

# 成長可能性に関する説明資料

2019年12月

株式会社ALiNKインターネット

# 1. 会社概要



## 「未来の予定を晴れにする」

天気を変えることはできないが、  
未来の予定を晴れにすることはできる

私たちが目指すのは、人々が情報を受け取った、その先の課題解決。

「天気」をきっかけとして、そんなひとりひとりのココロに寄り添い、それぞれが抱える課題に最適なソリューションを提供していくことも私たちの仕事だと考えます。

「ちょっと先の暮らし」に小さな幸せを届け続ける。それが私たちの実現したい未来です。

会 社 名	株式会社ALiNKインターネット
設 立 日	2013年3月15日
資 本 金	18,045千円
従 業 員 数	9名（2019年9月末現在）
事 業 内 容	インターネットメディアの企画／制作／運営 天気予報専門メディア「tenki.jp」の運営

## ■ 常勤役員紹介



### CEO 池田洋人

1997年 4月 株式会社ハレックス入社  
 1999年10月 気象予報士取得  
 2002年 5月 株式会社ウェザーライン入社  
 2003年 6月 ヤフー株式会社入社  
 Yahoo!天気情報プロデューサー  
 2005年 6月 株式会社ありんく入社 取締役COO 就任  
 2013年 3月 株式会社ALiNKインターネット設立  
 代表取締役CEO

#### 【著書】

- 『たのしく学ぼうお天気の世界 12ヵ月』  
 出版社: 東京堂出版  
 発売日: 2012/4/12
- 『ずっと受けたかったお天気の授業』  
 出版社: 東京堂出版  
 発売日: 2008/7/1



### CTO 松本修士

2003年 8月 ヤフー株式会社入社  
 2005年 5月 株式会社ライブドア入社  
 2006年 9月 株式会社ありんく入社  
 2008年 4月 株式会社ありんく 取締役CTO就任  
 2013年 3月 株式会社ALiNKインターネット設立 取締役CTO



### CSO 富田知尚

2008年 4月 株式会社リクルート入社  
 2011年10月 グーグル入社  
 2017年10月 株式会社ALiNKインターネット 取締役CSO就任



### CFO 池田直紀

1995年 4月 内海会計事務所 入所  
 2002年 9月 ケルヒージャパン株式会社入社  
 2009年 6月 株式会社ブレインパッド取締役就任  
 2014年10月 株式会社Showcase Gig取締役就任  
 2017年10月 株式会社ALiNKインターネット 取締役CFO就任

- 当社はtenki.jpの運営を主要事業としています



- 天気予報・防災情報・季節情報などを配信する天気予報専門メディア
- ユーザーは各世代・性別で均等に分布
- 2019年2月期実績で約40億PV
- twitterアカウント約280万フォロワー（2019年2月末時点）

## 主な掲載コンテンツ

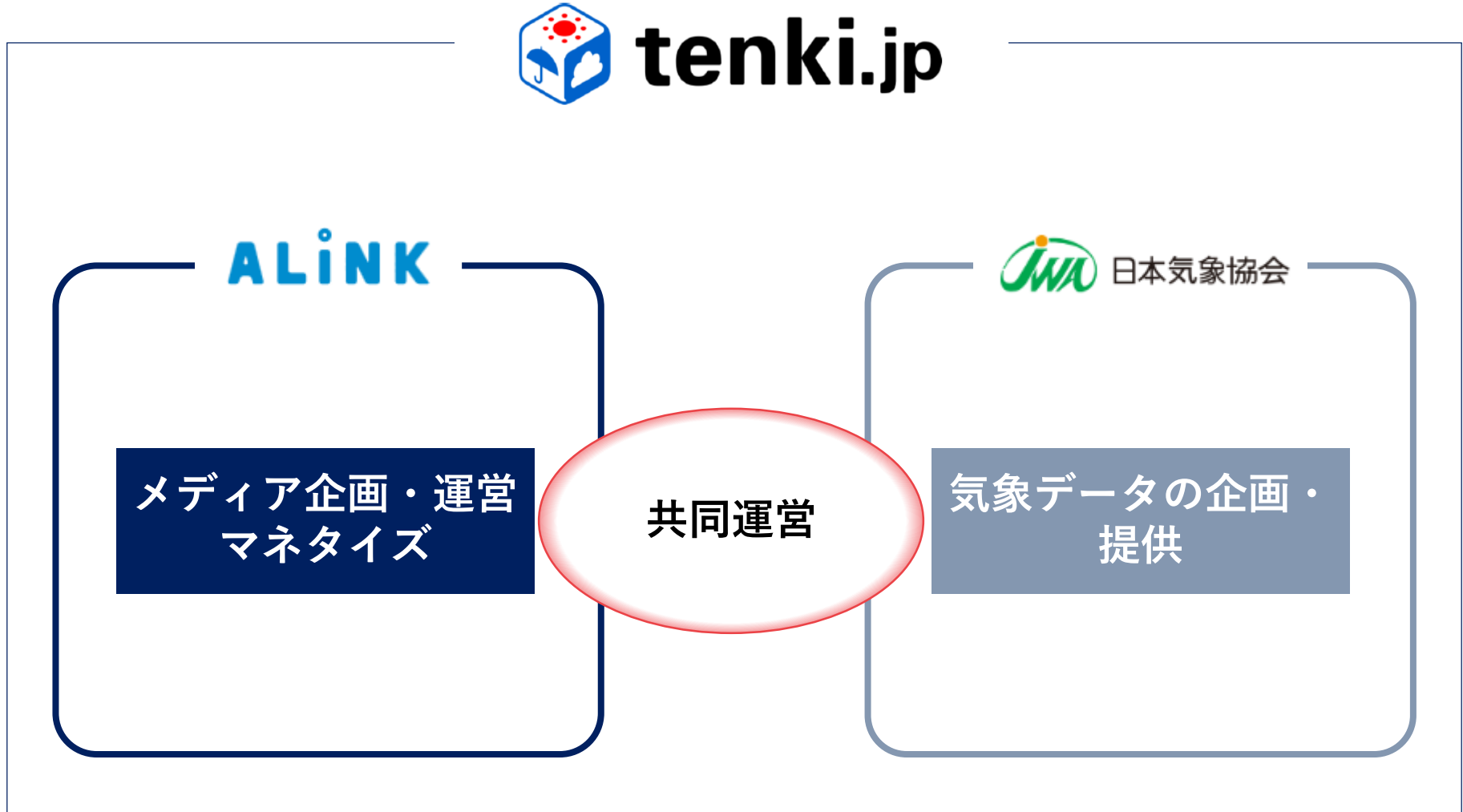
- 天気予報
- 防災情報
- 日直予報士（気象予報士による天気解説記事）
- 指数情報（洗濯指数・服装指数等）
- 季節情報（桜の開花情報・紅葉見ごろ予想等）
- レジャー情報（レジャースポットの天気等）

- ユーザーの必要な時間・場所にあわせた天気予報や、ユーザーの志向に応じた多種多様な情報を提供しております

<提供情報一覧>

天気予報	天気予報                      世界天気                      日直予報士                      10日間天気                      長期予報                      雨雲(予報)                      豪雨レーダー                      PM2.5 世界の雨雲                      雷(予報)
観測	雨雲(実況)                      アメダス                      実況天気                      過去天気                      雷(実況)
防災情報	警報・注意報                      地震                      津波                      火山                      台風
季節情報	花粉飛散情報                      桜開花情報                      GWの天気                      梅雨入り・明け                      熱中症情報                      紅葉見ごろ情報 ヒートショック予報                      スキー積雪情報
天気図	天気図                      気象衛星                      世界衛星
指数情報	洗濯                      服装                      お出かけ                      星空                      傘                      紫外線                      体感                      洗車                      レジャー                      のど飴                      肌シミ 睡眠                      不快                      汗かき                      冷房                      アイス                      ビール                      除菌                      蚊ケア                      寒暖差                      水道凍結                      うるおい 霜                      風邪ひき                      掛け布団                      暖房                      鍋もの
レジャー天気	山の天気                      海の天気                      空港                      野球場                      サッカー場                      ゴルフ場                      キャンプ場                      競馬・競艇・競輪                      釣り お出かけ天気

- 当社と日本気象協会は共同運営の形態で、tenki.jpを運営しています

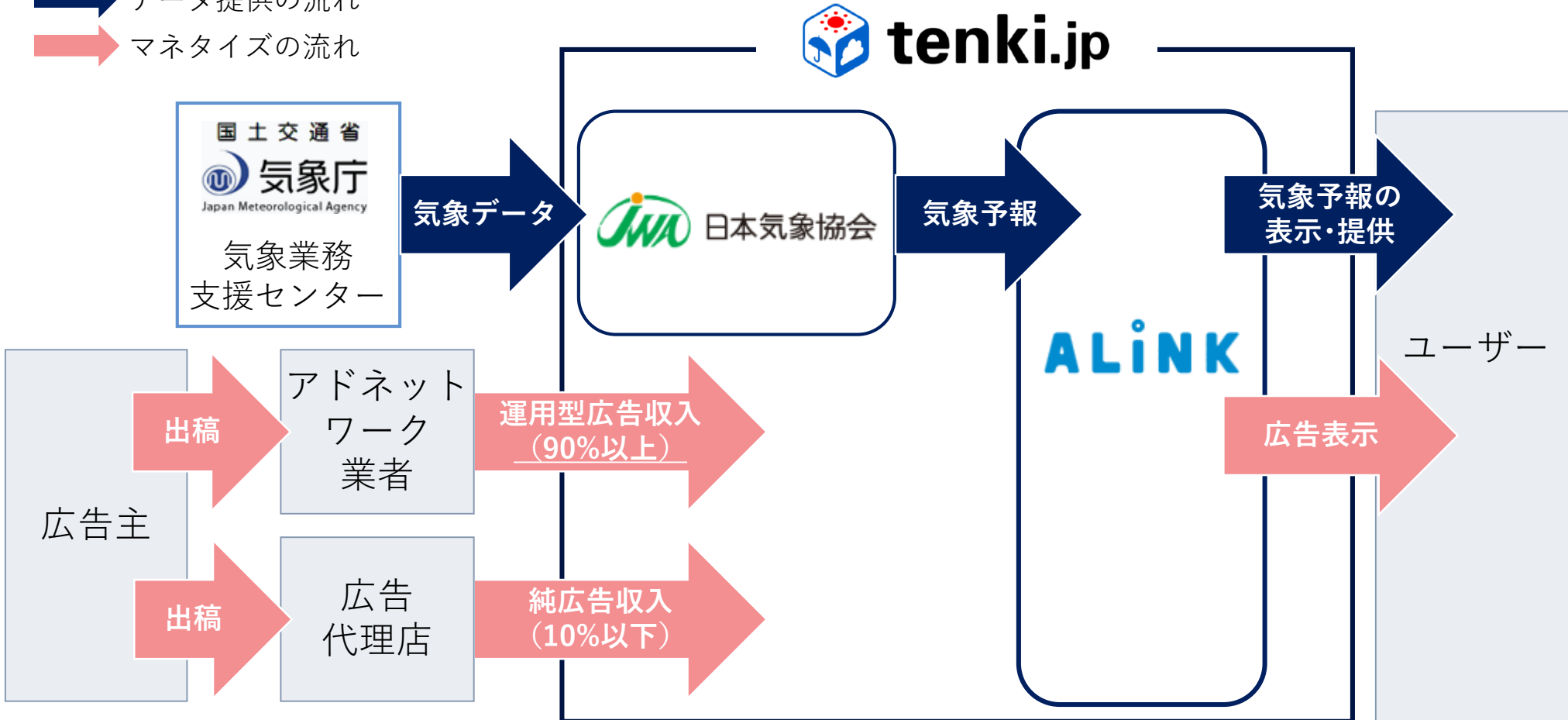


■ マネタイズ方法は広告収入であり、運用型広告(※)が9割以上となります

■ データの提供は日本気象協会の役割となります

※純広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれません

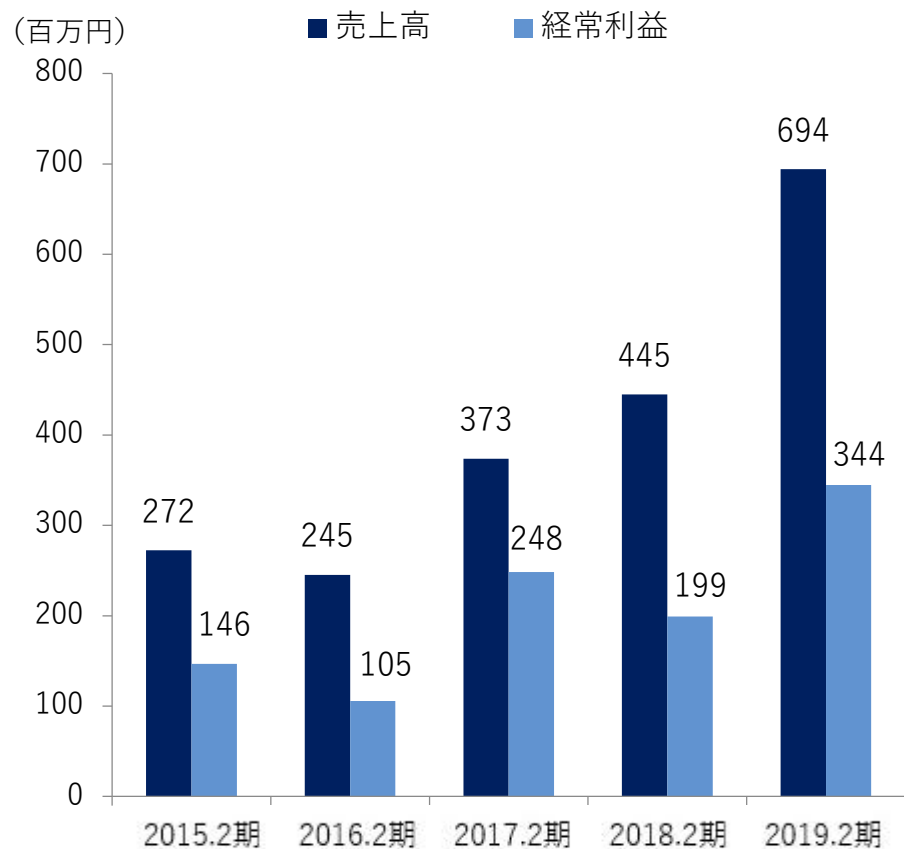
➡ データ提供の流れ  
➡ マネタイズの流れ



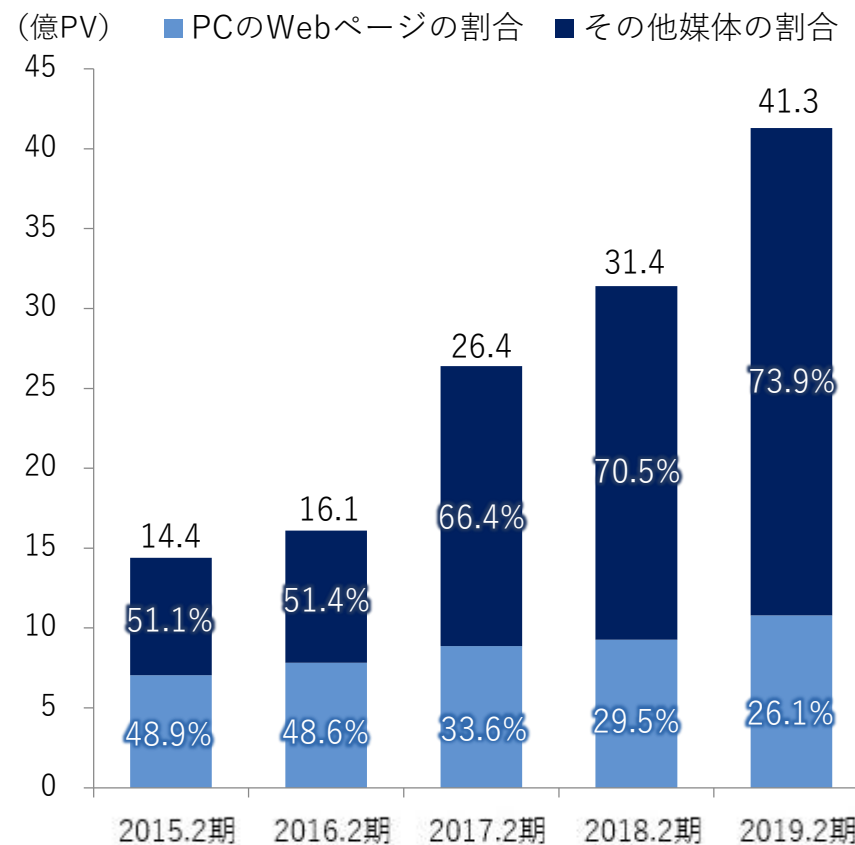


■ 過年度は、売上高・経常利益、tenki.jpのPV数において高い成長を実現しています

当社の業績推移（百万円）

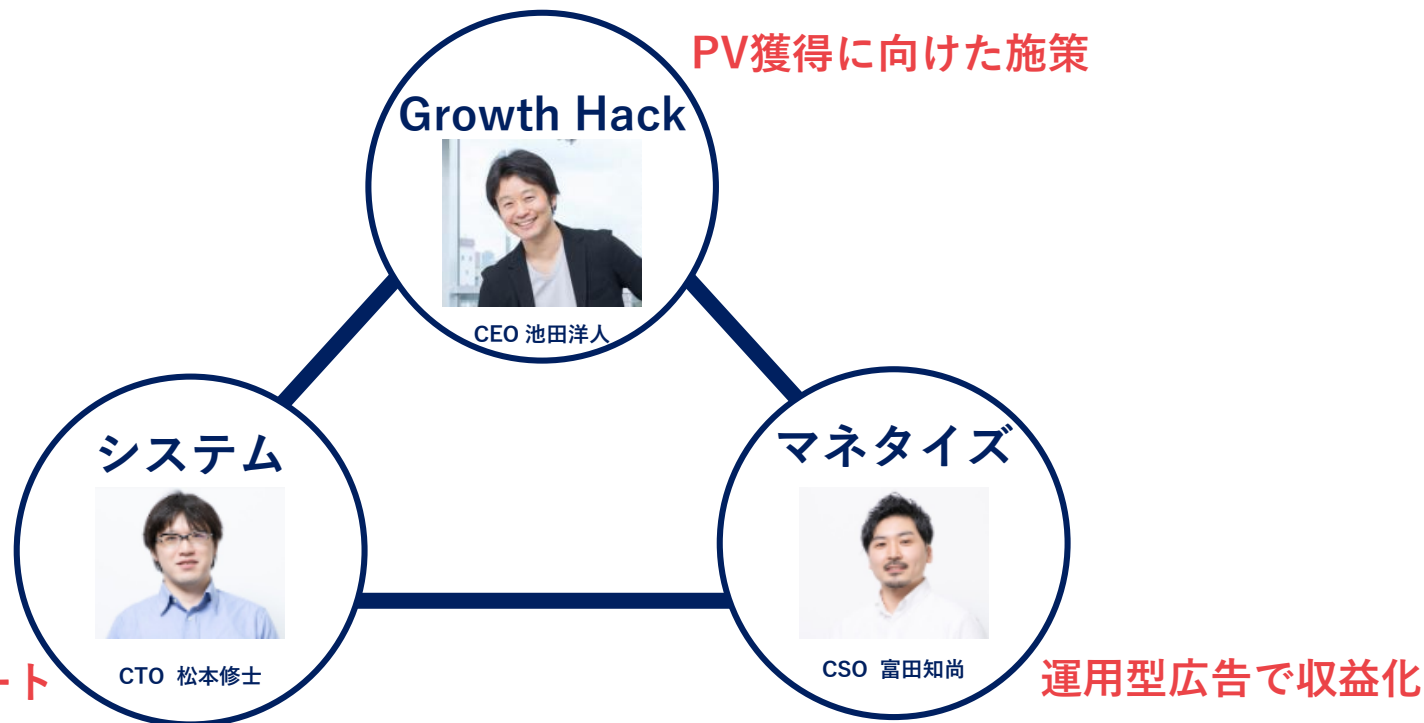


tenki.jpのPV数の推移（億PV）



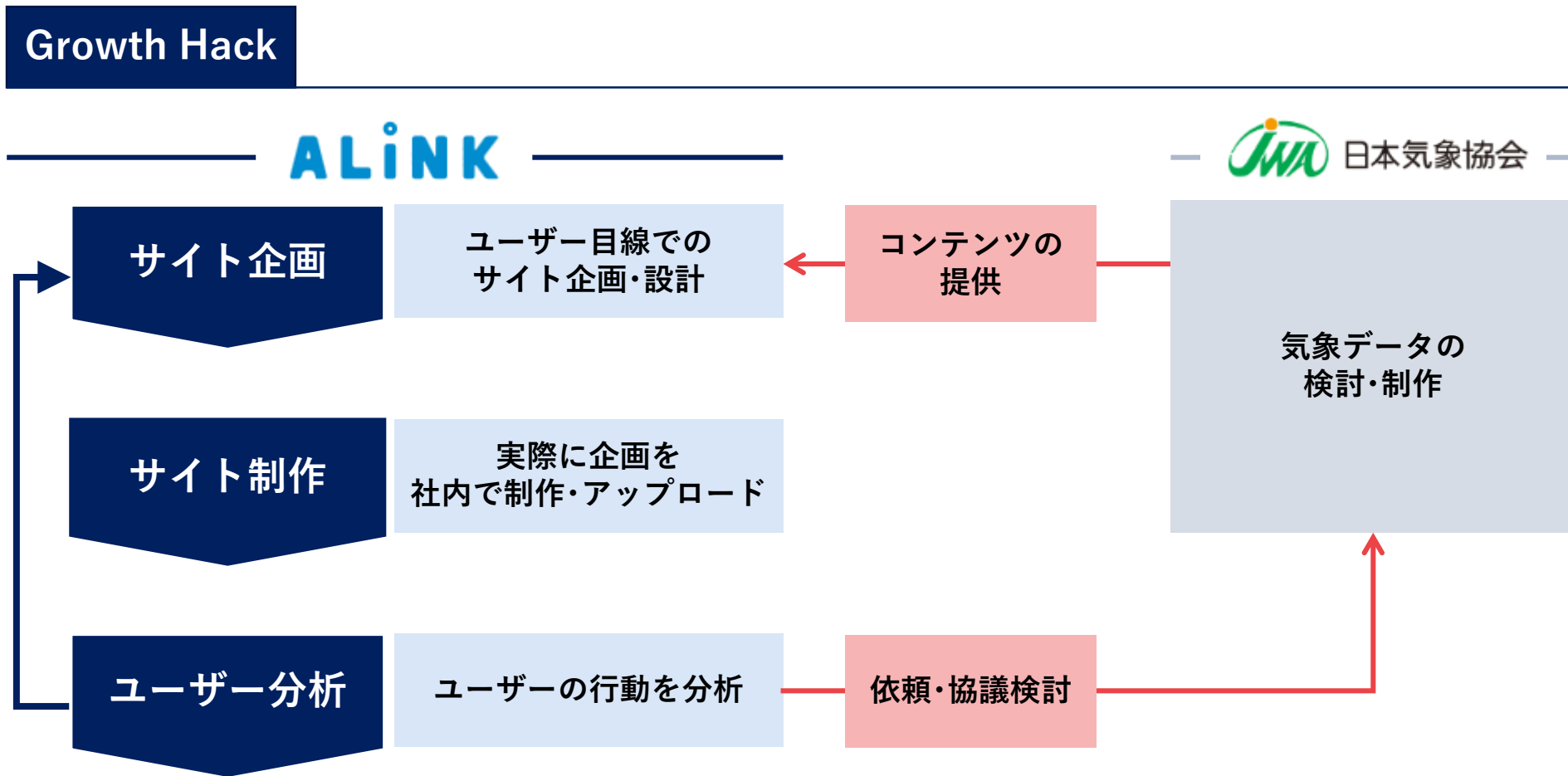
## 2. 当社の強み

- 高い専門性が求められる、Growth Hackによる改善、万全なシステム対応、効率的なマネタイズを、少数精鋭のプロフェッショナルな人材が統括しています

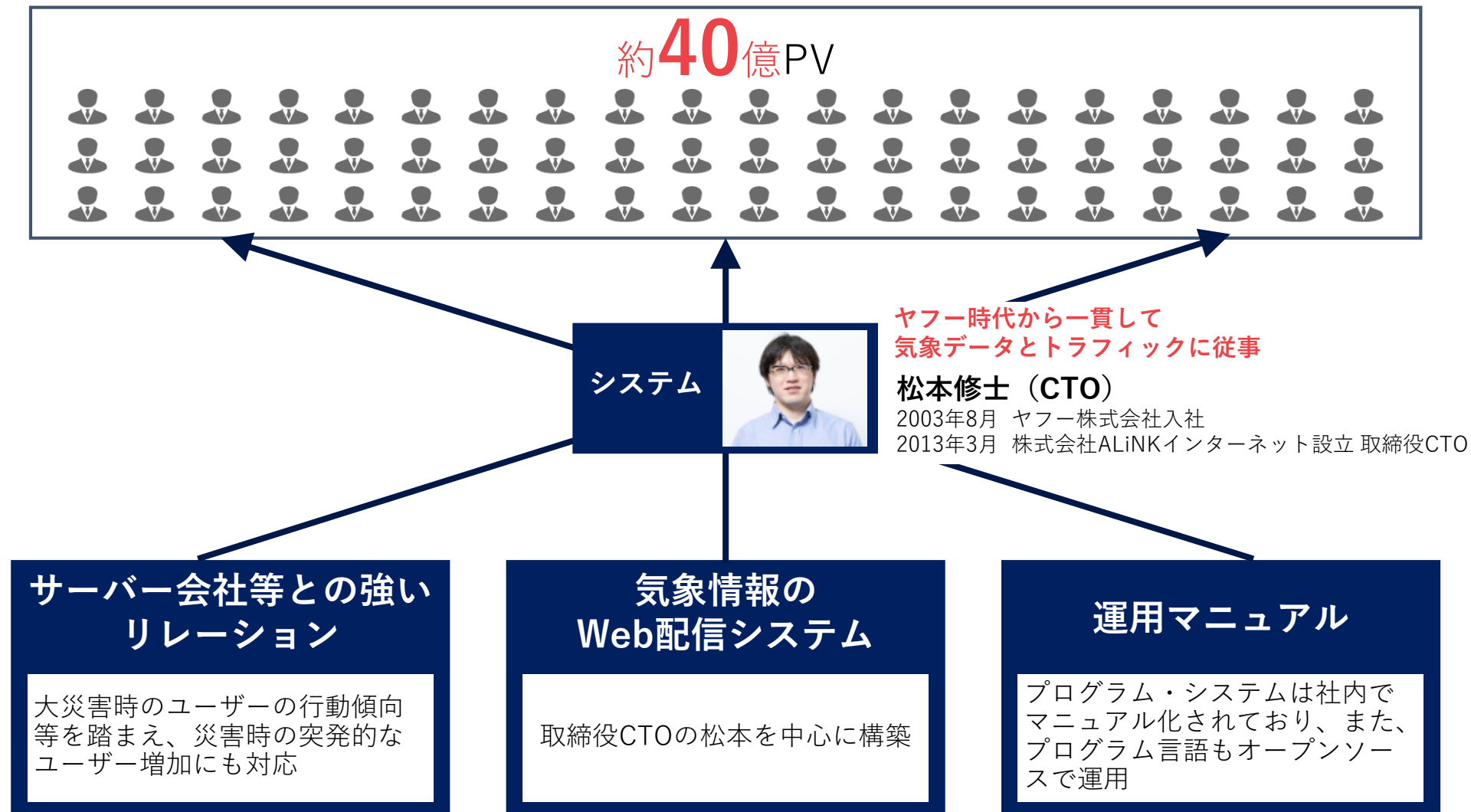


少数精鋭のプロフェッショナル集団でtenki.jpの運営・成長・マネタイズ

- サイト企画・サイト制作・ユーザー分析を日々PDCAを回して改善活動を実施しており、日本気象協会側に新たなデータ制作・提供を適宜求めることが可能です

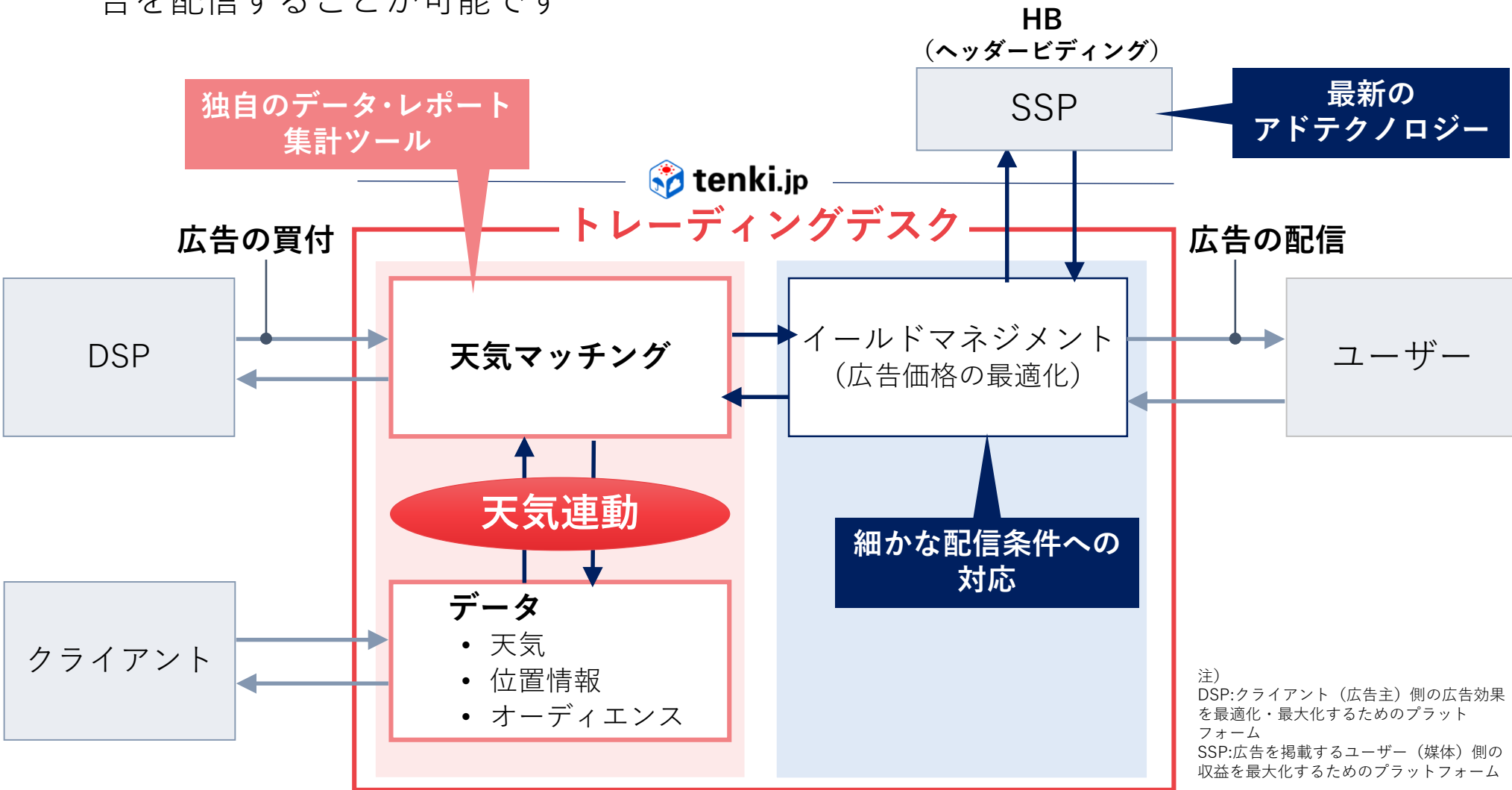


■ 突発的な異常気象、台風、有感地震に対応できるシステムを構築・運用しています



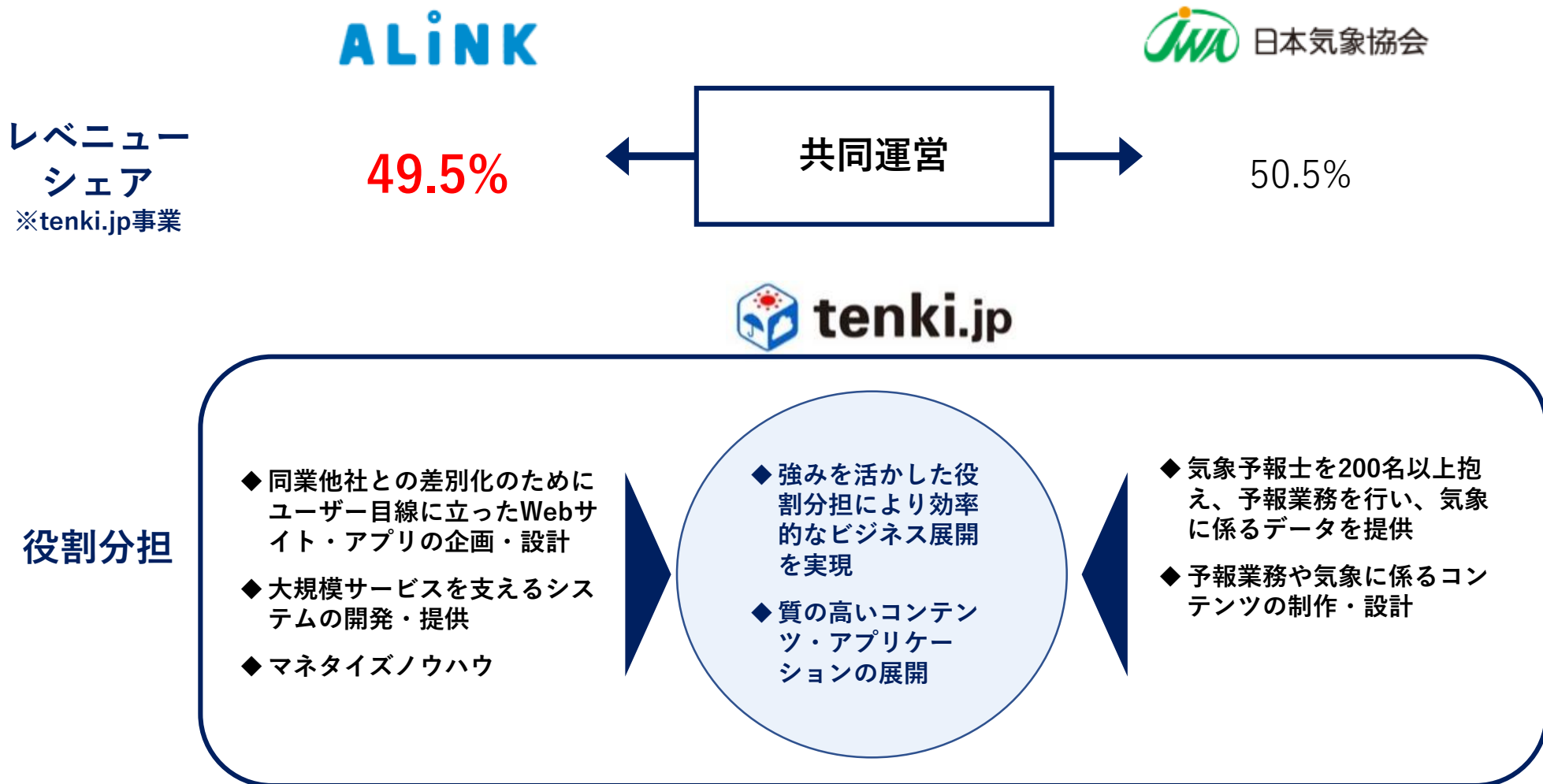
### ③ 広告でのマネタイズ

- 当社独自のノウハウに基づき、天気と連動した広告を扱うことによって、高単価で広告を配信することが可能です



注)  
DSP:クライアント (広告主) 側の広告効果を最適化・最大化するためのプラットフォーム  
SSP:広告を掲載するユーザー (媒体) 側の収益を最大化するためのプラットフォーム

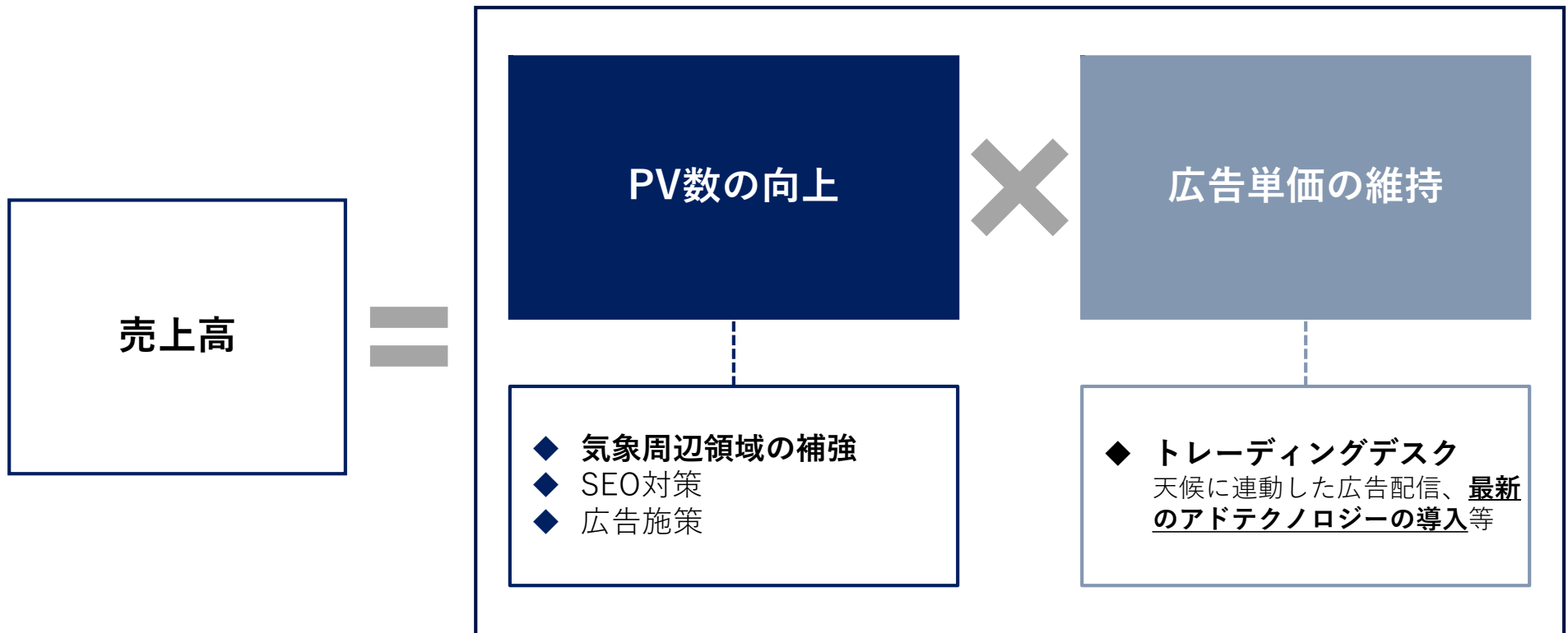
- 日本気象協会とは、互いの強みを活かした「tenki.jp」の共同運営を実施しており、過去から徐々にレベニューシェア率を向上させ、現在は49.5%となっています



## 3. 成長ストーリー



- 主にPV数の向上によって、tenki.jpの売上高の成長を実現してまいります



- 気象周辺領域のコンテンツの強化、広告施策、SEO対策の3つの施策でPV数の向上を実現してまいります

### 気象周辺領域の強化

- ◆ 現在は気象情報の提供が主であるため、気象周辺領域の充実でPV数増加へ

### 3つの施策でPV数の向上を実現

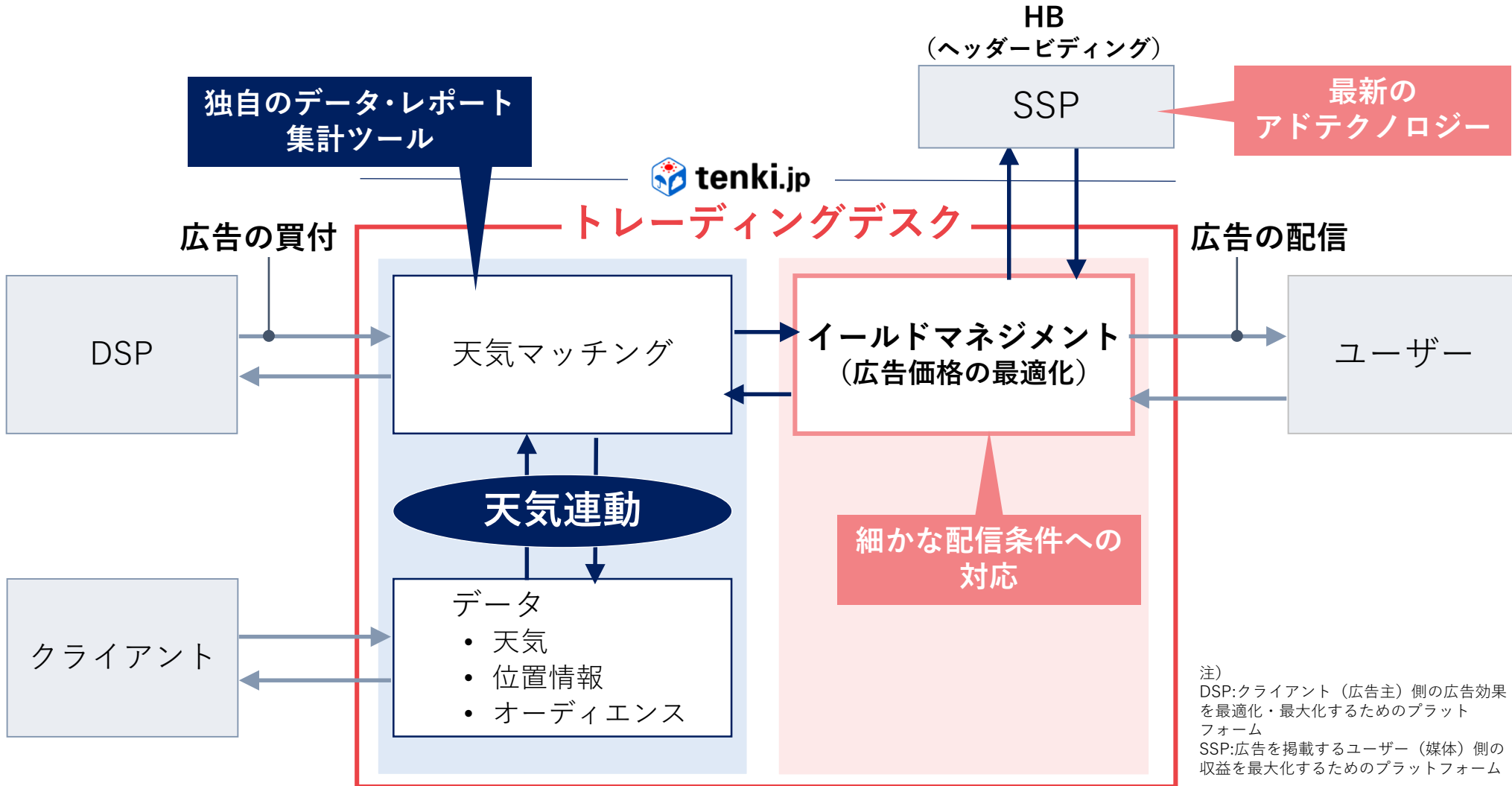
### 広告施策

- ◆ 一般消費者の知名度を上げるため、広告宣伝の強化

### SEO対策

- ◆ 気象情報のみならず、気象周辺情報にもSEO対策を講じてユーザーを誘導  
気象周辺領域の充実により更なる効果を

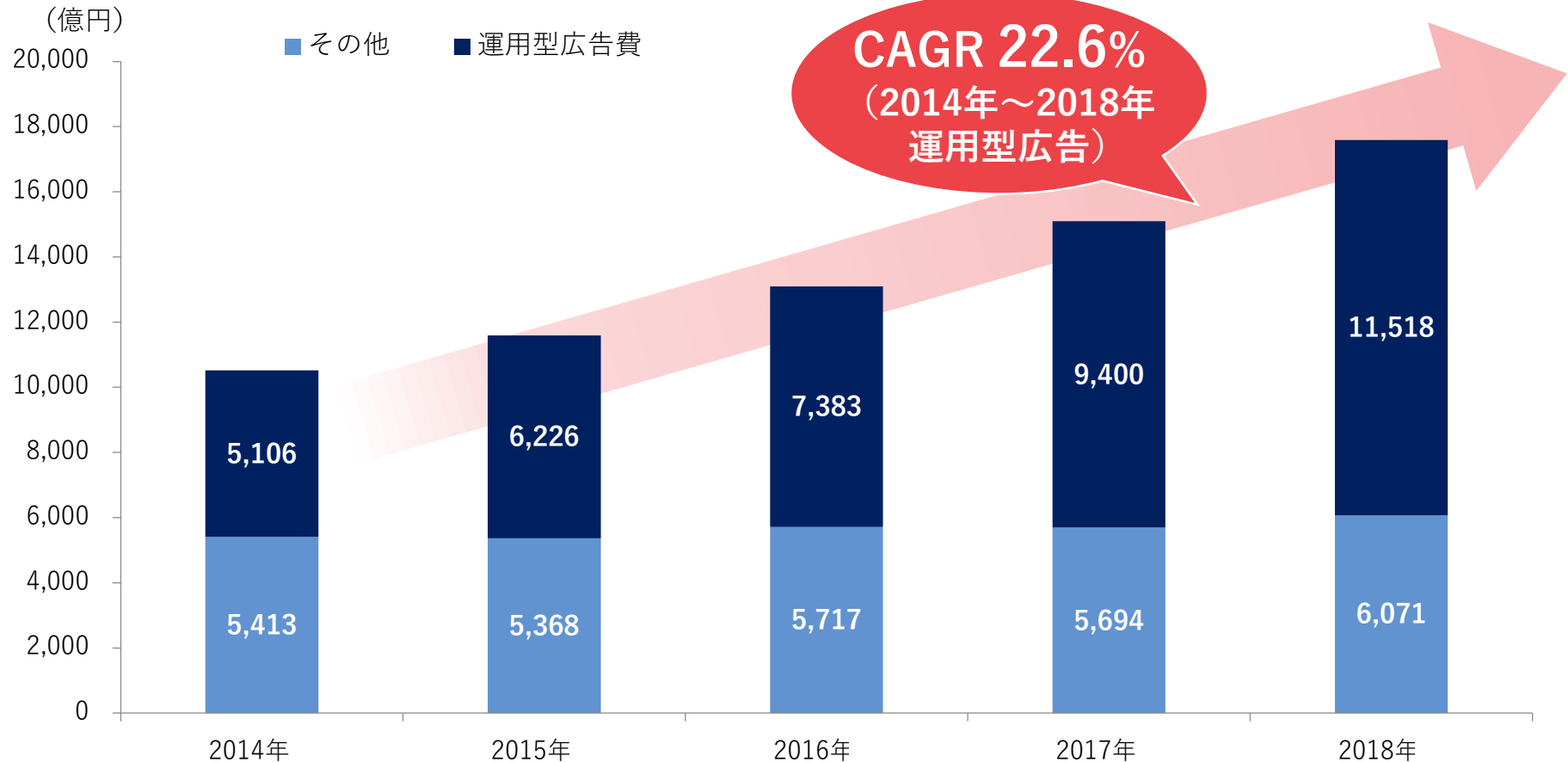
- 海外のアドネットワーク業者と連携を強化し、最新の技術の導入を進めてまいります



- 国内インターネット広告市場は、2018年に約1.7兆円に到達しています
- 運用型広告(※)の市場規模の2014年～2018年のCAGRは22.6%です

※純広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれません

### インターネット広告費（媒体費+広告制作費）の推移



■ 近年異常気象が多く発生しており、一般ユーザーの気象・防災への関心が高まっています

近年における、気象庁が名称を定めた気象・地震・火山事例

**【平成30年7月】平成30年7月豪雨**  
各地で河川の氾濫や土砂災害などが発生し、200人以上の方が亡くなる甚大な災害となりました。

**【平成26年8月】平成26年8月豪雨**  
上空で発生した線状降水帯の影響により、広島県では集中豪雨となりました。  
写真出典：内閣府ホームページ

**【平成29年7月】平成29年7月九州北部豪雨**  
土砂災害や堤防の決壊などによる浸水害が発生し、多数の死者・行方不明者や家屋の倒壊など、甚大な被害が発生しました。  
写真提供：国土交通省 九州地方整備局

**【平成28年4月】平成28年熊本地震**  
熊本県や大分県を中心に家屋倒壊や土砂災害が相次ぎ、多くの人的被害や住家・ライフラインへの被害が生じました。  
写真提供：国土交通省 九州地方整備局

**【平成30年9月】平成30年北海道胆振東部地震**  
厚真町やむかわ町などでは広範囲で土砂崩れが発生し、住宅などが土砂に巻き込まれました。さらに札幌市清田区では液状化で地盤沈下が発生し、道路の陥没や住宅への被害が多数発生しました。

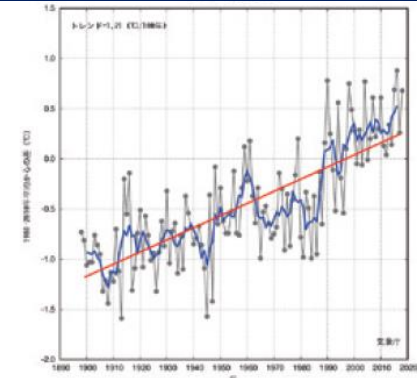
**【平成27年9月】平成27年9月関東・東北豪雨**  
茨城県を流れる鬼怒川の堤防が決壊するなど、土砂災害、浸水、河川の氾濫などが発生し、甚大な被害を受けました。  
写真出典：関東地方整備局ホームページ

**【平成26年9月】平成26年御嶽山噴火**  
山頂付近には多くの方がいたため、死者・行方不明者が63名にのぼる、戦後最大の火山災害となりました。  
写真出典：消防庁ホームページ

**【平成30年9月】平成30年台風21号**  
大阪湾では、第2室戸台風のとくに観測した過去の最高潮位を超える329センチを観測し、関西空港の滑走路やターミナルビルなどが浸水する被害が発生しました。

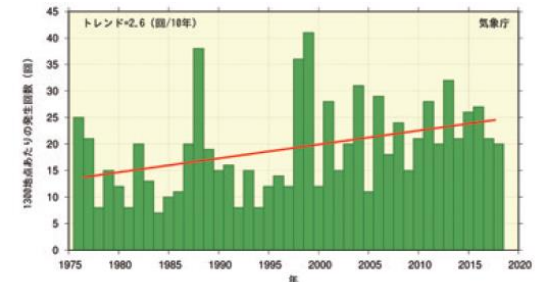
出典) 気象庁公開データをもとにtenki.jp作成

日本の年平均気温偏差



※日本の年平均気温偏差  
細線：各年の平均気温の基準値からの偏差  
太線：偏差の5年移動平均値  
直線：長期変化傾向。基準値は1981～2010年の30年平均値

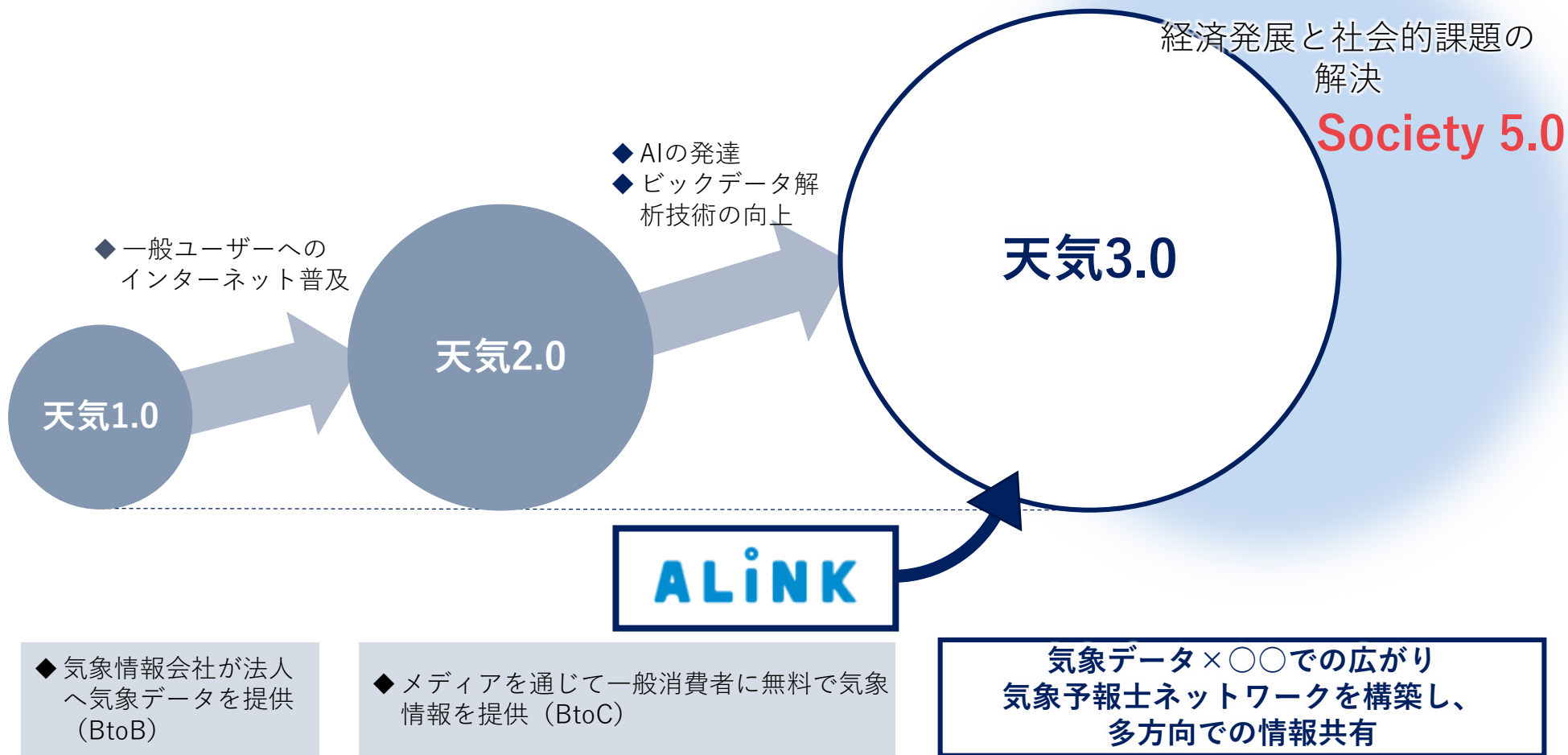
アメダス(1時間降水量80mm以上の年間発生回数)



出典) 気象庁資料

※アメダス  
棒グラフは各年の年間発生回数を示す(全国のアメダスによる観測値を、1,300地点あたりに換算した)。  
直線は長期変化傾向(この期間の平均的な変化傾向)を示す

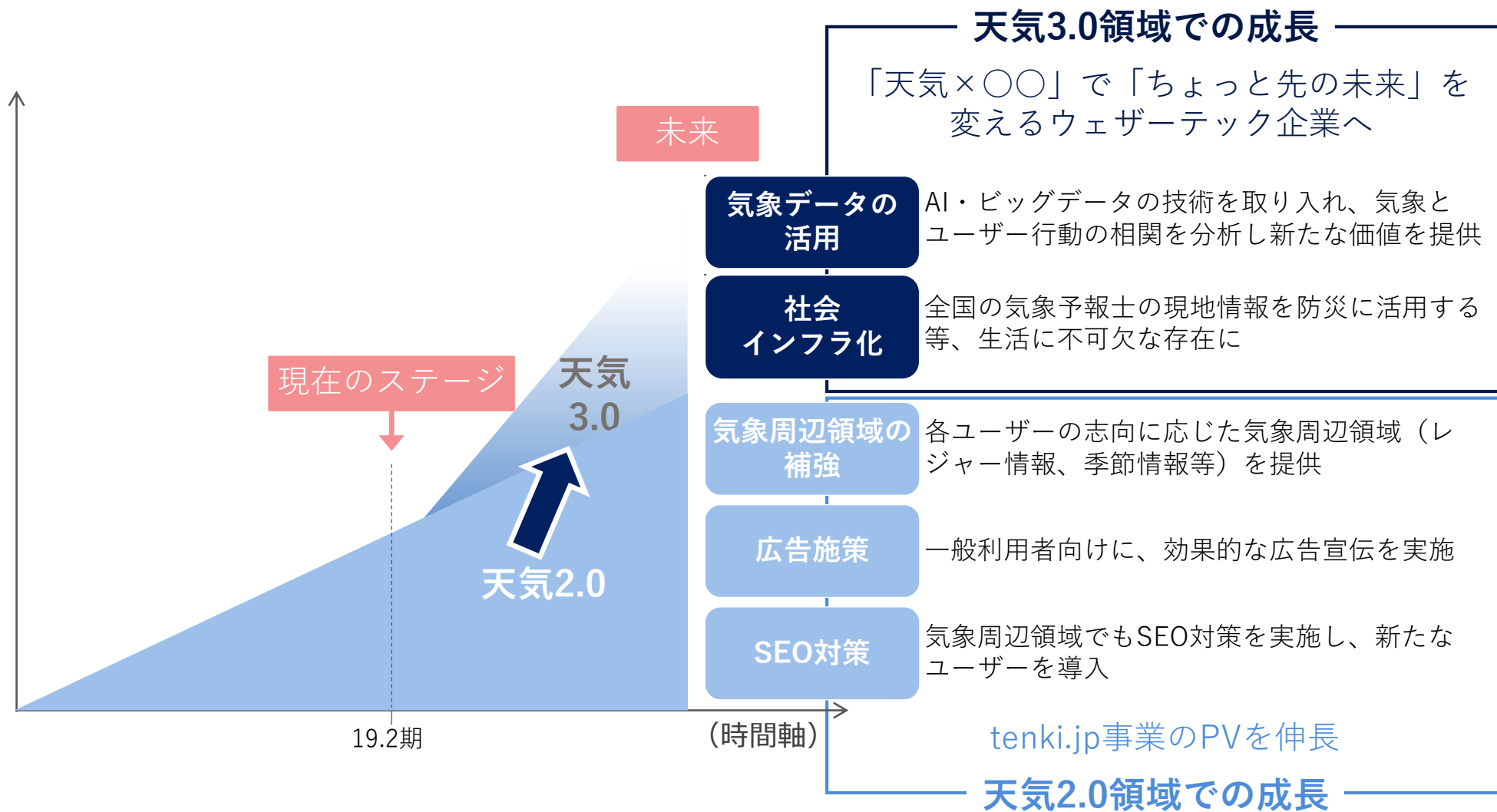
## <市場規模のイメージ図>



- Society5.0では、人工知能(AI)・ビッグデータ等の先端技術を取り入れ、「天気×〇〇」による経済発展と社会的課題の解決が求められています



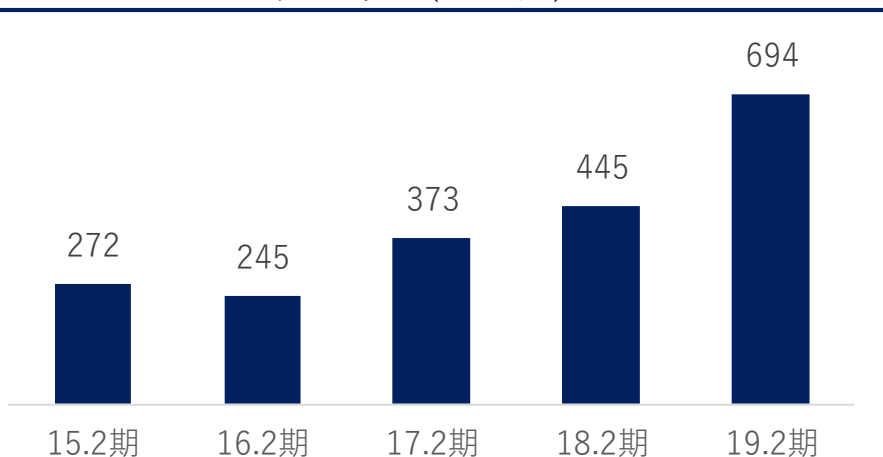
出所) 内閣府資料をもとに作成



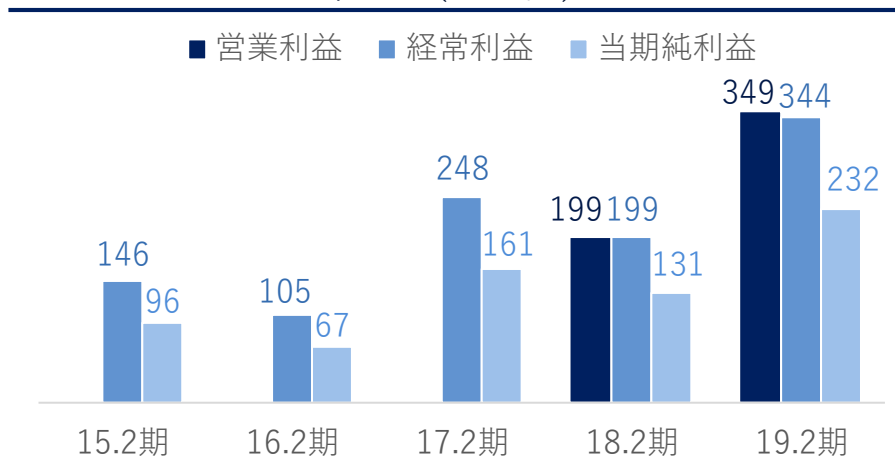


# Appendix.

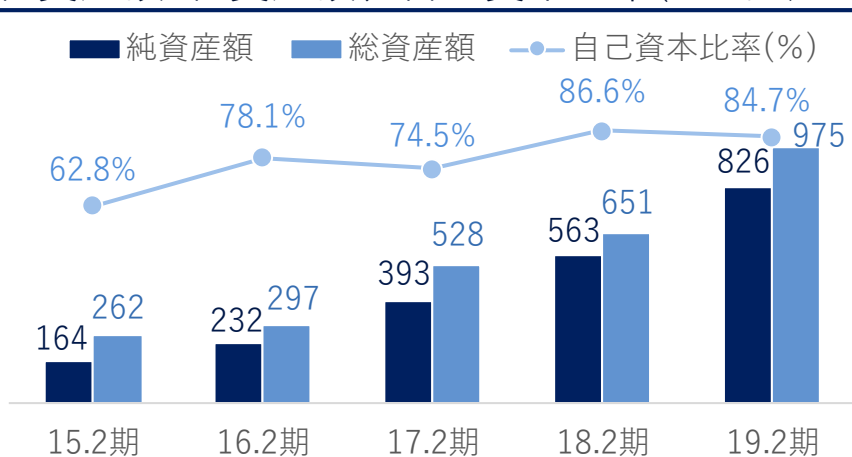
売上高 (百万円)



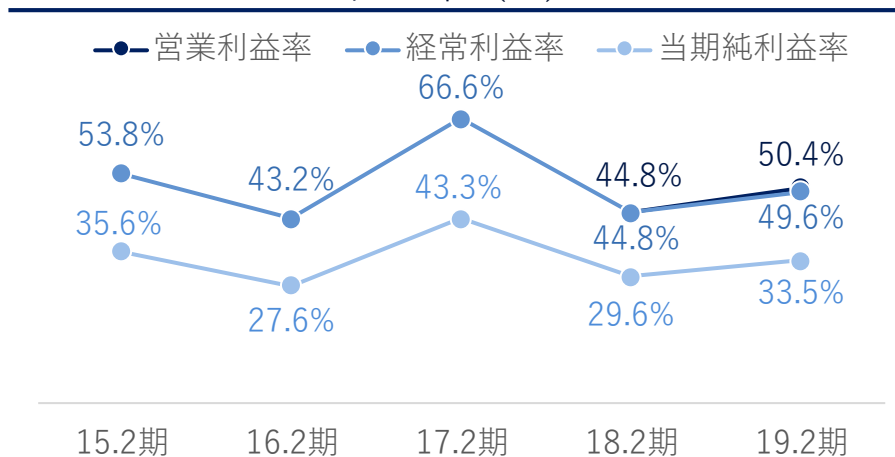
利益 (百万円)



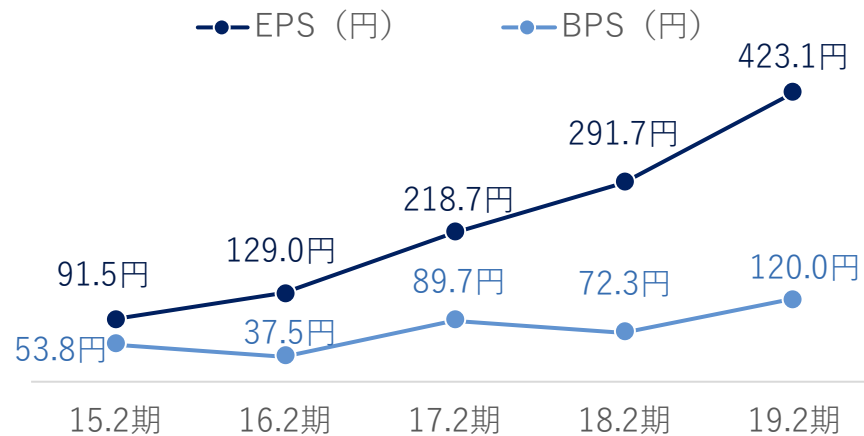
純資産額・総資産額、自己資本比率(百万円、%)



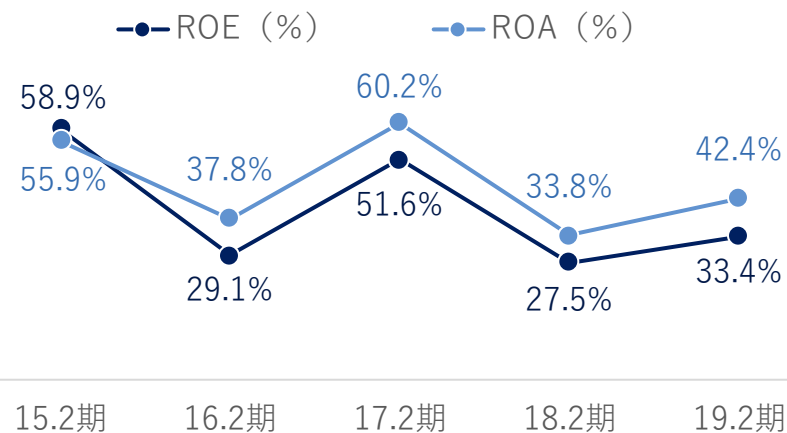
利益率 (%)



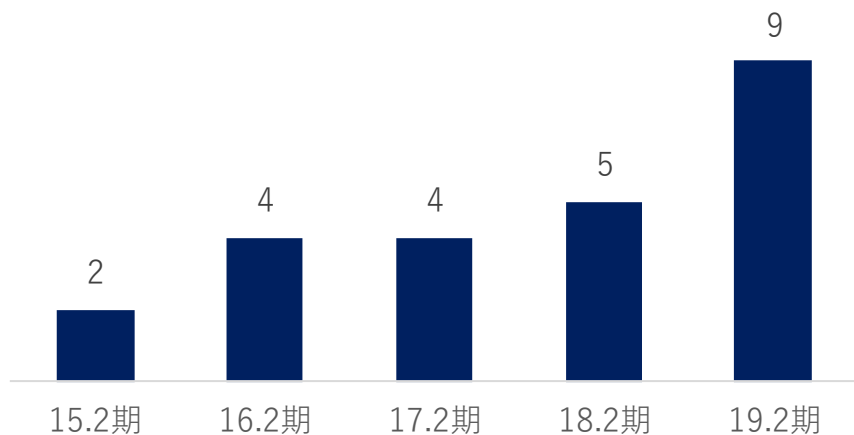
EPS・BPS (円)



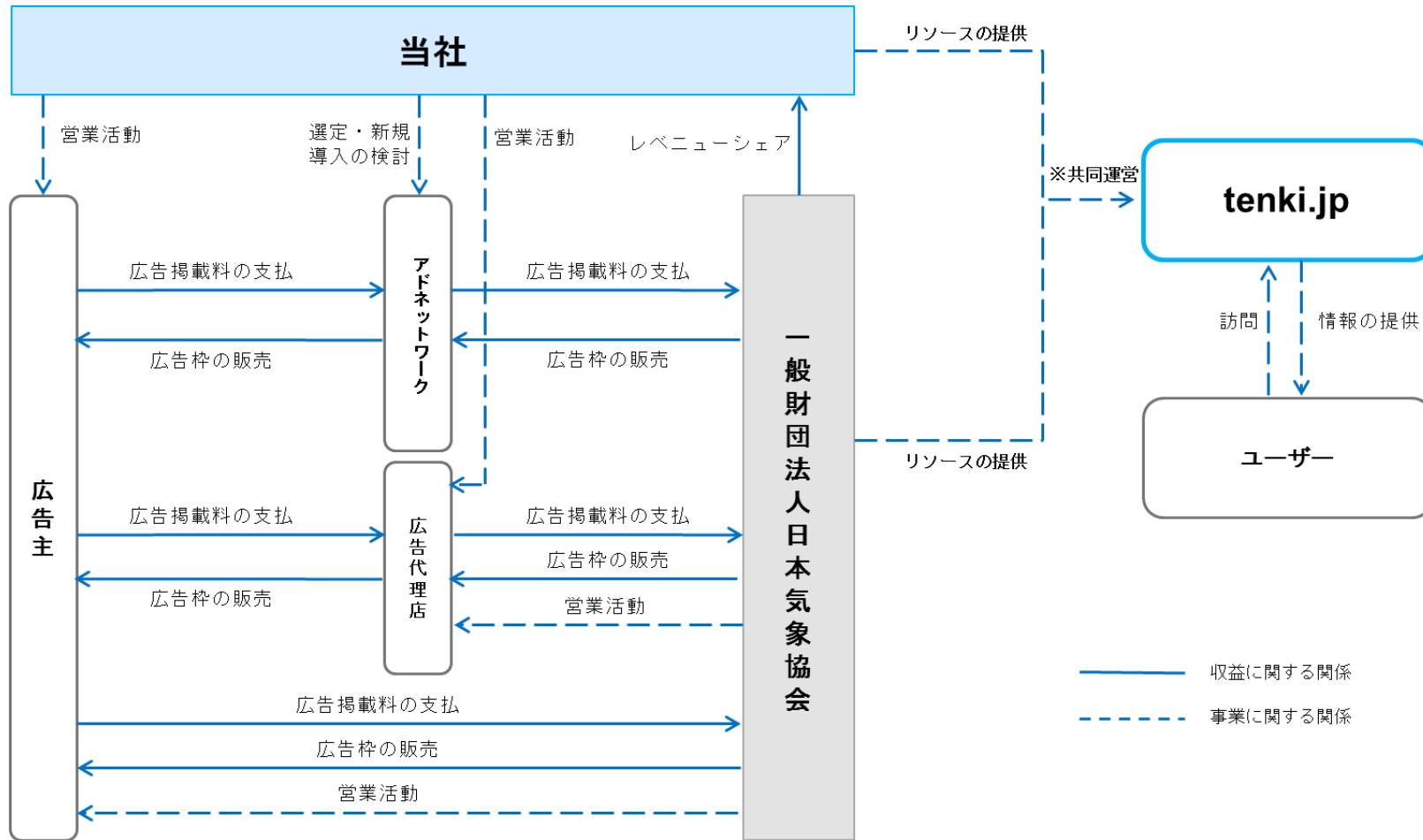
ROE・ROA (%)

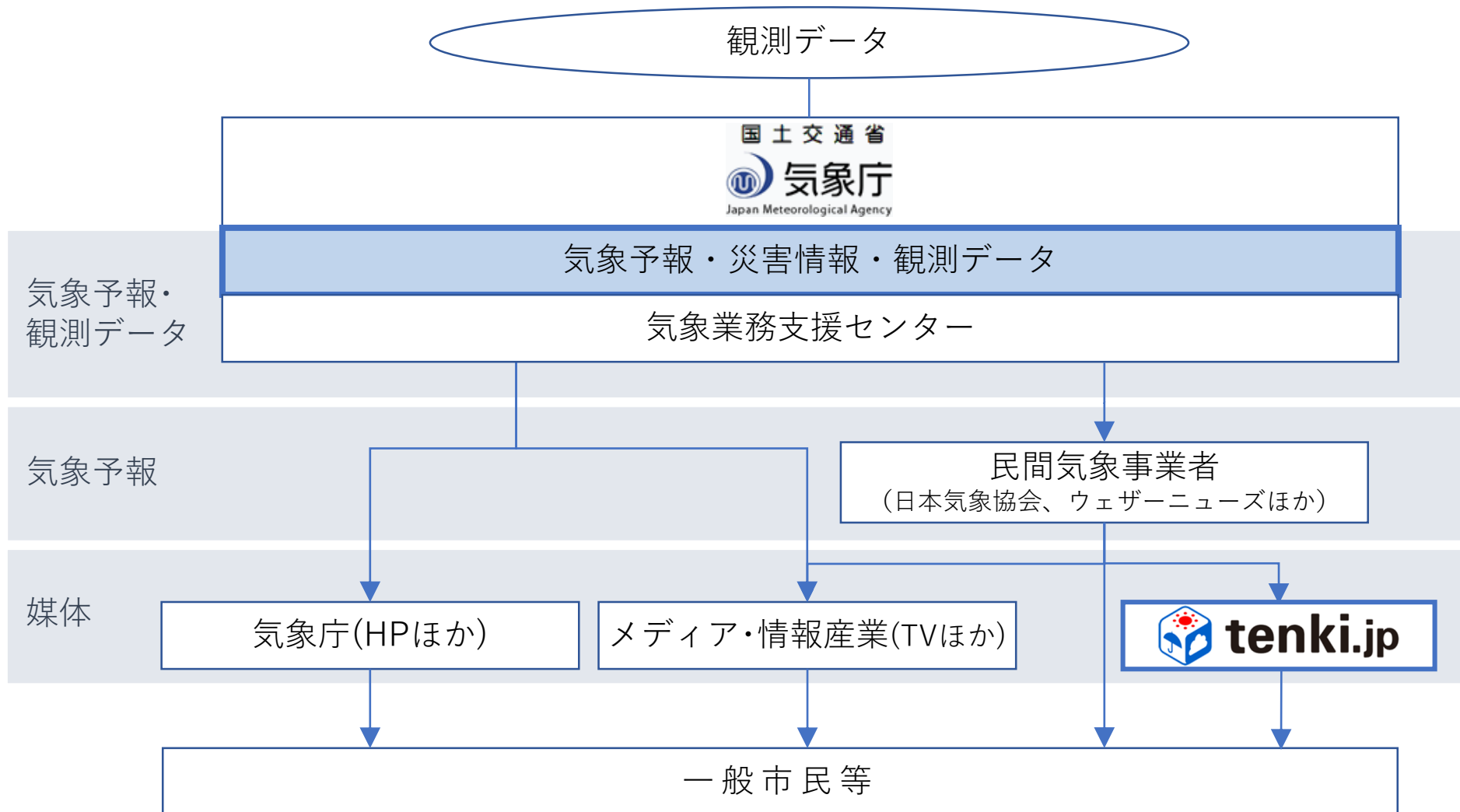


従業員数 (名)



■ tenki.jpを日本気象協会と共同で運営しています





- 本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新または改訂を行う義務を負うものではありません。