

2024年2月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社ALiNKインターネット（証券コード：7077）

2024年1月

ALiNK

未来の予定を晴れにする

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。



損益計算書

(単位:百万円)	2023年2月期 3Q	2024年2月期 3Q	増減額	前年同期比	通期予算	進捗率
売上高	536	457	△79	85.2%	620	73.3%
売上総利益	372	258	△113	69.4%	-	-
販売費及び 一般管理費	192	186	△5	97.0%	-	-
営業利益	180	72	△108	40.0%	100	72.1%
経常利益	177	74	△103	41.7%	94	78.8%
当期純利益	120	90	△29	75.2%	98	92.6%

通期予算に対して、
概ね計画どおりに推移

- 売上高
PV数は、気象の外部要因の影響もあり、前年同期比99.0%の47億PV

広告単価は、市況要因の影響等により、依然として低迷基調
前年同期比84.8%
- 売上原価
新たな収益事業の構築に向けた先行投資等により前年同期比34百万円の増加
- 特別利益
積立保険の一部解約により、保険解約返戻金59百万円を計上

主カサービス



一般財団法人日本気象協会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。

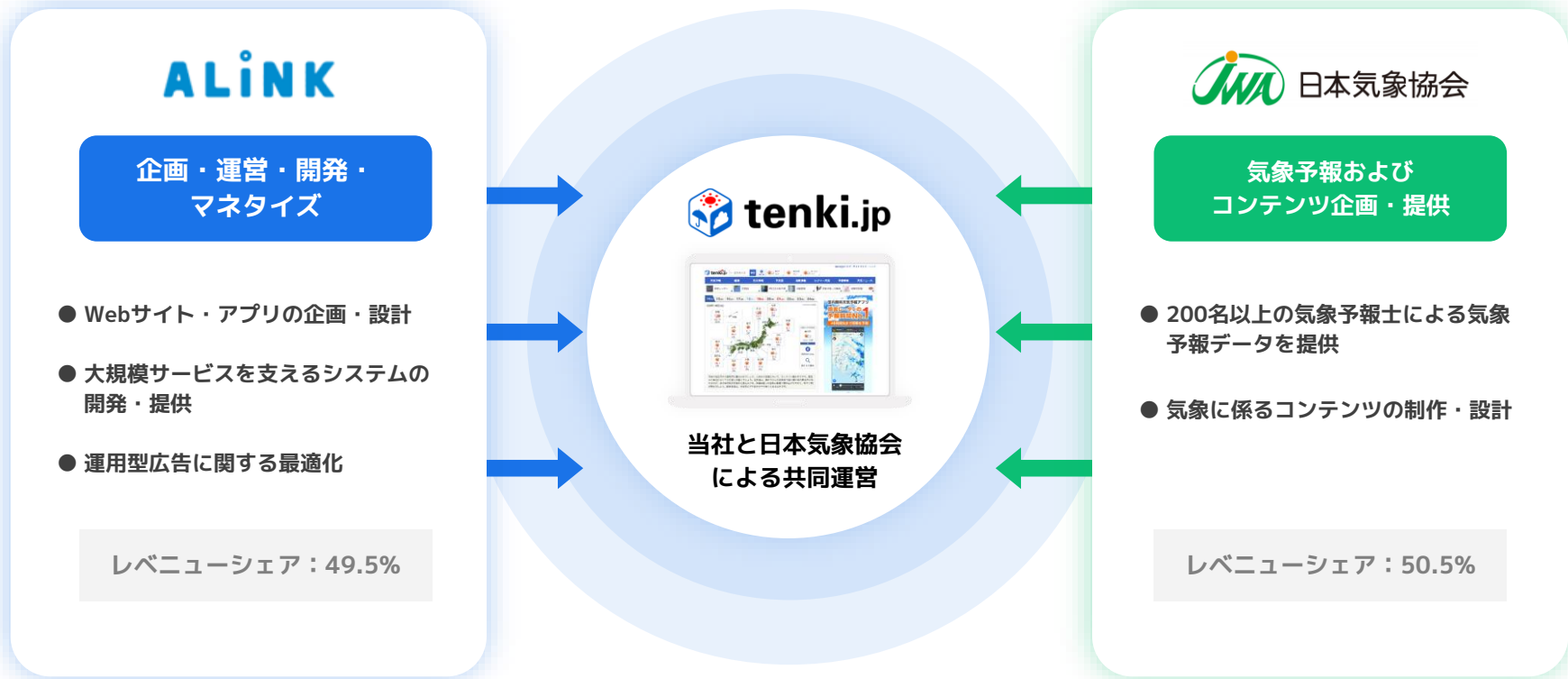
PV数 (3Q) ----- 47億PV
※年間：58億PV (前期)

無料掲載コンテンツ ----- 60種以上

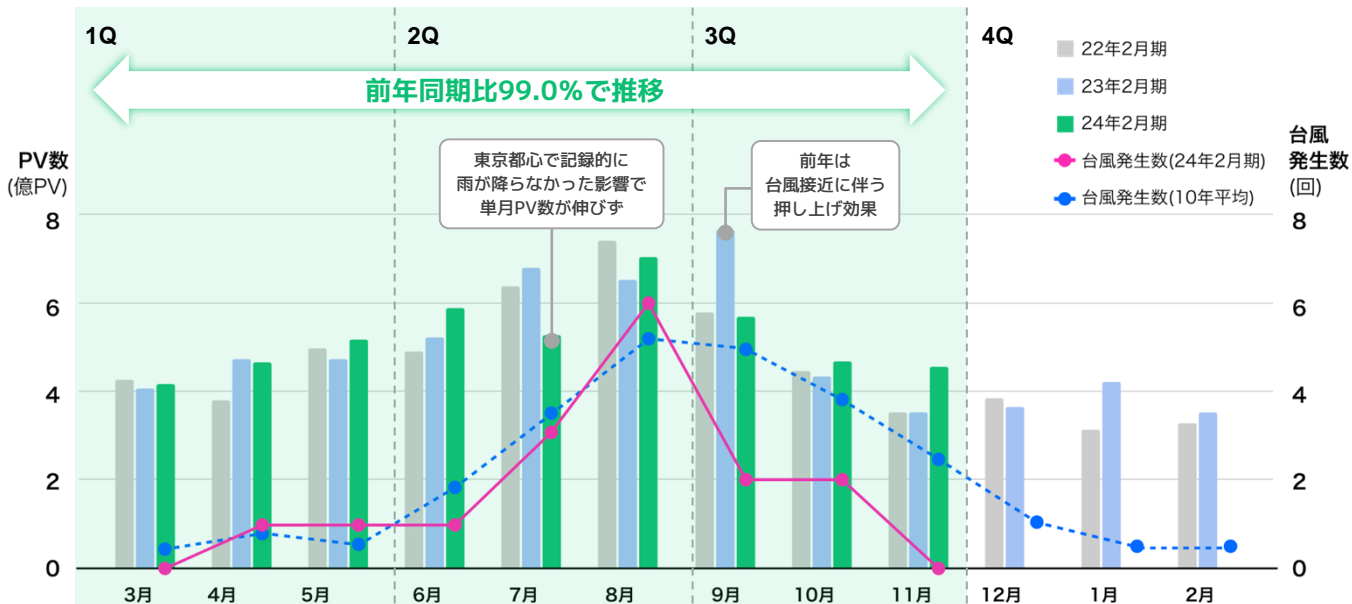
X (旧twitter) フォロワー数 -- 2.8百万人(tenki.jp)
2.1百万人(tenki.jp地震情報)



日本気象協会との関係性



PV数



PV数が伸び悩む外部要因があるも、継続的なPV数の増加施策等により、前年同期比99.0%を維持

- 7月の東京都心で雨を観測していない日が連続25日間と記録的な長期間に及ぶ
- 第3四半期累計期間における台風発生数 16個 (過去10年平均 24個)
 9月：前年7個に対し2個
 10月：前年5個に対し2個

集計方法を変更

前期 (2023年2月期)

アプリPV数は、画面遷移時もPV数をカウントする方法
 ・仮定に基づく推定値を含んでいる
 ・実測するためのシステム改修計画が遅延

当期 (2024年2月期)

アプリPV数は、画面遷移時にPV数をカウントしない
 2022年2月期以前に採用していた保守的な方法（ユーザーの利用実態を下回る集計方法）に戻す。

TOPICS

『tenki.jp for スゴ得』の提供開始

株式会社NTTドコモの提供するスマートフォン向けサービス「スゴ得コンテンツ®」にて、『tenki.jp for スゴ得』の提供開始



『tenki.jp for スゴ得』提供サービス

- ・2週間天気予報
- ・1時間ごとの天気予報
- ・今いる場所の雨の様子 (雨雲レーダー)
- ・雷レーダー/天気図/アメダス実況 など

リリーススケジュール

- 9月5日 Web版
- 11月14日 Android版
- 24年1月 iOS版 (予定)

tenki.jpトップページ アニメ・映画タイアップ(今期)

- 1Q TVアニメ『BIRDIE WING -Golf Girls' Story-』
- 2Q 映画『SAND LAND』【原作：鳥山明】
- 2Q 映画『キングダム 運命の炎』
- 3Q 映画『翔んで埼玉 ～琵琶湖より愛をこめて～』



映画『翔んで埼玉 ～琵琶湖より愛をこめて～』× tenki.jp

登山天気



tenki.jp
登山天気

日本三百名山と人気の山を対象に、麓（ふもと）から山頂までの登山ルート沿いの天気予報や雷危険度などをひと目で確認できる、登山者のためのアプリ。一般財団法人日本気象協会と共同運営。

ダウンロード数 ----- 52万9千DL
(24年2月期3Q +12万3千DL)

課金ユーザー ----- 2万人

掲載する山の数 ----- 400(三百名山+α)



<知名度向上施策>



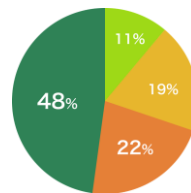
「tenki.jp 登山天気」山の検索数とユーザーアンケートから見る傾向分析

●アプリ内 検索件数ランキング

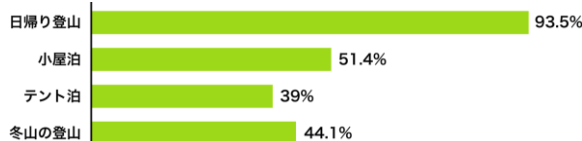
RANK	名称	エリア	標高(m)	解説	天気 地点数
1	富士山	秩父・多摩・ 南関東	3776	日本の最高峰、登山シーズン（7～8月）以外は上級登山者限定の危険な山です。毎年約20万人以上が山頂を目指すと言われています。	7
2	立山	北アルプス 周辺	3015	別名立山連峰。日本を代表する山岳リゾートになっています。高山植物が咲き乱れ、落葉日本一を誇る称名滝、蒸気を噴き上げる地獄谷、神秘的なミクリガ池など、変化に富む景観が美しい登山を約束してくれます。	7
3	白山	北陸・東海	2702	「日本三名山」と讃えられる名峰中の名峰です。高山植物の宝庫としても知られ、万年雪が残り、広大な原生林やそこに生息する野生動物、数多く噴出する温泉群など白山は多くの魅力を持っています。	3
4	赤岳	中央アルプス 周辺	2899	ハッ岳は、四季折々に自然の様々な表情を見せてくれる日本の代表的なアルペンスポットです。展望の素晴らしいと、高山植物の宝庫として知られ、多彩な登山ルートで人々を魅了します。	20
5	木曾 駒ヶ岳	中央アルプス 周辺	2956	木曾山脈(中央アルプス)の最高峰。四季折々に素晴らしい景色を与えてくれます。東洋一のロープウェイが架設してから千畳敷カールまでは簡単に登れるようになりました。	9
6	白馬岳	北アルプス 周辺	2932	北アルプス後立山連峰北部に位置し、白馬三山の聖主と呼ばれています。山中、山麓の随所に温泉があるのも多くの登山者に愛されている理由のひとつです。標高2100mにある鍾温泉は、秘湯の趣にあふれています。	9
7	谷川岳	上信越	1978	新潟県・群馬県の境界に連なる谷川連峰の1つ。豊富な高山植物が育成する山頂は非常に気温が高いが、クライミングの聖地として知られる岩場の険しさは群を抜いており、遭難者が世界で一番多い山という一面も持ち合わせています。	4
8	北岳	南アルプス	3193	南アルプスの聖主にして、日本第2位の高峰です。東面の大岩壁は「ハットレス」と呼ばれ、古くからクライマーの憧れの岩壁です。夏には、固有種キタケソウをはじめ、100種以上の高山植物が見られる日本有数の高山植物の宝庫です。	5
9	燕岳	北アルプス 周辺	2763	長野県の飛騨山脈にある燕岳は、二百名山の他に新日本百名山にも選ばれた標高2,763mの山です。急登が多いものの道がよく整備されており、学生の登山などにも適した山道です。	4
10	甲斐 駒ヶ岳	南アルプス	2967	赤石山脈北端に位置する日本アルプス屈指の名峰です。黒っぽい山が多い南アルプスでは例外的に、花崗岩の白い山肌をしており、ピラミダルな鋭峰をもつ個性的な山です。	5

●ユーザーアンケート調査結果

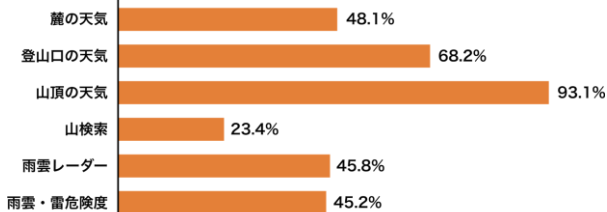
Q1. 年にどれくらいの頻度で登山をしますか？



Q2. ここ1年でどのような登山をしましたか？（複数選択可）



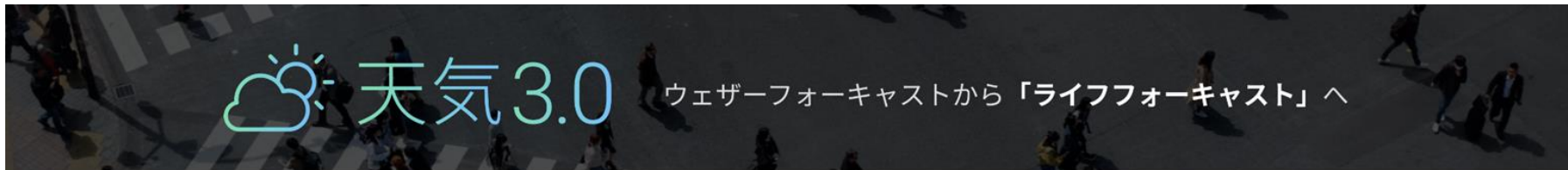
Q3. 登山天気アプリでは主にどんな機能を利用されますか？（複数選択可）



「tenki.jp 登山天気」の特徴

- **中上級者の登山者が多い**
検索件数ランキングでは標高3,000m級の山が上位を占める。年間の登山回数10回以上のユーザーが全体の70%。
- **幅広いシチュエーションで利用**
「ここ1年でどのような登山をしましたか？」
日帰り登山：93.5%
冬山の登山：44.1%
- **山頂、登山口のピンポイント予報**
登山ルートに合わせたピンポイント予報（山によっては最大20地点）
ピンポイント予報は、1時間ごとに確認できる機能もあり
雨雲の動き雷危険度も利用されている

天気3.0



	天気1.0	天気2.0	天気3.0
ビジネスモデル	BtoB	BtoC (エンドユーザーとの繋がり)	共感・共助 データドリブン
プレイヤー	気象会社	気象会社×IT会社	気象会社×IT会社 ×ビッグデータ
サービス	天気データの販売	天気×ネットメディア (広告収入) 	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="margin-right: 10px;">天気×旅行</div> <div style="margin-right: 10px;">天気×保険</div> <div style="margin-right: 10px;">天気×健康</div> <div style="margin-right: 10px;">天気×料理</div> <div style="margin-right: 10px;">⋮</div> <div>etc</div> </div>

天気3.0 中長期施策



ウェザーフォーキャストから「ライフフォーキャスト」へ

当社が掲げる中長期的施策

成長に向けた 事業ロードマップ

組織強化および新規事業へ 非連続な成長を目指す

天気メディア領域

レジャーサービス領域



ライフスタイルメディア領域

天気予報データを活用した
ライフスタイルメディア

マーケティング領域

天候 x カスタマ行動データ
天気連動広告ナレッジを活用した
マーケティング関連サービス

Weather x Life x techサービス領域

気象状況による行動変容や健康影響
などのデータを活用したtoCサービス

現在

中期

長期

事業範囲の拡大



ウェザーフォーキャストから「ライフフォーキャスト」へ

当社が掲げる中長期的施策

× Life style

天気×ライフスタイルメディア



- 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を開発。
- 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。

免責事項

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。