

2022年2月期 決算説明資料

2022年4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、さらに一步先の道標"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 決算サマリ

2. 2022年2月期 決算概要

3. 業績予想

4. 参考資料 – 事業の概要について

2022年2月期 決算サマリ

● **売上増加** (前年同期比 **106.3%**)

営業利益減少 (前年同期比 **98.7%**)

～コストは主に人件費、開発費に投資

● **メディアは大きく成長**
(前年同期比 **119%**)

～PV数は大きく伸長。全体的に検索からの流入が大幅伸長。

緊急事態宣言が開け、強化していたレジャー系コンテンツが大幅伸長

● **事業を伸長させる施策を実施**

～課金による売上割合を増やし、天気以外の市場参入に向けての第一歩に

8月:tenki.jpアプリの課金機能

11月:ゴルフプレイヤー向け「tenki.jpゴルフ天気」

2022年2月期 決算概要

- サイト内回遊施策や検索エンジン最適化といった施策の結果、検索流入が大幅増加しメディアとして大きく成長。通期において過去最高のアクセス数を記録するなどPV数は前年同期比で大幅に増加（対前年同期比119%）。
- 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、引き続き広告単価は低迷。
- 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	2021年 2月期	増減額	前年同期比
売上高	649	610	+38	106.3%
営業利益	220	223	▲2	98.7%
経常利益	215	215	+0	100.1%
当期純利益	205	189	+15	108.3%

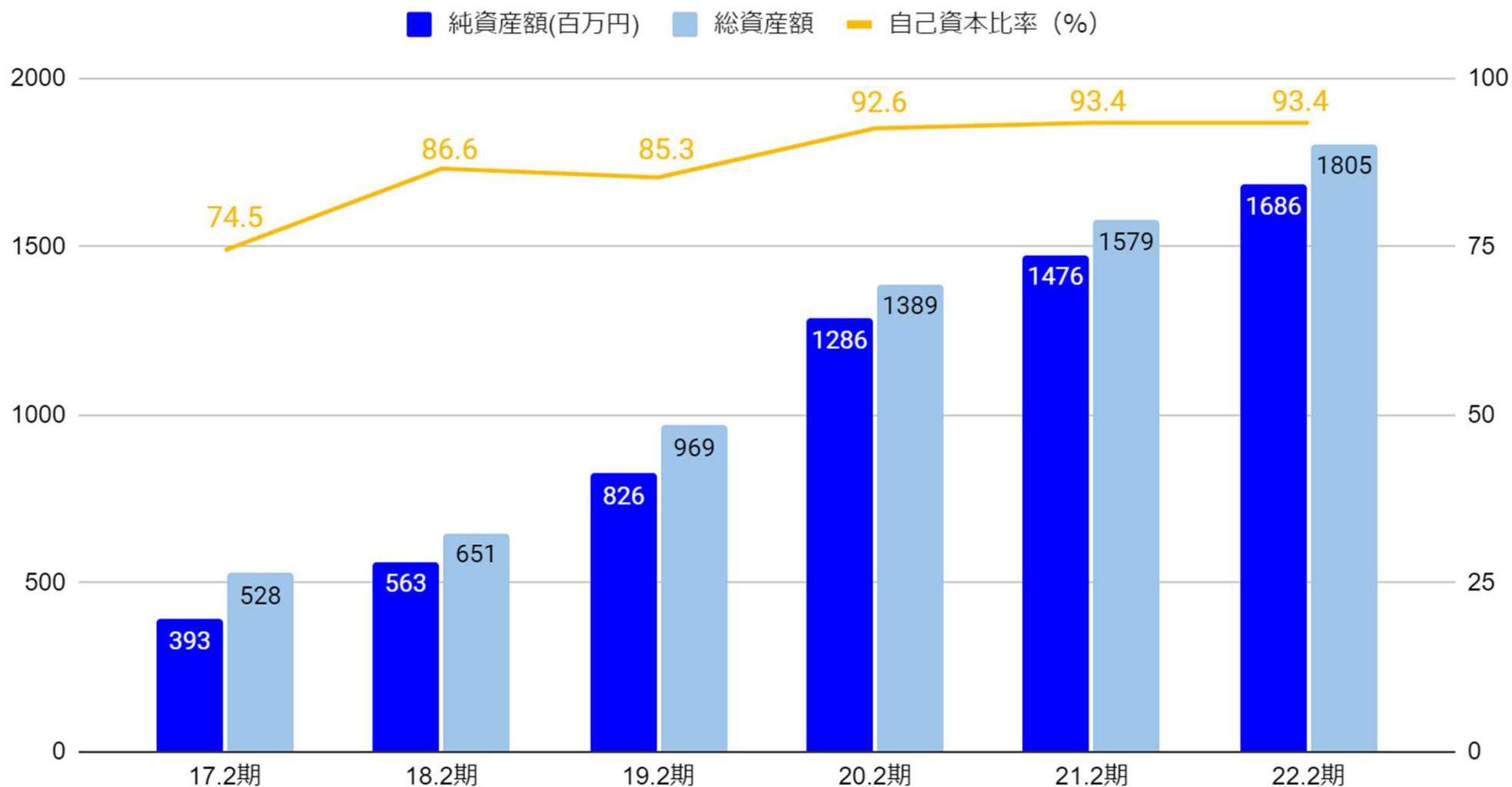
- 資産合計は、売上高の積み上げによる現金及び預金、および未収入金が増加。負債合計は、主に未払法人税等が増加。純資産合計は、新株予約権の行使に伴う資本金及び資本準備金の増加および当期純利益の計上等により利益剰余金が増加。
- 自己資本比率は93.4%（前期末は93.4%）。

(百万円)	2022年2月期	2021年2月期末	増減額
流動資産	1,640	1,360	+ 280
固定資産	164	219	▲ 54
資産合計	1,805	1,579	+ 225

流動負債	118	102	+ 15
固定負債	-	0	▲ 0
負債合計	118	103	+ 14
純資産合計	1,686	1,476	+ 210
負債純資産合計	1,805	1,579	+ 225

- 継続して純資産を積み上げ、強固な財務基盤を保持。

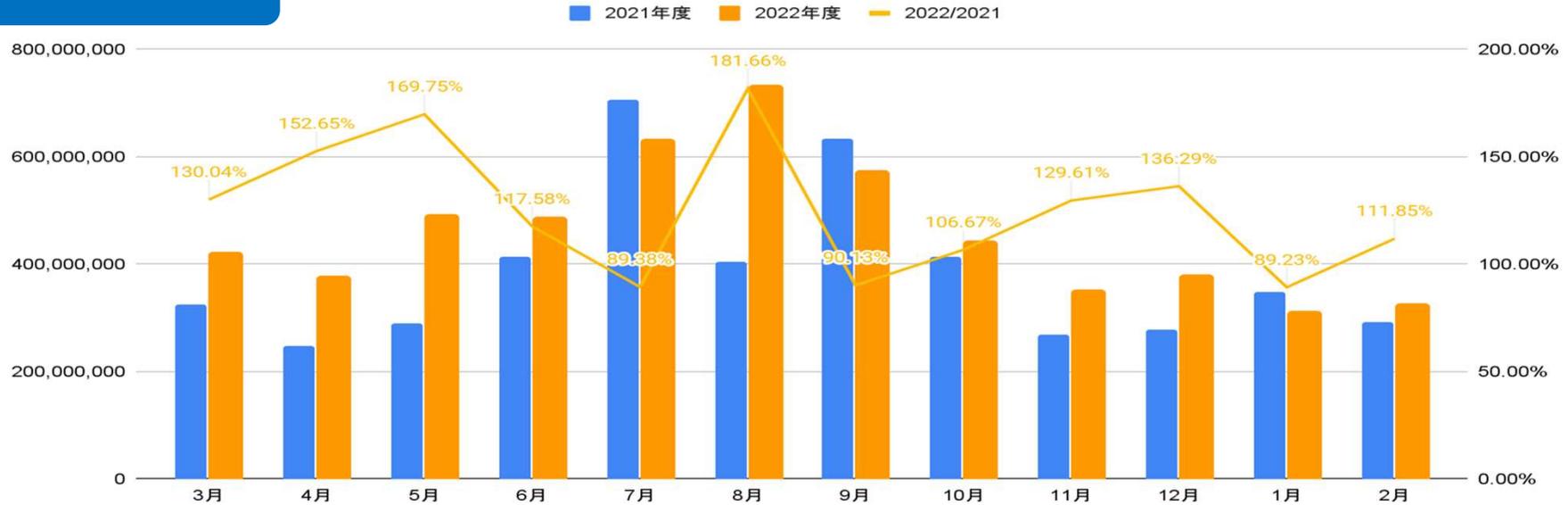
純資産額・総資産額・自己資本比率



- 未収入金の増加等により、営業活動によるキャッシュ・フローが132百万円の減少。
- 現金及び現金同等物は前期末比、179百万円の増加。

(百万円)	2022年2月期	2021年2月期	増減額
営業活動によるCF	179	310	▲132
投資活動によるCF	▲5	▲2	▲3
財務活動によるCF	5	▲0	5
現金及び現金同等物 期末残高	1,349	1,169	179

PV数（累計）



↑ 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年累計において、**前年同期比119%**。検索流入数は、**前年同期比で125%**と大幅増加。

・9月末をもって緊急事態宣言が終了。その後、レジャー系コンテンツへのトラフィックが大幅に回復。

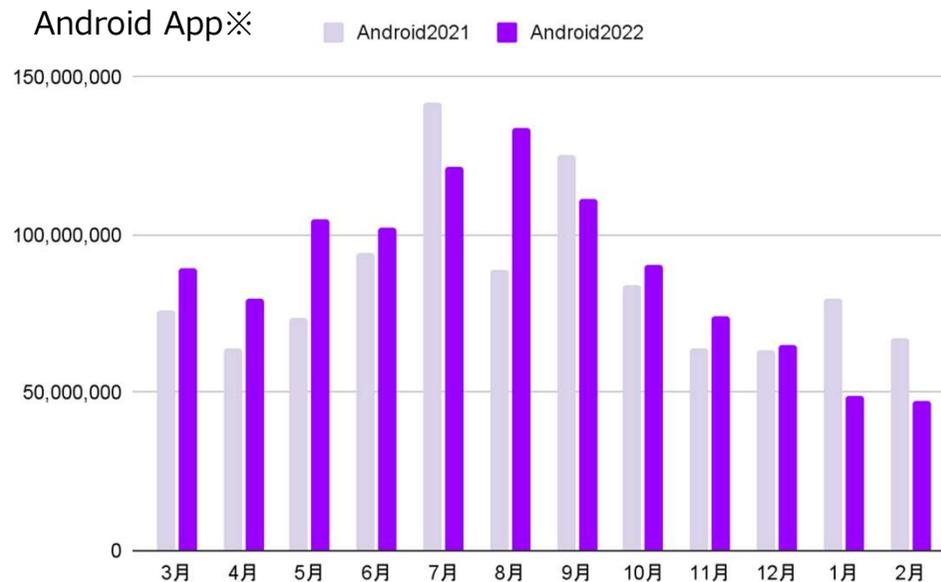
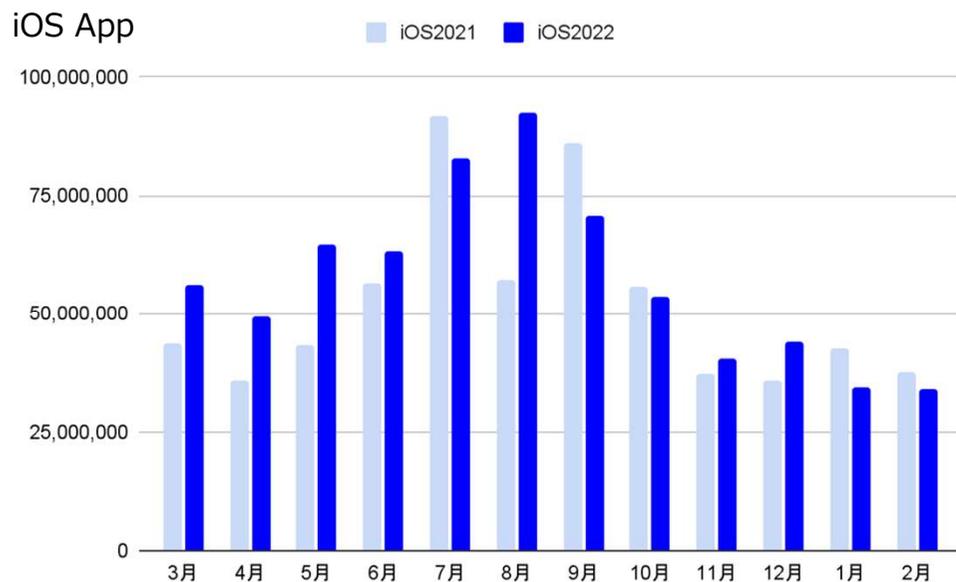
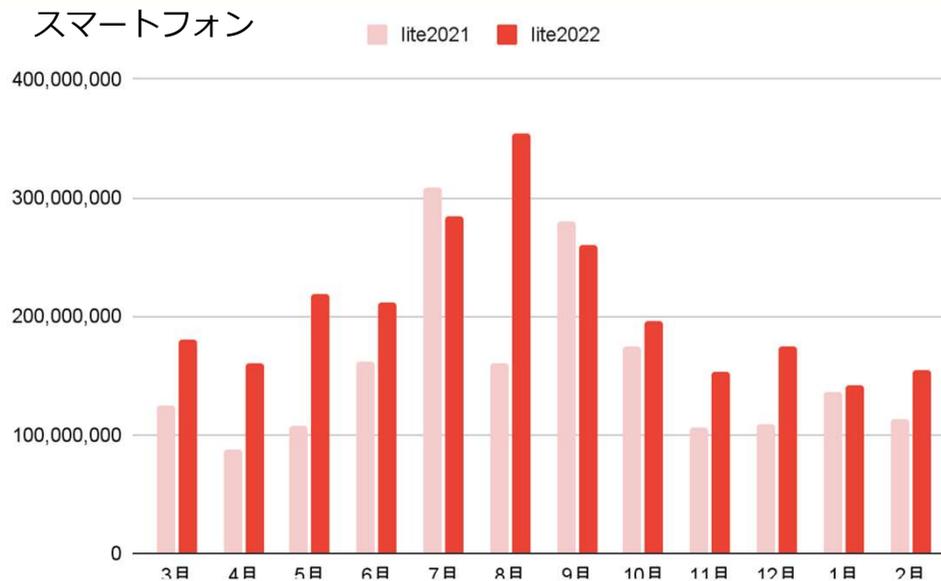
・検索、とくに天気系のキーワードに対するシェアを半数以上獲得している。

・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。

↓ 新型コロナウイルス感染症により外出行動抑制の傾向が存在し、総じて天気へのアクセス頻度に影響がある。

・台風上陸によるPV押し上げ等の効果は、大きくは得られなかった。
(22年2月現在のの上陸数：3個 気象庁 台風の上陸数速報値より)

PV数（通期・デバイス別）

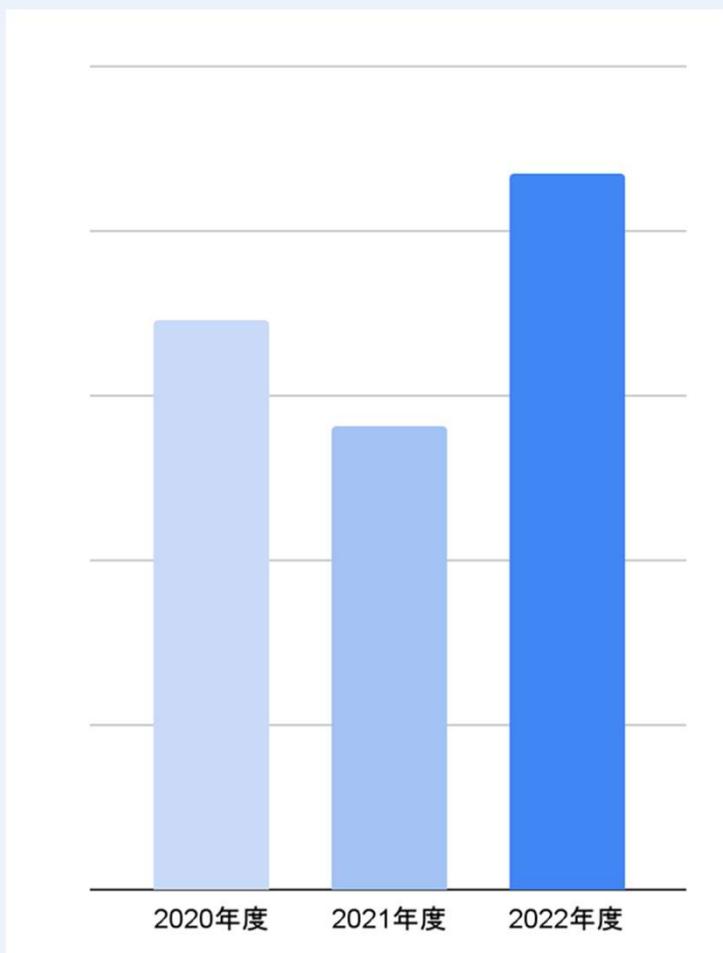


※12月より数値取得方法変更となりPV数減少

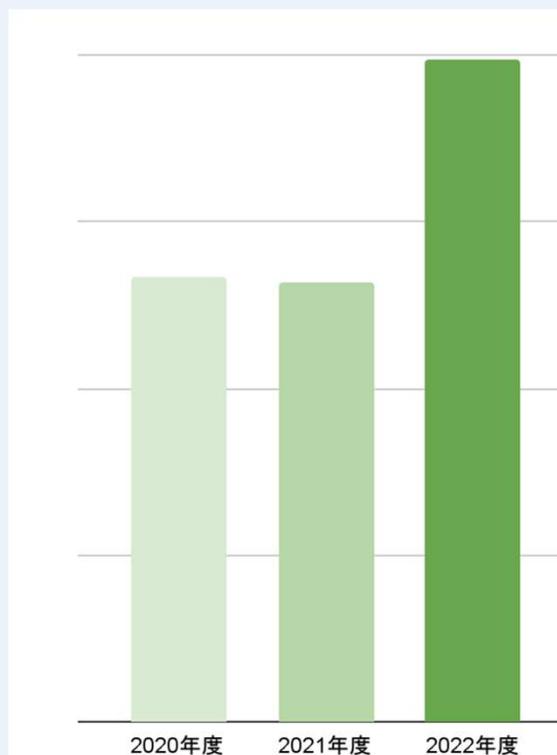
- 伸び悩んでいたレジャー系コンテンツが、緊急事態宣言の解除もあり大幅増加。ゴルフ、キャンプ等2Qより施策投入行うコンテンツを中心にPVの押し上げに貢献している。

・レジャー全体PVと、内、ゴルフ場・キャンプ場の天気のPV推移（過去3期分、PC・スマートフォン合算）

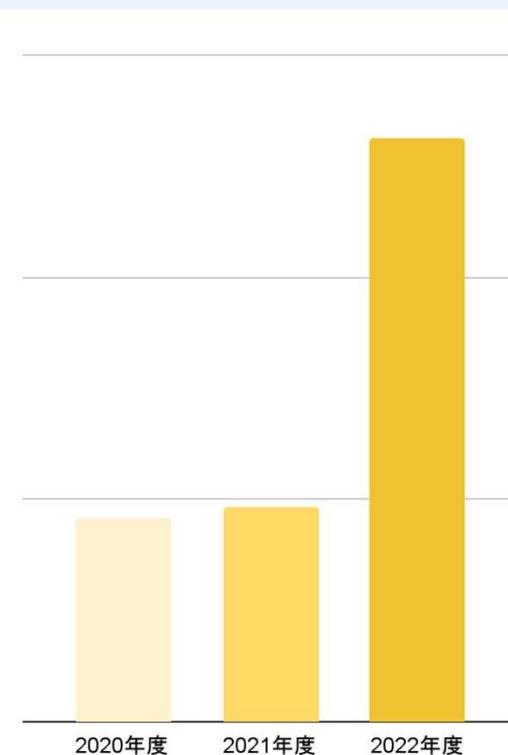
レジャー全体

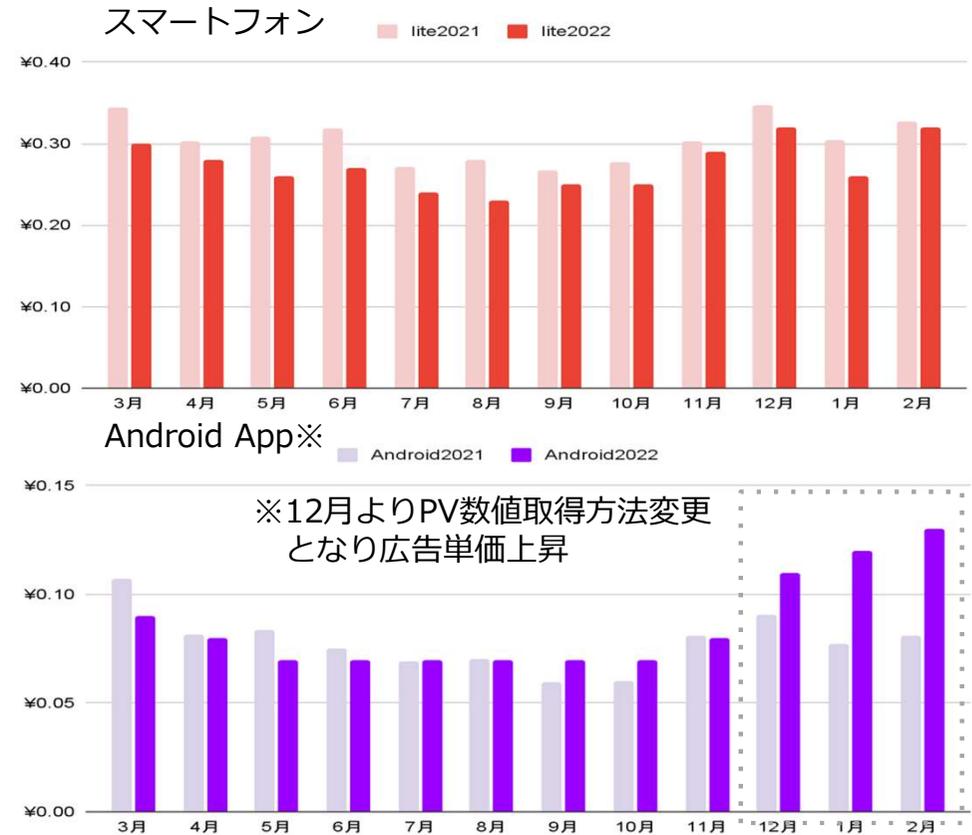
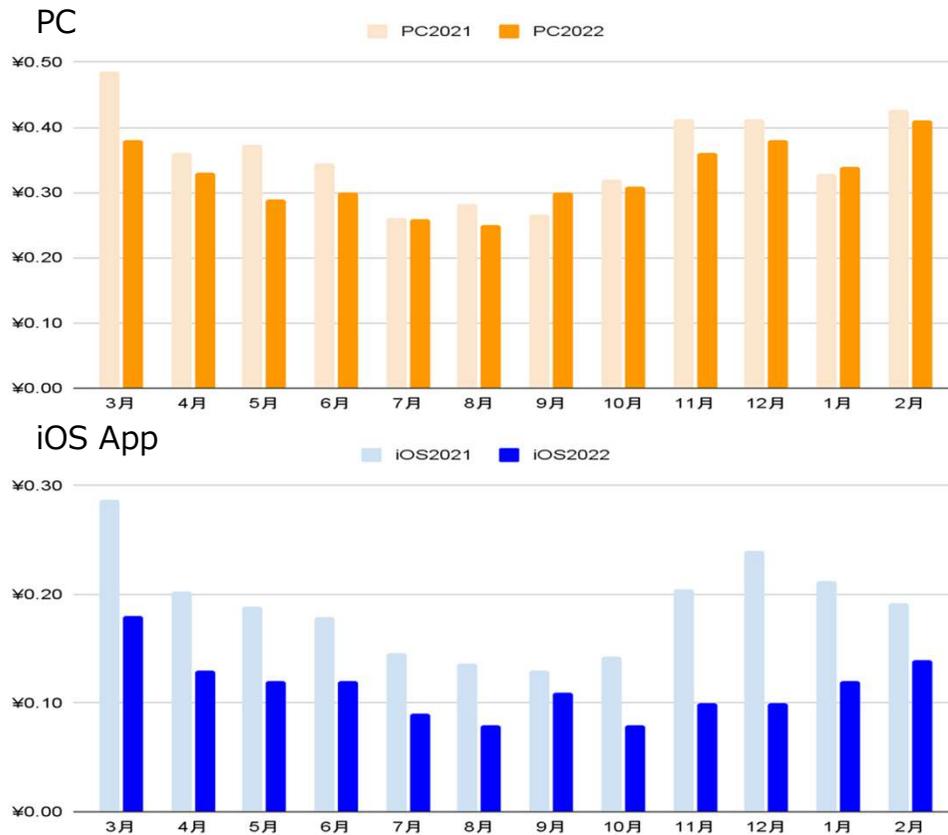


ゴルフ場の天気



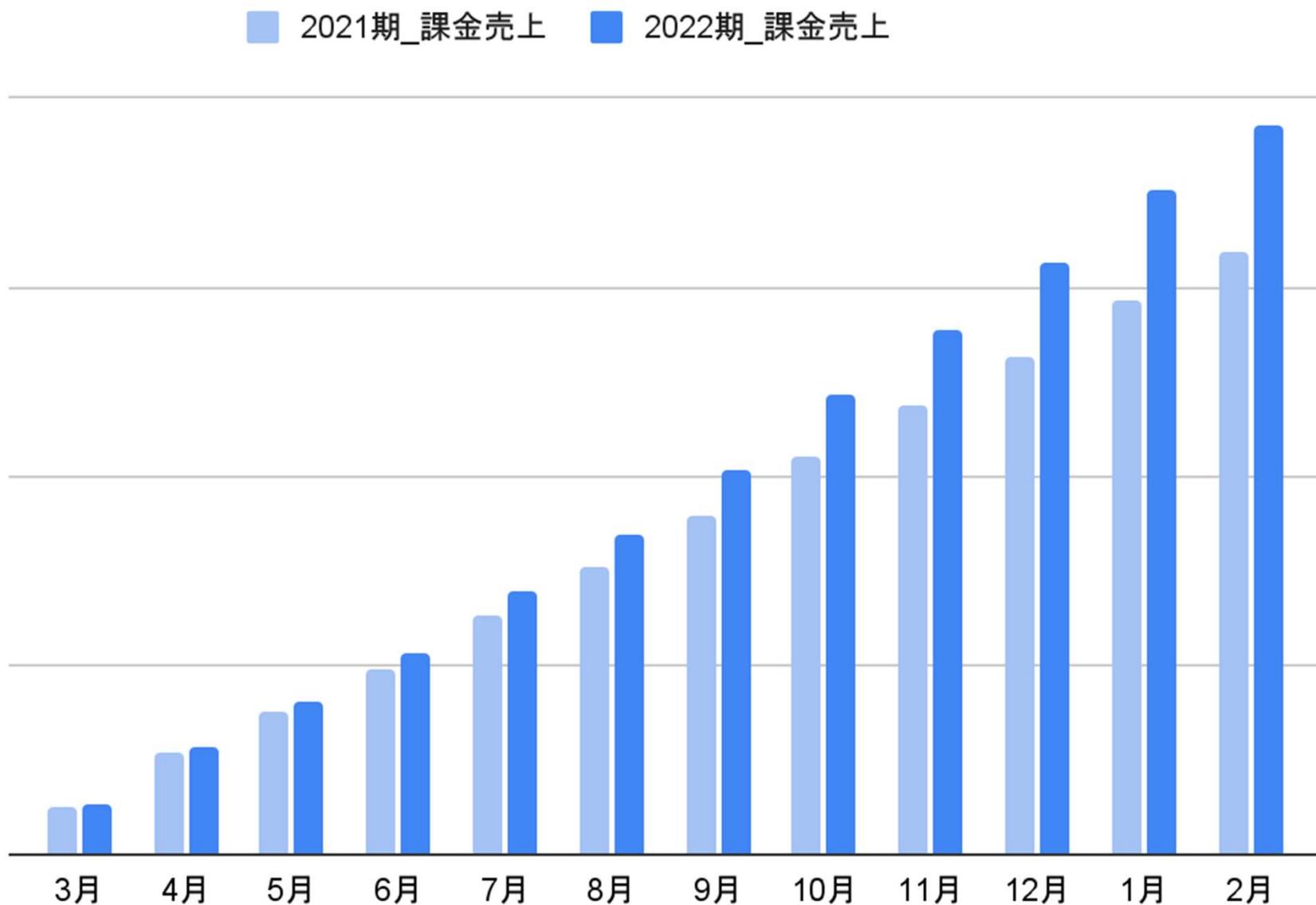
キャンプ場の天気



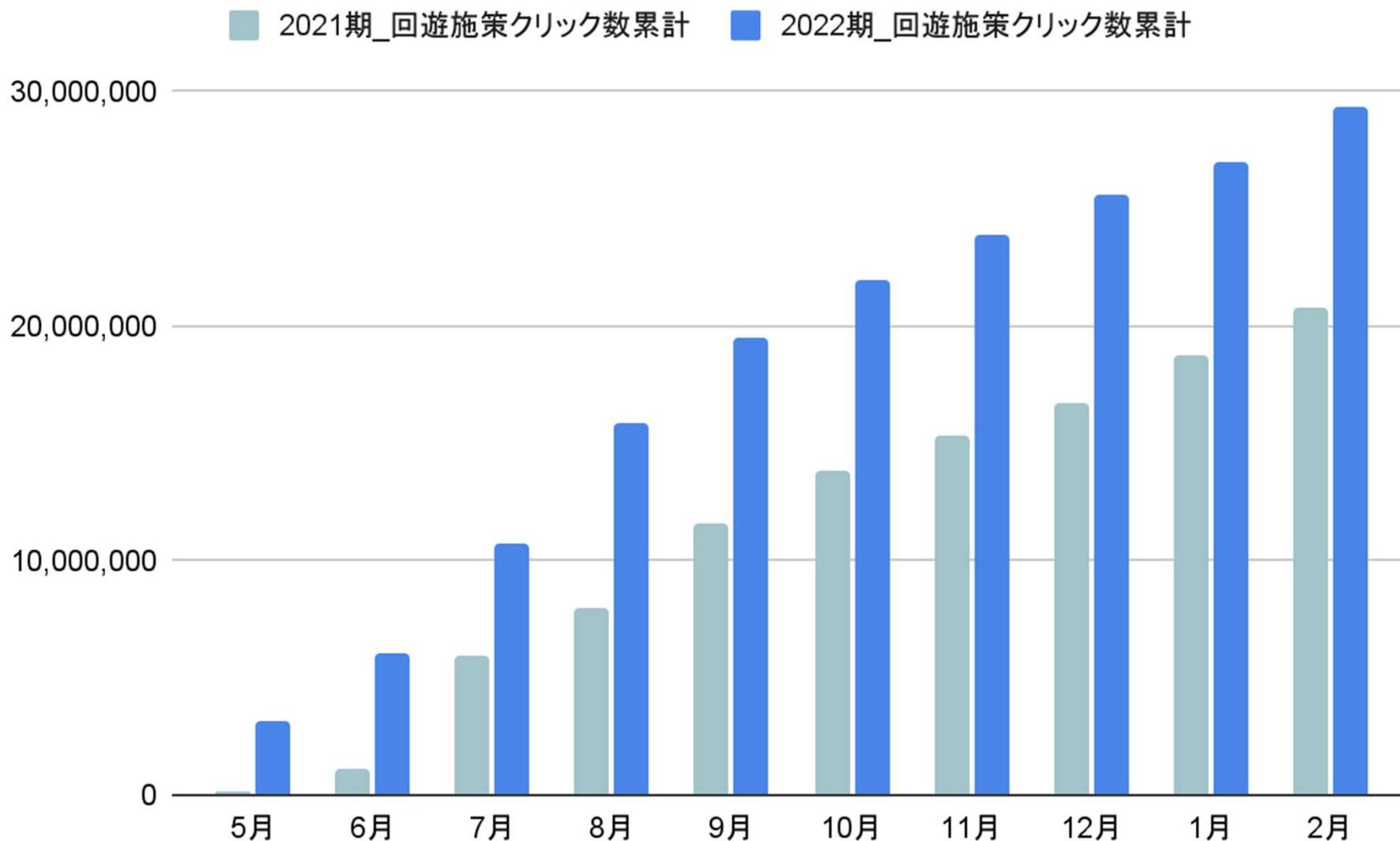


- 前期に引き続き、新型コロナウイルス感染症による影響で広告出稿を控える動きに加え、プライバシー保護の観点によるCookie規制のため、引き続き広告単価が低迷。
- アプリにおいては、4月末より開始したApple社による端末の固有識別子（IDFA）使用制限による影響を受け、デバイス別ではiOS APPでの下落が大きかった。
- これに対する施策として、広告配信システムの改善や、インタースティシャル広告等、高単価の広告フォーマットを採用するなど、単価の下落抑制を実施した。

- 8月のtenki.jpアプリの月額課金化、11月のゴルフ天気アプリの影響も加味され、課金による売上が前年同期と比べ増加傾向にある。



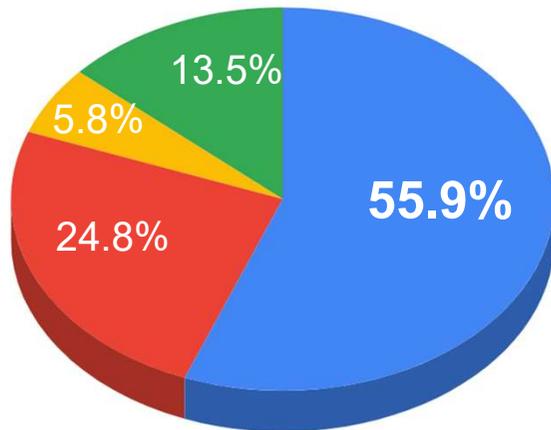
- 注力したサイト内回遊施策により新たに安定的に多くのクリック=PVを生むサイトに成長し、tenki.jp全体のPV増加に寄与している。



- 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前年同期比で大幅にシェアを獲得。半数以上のシェアを獲得している。

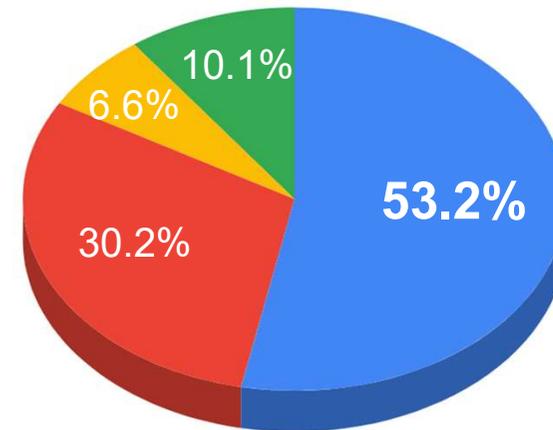
● 天気系シェア_スマートフォン

● tenki.jp ● A社 ● B社 ● C社



● 天気系シェア_PC

● 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－2022年2月の検索からの累計セッション数シェア)

① 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（2021年8月）

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。

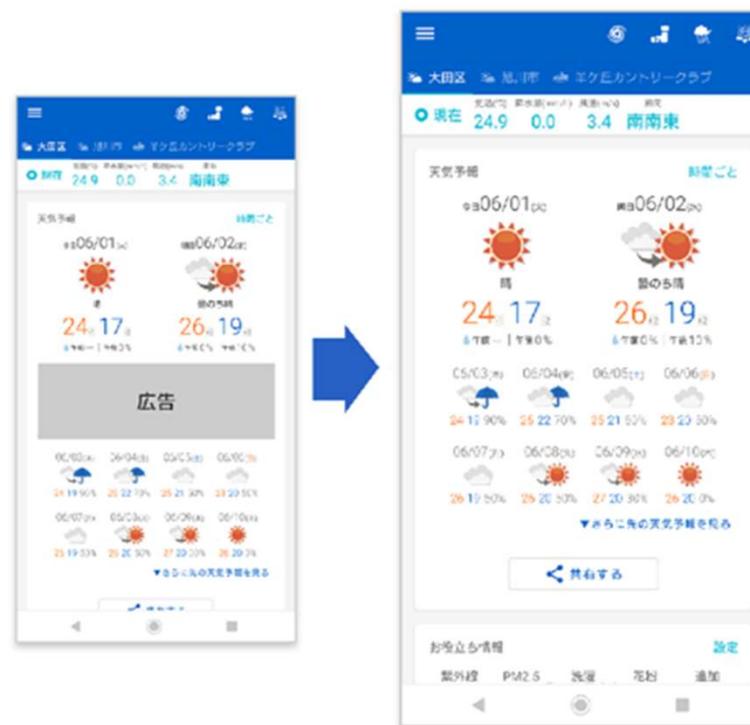
主な実施施策

- ◆本機能訴求の一環として、動画リワード広告の実装（App画面内への導線追加含む）

**インストール数、課金ユーザー数の
増加に貢献**

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!**



② tenki.jp登山天気×YAMAP 連携（2021年7月）

目的と期待効果：
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。

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。

主な実施施策

- ◆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。
- ◆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。
- ◆YAMAPユーザーに向けたtenki.jp登山天気サービス内容のメルマガ訴求等、さらなる有機的な取り組みに昇華

**インストール数、課金転換ユーザー数
双方、およそ全体の1/4を占めるまで成長**



×



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

④ 「tenki.jpゴルフ天気」アプリを提供開始（2021年11月）

概要：

- ◆ tenki.jpから派生した、サブスクリプション（月額360円）のアプリ
- ◆ ユーザーインタビューから得られた、ゴルファーニーズの高い気象情報を実装
- ◆ 天気×ゴルフというポジションからゴルフ市場参入へ一歩を踏み出す

主な実施施策

- ◆ tenki.jpWEBサイト上でのプロモーション
- ◆ ゴルフ場の過去の天気情報等、より天気がわかる情報の追加

インストール数、課金ユーザー数の増加に貢献

ゴルフ天気アプリの主な機能

ゴルフコースごとのピンポイント天気がわかる



時間ごとの詳細な天気や10日間の天気がわかる



風予報+コンパスがショットに役立つ



1年までの天気の傾向をゴルフコース予約の目安に



天気×スコア登録で思い出を保存

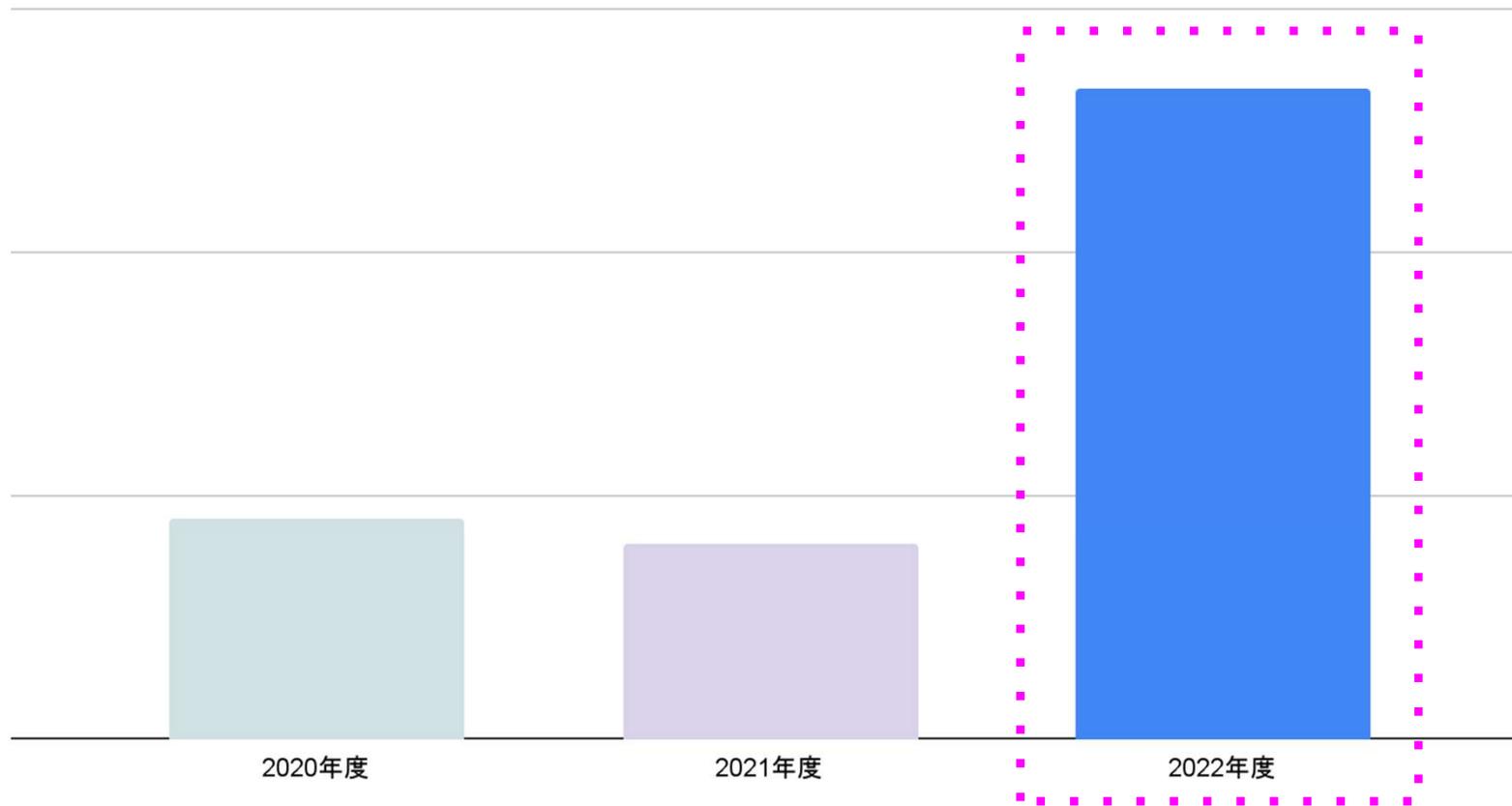


プレイ中の雨雲接近もPUSHでお知らせ



③ tenki.jp 「キャンプ場の天気」リニューアル（2021年7月）

リニューアルにより、PVが大きく成長
今後の事業展開に向けた礎となる



※施策概要：

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。

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を継続的に実施するとともに、登山天気、ゴルフ天気等の課金ビジネスを成長させることにより増収を目指します。一方、新規事業への投資を積極的に行うことにより、結果として増収減益の見込みです。

(百万円)	2023年2月期 (予想)	2022年2月期 (実績)	当期比
売上高	740	649	113.9%
営業利益	190	220	86.2%
経常利益	180	215	83.6%
当期純利益	120	205	58.5%
1株当たり 当期純利益	56円16銭	96円42銭	—

参考資料－事業の概要について

- ALINKは主にIT関連を中心に事業を展開。加えてリスクヘッジならびに新規事業検討の一環として、その他の事業領域への投資を行っております。

ITメディア事業

インターネット広告

tenki.jp

一般財団法人日本気象協会様と共同運営する天気予報専門メディア。市区町村別のピンポイントな天気予報に加え、専門的な気象情報、地震・津波などの防災情報を提供しています。



コンテンツ課金

tenki.jp登山天気

山に特化した天気予報専門アプリ。気象業務法の観点から不特定多数の方に公開することが出来ない情報も含まれているため、特定の利用者様にお届けする有料アプリとして提供しています。



その他事業

マーケティングデータ提供

tenki.jpのアクセスデータを元に、外部向けのマーケティング支援として、天気×ユーザーアクセス動向データ等の提供を行っております。

太陽光発電

晴天時に収益が下がる天気予報メディアの事業特性のリスクヘッジ施策の一環として、として、試験的に太陽光発電への投資を行っております。

- ALiNKの主要事業である天気予報メディア「tenki.jp」は年間47億PVを超えるメディアとなっております。



- 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3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>

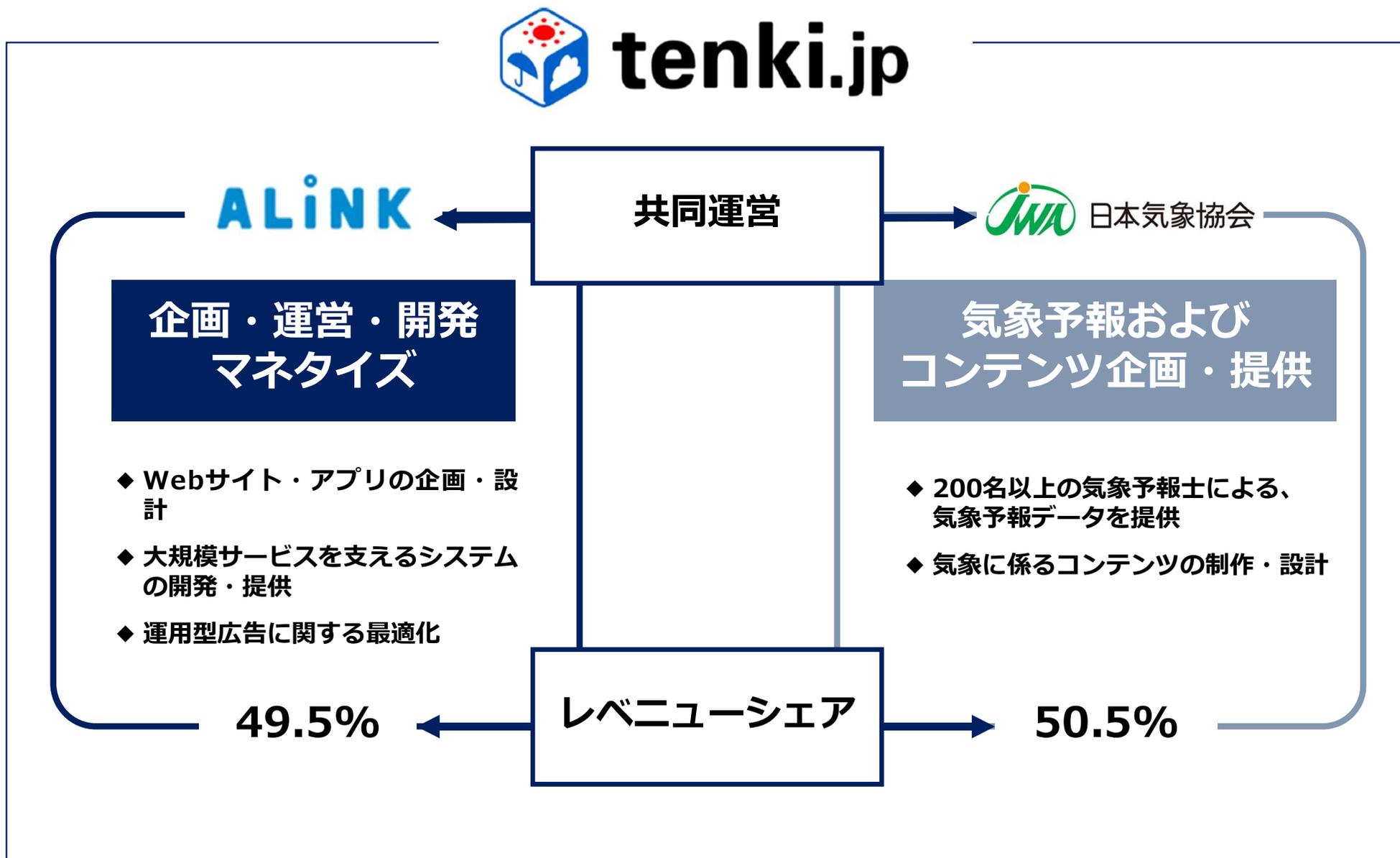
天気予報	天気予報 世界天気 日直予報士 10日間天気 長期予報 雨雲(予報) 豪雨レーダー PM2.5 世界の雨雲 雷(予報)
観測	雨雲(実況) アメダス 実況天気 過去天気 雷(実況)
防災情報	警報・注意報 地震 津波 火山 台風
季節情報	花粉飛散情報 桜開花情報 GWの天気 梅雨入り・明け 熱中症情報 紅葉見ごろ情報 ヒートショック予報 スキー積雪情報
天気図	天気図 気象衛星 世界衛星
指数情報	洗濯 服装 お出かけ 星空 傘 紫外線 体感 洗車 レジャー のど飴 肌シミ 睡眠 不快 汗かき 冷房 アイス ビール 除菌 蚊ケア 寒暖差 水道凍結 うるおい 霜 風邪ひき 掛け布団 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

■ 有料会員サービス

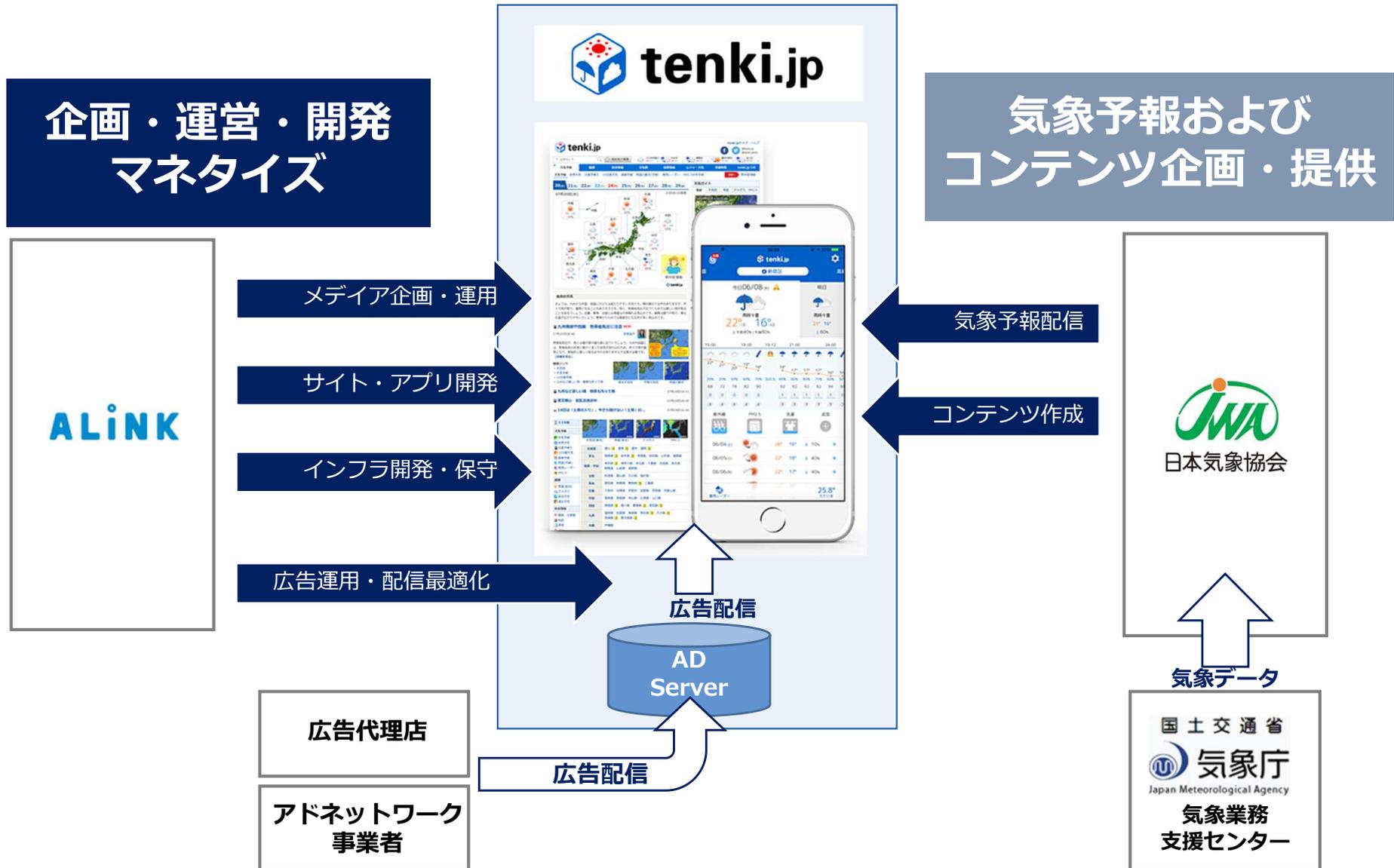
tenki.jp登山天気は、山の天気予報有料アプリです。



- 当社と日本気象協会はtenki.jpを共同運営し、収益をレベニューシェアしております



- tenki.jpは、主にサービス企画・運営・マネタイズをALiNKが行い、気象予報や記事等の情報・コンテンツ制作を日本気象協会が行う共同運営の形式で運営しております。



- マネタイズ方法は主に広告収入が中心で、現在は運用型広告が9割以上を占めております。今後、ユーザー課金型のサービスを順次提供し、ユーザー課金による収益の拡大をはかります。

ユーザー課金

POINT

レジャー向け天気アプリでのユーザー課金サービスを提供

- ・登山天気アプリ
- ・ゴルフ天気アプリ（2021年11月開始）
- ・新規レジャー天気アプリ（2022年開始予定）

その他広告

POINT

tenki.jpで提供する指数情報や、気象予報士による専門家解説などと連動したタイアップ企画や純広告などを提供

運用型広告

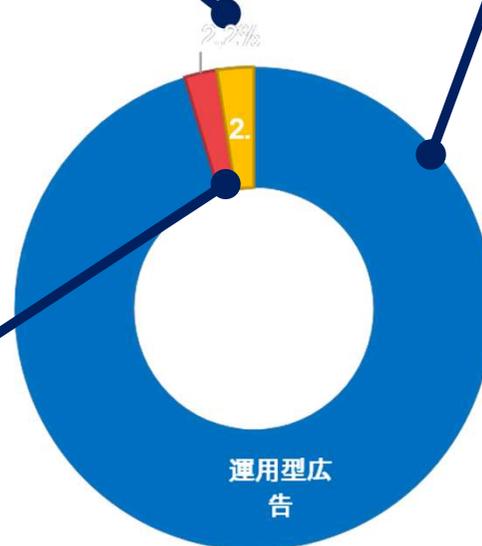
POINT

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。

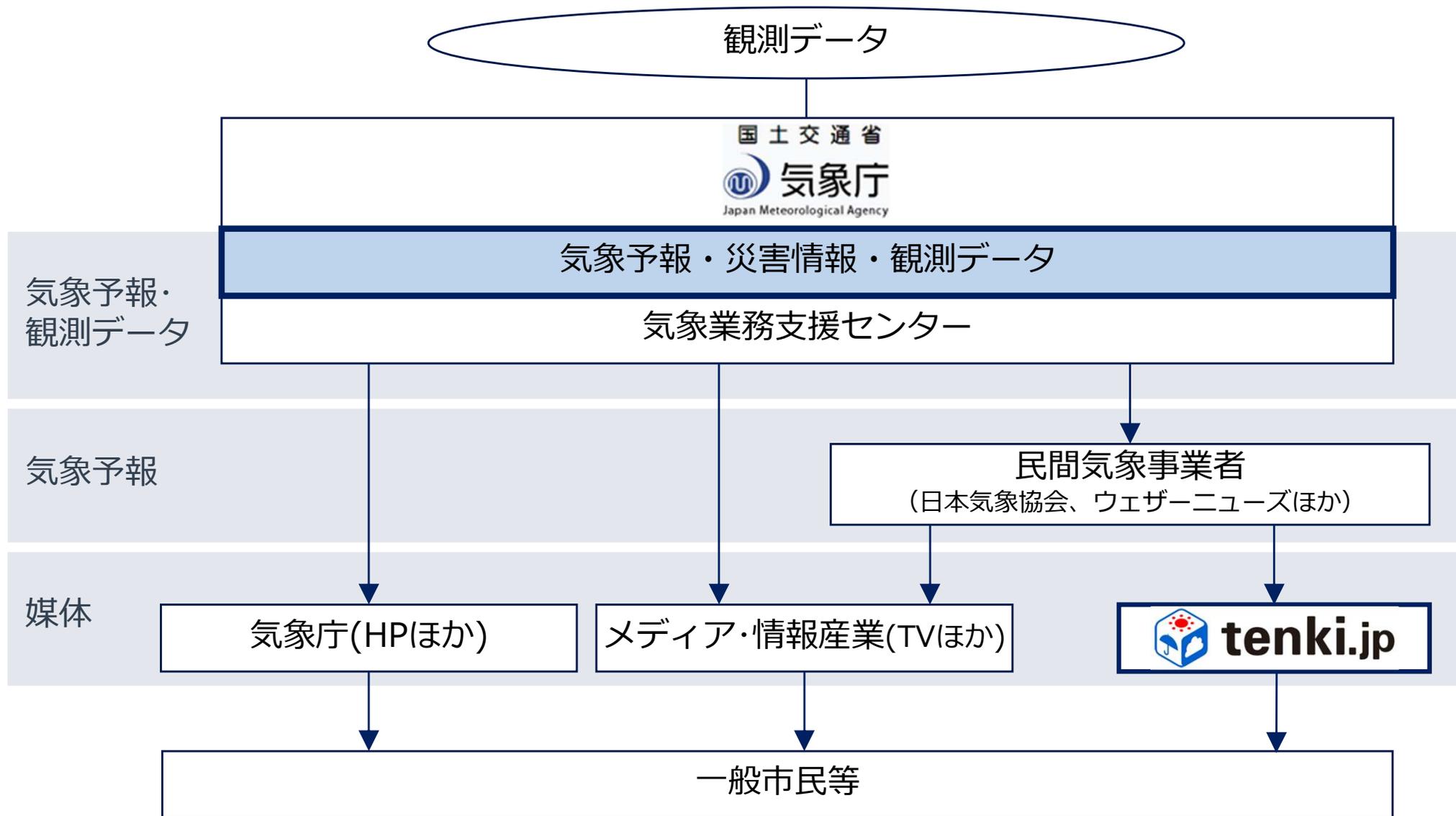
イールドマネジメント

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。



tenki.jpの売上構成





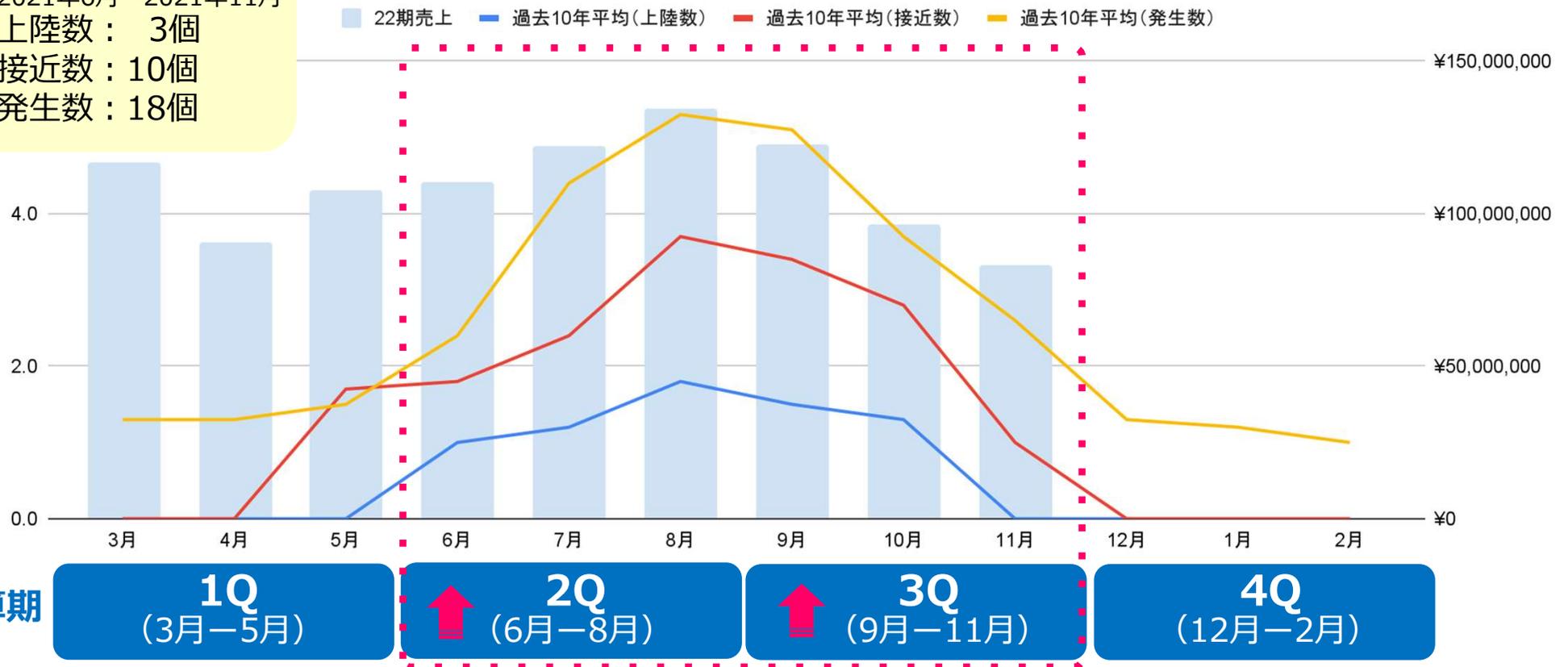
- 当社における第2四半期（6月～8月）第3四半期（9月～11月）に、台風等の災害が多く発生する傾向にある。これに伴い、この時期の当社売上も増加傾向となる。

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11月
 上陸数： 3個
 接近数： 10個
 発生数： 18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

- 当資料に記載された内容は、現時点において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した経営計画に基づき作成しておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。また、今後の当社の経営成績及び財政状態につきましては、市場の動向、新技術の開発及び競合他社の状況等により、大きく変動する可能性があります。