

事業計画及び成長可能性に関する事項

2022年5月
株式会社ALiNKインターネット

- ✓ **企業概要**
- ✓ **事業概要**
- ✓ **市場環境**
- ✓ **競争力の源泉**
- ✓ **業績推移**
- ✓ **2022年2月期 決算概要と事業トピックス**
- ✓ **来期業績予想と今後の成長戦略**
- ✓ **リスク情報**

企業概要

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学校 12ヵ月』
 出版社：東京堂出版
 発売日：2012/4/12
- 『ずっと受けな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 株式会社アトムス 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
 山一証券（公開引受部）出向、富士証券出向
 2000年7月 同行兜町支店副支店長
 2007年4月 みずほキャピタル株式会社経営企画部長
 2012年8月 株式会社はせがわ入社
 2015年8月 同社執行役員 商品部担当兼商品部長
 2021年4月 当社入社
 2021年5月 当社取締役CFO就任（現任）



「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。

草創期

- ・tenki.jp運営開始
(2008年9月) ※前身の
株式会社ありんく

創業期

- ・株式会社ALINKインター
ネット創業 (2013年3
月)
- ・tenki.jpアプリサービ
ス開始 (2013年)

上場期

- ・登山天気アプリサービ
ス開始 (2017年)
- ・tenki.jp売上高10億円
突破 (2018年)
- ・東証マザーズ上場
(2019年12月)

拡大期

- ・ゴルフ天気アプリサー
ビス開始 (2021年)

事業概要

- 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。



広告収益： 6.25億円

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。



課金収益： 0.15億円
(2022年2月期実績)

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、試験的に太陽光発電への投資を行っております。

その他事業収益：
0.04億円
(2022年2月期)

- ALINKの主要事業である天気予報メディア「tenki.jp」は年間55億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
- 2022年2月期実績で約55億PV
- Twitterアカウント約285万フォロワー（2022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>

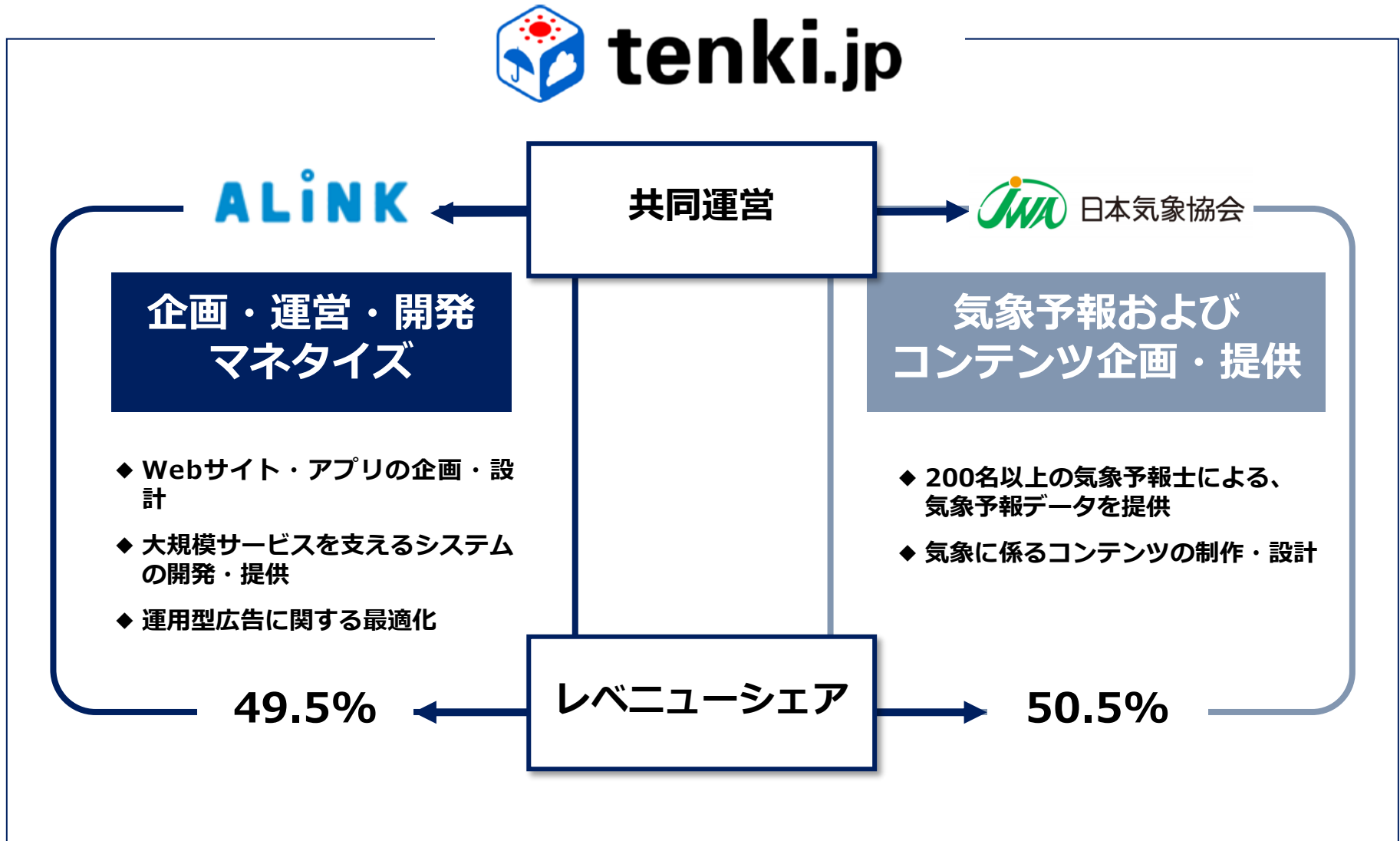
天気予報	天気予報 世界天気 日直予報士 10日間天気 長期予報 雨雲(予報) 豪雨レーダー PM2.5 世界の雨雲 雷(予報)
観測	雨雲(実況) アメガス 実況天気 過去天気 雷(実況)
防災情報	警報・注意報 地震 津波 火山 台風
季節情報	花粉飛散情報 桜開花情報 GWの天気 梅雨入り・明け 熱中症情報 紅葉見ごろ情報 ヒートショック予報 スキー積雪情報
天気図	天気図 気象衛星 世界衛星
指数情報	洗濯 服装 お出かけ 星空 傘 紫外線 体感 洗車 レジャー のど飴 肌シミ 睡眠 不快 汗かき 冷房 アイス ビール 除菌 蚊ケア 寒暖差 水道凍結 うるおい 霜 風邪ひき 掛け布団 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

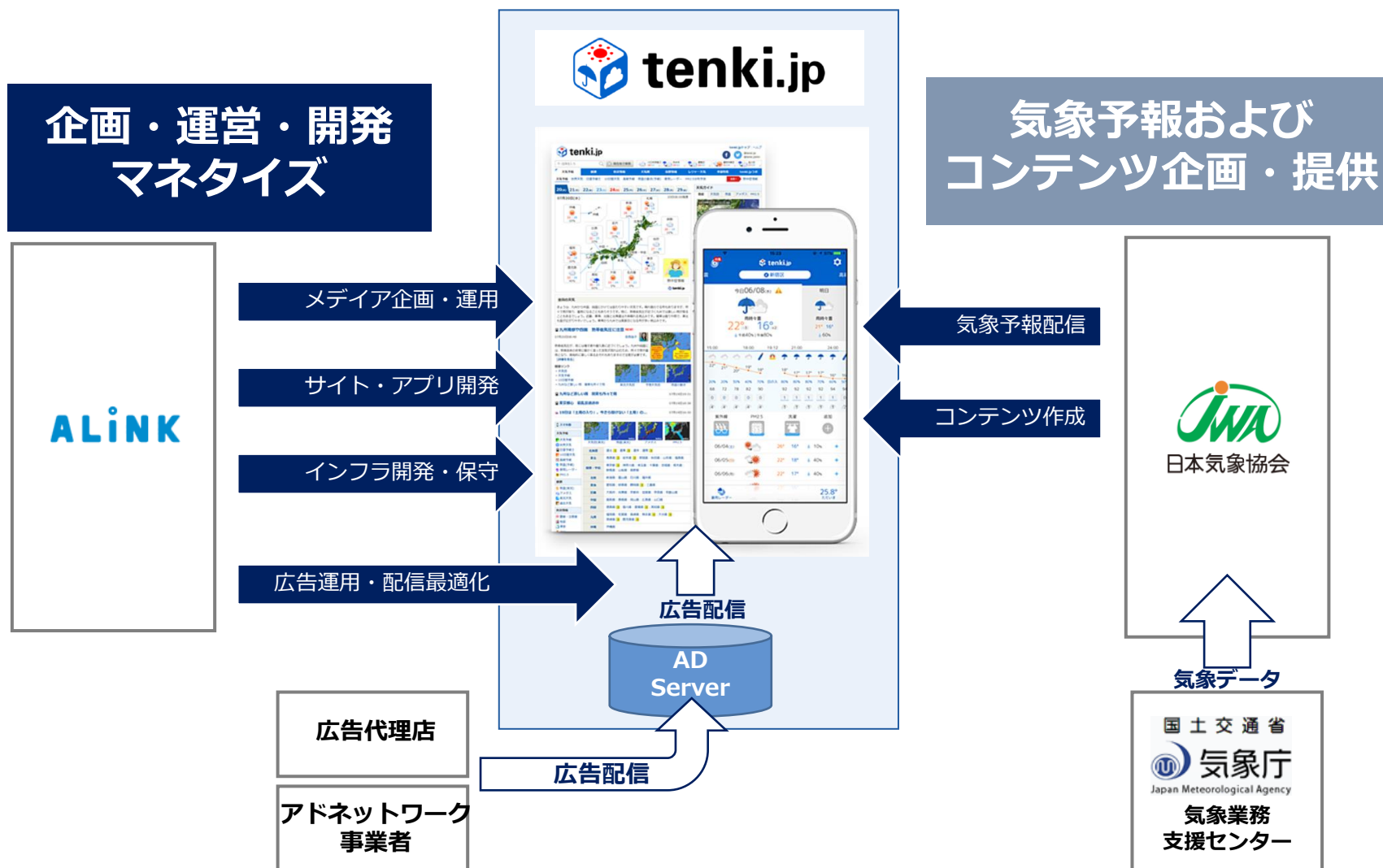
tenki.jp登山天気は、山の天気予報有料アプリです。



- 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）

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。

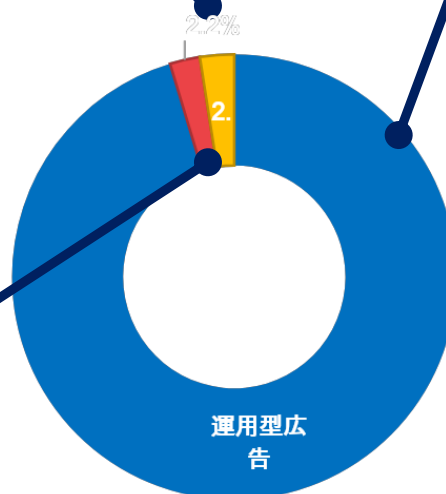
イールドマネジメント

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。

その他広告

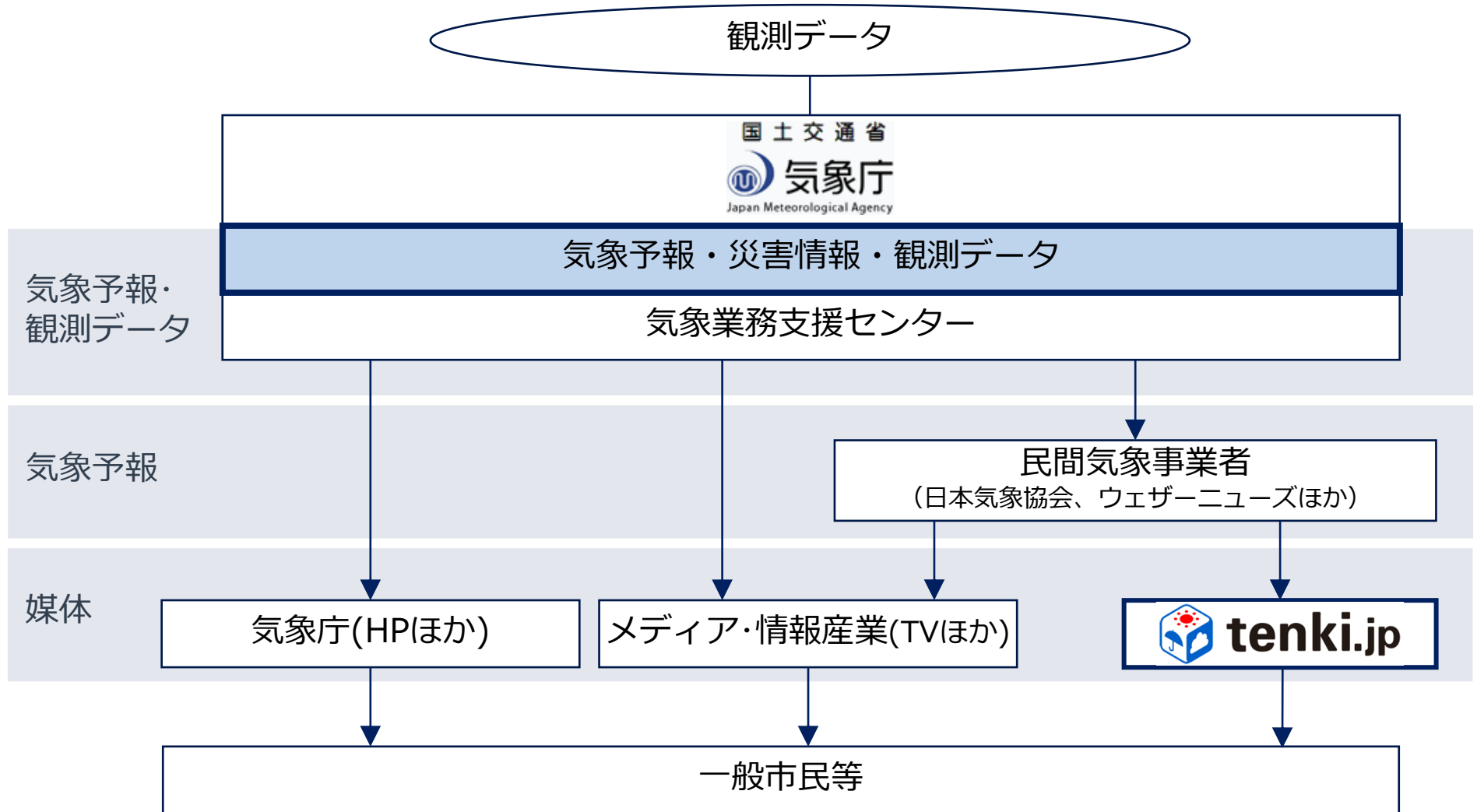
POINT

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



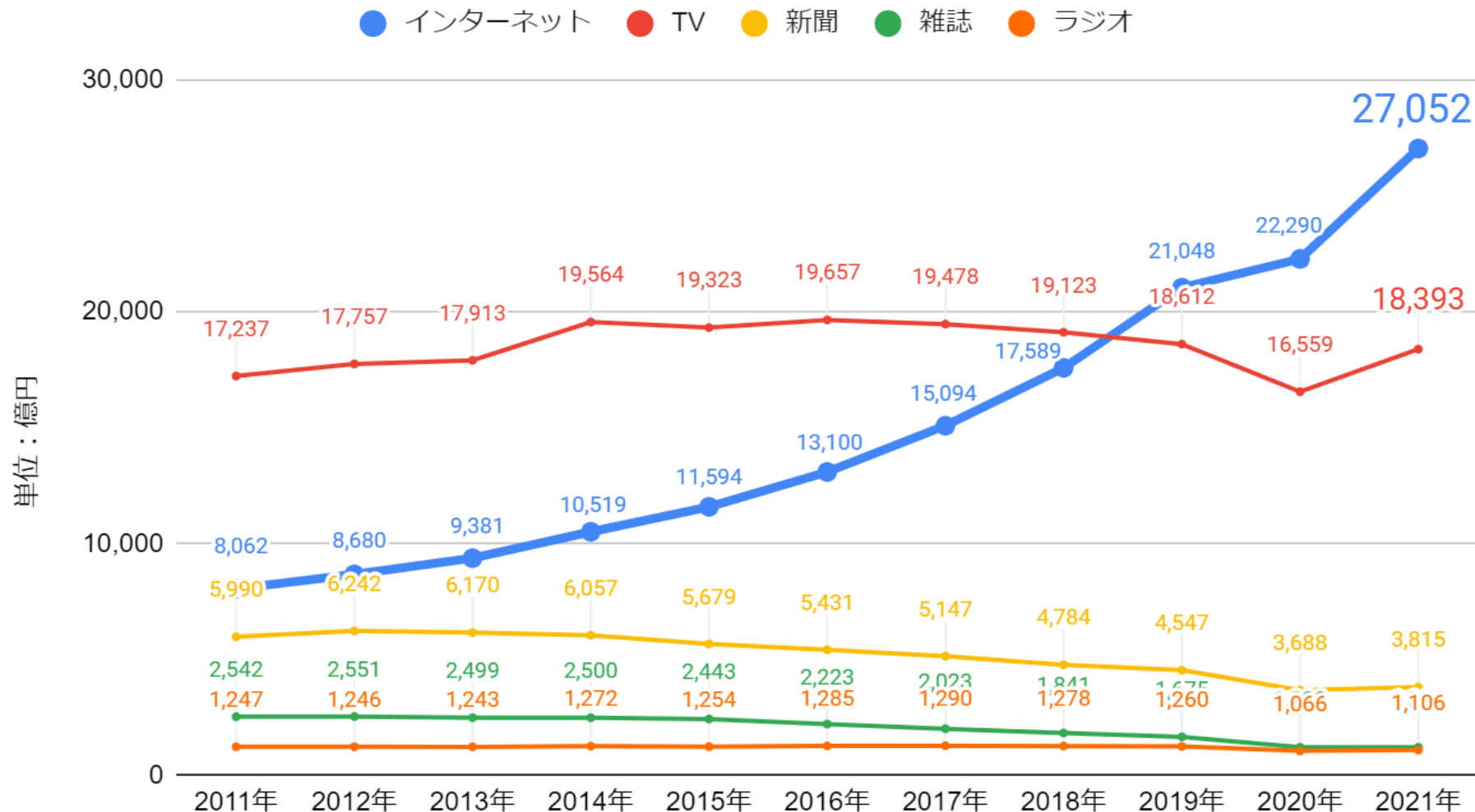
tenki.jpの売上構成





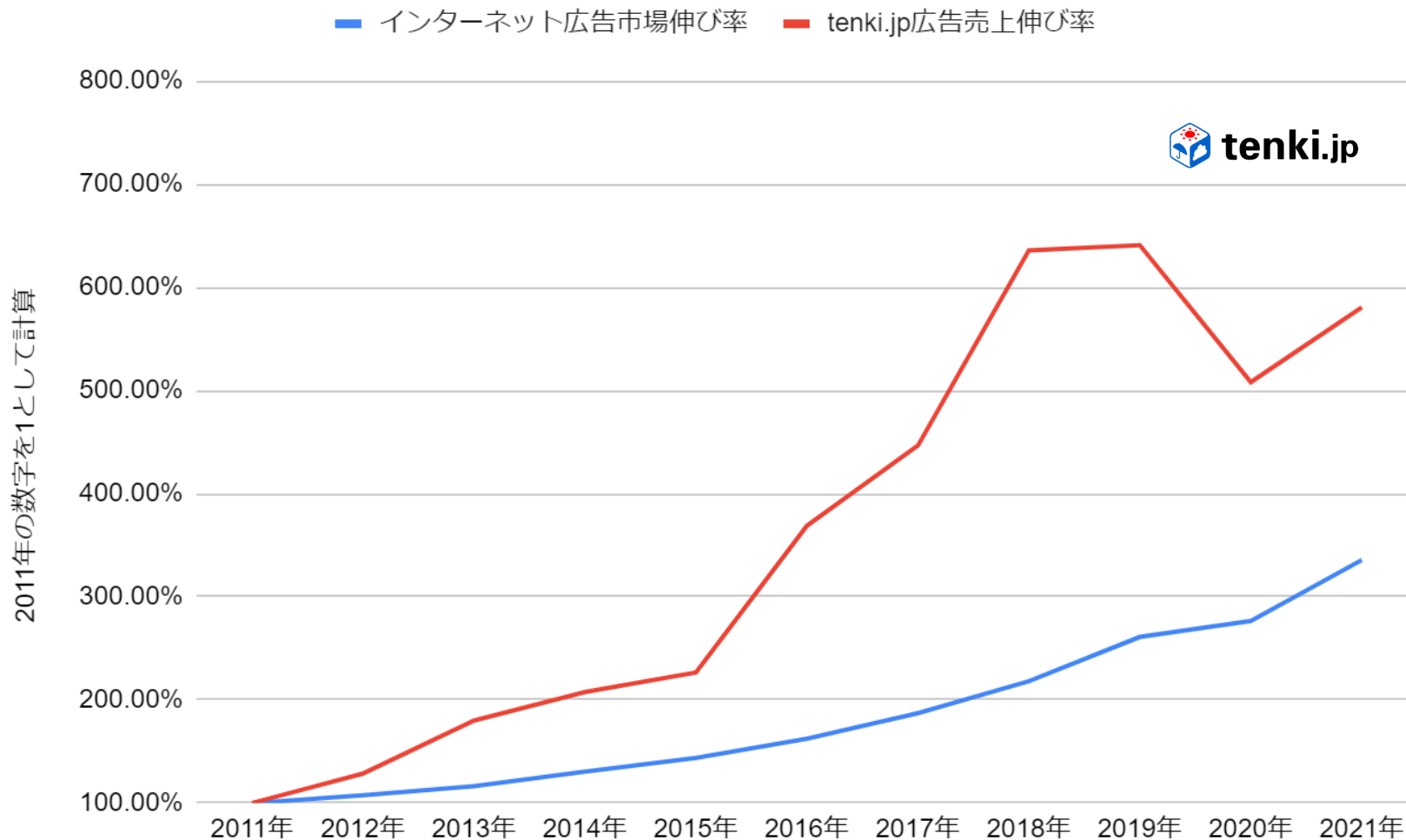
市場環境

- tenki.jpの主要収益源であるインターネット広告市場は継続的な成長をしており、2019年にTV広告市場を超え、広告市場として最大の媒体となっております。



※日本の媒体別広告費：「2020年 日本の広告費」(株)電通

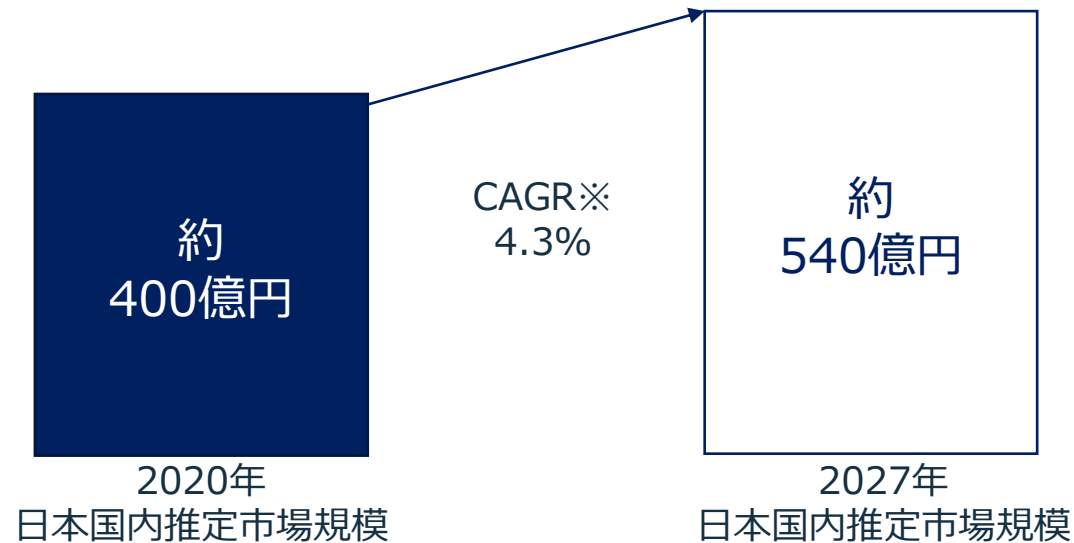
tenki.jpの広告売上の成長はインターネット広告市場の成長に対し、2倍以上の伸び率で推移、2011年からの10年間で500%の成長を実現しております。



※2020年はCovid-19の影響により一時的に業績が低下

※2011年を基準としての成長率で表示

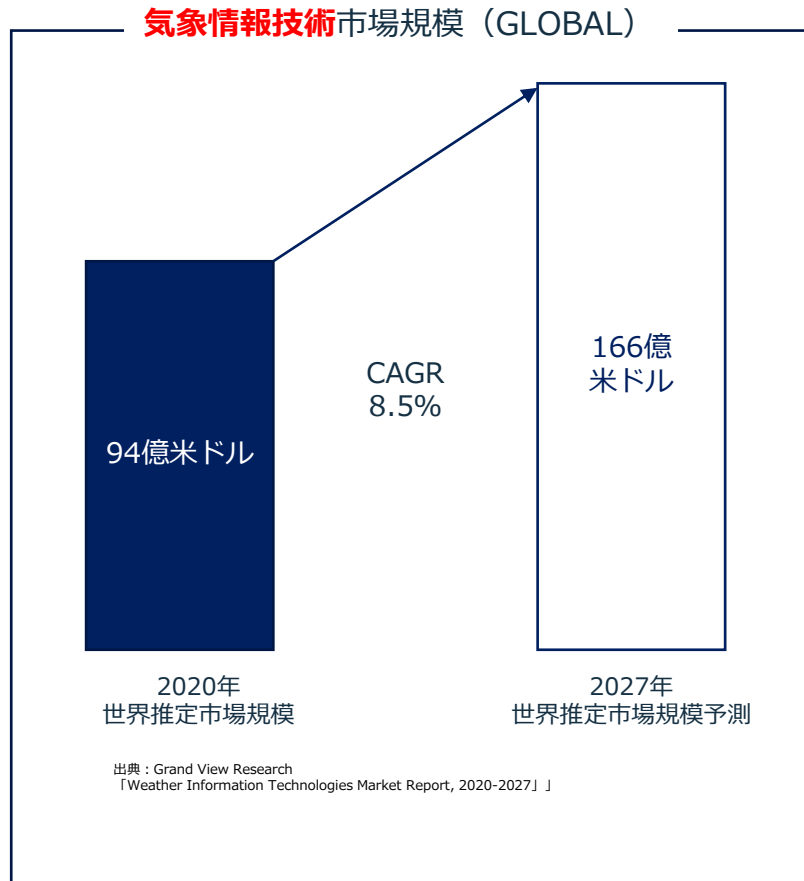
- 天気予報サービスにおける国内市場は、400億円程度と推定されております。また、2027年までのCAGRは4.3%と予測され、2027年には、約540億円程度に拡大すると想定されます。



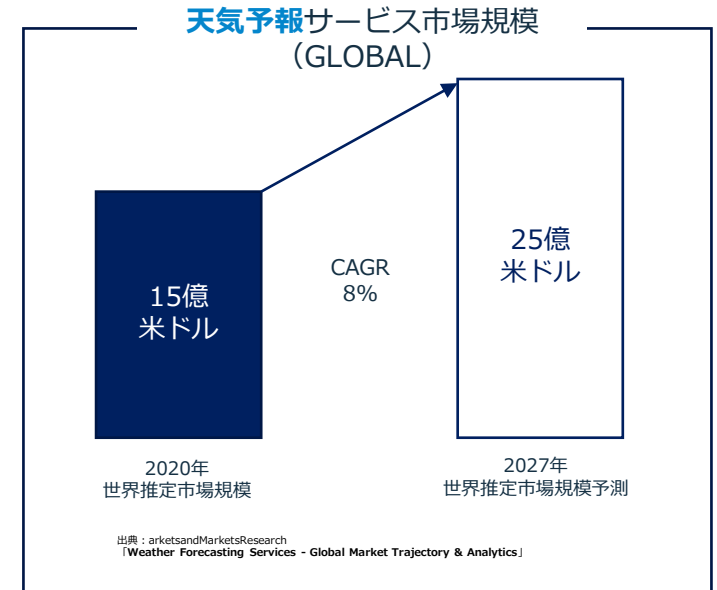
市場規模データ	出典元
400億円	(出典) 日経テレコン業界概要 https://www.nikkei.com/telecom/industry_s/0857
300—350億円（2017年）	(出典) 株式会社 三井物産戦略研究所 「気象データを活用したビジネスの現状と可能性」 https://www.wxbc.jp/wp-content/themes/wxbc/images/20170307_forum/02.pdf
400億円程度（平成30年度）	(出典) 国土交通省 交通政策審議会第30回 気象分科会 https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/content/001343630.pdf

※CAGR (出典) <https://www.researchandmarkets.com/reports/5303857/weather-forecasting-services-global-market>

- 世界の気象情報技術市場は、2020年の推定94億米ドルから、2027年までに166億米ドルに成長、予測期間中のCAGRは8.5%と予測されています。



市場全体のうち
天気予報サービス



競争力の源泉

- サービス運営、収益化、システム運用のいずれの分野においても、年間47億PVのtenki.jpの運営によるナレッジ、および気象データから得られる情報を生かしたALiNKならではの強みがあります。

ALiNK

① サービス運営

気象データとユーザーの閲覧状況などの行動データを連携・蓄積。気象状況の変化に最適化するメディア運営ナレッジを活用しサービス運営を行います。

② マネタイズ

最新のアドテクノロジーに即したイールドマネジメント（広告価格の最大化）や、気象情報と連動した当社独自のノウハウによる天気連動広告など媒体の広告収益を最大化します。

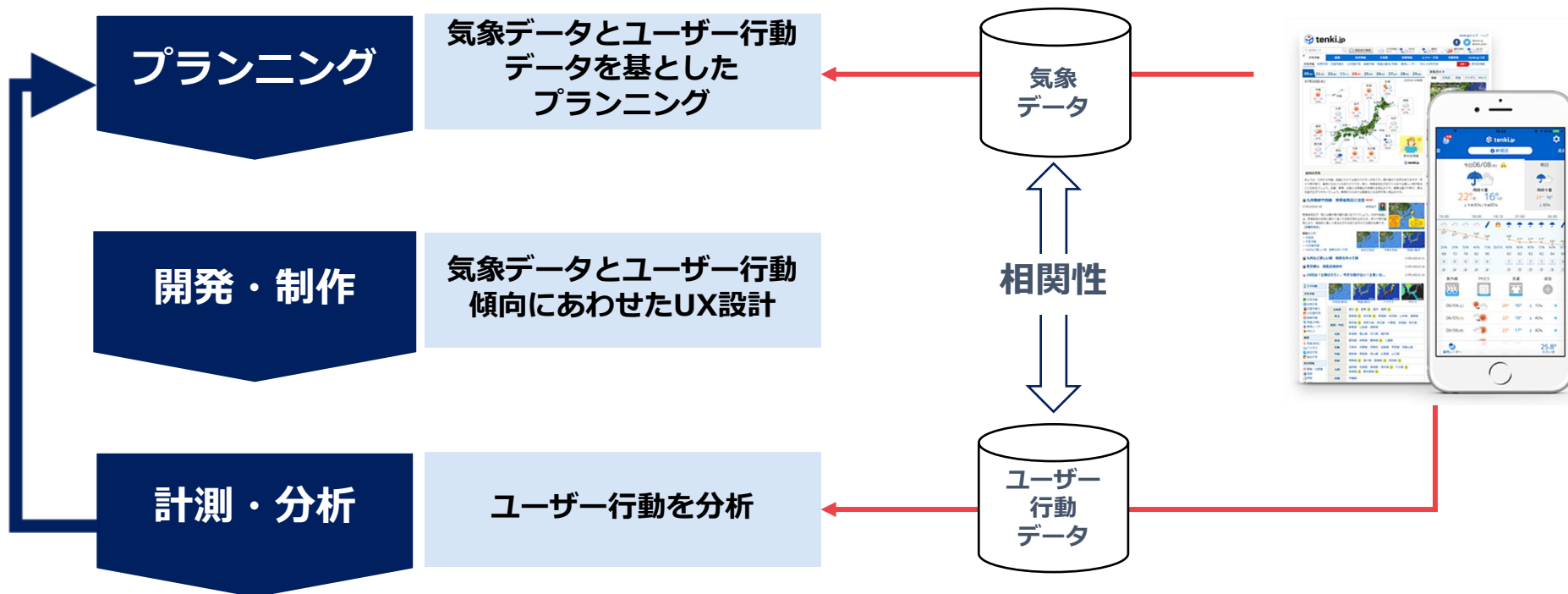
③ システム

好天候時・荒天候時で大きくトラフィックが変動するピーキーなサービス特性に対し、落ちない・遅延しないサービス提供を実現するシステムやインフラマネジメントナレッジを保有。

↑
気象データ↑
ユーザー行動

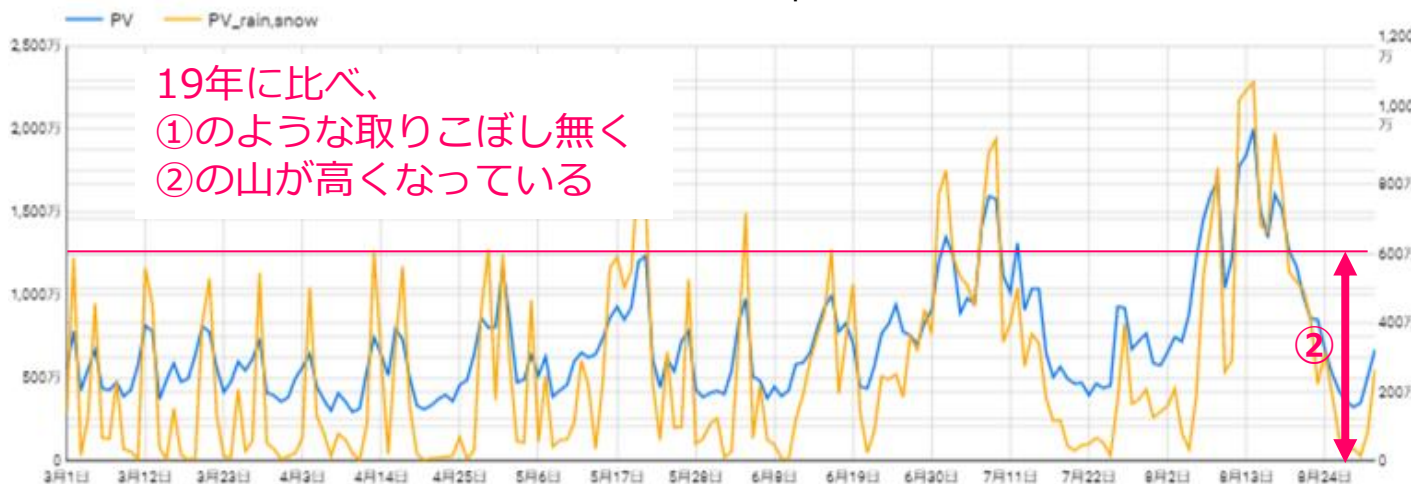
気象データ

- tenki.jpで得られる気象データおよびユーザー行動の相関性を分析し、それをサービスプランニングやサイト設計にフィードバックする、ALiNKならではのPDCAサイクルを確立しています。

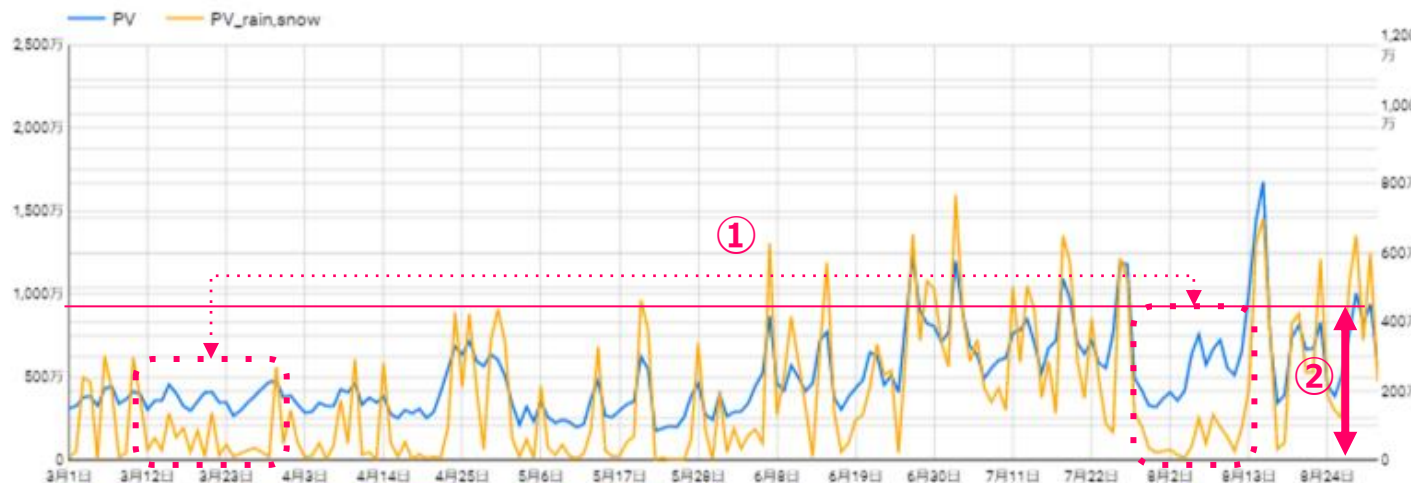


- サイト内回遊施策等の各種施策の継続的な実施により、とくに悪天候時＝ユーザーからの天気情報ニーズが上がる時確実にサイト内に集客できる仕組みが完成しつつあり、PVの押し上げに貢献しております

2021年



2019年



青色：検索流入のTOTALPV
黄色：その内、雨・雪マークのついた日のPV

21年の数値では19年数値に比べ、

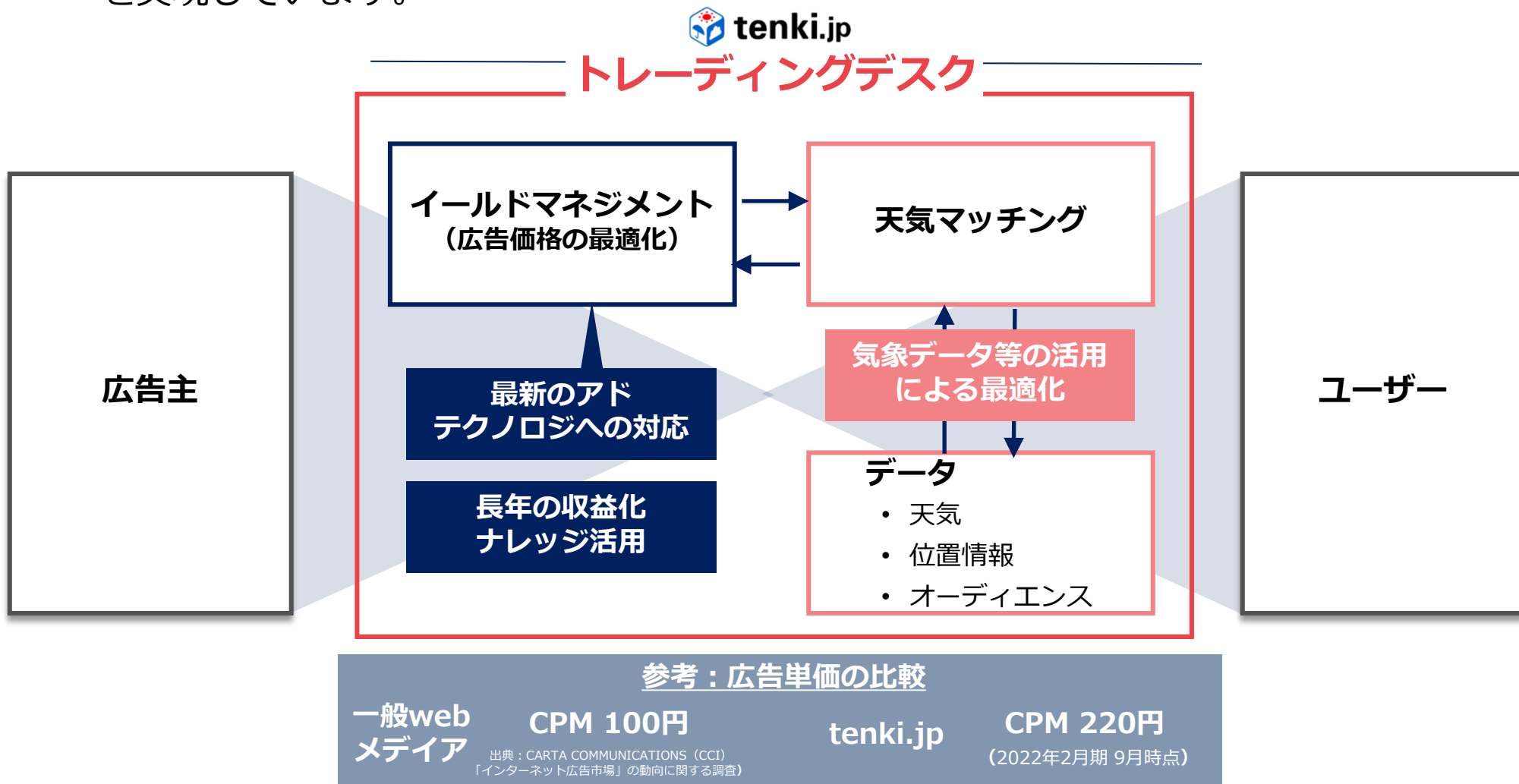
・雨・雪マークのついた日＝ユーザーの天気予報へのニーズが上がる時

に

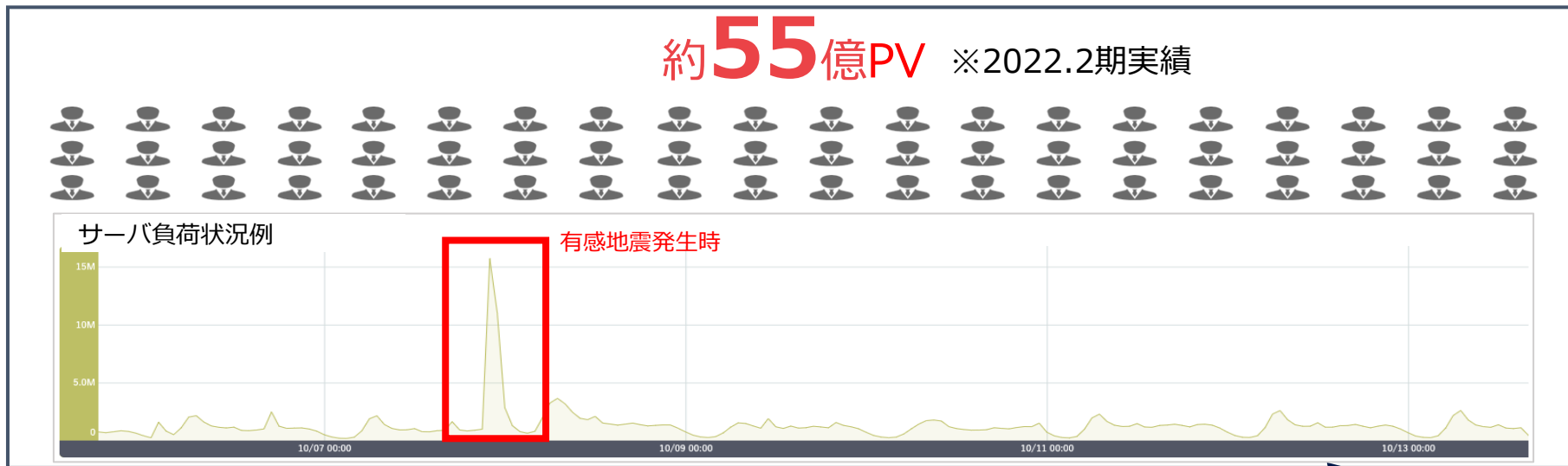
・黄色のグラフの山が高くなる＝PVを確実に獲得する（①、②）

ことが可能となってきた。結果として青のグラフの山も高く＝TOTALのPV数が押し上げにつながっている

- 気象データを活用した広告の天気マッチングや、長年の収益化ナレッジによるイールドマネジメントにより、広告主とユーザーのマッチング精度を高めることで、高い収益性を実現しています。



- 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。



システム最適化

①負荷対策

大災害時のユーザーの行動傾向等を踏まえ、災害時の突発的なユーザー増加にも対応

②コスト・マネジメント

突発的なユーザーの増減に対して対応可能かつ、インフラコストを極力抑える最適化を継続的に実施

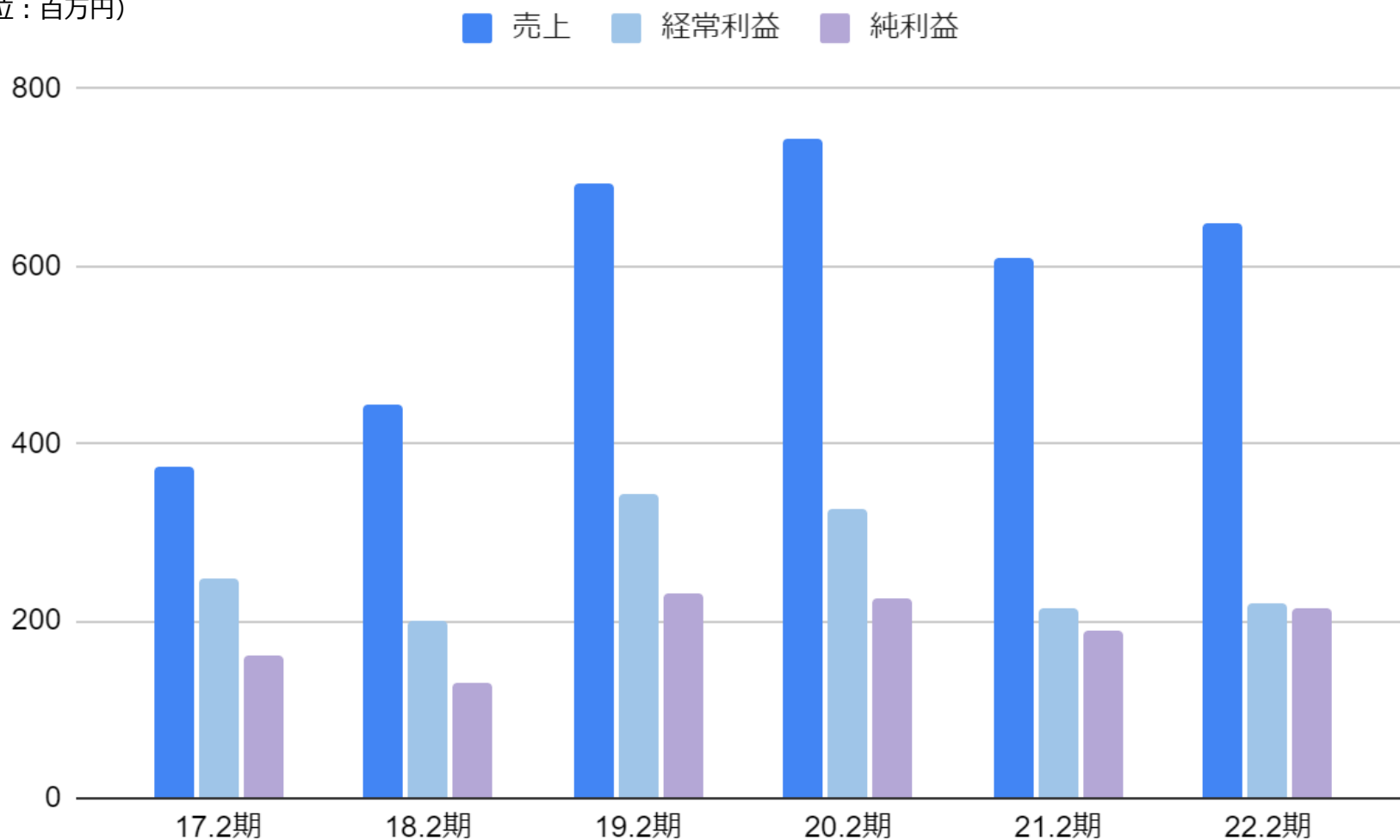
③汎用化

長期間運営してきたサービスでありながら、プログラム・システムに関する社内でのナレッジマネジメント・オープンソース活用などでシステムの汎用性を担保

業績推移

- 21年2月期はコロナ禍の影響もあり前年度を下回る状況となりましたが、減少は21年2月期で止め、継続的に成長を続けております。

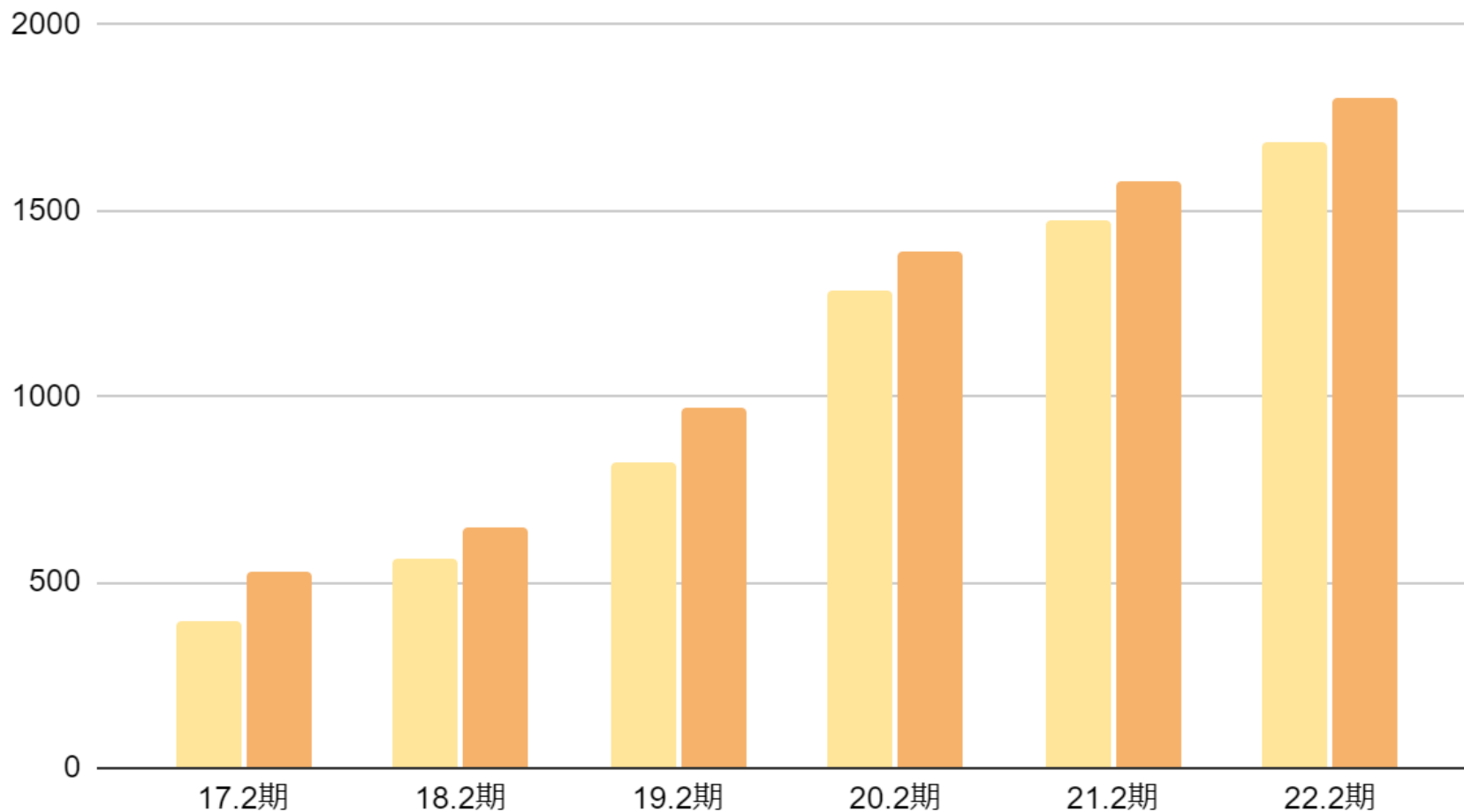
(単位：百万円)



- 売上の継続的成長に伴い資産も増加。強固な財務基盤を保持しております。

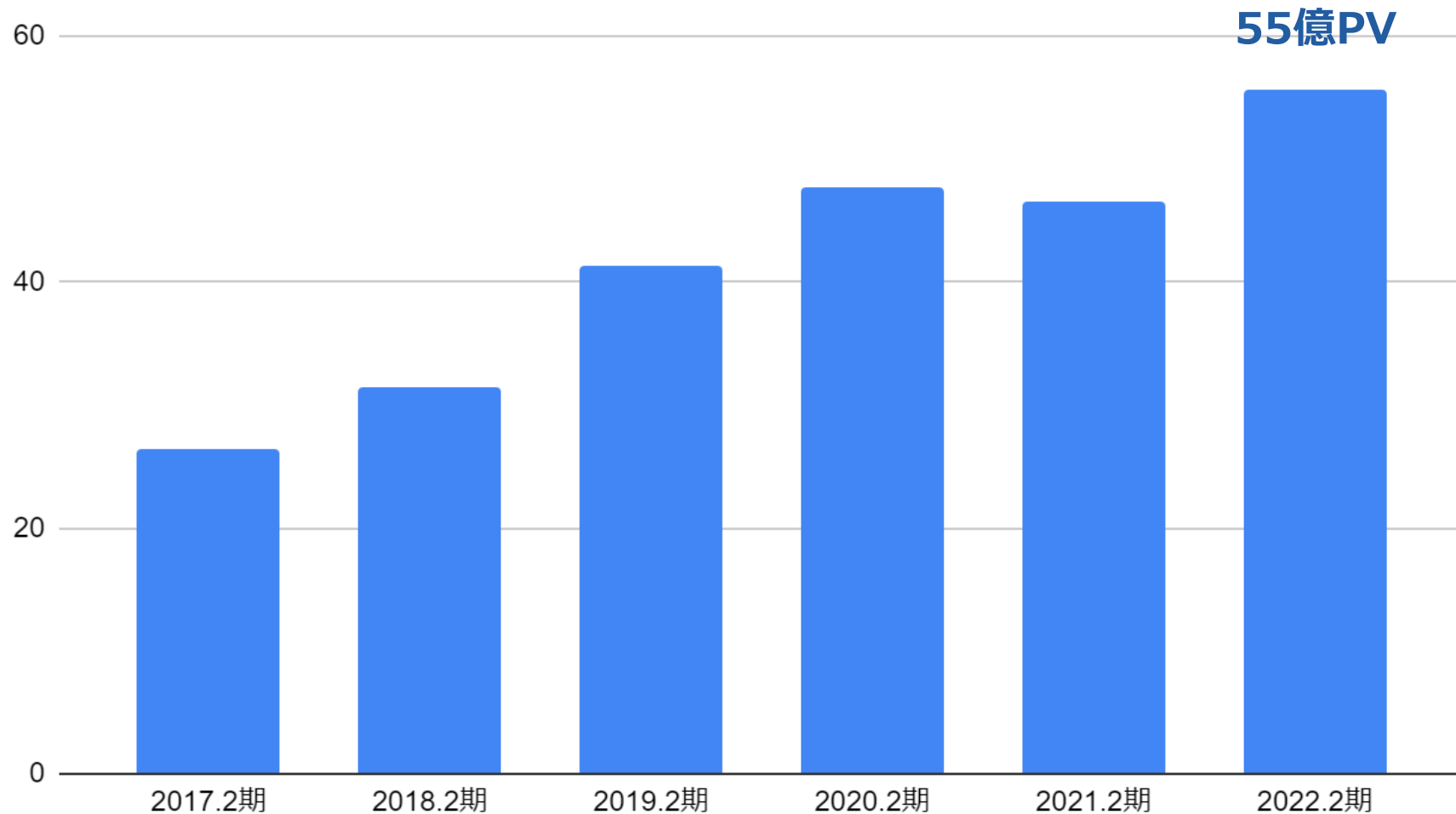
(単位：百万円)

■ 純資産額 ■ 総資産額



- 2021年2期における緊急事態宣言等によるコロナ禍の影響も最小限に押さえ、2022年2月期には過去最高の年間PV (55億PV) を達成。メディアとして毎年確実に成長を遂げております。

(単位：億PV)



2022年2月期

決算概要と事業トピックス

- 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%

- 2021年10月15日に開示した業績予想から、主に特別利益の計上（保険解約益。2022年2月14日に開示）により当初業績予想を上回る結果となる。
- 2022年2月期の実績は、ほぼ2022年2月14日開示の数値となった。

（百万円）	2022年 2月期（実績）	2022年2月期 （2022年2月14日 開示の業績予想）	2022年2月期 （2021年10月15日 開示の業績予想）
売上高	649	640	620
営業利益	220	210	170
経常利益	215	200	160
当期純利益	205	190	110

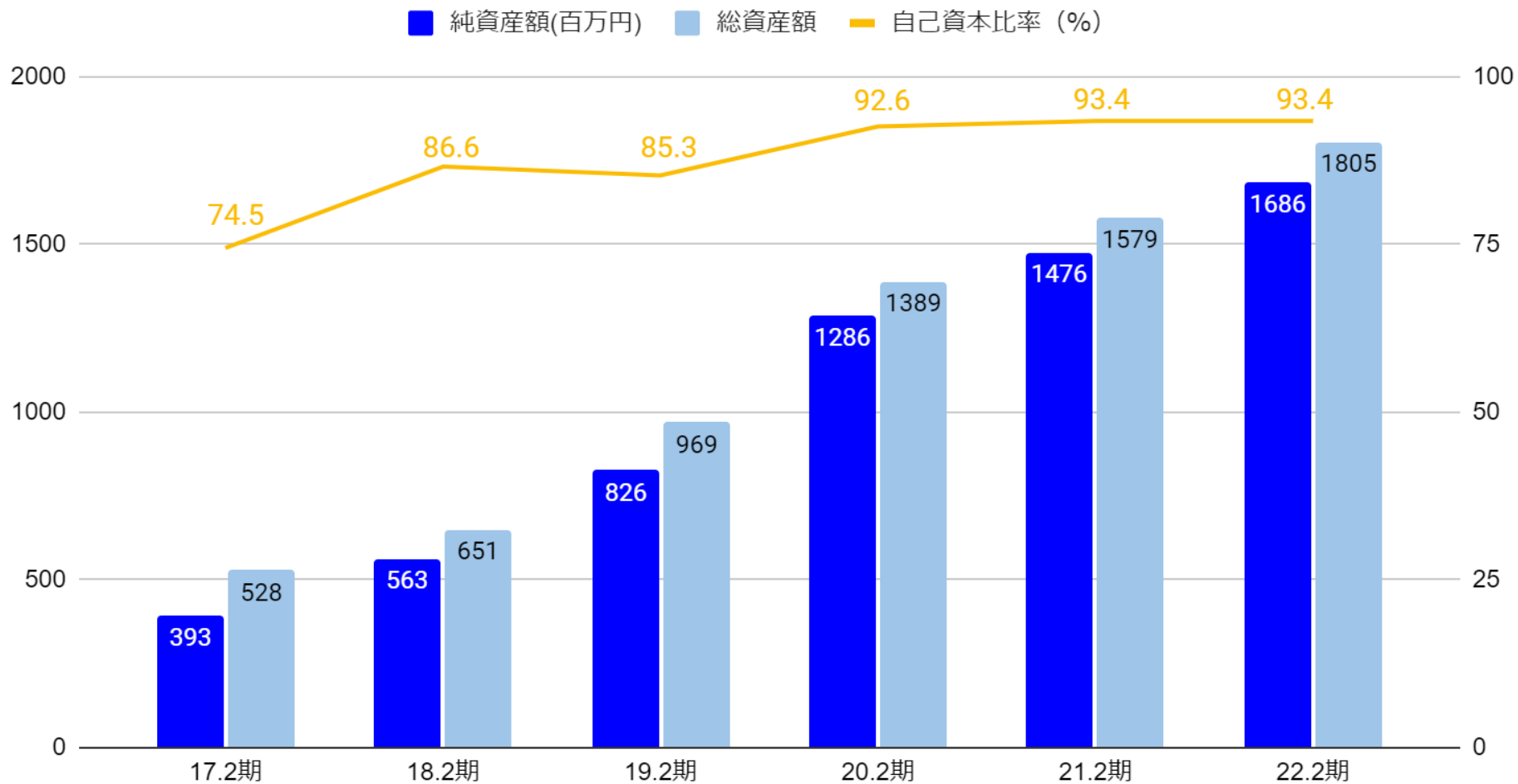
- 資産合計は、売上高の積み上げによる現金及び預金、および未収入金が増加。
- 負債合計は、主に未払法人税等が増加。純資産合計は、新株予約権の行使に伴う資本金及び資本準備金の増加および当期純利益の計上等により利益剰余金が増加。
- 自己資本比率は93.4%（前期末は93.4%）。

(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。

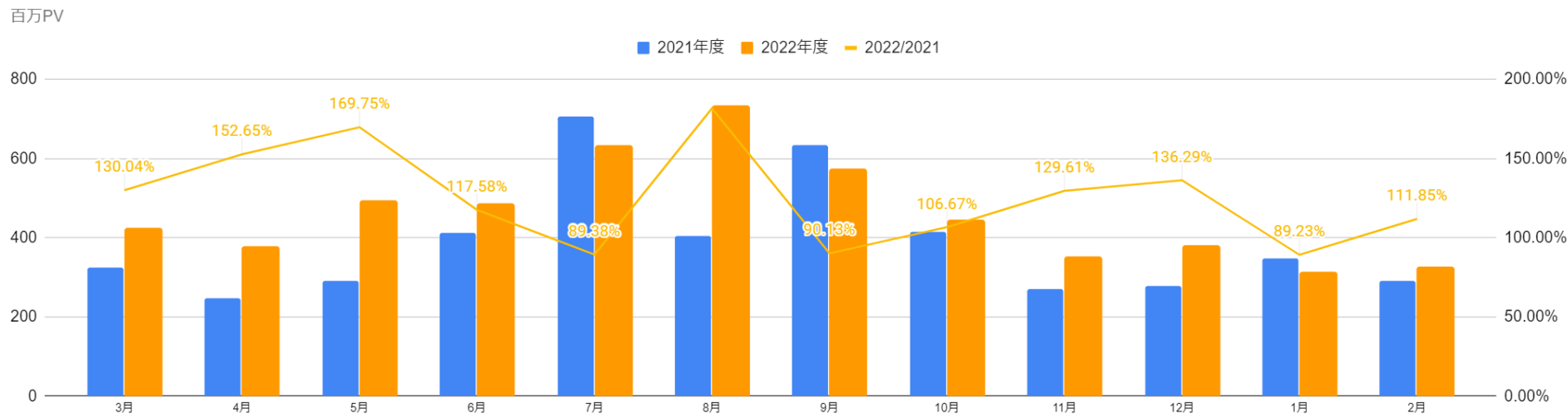
純資産額・総資産額・自己資本比率



- 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	▲131
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。

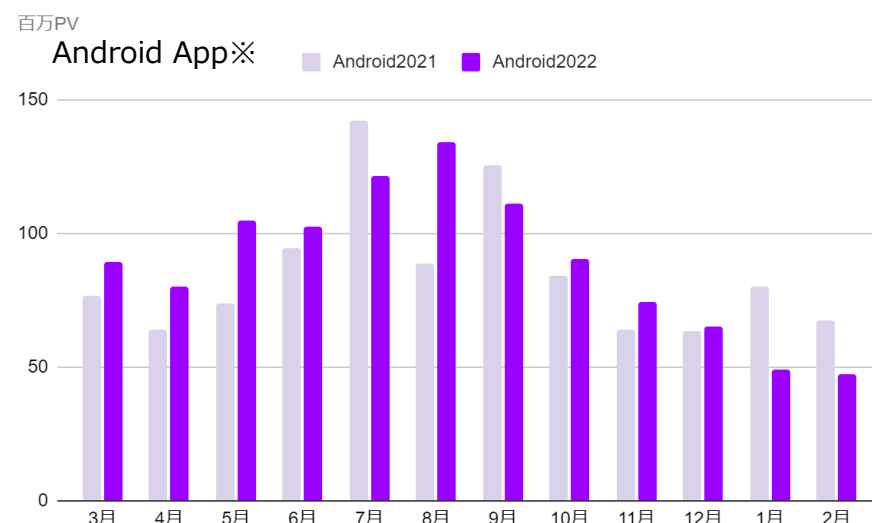
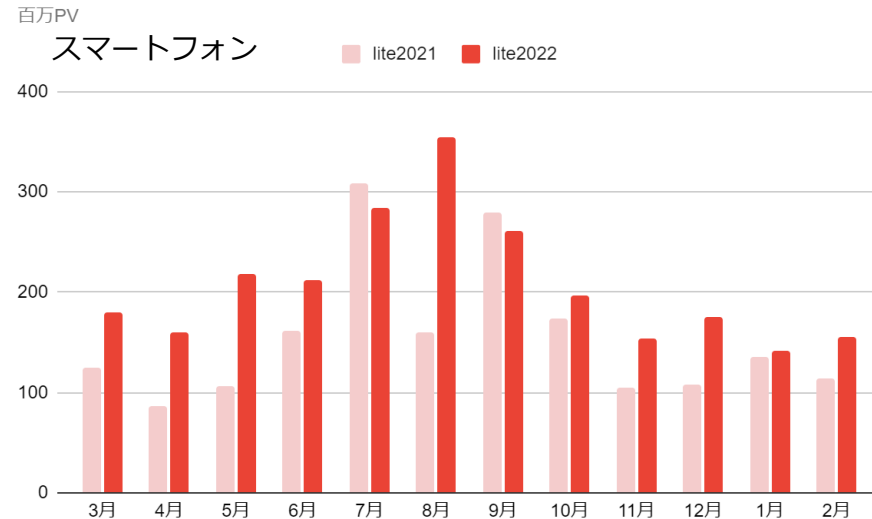
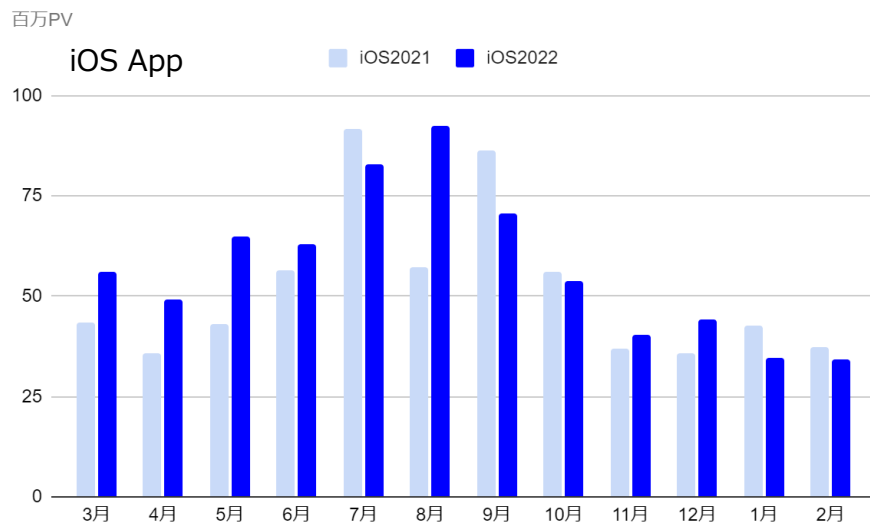
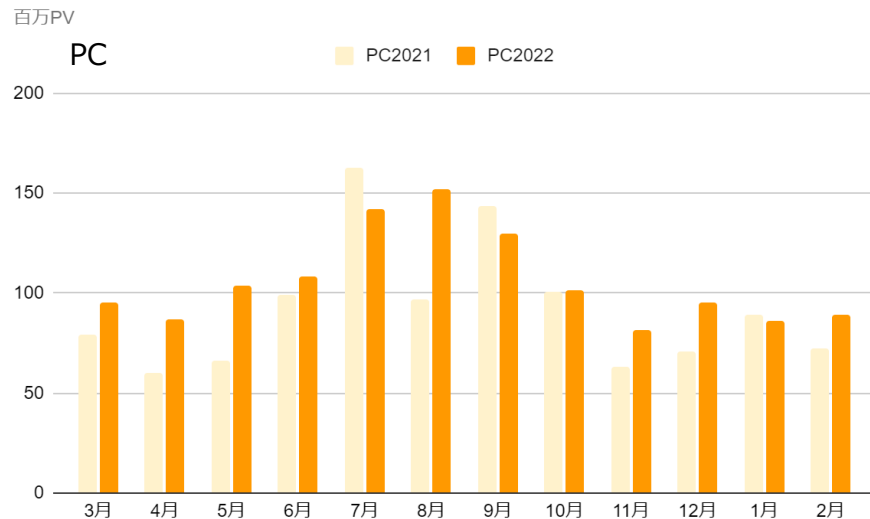
・ 検索、とくに天気系のキーワードに対するシェアを半数以上獲得している。

・ 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）

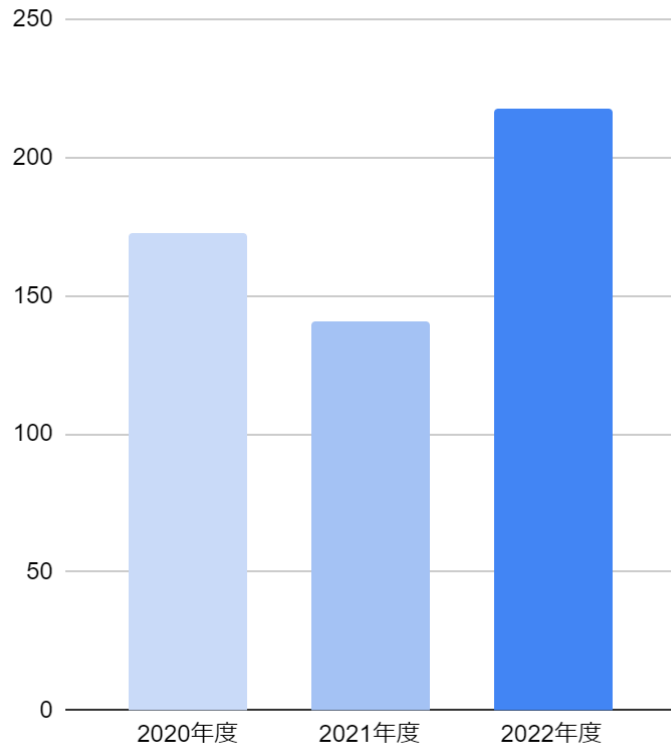


- 伸び悩んでいたレジャー系コンテンツが、緊急事態宣言の解除もあり大幅増加。ゴルフ、キャンプ等2Qより施策投入行うコンテンツを中心にPVの押し上げに貢献している。

・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）

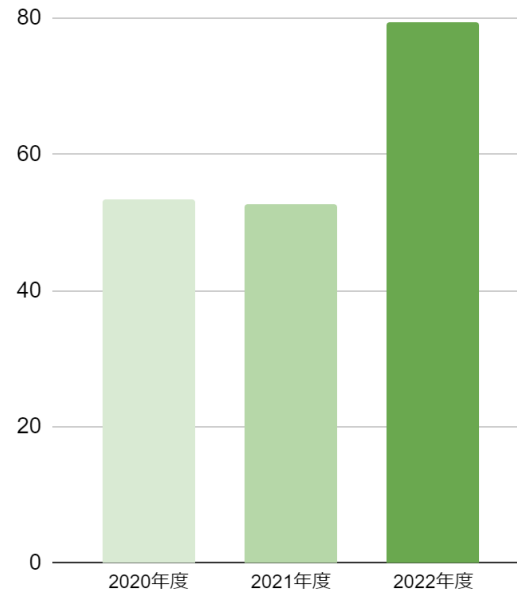
レジャー全体

百万PV



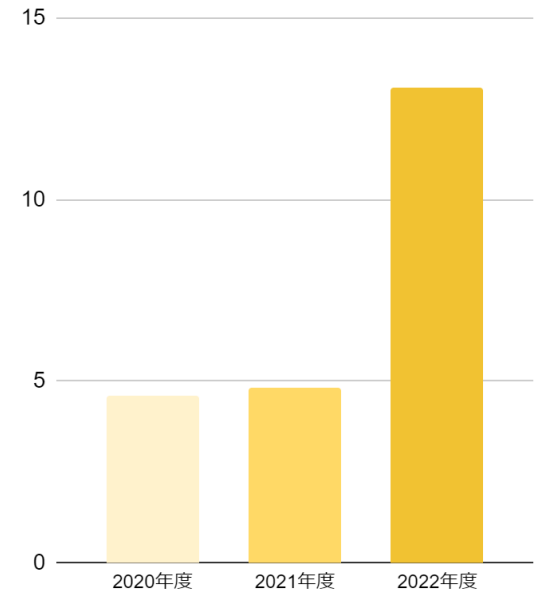
ゴルフ場の天気

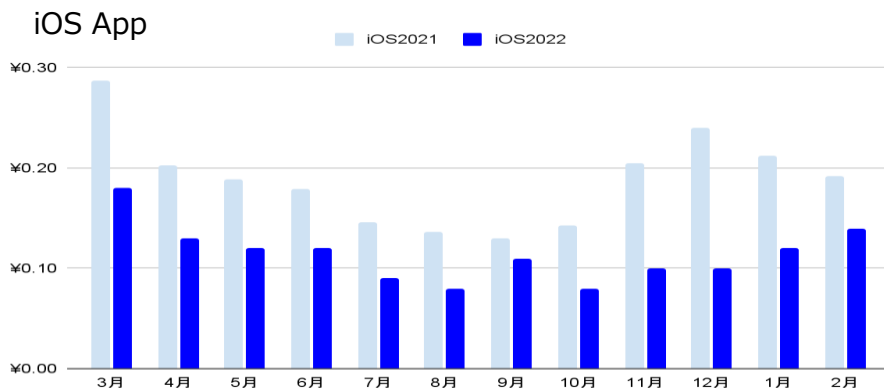
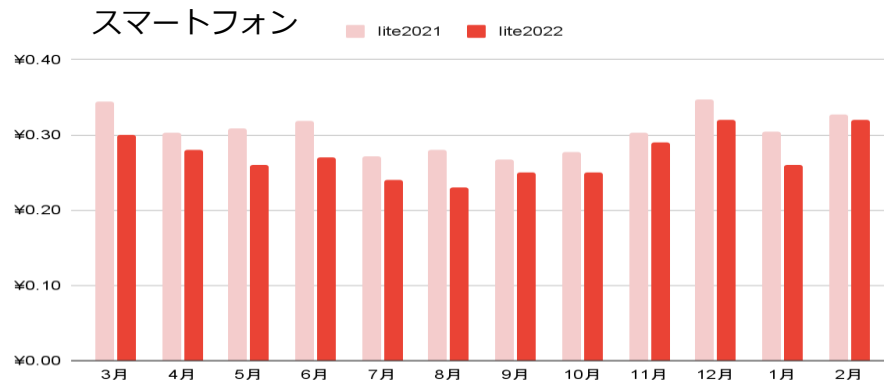
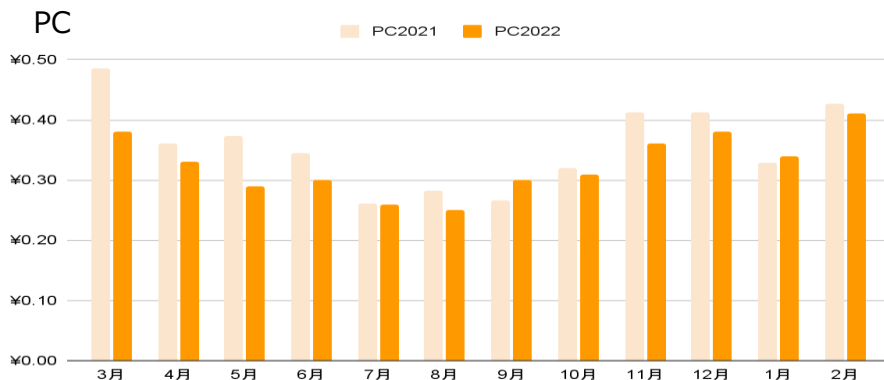
百万PV



キャンプ場の天気

百万PV

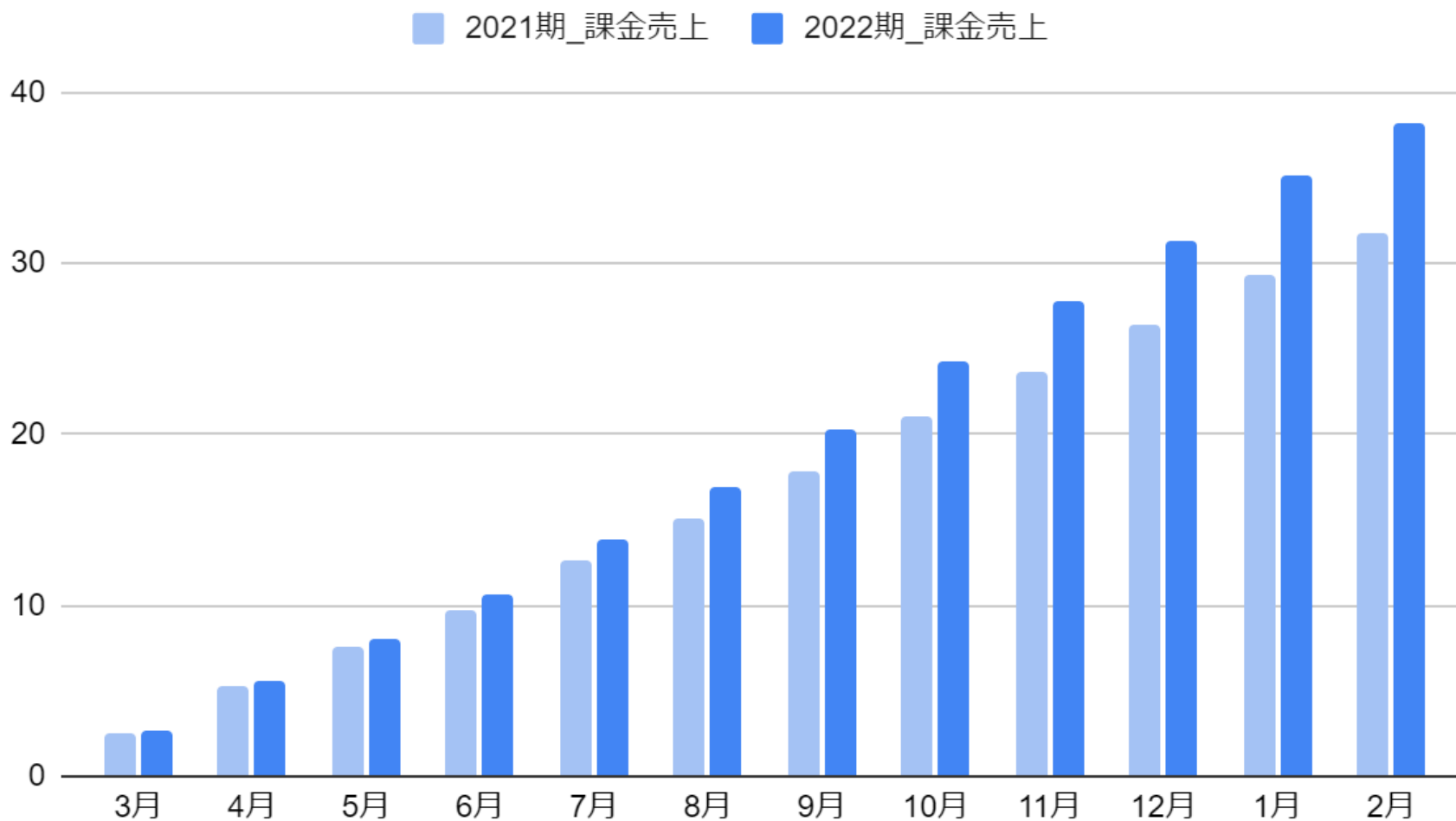




- 前期に引き続き、新型コロナウイルス感染症による影響で広告出稿を控える動きに加え、プライバシー保護の観点によるCookie規制のため、引き続き広告単価が低迷。
- アプリにおいては、4月末より開始したApple社による端末の固有識別子（IDFA）使用制限による影響を受け、デバイス別ではiOS APPでの下落が大きかった。
- これに対する施策として、広告配信システムの改善や、インタースティシヤル広告等、高単価の広告フォーマットを採用するなど、単価の下落抑制を実施した。

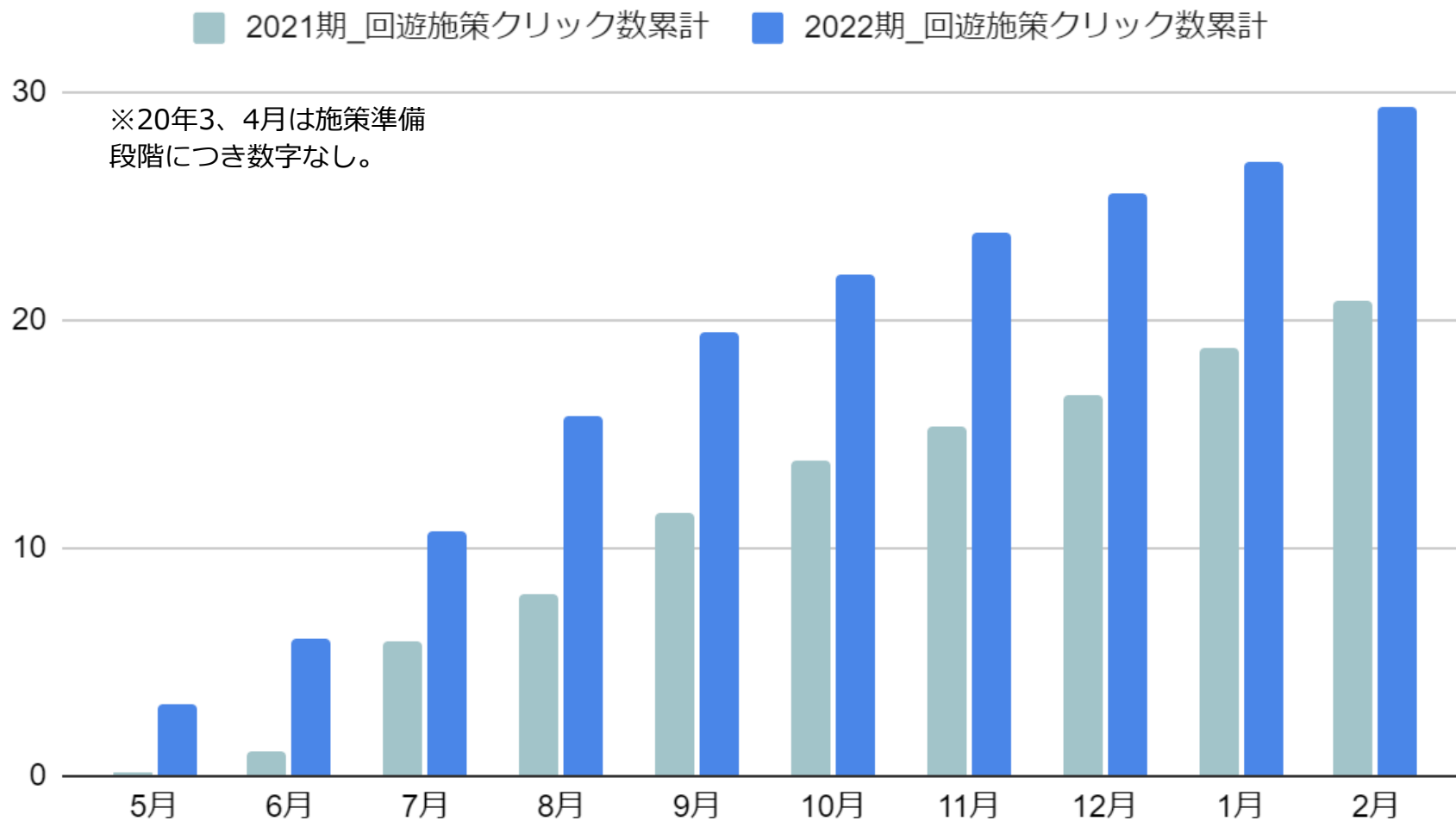
- 8月のtenki.jpアプリの月額課金化、11月のゴルフ天気アプリの影響も加味され、課金による売上が前年同期と比べ増加傾向にある。

百万円



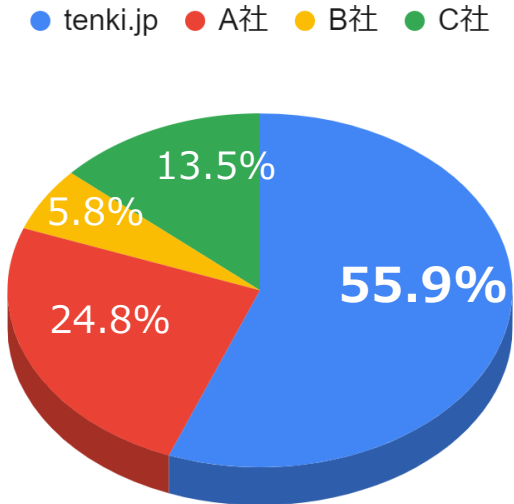
- 注力したサイト内回遊施策により新たに安定的に多くのクリック=PVを生むサイトに成長し、tenki.jp全体のPV増加に寄与している。

百万PV

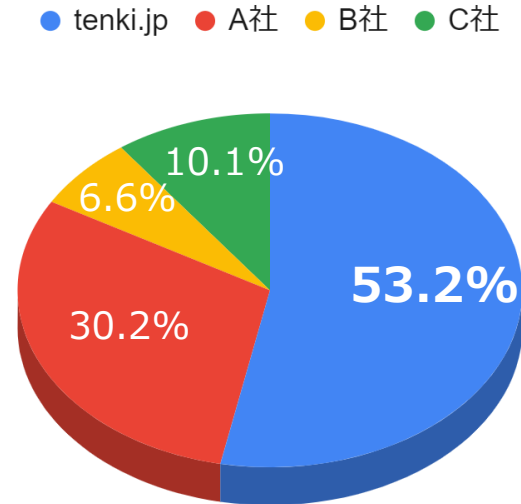


- トピックス1のグロース施策等の実施により、競合となる天気系サービスと比較して、PC、スマートフォンともに前年同期比で大幅にシェアを獲得。半数以上のシェアを獲得している。

●天気系シェア_スマートフォン



●天気系シェア_PC



※出典：ヴァリユーズ

(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。

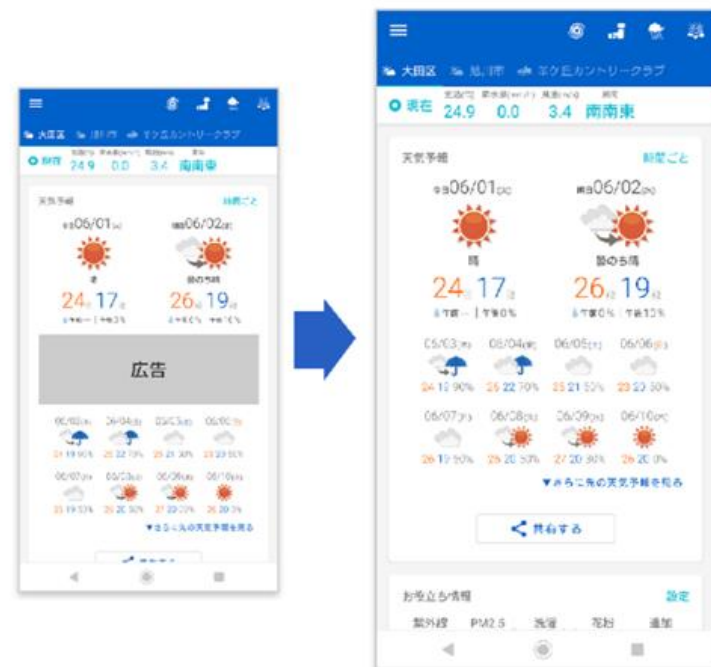
主な実施施策

- ◆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

③ 「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

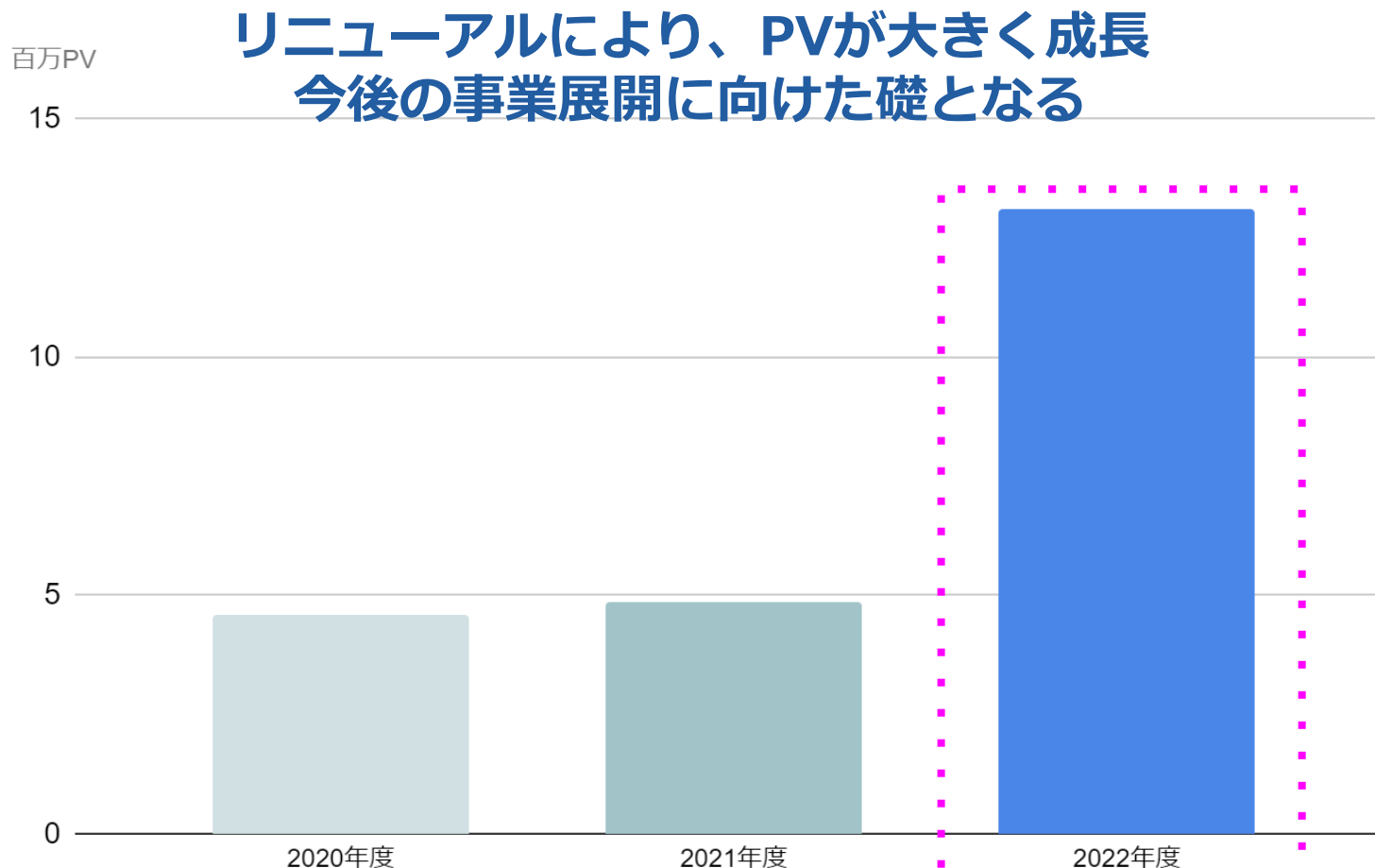
風予報+コンパスがショットに役立つ

1年先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

④ tenki.jp 「キャンプ場の天気」リニューアル（2021年7月）



※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。

来期業績予想と今後の成長戦略

- 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	—

weather forecast → Life forecast

天気予報から生活予報へ

コーポレートビジョンである

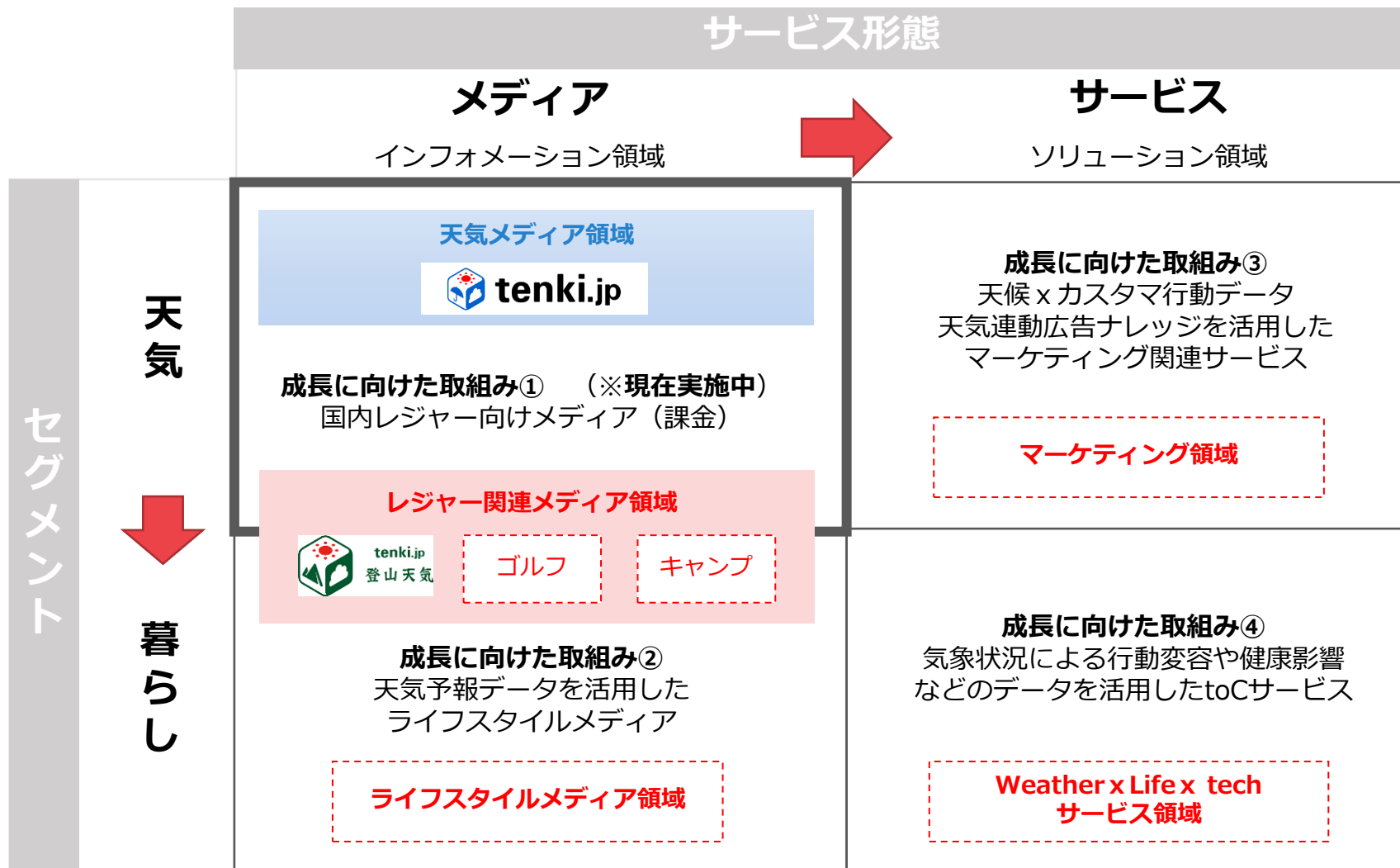
「未来の予定を晴れにする」

を実現すべく

ひとびとの暮らしと天気の関連性を活用し

ちょっと先の未来をより良くするための情報を提供してまいります

- 成長に向けた基本方針に沿って、サービス形態および対象セグメントの拡大を検討しています。



- Covid-19の影響により、市場ニーズの拡大している屋外レジャーについて、各レジャーにおける気象関連情報ニーズに特化したスマートフォンアプリを順次提供してまいります。

登山天気App
(2017年4月よりサービス中)



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。

ゴルフ天気App
(2021年11月17日リリース)



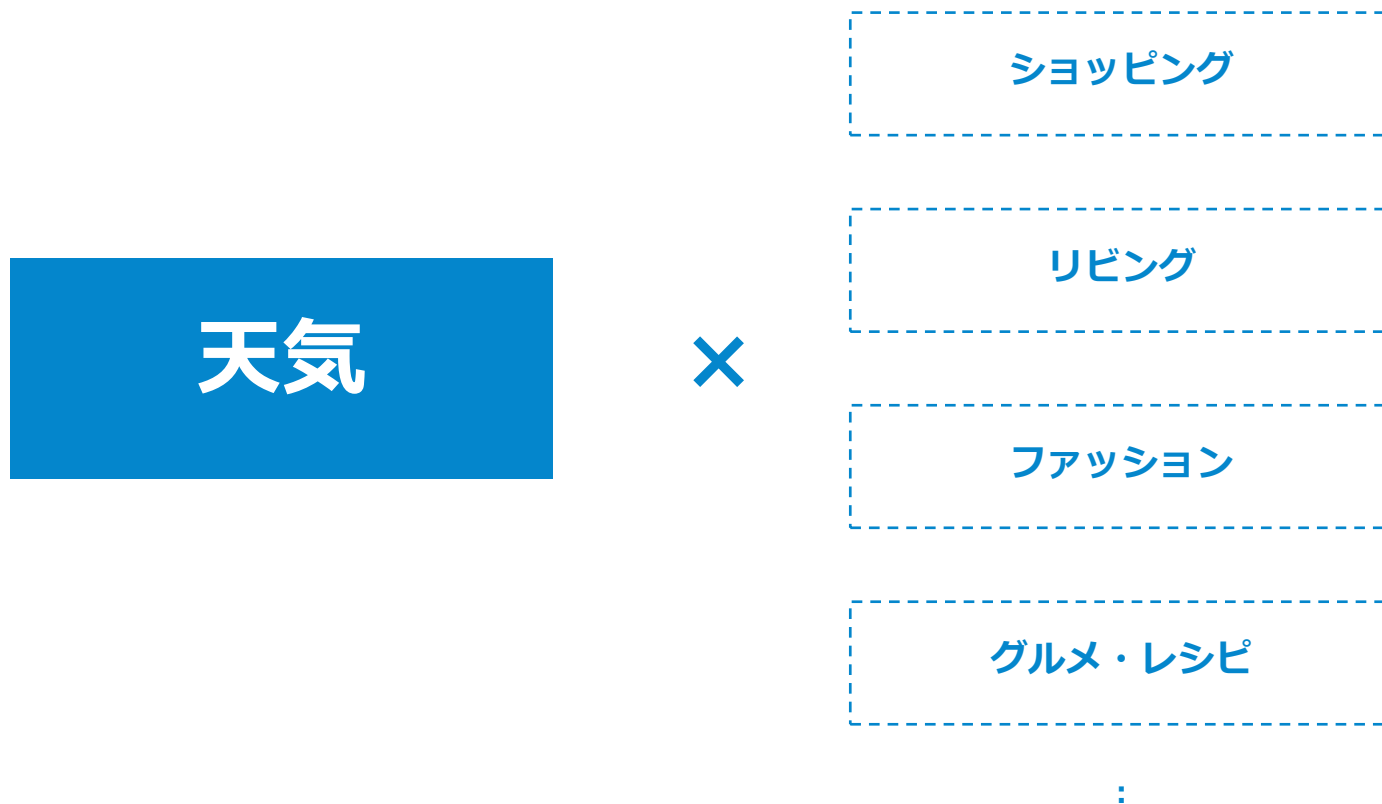
本アプリでは、全国 2100 カ所以上のゴルフ場のピンポイント天気予報に加えて、日の出・日の入り時刻や服装指数・発雷確率・紫外線情報など、ゴルフプレイヤーにとって役立つさまざまな情報を提供しています。

キャンプ天気App
(2022年4月25日リリース)

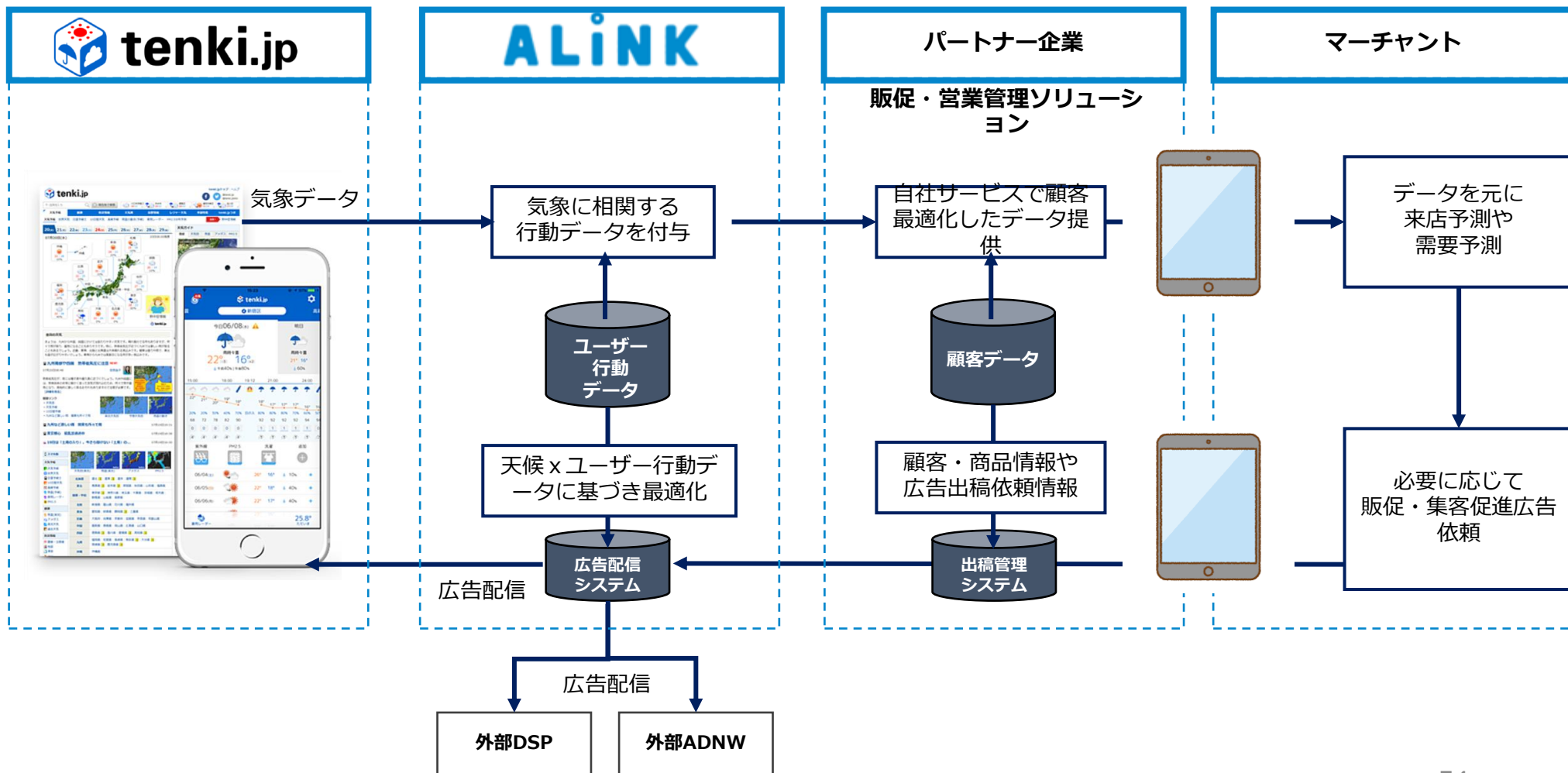


全国約2000カ所以上のキャンプ場の天気予報に加えて、日の出・日の入りや紫外線、服装、落雷、星空指数、熱中症アラートなど、キャンプに特化した豊富な情報を提供します。さらに、1カ月先までの気温・降水量の予測、1年間の晴天率も確認することができます。

- 天候や気温などによって影響を受けるライフスタイル領域のテーマと天気情報を連携、より読者のニーズにマッチした情報提供を行う新規メディア事業となります。
- スピード感ある事業化を実現するため、新規でのメディア構築だけでなく、既存メディアとの協業またはM&Aも視野に入れて検討を進めてまいります。



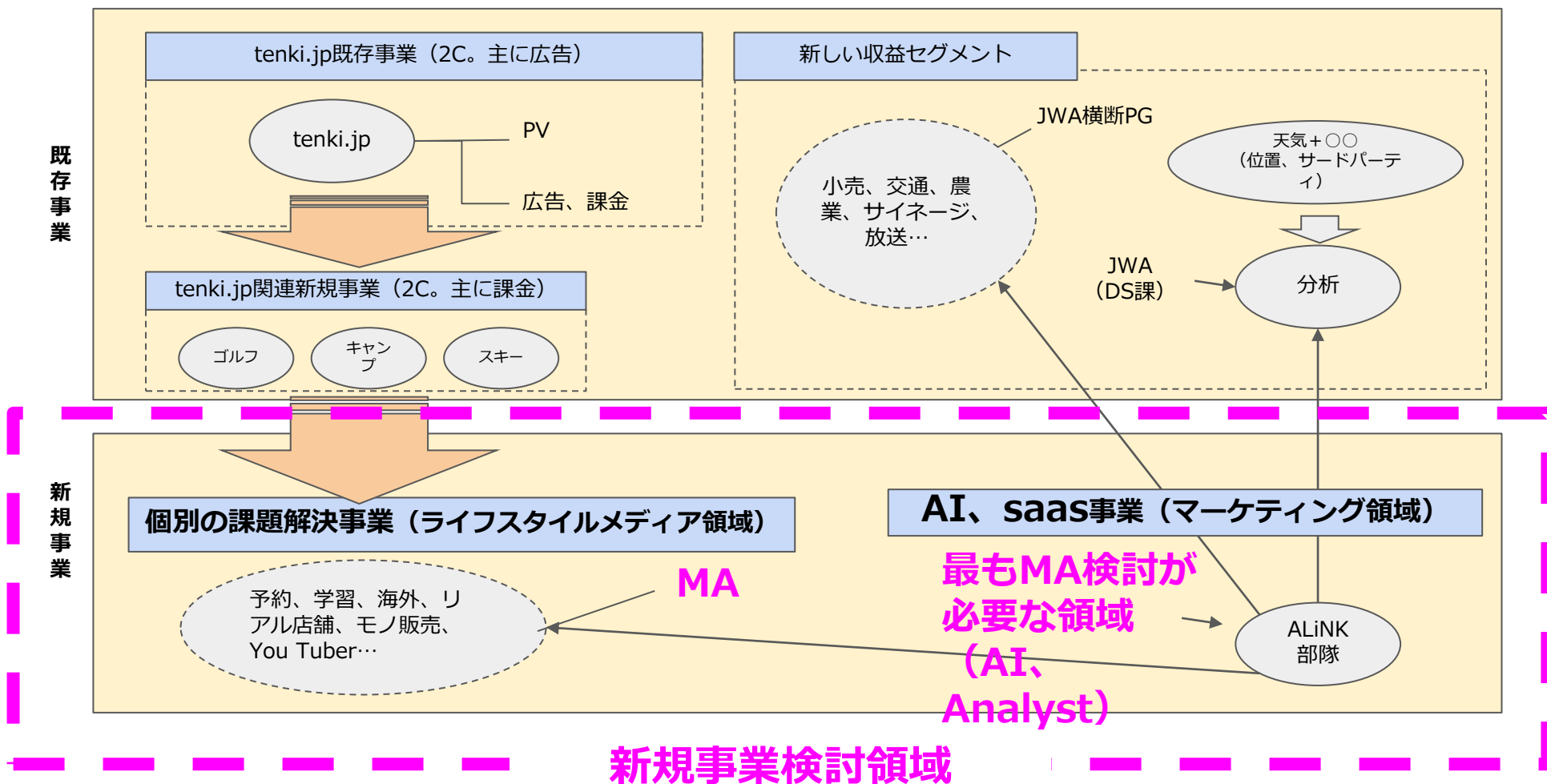
- tenki.jpのデータおよびALiNKのナレッジと、外部パートナー企業のサービス・顧客情報を連携することで、マーチャントにおける、気象影響による需要・来店変化予測と、その予測に応じてフレキシブルに来店促進を行えるサービスの提供を検討しております。



中長期的な持続成長の実現に向けて、各事業ドメインにおいて以下のような事業方針・施策を実施してまいります。

事業ドメイン	事業方針・施策
<p>広告事業 （=いままでのtenki.jp売上創出モデル）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ PVの成長施策実施 <ul style="list-style-type: none"> ・ 記事コンテンツによるSEO ・ サイト内回遊施策 etc… ※<u>随時実施。10～15%/年の継続成長を目指す</u> ・ 広告単価の維持・伸長 <ul style="list-style-type: none"> ・ 大型契約継続、新広告フォーマット適用 ・ SNSスポンサーシップ契約開始 ※<u>以上2023年2月期中に立ち上げ</u> ・ 新しい収益セグメントの創出 <ul style="list-style-type: none"> ・ unerryとの位置情報関連の取り組み等 ※<u>以上2023年2月期中に立ち上げ</u>
<p>課金事業 （=登山、ゴルフなどのサブスクモデル）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 課金事業ドメインの確立と相応の売上確保 <ul style="list-style-type: none"> ・ 既存App（登山、ゴルフ、キャンプ）の伸長 ※<u>随時実施</u> ・ スキー、天文等の新規App展開 ※<u>2023年2月期中に1アプリ新規展開予定</u>

- 以下事業ドメインを想定しつつ、早期の事業創出を目指す。
- 実現の手段としてMAを想定。対応可能な体制構築を実施する。



未来の予定を晴れにする
～小さな幸せを届け続ける～

tenki.jpの更なる成長

- ◆防災サービスの強化
- ◆新規コンテンツの開発
- ◆課金事業の育成

新規事業へ挑戦！

- ◆天気に関連した新しい事業のメディア展開

社会インフラ化を目指して！

天気メディアの特化企業としての地位を確立する

リスク情報

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主なリスクについて記載しております。その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

リスク項目	リスクの内容	発生可能性	対応策
日本気象協会との関係	業務提携契約書に基づきtenki.jpの運営を協働で行っています。契約書の解消、内容変更などによるリスクが存在します。	①可能性：小 ②時期：短期 ③影響度：小～大 ※変更となる契約内容次第	・役割分担の明確化 ・連携強化による良好な関係の継続
異常気象や災害発生	異常気象や台風等の予測できない気象状況が業績に影響を与えるリスクがあります。	①可能性：小 ②時期：不明 ③影響度：中	・グローバル市場への取り組み ・天気予報市場以外への取り組み
インターネット広告市場	これまではインターネット広告市場は順調に伸びてきましたが、法的規制の導入など広告市場発展が阻害されるリスクがあります。	①可能性：中～大 ②時期：短～中期 ③影響度：大	・市場の変化に応じた新たな技術対応 ・広告以外の新規事業開発

免責事項

- 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。

今後の開示

- 当資料のアップデートは今後、本決算の発表時期（2023年5月）を目途として開示を行う予定です。