

事前質問に対する主なご回答は以下の通りでございます。

なお、事実関係が確認できない質問やプライバシーに関する質問等については回答を差し控えておりますのでご了承ください。

第2号議案（取締役7名選任）

Q 「副社長執行役員」という役職が新設されたが、執行役員登用の基準や評価プロセスはどのようなものか。

A 当社では、創業以来実力主義であり性別、国籍、年齢に加え、保有株式数等は一切関係なく評価している。

なお、全ての執行役員は、年に1度、上位の役職者との相互評価面談を行った上で、取締役会の諮問機関である指名委員会にて中期経営計画・事業計画等における達成の度合いを中心とした総合的な評価プロセスを確認し、取締役会にて執行役員体制を決議している。

第5号議案(買収防衛策)

Q 大量取得の対応をするのであれば、株式分割など個人株主が購入しやすいような対応も検討していただきたい。大量購入を制限し、個人株主が購入しづらいとなれば、株価上昇の妨げにしかならない気がする。

A 当社は多くの株主サポーターに支えられる会社となることを重要視している。新NISAの開始など社会環境も変化しつつあるので、個人投資家の動きやニーズを調査・分析しつつ、適切な投資単位についても継続的に検討を進めていく。

経営方針・戦略・事業内容

Q 航海気象分野の競合状況を教えてほしい。例えば世界シェア1位はどこで強みは何か。今、同分野のシェアを高めるために必要なのは何だと考えているか。

A WNIの業界シェア率はグローバルで約40%、競合は主に海外を中心に複数社いる。ウェザールーティングを長らく事業として行っている気象会社がこれまでの主たる競合であったが、最近では船会社が出資するベンチャー企業、データ分析企業などの新勢力も参画している。

他社の強みである造船工学や電子海図などの専門性の取り込み、ライト層向けのサービス展開などはシェアを高めるための要素ではある。また近年の極端気象下において、WNIが行うルーティング技術には大手顧客を中心に一定の評価を頂いているが、デジタル化しスケールするためのDevOps体制は必須だと考えている。

Q 前中期経営計画のKPIについて大半が未達である。目標設定や市場の見方に誤りがあったのか、それとも戦略ミスによるものなのか。その理由や今後の対策などを教えてほしい。

A KPIの未達の要因については、計画を策定した以降に市況が大きく変化した影響が大きい。その中でもまず一番が新型コロナの影響。行動制限などでマーケティングの進捗が遅れたり、顧客の経営状況が悪化するなど、顧客獲得スピードに影響が出た。

もう一つが、当初見込んでいなかった新たな市場が顕在化したこと。当初設定したKPIで表現できていない市場による売上成長もあり、その結果としてKPIは未達もあったものの売上成長と利益成長が実現した形になる。

今後は、市況の変化に応じて都度ビジネスの進捗状況を報告できるよう、適切な開示内容を検討していく予定でいる。

Q 事業区分ごとの売り上げだけでなく、事業区分ごとの利益や利益率などはどうなっているのか。おおまかな話でいうと、BtoB事業で出ている利益を、BtoSで食いつぶしている利益構造となっているのか。

A セグメント別利益は開示しておらず、詳細な数値の回答は差し控えさせていただくが、事業毎にビジネスモデルが異なる。例えばモバイル・インターネット気象事業においてはBtoB事業とは異なりリスクコミュニケーターというオペレーション人員が少数で済むため、他の事業と比べて利益が出やすい形になっている。

なお、BtoBとBtoSはそれぞれがもう一方のビジネス展開に寄与する効果も持っており、また気象会社としての社会に貢献する使命もあるので、引き続きBもSも両方成長させていく計画でいる。

Q ライブカメラを無料開放して広告モデルにシフトするような構想はあるか。

A 直近で広告モデルにシフトする予定はない。ただし、ライブカメラに限らず様々なコンテンツにおいて、広告モデルを導入する可能性はあり得る。もし実施する場合は、世の中のニーズやアクセス数、他社の事例など、様々な要素を勘案して総合的に判断する形になる。

経理・財務・株価・配当

Q 今期(第37期)、サイバーセキュリティ対策の為の費用はどの程度だったか。また、来期の同対策の予算はどの程度を見込んでいるか。

A 社会的に重要なサービスを提供しつづけるため、サポーター及び自らの情報資産をあらゆる脅威から守り、必要な情報セキュリティの確保に取り組むことを目的として本基本方針を定めて、セキュリティ対策を強化している。

具体的には、サイバーセキュリティの第三者のアセスメントを受け、セキュリティ上の課題を整理し、セキュリティの即応部隊であるCSIRTを中心にセキュリティ対策を強化している。

セキュリティ予算については公表していないが、一例として、昨年度は端末管理ソフトウェアの導入、標的型攻撃メール訓練等の対策を実施・強化しており、今年度はマルウェア対策の強化等を計画している。

Q 成長企業であり業績も良いのに最近の株価の推移は情けない。企業としての努力が全く見られないように感じる。他社は自社株買い、増配、株式分割、優待の見直しなどを行い日経平均株価の上昇に貢献しているのに対し、ウェザーニューズはその流れに逆行しているのではないか。

また、増配はしたが、多くの投資家はそれだけでは全く足りないと感じているのではないか。高配当の定義を配当利回りからDOEに変えたのも納得できない。配当金を惜しむためだけとしか思えない。また、余剰金の活用方法もはっきりしてほしい。

A 株価の推移は自社単独ではコントロールできない部分が多いものの、昨今の株価下落についてはご心配をお掛けしている。

自社株買いや分割、増配などテクニカルな部分の工夫も非常に重要であり、継続的に検討を進めているが、まず第一には、新中計にも記載の通り、事業の成長に向けた各種取り組みにプライオリティに置き、企業価値の向上を通じた株価向上を目指したいと考えている。
なお、DOE3%程度という指標については、最低水準という意味合いであり、基本的には長期安定的配当を継続したいと考えている。

また、剰余金の活用については、気象情報という公共性の高いサービスを提供しているため、有事の際にも運用を継続できるように一定程度以上のキャッシュを確保したいと考えている。
その上で、第五成長期以降のさらなる事業成長に向けて、M&Aや子会社設立等の可能性もあり、最適な資金計画について引き続き検討をしていきたいと考えている。

Q 会社全体として、売上、利益がきれいに安定して右肩あがりとなっているが、一過性の利益／損失や投資、売上時期など、期またぎの調整など、何かコントロールしているのか。

A 安定して右肩あがりの売上・利益成長を実現出来ているのは、前中期経営計画における利益体質化の実現に向けた取り組みがうまくいったものと理解している。

予報精度・技術

Q 精度90%と言っているが、基準が不明。番組内では当日朝7時の予報を21時に判定していた。個人的には衣服や傘などの準備のため、前日の早い段階の発表の予報で判定したい。
また、春一番未遂など気温が大幅にズレた場合など、晴曇雨を当てても気温が大幅にズレた場合は外れ認定すべきではないか。

A 精度検証は統一性を持たせるために気象庁が行っている5時発表当日予報の検証方法を用いて行っている。気温についても同じく気象庁方式で評価を行っている。

その他

Q 最近地上波ばかり意識しており、既存のユーザーを大事にしていないと感じる。ファンミーティングを開催した日はMスケールが黄色だった点もいかなものかと感じた。気象会社が気象からやや逸脱した経営戦略になっているのは何故か。

A 私たちのメディアのコンセプトは「サポーターと創っていく天気予報」であり、このコンセプトは開始当初から現在まで変わっていないと思っている。その一方で、より多くの方へわかりやすい形で情報を伝えるために様々な新しい演出を日々模索しており、その点では過去と比較して変わってきている部分もある。

また、ファンミーティングに関しては、通常の番組とは別で企画しており、番組を通じた気象情報の提供について手を抜いていることは一切ないので、ご安心いただければと思う。

引き続き、いざという時に一人でも多くの方に必要な気象情報が届くように、様々な企画を行い、知名度を向上させ、予測精度No1を維持し信頼できる会社・メディアとして成長していきたいと考えている。

Q SOLiVE時代は予報センターの皆様は白シャツで出演したが、ウェザーニューズライブで真夏でも背広で出演している意味は何か。真夏は節電の呼びかけのため、背広を脱いで白シャツの方が良いのではないか。

A 一言で言うと「ブランド」を作っている途中だと考えている。夏の時期はジャケットを脱ぎ、ネクタイをとるという判断もしているが、台風や災害情報をお伝えする場合には、より信頼できるメディアとしてジャケットを着る場合がある。