



# 雨風太陽

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

2025.3.28

## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト／サステナビリティ／リスク情報

・インパクト指標

## 会社概要

- **社名** 株式会社雨風太陽
- **所在地** (本店) 岩手県花巻市大通1丁目1-43-2花巻駅構内  
(東京オフィス) 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-26-5金子ビル3F
- **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** 64名 (2024年12月末)
- **事業内容**
  - ・ **食品事業**  
産直EC「ポケットマルシェ」、 「ポケマルふるさと納税」、 サブスクリプションサービスの商品開発等
  - ・ **旅行事業**  
宿泊予約サイト「STAY JAPAN」、 「ポケマルおやこ地方留学」
  - ・ **自治体事業**  
自治体支援サービス

# 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、今年で11年目を迎えます。

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月に新規上場しています。

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。



## 関係人口とは

「関係人口」とは、移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、地域と多様に関わる人々を指す言葉です。

(総務省「関係人口ポータルサイト」より)

- 「関係人口」は、当社代表の高橋が考案した概念です。2016年に高橋の著書『都市と地方をかきまぜる』（光文社新書）の中で、国内で初めて刊行物にて発表しました。
- 現在では地方創生の看板政策となり、国土交通省、総務省、農林水産省、文部科学省、内閣府など省庁横断で関係人口創出に取り組んでいます。
- 国土交通省の統計によると、三大都市圏に住む約4,678万人の18.4%にあたる**861万人**\*1が地域と継続的にかかわりを持つ関係人口とされ、その経済効果は**年間約3兆483億円**\*2と試算されます。

※1 「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和2年9月実施）、三大都市圏居住者（人数ベース）

※2 2017年第1回人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会資料より当社試算

# 「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／書籍『関係人口』が発売

## 新しい地方経済・生活環境創生会議について

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

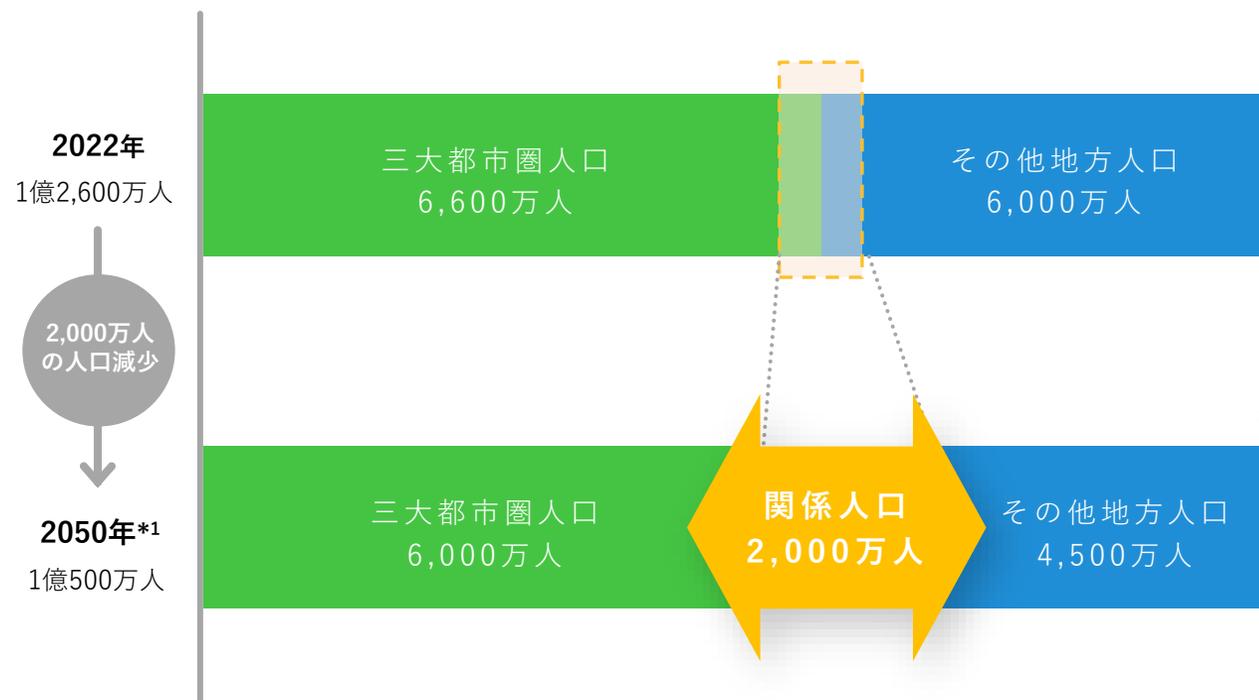
## 書籍『関係人口』について

高橋の**最新書籍『関係人口』**が、2025年3月に光文社より発売。高橋が提唱してきた「関係人口」という概念を基軸に、都市と地方が共生する未来の可能性を探る一冊。



『関係人口 都市と地方を同時並行で生きる』（光文社新書）

## 私たちの考える関係人口創出の目標



※1 国立社会保障・人口問題研究所：日本の将来推計人口（2022年推計）」より当社作成

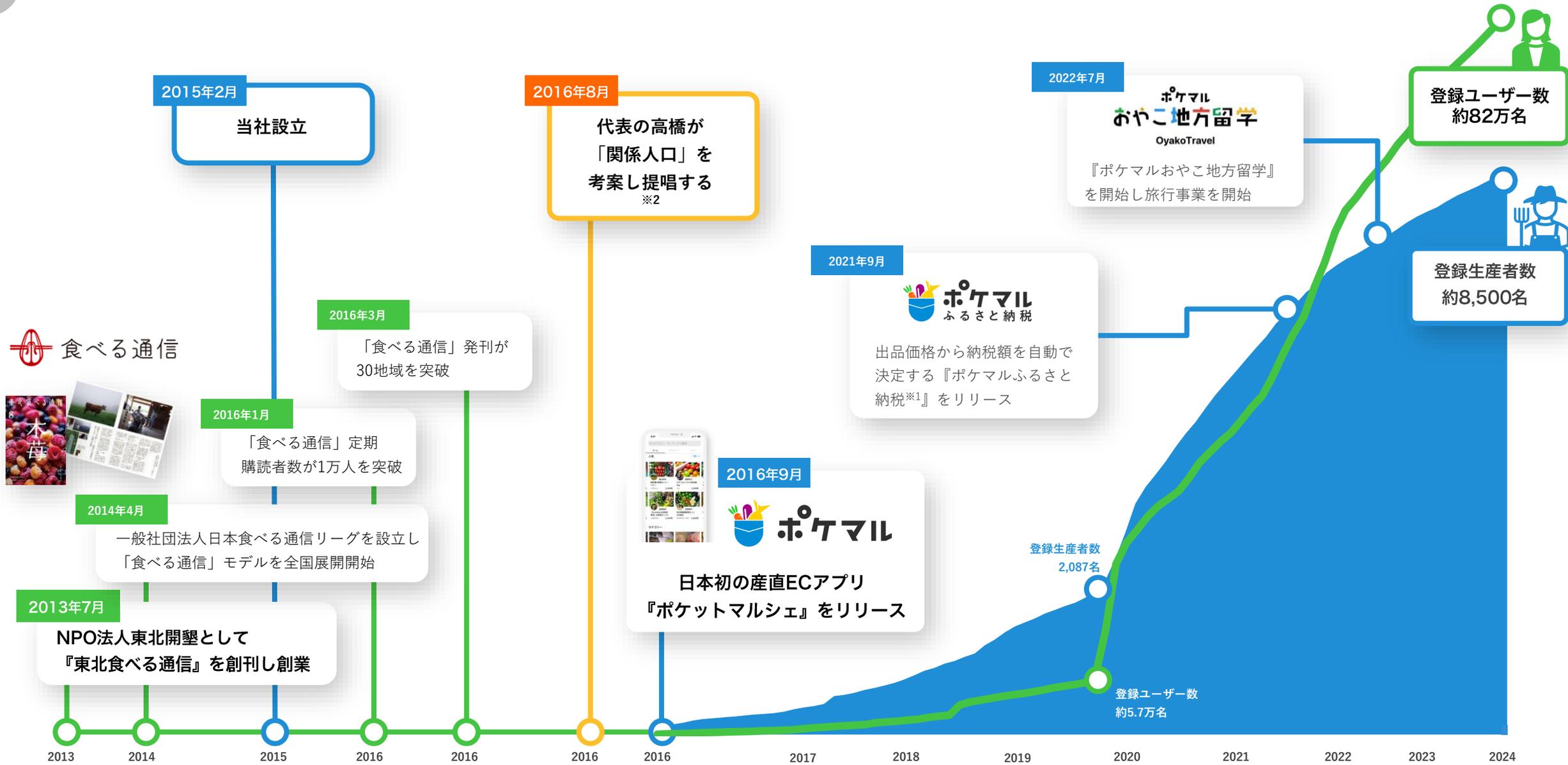
※2 2017年第1回人材・組織の育成及び関係人口に関する検討会資料より当社試算

2,000万人の関係人口創出により  
期待される経済効果

約 **7兆808億円**<sup>\*2</sup>

2,000万人の関係人口創出により、  
活力のある地方を維持。  
自然に触れる豊かな都市住民を創出し、  
多様な日本社会を残す。

# 沿革



※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

競争力の源泉：日本各地の共感者が会社の資産に

## 代表・高橋博之によるビジョンの発信[Social Capital]



### ビジョンの共感者・賛同者[Social Asset]

#### ポケットマルシェ登録生産者

2016年9月よりサービス開始したポケットマルシェの登録生産者は全国約8,500名まで増加。2024年9月には出品可能範囲を拡張したことで、新たな領域の生産者の登録も。



#### ポケマルおやこ地方留学受け入れ生産者

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。これまで述べ100名以上の生産者が体験を受け入れ。



#### 講演依頼者

高橋が発信するビジョンに共感した全国各地の事業者からのオファーに応え、自らの足で現地を周る。2024年12月までに約500事業者からの講演依頼を受諾。「都市と地方をかきまぜる」ことの真髄を伝える。



#### 食べる通信特集生産者

発行人を各地で募り、地域ごとに独自性を持った食べる通信を全国19地域\*にて発刊。食べる通信ブランドと決済システムを提供することで売上の8%を得るロイヤリティモデル。全国規模での継続的な生産者開拓が可能。

※2024年9月時点



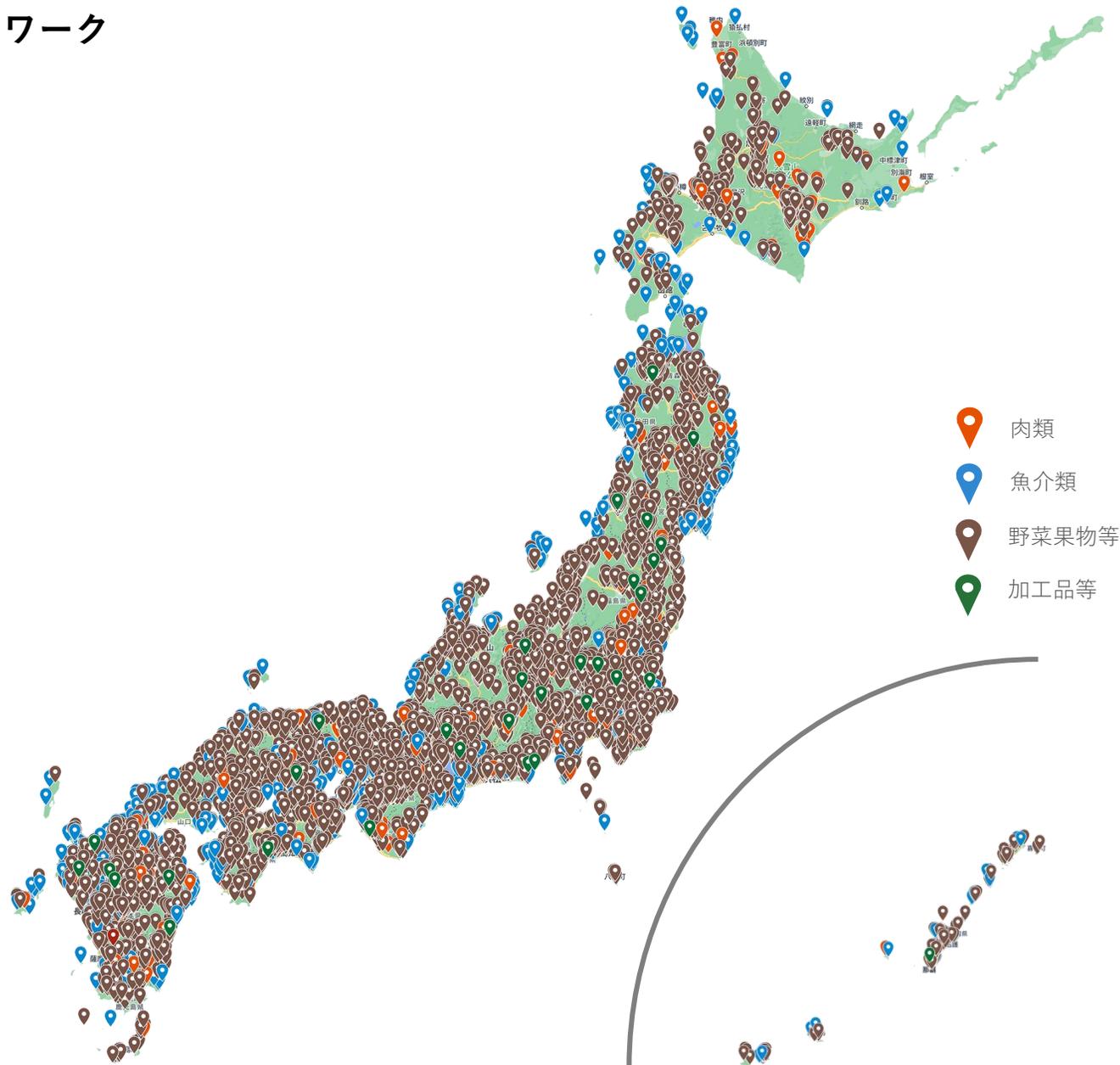
## 競争力の源泉：日本最大級※1 8,500名超の生産者ネットワーク

北は稚内から、南は西表島まで。

日本にある市町村の  
89.0% ※2,3 をカバー。

8,500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1765自治体（47都道府県+1718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1,571より試算  
※3 自治体数は「e-Stat政府統計の総合窓口」2024年12月31日時点



地図データ@2023Google, TMapMobility

## 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、食品事業、旅行事業、自治体事業の3つの事業を展開

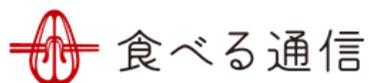
### 食品事業



ポケマル



ポケマル  
ふるさと納税



食べる通信



### 旅行事業

STAY JAPAN



ポケマル  
おやこ地方留学  
OyakoTravel



### 自治体事業

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

82万人の  
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」を創り出し

関係人口を創出

## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト／サステナビリティ／リスク情報

・インパクト指標

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<sup>\*</sup>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



<sup>\*</sup> 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~

冷凍せずに  
お届けします!

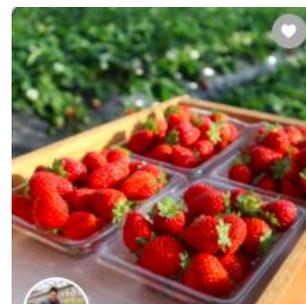


笠井大輝  
【豊作につき大特価!!】業界  
初?!【生ジビエ】京都鹿ロース…  
京都府相楽郡笠置町  
モモ300g、ロース30…~4,620円~



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~ 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) 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!



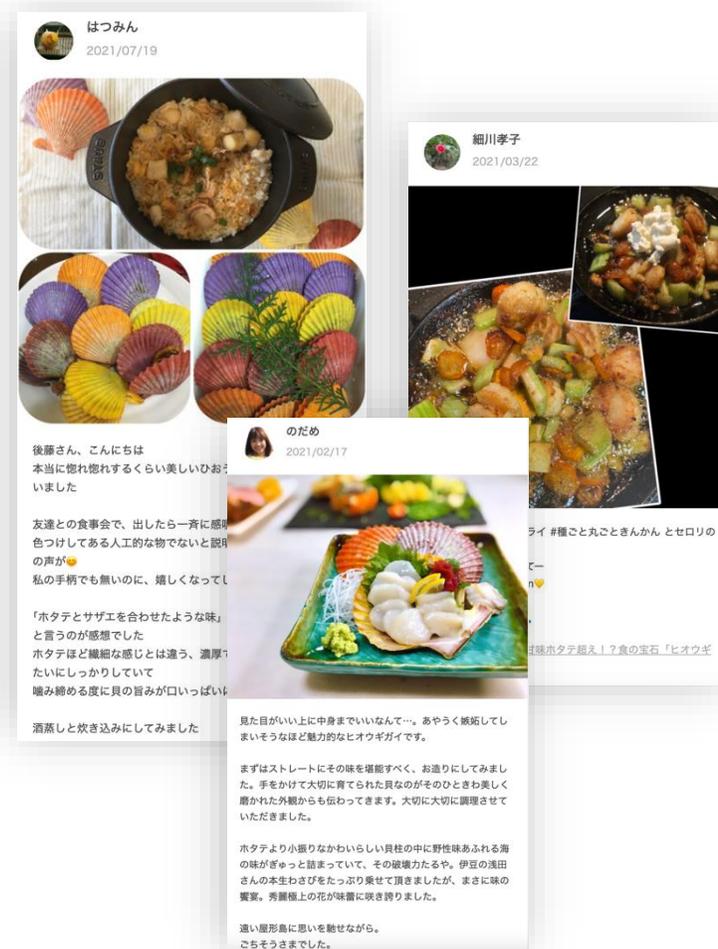
片柳雄大  
オーストリッチミート(ダチョウ肉)  
モモ500g超or1kg超 クール代…  
栃木県小山市  
2P~3P 計500…~3,488円~

# 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。





登録ユーザー数

約 **82** 万名

※2024年12月現在

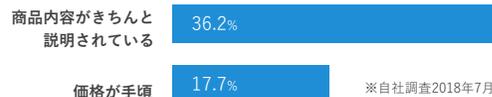
1か月の平均購入回数

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 **8,500** 名

※2024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 **15,000** 点

※2024年12月現在

出品するのは  
**100%**  
生産者のみ

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。

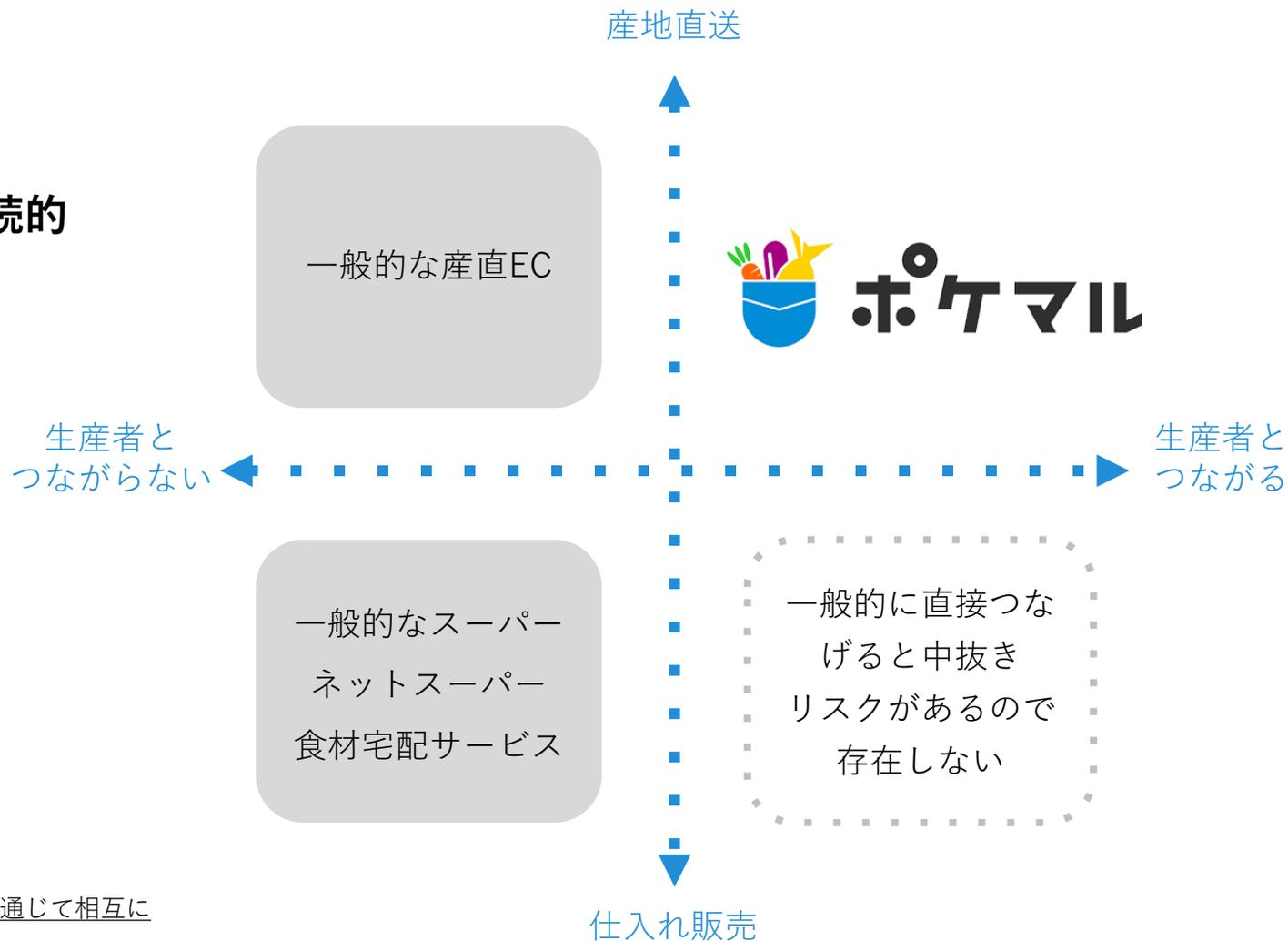
直接つなげるリスクよりも、

つながることで

継続購入が

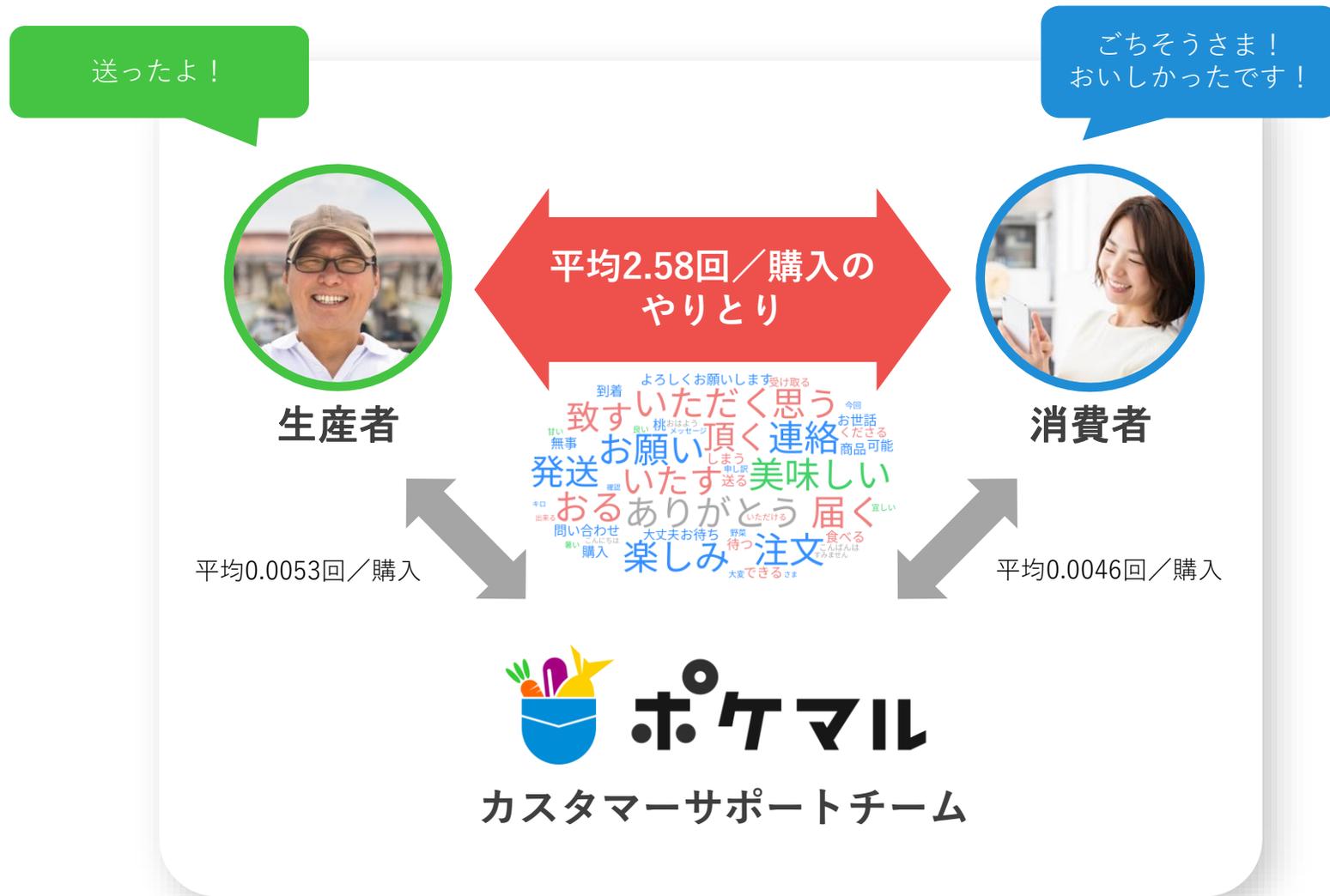
発生することを重視。

※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します。



# 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。



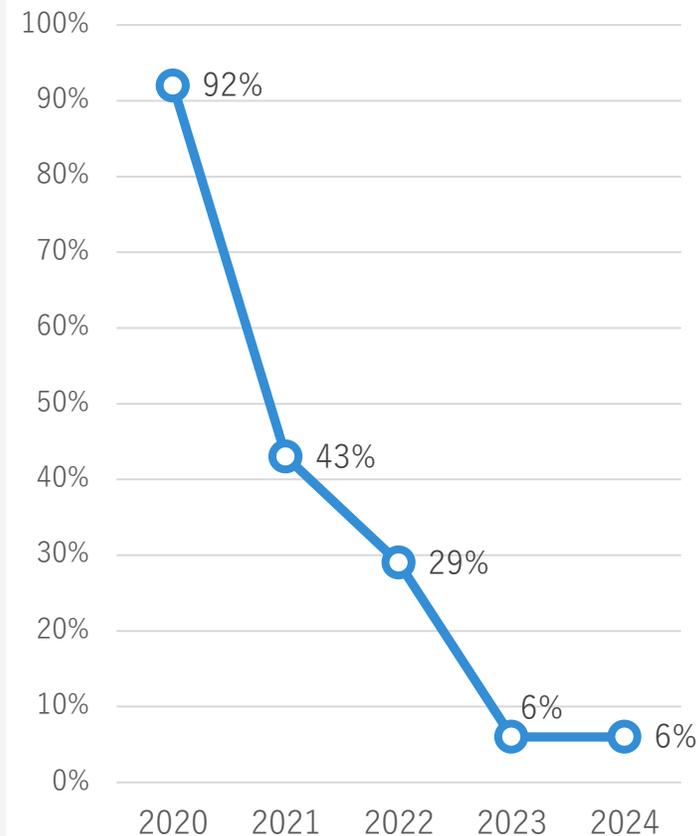
消費者



ポケマルからのメルマガ  
CVR: **0.06~0.1%**

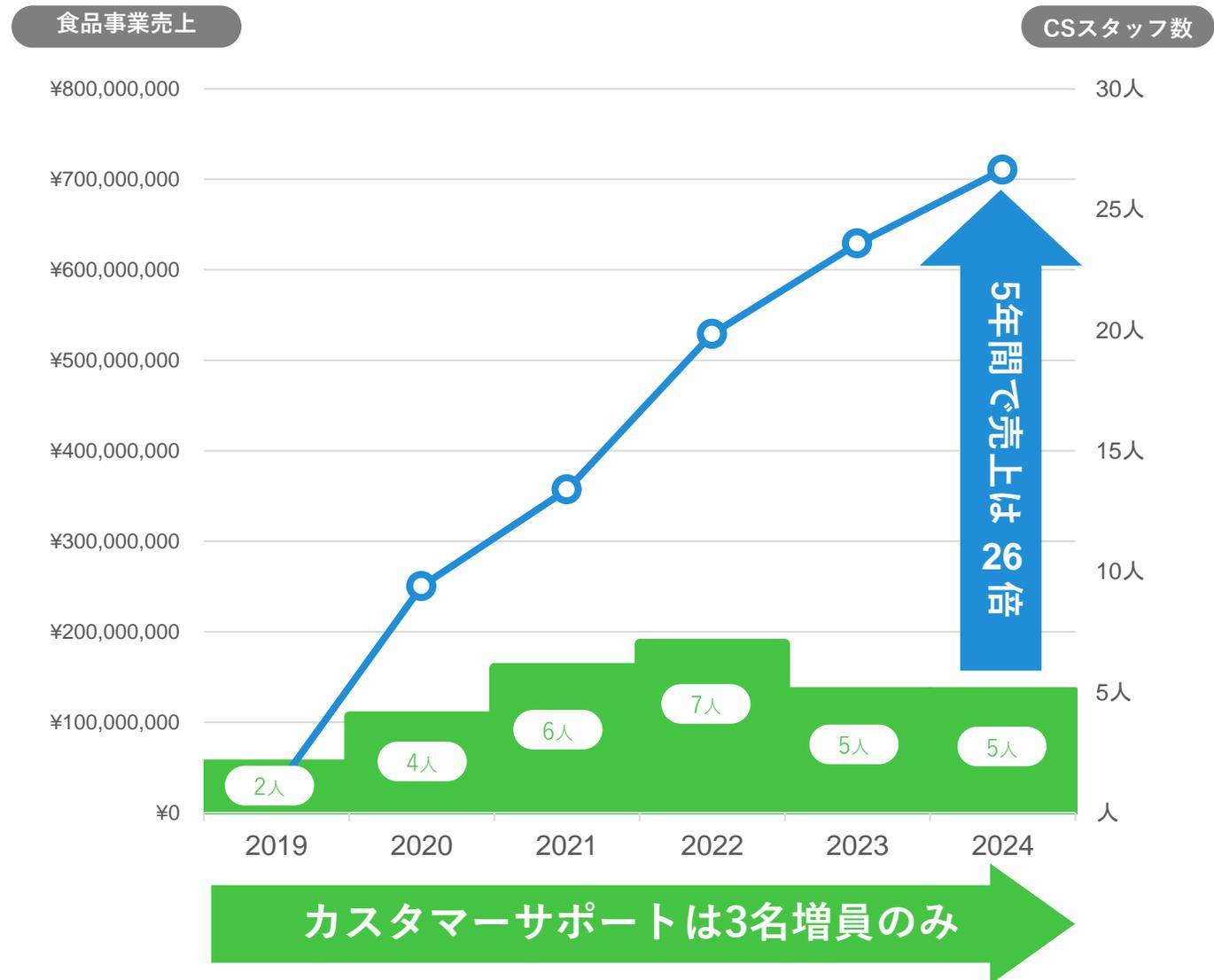


売上高広告宣伝費比率



※ 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」

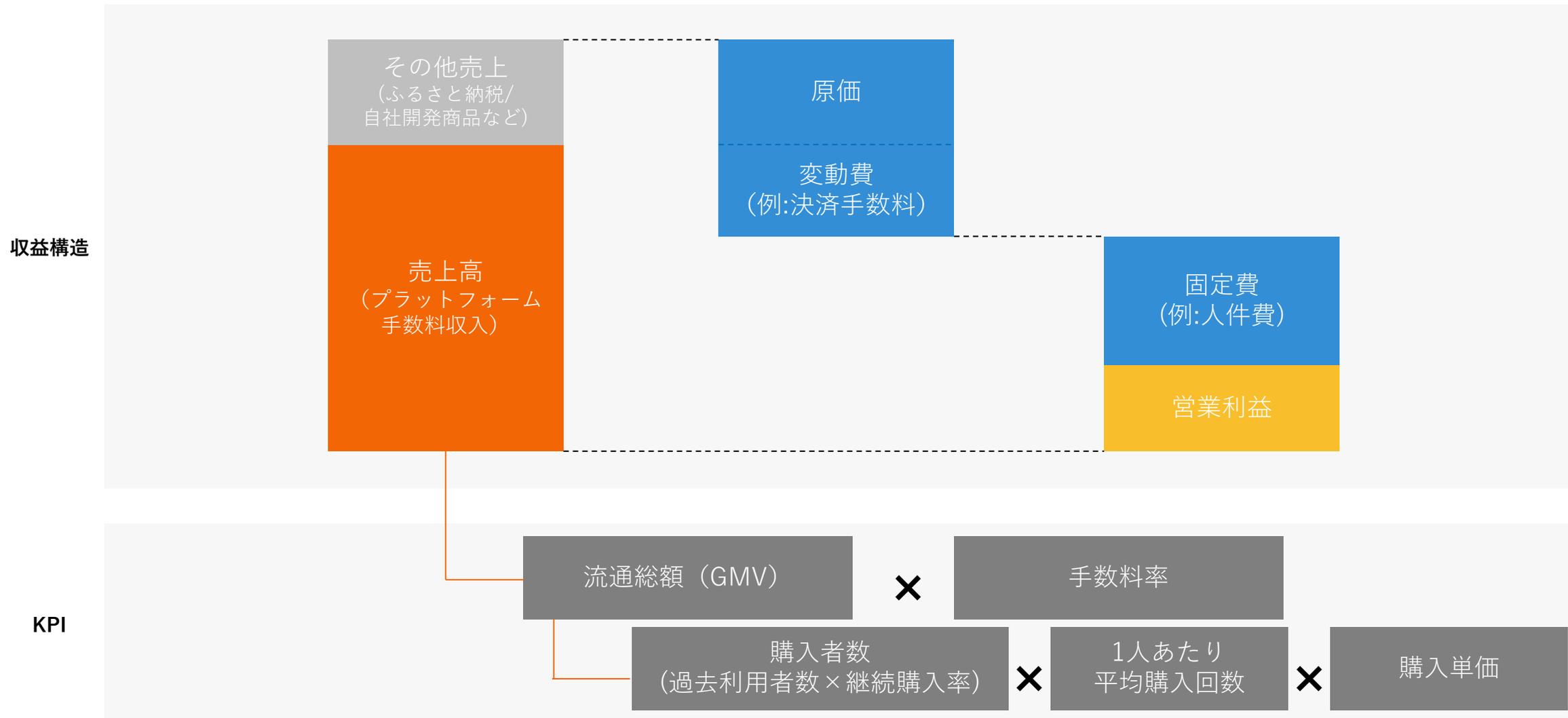
5年間で売上<sup>※</sup>は  
26倍に増えるも、  
カスタマーサポートは  
3名増員したのみ。



※ 食品事業の売上

## ビジネスモデル

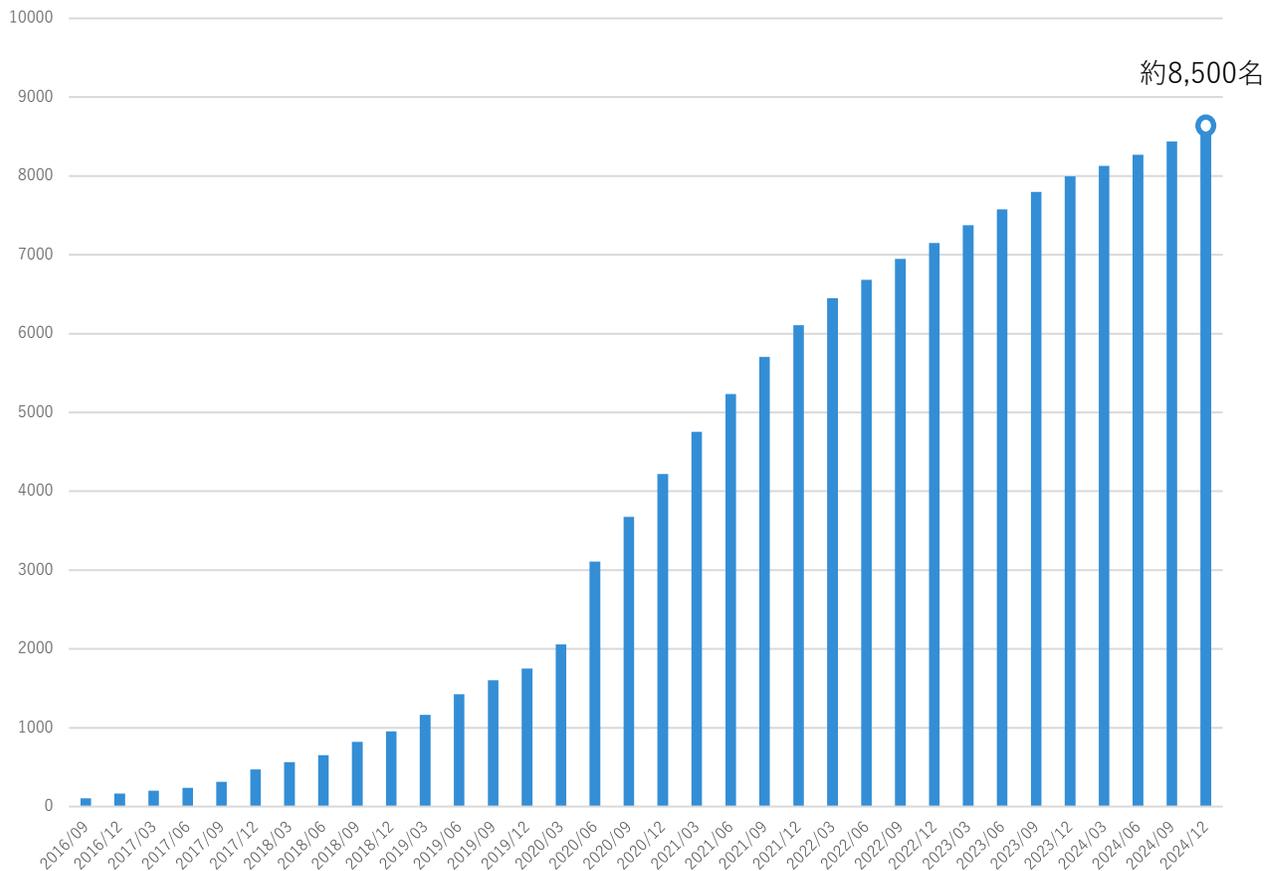
プラットフォーム型であるため、変動費割合は少なく、売上増加によって利益がダイレクトに伸びやすい



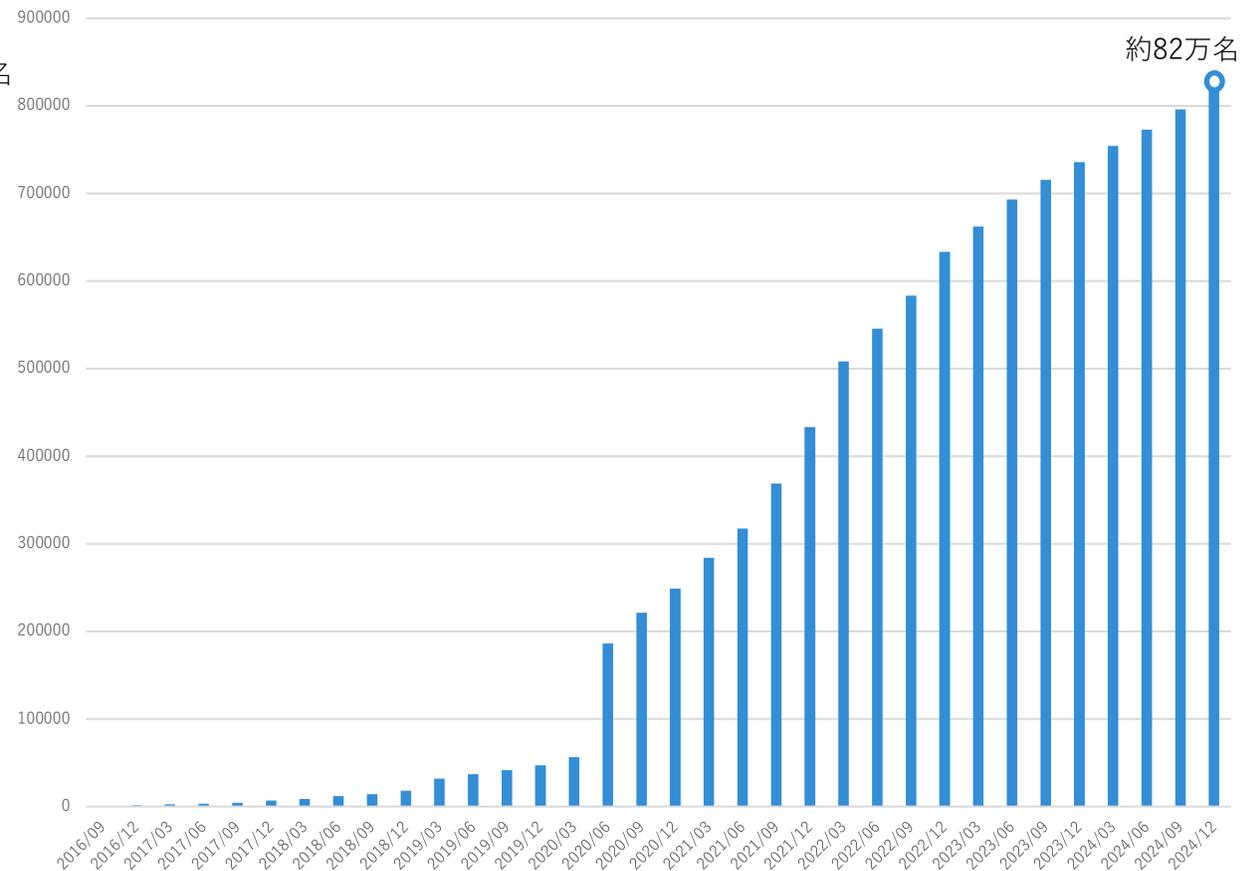
# ビジネスモデル | 主要KPI

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



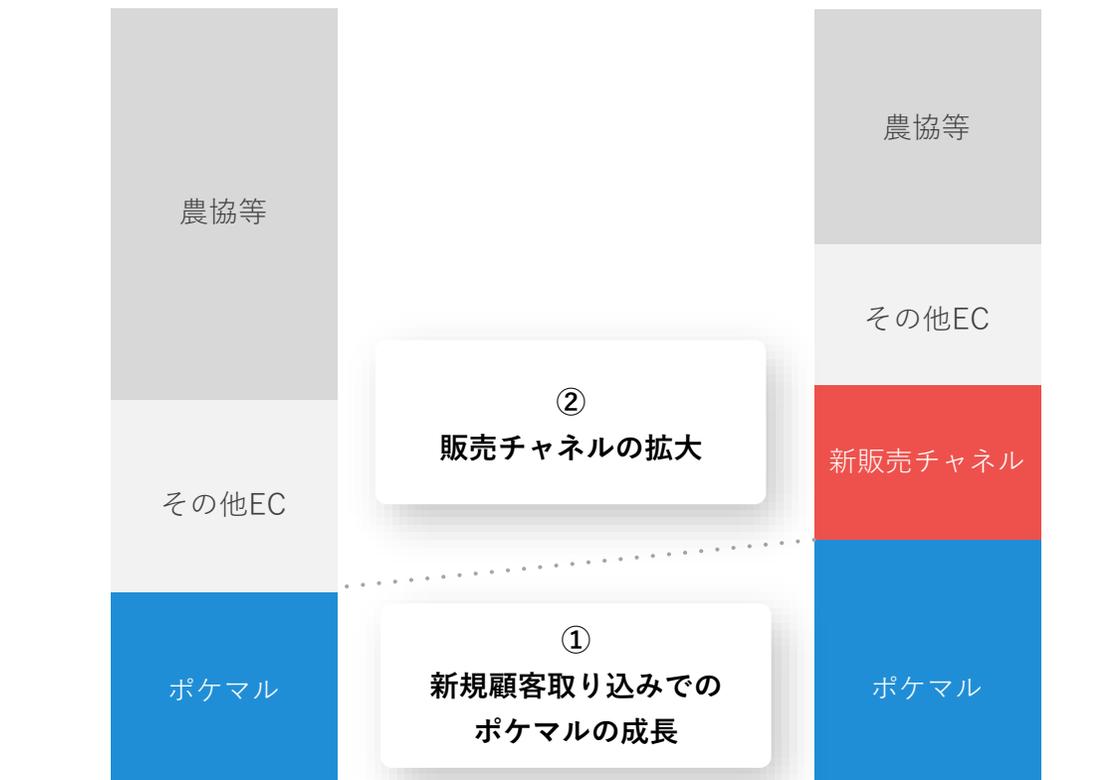
## 成長戦略

全国各地の生産者ネットワークにより、豊富なバラエティの商品群を有し、まだ出荷余力のポテンシャルもある状況。

①新規顧客取り込みでのポケマルの成長、②販売チャネルの拡大によって、生産者ネットワークを活用した成長を継続していく



### 生産者あたりの出荷状況



## 成長戦略① | 巨大な食品EC市場はまだ成長が期待される

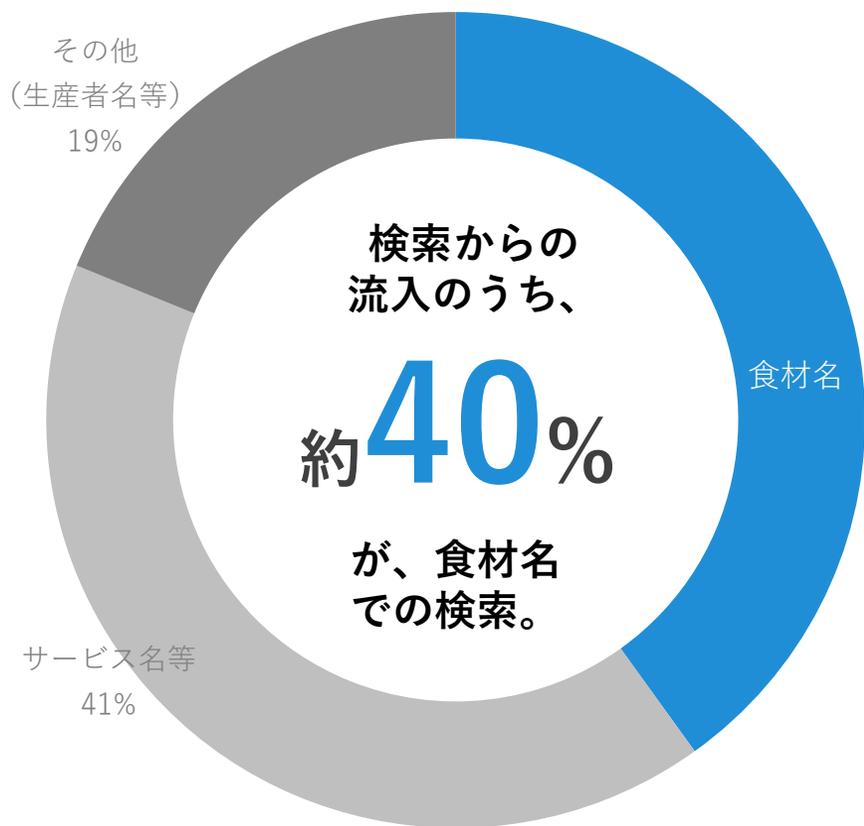
食品市場はEC化率が4.3%とまだまだ低く、  
今後もEC化が進むと考えられる。



※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

# 成長戦略① | 旬の食材を求めて新規ユーザーが自然流入し続ける

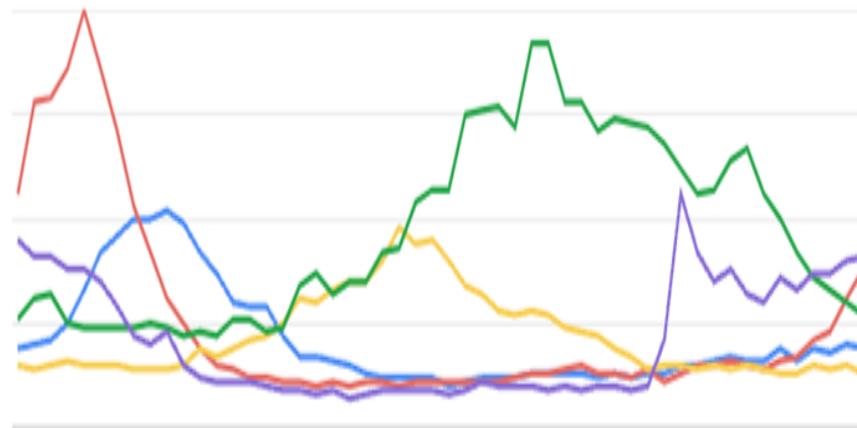
## 検索流入のキーワード傾向



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



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（2024年）：約30商品  
総発売件数（2024年）：約50,000件



月額3,380円（税込・送料込）



月額3,480円（税込・送料込）



8,200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

## スーパーへの食材卸を実施

当社の有する生産者ネットワークを活用し、  
特徴的な商品をスーパーに納品

- ・当社データ（生産者情報やレビュー情報）を活用した定番品目の魅力化
- ・希少品種の提供（例：いちごの品種フェア）  
で店舗の差別化と魅力度を高める

現在は主にマックスバリュ関東で展開

当社の保有データを活用して  
商品ポップを展開し、差別化



## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト／サステナビリティ／リスク情報

・インパクト指標



「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ます。

## 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。

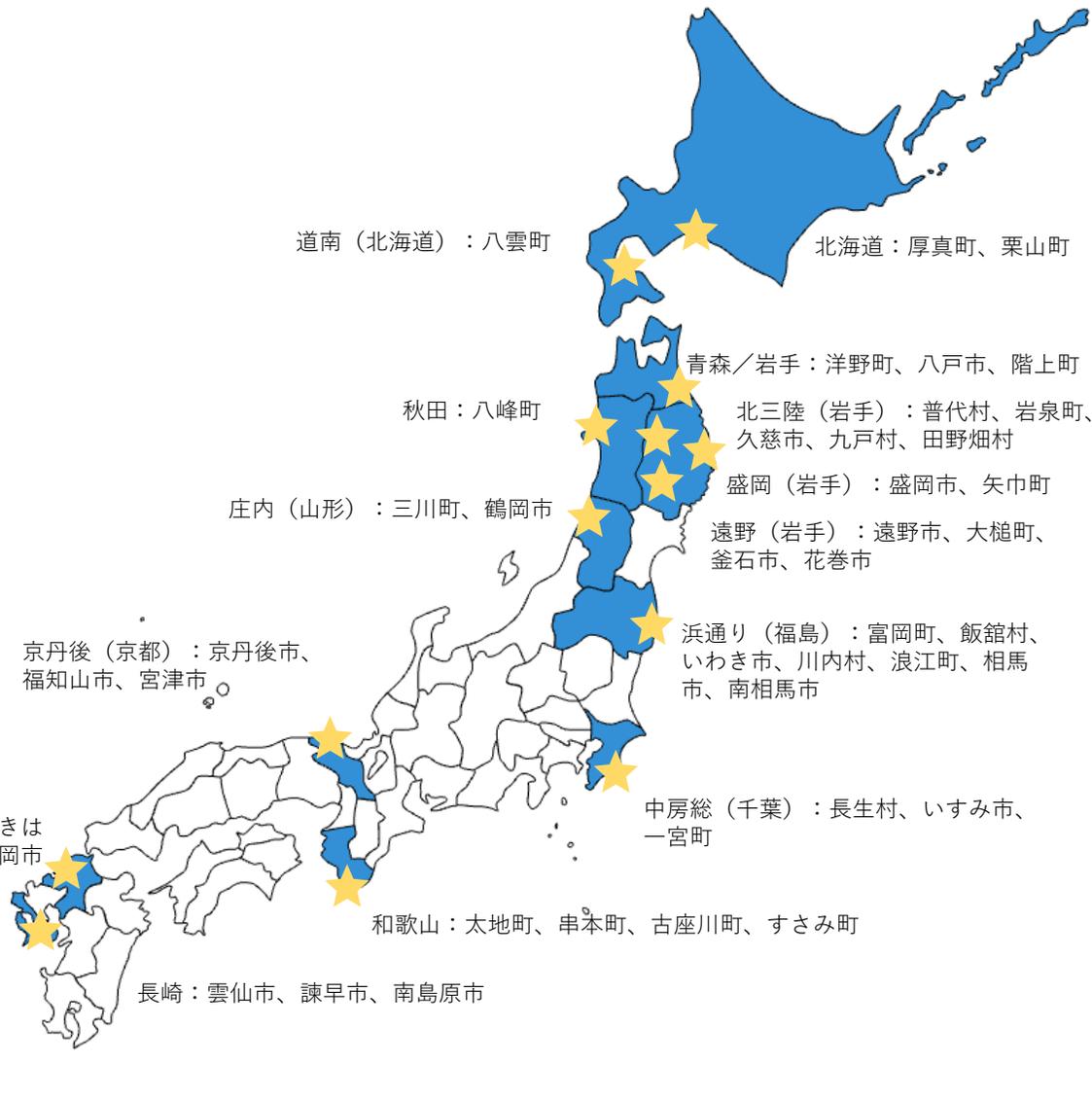
これまでに**全国14箇所**で開催し、計**316家族**が参加。

推奨意向**90.7%**\*<sub>1</sub>、リピート率が**28.4%**\*<sub>2</sub>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：「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  
\*2：2024年冬までの参加者の前年参加率316家族中90家族

# 農漁業体験



生産者 8,500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



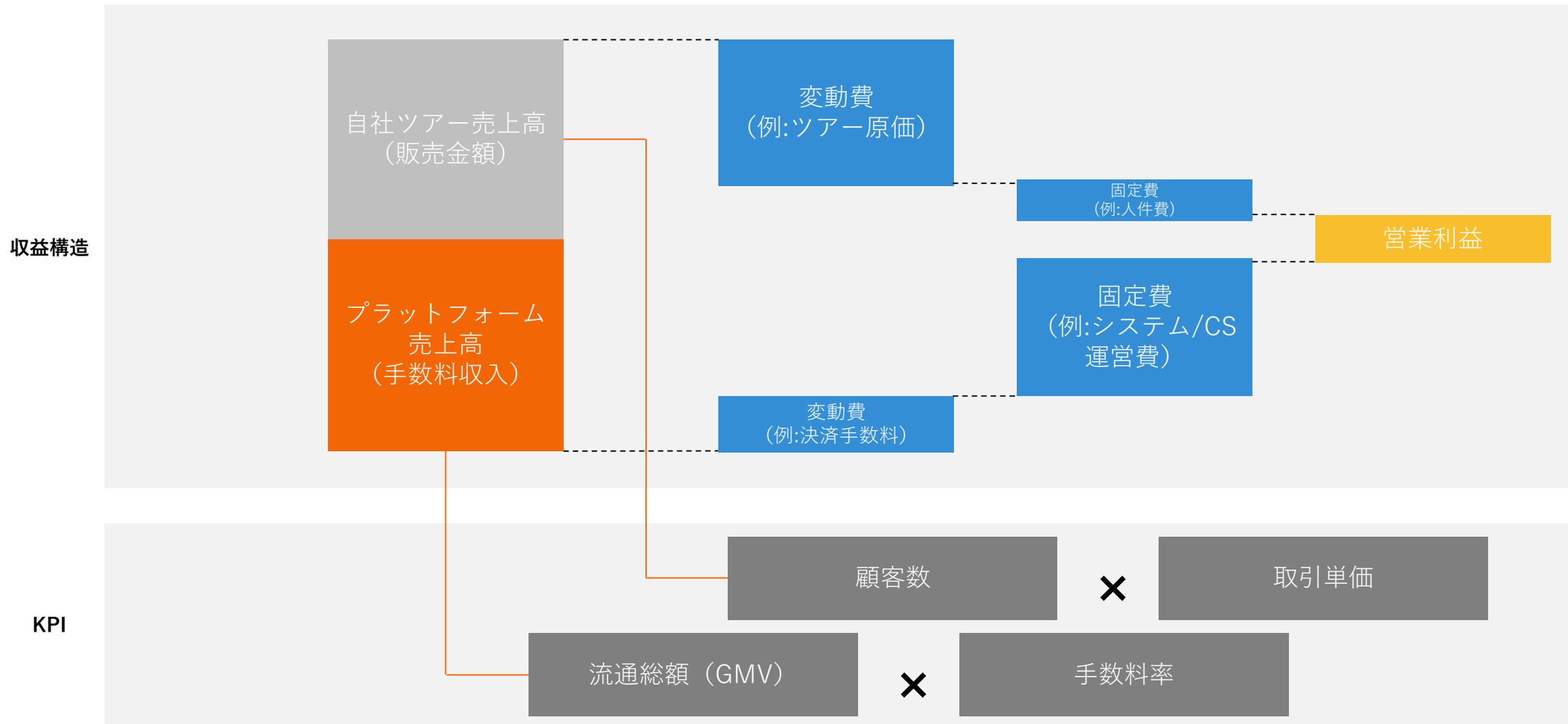
宿泊施設 1,000件

- 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

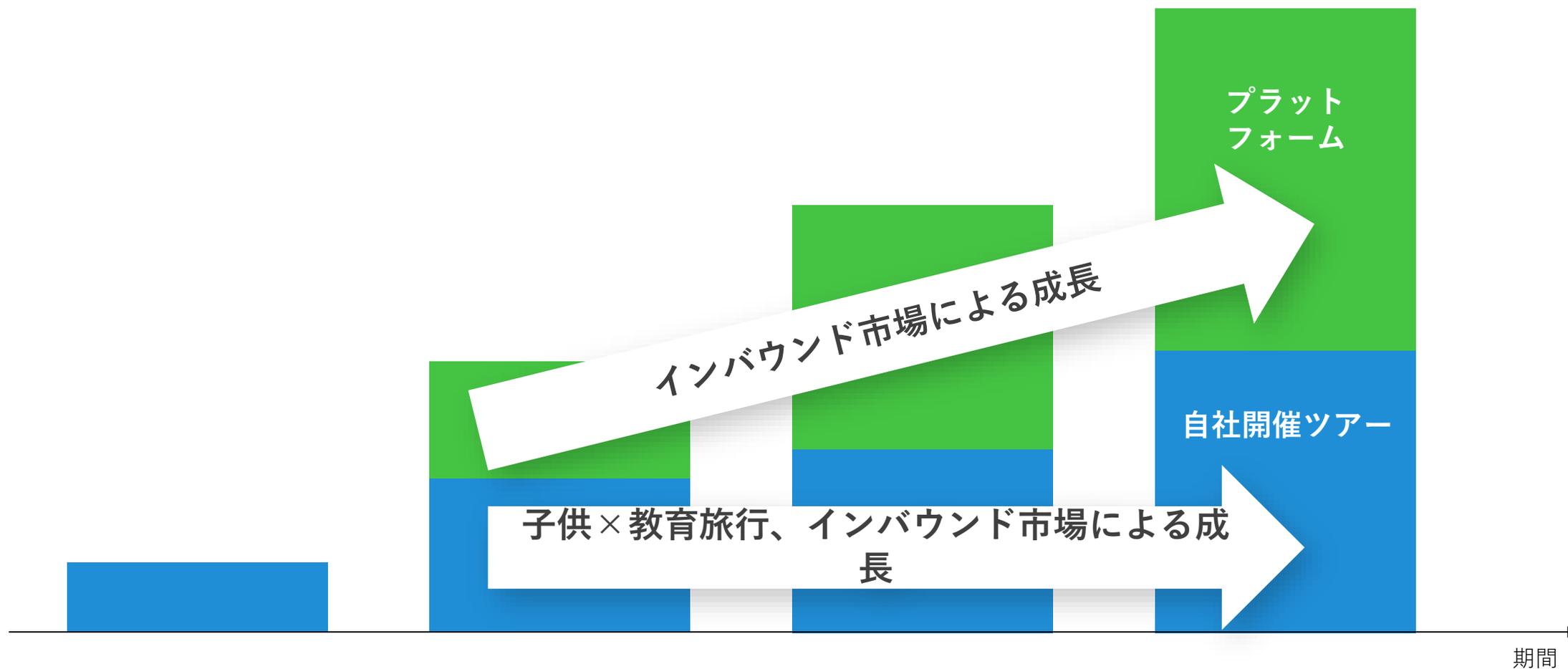
ポケマルおやこ地方留学といった自社開催ツアー、STAYJAPANの予約プラットフォームの2つの事業モデルを有している。



## 成長戦略

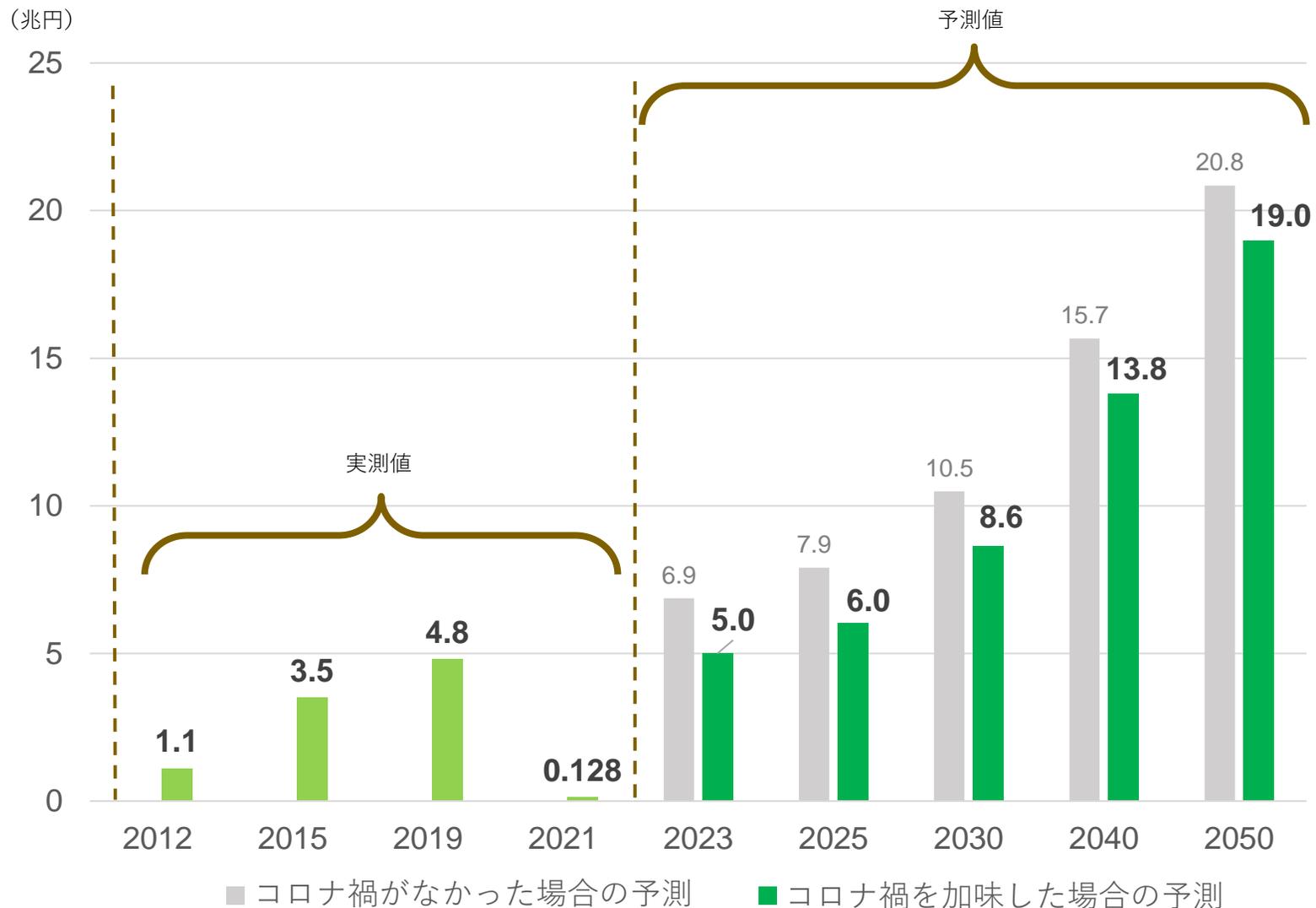
プラットフォームは、拡大するインバウンド市場を主に取り込みながら成長を図る。

自社開催ツアーは、ポケマルおやこ地方留学によって子供向け教育旅行の市場を取り込みつつ、インバウンド向け旅行の開発も行う。



# インバウンド観光客は 2050年に9,000万人<sup>※1</sup>、 年間消費額は19兆円<sup>※2</sup>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日本総研「拡大が期待される訪日外国人の展望」(2018)  
みずほフィナンシャルグループ「2050年のニッポン」(2017)より  
※2観光庁(2016)「明日の日本を支える観光ビジョン」  
観光庁(2023)「観光立国推進基本計画」  
観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2012-2023)

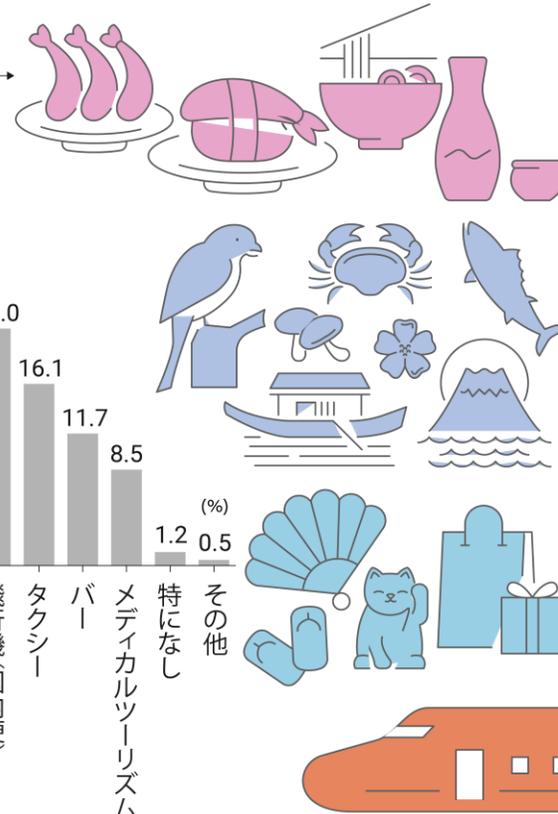
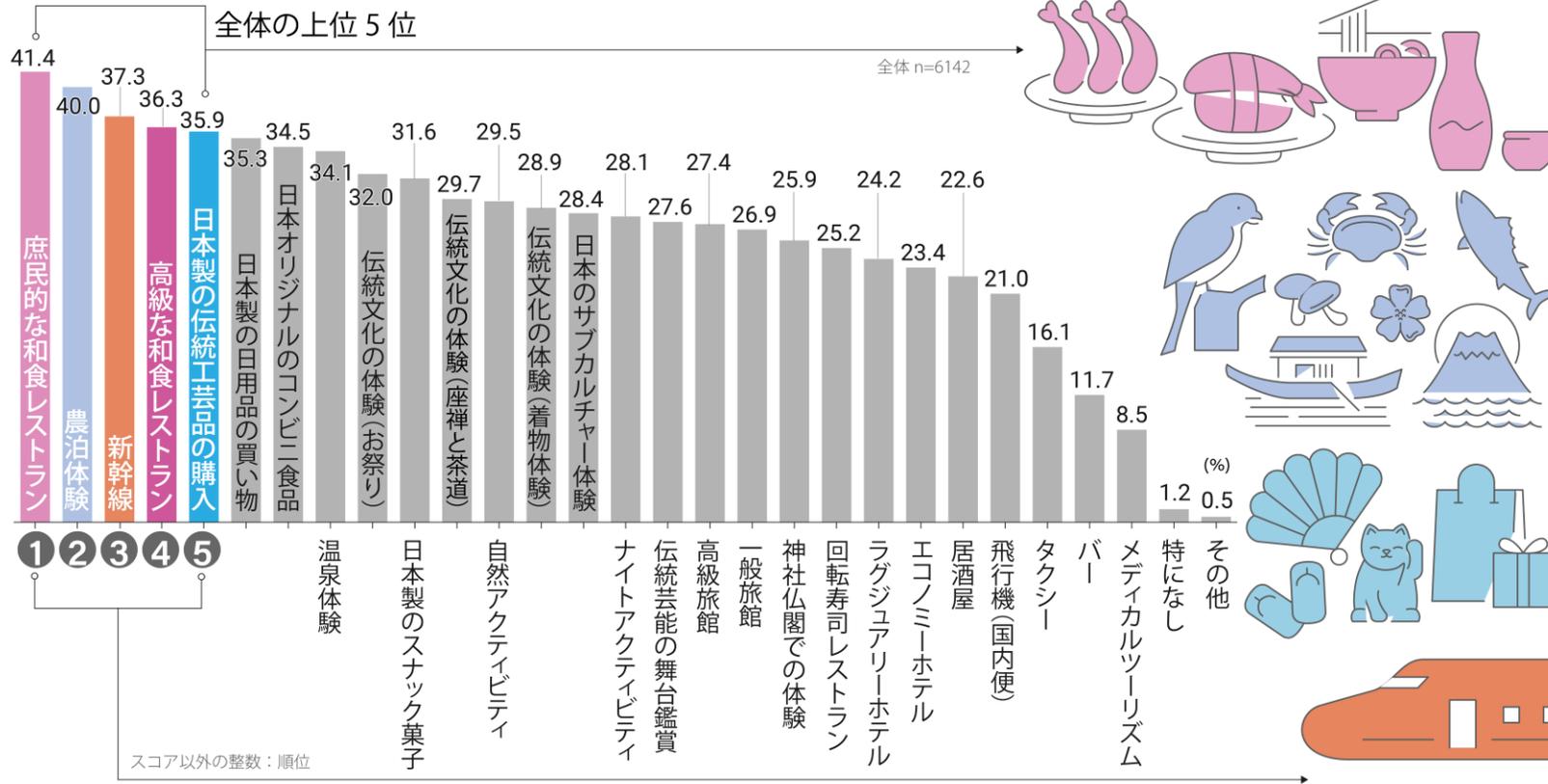
# 成長戦略① | インバウンド向け市場

## JapanBrand

【図表 5】

Q. あなたが今後来日される際に、お金を払って体験・利用したいと思うものをすべてお知らせください。(MA)

関心 | お金を払って体験・利用したいと思うもの

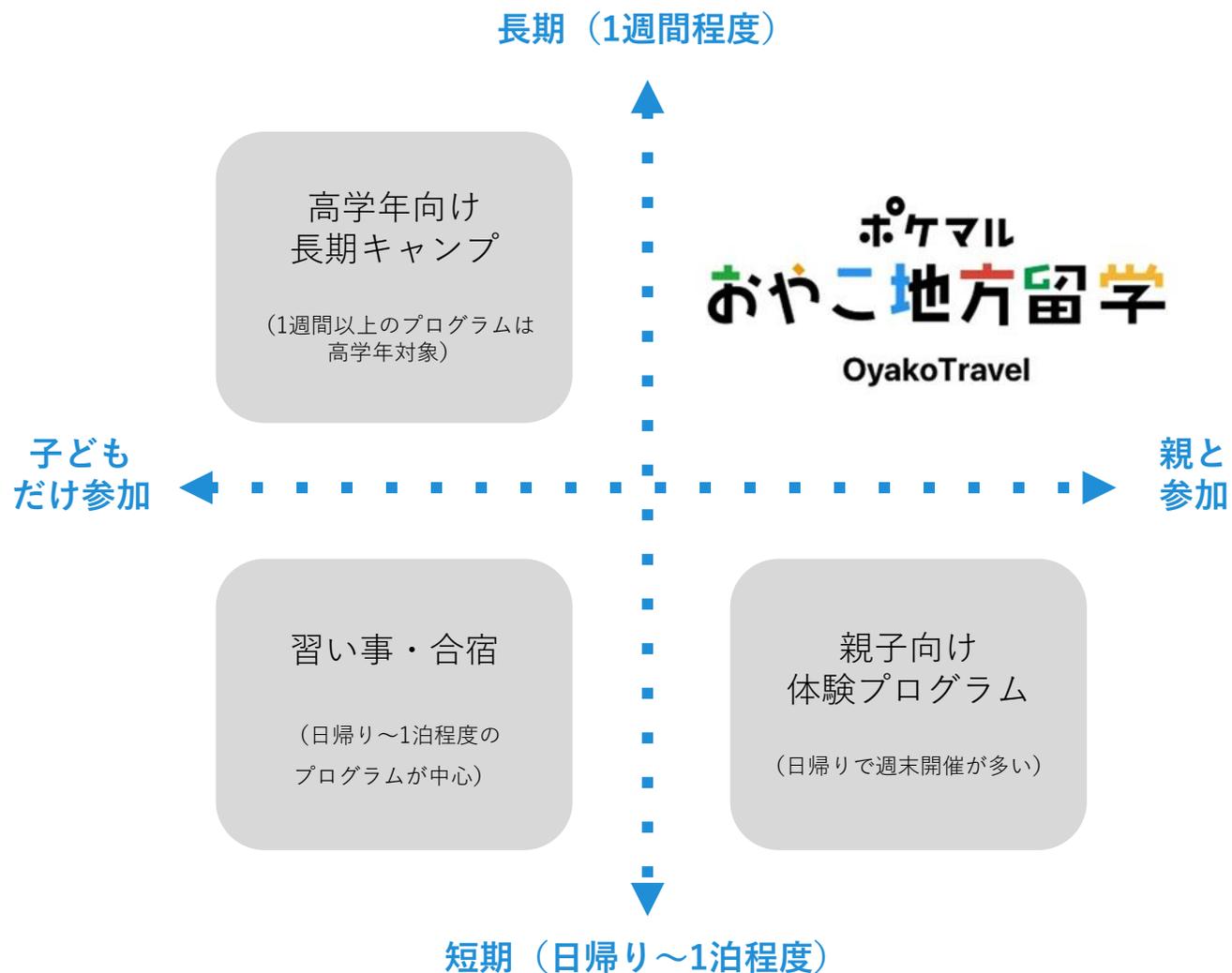


日本食をフックに  
地方の生産者が  
提供する旅行体験  
コンテンツへ誘導

インバウンド観光客の  
最大の関心事「日本食」。  
さらに、生産者が提供可能な  
体験コンテンツへの一定の  
ニーズが存在。

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。



## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

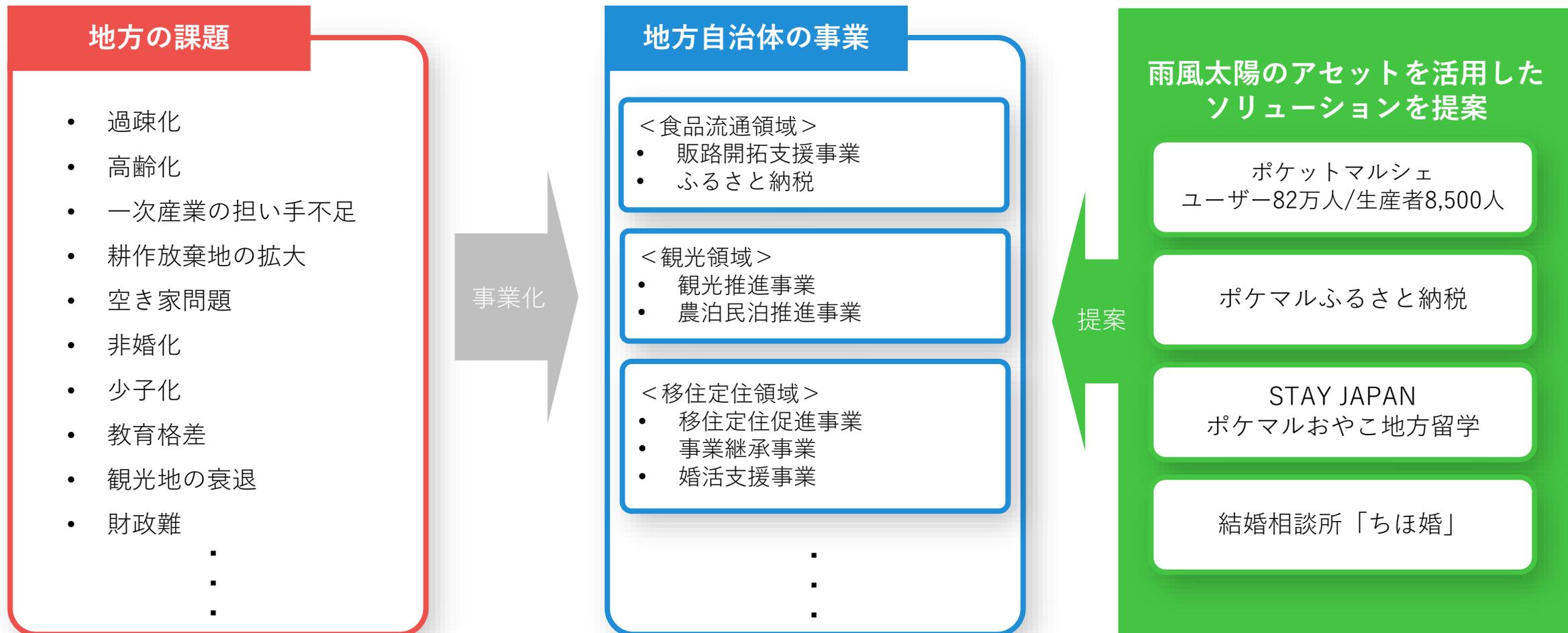
・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト/サステナビリティ/リスク情報

・インパクト指標

## 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おります。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、地方自治体に対しさまざまな形でのサービス提供が可能です。具体的には、食品流通領域や観光領域、移住定住領域などでのサービスを展開しています。



## 事業概要 | 自治体向け支援サービス事例①

# 産直EC での販売促進

発注者 群馬県農政部ぐんまブランド推進課

事業名 ニューノーマルに対応した県産農畜産物PR事業

- 目的
- 生産者の販路開拓・定着支援
  - 群馬県産農畜産物の認知度向上及びファン獲得

### 主な業務内容

#### [1] 産直ECポケットマルシェ上での群馬県農畜産物の販売促進

- 生産者向け登録説明会
- 生産者向けEC販売ノウハウを伝えるワークショップ
- 割引クーポン付きキャンペーン
- 産地と消費者とを繋げるオンラインイベントの企画/実施

#### [2] 首都圏飲食店とコラボした群馬県農畜産物フェアの企画/実施

### 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
- 首都圏飲食店とのコラボに関する企画性



▲ 生産者向け研修会の様子

## 農業体験プログラムの実施

発注者 茨城県かすみがうら市 産業経済部

事業名 かすみがうら市農業体験プログラム委託事業

- 目的
- 地元農家/域外事業者と連携した研修型ワーケーションの実証
  - 新規就農者の創出/事業継承の促進

### 主な業務内容

- [1] 市内農家と域外農業体験希望者による農業体験プログラムの実施
  - 生産者事前オンライン説明会の実施
  - 告知プロモーション
- [2] 市内農業体験プログラム全3回の企画・運営

### 受託の理由/ポイント

- かすみがうら市内の農業体験を受入可能な農業者の発掘・選定
- 参加者のレベルに合わせた農業体験プログラムの企画・運営
- プログラム参加者の募集及び体験参加中のフォロー

プログラム終了後、2名が実際に移住就農を検討中



▲ 農業体験プログラム  
1回目の様子(勉強会)



▲ 2回目の様子  
(販売サポート/倉庫見学)



▲ 3回目の様子  
(ワークショップ/振り返り)

# インバウンド観光コンテンツ

発注者 大分県商工観光労働部観光局 観光誘致促進室

業務名 令和4年度インバウンド観光コンテンツ高付加価値化促進委託業務

- 目的
- 県内の観光関連事業者等の高付加価値化に対する理解促進
  - 高付加価値化コンテンツの掘り起し、商品開発

## 主な業務内容

- [1] ターゲット市場のニーズ等調査
- [2] 高付加価値化コンテンツのリスト化
- [3] モデルコース等造成
- [4] 高付加価値化旅行商品造成の研修
- [5] 国内ランドオペレーター等を対象としたマッチング交流会
- [6] 高付加価値商品のセールス結果のフィードバック
- [7] 報告業務

## 受託の理由／ポイント

- インバウンドの地方誘客は食を起点とすべきという企画性
- 104人存在する大分県内登録生産者中8名がインバウンドの受入可能
- JALとの共同提案によるヒアリング、提案能力



▲ 魚捌き・寿司握り体験



▲ ヒオウギ貝BBQ



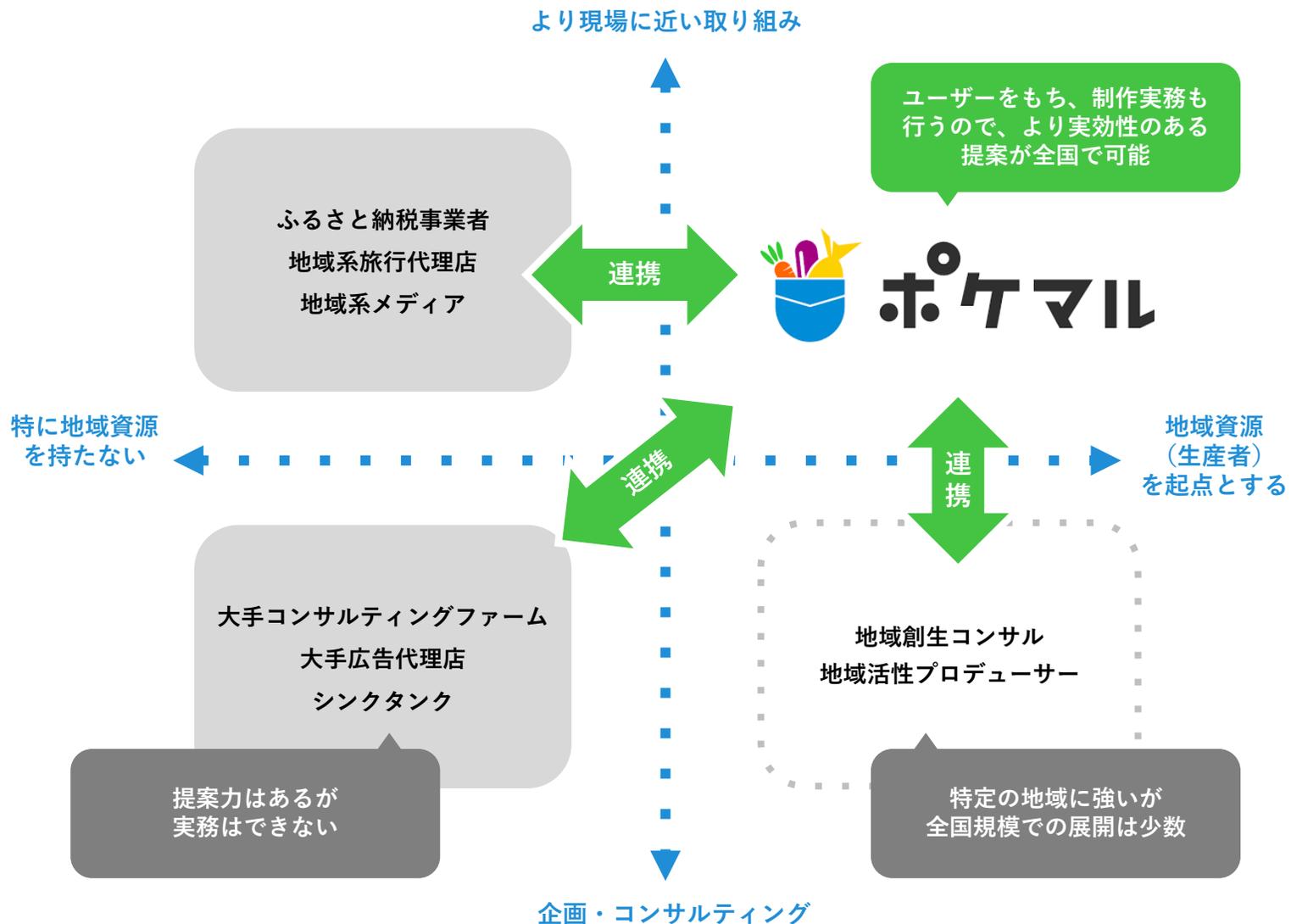
▲ 棚田収穫体験



▲ 有機農業体験

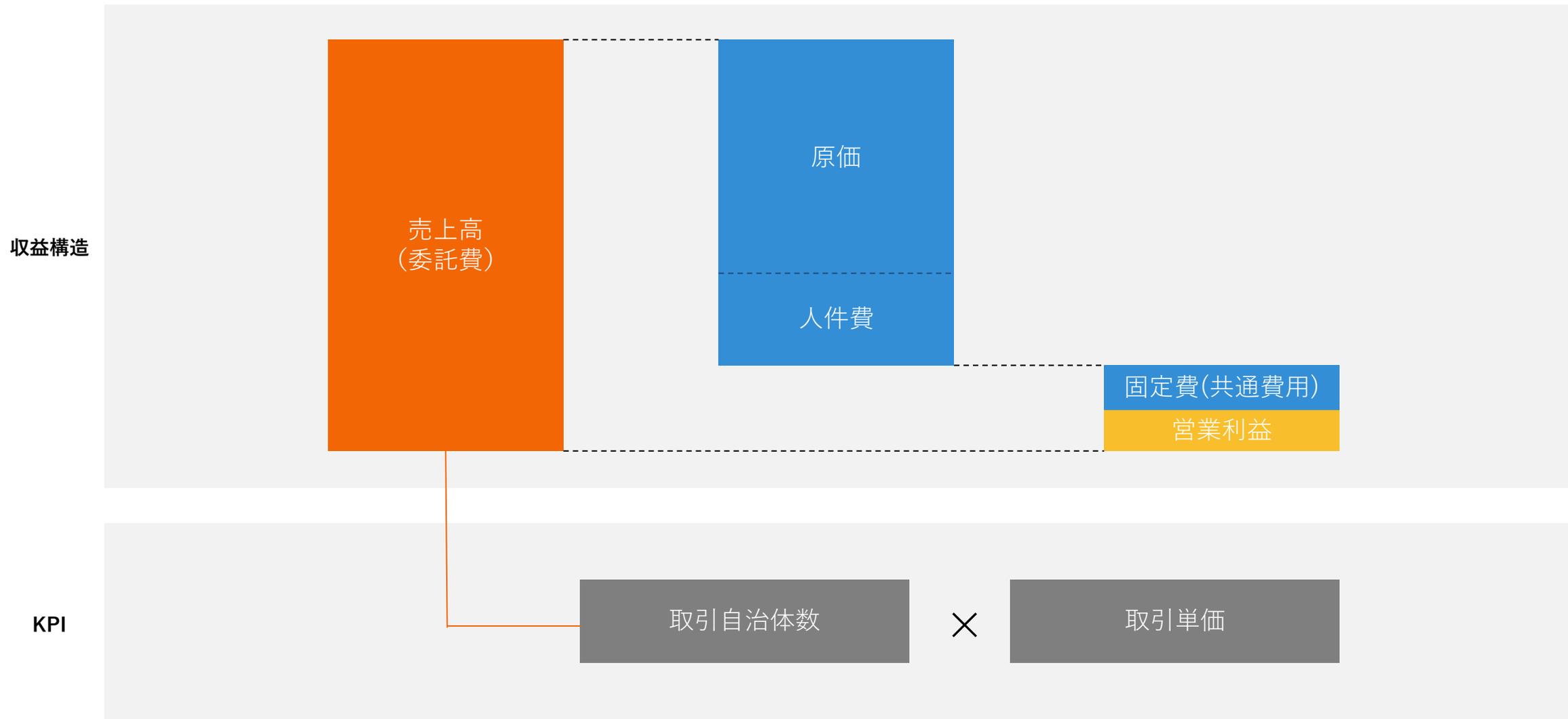
コンサルティングを  
行うだけではなく、  
ユーザーを扱った取り組みや、  
クリエイティブ制作実務  
などもパッケージで提供でき、

より実効性のある  
取り組みが可能。



## ビジネスモデル

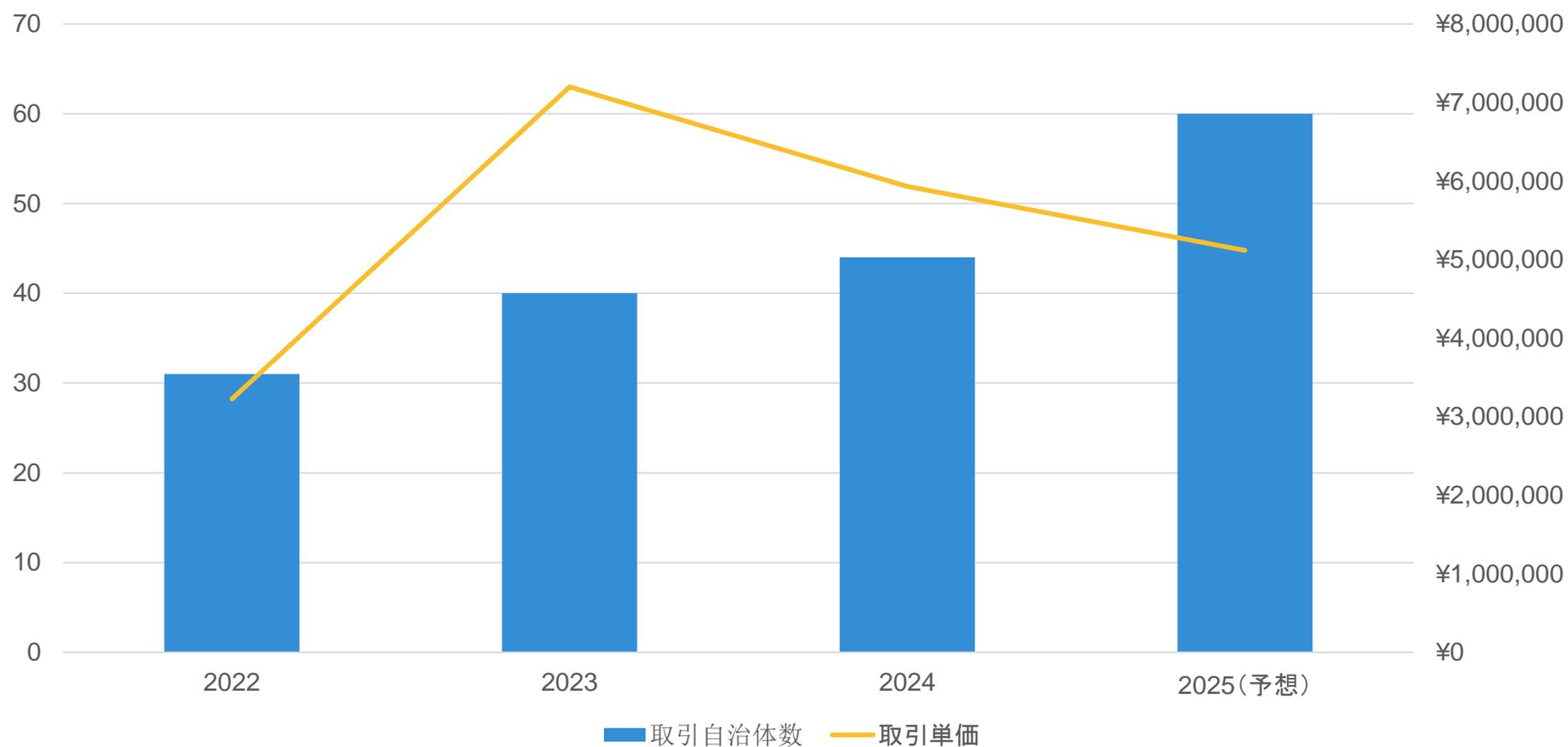
売上高は取引自治体数×案件単価で構成され、案件ごとに原価・人件費がかかるため、営業利益はその差額の積み上げとなる



## ビジネスモデル | 主要KPI

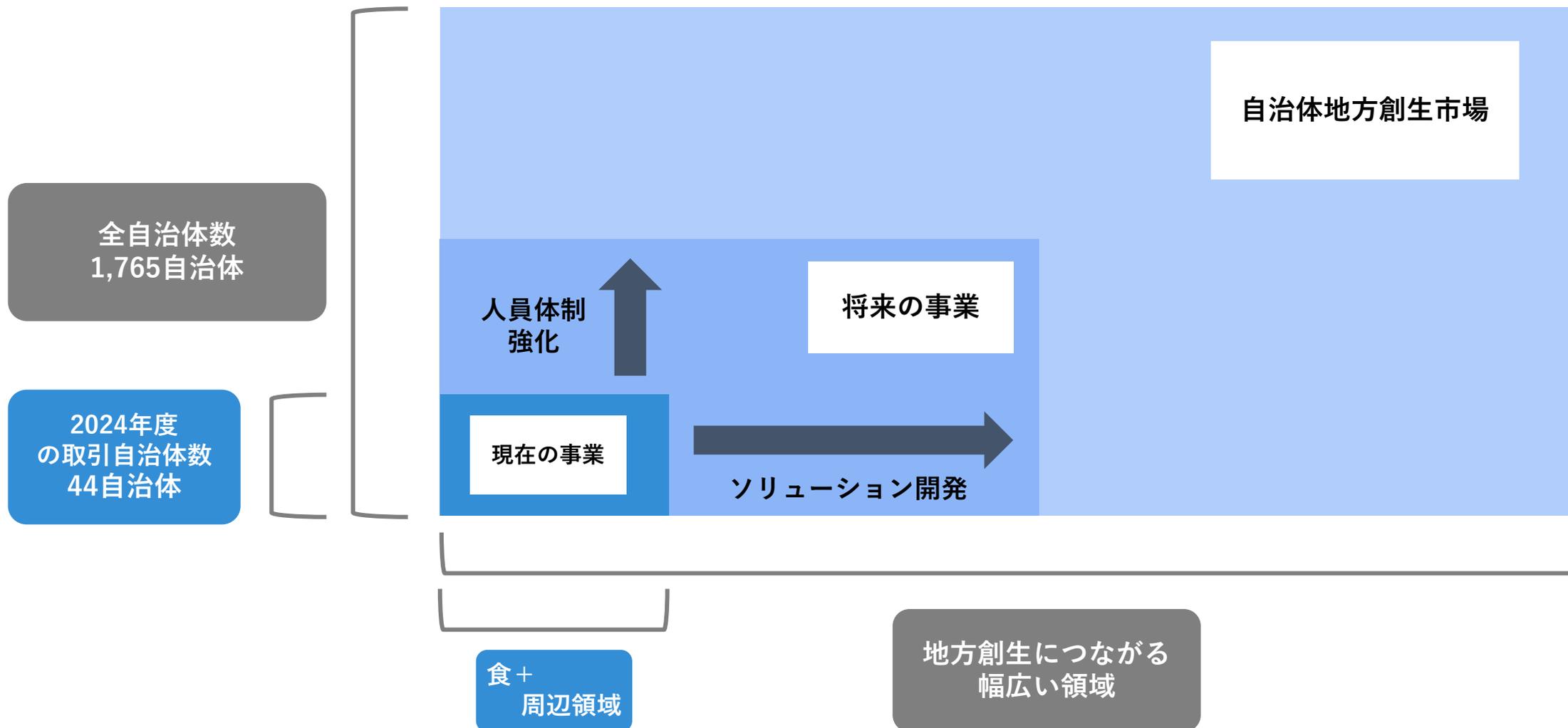
- 平均継続年数が数年間となるため、リピート顧客も増えていく
- 自治体向けに提供するソリューションが拡大している
- 人員数が増加している

これらにより、取引自治体数が積み上がっている



# 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 | ソリューション開発 (事例1: 継業)

事業承継版・空き家バンク = 「ニホン継業バンク」を運営するココホレジャパン株式会社と資本業務提携を締結し、自治体への継業支援サービスにおいて協業。

市場環境としては、2025年度より「特別交付税措置」が新設されることになり、自治体事業の拡大が想定される。

### 自社のアセット

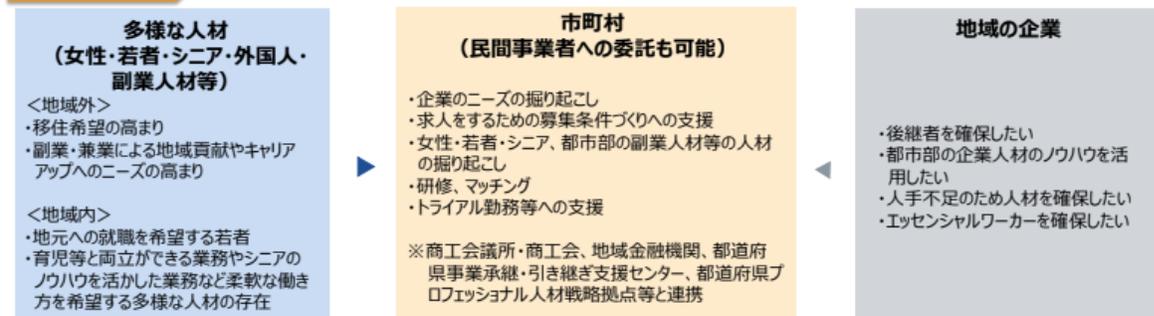


### 市場環境

#### 事業承継等人材マッチング支援事業【R7新規】(特別交付税措置)

市町村が、  
○特に地域企業の担い手としての潜在力が高い女性・若者・シニア・外国人・副業人材等の多様な人材と、  
○事業承継の後継者となる人材、プロフェッショナル人材(経営課題を解決するために専門的なスキルや経験を持つ人材)、  
地域企業の事業を支えるスタッフ、介護・交通等の分野の専門的な資格等を有するエッセンシャルワーカー等の人材を求める地域企業との間の効果的なマッチングを支援する場合の経費を支援

#### 事業イメージ



#### 対象経費

- ・人材・事業所等に対する調査に要する経費
- ・マッチングシステム、ウェブサイト構築に要する経費
- ・マッチングトライアルに対する支援に要する経費
- ・交流会、ワークショップ等の開催に要する経費
- ・コーディネータ等の配置に要する経費(自治体職員の人件費除く)
- ・地域人材の育成に要する経費(研修会、セミナー開催)

※ 地方単独事業、かつ、自治体が策定する事業計画に基づく経費が対象

#### 特別交付税措置

1団体あたり 15,000千円(上限額) × 措置率0.5(市町村の財政力に応じて補正)

## 成長戦略 | ソリューション開発 (事例2: 婚活)

結婚相談所事業を中心に婚活事業を複合展開し、日本一多くの成婚を創出している株式会社IBJに加盟し、地方婚活を支援する結婚相談所「ちほ婚！」を開設。

市場環境としては、少子化対策を背景として、地域少子化対策重点推進交付金として交付金が措置されている。

### 自社のアセット



### 市場環境

若い世代のライフデザインの可能性の最大化  
(地域における結婚支援事業等への支援強化 (地域少子化対策重点推進交付金)) 長官官房 少子化対策室

令和7年度予算案 10億円 (10億円)

#### 事業の目的

- 我が国の少子化は深刻さを増しており、静かな有事とも言える状況にある。令和4年に引き続き令和5年も出生数は80万人を割り込み、過去最少となり、政府の予測よりも早いペースで少子化が進んでいる。効果的な少子化対策の推進には、政府の取組に加え、住民に身近な地方公共団体が、地域の実情や課題に応じた取組を進めることが重要であることから、地方公共団体が行う少子化対策の取組を強力に推進するため、地域少子化対策重点推進交付金による取組を継続する。

#### 事業の概要

- ① 地域少子化対策重点推進事業**  
結婚、子育てに関する地方公共団体の取組 (結婚に対する取組、結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成の取組) を支援する。
  - ライフデザイン・結婚支援重点推進事業
    - 一般メニュー (補助率: 2/3)  
結婚支援センターの開設・運営、結婚支援を行うボランティアの育成・ネットワーク化 等
    - 重点メニュー (補助率: 3/4)  
自治体間連携を伴う取組、若い世代の描くライフデザイン支援  
結婚支援事業者との官民連携型結婚支援、AIを始めとするマッチングシステムの高度化・地域連携 等
  - 結婚支援コンサルシユ事業 (補助率: 3/4)
  - 結婚、妊娠・出産、子育てに温かい社会づくり・気運醸成事業
    - 一般メニュー (補助率: 1/2)  
結婚、妊娠・出産、子育て支援情報の「見える化」支援 等
    - 重点メニュー (補助率: 2/3)  
自治体間連携を伴う取組、地域全体で結婚・子育てを応援する気運醸成、育児休業取得と家事・育児分担の促進 等
- ② 結婚新生活支援事業**  
結婚に伴う新生活を経済的に支援するため、地方公共団体が新婚世帯を対象に家賃・引越費用等を補助する取組を支援する。
  - 一般コース (補助率: 1/2)
  - 都道府県主導型市町村連携コース (補助率: 2/3)  
【対象世帯所得】500万円未満 【交付上限額】夫婦共に29歳以下: 60万円  
夫婦共に39歳以下 (上記世帯を除く): 30万円

#### 実施主体等

【実施主体】都道府県、市区町村等

13

## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

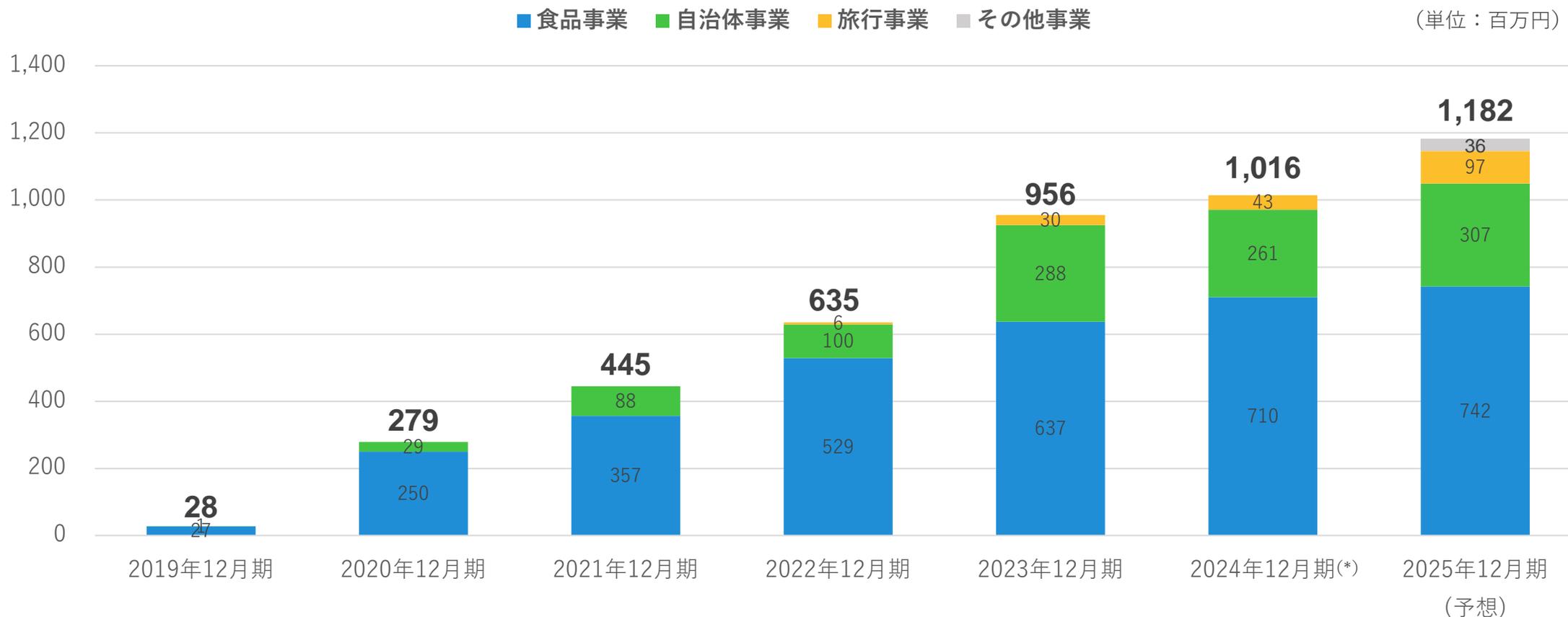
・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト／サステナビリティ／リスク情報

・インパクト指標

## 事業の内容：事業別の売上推移

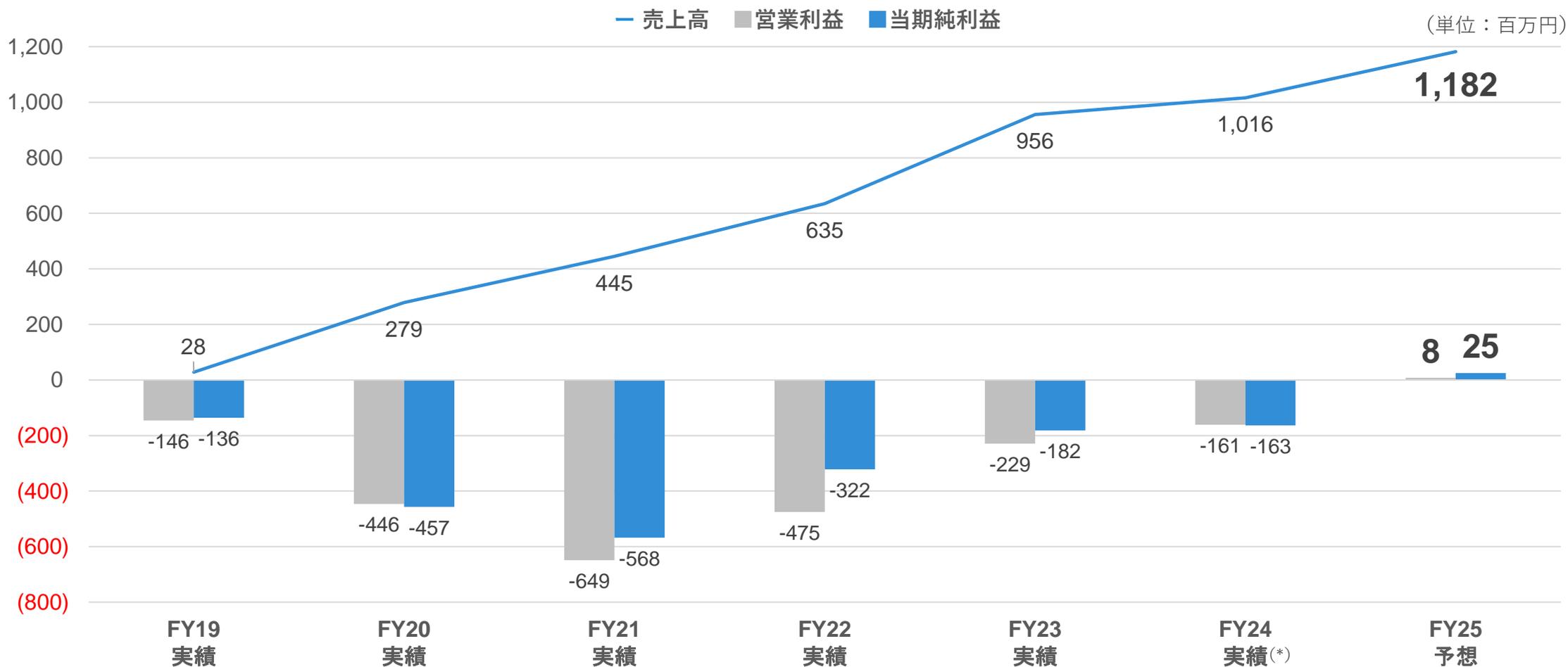
食品事業はコロナ禍において大きく伸長した後、安定して成長しております。自治体事業は2022年より本格的に自治体への提案を行い、成長しております。旅行事業は2022年から始まり、着実に成長しております。



(\*) 2024年12月期の通期業績予想（当初）は売上高1,363百万円であったものの、自治体事業における移住定住関連の商品力不足による営業不振等や、旅行事業における「ポケマルおやこ地方留学」のマーケティング活動が遅れたこと等により、2024年11月14日に通期業績予想を修正。

## 事業の内容：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月期には黒字化を見込んでおります。



(\*) 2024年12月期の通期業績予想（当初）は売上高1,363百万円、当期純利益△55百万円であったものの、自治体事業における移住定住関連の商品力不足による営業不振等や、旅行事業における「ポケマルおやこ地方留学」のマーケティング活動が遅れたこと等により、2024年11月14日に通期業績予想を修正。

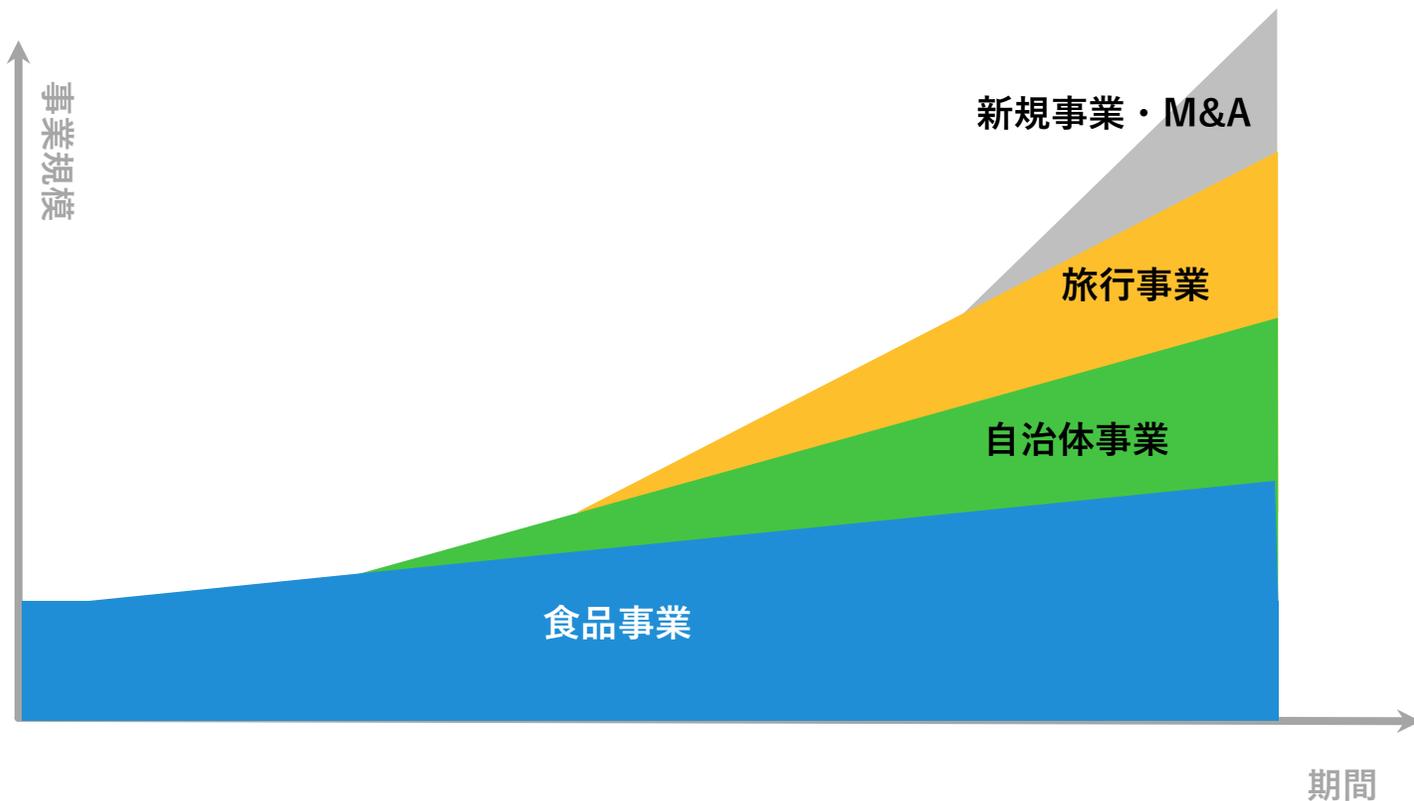
## 事業の収益構造

(百万円)

	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
売上高	28	279	445	635	956	1,016
売上原価	0	25	116	155	386	354
人件費※	80	156	274	294	306	338
業務委託費	20	86	84	92	74	51
広告宣伝費	5	256	193	187	63	63
通信費	8	32	44	60	50	52
その他	62	170	385	324	305	317
販売管理費計	174	701	979	957	799	822
営業損益金額	-146	-446	-649	-475	-229	-161
営業外収益	11	12	88	156	69	8
営業外費用	0	0	3	2	21	7
当期純損益金額	-136	-457	-568	-322	-182	-163

※ 役員報酬、給料、法定福利費の合計

## 今後の成長戦略 [全体像]



1

食品事業の収益力強化

FY24進捗:手数料率の変更 (20→23%)

2

取引領域の拡大・自治体数増加による  
自治体事業の成長

FY24進捗:自治体数拡大 (40→44自治体)

3

生産者が提供する体験と宿泊を組み合わせ、  
訪日インバウンド市場への進出

FY24進捗: (株)百戦錬磨の関連会社化

4

新規事業・M&Aによる非連続の成長

FY24進捗: (株)百戦錬磨の関連会社化、結婚相談所開設

## 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。



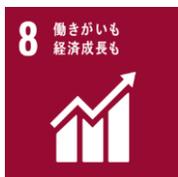
### 2 ポケットマルシェ／ポケマルおやこ地方留学

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 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 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 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 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 応援出品サポート／カナリアの声

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。また気候変動の生産現場への影響を「カナリアの声」という名称でコンテンツ化し定期的に発信を行う。



### 14 ポケットマルシェ／食べる通信／こども食育クラブ

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 食べる通信／こども食育クラブ／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。

## 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10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。CtoCプラットフォーム「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。

## インベストメントハイライト

・当社について

・食品事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・旅行事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・自治体事業（事業概要/競争力の源泉/ビジネスモデル/成長戦略）

・財務ハイライト／サステナビリティ／リスク情報

・インパクト指標

## 事業計画：経営指標

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つの指標を経営上重視している、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。

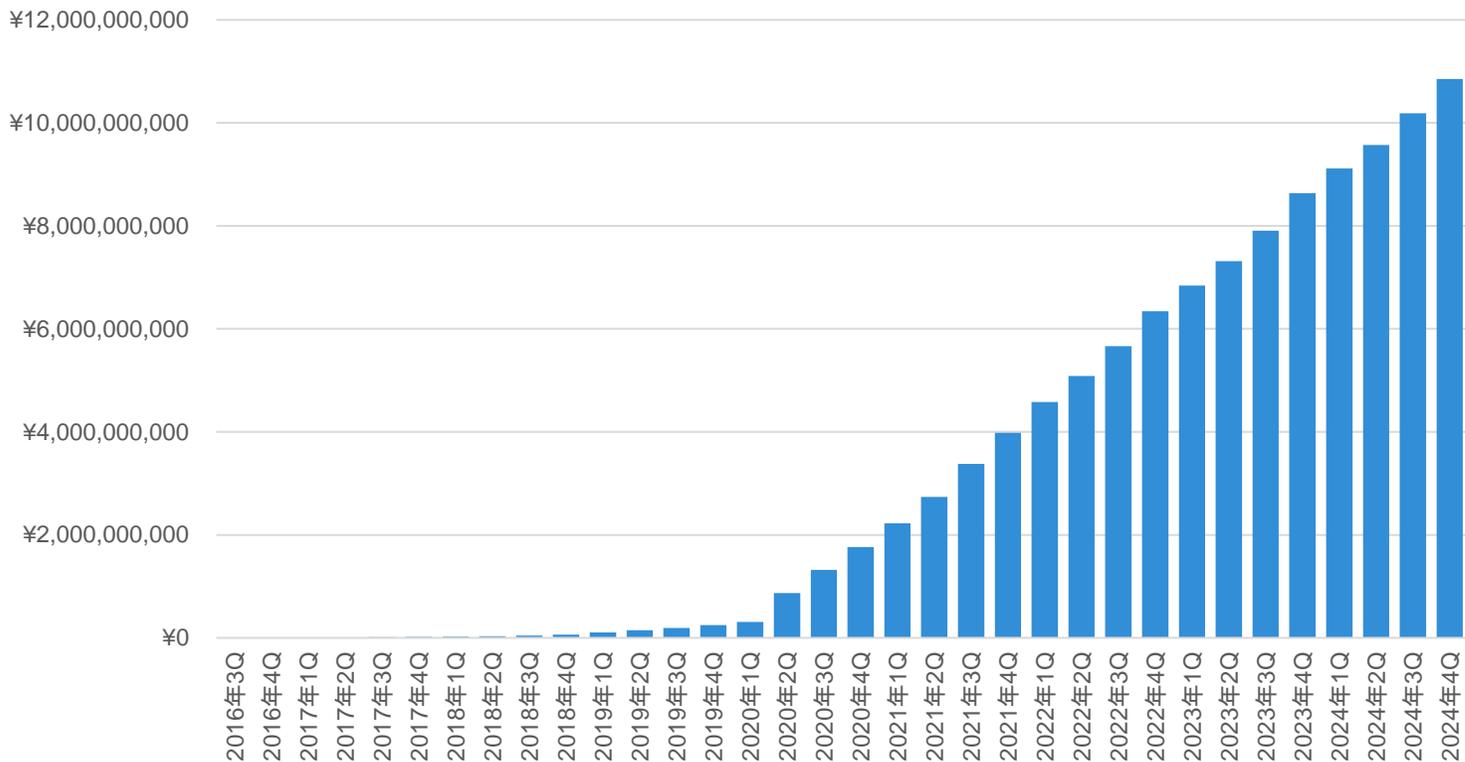


## 事業計画：私たちの目指すものとインパクト指標



# インパクト指標①「顔の見える取引」にかかる流通総額

生産者と消費者との「顔の見える取引」にかかる流通総額（円）



生産者と消費者との「顔の見える取引<sup>※1</sup>」  
にかかる流通総額

約**108億5,399万円**<sup>※2</sup>

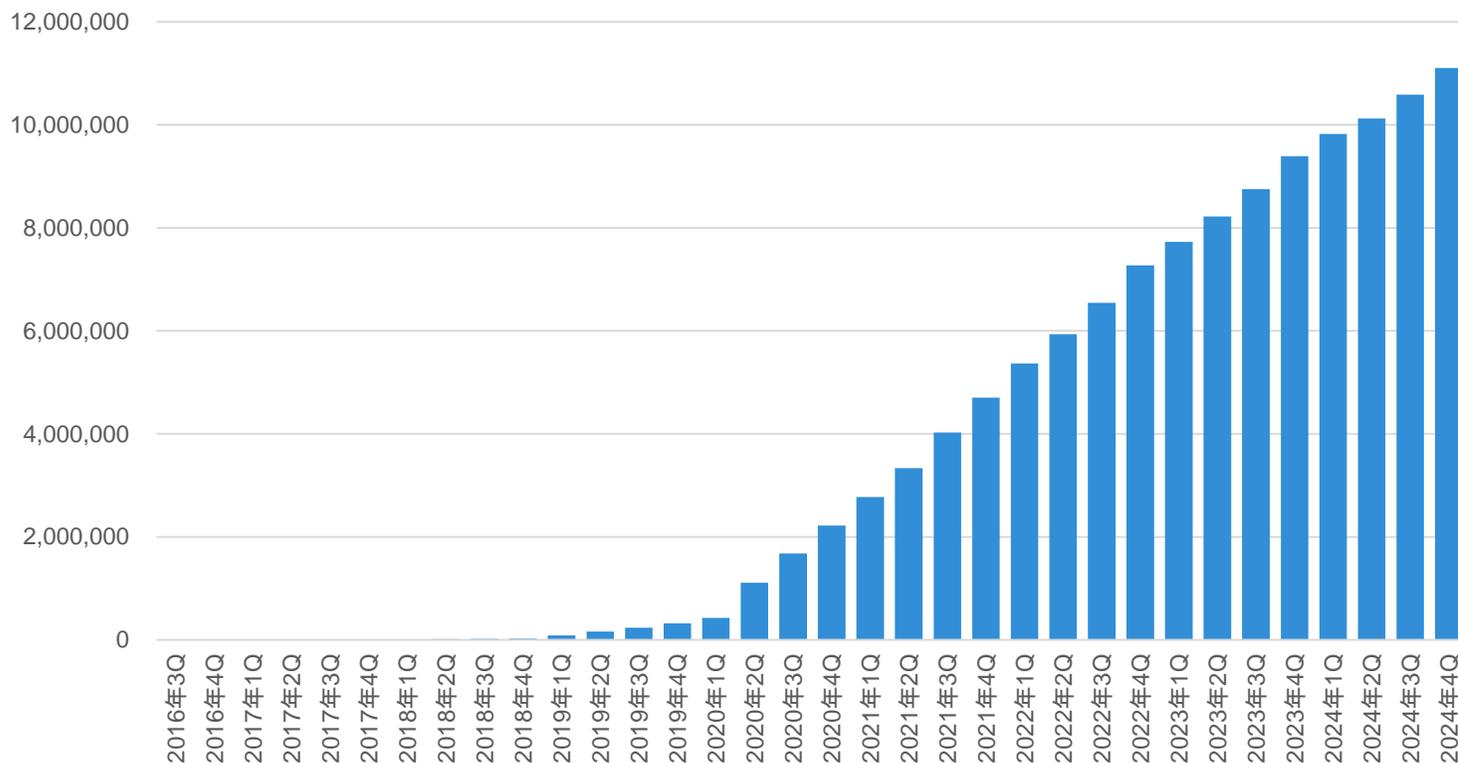
生産者と消費者がつながり、直接やりとりをしながら生産物を販売する「顔の見える取引」にかかる流通総額は毎年大きく伸長。

※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」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<sup>※1</sup>

**1,110万3,796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>。

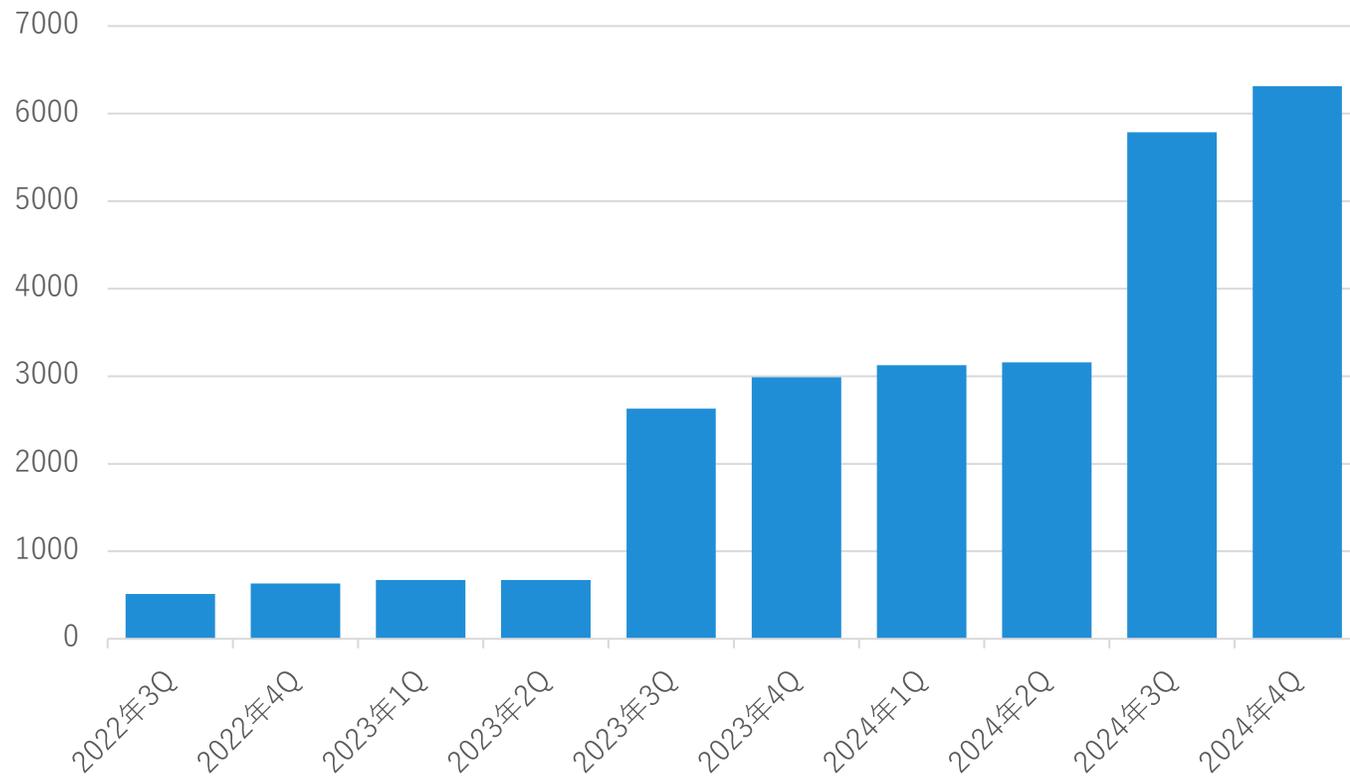
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、当社「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※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



ポケマル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年から開始したポケマル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）

## APPENDIX

## マネジメントチーム



### 代表取締役 社長

#### 高橋 博之

1974年、岩手県花巻市生まれ。青山学院大卒。代議士秘書等を経て、2006年岩手県議会議員に初当選。翌年の選挙では2期連続のトップ当選。震災後、復興の最前線に立つため岩手県知事選に出馬するも次点で落選、政界引退。2013年NPO法人東北開墾を立ち上げ、地方の生産者と都市の消費者をつなぐ、世界初の食べもの付き情報誌「東北食べる通信」を創刊し、編集長に就任。2015年当社設立、代表取締役に就任。



### 代表取締役 副社長

#### 権藤 裕樹

1994年、東京都生まれ。東京大学法学部を卒業後、総務省にて自治体DXやマイナンバー制度といった行政のデジタル化を推進。鳥取県庁出向時(2018年)に「鳥取食べる通信」を創刊し、学生時代に出会った高橋博之と再会。2021年6月末に総務省を退職し、当社取締役(C2C事業部門長)就任し、ポケットマルシェを担当。2025年1月、当社代表取締役副社長に就任。



### 取締役 コーポレート部門長

#### 大塚 泰造

1977年、滋賀県生まれ。2000年国際基督教大学卒業と同時に起業し数多くのウェブサービスの立ち上げを行う。2006年、沖縄バスケットボール株式会社を設立しプロバスケットボールチーム「琉球ゴールデンキングス」を設立。スポーツの力で地域の活性に挑む。国内屋内スポーツで初の観客10万人を突破。震災後に高橋博之と出会い、共にNPO法人東北開墾を創業。2015年当社設立、取締役就任。

## 多様な専門領域を持つ社外取締役・監査役



### 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

#### 清水 俊樹

株式会社インスパイア  
取締役  
株式会社インスパイアにて主に  
新規投資案件の発掘、DDの実施  
投資先の育成支援など従事。



### 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。



### 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Warranty technology  
代表取締役CEO  
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。

## 著書・受賞歴等

### 著書



『だから、ぼくは農家をスターにする』 (CCCメディアハウス)



『都市と地方をかきまぜる』 (光文社新書)



『人口減少社会の未来学』 (共著：内田樹編、文藝春秋)



『共感資本社会を生きる』 (共著：ダイヤモンド社)



『人と食材と東北と』 (監修：オレンジページ社)



### 受賞実績

- 2014年 東北食べる通信が「グッドデザイン金賞」を受賞
- 2016年 食べる通信が「第1回日本サービス大賞 地方創生大臣賞」を受賞
- 2017年 ポケットマルシェが「新経済サミット」で優勝
- 2018年 高橋博之が「第2回食生活ジャーナリスト」ジャーナリズム部門 大賞を受賞 など
- 2024年 ポケマルおやこ地方留学がツアーグランプリ2024 最優秀賞相当の「国土交通大臣賞」を受賞 など



## 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、2026年3月を目途に実施する予定です。