



2023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）
2023年11月13日

1. 2023年12月期 第3四半期決算ハイライト
2. ビジネスハイライト
3. ESGに関する取り組み

Appendix

2023年12月期 第3四半期 決算ハイライト

食品スーパーシェア率*1

35.7% (YoY +1.9pt)

小売シェア率*1

19.6% (YoY +1.0pt)

クラウド有償店舗数 *2

2,637店舗 (QoQ +85店舗、YoY +428店舗)

クラウド有償アカウント数 *3

10,211 (QoQ +197アカウント、YoY +2,806アカウント)

契約社数

108社 (YoY +7社)

ARR *4

1,195百万円 (QoQ+2.3%、YoY +18.4%)

NRR(クラウド)*5

102.8% (2023年平均) / **101.6%** (2023年3Q平均)

*1. シェア率は、sinops契約企業の年商÷ターゲット企業の年商で算出。食品スーパーシェアのターゲット企業は、売上400億円以上の食品スーパー。小売シェアのターゲット企業は、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。2023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

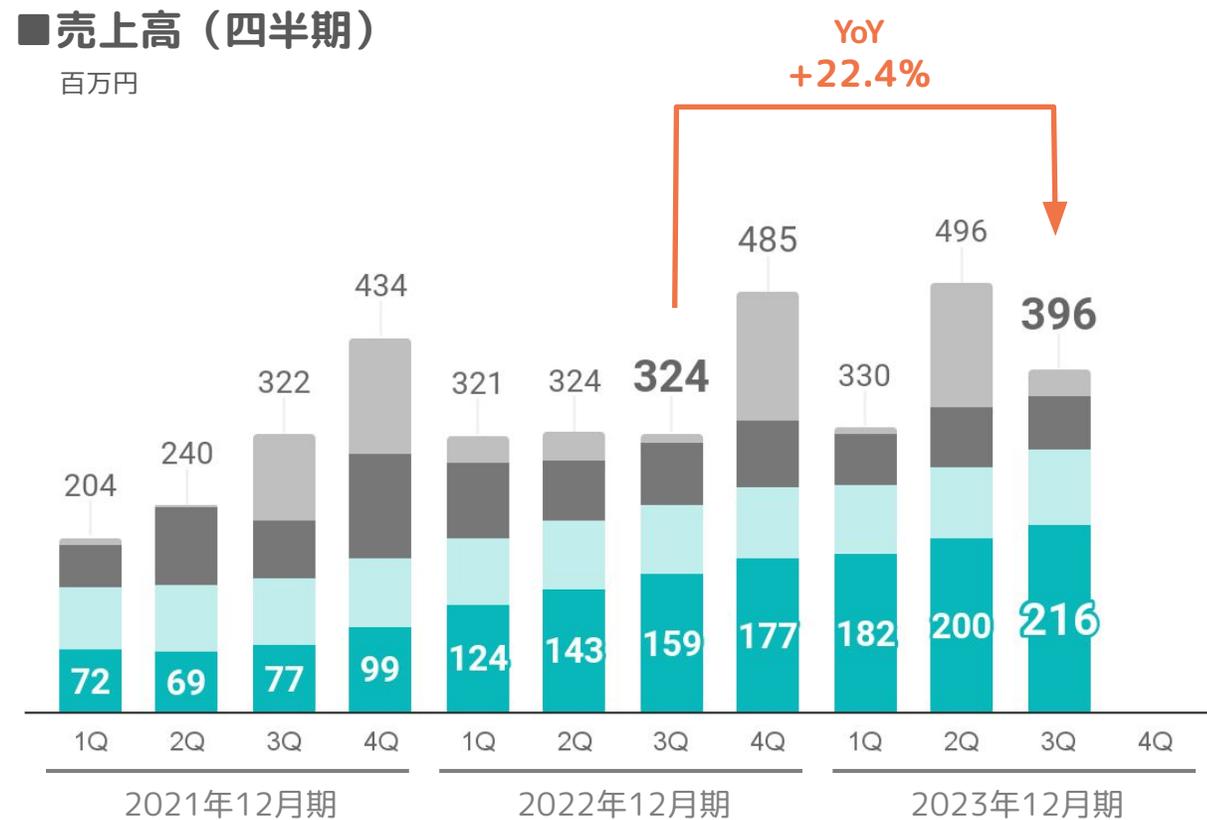
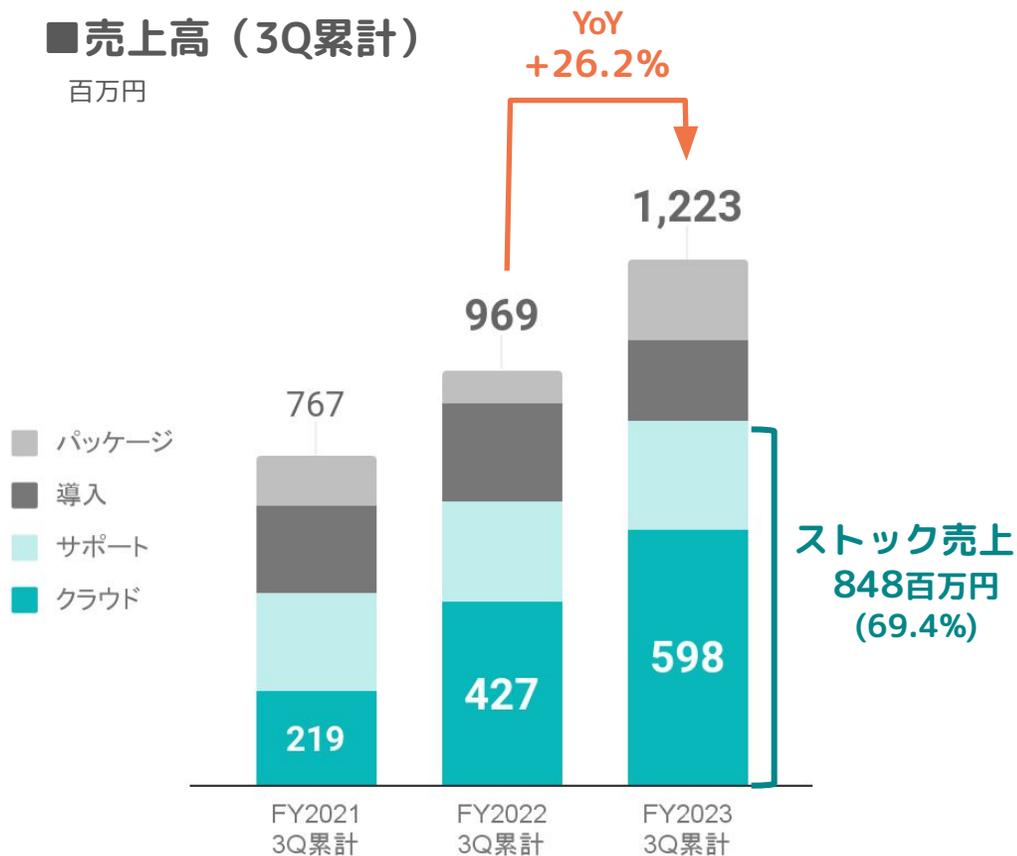
売上高1,223百万円（YoY+26.2%）・経常利益150百万円（YoY +89.1%）

- クラウド売上高が前年比171百万円増（YoY+40.1%増）となり、ARRが堅調に推移。
- スーパーの新規受注によりパッケージ売上高が184百万円（YoY+108百万円増、+142.6%増）まで進展。
- クラウド事業推進に向けた人件費・研究開発費等の増加があるものの、経常利益は150百万円（YoY+89.1%増）、経常利益率12.3%（YoY+4.1pt）を確保。

(百万円)	当期	2022年12月期			対計画	
	23/12期 3Q累計実績	22/12期 3Q累計実績	増減額	増減率%	23/12期 計画	進捗率%
売上高	1,223	969	+253	+26.2%	1,766	69.3%
パッケージ	184	75	+108	+142.6%	218	84.4%
導入支援	190	229	△38	△16.9%	290	65.7%
サポート	250	236	+13	+5.6%	391	63.9%
クラウド	598	427	+171	+40.1%	866	69.1%
営業利益	151 (利益率12.4%)	80 (利益率8.3%)	+70	+87.9%	250 (利益率14.2%)	60.7%
経常利益	150 (利益率12.3%)	79 (利益率8.2%)	+71	+89.1%	250 (利益率14.2%)	60.3%
当期純利益	97 (利益率8.0%)	53 (利益率5.6%)	+44	+81.9%	161 (利益率9.1%)	60.7%

2023年3Q売上高は、前年比26.2%増の1,223百万円。ストック売上比率は69.4%

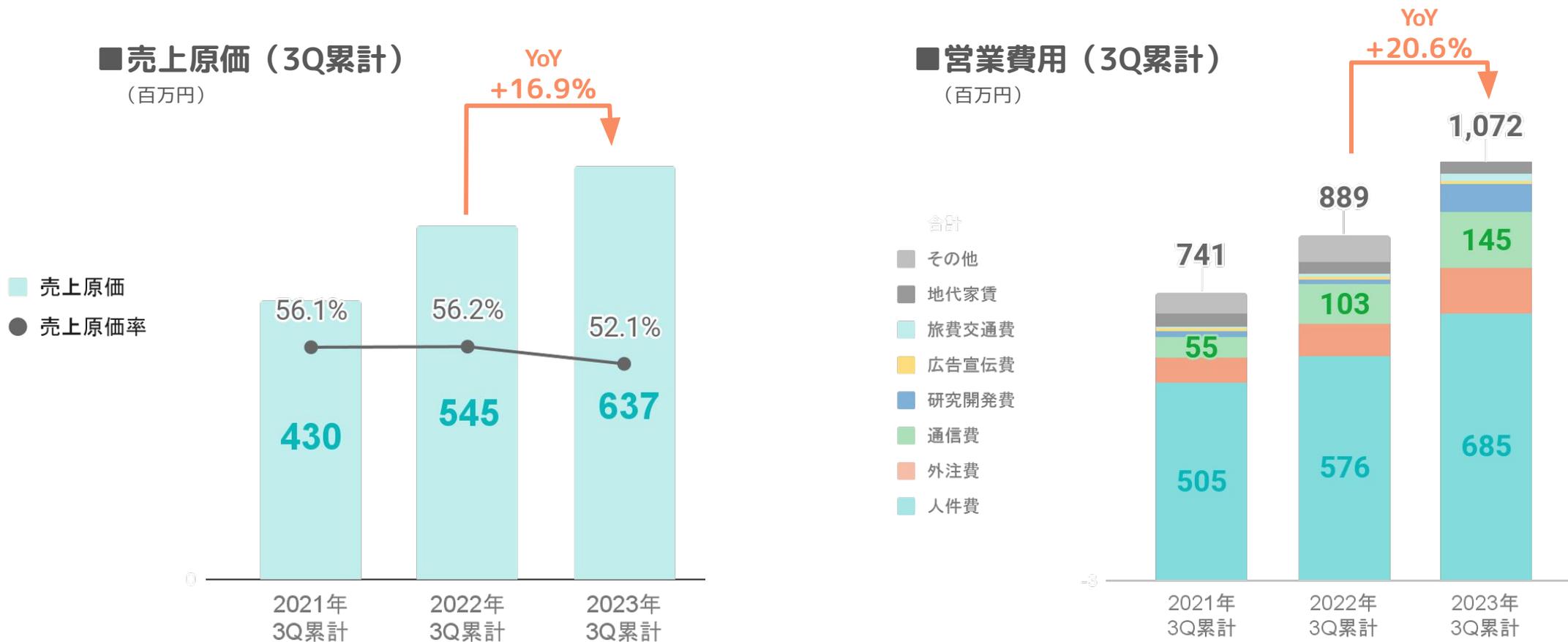
- クラウドサービスのアップセル・クロスセルが堅調に推移したことにより、ストック売上は848百万円、ストック売上比率*1が69.4%に。
- 導入支援売上高は前年比38百万円減（YoY△16.9%）となったが、クラウドサービスの導入は計画通り進捗中。



*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848百万円÷売上高1,223百万円×100）で算出。

3Q累計の売上原価は前年比16.9%増の637百万円、営業費用*1は前年比20.6%増の1,072百万円

- ・従業員数が増加したこと等により、人件費が前年比108百万円増（18.8%増）。
- ・クラウド売上高が前年同期比171百万円増（YoY+40.1%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41百万円増（40.5%増）。
- ・クラウドサービス改善やDCMサービス構築に向けて、研究開発費が前年比62百万円増（613.7%増）。



*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

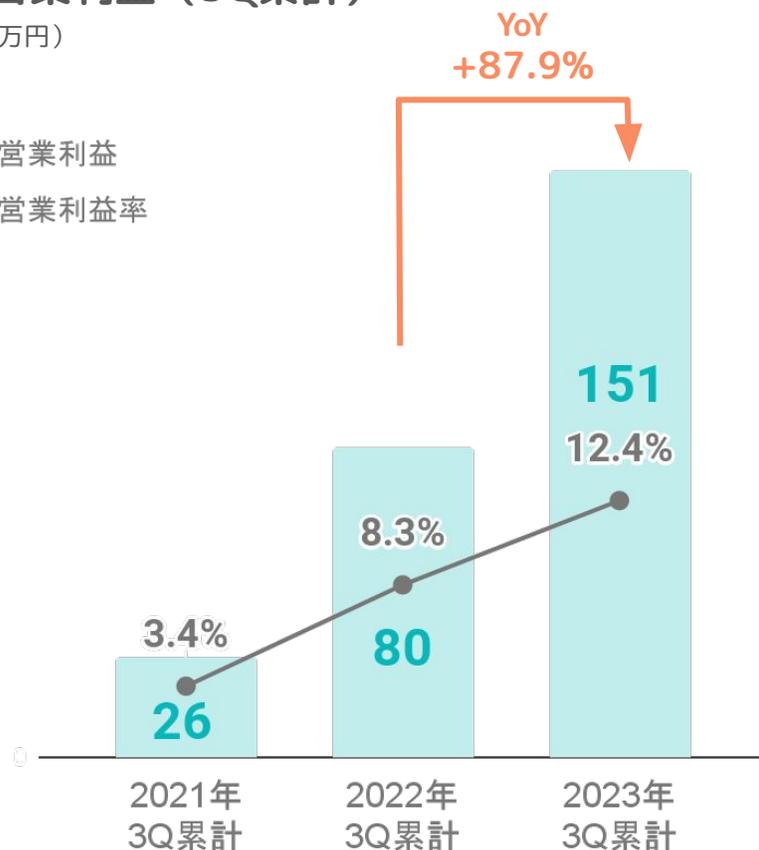
3Q累計営業利益は前年比70百万円増の151百万円

- クラウド売上高の粗利率が向上した一方、クラウド事業推進に向けた人件費・通信費・研究開発費の増加が主要因となり、営業利益率は12.4%（4.1pt増）。
- 2021年3Qから9四半期連続で黒字を継続。ストック売上比率が69.4%となりパッケージ売上比率が低い期も黒字を確保できる収益構造に。

■ 営業利益（3Q累計）

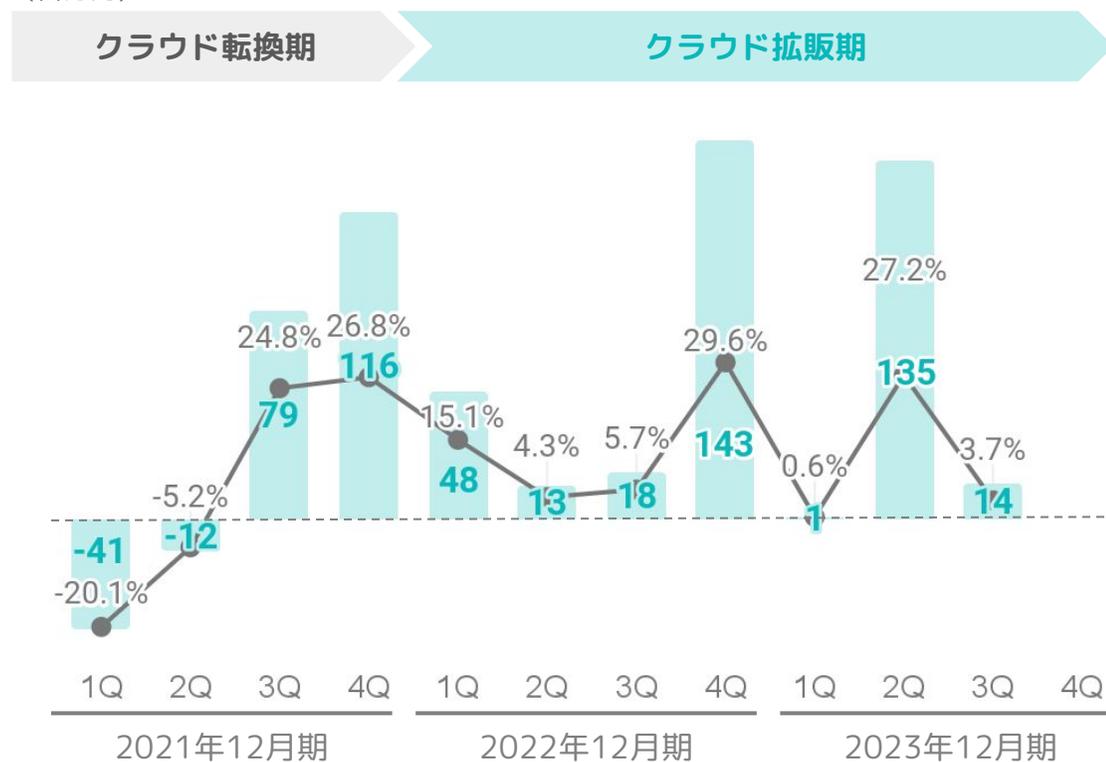
（百万円）

- 営業利益
- 営業利益率



■ 営業利益（四半期）

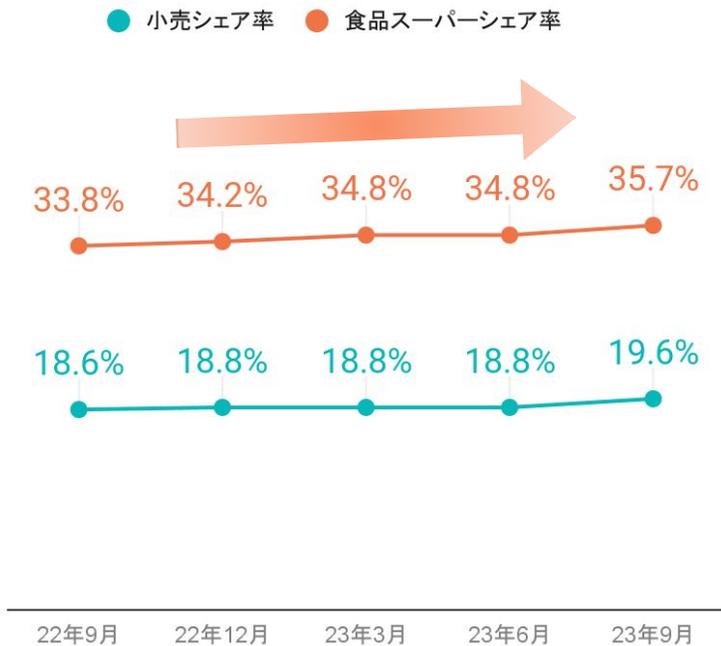
（百万円）



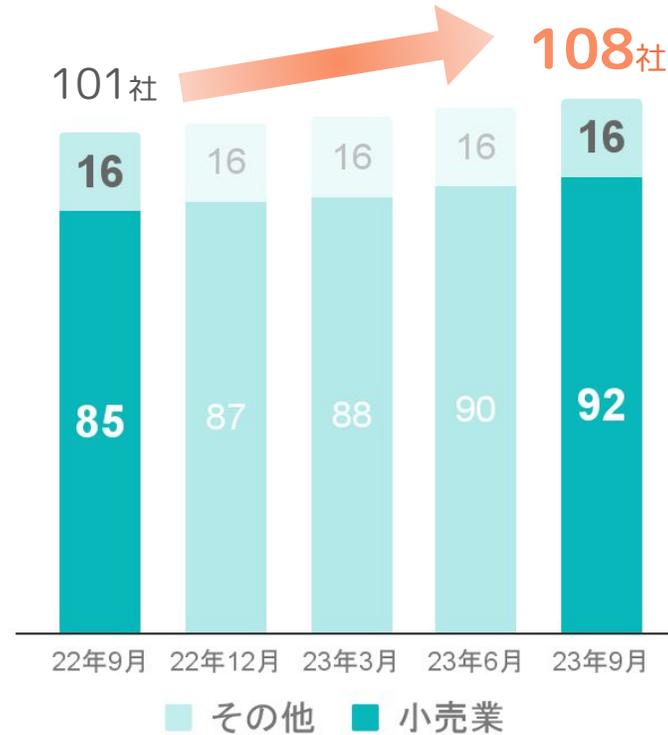
契約件数が前年比2,677件増の14,579件

- ・ 大型食品スーパーとの新規契約が主要因となり、食品スーパーシェア率は前年比1.9pt増の35.7%。その結果、小売全体のシェア率は19.6%。
- ・ クラウドサービスが進展したことにより、契約社数は前年比7社増の108社。

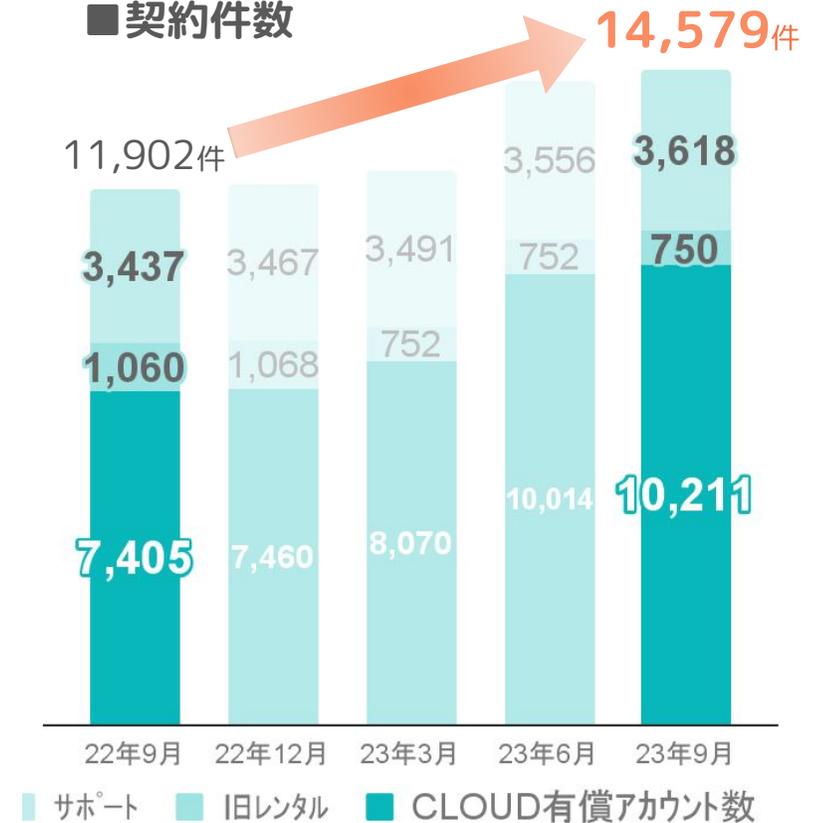
■シェア率



■契約社数



■契約件数



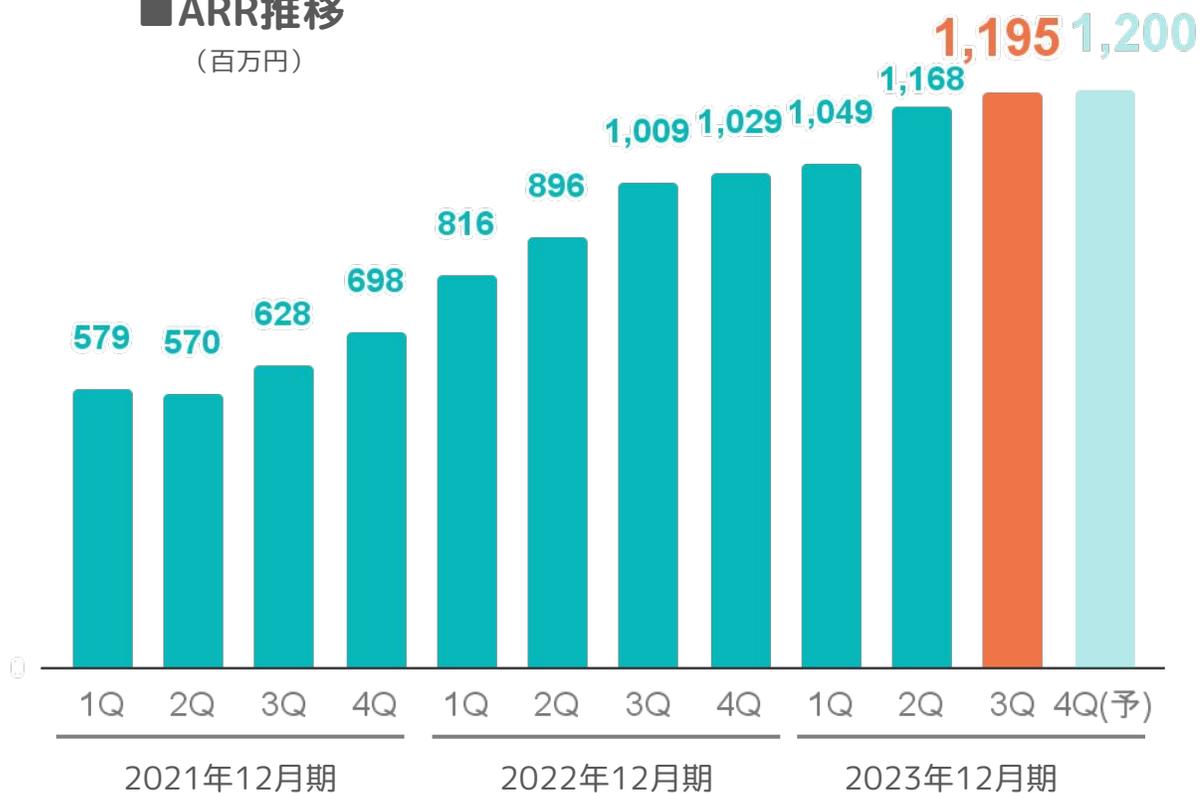
*1. クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計

ARR*1がQoQ+26百万円増の1,195百万円

- 既存クラウドユーザーのアップセル・クロスセルや、新規サポート案件開始が主要因となり、ARRは前四半期比で26百万円増加。
- 新規の有償クラウドユーザーが4社増となり、今後のクラウドARR増加へ貢献の見込み。

■ARR推移

(百万円)



■ARR増減要因(QoQ)

(百万円)

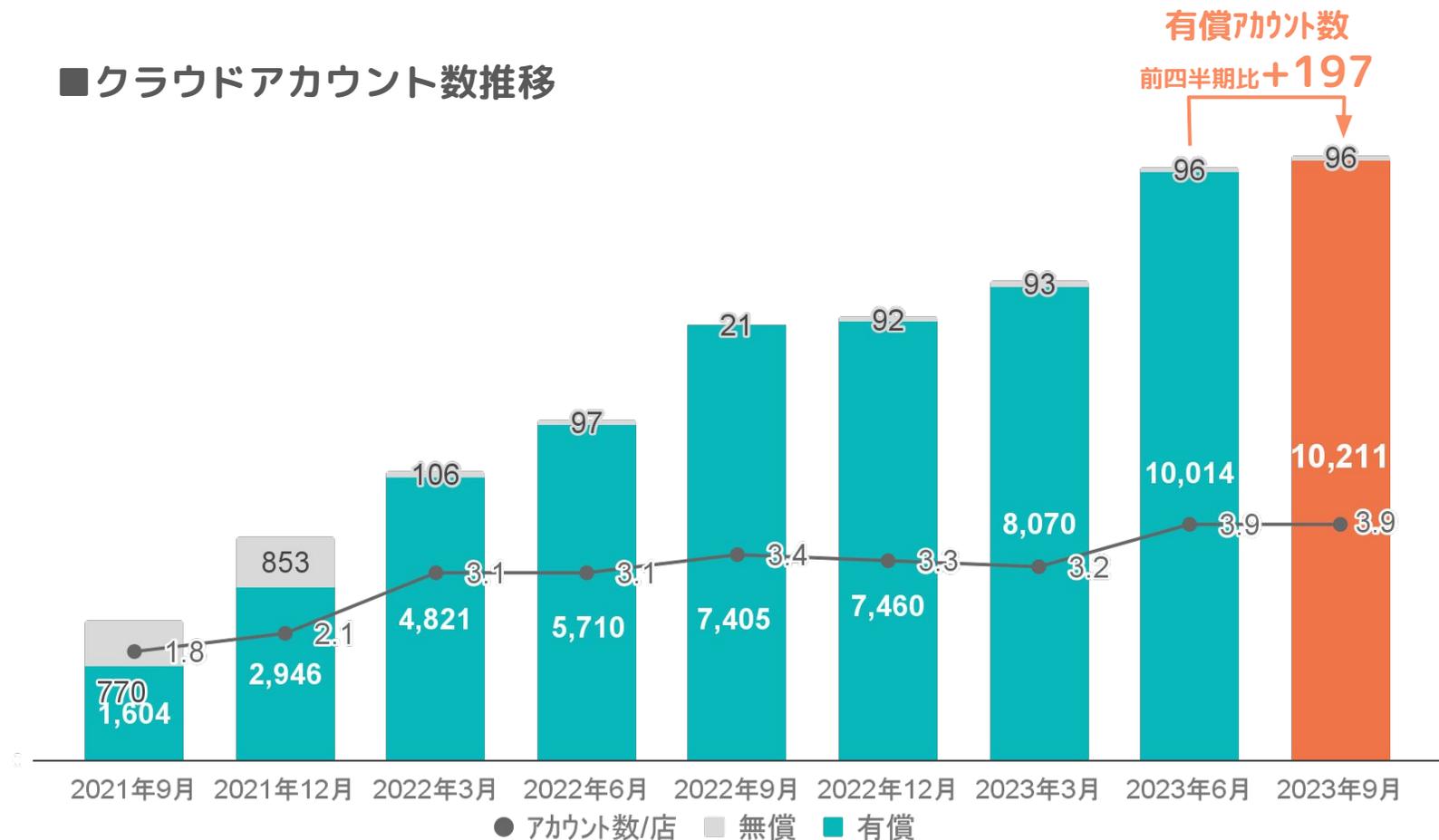


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2023年9月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

クラウド有償契約社数が前四半期比4社増の47社

- クラウド有償契約社数が前四半期比4社増の47社（既存パッケージ顧客のアドオン含む）。4Q以降の有償アカウント数増加に貢献する見込み。
- アップセルが中心となり、有償アカウント数は前四半期比197アカウント増の10,211アカウント。

■クラウドアカウント数推移

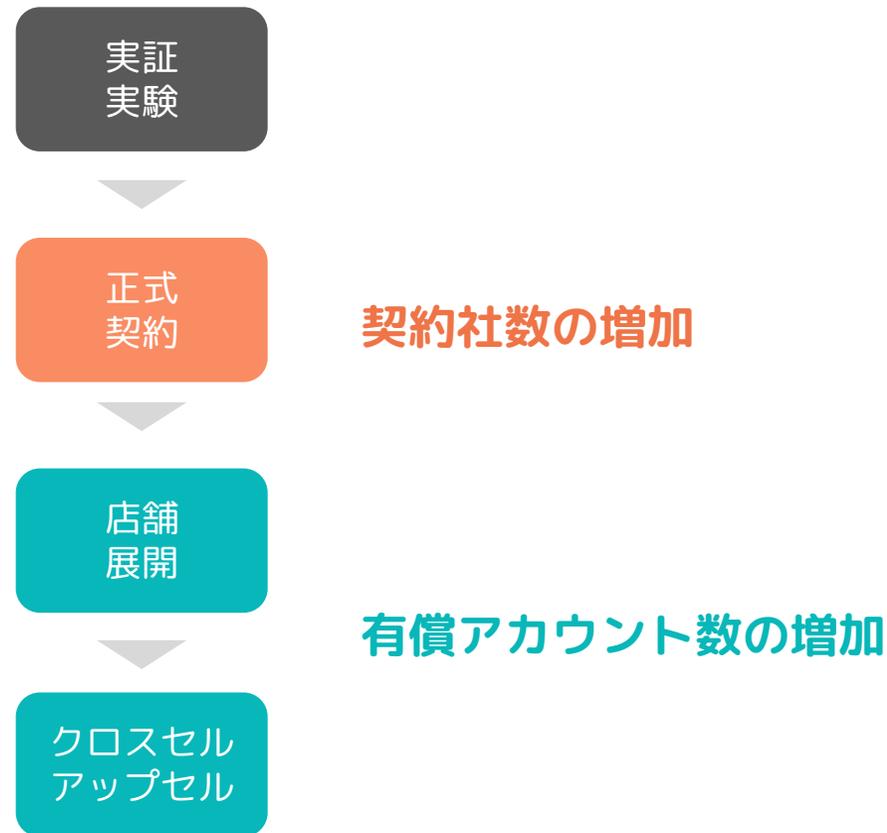
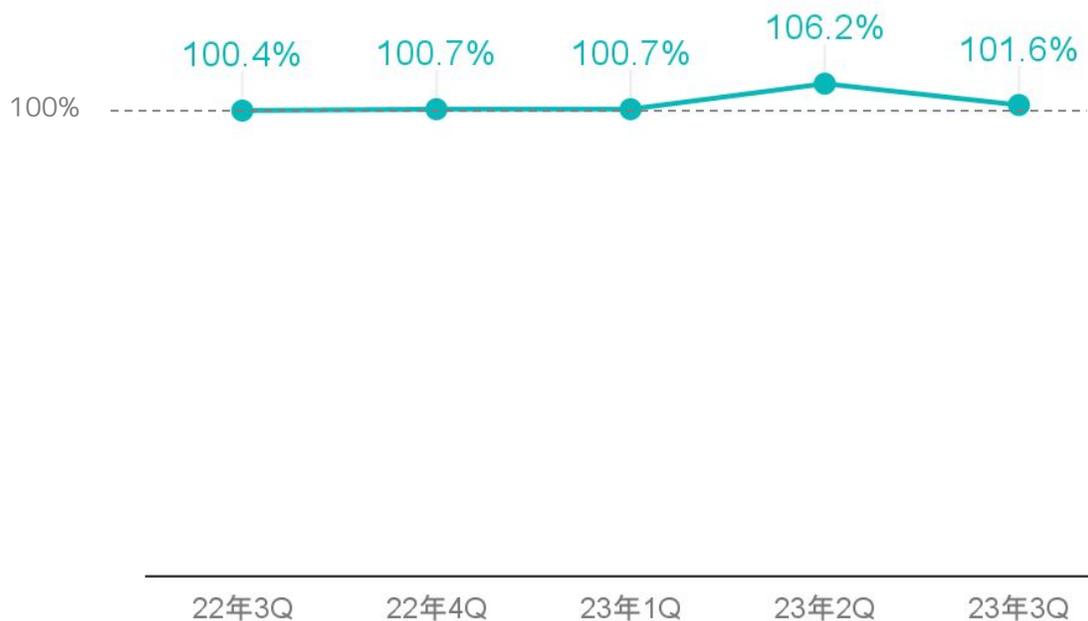


有償 アカウント数	10,211 (QoQ+197、YoY+2,806)
有償 店舗数	2,637 店舗 (QoQ+85、YoY+428)
アカウント数 /店舗	3.9 アカウント (QoQ±0、YoY+0.5)
有償 契約社数	47 社 (QoQ+4、YoY+10)

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。
- 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。

■ 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月期通期業績予想は、売上高1,766百万円・営業利益250百万円・ARR1,200百万円

- ・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1,766百万円（前年比21.4%増）の計画で進捗中。
- ・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250百万円（前年比11.4%増）の計画で進捗中。

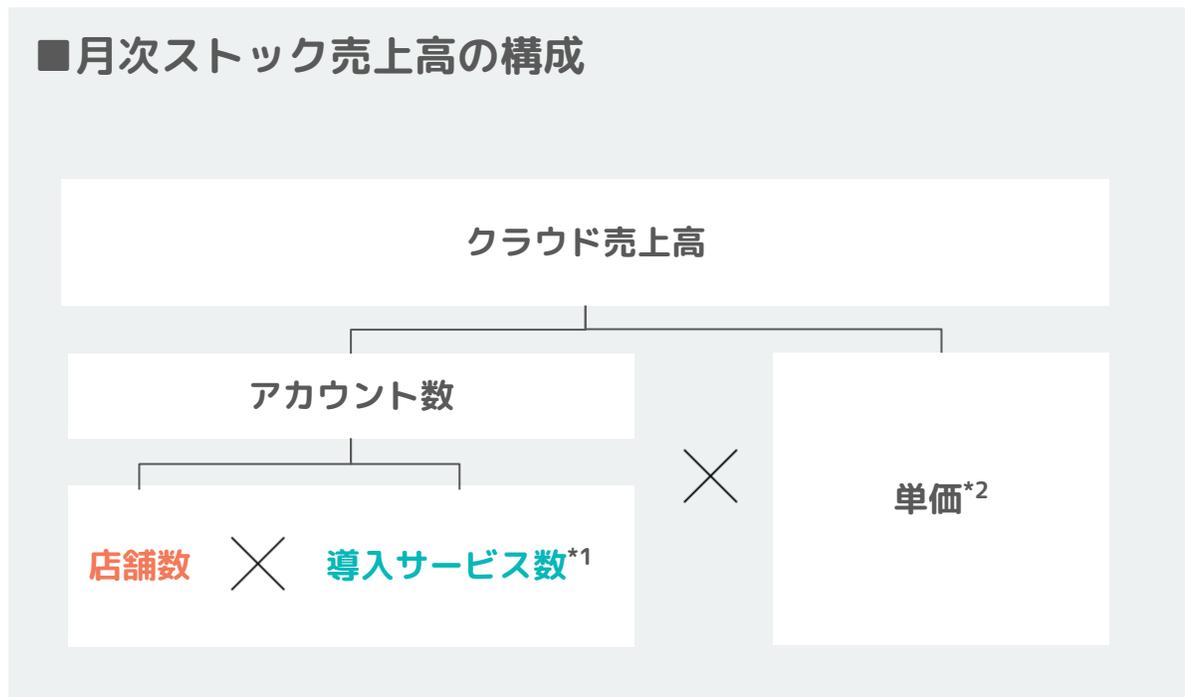
(百万円)	2023年12月期	2022年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	1,766	1,455	311	21.4%
パッケージ	218	223	△4	△2.1%
導入支援	290	308	△17	△5.8%
サポート	391	319	71	22.5%
クラウド	866	604	262	43.4%
営業利益	250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	25	11.4%
経常利益	250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	25	11.5%
当期純利益	161 (利益率9.1%)	153 (利益率10.5%)	7	5.0%

ビジネスハイライト

ストック売上高の拡大を推進

- ストック売上高拡大に向けて、店舗数・店舗あたり導入サービス数がポイントとなる。
- ①クラウド転換により、中小規模企業へターゲットを拡大。
- ②新サービス開発にむけて、開発体制最適化のための投資を継続。

■月次ストック売上高の構成



*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）

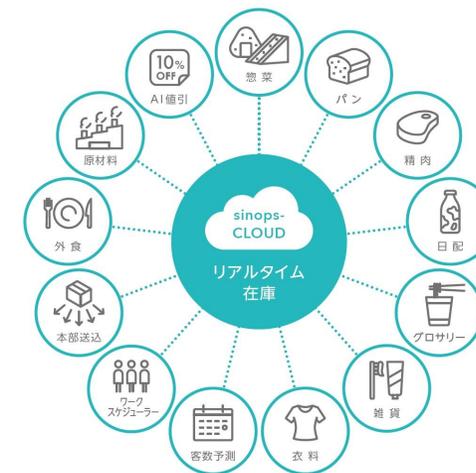
*2. 単価はサービス毎に異なる（500円～50,000円）

1. 店舗数増加

中小規模企業へターゲットを拡大し、
ターゲット店舗数を拡大

2. 導入サービス数増加

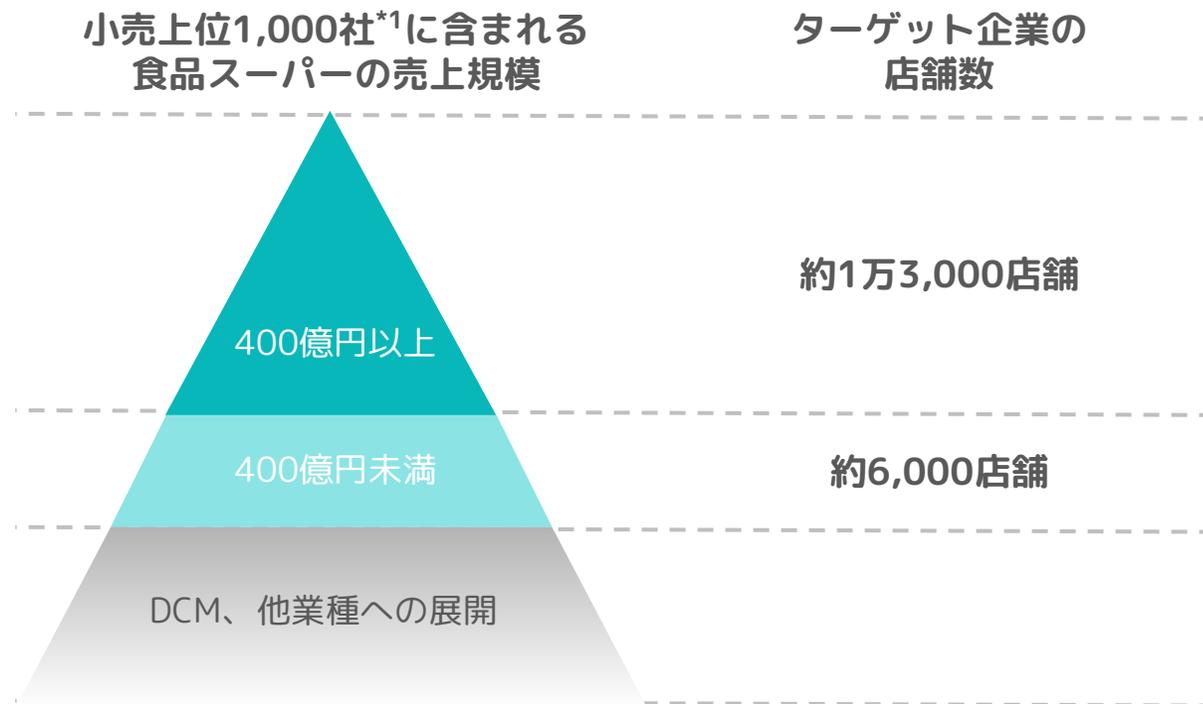
新サービス開発に向けた投資



クラウドサービス拡大で、中小規模の食品スーパーとの新規契約増加

- ・従来は売上高400億円以上の中規模～大規模小売企業をメインターゲットとしていたが、中小規模の小売企業にも導入可能に。
- ・大型食品スーパーとの新規契約の一方で、小規模～中規模企業の新規契約も増加。各社の店舗展開により、今後の店舗数へ貢献見込み。

■ターゲットの拡大



クラウドサービスへの転換により
導入ハードルが下がり、
中小規模企業へターゲット拡大中



ターゲット店舗数が約6,000店舗拡大

*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2022年度版」より、小売業の上位1,000社に含まれる企業から食品スーパーを抽出し、当社が作成。

クロスセル向上に向けて、開発体制の効率化を推進

- 本年度よりアウトソーシングを積極的に活用しており、外注費は前年比で約1.4倍に増加。
- 製品のコア部分は自社で開発する方針は変えずに、製品開発体制を最適化。新規サービスの開発・既存製品の推進等に注力。



新規サービスの開発

クロスセル向上に向けて、新規サービスを継続的に開発

既存製品の改善

クラウド粗利率は改善傾向にあるが、
社内リソースを確保することで改善施策を継続

DCM実現に向けて、実証実験を継続

- 食品業界でのDCM^{*1}実現に向けて、卸売・製造業での小売りデータ活用実証実験を継続。
- サプライチェーン最適化にむけて、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。
- 2023年12月に「伊藤忠xシノプス 食品物流フォーラム」と題し、伊藤忠商事社と共同でDCM事例発表会を予定。

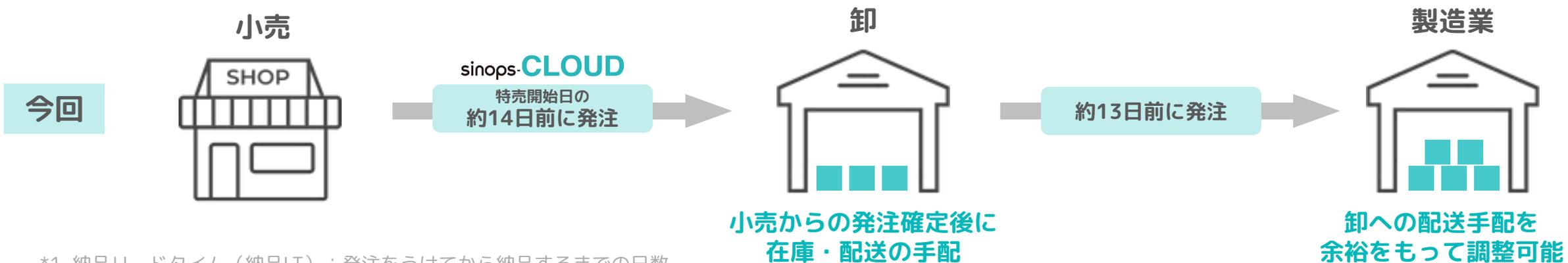
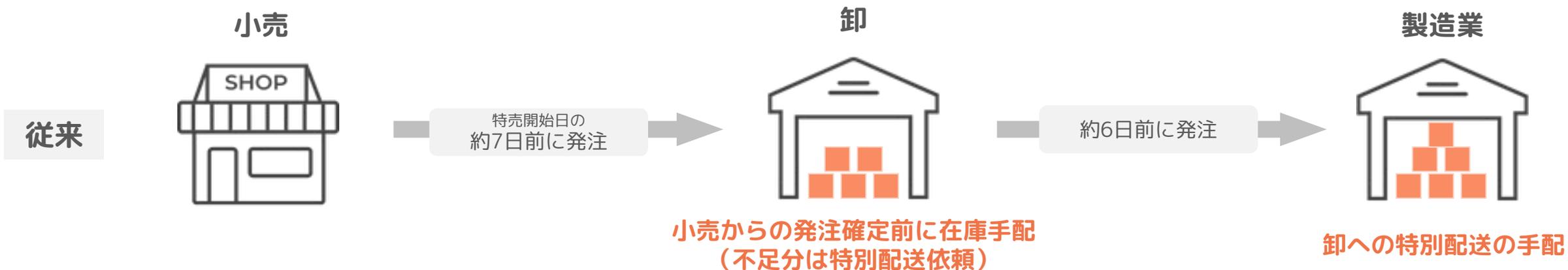
sinops-CLOUD 精度の高い需要予測・在庫情報データ



*1. DCM：デマンド・チェーン・マネジメントの略称。需要側(消費者等)から得られる情報を基点として商品開発、生産・供給計画、流通、販売体制等を統合的に編成する情報管理システム。

sinopsの需要予測を活用し、在庫圧縮と発注の前倒しで物流・在庫・生産計画を最適化

- sinopsの需要予測を活用し、発注を前倒しする取り組みを新潟県の食品スーパー ウオロク様と継続中。ウオロク様保有の物流センターとの取組みから、卸へ拡大。
- sinopsを活用することで、直近だけではなく先々の需要予測が可能。納品LT*1長期化によりサプライチェーンの最適化を実現。
- プレスリリース「伊藤忠商事とシノプス、食品バリューチェーンの最適化の実証実験をウオロクで開始」(2023年8月17日)



*1. 納品リードタイム (納品LT) : 発注をうけてから納品するまでの日数。

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継続

- ・ 富士キメラ総研のレポートにて需要予測や自動発注ツールを対象とした食品ロス削減ソリューションの市場にてシェア1位を獲得。
- ・ 健康経営優良法人2023に認定。従業員の健康維持・増進に対する積極的な環境づくりを推進。
- ・ 経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定取得事業者」認定を更新。
- ・ 「sinops-CLOUD」活用による食品ロス削減が環境に与える影響を数値化するために、東京都市大学と共同研究を実施。

食品ロス削減ソリューション シェアNo.1



「2023 SX/GXによって実現するサステナビリティ/ESG支援関連市場の現状と将来展望」レポートにて需要予測や自動発注ツールを対象とした食品ロス削減ソリューションの市場にてシェア1位を獲得しました。

健康経営優良法人2023 (中小規模法人部門)に認定



経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2023（中小規模法人部門）」に認定されました。

「DX認定事業者」の認定更新



経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定取得事業者」としての認定を更新しました。

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」の共同研究を進めています。

Appendix 財務情報

貸借対照表

(百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期 3Q
流動資産合計	1,640	1,613	1,010
固定資産合計	349	392	1,013
無形固定資産	193	227	261
流動負債合計	517	458	362
固定負債合計	32	4	4
純資産合計	1,440	1,543	1,657

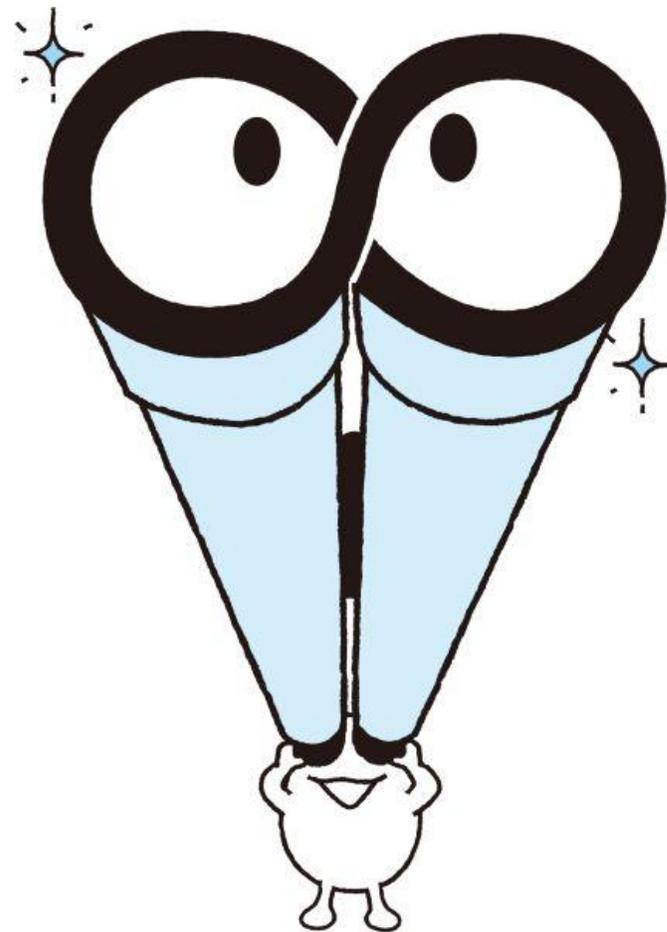
損益計算書

(百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2022年12月期 3Q累計	2023年12月期 3Q累計	YoY
売上高	1,201	1,455	969	1,223	+26.2%
売上原価	635	753	545	637	+16.9%
対売上高比率	52.9%	51.8%	56.2%	52.1%	△4.1pt
売上総利益	566	701	424	586	+38.2%
売上総利益率	47.1%	48.2%	43.8%	47.9%	+4.1pt
販売費及び一般管理費	423	477	343	434	+26.5%
対売上高比率	35.2%	32.8%	35.4%	35.5%	+0.1pt
営業利益	142	224	80	151	+87.9%
営業利益率	11.9%	15.4%	8.3%	12.4%	+4.1pt
経常利益	156	224	79	150	+89.1%
経常利益率	13.0%	15.4%	8.2%	12.3%	+4.1pt
当期純利益	101	153	53	97	+81.9%
当期純利益率	8.4%	10.5%	5.6%	8.0%	+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

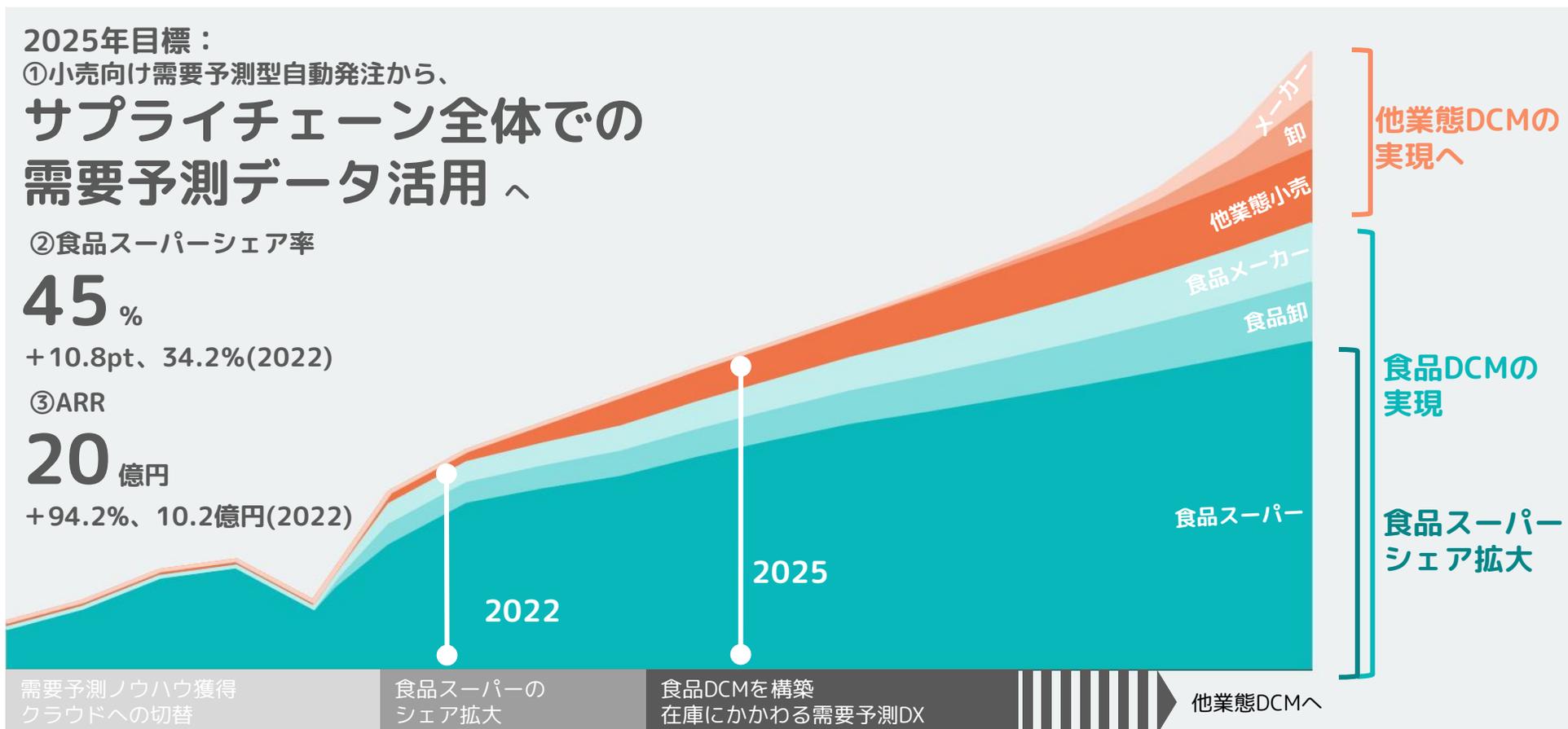
Step3：製造業・原材料/包装資材業の生産計画を最適化する

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。



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。
- DCM構築には、②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。



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の構築に取り組む。

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

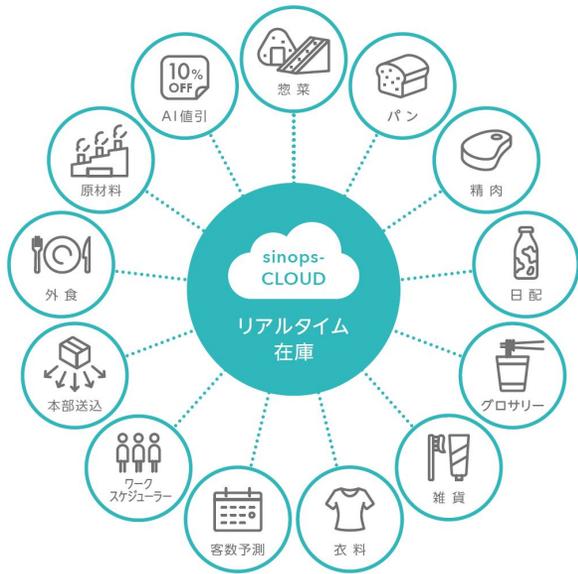
3. 他業態向けDCMの構築

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

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・発注アプリ

sinops-Pad



品名	単価	数量	金額	単位	在庫	発注	備考
03 400254000537	¥111	0	¥0	11.9	A		
03 400254000537	¥36	0	¥0	14.1	A		
03 400254000537	¥54	1	¥54	15.5	A		
03 400254000537	¥49	1	¥49	26.3	A		
03 400254000537	¥168	0	¥0	4.7	B		

その他プロダクト

sinops **R6**

sinops **Dcont**

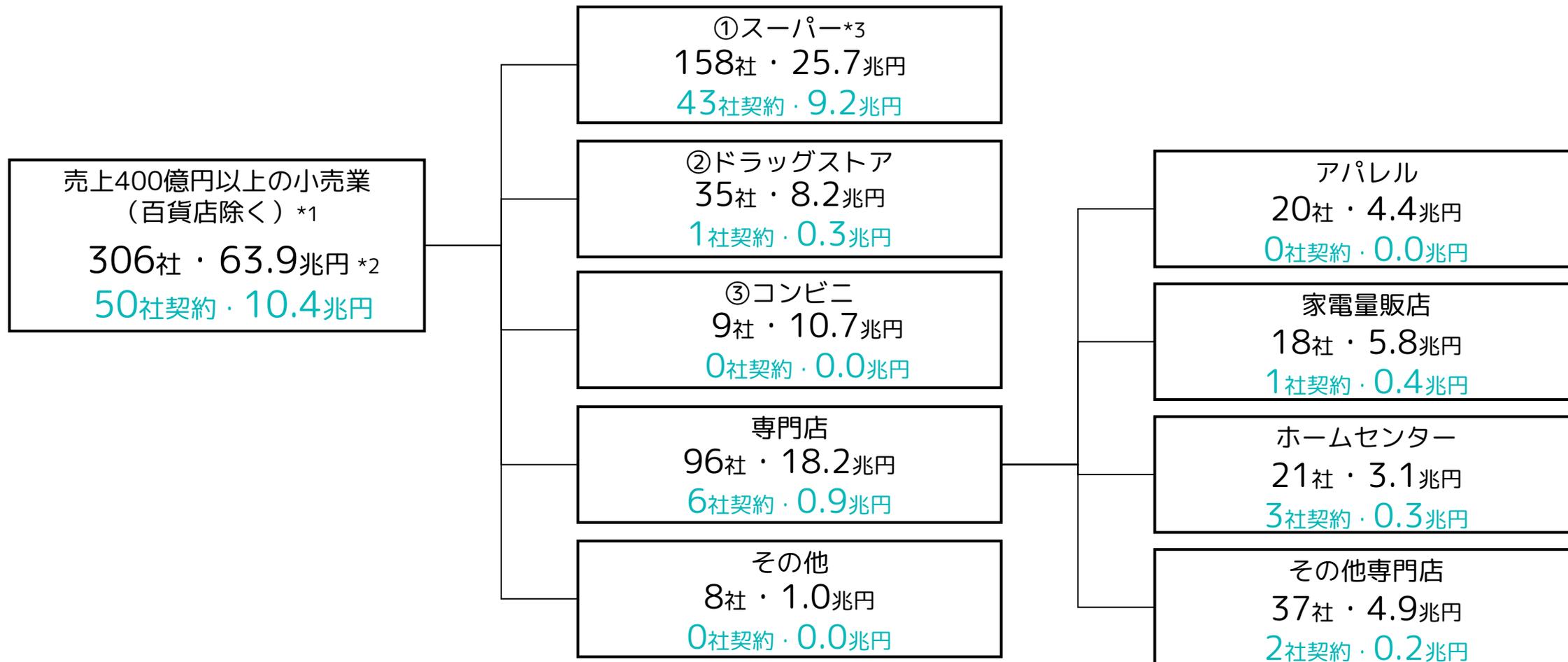
sinops **W**

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

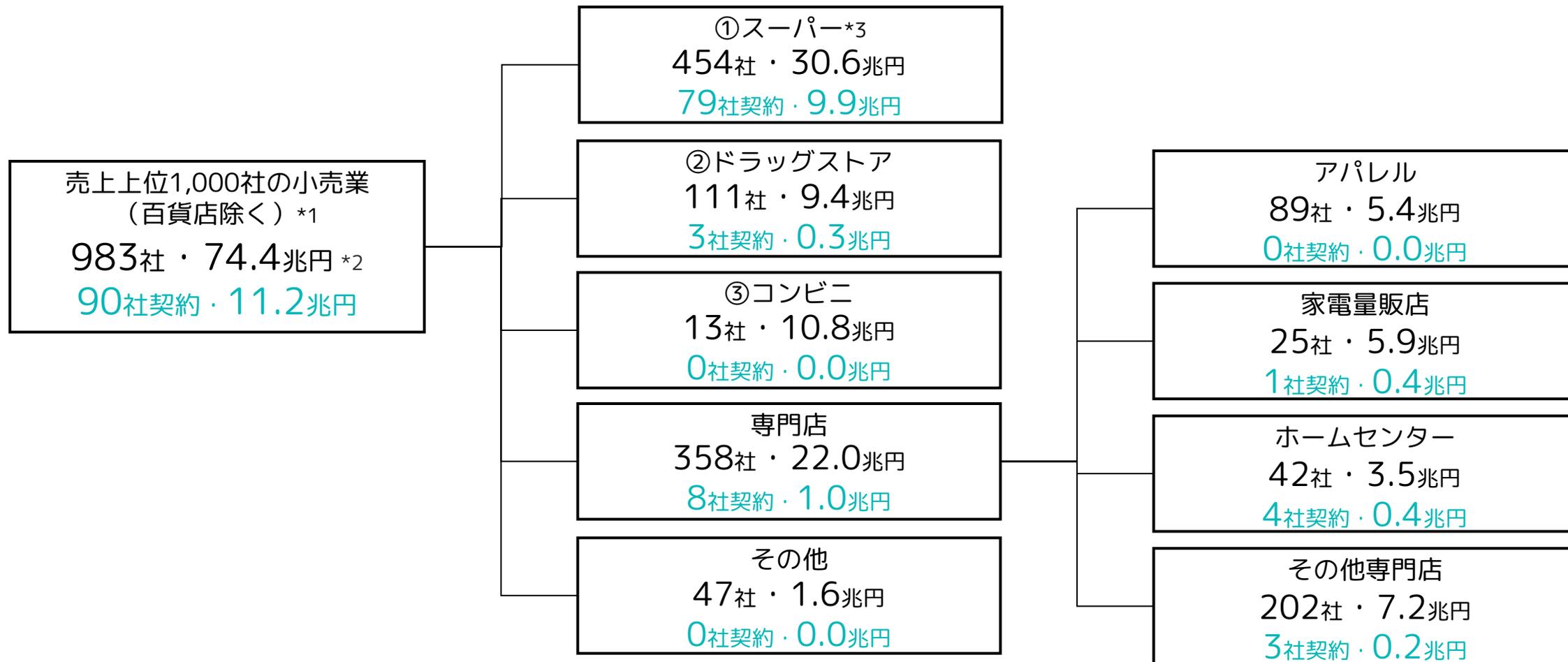


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2022年度版」

*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

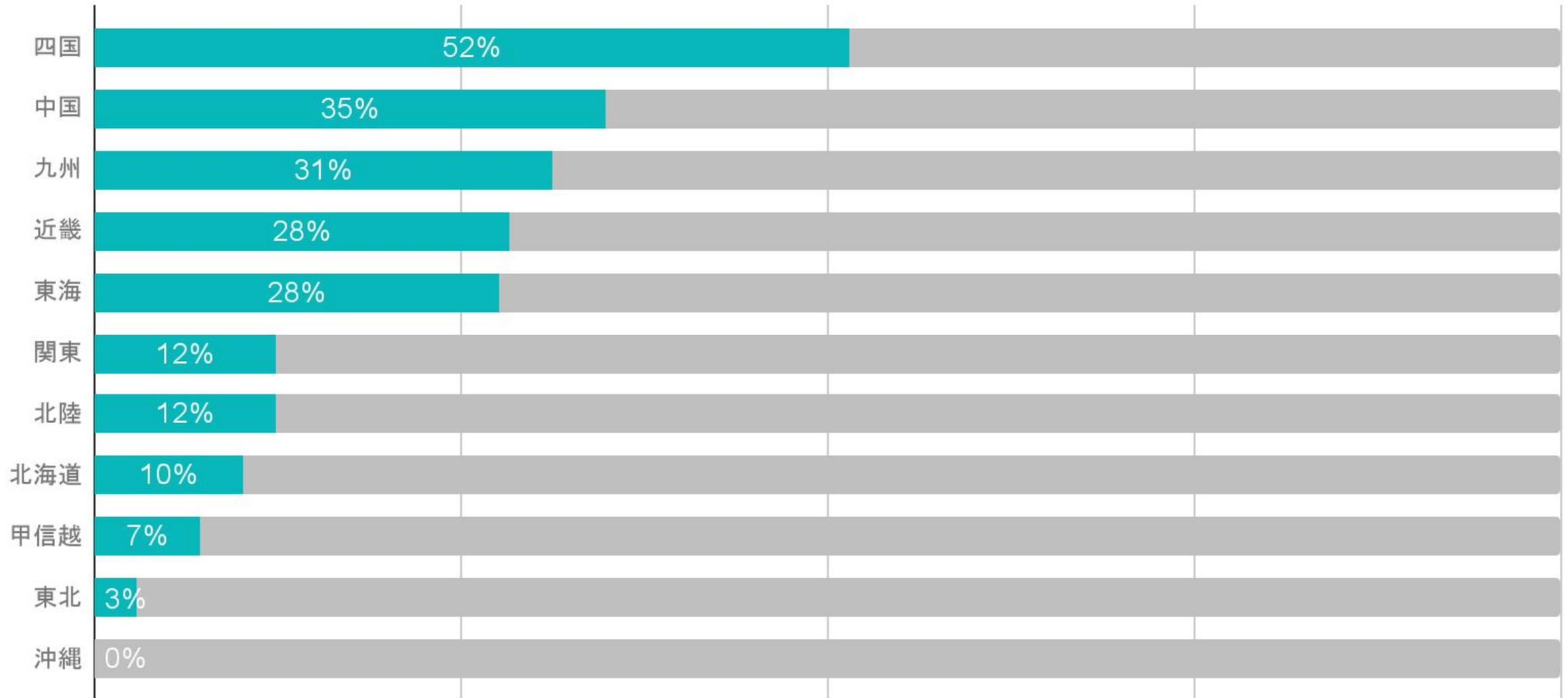


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」。前述の108社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

*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



*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。

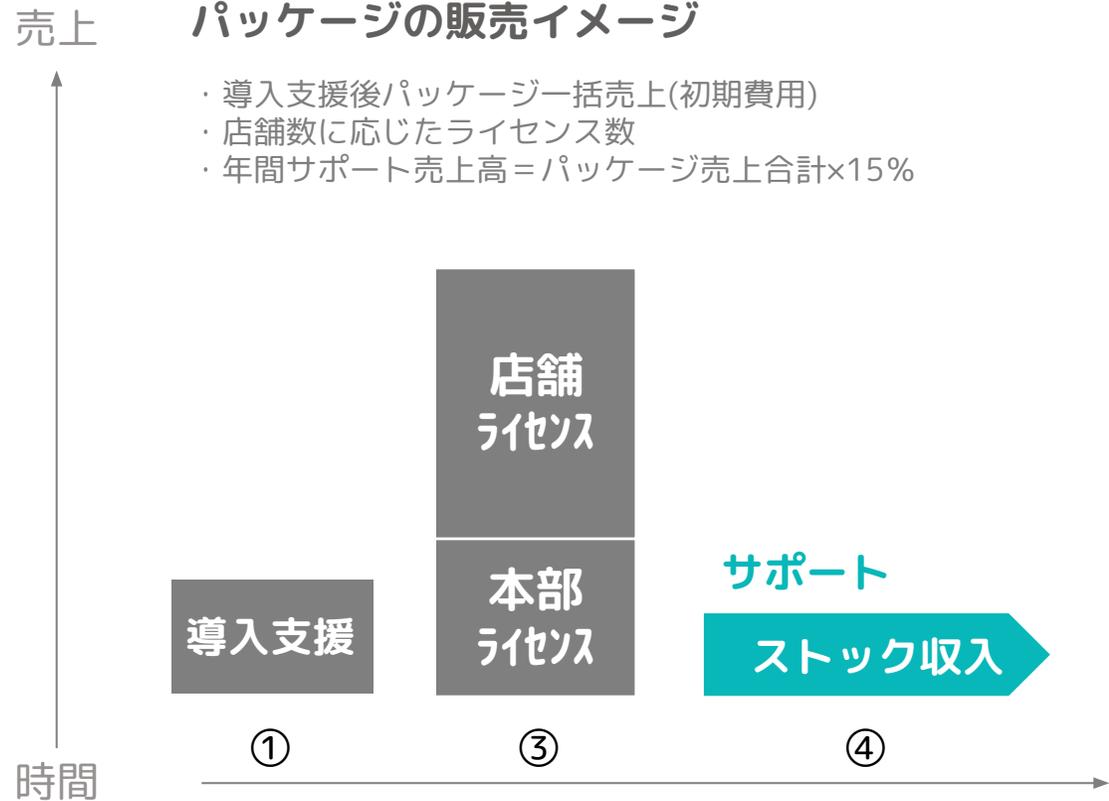
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



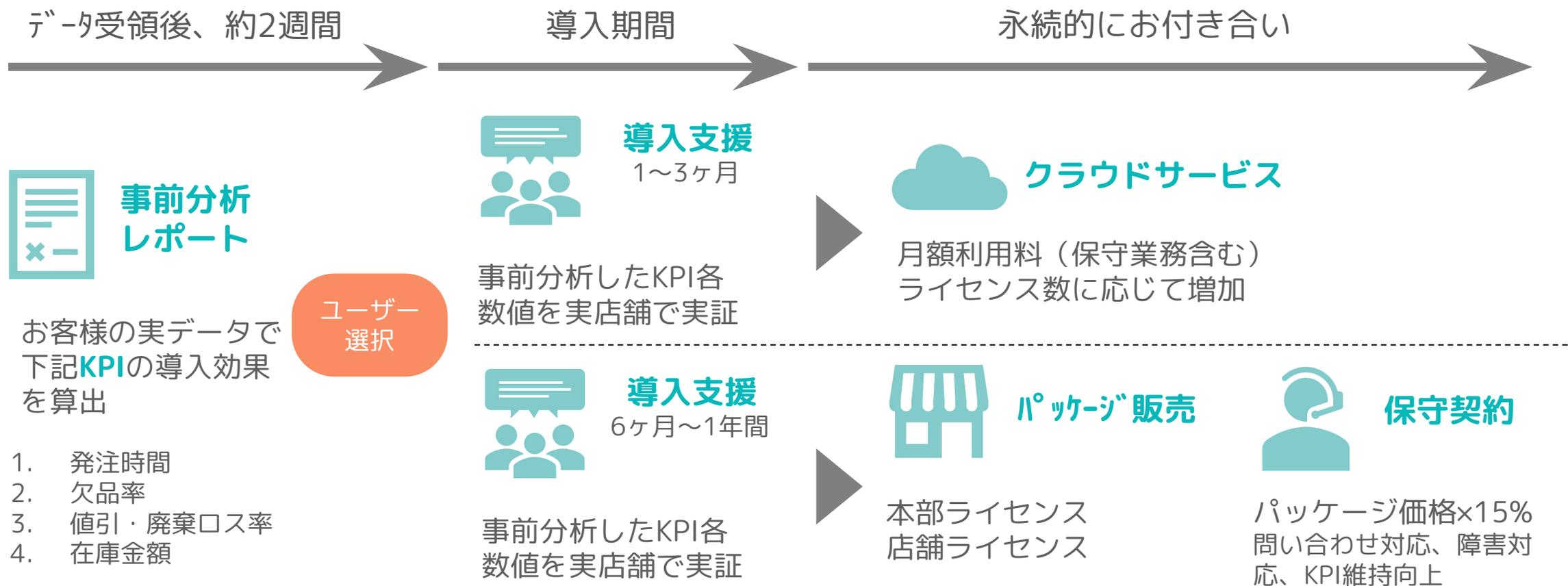
パッケージの販売イメージ

- ・ 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

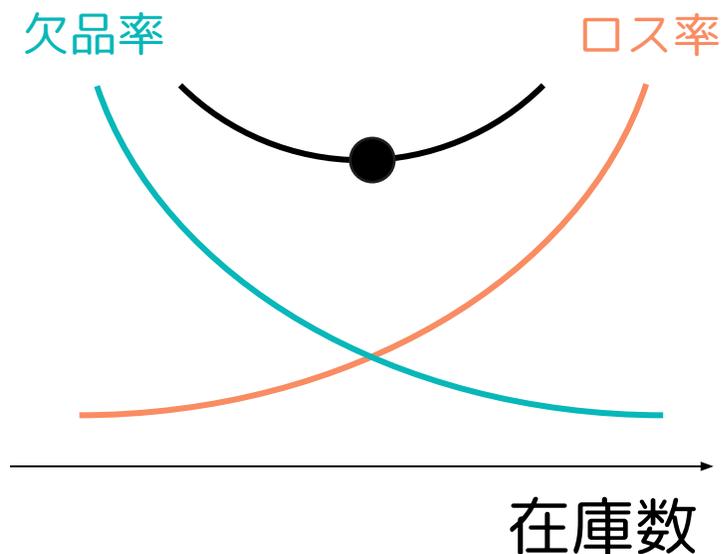


雑貨

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）】

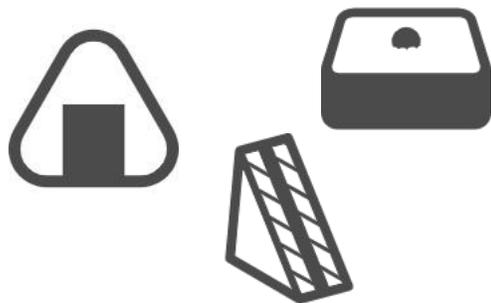
①発注時間	88.0% 削減
②欠品率	34.7% 削減
③値引・廃棄ロス率	19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗 削減</small>
④在庫金額	15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

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

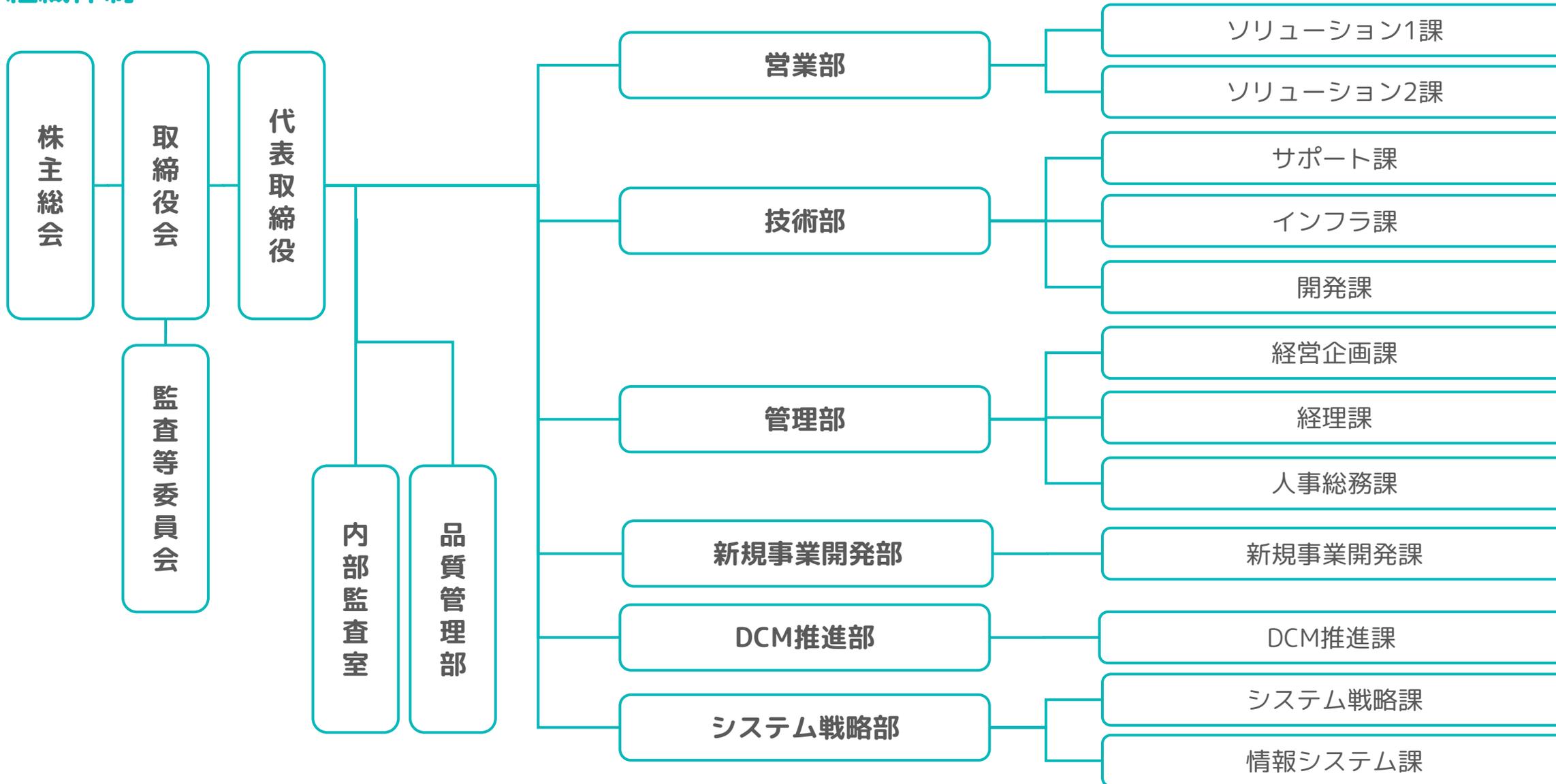
※複数社導入事例の平均

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	428,174,298円
従業員数	111人（2023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/



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)

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。