

**G-NEXT**

# 2025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）

2024年8月14日

当社は、現在、2024年6月28日付「当社第23期定時株主総会の状況報告および今後の開催方針について」でもお知らせの通り、株主総会が流会となり、現在、同日に開催されました第23期定時株主総会の終結時まで取締役の地位を有していた現経営陣が会社法第346条第1項に基づき、いわゆる権利義務取締役の地位になっております。

当社を取り巻くステークホルダーの皆さまへ、多大なるご不安とご心配をおかけしており、大変申し訳ございません。当社としましては、「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会社全体として、考えております。

上記、最重要施策の早期遂行のために、2024年7月26日付で株式会社舞花との「資本提携契約の締結、第三者割当による新株式及び第7回新株予約権の発行並びに主要株主の異動に関するお知らせ」でも開示の通り、早期の債務超過状態の解消による与信リスクの軽減および当社プロダクトへの投資、人材採用・組織の再整備を実行し、業績および企業価値向上に向けて歩みを進めております。

新生「ジーネクスト」のスタートを2024年9月13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9月13日の当社臨時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9月16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（権利義務者） 三ヶ尻 秀樹

<定時株主総会流会から現在までの経緯①>

- (1) 2024年6月28日付で定時株主総会を開催
- (2) 同年6月28日付で「当社第23期定時株主総会の状況報告および今後の開催方針について」にて、当社株主による議長不信任の手続的動議（議場審議の結果、撤回）や会社案提案（第2号議案、第3号議案）による選任候補者の差し替えを内容とする修正動議が提出され、当社は、報告事項及び決議事項の全てについて質疑応答の手続を進めたものの、想定以上の時間を要すことになってしまったため、当社は、日時・場所を変更し、引き続き本定時株主総会の審議を継続するために、「続行」（継続会）を議場に諮りましたが、過半数の賛成が得られず、「続行」（継続会）は否決されたため、本定時株主総会は、本議案の全てについて採決にまで至らずに流会となった旨を適示開示
- (3) 同年7月5日付で「株主による臨時株主総会の招集請求に関するお知らせ」にて、当社株主による  
・議題1 取締役4名選任の件   ・議題2 監査役3名選任の件  
を株主総会の目的である事項とする臨時株主総会招集の請求があった旨を開示
- (4) 同年7月11日付で「臨時株主総会招集のための基準日設定に関するお知らせ」にて、会社開催による臨時株主総会招集のための基準日設定を同年8月1日にする旨を開示
- (5) 同年7月22日付で「（訂正）株主による臨時株主総会の招集請求の訂正に関するお知らせ」にて、同年7月11日付で公表済「株主による臨時株主総会の招集請求に関するお知らせ」において提案株主より「株主総会招集請求書の訂正」を受領したため、開示
- (6) 同年7月26日付で会社開催による「臨時株主総会開催（開催日決定）に関するお知らせ」にて、同年9月13日にて臨時株主総会を開催する旨を開示
- (7) 同年7月26日付で「2025年3月期第1四半期業績予想の公表に関するお知らせ」を開示
- (8) 同年7月26日付で「有価証券届出書」および株式会社舞花との「資本提携契約の締結、第三者割当による新株式及び第7回新株予約権の発行並びに主要株主の異動に関するお知らせ」を公表
- (9) 同年7月30日付で「株主による株主総会招集の許可決定に関するお知らせ」にて、東京地方裁判所より上記（3）の選任議案を目的事項とし、令和6年9月11日までの日を会日とするかたちでの株主による株主総会の招集許可決定下りた旨および会社側で同年9月13日開催予定の臨時株主総会について、予定通り開催する旨を開示

<定時株主総会流会から現在までの経緯②>

- (1 0) 2024年7月30日付で「株主による新株式及び新株予約権の発行の差止め仮処分の申立てに関するお知らせ」にて、当社株主よりP.3（8）において同年7月26日開催の当社取締役会において決議、開示しました第三者割当増資は、現経営陣による支配権の維持を主要な目的としているとして、申立てを行ったとのことで新株及び新株予約権発行差止め仮処分命令申立書を受領した旨および当社としては、申立てが認められる理由はないと考えており、弁護士と相談の上で適切な対応方法において、正当性・適法性を主張・立証し対処していく旨を開示
- (1 1) 同年7月31日付で「株主による臨時株主総会招集のための基準日設定に関するお知らせ」にて、P.3（9）で開示しました株主による株主総会の招集について、2024年9月開催予定の当社臨時株主総会において議決権を行使することができる株主を確定するため、2024年8月15日（木）を基準日と定めた基準日設定公告を確認した旨を開示
- (1 2) 同年7月31日付で「訂正有価証券届出書」を公表
- (1 3) 同年8月8日付で「株主による新株式及び新株予約権の発行の差止め仮処分の申立ての却下決定に関するお知らせ」にて、P.4（1 0）で開示しました株主からの新株式及び新株予約権の発行の差止め仮処分の申立てについて、東京地方裁判所において申立てを却下する決定が下された旨を開示
- (1 4) P.4（1 3）で開示しました東京地方裁判所からの申立て却下決定に基づき、同年8月9日付で「訂正有価証券届出書」を公表
- (1 5) 同年8月13日付で「第三者割当による新株式及び第7回新株予約権の発行に係る払込完了に関するお知らせ」および「新株予約権（ストックオプション）の行使価額の調整に関するお知らせ」を開示
- (1 6) 「（会社側開催による）臨時株主総会開催時間及び場所、付議議案の決定に関するお知らせ」、  
「代表取締役の異動および取締役候補者及び監査役候補者の選任に関するお知らせ」を開示

現在に至る

**1** エグゼクティブサマリー

**2** 事業概要／サービス概要

**3** 2025年3月度 第1四半期業績

**4** 2025年3月期の見通しについて

**5** 財務戦略とリスク情報

**6** Appendix

# 01

---

## エグゼクティブサマリー

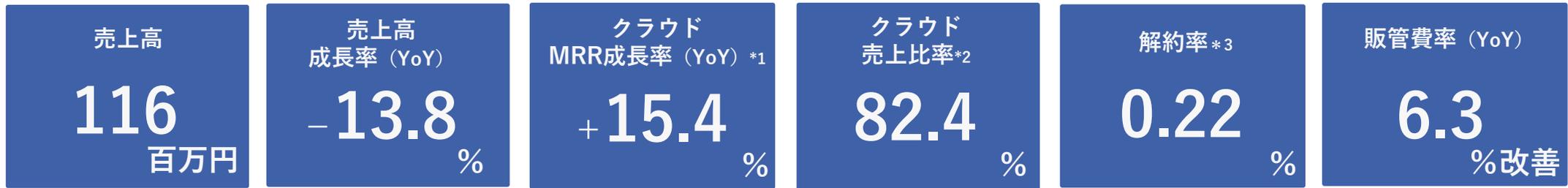


Q1は、継続企業の前提の注記による与信リスク懸念が悪化し、フロー売上が伸び悩み、減収減益にて着地

## 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/リプレースの加速)、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
- ・ 営業収益率の改善および採用活動、組織再整備の強化

## ■ 2025年3月期 Q1業績サマリー



- ・ 売上高：クラウドMRRを中心にストック売上は伸長したものの、フロー売上が与信リスクによる受注減により減収にて着地
- ・ 販管费率の改善やコスト効率化が継続して進んでいる (販管費YoY約6.3%改善) 一方、フロー売上が伸び悩んだ反動を受け、固定原価や円安によるサーバコスト増加等をカバーしきれず、売上原価が向上し、減益の大きな要因に
- ・ クラウドMRR (累計) YoY約+15.4%と引き続き成長し、クラウド売上比率は82.4%とストック型への重点移行が順調に推移
- ・ 継続的な黒字化および通期業績予想達成に向け、新規顧客開拓、ロイヤルカスタマーの深耕を継続進行中
- ・ SRM Design LabおよびDiscoveriez AIが順調に事業化しており、Discoveriez以外の収益柱として、Q3以降に成果が出る予定
- ・ 引き続き、高い顧客満足度の実現 (解約率 低水準継続の0.22%、YoY0.04%改善)

\*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

G-NEXT \*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

## Discoveriez 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

- ・伊藤ハム米久ホールディングス株式会社 様
- ・株式会社オートバックスセブン様 (コンシューマー営業部、お客さまセンター)
- ・株式会社トリアルカンパニー様
- ・日本トータルテレマーケティング株式会社様
- ・株式会社 QTnet 様
- ・大手外食産業ホールディングス会社 様
- (レストラン業態 (和食、洋食等追加2業態)、ファーストフード業態 (寿司、牛丼等追加4業態))

#### 【導入後支援】 カスタマーサクセス

- ・株式会社オートバックスセブン 様
- ・株式会社フジテレビジョン 様
- ・オリジン東秀株式会社 様
- ・株式会社ブリヂストン 様
- ・サントリーホールディングス株式会社 様
- ・株式会社ユニオントラスト様
- ・タリーズコーヒージャパン株式会社 様
- ・米久株式会社 様
- ・株式会社ニッポン 様
- ・ペットライン株式会社 様
- ・ハーゲンダッツジャパン株式会社 様

### 新規顧客

#### 【クラウド受注】 利用部署拡大・ライセンス拡大 ・株式会社プレジィール 様

#### 【クラウド導入】 利用部署拡大・ライセンス拡大

- ・株式会社オークワ 様
- ・株式会社ワコール 様

## SRM Design Lab 導入支援案件 (一部)

### ロイヤルカスタマー

#### 【導入支援】 運用サポートご支援

- ・株式会社J-オイルミルズ 様
- ・エスビー食品株式会社 様
- ・株式会社良品計画 様
- ・カルビー株式会社 様
- ・株式会社紀文食品 様
- ・日清オイリオグループ株式会社 様

#### 【導入支援】 運用定着ご支援

- ・日本トータルテレマーケティング 株式会社 様

#### 【導入支援】 CTI連携支援/CTIライセンス拡大

- ・グローブライド株式会社 様
- ・フジッコ株式会社 様

#### 【SRM Design Lab認知拡大活動】

- ・顧客対応関連団体での講演 (講師)

# 02

---

## 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   | 7億5,261万円  |
| 事業内容  | ステークホルダー（SRM）DXプラットフォーム<br>「Discoveriez」の開発・販売<br>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）<br>一般社団法人日本コールセンター協会（CCAJ）<br>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<br>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

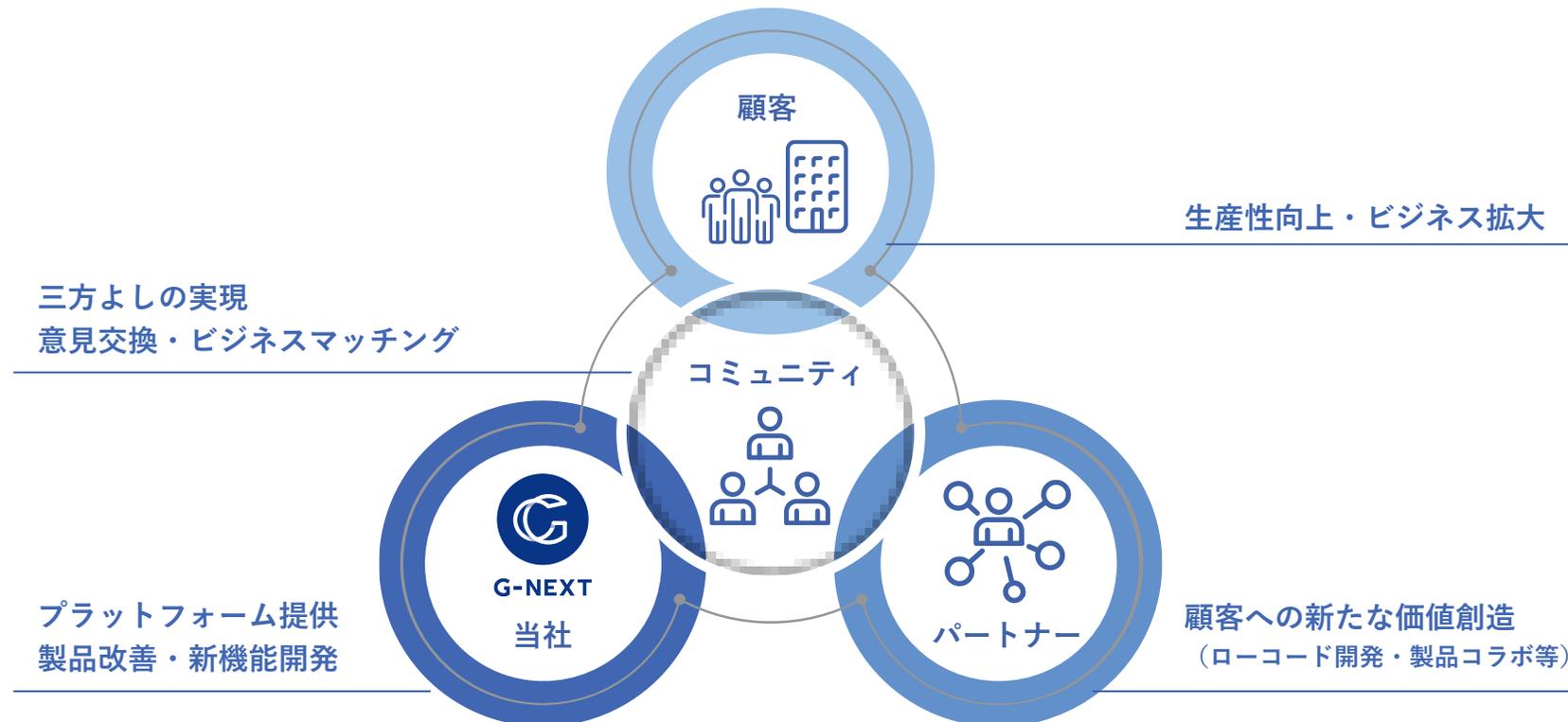




ビジネス現場に革命的な  
「楽」をつくる

“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

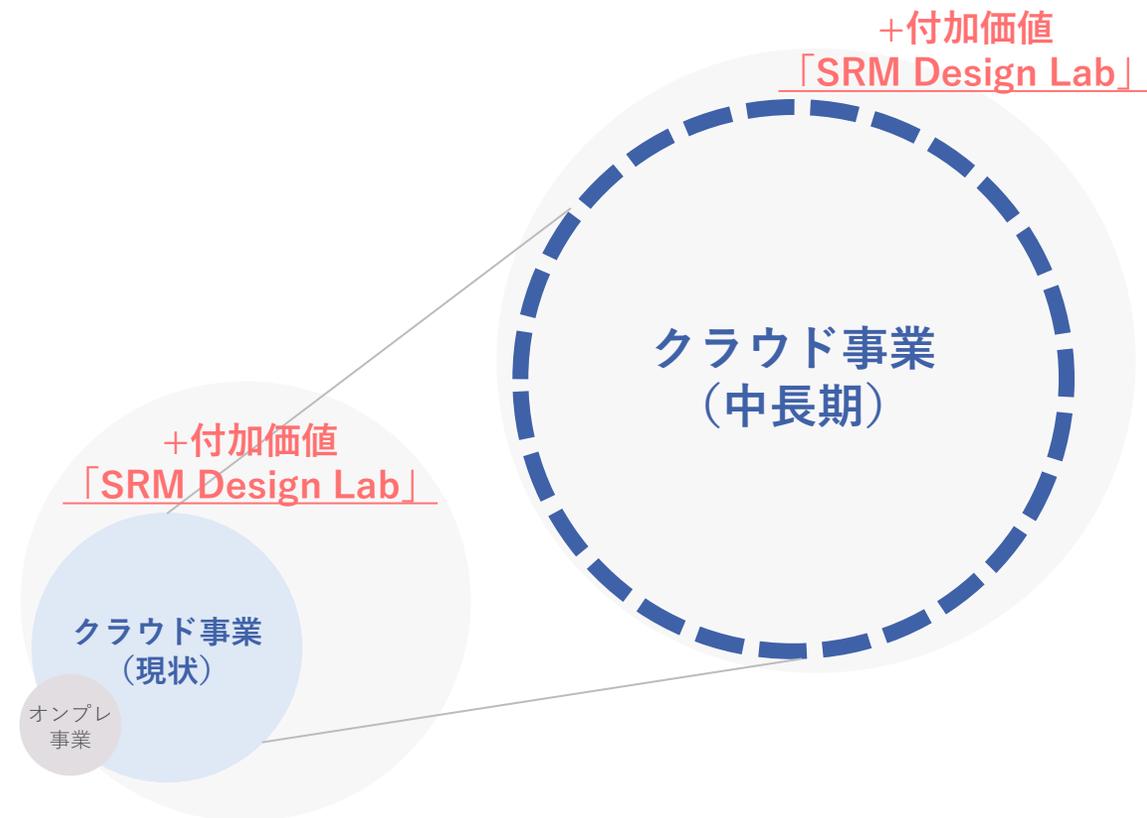


\*SRMとは、Stakeholders Relationship Managementの略で、顧客、株主、従業員、取引先、地域社会、公的機関などあらゆるステークホルダー間の関係を可視化、シームレスに一元管理し、各ステークホルダーが有機的に協働する環境を整えるITソリューションを指します。

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

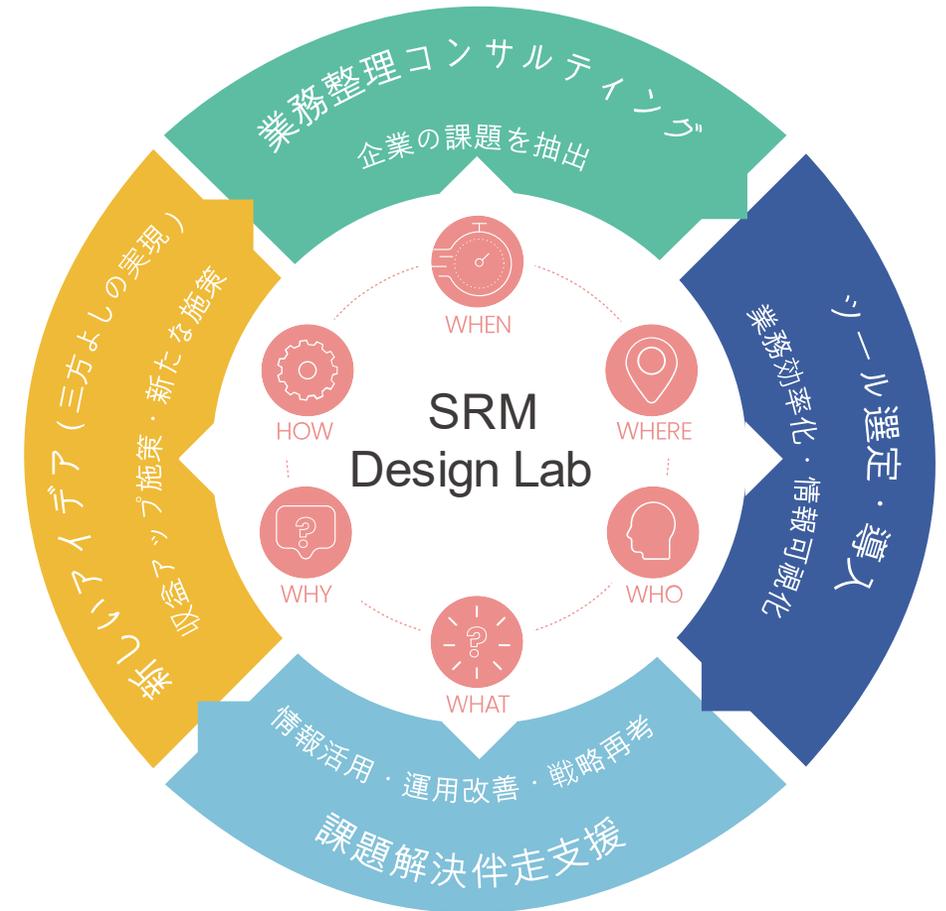
※2024年12月末をもって、旧提供体系モデルを終了予定

\* 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

## 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。

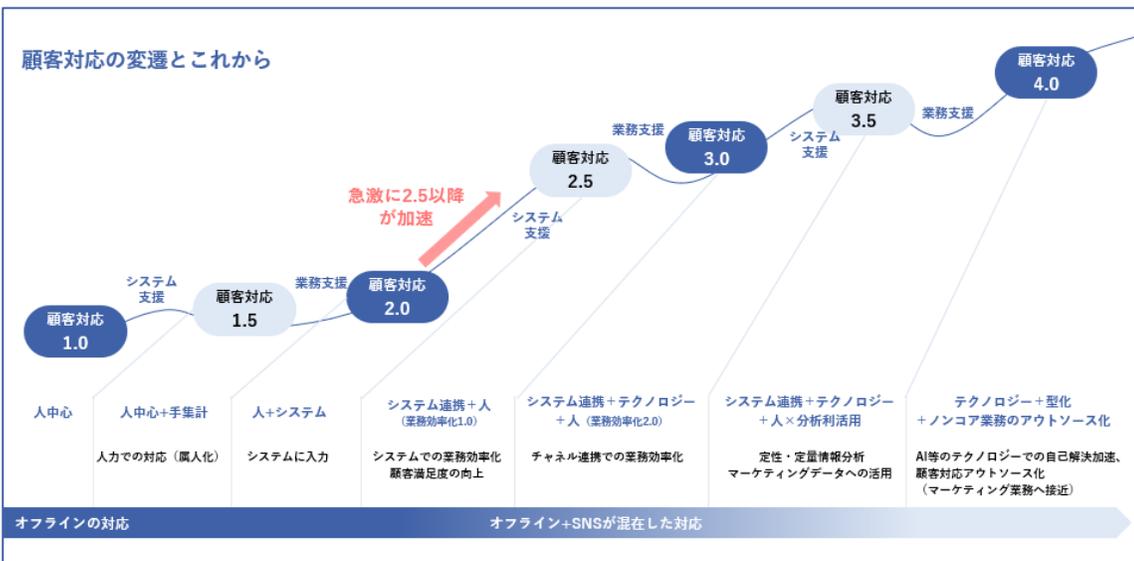


当社の事業内容（付加価値の創造「SRM Design Lab」）

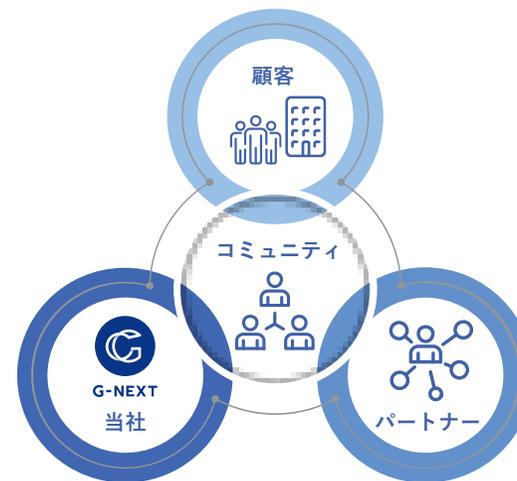
より多くの生活者やクライアント様の「声」の収集とそれらの企業活動への利活用を、  
ステークホルダーと共に考え、顧客価値(カスタマーバリュー)の創造につなげる

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

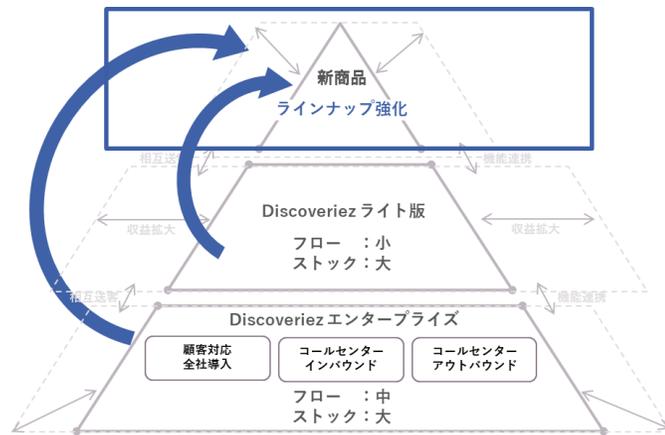
顧客対応の課題や生活者の声の収集に関する情報発信・共有の場の創出

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>

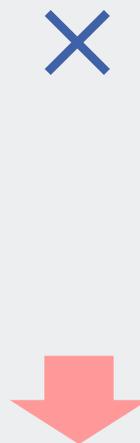
ライト版受注件数増加・利用シーンが拡大したことにより、課題解決の範囲も広がる



<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

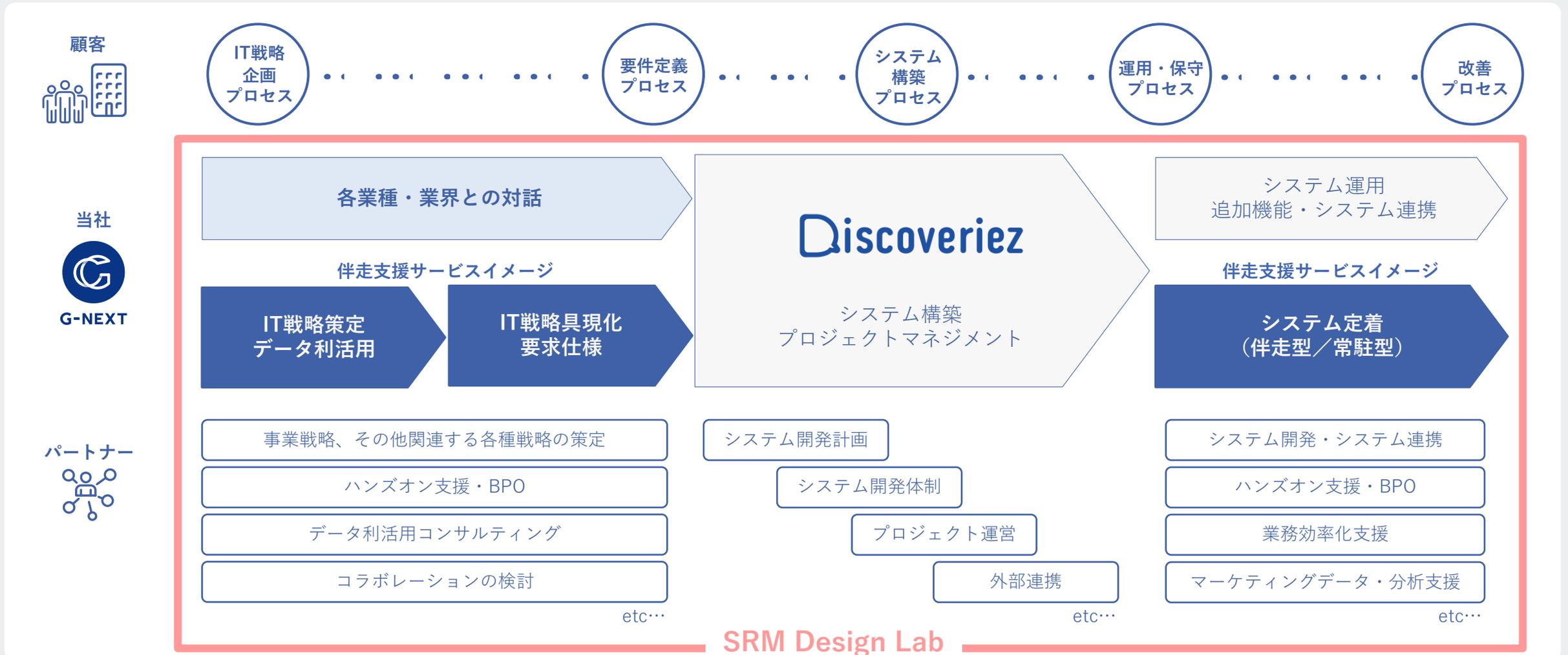
パートナーとのコラボレーション領域



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

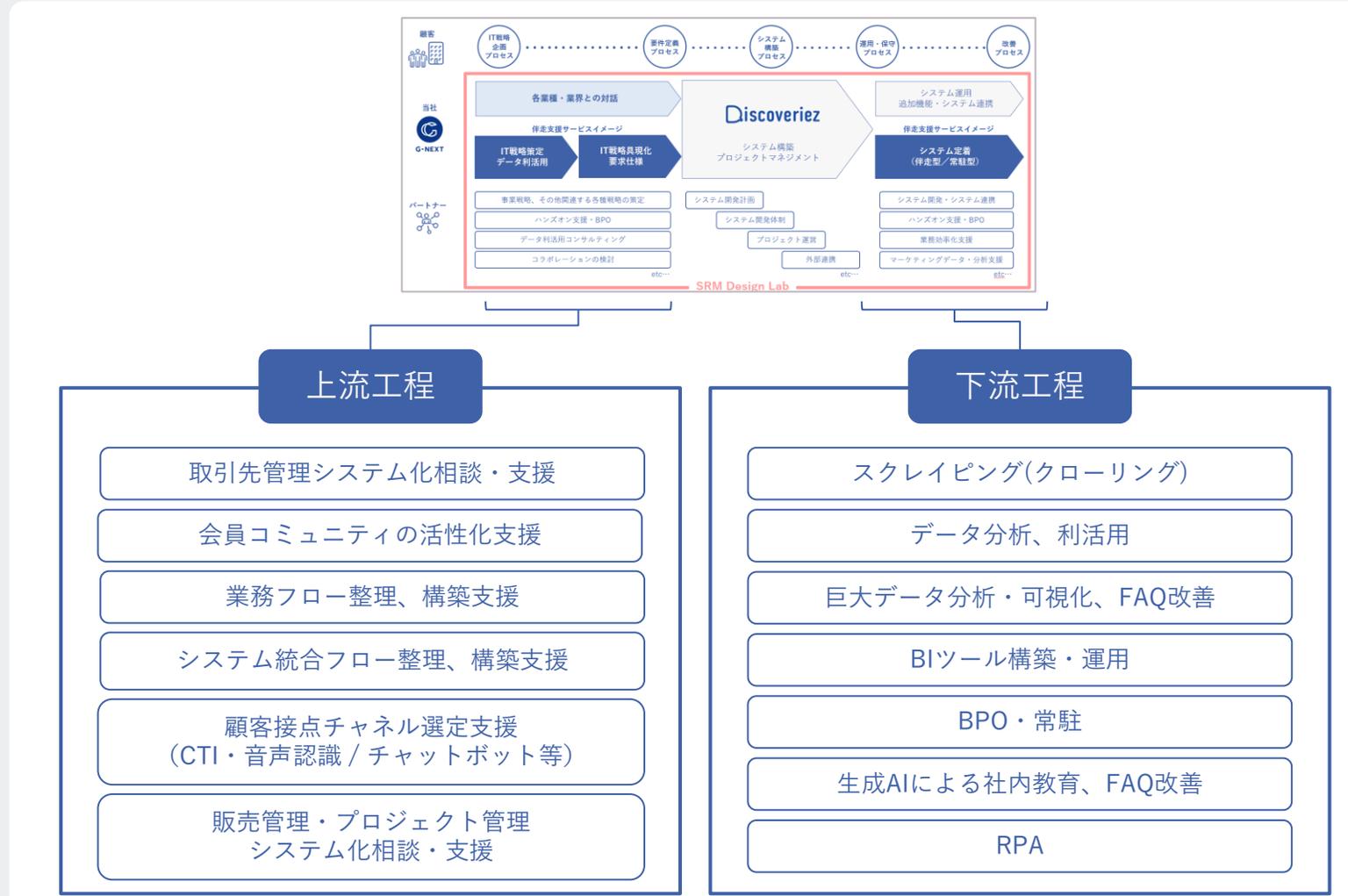
取り組みの第一弾として、ビジネスマッチング〜データ活用までを一気通貫で支援するサービスを開始

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>

顧客対応 1.0 (人中心) → 顧客対応 1.5 (人・システム) → 顧客対応 2.0 (システム連携) → 顧客対応 2.5 (システム連携) → 顧客対応 3.0 (システム連携) → 顧客対応 3.5 (システム連携) → 顧客対応 4.0 (テクノロジー駆動)



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。



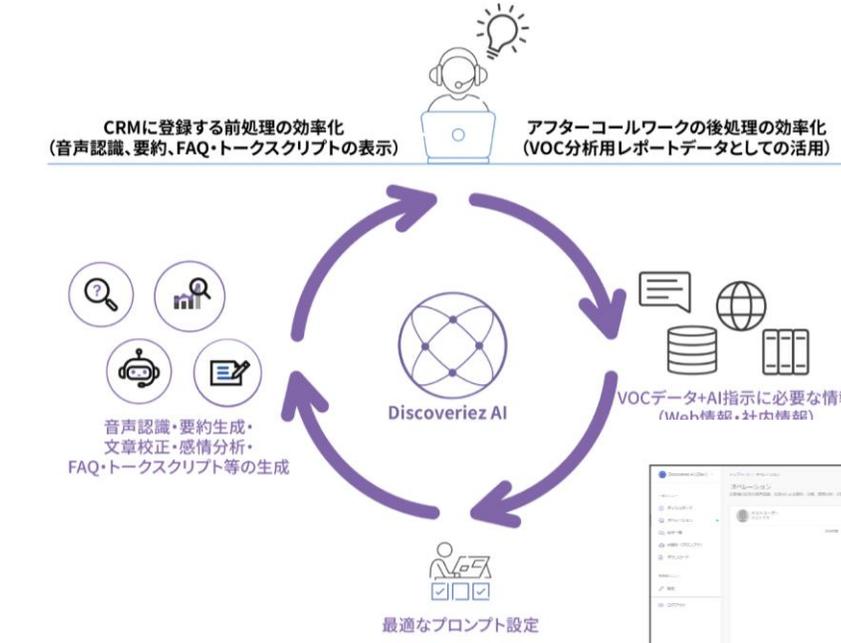
The diagram shows Discoveriez AI at the center, connected to four main functions: 音声認識・要約 (Voice Recognition & Summarization), 感情分析 (Sentiment Analysis), FAQ・トークスクリプト (FAQ & Scripts), and VOCデータ分析・活用 (Sales & Marketing). Below these are sub-functions: お問い合わせ内容自動分類 (VOC, Claims, etc.) and サジェスジョン、ヒアリ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

Discoveriez AI

音声認識・要約  
感情分析  
FAQ・トークスクリプト  
お問い合わせ内容自動分類  
(VOC、クレームなど)  
サジェスジョン、ヒアリング  
VOCデータ分析、活用  
(セールス&マーケティング)

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 diagram illustrates the Discoveriez AI workflow. It starts with CRM registration pre-processing (voice recognition, summaries, FAQ/scripts) and moves to post-call work efficiency (VOC analysis reports). The central Discoveriez AI hub is supported by prompt settings and VOC data + AI prompts. The process involves generating voice recognition, summaries, corrections, sentiment analysis, and scripts, and then using that data for analysis and reporting.

CRMに登録する前処理の効率化  
(音声認識、要約、FAQ・トークスクリプトの表示)

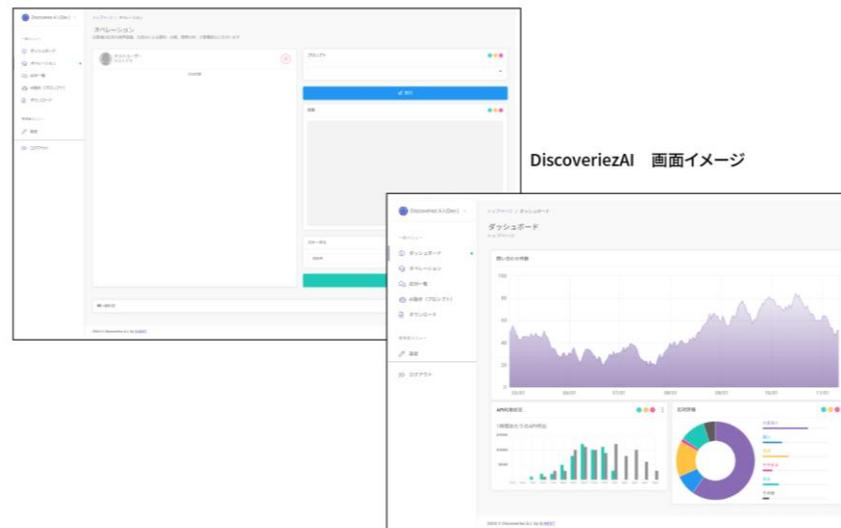
アフターコールワークの後処理の効率化  
(VOC分析用レポートデータとしての活用)

Discoveriez AI

VOCデータ+AI指示に必要な情報  
(Web情報、社内情報)

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

最適なプロンプト設定



The screenshot shows the Discoveriez AI user interface, featuring a 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>

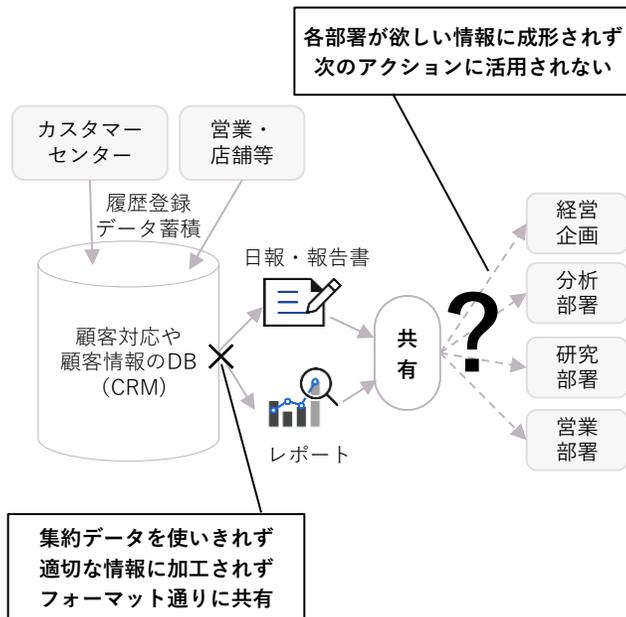


### <当社が解決したい課題と解決策>

- (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

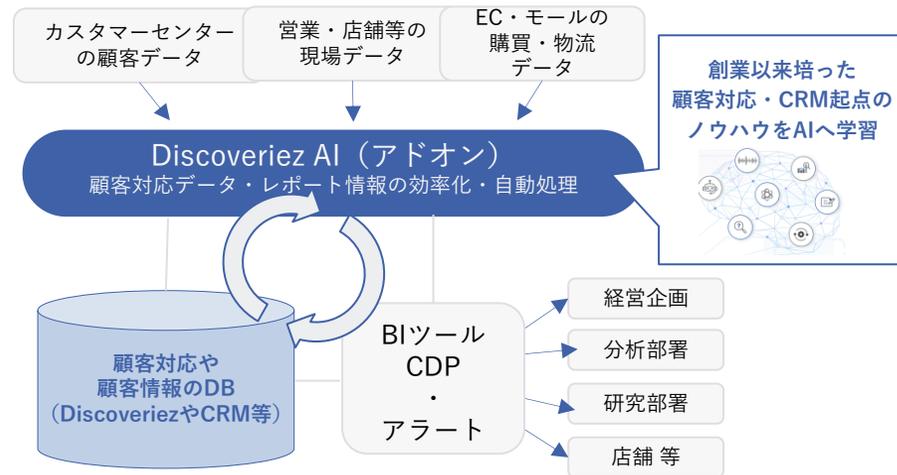
## As-Is

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

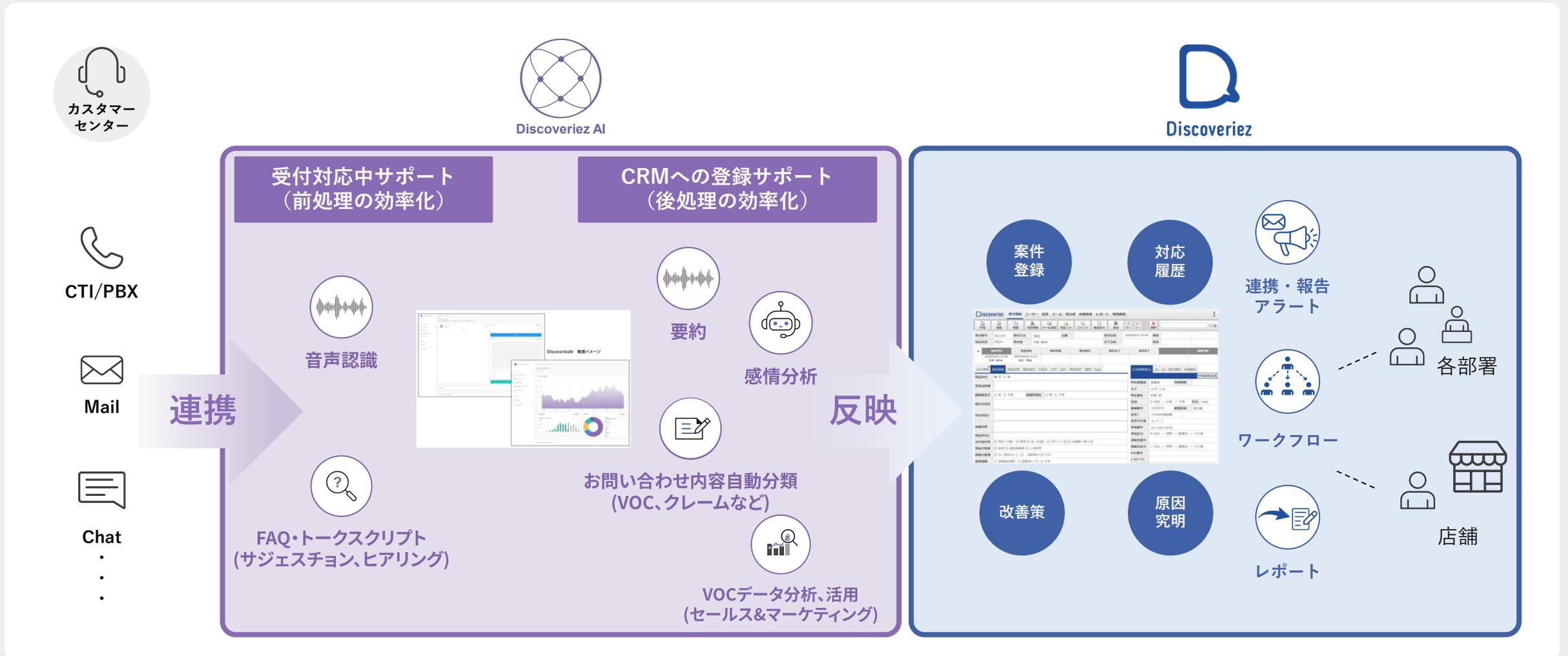
情報のデリバリーを考慮したデータを効率的に収集し、各部署が欲しいタイミングで欲しい情報が行き渡ることによって次のアクションを促すことを実現



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

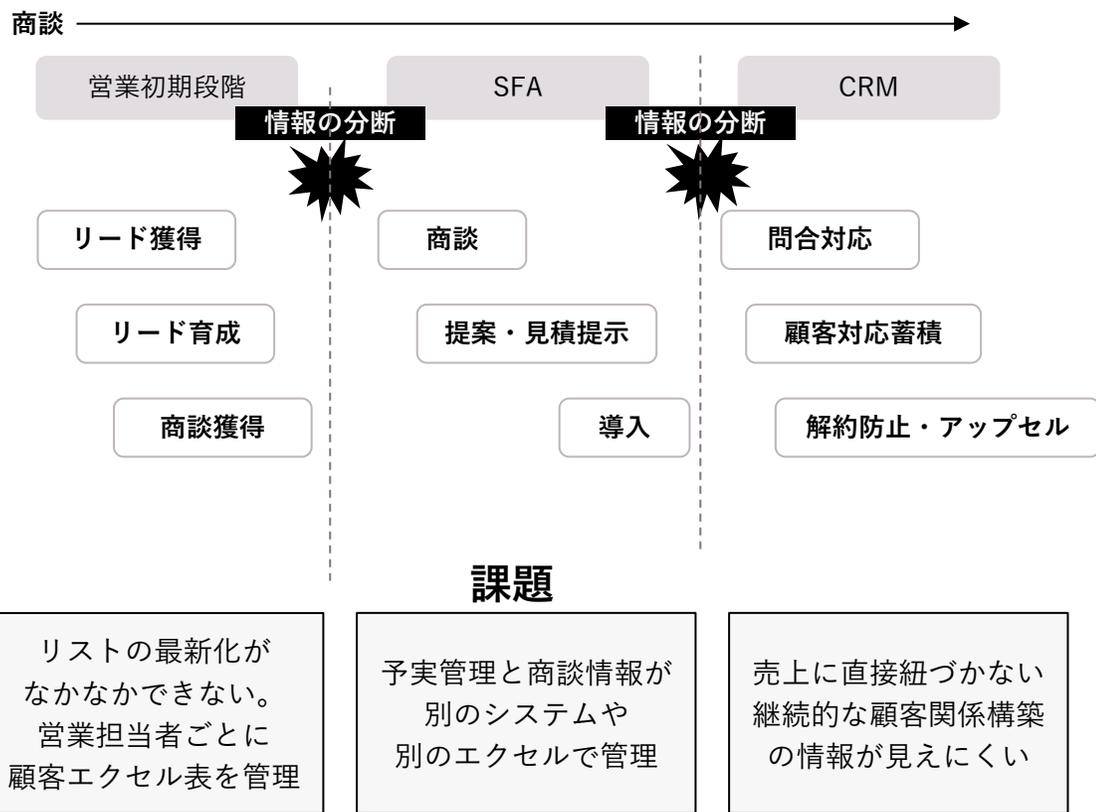
システムとBPOコールセンターのあるべき姿の設計を行い、Discoveriezの導入とカスタマーセンターの構築を実現。

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

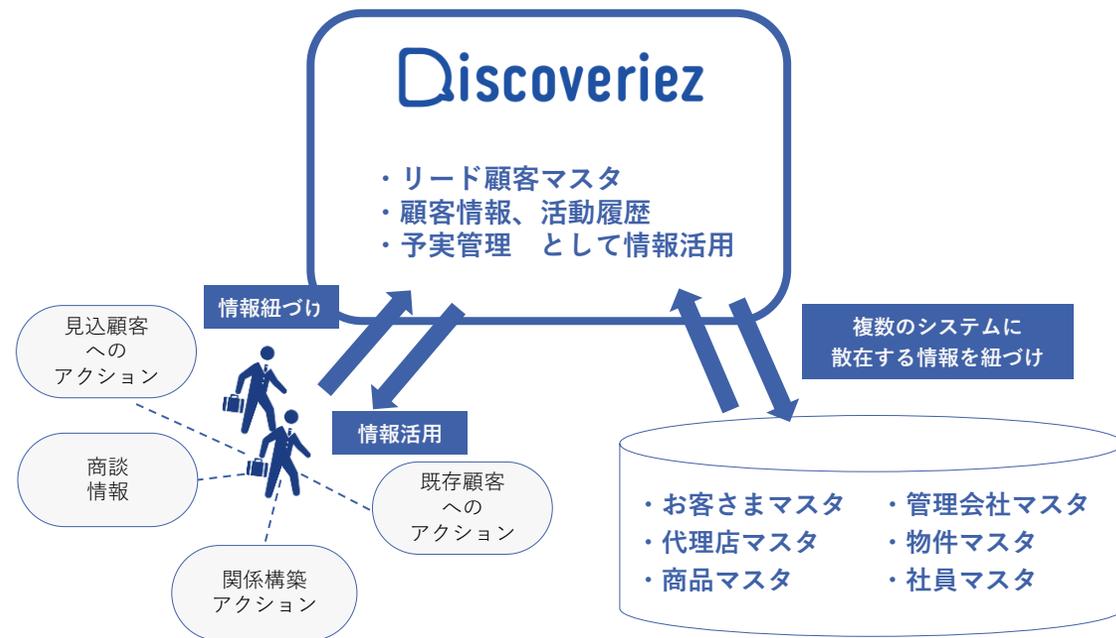
営業ツールが部分最適化されており、複数サービスの横並びでの他の営業担当者の活動履歴が取得しにくい



To-Be

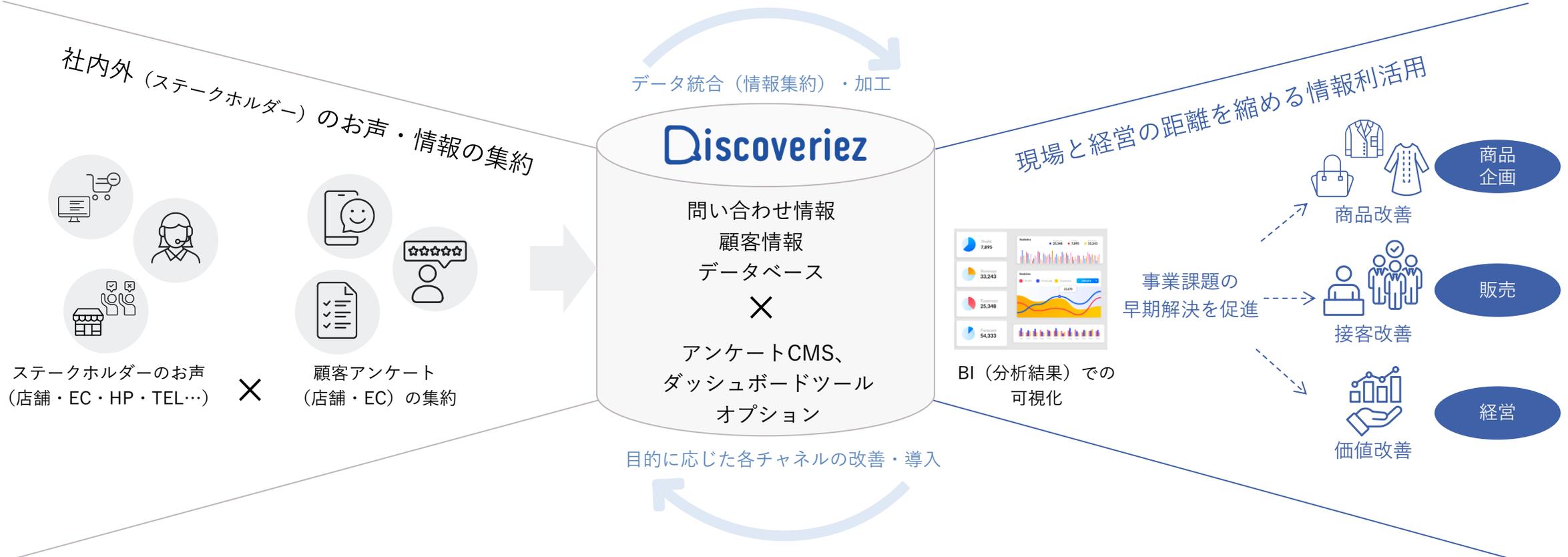
各営業担当者のアクションがわかりやすくなり、部署をまたいだ営業担当者の履歴管理を実現し、ナレッジを増やし、売り上げにつながるアクションへ

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PoC中

「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

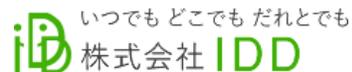
Chat



「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...

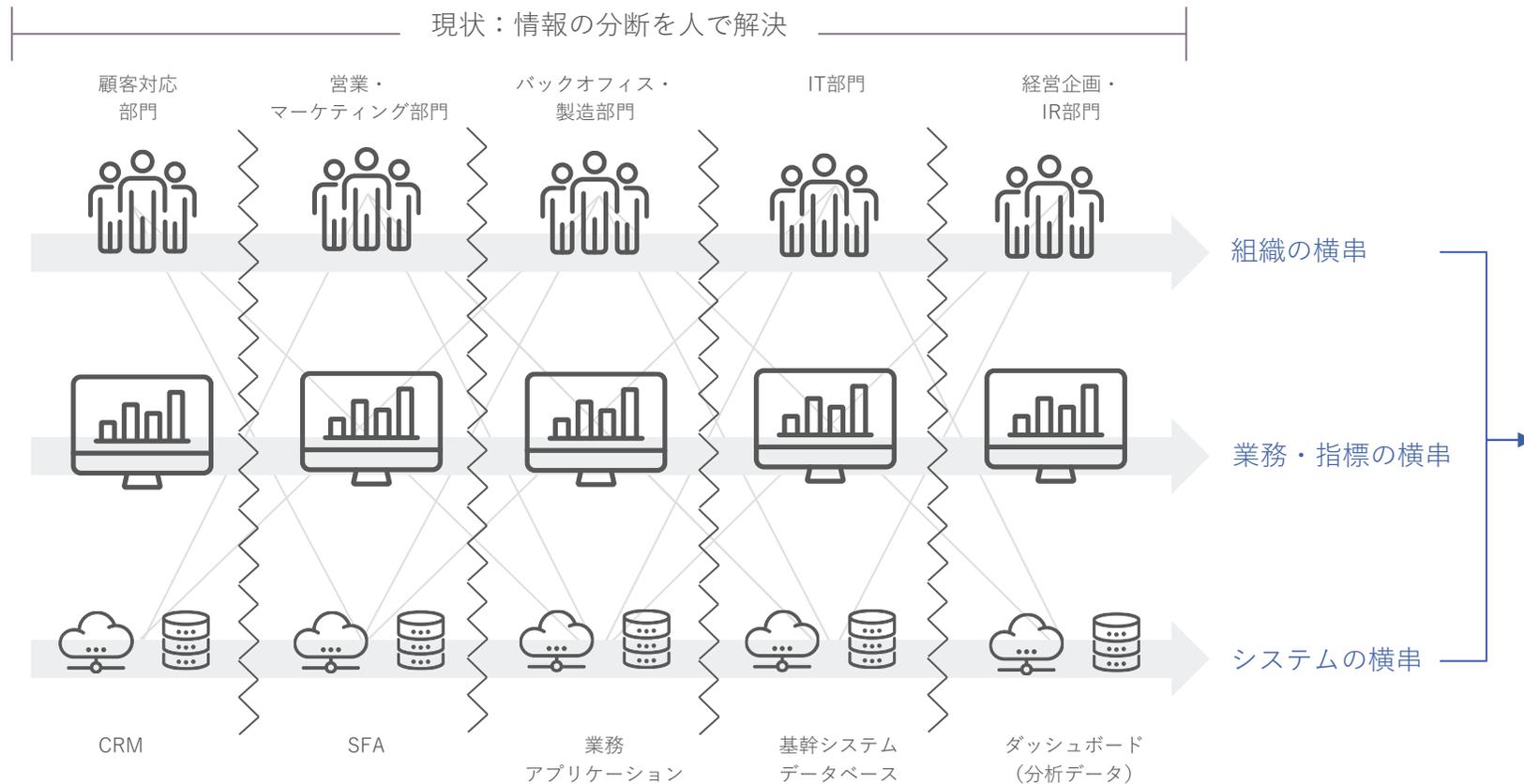
業種別SaaS



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>



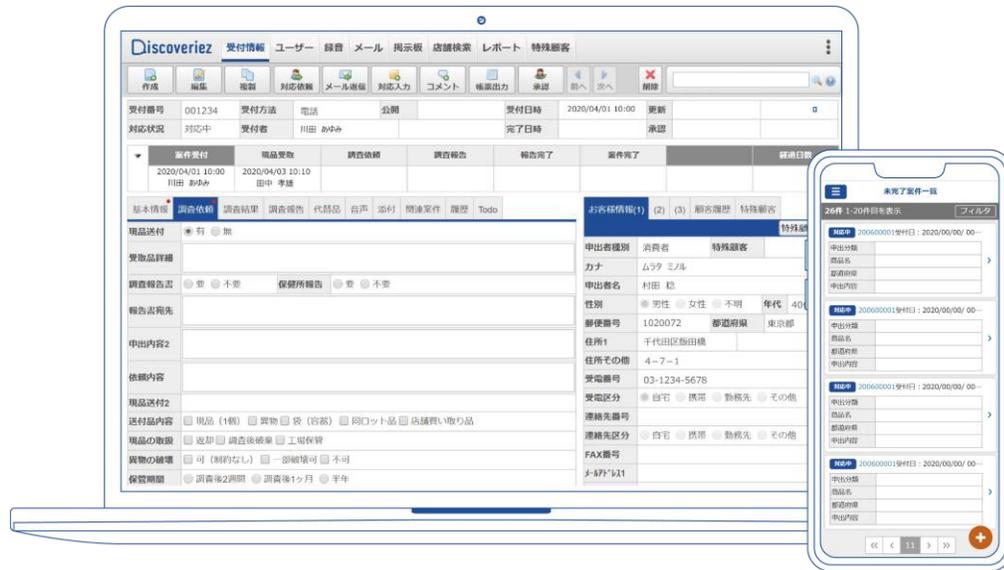
組織を超えた情報を「つなぐ」「まとめる」「活用する」ことで実現する世界

- ・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

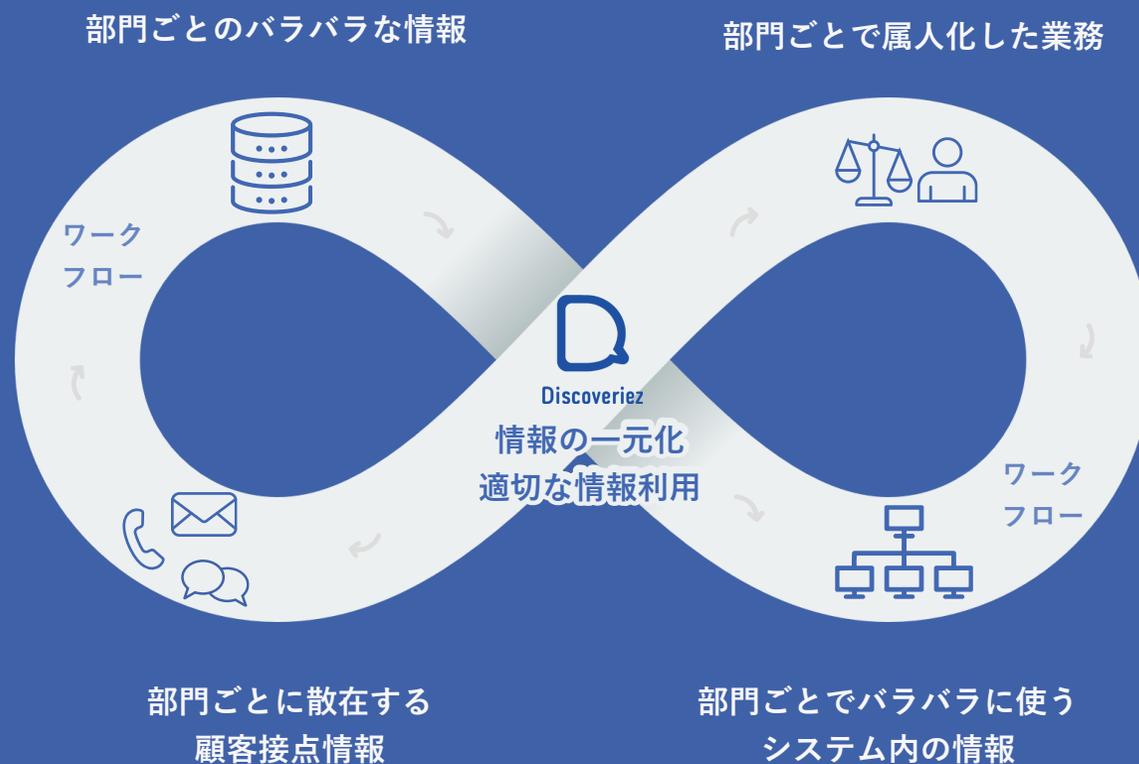
- ・バラバラな情報
- ・属人化した業務
- ・散在する顧客接点情報
- ・個別で使われているシステム内の  
情報の一元管理

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

メール・電話・チャットの  
やり取りの履歴を一元管理

他クラウド  
サービス

基幹システム

Discoveriez

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

窓口

Discoveriez

営業部門

品質管理・管理部・マーケティング部門

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

業界、業種ごとの導入事例

### デベロッパー

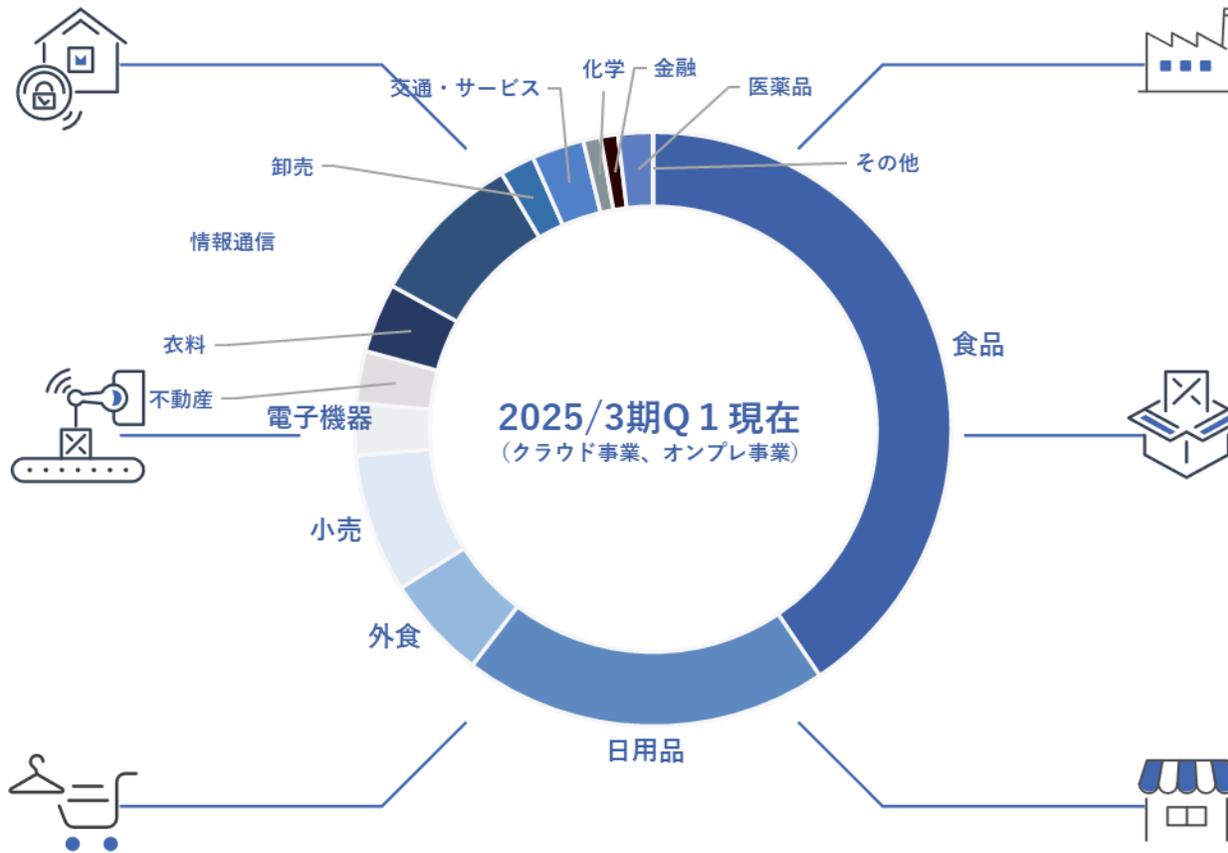
顧客からの問い合わせ情報を、営業担当者がスマートフォンで確認し、アップセル・クロスセルに迅速につなげる情報として活用。

### 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。

導入実績

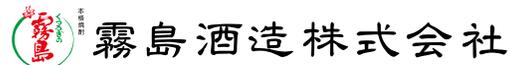
各業種・業界のリーディングカンパニーを支援

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



おもいを、カタチに。  
井藤漢方製薬株式会社



サントリーホールディングス  
株式会社



PDRファーマ株式会社



(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

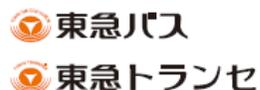


株式会社インシュアランス サービス



Realize Customize Maximize  
TRIPLEIZE

Infrastructure / Developer



鈴与カーゴネット  
株式会社

Media



フジテレビ



(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。

# 03

---

## 2025年3月期 第1四半期業績



2025年3月期 Q1 サマリー（数字指標ハイライト）

ストック売上高YoY約+11.2%・クラウド累計MRR成長率YoY約+15.4%

ストック売上比率約86.0%と、収益安定化に向けて、引き続き成長

売上高

**116**百万円

ストック売上比率<sup>\*1</sup>

**86.0%**

ストック売上  
(YoY成長率)

**100**百万円  
(+11.2%)

クラウド累計MRR<sup>\*2</sup>  
成長率(YoY)

**+15.4%**

月次解約率<sup>\*3</sup>  
(過去12か月平均)

**0.22%**

\*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 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

\*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

## 2025年3月期 Q1業績サマリー

Q1は減収減益、ストック売上（売上比率86.0%）が売上に貢献しているが、フロー売上減に伴う固定原価比率増や円安の影響等によりサーバーコスト増により売上原価増加にて着地。

コスト効率化施策の継続強化により販管費率が引き続き改善しており、今後の与信リスク改善施策により、受注済案件の導入が進むことで、各段階利益についても、通期業績予想内での達成を目指す

|             | 2025年3月期<br>Q1実績<br>(A) | 2024年3月期<br>Q1実績<br>(B) | 対前年<br>同期増減<br>(C)=(A)-(B) | 対前年<br>同期比<br>(D)=(A)/(B)-1 | 2025年3月期<br>通期予想* |
|-------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------|
| 売上高         | 116                     | 135                     | △18                        | △13.8                       | 610~670           |
| 売上総利益       | 21                      | 65                      | △44                        | △66.9                       | —                 |
| 販売費及び一般管理費  | 83                      | 105                     | △21                        | △20.8                       | —                 |
| 営業利益/損失 (△) | △61                     | △39                     | △22                        | —                           | △140~△100         |
| 経常損失 (△)    | △61                     | △39                     | △21                        | —                           | —                 |
| 四半期純損失 (△)  | △61                     | △39                     | △21                        | —                           | —                 |

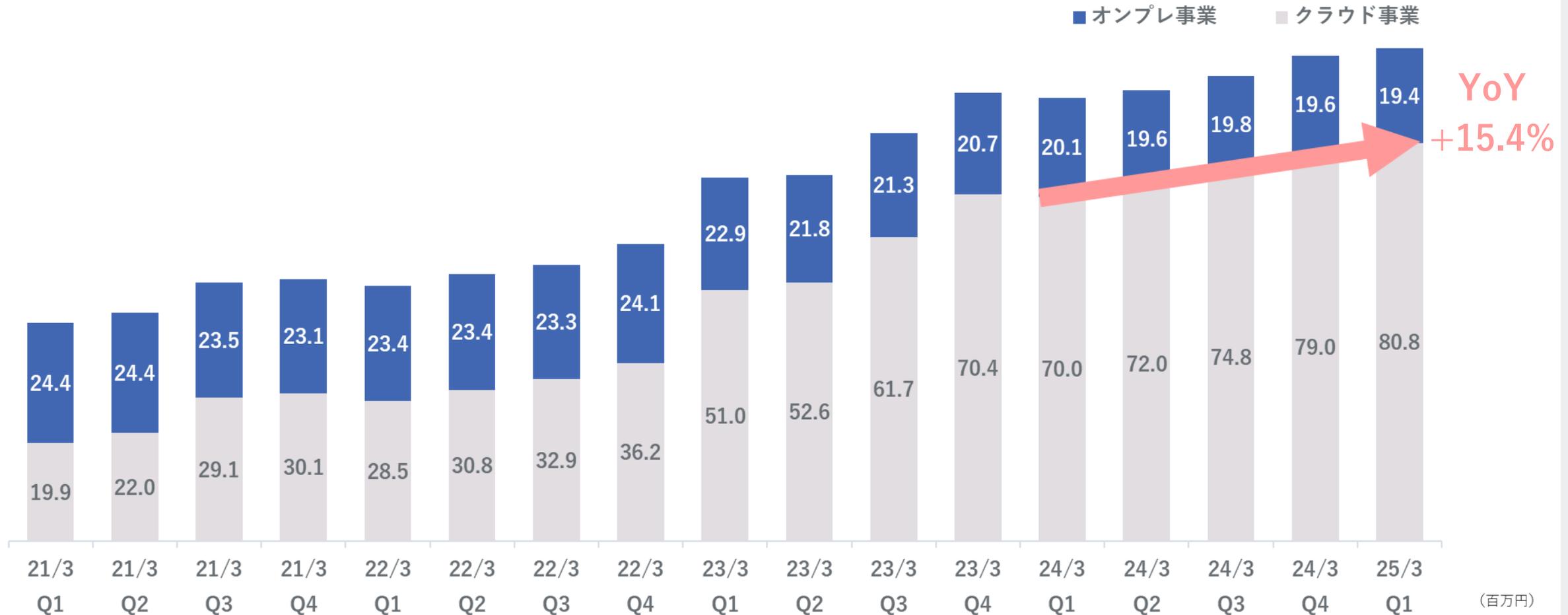
\* 2024年6月21日に開示した「通期業績予想の修正に関するお知らせ」参照

(百万円)

## 2025年3月期 Q1 ストック売上の推移

クラウド累計MRRはYoY+15.4%と継続して成長。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。フロー型からストック型への移行は、当社の現況を踏まえても、順調に継続

## ストック売上の推移\*

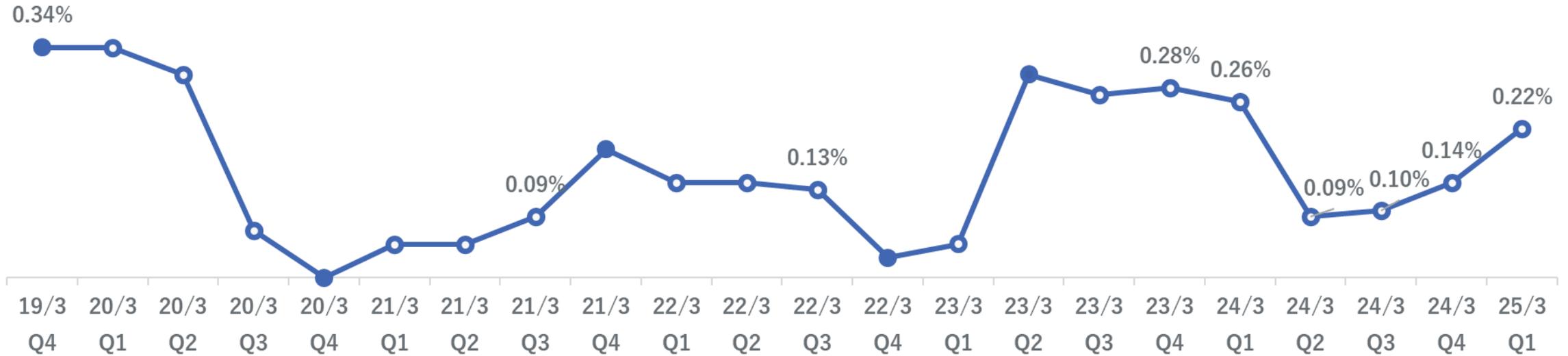


\* 小数第2位を四捨五入

## 2025年3月期 Q1 月次解約率の推移

過去12か月平均の月次解約率は**0.22%**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

---

## 2025年3月期通期業績見通し（現時点）



## 2025年3月期 事業方針と業績見通し（2024年6月21日開示内容に追記）

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/リプレースの加速）、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
- ・ 営業収益率の改善および採用活動、組織再整備の強化

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<br>通期業績予想<br>(A) | 2024年3月期<br>通期実績<br>(B) | 対前年<br>同期増減<br>(C)=(A)-(B) | 対前年<br>同期比<br>(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  
Discoveriez AI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9月13日臨時株主総会以降の  
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

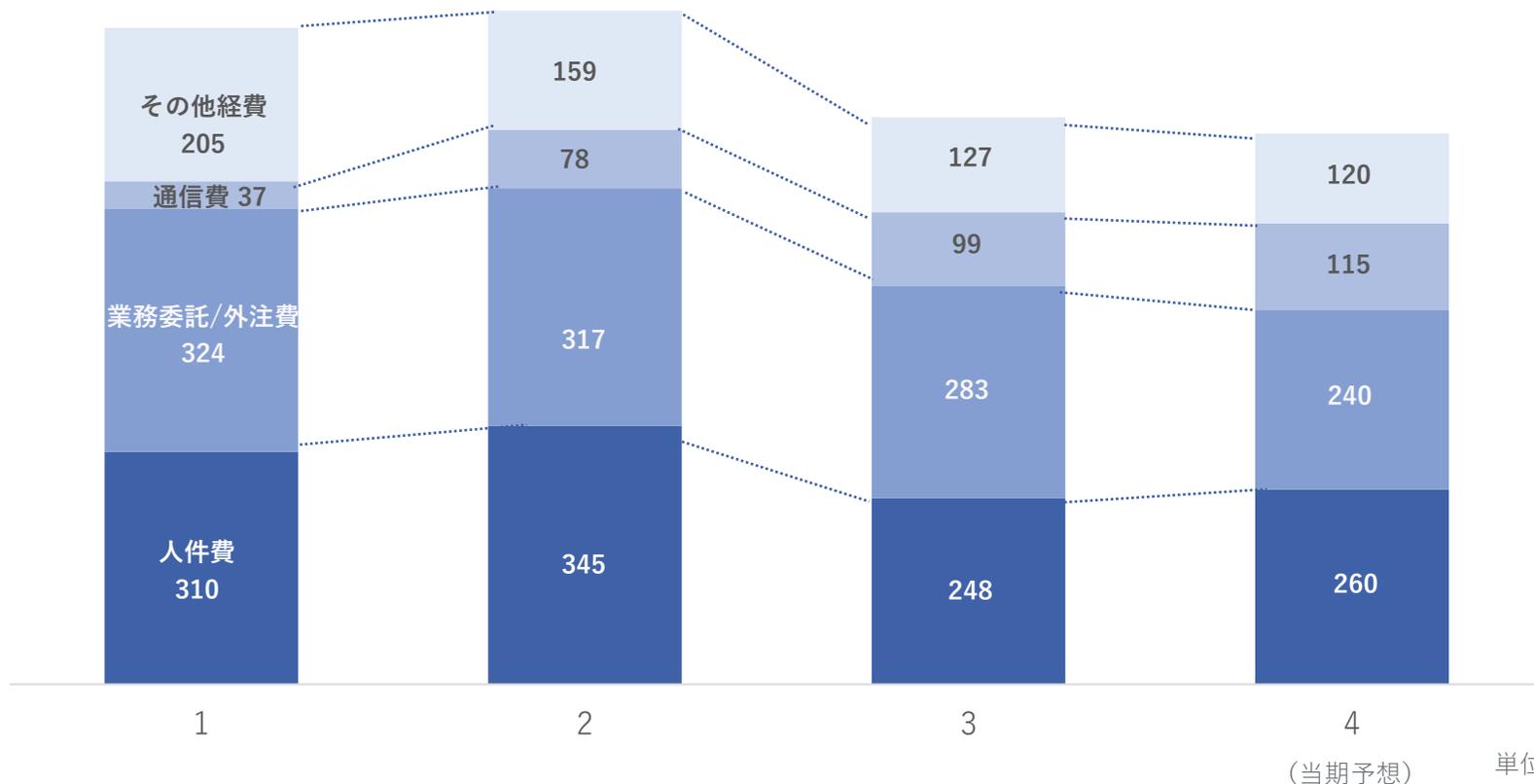
| 資金使途  | IPO時計画<br>(2021年4月～2023年3月) | 2022/3期実績*2 | 2023/3期実績 | 2024/3期実績 | 目的                        |
|-------|-----------------------------|-------------|-----------|-----------|---------------------------|
| R&D費用 | 130                         | 146         | 149       | 52        | Discoveriez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  
 コストマネジメント施策と並行して、投資対象を精査した上で、収益力向上のための投資を強化予定

<固定費内訳推移>



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
- ・採用活動、組織再整備強化
- ・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

# 05

---

## 財務戦略とリスク情報



## 株式会社舞花との資本提携について

## ■株式会社舞花（以下、舞花社）との資本提携締結における経緯

- ・2023年8月よりファイナンス支援に関して、前代表体制時から交渉を重ねており、最優先条件として、当社の財務面、体制面での経営の安定化および当社の企業価値向上を目的としたものであること
- ・舞花社は、当社ビジネスへの理解も深く、業務提携先や既存案件の開拓の紹介などを前提に会話ができており、当社としては、経営の安定化に向けてのパートナーとして協業しやすいと考えていること
- ・以上の観点より、2024年7月26日付で「資本提携契約の締結、第三者割当による新株式及び第7回新株予約権の発行並びに主要株主の異動に関するお知らせ」を開示するに至りました。
- ・同年8月13日付で「第三者割当による新株式及び第7回新株予約権の発行に係る払込完了に関するお知らせ」を開示しております。

## 【資本提携のために実施される募集の概要】

| < 第三者割当の方法による新株式募集概要 > |          |                                    |
|------------------------|----------|------------------------------------|
| ①                      | 払込期日     | 2024年8月13日                         |
| ②                      | 発行新株式数   | 766,300株                           |
| ③                      | 発行価額     | 1株につき261円                          |
| ④                      | 調達資金の額   | 200,004,300円                       |
| ⑤                      | 募集又は割当方法 | 第三者割当の方法によります。                     |
| ⑥                      | 割当予定先    | 株式会社舞花                             |
| ⑦                      | その他      | 上記については、金融商品取引法に基づく届出の効力発生を条件とします。 |

| < 第三者割当の方法による新株予約権募集概要 > |              |                                    |
|--------------------------|--------------|------------------------------------|
| ①                        | 割当日          | 2024年8月13日                         |
| ②                        | 発行新株予約権数     | 12,013個                            |
| ③                        | 発行価額         | 総額33,396,140円                      |
| ④                        | 当該発行による潜在株式数 | 1,201,300株                         |
| ⑤                        | 調達資金の額       | 433,429,040円（注）                    |
| ⑥                        | 行使価額         | 333円                               |
| ⑦                        | 行使請求期間       | 2024年8月14日から2026年3月31日まで           |
| ⑧                        | 募集又は割当方法     | 第三者割当の方法によります。                     |
| ⑨                        | 割当予定先        | 株式会社舞花                             |
| ⑩                        | その他          | 上記については、金融商品取引法に基づく届出の効力発生を条件とします。 |

&lt;引用&gt;

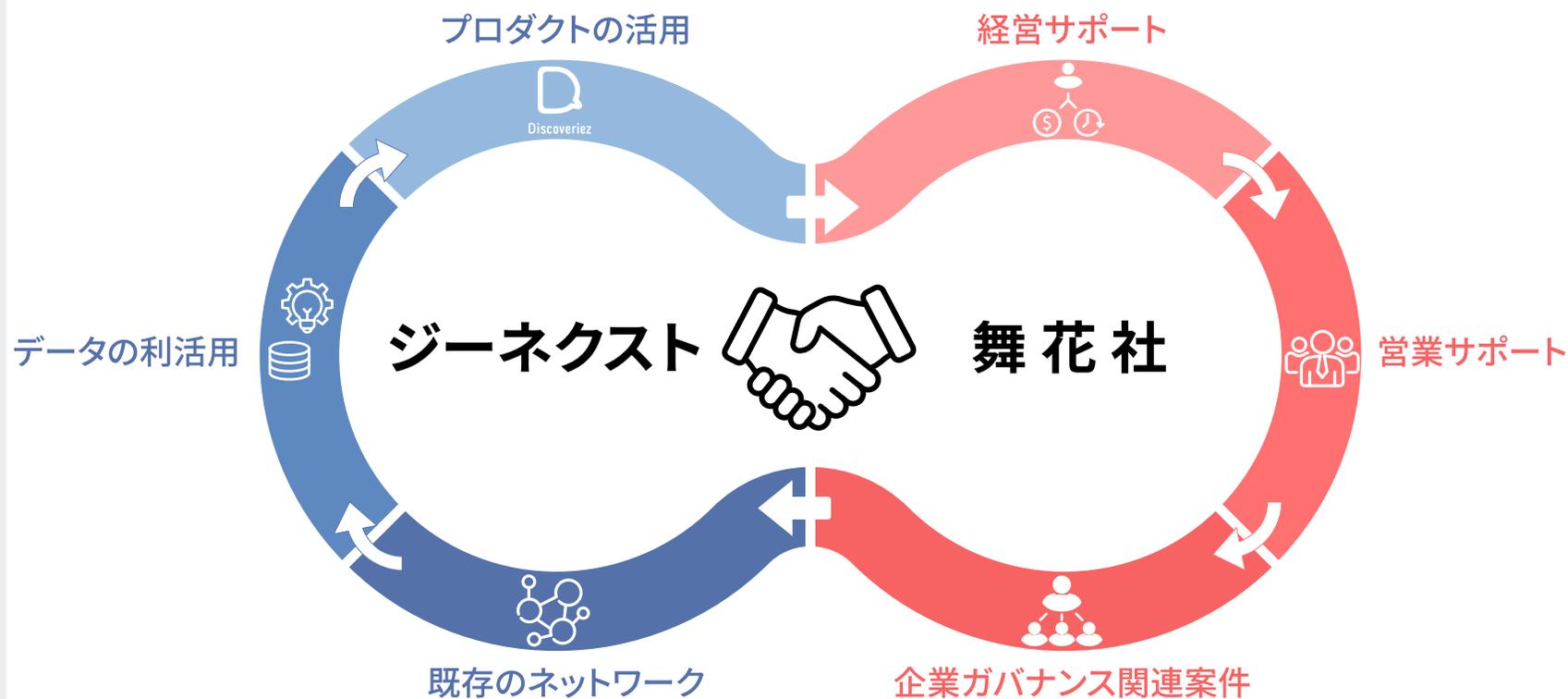
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS04737/323dad2c/0cd9/4e70/8863/4e906b654baf/140120240725554814.pdf>
<https://contents.xj-storage.jp/xcontents/AS04737/baa490a1/dc19/432d/8f31/df6f958ac59b/140120240813570616.pdf>

（注）調達資金の額は、本新株予約権の発行価額の総額と、すべての本新株予約権が当初の行使価額で行使されたと仮定して算出された行使価額の合計額です。行使価額が調整された場合には、調達資金の額は減少します。また、本新株予約権の権利行使期間内に行使が行われない場合及び当社が取得した新株予約権を消却した場合には、調達資金の額は減少します。

## 株式会社舞花との資本提携について

株式会社舞花との資本提携により、資本面での支援のみならず、事業面やサービス面での業務提携先の共同開拓を視野に入れた資本提携の発表を2024年7月26日に実施

### ■連携スキームイメージ図



#### シナジーその1

- ・当社が参入できていない企業ガバナンス関連案件やスタートアップ案件での Discoveriez および AI の利活用

#### シナジーその2

- ・経営、営業などの支援として、当社の収益安定化に向けたコンサルティング、業務提携先の共同開拓サポート

#### シナジーその3

- ・資本提携および業務提携先の共同開拓における、資金力の増強及び、サービスのアップデートなど

## 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<br>(目標) |
|----------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|
| 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。

# 06

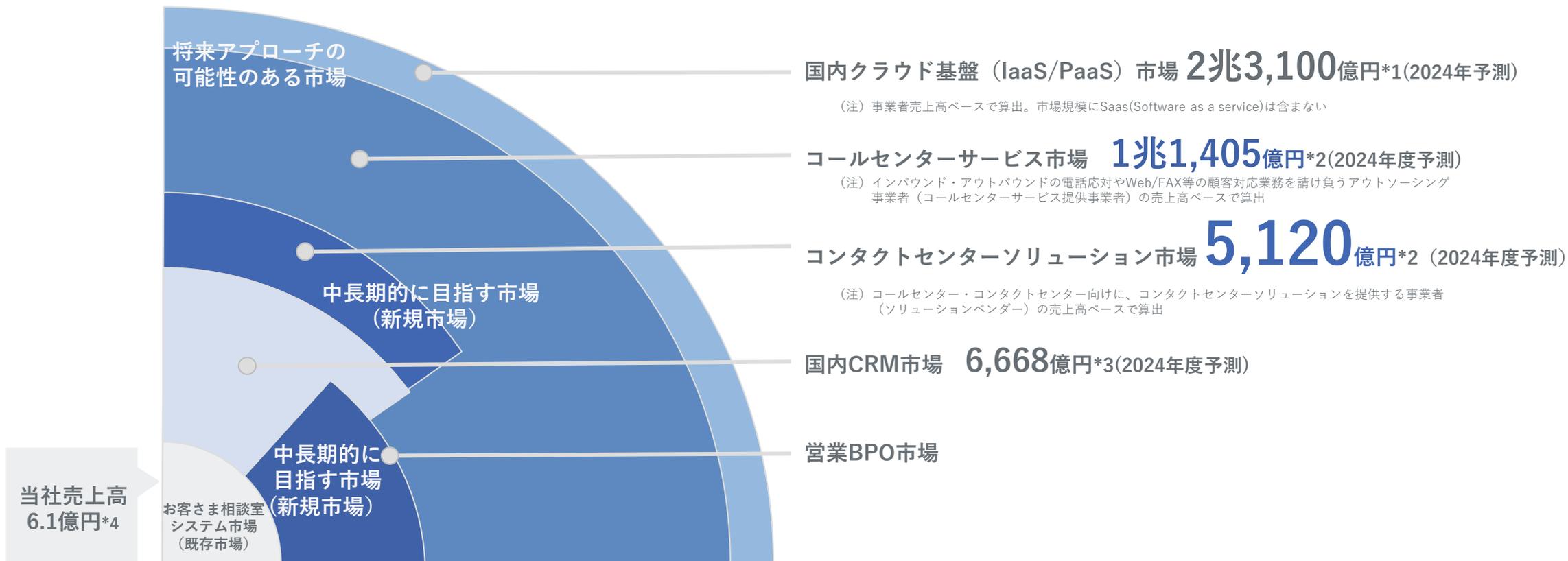
---

## 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 (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

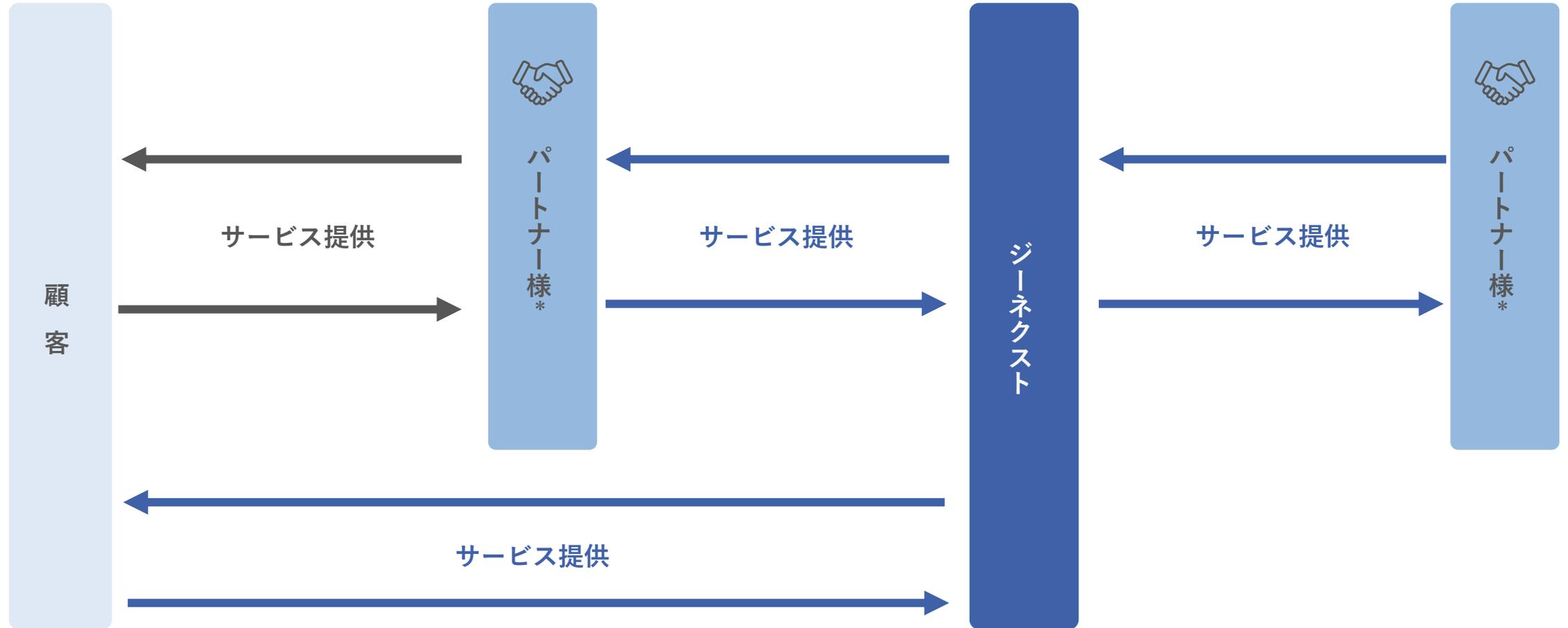


\*当社の利用数の定義としては、クライアントの各部署や利用シーンごとに複数環境をご用意させていただくため、クライアント1環境に限定されるものではありません。

## 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。

<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...



**G-NEXT**