

G-NEXT

**2023年3月期
通期および第4四半期決算説明資料**

株式会社ジーネクスト（グロース市場）

2023年5月12日

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 YoY約+31%増収
- ・クラウドMRR（累計）YoY約+84%成長

- ・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）

■ 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】

- ・グローブライド 株式会社 様（クラウド化・SMS連携）
- ・ハーゲンダッツジャパン株式会社 様（クラウド化）
- ・マルコメ 株式会社 様（クラウド化）

ロイヤルカスタマー【利用範囲拡大 受注】

- ・株式会社 ニップン 様（利用部署・ライセンス拡大）
- ・株式会社 ミルボン 様（利用部署・ライセンス拡大）
- ・株式会社 ワールド 様（データ統合/利活用・ライセンス拡大）

VoC DX

新規顧客【クラウド受注】

- ・佐藤製薬 株式会社 様

新規顧客【クラウド導入】

- ・フジッコ 株式会社 様
- ・株式会社 フジテレビジョン 様
- ・株式会社 ヤオコー 様

視聴者の声 DX

店舗サポートDX

*五十音順

■ マーケット開拓

Q3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・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、来期において成果創出見込み）

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、Q4より削減効果が段階的に出始めており、来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	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	<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>	年換算 約4百万円 の削減効果
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	年換算 約100百万円 の削減効果
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	年換算 約4百万円 の削減効果

1 事業概要

2 2023年3月期 通期および第4四半期サマリー

3 2023年3月期 通期および第4四半期業績

4 2024年3月期 事業方針と業績見通し

5 中期成長戦略・進捗状況

6 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）

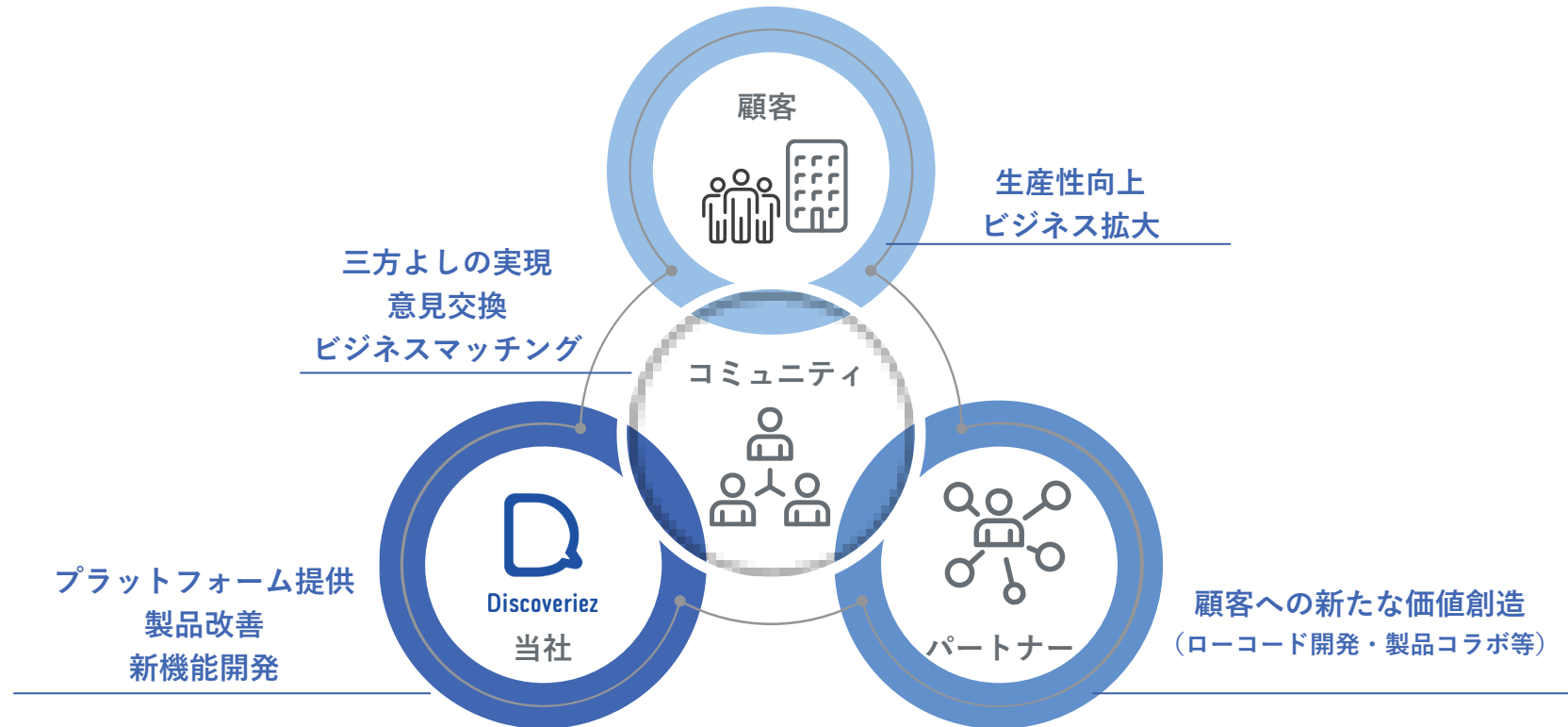


プロダクト開発部・ソリューション部 専任

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

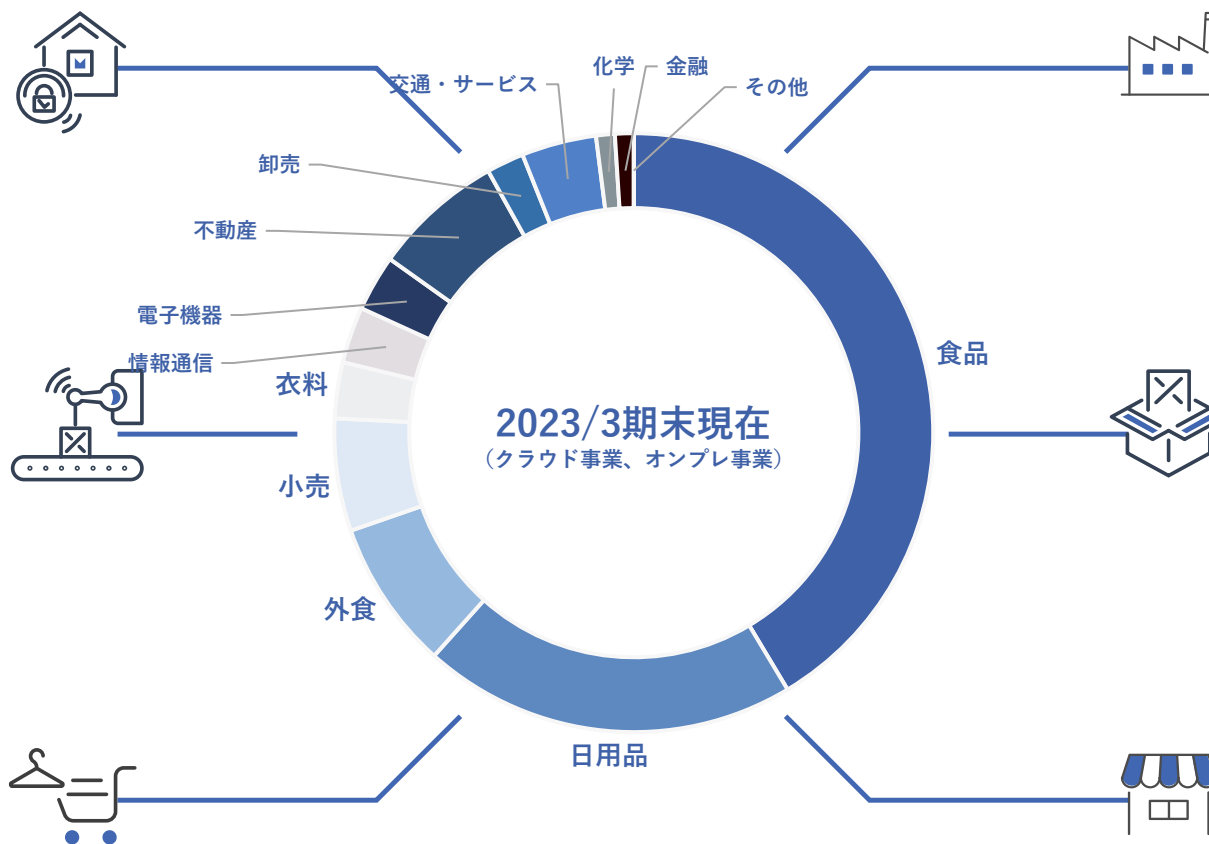
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

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



Media



ライト版



ステークホルダーDXプラットフォーム

Discoveriez

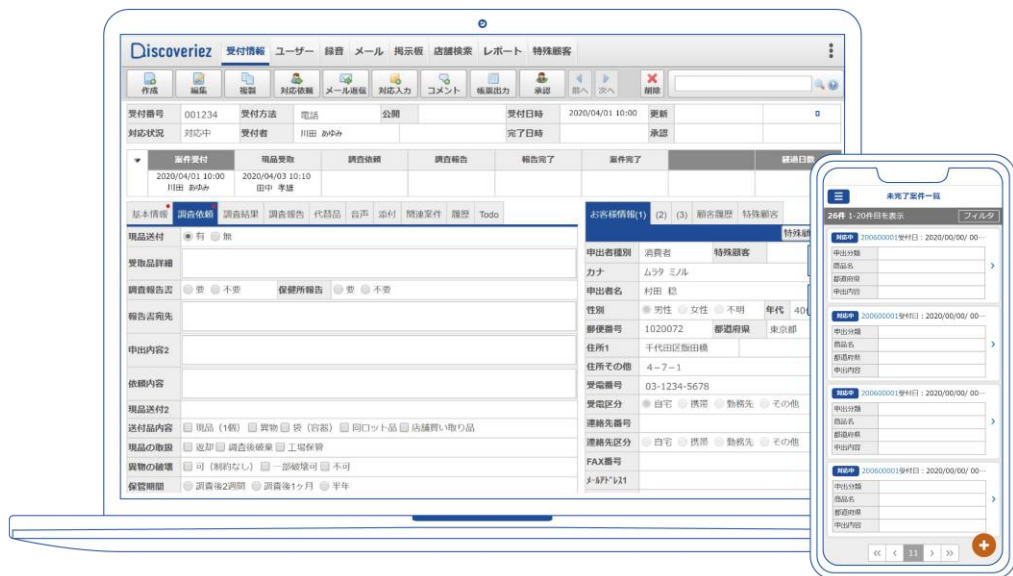
情報連携・情報一元化、検索・分析に優れたクラウドサービス
各組織での業務効率化、情報利活用を促進

<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

オプション機能

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

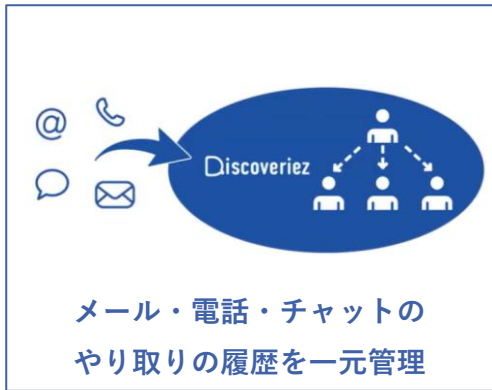
CTI
連携

オムニチャネル
対応

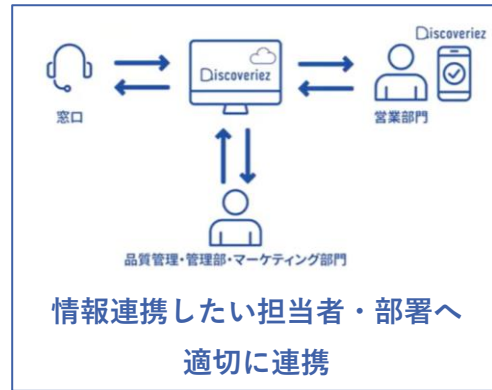
CRM他
システム連携



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月期通期および第4四半期サマリー



売上高YoY約+31.1%・クラウド事業の累計MRR*₁はYoY約+83.6%の成長率

ストック売上比率は約52.1%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

+31.1%

売上高

647 百万円

ストック売上比率*₂

52.1%

ストック売上

322 百万円

クラウド累計MRR*₁
成長率(YoY)

+83.6%

月次解約率*₃
(過去12か月平均)

0.28%

*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

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し、顧客満足度を維持しながら50%を超えるストック型売上へ移行。更なるストック収益拡大を目指す

テーマ

対応方針・状況

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52.1%）を超えるストック収益へ移行完了
- ・低解約率（現在0.28%）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、コストマネジメントの強化
- ・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

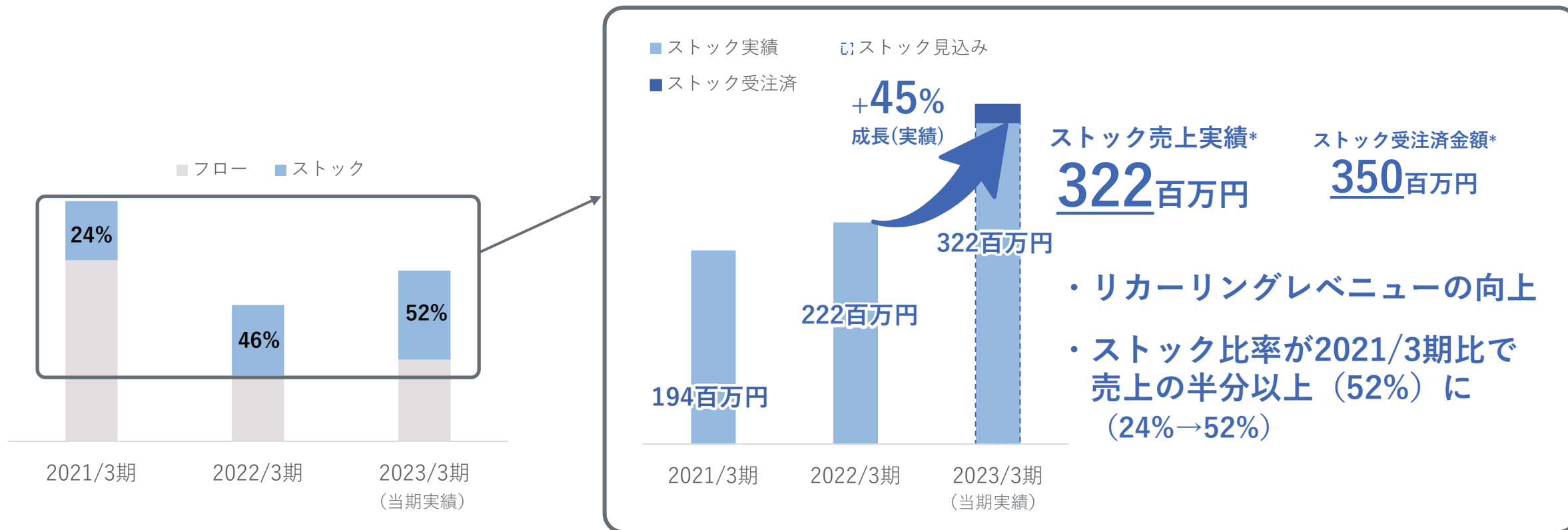
新規事業領域は
販路拡大フェーズへ

- ・新規マーケットであるDiscoveriez ライト版は、利用シーン拡大に貢献
- ・コストマネジメント強化による成長マーケットへの投資を実施

2023年3月期の成長実現性について

売上構成をフロー型からストック型への移行を実施し、将来の安定収益としてストック数字としてYoY+45%成長の322百万円を計上。フローを含む売上高は647百万円で着地

<2023年3月期成長実績>



2024年3月期以降の成長イメージ、実現性についての詳細は2023年6月末の「事業計画および成長可能性に関する事項」にて開示予定

* クラウド事業及びオンプレ事業を含む

03

2023年3月期通期および第4四半期業績



売上高は、**クラウドMRR**の力強い成長（YoY**+83.6%**）により、YoYで**+31.1%**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

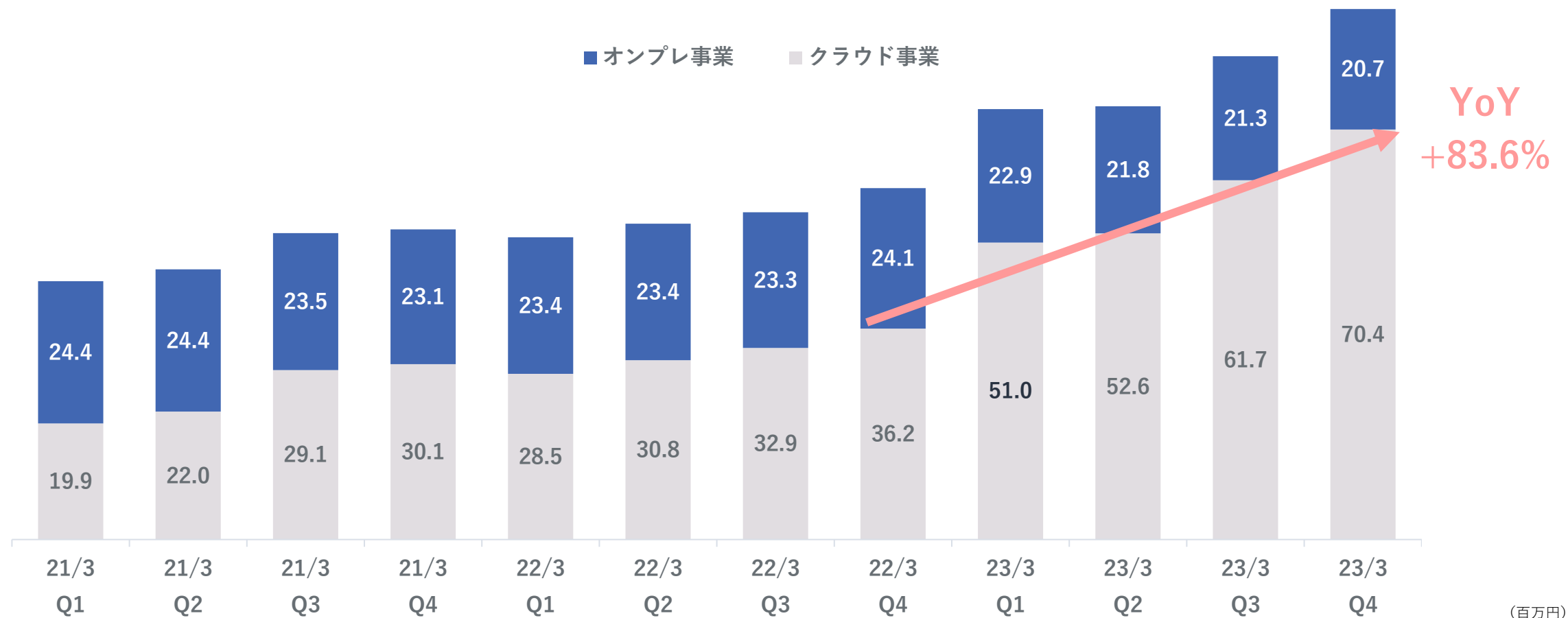
	2023年3月期 通期実績 (A)	2022年3月期 通期実績 (B)	対前年 同期増減 (C)=(A)-(B)	対前年 同期比 (D)=(A)/(B)-1	2023年3月期 通期予想*
売上高	647	493	+153	+31.1	650
売上総利益	295	187	+107	+57.2	300
販売費および一般管理費	547	570	△22	△4.0	560
営業損失 (△)	△252	△382	+130	—	△260
経常損失 (△)	△242	△387	+144	—	△250
当期純損失 (△)	△296	△423	+126	—	△302

* 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)

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+83.6%**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*

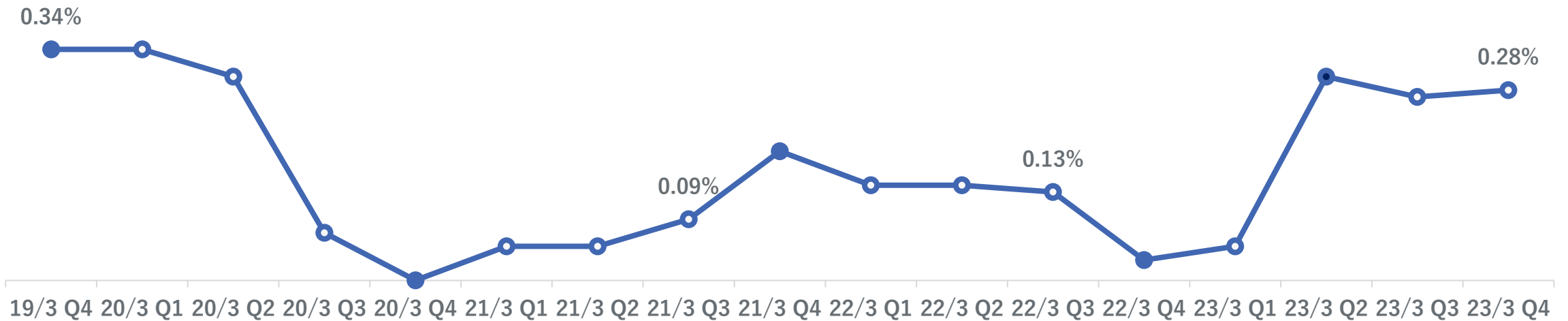


* 小数第2位を四捨五入

月次解約率の推移

過去12か月平均の月次解約率は0.28%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

04

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

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	—	—
当期純利益/損失 (△)	—	△296	—	—

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/サービスのテコ入れと
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

ステークホルダーと顧客価値共創を目指す取り組み「SRM Design Lab」を開設

【開設背景】

BtoB企業、BtoC企業を問わず、企業におけるステークホルダーが“一対多対多”の関係でビジネスが構成されていることが多い日本では、顧客対応に関する情報連携が様々なシーンで求められ、複雑な業務フローを組まざるを得ない状況が課題



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、顧客をはじめとしたステークホルダーの皆様と共に考えることで、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造につながるパートナーと連携した共創/伴走型の取り組み「SRM Design Lab」を開始

報道関係各位

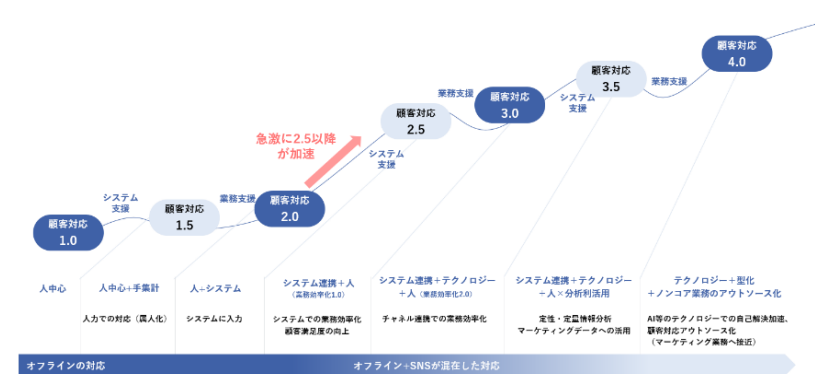
2023年4月3日
株式会社ジーネクスト

ジーネクスト、ステークホルダーと顧客価値共創を目指す取り組み「SRM Design Lab」を開設

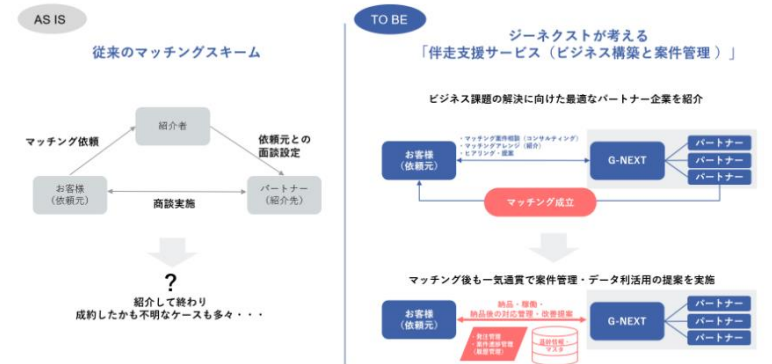
取り組みの第一弾として、ビジネスマッチング〜データ活用までを一貫通貫で支援するサービスを開始

株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：横治 祐介、証券コード：4179、以下「ジーネクスト」）は、顧客をはじめとするステークホルダーと連携し、顧客価値の共創を目指す取り組み「SRM（ステークホルダー・リレーションシップマネジメント）Design Lab」を開始したことを発表しました。

<ご参考：顧客対応のフェーズ分類>



<「伴走支援サービス」の提供イメージ>



日本経済新聞（プレスリリース掲載）2023年4月3日
（掲載URL：https://www.nikkei.com/article/DGXZRSP652355_T00C23A4000000/）

05

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

2024年3月期以降の成長イメージ、実現性についての詳細は2023年6月末の「事業計画および成長可能性に関する事項」にて開示予定

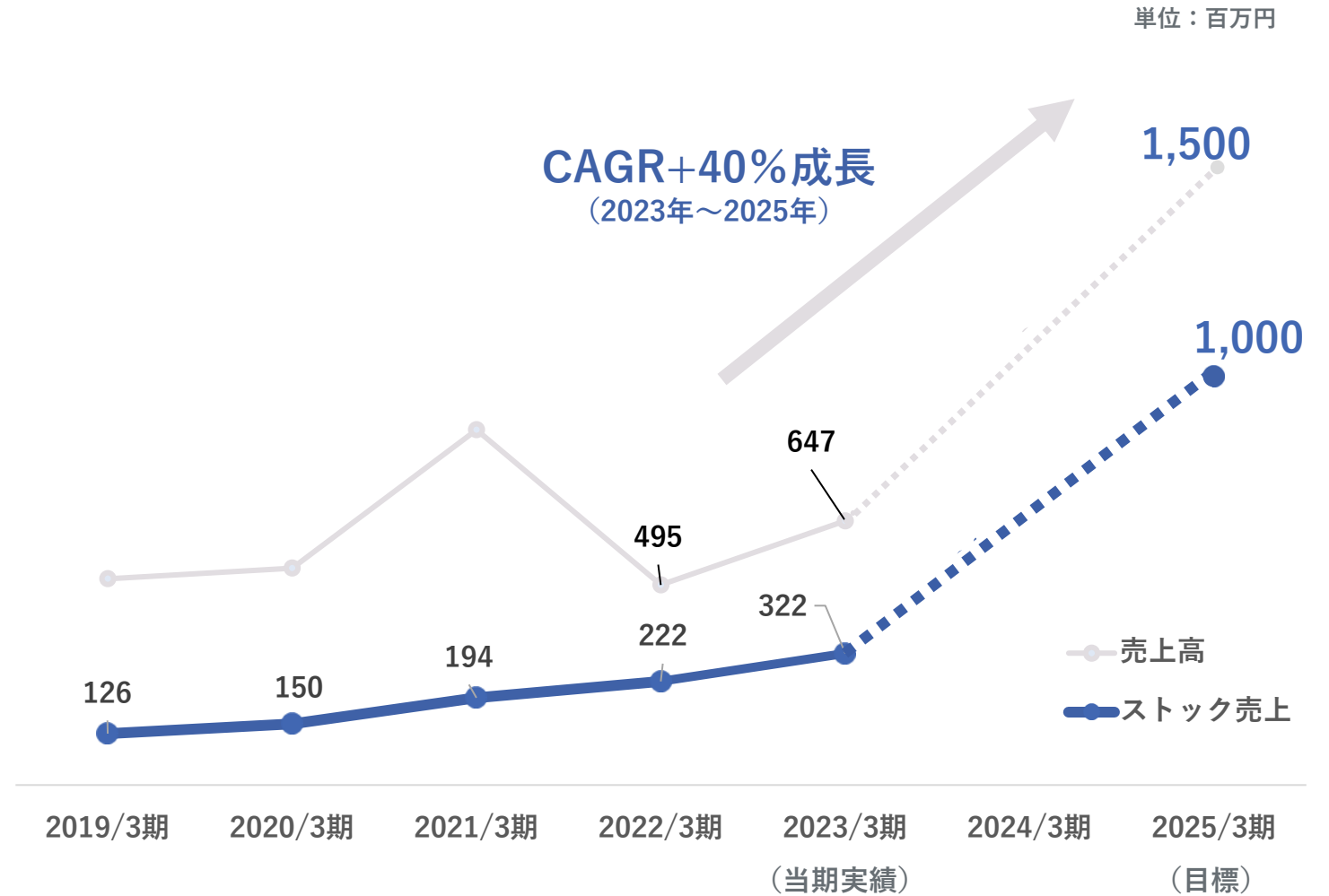
中期成長計画（FY23～25年3カ年計画）達成に向けて

2024年3月期以降の成長イメージ、実現性についての詳細は2023年6月末の「事業計画および成長可能性に関する事項」にて開示予定

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

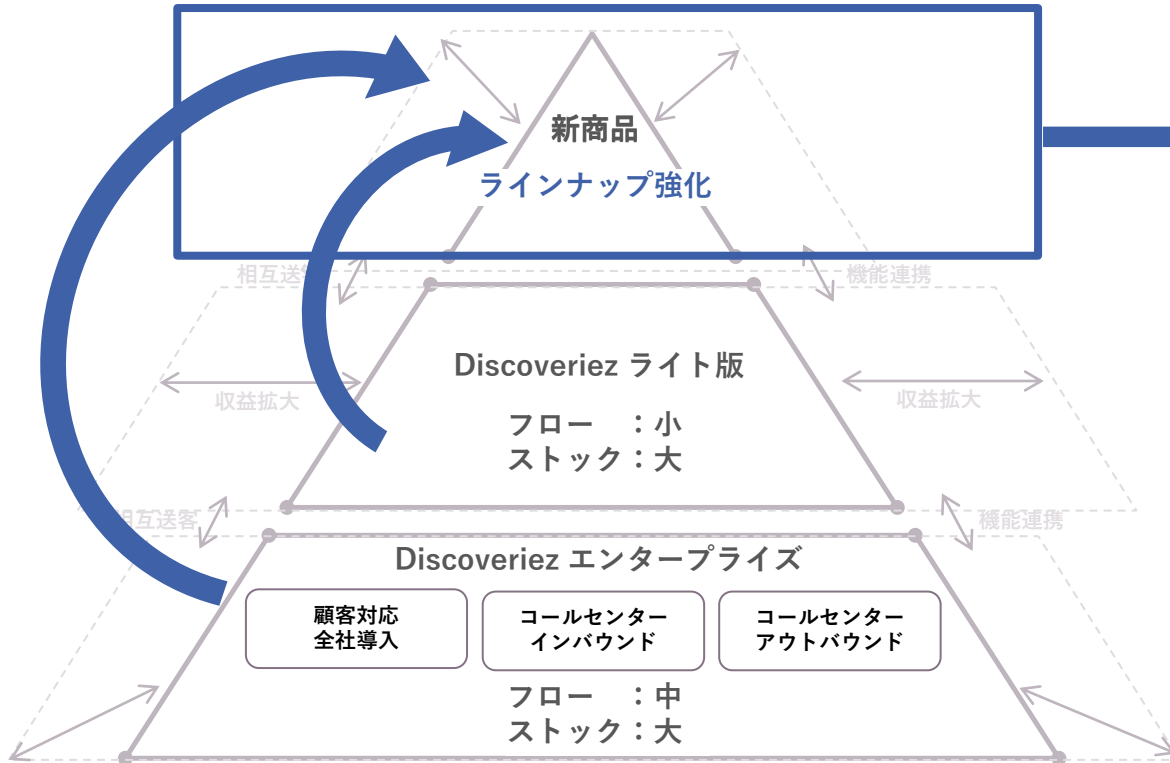


* 既存事業の成長率や新規事業の立ち上がり等を考慮し、より有用かつ合理的な情報提供を行う観点から、レンジ方式による売上高予想開示を採用しております。

<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・進捗

2023年3月期通期およびQ4実績&進捗

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を継続	▶ 50%を超える収益を ストック型へ移行 ストック比率*1 52.1%	▶ オンプレからクラウドへの 置き換え推進 クラウド比率*1 80.2%	▶ 低解約率の継続 解約率*2 0.28%
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	▶ 販売パートナー網の拡大 販売パートナー 11 社 (累計)	▶ 導入パートナー網の拡大 パートナー経由 9 件(累計)	▶ プロダクトパートナーとの 協業拡大 CTI/チャット/その他SaaSを 中心に連携強化中
3	Discoveriezの機能改善・ 新規事業開発への投資	▶ SaaSモデルとしての提供 体系の確立 提供体系の見直し 導入期間短縮化の実現	▶ 新規マーケットの獲得 (ライト版の昇華) システム×BPOでの BPOマーケットの進出	▶ 収益貢献する機能改善、 新規事業開発 利用シーン拡大、 パートナー向け機能の拡充

*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

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"> ・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 	引き続き、順調に進捗	<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
コンタクトセンター	<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 	継続して将来収益に寄与する兆しあり	<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）
新規事業・その他	<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 	一部、不調領域はあるものの、順調	<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）
マーケティング方針	<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 			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

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

コンタクトセンター向け

- ・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

他部門利用向け

- ・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

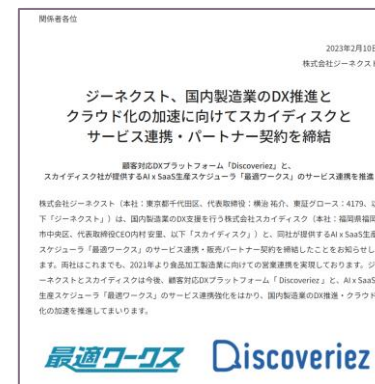
マーケティング データ利活用向け

- ・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)

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



GMOトラスト・ログインと連携開始



Discoveriezで情報の分断を解決するサポート体制を構築 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



Amazon Connect



BIZTEL



CT-e1
SaaS

日本アパイア



kore.ai



GENESYS™
Partner



media4u



omnis

etc...

BI/分析系



Amazon QuickSight



+ableau




見える化エンジン




YOSHINA

etc...


Database/ETL



earlyworks
System development




trocco




make

etc...


Chat




kore.ai




MOBILUS



LINE AiCall



slack



そらいろ

etc...

業種別SaaS



CLOUDSIGN



ジョブカン



GMO
トラスト・ログイン



SKYDISC



Realize Customize Maximize
TRIPLEIZE



HENNGE



BPM

etc...

06

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

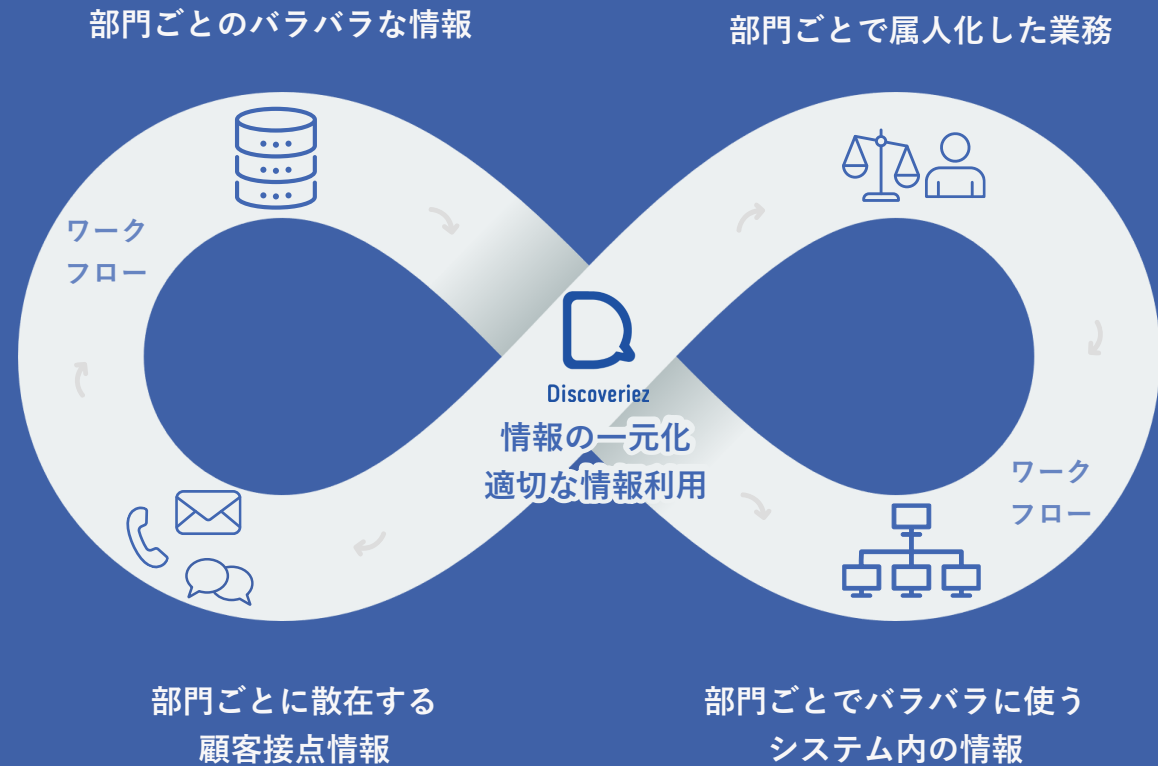
の**一元管理**ができ、加えて、

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。

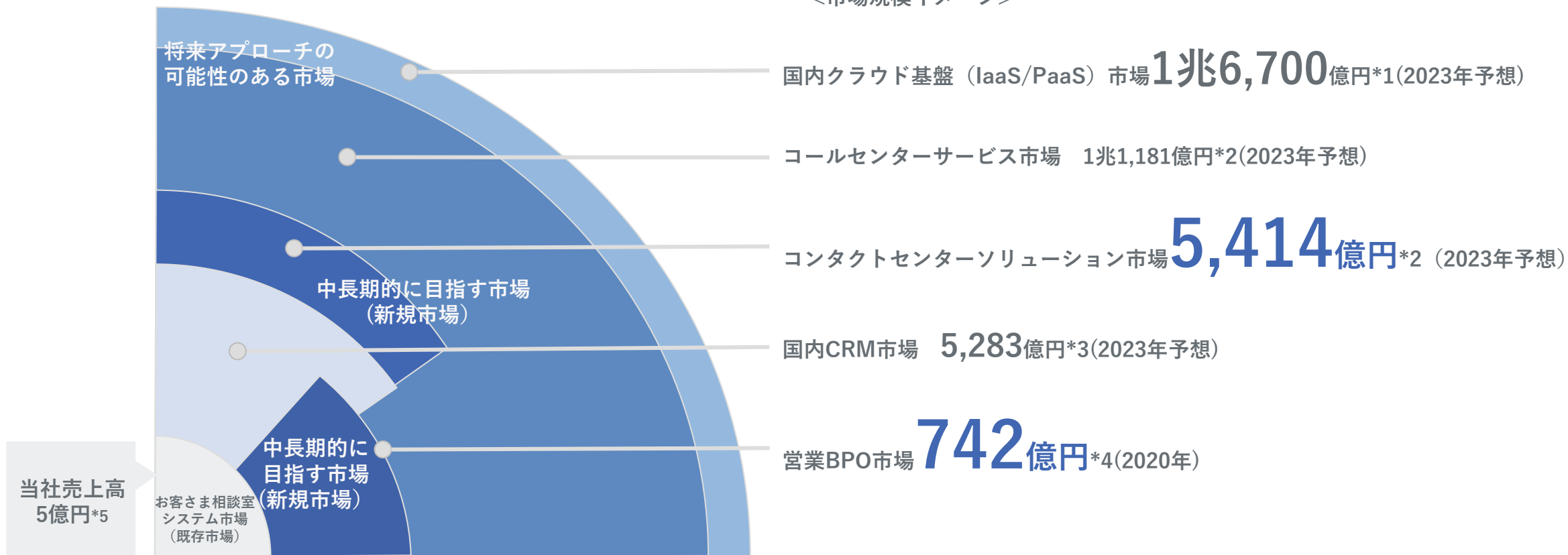
また、各機能を「ブロックのパーツのように」
組み合わせができるため、ノーコード/ローコードで
の設定を実現。
より短期間での利用開始を可能とします。

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

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