

2022年3月期第3四半期 決算説明資料

2022年02月10日

株式会社ジーネクスト



お客様の声で、世界を変える

目次

- 1 2022年3月期 第3四半期サマリー
- 2 2022年3月期 第3四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
および成長計画について
- 4 appendix

目次

- 1 2022年3月期 第3四半期サマリー
- 2 2022年3月期 第3四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
および成長計画について
- 4 appendix

エグゼクティブサマリー

【2022年3月期第3四半期の経営状況 要因】

- ✓ 当社主軸である顧客対応窓口案件は、業界団体経由での直接的なオフラインコミュニケーションでの受注が今まで大半であったが、環境変化（新型コロナウイルス感染症の感染再拡大による延期）の影響の見誤りにより、オンラインコミュニケーションにおいて、当社の持ち味が発揮できず、影響をカバーしきれず、想定通りの営業、マーケティング活動ができず、大きく業績修正する方向に
- ✓ フロー型からストック型への移行を早急に実施した結果、今期の業績に売上高、利益ともに影響



【今後の見込み】

- ✓ 事業環境の変化に対応すべく、経年で売上の持続性が見込めるストック型売上を重視した戦略へ方針転換を前倒しで実行し、来期以降の安定的な収益が現時点で見込まれている
- ✓ 当社の強みを生かした利用シーンの拡大・新規市場開拓・多角化に向けた新商品開発による新規製品の投入を積極的に展開し、顧客対応領域以外の市場拡大に向けた実績が創出され、高成長に向けて、積極的に事業拡大が可能に

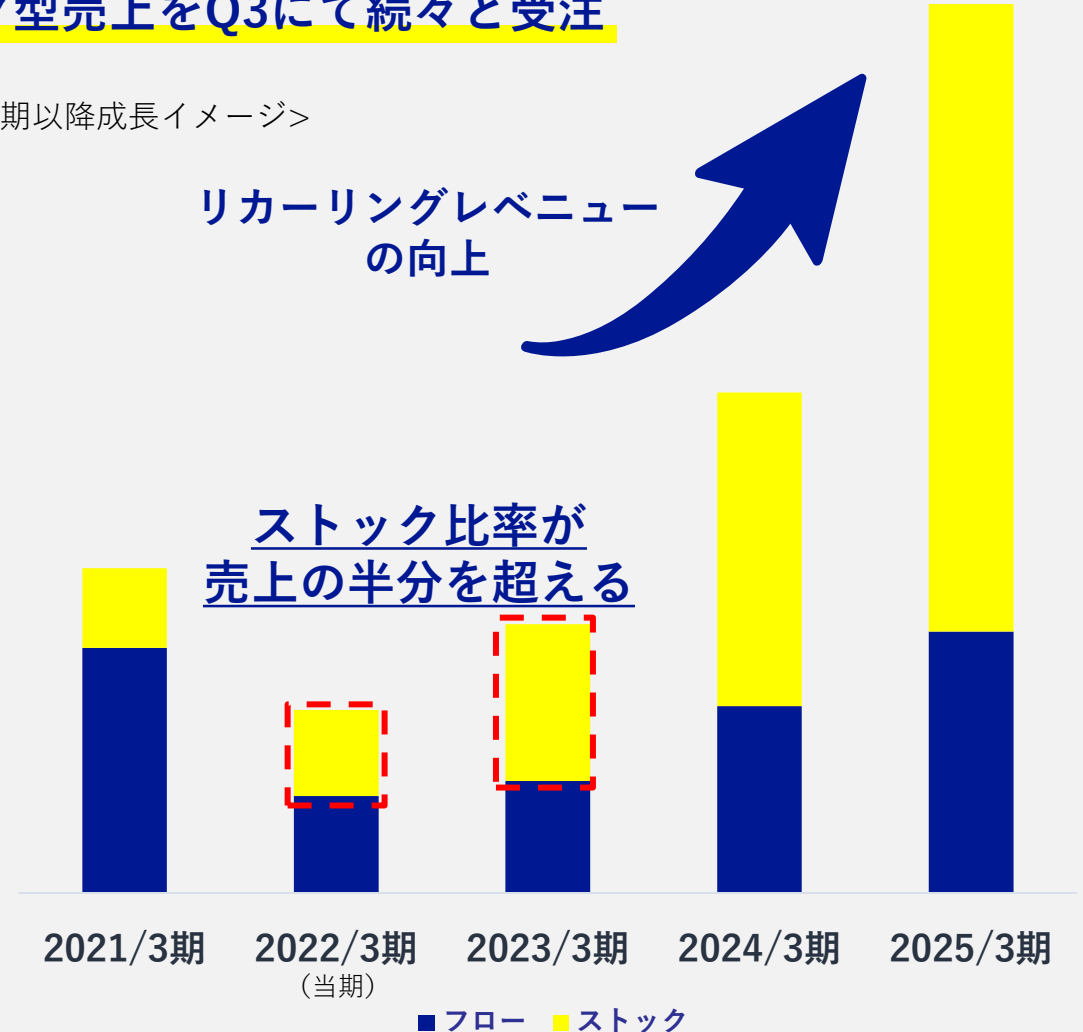
来期以降の成長実現性について

安定的かつ非連続の成長の実現に向け、構造改革を実行
売上構成比をフロー型からストック型への重点的な移行を推し進めた結果、
来期以降の安定的なストック型売上をQ3にて続々と受注

<来期以降成長イメージ>

リカーリングレベニュー
の向上

ストック比率が
売上の半分を超える



① 既存市場での利用シーンの拡大

② 当社の強みを発揮できる新規市場開拓

③ リカーリングレベニュー（ストック売上）への重点的な移行

2022年3月期 第3四半期業績 サマリー

サマリー		<ul style="list-style-type: none"> - Q3は、Q2から継続してライト版、優待WALLETの営業・導入活動に邁進 - 一方で、顧客対応案件のストック型での導入移行の苦戦やフロー型での提案・導入の縮小、新規導入先への導入遅延や方針の転換により、通期での業績に大きく影響し、減収減益 - 売上高は通期業績予想（期初）に対し進捗率32.4%で着地
事業進捗	業績	<ul style="list-style-type: none"> - Q3累計売上高337百万円、売上総利益118百万円、営業損失303百万円 - 2021年5月13日付開示の通期業績予想に対して大きく未達、通期業績予想の修正へ - 他方で、クラウド型でのストック型売上の成長率がYoY+34.7%と好調のため、中期計画通り継続注力の方針
	重要なKPI	<ul style="list-style-type: none"> - 新規導入累計件数は108件へ増加（2021年3月期+11件） - クラウド事業の累計件数は2021年3月期から10件増加し、70件 - オンプレ事業の累計件数は2021年3月期から1件増加し、38件 - クラウド事業のQ3累計のリカーリングレベニュー*1は92百万円（YoY+34.7%）
	TOPIC	<ul style="list-style-type: none"> - 飲料メーカー様にてコールセンター&ルートセールス*2での大規模活用でのご利用が開始 - 共同ウェビナーを継続して開催（ベルシステム24様、日本ユニシス様） - コンタクトセンター*3向けの機能強化 - アウトバウンド活用における機能強化、大規模席数でのインバウンド対応の強化におけるBPO*4会社様での利活用を推進中

*1 月次のライセンス利用料や保守料等の経常的な収益

*2 既存顧客を定期的に訪問し、経営課題や要望のヒアリング、新しい商品やサービスを販売する営業手法

*3 SNSやメール、チャットなど電話以外の手段からの問い合わせも一括でサポートする組織

*4 Business Process Outsourcing（ビジネス・プロセス・アウトソーシング）」の略。企業活動における業務プロセスの一部について、業務の企画・設計から実施までを一括して専門業者に外部委託すること

目次

- 1 2022年3月期 第3四半期サマリー
- 2 2022年3月期 第3四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
および成長計画について
- 4 appendix

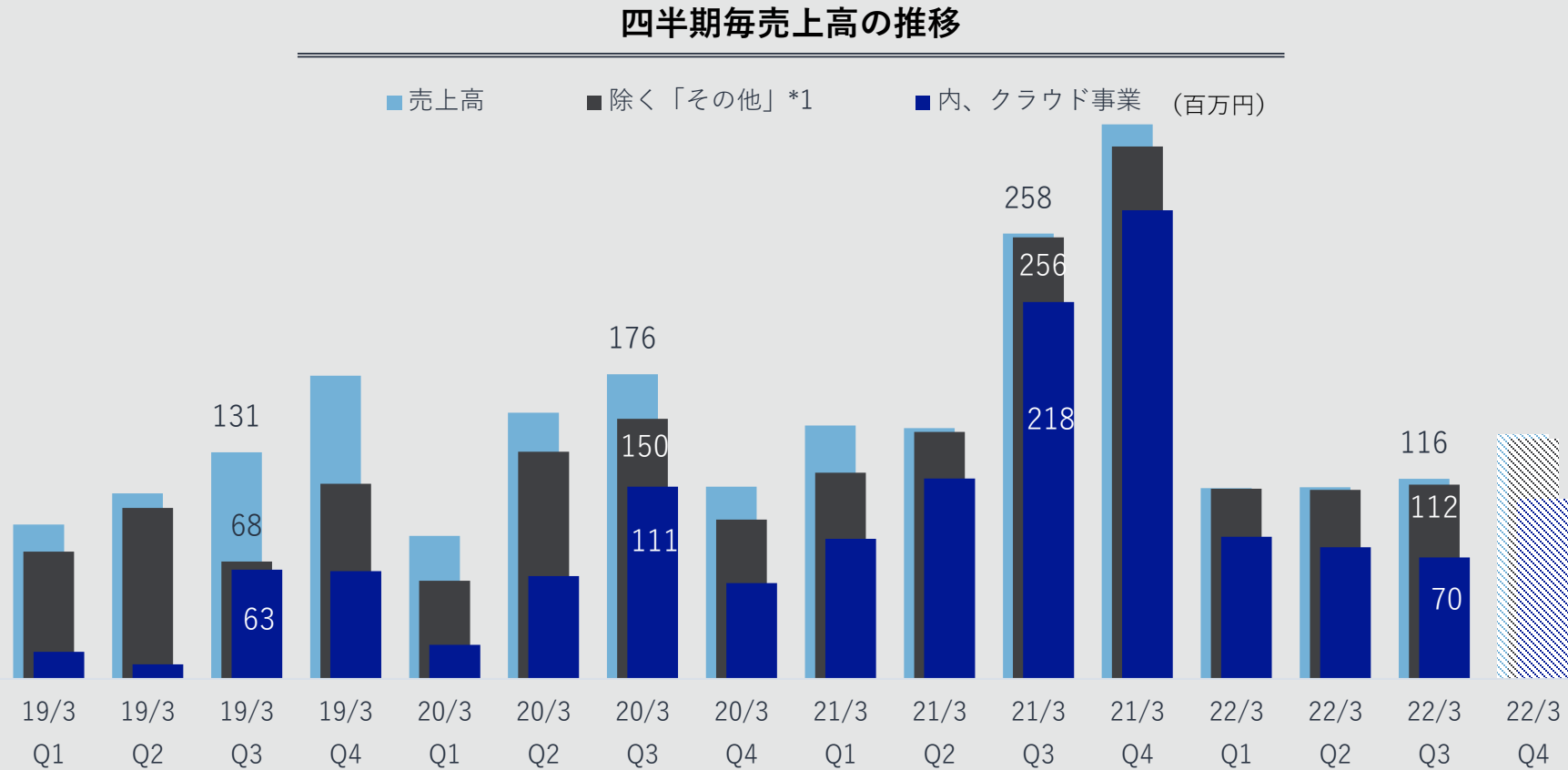
2022年3月期 第3四半期累計（4-12月）P/L サマリ

- ・売上高は、337百万円（前年同期比△38.7%）、営業損失は△303百万円（前年同期比—%）
- ・下期偏重傾向にあった昨年度までと比較して、新規導入先での顧客対応窓口での運用方針の転換等が発生し、導入意思決定の遅延や保留が発生
- ・販管費、一般管理費については当初の予定通り、人材採用活動費やライト版開発に積極投資

項目 (百万円)	2022年 3月期Q3 実績(A)	2021年 3月期Q3 実績(B)	前年同期差異 (A)-(B)	前年同期比(%) (A)/(B)-1
売上高	337	551	△213	△38.7
売上総利益	118	335	△216	△64.5
販売費及び一般管理費	422	269	+153	+56.8
営業損失 (△)	△303	65	△369	—
経常損失 (△)	△305	65	△371	—
親会社株主に帰属する 四半期純損失 (△)	△337	56	△394	—

四半期毎売上高の推移

Q3累計の売上高はYoY△38.7%。またQ4にも影響すると想定

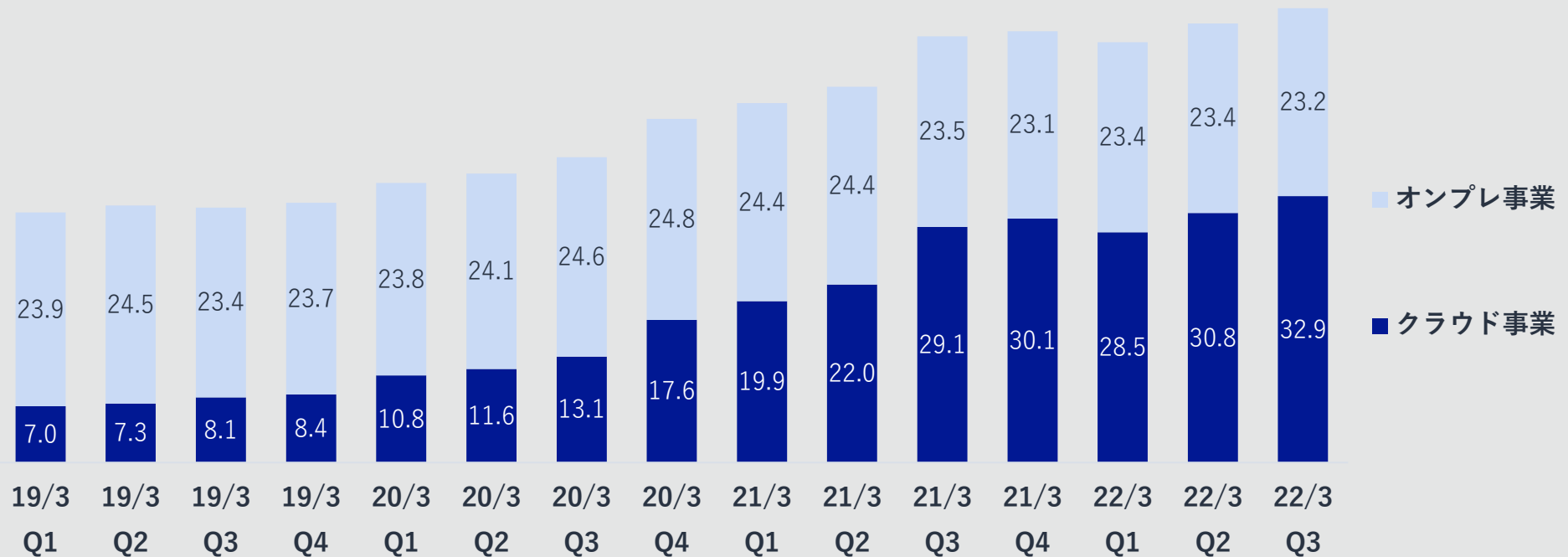


四半期毎リカーリングレベニューの推移

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、Q3累計でYoY+34.7%成長

四半期毎リカーリングレベニューの推移

(百万円*)

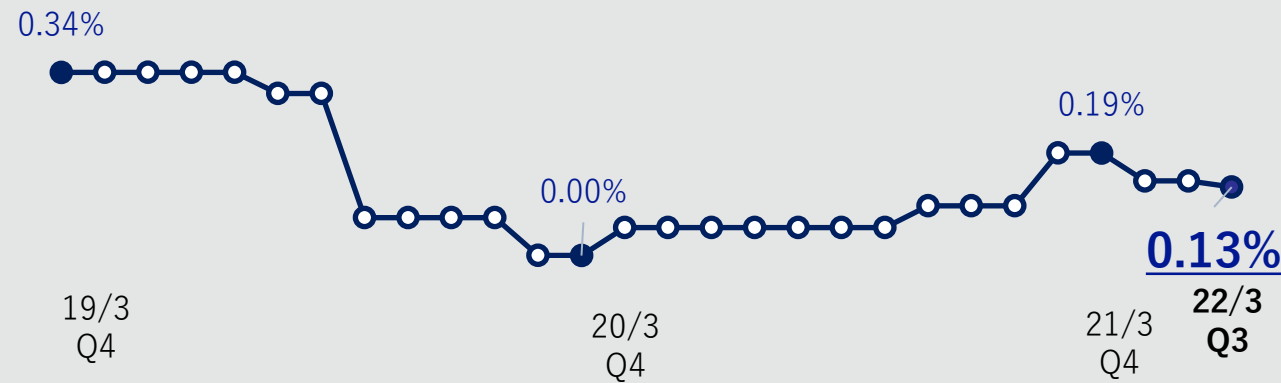


* 小数第2位を四捨五入

月次解約率の推移

月次解約率（過去12か月平均）*は0.13%と
前年度期末より0.06%低下し、引き続き低水準を維持

月次解約率の推移



低水準の
解約率！

* 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 2022年3月期 第3四半期サマリー
- 2 2022年3月期 第3四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
および成長計画について
- 4 appendix

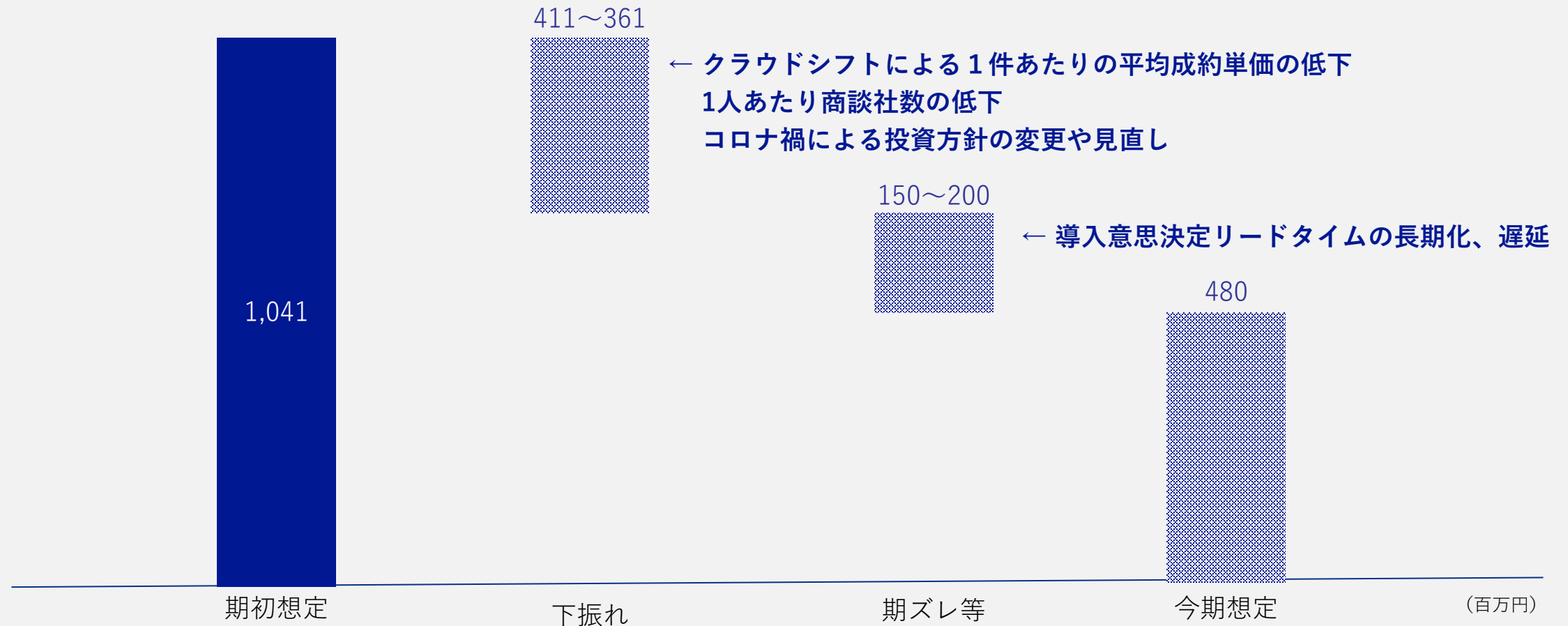
2022年3月期 業績予想修正についてのご説明

顧客対応における業界構造の変化（顧客接点[チャットやAIボット等]への先行投資やBPOニーズの増加等による顧客対応方針やあり方、投資方針の変化）により、クラウド事業のストック比率は継続して向上しているが、案件全体に対して意思決定遅延や保留などの影響を受けたことに加え、オンプレ事業のサービス縮小などもあり売上高、利益ともに下方修正

項目 (百万円)	FY2021 実績 (A)	FY2022 (2/10修正) (B)	FY2022 (期初予想) (C)	期初予想から の差分 (D)=(B)-(C)
売上高	872	480	1,041	△561
売上総利益	584	168	662	△493
販売費及び一般管理費	381	580	557	23
営業利益又は営業損失 (△)	202	△411	105	△516
経常利益又は経常損失 (△)	185	△414	101	△515
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当期純損失 (△)	181	△437	84	△522

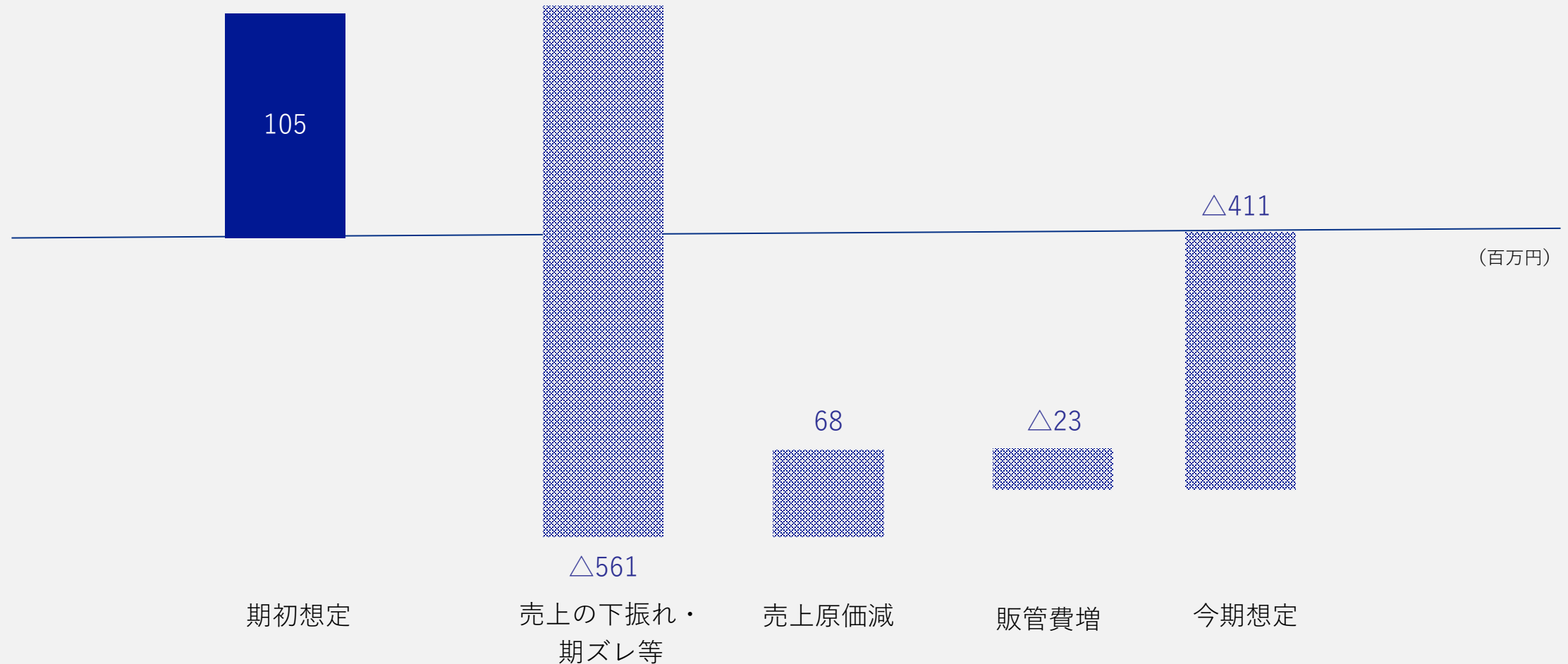
2022年3月期 業績予想修正（売上）について

上期においては前年含め従来と同程度の割合での比率推移であったが、下期に差し掛かり、導入見直しや投資方針の変更などによる下振れや期ズレなどが発生したことにより、
今期予想は下振れの着地と想定



2022年3月期 業績予想修正（利益）について

導入見直しや投資方針の変更などによる売上の下振れや期ズレの発生、
売上減により原価は減少したものの、研究開発費の増加等により
今期予想は下振れの着地と想定



顧客対応領域における業界構造の変化について

当社を取り巻く市場環境

<当初想定市場>

- ・クラウド型CRM市場：5,283億円*1 (2023年)
- ・国内クラウド基盤 (IaaS/PaaS) 市場：16,700億円*2 (2023年)

<直近で急伸、影響を受けた市場>

国内の対話型AIシステム市場 132億円(*3) ↑ (2022年)	コンタクトセンターソリューション市場 5,414億円(*4) ↑ (2023年)	コールセンターサービス市場 11,181億円(*4) ↑ (2023年)	営業BPO市場 742億円(*5) ↑ (2020年)
--	--	--	-----------------------------------

クライアントヒアリングおよび当社考察(*6)

- ・電話開設時間の縮小・閉鎖による受付方法の変化
- ・新たな接点として生活者がよく利用するツール（有人チャット、AIチャットボット、LINE、SNS、動画等）を中心とした投資ニーズの拡大
- ・SNSやFAQのお客様の収集方法を外部リソース（BPO）で補完
- ・AIチャットボットのFAQ*7のシナリオ作りに難航し有人チャット導入の切り替えや外部リソース（BPO）で補完
- ・リモート対応への投資拡大（従業員のモチベーションの維持・研修等）
- ・上記先行投資が進む中で、顧客対応プラットフォームは部門間調整と複数システム連携（基幹システム、チャネル等）が発生するため、計画の見直しを余儀なくされている状況

生活環境の変化による、非対面・非接触へとコミュニケーション手段の変更（顧客接点への先行投資）や顧客体験（CX）の向上を目指すためにBPO委託を含めた動きが拡大。

顧客対応方針や組織のあり方、投資方針の変化が加速した上に、導入の見直しや遅延も発生（appendixに参考資料）

環境の変化に適應すべく、コールセンター会社や顧客接点ソリューション（チャットボット等）企業とのアライアンスの拡張やライト版の導入提案をQ3では重点的に展開し、来期案件として続々と受注

*1 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） *2 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）

*3 矢野経済研究所「対話型AIシステム市場に関する調査を実施（2018年）」（2018/8/20）

*4 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）

*5 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）

*6 ACAP「企業における消費者対応体制に関する実態調査報告書 2021」（2022/1/18 ACAP研究所）を参考及びクライアントヒアリングをもとに当社が作成

*7 Frequently Asked Questions（フリークエントリー・アスクド・クエスチョンズ）の略。ホームページ等で、想定される質問の内容とともに、それに対する回答が簡潔にまとめられている

業績修正における要因整理、来期以降の方針

既存顧客のクラウド移行や業界団体経由での直接のオフライン活動での受注が大半であったが、環境（コロナ等）の影響を見誤り、業界団体経由での活動が停止。導入遅延、先送りがあり、下方修正に一方、来期以降のストック売上の成果は出ており、市場環境の変化も含めて体制転換へ過渡期であると認識

要因

- ・ 業界構造、市場の変化による投資方針の変更（チャット等の先行投資やBPOニーズの拡大）
- ・ オンラインでのホットリード*獲得の難易度上昇、苦戦
- ・ 1日あたりの商談社数の低下（営業1人あたり）

- ・ 導入意思決定リードタイムの長期化、延期によるプロジェクト開始（キックオフ）の遅延
- ・ 方針変更による他要件との調整、待機発生による遅延

売上の持続性が見込めるストック型売上を重視した戦略へ方針転換を前倒しで実行
来期以降の安定的な収益が現時点で見込まれている

< 再掲 > 来期以降の成長実現性について

安定的かつ非連続の成長の実現に向け、構造改革を実行
売上構成比をフロー型からストック型への重点的な移行を推し進めた結果、
来期以降の安定的なストック型売上をQ3にて続々と受注

① 既存市場での利用シーンの拡大

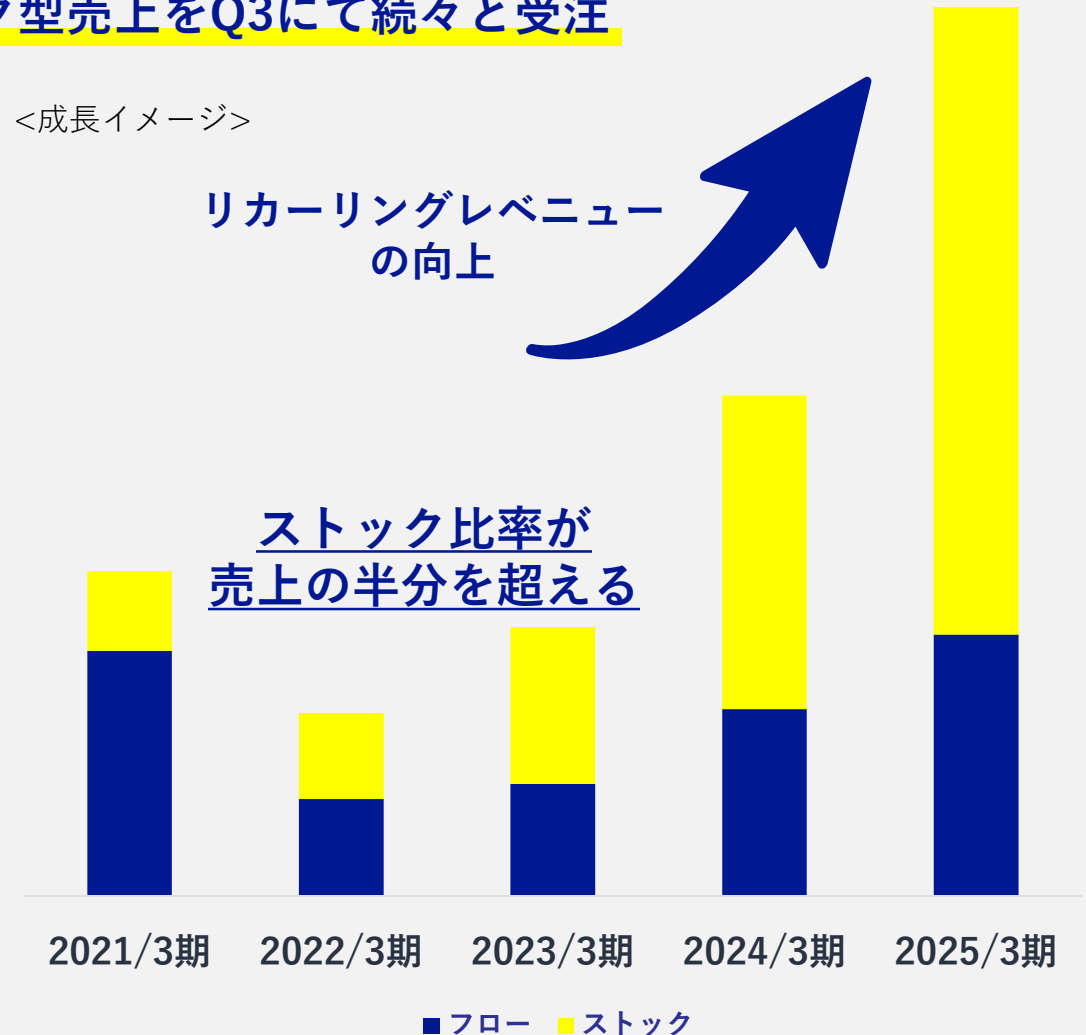
② 当社の強みを発揮できる新規市場開拓

③ リカーリングレベニュー*（ストック売上）
への重点的な移行

<成長イメージ>

リカーリングレベニュー
の向上

ストック比率が
売上の半分を超える



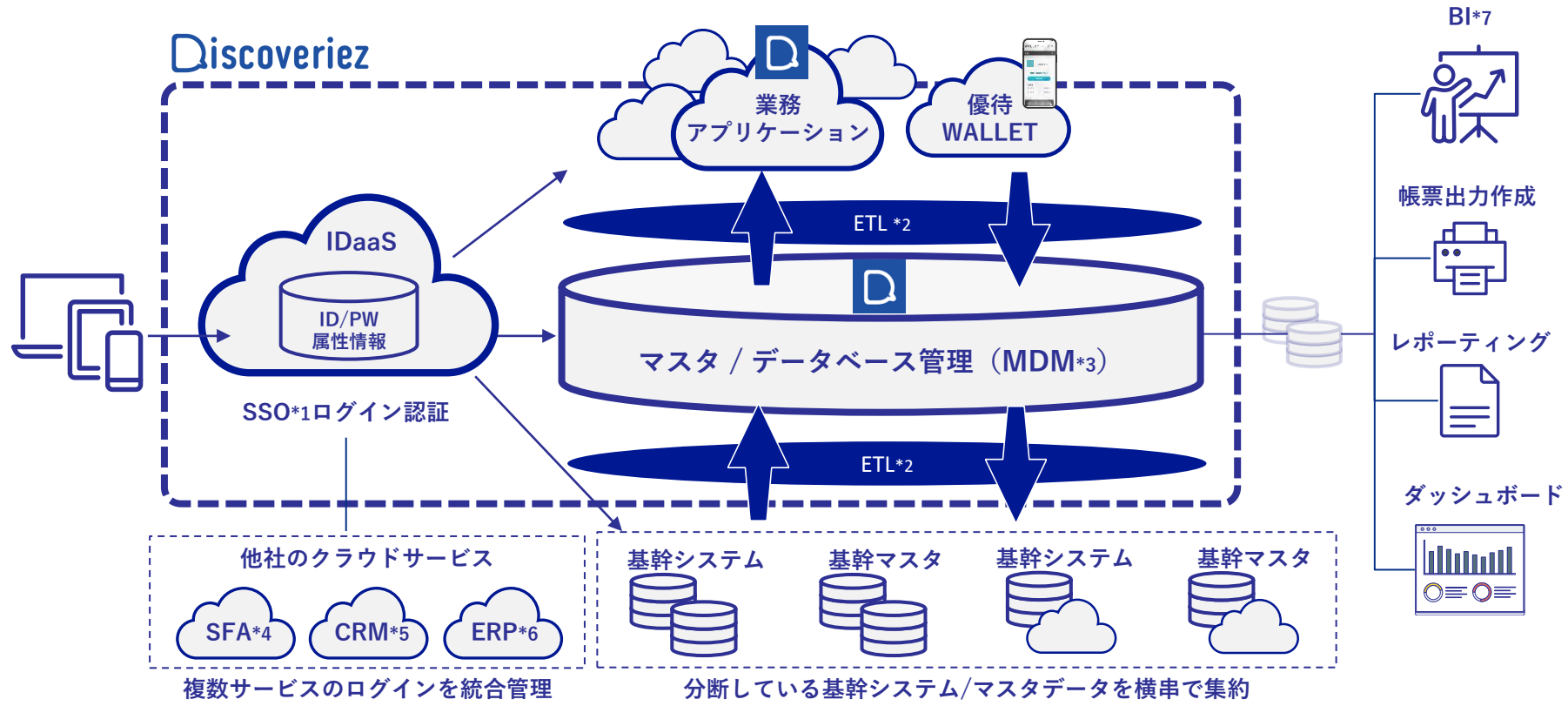
* 月次のライセンス利用料や保守料等の経常的な収益

利用シーンの拡大・新規市場開拓に向けた取り組み①

他クラウドサービスプラットフォームや基幹システムとの連携など

Discoveriezの利用シーン拡大・新規市場開拓に向け、今後もプラットフォームへの積極投資を実施

<今後の利用イメージ>



実現できること

散在するデータの集約・データ利活用促進

潜在課題の発見と迅速な意思決定の実行

サプライチェーン最適化

顧客満足度向上

*1 Single Sign Onの略。1つのIDとパスワードを入力して、複数のWebサービスやアプリケーションにログインする仕組み

*2 Extract Transform Loadの略。データベースなどに蓄積されたデータから必要なものを抽出し、目的に応じて変換し、データを必要とするシステムに格納すること

*3 Master Data Managementの略。企業が常に正確かつ最新の単一バージョンのデータを扱い、それに基づいて意思決定することを可能にするプロセス

*4 Salesforce Automationの略で、営業支援システムのこと

*5 Customer Relationship Managementの略で、顧客関係管理のこと

*6 Enterprise Resources Planningの略であり、企業経営の基本となる資源要素（ヒト・モノ・カネ・情報）を適切に分配し有効活用する計画、考え方のこと

*7 Business Intelligenceの略で、企業などの組織のデータを、収集・蓄積・分析・報告することにより、経営上などの意思決定に役立てる手法や技術のこと

利用シーンの拡大・新規市場開拓に向けた取り組み②

多数のクラウドサービスの管理、およびバラバラなマスタ情報の一元化ニーズに対応
ストック売上への実績が出てきており、今後の収益拡大に貢献

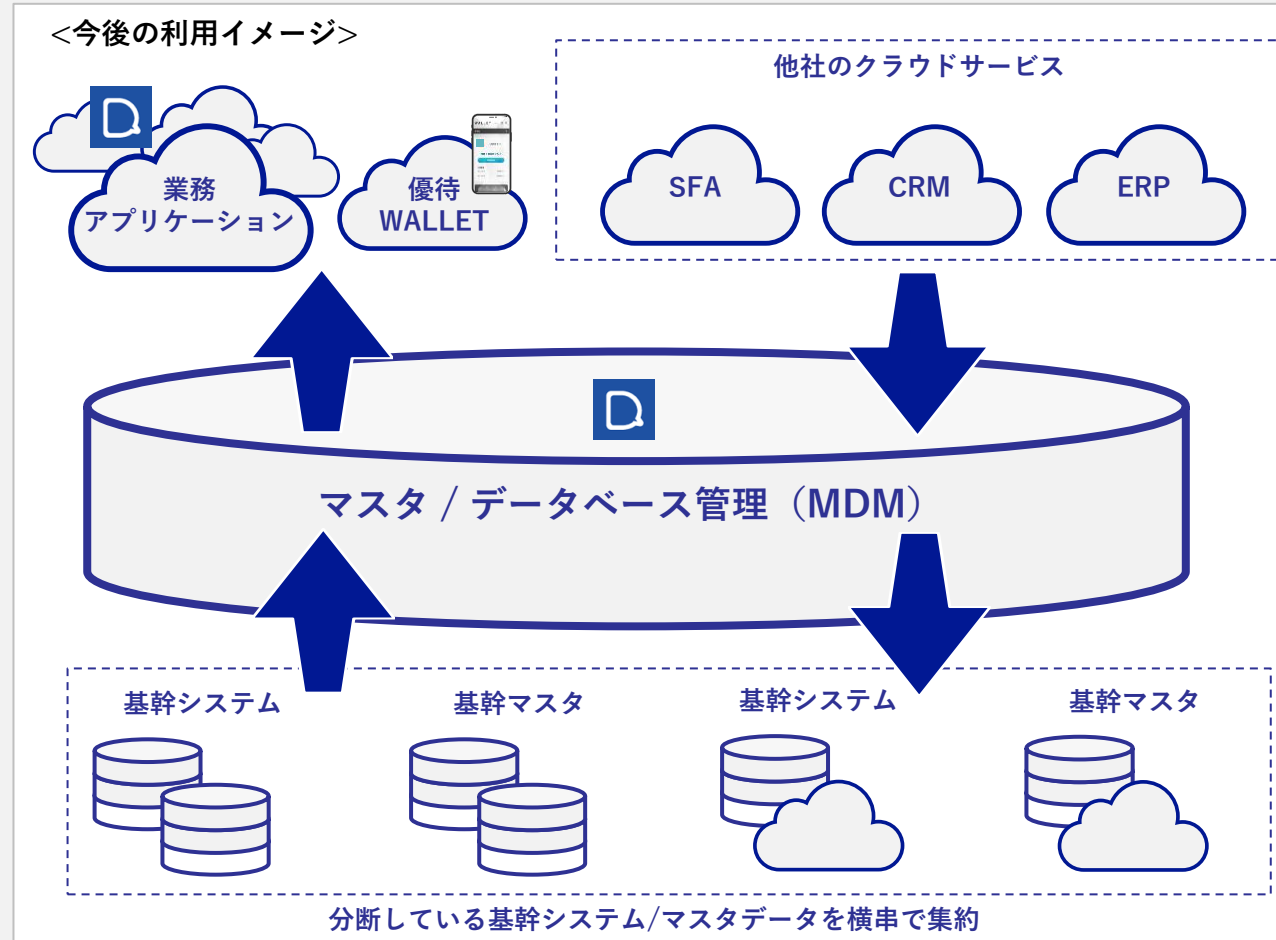
企業の抱える課題

- ・ DXへの取り組みが急務
- ・ データが分断、サイロ化しており、分析にいきつかない
- ・ データ分析人材の不足



Discoveriezでの支援領域

各種マスタデータの連携により
マスタ / データ管理を担い、
効率的にデータ収集を行い、
企業の基幹業務として
Discoveriezの利用促進へ



販売戦略

ビジネスチャネル強化
(コンサル、Agency、Sler等)

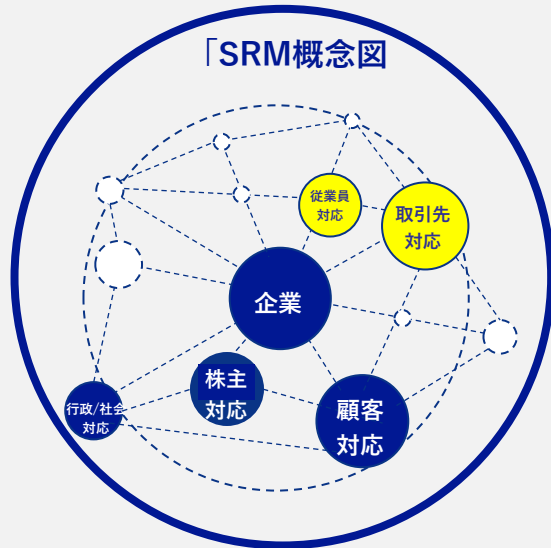
ユーザー部門起点での
導入促進

既存クライアントでの
部門間での導入推進

他社クラウドサービス
との連携強化

大手企業部門単位、中堅企業での導入事例

顧客対応窓口を起点とするタスク、ワークフロー管理を導入企業社内だけでなく、取引先を巻き込んだワンプラットフォームとしてDiscoveriezを利活用



取引先対応 作業報告ツール（飲料メーカー）

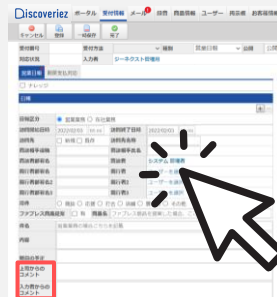
✓ ルートセールスの報告業務として活用

オペレーターはルートセールスへ現地作業依頼、ルートセールスは現場作業後にスマートフォンから作業結果を共有



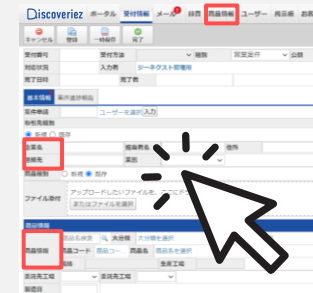
従業員対応 営業日報ツール（食品製造業）

✓ 進捗管理・伝達ツールとして活用



営業担当者の活動や上司への報告、上司からフィードバックが行える

✓ 営業と工場側との情報連携を実現

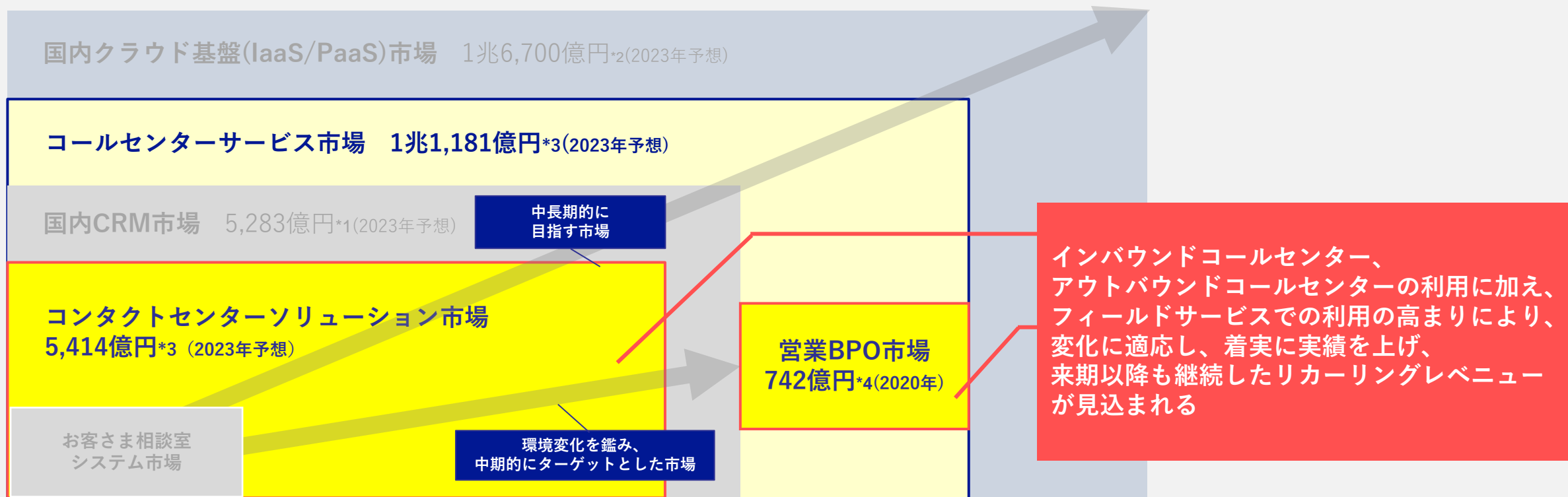


営業中の提案商材・製造工場と提案企業情報を紐づけ効率化

新規市場におけるターゲット像

中期計画に変更はなく、昨今の環境を鑑み、コールセンター、BPO市場の中期的なターゲットとし、
既存市場での成長に加え、現時点での成果を活かしつつ、新規市場へ拡大
新規市場への早急な対応が実を結び、来期以降の安定的なストック型売上をQ3で続々と受注

<市場規模イメージ>



*1 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) *2 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)

*3 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) *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)

新規市場（コールセンター）での導入事例

中期的ターゲットであるコールセンターにてBPO会社様向けにクラウド型で可用性の高いインバウンド、アウトバウンド両方で利用できる形でのご利用を開始

顧客
対応

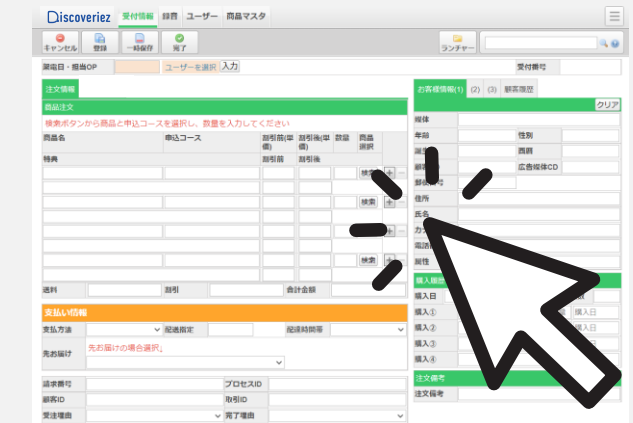
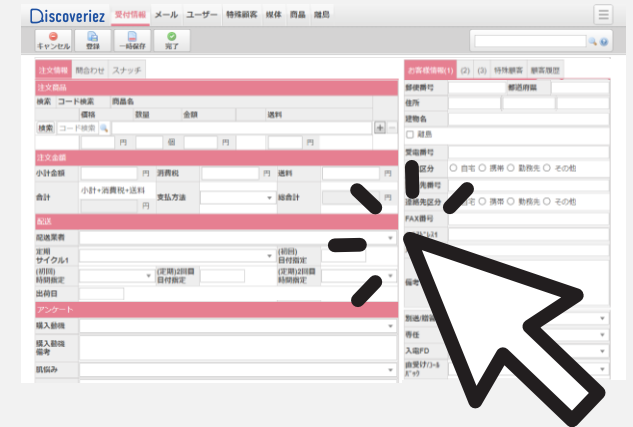
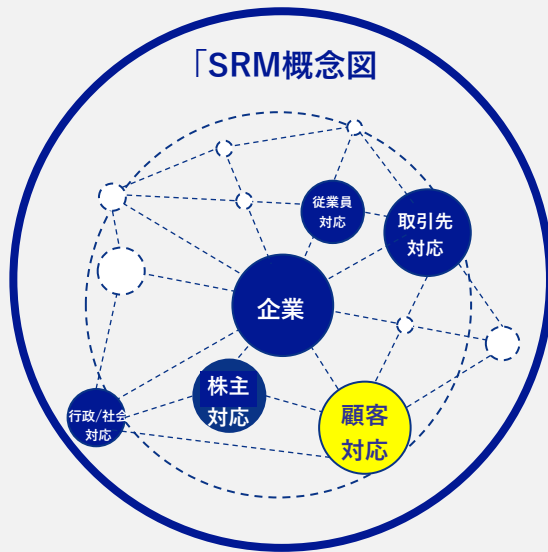
インバウンドコールセンター*1での利用

- ✓ 編集・履歴ができる情報共有、顧客管理ツールとして活用
- 小規模（席）～大規模（席）までキャンペーン管理が横断で利用可能
- クライアント企業とコールセンターで同じシステムを利用し、効率化

顧客
対応

アウトバウンドコールセンター*2での利用

- ✓ 電話営業やテレマーケティングに必要なツールとして活用
- 小規模（席）～大規模（席）までキャンペーン管理が横断で利用可能
- 顧客情報やコール履歴、獲得状況などが一目瞭然に



月額リカーリングレベニュー（MRR）の推移

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へ順調に移行

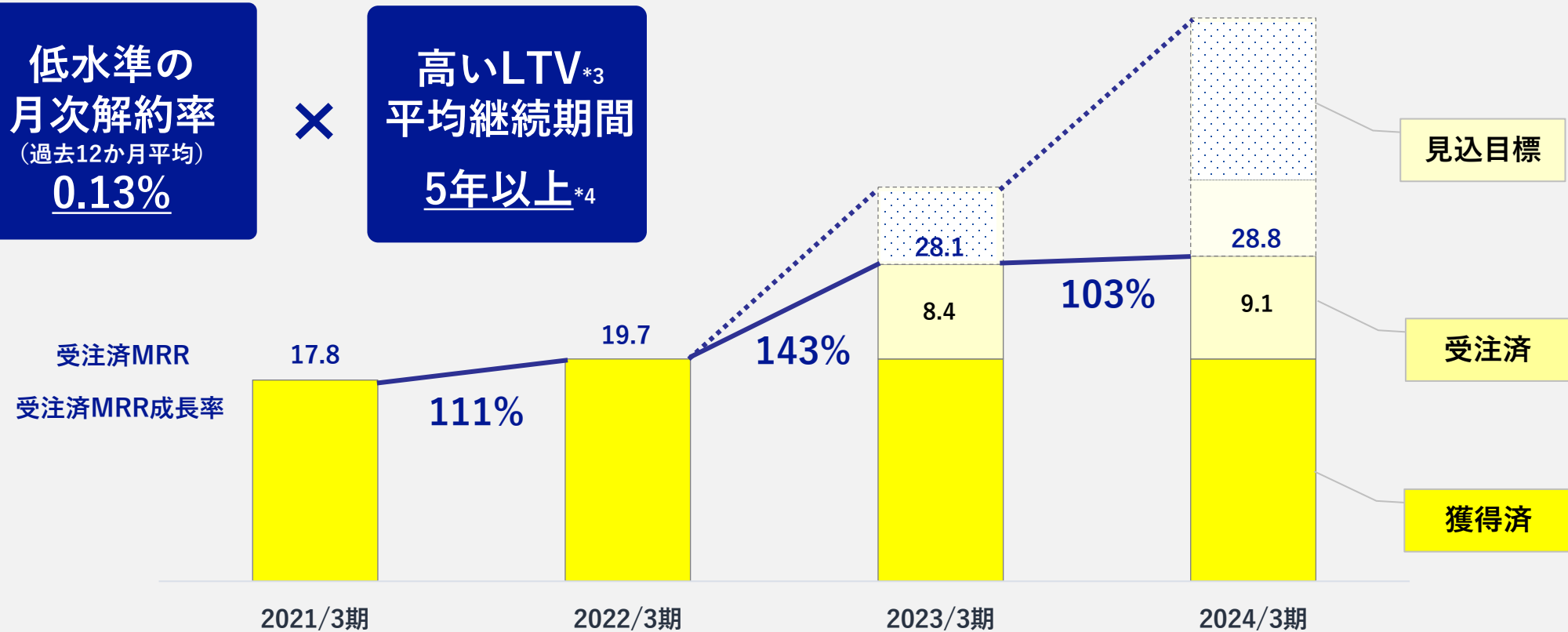
見込目標達成に向けた蓋然性

低水準の
月次解約率
(過去12か月平均)
0.13%

×

高いLTV*3
平均継続期間
5年以上*4

単位（百万円）



*4 当社調べ

目次

- 1 2022年3月期 第3四半期サマリー
- 2 2022年3月期 第3四半期実績
- 3 2022年3月期 通期業績見通し
および成長計画について
- 4 appendix

会社概要

MISSION

— ジーネクストのミッション

お客様の声で 世界を変える



ISO / IEC 27001



ISMS-AC
ISMS ISO432



22000129

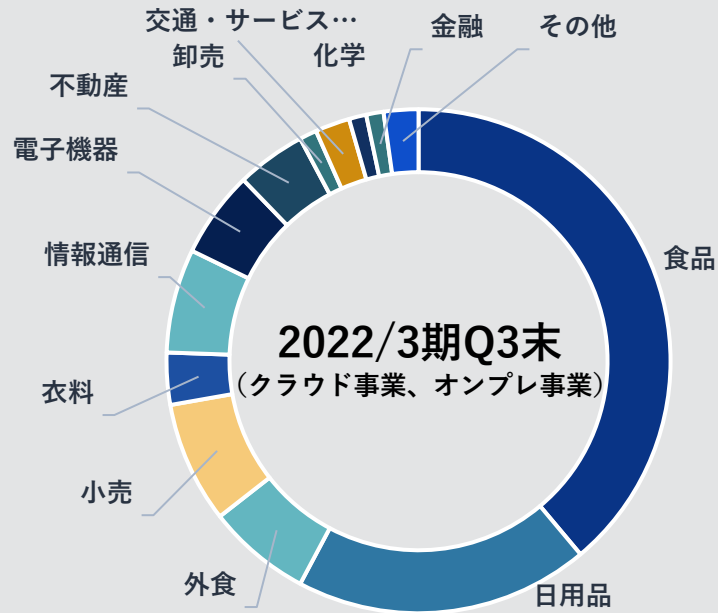
プロダクト開発部・ソリューション部 取組

社名	株式会社ジーネクスト
設立	2001年7月
代表取締役	横治 祐介
従業員数	47名（2021年12月末）
資本金	6億4,764万円
事業内容	顧客対応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 ミャンマーにてIT関連のオフショア開発
本社所在地	〒102-0072 東京都千代田区飯田橋4-7-1 ロックビレイビル5F
電話番号	03-5962-5170
ホームページ	https://www.gnext.co.jp/
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）

顧客の属性（業種別）

各業種・業界のリーディングカンパニーを支援
 安心・安全を求められる食品・日用品・外食・小売業界が全体の約7割を占める

業種別社数構成比



主な顧客例

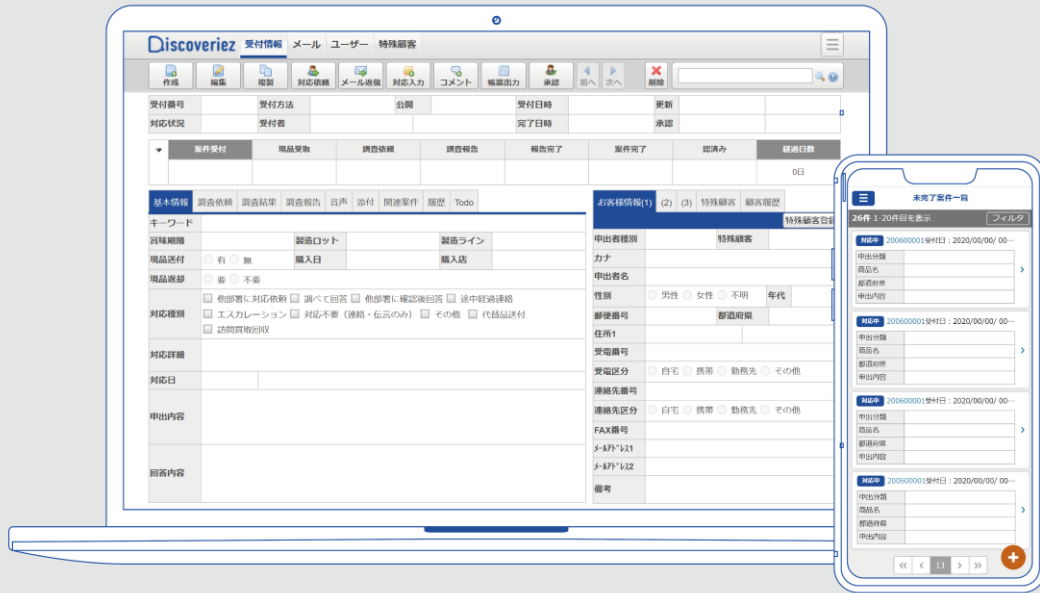


(五十音順)

Discoveriezについて

顧客対応DXプラットフォーム

Discoveriez



VOC（「顧客の声」）など様々な「声」の利活用・データ集約
（ナレッジマネジメント → 分析データへの成形）

情報が適切な人に適切な形で伝わる
（ステークホルダーマネジメント）

マルチデバイス対応でのUI /UX

簡単に設定・変更（ノンプログラミング）

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



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

オプション機能

