

# 2022年3月期第1四半期 決算説明資料

2021年8月12日

株式会社ジーネクスト



お客様の声で、世界を変える

## < 当社の重要指標・方針などの振り返り >

- ストック売上の向上を最優先事項とし、安定性の高いストック型へ移行する方針（21/5/27開示）
- クライアントの大半が大企業のため、売上6割以上が下期偏重傾向である点（21/5/27開示）
- 当社の事業成長における重要なKPIは、新規導入件数である点（21/5/13開示）
- 成長シナリオにおいては新規導入件数に加え、契約単価の向上である点（21/5/13開示）
- 持続的な成長のため、新製品開発、人件費・採用費、広告宣伝費について、積極的に成長投資を行うため、前期比減益予想（21/5/27開示）
- 顧客対応DX市場を深化させ、SRM企業へと成長することをめざしている点（21/5/27開示）

上記重要指標や方針を基に、引き続き事業を邁進しております。

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 appendix

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 appendix

# 2022年3月期 第1四半期（4-6月）実績サマリー

サマリー		<ul style="list-style-type: none"><li>- 第1四半期は当社の傾向である下期偏重、及びストック型への移行の影響により、売上は通期予想進捗10.6%で着地 通期予想達成に向け、継続して邁進中</li></ul>
事業進捗	業績	<ul style="list-style-type: none"><li>- 売上高は110百万円、売上総利益は37百万円、営業損失90百万円</li><li>- 売上については収益認識基準適用の影響を除き対予想でほぼ<b>インライン</b>で着地</li><li>- 当初計画通り当期は成長投資を加速させていることから通期予想は減益（後述）</li></ul>
	重要なKPI	<ul style="list-style-type: none"><li>- 新規導入累計件数は98件へ増加</li><li>- クラウド事業に係る契約は第1四半期で前期末から1件増加し、61件へ</li><li>- オンプレ事業に係る契約は第1四半期で前期末から増加無しの37件</li><li>- クラウド事業の第1四半期累計のリカーリングレベニュー*1は28百万円（対前年同期比42.7%増）</li></ul>
	成長戦略	<ul style="list-style-type: none"><li>- プロダクト強化に寄与する「アライアンスプログラム」*2にて、ジェネシス社とのパートナーシップ契約やHENNGE社との連携が完了</li><li>- ウェビナーなどのアウトバウンド型のマーケティング施策により、下期数字に直結するクライアントリード獲得が見え始めている</li></ul>

\*1 月次のライセンス利用料や保守料等の経常的な収益。ストック売上と同義。

\*2 Discoveriezをプラットフォームとし、CTI、BI、Databaseなどの各分野のテクノロジーパートナーとアライアンス体制を構成し、利便性の向上や利用シーン拡大を目指すプログラムを指します。

# 2022年3月期 第1四半期（4-6月）実績詳細

売上高は、収益認識基準を当期より適用した影響\*を除けば、インラインでの着地  
成長投資の加速により販管費が予想を上回ったものの、売上原価の低減がカバーし  
営業利益以下の各段階利益もほぼインラインでの着地

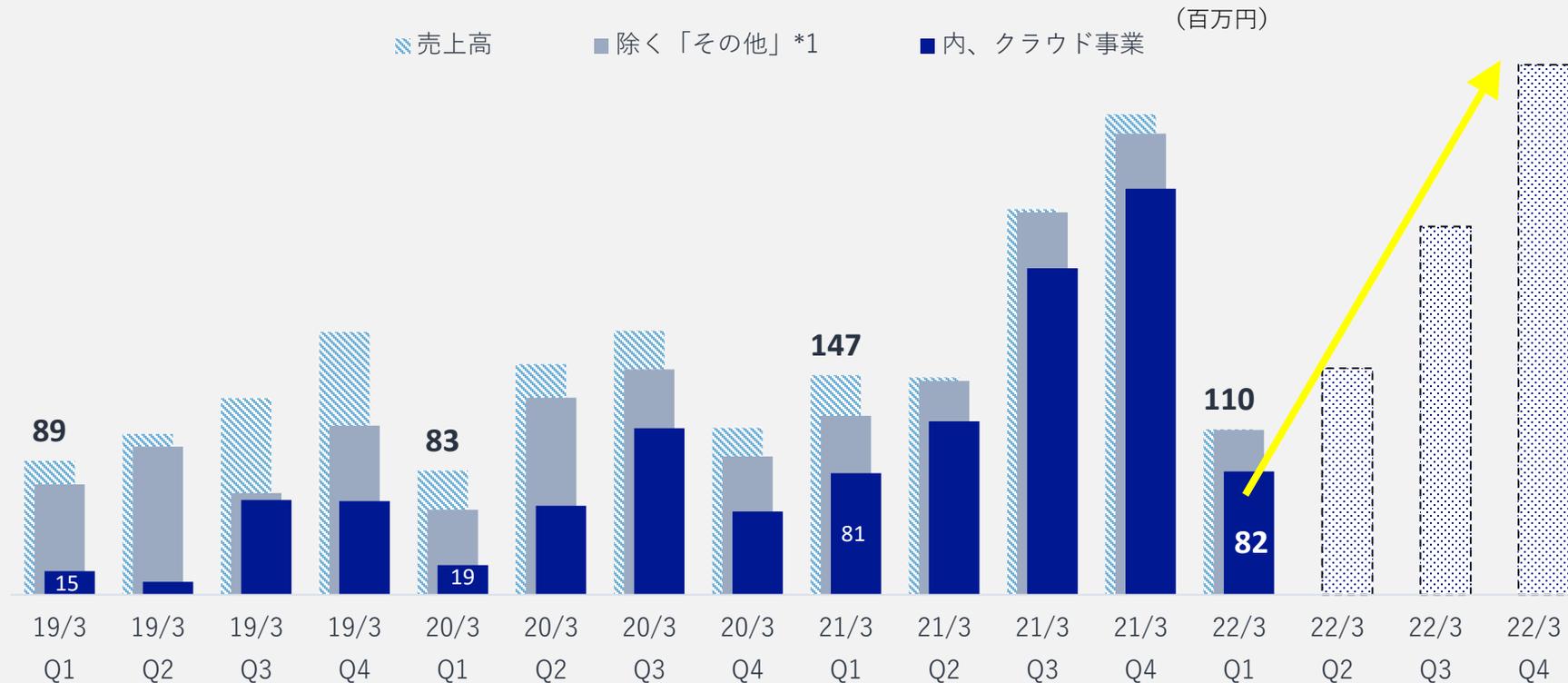
項目	(百万円)	2022年 3月期Q1 実績(A)	2022年 3月期Q1 予想(B)	予実差異 (A)-(B)	予実比(% (A)/(B)-1
売上高		110	119	△9	△7.6
売上総利益		37	28	+9	+33.8
販売費及び一般管理費		127	117	+10	+9.1
営業損失 (△)		△90	△89	△1	—
経常損失 (△)		△90	△90	△0	—
親会社株主に帰属する四半期純損失 (△)		△92	△90	△2	—

\* 収益認識基準適用前の2022年3月期第1四半期売上は118百万円となります。

# 四半期毎売上高の推移

オフショア事業の撤退及び収益認識基準適用の影響で対前年同期比では減収  
売上高の下期偏重（後述）により、**クラウド事業の売上は下期に向かって伸長し、**  
通期の売上全体の成長を牽引する見通し

### 四半期毎売上高の推移



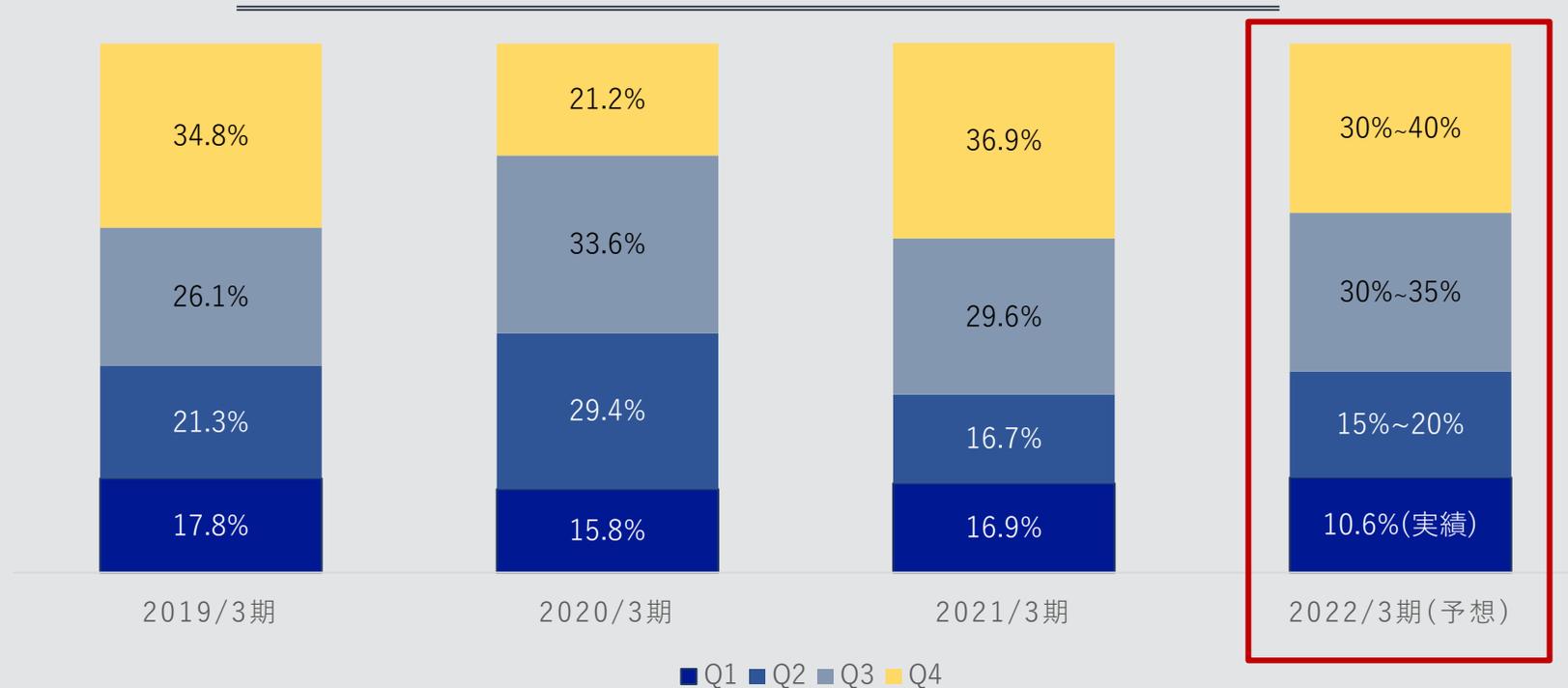
\*1 オフショア事業（受託開発）、コンサルティング等

\*2 3 2019年3月期、2020年3月期は単体決算数値

# 売上・利益の季節性について

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  
2022年3月期についても同様に、売上・利益の大半の計上は下期に偏る予想  
ただし、今後ストック売上比率の向上に伴い、中期的に偏重を緩和する計画

四半期毎の売上の割合



# 四半期毎リカーリングレベニューの推移

クラウド事業のリカーリングレベニューは順調に増加  
収益認識基準の適用により、リカーリングレベニューの一部を  
期首の利益剰余金にて調整

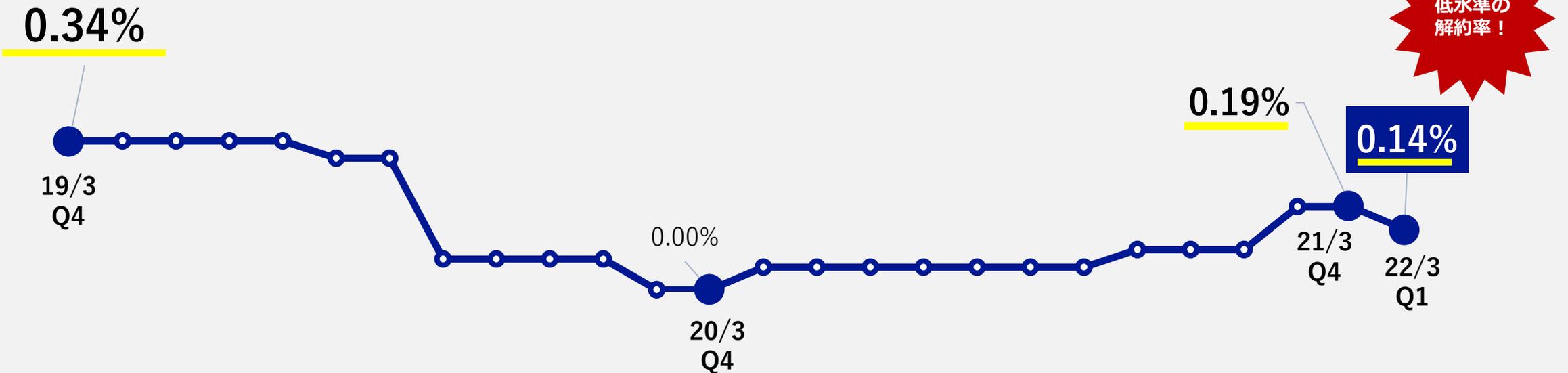
四半期毎リカーリングレベニューの推移



# 月次解約率の推移

月次解約率（過去12か月平均）\*は0.14%と、  
前期末より0.05%改善し、引き続き低水準

月次解約率の推移

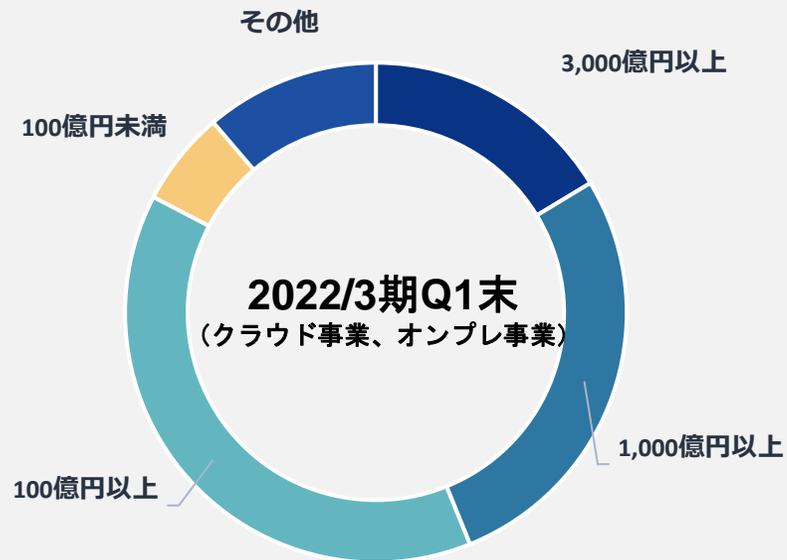


\* 月次解約率（導入料、改修を除いた月次のライセンス料およびメンテナンス・保守料について、当月解約によって減少した月次収益を、前月の月次収益合計で除して算出）の過去12か月平均

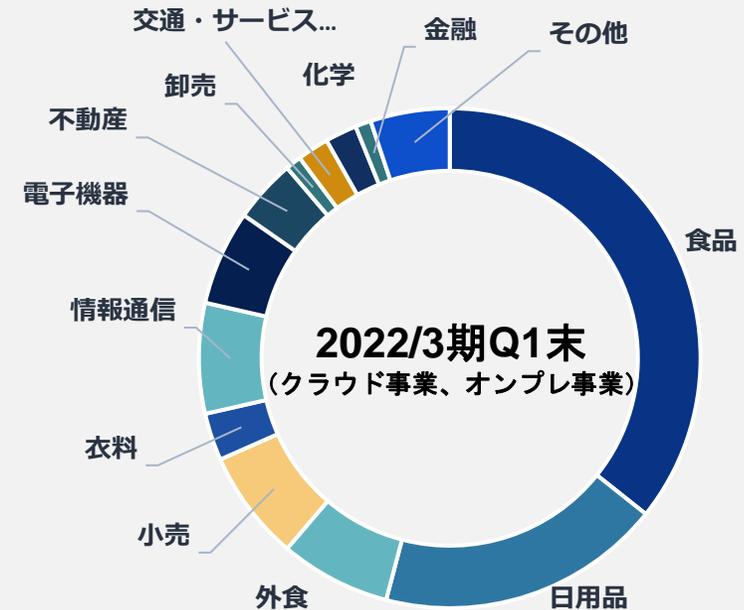
# 顧客の売上別・業種別構成比

2022年3月期第1四半期末の累計導入件数は98件  
引き続き売上100億円以上の大企業が全体の8割強、  
食品・日用品・外食・小売業界が全体の約7割を占める  
一方で他業種への導入も進めており、今後は業種の分散化が進む公算

売上規模別件数構成比



業種別件数構成比



# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  - 1.導入事例紹介
  - 2.アライアンスプログラム進捗
  - 3.中期ビジョン（再掲・抜粋）

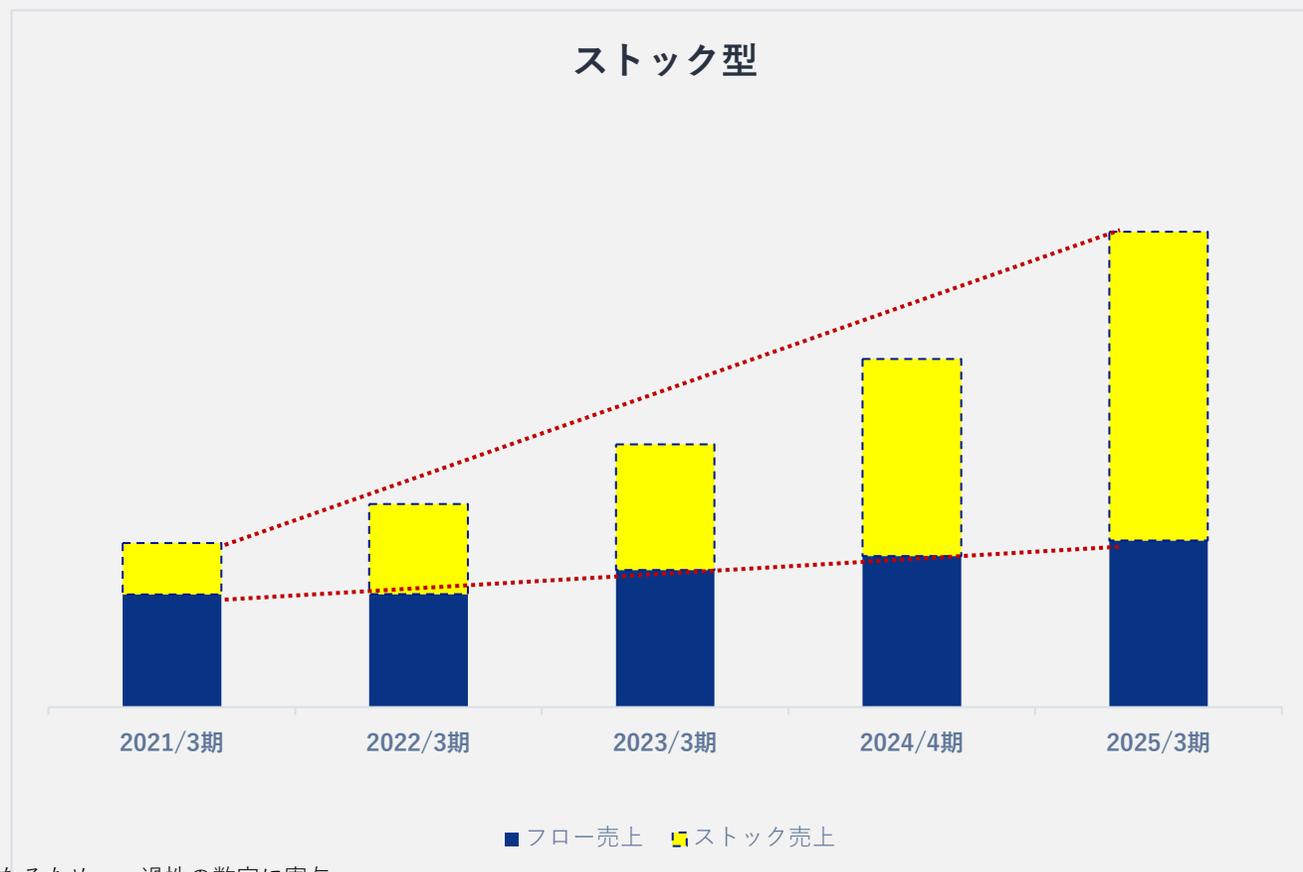
## 2022年3月期通期業績見通し

下期偏重傾向にあることは想定済みのため、2021年5月13日に開示した業績予想から変更無し

項目 (百万円)	2022年3月期通期 予想(A)	2022年3月期Q1 実績(B)	進捗率(%) (B)/(A)
売上高	1,041	110	10.6
売上総利益	662	37	9.8
販売費及び一般管理費	557	127	15.2
営業利益又は営業損失 (△)	105	△90	—
経常利益又は経常損失 (△)	101	△90	—
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四半期純損失 (△)	84	△92	—

# ストック型への移行に伴う補足説明

中長期的に持続的な事業成長を図るため、  
**ボラティリティの高いフロー型\*1から安定性の高いストック型\*2へと移行する計画**

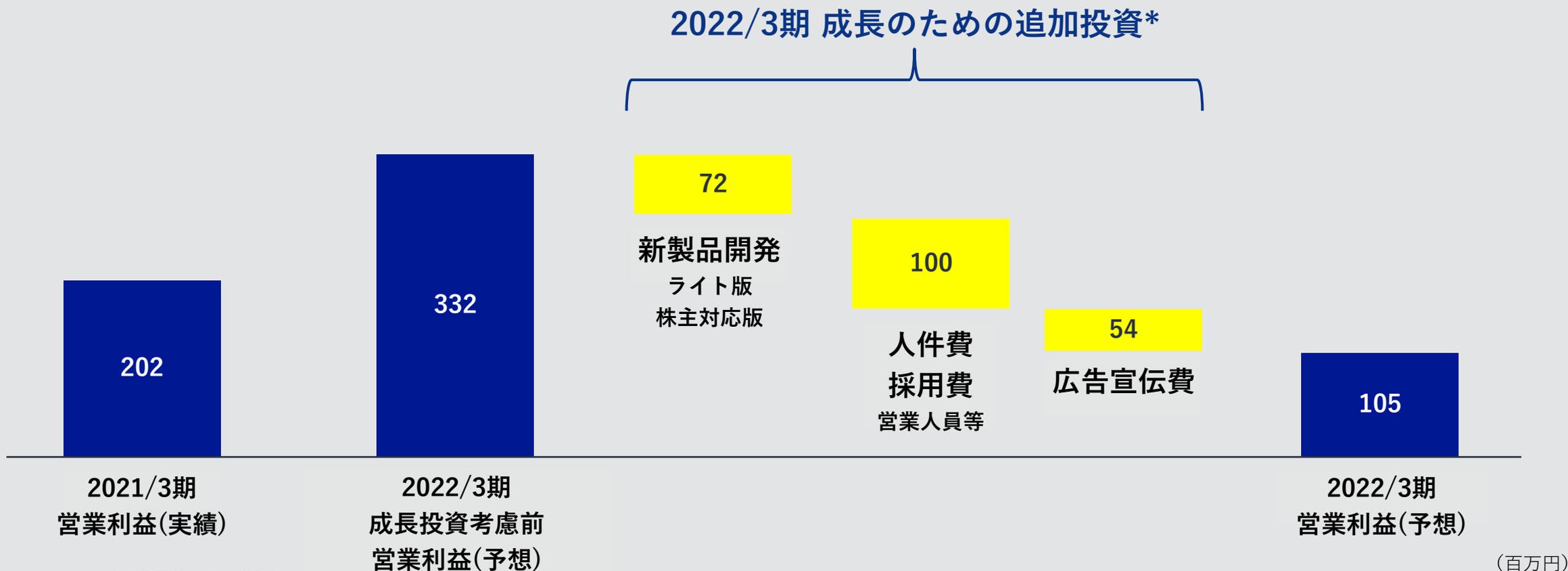


\*1 導入料金の一括計上が中心となるため、一過性の数字に寄与

\*2 月額料金が中心となるため、売上の中長期的な安定に寄与

# 営業利益に関する補足説明：追加成長投資の内訳

当期は成長に向けて、新製品開発・人員採用・広告宣伝に積極的な投資を行うため、営業利益は105百万円を予想



\* 2021年3月期実績からの増加分

(百万円)

# 成長戦略及び投資について

大企業への更なる導入加速、中堅・中小向けの導入加速に向け、成長投資を実行中  
各投資においても、事例や進捗を戦略的に行い、KPI達成に向けて邁進中

## 2022/3期 成長のための追加投資\*

72

### 新製品開発

ライト版 株主対応版

100

### 人件費 採用費

営業人員等

54

### 広告宣伝費

## 投資による事例や進捗

- ・スマホ版開発完了
- ・Webhook機能実装
- ・ジェネシス/モビルス/BPM/HENNGE等の外部連携

- ・シニアクラス、幹部候補の人員採用ためのエージェント説明会・掲載媒体の追加
- ・ハイクラスエンジニア・コンサルタント採用に向けた提携エージェント増加

- ・Webinar/ 展示会
- ・マーケティング活動全般
- ・オウンドメディア準備

\* 2021年3月期実績からの増加分

# <参考> ライト版に関して

幅広い業種・課題・状況に素早く対応できるライト版を開発中  
導入企業の業種と数の拡大を目指す



## 取引先対応



- ・ 煩雑かつアナログな
  - 取引先とのやり取り
  - 取引先ごとの情報管理
  - 取引先リストの管理
- ・ 取引先へのライセンス付与



## D2C対応



- ・ D2C事業の顧客対応窓口の
  - 垂直立ち上げ支援
  - 顧客対応テンプレート利活用
  - コールセンター連携
- ・ ECプラットフォーム連携



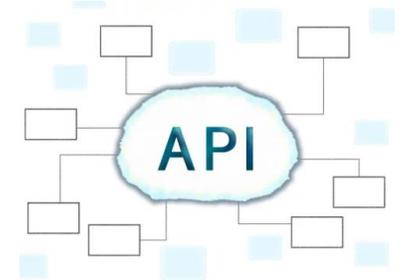
## マスタ構築



- ・ アナログかつ属人的な
  - 商品、店舗等のマスタ化
  - マスタのデータベース化
- ・ マスタを横断した検索
- ・ データ利活用



## 外部API連携



- ・ 業務ごとにバラバラな
  - SaaS間/既存システム連携
- ・ ワークフローの最適化
- ・ 人力作業の軽減  
(人員最適配置)

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 appendix

# 中期成長戦略 ～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

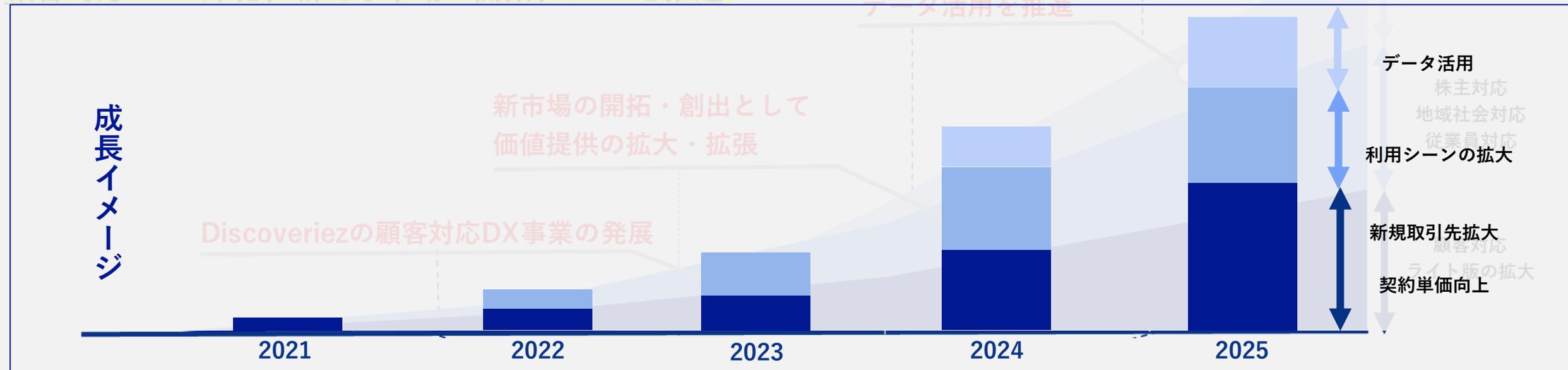
# 中期成長イメージ

新規取引先拡大・契約単価の向上・利用シーンの拡大を中心に  
成長戦略を実行

顧客対応DXの深化、新たな市場の開拓、SRMを推進

Mを完成させ、  
データ活用を推進

SRMデータ活用



成長イメージ

実行計画

			マーケティング利活用	データプラットフォーム組成 AI活用によるデータ販売	データ活用
		株主対応版本格導入/ 地域社会対応版本格導入	従業員対応版本格導入	MAツール/DMP等との連携	導入目標
ライト版開発/株主対応版開発	ライト版本格導入	株主/地域社会対応版開発	他プラットフォームとの連携開発		開発目標
営業体制拡大 (20名)	従業員対応版開発	営業体制拡大 (2025年までに60~80人)、販売代理店拡大 (100社)			販売体制目標

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 appendix

# 2022年3月期の主な導入事例紹介①

## サントリーお客様センターへの導入



### News Release

報道関係者各位  
No. 20210812-01

2021年8月12日  
株式会社ジーネクスト

#### サントリーお客様センターの顧客対応システムに ジーネクストの「Discoveriez」が採用

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：横治祐介、東証マザーズ：4179、以下「ジーネクスト」）は、顧客対応 DX プラットフォーム「Discoveriez」が、サントリーシステムテクノロジー株式会社（本社：大阪府大阪市、代表取締役社長：村林泰之）を通じ、サントリーお客様センターの顧客対応システムとして導入され、7月より運用が開始されたことをお知らせいたします。

#### ■Discoveriez について

ジーネクストが提供する「Discoveriez」は、「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・品質管理ができます。現在、顧客対応業務の範囲の広がりを受け、スマートフォン版に適したユーザーインターフェイスも提供を始めており、食品、流通、小売を始めとした日本を代表する数多くの企業に採用、活用されております。

顧客からのお問い合わせに対し、過去対応履歴から留意点を適切に把握し、対応状況のステータス管理による優先順位や他部署への引継ぎ情報を共有できる機能や、外出先からスマートフォンで登録できる点など、お客様センターや、営業、マーケティング、サービス部門といった、顧客との接点で大切な部門が、その対応を確実にでき、顧客満足度とロイヤリティを高められる点をご評価いただいております。



#### <Discoveriez の特徴>

- ① 経営課題の発見  
「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・品質管理ができます。
- ② チャネルの統合  
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。
- ③ ステークホルダーマネジメント  
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。

#### ■ジーネクストの今後について

ジーネクストでは、今後も機能の開発やテクノロジー企業との提携などを積極的に行うことで、クライアント様の課題解決に対応できる優れたソリューションを拡充し、製造業や流通・小売業などの大企業様をはじめ中堅・中小の企業様まで広く課題解決に貢献していくことで、マーケットの拡大を実現してまいります。

今後は、現場と経営が同時にイノベーションを起こす仕組みを構築するリーディングカンパニーとして、賛同する幅広い業種のパートナーと連携し、クライアント企業の顧客対応 DX 推進を加速させ、サステナブルな社会の実現を目指します。

#### ■株式会社ジーネクストについて

会社名：株式会社ジーネクスト  
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  
代表者：代表取締役 横治 祐介  
株式公開：東証マザーズ(証券コード:4179)  
公式サイト：<https://www.gnext.co.jp/>  
商品紹介サイト：<https://discoveriez.jp/>

#### 本件に関するお問い合わせ

株式会社ジーネクスト 担当：村田  
TEL：03-5962-5170 FAX：03-3265-3443  
E-Mail：[info-ir@gnext.co.jp](mailto:info-ir@gnext.co.jp)

# Discoveriez

# 2022年3月期の導入事例紹介②

## オートボックスセブン様への導入

News Release

報道関係者各位



株式会社ジーネクスト  
モビルス株式会社  
2021年8月2日

### オートボックスセブン、顧客対応品質向上に向け ジーネクストの「Discoveriez」とモビルスの「MOBI AGENT」を採用

株式会社ジーネクスト(本社:東京都千代田区、代表取締役:横治祐介、証券コード:4179、以下「ジーネクスト」)とモビルス株式会社(本社:東京都品川区、代表取締役社長:石井智宏、以下「モビルス」)は、株式会社オートボックスセブン(本社:東京都江東区、代表取締役社長執行役員:小林嘉夫巳、東証1部:9832、以下「オートボックスセブン」)に対して、ジーネクストが提供する顧客対応DXプラットフォーム「Discoveriez」とモビルスが提供するチャットシステム「MOBI AGENT」を連携したサービスを導入し、本日より本格的に運用が開始されることをお知らせします。

#### ■背景

オートボックスセブンでは、日々、お客様からさまざまなご要望やご指摘などの声が寄せられています。お客様の声は、各種作業予約や、ネット通販に関するお問合せ、お客様相談センターといった複数の窓口にて、電話やメールなど複数のチャネルを通じて寄せられています。寄せられたお客様の声は窓口ごとに個別管理されており、一元的な情報管理や問い合わせ内容の可視化、対応内容の連携ができていないという課題がありました。これを解決するために、顧客対応情報の一元化・ナレッジ化できるジーネクストの「Discoveriez」が2020年11月より導入されました。

加えて、オートボックスの公式アプリ(会員情報の登録や各種作業予約などが可能)にログインする際に必要となる会員カード番号についてのお問合せ手法をあらたに追加すべく、モビルスの有人チャット「MOBI AGENT」が2021年2月より導入されました。

この「MOBI AGENT」にて対応した内容も一元管理すべく、「MOBI AGENT」と「Discoveriez」を連携し、シームレスな情報の一元化を実現しました。

#### ■DiscoveriezとMOBI AGENTの連携の展望

企業における問い合わせ対応は、これまで電話やメール、Webフォームなどで行われていましたが、新たなチャネルとして有人チャット・無人チャットを含むチャットツールの活用が進んでおります。また、「MOBI AGENT」でやり取りした情報を「Discoveriez」で一元化することで、作業効率の向上はもちろんのこと、対応状況を可視化することができます。

今後は、本連携を皮切りに、お客様からの問い合わせだけでなく、社内ヘルプデスクへの活用など、企業をとりまく様々なステークホルダーに対して適切な人に適切なタイミングで情報を共有・活用できる仕組み作りを積極的に進めていくほか、大企業のみならず、中堅・中小企業へのご提案もジーネクスト、モビルス両社で加速してまいります。

#### ■顧客対応DXプラットフォーム「Discoveriez」の概要

##### 【概要】

ジーネクストが提供する「Discoveriez」は、VOCの一元化を実現するクラウド型の顧客対応DXプラットフォームで、PC・スマートフォン・タブレットに対応しています。食品、流通を始めとした日本を代表する数多くの企業に採用、活用されており、現在、幅広い業種・課題・状況に早く対応できる「Discoveriez ライト版」の開発を進めており、中堅・中小企業向けに対しても導入

しやすいサービスとして展開しております。



#### 【特徴】

- ・VOCの組織内での利活用、データ集約(ナレッジマネジメント)
- ・顧客対応内容が適切に人に適切な形で伝わる(ステークホルダーマネジメント)
- ・簡単に設定が変更できる(ノンプログラミング)
- ・直感的に使いやすい画面(マルチデバイス対応でのUI/UX)

\*VOC:「Voice of the Customer」の略語であり、指摘・要望・お褒め等の顧客の声のこと。

#### 【製品サイト】

<https://discoveriez.jp/>

#### ■チャットシステム「MOBI AGENT」の概要

##### 【概要】

コンタクトセンターのオペレーションに最適化した、自動応答対応チャットサポートシステムです。



▲(左から)ダッシュボード、統計レポート画面イメージ

#### 【特徴】

- ・チャットボットと有人対応のハイブリッド運用
- ・Web/LINE/Facebook等、自由な顧客インターフェース
- ・サポート効率・対応品質向上を支える「オペレーター支援機能」
- ・グループやセンターの対応状況が一目でわかる「ダッシュボード」
- ・業務分析・PDCA改善に欠かせない「KPI-統計レポート」
- ・AI・CRMから基幹システムまでつなげる「チャットボット連携」
- ・BCP対策、働き方改革に最適「在宅サポート向け機能」
- ・大規模センター・金融機関でも安心「安定稼働とセキュリティ」

【製品サイト】<https://mobilus.co.jp/solution/agent>

# MOBILUS Discoveriez

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 appendix

# ～アライアンス戦略～

Discoveriezをプラットフォームとし、各分野のテクノロジーパートナーとアライアンス体制を構成し、利便性の向上や利用シーン拡大を目指します

従業員  
対応

取引先  
対応

顧客  
対応

株主  
対応

行政/  
社会  
対応

## テクノロジーパートナー

CTI	BI/分析系	Database	Chat	業種別SaaS
 Partner  BIZTEL etc...	✕  etc...	 etc...	✕  etc...	   etc...

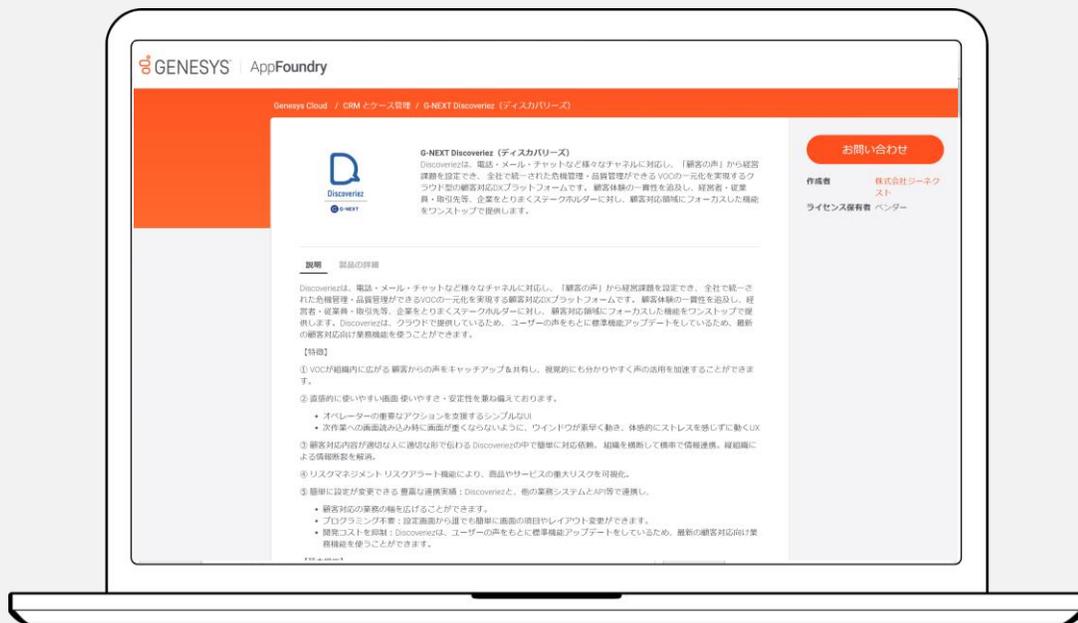
\*社名50音順にて記載

# Discoveriez

# アライアンスプログラム進捗①



Partner



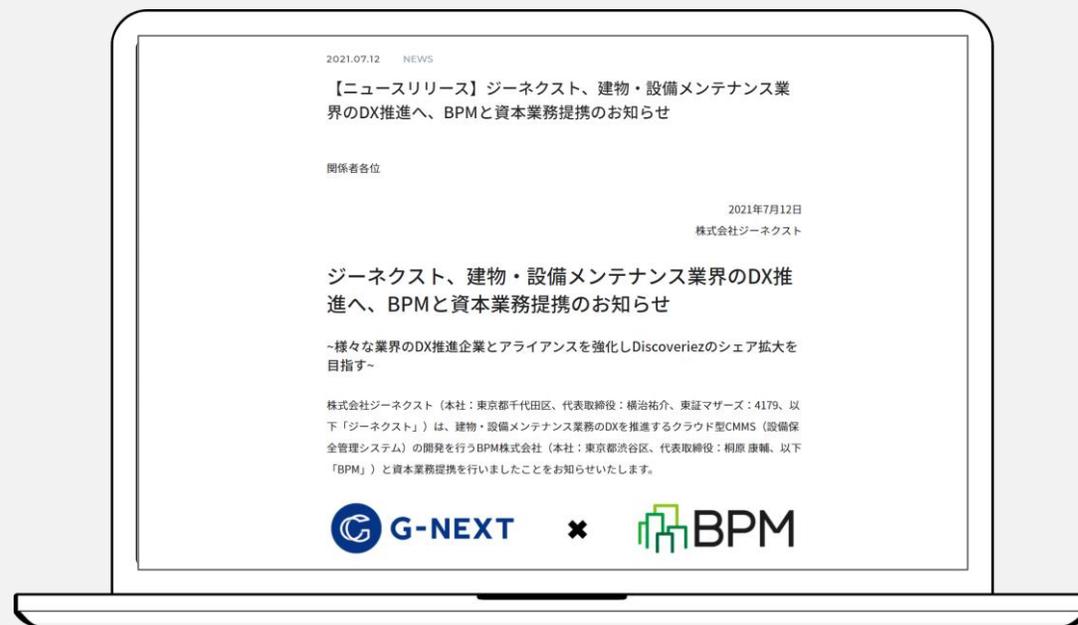
ジェネシスクラウドサービス株式会社  
「AppFoundry®」テクノロジーパートナー認定

HENNGE株式会社との  
シングルサインオン連携

## アライアンスプログラム進捗②



モバイル株式会社との  
チャットシステム連携



BPM株式会社との  
資本業務連携

# 目次

- 1 2022年3月期 第1四半期実績
- 2 2022年3月期 通期業績見通し
- 3 その他トピックス
  1. 中期成長イメージ
  2. 導入事例紹介
  3. アライアンスプログラム進捗
- 4 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。

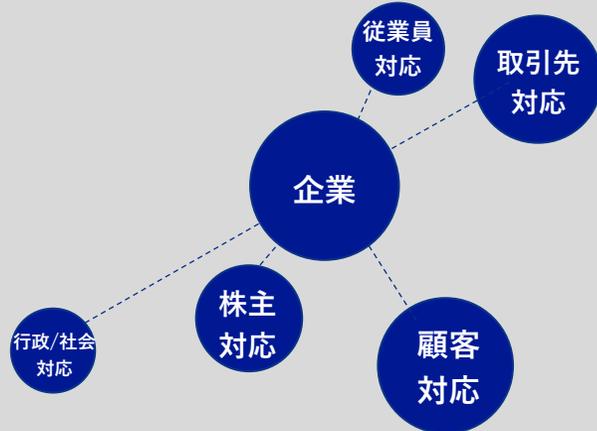
\*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

# 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。

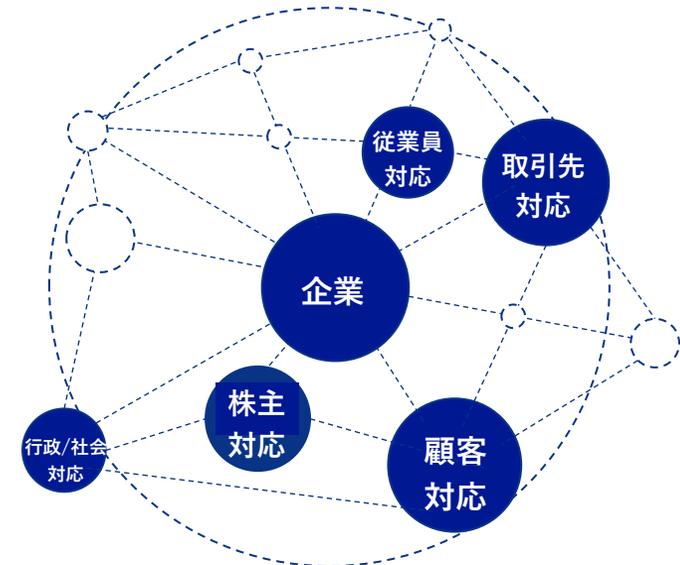
ステークホルダーの部分的・分断された状態で  
企業内の部門が各々対応  
(見えないステークホルダーがいる可能性あり)

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

- ・従業員意識調査
- ・労働組合との協議
- ・ホットライン等
- ・社内報などの配布

- ・意見交換会
- ・各種イベント
- ・モニタリング等



## ■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。

\*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

\*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

