

|| 企業調査レポート ||

ALiNKインターネット

7077 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年5月14日 (木)

執筆：客員アナリスト

吉林拓馬

FISCO Ltd. Analyst **Takuma Yoshibayashi**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2026年2月期の業績概要	01
2. 2027年2月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. tenki.jp事業	05
2. IPプロデュース事業	07
3. 太陽光コンサルティング事業	08
4. その他の事業	09
■ 業績動向	09
1. 2026年2月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別動向	10
3. 財務状況と経営指標	11
■ 今後の見通し	12
1. 2027年2月期の業績見通し	12
2. 中長期の成長戦略	14
■ 株主還元策	16

要約

2027年2月期は成長投資と採算改善を両立させ黒字転換を目指す

ALiNKインターネット<7077>は、(一財)日本気象協会との共同事業である天気予報メディア「tenki.jp」を中核事業として展開している。同メディアは天気に関する総合的な情報プラットフォームであり、全国の天気予報、雨雲レーダー、台風情報、警報・注意報など、日常生活に必要な気象情報を手軽に確認できる。信頼性の高い気象データを基にした予報を提供していること、地域ごとのピンポイント予報が利用できること、季節ごとの特別コンテンツが充実していることなどが特徴である。2024年5月には地域活性化をテーマにしたキャラクターコンテンツ「温泉むすめ」を展開する(株)エンバウンドを買収してIP(知的財産)プロデュース事業も開始しており、サービスの多角化を推進している。

1. 2026年2月期の業績概要

2026年2月期の業績は、売上高が前期比14.4%増の1,015百万円、営業損失が94百万円(前期は43百万円の利益)、経常損失が63百万円(同62百万円の利益)、親会社株主に帰属する当期純損失が272百万円(同57百万円の利益)となった。売上高は、主力のtenki.jp事業が天候要因による需要低下、AI検索の台頭、検索エンジンやブラウザによる気象情報の表示拡大に伴う検索流入減少で減収となった一方で、IPプロデュース事業、太陽光コンサルティング事業、その他事業が伸長し、全体では増収を確保した。利益面では、太陽光コンサルティング事業の増益があったものの、tenki.jp事業での減収影響に加え、新たな収益モデル構築に向けた人件費や開発費の先行投資が重荷となった。IPプロデュース事業でもアプリ開発やのれん償却が利益を圧迫し、ダイナミックプライシング事業でも先行コストの計上が続いたことで、営業損失を計上した。親会社株主に帰属する当期純損益は営業減益に加え、IPプロデュース事業に係るのれんの減損損失176百万円や、ダイナミックプライシング事業における固定資産の減損損失9百万円を特別損失として計上したことが響き、大幅減益となった。

2. 2027年2月期の業績見通し

2027年2月期の業績は、売上高が前期比5.4%減の960百万円、営業利益は52百万円(前期は94百万円の損失)、経常利益は64百万円(同63百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益は45百万円(同272百万円の損失)を見込んでいる。売上高は全体では減収を見込むものの、事業別の動きには濃淡がある。tenki.jp事業は検索流入依存型モデルからの転換を進める過程にあり、短期的には広告収入を慎重に見込む一方で、tenki.jpメンバーシップの拡充や新機能・新サービスの投入により、会員数の拡大及びARPU(1ユーザー当たりの平均売上)向上を図る。IPプロデュース事業は「温泉むすめ」を中心にグッズ、イベント、コミュニティ接点の拡充を通じてファン基盤を強化し、既存事業の深掘りと新規事業の創出を進める計画であり、引き続き成長を見込む。太陽光コンサルティング事業は、太陽光発電設備の保有拡大を通じて売電収益を積み上げ、安定収益の拡大を目指す。その他事業では、ダイナミックプライシングで得た需要予測の知見を実需創出につなげる方向へ転換し、将来の体験ビジネス展開に向けた基盤整備を進める。利益面では、成長投資を継続しながらも、tenki.jp事業の収益構造改革と各事業のコスト最適化を進めることで営業黒字に転換し、各段階利益は2025年2月期並みの水準への回復を見込んでいる。

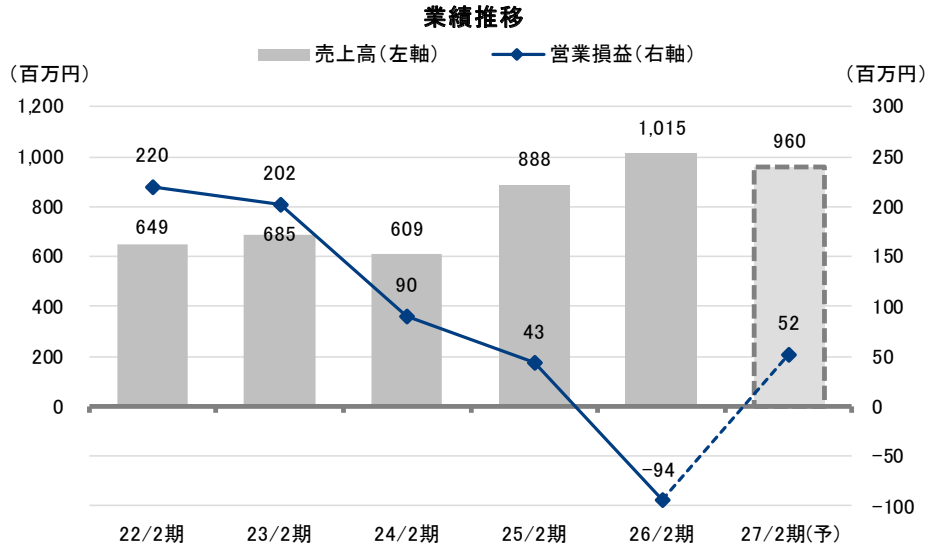
要約

3. 中長期の成長戦略

同社の成長戦略は、tenki.jpを起点に日常的な生活接点を広げ、そこから得られる行動変容データの活用を深めることで、新たな体験価値を生み出す点にある。戦略は生活接点の拡張、行動変容の深化、体験価値の創出の3層で整理され、天気予報の提供にとどまらず、暮らしや行動そのものに付加価値をもたらす企業への進化を目指している。中核のtenki.jp事業では、広告依存を和らげつつ、メンバーシップの拡充を通じて会員基盤の拡大と課金収益モデルの強化を進める。IPプロデュース事業は「温泉むすめ」を中心に、物販や単発収益に偏らない持続的なファン基盤の強化へ軸足を移す。太陽光コンサルティング事業は安定収益源として成長投資を支える役割が期待できる。その他事業では、ダイナミックプライシングで得た知見を生かし、空間プロデュースや体験ビジネスへの展開を視野に入れる。加えて、代表取締役2名体制への移行により、戦略立案と業務執行を分担する体制を整える。今後は、tenki.jpを起点とする会員基盤の拡大や収益化の進展が、中長期の企業価値向上につながるかが注目点となる。

Key Points

- ・ 日本気象協会と共同で天気予報メディア「tenki.jp」を運営
- ・ 2026年2月期はtenki.jpのPV数が伸び悩み、営業損失を計上
- ・ 2027年2月期は成長投資を継続しつつ採算性を高め、黒字回復を目指す



注：2024年2月期までは単体決算、2025年2月期より連結決算
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

日本気象協会と共同で天気予報メディア「tenki.jp」を運営

1. 会社概要

同社は、「未来の予定を晴れにする」という経営理念の下、日本気象協会との共同事業である天気予報メディア「tenki.jp」を中核事業として展開している。同メディアは天気に関する総合的な情報プラットフォームであり、全国の天気予報、雨雲レーダー、台風情報、警報・注意報など、日常生活に必要な気象情報を手軽に確認できる。信頼性の高い気象データを基にした予報を提供していること、地域ごとのピンポイント予報が利用できること、季節ごとの特別コンテンツ（花粉情報、熱中症指数、紅葉情報など）が充実していることなどが特徴である。今後はビッグデータなどを活用し、特に天候や気温の影響を受けやすいライフスタイル分野において、気象情報と連携した革新的なサービス開発を進めることで競争優位性を構築し、持続的な成長を図る。

2. 沿革

同社は2013年3月に設立されたが、その主力事業である天気予報専門サイト「tenki.jp」の歴史は1997年にまで遡る。日本気象協会が1997年9月に「防災気象情報サービス」として開始、2002年6月に「tenki.jp」としてリニューアルしたことに伴い、収益事業へと転換した。

2005年4月、現代表取締役CEOの池田洋人（いけだひろと）氏が取締役を務める（株）ありんくが、日本気象協会と営業支援契約を締結した。その後、2008年4月には業務委託契約へと発展し、「tenki.jp」の事業計画やサービスサイトの企画設計に関与するようになった。SNSを活用した情報発信も強化され、2009年6月にX（旧Twitter）の公式アカウント「@tenkijp」を開設、2011年4月にはFacebook公式アカウントを開設した。同年5月にはiOS版アプリをリリースし、利便性向上を図った。2011年10月にはありんくと日本気象協会が業務提携契約を締結し、現在の共同事業形態での「tenki.jp」運営が始まった。

2013年3月のALiNKインターネット設立により、ありんくが保有していた日本気象協会との業務提携契約上の権利義務が同社に譲渡され、同年4月に改めて業務提携契約を締結した。それ以降事業を着実に拡大し、2015年9月にはAndroid版アプリをリリースした。2017年4月には収益基盤の強化を目的として、iOS及びAndroid向けの課金アプリ「tenki.jp 登山天気」をリリースした。

さらなる事業拡大の一環として、2018年1月にアドネットワーク事業を手掛ける（株）アトモスを吸収合併した。アドネットワークとは、複数のWebサイトやアプリの広告枠をまとめて広告主に提供し、効率的に広告配信を行う仕組みのことである。2019年12月には東京証券取引所マザーズに上場し、その後2022年4月の市場区分見直しに伴いグロース市場へ移行した。足元では天気情報を軸としながらも新たな領域への展開を進めており、2024年2月にはダイナミックプライシング事業の実証実験としてレンタルスペース事業の譲受契約を締結、2024年5月にはキャラクターコンテンツ「温泉むすめ」を手掛けるエンバウンドの全株式を取得し、子会社化した。日本気象協会との長年にわたる協力関係を基盤に、「tenki.jp」を中心としたサービスの多角化を推進している。

会社概要

会社沿革

年月	沿革
1997年 9月	(一財)日本気象協会が中心となって公益事業であるWebサイト「防災気象情報サービス」(現在の「tenki.jp」の原形)を開始
2002年 6月	「防災気象情報サービス」を「tenki.jp」としてリニューアル。公益事業から収益事業に転換
2005年 4月	現代表取締役CEOの池田洋人氏が取締役を務める(株)ありんくが、日本気象協会と営業支援契約を締結
2008年 4月	ありんくが、日本気象協会と業務委託契約を締結。営業支援に加えて、「tenki.jp」に関わる事業計画の作成・サイトの企画設計等への関与を開始
2008年 9月	ありんくと日本気象協会で、「tenki.jp」の大幅リニューアルを実施
2009年 6月	Twitter(現 X)の公式アカウント「@tenkijp」を開設し天気関係の情報発信を開始
2011年 4月	Facebookの公式アカウントを開設
2011年 5月	iOS版アプリをリリース
2011年10月	ありんくが、日本気象協会と業務提携契約を締結。現在の共同事業の形態での「tenki.jp」の運営を開始
2013年 3月	(株)ALiNKインターネットを東京都渋谷区に設立
2013年 3月	日本気象協会との業務提携契約で定められた、ありんくが保有する一切の権利義務をALiNKインターネットへ譲渡
2013年 4月	日本気象協会と業務提携契約を締結
2015年 7月	本社を東京都新宿区へ移転
2015年 9月	天気予報専門メディア「tenki.jp」のAndroid版アプリをリリース
2017年 4月	iOS版・Android版の課金アプリ「tenki.jp 登山天気」をリリース
2018年 1月	アドネットワーク事業を行う(株)アトモスを吸収合併
2019年12月	東京証券取引所マザーズに株式を上場
2022年 8月	本社を東京都豊島区へ移転
2024年 2月	ダイナミックプライシング事業の開始に先立つ実証実験として、レンタルスペース事業の事業譲受契約を締結
2024年 5月	IPプロデュース事業を行う(株)エンバウンドを子会社化

出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

事業概要

「tenki.jp」は年間PV53億・SNSフォロワー250万以上を擁する国内最大級のプラットフォーム

同社はtenki.jp事業、IPプロデュース事業、太陽光コンサルティング事業、その他の事業と4つの事業を展開している。詳細は以下のとおりである。

事業概要

1. tenki.jp事業

tenki.jp事業は、同社の連結売上高の54.5%を占める（2026年2月期実績）基幹事業であり、主に「tenki.jp」と「tenki.jp 登山天気」の2つの気象関連サービスを展開している。主力サービスである「tenki.jp」は、日本気象協会との共同運営による総合気象情報メディアであり、天気予報、防災情報、観測データなど多角的な情報をPC及びスマートフォン向けに提供している。年間ページビュー（以下、PV）数は53億（2026年2月期実績）に上り、高いユーザーリーチを有している。Xでは約250万のフォロワー（「tenki.jp」のフォロワー数。2026年4月時点）を有しており、発信力や影響力の面においても国内最大級の天気情報メディアである。同サービスは2週間先までの天気予報、1時間ごとの天気、雨雲レーダーなどの基本情報を無料で提供していることに加え、気象予報士による専門的な解説、洗濯指数、お出かけ指数、花粉飛散情報など生活密着型のコンテンツも充実している。また、広告の非表示や一部機能の拡張が可能となる月額課金型サービス「tenki.jp ライト」も提供しており、ユーザー体験の最適化を図っている。

「tenki.jp」のサービス概要



「tenki.jp 登山天気」は、日本三百名山をはじめとする人気の山岳地域を対象とした登山者向けの専門天気情報サービスであり、スマートフォンアプリとして提供している。登山口から山頂までの標高別の気象情報、雷危険度、台風接近情報などをリアルタイムで提供しており、安全な登山計画の立案を支援している。同サービスは気象業務法に基づき、不特定多数への公開が制限されているピンポイント予報を含むため、有料会員サービスとして提供している。料金体系は、機能に一部制限のある「ライトプラン」が月額240円（税込）、全機能を利用することができる「プレミアムプラン」が月額550円（税込）、年払いにすると4,980円（税込）となっている。

事業概要

「tenki.jp 登山天気」のサービス概要



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	-----	66万1千DL
		(25年2月期 +12万2千DL)
課金ユーザー	-----	2万人
掲載する山の数	-----	430(三百名山+α)
		※24年6月に30億追加

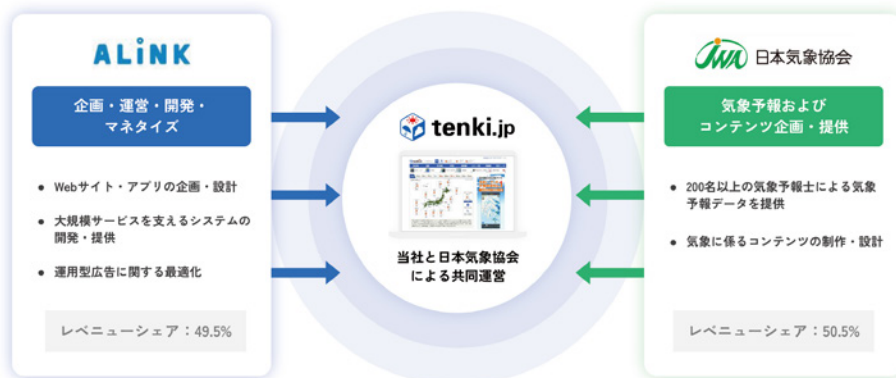


出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

tenki.jp事業の収益の柱は広告収入であり、広告配信においてはアドネットワークの活用に加え、海外の先進的なプロダクトも積極的に取り入れながら、広告パフォーマンスの最大化を図っている。なかでも、独自の気象データ連動型広告システム「天気マッチング広告」により、気象条件の変化に応じて広告内容を最適化する仕組みを構築し、広告効果と収益性の向上を実現している。

なお、「tenki.jp」は同社と日本気象協会の共同運営体制となっており、両者が役割分担を明確にして運営に当たっている。具体的には、同社がWebサイト及びアプリの企画・設計、システム開発、広告運用の最適化などを担当し、日本気象協会は気象データの提供及び気象関連コンテンツの企画・制作を担っている。広告収入はレベニューシェア方式を採用しており、分配比率は同社が49.5%、日本気象協会が50.5%となっている。

同社と日本気象協会の関係性



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

また、2024年7月に無料会員制度「tenki.jp メンバーシップ」を開始し、広告収入への依存を和らげる収益基盤の多様化を進めている。メンバー登録により、利用者の属性・居住地・関心事項に応じたパーソナライズ情報の提供が可能となり、第1弾サービスとしては自宅周辺の災害危険性やハザードマップ、避難対策や防災グッズの提案を行う「いのちを守る 防災診断」を導入した。加えて、メンバー向けには「My天気・防災」、ポイントプログラム、端末間での登録情報共有などの機能も用意されており、日常的な利用頻度、滞在時間、ユーザーとの継続的な接点の拡大につなげる設計となっている。同社は会員数の拡大とARPUの向上により収益モデルの高度化を進める方針を掲げており、将来的には課金モデルの拡充も視野に入れながら、天気情報メディアから個々人の生活に寄り添うパーソナルサービスへと進化を図っている。

2. IPプロデュース事業

同社は2024年5月、地域活性化をテーマにしたキャラクターコンテンツ「温泉むすめ」を展開するエンバウンドを買収し、IPプロデュース事業を開始した。同事業では同コンテンツのプロデュース、企画立案、コンテンツ制作、イベント・メディア運営などを一貫して手掛けており、コンテンツの企画力とIP運用ノウハウを生かした多角的な展開を行っている。

「温泉むすめ」は、日本全国の温泉地を舞台として、各地域の伝承・文化的背景・自然の特徴をモチーフとして擬人化したオリジナルキャラクターを用い、温泉地の魅力を発信する地域振興プロジェクトである。アニメ・音楽・ライブイベント・観光施策などと連動したクロスメディア展開を通じて、若年層を中心に全国でファンを獲得している。2026年2月末時点で133のキャラクターが登場しており、うち28キャラクターが観光大使や地域のPRアンバサダーなどに正式就任している。これにより、コンテンツとリアルな地域施策をつなぐハブとしての役割を果たしており、IPの社会的価値と地域連携のモデルケースとなっている。今後は、「温泉むすめ」のブランド拡張に加え、新規IPの開発や他企業・自治体とのコラボレーションによるライセンスビジネス、グッズ販売、デジタルコンテンツ配信など、多面的な収益化モデルの構築を視野に入れており、同社の新たな成長ドライバーとして位置付けている。

IPプロデュース事業の概要



出所：事業計画及び成長可能性に関する事項より掲載

事業概要

3. 太陽光コンサルティング事業

太陽光コンサルティング事業は、太陽光発電設備のセカンダリー市場において発電実績のある設備を一時的に保有し、その期間に売電収入を得る事業である。保有期間は3~5ヶ月程度であり、減価償却目的で設備を取得した投資家の売却ニーズと、稼働実績があり早期に売電を開始できる設備を求める需要家のニーズをつなぐ役割を担っている。発電量の実績があること、取得後すぐに売電を開始しやすいこと、融資を受けやすいことなどが中古設備の特徴であり、同社は同市場で設備の仕入れと売却の間をつなぐことで収益機会を取り込んでいる。

収益構造を見ると、保有期間中の売電収入が中心である。加えて、最終購入者への売却に伴うスポンサー料を受取利息として営業外収益に計上しており、一時保有期間のキャッシュ創出と案件組成の両面で収益を積み上げるモデルとなっている。同事業はtenki.jp事業に次ぐ新たな収益源としての役割に加え、事業ポートフォリオの安定化にも寄与している。晴天が続く局面では、tenki.jp事業は天候需要の低下でPVや広告収入が弱含みやすい一方で、太陽光コンサルティング事業は発電量の増加により売電収入が伸びやすい。そのため、主力事業と異なる収益特性を持つ事業として補完関係が働きやすい。従来は「その他の事業」に含まれていたが、売上高に占める割合が高まったことから、2026年2月期には独立した報告セグメントに変更されており、同社がtenki.jp依存の収益構造を見直すなかで、収益貢献が進んでいる事業と位置付けられる。

太陽光コンサルティング事業の概要



出所：決算説明資料より掲載

事業概要

4. その他の事業

同社は事業多角化戦略の一環として、ダイナミックプライシング事業を手掛けている。ダイナミックプライシング事業は、AIアルゴリズム及びリアルタイムの市場データ・気象データなどを活用し、需要予測に基づいた最適価格の自動算出技術を核とする取り組みである。価格変動を柔軟に管理するこの技術は、小売・観光・交通など幅広い業種への応用が期待されており、同社はその実証フィールドとして、事業譲受により取得したレンタルスペース事業を活用している。実際の運用データを通じて価格最適化のアルゴリズム精度を高めるとともに、サービス価値の最大化を図ることを目的としている。これらの事業はいずれも、同社が保有する「気象データ活用力」「IT・データ解析技術」といったアセットを生かした新規領域であり、長期的には新たな収益源として成長が期待される。

業績動向

2026年2月期はtenki.jpのPV数が伸び悩み、営業損失を計上

1. 2026年2月期の業績概要

2026年2月期の業績は、売上が前期比14.4%増の1,015百万円、営業損失が94百万円（前期は43百万円の利益）、経常損失が63百万円（同62百万円の利益）、親会社株主に帰属する当期純損失が272百万円（同57百万円の利益）となった。

売上面については、主力のtenki.jp事業は、主要都市の降水量減少に伴う天候関連需要の低下に加え、AI検索の台頭や検索エンジン・ブラウザによる独自の気象データ表示の影響で検索流入数が減少し、同14.2%減収となった。一方で、IPプロデュース事業は「温泉むすめ」のグッズ販売やイベント収入の拡大により同94.6%増、太陽光コンサルティング事業は太陽光発電設備の保有期間中に得られる売電収入の増加により同88.3%増、その他事業もダイナミックプライシング事業の店舗増に伴う利用料の増加により同68.9%増と拡大した。tenki.jp事業の減収を新規事業群の伸長が吸収し、全体では増収を確保した。

営業利益は、太陽光コンサルティング事業が売電収入の増加により増益となった一方で、tenki.jp事業ではPV数低下、検索流入数の減少による減収影響に加え、将来の売上高及び利益の向上を見据えた新たな収益モデルの構築に向け、人件費や開発費などの先行投資を継続したため減益となった。IPプロデュース事業は、「温泉むすめ」のグッズ販売やイベント収入が好調だった一方で、アプリ開発の先行投資やのれん償却などがマイナス要因となった。ダイナミックプライシング事業においても、事業化に向けた先行コストの計上が続いた。この結果、太陽光コンサルティング事業の増益で他事業の減益を補完することができず、営業損失を計上した。

業績動向

親会社株主に帰属する当期純利益の減少要因は、営業減益に加え特別損失の計上にある。なかでも影響が大きかったのは、IPプロデュース事業に係るのれんの減損損失176百万円である。同社は子会社エンバウンドで開発する「ぼか活アプリ」について、当初は課金アプリとしての収益化を想定していたが、その後は無料展開によるユーザー基盤の拡大を優先し、グッズ販売やイベント収入を含めた事業全体での収益最大化を目指す方針とした。この戦略転換により、当初前提としていた収益計画との乖離が生じたため、のれんの減損を計上した。加えて、ダイナミックプライシング事業でも、新規出店を当初計画以上のペースで進めたことに伴う先行投資負担を踏まえ、固定資産の減損損失9百万円を計上した。営業損失にこれらの特別損失が重なったことで、親会社株主に帰属する当期純利益は前期比で大幅に悪化した。

2026年2月期業績

(単位：百万円)

	25/2期		26/2期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	888	-	1,015	-	127	14.4%
売上原価	426	48.1%	588	57.9%	161	37.8%
売上総利益	461	51.9%	427	42.1%	-34	-7.3%
販管費	418	47.1%	522	51.4%	104	24.9%
営業損益	43	4.9%	-94	-9.3%	-138	-
経常損益	62	7.0%	-63	-6.2%	-125	-
親会社株主に帰属する 当期純損益	57	6.4%	-272	-26.8%	-329	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

(1) tenki.jp事業

tenki.jp事業の売上高は前期比14.2%減の554百万円、セグメント利益は同36.6%減の179百万円となった。売上高は、主要検索エンジンでの検索順位が直近24ヶ月で高水準だった一方で、主要5大都市の降水量減少に伴う需要の弱含み、AI検索の台頭、検索エンジンやブラウザによる独自の気象データ表示の影響などにより検索流入が減少し、PV数が同11.5%減の53億PVにとどまった。セグメント利益は、PV当たり広告単価は同0.8%増と増加したものの、減収影響に加え、新たな収益モデルの構築に向けた人件費や開発費の投資を継続したことから減益となった。

(2) IPプロデュース事業

IPプロデュース事業の売上高は前期比94.6%増の286百万円、セグメント損失は115百万円(前期は75百万円の損失)となった。売上高は、地域活性化プロジェクト「温泉むすめ」において温泉地限定グッズの販売や温泉地の魅力発信イベントが順調に推移したことで大きく伸長した。一方で、損益面はぼか活アプリの開発費51百万円に加え、のれん償却費33百万円を計上したことから損失幅が拡大した。2026年2月に「温泉むすめ」初の公式Webサービス「ぼかログ」をリリースしており、IPのデジタル接点拡充に向けた先行投資の段階にあると見られる。

業績動向

(3) 太陽光コンサルティング事業

太陽光コンサルティング事業の売上高は前期比88.3%増の133百万円、セグメント利益は同89.1%増の129百万円となった。売上高は、太陽光発電設備のセカンダリー市場において売電収入が拡大した。セグメント利益も、増収効果により増益となった。なお、同事業は従来「その他の事業」に含まれていたが、連結売上高に占める割合が高まったため、2026年2月期より独立した報告セグメントとして開示されている。

(4) その他の事業

その他の事業の売上高は前期比68.9%増の42百万円、セグメント損失は31百万円（前期は23百万円の損失）となった。売上高は、ダイナミックプライシング事業に先立つPoC（実証実験）として首都圏でレンタルスペース運営を進めたことにより増加した。一方で、セグメント損益は新規事業の立ち上げ負担が先行した。

事業セグメント別業績概要

(単位：百万円)

	25/2期		26/2期		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	増減率
売上高	888	-	1,015	-	127	14.4%
tenki.jp事業	645	72.7%	554	54.5%	-91	-14.2%
IPプロデュース事業	147	16.6%	286	28.2%	139	94.6%
太陽光コンサルティング事業	70	8.0%	133	13.1%	62	88.3%
その他の事業	24	2.8%	42	4.1%	17	68.9%
営業利益	43	4.9%	-94	-9.3%	-138	-
tenki.jp事業	283	44.0%	179	32.5%	-104	-36.6%
IPプロデュース事業	-75	-51.0%	-115	-40.4%	-40	-
太陽光コンサルティング事業	68	96.4%	129	96.8%	60	89.1%
その他の事業	-23	-94.7%	-31	-74.8%	-7	-
調整額	-210	-	-256	-	-46	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2026年2月期末の財務状況は、資産合計が前期比5百万円増加の1,840百万円となった。流動資産は同235百万円増加の1,742百万円であり、主として短期貸付金が太陽光設備の取得に伴い430百万円増加した一方で、現金及び預金が287百万円減少した。固定資産は同230百万円減少の98百万円であり、主としてのれんが子会社エンバウンドの減損実施により217百万円減少した。

負債合計は前期比278百万円増加の451百万円となった。流動負債は同277百万円増加の435百万円であり、主として短期借入金が300百万円増加した。固定負債は同横ばいの16百万円であった。純資産は同272百万円減少の1,388百万円となり、主として利益剰余金が親会社株主に帰属する当期純損失の計上により272百万円減少した。

2026年2月期末の自己資本比率は75.4%となった。損失計上により前期比では低下したものの、資産合計に占める純資産の割合はなお高く、財務の安定性は維持されている。今後は、先行投資資金の回収と収益力の立て直しが進むことで、財務指標の改善が期待される。現状は安定した財務基盤を維持しながら、将来の成長に向けた事業基盤の再構築を進める段階にあると見られる。

業績動向

貸借対照表及び主な経営指標

(単位：百万円)

	23/2期末	24/2期末	25/2期末	26/2期末	増減
流動資産	1,387	1,561	1,506	1,742	235
現金及び預金	1,194	838	743	455	-287
売掛金及び契約資産	164	160	146	186	39
短期貸付金	-	490	590	1,020	430
固定資産	174	108	328	98	-230
有形固定資産	21	18	31	25	-5
無形固定資産	-	-	217	0	-217
投資その他の資産	153	90	80	72	-7
資産合計	1,561	1,669	1,834	1,840	5
流動負債	67	72	157	435	277
買掛金	9	13	26	43	16
短期借入金	-	-	-	300	300
未払金	5	14	-	-	-
固定負債	5	5	15	16	0
資産除去債務	5	5	15	16	0
負債合計	72	78	173	451	278
(有利子負債)	-	-	-	300	300
純資産合計	1,488	1,591	1,661	1,388	-272
利益剰余金	1,515	1,618	1,675	1,403	-272
自己株式	-338	-338	-326	-326	-
新株予約権	-	0	0	0	-
負債純資産合計	1,561	1,669	1,834	1,840	5
【主な経営指標】					
自己資本比率	95.3%	95.3%	90.5%	75.4%	-15.1pp

注：2024年2月期までは単体決算、2025年2月期より連結決算

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年2月期は成長投資を継続しつつ採算性を高め、黒字回復を目指す

1. 2027年2月期の業績見通し

2027年2月期の業績は、売上高が前期比5.4%減の960百万円、営業利益は52百万円（前期は94百万円の損失）、経常利益は64百万円（同63百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益は45百万円（同272百万円の損失）を見込んでいる。

ALINKインターネット | 2026年5月14日 (木)
 7077 東証グロース市場 | <https://www.alink.ne.jp/ir/index.html>

今後の見通し

売上高は全体で減収を見込むものの、事業別では濃淡がある見通しである。主力のtenki.jp事業では、従来の検索流入依存型モデルからの転換を進める過程にあり、短期的には広告収入の伸びを慎重に見ている。一方で、「tenki.jp メンバーシップ」の継続施策に加え、新機能・新サービスの投入により、会員数の拡大とARPUの向上を図り、検索流入に左右されにくい収益基盤づくりを進める。tenki.jpは年53億PV、Xフォロワー数450万(tenki.jpとその関連アカウントの合計)を有する生活接点メディアであり、高い接触頻度を会員基盤へつなげられるかが今後の収益構造の転換を左右すると考えられる。

IPプロデュース事業では、前期に「温泉むすめ」のグッズ販売やイベント収入が伸長した実績を踏まえ、デジタル課金中心の発想から、ファンの継続的な関与を高める「ファン基盤強化モデル」へ戦略を転換している。グッズ、イベント、コミュニティ接点の拡充を起点に既存事業の深掘りと新規事業の創出を進めることで、引き続き売上拡大を見込む。前期はアプリ開発費やのれん償却が利益の重荷となったものの、経営体制の強化も進めており、投資回収を意識した運営への移行が注目点となる。

太陽光コンサルティング事業では、太陽光発電設備のセカンダリー市場で短期保有による売電収益を積み上げつつ、売買・運用ノウハウの蓄積を進めており、引き続き保有規模の拡大により安定収益の積み上げを目指す。収益性と資金効率を意識しつつ、安定的な収益貢献が見込まれる。

その他の事業では、ダイナミックプライシングのPoCで確認した需要予測の知見を、単体サービス販売ではなく実需の創出に結び付く形で活用する方針へ切り替えている。収益性の高い専門用途型リアル空間の運営から着手する計画であり、立ち上げ初期のため売上寄与は限定的と見られる一方で、将来の体験ビジネス展開に向けた土台づくりの意味合いが強い。

利益面は、成長投資を継続しつつ、tenki.jp事業の収益モデルの転換及び各事業のコスト最適化などにより営業利益の黒字転換を達成し、各段階利益は2025年2月期並みの水準への回復が見込まれる。

2027年2月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	26/2期		27/2期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	1,015	-	960	-	-55	-5.4%
営業利益	-94	-9.3%	52	5.4%	146	-
経常利益	-63	-6.2%	64	6.7%	127	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	-272	-26.8%	45	4.7%	317	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

tenki.jpを起点に事業を創出し、新たな体験価値を生み出す

2. 中長期の成長戦略

同社の成長戦略は、tenki.jpが持つ日常的な生活接点を広げ、その接点から得られる行動変容データの活用を深めることで、新たな体験価値を創出していく点にある。成長戦略は生活接点の拡張、行動変容の深化、体験価値の創出の3層で整理されており、天気予報を提供するにとどまらず、天気を起点に人々の行動を捉え、その先の暮らしや体験に付加価値をもたらす企業への進化を目指している。

中核となるtenki.jp事業では、広告収益への依存を和らげながら、会員基盤の拡大と課金収益モデルの強化を進めるべく、ユーザー基盤の拡大、課金収益モデルの強化、tenki.jpメンバーシップの拡充を掲げている。tenki.jpメンバーシップは、天気予報を利用者それぞれのライフスタイルに合わせてパーソナル化し、本人だけでなく身近な人も含めた安心につながる機能やコミュニティ形成を目指す取り組みである。tenki.jpは接触頻度の高い生活インフラ型サービスであり、その強みを広告枠の販売にとどめず、継続課金やデータ活用へ広げられるかが焦点となる。

IPプロデュース事業では、「温泉むすめ」を中心とした従来のIP展開から、より持続性の高いファン基盤強化モデルへの進化を目指している。既存IPの認知拡大や物販に依存するだけでなく、観光、地域コンテンツ、イベント、デジタル接点を組み合わせることで、ファンの継続的な関与を高める方向へ舵を切っていく。2026年2月期は減損計上により短期業績に影響が生じたものの、事業価値の源泉を一過性の売上ではなく、長期にわたり熱量を維持できるファン基盤に求める形へ見直した点は、中長期の収益構造の再構築という観点から注目される。

太陽光コンサルティング事業は、成長領域を支える安定収益源としての役割を担いつつ、資本効率を意識した運営を継続する。tenki.jp事業が天候要因の影響を受けやすいなかで、晴天時に売電収入が増加しやすい同事業は一定のヘッジ機能を有しており、安定収益の確保が期待される。

その他事業では、これまでダイナミックプライシング事業として進めてきた取り組みを、空間プロデュース事業へ発展させていく。天候データと需要の関係性は確認できた一方で、価格最適化のみでは収益モデルに限界があったことから、今後は専門用途型のリアル空間から着手し、運営ノウハウを蓄積したうえで、将来的には体験ビジネスへ拡張していく方針と見られる。

経営体制の強化も、成長戦略を前進させるうえで重要な意味を持つ。同社は今後の成長に向け、代表取締役2名体制へ移行する予定であり、会長が経営戦略と対外連携、社長が業務執行とプロダクト推進を担う構想である。池田洋人氏は代表取締役会長として中長期の経営戦略とグループ全体の重要事項に注力し、松本修士（まつもと しゅうし）氏は代表取締役社長として業務執行を担う。tenki.jp、IP、太陽光、リアル空間へと事業領域が広がるなかで、戦略立案と執行推進を分担する体制には合理性があると考えられる。

今後の見通し

tenki.jpメンバーシップの拡充により利用者との継続接点を強化し、その接点をIP、観光、リアル体験、周辺領域のM&Aへ広げていく設計には一貫性があると、弊社では見ている。一方で、成長戦略の実現には会員基盤の拡大、課金モデルの定着、IP事業の再成長、リアル体験事業の収益化など、複数のテーマを着実に前進させる必要がある。今後は、tenki.jpを起点とした生活接点の深耕がどこまでデータ蓄積と収益化につながるかが注目点となる。代表取締役2名体制への移行も含め、足元は事業転換期にあるものの、構想が具体的なKPI改善及び収益の質の向上に結び付けば、中長期的な企業価値拡大余地は大きいと考える。

成長戦略の全体像



出所：決算説明資料より掲載

各事業の方針概要図

	事業	課題	戦略・戦術
安定収益	tenki.jp事業	<ul style="list-style-type: none"> 広告収益への依存 ユーザー基盤の拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 課金収益モデルの強化 tenki.jpメンバーシップの拡充
	太陽光コンサルティング事業	太陽光発電設備からの売電収入のみ	新たなビジネス機会の創出
↓ 投資			
成長領域	IPプロデュース事業	<ul style="list-style-type: none"> IPプロデュースが中心 個々の専門性を軸とした事業 	ファン基盤強化モデルに進化 <ul style="list-style-type: none"> IPは体験価値創出の手段に 組織的な推進体制
	空間プロデュース事業	<ul style="list-style-type: none"> 収益規模の拡張 リアル体験の拡張 	体験ビジネスに拡張 <ul style="list-style-type: none"> 専門用途型リアル空間から開始

出所：決算説明資料より掲載

■ 株主還元策

2026年2月期より長期保有者向け「株主優遇制度」を導入

同社は株主還元策として株主優待制度を実施しているが、2025年2月19日に、株主優待の内容を拡充した長期保有者向け「優遇制度」の導入を公表した。2025年2月期までの株主優待の内容は、保有株数に応じてQUOカードを贈呈するものであり、対象となる基準日は毎年2月末日及び8月末日である。100株以上の保有者には1,000円相当、200株以上の保有者には2,000円相当、300株以上の保有者には3,000円相当のQUOカードを贈呈していたが、2026年2月期からは、新たに長期保有者向けの「優待制度」を導入した。同社株式を1年以上継続して保有している場合には、通常の優待に加え「温泉むすめ」限定デザインのオリジナルQUOカードを贈呈している。長期保有者向けの優待は2月末日を基準として、100株以上の保有者には1,000円相当、200株以上では2,000円相当、300株以上では3,000円相当のオリジナルQUOカードを提供している。

本施策は、株主に対して長期的な保有を促進するためのインセンティブを提供しており、株主優待を通じて株主との関係を強化することにより、株主基盤の安定化に寄与すると期待される。

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受け、企業から報酬を受け取って作成されています。本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは強く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062東京都港区南青山5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443 (IRコンサルティング事業本部)

メールアドレス：support@fisco.co.jp