

2023年2月期第3四半期 決算説明資料

2023年1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。

●売上高増加 (前年同期比107.2%)

- ・ PVは引き続き成長 (前年同期比104.7%、実質110.5%※)
- ・ 広告単価は前年同期比約97%を維持

※詳細については 補足：アプリのPV数について をご参照

●営業利益微増 (前年同期比102.1%)

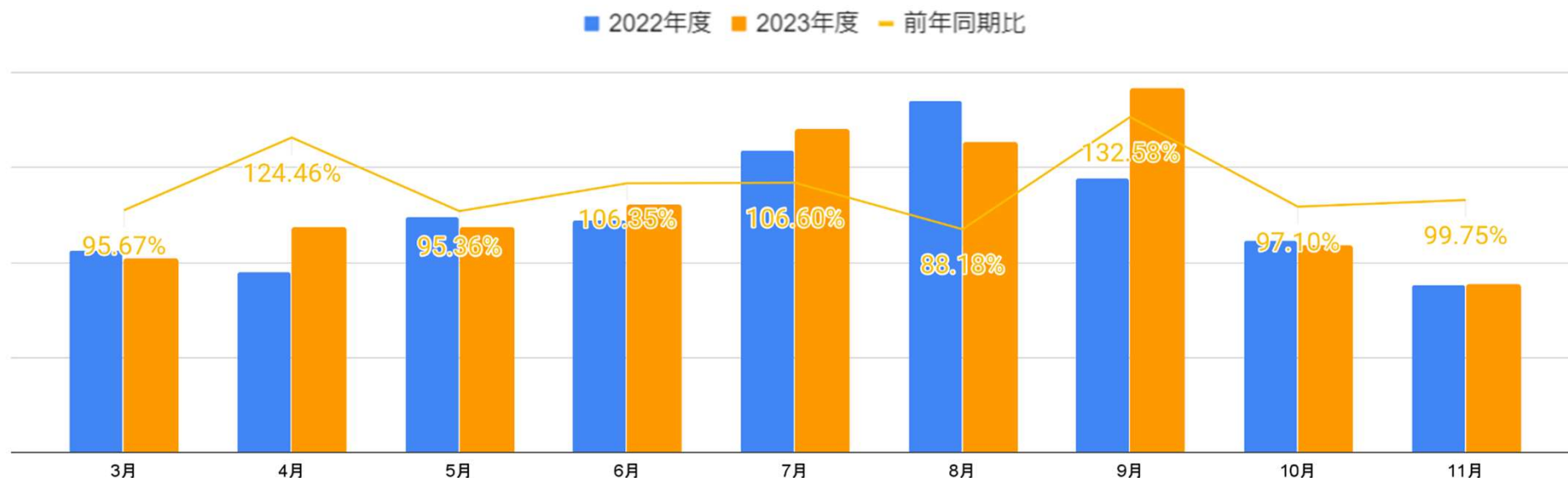
- ・ 売上原価 (前年同期比144.5%) :
新たなサービスの展開に向けた先行投資の増加
- ・ 販管費 (前年同期比91.4%) :
保険料や支払報酬等の経費削減により減少

●業績予想の見直し

- ・ 売上高 当初：740百万円 ⇒ 見直し後：670百万円
- ・ 各段階利益は据え置き

- 売上については、広告単価は微減となったもののPVの伸長により前年同期比107%。
- 費用面では、売上原価が新規事業に関連した人件費や開発費で大幅増加。
- 販管費については、保険料や支払報酬等の経費削減により減少。

(百万円)	2023年2月期 第3四半期	2022年2月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売上高	536	500	+ 36	107.2%
売上原価	164	113	+ 50	144.5%
販管費	192	210	▲ 18	91.4%
営業利益	180	176	+ 3	102.1%
経常利益	177	171	+ 5	103.5%
四半期純利益	120	115	+ 5	104.9%



- ・ 地点天気、雨雲レーダー、防災を中心とした基軸コンテンツが大きく伸長し、第3四半期累計において、**前年同期比104.7%、実質110.5%**の結果に。
- ・ 9月においては台風14号の接近に伴う押し上げ効果もあり、**単月での過去最高PVを記録。**
- ・ 行動制限の緩和される中、秋の行楽シーズンを迎えレジャー系コンテンツへのトラフィックも引き続き好調を維持。
- ・ 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。外部サイトからの流入も引き続き増加。

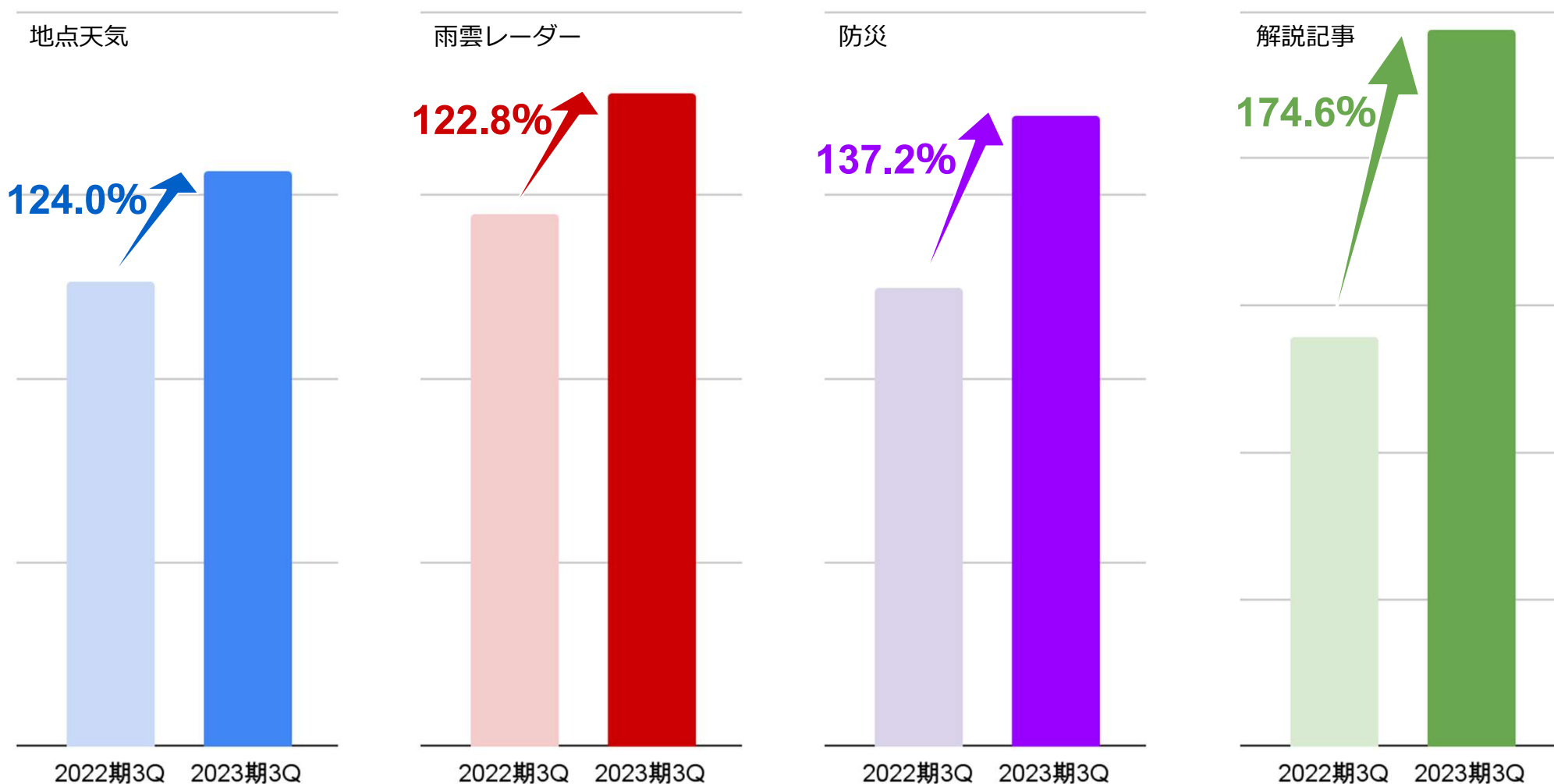


- ・ 9月を除き、前年と比べ天候要因によるPV押し上げが当初の想定ほど得られない結果となった。
 ※AndroidアプリのPV取得方法が昨年冬より変更となった影響で、前年度に比べPVが減少。

※アプリのPV取得方法変更詳細は詳細については 補足：アプリのPV数について にてご説明

- 台風シーズンに合わせて、PVが集中する地点天気、雨雲レーダー、防災等の基軸コンテンツに対して、集中的にSEO対策等のグロース施策を実施。
- 気象予報士による解説記事の現場編成の一部を見直し、効率的にタイムリーなタイミングで記事配信できるよう実施。

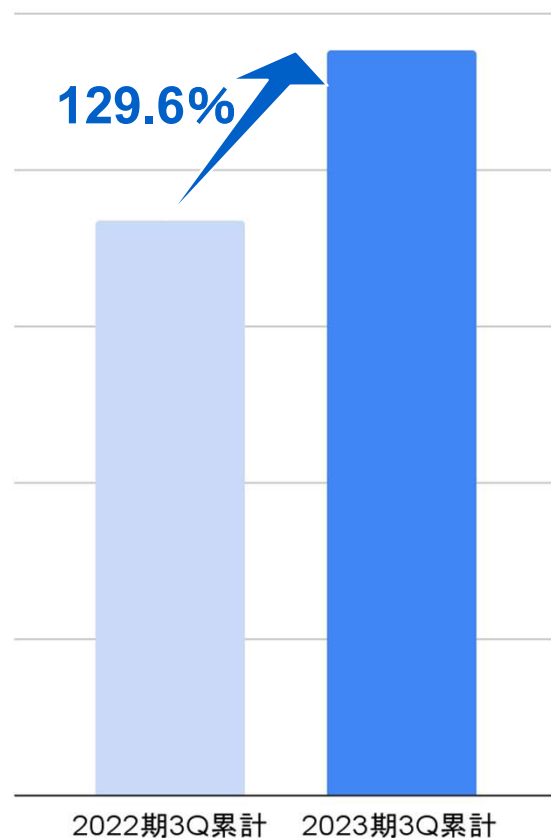
コンテンツ別PV比較（前年同期比、Webのみ）



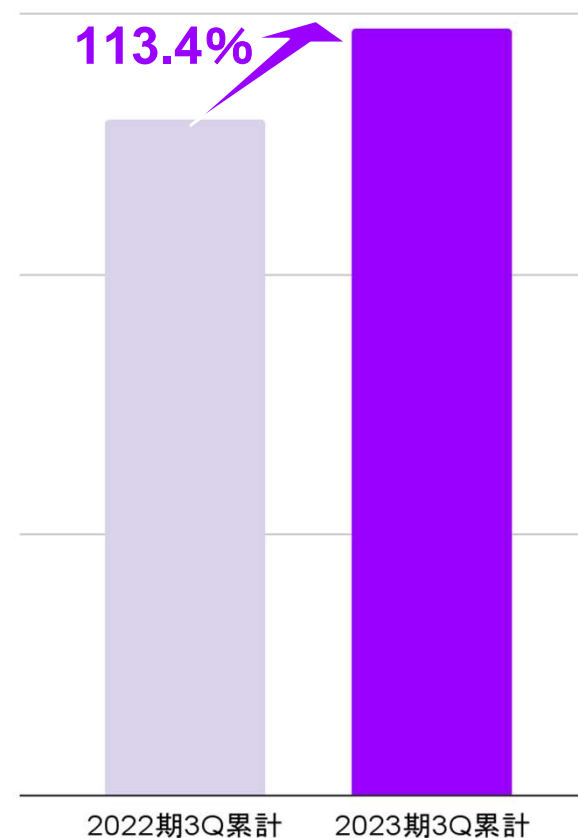
- 既存の各種天候指数を一部テコ入れし、服装指数を中心にアクセスの成長につながった。

レジャー全体PV、指数コンテンツのPV比較（前年同期比、Webのみ）

レジャー全体

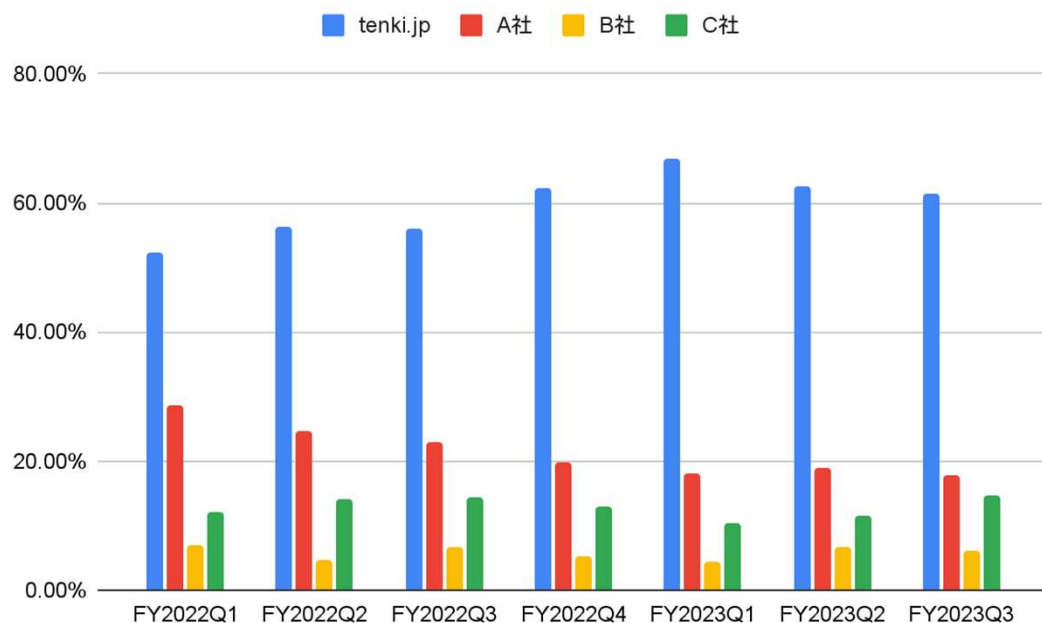


指数コンテンツ

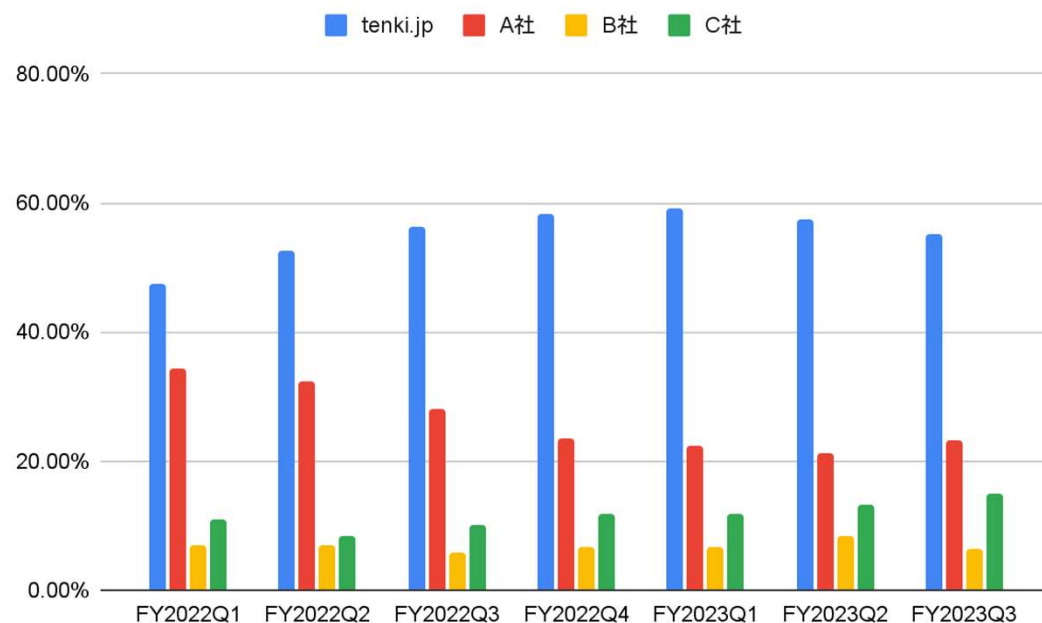


- グローブ施策（検索エンジン最適化、回遊施策）等の実施により、引き続きWeb・SEOの世界における天気関連NO.1を維持。

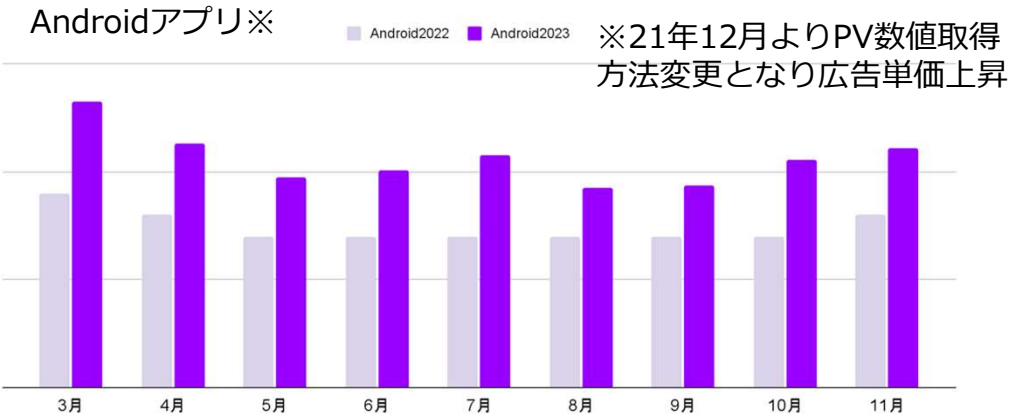
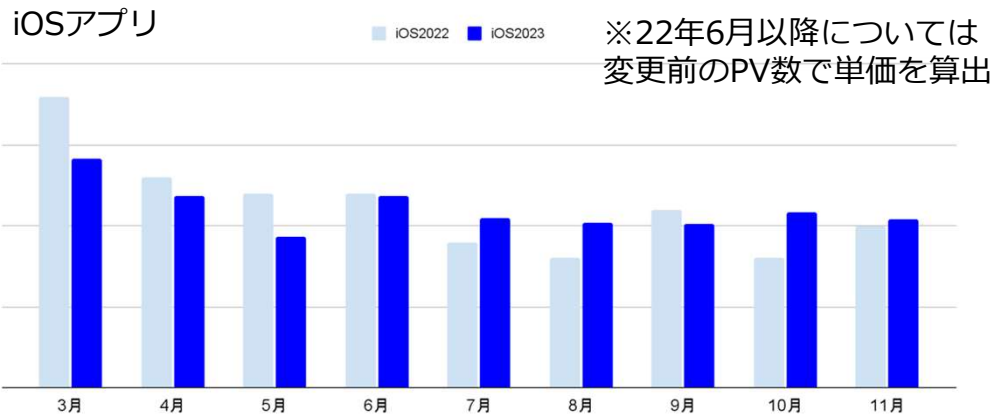
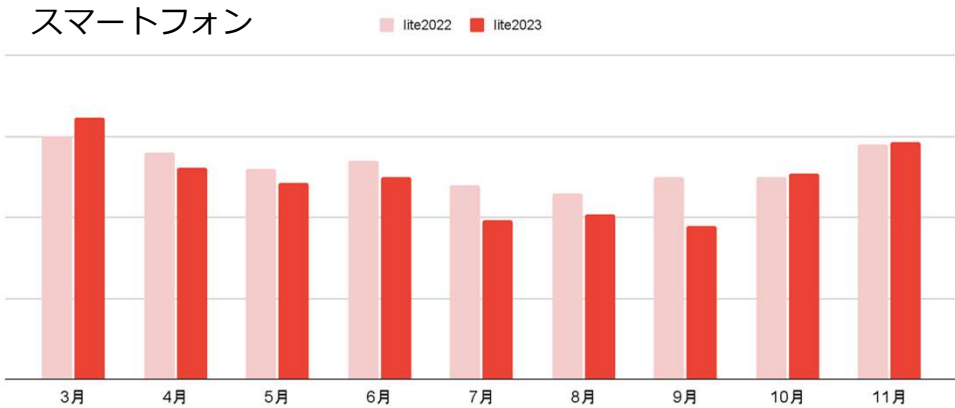
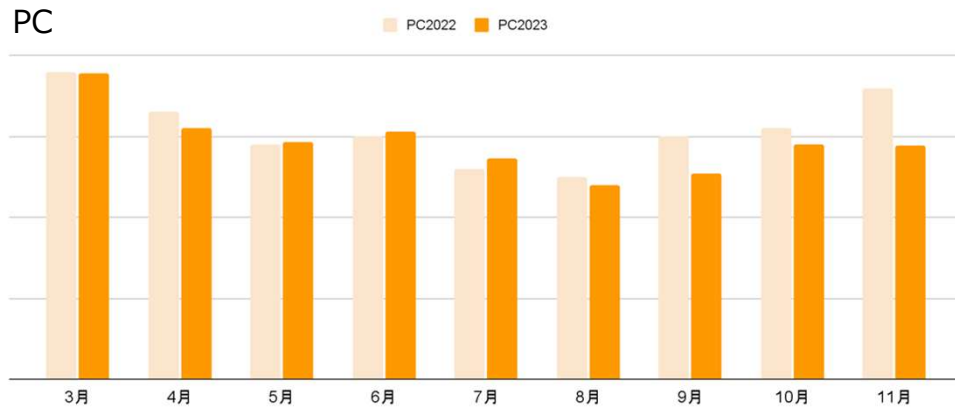
● 天気系シェア推移_スマートフォン



● 天気系シェア推移_PC

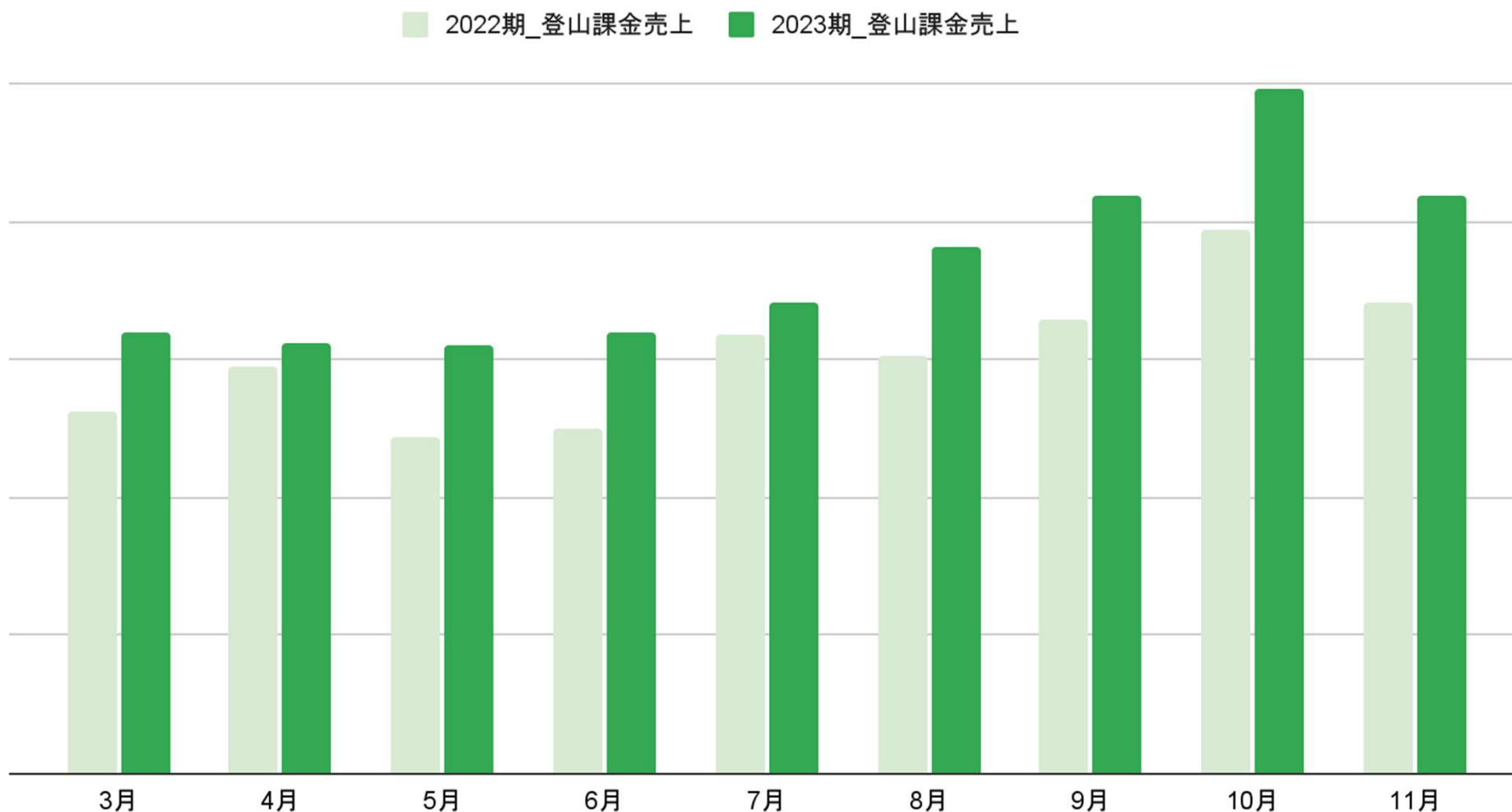


※出典：ヴァリューズ
 (天気系キーワードにおける2021年6月－2022年11月の検索からの累計セッション数シェア)



- ・ cookie規制などの影響により、引き続き広告単価は低迷基調。
- ・ スマートフォン（Web）については広告業者との業務提携強化により、9月を除きほぼ前年並みの単価まで持ち直す。

- 広告出稿・アプリストア流入対策を強化し「tenki.jp登山天気」が好調に推移。前年度3Qまでの累計売上との比較で120%に。
- 「tenki.jpゴルフ天気」向けの機能として、風情報・コース情報の追加改善を行う。



- PVは今期も順調に成長（前年同期比104.7%、実質110.5%）したものの、広告単価の低迷基調は解消せず、売上高を修正。
- コストについては、販管費の経費削減等により各段階利益は据え置き。一方で、新規事業を含めた新たな収益事業の構築に向けて、引き続き人材、開発を中心に先行投資を継続する。

(百万円)	今回発表 予測	前回発表 予測	増減額	増減率	2022年2月期 (実績)
売上高	670	740	▲70	▲9.5%	649
営業利益	190	190	—	—	220
経常利益	180	180	—	—	215
当期純利益	120	120	—	—	205

参考資料－事業の概要について

※前期末ベース

- 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 x 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。

- 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。

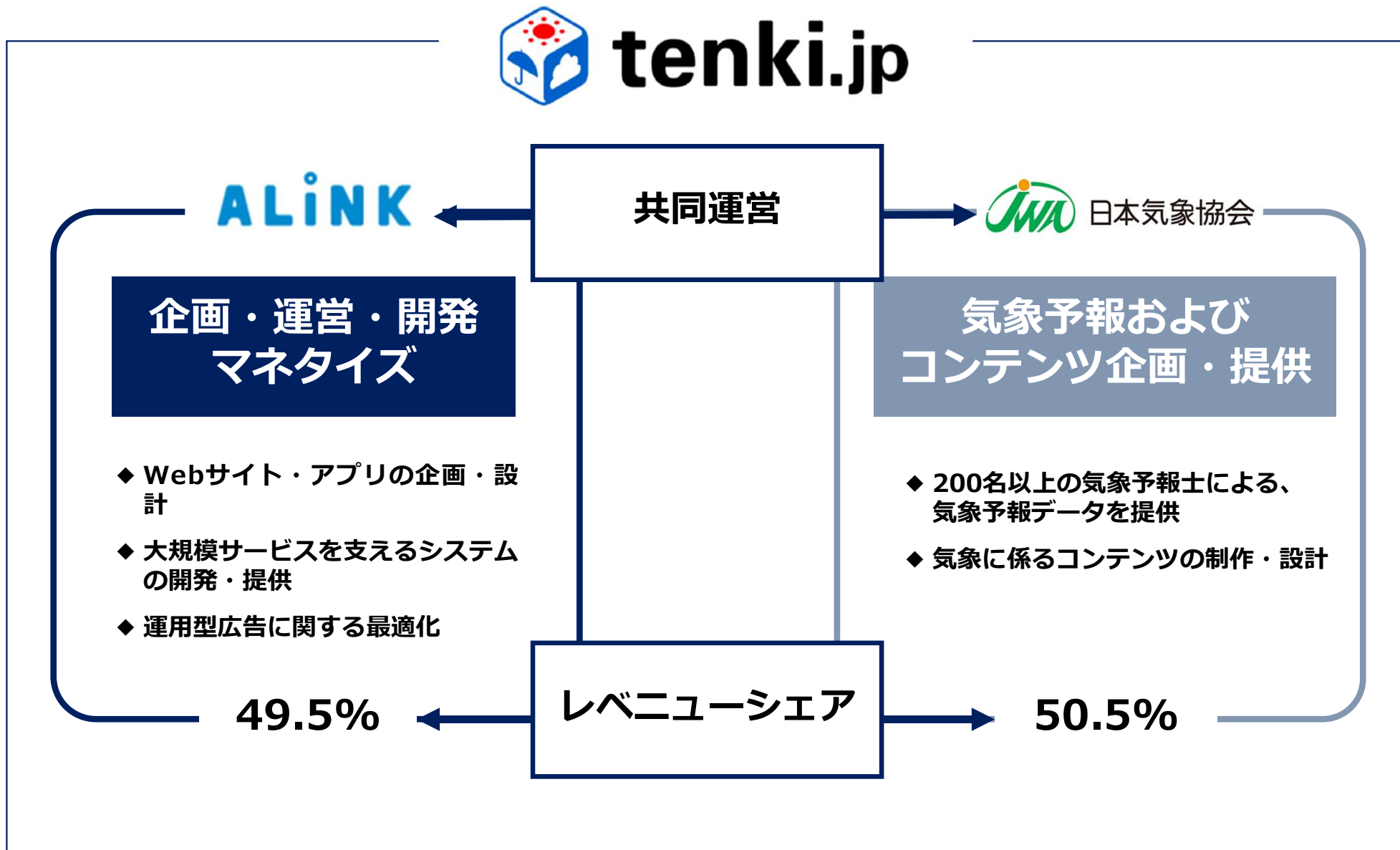


- 天気予報・防災情報・季節情報などを配信する天気予報専門メディア
- ユーザーは各世代・性別で均等に分布
- 2022年2月期実績で**約55億PV**
- Twitterアカウント約285万フォロワー（2022年3月末時点）

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）

- 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。



- 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

- ・ tenki.jp登山天気
- ・ tenki.jpゴルフ天気 (2021年11月開始)
- ・ tenki.jpキャンプ天気 (2022年4月開始)

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

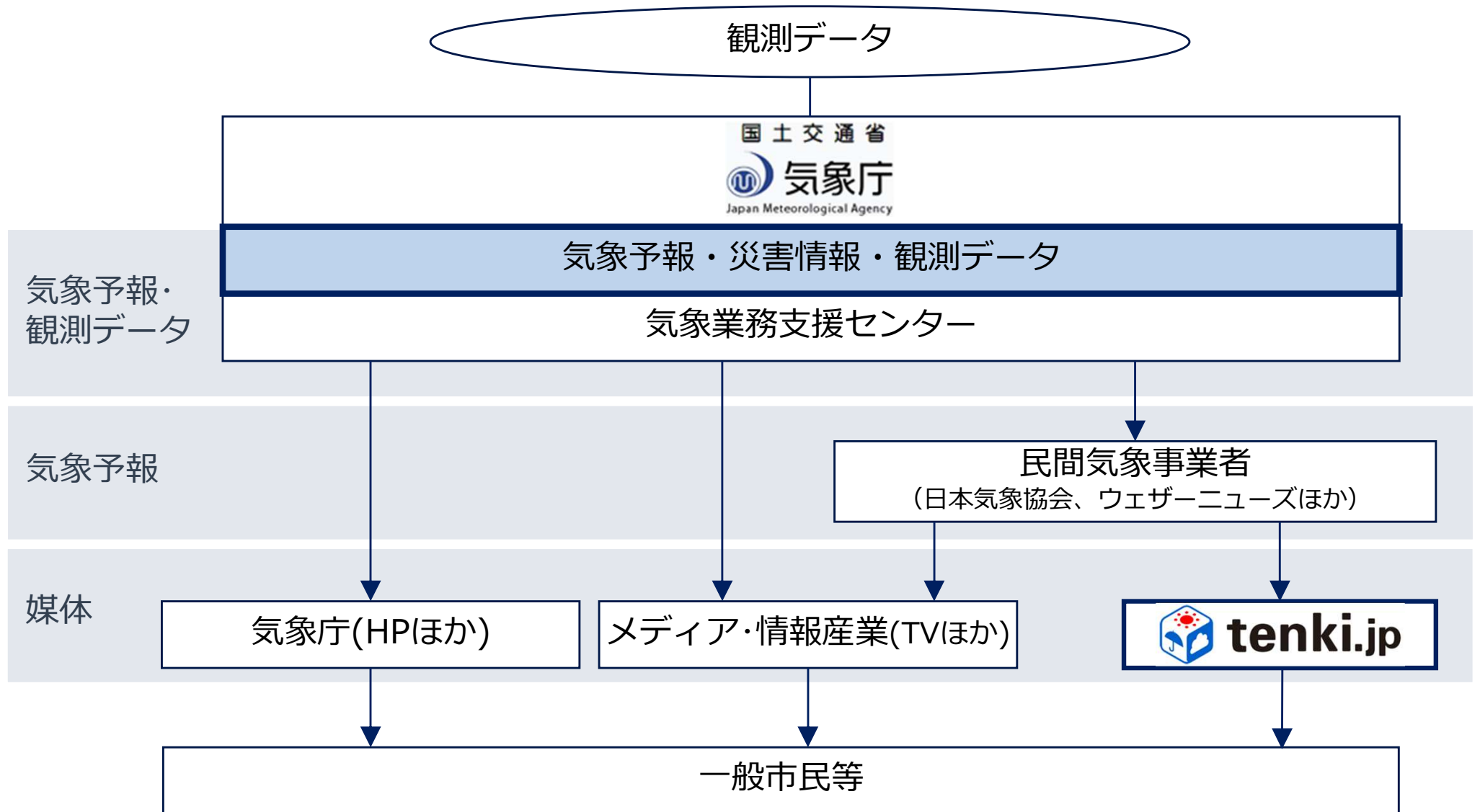
広告単価や広告配信比率に「気象データ」を加味した独自のアルゴリズムで運用できる体制を構築。天候変化に連動して広告を調整することで収益の向上を目指していきます。

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3四半期（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

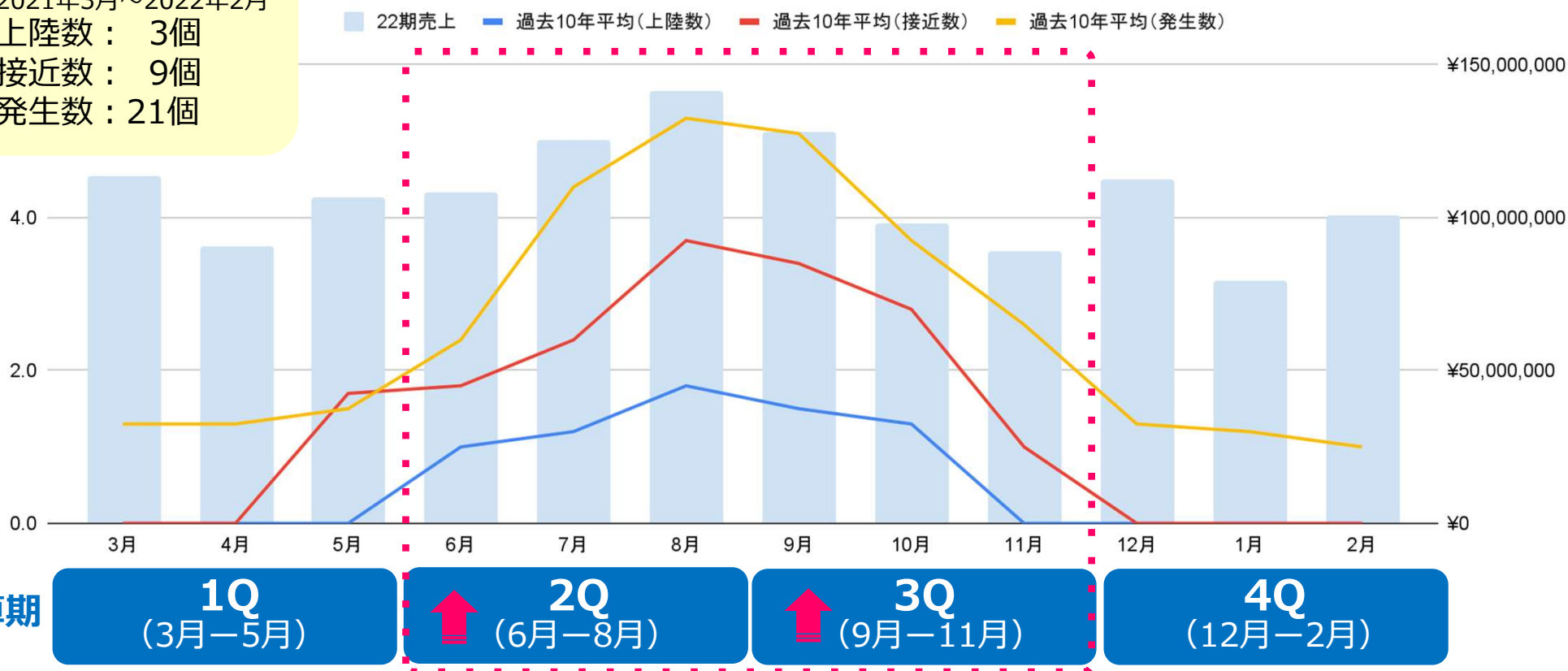
【参考】

2021年3月～2022年2月

上陸数： 3個

接近数： 9個

発生数： 21個



当社決算期

1Q
(3月-5月)

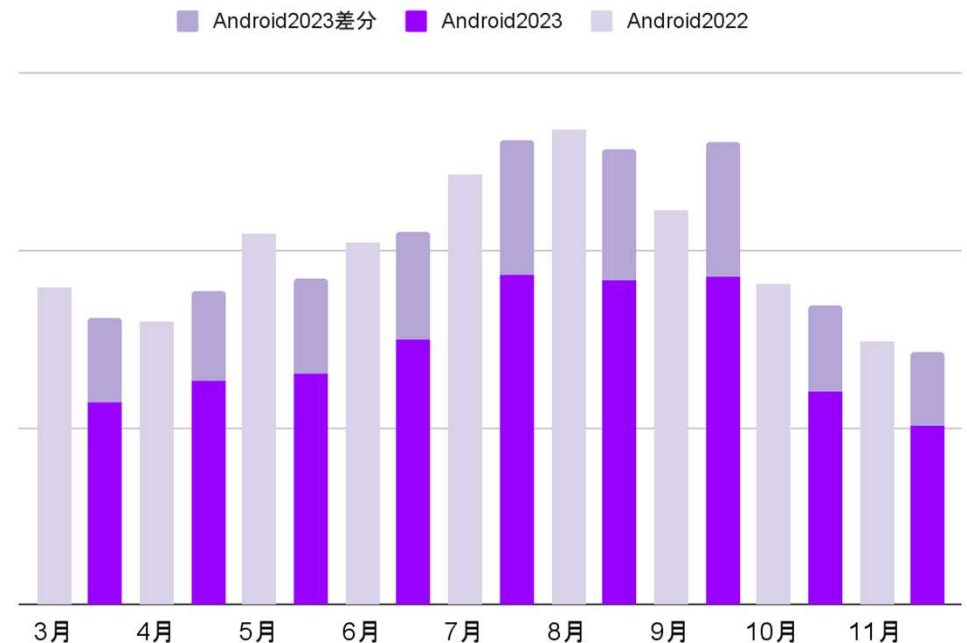
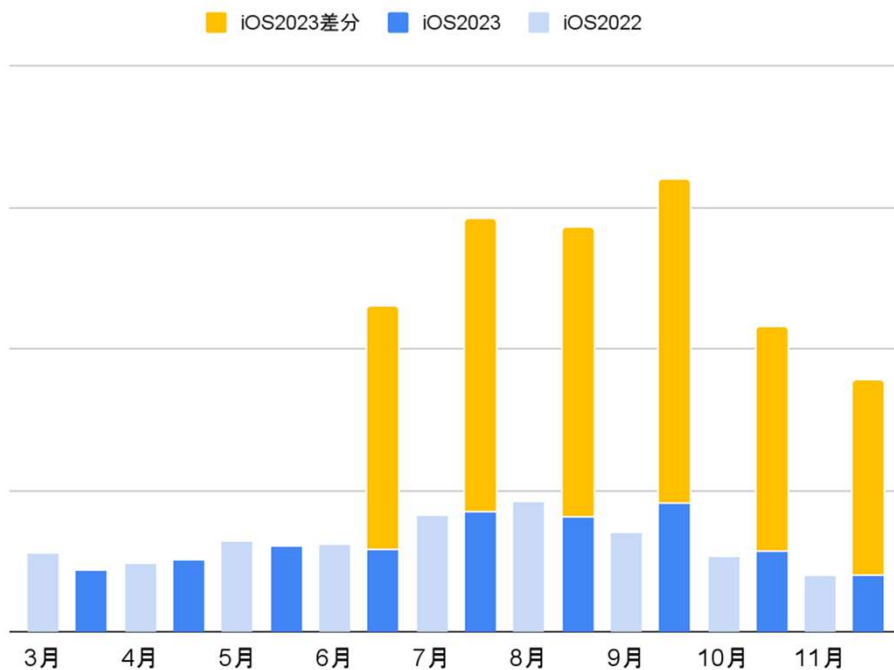
2Q
(6月-8月)

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

- iOSのPV数は、2022年6月よりPV取得方法を変更した結果、変更前に比べPV数が190%程度増加。参考まで、PV取得方法変更前と同様の計測方法で計測したPVを以下に掲示（左下グラフ）。
- AndroidのPV数は、2021年12月よりPV取得方法を変更した結果、変更前に比べPV数が30%程度減少。参考まで、PV取得方法変更前と同様の計測方法で計測したPV（推計値）を以下に掲示（右下グラフ）。
- **実質PV数110.5%**（p4）の数値は、AndroidPV取得方法変更前におけるPV換算の数値のみを採用※した。
※昨年度および今年度1QのPV計測方法に順じたPV。昨年度数値との比較を正確に行うための対応。
- なおiOSの計測方法変更によるPVを加味した全体PVは、前年同期比およそ134.8%。



- 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。