

ABOUT US

株式会社雨風太陽



目次

1. 会社概要、沿革、取締役紹介、産直アプリ「ポケットマルシェ」概要
2. 代表取締役 高橋博之 プロフィール
3. ポケットマルシェ事業
 - ◆ 消費者向けサービス
 - ◆ 生産者向けサービス
 - ◆ 利用事例
 - ◆ オンライン産直サービス比較表
4. ポケマルふるさと納税事業
5. 食べる通信事業
6. 自治体連携事業
7. 企業連携事業
8. 電力事業
9. 関係人口研究室

会社概要

社名	株式会社雨風太陽（旧 株式会社ポケットマルシェ）
所在地	〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷3-26-5 金子ビル3F （本店所在地 岩手県花巻市大通り1丁目 1-43-2 JR 東日本 花巻駅構内）
代表者	代表取締役 高橋博之
設立	2015年2月10日
資本金	4億1336万円（累計資金調達額 14億700万円）
従業員数	62名
株主	PNB-INSPiRE Ethical Fund 1 投資事業有限責任組合、小橋工業、丸井グループ、ユーグレナ、メルカリ、電通グループ、オレンジページ、等
事業内容	<ol style="list-style-type: none">1. 生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム「ポケットマルシェ」の企画・開発・運営2. 寄附者と生産者が繋がるふるさと納税サイト「ポケマルふるさと納税」の企画・開発・運営3. 食べもの付き情報誌「食べる通信（R）」の普及・多地域展開の促進、「東北食べる通信」の企画・運営4. 親子向け地方留学プログラムの企画・実施5. 生産者の販路拡大・地産品の認知向上・関係人口創出を目的とした自治体支援施策の企画・実施6. 産直食材を活用したキャンペーンや福利厚生プラン等の企業向けプログラムの企画・実施

CtoCプラットフォーム 「ポケットマルシェ」概要

提供開始	2016年9月2日
登録生産者数	約7,200名（2022年12月時点）
登録ユーザ数	約620,000名（2022年12月時点）
出品数	約16,000品（2022年12月時点）
商品カテゴリー	野菜、果物、魚介類、肉、米・穀類、茶、卵・乳、蜂蜜、加工食品
決済方法	クレジットカード、Apple Pay
主な機能	【消費者向けアプリ】 食材注文、コミュニティ、メッセージ 【生産者向けアプリ】 出品、受注管理、コミュニティ、メッセージ

沿革

2013.05.29	NPO法人東北開墾設立（2013.10.16法人格取得）
2013.07.16	「東北食べる通信」創刊
2014.04.15	一般社団法人日本食べる通信リーグ設立。「食べる通信」モデルの全国展開スタート
2015.02.10	株式会社KAKAXI設立（2016.03.31に株式会社ポケットマルシェに商号変更）
2016.09.05	「ポケットマルシェ」サービスリリース
2017.09.29	ユーグレナ・メルカリ等を引受先とする第三者割当増資を実施
2019.08.27	電通・小橋工業等を引受先とする第三者割当増資を実施、総額3.3億円の資金調達
2020.08.24	丸井グループ・オレンジページ等を引受先とする第三者割当増資を実施
2020.12.21	農林中央金庫を引受先とする第三者割当増資を実施
2021.6.28	日本航空とともに、コロナ禍における大学生と生産者の課題を同時に解決する「青空留学」を開始
2021.8.26	関係人口創出プロセスの解明や地域活性寄与を目的に、関係人口考案者を中心として「関係人口研究室」発足
2021.9.27	国内初、寄附者と生産者がつながる「ふるさと納税サービス」を開始
2021.11.17	ソーラーシェアリング・電力小売事業への参入を発表
2022.04.25	株式会社雨風太陽に商号変更

代表取締役 高橋博之 プロフィール

東日本大震災を機に、政治家から起業家へ転身し一次産業の世界へ
全国47都道県を行脚し、生産現場を最も知る男
生産と消費の新たな関係を追求し「共に生きる」社会の実現を目指す
関係人口提唱の第一人者として、新しい社会のあり方を提案



高橋 博之（たかはし ひろゆき）

株式会社雨風太陽 代表取締役 / 『東北食べる通信』 創刊編集長 / 日本食べる通信リーグ代表

- 1974年 岩手県花巻市生まれ。青山学院大卒
- 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
- 2011年 巨大防潮堤建設に反対し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、地域の優れた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
- 2014年 一般社団法人「日本食べる通信リーグ」を創設し同モデルを日本全国や台湾へ展開。第1回日本サービス大賞地方創生大臣賞受賞
- 2016年 農家や漁師から直接、旬の食材を購入できるスマホアプリ「ポケットマルシェ」サービス開始。翌年、日本最高峰ピッチコンテスト「新経済サミット」で優勝
- 2018年 47都道府県を車座行脚し全国の生産者と対話する「平成の百姓一揆」を敢行。「関係人口」提唱者として、都市と地方がともに生きる社会を目指す。毎年47都道府県行脚を継続し現在に至る

代表取締役 高橋博之の歩み

◆ 創業のきっかけは、岩手県議会議員時代に起きた東日本大震災

岩手県議会議員を務めていた2011年に、東日本大震災が起きました。被災地支援の現場で、自然、そして限りある「生」に感謝しながら生きる生産者の姿が目指すべき未来の手がかりになると確信し、自ら新しいふるさとづくりを先導しようと考えようになりました。

思い切って岩手県知事選に立候補し、人間と自然を分断するのではなく、両者が繋がって生きる持続可能な社会を三陸沿岸部から作ろうと訴えました。被災地沿岸部270キロを徒歩で遊説する前代未聞の選挙戦を展開しましたが大敗。ならば実際に現場で手と足を動かして社会課題に挑もうと、起業家への転身を決意しました。



代表取締役 高橋博之の歩み

◆ 2013年、「東北食べる通信」の創刊

被災地を訪れた都市住民たちは、震災前から過疎・高齢化で疲弊していた地方の実態に心を痛め、その共感から継続的な復興支援に参加していきました。

一方、自らの持つスキルで目の前の被災者を支援して感謝されることにより、都市生活では得にくかったやりがいや生きる実感を得て、復興支援に行ったはずの都市住民たちが逆に被災者から救われる場面もありました。

こうした都市と地方の共助の関係を平時から生み出すことを目指して、世界初の食べもの付き情報誌「東北食べる通信」は生まれました。食べものとその裏側にある農漁業の世界の物語を都市住民へ届け、分断された生産者と消費者、都市と地方を繋げることで、両者の抱える課題を解決できると考えました。



代表取締役 高橋博之の歩み

◆ 2016年、ポケットマルシェのサービス開始

「東北食べる通信」の創刊後、全国各地の同じ課題を抱える地域から「食べる通信を立ち上げたい」との声が上がり、海外を含む40箇所を超える地域で創刊されました。

さらに、「食べる通信」の発行で得た知見を社会に全面展開して課題解決のスピードを上げるべく、株式会社ポケットマルシェを創業し、産直SNS「ポケットマルシェ」をリリースしました。

ただ食べものを売買するだけでなく、生産者と消費者が生産の背景や食べた感想などについて直接やり取りできる本サービスを通じ、個と個をつなぎ、共助の関係性を育んでもらうことを目指しています。



代表取締役 高橋博之の歩み

◆ 車座座談会、REIWA47キャラバンについて

創業当時から定期的に行っている、参加者全員で社会の現状や未来について語り合う「車座座談会」。オンラインで毎朝開催しており、2021年5月時点で累計開催数は950回以上。生産者や消費者が集う新たなコミュニティとなっています。

過去に何度も47都道府県を回って生産者の声を聞いてきた高橋ですが、2020年夏より47都道府県を行脚する「REIWA 47キャラバン」を開始し、東日本大震災から10年というタイミングで、講演会や参加者との対話を通じて人間社会、気候等の問題を考える機会としました。また、withコロナ時代の「生産者と消費者のつながり」の意味を紐解き、2021年3月に東京都で千秋楽を迎えました。



生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム

ポケットマルシェ 消費者向けサービス

両風太陽
Ame Kaze Taiyo

ポケットマルシェは、全国の農家・漁師から、直接やりとりをしながら新鮮な旬の食べ物を買うことができる産直プラットフォーム。現在、国内最大の約7,200名（2022年12月時点）の農家・漁師が登録しており、約16,000品の食べ物の出品と、その裏側にあるストーリーを提供。開始は2016年。ポケットマルシェによる審査を通過したプロの生産者だけが登録・出品できる。

✓ 約15,500品の食材が並ぶ

野菜、果物、魚、肉など、全国各地の様々な食材が出品されている。気になる食材を都度購入したり、定期便を注文したりと、生活に合わせた利用が可能。

✓ 美味しい鮮度で直送

生産者からの直送なので、新鮮な旬食材が食べ頃で届く。

✓ 生産者に直接食材の食べ方を質問できる

「コミュニティ機能」「メッセージ機能」を通じ、食材の購入前後に調理方法や保存方法を生産者に直接質問できる。生産者だからこそわかる美味しい食べ方を教えてもらえることも。

✓ 生産者・他ユーザとのやり取りを楽しめる

「コミュニティ機能」を利用して生産者に「ごちそうさま」を伝えられる。コミュニティ上では、生産者や他ユーザと交流を深めることもできる。

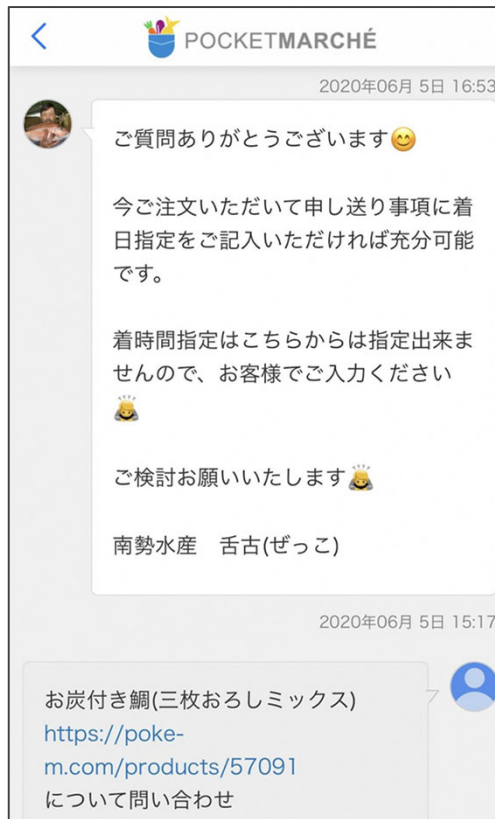
生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム ポケットマルシェ 消費者向けサービス



TOP画面



メッセージ画面



コミュニティ画面



食材を
探す



生産者に
気軽に
質問する



食材を
注文し
受け取る



ごちそうさまを
伝える

生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム

ポケットマルシェ 生産者向けサービス



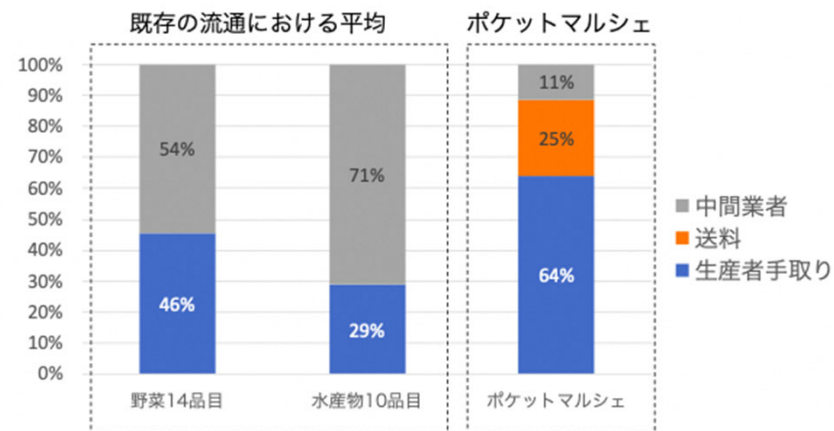
✓ 登録料や月額利用料は一切不要、

最終価格に対する生産者の手取り額も増加

費用は、売上げ額の20%の販売手数料のみ（※）で、固定費用は0円。当社提携のヤマト運輸は、一般送料の約5割引の地域もあり圧倒的にお得。

※当社提携のヤマト運輸での発送時は伝票発行手数料96円（税込）が発生。

■ 顧客が支払う最終価格に対する生産者の手取り額の内訳



* 農林水産省大臣官房統計部 生産流通消費統計課 の統計(2015)より
** ポケットマルシェ 2018年1~12月 総流通から算出

✓ 配送伝票作成の手間が不要

運送会社のドライバーが宛先印字済の配送伝票を生産者のもとへ届けてくれるので、配送伝票を作成する必要がない。

✓ 農水産物販売に関わる全業務がスマホで完結

出品、注文管理、入金確認、問合せ対応など、全ての業務をスマホアプリ上で完結できる。

✓ 消費者から直接お礼が届き、つながりを実感

消費者から直接「美味しかった」「ごちそうさま」の声が届き、やり取りを楽しめる。

生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム ポケットマルシェ 生産者向けサービス

◆ サービス利用の流れ

注文管理、入金確認、問合せ対応など、
全ての業務がスマホ1つで完結する

購入者は出品されている商品を
アプリから購入できる

売れた分の配送伝票が、
印字された状態で届く

ヤマト運輸との連携で送料が最大5割引

食べた人の声を聞くことができ、
ファンを育てることも可能



◆ 生産者への販売サポート

- ・直販実施に役立つ勉強会の実施
- ・生産者自らアレンジできる同梱キットの提供
- ・登録生産者向けの販売サポート窓口の設置

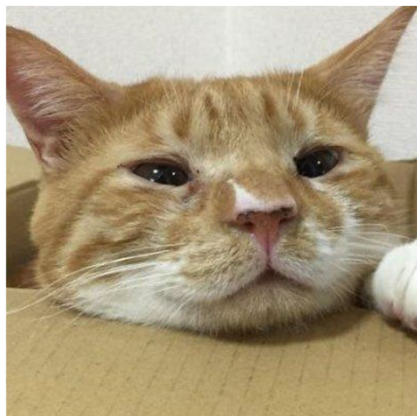


生産者向けのオンライン勉強会の様子

生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム ポケットマルシェ 利用事例

消費者

茶太郎さん（30代・東京）



◆ 生産者の熱を知り、食生活が激変

以前まで食は仕事の片手間に取るものでしかなかったが、生産者の存在とその苦労や熱意を知って意識が変わり、食材を大事に調理を行うように。今では生産者の名前や生産の背景が、家族で囲む食卓の主な話題。楽しんで生産者たちを応援している。

◆ 漁師に魅了された息子

ポケマル利用を契機に魚が好きになった息子が、天気や海ごみを気にしたり、生きた魚を捌くことについて深く考えたりするように。漁師という存在が身近になったことで、魚の美味しさを伝える漁師になりたいという夢まで持つようになった。



生産者から直接届いた食材が活躍する食卓

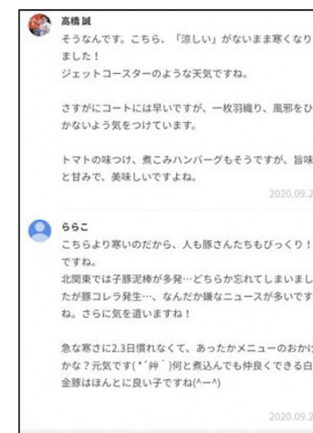
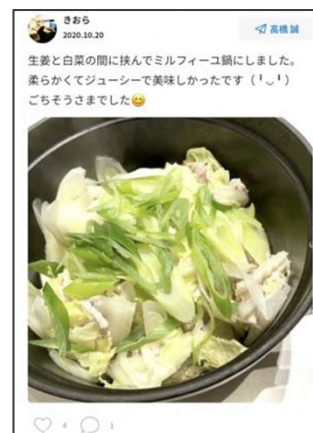
生産者と消費者を直接繋ぐCtoCプラットフォーム ポケットマルシェ 利用事例

生産者
畜産農家 高橋誠さん
(岩手県花巻市)



◆ 新型コロナの影響を受け、個人向け直販を開始
主な取引先だった飲食店にコロナ禍の影響が直撃し、2020年3月の売り上げが前年比で6割にまで落ち込んだ。新たな販路を確保すべく、4月にポケマルに登録した。

◆ 消費者の声が励みに
「おいしかった」「頑張ってください」などの励ましの言葉がコミュニティ上で多く寄せられ、ありがたかったし勇気づけられた。



コミュニティ上で消費者と活発にやり取り

寄附者と生産者がつながる ポケマルふるさと納税事業

ポケマルふるさと納税は、「生産者」が寄附者とのやり取りや返礼品の出品を行う、国内初のふるさと納税サービス（特許出願中）。

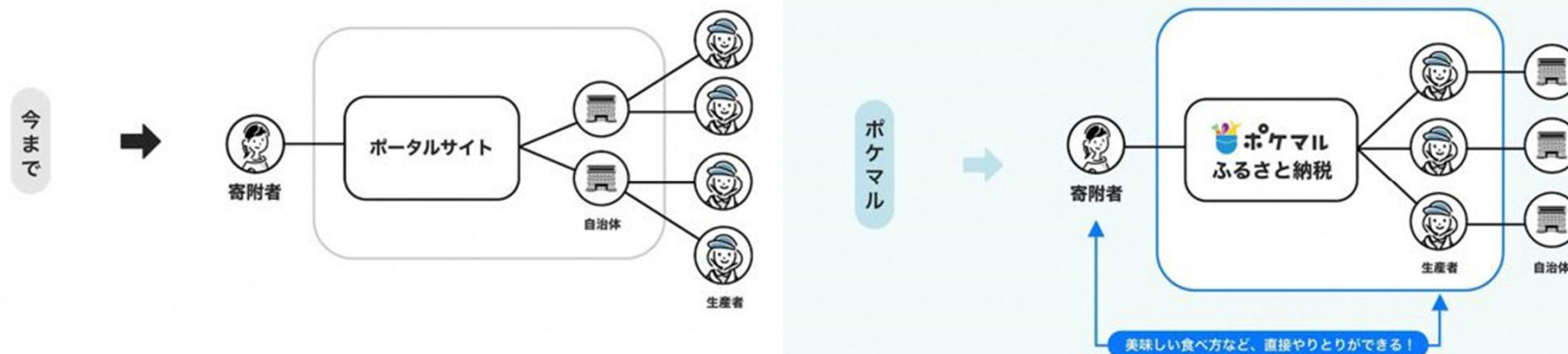
寄附者と生産者・地域が「関係人口」として継続的につながるきっかけを作ることで、自治体間の返礼品競争に陥ってしまっている既存のふるさと納税に対して一石を投じ、中長期的に地域の活性化に寄与することを目指す。

2022年12月現在、42自治体・約560名の生産者が登録。開始は2021年9月。

◆ サービスの特徴

「生産者」が返礼品の出品者開拓・出品・在庫管理・発送を実施

既存のふるさと納税サービスでは、主に「自治体」が返礼品の出品者開拓・出品・在庫管理・発送を実施していたが、ポケマルふるさと納税では主に「生産者」が実施する。



寄附者と生産者がつながる ポケマルふるさと納税事業

自治体・生産者・寄附者それぞれのメリット

既存のふるさと納税サービスでは、「返礼品の魅力や配送日が寄附者からわかりにくい」

「生産量が少ない食材や供給が不安定な食材が返礼品の対象になりにくい」などの場合があった。ポケマルふるさと納税サービスでは、生産者が返礼品出品から発送までを実施することで、自治体・生産者・寄附者それぞれに対して次のようなメリットがある。



寄附者と生産者がつながる ポケマルふるさと納税事業

◆ サービス利用の流れ

1. 返礼品カテゴリ・地域・生産者・納税額などから返礼品を検索
2. 返礼品や生産者プロフィールのページで、商品・地域・生産者について知る
3. 「ふるさと納税で申し込む」から、配送先住所や支払い方法、ワンストップ特例申請書の送付希望有無、納税者情報などを入力して完了



1. 食材を探す



2. 食材を知る



3. 申し込む

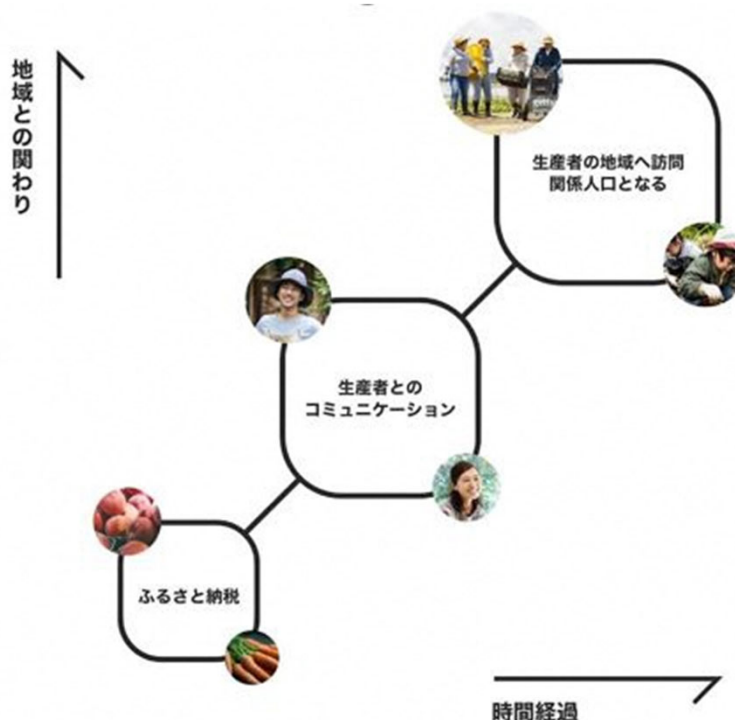
寄附者と生産者がつながる ポケマルふるさと納税事業

◆ ポケマルふるさと納税が目指すところ

関係人口創出を促進し、地域の活性化に寄与

ポケマルふるさと納税は、寄附者が生産者と直接やりとりしながら利用することができ、返礼品を気に入った場合は産直アプリ「ポケットマルシェ」で手軽にリピート注文が可能。一度の寄附で完結せず、継続的なつながりを生み出す仕組みで、生産者のファンを増やす。

さらに、地域に足を運ぶ「体験」を軸とした返礼品を自治体・生産者と共同開発し、ファンになった生産者に会いに行くことを促進することで、生産者のいる地域とも関わる「関係人口」を増やしていく。



寄附者と生産者がつながる ポケマルふるさと納税事業

◆ 返礼品の例

関係人口創出を目的とした体験商品

地域の魅力を知り、より深くつながるきっかけ作りとして、自治体・生産者と「体験」を軸とした返礼品を共同開発した。

■フルプロ農園での農業体験

長野県須坂市フルプロ農園 徳永虎千代さん（りんご農家）より実際にフルプロ農園に来ていただいて農作業を体験していただきます。草刈りや花摘みなど、季節ごとに様々な農作業がありますが、収穫の時期でしたら、その場でりんごお召し上がりいただくことも可能です。



■漁師体験フルセット 利用券

三重県度会郡南伊勢町 友栄水産 橋本純さんより漁師のいるゲストハウス まるきんまる別棟を一棟貸し切りで、漁師体験をしていただきます。また、漁師体験でとれた魚を、まるきんまる船長と一緒に捌き、鯛めしや鯛の塩釜焼きを味わっていただけます。



世界初の食べもの付き情報誌 食べる通信事業

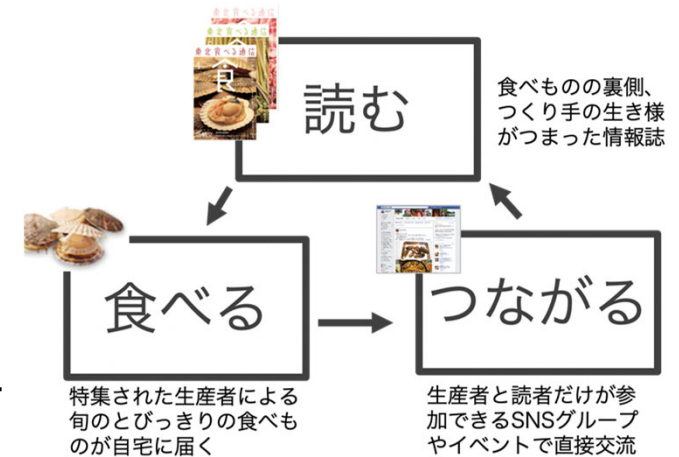
食べる通信は、独自の哲学でおいしい食べものをつくる生産者を特集した情報誌と、彼らが収穫した自慢の一品がセットで届く「食べもの付き情報誌」。「世なおしは、食なおし。」を合言葉に、分断された生産者と消費者、都市と地方を、食べもの+情報誌+コミュニケーションで繋げ、共助の関係を育むことを目指す。

2014年グッドデザイン金賞。2015年日本サービス大賞 地方創生大臣賞を受賞。

2013年7月に「東北食べる通信」を創刊して以降、日本全国・海外へと広がり約20通信が発行されている。コンセプト、デザイン、価格、発行頻度など、すべて各地域の編集部が設計している。

■ 一例（東北食べる通信）

- ・ 発行頻度：毎月1回
- ・ 価格：税込2,680円(情報誌+食べもの+送料)
- ・ 誌面形式：B5判24P



全国
23 通信

2022年12月時点



◆ 生産者と消費者が直接繋がることで生まれたストーリー

食べものの裏側にある物語を知ること、消費者は生産者へ感謝を伝え、「つくる」へと参加するようになった。生産者は消費者からの感謝の声でやりがいや誇りを取り戻した。

■ 事例①

台風の影響でコンバインでの稲の収穫が困難になった際に生産者が助っ人を募集したところ、読者ら約200人が秋田まで自腹で駆けつけ、手刈りで1haほどの稲を収穫しました。

■ 事例②

衰退の一途をたどり農家2軒にまで縮小していた会津の伝統野菜「小菊かぼちゃ」は、食べる通信掲載をきっかけにファンを獲得し、作付け面積を3倍に増やしました。



関係人口の創出を図る 自治体連携事業

自治体・地域活性化関連企業と連携し、「生産者の販路開拓」「地産品の認知向上・販売プロモーション」「一次産業を起点とした関係人口の創出」に取り組みます。自治体の抱える課題や予算に応じて、最適なプランを提案しています。

✓ 生産者の販路開拓

地域の生産者を対象に、説明会やワークショップ等の施策を通じて、インターネット直販の基礎を身につけるところから、自分の名前で販売する力をつけてファンを獲得するまでの支援を行います。

✓ 地産品の認知向上・販売プロモーション

食材やその作り手である生産者について、「ポケットマルシェ」のユーザーをはじめとした消費者に向けて、特設ページや記事を通じて発信します。また、生産者が出演するライブコマース等、オンラインや飲食店でのプロモーションイベントの企画・実施が可能です。

✓ 一次産業を起点とした関係人口の創出

生産者と消費者が直接つながり、交流する機会を提供します。オンラインでの交流イベントや、消費者が生産者のもとを訪れる産地ツアー、農漁村滞在プログラムの企画・実施を通じて、地域に関わる消費者の増加に貢献します。

関係人口の創出を図る 自治体連携事業

◆ 連携事例

2022年12月現在、当社は40以上の自治体との連携実績があります。

■ 大阪府柏原市

当社初となる自治体との事業連携協定を2020年7月に締結し、継続的に連携を強化。「柏原市産農産物特設ページ」の立ち上げや特集記事の作成、柏原市の生産者を対象にした「販売向上研修会」や「ぶどうの予約販売に関する勉強会」の実施を通じて、農産物の販売促進を支援。2021年度は、柏原市ぶどう農家さん2名のご出演いただき、ライブコマース施策を実施。本連携をきっかけに、「ポケットマルシェ」を通じて直販を行う生産者が16名増加した。



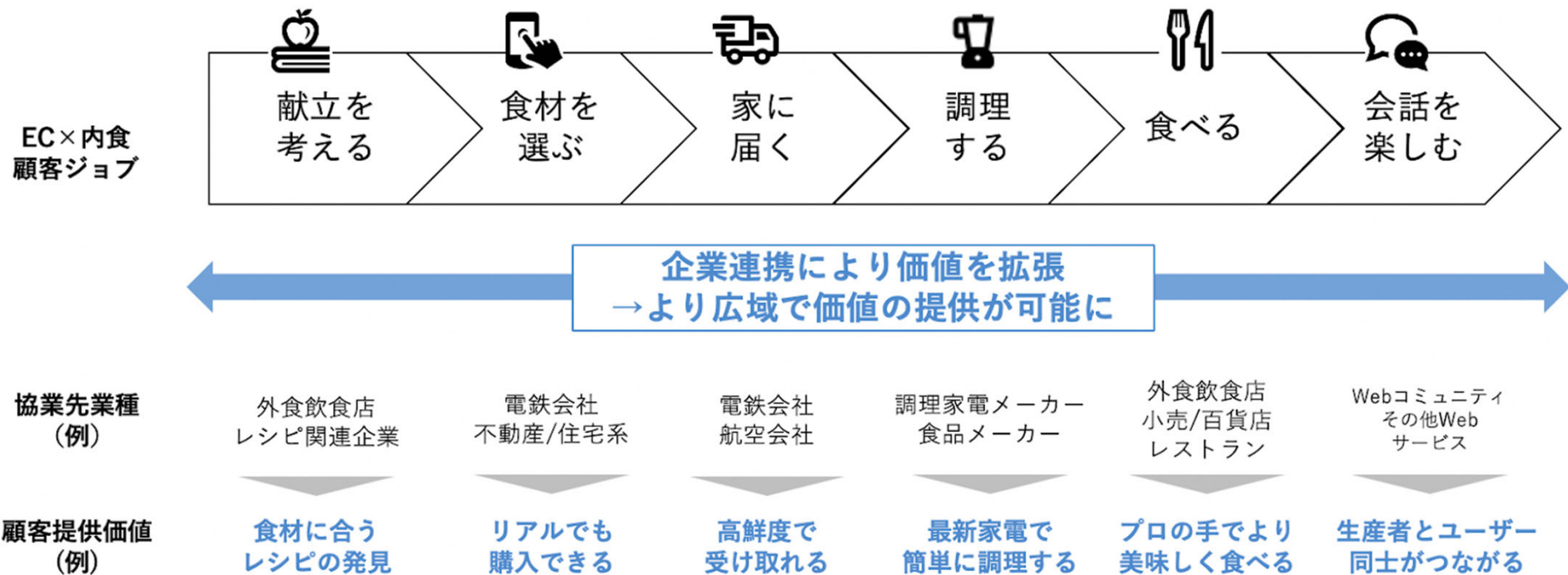
■ 北海道石狩市

北海道石狩市、石狩市農業協同組合と3者で連携。石狩市農業協同組合の職員による出品作業・注文管理・発送作業などのサポートや、当社による直販実施に関する勉強会や電話サポートを通じて、JAいしかりの運営する地物市場「とれのさと」に出荷する有志の生産者12名のインターネット直販開始を支援。本連携により、最高齢82歳の生産者による直販を実現した。「いしかり野菜」の販売先を全国の消費者に拡大し、新たな石狩農業のファンを生み出すことを目指している。



産直食材を活用した物語のある食体験を広く提供する 企業連携事業

「食」関連をはじめ多業種の企業と連携することで、産直食材を活用した物語のある食体験を広く提供します。産直食材が当たるプレゼントキャンペーン、生産者によるオンライン体験教室、福利厚生や社員向けギフトとしての活用など、「食」を切り口にした様々なプログラムを、企業向けに提案しています。

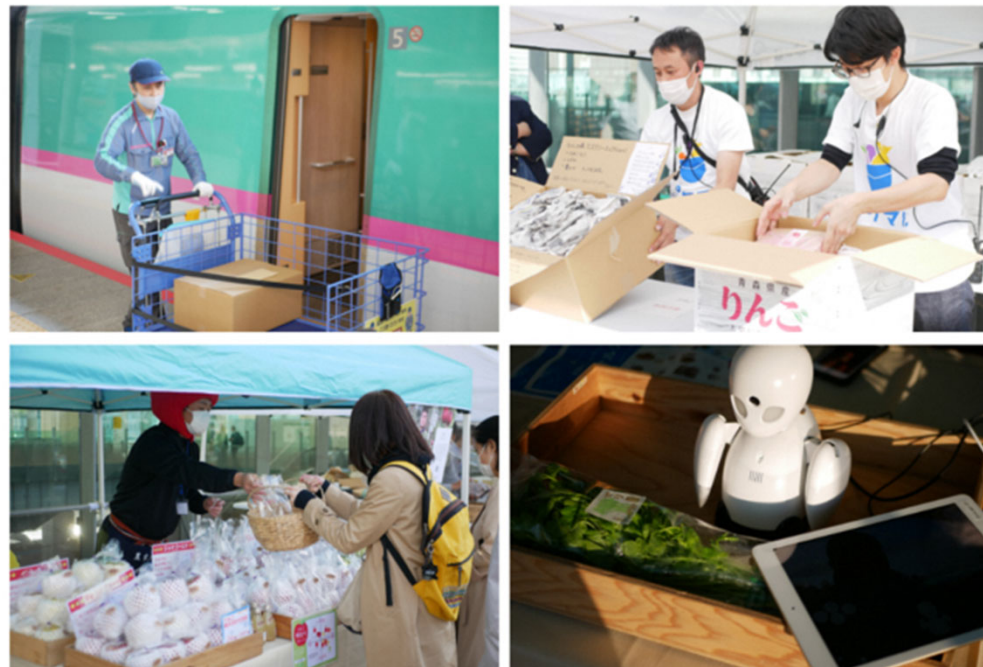


産直食材を活用した物語のある食体験を広く提供する 企業連携事業

◆ 連携事例

■ JR東日本：次世代マルシェ

新幹線を活用した荷物輸送や生産現場のライブ中継を取り入れ、生産者と消費者をつなぐ新しい購買体験を提案する「次世代マルシェ」を開催。オンラインとオフラインを融合させることにより、マルシェで食材を購入した消費者がポケットマルシェのアプリ上でも生産者とつながったり、あるいは、アプリ上で出会った生産者と消費者が実際に顔を合わせることで関係性をより深めることができる。



産直食材を活用した物語のある食体験を広く提供する 企業連携事業

◆ 連携事例

■ Gigi「びずめし」：新たな社食の形

感謝や応援の気持ちを食事とともにお届けするフードテックサービスを運営するGigi株式会社と連携。飲食店を企業の福利厚生である「社食」として利用する「びずめし」で、産地直送の食材を購入できる仕組みの実証実験を開始。新型コロナウイルス感染拡大の影響で販路が縮小した生産者の食材を「社食」として購入可能にし、テレワーク中の従業員と生産者を同時に応援。



産直食材を活用した物語のある食体験を広く提供する 企業連携事業

◆ 連携事例

■ 三菱UFJニコス労働組合：福利厚生

新型コロナウイルス感染拡大の影響で、社員旅行などがなくなる中、福利厚生事業として、畜産農家によるオンラインでの「ソーセージ作り体験」イベントを開催。60名弱が参加し、「ウインナーを手作りするのは初めてだったが、気軽に参加できて楽しかった」「外出できない状況の中で良い家族イベントになった」などの声が聞かれた。



「電力」の分野でも地方と都市をつなぐ

ソーラーシェアリング・電力小売事業

両風太陽
Ame Kaze Taiyo

農地の上に太陽光発電設備を設置し、電気と食材を同時に作るソーラーシェアリングの推進、および、生産者の作った電気の販売を行います。（2022年12月時点）

■ソーラーシェアリング事業

7,200名（2022年12月時点）のポケットマルシェ登録生産者に対して、営農と同時に発電を行うソーラーシェアリング導入を支援します。具体的には、助成金等に関する情報提供や、ソーラーシェアリングを導入している農家同士のネットワーキングの促進などを行います。

□ソーラーシェアリングとは

農地に支柱等を立てて、その上部に設置した太陽光パネルを使って日射量を調節し、太陽光を農業生産と発電とで共有する取り組みです。営農を続けながら、農地の上部空間を有効活用することにより電気を得られるため、生産者にとっては農業経営をサポートするというメリットがあります。また、耕作放棄地の活用にもつながります。



「電力」の分野でも地方と都市をつなぐ ソーラーシェアリング・電力小売事業

■ 電力小売事業

「みんな電力」と連携し、個人向けに電気の販売を開始します。食材を直接購入している生産者から、電気も購入することを可能にし、「誰から買っているのか」が可視化された消費行動を後押しします。2022年度中に、5,000世帯への導入を目指します。

□ 特徴

- ・再生可能エネルギー100%（非化石証書あり）
- ・売上の一部を、気候変動の影響で生産現場に被害を受けた生産者支援に役立てる

□ 利用者のメリット

- ・月々の支払額は変わらずに、CO2を排出しない環境にやさしい電力を使用できる
- ・気候変動に伴う自然災害等で被害を受けた生産者を、支援することができる

◆ 電力事業参入の背景

食と同様に生活に欠かすことができない電気の多くは地方で作られ、都市で使われており、生産と消費の分断が生じている点も同じです。作り手の顔が見えないと、作られたものの価値も見えづらくなります。作り手の顔やストーリーが見えれば、消費者は自らが価値を感じるものを選択し、残していくことが可能になると当社は考えます。当社は、地方と都市をつなぐ新たな関係性を構築し、生産者の顔が見えて地方の価値が最大化される社会を作るために、電力事業に参入します。

