

G-NEXT

2024年3月期 第1四半期決算説明資料

株式会社ジーネクスト（グロース市場）

2023年8月10日

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・改革を継続推進
- ・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強化による収益改善

■ 2024年3月期 Q1業績

売上高

135
百万円売上高
成長率 (YoY)-6.3
%売上総利益
成長率 (YoY)+35.0
%クラウド
売上高成長率 (YoY) *1+10.5
%クラウド
MRR成長率 (YoY) *2+37.1
%

解約率*3

0.26
%

- ・売上総利益 YoY約+35.0% 増益
- ・クラウド売上高 YoY約+10.5% 増収
- ・クラウドMRR (累計) YoY約+37.1%成長

- ・高い顧客満足度の実現 (解約率 低水準継続の0.26% 前期末時点より+0.02%改善)
- ・減収ではあるもの黒字化に向け、売上総利益が大幅改善したこともあり、
通期目標達成に向け、新規規顧客開拓、ロイヤルカスタマーの深耕を継続進行中

■ 受注 / 導入案件 (一部)

ロイヤルカスタマー【クラウド切替 受注】

- ・米久 株式会社 様
(伊藤ハム米久HDグループ利用会社拡大・ライセンス拡大)

ロイヤルカスタマー【クラウド切替 導入】

- ・ハーゲンダッツジャパン 株式会社 様
- ・ブリヂストンスポーツ 株式会社 様
(ブリヂストングループ利用会社利用拡大)
- ・マルコメ 株式会社 様
- ・理研ビタミン 株式会社 様

新規顧客【クラウド受注】

- ・株式会社 湖池屋 様
- ・PDRファーマ 株式会社 様
- ・大手外食産業グループ会社 様
(レストラン業態 / ファーストフード業態)

新規顧客【クラウド導入】

- ・ロイヤルホームセンター 株式会社 様
- ・大手外食産業グループ会社 様 (レストラン業態)

*五十音順

■ マーケット開拓、収益改善進捗

- ・前期から継続して新規開拓・既存深耕ともに、引き続き順調に成長 (収益化)
- ・コールセンター領域に続き、
外食産業、流通小売領域でのDX需要拡大
(グループ展開や店舗DXによる顧客満足度向上需要拡大)
- ・パートナー経由での引き合い増加
(短期リードだけでなく、長期的なマーケット拡大を進行中)
- ・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、不採算案件対策および
収益改善の成果創出がQ1で実現 (売総改善)

黒字化に向けた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

下記の施策を実行し、前期Q4より削減効果が段階的に出始めており、Q1営業利益の増益にも寄与

<実行施策>

<削減効果>

人件費

- ・ 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

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

地代家賃

- ・ 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）

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/）

年換算 **約4百万円**の削減効果

業務委託/
外注費

- ・ 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

年換算 **約100百万円**の削減効果

その他費用

- ・ 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

年換算 **約4百万円**の削減効果

収益安定化・成長性の確保に向けた早期の黒字化、収益構造の転換を重点に置き、事業を推進

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

1 事業/サービス概要

2 2024年3月期 第1四半期サマリー

3 2024年3月期 第1四半期業績

4 中期成長戦略・進捗状況

5 appendix

01

事業/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



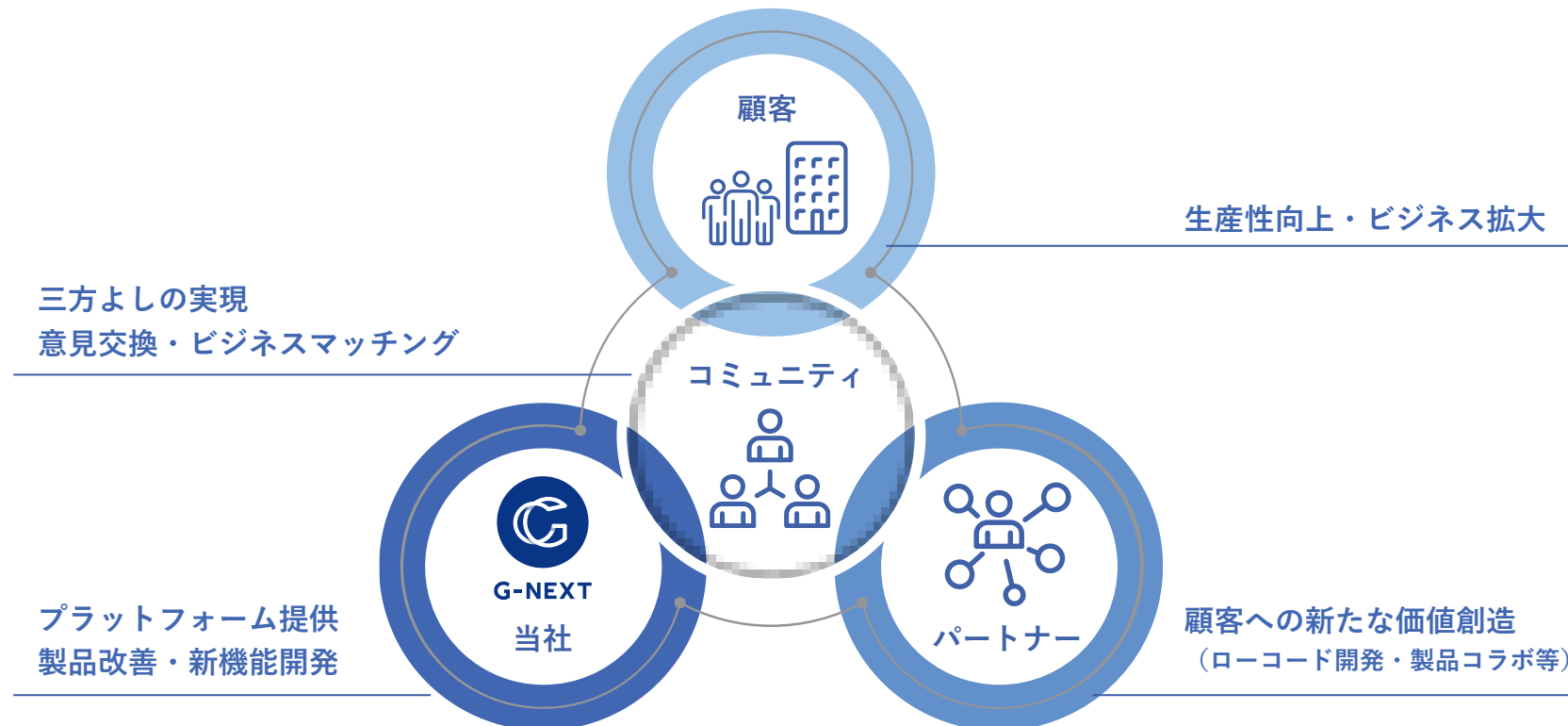


ビジネス現場に革命的な
「楽」をつくる

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

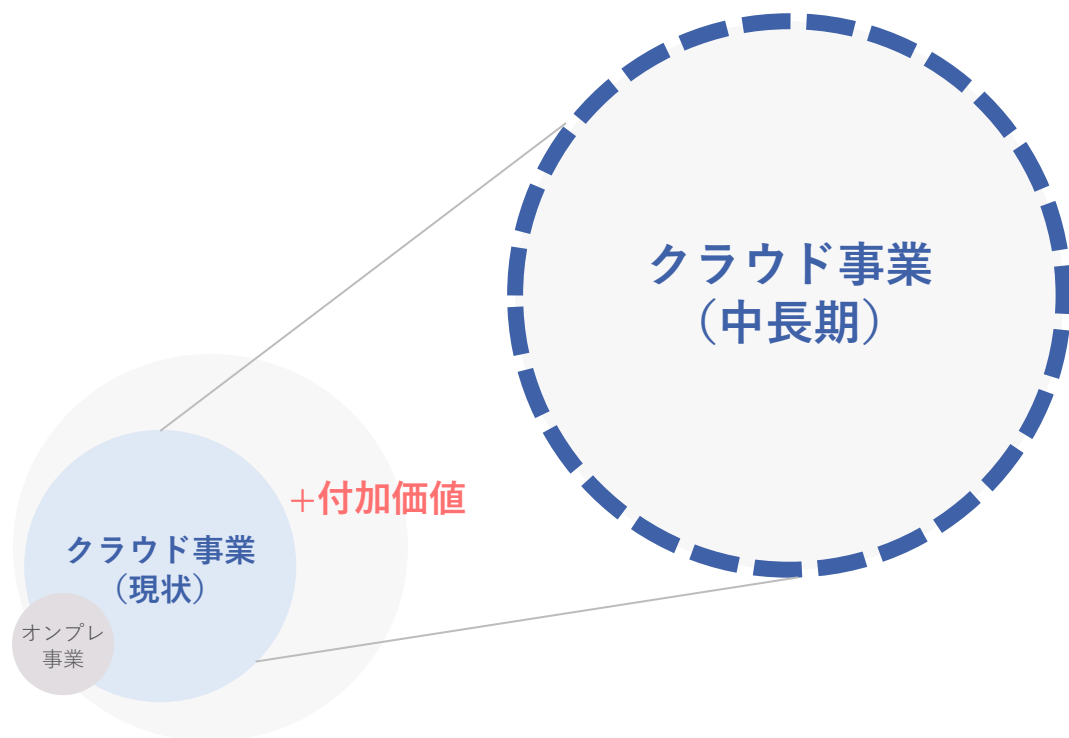


*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

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付加価値創出に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

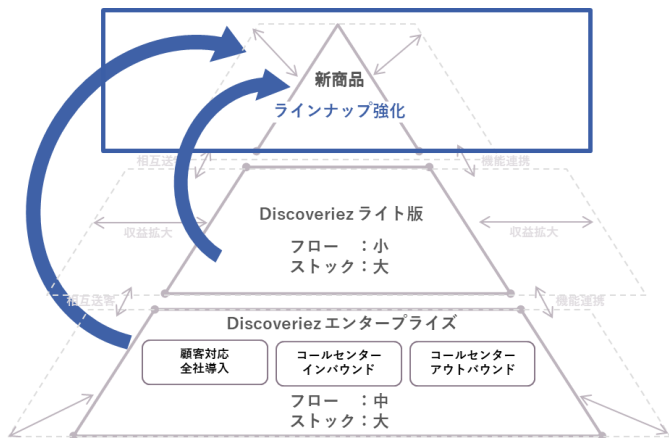
* ユーザーの施設の構内に機器を設置してシステムを導入・運用すること

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...

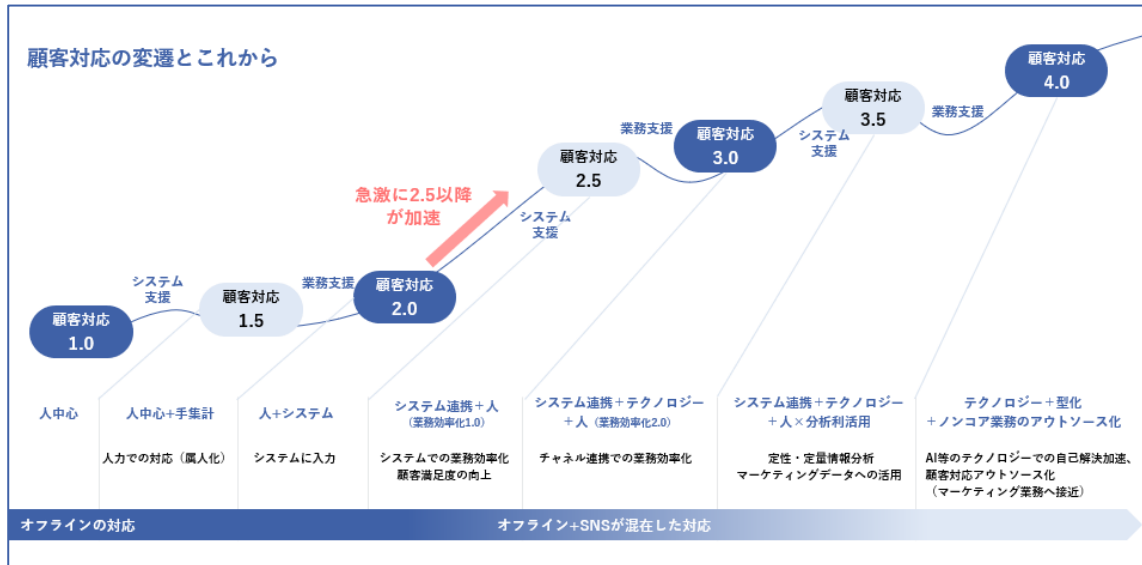
課題解決の範囲拡大とパートナーとのコラボレーションのかけ合わせにより
企業のIT戦略における上流から下流工程までの一気通貫で行う課題解決プログラム「SRM Design Lab」を開始

当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

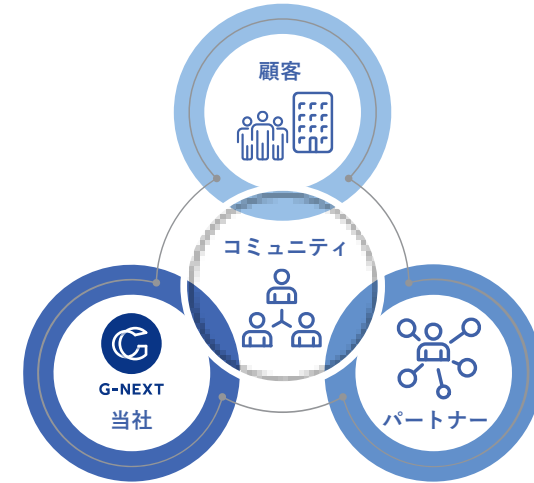
より多くの生活者やクライアント様の「声」の収集とそれらの企業活動への利活用を、
ステークホルダーと共に考え、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造につなげる

顧客対応業務の課題

顧客対応業務はテクノロジーやコミュニケーションチャネルの発達とともに高度化し、
人・システム・テクノロジーの連携・自律型AIによる完全自己解決を目指す顧客対応
フェーズへ突入し、顧客対応における企業課題も複雑化・多様化。



*当社作成概念図



【プログラムイメージ】

・伴走支援サービス

クライアント様のビジネス課題の解決に向けた最適なパートナー企業を紹介し、
その後の案件管理からデータ利活用の提案まで一気通貫で支援

・各業種・業界との対話

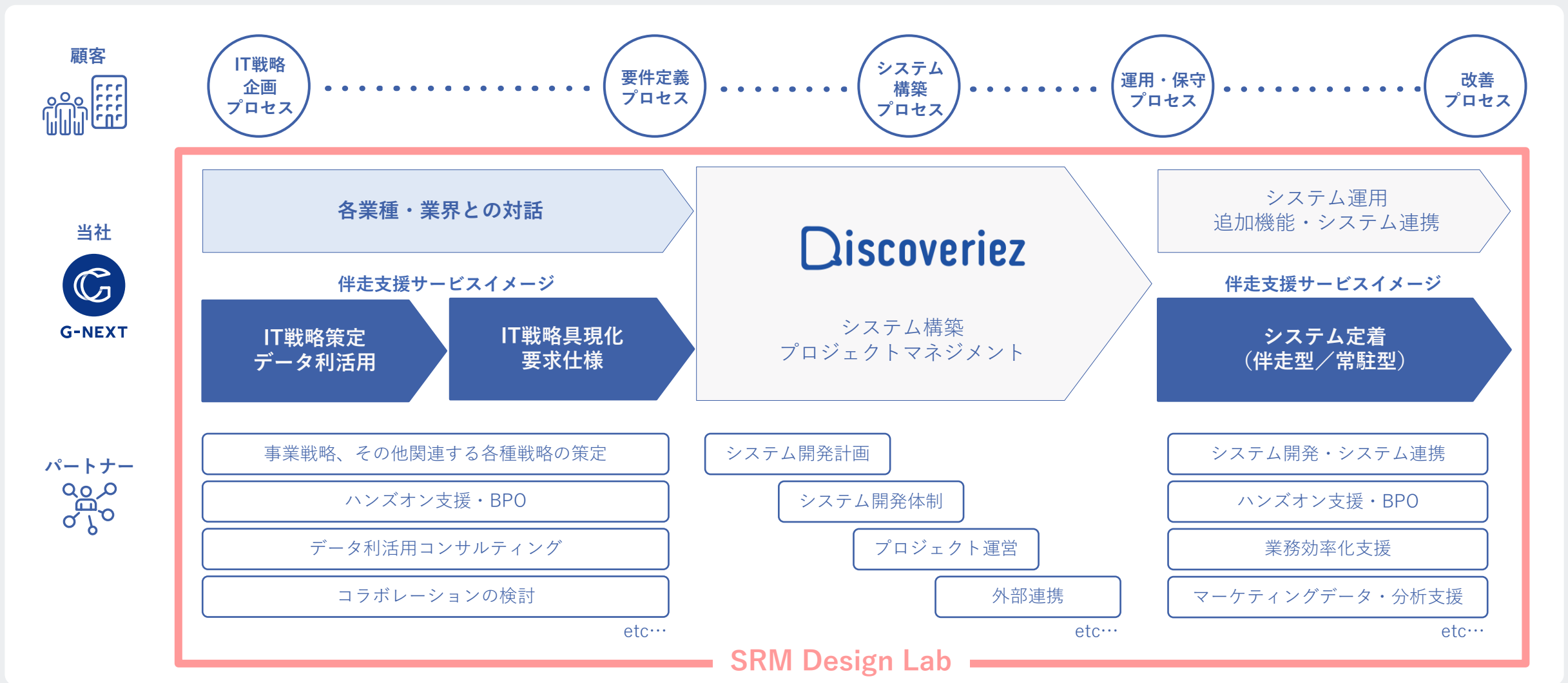
顧客対応の課題や生活者の声の収集に関する情報発信・共有の場の創出

・Discoveriezの機能開発・改善、パートナーとのコラボレーション

顧客対応の課題や生活者の声の収集に関する情報発信・共有の場の創出

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



SRM Design Lab

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



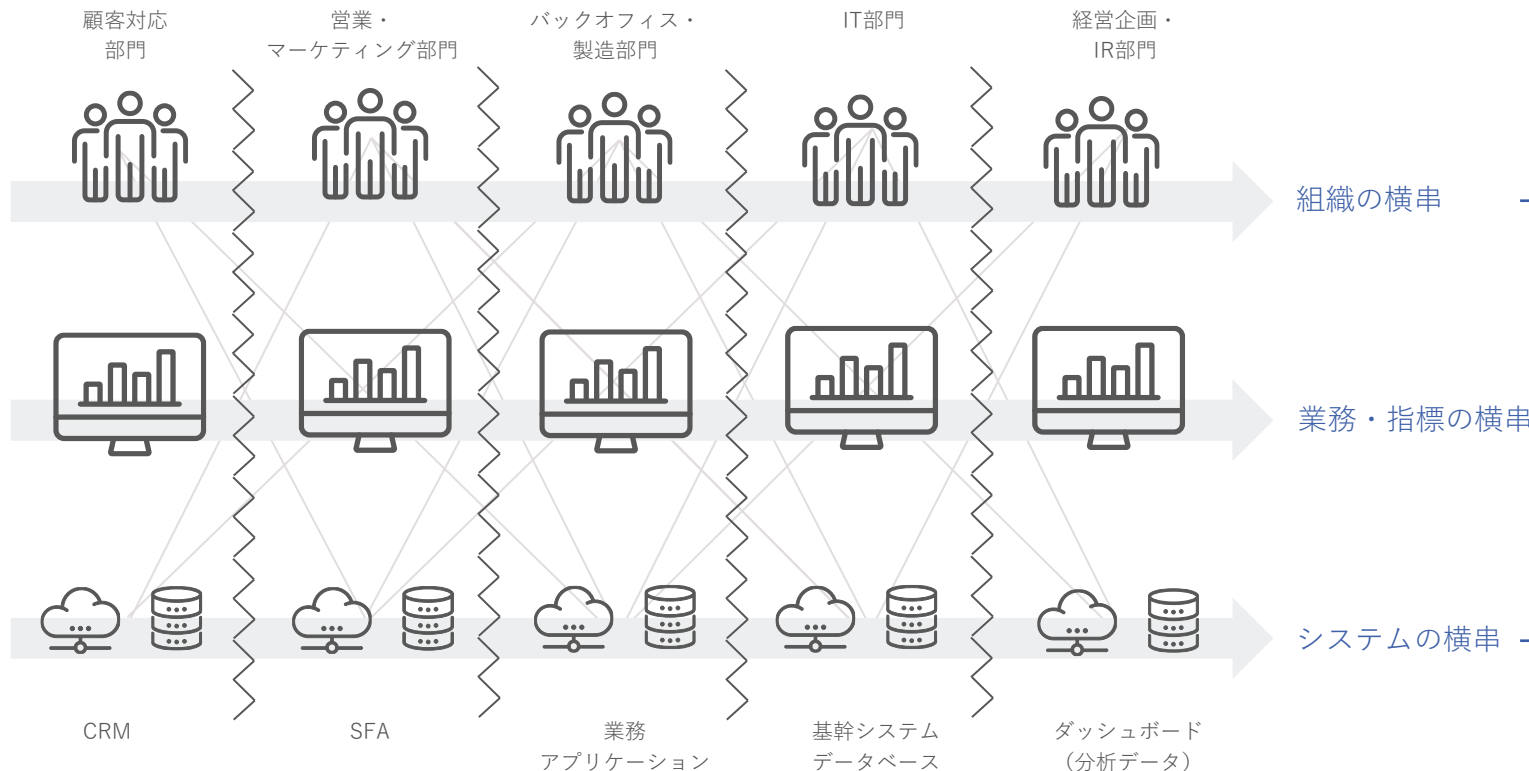
業種別SaaS



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>

現状：情報の分断を人で解決



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

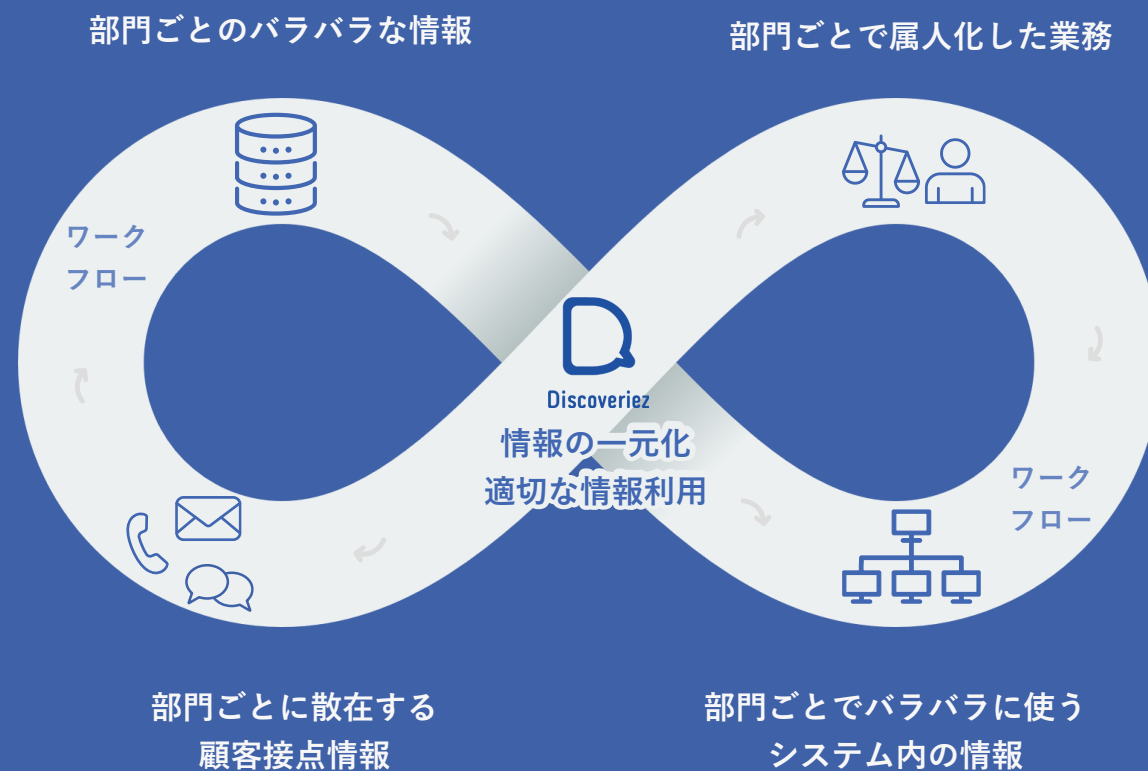
- ・バラバラな情報
- ・属人化した業務
- ・散在する顧客接点情報
- ・個別で使われているシステム内の
情報の一元管理

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

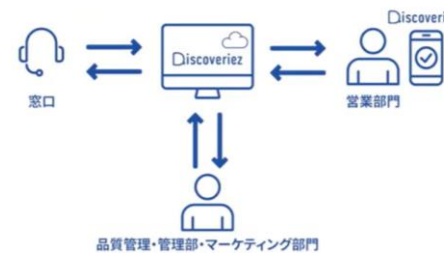


メール・電話・チャットの
やり取りの履歴を一元管理



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

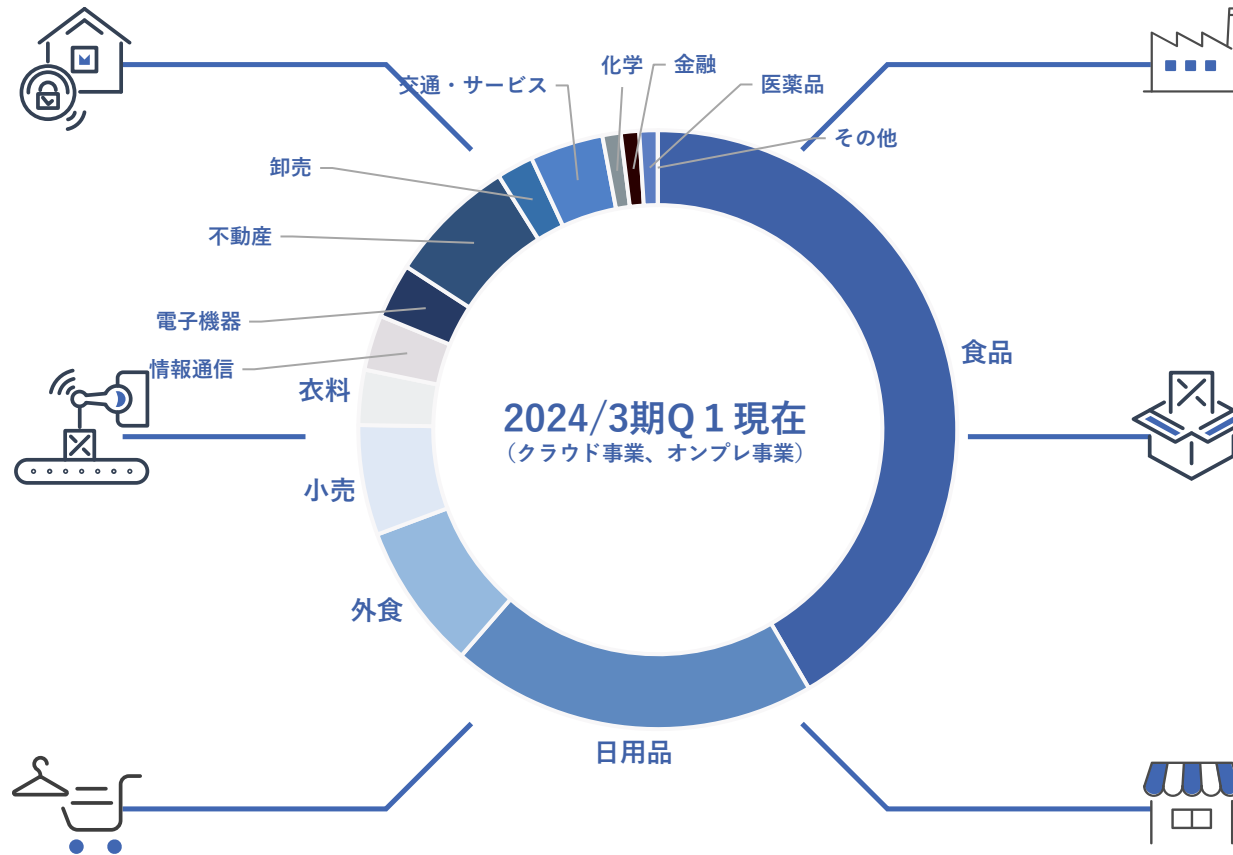
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

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

Retail

エイチ・ツー・オー リテイリング
株式会社 様

利用範囲 百貨店 主管部門・顧客対応部門等

導入前の
課題

相談室・対応部門間の煩雑な業務フロー、および、複数システムの同時運用による業務負荷が課題であった

効果

業務フローのムダが省かれ、また、データの登録・管理システムが一元化されたことで、大幅に業務が効率化。迅速且つより丁寧な顧客対応が可能に。使用性の高い画面インターフェイス・充実したリリース後対応により、スムーズなシステム移行を実現。

Database

鈴与カーゴネット株式会社 様

利用範囲 本社・地域拠点・ドライバー

導入前の
課題

トラック運行時に携帯義務のある通行許可証を紙で複数件持ち歩くため、紛失リスクが課題。ドライバーが現場で用紙を探す時間がかかっていた

効果

運送トラック通行許可証のデジタル化ツールとして活用。通行許可証のデジタル化により携帯性と検索性が向上

今後の
取組

通行許可証のデータ登録やパスワード更新などのメンテナンスを内製化

Contact Center

日本トータルテレマーケティング
株式会社 様

利用範囲 ITサポートデスク

導入前の
課題

機材と問い合わせ情報を別ツールを使用していたため、対応が完了や機材管理が煩雑な状態であった

効果

進捗と資材管理を統合。アラート機能により、対応が完了するまでフローを可視化。迅速な完了に導く

今後の
取組

複数ある窓口のチャネルや、社内チャットツール（Chatwork等）との連携を実施し、よりシームレスなコミュニケーションを実現

02

2024年3月期 第1四半期サマリー



ストック売上高YoY約+21.7%・売上総利益成長率YoY約+35.0%

ストック売上比率約66.6%と、中期成長計画の達成、黒字化に向けて引き続き力強い成長

売上高

135百万円

売上総利益成長率 (YoY)

+35.0%

ストック売上比率*2

66.6%

ストック売上*2
(YoY成長率)

90百万円
(+21.7%)

クラウド累計MRR*1
成長率(YoY)

+37.1%

月次解約率*3
(過去12か月平均)

0.26%

*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

<再掲>2024年3月期 事業方針と業績見通し

収益安定化・成長性の確保に向けた早期の黒字化、収益構造の転換を重点に置き、事業を推進

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

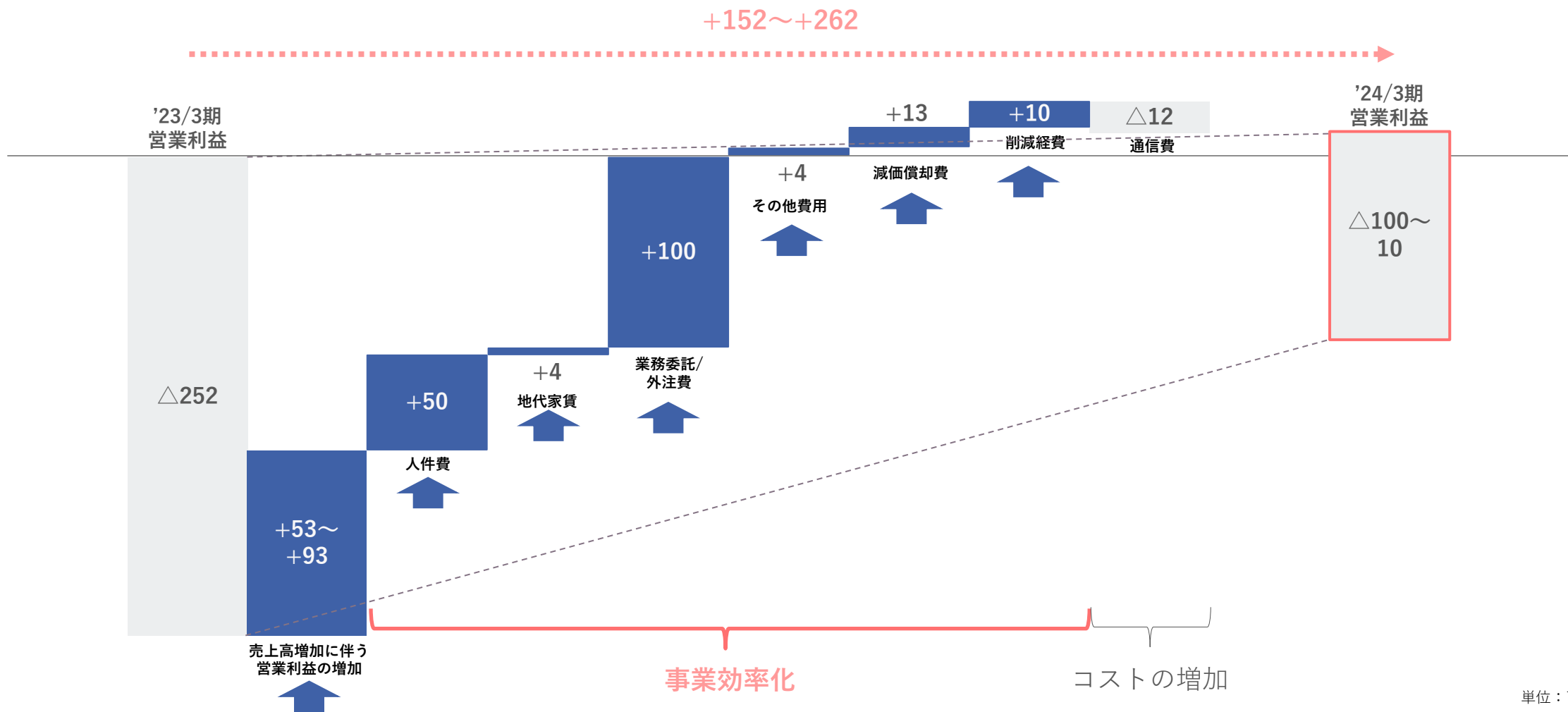
選択と集中

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（業績見通しからみた）

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



単位：百万円

03

2024年3月期 第1四半期業績



2024年3月期 Q1業績サマリー

売上高は減収となったものの、**売上総利益率の改善により、YoYで+35.0%の増益**
 営業利益以下の各段階利益についても、黒字化に向けた対策が順調に進み、**増益**を達成

	2024年3月期 Q1実績 (A)	2023年3月期 Q1実績 (B)	対前年 同期増減 (C)=(A)-(B)	対前年 同期比 (D)=(A)/(B)-1	2024年3月期 通期予想*
売上高	135	144	△9	△6.3	700~740
売上総利益	65	48	+17	+35.0	—
販売費および一般管理費	105	145	△40	△27.7	—
営業利益/損失 (△)	△39	△96	+57	—	△100~10
経常利益/損失 (△)	△39	△97	+57	—	—
四半期純利益/損失 (△)	△39	△97	+58	—	—

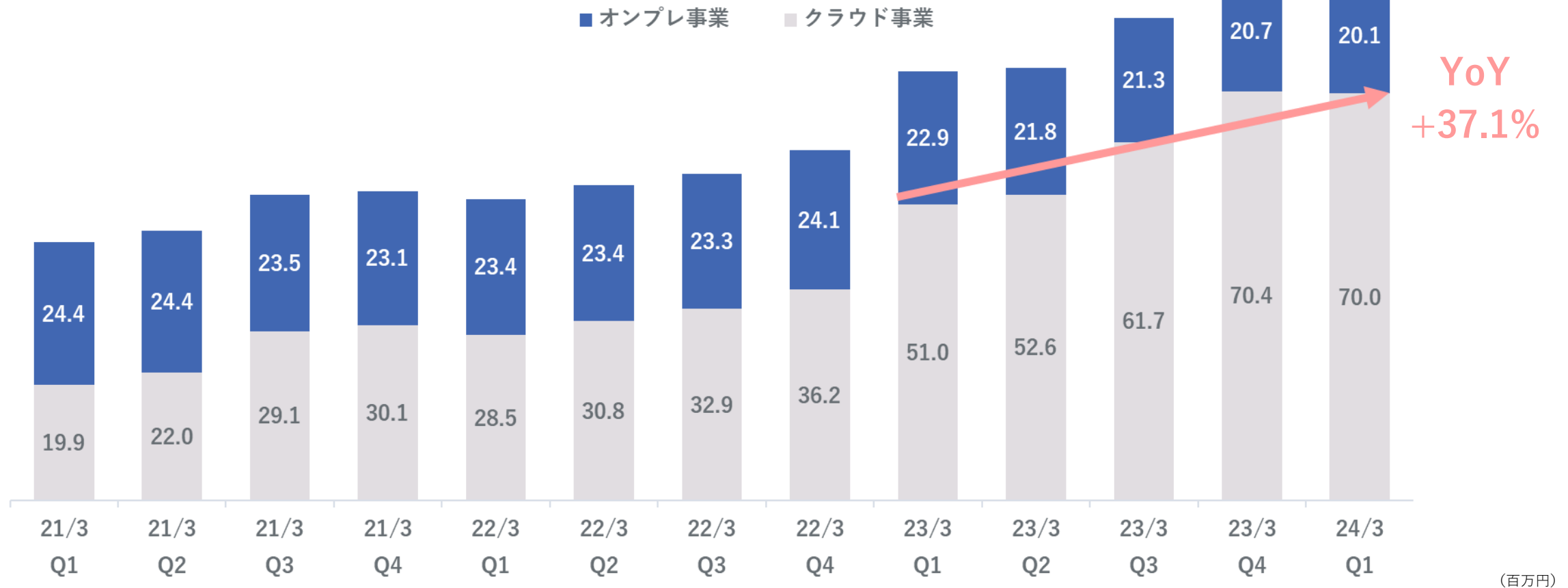
* 2023年4月14日に開示した「通期業績予想の修正に関するお知らせ」参照

(百万円)

2024年3月期 ストック売上の推移

クラウド累計MRRはYoY+37.1%と継続して成長。Q2以降で新規獲得済案件により月次ライセンス料が計画通り積み上がる予定。ストック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*

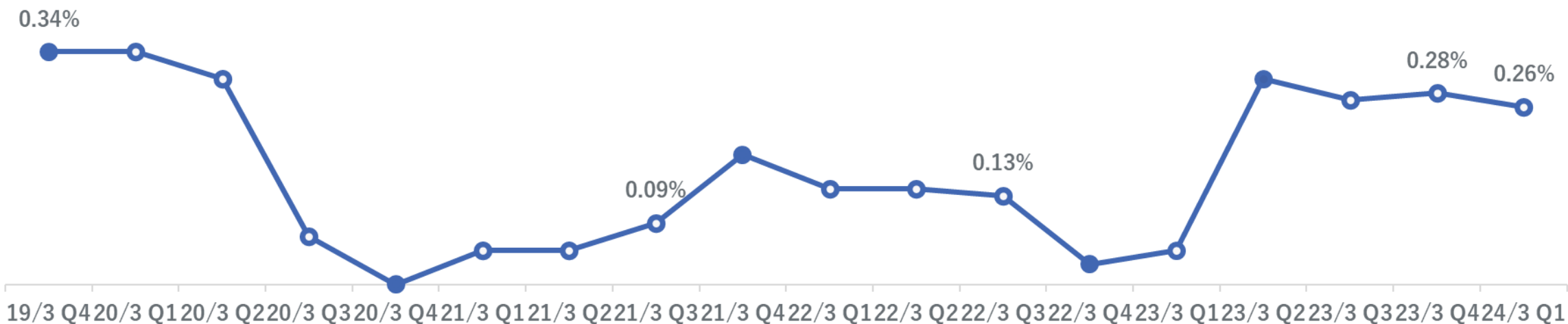


* 小数第2位を四捨五入

2024年3月期 月次解約率の推移

過去12か月平均の月次解約率は**0.26%**と引き続き**低水準**を維持。クラウド化を継続促進し、高い顧客満足度の維持・安定品質提供・収益拡大に向けて、カスタマーサクセスを継続強化

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



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

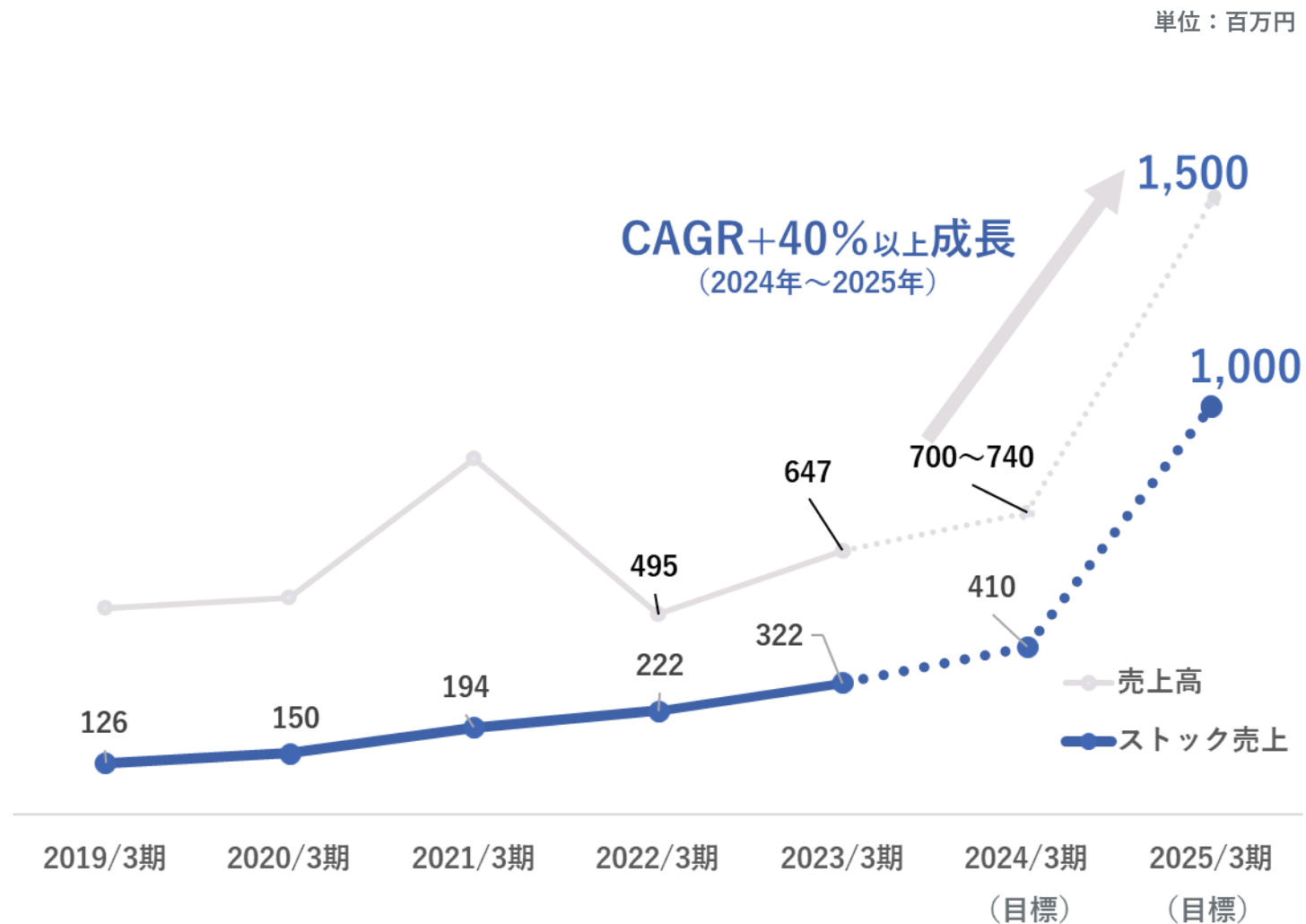
1%未満

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。

中期成長戦略サマリー～計画ロードマップ～

「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（SRM Design Lab）
- ・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

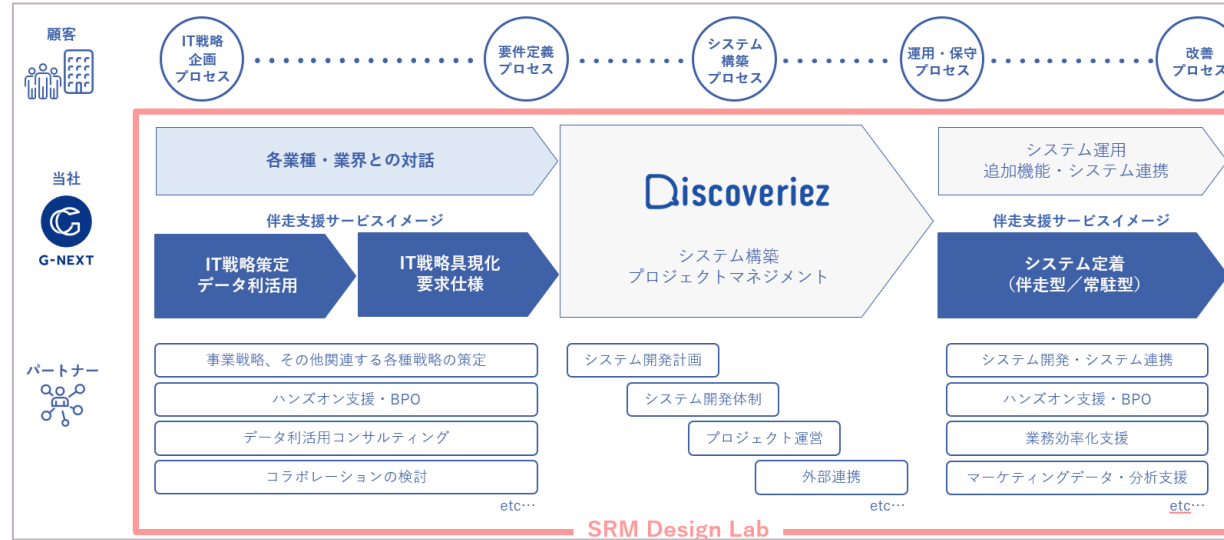
SRM市場での成長

- ・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

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・SRM Design Labの拡大

<戦略方針>

<2024年3月期1Q実績&進捗>

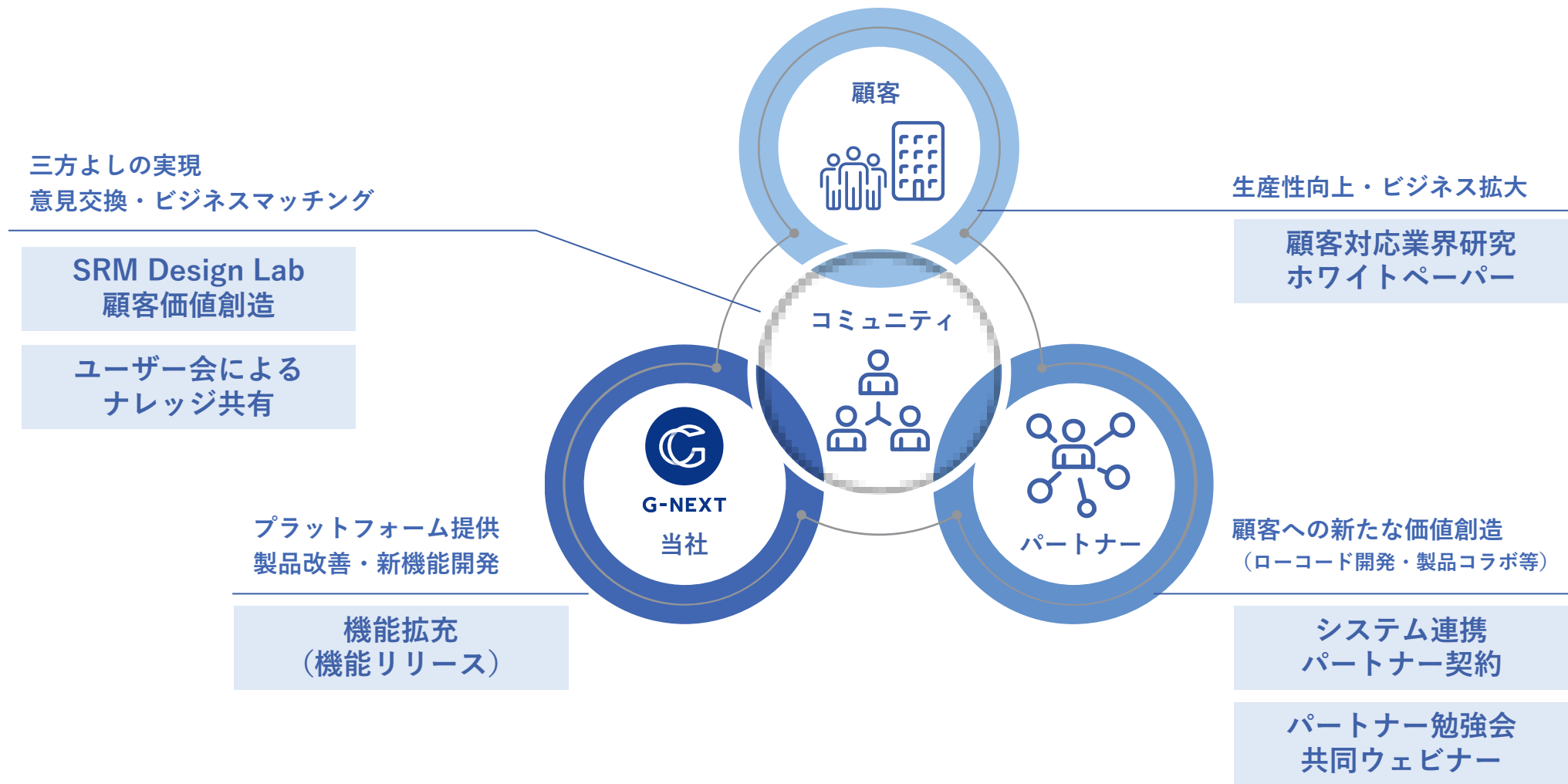
<p>1 クラウド化促進・収益構造のフロー型からストック型への重点移行、完了</p>	<p>▶ 50%を超える収益を ストック型へ移行</p> <p>ストック比率*1 66.6%</p>	<p>▶ オンプレからクラウドへの 置き換え推進</p> <p>クラウド比率*1 81.0%</p>	<p>▶ 低解約率の継続</p> <p>解約率*2 0.26%</p>
<p>2 事業提携、アライアンスなどでの パートナービジネスを積極的に展開</p>	<p>▶ 販売パートナー網の拡大</p> <p>販売パートナー 12社(累計)</p>	<p>▶ 導入パートナー網の拡大</p> <p>パートナー経由 10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</p> <p>SRM Design Lab展開 による新たな収益拡大</p>	<p>▶ 収益貢献する機能改善、 新規事業開発</p> <p>更なる品質改善、 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



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（SRM Design Labでの新たな収益拡大） 	<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"> ・SRM Design Labによるマーケット拡大 ・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>	



G-NEXT

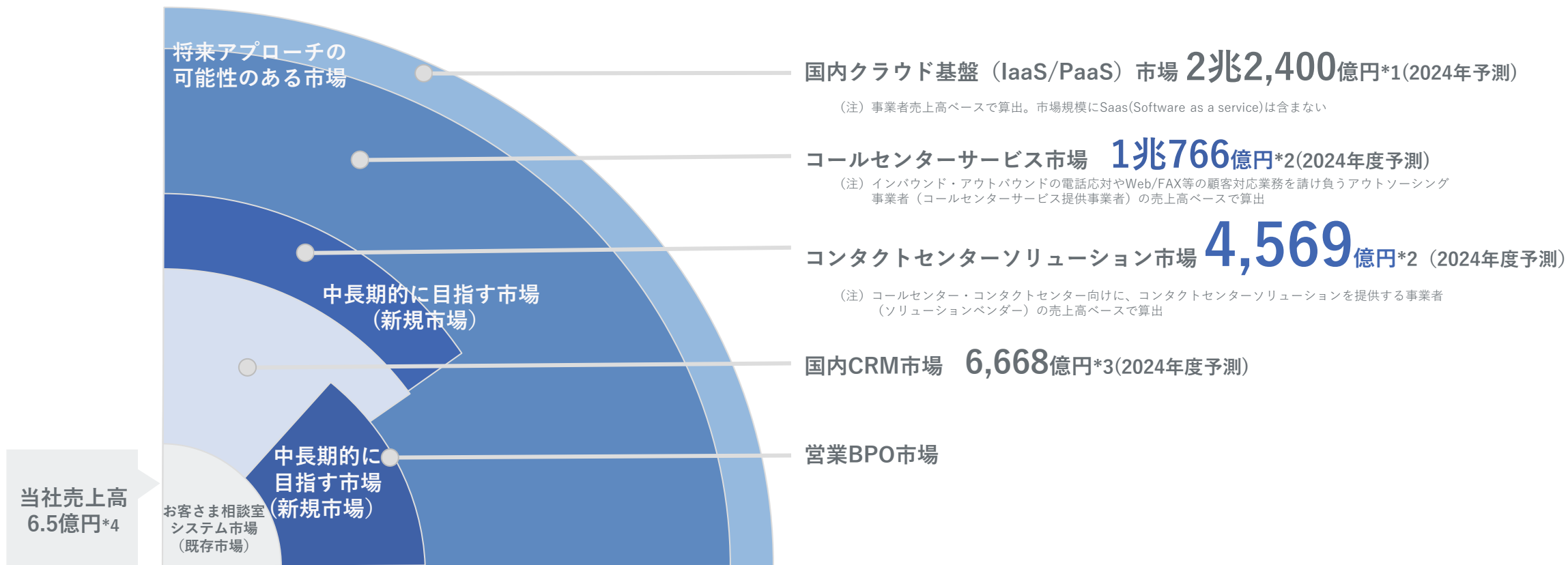
05

appendix



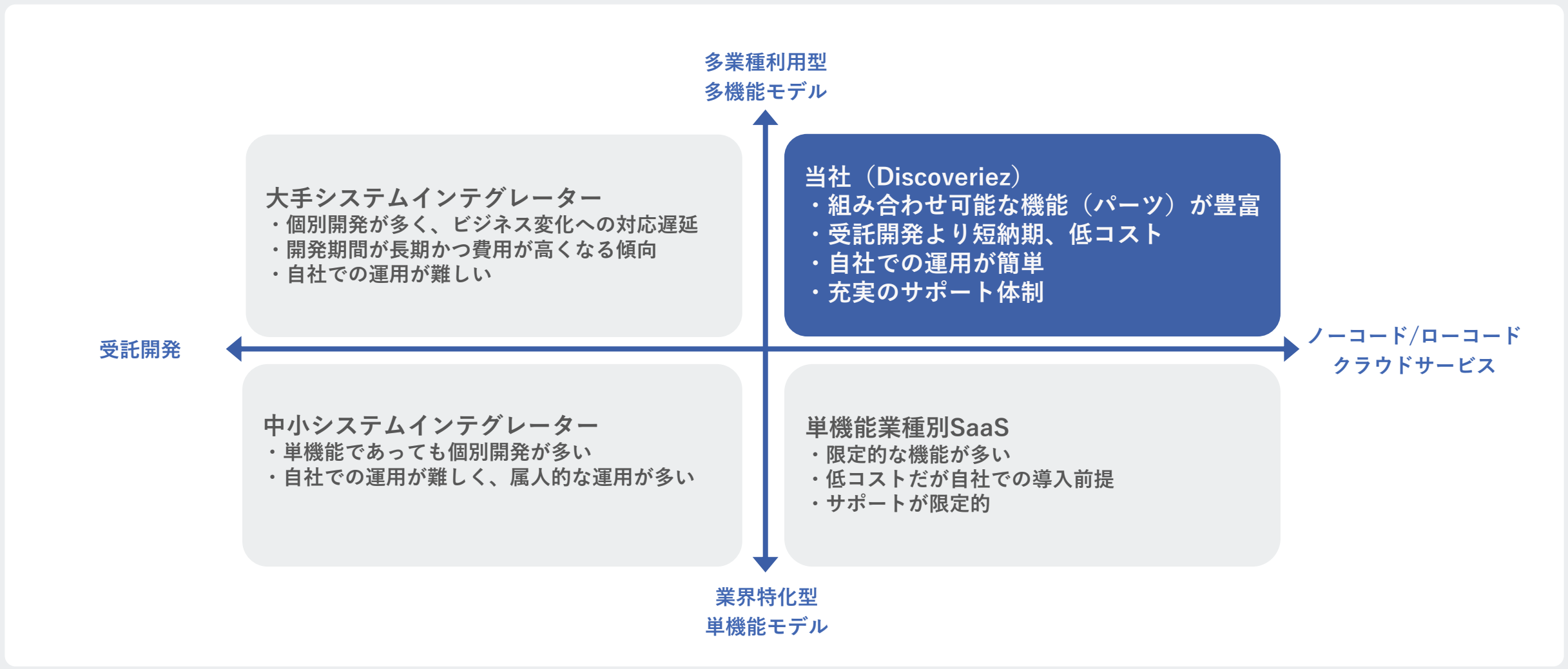
コンタクトセンター関連市場を中長期的なターゲットとし、市場拡大 前期からの早急な対応が実を結び、安定的なストック型売上を続々と受注

<市場規模イメージ>

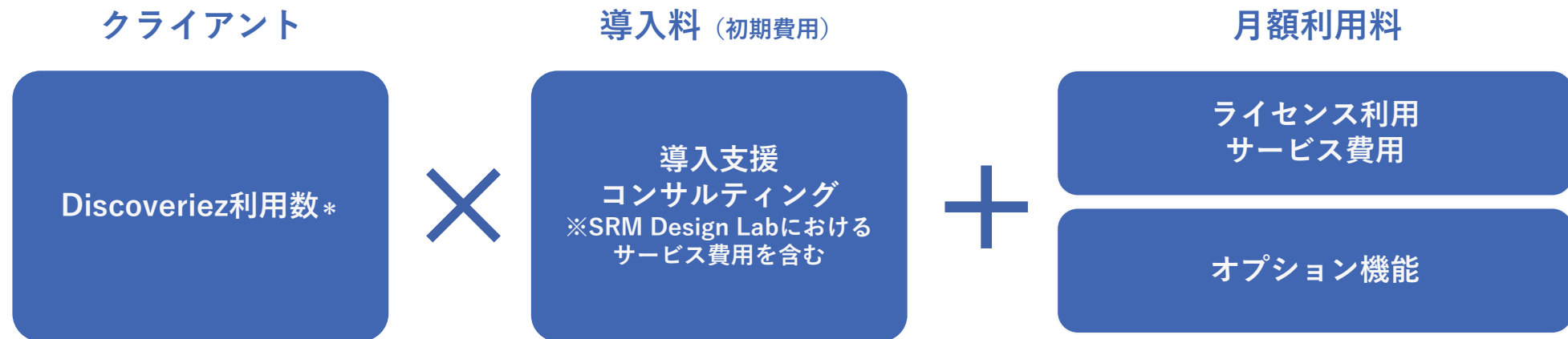


*1 株式会社矢野経済研究所「クラウド基盤(IaaS/PaaS)サービス市場に関する調査(2023年)」(2023/4/25発表) *2 株式会社矢野経済研究所「コールセンターサービス市場/コンタクトセンターソリューション市場の調査(2022年)」(2022/11/15発表)
 *3 デロイト トーマツ ミック経済研究所「マーテック市場の現状と展望2022 クラウド型CRM市場編」(2022/10/12) *4 億円未満を四捨五入

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

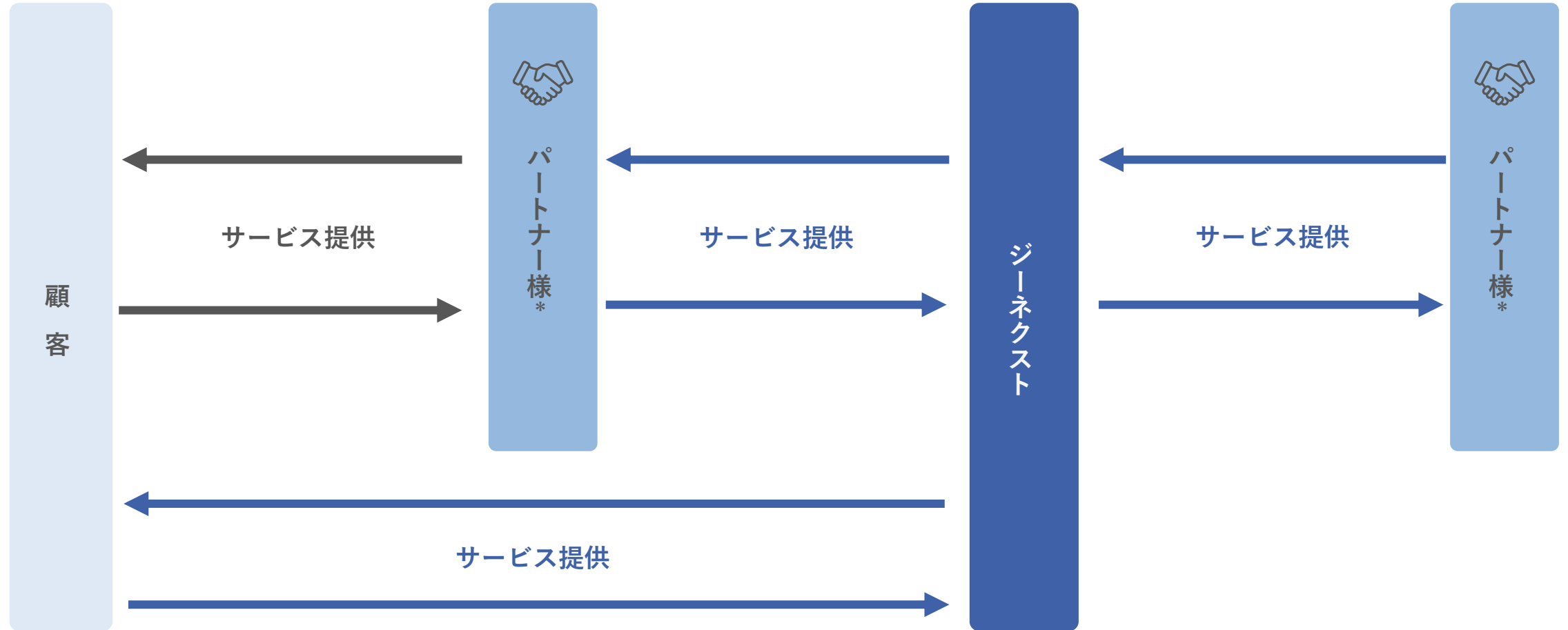


初期費用の導入支援と月額ライセンス料のシンプルな価格体系
オプション機能はご利用途中でも契約可能なため、導入ハードルが低い点も特徴



*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



*当社が考えるパートナー様の定義としては、システムインテグレーター、ディストリビューター、アウトソーサー、BPO会社、事業会社をはじめとする会社様を対象としており、紹介・卸・導入支援・コンサルティングの4カテゴリーに分類しております。

<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...

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