



# 雨風太陽

インパクトレポート／社会的財務諸表報告書

2026.3.19

## インパクトレポート／社会的財務諸表報告書について

### 本インパクトレポート／社会的財務諸表報告書の位置付けについて

当社は定款で次のように定めている。

*「当社は、都市と地方の分断を解消し、都市と地方が連帯する持続可能な社会を未来につなぐために存在し、その存在意義がすべてに優先することを確認する」*

従って、都市と地方の分断をどの程度、どのように解消したか、そのインパクトを測定し公開することは、財務諸表の開示と並び重要であると考えている。また当社は「社会的財務諸表」という考え方のもと、事業および事業外活動を発展させる根幹として、ソーシャルキャピタル、ソーシャルアセットの指標を制定し運用している。この社会的財務諸表の報告も合わせて行う。

### 本インパクトレポート／社会的財務諸表報告書で扱う事象の範囲

- ① 事業を通じて創出された正のインパクト
- ② 事業を通じて創出された負のインパクト
- ③ 事業外の活動を通じて創出された正のインパクト
- ④ 当社の定めるソーシャルキャピタル
- ⑤ 当社の定めるソーシャルアセット

# 目次

## 1. 私たちのミッションとインパクト創出体制

1. ミッション／ビジョン
2. 創業の想い
3. 私たちの課題意識
4. 当社におけるインパクト創出に向けた組織体制
5. 財務諸表における両代表取締役の責任範囲

## 2. 事業活動によるインパクト創出

1. 事業におけるインパクト創出とIMMの考え方
2. インパクト指標の変更
3. 当社の事業とミッション・ビジョンとの接合
4. インパクト指標①「顔の見える取引」にかかる流通総額
5. インパクト指標② コミュニケーション数
6. インパクト指標③ 都市と地方を往来して過ごした日数

## 3. マイナスのインパクト

1. GHG排出の計測と算定範囲
2. GHG排出量
3. カーボンオフセットの取り組み

## 4. 事業外活動によるインパクト創出

1. ふるさと住民登録制度の提言と制度化
2. NOTOMORIの企画・プロデュース
3. NOTO COMPLEX PLAYGROUND
4. カーボンクレジット創出
5. 社会的財務諸表ディスカッション合宿
6. ポケマル生産者支援プロジェクト
7. タイミーとの業務提携による生産現場の労働力不足の解消

## 5. 社会的財務諸表報告

1. ソーシャルキャピタル／アセット 2025年度の主な成果
2. ソーシャルキャピタル／アセット 2025年度実績・2026年度予算
3. 各種発信について

## 6. 総評と今後の課題

## Appendix 会社概要

## 私たちのミッションとインパクト創出体制

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

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。

## 創業の想い



私はこの10年で日本全国を8周し、日本中の農家・漁師の現場を回ってきました。1273回、車座と呼んでいる座談会を開催し、地方で生きる生産者、都市に暮らす消費者にビジョンを語り、対話してきました。

今、日本では都市と地方、生産者と消費者、そして人間と自然とのつながりが分断され、本来支え合っているはずのお互いの顔が見えなくなっています。

私たちの使命は、都市と地方をかきまぜ、場所と場所、人と人をつなげて、境目をなくすること。生かし、生かされあう関係を実感することで、感謝や喜びを感じられる社会を作ることです。その先には、日本中のあらゆる可能性が開花し、自然・歴史・風土が織りなす百花繚乱の景色が広がると信じています。

2023年9月

### 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、代表取締役就任。2023年12月、日本で初めてNPOとして創業した企業が上場を実現するインパクトIPOとして、東京証券取引所グロース市場へ株式を上場。2024年11月には、内閣官房新しい地方経済・生活環境創生本部が主催する「新しい地方経済・生活環境創生会議」の有識者構成員に、2025年6月には一般社団法人日本ファームステイ協会 理事に就任。

# 沿革



※1 特許第7442831号

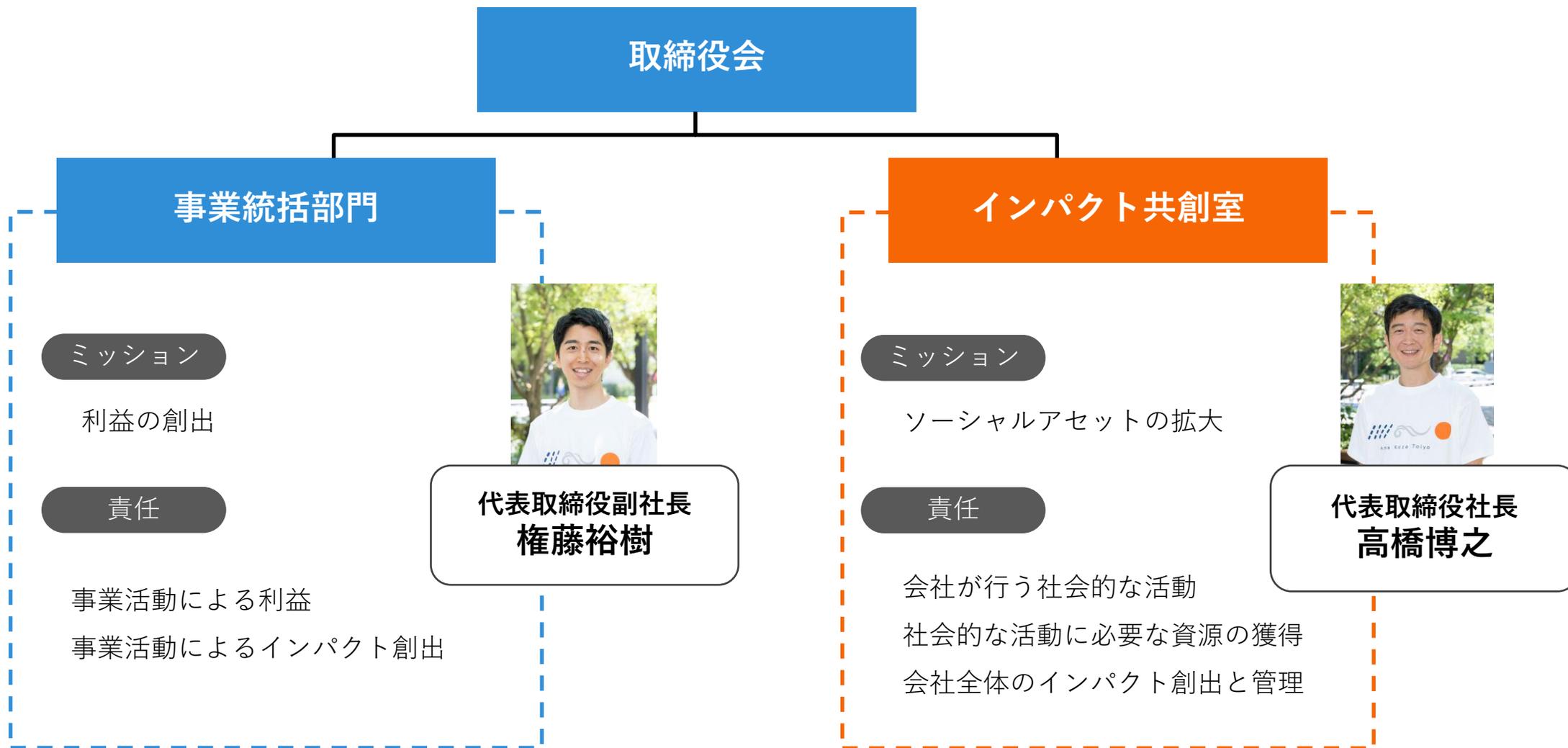
※2 『都市と地方をかきまぜる』（光文社新書）にて

## 私たちの課題意識

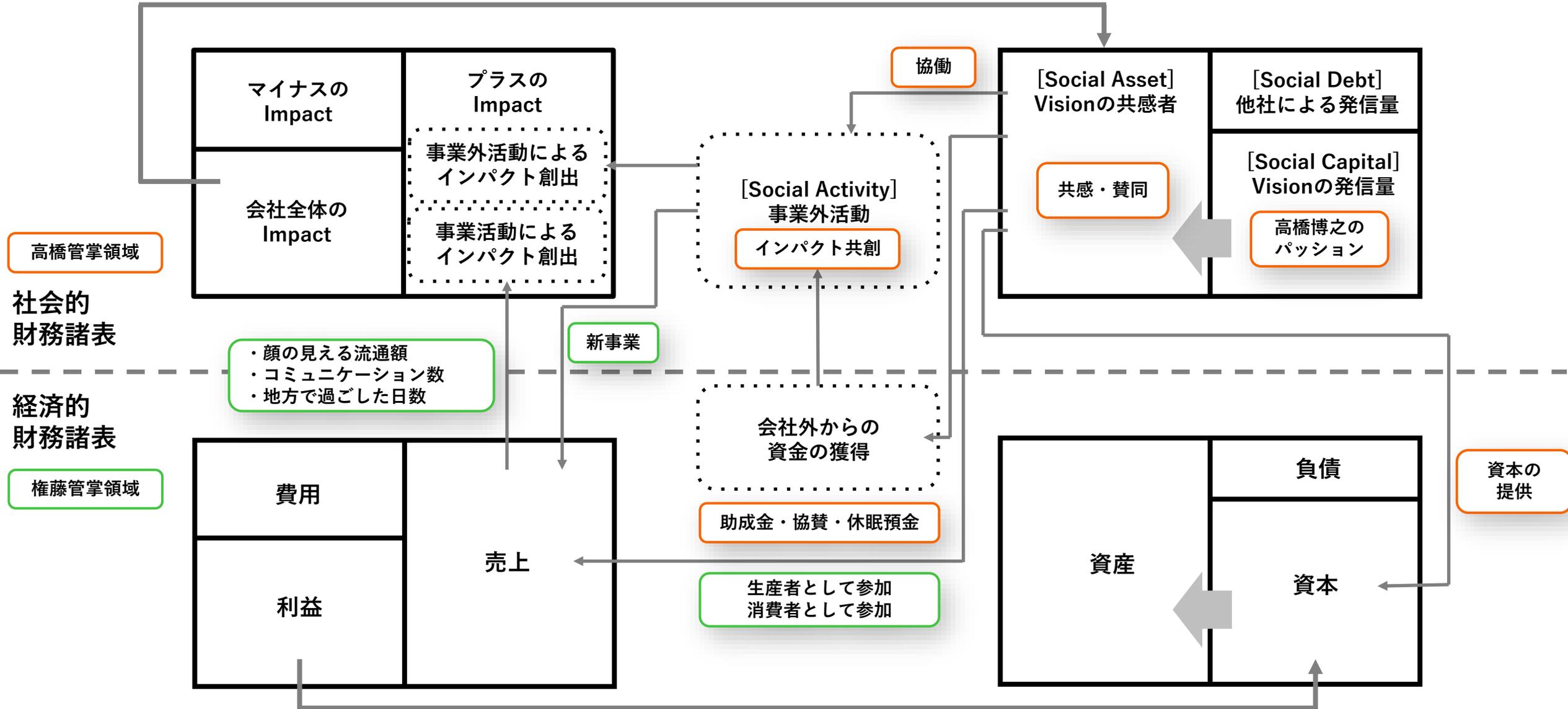
- 日本の総人口は2022年時点で1億2,600万人。国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、2050年には1億500万人まで減少すると見込まれています。わずか30年足らずで、2,000万人が失われる計算です。
- **この人口減少は全国一律に進むわけではありません。**  
総務省の調査によると、45道府県が人口減少に直面する一方、東京都だけが増加を続けています。全国1,719市町村の51%が過疎市町村に指定され、その面積は国土の約6割であるにも関わらず、その広大な国土を支える人口はわずか9.3%しかいないことになり、消滅の危機にあります。
- **過疎地の大半はいわゆる条件不利地域を抱える中山間地域です。**  
これらの地域は食料生産以外にも、洪水防止、環境保全、良好な景観形成、文化継承といった複数の役割を担い、都市住民をはじめとする国民全体に大きな恩恵をもたらしてきました。しかしこのままではこうした恩恵を享受できなくなってしまい、国民全体の大きな損失となります。
- **このように都市と地方の分断は、もはや「地方だけの問題」ではありません。**  
都市の豊かさを根底で支える地方が廃れれば、都市も共倒れしてしまう、という構造的な課題に対して、私たちは「**関係人口**」という一つの解を見出しています。

## 当社におけるインパクト創出へ向けた組織体制

2025年1月から代表取締役を2人体制とし、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。



# 財務諸表における両代表取締役の責任範囲



私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

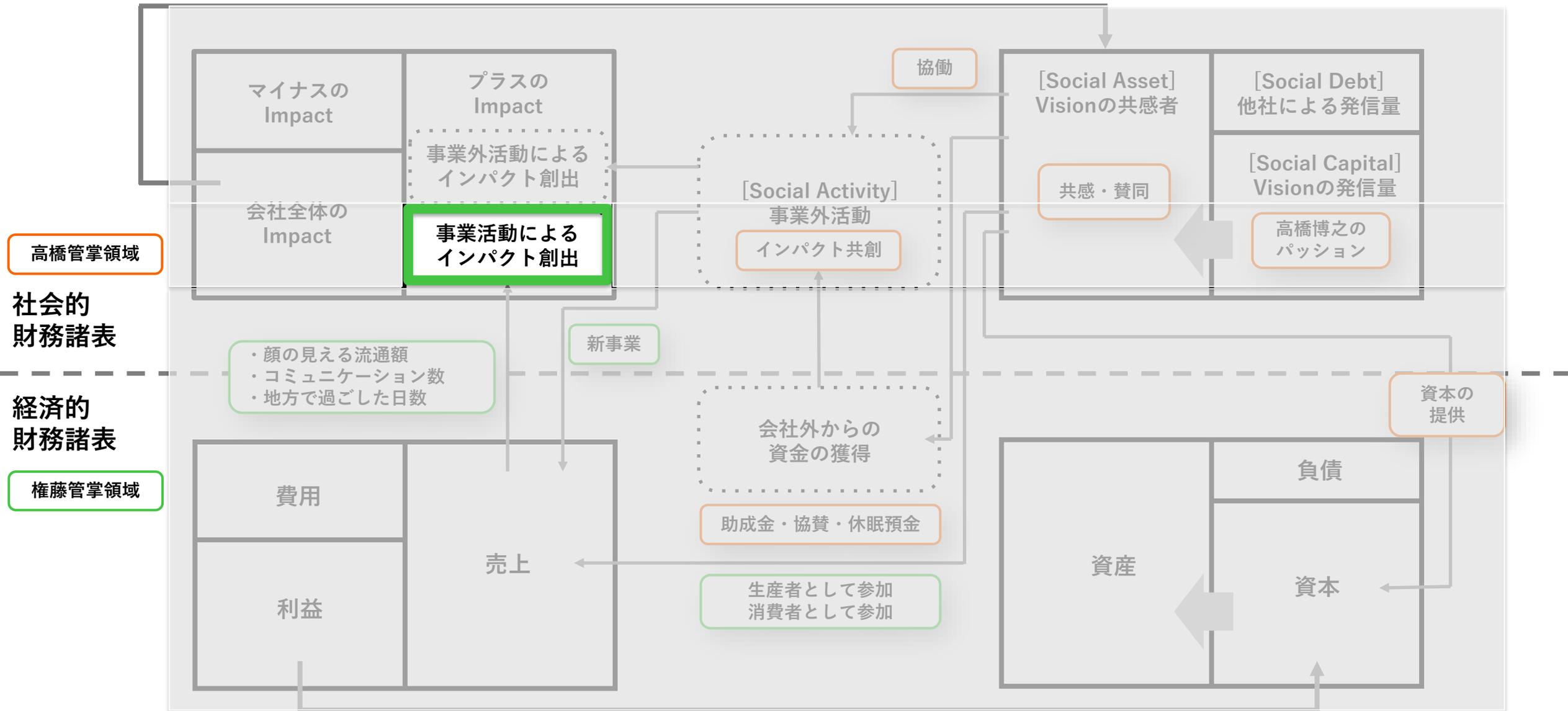
事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

# 事業活動によるインパクト創出（社会的財務諸表）



## 事業におけるインパクト創出とIMMの考え方

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

## インパクト指標の変更

当社は2025年4月より、地方ならではの個性的な宿泊施設の旅行予約サイト「STAY JAPAN」を新たな事業として開始しました。それに伴い、旅行予約サイト「STAY JAPAN」の実績をインパクト指標の実績としても計上出来るよう、インパクト指標の名称と集計範囲の変更を行いました。

また、インパクト指標と「2050年までに、日本の人口の20%である2,000万人が関係人口となる」という長期的な目標との接続をより明確にすべく、**中期的な目標として、ふるさと住民登録制度の登録人数目標**を新たに決めました。中期的な目標値として、『経済財政運営と改革の基本方針 2025』で掲げられた関係人口の目標値（1,000万人/年、10年で延べ1億人）の20%に当社が関与すべく、「**年間で200万人、10年で延べ2,000万人のふるさと住民登録**」を目指します。なお、「当社が関与する」とは、自治体事業における関係人口創出や、ふるさと住民登録の促進・支援、ふるさと住民登録のシステム構築支援などを行う場合を指します。

	現状		変更後	
	指標名称	集計範囲	指標名称	集計範囲
インパクト指標①	顔の見える流通総額	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマル流通額</li> <li>・食べる通信売上</li> <li>・ふるさと納税額</li> <li>・ポケマルおやこ地方留学売上</li> </ul>	顔の見える流通総額	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマル流通額</li> <li>・食べる通信売上</li> <li>・ふるさと納税額</li> <li>・ポケマルおやこ地方留学売上</li> <li>・<b>STAY JAPAN流通額</b></li> </ul>
インパクト指標②	生産者と消費者のコミュニケーション数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマルメッセージ数</li> <li>・ポケマルごちそうさま投稿数</li> </ul>	生産者と消費者のコミュニケーション数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマルメッセージ数</li> <li>・ポケマルごちそうさま投稿数</li> </ul>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマルおやこ地方留学実績</li> <li>・自治体案件実績</li> <li>・のと復興留学実績</li> </ul>	<b>都市と地方を往来して過ごした日数</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ポケマルおやこ地方留学実績</li> <li>・自治体案件実績</li> <li>・のと復興留学実績</li> <li>・<b>STAY JAPAN実績</b></li> </ul>
中期的に目指すもの	-	-	<b>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。</b>	

# 当社の事業とミッション・ビジョンとの接合

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2000万人）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

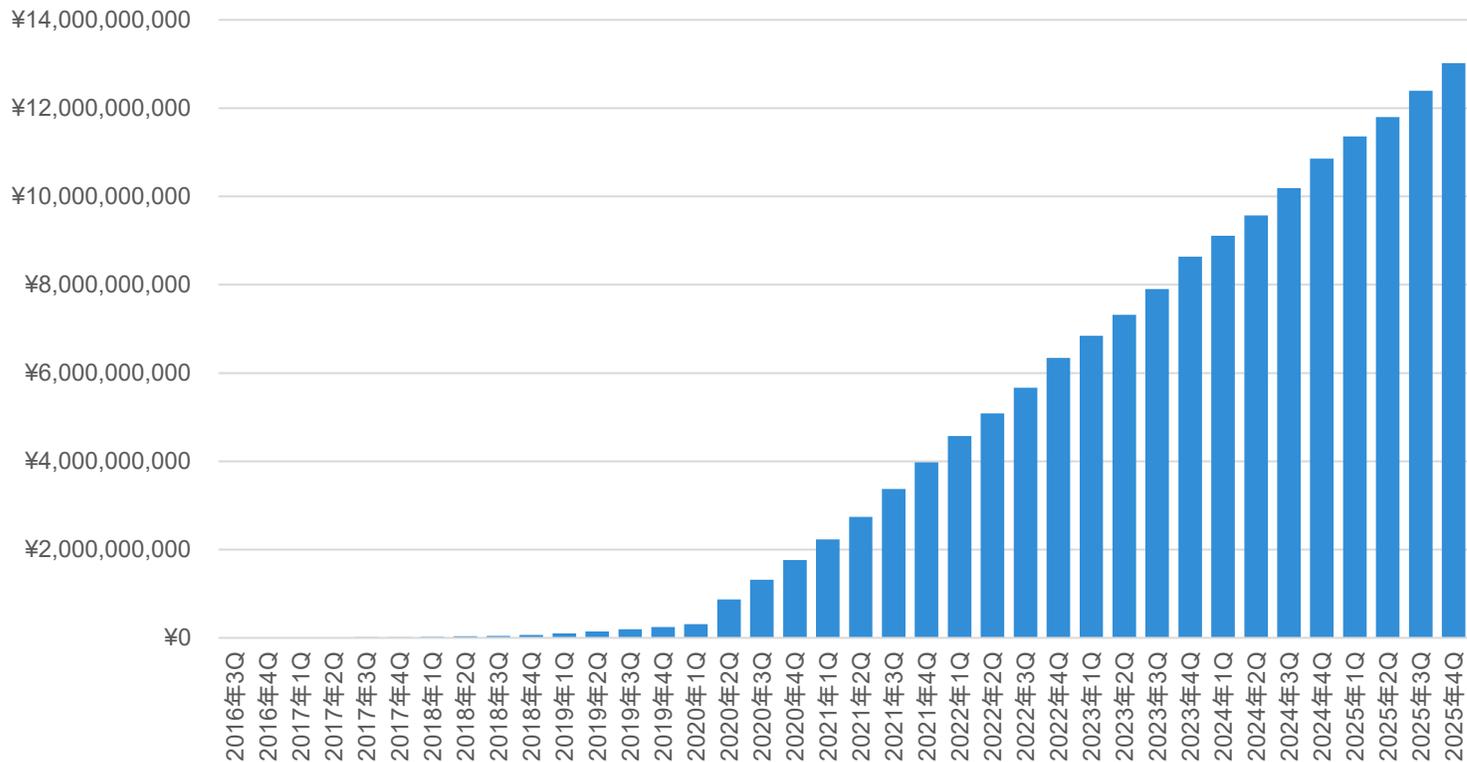
事業



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>

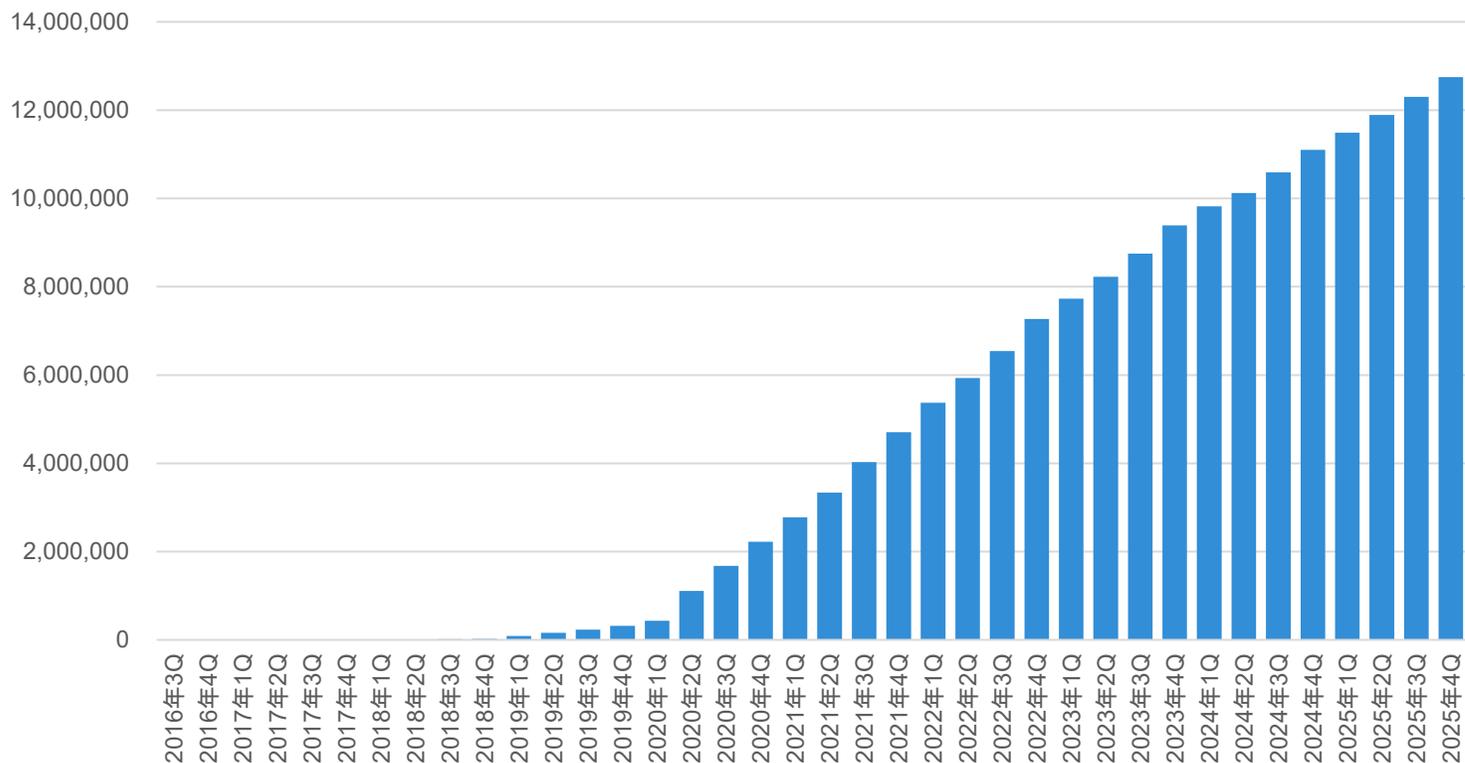
生産者や地域の事業者と消費者がつながり、  
直接やりとりをしている「顔の見える取引」  
にかかる流通総額は毎年大きく伸長。

※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>。

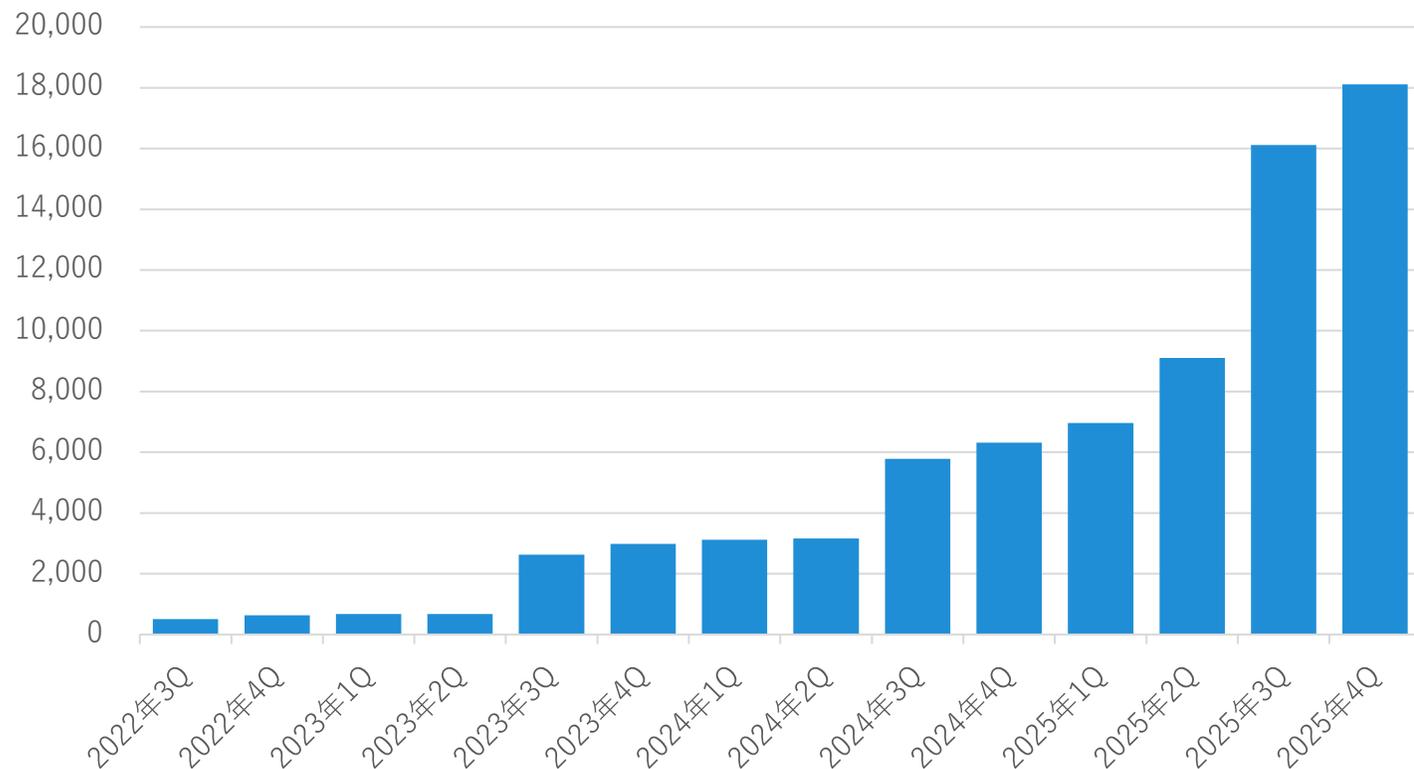
※1 「生産者と消費者のコミュニケーション数」は、「ポケットマルシェ」における投稿とメッセージ数の合算で算出

※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）

私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

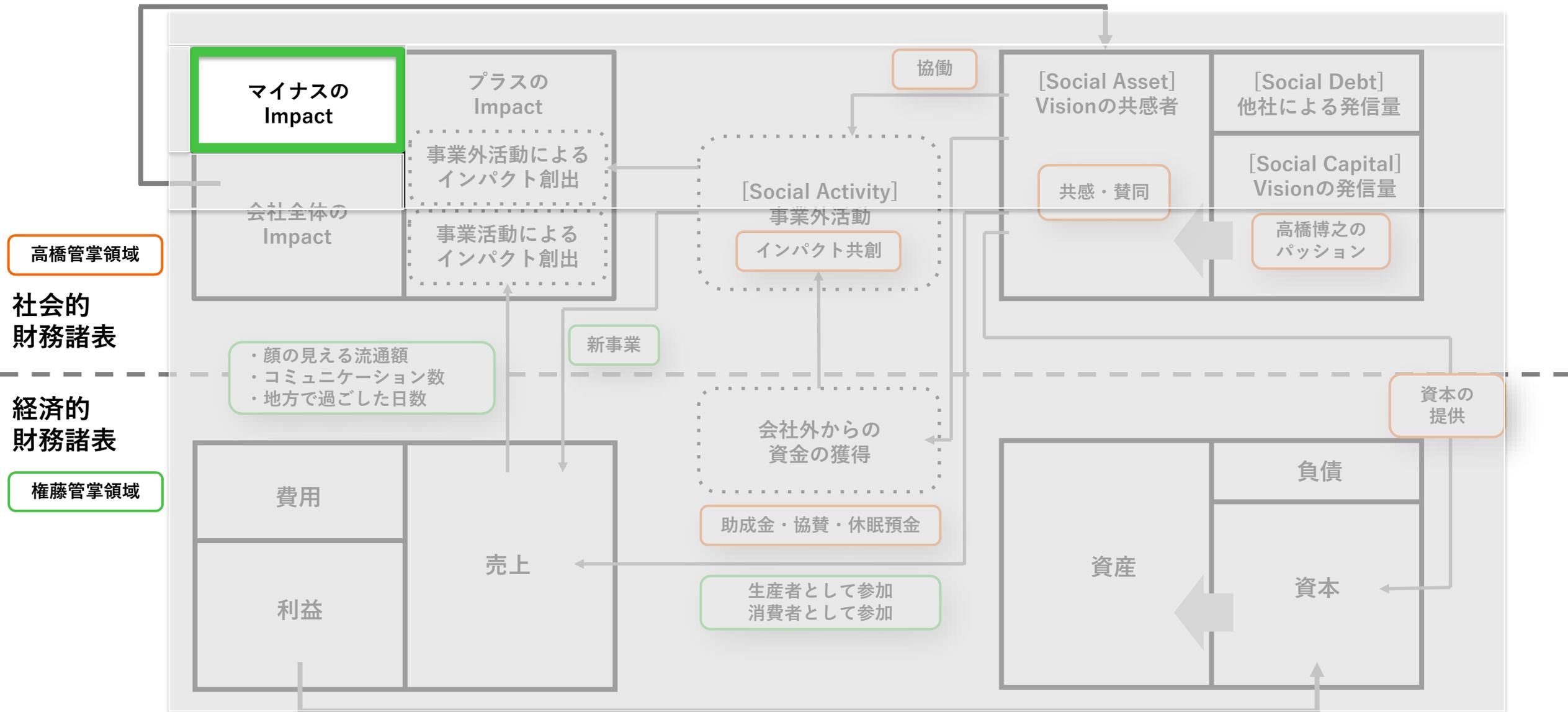
事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

# マイナスのインパクト（社会的財務諸表）



## マイナスのインパクト - GHG排出の計測と算定範囲 -

- 都市と農山漁村をつなぐ雨風太陽の事業は、商品の配送や消費者・支援者が地域を訪れる移動によって、温室効果ガスの排出を伴う。これはミッションを追求するうえで避けることのできない、事業の構造的な課題となっている。雨風太陽ではこれを「マイナスのインパクト」として捉え、直接排出から間接排出まで幅広く排出量を把握・開示している。
- 温室効果ガス（GHG）とは、大気中に蓄積されることで地球の温暖化を引き起こす気体の総称。事業活動による排出量は、WRI（世界資源研究所）とWBCSD（持続可能な発展のための世界経済人会議）が策定した国際基準「GHGプロトコル」に基づき、Scope 1～3の3段階に分類される。

### ※ 当社の排出量算定範囲

区分	算定対象	説明
Scope 1 直接排出	ガソリンの使用	車両のガソリン使用による直接排出
Scope 2 間接排出	オフィスでの電気、ガスの使用	花巻本店、東京オフィスにおける電気、ガスの使用
Scope 3 その他の間接排出	1 購入した財及びサービス	自社プラットフォーム（産直アプリ「ポケットマルシェ」、宿泊予約サイト「STAY JAPAN」）運用における外部データセンター利用による間接排出
		子ども向け企画旅行「ポケマルおやこ地方留学」や自治体委託事業のツアー案件の催行における旅客の移動による間接排出
	6 出張	当社役員（社外除く）、従業員の出張における宿泊や移動による間接排出
	9 下流の輸送及び流通	産直アプリ「ポケットマルシェ」における当社が荷主となる企画商品（サブスク・アソート）の発送による間接排出

## マイナスのインパクト - GHG排出量 -

**FY2025 総排出量：55.9 t-CO<sub>2</sub>e** ※t-CO<sub>2</sub>e (CO<sub>2</sub>換算トン)：異なる温室効果ガスをCO<sub>2</sub>の温暖化影響に換算した共通単位

※内訳は Scope1 (直接排出) 1.2 t、Scope2 (間接排出) 7.9 t、Scope3 (その他間接排出) 46.8 t

区分	算定対象	算定項目	測定方法	測定値	排出量 (t-CO <sub>2</sub> )
自社の排出	Scope 1 直接排出	ガソリンの使用	車両：排出係数単位×ガソリン消費量	531.9 l	1.2
	Scope 2 間接排出	オフィスでの電気、都市ガスの使用	電気：排出係数単位×電力使用量	17,272.3 kWh	7.8
ガス：排出係数単位×ガス使用量			9.0 m <sup>3</sup>	0.0	
上流及び 下流での排出	Scope 3 その他の 間接排出	1 購入した財及びサービス	データセンター ※事業者から排出量を取得	N/A	9.9
			旅客移動：排出係数単位×移動距離	34,729.7 km	6.6
		6 出張	宿泊：排出原単位×宿泊日数 ※宿泊に伴う公共交通機関の利用を含む	435 泊	11.7
			移動：運賃×排出原単位	772 万円	17.9
9 下流の輸送及び流通	自社企画商品 ※事業者から排出量を取得	N/A	0.7		
合計					<b>55.9</b>

## マイナスのインパクト - カーボンオフセットの取り組み -

FY2025の総排出量55.9 t-CO<sub>2</sub>eに対し、ポケットマルシェを通じてつながる農家との協働でカーボンクレジットを創出・買取を行った。

### 取り組みの概要

実施内容 : 水田での中干し期間の延長 (方法論 AG-005)

認証スキーム : J-クレジット制度

実施農家 : ポケットマルシェ登録農家1名

実施市域 : 石川県

### 雨風太陽による買取クレジット量

**58.0 t-CO<sub>2</sub>e**

排出量 55.9 t-CO<sub>2</sub>eとのオフセットにより

### カーボンニュートラル\*を達成

\*Scope1・2・3の一部(P.21-22記載の範囲)におけるカーボンニュートラル

### オフセットの方法

- 水田は稲作中にメタンガスを発生させる排出源の一つ
- メタンはCO<sub>2</sub>の約28倍の温暖化効果を持つ気体
- 「中干し」とは田んぼの水を抜いて土を乾かす、稲作本来の工程
- 中干し期間を7日以上延長することでメタンの発生を抑制

1. 中干し期間を7日以上延長  
／ 土壌乾燥→メタン生成菌の活性抑制
2. J-クレジット制度による認証  
／ 削減量を第三者審査のうえ数値化
3. クレジットを買取・総排出量に充当

**J-クレジット制度とは** 温室効果ガスの削減・吸収量を国が認証し、取引を可能とする日本独自のカーボンクレジット制度。認証されたクレジットを購入することで、企業は自社の排出量をオフセットできる。

私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

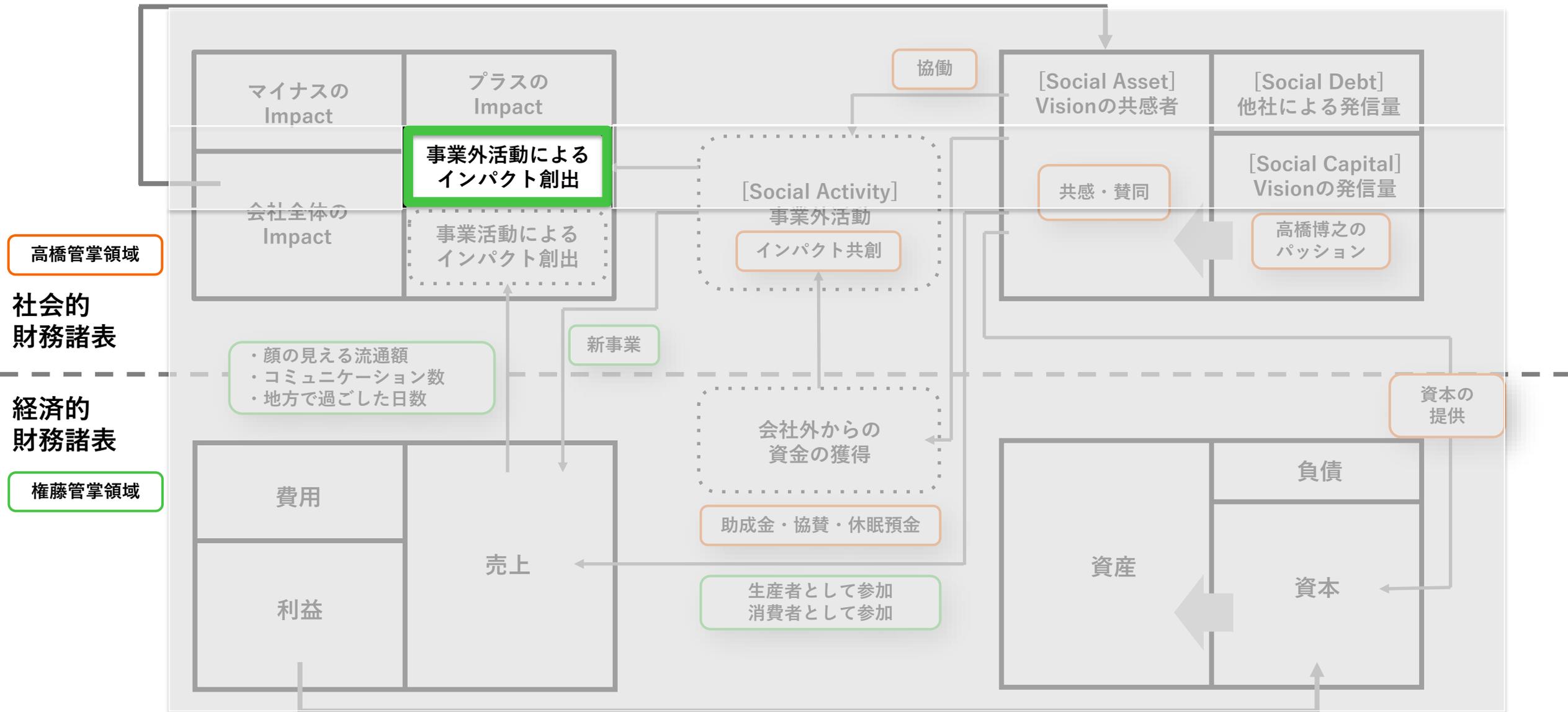
事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

# 事業外活動によるインパクト創出（社会的財務諸表）



## ① ふるさと住民登録制度の提言と制度化

高橋が内閣官房の有識者構成員として提唱した「ふるさと住民登録制度」が正式採用。関係人口を可視化する制度インフラの実現が、当社の中期目標設定の起点となった。



※「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

### 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」有識者構成員に高橋が就任
- 「ふるさと住民登録制度」を提唱
- 都市と地方を恒常的につなぐ制度インフラとして正式採用

### 当社の中期目標

ふるさと住民登録への関与

年間 **200** 万人



10年で延べ

**2,000** 万人

## ② NOTOMORI（のと里山空港仮設飲食商店街）の企画・プロデュース

# NOTOMORI

## のと里山空港から広がる、創造的復興の拠点

### 【施設概要】

雨風太陽が運営主体として企画・立ち上げ、2024年11月、のと里山空港内に仮設複合施設「NOTOMORI」を開業。ミッション「都市と地方をかきまぜる」のもと、支援者・行政・住民・事業者が交差する場として、被災地に人と活動が集まる拠点を整備した。

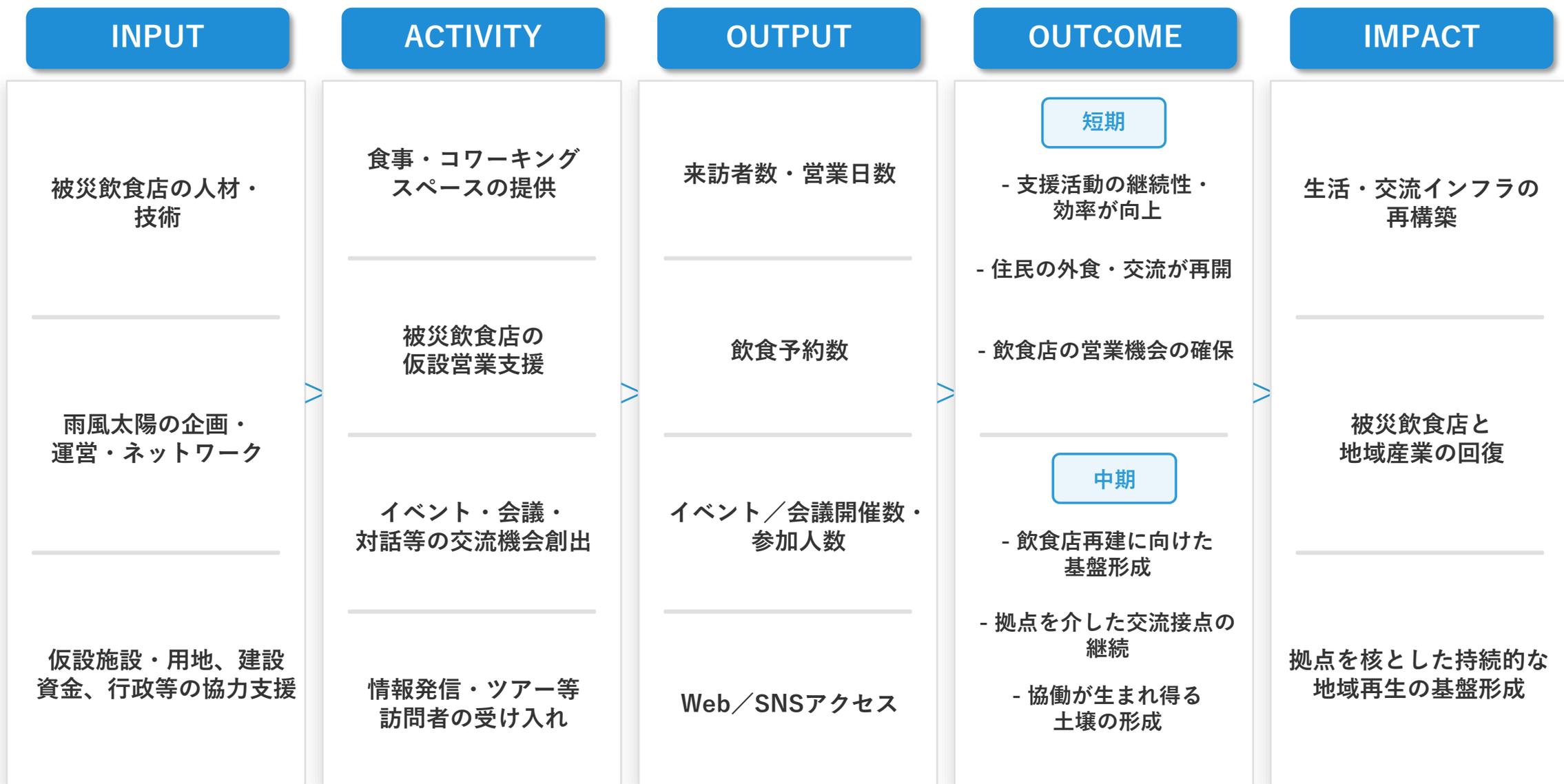
### 【背景と取り組み】

2024年1月の能登半島地震と同年9月の豪雨により、「食べる・働く・交わる」という日常的な機能が大きく失われた。支援者・行政・住民・事業者をつなぐ場の不足が懸念されていた。

こうした課題に対し、NOTOMORIは飲食・休憩・交流の機能を一箇所に集約。官民・団体間の情報共有の場としても機能し、被災により休業を余儀なくされた飲食店の出店受け皿としての役割も担う。



## ② NOTOMORI - ロジックモデル -



【外部要因】 復旧・復興の進展／行政方針／本設移行の状況／来訪支援動向

【留意点】 仮設拠点の制約／多主体運営による負荷／評価・記録の限界／成果の指標設定

## ② NOTOMORI - OUTPUT / OUTCOME -

### OUTPUT / 活動実績 (期間：2024年11月～2025年12月)

総来訪者数 (延べ)

**163,533 人**

稼働日数

**416 日**

イベント開催数

**172 回**

イベント来場者数

**5,402 人**

### OUTCOME 変化・効果

#### 飲食店の事業継続支援

本設再建までの中間的受け皿として機能。  
顧客との接点・営業リズムを維持しながら、  
事業継続の足場を提供している

#### 交流・協働の土壌形成

行政・支援団体・事業者が継続的に同じ場  
に集り、172回のイベントがセクターを超  
えた関係性を生むきっかけとして機能した

#### 日常の拠点としての定着

日常利用とイベント利用が並行して416日  
間安定稼働。被災地における継続的な拠点  
として定着した

### ③ NOTO COMPLEX PLAYGROUND

「遊び」が希望になる場所を。

#### 【施設概要】

ロックユニットCOMPLEXからの寄附金を活用した能登復興支援事業として、雨風太陽が施設整備を提案・推進し、石川県内3団体と共同で一般社団法人NOTO PLAYGROUNDを設立。2025年11月1日、輪島市に子ども向けアーバンスポーツ施設「NOTO COMPLEX PLAYGROUND」を開業。

#### 【背景と取り組み】

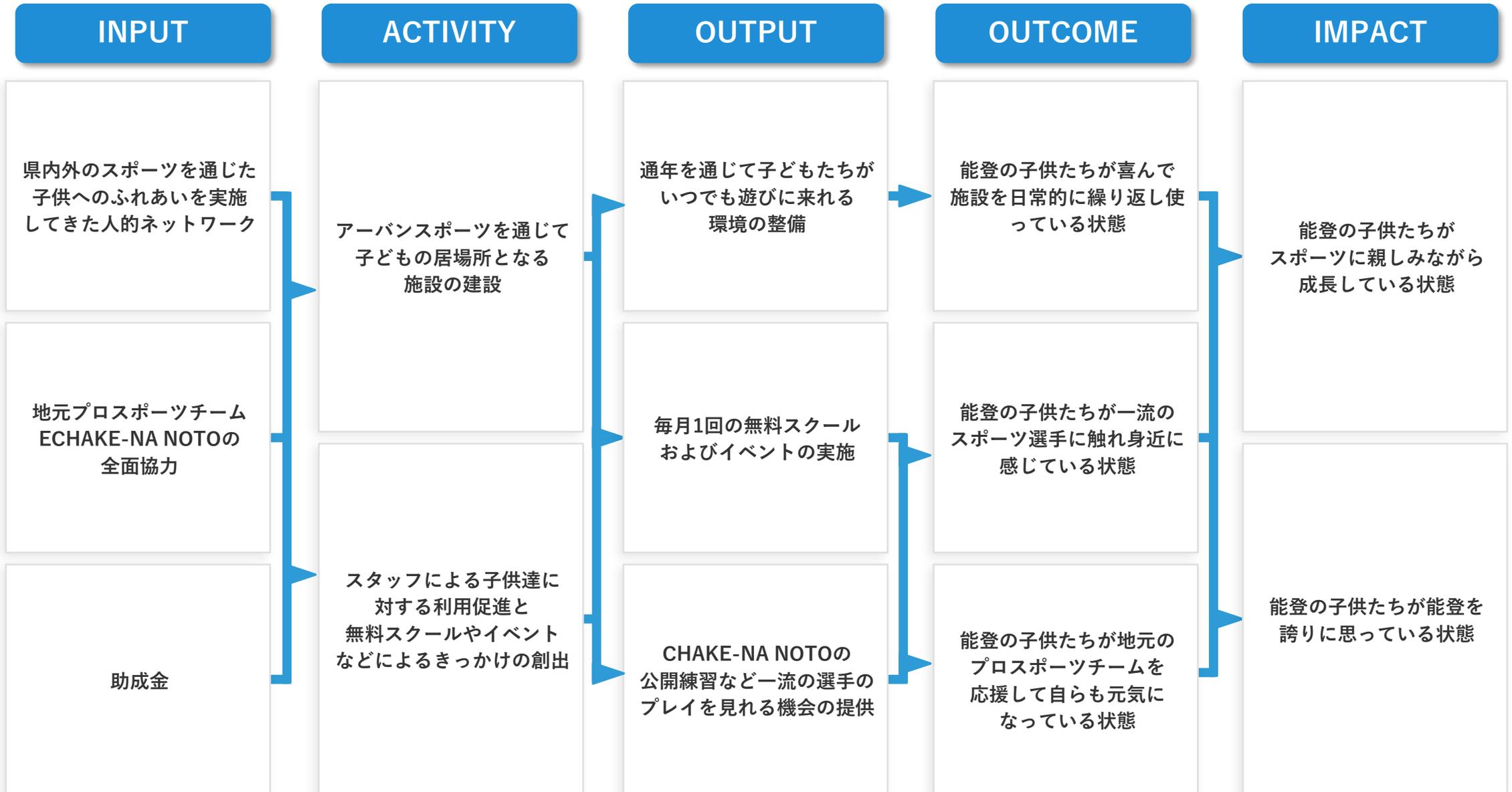
能登地震により、子どもたちが遊べる場所が失われ、発災から2年が経つ今も、能登では安全に遊べる場所が少ない状況が続いている。

施設内には3×3バスケットボール・スケートボード・ダンスの3エリアを備え、子どもは無料で利用可能。プロを招いたスクールやイベントを定期開催し、子どもたちが継続的に通える場としての定着を図っている。開業から2ヶ月、施設は子どもたちの日常の居場所として定着しつつある。

# NOTO COMPLEX PLAY GROUND



### ③ NOTO COMPLEX PLAYGROUND - ロジックモデル -



### ③ NOTO COMPLEX PLAYGROUND - OUTPUT / OUTCOME -

#### OUTPUT / 活動実績 (期間：2025年11月～2025年12月)

延べ利用者数

**1,132 人**

ユニーク利用者数

**408 人**

無料スクール・イベント  
参加者数

**172 人**

プロ選手交流イベント  
参加者数

**100 人以上**

#### OUTCOME 変化・効果

##### 子どもの変化

「ストレスが減った」「以前より明るくなった」という保護者・スタッフの声。ゲーム中心だった生活から、身体を動かす遊びへの変化が生まれている

##### 日常の拠点としての定着

開業2ヶ月で延べ1,132人・ユニーク408人が利用。繰り返し訪れる子どもが定着し、日常的な居場所として認識され始めている

##### 関係性の変化

プロ選手との交流イベントを契機に、子どもがスタッフへ自発的に挨拶するようになるなど、施設内の関係性に変化があった

## ④ カーボンクレジット創出

自社の排出量削減と並行して、ポケマルを通じてつながる農家とともにカーボンクレジットを創出する取り組みを開始。農家の新たな収入源づくりと、雨風太陽のカーボンニュートラル\*達成を同時に実現した。

### クレジット創出までのプロセス

#### 1. ポケマル農家へのアンケート

ポケマルを通じてつながりのある登録農家827人にJ-クレジット取り組みへの関心度アンケートを実施。

#### 2. 説明会の開催

関心を示した12名に対して、中干し延長によるカーボンクレジット創出の仕組みと収益化の説明会を開催。

#### 3. GreenCarbon社との連携・審査

J-クレジット申請ノウハウを持つGreen Carbon社の稲作コンソーシアムと連携。圃場面積・排水条件・過去の中干し実績などを審査。

#### 4. 審査通過者による実施

審査を通過した1名（水田9.99ha）が中干し期間を通常11日から19日（+8日）に延長して実施。

#### 5. クレジット認証・全量買取

24年度産として57.6 t-CO<sub>2</sub>eがJ-クレジット認証。雨風太陽が全量を買取し、農家の副収入創出に貢献。

### 中干し延長の実施詳細

- **実施農家** 中村 篤史様（石川県）
- **対象面積** 9.99 ha
- **中干し期間** 19日間（過去実績11日→+8日延長）
  - グループ① 2024/6/1～6/19
  - グループ② 2024/6/17～7/5
- **認証** J-クレジット制度 AG-005（24年度産）
- **創出量** 57.6 t-CO<sub>2</sub>e

### 今後の取り組み

- **バイオ炭の活用検討**  
農地へのバイオ炭施用による炭素固定も検討したが、FY2025は実施に至らなかった。引き続き導入可能性を探る。
- **カーボンクレジット創出の継続・拡大**  
ポケマルを通じた農家とのつながりを活かし、参加農家数の拡大とカーボンニュートラルへの継続的な貢献を目指す。

\*Scope1・2・3の一部(P.21-22記載の範囲)におけるカーボンニュートラル

## ⑤ 社会的財務諸表 ディスカッション合宿

2025年2月、社会的財務諸表の理解を深めることを目的に、インパクトスタートアップ協会所属企業を中心とした大企業・ベンチャー・NPO法人など9団体12名を石巻市に招き、宮城県石巻市雄勝のモリウミアにてディスカッション合宿を主催。各団体が独自のアプローチで社会的価値の可視化に取り組んでいることが共有された。

### 議論テーマ

- 社会的財務諸表を自社に落とし込んだとき、経済性と社会性はどう作用するか
- 財務諸表に現れない資産・負債をどう測定・管理するか
- 地域を含むステークホルダーの巻き込み方

団体名	発表テーマ
株式会社HAA	「深呼吸して、ここに余白がある状態」を独自の単位“HAA”として定めた上で、同社における社会的財務諸表の紹介
株式会社イシノマキファーム&イーチャージャー	障害者の雇用拡大を通じて地域の持続可能なまちづくりを進め、石巻市で160名超の就労支援実績を持つ取り組み
株式会社MoonJapan	探究学習支援プラットフォーム「MoonShot」を行政や企業も巻き込みながら拡大し、社会的財務諸表の視点で成長戦略を描く取り組み
開志専門職大学	地域に根ざした実践的教育を進める中で差別化や予算運営の課題を指摘しつつ、地元企業との共創で「地域に求められ続ける大学」を目指す方針
西日本旅客鉄道株式会社	地域価値と企業価値の連動を示すモデルを通じ、共感の広がりや地域循環経済を形成する仕組みを直感的に伝える取り組み
サントリーホールディングス株式会社	飲食店と連携した「こども食堂」などのCSR活動を紹介し、社会的インパクト創出と同時に従業員の誇りや人材確保、寄付の広がりなど副次的効果
株式会社古座MORI	社会的インパクト評価や非財務情報開示の潮流を整理しつつ、インパクト加重会計の考え方や寄与度算定の課題について解説
株式会社オリィ研究所	孤独解消を目指して分身ロボットや支援サービスを展開し、「孤独に挑む人」をソーシャルアセットとして位置づけ、その増加によるインパクト創出
認定NPO法人カタリバ	「財務諸表に現れない貸借対照表」を作成し、「資産」「負債」「純資産」で100トークンを割り当てた上で、得られた示唆の解説

## ⑥ ポケマル生産者支援プロジェクト

ポケマルエポスカード等を通じてプールされた生産者支援金を、被災時サポートや生産現場の活性化に活用する取り組み。2025年度はこの支援金を活用し、2つの施策を実施。

### 東北・石川県 商品購入促進キャンペーン



- 東日本大震災から14年となる2025年3月11日に実施
- 対象商品を300円OFFで販売（東北3県・石川県）

流通金額： **1,556,585** 円（2025年3月11日）

### 国内米 送料無料プロジェクト



- 価格高騰による国産米の買い控えを懸念し実施
- 米を中心とした商品の送料を無料化

流通金額： **47,990,037** 円（2025年10月～12月）

## ⑦ タイミーとの業務提携による生産現場の労働力不足の解消

ポケマル登録生産者へのアンケートで約7割が繁忙期の短期人員確保に課題を抱えていることが判明。タイミーとの業務提携を通じてスキマバイト活用を支援する取り組みを開始した。

### 業務提携の背景



#### 1. 農業従事者の急減

基幹的農業従事者が20年で半減

2000年：240万人 → 2024年：111万人（農林水産省）

#### 2. 生産者の人手不足

ポケマル登録生産者の約7割が繁忙期の短期人員確保に課題

#### 3. 収穫作業の特性

季節・天候に左右され、柔軟な人員体制の構築が不可欠

#### 4. スポットワークの拡大

一次産業でのタイミー求人掲載数が2年間で約8.7倍に増加

### 取り組みの内容

- ポケマル登録生産者にスキマバイトサービス「タイミー」を紹介
- タイミーの活用方法のフォローアップも実施し、利用を促進
- 繁忙期を中心とした人手不足のタイミングでの労働力確保を支援

### 2025年度実績

- 協業リリースメルマガ周知：7,962人
- 2025年11月説明会募集メルマガ周知：7,968人
- 2025年11月説明会申込人数：21人（重複あり）
- タイミー事業者登録：4人（2025年10月～2026年2月）

私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

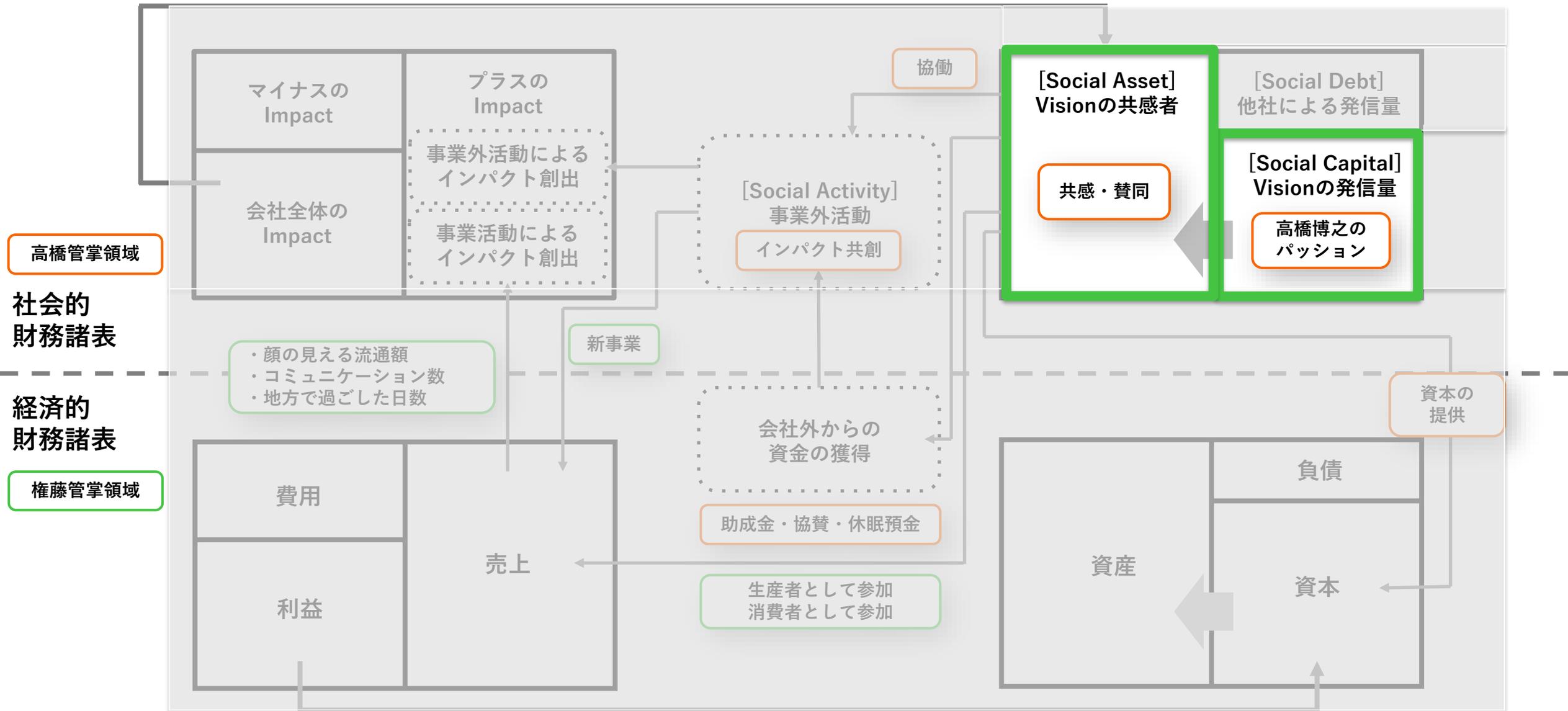
事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

# ソーシャルキャピタル・ソーシャルアセット (社会的財務諸表)



## ソーシャルキャピタル／アセット 2025年度の主な成果

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。

### Vision発信量 [ソーシャルキャピタル]

代表高橋が自社のビジョンを発信してきた量。「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、対面・メディア・SNSを影響力に応じた係数で換算。

#### 2025年度実績

**36,363** 時間人

#### 主な活動内容

- ・ 講演：88回
- ・ 自著『関係人口』販売：約5,800冊
- ・ 各種メディア出演・SNS発信 等

### Vision共感者数 [ソーシャルアセット]

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、その数を算出。

#### 2025年度実績

**1,873** 人

#### 主な共感者の内訳

- ・ ポケマル新規登録生産者：約800名
- ・ およこ地方留学参加者数：528名

## ソーシャルキャピタル／アセット 2025年度実績 ・ 2026年度予算

これまでの指標を振り返る中で、より実態に即した計測方法に見直し、FY26よりソーシャルキャピタルは影響力係数を廃止しシンプルな人数カウントへ。ソーシャルアセットはSNSフォロワー・YouTube登録者・メンバーシップの3層で関係性の深さを測る方式に変更する。

指標	FY25実績	達成率	FY26予算	根拠
ソーシャルキャピタル (Vision発信量)	36,363 時間人	90.9%	40,000 時間人	FY25実績 +10%
ソーシャルアセット (Vision共感者数)	1,873 人 累計 16,277 人	62.4%	160,000 人	※方法刷新
インプット (活動資源)	¥ 167,854,865	167.9%	¥ 30,000,000	大型案件(NOTO PLAYGROUND 1.4億円)を除くFY25実績 +10%成長
ソーシャル アクティビティ	7 回	70.0%	10 回	FY25予算維持

※FY26よりカウント方式刷新：SNS×1・YouTube×10・メンバーシップ×100



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週1回発信中。

# 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。

雨風太陽

会社概要 事業紹介 関係人口とインパクト 社会的財務諸表 ニュース 取組情報 お問い合わせ

## 社会的財務諸表

インパクト共創室：6月ソーシャルキャピタル実績・内訳

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、喜界町など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

\*オンライン講演の人数を掛け上での人数換算

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
TKTok	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

Copyright 2024 Ame Kaze Taiyo, Inc.

※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。

### 【社会的財務諸表】ソーシャルキャピタルの計測方法について

4

ポケットマルシェ(ポケマル) 公式  
2025年7月7日 16:33

当社は、社会性と経済性を同時に追いかける組織を目指すために、2024年12月に「これからの社会的及び経済的な財務諸表の考え方」を発表しました。社会的財務諸表では、当社の社会的な活動を定量的に管理し、公表していただくことで、会社にとってどのような非財務的な価値があり、それがいかになって創出されているのかを定量化して発信しています。

### 【社会的財務諸表】ソーシャルアセットの計測方法について

2

ポケットマルシェ(ポケマル) 公式  
2025年7月18日 10:23

当社は、社会性と経済性を同時に追いかける組織を目指すために、2024年12月に「これからの社会的及び経済的な財務諸表の考え方」を発表しました。社会的財務諸表では、当社の社会的な活動を定量的に管理し、公表していただくことで、会社にとってどのような非財務的な価値があり、それがいかになって創出されているのかを定量化して発信しています。

※ポケットマルシェ公式noteより  
[https://note.com/pocket\\_marche](https://note.com/pocket_marche)

私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

## 総評と今後への課題

今回のインパクトレポートでは、これまで経営指標として定めていた「事業活動によるインパクト創出」だけでなく、これまで計測できていなかった「マイナスのインパクト（GHG排出量）」および、当社のビジョンに共感いただき協働させていただいた「事業外活動によるインパクト創出」についても、その意義や活動内容、個々のKPIやインパクトまで公表することができた。

特に、生産地から直接消費者の自宅まで配送する事業や、関係人口として都市と地方を往來することを促進する事業を展開している当社にとって、環境負荷については創業時からの懸案事項であり、今回そこに対して正面から向き合うことができたのは、当社が今後も社会的インパクト創出を最重要と捉える会社であり続けるために重要な一歩となった。また、当社が構想する社会的財務諸表の重要なピースが埋まり、継続的に社会的および経済的な価値を計測するモニタリング体制が整ったといえる。

一方で、事業活動と事業外活動によるインパクトは現時点では並列掲載にとどまっている。両者を別々に示すだけでは、当社の使命に対して会社全体がどれだけ貢献しているかを表すには不十分で、社会的財務諸表としての統合には至っていない。財務情報と非財務情報を統合して会社全体の価値創造を示すことを念頭に、統合的に集計・公表する方法の確立を次の課題と位置づけている。

都市と地方の分断を解消し、持続可能な社会を未来につなぐ——インパクトの創出・測定・開示を続けることで今後も引き続きその実現を目指していく。

私たちのミッションと社会的インパクト

事業活動によるインパクト創出

マイナスのインパクト

事業外活動によるインパクト創出

社会的財務諸表報告

総評と今後への課題

Appendix -会社概要

## 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<sup>※1</sup>**  
※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<sup>※2</sup>**  
※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

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、  
日本で最初の産直プラットフォームサービス。

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



# すべてのやり取りを、スマホで完結。 消費者とつながり、旬の食材をカンタン販売。

1

## 出店・出品

最短1分、スマホで完了するお手軽出品です



2

## 注文されたら 自動で伝票発行

お客様の配送先を印字済み伝票が自動で届きます



3

## 生産者より発送

生産者より発送します。ポケマル特別割引送料！



4

## 「ごちそうさま」 が届く！

ウォールやメッセージでユーザーからの感想が届きます。



みずきさん♪  
真っ赤でピカピカ沢山のアイコ、綺麗な状態で到着🍅  
開けた途端、良い香りと深い赤🍅熟していて甘い🍅  
オリーブオイルとバルサミコでマリネにしてフェタチーズをのせて食べました！いくら



商品価格から納税額を

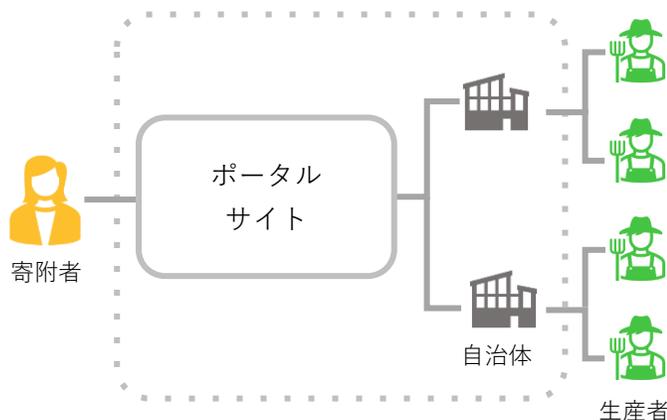
自動算出することで

実現した、革新的ふるさと

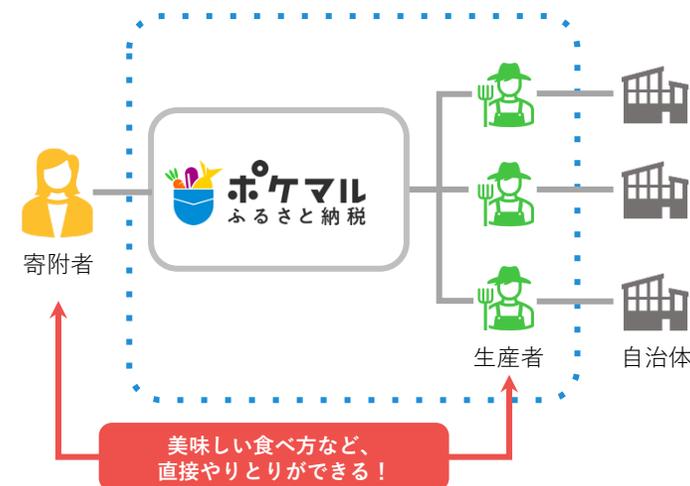
納税サービス。(特許第7442831号)

契約自治体で生産し、ポケマルで  
出品する「全生産者の全商品」が  
自動的に返礼品に。

既存のふるさと納税



ポケマルふるさと納税



自治体を選んだ生産者	返礼品の対象者	ポケマルと契約する自治体の生産者全員
自治体	出品・在庫管理	生産者
自治体 (まとめて発送)	発送	生産者 (受注後すぐ)
在庫管理がしやすい高額の冷凍肉になりがち	返礼品の傾向	少量・多品種・レアもの・訳アリ

# 生産者を知って食べると楽しい『食べる通信』



世界初「食材付き情報誌」である『食べる通信』は、生産者と消費者の新たな関係をデザインしたことが評価され、日本サービス大賞（地方創生大臣賞）を受賞。発行人を各地で募り、地域ごとに独自性を持つ『食べる通信』を全国15地域\*にて発刊。

当社は日本食べる通信リーグを運営しており、『食べる通信』ブランドをライセンス供与することで売上に応じたロイヤリティを受け取る。



※2025年12月時点

## ポケマルおやこ地方留学 サービス概要

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**<sup>\*1</sup>で開催し、計**514家族**<sup>\*1</sup>が参加。

推奨意向**90.7%**<sup>\*2</sup>、リピート率が**28.4%**<sup>\*3</sup>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。

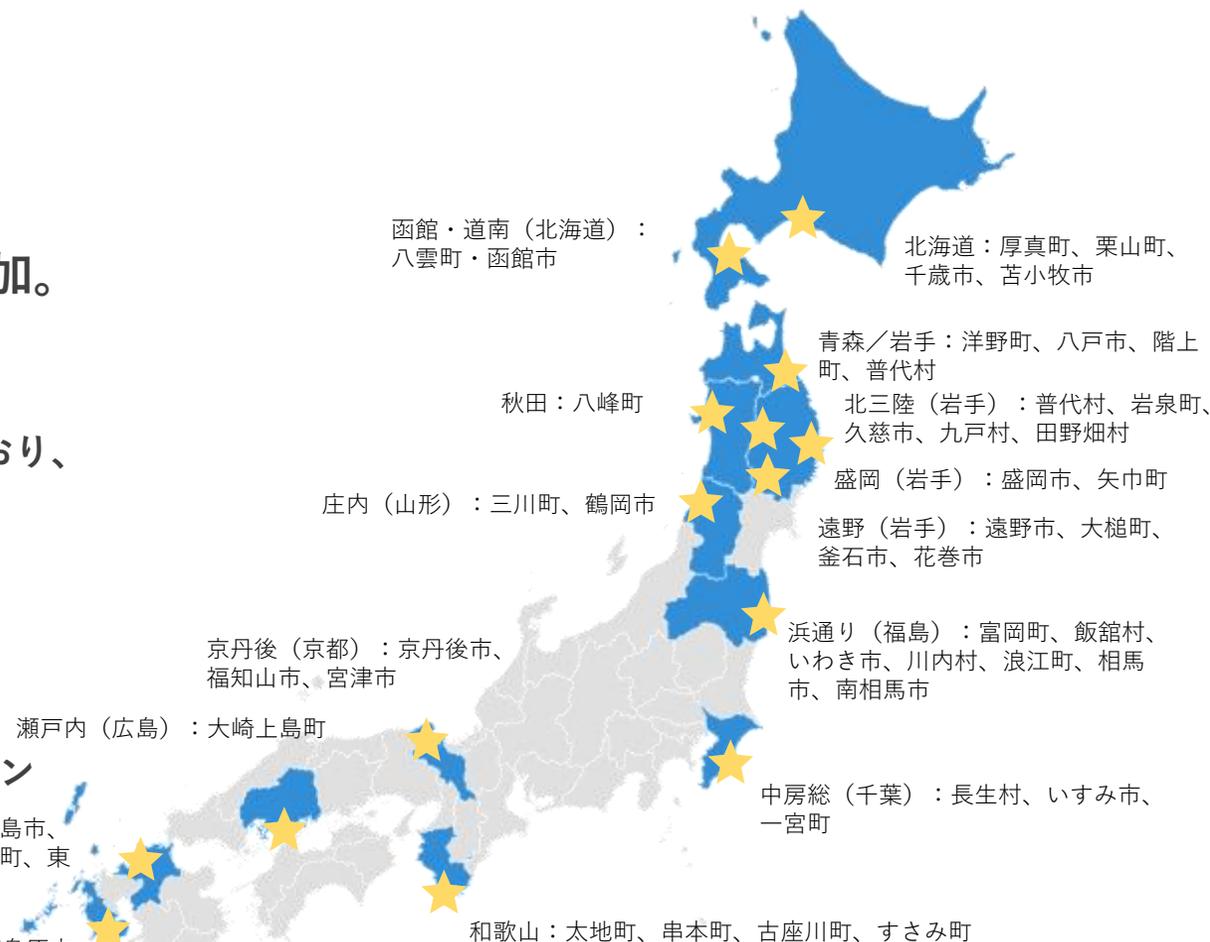


KIDS  
DESIGN  
AWARD  
2024

\*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



## 旅行予約サイト「STAY JAPAN」サービス概要

「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件掲載している旅行予約サイト。

本サービスでは、利用者が地方の農山漁村に宿泊し、地域資源を観光コンテンツとして活用した多様な体験を通じて地域住民との関係を構築することで、地域の所得向上および関係人口の創出に寄与している。

また、訪日外国人旅行者に対して、日本全国の生産現場を旅の目的地としたプログラムを提供することで、日本の地方の魅力を体験する機会を新たに創出。



## SDGs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。



### ポケットマルシェ／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。



### 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。



### 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。



### 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。



### 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。



### 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。



### 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獲られた魚介類と、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。



### 食べる通信／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。



雨風太陽