



2022年12月期第1四半期 決算説明資料

株式会社シノプス（証券コード：4428）
2022年5月12日

2022年12月期第1四半期 決算ハイライト

シェア率⁽¹⁾

18.6% (YoY +2.1pt)

契約社数

101社 (YoY +14社)

クラウド有償店舗数⁽²⁾

1,569店舗 (QoQ +13.6%)

ARR⁽⁴⁾

816百万円 (YoY +40.8%)

クラウド有償アカウント数⁽³⁾

4,821 (QoQ +63.6%)

NRR(クラウド)⁽⁵⁾

116.9% (2022年平均) / **116.9%** (2022年3月累計平均)

(注)

1.シェア率は、sinops契約企業の年商÷ターゲット企業の年商。ターゲット企業は、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）

2.有償契約でクラウドサービスを利用している店舗数（旧レンタルサービス利用店舗を除く）

3.有償契約しているクラウドサービス利用数（旧レンタルサービスを除く）

4.Annual Recurring Revenueの略語。2022年3月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

5.Net Revenue Retention (Rate)の略語。クラウドサービス（旧レンタルサービスを除く）において、(月初MRR+既存顧客のアップグレードMRR-解約顧客のMRR-既存顧客のダウングレードMRR)/月初MRRで算出

※NRRの前回定義との変更点として、分子から新規顧客のMRRを除いている

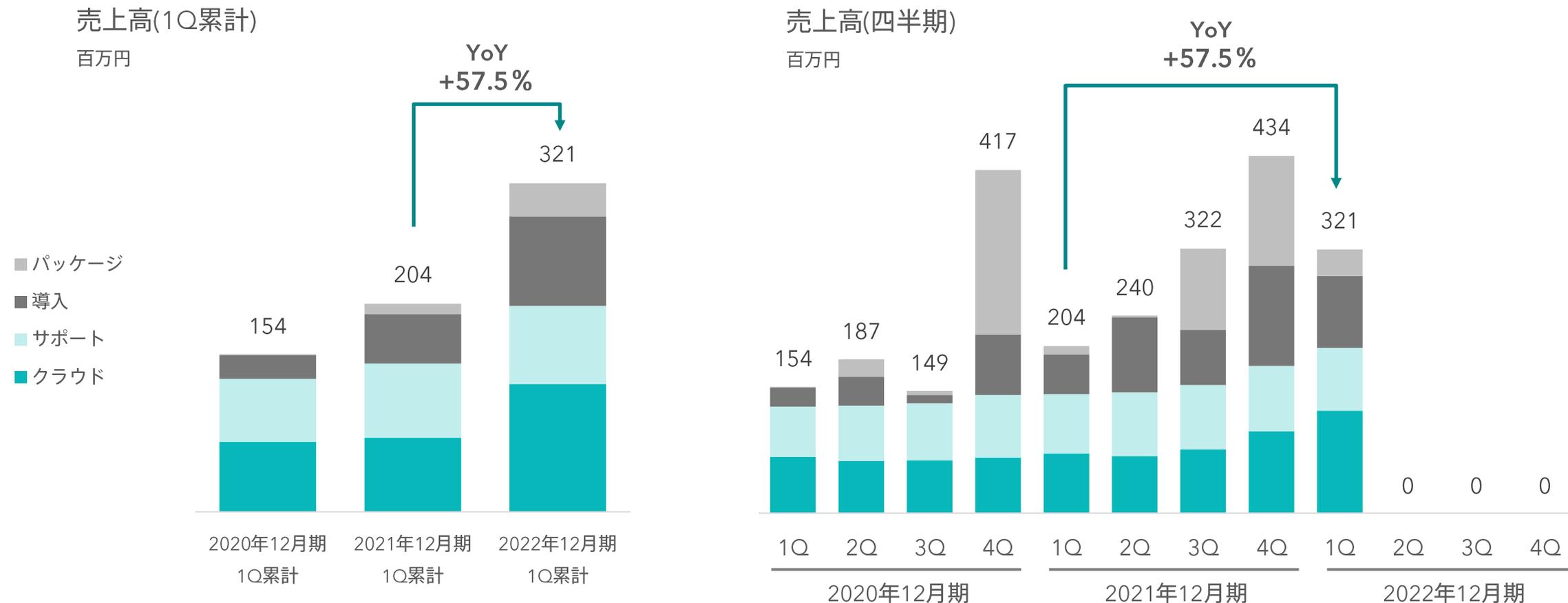
売上高321百万円(前年比+57.5%)・営業利益48百万円(前年比+89百万円)。

- 2021年から積上げてきたクラウド売上高が収益基盤の安定に大きく貢献し、クラウド売上高124百万円（前年比+52百万円）となりました。
- クラウドを中心とした導入案件数が引き続き高水準に推移しており、導入支援売上高87百万円（前年比+38百万円）となりました。
- クラウド売上高が前年比71.9%増になったことが主要因となり、営業利益48百万円（前年比+89百万円）となりました。

(百万円)	当期 22/1Q 累計実績	2021年12月期			対計画	
		21/1Q 累計実績	増減額	増減率%	22/12期 計画	進捗率%
売上高	321	204	+117	+57.5%	1,500	21.4%
パッケージ	32	10	+22	+214.3%	218	15.0%
導入支援	87	48	+38	+79.8%	302	28.9%
サポート	76	72	+4	+5.6%	292	26.2%
クラウド	124	72	+52	+71.9%	686	18.2%
営業利益	48 (利益率15.1%)	△41 (利益率--%)	+89	-	200 (利益率13.4%)	24.1%
経常利益	48 (利益率15.0%)	△27 (利益率--%)	+75	-	200 (利益率13.4%)	24.0%
当期純利益	33 (利益率10.3%)	△19 (利益率--%)	+52	-	128 (利益率8.5%)	25.8%

1Q累計売上高は前年比57.5%増の321百万円。ストック売上高⁽¹⁾比率は62.6%。

- クラウドサービスの導入件数が高水準で維持されており、導入支援売上高が前年比79.8%増の87百万円になりました。
- クラウド売上高が前年比71.9%増の124百万円となり、パッケージ依存からの脱却が加速しました。

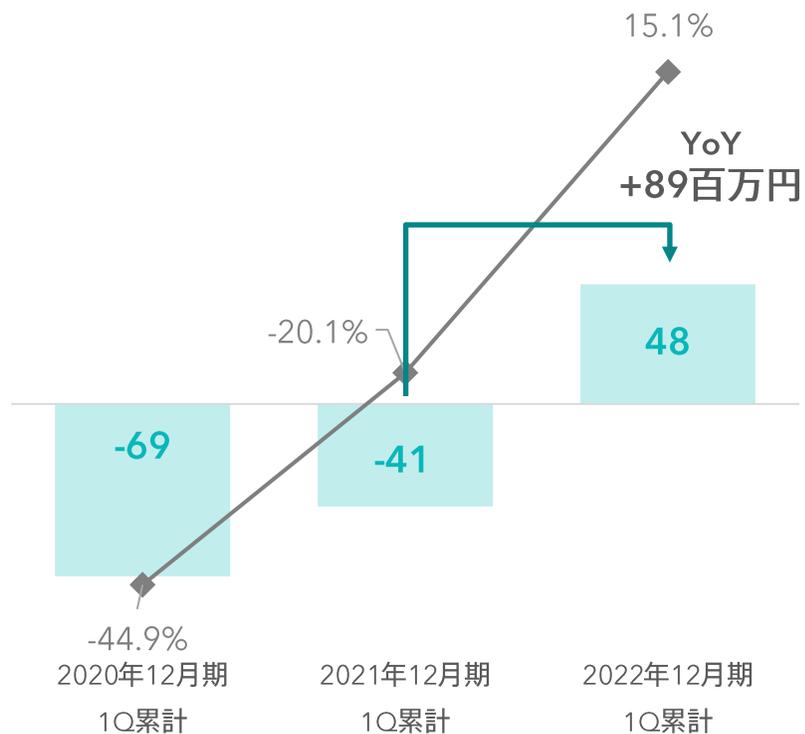


1Q累計営業利益は前年比89百万円増の48百万円。計画進捗率が24.1%となり業績の偏在性が解消方向へ。

- クラウドを中心とした新規案件の増加が主要因となり、営業利益が前年比89百万円増の48百万円となりました。
- クラウドサービスの店舗展開が進みはじめ、営業利益の偏在化が解消される方向になっています。

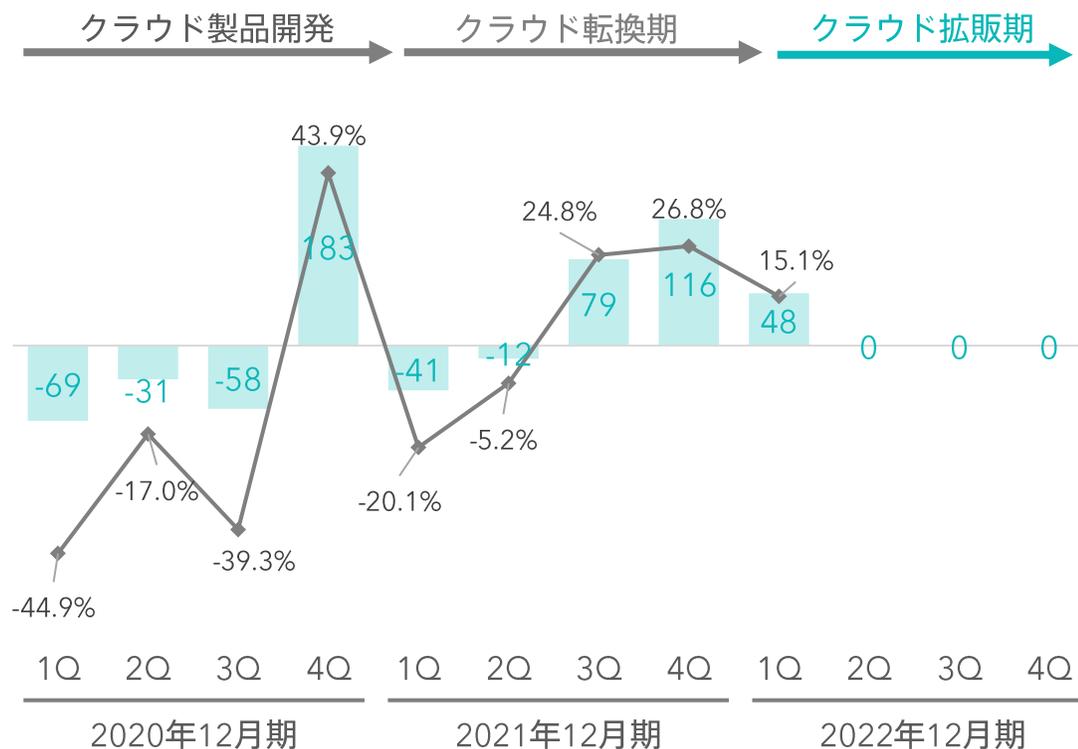
営業利益(1Q累計)

百万円



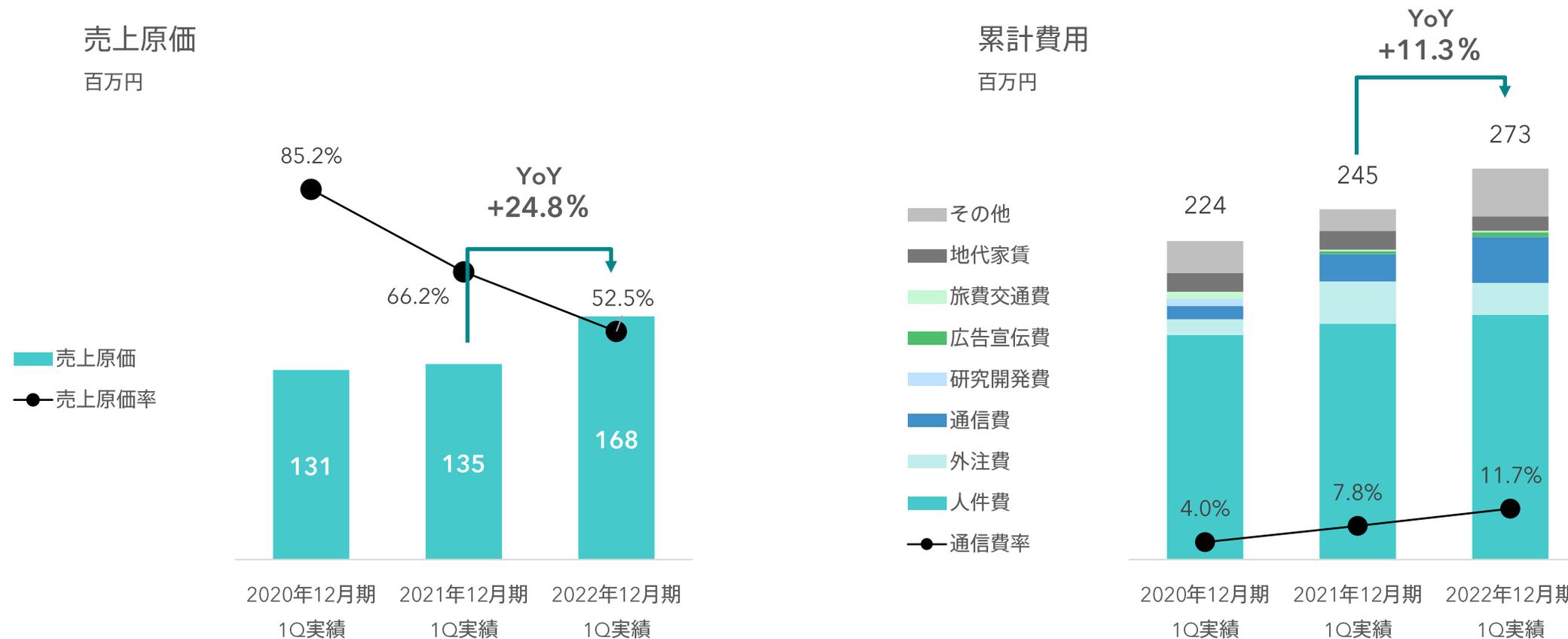
営業利益(四半期)

百万円



1Q累計売上原価は前年比24.8%増の168百万円、累計費用⁽¹⁾は前年比11.3%増の273百万円。

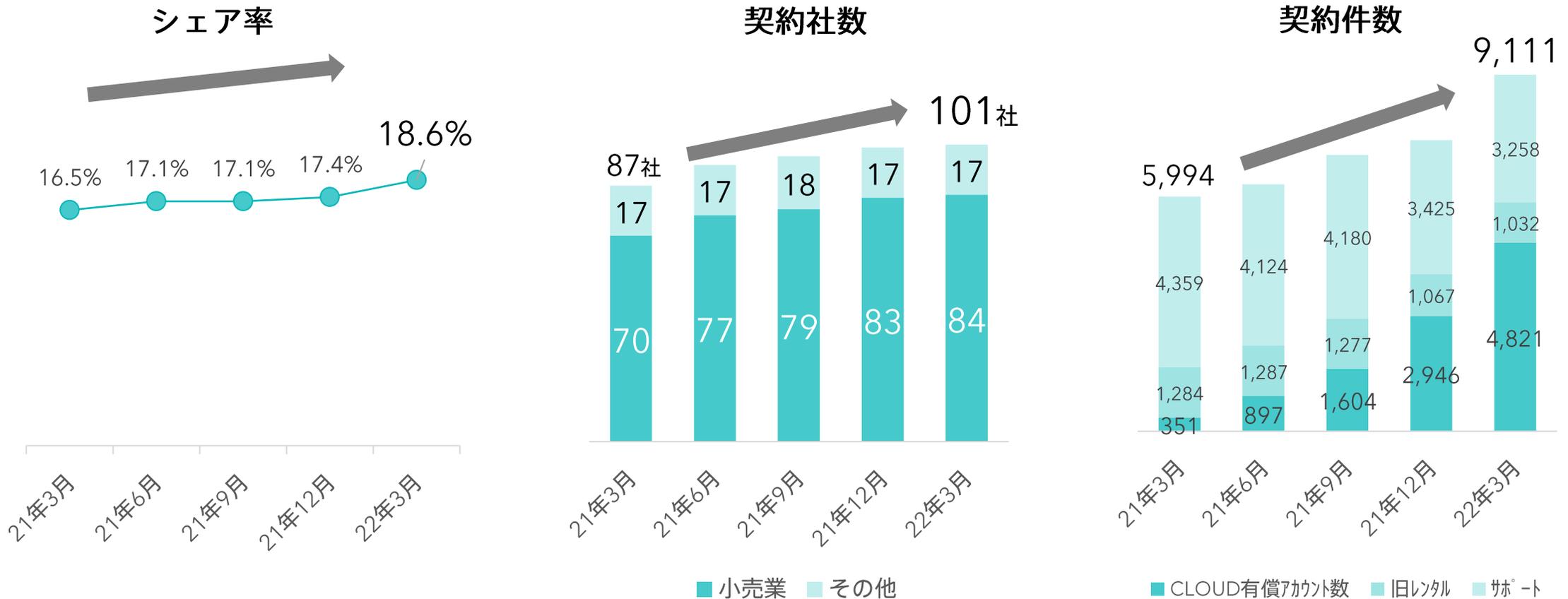
- クラウドサービスの展開が進んだことが主要因で、売上原価率が前年比13.7pt減少しました。
- クラウドサービスの展開に伴い、通信費が前年比68.9%増の32百万円となり、累計費用に対する通信費率⁽²⁾が11.7%となりました。



(注) 1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計
2. 通信費率は、累計費用に対する通信費の割合

シェア率は前年比2.1pt増の18.6%、契約社数が前年比14社増の101社。

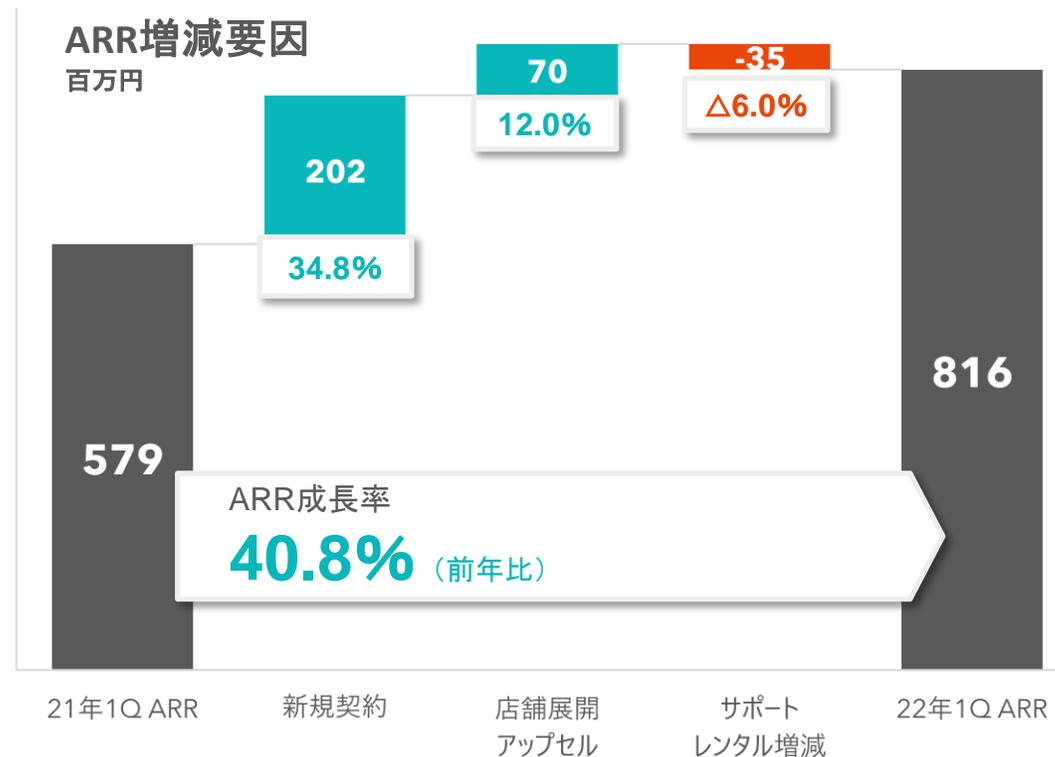
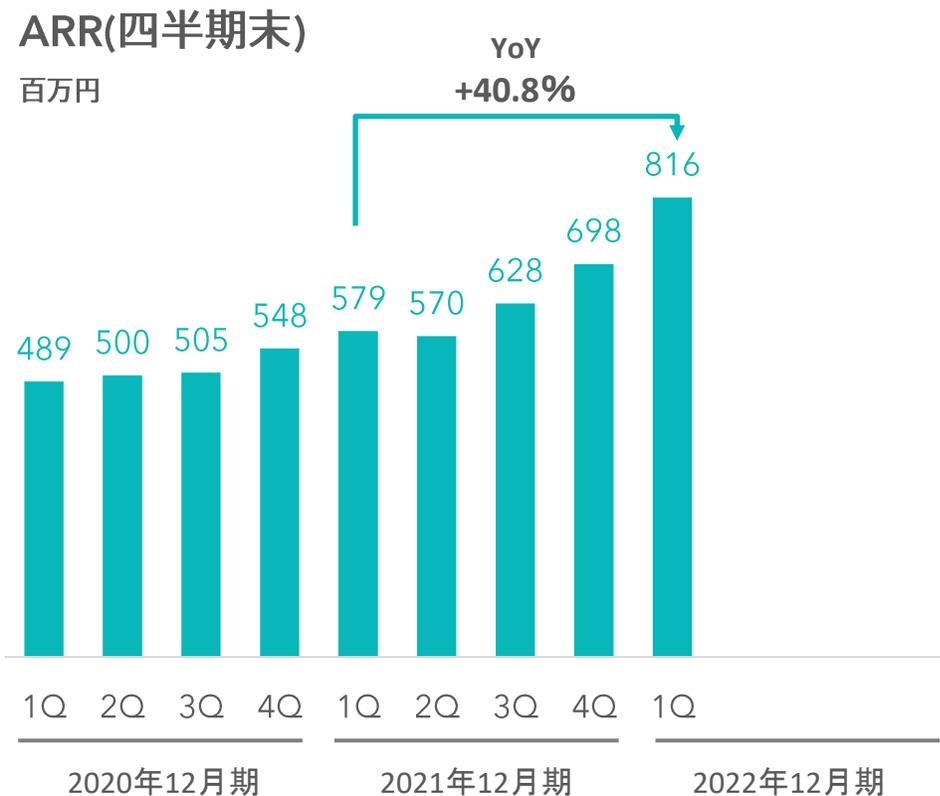
- クラウドサービスを中心に新規受注が増加し、シェア率が前年比2.1pt増の18.6%・契約社数が前年比14社増の101社となりました。
- クラウドの店舗展開が加速し、sinopsシリーズの契約件数⁽¹⁾が前年比3,117件増の9,111件となりました。



(注) 1.クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計

クラウド店舗展開により、ARR⁽¹⁾が前年比40.8%増の816百万円。

- 2021年から本格展開したクラウドサービスの新規受注が順調に進み、ARRが前年比202百万円増加しました。
- クラウドサービスの店舗展開が進み、ARRが前年比70百万円増加しました。
- パッケージユーザーのクラウドサービスへの移行により、ARRが前年比35百万円減少しました。

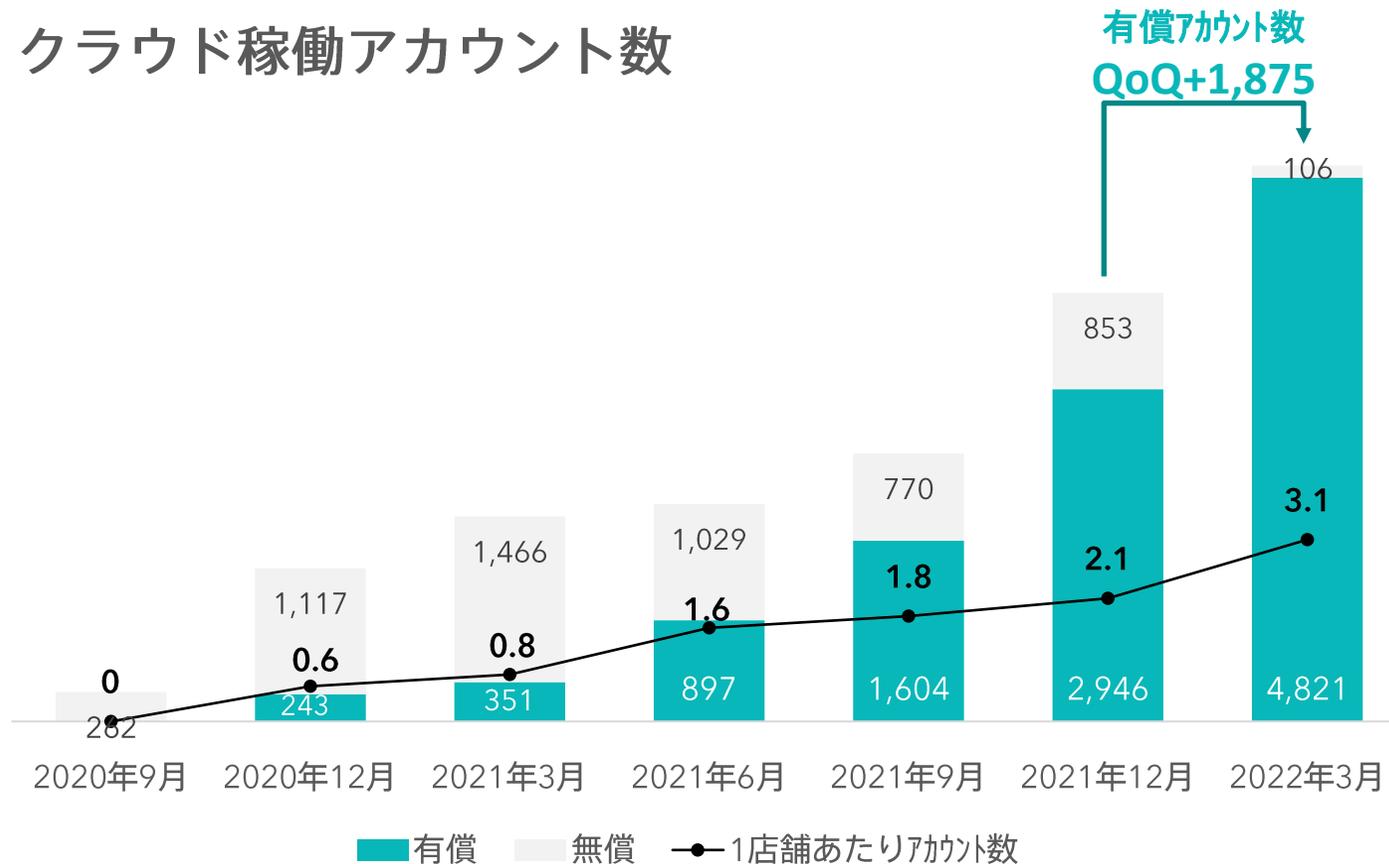


(注) 1. Annual Recurring Revenueの略語。2022年3月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

クラウドユーザーの店舗展開が加速し、クラウド有償アカウント数が前四半期比1,875増の4,821に増加。

- クラウドユーザーの店舗展開が加速し、稼働アカウント数増加に寄与しました。
- クラウドサービスのみを利用しているユーザーの店舗数が増加し、1店舗あたりのアカウント数が前四半期比+1.0の3.1アカウントになりました。
- 第1四半期は既契約クラウドユーザーの店舗展開を加速させることに注力したため、契約社数に増減はありませんでした。

クラウド稼働アカウント数

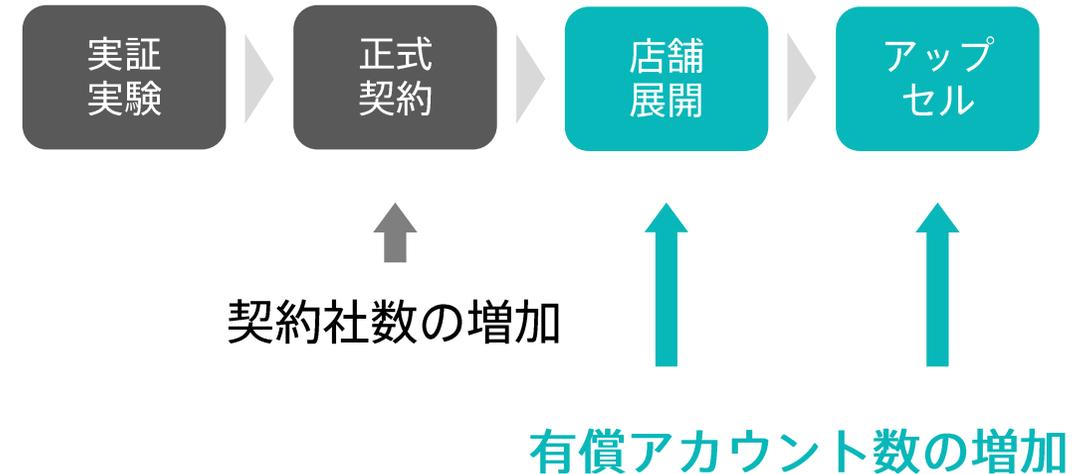
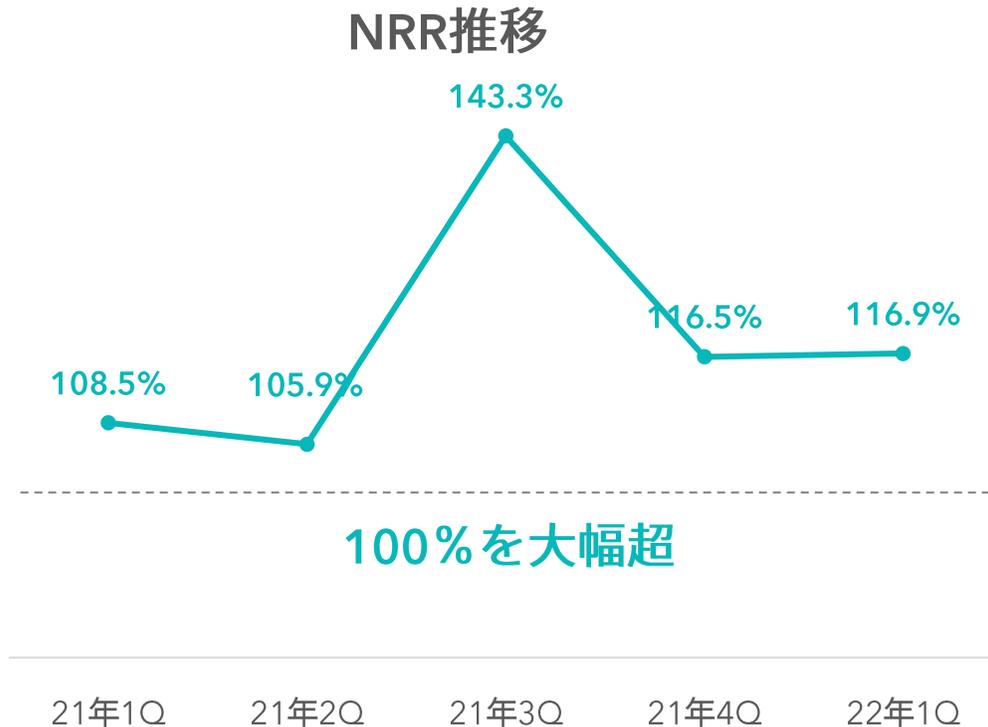


有償 アカウント数	4,821 (前Q比+1,875)
有償 店舗数	1,569 店舗 (前Q比+188店舗)
1店舗あたり アカウント数	3.1 アカウント (前Q比+1.07アカウント)
有償 契約社数	34 社 (前Q比+0社)

2021年に新規受注したクラウド利用ユーザーが店舗展開フェーズに進み、NRRの向上に寄与。

以下要因がNRR⁽¹⁾の向上に寄与しました。

- 2021年に受注したクラウドユーザーの店舗展開に注力し、有償アカウント数が増加しました。
- 一部でクラウドのアップセルも進み、1社あたりの有償アカウント数が増加しました。



(注) 1. Net Revenue Retention (Rate)の略語。クラウドサービス（旧レンタルサービスを除く）において、(月初MRR+既存顧客のアップグレードMRR-解約顧客のMRR-既存顧客のダウングレードMRR)/月初MRRで算出

2022年12月期通期業績予想は、売上高1,500百万円・営業利益200百万円。

- クラウドサービスを中心とした収益構造の転換を進め、売上高は前年比24.8%増の1,500百万円を計画しています。
- クラウドサービスの有償アカウント数を拡大することで利益率を向上させ、営業利益は前年比40.5%増の200百万円を計画しています。

(百万円)	2022年12月期	2021年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	1,500	1,201	+298	+24.8%
パッケージ	218	245	△26	△11.0%
導入支援	302	329	△26	△8.1%
サポート	292	308	△15	△5.1%
クラウド	686	318	+367	+115.2%
営業利益	200 (利益率13.4%)	142 (利益率11.9%)	+57	+40.5%
経常利益	200 (利益率13.4%)	156 (利益率13.0%)	+44	+28.3%
当期純利益	128 (利益率8.5%)	101 (利益率8.4%)	+26	+26.5%

ビジネスハイライト

DCM構築へ 具体的に動き出す。

2022年は経営戦略の柱である「DCM構築」に向けて、具体的に動き出します。

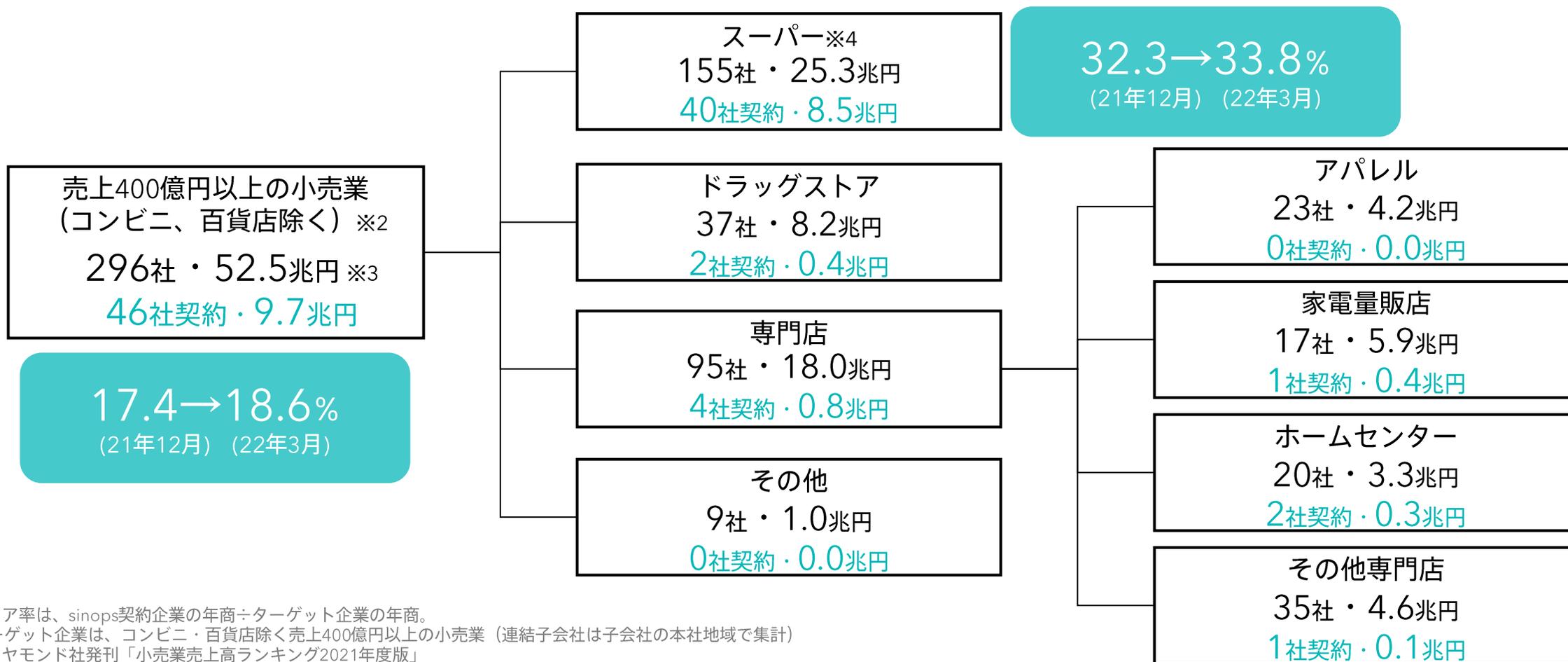
経営方針として、

1. シェア40%を目指し、2022年中に20%達成
2. クラウド中心のビジネスモデル移行完了
3. sinopsプラットフォーム構築開始
を目指します。



引き続きスーパーを中心に営業活動を行い、2022年12月末時点でシェア率⁽¹⁾20%を目指す。

- スーパーマーケットの大型受注が複数社あり、スーパーのシェア率が33.8%になり、全体として18.6%のシェアとなりました。
- 今期は引き続きスーパー中心に営業活動を行い、全体シェア20%達成を目指します。



(注)
 1.シェア率は、sinops契約企業の年商÷ターゲット企業の年商。
 ターゲット企業は、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)
 2.ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2021年度版」
 3.右側の数字は対象企業の年商合計
 4.食品スーパー、GMS、生協、ディスカウントストアの合算

新サービス「sinops-CLOUD AI値引き」を販売開始。

- 惣菜向け需要予測・自動発注サービスのオプション機能だった「値引きアラート」を他カテゴリにも利用できるように製品化しました。
- 惣菜をはじめとした賞味期限の短いカテゴリで、値引率・値引タイミングをAIが自動計算します。
- 値引きラベルプリンタと連携することで、店舗の値引き業務にかかる時間を大幅に削減します。



Products

AI値引き

AIで**適切な値引き**を
誰でも**簡単に**

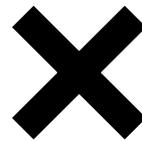
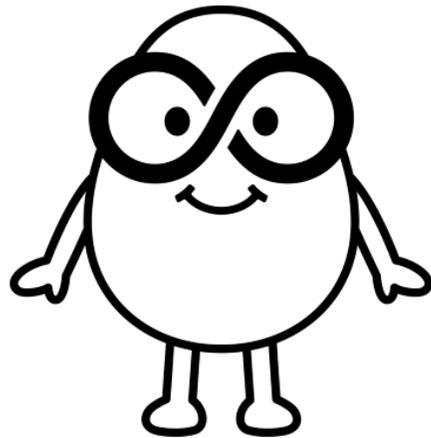
適切なタイミングに、適切な値引きをAIが算出することで、
惣菜などのロスが出やすいカテゴリに対して、
ロス削減・売上アップに貢献します。



シノプス「AI値引き」×サトー社「FLEQV」での実証実験スタート。

- 「sinops-CLOUD AI値引き」とサトー社のラベルプリンタ「FLEQV」を連携させ、値引き業務の効率化を目指す実証実験がスタートしました。

sinops-**CLOUD**
AI値引き



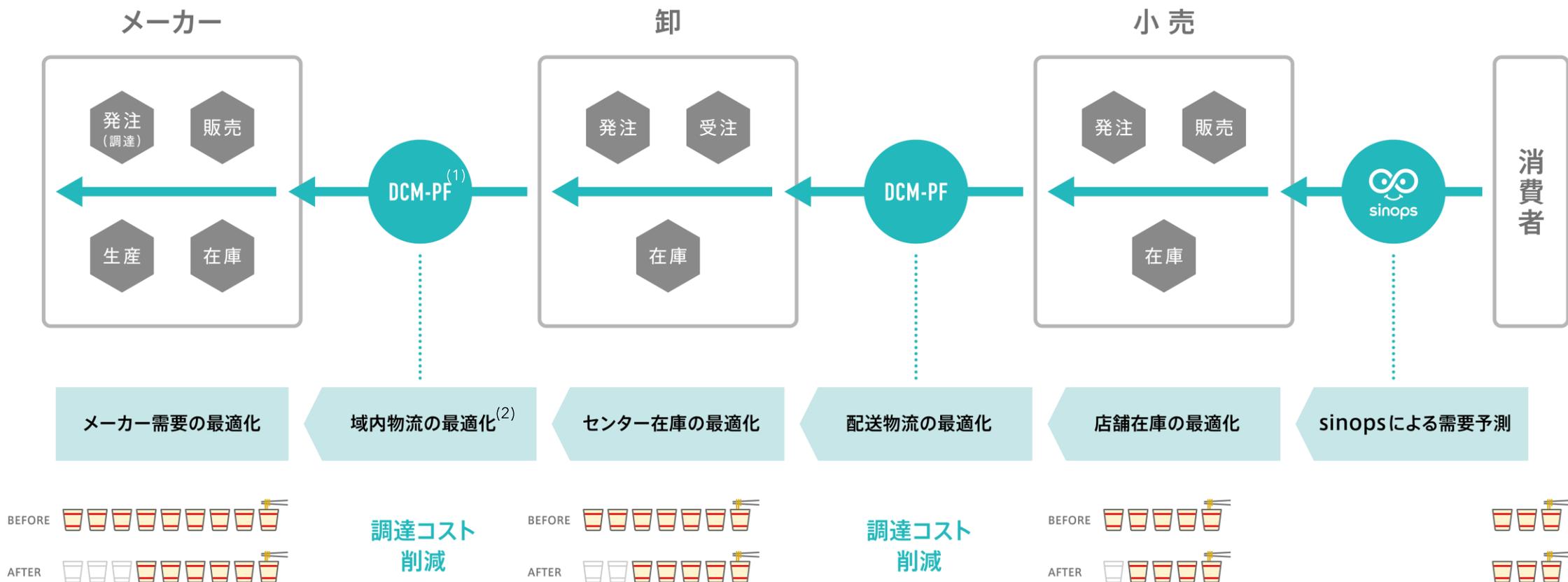
ラベルプリンタ
「FLEQV」



(注) 1. FLEQVは、サトーホールディングス株式会社の日本、米国、およびその他の国における登録商標です。

伊藤忠商事社との協業による実証実験スタート。

- シノプスと伊藤忠商事社との協業プロジェクトの実証実験がスタートしました。
- sinopsが計算した食品スーパーの需要予測などの情報を食品卸・物流センター・食品メーカーに連携し、食品バリューチェーン全体の無駄削減を目指します。



(注)

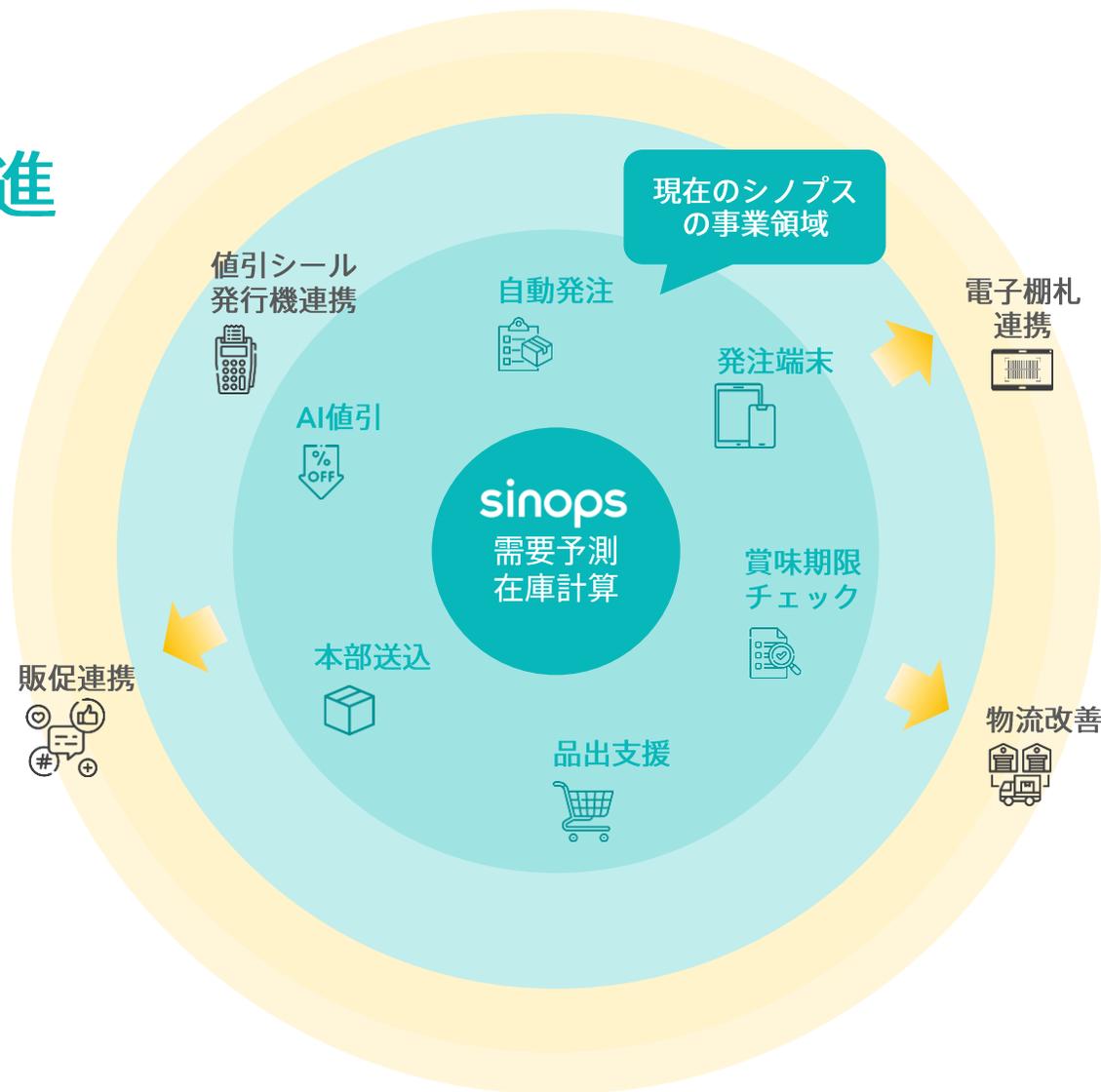
1. DCM-PF(DCMプラットフォーム)とは、デマンドチェーンマネジメントを構築するためのプラットフォーム事業を指します。小売の需要予測データを上流に活用することで、バリューチェーン全体を最適化します。

2. 域内物流とは、特定エリア内における物流のことです。

需要予測とリアルタイム在庫を 核として、流通業全体のDXを推進

sinopsは、需要予測・リアルタイム在庫をコア機能として、流通業全体の最適化を目指しています。

これまでは自社サービスを中心に展開してきましたが、
今後は様々なサービスとも連携することで
流通業全体のDXを進めていきます。



ESGに関する取り組み

食品ロス削減を中心に、ESGに関する取り組みを実施。

- 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



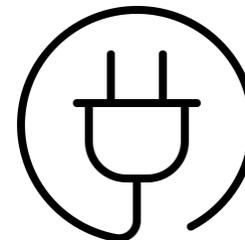
大阪府公式キャラクター「もずやん」ともコラボし、様々な活動を計画しています。

なにわエコ会議「CO₂削減・プラスチックごみ削減コンペ」で大賞受賞。

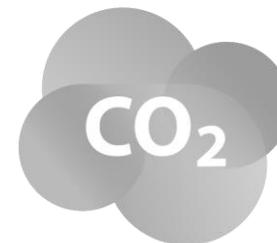
リモートワークの推進と本社縮小により、リモートワーク導入前と比較して

- 電力消費量を前年比63%削減しました。
- CO₂排出量を前年比63%削減しました。
- 紙の使用量を前年比40%削減しました。

リモートワーク推進&本社縮小



電力消費量
63%削減



CO₂排出量
63%削減



紙使用量
40%削減

多様な個性を持つメンバーが活躍しやすい環境づくり。

多様な個性を持つメンバーが活躍しやすくするために、

- FFS診断⁽¹⁾によって、メンバーの個性やストレス要因を把握し、四半期ごとにストレス状況を確認しています。
- 従業員アンケートを毎月行うことで様々な意見を集め、各種制度や仕組みに反映しています。

個性・ストレス要因把握



アンケート等で
要望・状況把握



制度や仕組みに反映



(注) 1. Five Factors & Stress診断の略。人の思考行動特性を5因子とストレス値で定量化し、個人の強みやストレス要因を把握するための診断ツールのこと

Appendix 財務情報

貸借対照表

(百万円)	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期 1Q
流動資産合計	1,397	1,640	1,460
固定資産合計	321	349	334
無形固定資産	168	193	195
流動負債合計	323	517	345
固定負債合計	66	32	21
純資産合計	1,329	1,440	1,427

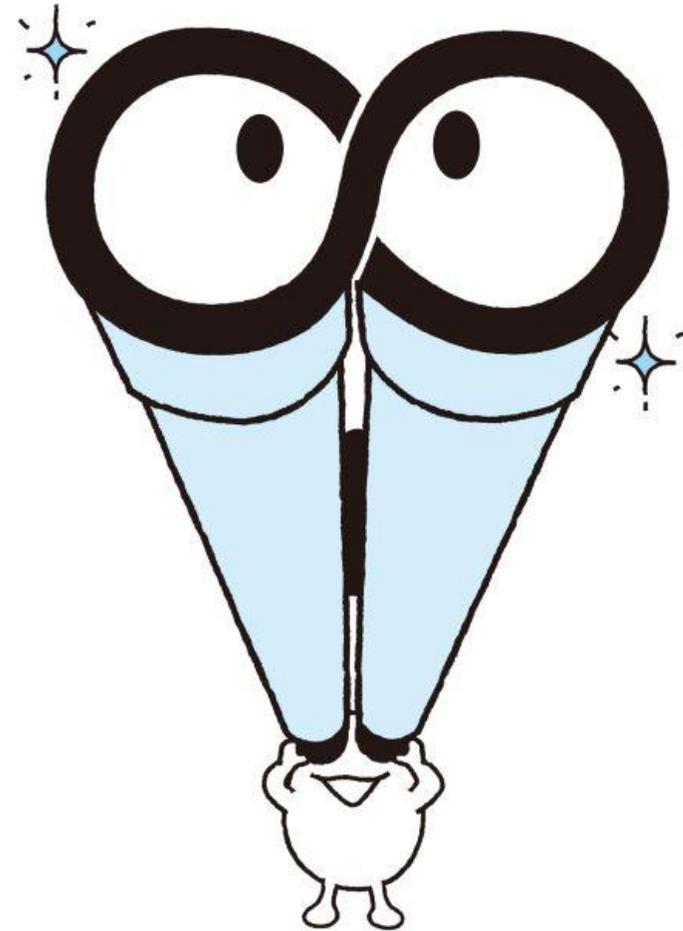
損益計算書

(百万円)	2020年12月期	2021年12月期	2021年12月期 1Q累計	2022年12月期 1Q累計	YoY
売上高	909	1,201	204	321	+57.5%
売上原価	515	635	135	168	+24.8%
対売上高比率	56.7%	52.9%	66.2%	52.5%	△13.7pt
売上総利益	393	566	68	152	+121.7%
売上総利益率	43.3%	47.1%	33.8%	47.5%	+13.7pt
販売費及び一般管理費	370	423	110	104	△5.1%
対売上高比率	40.8%	35.2%	53.9%	32.5%	△21.4pt
営業利益	22	142	△41	48	-
営業利益率	2.5%	11.9%	△20.1%	15.1%	+35.2pt
経常利益	11	156	△27	48	-
経常利益率	1.3%	13.0%	△13.5%	15.0%	+28.5pt
当期純利益	8	101	△19	33	-
当期純利益率	0.9%	8.4%	△9.6%	10.3%	+19.9pt

Appendix 事業概要

世界中の無駄を 10%削減する

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。



DCMを実現する

流通三層である小売、卸売、メーカーそれぞれの業界。何が、いつ、どのくらい必要とされるのか。お互いの「需要」の情報が分断されており、必要のないものが無駄につくられています。

シノプスが考えるDCM（デマンド・チェーン・マネジメント）は、「需要」を生み出す消費者が必要なものだけをつくるということ。求めているものが流れて、無駄がなくなることを目指すかたちです。

具体的には、

- Step1：小売業で安定シェア40%を実現する**
- Step2：卸売業の物流を最適化する**
- Step3：製造業・原材料/包装資材業の生産計画を最適化する**

まずは食品業界のDCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDCMを実現し、DCMを日本から世界に拡げていきたいと思えます。



クラウドサービス中心のビジネスモデルへ転換。

クラウド型需要予測・自動発注サービス

sinops-**CLOUD**



棚割メンテナンスアプリ

sinops-**Pad**



発注端末アプリ

sinops-**GOT**

品名	数量	単価	小計	在庫	発注	備考
03 400252052067	10	¥111	¥1110	0	11.9	A
03 40050020647	10	¥36	¥360	0	14.1	A
03 400252052068	12	¥54	¥648	1	15.5	A
03 400252052069	10	¥49	¥490	1	26.3	A
03 400252052070	3	¥168	¥504	0	4.7	B

その他プロダクト

sinops **R6**

sinops **Dcont**

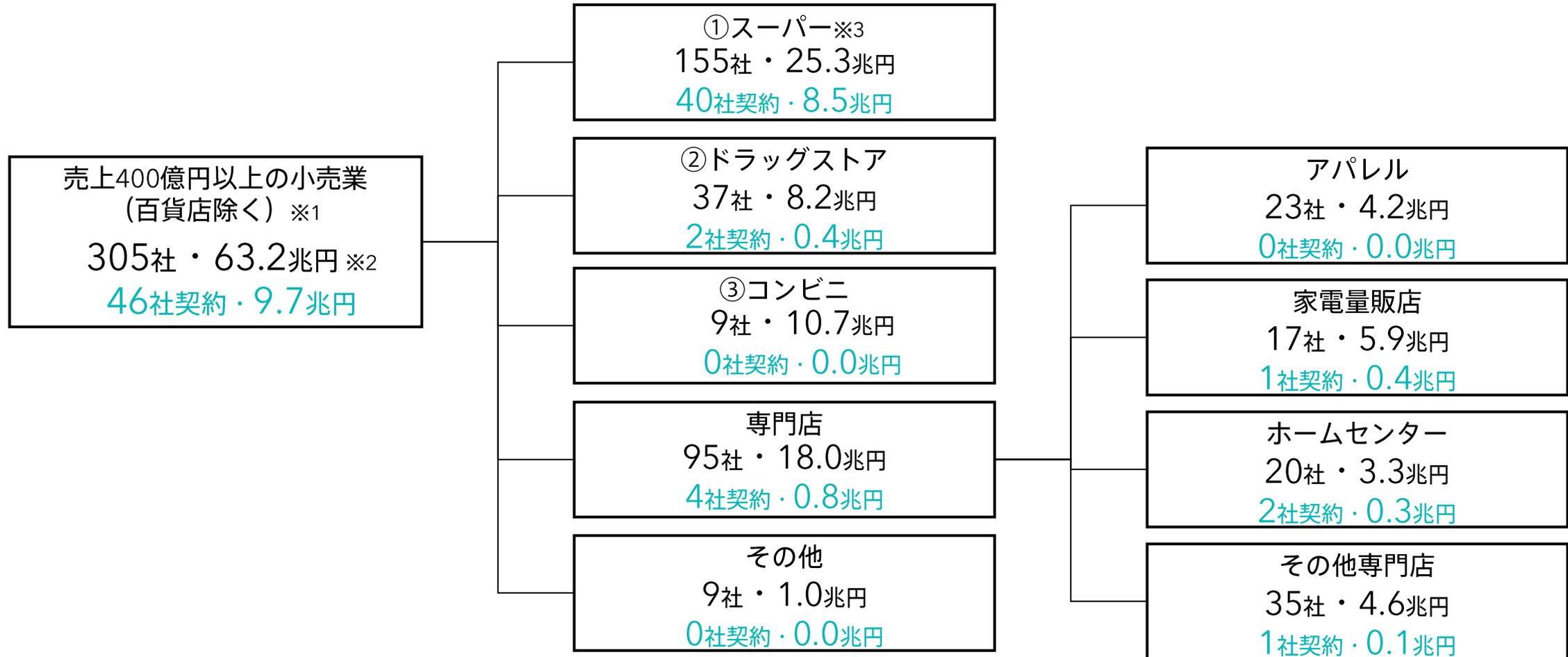
sinops **W**

sinops **M**

sinops **IM**

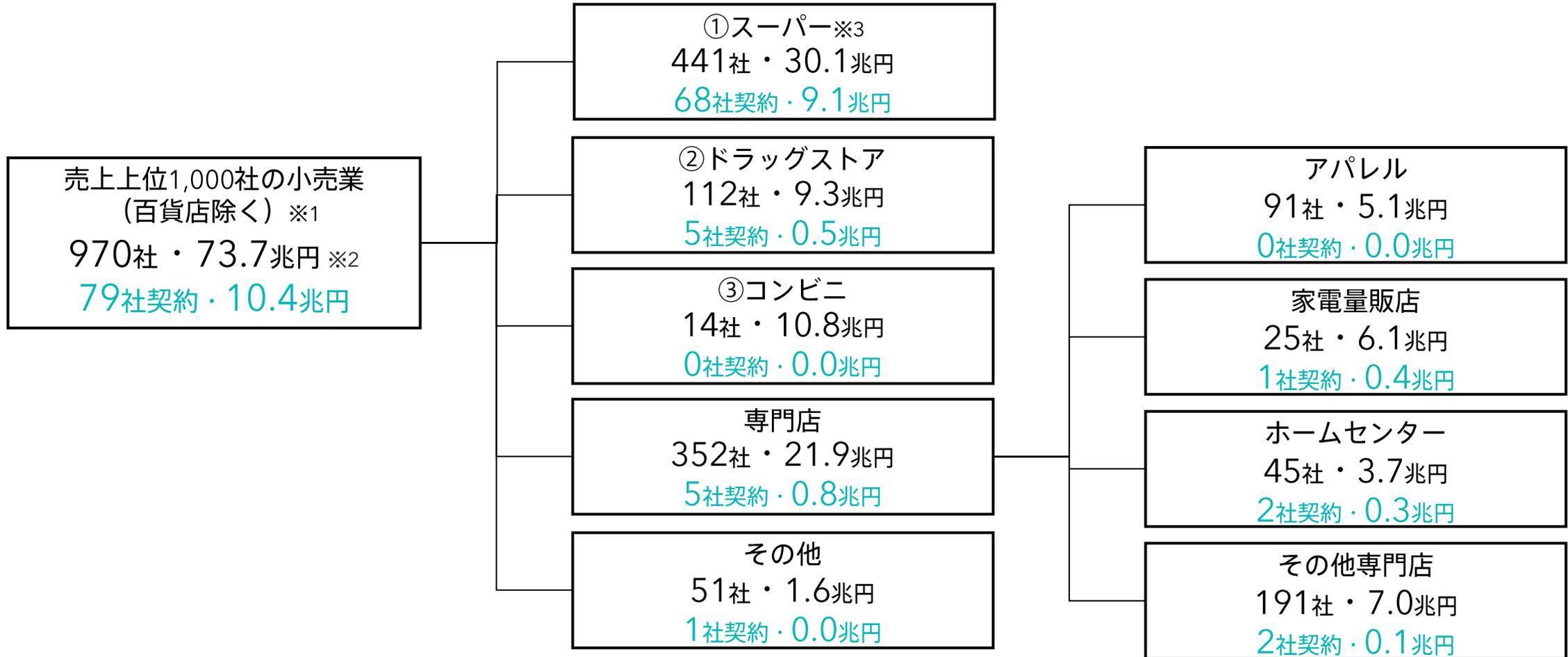
sinops **BPO**

売上400億円以上の小売業がsinopsの主要ターゲット。



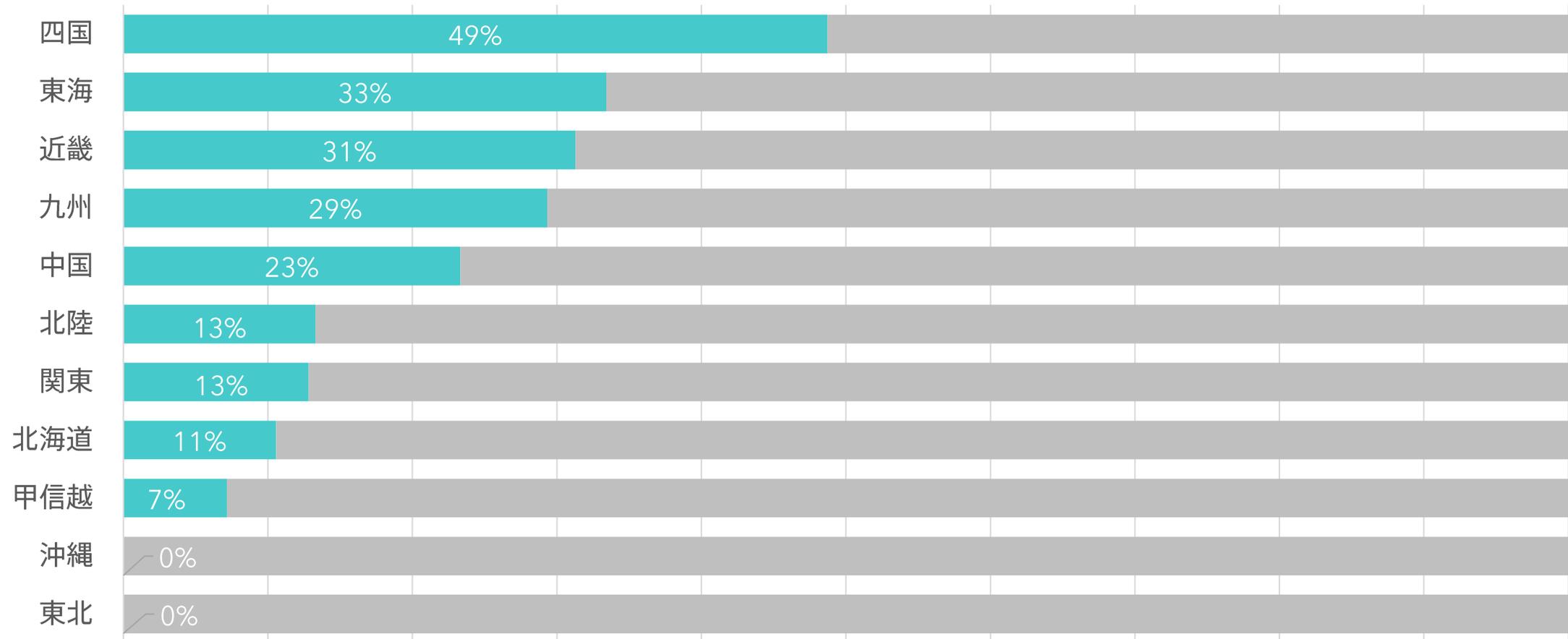
(注)
 1.ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2021年度版」
 2.右側の数字は対象企業の年商合計
 3.食品スーパー、GMS、生協、ディスカウントストアの合算

(参考) 売上上位1,000社の小売業に対して、営業活動を実施。



(注)
 1.ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2021年度版」。前述の101社との差はランキング対象外企業が含まれていない為
 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

売上400億円以上の小売業における地域別シェア率。



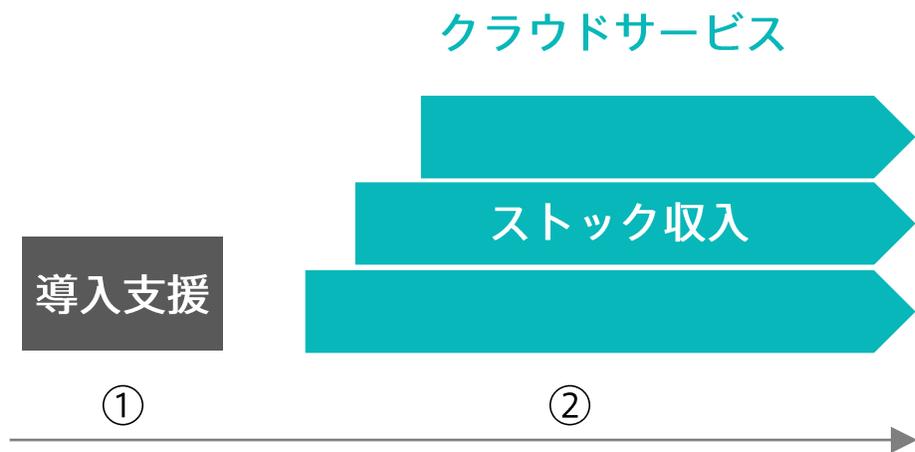
(注) 1.コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

クラウドサービス中心の収益構造にビジネスモデルを転換し、SaaSモデルへ。

- ・ 収益源は①導入支援②クラウドサービス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。

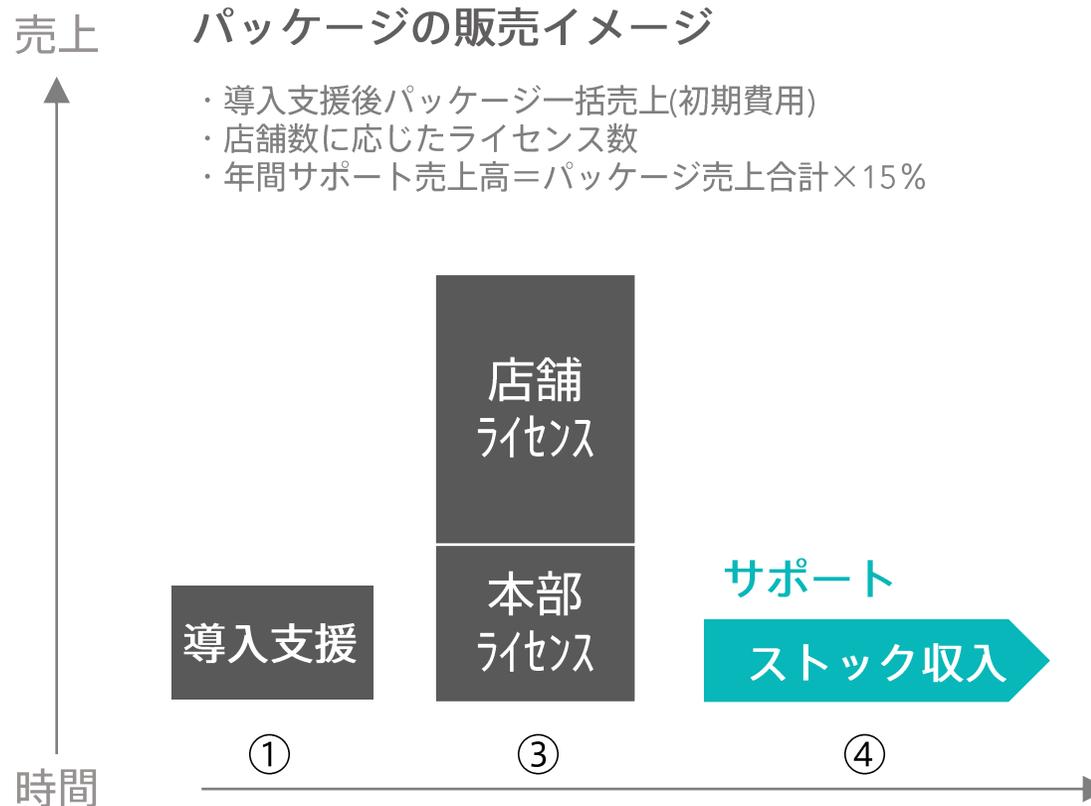
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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高が増加



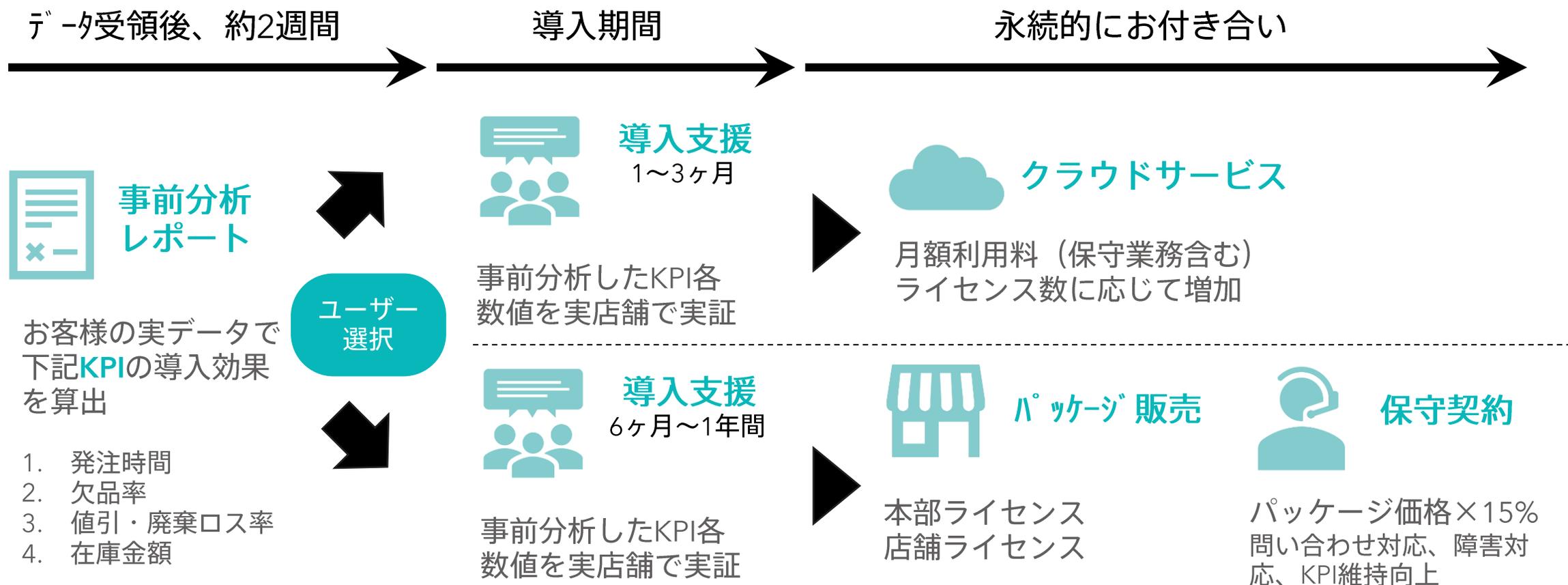
パッケージの販売イメージ

- ・ 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
- ・ 年間サポート売上高=パッケージ売上合計×15%



確実に導入効果を出す3ステップ。

- 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。



食品ロスが出やすいカテゴリで需要予測・自動発注可能。

- 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。
- 今後は、生鮮三品も需要予測することを目指します（現状は簡易な自動発注が可能）。



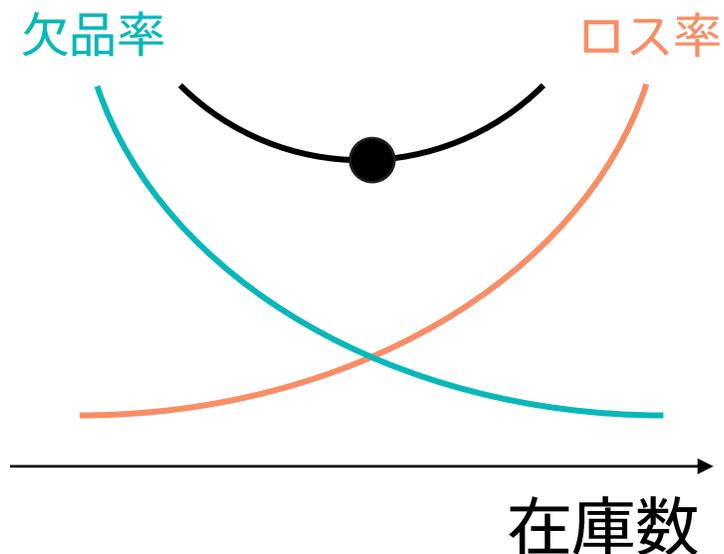
賞味期限が短い
＝食品ロスが出やすい
カテゴリの需要予測ができる。



自動発注の精度向上によるロス削減
AI値引きによる廃棄・値引ロス削減

需要予測型自動発注サービスの導入事例。

- sinopsは、欠品とロスが最低＝粗利が最大になる発注数を自動計算します。
- 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 **88.0%**削減

②欠品率 **34.7%**削減

③値引・廃棄ロス率 **19.1%**削減
※ 中堅スーパーの場合
 年300万円/店舗削減

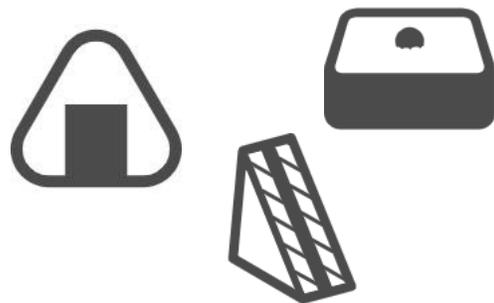
④在庫金額 **15.2%**削減

惣菜向け需要予測・自動発注サービスの導入効果。

- 惣菜向け需要予測・自動発注サービスは、売上アップに貢献することが特徴となります。
- 店舗の需要情報をプロセスセンターと連携することで、生産ロス削減にも貢献します。

sinops-**CLOUD** 惣菜

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



売上:**10.2%**増

ロス:**5.4%**減

利益:**17.4%**増

※複数社導入事例の平均

シノプスについて

社名	株式会社シノプス
設立	1987年10月
資本金	420,763,941円
従業員数	93人（2022年4月時点）
上場証券取引所	東京証券取引所グロース（4428）
URL	https://www.sinops.jp/



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

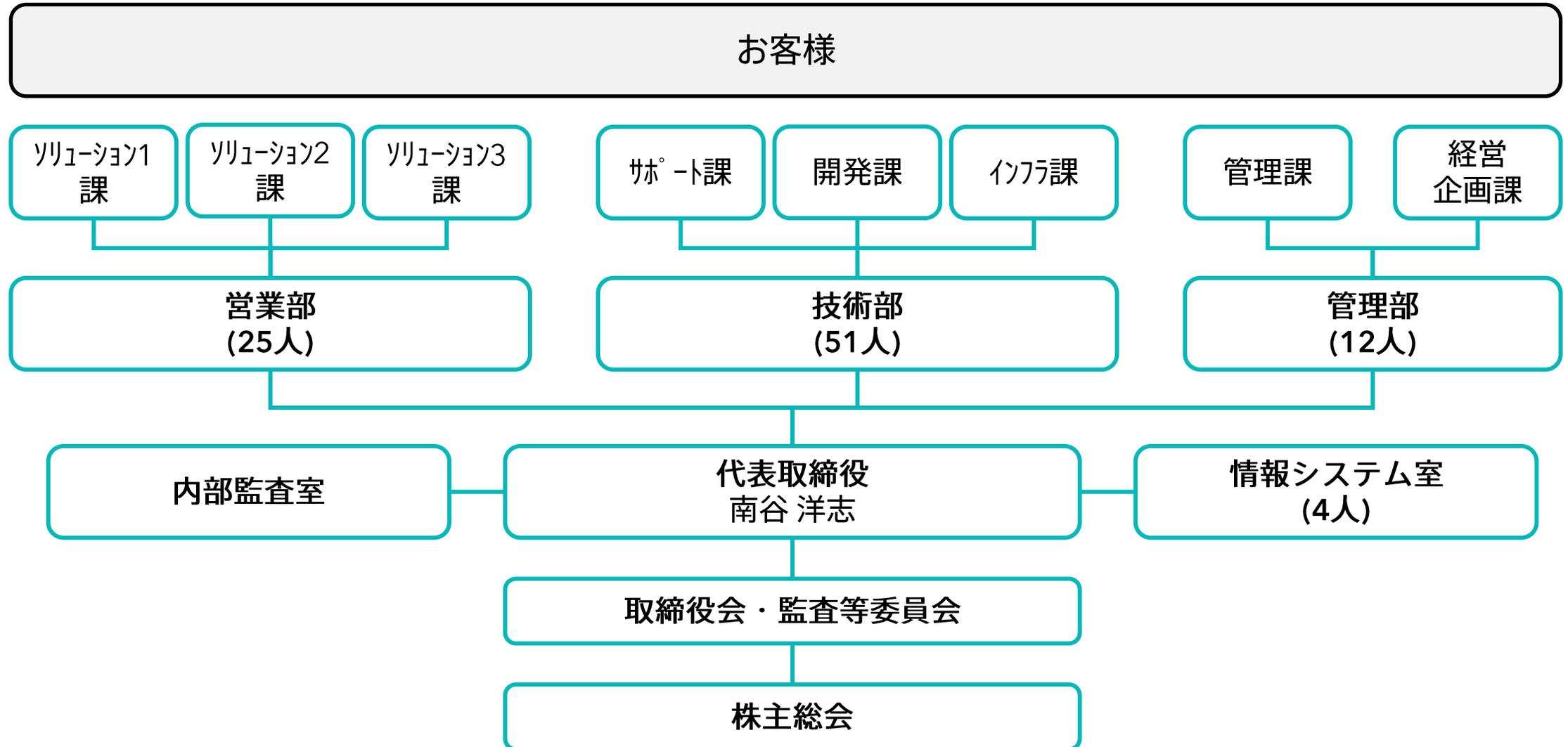
角田 吉隆 社外取締役

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
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
1996年10月	物流最適化システム「S-PLAN21」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
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
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
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
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
2009年10月	日配品に対応した自動発注システム「sinops-R5」 (=sinops-R4+日配品カテゴリ対応機能) 販売開始
2010年11月	「sinops (シノプス)」商標登録
2011年10月	棚割メンテナンスアプリ「sinops-Pad」販売開始
2013年10月	「sinops-GOT」「sinops-MD」販売開始
2016年 5月	賞味期限チェックアプリ「sinops-Dcont」販売開始

年月	変遷
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
2017年 7月	「sinopsロゴ」商標登録
2017年10月	東京都千代田区に東京営業所開設
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
2018年12月	東証マザーズに上場
2019年 4月	社名を「株式会社シノプス (sinops Inc.)」に変更
2019年10月	ワンストップ自動発注サービス「sinops-BPO」販売開始
2020年 5月	緊急時自動発注サービス「sinops-BCP」サービス開始
2020年 6月	クラウドサービス「sinops-CLOUD」サービス開始
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
2021年7月	「中食・惣菜向け需要予測・自動発注ロジック」の特許取得
2022年1月	伊藤忠商事と業務提携契約締結
2022年4月	東証グロースに市場区分変更

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。