

2024年2月期 通期

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4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。



決算サマリ

通期業績

売上高 609百万円（前期比 89.0%）、営業利益 90百万円（前期比 44.6%）

tenki.jp
事業進捗

- **PV数は、前期比 96.6%**
気候の影響によりPV数が伸び悩むも、PV数の増加施策等により前年水準を維持。
- **広告単価は、前期比 89.4%**
アドネットワーク広告の環境変化に伴う広告単価の下落。
- **引き続き新たな収益事業の構築に向けた先行投資**

その他の施策



「tenki.jp登山天気」は、順調にダウンロード数伸長

新規事業（ダイナミックプライシング事業）のPoCを開始予定（24年4月）

損益計算書

(単位:百万円)	2023年2月期	2024年2月期	増減額	前年同期比
売上高	685	609	▲75	89.0%
売上総利益	465	342	▲122	73.6%
販売費及び 一般管理費	262	252	▲10	96.0%
営業利益	202	90	▲112	44.6%
経常利益	197	91	▲106	46.3%
当期純利益	140	102	▲37	73.2%

● 売上高

PV数は、気候の外部要因の影響もあり伸び悩みも前年同期比96.6%を維持。

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89.4%

● 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期比47百万円増加。

● 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。

貸借対照表

(単位:百万円)	2023年2月期	2024年2月期	増減額
流動資産	1,387	1,561	+174
現金及び預金	1,194	838	▲355
短期貸付金	—	490	+490
固定資産	174	108	▲65
資産合計	1,561	1,669	+108
負債	72	78	+5
有利子負債	—	—	—
純資産	1,488	1,591	+102
負債・純資産合計	1,561	1,669	+108

- **強固な財務基盤**

- ・ 自己資本比率95.3%と高い水準を維持
- ・ 無借金経営を継続

- **短期貸付金**

太陽光設備の取得費用。

取得時に将来売戻す契約を締結しているため、収益認識に関する会計基準の適用指針69項を適用し金融取引として会計処理を行っている。

2025年2月期業績予想（個別）

(単位:百万円)	2024年2月期 実績	2025年2月期		通期増減額
		上期	通期	
売上高	609	352	665	+55
売上総利益	342	180	321	▲21
営業利益	90	8	21	▲69
経常利益	91	13	29	▲62
当期純利益	102	45	55	▲46

● 売上高は、前期比55百万円増

< tenki.jp事業 ▲9百万円 >

3rd Party Cookie規制の影響により、広告単価は、更に低迷することを想定。登山天気をはじめとするその他の施策により売上高減少を補う。

< その他の事業 +64百万円 >

太陽光コンサルティング事業における売電収入の増加や新規事業（ダイナミックプライシング事業）の収益を見込む。

● 新規事業の創出に向けた先行投資

エンジニアを中心とした人件費や開発費等のコスト増

● ブランディング強化

「tenki.jp」の認知度向上のための2025年2月期はブランディングを強化 34百万円増

● 特別利益

積立保険の解約による保険解約返戻金54百万円

2025年2月期業績予想（連結）

(単位:百万円)	2025年2月期	
	上期	通期
売上高	390	784
営業利益	▲36	▲68
経常利益	▲32	▲60
親会社株主に帰属する 当期（四半期）純利益	0	▲34

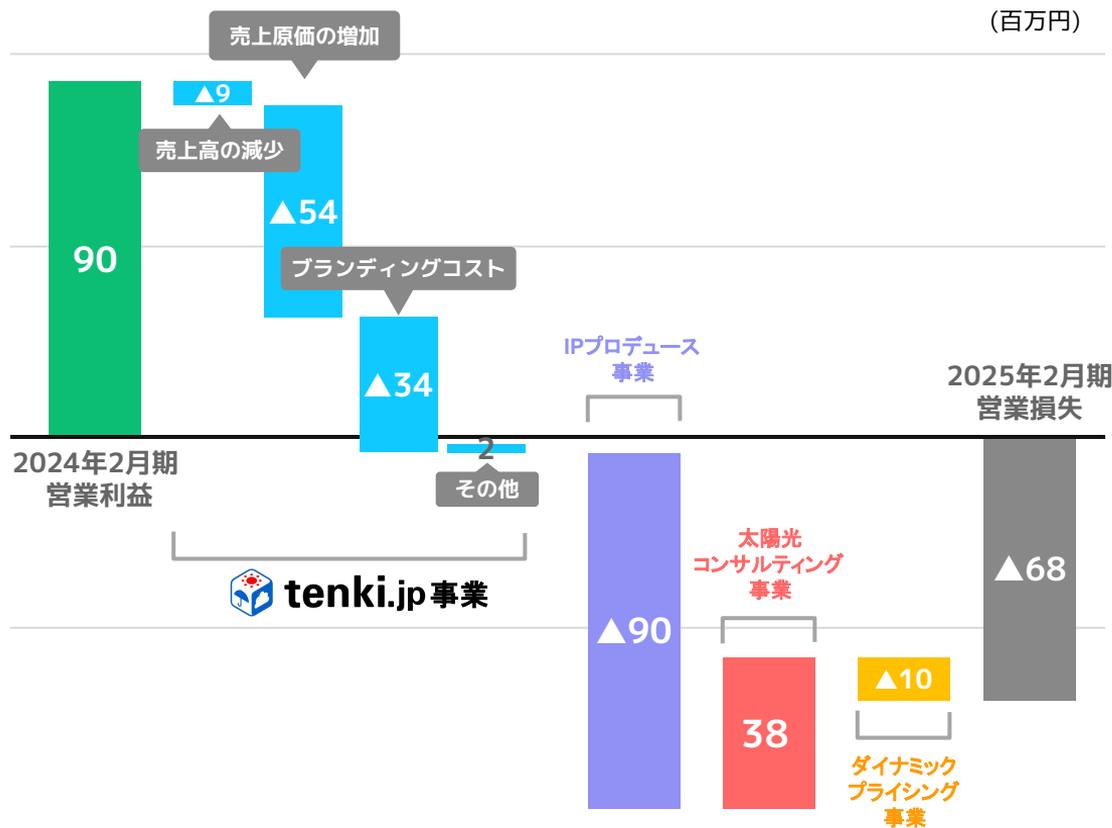
2025年5月に株式会社エンバウンドの
株式取得予定（連結決算の開始）

新規事業「IPプロデュース事業」を開始

エンバウンド社単体の初年度業績は、

- ・ のれん償却額
- ・ M&Aのアドバイザー費用等
- ・ PMI(M&A後の統合プロセス)に関するコスト
などにより90百万円の営業赤字を想定。

営業利益の増減分析



tenki.jp事業

- 新規事業の創出に向けた先行投資等の影響で、売上原価は54百万円の増加
- 「tenki.jp」の認知度向上を図るため、ブランディングの強化を実施 34百万円増

IPプロデュース事業（新規事業）

- 「温泉むすめ」を運営する㈱エンバウンドの株式を取得
- 初年度は、のれん償却額、アドバイザー費用等により90百万円の営業赤字を想定。

その他の事業

- 太陽光コンサルティング事業
太陽光設備を一定数保有することで、売電収入の増加を見込む。新たな事業機会を模索中。
- ダイナミックプライシング事業
事業に先立つPoC（実証実験）としてレンタルスペース事業を事業譲受

主力サービス



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 ----- **56億PV**

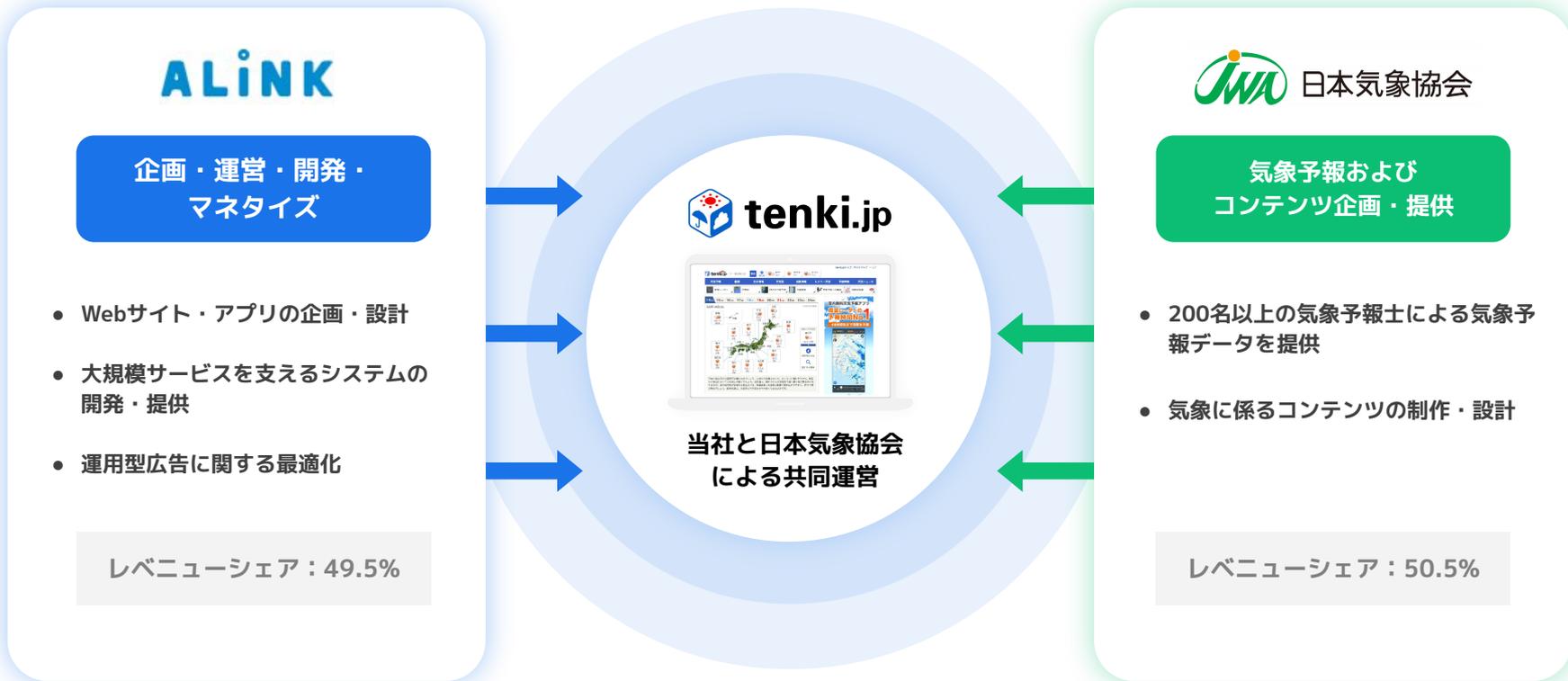
無料掲載コンテンツ ----- **60種以上**

X (旧twitter) フォロワー数 -- **2.8百万人**(tenki.jp)

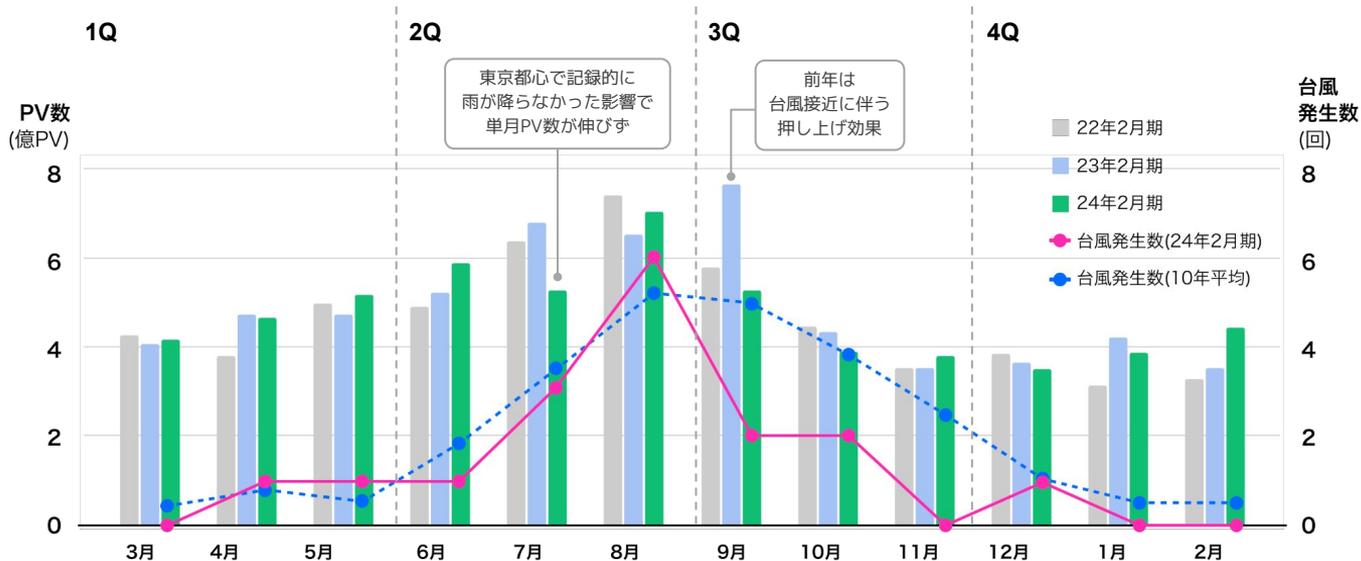
2.1百万人(tenki.jp地震情報)



日本気象協会との関係性



PV数



台風発生数(回)

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96.6%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
- 通期における台風発生数 17個

前期 25個
過去10年平均 24.5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。

tenki.jp 通期のハイライト

タイアップ



1Q

アニメ「BIRDIE WING
-Golf Girls' Story-」



2Q

映画「キングダム 運命の炎」
映画「SAND LAND」



3Q

映画『翔んで埼玉
～琵琶湖より愛をこめて～』

4Q

映画
「ゴールデンカムイ」

新たな施策



1 tenki.jp for スコ得

株式会社NTTドコモの「スコ得
コンテンツ@」にて提供開始

- 2023年9月 Web版
- 2023年11月 Android版
- 2024年1月 iOS版



2 マイクロアドと業務提携

気象関連データをマーケティングへ活用可能に

3 予報plusAd

バナー広告への気象関連データ同時表示で広告効果の最大化を図る

4 ウェザーマーケティングレポート

降雪量と積雪の深さを、全国・地方ごとの地図上に色分けで表示

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 ----- 53万9千DL
(24年2月期 +13万3千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

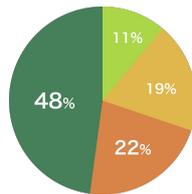
●アプリ内 検索件数ランキング

RANK	名称	エリア	標高(m)	解説	天気地点数
1	富士山	秋父・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、落差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、変化に富む景観が楽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、数多く湧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、白馬三山の盟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にある硫黄温泉、秘湯の窟にあふれています。	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人気が高く、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	南アルプスの盟主にして、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、固有種キタカタソウをはじめ、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

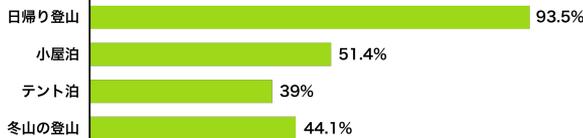
●ユーザーアンケート調査結果

Q1. 年にどれくらいの頻度で登山をしますか？

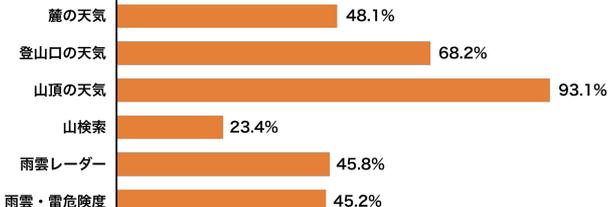
■ 年に1回以上
 ■ 年に5回以上
 ■ 年に10回以上
 ■ 年に15回以上



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

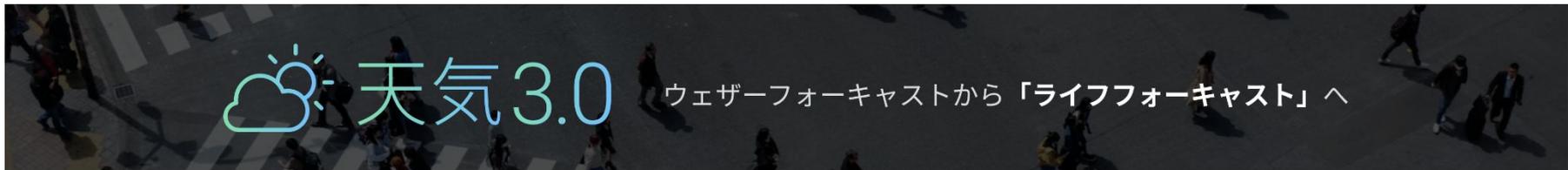
株主優待制度導入後の株主構成の変化



株主優待制度の内容

1単位(100株)以上 2単位(200株)未満	→	QUOカード 1,000円分
2単位(200株)以上 3単位(300株)未満	→	QUOカード 2,000円分
3単位(300株)以上	→	QUOカード 3,000円分

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 <small>(エンドユーザーとの繋がり)</small>	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; justify-content: space-around;"> <div>天気×旅行</div> <div>天気×保険</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 5px;"> <div>天気×健康</div> <div>天気×料理</div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 5px;"> ⋮ etc </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



現在

レジャーサービス領域



tenki.jp
登山天気

中期

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

長期

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

事業範囲の拡大

天気3.0

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

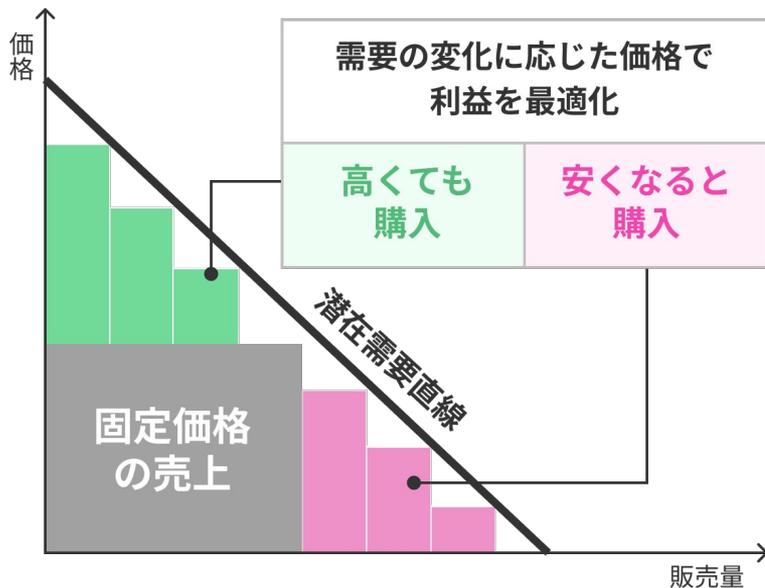
天気×ライフスタイルメディア



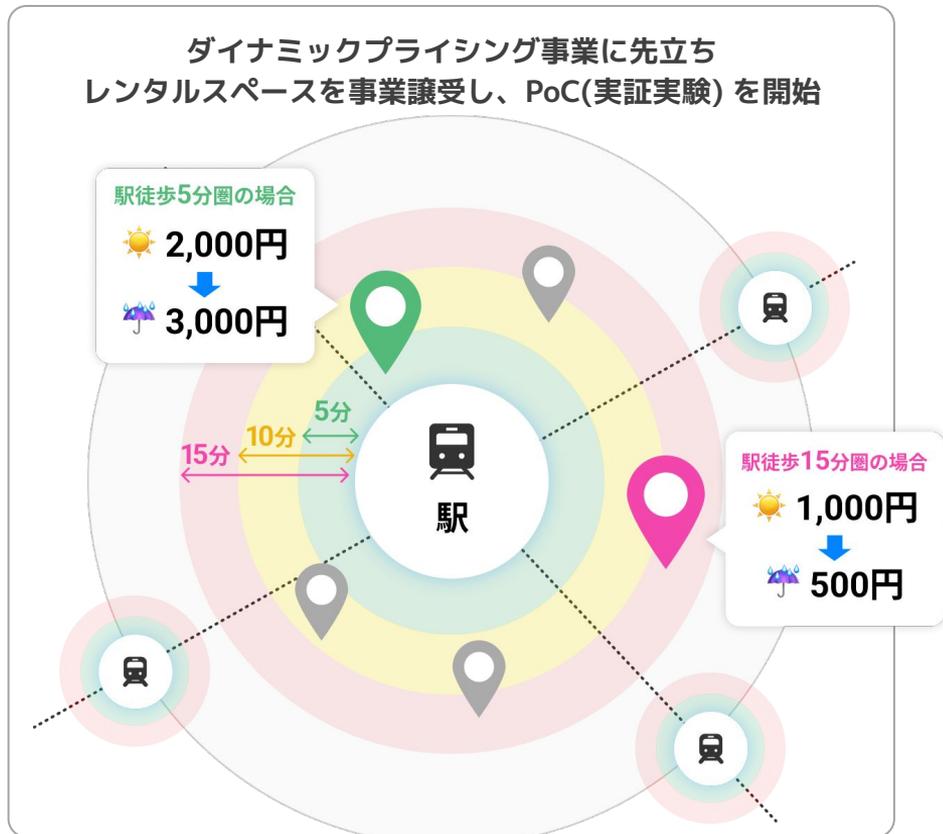
- 天候や気温などによって影響を受けるライフスタイル領域のテーマと天気情報を連携、より読者のニーズにマッチした情報提供を行う新規メディア事業を開発。
- スピード感ある事業化を実現するため、新規でのメディア構築だけではなく、既存メディアとの協業またはM&Aも視野に入れて検討を進めてまいります。

ダイナミックプライシング事業のPoC

市況、個人の嗜好、人流データ、立地・地理情報、気象データ（天気・気温等）等のデータを組み合わせることで、最適な価格を算出するダイナミックプライシングの技術を基盤とした新たな事業を開始
各種データを活用することで、需要の変化を予測し利益を最適化



ダイナミックプライシング事業に先立ち レンタルスペースを事業譲受し、PoC(実証実験)を開始



エンバウンド社の株式を取得(2024年5月10日クローリング予定)

「温泉むすめ」を運営する 株式会社エンバウンドの株式を100%取得

「温泉むすめ」とは、現地の伝承や特徴を基に作られたキャラクター（神様）を通して、日本各地の温泉地の魅力を発信する地域活性化プロジェクト。
※2024年4月12日時点でのキャラクター129人（うち、観光大使等の就任22人）。



50年続く、コンテンツへ

<M&A実施を決めた3つの要因>

① 温泉地との取引関係

「温泉地」「ファン」など関係する参加者すべてにとって Win-Winなビジネスモデルであり、特に温泉地ごとにキャラクターをプロデュースし、温泉地との取引関係を構築できていること

② インターネットの要素を 組み入れる余地が大きいこと

現状のビジネスモデルは、アナログな要素が多く残るため、tenki.jpで培ったノウハウを組み入れる余地が大きいこと

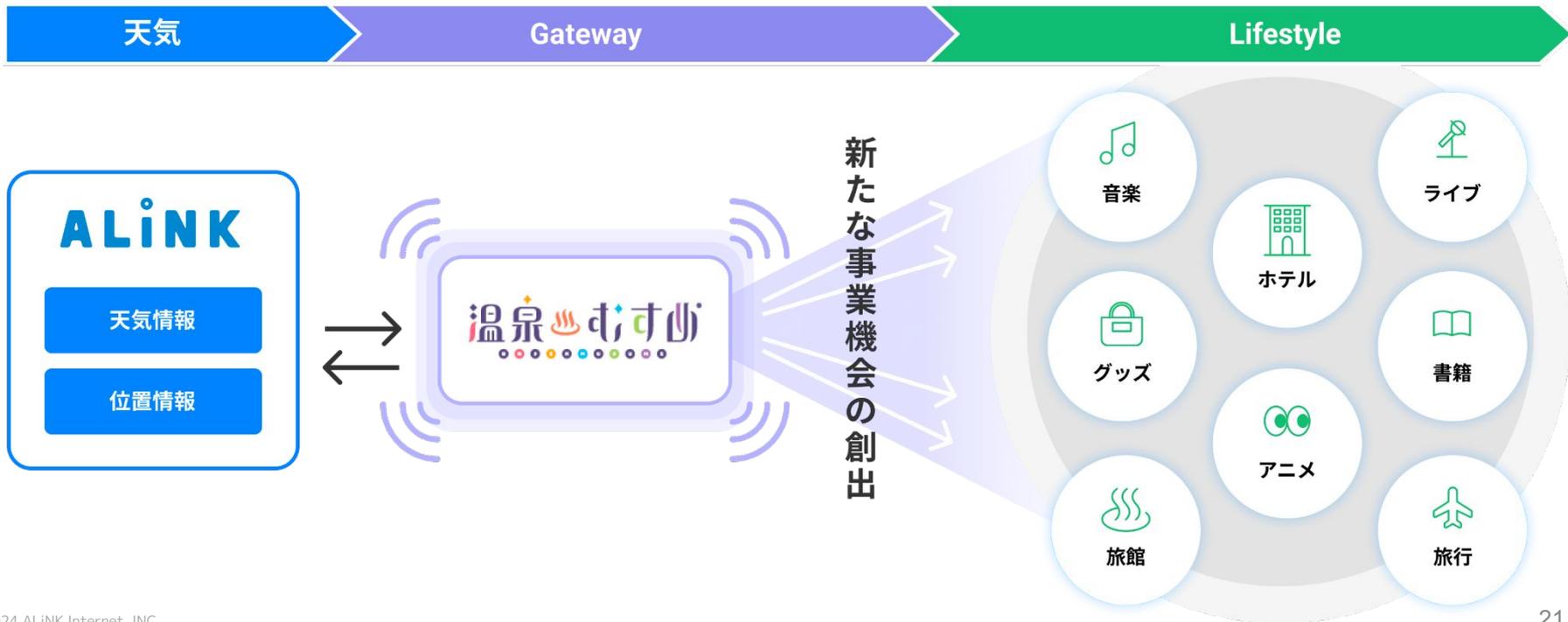
③ コンプライアンスを 重視する体制

違反した場合の対処方針も含めコンプライアンスを守る姿勢があり、また、強化していくことを受け入れる体制があること

新たな事業機会の創出

天気とライフスタイルメディアをつなぐゲートウェイ

温泉むすめをとおり、ユーザーのエンターテインメント体験の向上やコミュニケーション強化を図り、天気情報とライフスタイル領域のゲートウェイとして機能することを期待



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。