

**G-NEXT**

# 2023年3月期 第3四半期決算説明資料

株式会社ジーネクスト（証券コード：4179）

2023年2月10日



2023年度事業方針

- ・ 2024/3期以降の継続的な黒字化に向けた安定かつ高収益構造企業への転換・改革
- ・ 収益構造をフロー型からストック型へ引き続き重点移行（ストック売上比率50%以上）

■ 2023年度Q3業績（累計）



- ・ 売上高 YoY約+40%増収
- ・ クラウドMRR（累計）YoY約+80%成長

- ・ 高い顧客満足度の実現（解約率 低水準継続の0.27%）
- ・ マーケットでの新規顧客開拓、ロイヤルカスタマーの深耕が進み、年間顧客単価上昇、クラウド切替が加速（クラウド売上成長YoY約+52%成長）

■ 導入 / 受注案件（一部）

ロイヤルカスタマー【クラウド切替導入】

- ・ **ダイードリンク 株式会社 様**（オンラインショップ）
- ・ **株式会社 ロック・フィールド 様**
- ・ **ワールド 株式会社 様**（利用範囲拡大）

ロイヤルカスタマー【クラウド切替受注】

- ・ **ダイードリンク 株式会社 様**（お客様相談室）
- ・ **理研ビタミン 株式会社 様**

新規顧客【クラウド導入】

- ・ **三菱鉛筆 株式会社 様**

新規顧客【クラウド受注】

- ・ **株式会社 トライアルカンパニー 様**
- ・ **ブリヂストンスポーツ 株式会社 様**
- ・ **ロイヤルホームセンター 株式会社 様**

\*五十音順

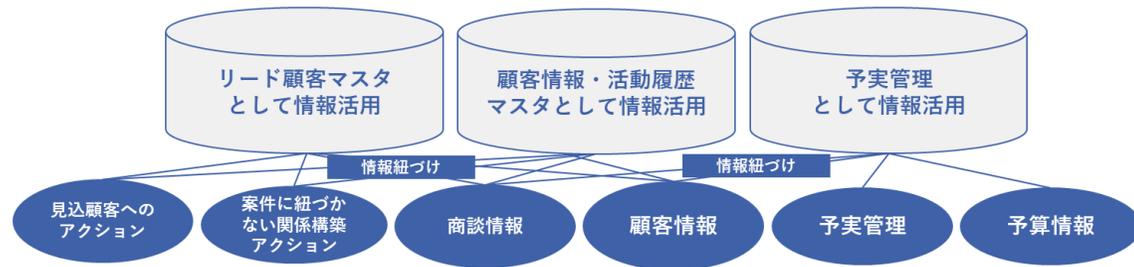
■ マーケット開拓

Q2より新規開拓・既存深耕ともに、引き続き順調に成長

- ・ コールセンター領域のマーケット拡大（アウトバウンド・自治体向け需要拡大）
- ・ ターゲット領域、引き合いの拡大（EC、物流、生産、BPO等）
- ・ 既存顧客の他部門利用へのクロスセル活性化
- ・ 黒字化に向け、不採算案件対策を本格化

## ヤマモリ株式会社 様（アップセル）

製造業の営業DX化、意思決定情報として  
ダッシュボードオプションの利活用



## 株式会社 スカイディスク 様（アライアンス）

製造業のDX推進・クラウド化を加速  
双方クライアントへのクロスセル促進



スカイディスクが提供する「最適ワークス」と  
サービス連携・パートナー契約を締結。  
食品加工製造業DXの営業連携を強化。

**1** 事業概要

**2** 2023年3月期第3四半期サマリー

**3** 2023年3月期第3四半期業績

**4** 中期成長戦略・進捗状況

**5** Appendix

# 01

---

## 事業概要



2021年3月25日 東証マザーズ市場上場  
2022年4月 4日 東証グロース市場に移行  
証券コード：4179



製品サイト



紹介動画

## 株式会社ジーネクスト [G-NEXT Inc.]

代表取締役 横治 祐介  
本社所在地 東京都千代田区飯田橋4-7-1 ロックビレイビル5F  
設立 2001年7月  
資本金 6億5,021万円  
事業内容 ステークホルダー（SRM）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

加盟団体 一般社団法人日本クラウド産業協会（ASPIC）  
一般社団法人日本コールセンター協会（CCAJ）  
公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）

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）



プログラク特発部・ソリューション部 専務

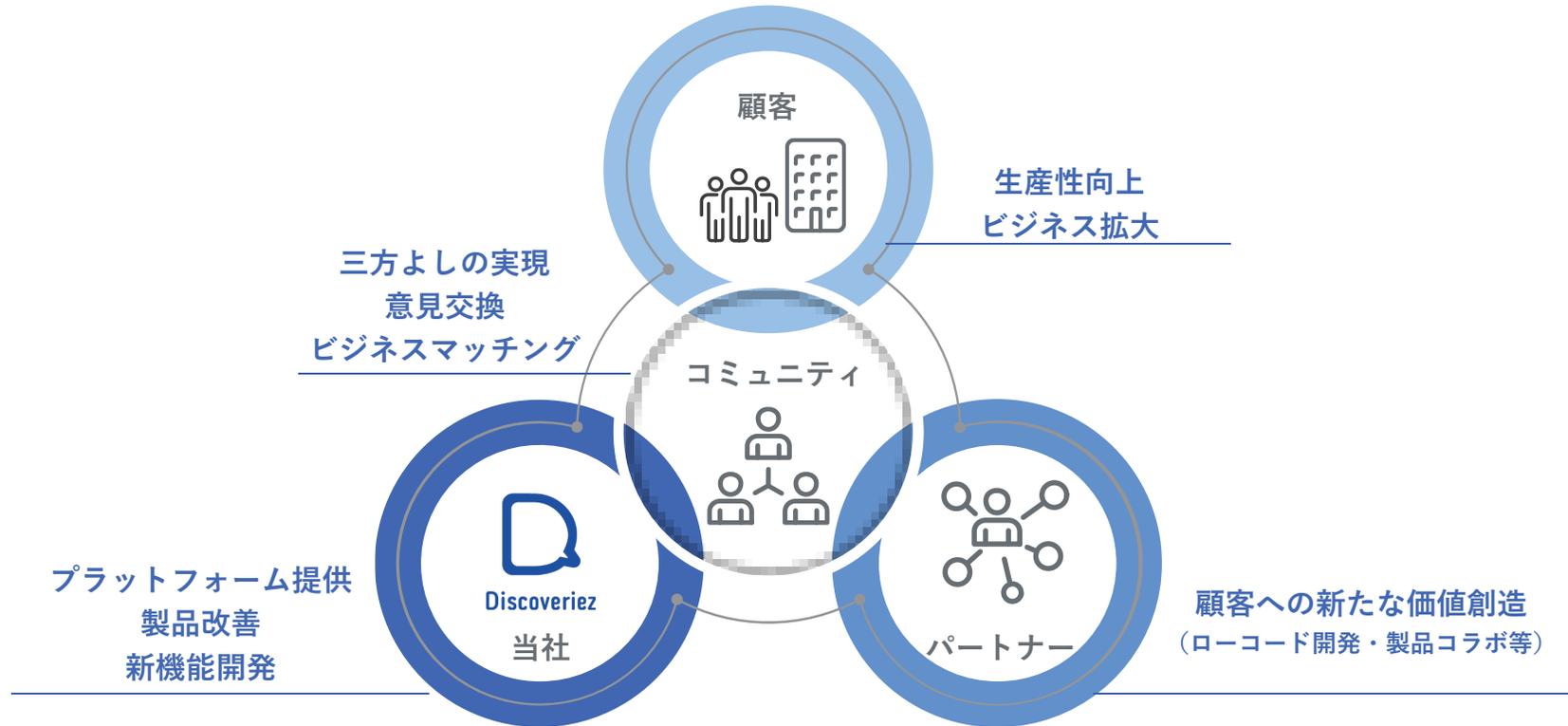


ビジネス現場に革命的な  
「楽」をつくる

## 事業領域「SRM\*（Stakeholders Relationship Management）」

“日本のITにおける「情報の分断」”をなくし、ビジネスの現場がより「楽」になることで企業が新たな競争力を勝ち得るご支援をしております。

### 当社が目指す「SRM（Stakeholders Relationship Management）」の概念図



\*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。

## デベロッパー

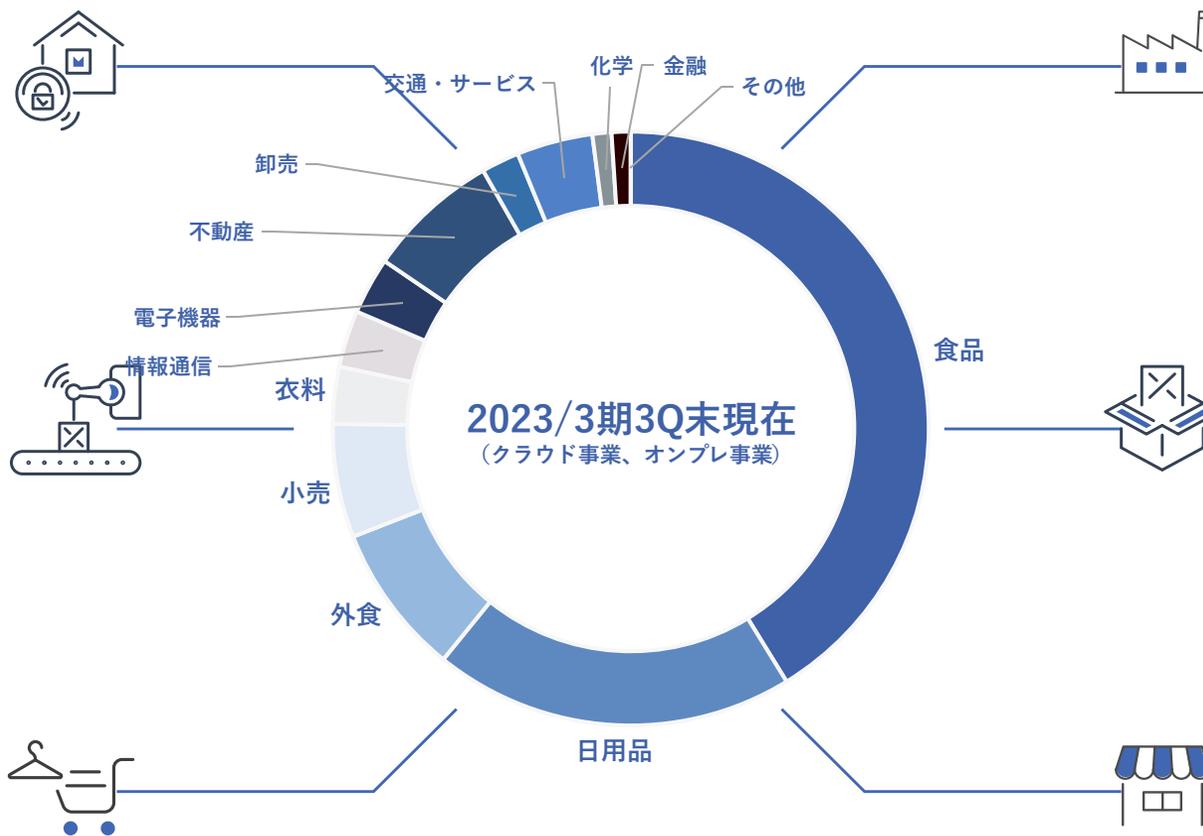
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

## 製造メーカー

製品情報の発信や商品の販売店舗情報の照会に加え、顧客の声を分析し、製造工場へフィードバック。商品改善や販売店舗と連携。

## アパレル

チャットやLINE等、トレンドに合わせたチャネル連携により、複数ブランドで店舗やECサイトから寄せられる情報を本部で集約。



## 食品製造メーカー

顧客の声を社内にフィードバックし商品開発やマーケティングに活用。アラート機能により商品やサービスの異常、重大リスクを検知。

## 日用品

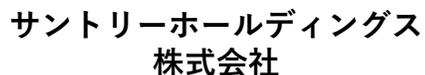
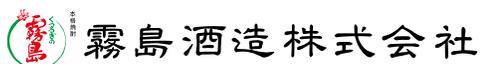
ステークホルダー（社内・取引先）双方がDiscoveriezを利用。適切なタイミングで情報共有、商品情報のデータベースとして活用。

## 外食

店舗で発生したクレームやお問い合わせを現場で登録。店舗と本部間の組織を超えた情報共有や、顧客対応事例集として活用。

各業種・業界のリーディングカンパニーを支援  
社内外のステークホルダーとの情報のやり取りが多い業種・業界からご支持いただいております。

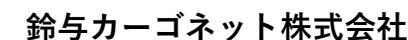
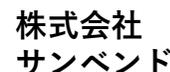
Manufacturer



Retail / Restaurant



Contact Center / BPO



Infrastructure / Developer

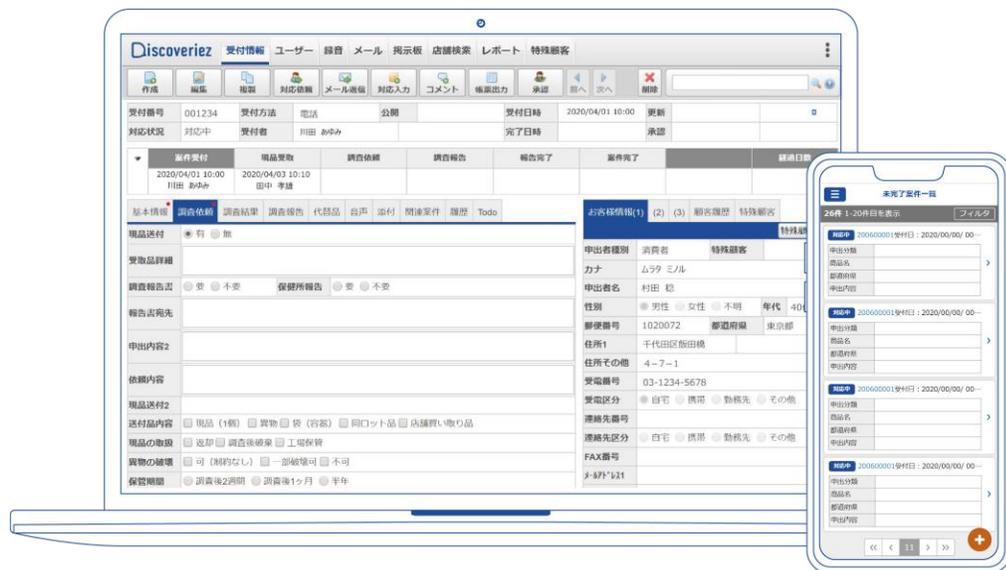


(五十音順)

\* 導入中案件も一部含む

## ステークホルダーDXプラットフォーム

# Discoveriez



情報連携・情報一元化、検索・分析に優れたクラウドサービス  
各組織での業務効率化、情報利活用を促進

<活用効果例>

業務  
効率化

サービス  
顧客体験  
改善

売上UP!

### 基本機能

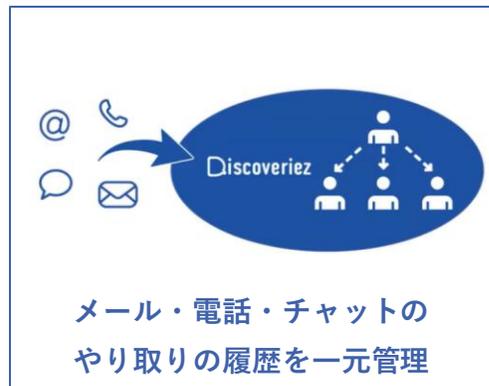
- 受付情報登録
- お客さま情報登録 (個人情報管理)
- メール機能
- リスク検知
- 帳票出力
- csv出力
- 集計分析

### オプション機能

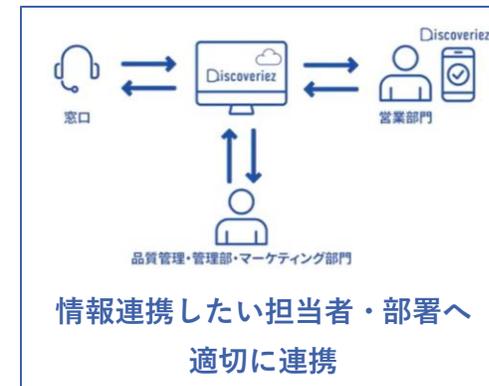
- データベース連携
- FAQ (ナレッジ)
- スマートフォン対応
- 販売店検索機能
- CTI連携
- オムニチャネル対応
- CRM他システム連携



## 企業内外で発生する情報の一元管理



## ステークホルダーへの情報共有



使いやすいUI/UXと、利用シーンに合わせた機能（パーツ）をノーコード・ローコードで組み合わせ、短期間導入を実現  
業務効率化をはじめ、顧客体験の改善、売上UP、収益化を促進いたします。

# 02

---

## 2023年3月期第3四半期サマリー



売上高YoY約+40.0%・クラウド事業の累計MRR\*1はYoY約+80.0%の成長率

ストック売上比率は約53.0%と、中期成長計画の目標達成に向けて引き続き力強い成長

売上高成長率

+38.6%

売上高

466百万円

ストック売上比率\*2

52.8%

ストック売上

Q3過去最高売上高更新

231百万円

クラウド累計MRR\*1  
成長率(YoY)

+79.3%

月次解約率\*3  
(過去12か月平均)

0.27%

\*1 クラウド事業におけるストック売上（月次のライセンス料）の月額合計額

\*2 一時的なその他（オフショア開発等）の売上を除いて算定

\*3 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

当期は4つのテーマをもとに、中長期的な安定かつ高収益構造への転換、非連続な成長を目指す

テーマ

対応方針

1

売上構造をフロー型から  
ストック型へ引き続き重点移行

- ・約2年間で売上構造を24%→50%（現在52.8%）を超える  
ストック収益へ移行予定
- ・低解約率（現在0.27%）を継続し、顧客満足度、LTVの向上

2

パートナーを中心とした  
ビジネスモデルへ重点移行

- ・パートナー経由での売上比率を中長期で約50%へ拡大予定
- ・パートナー契約での販売網の拡大、導入拡大や、他社ソリューション連携、  
提携によるサービスメニューの創出、拡販などを積極的に展開

3

収益に寄与する機能改善・  
新規事業への投資、研究開発

- ・収益に寄与する機能改善の実行
- ・顧客対応領域以外での新規マーケットの獲得、研究開発への投資を実施

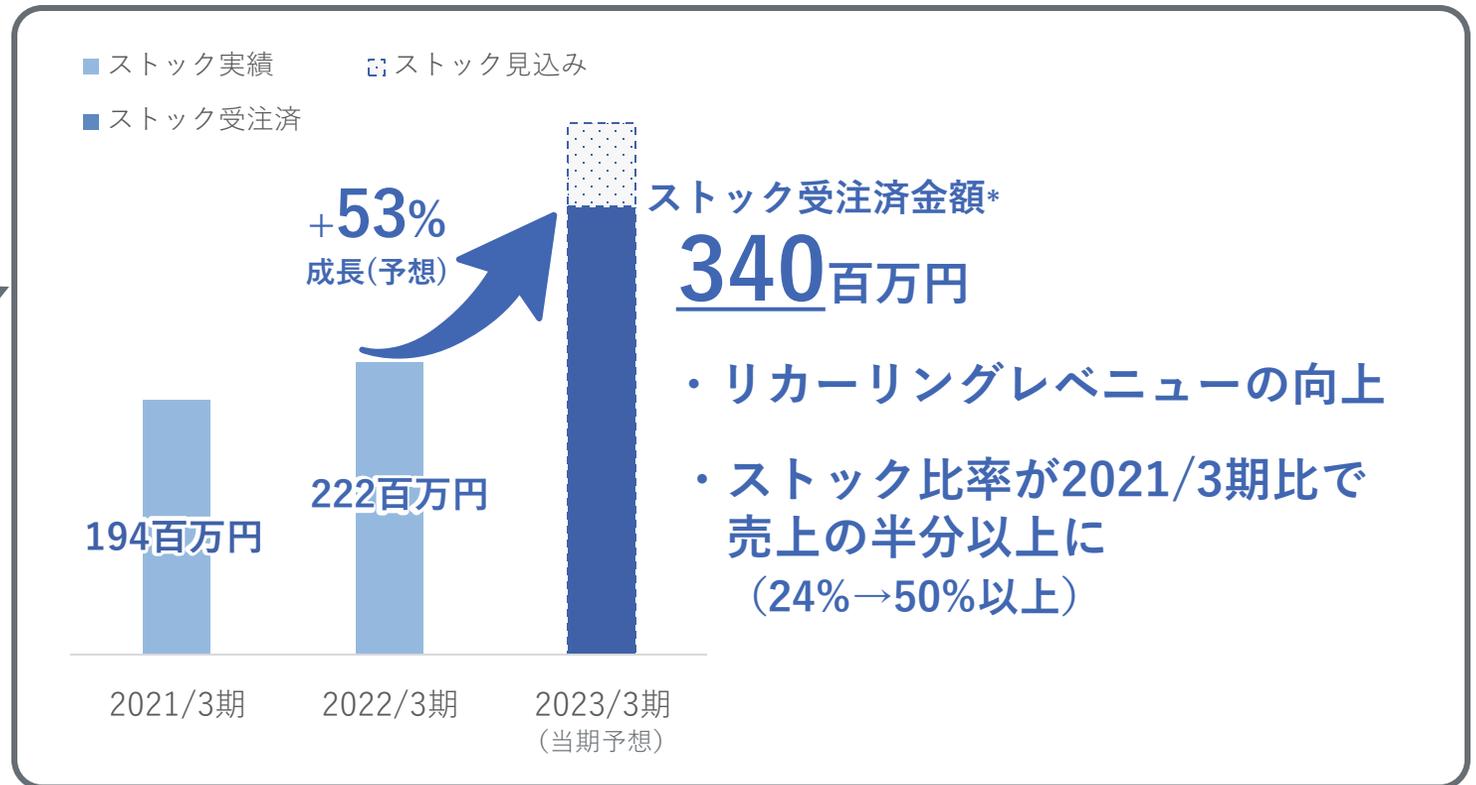
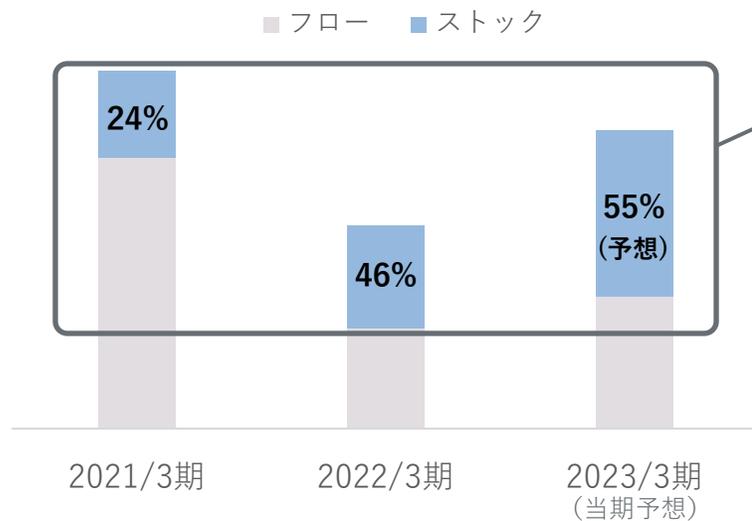
4

新規事業領域は  
販路拡大フェーズへ

- ・新規マーケットであるDiscoveriez ライト版と優待WALLETは、  
販路拡大・開拓フェーズへ

売上構成をフロー型からストック型への移行を実施し、将来の安定的な収益を計上予定  
既存・新規事業の成長率、立ち上がり等を考慮し、売上高は650～720百万円のレンジ方式を採用

<2023年3月期成長イメージ>



\* クラウド事業及びオンプレ事業を含む

# 03

---

## 2023年3月期第3四半期業績



売上高は、クラウドMRRの力強い成長（YoY+79.3%）により、YoYで+38.6%の増収  
営業利益以下の各段階利益についても増益を達成

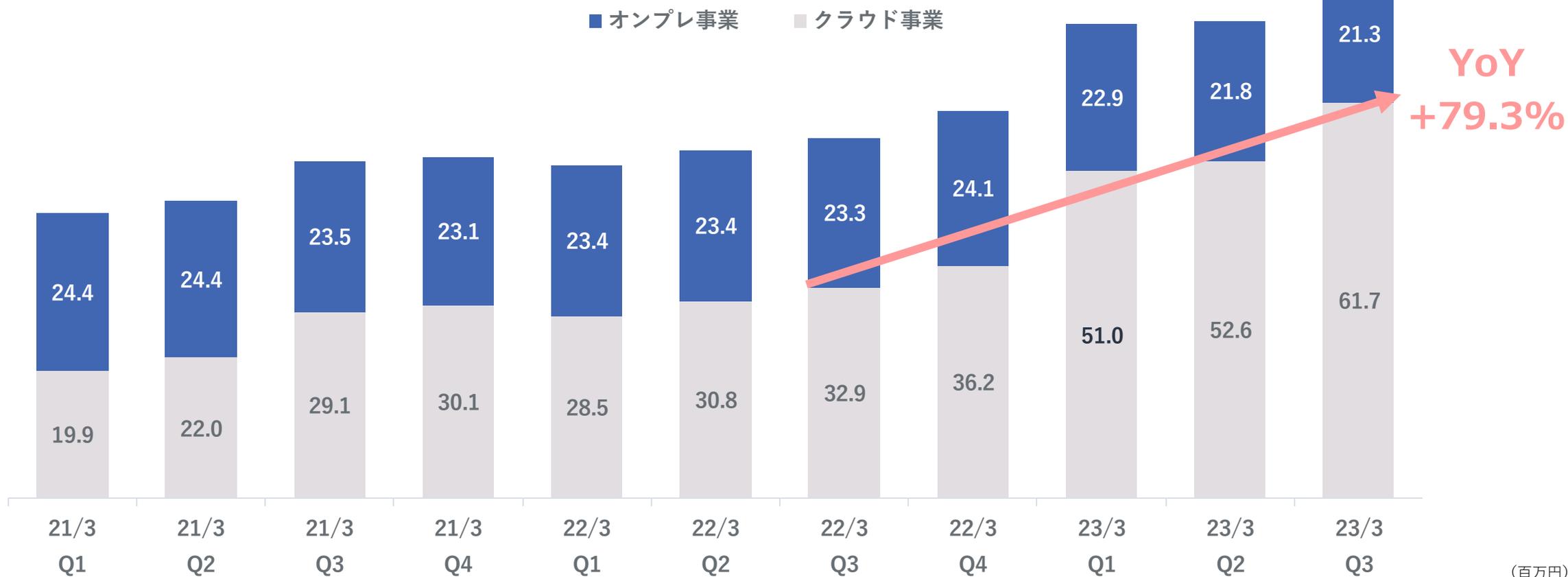
	2023年3月期 Q3累計実績 (A)	2022年3月期 Q3累計実績 (B)	対前年 同期増減 (C)=(A)-(B)	対前年 同期比 (D)=(A)/(B)-1	2023年3月期 通期予想
売上高	466	336	+129	+38.6	650~720*
売上総利益	187	115	+72	+63.0	—
販売費および一般管理費	417	418	△1	△0.5	—
営業損失（△）	△229	△303	+74	—	—
経常損失（△）	△231	△304	+73	—	—
四半期純損失（△）	△231	△328	+96	—	—

(百万円)

\* 既存事業の成長率や新規事業の立ち上がり等を考慮し、より有用かつ合理的な情報提供を行う観点から、レンジ方式による通期業績予想開示を採用

クラウド累計MRRは新規案件に係る月次ライセンス料の積み上がりにより、**YoY+79.3%**と力強く成長。フロー型からストック型への移行は順調に継続

ストック売上の推移\*

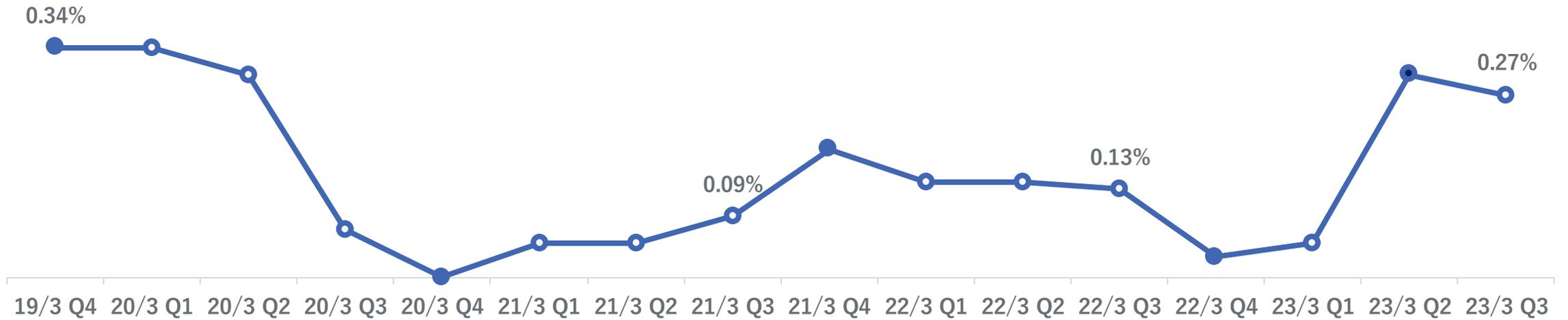


\* 小数第2位を四捨五入

## 月次解約率の推移

過去12か月平均の月次解約率は0.27%と引き続き低水準を維持  
引き続き、クラウド化を促進し、高い顧客満足度を維持すべく、カスタマーサクセスを強化

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

# 04

---

## 中期成長戦略・進捗状況



2025年に向けて、下記目標数値を設定し、安定的かつ非連続な成長の実現を目指す

売上高成長率

**CAGR+40%**

売上高

**1,500**百万円

ストック売上比率

**70%**以上

ARR（ストック売上）

**1,000**百万円

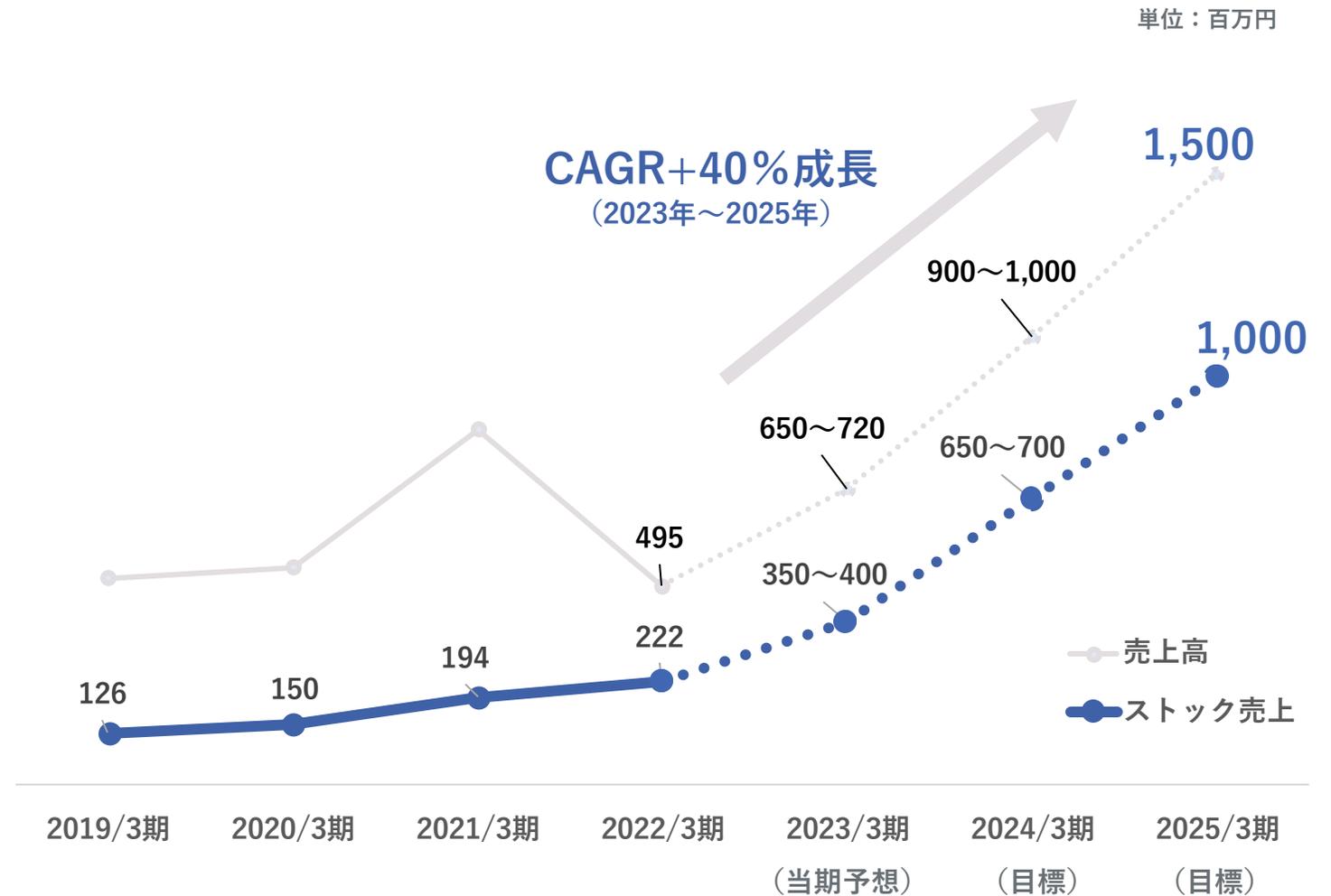
解約率

**1%**未満

## 2025年に向けて

- ・ 売上高成長率
  - └ 毎年CAGR+40%以上成長
- ・ ストック売上比率
  - └ 70%以上
- ・ ARR（ストック売上）
  - └ 10億円
- ・ 解約率
  - └ 1%未満

の達成を目指す

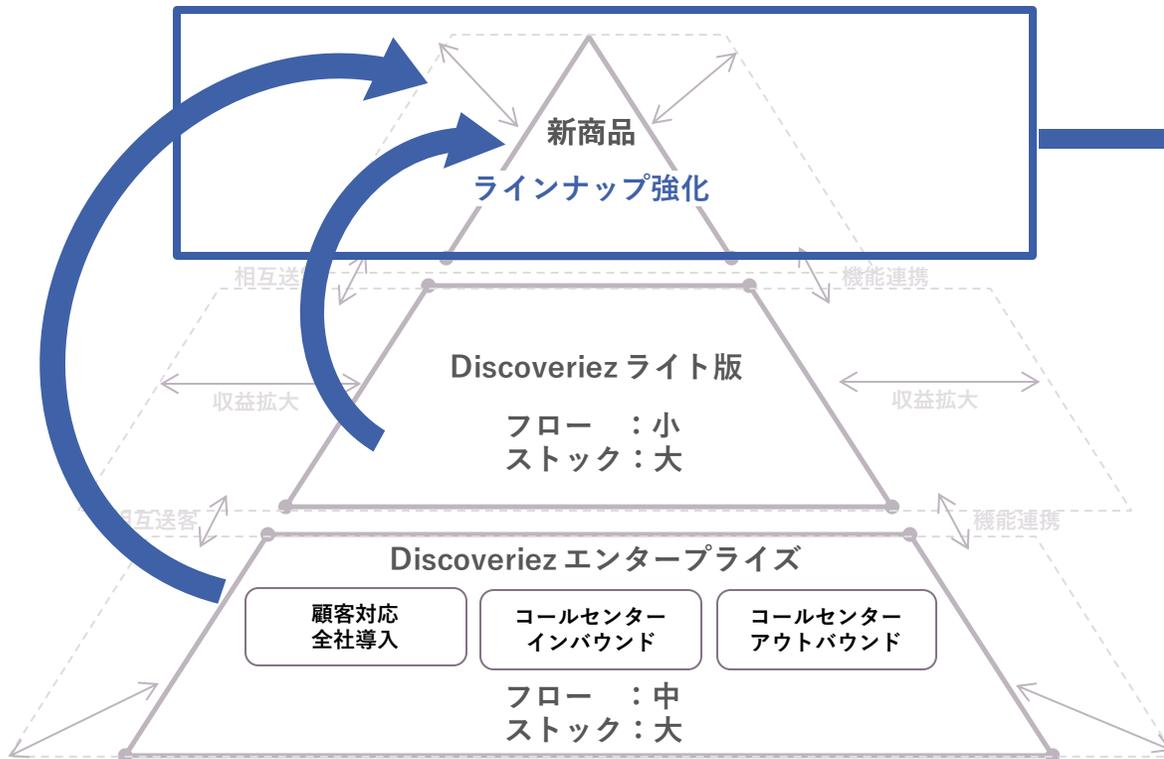


\* 既存事業の成長率や新規事業の立ち上がり等を考慮し、より有用かつ合理的な情報提供を行う観点から、レンジ方式による売上高予想開示を採用しております。

<参考> 利用シーン拡大 進捗状況について

2022/3期におけるライト版受注件数増加に伴い、コンタクトセンター・データベース構築・フィールドサービス等での利用シーンが拡大し、当期以降の収益に寄与

<プロダクトサイクルイメージ>



<Discoveriez 業務アプリケーションラインナップ>

Discoveriez for Manufacturer

Discoveriez for Contact Center

株式会社サンバンド

nappa

NTM

Realize Customize Maximize  
TRIPLEIZE

Discoveriez for Retail / Restaurant

Discoveriez for Infrastructure / Developer

Discoveriez for Database / Agency management

株式会社鈴与カーゴネット

GlobalCast

Discoveriez for Field Service

BPM

Discoveriez for . . . . .

低コスト・短期間で導入を実現  
今後もマーケットフィットしたセグメントを追加予定

「情報の分断」を解決する企業として、安定かつ持続的成長可能な安定高収益企業への転換を果たすため、利用シーン拡大を中心に企業活動を実行中

中期成長戦略

「安定高収益企業への転換」 → FY2023~FY2025 テーマ : Discoveriezの利用シーン拡大

戦略方針

2023年3月期Q3実績&進捗

<p>1 クラウド化促進・収益構造のフロー型からストック型への重点移行、完了</p>	<p>▶ 50%を超える収益をストック型へ移行</p> <p>ストック比率*1 <b>52.8%</b></p>	<p>▶ オンプレからクラウドへの置き換え推進</p> <p>クラウド比率*1 <b>79.3%</b></p>	<p>▶ 低解約率の継続</p> <p>解約率*2 <b>0.27%</b></p>
<p>2 事業提携、アライアンスなどでのパートナービジネスを積極的に展開</p>	<p>▶ 販売パートナー網の拡大</p> <p>販売パートナー <b>10</b>社 (累計)</p>	<p>▶ 導入パートナー網の拡大</p> <p>パートナー経由 <b>9</b>件 (累計)</p>	<p>▶ プロダクトパートナーとの協業拡大</p> <p>CTI/チャット/その他SaaSを中心に連携強化中</p>
<p>3 Discoveriezの機能改善・新規事業開発への投資</p>	<p>▶ SaaSモデルとしての提供体系の確立</p> <p>提供体系の見直し 導入期間短縮化の実現</p>	<p>▶ 新規マーケットの獲得(ライト版の昇華)</p> <p>システム×BPOでのBPOマーケットの進出</p>	<p>▶ 収益貢献する機能改善、新規事業開発</p> <p>利用シーン拡大、パートナー向け機能の拡充</p>

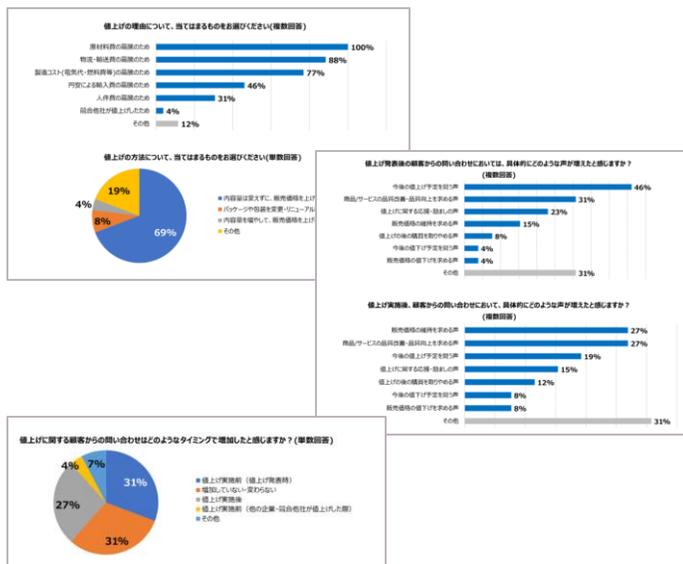
営業戦略：「長期安定収益（ストック収益）の獲得」

事業/市場区分	営業方針	ターゲット		
お客さま相談室	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ストック型への営業活動</li> <li>・オンプレからクラウド化への促進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エンタープライズだけでなく、ミッドマーケットへのターゲット本格拡大</li> </ul>	引き続き、順調に進捗	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売パートナー経由案件受注継続増</li> <li>・既存顧客クラウド化促進 継続増</li> <li>・営業活動（見積提示方法、パートナーとのPKG化等）変更によるターゲット拡大</li> </ul>
コンタクトセンター	<ul style="list-style-type: none"> <li>・パートナーと連携した営業活動の促進</li> <li>・BPO会社へのOEM提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・BPO会社</li> <li>・事業会社の中～大規模コールセンター</li> </ul>	継続して将来収益に寄与する兆しあり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・販売パートナー経由での案件相談増、受注案件増（インバウンド、アウトバウンド）</li> <li>・連携販売メニューの拡充が堅調（BPO PKG化・EC市場開拓）</li> </ul>
新規事業・その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優待WALLETの継続マーケット獲得</li> <li>・フィールドサービス、データベース構築等への利用シーン拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・上場企業</li> <li>・事業会社</li> <li>・アライアンスパートナー</li> </ul>	一部、不調領域はあるものの、順調	<ul style="list-style-type: none"> <li>・優待WALLET 季節性もあり引き合い減</li> <li>・データベース活用による効果的な事例の創出（データドリブンマーケティングの推進）</li> </ul>
マーケティング方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Discoveriezの端的なベネフィット訴求の再構築</li> <li>・クライアントコミュニティの活性化 / ナレッジ促進</li> <li>・販売パートナー開拓 / 導入パートナー開拓 / パートナーコミュニティの新設および運営</li> </ul>		Discoveriezブランドの価値向上施策を足元の改善から継続実施、効果が続々と現れる	

## ホワイトペーパー

企業と顧客との関係構築強化や  
顧客の声を活用したマーケティング支援

導入企業様・導入検討中の企業様などを対象とした  
「2022年夏～秋の値上げ動向および値上げ時の顧客対応に関する調査」



## 展示会出展

顧客獲得のための営業活動活性化・認知度  
向上を目的に展示会出展



## ユーザー会の開催

既存顧客を対象とした  
ユーザー会を開催



# Discoveriezで情報の分断を解決する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

### CTI



Amazon Connect



日本アバイア



Partner



etc...

### BI/分析系



Amazon QuickSight



見える化エンジン



etc...

### Database



earlyworks  
System development



trocco

etc...

### Chat



MOBILUS



LINE AiCall



etc...

### 業種別SaaS



CLOUDSIGN



ジョブカン



SKYDISC



Realize Customize Maximize  
TRIPLEIZE



HENNGE



BPM

etc...



**G-NEXT**

# 05

---

## appendix



## 「Discoveriez」の強み（競争優位性）について

Discoveriezの強み（競争優位性）は、

企業内に多く存在する  
部門ごとの

- ・バラバラな情報
- ・属人化した業務
- ・散在する顧客接点情報
- ・個別で使われているシステム内の情報

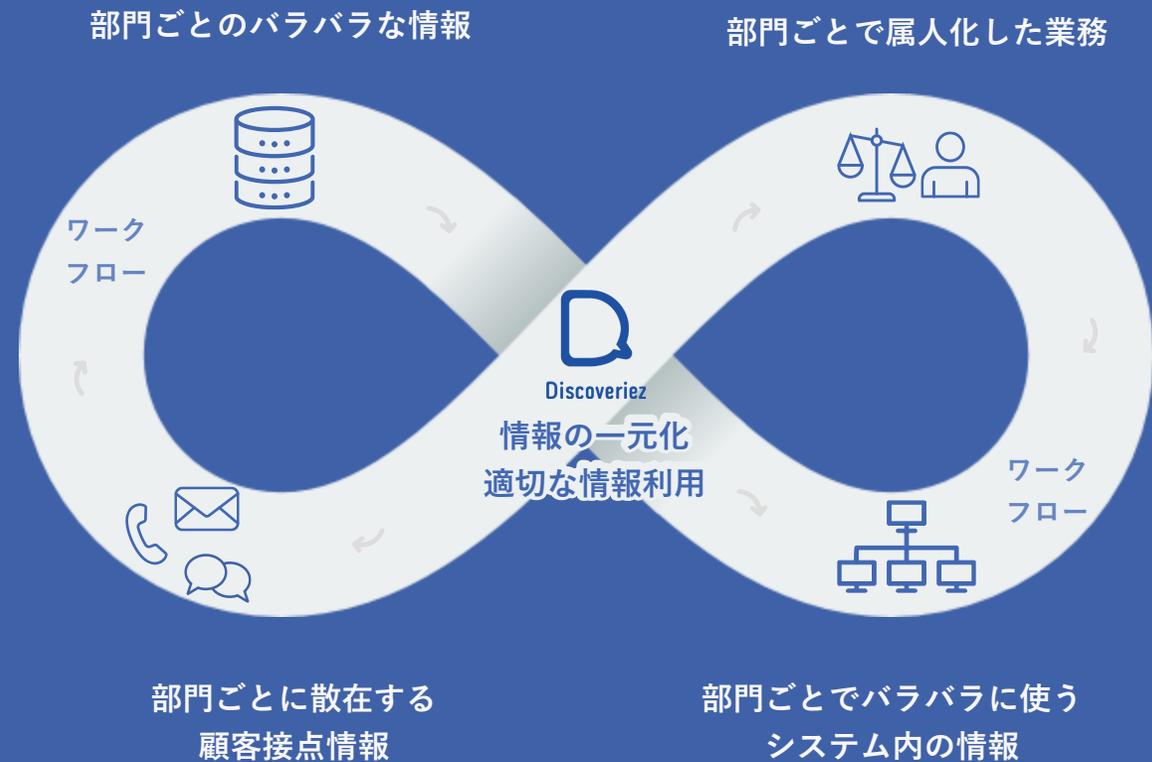
の**一元管理**ができ、加えて、

その情報を適切な状態で  
各部門、取引先、顧客など  
さまざまなステークホルダーに

**“最適な情報伝達、共有ができる”  
プラットフォーム**です。

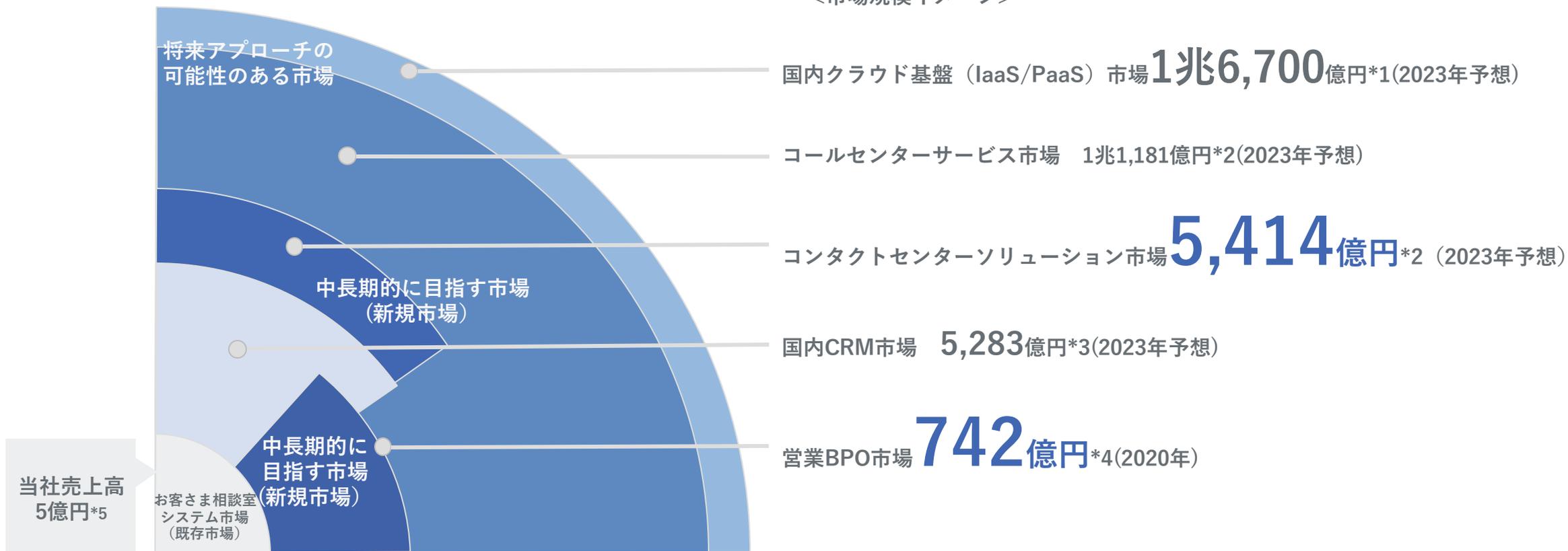
また、各機能を「ブロックのパーツのように」  
組み合わせができるため、ノーコード/ローコードで  
の設定を実現。  
より短期間での利用開始を可能とします。

## Discoveriezを中心に企業内外の情報が循環（概念図）



# 営業BPO市場、コンタクトセンター市場を中長期的なターゲットとし、市場拡大前期からの早急な対応が実を結び、安定的なストック型売上を続々と受注

<市場規模イメージ>



\*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 矢野経済研究所「2021 コールセンター市場総覧 ～サービス&ソリューション～」(2021/10/28)

\*3 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2021 クラウド型CRM市場編」(2021/5/25)

\*4 矢野経済研究所「2021-2022 BPO(ビジネスプロセスアウトソーシング)市場の実態と展望」(2021/10/27)

\*5 億円未満を四捨五入

## 多角的な業種・業界での利用可能なノーコード/ローコードの国産クラウドサービス 企業規模に関わらず、ご利用いただけるユニークな存在



初期費用の導入支援、コンサルティング費用と月額ライセンス料のシンプルな価格体系  
オプション機能はご利用途中でも契約可能なため、導入ハードルが低い点も特徴

Discoveriez

クライアント

導入料 (初期費用)

月額利用料

Discoveriez利用数\*

×

導入支援  
コンサルティング

+

ライセンス利用

オプション機能

\*当社の利用数の定義としては、クライアントの各部署や利用シーンごとに複数環境をご用意させていただくため、クライアント1環境に限定されるものではありません。



### リセラーパートナー (ダイレクト (紹介) ・セルスルー (卸) )

Discoveriezの導入・導入後のサポート等を実施

ヒアリング、デモンストレーションによる製品説明、受注後の一次対応、アップセル・クロスセル販売



### コンサルティングパートナー (ソリューションパートナー+リセラーパートナー)

Discoveriezを顧客に対して提案から導入まで一貫したコンサルティング

受注前の提案活動・契約～受注後の導入から導入後のサポートまで (提案・販売・設計・運用支援・トレーニング)



### ソリューションパートナー

Discoveriezの販売 (設計・運用支援・トレーニング)

業務コンサルティング、JSやAPIを利用した開発支援、製品活用支援、操作指導



### プロダクトパートナー

SFA、CRM、CTI、基幹システム等  
自社製品・サービスとDiscoveriezと連携

【パートナー様 一覧抜粋】  
ジェネシスクラウドサービス株式会社様、モビルス株式会社様、LINE株式会社様

etc...

Retail

株式会社オートバックスセブン 様

【利用範囲】 各種予約窓口等のシステムを統合・全店舗で利用

- 導入前の課題 : 各種予約窓口・店舗がバラバラに情報管理（顧客対応履歴）しており、顧客対応に時間を要していた
- 効果 : お客様相談センターおよび予約受付センターの各窓口横断的な連携の迅速化
- 今後の取組 : 記録内容をもとにしたさらなる各種の運営改善

Manufacturer

サントリーホールディングス株式会社  
サントリーシステムテクノロジー株式会社 様

【利用範囲】 お客様センター、営業、マーケティング、サービス部門等、顧客接点部門が全社的に利用

- 導入前の課題 : システム維持費が高く、非効率。新機能開発適用にコストと時間を要す
- 効果 : 顧客対応システムとして導入、サステナブルな機能更新、情報共有の効率化
- 今後の取組 : さらなる顧客対応/VOC活用における全社CRM基盤活用

Contact Center

株式会社サンベンド  
サントリーシステムテクノロジー株式会社 様

【利用範囲】 自販機、ディスペンサー等のコールセンター業務

- 導入前の課題 : マルチチャネルへの対応、オンプレミスシステムの運用負荷増、システム・業務の最適化
- 効果 : BIPROGY株式会社を通じた導入支援  
顧客管理を完全クラウド化（2拠点システムの統合）  
コールセンター業務のノウハウを生かした安定運用
- 今後の取組 : さらなるCS向上・業務効率の向上

Manufacturer

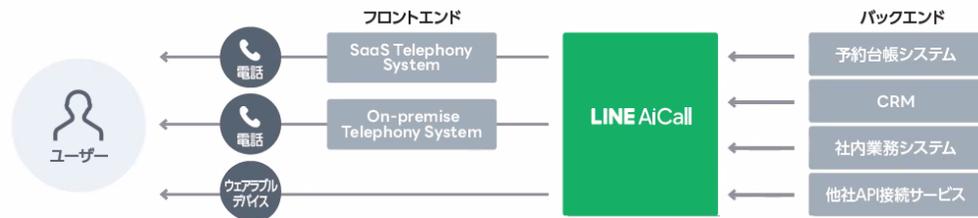
ヤマモリ株式会社 様

【利用範囲】 法人営業・マーケティング・販売戦略、生産戦略部門

- 導入前の課題 : 商談履歴の可視化、営業の行動管理等が属人的かつバラバラであり、売上予測の精度に懸念
- 効果 : 営業における顧客との商談情報および日報等、対応情報を一元化
- 今後の取組 : 全社における営業・マーケティング活動のDX化を強力に推進、営業活動における収益最大化施策を検討

## LINE CLOVAとのアライアンス（LINE AiCall\*との技術連携） によるお問い合わせの自動化の模索

### LINE AiCall

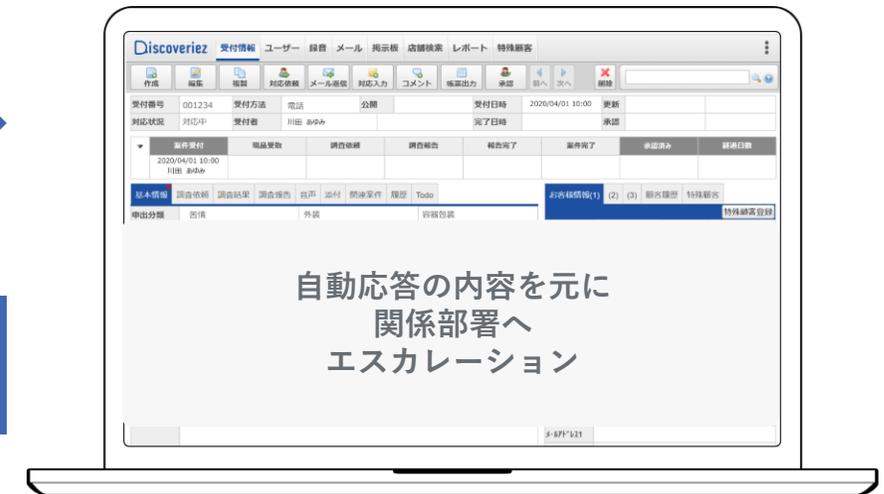


問い合わせのオートメーション化

自動応答のデータを  
Discoveriezへ連携

顧客の声を  
AIの学習の種へ  
フィードバック

### Discoveriez



自動応答の内容を元に  
関係部署へ  
エスカレーション

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応対AIサービスです。

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。



**G-NEXT**