事業計画書 2022年10月

ハイエンド・サブスク・AIニュースアプリ “アクシオン”

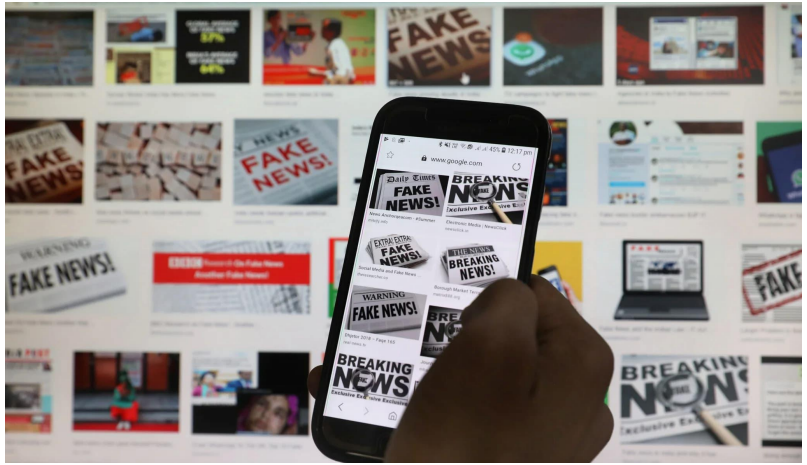
(株)アクシオンテクノロジーズ　代表取締役
吉田拓史 / Takushi Yoshida

AXION

1. 会社の目的

会社の目的(ミッション)

誤情報に汚染されたインターネットの情報流通機能を著しく高度化する



弊社のミッション
:https://www.axion.zone/what-is-smart-node-that-improves-information-distribution-on-the-internet-ja/

AXION

2. 問題

問題：誤情報、煽動がネットを占拠

- トランプ氏がSNSで煽動した暴徒が連邦議会を襲撃
- 「FBは売上を優先し誤情報拡散を見逃した」と内部告発
- FBがMetaに名称変更
- マスクがTwitterを非公開化へ

誤情報による社会損失とSNSの退潮の顕在化

Twitter買収でSNS時代は大きな節目を迎えた
https://www.axion.zone/3-463413693184631065-3/

SNS時代の変遷

発展途上国でのSNS作戦が常態化

欧米にも衝撃

EXITの季節

吉田が現地で経験 ⇨ インドネシア大統領選の誤情報

米大統領選挙の誤情報

トランプ氏煽動の連邦議会襲撃

FBがメタに改名

2010 — アラブの春の引き金に

2014 — 英EU離脱投票でのSNS作戦

2016 — ケンブリッジ・アナリティカ事件発覚

2018 — ホーゲン氏の内部告発

2021 — マスクがTwitter買収

2021

2022

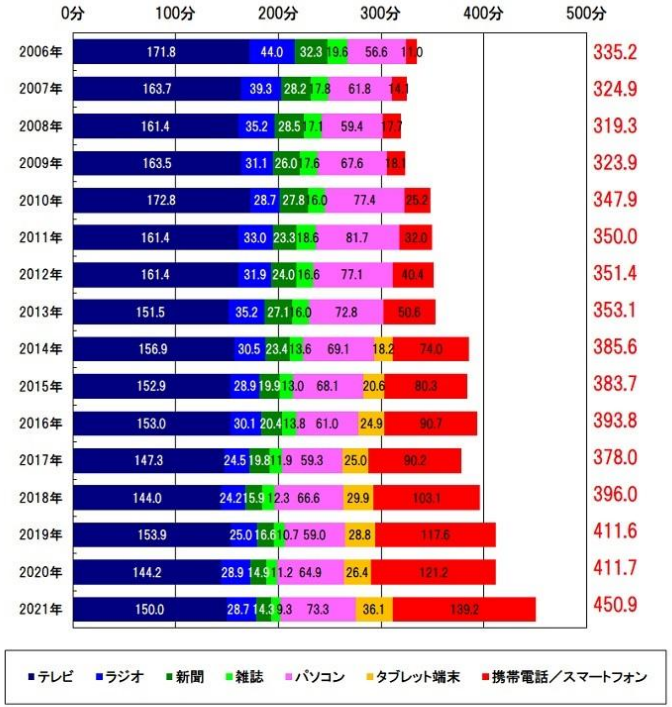
SNSの評判は年々悪化

コンテンツ消費の問題①情報爆発

可処分時間の完全支配：90年代の人間に比べて1.5～2倍のメディア接触時間に到達

モバイル化：近年の接触時間の増加はモバイルが牽引。ある種の中毒。

「ドゥームスクローリング」：スクロールを繰り返し精神的健康を損なう現象が社会問題化



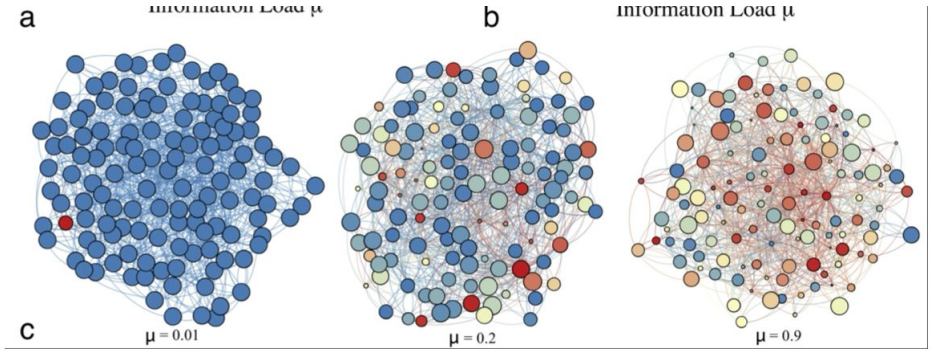
※メディア総接触時間は、各メディアの接触時間の合計値　各メディアの接触時間は不明を除く有効回答から算出
※2014年より「パソコンからのインターネット」を「パソコン」に、「携帯電話（スマートフォン含む）からのインターネット」を「携帯電話・スマートフォン」に表記を変更
※タブレット端末は、2014年より調査

出典：博報堂メディア環境研究所

コンテンツ消費の問題②認知機能の限界

処理能力の限界：大量の情報に浴びせられると誤情報を拡散してしまう

情報の質と人気度の相関が低い：高品質な情報は低品質な情報に対してほとんど優位性を持たないことが予想される（Xiaoyan Qiu et al. 2019）。



認知負荷が高まると情報が劣化する。情報負荷μが小さいとき(a)は、質の高い情報のみが存在し、多様性は低い。μが増加する(b)につれて、多様性は高く、識別力は低くなる。情報の質が落ちる。

Credit: “Limited individual attention and online virality of low-quality information,” By Xiaoyan Qiu et al., in Nature Human Behaviour, Vol. 1, June 2017

コンテンツ消費の問題③誤情報組織トロールファーム

国営と民間の双方：支援する国家・組織にとって都合のいい情報や誤情報を流布して混乱を招く。

選挙への大規模攻撃：米英欧日のような先進国の他、新興国の選挙の攻撃が顕著。有力な「SNS兵器化」手段の1つ。

MIT Technology Review　Subscribe

SILICON VALLEY

Troll farms reached 140 million Americans a month on Facebook before 2020 election, internal report shows

"This is not normal. This is not healthy."

By Karen Hao

September 16, 2021

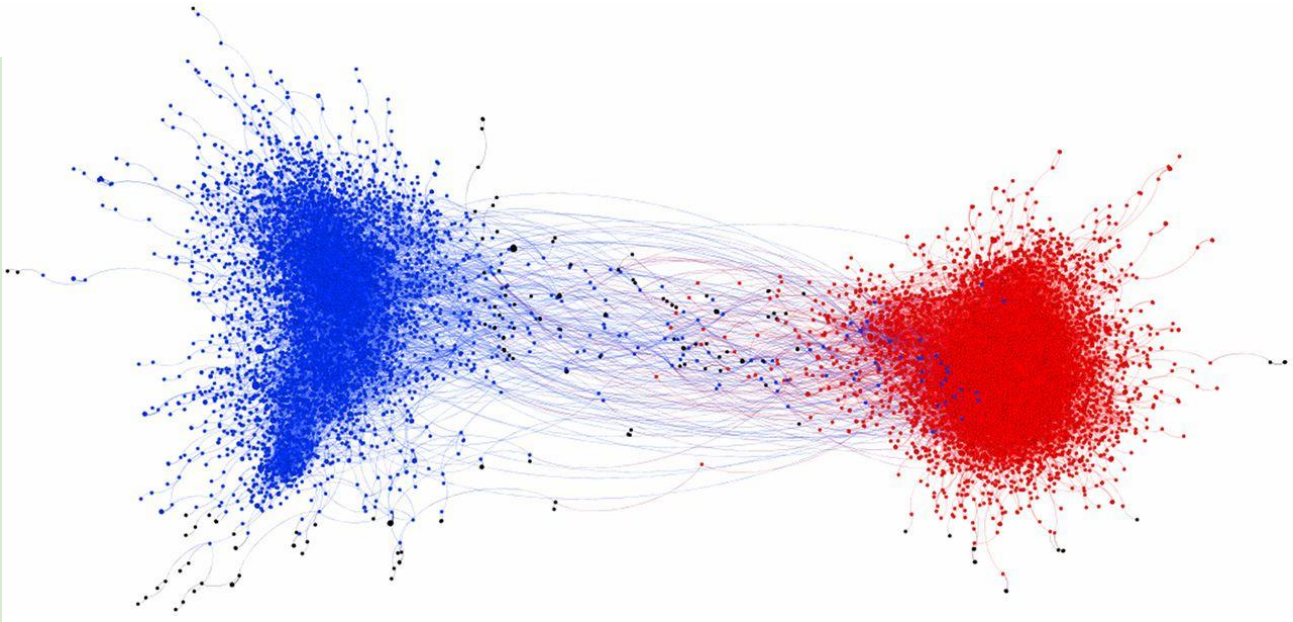
トロールファームは2020年の選挙前にFacebookで月に1億4千万人のアメリカ人にリーチしていたことが同社の内部報告で判明。

https://www.technologyreview.com/2021/09/16/1035851/facebook-troll-farms-report-us-2020-election/

コンテンツ消費の問題④分極化

分極化：SNSの言論空間では著しい分極化が起きている。

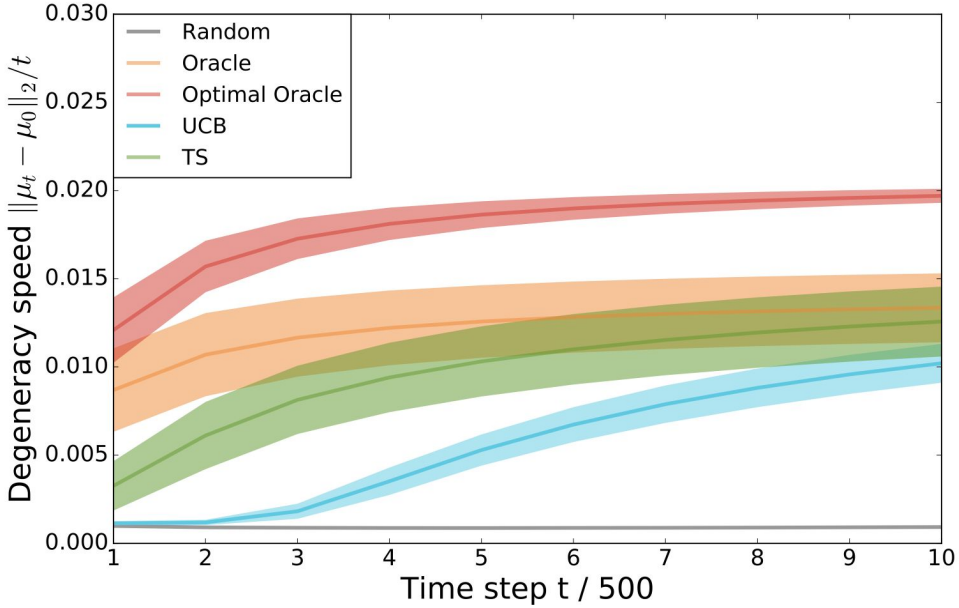
部族化：他の意見を受け入れない部族の大量発生



米国のTwitterの分析。ネットワークグラフを政治的イデオロギーで色分け（青はリベラルな平均を、赤は保守的な平均を表す）。Brady, William & Wills, Julian & Jost, John & Tucker, Joshua & Van Bavel, Jay. (2017). Emotion shapes the diffusion of moralized content in social networks. Proceedings of the National Academy of Sciences. 114. 201618923. 10.1073/pnas.1618923114.

コンテンツ消費の問題⑤エコーチェンバー

レコメンドにおける
フィードバックループは
「エコーチェンバー」や
「フィルターバブル」を
生み出し、ユーザーの
コンテンツへの接触範
囲を狭め、最終的には
ユーザーの世界観を
変えてしまう可能性が
ある。



レコメンドアルゴリズムごとの「縮退速度」。アルゴリズムはランダムに比べ人の関心が固定化する時間が短くなる。
Ray Jiang, Silvia Chiappa, Tor Lattimore, András György, and Pushmeet Kohli. 2019. Degenerate Feedback Loops in Recommender Systems. In Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society (AIES '19). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 383–390. https://doi.org/10.1145/3306618.3314288

カスタマーペイン①重要な情報にたどり着けない

検索：検索最適化(SEO)のせいで重要な情報に出会うのに恐ろしく時間がかかる

SNS：低品質情報の雪崩。「つながり」に引きづられ重要な情報に行き着かない

カスタマーペイン②どのサービスも全部同じゴシップ

メディア

戦略：ポータルで好まれるセンセーショナルな記事を作って儲けを増やそうとする。

ニュースアプリ

状況：どのニュースアプリも同じコンテンツ。レコメンドも広告収益最大化のために調整されているので、ゴシップをプッシュ

ユーザー

問題：どこも芸能人のゴシップばかり！

低品質コンテンツの膜・・・

カスタマーペイン③心身の健康を破壊するサービス

アメリカ、中国、日本の25種類のニュースアプリを試した。いらいらした。なぜなら…

- **中毒性**：依存を催す設計。アルゴリズムは「刺激的な」コンテンツを絶えず推薦
- **通知の雨嵐**：新着ニュースを知らせる通知が絶えず与えられ、集中力を阻害
- **低品質**：芸能人のゴシップ、狂気の政治家の発言、ネトウヨ、コメント欄のトロール…
- **時間の無駄**：私の人生を豊かにしてくれるものは何もない。

サービス提供者に働く力学

広告モデルの罠

広告のビジネスモデルは炎上、ヘイト、陰謀論、フェイクが質の高いコンテンツに対し有利。

可処分時間獲得競争

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

市場の評価

広告ビジネスから別のモデルへの変更を行うと谷を下ることになり、株式市場や取締役会の賛同を得られない。

既存プレーヤーは変われない

インターネットは誤情報と低品質情報で汚染されている

反ワクチン

誤情報

ヘイト

フィルターバブル

反5G

トロールファーム

ディープフェイク

陰謀論

ボットネットワーク

詐欺

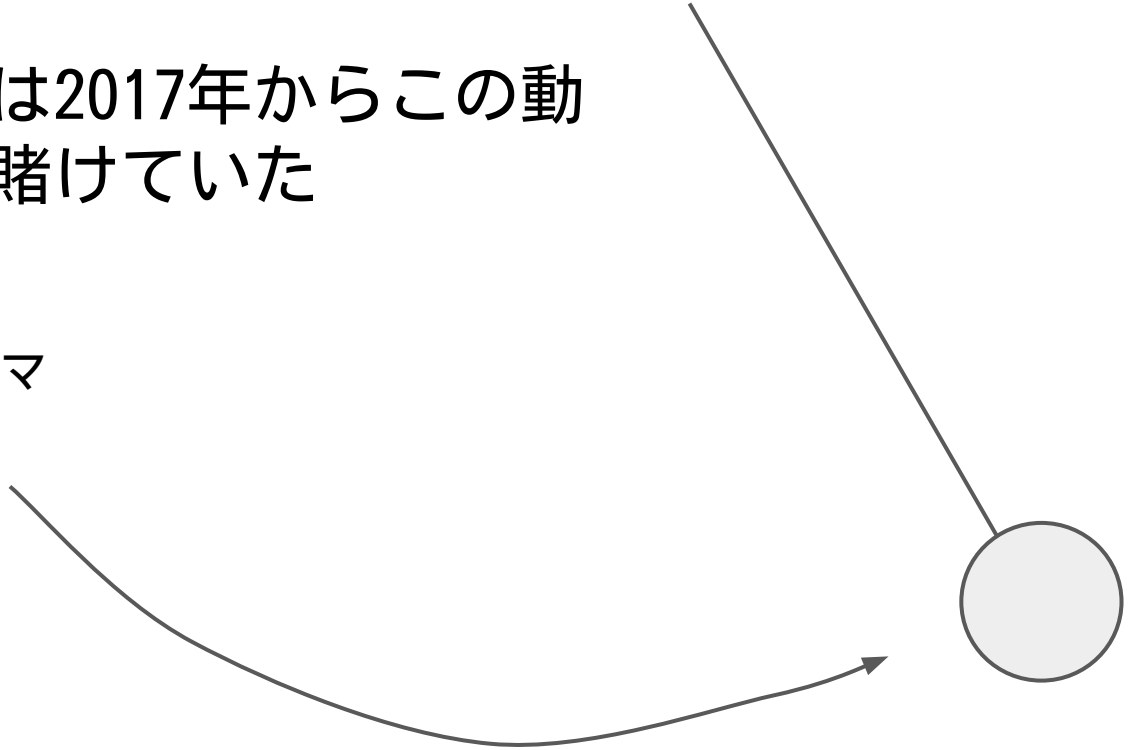
株価操縦

世論誘導

時代の振り子は有料サービスへ

我々は2017年からこの動きに賭けていた

誤情報マシーン



安全な情報取得方法

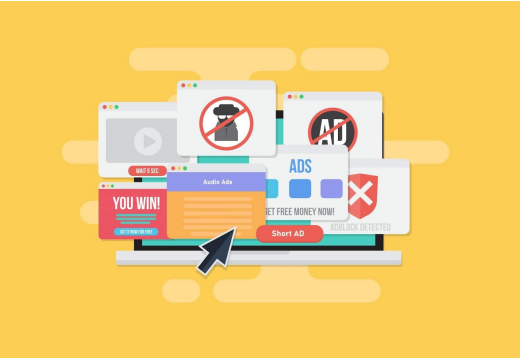
3. 解決策

安全でハイエンドなニュース取得のニーズに応える

「有害なネットコンテンツの世界から脱出したい」

経済性の変更

無料広告



- 広告主重視
- 顧客データを販売

サブスク

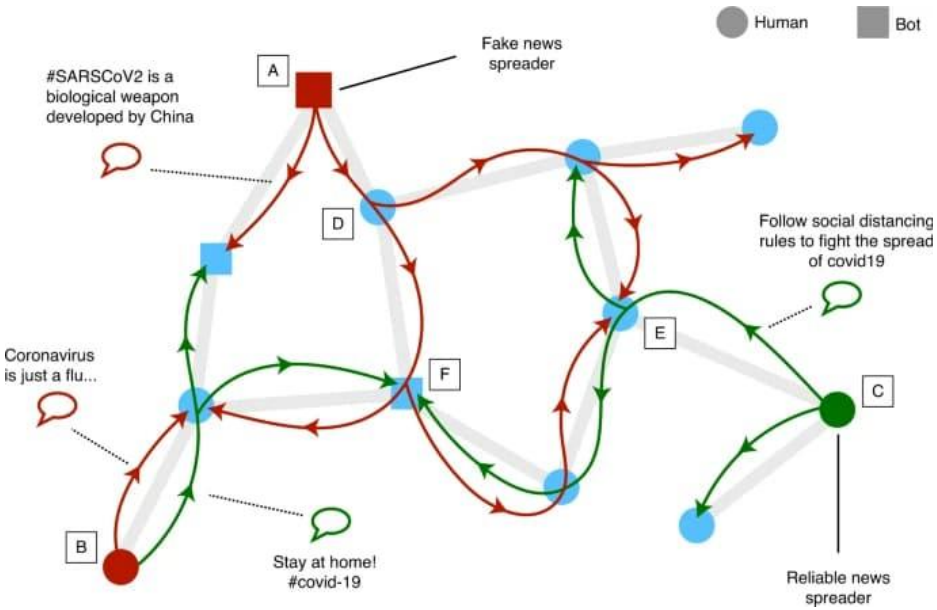
- ユーザー重視
- 顧客データでカイゼン

ユーザー生成コンテンツ、インフルエンサーの排除

- ユーザー生成コンテンツ(UGC)とインフルエンサーは誤情報拡散の主要経路。
- Covid-19の誤情報に関する調査ではインフルエンサーの投稿は20%だったが、エンゲージメントでは69%を占めた*1。

アクシオンはプロコンテンツに限定

*J. Scott Brennen et al(2020).



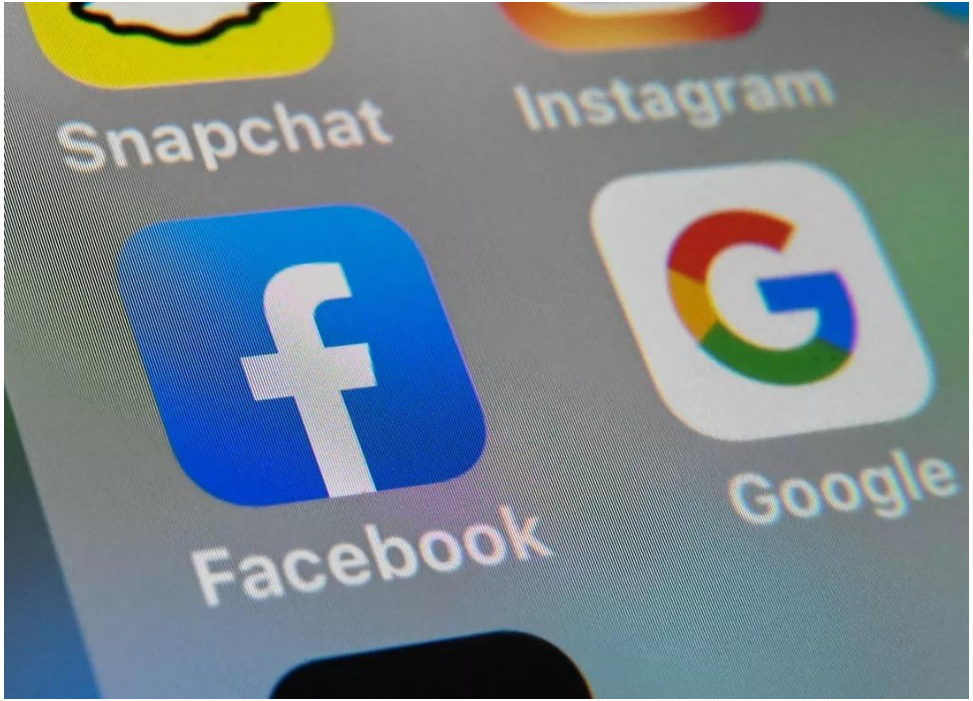
※誤情報の拡散者(赤)が正しい情報提供者(緑)を凌駕しネットワークを攻撃する例の図示。

Gallotti, R., Valle, F., Castaldo, N. *et al.* Assessing the risks of 'infodemics' in response to COVID-19 epidemics. *Nat Hum Behav* 4, 1285–1293 (2020).

プライバシー重視

- 高級志向／高リテラシーの顧客層ではプライバシーを重視する傾向が高まっている。
- 大手企業の無料サービスは事実上、顧客情報を販売している。

アクシオンは顧客体験のカイゼン以外のデータ利用を行わない。プライバシー重視。



ニュースサービスのテスラ

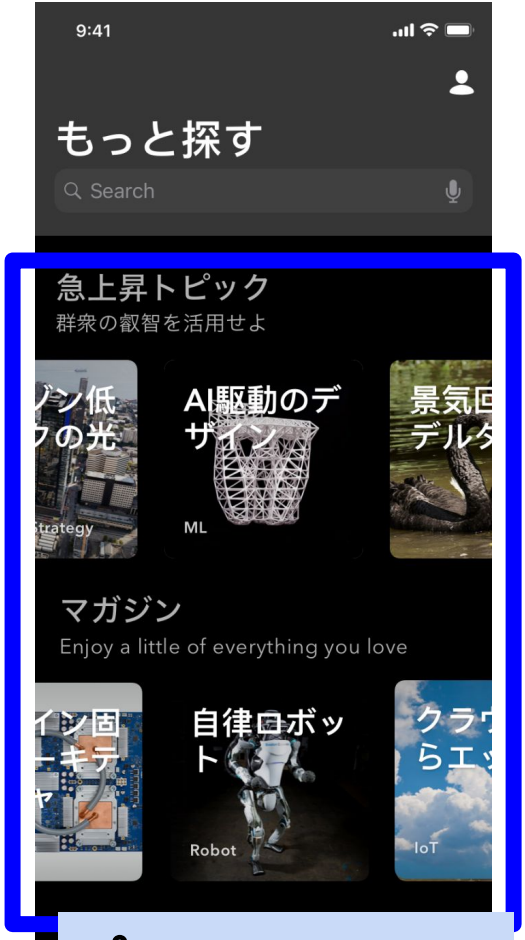
三本の柱

- サブスク
- AIレコメンド
- プロコンテンツ

こちらから参照可能
https://www.sketch.com/s/a1db310a-ba3a-4c9e-bb74-ad30a53918d7/a/WaEnMg/play

編集者の手動選択

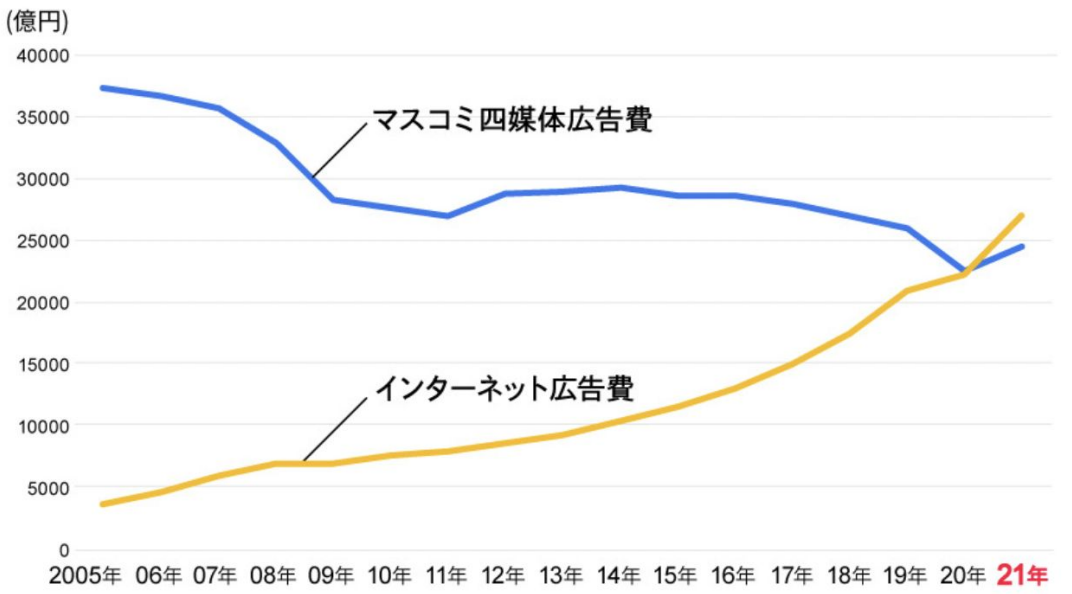
AIレコメンド



プロコンテンツ

4. 市場

広告ではデジタル移転が起きた



(注) 2014年より、テレビメディア広告費は「地上波テレビ+衛星メディア関連」と区分し、2012年に遡及して集計した。

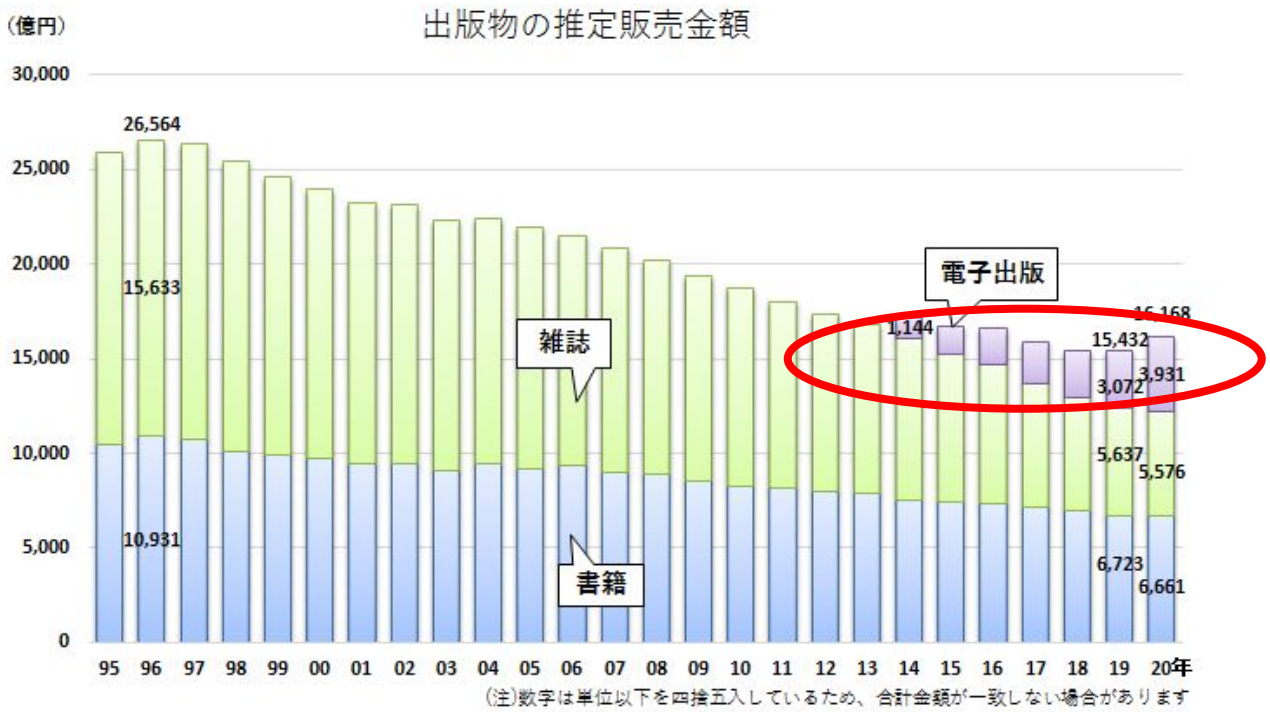
マスコミ広告費の一部がデジタルに転換。デジタルが喚起した需要も

出版市場から1.3兆円消失

出典:全国出版協会・出版科学研究所

最盛期は2.6兆円市場で世界最大

電子出版が一部補填に働いてはいるものの…



出典:全国出版協会・出版科学研究所

主に電子コミックが消失分を補填

まだ十分ではない

新聞業界はかつて巨大市場だった

最盛期は2.4兆円市場で世界最大

最盛期から約1兆円減

※出典：新聞協会

唯一日経がデジタルサブスクで気を吐いたが…

日経本紙・電子版購読数

日本経済新聞・電子版購読数合計	261万1735
日本経済新聞朝刊販売部数	181万4373
電子版有料会員数	79万7362
デジタル購読数（電子版有料会員、専門紙ビューアーなど）	87万0189
無料登録会員を含む電子版会員数	555万2529

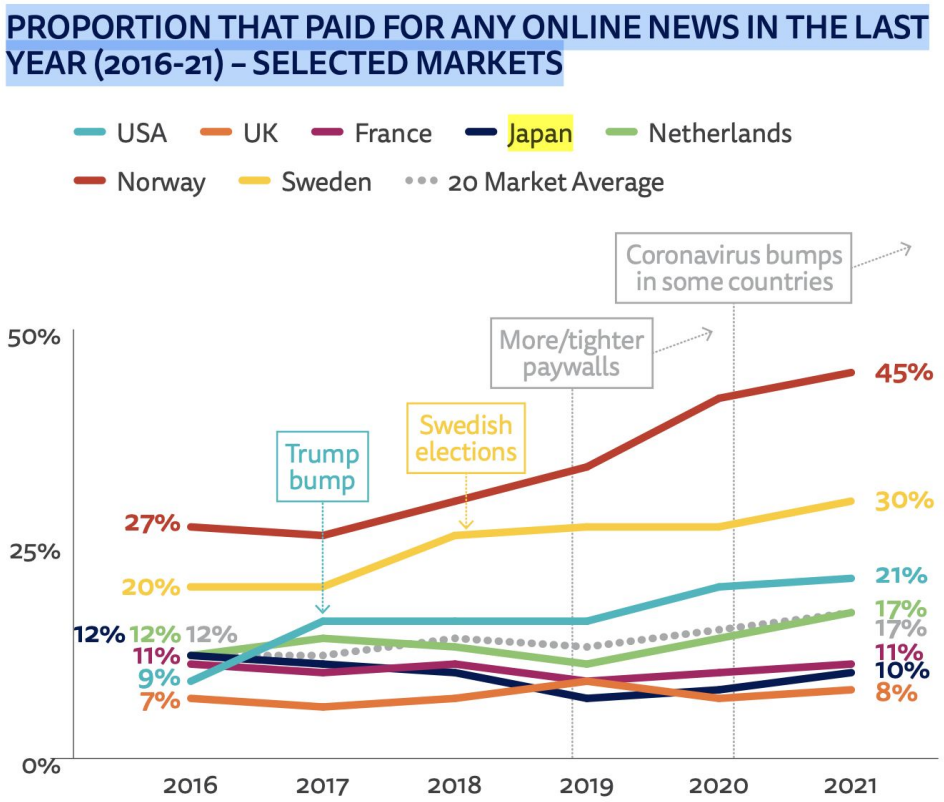
他社は置いて行かれた

- 新聞社の膨大な発行部数には販売店の貢献が大きかった
- デジタル移転はその販売店を殺すことを意味する
- 新聞社は販売店の経営支配権をもっていないためへそを曲げられたら配達網を失う

欧米圏と比べ課金モデルの浸透が遅れている

デジタルニュースにお金を払ったことのある人の割合は10%以下。

この5年間で特に改善せず。

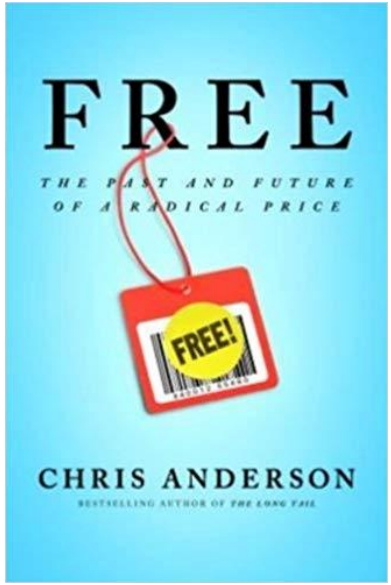


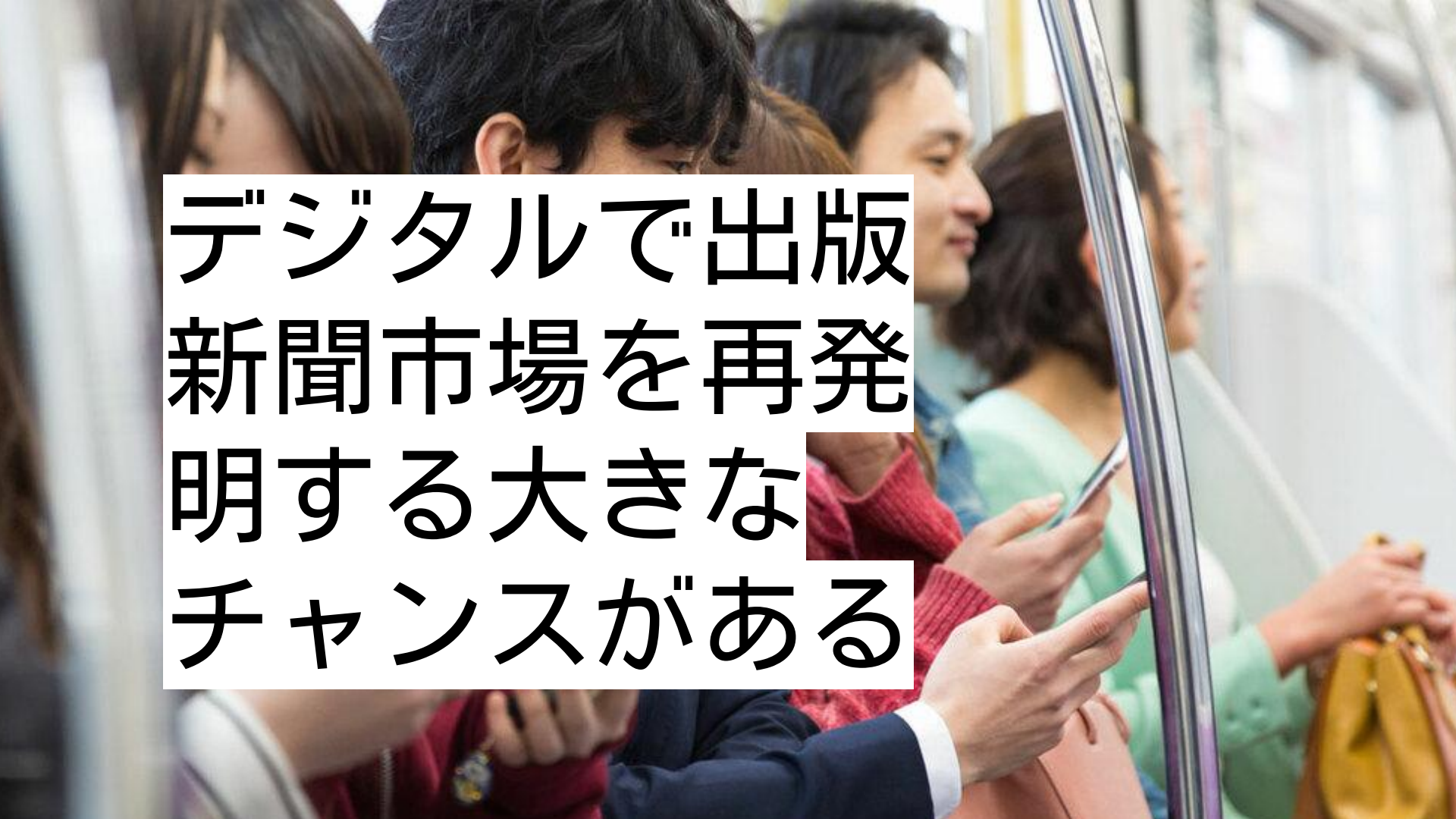
▸過去1年間に何らかのオンラインニュースに料金を支払った割合(2016～21年)
Source:Reuter,Digital News Report 2021.

市場消失の理由

デジタル収益化手法の不在

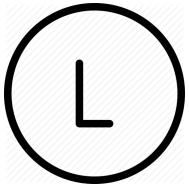
紙媒体の市場は日本特有の著しく低い広告価格とフリーミアムに溶けている




デジタルで出版
新聞市場を再発
明する大きな
チャンスがある

市場規模

総獲得可能市場(TAM)



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 2兆1,000億円

2兆4,574億円

総サービス提供可能市場(SAM)

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 2兆1,000億円のうち、ニュース関連の1兆6,000億円

1兆7,574億円

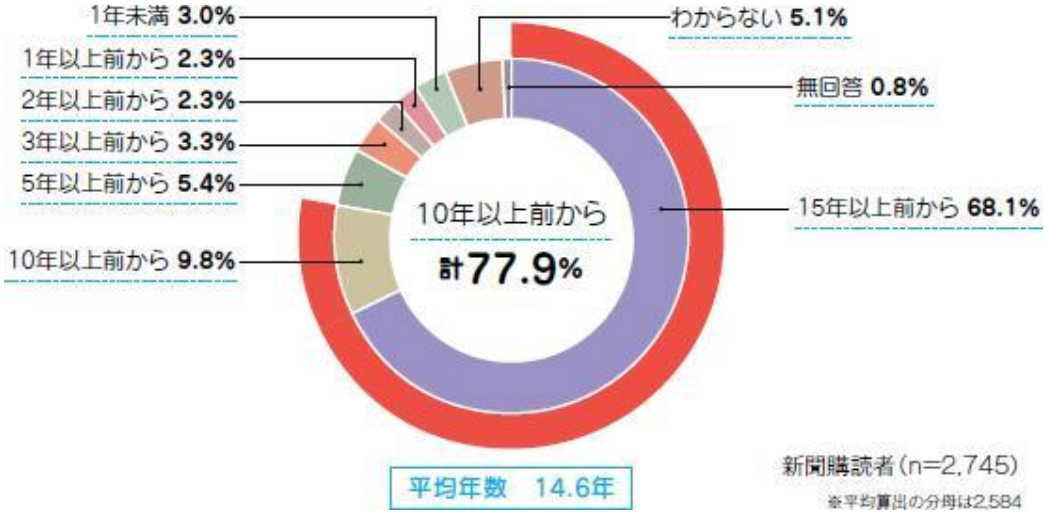
ターゲット市場

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 2兆1,000億円のうち、ハードニュース関連の1兆円

1兆3,574億円

新聞サブスクのデジタル再現の旨み



- 日本の新聞購読者の77.9%が10年以上前から購読を開始
- 毎日3,000万部の新聞が印刷

新聞の平均購読期間は14.6年！

出典：新聞協会

AXION

5. 製品

フリーから有料・ハイエンドへ

1990年代

無料サービスが普及

2010年代

無料サービスに伴う問題が噴出

2020年代

有料・ハイエンド志向

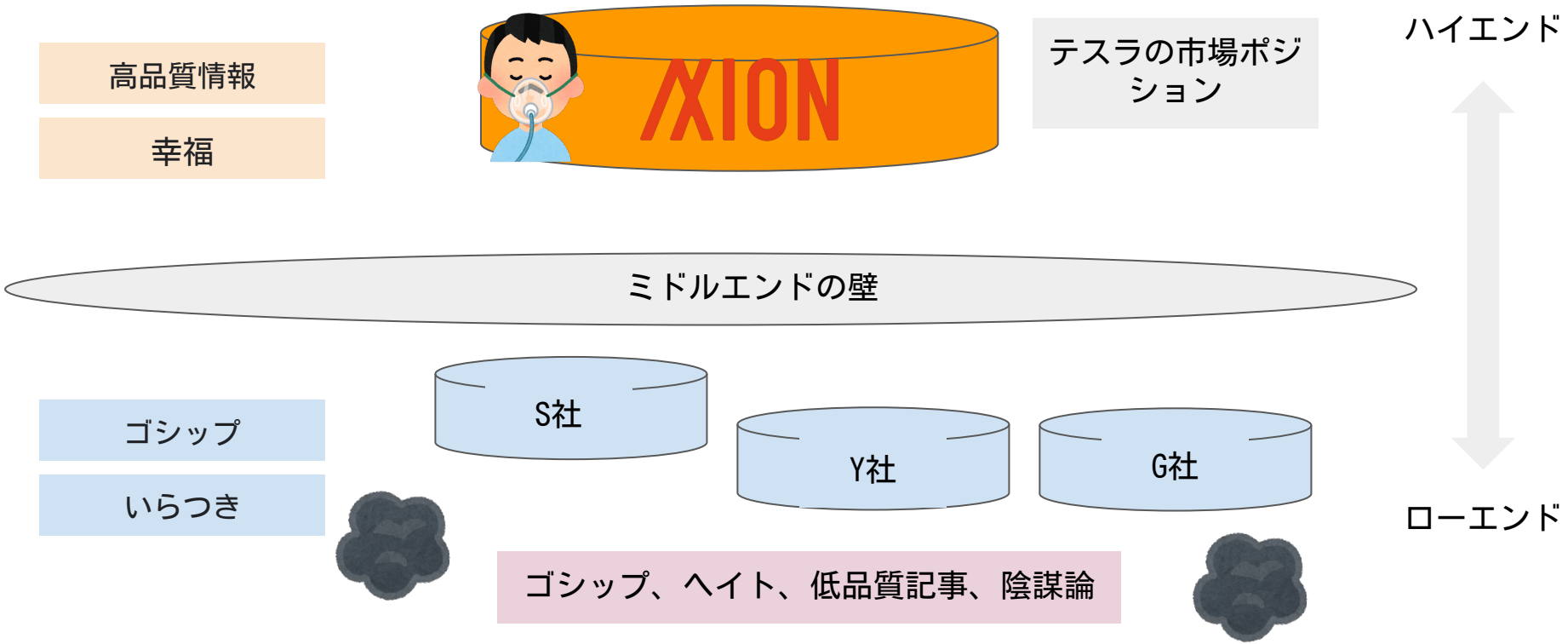
ウェルビーイングやプライバシー等の価値提案の機会

製品戦略の二本柱

ハイエンド：ニュースサービスのテスラを作る

ウェルビーイング：利用者の長期的な幸福に資する

製品戦略①：テスラのようにハイエンドを占拠



製品戦略②毒物を治癒する「ワクチン」のポジション

既存プレイヤーが「誤情報」を大規模拡散

アクシオンはワクチンとともに現れた白馬の王子様

モバイルアプリのUI一覧

こちらから参照可能
https://www.sketch.com/s/a1db310a-ba3a-4c9e-bb74-ad30a53918d7/a/WaEnMg/play

トップ画面

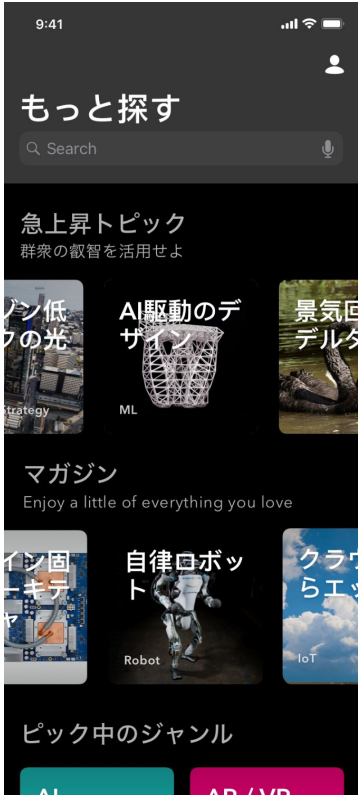
編集者による「特集」

ビジュアル重視のデザイン

安全なAIアルゴリズムが記事レコメンド

ネトフリと同じカルーセル

タブ２



特集記事数本で形成されるマガジン

カテゴリの選択

著者ページ

著者情報

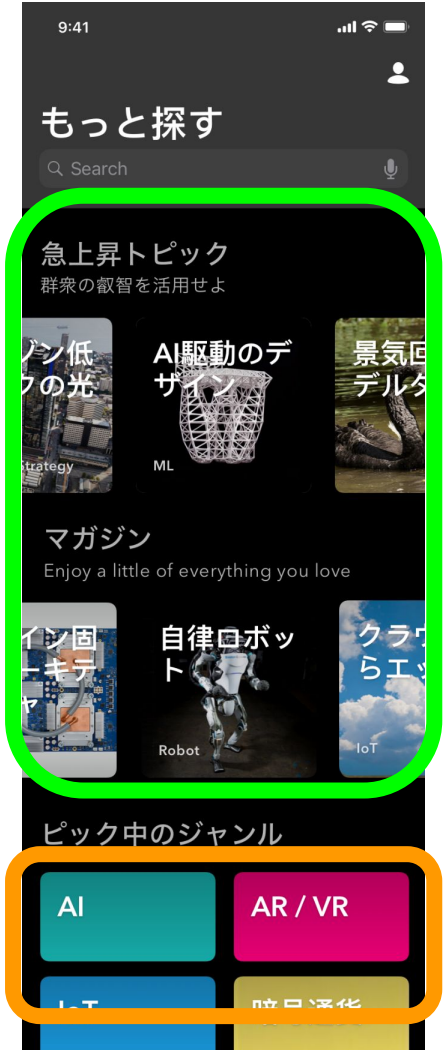
厳しい記事採用基準

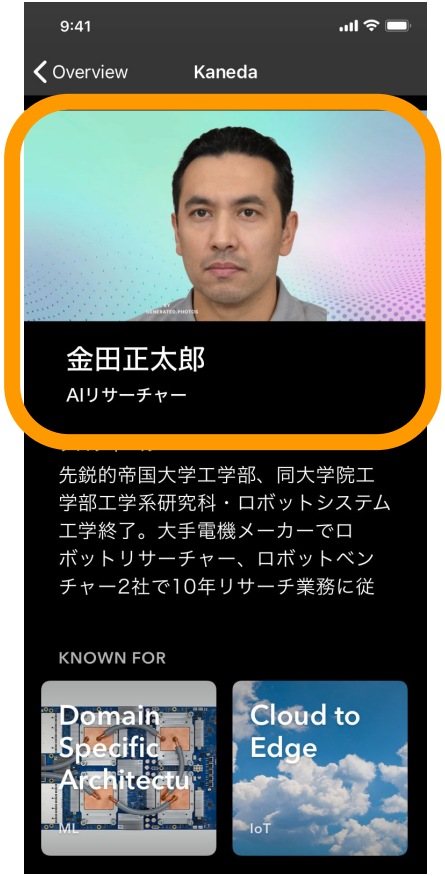
AXION 快適な体験

高級感、落ち着き、現代的なデザイン

好きなものをフォロー：好きなジャンルや作家、メディアをフォローできます

ユーザーの幸福を支援するためのレコメンデーション：レコメンデーションシステムは広告主のためではなくお客様の人生の幸福に寄与することを目的としている。





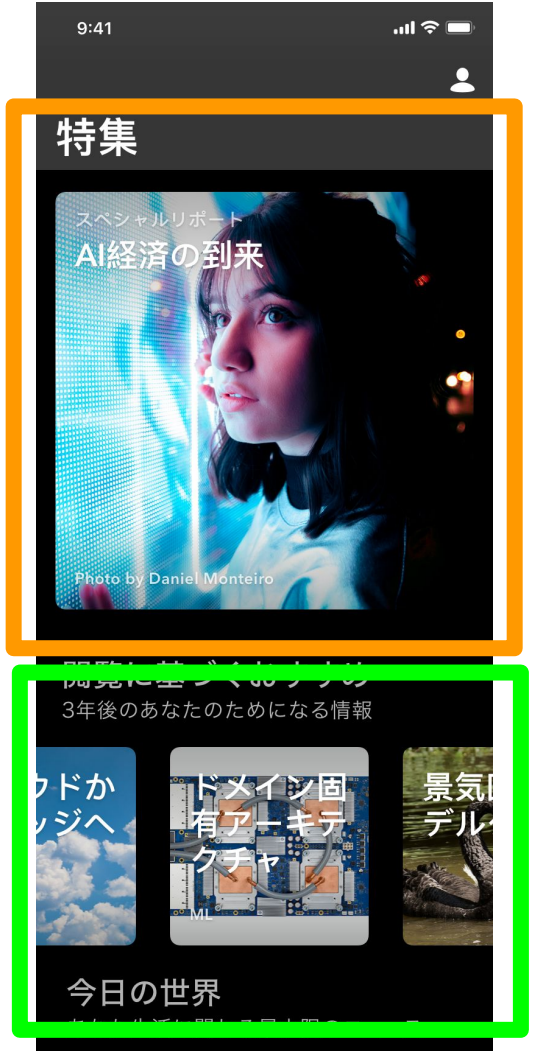
AXION レコメンド

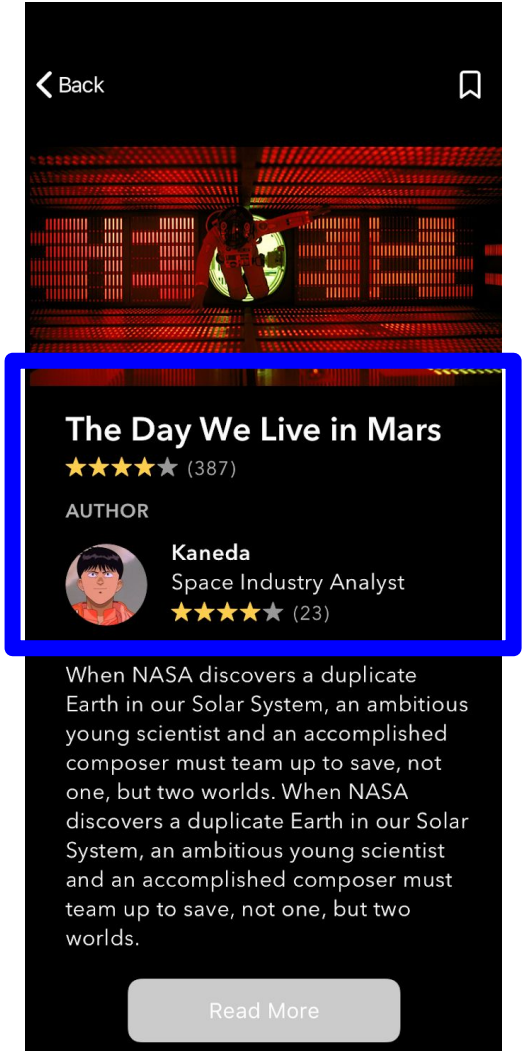
AI推薦と編集者によるハンドピックの併用

エディターによるハンドピック ： AI時代には優れた編集者のによる情報のピックアップは非常に貴重な存在だ。

AIによるパーソナライゼーション：ユーザーが必要としている情報を推薦。ときに興味関心外の探索的推薦をすることも。

評判システム：読者は記事を読む前に著者の評判を参照することができる



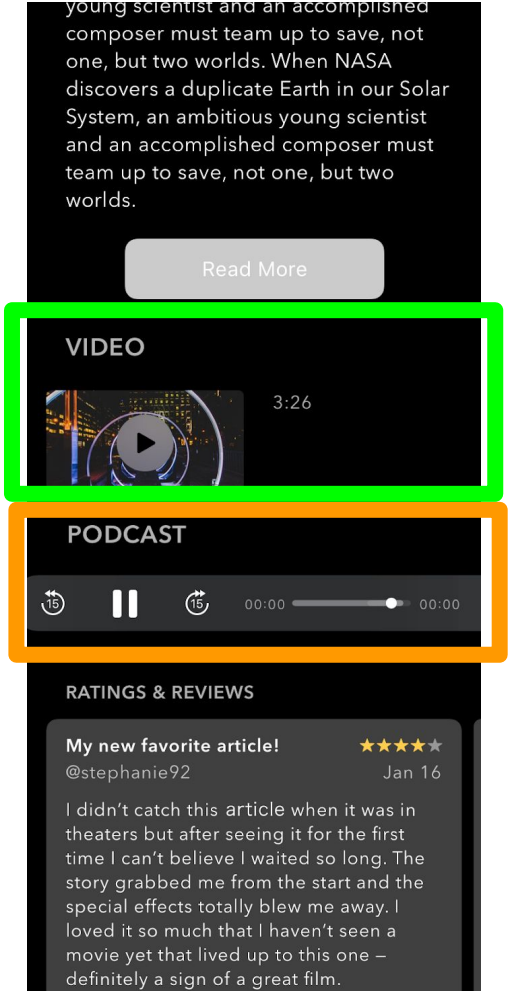


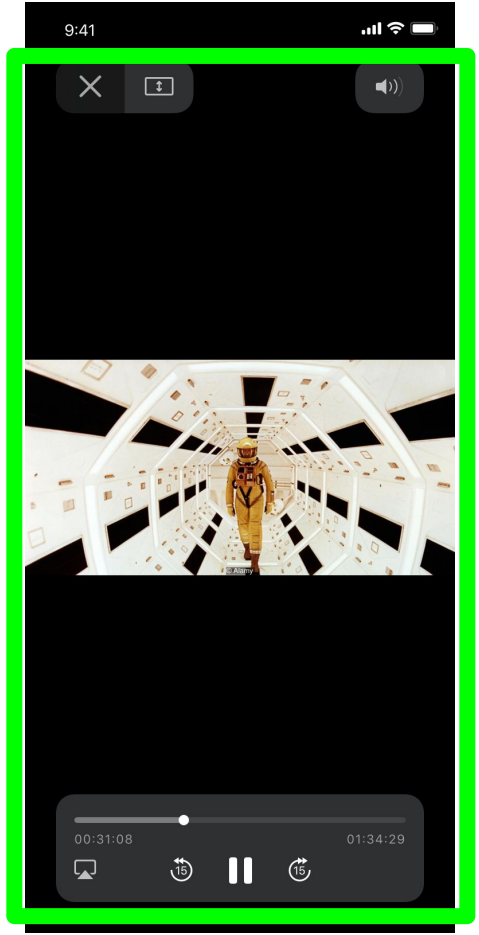
AXION 動画と音声

動画ストリーミングとポッドキャストの機能

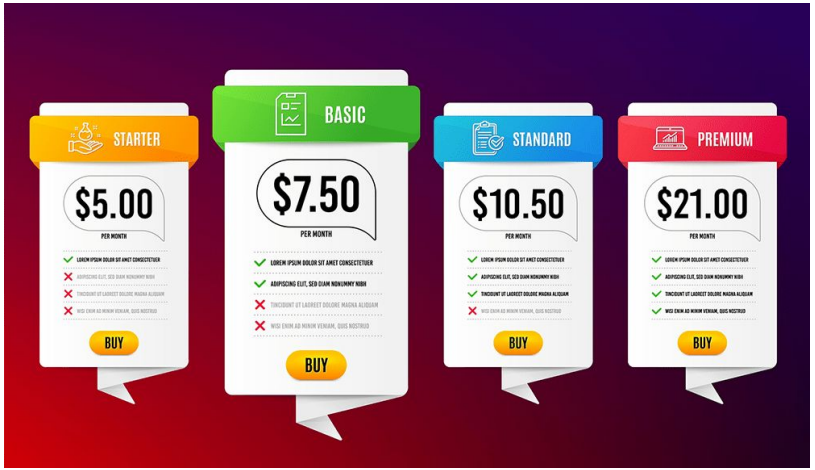
ポッドキャスト：東京の通勤者の多くは、通勤電車に2時間を費やす。超満員の車内でポッドキャストはいい選択肢のはず。

動画：若年層は、スマートフォンでビデオを消費する傾向が強い。ニュースにおけるスマホ動画の地位は今でも低いが用意する理由は無きにもしもあらず。



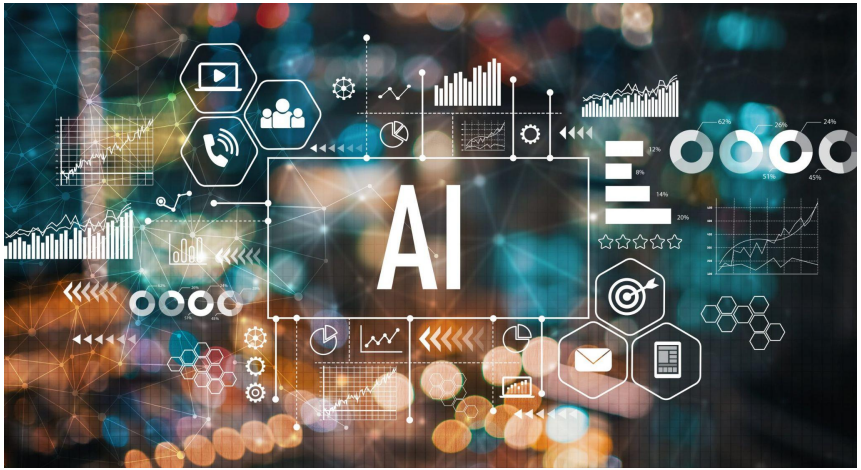


製品の特徴



サブスクリプション

ユーザーベースを築いたあとは安定的な運営が可能

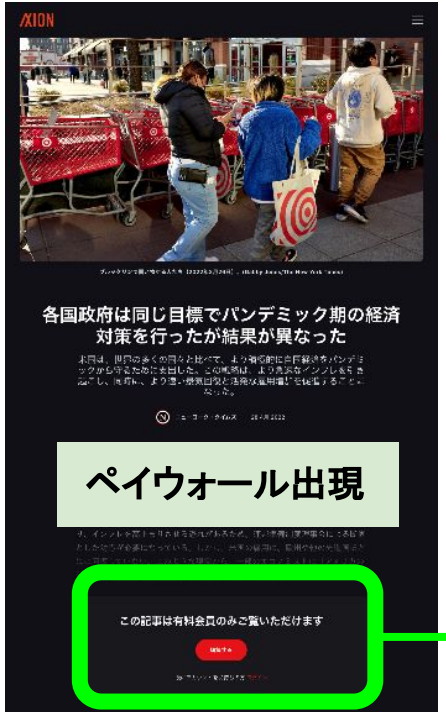


AI

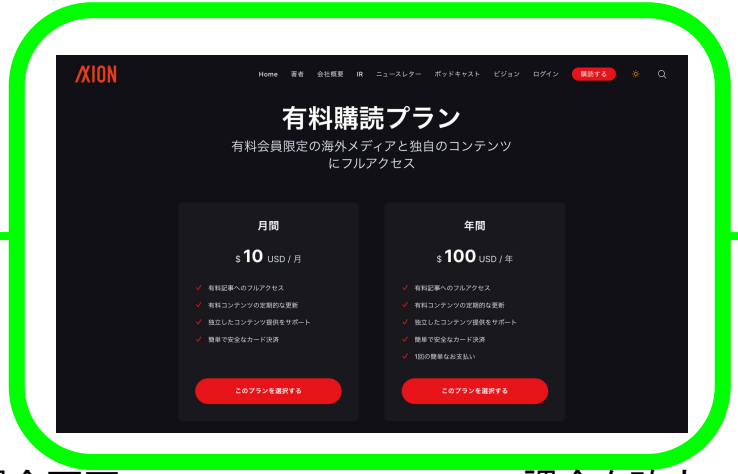
レコメンド、コンテンツ生成、マーケ等広範な応用範囲

現在のサブスクの仕組み

無料ユーザー
ペイウォール



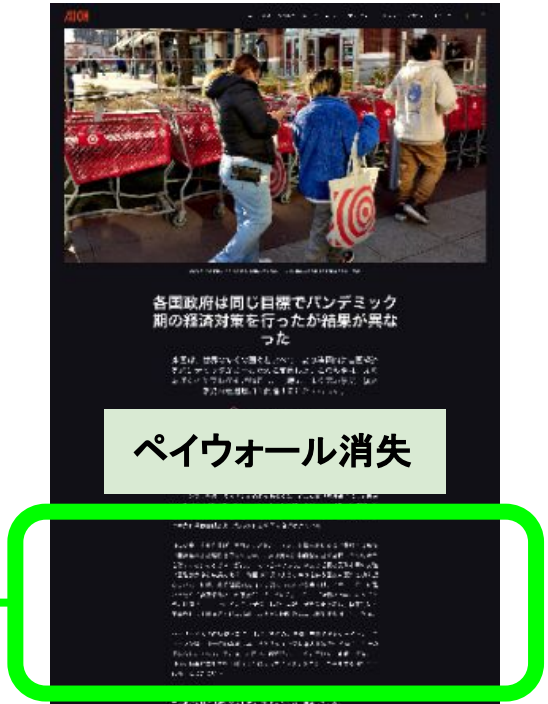
課金画面



課金画面へ

課金を確定

課金後
ペイウォールなし



シンプルな有料／無料の
区分分け

将来のサブスクの仕組み - Spotifyモデル

無料

サブスク

ゲーミフィケーション：ユーザーが何度も壁に当たり数回の「イベント」とともに有料購読者へ

ペイウォールは個々人で出現の仕方、タイミングが変わる(AIの採用)

一ヶ月で3〜7記事閲覧可能

ペイウォール

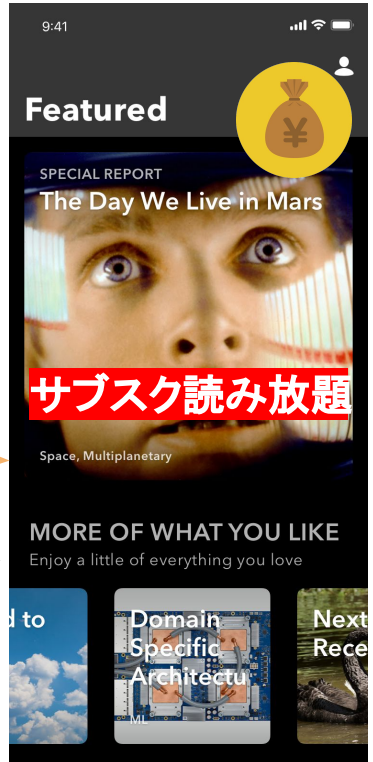
ユーザ登録

ユーザ登録

メルマガ登録

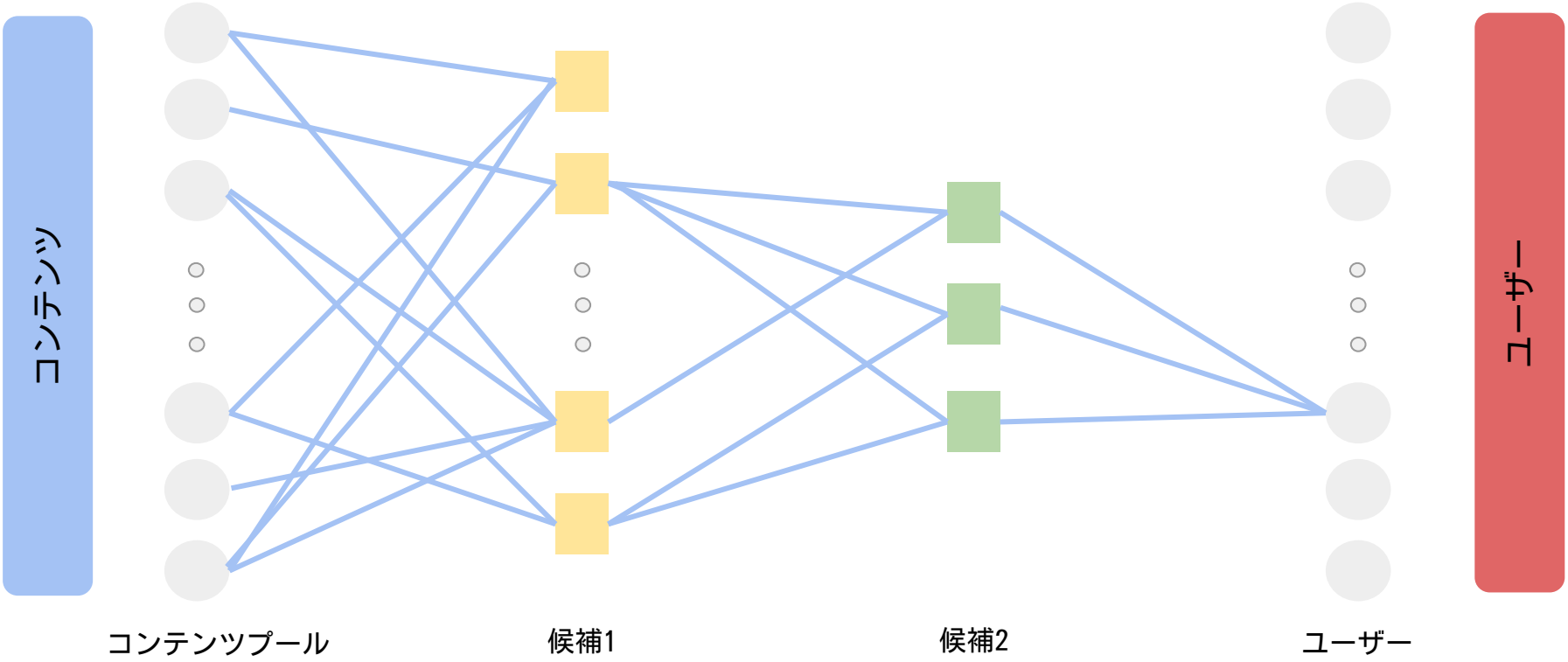
アプリDL

イベント参加



サブスク読み放題

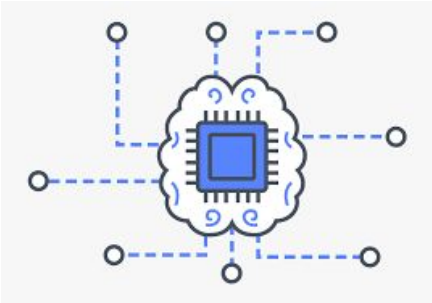
レコメンドでコンテンツとユーザーのマッチングを最適化



すべてのユーザーに対して異なるコンテンツ群を提案

広範なAI活用

NLP



文章校正

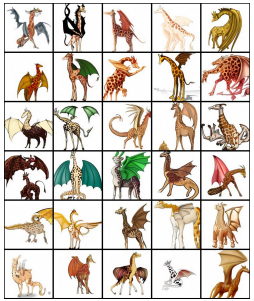
見出し生成

有害コンテンツ検出

オープンソースインテリジェンス(OSINT)

記事製作

画像生成



サムネイル画像製作

画像編集

動画編集

コンピュータビジョン

OSINT

画像タグ付け

動画タグ付け

アクシオンはAI企業になる

6. コンテンツ

現在のコンテンツ獲得体制

海外一流メディア

Bloomberg

The Economist

FT

SCIENTIFIC AMERICAN

月120本

AXION

月160本

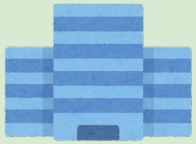
将来的には千本、1万本へと増やす

オリジナル記事

月40本

吉田

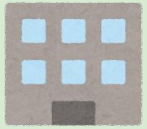
今後は国内のコンテンツ提供者へ拡大



業界紙

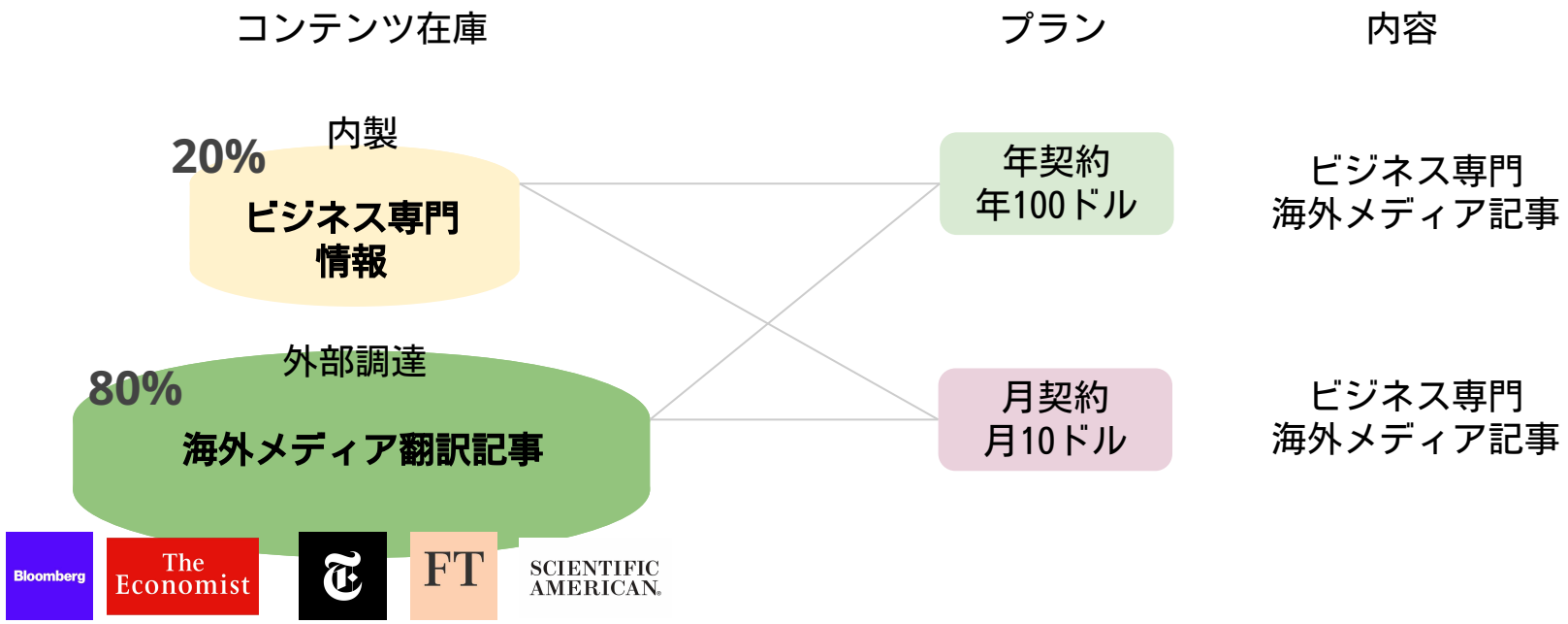
出版社

新聞社



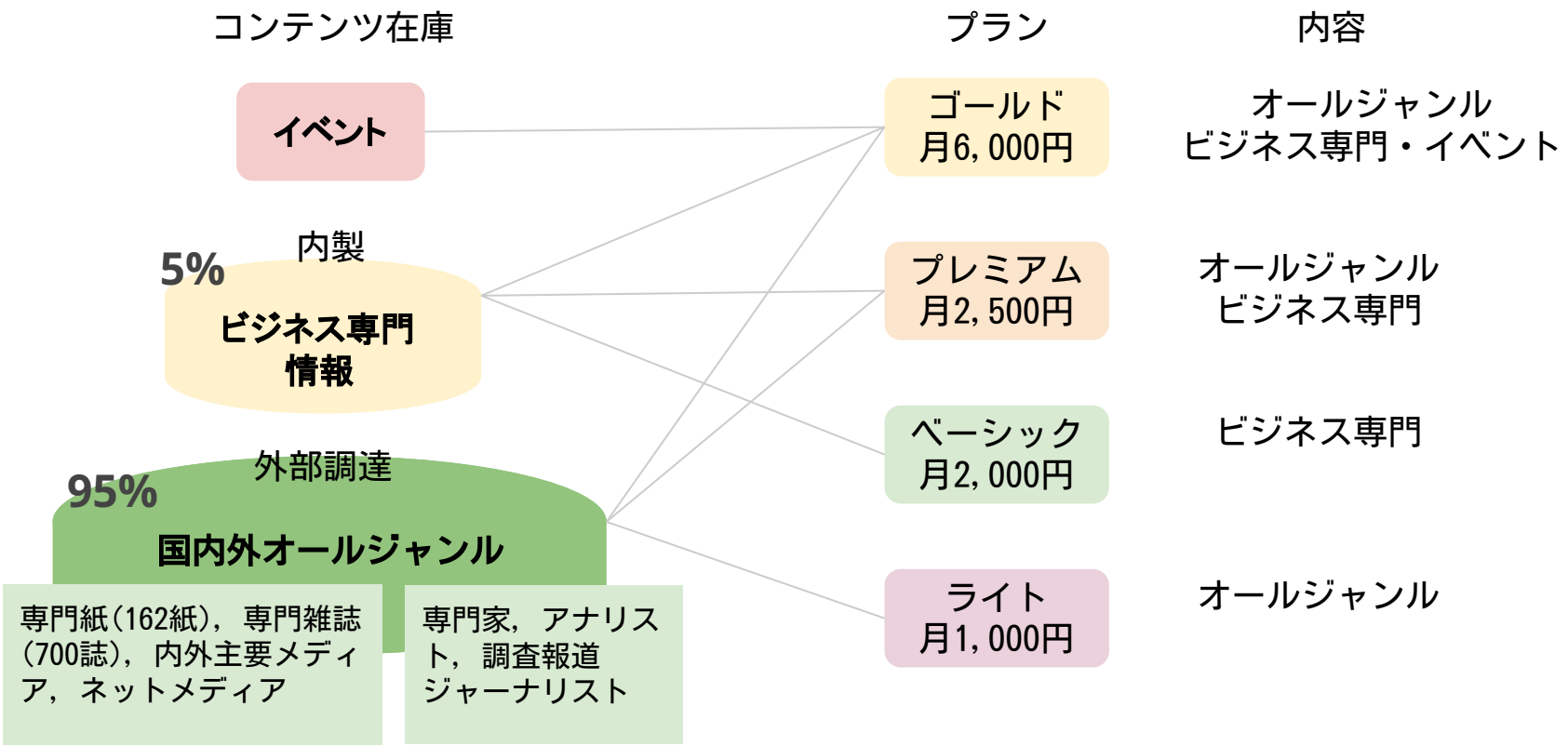
ウェブメディア

現在のコンテンツ構成と料金体系

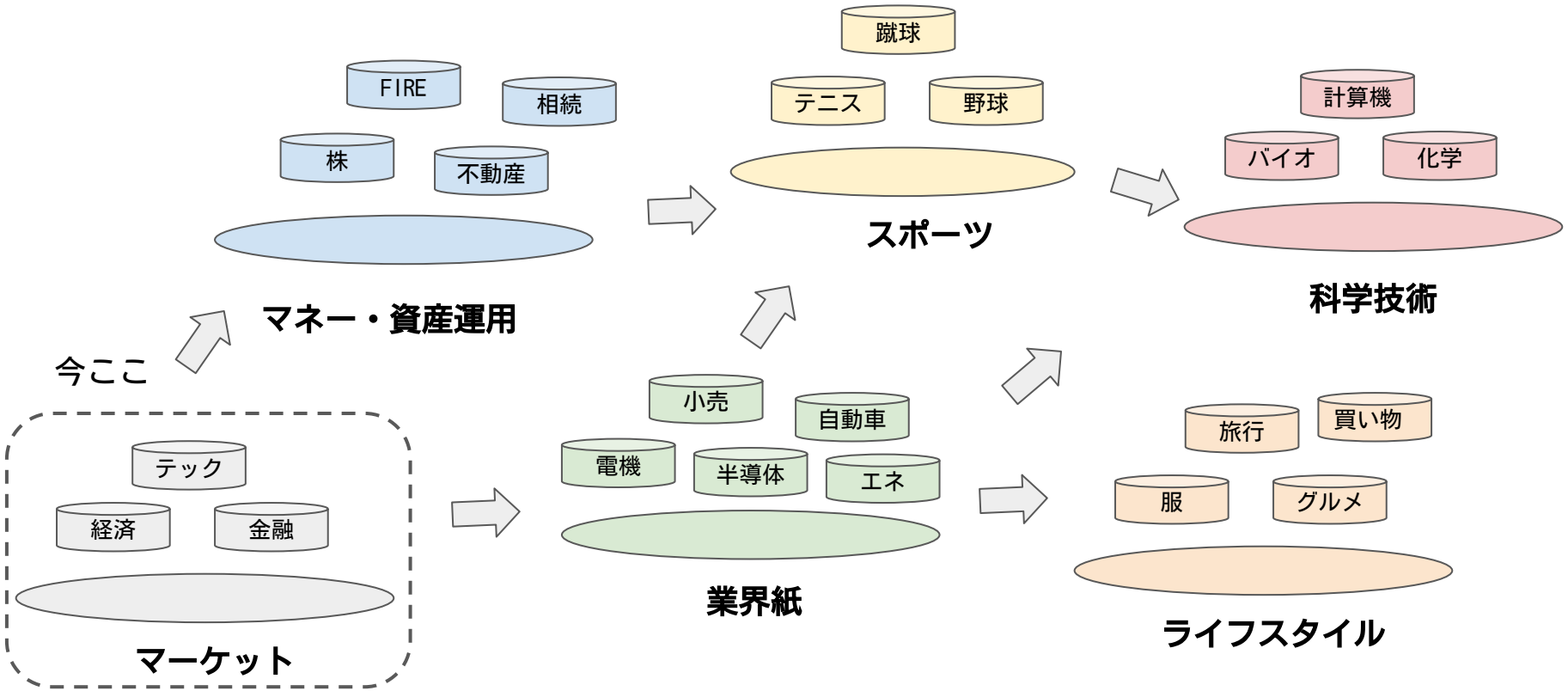


欧米の一流メディアと協業

将来のコンテンツの構成と料金体系



コンテンツカテゴリを拡大へ

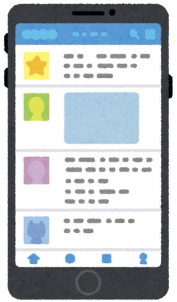


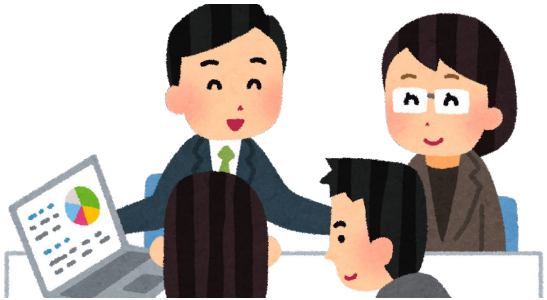
AXION

7. なぜ今やるか？

非常に高い勝率、市場が我々を待っている

なぜ今やるか？ ①先行者不利益



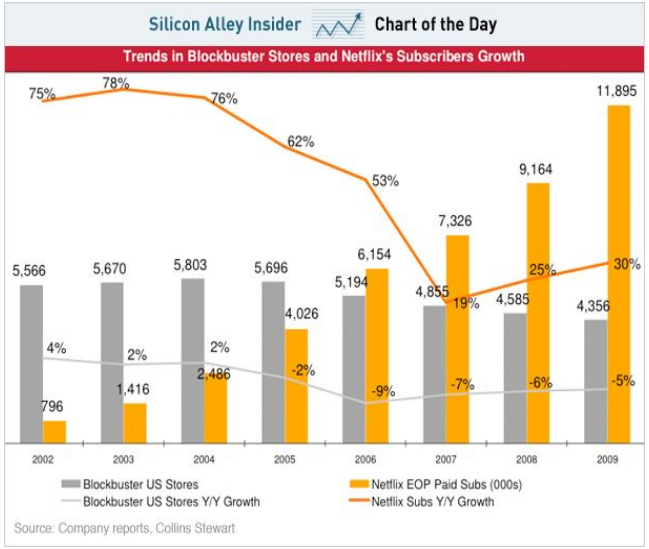


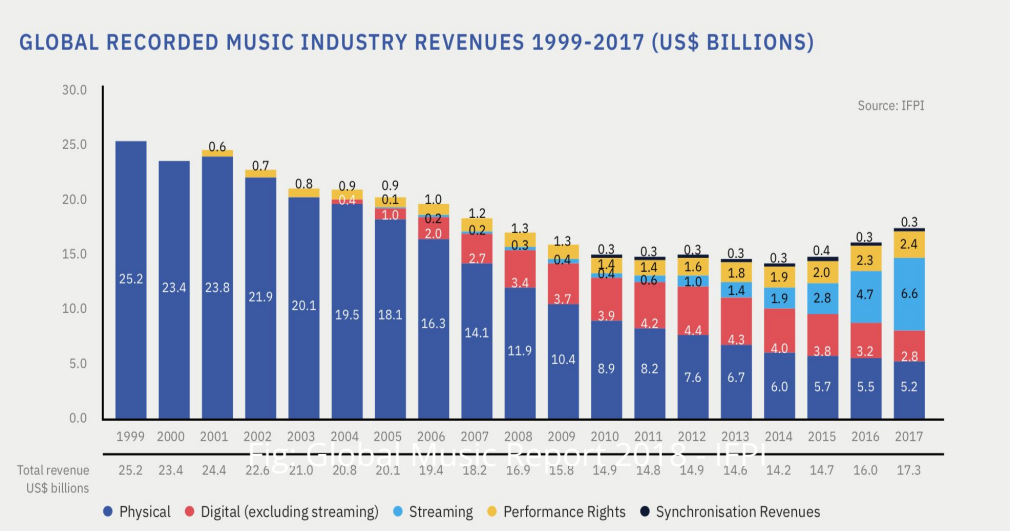
広告型ニュースアプリのエコノミクスはかなり悪い。高いテレビ広告で集客し安いデジタル広告で収益化。

一度広告型を採用したプレイヤーは解雇規制のため、組織変更が困難。ビジネスモデル転換が不可能。

デジタルサブスクで逆張りする好機

なぜ今やるか？②コンテンツとサブスクの親和性



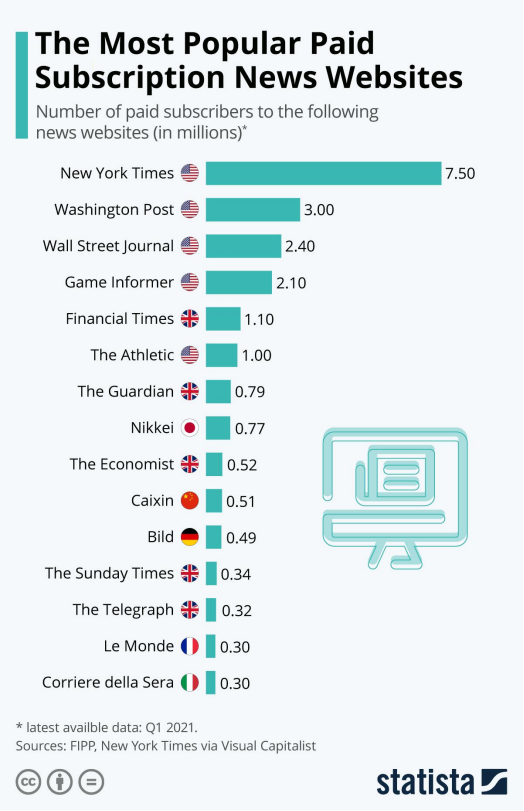


Netflixはレンタルを
サブスクに転換

Spotifyは「CDの死」をサブス
クで救出

なぜ今やるか？③欧米圏で実証済み

- ニューヨーク・タイムズの購読者数が910万人に到達(2022年5月)
- WSJ(290万人)、FT(117万人)の高額課金勢も成功



AXION

8. 競争戦略

ローエンドだらけ、ハイエンドを独占する

90sサービスの「ポータルサイト」が君臨する市場

10人に7人がYahoo Japanを月1回利用

Yahoo Japanのヤフーニュースが日本人の主要なニュース取得方法

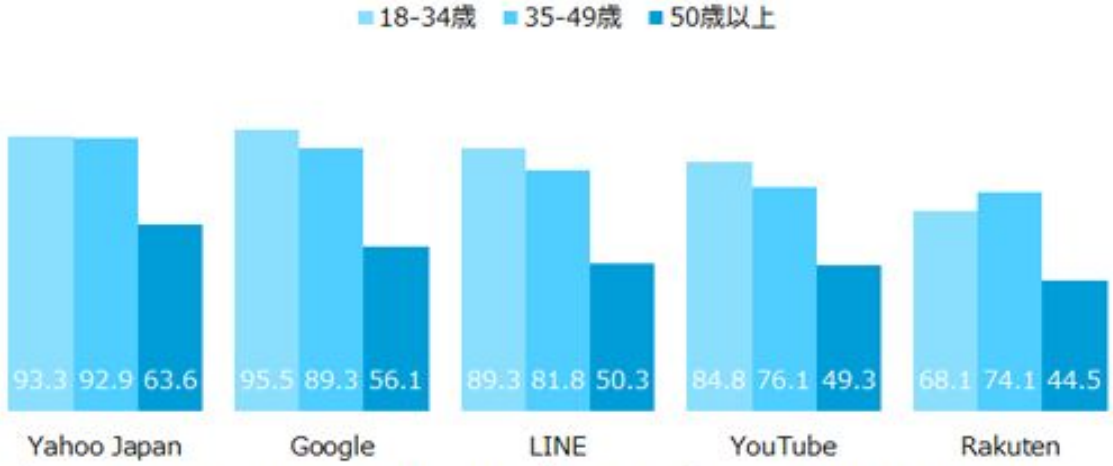
図表1: 2021年 日本におけるトータルデジタルリーチ(%) TOP 10

ランク	サービス名	タグの挿入状況	平均月間リーチ
1	Yahoo Japan	Partial SDK	68.9
2	Google	Panel only	65.1
3	LINE	Panel only	56.8
4	YouTube	Custom census	56.5
5	Rakuten	Panel only	49.2
6	Amazon	Panel only	41.9
7	Twitter	Panel only	40.5
8	Instagram	Panel only	37.9
9	PayPay	Panel only	29.8
10	Facebook	Panel only	28.9

Nielsen, Tops of 2021: Digital in Japan

中年、高齢者に強いYahoo Japan

図表2：2021年7月 Monthly Total レポート トータルデジタル視聴者数Top5の年代別リーチ%



Source：デジタルコンテンツ視聴率 2021年7月 Monthly Total レポート（トータルデジタル＝PCとモバイルの重複を除いた数値）
※18歳以上男女

35歳以上のデジタル視聴率がGoogleなどを凌ぐ

Nielsen, Tops of 2021: Digital in Japan

Yahoo Japanの旗艦ヤフーニュースの構造

- 極めて安く取得した大量の記事でトラフィックを得る
- ヤフーはリスクもコストも負わず高利益率

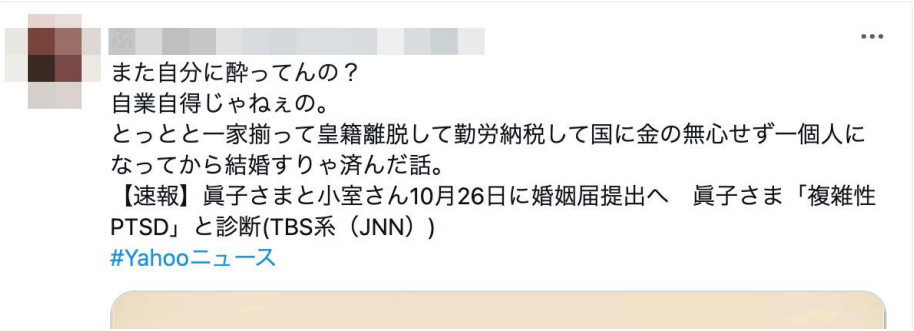
芸能ニュースに偏るヤフーニュース

トラフィックの大半を芸能・スポーツニュースで稼ぐ

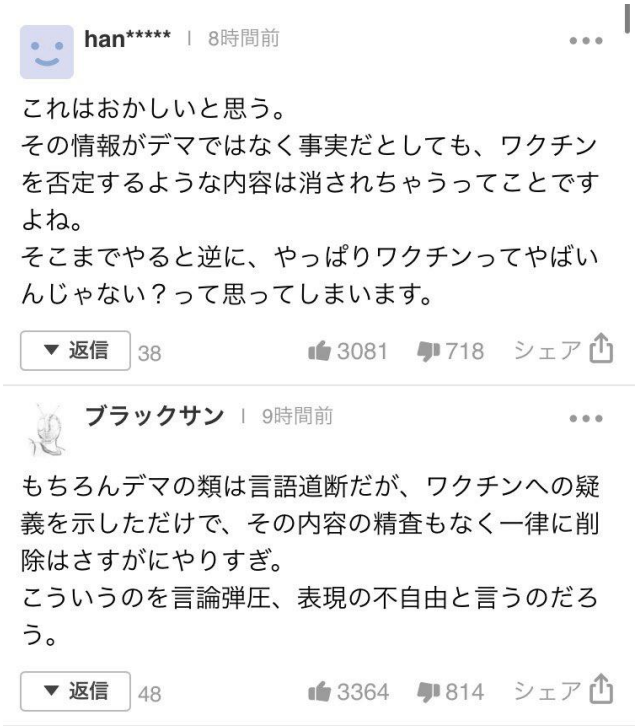
90年代から長期に渡って日本人のニュース志向を偏向させてきた

ヤフーニュースは誹謗中傷、誤情報、ヘイトの温床

ヤフーは煽り見出しをつけたり、トロールを放置。誤情報、陰謀論、誹謗中傷を展開するユーザーはアクティブ性が高く広告表示回数に大きく貢献。



眞子さまと小室圭さんの結婚時に吹き荒れた誹謗中傷



反ワクチン論を振りまくトロールファーム

コメント欄は内外工作者の標的

ヤフーニュースのコメント欄はロシアメディアの情報工作の主要な標的(*1)

内外工作者がネット暴徒・陰謀論者を刺激する場として機能。国内勢は政治的利益、海外勢は日本の社会不安定化を目的とするとみられる。

オシント新時代～荒れる情報の海

ロシア政府系メディア、ヤフコメ改ざん転載か

スクープ　国際 | 速報 | 東京 | アジア・オセアニア | 北米 | 欧州

毎日新聞 | 2022/1/1 05:00(最終更新 1/1 14:37)　有料記事　4458文字

連載「オシント新時代～荒れる情報の海」第2回
「影響工作」の足音　狙われるコメント欄

ロシアの政府系メディアが、日本国
のポータルサイト・ヤフージャパンの
配信サービス「ヤフーニュース」の読者
欄をロシア語に翻訳して転載する際、
の文章を改ざん・加筆した疑いがある
かった。複数の例を毎日新聞が確認し
国・米国からの離反をあおるような内

*1 英カーディフ大学犯罪セキュリティ研究所 2021年

*2 ロシア勢がヤフコメで大規模工作
https://mainichi.jp/articles/20211230/k00/00m/020/361000c

市場はローエンドだらけ、ハイエンドを独占する

AXION

高品質、安全、ウェルビーイング

ハイエンド

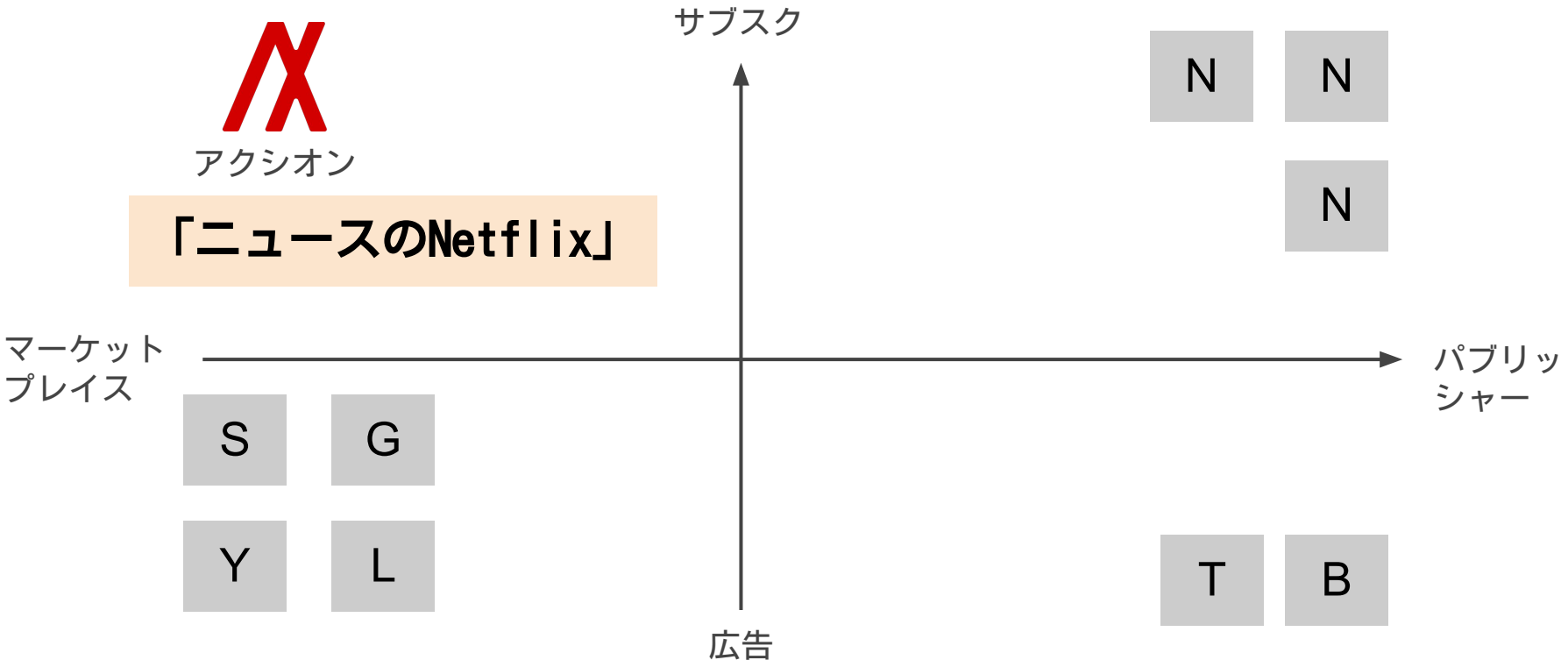
ミドルエンドの壁

Y　S　G

ローエンド

ゴシップ、ヘイト、低品質記事…

「ニュースのNetflix」はユニークなポジション



ゲームプラン

※②:一定のユーザー数がいないとAIを活用する利点が薄い
※③：AIパイプラインの整備、システムの巨大化

イマココ

①最小限の製品による検証

②ユーザー獲得

③AI化

AXION

9. ビジネスモデル

競合他社よりもフェアで収益性が高い

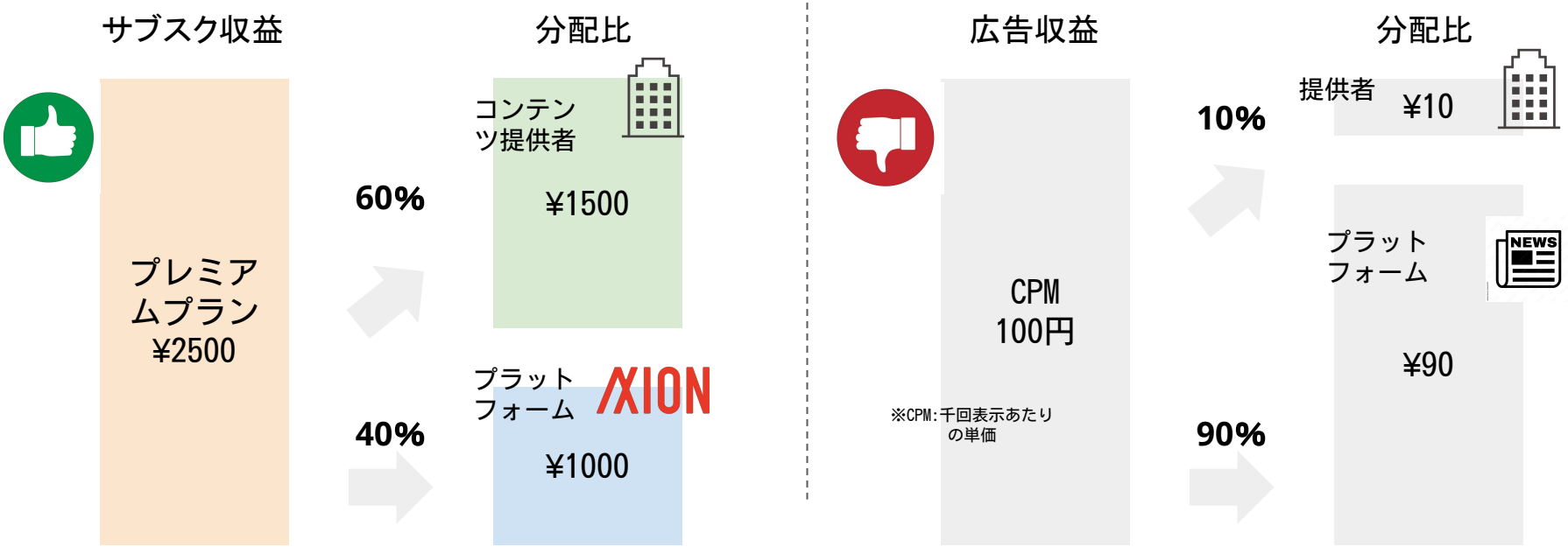
ビジネスモデル

コンテンツ提供者　　アクシオン　　コンテンツ提供者　　某社

6 : 4 > 1 : 9

Spotify型の収益分配。明確でフェア。競合へのコンテンツ提供者の不満をすくい取る

どう収益分配をするか？

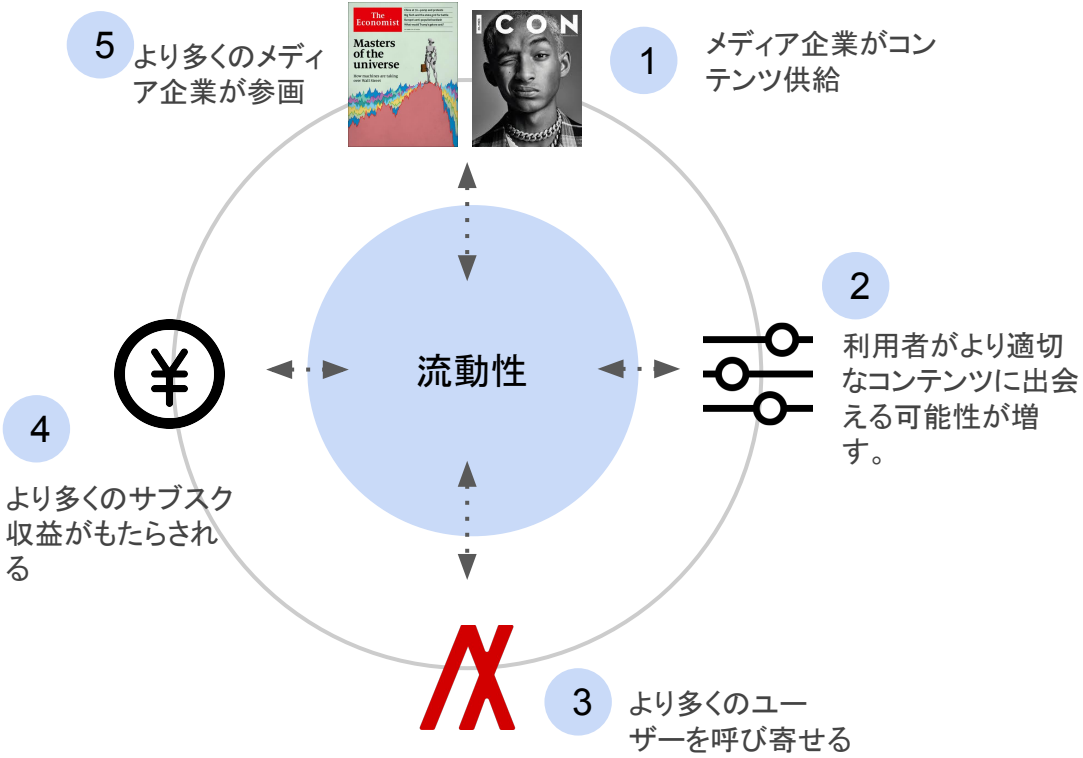


日本のメディアは㊨の慣行に不満を抱いており、弊社㊧の明快さは歓迎される

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

<u>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。</u>



Axionにおける流動性ネットワーク効果

ロイヤルティ支払いロジック

- **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

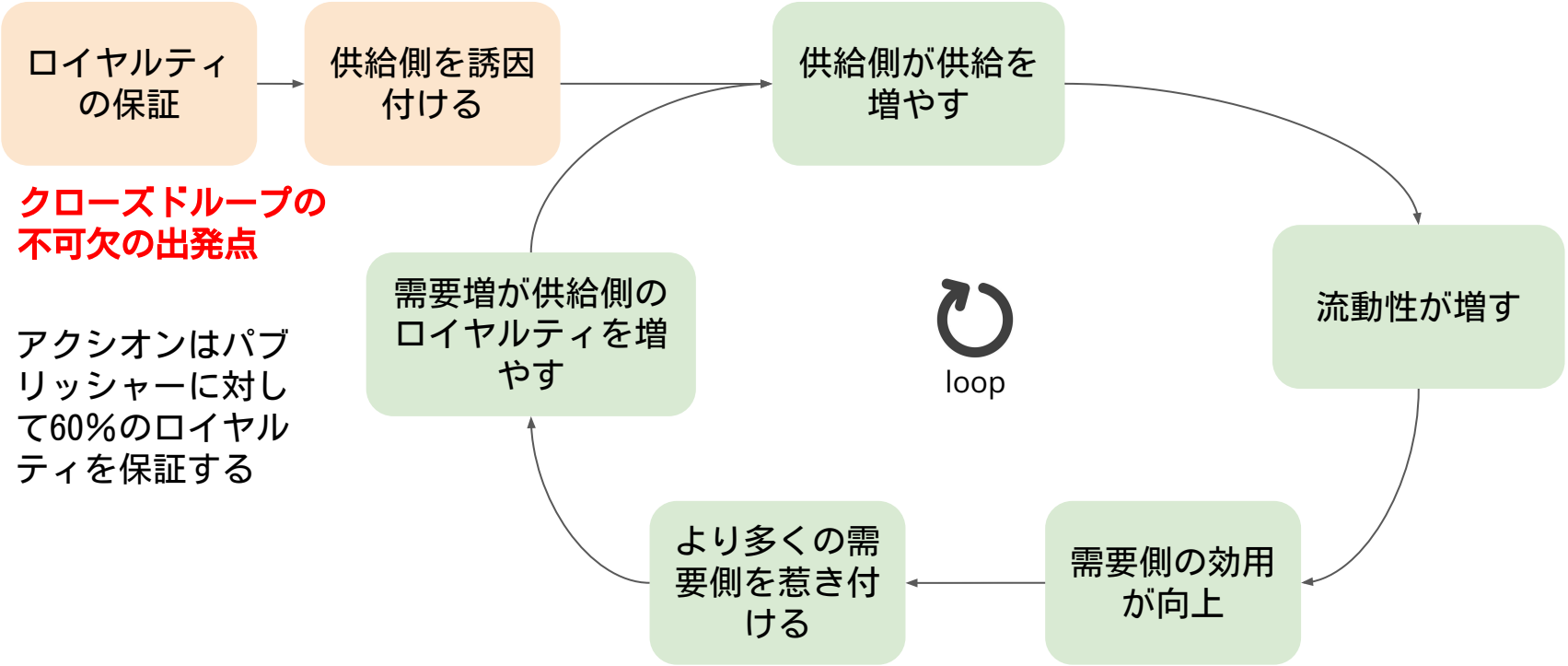
$$Axion\ Revenue \times \frac{Creator\ PV}{Axion\ Total\ PV}$$

  - 例）滞在時間を採用した収益分配

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

- 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ドライバー



クローズドループの不可欠の出発点

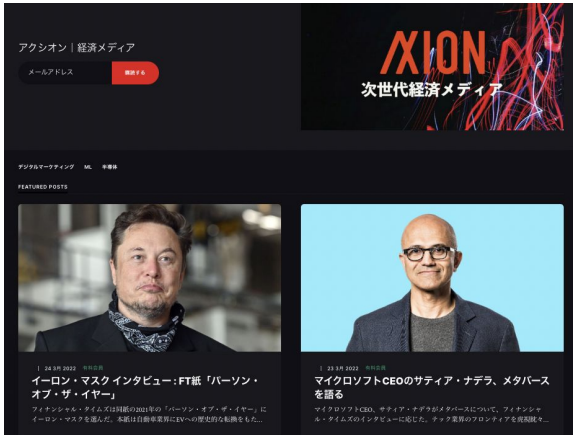
アクシオンはパブリッシャーに対して60%のロイヤルティを保証する

AXION

10. トラクション

PMFの初期段階を達成

ベータ版：ビジネスニュースサイトとして一定の成熟



英米の有力誌をコンテンツプロバイダーに。
毎月120本をキュレーション。

定期的な記事配信

- 月120本以上の一流海外メディア記事
- 月40本以上のオリジナル記事

粘着性の高い読者

- 4.5万月間ユーザー(MAU)＊1
- 読者層が高所得・高専門性・高職位者に集中(後述)＊2

＊1、21年10月5日～同11月4日。＊2020年ユーザー調査

https://www.axion.zone/

現状：MVP(最小限の製品)による検証が完了

- ブルームバーグ、英エコノミスト等の翻訳とオリジナルニュース分析による月次160本の供給に成功(*1)。
- 月間アクティブユーザー数（MAU）14万(*2)
- 有料購読者からサブスク収益獲得。解約率3.3%、LTVは

展開中のMVP＝ウェブアプリ

＊1: 2022年5月の試験時
＊2: 2022年9月の成績

異様な滞在時間の長さ

※2022年1月1日～同年5月4日、
Google Analyticsで計測

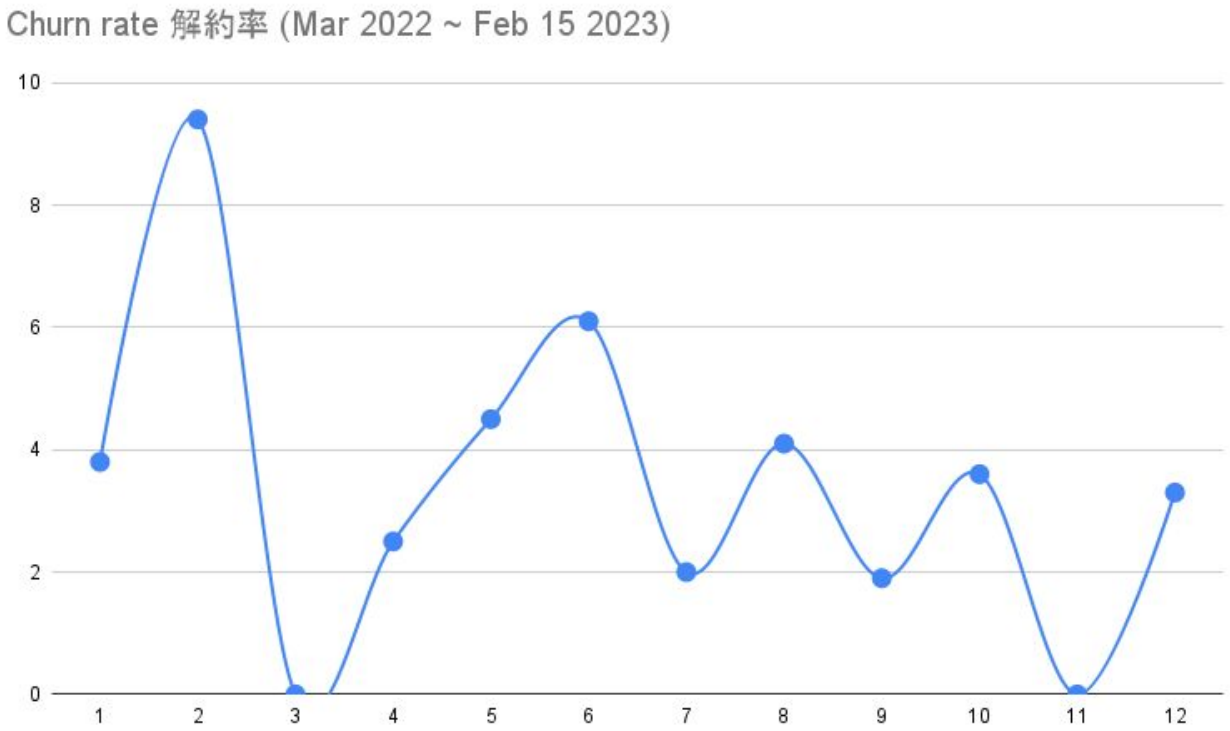
- アクシオンのロングテール記事は最長で29分38秒の平均ページ滞在時間を誇る。
- 平均10分以上読まれた記事は65記事。5分以上は318記事。

驚異的な長さ

「決定的なビジネス情報」の証左

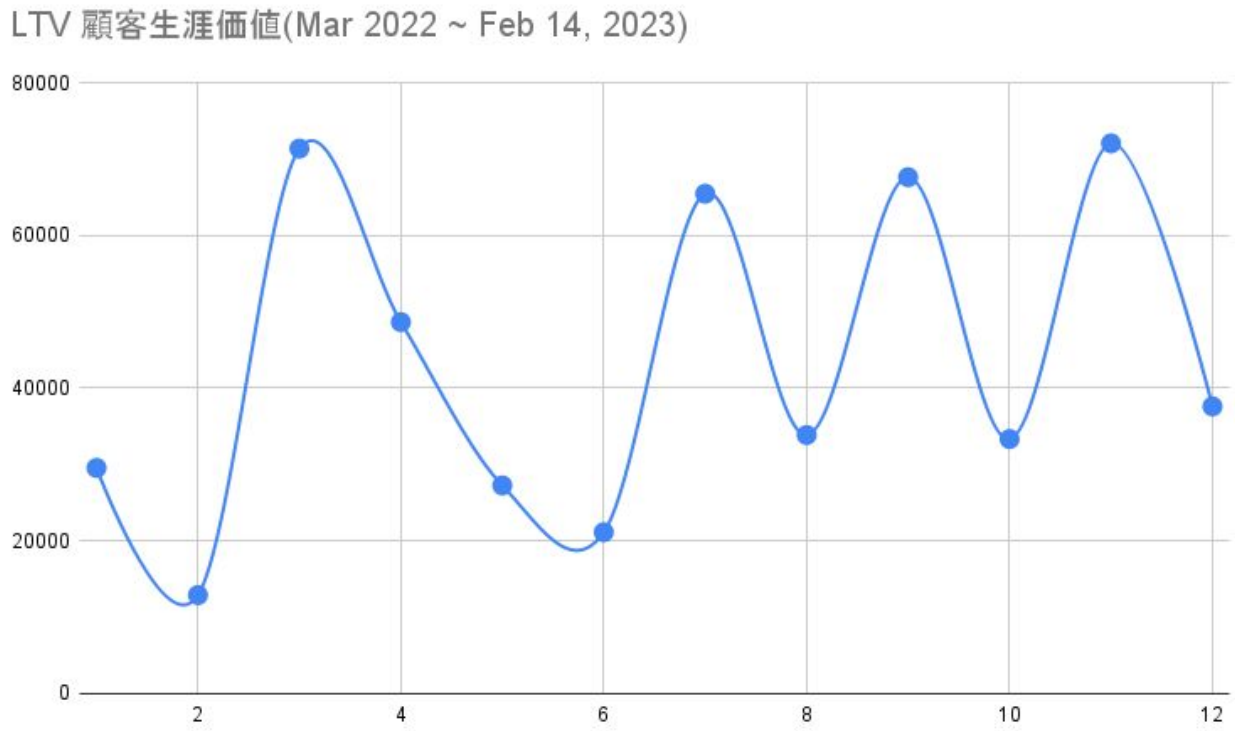
1.	/beat-the-dealer/	52 (0.06%)	51 (0.06%)	00:29:38
25.	/animals-unique-quantitative-approach/	42 (0.04%)	41 (0.05%)	00:17:37
26.	/a-man-for-all-market/	153 (0.16%)	145 (0.18%)	00:17:36
27.	/pinduoduo/	20 (0.02%)	18 (0.02%)	00:16:58
29.	/ai-is-throwing-battery-development-into-overdrive/	25 (0.03%)	25 (0.03%)	00:16:19
30.	/romeo-systemsno/	18 (0.02%)	17 (0.02%)	00:15:55
31.	/jd-logistics/	12 (0.01%)	12 (0.01%)	00:15:38
32.	/erc20tokunnoke-neng-xing-tosononetutowakuwai-bu-xing/	11 (0.01%)	9 (0.01%)	00:14:52
33.	/why-you-should-do-nlp-beyond-english/	35 (0.04%)	34 (0.04%)	00:14:40
35.	/rl-has-similarity-with-your-brain/	16 (0.02%)	15 (0.02%)	00:14:17
36.	/uber-money/	43 (0.05%)	39 (0.05%)	00:14:15
37.	/apple-likes-privacy/	11 (0.01%)	11 (0.01%)	00:14:04
38.	/super-surveillance-state/	171 (0.18%)	139 (0.17%)	00:13:41
39.	/88/	9 (0.01%)	8 (0.01%)	00:13:34
40.	/spac-lifecycle/	37 (0.04%)	35 (0.04%)	00:13:21
41.	/mechanism-design-and-indonesian-dectator-suharto/	34 (0.04%)	32 (0.04%)	00:13:17
42.	/offshore-wind-an-opportunity-for-cost-competitive-decarbonization-	29 (0.03%)	27 (0.03%)	00:13:12

極めて低い解約率



直近12ヶ月の平均解約率3.34%

非常に高い顧客生涯価値（LTV）



直近12ヶ月の平均LTVは¥43, 403

※LTVとは、顧客が入会し解約するまでに支払う平均的な金額。

コーホート別ユーザー継続率

Retention by cohort

Subscribers Revenue

Subscribed	Start value	Month 1	Month 2	Month 3	Month 4	Month 5	Month 6	Month 7	Month 8	Month 9	Month 10	Month 11	Month 12
Average	4.75	84%	76%	75%	74%	71%	71%	71%	71%	71%	64%	63%	60%
Feb 2022	5	80%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
Mar 2022	3	100%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	
Apr 2022	6	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%		
May 2022	3	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%			
Jun 2022	7	86%	86%	86%	86%	86%	86%	71%	71%				
Jul 2022	7	86%	71%	71%	71%	71%	71%	71%					
Aug 2022	7	71%	71%	71%	71%	57%	57%						
Sep 2022	3	67%	67%	67%	67%	67%							
Oct 2022	1	100%	100%	100%	100%								
Nov 2022	6	83%	83%	83%									
Dec 2022	3	100%	100%										
Jan 2023	6	100%											

有料購読者のロイヤルティはめっぽう高い

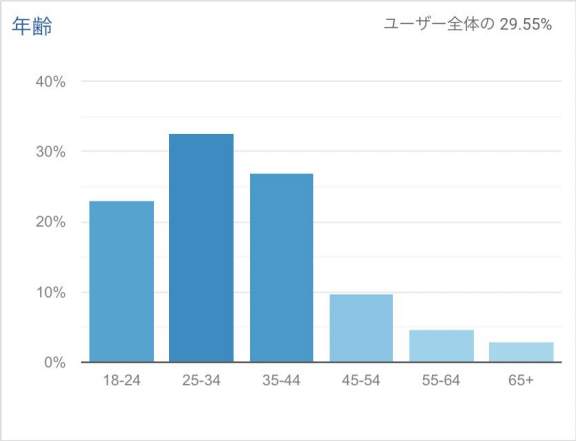
User Retention by Cohort (Mar 2022 - Feb 15, 2023)

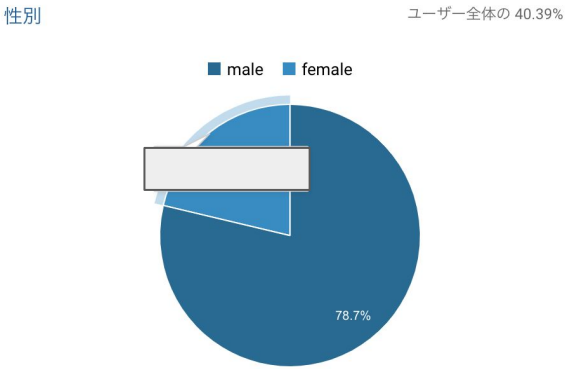
新聞に似た長期契約傾向
…製品と市場がフィット

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(次ページ)
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(付録)
5. ページ滞在時間3分13秒、深いエンゲージメントを示す(付録)。

課金可能性が高い・拡張可能





※2022年6月時点

高リテラシー層の利用

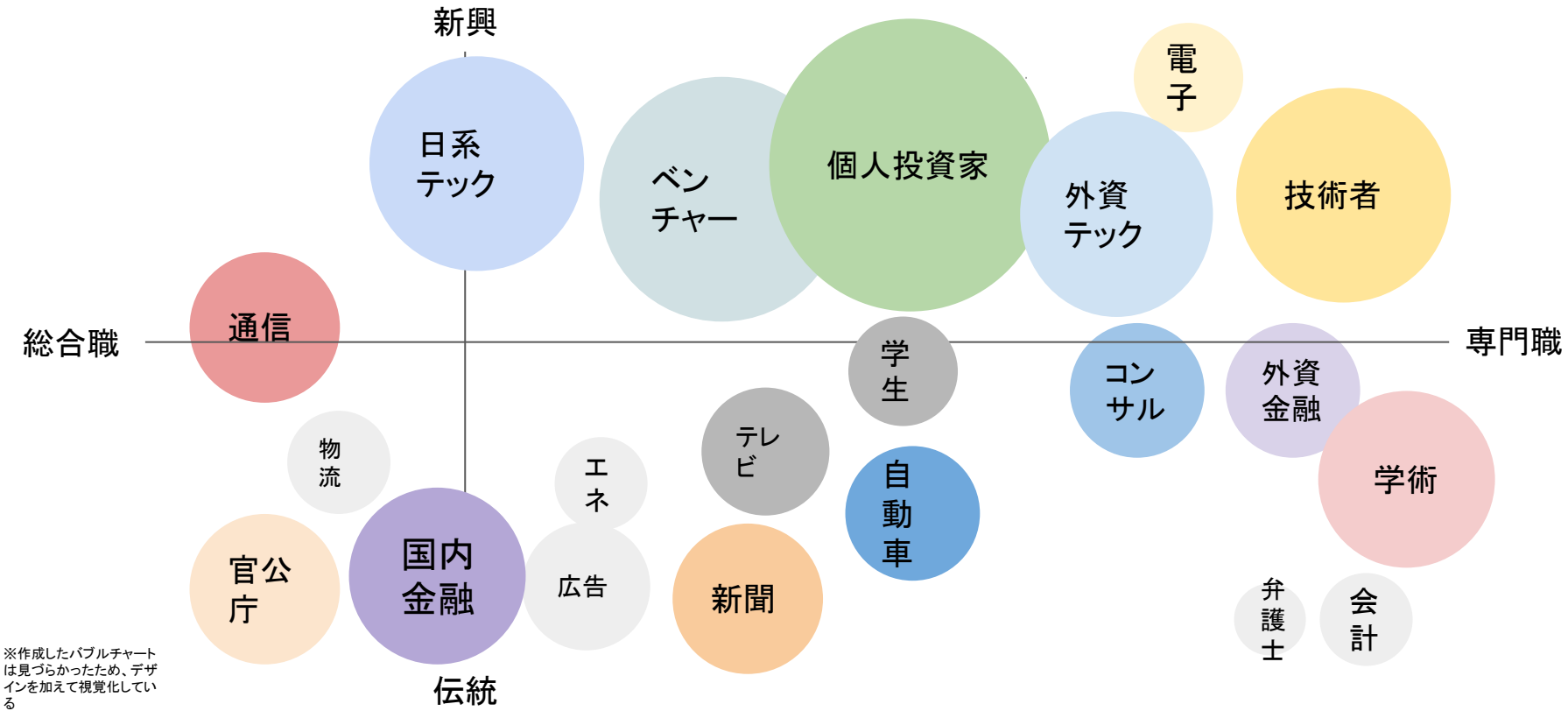
コンピュータを英語設定での閲覧が7.97%。
→英語環境で仕事する高リテラシー層が利用している

	言語	ユーザー	ユーザー（%）
1.	ja	31,635	78.58%
2.	ja-jp	4,876	12.11%
3.	en-us	2,690	6.68%
4.	en-gb	382	0.95%
5.	zh-cn	123	0.31%
6.	en	82	0.20%
7.	ko-kr	33	0.08%
8.	en-au	30	0.07%
9.	en-ca	30	0.07%
10.	(not set)	28	0.07%

レポート全体を見る

利用者層：富裕／高リテラシー

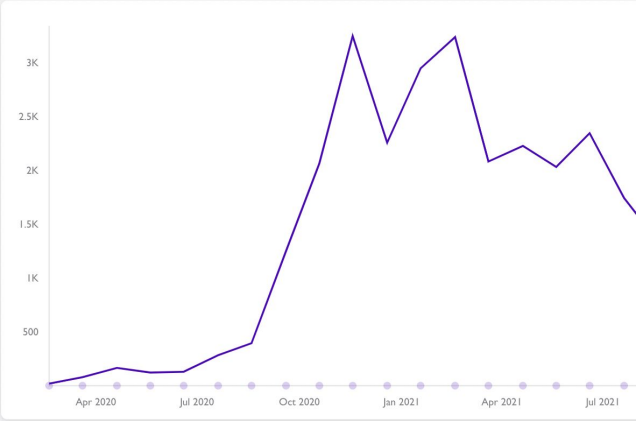
※無作為抽出した継続訪問ユーザー兼ニュースレター登録者400人を調査、バブルチャート化
※2020年1月～10月のAxionウェブサイトのデータ等を利用



※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

ポッドキャスト：ファンと個人投資家を引き寄せる

https://anchor.fm/axion-podcast



難解なトレンドを簡易に説明

- 週1の放送
- iPhone聴取が6割超

粘着性の高い読者

- 好調時の1回の平均聴取者800人
- 月3,000回再生以上の回も

※最近は忙しいので更新できていないですが再開予定

11. 資金使途

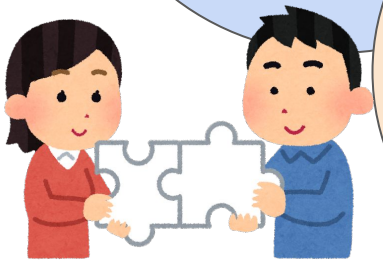
ミッシングピースをはめればユーザー獲得できる

最小限の製品

＋

コンテンツ獲得

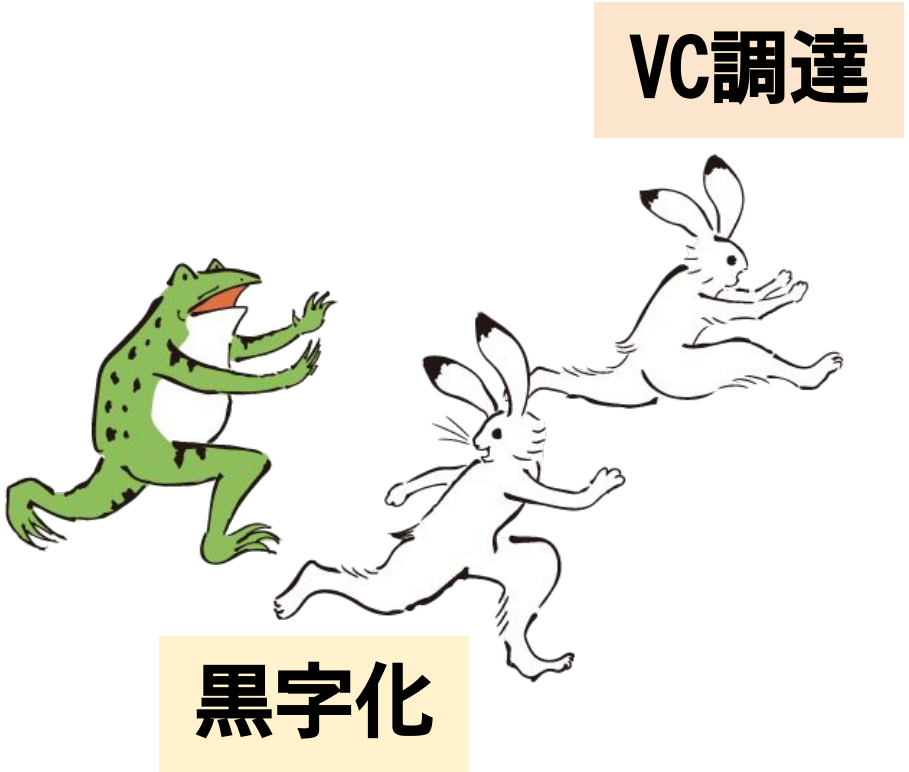
マーケティング



市場は検証済み！

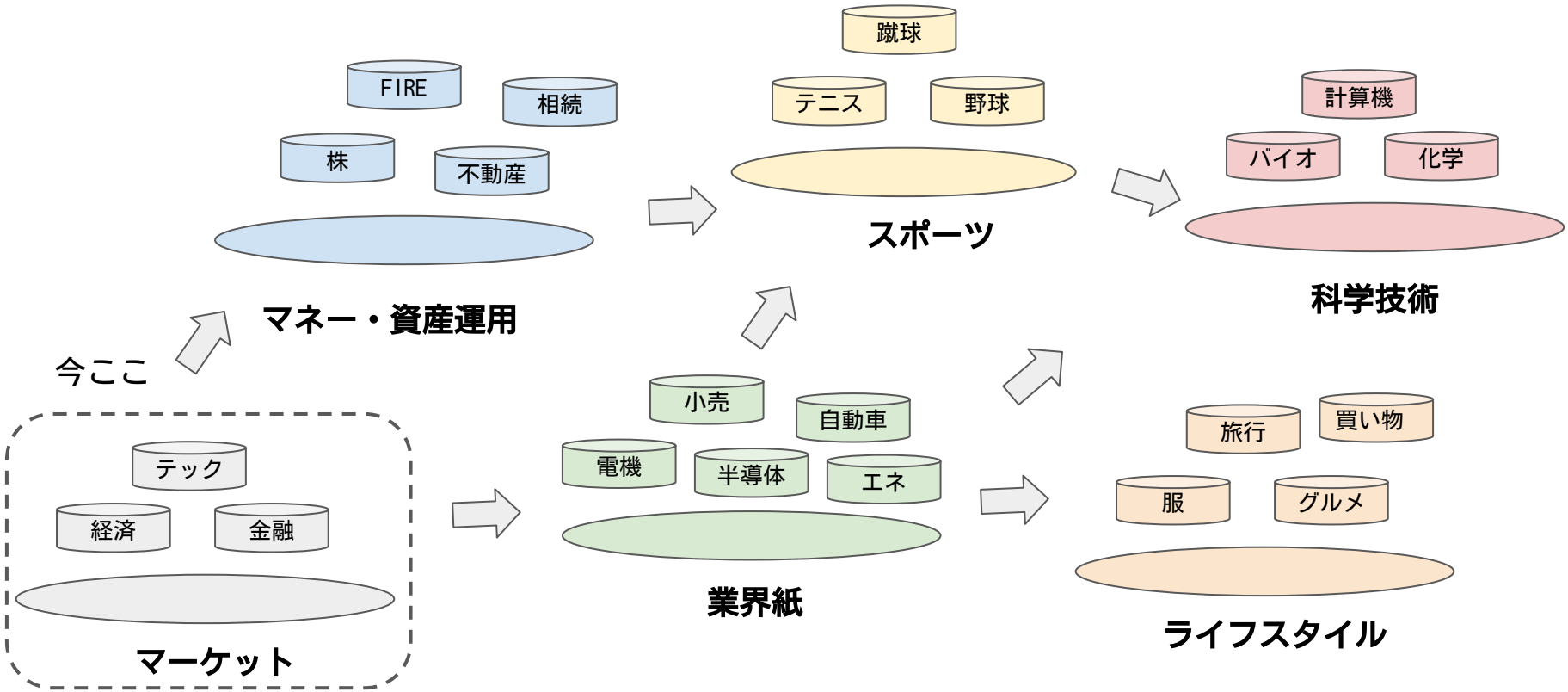
財務戦略：二兎を追う

超効率経営で黒字化を目指しつつVC調達を模索

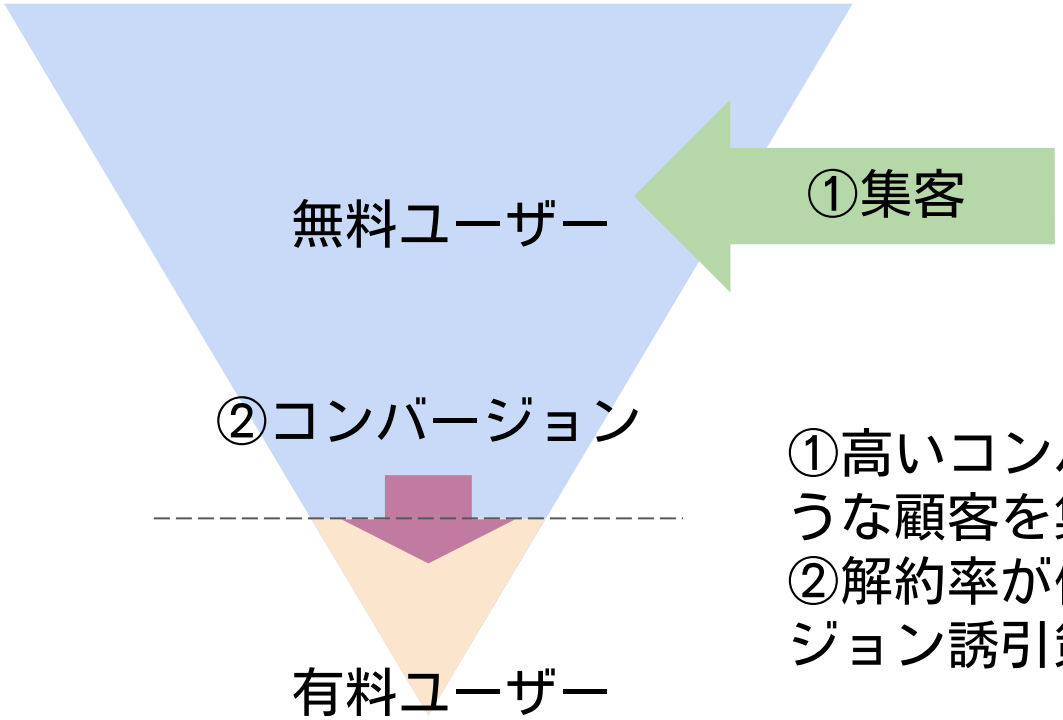


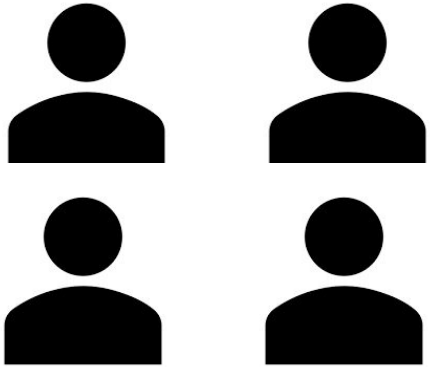
黒字化を保険にしつつVC投資を伺う

コンテンツカテゴリ拡大でコスト増



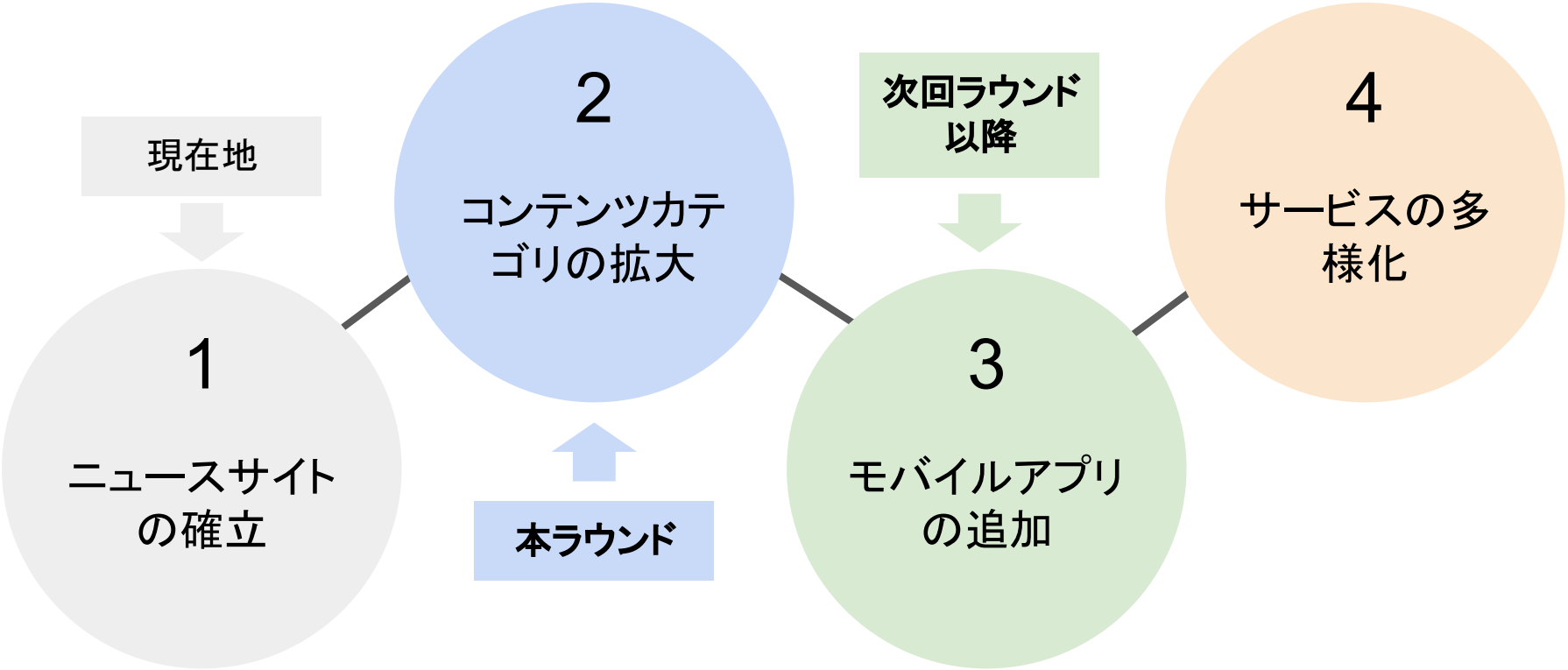
マーケティングのポイント





①高いコンバージョン確率を見込めそうな顧客を集客する
②解約率が低いため積極的なコンバージョン誘引策がとれる

日本を代表するコンテンツプラットフォームへの進化

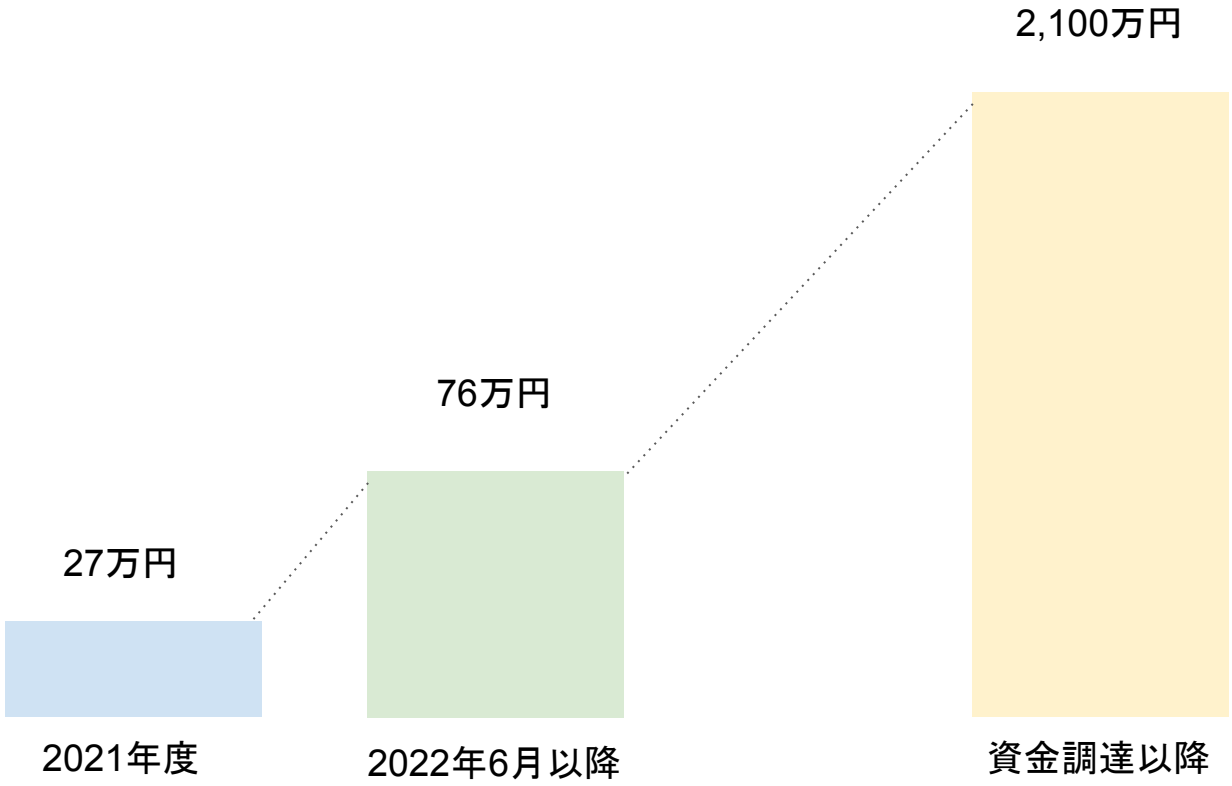


AXION

12. 財務

重要なこと以外にお金を使わない

月次資金燃焼（キャッシュバーン）



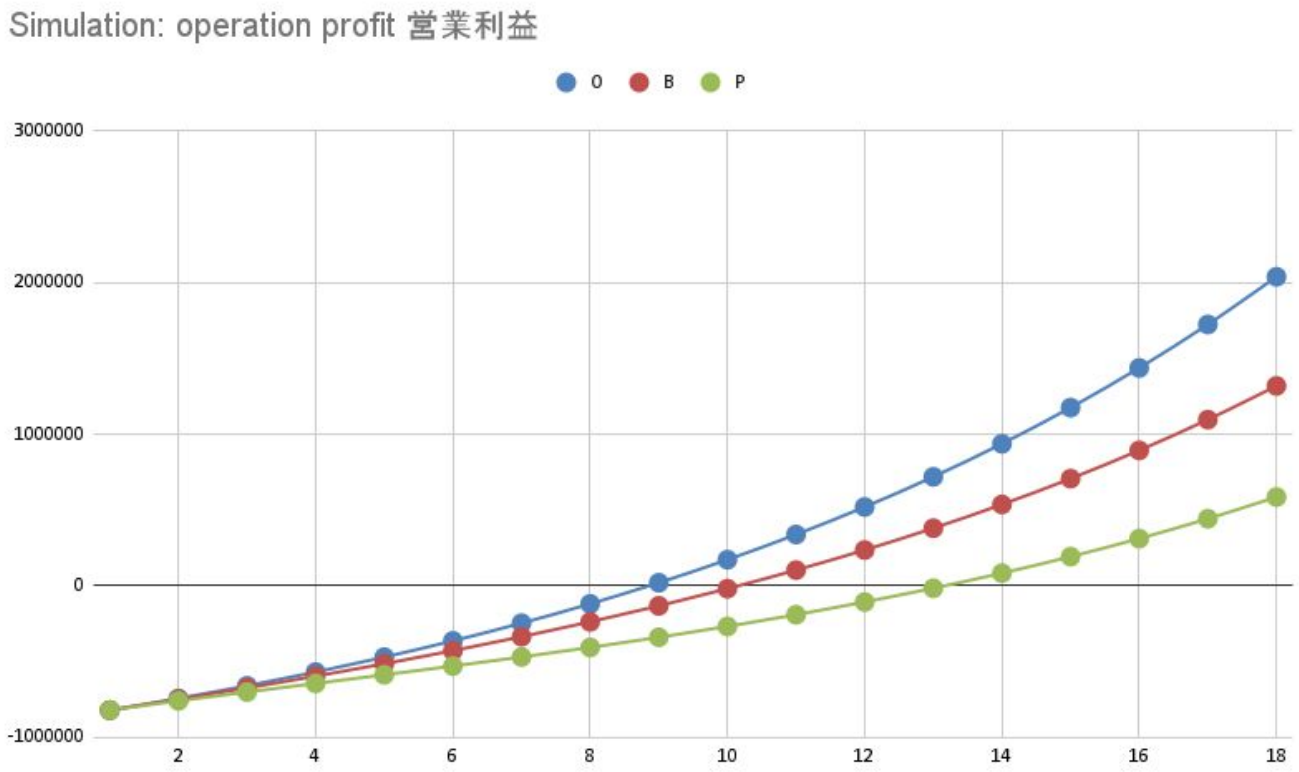
80万円

弊社の平均的な月次赤字（バーンレート）

財務シミュレーション

350万円の調達で黒字化の見込み

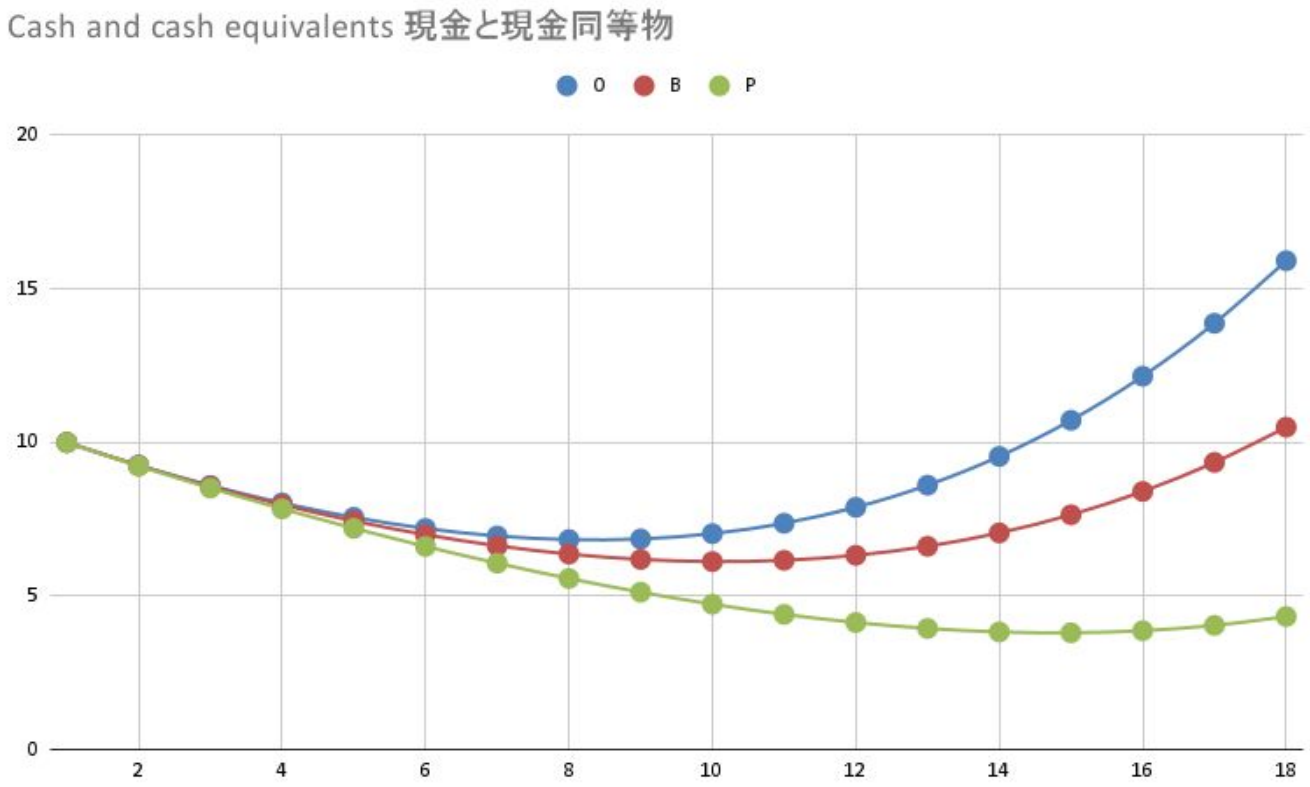
※2月14日時点の現金は650万円。350万円調達で現金合計は1,000万円に達する。



9ヶ月〜14ヶ月で損益分岐点を超える

https://docs.google.com/spreadsheets/d/14x6e4TfSIDg012sSDFXnk3RKLE9o0Cv2OVCMiB4uEPY/edit?usp=sharing

財務シミュレーション：営業利益



キャッシュショート回避見込み

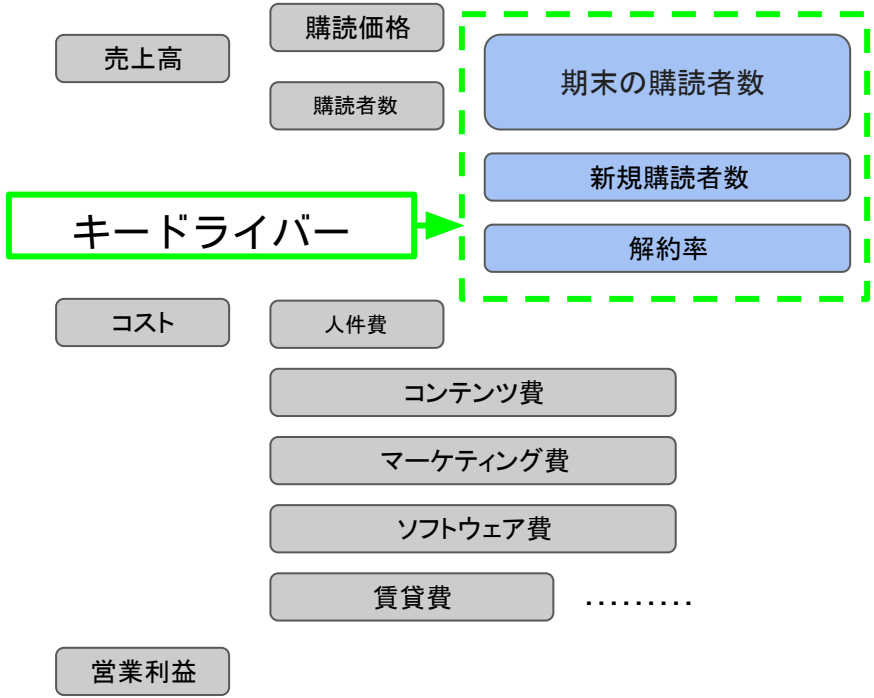
※2月14日時点の現金は650万円。350万円調達で現金合計は1,000万円

https://docs.google.com/spreadsheets/d/14x6e4TfSIDg012sSDFXnk3RKLE9o0Cv2OVCMiB4uEPY/edit?usp=sharing

財務シミュレーション：現金

シミュレーションの前提条件①

フィッシュボーン



ベンチマーク

A社	A	外注に依存。1,500円/月。加入者数10万人達成 解約率が低い
B社	B	9.99ドル/月 インハウスコンテンツ。編集スタッフは300人に達する。購読者数20万人以上
C社	C	40ドル／月 自社コンテンツ。22人の編集スタッフ。2年半で黒字化。

- A社は10人の編集者からなる小さなチームで 年3ヶ月で10,000人以上の購読者を獲得した。
- 米国でのサブスクメディアの財務の公開情報も利用しました。
- 従業員の雇用はあまり積極的には行わず、外部のコンテンツを利用することに主眼を置きます。

シミュレーションの前提条件②

3つのシナリオを想定

- 楽観シナリオ：解約率4%、有料会員数の成長強め
- ベースシナリオ：解約率6%、有料会員数の成長通常
- 悲観シナリオ：解約率8%、有料会員数の成長弱め

※注1:悲観シナリオでは最終月にコストカットを行っている
※注2:楽観シナリオでは弊社の認知や評判が劇的に高まることを想定している。

黒字化後の財務方針

負債調達とVC調達の両睨みで最も効果的なカネを探し続ける

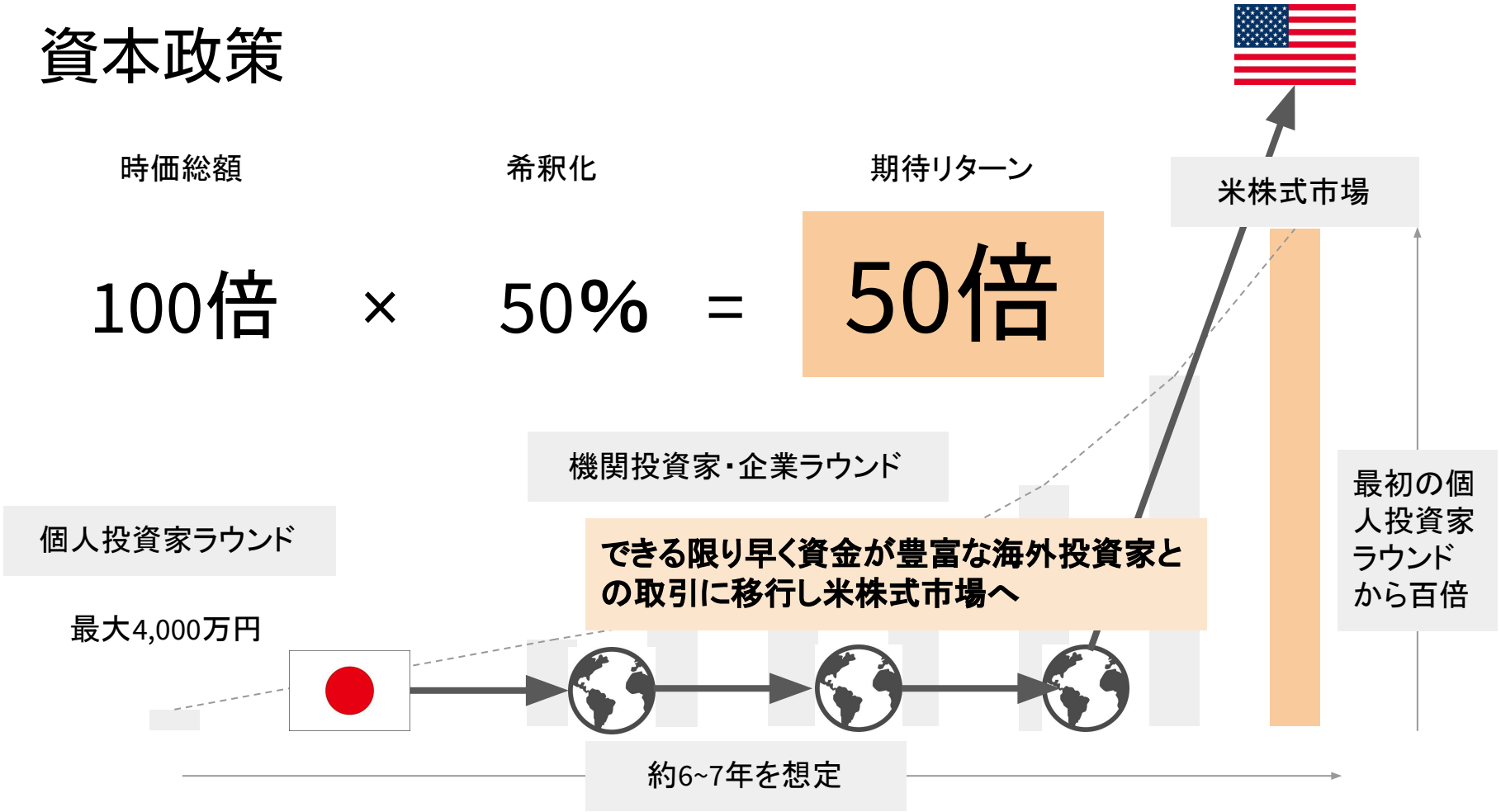
取引条件

- １口：５１万２,０００円
- 投資枠：６口：３５８万４，０００円
- 投資前企業価値：１６億４,０００万円
- 株価：１６,０００円

- A種類株：議決権なし（種類株主総会の排除）
- 反社会勢力ではないことの表明

資本政策

時価総額		希釈化		期待リターン
100倍	×	50%	=	50倍



バリュエーションの参照点①同業他社の2013年の取引

S

G

- G社はシリーズ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。
- G社の2013年4月の登録ユーザーが13万人(累計)。アクシオンの累計ユーザー数はこれ以上（38万9,095人、2022年5月5日時点）。
- S社のシリーズA（2013年7月31日）：41億8,860万円のバリュエーション、4億1,990万円を調達。

アクシオンは彼らより優れたトラクションとビジネスモデル、計画を持つ。ベンチャー投資もこの後大幅成長。当時の彼らのような無駄な人員を持たない。

⇒

弊社は彼らより高く取引されるべきだ

バリュエーションの参照点②欧州の類似企業の企業価値

2022年4月26日、ベルリンに本拠を置くInformedは合計500万ユーロ(6億8710万円）の出資を受けた。

推定される投資後バリュエーションは30億～50億ユーロ(約41億～69億円)

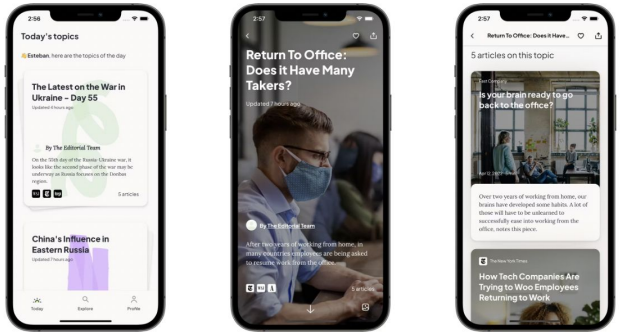
アクシオンはすでにプロダクトがあり、トラクションがあり、経常収益を生み出している。

⇨ 彼らより高く取引されるべき

informed.

📱 Mock-ups

Screens from the app, in particular from left to right: **Today's Topics tab**, **Topic view**, **Article List in a topic**, **Audio play for an article**, **Bookmarks for articles and topics** in a user's profile and **Most read section** in the explore tab



バリュエーションの参照点③国内同業の企業価値

2021年8月2日に同業他社Pが3億円を資金調達したと発表。調達時、Pにはプロダクトと製作能力がなかった。

推定される投資後バリュエーションは20億～30億円

アクシオンはPとは異なりすでにプロダクトがありトラクションを示している。Pのような無駄な授業員もいない。

⇨ 彼らより高く取引されるべき

N社と酷似したP社

プランB

- 負債 and / or 株式投資型クラウドファンディング
- 個人投資家行脚

プランC

- 会社休眠
- 吉田が2,3年会社員
- 富裕層、企業関係者との人脈を形成した後、再スタート

AXION

13. チーム

5月16日～6月

現状のチーム：創業者・吉田のワンオペ

①ネット企業経営スキルがオールインワン

- コンテンツ製作・SW開発・ビジネス・ファイナンス・経理・法務・業界知識等の必要スキルを包括的に備える
- 英語、インドネシア語がビジネスレベルの話者。国際的な組織の形成と海外展開に有利

②突出した経歴

- インドネシアでの燃料補助金汚職疑惑に関する国際的スクープ
- イ大統領選挙の情勢分析で日本の政府機関と商社の数百人をたった1人で圧倒
- 米メディアDIGIDAYの日本版の成功で決定的役割を果たす

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 アクシオン 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（インドネシア）
2005年～2010年 早大政治経済学部政治学科
2001年～2004年 埼玉県立浦和高等学校

詳しくはこちら
Profile web page is here.

ワンオペを組織化すれば100億円の価値は即座に達成可能

経理

経営

マーケティング

ソフトウェアエンジニアリング

渉外

まさかのワンオペ

役員報酬: 8万円！

代表取締役: 吉田拓史

デザイン

動画・ポッドキャスト制作

法務

記事執筆・翻訳

スポーツチームのやり方で会社を作る

吉田を基点に国内最強のチームを作る。代表・吉田㊨はテクノロジージャンルの国内ベスト記者。

- 一流レベルの著者は雇用する
- 基本はコンテンツの外部調達

AXION

14. ビジョン

ビジョン

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

ビジョンのブログ:
https://www.axion.zone/why-i-set-such-a-vision-get-humanity-free-from-any-constraints-optimize-their-pursuit-of-happiness/

会社情報

要点

- 代表・吉田拓史が株式の97%を保有、他株主十数人
- 代表・吉田が議決権の99％を保持

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17日
- 役員 代表取締役 吉田拓史
- 資本金 ２２４１万６２７０円
- 従業員数 1人
- 事業内容 インターネットサービス事業
- 詳しくは https://www.axion.zone/company/

追加情報

- 過去三期の決算書などIR: https://www.axion.zone/ir/
- 2021年度の決算公告(4月): https://www.axion.zone/20213-20222/
- ウェブサイト: https://www.axion.zone/
- Yotube Channel: https://www.youtube.com/channel/UC-Hpr_y-D5DIt7H95Xbq91Q
- Note: https://note.com/yoshi_axion

15. 付録

十分な滞在時間 (2020年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（パースエーシブデザイン）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ースト制をもたらした	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

記事滞在時間上位ランキング 1–5月

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

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 (2020年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	バ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出せよ、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	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グラブ、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、中國	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。

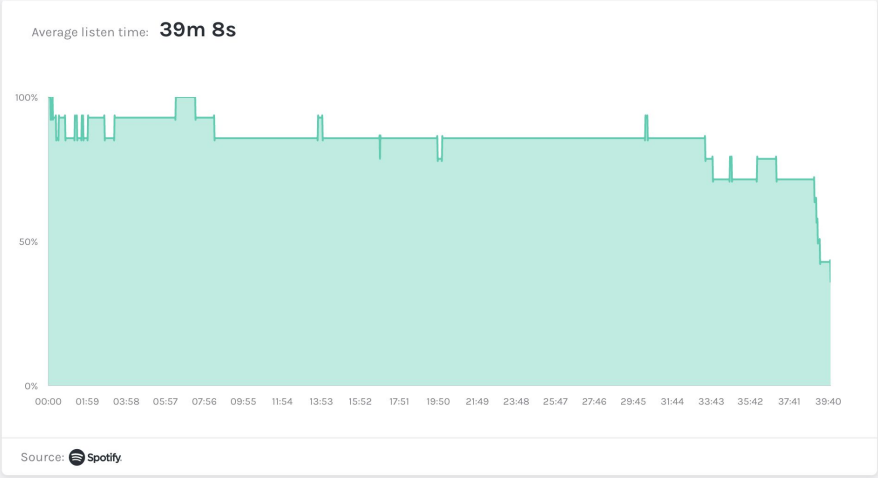
層が厚くなった。

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

広く深い "製品ユーザー適合" を達成 (2020年11月)

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

ロイヤルなリスナー

長い読了時間

カテゴリの拡大

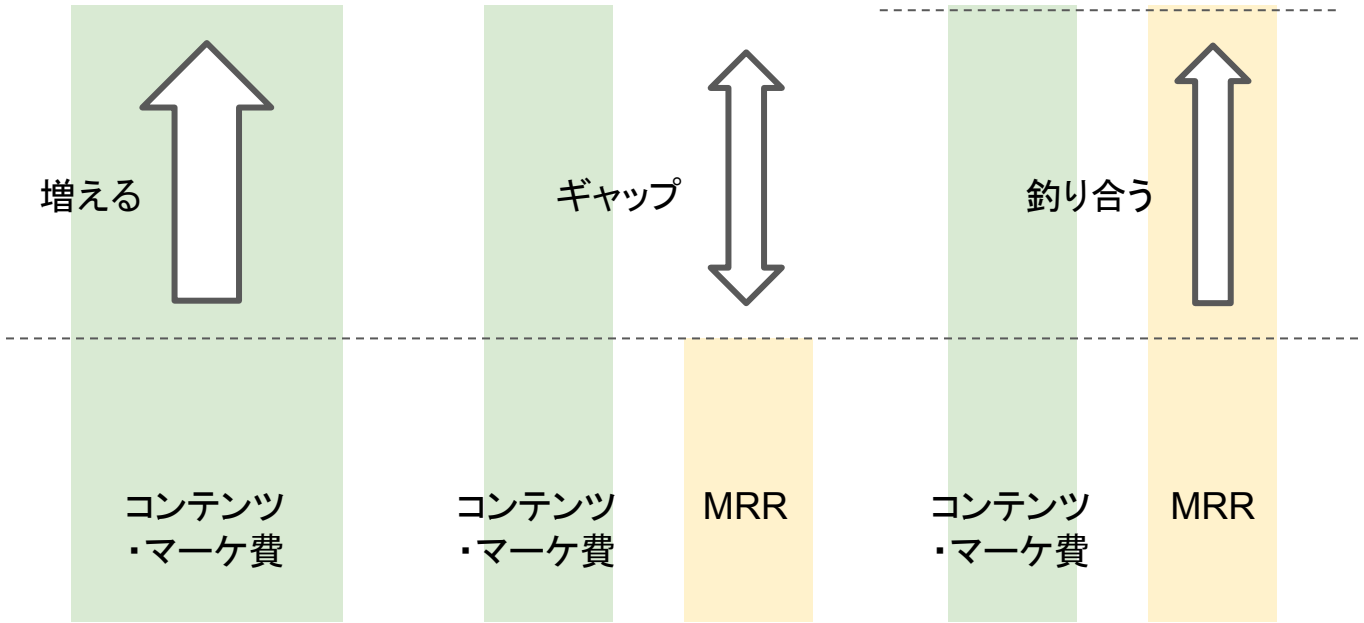
製品ユーザー適合がより広い範囲に渡り、同時に深化した

コンテンツ費用とMRRのバランス

①
獲得コンテンツを増やす

②
MRRとコンテンツ費に
ギャップが生じる

③
MRRを増やし費用と釣り合
わせようとする



①②③を繰り返す

※MRR: 月次経常収益