



2024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）
2024年5月14日

1. 2024年12月期 第1四半期決算ハイライト

2. ビジネスハイライト

3. 株主還元

Appendix

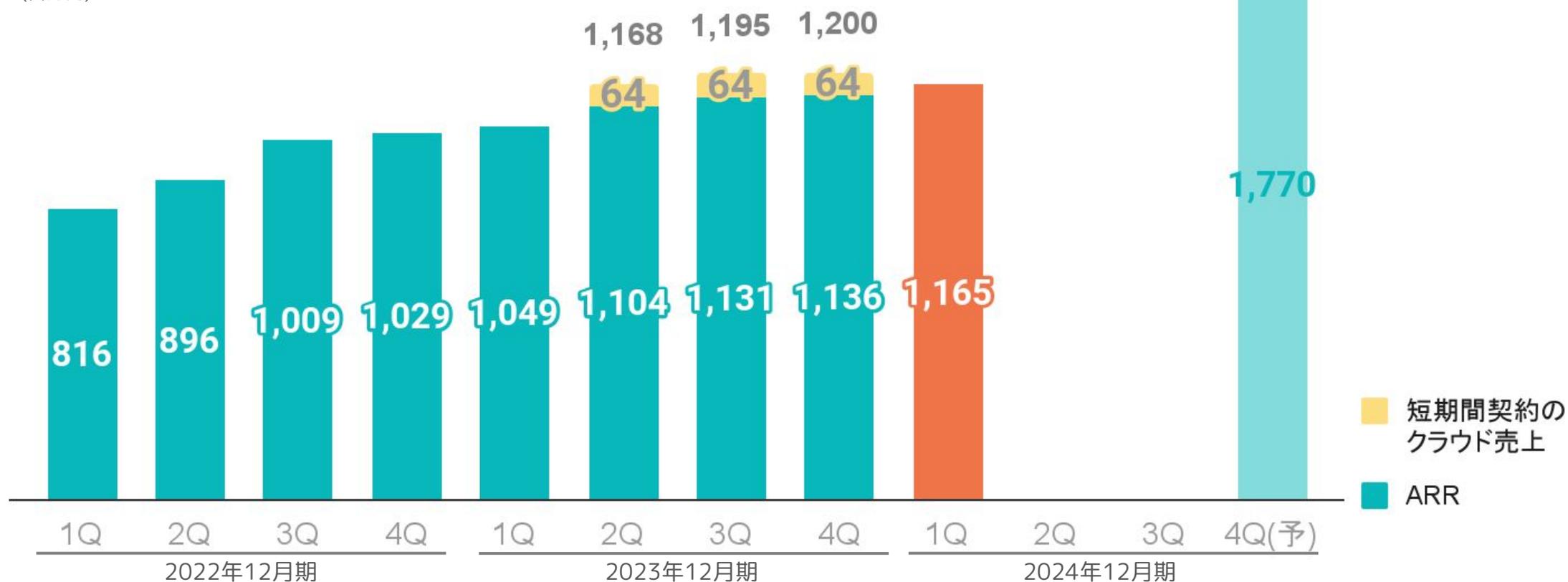
2024年12月期 第1四半期 決算ハイライト

ARR算出方法の見直しを実施、2024年目標は1,770百万円で変更なし

- ARRに顧客の短期間契約のクラウド売上を一部含んでいたため、集計から除外する。
- 2024年4Q目標については、短期間契約のクラウド売上を含まない目標値のため、1,770百万円で変更なし。
- 有償クラウドアカウント数、有償クラウド店舗数についても同様に有償の短期間クラウド契約を集計対象から除外する。

■ARR

(百万円)

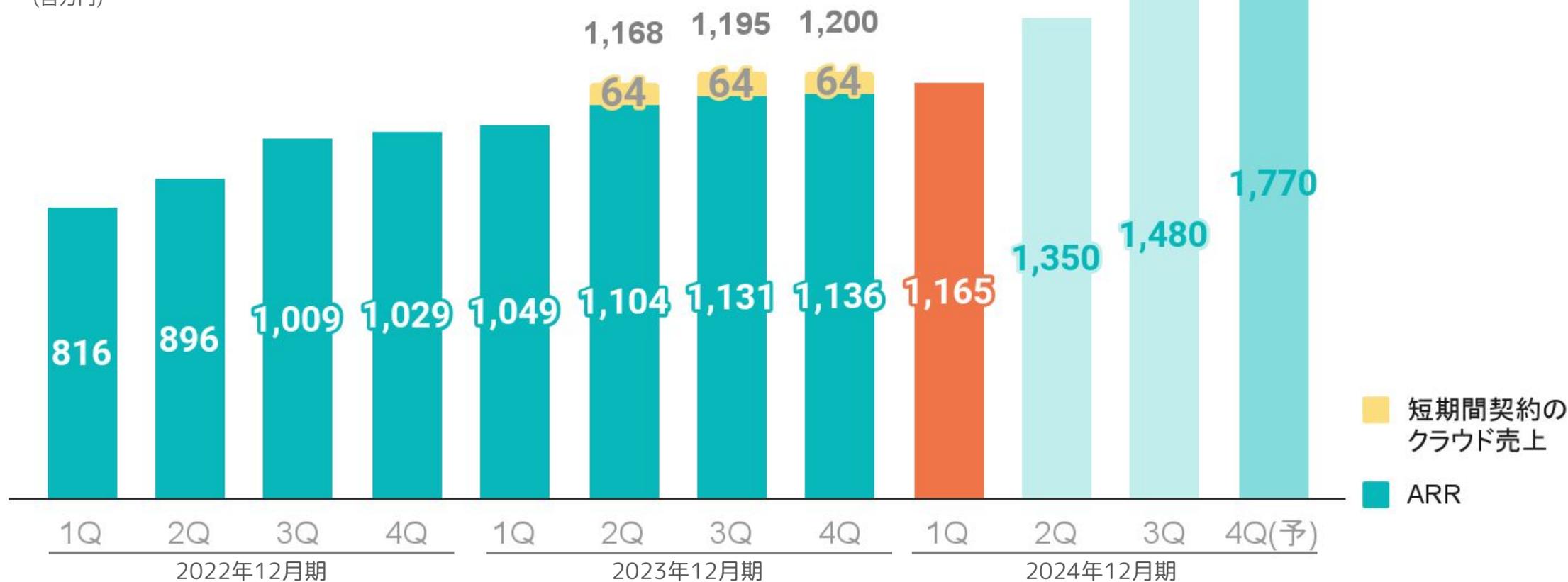


2024年ARR目標1,770百万円にむけて、2Q以降にARRが拡大見込み

- 既存顧客のアップセル・クロスセル展開が進むことや、新規/既存のクラウド大型案件を複数社見込んでいることから、2Q以降のARRが拡大見込み。
- 前年比55.7%増のARR1,770百万円達成に向けて、営業・導入を継続する。

■ARR成長イメージ

(百万円)



食品スーパーシェア率*1

38.5% (YoY +3.7pt)

小売シェア率*1

19.2% (YoY +0.4pt)

契約社数

118社 (YoY +14社)

クラウド有償店舗数 *2

2,741店舗 (QoQ +67店舗、YoY + 222店舗)

ARR *4

1,165百万円 (QoQ+2.6%、YoY + 11.1%)

クラウド有償アカウント数 *3

9,139 (QoQ +87アカウント、YoY + 1,069アカウント)

NRR(クラウド)*5

101.0% (2024年平均) / **101.0%** (2024年1Q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。2024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

※分子から新規顧客のMRRを除いている

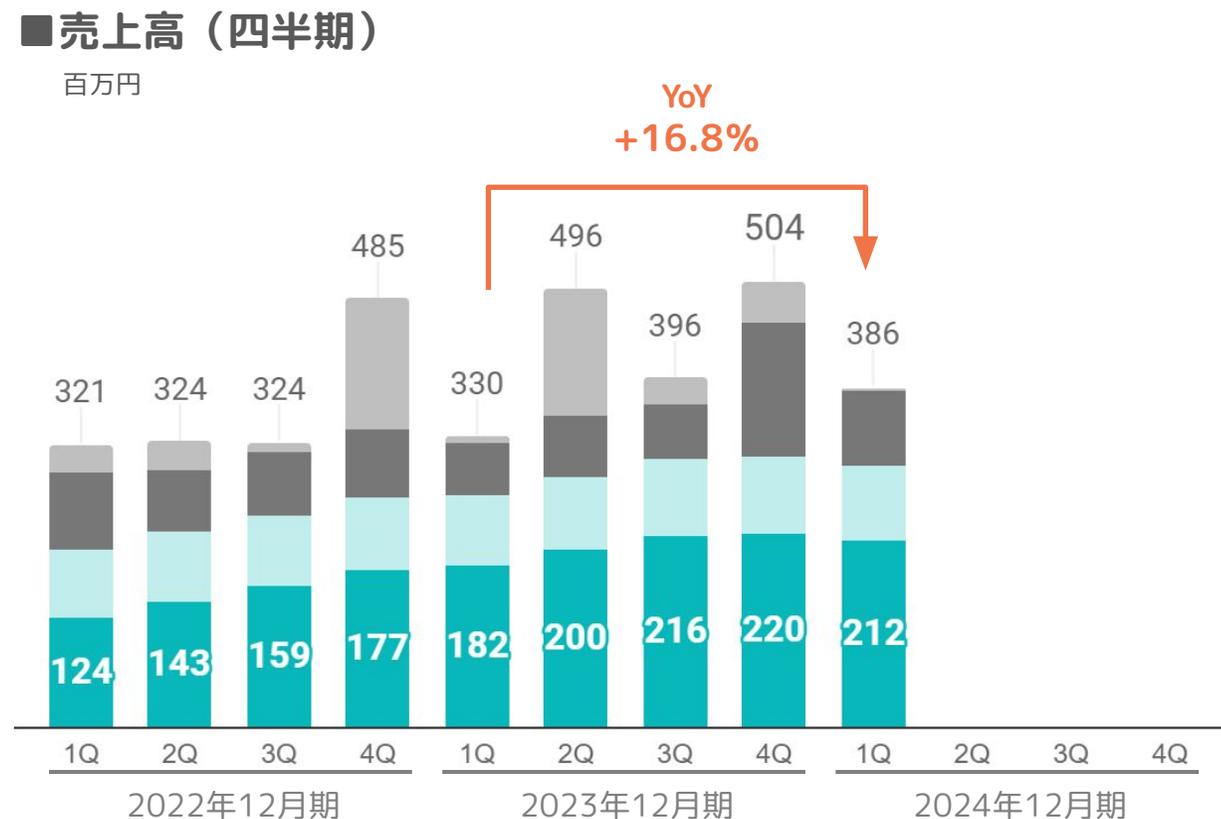
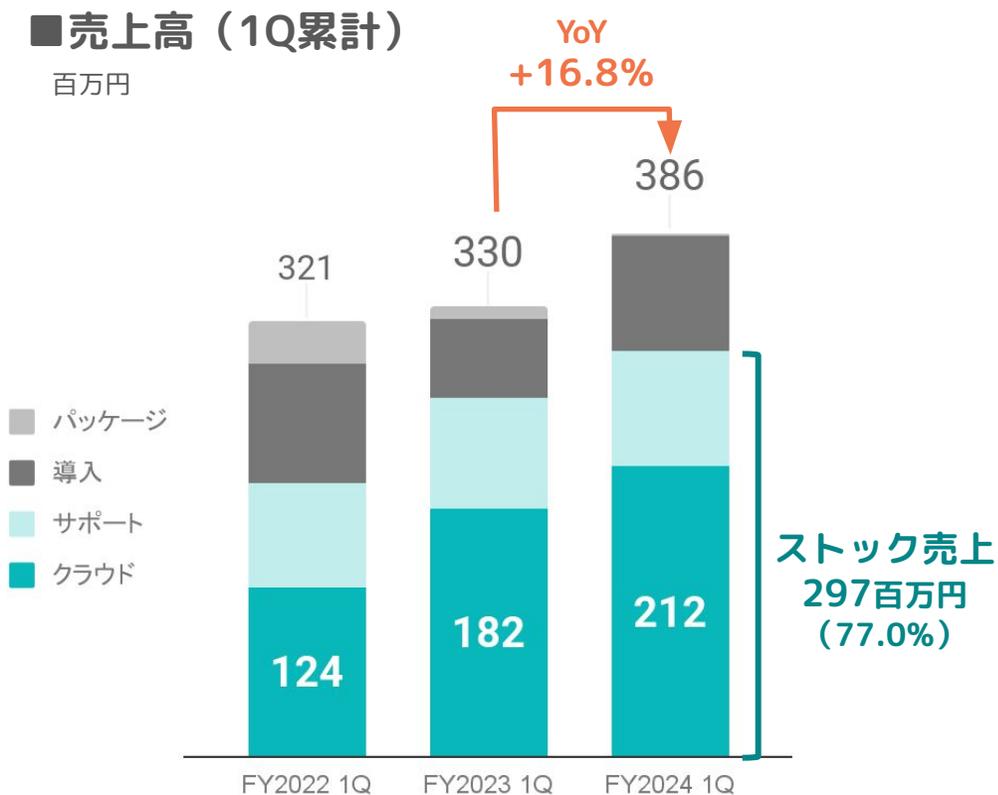
売上高386百万円（YoY+16.8%）、経常利益7百万円（YoY +328.8%）

- パッケージからクラウドへのビジネスモデル転換が順調に進んでいることが主要因となり、クラウド売上高は前年比30百万円増の212百万円、パッケージ売上高は前年比6百万円減の2百万円。
- 協力会社を活用した製品開発の促進による外注費の増加や、人員増加に伴う人件費の増加等が主要因となり、営業利益は8百万円。

| (百万円) | 当期 24/12期 1Q実績 | 2023年12月期 | | | 対計画 | |
|--------------|-----------------------|----------------|-----|---------|-------------------|-------|
| | | 23/12期 1Q実績 | 増減額 | 増減率% | 23/12期 計画 | 差異率% |
| 売上高 | 386 | 330 | +55 | +16.8% | 2,120 | 18.2% |
| パッケージ | 2 | 9 | △6 | △69.2% | 61 | 4.7% |
| 導入支援 | 85 | 58 | +27 | +47.2% | 566 | 15.1% |
| サポート | 84 | 80 | +4 | +5.1% | 375 | 22.6% |
| クラウド | 212 | 182 | +30 | +16.8% | 1,116 | 19.0% |
| 営業利益 | 8 (利益率2.1%) | 1 (利益率0.6%) | +6 | +334.5% | 340 (利益率16.0%) | 2.4% |
| 経常利益 | 7 (利益率2.1%) | 1 (利益率0.6%) | +6 | +328.8% | 340 (利益率16.0%) | 2.3% |
| 当期純利益 | 4 (利益率1.2%) | 0 (利益率0.3%) | +3 | +427.7% | 238 (利益率11.2%) | 2.0% |

売上高は前年比16.8%増の386百万円、ストック売上比率*1は77.0%

- クラウド売上高が前年比30百万円増（16.8%増）の212百万円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る70%に対して77.0%。
- 大型の新規パッケージ受注がない一方で、ストック売上297百万円を計上し、売上高は計画通りに進捗。

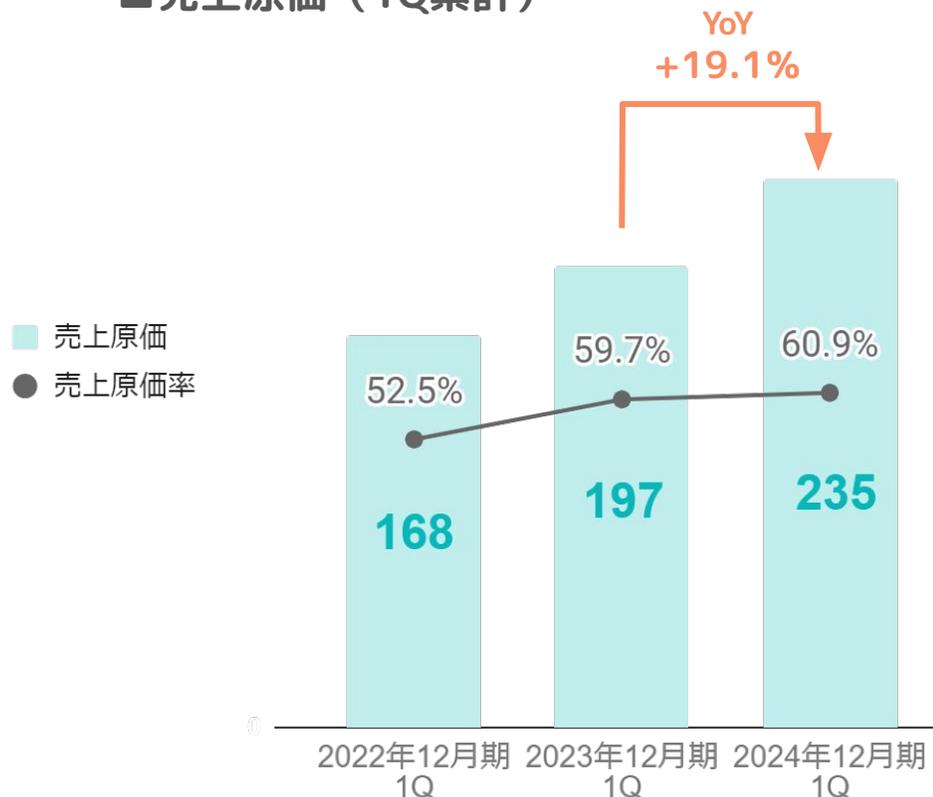


*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
 ストック売上比率は、（ストック売上297百万円÷売上高386百万円×100）で算出。

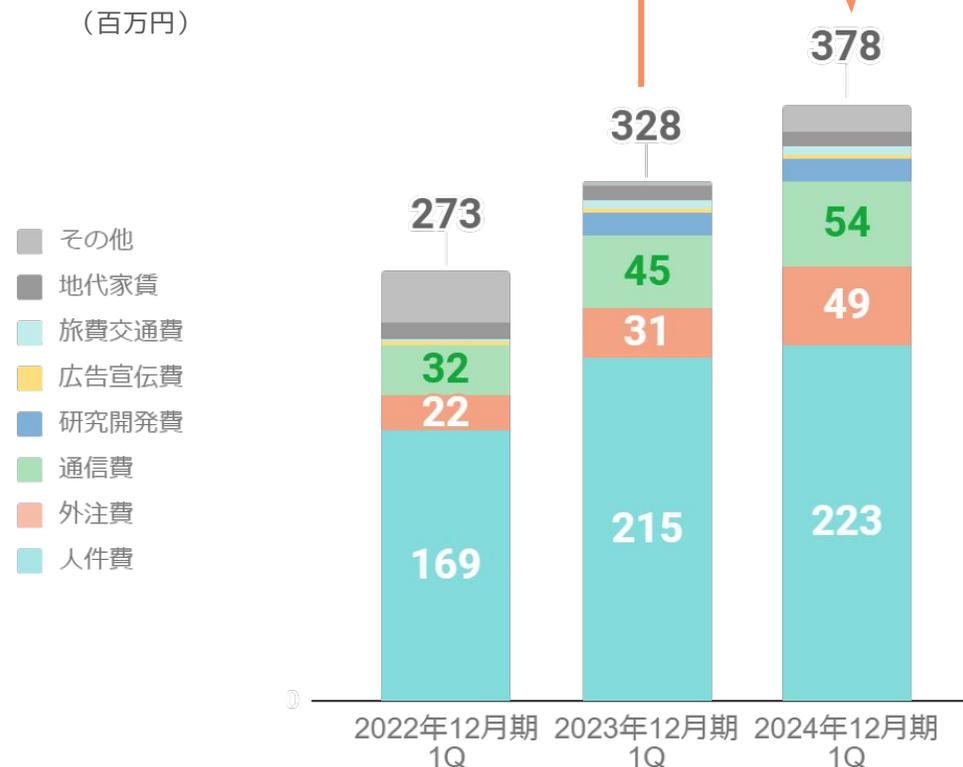
通期の売上原価は前年比19.1%増の235百万円、営業費用*1は前年比15.0%増の378百万円

- ・ 中長期成長に向けた製品開発や社内基盤強化を目的としたアウトソーシング活用により、外注費が前年比18百万円増（前年比57.9%増）。
- ・ 上述の外注費増加や人員増加等により、売上原価率は60.9%（前年比1.2%増）。

■売上原価（1Q累計）



■営業費用（1Q累計）



*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

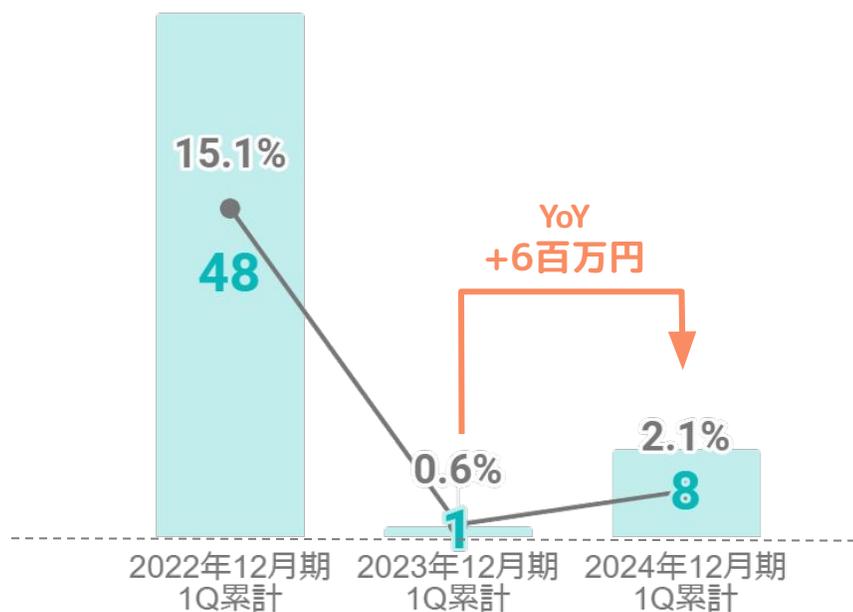
営業利益は前年比6百万円増の8百万円

- 粗利率の高いパッケージ売上高は前年比6百万円減の2百万円となったが、営業利益率は2.1%（前年比1.5pt増）。
- パッケージからクラウドへのビジネスモデル転換期を超え、ストック売上比率が77.0%。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を継続。

■営業利益（1Q累計）

（百万円）

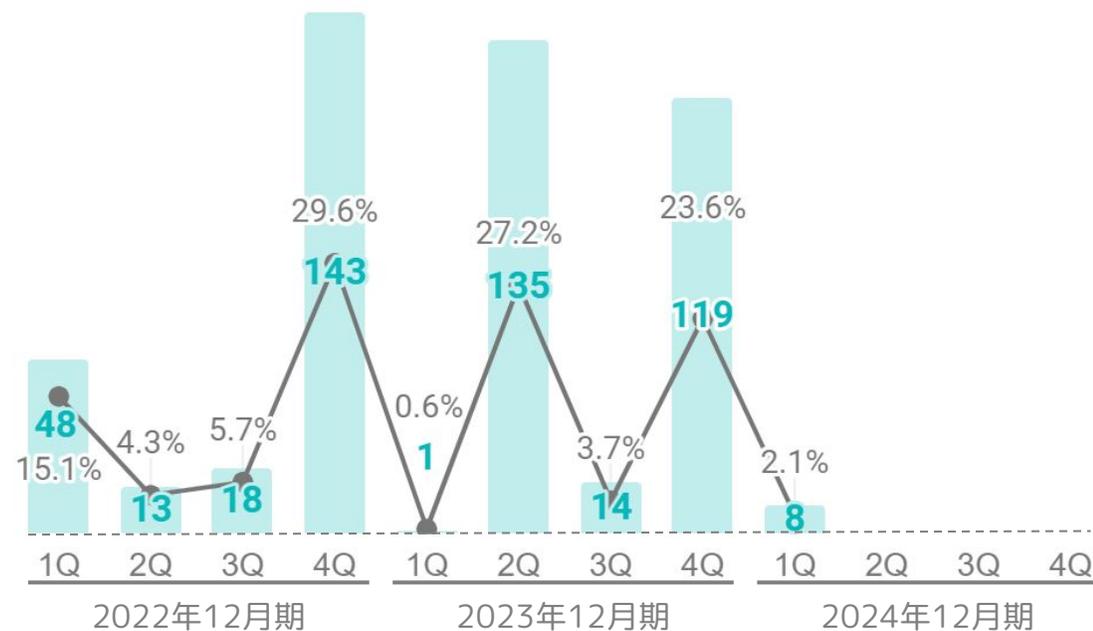
- 営業利益
- 営業利益率



■営業利益（四半期）

（百万円）

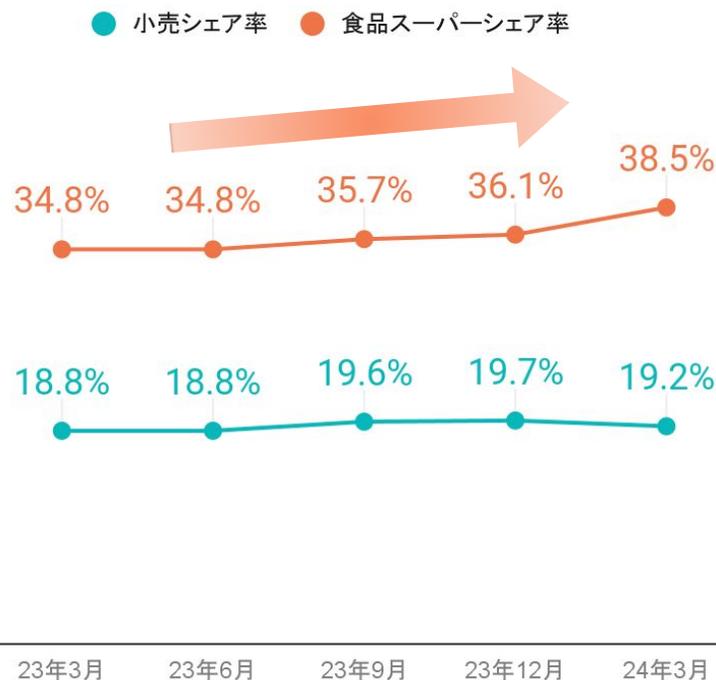
2021年までのクラウド転換期を超え、クラウドのみで黒字化へ



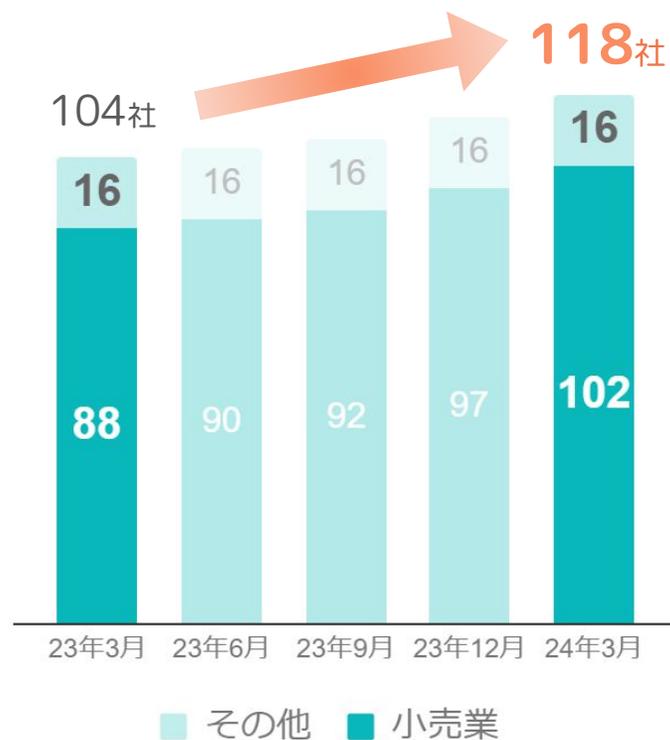
食品スーパーシェア率は前年比3.7pt増の38.5%、契約社数は前年比14社増の118社

- ・ 大型食品スーパーとの新規契約や、小規模～中規模企業の新規契約が順調に増加。契約社数は前年比14社増の118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1,176件増の13,489件。
- ・ 小売全体のシェア率は顧客の統合やターゲットリストの年次更新により前年比0.4pt増にとどまる一方、食品スーパーシェア率は前年比3.7pt増の38.5%。

■ シェア率



■ 契約社数



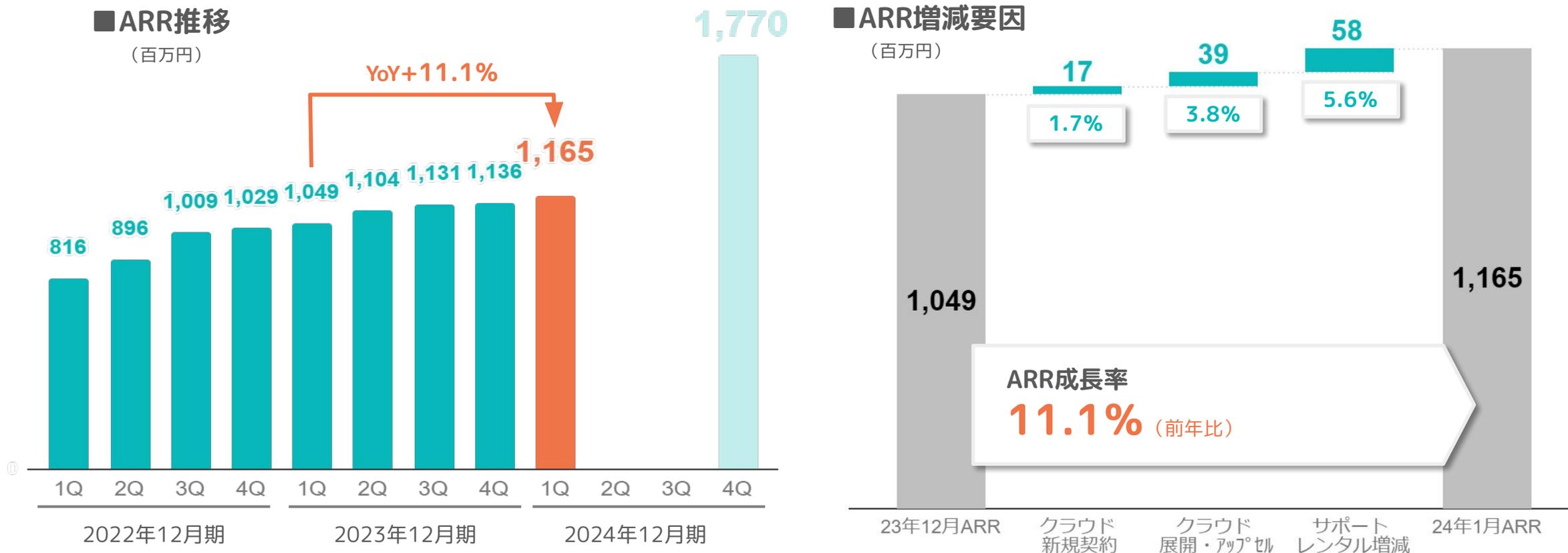
■ 契約件数



*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。なお、今期から算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約をクラウド有償アカウント数から除いている。

ARR*1が前年比116百万円増の1,165百万円

- 前年比では、導入製品追加による既存ユーザーのクロスセルが主要因となり、ARRが116百万円（YoY+11.1%）増加。
- 前四半期比では、複数社の新規クラウドユーザーとの契約開始が主要因となり、ARRが19百万円（前四半期比+2.6%）増加。

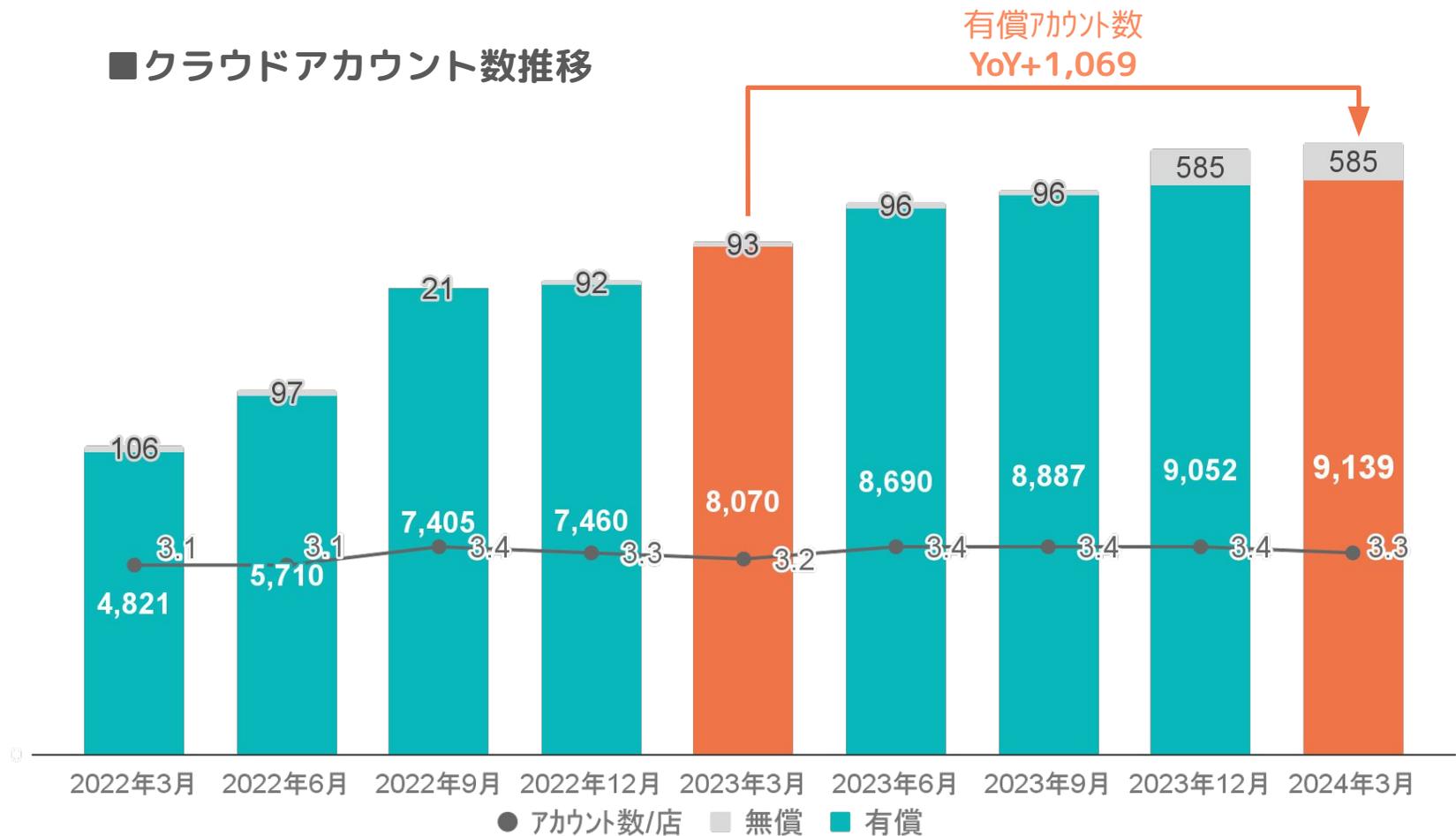


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2024年3月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）。なお、今期から算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約利用に伴う月額料金をARRから除いている。

クラウド有償アカウント数は前年比1,069増の9,139

- 既存ユーザーのアップセルやクロスセルが主要因となり、有償アカウント数は9,139（YoY+1,069）。
- 既存ユーザーの店舗あたりのサービス数増加の一方、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(サービス数)が3.3。

■クラウドアカウント数推移

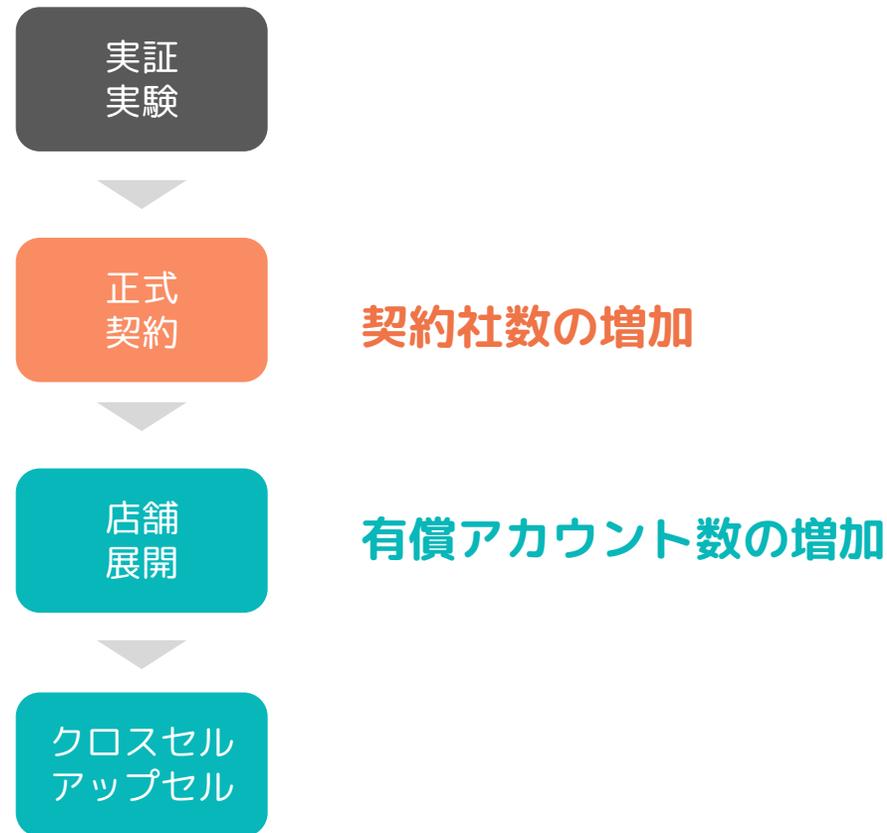
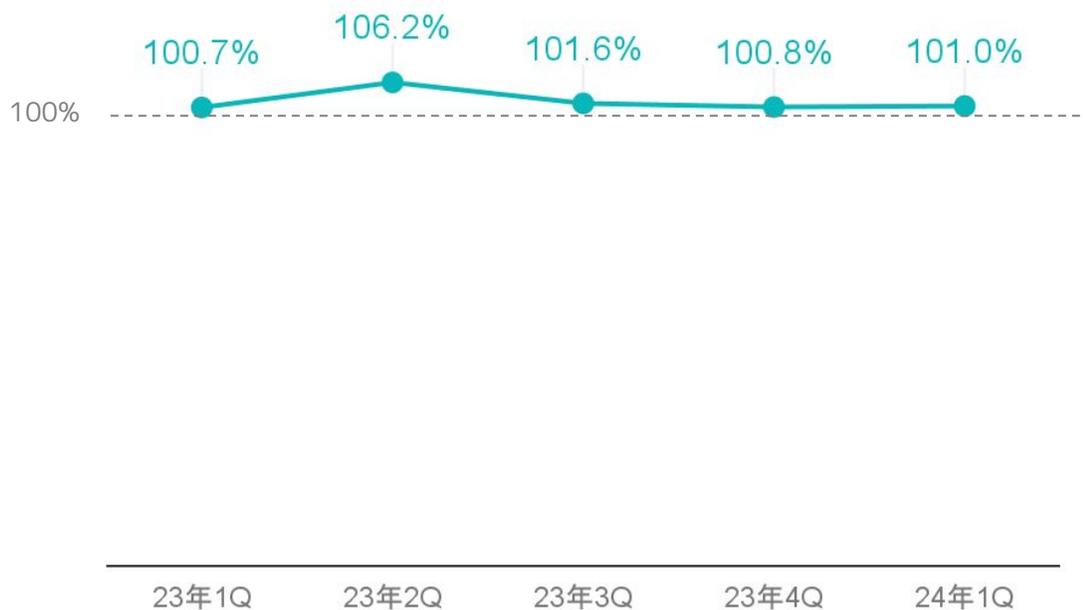


| | |
|---------------|------------------------------------|
| 有償 アカウント数 | 9,139 (YoY+1,069) |
| 有償 店舗数 | 2,741 店舗 (YoY+222店舗) |
| アカウント数 /店舗 | 3.3 アカウント (YoY+0.1アカウント) |
| 有償 契約社数 | 51 社 (YoY+9社) |

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

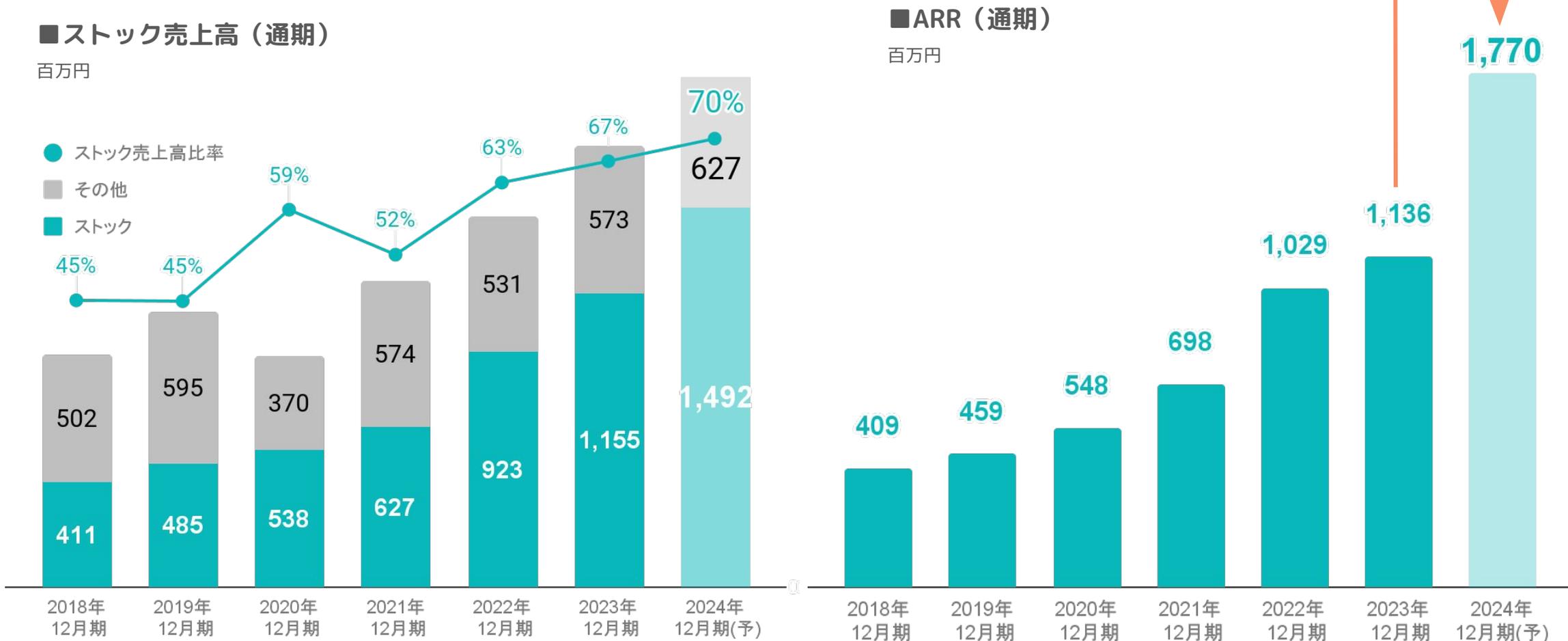
2024年12月期通期業績予想は、売上高2,120百万円・営業利益340百万円

- 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*²は1,770百万円を計画。



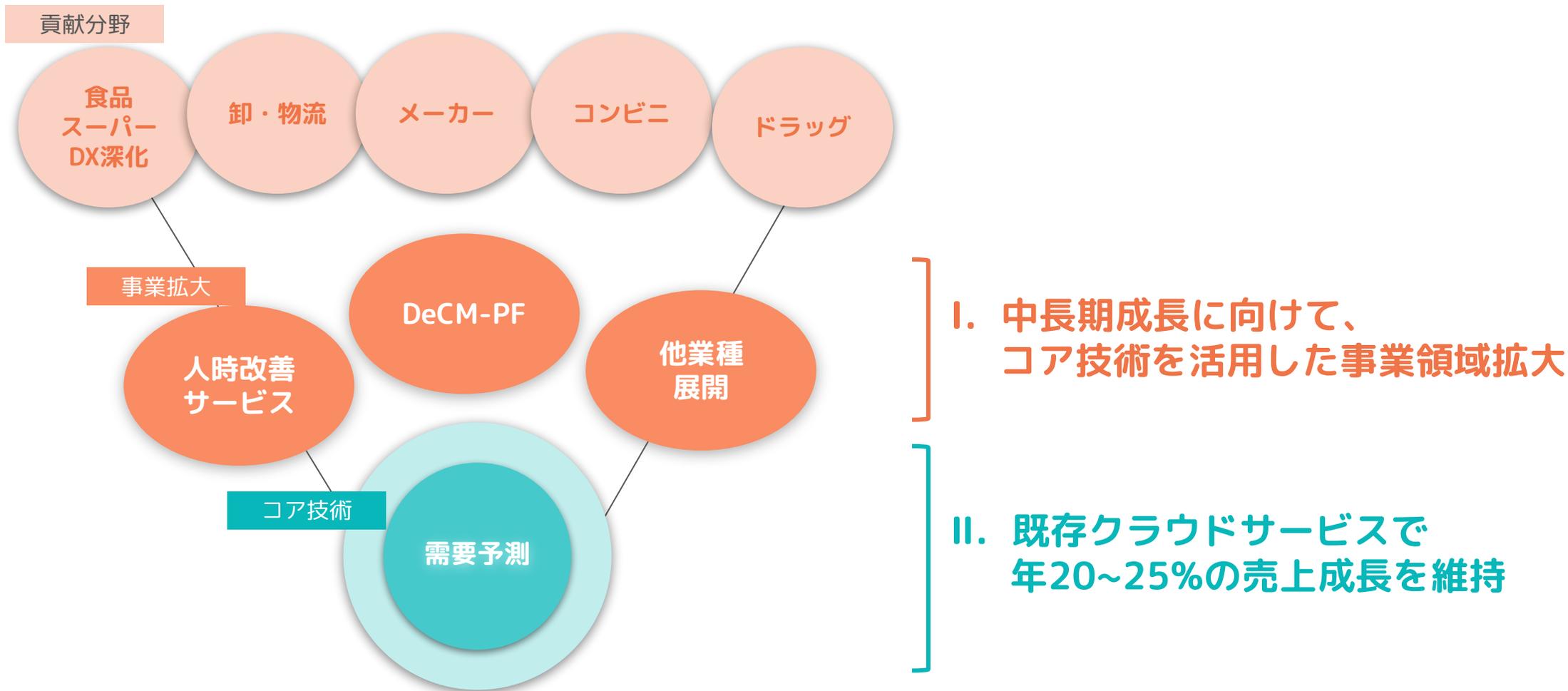
*1. ストック売上高1,492百万円には、サポート・クラウドの単発の作業費用など、フロー収益が一部含まれています。

*2. 今期から算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約をARRから除いています。適用前の2023年12月期ARRは1,200百万円です。

ビジネスハイライト

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。



中期経営方針の実現のための2つの方針

I. 中長期成長に向けて、 コア技術を活用した事業領域拡大

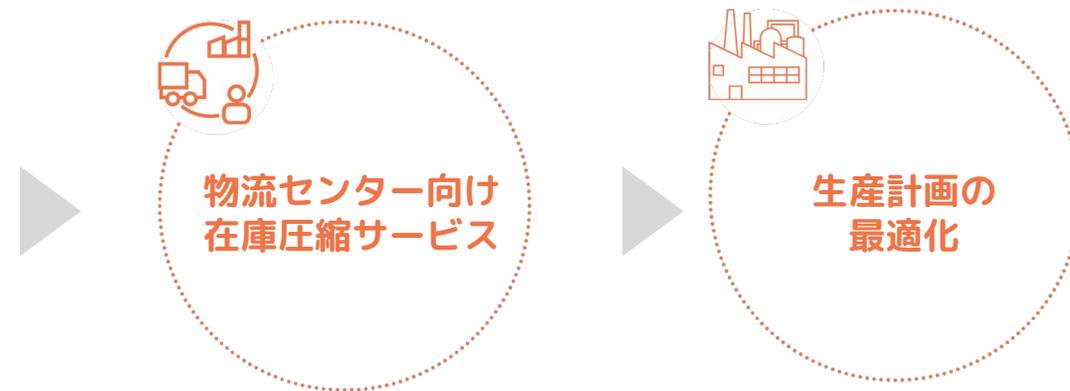
- (1) DeCM-PF
- (2) 人時改善サービス
- (3) 他業種展開

II. 既存クラウドサービスで 年20~25%の売上成長を維持

- (1) ARR向上に向けて、
店舗あたりのサービス数を拡大
- (2) シェア1位を盤石にするための施策

「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。

経済産業省との、物流改善に向けた3つの実証実験の成果報告

- ・ 実証実験を複数社と継続しており、その内の1つである経済産業省との取り組み^{*1}について、成果の最終報告を実施。
- ・ 「sinops-CLOUD」の需要予測を活用することで、適正なリードタイムを確保でき、物流の効率化が一定程度見込めるなどの効果を確認できた。
- ・ 詳細な成果報告はリリース「経済産業省、物流改善に向けた3つの実証実験の成果報告」（2024年3月29日）に掲載。

| 実証実験 | ①新商品・販促商品に係る発注適正化 (リードタイムの延長等) | ②店舗配送量の曜日平準化 | ③気象予報情報の活用による レジリエンス向上 |
|-------|--|--|--|
| 協力事業者 | 生活協同組合コープさっぽろ 北海道ロジサービス株式会社 加藤産業株式会社 | 生活協同組合コープさっぽろ 北海道ロジサービス株式会社 | 株式会社ウオロク 株式会社ロジスティクス・ネットワーク |
| 効果 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 追加発注の割合が58%削減 ・ 卸在庫が30.8%圧縮 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 納品量のばらつきが抑制 日配：122%→21% その他：86%→28% ・ 店舗での商品陳列工数が38%削減 ・ 配送トラックの台数が39%削減 ・ 物流センターの必要人時が5%削減 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 大雪時の欠品商品数が19%抑制 ・ 物流センターの必要人時が13%削減かつ 欠品商品数が57%削減 |

^{*1}経済産業省が有限責任監査法人トーマツに委託している事業「令和5年度流通・物流の効率化・付加価値創出に係る基盤構築事業（販促商品等のリードタイムの延長、物流レジリエンスの向上に向けた小売業の在庫管理・発注業務のDX）」において、トーマツからの再委託により、フィジカルインターネットのロードマップ・アクションプランに基づき、販促等のリードタイムの延長・レジリエンスの向上に向けた需要予測技術による在庫管理・発注業務DX実証を実施。

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。第1弾の「sinops-WLMS LOG」提供開始

- 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している。
- 2024年4月に「作業とヒトの最適化」に焦点をあてた新サービス「WLMS」シリーズの、第1弾「sinops-WLMS LOG」を提供開始。店舗におけるオペレーションの現状や課題の把握ができる、作業ログ記録・分析サービスとなっている。



部門選択画面



作業選択画面



ログ記録画面

食品スーパーの作業を
スマホで記録・分析



作業人時の最適化

株主還元

株主の皆様への利益還元方針

- ・ 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、2023年12月期末から剰余金の配当を開始。
- ・ 事業拡大のための投資を行いながら、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**每期40%**を目安。

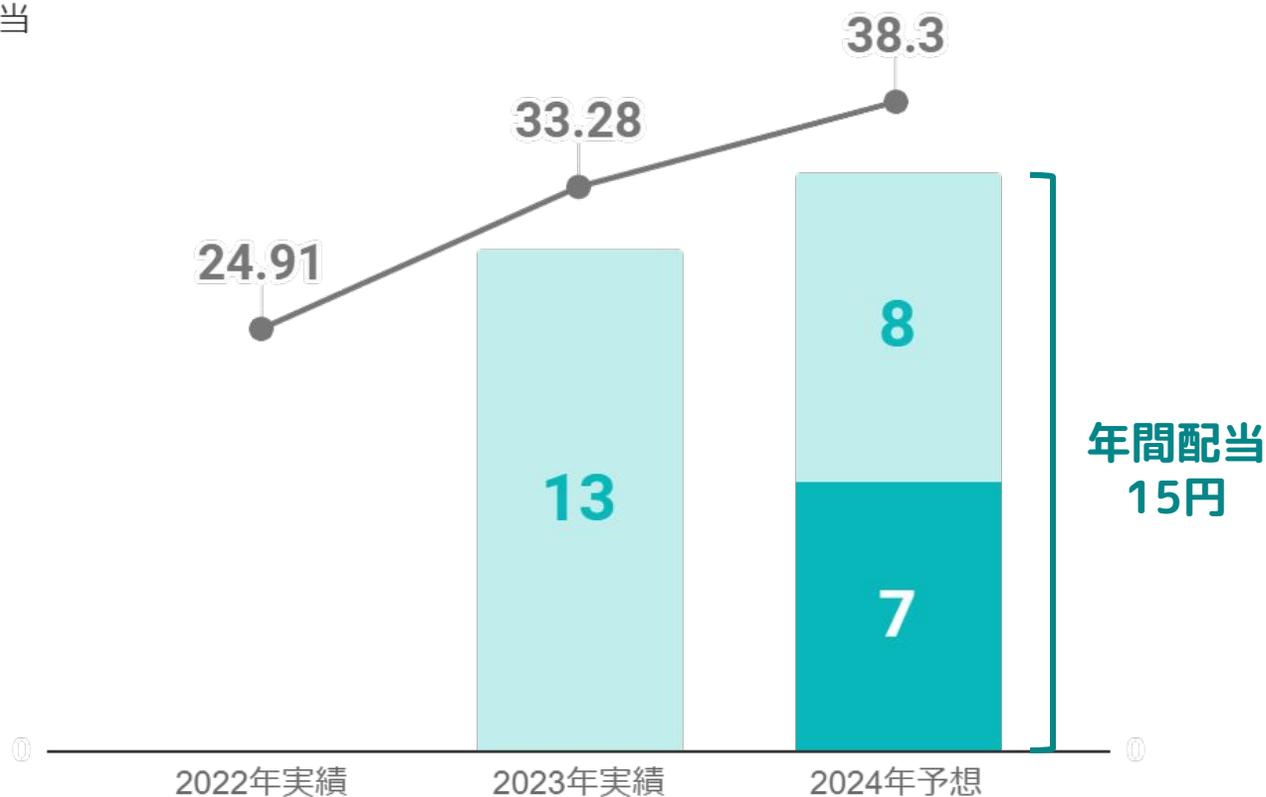
事業の成長を踏まえ、2023年12月期末から利益還元を開始可能と判断

- ・ 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

2024年12月期の1株あたり配当予想金額は「15円00銭」

- 配当性向は毎期40%前後を目安とし、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。
- 「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年8月に発刊された、富士キメラ総研のレポートの「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」で、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シェア1位を獲得しました。

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。同研究は当社の需要予測型自動発注サービス「sinops」導入後の事業系食品ロスによる環境負荷を月単位で定量化するとともに、sinops導入による環境負荷低減効果について明らかにすることを目的としています。2024年3月6日に開催された「第19回日本LCA学会 研究発表会」にて、研究成果が発表されました。

Appendix 財務情報

貸借対照表

| (百万円) | 2022年12月期 | 2023年12月期 | 2024年12月期 1Q |
|---------------|--------------|--------------|-----------------|
| 流動資産合計 | 1,613 | 1,145 | 934 |
| 固定資産合計 | 392 | 1,057 | 1,113 |
| 無形固定資産 | 227 | 288 | 305 |
| 流動負債合計 | 458 | 430 | 351 |
| 固定負債合計 | 4 | 4 | 4 |
| 純資産合計 | 1,543 | 1,767 | 1,691 |

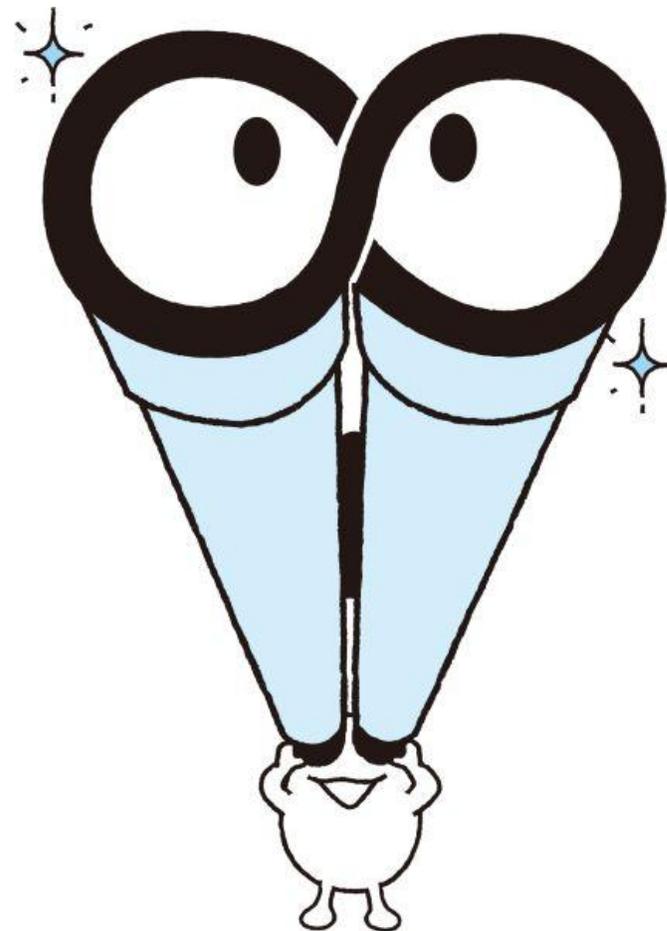
損益計算書

| (百万円) | 2022年12月期 | 2023年12月期 | 2023年12月期 1Q累計 | 2024年12月期 1Q累計 | YoY |
|------------|-----------|-----------|-------------------|-------------------|---------|
| 売上高 | 1,455 | 1,728 | 330 | 386 | +16.8% |
| 売上原価 | 753 | 874 | 197 | 235 | +19.1% |
| 対売上高比率 | 51.8% | 50.6% | 59.7% | 60.9% | +1.2pt |
| 売上総利益 | 701 | 854 | 133 | 150 | +13.4% |
| 売上総利益率 | 48.2% | 49.4% | 40.3% | 39.1% | △1.2pt |
| 販売費及び一般管理費 | 477 | 584 | 131 | 142 | +8.8% |
| 対売上高比率 | 32.8% | 33.8% | 39.7% | 37.0% | △2.7pt |
| 営業利益 | 224 | 270 | 1 | 8 | +334.5% |
| 営業利益率 | 15.4% | 15.7% | 0.6% | 2.1% | +1.5pt |
| 経常利益 | 224 | 269 | 1 | 7 | +328.8% |
| 経常利益率 | 15.4% | 15.6% | 0.6% | 2.1% | 1.5pt |
| 当期純利益 | 153 | 206 | 0 | 4 | +427.7% |
| 当期純利益率 | 10.5% | 11.9% | 0.3% | 1.2% | +0.9pt |

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。



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。

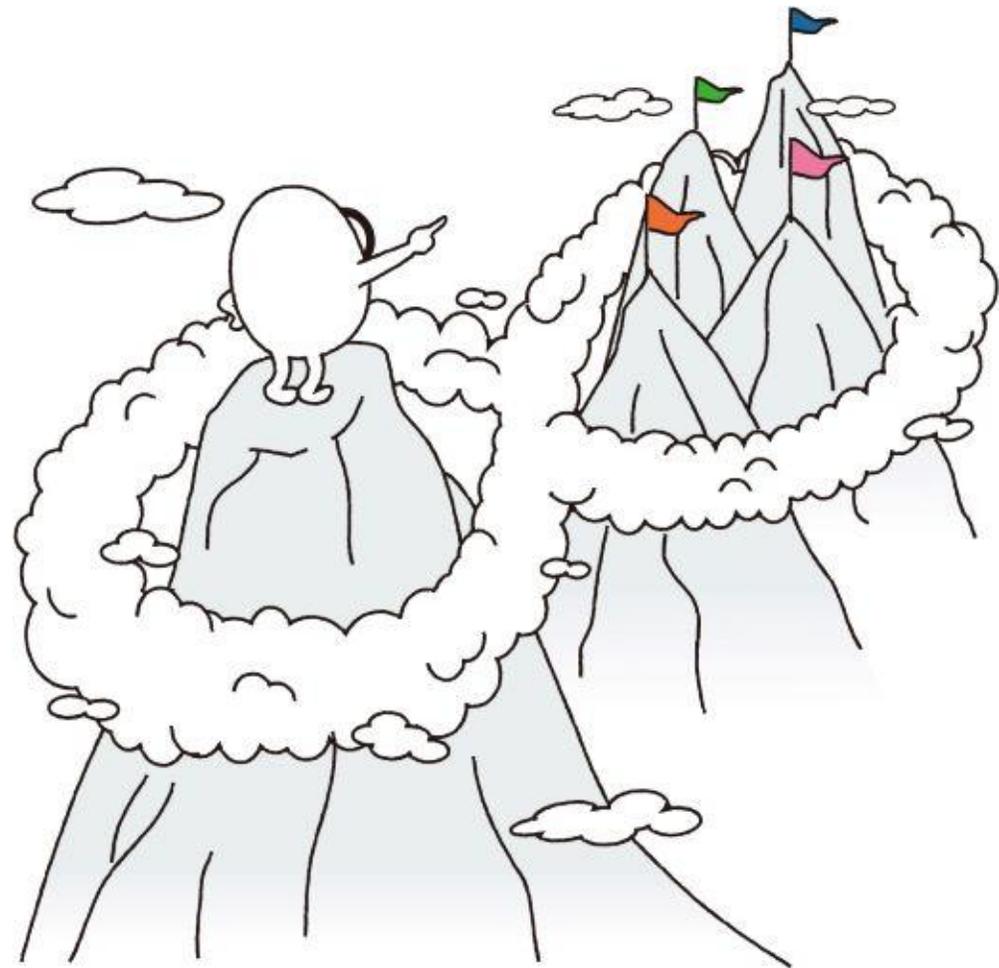
具体的には、

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

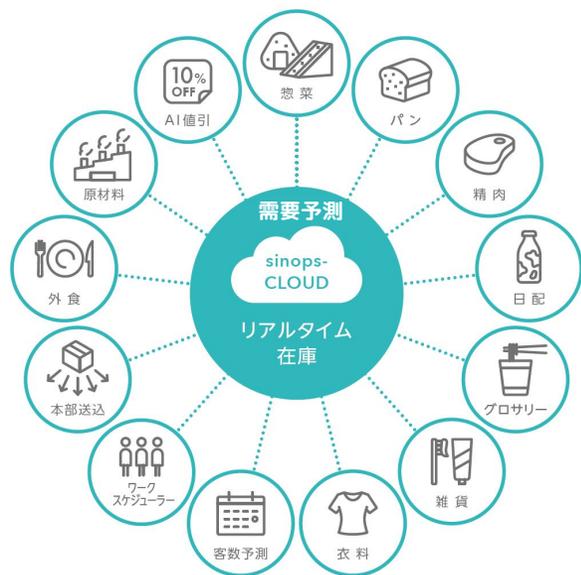
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



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 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**

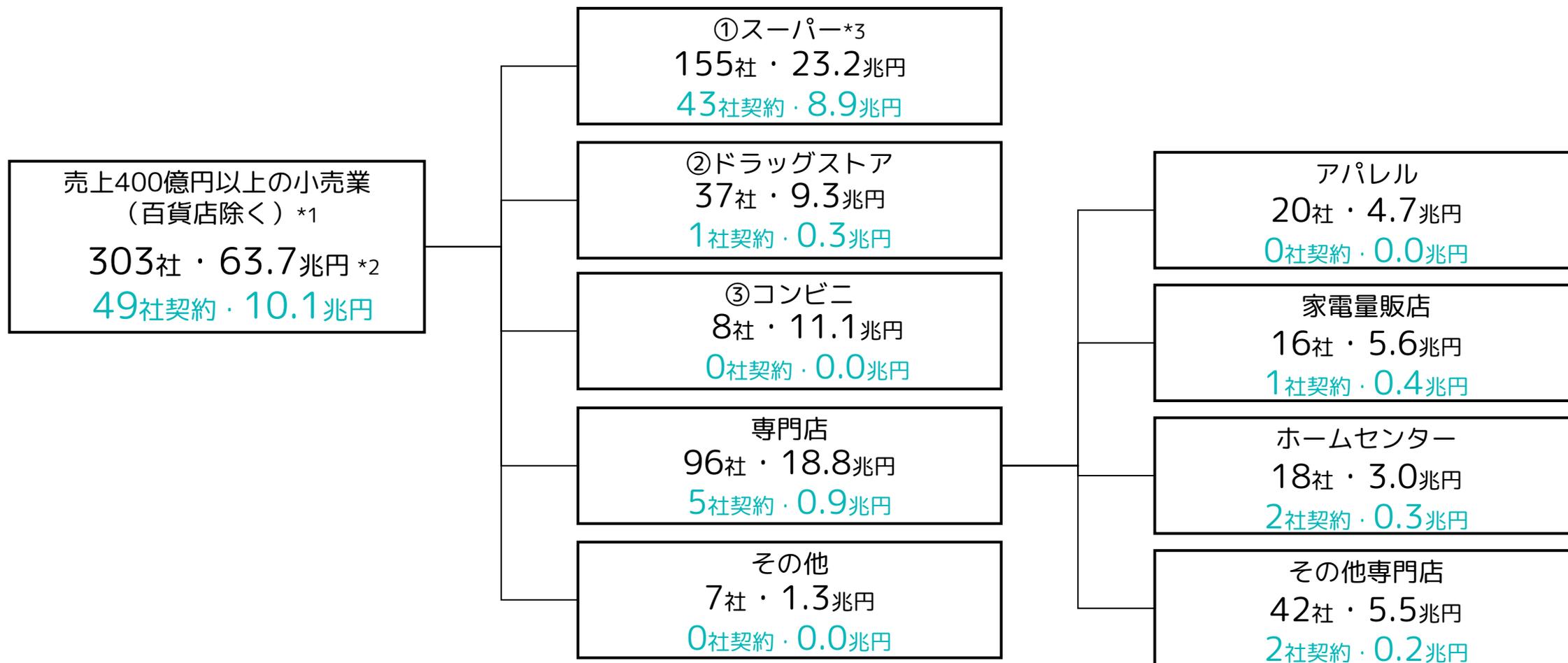
sinops **W**

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

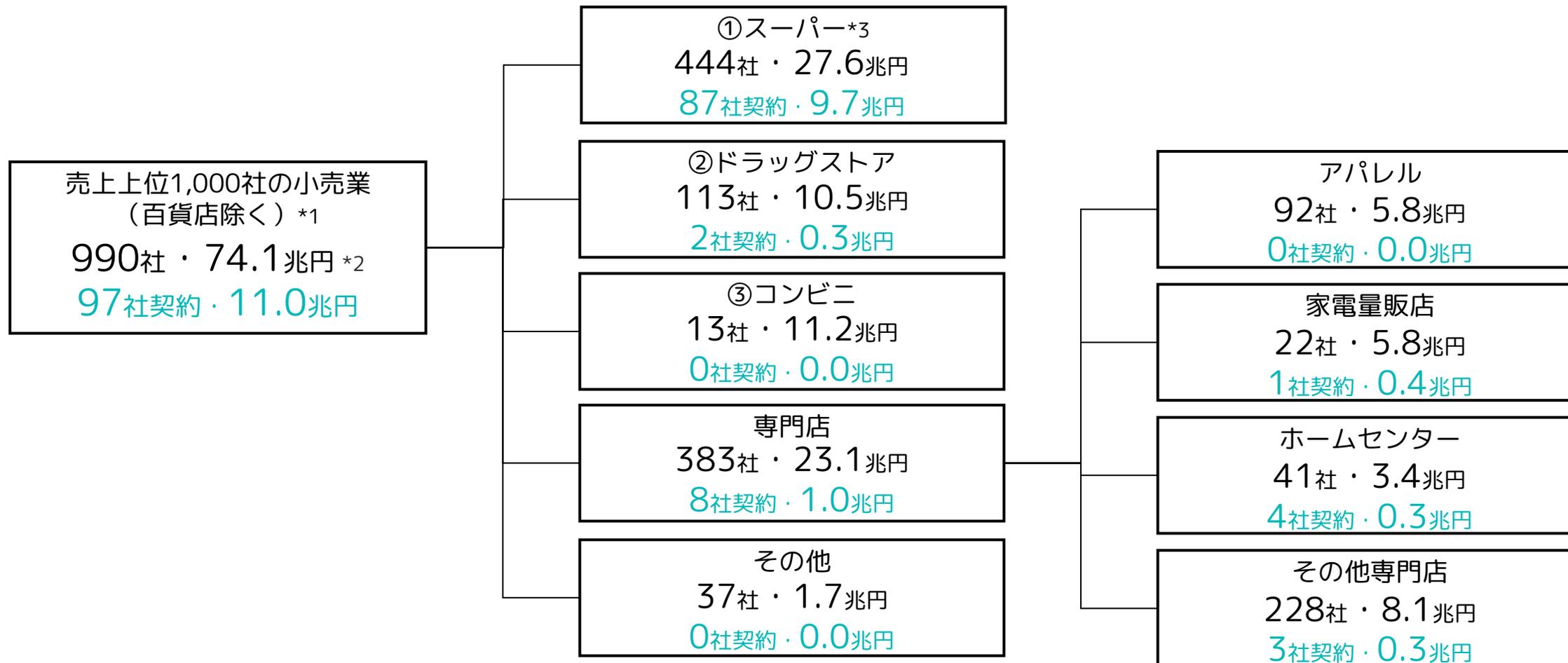


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2023年度版」

*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

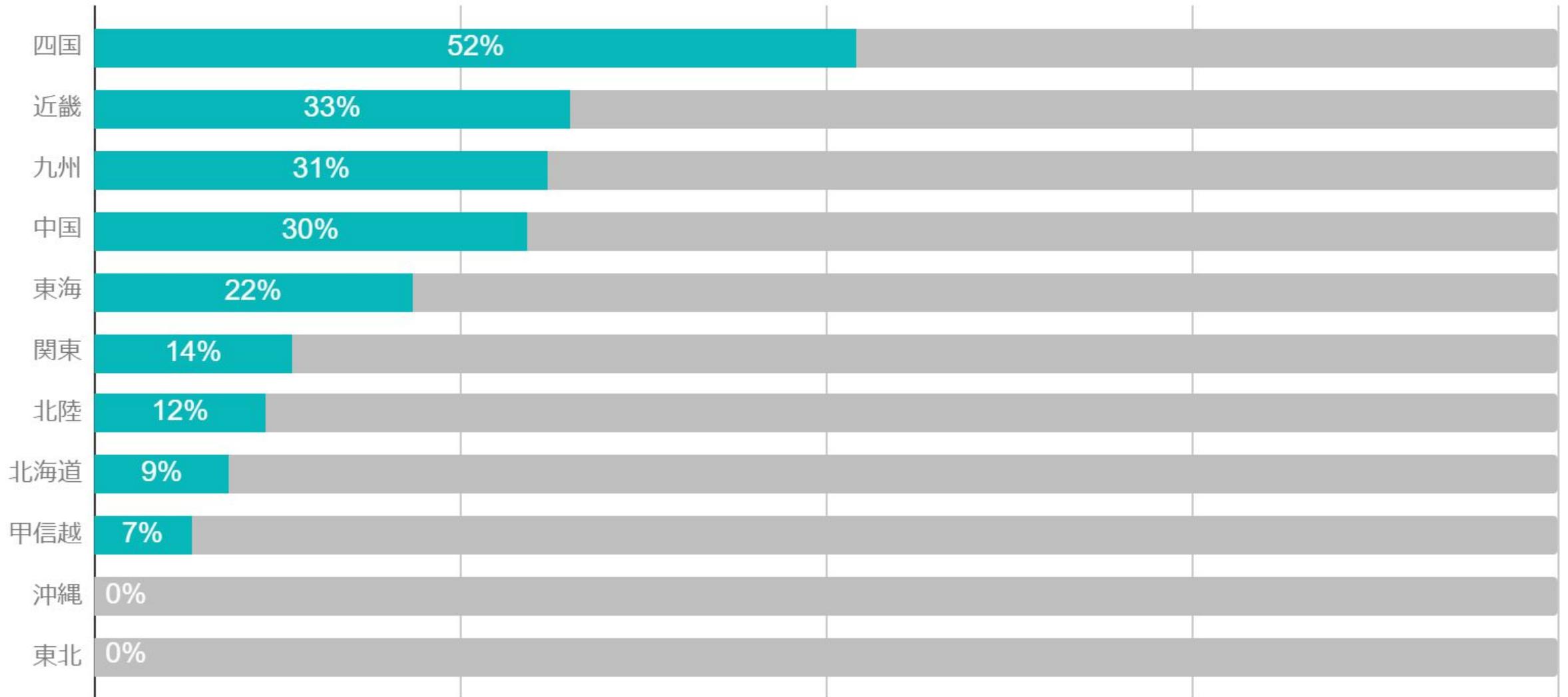


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2023年度版」。前述の118社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

*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。

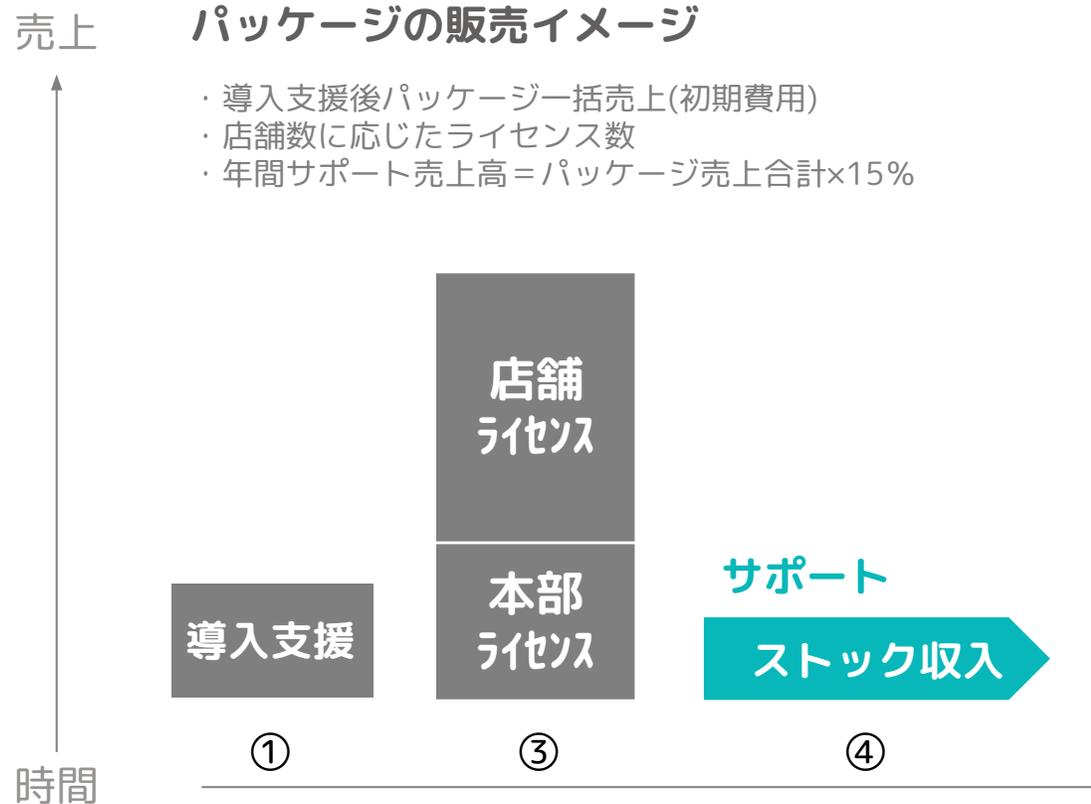
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



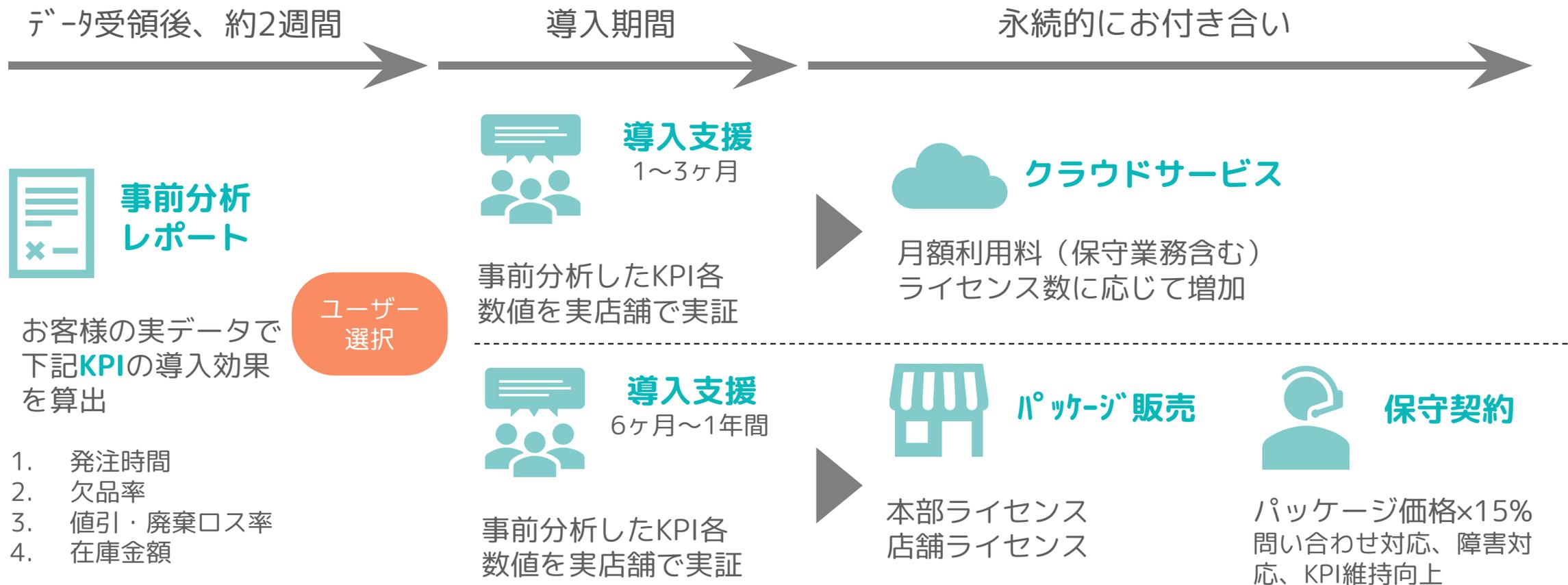
パッケージの販売イメージ

- ・ 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）。



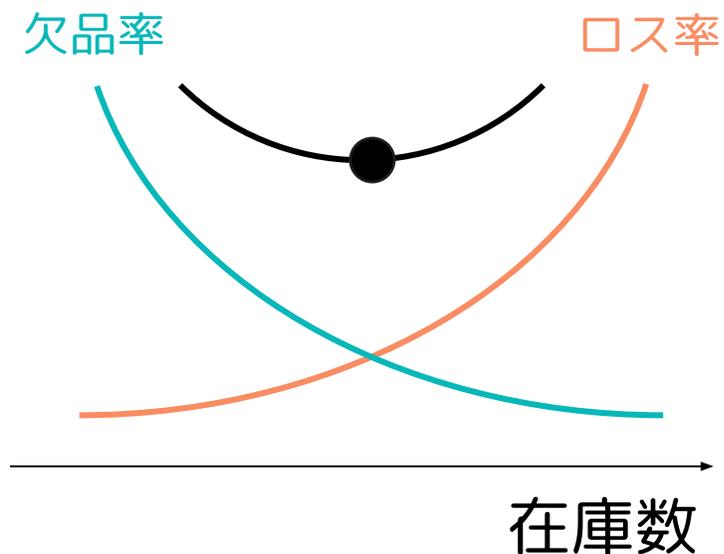
賞味期限が短い
= 食品ロスが出やすい
カテゴリの需要予測ができる。



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）】

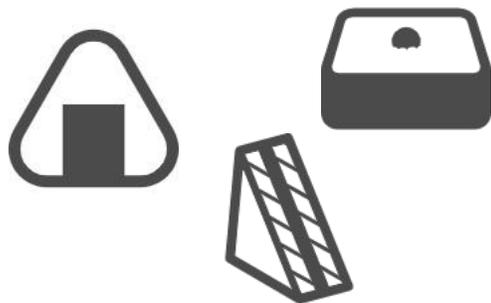
| | |
|-----------|---|
| ①発注時間 | 88.0% 削減 |
| ②欠品率 | 34.7% 削減 |
| ③値引・廃棄ロス率 | 19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗削減</small> |
| ④在庫金額 | 15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small> |

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**

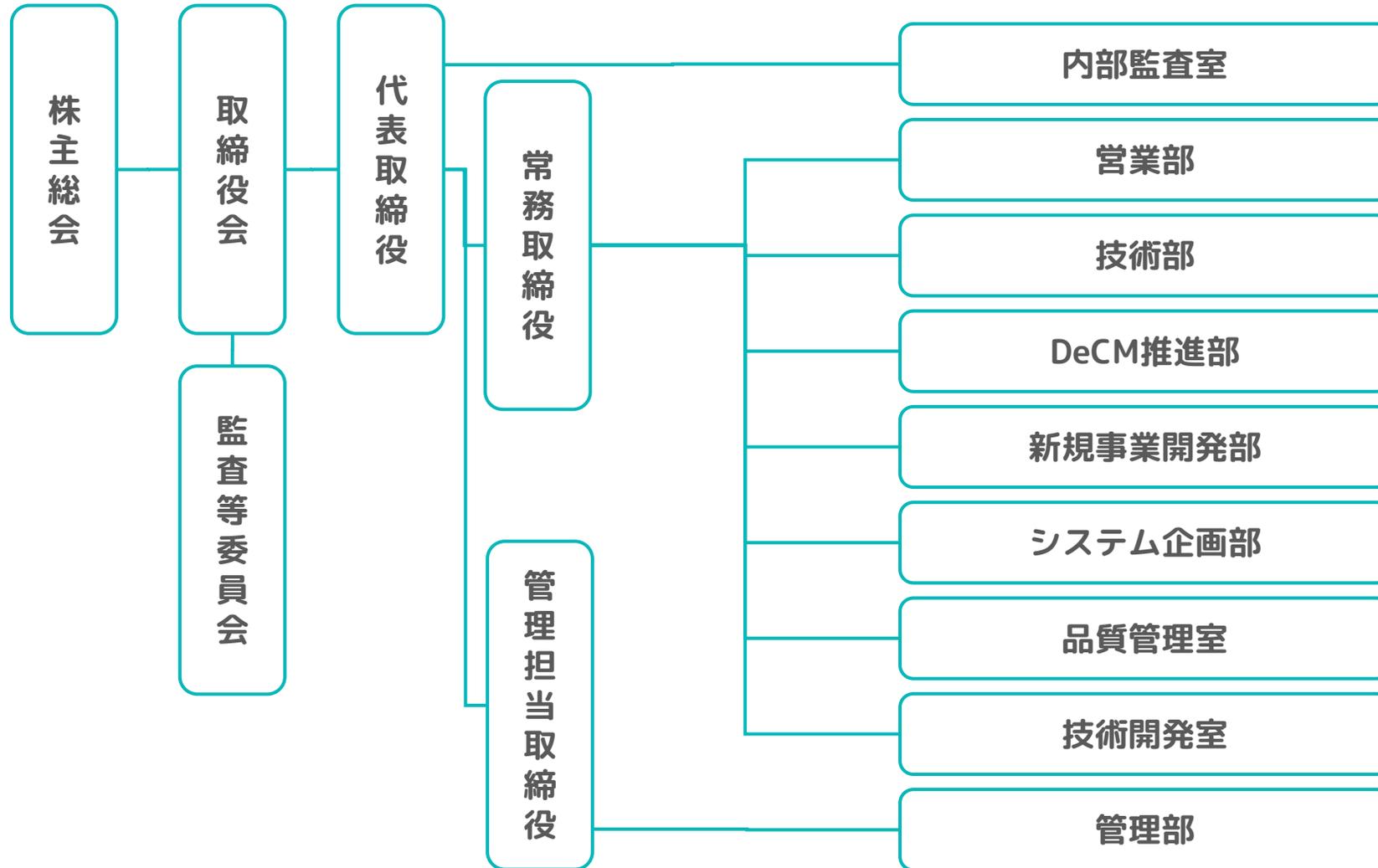
※複数社導入事例の平均

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 | 110人（2024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/ |

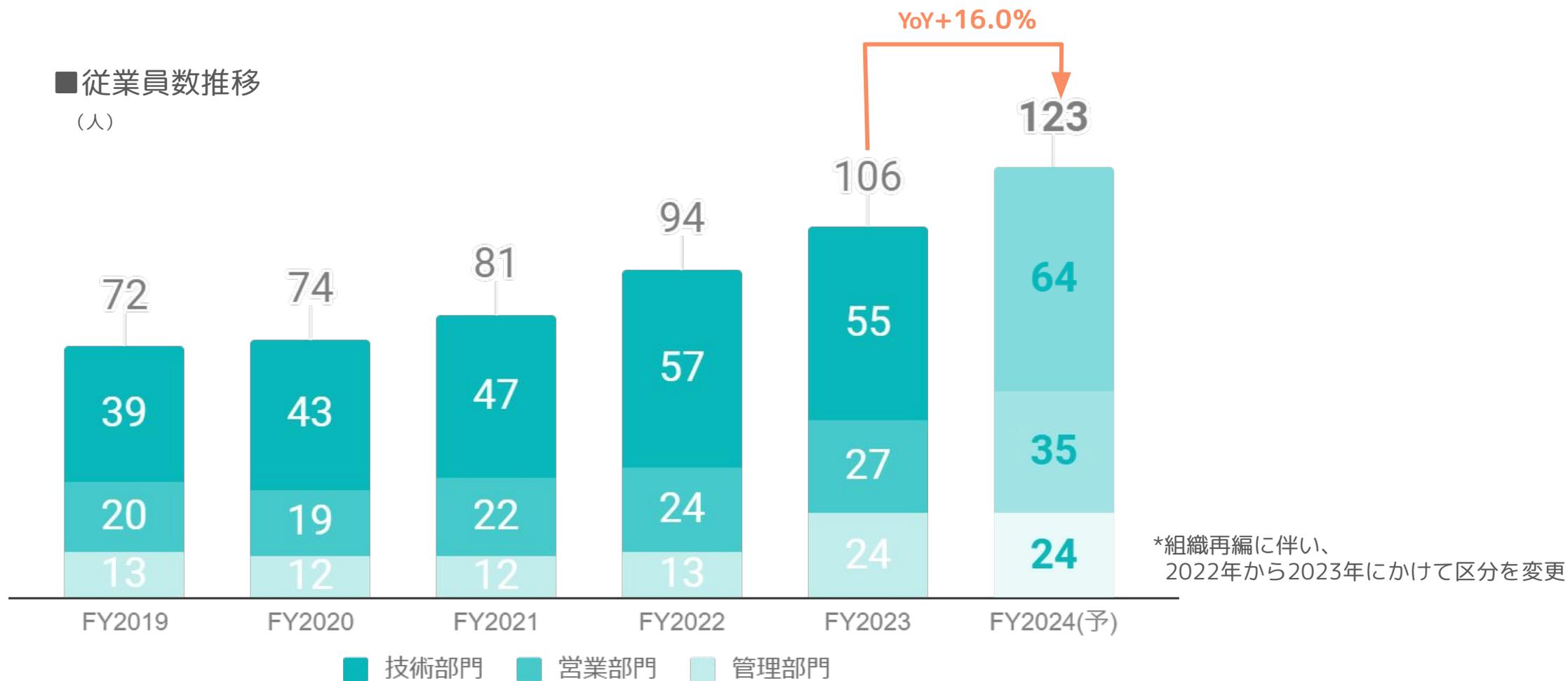


組織体制（5月1日時点）



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。