

G-NEXT

中期経営戦略説明資料

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ジーネクスト（グロース市場）

2023年6月27日

1 事業概要／サービス概要

2 中長期経営VISION～当社が実現したい世界

3 中長期経営戦略～成長戦略とポテンシャル

4 中期経営計画と進捗状況

5 財務戦略とリスク情報

01

事業概要／サービス概要



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	東京都千代田区平河町2丁目8-9 HB平河町ビル3F
設立	2001年7月
資本金	6億5,241万円
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）



プロダクト開発部・ソリューション部 両部



製品サイト



紹介動画

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

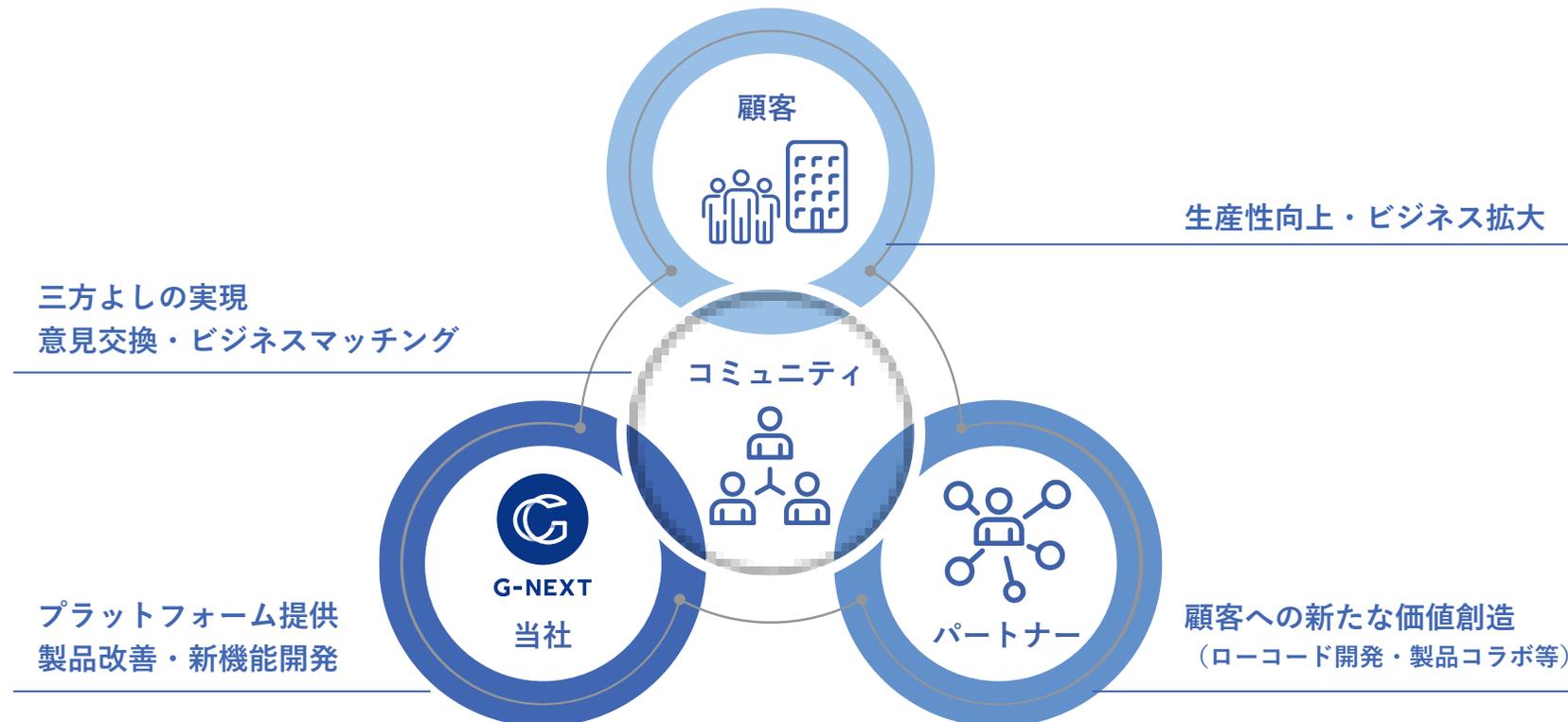




ビジネス現場に革命的な
「楽」をつくる

“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

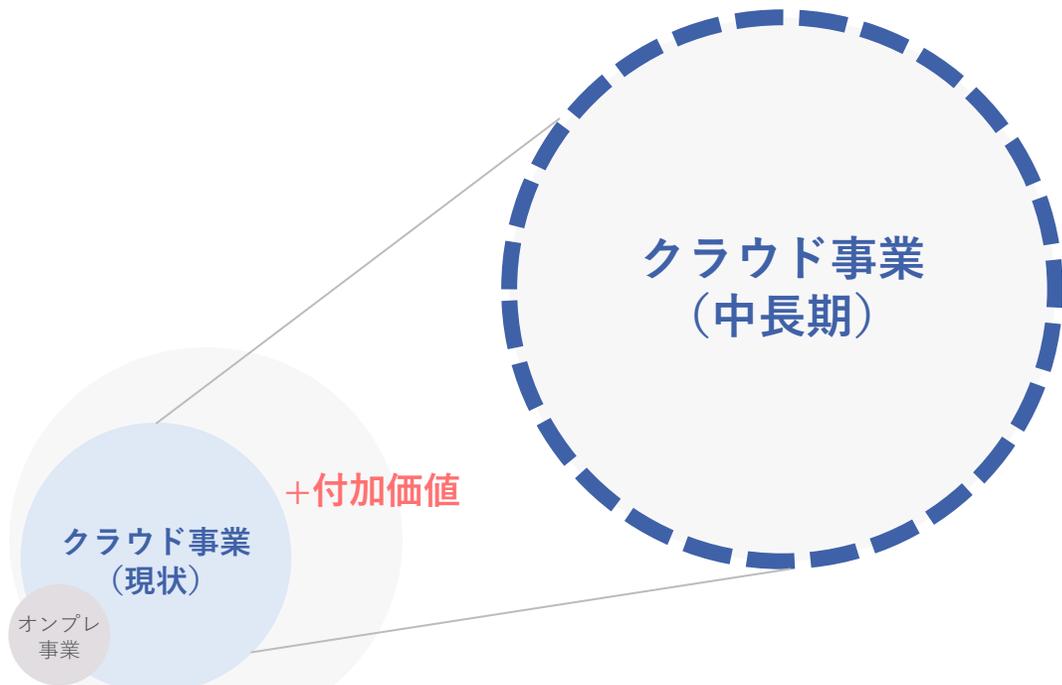


*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

当社の事業内容

「ステークホルダーDXプラットフォーム事業」の単一セグメントで下記の構成で事業を展開
クラウド事業の需要拡大および注力していくことで売上比率が拡大中

<事業成長イメージ>



提供サービス

ステークホルダーDXプラットフォーム「Discoveriez」

提供経路

クラウド事業

「Discoveriez」のクラウド型提供
導入料（初期費用）+ライセンス利用料による収益モデル

オンプレ事業

「Discoveriez」のオンプレミス*型提供
導入料（初期費用）+メンテナンス・保守費用による収益モデル

※2024年12月末をもって旧提供体系モデルを終了予定

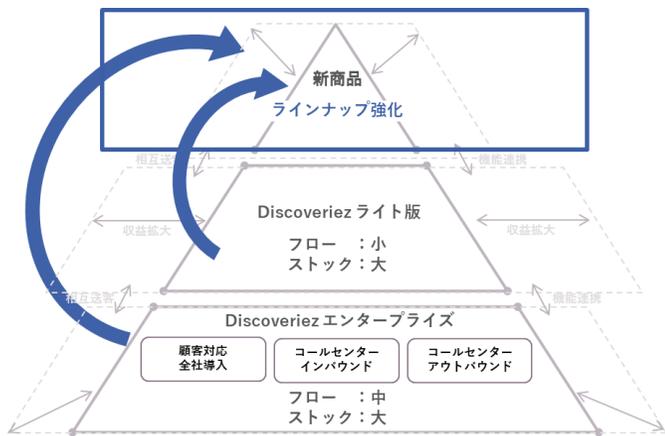
* ユーザーの施設の構内に機器を設置してシステムを導入・運用すること

当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

Discoveriez利用シーンの拡大を推進する中で、自社プロダクトに加えパートナーとの複数領域での共創により、クライアントへの本質的な課題解決を実行支援

<プロダクトサイクルイメージ>

ライト版受注件数増加・利用シーンが拡大したことにより、課題解決の範囲も広がる



×

<アライアンスパートナー>

パートナー企業の増加により、業務効率化だけでなく、経営視点でデータ活用ニーズを促進できるように

パートナーとのコラボレーション領域

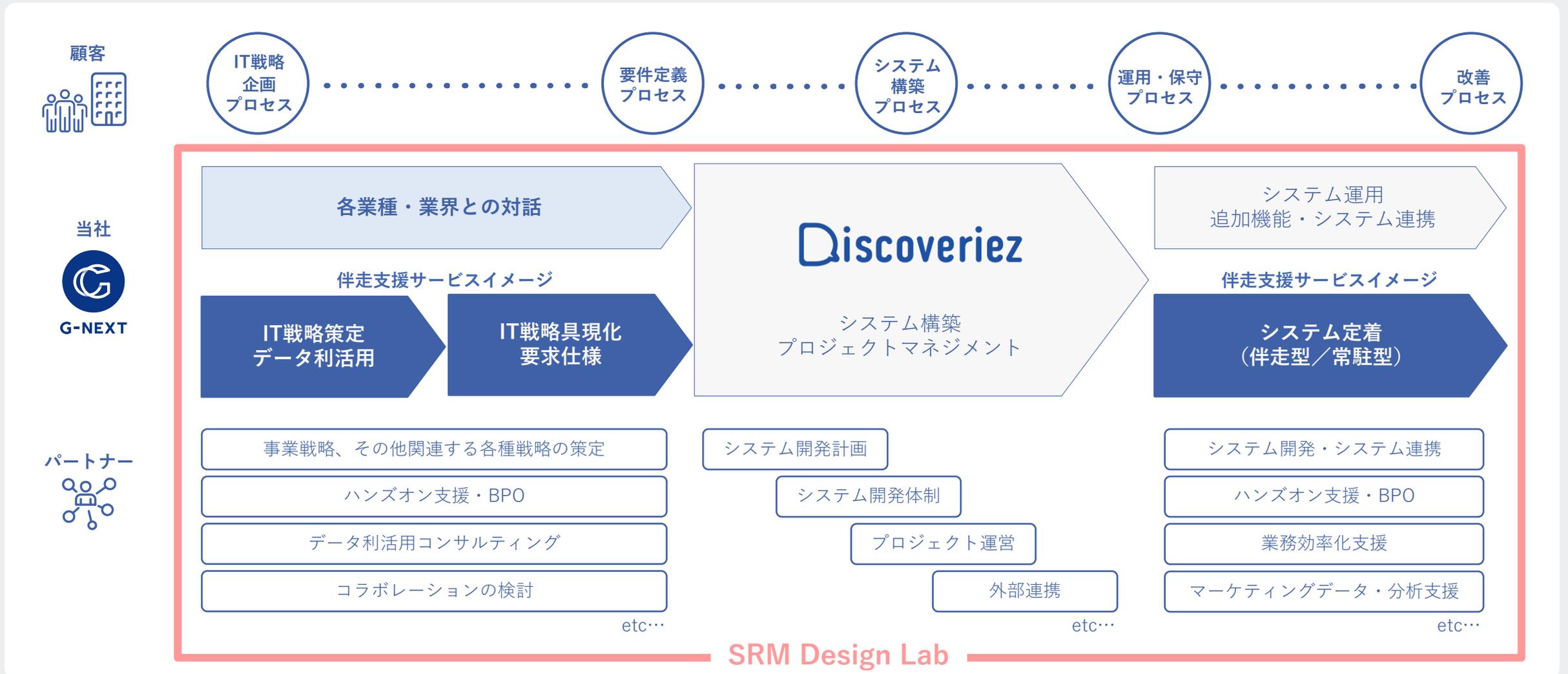


etc...

課題解決の範囲拡大とパートナーとのコラボレーションのかけ合わせにより
企業のIT戦略における上流から下流工程までの一気通貫で行う課題解決プログラム「SRM Design Lab」を開始

当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

Discoveriezの上流・下流工程を含む一気通貫による支援により、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造を促進



当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」のパートナー例）

他システム連携や、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・SMS・音声認識



販売・提携パートナー



BI/分析系



Database・ETL



Chat



業種別SaaS



<参考> Discoveriezアライアンスプログラムについて



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

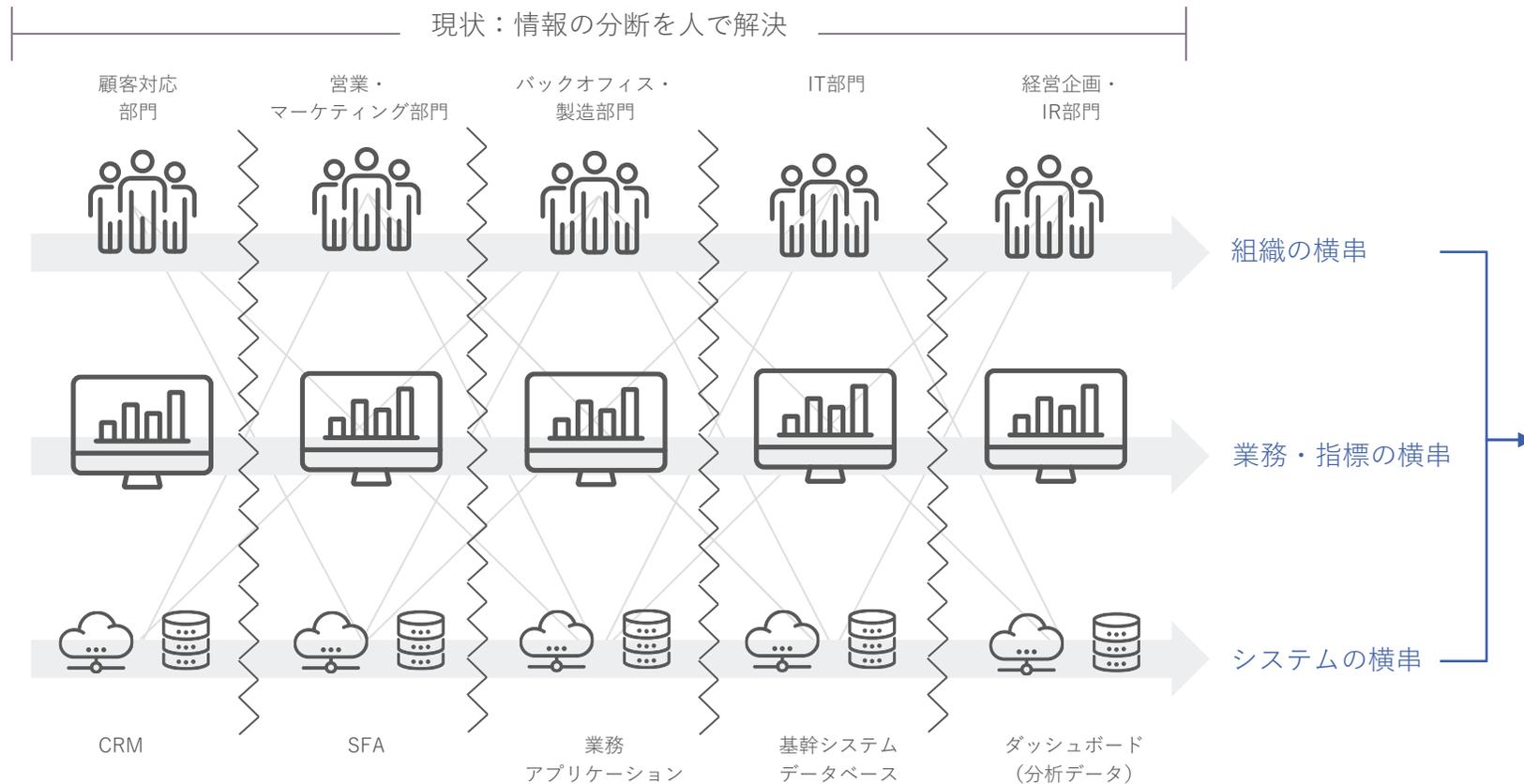
SFA、CRM、CTI、基幹システム等
自社製品・サービスとDiscoveriezと連携

【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...

システム・データ・組織システム・会社といったあらゆる情報を横串で「つなぐ」「まとめる」「活用する」ことで、日本のITにおける「情報の分断」を解決していきます

<組織間の情報の分断を解決するイメージ>



組織を超えた情報を「つなぐ」「まとめる」「活用する」ことで実現する世界

- ・ステークホルダー間の円滑なコミュニケーション促進
- ・一貫性のあるカスタマーサポート
- ・カスタマイズされた顧客体験・CX
- ・全社横断でのDXによる効率化
- ・イノベーション（新規事業・新規開発等）

業務効率化 サービス顧客体験改善 売上UP!

ステークホルダーDXプラットフォーム

Discoveriez



企業内のステークホルダーとの
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！

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

Discoveriezの強み

Discoveriezの強みは、

企業内に多く存在する
部門ごとの

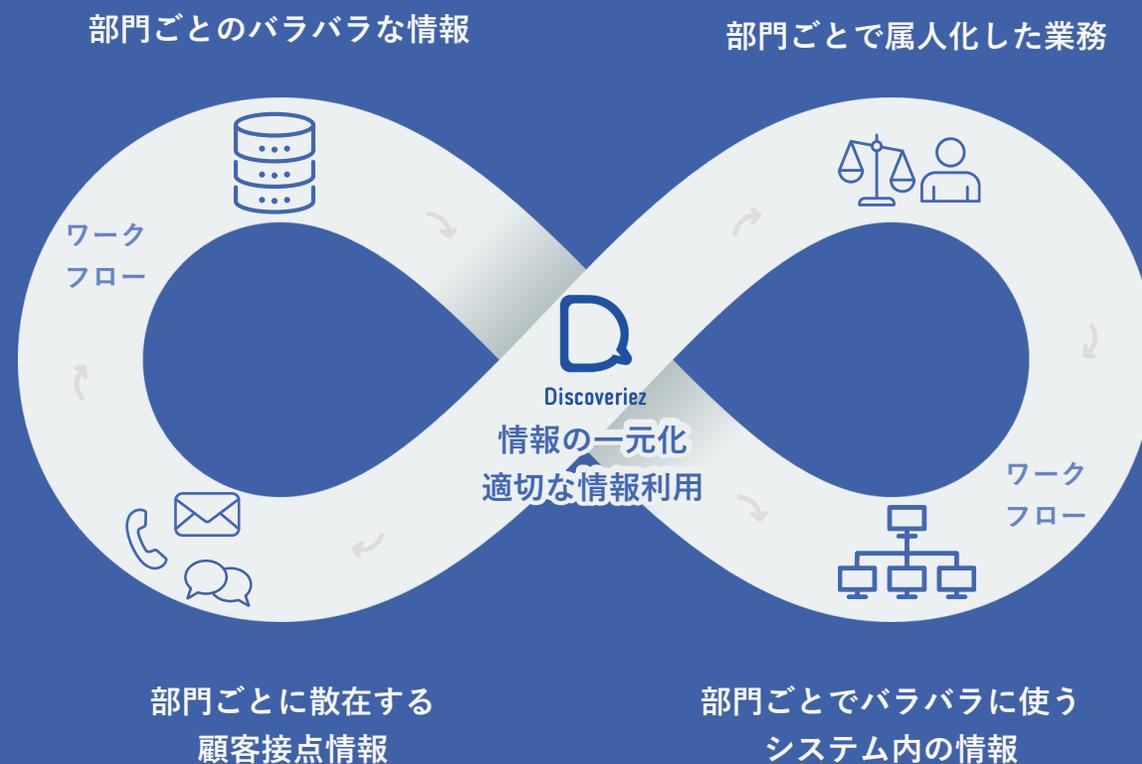
- ・バラバラな情報
- ・属人化した業務
- ・散在する顧客接点情報
- ・個別で使われているシステム内の
情報の一元管理

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。

Discoveriezを中心に企業内外の情報が循環（概念図）



Discoveriezの活用効果

ビジネスで発生する「情報の分断」を「つなぐ」「まとめる」「活用する」ことで
様々なステークホルダーの課題解決を支援するクラウドサービス

社内外で発生する情報の分断を



つなぐ



まとめる



活用する

企業内外で発生する情報の一元管理

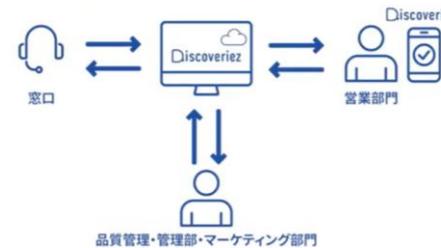


メール・電話・チャットの
やり取りの履歴を一元管理



今ある他システム情報と連携し
必要な情報を簡単に検索

ステークホルダーへの情報共有



情報連携したい担当者・部署へ
適切に連携



自動アラートにより
インシデントや対応漏れを検知

使いやすいUI/UX、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

デベロッパー

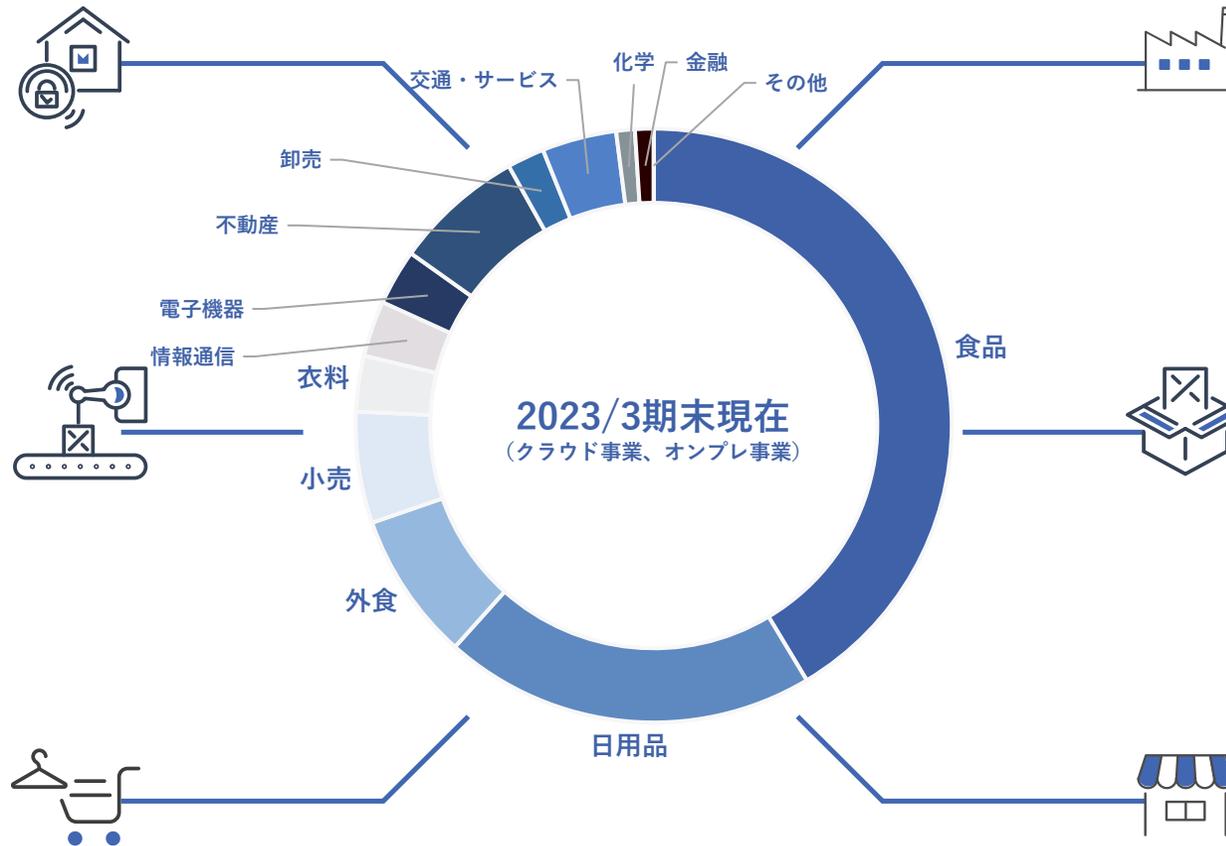
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

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。

導入実績

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



Media



Others



(五十音順)

企業事例

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
データ活用による営業・マーケティング手法の改善

Manufacturer

サントリーホールディングス株式会社 様
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、マルチチャネル連携

Contact Center

株式会社サンベンド 様
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（チャットボット・AIアシスタントとの連携、情報集約活用による顧客体験の改善）・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

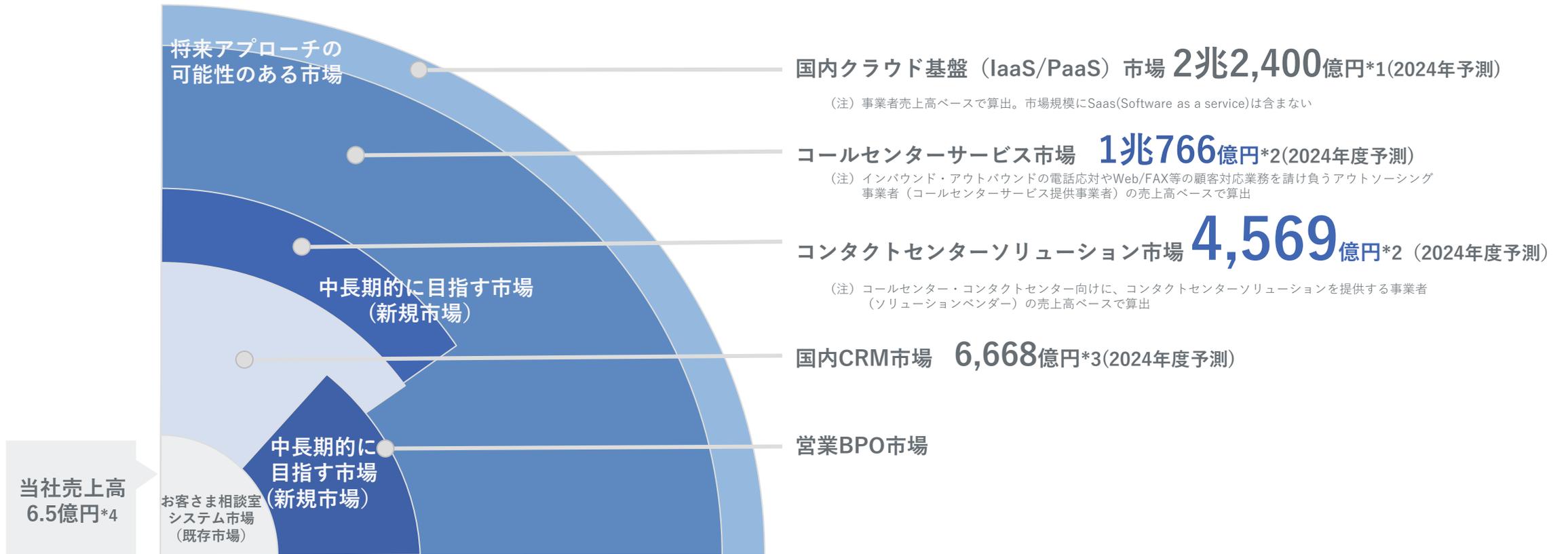
営業における顧客との商談情報および日報等、対応情報を一元化

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、BI化を強力に推進、営業活動における収益最大化施策を実施

コンタクトセンター関連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>



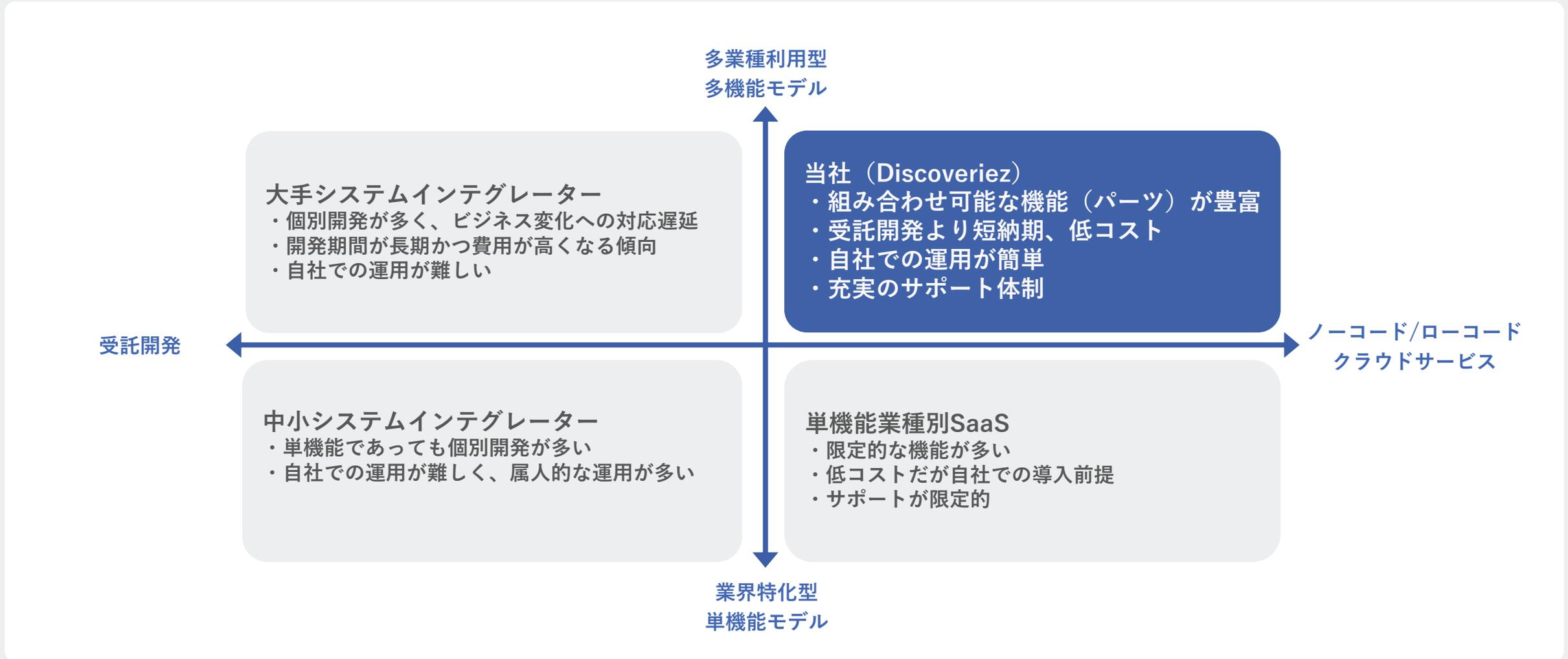
*1 株式会社矢野経済研究所「クラウド基盤(IaaS/PaaS)サービス市場に関する調査(2023年)」(2023/4/25発表)

*2 株式会社矢野経済研究所「コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場の調査(2022年)」(2022/11/15発表)

*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2022 クラウド型CRM市場編」(2022/10/12)

*4 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



02

中長期経営VISION ～当社が実現したい世界～



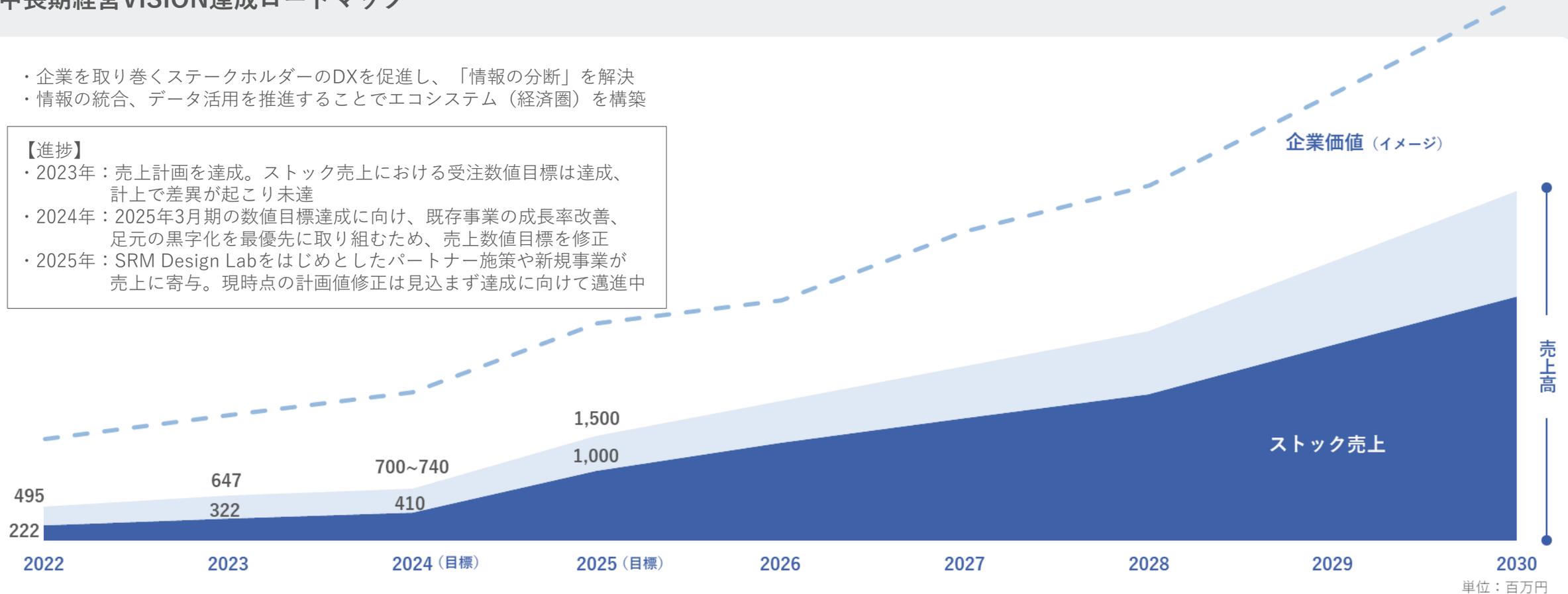
02. 中長期経営VISION ～当社が実現したい世界～

中長期経営VISION達成ロードマップ

- ・企業を取り巻くステークホルダーのDXを促進し、「情報の分断」を解決
- ・情報の統合、データ活用を推進することでエコシステム（経済圏）を構築

【進捗】

- ・2023年：売上計画を達成。ストック売上における受注数値目標は達成、計上で差異が起こり未達
- ・2024年：2025年3月期の数値目標達成に向け、既存事業の成長率改善、足元の黒字化を最優先に取り組むため、売上数値目標を修正
- ・2025年：SRM Design Labをはじめとしたパートナー施策や新規事業が売上に寄与。現時点の計画値修正は見込まず達成に向けて邁進中



単位：百万円

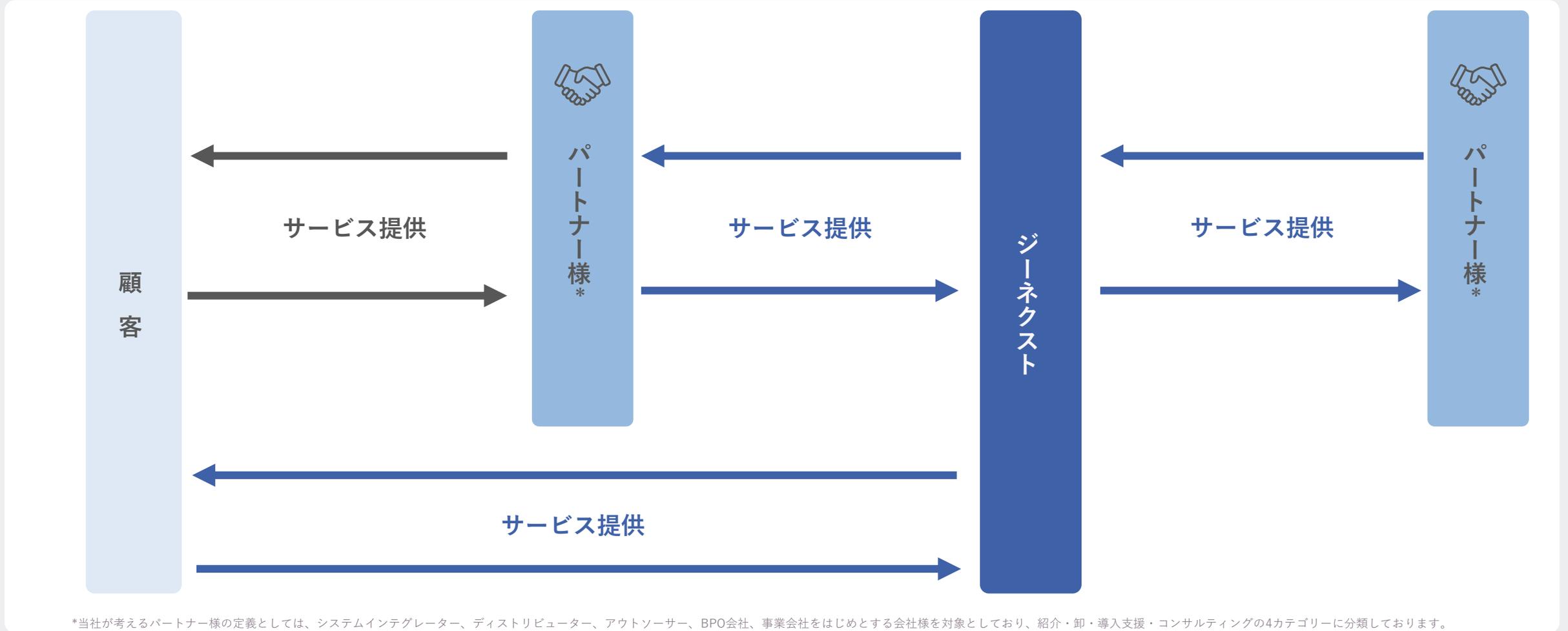
	「フェーズ1」 FY22 - 利用シーン拡大	「フェーズ2」 FY25 - システム・情報の分断を解決	「フェーズ3」 FY28 - データ活用
△目標▽	<ul style="list-style-type: none"> ・安定利益の創出（黒字化） - 顧客対応領域以外の新市場拡大 - アライアンス拡張（販売/導入支援） <p>利用シーン拡大中</p> <p>パートナー拡張中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・収益拡大による企業価値向上 - 新規事業創出 - 事業提携、M&Aの模索 	<ul style="list-style-type: none"> ・ITプラットフォームへの成長 - AI/データサイエンスへの活用 - マーケットプレイス化
△実行計画▽	<ul style="list-style-type: none"> ・フロー重視→ストック重視への営業方法 ・販売方法の変更（直販→間接販売へ） ・販売パートナーアライアンス拡張 ・SaaSプラットフォーム化の推進（安価 × 短期間導入） ・プロダクトパートナーアライアンス強化（他プロダクトとのパッケージ開発、販売） <p>完了済み</p> <p>パートナー拡張中</p> <p>パートナー拡張中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・DiscoveriezのOEM提供 ・事業提携、M&Aによる事業シナジーの模索 ・新規事業創出による安定収益の更なる拡大 ・他プラットフォームとの連携 <p>連携パートナー拡張中</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング利活用の促進 ・データプラットフォーム組成、AI活用によるデータ販売 ・マーケットプレイスでの他プラットフォームとのコネクター開発、販売

初期費用の導入支援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



*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。

パートナー様経由でのサービス提供を基本とした提供体系に変更
パートナー様と顧客課題の解決支援を行うことでのバリューアップを目指す



03

中長期経営計画 ～成長戦略とポテンシャル～



中期成長計画（FY23～25年3カ年計画）目標数値（重要な経営指標）

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

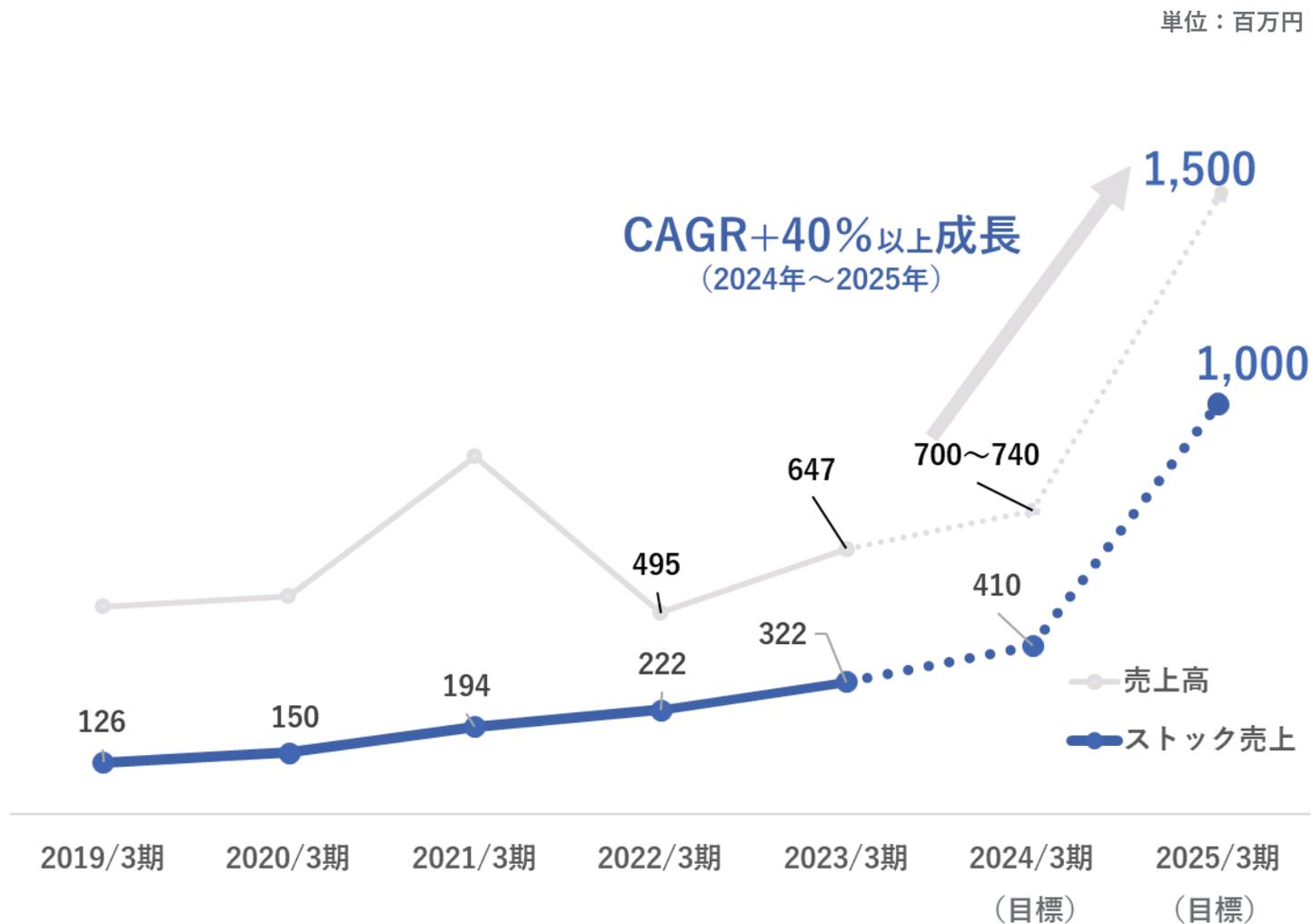
1%未満

中期成長計画（FY23～25年3カ年計画）達成に向けて

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。

「情報の分断」を解決する企業として、激しい環境変化にも柔軟に対応できる 持続的な成長が可能な安定高収益企業への転換を果たす

中期成長戦略

「安定高収益企業への転換」

1. 収益構造をフロー型からストック型へ
前期に引き続き重点移行、完了
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
3. Discoveriezの機能改善・新規事業
開発に引き続き投資

フェーズ1

利用シーン拡大

売上高15億 ストック売上10億

ストック収益拡大

- ・50%を超える収益をストック型へ移行
- ・オンプレからクラウドへの置き換え推進
- ・低解約率の継続

パートナーアライアンス拡大

- ・販売パートナー網の拡大
- ・導入パートナー網の拡大
- ・プロダクトパートナーとの協業拡大

顧客対応以外の利用シーン拡大

- ・SaaSモデルとしての提供体系の確立
- ・新規マーケットの獲得（ライト版の昇華）
- ・収益貢献する機能改善、新規事業開発

フェーズ2

システム・情報の分断を解決

CAGR+40% ストック売上比率70%以上

新規市場での成長

- ・70%を超える収益をストック型へ移行
- ・新マーケットでのストック収益の増加
- ・ストック型モデルへの完全移行

パートナーを中心とした成長

- ・マーケットインでの事業提携の模索
- ・プロダクトパートナーとの連携パッケージ拡販
- ・パートナー経由での売上比率70%以上

SRM市場での成長

- ・新マーケットでの収益ラインナップの構築
- ・新規事業での収益安定化
- ・データ活用事業の模索、マーケットフィット

04

中期経営計画と進捗状況



2023年3月期
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3月期 通期業績（累計）

売上高

647百万円

売上高 YoY約+31%増収

売上高成長率 (YoY)

+31.1 %

クラウドMRR（累計）
YoY約+84%成長クラウド
売上高成長率 (YoY) *1

+42.9 %

クラウド
MRR成長率 (YoY) *2

+83.6 %

解約率*3

0.28 %

- ・ 高い顧客満足度の実現（解約率 低水準継続の0.28%）
- ・ 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+43%成長）

■ マーケット開拓

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・インサイドセールス等需要拡大）
- ・ ターゲット領域、引き合いの拡大（EC、物流、生産、BPO（訪問営業）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（Q4にて実績構築、2024年3月期において成果創出見込み）

2023年3月期 導入進捗状況（一部抜粋）

ロイヤルカスタマー【導入】

【クラウド切替】

- ・株式会社アレフ 様（びっくりドンキー等を展開）
- ・霧島酒造株式会社 様
- ・ダイドードリンコ株式会社 様（オンラインショップ）
- ・マルコメ 株式会社 様
- ・株式会社ロック・フィールド 様
- ・株式会社ワールド 様（利用範囲拡大）

【クラウド切替・SMS】

- ・グローブライド株式会社 様

【SMS連携】

- ・株式会社ミルボン 様

【利用シーン拡大：データベース化・ID管理】

- ・株式会社グローバルキャスト 様

【利用シーン拡大：ヘルプデスク】

- ・日本トータルテレマーケティング株式会社 様

etc...

新規顧客【導入】

【Discoveriez 通常版】

- ・エイチ・ツーオー・リテイリング 株式会社 様
- ・大塚食品株式会社 様
- ・フジッコ株式会社 様
- ・株式会社フジテレビジョン 様
- ・三菱鉛筆株式会社 様
- ・株式会社ヤオコー 様

【Discoveriezライト版】

- ・株式会社グローバルキャスト 様
- ・株式会社スドージャン 様
- ・鈴与カーゴネット株式会社 様
- ・日本トータルテレマーケティング株式会社 様

etc...

2024年3月期導入予定

【クラウド切替】

- ・ダイドードリンコ株式会社 様（お客様相談室）
- ・ハーゲンダッツジャパン株式会社 様
- ・理研ビタミン株式会社 様

1Q導入済み

1Q導入済み

【利用部署・ライセンス拡大】

- ・株式会社ニップン 様
- ・株式会社ミルボン 様

【データ統合/利活用・ライセンス拡大】

- ・株式会社ワールド 様

1Q導入済み

【新規顧客】

- ・佐藤製薬 株式会社 様
- ・株式会社トリアルカンパニー 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

1Q導入済み

etc...

*五十音順

2024年3月期 事業方針と業績見通し

2024年3月期
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の移行を重点的に推進
- ・ 既存事業のテコ入れ、不採算事業、案件の解消、コストマネジメントの強化により大きく改善

売上高は、既存事業の成長率や改善、新規案件・マーケット開拓における競合・市場環境等を考慮、
営業利益は、既存事業の収益力強化・オペレーション効率化を進める観点から、ともにレンジ方式での開示を採用

	2024年3月期 通期業績予想 (A)	2023年3月期 通期実績 (B)	対前年 同期増減 (C)=(A)-(B)	対前年 同期比 (D)=(A)/(B)-1
売上高	700～740	647	+53～+93	+8.2～+14.4
売上総利益	—	295	—	—
販売費および一般管理費	—	547	—	—
営業利益/損失 (△)	△100～10	△252	+152～+262	—
経常利益/損失 (△)	—	△242	—	—
四半期純利益/損失 (△)	—	△296	—	—

単位：百万円

固定費の削減による成長事業への投資確保および赤字事業/サービス/案件を中心に
選択と集中を行い、経営リソース/体制の集約を図り、黒字化に向けた戦略を実行

成長戦略

既存不採算案件のテコ入れと新たなマーケット
開拓に向けた各種方針、施策の推進

- 1 既存不採算案件対策の本格化
(課金体制の見直し・プランの精査、他部門活用/利用シーン
拡大促進 (クロスセル) など)
- 2 売上構造をフロー型からストック型へ徹底的に移行
(サービス体系 (パッケージ型⇒ユーザーライセンス型) の変更)
- 3 パートナーとの共創によるSRM Design Labの推進
- 4 新規事業領域のSRM Design Labへの集約、推進

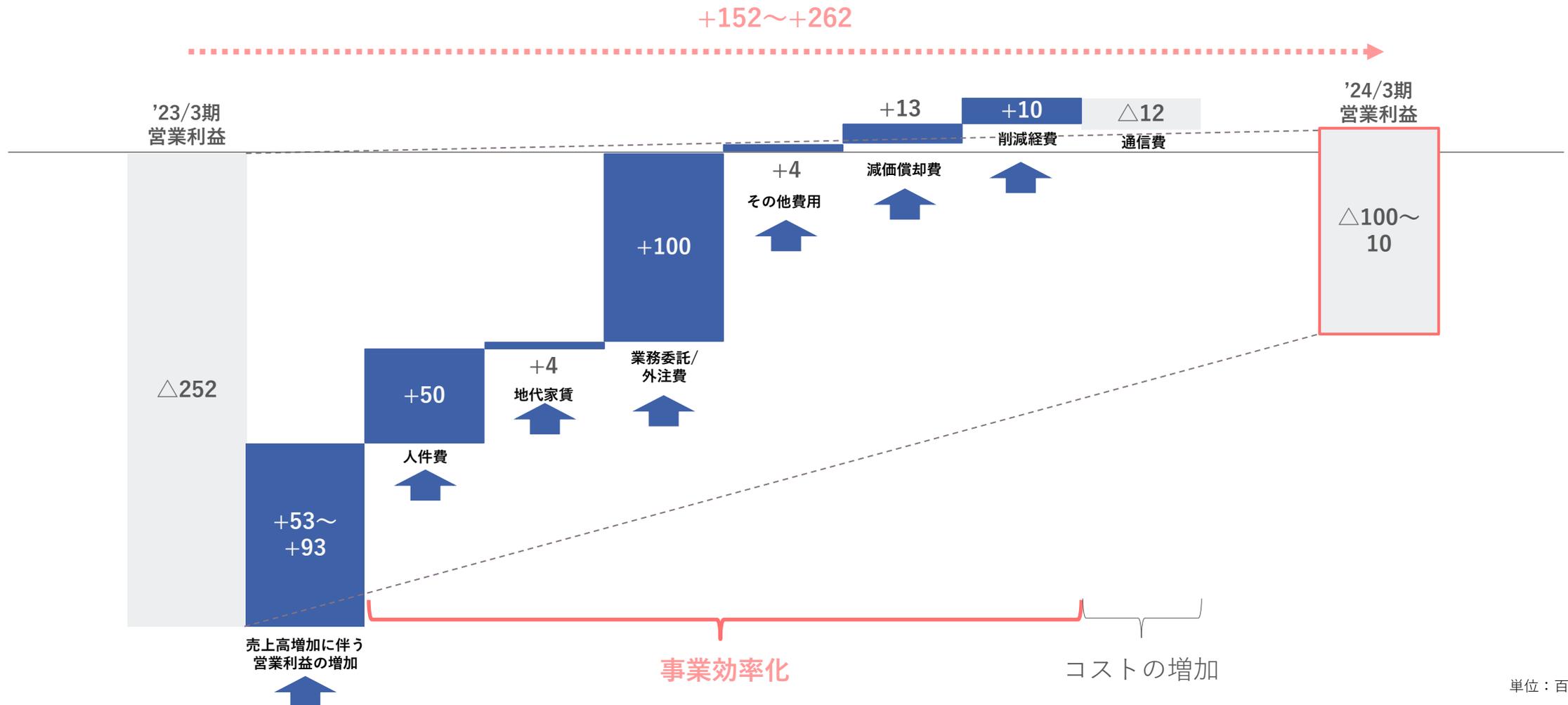
選択と集中

赤字事業/サービスを中心に選択と集中を行い
コストマネジメントの強化を実行

- 1 成長戦略実現に向けた赤字サービスの停止・撤退、
人材の拡充・再配置・社内教育、研修の実施
- 2 オペレーション効率化の実施、強化
(受発注～納品、既存顧客サポート、バックオフィス業務)
- 3 利用シーン拡大に向けたマーケティング施策の
強化、継続
- 4 固定費の削減による成長事業への投資確保、
収益に貢献する機能改善・研究開発の実施

営業利益の変動要因

2024年3月期は売上高の増加及びコストマネジメント（事業効率化）により営業利益の黒字化を目指す



中期成長計画～投資実績～

ステークホルダーDXプラットフォームとして、様々なマーケットへの利用シーン拡大、コア機能の横展開をするために、各用途に応じた投資を積極的に実施

< IPO時の投資方針 >

- ・主に広告宣伝費に重点的に投資

< 投資実績 >

- ・主に新規機能の追加や新規プロダクト開発のためのR&D費用*1に重点的に投資

SRM Design Labへ拡大

Discoveriezの上流・下流工程を含む一気通貫による支援により、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造を促進

ライト版、優待WALLET

- ・ライト版の販売として複数のマーケットに販売
- ・マーケットポテンシャルを調査
(業種に特化したテンプレートを構築)

Discoveriezをパッケージ化

- ・ Discoveriez市場拡大に向けた既存機能の整備、機能拡張
- ・ 新規サービス開発

2019/3期

2022/3期

2023/3期

資金使途	IPO時計画 (2021年4月～2023年3月)	2022/3期実績*2	2023/3期実績	目的
R&D費用	130	146	149	新規機能追加・新規プロダクトの開発費用等
広告宣伝費	180	78	33	マーケティング、PR費用等
人件費	120	107	120	営業人員の増員等

単位：百万円

黒字化に向けたQ4でのコストマネジメント（事業効率化）の取り組み

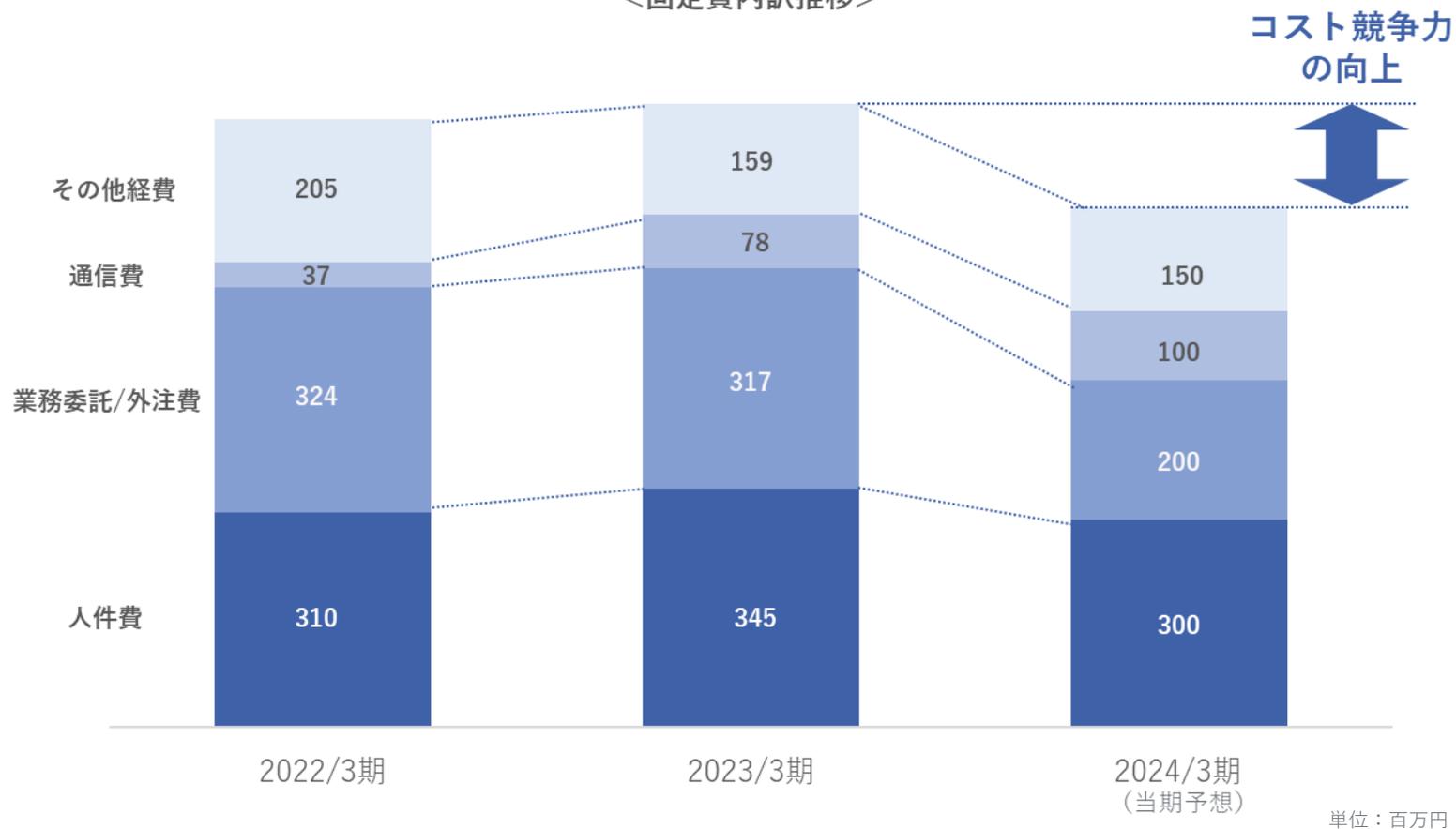
早期の黒字化に向けて、事業効率化を強化・推進。下記の施策を実行する中で、2023年3月期Q4より削減効果が段階的に出始めており、2024年3月期には通期で寄与予定

	<実行施策>	<削減効果>
人件費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 既存メンバーの最適配置を実施（5/1～組織改編を実行） ・ 受発注～デリバリー～納品までのオペレーション効率化 ・ バックオフィスにおける受発注、請求業務オペレーション効率化 ・ 新規採用ペースを緩和 	<p>販管費の効率化を行うことで、増加ベースより 2024年3月期Q1以降は、横ばいに向かう予定</p>
地代家賃	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2023年3月より本社オフィスを飯田橋→平河町へ移転（済） ・ 月次の固定資産投資を圧縮 ・ 面積を拡大し、リモートワーク制度との併用で社員間でコミュニケーションの活発化を促進（日経新聞でも記事化） <p>日本経済新聞（プレスリリース掲載）2023年3月27日 （掲載URL：https://www.nikkei.com/article/DGXZRSP652355_T00C23A4000000/）</p>	<p>年換算 約4百万円の削減効果</p>
業務委託/ 外注費	<ul style="list-style-type: none"> ・ オペレーション効率化と併せて、既存の委託内容を精査。 ・ 仕入れ原価の精査、社内に調達部門の新設 	<p>年換算 約100百万円の削減効果</p>
その他費用	<ul style="list-style-type: none"> ・ 財務改善にむけた保有資産の整理 ・ 不採算サービスの撤退・終了 	<p>年換算 約4百万円の削減効果</p>

コスト競争力の強化

コストマネジメント（事業効率化）によりコスト競争力を向上させ、黒字化を目指す

<固定費内訳推移>



コストマネジメント施策

【その他経費】

- ・ 保有資産の整理
- ・ 不採算サービスの撤退・終了

【通信費】

- ・ 円安、案件数増加により増加

【業務委託 / 外注費】

- ・ オペレーション効率化
- ・ 委託内容の精査

【人件費】

- ・ 最適配置の実施
- ・ 業務フローの効率化

* クラウド事業及びオンプレ事業を含む

中期経営計画における営業、販売マーケティング進捗

中期経営計画達成に向け、以下の方針、施策を短期、中長期的に実行中
Discoveriezに加え、パートナー含めたSRM Design Labでの導入拡大を目指す



営業、販売マーケティング方針

Discoveriezの利用シーン拡大

- ・ 既存顧客の取引額向上、不採算案件解消 顧客満足度の更なる向上（低解約率継続）
- ・ 安定高収益化に向けたストックビジネス拡大
- ・ 利用シーン拡大における新規マーケットの確立 顧客層に応じた戦略展開、収益性強化

SRM Design Labの展開

- ・ 顧客ニーズのキャッチアップ・パートナーとの連携による提供ソリューションの拡大
- ・ 上流、下流工程含めたステークホルダーDX・クライアント事業の改善支援の推進 (VoC DX / 新規事業開発支援 / ビジネス改善支援 etc...)

パートナーとの連携

- ・ パートナーとの連携による再現性のある新規顧客・マーケット開拓手法の確立
- ・ 顧客・パートナーとのコミュニケーション力を高く持つ、課題解決firstな組織の強化
- ・ OEM提供 / 事業提携による収益向上の模索

2025年3月期（目標）の前提条件

- ・ 既存市場、コンタクトセンター関連市場が現在の想定の通り良好な環境で、人材等の経営資源の獲得が計画通り進捗することを前提とした計画です。

中期成長戦略計画に対する実績と進捗

「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月期通期実績&進捗>

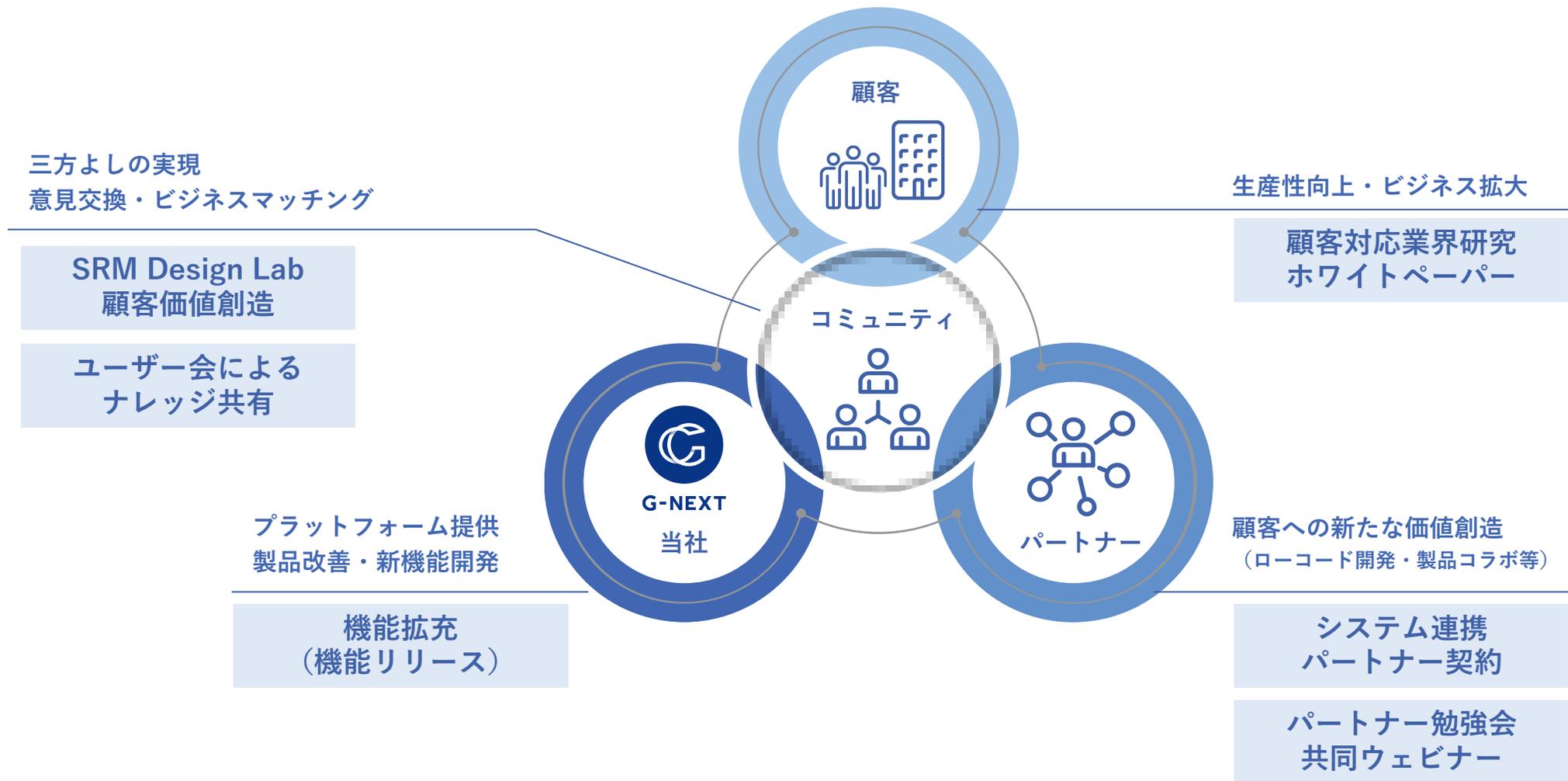
<p>1 クラウド化促進・収益構造のフロー型からストック型への重点移行、完了</p>	<p>▶ 50%を超える収益を ストック型へ移行</p> <p>ストック比率*1 52.1%</p>	<p>▶ オンプレからクラウドへの 置き換え推進</p> <p>クラウド比率*1 80.2%</p>	<p>▶ 低解約率の継続</p> <p>解約率*2 0.28%</p>
<p>2 事業提携、アライアンスなどでの パートナービジネスを積極的に展開</p>	<p>▶ 販売パートナー網の拡大</p> <p>販売パートナー 11社 (累計)</p>	<p>▶ 導入パートナー網の拡大</p> <p>パートナー経由 9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>

*1 一時的なその他（オフショア開発等）の売上を除いて算定

*2 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

競争力の源泉～顧客満足度向上施策

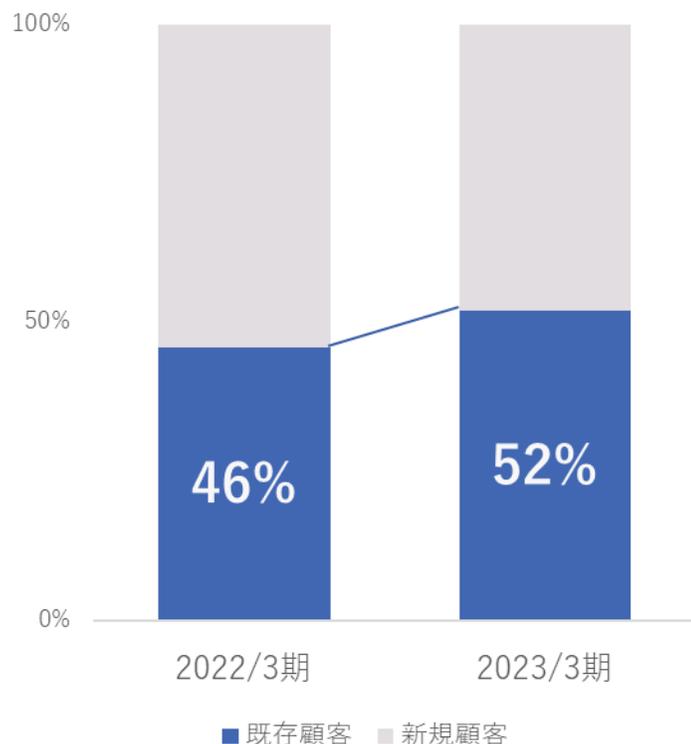
当社が目指す「SRM (Stakeholders Relationship Management)」の概念図



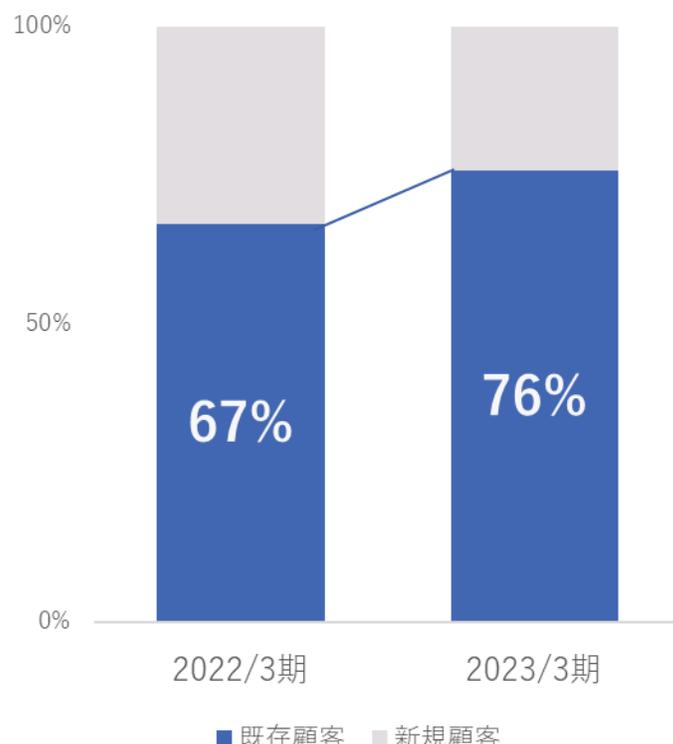
競争力の源泉～既存売上比率

既存顧客への売上比率は70%を超えており、強固な顧客基盤が安定的な収益確保の競争力の源泉となる

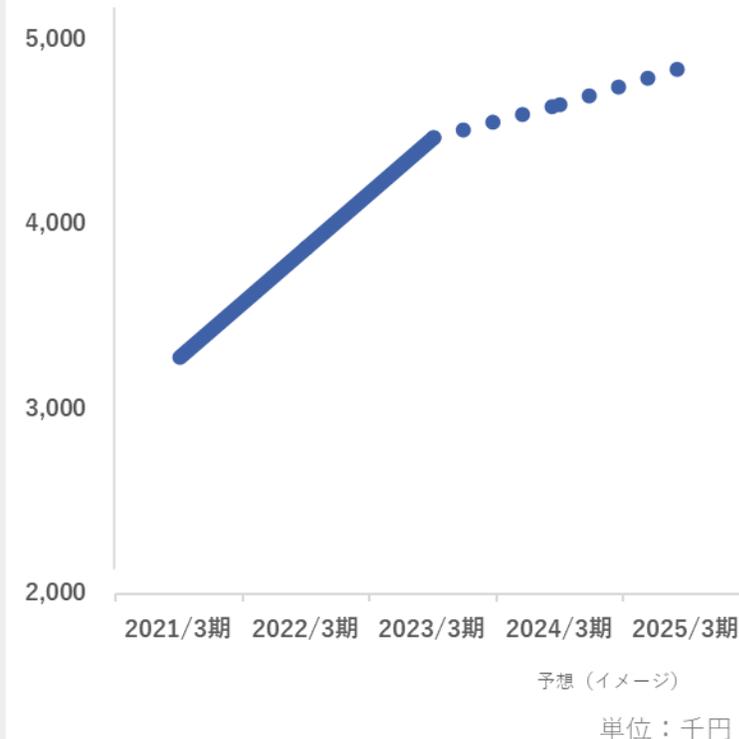
<ストック売上比率>



<既存顧客売上比率>



<既存顧客の単価推移*>



*1 クラウド事業及びオンプレ事業の年間売上高に占める既存顧客の保守・ライセンス売上高比率

*2 クラウド事業及びオンプレ事業の年間売上高に占める既存顧客の保守・ライセンス及び改修案件を含む売上高比率

*クラウド事業及びオンプレ事業の年間売上高に占める既存顧客の保守・ライセンス及び改修案件を含む売上高比率

営業、販売マーケティング活動

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>	
<p>お客さま相談室</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ストック型への営業活動 ・オンプレからクラウド化への促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 	<p>引き続き、順調に進捗</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売パートナー経由案件受注継続増 ・既存顧客クラウド化促進 継続増 ・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
<p>コンタクトセンター</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・パートナーと連携した営業活動の促進 ・BPO会社へのOEM提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・BPO会社 ・事業会社の中～大規模コールセンター 	<p>継続して将来収益に寄与する兆しあり</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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） ・連携販売メニューの拡充が堅調（BPO PKG化・EC市場開拓）
<p>新規事業 ・ その他</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・優待WALLETの継続マーケット獲得 ・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（ライト版からの昇華） 	<ul style="list-style-type: none"> ・上場企業 ・事業会社 ・アライアンスパートナー 	<p>一部、不調領域はあるものの、順調</p> <ul style="list-style-type: none"> ・優待WALLET 季節性もあり引き続き引き合い減 ・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）
<p>マーケティング方針</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・Discoveriezの端的なベネフィット訴求の再構築 ・クライアントコミュニティの活性化 / ナレッジ促進 ・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 	<p>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</p>	

営業、販売マーケティング活動実績（2023年3月期）

GENESYS
Partner

ジェネシスクラウドサービス 株式会社 様

2022年6月27日
株式会社ジーネクスト

ジーネクスト、ジェネシスクラウドサービス主催のウェブセミナー「G-Summit Japan 2022」に出展

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：橋本勉、取締役：4179、以下「ジーネクスト」）は、クラウド・カスタマーエクスペリエンスおよびコンタクトセンターソリューションのグローバルリーダーであるジェネシスクラウドサービス株式会社主催のオンラインイベント「G-Summit Japan 2022」に出展いたします。



■Chrome拡張機能でGenesys Cloud CXとDiscoveriezのシームレスな連携を紹介
ID連携や書き換えが実現されている中で、コールセンターはシステム連携し必要な課題となっており、ITは最先端の最先ITソリューションの最先端企業として知られています。

BIPROGY

BIPROGY 株式会社 様

2022年6月15日
株式会社ジーネクスト

ジーネクスト、BIPROGY主催のウェブセミナーに登壇

顧客対応業務「VOC（顧客の声）」の活用を実現するコンタクトセンターとは？
-次世代コンタクトセンターの在り方をご紹介-

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：橋本勉、取締役：4179、以下「ジーネクスト」）は、システムインテグレーションのリーディングカンパニーとしてITソリューションを提供しているBIPROGY株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：中野尚志、取締役：1806、以下「BIPROGY」）が主催するオンラインセミナー「顧客対応業務「VOC」の活用を実現するコンタクトセンターとは？」にBIPROGYと共催として出展いたします。（6月29日開催）にて登壇することをお知らせいたします。本セミナーでは、ジーネクスト・CS推進室がチャットボット開発のニアネクスト株式会社と連携してセッションに登壇します。また、自社で開発・提供している顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」をご紹介します。

BIPROGY **G-NEXT**

■顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」は多種多様な顧客対応業務の効率化を一気通貫でサポート
ジーネクストは、顧客対応の効率化・活用方法を最大化する顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」をはじめとしたDX推進サービスを提供・提供することで、顧客対応業務のデジタルシフトを支援し、顧客対応業務の効率化・活用方法を最大化する顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」の活用を支援いたします。

LINE AiCall

LINE 株式会社 様

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：橋本勉、取締役：4179、以下「ジーネクスト」）は、2022年3月29日（水）に開催されたLINE株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：法華康、以下「LINE」）主催のウェブセミナー「LINE AiCallソリューション - 顧客対応業務の効率化 -」にBIPROGYと共催として出展いたします。（6月29日開催）にて登壇することをお知らせいたします。本セミナーでは、LINEが提供する電話対応サービス「LINE AiCall」の最新活用事例や顧客の声と情報を一元管理してレジスタンス化するジーネクストの顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」の活用事例についてご紹介します。この顧客データベースと音声AI連携による業務の自動化・効率化、顧客サービス連携の活用事例についてご紹介します。また、自社で開発・提供している顧客対応プラットフォーム「Discoveriez」をご紹介します。

Discoveriez × **LINE AiCall**

最新DX事例で考える顧客マネジメントと音声AI連携の可能性



そらいろ

株式会社空色 様

ジーネクスト、空色と共催のウェブセミナーを開催

「顧客の声」「行動データ」を企業の価値に変える

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：橋本勉、取締役：4179、以下「ジーネクスト」）は、「ももこよこコミュニケーション」というミッションを掲げ、CX設計ツール「MOMOYO」(アット)を提供している株式会社空色（本社：東京都品川区、代表取締役社長：山下「空色」）と共催で、「顧客の声」「行動データ」を企業の価値に変えるというテーマのウェブセミナーを7月13日に開催いたします。

webinar LIVE

顧客の「声」「行動データ」を企業の価値に変える



2022.7.13 Wed 15:00-16:00

R&C
FIND SOLUTIONS
- 多岐解決へ -

日本アイラック株式会社 様

ジーネクスト、日本アイラックをゲストにウェブセミナーを開催！顧客接点業務の今「CX向上のための苦情・クレーム対応」

顧客対応サポートのリーディングカンパニーに聞く

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：橋本勉、取締役：4179、以下「ジーネクスト」）は、企業活動や個人の生活において発生する危機に迅速に、安全と安心を提供する総合的ソリューション・セトルメントカンパニー、日本アイラック株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：田村真樹、以下「日本アイラック」）と共催で、「顧客接点業務の今「CX向上のための苦情・クレーム対応」- 顧客対応サポートのリーディングカンパニーに聞く -」と題した、ウェブセミナーを特別に開催いたします。

顧客接点業務を進めたい一方で、どんなに努力しても苦情やクレームは発生してしまいます。その企業としてどのように向き合うのかは非常に重要な最大の課題です。今回は、日本アイラック株式会社と共に、今、最前線で取り組む、苦情・クレームへの考え方についてお話しします。

日本アイラックは、クレーム発生・発生、クライシスマネジメントに特化した、企業活動や個人の生活のリスクマネジメントに高い社会と安心を提供し続けています。この点において、これまで以上に共感してほしいとされているクレームやクライシスに対して、現状の整理と、企業対応の考え方のインサイトをお話しします。

R&C **G-NEXT**

trocco

株式会社primeNumber 様

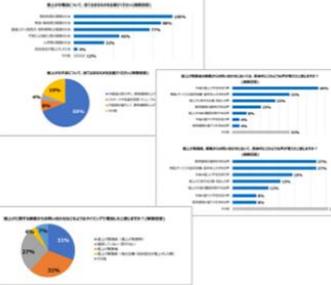
【製造業様 必見】顧客データ活用初級編（事例あり）



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

2022年11月10日・11日
サンシャインシティ・文化会館ビル

株式会社ジーネクスト



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



パートナー連携

スカイディスク サービス連携・パートナー契約

最新DX事例で考える顧客マネジメントと音声AI連携の可能性

Discoveriez

GMOトラスト・ログインと連携開始

Discoveriez 企業向けIDaaS (GMO) トラスト・ログインと連携開始



マーケット/利用シーン拡大を視野においた Discoveriezの機能拡充・システム連携

<p>コンタクトセンター向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ・シェアード業務用IDaaS機能、環境複製機能 ・アウトバウンド用コール機能、移行データCSVセルフアップデート、画像取り込み機能の拡充 ・ECシステム・倉庫管理データハブ連携 	<p>他部門利用向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ・役職コード・承認者フラグ上司マスタ機能 ・SMS連携、Chatwork連携 ・マスタ間の情報紐づけ機能 	<p>マーケティングデータ活用向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンケートシステムの連携 ・クライアントCDP連携 ・ECシステム・倉庫管理データハブ連携
---	---	--

マーケット拡大への準備・布石（SRM Design Lab）

05

財務戦略とリスク情報



財務指標KPI（重要な経営指標の裏付け）

クラウドMRR成長率の伸びが著しいことから、より適切な経営指標としてMRR*₁からストック売上に財務KPIを変更

成長性、収益性、効率性をチェックする財務KPI：ストック売上

成長性に影響する事業KPI：月次解約率*₂

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期 予想
ストック売上（百万円）	150	194	222	322	370～430
月次解約率（%）	0.00	0.19	0.03	0.28	1%未満
（参考）MRR（百万円）	14	17	21	31	-

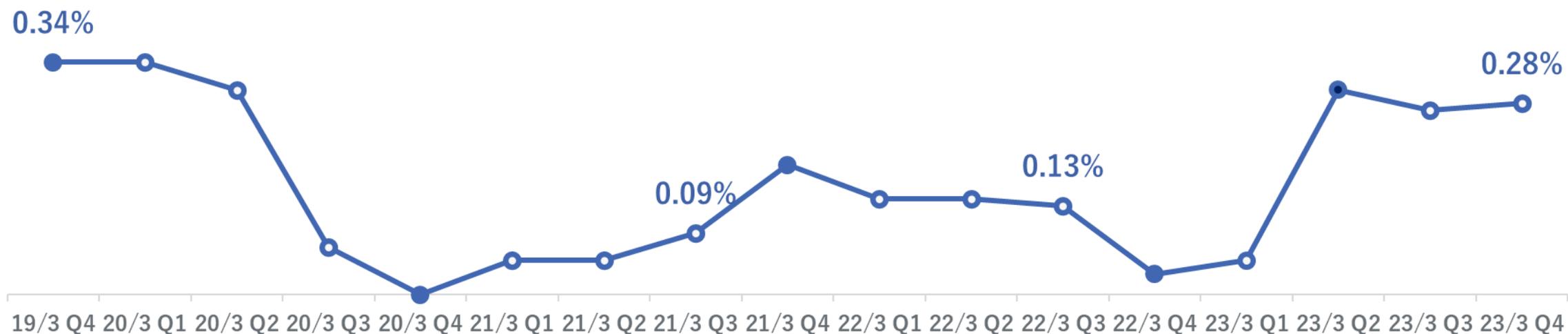
*1 Monthly Recurring Revenueの略で、月次の経常収益（ライセンス利用料及び保守料金）のこと。

*2 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。

月次解約率の推移

過去12か月平均の月次解約率は0.28%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>

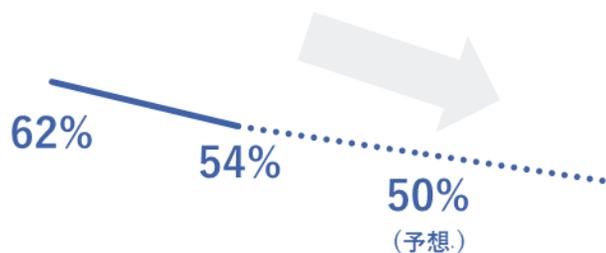


* 月次解約率（導入料、改修を除いた月次のライセンス料およびメンテナンス・保守料について、当月解約によって減少した月次収益を、前月の月次収益合計で除して算出）の過去12か月平均

財務情報

売上原価率、販管費率、営業利益率はすべて好転、経常的な黒字化を目指す

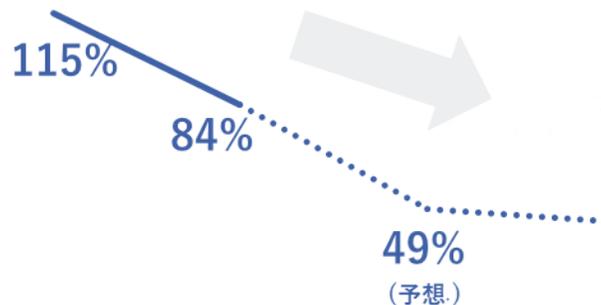
売上原価率



2022/3期 2023/3期 2024/3期 (当期予想) 2025/3期 (イメージ)

【要因】
 コストマネジメント施策が業務委託費/外注費等の費用に寄与し、売上原価率改善予想

販管費率



2022/3期 2023/3期 2024/3期 (当期予想) 2025/3期 (イメージ)

【要因】
 コストマネジメント施策が人件費等の費用にも寄与し、販管費率改善予想

営業利益率



【要因】
 SRM Design Labをはじめとしたパートナー施策が売上高増加に寄与し、営業利益率改善予想

* レンジで開示している2024年3月期予算の上限値で記載

事業等のリスク

	主要なリスク	顕在化の可能性・時期	顕在化した場合の影響	対応策
情報セキュリティ	不正アクセス、コンピュータウイルスによる被害、内部者・外注先による情報漏洩等により、顧客の企業情報や顧客が保有する個人情報等、様々な機密情報が漏洩するリスク	中／不明	大	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員・外注先へのセキュリティ教育の徹底 ・プライバシーマーク、ISMSの認証を取得して、継続して更新 ・社内でのアクセス権限の設定
システム障害	システム障害等によりクラウドサービスが停止すると、顧客企業から信頼を失い、取引の解消による売上高の減少や損害賠償請求等が発生するリスク	小／不明	中	<ul style="list-style-type: none"> ・サーバの負荷分散、定期的なバックアップの実施 ・専門家による脆弱性診断とその対策の実施 ・有事に備えてBCPを策定
新規顧客獲得	当社プラットフォームの市場競争力の低下や見込み顧客の意思決定の遅延等によって新規顧客の獲得が想定以上に進まないリスク	中／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> ・セールスパートナーの強化 ・カスタマーサクセス、テクニカルサポート部隊の体制強化 ・ユーザー会の実施等による既存顧客とのネットワーク強化
技術革新・競合環境	当社の事業展開の領域において技術革新や低価格製品・サービス等強力な競合他社が出現するリスク	中／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> ・当社の競争力の源泉であるプラットフォームの継続的強化の実施 ・エンジニアの採用・育成に努めるとともに、現従業員のレベルアップを図るために教育・ナレッジの共有
人材の確保	専門技術・知識を有する技術者、システムの知識・販売ノウハウを有する営業部員などを中途採用により確保していますが、人材の確保が進まなかった場合や流出するリスク	中／中長期	中	<ul style="list-style-type: none"> ・採用担当者の増員により、採用活動の強化 ・現従業員のレベルアップを図るために教育の実施やナレッジの共有 ・より適正な評価を実施するために新評価制度の立案

免責事項

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。

当資料のアップデートは今後、毎年6月末を目途として開示を行う予定です（次回は2024年6月末を予定）。



G-NEXT