

# 2021年12月期 第2四半期 決算説明資料

---

株式会社シノプス

2021.8.10

<b>P.3</b>	<b>事業内容</b>
<b>P.6</b>	<b>第2四半期の事業報告</b>
<b>P.18</b>	<b>第3四半期以降の取り組み</b>
<b>P.25</b>	<b>Appendix</b>

# 事業内容

---

## シノプスの事業内容

### 基本理念

われわれは在庫に関わる  
“人”、“もの”、“金”、“時間”、“情報”を  
最適化するITソリューションを提供し、  
限りある資源を有効活用することで、  
広く社会に貢献する。

### ビジョン

世界中の無駄を10%削減する



### クラウド型流通業向けAIサービス「sinops-CLOUD」

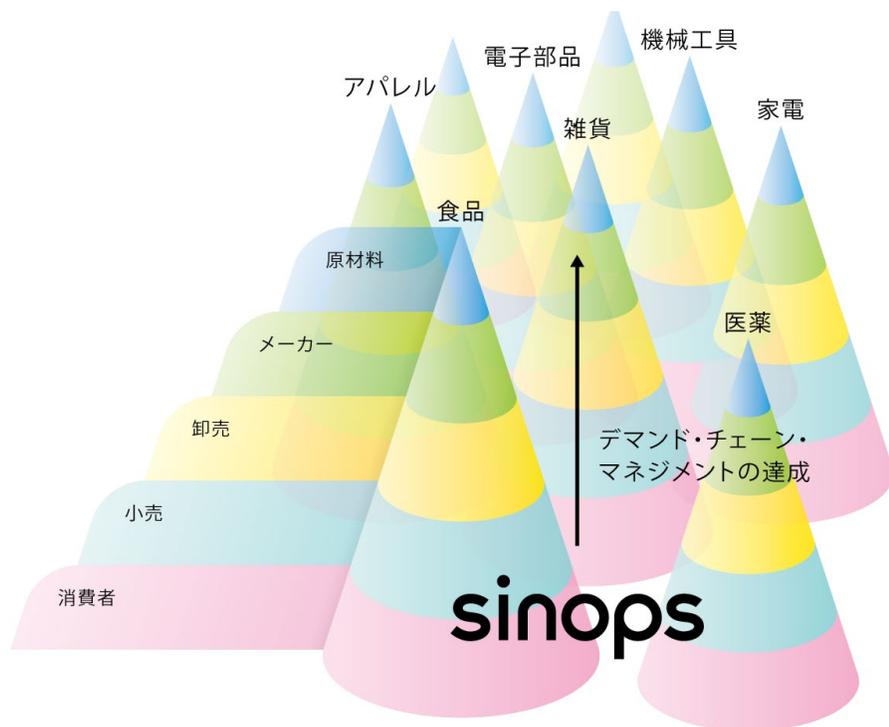
sinops-CLOUDは、リアルタイム在庫機能を中心とした  
需要予測・自動発注・店舗業務支援などのサービスを  
必要な機能だけを1店舗から利用できるクラウドサービスです。



## シノプスの経営戦略

- ▶ 食品流通業のデマンド・チェーン・マネジメントを実現することを目指しています。
- ▶ そのために、当社が重視しているのはデマンド（＝小売業）でのシェア率を拡大させることです。
- ▶ シェア率40%を獲得後、デマンド側のデータを活用したビジネスを拡大します。

店舗・拠点ごと単品ごとに日々需要予測し  
川下から川上へ流通連鎖を最適化する



そして

### 世界中の無駄を10%削減する

**step3 :**  
製造業・原材料/包装資材業の生産計画を最適化する

**step2 :**  
卸売業の物流を最適化する

**step1 :**  
小売業界で安定シェア40%を実現する

# 第2四半期の事業報告

---

## 2Q累計は売上高445百万円・経常損失39百万円。

- ▶ 2Q累計は売上高445百万円(前期比29.9%増)・経常損失39百万円(前期比73百万円増)となりました。
- ▶ クラウドサービスの受注社数が順調に増加し、導入支援売上高が140百万円(前期比81百万円増・138.3%増)となりました。

(百万円)	当期	対前期		対計画		
	21/12期 2Q実績	20/12期 2Q実績	増減額	増減率%	21/12期 計画	進捗率%
<b>売上高</b>	<b>445</b>	342	+102	+29.9	1,201	37.0
パッケージ	<b>13</b>	22	△9	△42.3	200	6.6
導入支援	<b>140</b>	58	+81	+138.3	192	72.8
サポート	<b>149</b>	128	+21	+16.6	291	51.5
クラウド	<b>141</b>	132	+9	+7.2	517	27.4
<b>営業利益</b>	<b>△53</b> (利益率-%)	△101 (利益率-%)	+47	-	100 (利益率8.4%)	-
<b>経常利益</b>	<b>△39</b> (利益率-%)	△113 (利益率-%)	+73	-	112 (利益率9.4%)	-
<b>当期純利益</b>	<b>△30</b> (利益率-%)	△79 (利益率-%)	+49	-	59 (利益率4.9%)	-

## 貸借対照表

- ▶ 前期末に計上された売上債権の回収が進んだことが主要因となり、流動資産が前期末比20百万円減少しました。
- ▶ 製品開発投資が増加したことが主要因となり、固定資産が前期末比18百万円増加しました。
- ▶ 導入支援案件が増加したことによる前受金が増加したことが主要因となり、流動負債が前期末比43百万円増加しました。

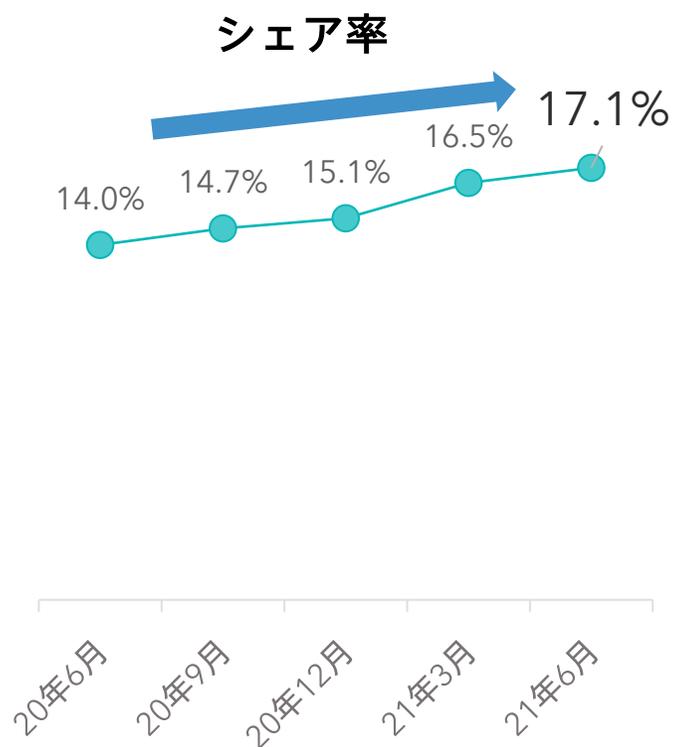
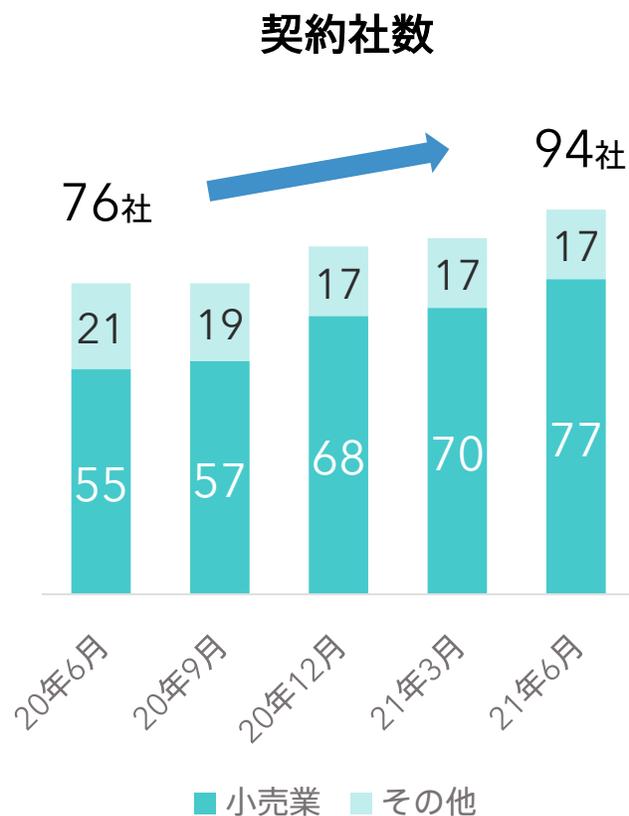
(百万円)

資産	20/12末	21/6末	増減額
流動資産	1,397	1,377	△20
現預金	1,077	1,260	+182
売上債権	256	92	△164
棚卸資産	0	8	+7
その他	63	16	△46
固定資産	321	339	+18
有形固定資産	37	31	△5
無形固定資産	168	188	+20
投資その他資産	115	119	+3
資産合計	1,718	1,716	△2

負債・純資産	20/12末	21/6末	増減額
流動負債	323	366	+43
仕入債務	7	7	+0
有利子負債	134	134	—
その他	180	224	+43
固定負債	66	46	△19
負債合計	389	413	+23
株主資本	1,321	1,298	△23
新株予約権	7	5	△2
純資産合計	1,329	1,303	△25
負債・純資産合計	1,718	1,716	△2

## 小売業の契約社数が増加し、前期比3.1pt増の17.1%。

- ▶ 契約社数は前年同期比で小売業22社増・その他4社減で、全体で18社増の94社となりました。
- ▶ シェア率は前年同期比で3.1pt増加し、17.1%となりました。
- ▶ クラウドを除く稼働拠点数は前年同期比で小売業233店舗増・その他32拠点減で、全体で201拠点増の5,411拠点となりました。



契約社数 **94**社(+18社)

シェア率 **17.1**%(+3.1pt)

稼働拠点数 **5,411** 拠点(+201拠点)

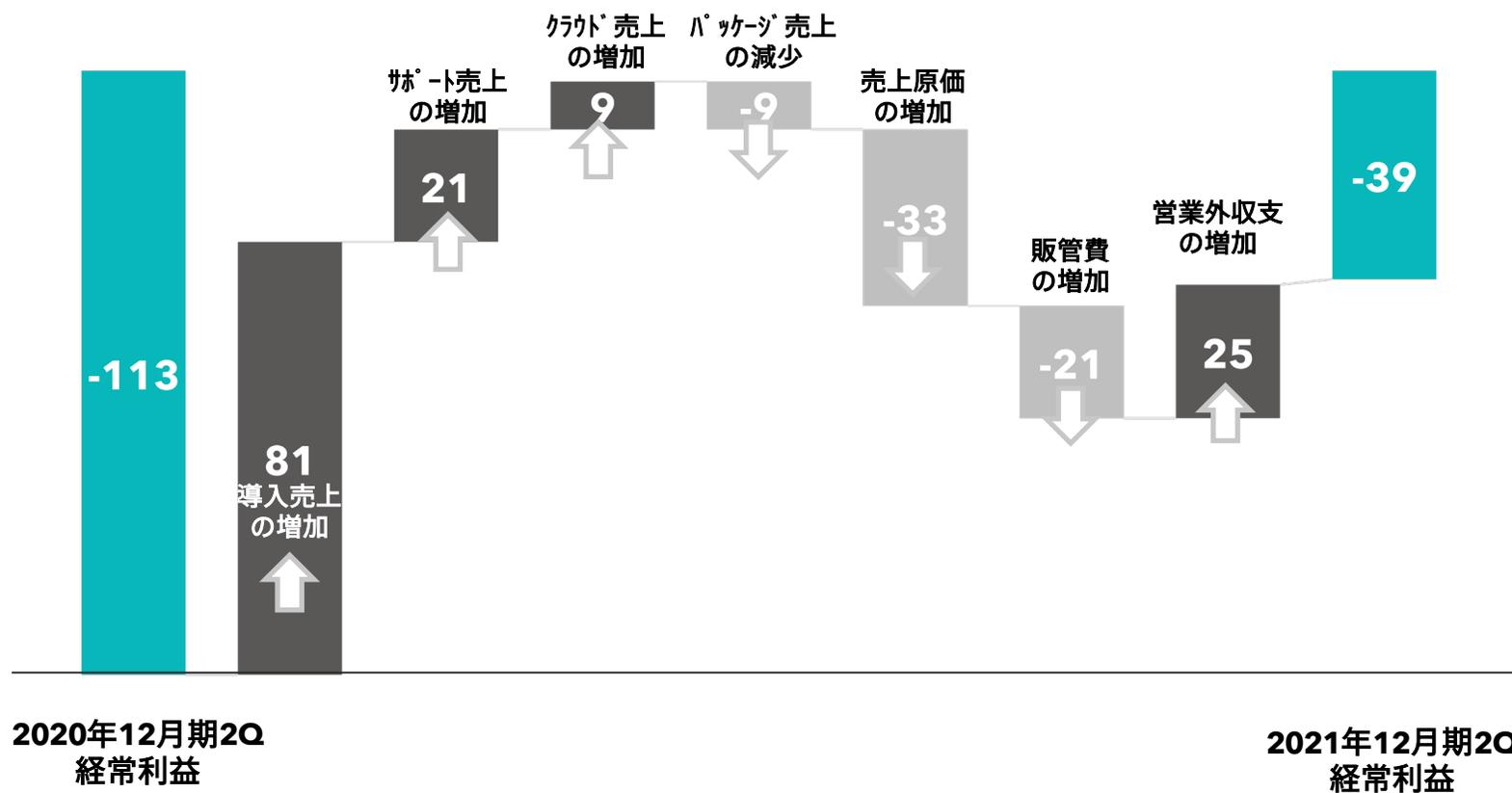
※稼働拠点数はクラウドを除いた数字  
 ※クラウドの稼働アカウント数は別途記載

# クラウドサービスの新規受注が進み、経常利益が前年比+74百万円。

- ▶ クラウドの新規受注が増加したことで、導入支援売上高が前年比+81百万円、売上高全体で前年比+102百万円となりました。
- ▶ クラウドの利用社数の増加に伴うサーバ利用料が増加しことが主要因となり、売上原価が+33百万円となりました。
- ▶ 社内システム投資等で販管費が一時的に増加した一方で東京都の補助金収入があり、経常利益は前年比+73百万円増となりました。

(百万円)

## 経常利益の増減分析 (対前年同期比)



## 売上の増減分析

- クラウド新規受注増に伴う導入支援売上高の増加
- クラウド利用が開始したことに伴うクラウド売上高の増加

## 売上原価が増加

- クラウド利用社数が増加し、サーバ利用料が増加
- 社員数増に伴う人件費が増加

## 販管費が増加

- クラウド拡販のための広告宣伝費が増加
- リモートワーク対応のためのシステム投資が増加した一方で旅費交通費等が減少

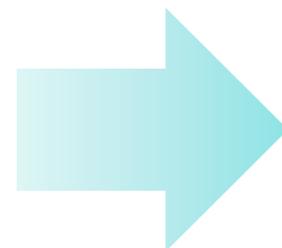
## 営業外収支が増加

- 東京都の補助金収入
- その他営業外費用の減少

## クラウドの新規受注が増加し、導入支援売上が順調に増加。

- ▶ クラウドの新規受注が順調に進み、実証実験が増加したことで導入支援売上が前年比81百万円増加の140百万円となりました。
- ▶ その結果、クラウドサービスの利用企業社数が45社(20年12月比+19社、21年3月比+9社)となりました。
- ▶ 今後は実証実験後の店舗展開を進め、クラウドの有償アカウント数を増加させることにも注力します。

現在は社数が増加中  
※実証実験は3店舗前後  
=**導入売上が増加**



導入支援が完了し、  
店舗展開が進む  
=**クラウド売上が増加**

店舗展開が進むと



導入支援



クラウドサービス

ストック収入



クラウドサービス

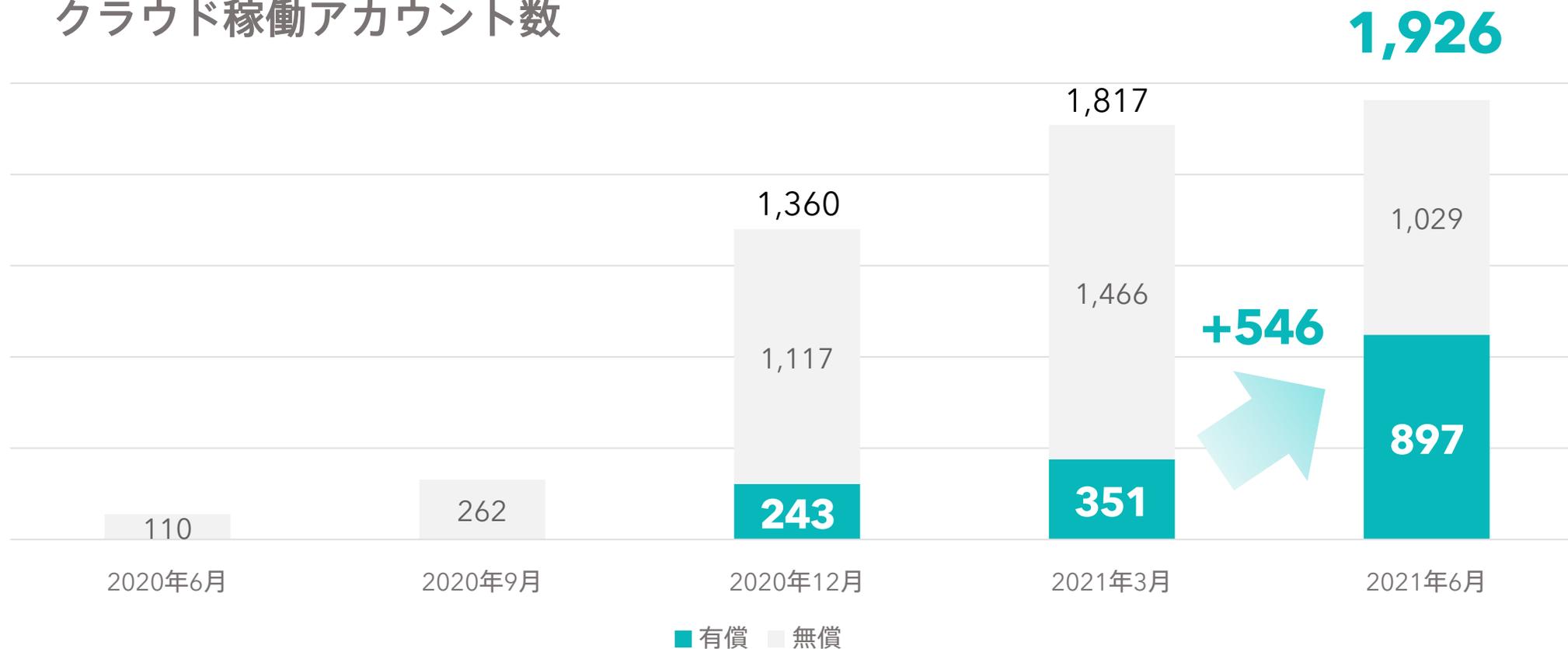
ストック収入

## クラウドの稼働アカウント数は1,926。

- ▶ クラウドサービスの稼働アカウント数(※)は、新規ユーザの増加に加えて無償ユーザを整理し、1,926となりました。
- ▶ まずはクラウドサービスの利用社数を増やすことを優先し、導入支援売上高が増加しました。
- ▶ 今後はクラウドサービスの利用社数の増加とともに店舗展開を進め、クラウド売上高の増加を目指します。

※1店舗で3サービス利用の場合、3アカウント

### クラウド稼働アカウント数

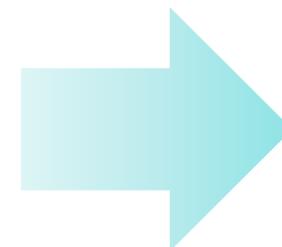
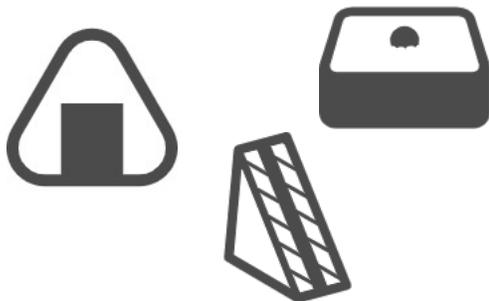


## 需要予測情報を活用し、惣菜の業務改革支援を実施。

- ▶ 食品スーパーの中で粗利率が高い一方でロス率も高い「惣菜」の需要予測・自動発注サービスを導入しました。
- ▶ 需要予測情報を活用し、惣菜カテゴリの業務改革支援を行いました。
- ▶ その結果、平均売上2.5%増・ロス13.4%削減・利益12.9%増となり、前Qよりもさらに改善効果を向上させました。

sinops-**CLOUD** 惣菜

アウトパック・インストア惣菜対応  
惣菜の生産計画支援  
適正な値引率・タイミングの指示



実店舗での  
実証実験

売上:**2.5%増**(前Q比+1.0pt)

ロス:**13.4%減**(前Q比+5.5pt)

利益:**12.9%増**(前Q比+9.0pt)

※実証実験対象店舗平均値

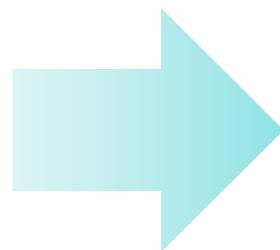
今後さらに改善効果を  
向上させる計画

## コープさっぽろ様、sinopsの需要予測・自動発注サービスを全店舗で導入決定。

- ▶ 2020年1月から「誰でも同じオペレーションで発注作業ができる」ことを目的に、3店舗で実証実験をスタートしました。
- ▶ 約1年の実証実験の結果、コープさっぽろ様の全店舗でsinopsの導入が決定しました。

2020年1月から実証実験開始

目標は誰でも同じオペレーション  
で発注作業ができる



実証実験が成功し、  
全店舗展開へ

2021年1月に全店展開決定

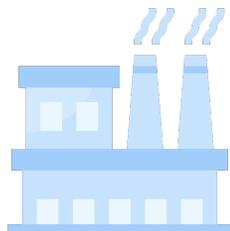


## 実践リテールDX研究会：需要予測情報を活用した業務改革プロジェクト実施。

- ▶ 2021年4月に発足した実践リテールDX研究会の参加企業が、小売業26社・メーカー13社・協力企業2社となりました。
- ▶ 需要予測情報を活用した小売業における業務改革や、需要予測情報の共有によるDCM改革の研究を行っております。



小売業：  
26社

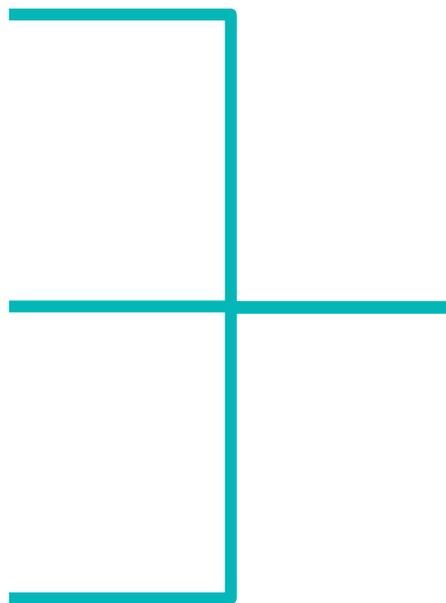


メーカー：  
13社



協力企業：  
2社

## 需要予測情報を活用した DXプロジェクト



## 惣菜向け自動発注サービスを中心に、IT導入補助金の対象製品を拡大。

- ▶ IT導入支援事業者2021に採択されました。
- ▶ 対象製品は、sinops-CLOUD惣菜と客数予測になります。
- ▶ IT導入補助金を活用し、CLOUDサービスをさらに拡販します。

補助対象製品	sinops-CLOUD惣菜 sinops-CLOUD客数予測
類型	A
補助率	初期費用と 1年分の月額利用料及び保守費用総額の2分の1以内
補助金額	30万円～150万円未満

## 広報・IR活動



### 導入事例のメディア掲載

- ・ コープさっぽろ様

**2021.4**

- ・ 「実践リテールDX研究会」発足
- ・ 東京都の「食品ロス削減対策集」に当社が掲載
- ・ TBS「がちりマンデー!!」出演
- ・ ダイヤモンド流通倶楽部に登壇



### テレビ出演

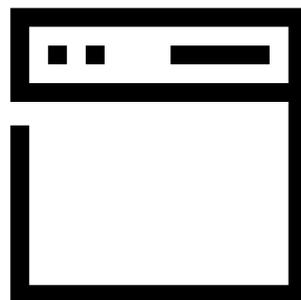
- ・ TBS「がちりマンデー!!」

**2021.5**

- ・ 2021年12月期 第1四半期決算発表
- ・ 読売新聞朝刊に掲載「コロナ契機 DXに手応え」
- ・ 「リアル在庫を活用したピッキング・品出し業務支援」ウェビナー開催

**2021.6**

- ・ IT導入支援事業者2021に採択
- ・ コープさっぽろでシノプス導入決定
- ・ 日経MJ掲載「AIで自動発注 全店導入」
- ・ IT導入補助金の対象範囲拡大



### ウェビナー実施

- ・ ダイヤモンド流通倶楽部
- ・ リアル在庫の活用

# 第3四半期以降の取り組み

---

## 2021年度通期業績予想は、売上高1,201百万円・営業利益100百万円。

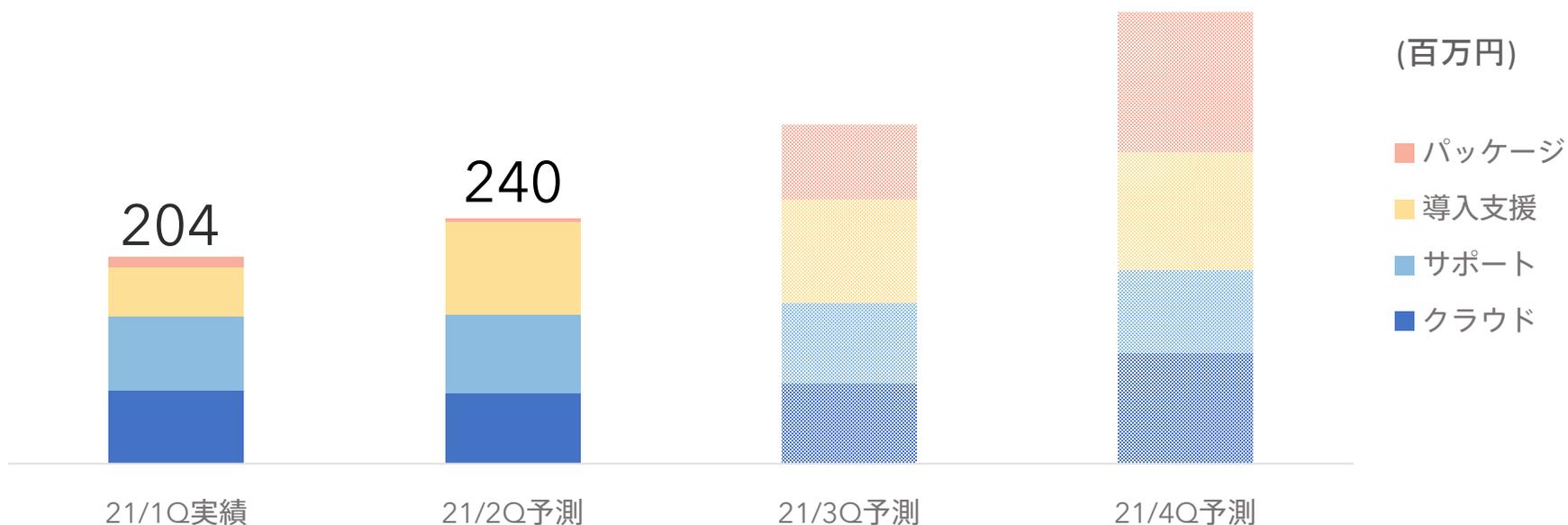
- ▶ 2021年度通期業績予想は、売上高1,201百万円(前期比32.1%増)・営業利益100百万円(前期比340.2%増)です。
- ▶ 上期はクラウドの新規受注が順調に増え、通期の導入支援売上高は当初計画1.8倍の360百万円を見込んでおります。
- ▶ 下期は順調な新規受注から店舗展開のスピードを上げ、クラウド売上高を増やすことに注力します。

(百万円)	当期	対前期		
	21/12期 業績予想	20/12期 実績	増減額	増減率%
<b>売上高</b>	<b>1,201</b>	909	+291	+32.1
パッケージ	<b>199</b>	227	△28	△12.5
導入支援	<b>360</b>	143	+217	+151.9
サポート	<b>311</b>	275	+36	+13.3
クラウド	<b>330</b>	263	+66	+25.1
<b>営業利益</b>	<b>100</b> (利益率8.4%)	22 (利益率2.5%)	+78	+340.2
<b>経常利益</b>	<b>112</b> (利益率9.4%)	11 (利益率1.3%)	+100	+852.1
<b>当期純利益</b>	<b>59</b> (利益率4.9%)	8 (利益率0.9%)	+51	+638.9

## クラウドの新規案件増加により導入支援売上が増加。

- ▶ クラウドの新規案件の増加により導入支援売上が増加し、3Q以降も高水準で導入支援売上が続きます。
- ▶ 惣菜向け自動発注サービスを中心に、クラウドの導入実績も着実に増えてきております。
- ▶ 今後、これらの導入実績により、店舗展開スピード及び販売単価の向上が見込めます。

### 四半期売上実績および現時点での予測



## ネットスーパー向けサービスの新規開発。

- ▶ 巣ごもり消費の拡大で、ネットスーパーの割合が高まっています。
- ▶ sinopsのリアルタイム在庫データを活用し、ネットスーパーにおける店舗オペレーションを改善するサービスを開発しました。
- ▶ ネットスーパーの需要量を予測することで欠品削減を推進し、ネットスーパー利用者の顧客満足度向上を支援します。

### ネットスーパーの在庫把握



店舗の在庫情報をネットスーパーのシステムにもリアルタイムに連携

欠品商品を注文することで発生するクレーム削減

### ピックアップ商品をPadに表示



カートに取り付けたPadに、ピックアップする商品を表示

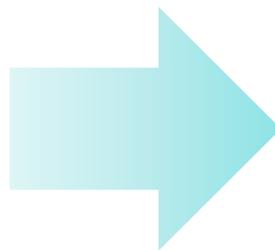
店舗ピッキング作業を半減し、ネットスーパーのオーダー上限を上げる

## 需要予測情報の活用によるSCM業務改革支援。

- ▶ 物流センター内のデータだけでなく、小売業の店舗データを連携させるサービスを開発中です。
- ▶ 実証実験の結果、売場の見栄えと店舗オペレーションをどちらも改善しました。
- ▶ 今後、需要予測情報を活用することで、物流費の削減や物流センターの在庫最適化にもつなげていきます。

従来の物流DX

物流センター内のデータのみ



sinopsの物流DX

店舗＋物流センターのデータ



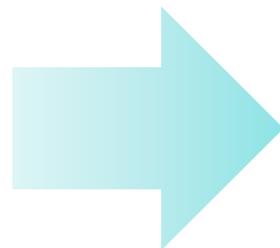
需要予測情報を活用し、

1. 店舗納品頻度の最適化→物流費の削減
2. 物流センターの在庫最適化→倉敷料の削減

## 東証の新市場区分

- ▶ 2021年7月、東証より「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」を受領し、マザーズ市場の上場維持基準への適合を確認しました。
- ▶ 今後、東証が定めるスケジュールに従い、手続きを行う予定です。

マザーズ



グロース市場

## SDGs/ESG対応。

- ▶ 惣菜カテゴリにおいて、ロス率13.4%削減の実績が出てきております。
- ▶ 東京都や大阪府などとも連携し、食品ロス削減への取り組みを強化しています。

### 「sinops」事業＝ESG投資

「sinops」の導入企業を増やしていき、さらなる食品ロスの削減を目指します。機関投資家から「**ESG投資**」銘柄として選定されています。

### 消費者庁「消費者白書」



2020年6月9日公表の令和2年版消費者白書に掲載されました。第2章第2節「食品ロス問題の解決に向けて」の事例として紹介されています。

### 東京都「ICT等を活用した食品ロス削減」



食品ロス削減に関する共同事業者を選定され、実証実験を行いました。

### おおさか食品ロス削減パートナーシップ



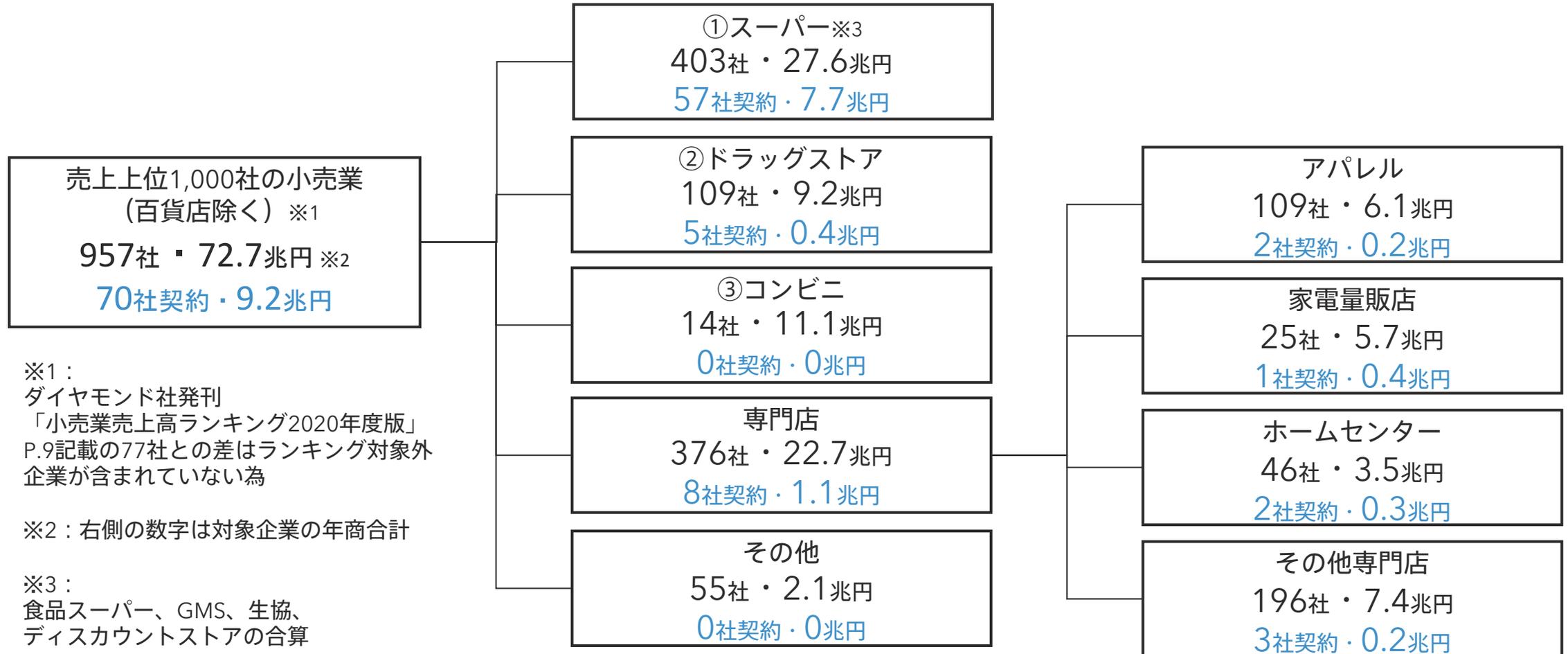
大阪府公式キャラクター「もずやん」ともコラボし、様々な活動を計画しています。

# Appendix

---

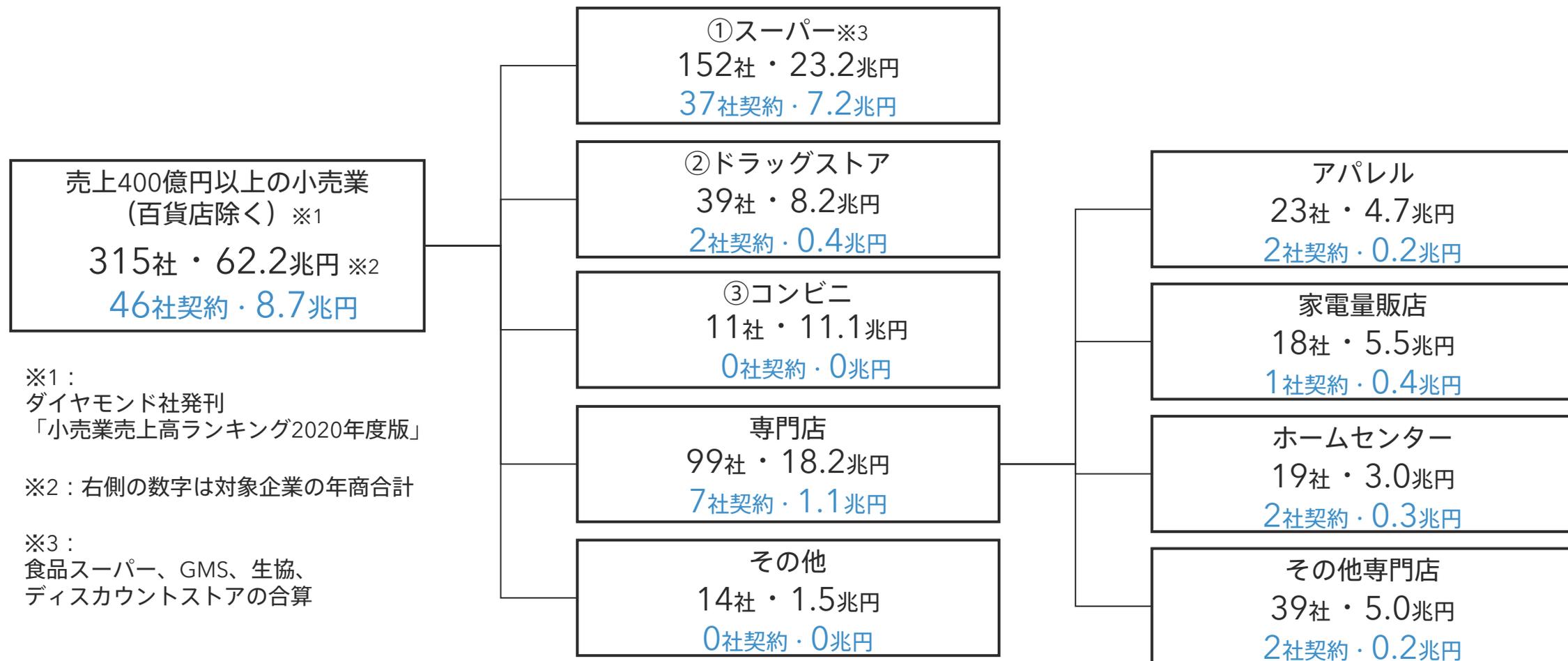
## ターゲット（売上上位1,000社）

- ▶ 現在の小売業におけるターゲットの優先順位は、①スーパー②ドラッグストア③コンビニとしています。



## ターゲット（売上400億円以上）

- ▶ 現在の小売業におけるターゲットの優先順位は、①スーパー②ドラッグストア③コンビニとしています。



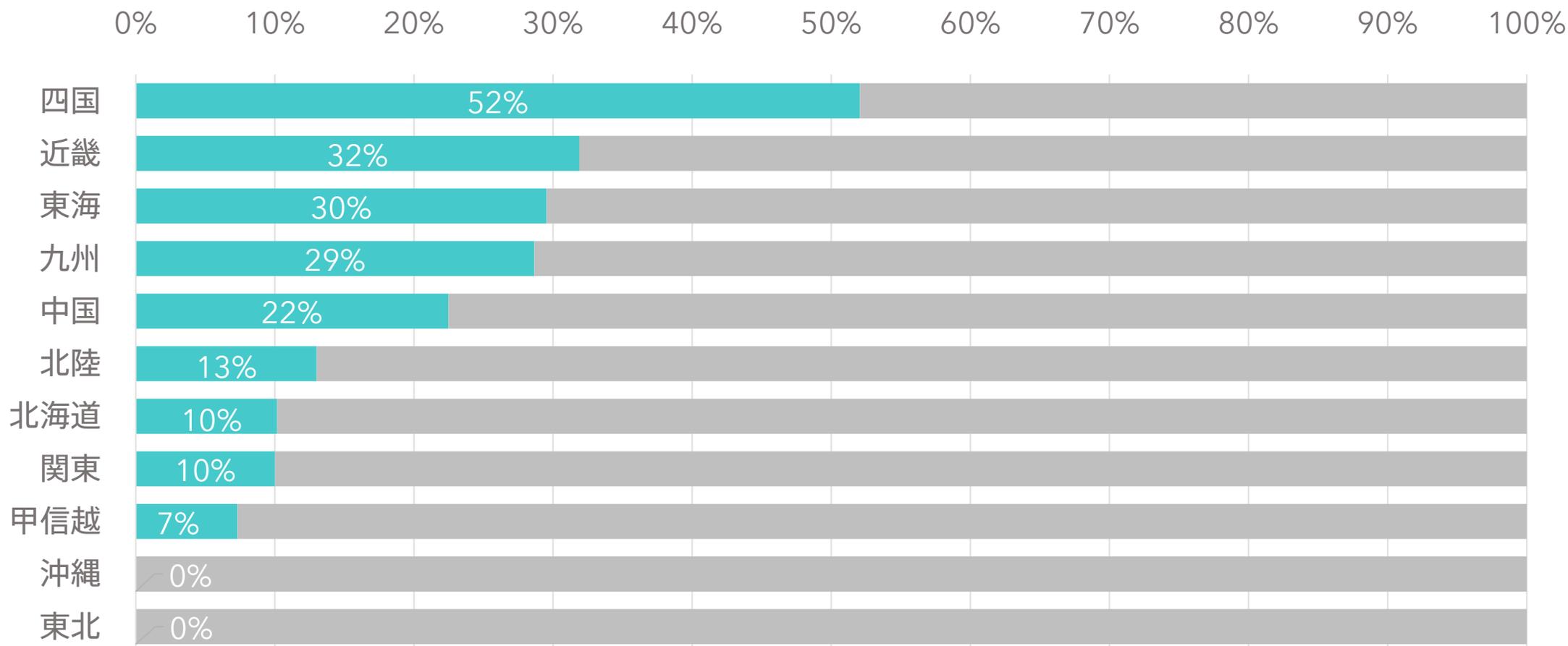
※1：  
ダイヤモンド社発行  
「小売業売上高ランキング2020年度版」

※2：右側の数字は対象企業の年商合計

※3：  
食品スーパー、GMS、生協、  
ディスカウントストアの合算

## 地域別シェア率：全体17.1%

- ▶ 最優先課題は小売業シェア率40%を達成することです。
- ▶ sinops-CLOUDの拡販を中心に、関東圏のシェア向上を目指します。



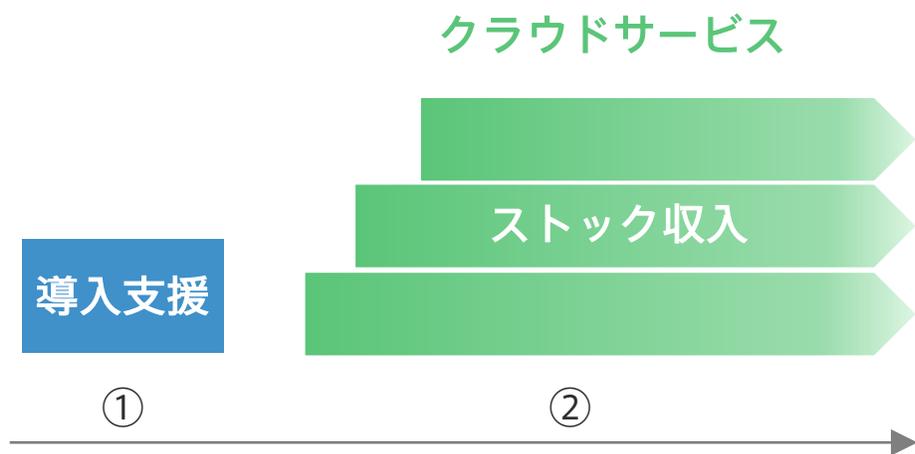
※コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業  
※連結子会社は子会社の本社地域で集計

## 4つの収益源

- ▶ 収益源は①導入支援 ②クラウド③パッケージ（ライセンス）④サポートの4つとなります。
- ▶ 販売形態はクラウドサービスとパッケージ販売があり、どちらも導入支援は初期費用として発生します。

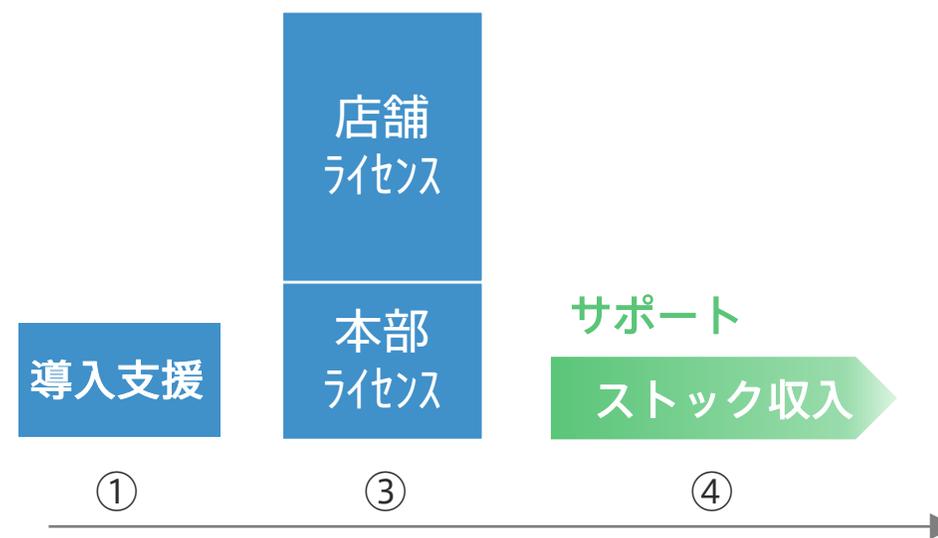
### クラウドサービスの販売イメージ

- ✓ 初期売上は導入支援のみ
- ✓ アカウント数に応じてクラウド売上が増加



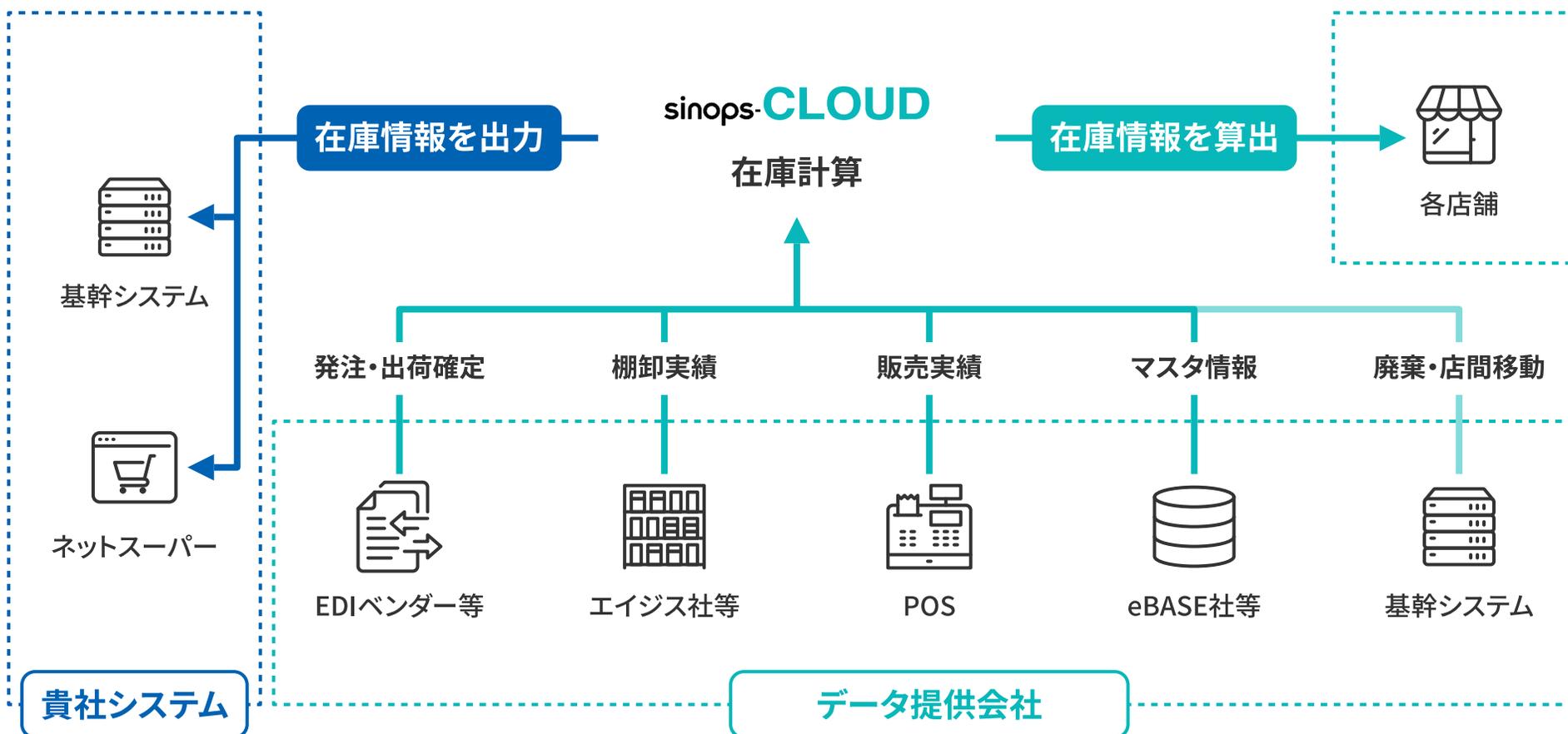
### パッケージの販売イメージ

- ✓ 導入支援後パッケージ一括売上（初期費用）
- ✓ 店舗数に応じたライセンス数
- ✓ 年間サポート売上＝パッケージ売上計×15%



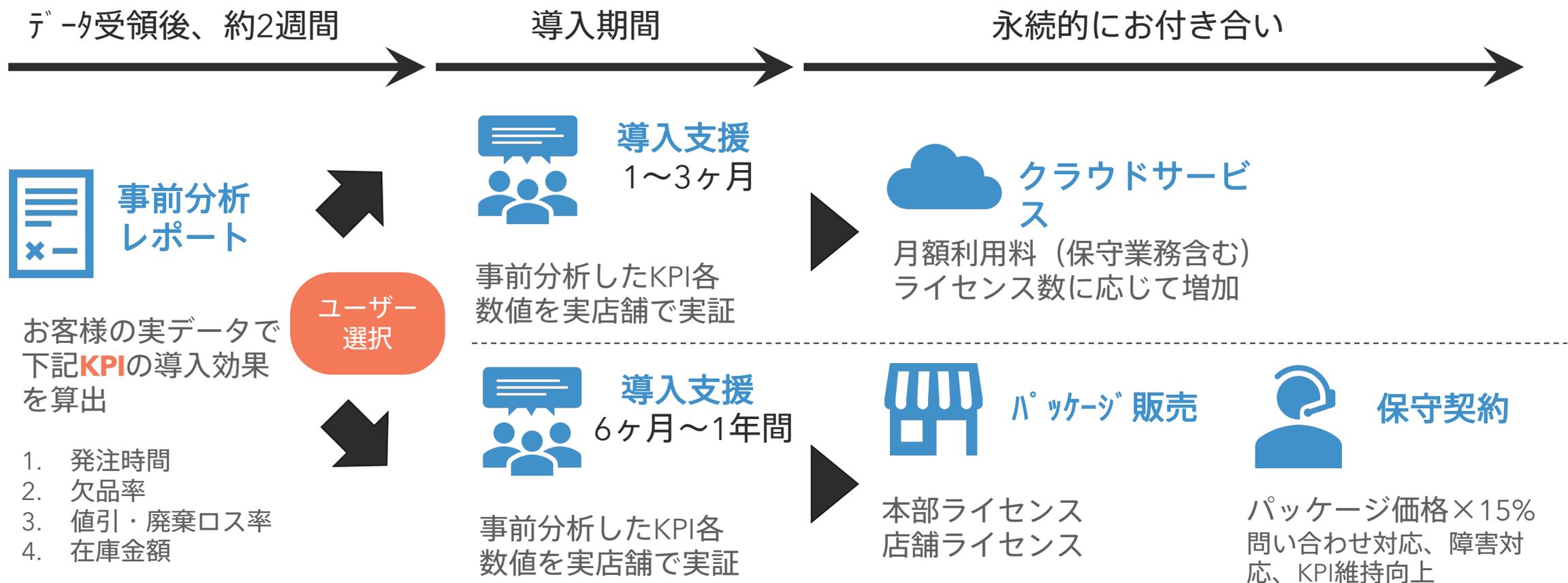
## sinops-CLOUDの仕組み

- ▶ sinops-CLOUDはPOS・EDI・期間システム等からデータを収集します。
- ▶ 様々なデータをAIで解析し、需要予測・自動発注・在庫計算サービスを提供します。



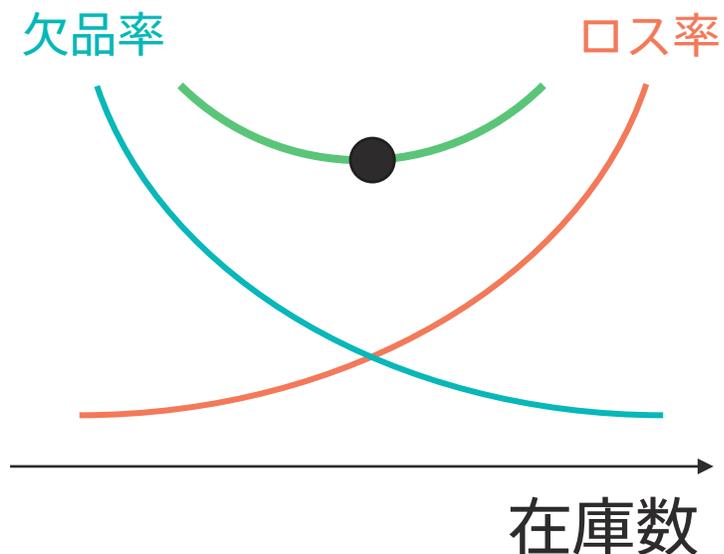
## 販売イメージ

- ▶ 当社は販売して終わりの売り切り型ビジネスではなく、半永久的にお付き合いするビジネスです。
- ▶ クラウドサービス中心となったことで、継続的な製品改善&ユーザーサポートの重要性が上がっています。



## 導入効果

- ▶ sinopsは、欠品とロスが最低になる発注数を自動計算します。
- ▶ 近年は、値引・廃棄ロス率の削減効果が向上しました。



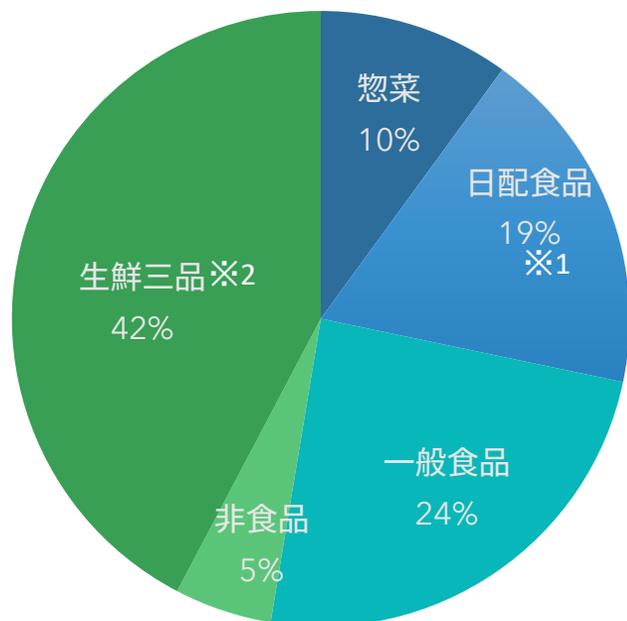
### 【導入事例（4つのKPI）】

①発注時間	<b>88.0%</b> 削減
②欠品率	<b>34.7%</b> 削減
③値引・廃棄ロス率	<b>19.1%</b> 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合            年300万円/店舗 削減</small>
④在庫金額	<b>15.2%</b> 削減

## 全カテゴリで自動発注対応可能

- ▶ sinopsは、賞味期限が短いため自動発注が困難といわれていた日配食品・パン・惣菜でも自動発注が可能です。
- ▶ 事業継続用自動発注システム「sinops-BCP」の提供を開始し、全てのカテゴリで自動発注対応可能です。

### 食品スーパーの売上構成比



出典：2020年スーパーマーケット年次統計調査報告書

惣菜・日配食品・パン + 生鮮三品  
の自動発注が可能

食品スーパーの**全カテゴリ**で  
自動発注可能

自動発注の**導入効果が高い**

※1 日配食品には、パンが含まれています。

※2 生鮮三品とは、食品のうち魚・肉・野菜を指します。

## ボードメンバー

---

### 業務執行役員

南谷 洋志 代表取締役

---

岡本 数彦 取締役  
(営業部・技術部管掌)

---

島井 幸太郎 取締役  
(管理部管掌)

### 非業務執行役員

角田 吉隆 社外取締役

---

畠山 隆雄 取締役  
(監査等委員)

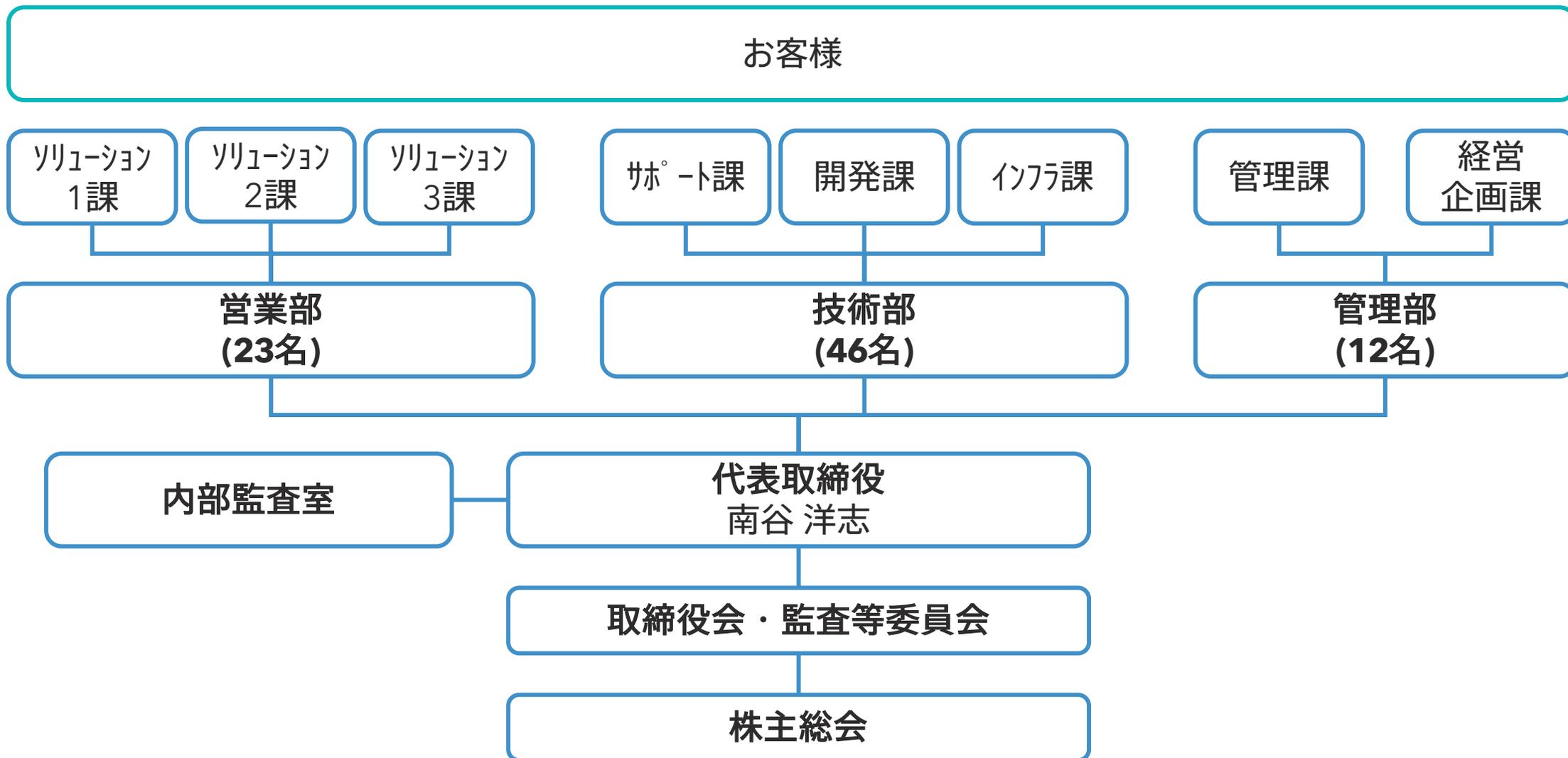
---

木村 安壽 社外取締役  
(監査等委員)

---

南山 学 社外取締役  
(監査等委員)

# 組織体制



## 沿革

年月	変遷	年月	変遷
1987年10月	画像処理装置の生産・販売を目的として、株式会社リンク設立	2016年 5月	賞味期限チェックアプリ「sinops-Dcont」販売開始
1996年10月	物流最適化システム「S-PLAN21」販売開始	2017年 4月	需要予測型自動発注システム「sinops-R6」 (=sinops-R5+AIによるパラメータ自動更新機能) 販売開始
1997年10月	卸売業向け在庫最適化システム「Zaiko-21」販売開始	2017年 7月	「sinopsロゴ」商標登録
1998年10月	物流センター内ロケーション最適化システム「棚ロケ-21」販売開始	2017年10月	東京都千代田区に東京営業所開設
2004年 4月	通販業向け自動発注支援システム「Zaiko-WEB」販売開始	2018年 1月	コンビニ向け発注数自動追加システム「EO1」の特許取得
2006年 3月	小売業向け自動発注システム「sinops-R4」 (=第4世代需要予測型) 販売開始	2018年12月	東証マザーズに上場
2006年12月	卸売業向けキャッシュ・フロー最適化システム「sinops-W4」販売開始	2019年 4月	社名を「株式会社シノプス (sinops Inc.)」に変更
2009年10月	日配品に対応した自動発注システム「sinops-R5」 (=sinops-R4+日配品カテゴリー対応機能) 販売開始	2019年10月	ワンストップ自動発注サービス「sinops-BPO」販売開始
2010年11月	「sinops (シノプス)」商標登録	2020年 5月	緊急時自動発注サービス「sinops-BCP」サービス開始
2011年10月	棚割メンテナンスアプリ「sinops-Pad」販売開始	2020年 6月	クラウドサービス「sinops-CLOUD」サービス開始
2013年10月	「sinops-GOT」「sinops-MD」販売開始	2020年10月	東京都の「ICT等を活用した食品ロス削減事業」公募に採択

## お問い合わせ

---

本資料及びその他IRに関するご意見・ご質問は、以下までご連絡ください。  
当資料は、当社のコーポレートサイトに掲載いたします。

MAIL : [ir@sinops.jp](mailto:ir@sinops.jp)

コーポレートサイトお問い合わせフォーム : <https://www.sinops.jp/contacts>

### 【メールマガジンのご案内】

当社の決算情報、プレスリリース等の企業情報を配信する  
メールマガジンの配信を行っています。  
配信希望の方は右QRコードよりお手続きください。

(URL) <https://rims.tr.mufg.jp/?sn=4428>



# sinops Inc.

## 免責条項

本資料に掲載されている業績予想、計画、戦略、目標などのうち歴史的事実でないものは、作成時点で入手可能な情報からの判断に基づき作成したものであり、リスクや不確実性を含んでいます。そのため、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、今後の当社を取り巻く経済環境・事業環境などの変化により、実際の業績が掲載されている業績予想、計画、戦略、目標などと大きく異なる可能性があります。