

AXION

事業計画書(簡易). 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 Daitien Shantkhal on Unsplash



1. 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を高く評価する。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、ときに操られてしまう

2. 解決策

デジタルサブスク

+

利用者の幸福への配慮

3. 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

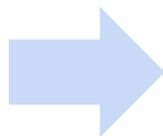
フェイク・陰謀論

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
・アナリティクス
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

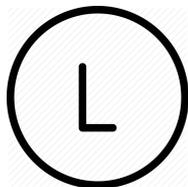
安全・高品質

Well Beingを最適化

高品質・ユーザー幸福を評価

4. 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

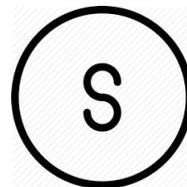


ニュースポータル／アプリ事業者の
収益 3,574 億円 (2019年)

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



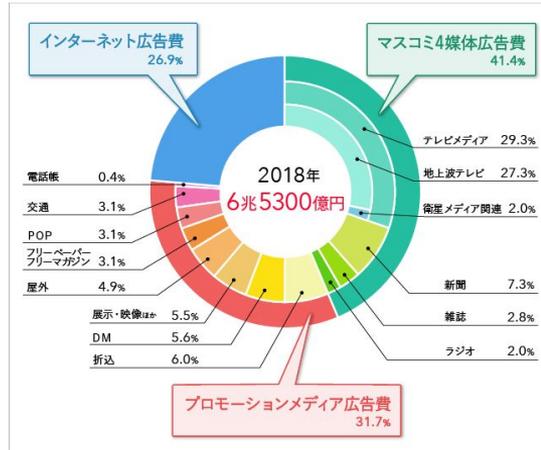
ニュースポータル／アプリ事業者の
収益 3,574 億円 (2019年)

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

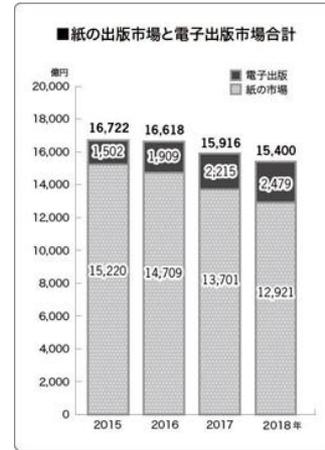
5. なぜ今やるか？ 市場の歪みをつく

広告市場



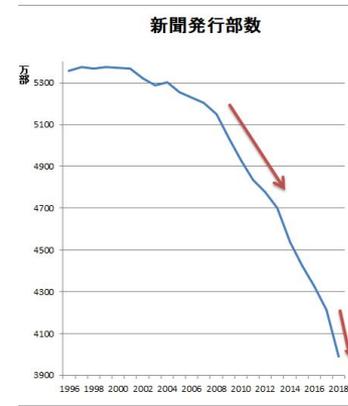
非デジタルからデジタルに1兆4,000億円
移転

出版物販売市場



最盛期から1兆1,000億
円の市場縮小

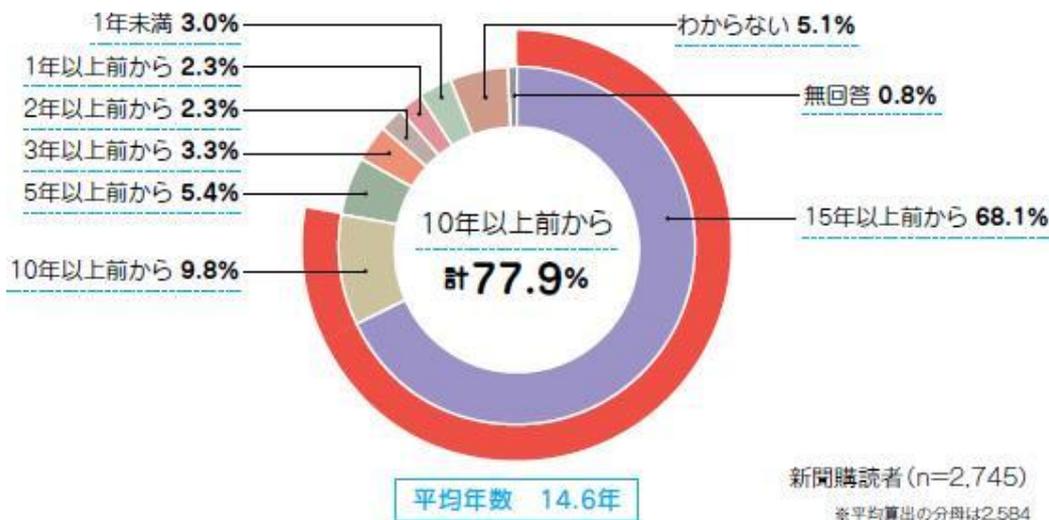
新聞販売市場



最盛期から2,800億円の
市場縮小

紙媒体販売の受け皿となるビジネスモデルがデジタルに存在しない。安いデジタル広告
価格にすべてのデジタルコンテンツ消費の儲けが吸い込まれている。

6. 新聞・出版ビジネス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

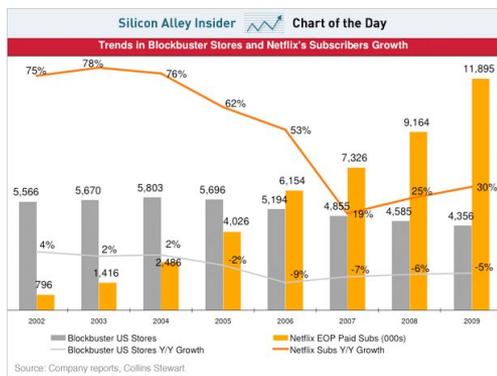
7. デジタルコンテンツとサブスクは好相性



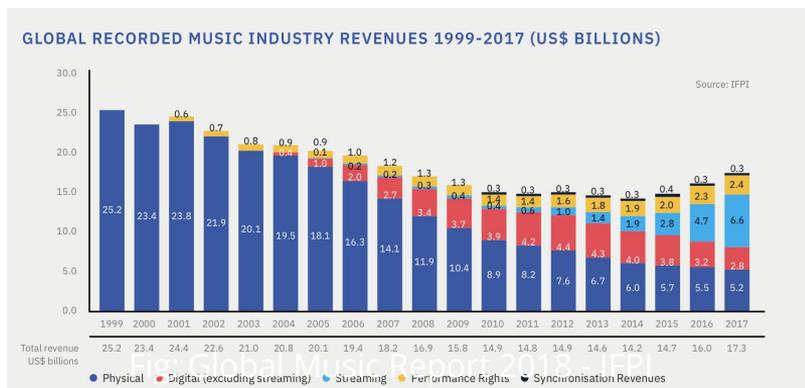
Netflix



Spotify



Netflixはレンタルビデオをビデオストリーミングのサブスクに転換した



SpotifyはCDの衰退を音楽ストリーミングのデジタルサブスクで補った

ニュース製品でもサブスクがゲームチェンジャーになる

XION

8. 製品の特徴

こちらから閲覧可能

<https://www.sketch.com/s/a1db310a-ba3a-4c9e-bb74-ad30a53918d7/a/WaEnMg/play>

ニュースのテスラ, 業界唯一のハイエンド

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



編集者が選ぶ
特集

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

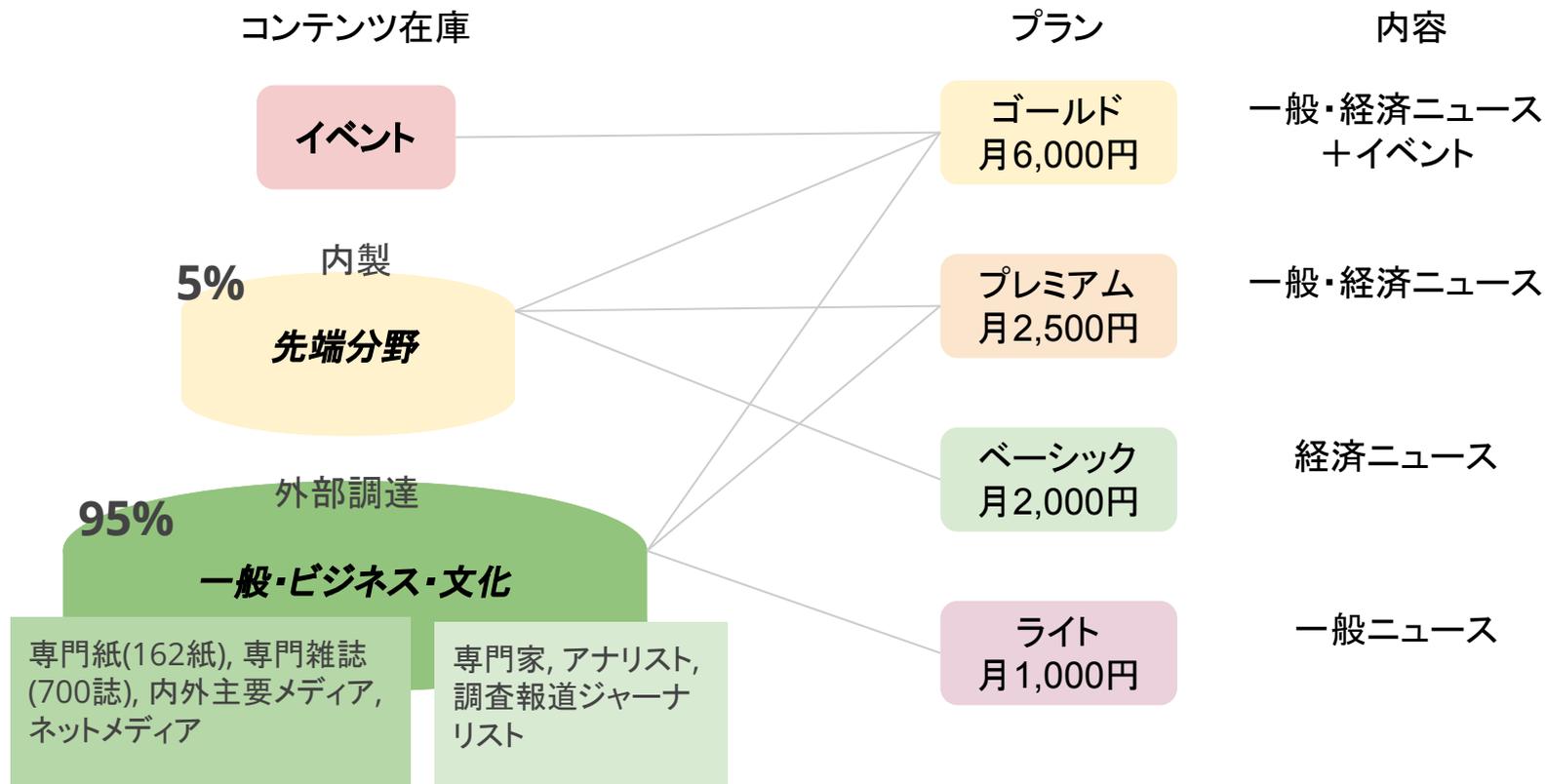
動画とポッド
キャスト

カテゴリーの選
択

記事末尾



10. コンテンツの構成と料金体系



11. 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

12. 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」

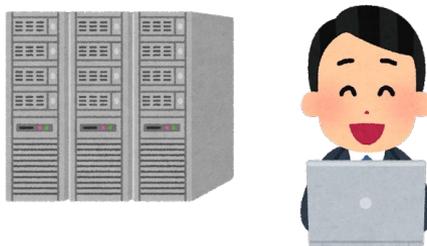
- 多重下請けシステムではなく、ジョブに適合した高スキル者による疎結合型組織
- 従来型の記者・編集者の定義にしばられない人材の登用。データサイエンス、自然言語処理、OSINT、計算社会科学等何でも使う。

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

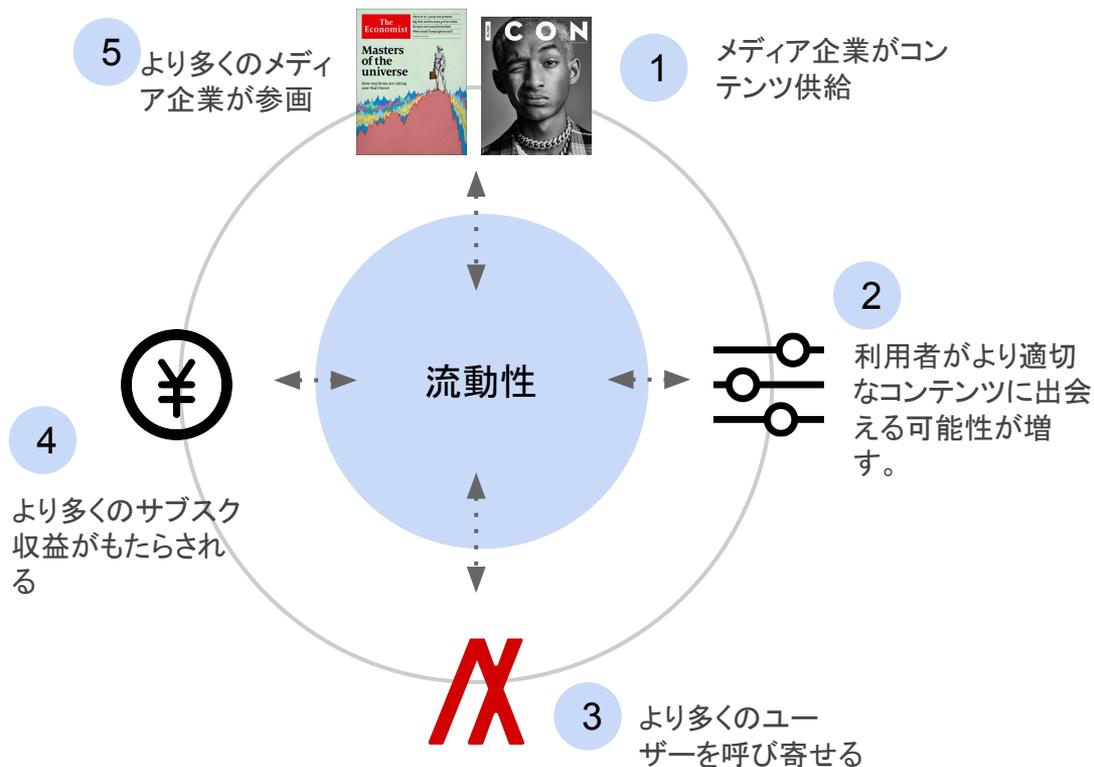


疎結合型
ジョブ型雇用
機械集約
デジタル人材
21世紀的文化
科学

13. 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とメディア企業の利益を高め、ネットワーク効果を引き起こす
- コンテンツとユーザーとメディア企業の相互作用

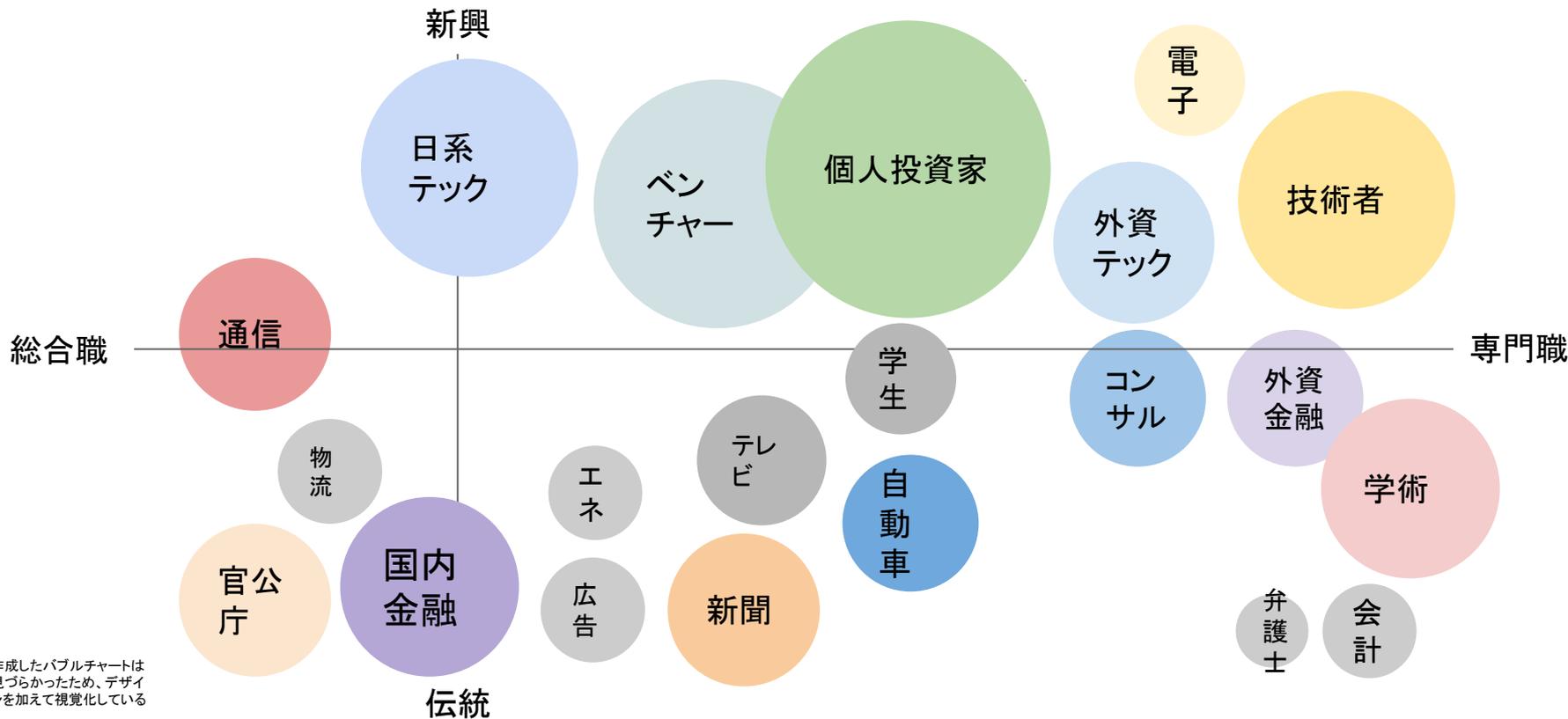
供給の増加により流動性が高まり、結果としてプラットフォームのネットワーク効果が強化される、好循環が生まれる。



Axionにおける流動性ネットワーク効果

14. 読者層: 富裕 or 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

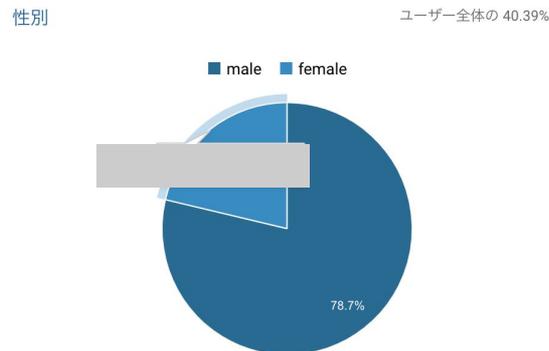
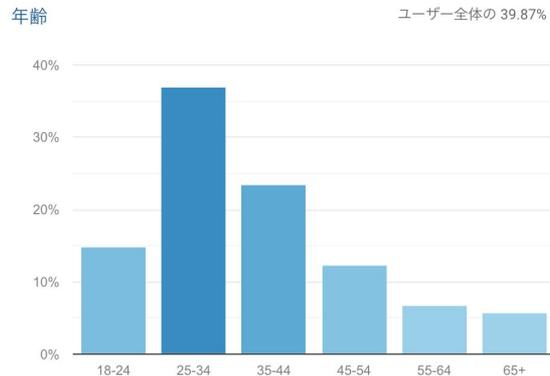
15. 課金可能性の高い利用者群

ユーザーテストの結果 (2020年1~11月)

1. 20~40代男性が中心
2. 富裕、専門職、高リテラシーのいずれか
3. デスクトップ中心で集中力が高い
4. 仕事／学習目的
5. ページ滞在時間が長く深い愛着
6. SNS活動が盛んではない
7. 1万2,000人の再訪問を繰り返すユーザー

典型的なストラテジーを使えばユーザー
拡張が可能なことを示唆。ビジネス検証と
して十分

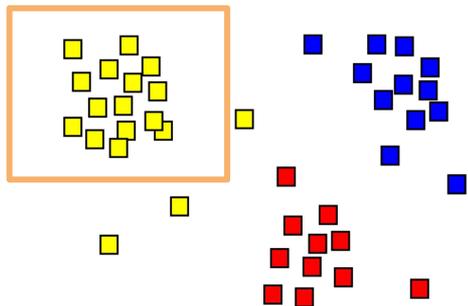
もっと詳細なユーザー分析を行っていますが、この資料では非公開。



16. 試験の結果、ビジネス機会を証明

もっと詳細なユーザー分析を行っていますが、この資料では非公開。

試験集団



興味関心の一致する、凝集性の高いクラスター

期間: 2020年1月～2020年11月

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



お金を使えば、様々なユーザー拡張手法で有料購読者のユーザー基盤を拡大可能と想定できる

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。



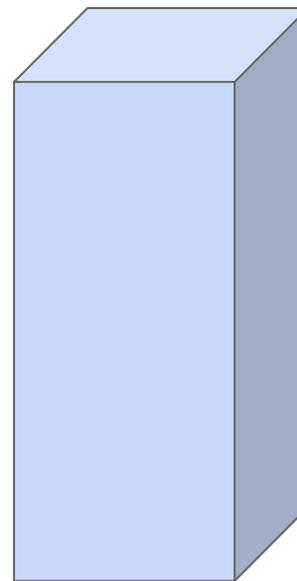
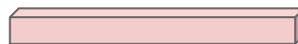
極めて安定的。バーンレートを上げて成長速度を高めよう

8月31日時点

¥121,515

¥14,115,476

116倍

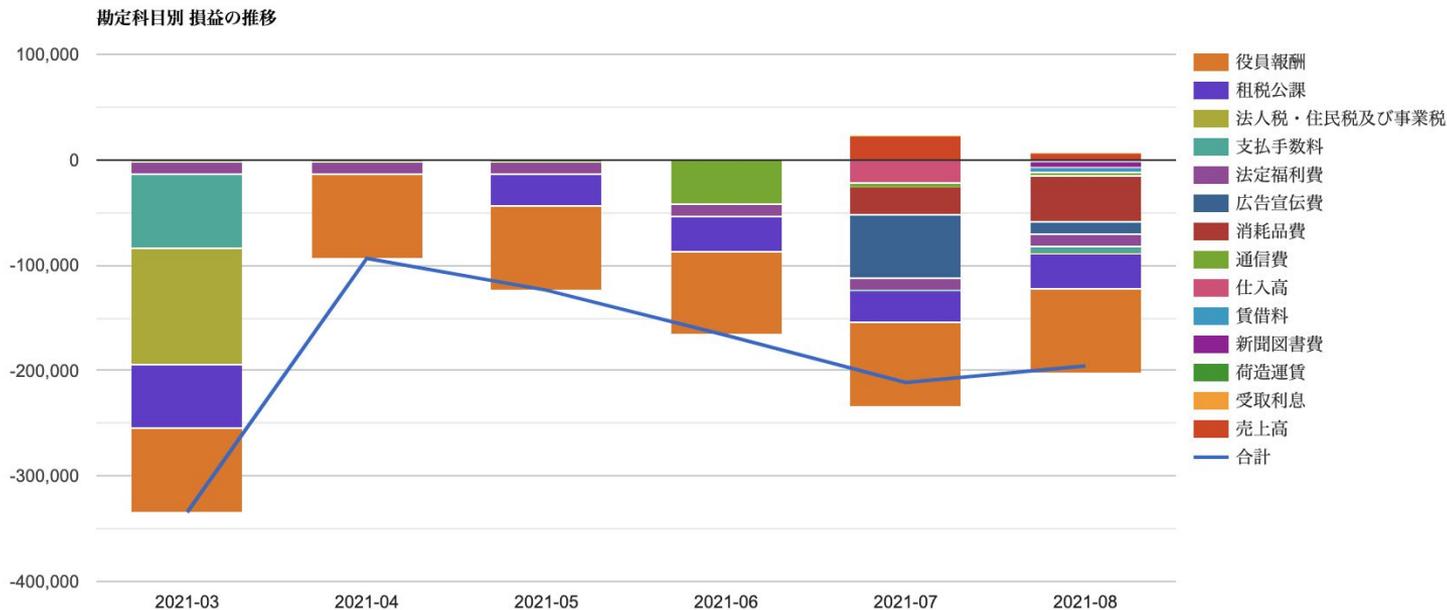


資金燃焼

現金

18. 営業損失の推移

8月31日時点

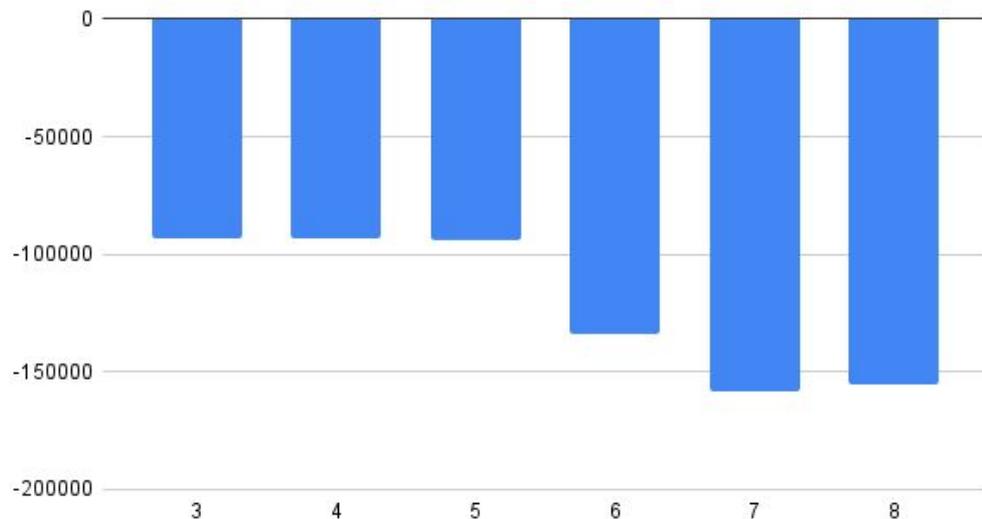


- 3月は法人税、弁護士報酬、印紙代が集中
- 7,8月がベースライン

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

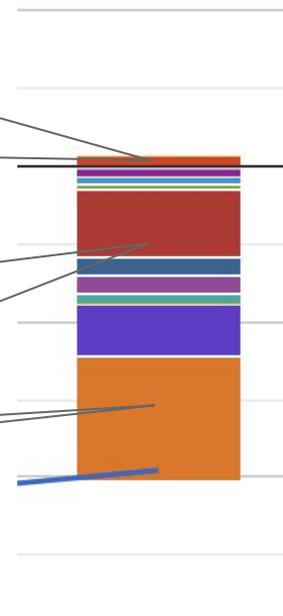
20. 財務の基本的枠組み

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。



- 役員報酬
- 租税公課
- 法人税・住民税及び事業税
- 支払手数料
- 法定福利費
- 広告宣伝費
- 消耗品費
- 通信費
- 仕入高
- 賃借料
- 新聞図書費
- 荷造運賃
- 受取利息
- 売上高
- 合計

低コスト、高収益、高安定

2021-08

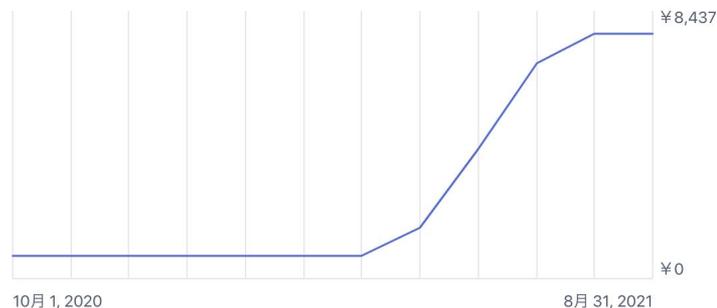
21. サブスク製品として絶好の財務パフォーマンス

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

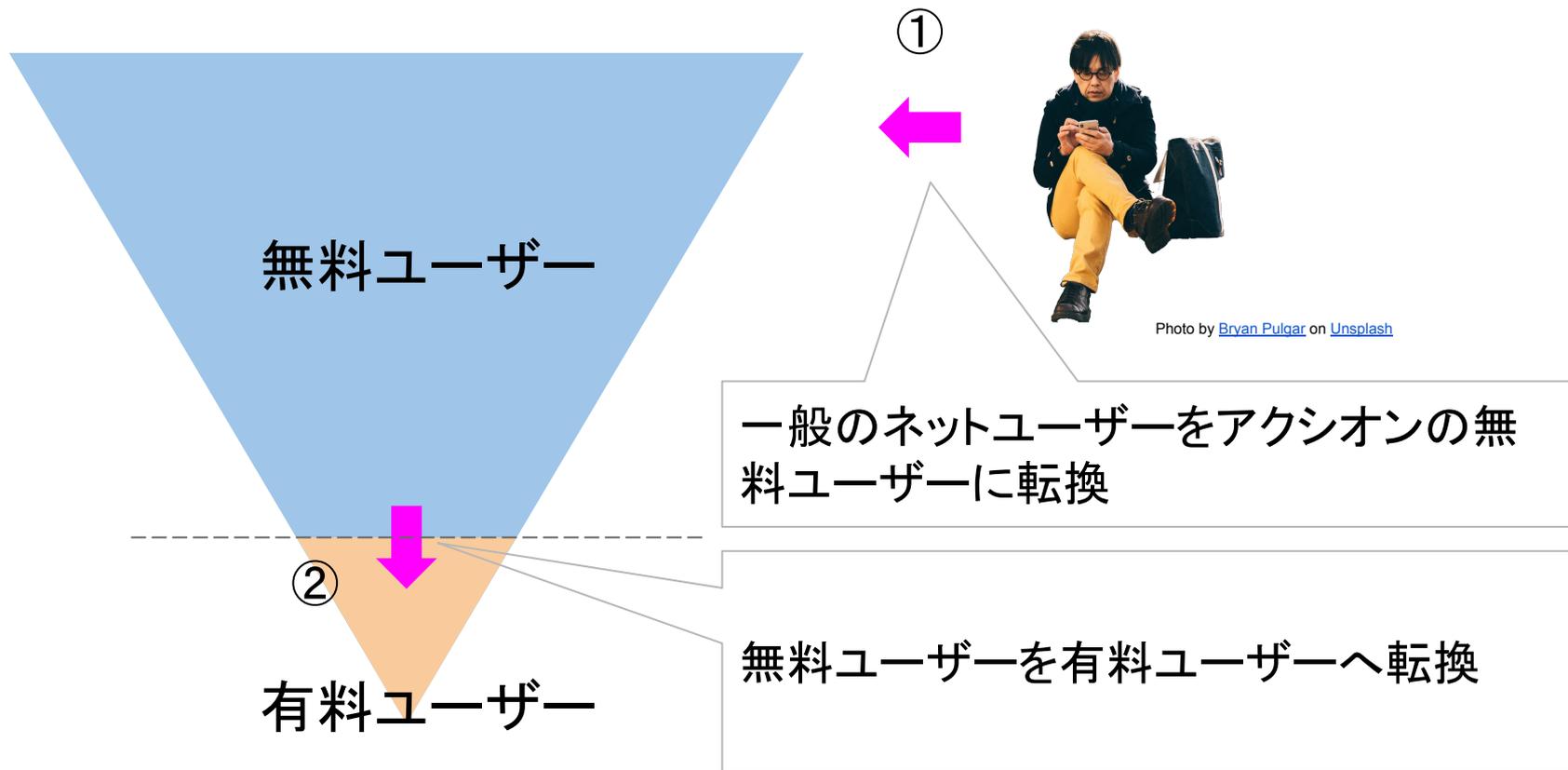
- 職責に適応する高スキル人材のみを採用
- クリエイター・エンジニア
- 経営人材・ビジネス人材の大半をくり抜く

抑制

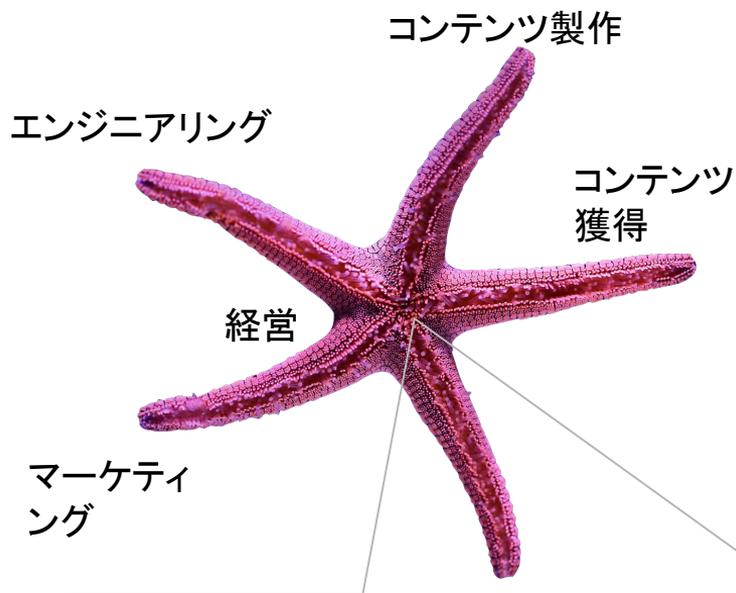
固定費

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

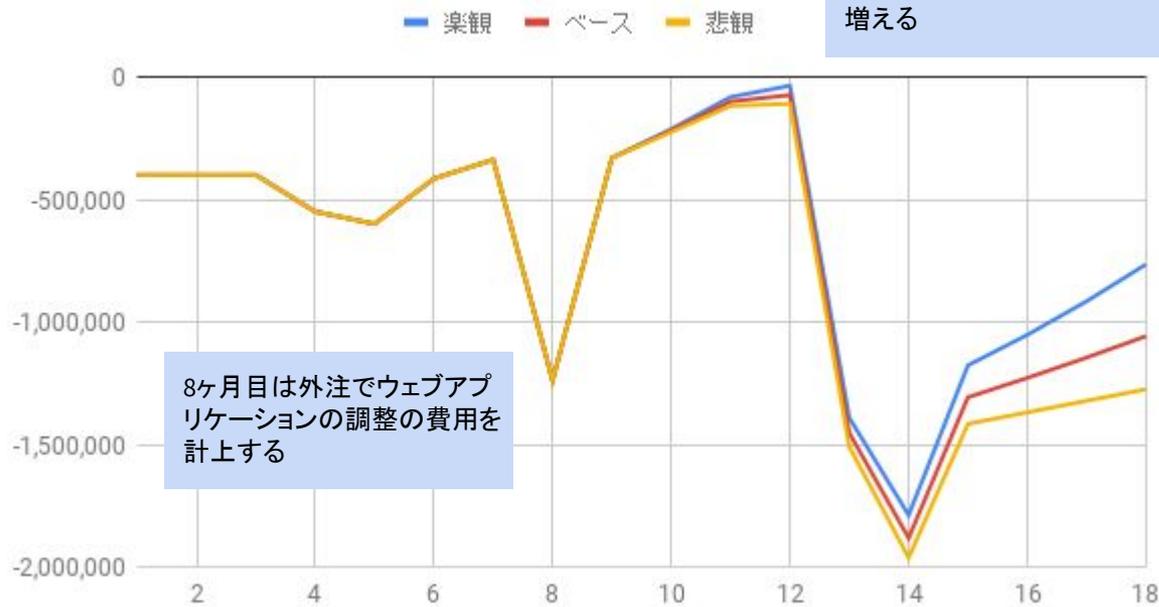
27. 18ヶ月で黒字化にメド

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。

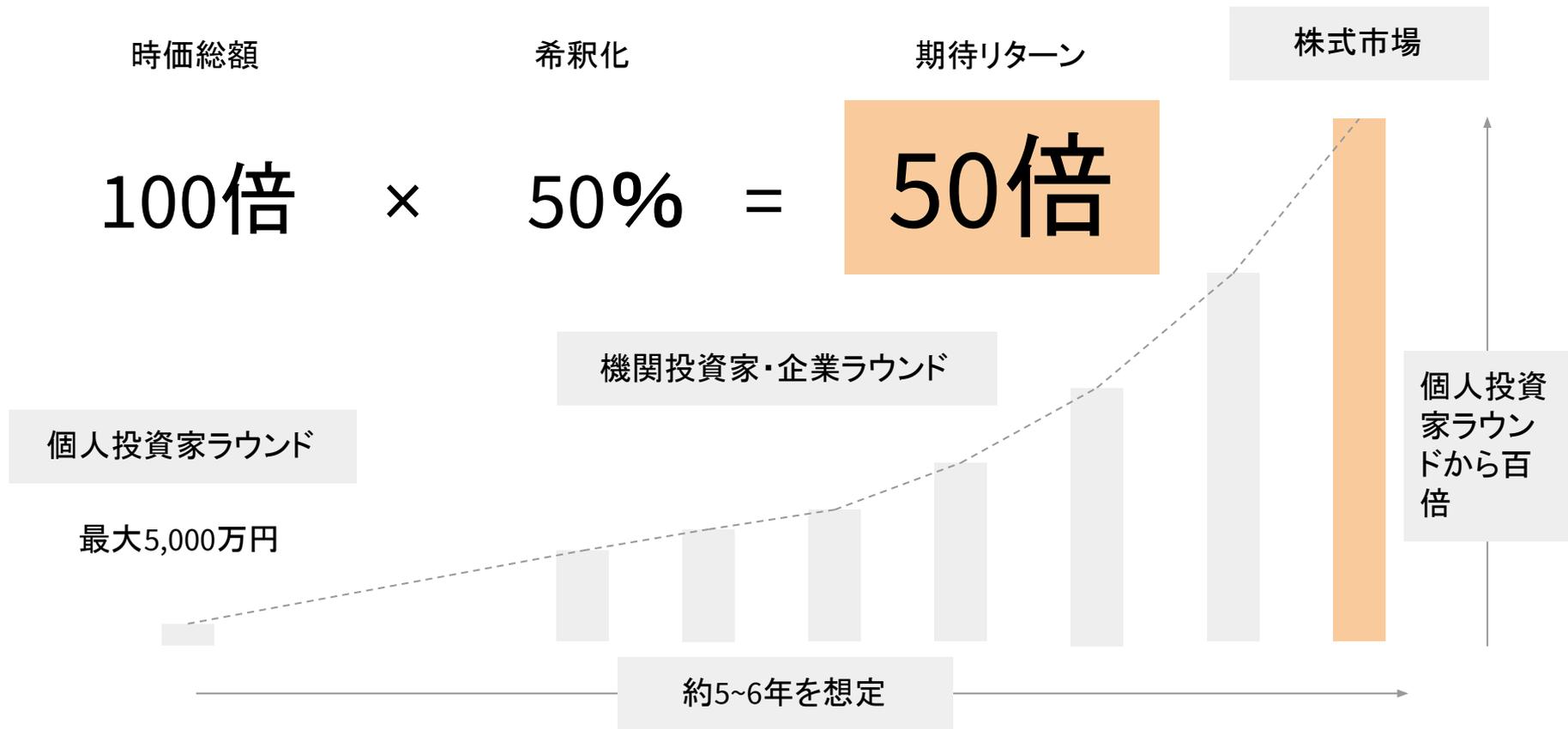
13ヶ月目にエンジニア雇用とサブスク収益分配が開始し、赤字が深くなるものの、有料会員数がしきい値を超えたあとは回復する。

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)



29. 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

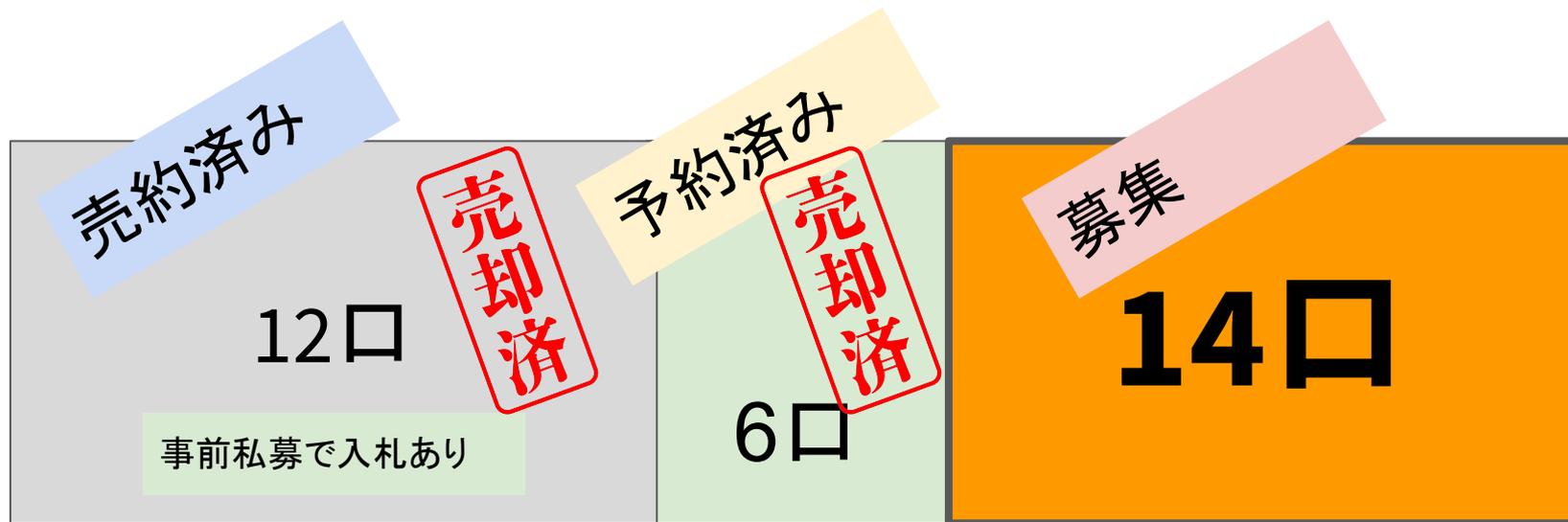
10月 2021

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

30. 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。



31. 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](#)

32. 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

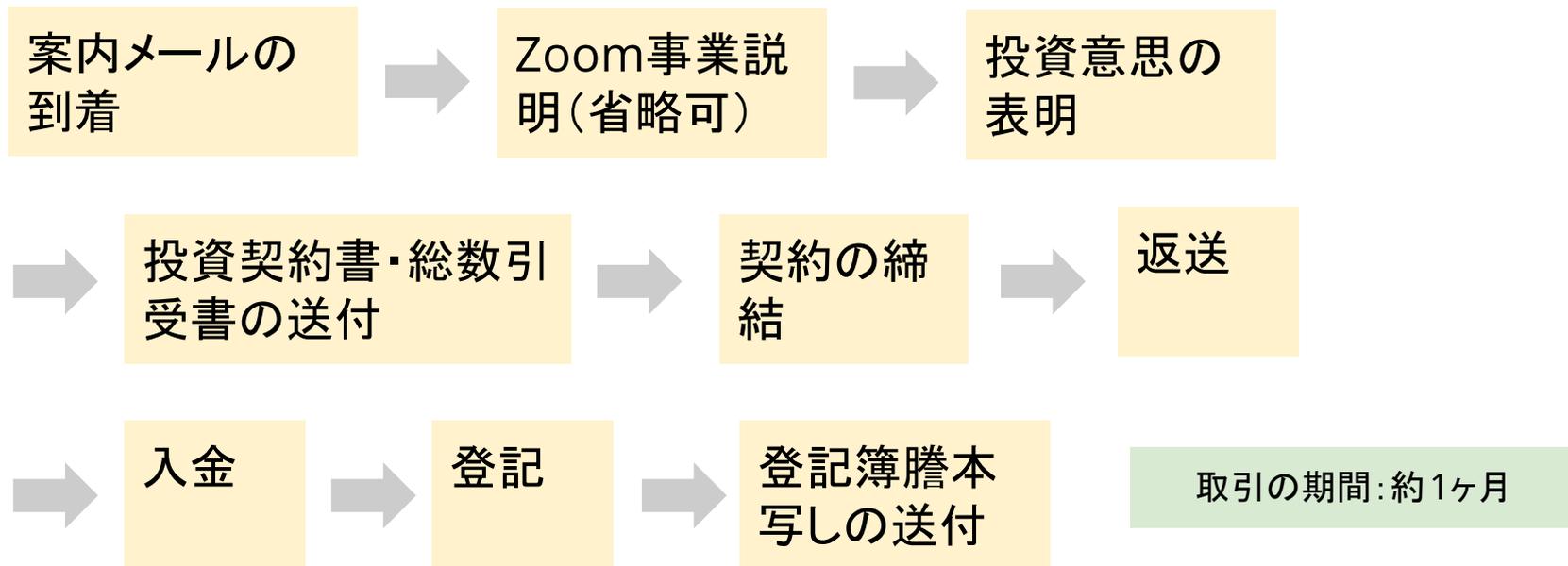
リスク

- 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。

34. 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

35. 創業者: 賭けるべき「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 じゃかるた新聞 / 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

36. 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

詳しくは 弊社IRページ(<https://www.axion.zone/ir/>) から

※月に10万円の費用で済むエコな会社、ということです