

2021年3月期 決算説明資料

2021年5月27日

株式会社ジーネクスト



お客様の声で世界を変える

目次

- 1 会社概要
 - 2 2021年3月期 実績
 - 3 2022年3月期 予想
 - 4 中期ビジョン
- Appendix

1 会社概要

2 2021年3月期 実績

3 2022年3月期 予想

4 中期ビジョン

Appendix

会社概要

MISSION

— ジーネクストのミッション

お客様の声で世界を変える



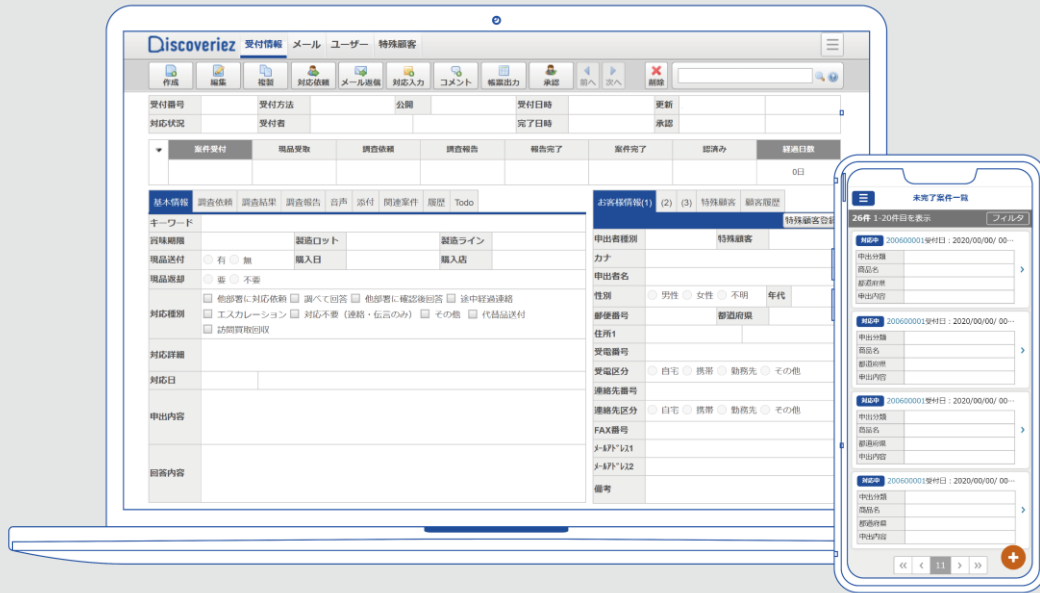
プロダクト開発部・ソリューション部 取組

社名	株式会社ジーネクスト
設立	2001年7月
代表取締役	横治 祐介
従業員数	41名（2021年3月末）
資本金	6億4,135万円
事業内容	顧客対応DXプラットフォーム「Discoveriez」の開発・販売 顧客接点データを活用したBI/AIの開発 ミャンマーにてIT関連のオフショア開発
本社所在地	〒102-0072 東京都千代田区飯田橋4-7-1 ロックビレイビル5F
電話番号	03-5962-5170
ホームページ	https://www.gnext.co.jp/
資格	プライバシーマーク付与認定 情報セキュリティマネジメントシステム（ISMS）

Discoveriezについて

顧客対応DXプラットフォーム

Discoveriez



VOC（「顧客の声」）の利活用・データ集約
（ナレッジマネジメント → 分析データへの成形）

情報が適切な人に適切な形で伝わる
（ステークホルダーマネジメント）

マルチデバイス対応でのUI / UX

簡単に設定・変更（ノンプログラミング）

基本機能



受付情報登録



お客さま情報登録
（個人情報管理）



メール機能



リスク検知



帳票出力



csv出力



集計分析



データベース
連携



FAQ
（ナレッジ）



スマートフォン
対応



販売店
検索機能



CTI
連携



オムニチャネル
対応



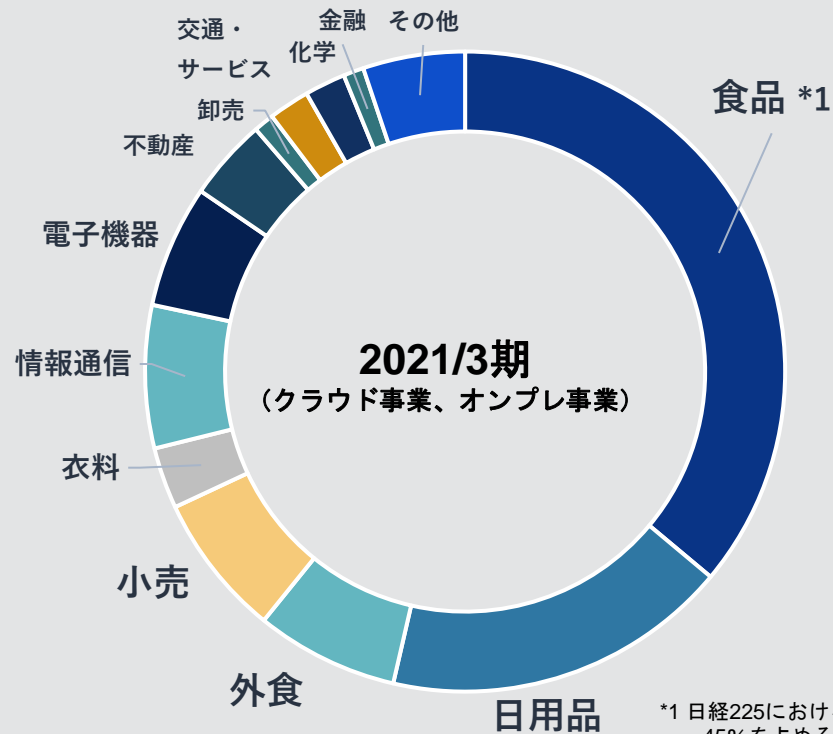
CRM他
システム連携

オプション機能

顧客の属性（業種別）

各業種・業界のリーディングカンパニーを支援
 安心・安全を求められる食品・日用品・外食・小売業界が全体の約7割を占める

顧客業種別社数構成比



*1 日経225における食品業界採用銘柄の45%を占める (2021/5/27現在)

主な顧客例



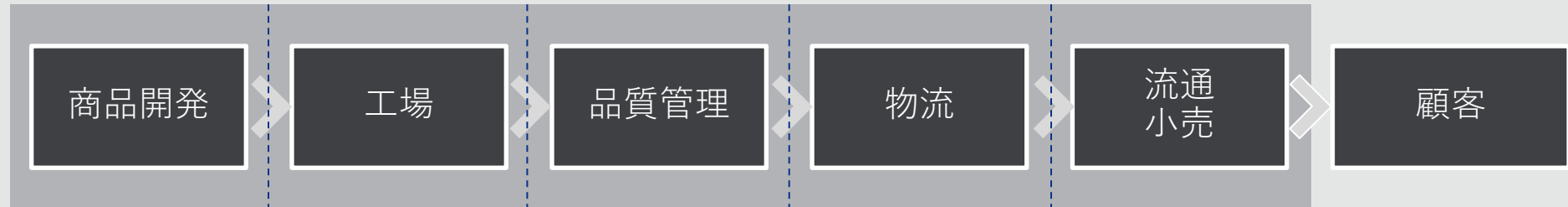
(五十音順)

Discoveriezの強み・特徴1：ステークホルダーマネジメント

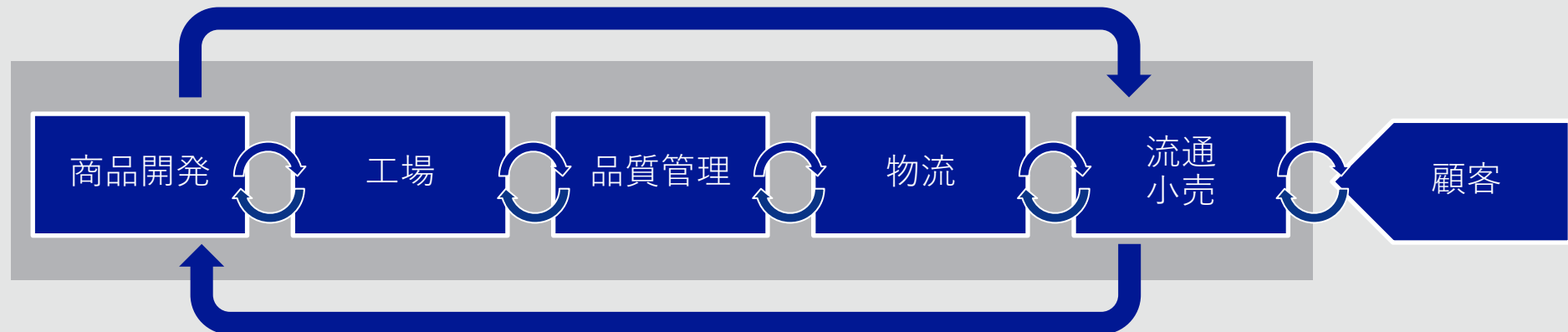
特徴1

経営者・従業員・取引先等、企業をとりまくステークホルダーに対し、
顧客対応領域にフォーカスした機能をワンストップで提供

部分最適



顧客起点
全体最適

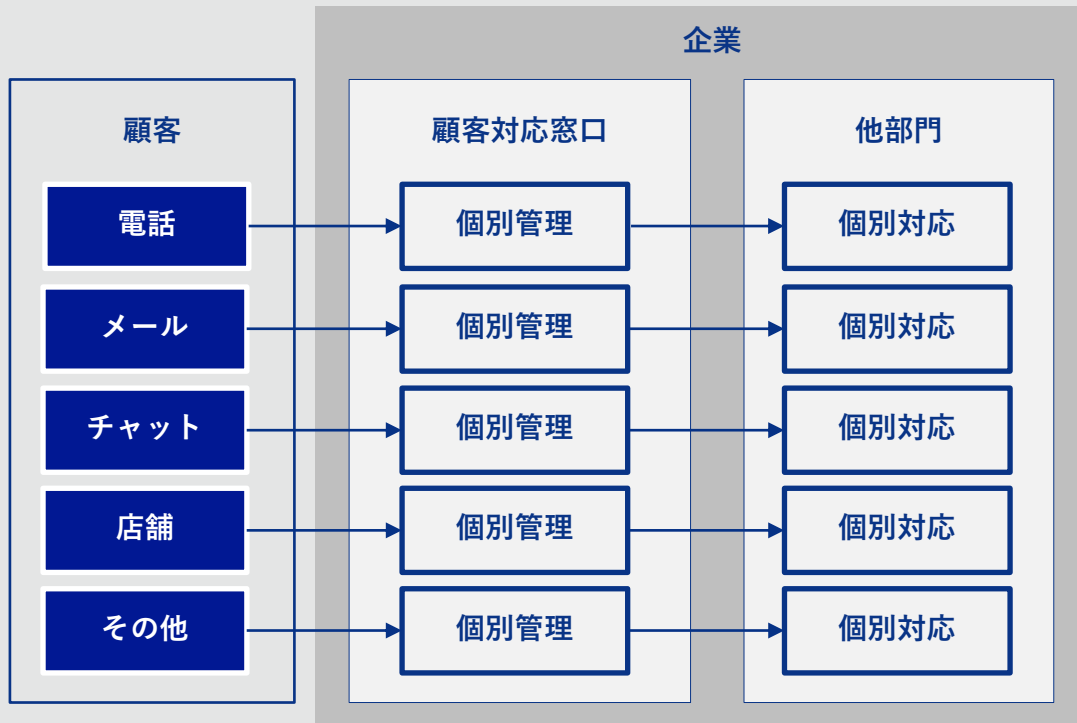


Discoveriezの強み・特徴2：ナレッジマネジメント

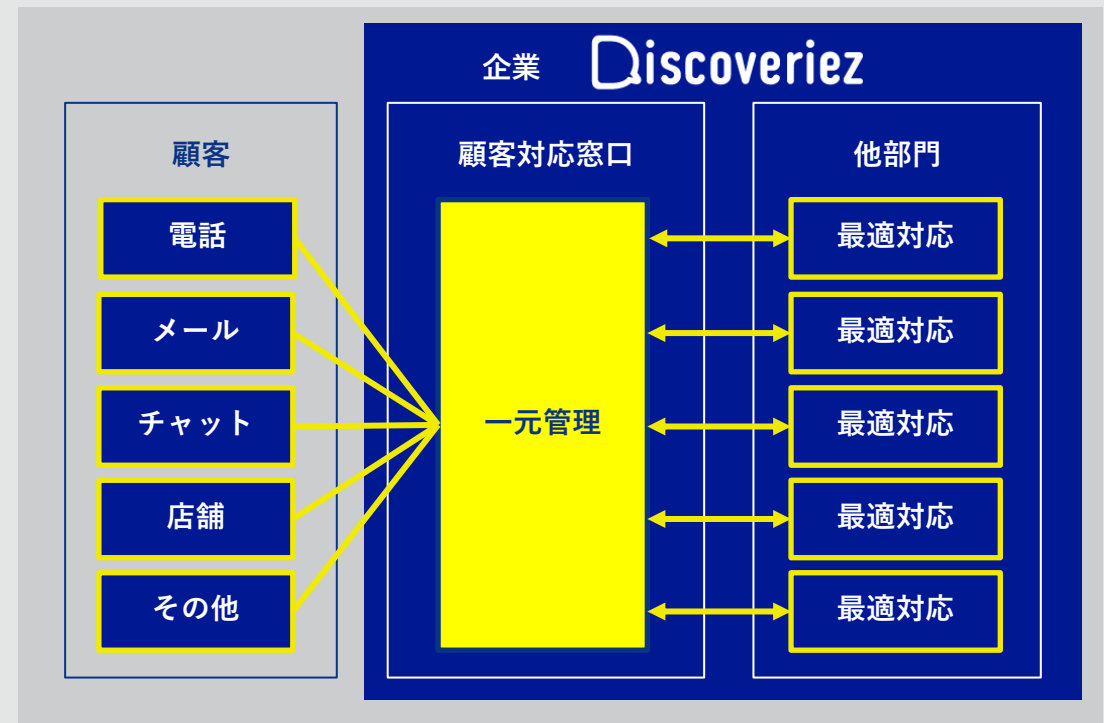
特徴2

電話・メール・チャットなど様々なチャネルに対応し、**VOCの一元化を実現** (ナレッジマネジメント)

部分最適型



全体最適型



Discoveriezの強み・特徴3：クオリティマネジメント

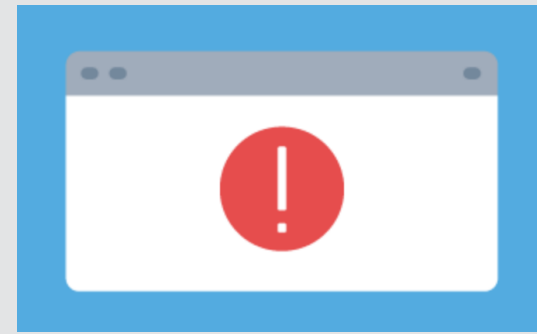
特徴3

「顧客の声」から経営課題を設定でき、全社で統一された危機管理・品質管理ができる



顧客の声を経営に生かす（可視化）

Discoveriezは「新商品の改善・発見」をサポート。
横串・双方向性の仕組作りによる運用フローの改善
可視化により、顧客の声を生かす体制を構築。



経営にまつわる重大なリスクを防ぐサポート

Discoveriezは重大インシデントが会社に甚大な被害を
与える前に、リスクを小さな段階で摘み取るノウハウを提供。
インシデント対応における顧客の離反を防ぎ、
クレーマーからファンへの転化を促進。

1 会社概要

2 2021年3月期 実績

3 2022年3月期 予想

4 中期ビジョン

Appendix

業績サマリー

売上高はクラウド事業の売上拡大により**60%超の増収**

売上総利益は売上増加及びクラウド開発一巡により個別案件毎に発生していた開発工数削減による売上原価低減により**300%超の増益**。営業利益以下の各段階利益も**黒字転換**

項目	(百万円)	2021年3月期 実績(A)	2020年3月期 実績(B)	増減額 (A)-(B)	増減率(%) (A)/(B)-1
売上高		872	531	341	64.3
売上総利益		584	134	450	335.1
販売費及び一般管理費		381	312	69	22.1
営業利益又は営業損失(△)		202	△178	381	—
経常利益又は経常損失(△)		185	△183	368	—
親会社株主に帰属する当期純利益又は親会社株主に帰属する当期純損失(△)		181	△184	366	—

業績予想との差異

売上高はほぼインラインでの着地

販売費及び一般管理費の増加を売上原価の低減によりカバー

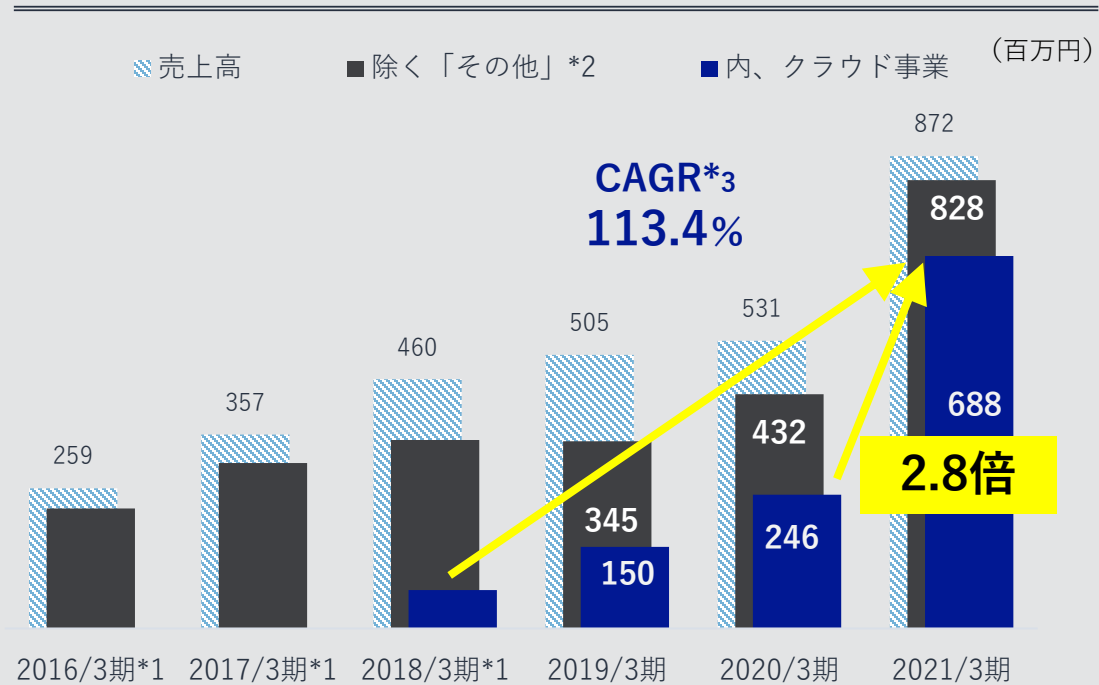
営業利益以下の各段階利益も **予想を上振れて着地**

項目 (百万円)	2021年3月期 実績(A)	2021年3月期 予想(B)	増減額 (A)-(B)	増減率(%) (A)/(B)-1
売上高	872	863	9	1.1
売上総利益	584	541	42	7.9
販売費及び一般管理費	381	358	23	6.5
営業利益	202	183	19	10.8
経常利益	185	165	19	12.0
親会社株主に帰属する当期純利益	181	180	1	0.6

売上高の推移

クラウドサービスへの旺盛な需要を背景に、
クラウド事業の売上は前年同期比約2.8倍、CAGRは113%

売上高の推移



*1 単体決算

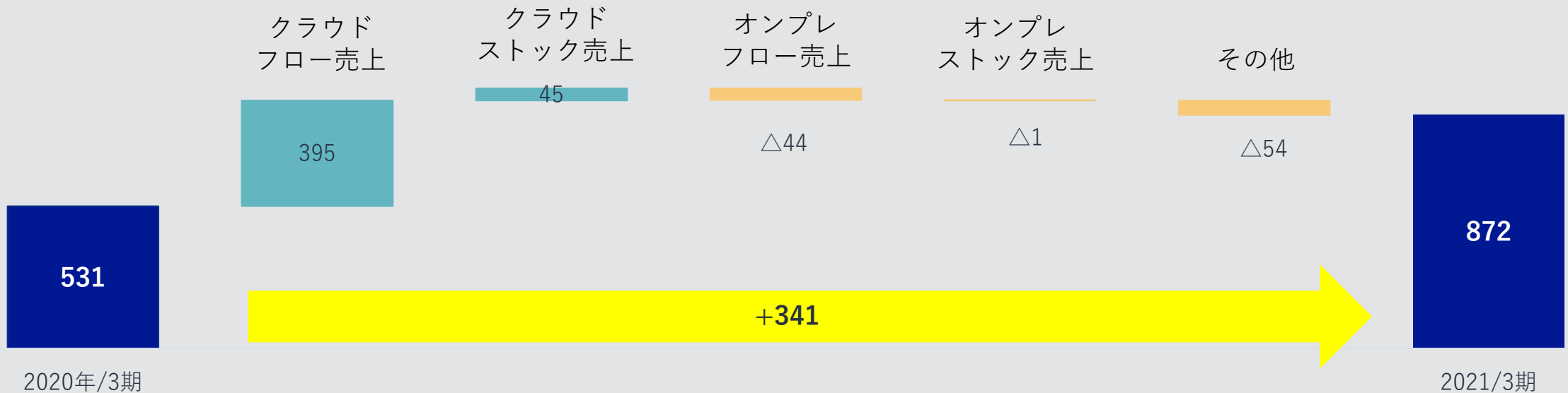
*2 オフショア事業（受託開発）、コンサルティング等

*3 2018年3月期～2021年3月期の3年間で算出

売上高の増減分析

クラウド事業の新規案件によるフロー・ストック売上が、
オンプレ事業及びオフショア関連売上の減少をカバーし、**341百万の増収**

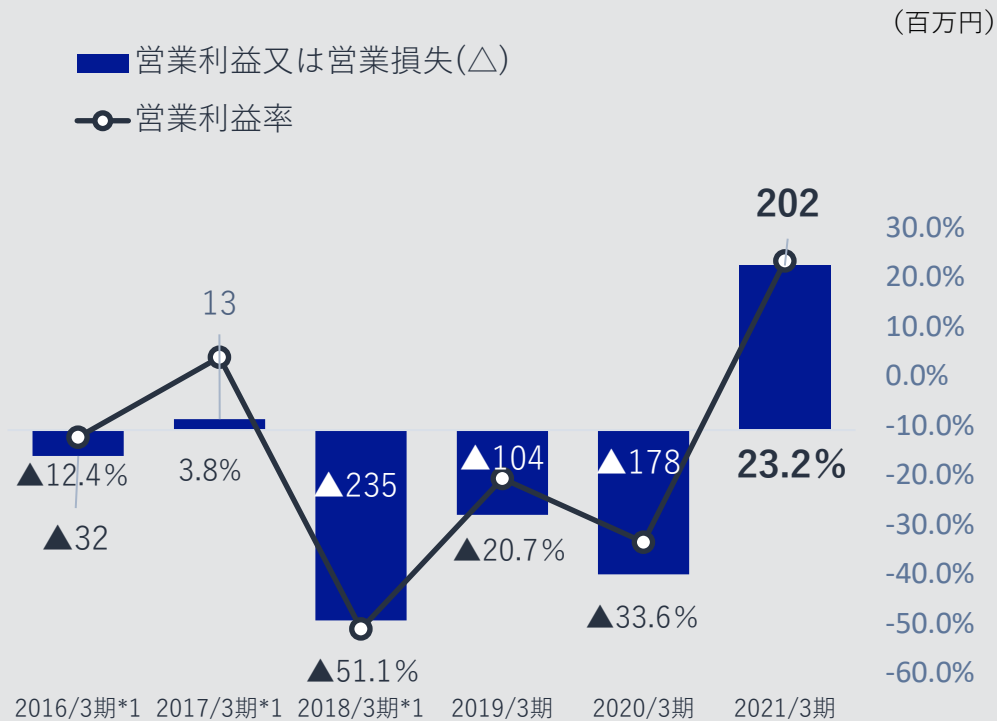
(百万円)



営業利益・同利益率の推移

売上の増加、及びクラウドサービスの開発一巡によりこれまで個別案件毎に発生していた開発工数が削減され売上原価が低減したことから営業利益も大幅に伸長し黒字転換

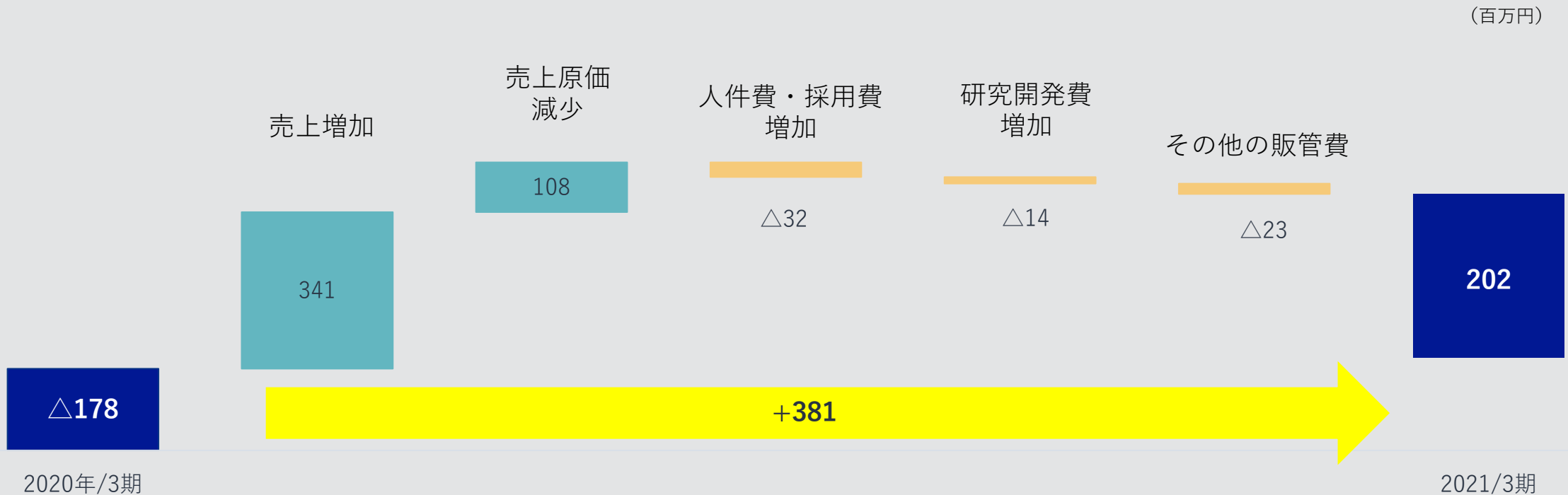
営業利益・同利益率の推移



*1 単体決算

営業利益の増減分析

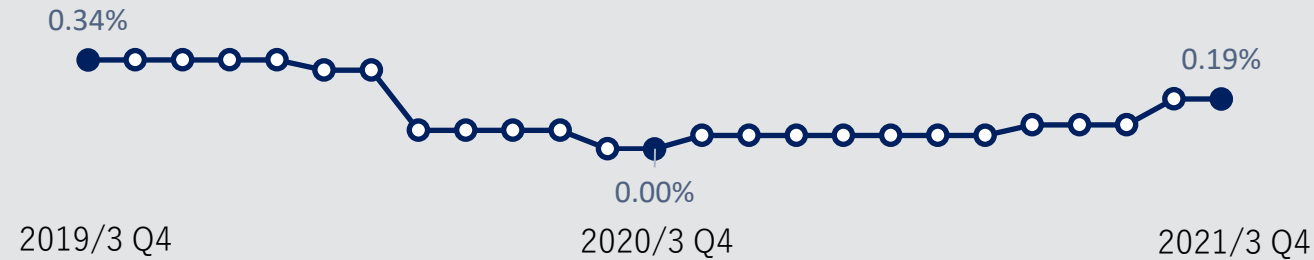
人件費、研究開発費等の販管費の増加を、
売上増加及び原価率の減少がカバーし、**381百万円増益し黒字転換**



月次解約率の推移

月次解約率（過去12か月平均）*1は
過去3年間*2で平均0.18%と低い水準を維持

月次解約率の推移



*1 月次解約率（導入料、改修を除いた月次のライセンス料およびメンテナンス・保守料について、当月解約によって減少した月次収益を、前月の月次収益合計で除して算出）の過去12か月平均

*2 2019年～2021年

1 会社概要

2 2021年3月期 実績

3 2022年3月期 予想

4 中期ビジョン

Appendix

通期業績予想

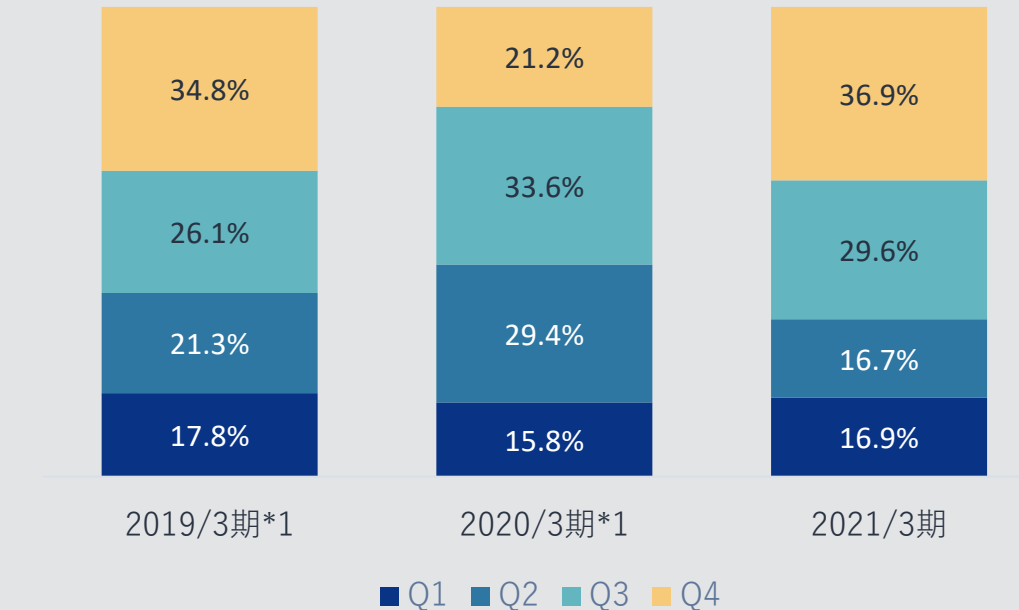
売上高は**ストック売上の向上を最優先事項**として取り組む方針
一方、人件費、広告宣伝費、及び研究開発費の増加に伴う販売費及び一般管理費
の増加等により、営業利益以下の各段階利益は減益の計画

項目 (百万円)	2022年3月期 予想(A)	2021年3月期 実績(B)	増減額 (A)-(B)	増減率(%) (A)/(B)-1
売上高	1,041	872	168	19.3
売上総利益	662	584	77	13.3
販売費及び一般管理費	557	381	175	45.9
営業利益	105	202	△97	△48.1
経常利益	101	185	△83	△45.2
親会社株主に帰属する当期純利益	84	181	△97	△53.5

売上・利益の偏重について

大手企業への導入が中心であることから、決算期の関係で売上の大半が下期に偏重する傾向
上期は営業利益以下は赤字であるものの、下期に売上が積み上がることから
営業利益以下の各段階利益も黒字化する傾向

四半期毎の売上の割合

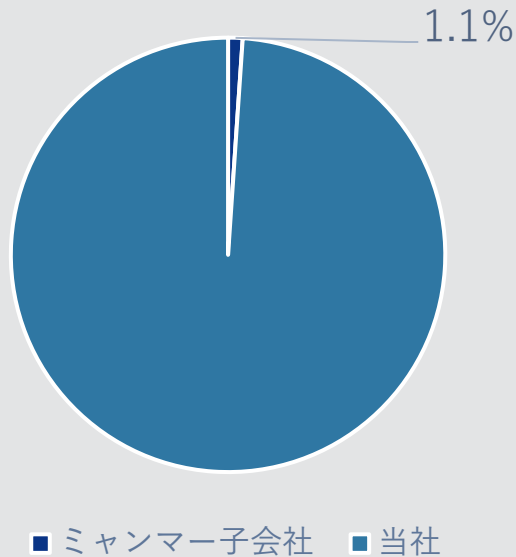


*1 単体決算

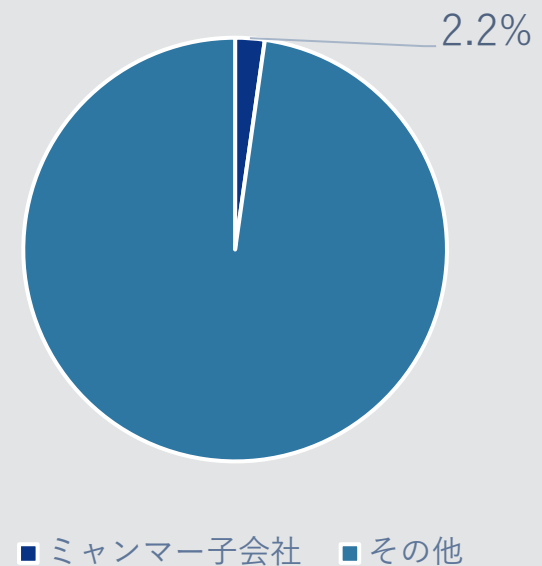
ミャンマー情勢の影響について

2021年2月以降の軍政権デモによるミャンマー国内の混乱の中、従業員の安全を最優先とし、リモートワークを継続。ミャンマー子会社の連結業績に占める割合は些少のため、**2022年3月期通期業績予想に与える影響は軽微**

売上の内訳(2021/3期)*1



外注費・研究開発費(2021/3期)の内訳



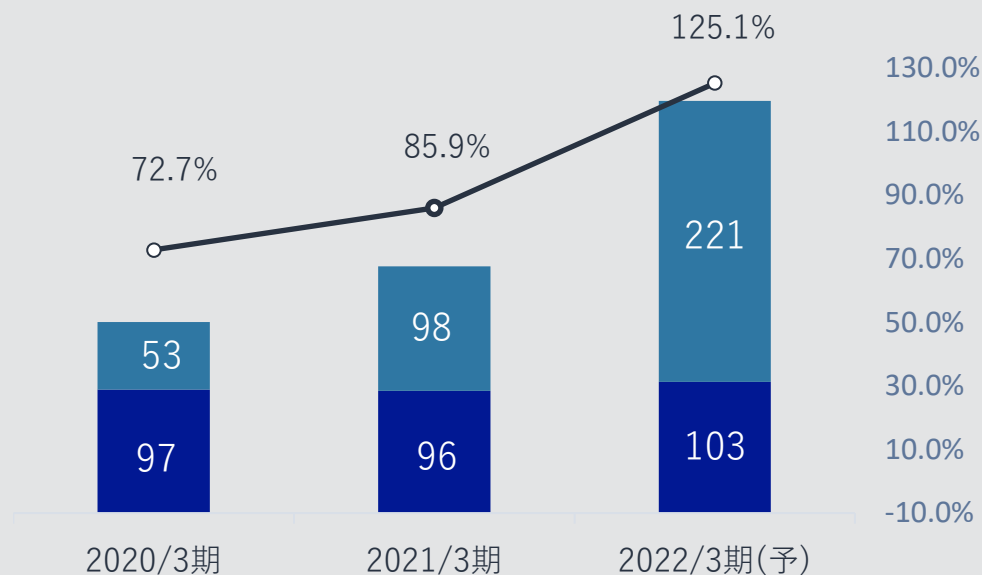
*1 ミャンマー子会社については外部売上のみを対象

ストック売上の推移・計画

2021年3月期はクラウド事業の新規案件増加に伴いストック売上比率は減少したものの、
ストック売上は高成長を維持。2022年3月期のクラウド事業のストック売上は2倍成長の計画

ストック売上の推移・計画

■ オンプレ事業 ■ クラウド事業 ○ 増減率*1 (百万円)



*1 クラウド事業におけるストック売上の対前年増減率

1 会社概要

2 2021年3月期 実績

3 2022年3月期 予想

4 中期ビジョン

Appendix

中期ビジョン

顧客対応DX (CRM) プラットフォームから SRM*プラットフォームのパイオニアへ

G-NEXTは、「顧客対応DX」を通じて、企業を取り巻く様々なステークホルダーに対して、一気通貫でシームレスに情報連携、マネジメントが可能な独自の機能等により、競合他社様との差別化を実現してまいりました。

今後、企業を取り巻く**複数のステークホルダーをマネジメントする (SRM) プラットフォーム**の先駆者として、「顧客対応DX」で培ったノウハウを元に、従来の顧客対応 (CRM) の枠組みからさらに発展した「**SRM企業**」へとさらなる成長を目指します。

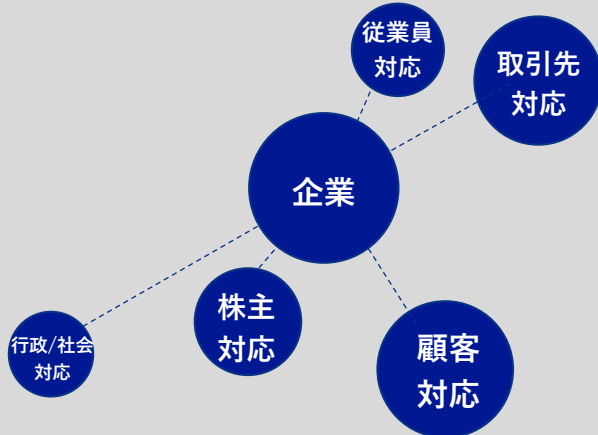
*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

ジーネクストの考えるSRMとは

当社が提唱する「SRM (Stakeholders Relationship Management)」とは、
多様なステークホルダーの声の循環を通じ、各々の関係性を可視化
することで収益拡大のための最適な改善手法を見つけ、企業価値向上の実現を目指す、
新たな経営戦略・手法であると考えております。

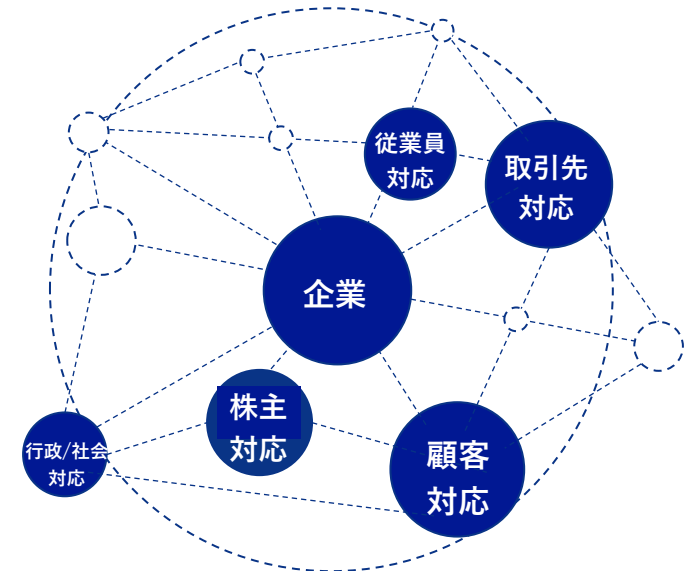
ステークホルダーの部分的・分断された状態で
企業内の部門が各々対応
(見えないステークホルダーがいる可能性あり)

企業が把握する一般的なステークホルダーの関係性



社会環境・経営状況に沿ってステークホルダーが
アメーバ状に増減し、それぞれ良好な関係性を築く経営戦略

「SRM (Stakeholders Relationship Management)」概念図



当社を取り巻く市場と機会

企業を取り巻くステークホルダーは、益々多様化しており、対話の重要性が求められるようになっている。

■導入顧客からのヒアリング*1

- ・顧客満足度調査
- ・セミナー開催等
- ・お客様相談室等
- ・サイトフォーム



*1当社プラットフォーム導入顧客からのヒアリングに基づいて項目を記載

■企業経営者アンケート*2

75%

の経営者が従業員、顧客を重要なステークホルダーとして株主・投資家同等に重きをおいている。

74%

の従業員（米国を対象）が給与よりも、ステークホルダー重視の企業を支持している。

48%

の上場企業は「従業員」「顧客」との対話やコミュニケーションについて、定まったツールが定まっていないと回答している。

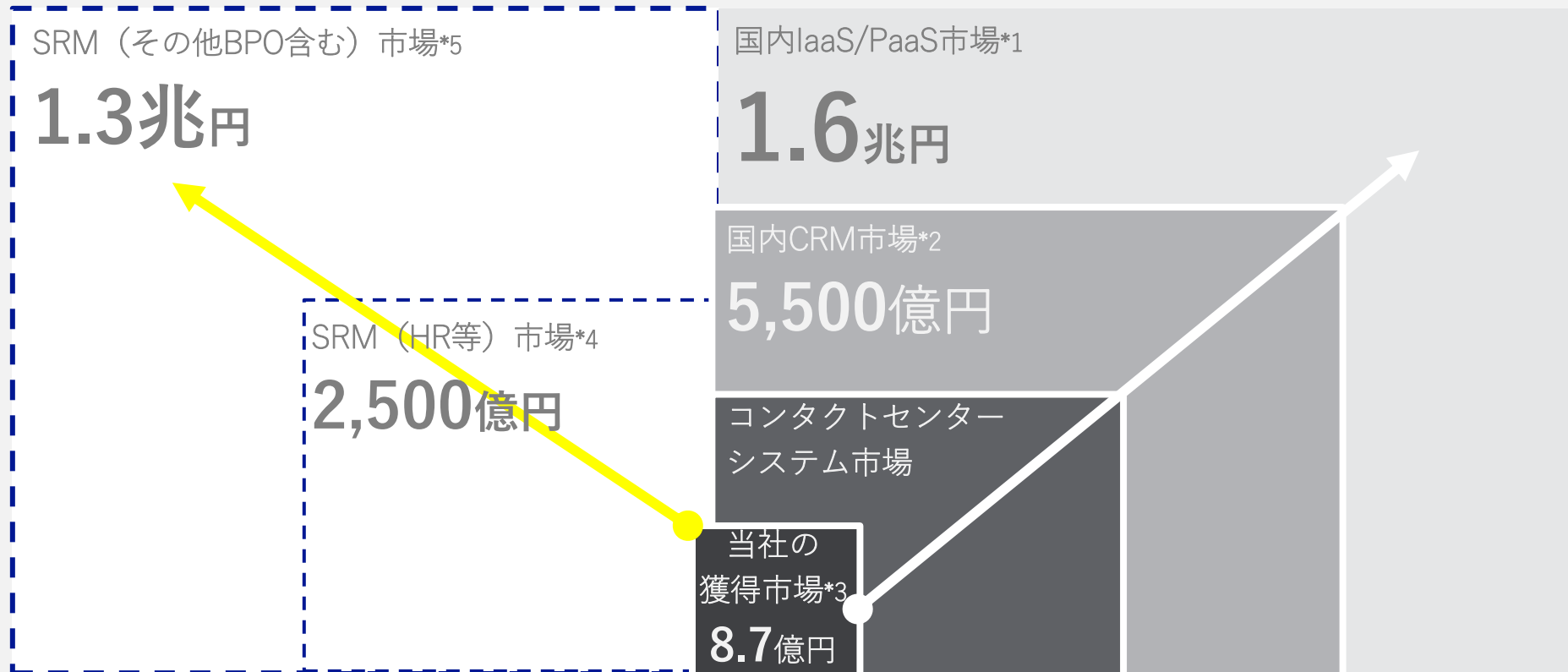
*2出典データ

- ・経済産業省 平成29年度 上場企業によるステークホルダーとの対話・コミュニケーションに関する実態調査
- ・A ROADMAP FOR STAKEHOLDER CAPITALISM JUST Capital's 2019Survey Results' JUST Capital

当社を取り巻く市場規模

これまでの顧客対応DX市場に加えて、
SRMによる拡大余地を含めると、**約3兆円の市場規模**に。

低解約率に裏打ちされた顧客満足度の高い当社プロダクトの顧客基盤拡大余地は大きい



*1 矢野経済研究所「クラウド基盤(IaaS/PaaS)サービス市場に関する調査」(2020/5/12)

*2 デロイトトーマツミック経済研究所「マーテック市場の現状と展望2020 クラウド型CRM市場編(第4版)」(2020/3/2) (<https://mic-r.co.jp/mr/01800/>)

*3 2021年3月期の当社グループの連結売上実績値

*4 株式会社シード・プランニング「HRテクノロジーの市場規模を算出」(2019/12/2)

*5 *4及びIDC Japan 株式会社国内ビジネスプロセスアウトソーシング(BPO)サービス市場予測(2021/4/14)

成長戦略 ～推進ロードマップ～

顧客対応DXの深化、新たな市場の開拓、SRMを推進

SRMを完成させ、
データ活用を推進

新市場の開拓・創出として
価値提供の拡大・拡張

Discoveriezの顧客対応DX事業の発展

SRMデータ活用

株主対応
地域社会対応
従業員対応

顧客対応
ライト版の拡大

2021

2022

2023

2024

2025

「フェーズ 1」 FY21-

- ・顧客対応中心
- ・プロダクトの強化&アライアンス拡張

「フェーズ 2」 FY22-

- ・利用シーンの拡大
- ・新規事業の開拓

「フェーズ 3」 FY25-

- ・SRMデータのAI/データサイエンスへの利活用

提供価値

顧客対応

株主対応、地域/社会対応、
従業員対応

SRMデータの活用

解決する課題

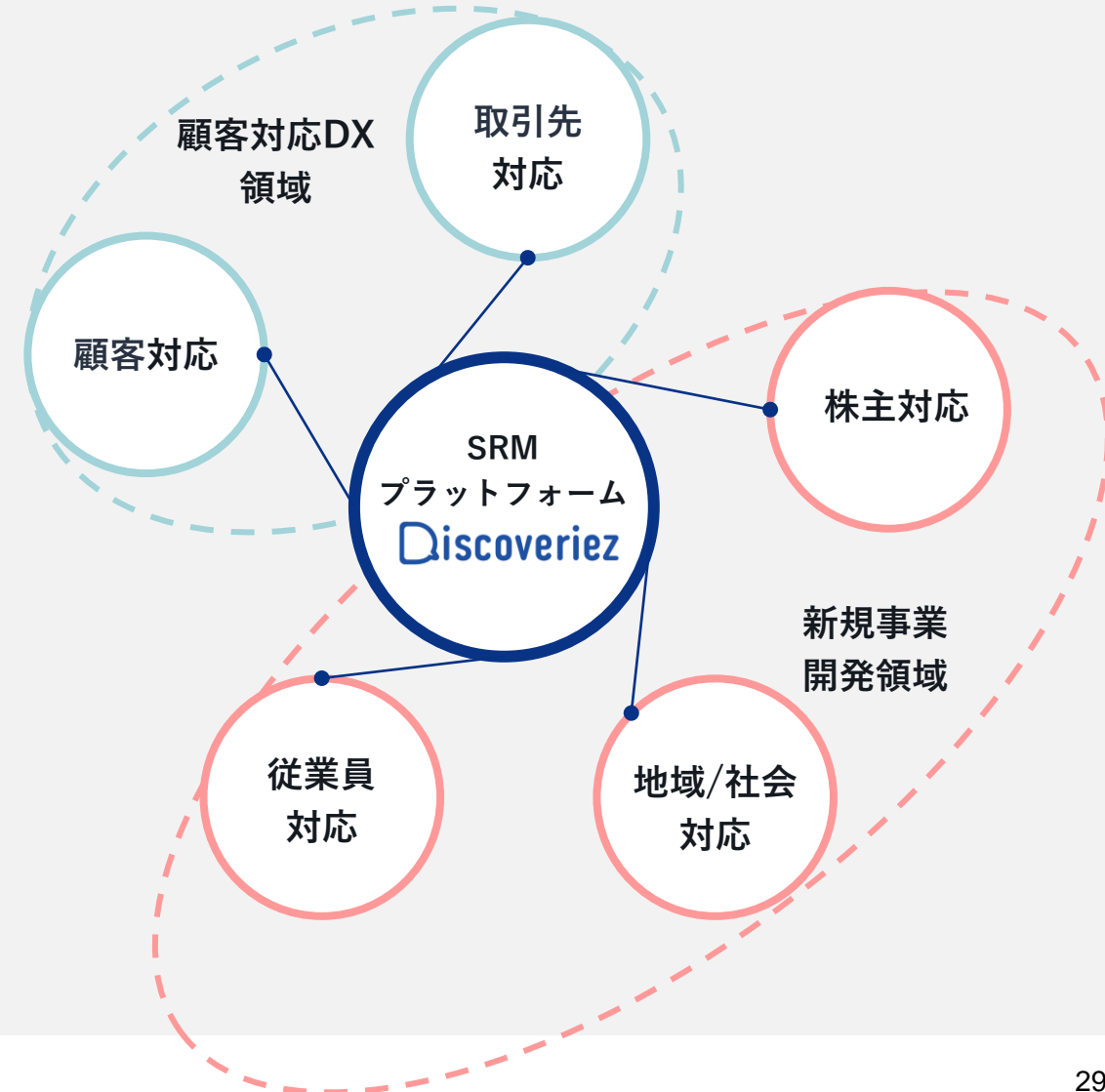
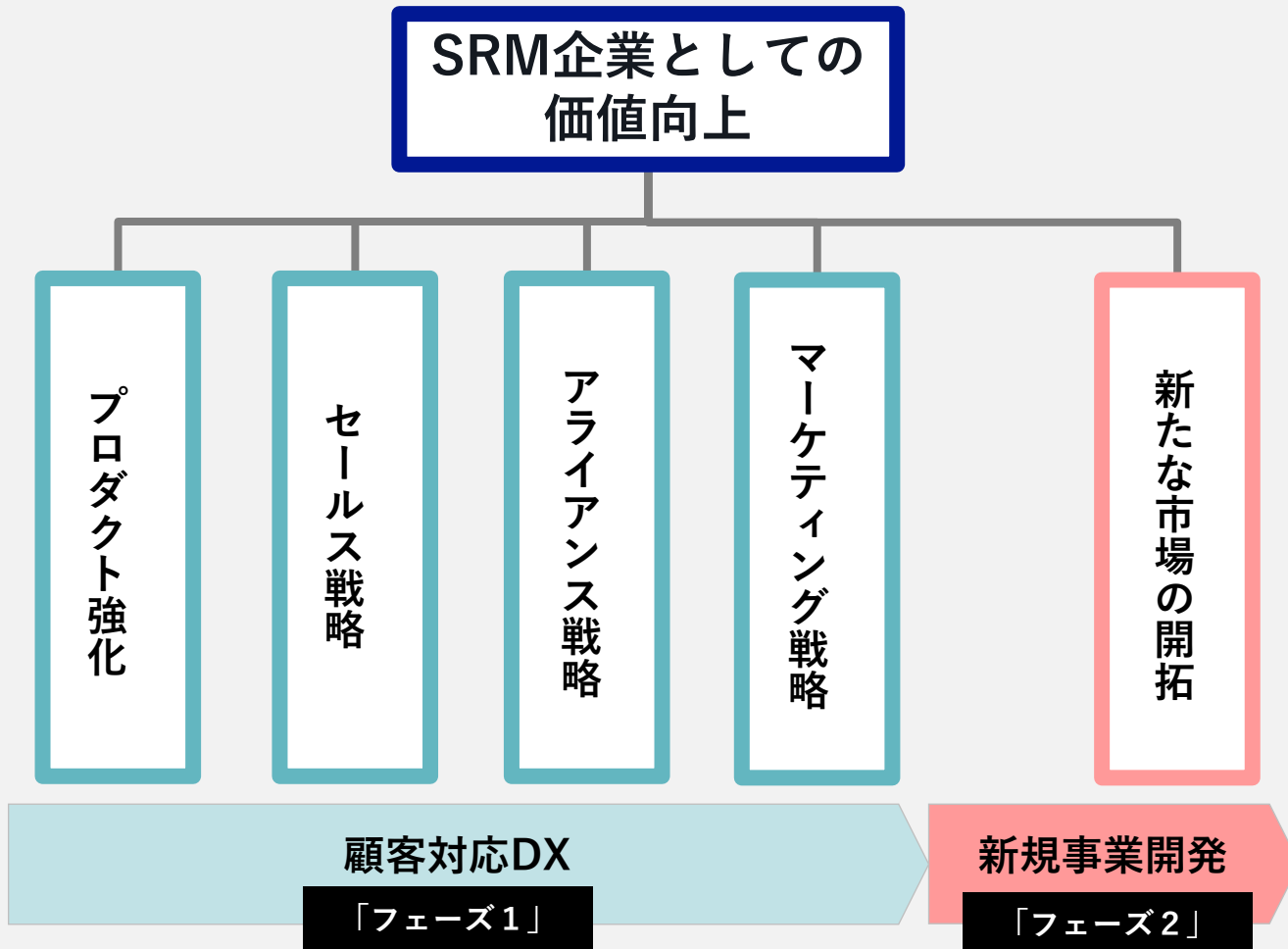
顧客の「声」の分断

ステークホルダーの「声」の分断と
ワークフロー

サプライチェーンにおける
分断されたフロー

成長戦略 ～SRM企業として発展するための戦略～

SRMの「顧客対応」分野について、引き続き高い成長を維持すると共に、SRMの他の分野への開発を推進、成長ドライバーとしてさらなる発展を目指す

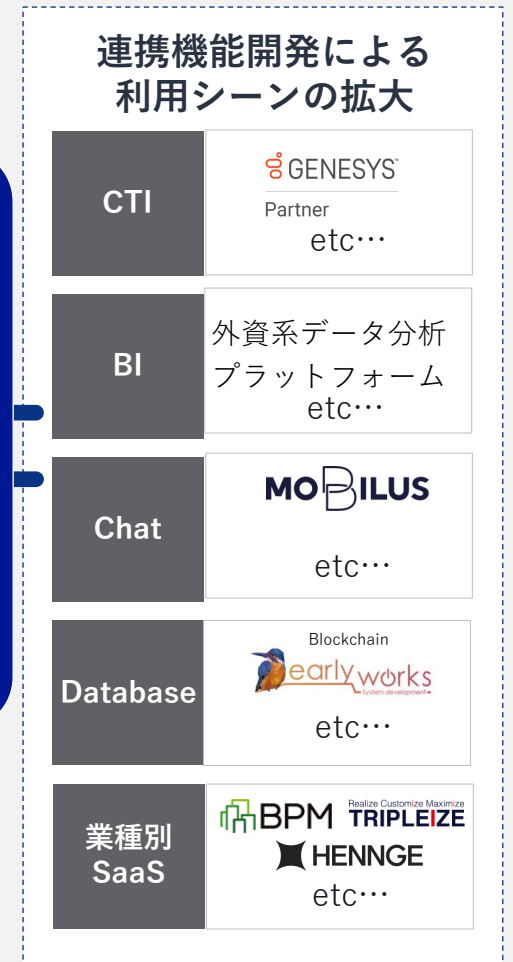
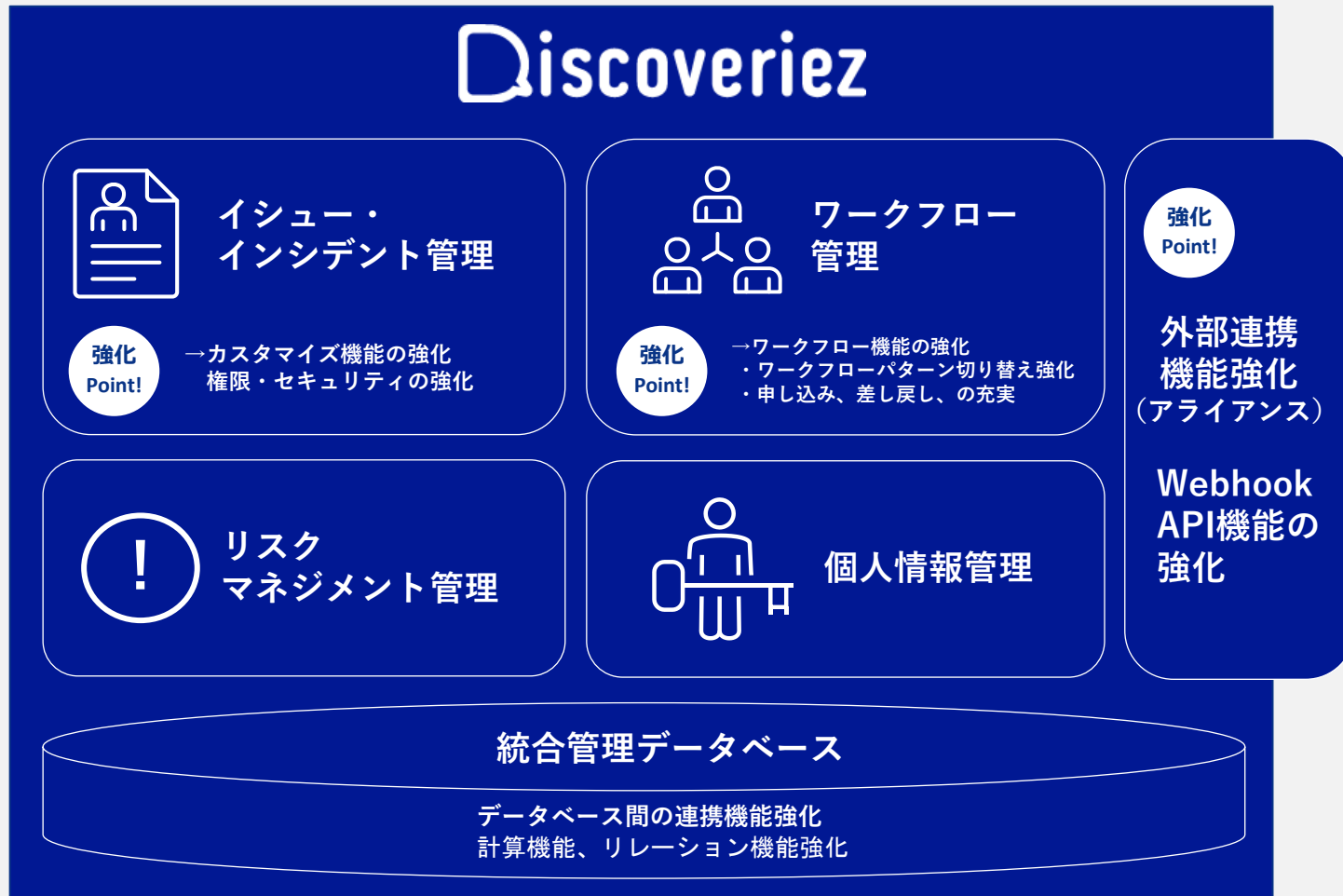


フェーズ1 ~プロダクト強化~

企業からのご要望の製品フィードバックや技術的アライアンスを積極的に行うことで、市場への早期適応およびSRMプラットフォームの発展を実現

導入企業・
新規導入企業
からのご要望

- 顧客
- 取引先
- 従業員



*順次連携予定

フェーズ1 ～セールス戦略～

「顧客対応」についてシェア拡大を実行
併せてSRMとして利用シーンの拡大を推進

新規契約件数の拡大 他業界への導入とシェア拡大

営業力の強化

- ・専任営業スタッフの設置
- ・協力会社のさらなる開拓

販売チャネル拡大

- ・販売代理店の拡大
- ・webマーケティングの活用

業界団体への加盟数拡大

- ・紹介案件の拡大継続
- ・業界拡大、シェア拡大

契約単価の向上

追加オプション機能による販売単価の向上
(アップセル・クロスセル)

<リリース済追加オプション>

- ・音声認識機能
- ・店舗検索機能
- ・メールサジェスト機能
- ・スマートフォン対応

<リリース予定追加オプション>

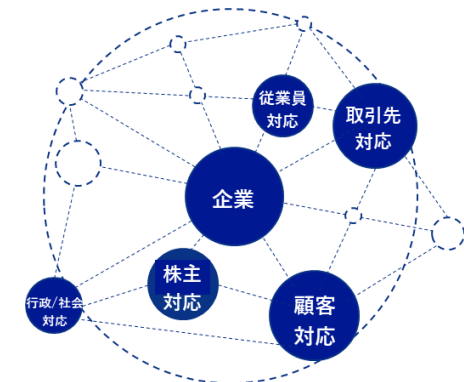
- ・リスクアラート機能強化
- ・FAQサポート機能
- ・対応方法サジェスト機能

利用シーンの拡大

既存クライアントの利用シーンの拡大

<施策>

- ・導入企業他部門での利用シーン拡大
- ・中堅企業向けDiscoveriez
ライト版の開発・販売



フェーズ1 ～アライアンス戦略～

Discoveriezでステークホルダーマネジメントを行うことをサポート体制を構築
パートナーとのパッケージメニューのリリースも随時発表予定

顧客対応

取引先対応









従業員対応

株主対応

行政/社会対応

...

Discoveriez

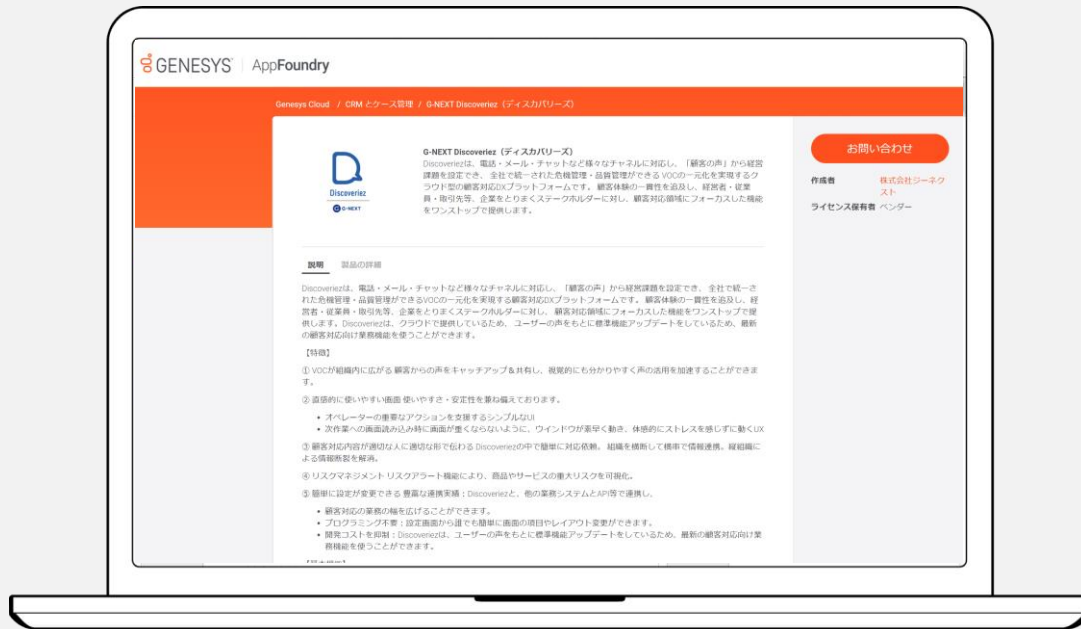
	CTI	BI/分析系	Database	Chat	業種別SaaS
テクノロジー パートナー	 	外資系データ分析 プラットフォーム			Realize Customize Maximize  
	 etc...	X etc...	X etc...	X etc...	X  etc...

*社名50音順にて記載

フェーズ1 ～アライアンス事例～



Partner



ジェネシスクラウドサービス株式会社
「AppFoundry®」テクノロジーパートナー認定

HENNGE株式会社との
シングルサインオン連携

フェーズ1 ～マーケティング戦略～

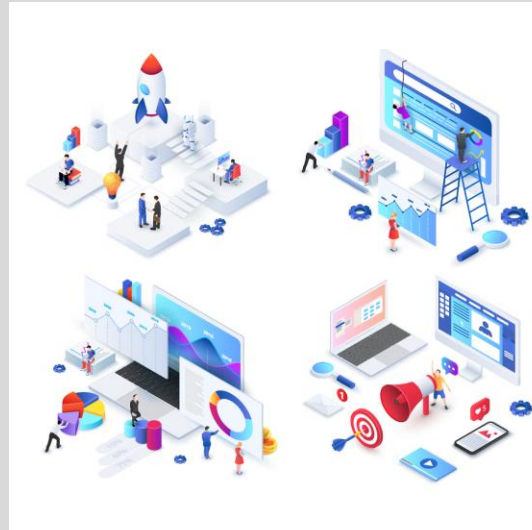
SRM企業として、**Discoveriezの認知や理解促進、**
企業価値を向上するために以下の取組みを実施。

01. オウンドメディアの進化



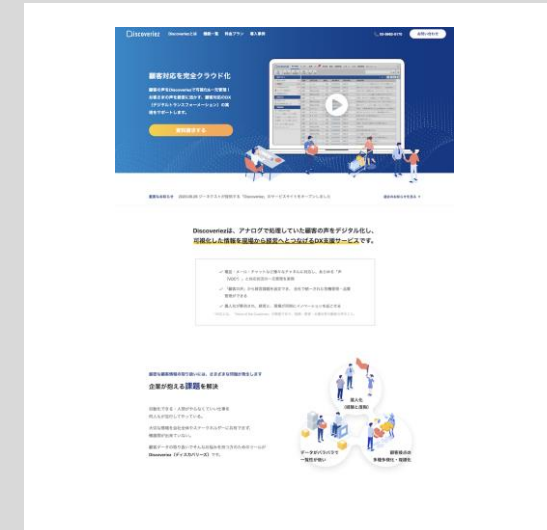
- ステークホルダー・マネジメント関連情報や自社の製品や事例等の情報発信を積極的に実施予定。

02. アライアンス先とのマーケティング連携



- アライアンス先とのウェビナー・イベントの共同開催
- ユーザー会の実施
- Discoveriezの利用シーンの事例紹介
- 戦略PRによる企業ブランドの向上活動

03. サイトリニューアル MAツールの活用



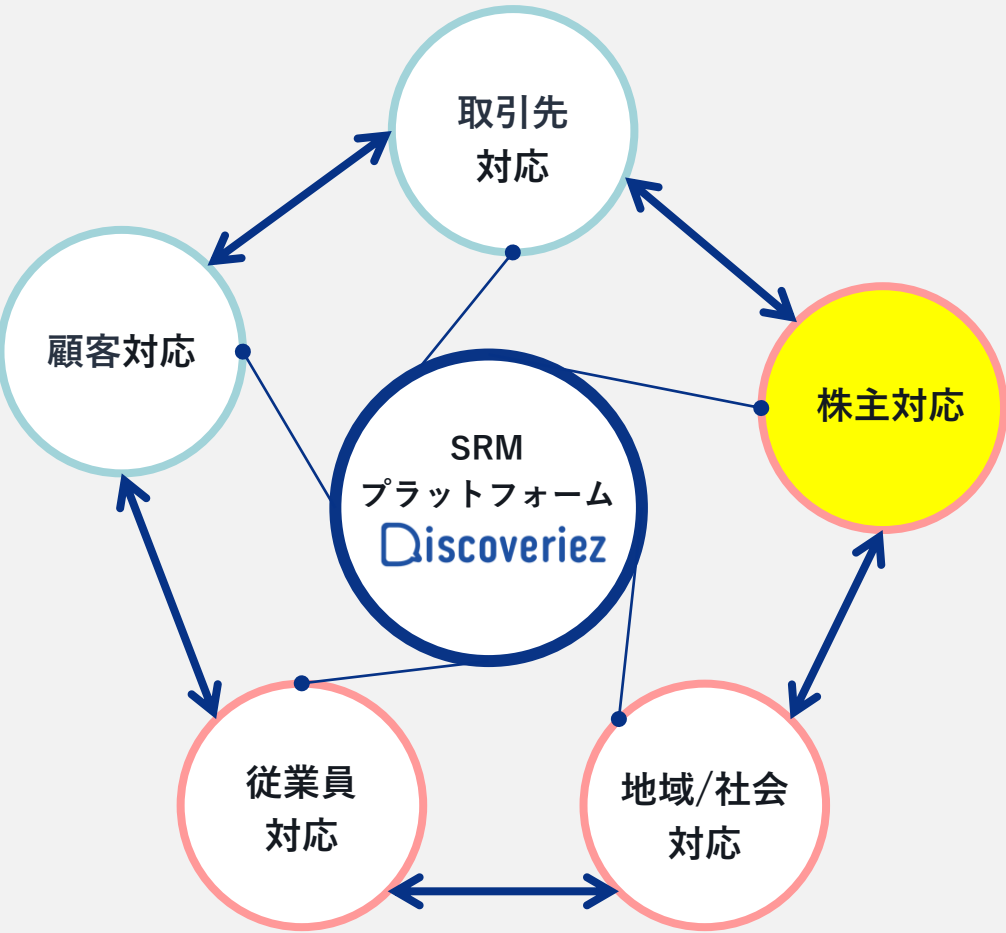
- 当社における「自社No.1の営業マン」を目指すべく、サービス/企業サイト自体のUIUXやデザインなどの刷新予定。MAツールを用いて顧客属性毎に効果的なブランディング施策を実施。

フェーズ2以降

フェーズ2 ～新たな市場の開拓（株主対応）～

株主
対応

- ・企業と株主のやり取りの円滑化
- ・株主の「声」の利活用を促進
(株主とのコミュニケーションを活性化し、
適正な関係値を築く)



市場機会

- ・東京証券取引所が2022年4月4日より現在の四つの市場区分を、プライム市場・スタンダード市場・グロース市場の3つの新しい市場区分へと再編*1

上場企業の取り組むべき項目

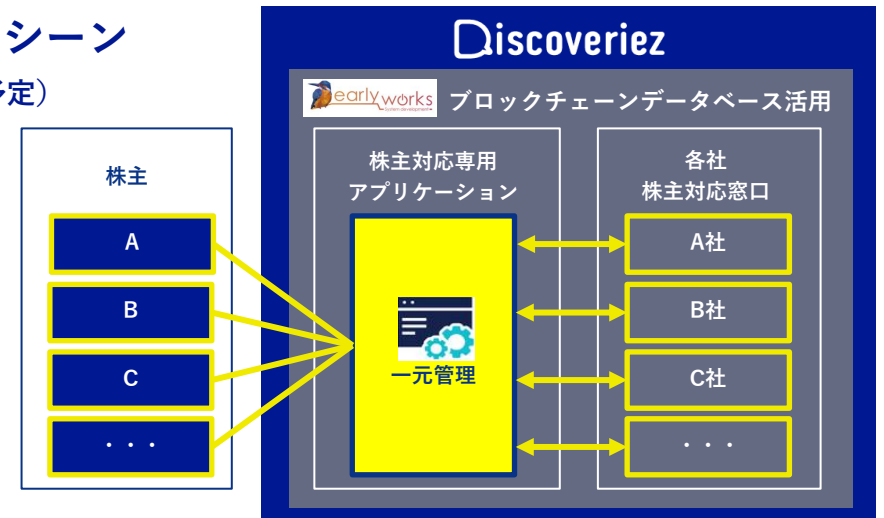
- ・上場市場基準として流動性の確保・コーポレートガバナンス・事業計画・経営成績、財政状態など定量的・定性的基準が設けられることから、今後はより経営として株主対応が重要指標に

当社の狙い

株主対応市場への早期エントリーにより、SRMプラットフォームの拡張を促進

株主対応 イメージ利用シーン (2021年10月リリース予定)

Discoveriezのオプション機能として、企業の株主対応をサポートする専用アプリケーションをリリース予定

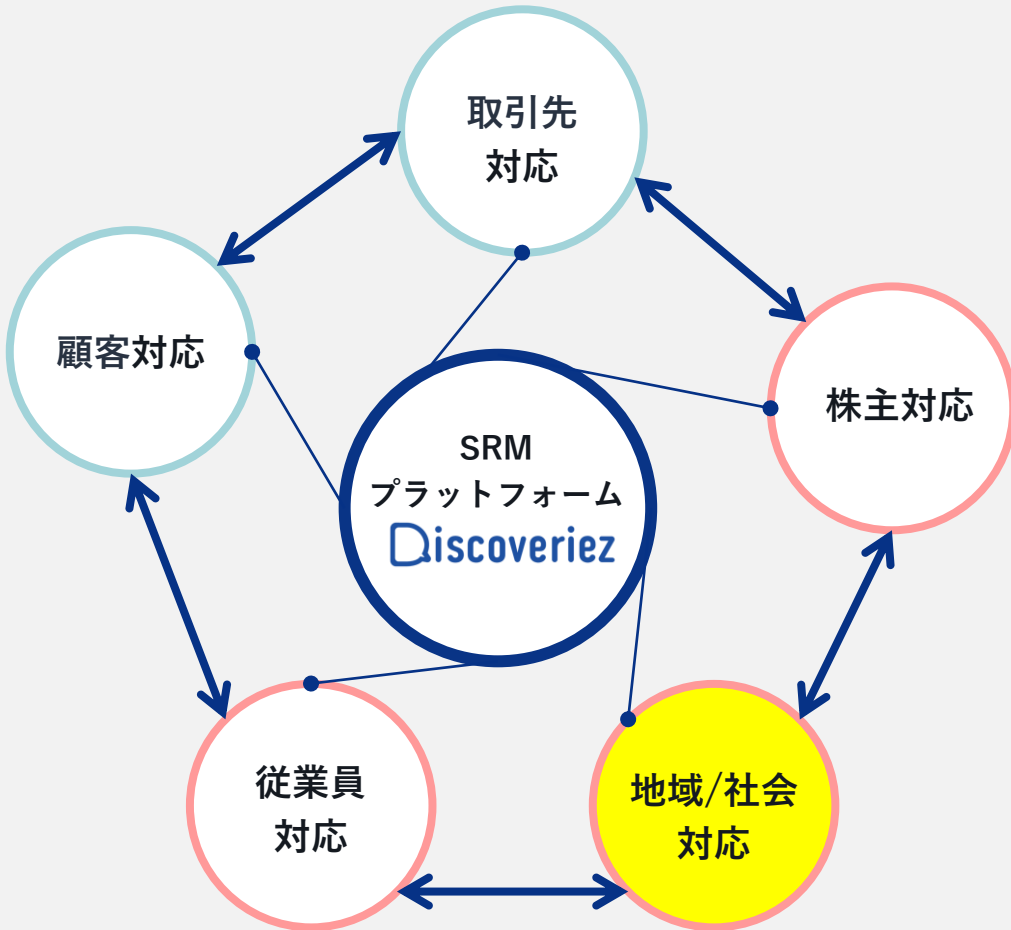


*1 東京証券取引所HP 市場構造の在り方等の検討 より引用 <https://www.jpx.co.jp/equities/improvements/market-structure/index.html>

フェーズ2 ～新たな市場の開拓（行政/社会対応）～

行政/社会
対応

- ・行政と地域住民のやり取りの円滑化
- ・医療/介護現場と患者、家族とのやり取りの円滑化（各地域の医療機関や介護施設への貢献）



行政への取り組み

<対応状況>

- ・弊社代表取締役の大阪府松原市のデジタル推進委員就任（クールまつばら）などを皮切りに、Discoveriezを通じた行政における地域住民対応のDXを推進中

<取り組み例>

- ・地域住民対応をサポートするソリューションを地方自治体に展開中
 - ふるさと納税（窓口）のサポート
 - 各行政手続き窓口の効率化/デジタルデバイドの解消
 - ワクチン接種窓口のサポート
- etc...

地域社会への取り組み

<対応状況>

- ・医療/介護分野へのDiscoveriezの利活用模索
- ・医療/介護分野でのSRMプラットフォーム活用の実証実験を開始

<取り組み例>

- ・既存システムで対応しきれていない機能サポートを中心に展開中
 - 高度入院患者管理
 - 介護記録の管理/効率化
 - ご家族と必要情報のオンライン情報共有
- etc...

フェーズ3 ~SRMデータの活用へ~

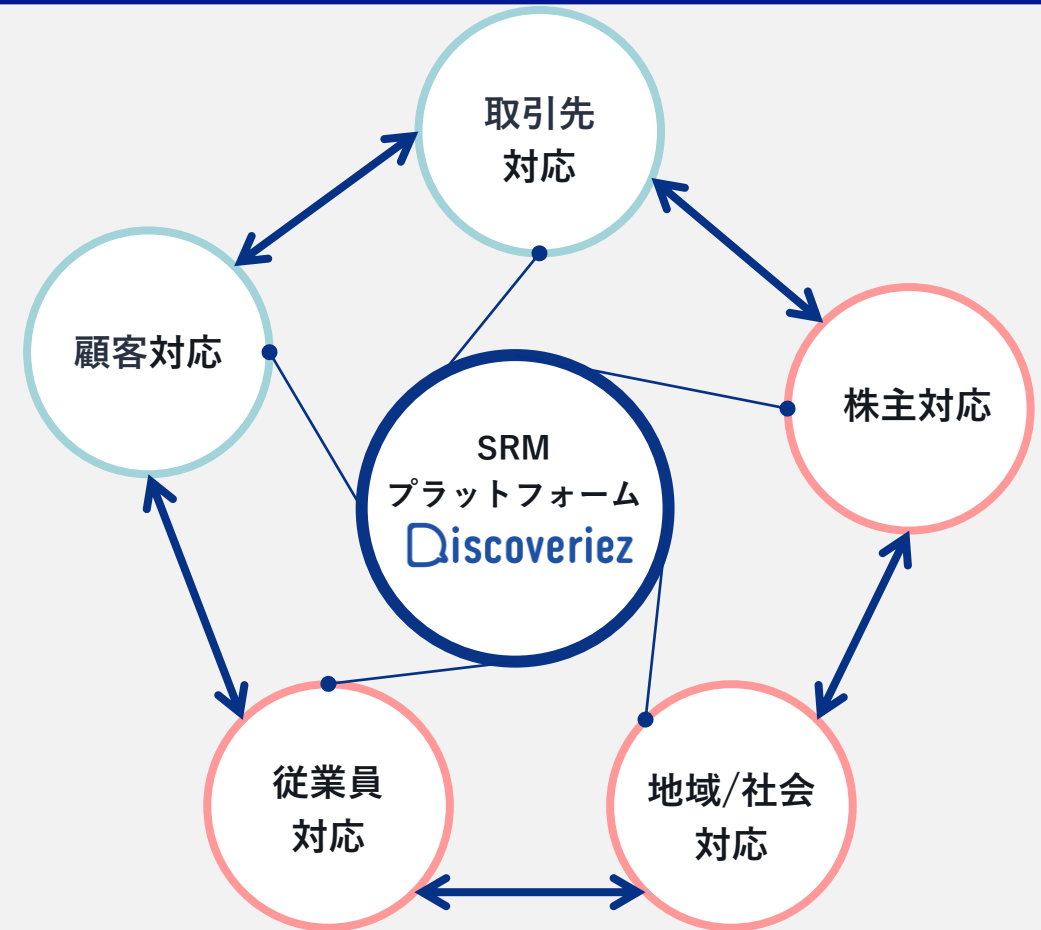
SRM各対応領域のデータを利活用



企業経営の行方を左右する重大なマネジメント
 이슈への対応や予測支援を実行



経営全体を支援するプラットフォームへ進化



「フェーズ 1」 FY21-

- ・顧客対応DX中心
- ・プロダクトの強化&アライアンス拡張

「フェーズ 2」 FY22-

- ・利用シーンの拡大
(バーティカルSaaS化推進)
- ・新規事業の開拓

「フェーズ 3」 FY25-

- ・SRMデータのAI/データサイエンス
への利活用

まとめ

ジーネクストは、VISIONの到達に向けて、以下の3つの指標で事業成長を推進していく。

- 1 SRMエコシステムの形成に向けて、事業方針を大きく加速させる。
- 2 着実なビジネスモデル、セールス戦略で既存連続的な成長を測る。
- 3 各ステークホルダー向けのプロダクトを成長ドライバーにさらなる成長を目指す

1 会社概要

2 2021年3月期 実績

3 2022年3月期 予想

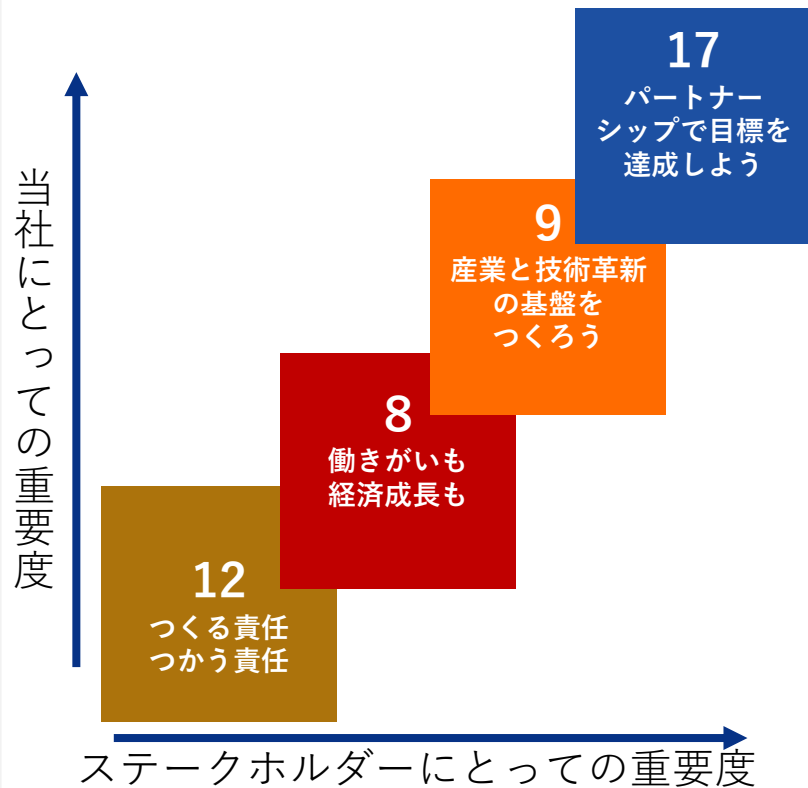
4 中期ビジョン

Appendix

その他施策 SDGs への取り組み

以下の3つのトピックを特に注力して、価値創造を継続的に実施する。

ジーネクストが取り組むゴール



ジーネクストが特に注力すべきトピック 1

17
パートナー
シップで目標
を達成しよう

17.17 マルチステークホルダーパートナーシップ

さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略にもとづき、効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励し、推進する。

ジーネクストが特に注力すべきトピック 2

9
産業と技術革
新の基盤を
つくろう

9.1 レジリエントなインフラ提供

経済発展と人間の幸福をサポートするため、すべての人々が容易かつ公平に利用できることに重点を置きながら、地域内および国境を越えたインフラを含む、質が高く信頼性があり持続可能でレジリエントなインフラを開発する。

ジーネクストが特に注力すべきトピック 3

8
働きがいも
経済成長も

8.3 働きがいの創出

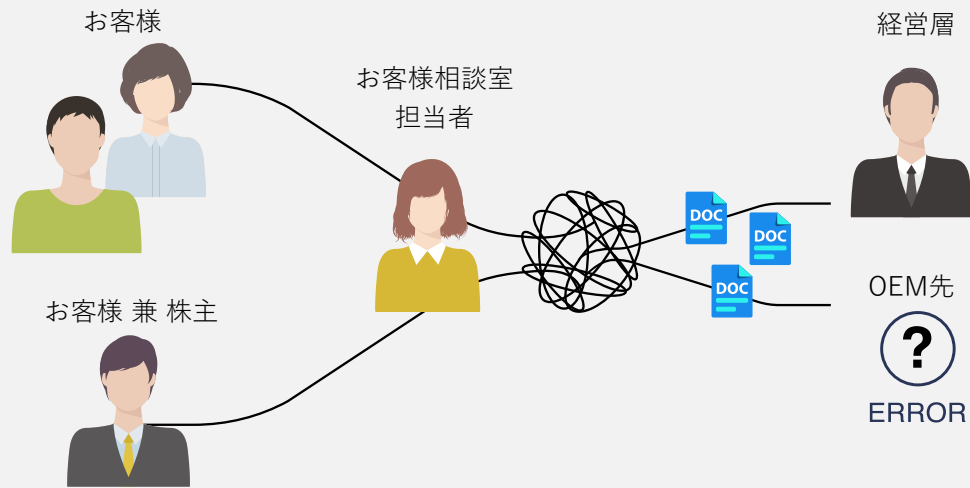
生産的な活動、働きがいのある人間らしい職の創出、起業家精神、創造性やイノベーションを支援する開発重視型の政策を推進し、金融サービスの利用などを通じて中小零細企業の設立や成長を促す。

SRM実績事例：OEM会社様の場合

起点は全てステークホルダーの「声」から。
社内・取引先とのシームレスな連携を実現。

従来型のOEM会社様でのフロー

Before
情報の分断化
複雑な業務プロセスにより生産性悪化



導入後のOEM会社様でのフロー

After
統合データベースとして活用し、数千社以上のOEM先連携、
管理体制をオンライン化、リコールリスクの迅速検知。
適切なワークフローを実現



SRM実績事例：食品メーカー様の場合

企業内のステークホルダー（各部門・取引先等）間での情報の効率化・見える化を実現。
部門を横断したコミュニケーションが可能になり、経営状況の改善に寄与

Before:紙回付での申請、メールでのワークフロー、DB分断による情報の分断化



After:Discoveriez内での申請、ワークフロー、DB連携による情報流通の効率化



