



事業計画及び成長可能性 に関する事項

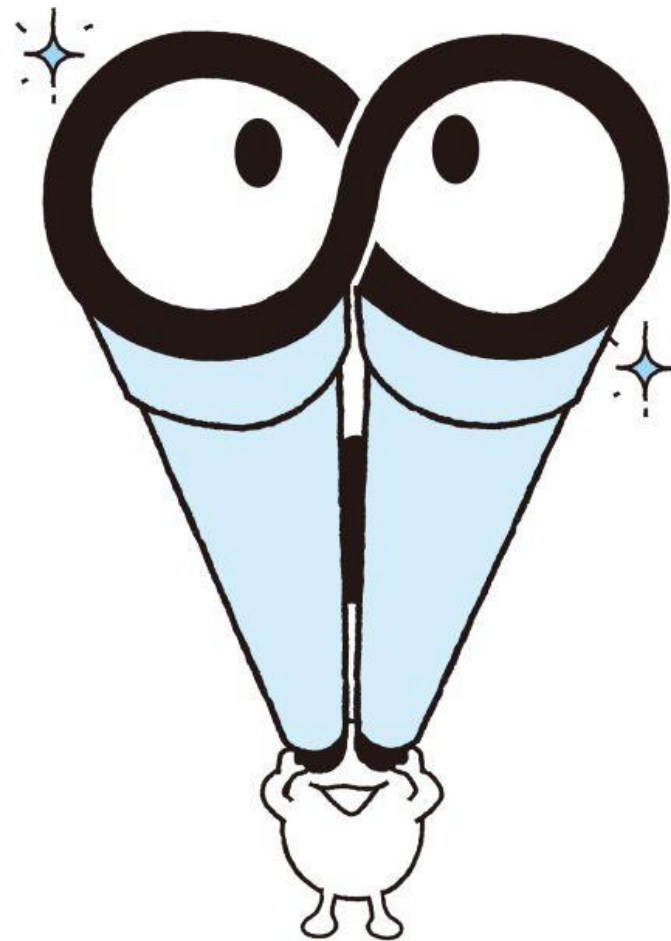
株式会社シノプス（証券コード：4428）
2024年2月21日

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. 2024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

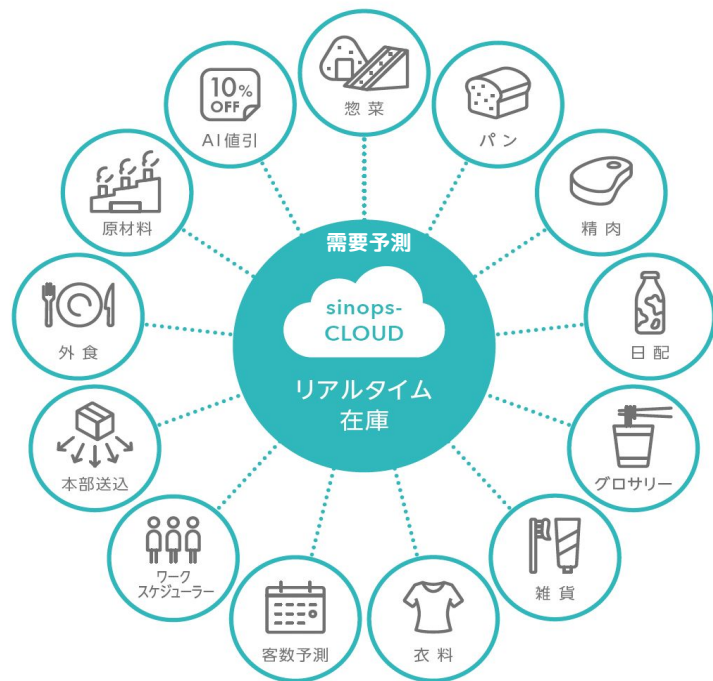
Step2：卸売業の物流を最適化する

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を推進

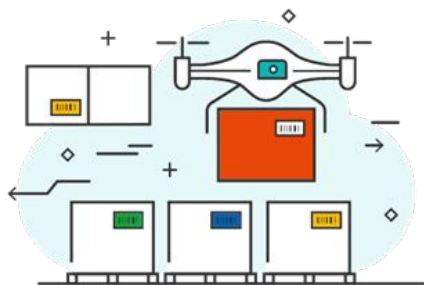


sinops-CLOUD

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



日配・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

The screenshot shows a detailed data table with multiple columns and rows. The columns include 'No.', '品名', '数量', '単価', '売上', '発注', '在庫', and '特長'. The rows contain specific product data, such as '4901301230591' and '4901301230592', with associated quantities and prices.

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）

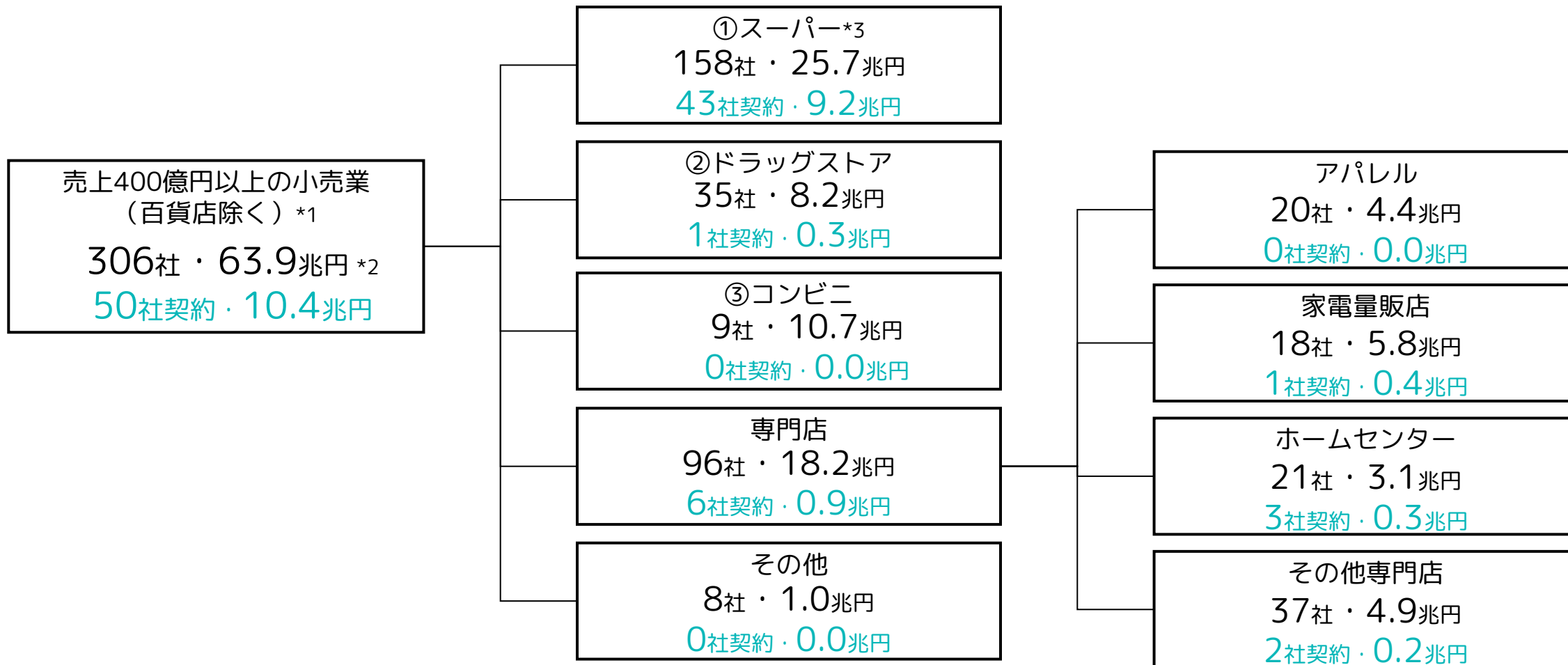
*3. 有償契約しているクラウドサービス利用数（旧レンタルサービスを除く）

*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

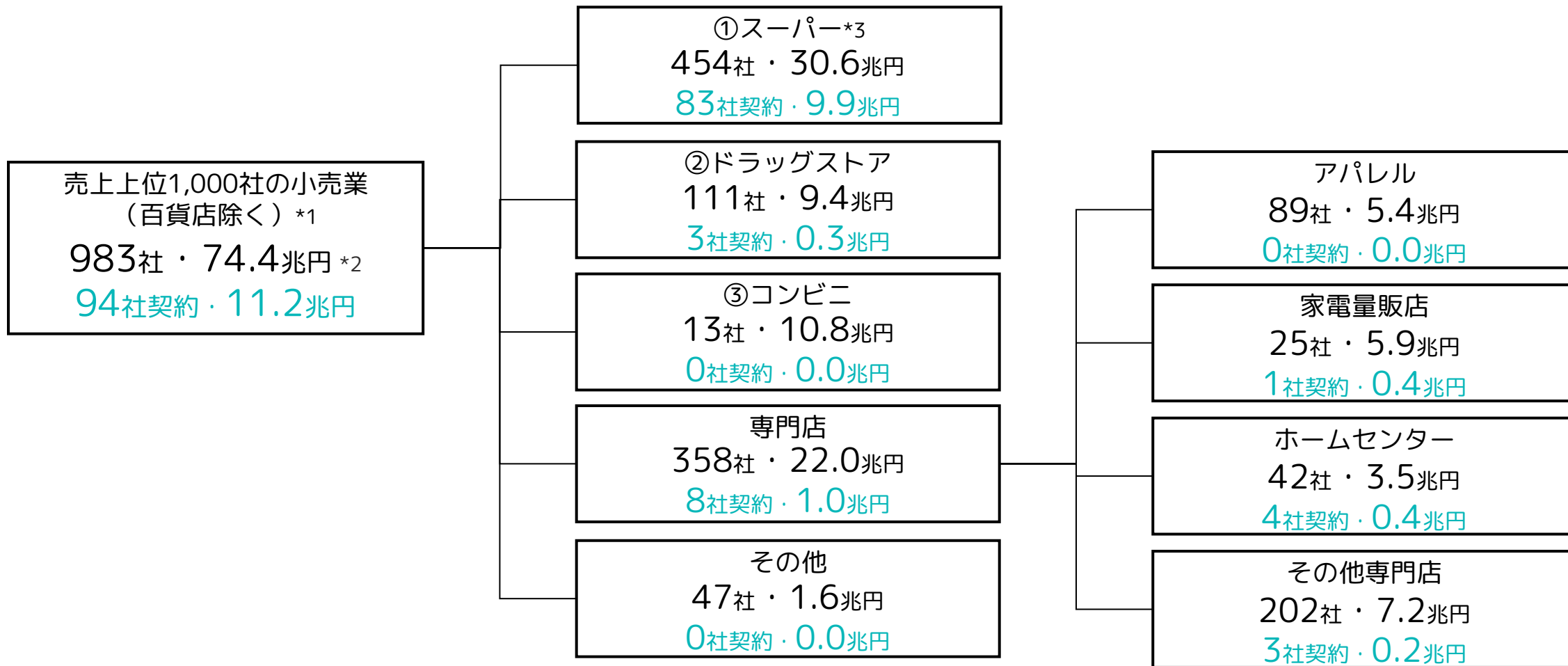


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2022年度版」

*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



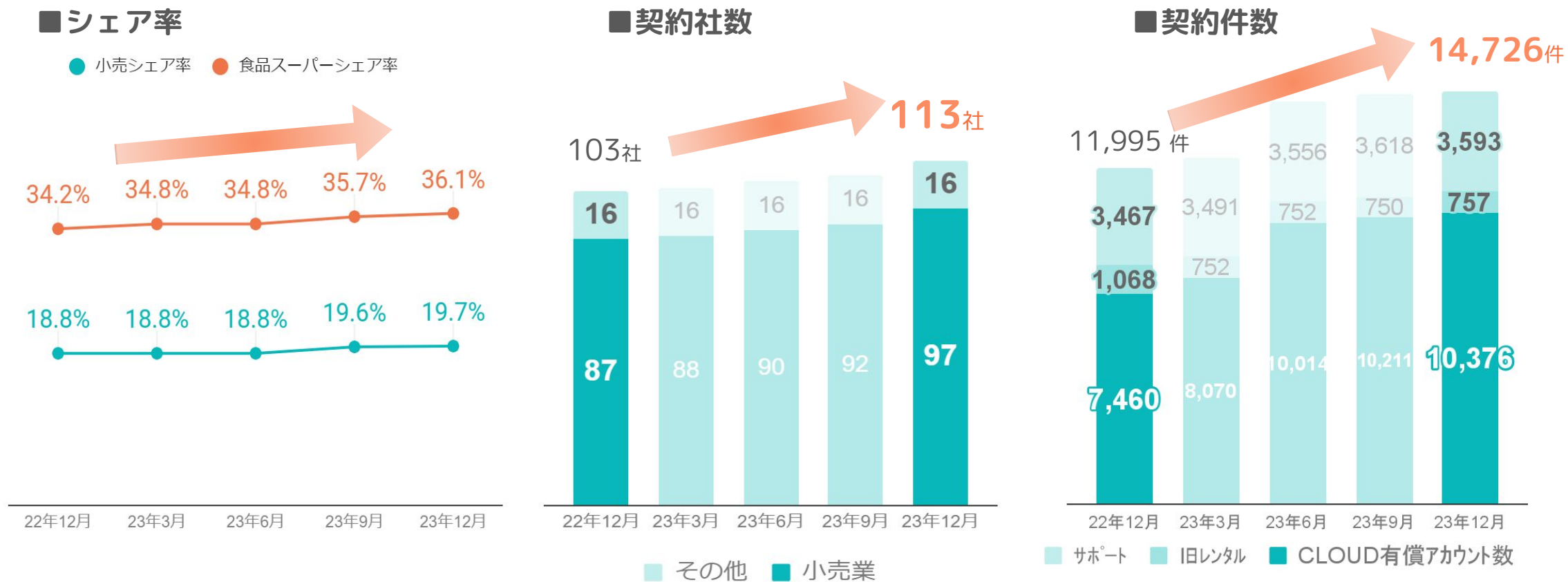
*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」。前述の113社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

*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

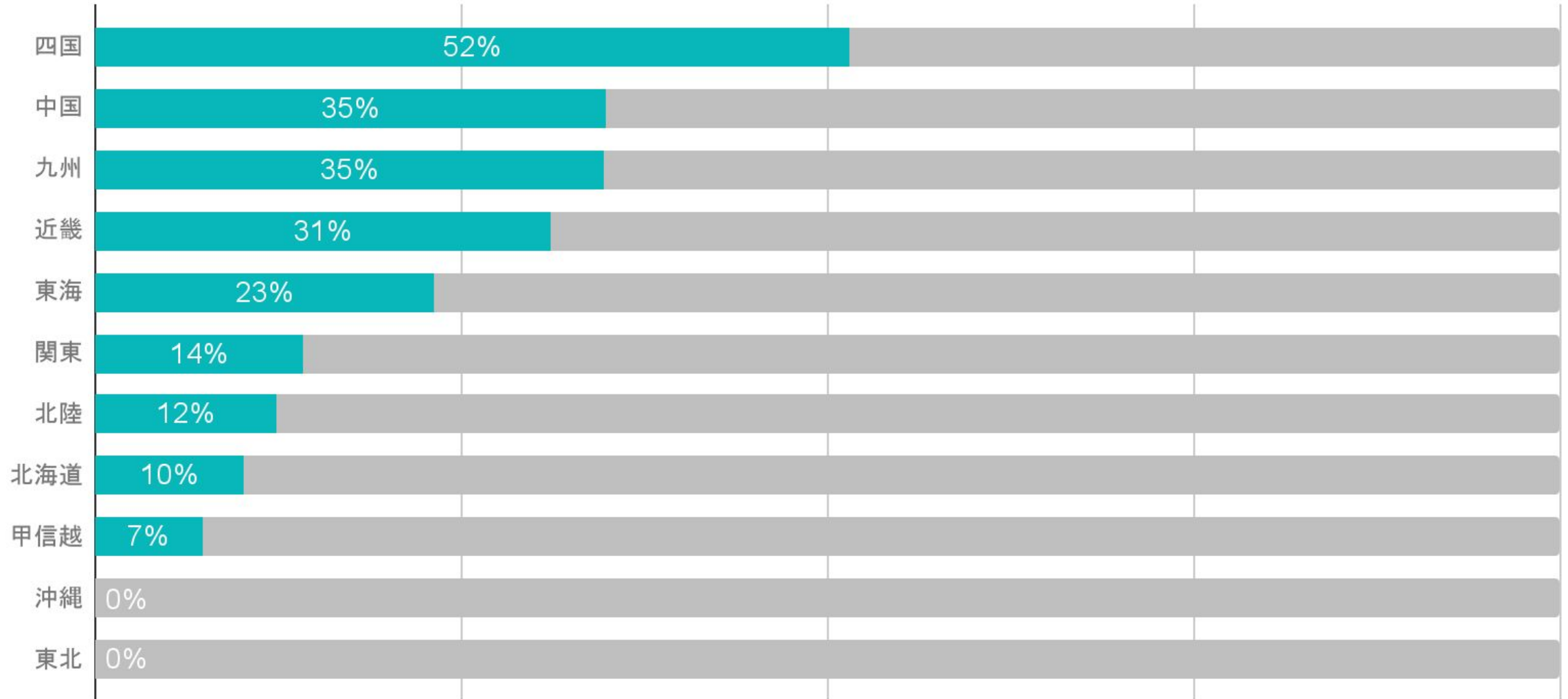
食品スーパーシェア率は前年比1.9pt増の36.1%、契約件数が前年比2,731アカウント増の14,726

- ・ 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

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。



AI分析

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



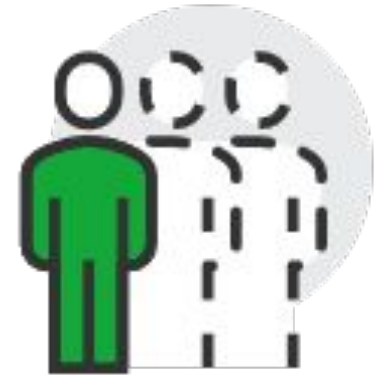
時間帯別の客数実績をもとにした発注を行うため、商品の製造過多による「廃棄・値引ロス」やピークタイムでの「欠品・機会ロス」を緩和します

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

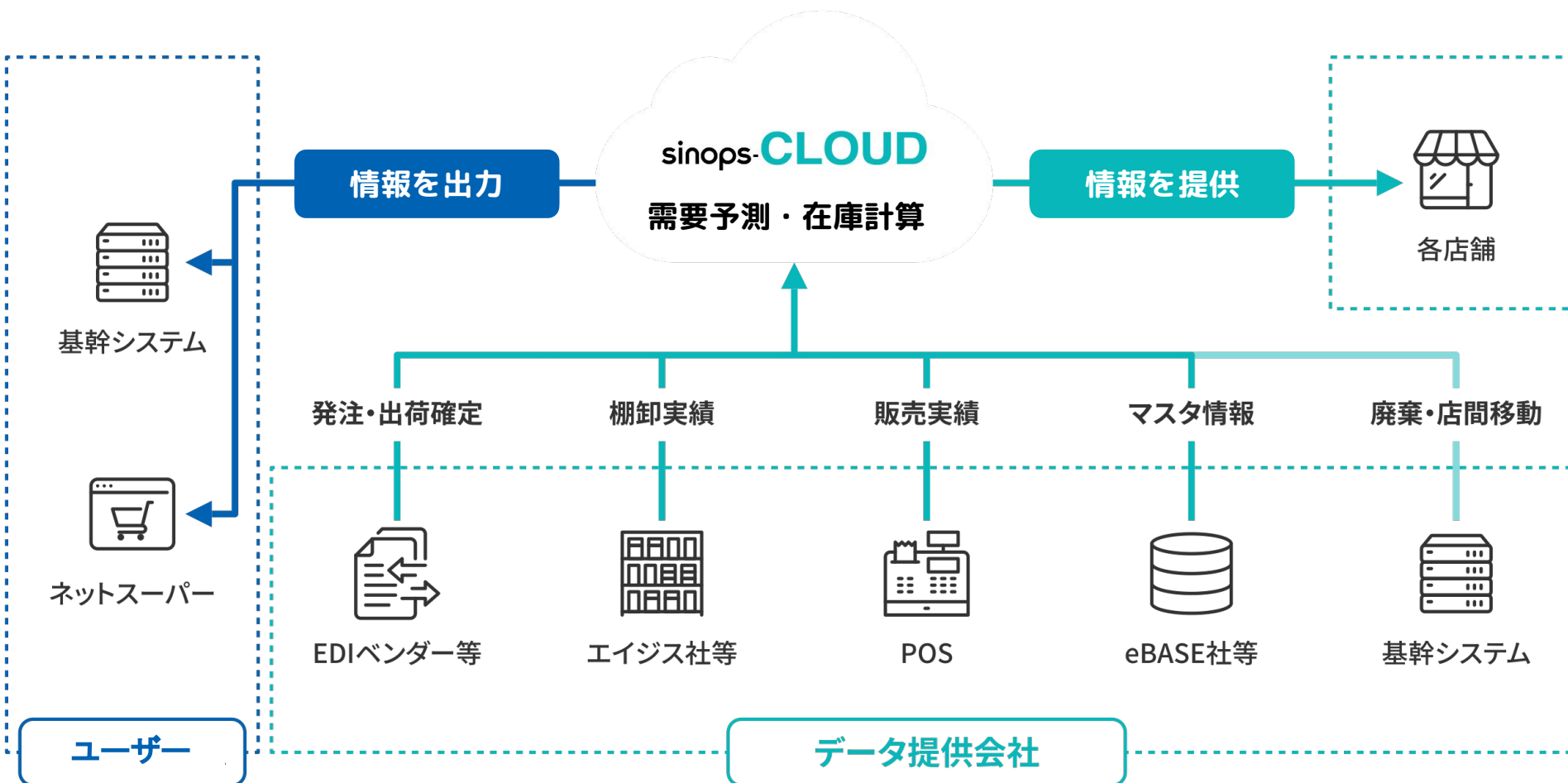
人手不足を解消したい



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

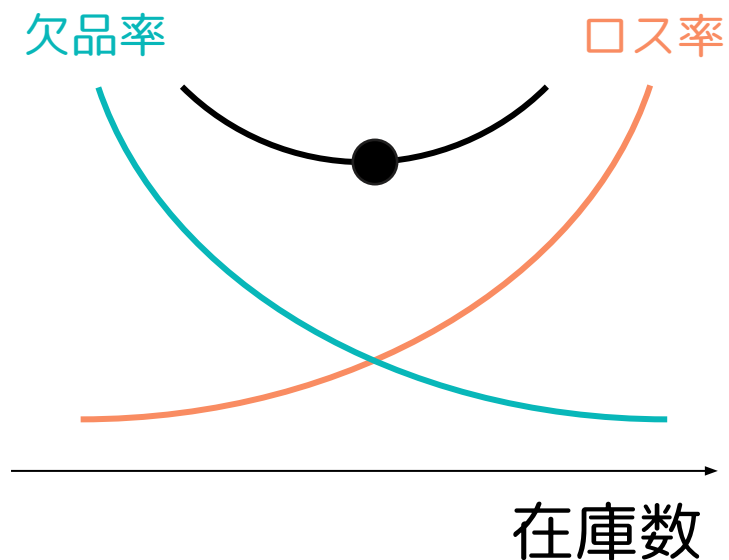
sinopsは様々なデータを分析し、需要予測・在庫情報を提供するサービス

- 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。
- 値引・廃棄ロス率の削減効果が向上。

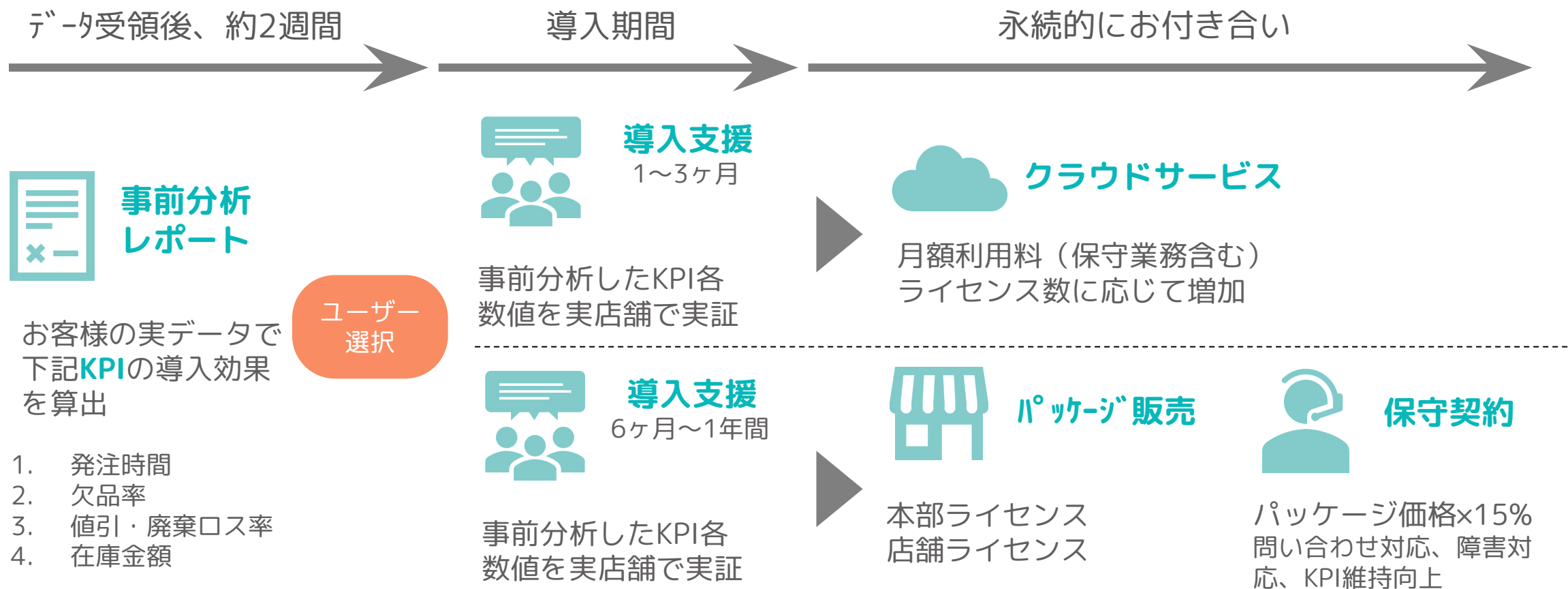


【導入事例（4つのKPI）】

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>

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。

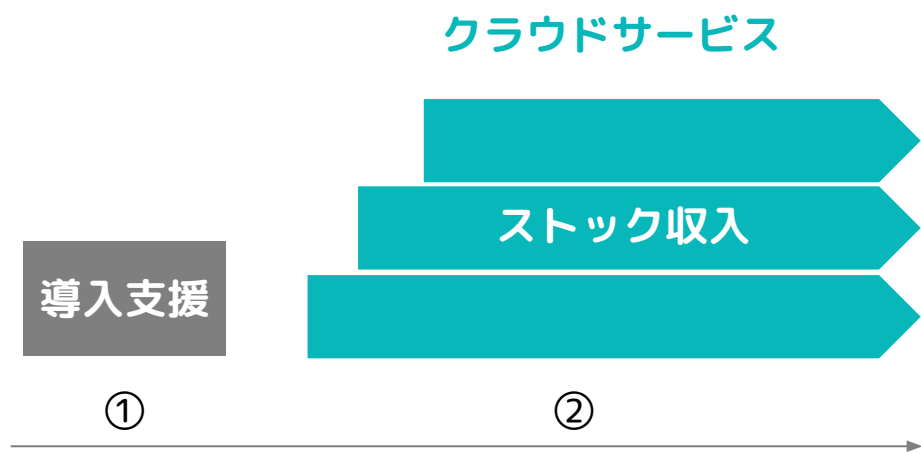


クラウドサービス中心の収益構造にビジネスモデルを転換し、SaaSモデルへ移行

- ・ 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。
- ・ 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。

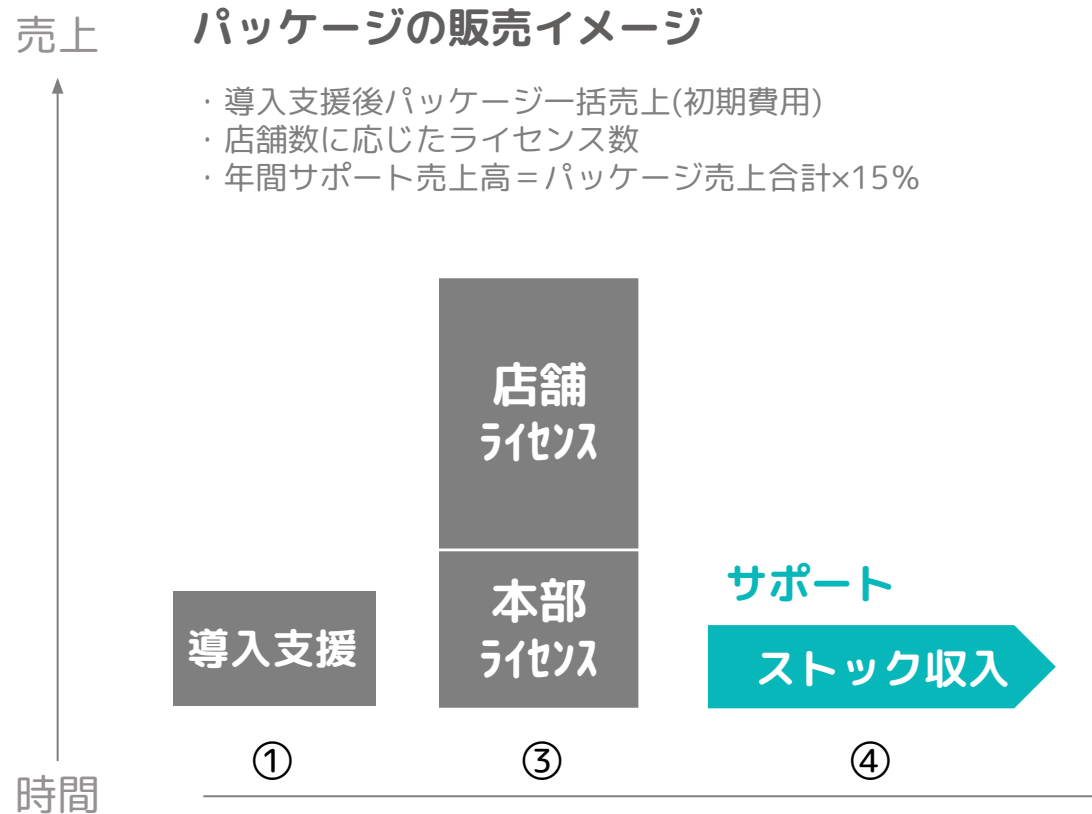
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



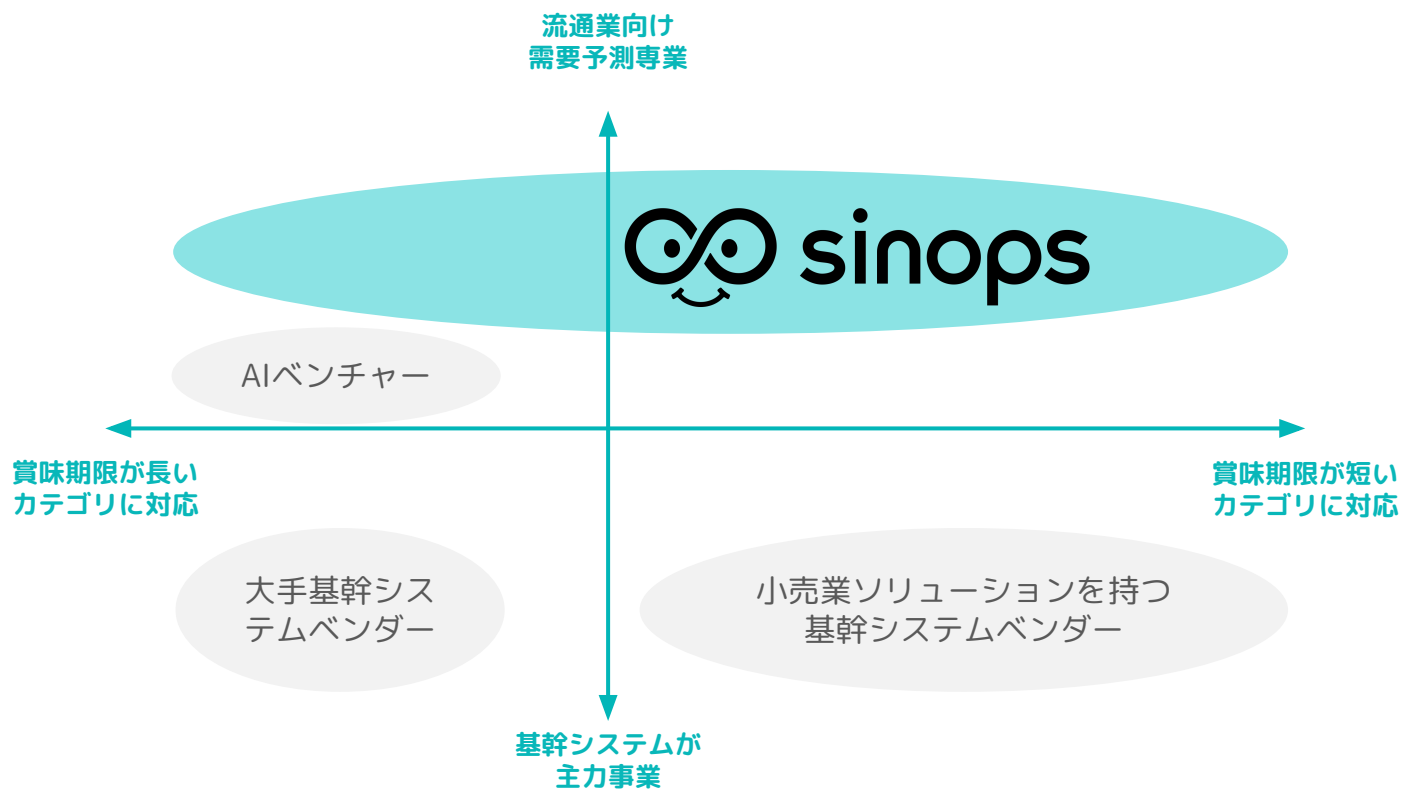
パッケージの販売イメージ

- ・ 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%



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。
- 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。



一般食品



アパレル



雑貨

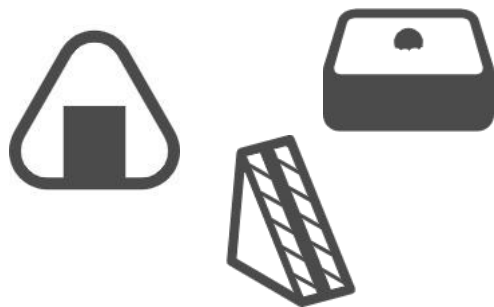
自動発注の精度向上によるロス削減
AI値引による廃棄・値引ロス削減

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

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)

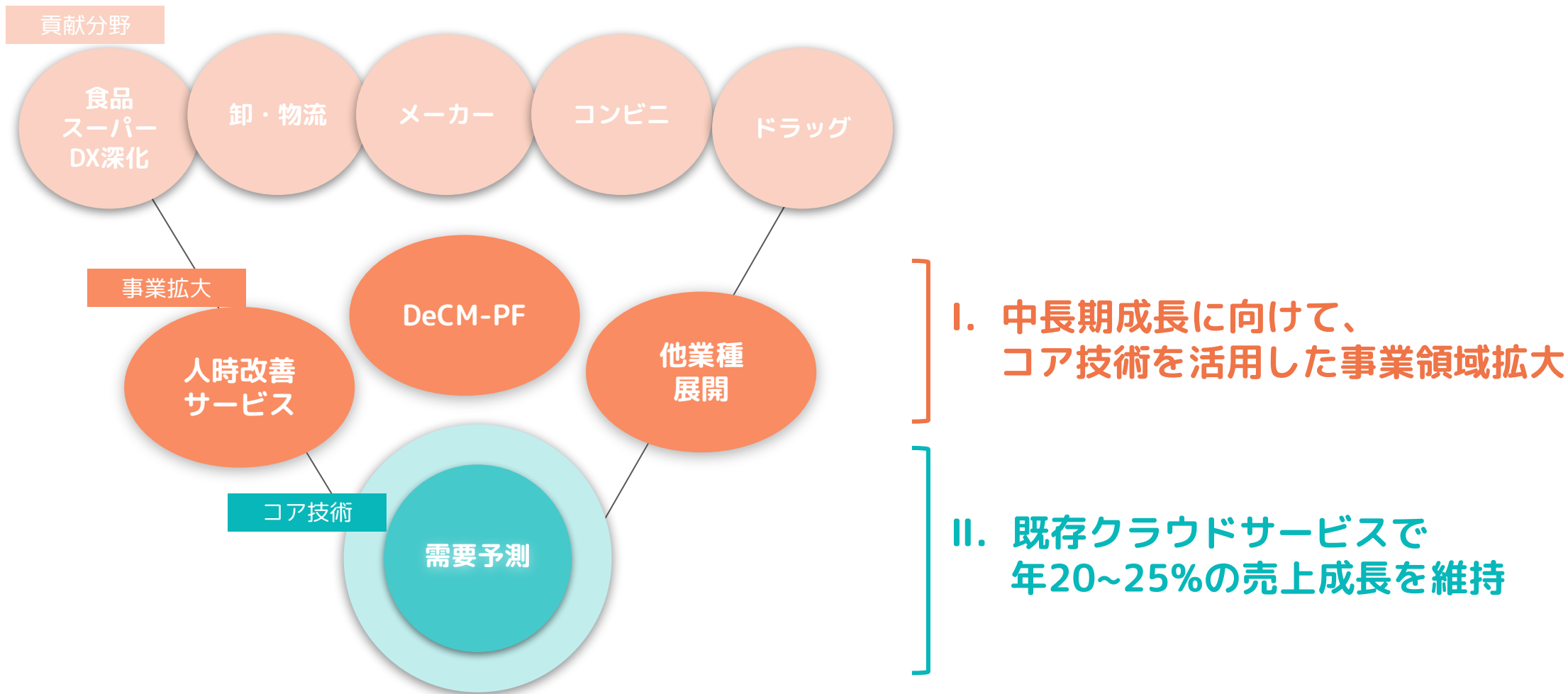
③ARR

20 億円 +94.2%、10.2億円(2022)



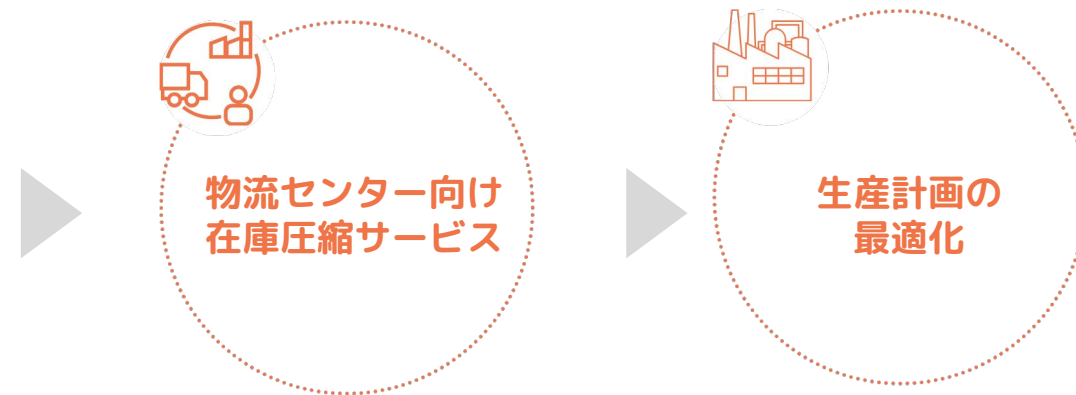
需要予測をコア技術として、サプライチェーン全体での需要予測データ活用を目指す

- 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。



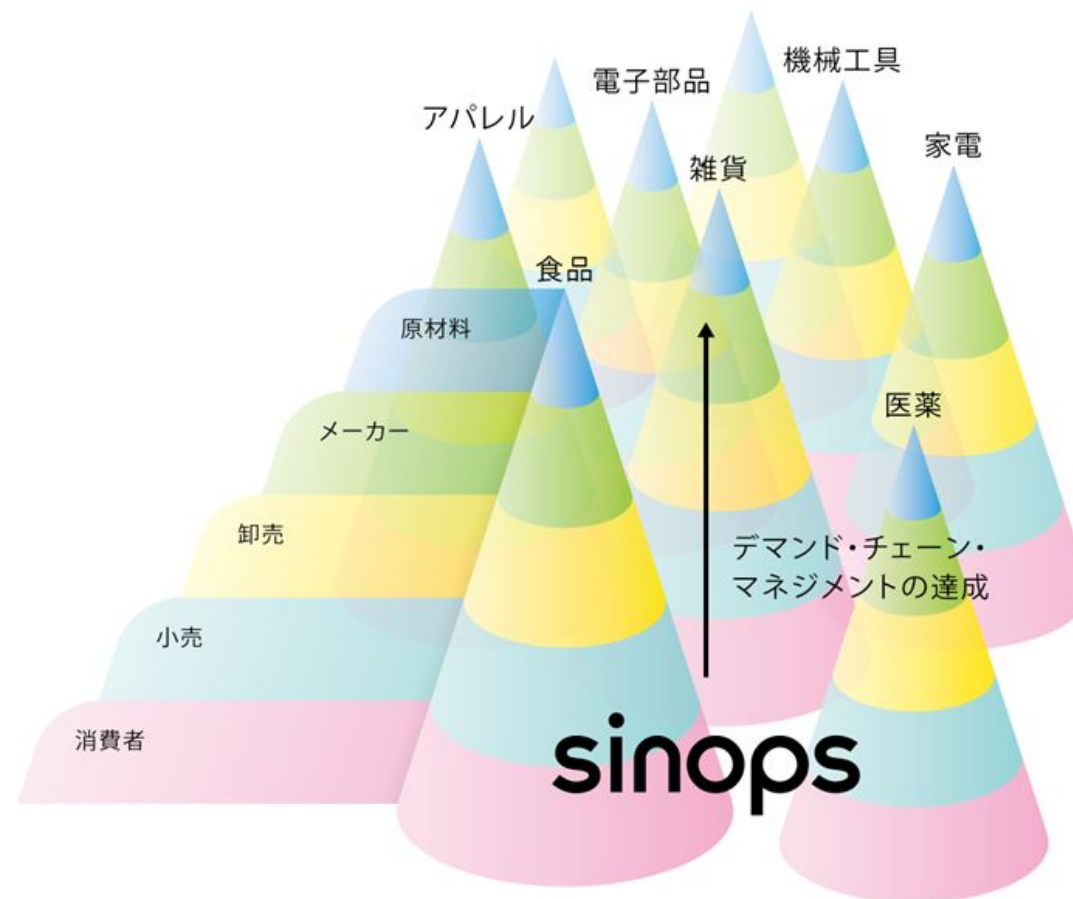
他業態向けDeCMの拡大へ

- 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

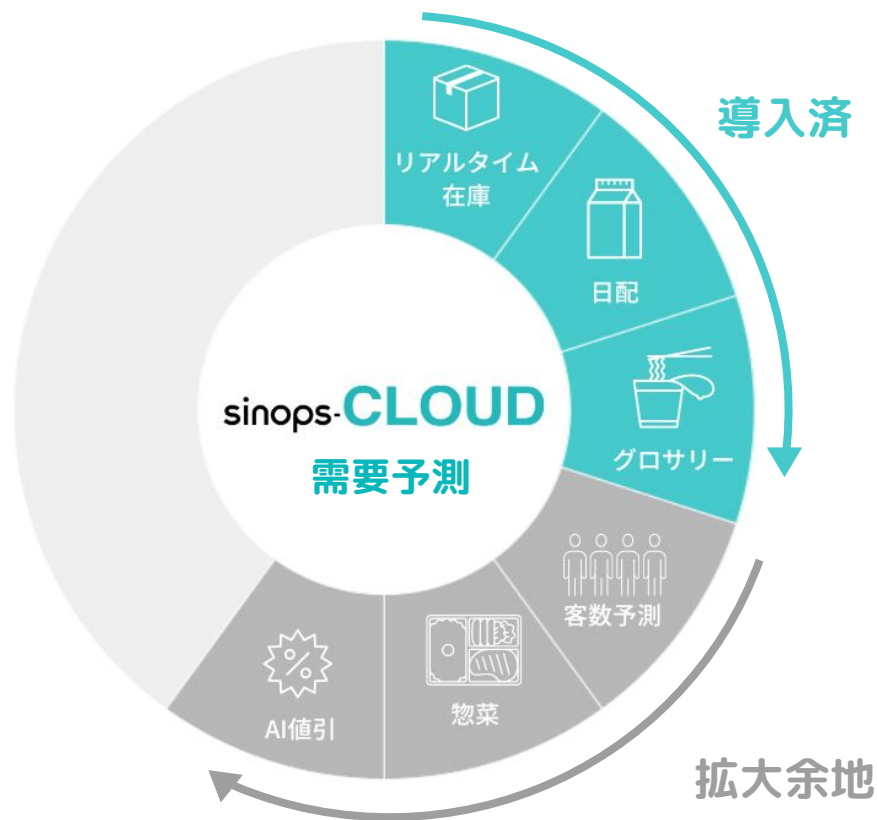


食品向けDeCMを構築

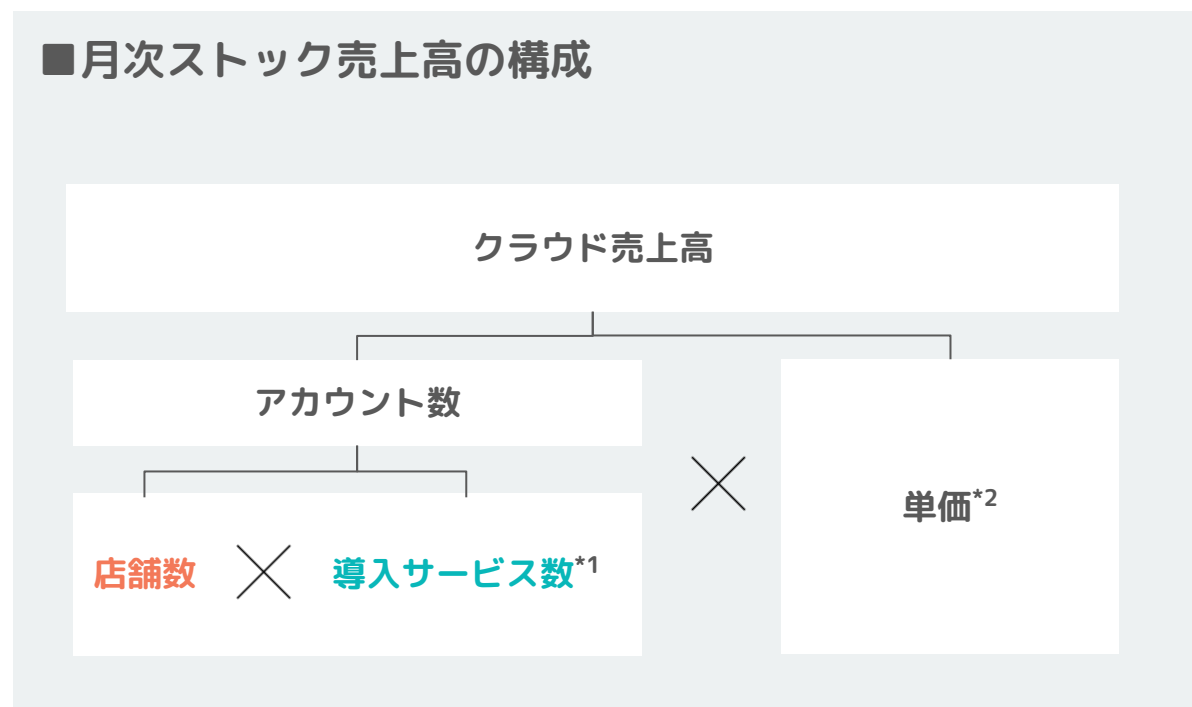


ARR向上に向けて、店舗あたりのサービス数を拡大

- 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。



ビジネス状況

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%。

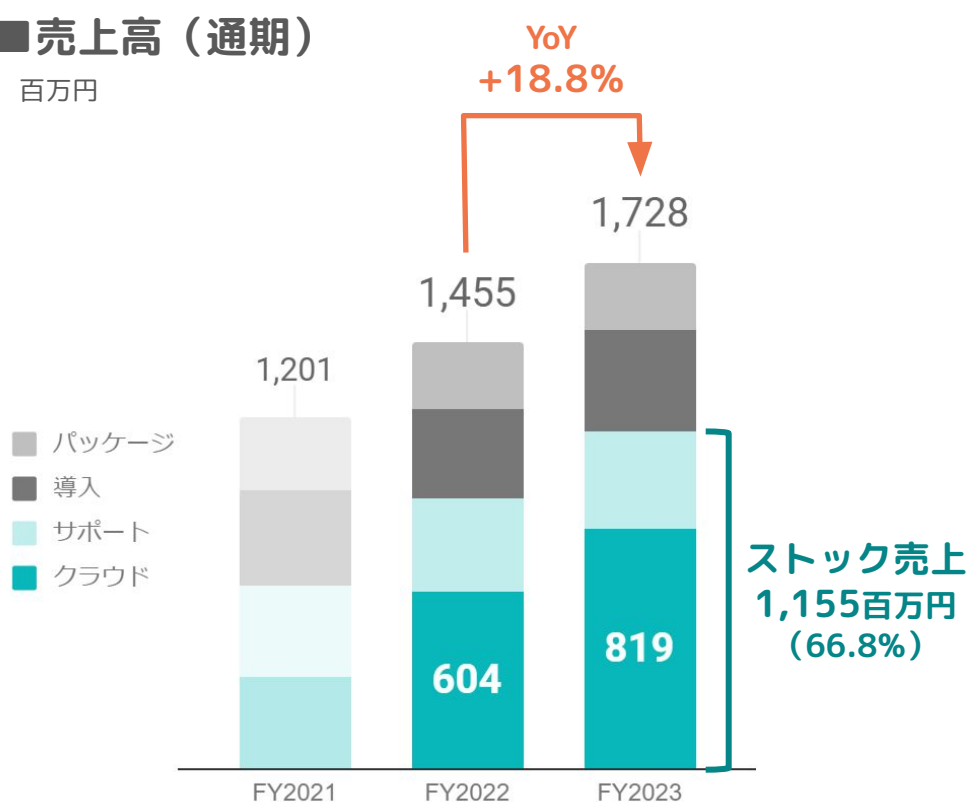
(百万円)	当期	2022年12月期			対計画	
	23/12期 通期実績	22/12期 通期実績	増減額	増減率%	23/12期 計画	差異率%
売上高	1,728	1,455	+273	+18.8%	1,766	△2.1%
パッケージ	230	223	+7	+3.2%	218	+5.5%
導入支援	343	308	+34	+11.3%	290	+18.1%
サポート	336	319	+16	+5.3%	391	△14.1%
クラウド	819	604	+214	+35.5%	866	△5.5%
営業利益	270 (利益率15.7%)	224 (利益率15.4%)	+46	+20.6%	250 (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。

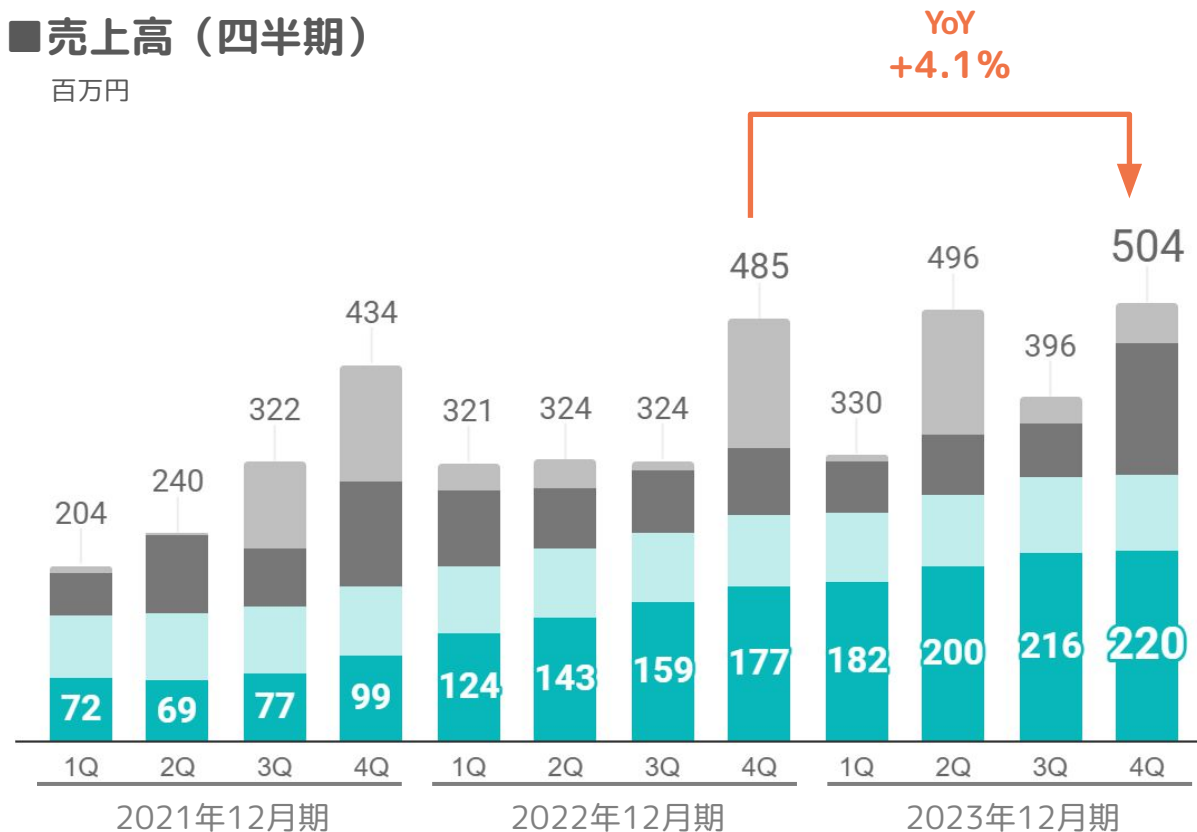
■売上高（通期）

百万円



■売上高（四半期）

百万円

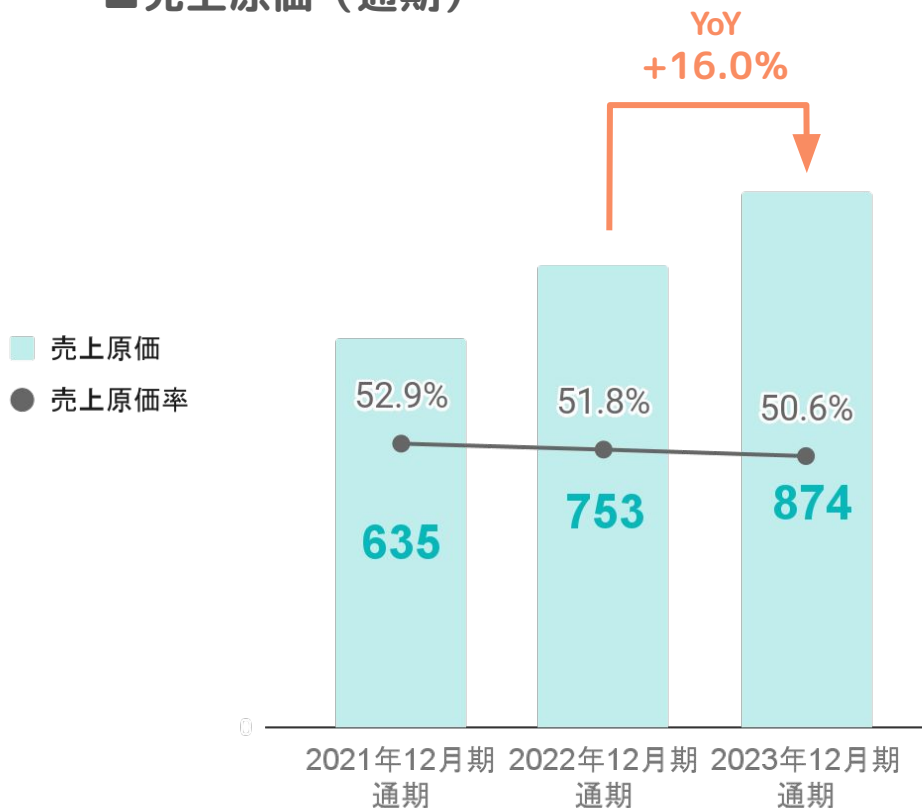


*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
 ストック売上比率は、（ストック売上1,155百万円÷売上高1,728百万円×100）で算出。

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

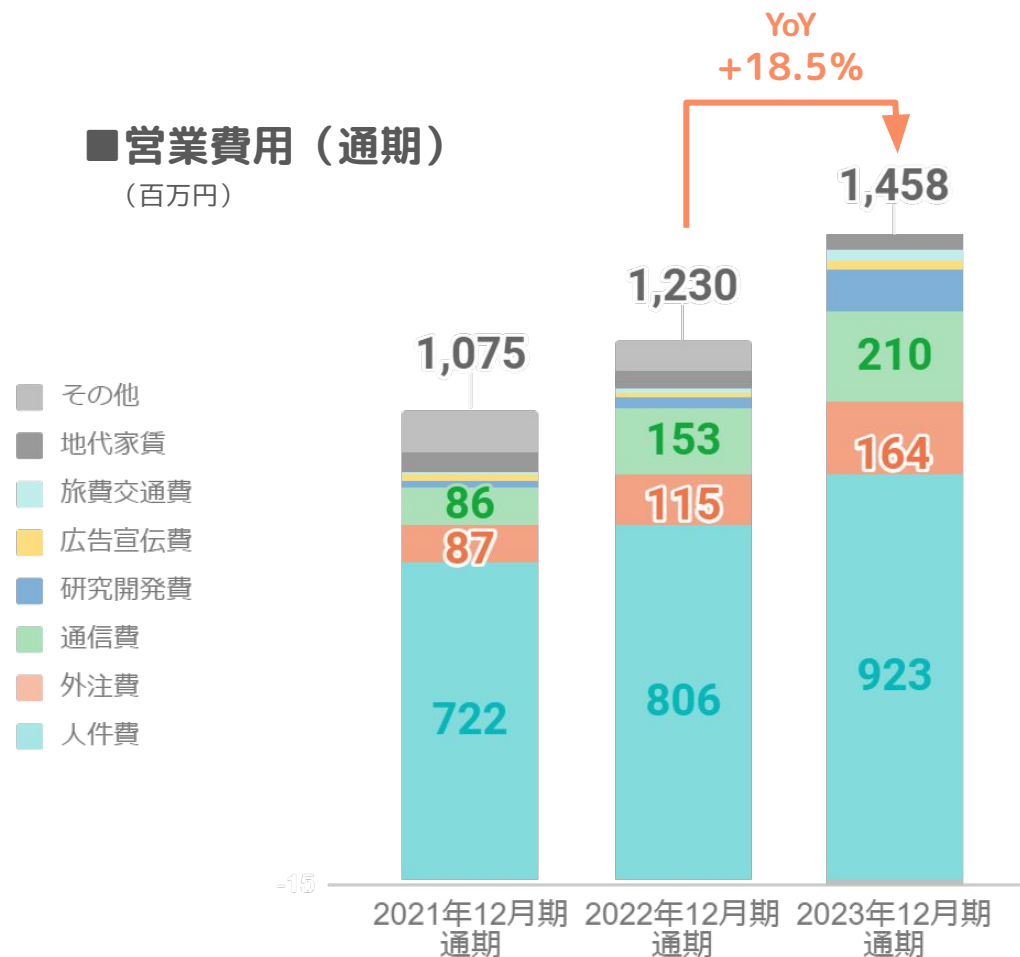
- 社員数が前年比12名増となり、人件費が前年比117百万円増（前年比14.5%増）。
- クラウド利益率の向上を目指して、通信費削減のためのAWS最適化を行ったこと等により、売上原価率は50.6%（前年比1.2%減）。

■売上原価（通期）



■営業費用（通期）

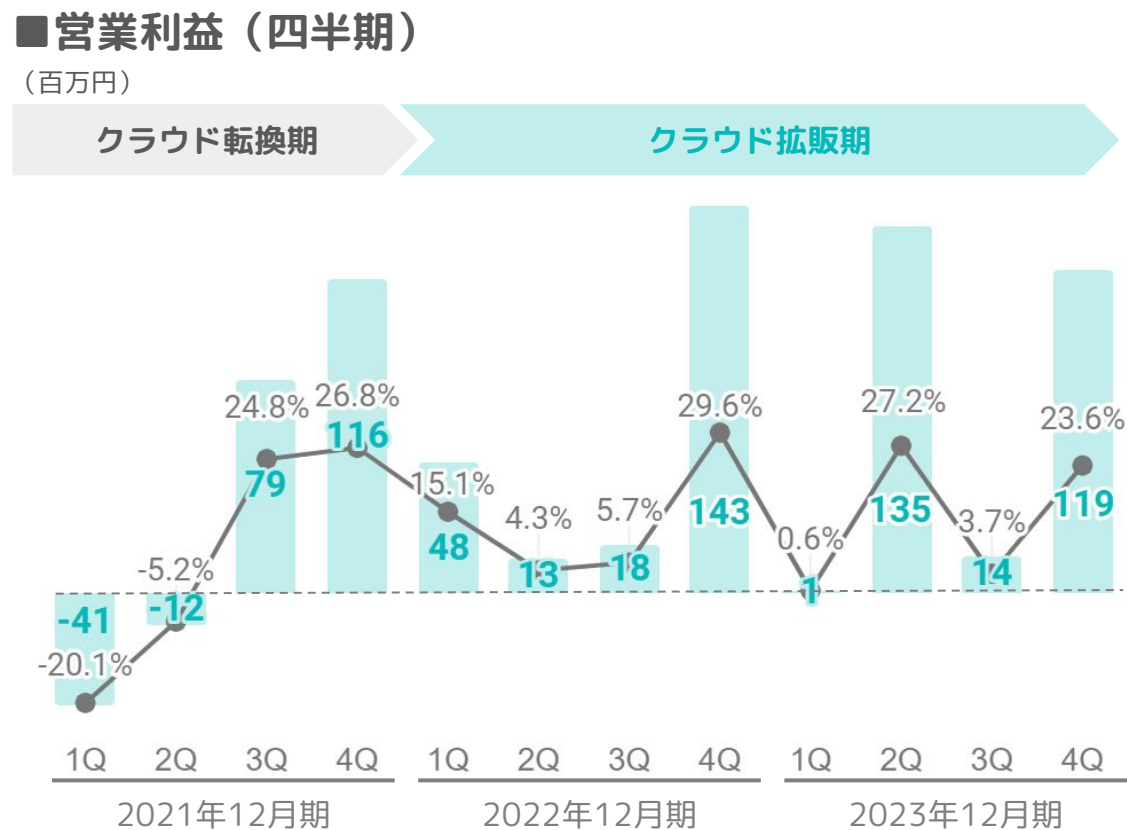
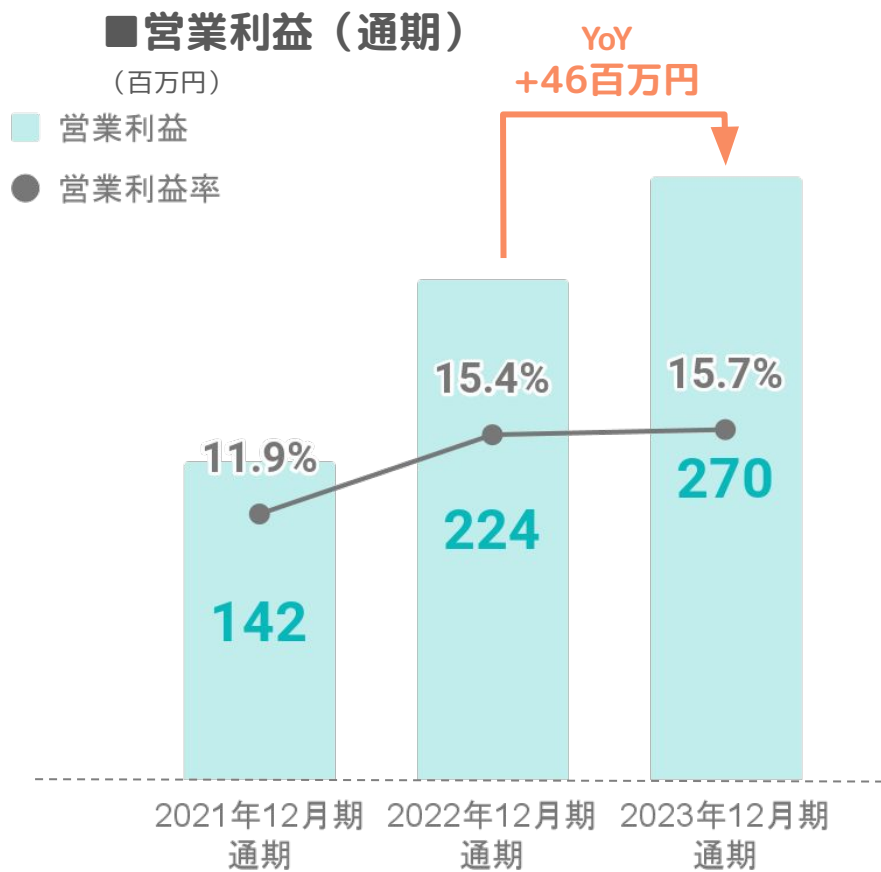
(百万円)



*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

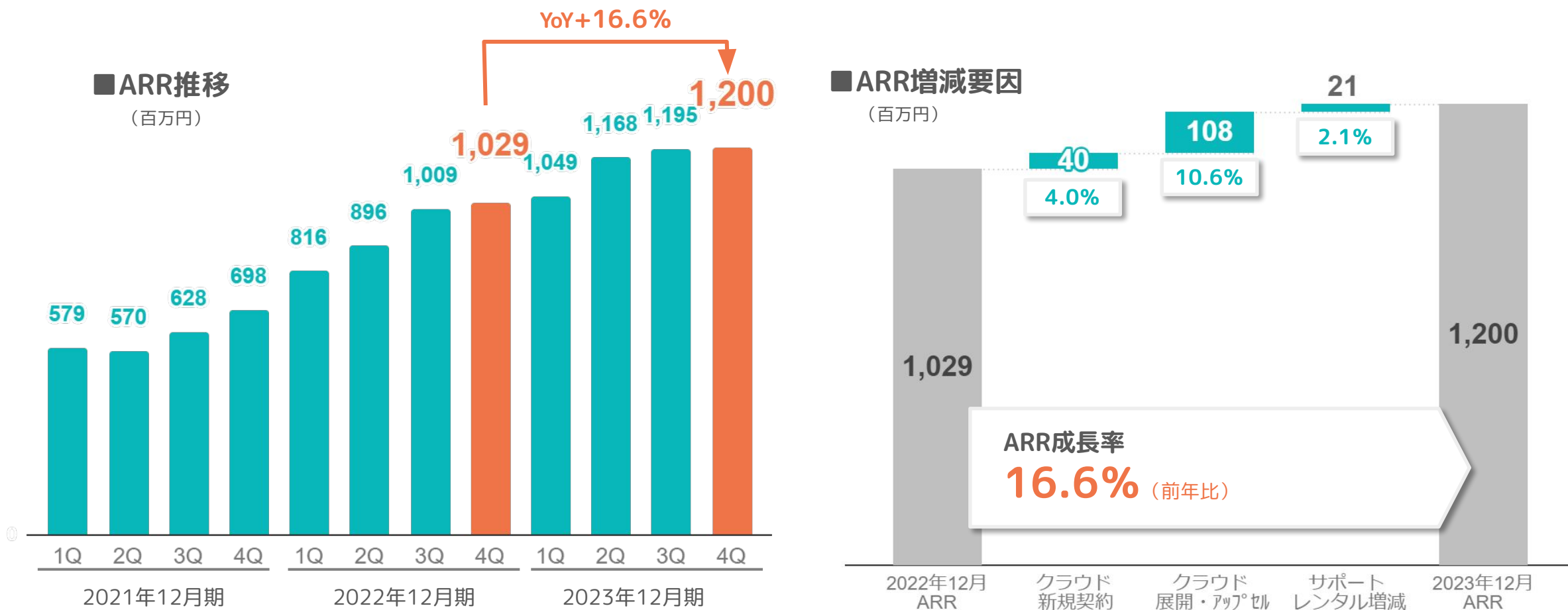
営業利益は前年比46百万円増の270百万円

- 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。



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%）。

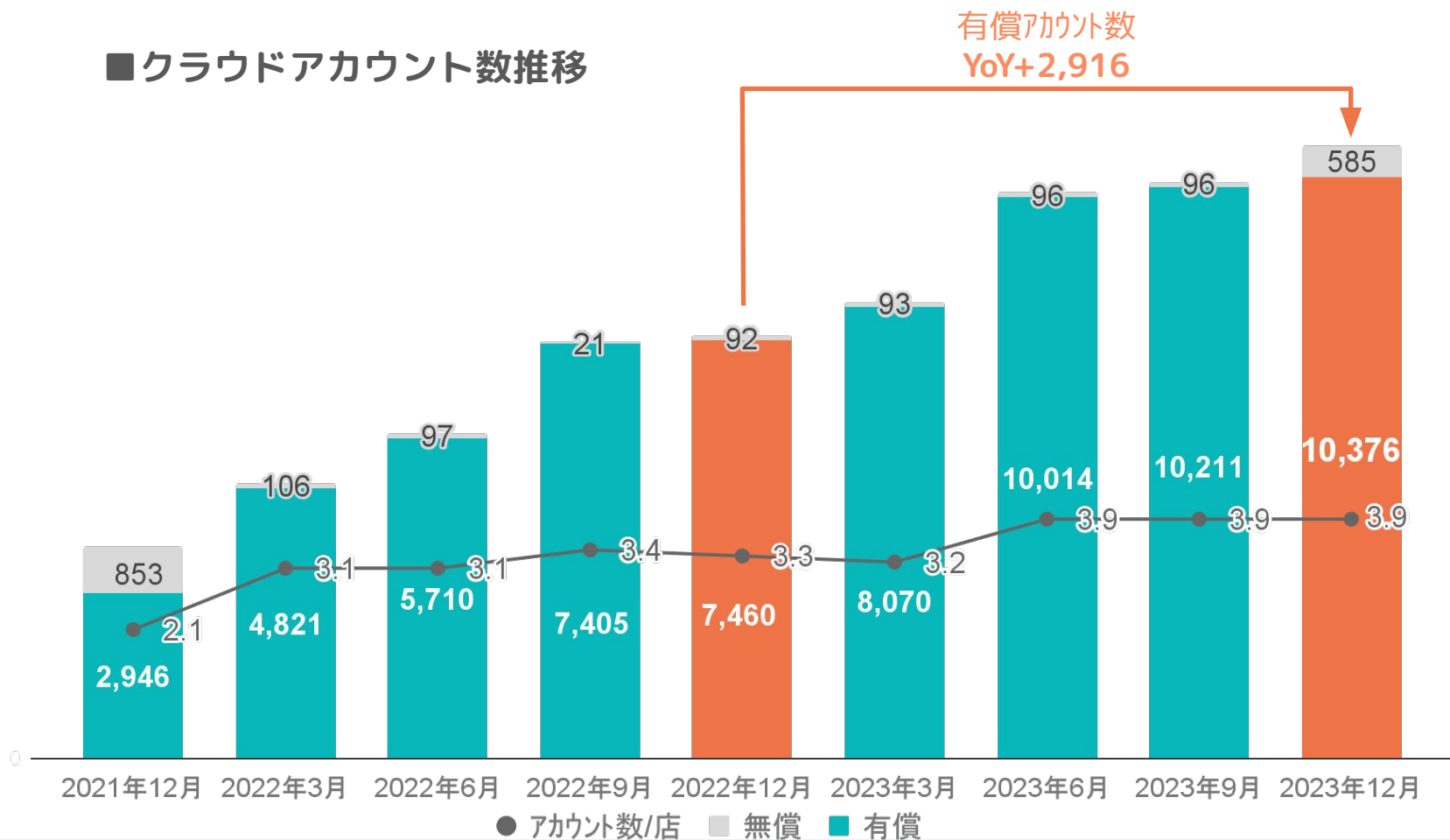


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2023年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

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

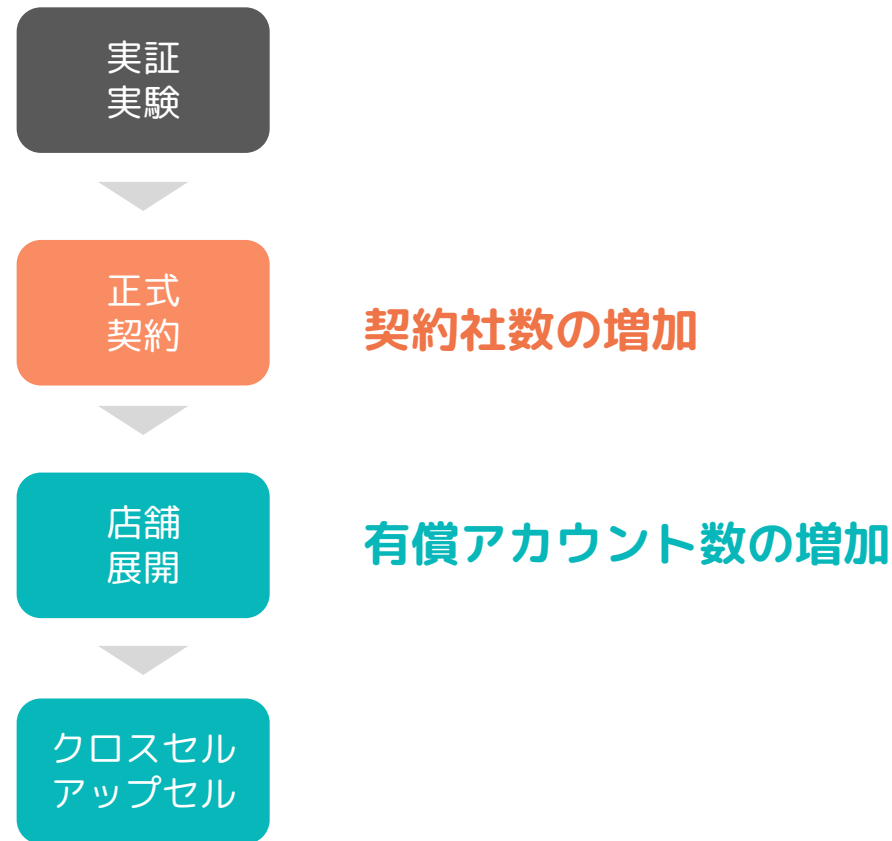
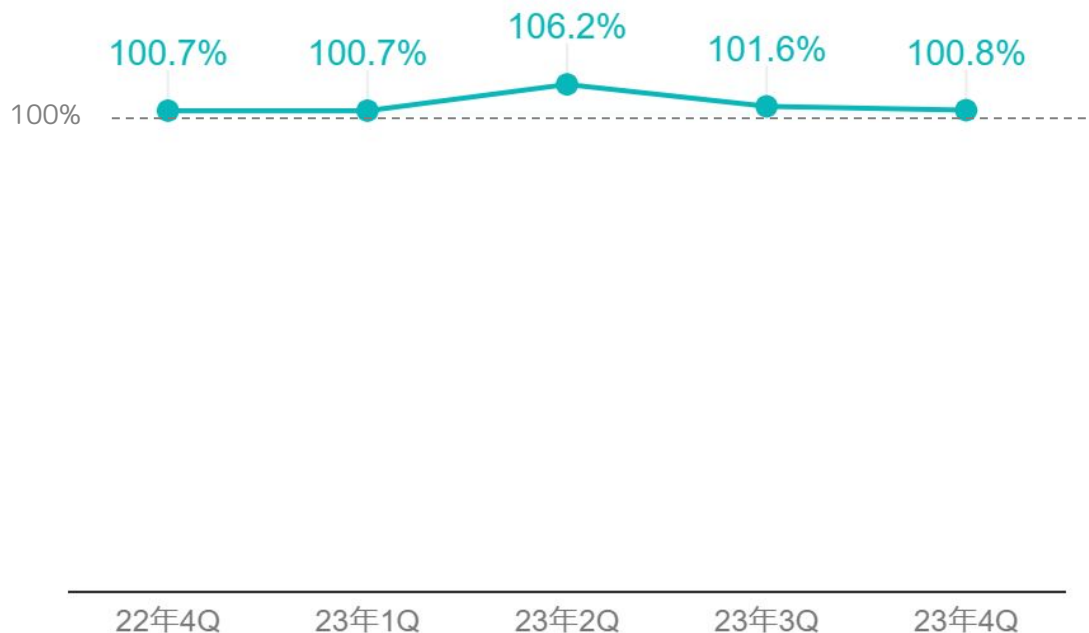


有償 アカウント数	10,376 (YoY + 2,916)
有償 店舗数	2,674 店舗 (YoY + 430店舗)
アカウント数 /店舗	3.9 アカウント (YoY + 0.6アカウント)
有償 契約社数	48 社 (YoY + 8社)

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

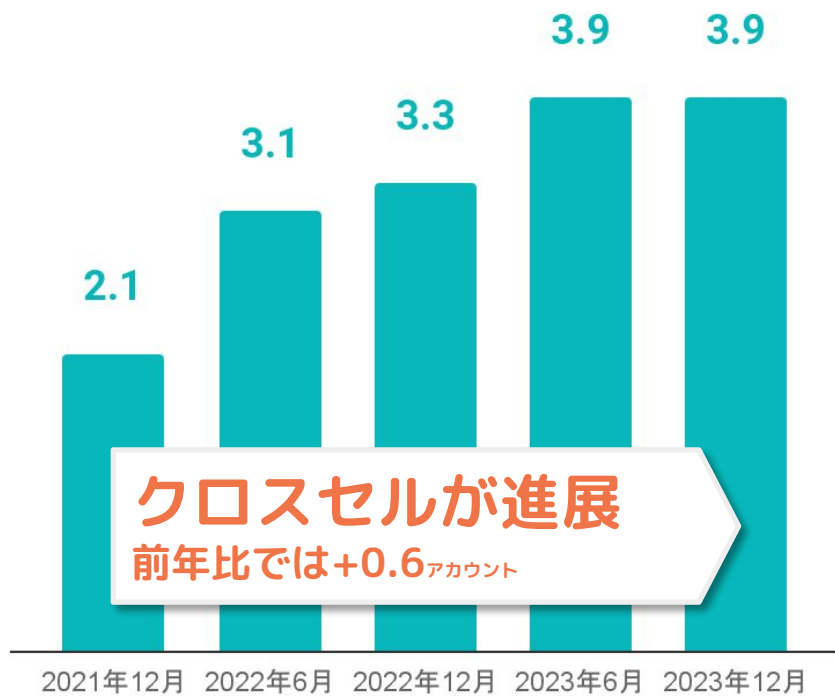
3.他業態向けDeCMの構築

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

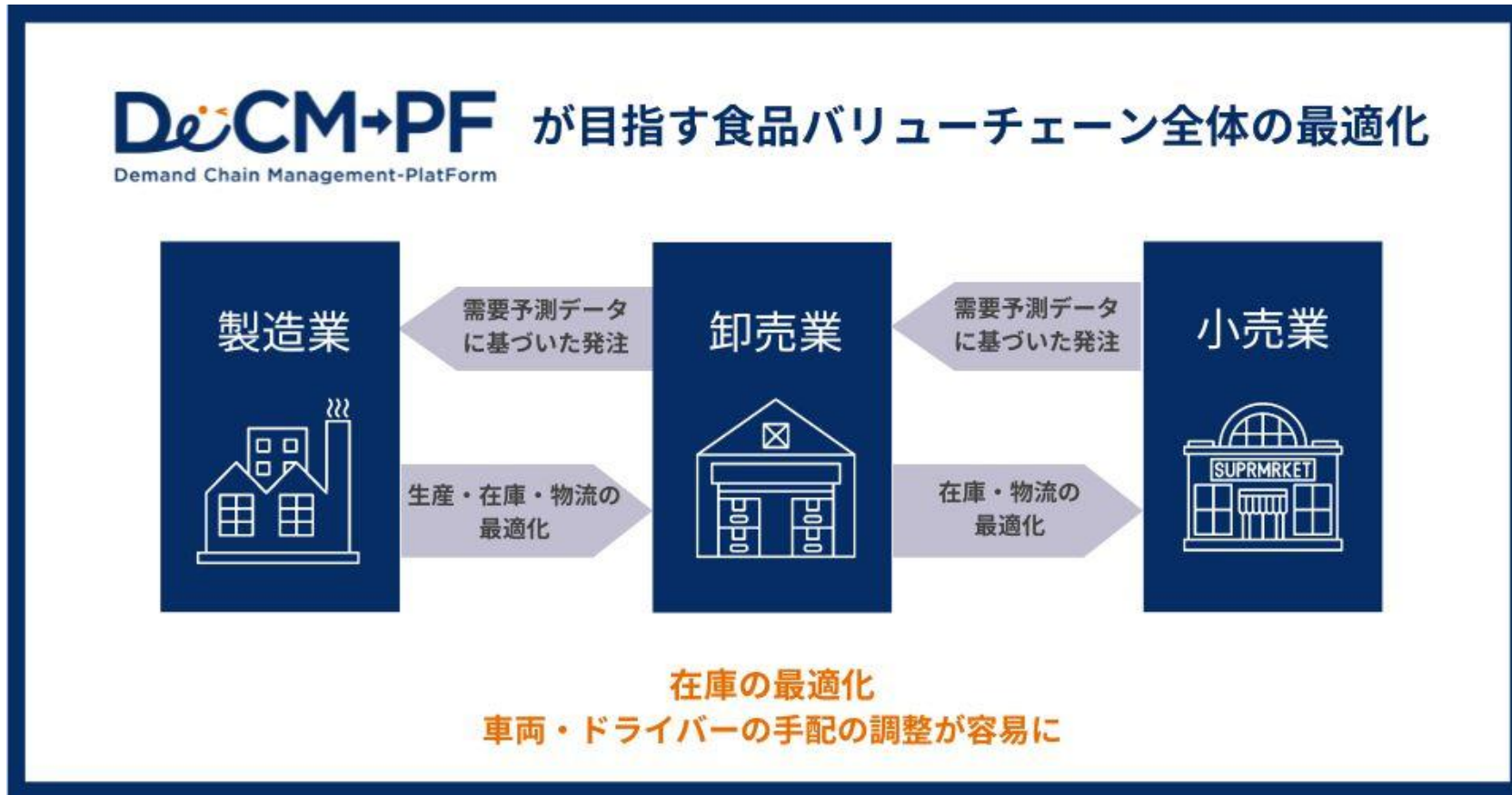


【ARR向上に向けた取り組み】

- 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。

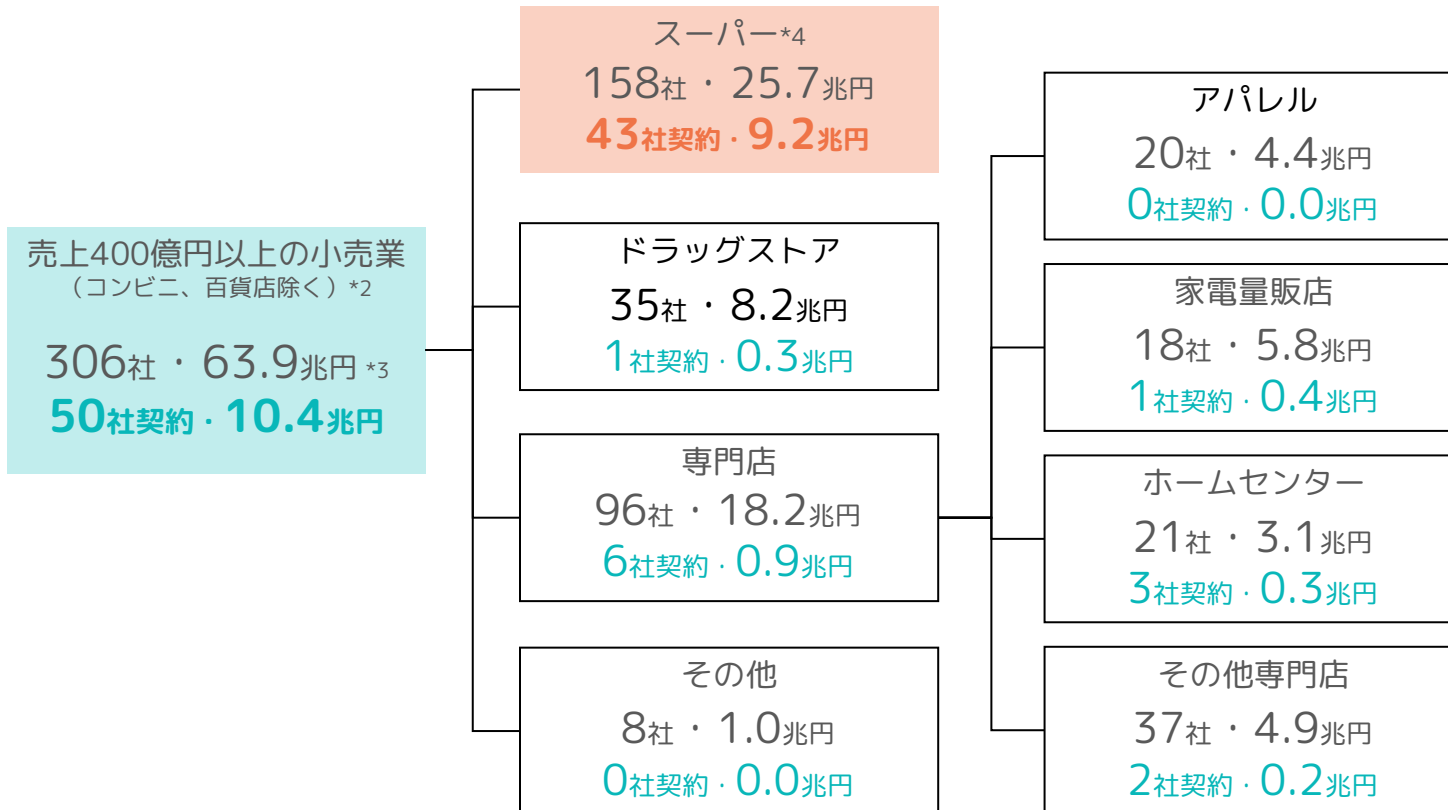
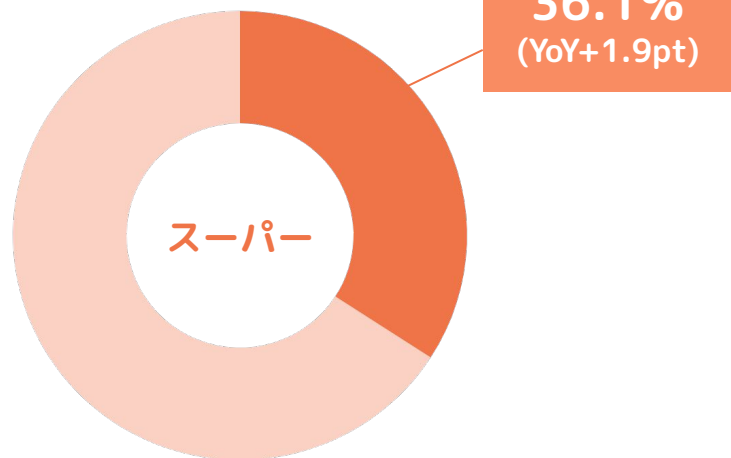
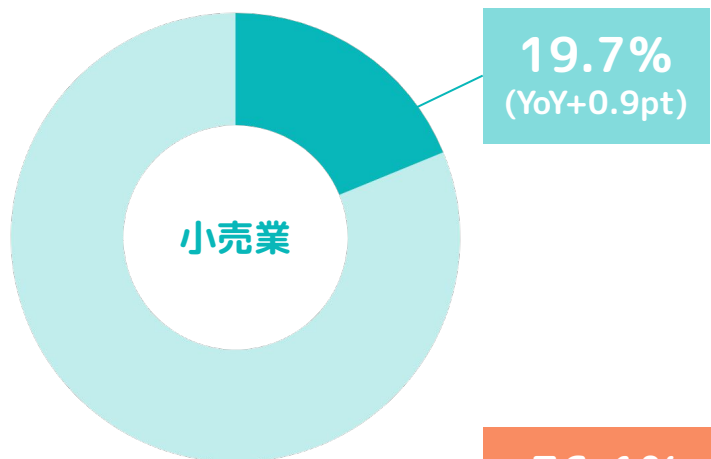


*1. 特売品における納品リードタイム。sinopsで特売品の需要予測を行い、従来は数日前に確定していた卸売業への特売品の発注を前倒しする。納品LTを長期化することで、卸売業の特売期間中の追加発注の対応に向けた需要予測や在庫調整業務の負荷軽減や、物流センターの過剰在庫や欠品リスクの抑制が期待できます。

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

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%

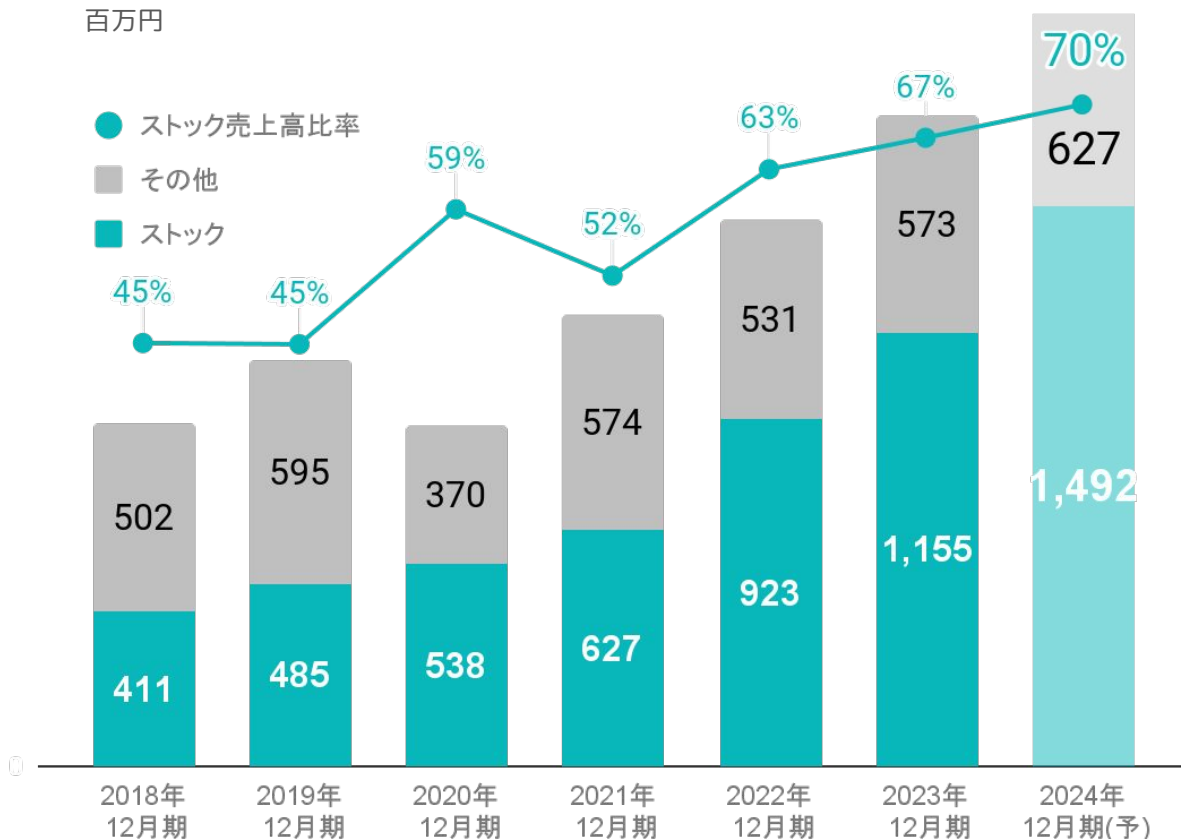
ストック売上高比率70%超、ARR1,770百万円を計画

- 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%)、ARRは1,770百万円を計画。
- 2023年実績は、2023年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り導入支援が対計画+18.1%となったことにより、ストック売上高目標1,257百万円に対して1,155百万円で着地。

■ストック売上高 (通期)

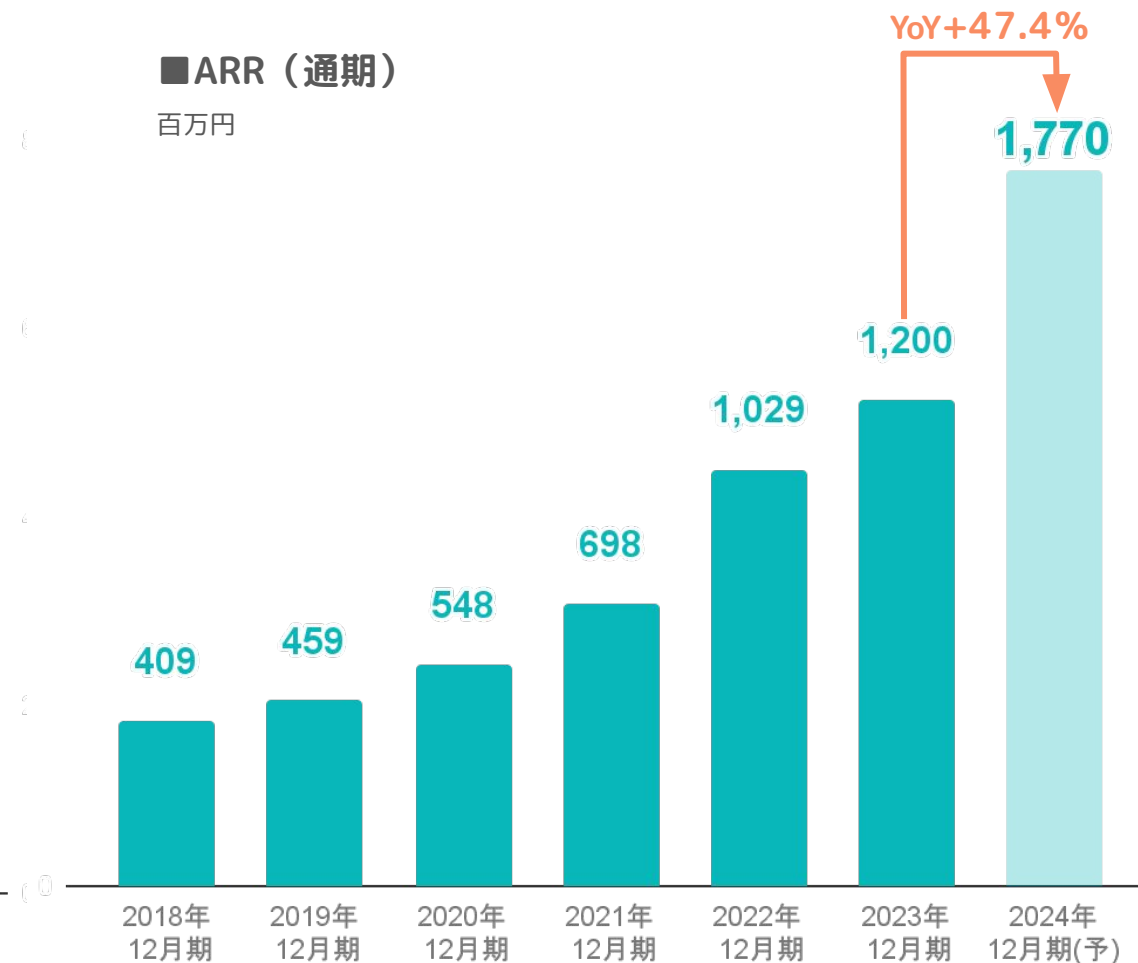
百万円

- 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。

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

※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)	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

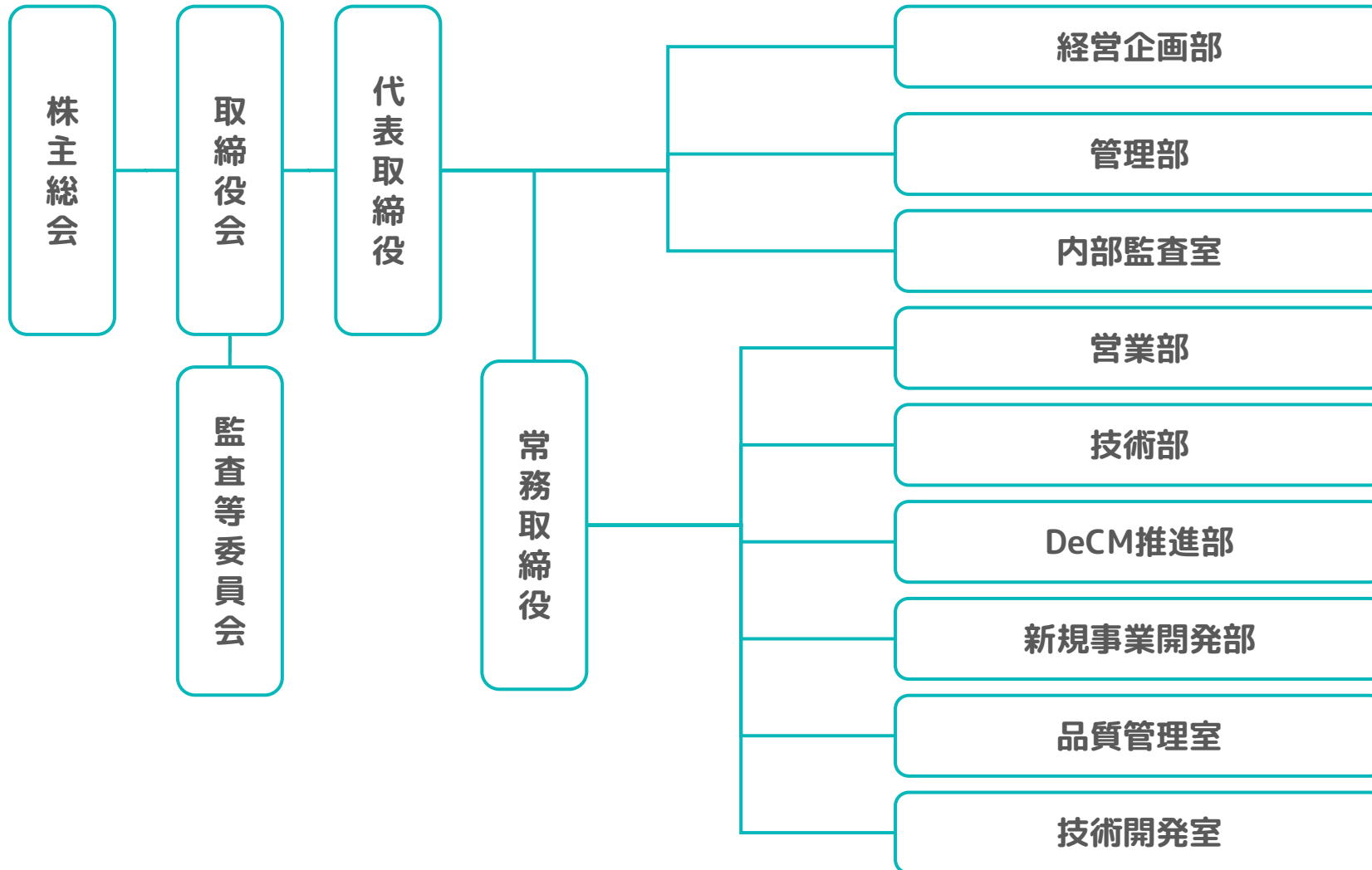
Appendix 会社概要

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	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



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。

なお、当資料の次回アップデートは、本決算後の2025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。