

no+e

2022年11月期 決算説明資料

2023.1.16 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 決算ハイライト
- 04 成長戦略
- 05 Appendix

目次

01 会社概要

02 事業紹介

03 決算ハイライト

04 成長戦略

05 Appendix

会社概要

設立

2011年12月8日

従業員数

198名 (2022年12月時点)

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。

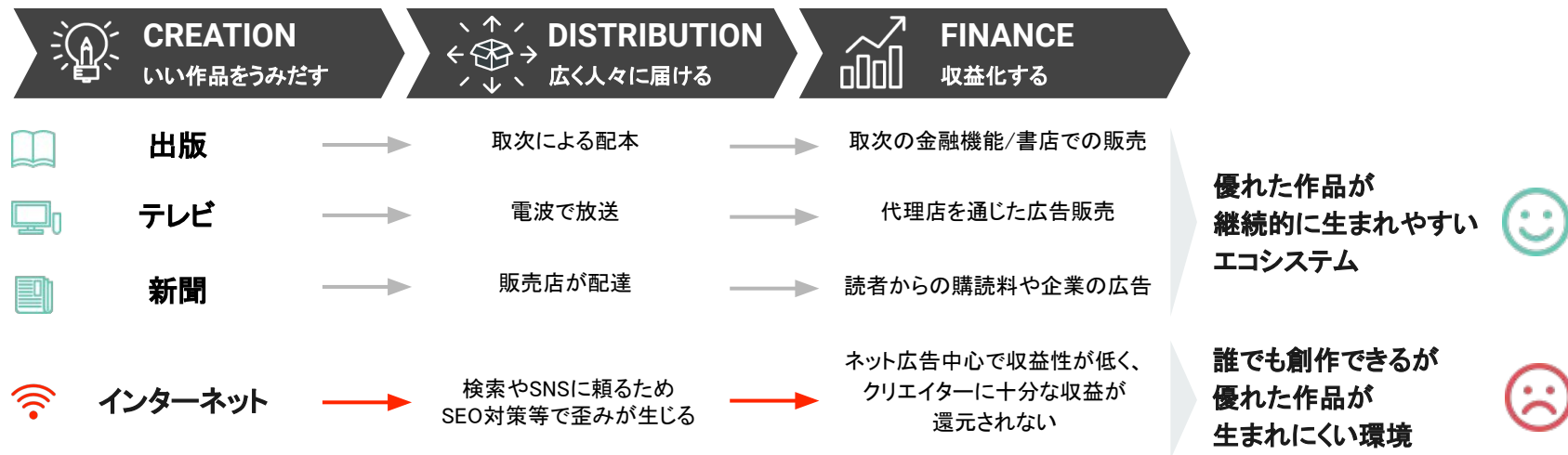
しかし、創作を続けていくことは、まだまだハードルが高いのも事実です。膨大な情報の海のなかで、伝えたい相手に伝えたいことをきちんと届けるのは難しいことですし、自分の作品を大勢の人に知ってもらうのはもっと大変です。

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。

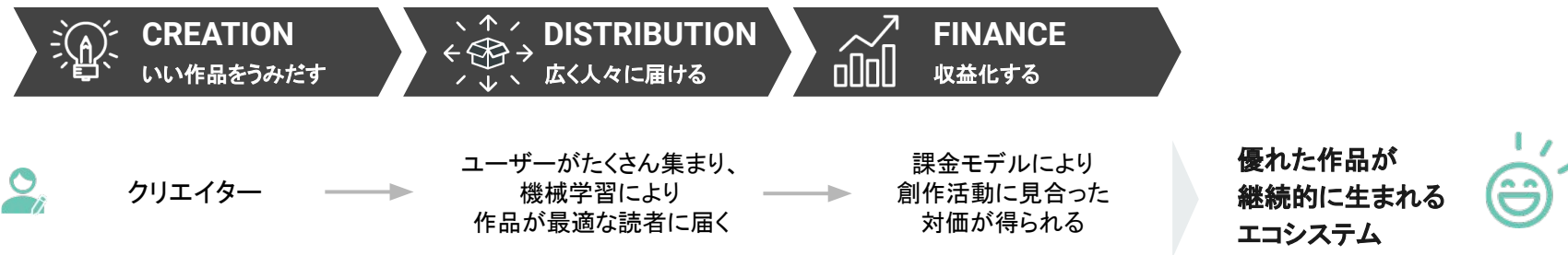
インターネットにおける創作を取り巻く課題

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力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カで牽引。

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 決算ハイライト

04 成長戦略

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投稿・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。

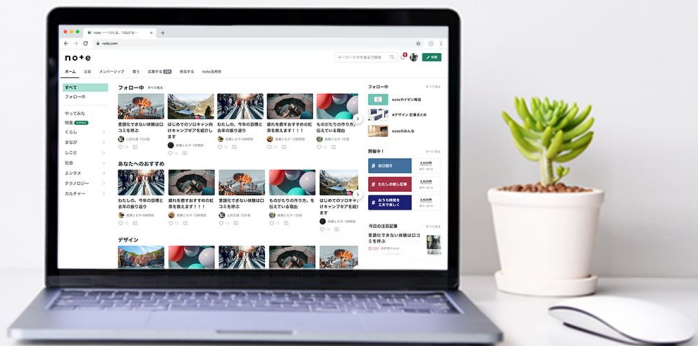
note PRO

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 **3,880万**

累計会員登録者 **585万人**

公開コンテンツ数 **3,008万件**

年間流通総額(税込) **11,195百万円**


* 2022年11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・販売することができ、読者がコンテンツを楽しみ、クリエイターを支援・購入することができ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

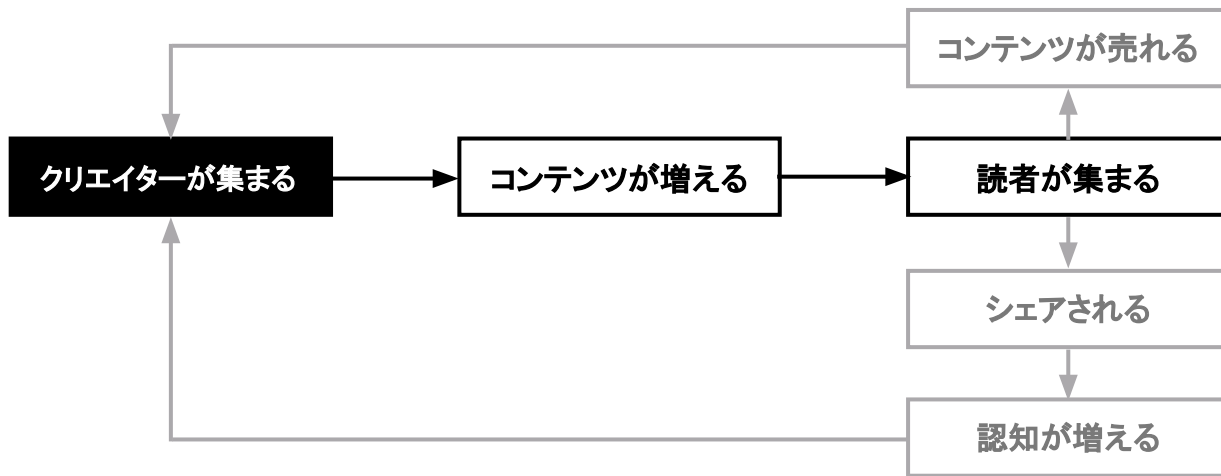
10355 Bytes
ファイルダウンロードについて

[ダウンロード](#)

データファイル

noteのグロースモデル

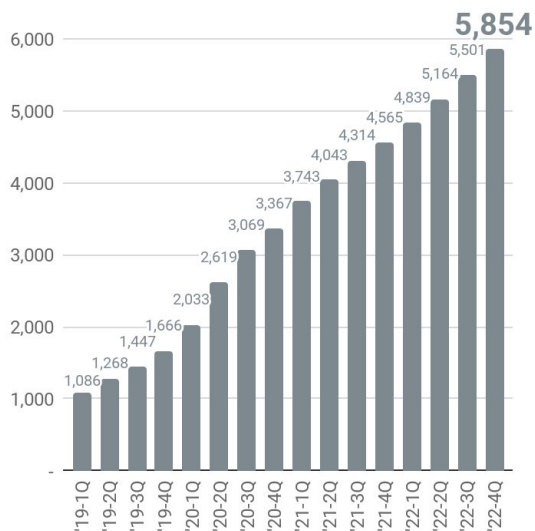
クリエイター・読者・コンテンツの相互作用によるネットワーク効果をはたらし、広告宣伝費をかけずに自律的に拡大するグロースモデルによって競争優位を実現。noteの公開記事のうち有料コンテンツの比率は21.4%(2022年11月時点)。無料記事は多くの読者をnoteに惹きつける広告宣伝的な役割を果たしており、サービス運営上重要な位置付けとなっている。



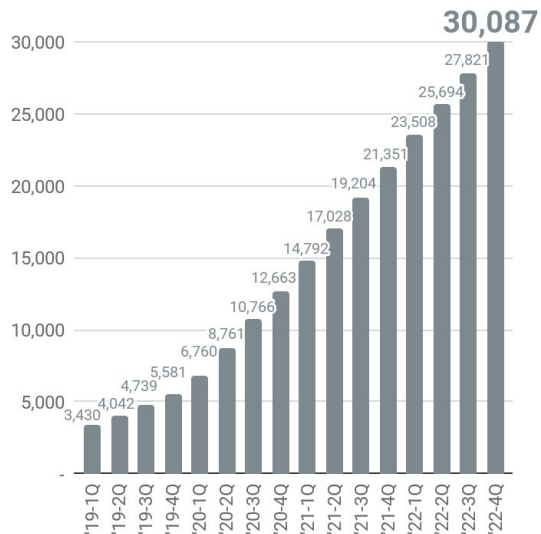
クリエイティブの街 noteの成長

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。

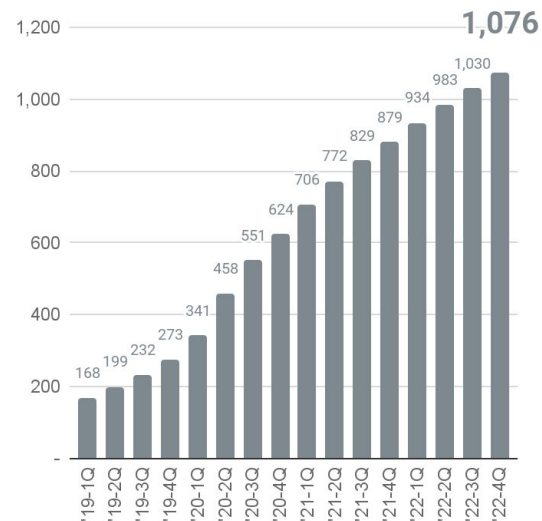
累計会員登録者数(千人)



公開コンテンツ数^{※1}(千件)



累計ユニーククリエイター数^{※2}(千人)

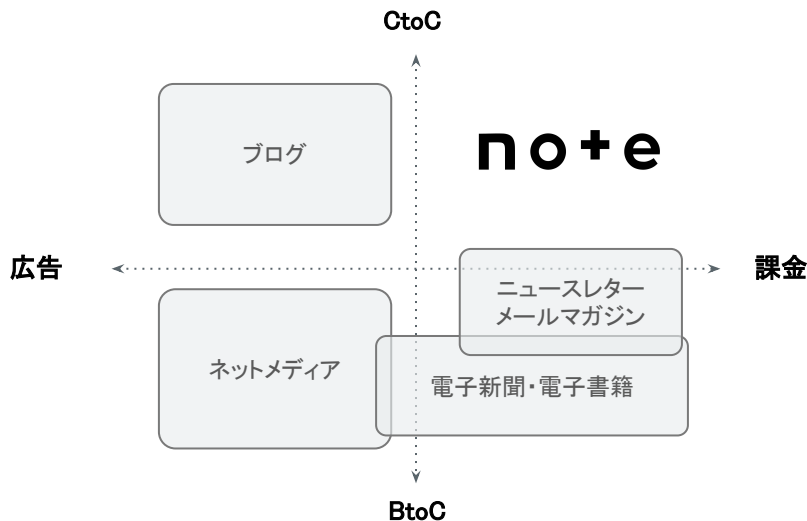


※1 公開コンテンツ数は各月末時点でnote上に公開されている累計コンテンツ数

※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

「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

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11月時点)

法人による利用

法人のnote・note proアカウント数 ※2

19,000 件超

よろこびがたく世界へ




文藝春秋







yappli



※2 数値は2022年11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 **189**

自治体 **118**

中央省庁・
独立行政法人 **23**

※3 note pro無償提供件数(2022年11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、2022年度の年間流通総額は111億円に。2022年の年間売上では上位1,000人の平均売上が897万円となり、中にはnoteだけで生計を立てられるクリエイターも。

年間流通総額

2022年11月期

11,195 百万円

クリエイターの売上

2022年11月期
上位1,000人の平均年間売上

897 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}

2,572 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11月末時点

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、20,000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

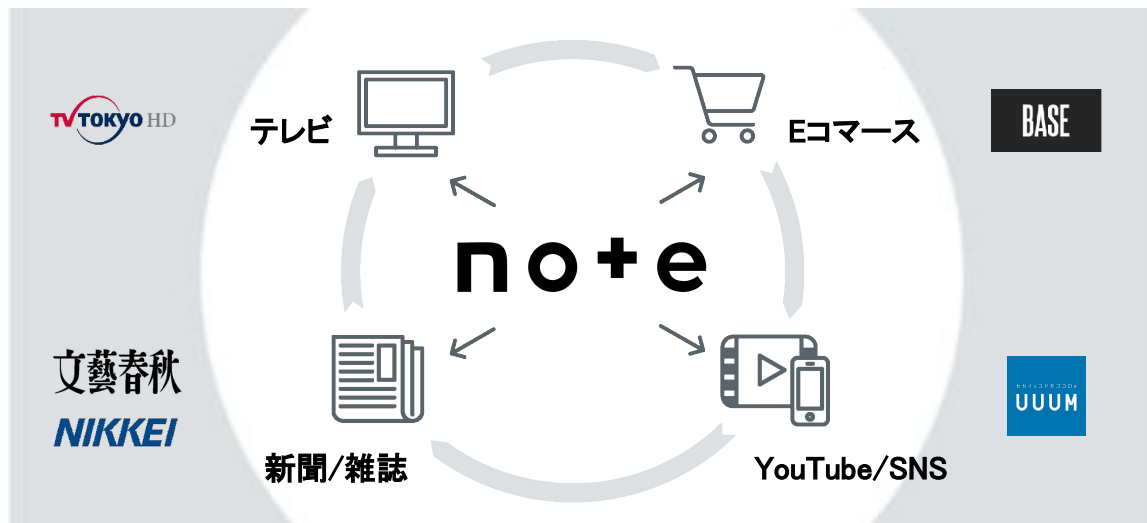
Twitter

- 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

199 作品



※ 2022年11月末時点で発売済みの作品数。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。

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 **635** 件

初期費用 **¥0**

料金体系 月額 **¥50,000**

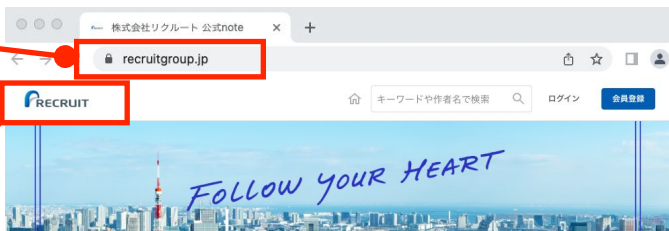
法人向け機能をnote proとして提供

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		✓

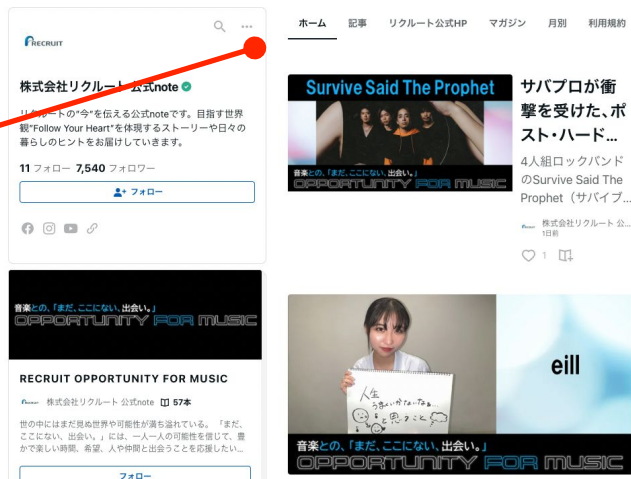
note proの仕様例

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



国内外の法人や自治体など多様なユーザーが利用



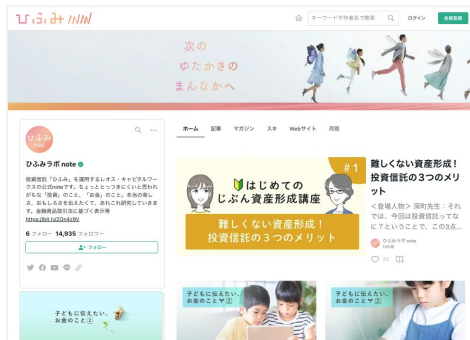
ソニー



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

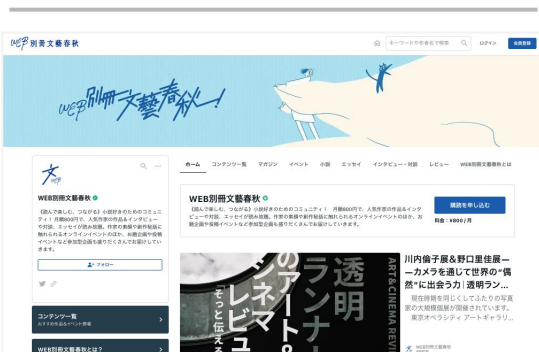


東京都

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



キリンホールディングス株式会社

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

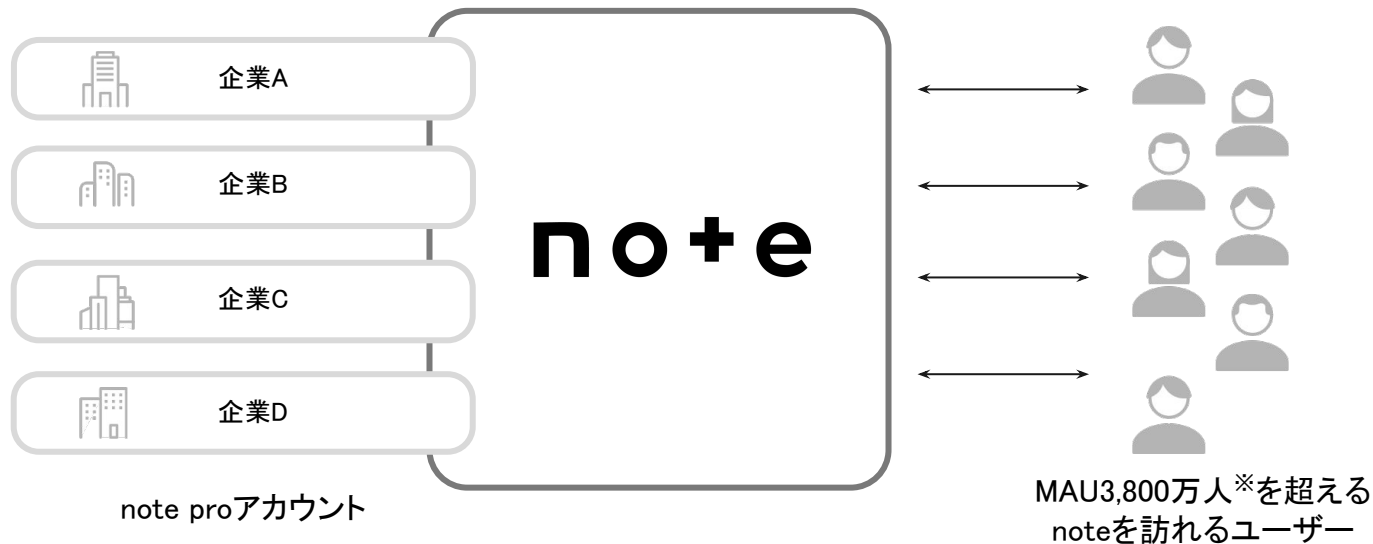


株式会社ベーシック

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。

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11月末時点の数値

note inc.

30

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

- 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

Webサイト構築の一般的なプロセス

- 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

note PRO

- 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

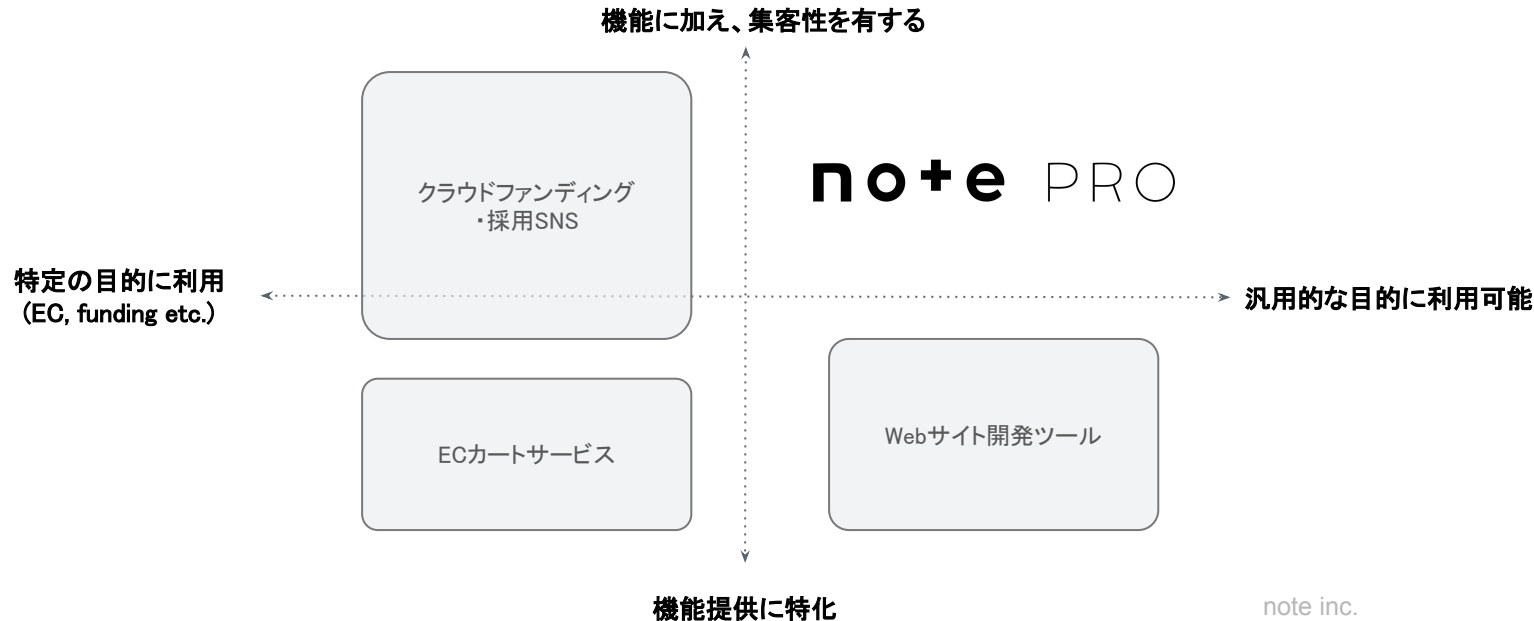
 noteを訪れる多数の
ユーザーとつながる

 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。



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

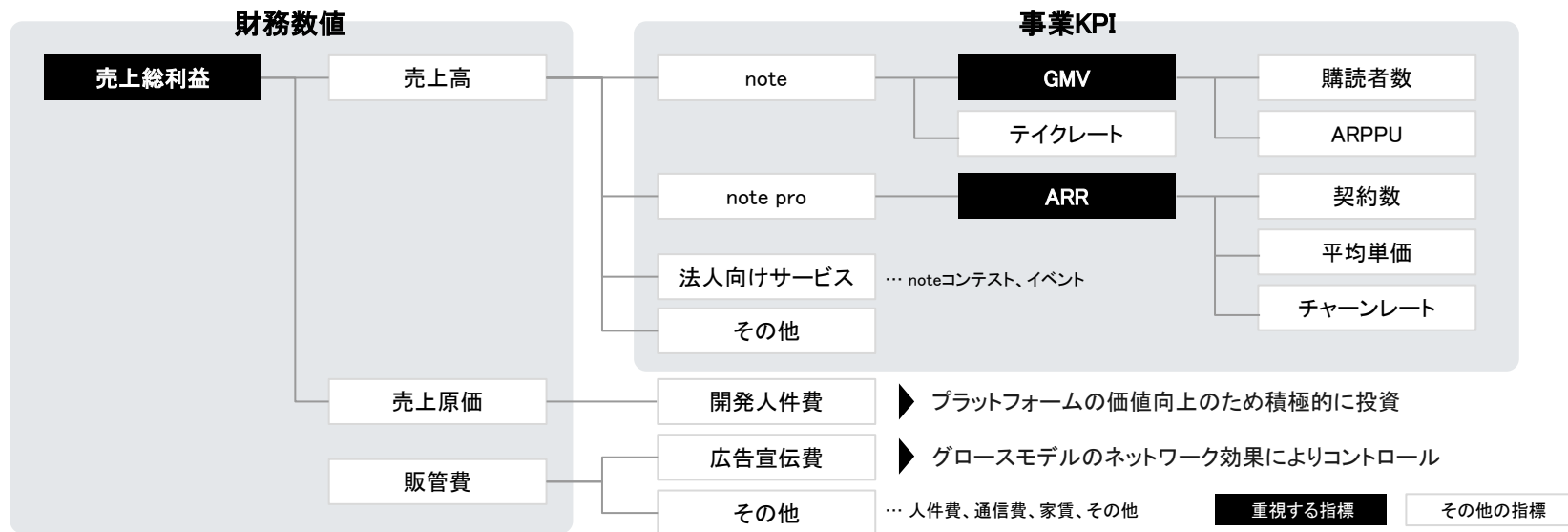
03 決算ハイライト

04 成長戦略

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。



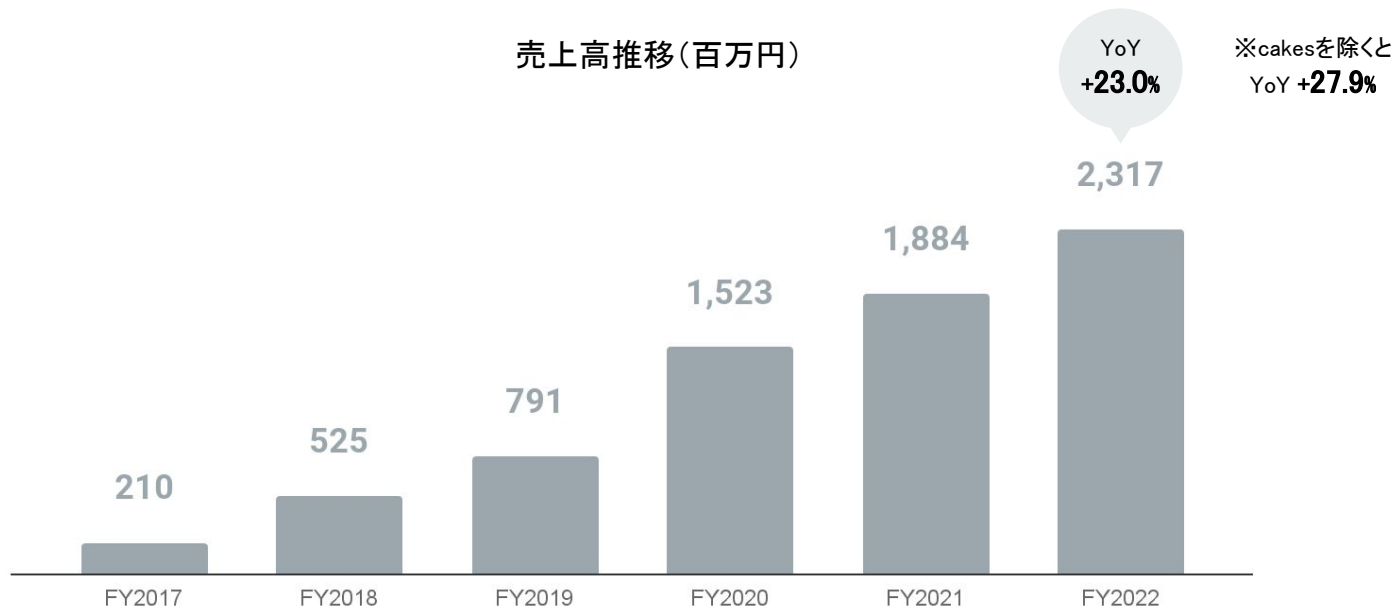
2022年11月期 決算概要

売上高・売上総利益は前期と比べてそれぞれ増加。先行投資の影響により営業利益・当期純利益はマイナス。
noteのGMV、note proのARRは30%強伸びており、両事業とも順調に拡大。

単位:百万円	2022年11月期 実績	2021年11月期 実績	対前年比増減	対前年比増加率	上場承認時点 業績予想	上場承認時点 対業績予想比増減
売上高	2,317	1,884	+432	+23.0%	2,281	+36
売上総利益	2,100	1,639	+460	+28.1%	2,062	+38
営業利益/損失	▲ 732	▲ 456	▲ 275	—	▲ 855	+122
当期純利益/損失	▲ 756	▲ 436	▲ 320	—	▲ 872	+115
note:年間GMV	11,195	8,445	+2,750	+32.6%	11,006	+189
note pro:ARR	362	259	+103	+39.7%	—	—

売上高推移

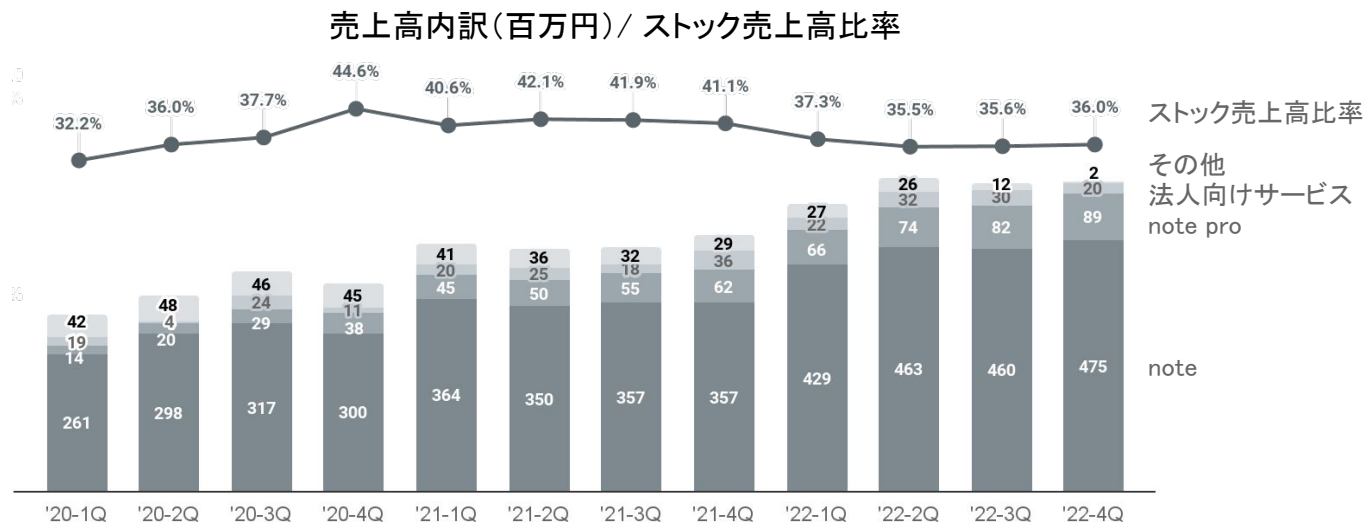
売上高は対前年比+23.0%、2022年8月にクローズしたcakesの影響を除くと対前年比+27.9%で順調に成長。



* 「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

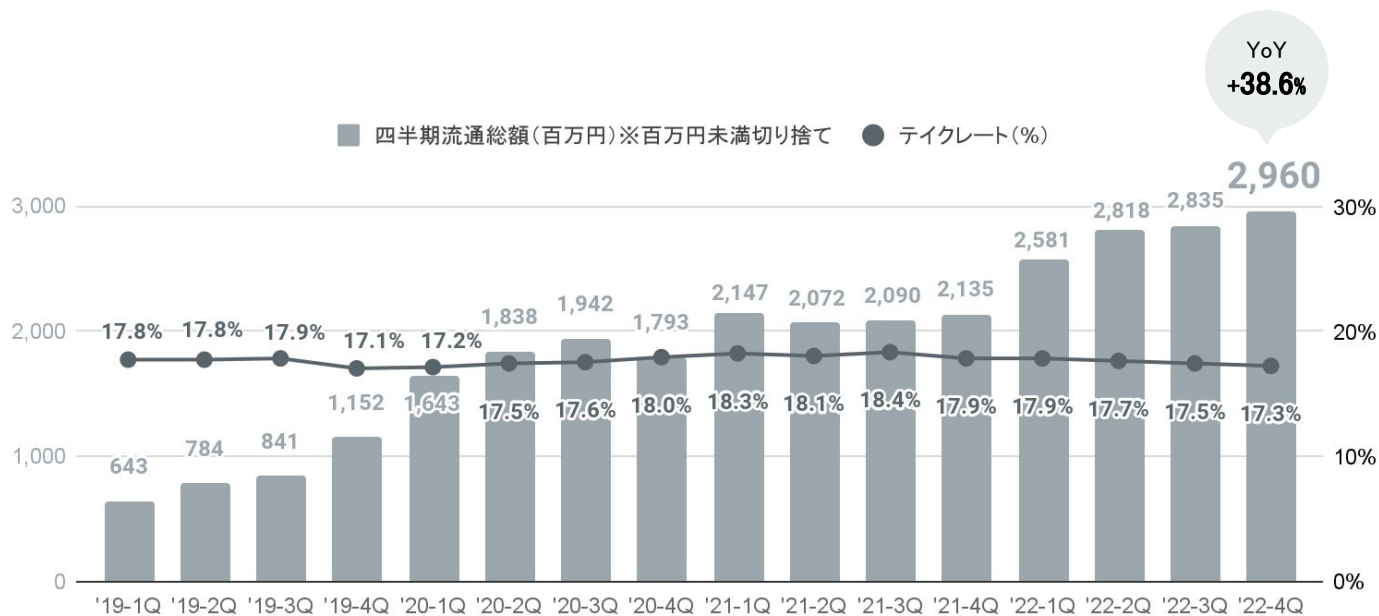
各事業において順調に拡大。ストック性の高い課金形態を複数持ち、ストック売上高比率も高水準で推移。



* 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内での課金形態であり、「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を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)。

note: 流通総額(GMV) / テイクレート

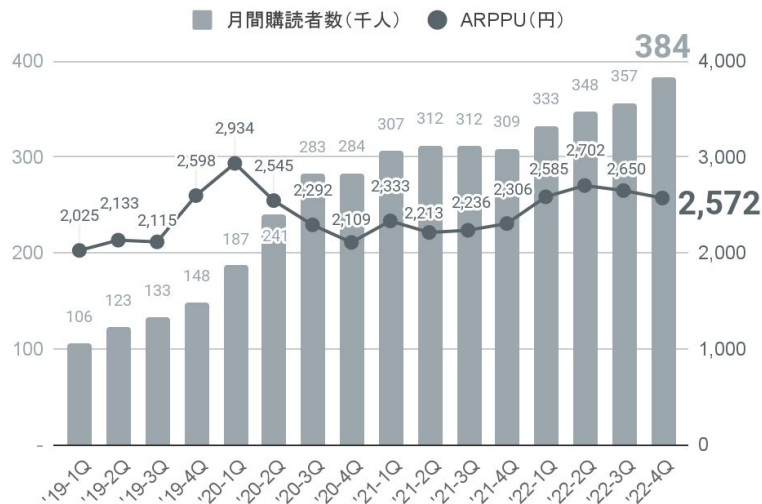
noteの街の成長に伴い流通総額は順調に拡大、2022年11月期第4四半期の四半期流通総額は29億円を突破。



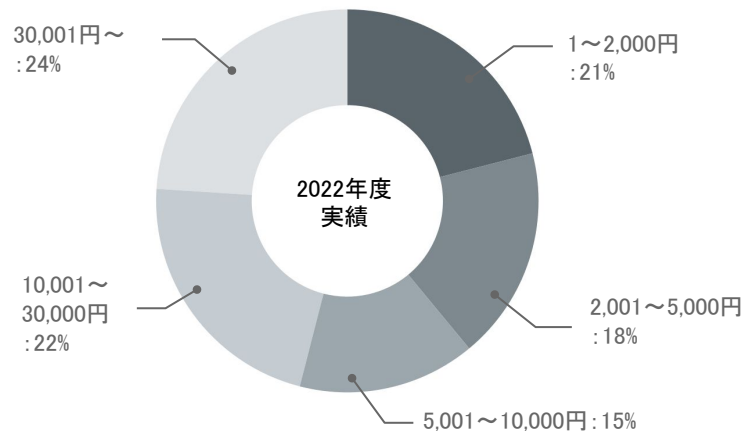
* テイクレートは、流通総額に占めるプラットフォーム利用料+決済手数料(ともに税込)の割合を四半期で平均したもの。

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、2022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。



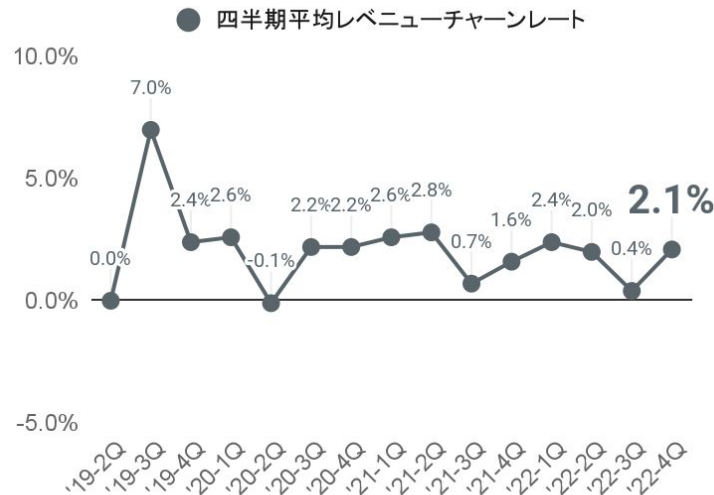
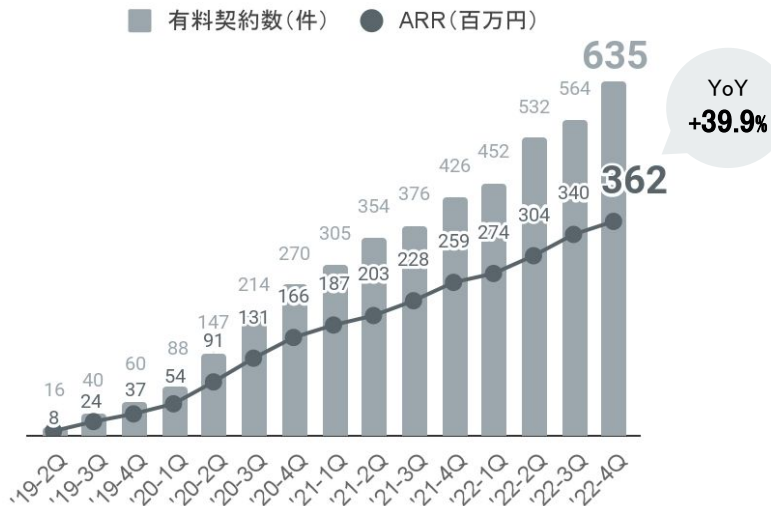
購入総額 月額課金額別構成比率



* 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

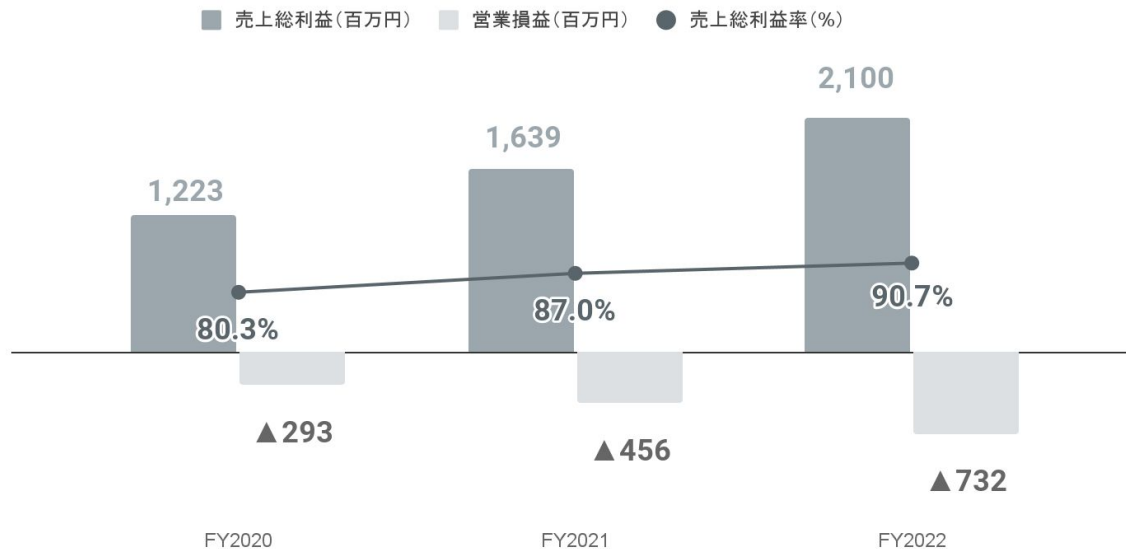
サービス開始以来契約数は着実に増加、ARRは362百万円に成長。チャーンレートは2%前後で推移。



* 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

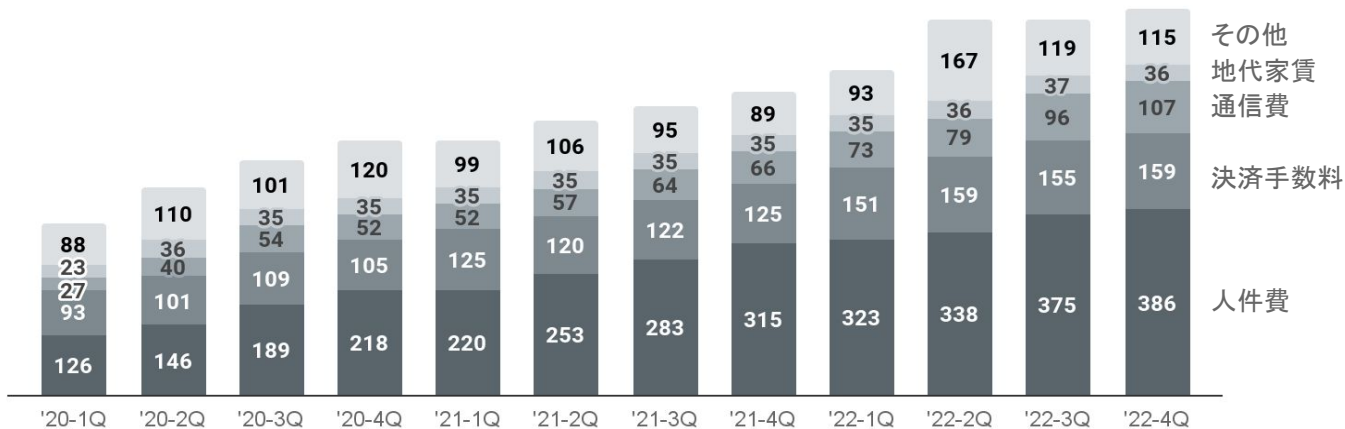
売上総利益率は80%~90%と高水準で推移。競争力確保のため人件費への先行投資を行っており、営業損益はマイナス。



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くことにより、販管費に占める広告宣伝費の割合は約1%。

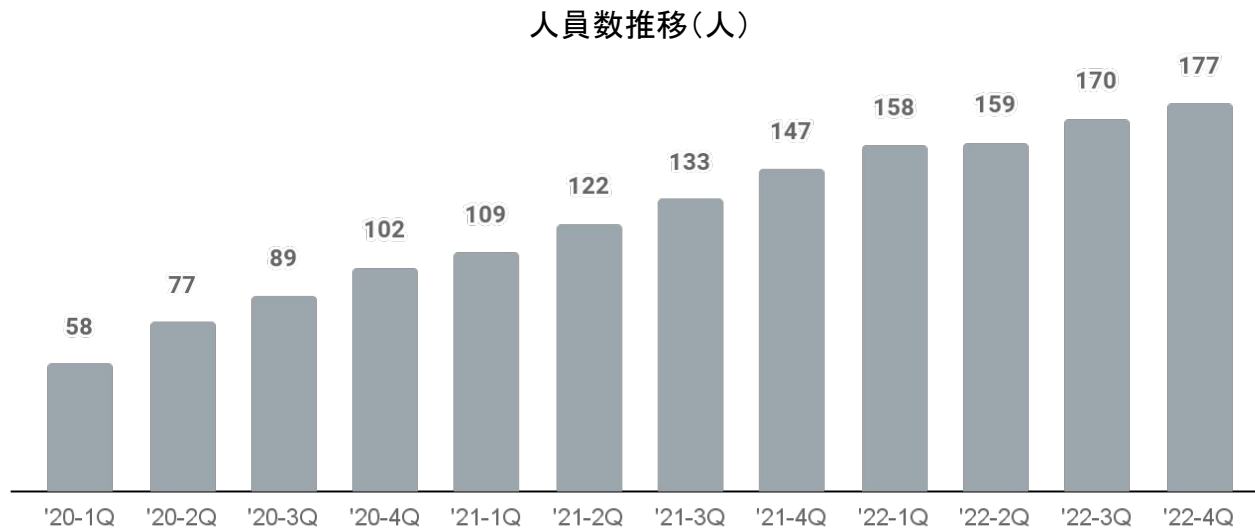
売上原価＋販管費 内訳(百万円)



* 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人材を確保。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。

2022年度の主な取り組み

noteの利用価値をさらに高め、より幅広いクリエイターに利用いただくためのさまざまな取り組みを実施。

- 2021年11月～:「note創作大賞」を実施、応募総数16,848件を記録
- 2022年2月:岩手県と連携し、全県立高校63校と県教委がnoteでの情報発信を開始
- 3月:noteの支払い方法にPayPayを追加
- 4月:noteの記事編集機能が大型アップデート
- 7月:noteの新機能「メンバーシップ」を提供開始
- 8月:コンテンツ配信サービス「cakes」サービス終了
- 9月:「noteクリエイターサポートプログラム」開始
- 9月:note proのセールスパートナー制度を開始
- 10月:「note クリエイターフェスティバル2022」開催
- 10月:吉本興業×noteコラボ企画がスタート
- 11月:少年ジャンプ+と共同でマンガ原作募集のコンテストを開始

2023年11月期業績予想

2023年11月期の業績予想については、売上高は28.5～31.5億円を想定。

なお、現在コストマネジメントの強化に着手しており現時点でその効果を正確に把握することが困難なこと等により、利益に関する見通しは非開示。

単位:百万円	2023年11月期 (予想)	2022年11月期 (実績)	対前年比増減率
売上高	2,850～3,150	2,317	23.0%～35.9%
売上総利益	—	2,100	—
営業利益/損失	—	▲ 732	—
経常利益/損失	—	▲ 742	—
当期純利益/損失	—	▲ 756	—

中長期的な業績見通し

中長期的な業績については、下記方針で早期黒字化を目指して運営する方針。

売上

- note・note proを中心に、各事業の拡大により成長率を緩めず継続的な成長を目指す
- 主に、noteは購読者の増加、note proは契約数の増加による拡大を想定

コスト

- 人材確保はすでに十分に進めてきたため、人件費の増加幅は緩やかになる想定
- その他コストコントロールの取り組みを強化

利益

- 高い売上高成長率の維持とコストコントロールの強化により、赤字幅が縮小していく想定
- 早期の黒字化を目指す

今後1-2年の具体的施策

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

目次

- 01 会社概要
- 02 事業紹介
- 03 決算ハイライト
- 04 成長戦略**
- 05 Appendix

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

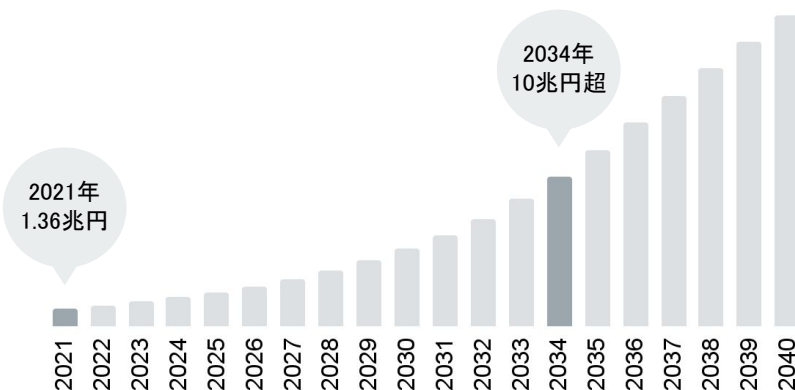
収入源の多様化

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

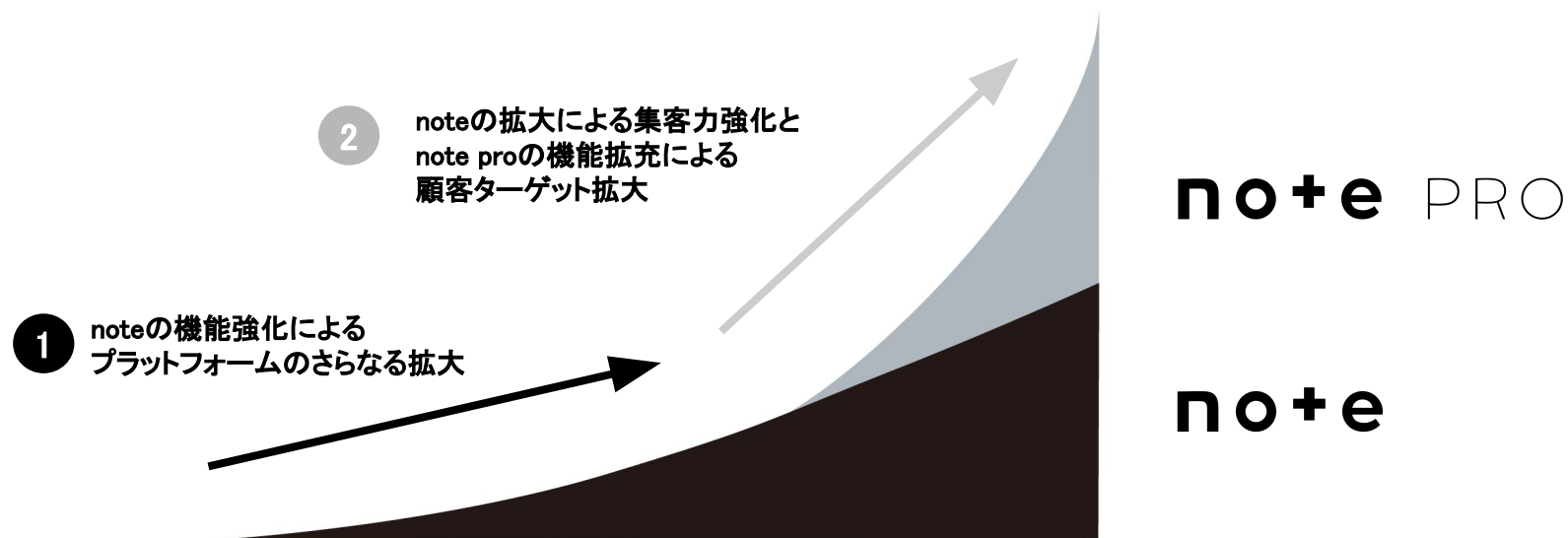
コンテンツに対する支払いではなく
クリエイター個人に対する消費の増加

クリエイターエコノミー市場規模の将来予測



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。



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

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

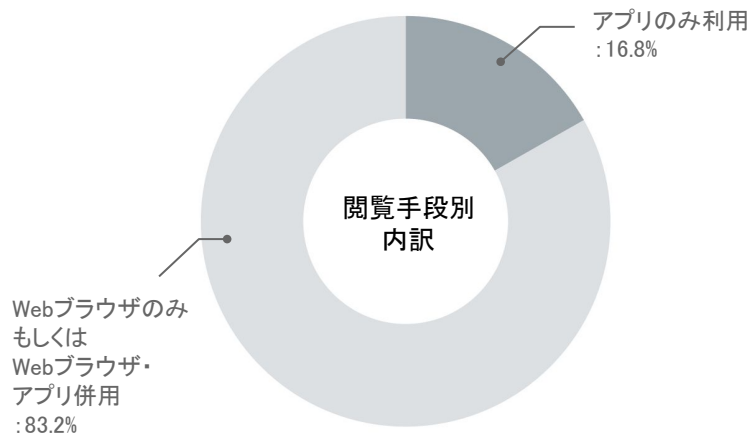
Web ブラウザ

- 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

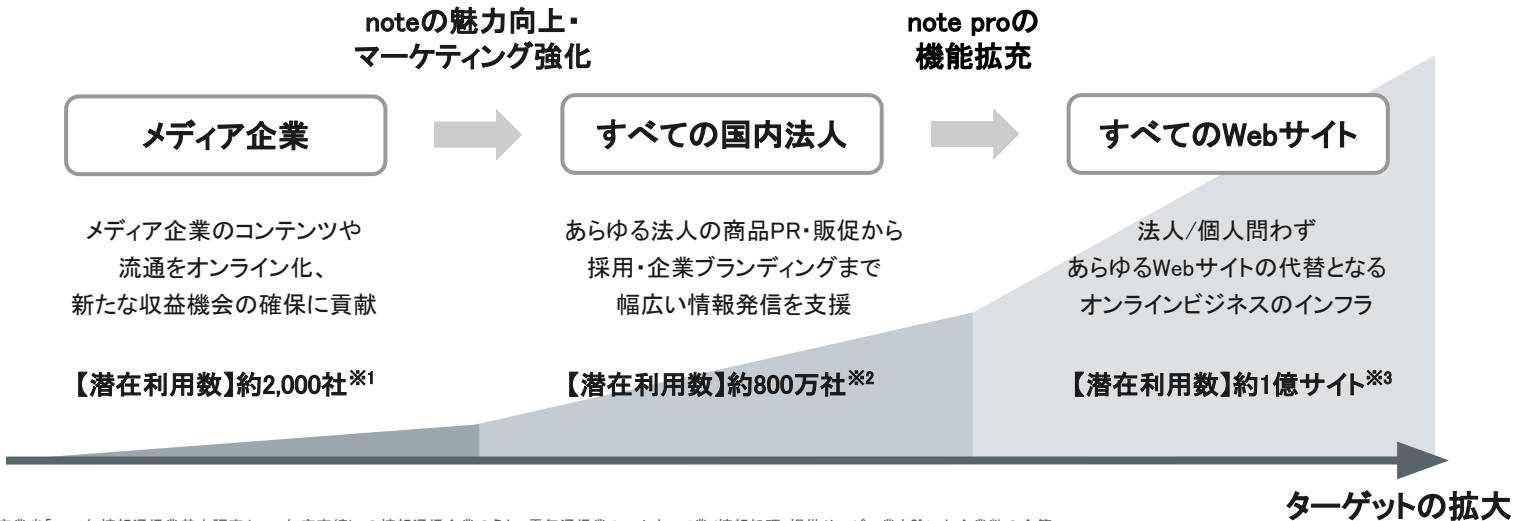
ユーザーの閲覧手段



* 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。



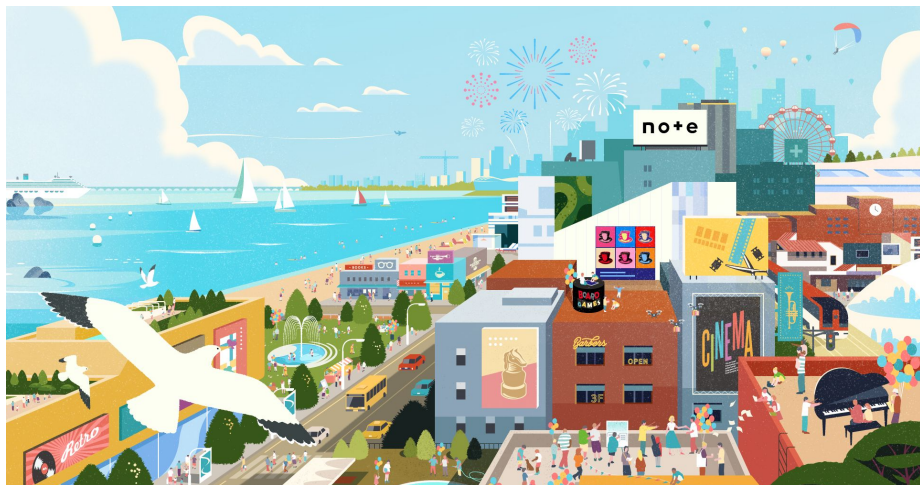
※1 総務省・経済産業省「2021年情報通信業基本調査(2020年度実績)」の情報通信企業のうち、電気通信業/ソフトウェア業/情報処理・提供サービス業を除いた企業数の合算。

※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 決算ハイライト

04 成長戦略

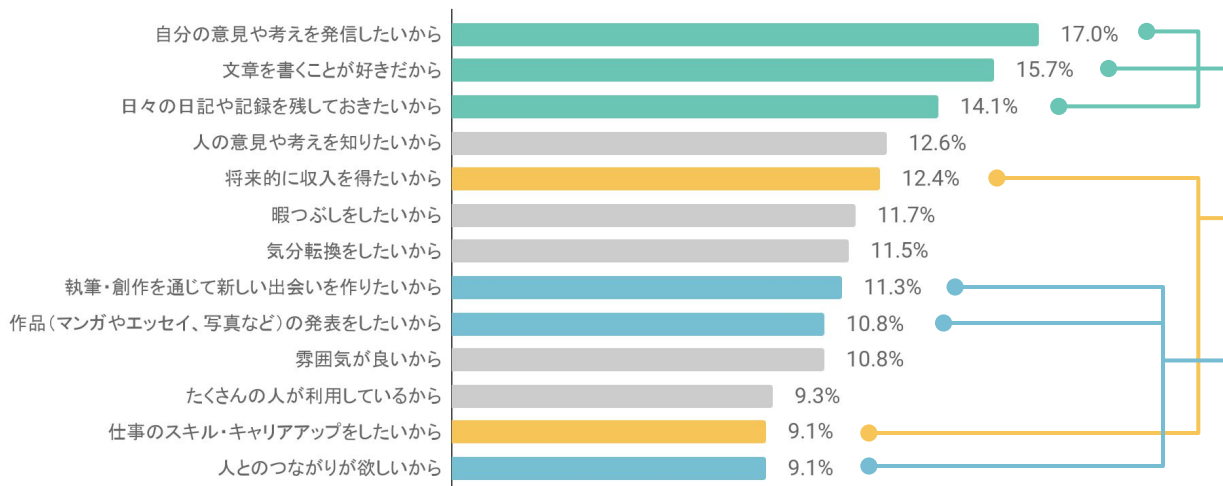
05 Appendix

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。

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。



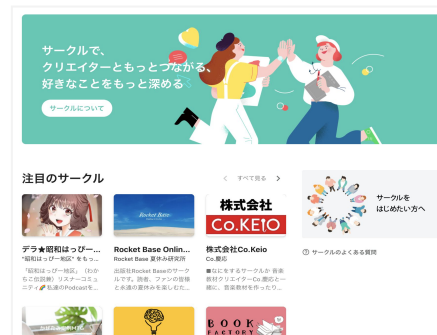
フォローしてつながる

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。

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

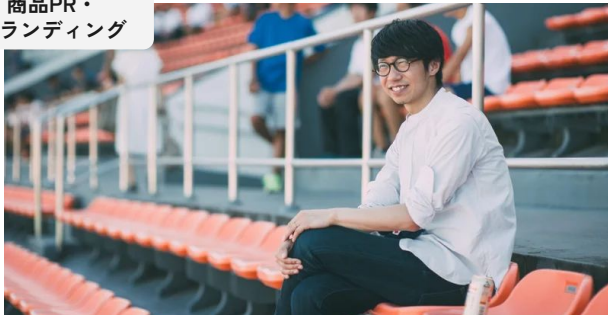
コロナ禍での緊急事態宣言の影響で、お店の存続が危ぶまれたことで、いまできることをやろうと発信を始めた。友人がnoteでの発信をきっかけにお客さんが増えたと聞いて、時代の先をいくサービスだと感じた。

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

note proクリエイターの声

商品PR・
ブランディング



麒麟ホールディングス

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 inc.

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。

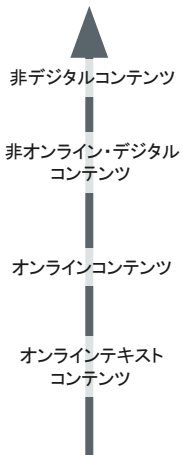
CS窓口・通報対応

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。

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 2022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 x 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。

ディスクレームー

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・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・改訂を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

n o + e