

no+e

事業計画及び成長可能性 に関する事項

2022.12.21 note株式会社(東証グロース:5243)



目次

- 01 会社概要
- 02 事業紹介
- 03 カンパニー・ハイライト
- 04 財務ハイライト
- 05 Appendix

目次

01 会社概要

02 事業紹介

03 カンパニー・ハイライト

04 財務ハイライト

05 Appendix

会社概要

設立

2011年12月8日

従業員数

179名 (2022年10月末時点)

主な株主



事業内容

C2Cメディアプラットフォーム「note」、
メディアSaaS「note pro」

所在地

東京都港区北青山3-1-2
青山セント・シオンビル 4階

Mission

**だれもが創作をはじめ、
続けられるようにする。**

Message

インターネットの発展により、だれでも創作できる時代がやってきました。

かつては限られた人だけが、メディアを通じて創作物を発表することができました。インターネットの登場以降は、だれでも自由に表現する場所を得て、発信することができるようになっています。

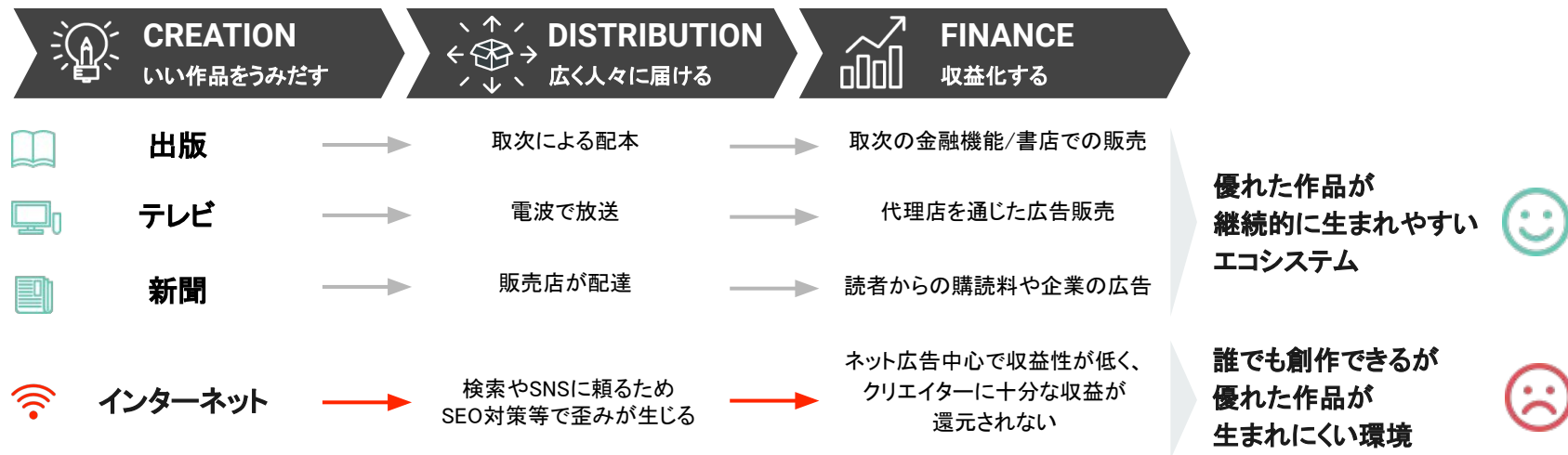
しかし、創作を続けていくことは、まだまだハードルが高いのも事実です。膨大な情報の海のなかで、伝えたい相手に伝えたいことをきちんと届けるのは難しいことですし、自分の作品を大勢の人に知ってもらうのはもっと大変です。

そして、継続していくためには創作活動を一定の収益につなげることも重要ですが、既存のメディア産業がもたらしてくれたような、わかりやすいビジネスモデルはネット上にはまだありません。

当社はそれらの問題を解決するための会社です。「note」というウェブサービスを通じ、あらゆる人、あらゆる組織の、クリエイティブ活動を続けていくための手助けをして、だれもが自分らしく暮らしていける創作の街をつくっていきます。

インターネットにおける創作を取り巻く課題

出版・テレビ・新聞など伝統的なメディアの確立されたエコシステムに対し、インターネットは収益化の手段の大半をネット広告からの収入に依存するため、その収益性の低さからいい作品が継続的に生み出されるためのエコシステムが確立していなかった。



noteが提供する価値

インターネットにおける創作を取り巻く課題を解決するために、noteが誕生。
ユーザーがたくさん集まるプラットフォームにおいて、作品が最適な読者に届き、課金モデルによってクリエイターが創作活動に見合った対価を得られる仕組みを構築することで、クリエイターエコノミーを促進。



クリエイター



ユーザーがたくさん集まり、機械学習により作品が最適な読者に届く



課金モデルにより創作活動に見合った対価が得られる



優れた作品が継続的に生まれるエコシステム



クリエイターが適切なファンと直接つながる仕組みをつくることで、
クリエイターエコノミーを促進

Management team



代表取締役CEO

加藤 貞顕 (かとう さだあき)

アスキー、ダイヤモンド社に編集者として勤務。日本を代表する編集者として『もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの「マネジメント」を読んだら』(岩崎夏海)、『ゼロ』(堀江貴文)、『マチネの終わりに』(平野啓一郎)などベストセラー作品を多数手がける。2012年、コンテンツ配信サイト「cakes」をリリース。2014年、CtoCメディアプラットフォーム「note」をリリース。

編集にたずさわった作品例



290万部のミリオンセラー。
映画・アニメ・マンガ化、
流行語大賞ノミネートを果たす。



堀江貴文氏の著書で
最大の40万部を突破。



純文学では異例の50万部を突破した大ヒット作品。
2019年11月に福山雅治、石田ゆり子出演で映画化。



マチネの終わりに





取締役CTO
今 雄一

1985年北海道生まれ。
千葉大学大学院工学研究科
修了。ディー・エヌ・エーにて
ソーシャルゲームのサーバー
サイド開発業務と運用を
経験。2013年9月より現職。
noteの立ち上げから関わり、
現在もインフラからフロント
エンドまで幅広く対応。



取締役CFO
鹿島 幸裕

1983年愛知県生まれ。東京
大学法学部卒業、スタン
フォード大学MBA。外務省、
外資系戦略コンサルティング
会社を経て、株式会社カカ
コムの新規事業責任者や
経営企画部長を経験。その後
美容室チェーンのCFO兼
CAOを経て、現職。



執行役員
坂本 洋史

1977年埼玉県生まれ。
早稲田大学第二文学部卒
業。週刊アスキーWeb版の副
編集長として、メディア開発・
運営責任者を経験。その後、
Amazon Japanのウェブプロ
デュースマネージャーとして、
マーチャンダイジングやウェ
ブマーケティングなどを担
当。現在は、事業開発、事業
推進、アライアンスなどを担
当。



CXO
深津 貴之

大学で都市情報デザインを
学んだ後、英国にて2年間
プロダクトデザインを学ぶ。
株式会社thaを経て、Flash
コミュニティで活躍。2009
年の独立以降は活動の中心
をスマートフォンアプリの
UI設計に移し、株式会社
Art&Mobile、THE GUILD
を設立。2017年10月より
現職。



CDO
宇野 雄

制作会社やソーシャルゲー
ム会社勤務の後、ヤフー株
式会社へ入社。Yahoo!ニ
ュースやYahoo!検索など
のデザイン部長を歴任し、
その後クックパッド株式
会社でVP of Design/
デザイン戦略本部長を
務める。2022年2月より
note株式会社 CDOに就
任。東京都デジタルサー
ビスフェローの他、数社
でデザイン顧問/
フェローも請け負う。



経営管理
吉島 彰宏

1964年、東京都生まれ。上
智大学法学部法律学科卒
業。1999年より安田企業
投資にてベンチャーキャ
ピタルとしてアーリース
テージのIT企業中心に
投資活動を行う。2009
年にベンチャー企業の
ファイナンスと経営管
理をサポートするため
独立、複数のベン
チャー企業の支援を行
う。2012年10月より
当社に参画し2013年
5月より現職。

note社の強み

クリエイティブ、デザイン、テクノロジーの3つが三位一体となった経営、組織能力、プロダクト開発力とサービス運営に強みを持つ。



Creative

編集者出身の加藤貞顕が立ち上げた会社。複数のメディア企業と強固なつながりを持つ。

クリエイターの創作活動を強かにエンパワーメント



Design

CXO・CDOの2名をトップに擁し、プロダクトデザインから会社全体でのUX設計、組織運営までデザインの力で牽引。

優れたUI/UXが競争優位性を創出



Technology

大手IT企業やテクノロジー系スタートアップ出身の技術者を多数抱える。

コンテンツの流通・収益化を支える仕組みを実現

目次

01 会社概要

02 事業紹介

03 カンパニー・ハイライト

04 財務ハイライト

05 Appendix

事業概要

だれもがインターネット上で自由にコンテンツを発表・販売できるC2Cメディアプラットフォーム「note」と、noteを基盤に企業の情報発信を簡単かつ効果的に行うためのメディアSaaS「note pro」を中心に事業を展開。

note

だれもが文章やマンガ、音声等さまざまなコンテンツを自由に投稿・販売することを可能にするメディアプラットフォーム。
インターネット上での継続的な創作活動を可能にすることにより、クリエイターエコノミーを促進。

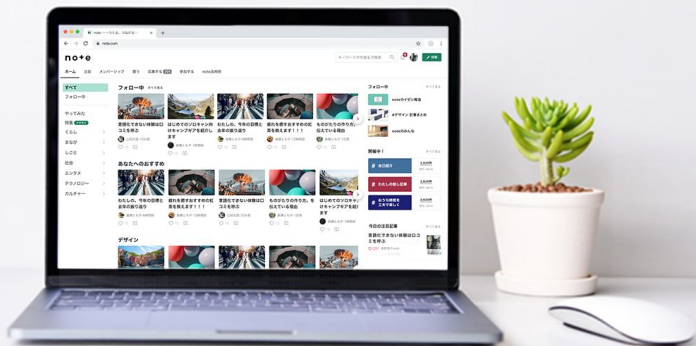
note PRO

企業のオウンドメディア運営、ホームページ構築など、情報発信を簡単に行うことを可能にするメディアSaaS。noteの標準機能に加え自社サイト構築に必要な機能を提供し、noteを基盤とする情報発信を支援。

法人向けサービス

- ・noteコンテスト
企業とコラボレーションし、note上でクリエイターから作品を募集する企画を開催
- ・イベント
note連動イベント等のため、イベントスペース”note place”を貸出

note



あらゆるクリエイターをエンパワーメントするCtoCの
メディアプラットフォーム。2014年4月スタート。

MAU **4,066万**

累計会員登録者 **550万人**

公開コンテンツ数 **2,782万件**

年間流通総額(税込) **8,445百万円**


* 年間流通総額は2021年度、その他は2022年8月末時点の数値

noteの概要

クリエイターが文章やマンガ、音声等さまざまなコンテンツを自由に投稿・販売することを可能にし、読者がコンテンツを楽しみ、クリエイター支援・購入することを可能にするメディアプラットフォーム。



掲載コンテンツ例

 今日も今日とて、水が美味しい
岸田 奈美

仕事で仲良くなったある人から、おそろおそろ言われた。

「岸田さんって、その、文筆業以外にお仕事されます？」

「してますよ。しゃべるとか」

「いや、それがその」

エッセイ

 DEATH STRANDING DIRECTOR'S CUT #IngamePhoto
横田裕市 / 写真家



DEATH STRANDINGはPS4,およびPS5で発売されたコジマプロダクション最初のゲーム作品。



写真

 【音源】ブルグミュラー / 25の練習曲 Op.100
Kyohei Sorita 反田恭平

【音源】ブルグミュラー / 25の練習曲 Op.100

♡ 1063

反田恭平

 00:00 / 00:30

※試聴版。オリジナル版(30:44)は購入後に視聴可能。

【全曲収録】ブルグミュラー / 25の練習曲 Op.100

・演奏、録音、編集など / 反田恭平
・会場 / 自宇。 2020.05.25

音楽(楽曲販売)

 THE MOVIE #64 予告編
リアル頑張ってる途中 neo エピ中のニューノーマルを駆け...



今回は、小久保柚乃さん、真山りかさん！

動画

 【漫画】よく聞く『意識する』の正体ってなに？
吉本ユータスキ



漫画

 【2021年11月更新】国内SaaSスタートアップデータ 351社
企業データが使えるノート | 運営 早船 明夫

以下、サンプルデータとなり、全量ダウンロードはコンテンツ最下部

 SaaS startup data sample.xlsx

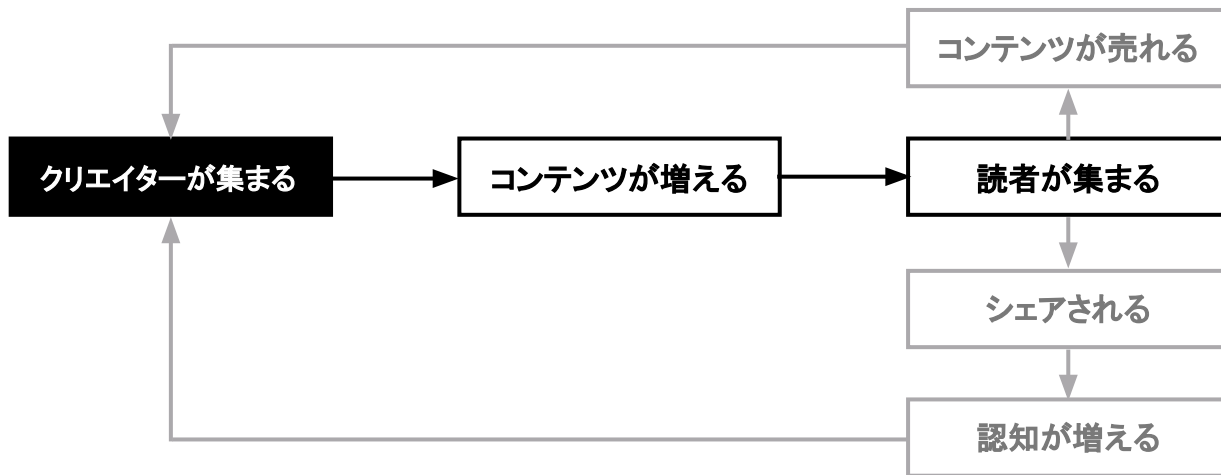
10355 Bytes
ファイルダウンロードについて

 ダウンロード

データファイル

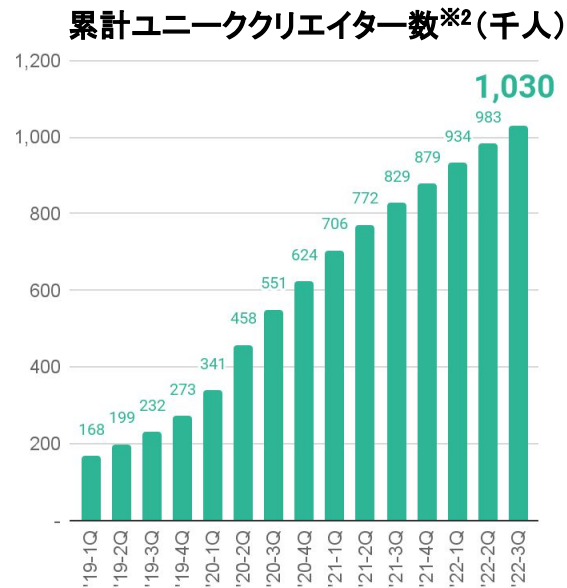
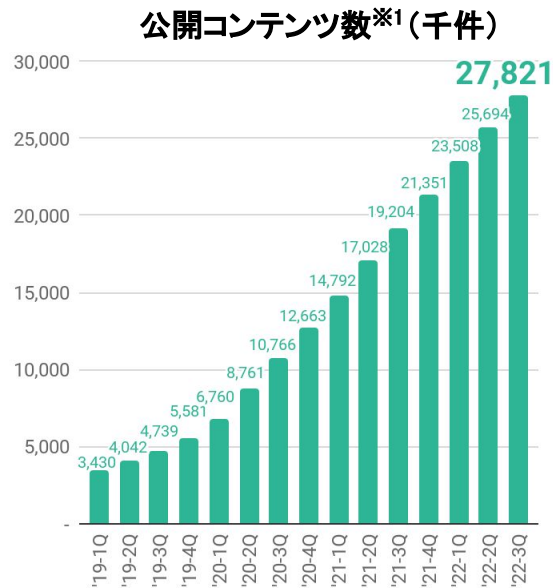
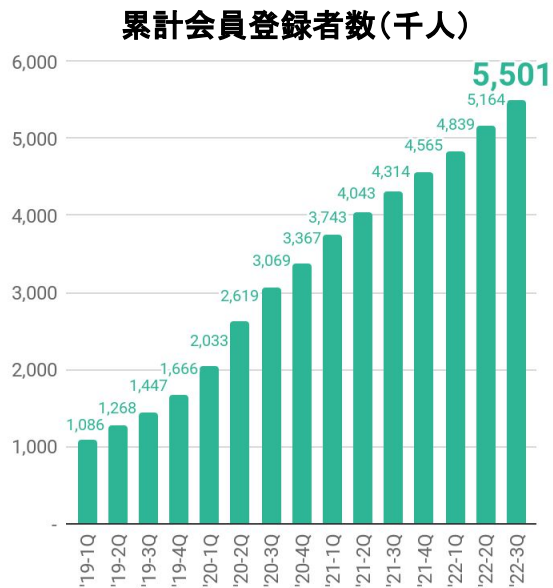
noteのグロースモデル

クリエイター・読者・コンテンツの相互作用によるネットワーク効果をはたらし、広告宣伝費をかけずに自律的に拡大するグロースモデルによって競争優位を実現。noteの公開記事のうち有料コンテンツの比率は20.4%(2022年8月時点)。無料記事は多くの読者をnoteに惹きつける広告宣伝的な役割を果たしており、サービス運営上重要な位置付けとなっている。



クリエイティブの街 noteの成長

ユーザー数・クリエイター数・コンテンツ数はいずれも増加傾向にあり、noteの街が着実に成長。



※1 公開コンテンツ数は各月末時点でnote上に公開されている累計コンテンツ数

※2 累計ユニーククリエイター数は過去にコンテンツ(削除されたものも含む)を投稿したユーザーの総数

note PRO



企業のオウンドメディア運営、ホームページ構築など、情報発信を簡単に行うことを可能にするサブスクリプションモデルのメディアSaaS。申込みから最短即日で利用可能。

有料契約数 **564** 件

初期費用 **¥0**

料金体系 月額 **¥50,000**

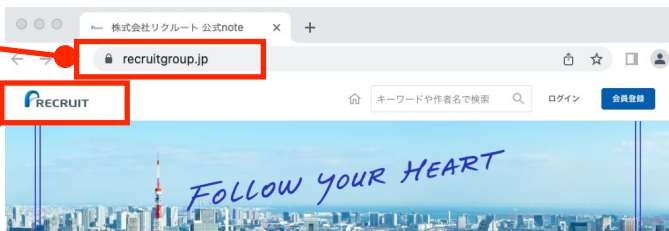
法人向け機能をnote proとして提供

noteの標準機能に加え、オリジナルのサイト構築に必要な機能を法人向けに提供、さらにカスタマーサクセスによる手厚いサポートを実施。

		note	note PRO
コンテンツ制作	無料記事の掲載	✓	✓
	無料マガジンの掲載	✓	✓
	共同運営マガジンの掲載	△ (制限あり)	✓
	予約投稿機能		✓
	コメント欄のON/OFF		✓
サイト構築	独自ドメインの適用		✓
	独自ロゴの設定		✓
	認証マーク付与		✓
	メニューのカスタマイズ		✓
	お知らせ枠の設定		✓
	クリエイターページへのマガジン記事表示		✓
分析	ダッシュボード	✓	✓
	note proアナリティクスβ		✓
運営サポート	個別セットアップラーニング		✓
	個別カウンセリング		✓
	契約法人コミュニティ		✓
	契約法人勉強会		✓

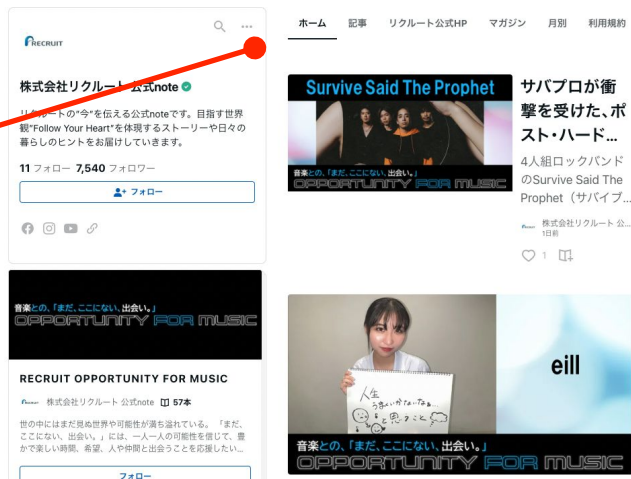
note proの仕様例

独自ドメイン



独自ロゴ

TOPや
メニューの
カスタマイズ



カラー指定



コンテンツ販売も
noteと同様に可能

noteを基盤とする集客力

note proは独自ドメインでありnoteから独立したWebサイトだが、noteを基盤としているためnoteとつながっており、noteのユーザー基盤を自社サイトの集客に活かすことが可能。

noteの記事レコメド覧

note pro顧客(独自ドメイン)のコンテンツ

The image shows two overlapping screenshots. The background screenshot is the 'note' app interface, displaying a grid of article recommendations. A red dashed box highlights a specific article titled 'わたしにとってのキリンラガービールと、家呑みの...' (For me, Kirin Lager Beer and Home Drinking...). A red arrow points from this article to the foreground screenshot. The foreground screenshot is the 'note pro' website for Kirin, featuring a large image of a Kirin Lager beer can and a glass of beer next to a plate of food. Below the image is the article title 'わたしにとってのキリンラガービールと、家呑みの相棒 ～料理家・高谷亜由さん編～' (For me, Kirin Lager Beer and Home Drinking Companion ~Chef Ayumi Takaya Edition~). The article text begins with '今回10年ぶりのリニューアルにあたって始まった特集企画、「改めて、キリンラガービールとほ」' (This time, for the 10-year anniversary renewal, we started a special feature plan, 'Revisiting Kirin Lager Beer and...'). The 'note inc.' logo is visible in the bottom right corner of the foreground screenshot.

国内外の法人や自治体など多様なユーザーが利用



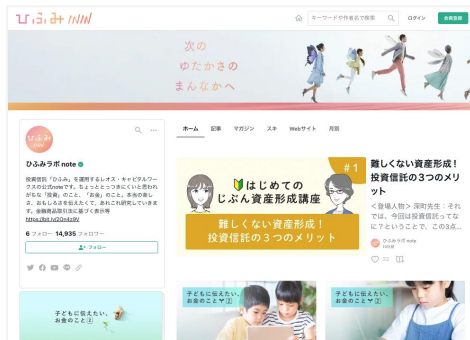
ソニー



カルビー



フィードフォース



レオスキャピタルワークス



厚生労働省

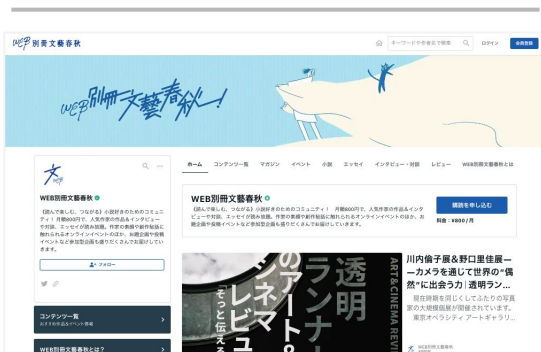


東京都

主な活用シーン

メディア・ブランディング・HR等幅広い場面で活用可能。note記事として幅広いユーザーに対しストーリー性の高いコンテンツを提供できるため、情報発信力とユーザーエンゲージメントが高い。

サブスクリプションメディア



株式会社文藝春秋

雑誌掲載コンテンツが月額サブスク形式で読めるオンラインメディアを、短期間で立ち上げ。

ブランディング



キリンビール株式会社

商品に関する記事の投稿やコンテストの開催等により、ブランドメッセージを発信。

人材採用

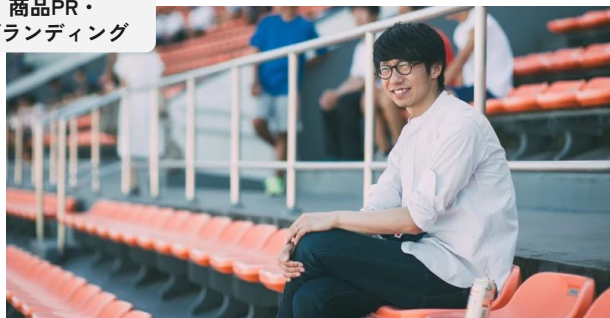


株式会社ベーシック

意向度の向上のためnoteを活用。採用応募数・内定承諾率の向上に加え、離職率も減少。

note proクリエイターの声

商品PR・
ブランディング



麒麟

noteを使い始めたきっかけ

自分たちのストーリーを伝える場所を持つため。他のSNSとnoteの違いは、想いを伝える長文コンテンツが中心であること。noteは一般的な広告アプローチとは異なり、コアなファンユーザーから「同心円状」に推奨して拡げてもらったコンテンツを理想としています。

noteを使って起きた変化

- ✓ インタラクティブなコミュニケーションができる
- ✓ 作り手を主語にした語り合う場ができた

採用・インナー
コミュニケーション



NEC ネットズエスアイ

noteを使い始めたきっかけ

連結で7,500名を超える社員がおり、全員に情報をしっかりと伝えるためにはコミュニケーションを活性化させる発信が不可欠だった。社員へ情報を浸透するためには、キレイな情報だけでなく、書き手の内情や想いの乗った「手触り」のある情報発信が必要であり、新入社員や中途社員が入社後にギャップを感じないためにも、こうした発信が重要だと考えている。

noteを使って起きた変化

- ✓ 「社内の風通しの良さ」のスコアが3.20→3.75にUP
- ✓ 採用エントリー数 1.62倍、選考参加数1.22倍に増加

note/note pro:ビジネスモデル

noteの収益源はコンテンツ売買(有料記事販売、メンバーシップ)等にかかるサービス利用料(下図①)、note proの収益源はシステム提供(note proをメディアSaaSとして提供)にかかる法人からの月額料金+オプション利用料(下図②)。



*1 単体記事の販売やメンバーシップの会費は売上金額の10%、定期購読マガジン(サブスクリプションモデル)での販売は売上金額の20%。

また、プラットフォーム手数料とは別に決済手数料として、クレジットカード決済では売上金額の5%、携帯キャリア決済では売上金額の15%を徴収。note proアカウントのコンテンツ販売についても同様。

*2 別途有料オプション有り。

目次

01 会社概要

02 事業紹介

03 カンパニー・ハイライト

04 財務ハイライト

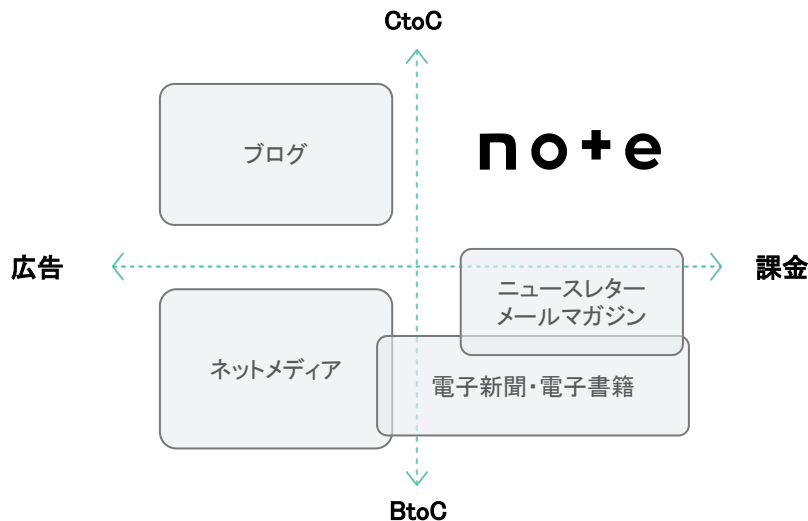
05 Appendix

カンパニー・ハイライト

1. 多様なクリエイター・コンテンツが集まるメディアプラットフォーム
2. クリエイター・ユーザーから高い支持を集める稀有なプロダクト
3. 広告宣伝費に依存せず自律的に拡大するグロースモデル
4. noteのプラットフォームを基盤に企業の情報発信をDXするnote pro
5. 「CtoC × BtoB」のハイブリッド戦略による成長可能性

「CtoC × 課金」の独自のビジネスモデル

CtoC × 課金モデルで、他のメディアと比べてもユニークなポジショニングを形成。このビジネスモデルが、創作に見合った対価を得られること、広告・ランキングがない等の優位性につながっている。



CtoC × 課金モデルによる優位性

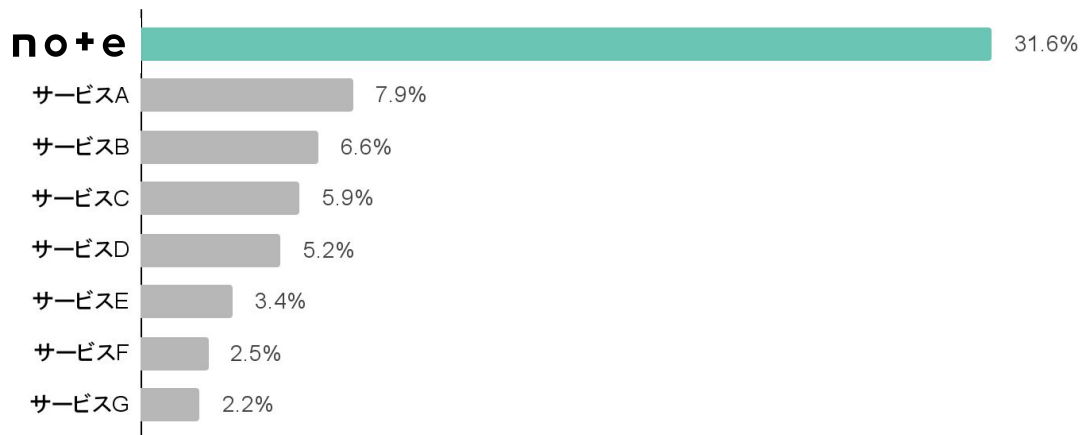
- クリエイターは創作活動に見合った対価が得られる
- 広告・ランキングがないため、読者はクリエイターの世界に没頭でき、クリエイターは自由に安心してコンテンツを投稿できる
- 収益化を意識した良質なコンテンツが集まりやすい

メディアプラットフォームとしての高い認知

ユニークなポジショニングから、メディアプラットフォームといえばnoteという高い想起率を獲得。

メディアプラットフォーム利用実績調査

Q.「文章コンテンツを個人が販売・購入できるプラットフォーム」と聞いていちばんに思い浮かぶ、企業が運営しているサービスの具体的な名称をお答えください。



* 第三者機関調べ(2022年2月実施)

* 特定のサービスの回答があったサンプル(n=2,118)に対する割合。

幅広いジャンルの著名人や法人・公共機関が利用

情報発信の場として、芸能人・経営者をはじめとする幅広いジャンルの著名クリエイターや、さまざまな法人、教育機関や行政機関等の公共機関にも多数利用されている。

著名人による利用

日本人Twitterフォロワー数上位1万人のうち
noteアカウントを連携しているユーザー数 ※1

1,000 人超

芸能人

作家

政治家

漫画家

経営者

音楽家

アスリート

インフルエンサー

研究者

※1 当社調べ(2022年8月時点)

法人による利用

法人のnote・note proアカウント数 ※2

16,000 件超

よろこびがたく世界へ




文藝春秋







yappli



※2 数値は2022年8月末時点のnote、noteプレミアム、
note proの3タイプのアカウントでの法人利用合計数

公共機関等の利用

教育機関や行政機関へのnote pro提供数 ※3

学校 **183**

自治体 **105**

中央省庁・
独立行政法人 **22**

※3 note pro無償提供件数(2022年8月末時点)

個人クリエイターのコンテンツ購入が当たり前

noteの認知が広まるにつれて個人クリエイターからのコンテンツ購入が当たり前となってきており、2021年度の年間流通総額は84億円に。2021年の年間売上では上位1,000人の平均売上が663万円となり、中にはnoteだけで生計を立てられるクリエイターも。

流通総額

2021年度年間

8,445 百万円

クリエイターの売上

2021年11月期
上位1,000人の平均年間売上

663 万円

ARPPU^{※1}

有料コンテンツ購入者が
noteにつかうヶ月あたりの平均金額^{※2}

2,650 円

※1 ARPPU=Average Revenue Per Paid Userは各四半期の購読者一人当たりの平均月間購入額。

※2 2022年3Q時点

クリエイターによるnoteの活用事例

元日経新聞記者の後藤さんは、情報発信の場としてnote・YouTube・Twitterを活用しており、noteではサブスク形式で会員限定で情報発信ができる「メンバーシップ」を運営、15,000人超※のファンが参加するコミュニティを形成している。



後藤達也さん

元日経新聞記者。
経済ニュースを「わかりやすく、おもしろく」
をテーマに、経済や投資になじみのない方
にもわかる形で情報を発信。

note

- 経済・投資に関する**詳細な解説記事をテキストで配信**
- メンバーシップでは、会員限定コンテンツの配信のみならず
掲示板やイベント等を通じた**ファンとの交流の場**として活用

三本柱として
活用

YouTube

- 動画コンテンツを配信
- 他のクリエイターとの
コラボ等で活用

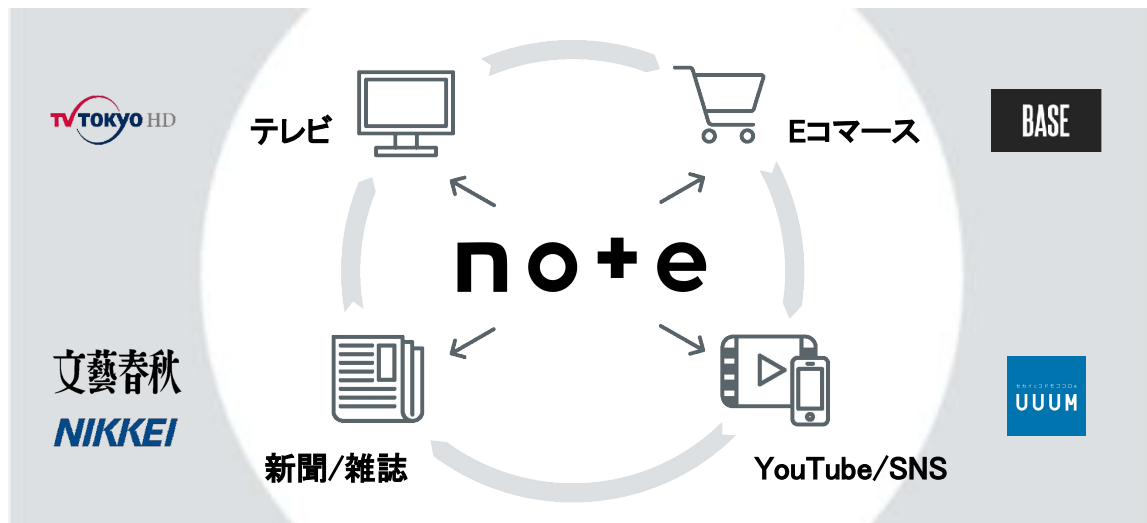
Twitter

- 速報性の高い情報を配信
- 幅広いユーザーへの
情報拡散に活用

クリエイターの活躍の場を広げる仕組み

資本業務提携先等の既存メディアにクリエイターを紹介することで、オンラインのみならずオフラインでもクリエイターの創作活動を後押しする仕組みを構築。クリエイターにとってはnoteに投稿された作品がマルチチャネルでさらに拡がることで活動機会の増加につながるるとともに、既存メディアにとっては新しいクリエイター発掘の場となっている。

資本事業提携先



noteから映像化・書籍化された作品が多数誕生

note発で多くの作品がドラマ化、映画化、出版につながっており、クリエイターエコノミーの時代におけるメディアプラットフォームとしての地位を確立。

noteから書籍化

noteから書籍化された作品数※

累計 **186** 作品



※ 2022年8月末時点。ただし、当社が「noteから書籍化された作品」として認識しているものに限る。

カンパニー・ハイライト

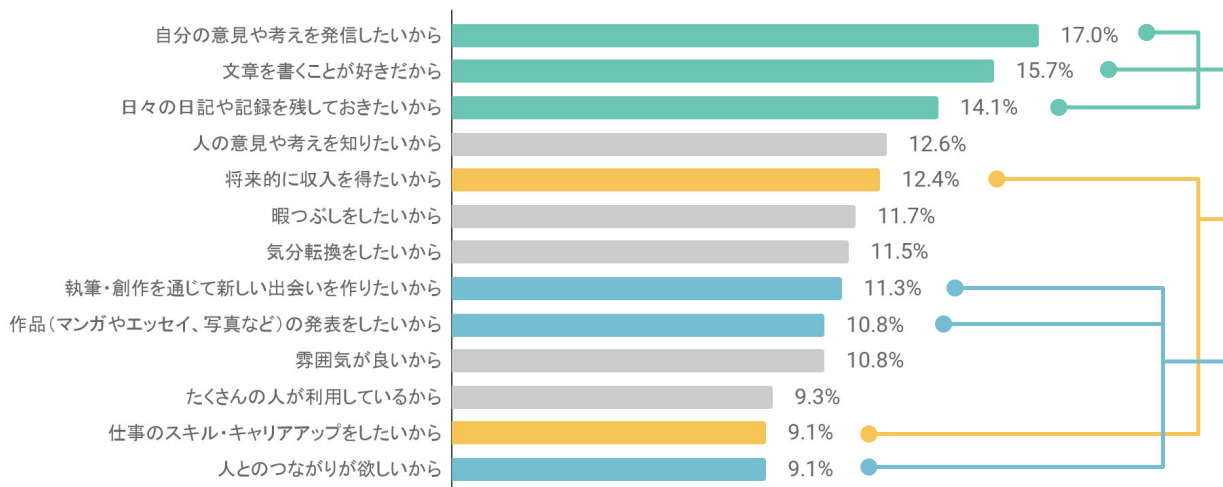
1. 多様なクリエイター・コンテンツが集まるメディアプラットフォーム
2. **クリエイター・ユーザーから高い支持を集める稀有なプロダクト**
3. 広告宣伝費に依存せず自律的に拡大するグロースモデル
4. noteのプラットフォームを基盤に企業の情報発信をDXするnote pro
5. 「CtoC × BtoB」のハイブリッド戦略による成長可能性

創作・発信・ビジネス基盤としてクリエイターから評価

クリエイターからは、創作・発信やビジネスの基盤となる点を評価されており、noteのクリエイティブ、ディストリビューション、ファイナンスのエコシステムが支持されている。

note利用実績調査

Q. noteを「コンテンツを投稿する用途」で利用している理由をすべてお答えください。



創作・発信

①安心してクリエイティブに専念できる

ビジネスの基盤

②継続的なビジネスの基盤となる

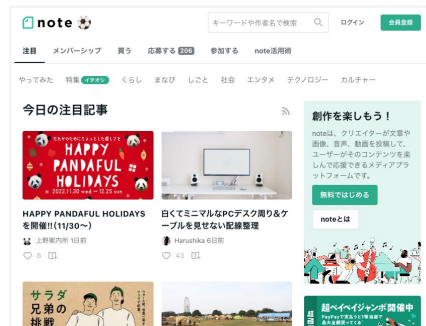
メディア・伝播

③ファンとつながり、蓄積できる

※ 調査委託先: マクロミル(2022年2月)
「noteでコンテンツの閲覧・投稿をしている(していた)」と回答したユーザー(n=453)が対象。

①安心してクリエイティブに専念できる

ランキングがない、広告がなくPV目的の炎上を起こすインセンティブが生じづらい、いい作品が最適な読者に届きやすい仕組み等により、クリエイターが安心してクリエイティブに専念できる環境の構築を目指す。



ランキングがない

ランキングがないことで、クリエイターは発信したいことに専念できるため、多様性が保たれています。



広告がない

投稿コンテンツ内に広告が表示されないため、読者が内容に没頭できます。



最適な読者に届く

読者やnoteディレクターによるピックアップに加え、AIによるレコメンド機能により、コンテンツは最適な読者に届けられます。

サイト運営の健全性確保に関する取り組み

ユーザーが安心・安全にnoteを利用できるよう、noteの運営にあたって、下記のような取り組みを通じてサイト運営の健全性を確保する体制を構築しております。

利用規約・ガイドラインの策定

ユーザーに対して利用規約をサイト上で明示しているほか、著作権への配慮や不適切なコンテンツの拡散抑止など安心・安全に利用いただくために守っていただきたいルールを記載した「コミュニティガイドライン」を定めています。

安心創作勉強会

著作権など創作に関連する法律知識についての勉強会など、クリエイターが安心して創作するために知っておくべき情報に関する研修を「安心創作勉強会」として開催し、サービスの適切な利用を促しています。

AI・パトロールによるコンテンツチェック

投稿されたコンテンツをAIやパトロールによりチェックしており、投稿内容が利用規約で禁止しているものは、削除や利用の停止等の対応を行っています。

CS窓口・通報対応

専任のカスタマーサポートチームではユーザーからの通報に基づく対応を実施しており、コンテンツの内容に応じて削除・利用停止・検索結果からの除外などの対応をとっています。

②継続的なビジネスの基盤となる

コンテンツ課金をいち早く取り入れ、記事単体やサブスク形式での販売、コミュニティ運営も可能。また、ECカート等の外部サービスも埋め込み可能で、幅広いクリエイターに対応。

多様なコンテンツ課金

投稿したコンテンツは単発での販売が可能だけでなく、月間購読形式での販売も可能。また、コミュニティ運営が可能な「メンバーシップ」や、読者がクリエイターを支援できる「サポート」といった形での収益獲得も可能。

単発

- 有料記事(単体記事)の販売
- 有料マガジン(複数記事一括)の販売
- 読者からのサポート

サブスク

- 定期購読(月額購読)マガジンの販売
- メンバーシップ(月額制コミュニティ)の運営

さまざまな埋め込み機能

SNS、動画、音声ストリーミングサービス等、幅広いコンテンツを埋め込むことができ創作の本拠地にすることができるほか、ECカートや求人カードを埋め込むことができ、ビジネスにつなげることが可能。

コンテンツ系

Youtube、TikTok、Apple Music、Spotify、Instagram、Googleスライドなど

ビジネス系

Amazon、Shopify、BASE、CAMPFIRE、Makuake、Wantedlyなど

A4 PAPER STOCKER | docketstore powered by BASE

一般的な事務用品として販売されているA4コピー用紙の紙束500枚がキレイに収まるオリジナルボックスを作りました。A4コピ...

3,300円

docketstoreで購入する



③ファンとつながり、蓄積できる

noteは投稿するだけでなく、フォローなどの仕組みを通じてファンとつながり、コンテンツも蓄積できる。サブスク形式の配信も可能で、ファンや読者と長期的な関係性を築きやすい。



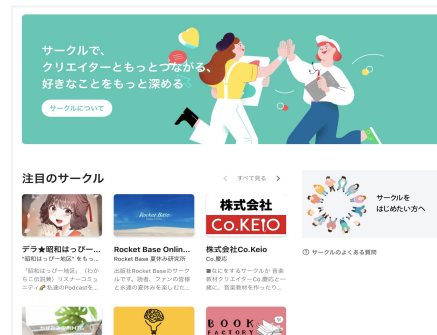
フォローしてつながる

ユーザー同士がフォロー、スキ、コメント等でつながることができます。



ファンやコンテンツを蓄積できる

コンテンツやファンが蓄積され、noteが自分のポートフォリオになります。



サブスクで長期的な関係性を築ける

サブスク形式でのコンテンツ配信やコミュニティ運営により、読者と長期的な関係を築けます。

継続的な「カイゼン」

クリエイター・読者からの要望を「フィードバック」として吸い上げ、機能改善や拡充等に反映させる「カイゼン」に積極的に取り組んでおり、毎年数多く行っています。2019年以降実施してきた主な「カイゼン」は以下の通りです。

年月	「カイゼン」事項
2019年2月	ファイルアップロード機能の実装
2019年4月	コンテンツの表示速度の高速化開始
2019年5月	ソーシャルプラグイン「noteで書く」ボタンを公開
2019年7月	TikTokの埋め込み機能実装
2019年11月	.comへのドメイン移行
2019年12月	Shopifyの埋め込み機能実装
2020年4月	サークル投稿(現「メンバーシップ」機能) ・コメントへのスキ機能の実装
2020年6月	おすすめコンテンツのフォローのタイムライン表示機能の実装 クラウドファンディングの埋め込み機能実装
2020年7月	汎用的な埋め込み機能実装 noteIDの変更機能実装
2020年9月	18歳未満のゾーニング機能実装
2020年12月	Canvaで見出し画像を簡単に作る機能を実装

年月	「カイゼン」事項
2021年1月	「note」のiOSアプリがiPadに対応
2021年3月	「note」のiOSアプリから、FacebookとInstagramのストーリーズにコンテンツを画像化して紹介できる機能を実装
2021年4月	プロフィール欄に、「ストアアイコン」を表示できる機能を実装
2021年6月	おすすめクリエイター欄に、Twitterでフォローしている人のnoteアカウントを表示する機能を実装
2021年9月	note記事にルビをふれる機能を実装
2021年11月	新エディタをリリース
2021年12月	note記事で数式表現ができる機能を実装
2022年3月	決済手段にPayPayでの支払いを追加
2022年7月	あらゆるクリエイターが月額サブスクをつくれる「メンバーシップ」機能を実装

クリエイターの声

作家



作家・岸田奈美さん

noteを使い始めたきっかけ

会社時代に副業が解禁され、社外活動の一環としてスタート。noteはデザイン的にラフな文章でも映えるし、シェアやサポートといった共感と応援を集めやすい仕組みもある。無名の書き手であっても、内容が面白ければ編集部の人たちがピックアップしてくれる。

noteを使って起きた変化

- ✓ 記事が話題になったことで、半年で作家として独立
- ✓ 初の著書を2020年9月に発売

飲食店



鮭ほり川・堀川文雄さん

noteを使い始めたきっかけ

コロナ禍での緊急事態宣言の影響で、お店の存続が危ぶまれたことで、いまできることをやろうと発信を始めた。友人がnoteでの発信をきっかけにお客さんが増えたと聞いて、時代の先をいくサービスだと感じた。

noteを使って起きた変化

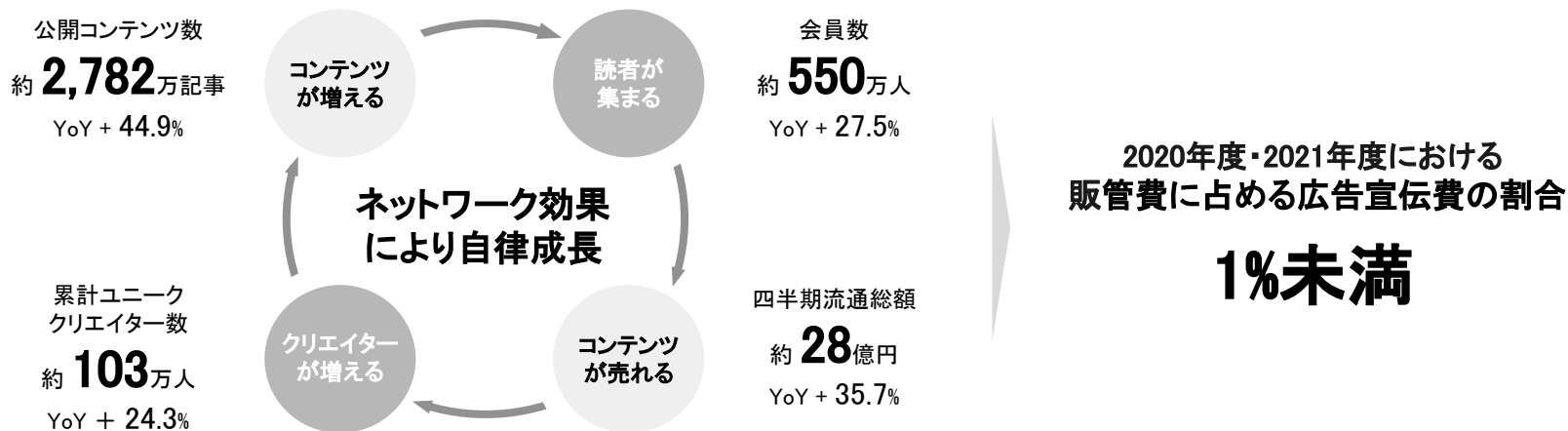
- ✓ 来店客の6割がnoteをきっかけにお店を認知
- ✓ 若いお客さんが急増
- ✓ コメントをきっかけに新メニューやコースを考案

カンパニー・ハイライト

1. 多様なクリエイター・コンテンツが集まるメディアプラットフォーム
2. クリエイター・ユーザーから高い支持を集める稀有なプロダクト
3. **広告宣伝費に依存せず自律的に拡大するグロースモデル**
4. noteのプラットフォームを基盤に企業の情報発信をDXするnote pro
5. 「CtoC × BtoB」のハイブリッド戦略による成長可能性

noteのグロースモデルによるネットワーク効果

クリエイター・読者・コンテンツが相互作用し、自律的に増加していく仕組みの構築を目指す。プラットフォームとしてのネットワーク効果がはたらくため、少ない広告宣伝費でも継続的な成長を実現しており、コスト面で高い参入障壁となっている。

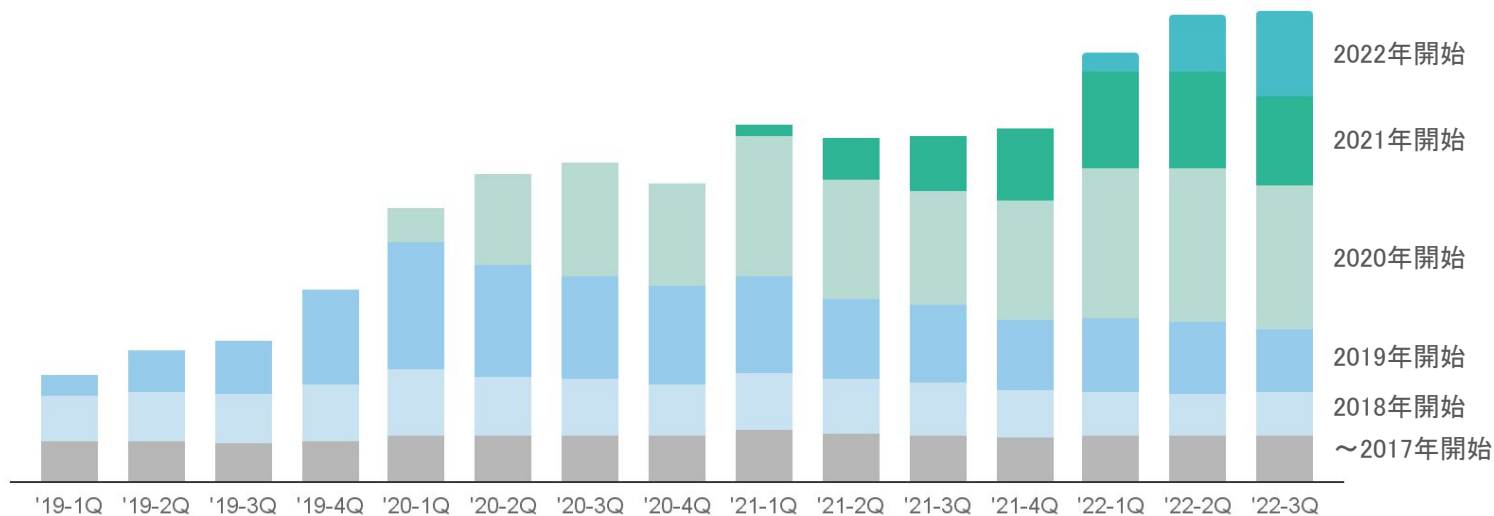


* 図表内の数値はいずれも2022年8月末時点の数値

クリエイターの継続利用によるリカーリングレベニュー

クリエイターの継続利用により、GMVも継続的に積み上がるストック型のビジネスモデルを目指します。

クリエイター記事投稿開始年度別売上高



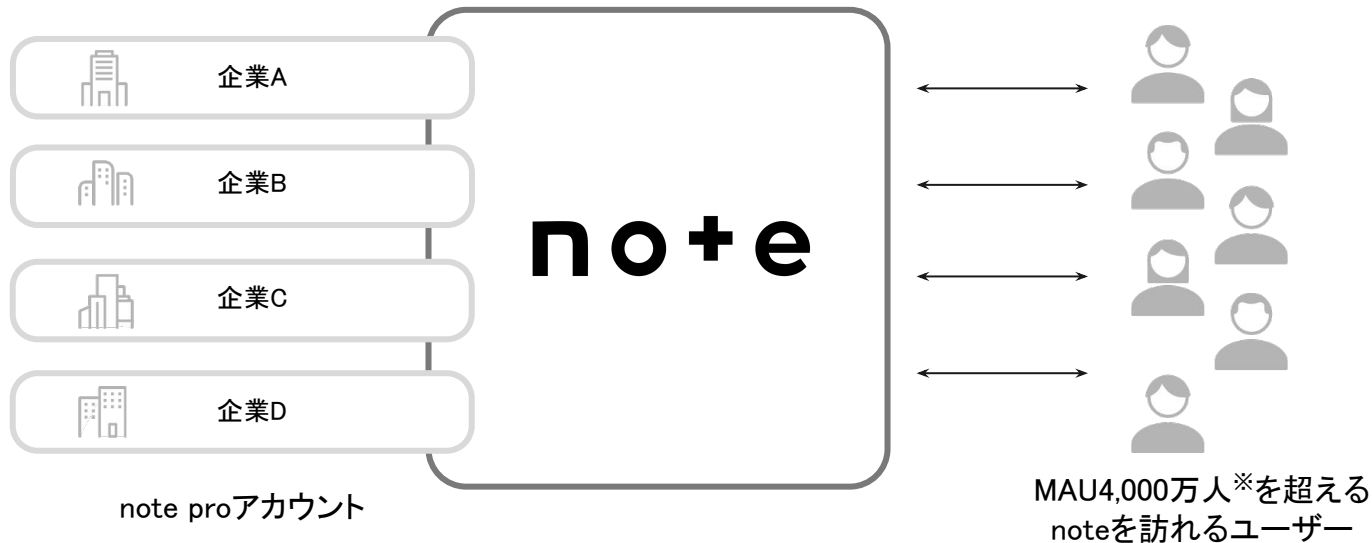
* クリエイター記事投稿開始年度は、有料・無料関係なくnote上で初めて記事を作成・公開した日付をベースに集計。一部記事公開日が特定できないものを除外してグラフを作成。

カンパニー・ハイライト

1. 多様なクリエイター・コンテンツが集まるメディアプラットフォーム
2. クリエイター・ユーザーから高い支持を集める稀有なプロダクト
3. 広告宣伝費に依存せず自律的に拡大するグロースモデル
4. **noteのプラットフォームを基盤に企業の情報発信をDXするnote pro**
5. 「CtoC × BtoB」のハイブリッド戦略による成長可能性

特長①:noteを基盤とする集客力

note proは、noteから独立したWebサイトだがnoteとつながっているため、noteのユーザーに対して直接アプローチできる集客力も特長。さまざまな企業によりSNSマーケティングのような形で利用されている。



※ 2022年8月末時点の数値

特長②:Webサイトとしての機能性

note proは、独自ドメインを持つ独立したWebサイトをカスタマイズにより簡単に開発できるため、Webサイトを開発・運用できるSaaSとしての側面を持つ。カスタマイズにより簡単に開発でき、システムやUI/UXは常時最新にアップデートされるうえ、決済・ダッシュボード・コンテンツ管理等のビジネス機能も備えている。

開発

Webサイト構築の一般的なプロセス

- 制作会社の選定・Webサイトの要件定義からゼロベースで開発
- 開発に数ヶ月かかることも

運用・管理

- セキュリティ対策等
定期的なアップデートが必要
- SEO対策が必須

ビジネス

- 各種ツールは別途手配が必要
継続的な個別管理が負担に

note PRO

- 独自ドメインが設定可能な
独立したWebサイト
- 各種カスタマイズにより、
スピーディーな開発が可能

- システムやUI/UXは
常時最新にアップデート
- カスタマーサクセスによる
サポートが受けられる


- 決済・ダッシュボード・
コンテンツ管理等の機能
標準機能として利用可能


WebサイトとSNSの特長を併せ持つnote pro

Webサイトとしての機能性とnoteを基盤とするSNSのような集客力から、note proは企業がユーザーとのつながりづくりからビジネスまで一貫して行うことを可能にする“メディアSaaS”。

一般的なWebサイトの特徴


 集客・SEO対策が必須


 開発・運用・メンテナンスに
手間とコストがかかる


 情報発信だけでなく
ビジネスができる



一般的なSNSの特徴


 多数のユーザーとつながる


 開設・運用が簡単


 用途が情報発信に限られる



note PRO

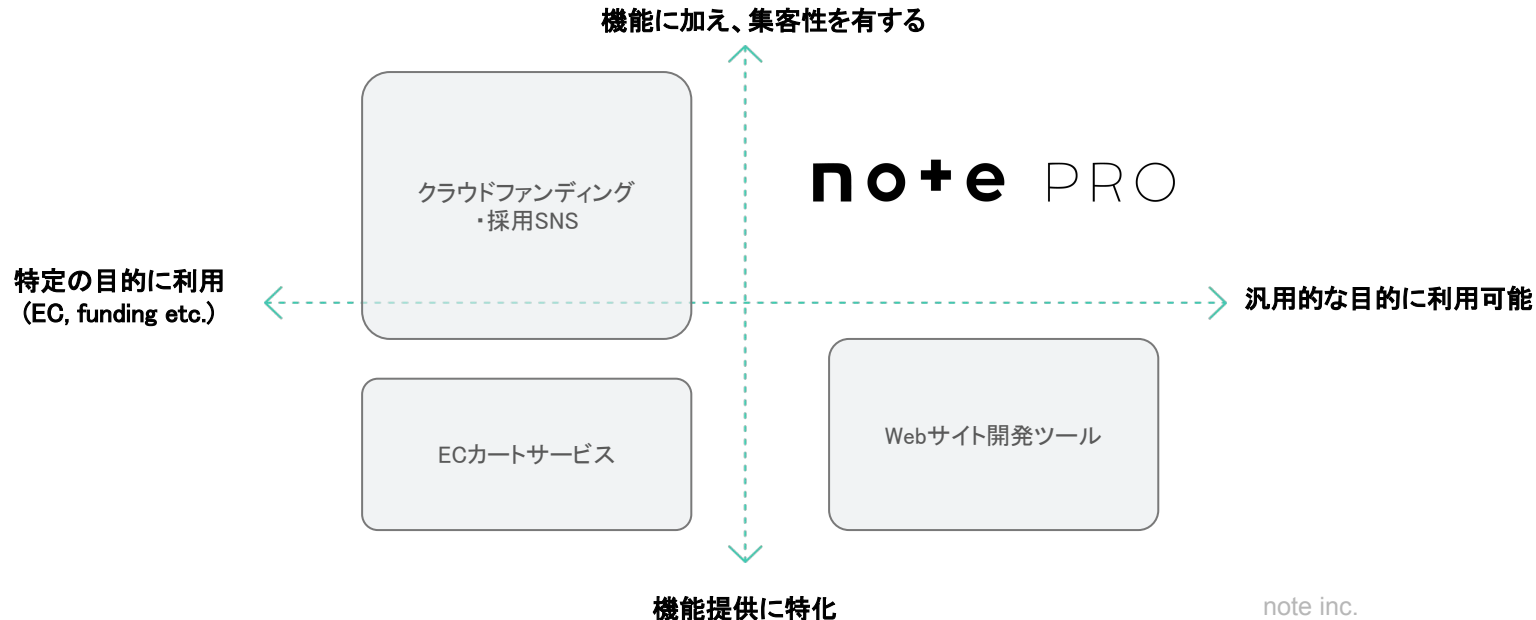
 noteを訪れる多数の
ユーザーとつながる

 開発の手間がなく、
運用・メンテナンスも簡単

 決済機能等の活用により
ビジネスの場となる

Webサイトを開発・運用できるSaaSとしての立ち位置

note proは他のWebサイト開発ツールと比べ集客性に特徴があり、単なるWebサイトの開発・運用保守にとどまらず企業のあらゆる情報発信を媒介・強化する“メディアSaaS”としての立ち位置。



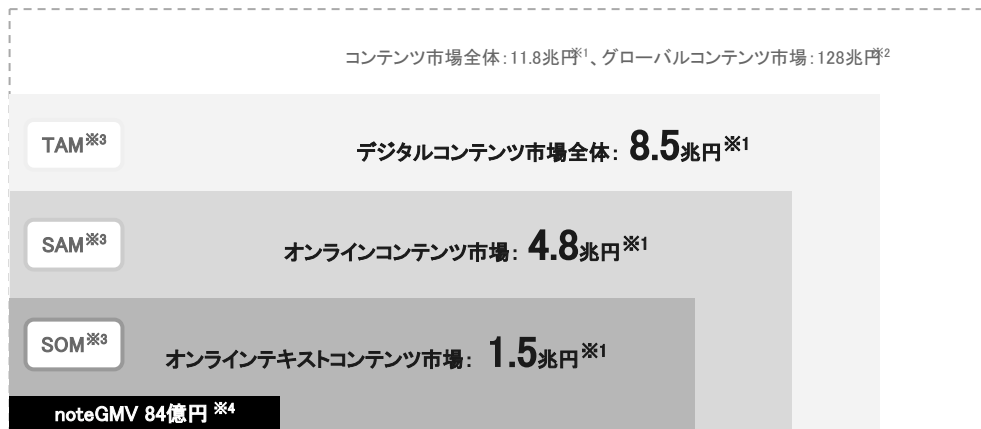
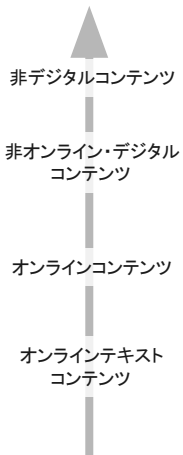
カンパニー・ハイライト

1. 多様なクリエイター・コンテンツが集まるメディアプラットフォーム
2. クリエイター・ユーザーから高い支持を集める稀有なプロダクト
3. 広告宣伝費に依存せず自律的に拡大するグロースモデル
4. noteのプラットフォームを基盤に企業の情報発信をDXするnote pro
5. 「CtoC × BtoB」のハイブリッド戦略による成長可能性

noteでアプローチするコンテンツ市場

オンライン化されたテキストコンテンツの市場は1.5兆円、音声や映像も含めるとオンラインコンテンツで4.8兆円の市場が存在。なお、2016～2020年の年間平均成長率でSAMは9.8%^{※1}、TAMは2.8%^{※1}成長しており、今後もコンテンツのオンライン化・デジタル化が浸透していくことに伴い、市場はさらに拡大していくと想定。

コンテンツの デジタル化・オンライン化



※1 出典:総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査(2022年6月)」市場規模は2020年のもの。

※2 出典:経済産業省商務情報政策局コンテンツ産業課「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」市場規模は2018年のもの。

※3 SOM:現在アプローチしている市場規模、SAM:獲得を目指す市場規模、TAM:獲得しうる最大の市場規模 ※4 2021年度の数値。

note proでアプローチするWebサイト構築市場

企業の情報発信をDXすることにより、国内法人向けWebサイト構築市場をSAMとして獲得を目指す。さらに機能強化を進めることにより、あらゆる企業のインターネットにおけるビジネス活動拠点となるTAMIにアプローチしていく。

利用用途や利用主体の拡大

法人・個人問わない
インターネットにおける
ビジネス活動

国内法人による
インターネットにおける
ビジネス活動

国内法人による
Webサイトを活用した
情報発信



※1 Total number of Websites - Internet Live Stats; 日本は、世界のウェブサイトの数にWordPressの日本語のサイトシェア5.6%を乗じて推計したもの (<https://wordpress.org/about/stats/>)。数値は2021年4月1日に抽出。

※2 中小企業358万社(中小企業庁「2020年版中小企業白書」)と、フリーランス462万人(内閣官房「フリーランス実態調査」(2020年))を合算した数値。

※3 note proのARR=¥50,000/月 × 12ヶ月=¥600,000として計算。

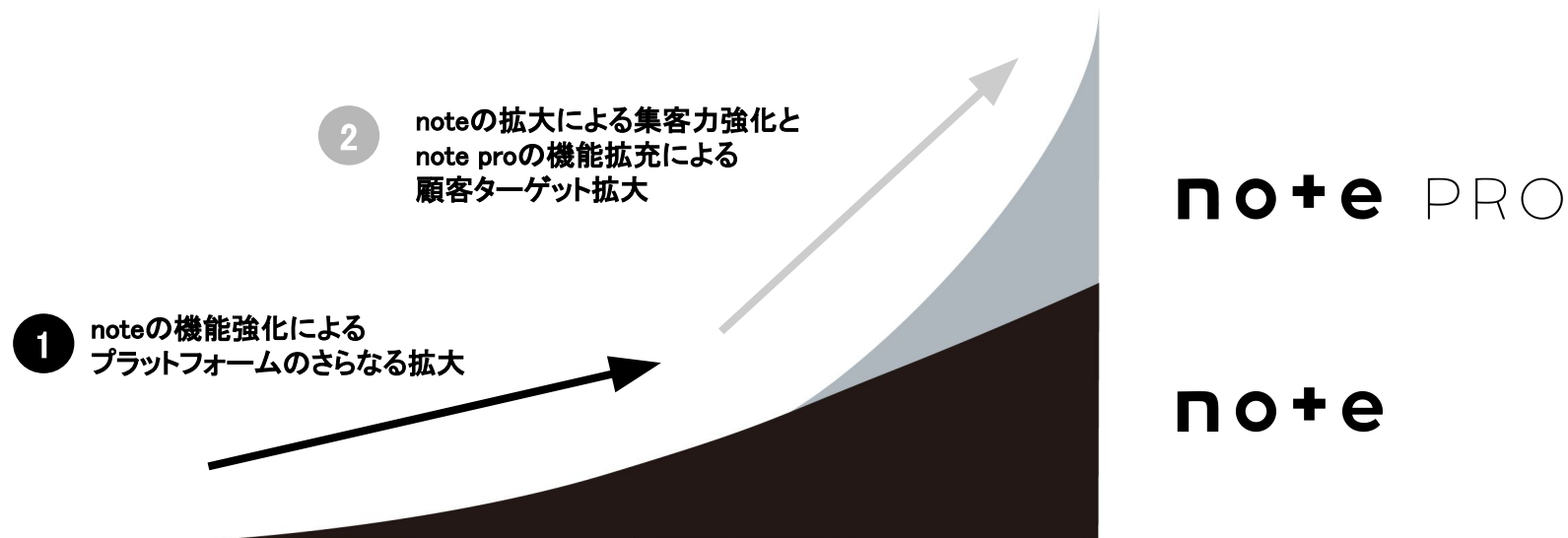
※4 Webサイト構築サイトの市場シェアデータ「Historical yearly trends in the usage statistics of content management systems」

(<https://w3techs.com/technologies/history-overview/content-management/all/v>)を参照し、

None及び商品性が異なるWordPressとECサイト構築のShopifyを除外した上位サービス(Joomla, Squarespace, Wix, Drupal)のシェア合計から、7%を獲得可能シェアと設定。

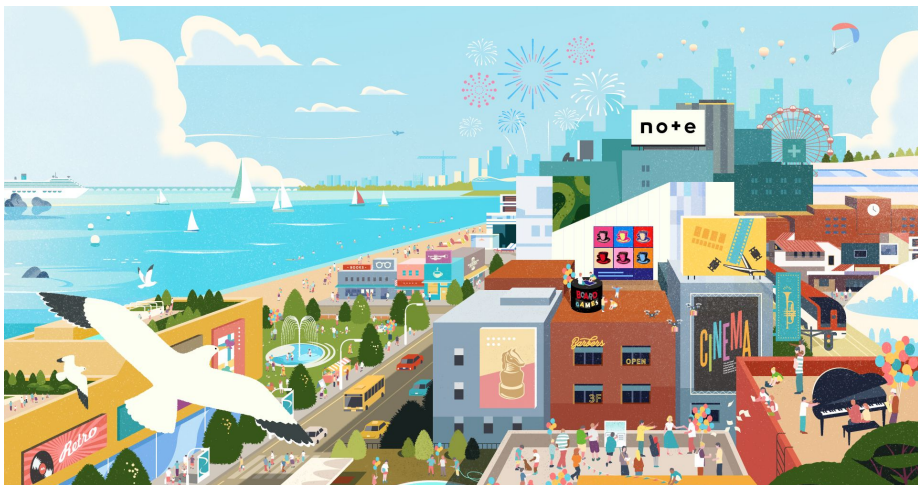
C向けとB向けのハイブリッドなグロース戦略

まずはnoteの機能向上によりプラットフォームとしての魅力をさらに高めることでnoteの「街」にさらに多くのクリエイターや読者を呼び込み、その上でnote proの機能拡充をおこなっていくことで、顧客ターゲット拡大によるさらなる成長を目指す。



noteが目指すのはインターネット上の「街」

当社はnoteというプラットフォームをインターネット上の「街」と捉えており、個人・法人に関わらずあらゆる人が集まり、インターネットにおける創作・ビジネスをはじめとしたあらゆる活動の本拠地となることを目指します。



noteが目指す「街」とは、
個人・法人問わず、あらゆる人が集まる場所。

ここではあらゆる人が活発に創作活動や経済活動を行い、人々の間に交流が生まれることで、文化や経済がますます発展していきます。

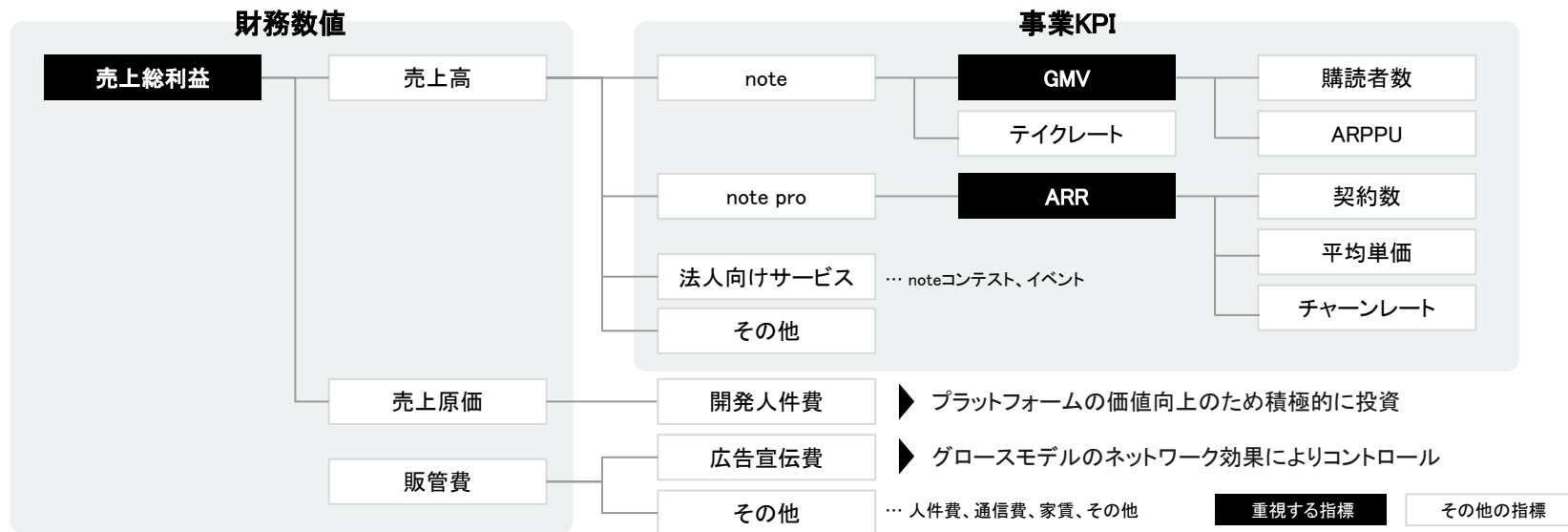
そんな「街」を、インターネット上につくります。

目次

- 01 会社概要
- 02 事業紹介
- 03 カンパニー・ハイライト
- 04 財務ハイライト**
- 05 Appendix

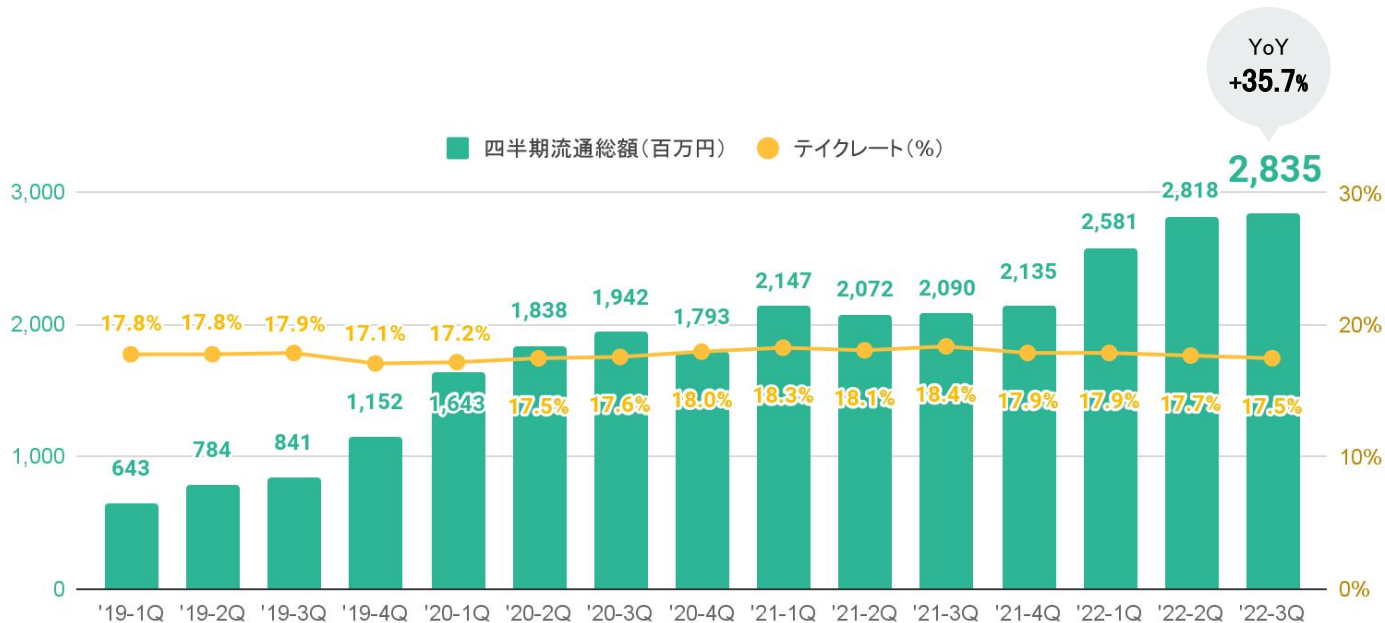
財務構造と重視する指標

財務指標のうち売上総利益を最重視し、最大化を目指す。そのためプラットフォームのネットワーク効果を働かせ 広告宣伝費等コストを抑制しつつ、noteのGMV・note proのARRを事業KPIと設定し、売上高を成長させる方針。



note: 流通総額(GMV) / テイクレート

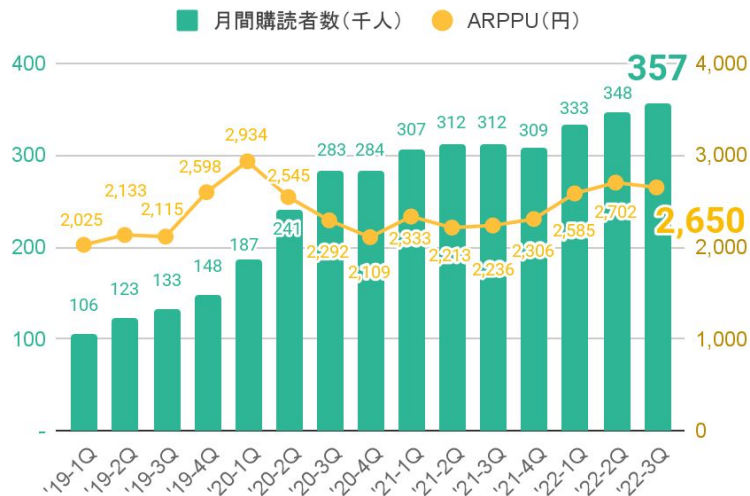
noteの街の成長に伴い流通総額は順調に拡大、2022年第3四半期の四半期流通総額は28億円を突破。



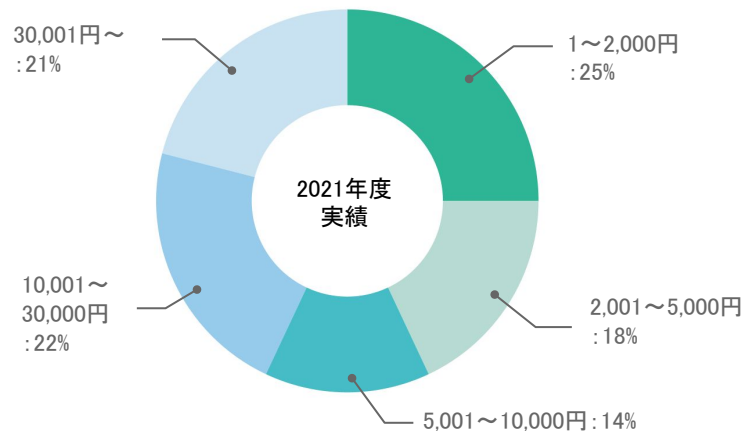
* テイクレートは、流通総額に占めるプラットフォーム利用料+決済手数料(ともに税込)の割合を四半期で平均したもの。

note:購読者数とARPPU

ARPPUは新規購読者増加による影響で横ばいの推移となっているものの、購読者数が増加しておりGMVの拡大に寄与。なお、2021年度の購入総額の月額課金額別でみると、少額課金から高額課金までバランスが取れた内訳になっている。



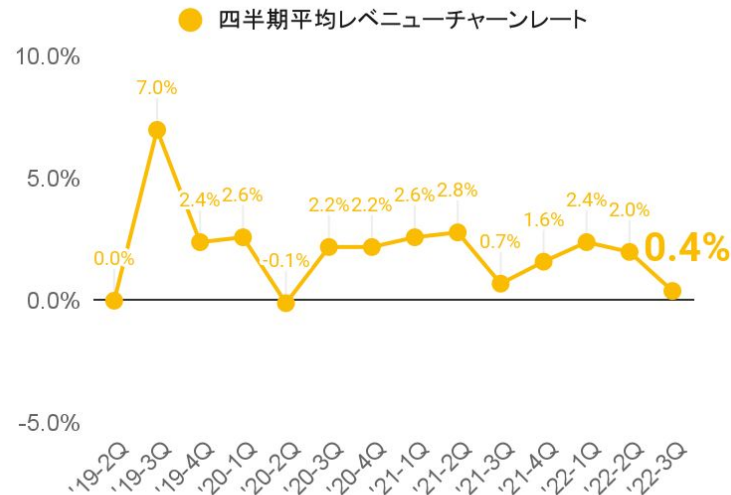
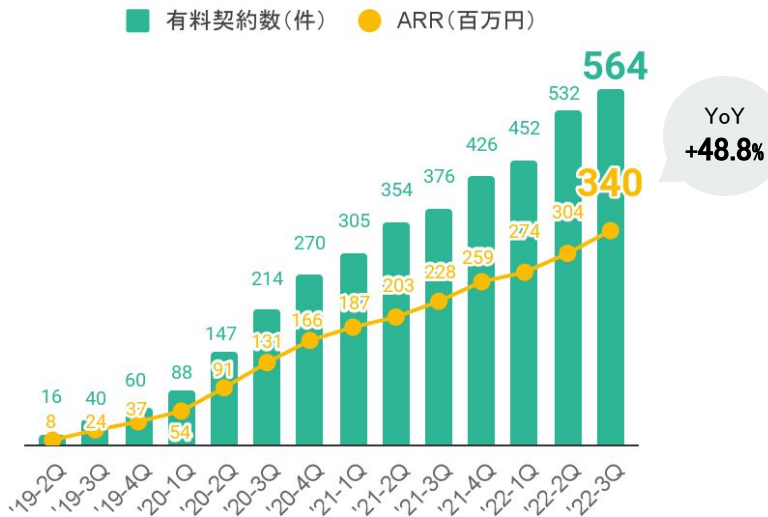
購入総額 月額課金額別構成比率



- * 月間購読者数は、各四半期間中にnote上で課金を実施した一月当たりの平均アカウント数。(非ログイン購入のゲストユーザーを含む)
- * ARPPU=Average Revenue Per Paid Userは各四半期の購読者一人当たりの平均月間購入額。
- * 「購入総額 月額課金額別構成比率」は、購入総額を月額課金額ベースで集計した比率。

note pro:ARR / 有料契約数 / チャーンレート

サービス開始以来契約数は着実に増加、ARRは340百万円に成長。チャーンレートは2%前後で推移。

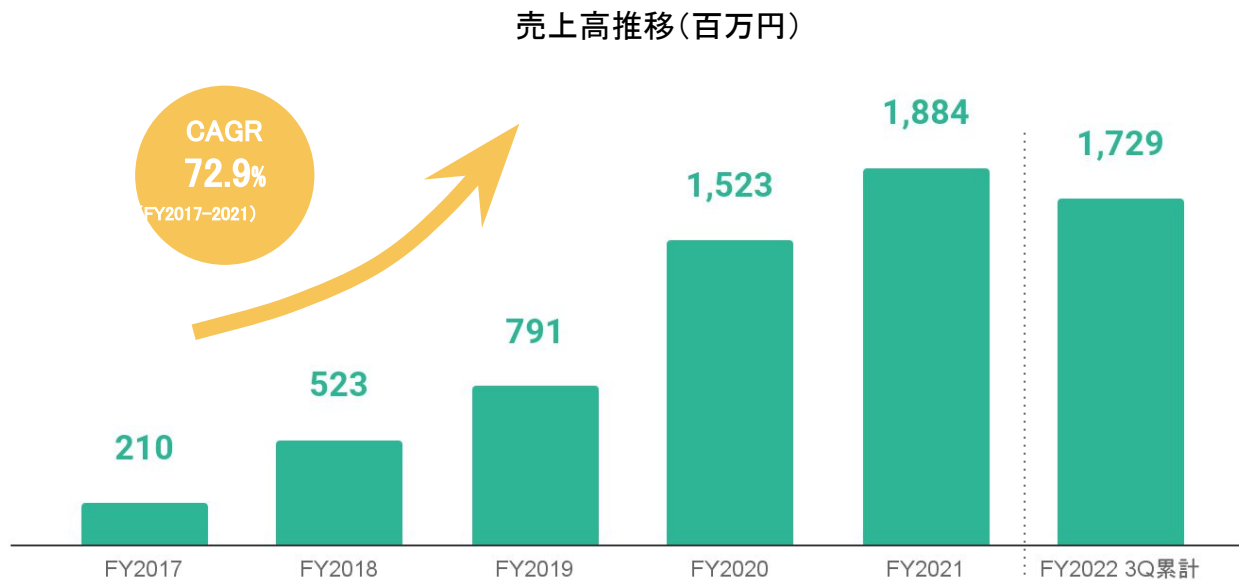


- * 有料契約数は、契約日ではなく売上計上日を基準に集計
- * ARR=Annual Recurring Revenueは、各四半期末月のMRRを12倍したもの。
- * MRR=Monthly Recurring Revenueは、月次経常収益。MRRには、note proの基本料金に加え、一部オプション料金も含む。
- * レベニューチャーンレートは、顧客に対する収益をベースに計算した解約率。

収益ベースで計算しているため、解約が生じた月でもキャンペーン料金の適用期間終了やオプション追加等により継続顧客からの収益が増加した場合には、レベニューチャーンレートがマイナスとなることがある。

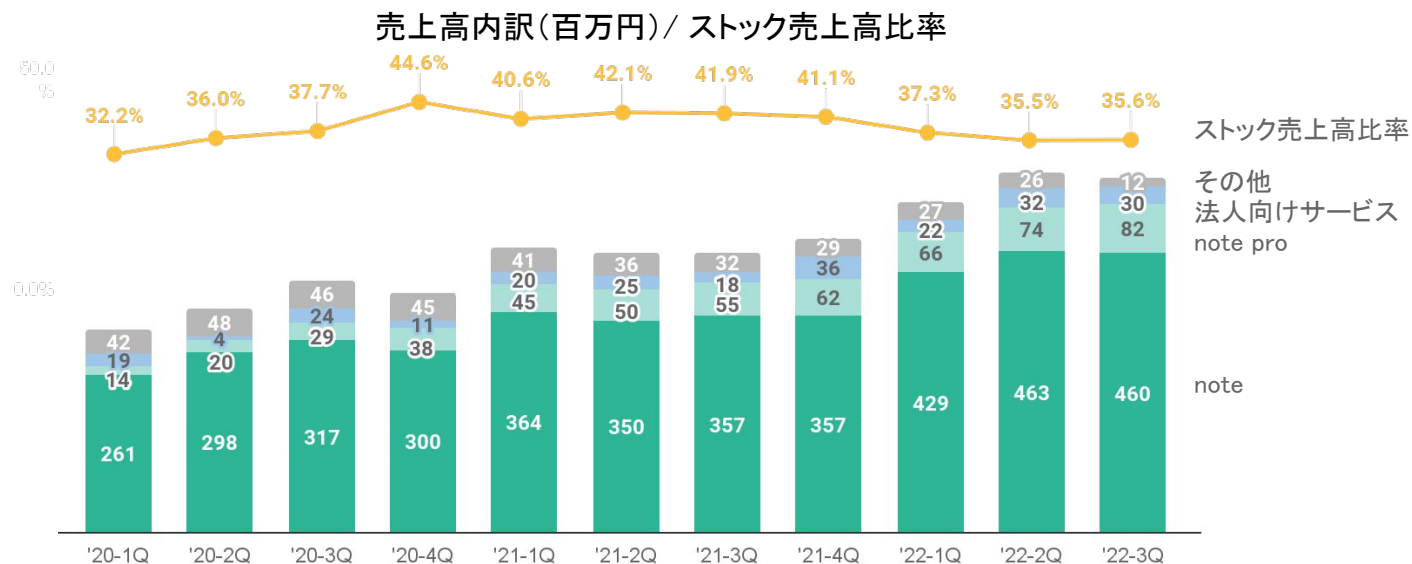
売上高推移

売上高は年平均成長率+72.9%(FY2017-FY2021)で順調に成長。



売上高内訳 / ストック売上高比率

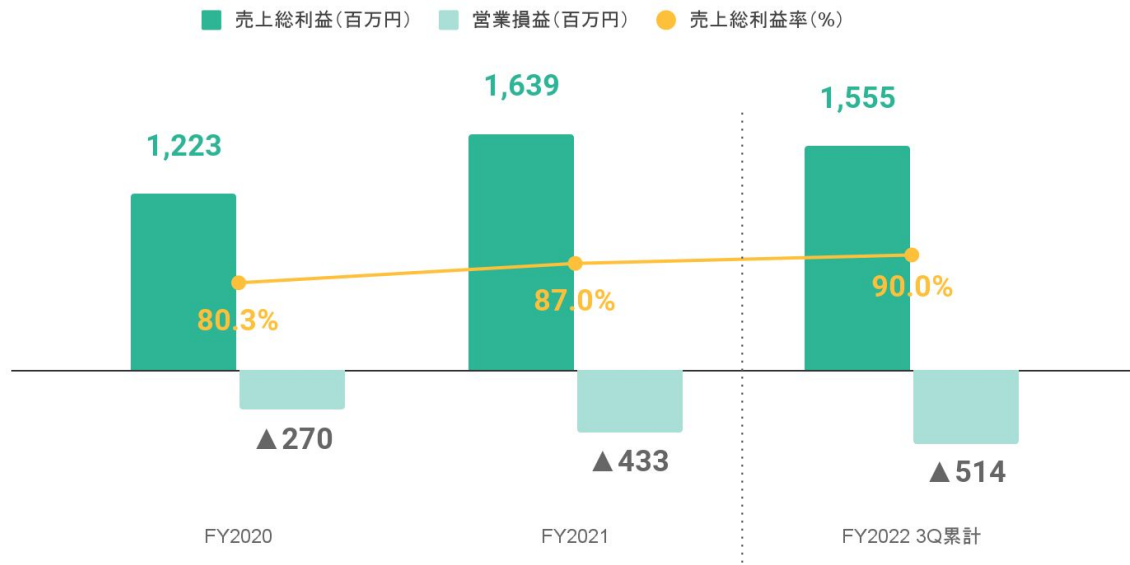
各事業において順調に拡大。ストック性の高い課金形態を複数持ち、ストック売上高比率も高水準で推移。



* ストック売上高比率は、noteの月額課金形態をとる定期購読マガジン・メンバーシップ(サークル)の事務手数料及びプラットフォーム利用料、noteプレミアム、note pro、その他に含まれるcakes等の売上の合計を「ストック売上高」としたときの、全体売上に占める比率のこと。
 * 「定期購読マガジン」「メンバーシップ(サークル)」「noteプレミアム」はそれぞれnote内の課金形態であり、「noteプレミアム」は月額500円で、通常の「note」の機能に加えて販売上限価格を5万円に設定することが可能となるほか、コンテンツ単位や複数のコンテンツをまとめたマガジン単位での販売
 以外に、月1回以上の記事更新により月額制で記事販売できる定期購読マガジンの販売や、数量限定での販売等、さまざまな課金・販売形態でのコンテンツ販売が可能となるサービス。
 「cakes」は150円/週 又は 500円/月 で利用できるコンテンツ配信サービス(2022年8月末をもってクローズ)。

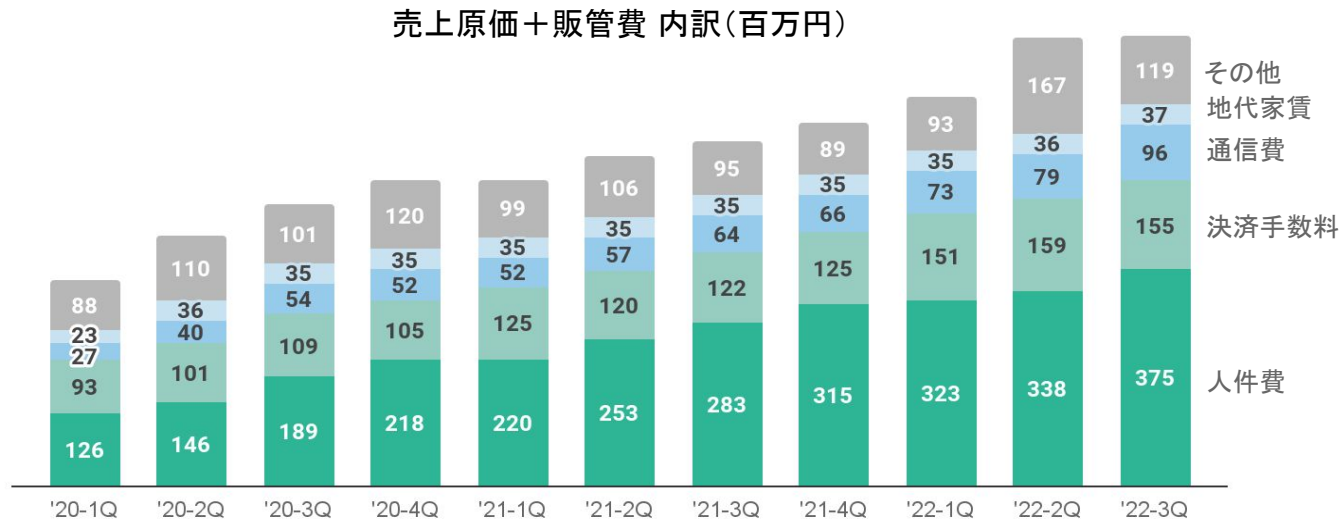
売上総利益 / 営業損益

売上総利益率は80%~90%と高水準で推移。競争力確保のため人件費への先行投資を行っており、営業損益はマイナス。



売上原価＋販管費内訳

新規プロダクト開発や機能改善による競争優位性確保のため、先行投資として人材採用を進めており、人件費の支出が拡大。プラットフォームのネットワーク効果が働いていることにより、2020年度・2021年度における販管費に占める広告宣伝費の割合は1%未満。



* 数値は売上原価・販管費に計上されたものをそれぞれ合計したもの

人員数推移

先行投資のためエンジニア・デザイナーなどプロダクトに関わるテック人材を中心に増員。社員の半数近くをテック人材が占めており、テクノロジードリブンな組織とカルチャーを醸成。



* 人員数は正社員及び契約社員の合算で算出しており、役員・臨時雇用者は含まない。

今後1-2年の成長戦略

各KPIを伸ばすため、下記のような具体的施策に取り組む。

↑ : 大きく伸ばす方針

↗ : 伸ばす方針

→ : 安定的推移を想定

	事業KPI	方向性	具体的な取り組み
note 【GMVの成長】	購読者数	↑	・多様なクリエイター・コンテンツの取り込みによる会員登録数の拡大 ・新サブスク機能「メンバーシップ」によるユーザー層の拡大
	ARPPU	↗	・エディタ開発や各種カイゼンによる良質なコンテンツの創作支援 ・コンテンツのレコメンド機能強化やアプリの機能強化によるユーザーエンゲージメントの向上
note pro 【ARRの成長】	契約数	↑	・認知拡大のためセールス&マーケティングの強化 ・多様なニーズに応えるサービスラインナップの拡充
	平均単価	→	・機能拡充によるオプションメニューの追加提供
	チャーンレート	→	・カスタマーサクセスによる継続的なnote活用サポート

noteの今後の成長戦略

背景:クリエイターエコノミーの拡大・変化

クリエイター活動は、活動の場・収入源ともに多様化しており、ファンコミュニティ化が加速している状況。クリエイター活動の広がりに伴い、クリエイターエコノミーの市場規模は2021年で約1.36兆円にのぼっており、2034年には10兆円を上回る予測。

クリエイター活動の変化

活動の場の多様化

複数プラットフォームを活用し、マルチに活動を拡大

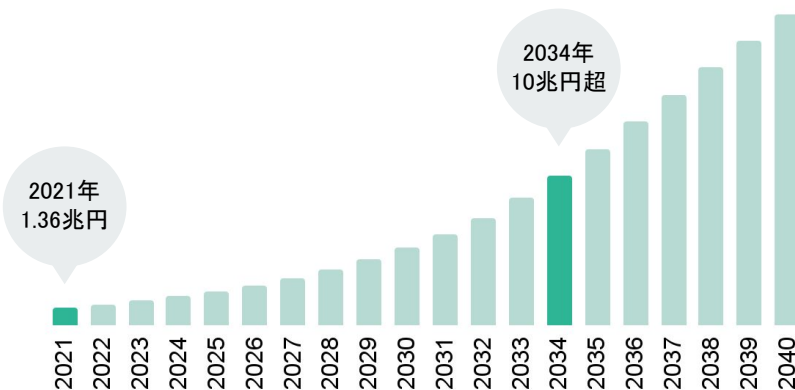
収入源の多様化

プラットフォームを通じた広告収入に加え、直接課金により多様な収入源を確保

クリエイターに対するファン化

コンテンツに対する支払いではなく
クリエイター個人に対する消費の増加

クリエイターエコノミー市場規模の将来予測



noteの今後の成長戦略

新サブスク「メンバーシップ」

クリエイターの創作活動をファンが月額制サブスク方式で支える新機能として2022年7月リリース。より幅広いクリエイターがサブスクを運営しやすくなるため、ユーザー層の拡大につなげるべくサービスの認知・活用拡大に取り組む。

新サブスク「メンバーシップ」の特徴

月額会費制でコミュニティ運営ができる機能「サークル」を、創作活動の種類によらず、ファンとつながり継続的に応援を得て、創作活動に集中できるようになる機能「メンバーシップ」にリニューアル。掲示板での交流が中心の「サークル」や月1回以上の記事投稿が必要な「定期購読マガジン」に対し、クリエイターがリターン（会員限定特典）を自由に設定できるため、より幅広い創作活動に対してファンからの支援を受けることが可能。

1.



開設して、
好きなコンテンツ
を投稿

2.



ファンや仲間が
あなたの活動を
サポート！

3.



継続収入を得て、
創作活動を
つづけられる

活用事例

会員限定コンテンツの公開のほか、イベント・セミナー等への招待、会員限定で割引クーポンを配布するなど、リターンの設定を工夫することで、さまざまな創作活動の収益化が可能に。

コンテンツを
収益化したい

▶漫画家・小説家など

ファンだけに
情報を届けたい

▶動画配信者・芸能人
ミュージシャンなど

活動を
支援してほしい

▶NPO・公共施設など

データを
配布したい

▶イラストレーター・
写真家など

セミナーを
公開したい

▶ビジネスパーソンなど

リピーター向けの
特典を提供したい

▶美術館・飲食店など

noteの今後の成長戦略

アプリの機能強化

noteの投稿コンテンツはWebブラウザ版とアプリ版のどちらでも閲覧可能。ログインユーザーによる利用が多く、閲覧コンテンツ数の多いアプリ版の機能をさらに強化することで、会員登録者数・閲覧記事数の増加を図る。

Webブラウザ版・アプリ版比較

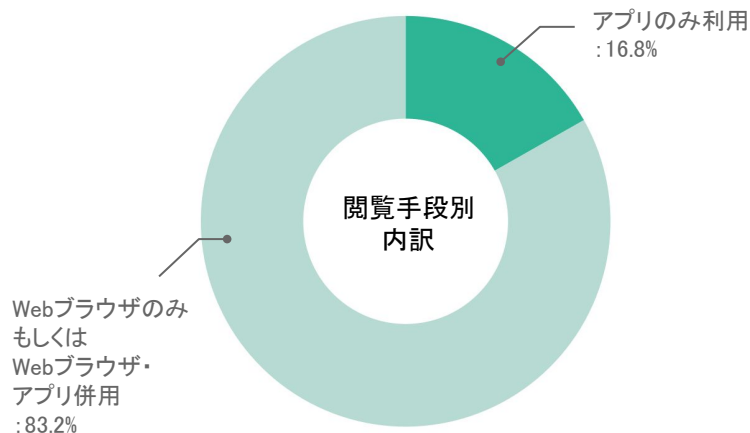
Web ブラウザ

- 検索やSNSからの流入も多く
非ログインユーザー中心
- 有料記事の販売・購入が可能

アプリ

- ログインユーザー中心
- 現状有料記事の販売・購入が不可
- ログインユーザー一人当たりのPV数は
Webブラウザの約2.5倍

ユーザーの閲覧手段

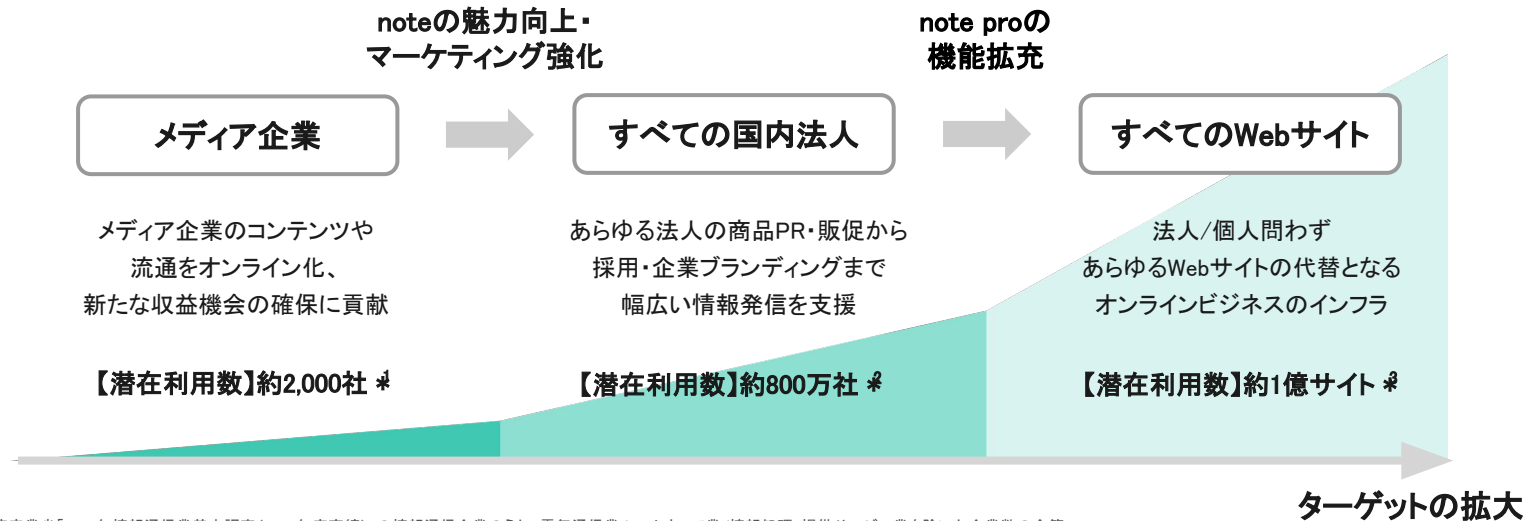


* 記載の数値はいずれも2021年12月から2022年9月までの平均値

note proの今後の成長戦略

note proの顧客ターゲットの拡大イメージ

noteのプラットフォームとしての魅力をさらに向上させることやマーケティングを強化することにより、あらゆる法人の幅広い情報発信において活用されることを目指すほか、今後機能拡充を進めることであらゆるWebサイトの代替となり、オンラインビジネスのインフラとなることを目指す。



*1 総務省・経済産業省「2021年情報通信業基本調査(2020年度実績)」の情報通信企業のうち、電気通信業/ソフトウェア業/情報処理・提供サービス業を除いた企業数の合算。

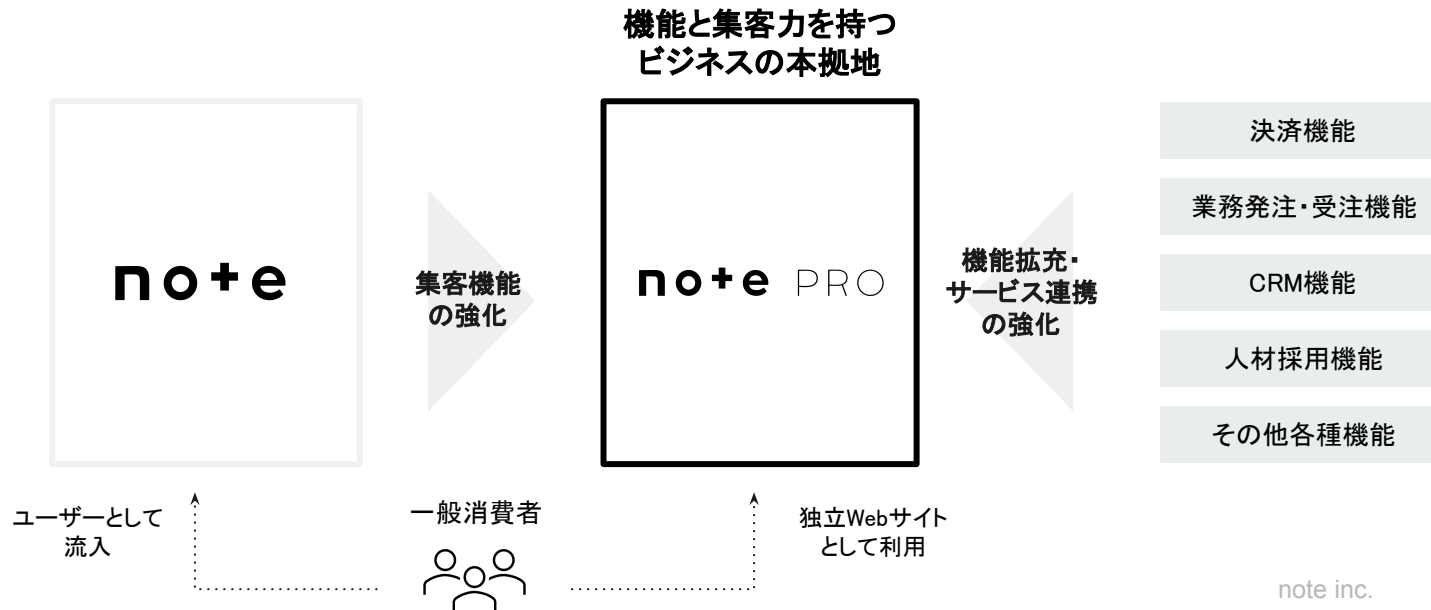
*2 中小企業358万社(中小企業庁「2020年版中小企業白書」)と、フリーランス462万人(内閣官房「フリーランス実態調査」(2020年))を合算した数値。

*3 Total number of Websites - Internet Live Stats: 日本は、世界のウェブサイトの数にWordpressの日本語のサイトシェア5.6%を乗じて推計したもの
(<https://wordpress.org/about/stats/>)。数値は2021年4月1日に抽出。

note proの今後の成長戦略

インターネットにおける”ビジネスの本拠地”

中長期的には、CtoCのnoteからの集客機能を強化しつつnote proの機能拡充を進めることにより、note proでつくられたWebサイトが、ビジネスを行うための機能と集客力を備えたインターネットにおけるビジネスの本拠地となることを目指す。



上場時における調達資金の使途

note / note pro の成長資金として、上場時の株式発行による調達資金を以下の使途に充当する予定です。

調達資金の使途	2022年11月期 (百万円)	2023年11月期 (百万円)	2024年11月期 (百万円)	合計 (百万円)
借入金の返済 日本政策金融公庫からの借入返済	—	—	80	80
広告宣伝・販売促進費 note proの認知度向上にかかるマーケティング費用	—	23	—	23
合計	—	23	80	103

2022年11月期業績予想

単位:百万円	2019年11月期 (実績)	2020年11月期 (実績)	2021年11月期 (実績)	2022年11月期 (予想)
売上高	791	1,523	1,884	2,281
売上原価	308	299	244	219
売上総利益	482	1,223	1,639	2,062
販売管理費	788	1,517	2,096	2,917
営業利益/損失	▲ 305	▲ 293	▲ 456	▲ 855
経常利益/損失	▲ 298	▲ 270	▲ 433	▲ 869
当期純利益/損失	▲ 301	▲ 352	▲ 436	▲ 872

目次

01 会社概要

02 事業紹介

03 カンパニー・ハイライト

04 財務ハイライト

05 Appendix

リスク情報(1/3)

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応策は次のとおりです。

	リスク	対応策	発生可能性	影響度
サイト運営の健全性等	当社が運営する「note」では、クリエイターが自由にコンテンツを投稿できる他、「note」上のコンテンツに対してユーザーがコメントを投稿できる仕組みとなっております。したがって、健全性を欠いたり、他者を誹謗中傷したりするようなコンテンツやコメントが投稿される可能性があります。	当社では、クリエイターやユーザー向けに利用規約やガイドラインを策定しサイト上に明示することや、著作権への配慮や不適切なコンテンツの拡散抑止など安全・安心に利用いただくための「コミュニティガイドライン」の策定や、クリエイターが安心して創作するために著作権等の法律知識や知っておくべき情報に関する研修を「安心創作勉強会」として実施することによって、サービスの適切な利用を促すよう努めております。また、AI/機械学習及び専任のカスタマーサポートチームを併用したパトロールや、ユーザーからの通報に基づく対応を実施し、投稿内容等が利用規約で禁止している行為に該当する場合には、コンテンツまたはコメントの削除、利用の停止、検索結果からの除外などを行うことによって、健全なサイト運営の維持に努めております。また、パトロールにあたっては、社内マニュアル・基準を策定し、定期的に見直しを実施しております。	中	大
特定カテゴリーの収益	当社は、多様なカテゴリーのコンテンツから収益を獲得しておりますが、第10期事業年度の売上構成比率において、競馬等の公営競技や、ビジネス・投資・IT等といったユーザーの経済的利益に直結しやすいカテゴリーに係る流通金額はより比重が高いものとなっております。今後、何らかの事由により当該カテゴリーの流通金額が減少した場合、当社の財政状態及び経営成績に影響が生じる可能性があります。	特定カテゴリーの比率を下げるために、noteのトップページにて積極的にユーザーに知ってもらいたい多様なカテゴリーのコンテンツやユーザーにマッチするであろうコンテンツについて今日の注目記事としてピックアップしたり、おすすめコンテンツとして表示したりするなど、閲覧コンテンツの多様性及び収益化機会の確保に向けた取り組みを行っているほか、note pro事業や法人向けサービス事業の収益拡大に取り組んでおります。	中	中

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。

リスク情報(2/3)

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応策は次のとおりです。

	リスク	対応策	発生可能性	影響度
先行投資の効果	当社のビジネスモデルは、プラットフォームのUI/UXの向上のための投資を積極的に行い、当該プラットフォーム上でのコンテンツの流通量の拡大に伴う収益の増加により、投資回収を図る形態のため、当社のサービスを拡大していくための開発人員の採用・育成にかかる先行投資が発生いたします。また、継続的な事業成長のためには、信頼性の面でより優れたプラットフォーム基盤の構築や更なる認知度の向上及び顧客拡大に取り組みでいかなければならないと考えており、設立以来これらの取組みを積極的に進め、開発人員を中心とした優秀な人材の採用等の継続的な投資を行ってきたこともあり、営業赤字が継続しており、営業キャッシュ・フローがマイナスとなっております。	当社は今後、これまで採用・育成した人材を中心にサービスの機能を継続的にアップデートし、より多くのユーザーを獲得するとともに、知名度と信頼度の向上のための広報・PR活動等を進めることを想定しております。しかしながら、事業環境の急激な変化等により、想定通りに事業展開が進まず、これらの先行投資が当社の想定する成果に繋がらなかった場合は、当社の財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	中	中
システム障害	当社の事業はインターネットを利用しているため、自然災害、事故、不正アクセスなどによって通信ネットワークの切断、サーバー等ネットワーク機器に作動不能などのシステム障害が発生する可能性があります。障害が発生した場合には、当社に直接的損害が生じるほか、当社のサーバーの作動不能や欠陥等に起因するサービスの停止等については、当社のシステム自体への信頼性の低下を招きかねず、当社の事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	システム障害の発生防止のために、システムの冗長化、脆弱性検査、不正アクセス防御等の対策を講じております。	中	中

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。

リスク情報(3/3)

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応策は次のとおりです。

	リスク	対応策	発生可能性	影響度
情報管理	当社サービスでは、多種多様かつ大量の企業情報及び個人情報を取り扱っております。何らかの理由で当社では、これらの情報については、個人情報保有者のプライバシーまたは個人情報が漏洩する可能性や不正アクセス等による情報の外部への漏洩ま	方針に基づき適切に管理するとともに、社員教育はこれらに伴う悪用等の可能性があり、そのような事態が発生した場合には、当社の事業展開、経営成	中	中
インターネットにおける法的規制	現在のところ当社の事業継続に著しく重要な影響を及ぼす法的規制はありませんが、インターネット関連	社では、新法令や法令の解釈変更に対して、積	低	小

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであり、当社の有価証券の買付けまたは売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後2024年1月頃を目途として開示を行う予定です。

n o + e