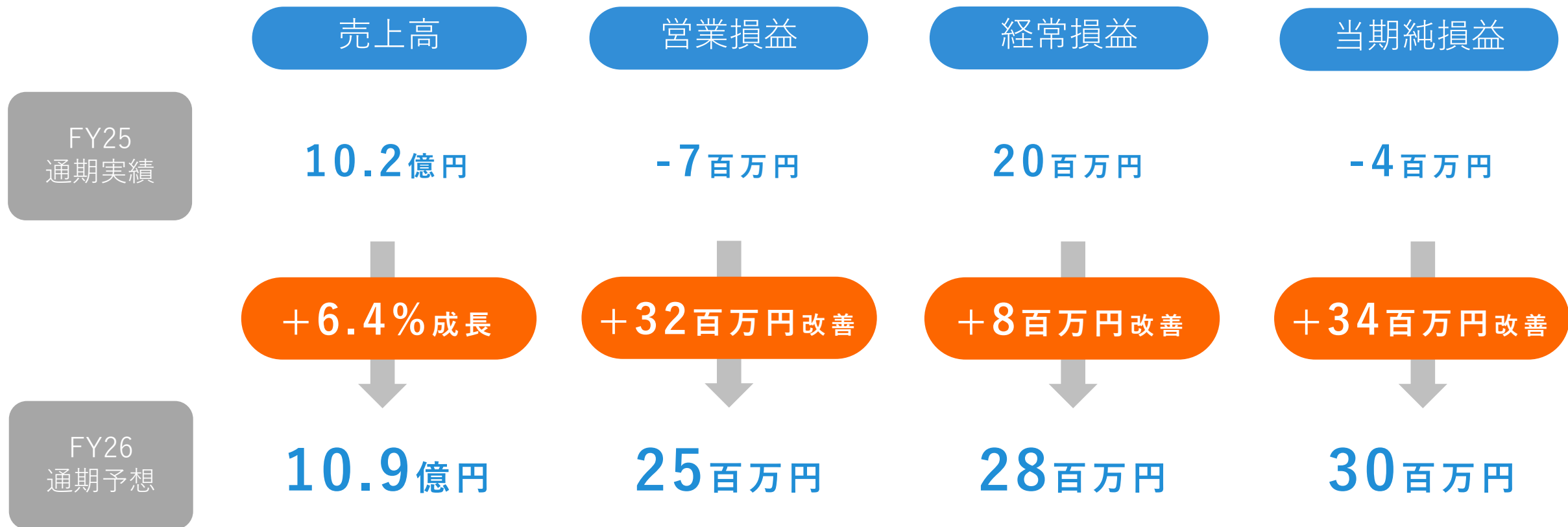
・ **2026年12月期通期業績予想**

・ インパクト指標実績

・ Appendix 社会的財務諸表

2026年12月期通期業績予想（修正なし）

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

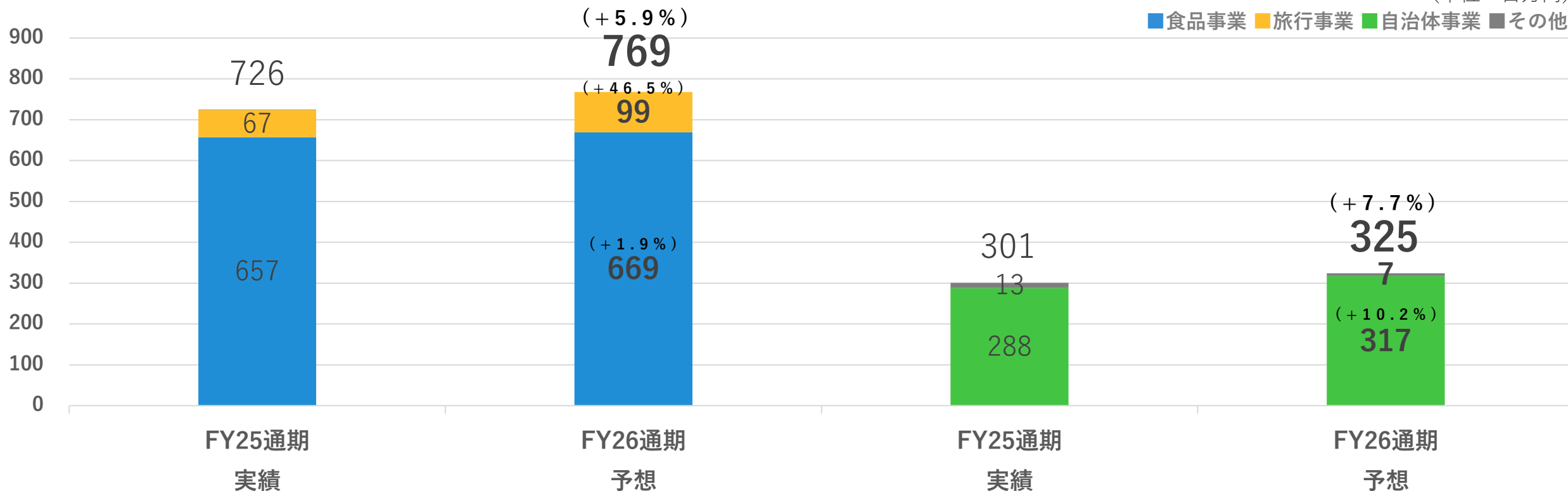
個人向け・法人向けサービス共に増収を見込む

(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)



個人向けサービス

- **食品事業**：ポケマルでのSEO対策等による成長
- **旅行事業**：おやこ地方留学、STAY JAPANの成長

法人向けサービス

- **自治体事業**：関係人口・旅行領域の案件拡大による成長

目次

・ 2026年12月期第1四半期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ **インパクト指標実績**

・ Appendix 社会的財務諸表

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

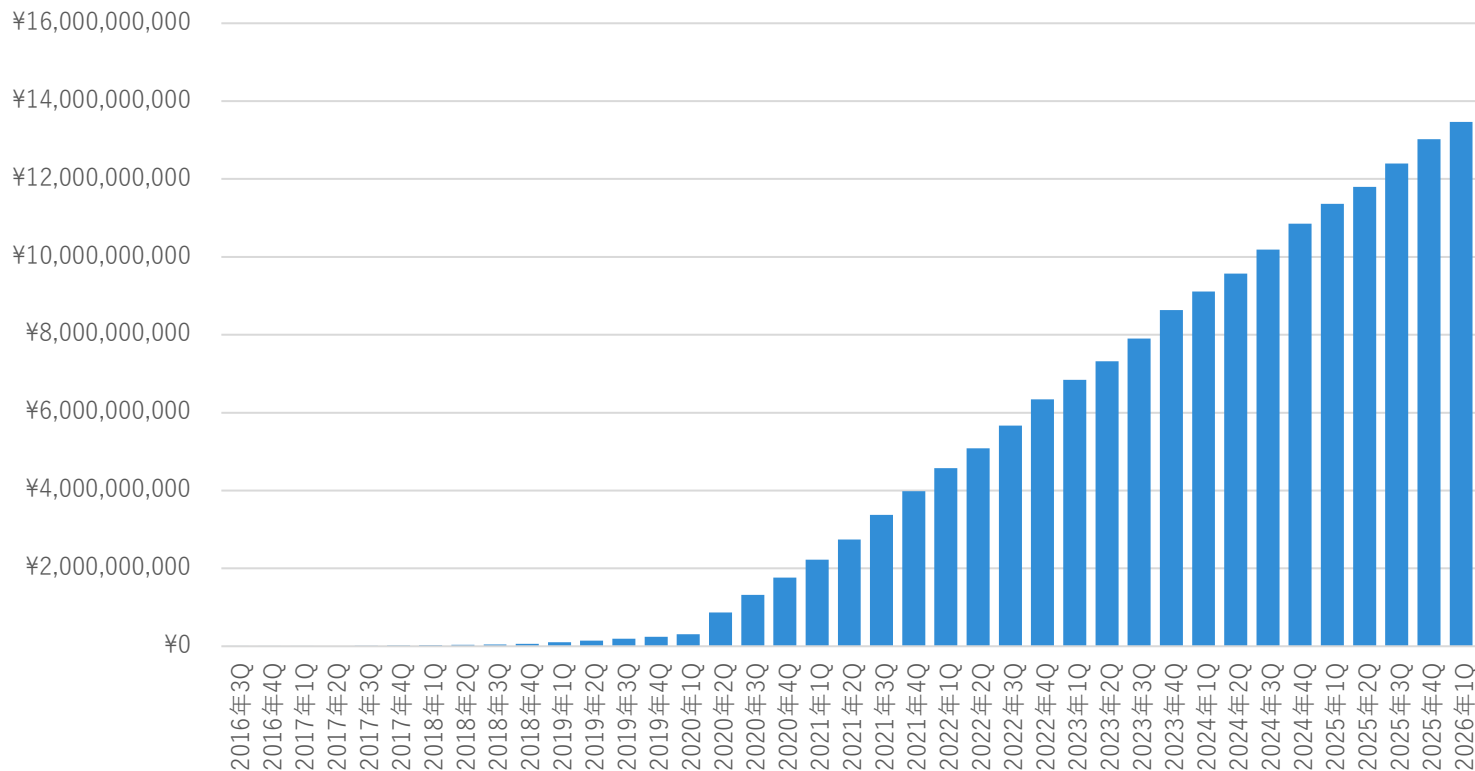
事業



STAY JAPAN

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134億6,952万円^{※2}

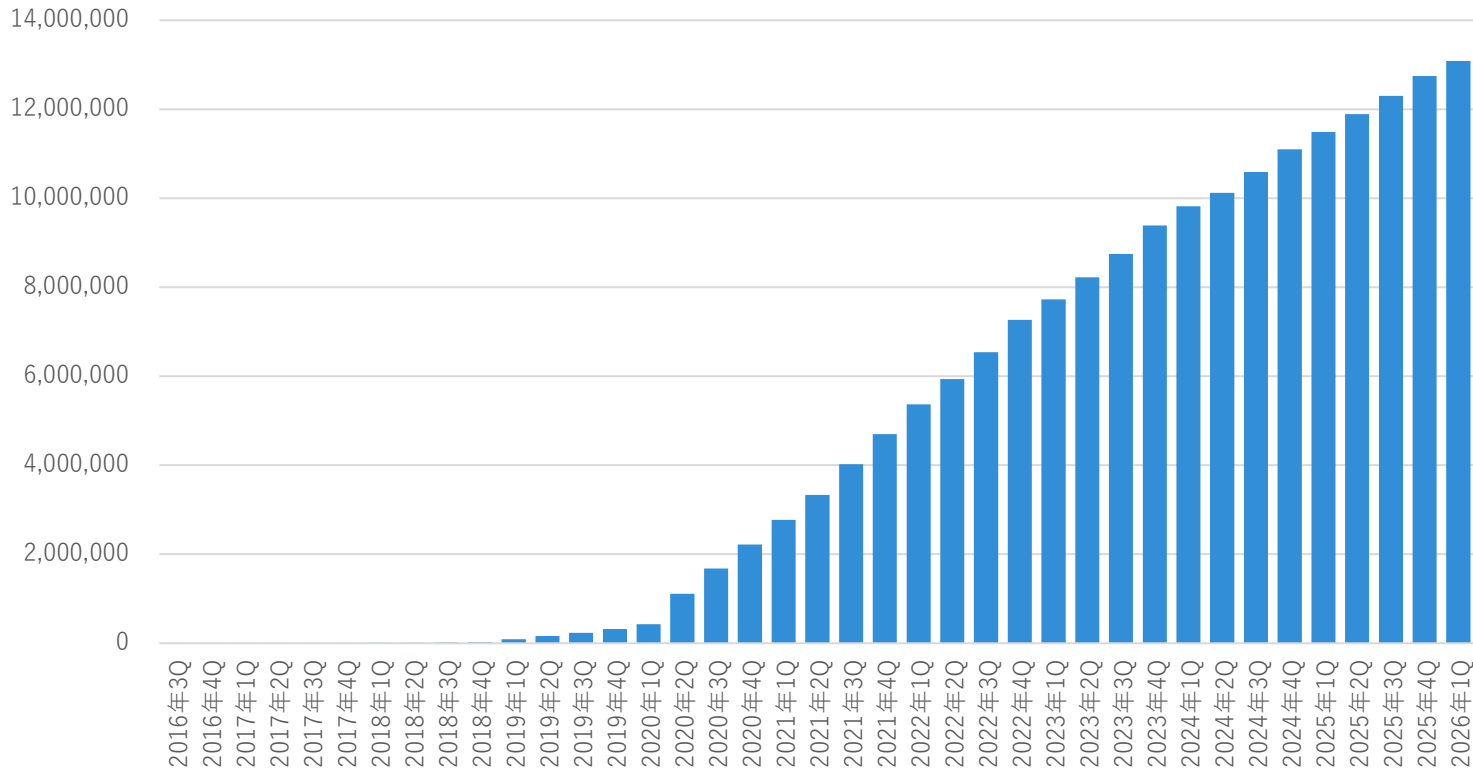
生産者や地域の事業者と消費者がつながり、
 直接やりとりをしている「顔の見える取引」
 にかかる流通総額は毎年大きく伸長。

※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（2026年3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（回）



生産者と消費者との
コミュニケーション数^{※1}

1,308万4,559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}。

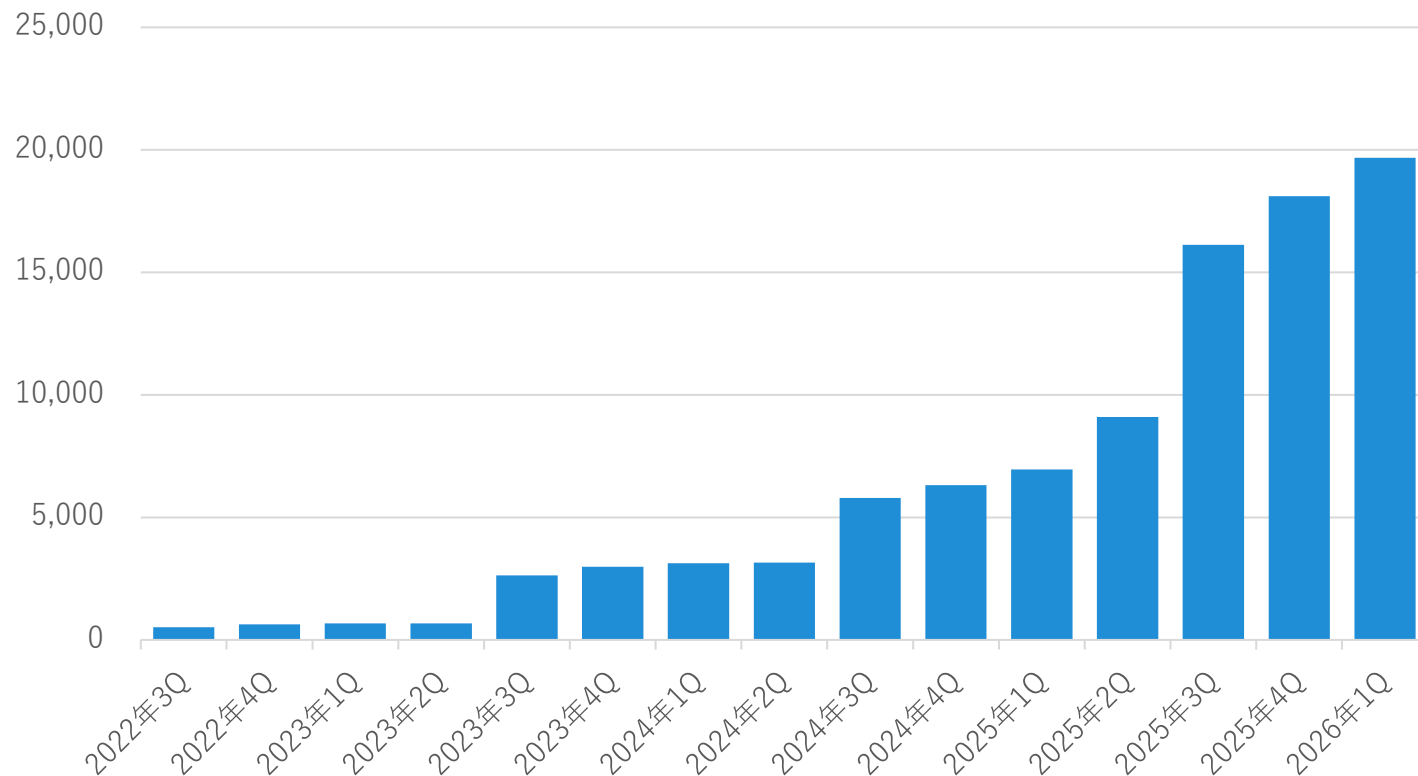
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※2 当社サービス利用データより算出（2026年3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（日）



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}

19,679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（2026年3月現在）

目次

・ 2026年12月期第1四半期業績

・ 2026年12月期通期業績予想

・ インパクト指標実績

・ **Appendix 社会的財務諸表**

ソーシャルキャピタル／アセット 2026年12月期第1四半期進捗

指標	FY26予算	FY26Q1実績	進捗率
ソーシャルキャピタル (Vision発信量)	40,000 時間人	4,066 時間人	10.2%
ソーシャルアセット* (Vision共感者数)	160,000 人	29,637 人	18.5%
インプット (活動資源)	¥ 30,000,000	¥ 0	0%
ソーシャル アクティビティ	10 回	2 回	20%



高橋博之チャンネル

ビジョンに共感した方が関われる場として、高橋博之のYouTubeチャンネルを開設。

関係人口・二地域居住・ふるさと住民登録制度など、都市と地方をかきまぜる実践事例を発信中。

* ソーシャルアセットの集計方法を刷新（SNSフォロワー数×1・YouTube登録者数×10・YouTubeメンバーシップ×100）し、FY26予算を16,000人から160,000人へ修正

雨風太陽