

AXION

事業計画書(フル). 2021/09/01

高品質, 安全, 幸福な有料購読

ニュースアプリ "Axion"

(株)アクシオンテクノロジーズ 代表取締役

吉田拓史 / Takushi Yoshida

Photo by Davien Shamkhali on Unsplash



Content

1. 問題と解決策
2. 製品
3. マーケット
4. Why Now?(なぜいまか?)
5. マーケティング / グロース
6. ロイヤルティ
7. オーディエンス
8. ゲームプラン
9. Financials
10. 第1ラウンドの詳細
11. Vision & Team

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, looking at a large, complex mechanical engine. He is holding a small, glowing digital component in his hand, which is overlaid on the engine's structure. The engine is a large, multi-cylinder unit with various pipes and components. The background is a workshop setting with wooden walls and other mechanical parts. The overall scene suggests a blend of traditional engineering and modern digital technology.

1. 問題と解決策

インターネット経済がフェイク流通を促進

現代のニュース消費の課題

インセンティブ



広告ビジネスはクリック誘発的な低品質コンテンツに高く評価。炎上、ヘイト、カルト、扇動が儲かる。

可処分時間の獲得競争



中毒にさせるための製品戦略。ヒトの脆弱性について、可処分時間を浪費させる技法が発達。

悪意の攻撃



スマホで常時オンラインのユーザーはフェイク、陰謀論やトロールを通じた社会不安定化や影響力作戦に脆弱

人々は低品質情報で時間を無駄にし操られてしまう

2. 解決策

デジタルサブスク

+

利用者の幸福への配慮

ニュース消費の変遷

2016年以前の世界

ポータル

人力+広告



SNS

推薦+広告



低品質コンテンツ

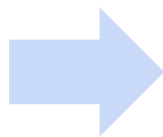
フェイク・陰謀論

アテンション (注意) の収奪競争

低品質・クリック数を評価

2016年

ケンブリッジ
・アナリティ
カ事件



陰謀論集団
の台頭

SNSの兵器
化

Axionが提案する次世代の
ニュース消費

2016年以降の新世界

Axion

推薦+サブスク

AXION

安全・高品質

Well Beingを最適化

高品質・ユーザー幸福を評価

2. 製品・ビジネスモデル

ユーザーの長期的幸福を最適化する



XION

製品の特徴

こちらから参照可能

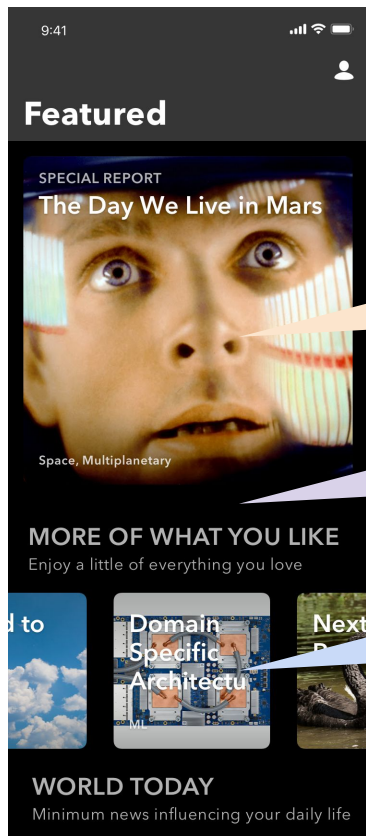
<https://www.sketch.com/s/a7ecae80-06ba-4187-9ca7-a2a214b11bb4/a/LWLgwl/play>

ニュースのiPhone, テスラ。ローエンド
情報が増える現代に逆張り

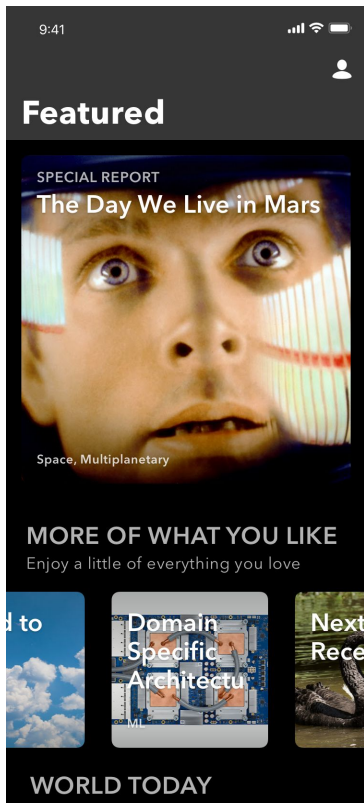
月額1,000円, 広告なし, 滑らかなハイエンド体験

厳選された高品質コンテンツ

フェイク・扇動・釣り・ゴシップ等の不快体験の排除



トップ画面



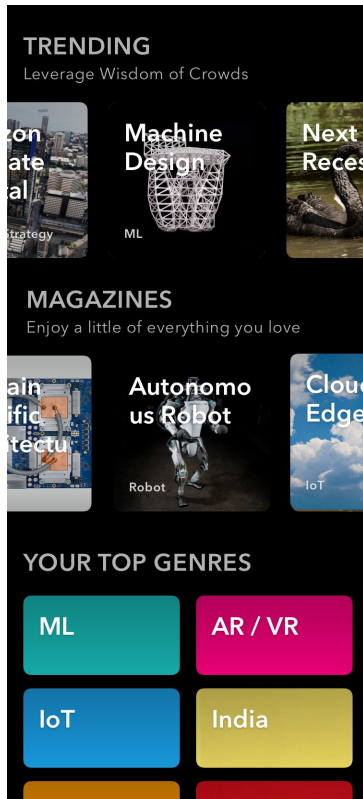
編集者による
Featured

絵画的なデザ
イン

利用者の履歴
から好みそう
な記事のレコ
mend

Netflixと同じ
カテゴリーセル

タブ2



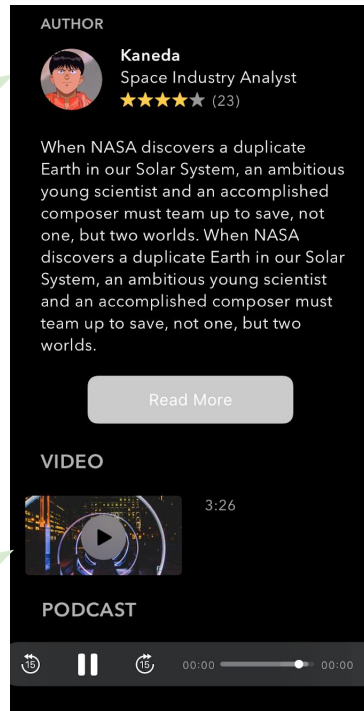
著者の評判シ
ステム

特集記事数本
で形成される
マガジン

動画とポッド
キャスト

カテゴリーの選
択

記事末尾



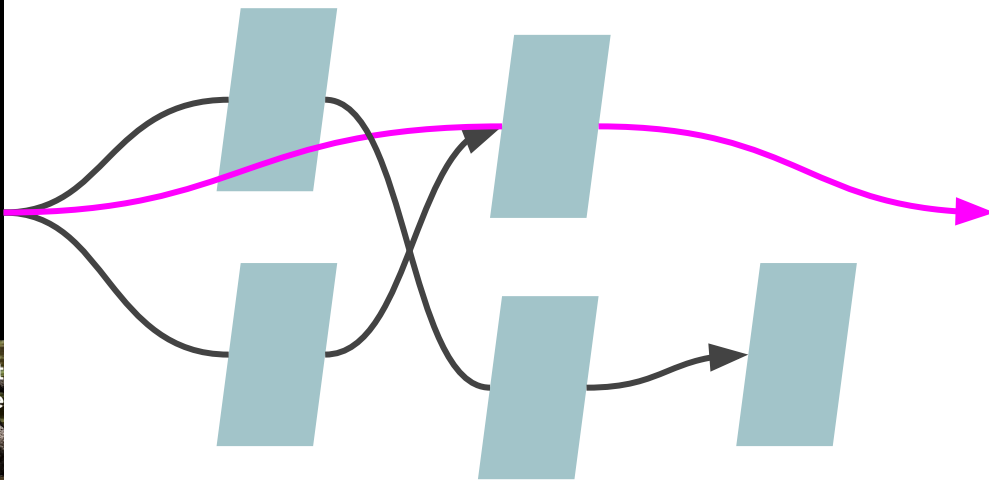
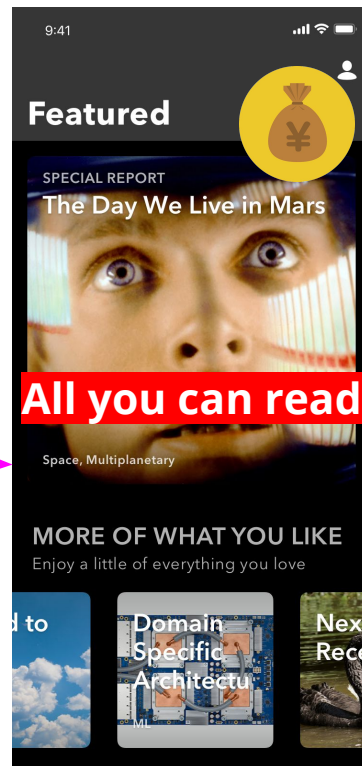
フリーミアム



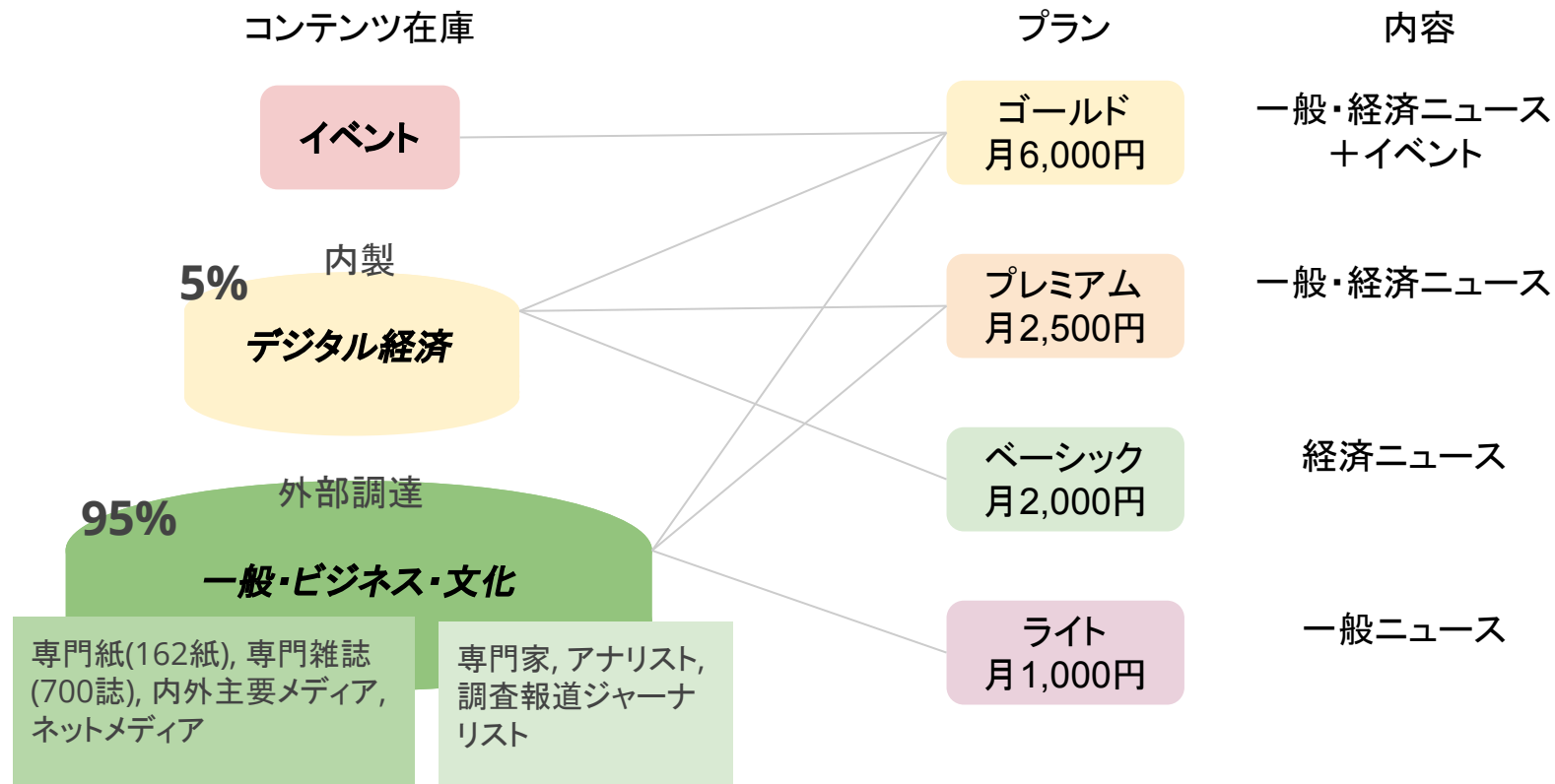
アプリはこれらのメソッドを動的に使用します

- サインインを要求する
- 画面にサブスクリプションオファーを表示する
- メールまたはリターゲティング広告を介してサブスクリプションオファーを送信する
- 無料記事は1か月あたり約5件に制限する
- さまざまな価格設定オプション

サブスクリプション



コンテンツの構成と料金体系



ビジネスモデル

サブスク収益



60%

分配比

1500円

分配先



メディア企業

40%

1000円

AXION

Axion社

独自のエンゲージメント指標を
基にしたロジックでメディア企業
に収益分配する

低品質コンテンツへのインセン
ティブを排除するため、PVベー
スの分配はしない

Axionは40%の取り分からソフト
ウェア開発費、運営費を捻出

サブスク売上収益をメディア企業60%、Axion40%で分配

従来型より10倍効果的な編集部

製作側のイノベーションの「失われた30年」

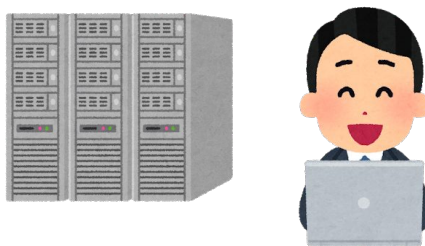
- 多重下請けシステムではなく、ジョブに適合した高スキル者による疎結合型組織で高品質コンテンツを作る
- 従来型の記者・編集者の定義にしばられない。科学の素養は必須。データサイエンス、自然言語処理、OSINT、計算社会科学等使えるものは何でも使う。

従来型



多層下請け
メンバーシップ雇用
労働集約・人海戦術
人材ミスマッチ
昭和的文化
反科学

現代型



疎結合型
ジョブ型雇用
機械集約
デジタル人材
21世紀的文化
科学

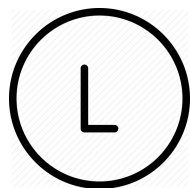
A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, looking at a large, glowing blue digital diagram of an engine. He is holding a small, glowing blue component of the engine. The background is a workshop with various mechanical parts and tools. The overall scene is lit with a warm, golden light, suggesting a professional and technical environment.

3. 市場

新聞・出版業界が育んだ超忠実な顧客

市場規模

Total Available Market

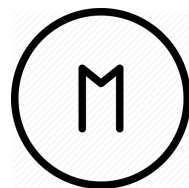


ニュースポータル／アプリ事業者の
収益 3,574 億円 (2019年)

新聞、出版業界がピーク時から失っ
た市場 1兆4,000億円

1兆7,574億円

Served Available Market

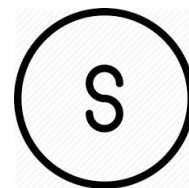


ニュースポータル／アプリ事業者の
収益 3,574 億円 (2019年)

新聞、出版業界がピーク時から失っ
た市場 1兆4,000億円のうち、ニュー
ス関連の8,000億円

1兆1,574億円

Target Market



ニュースポータル／アプリ事業者の
収益 3,574 億円 (2019年)

新聞、出版業界がピーク時から失っ
た市場 1兆4,000億円のうち、ハード
ニュース関連の3,000億円

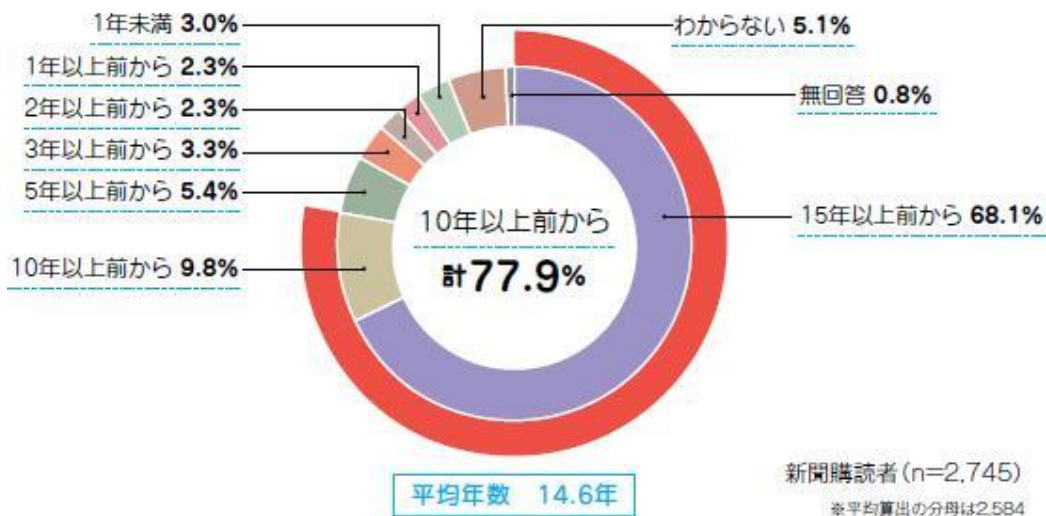
6,574億円



ターゲットユーザー
“日本経済株式会社”の40代以下ビ
ジネスパーツン

古い制度の崩壊、新しいゲームにキャッチ
アップしないといけない危機感

新聞サブスクはデジタルで再現可能



- 日本の新聞は生活必需品としての地位を持っていた。
- 日本の新聞読者は非常に忠実。新聞購読者の77.9%が10年以上前から購読を開始している。
- これらをデジタルで再現できれば...

新聞の平均購読期間は14.6年！

出典: 新聞協会

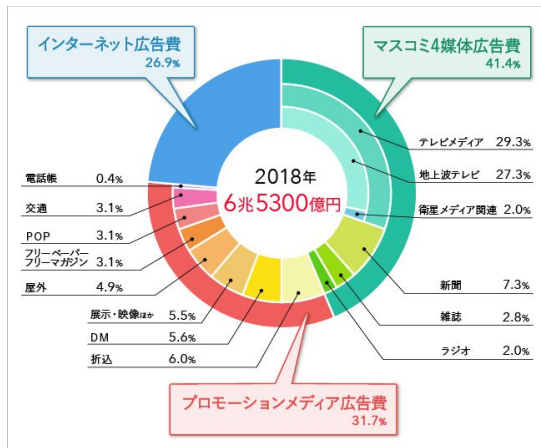
A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, looking at a transparent AR display. The display shows a detailed 3D wireframe diagram of a mechanical engine or motor. The man's hand is positioned as if interacting with the virtual model. The background is a workshop setting with various mechanical parts and tools.

4. Why Now?

その有効性は既に実証されている

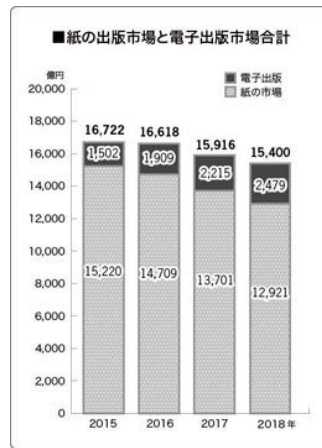
Why Now? (1) 不完全なデジタル化

広告市場



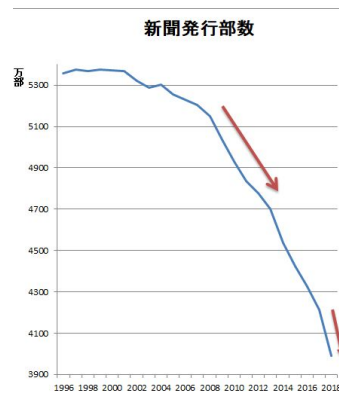
非デジタルからデジタルに1兆4000億円
移転

出版物販売市場



最盛期から1兆1000億
円の市場縮小

新聞販売市場



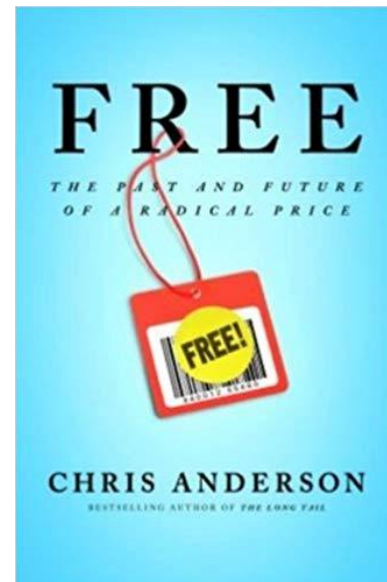
最盛期から2800億円の
市場縮小

出版・新聞販売市場がピークから1兆4000億円縮小。人口動態、景況などの外部要因を
勘案しても減りすぎ。デジタルは紙の受け皿になっていない。

要因

デジタル収益化モデルの不在

紙媒体の販売は著しく低い広告価格とフリーミアムに溶けている



Why Now? (2) 先行者不利益

広告型ニュースアプリのエコノミクスは
かなり悪い。高いテレビ広告で集客し、
安いデジタル広告で収益化している。

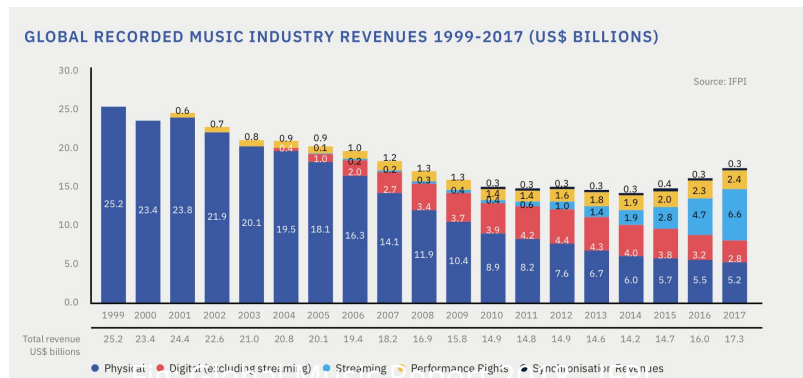
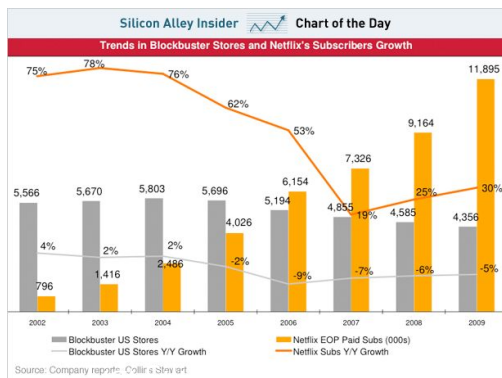
一度広告型を採用したプレイヤーは解
雇規制のため、広告営業部をなくせない。
購読型への転換が事実上不可能。



デジタルサブスクリプションで逆張りする好機

Why Now? (3) Spotify & Netflix

コンテンツとサブスクリプションの親和性

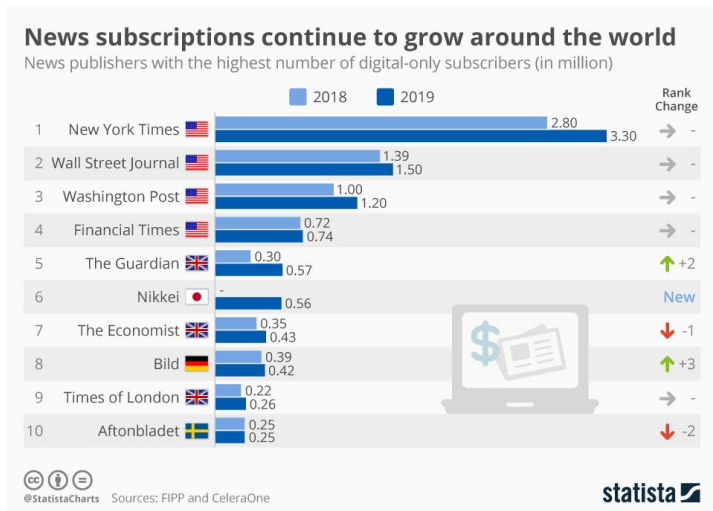


- Netflixはレンタルビデオをデジタルサブスクリプションに転換した

- SpotifyはCDの衰退をデジタルサブスクリプションで補填

仮説: ニュースでもデジタルサブスクリプションがゲームチェンジャーになる

Why Now? (4) 有効性の実証



New York Times、Wall Street Journal、Financial Times、および日経は、ニュース業界でデジタル購読の有効性を証明しました。

New York Times Hits 7 Million Subscribers as Digital Revenue Rises

For the first time, the publisher brought in more revenue from online readers than from its print subscribers.



ニューヨーク・タイムズの有料加入者の数は、特に2016年の米国大統領選挙以降、増加し続けています。

有料購読 & マーケットプレイスでユニークな ポジション



ニュースのネットフリックス

Subscription



Marketplace

Publisher



SmartNews



livedoor
NEWS

Ads

ビジネス+IT



ITmedia
NEWS

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, working on a mechanical engine in a workshop. He is holding a tool and looking at a transparent digital overlay of a complex mechanical diagram. The diagram is rendered in a glowing cyan color and shows various components of an engine, including pistons, valves, and a flywheel. The background is a blurred workshop setting with wooden walls and various tools and equipment.

5. マーケティング／グローブ

日本でデスクトップが死ぬことはない

経済を突破口として他ジャンルへ

- FT、WSJ、The Economist、日経など経済メディアはデジタル有料購読と相性がいい。
- 将来的には業界紙、業界誌、教育、一般ニュース、雑誌などに拡大

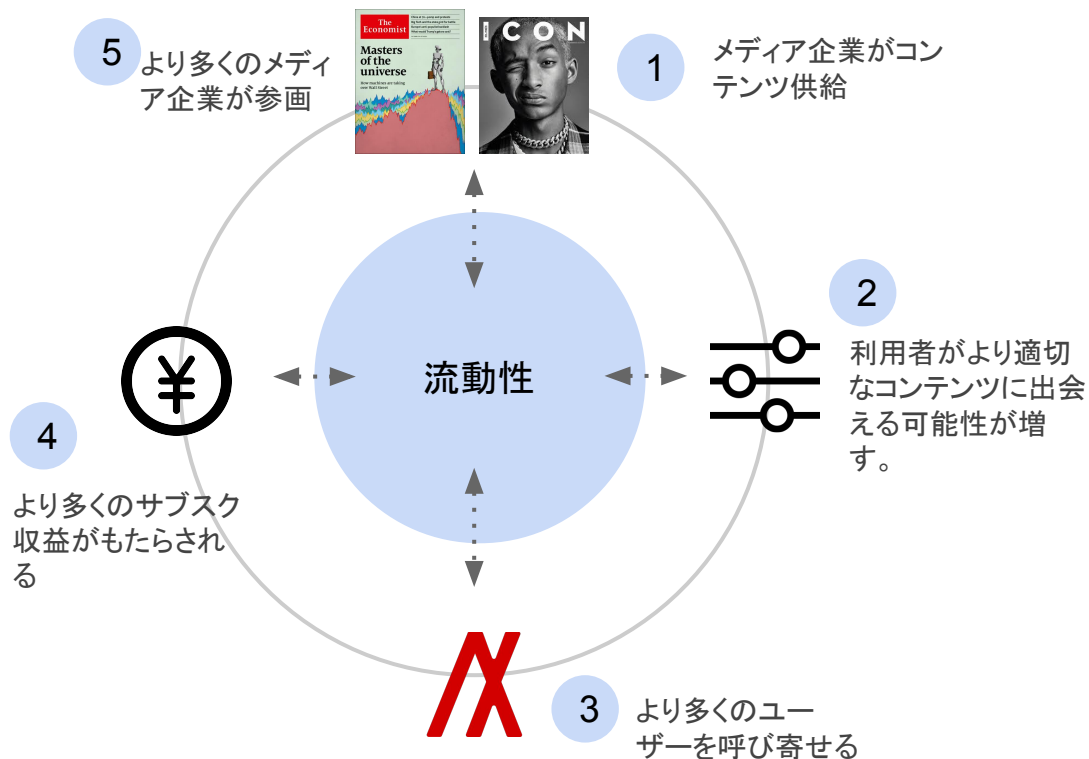
デジタル有料購読の勝者



プラットフォームの流動性ネットワーク効果

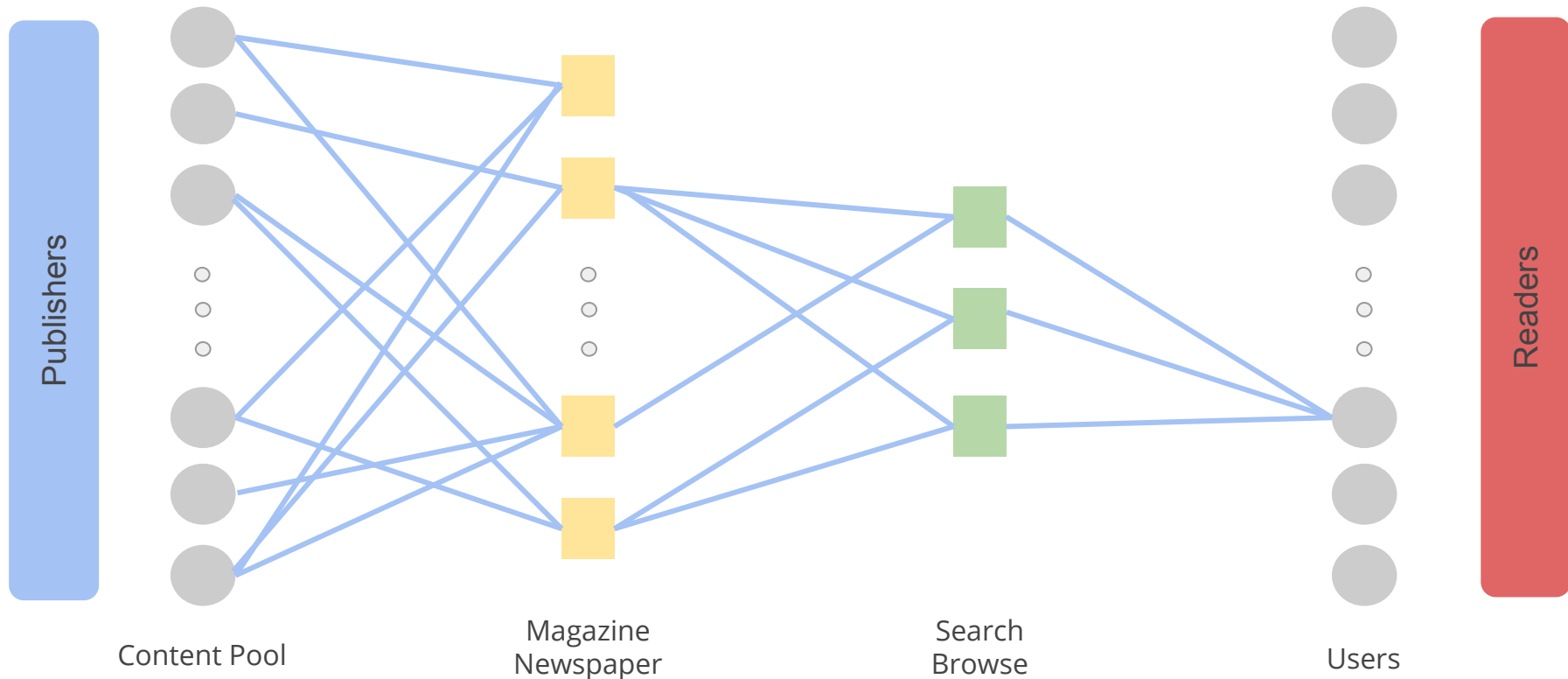
- コンテンツの流動性の高まりはユーザーの利益を高め、ネットワーク効果を引き起こす
- コンテンツが多ければ多いほど、ユーザーにとってのメリットは大きい

供給の増加により流動性が高まり、結果としてプラットフォームのネットワーク効果が強化される、好循環が生まれる。



Axionにおける流動性ネットワーク効果

エンゲージメントは、プラットフォームが読者とコンテンツをどうマッチさせるかに依存
→ レコメンドシステムは、両面市場を確立するために重要です



Axionは「パブリッシャーリーダーマッチングゲーム」



6. ロイヤルティ

ヤフー、スマニューにはない明確な収益分配

パブリッシャーロイヤルティ

- Axionは購読収益の60%をパブリッシャーにロイヤリティとして支払い、40%を受け取る。払込は発生から3ヶ月後。

- 例) シンプルな収益分配

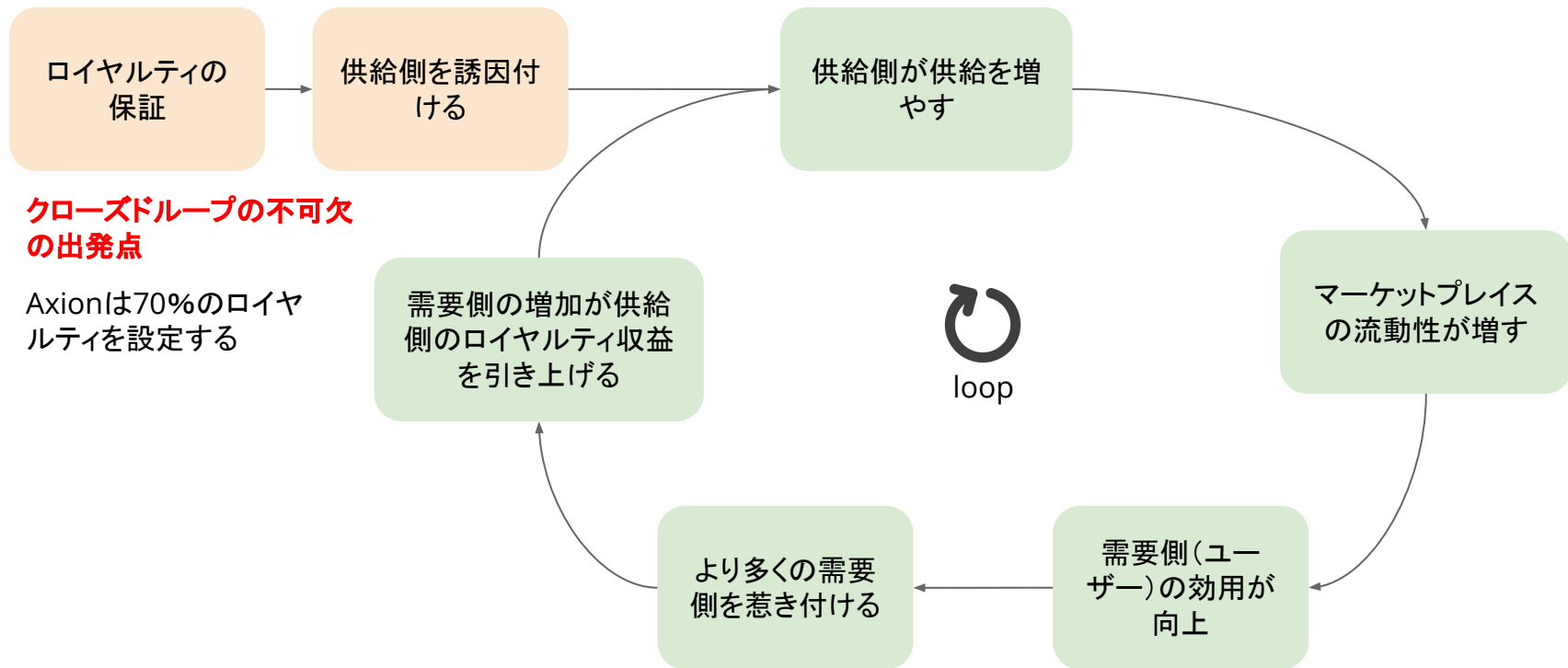
$$\text{Axion Revenue} \times \frac{\text{Creator PV}}{\text{Axion Total PV}}$$

- 例) 滞在時間を採用した収益分配

$$\text{Axion Revenue} \times \frac{\text{Creator's PV} \times \text{Creator Content Average Time Spent}}{\text{Axion PV} \times \text{Axion Content Average Time Spent}}$$

- 課題
 - 「不公平だが説明可能 vs 公平だが説明できない」問題
 - PVを使用すべきではありませんが、代替手段は何ですか？

ロイヤルティはクローズドループの鍵



A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile in a workshop setting. He is interacting with a large, transparent digital overlay of a complex mechanical engine diagram. The diagram is rendered in a glowing cyan color and is superimposed over a real engine in the background. The man's hands are positioned as if he is manipulating or examining the digital model. The background shows various mechanical parts and tools, suggesting a technical or manufacturing environment.

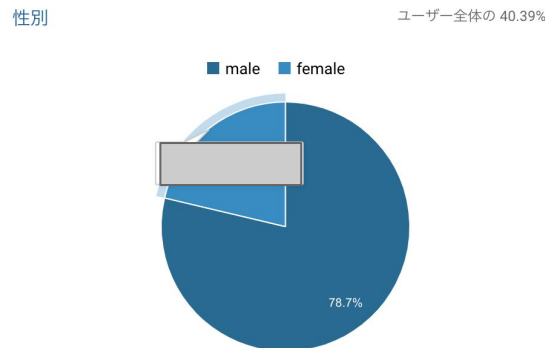
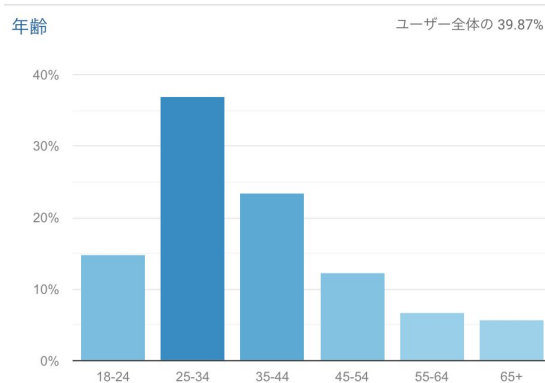
7. オーディエンス

深化する製品ユーザー適合

オーディエンスの特徴

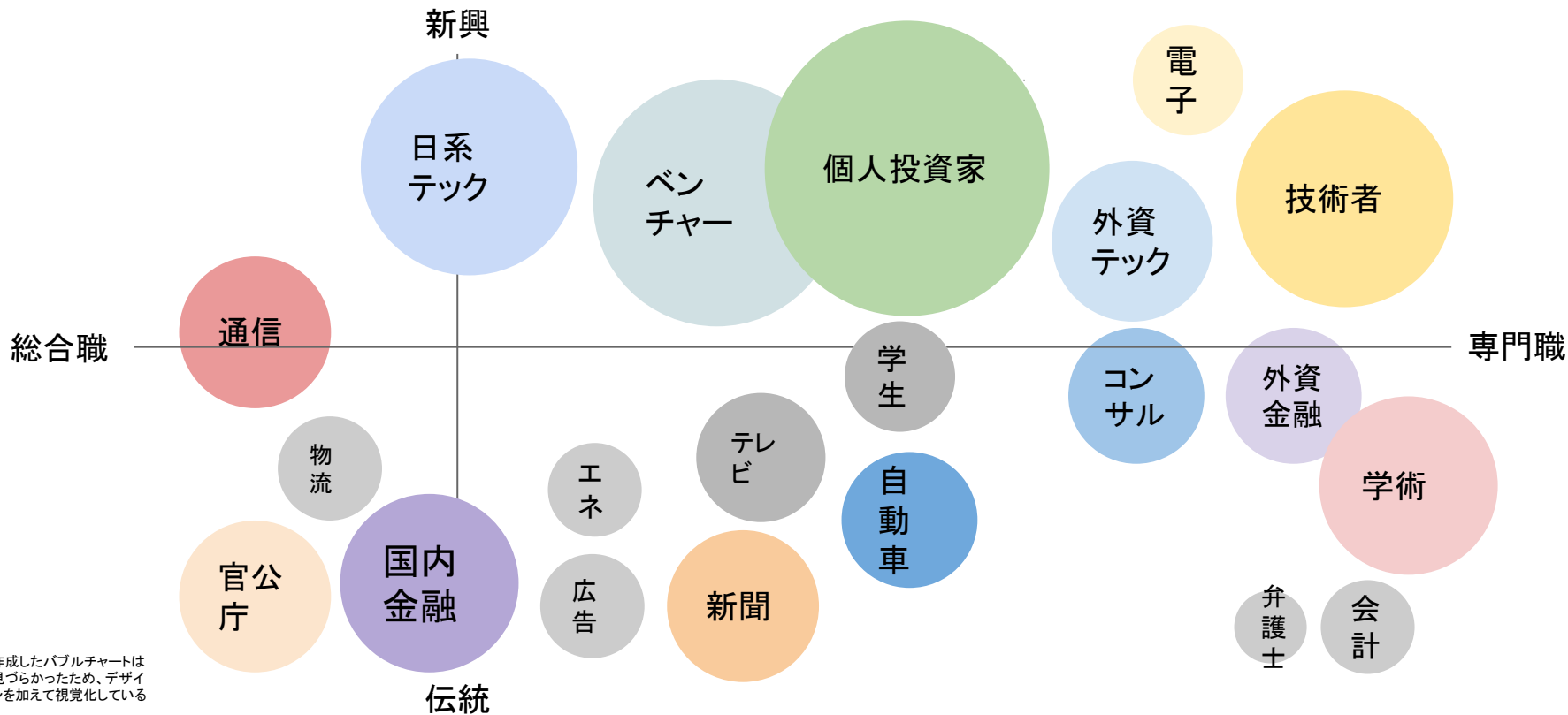
1. 20~40代男性が中心
2. 富裕、高リテラシー
3. デスクトップ中心で集中力が高い
4. 仕事や学習などの特定の目的に利用される傾向がある
5. ページ滞在時間が長く、エンゲージメントを示す。
6. SNS活動が盛んではない(情報収集のための固定的な時間を持つことを示唆)
7. 1万2000人の再訪問を繰り返すユーザー

課金可能性が高い・拡張可能



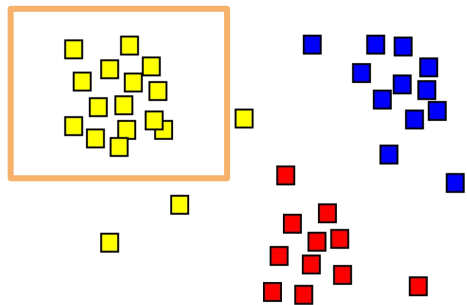
読者層: 富裕／高リテラシー

※無作為抽出した継続訪問ユーザー兼
ニュースレター登録者400人を調査、バブル
チャート化
※2020年1月～10月のAxionウェブサイトの
データ等を利用



作成したバブルチャートは
見づらかったため、デザイ
ンを加えて視覚化している

有料購読のためのオーディエンス形成



有料購読

XION

デジタル広告

YAHOO!
JAPAN

対極



興味関心が一致し、深いエンゲージメント(愛着)を示すクラスタを形成する。釣り記事でマッチしないユーザーを引き寄せたりしない。



エンゲージメントを
どう測るか。

ビジネスの性質: 厚利少売
ユーザー獲得: 狭く凝集的な
オーディエンスのクラスタを形
成する。ターゲットを定める。

- ページ滞在時間
- ユーザー行動の観察
- 課金実績
- SNSでの会話

ビジネスの性質: 薄利多売
ユーザー獲得: どんなユーザー
でもいいから集める → 脊髓反射
的なコンテンツ(芸能人の不倫な
ど)を優先する

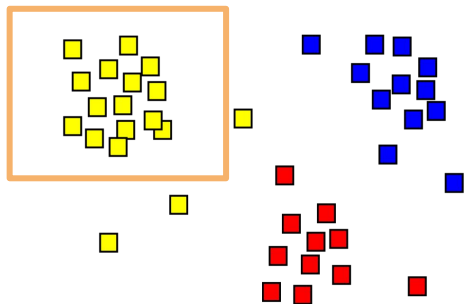
対極



- PV
- クリック数
- 広告表示回数

Axionのビジネス機会の試験方法

試験集団



興味関心の一致
するクラスター

測定



ページ滞在時間



ユーザー行動



課金の有無

結論

有料購読ユーザー獲得可能性
を算定する

十分な滞在時間 (5月)

順位	記事タイトル	カテゴリー	平均滞在時間
1	UPI インド政府主導のデジタル決済共通基盤	フィンテック、インド	9:22
2	統一決済基盤「UPI」インドのモバイル決済のゲームチェンジャー	フィンテック、インド	7:26
3	ネイティブ広告の悲しい結末 TABOOLA と OUTBRAIN 合併を分析する	デジタルマーケティング	7:25
4	もはや労働は報われない 超大企業とデジタル経済の台頭で揺らぐ従来型資本主義	デジタル経済	6:15
5	GojekがGrabに対し優勢に立つ 最大市場での勝利が大きい	東南アジア	6:58
6	サードパーティCookieの終焉 GDPRとITPの包囲網	デジタルマーケティング	6:51
7	東南アジアEコマース帝国の台頭 テック経済レビュー#11	eコマース	6:44
8	GOPAY インドネシア最大手のモバイル決済	フィンテック	6:25
9	ゾンビ化する会計 無形資産を算定できず、企業価値と乖離する	デジタル経済	6:26
10	説得的デザイン（パースェープデザイン）が生まれた文脈とは	プロダクトマネジメント	6:06
11	両面市場 ネットワーク効果を引き起こすプラットフォームの構造	デジタル経済	5:57
12	エッジコンピューティング 集中から分散へふれる情報処理の振り子	コンピューティング	5:32
13	クリエイティブ・クラスは現代都市にカスタム制をもたらした	デジタル経済	5:13
14	衆安保険 世界最大級のインステック企業	フィンテック	5:10
15	ブルシットジョブ：現代の封建主義が生み出す無意味な労働	評論	5:09
16	『サルたちの狂宴』でアドテックの変遷を振り返る 独占が自由市場を駆逐した理由	デジタルマーケティング	5:05
17	ARMの牙城の崩壊とRISC-Vの台頭	コンピューティング	5:05
18	ケンブリッジ・アナリティカ事件 心理学、データ分析、広告技術による群衆操作	メディア	5:02
19	ヤフーと新聞 どのような戦略をパブリッシャーはもつべきか	メディア	4:56
20	エッジコンピューティングの逆襲 ポストモバイル時代が視る夢はなにか	コンピューティング	4:51

通常のネットメディア
を著しく上回る平均滞
在時間

様々なジャンルで
ユーザーの興味関心
を観測

記事滞在時間上位ランキング 1-5月

閲覧数が一定数以上の記
事に限定

滞在時間の伸びと多様化 (11月)

順位	記事タイトル	カテゴリー	平均滞在時間
1	もはや労働は報われない 超大企業とデジタル経済の台頭で揺らぐ従来型資本主義	労働経済学	13:21
2	豪グレートバリアリーフのサンゴの半分以上が消失、気候変動が影響か	持続可能性	11:55
3	AEVAのSPAC上場分析	電気自動車	11:38
4	パランティア上場は蜜月トランプの落選を想定した出口戦略	金融、軍事	10:46
5	宝の持ち腐れの行政データを救世せよ、キカク渡邊、サイバー森脇インタビュー	データサイエンス	9:46
6	米国で富裕税が必要とされる背景：没落する中間層と異常な格差	政治	9:44
7	DeepMindのAIは強化学習アルゴリズムを自動生成する	AI	9:24
8	中国のハッカーが台湾の半導体産業の知財を盗もうとした疑惑	セキュリティ	8:51
9	消費者余剰はデジタル経済を測定できる？	デジタル経済	8:42
10	GrabPay: 東南アジアのモバイル決済アプリ	東南アジア、フィンテック	8:30
11	中国が計画する電動、自律、共有された自動車産業	電気自動車	8:20
12	LINEのミニアプリのインパクトはいかほどか	戦略	8:13
13	トヨタ出資の配車企業Grab、コロナ禍でハードランディング必至か	デジタル経済	8:12
14	カリフォルニア州プライバシー権法（CPRA）とは	プライバシー	8:04
15	中国がアリペイ向けのクリアリングハウスを設置した経緯	フィンテック、中国	8:00
16	Uber Eatsでの調理時間、到着時間、配達時間の予測	AI	7:49
17	持続可能な投資 (Sustainable Investing) はPE/VCと同等のリターンを出している	持続可能性	7:49
18	対Microsoft同盟: SalesforceがSlackと買収交渉	戦略	7:46
19	Uberの機械学習基盤Michelangelo (ミケランジェロ)	AI	7:41
20	NvidiaによるArm買収の分かりやすい解説	半導体、AI	7:18

平均滞在時間が全体的に伸びた。

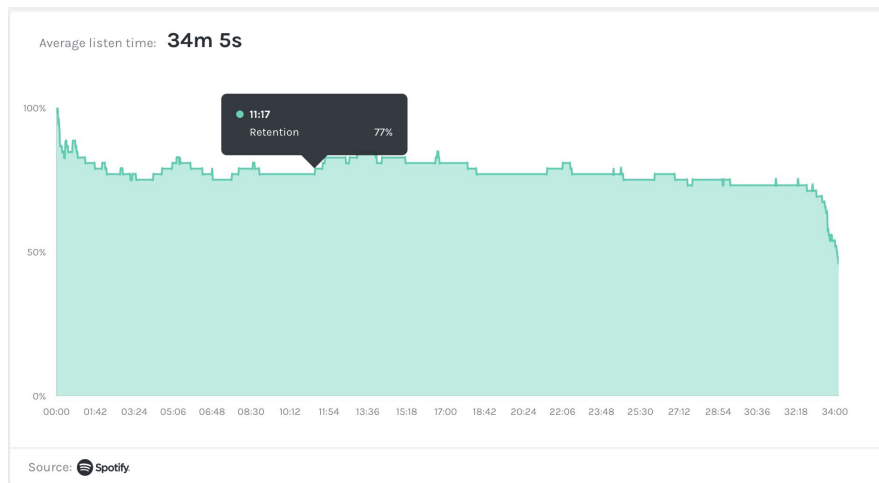
層が厚くなった。

カテゴリも多様化。

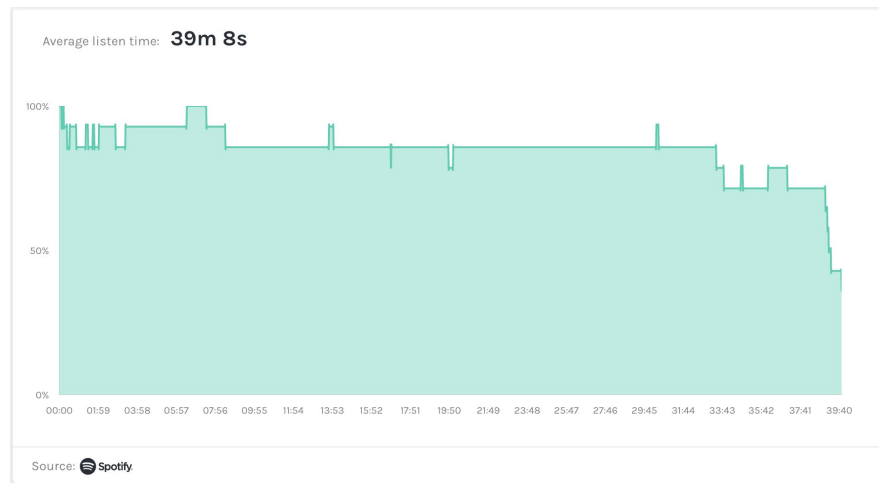
記事滞在時間上位ランキング 1-11月

閲覧数が一定数以上の記事に限定

8割が最後まで聴くポッドキャスト



第36回東南アジアの覇者 Sea Limited (10月19日): 34分の番組。最後の2分まで、8割の聴取者が聴いている。聴取回数 794回。



第40回電池の時代 (11月24日): 39分の番組で最後の5分まで9割聴取者が聴いている。聴取回数412回。

ユーザーのロイヤリティが高いことを示す端的な利用行動

既に課金実績がある

米クリエイター寄付サイト
Patreonを通じ、33人が約
3万円の定額支援を実施し
ている (2021年4月30日時
点)

コンテンツ課金が成立する
ことを既に実証した！

The screenshot shows the Patreon profile of Takushi Yoshida. The profile includes a search bar at the top right, a search icon, and a notification bell. The profile header displays the name 'Hi, Takushi Yoshida' and the 'OVERVIEW' section. The overview section shows 8 active patrons and \$75 per month in earnings. Below this, there is a notification for 'Yay! 2 new patrons' with a button to 'Send them a message'.

Find a creator

Hi, Takushi Yoshida

OVERVIEW

8 active patrons
[View relationship manager](#)

\$75 per month
[View earnings dashboard](#)

Yay! 2 new patrons
Welcome them with a personal message

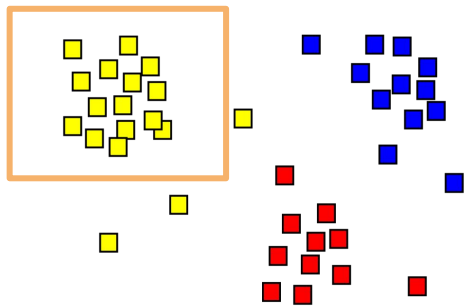
Send them a message

<https://www.patreon.com/taxiyoshida>

試験の結果、ビジネス機会を証明



試験集団



興味関心の一致
するクラスター

測定



ページ滞在時間



ユーザー行動



課金の有無

結論

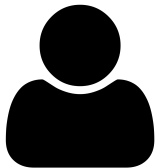


有料購読ユー
ザー獲得可能性
は非常に高い

「Look A Like」と呼ばれる類似ユーザー拡張手法などで、容易に有料購読者のユーザー基盤を増やせる

広く深い“製品ユーザー適合”を達成

5月

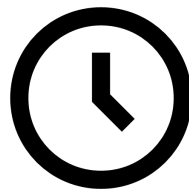


興味関心が限定されたユーザー

400



限られた数の高品質の記事



多数の記事で長い読了時間



Product User Fit
(製品ユーザー適合)に到達。詳しくは、
<https://www.axion.zone/state-of-axion/>

11月



様々な興味関心を持つユーザー

1000



より多様な高品質の記事



課金者の登場



ロイヤルリスナー



長い読了時間



カテゴリの拡大



製品ユーザー適合がより広い範囲に渡り、同時に深化した

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile from the waist up. He is looking towards the right, where a large, complex mechanical engine is visible. Overlaid on the engine is a semi-transparent digital interface with a cyan glow. This interface displays a detailed wireframe diagram of the engine's internal components, including pistons, valves, and various sensors. The man's right hand is positioned as if he is interacting with or pointing at the digital overlay. The background consists of wooden panels, suggesting a workshop or laboratory environment. The overall lighting is soft and focused on the man and the engine.

8. ゲームプラン

深化する製品ユーザー適合

18ヶ月間のゲームプラン

現況

従業員数

- 超低予算, 1人で製品ユーザー適合 (PUF)を確認
- 有料購読機能実装
- 記事収集機能実装

1人

最低限機能製品(MVP)の実現

戦線拡大へ

2ヵ月

資金調達活動

1人

2ヵ月

ユーザーの拡大

1人

3ヵ月

コンテンツの外部獲得活動の開始

1人

1ヵ月

ウェブアプリケーションの改築

1人

4ヵ月

コンテンツ提供メディア獲得活動

1人

6ヵ月

モバイルアプリ・データ基盤等の本格的開発

3人

製品開発計画

すべての製品にヒットの兆候



ポッドキャスト

最新トレンドを解説。
<https://anchor.fm/axion-podcast>



ニュースレター

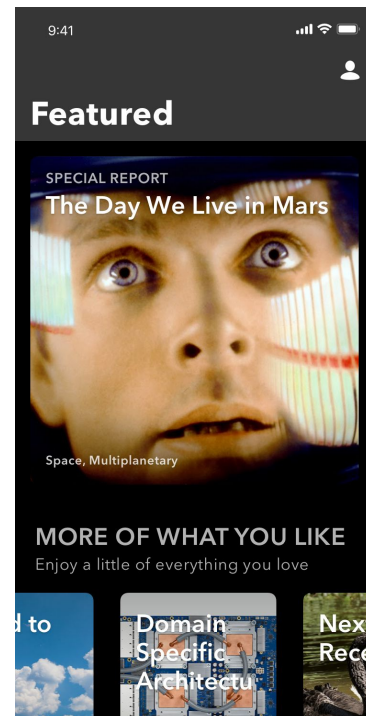
平日午前6時配信。
<https://substack.com/>

AXION

ニュースサイト

平日は毎日数記事を投入。
<https://www.axion>

① プラットフォーム化



② 高品質化、拡充、多様化

詳しくは、
<https://www.axion.zone/dev-plan-jun-2020/>

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, looking at a large, glowing blue digital simulation of an engine. He is holding a small, glowing blue component of the engine. The background is a workshop with various mechanical parts and tools. The overall scene is illuminated with a soft, blue light, emphasizing the digital nature of the simulation.

9. 財務

1億5,000万円調達でのシミュレーション

17. 安定的な財務

月次の燃焼分の116倍の現金を保持している。



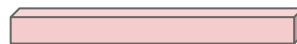
極めて安定的。バーンレートを上げて成長速度を高めよう

8月31日時点

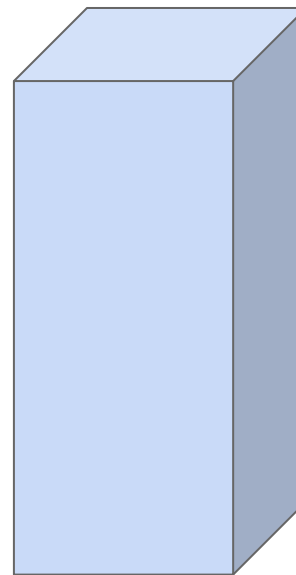
¥121,515

¥14,115,476

116倍



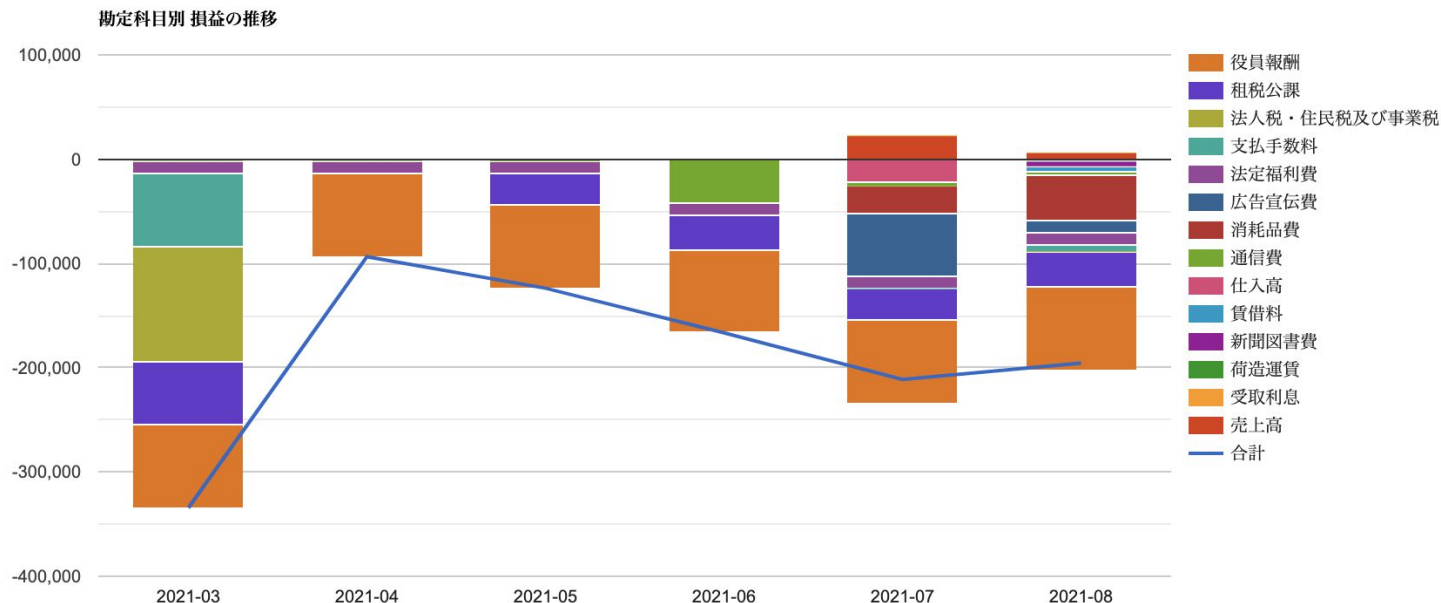
資金燃焼



現金

18. 営業損失の推移

8月31日時点

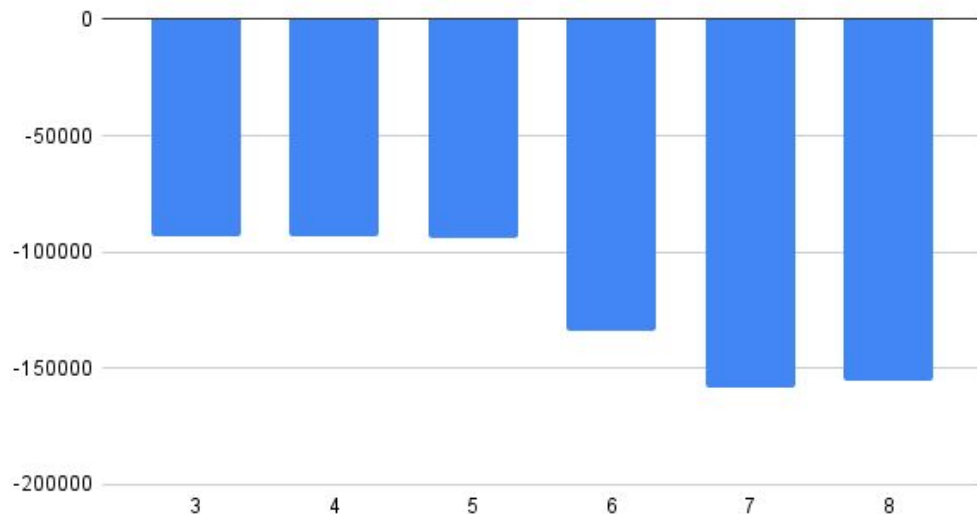


- 3月は法人税、弁護士報酬、印紙代が集中
- 7,8月がベースライン

19. 事業中核のバーンレートの推移

8月31日時点

バーンレート(印紙代、法人税、弁護士手数料を除く)



- 月平均バーンレートは12万1,515円
- バーンレート(資金燃焼量)は一ヶ月にどれだけ資金を消費したかを示す。

2021年3月~8月

※印紙代、法人税、弁護士報酬を除く

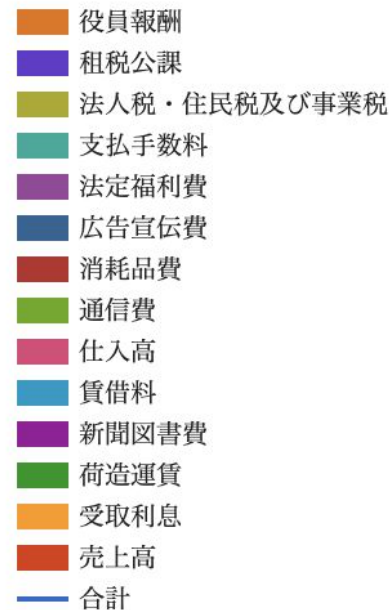
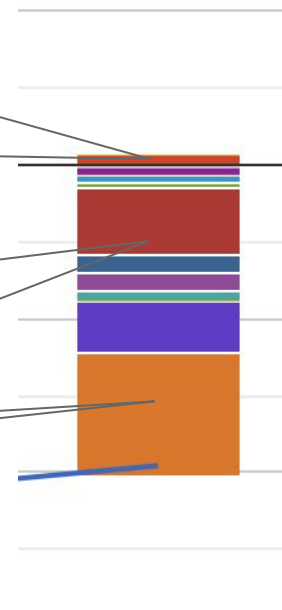
20. 財務の基本的枠組み

8月31日時点

売上はサブスク。毎月定期的にもたらされる前受収益。

変動費はコンテンツ費、マーケティング費で構成される。事業状況にあわせ伸縮自在

人件費は91,874円固定。これと通信費(ソフトウェア費)がほぼ唯一の固定費。



低コスト、高収益、高安定

2021-08

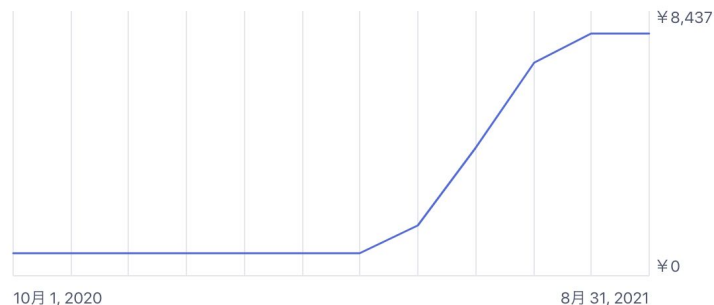
21. サブスク製品として絶好の財務パフォーマンス

現状は「寄付サブスク」のテスト期間のため、月間経常収益(MRR)の総額は小さいものの、解約率は0%であり、非常に高い顧客生涯価値(LTV)をもたらすユーザーを集めている。これを拡張していけば...

Axion デジタル経済メディアの MRR

08/31現在のデータ

¥8,437



サブスクリプション 1 件あたりの平均収益

08/31現在のデータ

¥1,205



顧客生涯価値

08/31現在のデータ

¥72,317



22. 財務戦略の大枠

事業状況に応じてコンテンツ・マーケ費を伸縮

- コンテンツ提供者への収益分配
- コンテンツ制作費
- コンテンツ外注費
- 広告費

伸縮

変動費

コンテンツ、マーケ

アセットライトで筋肉質な経営

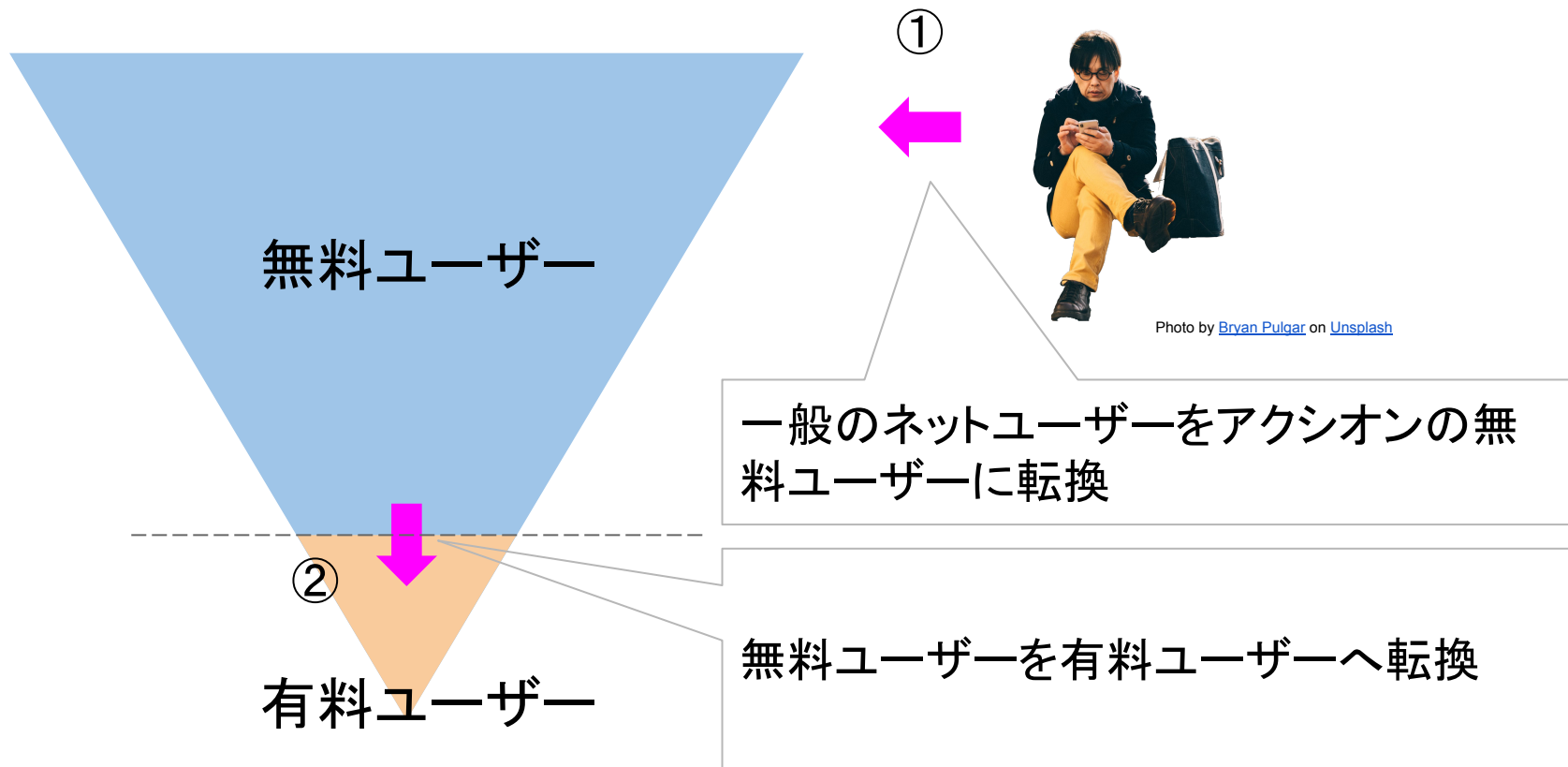
- 職責に適応する高スキル人材のみを採用
- クリエイター・エンジニア
- 経営人材・ビジネス人材の大半をくり抜く

抑制

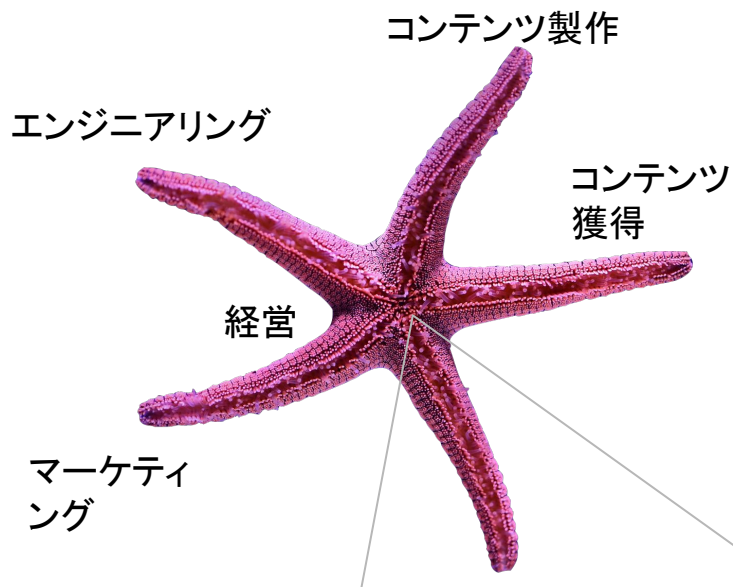
固定費

人件費・ソフトウェア

23. マーケ費の目的: 2つの集客ポイント



24. 財務のビジョン: ヒトデ型



- サブスクサービスの戦略はすでに成熟しフレームワーク化済み
- ヒトデの足: 投資は価値創造の中心であるクリエイター、エンジニア、コンテンツへと集中させる
- ヒトデの頭: 経営・マネジメントは創業者吉田でほぼ完結

スタートアップ・サブスクプラットフォーム経営に関する諸知識(戦略、ファイナンス、税務、会計、法務)の大枠は創業者吉田拓史のもとにすでにある。一定の企業規模までは外注と吉田だけで済む

25. あとは燃料 (資金) を注ぐだけ！

- 4年の鍛錬により会社とビジネス展望は完全な状態に仕上がっている
- 資金を注いで、コンテンツ、ソフトウェアを急速に拡張するだけ



26. 18ヶ月間のゲームプラン

現況

従業員数

- 超低予算, 1人で製品ユーザー適合 (PUF)を確認
- 有料購読機能実装
- 記事収集機能実装

1人

最低限機能製品(MVP)の実現

戦線拡大へ

2ヵ月

資金調達活動

1人

2ヵ月

ユーザーの拡大

1人

3ヵ月

コンテンツの外部獲得活動の開始

1人

1ヵ月

ウェブアプリケーションの改築

1人

4ヵ月

コンテンツ提供メディア獲得活動

1人

6ヵ月

モバイルアプリ・データ基盤等の本格的開発

3人

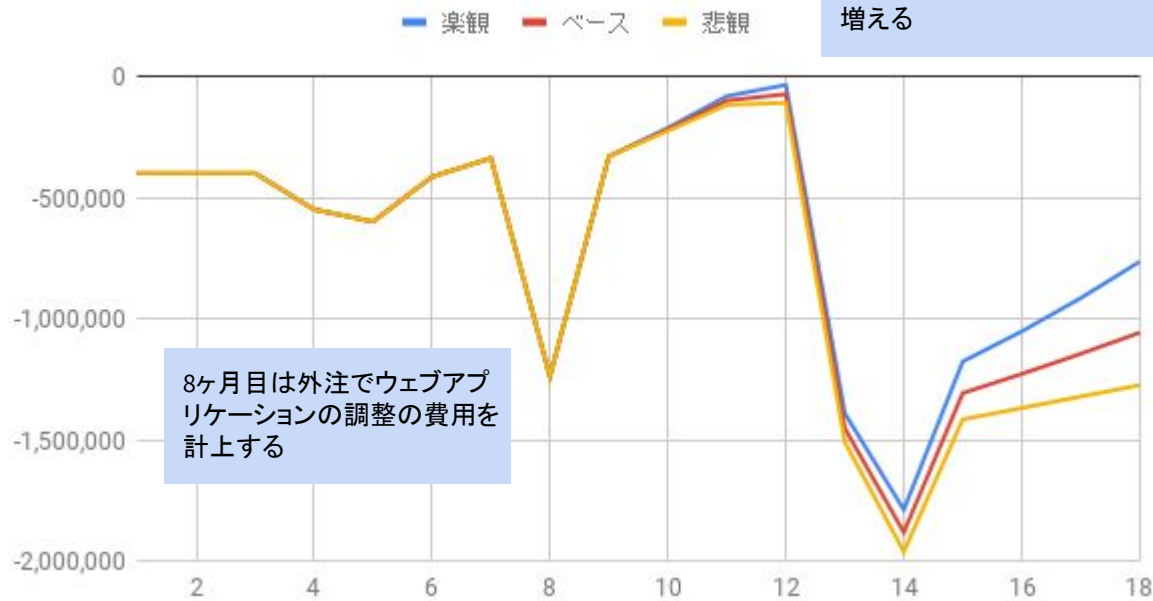
27. 18ヶ月で黒字化にメド

累計2,000万円調達とゲームプランを基にビジネスシミュレーションを行った。

現金は一時600～794万円の範囲まで減るが、有料会員の漸増により黒字化に近づいていく。

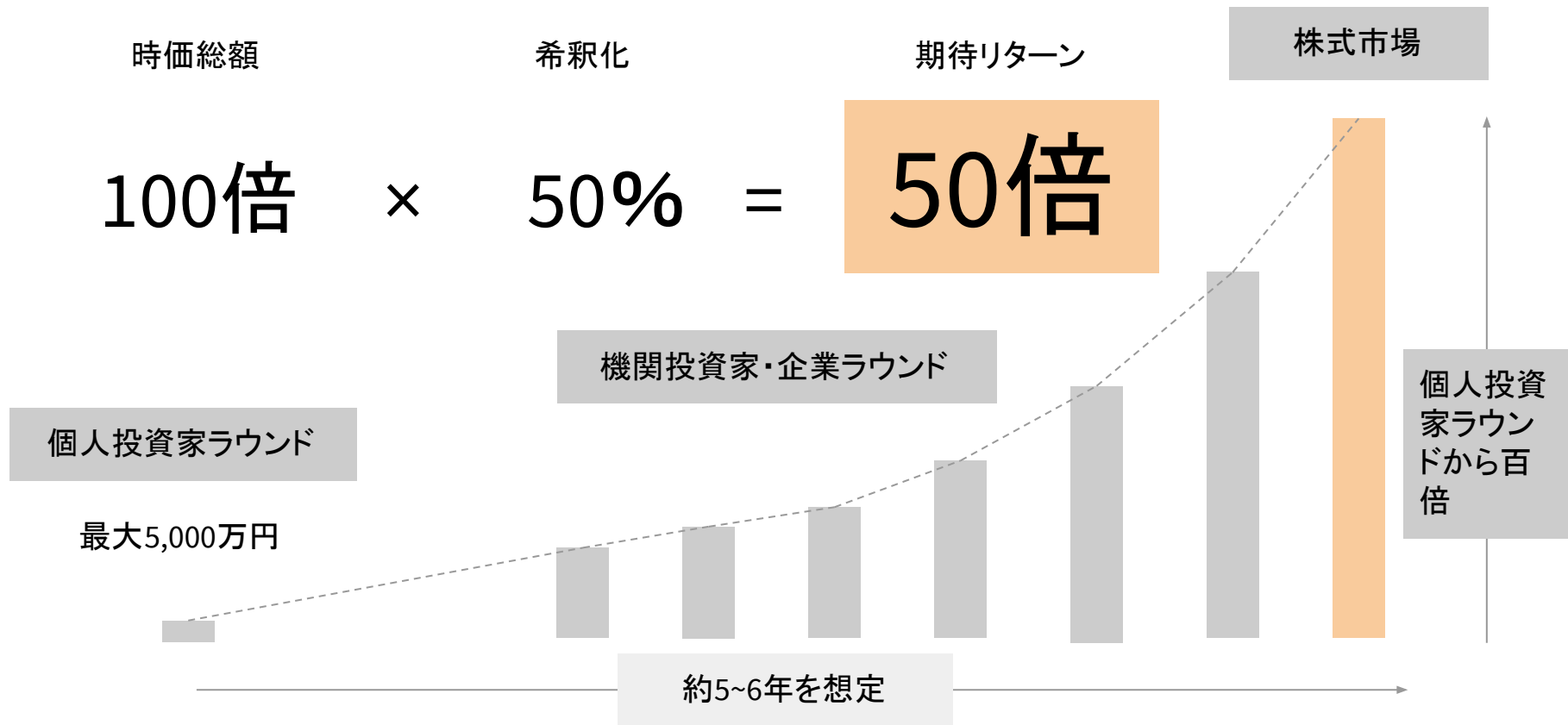
13ヶ月目にエンジニア雇用とサブスク収益分配が開始し、赤字が深くなるものの、有料会員数がしきい値を超えたあとは回復する。

営業利益シミュレーション



財務モデルによるシミュレーション

28. 資本政策(ファイナンス計画)





10. 入札の詳細

企業価値15億円、1口50万円

本ラウンドの構造・スケジュール

- 1口50万円
- 売り出し口数: 全20口(1,000万円相当)
- 事前登録
(<https://forms.gle/ZuyJ7zbTPSkTmWkg6>) の登録順に案内
- 事業説明期間: 10月1日～15日
- 契約入金期間: 10月18日～29日
- 登記: 11月1日
- 登記完了予定: 11月下旬
- 金融商品取引法遵守

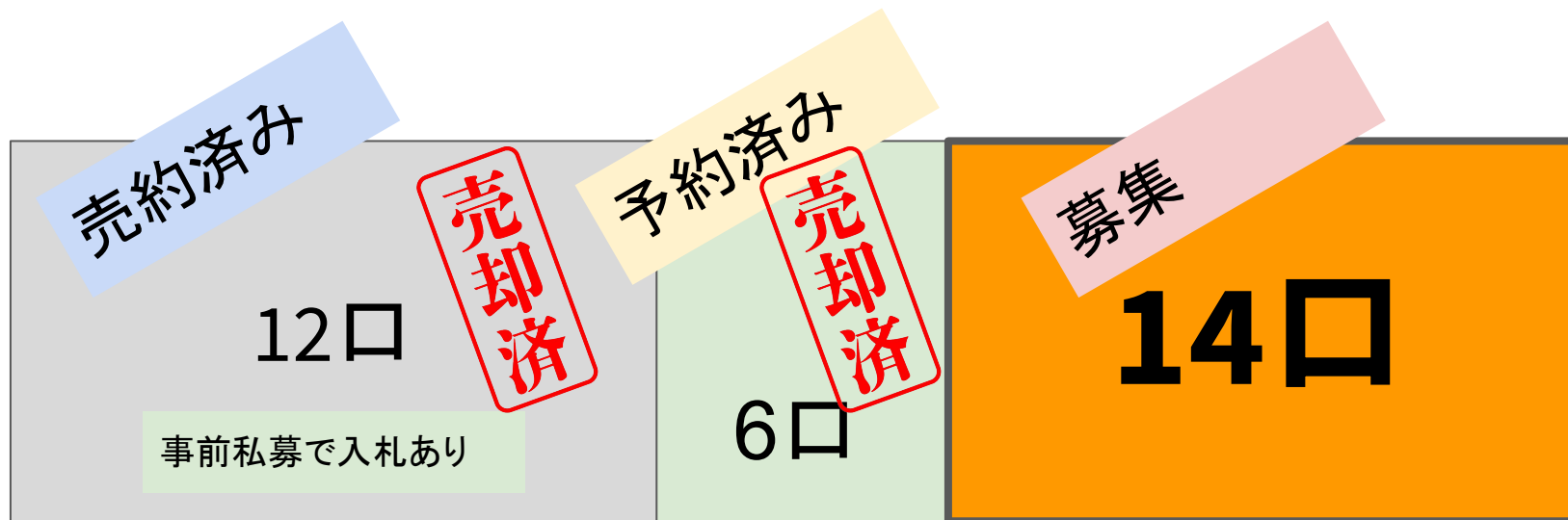
10月 2021

日	月	火	水	木	金	土
26	27	28	29	30	1	2
事業説明期間						
3	4	5	6	7	8	9
事業説明期間						
10	11	12	13	14	15	16
事業説明期間						
17	18	19	20	21	22	23
契約・入金期間						
24	25	26	27	28	29	30
契約・入金期間						

→11月1日に法人登記、同下旬に登記完了予定

本ラウンドの取引状況 (9月14日現在)

- 残り14口。事前私募ラウンドで12口(600万円相当)が成約、登記申請済み。春先から交渉があった個人投資家により6口が予約。事前登録が100人超のため増枠を検討も。早めにお申込みください。



取引条件

- 無議決権の種類株
- 種類株主総会の排除
- 投資家、会社が反社ではないことを表明
- 会社側は株主が反社会勢力と判明した場合、株式を買取る権利を有する
- 譲渡制限(代表取締役の承認が必要)



「静かな株主」

- 会社、株主双方の事務コストの圧縮
- 後の機関投資家のラウンドとの円滑性



Photo by [Papaioannou Kostas](#) on [Unsplash](#)

取引のコンプライアンス (法令遵守)

この取引は法令遵守が徹底されています

- **公募と私募の区分。**投資勧誘相手が50人以上の場合、金商法の規定で公募となり、有価証券届出書及び目論見書(例外あり)の作成・提出義務がある。但し、調達額が億円未満の場合にはこの義務は免除され、そのうち1千万円以上の場合には有価証券通知書の提出義務があります(法13条・法4条6項)。この場合、弊社は有価証券通知書[府令第4条通知書][特定府令第5条通知書](法第4条第6項)を関東財務局に提出予定。
- **金融商品取引法における発行開示規制。**その発行する有価証券に関する情報(証券情報)や発行者に関する情報(企業情報)を開示する義務を課す規制を開示規制。弊社はRページや提供資料で対応。また適宜質問を受けつけている。

33. 未上場株取引のリスクとリターン

リスク

- 倒産リスクが高い。上場企業と比較すると、事業の継続をとげられるなくなる確率が高い。
- 流動性が低い。流動化可能なイベント(大口投資家の大口投資・上場)まで少なくとも数年かかる可能性が高い。
- 譲渡制限。譲渡には弊社代表取締役の承認が必要。反社チェックなどのコストも高いため、認められない公算が高く、譲渡は大口投資家のイベントを待つ子を推奨する。また競合他社や関係者への譲渡は認められない。

リターン

- 高いリスクに応じた高率のリターンの機会。
- 「掘り出し物」に出会える可能性。公開市場で当たり前となったアルゴリズムや高頻度取引業者と闘う必要がなく、日本のプライベート資本市場は未発達。

会社情報

要点

- 吉田拓史が株式の98%を保有、他株主十数人
- 従業員1人, 昨年度コスト110万円と資金燃焼が少ない

会社情報

- 英名 Axion Technologie K.K.
- 所在地 埼玉県さいたま市南区白幡3-1-9 2-603
- 設立 2019年4月26日
- 役員 代表取締役 吉田拓史
- 資本金 1,700万円
- 従業員数 1人
- 事業内容 インターネットサービス事業
- 設立日 2019年4月17日
- 詳しくは <https://www.axion.zone/company/>



決算情報

2019年度決算(2019年3月～2020年2月)

BS)資産の部 2,379,127 負債の部 79,121,

PL)売上 0、売上総利益 0、純利益 -799,994

2020年度決算(2019年3月～2020年2月)

BS)資産の部 1,419,127 前後 負債の部 221,609

PL)売上 0、売上総利益 0、純利益 -1,102,408 前後

※潜在的な売上(支援金、投げ銭)が15万円程度

月に10万円の費用で済むエコな会社、ということです。

バリュエーション

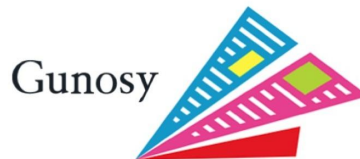
Post Money Valuation
投資後企業価値

15億円

売出し

50万円

×40口



Gunosy / SmartNewsをベンチマーク

- GunosyはシリーズA(2013年7月12日)で、企業価値28億600万円、3億5000万円を調達。
- Gunosyの2013年4月の登録ユーザーが13万人。Axionの累計ユーザー数はこれ以上(17万2000人、2020 / 11時点)。
- Axionは有料購読。早期に経常収益が生まれる。
- SmartNewsのシリーズA(2013年7月31日): 41億8,860万円のバリュエーション、4億1990万円を調達。
- **GunosyやSmartNewsのシリーズAよりも状況が良いにもかかわらず、低めに時価総額を算定した。収益が生じてからは、FCF予測が容易なモデルのため株価が高騰すると想定。**

優れているにもかかわらず安めの値付け

XION

時価総額 **15億円**

シリーズA (2020年)

- 最小限の予算、1人(資本効率が高い)
- 高価値の利用者層を形成しビジネス機会の証拠を示した
- 人類の問題を解決するプロジェクト
- 有料購読という収益性が高く、黒字化の早いビジネス設計



SmartNews

41億8,860万円

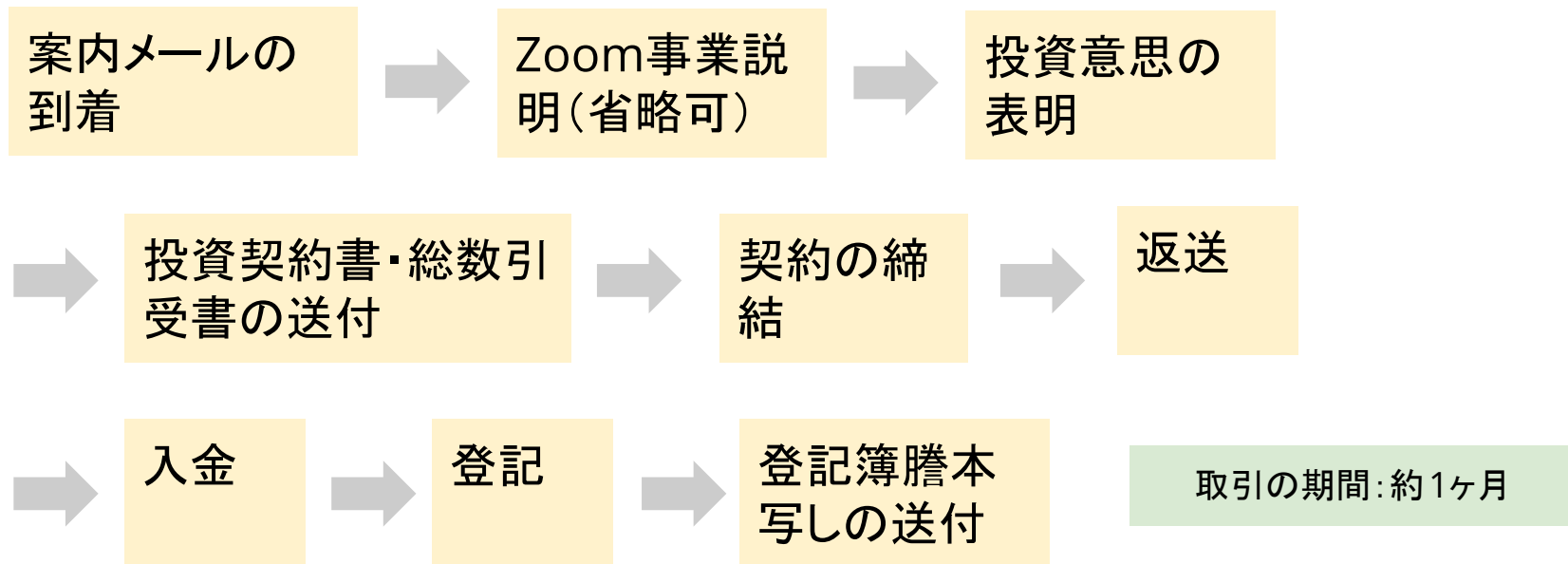


28億600万円

シリーズA (2013年)

- 潤沢な予算、多い人員(資本効率が高い)
- アプリインストール広告でインストール数を嵩増し。誇大広告。
- 上場ゴール志向
- ネット広告という規模の経済を必要とする黒字化の遅いビジネス設計

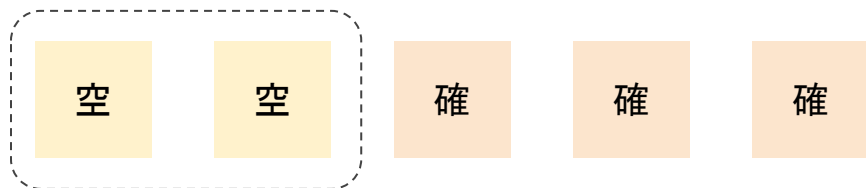
取引のフロー



Zoom事業説明はスキップ可能, その旨お伝えください

リザーブ枠の仕組み

入金期限を過ぎても入金がなく、2枠が空いた



順位に基づいて繰り上がり当選

リザーブ順位



3口リザーブ入札したA社



2口リザーブ入札したB社



リザーブ順位に基づいて空き枠への優先入札権を付与

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, working on a mechanical engine in a workshop. He is holding a tool and looking at a transparent digital overlay of a complex mechanical diagram, possibly a CAD model, which is projected onto the engine. The diagram is rendered in a light blue, wireframe style. The background is a wooden wall, and the overall scene is lit with warm, natural light.

11. Vision & Team

人類の幸福追求とアジア市場への拡大

ビジョン(目標)

ビジョン(目標): 人類をあらゆる制約から解放し、その幸福の追求を最適化する

ミッション(使命): インターネットの情報流通を改善する「賢い節」をつくる

スコープ: アジアにおけるメディア・エンタテインメントのハブになる



Photo by [Ryoji Iwata](#) on [Unsplash](#)

ビジョン: <https://www.axion.zone/vision/>

ミッション:

<https://www.axion.zone/what-is-smart-node-that-improves-information-distribution-on-the-internet-ja/>

創業者:「超最強の大穴馬」

吉田拓史を創業者にする利点:経営を一括で引き受けられる多面的なスキル

- 製作・開発・ビジネス・財務・法務・業界知識等のデジタルメディア企業経営の必要スキルをオールインワン
- メディアビジネスを製作・ビジネス・デジタルマーケティング・学術研究の多角的な視点から扱える希少性
- 英語、インドネシア語話者。国際的な組織の形成と事業の海外展開に非常に有用。

略歴

早大政治経済学部卒、東南アジアで新聞記者、米系デジタルマーケティングメディアDIGIDAYの日本支部立ち上げ、を経て axionを創業。

詳しくは[こちら](#)

English version is [here](#).



吉田拓史 (よしだ・たくし) 1985年4月15日生まれ

2017年9月～現在 Axion 創業者

2015年7月～2017年8月 DIGIDAY日本版／株式会社インフォバーングループ 編集者・アナリスト

2010年9月～2015年2月 じゃかると新聞 / PT. BINA KOMUNIKA ASIATAMA 編集記者 (在インドネシア)

2005年～2010年 早稲田大学政治経済学部政治学科

2001年～2004年 埼玉県立浦和高等学校

A man with a beard and glasses, wearing a blue shirt, is shown in profile, looking towards the right. He is in a workshop setting, with a large, complex engine or mechanical assembly in the background. Overlaid on the scene is a semi-transparent digital interface with a teal border. This interface displays a detailed 3D wireframe simulation of a mechanical component, possibly a piston or a valve assembly, with various parts and dimensions highlighted. The man's hands are positioned as if he is interacting with or adjusting the simulation. The overall scene suggests a blend of traditional mechanical work and modern digital simulation technology.

12. 付録

1億5000万円調達のシミュレーション

18ヶ月間のゲームプラン

従業員数

超低予算、1人で製品ユーザー
適合を深化

1人

①ウェブを開発(2ヶ月)

1人

②ユーザーベース拡大と
製品の改良(2ヶ月)

1人

③有料購読オプション追
加(8ヶ月)

1人

④モバイルアプリ開発
(2ヶ月)

6人

⑤モバイルアプリ投入
(4ヶ月)

6人

財務モデルの骨子

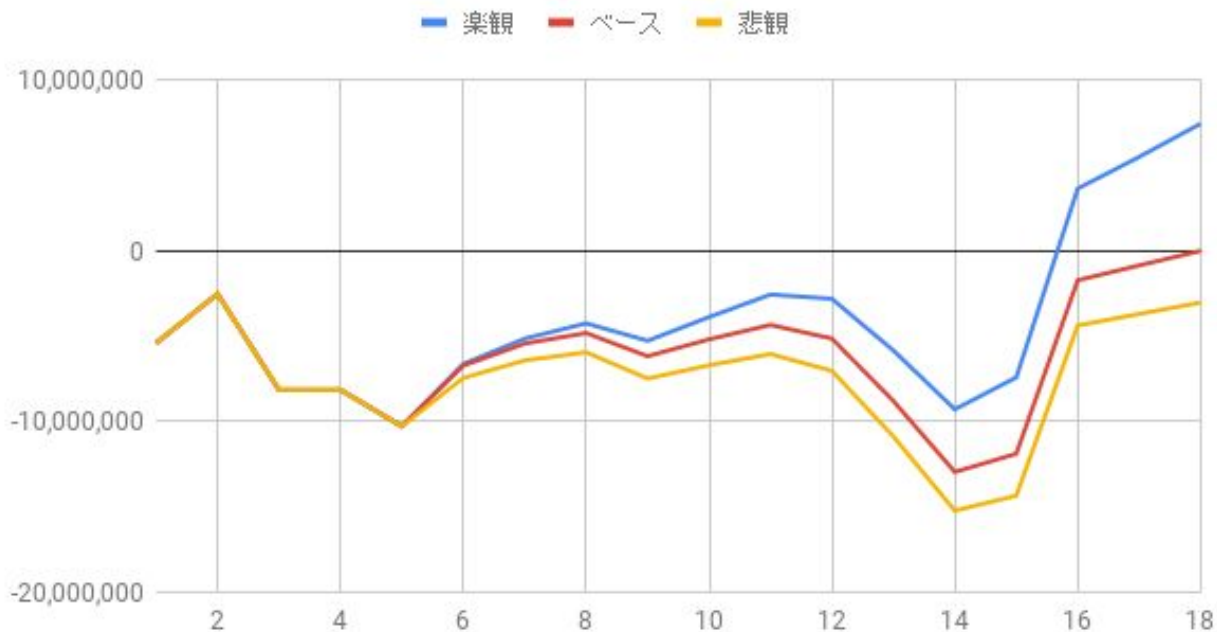
- 1億5,000万円調達
- 保守的に初期のニュースピックスをベンチマーク
- 楽観、ベース、悲観の3シナリオ
- エンジニア数人、経理のアセットライトな陣容
- オフィスなし
- 資金の主要な用途は製品開発、コンテンツ、マーケティング
- 悲観シナリオに入った場合は、コスト削減が容易
- AxionはRecurring Revenue(経常収益／定額収益)を享受する

営業利益シミュレーション

楽観とベースシナリオは16~18ヶ月で黒字化。悲観シナリオも黒字化付近までたどり着く。

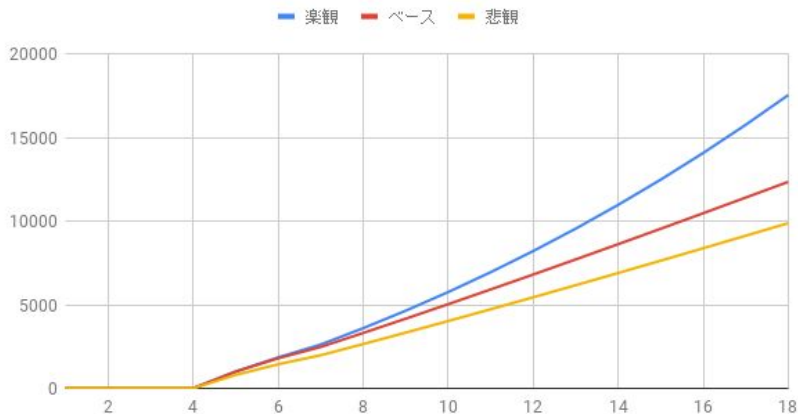
モバイルアプリを開発・リリースする13~15ヶ月目が深い谷となる

営業利益シミュレーション



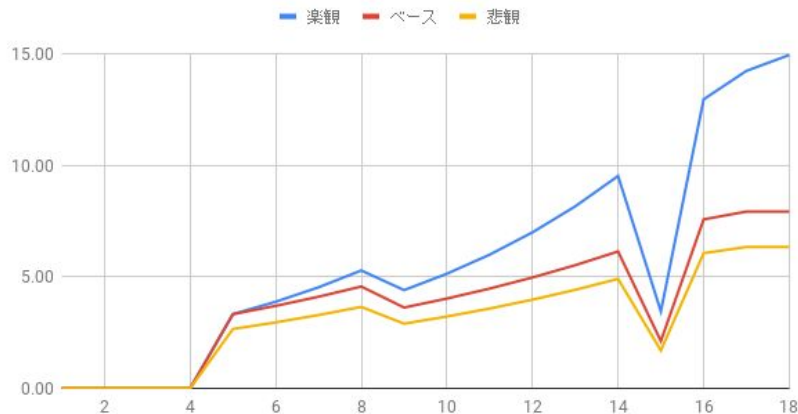
購読者 & ユニットエコノミクス

購読者推移のシミュレーション



14~18ヶ月かけて購読者数が一万人を超えると想定する。これは初期のニュースピックスより一定程度遅い想定だが、ユーザーベース社は他の製品で一定の認知を得ていた。

ユニットエコノミクスのシミュレーション



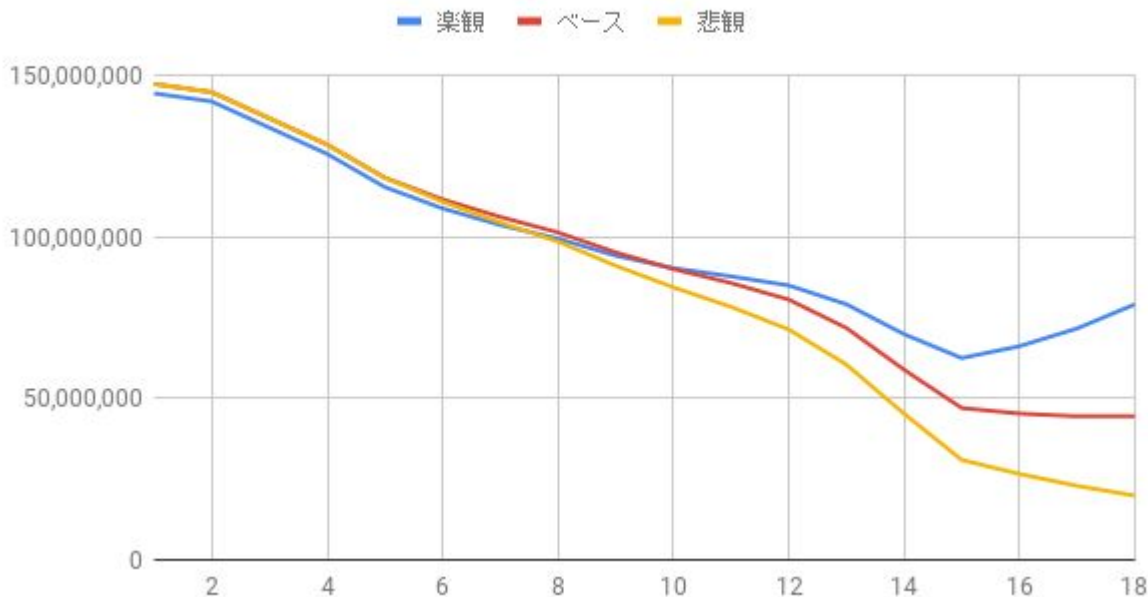
15ヶ月目にモバイルアプリをリリースし、マーケティング費用を1000万円投じるため、一時的にユニットエコノミクス(LTV/顧客獲得費用)は悪化するが、その後回復する。

キャッシュ残高シミュレーション

楽観／ベースシナリオの場合は黒字化し、余剰資金も十分なため、余裕を持って次回のファイナンスを実行できる(負債調達も可能)。

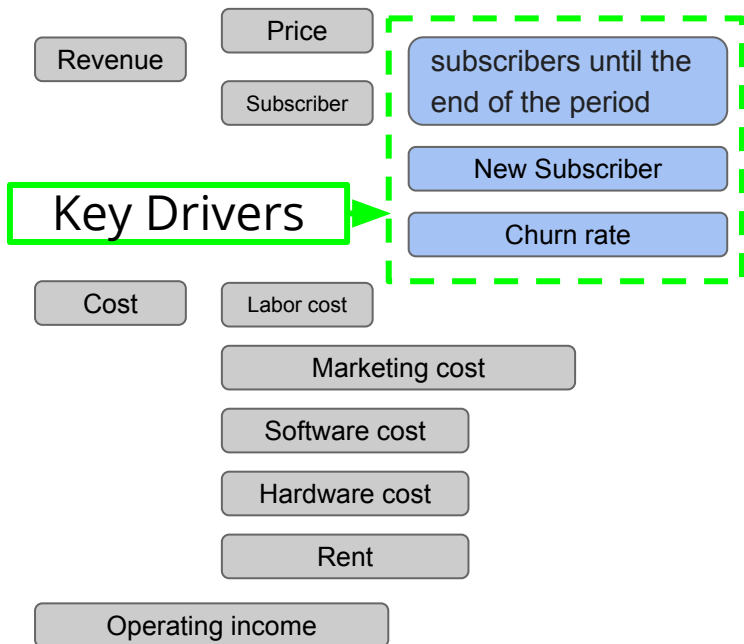
悲観シナリオでは、18ヶ月目には次回ラウンドをクローズする。うまく行かない場合は、コンテンツ費／マーケティング費を削減する。

キャッシュ残高シミュレーション



シミュレーションの基礎

Fishbone



Benchmark

News Picks



Relying on outsourcing. 1,500 yen / month. Subscribers reach 100,000. Low churn rate

The Athletic



\$9.99 / month. Inhouse content. Editorial staff reach 300 people. Over 200,000 subscriber

The Information



\$ 40 / month. In-house content. 22 editorial staff. Turn positive in 2.5 years.

- Newspicks gained more than 10,000 subscribers in 1 year and 3 months with 10 editors small team.
- 500 new subscribers every month and they increases 4, 7 or 10% every month.
- 10 editors, 7 developers, CFO & business & back office 4 people at Series A.