

2020年11月19日

会社名 株式会社ALiNKインターネット
(コード 7077:マザーズ)
住所 東京都新宿区山吹町 337 番地
都住創山吹町ビル 801 号室
代表者 代表取締役CEO 池田洋人
問合せ先 担当者 取締役CFO兼
コーポレート部長 池田直紀
電話番号 03-5946-8779

<マザーズ> 投資に関する説明会開催状況について

以下のとおり、投資に関する説明会を開催いたしましたので、お知らせいたします。

○ 開催状況

開催日時 2020年10月15日 13:00~14:00

開催方法 インターネットを利用したライブ配信

説明会資料名 2021年2月期第2四半期決算説明資料

【添付資料】

2021年2月期第2四半期 決算説明資料

2021年2月期第2四半期 決算説明資料

2020年10月
株式会社ALiNKインターネット

1. 2021年2月期第2四半期 決算概要
2. 今後の成長戦略について
3. 事業内容

2021年2月期第2四半期 決算概要

- 天候の安定や外出自粛の影響を受けながらも積極的な回遊施策を講じることで、前年同期比並のPV数を確保しました。一方で新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、広告単価は下落となり、減収の結果となりました。

(百万円)	2021年2月期 第2四半期	2020年2月期 第2四半期	前年同四半期比
売上高	319	377	△15.3%
営業利益	134	190	△29.5%
経常利益	130	184	△29.3%
四半期純利益	130	121	+8.0%

①資産合計は、利益の積み上げ等により142百万円の増加

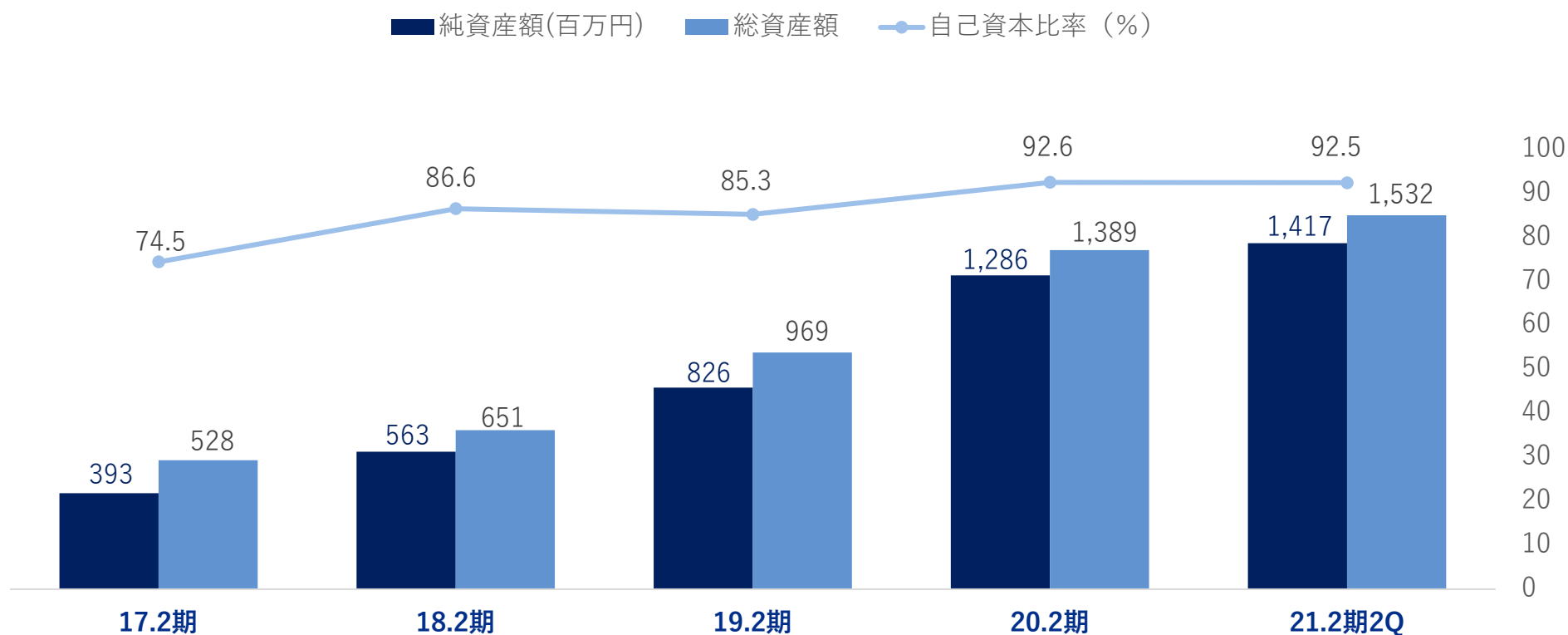
②負債合計は未払法人税等により130百万円の増加

■ 自己資本比率は92.5%（前期末92.6%）となりました。

(百万円)	2020年2月期末	2021年2月期末 第2四半期	前期末差
流動資産	1,110	1,334	+223
固定資産	279	198	△81
資産合計	1,389	1,532	① +142
流動負債	98	113	+15
固定負債	5	1	△3
負債合計	103	114	② +11
純資産合計	1,286	1,417	+130

- 継続して強固な財務基盤を有しております。

純資産額・総資産額・自己資本比率



■ 現金及び現金同等物は前事業年度末比、582百万円の増加

(百万円)	2019年2月期 第2四半期	2020年2月期 第2四半期	前年同四半期差
営業活動によるCF	17	253	+236
投資活動によるCF	1	0	△1
財務活動によるCF	—	0	0
現金及び現金同等物 四半期末残高	531	1,114	+582

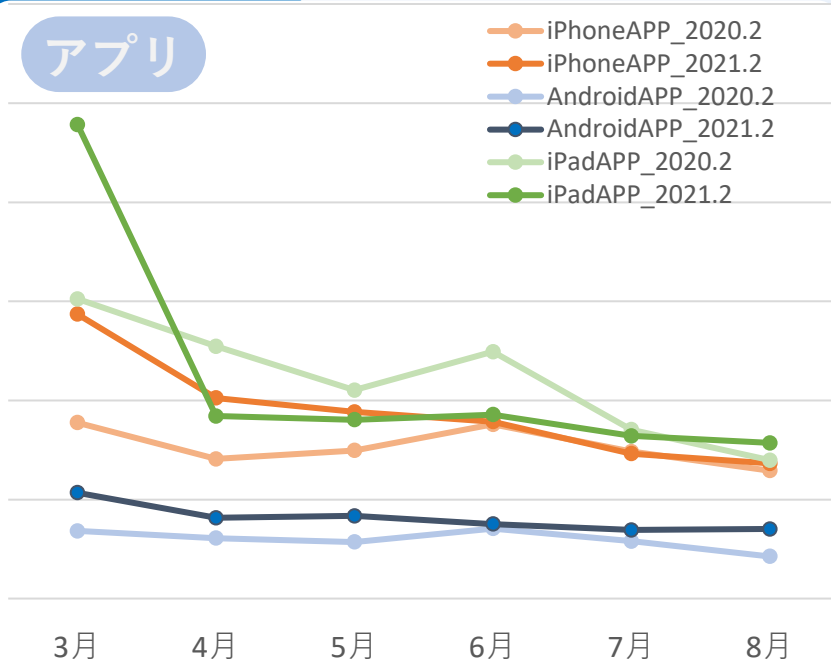
- 今後の新型コロナウイルス感染症拡大、天候による影響および気象庁ホームページにおけるウェブ広告運用業務等委託事業の今後の見通しが困難なため、下方修正とした上でレンジ形式の予想としています。

(百万円)	2021年2月期 (今回修正予想)	2021年2月期 (前回予想) ※2020年4月14日発表
売上高	550～620	799
営業利益	100～210	377
経常利益	90～200	366
当期純利益 (四半期)	110～180	281
1株当たり当期 (四半期) 純利益	52円32銭～85円62銭	134円04銭

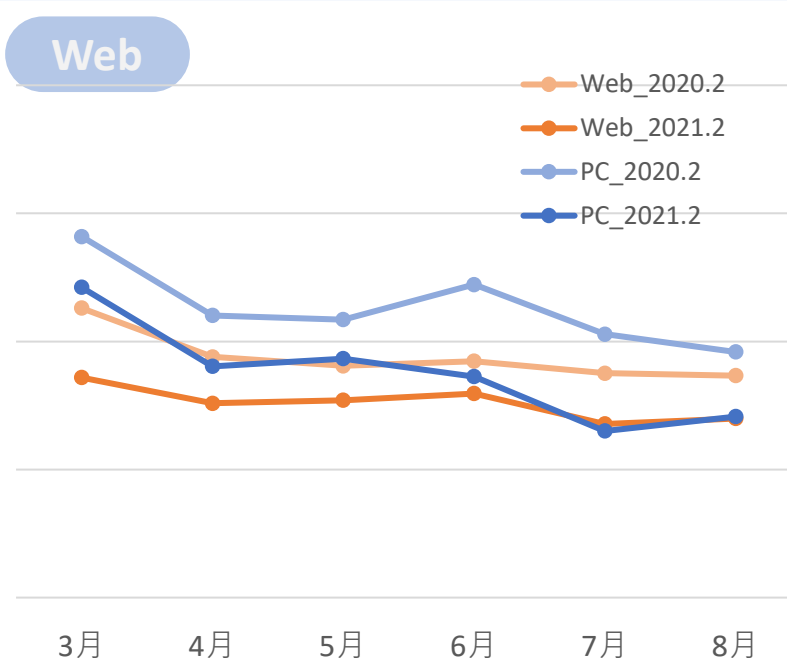
$$\text{広告単価} \times \text{PV数} = \text{売上}$$

広告単価

アプリ



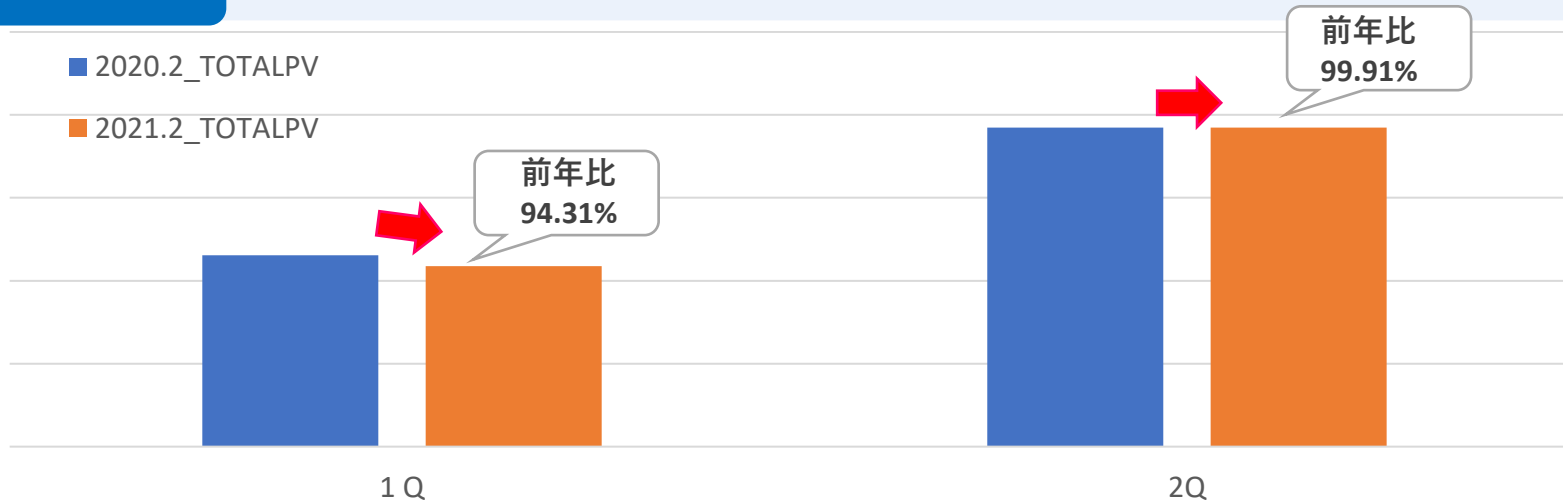
Web



コロナウイルスの影響を受け、広告主の出稿意欲が減退し、特に第2四半期期間中にPCでの下落が見られましたが、一旦底を打った状況です。この傾向は今期中は続く見込んでいますが、来期以降レジャー関連業界の回復と共に単価も回復に向かうと見えています

$$\text{広告単価} \times \text{PV数} = \text{売上}$$

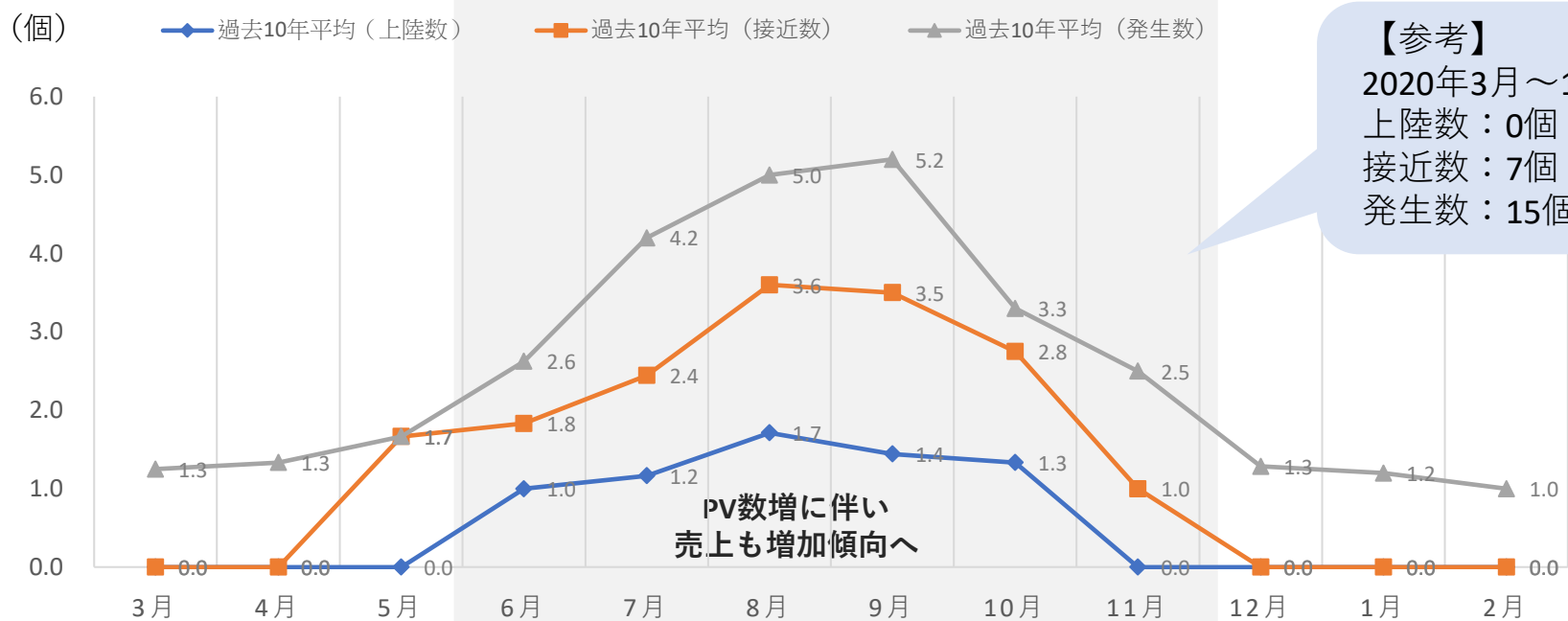
PV数



今期前半では天候の安定や、春先の外出自粛の影響を受け、微減したものの、足元の第2四半期では盛り返しほぼ前年並となっています。例年2Qは台風の影響によりPV数が伸びる傾向にあるものの、今期は未だ台風上陸数0となっており、異例の年となっています。今期は台風の影響に頼る事なく、前年同期比並のPV数を確保しているため、コロナウイルスの影響は回復傾向にあると見ると同時に、tenki.jp本来のメディア力が高まったと見ています。当メディアでは様々な回遊施策を行っていますが、中でも雨雲レーダーや梅雨入り梅雨明けページにおけるユーザー最適化がPV押し上げに貢献しました。

■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ます。これに伴い、この時期の当社売上も増加傾向が見られる結果となっています。

過去の国内 台風上陸数・接近数・発生数（2010～2019年：過去10年平均）



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

■過去10年を振り返ると、台風は毎年2個～6個上陸しています。特に直近5年間の平均は約5個と増加傾向にありましたが、今年は0個となっており、2008年以来の異例の年となっています。

(2020年10月12日現在)

年	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	年間
2020													0
2019							1	2	1	1			5
2018							1	2	2				5
2017							1	1	1	1			4
2016								4	2				6
2015							2	1	1				4
2014							1	1		2			4
2013									2				2
2012						1			1				2
2011							1		2				3
2010								1	1				2

出展：気象庁 台風の発生数

今後の成長戦略

$$\text{広告単価} \times \text{PV数} = \text{売上}$$

広告単価

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。

◆「天気連動広告」「イールドマネジメント」独自の技術を活かした2本の柱で、広告単価の向上を図っていきます。

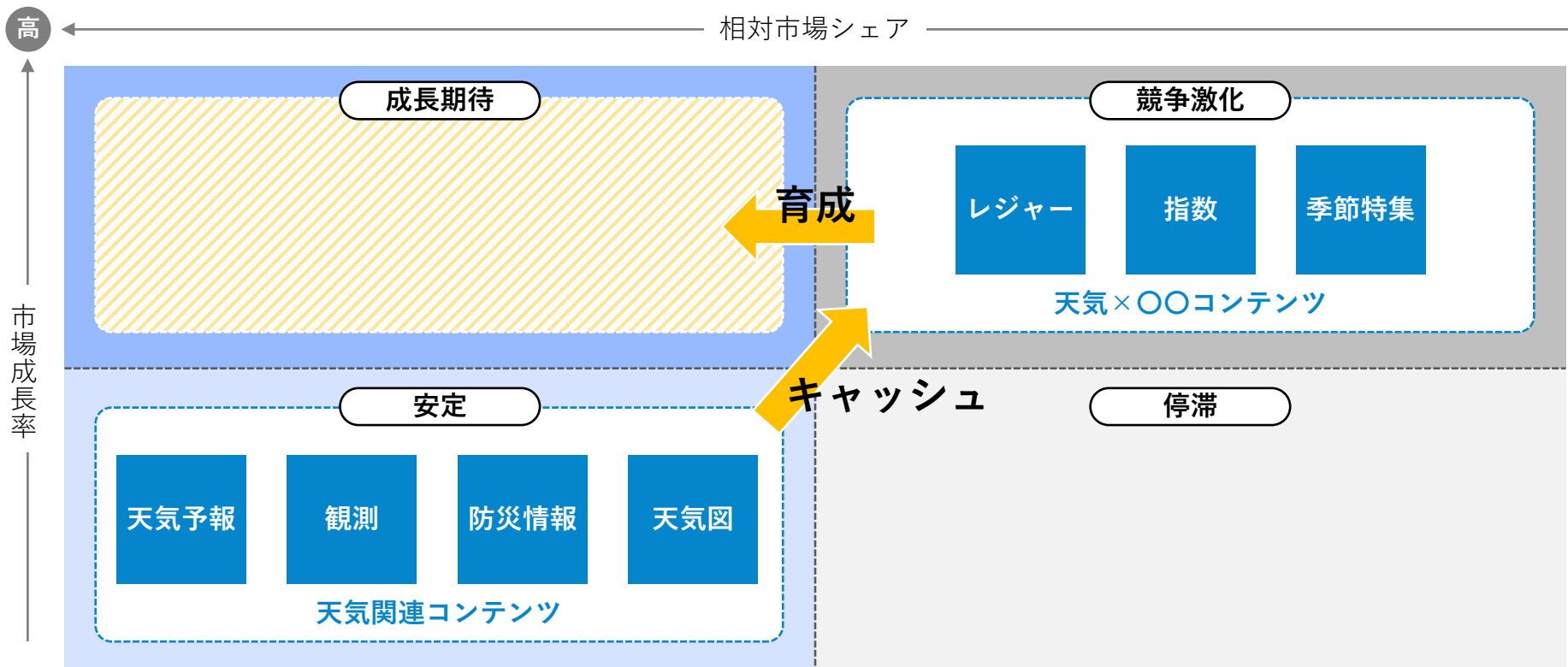
PV数



◆近年異常気象が多く発生しており、気象・防災への関心が高まっています。3つの施策で更なるPV数向上を図ると共に、皆さまの生活サポートに努めます。

- トラフィックが天気予報とその関連コンテンツに集中している。
- 結果として、天気の良し悪しにトラフィック（売上）が左右されやすい。

➔ 今後の成長戦略として、レジャー・生活領域に注力します。
天気をフックにしながら領域を拡大し、成長を加速させます。



事業内容

- 当社はtenki.jpの運営を主要事業としています



- 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
- 2020年2月期実績で約48億PV
- twitterアカウント約283万フォロワー（2020年2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>

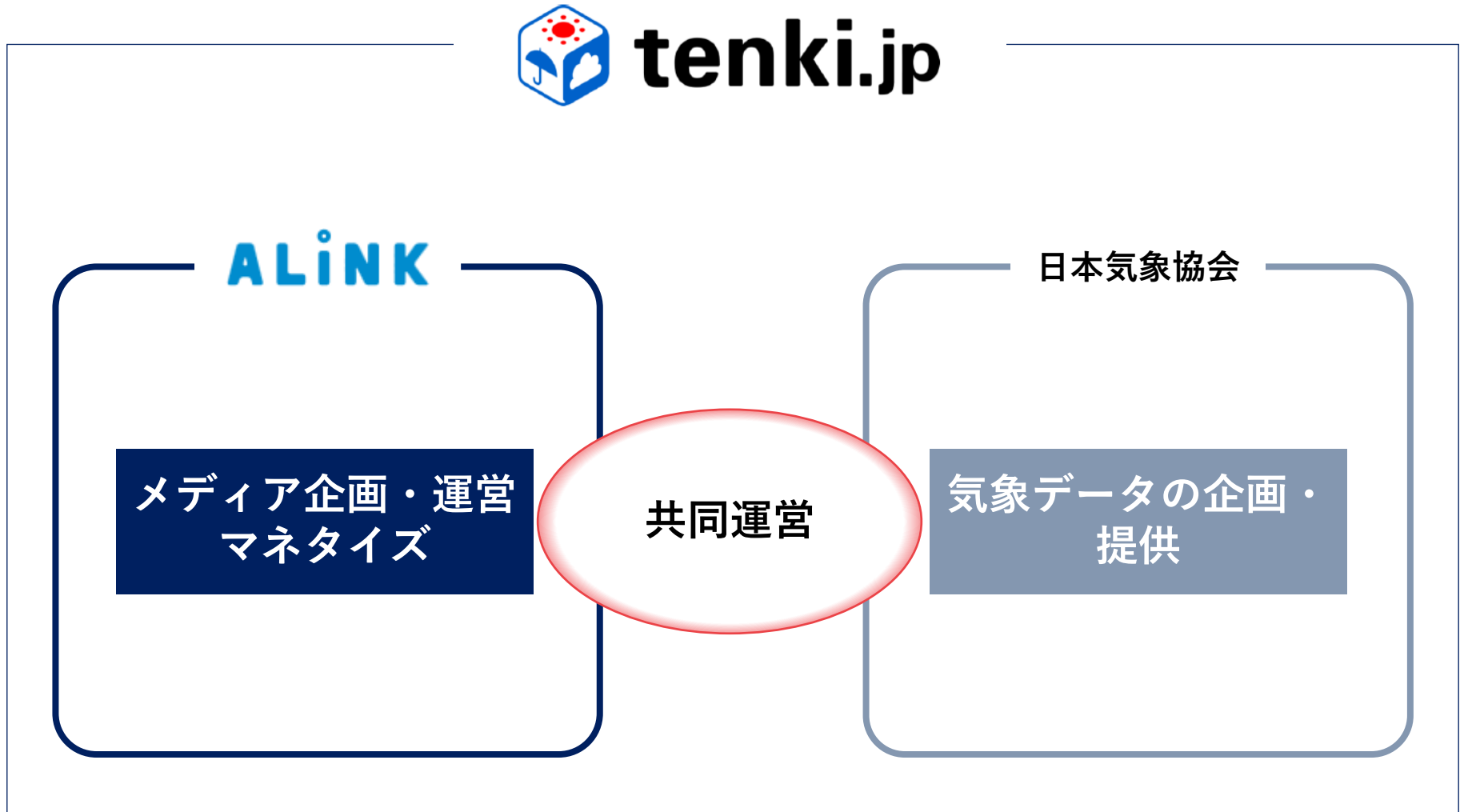
天気予報	天気予報 世界天気 日直予報士 10日間天気 長期予報 雨雲(予報) 豪雨レーダー PM2.5 世界の雨雲 雷(予報)
観測	雨雲(実況) アメダス 実況天気 過去天気 雷(実況)
防災情報	警報・注意報 地震 津波 火山 台風
季節情報	花粉飛散情報 桜開花情報 GWの天気 梅雨入り・明け 熱中症情報 紅葉見ごろ情報 ヒートショック予報 スキー積雪情報
天気図	天気図 気象衛星 世界衛星
指数情報	洗濯 服装 お出かけ 星空 傘 紫外線 体感 洗車 レジャー のど飴 肌シミ 睡眠 不快 汗かき 冷房 アイス ビール 除菌 蚊ケア 寒暖差 水道凍結 うるおい 霜 風邪ひき 掛け布団 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

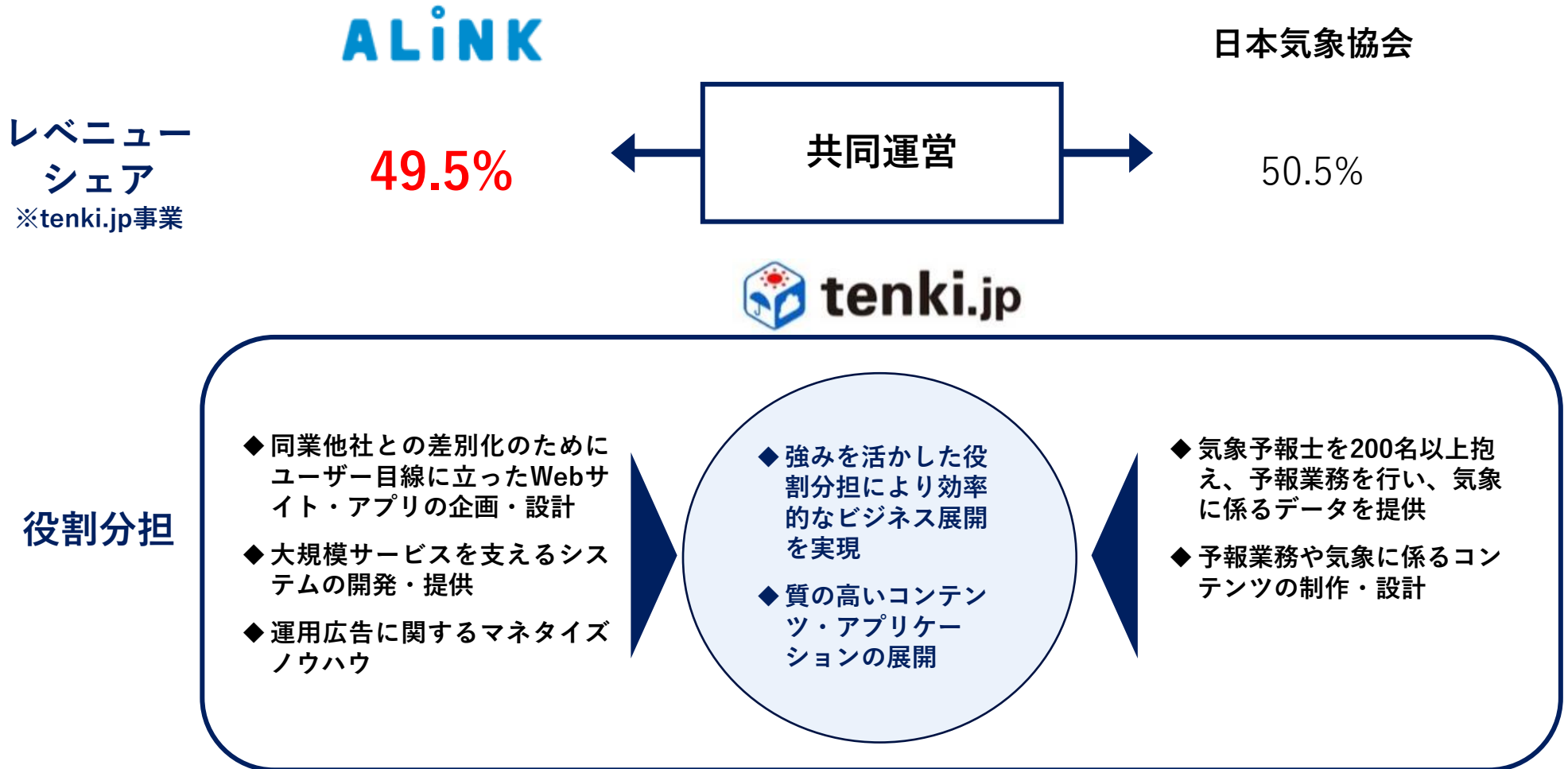
tenki.jp登山天気は、山の天気予報有料アプリです。



- 当社と日本気象協会は共同運営の形態で、tenki.jpを運営しています



- 日本気象協会とは、互いの強みを活かした「tenki.jp」の共同運営を実施しており、過去から徐々にレベニューシェア率を向上させ、現在は49.5%となっています

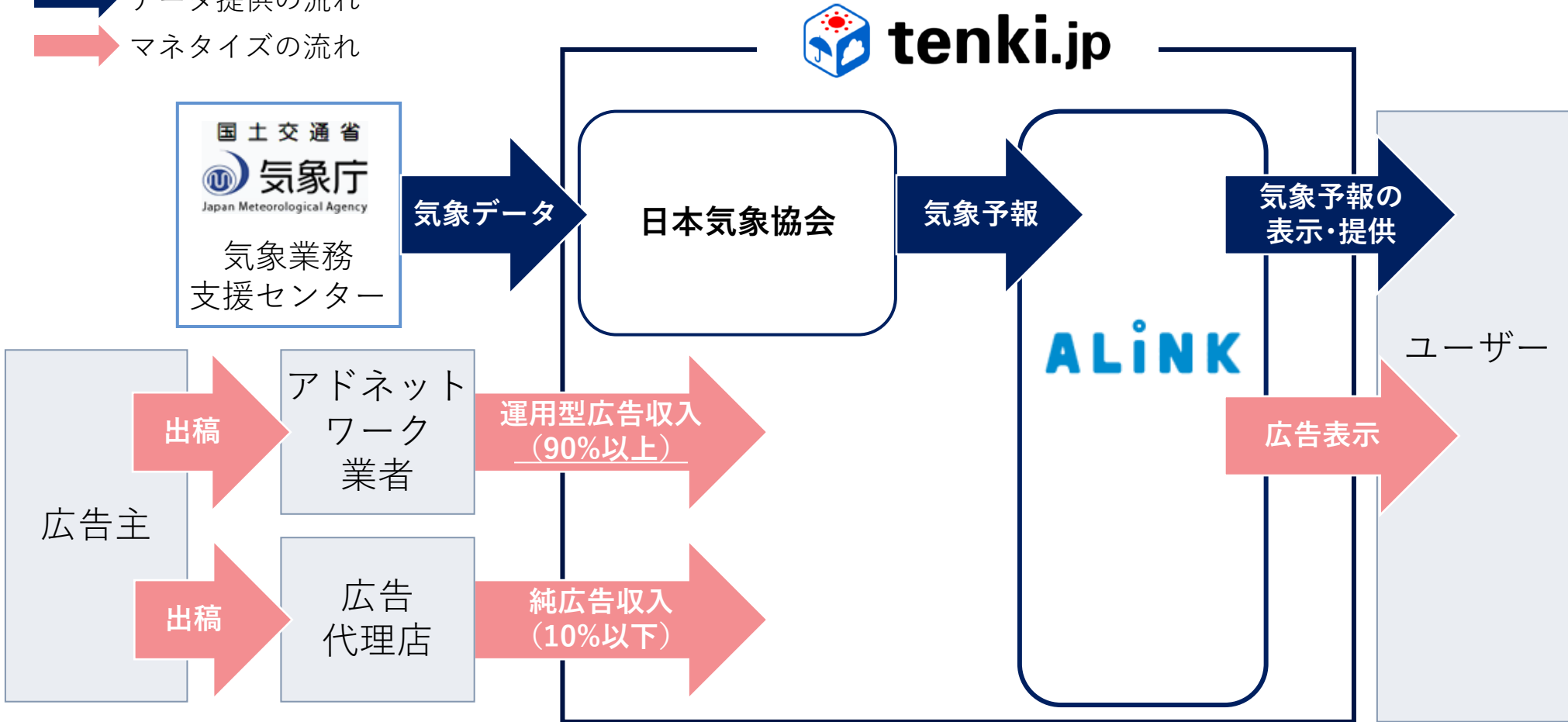


■ マネタイズ方法は広告収入であり、運用型広告(※)が9割以上となります

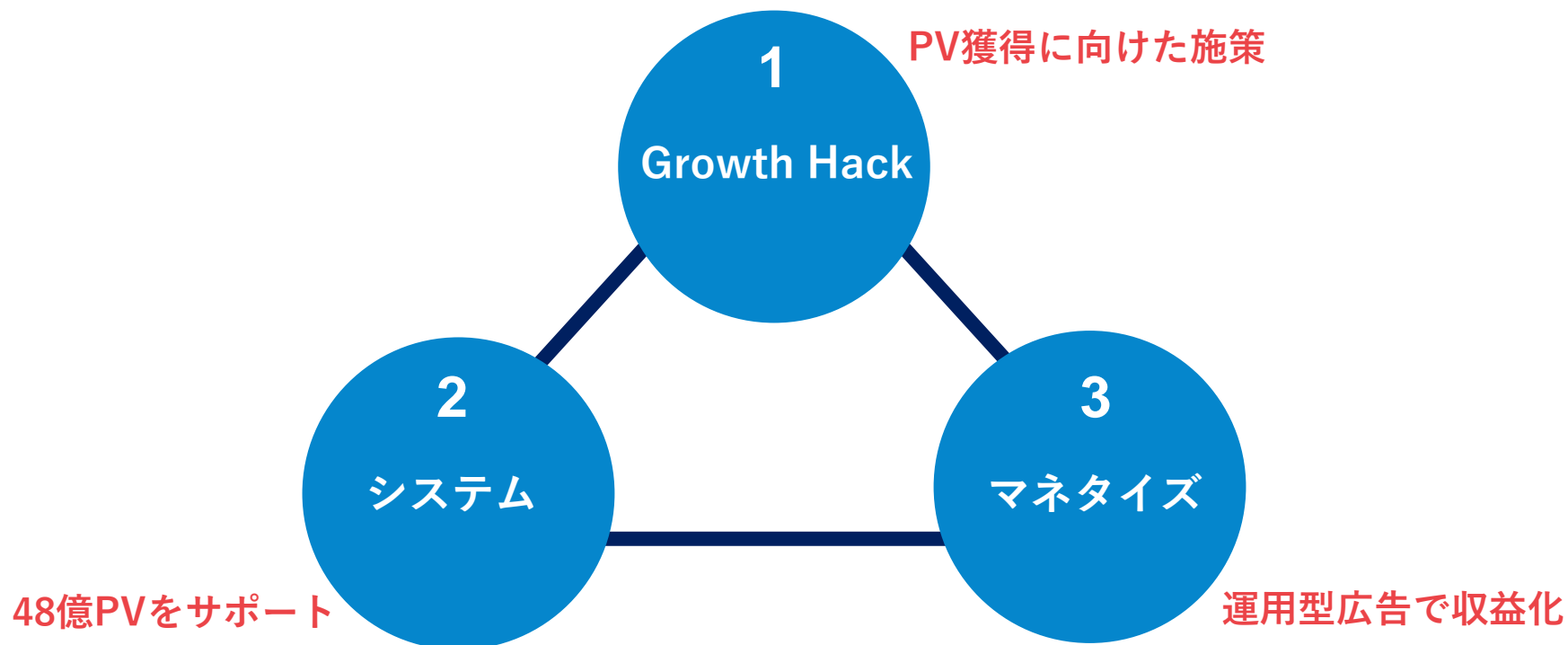
※純広告、タイアップ広告、アフィリエイト広告などは、運用型広告には含まれません

■ データの提供は日本気象協会の役割となります

➡ データ提供の流れ
➡ マネタイズの流れ



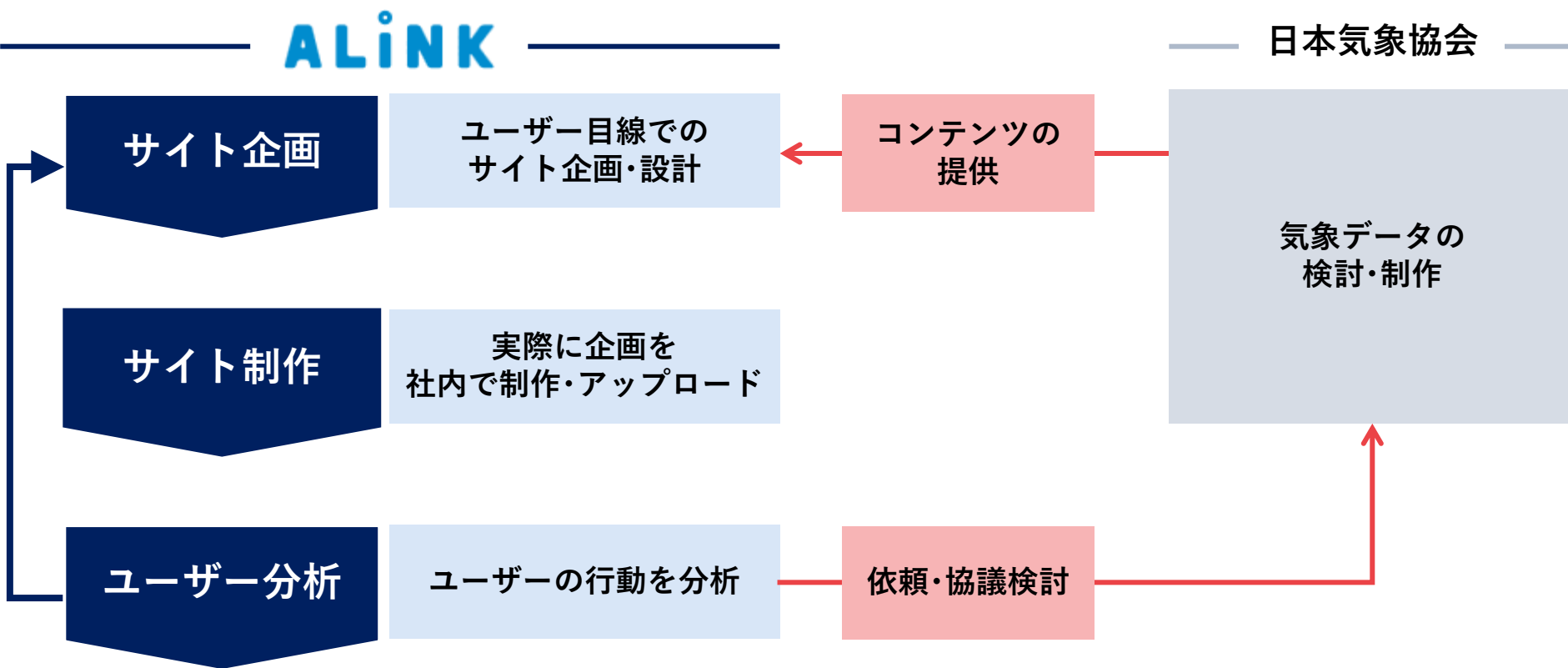
- 高い専門性が求められる、Growth Hackによる改善、万全なシステム対応、効率的なマネタイズを、少数精鋭のプロフェッショナルな人材が統括しています



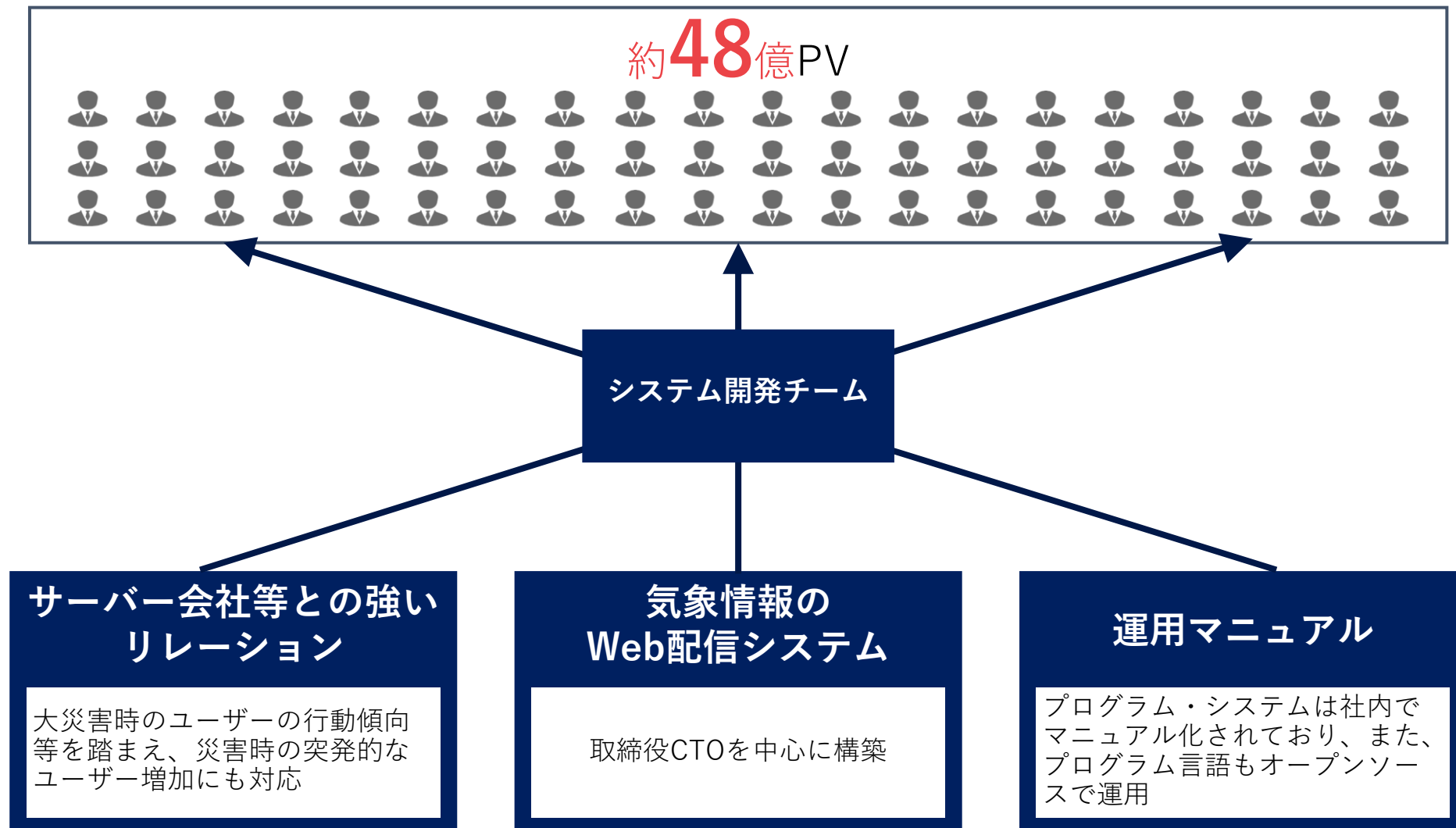
少数精鋭のプロフェッショナル集団でtenki.jpの運営・成長・マネタイズ

- サイト企画・サイト制作・ユーザー分析を日々PDCAを回して改善活動を実施しており、日本気象協会側に新たなデータ制作・提供を適宜求めることが可能です

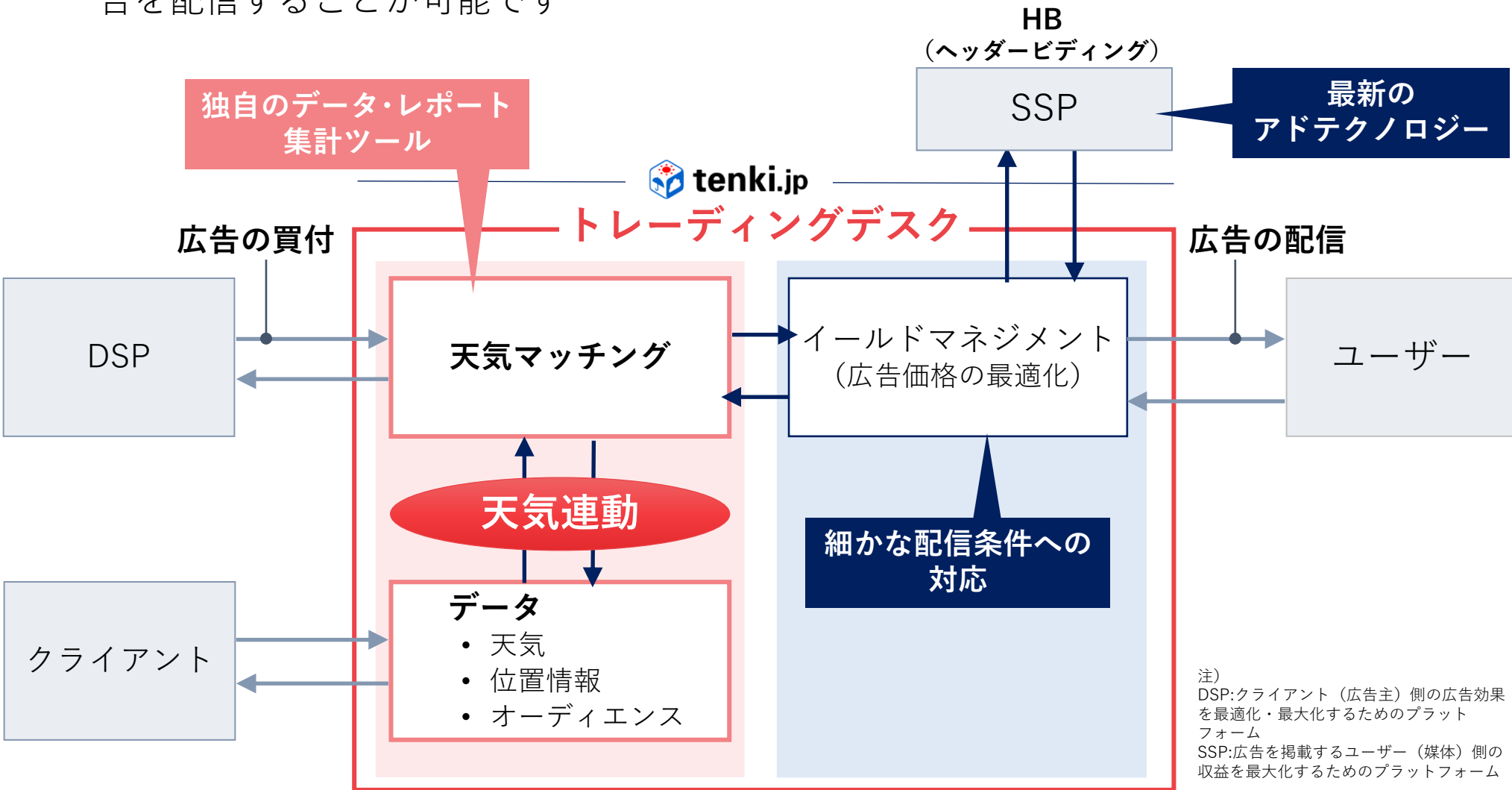
Growth Hack



- 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



- 当社独自のノウハウに基づき、天気と連動した広告を扱うことによって、高単価で広告を配信することが可能です



Appendix.



「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。

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	135,345千円
従 業 員 数	12名（2020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

【著書】

- 『たのしく学ぼうお天気の世界 12ヵ月』
 出版社: 東京堂出版
 発売日: 2012/4/12
- 『ずっと受けたかったお天気の授業』
 出版社: 東京堂出版
 発売日: 2008/7/1



CTO 松本修士

2003年 8月 ヤフー株式会社入社
 2005年 5月 株式会社ライブドア入社
 2006年 9月 株式会社ありんく入社
 2008年 4月 株式会社ありんく 取締役CTO就任
 2013年 3月 株式会社ALiNKインターネット設立 取締役CTO



CSO 富田知尚

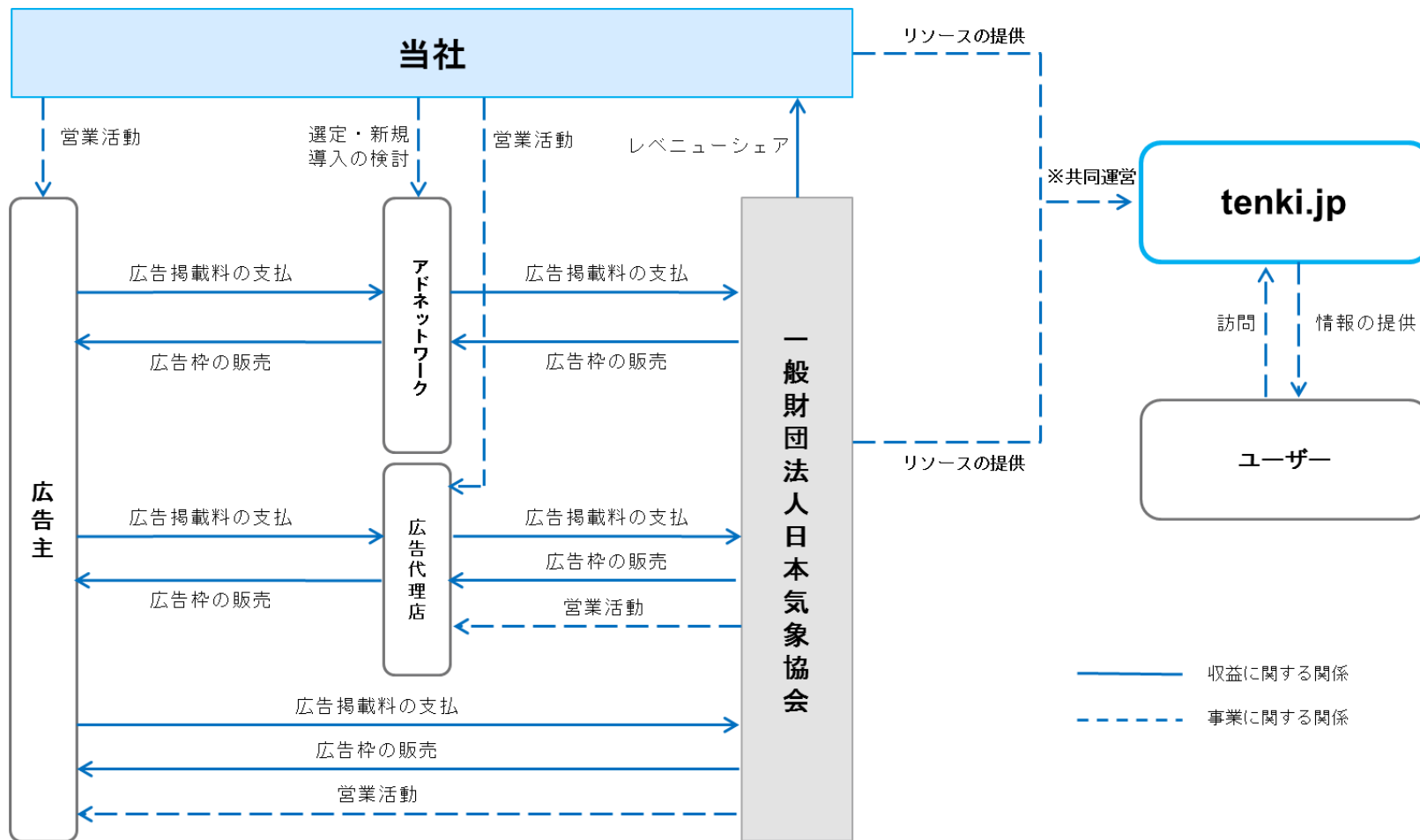
2008年 4月 株式会社リクルート入社
 2011年10月 グーグル入社
 2017年10月 株式会社ALiNKインターネット 取締役CSO就任

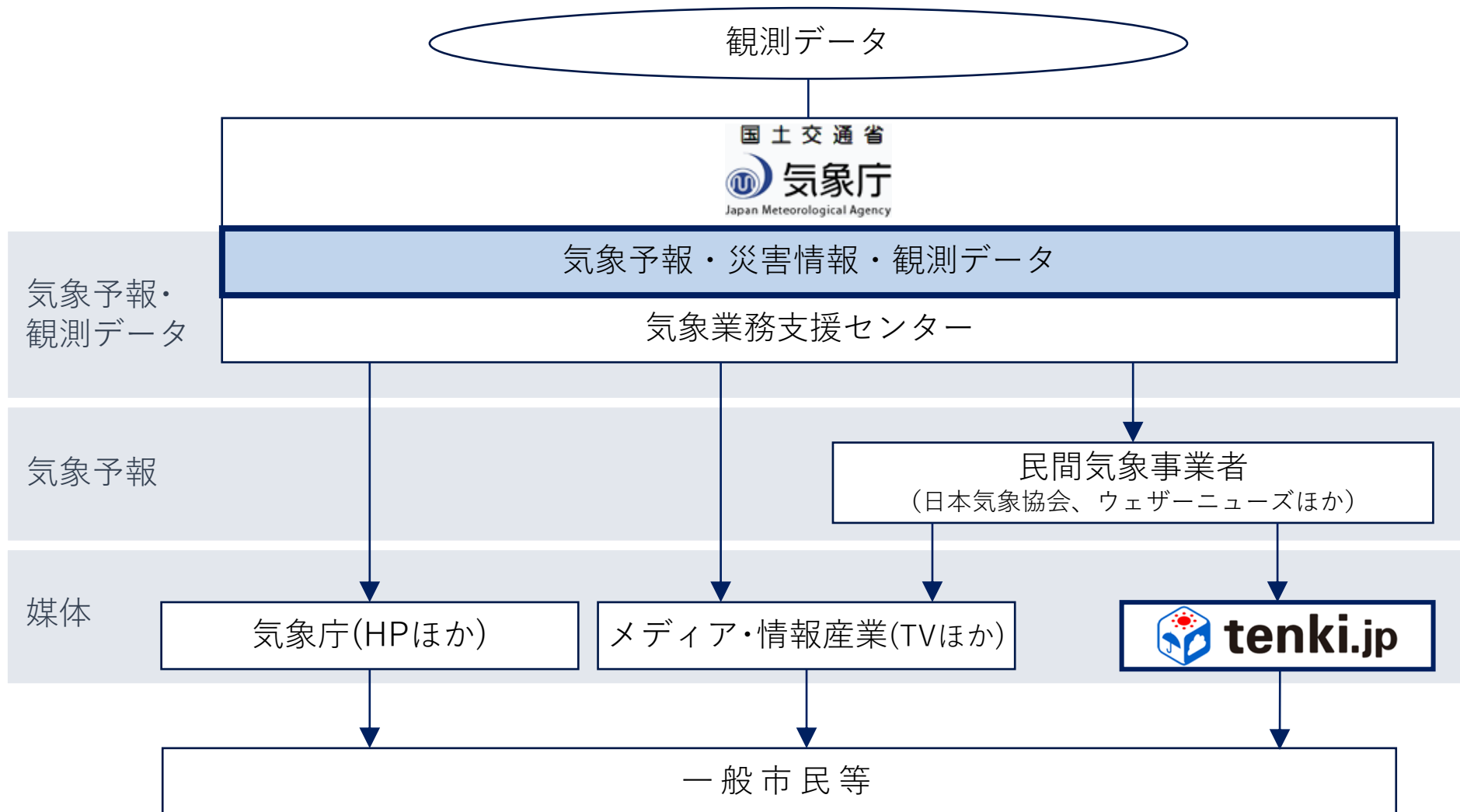


CFO 池田直紀

1995年 4月 内海会計事務所 入所
 2002年 9月 ケルヒージャパン株式会社入社
 2009年 6月 株式会社ブレインパッド取締役就任
 2014年10月 株式会社Showcase Gig取締役就任
 2017年10月 株式会社ALiNKインターネット 取締役CFO就任

■ tenki.jpを日本気象協会と共同で運営しています





- 本資料の作成にあたり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としていますが、その正確性あるいは完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。
- また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社として、その達成を約束するものではありません。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- また、本資料発表以降、新しい情報や将来の出来事等があった場合において、当社は本資料に含まれる将来に関するいかなる情報についても、更新または改訂を行う義務を負うものではありません。