



事業計画及び成長可能性 に関する事項

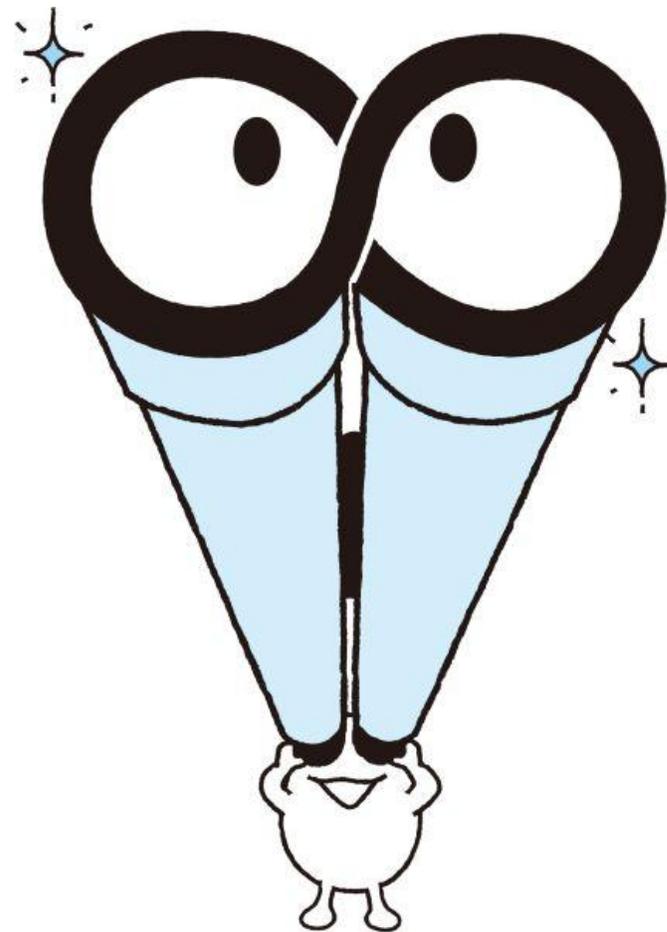
株式会社シノプス（証券コード：4428）
2023年2月22日

1. ビジョン&経営戦略
 2. ビジネスモデル
 3. 今後の成長戦略
 4. ビジネス状況
 5. 2023年12月期 通期業績見通し
 6. リスク情報
- Appendix

ビジョン&経営戦略

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。



小売業シェア拡大に向けて、クラウドサービス中心のビジネスモデルへ転換

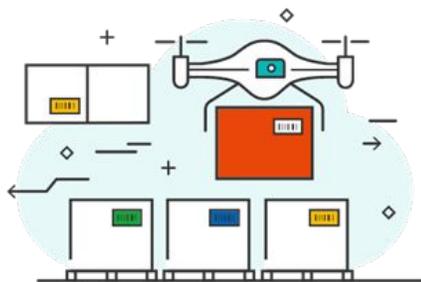


sinops-CLOUD

在庫も発注も予測もこれひとつで。

需要予測型自動発注サービス「sinops-CLOUD」は、流通業向けのさまざまなAIサービスを1カテゴリー・1機能・1店舗から、必要な機能を必要となときに低価格で利用できるクラウドサービスです

リアルタイム在庫



客数予測



日記・惣菜



AI値引



その他のプロダクト

需要予測型自動発注システム（パッケージ）

sinops-R6



賞味期限チェックアプリ

sinops-Dcont

棚割メンテ・発注アプリ

sinops-Pad



卸売業向け需要予測型
キャッシュ・フロー最適化システム

sinops-W

メーカー向け中長期需要予測システム

sinops-M

No.	品名	単位	数量	価格	売上	発注	在庫	賞味	賞味	賞味
1	03 4901301230591	140g	10	11.9	119	0	0	1111	1111	1111
2	03 4901301230591	140g	10	3.6	36	0	0	36	36	36
3	03 4901301230591	140g	12	4.5	54	1	0	54	54	54
4	03 4901301230591	140g	10	4.9	49	1	0	49	49	49
5	03 4901301230591	140g	3	56	168	0	2	168	168	168

シェア率*1

18.8% (YoY +1.4pt)

契約社数

103社 (YoY +3社)

クラウド有償店舗数 *2

2,244店舗 (YoY +62.5%)

ARR *4

1,029百万円 (YoY +47.5%)

クラウド有償アカウント数 *3

7,460 (YoY +153.2%)

NRR(クラウド)*5

106.5% (2022年平均) / **101.4%** (2022年4Q平均)

(2022年12月期末時点)

*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）

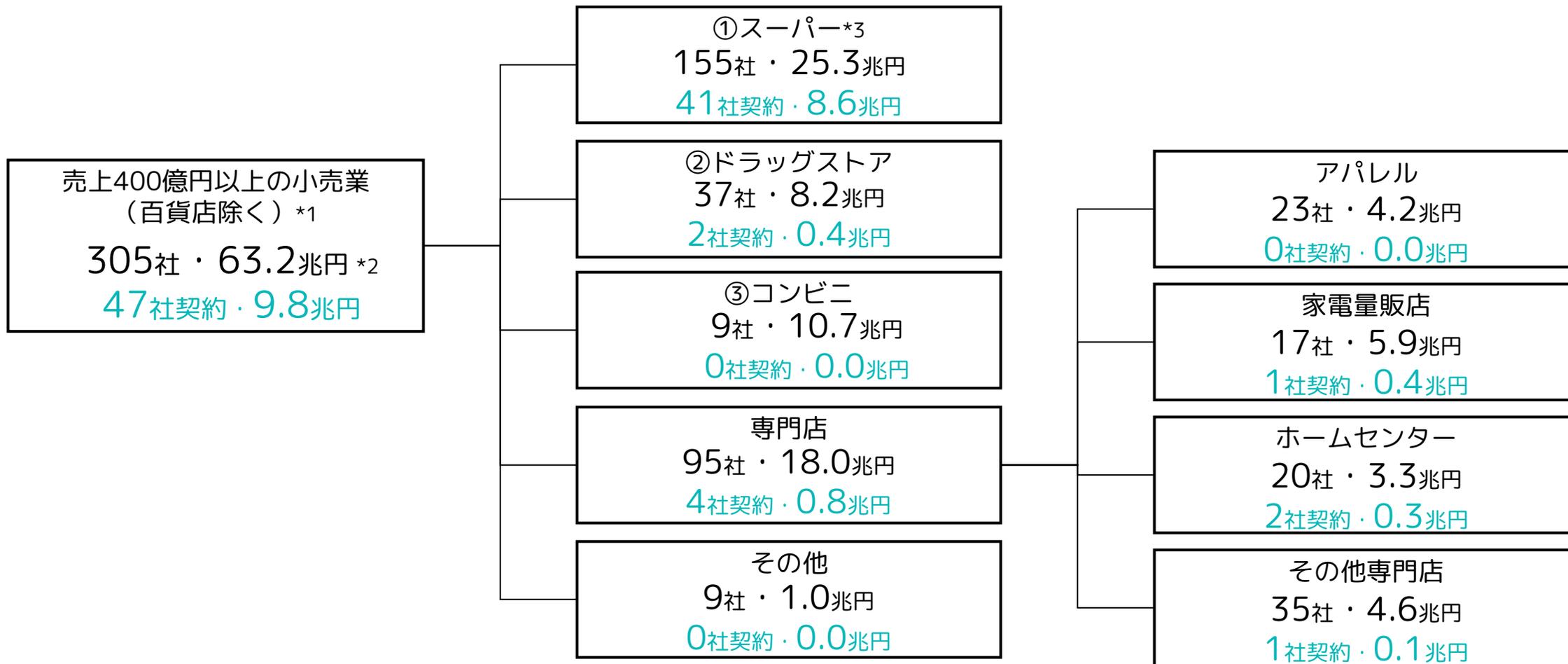
*3:有償契約しているクラウドサービス利用数（旧レンタルサービスを除く）

*4:Annual Recurring Revenueの略語。2022年12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）

*5Net 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400億円以上の小売業がsinopsの主要ターゲット

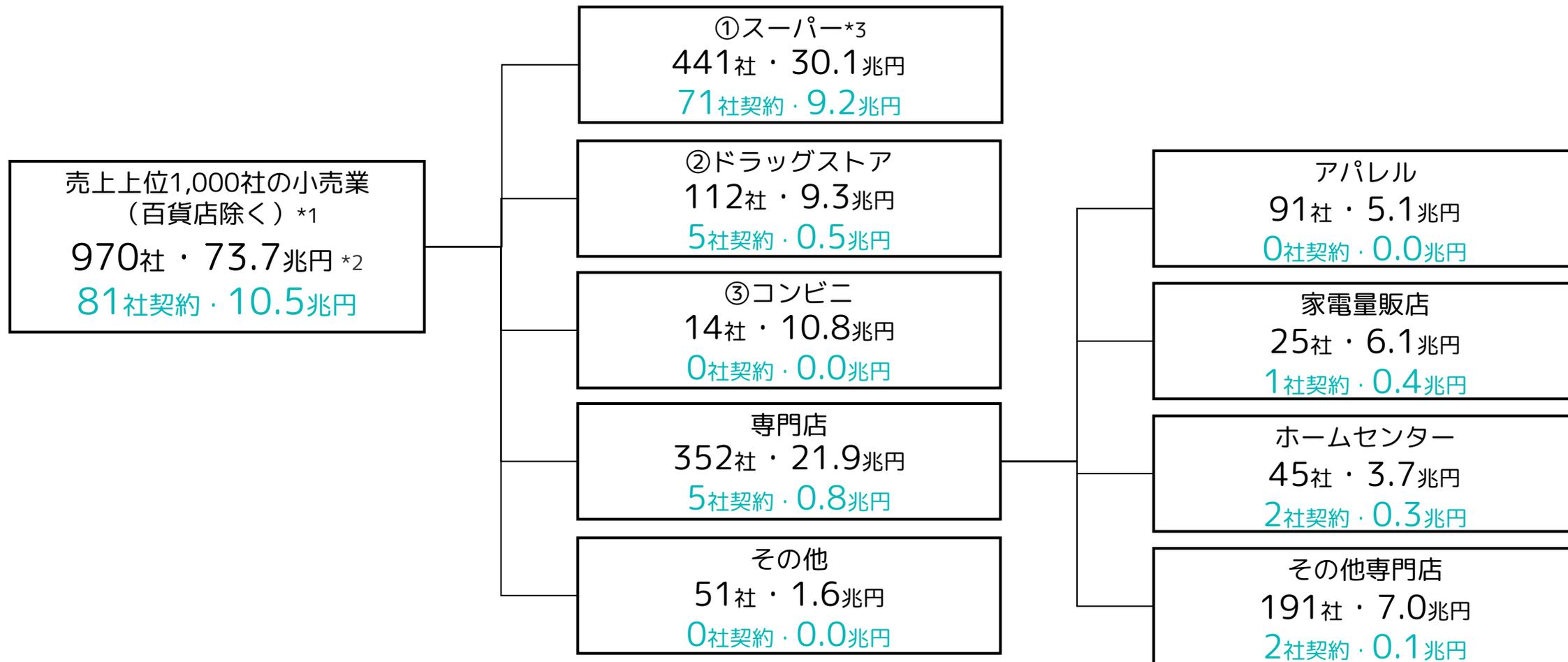


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2021年度版」

*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



*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

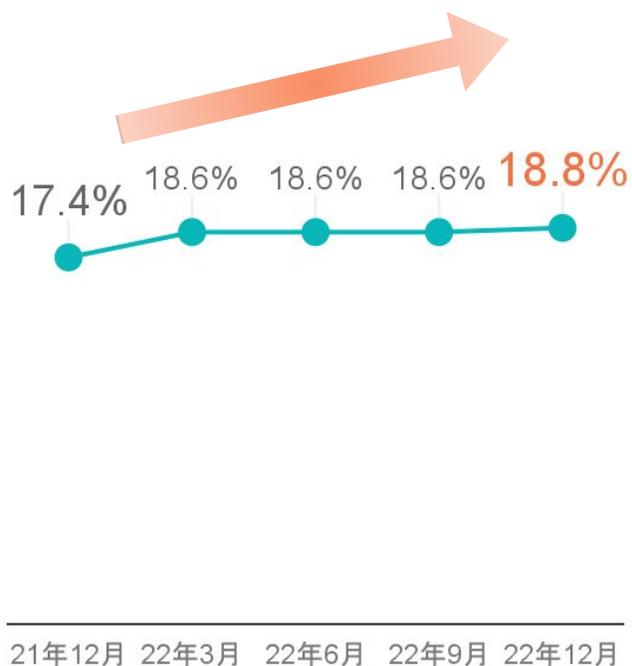
*2. 右側の数字は対象企業の年商合計

*3. 食品スーパー、GMS、生協、ディスカウントストアの合算

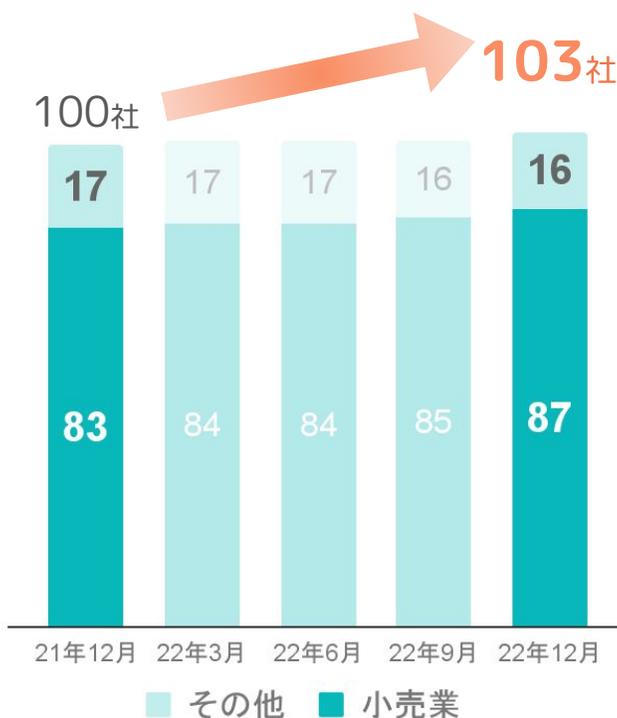
シェア率は前年比1.4pt増の18.8%、契約件数が前年比4,557アカウント増の11,995

- 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たため、2022年目標シェア率20%に対して18.8%となりましたが、直近の商談を順調に進めることで20%は早期達成見込みです。
- 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4,557件増の11,995件となりました。
- 導入支援のスピード強化に向けた採用活動を行っています。

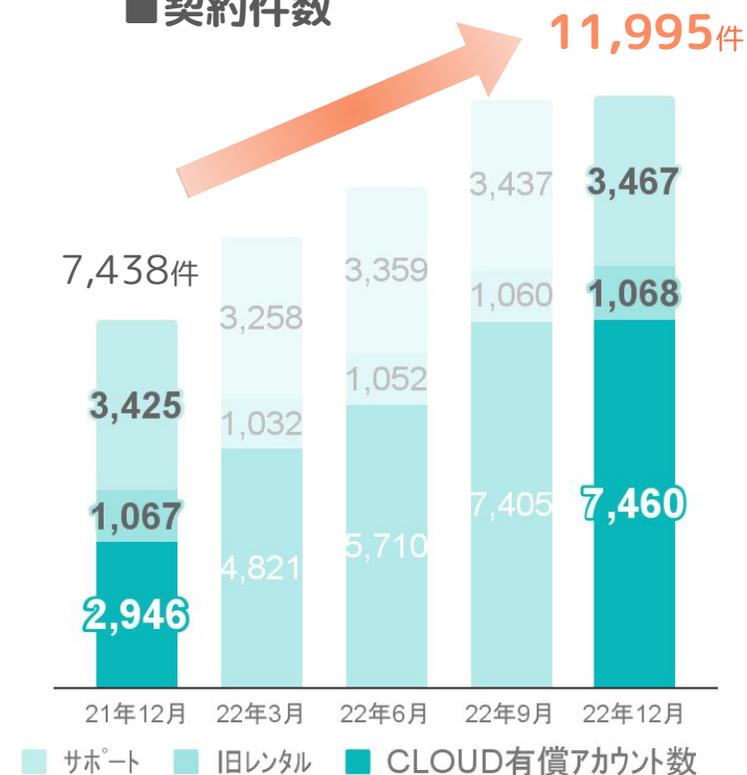
■シェア率



■契約社数

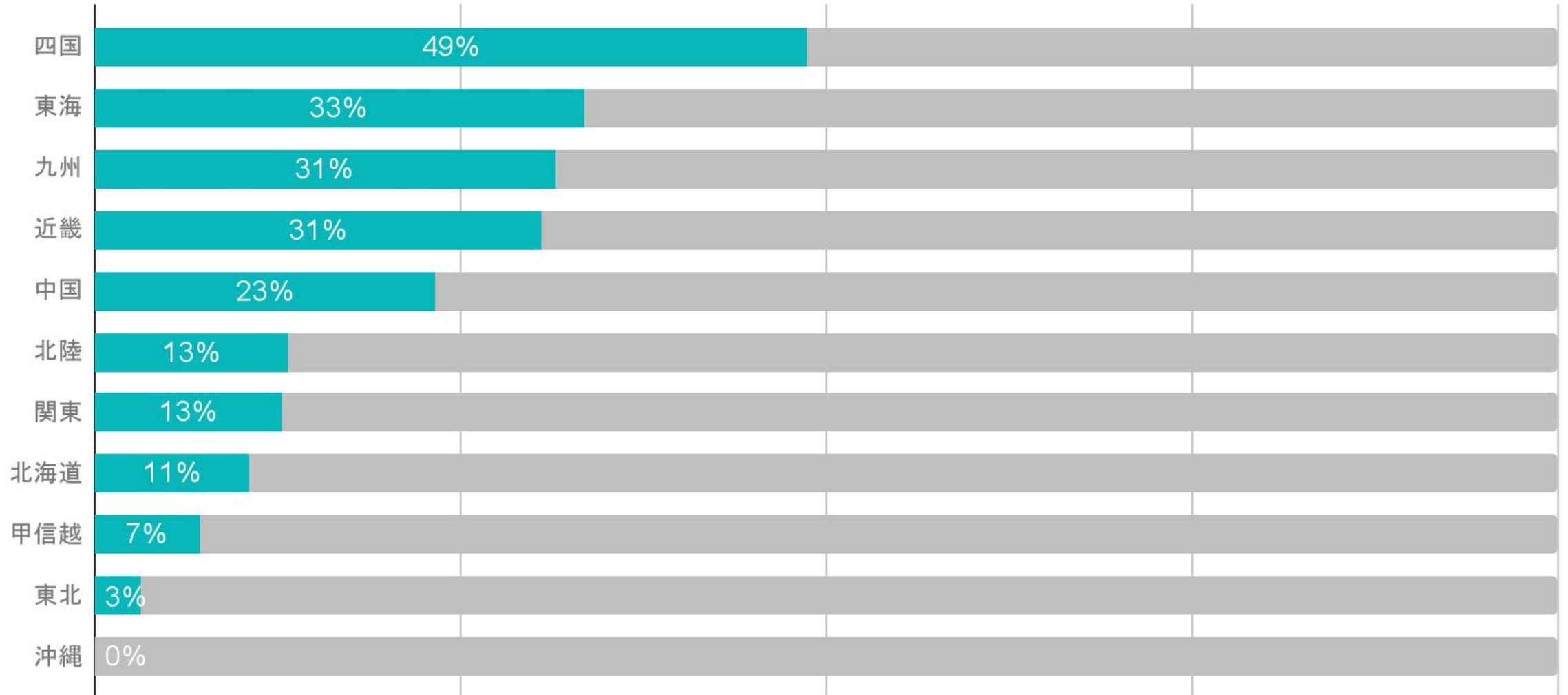


■契約件数



*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

売上400億円以上の小売業における地域別シェア率



*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

ビジネスモデル

sinopsは過去の様々なデータをAIで分析し、需要予測・自動発注等のサービスを提供

- sinopsは、“1つ売れたら1つ発注する”といった「セルワンバイワン」システムではなく、過去の販売などの実績などから需要を予測し、発注を行う「需要予測型」の自動発注サービスです。販売実績・販売価格・天候などのデータをAIで分析し、需要予測・自動発注サービスを提供しています。

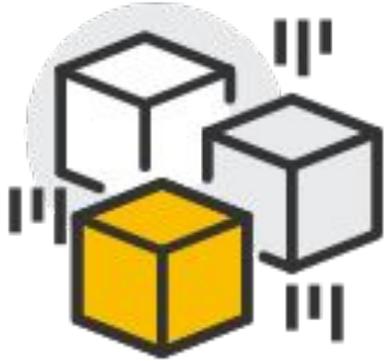


在庫計算
客数予測
需要予測
自動発注
賞味期限管理

sinopsは流通業の課題解決に貢献

- sinopsは、小売業の需要予測に基づいて在庫を最適化することで、ロス削減・売上利益向上・人手不足解消に貢献しています。

ロスをなくしたい



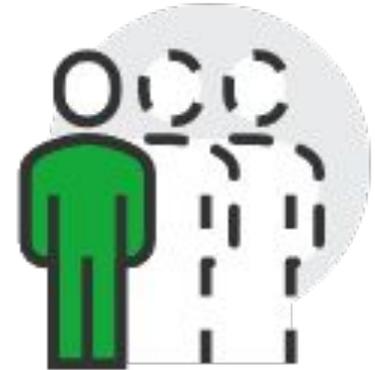
時間帯別の客数実績をもとにした発注を行うため、商品の製造過多による「廃棄・値引ロス」やピークタイムでの「欠品・機会ロス」を緩和します

売上・利益を上げたい



AIを活用し、店舗ごとに商品の販売余力を自動解析。売上・粗利UPに貢献します

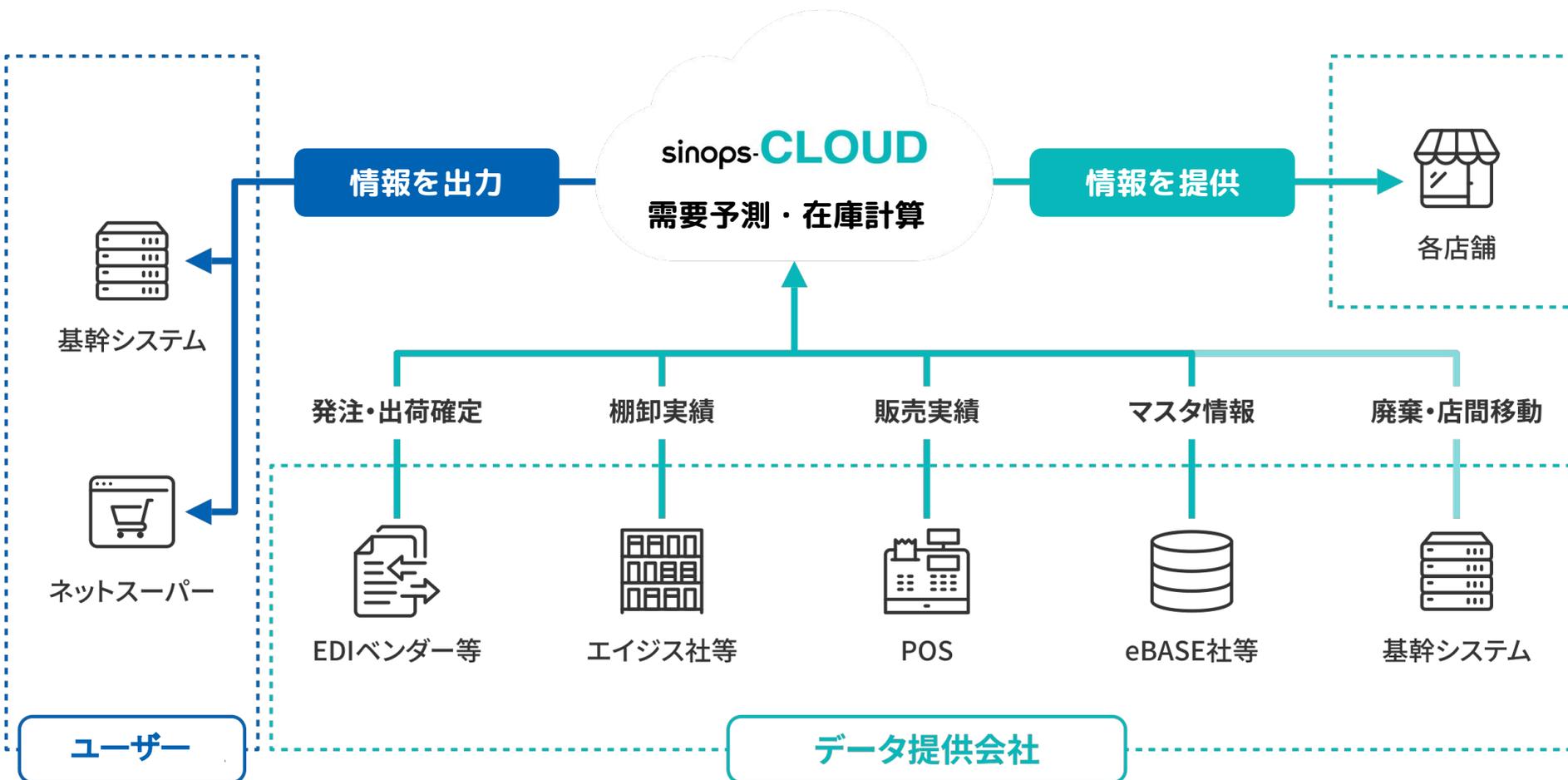
人手不足を解消したい



担当者の発注スキルに依存せず発注時間が短縮されるため、発注に充てていた時間を顧客対応などの他の業務に使うことができます

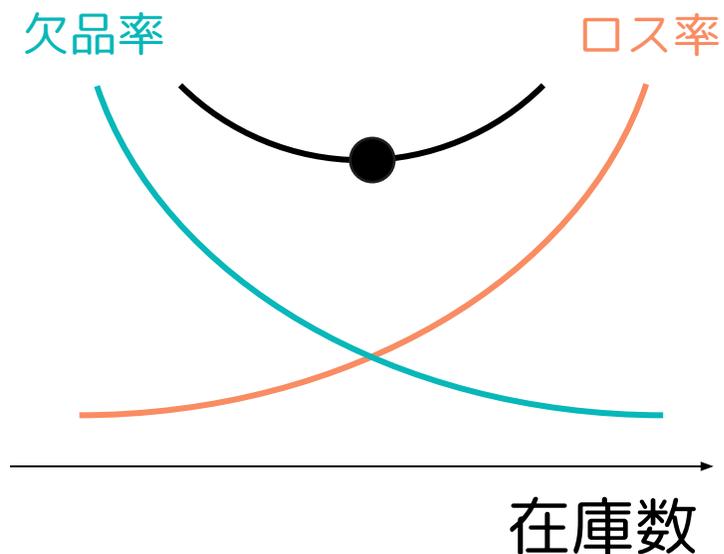
sinopsは様々なデータを分析し、需要予測・在庫情報を提供するサービス

- sinopsは、様々なデータから需要予測・在庫計算を行い、最適な発注数や在庫数を提供するサービスです。
- sinops-CLOUDでは、基幹システムと直接データ連携する必要がほぼありません。



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

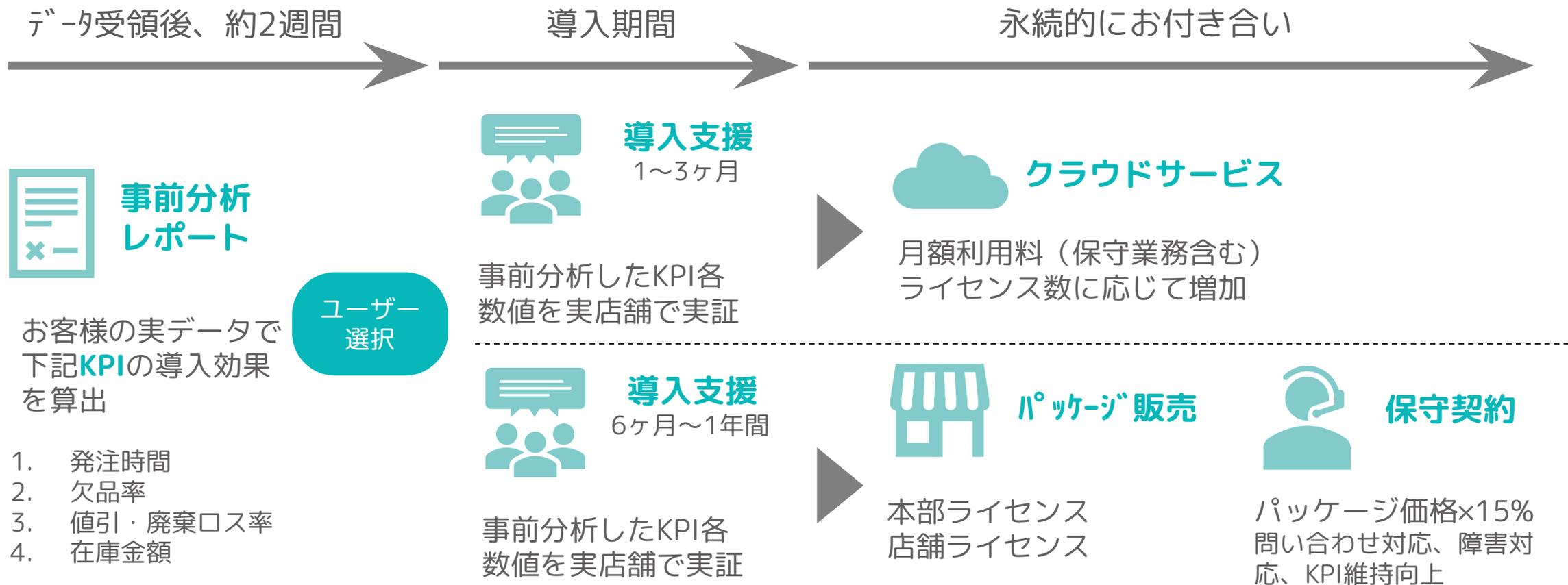
③値引・廃棄ロス率 **19.1%**削減
※ 中堅スーパーの場合
年300万円/店舗削減

④在庫金額 **15.2%**削減

※A社の導入店舗平均

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。



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モデルへ移行

- ・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。

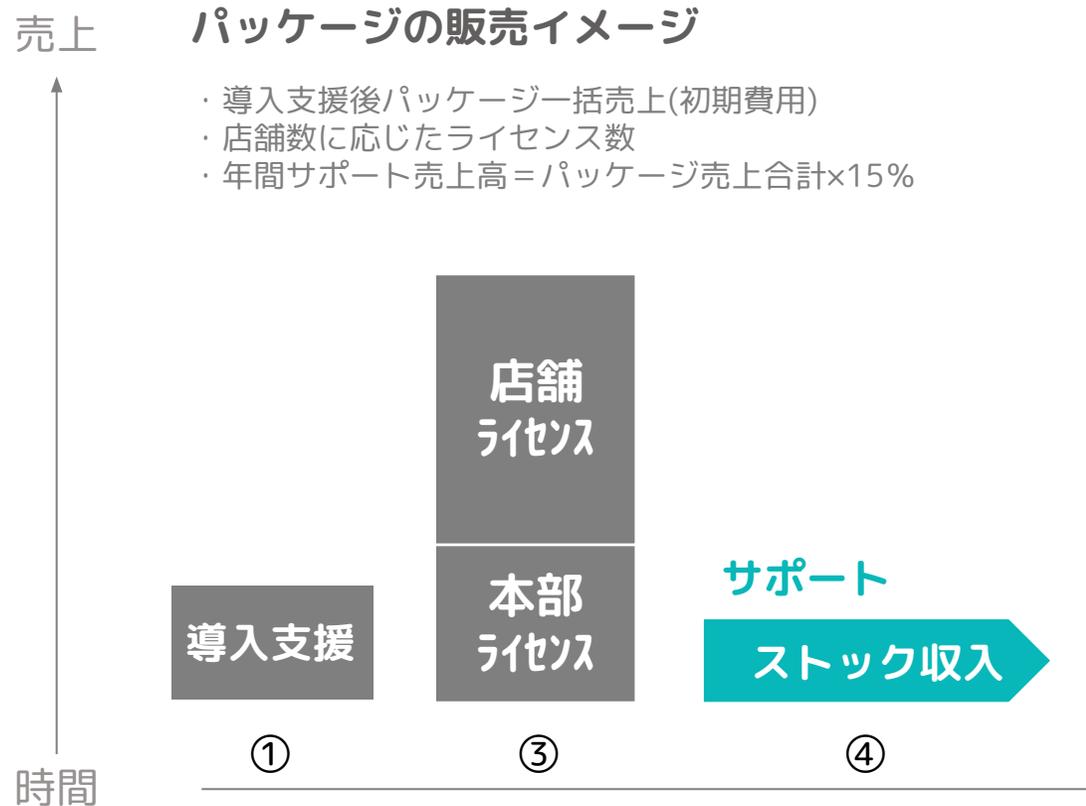
クラウドサービスの販売イメージ

- ・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



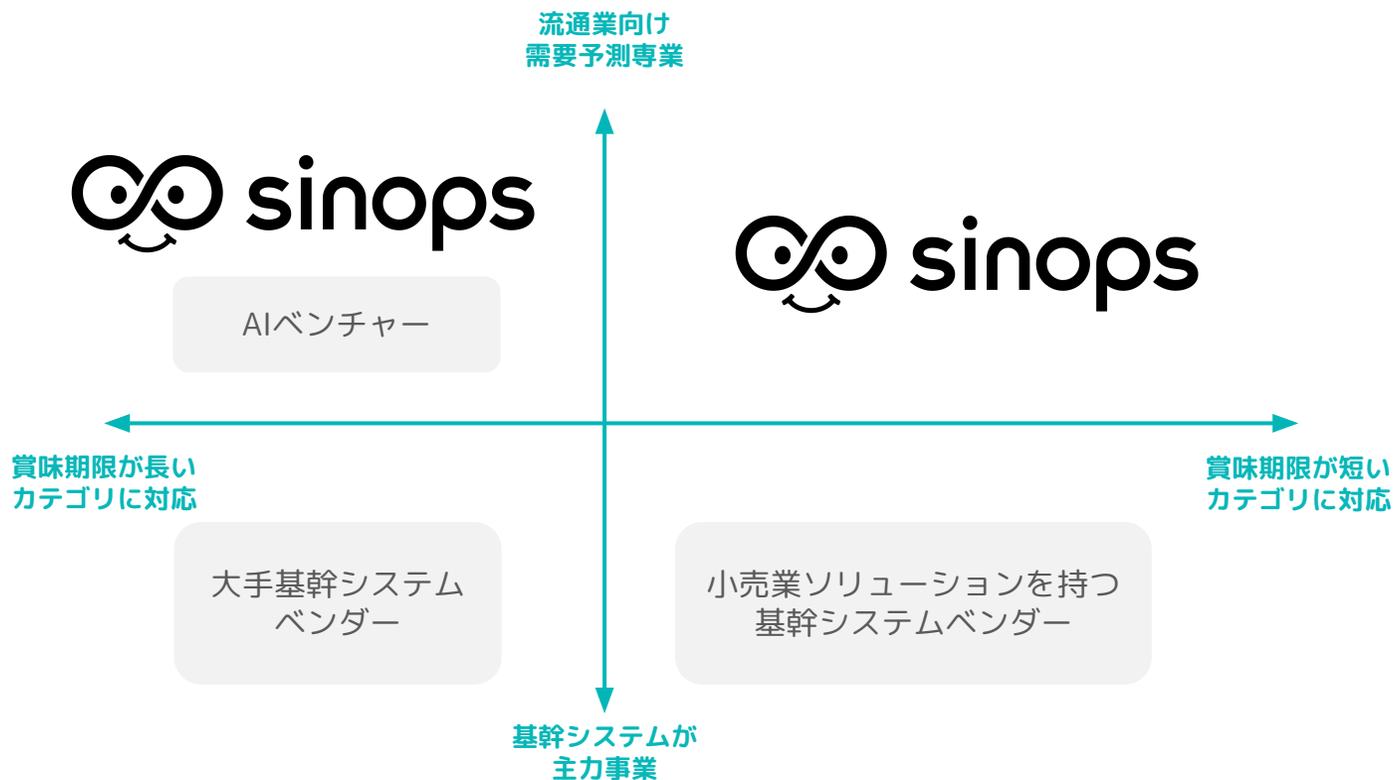
パッケージの販売イメージ

- ・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%



需要予測専門×食品スーパーの全カテゴリに対応できるユニークなポジション

- 賞味期限が短い惣菜・日配食品といったカテゴリでの需要予測・自動発注サービスの豊富な導入実績があり、食品スーパーでは全カテゴリの対応が可能です。
- 20年以上流通業向け需要予測専門で培ってきたノウハウを活かし、現場で運用できるAIサービスとなっています。
- クラウドサービスがメインとなったことで、短期間・低コストで導入可能です。



ユニークな提供価値

- ✓ 惣菜・日配への対応
- ✓ 現場で運用できるロジック
- ✓ 豊富な導入実績
- ✓ 流通業向け需要予測サービス専門としての豊富な成功ノウハウ
- ✓ 短期間・低価格な導入

同カテゴリに存在する競合は、
国内にいない認識

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。



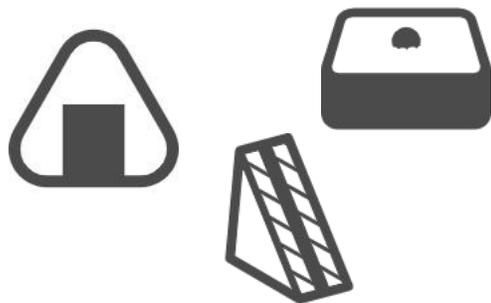
自動発注の精度向上によるロス削減
AI値引による廃棄・値引ロス削減

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

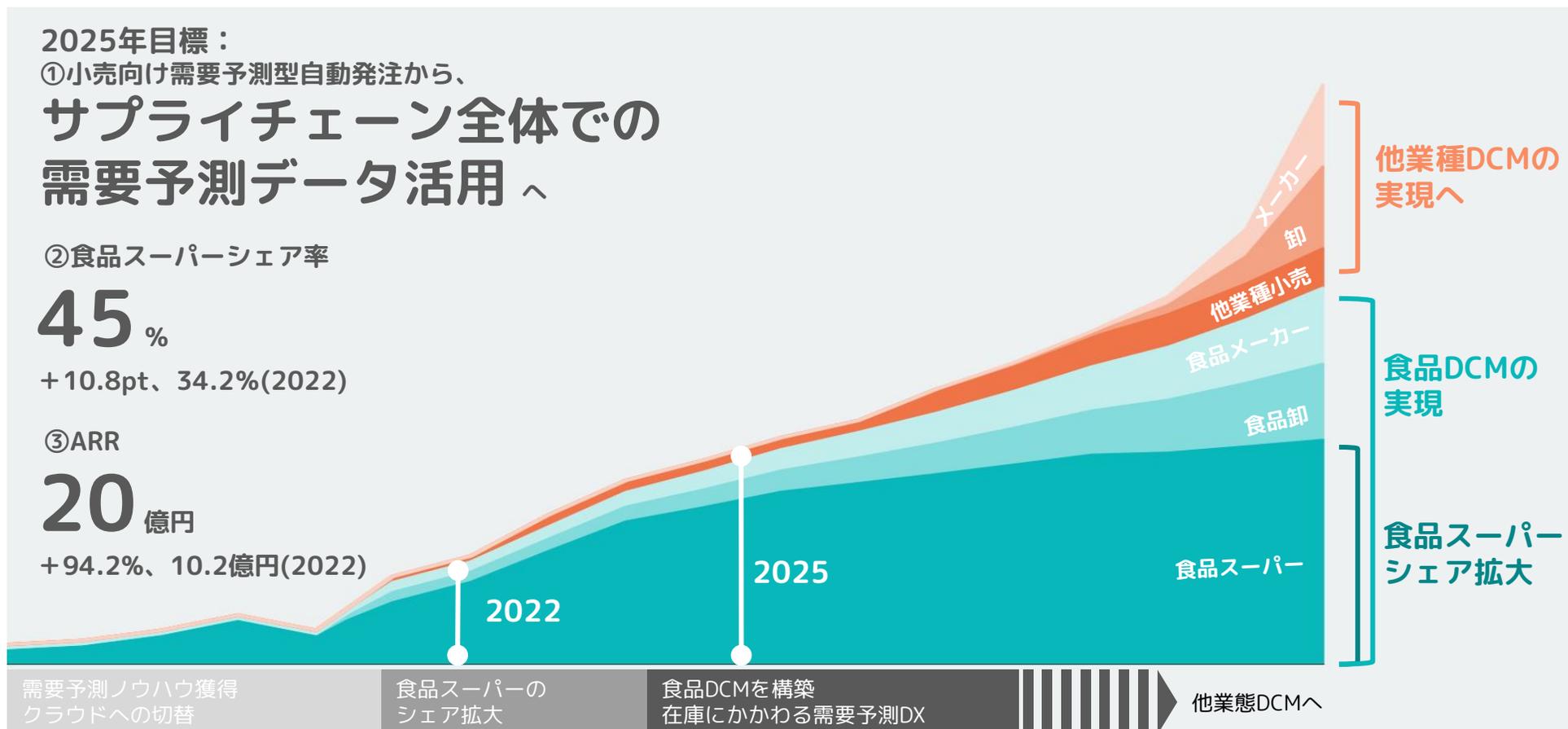
利益: **17.4%**増

※複数社導入事例の平均

今後の成長戦略

クラウドビジネスがシェア拡大を牽引。食品DCMの実現へ

- 事業目標であるデマンドチェーンマネジメント(DCM)構築に向けて、まずは①食品スーパーのDCMを構築しています。
- 食品DCM構築には、②小売シェアの中でも特に食品スーパーのシェア拡大が必須^(*)であり、③クラウドサービスへの移行がシェア拡大を促進しています。



*1. 小売シェア40%の達成に向けて、特に食品スーパーのシェア率向上に取り組めます。

中期経営方針の実現のための3つの方針

- 中期経営方針実現のため、1. DXサービスの深化、2. 食品向けDCMの構築、3. 他業態向けDCMの構築に取り組みます。

1. DXサービスの深化

需要予測サービスの高度化
AI値引など、新規サービスの開発

2. 食品向けDCMの構築

食品スーパーマーケットの需要予測データを活用し
卸売業の在庫・物流、製造業の生産計画を最適化

3. 他業態向けDCMの構築

食品向けDXサービス・食品DCMの経験を活かし
他業態へと拡大

小売の需要予測活用DXサービスを開発

- 人手不足は依然として続いており、多岐にわたる食品スーパーの業務をサポートできるサービスのニーズが広がっています。
- 2022年に新規事業開発部を設立し、在庫情報を連携した、賞味期限チェックやピッキング作業といった店舗業務の効率化を開始しました。
- 2023年以降は、食品スーパーの在庫にかかわる全ての業務をターゲットに新サービスを開発中です。



「sinops-CLOUD ワークスケジューラー」テストマーケティング開始

- 小売業の店舗向けシフト作成・管理サービス「sinops-CLOUD ワークスケジューラー」（仮称）を開発し、テストマーケティングを開始しました。
- 客数予測、売上予測など、さまざまなデータを用いて最適なワークスケジュールを自動作成。最適な人員配置により、作業負担の平準化と人時生産性向上を実現します。

ユーザー画面(サンプル)



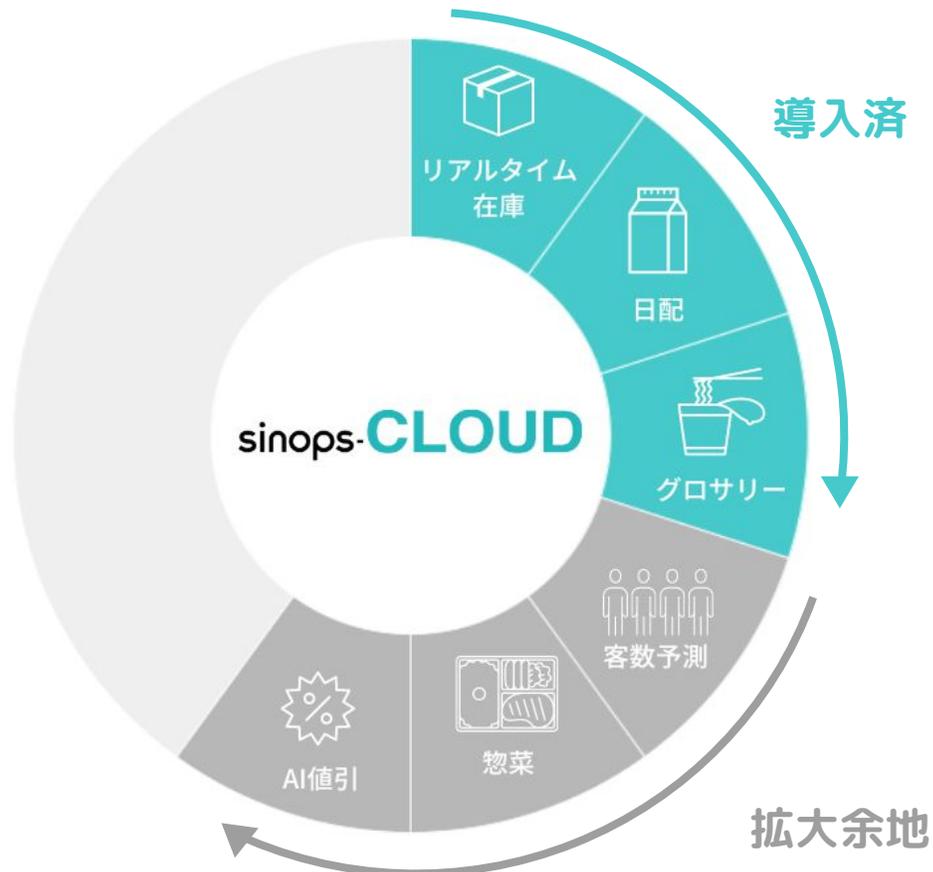
「sinops-CLOUD 客数予測」といった
他のsinopsシリーズと連携



売上予測値や過去のさまざまなデータを用いて
15分ごとの最適なワークスケジュールを自動作成

アップセル・クロスセル戦略。既存ユーザーだけでも約9割の拡大余地

- 2021年には、当日売り切らなければならず、商品管理が難しいとされる「惣菜」カテゴリーにも進出。
- AIが最適な値引き率・タイミングを算出する「AI値引」のサービス化も完了し、アップセル・クロスセルへ貢献しています。
- 製品ラインナップの拡充と既存ユーザーへのクロスセル戦略を進めていきます。



■ユーザーあたり月次ストック売上高の拡大

店舗展開

導入サービス追加^{*1}

ユーザー数

惣菜・AI値引・客数予測は、
契約いただいている**小売業の約9割が未導入**



既存ユーザーだけでも大幅な拡大余地がある

*1. 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）

DCMを実現するため、小売データ活用を開始

- 2022年1月に伊藤忠商事と業務提携を締結し、本格始動したDCMプラットフォームについても、食品スーパー様と実証実験を開始。当該食品スーパー様と取引している全ての卸とメーカー8社も実証実験に参加決定しました。
- 2022年から物流改善サービスを進めていましたが、食品業界でのDCM実現に向けて、DCMサービス展開を本格化します。
- 伊藤忠商事社と協業し、食品スーパーの需要予測・在庫情報を卸売・製造業で活用することで、DCM構築に向けてサプライチェーンを最適化します。



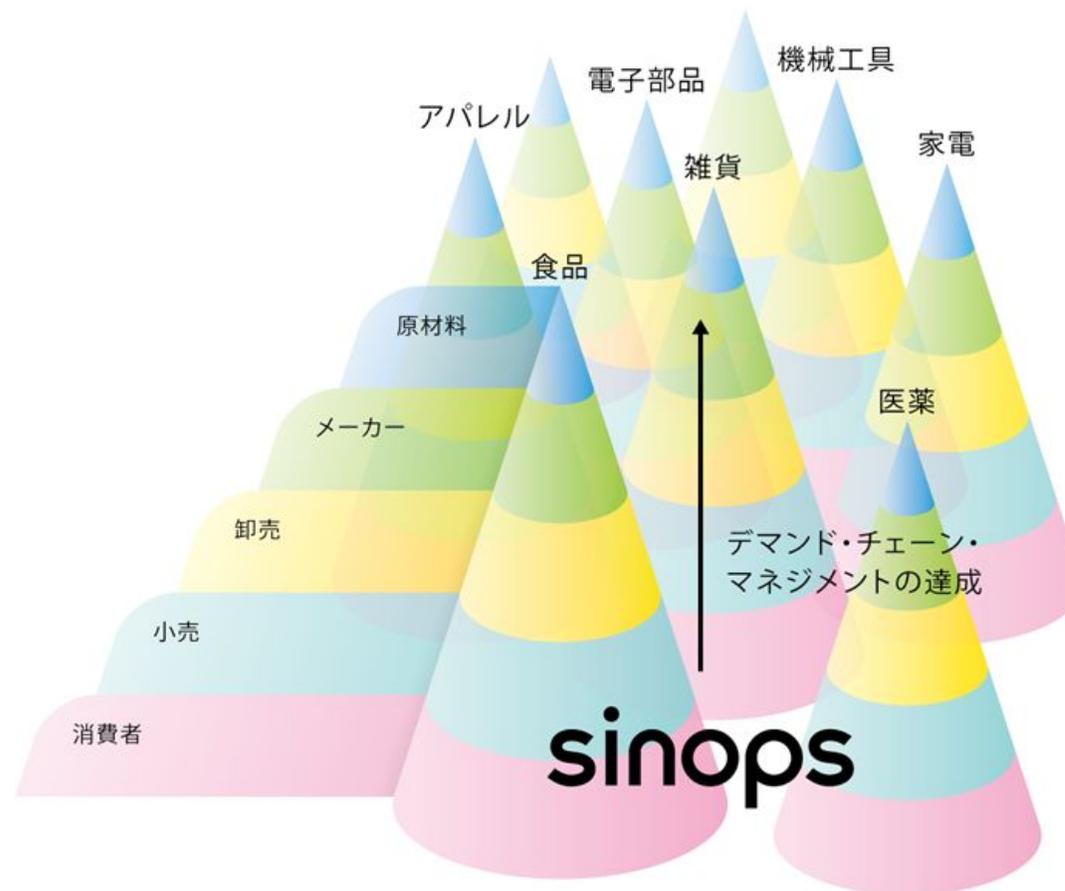
他業態向けDCMの拡大へ

- 食品向けDXサービス・食品DCMを構築後は、食品スーパー以外の他業態へとDCMを拡大します。
- 他業態でのDCMサービスの構築に向けて、まずはドラッグストア向け自動発注サービス開発を開始しました。

他業態へのDCMサービス拡大へ



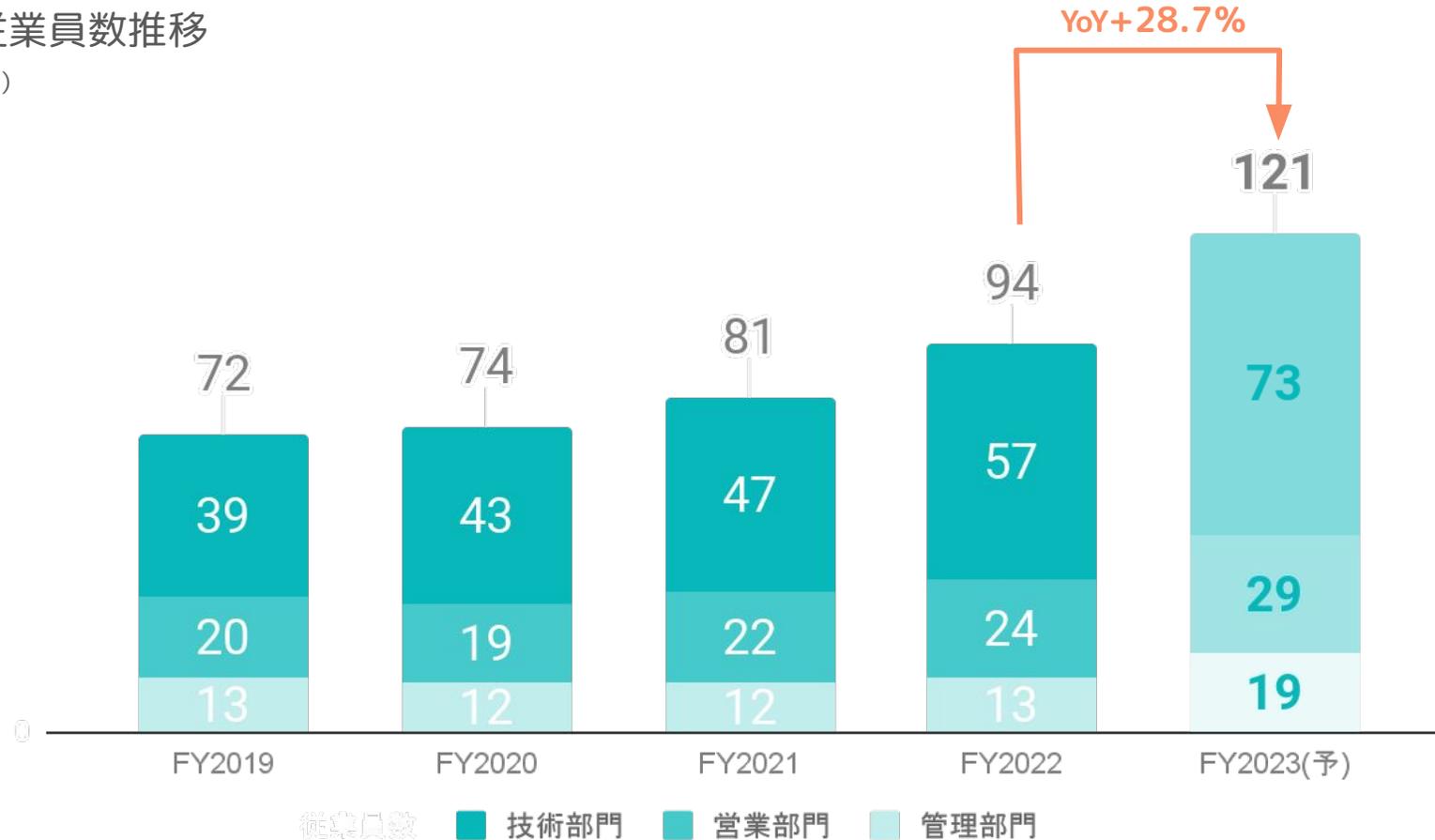
ドラッグストア向け自動発注サービスを開発開始



事業拡大を加速するため、従業員数を121名へ

- 利益を確保する一方、事業拡大を加速するため、従業員数を121名（YoY+28.7%）へ拡大します。
- 導入支援部門の人員を50%増員します。

■従業員数推移
(人)



ビジネス状況

売上高1,455百万円(YoY + 21.1%)・営業利益224百万円(YoY + 57.1%)・ARR1,029百万円(YoY + 47.5%)

- クラウド売上高が前年比285百万円増（YoY+89.7%増）となったことが主要因で、ARRが10億円を突破しました。
- クラウドが収益に貢献しはじめ、営業利益は224百万円（YoY+57.1%増）となりました。

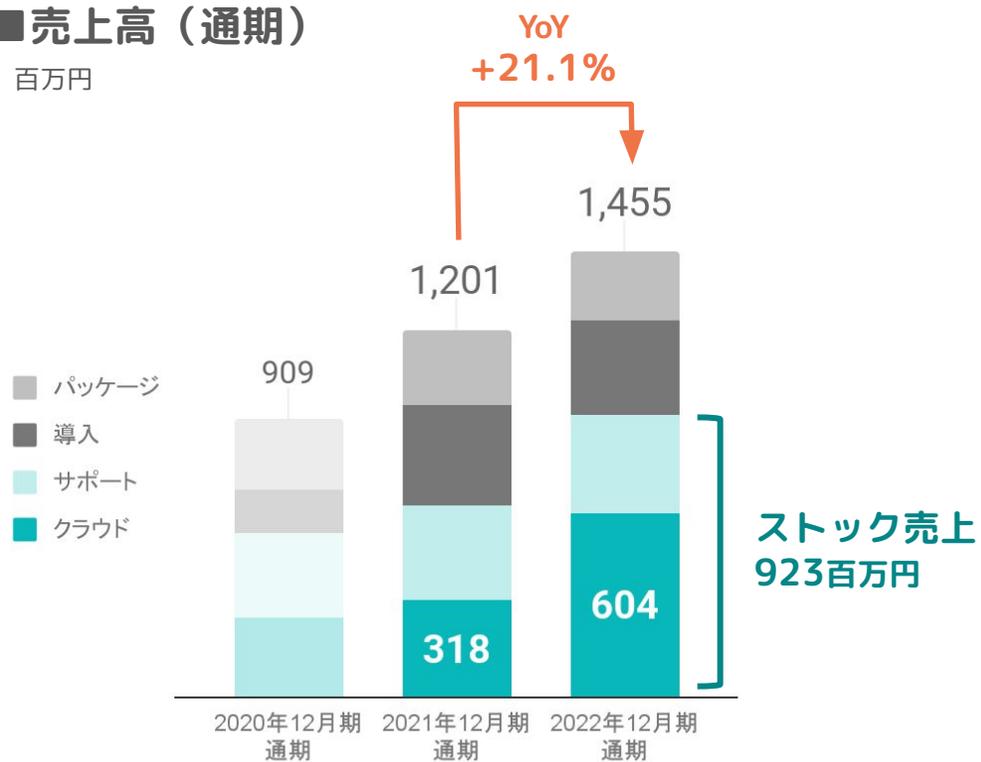
(百万円)	当期 22/12期 通期実績	2021年12月期			対計画	
		21/12期 通期実績	増減額	増減率%	22/12期 計画	差異率%
売上高	1,455	1,201	+253	+21.1%	1,500	97.0%
パッケージ	223	245	△22	△9.2%	218	102.0%
導入支援	308	329	△20	△6.4%	302	101.9%
サポート	319	308	+10	+3.5%	292	109.0%
クラウド	604	318	+285	+89.7%	686	88.1%
営業利益	224 (利益率15.4%)	142 (利益率11.9%)	+81	+57.1%	200 (利益率13.4%)	111.8%
経常利益	224 (利益率15.4%)	156 (利益率13.0%)	+67	+43.4%	200 (利益率13.4%)	111.8%
当期純利益	153 (利益率10.5%)	101 (利益率8.4%)	+52	+51.5%	128 (利益率8.5%)	119.8%

売上高は前年比21.1%増の1,455百万円、ストック売上比率*1は63.5%

- クラウド売上高が前年比89.7%増の604百万円となったことが主要因となり、ストック売上比率が63.5%となりました。
- 新規受注の約80%がクラウドサービスとなり、クラウドビジネスへの移行が加速しています。

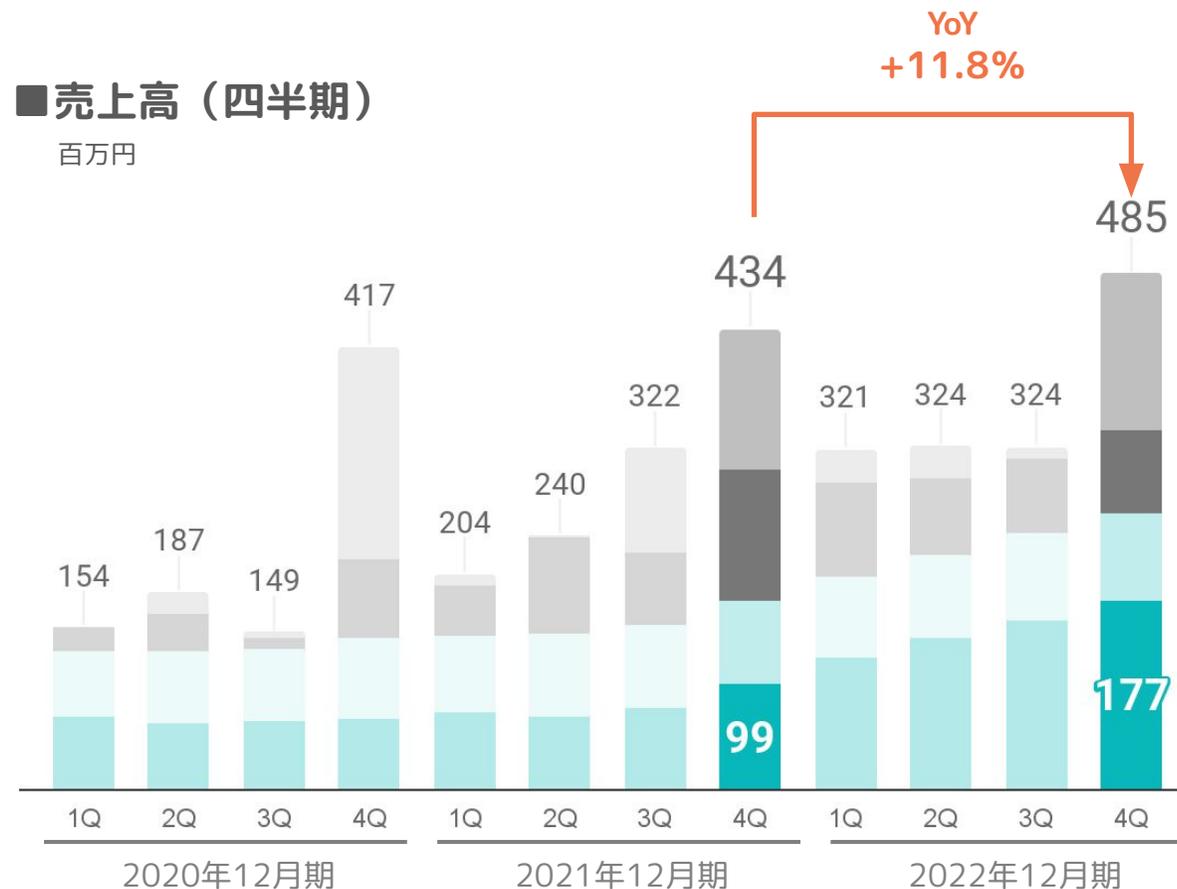
■売上高（通期）

百万円



■売上高（四半期）

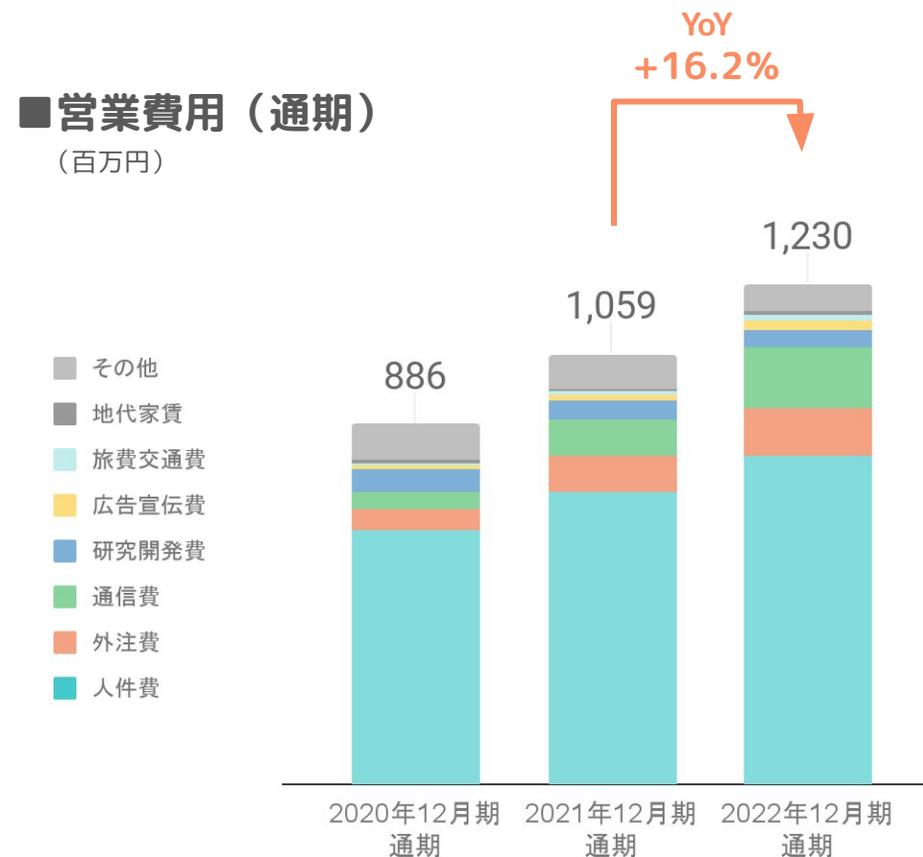
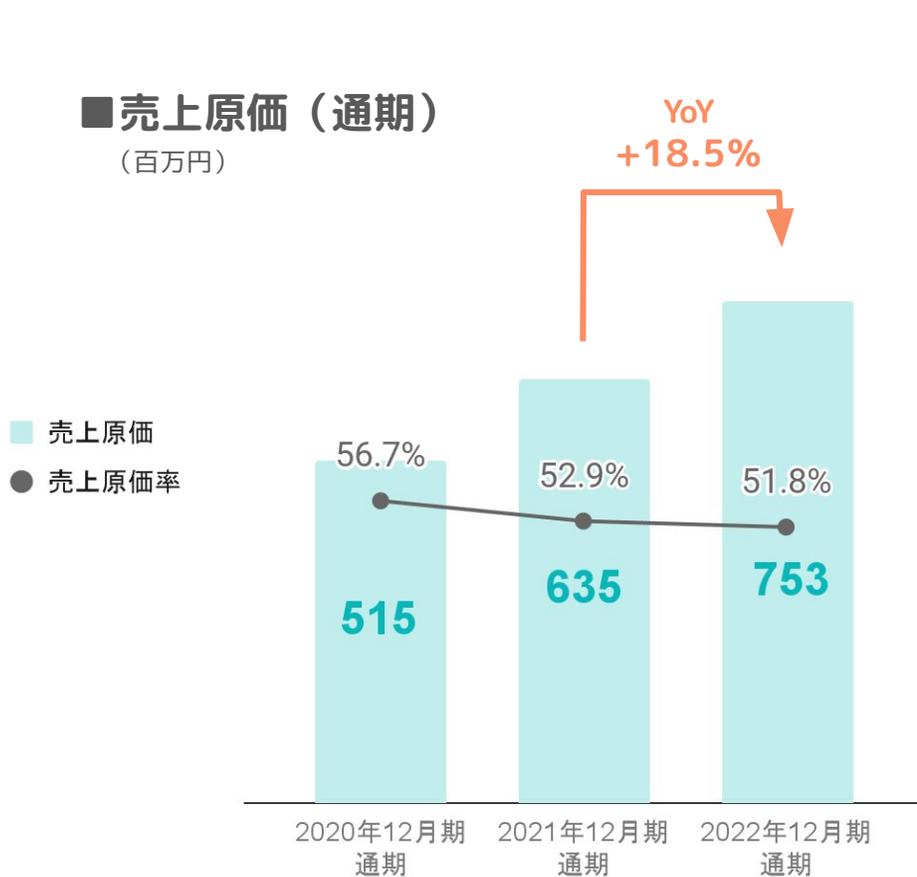
百万円



*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
 ストック売上比率は、（ストック売上923百万円÷売上高1,455百万円×100）で算出。

通期の売上原価は前年比18.5%増の753百万円、営業費用*1は前年比16.2%増の1,230百万円

- クラウド売上高が前年比285百万円増（89.7%増）となり、サーバー利用料の増加等により、通信費が前年比66百万円増（76.5%増）となりました。
- 社員数が前年比13名増となり、人件費が前年比86百万円増（12.0%増）となりました。



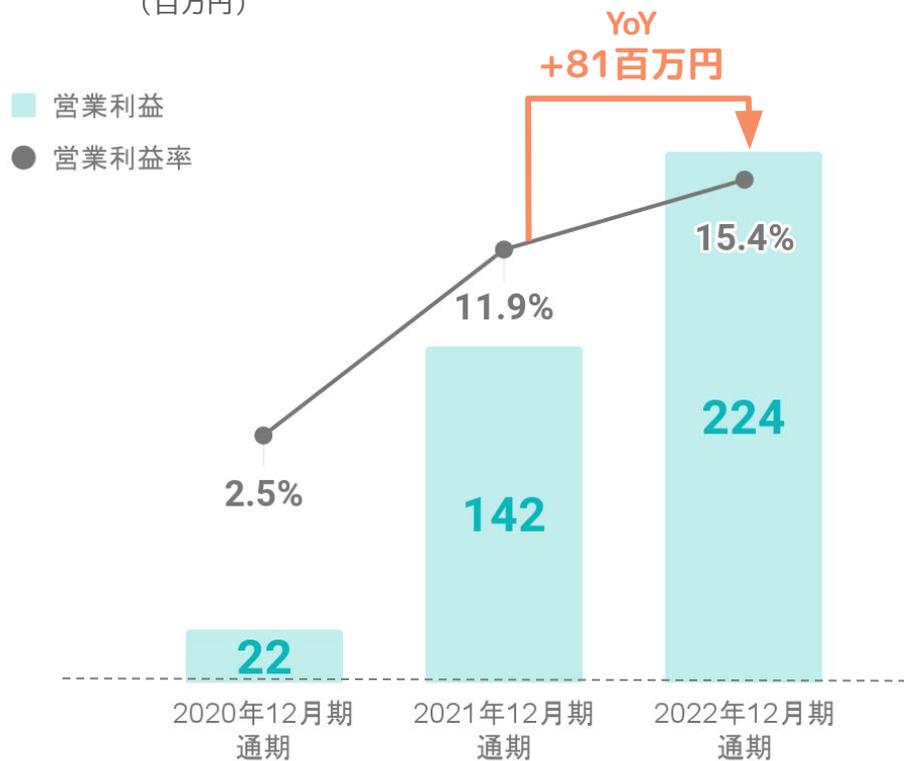
*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

営業利益は前年比81百万円増の224百万円

- 2021年3Qから6四半期連続で黒字となり、パッケージ売上高に依存しにくい収益構造へ転換しました。
- 売上拡大に向けた人員強化の一方、クラウド売上高の粗利率が向上し、営業利益率が前年比3.5pt増の15.4%に改善しています。

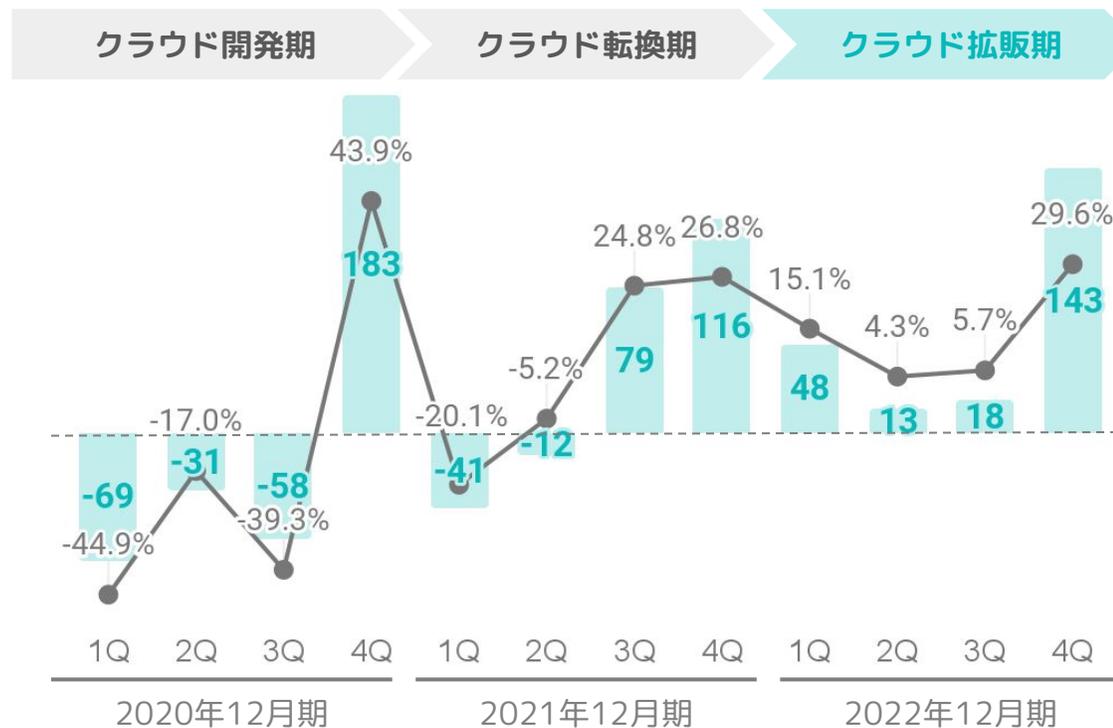
■ 営業利益（通期）

(百万円)



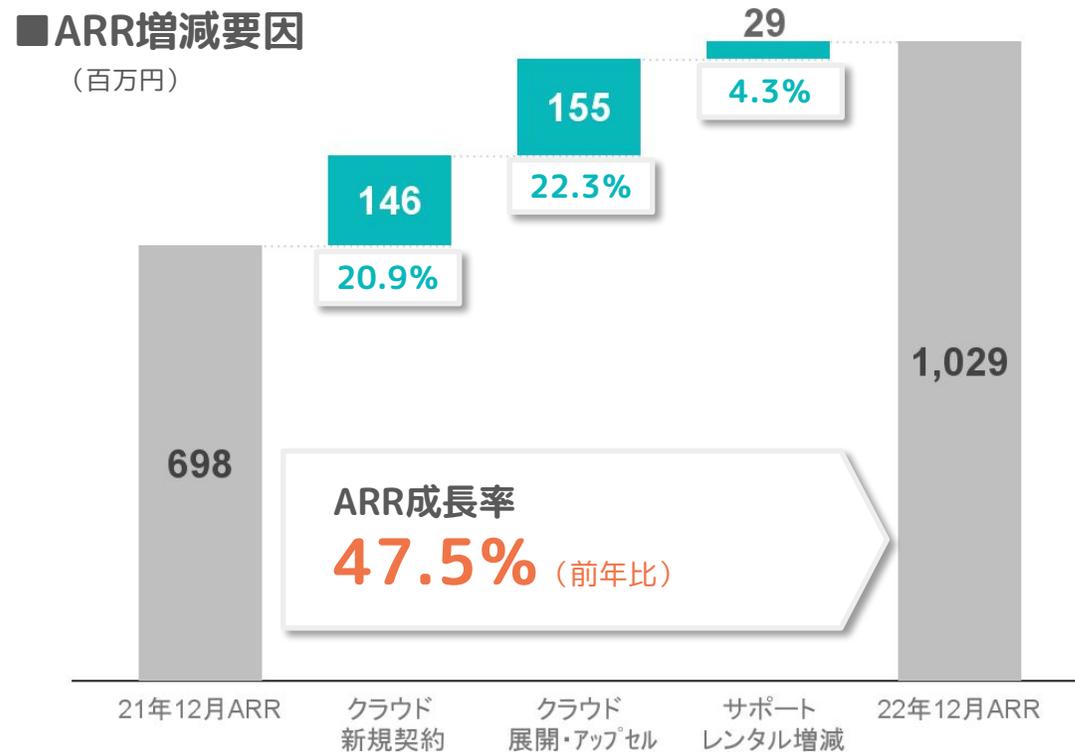
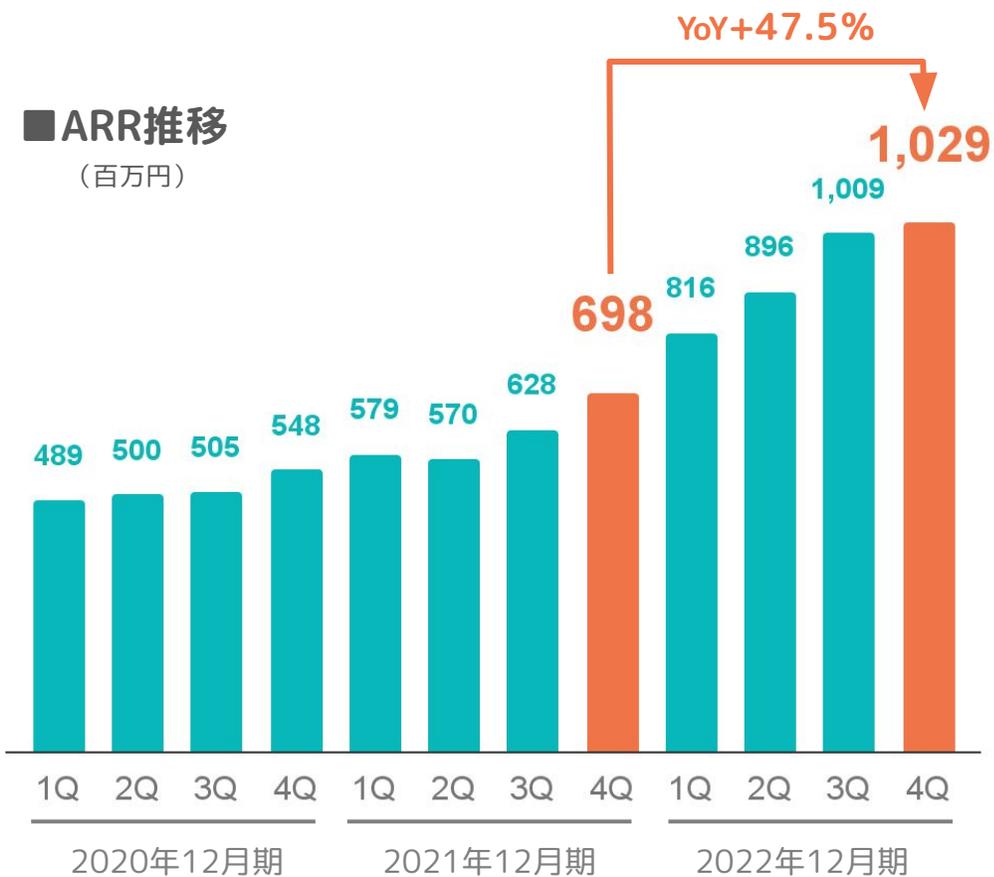
■ 営業利益（四半期）

(百万円)



クラウドの店舗展開が進み、ARR*1が前年比47.5%増の1,029百万円

- 2022年はクラウドの店舗展開を進め、ARRが1,029百万円となりました。

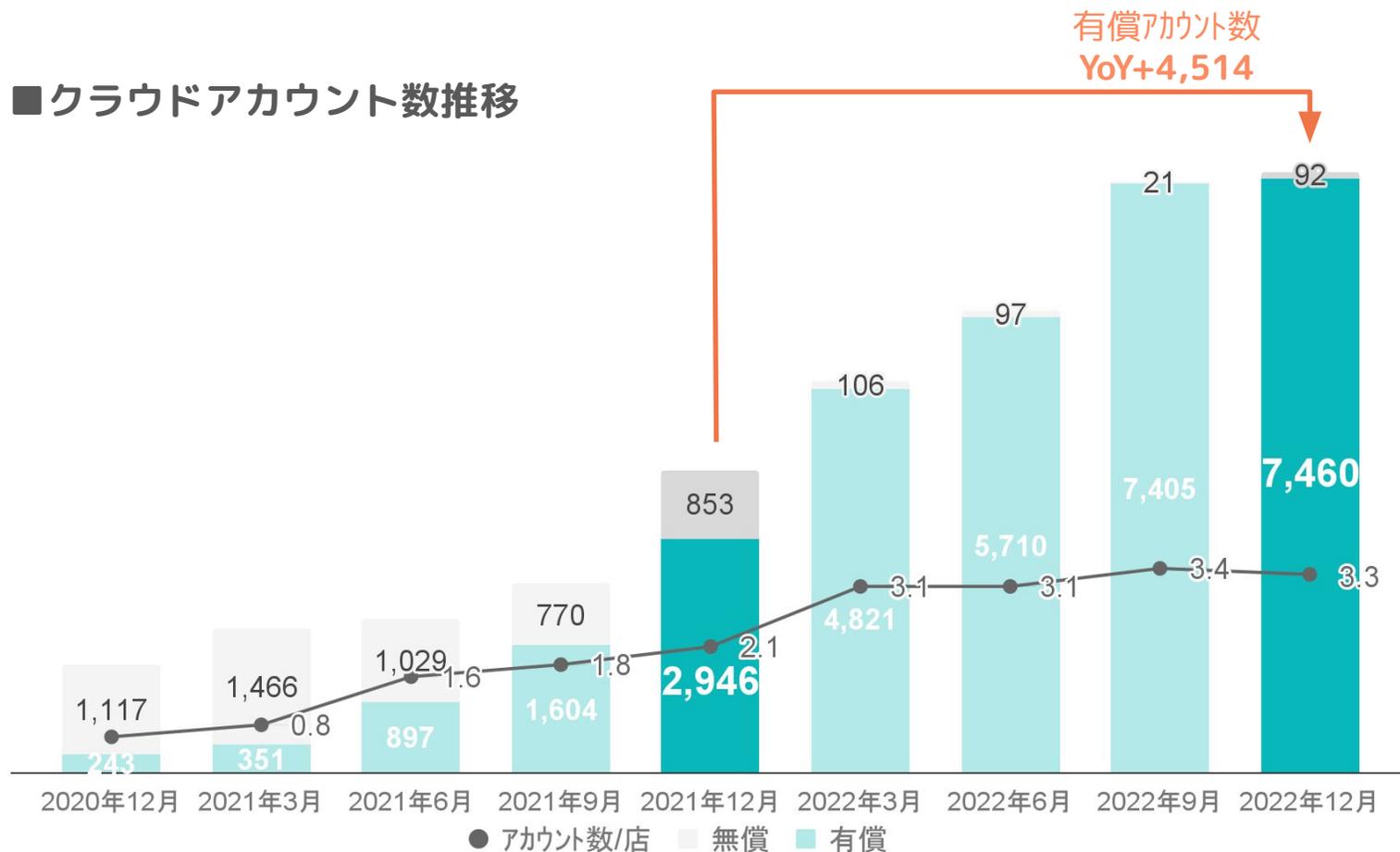


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2022年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

大型スーパーの店舗展開により、クラウド有償アカウント数が前年比4,514増の7,460まで増加

- 3Qの大型スーパーの店舗展開が主要因となり、有償アカウント数は7,460（YoY+4,514）になりました。
- 既存ユーザーへのサービス追加を行った一方、新規のクラウド利用ユーザーの割合が高まり、1店舗あたりアカウント数が3.3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 **7,460**
(YoY+4,514)

有償
店舗数 **2,244店舗**
(YoY+863店舗)

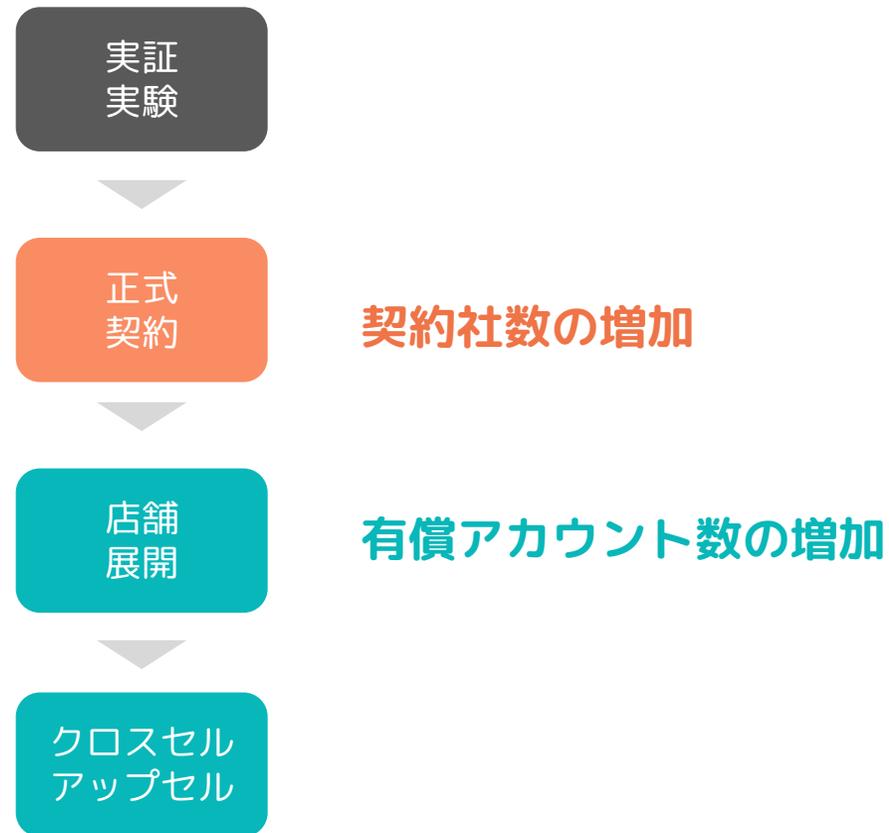
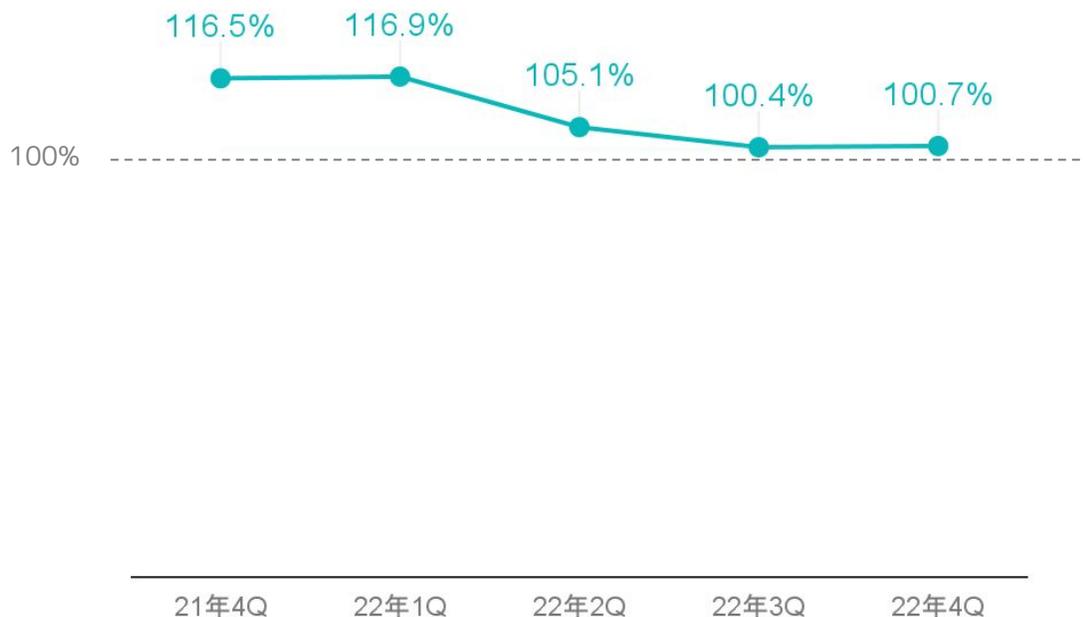
アカウント数
/店舗 **3.3アカウント**
(YoY+1.2アカウント)

有償
契約社数 **40社**
(前Q比+3社)

実証実験ユーザーがほぼ正式契約に移行するため、NRR*1は100%超

- 既存顧客からの収益増減を示すNRRは、新規顧客獲得により分母が拡大する中、常に100%以上となっています。
- まずは数店舗で実証実験を行い、正式契約へ移行すると店舗展開となるため、ほぼすべての実証実験が正式契約に移行することで100%以上を維持しています。

■ NRR推移



*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

2023年12月期 通期業績見通し

2023年12月期通期業績予想は、売上高1,766百万円・営業利益250百万円

- 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21.4%増の1,766百万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11.6%増の250百万円を計画しています。

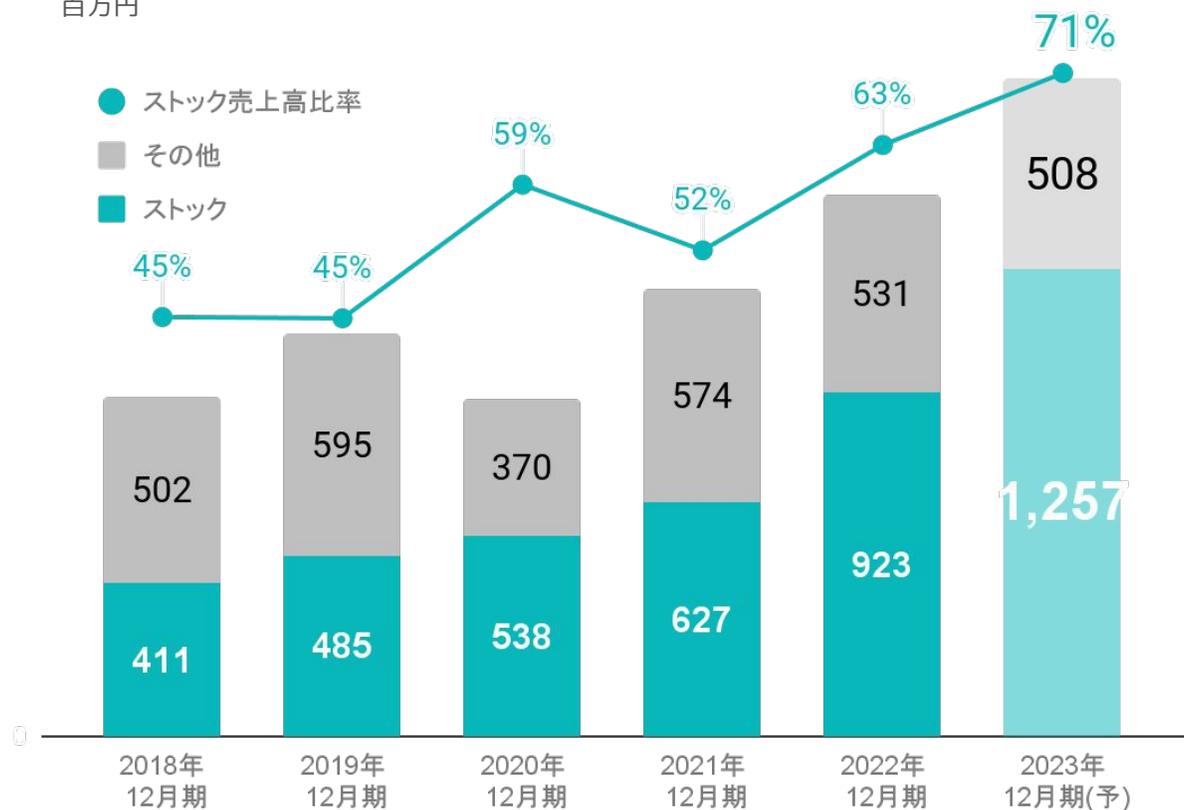
(百万円)	2023年12月期	2022年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	1,766	1,455	311	21.4%
パッケージ	218	223	△4	△2.1%
導入支援	290	308	△17	△5.8%
サポート	374	319	54	17.2%
クラウド	883	604	279	46.2%
営業利益	250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	26	12.0%
経常利益	250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	27	12.1%
当期純利益	161 (利益率9.1%)	153 (利益率10.5%)	25	18.5%

ストック売上高比率70%、ARR1,200百万円を計画

- クラウドアカウントを増加させることで、ストック売上高1,257百万円*1（YoY+36.2%）を計画しています。
- ARRは1,200百万円を計画しています。

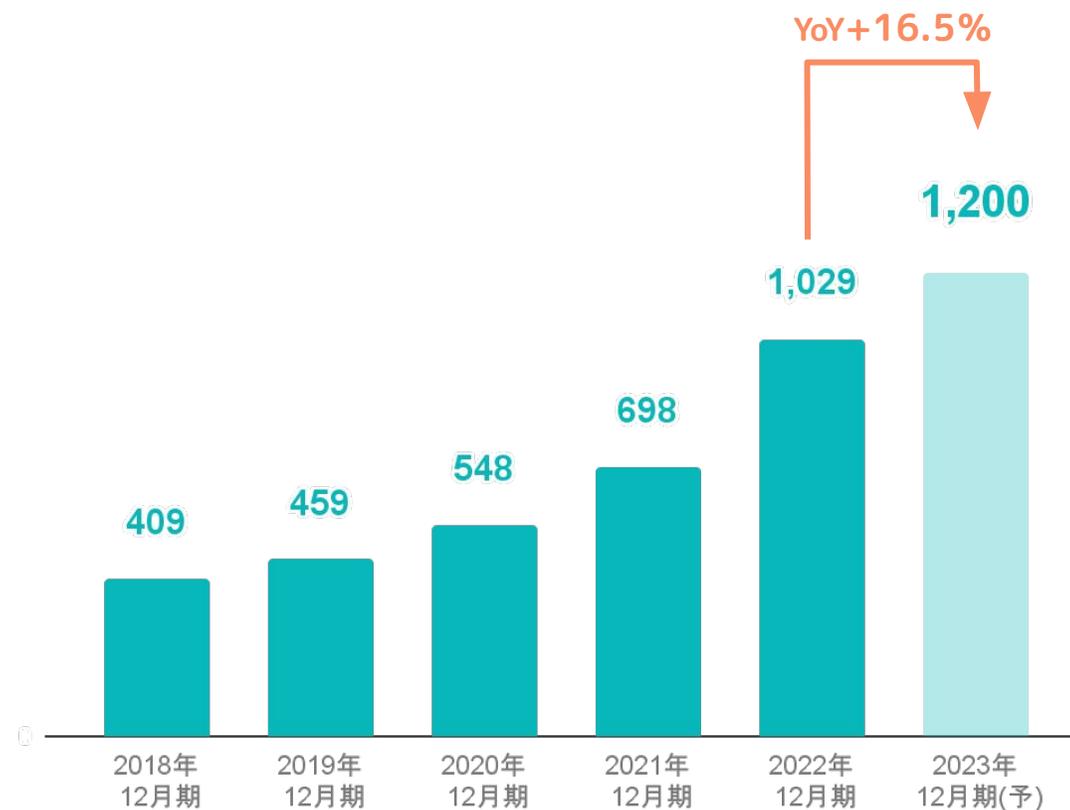
■ストック売上高（通期）

百万円



■ARR（通期）

百万円



*1. ストック売上高1,257百万円には、サポート・クラウドの単発の作業費用など、フロー収益が一部含まれています。

リスク情報

主なリスクと対応情報

分類	項目	主要なリスク	顕在化の可能性/時期	影響度	リスク対応策
事業活動	製品・サービス	当社の製品・サービス品質の低下により、競争力が低下するリスク	低/中長期	大	顧客ニーズを汲み取った製品・サービスの開発・提供
	人材の確保・育成	組織規模が小さいため、各役職員への依存度が高いリスク 必要な人材を確保・育成できないリスク	低/中長期	大	積極的な採用活動、人事制度の整備、研修制度の充実
	他社設備	AWS等のクラウドサーバが停止するリスク	低/不明	中	重要な情報資産が保管されているサーバの分散管理
	特定製品への依存	小売業向けサービスの売上高が全体の70%を占めているリスク	低/中長期	小	クラウド型AIサービス「sinops-CLOUD」等の積極的な新製品開発
事業環境	市場環境の変化	当社の主要ターゲットである食品小売業の業績悪化リスク	低/中長期	大	食品スーパーマーケット業界以外での導入実績増加
	競合の変化	競合の変化により、当社の製品・サービス競争力が低下するリスク	低/中長期	中	顧客ニーズを汲み取った製品・サービスの開発・提供
	技術革新	ディープラーニング・機械学習等のAI技術が進化し、当社サービスの競争力が低下するリスク	低/中長期	中	技術の最新動向をキャッチアップし、技術的優位性の強化
その他	風評	成果が出ない等の風評が広がり、当社サービスの競争力が低下するリスク	低/中長期	大	継続的に成果を出し続ける
	新型コロナウイルス感染症	新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、営業活動に支障が生じるリスク	低/不明	小	在宅勤務やリモートワーク環境の整備

※その他リスクについては、有価証券報告書をご参照ください。

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
流動資産合計	1,397	1,640	1,613
固定資産合計	321	349	392
無形固定資産	168	193	227
流動負債合計	323	517	458
固定負債合計	66	32	4
純資産合計	1,329	1,440	1,543

損益計算書

(百万円)	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期	YoY
売上高	909	1,201	1,455	+21.1%
売上原価	515	635	753	+18.5%
対売上高比率	56.7%	52.9%	51.8%	△1.1pt
売上総利益	393	566	701	+23.9%
売上総利益率	43.3%	47.1%	48.2%	+1.1pt
販売費及び一般管理費	370	423	477	12.7%
対売上高比率	40.8%	35.2%	32.8%	△2.4pt
営業利益	22	142	224	-
営業利益率	2.5%	11.9%	15.4%	+3.5pt
経常利益	11	156	224	-
経常利益率	1.3%	13.0%	15.4%	+2.4pt
当期純利益	8	101	153	-
当期純利益率	0.9%	8.4%	10.5%	+2.1pt

キャッシュフロー計算書

(百万円)	2020年12月期	2021年12月期	2022年12月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	224	464	193
投資活動によるキャッシュ・フロー	△135	△92	△101
財務活動によるキャッシュ・フロー	191	△24	△217
現金及び現金同等物の増減額	280	348	△125
現金及び現金同等物の期末残高	1,077	1,425	1,300

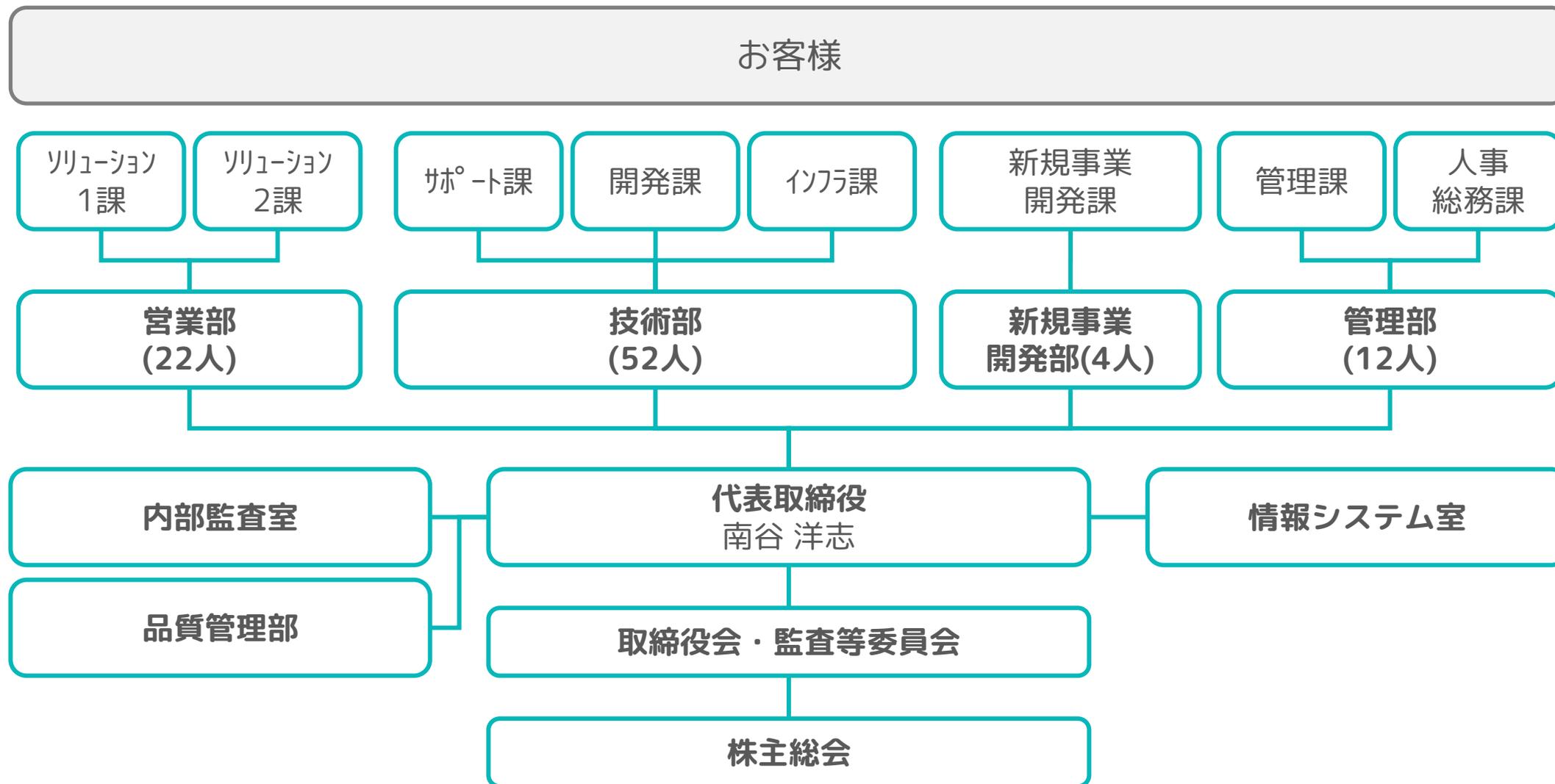
Appendix 会社概要

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	94人（2022年12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/



組織体制



*1. 2023年1月現在

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)

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。

なお、当資料の次回アップデートは、本決算後の2024年2月頃を目処として開示を行う予定です。
また、経営指標の進捗状況については、四半期ごとに開示を行う予定です。