

事業計画及び 成長可能性に関する事項

株式会社ALiNKインターネット（証券コード：7077）

2024年5月

ALiNK

目次

- 01 会社及び事業概要
- 02 市場環境及び当社の強み
- 03 財務ハイライト
- 04 成長戦略
- 05 リスク情報

01 会社及び事業概要

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。



会社概要

社名	株式会社ALiNKインターネット
本社	東京都豊島区南池袋2-29-11
設立	2013年3月15日
代表者	代表取締役CEO 池田 洋人
資本金	138,087千円
従業員数	22名（2024年2月末現在）

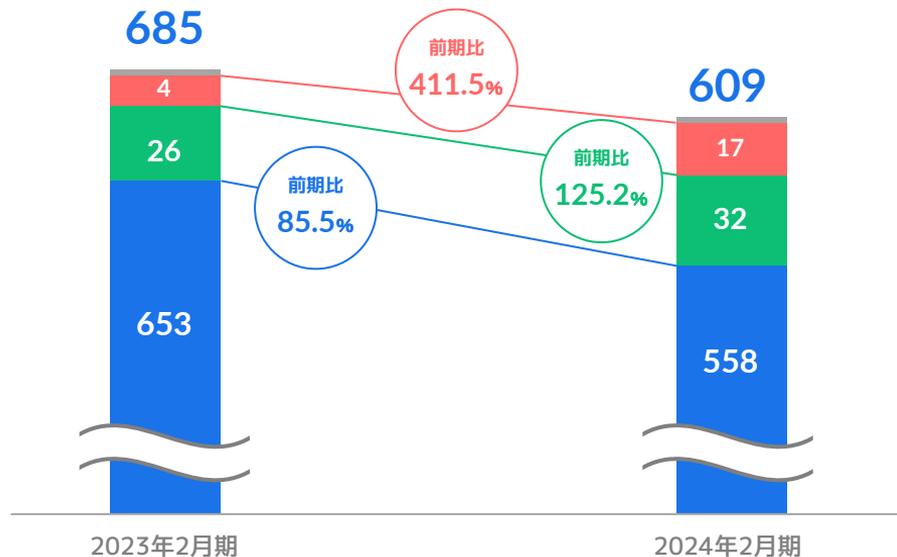
事業内容	tenki.jp事業 ダイナミックプライシング事業 太陽光コンサルティング事業
連結子会社	株式会社エンバウンド IPプロデュース事業

売上高構成

(単位：百万円)

tenki.jp事業 ■ 広告収益 ■ 課金収益 ■ その他

■ 太陽光コンサルティング事業



(広告収益)

運営する天気予報専門メディア「tenki.jp」の各ページに掲載される広告収入。イールドマネジメントによって広告価格の最適化を図っております。アドネットワークを駆使した運用型広告の収入が大半を占めております。また、枠売りやタイアップ広告等の純広告の収入は、広告単価が運用型広告よりも高くなります。

(課金収益)

山の標高別天気予報を提供する「tenki.jp 登山天気」など特定の利用者へ有料で提供しております。

(太陽光コンサルティング事業)

太陽光発電設備を保有することにより得られる売電収入。

(その他)

マーケティングデータ販売



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)

※ 2023年2月期にPV数の測定基準の変更を実施いたしました。アプリのPV取得方法には仮定に基づく推定値を含んでいるため、2024年2月期よりそれ以前に採用していた測定基準へ変更しております。



登山天気（課金収益）



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)**

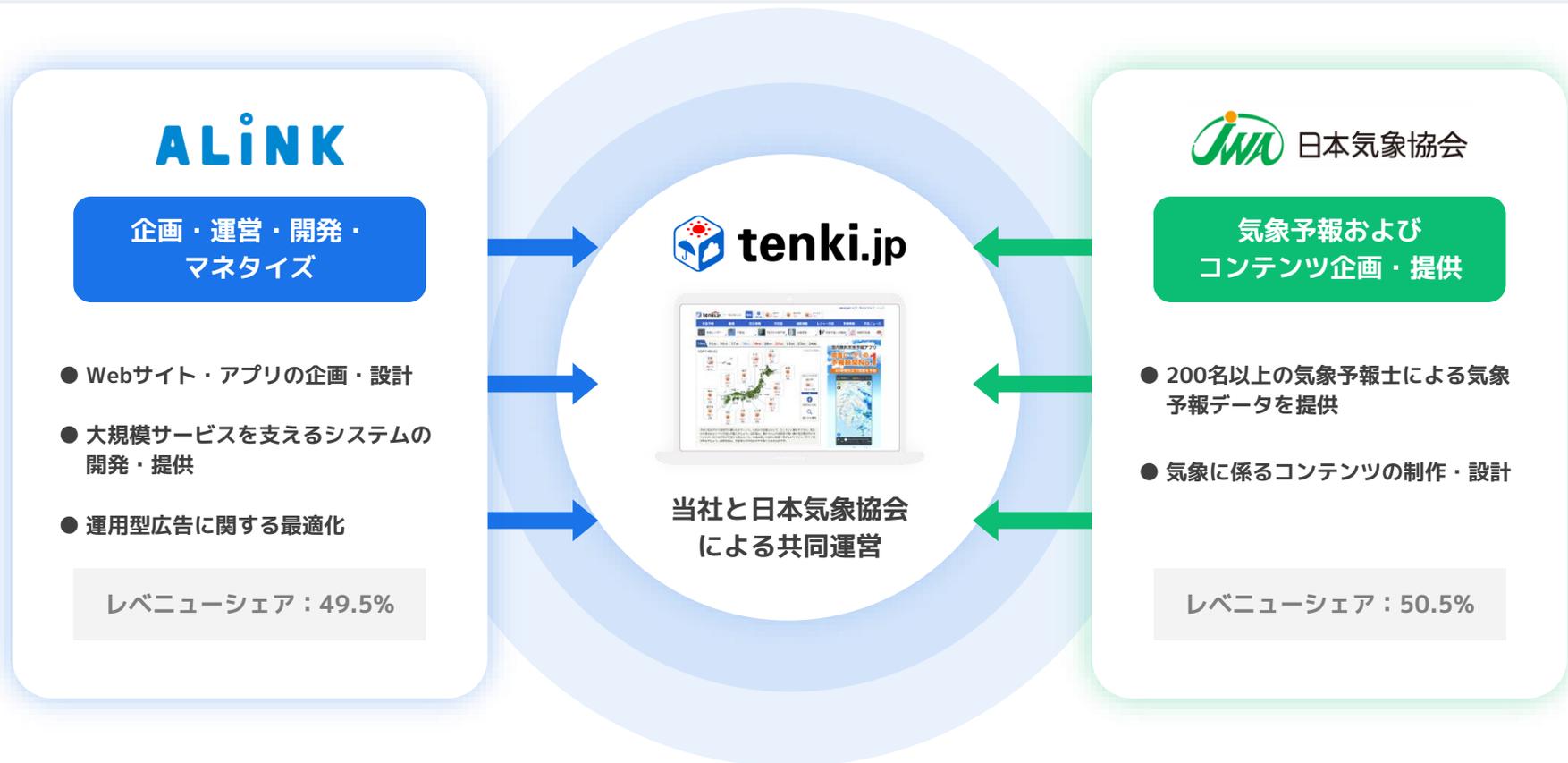


50万
ダウンロード
突破!!

< 知名度向上施策 >

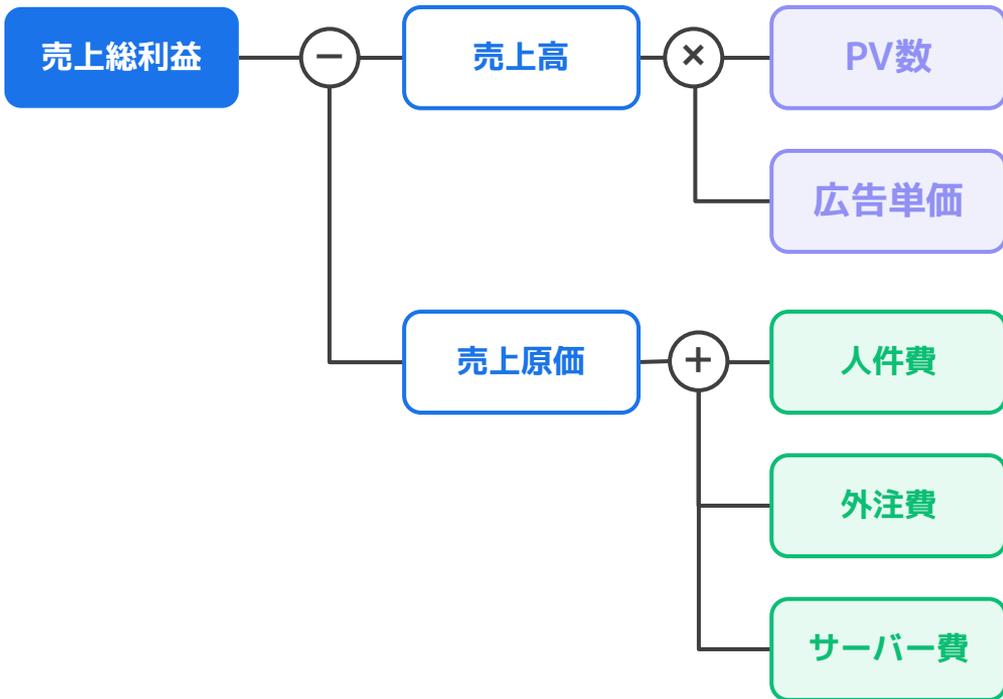


日本気象協会との関係性



広告収益の構造

広告収益（売上高）は、**PV数 × 広告単価**により構成される



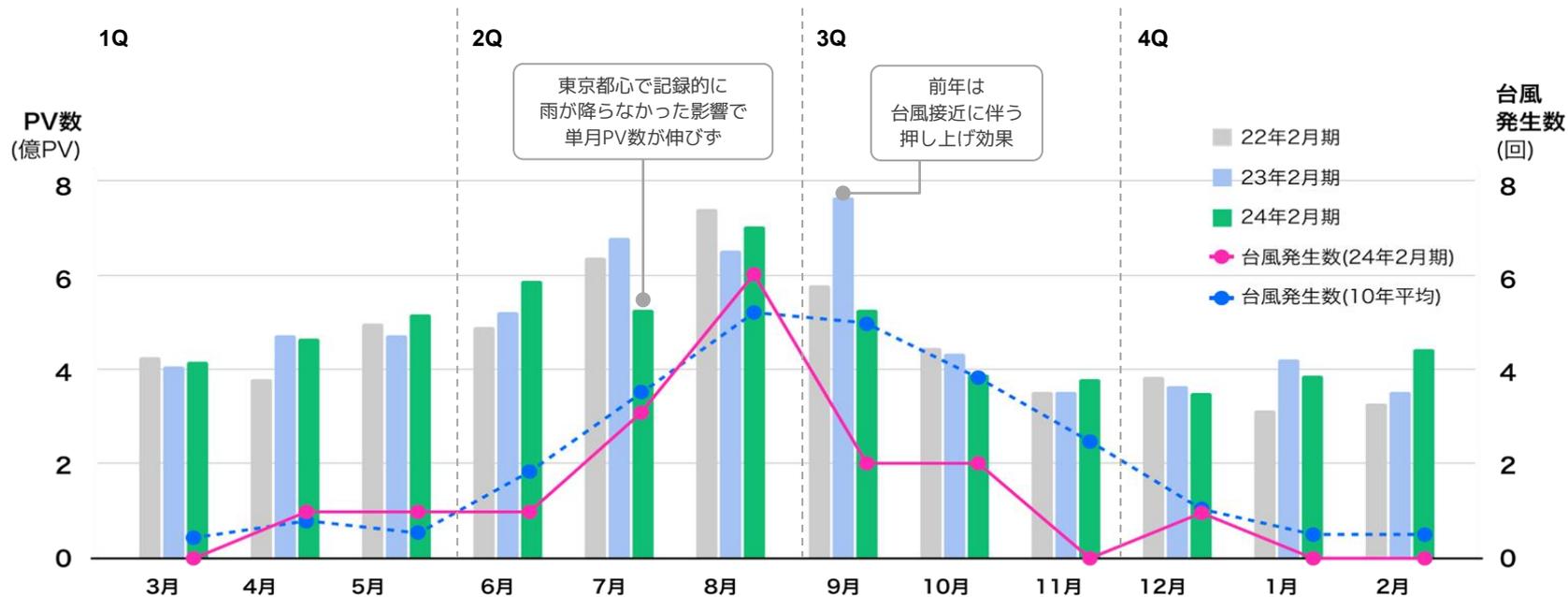
広告収益の構成

- ・ 売上高の90%超を「tenki.jp」における運用型広告及び純広告による広告収益で占める
- ・ 売上高は、PV数の増加と広告単価の上昇により伸長
- ・ PV数は、「tenki.jp」の知名度の向上や機能の拡充等の施策により増加傾向
- ・ 広告単価は、cookie規制などの影響により低迷

売上原価の構成

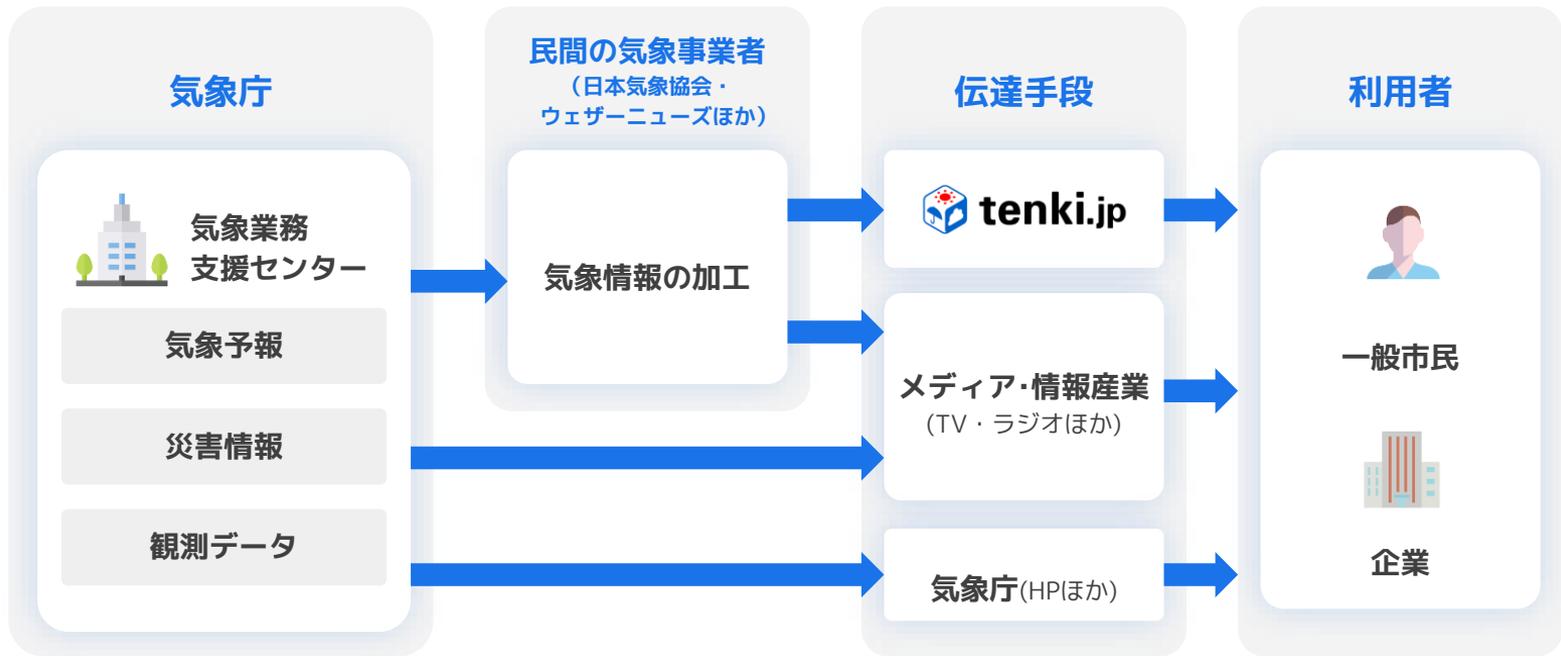
- ・ 「tenki.jp」の開発運用に関する人件費、外注費
- ・ 「tenki.jp」の運用のためのサーバー費用

季節性



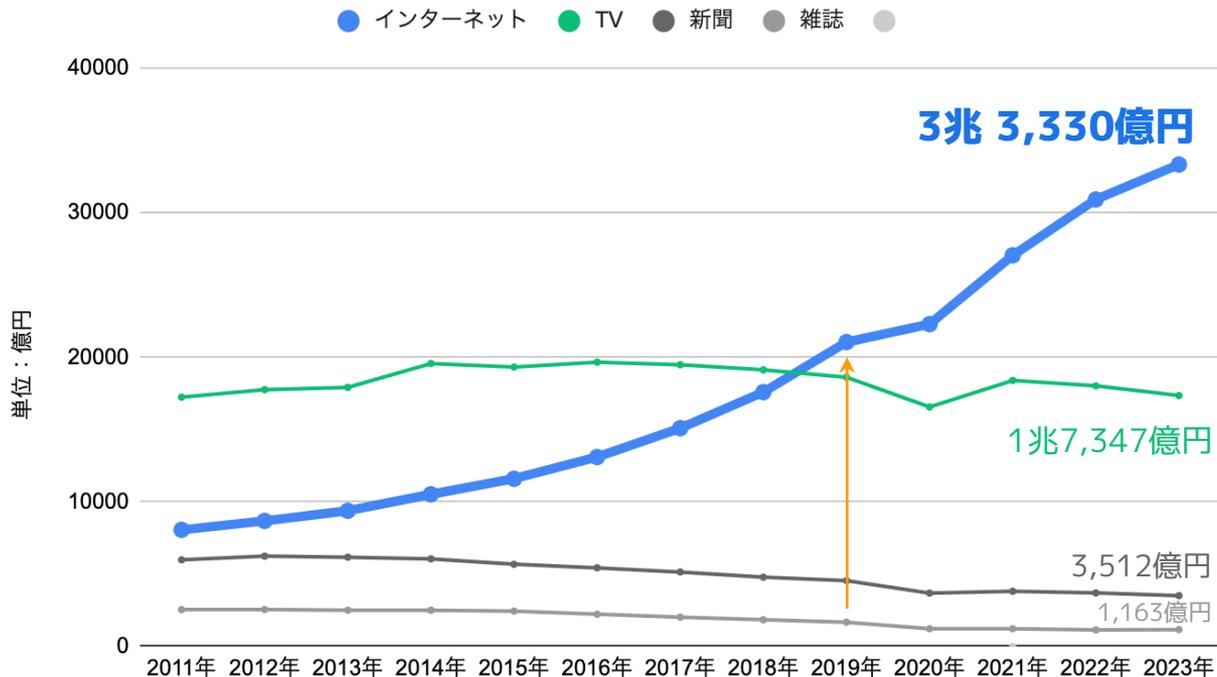
- 当社における第2四半期（6月～8月）第3四半期（9月～11月）に、台風等の災害が多く発生する傾向にあり、これに伴い、この時期の当社売上高も増加傾向となります。
- 24年2月期の台風発生数17個は、過去10年間で最少（23年2月期は25個）。また、23年7月の東京都心で記録的に雨が降らず（連続25日間）。これらの影響により、24年2月期のPV数は、前年同期比96.6%となる。

参考：気象業界の構造



- 気象庁が発表する天気予報、気象観測データ等の各種気象情報は、民間気象事業者等により、きめ細かい局地予報や各種の需要に応じた気象情報として加工等が行われ、テレビなどのマスメディアやインターネットなどの各種情報ネットワークを通じて一般市民や企業等に提供されています。

02 市場環境及び当社の強み



※ 日本の媒体別広告費（出典：「2023年 日本の広告費」(株)電通)

- 「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されており、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。



- 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、世界の気象予報市場は、2030年までのCAGRは10.4%と予測され、2030年には、5,720億円程度に拡大すると想定されます。

出典：※1 NIKKEI COMPASS 地図・気象情報サービス ※2 REPORTOCEAN社 PR Timesプレスリリース（1ドル=130円で換算）

ALiNKの強み



Service

Webサイト・アプリの 企画・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。



Monetize

運用型広告に関する 最適化

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。

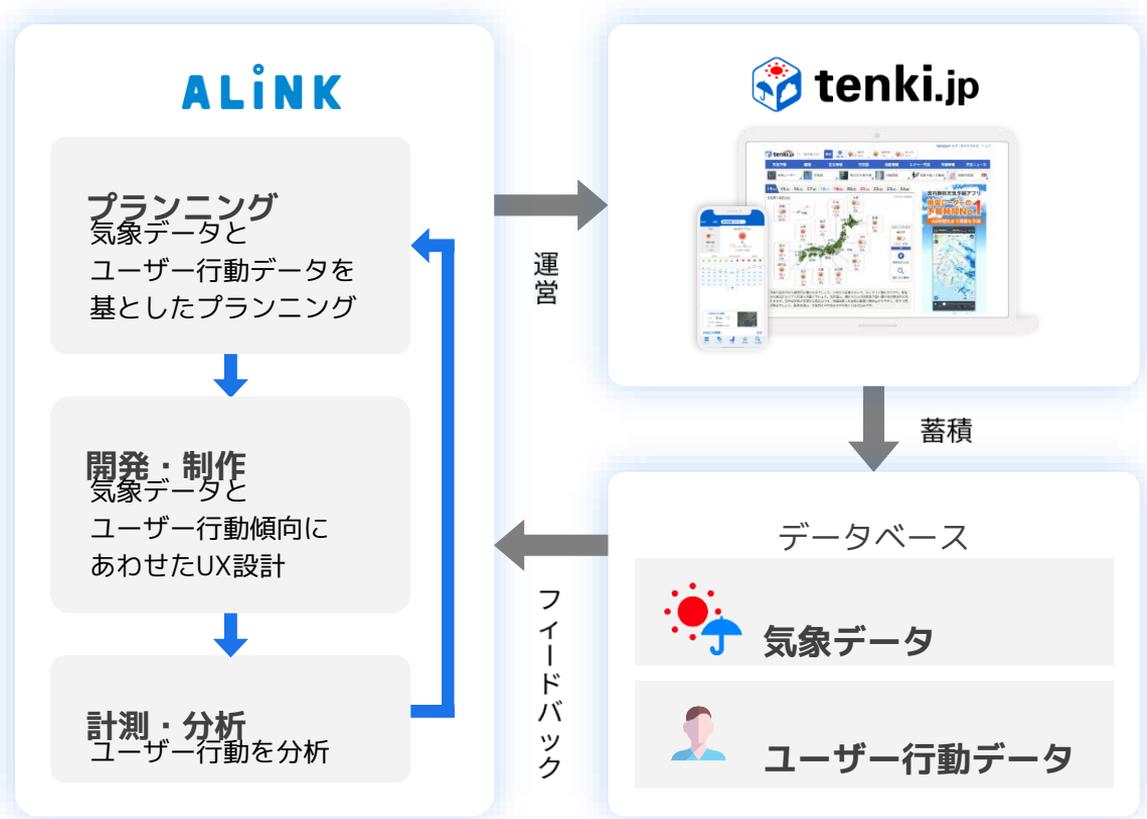


System

大規模サービスを支える システムの開発・提供

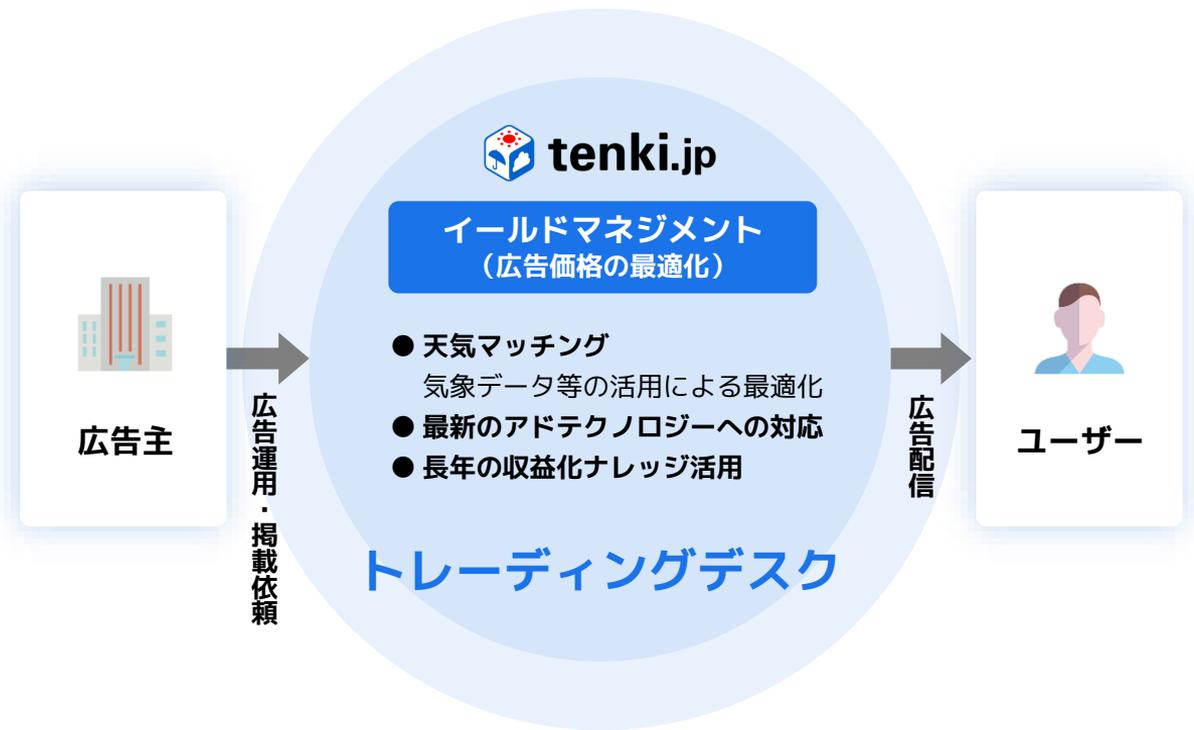
好天候時・荒天候時で大きくトラフィックが変動するピーキーなサービス特性に対し、落ちない・遅延しないサービス提供を実現するシステムやインフラマネジメントナレッジを保有。

①Webサイト・アプリの企画・運営



- 「tenki.jp」で得られる気象データおよびユーザー行動データを分析し、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。

②運用型広告に関する最適化



- 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。

③システム構築・運用

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



tenki.jp

56億PV ※2024.2期実績

サーバ負荷状況例



リクエスト数 (回/時)

有感地震発生時
PV数が上昇



システム最適化

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

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

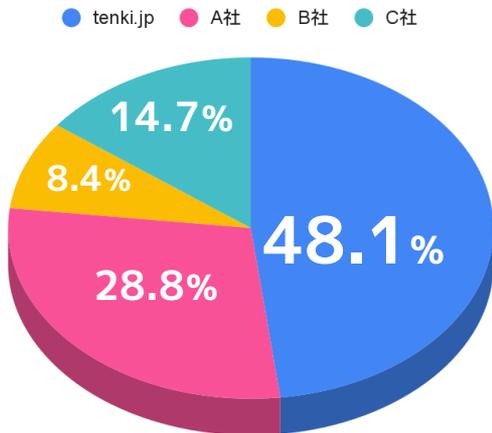
汎用化

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

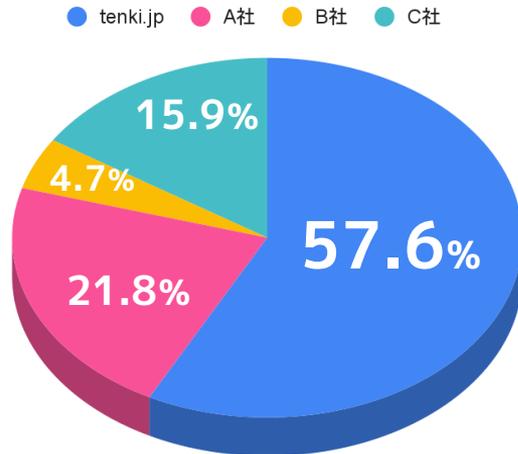
参考：検索ワードにおける天気系シェア

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約半数のシェアを獲得しております。

● 天気系シェア（スマートフォン）



● 天気系シェア（PC）



03 財務ハイライト

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むも前年同期比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

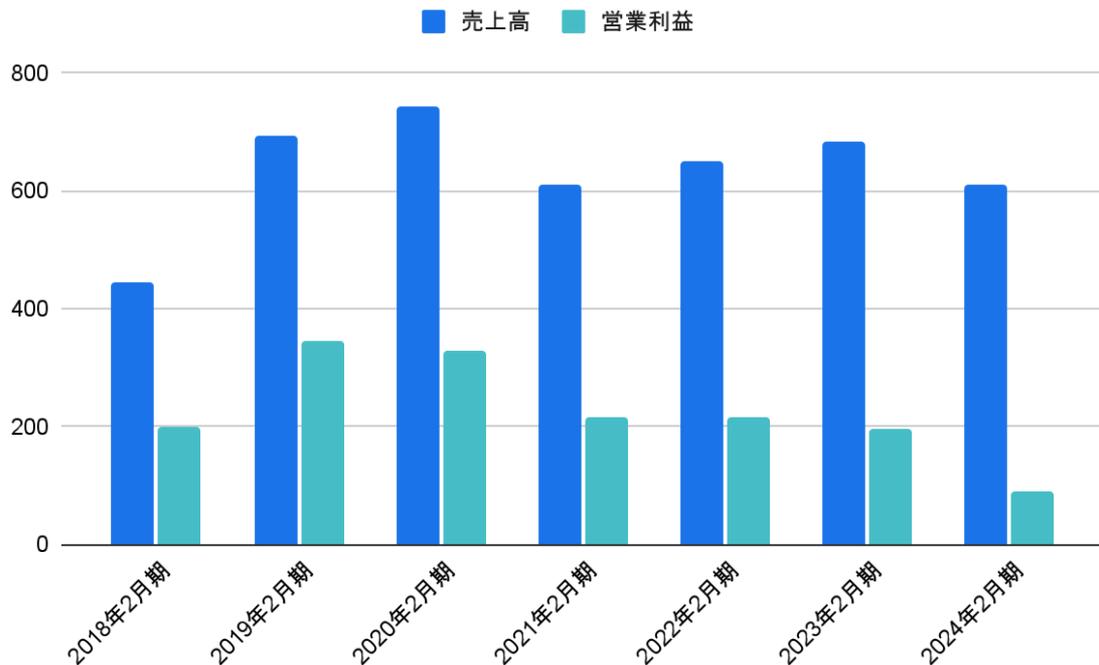
● **短期貸付金**

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。

売上、経常利益の推移

(単位：百万円)



● 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る。

● 24年2月期は、広告単価が市況要因の影響等により低調基調となり減収減益となる。

(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

(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

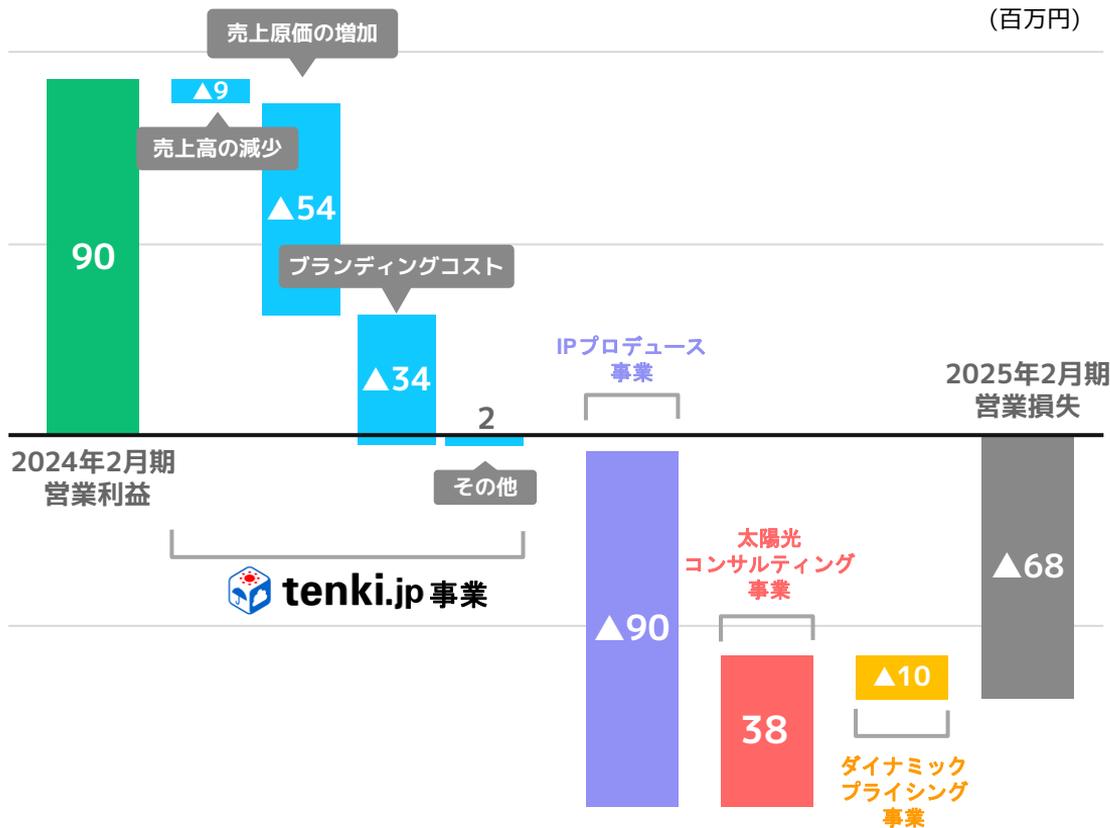
2025年5月に株式会社エンバウンドの 株式取得（連結決算の開始）

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）

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

04 成長戦略

天気3.0

weather forecastからLife forecastへ

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

プレーヤー

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）



天気×旅行

天気×保険

天気×健康

天気×料理

⋮
etc

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	進捗状況
 <p>広告事業 =これまでのtenki.jp 売上創出モデル</p>	<p>PVの成長施策実施</p> <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... <p>※随時実施。10~15%/年の継続成長を目指す</p> <hr/> <p>広告単価の維持</p> <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 <hr/> <p>新しい収益セグメントの創出</p> <ul style="list-style-type: none"> マーケティングデータ販売等 	<ul style="list-style-type: none"> 2024年2月期のPV数は、前年比96.6%。気候の外部要因の影響により伸び悩んだ影響が大きい。次期は、10~15%を目指す。 広告単価は、前年比89.4%。市況要因の影響等により、依然として低迷基調。次期もCookie規制の影響により、更に低迷することを想定。 株式会社NTTドコモの「スゴ得コンテンツ®」にて提供開始
 <p>課金事業 =登山天気などの サブスクモデル</p>	<p>課金事業ドメインの確立と継続的な成長</p> <ul style="list-style-type: none"> 登山天気の伸長 スキー、天文等の新規App展開 新たな課金モデルの創出 	<ul style="list-style-type: none"> 登山アプリは、順調にダウンロード数伸長 ゴルフアプリ、キャンプアプリは、サービス終了 新たな収益モデルの構築に向けた先行投資

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」

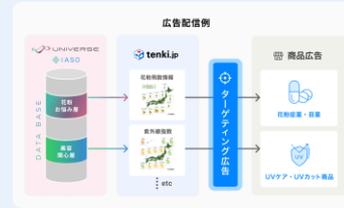
新たな施策



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

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



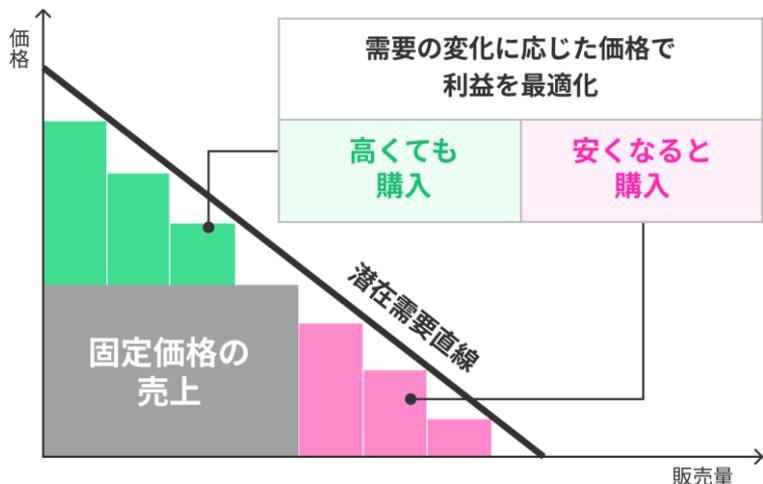
- 天候や気温などによって影響を受けるライフスタイル領域のテーマと天気情報を連携、より読者のニーズにマッチした情報提供を行う新規メディア事業を開発。
- スピード感ある事業化を実現するため、新規でのメディア構築だけでなく、既存メディアとの協業またはM&Aも視野に入れて検討を進めてまいります。

ダイナミックプライシング事業

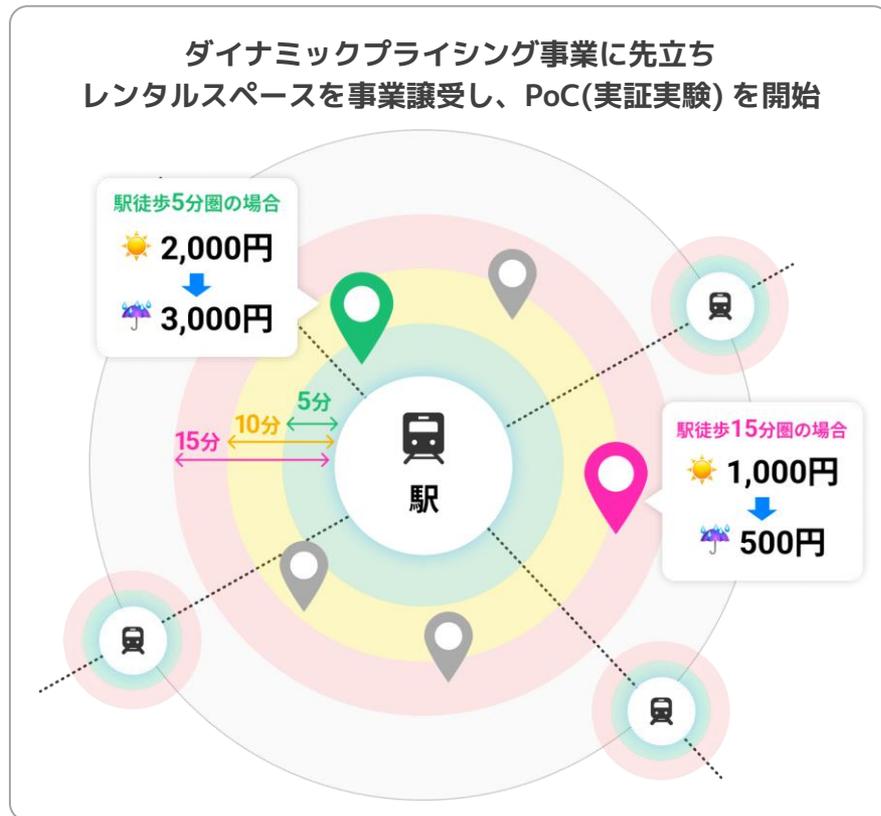
新たにダイナミックプライシング事業 レンタルスペースにおいてPoCを実施

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日クロージング）

「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5月31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

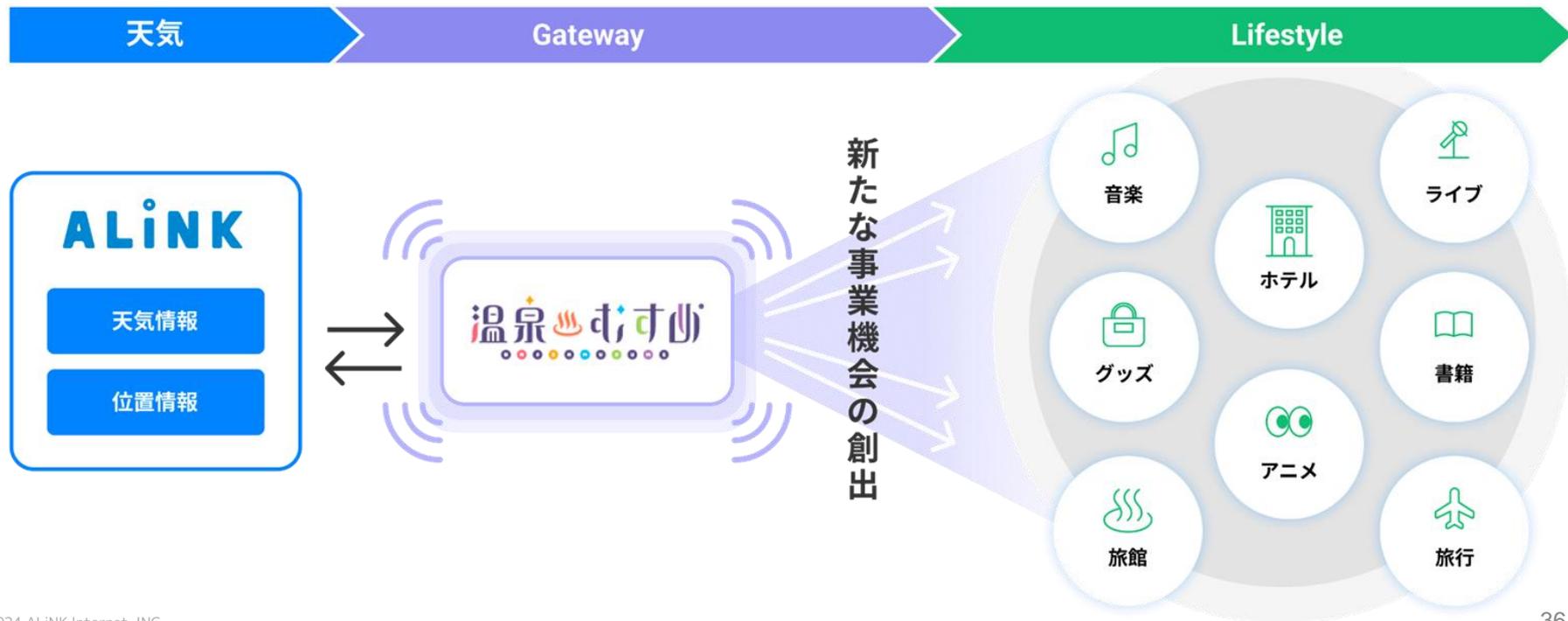
③ コンプライアンスを 重視する体制

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

温泉むすめとおし、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





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

05 リスク情報

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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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	<ul style="list-style-type: none"> ・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
M&A及び業務提携	M&Aや業務提携が期待どおりの効果を生まず戦略目的が達成できない場合等には、対象企業の株式価値や譲受けた事業資産の減損処理を行う必要が生じるリスクが存在します。	①可能性：中 ②時期：短～中期 ③影響度：大	<ul style="list-style-type: none"> ・適切なデューデリジェンスの実施 ・経営戦略との整合性やシナジー効果を勘案した対象企業の選定 ・取締役会における慎重な判断

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。

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（2025年5月）を目途として開示を行う予定です。