

2022年2月期第2四半期 決算説明資料

2021年10月
株式会社ALiNKインターネット

「未来の予定を晴れにする」

～天気は変えられなくとも、行動は情報で変えられる～

『天気』とは、日常生活における道標のようなものです。

「今日、雨ならこれをしよう」「明日、晴れたらここへ行こう」と、私たちの"気持ち"と"行動"にいつも影響を与えてくれます。

この、人類にとって最も身近な情報とも言える『天気』を、
弊社事業としては2013年より『tenki.jp』というメディアを通じて提供してまいりました。

おかげさまで老若男女を問わず、幅広い層からのご支持を賜り、
今や国内トップクラスの高いアクセス数・アクティブ率を誇るまでに成長いたしました。

今後は天気予報を基軸に、ビジネスや趣味、健康といったシーン別にセグメント化をし、
"日常生活における、さらに一歩先の道標"となるような情報提供を実現していきたいと考えています。

"気持ち"や"行動"に最適な情報提供を通じて、人々の未来の予定を晴れにする。これが私たちの目標であり、使命です。

- 1. 2022年2月期第2四半期 決算サマリ**
- 2. 2022年2月期第2四半期 決算概要**
- 3. 業績予想**
- 4. 報告事項**
- 5. 参考資料 – 事業の概要について**

2022年2月期第2四半期 決算サマリ

● **売上増加** (前年同期比 +7.4%)

営業利益減少 (前年同期比 ▲5.5%)

～コストは当初の予定通り、人件費、開発費に投資

● **メディア成長、過去最高**

(前年同期比 +31.9%)

～PV数は大きく伸長。第2四半期累計数値が過去最高を記録

(8月のPV数も月間最高値。前年同月比 +81.2%)

● **事業を伸長させる積極的な施策を実施**

～新規事業への足がかりとなる施策など、多くの施策を積極展開

2022年2月期第2四半期 決算概要

- 前期に引き続き広告単価が低迷する一方、サイト内回遊施策や検索エンジン最適化、新規コンテンツのリリース等の施策が、悪天候時を中心としたアクセス数の底上げに寄与したことでPV数が大幅増加し、売上高は前期比プラス。なおPV数は、2021年8月においては過去最高の月間アクセス数を記録し、第2四半期累計期間においても過去最高の累計アクセス数を達成。
- 営業利益は、新規事業への取り組みに関連し、人件費や開発コストが増加し利益を押し下げ減益。

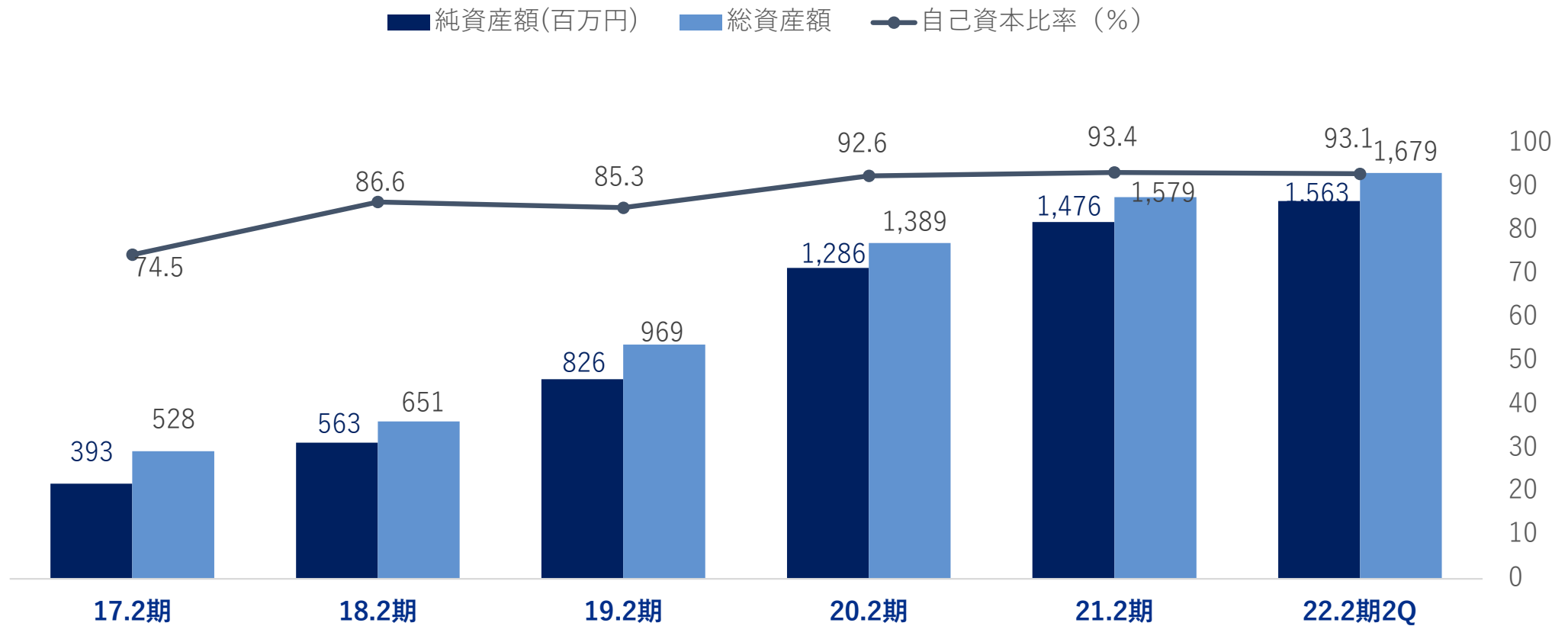
(百万円)	2022年2月期 第2四半期	2021年2月期 第2四半期	増減額	前年同期比
売上高	342	319	+23	107.4%
営業利益	127	134	▲ 7	94.5%
経常利益	123	130	▲ 7	94.6%
四半期純利益	82	130	▲ 48	63.4%

- 資産合計は、主に売上高の積み上げにより現金及び預金が増加。負債合計は、主に、未払金が増加。純資産合計は、主に、四半期純利益の計上等により利益剰余金が増加。
- 自己資本比率は93.1%（前事業年度末は93.4%）

(百万円)	2022年2月期 第2四半期末	2021年2月期末	前事業年度末比
流動資産	1,460	1,360	+ 100
固定資産	218	219	▲ 1
資産合計	1,679	1,579	+ 99
流動負債	115	102	+ 12
固定負債	0	0	0
負債合計	115	103	+ 11
純資産合計	1,563	1,476	+ 87
負債純資産合計	1,679	1,579	+ 99

- 継続して純資産を積み上げ、強固な財務基盤を保持しております。

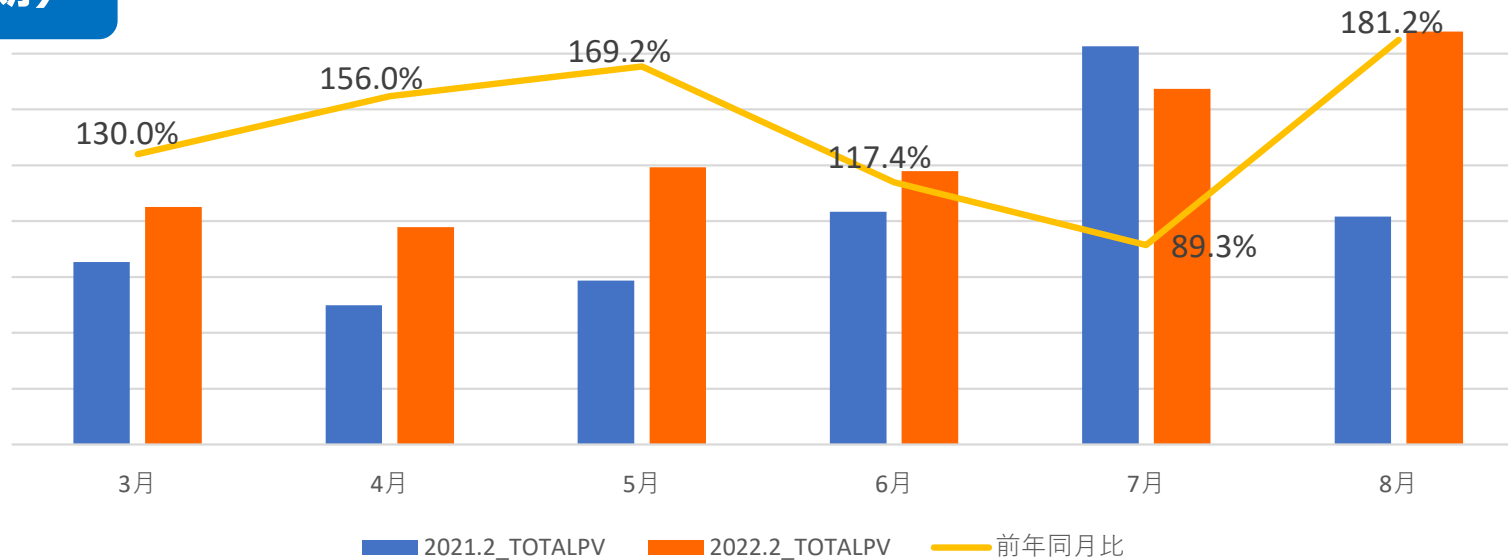
純資産額・総資産額・自己資本比率



- 現金及び現金同等物は前事業年度末比、60 百万円の増加。

(百万円)	2021年2月期 第2四半期	2022年2月期 第2四半期	前年同四半期比
営業活動によるCF	253	54	▲199
投資活動によるCF	0	1	+1
財務活動によるCF	0	5	+5
現金及び現金同等物 四半期末残高	1,114	1,229	+115

PV数（上期）



- ・天気・季節を鑑みたサイト内回遊施策や検索エンジン最適化、新規コンテンツのリリース等によりPV数が大幅増加。2022年上期(3月～8月)において、**前年同期比131.9%**。検索流入数は、**前年同期比で149.7%**と大幅増加。
- ・8月は、中旬から下旬の前半にかけて東・西日本で雨が続き、とくに西日本では線状降水帯の発生により8月として1946年の統計開始以降1位の多雨。これによるPV増もあり、月間PV数は過去最高の数字を記録。
- ・以上により、第2四半期累計期間においても過去最高の累計PV数を達成。



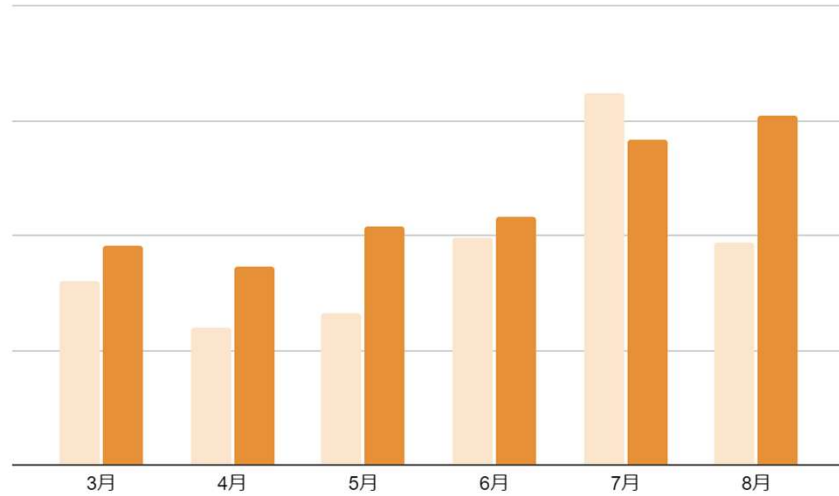
・コロナウイルス感染症の影響からは脱却傾向にあるが、レジャーは未だ回復せず。

※7月は、比較対象となる20年7月が令和2年7月豪雨等によるアクセス増(21年8月以前の過去最高値)であったため前年比減の結果となっている。

PV数（上期・デバイス別）

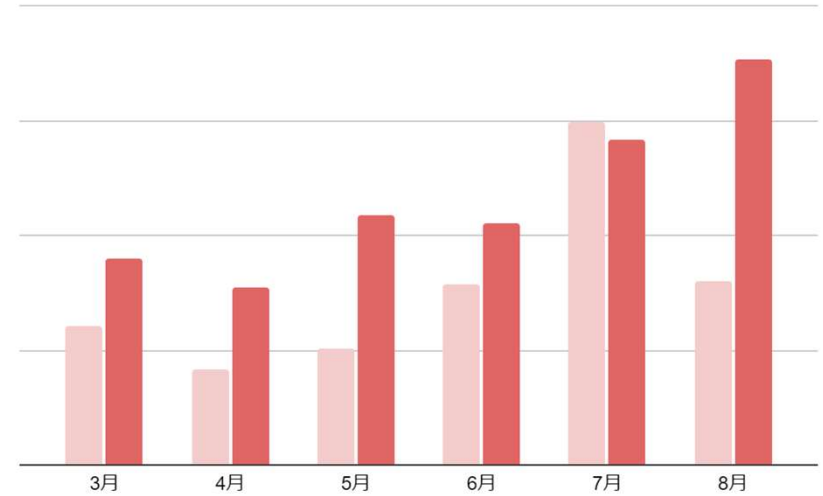
PC

PC_2021期 PC_2022期



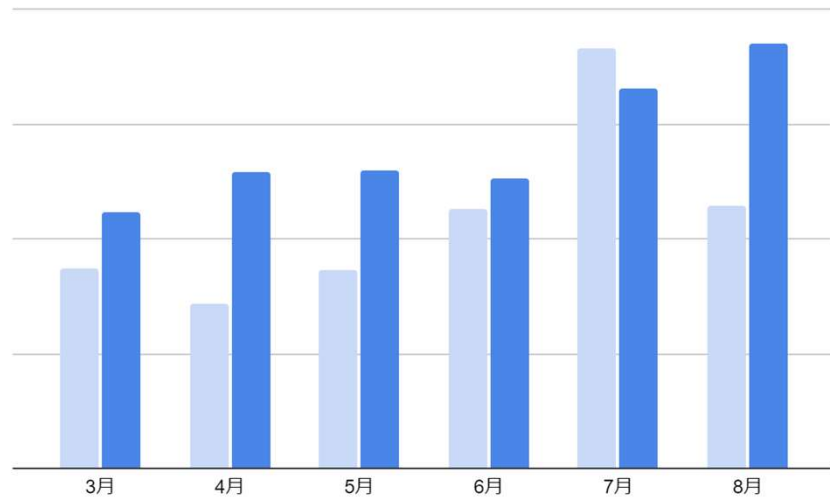
スマートフォン

lite_2021期 lite_2022期



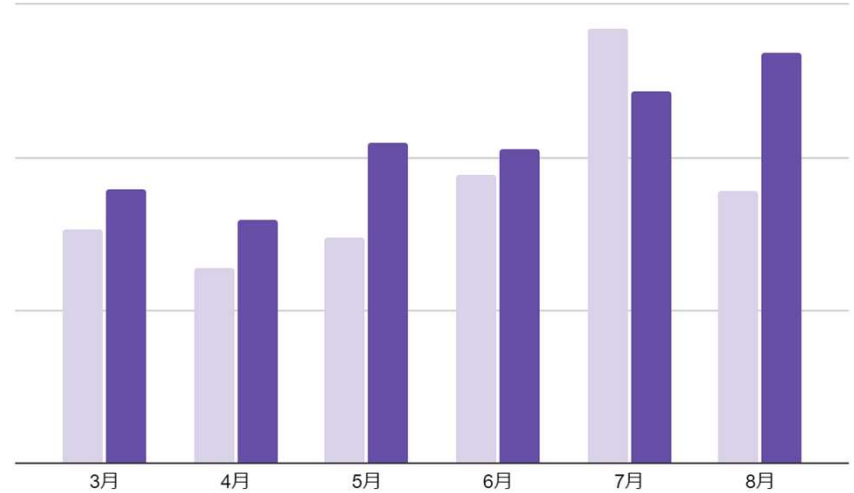
iOS App

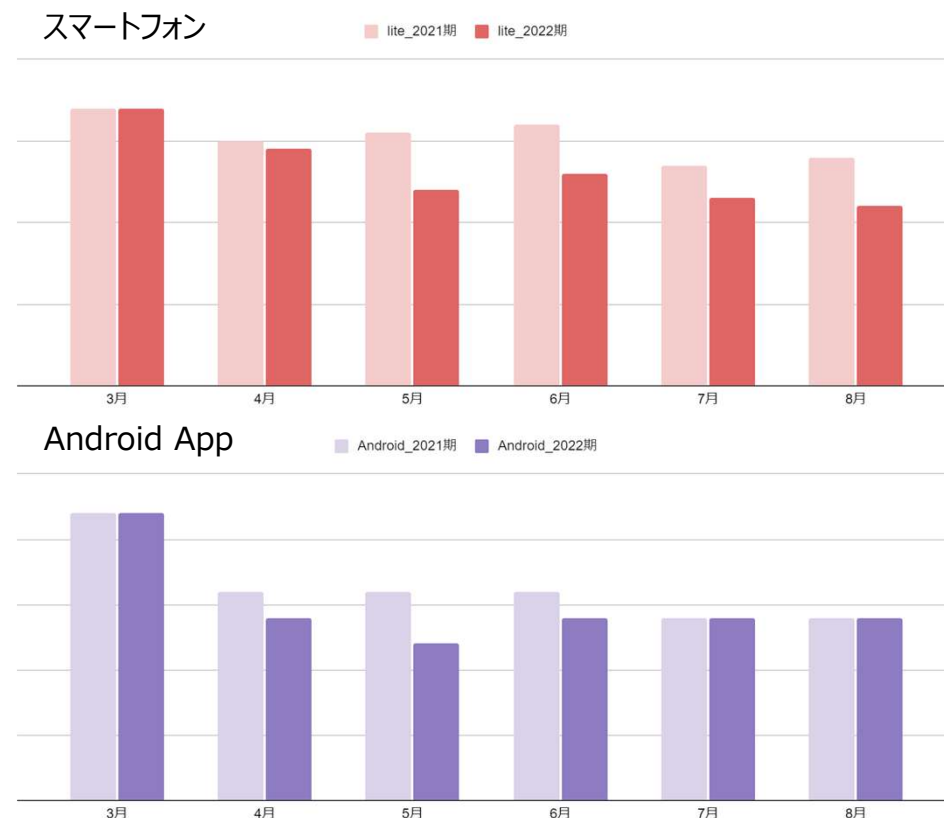
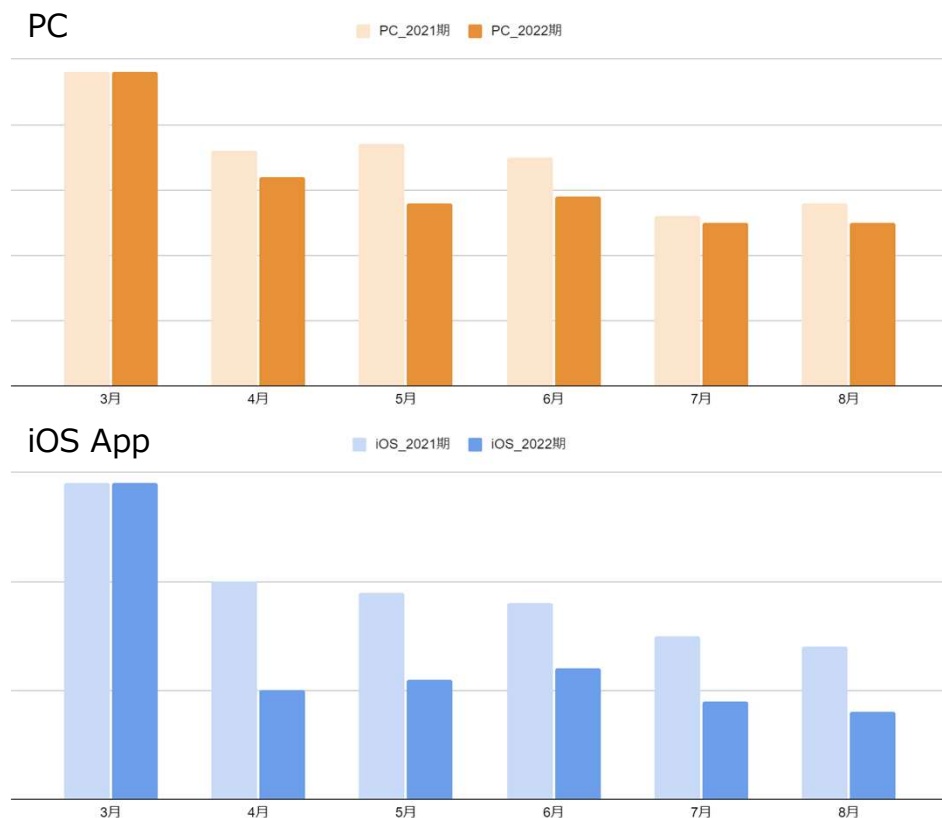
iOS_2021期 iOS_2022期



Android App

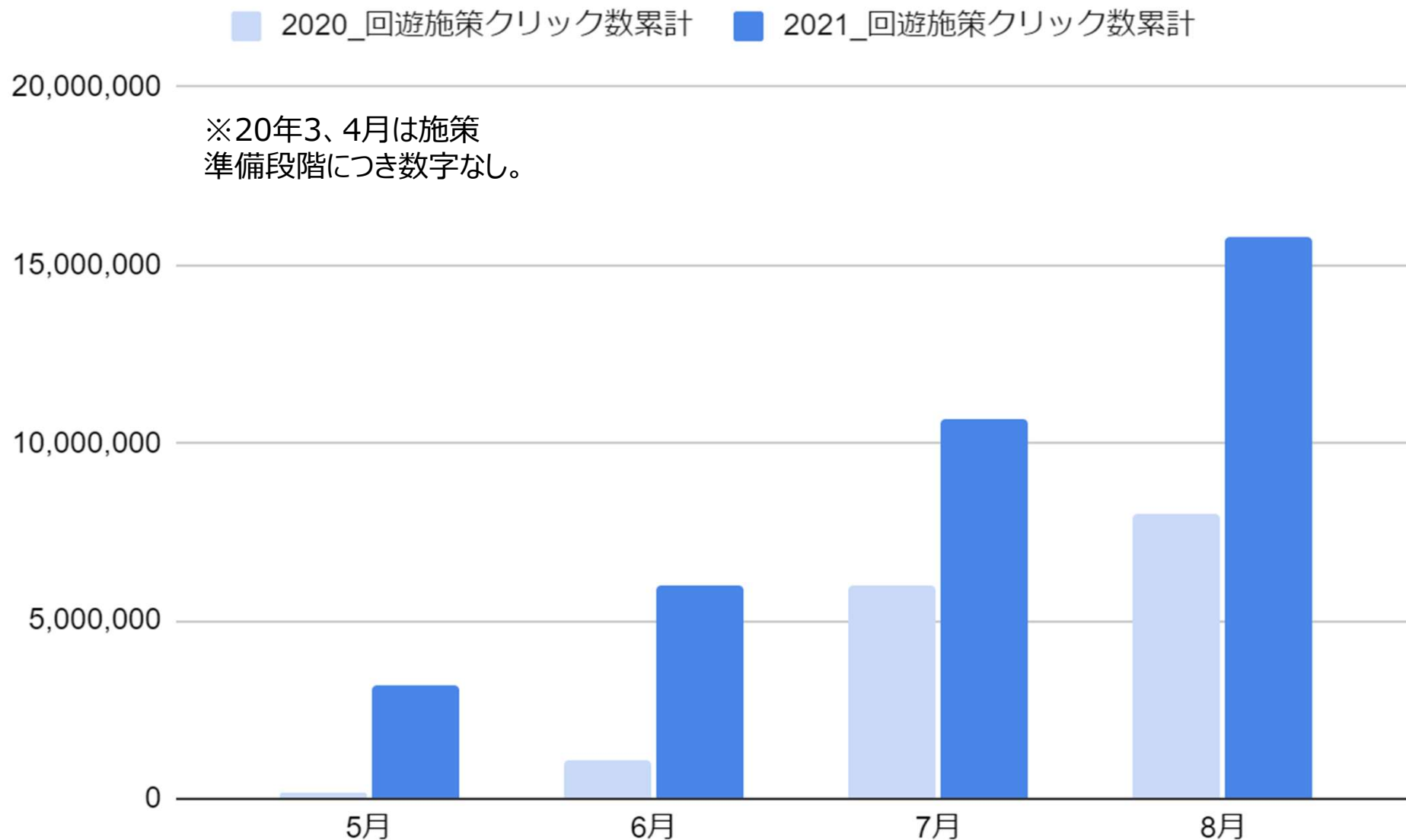
Android_2021期 Android_2022期





- 全体的に、3月は年度末の予算消化もあり前年同様の単価で推移するも、4月以降は前年を割り込む月が多くなる状況。
- 前期に引き続き、新型コロナウイルス感染症による影響で広告出稿を控える動きに加え、プライバシー保護の観点によるCookie規制のため、引き続き広告単価が低迷。
- アプリについて。2022年上期(3月～8月)では、引き続き、新型コロナウイルス感染症の影響を受けた事や、4月末より開始したApple社による端末の固有識別子(IDFA)使用制限による影響を受けた。広告単価は全体で、昨年同期より2割弱低下。デバイス別では引き続き、特にiOS APPでの下落が大きかった。
- これに対する施策として、広告配信システムの改善や、インタースティシャル広告等、高単価の広告フォーマットを採用するなど、単価の下落抑制を実施した。

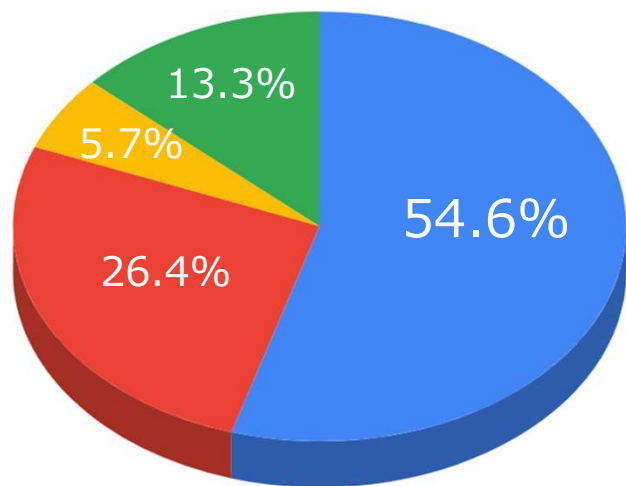
- 昨年度より強化するサイト内回遊施策により、新たに安定的に多くのクリック＝PVを生むサイトに成長し、tenki.jp 全体のPV増加に寄与している。



- トピックス1のグロース施策等の実施により、競合となる天気系サービスと比較して、PC、スマートフォンともに半数以上のシェアを獲得している

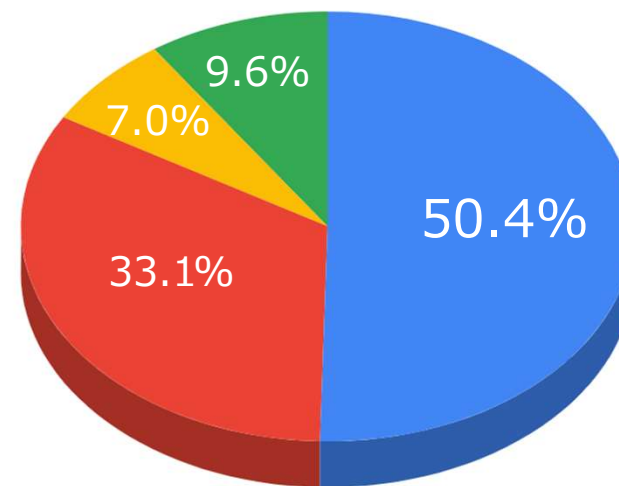
● 天気系シェア_PC

● tenki.jp ● A社 ● B社 ● C社



● 天気系シェア_スマートフォン

● tenki.jp ● A社 ● B社 ● C社



※出典：ヴァリューズ
(天気系キーワードにおける2021年3月－8月の検索からの累計セッション数シェア)

① tenki.jp登山天気×YAMAP 連携

概要：

当社のアプリ「tenki.jp登山天気」と登山地図アプリ「YAMAP」にて、双方の情報を一部提供し合い補完。データ連携における業務連携を開始。

- ◆7月7日より登山地図アプリYAMAPにて山の麓の天気が表示され、登山天気アプリへの導線が確立。
- ◆8月5日より、登山天気アプリにて、YAMAPより提供される登山ルートなどの登山に役立つ情報を取得配信開始。

目的と効果：

YAMAP×登山天気アプリの連携より、相互送客。新規ユーザーを獲得。

↓
流入率20%

※流入率：連携開始から8月末までの全インストール数に占めるYAMAPからの流入の割合



×



登山天気アプリ側
イメージ



YAMAP側イメージ
(画像は、Premiumユーザー版)
※アプリ無料版や
Web版でも連携

② tenki.jp「キャンプ場の天気」リニューアル

概要：

キャンプ場数を大幅スケールアップ。日本全国約 2,200 地点のキャンプ場の天気予報と施設情報の提供を開始。キャンプ場ごとの1時間単位の天気や風情報、さらに2週間先までの天気、今日明日のキャンプ指数（紫外線/星空/服装/お出かけ）など、キャンプを楽しむ上で欠かせない情報の確認を行うことが可能。

リニューアルにより

PV : +60%
クリック数 : +230%

と大幅増加



③ tenki.jpアプリ 広告非表示機能の提供 開始 ～月額120円で広告を非表示

概要：
 天気予報を広告なしで見ることができる定期購読サービスの提供を2021年8月25日（水）よりスタート。
 tenki.jpアプリにて多くのユーザーさまからいただいていた「広告を消す機能を追加してほしい」との要望をまずは実現した形。月額120円（税込）の「ライトプラン」を有効にしている期間中は広告が非表示となる。

定期購読サービスで広告を非表示にすると…

**見たい情報が
ひとめで確認できる!**



■当社における第2四半期（6月～8月）第3四半期（9月～11月）に、台風等の災害が多く発生する傾向にあります。これに伴い、この時期の当社売上も増加傾向が見られる結果となっています。

過去の国内 台風上陸数・接近数・発生数と各月売上推移

※各台風数は2011～2020年の過去10年平均値

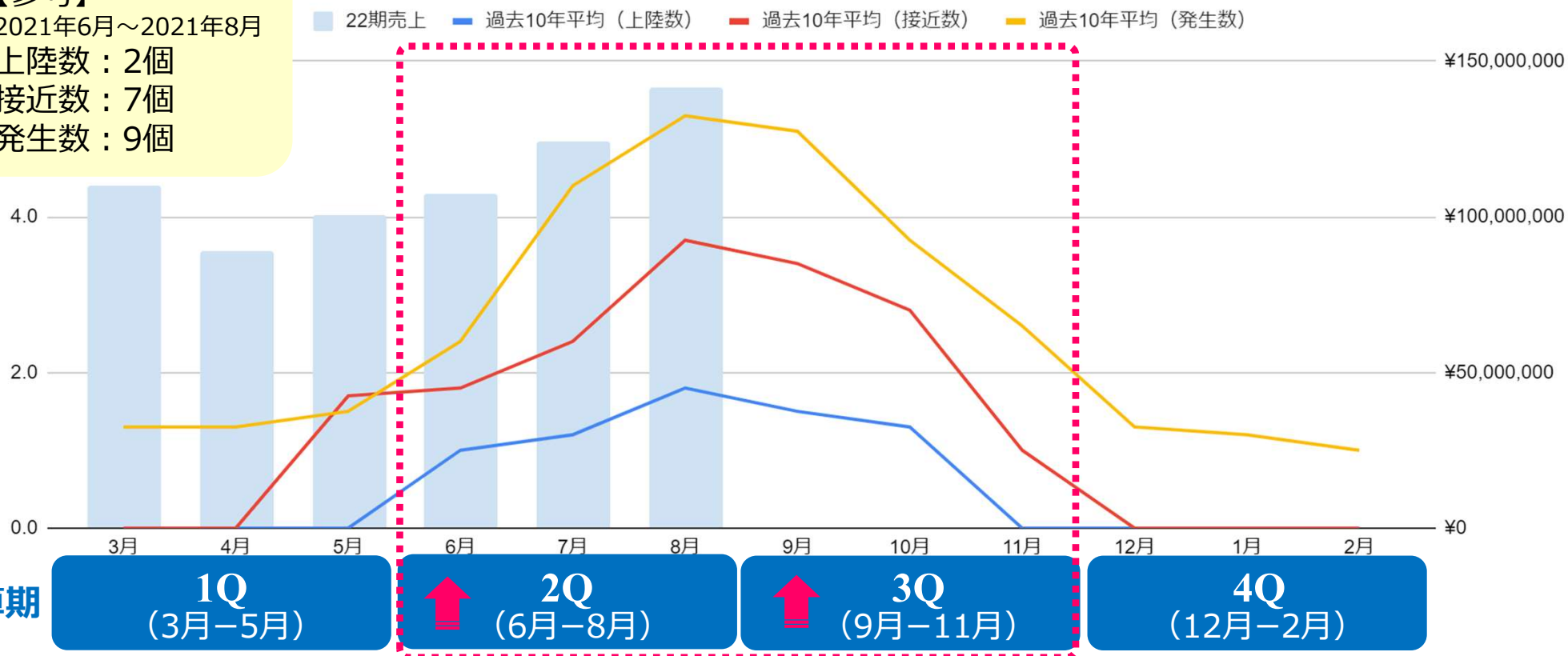
【参考】

2021年6月～2021年8月

上陸数：2個

接近数：7個

発生数：9個



当社決算期

1Q (3月～5月)

↑ 2Q (6月～8月)

↑ 3Q (9月～11月)

4Q (12月～2月)

出展：気象庁 台風の上陸数・接近数・発生数

業績予想

- 広告出稿を控える動きやCookie規制の影響による広告単価の低迷は、今期にわたって続くと予想しております。一方でここまでのPV数の大幅な増加に寄与したサイト内回遊や検索エンジン最適化等の施策の継続的に実施するとともに、新規事業への投資により低迷する広告単価を補いつつ外的要因に左右されない強い経営基盤の確立を目指します。

(百万円)	2022年2月期 (予想)	2021年2月期 (実績)	前年同期比
売上高	620	610	▲10
営業利益	170	223	▲53
経常利益	160	215	▲55
当期純利益 (四半期)	110	189	▲79
1株当たり 当期純利益	51円54銭	90円13銭	—

報告事項

- 投資家に向け、ALiNKに関するさまざまな情報を今まで以上に積極的に開示、コミュニケーションを図ってまいります。具体的には以下の施策を検討（一部実施）しております。今後とも皆様、よろしくお願いいたします。

● IRTVによる動画によるわかりやすい情報開示

● 四半期ごとにZOOMを活用した決算説明会実施

● Twitterによるタイムリーな情報発信

～よろしければこちらのアカウントのフォローをおねがいたします

<https://twitter.com/ikeda7077>



参考資料－事業の概要について

- 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
- 2021年2月期実績で約47億PV
- Twitterアカウント約285万フォロワー（2021年8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）

■ 有料会員サービス

- ・7月より月額 ¥120 にて、tenki.jpの広告非表示サービスを開始。
- ・ファミリーブランドとして、tenki.jp 登山天気を展開。登山天気は、山の天気予報専門有料アプリで、月額 ¥240。



tenki.jp
登山天気

$$\text{広告単価} \times \text{PV数} = \text{売上}$$

広告単価

天気連動広告

広告単価や広告配信比率に「気象データ」を加味した独自のアルゴリズムで運用できる体制を構築。天候変化に連動して広告を調整することで収益の向上を目指していきます。

イールドマネジメント

最も高い買値をつけた広告を表示する技術を使用。今後も既存業者だけでなく、海外の新興系のプロダクトも活用し最新のアドテクノロジーを追求していきます。

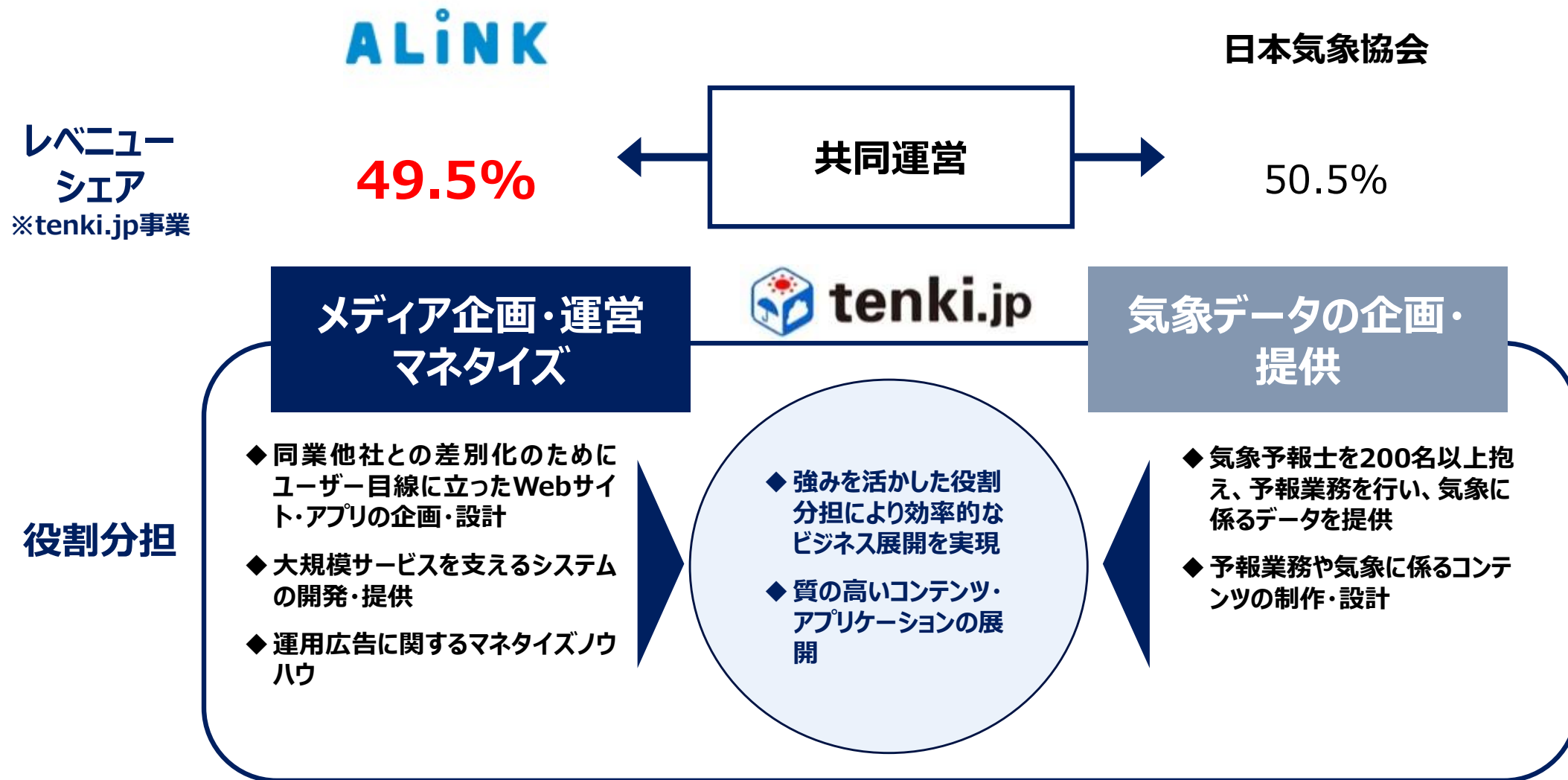
◆「天気連動広告」「イールドマネジメント」独自の技術を活かした2本の柱で、広告単価の向上を図っていきます。

PV数



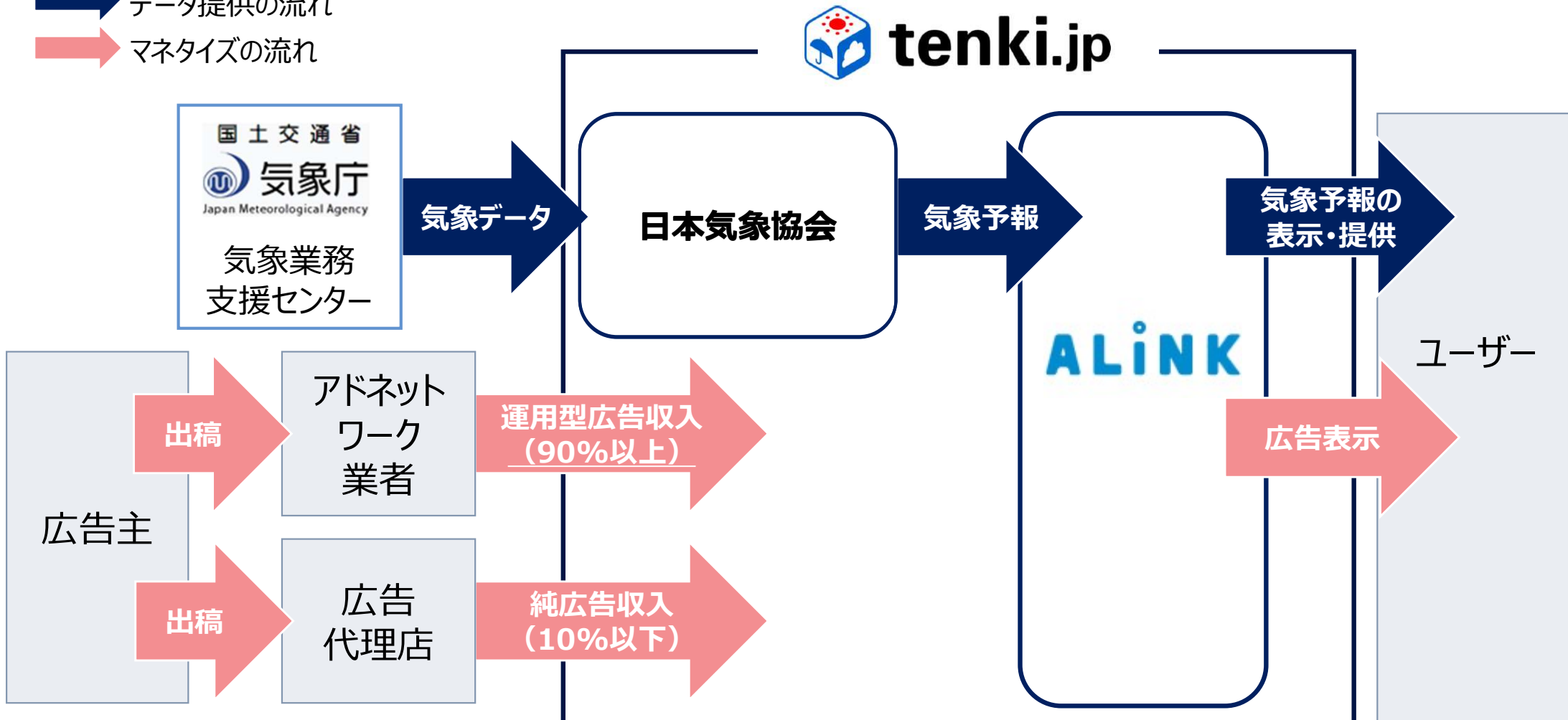
◆近年異常気象が多く発生しており、気象・防災への関心が高まっています。3つの施策で更なるPV数向上を図ると共に、皆さまの生活サポートに努めます。

- 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

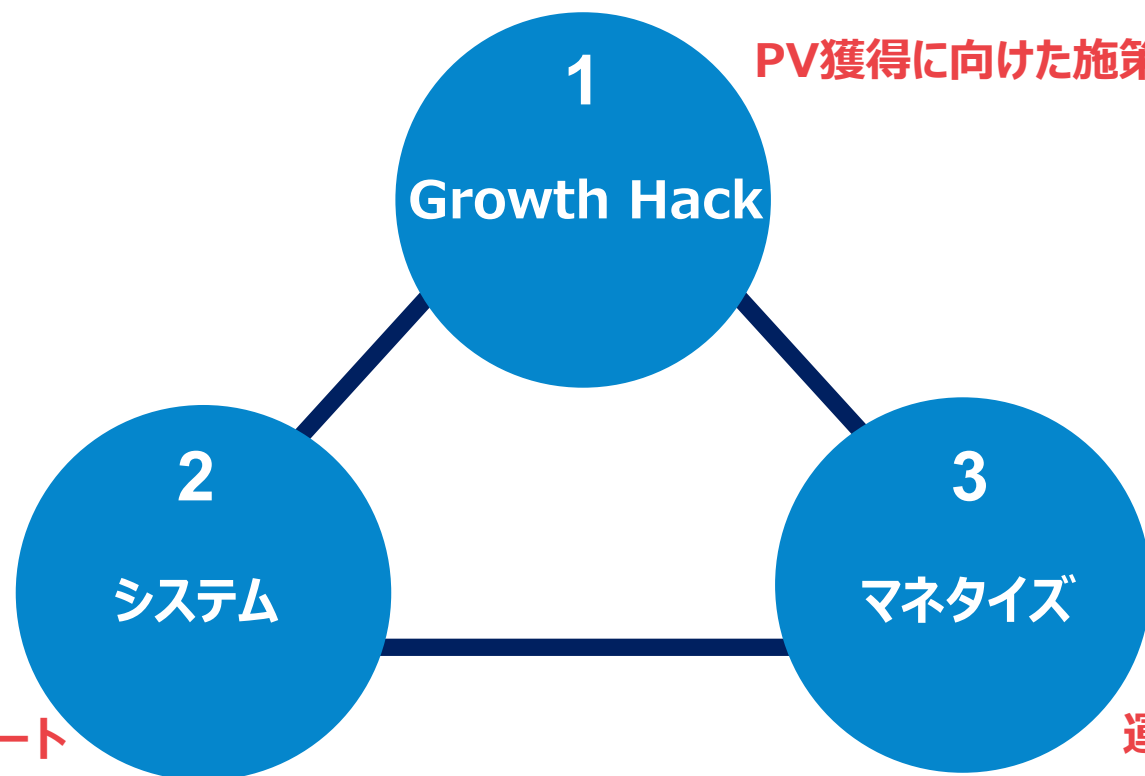


- マネタイズ方法は広告収入であり、運用型広告(※)が9割以上となります
- データの提供は日本気象協会の役割となります ※純広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれません

➡ データ提供の流れ
➡ マネタイズの流れ



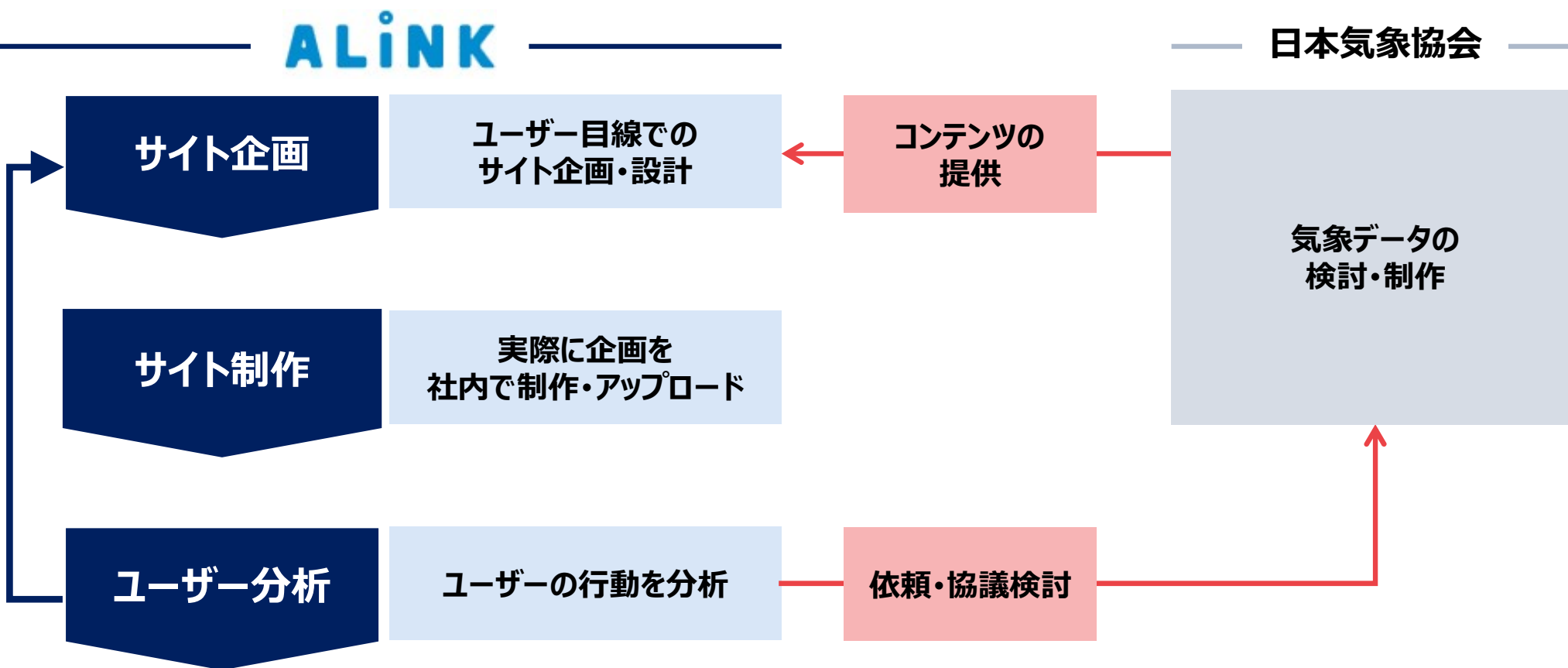
- 高い専門性が求められる、Growth Hackによる改善、万全なシステム対応、効率的なマネタイズを、少数精鋭のプロフェッショナルな人材が統括しています



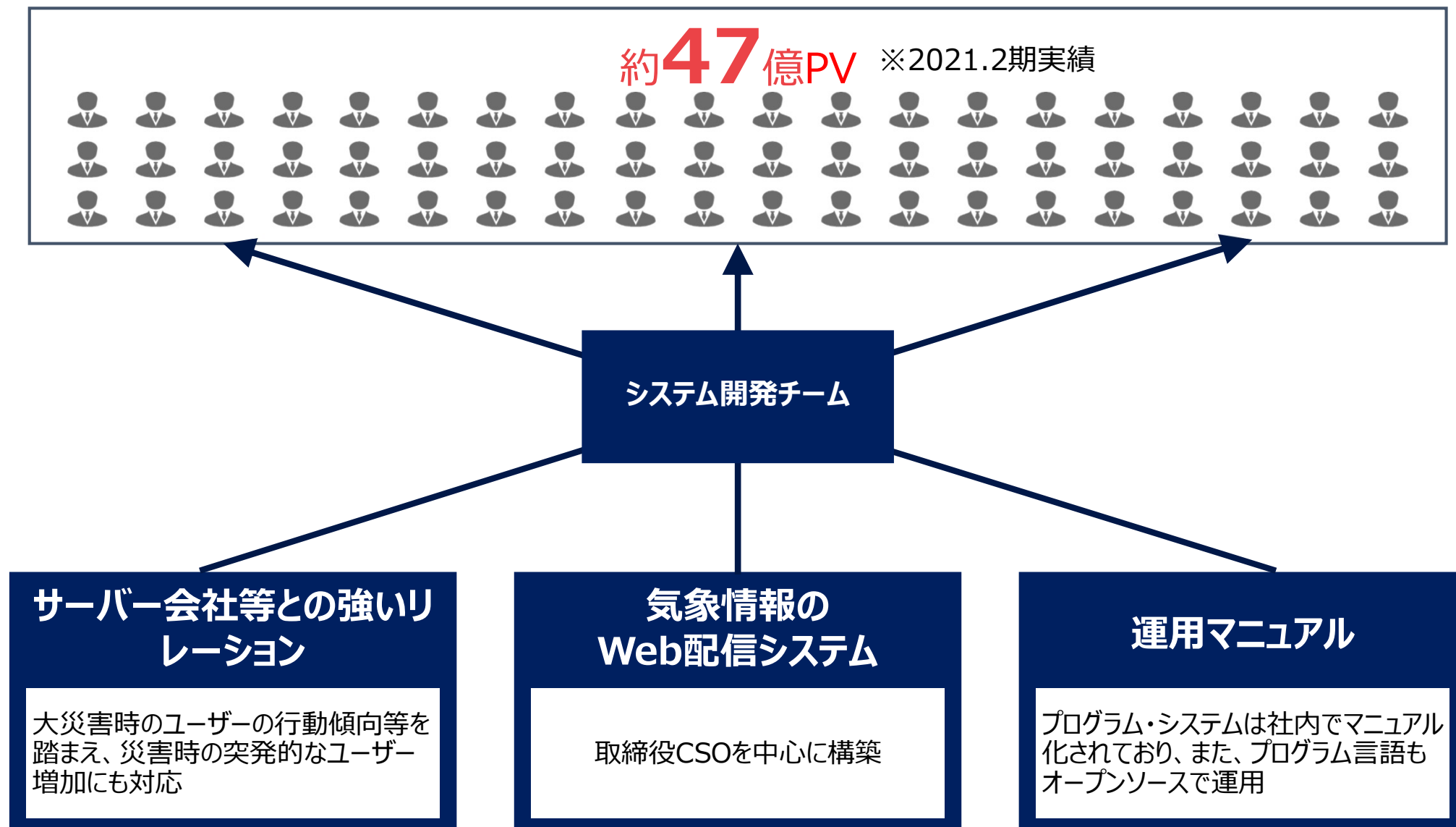
少数精鋭のプロフェッショナル集団でtenki.jpの運営・成長・マネタイズ

- 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

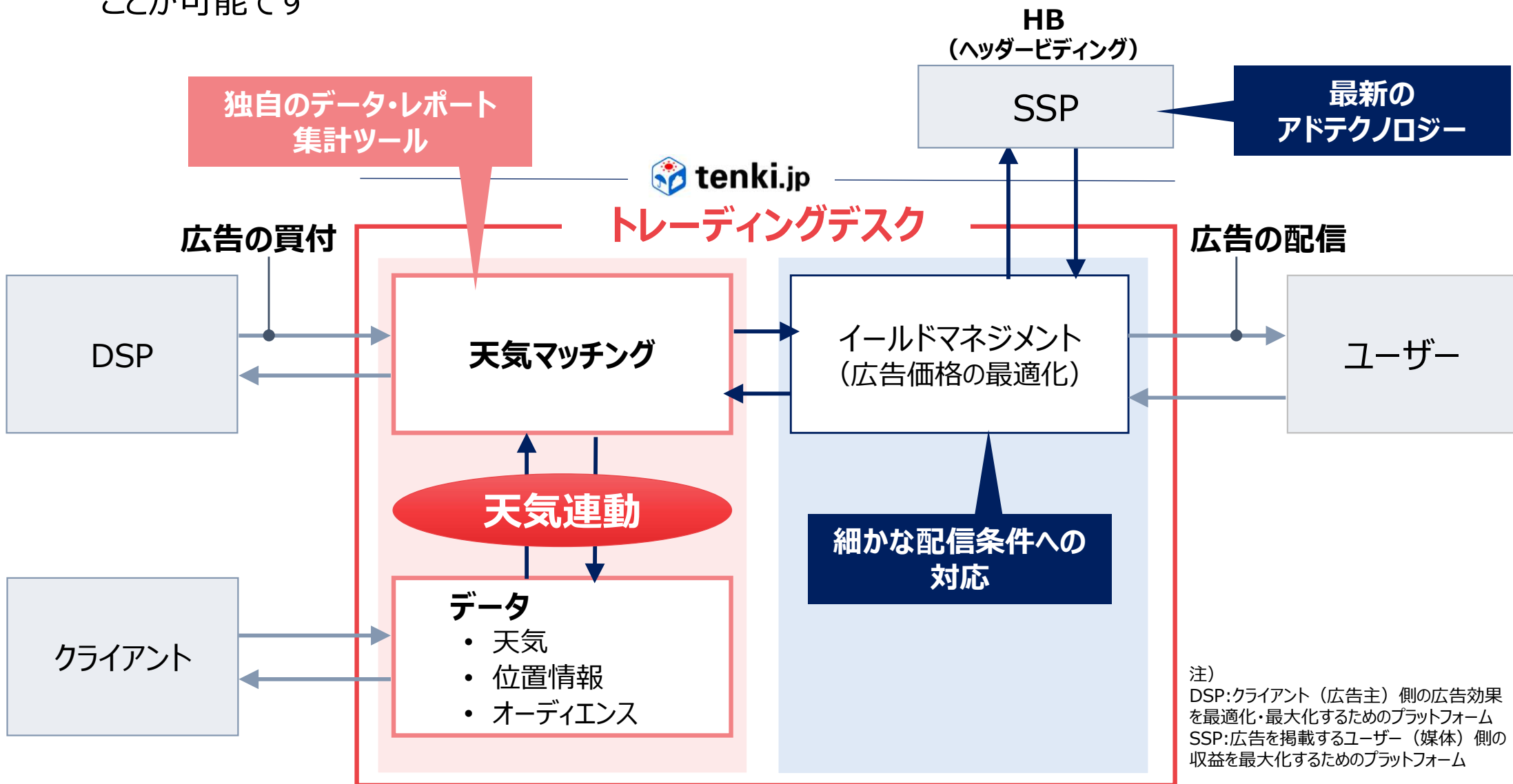
Growth Hack



- 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



- 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



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	137,873千円
従 業 員 数	19名（2021年8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（現任）

【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



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
 2016年10月 株式会社アトモス 設立 代表取締役就任
 2017年10月 株式会社ALiNKインターネット 取締役CSO（現任）



CFO 中村和徳

1984年 4月 株式会社富士銀行（現：株式会社みずほ銀行）入行
 2000年 7月 株式会社みずほコーポレート銀行兜町証券営業部参事役
 2007年 4月 みずほキャピタル株式会社経営企画グループ長
 2012年 8月 株式会社はせがわ マーケティンググループ長付部長
 2014年 2月 同社営業支援グループ経営管理部長
 2015年 8月 同社執行役員 商品部担当
 2021年4月 当社入社
 2021年5月 当社取締役CFO就任（現任）

- 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。