

no+e

事業計画及び 成長可能性に関する事項

2024.1.26 note株式会社（東証グロース：5243）



目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix

目次

- 01 **会社概要**
- 02 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix

会社概要

設立

2011年12月8日

従業員数

161名（2023年11月時点）

* 正社員及び契約社員の合算であり、取締役・臨時雇用者は含まない

事業内容

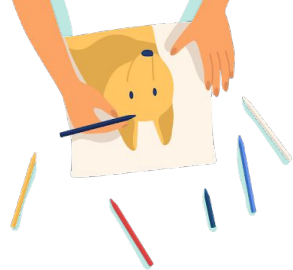
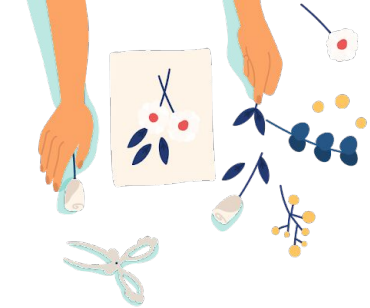
C2Cメディアプラットフォーム「note」、
メディアSaaS「note pro」

所在地

東京都千代田区麹町6-6-2

主な株主





note のミッション

**だれもが創作をはじめ、
続けられるようにする。**



創業者



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。



創業の経緯

出版やテレビなど既存メディアが抱える課題と、インターネットにおける創作活動の課題を解決するために創業。

出版やテレビなど既存メディアの課題

- インターネットの発展により**収益力が低下**
- **収益性が見込める作品**しか発表できない

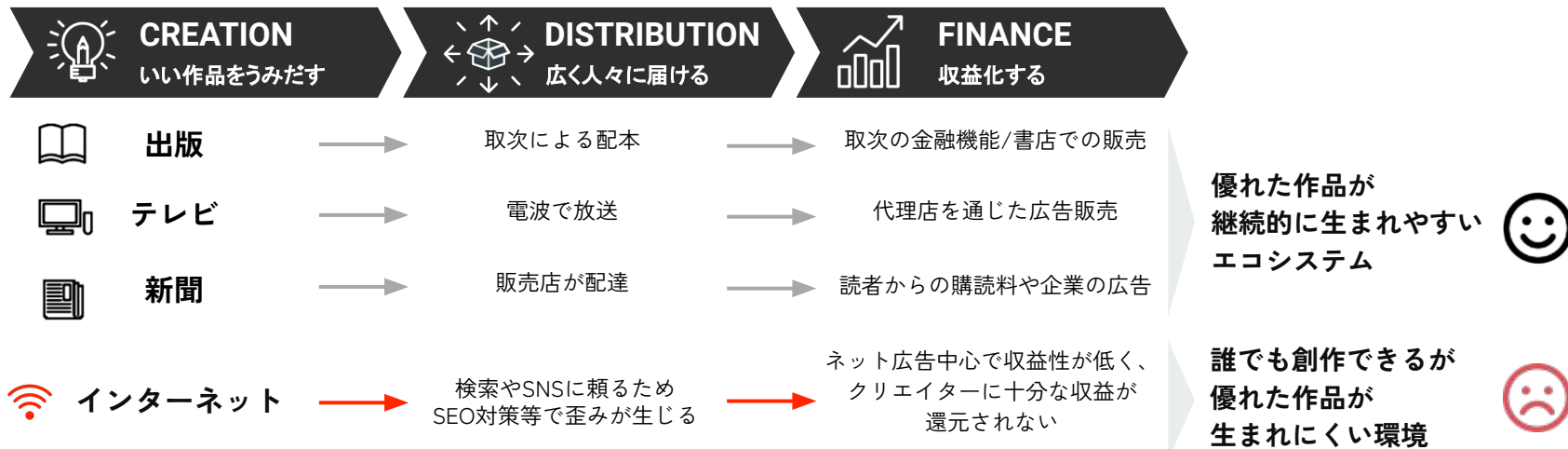
インターネットにおける創作活動の課題

- **広告収入が中心**で十分な対価が得られない
- PV稼ぎ目的の**炎上やフェイクニュース**が問題に

クリエイターがインターネットで**安心安全に作品を発表でき、**
創作活動に見合った対価を得ることができる仕組みをつくるために創業

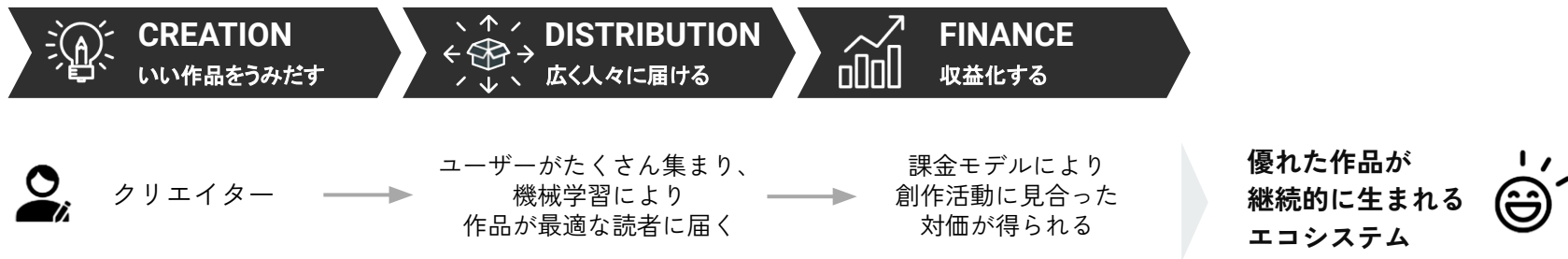
インターネットにおける創作を取り巻く課題

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

マネジメントチーム（取締役）



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、株式会社カカオコムの新規事業責任者や経営企画部長を経験。その後PEファンド投資先の美容室チェーンのCFO兼CAOを経て、現職。noteでは、戦略・財務を中心に、コーポレート系全般を統括。



社外取締役 田邊 美智子

公認会計士。岐阜県生まれ。慶應義塾大学経済学部卒業。2008年公認会計士登録。有限責任監査法人トーマツにおいてIPO支援業務及び法定監査を中心とした様々な業務に従事。2019年1月より独立し、内部統制助言、開示書類作成等のサービスを提供している。



社外取締役 水野 祐

弁護士（シティライツ法律事務所）。Creative Commons Japan理事。Arts and Law理事。東京大学大学院・慶應義塾大学SFC非常勤講師。リーガルデザイン・ラボ主宰。グッドデザイン賞審査員。著作に『法のデザイン -創造性とイノベーションは法によって加速する』など。



社外取締役 竹川 美奈子

大学卒業後、出版社、新聞社勤務を経て独立し、2000年FP資格を取得。2010年12月よりLINE MAP合同会社 代表に就任（現任）、ファイナンシャル・ジャーナリストとして活動。金融庁 金融審議会「市場ワーキング・グループ」委員（2016年7月～2020年8月）、同「長期・積立・分散投資に資する投資信託に関するワーキング・グループ」委員（2017年2～3月）、同「顧客本位タスクフォース」委員（2022年9月～現任）などを務める。

マネジメントチーム（CxO・執行役員）



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。



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、新規事業開発などを担当。



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リーステージのIT企業中心に投資活動を行う。2009年にベンチャー企業のファイナンスと経営管理をサポートするため独立、複数のベンチャー企業の支援を行う。2012年10月より当社に参画し2013年5月より現職。

note社の強み

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



Creative

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

クリエイターの創作活動を強かにエンパワーメント



Design

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

優れたUI/UXが競争優位性を創出



Technology

大手IT企業やテクノロジー系スタートアップ出身の技術者を多数抱える。

コンテンツの流通・収益化を支える仕組みを実現

目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要**
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 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。

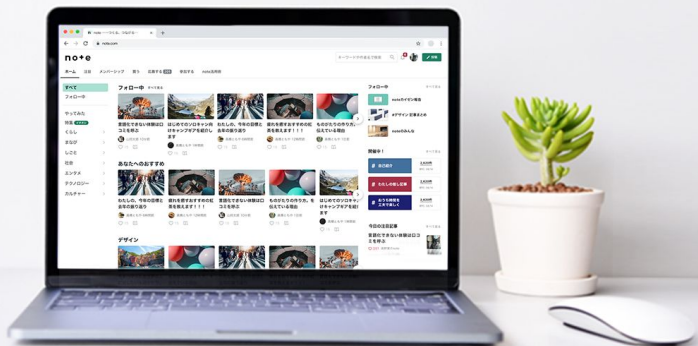
note PRO

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 **5,145 万**

累計会員登録者 **733 万人**

公開コンテンツ数 **3,986 万件**

年間流通総額（税込） **137 億円**


* 2023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・購買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 / 自宅 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...



リアル頑張ってる途中neo
THE MOVIE #64 予告編
リアル頑張ってる途中neoより
“〇〇”って、触ってみると
“〇〇”スベスベなんです！

00:25

vimeo

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



「ちゃんと思慮しとかなないと」

「外で恥かきぞ」

「意識ですね」

「し...な...や...や...や...」

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

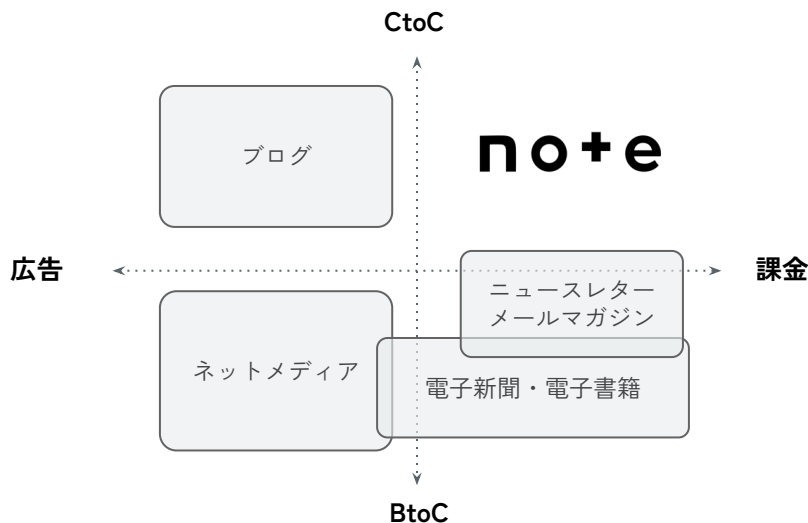
10355 Bytes
ファイルダウンロードについて

[ダウンロード](#)

データファイル

「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

noteが生み出すコンテンツの新しい価値

コンテンツを広く届けようとする場合、物理的に流通しやすいパッケージである必要があるため、本のように形式や価格に制約が生じる。一方で、noteではより自由な形式・自由な価格設定でコンテンツを発表することができる。

<書籍とnoteコンテンツの比較>

	形式	価格	価値
書籍	200~300ページ程度の冊子	1,000~2,000円程度	一般的な知識が得られる
noteのコンテンツ	形式に制限がない (データファイル、動画、音声等)	自由に設定できる	タイムリー性が高い ニッチな情報も知ることができる

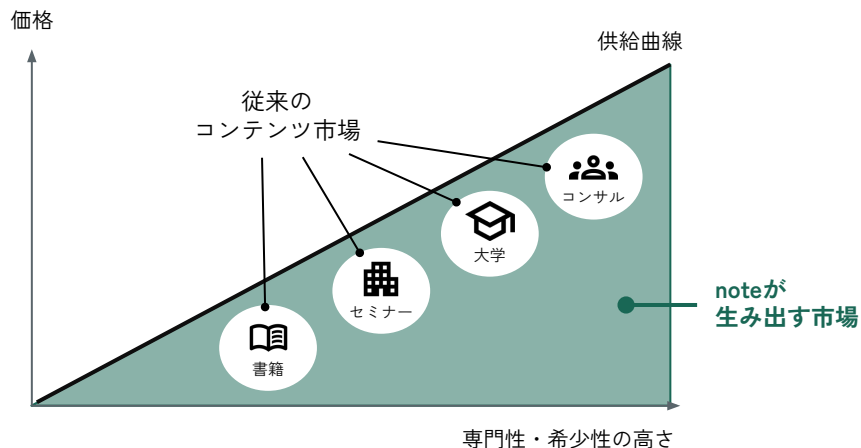


noteであれば、より幅広い情報をコンテンツとして流通させることが可能に

noteが生み出すコンテンツの新たな市場

従来のコンテンツには提供形式・提供方法・価格設定に制約があり、コンテンツの内容やクリエイターが限定されていた。noteはこうした制約がなく、あらゆるコンテンツが自由な価格・形式で流通可能となり、新たな市場を創出。

< コンテンツ市場の全体イメージ >



- 一般的に、専門性・希少性が高いほどコンテンツの価格は高くなる
- 従来のコンテンツ市場は制約が多く、市場が限定されていた
 - 提供パッケージや流通網に物理的な制約がある
 - 上記の制約から、提供方法が限定され、価格設定にも制約が生じる
 - その制約の上で商業化できるコンテンツ・クリエイターは限られ、潜在的なコンテンツ市場が顕在化されない。
- noteは制約がなく、あらゆるコンテンツの流通を可能に
 - コンテンツの提供方法・提供量に制約がない
 - クリエイターが自由に価格設定可能
 - 需要が小さいニッチな分野でも提供可能
 - ファンがクリエイターを直接支援することも可能

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（2023年5月時点）

法人による利用

法人のnote・note proアカウント数^{※2}

31,000件超

よろこびがつなく世界へ




文藝春秋







yappli



※2 数値は2023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 421

自治体 163

中央省庁・
独立行政法人 29

※3 note pro無償提供件数（2023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、2023年度の年間流通総額は137億円に。2023年の年間売上では上位1,000人の平均売上が1,000万円を超え、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

2023年11月期

13,719 百万円

クリエイターの売上

2023年11月期
上位1,000人の平均年間売上

1,071 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}

2,547 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 2023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、26,000人超※のファンが参加するコミュニティを形成。



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

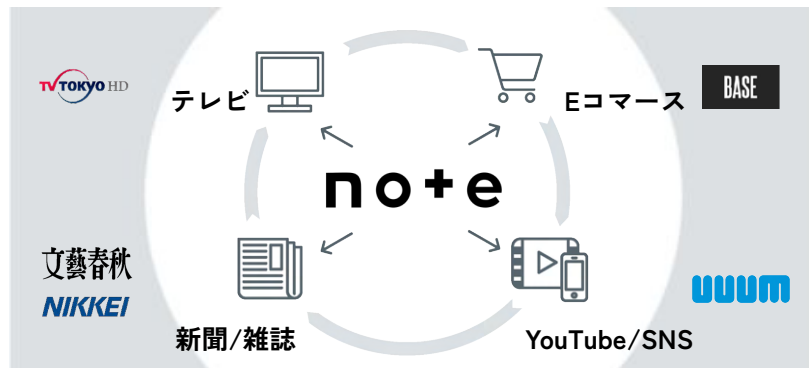
Twitter

- 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ンネルでさらに拡がることで活動機会の増加につながるとともに、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



メディアと連携したコンテストの取り組み



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※

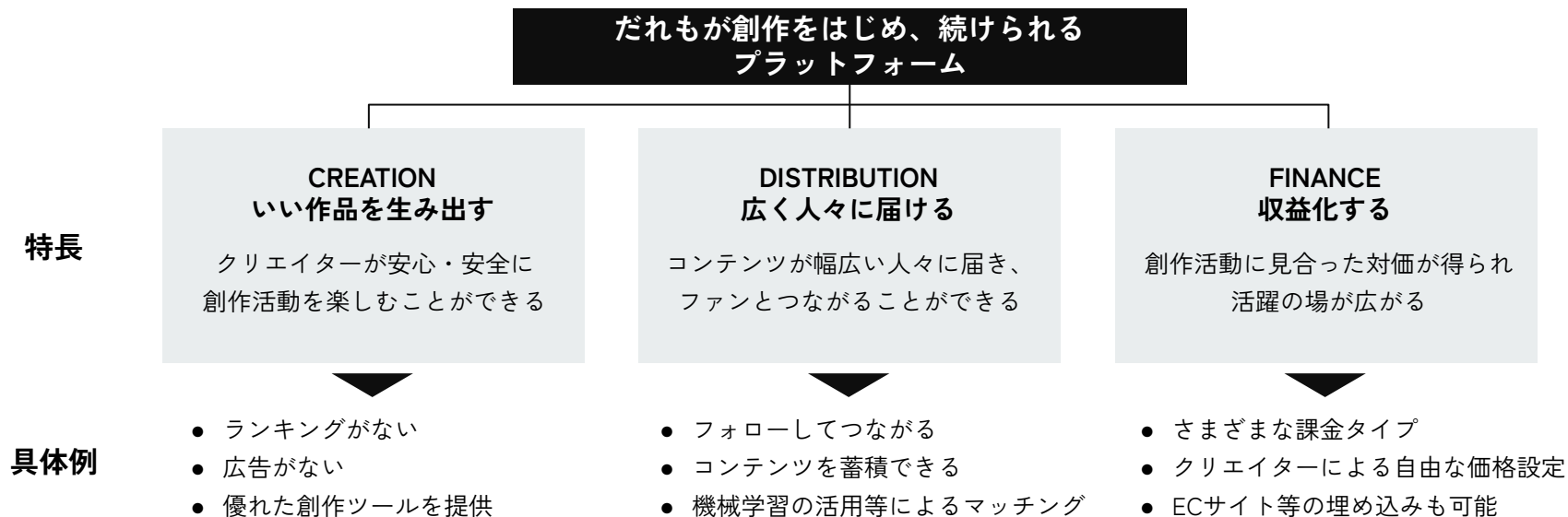
累計 **268** 作品



※ 2024年1月11日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がクリエイターに選ばれる理由

だれもが創作をはじめ、続けるために必要な、CREATION、DISTRIBUTION、FINANCEの3つの要素を備えていることが特長。



① CREATION：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を構築している。



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。



優れた創作ツールを提供

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。

②DISTRIBUTION：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。



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。



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。

③FINANCE：創作活動の対価が得られる

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



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



鮨ほり川・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



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 **734** 件

初期費用 **¥0**

料金体系 月額 **¥80,000**

- * 2023年11月末時点
- * 2023年2月1日より月額利用料を5万円（税抜）から8万円（税抜）に改定。ただし、既存契約分は料金改定の対象外。

note proの提供する価値

法人の情報発信は、発信する場所の構築から情報を人に届けるまでの各プロセスごとに課題があり、負担が大きい。これらの課題を一気通貫で解決し、効率よくビジネス成果につなげるのが、note proの提供する価値。

法人が抱える課題

サイト構築

自社ブランドを反映したサイト構築は手間がかかり、サーバー等の維持コストも発生

コンテンツ制作

企業の魅力を伝える一貫したコンテンツ制作には創造力と時間が必要

集客

適切なターゲットに届けること、関係を築くことが難しい

成果測定

効果を正確に評価し、ビジネス目標に結びつけられない

note proの提供する価値

簡単なウェブサイト構築

サーバー不要、直感的なUIで誰でも簡単に利用可能

コンテンツ制作のサポート

AIと専門スタッフがコンテンツ制作を支援

ターゲットにリーチし関係構築

MAU約5,100万のnoteで適切なターゲットに直接リーチ

成果の見える化

分析機能により、情報発信の成果が明確に把握可能

法人向け機能をnote proとして提供

具体的には、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機能の一部	note	note PRO
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		✓ (審査あり)
	メニューのカスタマイズ		✓
	お知らせ枠の設定		✓
コンテンツ制作	無料記事・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		✓
	メンバー権限管理機能		✓
	note AI アシスタント (β)	✓ (月5回まで)	✓ (無制限)
	なんでも相談会		✓
契約法人コミュニティ/契約法人勉強会		✓	
集客	編集パートナー制度のご紹介		✓
	noteトップ優先表示機能		✓
成果測定	ダッシュボード	✓	✓
	note proアナリティクスβ		✓

法人の情報発信をサポートし、ビジネス成果につなげる機能

法人の情報発信をサポートするだけでなく、ビジネス成果にもつながる機能を随時拡充。

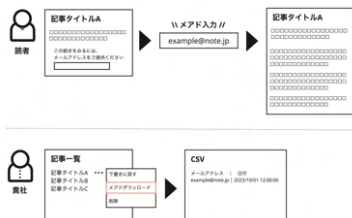
「AIアシスタントβ」 法人向け機能の提供

ChatGPTを活用し効率よく記事を書ける機能「AIアシスタントβ」において、法人向けの特別機能を用意。

- ビジネス用テンプレートの活用
 - プレスリリースの構成
 - 求人募集
 - メルマガの構成
 - 会議のアジェンダ
 - 会議の議事録
 - FAQの雛形
 - イベント告知
- 炎上リスクの確認

メールアドレス 取得機能の導入

記事を読むときに、任意の段落から先を読むのにメールアドレスを入力してもらうことで、noteプロユーザーがその情報を得られるように。



「アナリティクスβ」 分析機能の強化

記事内にあるリンクURLのクリック数、クリック率がわかるようになり、記事の送客効果を細かく把握できるように。

A screenshot of the analytics interface showing a table of link click data. The table has columns for 'URL', 'クリック数' (Click Count), and 'クリック率' (Click Rate). The data is as follows:

URL	クリック数	クリック率
	135	6.79%
	12	0.6%
	6	0.3%
	6	0.3%
	6	0.3%
	5	0.25%
	5	0.25%
	1	0.05%

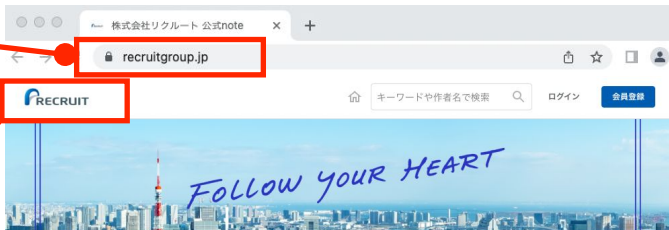
「自社サイトモードβ」 機能の導入

他ユーザーへの導線などnote特有の仕様を一括非表示にすることで、訪問者を自社のコンテンツに集中させ、記事間の回遊を今以上に促進できるように。



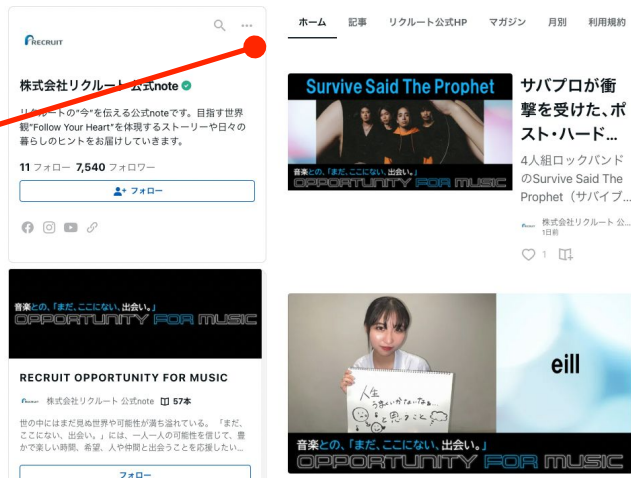
note proの仕様例

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

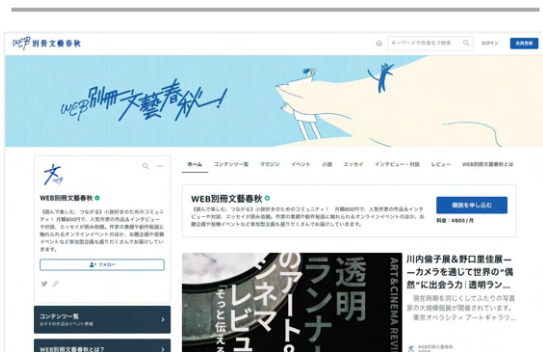


コンテンツ販売も
noteと同様に可能

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

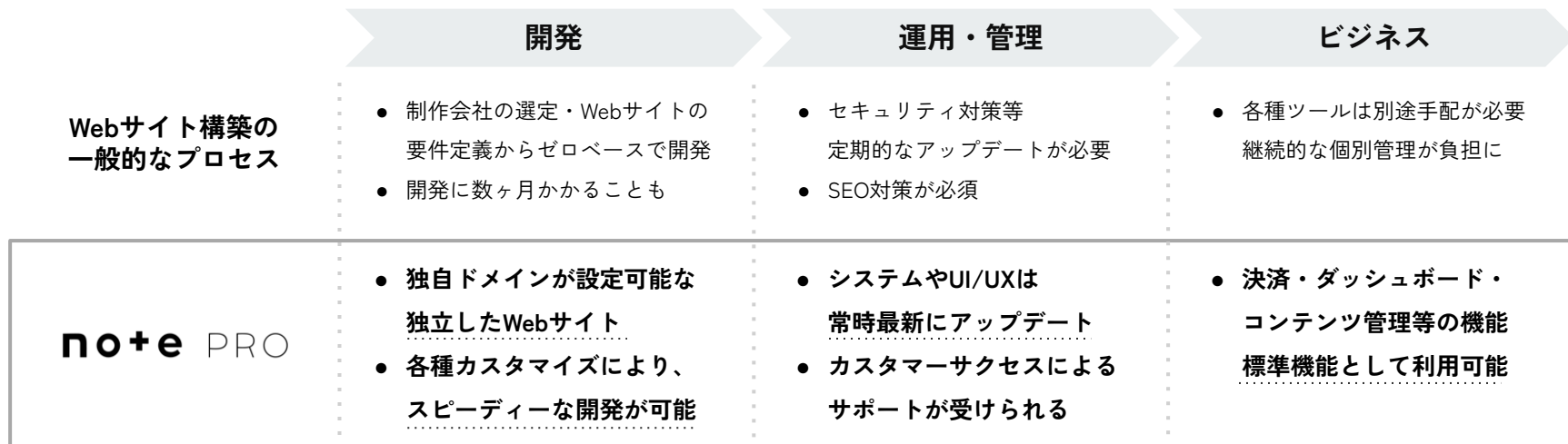


株式会社ベーシック

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。

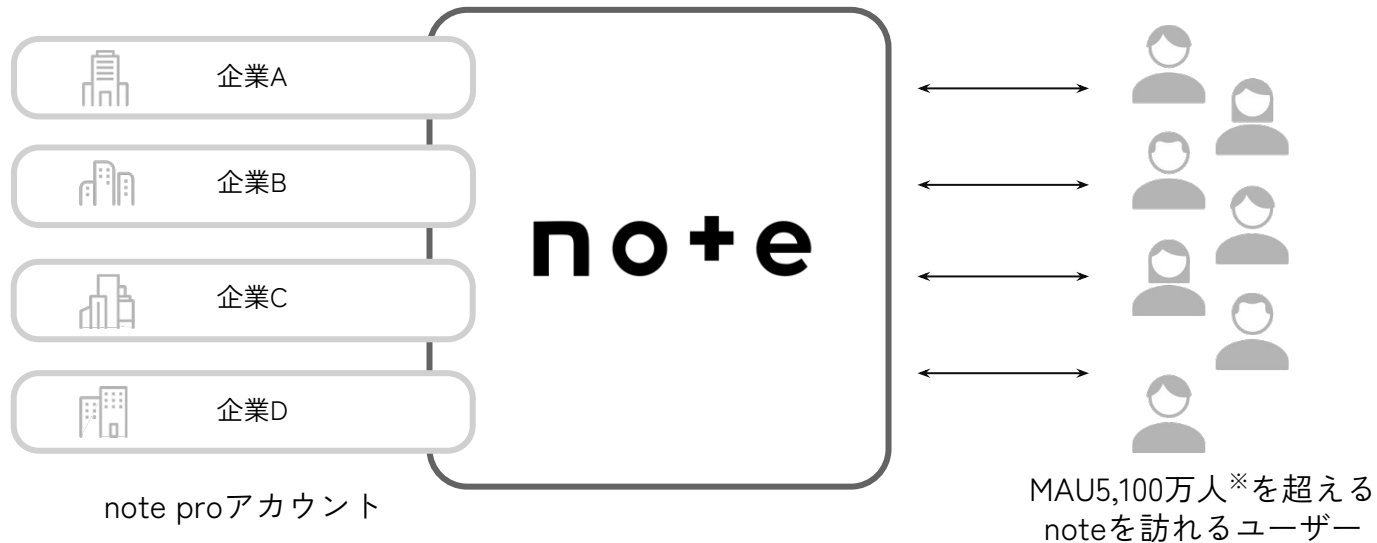
特長①：Webサイトとしての機能性

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。



特長②：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。



※ 2023年11月末時点の数値

note inc.

38

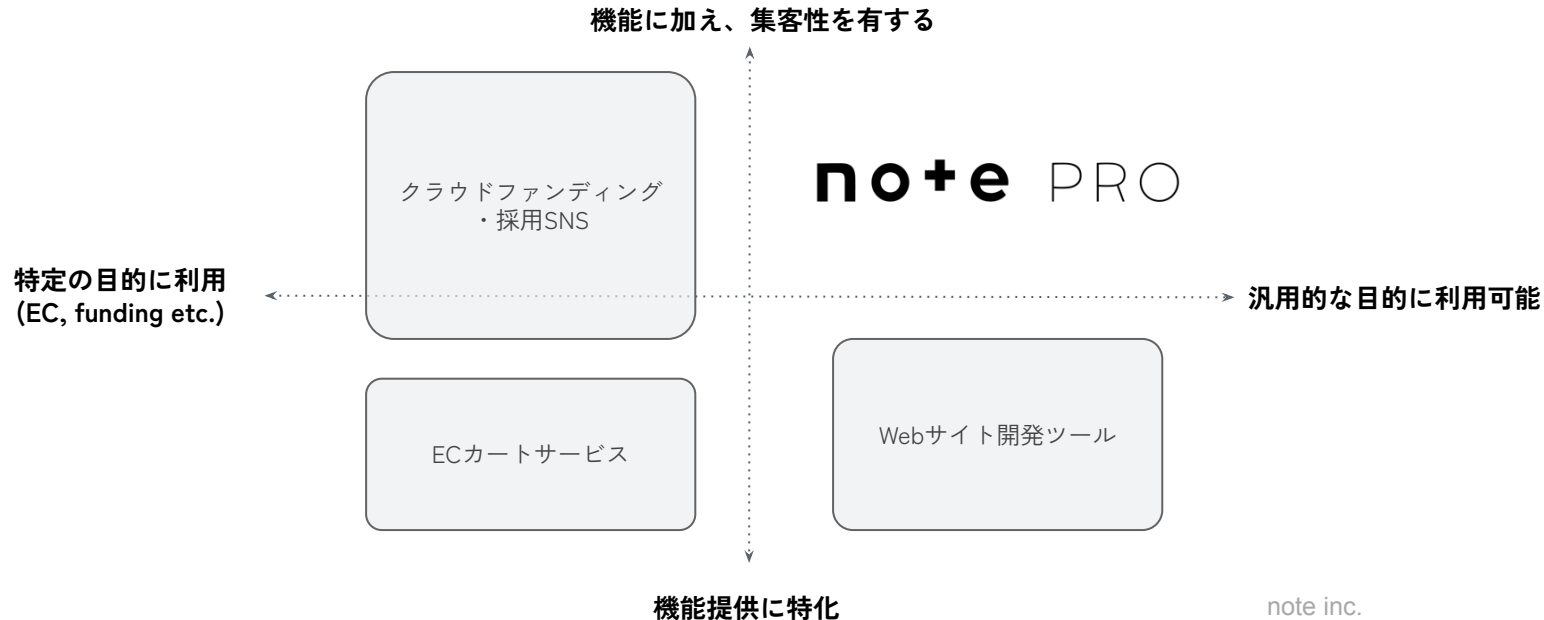
WebサイトとSNSの特長を併せ持つnote pro

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”。



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。



国内外の法人や自治体など多様なユーザーが利用



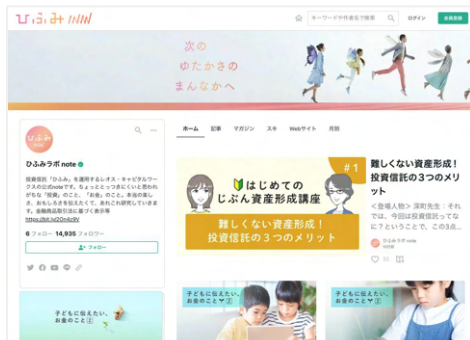
ソニー



カルビー



ユニテッドアローズ



レオスキャピタルワークス



厚生労働省

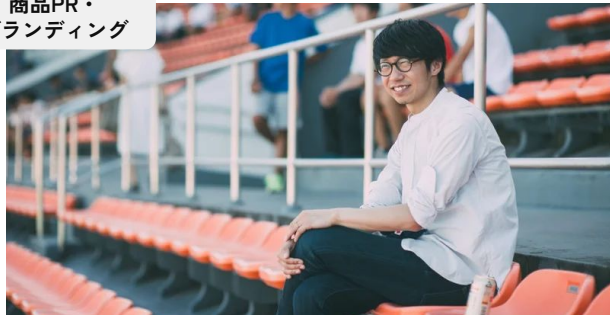


東京都

note inc.

note proクリエイターの声

商品PR・
ブランディング



キリンホールディングス

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う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名を超える社員があり、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.

note/note pro：ビジネスモデル

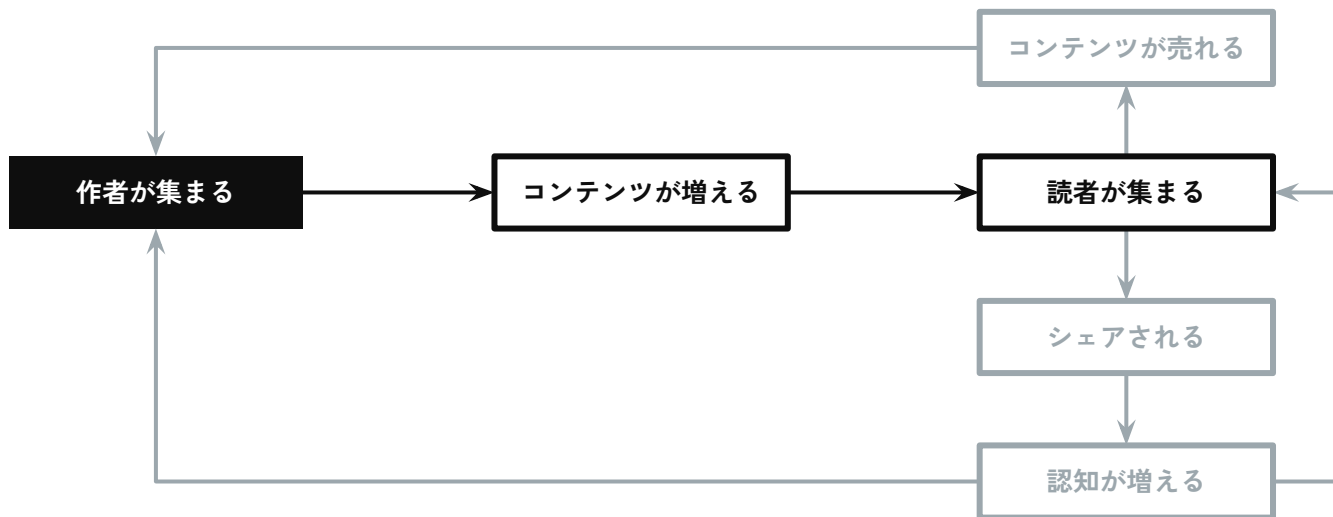
noteの収益源はコンテンツ売買（有料記事販売、メンバーシップ）等にかかるサービス利用料（下図①）、note proの収益源はシステム提供（note proをメディアSaaSとして提供）にかかる法人からの月額料金+オプション利用料（下図②）。



*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事務手数料として、売上金額に対してクレジットカード決済では5%、電子マネー決済では7%、携帯キャリア決済では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。

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はたらき、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24.0%**（2023年11月末時点）。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。

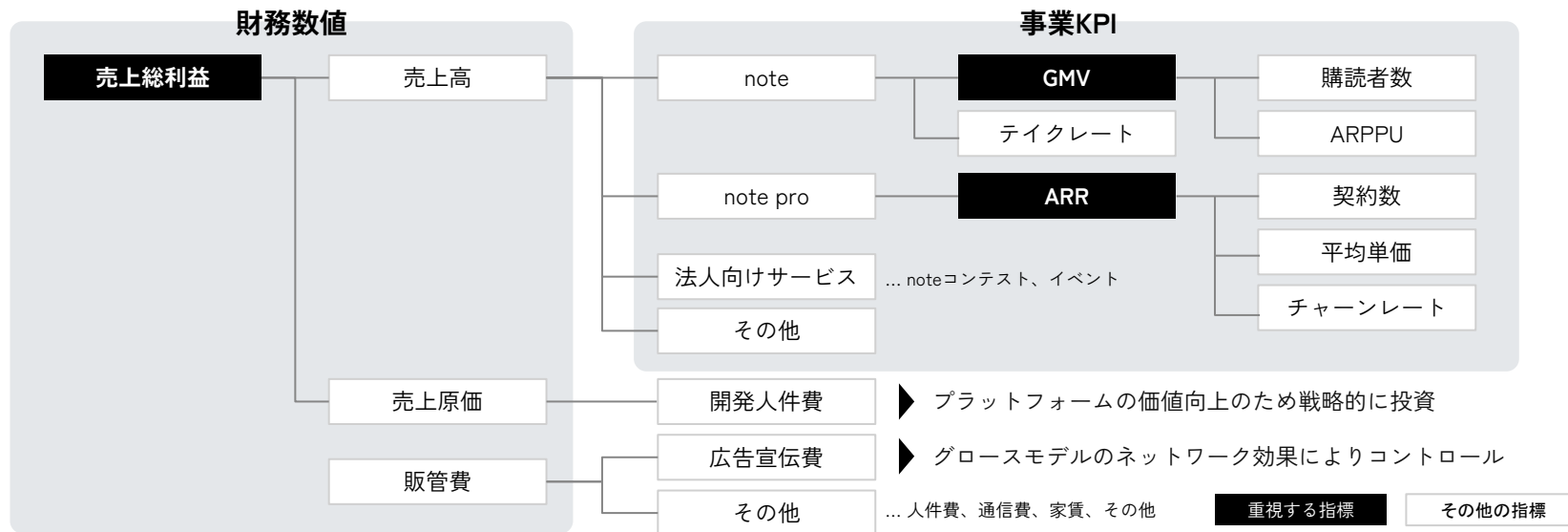


目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要
- 03 業績概況**
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix

参考：財務構造と重視する指標

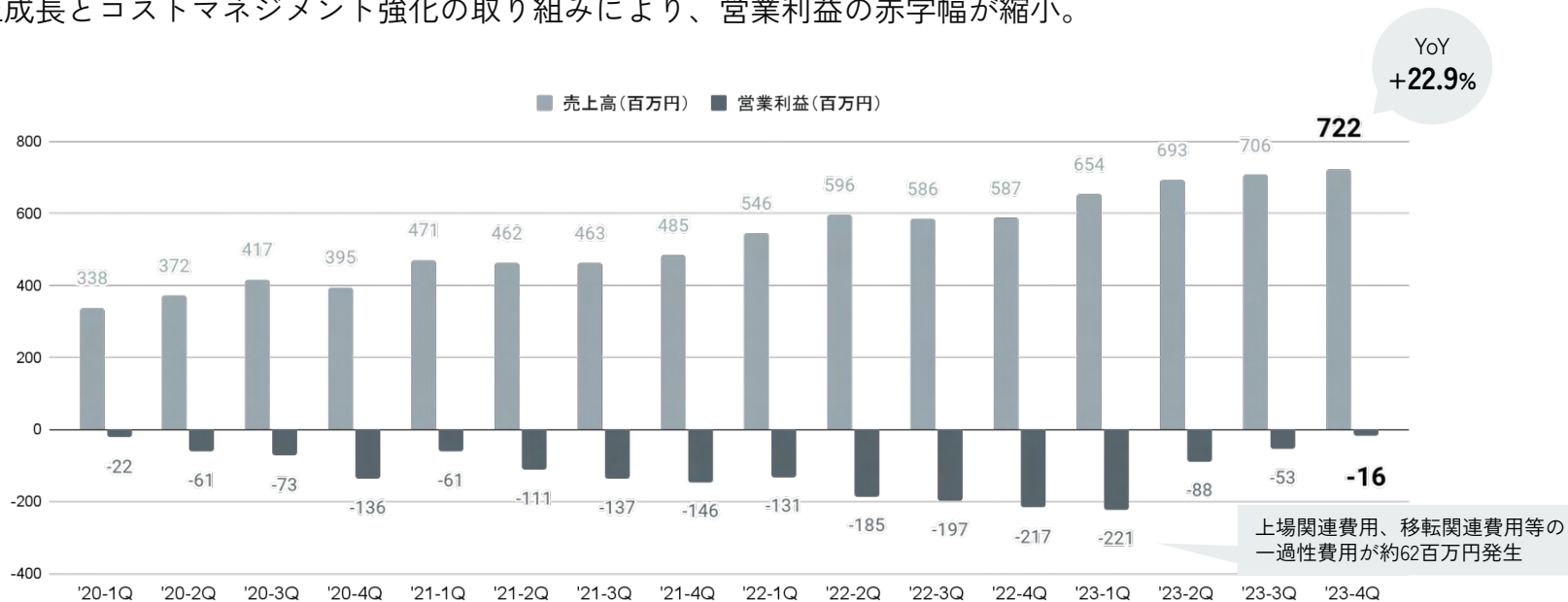
財務指標のうち売上総利益を最重視し、最大化を目指す。そのためプラットフォームのネットワーク効果を働かせ、広告宣伝費等コストを抑制しつつ、noteのGMV・note proのARRを事業KPIと設定し、売上高を成長させる方針。



売上高・営業利益 四半期推移

売上高は前年対比で+22.9%となり、年間通じて毎四半期成長。

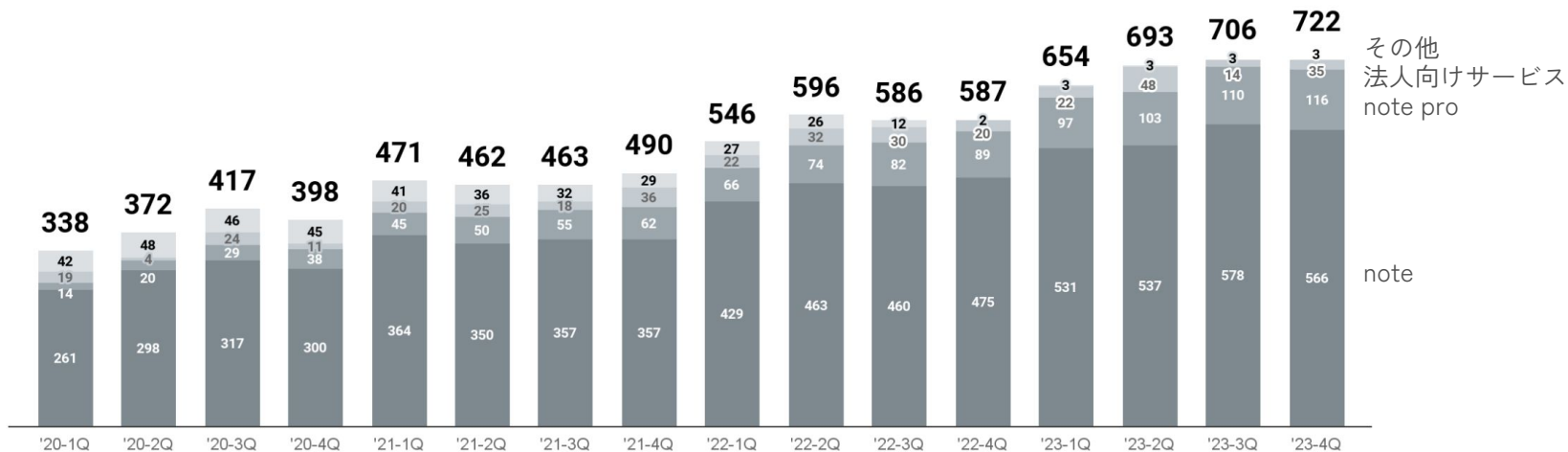
売上成長とコストマネジメント強化の取り組みにより、営業利益の赤字幅が縮小。



売上高 内訳の推移

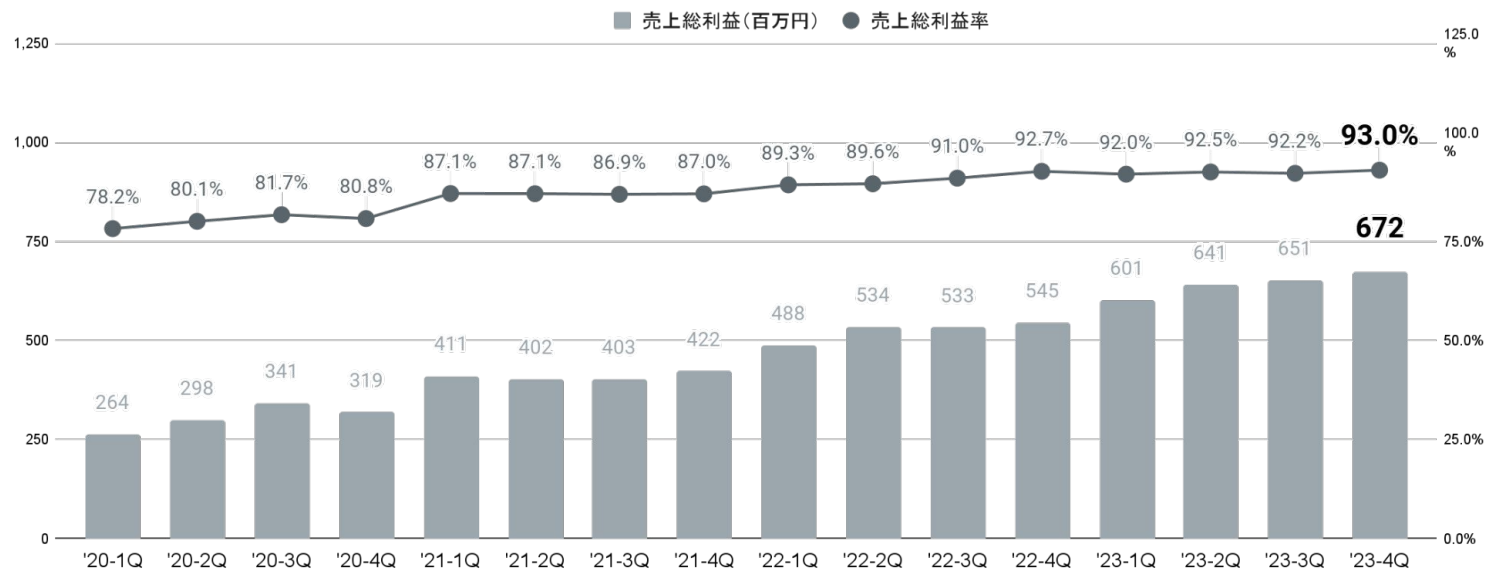
主にnote事業・note pro事業が拡大し、毎四半期の売上拡大に貢献。

売上高内訳（百万円）



売上総利益・売上総利益率 四半期推移

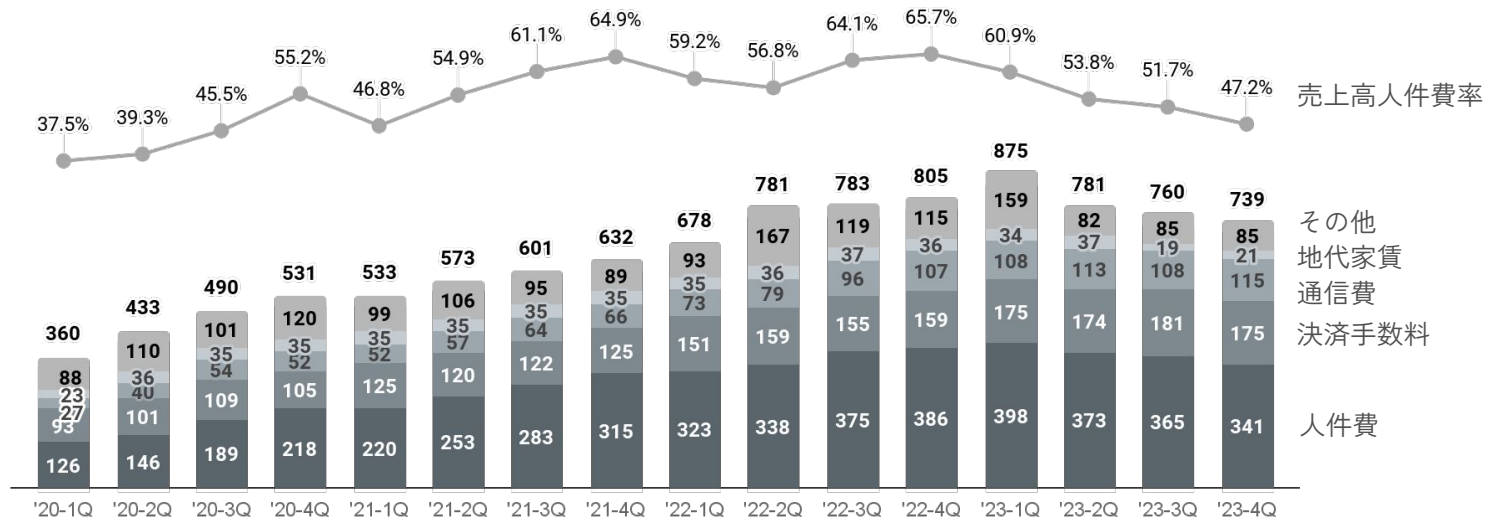
重要指標としている売上総利益は着実に拡大。売上総利益率も9割超と高水準で推移。



note inc.

売上原価＋販管費内訳（百万円） / 売上高 person fee rate

FY23-1Qに計上した一過性費用がなくなったことに加え、コストマネジメント強化の取り組みにより売上原価・販管費ともに減少。特に、採用活動の抑制によりコストの大半を占める人件費の売上高に対する比率が低下。

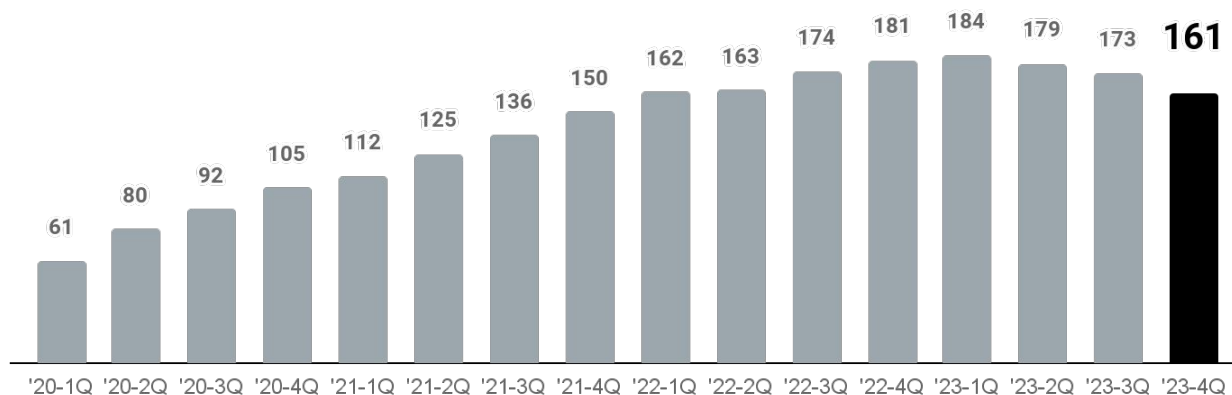


* 数値は売上原価・販管費に計上されたものをそれぞれ合計したもの
 * 人件費は給与手当、通勤手当、法定福利費、福利厚生費、および採用教育費を合計したもの

人員数推移

収益性改善を目的に上期は採用活動を停止していたため、今期は人員数が減少。足元では採用活動を再開しており、今後は中長期的な事業成長のため収益性とのバランスを見ながら人員数を拡大させる予定。

人員数推移（人）



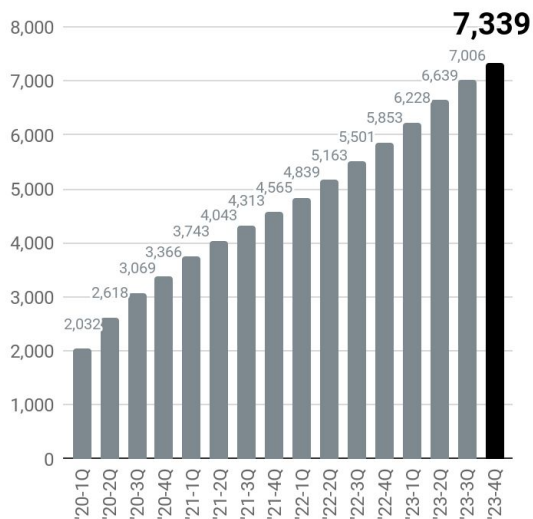
* 人員数は正社員及び契約社員の合算で算出しており、取締役・臨時雇用者は含まない。

* なお、2024年1月11日開示決算説明資料より人員数の定義を「経営メンバー・臨時雇用者を含まない人数」から「取締役・臨時雇用者を含まない人数」での算出に変更しており、上記グラフにおける2020年1Q以降全ての数値について定義変更後の数値に変更しております。

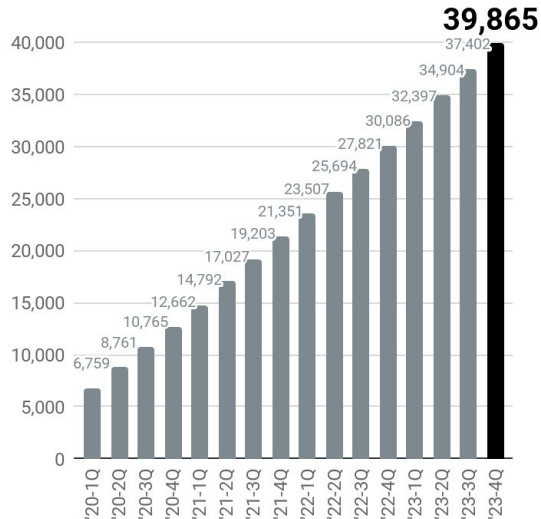
クリエイティブの街 noteの成長

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。

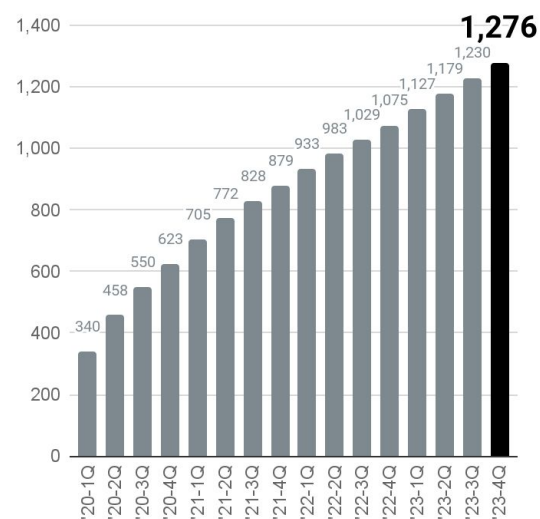
累計会員登録者数（千人）



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）

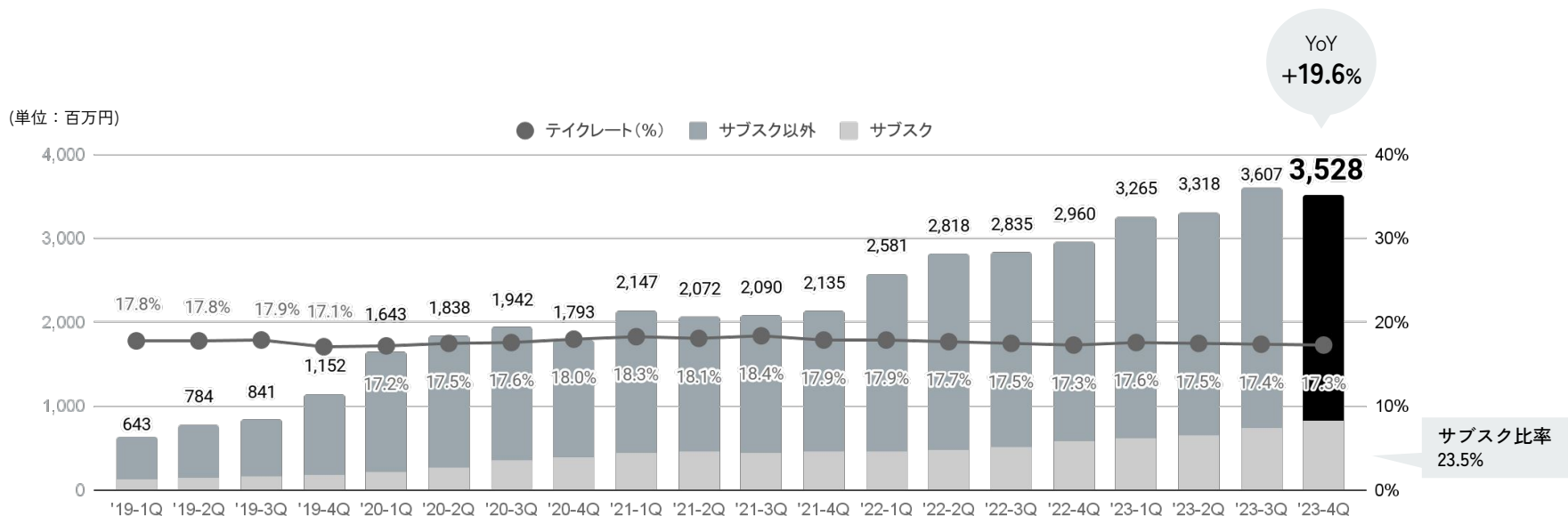


※1 公開コンテンツ数は各月末時点でnote上に公開されている累計コンテンツ数

※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

note：流通総額（GMV） / テイクレート

GMVは3Qからほぼ横ばいとなったものの、前年比で堅調に成長。サブスク比率は2割を超え安定的に拡大。



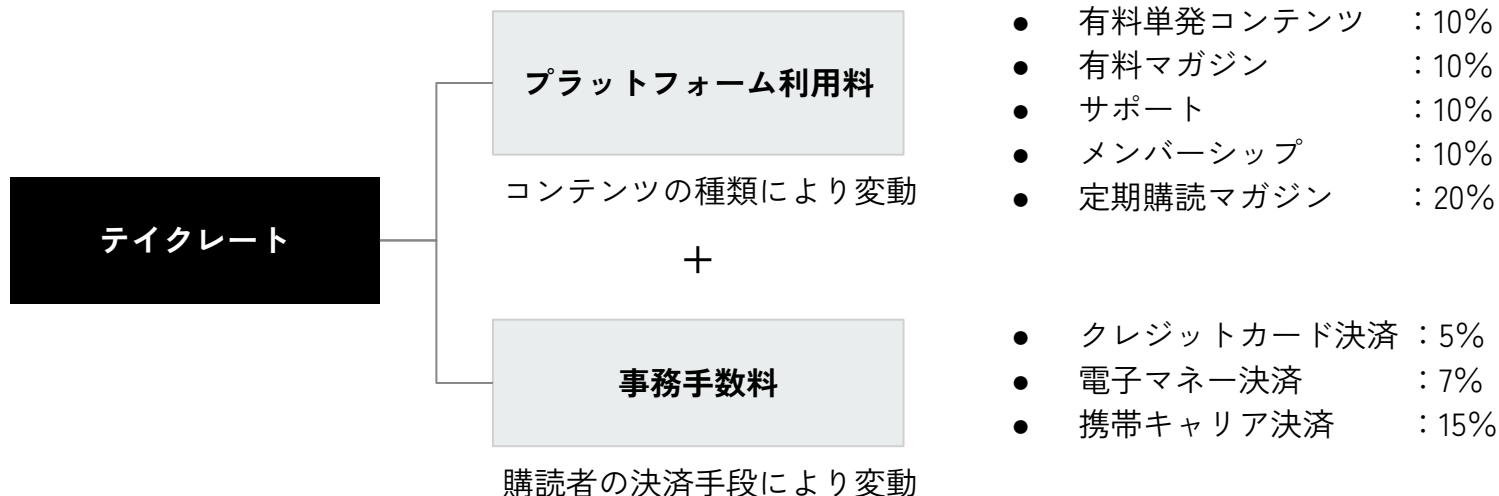
* テイクレートは、流通総額に占めるプラットフォーム利用料+決済手数料（ともに税込）の割合を四半期で平均したものです。

* 2023年11月期第1四半期より、四半期流通総額の集計からnoteプレミアムの利用料を除外しています。

* 「サブスク」は、メンバーシップならびに定期購読マガジンを対象として計算。

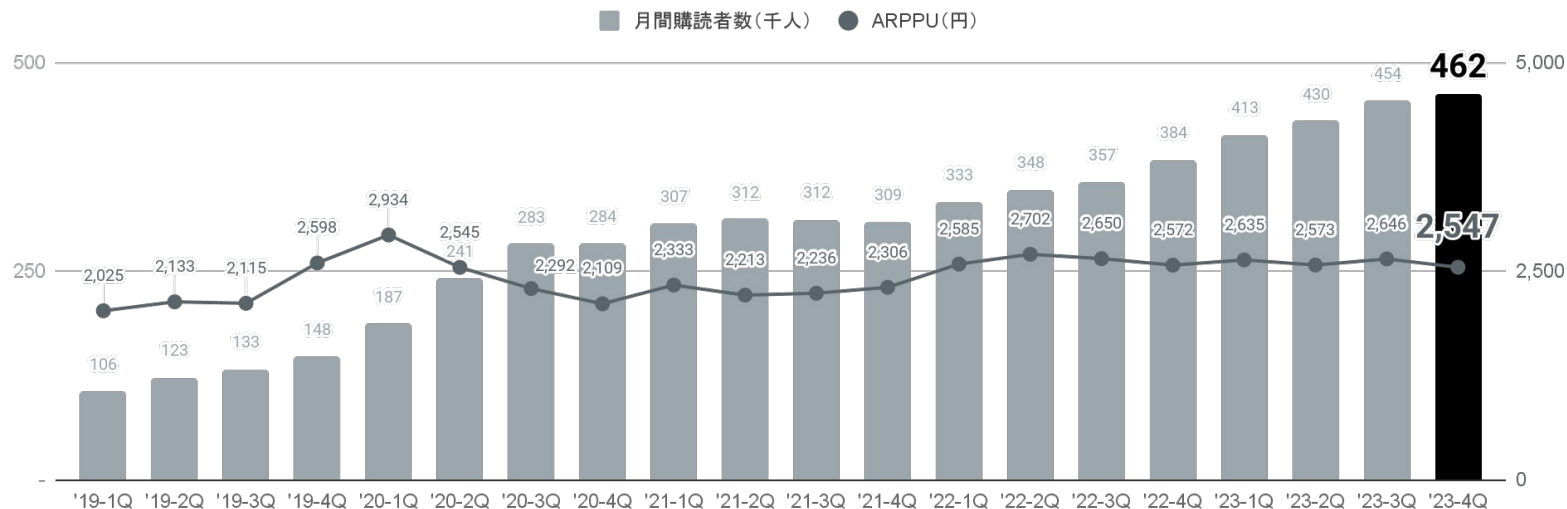
参考：テイクレートを構成する要素

テイクレートはプラットフォーム利用料と事務手数料で構成されており、プラットフォーム利用料はコンテンツの種類によって異なり、事務手数料は購読者の決済手段に応じて変動。テイクレートはこの加重平均となる。



note：購読者数とARPPU

購読者数は堅調に増加。ARPPUは2,600円前後で安定的に推移。



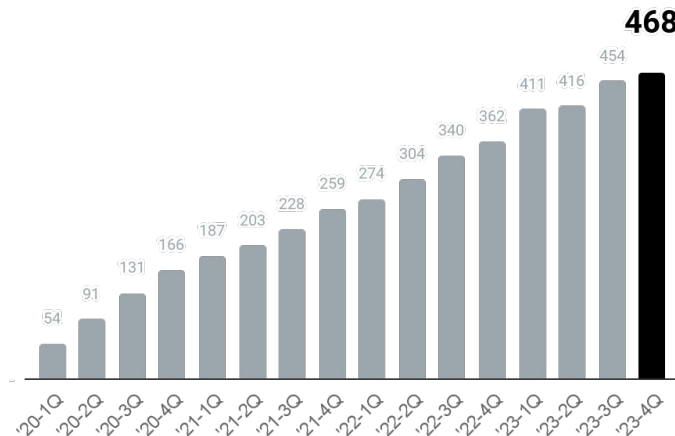
- * 月間購読者数は、各四半期中にnote上で課金を実施した一月当たりの平均アカウント数。(非ログイン購入のゲストユーザーを含む)
- * ARPPU=Average Revenue Per Paid Userは各四半期の購読者一人当たりの平均月間購入額。
- * 「購入総額 月額課金額別構成比率」は、購入総額を月額課金額ベースで集計した比率。

note pro : ARR / チャーンレート

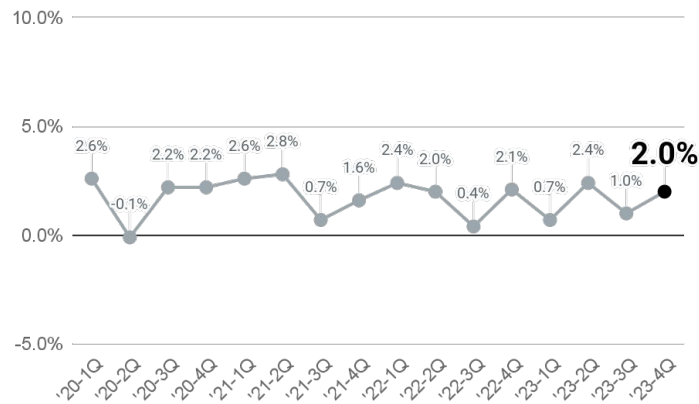
2023年2月に実施した料金改定^{※1}の効果や有料契約数の増加により、ARRは468百万円と前年同期比+29.1%増加。

ARR^{※2} (百万円)

YoY
+29.1%



平均レベニューチャーンレート^{※3}



※1 2023年2月以降の新規契約分について、月額5万円（税別）から月額8万円（税別）に料金改定を実施。なお2023年1月までに契約した既存契約先の利用料金は月額5万円で据え置き。

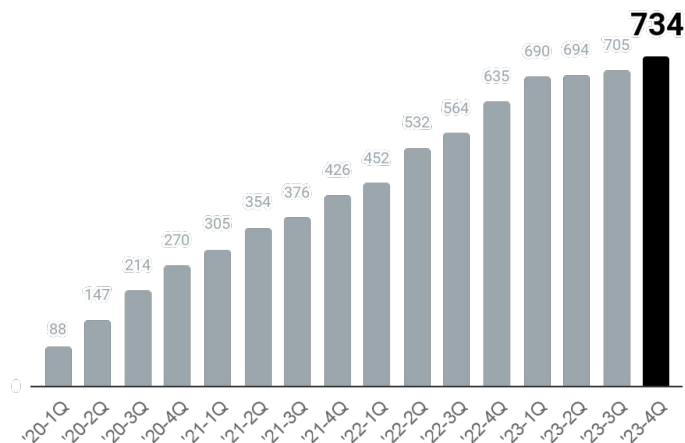
※2 ARR=Annual Recurring Revenueは、各四半期末月のMRRを12倍したものの。MRR=Monthly Recurring Revenueは、月次経常収益。MRRには、note proの基本料金に加え、一部オプション料金も含む。

※3 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。note inc.

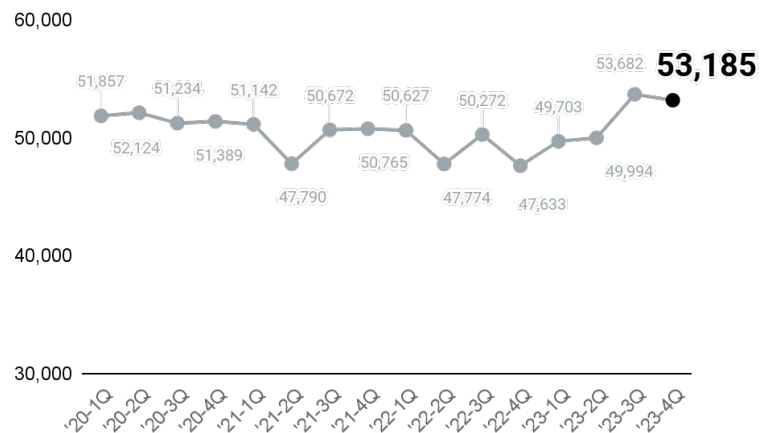
note pro：有料契約数 / ARPPU

料金改定後も新規の引き合いは継続しており、有料契約数を積み増し。2-3月に実施した3ヶ月半額キャンペーンの効果が5月末まで影響したものの、3Qから新料金での契約締結によるARRの引き上げ効果が寄与し、ARPPUが向上。

有料契約数（件）



ARPPU（円）



* 有料契約数は、契約日ではなく売上計上日を基準に集計

* ARPPU=Average Revenue Per Paid Userは、ARRを有料契約数で割って、1契約あたりの単価を算出したもの。

2023年11月期 業績サマリー

売上高・売上総利益が堅調に成長したことに加え、コストマネジメント強化により営業利益以下の各利益指標は前年同四半期に比べ大幅に赤字幅が縮小、通期業績予想を上回って着地。

単位：百万円	2023年11月期 第4四半期	2022年11月期 第4四半期	対前年比 増加率	2023年11月期 通期	2022年11月期 通期	対前年比 増加率	2023年11月期 業績予想	対業績予想 達成率
売上高	722	587	22.9%	2,777	2,317	19.9%	2,850	97.4%
売上総利益	672	545	23.4%	2,567	2,100	22.2%	2,520	101.9%
営業利益/損失	▲16	▲217	—	▲380	▲732	—	▲430	—
経常利益/損失	▲14	▲220	—	▲413	▲742	—	▲450	—
当期純利益/損失	▲14	▲232	—	▲414	▲756	—	▲450	—

目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略**
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix

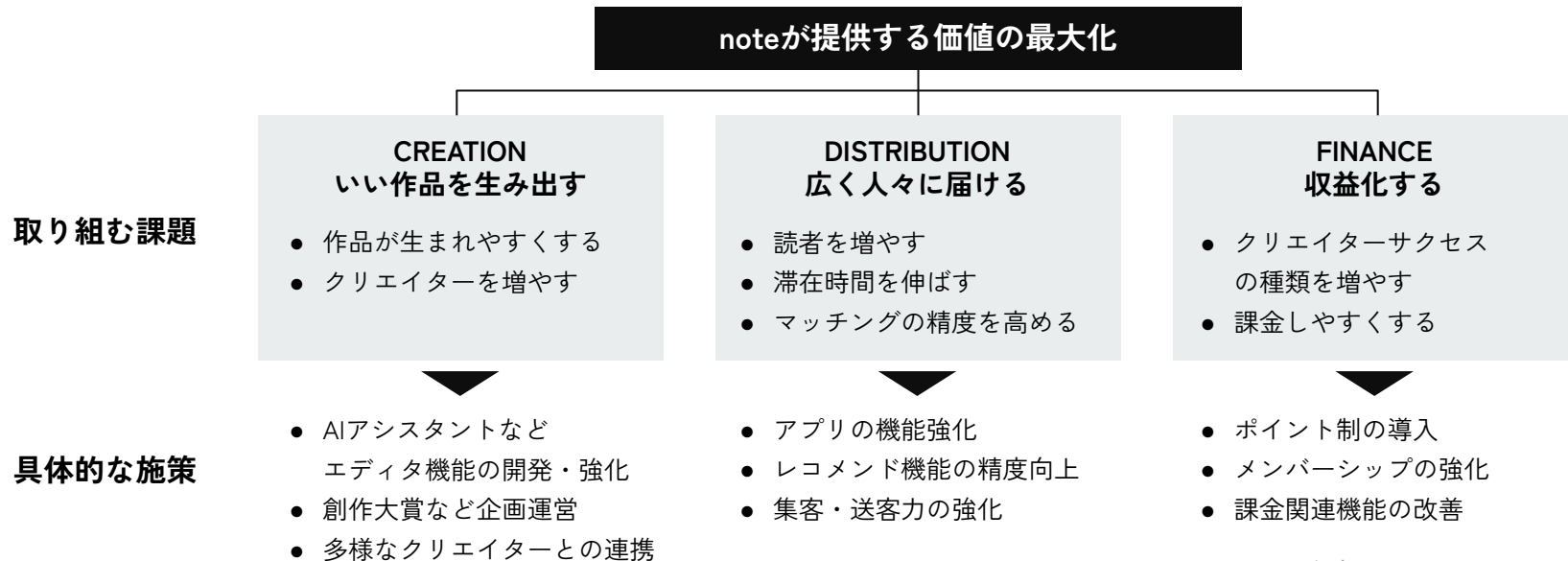
事業KPIの成長に資する取り組みの実施状況

各事業KPIを伸ばすための取り組みについて、実施状況は以下のとおり。

	事業KPI	具体的な取り組み	実施状況
note 【GMVの成長】	購読者数	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> メンバーシップ等の拡大によりクリエイター・コンテンツがさらに増加、購読者数は毎四半期拡大
	ARPPU	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> AIアシスタント機能の追加や出面の改善、アプリの強化等によりARPPUは2,600円前後で安定的に推移
note pro 【ARRの成長】	契約数	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> イベントやWeb広告等により認知拡大、契約数は着実に増加
	平均単価	<ul style="list-style-type: none"> 機能拡充によるオプションメニューの追加提供 	<ul style="list-style-type: none"> note proユーザー向け機能を追加開発、月額5万円→8万円への料金改定を実施
	チャーンレート	<ul style="list-style-type: none"> カスタマーサクセスによる継続的なnote活用サポート 	<ul style="list-style-type: none"> 継続的なサポートや機能拡充によりチャーンレートは横ばいを維持

noteが取り組む課題と具体的な施策

CREATION、DISTRIBUTION、FINANCEをバランスよく伸ばすことがnoteが提供する価値を最大化するために重要であり、各項目を伸ばすため以下の施策に注力している。



noteのエコシステムを拡張させ、新たなクリエイターサクセスを創出

「note.com」を軸とする既存のnoteのエコシステムを拡張させ、法人向けサービスの強化、特定ジャンルに特化した新メディアの立ち上げ等、より多くの多様なクリエイターサクセスを創出していく。

noteのエコシステムの拡張

noteのツールを 利用する メディア/企業

noteの技術を活用し
note proやAIなどの
機能を提供

ビジネス機能強化
外部への提供

note.com

あらゆるクリエイターの
活動拠点となる
プラットフォーム

重点カテゴリの
深耕

note.com外の 新サービス

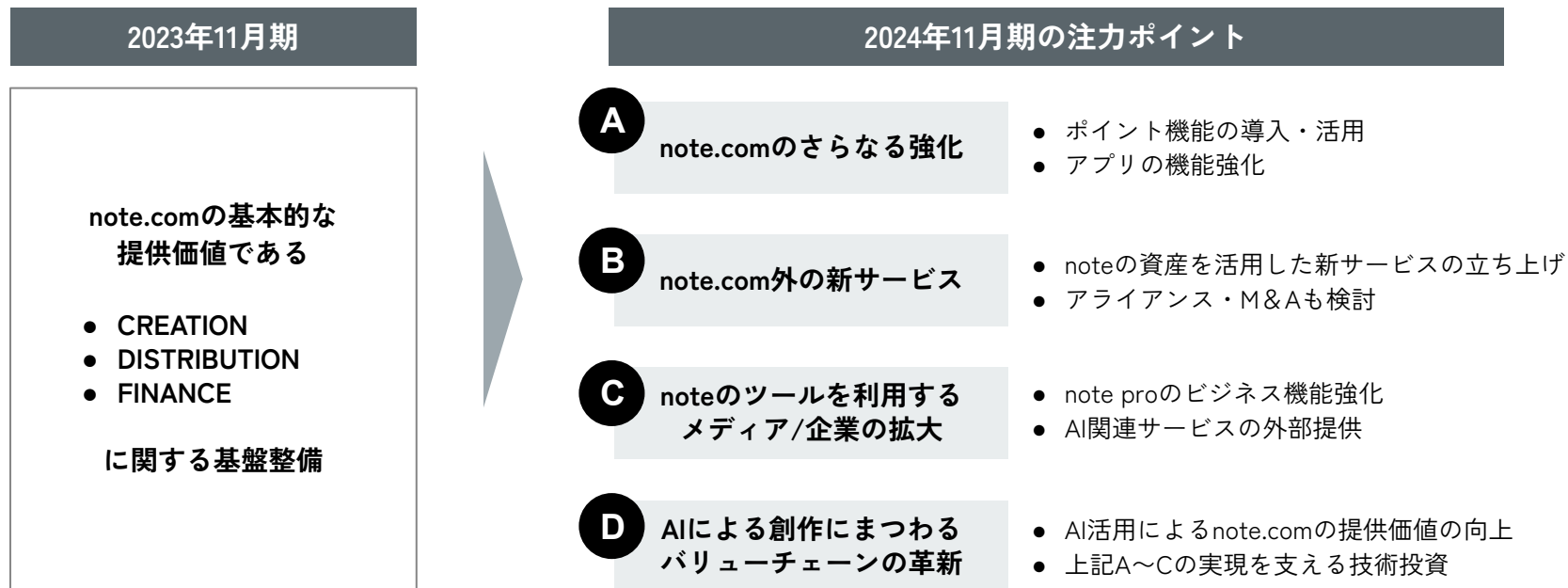
noteの資産を活用し
特定カテゴリに特化した
新サービス立ち上げ

AIによる、創作にまつわるバリューチェーンの革新

AI関連技術を積極的に活用し、上記を高い次元で実現する

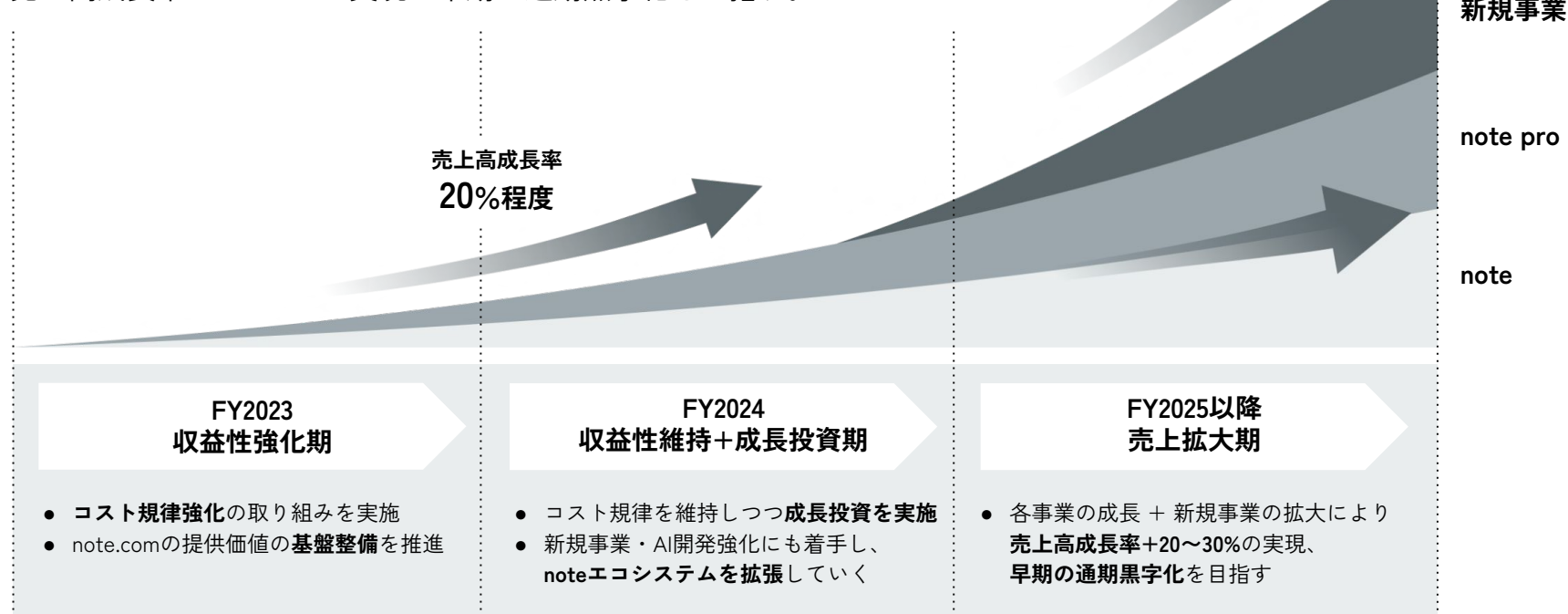
2024年11月期の注カポイント

noteのエコシステムを拡張していくため、2024年11月期は以下の4点に重点的に取り組む。



noteエコシステム拡大による成長イメージ

noteのエコシステムを拡張させていくことで、
売上高成長率+20~30%の実現と早期の通期黒字化を目指す。



中長期的な業績見通し・財務方針

中長期的な業績見通しや財務方針については、下記の通り。

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
- noteエコシステム拡大のため新規事業にも取り組み、**売上高成長率+20~30%を目指す**

利益

- 売上成長と収益性のバランスを重視し、人材を中心とした戦略的な投資を行う
- 引き続き**早期の通期黒字化を目指す**

プラットフォーム の規模

- noteのプラットフォームとしての魅力をさらに高めながら、noteエコシステムを拡大することで
noteID数1,000万を早期に達成する

財務

- 現預金の水準は十分であり、さらに12億円の借入枠を設定し**機動的な資金調達手段を確保済み**
- 引き続き積極的なIR活動により、**株価の向上・出来高の増大に取り組む**

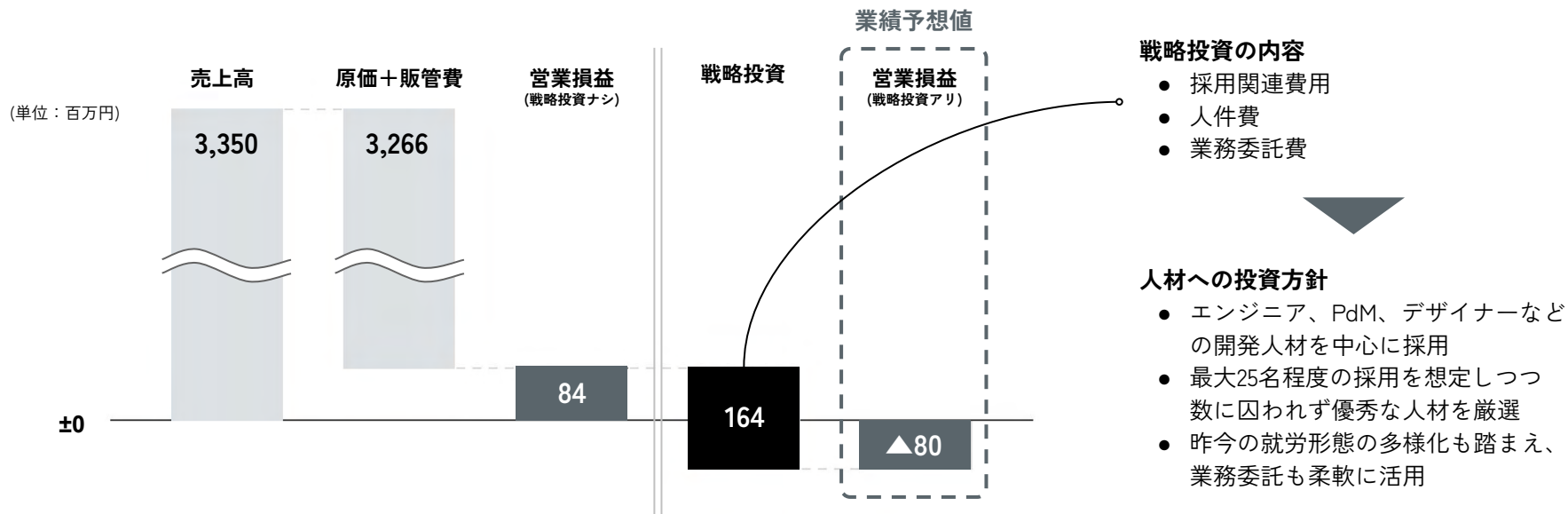
2024年11月期業績予想

2024年11月期は、事業成長による売上高の増加を見込み、黒字化に大きく近づく想定。また、主に新規事業に向けた人件費への戦略投資を計画しており、業績予想は下記のとおり。

単位：百万円	2024年11月期 通期業績予想	2023年11月期 通期実績	対前年増加率
売上高	3,350	2,777	+20.6%
売上総利益	3,100	2,567	+20.8%
営業利益/損失	▲80	▲380	—
経常利益/損失	▲80	▲413	—
当期純利益/損失	▲82	▲414	—





業績予想のイメージ

FY24の売上高は成長率+20%以上を計画し、戦略投資を除くと黒字想定。一方で、FY24は新規採用等を通じた人材への戦略投資を行うことを想定しており、最終的な利益としては赤字の予想。



2024年11月期 事業別の売上高見通し

事業別に見ると、note・note proについてはFY23程度の成長率で拡大、法人向けサービスは一時減速を想定。新規事業の売上貢献は今期予想においては織り込んでいない。

	2022年11月期 売上高(百万円)	2023年11月期 売上高(百万円)	2023年11月期 売上成長率	2024年11月期 売上高見通し	補足
note	1,829	2,213	+21.0%		ポイント制導入等新たな取り組みによりFY23程度の成長率を見込む
note pro	312	427	+36.7%		増額改定効果やビジネス機能強化によりFY23程度の成長率を見込む
法人向けサービス	105	121	+16.0%		他事業の成長を優先するためFY24は売上の減少を想定
その他（新規事業含む）	69	13	▲80.1%		新規事業による売上貢献は織り込まず来期以降に実現すると想定
合計	2,317	2,777	+19.9%	+20.6%	

上場時における調達資金の使途

上場時の株式発行による調達資金については、下記の通り成長資金として活用してまいります。

<上場時計画>

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

<実績>

2022年11月期 (百万円)	2023年11月期 (百万円)
—	—
—	23
—	23

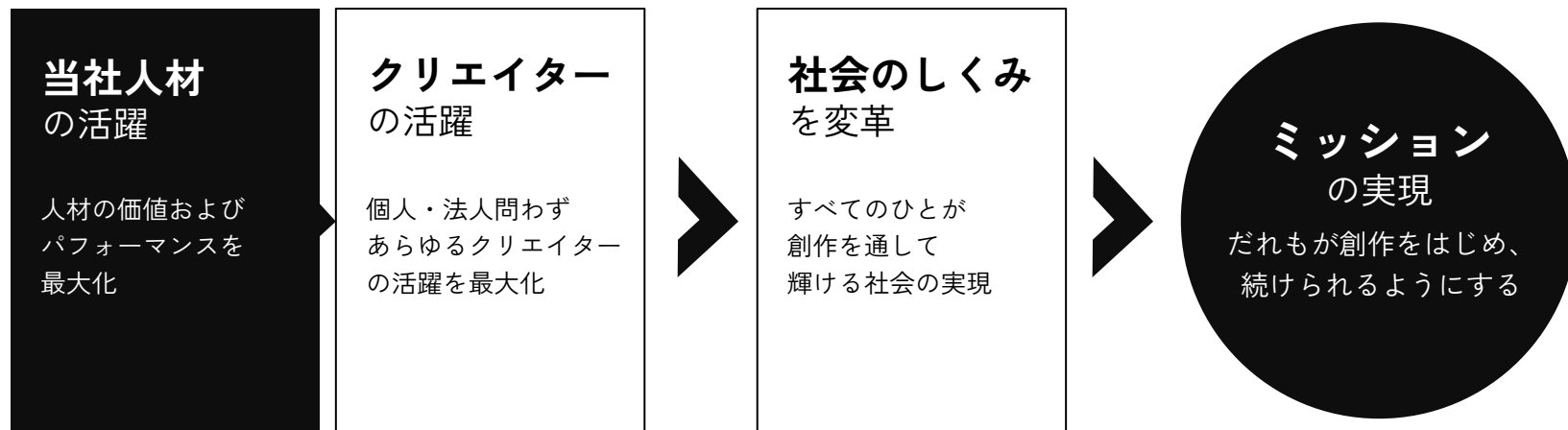
目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針**
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix

noteの人的資本に対する考え方

だれもが創作をはじめ、続けられるようにする。このミッション実現に向けて、人材の価値を引き出し、パフォーマンスを最大化させることが事業成長の根幹と考えている。

当社の人材一人ひとりが最高のパフォーマンスを発揮することで、あらゆるクリエイターが世に出て活躍する起点となり、その先に創作のプラットフォームとして「すべてのひとが創作を通して輝ける社会の実現」を目指す。



当社組織の特徴「ミッションドリブン」に加え、 「成果創出のためのプロフェッショナルなカルチャー」へ

MVV（ミッション・ビジョン・バリュー）を軸としたカルチャー醸成を重要視してきたが、創作のプラットフォームとしてさらなる事業成長を実現するため、ミッションドリブンな組織運営に加え「個と組織の成果創出のためのプロフェッショナルなカルチャー」が必要と考え、特に重要視する3つの課題を設定。

向き合うべき重要課題	目指す状態
A プロフェッショナル人材の採用・育成	<ul style="list-style-type: none">● プロフェッショナル人材を増やし、事業成長に向けて組織の競争力を高める● マネジメント人材を増やし、強固な組織基盤を構築する● 仕事を通じた育成や新たな役割への積極的な抜擢等を通じ、社員の成長実感や働きがいが向上する
B 個と組織の成果最大化に向けたカルチャー醸成	<ul style="list-style-type: none">● 成果創出に向けて組織として一丸となり、互いに切磋琢磨し合いながら成長できるカルチャー醸成● 事業成長にコミットし成果を創出した社員に報い、称えることができている
C 生産性向上とクリエイティビティの発揮	<ul style="list-style-type: none">● 多様なライフスタイルをもつ社員が生産性をあげクリエイティビティを発揮できている● 業務の自動化や効率化を進め、人手をかけるべき業務に集中できている

取り組みおよびKPI

重要課題に即した主な取り組みと、今後定点観測していくKPIを下記の通り設定。

重要課題	主な取り組み	主要KPI
A プロフェッショナル人材の採用・育成	<ul style="list-style-type: none">● 事業成長の核となる卓越した専門性を保有する人材の採用● 経営層をはじめ管理職候補の育成・新規抜擢・権限委譲● マネジメント研修をはじめ各種育成施策の拡大	<ul style="list-style-type: none">● 採用ポジション充足率● 全社員における高グレード人材の割合● 役職者の新規登用数
B 個と組織の成果最大化に向けたカルチャー醸成	<ul style="list-style-type: none">● 適切に成果に報いるための評価制度・報酬レンジ策定● 週次の全体会等の会社方針浸透・エンゲージメント施策の実施● パルスサーベイ(毎月)と組織サーベイ(年2回)のハイブリッドによる社員個人および組織コンディションの定点観測	<ul style="list-style-type: none">● 組織サーベイにおけるポジティブ回答率● パルスサーベイにおけるアラート発生率
C 生産性向上とクリエイティビティの発揮	<ul style="list-style-type: none">● 社内専用AIツール（noteAI）の開発および業務での積極活用● 子会社（note AI creative社）と連携した社内業務の抜本改革● あらゆるライフスタイルやライフイベントに応じて生産性を最大化できる環境や制度の整備	<ul style="list-style-type: none">● 社員1人あたりの売上高

そのほか、人材のパフォーマンス最大化に向けたnoteの取り組み

えらべるワークスタイル



フレキシブル出社/ フレックスタイム制度

オフィスと自宅のハイブリッドで、最も生産性の高い働き方を。

リモート勤務手当/ 開発環境補助

快適な勤務環境や開発ツールを。

フルリモート交通費補助

フルリモート勤務者も自由にオフィスへ出社できる選択肢を。

よりそうライフサポート



あらゆる休暇制度

基本的な休暇に加え、シックリープや大切な人のケア休暇など、日常生活のいざというときのサポートを。

ウェルカムベビー 休暇・ギフト

出産したパートナーのサポートを。noteオリジナルギフトとともに。

ベビーシッター・ 家事代行補助

家庭と仕事の両立を図るべく、家事や育児におけるサポートを手軽に。

チャレンジを応援



テックチャレンジ補助

最高のプロダクトを生み出すため、全社員が技術/デザイン/プロダクトマネジメントを学べる機会を。

コンテンツ購入補助

全社員のクリエイティビティを促進するため、コンテンツに触れる機会を。

CXOワークショップ

日々の業務に生かすために、全社員がUI/UXや最新のAI知識を学べる機会を。

みんなとつながる



週次の全体会

会社方針やクリエイタートレンドを全社員で分かち合い、方向性の統一を。

懇親会制度/ シャッフルランチ

部署に関係なく気軽にコミュニケーションを取り合う機会を。

CEOオープンドア

CEOと気軽に雑談・相談できる機会を。

目次

- 01 会社概要
- 02 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性**
- 07 Appendix

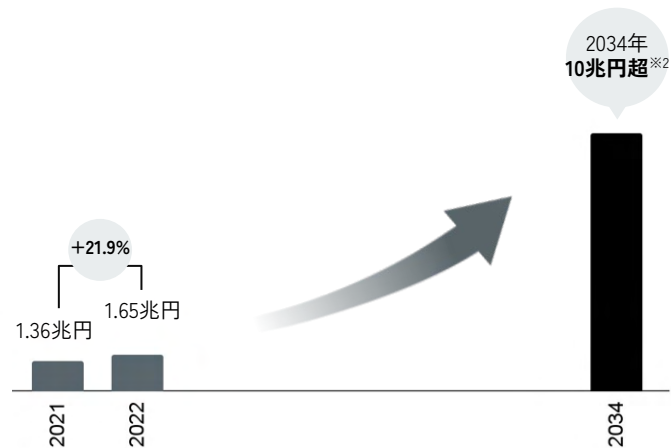
note成長の背景：クリエイターエコノミーの拡大・変化

クリエイターエコノミーは、認知の拡大やクリエイター活動の多様化、デジタル化の進展による後押し等により、市場規模は前年から21.9%増加し、2022年で約1.65兆円^{※1}にのぼる。2034年には10兆円^{※2}を上回る予測。

クリエイターエコノミーの変化

認知の拡大	クリエイターエコノミーの認知拡大により クリエイター・ユーザー共に裾野が拡大
クリエイター活動の多様化	複数プラットフォームの活用 が進み ファンとのつながりがより一層強固に
デジタル化の進展による後押し	クリエイターを支援する ツールや新興サービスが増加 し、市場拡大を後押し

クリエイターエコノミー市場規模の推移



※1 「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果（2023年10月公表、出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティング）」より当社作成
※2 「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果（2022年10月公表、出所：三菱UFJリサーチ&コンサルティング）」より当社作成

noteがアプローチするコンテンツ市場

オンラインテキストコンテンツの市場は1.6兆円（noteGMVのシェアは0.9%）、デジタルコンテンツは9.2兆円の市場が存在。noteはデジタルコンテンツの流通を促進するプラットフォームであり、今後もコンテンツのデジタル化・EC化の進展に伴いTAMが拡大し、シェアも高めていくことができると想定。



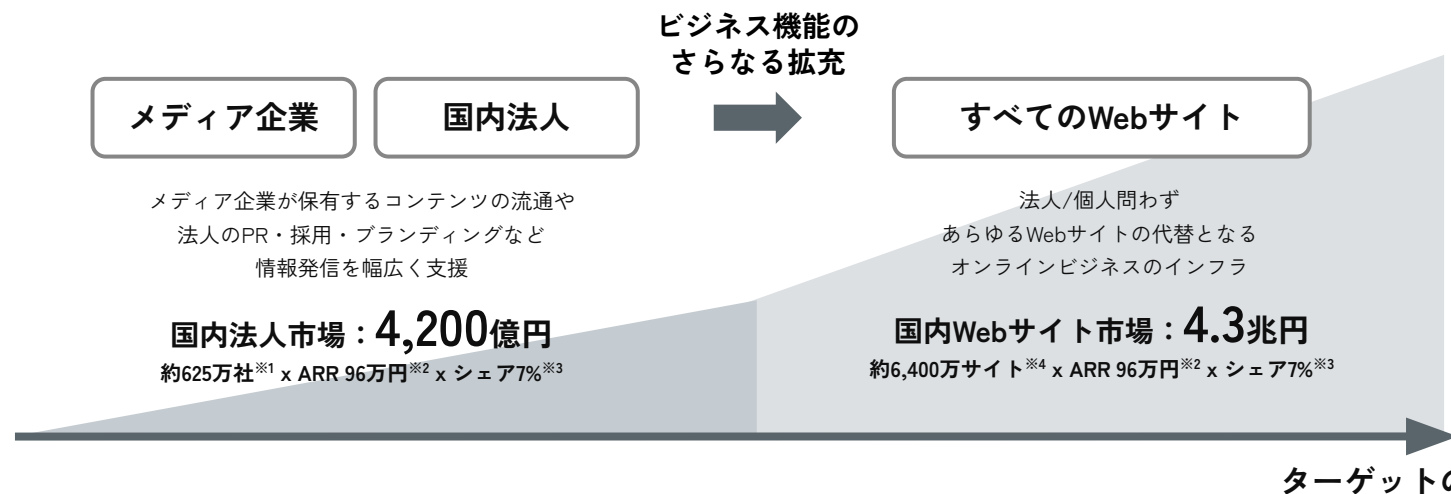
※1 出典：総務省情報通信政策研究所「メディア・ソフトの制作及び流通の実態に関する調査（2023年6月）」市場規模は2021年のもの。

※2 出典：一般社団法人日本経済団体連合会「Entertainment Contents ∞ 2023（2023年4月）」市場規模は2021年のもの。

※3 2023年度の数値。

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でメディア企業をはじめ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、ビジネス機能をさらに拡充することであらゆる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。



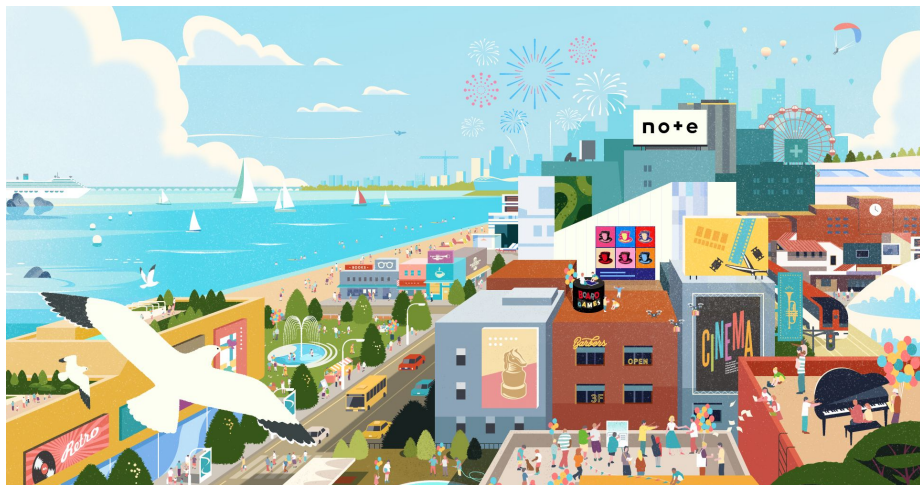
※1 総務省「令和3年経済センサス-活動調査」全産業企業等数の総数368万社と、総務省「令和4年就業構造基本調査」フリーランス総数257万人を合算した数値。 ※2 note proのARR=¥80,000/月 x 12ヶ月=¥960,000として計算。

※3 想定シェアを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/y/)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。

※4 Siteefy「How Many Websites Are There in the World?」世界のWebサイト数 (2023年12月時点) に、Wordpressの日本語のサイトシェア5.8%を乗じて推計したもの (<https://wordpress.org/about/stats/>)。

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 事業概要
- 03 業績概況
- 04 成長戦略
- 05 人的資本に関する方針
- 06 市場の成長性
- 07 Appendix**

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。

リスク情報 (1/3)

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

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

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。その他のリスクについては、別途開示しております有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

リスク情報 (2/3)

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

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

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。
その他のリスクについては、別途開示しております有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

リスク情報 (3/3)

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

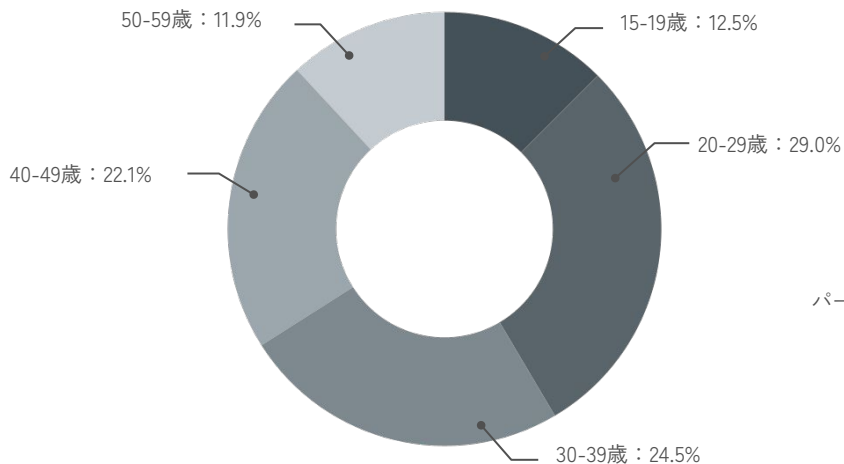
	リスク	対応策	発生可能性	影響度
情報管理	当社サービスでは、多種多様かつ大量の企業情報及び個人情報を取り扱っております。何らかの理由で利用者のプライバシーまたは個人情報が漏洩する可能性や不正アクセス等による情報の外部への漏洩またはこれらに伴う悪用等の可能性があり、そのような事態が発生した場合には、当社の事業展開、経営成績、財政状態及び企業としての社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。また、当社が事業を運営する各法域における利用者のプライバシー及び個人情報の保護に係る法規制に改正等があった場合にも、当社の事業展開、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、これらの情報については、個人情報保護方針に基づき適切に管理するとともに、社員教育の徹底と管理体制の構築を行っております。利用者のプライバシー及び個人情報の保護に最大限の注意を払い、適切な情報管理を行うとともに、第三者による脆弱性診断を受けております。	中	中
インターネットにおける法的規制	現在のところ当社の事業継続に著しく重要な影響を及ぼす法的規制はありませんが、インターネット関連分野においては「不正アクセス行為の禁止等に関する法律」、「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」、「不当景品類及び不当表示防止法」、「特定商取引に関する法律」、「資金決済に関する法律」、「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」、「電気通信事業法」等が存在します。近年インターネット関連事業を規制する法令は徐々に整備されてきておりますが、今後、インターネットの利用や関連するサービス及びインターネット広告を含むインターネット関連事業を営む事業者を規制対象とする新たな法令等の制定または既存法令等の解釈変更がなされた場合には、当社の事業運営が制約を受け、事業展開、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。	当社では、新法令や法令の解釈変更に対し、積極的に情報を得る体制の強化、一般社団法人クリエイターエコノミー協会を通じた法改正への関与及び顧問弁護士等の専門家との協力体制の構築を行っております。	低	小

* 投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。その他のリスクについては、別途開示しております有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

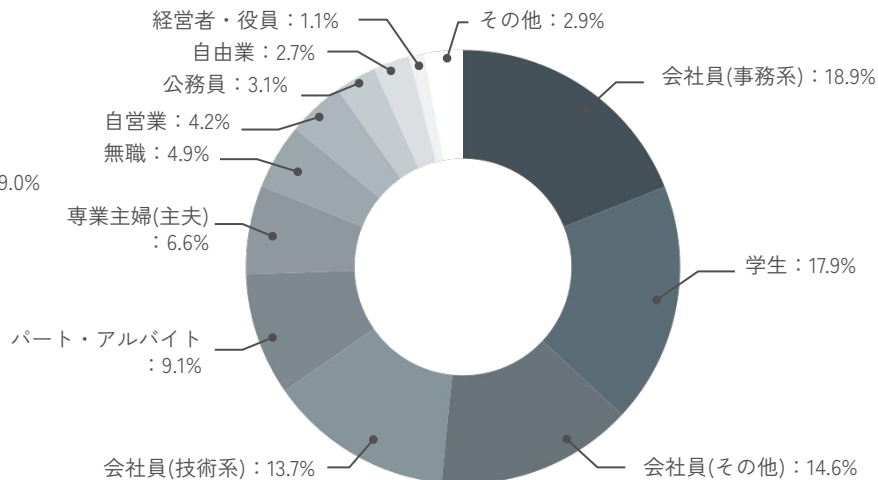
note利用者データ (1) 利用者属性

年齢層・職業に大きな偏りはなく、幅広い年代のさまざまな方に利用されている。

note利用者における年齢別割合



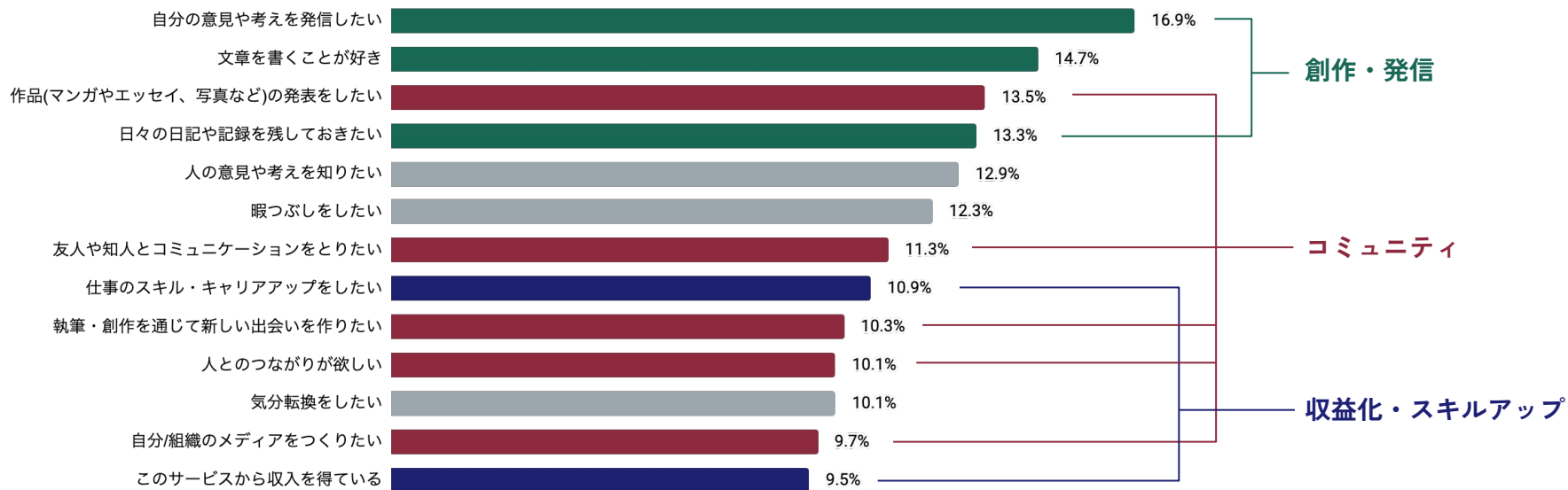
note利用者における職業別割合



* 調査委託先：マクロミル
回答者：性別・年代・地域で人口構成比に合わせて割付されたアンケート回答者のうちnote閲覧または投稿経験のあると回答した方1,008名 調査時期：2023年2月

note利用者データ (2) noteを書く理由

創作・発信、コミュニティ、収益化・スキルアップがnoteを書く理由。

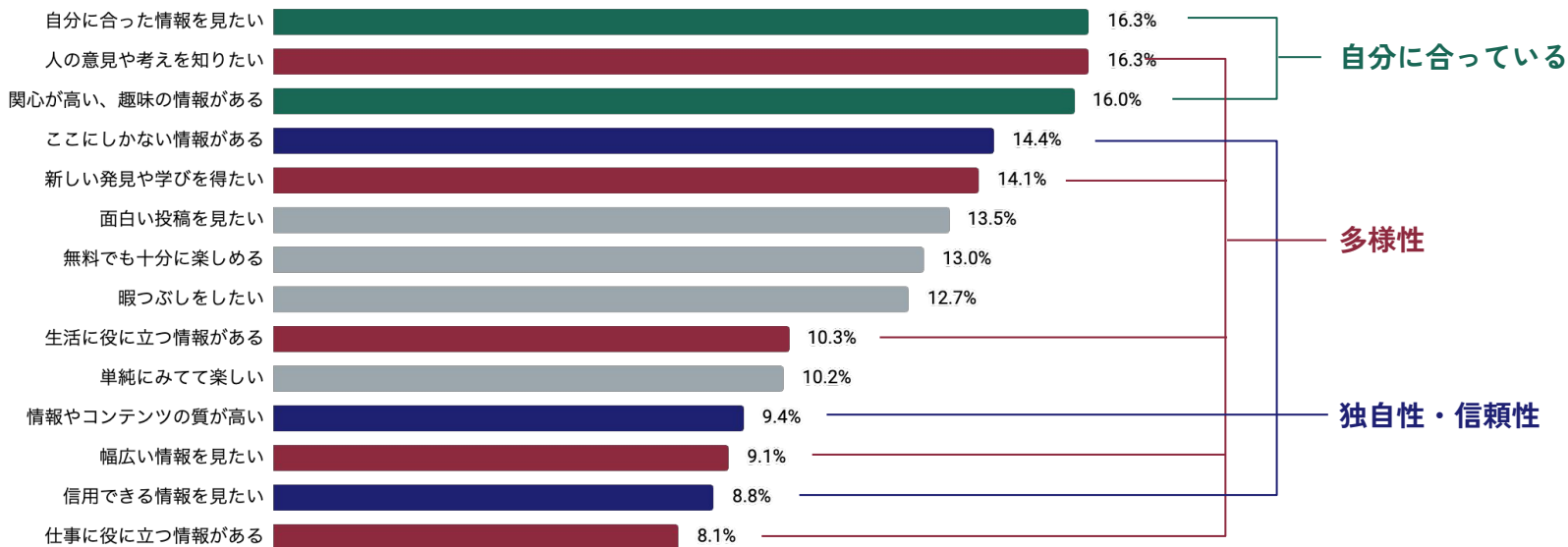


* 調査委託先：マクロミル

回答者：性別・年代・地域で人口構成比に合わせて割付されたアンケート回答者のうちnote閲覧または投稿経験のあると回答した方1,008名 調査時期：2023年2月

note利用者データ (3) noteを読む理由

自分に合っている、多様性、独自性・信頼性がnoteを読む理由。

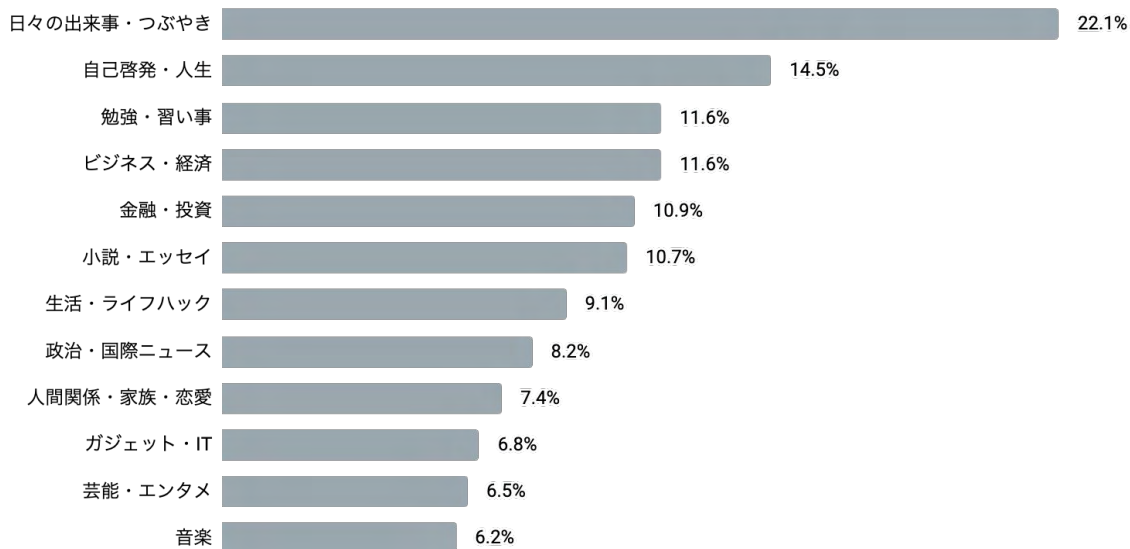


* 調査委託先：マクロミル

回答者：性別・年代・地域で人口構成比に合わせて割付されたアンケート回答者のうちnote閲覧または投稿経験のあると回答した方1,008名 調査時期：2023年2月

note利用者データ (4) noteで読むジャンル

幅広い利用者が集まるプラットフォームとなっているため、読まれるジャンルも多岐にわたる。



* 調査委託先：マクロミル

回答者：性別・年代・地域で人口構成比に合わせて割付されたアンケート回答者のうちnote閲覧または投稿経験のあると回答した方1,008名 調査時期：2023年2月

本資料の取り扱いについて

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

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

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

なお、当資料のアップデートは2025年1月頃を目途として開示を行う予定です。

n o + e