

2022年3月期第2四半期 決算説明資料

2021年11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tock売上の向上を最優先事項とし、安定性の高いStock型へ移行する方針（21/5/27開示）
- 顧客の大部分がエンタープライズのため、売上の6割以上が下期偏重傾向（21/5/27開示）
- 当社の事業成長に関する重要なKPIは、新規導入件数（21/5/13開示）
- 中期の成長シナリオにおいては新規導入件数に加え、契約単価も重要な指標と認識（21/5/13開示）
- 持続的な成長のため、人件費・採用費、広告宣伝費、及び研究開発費について、積極的に投資を行うことにより、前期比減益想定（21/5/27開示）
- 顧客対応DXを発展させ、「SRM企業」へと成長する事を目指す（21/5/27開示）
- Discoveriezライト版の導入、アライアンスプログラム等が成長戦略における打ち手（21/8/12開示）

上記重要指標や方針を基に、引き続き事業拡大に邁進してまいります。

目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

エグゼクティブ・サマリー（1/2）：2022年3月期 第2四半期業績

サマリー		<ul style="list-style-type: none">- Q2は、下期以降の商談の積極化やライト版開発、新機能の強化などに注力し、SRM市場の新規開拓やクラウドシフトに向けて積極的にアクション- 売上高は通期予想に対し進捗率21.3%で着地
事業進捗	業績	<ul style="list-style-type: none">- Q2は売上高221百万円、売上総利益84百万円、営業損失177百万円- クライアントの導入意思決定の長期化・遅延が主な要因で、Q2の導入件数実績は対予想で減少- 新商品開発（ライト版、「優待WALLET」）へ先行投資を行ったことにより費用は概ね想定通り
	重要なKPI	<ul style="list-style-type: none">- 新規導入累計件数は104件へ増加（2021年3月期+7件）- クラウド事業の累計件数は2021年3月期から7件増加し67件- オンプレ事業の累計件数は2021年3月期から増加無しの37件- クラウド事業のQ2累計のリカーリングレベニュー*は59百万円（前年同期比41.3%増）
	成長戦略	<ul style="list-style-type: none">- Discoveriezライト版（β版）の先行導入が進捗中（3件）- アライアンスプログラムでの利用シーン拡大により、新規導入7件のうち2件で、Discoveriezのサービス導入のみならず多面的な展開が進行中（後述）- その他「優待WALLET」等サービスラインナップの強化に加え、下期に向けて、営業体制や戦略の強化を図る

*月次のライセンス利用料や保守料等の経常的な収益

エグゼクティブ・サマリー (2/2) : 中期成長戦略の進捗

中期成長戦略～推進ロードマップ～ FY21 - 22 フェーズ1進捗 (*Q1資料 p.19 参照)

中期成長戦略の進捗に合わせて、導入リードタイムが早い
ライト版(β版)の提供・導入を開始。下期以降本格化。

① 顧客対応DX

- ・フローからストックへの移行
(営業手法、提案方法の再構築)
- ・ウェビナー、セミナーの開催
- ・展示会、ユーザー会の開催

② プロダクト強化

- ・SRM対応を早めるタスクごとの
ワークフロー機能の強化
- ・スマートフォン版のリリース
- ・研究開発の強化

③ アライアンス 拡張

- ・販売パートナーの強化
- ・テクノロジーパートナーとの
連携強化、新規開拓
(LINE、スカイディスク等)

SRM市場開拓と利用シーン拡大に向けて “優待WALLET”のサービスローンチ

2021年11月30日 サービスローンチ予定
(2021年9月28日 日本経済新聞記事掲載)



記事掲載後、以下の通り数多くの反響を頂戴しております。

- ・株主優待電子化ニーズによるサービス詳細の問い合わせ
- ・パートナーアライアンス依頼
- ・株主対応DX、当社プラットフォームへの期待・応援のメッセージ

目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

2022年3月期 第2四半期累計（4-9月）P/L サマリ

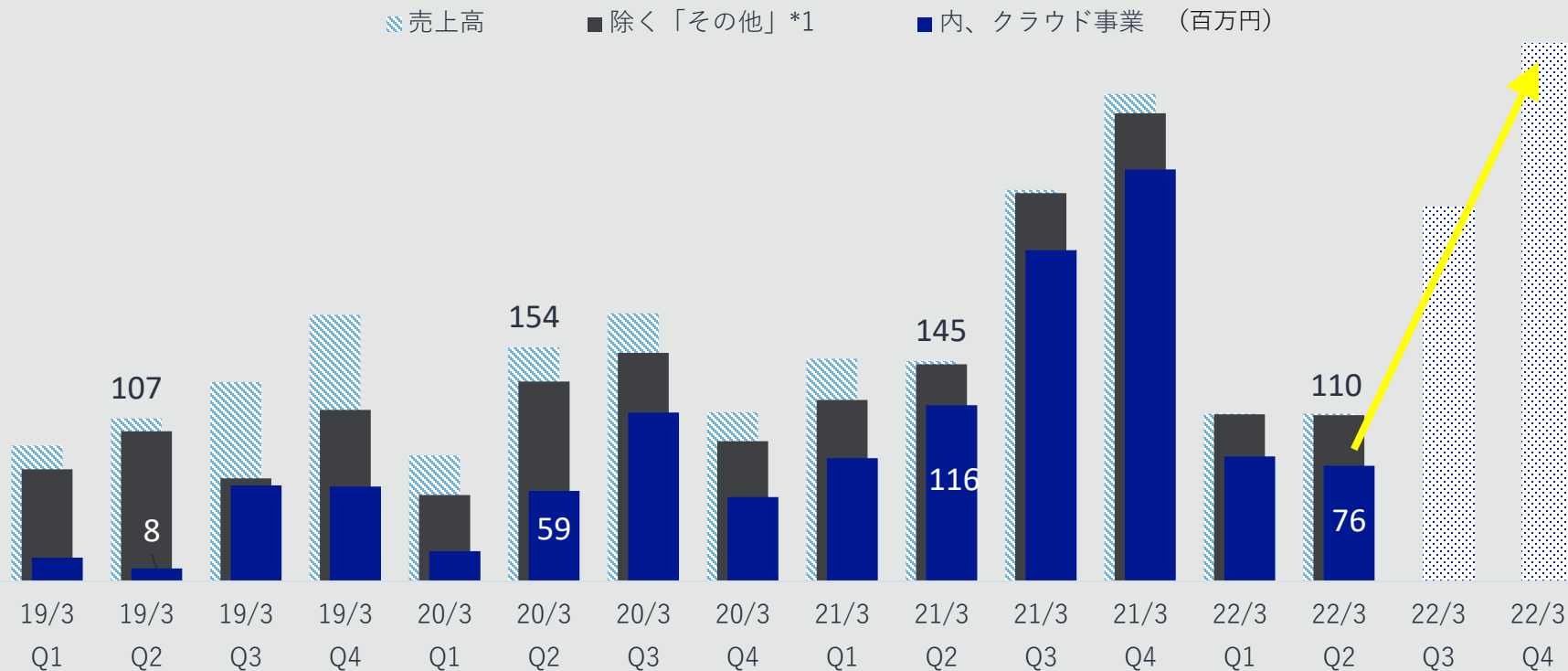
- ・売上高は、221百万円（対予想比△32.5%）、営業損失は△177百万円（対予想比—%）
- ・クライアント社内での導入意思決定リードタイムの長期化・遅延により、導入件数が予想未達
- ・費用についてはライト版及び優待WALLETへの先行投資により概ね予想通りの進捗

項目 (百万円)	2022年 3月期Q2 実績(A)	2022年 3月期Q2 予想(B)	予実差異 (A)-(B)	予実比(%) (A)/(B)-1
売上高	221	328	△106	△32.5
売上総利益	84	141	△56	△40.2
販売費及び一般管理費	262	259	+2	1.1
営業損失（△）	△177	△117	△59	—
経常損失（△）	△178	△119	△59	—
親会社株主に帰属する四 半期純損失（△）	△180	△120	△60	—

四半期毎売上高の推移

- ・ 前述により、クラウド事業の売上はYoY及びQoQで減少
- ・ エントリーラインとしてのライト版の開発を前倒しで実施し、Q2での導入実績創出
- ・ 新サービス「優待WALLET」β版を開発完了、11月末でのローンチを皮切りに、新たな顧客獲得を積極的に目指す

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

意思決定リードタイム長期化に関する説明と解決策

クライアント社内での基幹システム刷新（クラウド化）やリモートでの意思決定機会の増加により、導入までの意思決定リードタイムが長期化・遅延し、受注が後ろ倒し傾向に

2020年以前

当社営業活動



クライアント様
(エンタープライズ)

..... (約1か月)
意思決定リードタイム
(競合比較)

..... (約1か月)
意思決定リードタイム
(コンペ結果の精査、ベンダー交渉、IT部門の調整、役員上申等)



2021年以降

当社営業活動



クライアント様
(エンタープライズ)

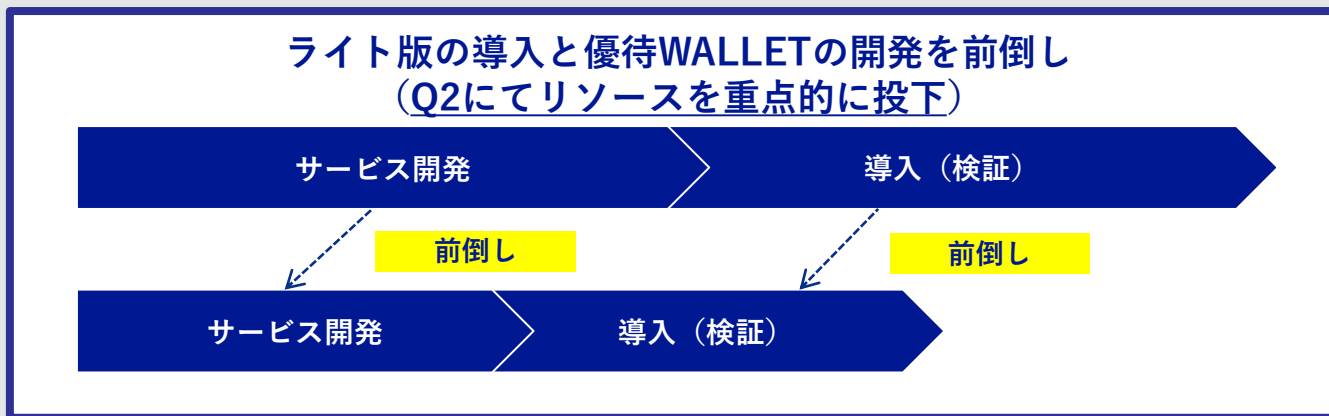
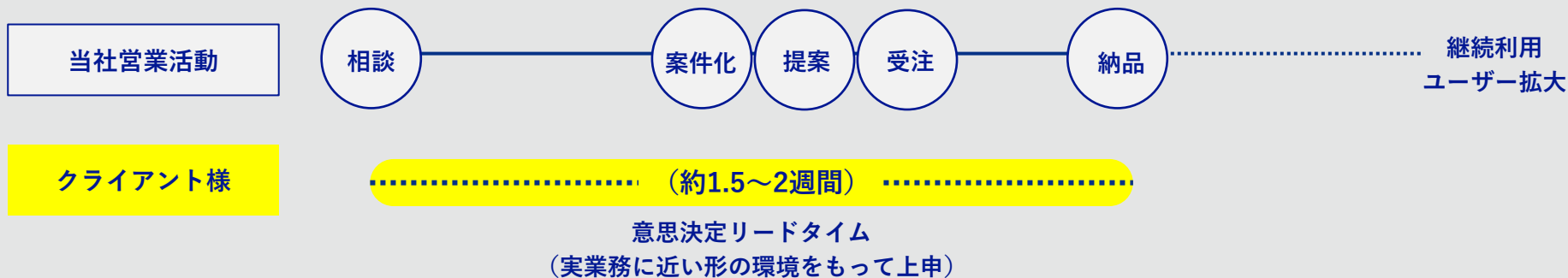
..... (約4~5か月)
意思決定リードタイム
(競合比較・システム連携可否・
リモート対応・導入スピードの確認等)

..... (約3~6か月)
意思決定リードタイム
(コンペ結果の精査、ベンダー交渉、IT部門の調整、役員上申等)

意思決定リードタイム長期化に関する説明と解決策

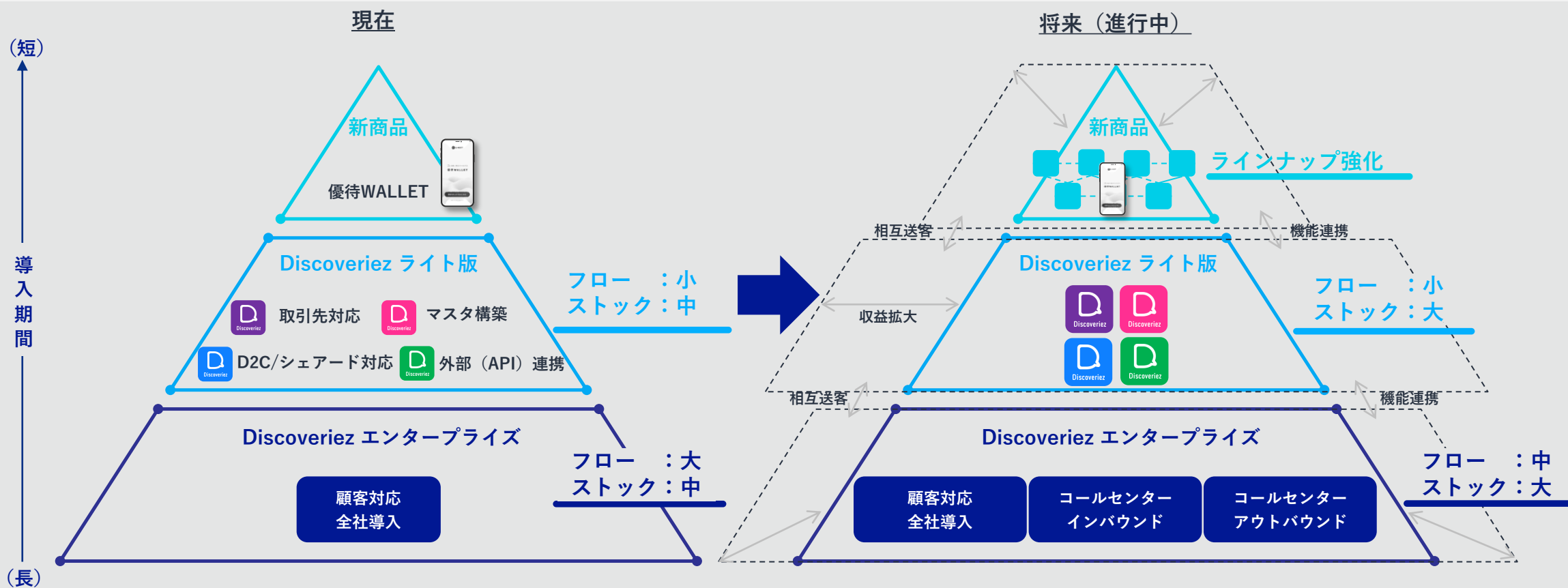
市場のニーズ・当社のシーズなどを背景に、Q2にて早期での意思決定が見込まれる
ライト版の導入・優待WALLETの開発を大きく前倒し
今後の成長ドライバーとして、下期での更なる拡販、翌期以降でのストック収益に寄与

ライト版（部門単位活用）の意思決定リードタイム



今後の取り組みについて

ベースとなる大手企業への導入は、ライセンス増が見込まれる利用シーンへ展開中
リードタイムの長期化・遅延への対策として、早期導入が見込まれるライト版の推進を強化
「優待WALLET」も含め、さらなる利用シーンの拡大、ストック収益の拡大を目指す

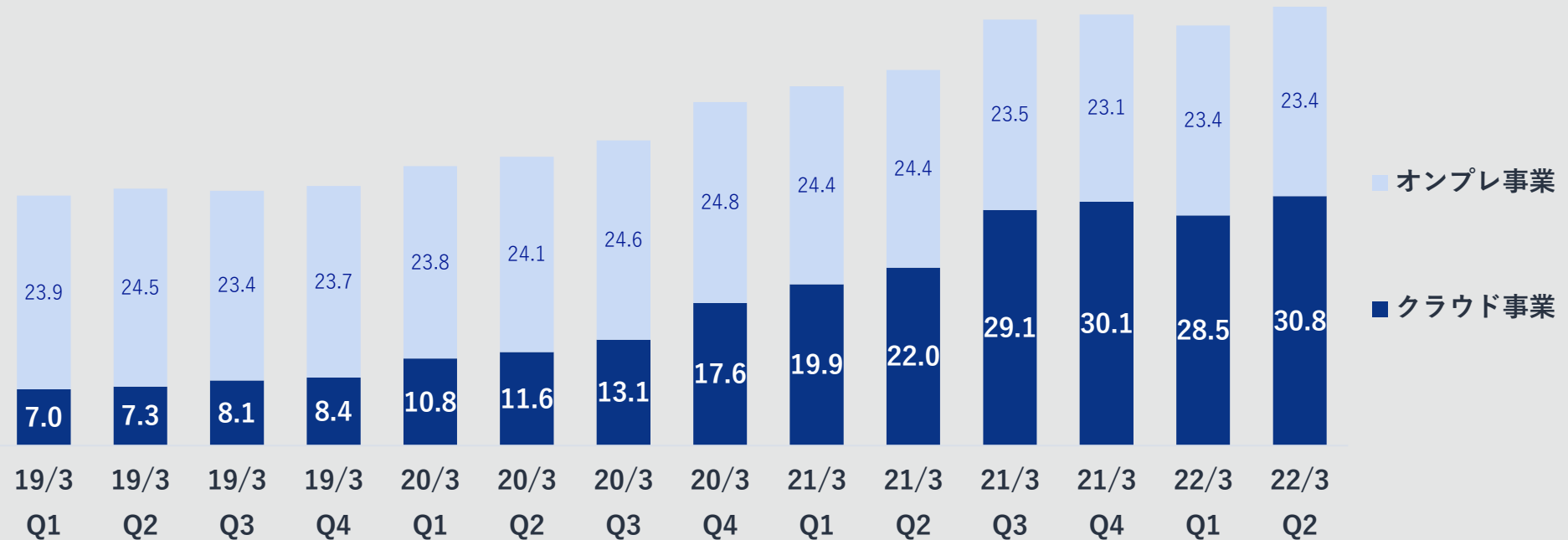


四半期毎リカーリングレベニューの推移

クラウド事業のリカーリングレベニューは順調に増加し、Q2累計でYoY+41.3%成長
フロー型からストック型への移行は順調に継続

四半期毎リカーリングレベニューの推移

(百万円*)

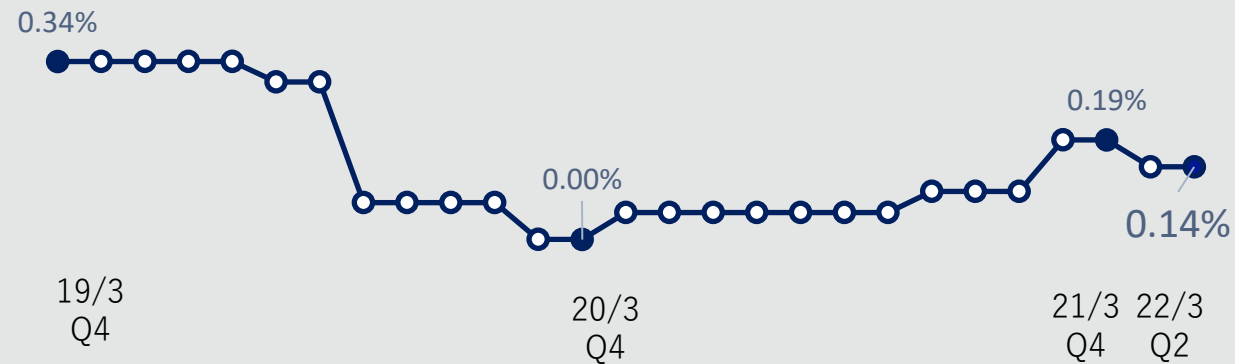


* 小数第2位を四捨五入

月次解約率の推移

月次解約率（過去12か月平均）*は0.14%
第1四半期から横ばいの推移となり、引き続き低水準を維持

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

目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

2022年3月期通期業績見通し

通期業績予想は現時点で据え置き
見直しが必要と判断した場合には、速やかに開示を行う予定

項目	(百万円)	2022年3月期通期 予想(A)	2022年3月期Q2 実績(B)	進捗率(%) (B)/(A)
売上高		1,041	221	21.3
売上総利益		662	84	12.8
販売費及び一般管理費		557	262	47.1
営業利益又は営業損失 (△)		105	△177	—
経常利益又は経常損失 (△)		101	△178	—
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	△180	—

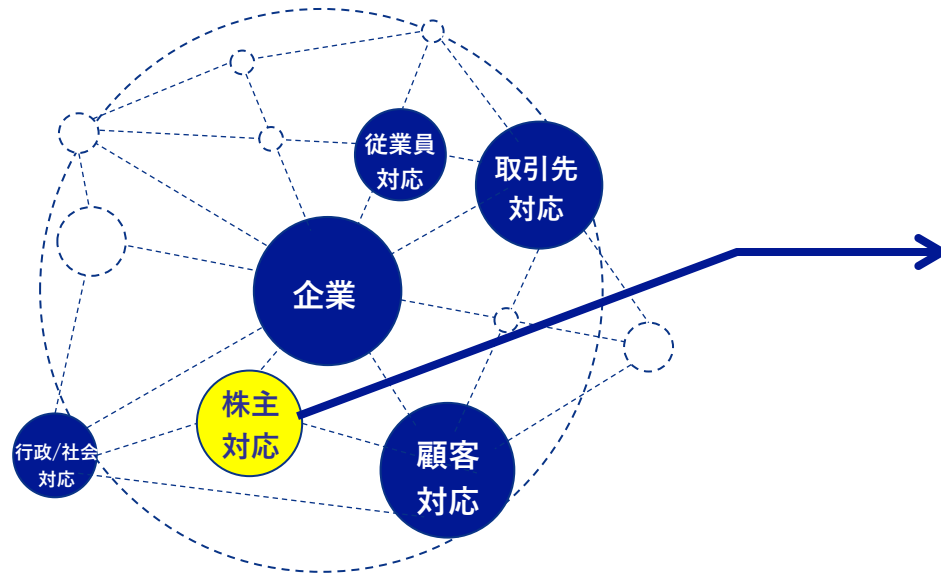
目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

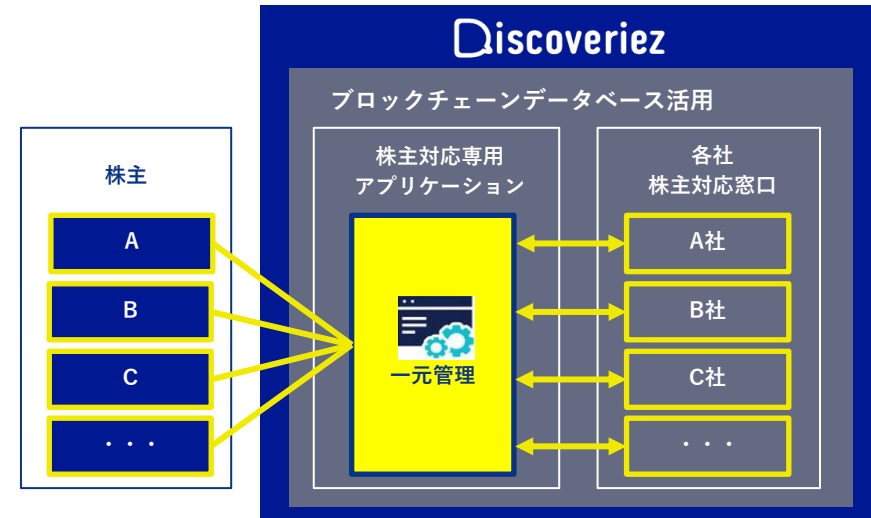
SRM推進状況

「SRM」*1市場開拓に向け、株主対応サービスとして「優待WALLET」を11月末にローンチ予定。
Discoveriezと連携することによる更なるシナジー効果を狙う。

「SRM（Stakeholders Relationship Management）」概念図



株主対応関連市場（約4,500億円*2）への参入
SRMプラットフォームの拡張を促進



*1 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・手法です。

*2 想定市場規模の内訳と算定根拠は以下の通りです。

株主優待市場：約1,000億円（日本取引所グループ「2020年度株式分布状況調査の調査結果について」を基に当社で推計）

eギフト市場：約2,500億円（出所：(株)矢野経済研究所「商品券・ギフト券/eギフト市場に関する調査（2019年）」2019年7月18日発表）

注：2023年度予測値（発行金額ベース）。eギフトとは、IDやQRコード/バーコードなどを読み込むことでギフトを受け取ることができる、全ての法人・個人によるギフトサービスを指す。

株主対応市場：約1,000億円（信託銀行等の開示資料等を基に当社で推計）

優待WALLETのサービス提供開始

日本初*となるスマートフォンで株主優待を管理するアプリ「優待WALLET」のサービス提供開始により新たな市場の開拓を狙う



*特許出願中

ターゲット

株主優待制度
を持つ企業様

■ サービス内容

<企業>

紙の株主優待券を電子化し、
スマートフォンのアプリを通じて株主に優待券を配布。

<株主>

複数の企業の株主優待を一括で管理。
アプリ上で電子化された優待券を受け取り、
小売店や外食店でスマホに優待券を提示。

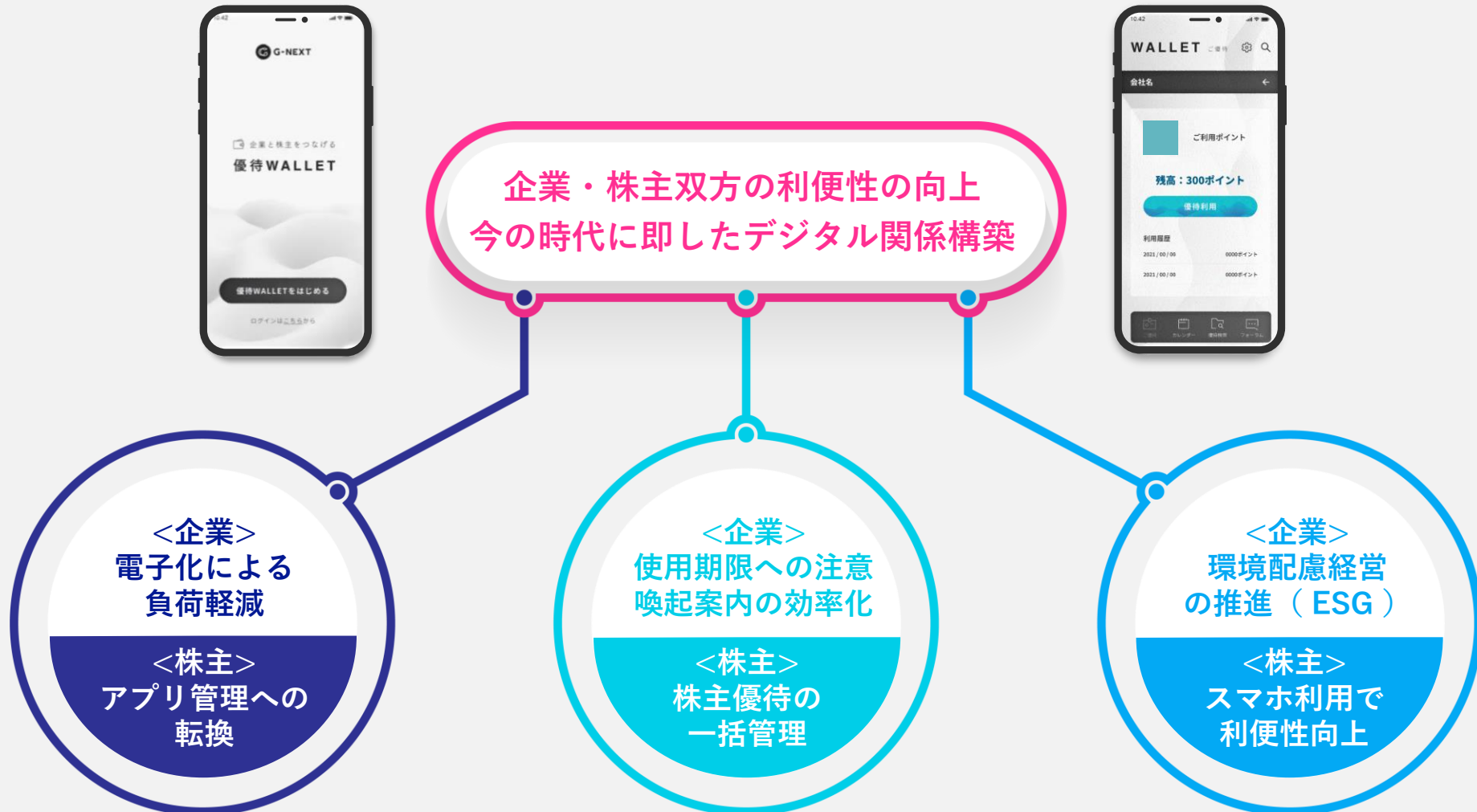
■ 機能

- ・使用期限が近づいているものの注意喚起
- ・商品・店舗利用の感想を企業側に投稿

*** 2021年9月28日 日本経済新聞が記事化!**

優待WALLETの提供価値

優待WALLETの提供開始により、Discoveriezの利用シーンの拡大を促す



目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

再掲：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本格的に目指す。（β版開発完了・導入済）



取引先対応



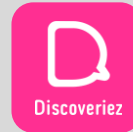
- ・ 煩雑かつアナログな
 - 取引先とのやり取り
 - 取引先ごとの情報管理
 - 取引先リストの管理
- ・ 取引先へのライセンス付与



D2C/シェアード 対応



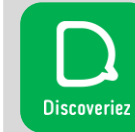
- ・ D2C事業の顧客対応窓口の
 - 垂直立ち上げ支援
 - 顧客対応テンプレート利活用
 - コールセンター連携
- ・ ECプラットフォーム連携
- ・ 外部委託（シェアード）対応



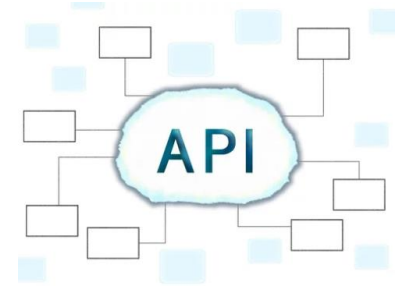
マスタ構築



- ・ 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）

ライト版導入企業と事例

ライト版の導入事例としてQ2で利用シーンの拡大に寄与
今後の成長ドライバーとして、Q2でリソースを重点的に投下し、実績を創出

1	取引先対応・データベース構築	グローバルキャスト社 ・取引先管理、営業管理 ・取扱商材の企業間を超えたタスクワークフロー管理（某通信インフラ商材） ・代理店とのコミュニケーションプラットフォーム（お知らせ掲示板）構築
2	コールセンター会社での シェアードセンター利用	コールセンター会社と連携し、シェアードセンターとしての対応を実現 ・メーカー系企業 ・外食系企業
3	外部API連携	・最適ワークス（スカイディスク社）連携 ・HENNGE One連携 ・先進認証（メーカー系企業でのIDaaSとの連携）
4	カスタマーサポート利用	・トリプルアイズ社のAI画像認識プラットフォーム「AIZE」の カスタマーサポートセンターでのご利用
5	自動応答対応（外部API連携）	・LINE AiCallとの連携による問い合わせのオートメーション化、その後の ワークフローの自動化を推進

ライト版の事例について

幅広い業種・課題・状況に素早く対応できるようパターン化し、導入企業の業種を拡大中



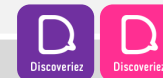
企業とコールセンターの シェアード利用



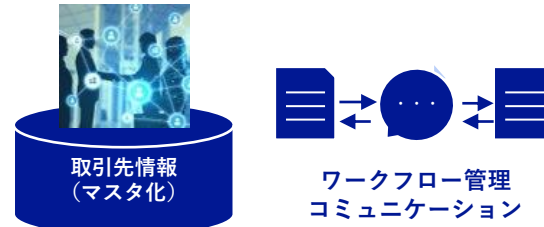
メーカー系企業×コールセンター



外食系企業×コールセンター



取引先対応 (取引先DB管理)



取引先管理



顧客管理、営業管理
(申込・顧客・訪問時間管理)



外部API連携



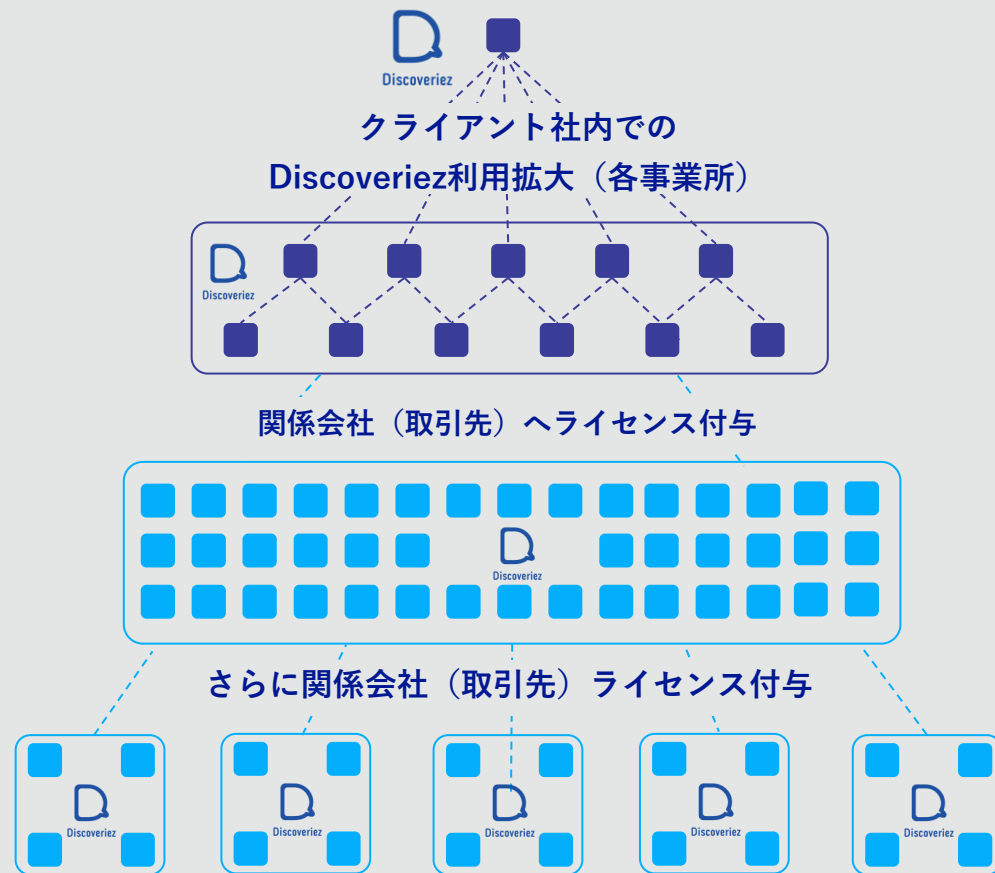
工場の工程管理と定期報告の連携
(スカイディスク社：最適ワークス)

HENNGE One
yamamori

セキュア環境での複数サービスログイン
(HENNGE One)

ライト版の事例について

クライアント企業と取引先の双方でDiscoveriezを利用していただくことで、
会社間を超えたワークフローやコミュニケーションを実現
取引先対応におけるユーザー利用拡大中



取引先との契約書管理、ワークフロー管理、ファイル授受、連絡事項等、
取引先とのやり取り・コミュニケーションをDiscoveriez内で完結することで、
効率の良い取引業務を実現

目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

～アライアンス戦略～

Discoveriezでステークホルダーマネジメントの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

従業員
対応

取引先
対応











顧客
対応

株主
対応

行政/
社会対応

...

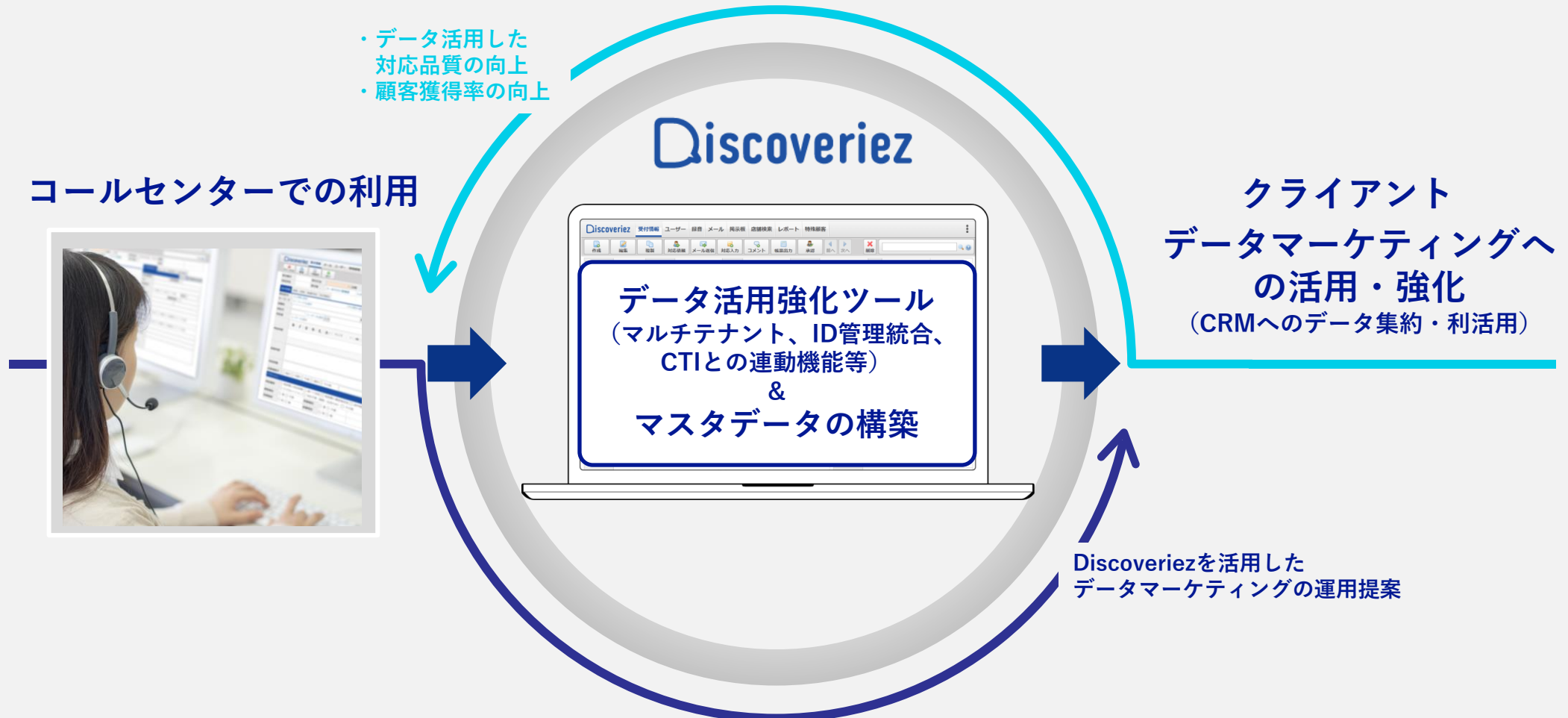
テクノロジーパートナー

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

*社名50音順にて記載

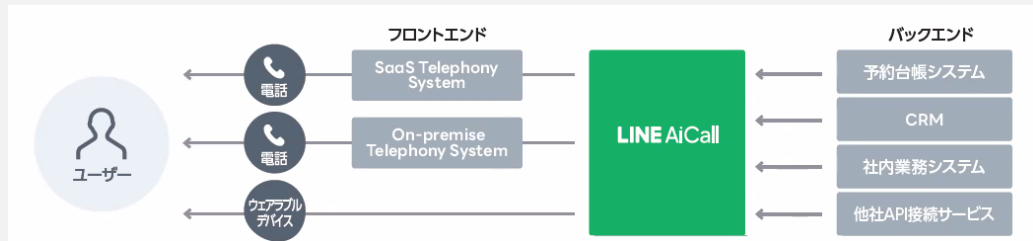
Discoveriez

コールセンター事業者各社へDiscoveriezの導入を加速
コールセンターで蓄積された顧客データのマーケティング活用を推進中



LINE CLOVAとのアライアンス（LINE AiCall*との技術連携）

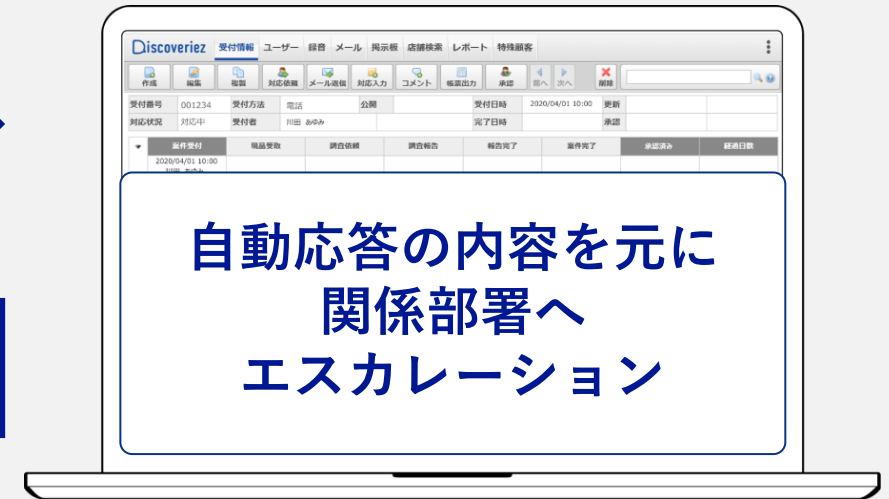
LINE AiCall



問い合わせのオートメーション化



Discoveriez

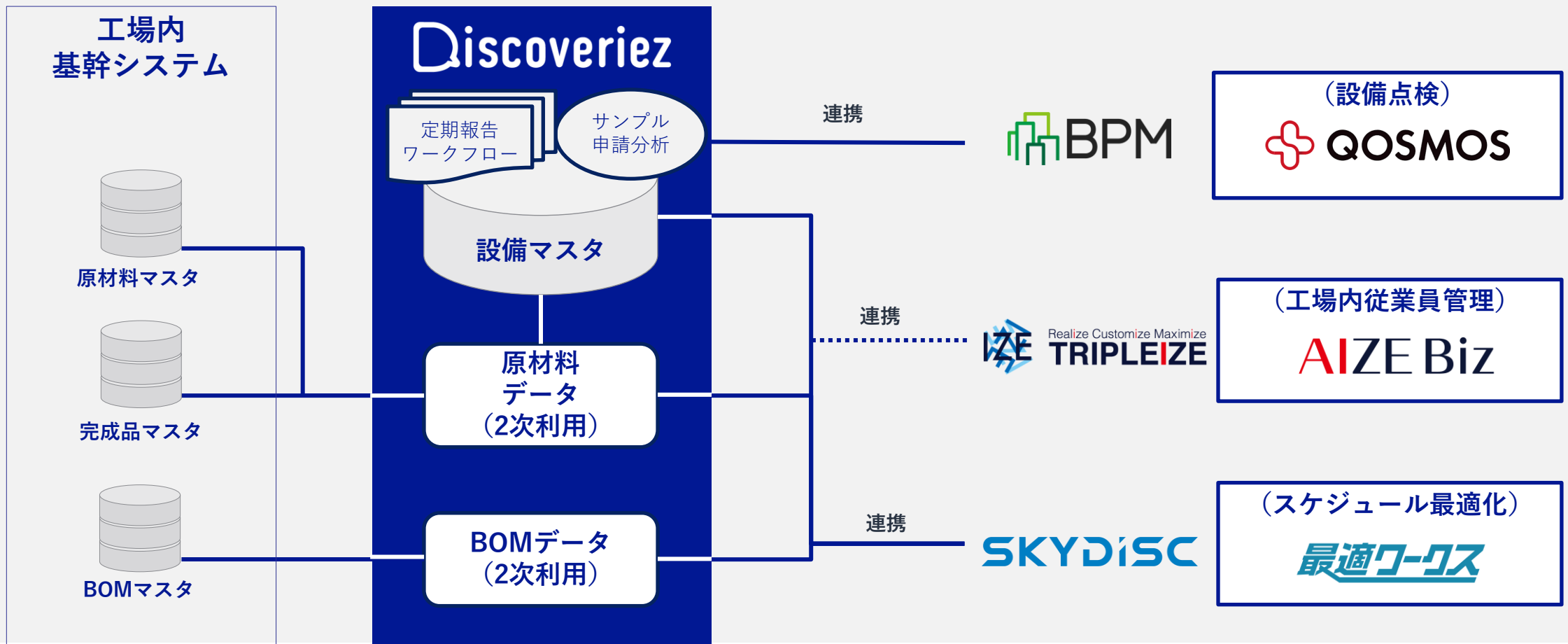


顧客対応のワークフローの
オートメーション化強化

* LINE AiCallは、LINE CLOVAのAI技術である「CLOVA Speech」（音声認識）と「CLOVA Voice」（音声合成）および会話制御の仕組みを組み合わせ、AIによる自然な対話応答を実現する電話対応AIサービスです。

Discoveriezと他サービスとの連携により、スマートファクトリー化を推進
人的作業を行っていた食品加工の工程スケジュールの最適化及び各作業のペーパーレス化を実現

セントラルパック社における生産工程管理最適化に向けた取り組み事例



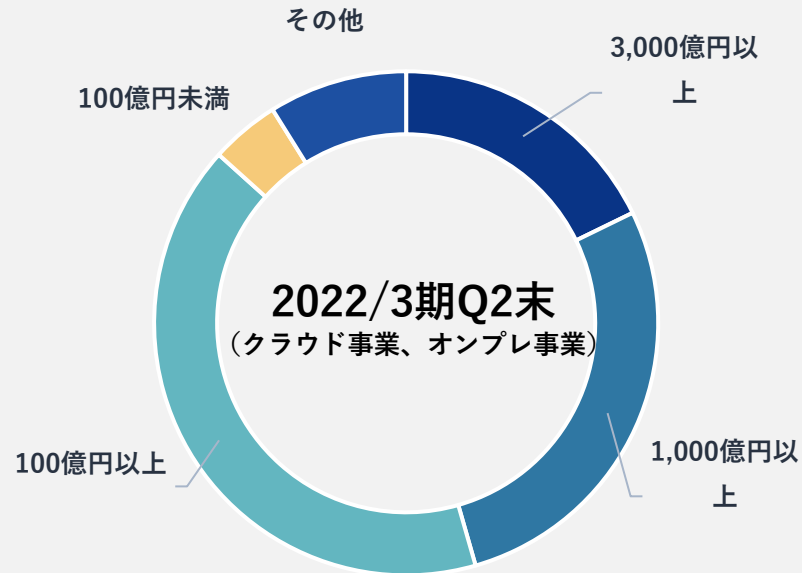
目次

- 1 エグゼクティブ・サマリー
- 2 2022年3月期 第2四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
- 4 その他トピックス
 - 1.株主対応版：優待WALLETについて
 - 2.ライト版の導入について
 - 3.アライアンスプログラム進捗
- 5 appendix

顧客の売上別・業種別構成比

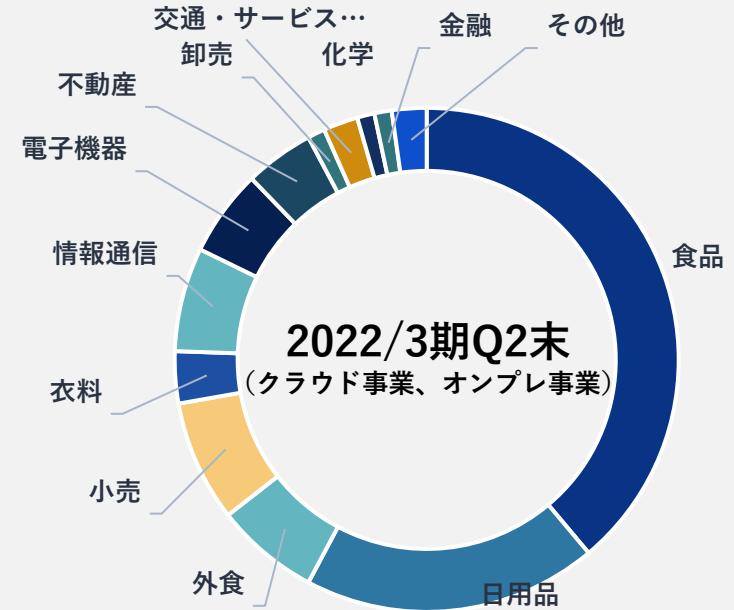
引き続き、売上100億円以上の大企業が全体の9割弱、
食品・日用品・外食・小売業界が全体の7割強を占める。

売上規模別社数構成比



* ライト版導入企業を除く

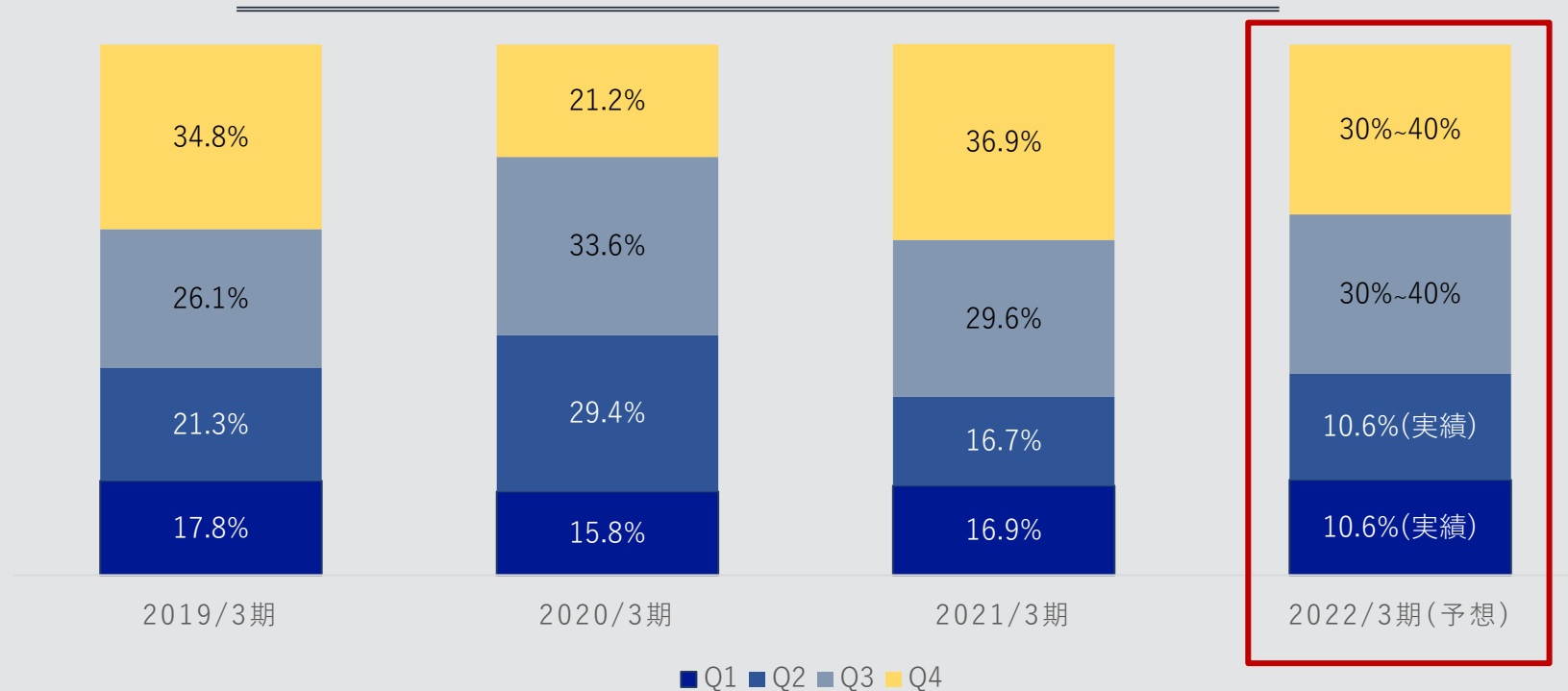
業種別社数構成比



売上・利益の季節性について

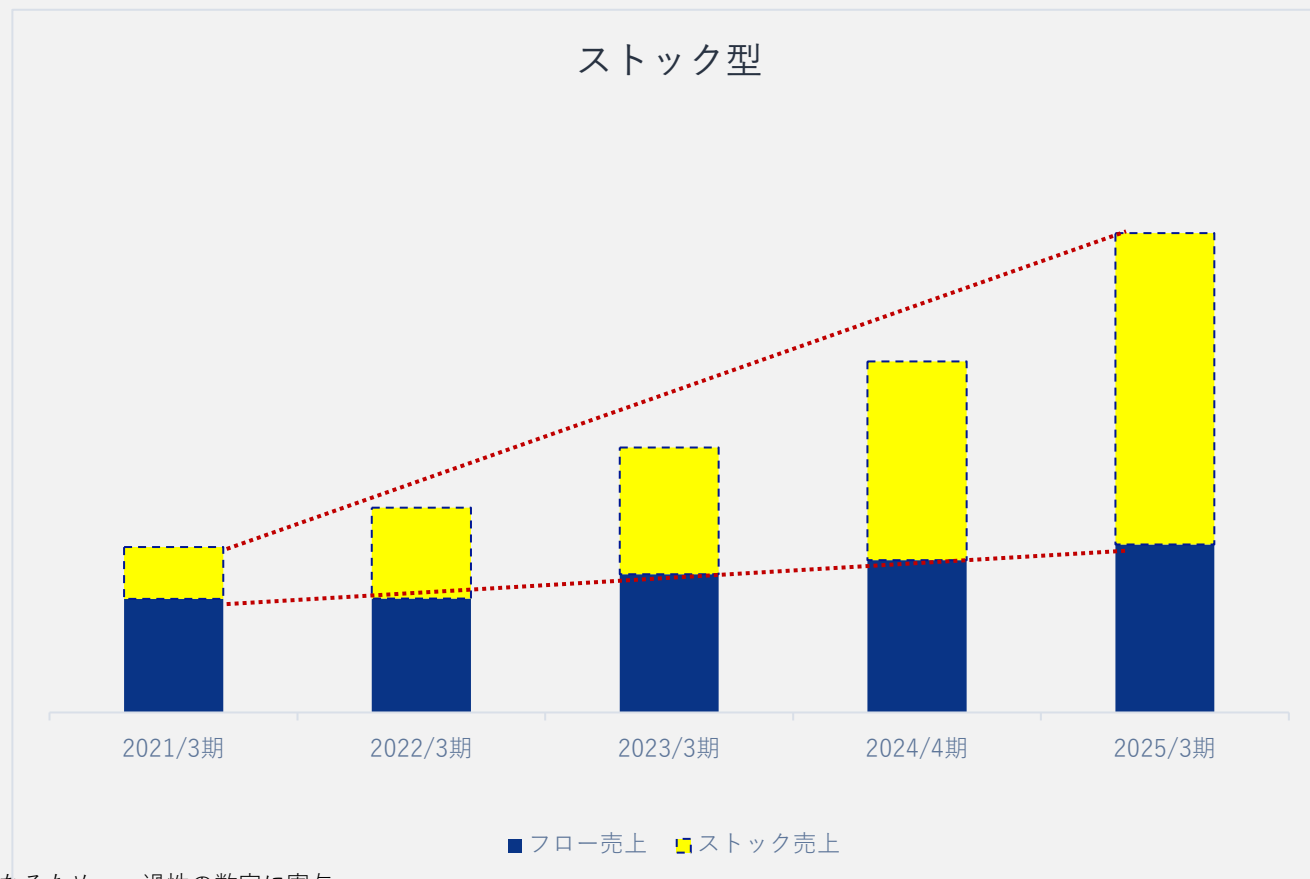
大手企業への導入が中心であることから、決算期の関係で売上の大半が下期に偏重する傾向
2022年3月期についても同様に、売上・利益の大半は下期に偏る予想
ただし、今後ストック売上比率の向上に伴い、中期的に偏重を緩和する計画

四半期毎の売上の割合



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

