

G-NEXT

2025年3月期

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）

2024年6月26日



当社は、現在、2024年5月28日付け「代表取締役の異動および役員人事に関するお知らせ」でもお知らせの通り、2024年7月1日以降の当社提案の新経営体制に向けて、スタートを切っております。

今後は、当社提案の新経営体制による「経営の安定化」や「早期の収益化」を最重要施策として考え、株主の皆様に向けて更なる業績の向上や資本政策等の充実を図ってまいりたいと考えております。

2024年6月14日付け「当社第23期定時株主総会に係る修正動議案に対する当社取締役会の意見に関するお知らせ」にて意見表明させていただいております通り、内部管理体制やガバナンスの強化、そして企業価値の向上に向け、当社提案の新経営体制に加え、各分野での専門家、従業員、パートナーとともに体制の強化を図ってまいります。

新生「ジーネクスト」のスタートを2024年7月1日から切れるよう、経営基盤を一層強化し、当社の企業価値ひいては株主共同利益の向上を図っていきます。

改めて、新経営体制が2024年6月28日の当社第23期株主総会にて確定次第、2026年3月期以降の新中期経営計画および事業計画の更新に関しても、2024年7月1日以降、速やかに発表させて頂けますと幸いです。

株式会社ジーネクスト
代表取締役 三ヶ尻 秀樹

1 事業概要／サービス概要

2 中期成長計画（FY23～25年3カ年計画）の振り返り

3 2025年3月期の見通しについて

4 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.]

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	6億5,261万円
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）



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

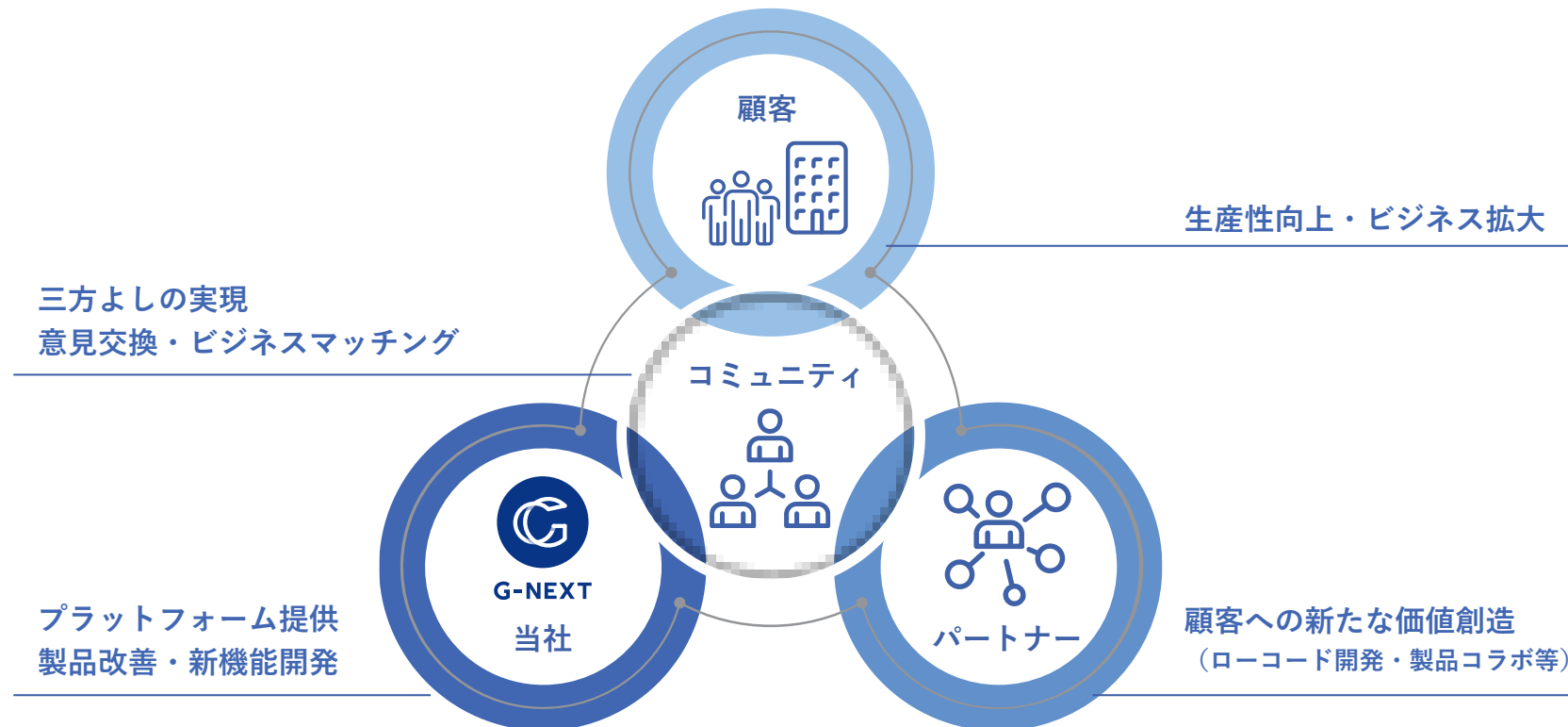




ビジネス現場に革命的な
「楽」をつくる

“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

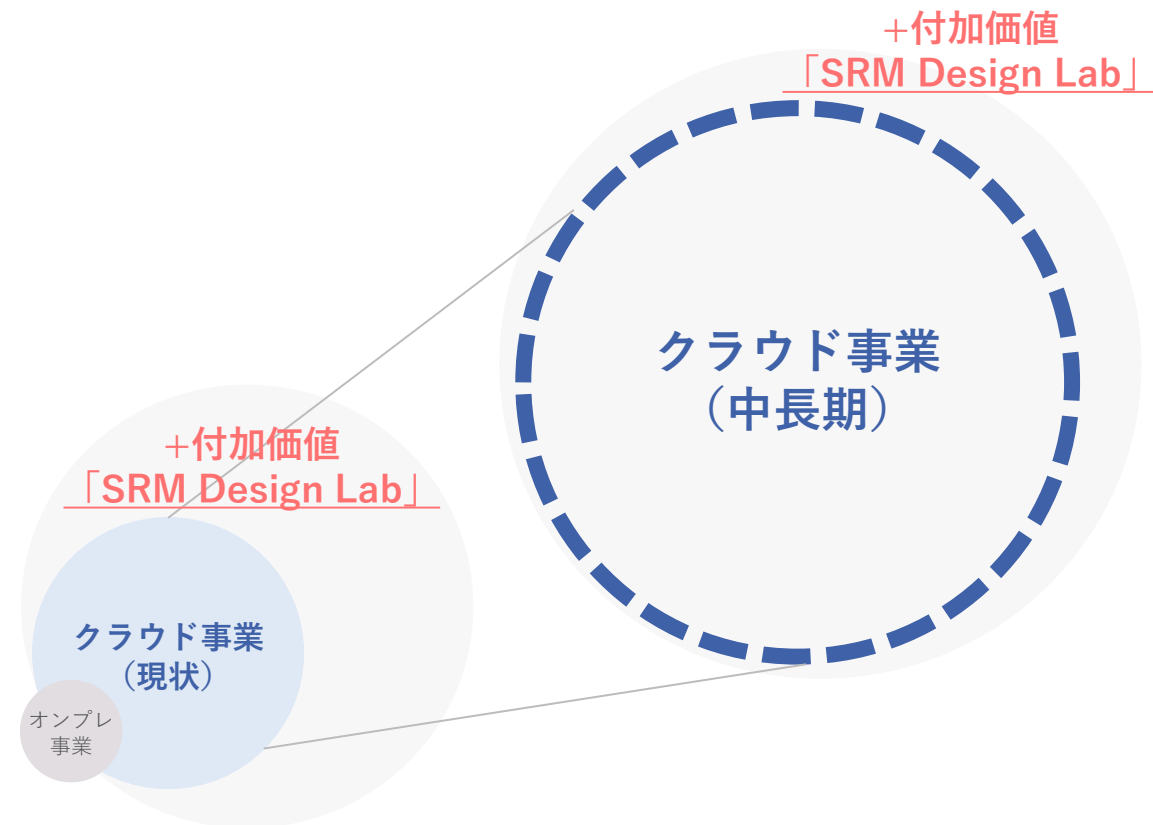


*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

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」
- ・顧客価値共創型プロジェクト「SRM Design Lab」

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

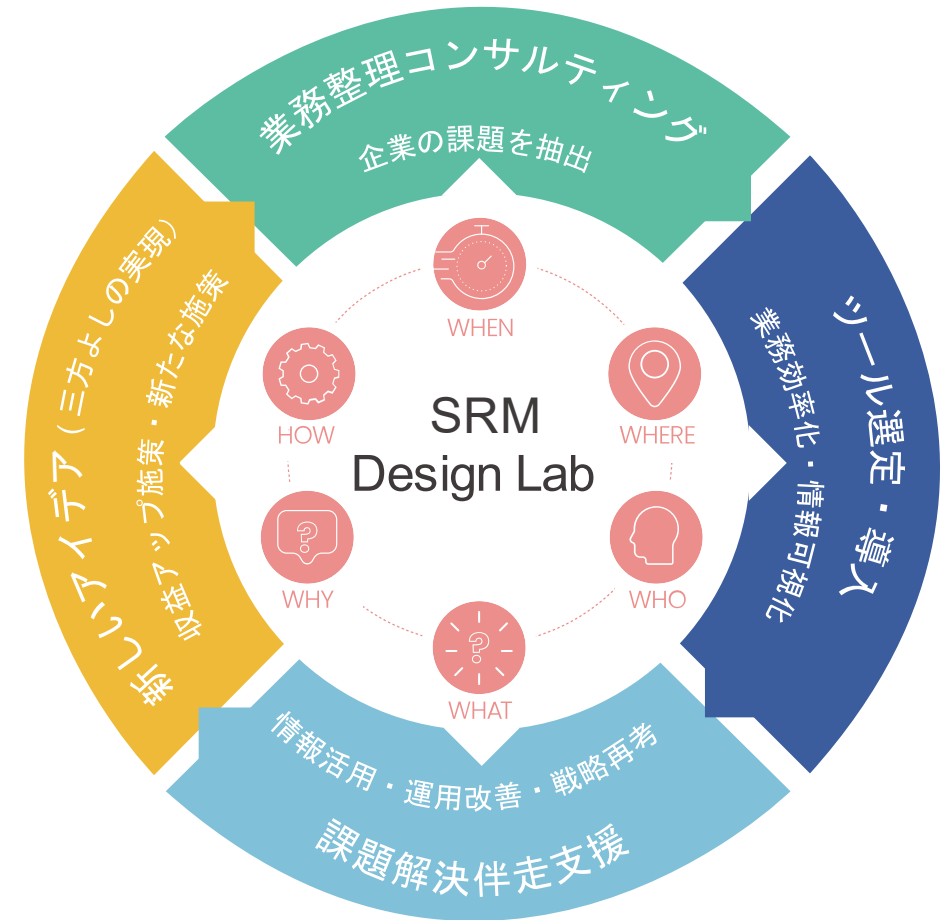
* ユーザーの施設の構内に機器を設置してシステムを導入・運用すること

当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

ステークホルダーと顧客価値(カスタマーバリュー)の創造につなげる 共創型の取り組み「SRM Design Lab」

業務効率化・収益アップ・競争力強化における
IT戦略企画～運用後も含め、継続的に伴走型でご支援します

SRM Design Labは、
創業以来、顧客対応システムに取り組んできたジーネクストの経験をもとに、
顧客価値創造を実現するために、客観的な視点で業務フローとシステムフローを
整理し、企業における本質的な課題解決に向けた仕組み作りを伴走支援する
サービスです。

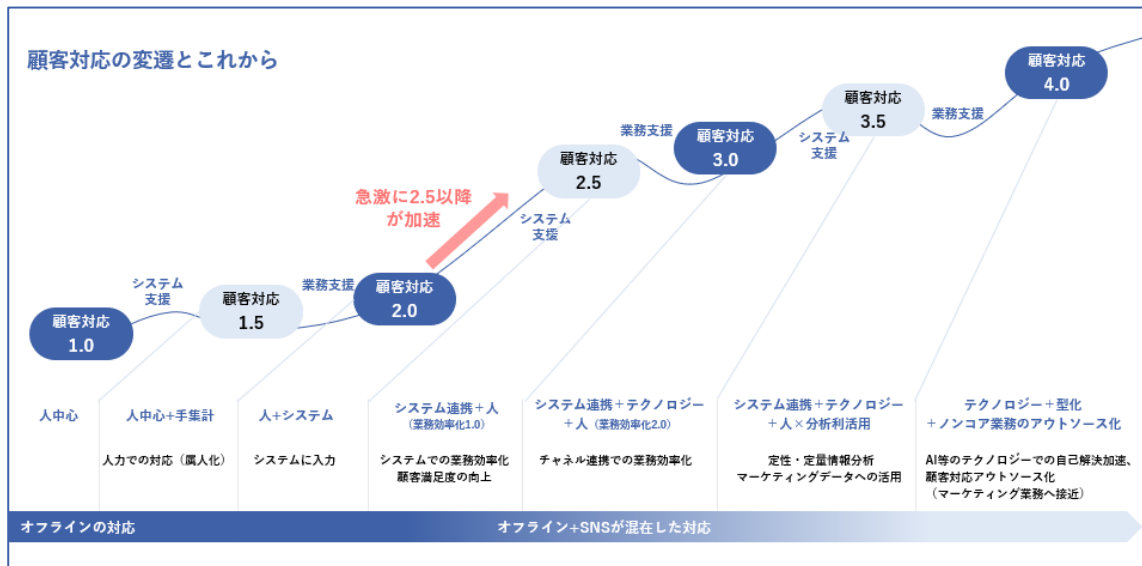


当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

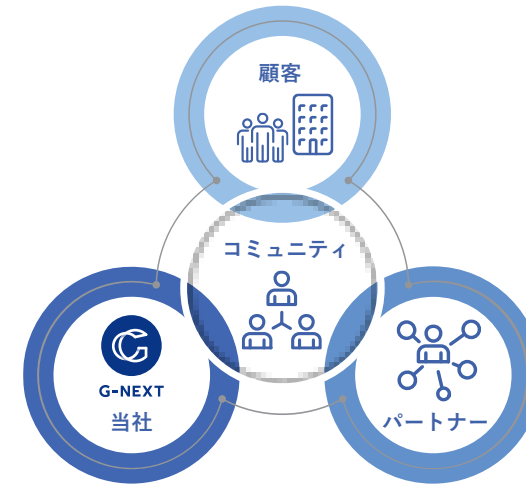
より多くの生活者やクライアント様の「声」の収集とそれらの企業活動への利活用を、
ステークホルダーと共に考え、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造につなげる

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

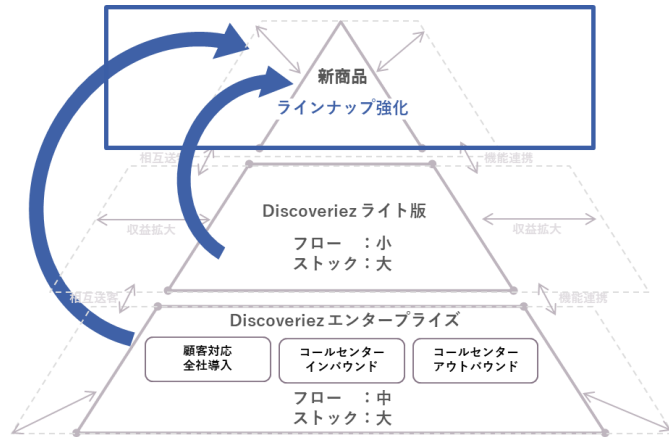
顧客対応の課題や生活者の声の収集に関する情報発信・共有の場の創出

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>

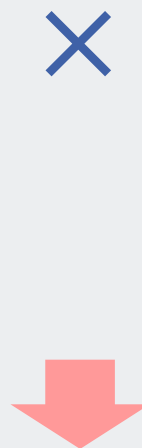
ライト版受注件数増加・利用シーンが拡大したことにより、課題解決の範囲も広がる



<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

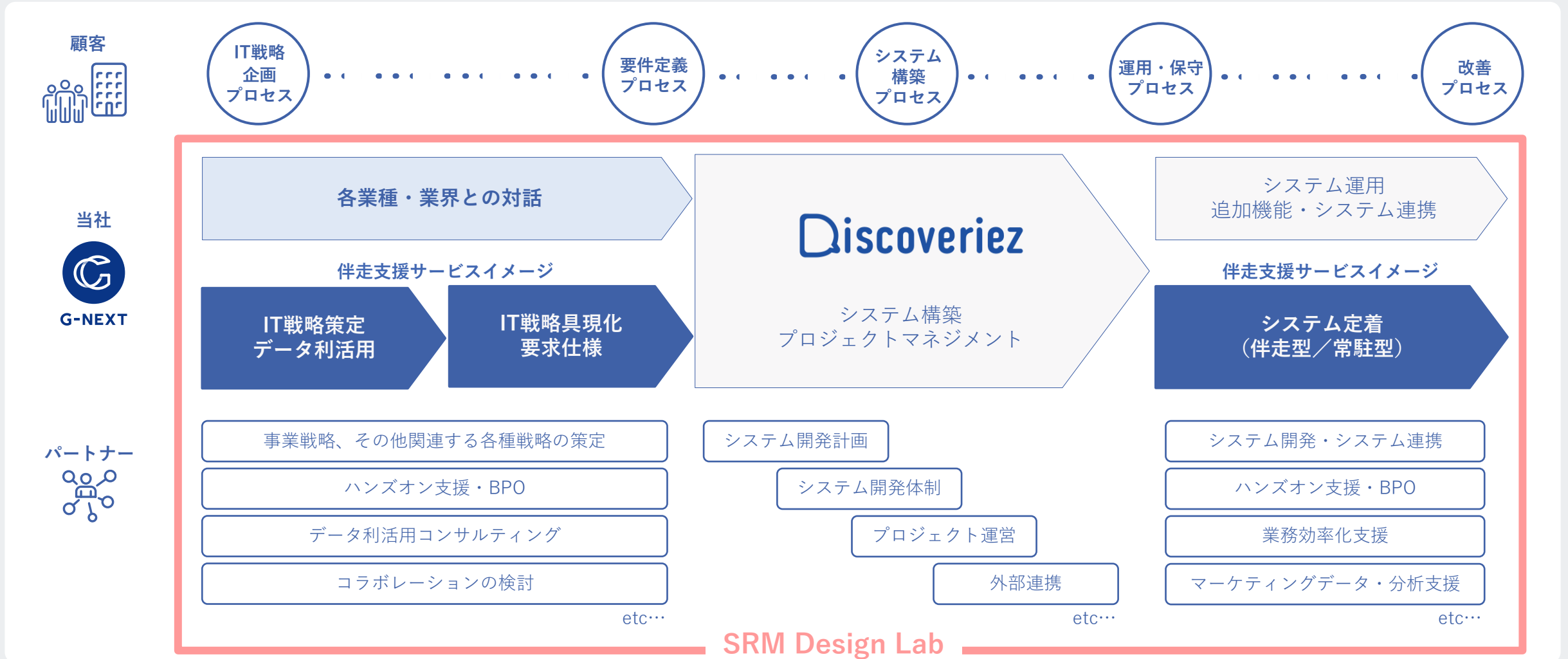
パートナーとのコラボレーション領域



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

「SRM Design Lab」 対応領域

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 事業進捗状況

SRM Design Labを発表後、Discoveriezでのプロダクトレベニューに加え、SRM Design Labにおいてサービスレベニュー獲得により、マーケット全体からの収益獲得、収益力強化を実現

報道関係各位

2023年4月3日
株式会社ジーネクスト

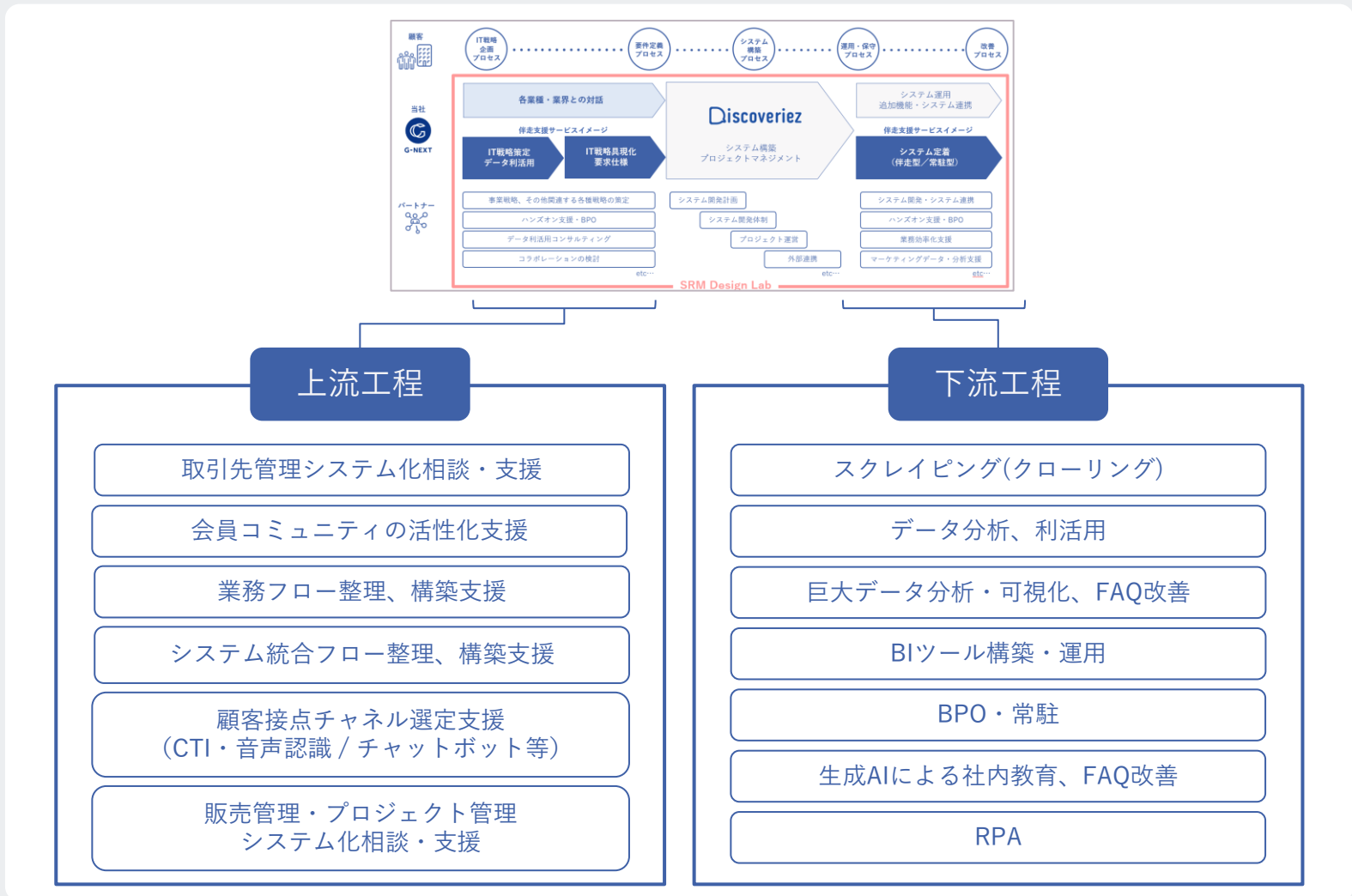
ジーネクスト、ステークホルダーと顧客価値共創を目指す取り組み「SRM Design Lab」を開発

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気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。

<プロジェクト開始の背景>
ジーネクストでは、顧客対応窓口をはじめとした、企業を取り巻くステークホルダーのDXを支援するプラットフォーム「Discoveriez」を自社開発・提供しており、現在では、国内大手企業をはじめ、様々な業種の企業に導入されています。
「Discoveriez」をご利用のクライアント様が主領域とする顧客対応業務は、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ており、人が中心となる顧客対応フェーズ（顧客対応1.0）を起点に、人・システム・テクノロジーの連携により業務効率化を実現した顧客対応フェーズ（顧客対応3.0）、近年では、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（顧客対応4.0）が登場するなど、その種類は益々多様化しています。それに伴い、顧客対応における企業課題も、複雑化・多様化しつつあります。

<ご参考：顧客対応のフェーズ分類>



SRM Design Lab 生成AI活用に関連する取り組み状況について

ジーネクスト、生成AIを活用した顧客業務効率化支援する「Discoveriez AI」を発表 クライアントとの実証実験を経て、今後半年間で新機能を段階的にリリース予定


News Release
関係者各位

2024年6月25日
株式会社ジーネクスト

ジーネクスト、生成AIを活用した顧客業務効率化支援する「Discoveriez AI」を発表

クライアントとの実証実験を経て、今後半年間で新機能を段階的にリリース予定

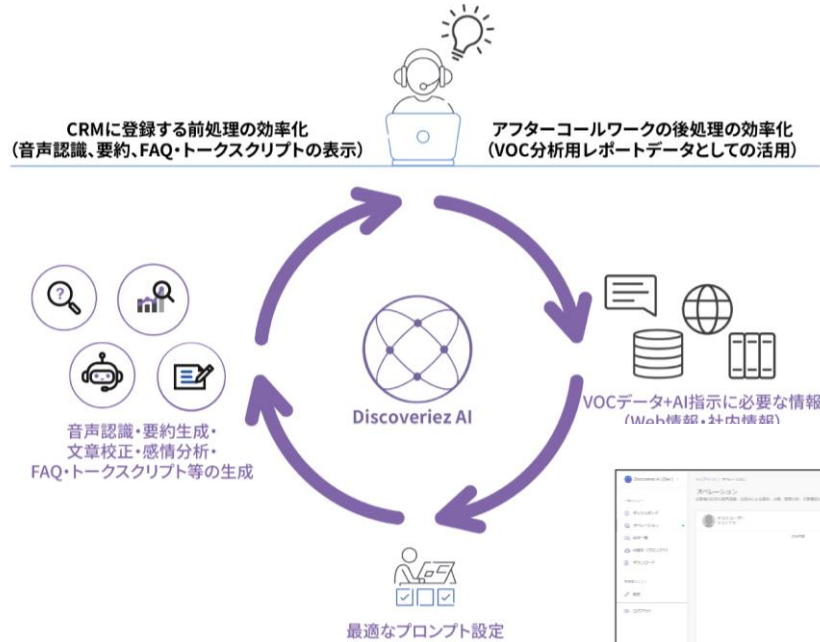
株式会社ジーネクスト（本社：東京都千代田区、代表取締役：三ヶ尻 秀樹、証券コード：4179、以下「ジーネクスト」）は、生成AI（人工知能）を活用し顧客対応における作業負担の軽減・業務効率化およびVOC活用を支援する新サービス、「Discoveriez AI」を開始します。



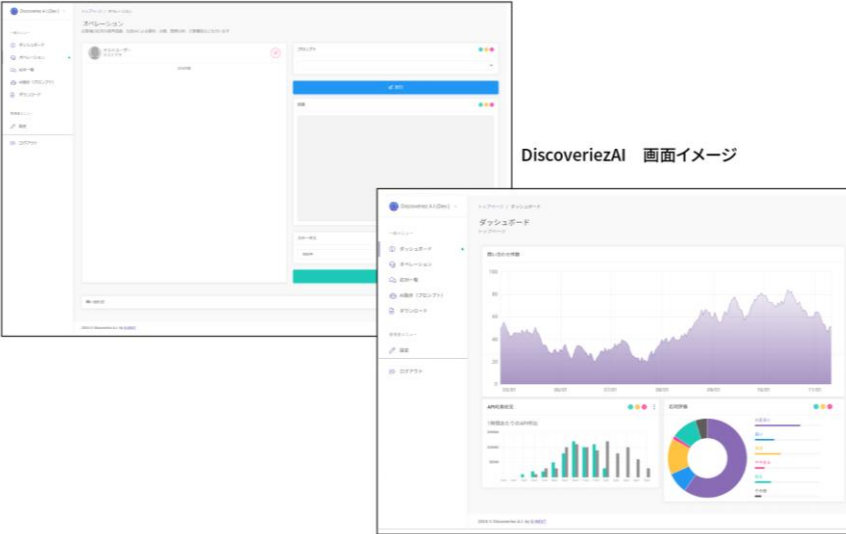
The diagram shows Discoveriez AI at the center, connected to four main functions: 音声認識・要約 (Voice Recognition & Summarization), 感情分析 (Sentiment Analysis), FAQ・トークスクリプト (FAQ & Scripts), and VOCデータ分析・活用 (Sales & Marketing). It also includes sub-functions like 問い合わせ内容自動分類 (VOC, Claims) and サジェスジョン、ヒアリング (Suggestions, Listening).

ジーネクストでは、顧客対応窓口をはじめとした、企業を取り巻くステークホルダーのDXを支援するプラットフォーム「Discoveriez」を自社開発・提供しており、製造業・小売業といった企業様へ多く導入いただいておりますが、対応時間の短縮および顧客データの正確な管理をも取られる一方、人材不足といった大きな課題解決が顕在化しております。

これらの課題を解決するために、生成AIを活用し、コールセンターのDX化を推進し、より人材活用を最適化する「Discoveriez AI」としてサービス化します。



The workflow diagram shows a cycle: 音声認識・要約生成・文章校正・感情分析・FAQ・トークスクリプト等の生成 (Voice recognition, summarization, etc.) -> Discoveriez AI -> VOCデータ+AI指示に必要な情報 (Web logs, etc.) -> アフターコールワークの後処理の効率化 (VOC analysis report data utilization) -> 最適なプロンプト設定 (Optimal prompt setting) -> back to the start. It also includes CRM pre-processing efficiency.



The screenshot shows the Discoveriez AI dashboard with various charts and data visualizations, including a line graph for VOC trends and a pie chart for analysis.

Discoveriez AI 画面イメージ

生成AIを活用した業務効率化支援、Discoveriezのオプション機能として提供するための効果検証（PoC）を既存クライアントを中心に開始。ビジネスの現場へ「Discoveriez AI」による革命的な「楽」を提供

<課題解決に向けたPoC（効果検証）手法>

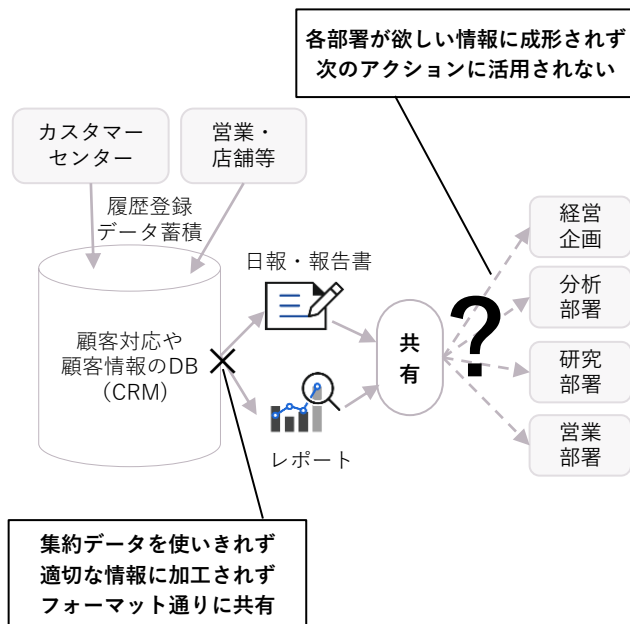


<当社が解決したい課題と解決策>

- (1) 顧客対応における作業負担の軽減、業務効率化支援
 - ① 音声のテキスト自動化と要約（音声認識による顧客対応の自動化）
 - ② 顧客対応における自動分類と最適なトークスクリプト（マニュアル）の提案
 - ③ 顧客対応入力業務の自動化
- (2) AIを活用したVOCの拡張化

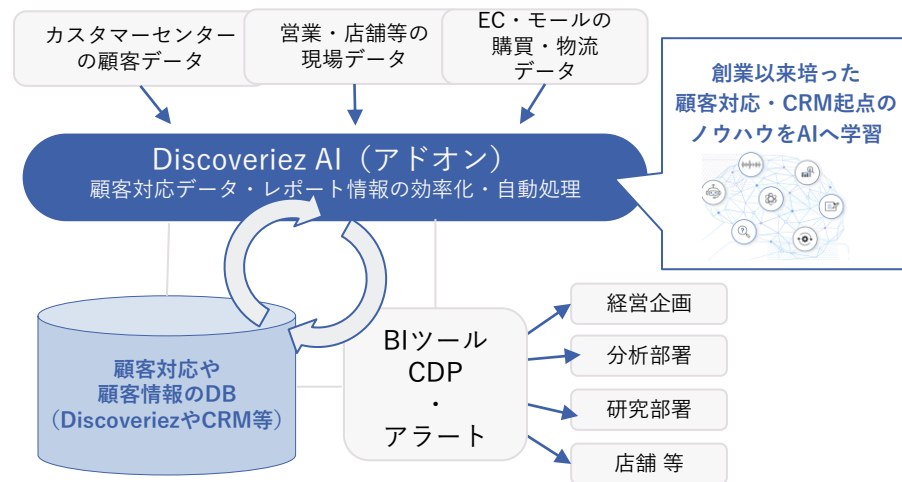
As-Is

顧客対応や顧客情報の収集データをそれぞれの部署が希望するレポートにできず、結果として、活用されず次のアクションまでつながらない。



To-Be

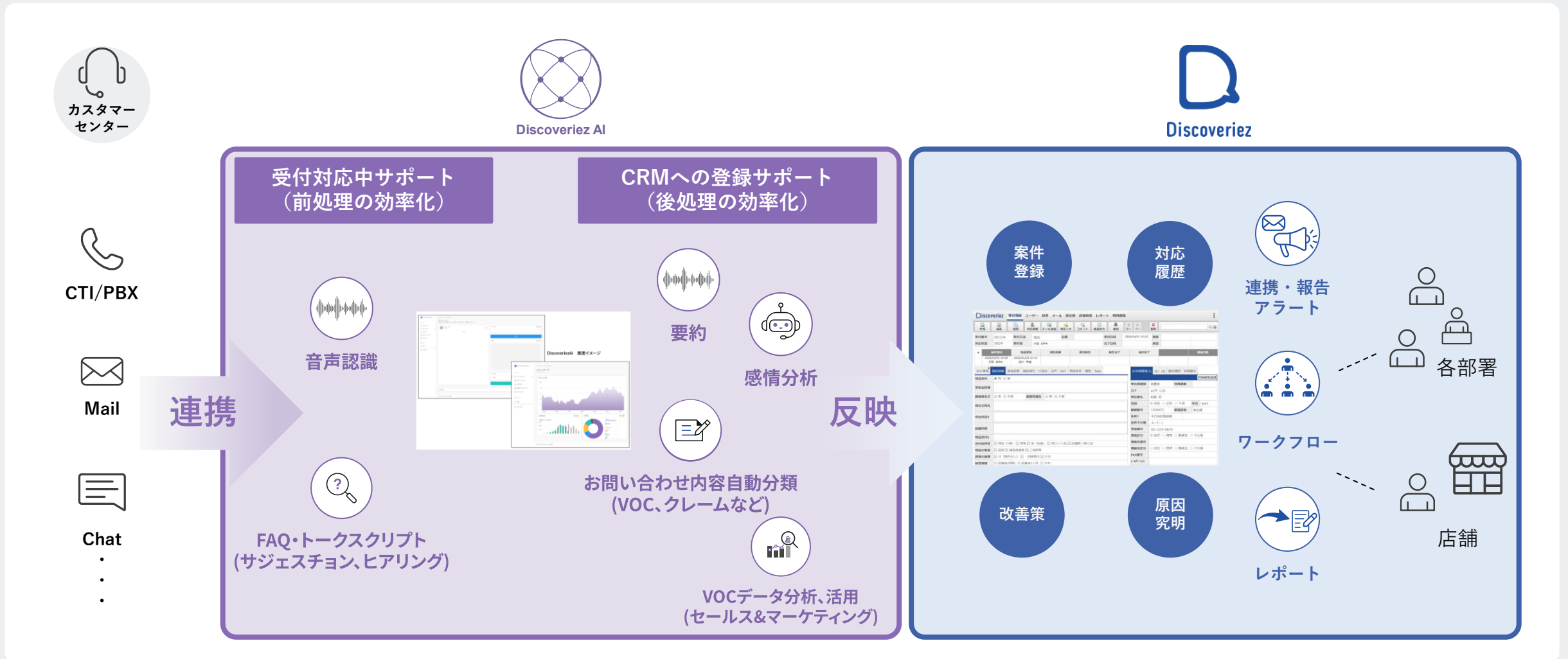
情報のデリバリーを考慮したデータを効率的に収集し、各部署が欲しいタイミングで欲しい情報が行き渡ることによって次のアクションを促すことを実現



AI活用による半自動化実現により、人による手作業を削減

ロイヤルカスタマーを中心に、大手食品メーカー様や流通小売業様へのPoCを開始予定

オペレーターの迅速な回答、対応時間の短縮（ACWにかかる時間を大幅に削減し省人化） および顧客データの正確な管理を実現。Discoveriezとの連携も段階的に実装予定。



カスタマーセンターの構築、システム導入から、導入後の改善提案まで一気通貫で対応し、新たなマーケット開拓の下支えや、顧客対応における業務品質の向上を実現

<提供ソリューション>



伴走支援サービス

×



サイト修繕支援

<解決アプローチ>

上流支援～Discoveriez導入

顧客対応の戦略立案・構築

Discoveriez導入



データ分析、利活用

スクレイピング(クローリング)

FAQ改善



下流支援

カスタマーセンター運用最適化

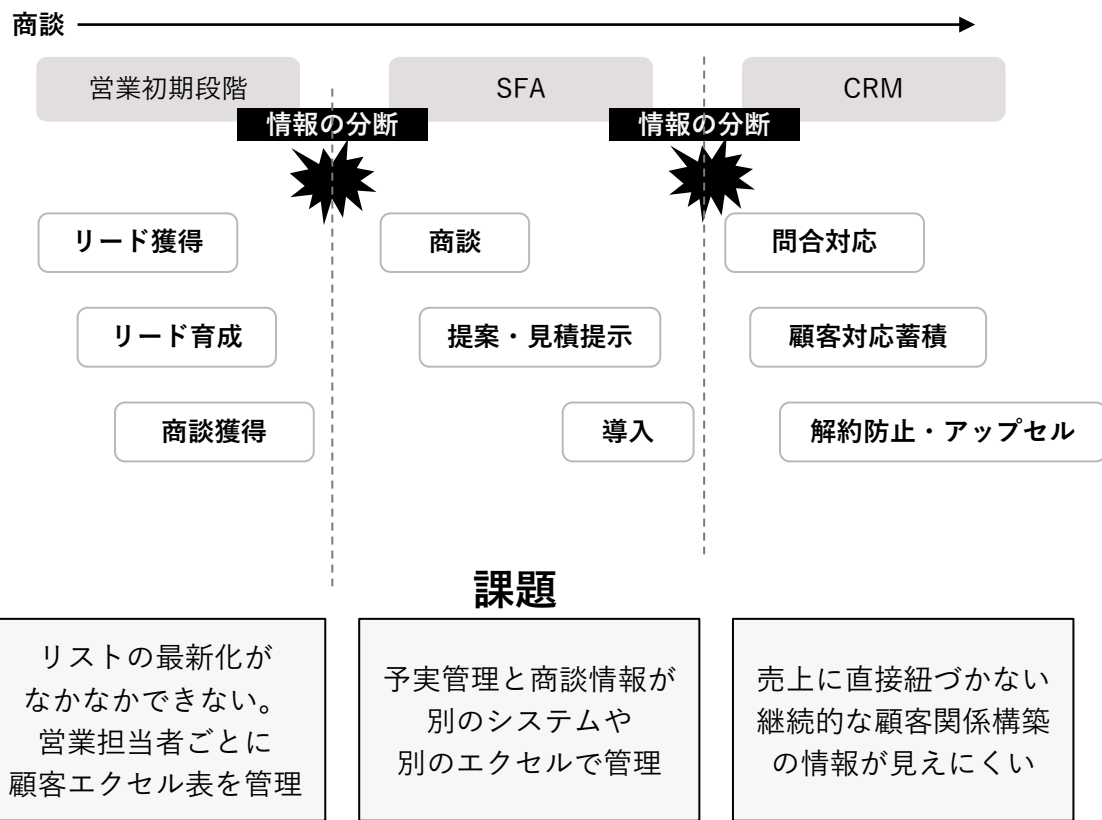
システムとBPOコールセンターのあるべき姿の設計を行い、Discoveriezの導入とカスタマーセンターの構築を実現。

Discoveriezに蓄積したVOCデータ（3年分）のクローリング作業および、商品単位、問合せ単位での傾向値の解析を実施。クライアント様は、その情報をもとに、ホームページの「よくある質問」のFAQページ改修の素材として活用。点在していた情報を整理し、より使いやすいWebサイトへの進化を支援。

自社ECサイトを立ち上げるため、より専門性の高い対応ができるBPOの切り替えを検討。

As-Is

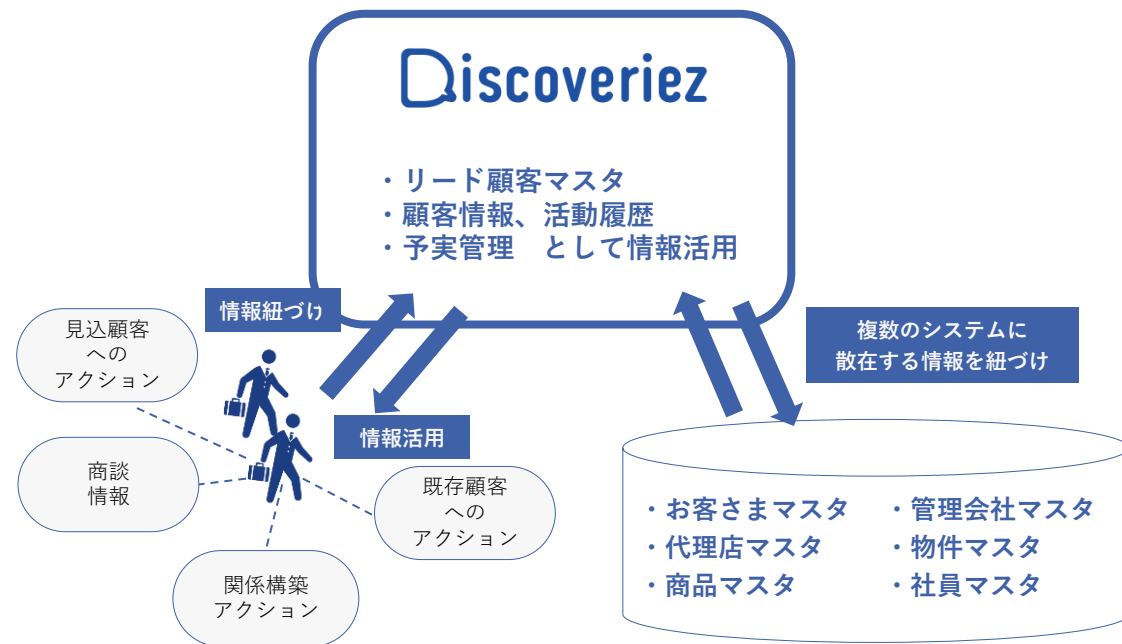
営業ツールが部分最適化されており、複数サービスの横並びでの他の営業担当者の活動履歴が取得しにくい



To-Be

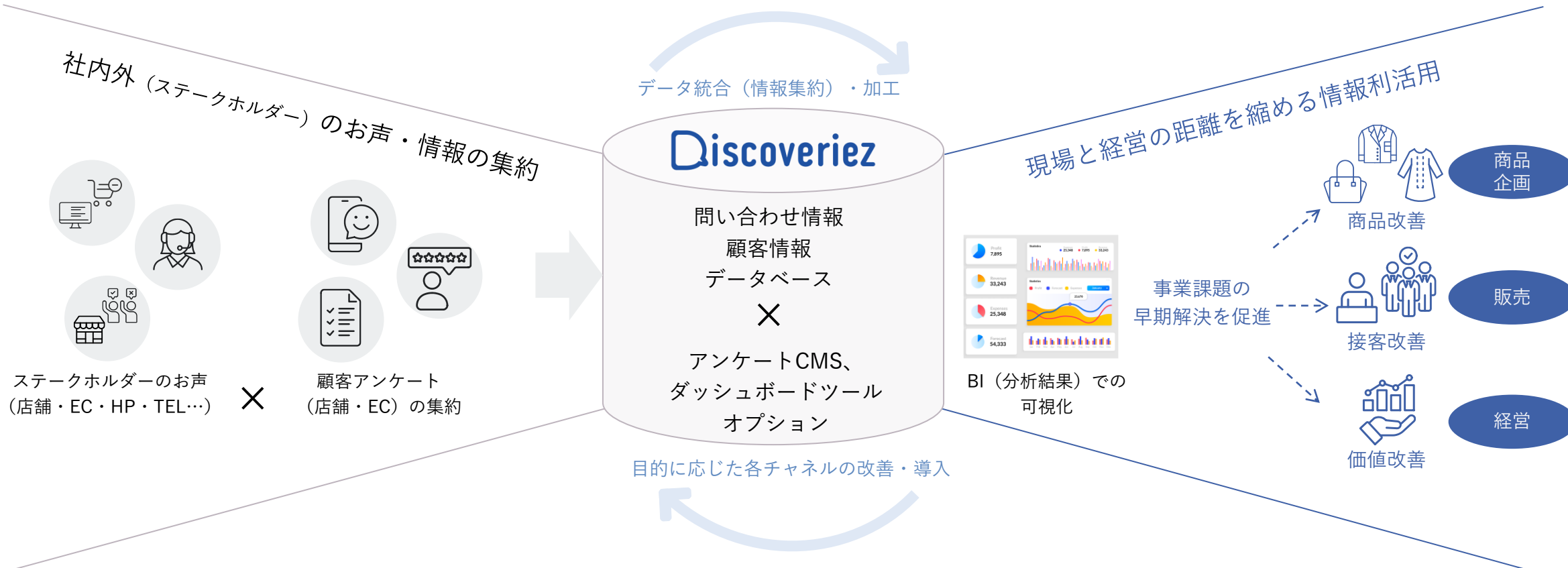
各営業担当者のアクションがわかりやすくなり、部署をまたいだ営業担当者の履歴管理を実現し、ナレッジを増やし、売り上げにつながるアクションへ

営業情報の蓄積を目的とした営業履歴を集約・管理するシステムの構築
(複数システムのマスタの情報一元化)



店舗やEC等でバラバラに管理されていたステークホルダーの声の入口やツールを統合し、Discoveriezへ集約
販売チャンネルに関係なく、ステークホルダーのお声をダッシュボード（BIツール）へ反映
リアルタイムかつ最適な粒度での情報が経営の中核となるデータとして活用

<提供イメージ>



SRM Design Labとして上流から運用支援までをトータルでエグゼキューションからサポートまでを対応中
更なる運用改善を経て、「お客様の声を中心とした経営の実現を推進する企業様のニーズ」に応えるパッケージ化を推進予定

「SRM Design Lab」のパートナー※一部抜粋

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
パートナー経由で地方自治体やインフラ事業者、EC系クライアントにも続々とDiscoveriezと合わせてのご利用が加速

CTI・SMS・音声認識



BI/分析系



Database・ETL



Mail



※Microsoft Outlook、Gmail、アルファメール等、クライアント利用のメールとの柔軟な連携を実現

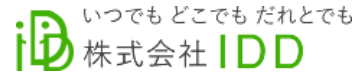
Chat



「SRM Design Lab」のパートナー※一部抜粋

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
パートナー経由で地方自治体やインフラ事業者、EC系クライアントにも続々とDiscoveriezと合わせてのご利用が加速

販売・提携パートナー



etc...

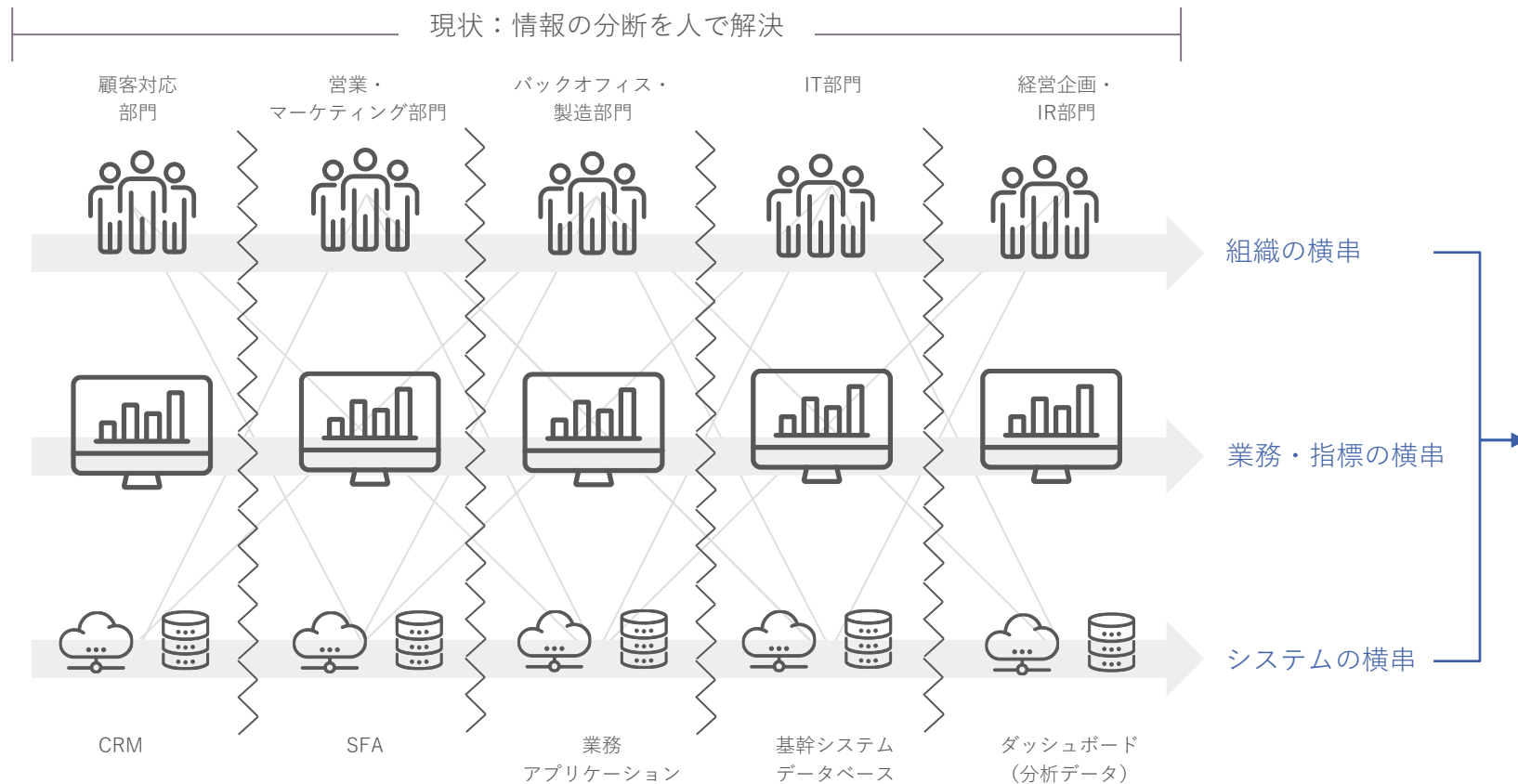
業種別SaaS



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

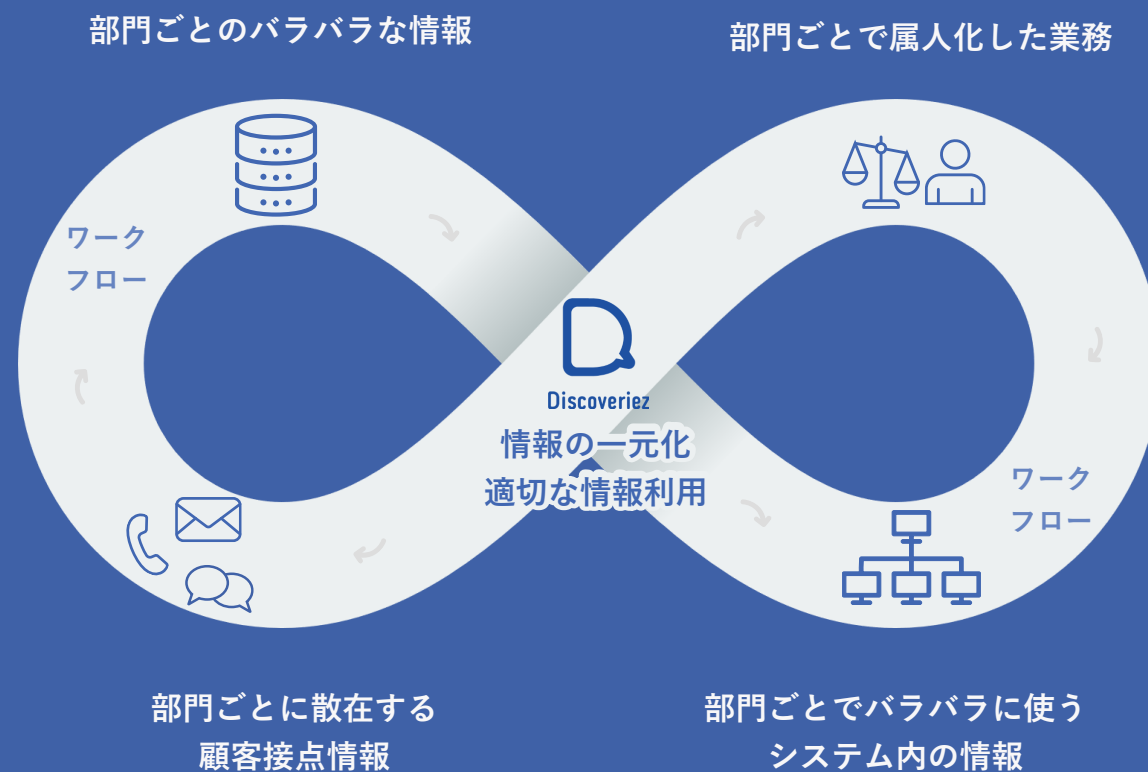
- ・バラバラな情報
- ・属人化した業務
- ・散在する顧客接点情報
- ・個別で使われているシステム内の
情報の一元管理

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。

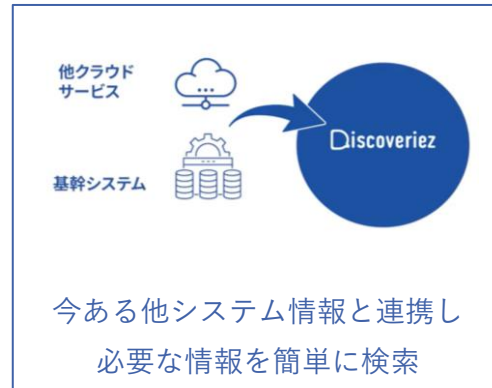
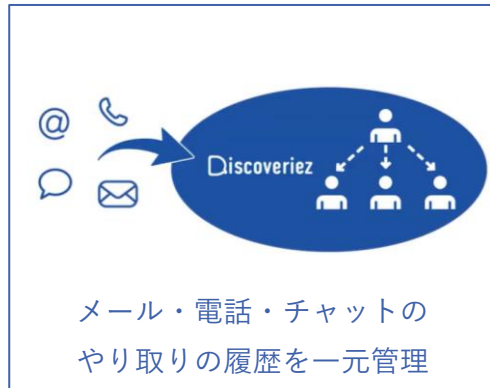
Discoveriezを中心に企業内外の情報が循環（概念図）



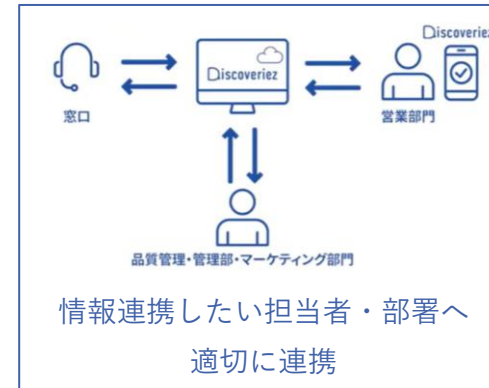
ビジネスで発生する「情報の分断」を「つなぐ」「まとめる」「活用する」ことで 様々なステークホルダーの課題解決を支援するクラウドサービス



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、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

業界、業種ごとの導入事例

デベロッパー

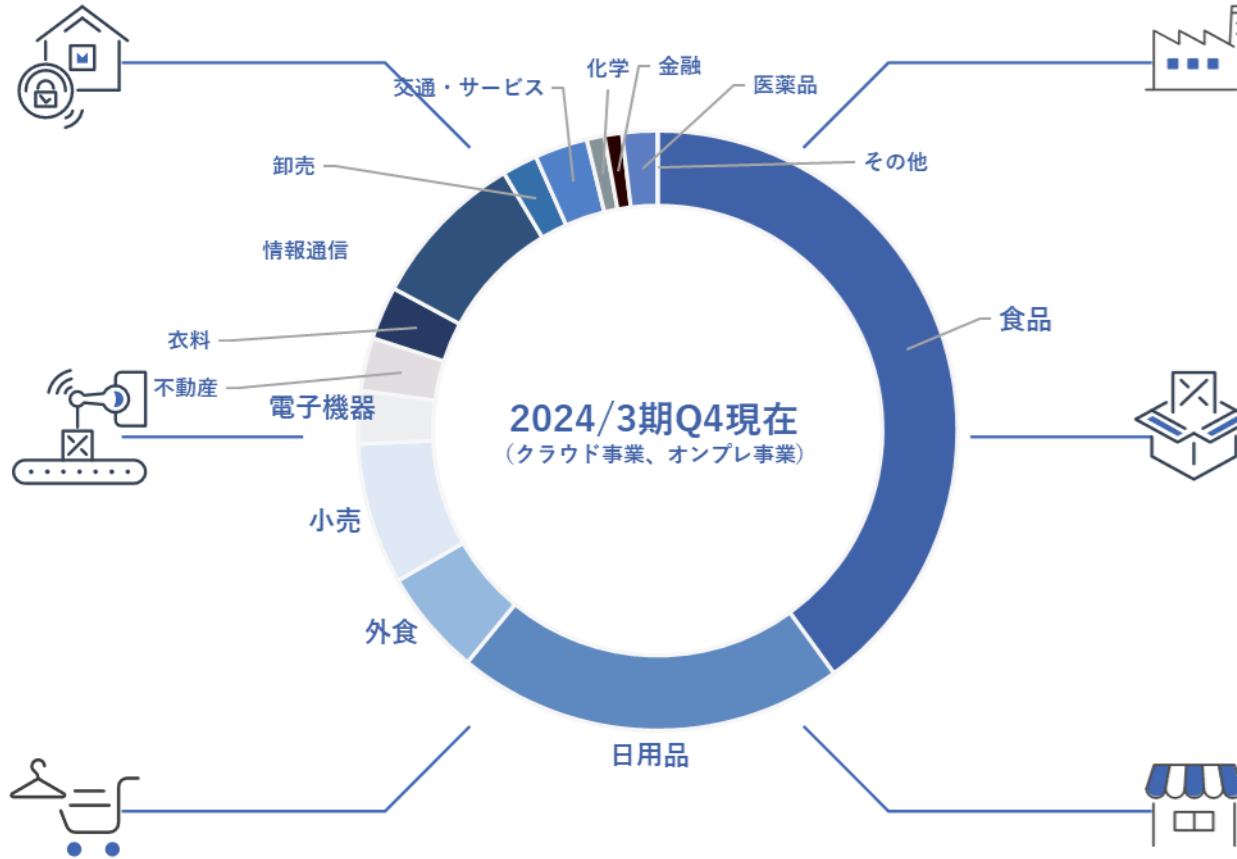
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

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



(五十音順)

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

Retail / Restaurant



DAIDOH FORWARD LTD.



ROCK FIELD



Contact Center / BPO

株式会社サンベンド



日本アイラック株式会社



株式会社 インシュアランス サービス



Realize Customize Maximize
TRIPLEIZE

Infrastructure / Developer



鈴与カーゴネット
株式会社

Media



(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
データ利活用による営業・マーケティング手法の改善（CDP、MA連携）

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、情報集約利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

Insurance

株式会社インシュアランスサービス 様

利用範囲 顧客対応部門等（BPO）

導入前の課題

保険契約の更新、内容変更のやり取りを2拠点で行い、情報伝達に煩雑な業務フローとなり、メールと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

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。Discoveriez上で申込者とのやり取りの履歴を残しながら、SMSで申込者とシームレスなやり取りができるようになったため、適切なタイミングで丁寧な顧客契約管理を実現。

Restaurant

大手外食産業グループ 様
SRM Design Lab

利用範囲 カスタマーセンター

導入前の課題

全国に多角展開する店舗運営の問い合わせ管理システム導入を検討、各業態の業務フローが異なり、データが横並びで活用できないことが課題であった

効果

システム導入とともに、業務フロー整理を常駐支援型で実施。分析ができるよう横並びのデータで情報集約を実現。

今後の取組

業態を横断したデータの分析や活用全般を汎用的に行えるように拡張。

Manufacturer

既存顧客・新規顧客
SRM Design Lab

利用範囲 カスタマーセンター

導入前の課題

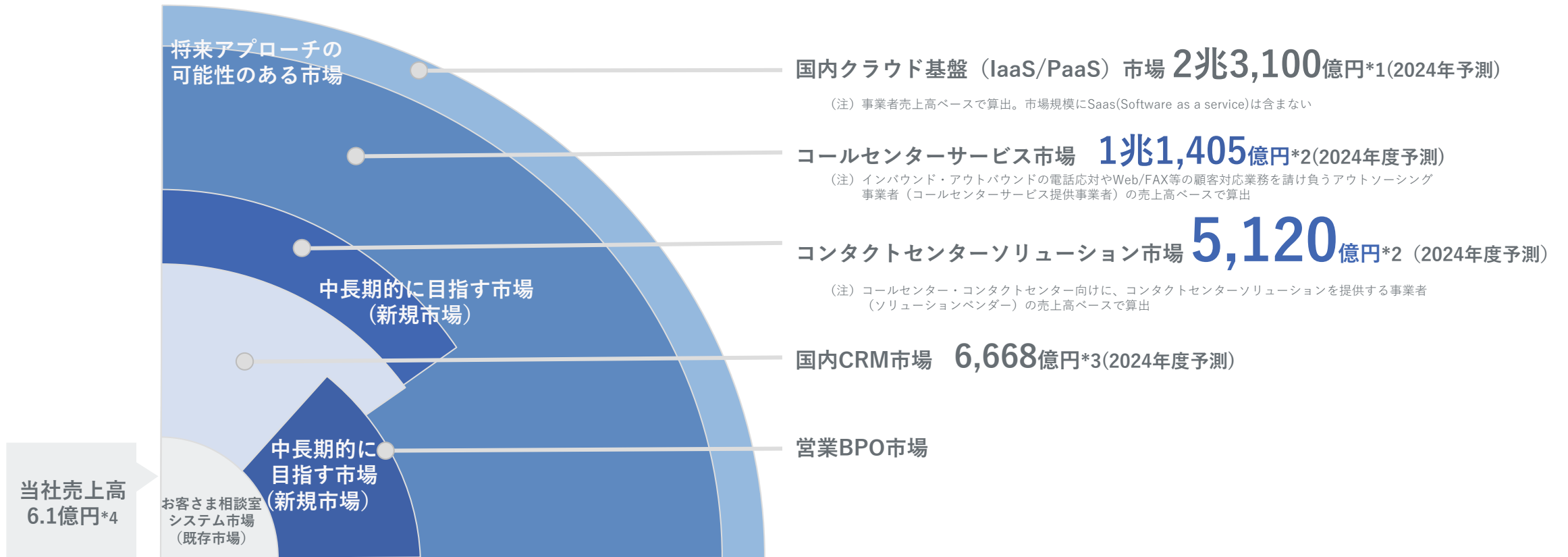
コンタクトセンターで利用するCRM周辺回りのCTI（Computer Telephony Integration）、ネットワークシステムが老朽化し、システム切り替えを検討

実施内容

顧客要望を集約し、Discoveriezの連携も視野に置き、必要機能を検討、ベンダーとクライアント間の調整を行い、導入を支援。

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 (2024年)」 (2024/4/23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 (2023年)」 (2023/12/13発表)

*3 デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社「マーケティング市場の現状と展望2022 クラウド型CRM市場編」 (2022/10/12) *4 億円未満を四捨五入

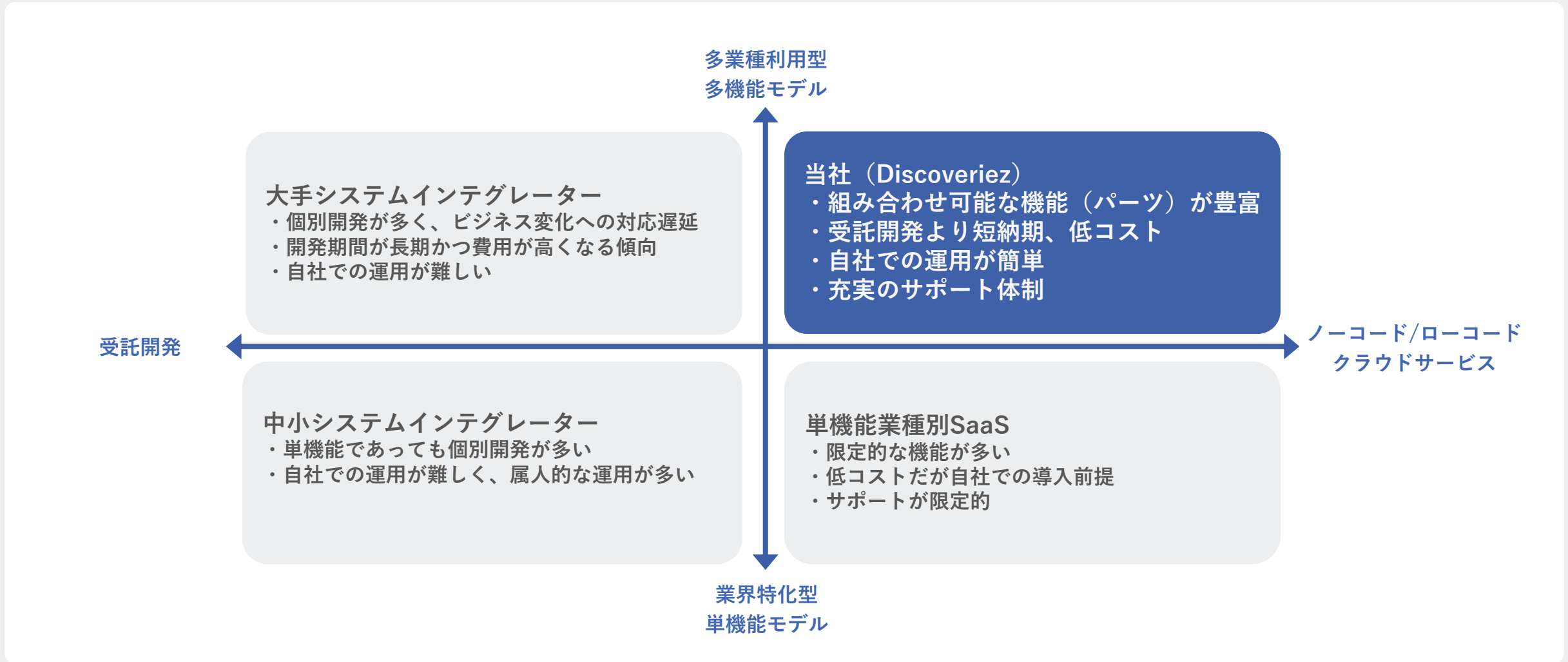
初期費用の導入支援と月額ライセンス料のシンプルな価格体系

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

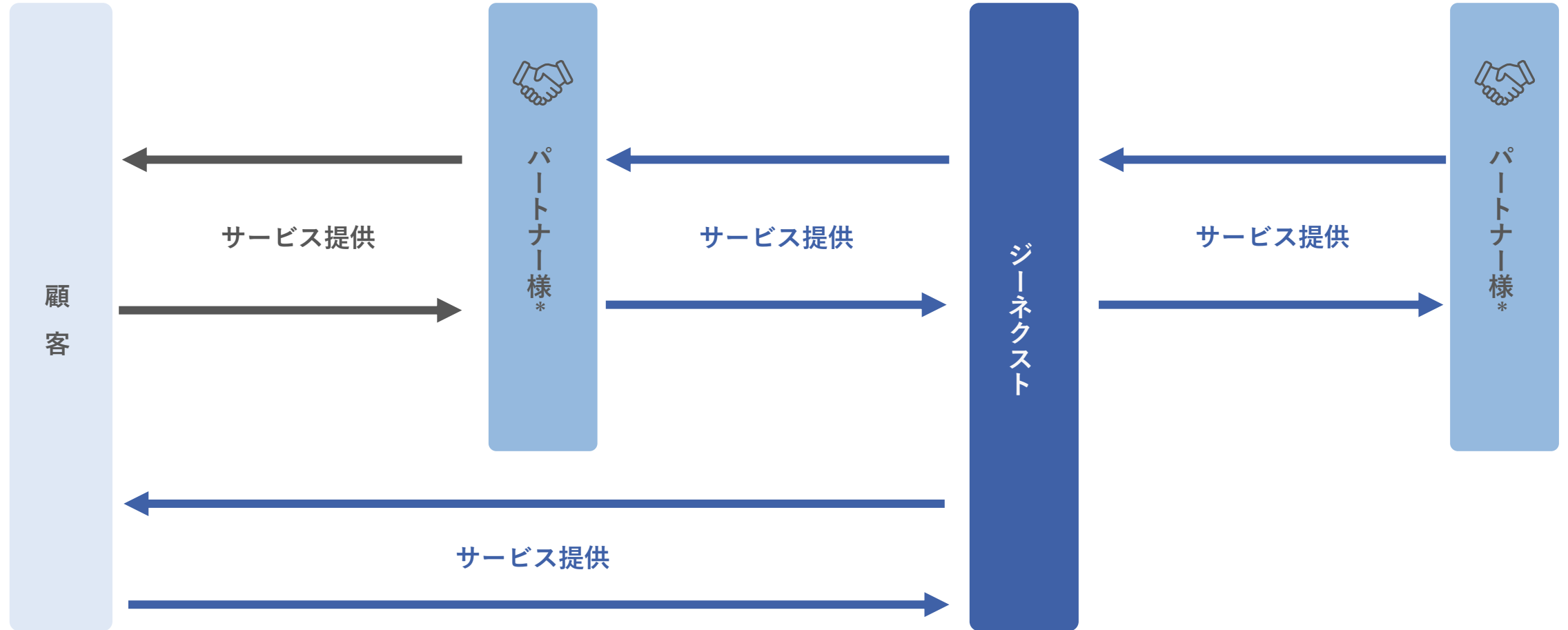


*当社の利用数の定義としては、クライアントの各部署や利用シーンごとに複数環境をご用意させていただいたため、クライアント1環境に限定されるものではありません。

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



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。

02

中期成長計画 (FY23～25年3カ年計画) 進捗状況



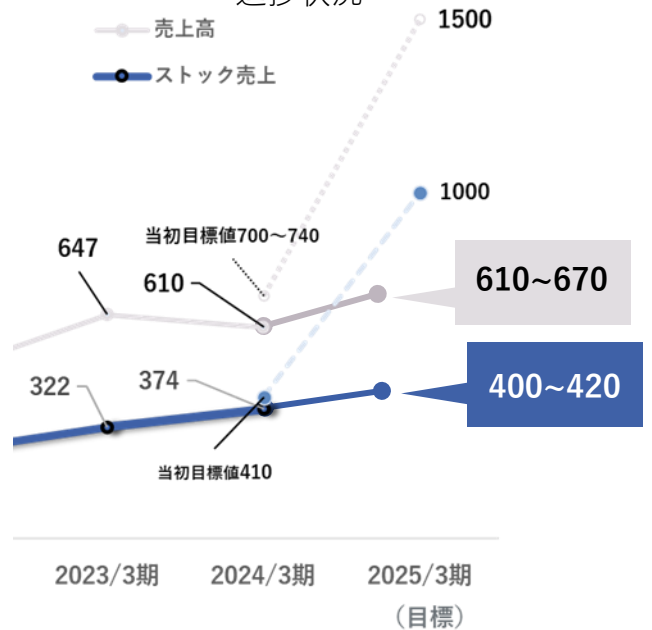
中期成長計画 (FY23~25年3カ年計画) 進捗サマリー

3カ年計画において重要指標である売上高/ARR/売上高成長率においては、現状未達である一方、中期成長計画の根幹を支える指標であるストック売上比率と解約率目標に関しては目標到達済

2026年3月期以降の新中期成長計画については、2024年7月1日以降の体制が固まり次第、速やかに開示を行う予定

- ✕ 売上高成長率
毎年CAGR+40%以上成長
- ✕ 売上高 1,500百万円
ARR (ストック売上) 1,000百万円

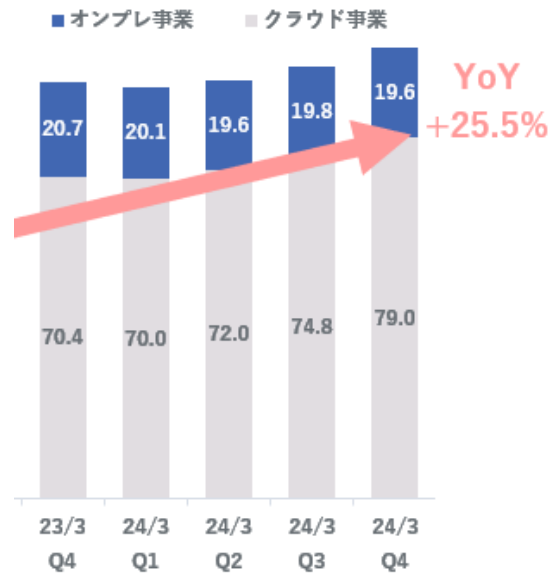
中期成長計画 (FY23~25年3カ年計画) 進捗状況 単位: 百万円



- スtock売上比率 70%以上

ストック売上の推移*

単位: 百万円



- 解約率 1%未満

月次解約率*の推移



* 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。

* 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 ©G-NEXT Inc. All rights reserved.

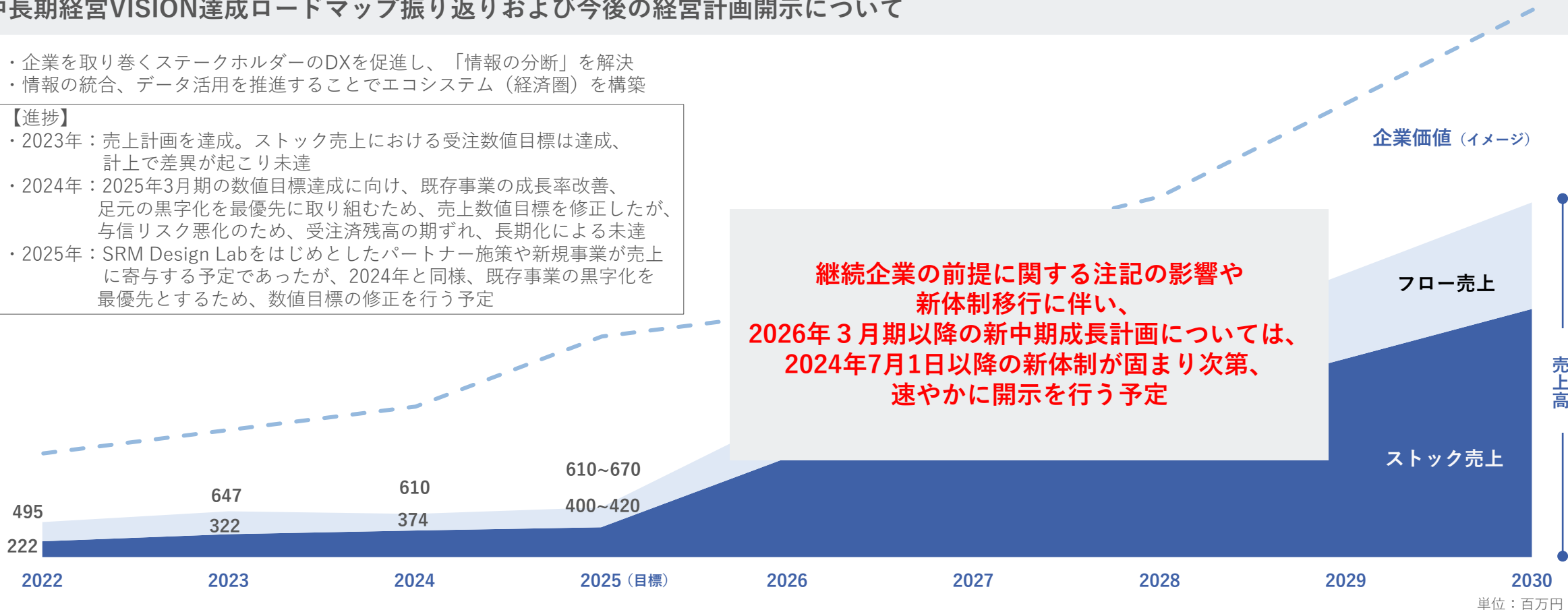
中長期経営VISION達成ロードマップ振り返りおよび今後の経営計画開示について

- ・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したが、与信リスク悪化のため、受注済残高の期ずれ、長期化による未達
- ・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する予定であったが、2024年と同様、既存事業の黒字化を最優先とするため、数値目標の修正を行う予定

継続企業の前提に関する注記の影響や新体制移行に伴い、2026年3月期以降の新中期成長計画については、2024年7月1日以降の新体制が固まり次第、速やかに開示を行う予定



	「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 <p>生成AI活用進行中</p>	<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 <p>生成AI活用進行中</p>
▲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>進行中</p> <p>進行中</p> <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 <p>活用促進中</p>

中期成長戦略サマリー～計画ロードマップ～※一部目標数字変更

「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

2026年3月期以降の新中期成長計画については、2024年7月1日以降の体制が固まり次第、速やかに開示を行う予定

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6.1億～6.7億
ストック売上4.0～4.2億

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

2024年3月期 進捗状況

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、改善に重点を置き、取り組んだものの、数千万単位の受注案件の売上計上が開発遅延や期ずれ等により減収。販管費の改善は進み、減収増益にて着地

2024年3月期 事業方針 振り返り・総評	・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 通期業績サマリー



- ・通期収益：売上高 610百万円（YoY5.6%減収）、当期純利益 ▲149百万円にて着地
- ・売上高：3Q時点では増収だったものの、受注済大型案件の長期化（約4案件）および期ずれ等が発生し、YoY-5.6%にて着地
- ・売上原価：売上が減収にも関わらず、開発や導入リソースの一部に外部委託を採用、サーバコスト増により、YoY+16.3%にて着地
- ・販管費率：人材の最適配置転換や不採算案件対策などの顧客対応コストの効率化が継続して進み、YoY-27.4%の改善にて着地
- ・営業利益：販管費の効率化を中心に前年同期比で増益で着地、来期の早い段階での黒字化に向けて、施策が進行中
- ・クラウドMRR（累計）YoY約+25.5%と引き続き成長し、ストック売上比率は68.1%とストック型への重点移行が順調に推移
- ・来期での黒字化、業績予想達成に向け、新規顧客開拓、ロイヤルカスタマーへの深耕を継続進行し、SRM Design Lab事業を拡大予定
- ・高い顧客満足度での着地を実現（解約率 低水準継続の0.14% YoY-0.14%の改善にて着地）

マーケット開拓

早期の黒字化に向け、Discoveriez / SRM Design Labともに
下記の営業活動に繋がるマーケット開拓を実行

Discoveriez

新規開拓・既存深耕ともに、継続して商談数は順調だが、受注、計上が伸び悩む結果に

新規拡大 既存深耕	コールセンター領域および外食産業、流通小売領域でのDX需要が引き続き拡大中 (BPO会社および外食産業ホールディングスにおける内示、流通小売会社でのライセンス拡大、アウトバウンド活用等)
パートナー 施策	パートナー経由でのリード獲得、協業案件獲得数継続増加 (長期的なマーケット拡大施策が進行し、製造業、流通小売を中心に地方自治体やインフラ、EC系会社でも利活用が促進中)

SRM Design Lab

新規開拓・既存深耕ともに、新たな収益源として順調に成長中
生成AI活用に関する引き合いが急速に増加し、当社には追い風の市場環境に

新規拡大 既存深耕	顧客接点チャネルのクラウド化加速や急速な市場環境変化 (生成AI活用など)に伴う上流領域での戦略企画策定支援案件が業種に関わらず、引き合いが増加しており、PoC(効果検証)が来期以降での内示済案件が複数あり
売上領域 拡大	当社領域に密接する顧客接点チャネルの引き合いやカスタマーセンターのあるべき姿の模索、システム化検討前の業務フロー整理やベンダー選定代行依頼などの引き合いも増加。 新たな収益源とDiscoveriezに繋がる案件の継続的確保に寄与

コストマネジメント

コストマネジメント施策による固定費の削減効果が
通期でも効果的に出てきており、増益にも寄与

人件費	人材の最適配置、オペレーションの効率化が功を奏したことに加えて、人員減少の影響もあり、結果として、YoY約30%の削減を実現
地代家賃	本社移転により、YoYで約6百万円の削減を実現 移転により会議費の減少にも寄与
業務委託費 /外注費	業務委託費の精査が進み、一定の削減効果はあったが、開発や導入リソースの一部を外部委託に依存した影響などもあり、YoYで約72百万円の削減に留まった。来期以降も引き続き削減に向け、外注費の精査を実行中
その他費用	不採算案件の撤退・終了について精査を行い、YoYで約4百万円の削減を実現

Discoveriez / オンプレ事業 受注 / 導入案件 (一部) *五十音順

ロイヤルカスタマー

【利用範囲拡大 導入】 [利用部署拡大・ライセンス拡大](#)

- ・大手外食産業ホールディングス会社 様
- ・株式会社トライアルカンパニー 様
- ・日本トータルテレマーケティング株式会社 様
- ・ブリヂストンスポーツ株式会社 様

【導入支援】 [アップセル・クロスセル](#)

- ・味の素株式会社 様
- ・エスビー食品株式会社 様
- ・サンスター株式会社 様
- ・サントリーシステムテクノロジー株式会社 様
- ・株式会社J-オイルミルズ 様
- ・株式会社ダイドーフォワード 様
- ・株式会社良品計画 様
- ・ダイドードリンコ株式会社 様
- ・米久株式会社 様

新規顧客

【クラウド受注】 [Discoveriez新規導入](#)

- ・株式会社オークワ 様
- ・株式会社ワコール 様

【クラウド導入】 [Discoveriez新規導入](#)

- ・株式会社 QTnet 様 (お客さまセンター)
- ・日本アイラック株式会社 様
- ・ペットライン株式会社 様

SRM Design Lab 導入支援案件 (一部) *五十音順

ロイヤルカスタマー

【導入支援】 [CTI利用範囲拡大](#)

- ・大塚食品株式会社 様

【導入支援】 [CTIリプレイスご支援](#)

- ・グローブライド株式会社 様

【導入支援】 [チャットボット \(Kore.Ai\) 連携継続ご支援](#)

- ・株式会社ユニオントラスト 様

【導入支援】 [データ利活用ご支援](#)

- ・アース製薬株式会社 様
- ・カルビー株式会社 様
- ・日本菓子BB協会 様

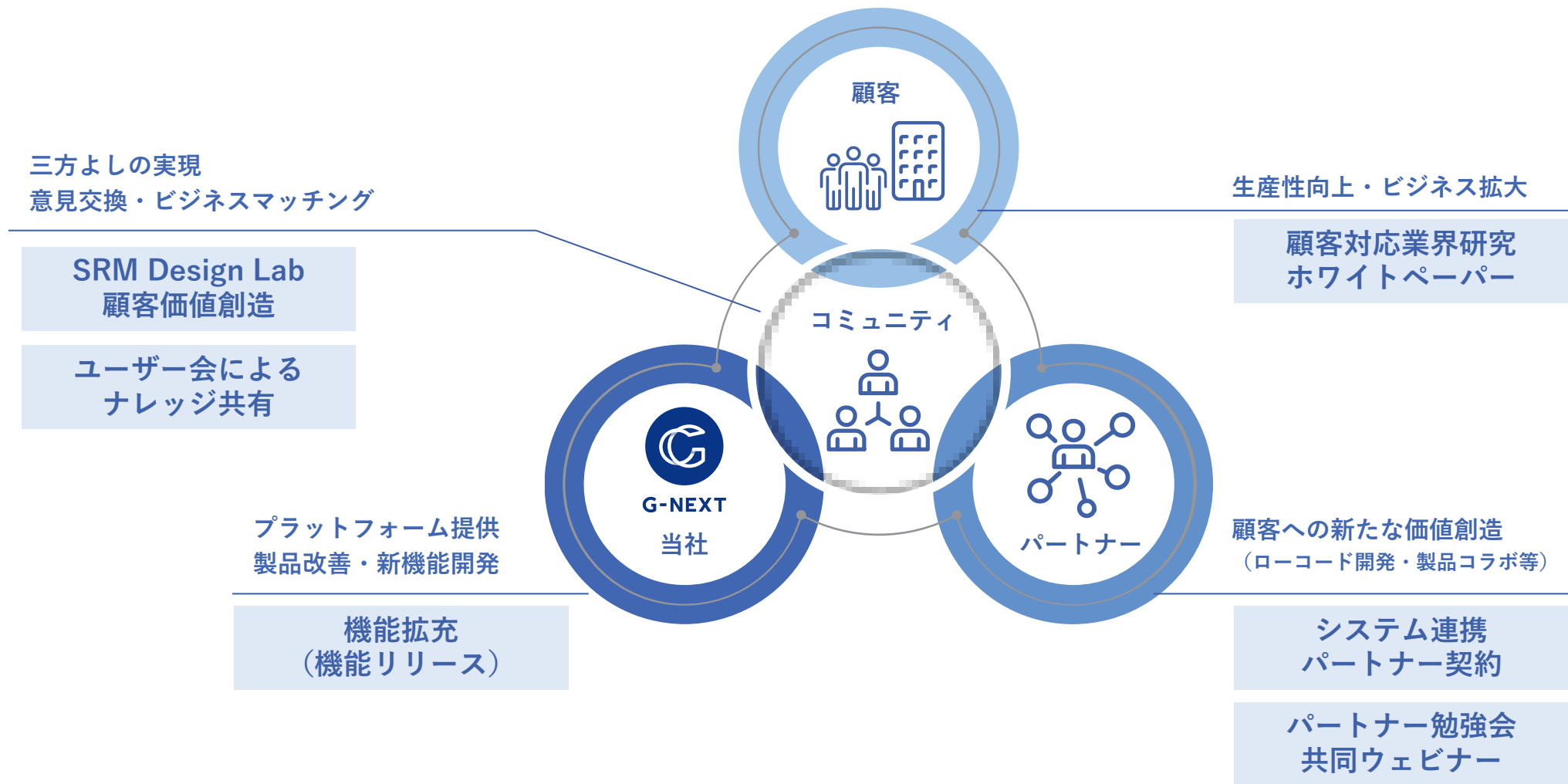
新規顧客

【導入支援】 [CTIリプレイスご支援](#)

- ・テーブルマーク株式会社 様

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

<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 ・既存顧客向けの値上げ施策 	<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、値上げ施策実施 ・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"> ・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） ・生成AIを活用したマーケット開拓 	<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） ・生成AI活用プロダクトのリリース（9月予定）
<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>		

03

2025年3月期の見通しについて



2025年3月期 事業方針と業績見通し（2024年6月21日開示内容）

2025年3月期
事業方針

- ・ 2025/3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
（Discoveriez、SRM Design Lab、AI活用すべてにおいて、ストック重視での営業活動）
- ・ 既存事業のテコ入れ（Price Up施策、旧システムのサービス終了/リプレイスの加速）、不採算事業、案件の解消（コストマネジメントの更なる厳格化）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、GC注記の影響等を考慮、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

	2025年3月期 通期業績予想 (A)	2024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	610～670	610	0～+60	0～+9.8
売上総利益	—	201	—	—
販売費および一般管理費	—	349	—	—
営業利益/損失 (△)	△140～△100	△148	+8～+48	—
経常利益/損失 (△)	—	△150	—	—
四半期純利益/損失 (△)	—	△149	—	—

単位：百万円

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

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

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)

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

2025年3月期以降の新中期成長計画（投資計画）
については、
2024年7月1日以降の新体制が固まり次第、
速やかに開示を行う予定

2019/3期

2022/3期

2023/3期

2024/3期

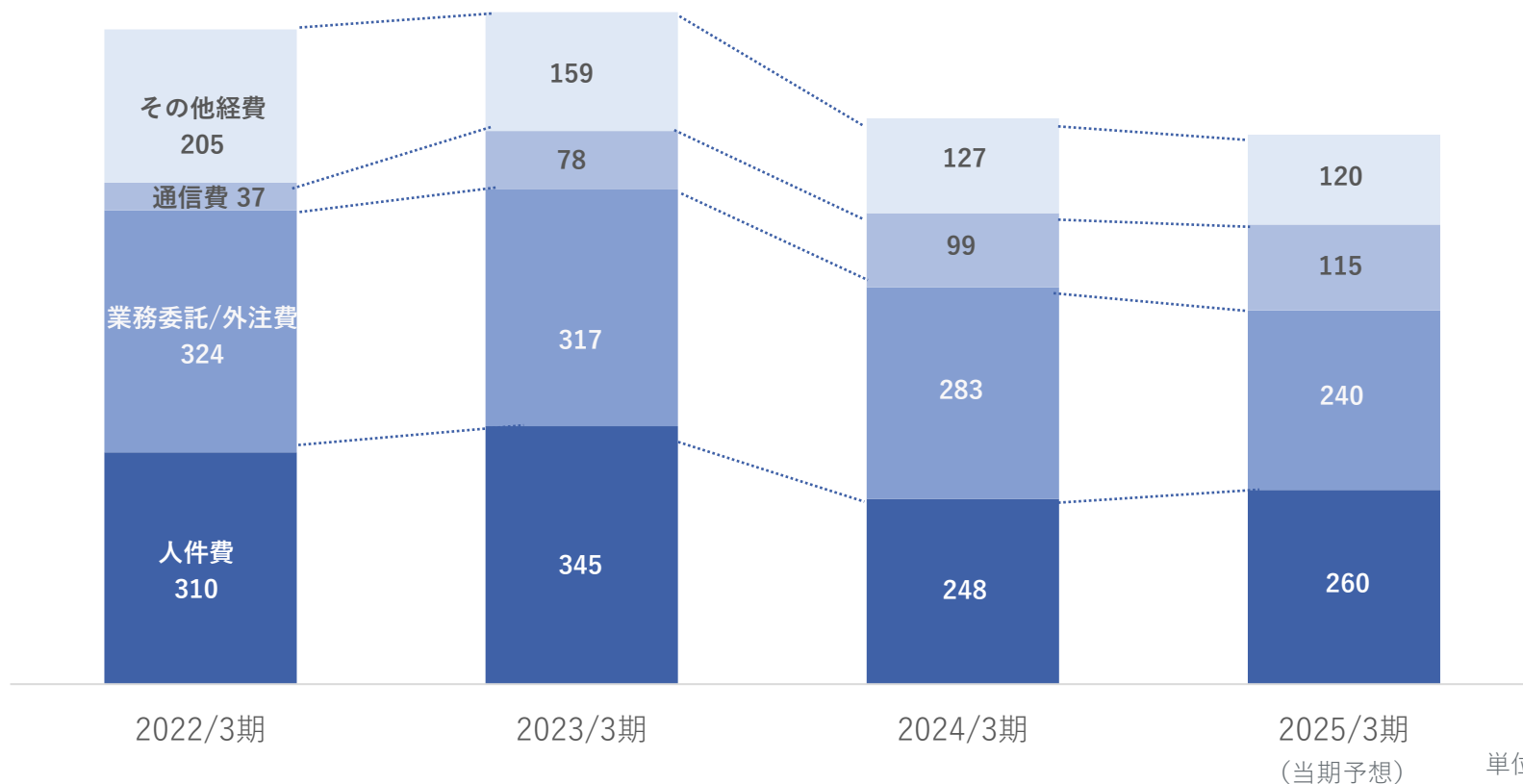
資金使途	IPO時計画 (2021年4月～2023年3月)	2022/3期実績*2	2023/3期実績	2024/3期実績	目的
R&D費用	130	146	149	52	Discoveriezの品質安定化による開発費用等
広告宣伝費	180	78	33	28	マーケティング、PR費用等の精査
人件費	120	107	120	99	人員計画の見直し、最適配置

単位：百万円

コストマネジメントの強化

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、早期の黒字化を目指す

<固定費内訳推移>



単位：百万円

コストマネジメント施策

【その他経費】

- ・インフラコストの削減
- ・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

04

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、ストック売上を財務KPIとしております

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*1

	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	2025年3月期
ストック売上（百万円）	150	194	222	322	○ 374	400~420
月次解約率(%)	0.00	0.19	0.03	0.28	○ 0.14	1%未満
（参考）MRR（百万円）	14	17	21	31	33	-

前回開示予想
数値の達成

2024年3月期
予想

370~430

1%未満

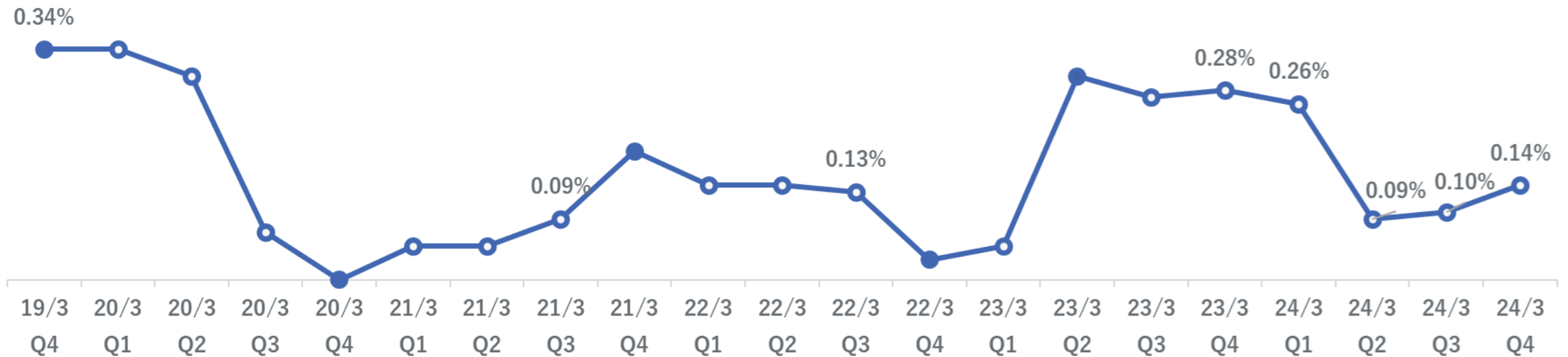
-

*1 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0.14%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

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毎年6月末を目途として開示を行う予定でしたが、2026年3月期以降の中期経営計画および事業計画の更新に関して、2024年7月1日以降の新体制が固まり次第、速やかに開示いたします。