



2022年12月期第3四半期 決算説明資料

株式会社シノプス（証券コード：4428）
2022年11月14日

2022年12月期第3四半期 決算ハイライト

シェア率⁽¹⁾

18.6% (YoY +1.5pt)

契約社数

101社 (YoY +4社)

クラウド有償店舗数⁽²⁾

2,209店舗 (YoY +149.3%)

ARR⁽⁴⁾

1,009百万円 (YoY +60.7%)

クラウド有償アカウント数⁽³⁾

7,405 (YoY +361.7%)

NRR(クラウド)⁽⁵⁾

108.3% (2022年平均) / **100.4%** (2022年7-9月平均)

(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9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

※分子から新規顧客のMRRを除いている

売上高969百万円(前年比+26.3%)・営業利益80百万円(前年比+54百万円)

- ・ 大規模スーパーのクラウド契約が主要因となり、ARRが10億円を超えました。
- ・ クラウド売上高の業績貢献が高まり、継続的に利益を出せる財務体質に変わってきています。

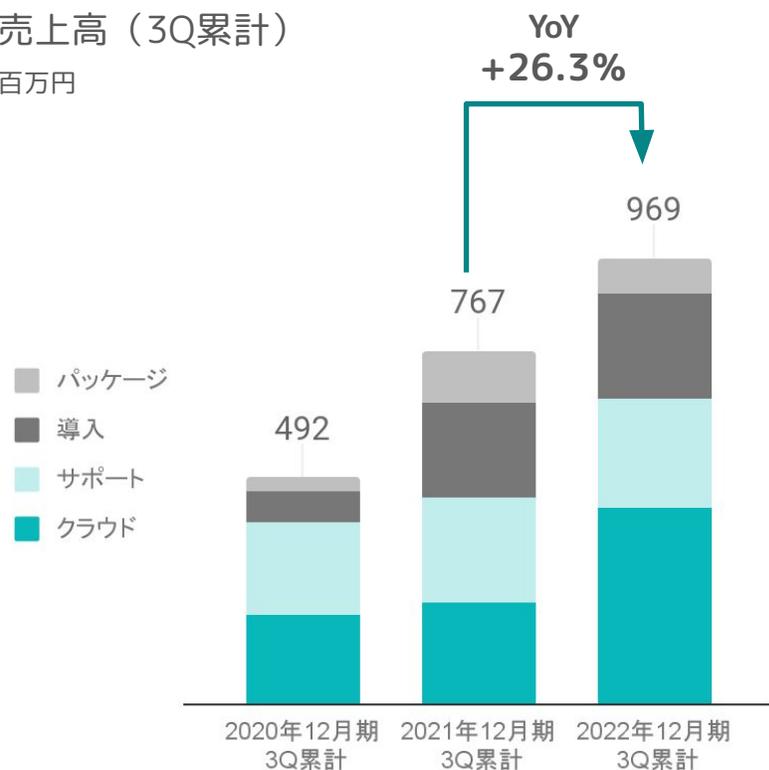
(百万円)	当期 22/3Q 累計実績	2021年12月期			対計画	
		21/3Q 累計実績	増減額	増減率%	22/12期 計画	進捗率%
売上高	969	767	+202	+26.3%	1,500	64.7%
パッケージ	75	112	△36	△32.3%	218	34.7%
導入支援	229	207	+21	+10.6%	302	75.9%
サポート	236	228	+8	+3.7%	292	80.9%
クラウド	427	219	+207	+94.7%	686	62.3%
営業利益	80 (利益率8.3%)	26 (利益率3.4%)	+54	+206.0%	200 (利益率13.4%)	40.2%
経常利益	79 (利益率8.2%)	39 (利益率5.2%)	+39	+99.7%	200 (利益率13.4%)	39.7%
当期純利益	53 (利益率5.6%)	24 (利益率3.2%)	+29	+122.0%	128 (利益率8.5%)	42.0%

3Q累計売上高は前年比26.3%増の969百万円。ストック売上比率⁽¹⁾は68.5%。

- クラウド売上高が前年比94.7%増の427百万円で、ストック売上比率が68.5%となりました。
- パッケージ売上高は今期も4Q偏重となっておりますが、商談は計画通りに進捗しています。

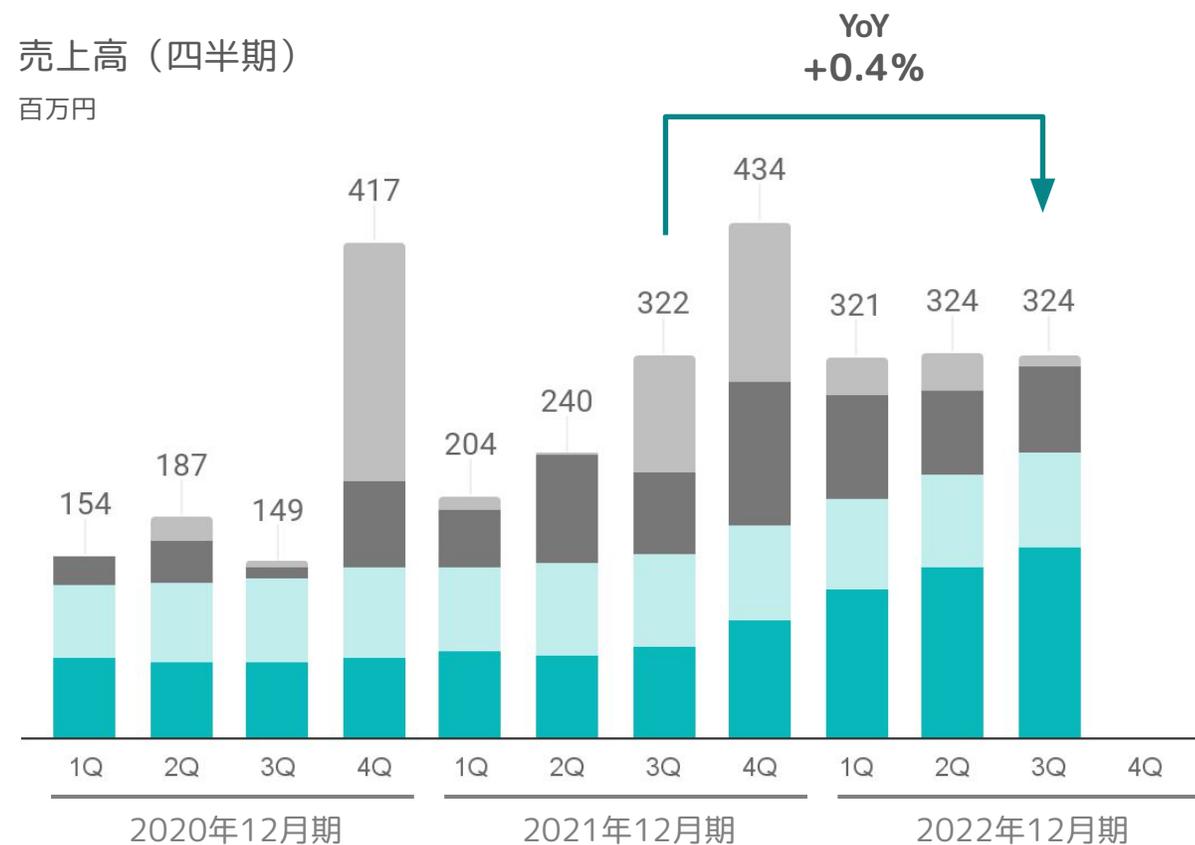
売上高（3Q累計）

百万円



売上高（四半期）

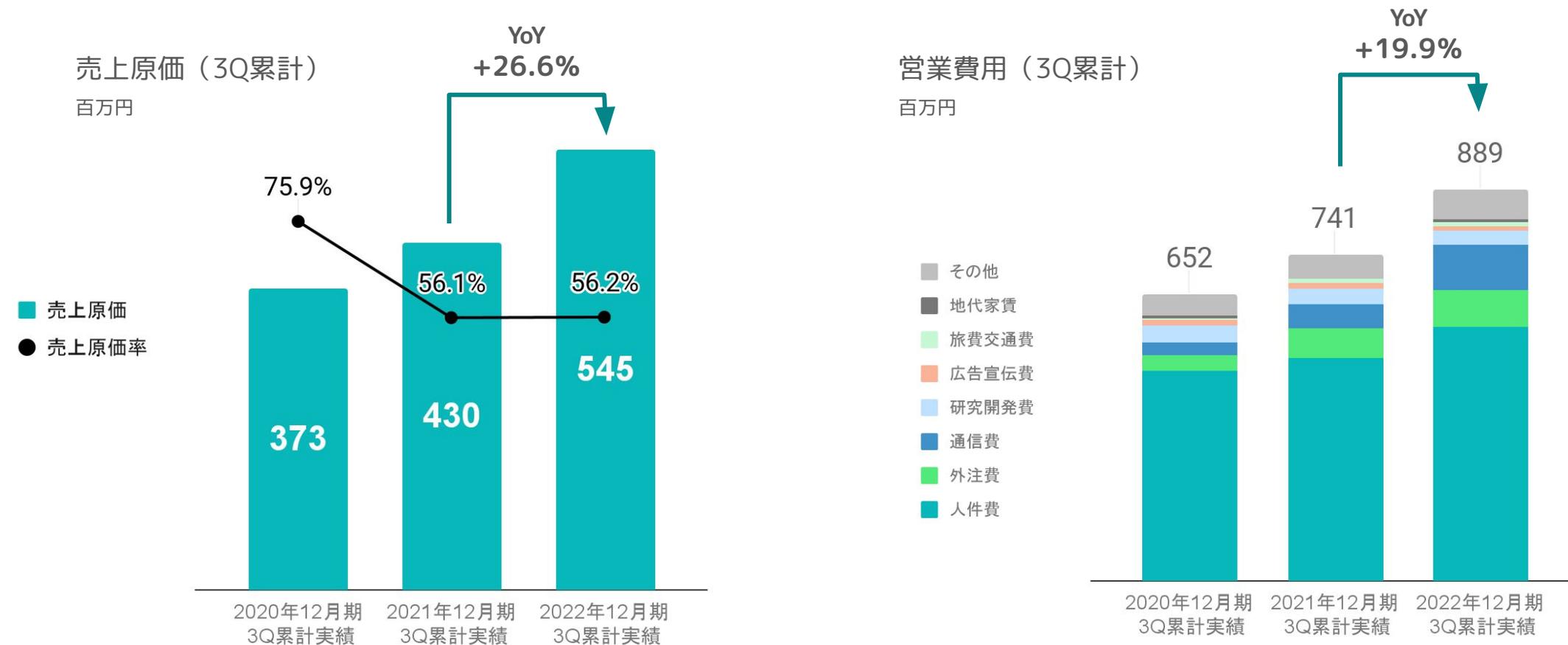
百万円



(注) 1.クラウド売上高とサポート売上高の合計

3Q累計売上原価は前年比26.6%増の545百万円、営業費用⁽¹⁾は前年比19.9%増の889百万円。

- 売上原価率は前年とほぼ同程度となりました。
- クラウド売上高が前年比207百万円増（94.7%増）となり、通信費が前年比48百万円増（86.5%増）となりました。
- 社員数が前年比10名増となり、人件費が前年比71百万円増（14.2%増）となりました。



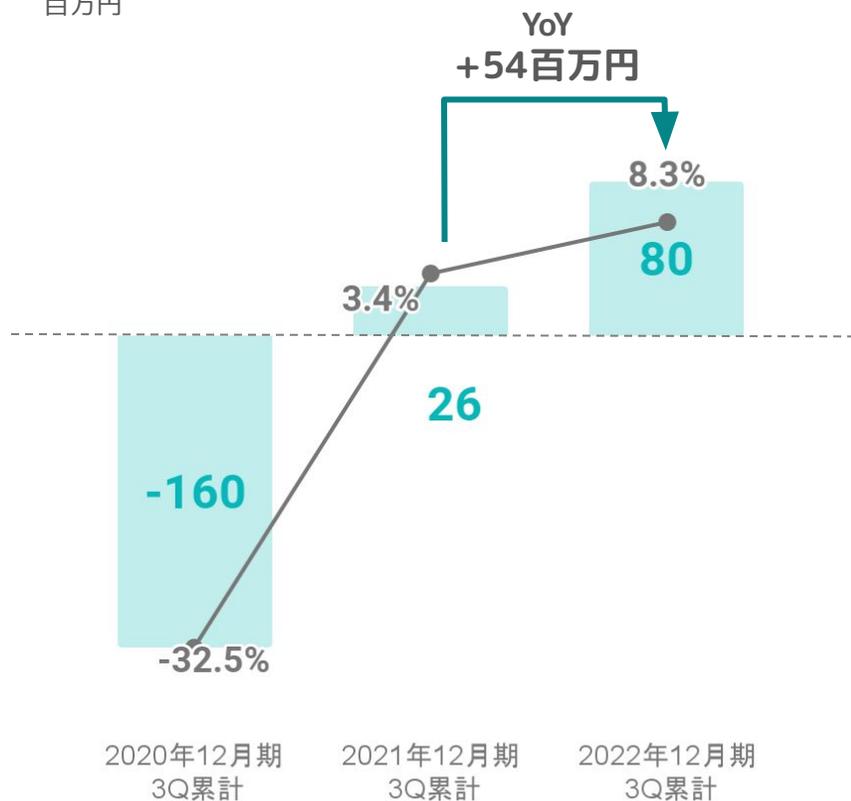
(注) 1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

3Q累計営業利益は前年比54百万円増の80百万円。

- 大型の新規パッケージ受注がなかったにもかかわらず、3Q営業利益も黒字となり、2021年3Qから5四半期連続で黒字となりました。

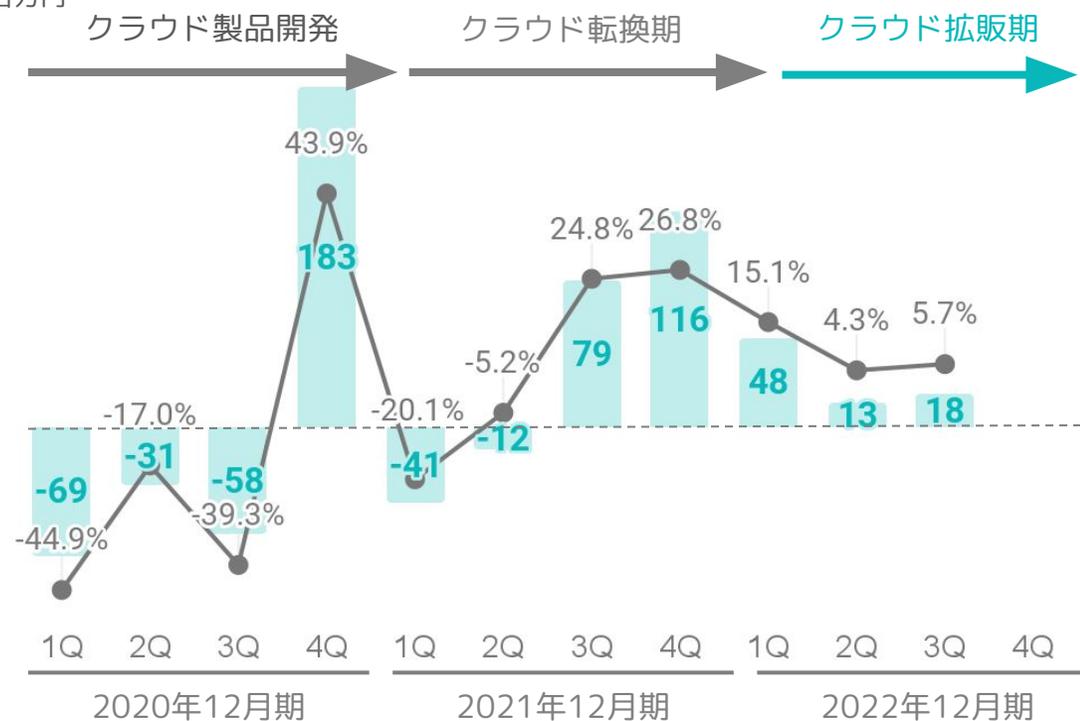
営業利益（3Q累計）

百万円



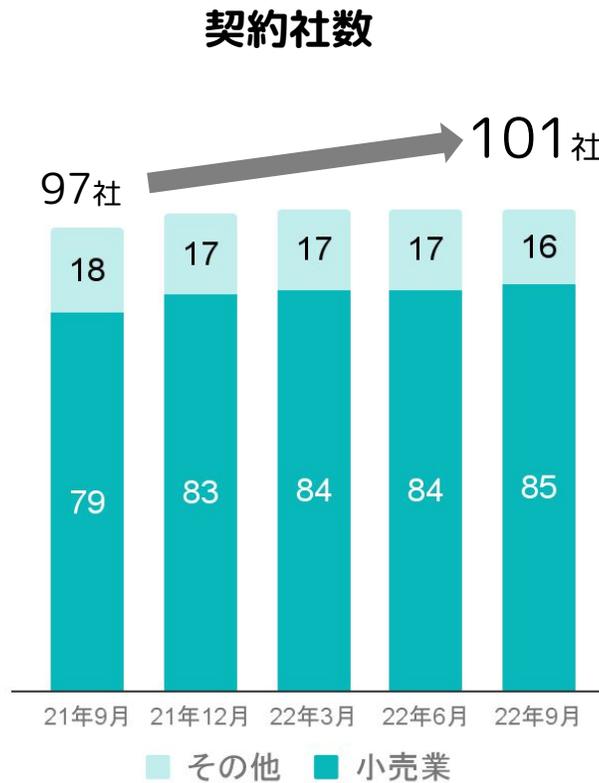
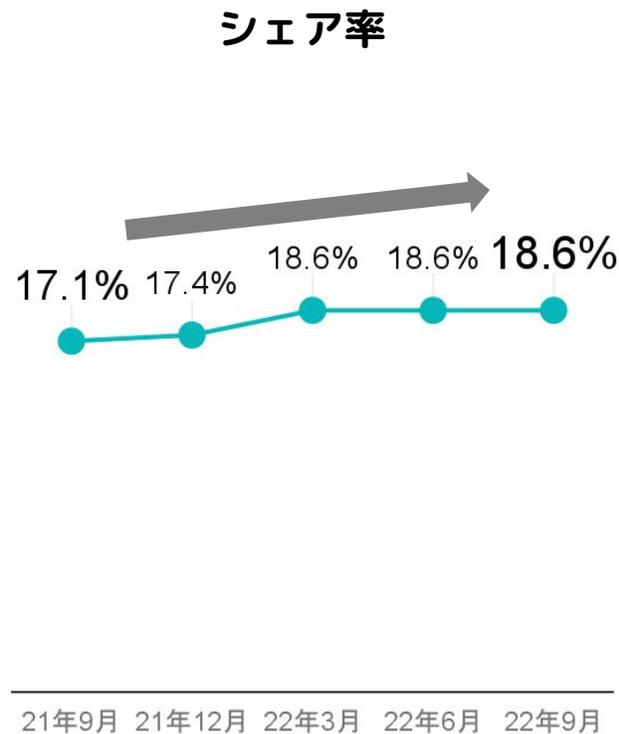
営業利益（四半期）

百万円



シェア率は前年比1.5pt増の18.6%、契約社数が前年比4社増の101社。

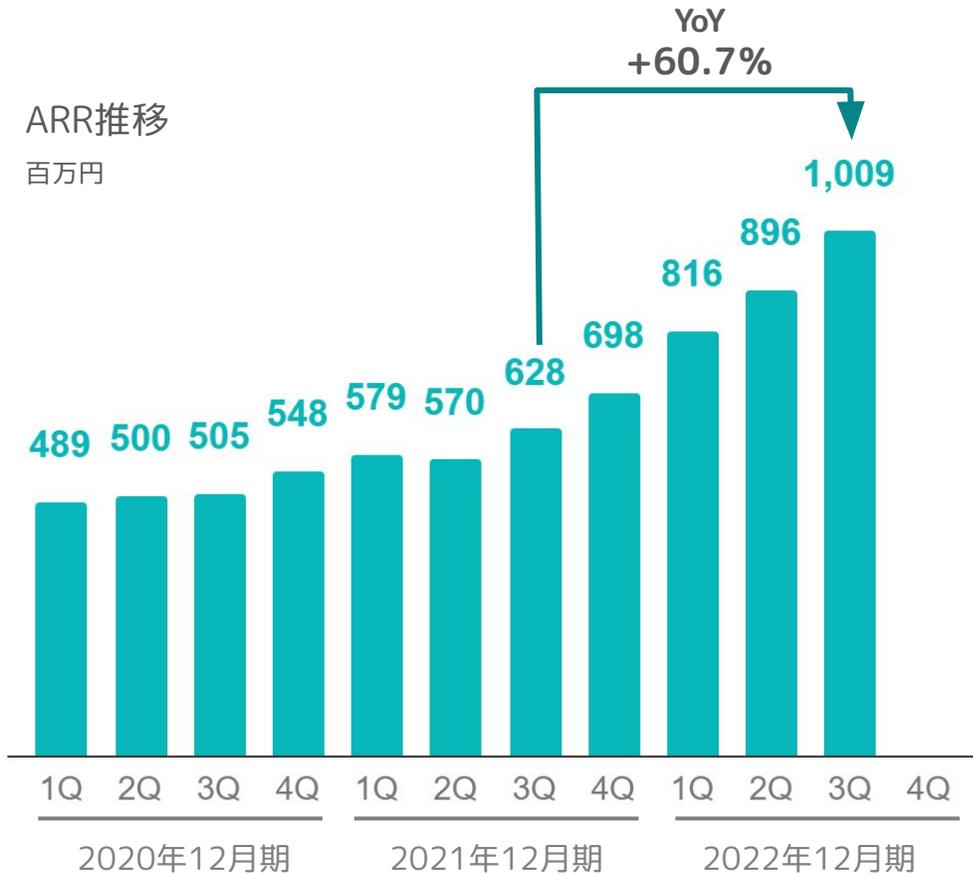
- ・ 今期は新規受注よりもクラウドユーザーの店舗展開を優先しており、シェア率が前年比1.5pt増の18.6%・契約社数が前年比4社増の101社となりました。
- ・ クラウドの店舗展開が加速し、sinopsシリーズの契約件数⁽¹⁾が前年比4,841件増の11,902件となりました。



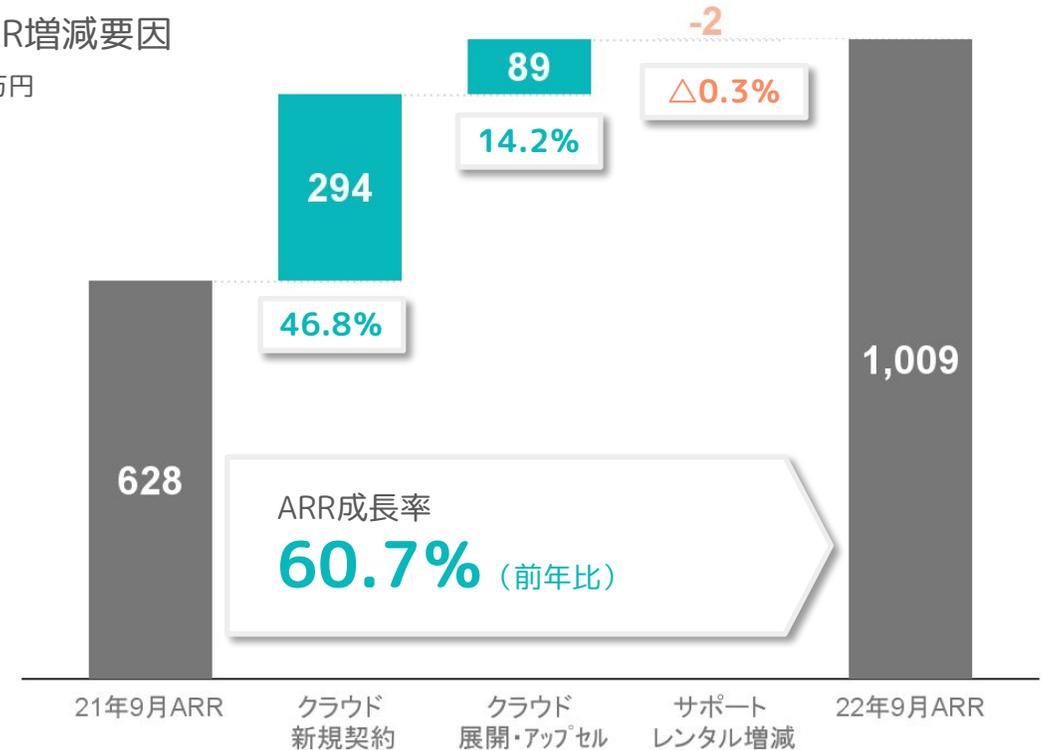
(注) 1.クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計

クラウドの店舗展開が進み、ARR⁽¹⁾が前年比60.7%増の1,009百万円。

- クラウドの新規契約が順調に進み、ARRが10億円を超えました。



ARR増減要因
百万円

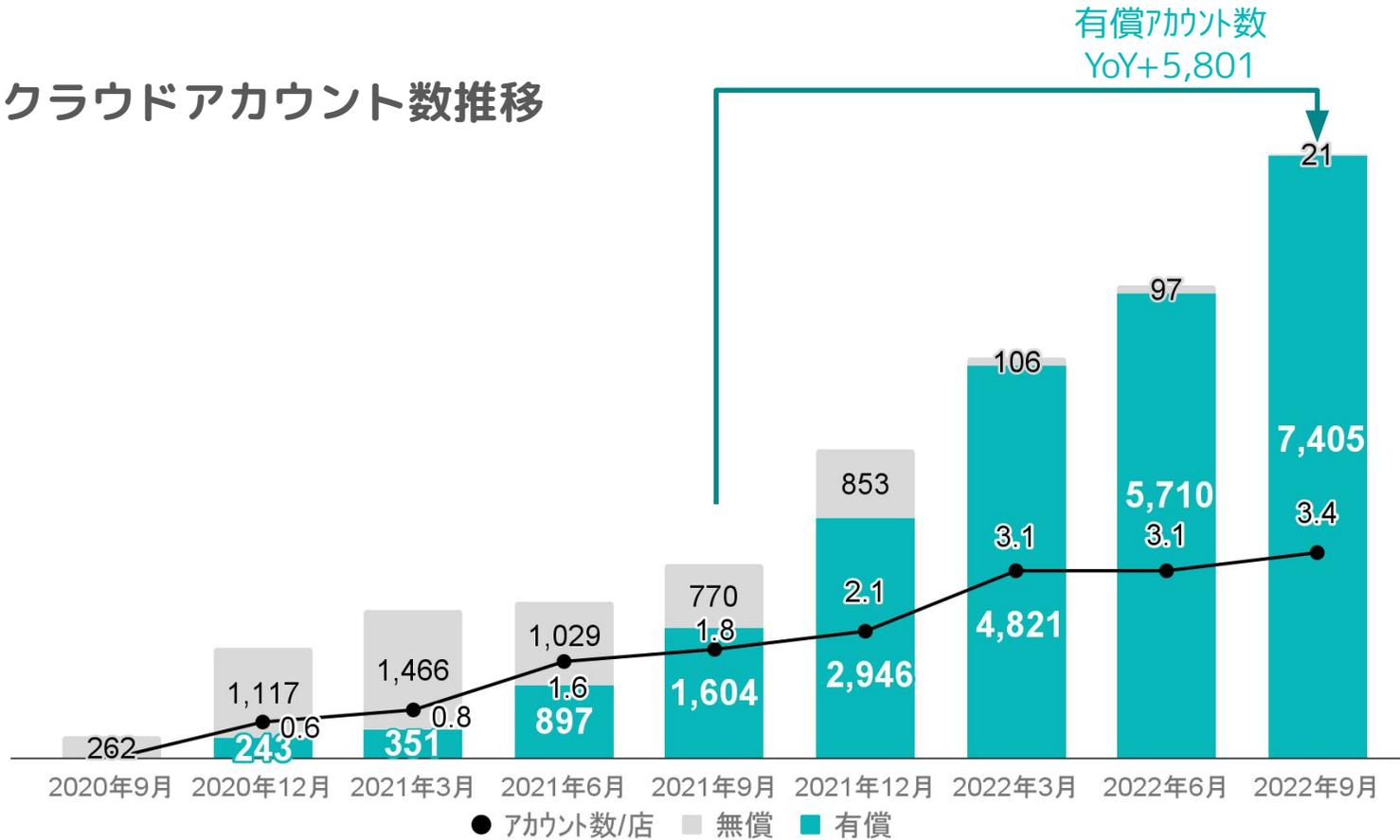


(注) 1. Annual Recurring Revenueの略語。2022年9月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

大型スーパーの正式契約が決まり、クラウド有償アカウント数が前年比5,801増の7,405まで増加。

- 大型スーパーの正式契約が決まったことが主要因となり、有償アカウント数が7,405（YoY+5,801）になりました。
- 新規のクラウド利用ユーザーの割合が高まってきており、1店舗あたりアカウント数が3.4となりました。

クラウドアカウント数推移

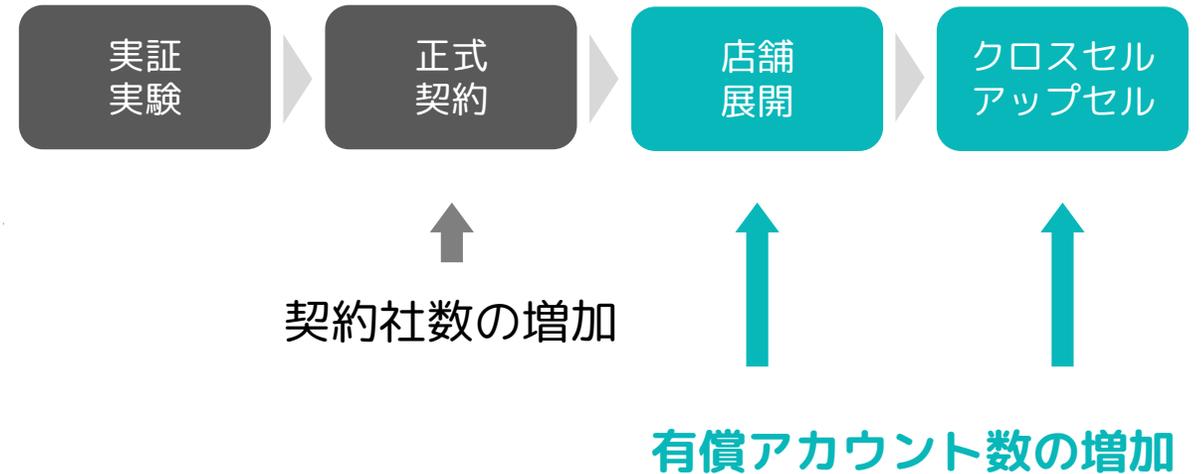
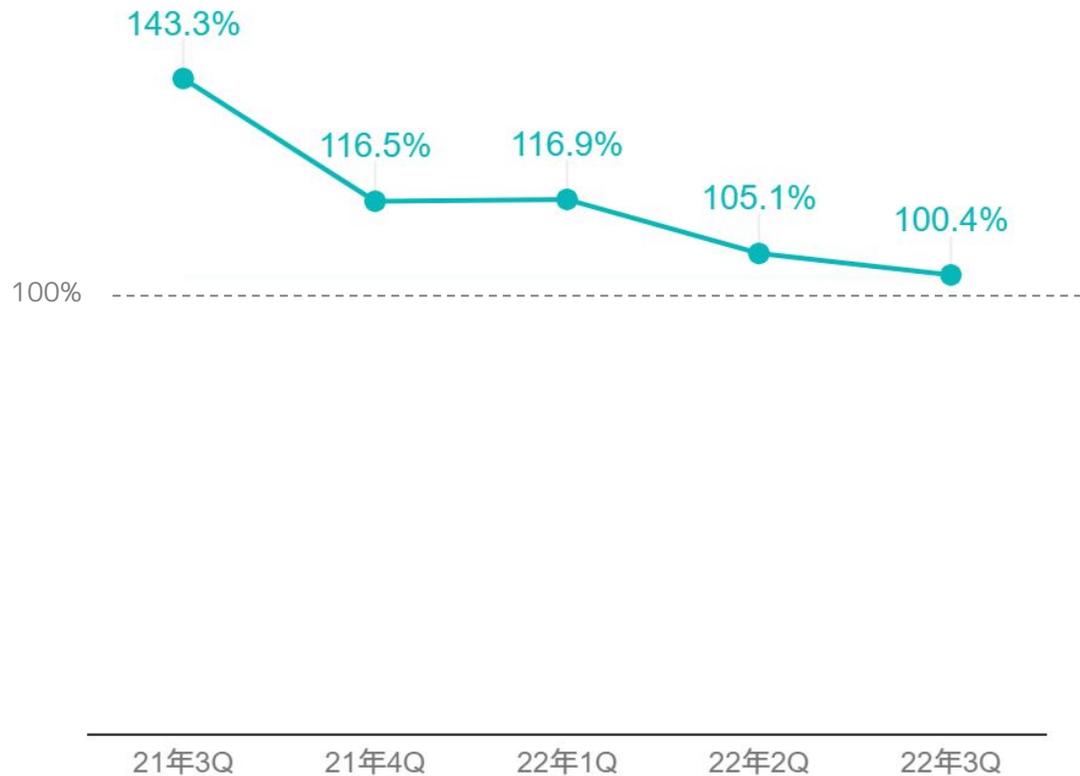


有償 アカウント数	7,405 (YoY+5,801)
有償 店舗数	2,209 店舗 (YoY+1,323店舗)
アカウント数 /店舗	3.4 アカウント (YoY+1.6アカウント)
有償 契約社数	37 社 (前Q比+1社)

実証実験に入ると、現時点では全てのユーザーが正式契約に移行。

以下要因がNRR⁽¹⁾の向上に寄与しました。

- ほぼ全てのユーザーが実証実験から正式契約・店舗展開に移行するため、NRRは100%を超えています。



(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、具体的に動き出しています。

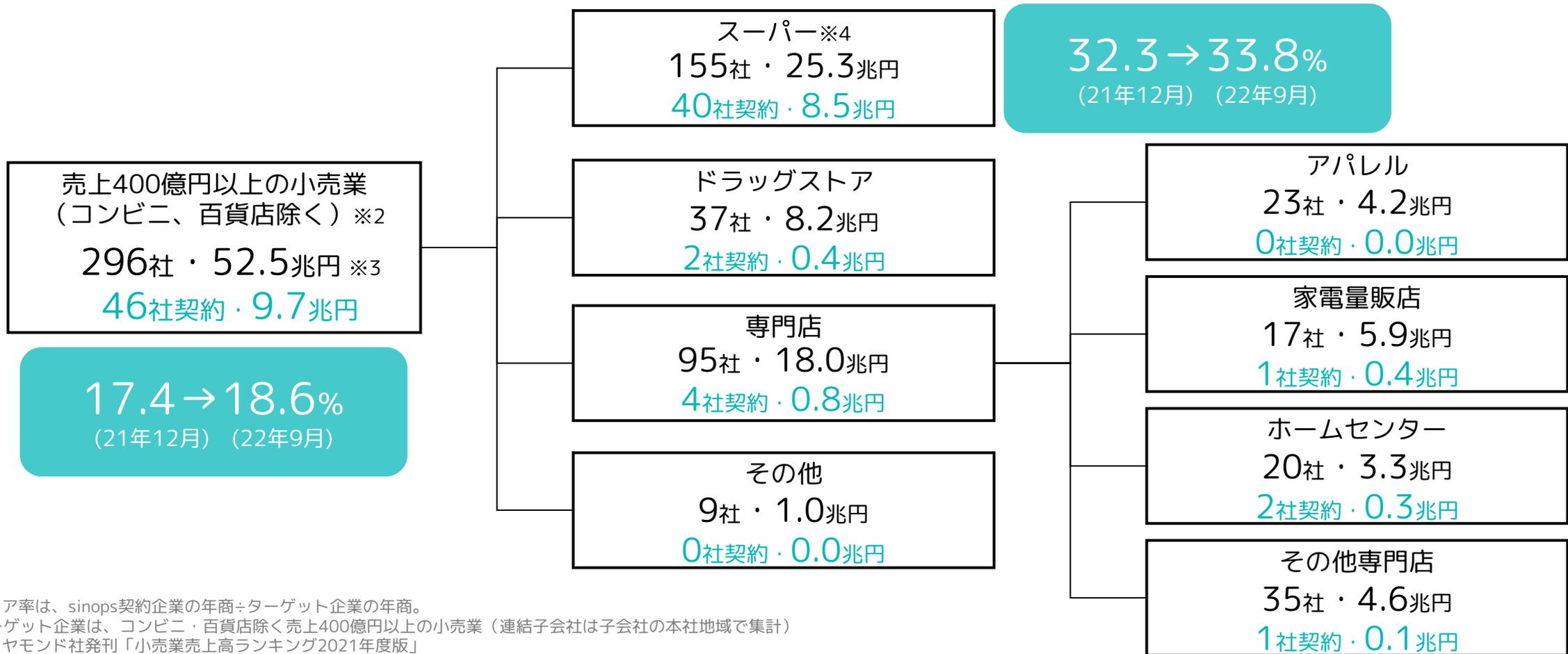
経営方針として、

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
を目指しています。



下期にかけて新規受注を増やし、2022年12月末時点でシェア率⁽¹⁾20%を目指す。

- 上期は既存ユーザーの店舗展開に注力しましたが、下期以降に新規受注を加速させる計画です。
- 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

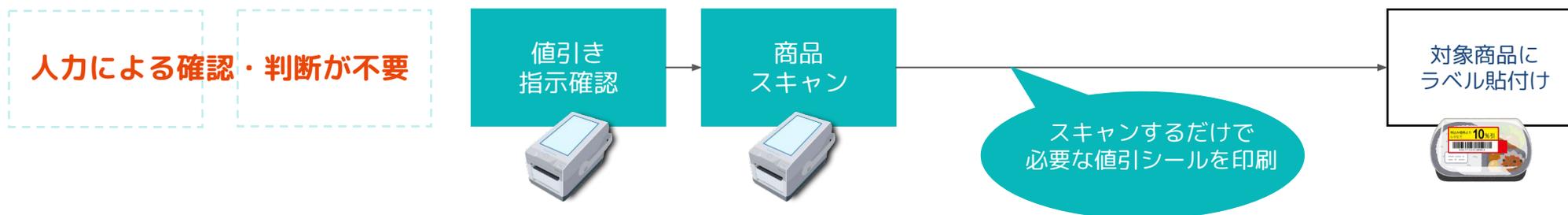
値引きシール発行機メーカーとの協業を強化し、AI値引きを強力に推進。

- AI値引きの実証実験が順調に進み、全店展開が決まったユーザーが徐々に増えています。
- AI値引きの新規商談も増加し、今後は既存ユーザー・新規ユーザーどちらでもAI値引きの利用が増えることが見込まれます。

◆ 従来一般的な値引き運用



◆ sinops-CLOUD×値引きシール発行機と連携した値引き運用



需要予測と勤務シフト・作業割当表との連携。

- sinopsの店舗ごとの需要予測情報をシフト管理システムに連携することで、勤務シフトと作業割当の最適化を目指します。



店舗の需要予測情報



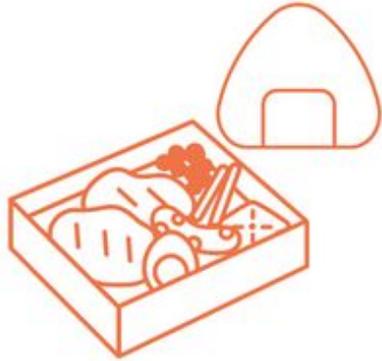
勤務シフトと作業割当表



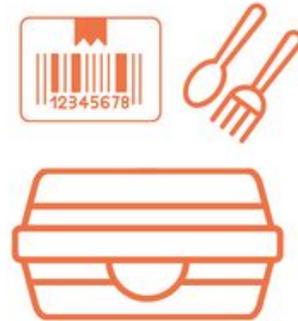
勤務シフト・作業割の
最適化

包装資材向け需要予測型自動発注システムの開発。

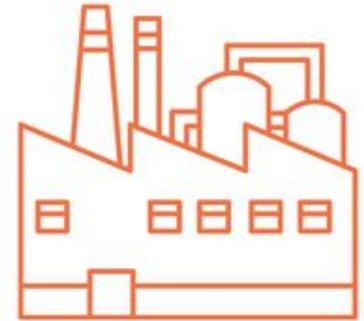
- 包装資材に特化した需要予測型自動発注システムを開発します。
- 商品の需要予測から、包装資材の原材料発注にも取り組む計画です。



商品の需要予測



必要な包装資材数の
計算

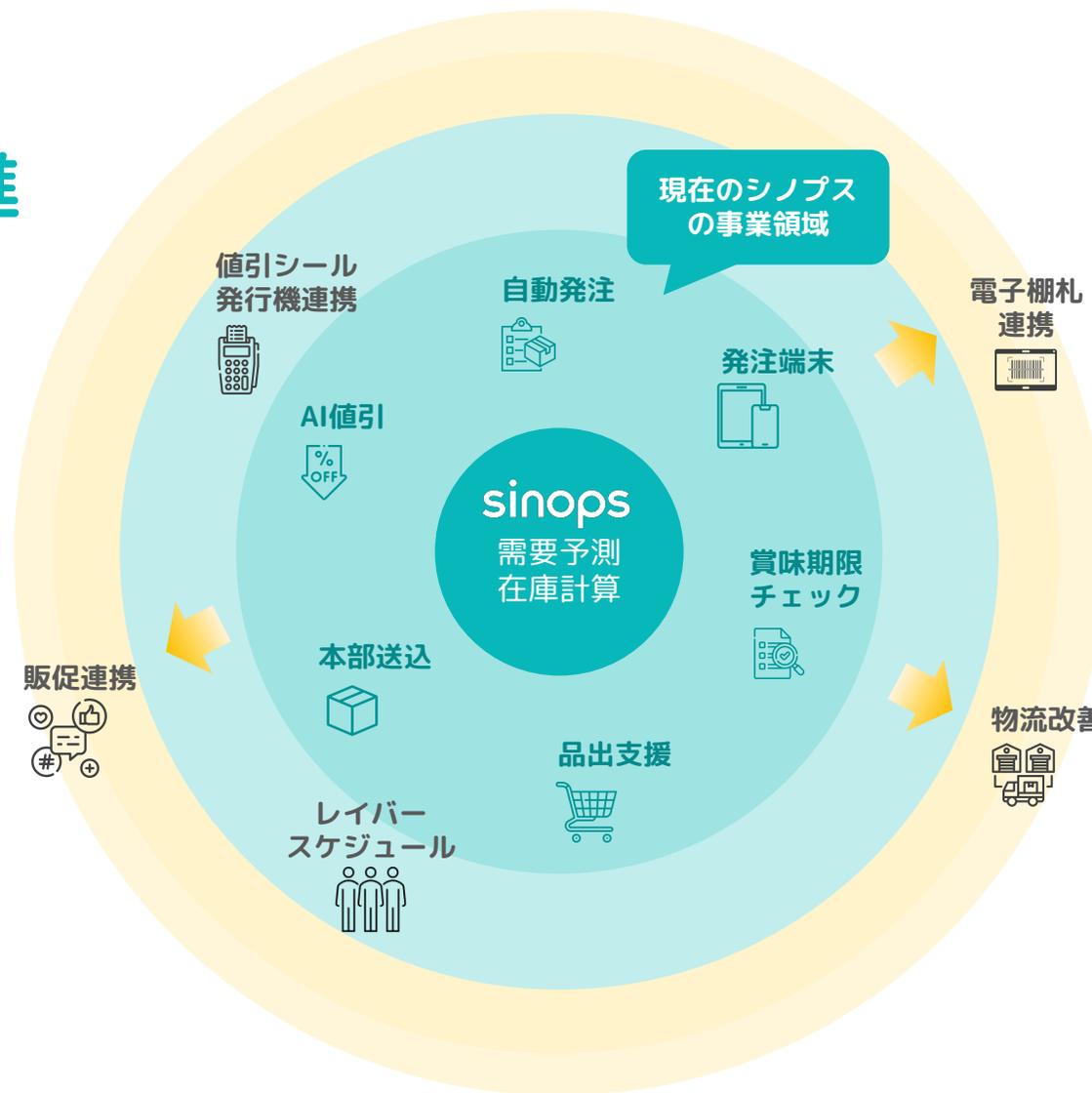


資材の自動発注

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。



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 3Q
流動資産合計	1,397	1,640	1,374
固定資産合計	321	349	341
無形固定資産	168	193	211
流動負債合計	323	517	268
固定負債合計	66	32	4
純資産合計	1,329	1,440	1,442

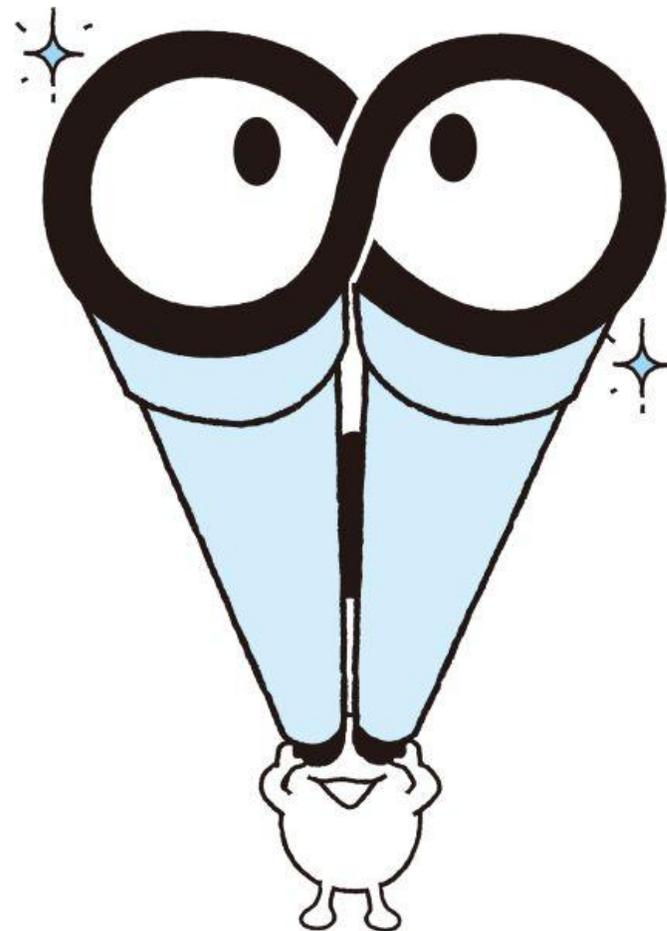
損益計算書

(百万円)	2020年12月期	2021年12月期	2021年12月期 3Q累計	2022年12月期 3Q累計	YoY
売上高	909	1,201	767	969	+26.3%
売上原価	515	635	430	545	+26.6%
対売上高比率	56.7%	52.9%	56.1%	56.2%	△0.1pt
売上総利益	393	566	337	424	+25.9%
売上総利益率	43.3%	47.1%	43.9%	43.8%	△0.1pt
販売費及び一般管理費	370	423	310	343	10.6%
対売上高比率	40.8%	35.2%	40.5%	35.4%	△5.0pt
営業利益	22	142	26	80	-
営業利益率	2.5%	11.9%	3.4%	8.3%	+4.9pt
経常利益	11	156	39	79	-
経常利益率	1.3%	13.0%	5.2%	8.2%	+3.0pt
当期純利益	8	101	24	53	-
当期純利益率	0.9%	8.4%	3.2%	5.6%	+2.4pt

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

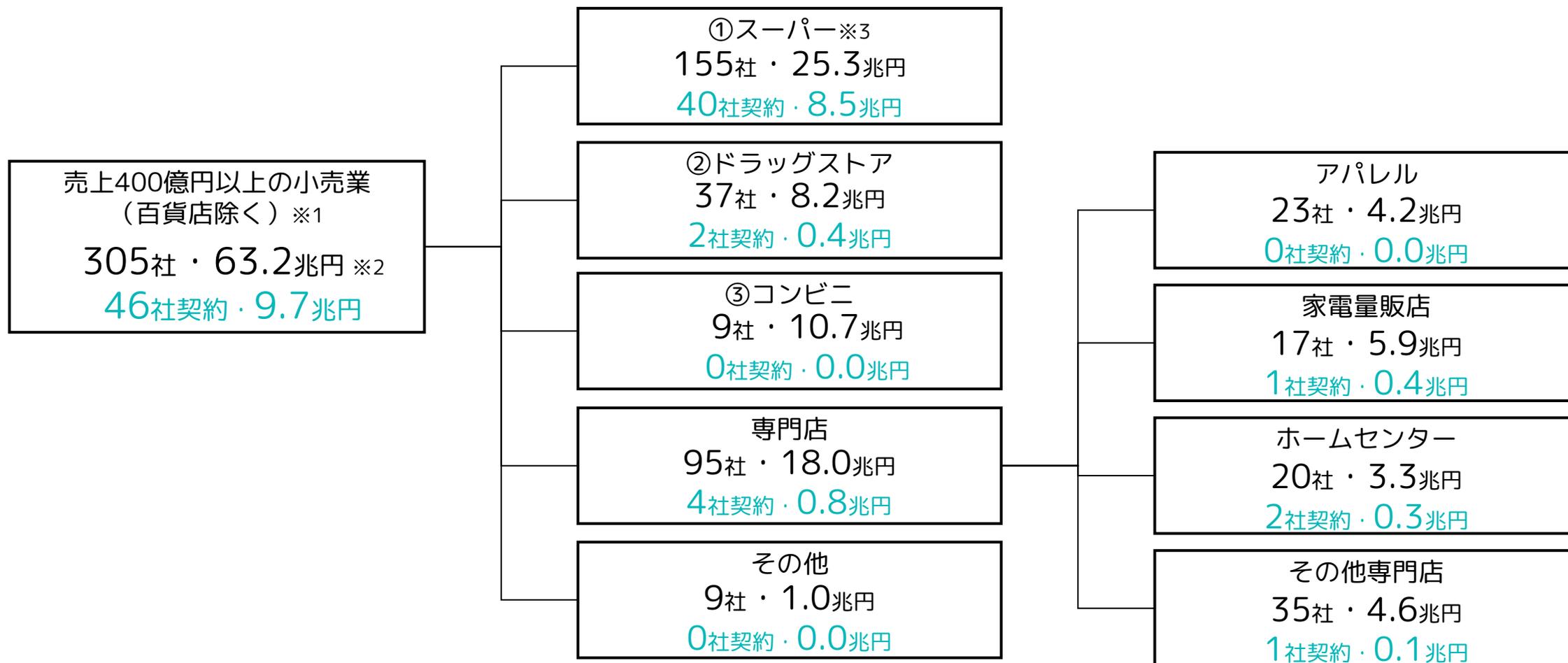
Step2：卸売業の物流を最適化する

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。

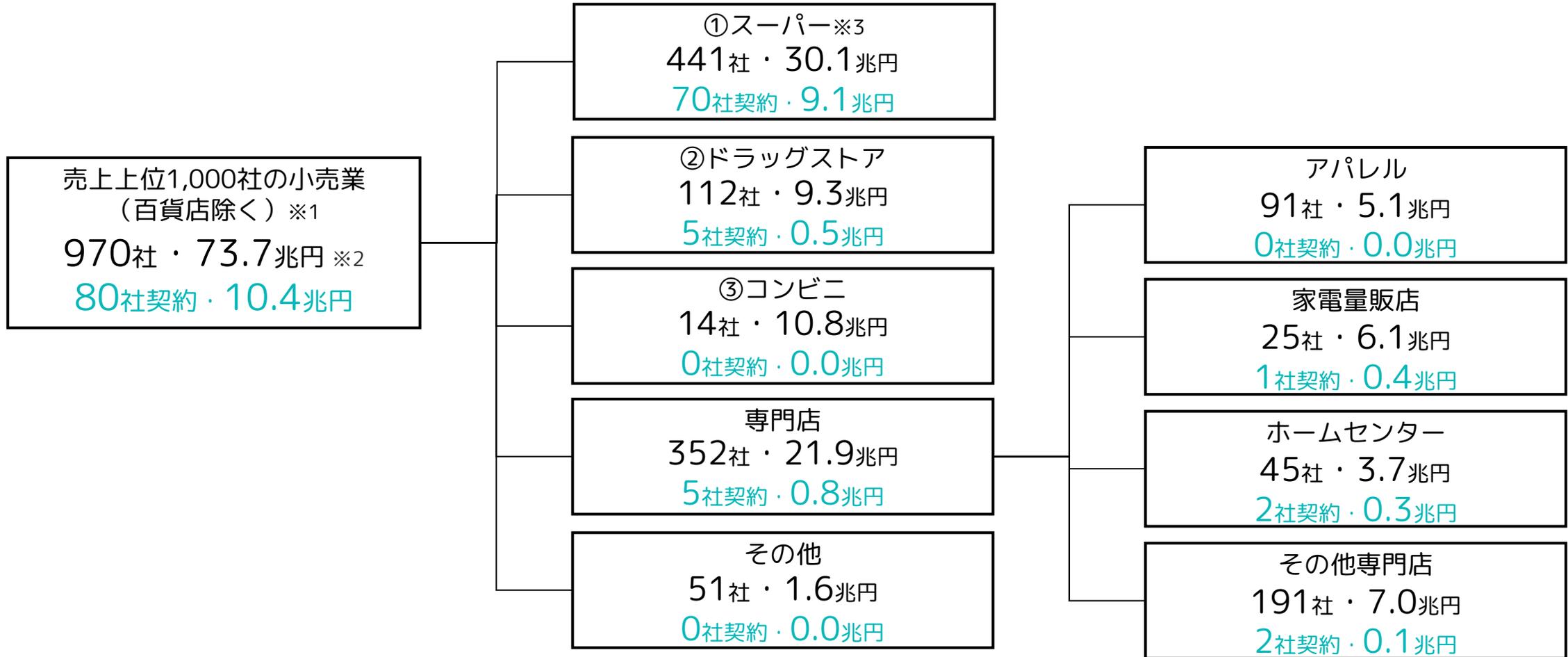


売上400億円以上の小売業がsinopsの主要ターゲット。



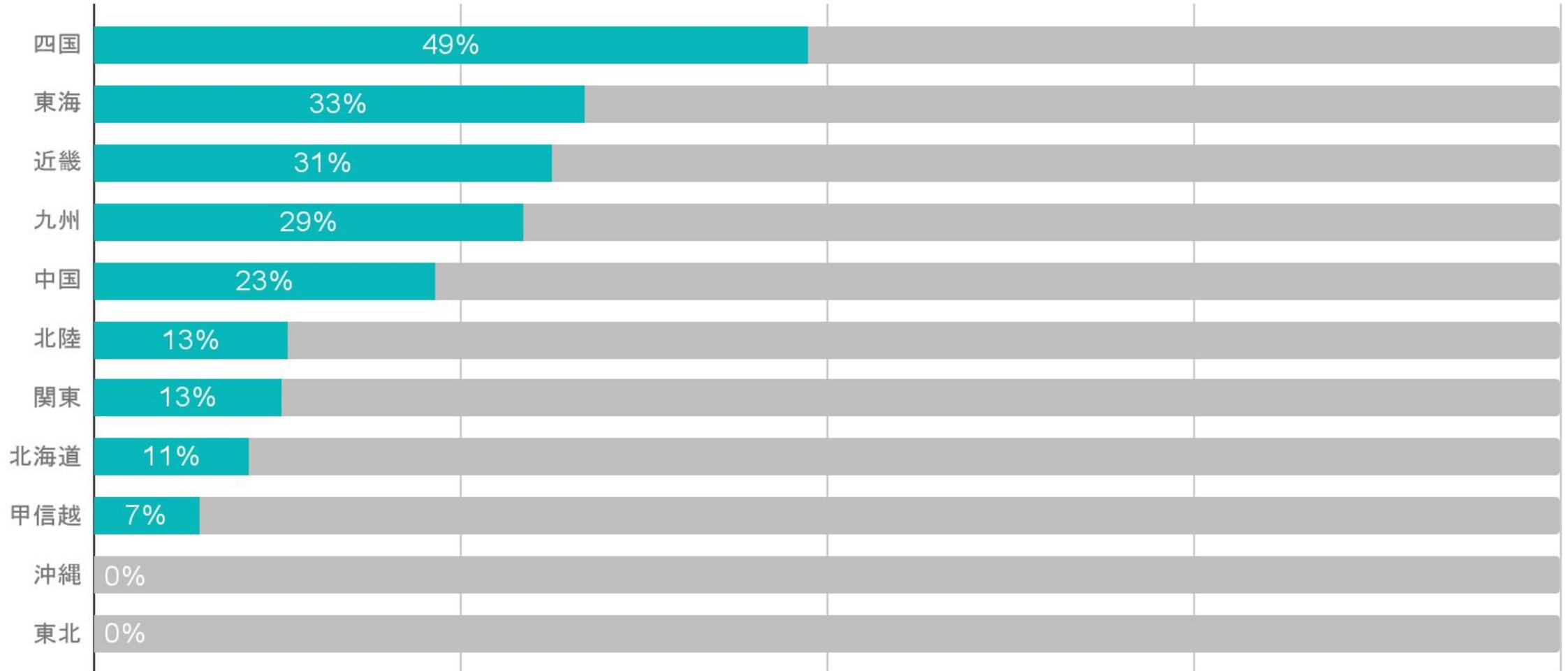
(注)
 1.ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2021年度版」
 2.右側の数字は対象企業の年商合計
 3.食品スーパー、GMS、生協、ディスカウントストアの合算

(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.ダイヤモンド社発行「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。

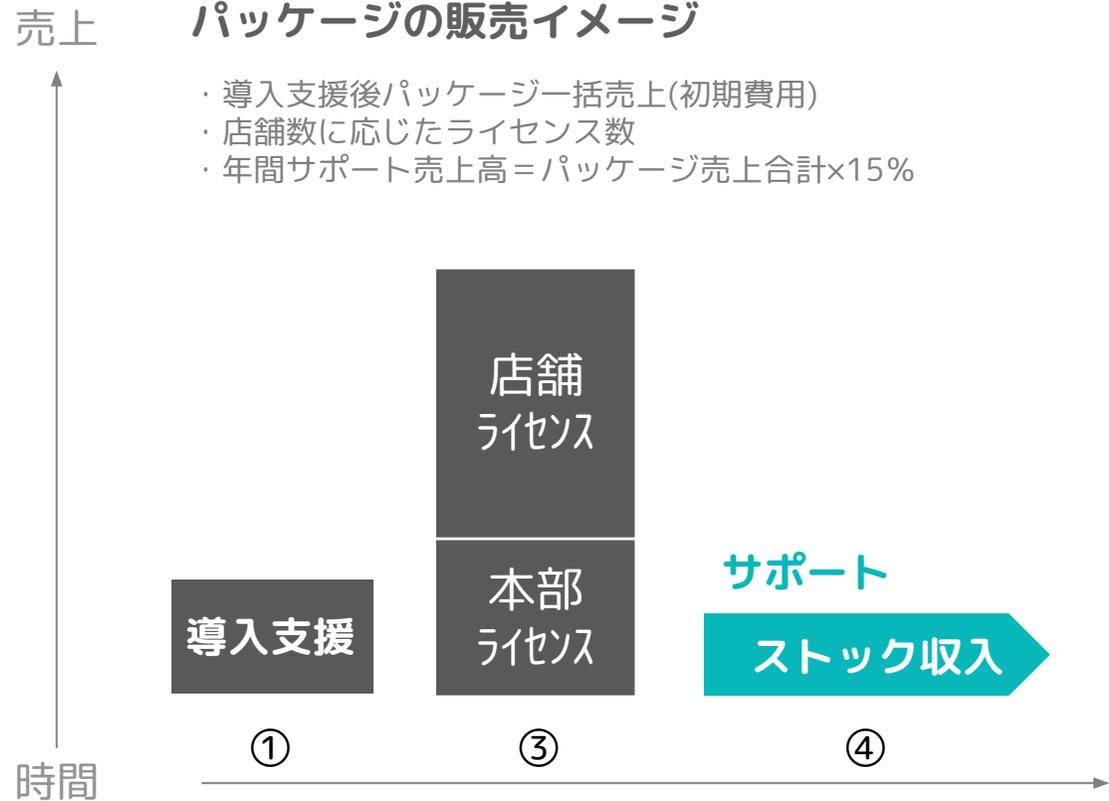
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



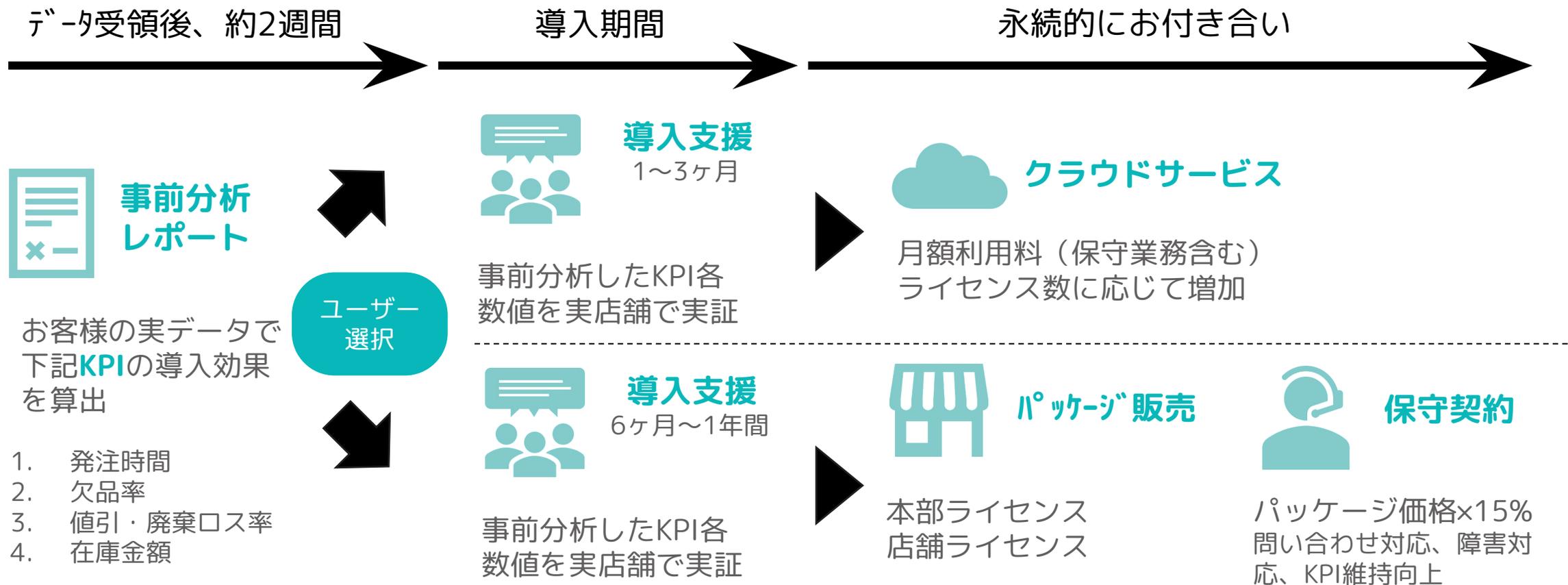
パッケージの販売イメージ

- ・ 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。



一般食品



アパレル

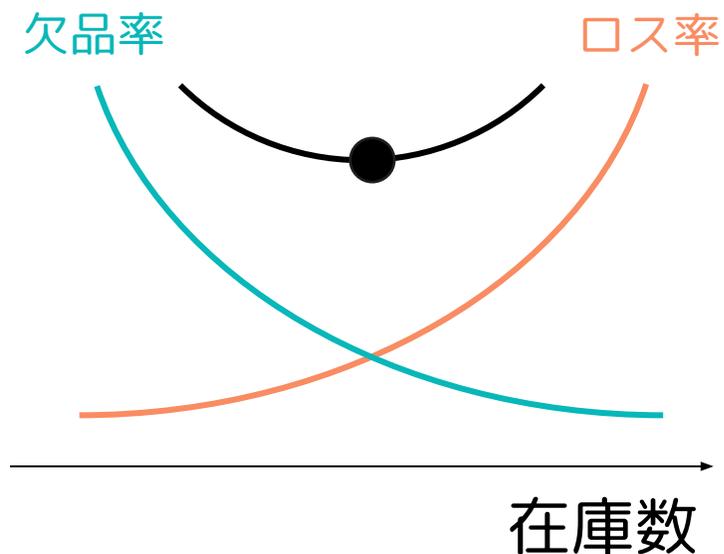


雑貨

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）】

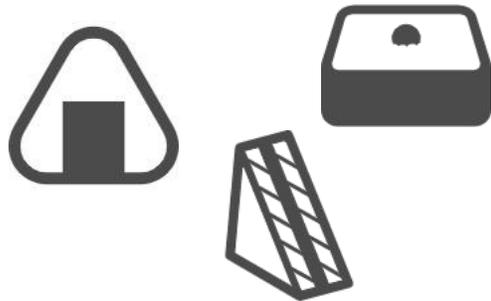
①発注時間	88.0% 削減
②欠品率	34.7% 削減
③値引・廃棄ロス率	19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗 削減</small>
④在庫金額	15.2% 削減

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

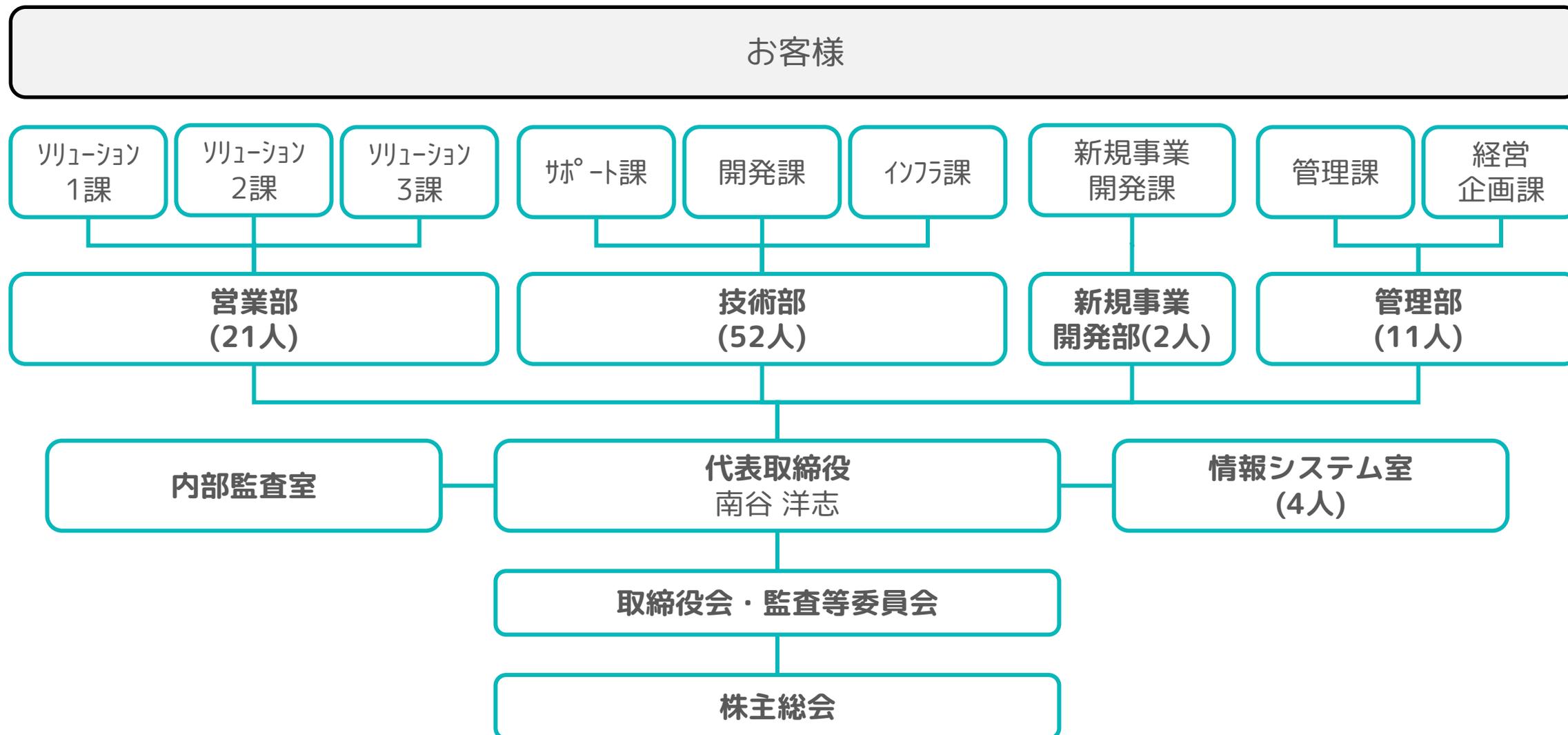
社名	株式会社シノプス
設立	1987年10月
資本金	425,537,212円
従業員数	91人（2022年9月時点）
上場証券取引所	東京証券取引所グロース（4428）
URL	https://www.sinops.jp/



ボードメンバー

氏名	社外 役員	スキルマトリクス							
		企業経営	技術力	営業・マーケ ティング	DX・IT・ セキュリティ	会計・ ファイナンス	人事・労務	サステナビリ ティ・SDGs	法務・ ガバナンス・ リスク管理
南谷 洋志 代表取締役		○		○					
岡本 数彦 取締役			○	○	○				
島井 幸太郎 取締役						○	○	○	○
角田 吉隆 取締役	○		○		○				○
畠山 隆雄 取締役 監査等委員（常勤）						○	○		
木村 安壽 取締役 監査等委員	○	○				○			
南山 学 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+日配品カテゴリー対応機能)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
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

年月	変遷
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
2022年7月	東京営業所を移転し、東京オフィスに名称変更(東京都千代田区)

Appendix 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。

東京都市大学との共同研究



「食品ロスを対象とした環境影響評価に関する研究」の共同研究を開始しました。

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



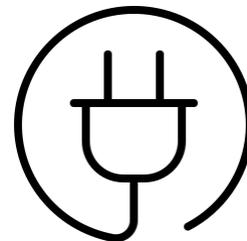
大阪府公式キャラクター「もずやん」ともコラボし、様々な活動を計画しています。

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

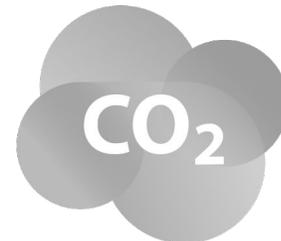
- 電力消費量を前年比63%削減しました。
- CO₂排出量を前年比63%削減しました。
- 紙の使用量を前年比40%削減しました。

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

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。