



2023年12月期通期 決算説明資料

株式会社シノプス（証券コード：4428）
2024年2月13日

1. 2023年12月期業績報告

- すべての経営指標で前年より成長し、売上17.2億円 (YoY +18.8%)、営業利益2.7億円 (YoY +20.6%)
- ARR12億円 (YoY +16.6%)、クラウドアカウント10,376 (YoY +2,916アカウント)
- 店舗数拡大と並行してクロスセルを強化し、3.3アカウントから3.9アカウント/店舗へ増加

2. 今後の成長戦略

- 小売向け需要予測型自動発注から、サプライチェーン全体での需要予測データ活用へ展開
- 2025年目標は食品スーパーシェア率45%(2022年度比+10.8pt)、ARR20億円(2022年度比+94.2%)
- 「sinops-CLOUD」を中心に年20~25%増の売上成長を維持できるような体制を構築
- 中長期的な成長を維持するため、新市場獲得のための事業領域拡大施策を実施

3. 2024年12月期 通期業績見通し

- 売上21.2億円 (YoY +22.6%)、営業利益3.4億円 (YoY +25.6%) を計画
- ARRは17.7億円を計画

4. 株主還元

- 成長投資は継続しつつ、配当性向の基本方針は40%前後を継続

Appendix

2023年12月期業績報告

食品スーパーシェア率*1

36.1% (YoY +1.9pt)

小売シェア率*1

19.7% (YoY +0.9pt)

契約社数

113社 (YoY +10社)

クラウド有償店舗数 *2

2,674店舗 (QoQ +37店舗、YoY+430店舗)

ARR *4

1,200百万円 (QoQ+0.4%、YoY+16.6%)

クラウド有償アカウント数 *3

10,376 (QoQ +165アカウント、YoY+2,916アカウント)

NRR(クラウド)*5

102.3% (2023年平均) / **100.8%** (2023年4Q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）

*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1,728百万円（YoY+18.8%）、経常利益269百万円（YoY +20.2%）、ARR1,200百万円（YoY +16.6%）

- クラウド売上高が前年比214百万円増（YoY+35.5%増）となったことが主要因で、ARRが目標である12億円を達成。
- 研究開発への投資を強化しているが、クラウドサービスの展開が収益に貢献し、営業利益は270百万円（YoY+20.6%増）。
- クラウドサービスの展開が順調に推移し、すべての経営指標で前年より成長。期初にサポートまたはクラウド売上として見込んでいた案件が導入支援売上となったため導入支援は対計画+18.1%。

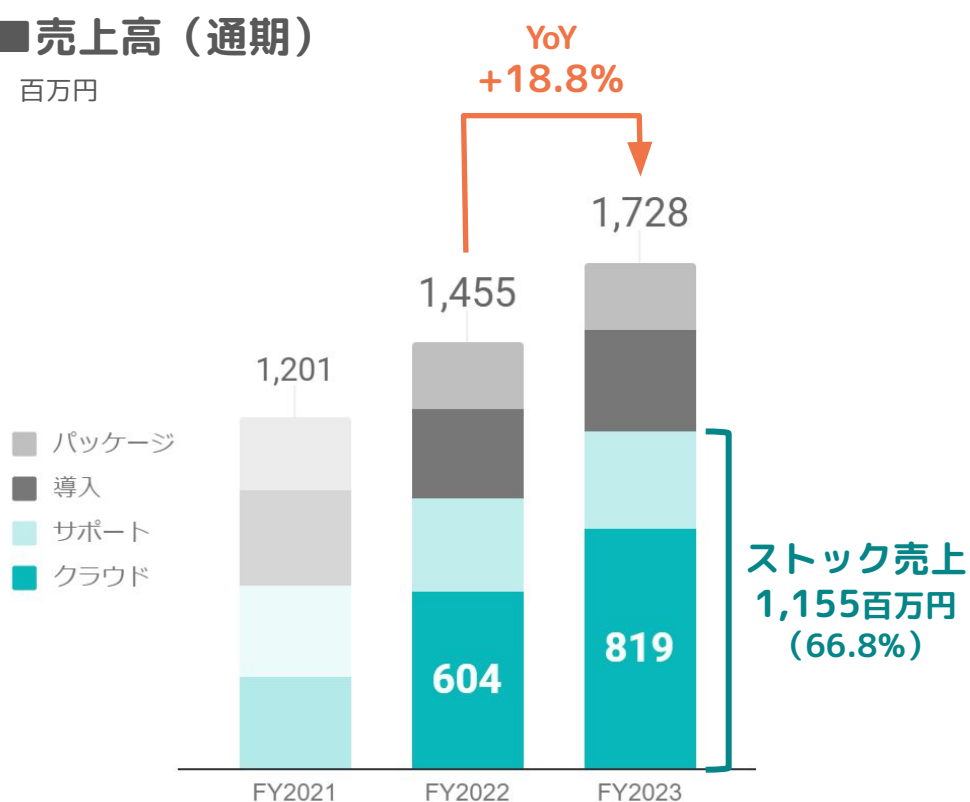
| (百万円) | 当期 | 2022年12月期 | | | 対計画 | |
|--------------|--------------------------|-------------------|------|--------|-------------------|--------|
| | 23/12期 通期実績 | 22/12期 通期実績 | 増減額 | 増減率% | 23/12期 計画 | 差異率% |
| 売上高 | 1,728 | 1,455 | +273 | +18.8% | 1,766 | △2.1% |
| パッケージ | 230 | 223 | +7 | +3.2% | 218 | +5.5% |
| 導入支援 | 343 | 308 | +34 | +11.3% | 290 | +18.1% |
| サポート | 336 | 319 | +16 | +5.3% | 391 | △14.1% |
| クラウド | 819 | 604 | +214 | +35.5% | 866 | △5.5% |
| 営業利益 | 270 (利益率15.7%) | 224 (利益率15.4%) | +46 | +20.6% | 250 (利益率14.2%) | +8.3% |
| 経常利益 | 269 (利益率15.6%) | 224 (利益率15.4%) | +45 | +20.2% | 250 (利益率14.2%) | +7.8% |
| 当期純利益 | 206 (利益率11.9%) | 153 (利益率10.5%) | +52 | +34.3% | 161 (利益率9.1%) | +27.9% |

売上高は前年比18.8%増の1,728百万円、ストック売上比率*1は66.8%

- クラウド売上高が前年比35.5%増の819百万円へ順調に増加した一方で、導入支援売上高が対計画18.1%増、サポート売上高が対計画14.1%減となったことが主要因となり、ストック売上比率は目標としていた70%に対して66.8%。
- クラウドビジネスへの移行は引き続き加速しており、ストック売上比率70%を目指す。

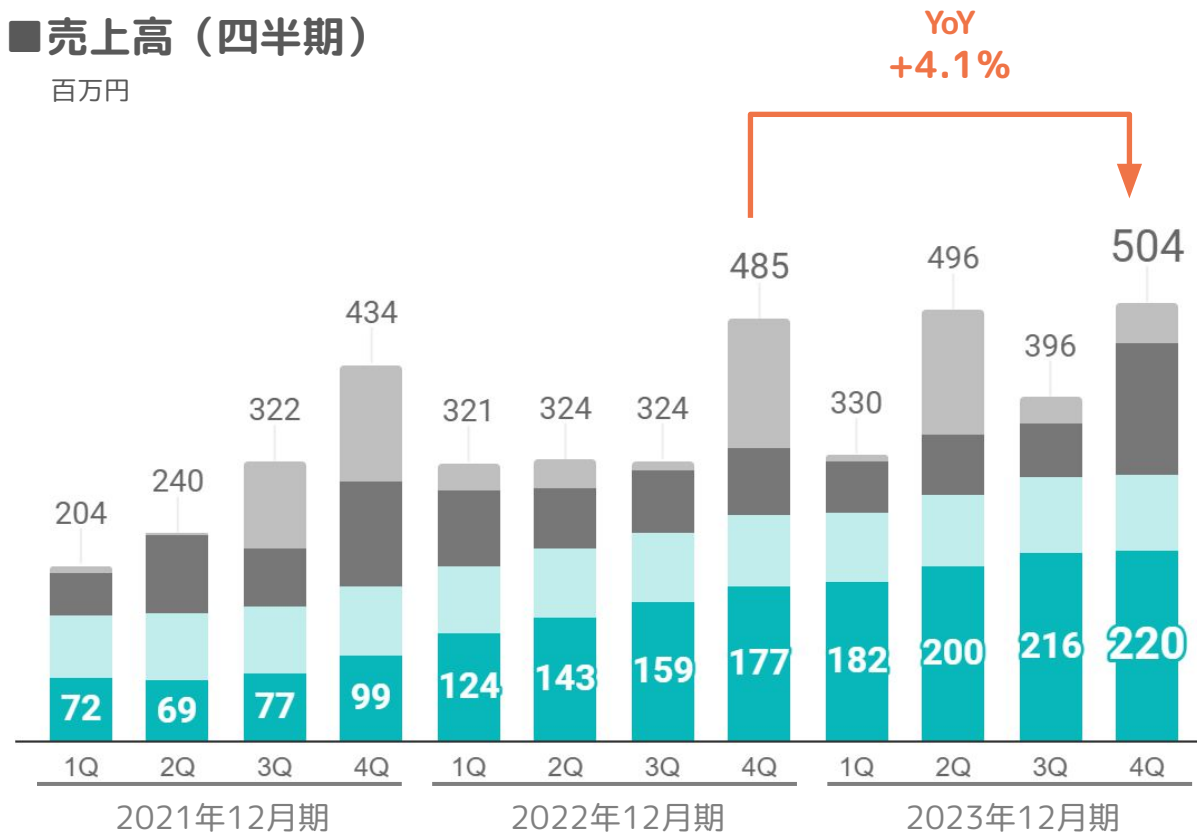
■売上高（通期）

百万円



■売上高（四半期）

百万円

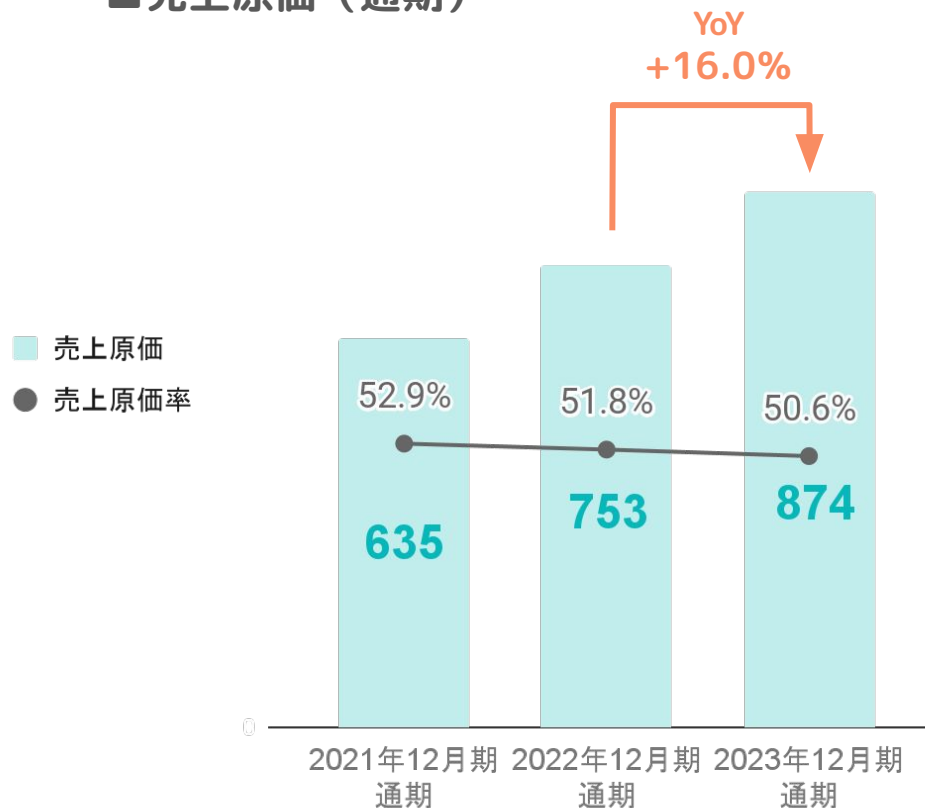


*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
 ストック売上比率は、（ストック売上1,155百万円÷売上高1,728百万円×100）で算出。

通期の売上原価は前年比16.0%増の874百万円、営業費用*1は前年比18.5%増の1,458百万円

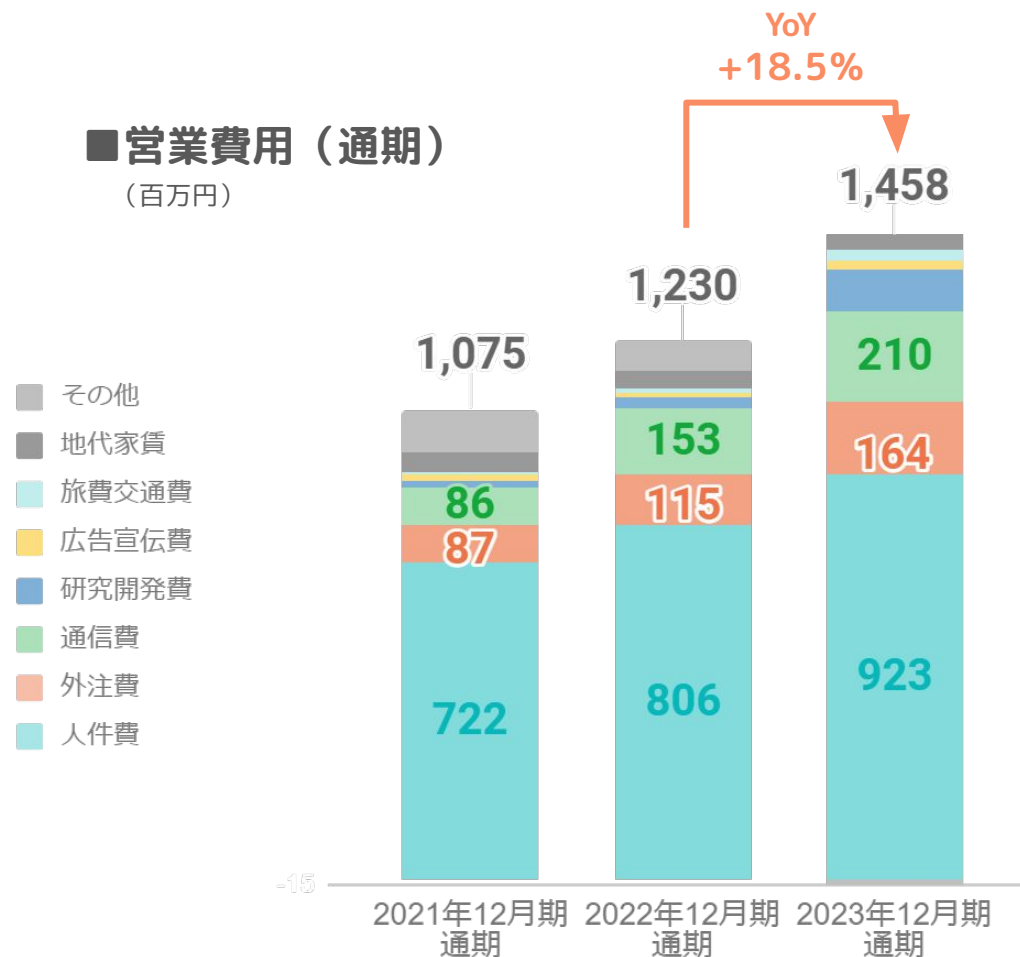
- 社員数が前年比12名増となり、人件費が前年比117百万円増（前年比14.5%増）。
- クラウド利益率の向上を目指して、通信費削減のためのAWS最適化を行ったこと等により、売上原価率は50.6%（前年比1.2%減）。

■売上原価（通期）



■営業費用（通期）

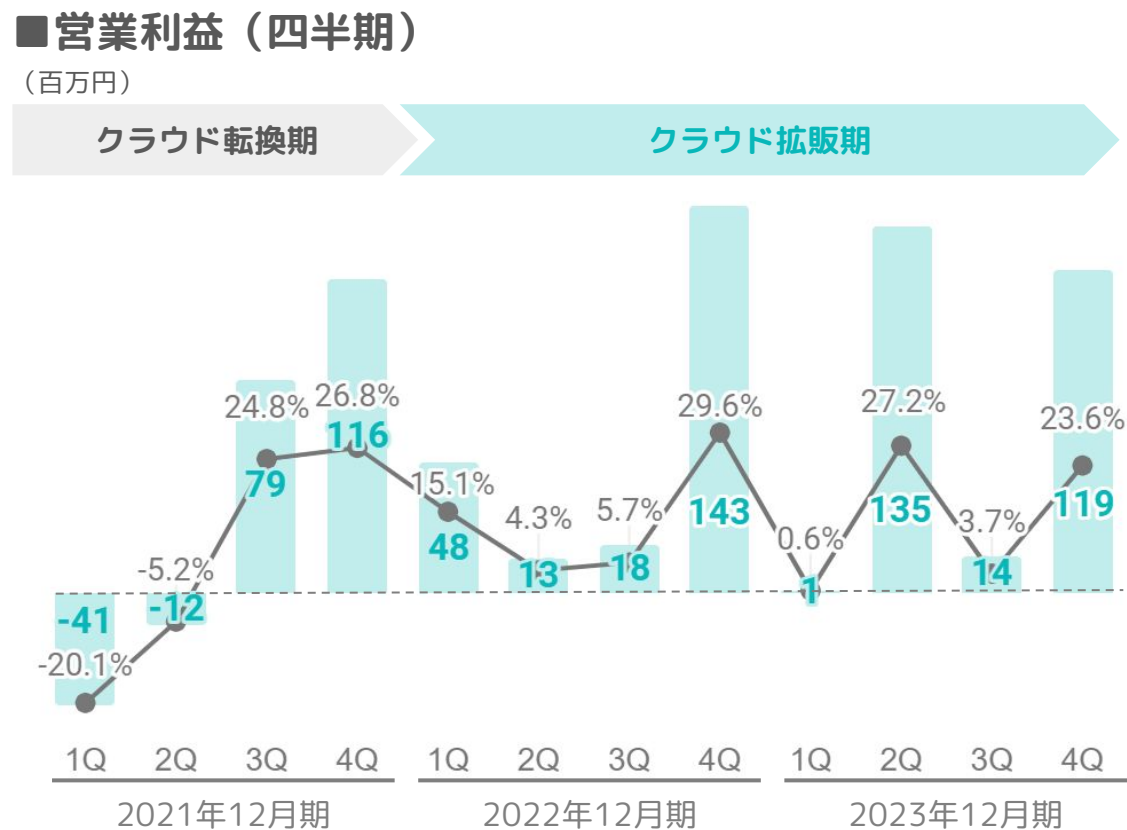
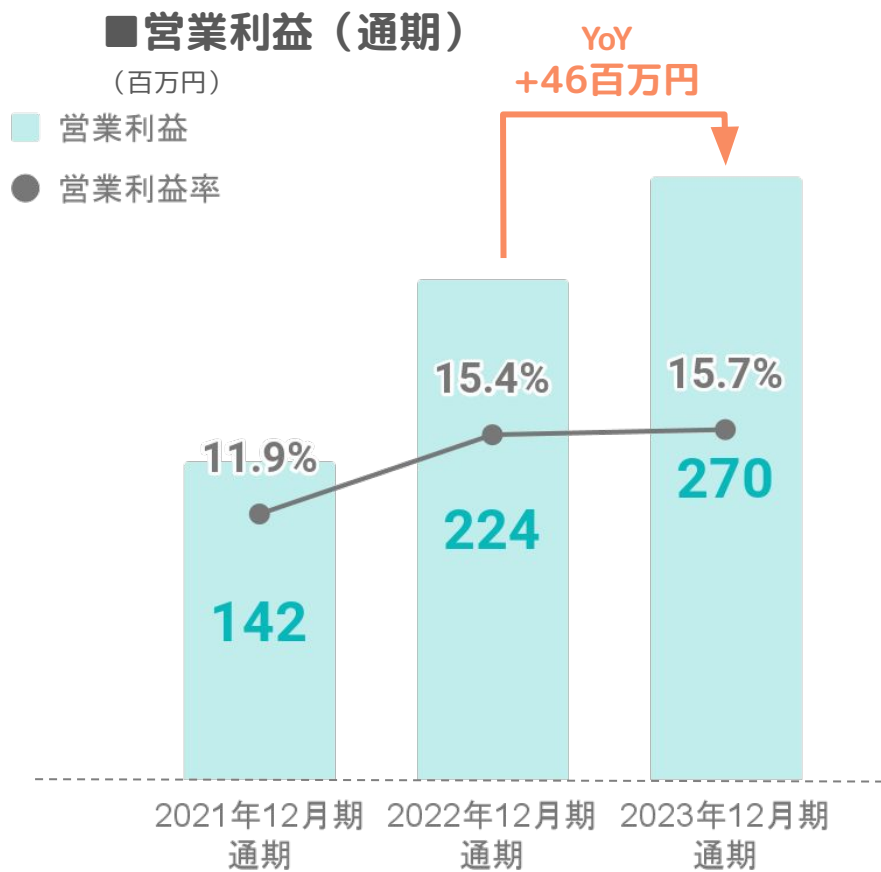
(百万円)



*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

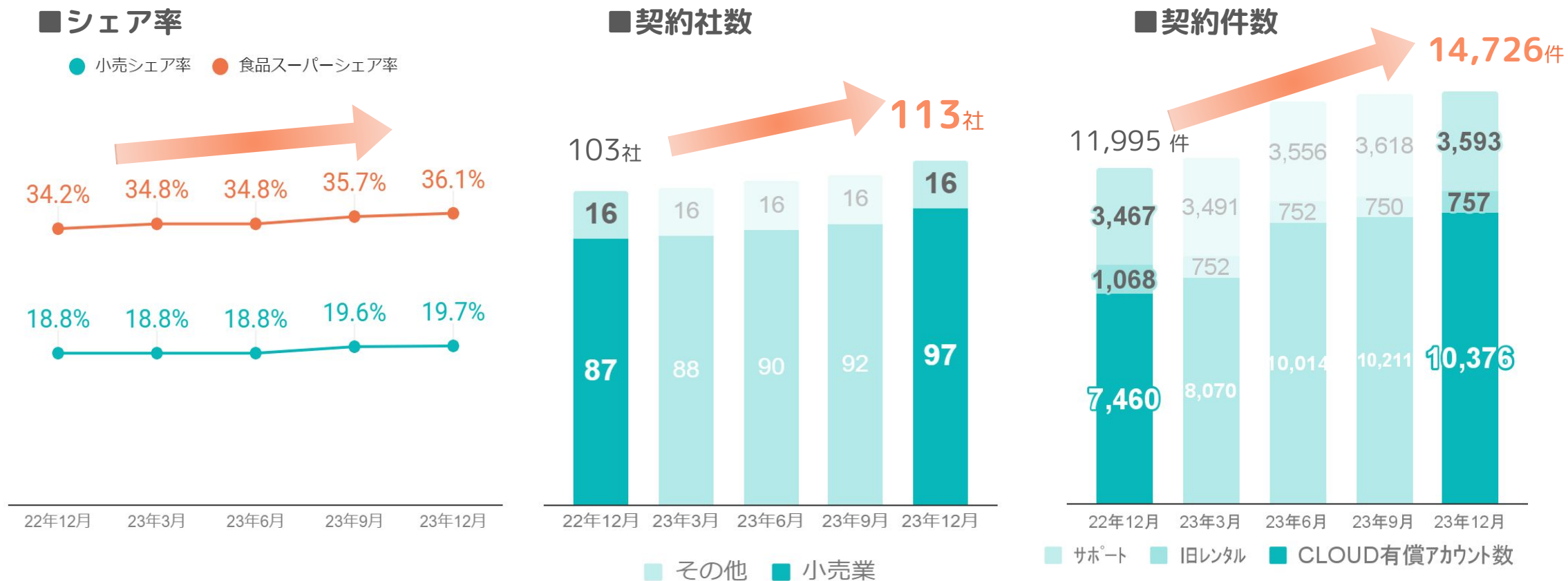
営業利益は前年比46百万円増の270百万円

- クラウドサービスの粗利率が向上した一方、クラウド事業推進や事業領域拡大に向けた人件費・通信費・研究開発費が増加。営業利益率は15.7%（0.3pt増）。
- ストック売上比率が66.8%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。



食品スーパーシェア率は前年比1.9pt増の36.1%、契約件数が前年比2,731アカウント増の14,726

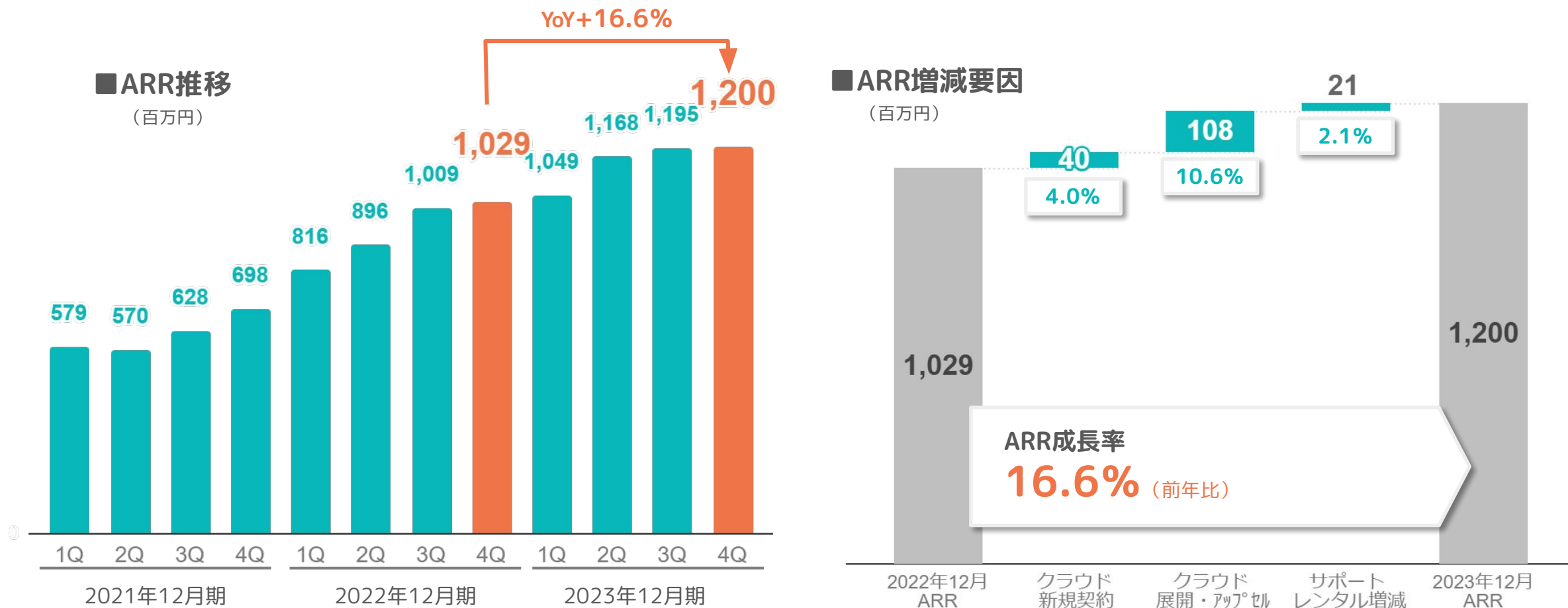
- ・ 大型食品スーパーとの新規契約の一方で、クラウドサービスにより導入可能となった小規模～中規模企業の新規契約も増加。契約社数は前年比10社増の113社。
- ・ クラウドの店舗展開、サービス追加により、sinopsシリーズの契約件数*1が前年比2,731件増の14,726件。



*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2023年目標12億円を達成

- 2023年はクラウドのアップセル・クロスセルを進め、ARRが1,200百万円（前年比16.6%）。

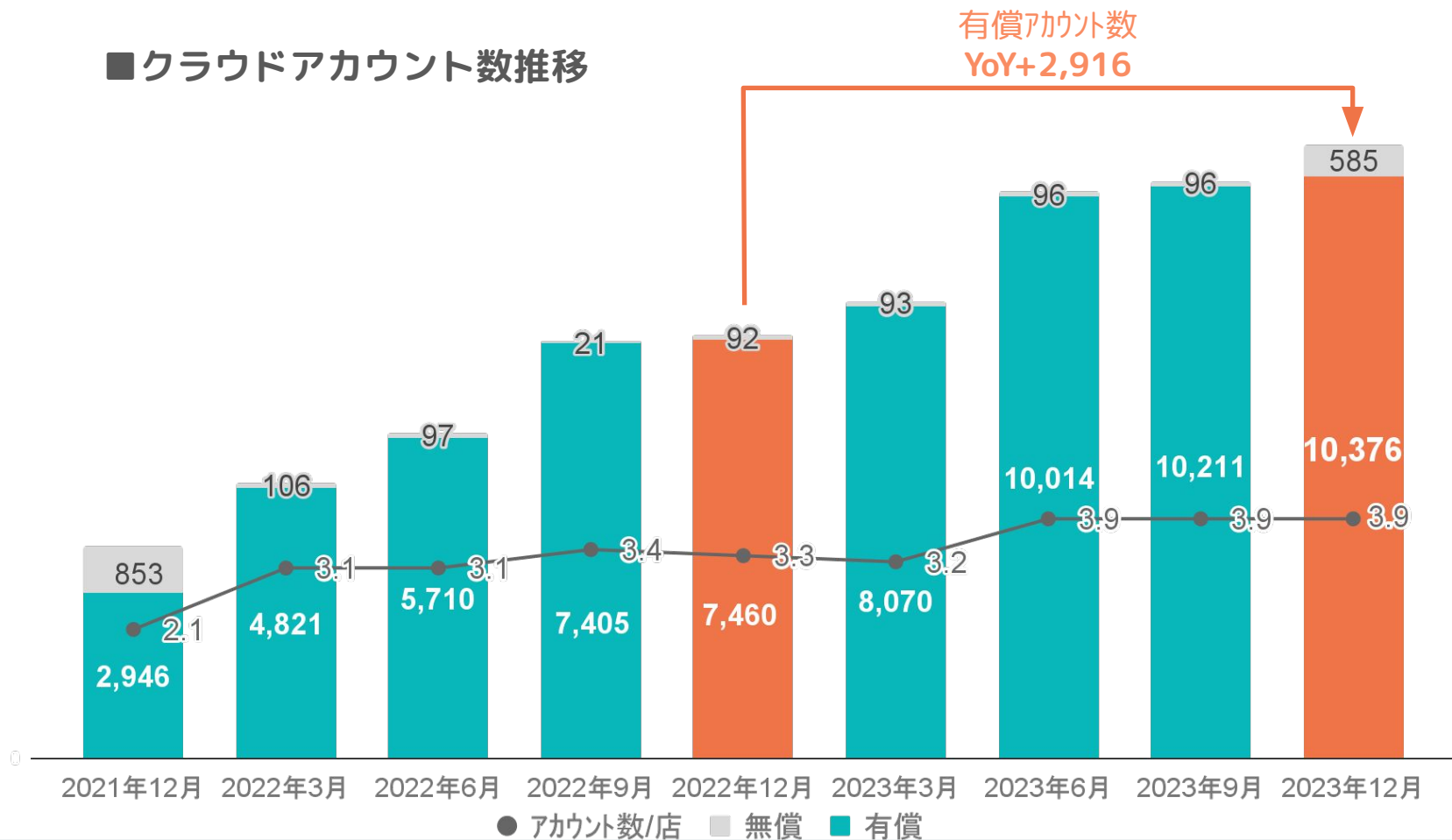


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2023年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

大型スーパーのクロスセルにより、クラウド有償アカウント数は前年比2,916増の10,376まで増加

- 2Qの大型スーパーのクロスセルが主要因となり、有償アカウント数は10,376 (YoY + 2,916)。
- クロスセル、アップセル向上施策を継続して実施しており、店舗数は440店舗増、1店舗あたりアカウント数も3.9まで増加。

■クラウドアカウント数推移

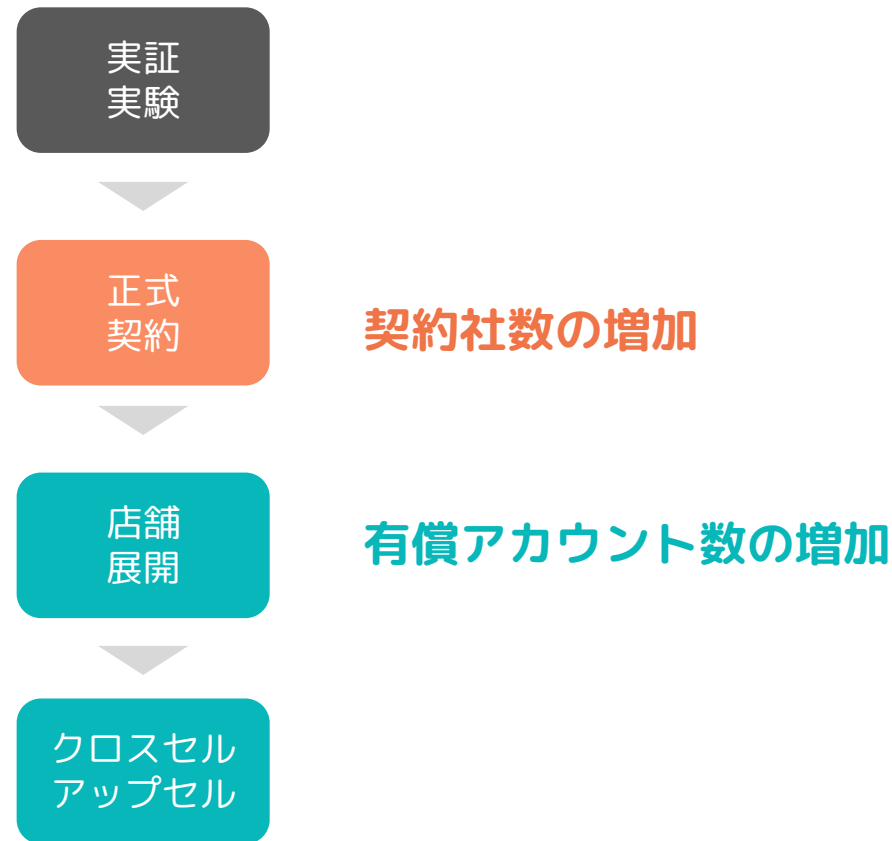
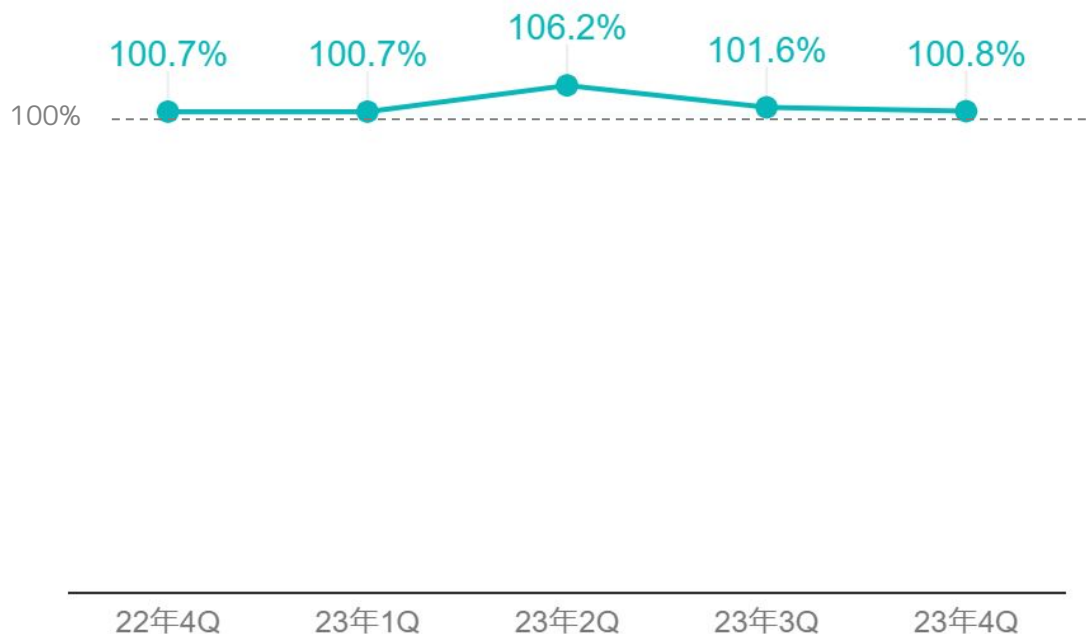


| | |
|---------------|--------------------------------------|
| 有償 アカウント数 | 10,376 (YoY + 2,916) |
| 有償 店舗数 | 2,674 店舗 (YoY + 430店舗) |
| アカウント数 /店舗 | 3.9 アカウント (YoY + 0.6アカウント) |
| 有償 契約社数 | 48 社 (YoY + 8社) |

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。
- 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

中期経営方針実現に向けた、2023年12月期の取り組み実績

- ・ 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DeCMの構築、3. 他業態向けDeCMの構築を実施。

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
「物流2024年問題」対応（店舗納品平準化＋店舗品出し作業省人化等）

2.食品向けDeCM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

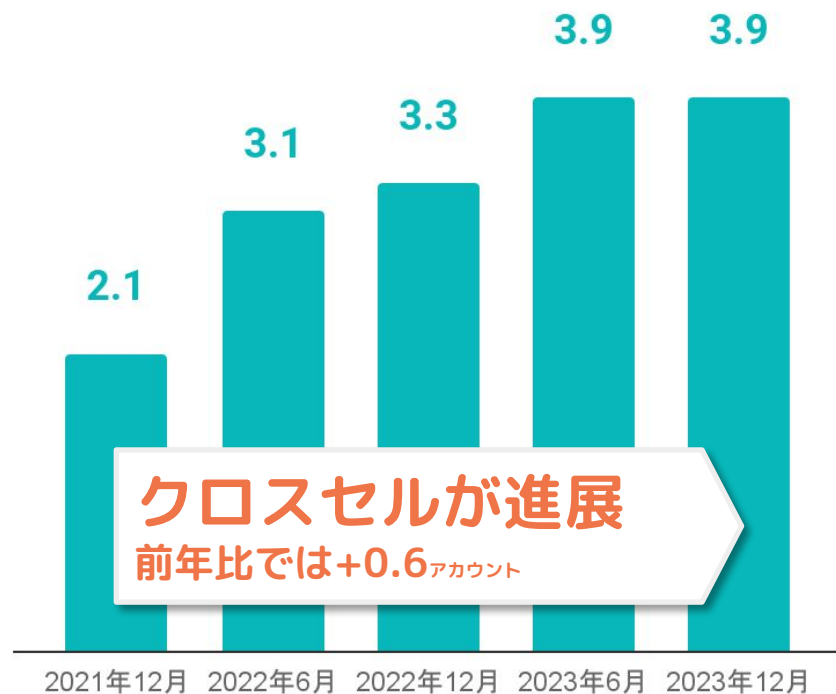
3.他業態向けDeCMの構築

食品向けDXサービス・食品DeCMの経験を活かし
他業態へと拡大

クロスセルが進展し、1店舗あたり平均アカウント数が3.9アカウントへ拡大

- ARR向上に向けて、クロスセル、アップセル向上施策を実施。
- 店舗数が前年比430店舗増の2,674店舗に対して、1店舗あたり平均アカウント数も前年比0.6アカウント増の3.9アカウントまで増加。

■1店舗あたり平均アカウント数推移

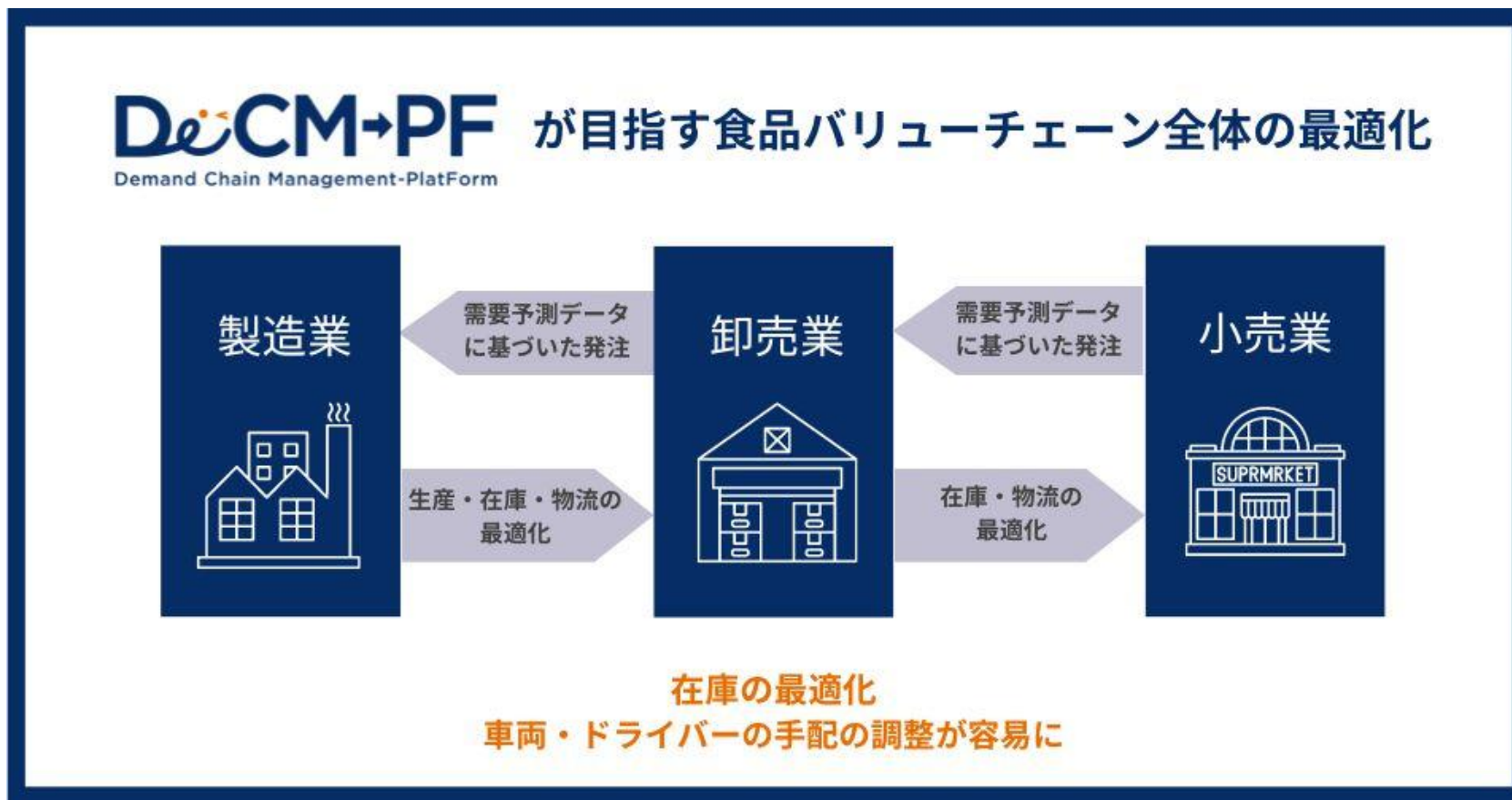


【ARR向上に向けた取り組み】

- サイバーリンクス社の棚割管理システム「店POWER」と連携
(2023年3月リリース)
- 包装資材向けの自動発注サービス「sinops-CLOUD 包材」をコパックス社と共同開発 (2023年5月リリース)
- 富士キメラ総研のレポートで、食品ロス削減ソリューション市場シェア1位を獲得 (2023年8月リリース)
- 食品スーパーの人手不足に貢献する人時改善サービス開発に着手。需要が見込まれるため、中長期の事業として検討開始

食品バリューチェーンの最適化プラットフォーム「DeCM-PF」サービス提供開始

- 2023年12月8日に「DeCM-PF（ディーシーエムプラットフォーム）」サービスを提供開始。伊藤忠商事社と合同で製配販の食品三層へ向けたサービス説明会を開催し、食品スーパー3社（ハローズ社、ウオロク社、バロー社）と経済産業省にご登壇いただき、実証実験結果をご説明いただいた。
- 「DeCM-PF」は食品バリューチェーン全体の最適化に向けて今後も複数のサービス展開を検討しているが、機能の1つである「特売リードタイム（以下、「特売LT^{*1}」）長期化サービス」のサービス提供を開始。実証実験を既に実施している複数の小売業への2024年中の正式展開を目指す。

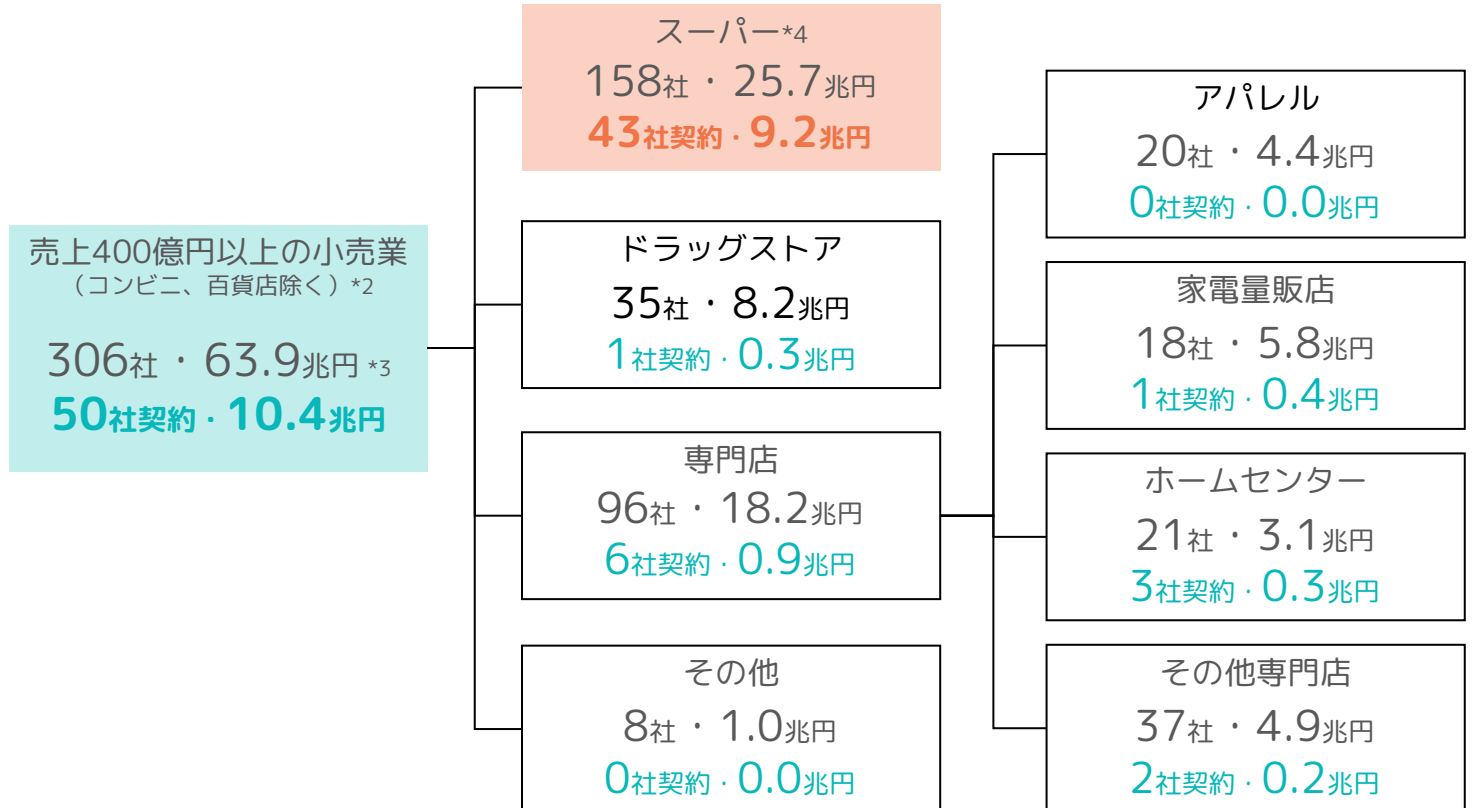
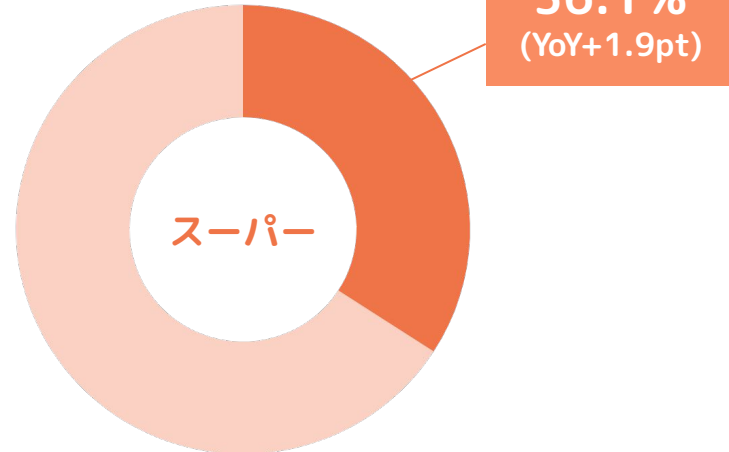
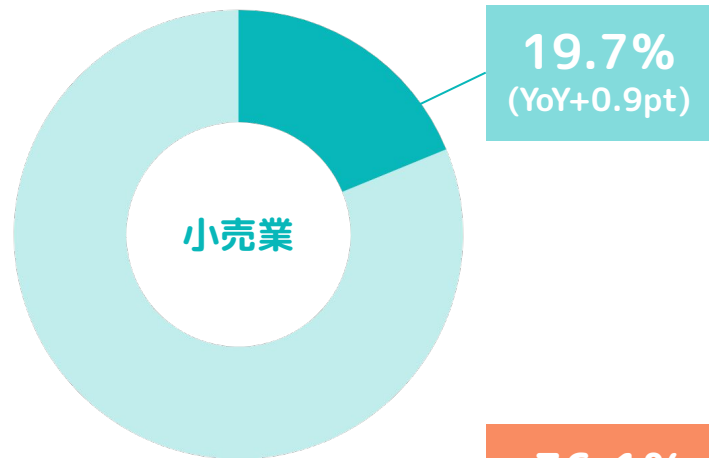


*1. 特売品における納品リードタイム。sinopsで特売品の需要予測を行い、従来は数日前に確定していた卸売業への特売品の発注を前倒しする。納品LTを長期化することで、卸売業の特売期間中の追加発注の対応に向けた需要予測や在庫調整業務の負荷軽減や、物流センターの過剰在庫や欠品リスクの抑制が期待できます。

食品スーパーへの導入・新規開発に注力

- ・ 食品ロス削減ソリューション市場シェア1位を盤石なものとし、需要予測をコアとした諸サービスを着実に進めるため、食品スーパーに注力することを決定。
- ・ ドラッグストア、コンビニエンスストアに向けた製品改善は今後の展開を視野に継続する。

■ シェア率*1



*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. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2022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

今後の成長戦略

2025年目標

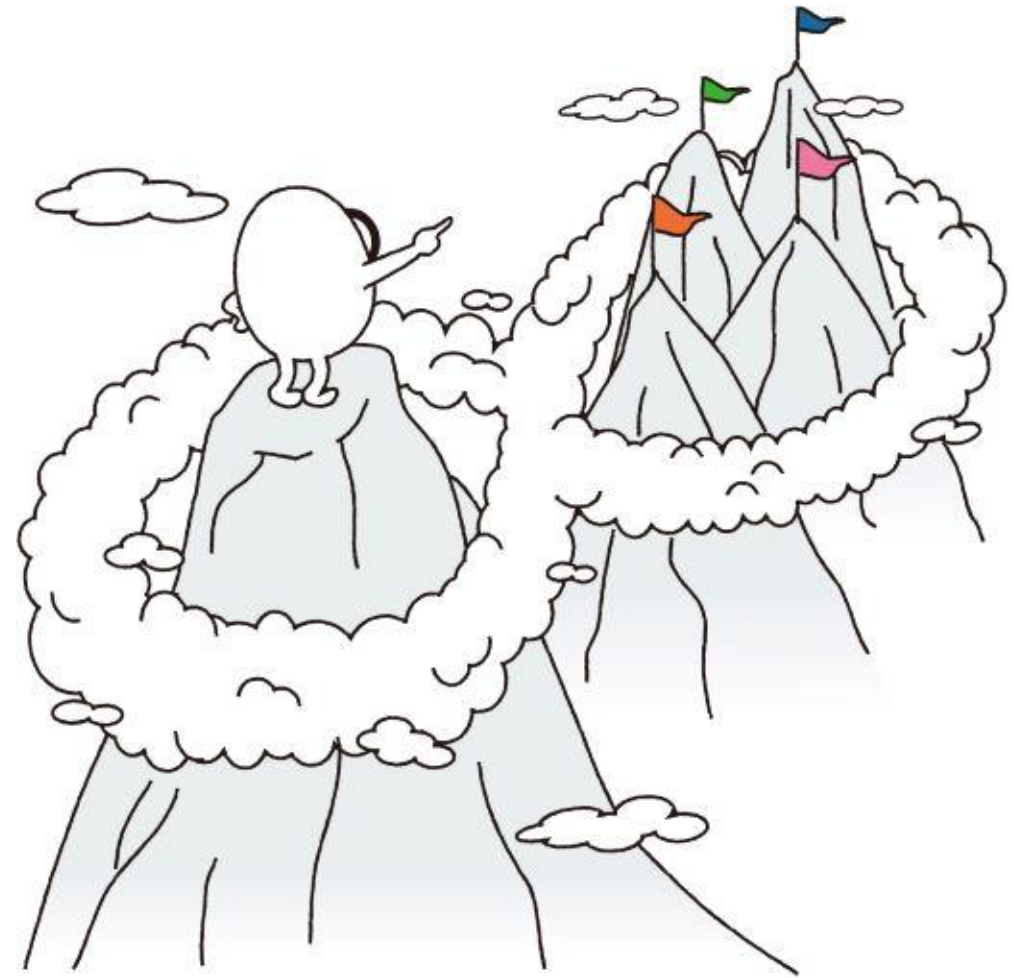
①小売向け需要予測型自動発注から、
**サプライチェーン全体での
 需要予測データ活用**へ

②食品スーパーシェア率

45 % +10.8pt、34.2%(2022)

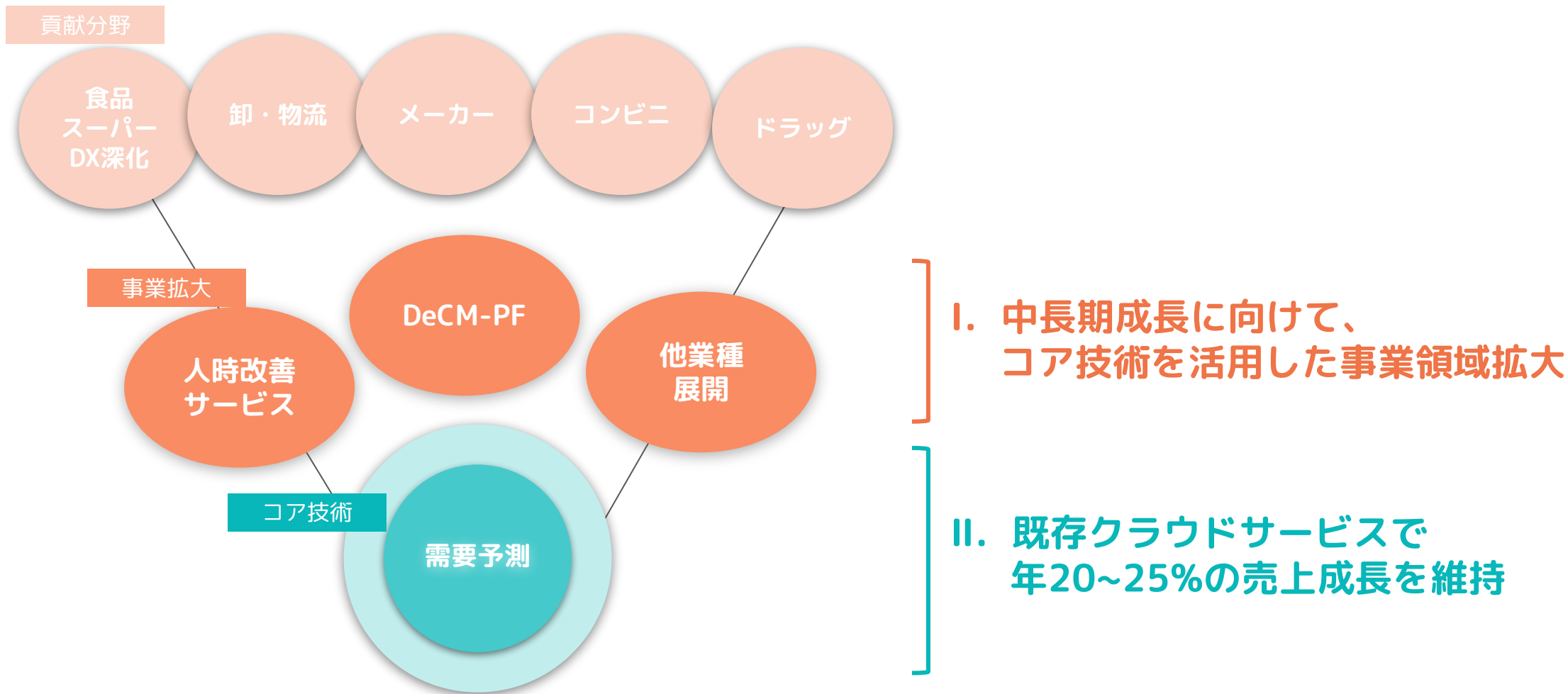
③ARR

20 億円 +94.2%、10.2億円(2022)



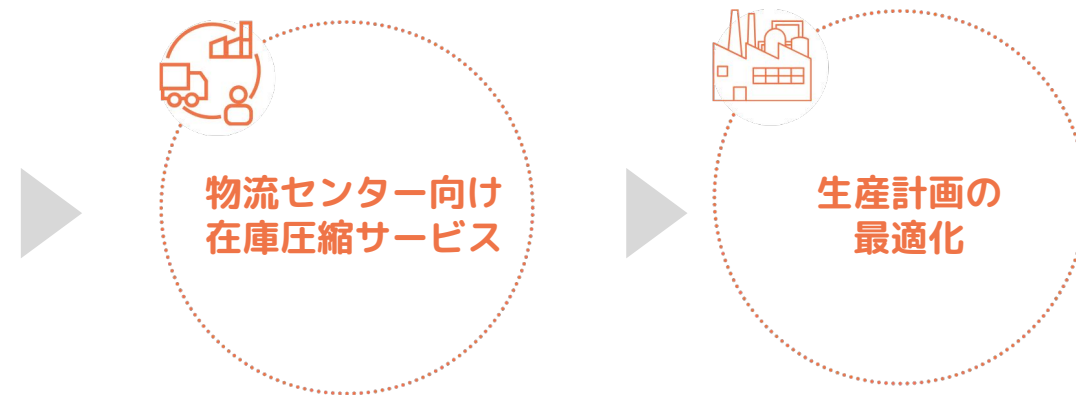
需要予測をコア技術として、サプライチェーン全体での需要予測データ活用を目指す

- 中期経営方針として、引き続きサプライチェーン全体での需要予測データ活用を目指す。
- 既存クラウドサービスで、年20~25%増の売上成長目標。一方で、中長期的な成長を維持するため、新市場獲得のための事業領域拡大も進める。



「DeCM-PF」の構築に向けて、複数のサービス展開を検討

- 食品バリューチェーンの最適化に向けて、小売業の需要予測データをコアとして、複数のサービス展開や商品カテゴリの拡大を検討。
- 実証実験を継続しており、ウオロク社とコープさっぽろ社での実証実験についてリリースを実施。



| | |
|----------------------------|-----------|
| 特売LT延長サービス | サービス開始 |
| 定番品LT ^{*1} 延長サービス | サービス展開検討中 |
| 対象商品カテゴリ ^{*2} の拡大 | サービス展開検討中 |

【実証実験】

- ウオロク社で、物流センターの在庫圧縮と特売品の物流センターへの納品リードタイムを長期化する実証実験（2023年8月リリース）
- 経済産業省の委託事業の再委託を受けて、コープさっぽろおよび北海道ロジサービス社で「sinops-CLOUD」を活用した販促商品等のリードタイムの延長や発注業務DXの実証実験（2024年1月リリース）

*1. 定番品における納品リードタイム。特売LT（特売リードタイム）の取り組みを特売品だけでなく定番品にも対象拡大することを検討しています。

*2. 現在は飲料や即席麺といった商品カテゴリで実証実験結果を公表しています。対象品目についても拡大を検討しています。

需要予測をコアに、食品スーパーの人時改善サービス展開を開始

- 食品スーパーでは恒常的な人手不足による人件費高騰への対応が引き続き課題となっている。
- 当社は食品スーパーの人時改善を行うサービスを2023年から研究開発。今後、需要予測・在庫管理情報を活用することで、さらなる人時改善サービスを提供できるよう中長期の事業として推進を開始。



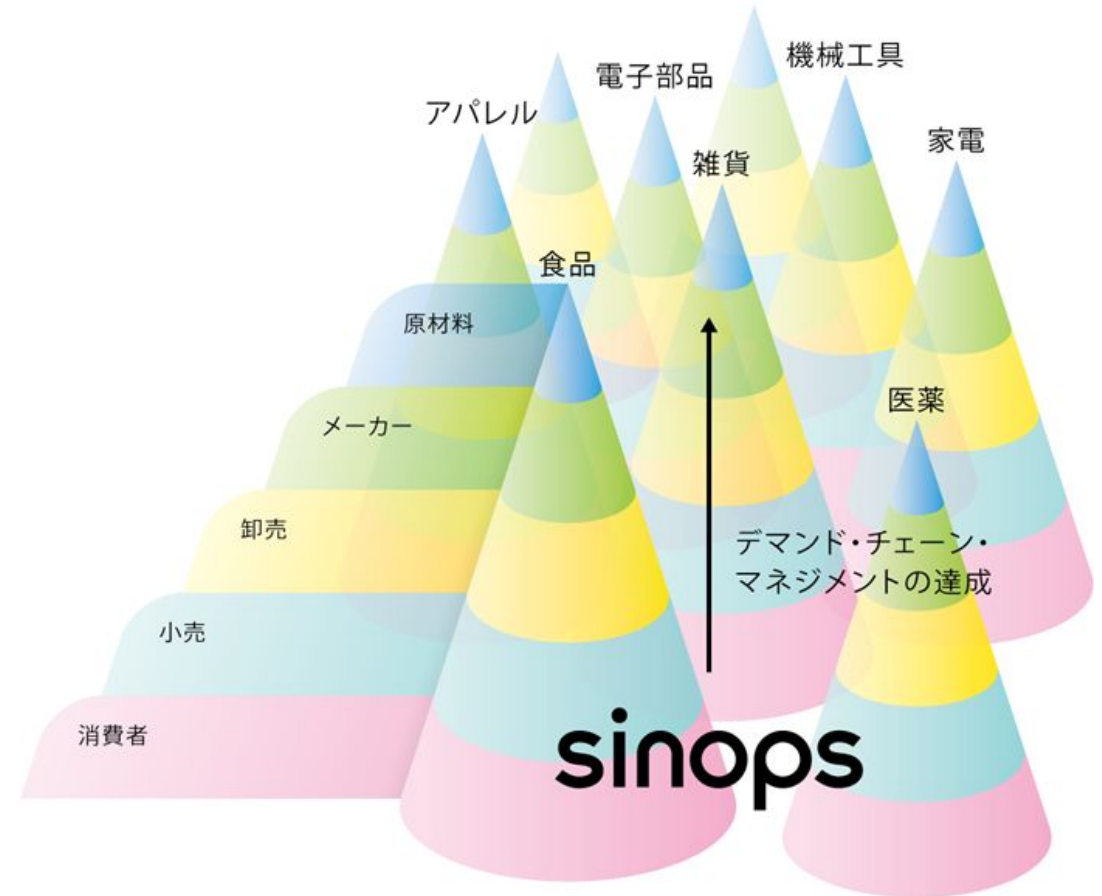
他業態向けDeCMの拡大へ

- まずは食品向けDXサービス・食品DeCMを構築し、食品ロス削減ソリューション市場シェア1位を盤石にすることに注力。
- 食品DeCMの構築後、長期的には食品スーパー以外の他業態へとDeCMを拡大。

他業態へのDeCMサービス拡大へ

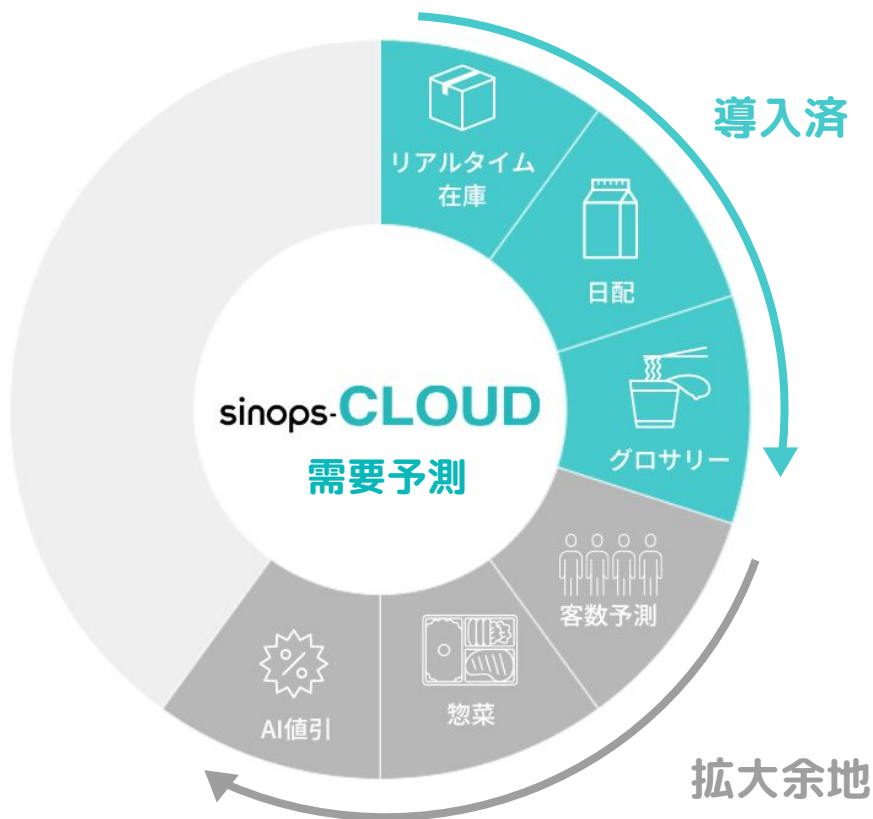


食品向けDeCMを構築

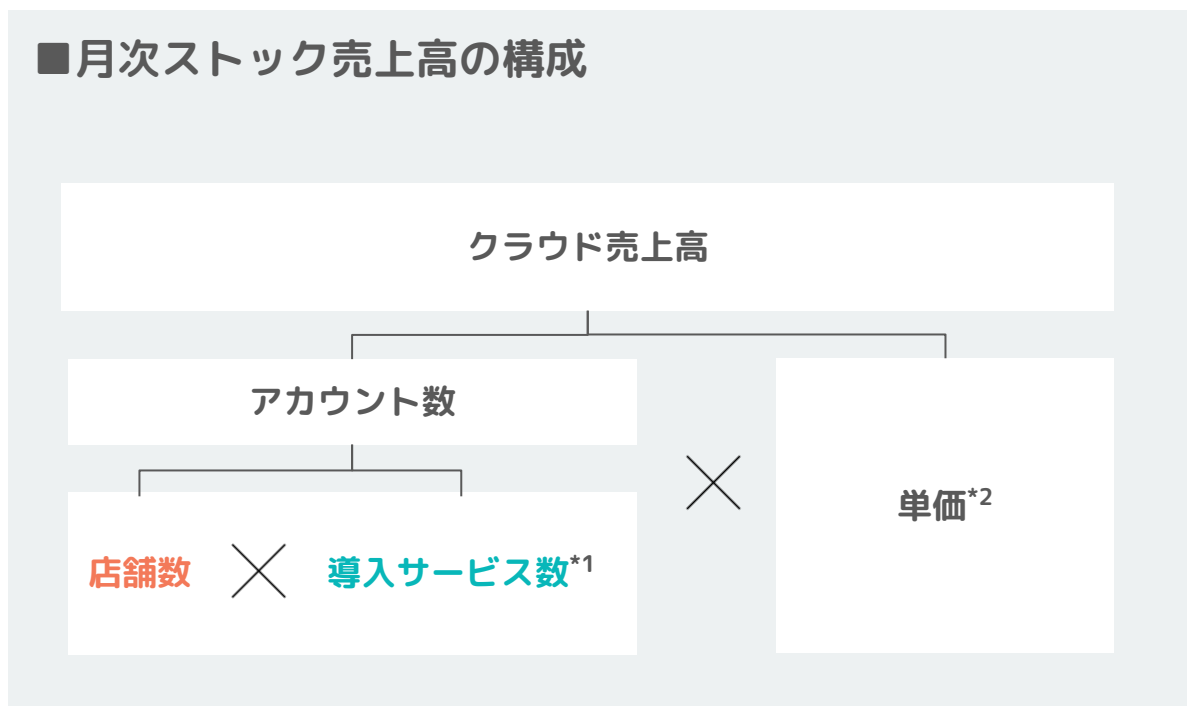


ARR向上に向けて、店舗あたりのサービス数を拡大

- 平均3.9サービス/店舗だが、多いユーザーでは8サービス/店舗が導入中であり、クロスセルに大幅な拡大余地。
- 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推進。新規ユーザーへの営業提案と店舗展開によるアップセルについても、取組を継続する。



■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）

シェア1位を盤石にするための施策

- ・ 富士キメラ総研「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」（2023年8月8日発行）の「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市場」においてシェア1位（2022年度実績）を獲得。
- ・ シェア1位を盤石なものとし、既存クラウドサービスを年20~25%成長させるために、顧客満足度向上、経営基盤の強化を改めて推進。



2024年12月期 通期業績見通し

2024年12月期通期業績予想は、売上高2,120百万円・営業利益340百万円

- パッケージ販売からクラウドサービス提供へ収益構造の転換を進め、売上高は前年比22.6%増の2,120百万円、ストック売上比率は70%を計画。
- 事業領域拡大に向けた施策や、経営基盤強化などの成長投資を続ける一方で、クラウドサービスの粗利改善や研究開発していたサービスのローンチ等により利益率が向上し、営業利益は前年比25.6%増の340百万円を計画。

| (百万円) | 2024年12月期 | 2023年12月期 | | |
|--------------|--------------------------|-------------------|------|--------|
| | 業績予想 | 通期実績 | 増減額 | 増減率% |
| 売上高 | 2,120 | 1,728 | 391 | 22.6% |
| パッケージ | 61 | 230 | △168 | △73.3% |
| 導入支援 | 566 | 343 | 223 | 65.1% |
| サポート | 375 | 336 | 39 | 11.8% |
| クラウド | 1,116 | 819 | 296 | 36.2% |
| 営業利益 | 340 (利益率16.0%) | 270 (利益率15.7%) | 69 | 25.6% |
| 経常利益 | 340 (利益率16.0%) | 269 (利益率15.6%) | 70 | 26.1% |
| 当期純利益 | 238 (利益率11.2%) | 206 (利益率11.9%) | 31 | 15.4% |

ストック売上高比率70%超、ARR1,770百万円を計画

- 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1,492百万円*1 (YoY+29.1%) を計画。
- 2024年12月のARRは1,770百万円を計画。

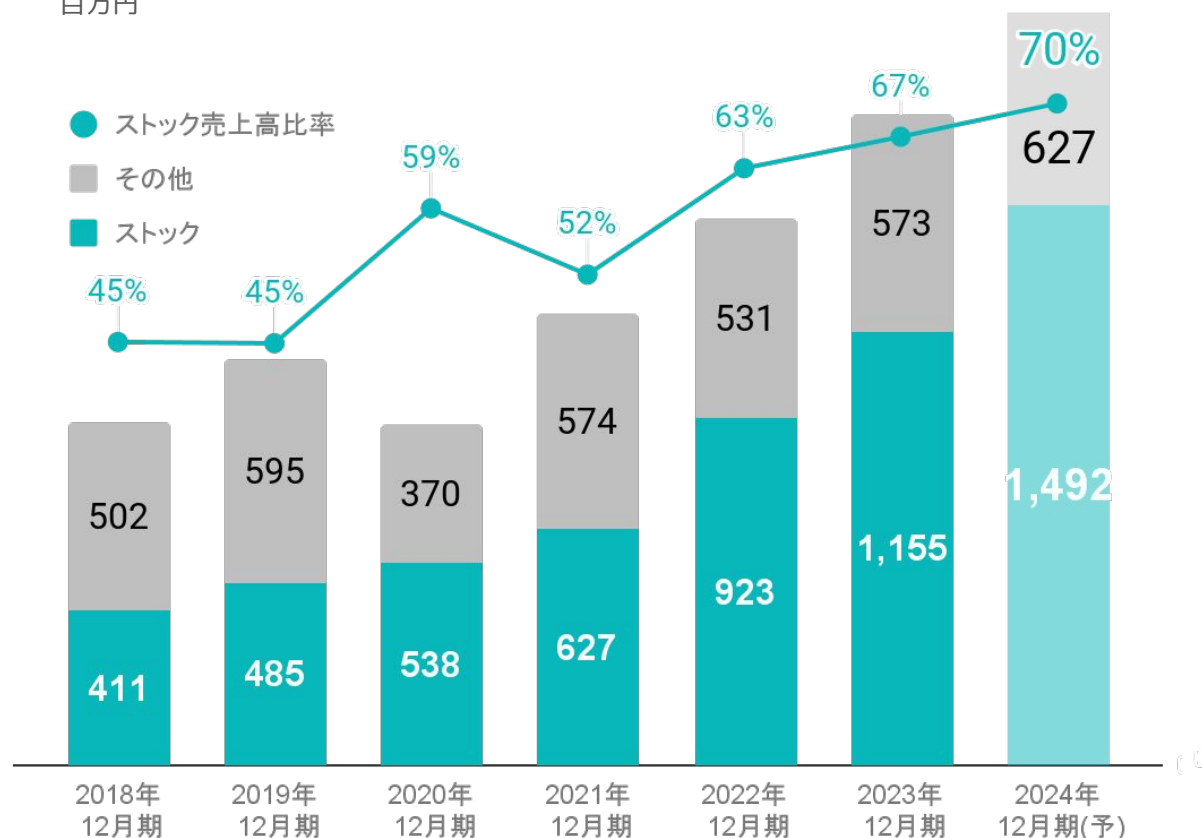
■ストック売上高 (通期)

百万円

● ストック売上高比率

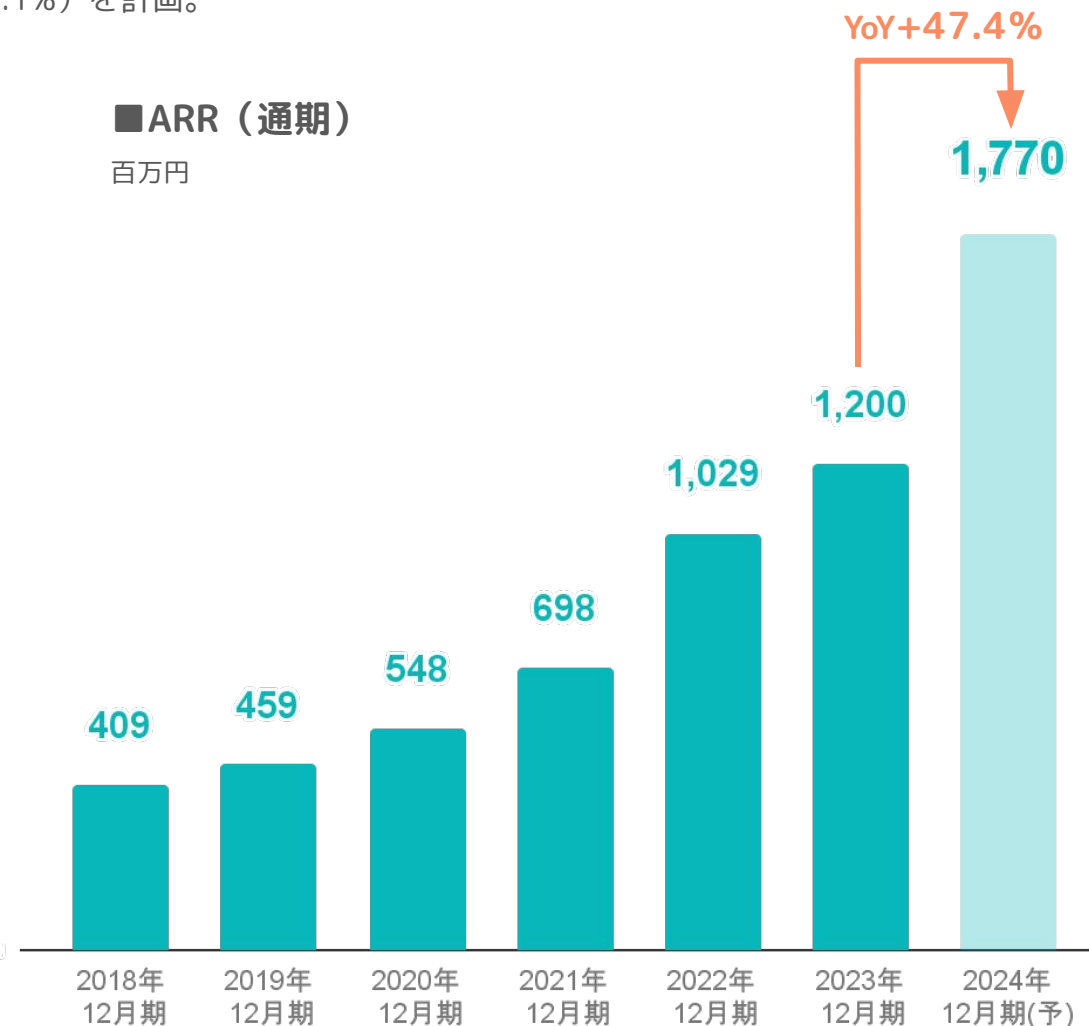
■ その他

■ ストック



■ARR (通期)

百万円



*1. ストック売上高1,492百万円には、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。

株主還元

株主の皆様への利益還元として、初配を実施

- ・ ストック型売上の堅調な推移、財務体質の強化が進捗したことなどから、剰余金の配当（初配）を実施。
- ・ 事業拡大のための投資を行いながら、2023年12月期期末以降、配当の継続実施を目指す。

株主還元の基本方針

成長投資は推進しつつ、継続的な配当を行う。
配当性向は**毎期40%**を目安。

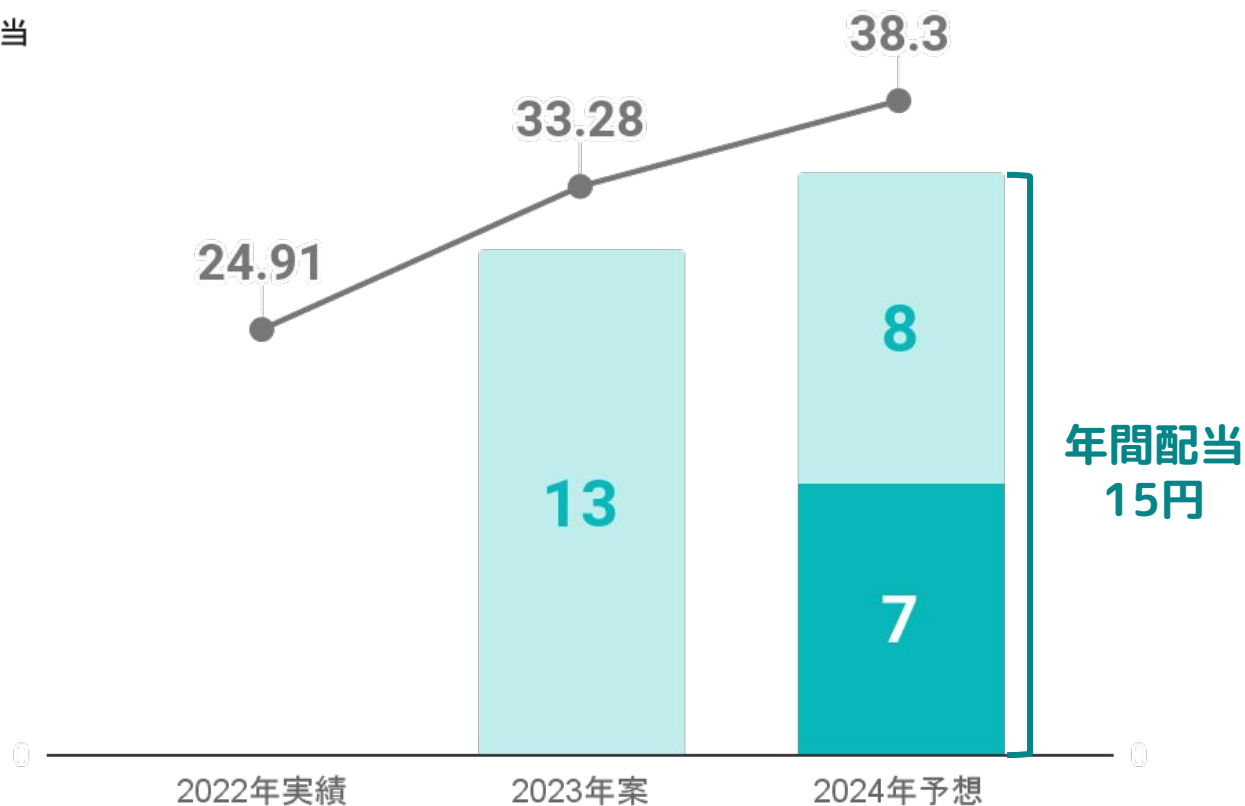
事業の成長を踏まえ、利益還元を開始可能と判断

- ・ ストック型売上が伸長
（2023年12月期のストック型売上が年間売上高の約70%）
- ・ 財務体質の強化が進捗

2023年12月期末の1株あたり配当予想金額を「13円00銭」へ修正

- 配当性向は每期40%前後を目安とし、2023年12月期末の1株あたり配当金は、現公表から3円増額の「13円00銭」を予定。
- 2024年12月期末の1株あたり配当金については、「15円00銭」を予定。

- 1株あたり純利益
- 期末配当
- 中間配当



配当性向40%前後を維持し、
1株あたり純利益を高めることで、
継続的に増配することを目指す

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 |
|---------------|--------------|--------------|--------------|
| 流動資産合計 | 1,640 | 1,613 | 1,145 |
| 固定資産合計 | 349 | 392 | 1,057 |
| 無形固定資産 | 193 | 227 | 288 |
| 流動負債合計 | 517 | 458 | 430 |
| 固定負債合計 | 32 | 4 | 4 |
| 純資産合計 | 1,440 | 1,543 | 1,767 |

損益計算書

| (百万円) | 2021年12月期 | 2022年12月期 | 2023年12月期 | YoY |
|------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 売上高 | 1,201 | 1,455 | 1,728 | +18.8% |
| 売上原価 | 635 | 753 | 874 | +16.0% |
| 対売上高比率 | 52.9% | 51.8% | 50.6% | △1.2pt |
| 売上総利益 | 566 | 701 | 854 | +21.8% |
| 売上総利益率 | 47.1% | 48.2% | 49.4% | +1.2pt |
| 販売費及び一般管理費 | 423 | 477 | 584 | +22.4% |
| 対売上高比率 | 35.2% | 32.8% | 33.8% | +1.0pt |
| 営業利益 | 142 | 224 | 270 | +20.6% |
| 営業利益率 | 11.9% | 15.4% | 15.7% | +0.3pt |
| 経常利益 | 156 | 224 | 269 | +20.2% |
| 経常利益率 | 13.0% | 15.4% | 15.6% | +0.2pt |
| 当期純利益 | 101 | 153 | 206 | +34.3% |
| 当期純利益率 | 8.4% | 10.5% | 11.9% | +1.4pt |

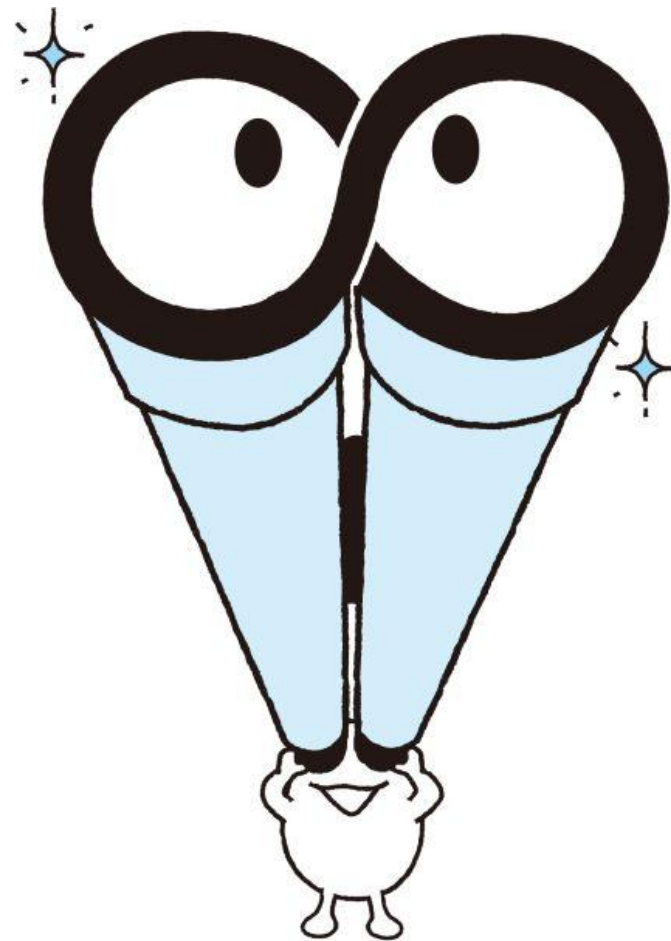
キャッシュフロー計算書

| (百万円) | 2021年12月期 | 2022年12月期 | 2023年12月期 |
|------------------|-----------|-----------|-----------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 464 | 193 | 305 |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △92 | △101 | △751 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | △24 | △217 | △24 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | 348 | △125 | △469 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,425 | 1,300 | 830 |

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。



DeCM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DeCM（ディマンド・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

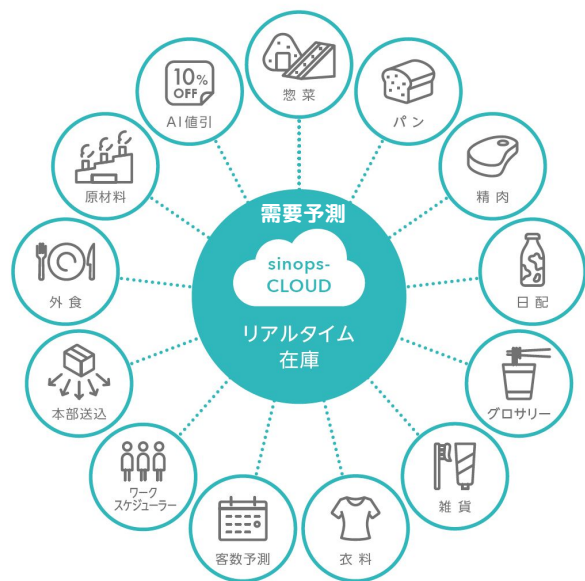
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



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・発注アプリ

sinops-Pad



| 品名 | 単価 | 数量 | 金額 | 単位 | 在庫 | 発注 | 備考 |
|------------------|------|----|-----|----|------|----|-----|
| 03 4002540000000 | ¥111 | 0 | ¥0 | 個 | 11.9 | 10 | ... |
| 03 4002540000000 | ¥36 | 0 | ¥0 | 個 | 14.1 | 10 | ... |
| 03 4002540000000 | ¥54 | 1 | ¥54 | 個 | 15.5 | 12 | ... |
| 03 4002540000000 | ¥49 | 1 | ¥49 | 個 | 26.3 | 10 | ... |
| 03 4002540000000 | ¥168 | 0 | ¥0 | 個 | 4.7 | 3 | ... |

その他プロダクト

sinops R6

sinops Dcont

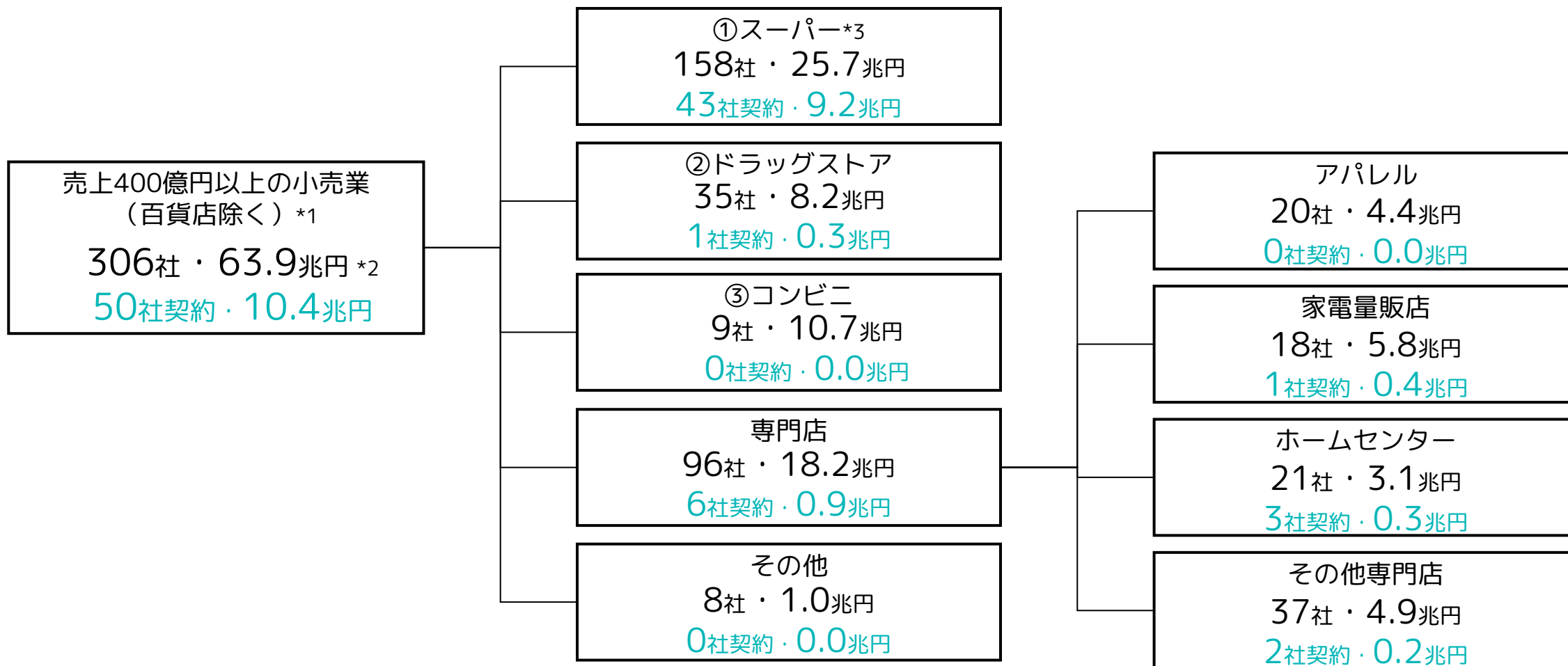
sinops W

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

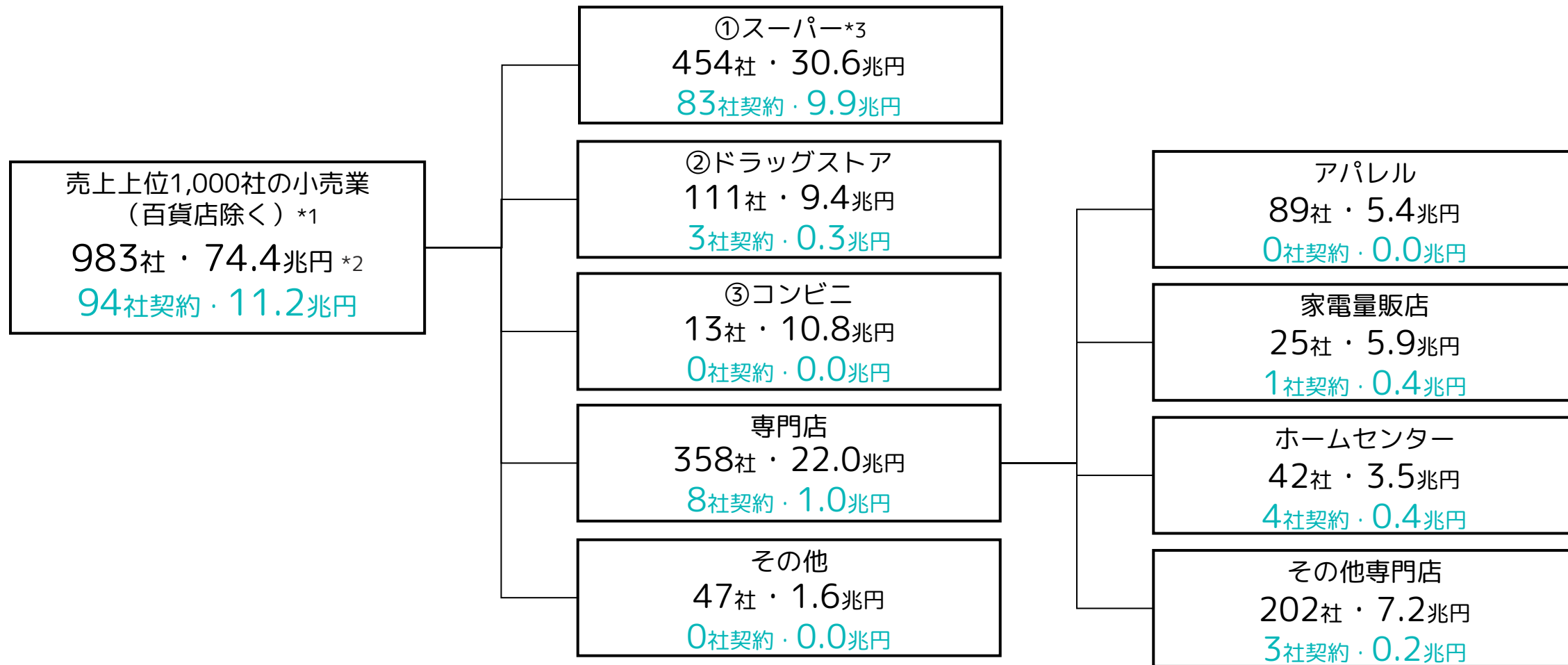


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」

*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

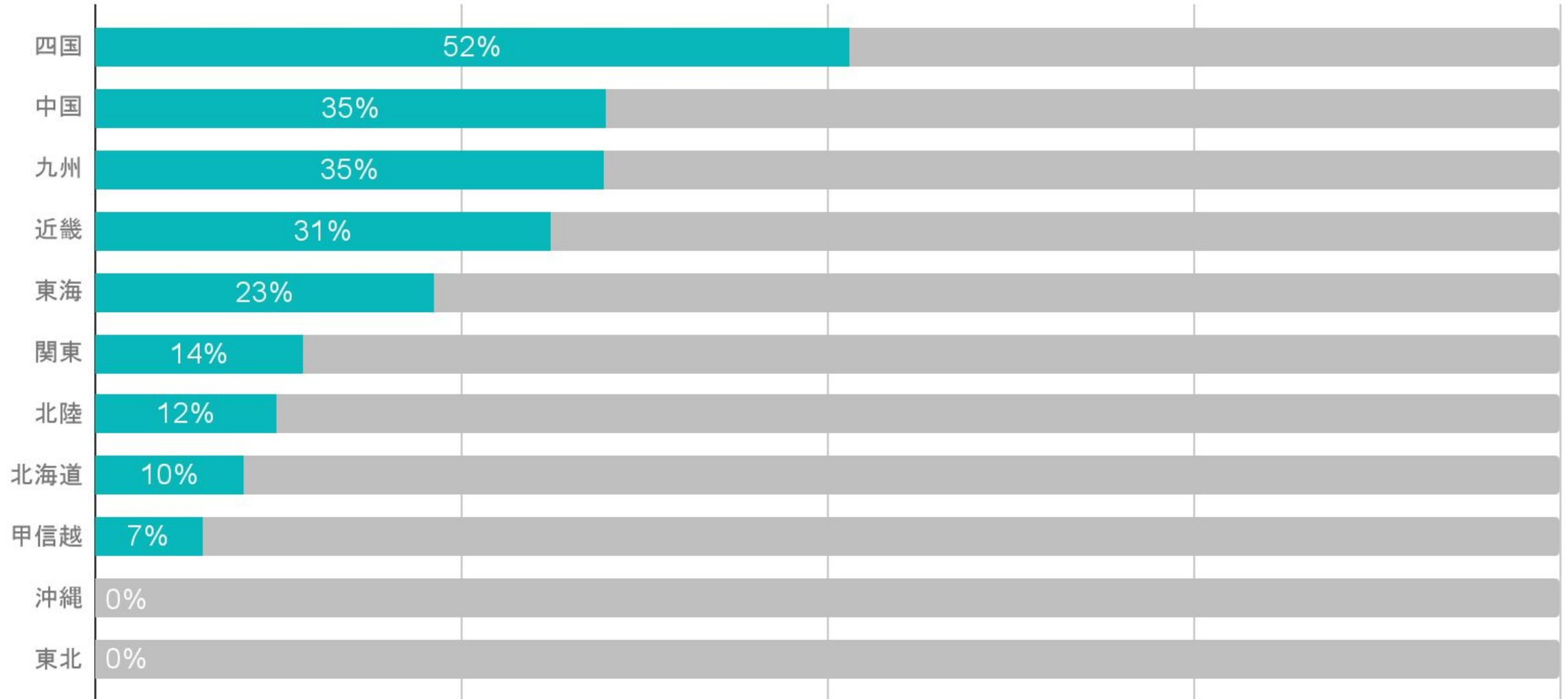


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」。前述の113社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

*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



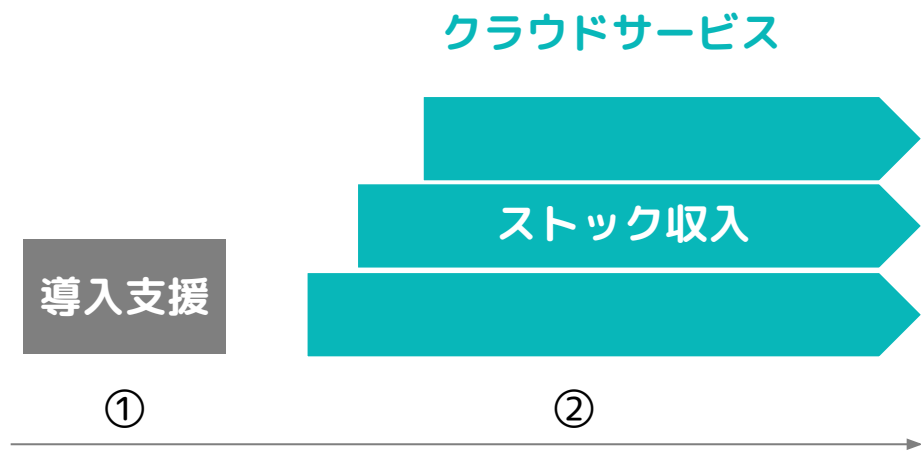
*1. コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

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。
- ・ 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。

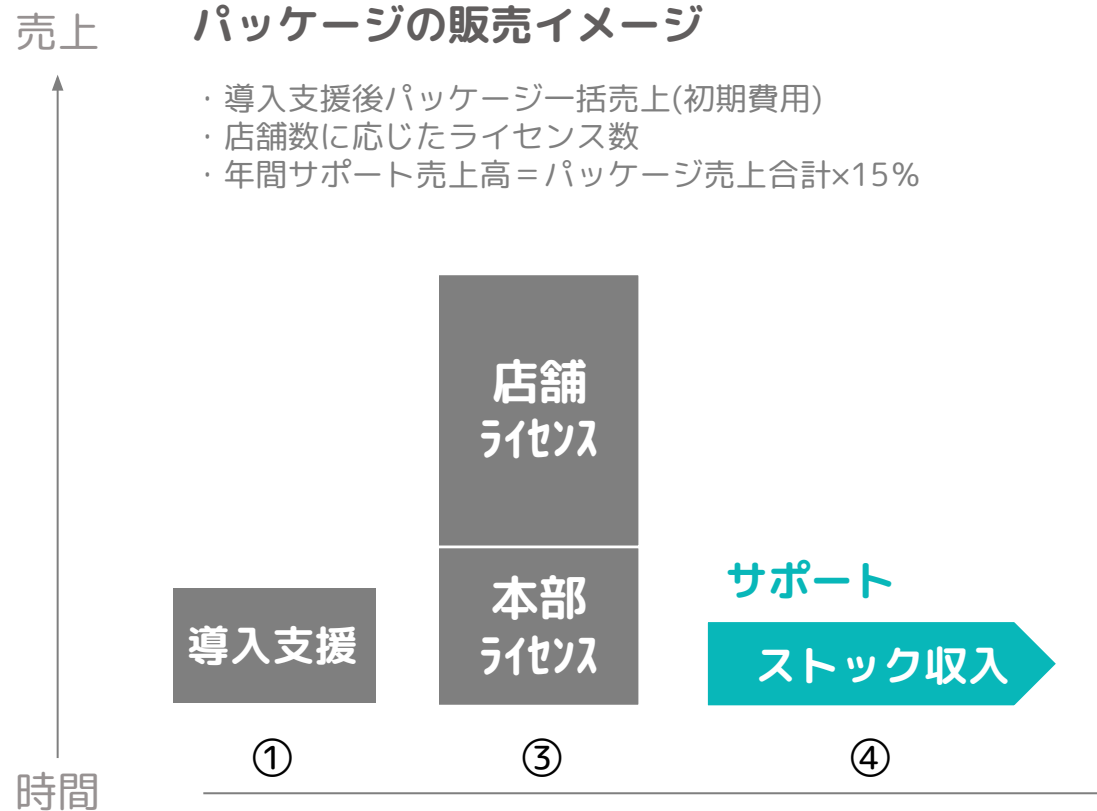
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



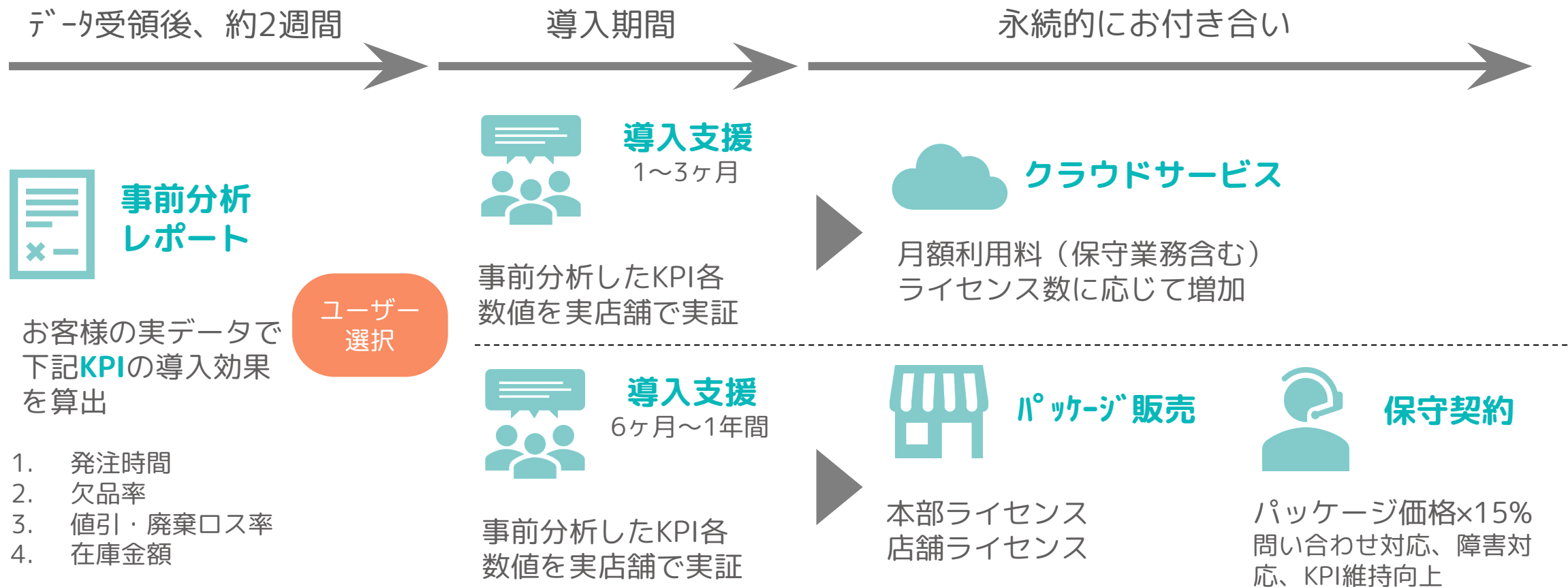
パッケージの販売イメージ

- ・ 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。
- 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増加。



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



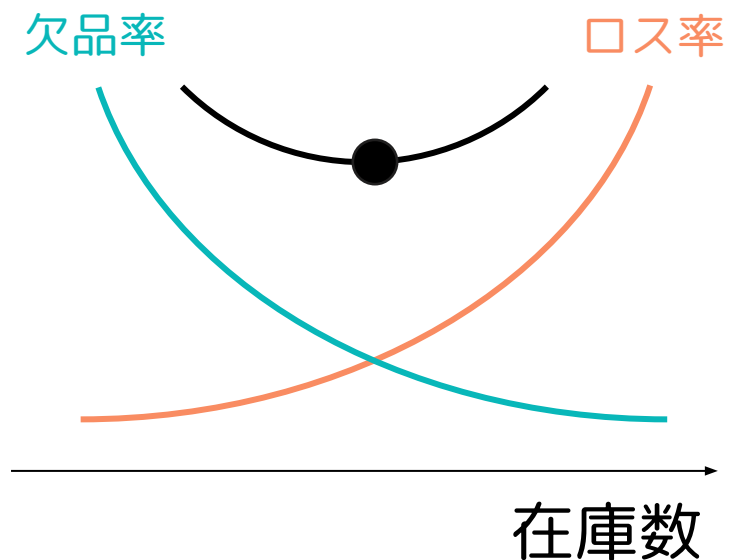
賞味期限が短い
= 食品ロスが出やすい
カテゴリの需要予測ができる。



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

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。
- 値引・廃棄ロス率の削減効果が向上。



【導入事例（4つのKPI）】

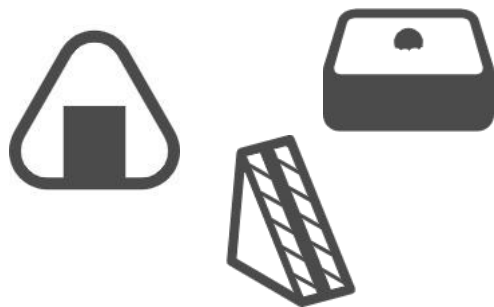
| | |
|-----------|---|
| ①発注時間 | 88.0% 削減 |
| ②欠品率 | 34.7% 削減 |
| ③値引・廃棄ロス率 | 19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗削減</small> |
| ④在庫金額 | 15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small> |

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。
- ・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。

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**

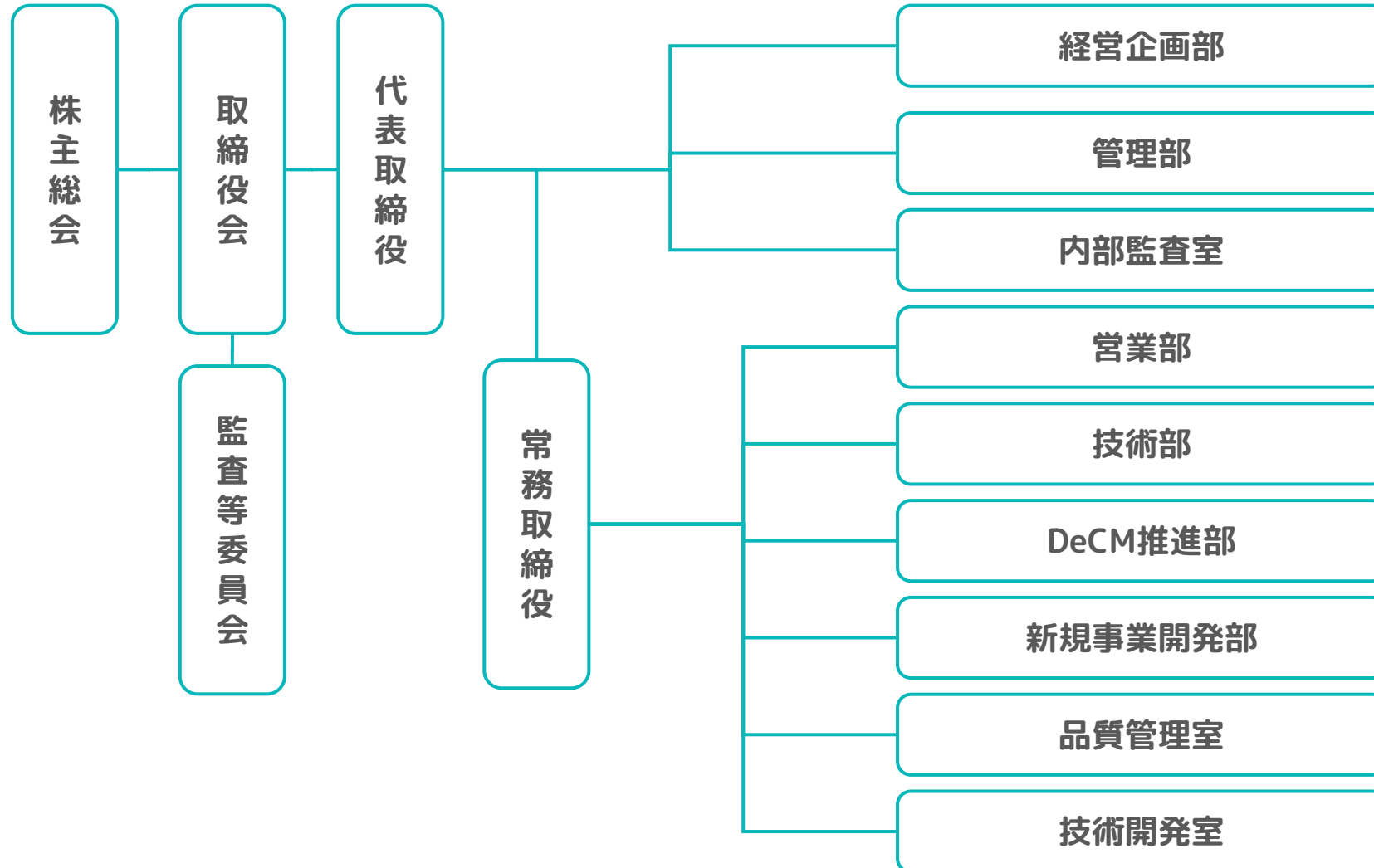
※複数社導入事例の平均

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 | 106人（2023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/ |

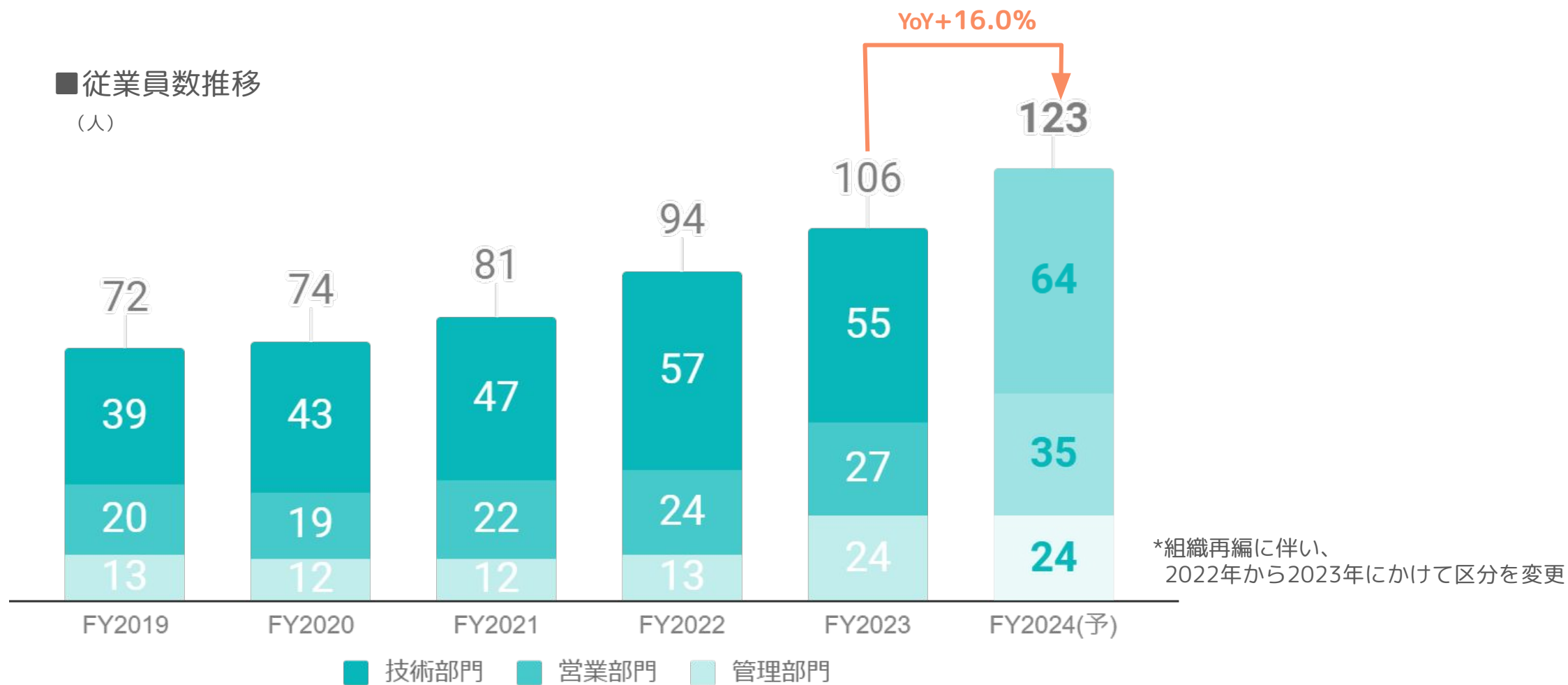


組織体制



従業員数推移

- 事業拡大にともない、利益を確保する一方で従業員数を123名（YoY+16.0%）へ増加させる。



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 |
| 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) |
| 2023年12月 | 伊藤忠商事と「DeCM-PF」サービス開始 |

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。