



# 2025年12月期第2四半期 決算説明資料

株式会社シノプス（証券コード：4428）  
2025年8月14日

1. 2025年12月期 第2四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

# 2025年12月期 第2四半期 決算ハイライト

食品スーパーシェア率\*1

**36.7%** (YoY  $\Delta$ 2.0pt)

小売シェア率\*1

**18.9%** (YoY  $\Delta$ 0.5pt)

契約社数

**119社** (YoY  $\Delta$ 1社)

クラウド有償店舗数 \*2

**3,310店舗** (QoQ +95店舗、YoY+111店舗)

ARR \*4

**1,447百万円** (QoQ+4.5%、YoY+9.5%)

クラウド有償アカウント数 \*3

**13,405** (QoQ +992アカウント、YoY+1,937アカウント)

NRR(クラウド)\*5

**101.9%** (2025年平均) / **101.7%** (2025年2Q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・百貨店を除く売上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、有償の短期間クラウド契約を除く）

\*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、有償の短期間クラウド契約を除く）

\*4. Annual Recurring Revenueの略語。2025年6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995百万円（YoY+20.7%）、営業利益178百万円（YoY +647.5%）

- 既存ユーザーへのアップセル・クロスセルが順調に進んでいることや新規ユーザーへの導入が主要因となり、クラウド売上高は前年比83百万円増の526百万円。既存ユーザーの1Qのバージョンアップに加え、2Qに店舗追加があったことにより、パッケージ売上高は前年比97百万円増の103百万円。
- クラウド売上拡大に伴う通信費の増加が製品改善により抑えられており、さらに、利益率の高いパッケージ売上高が増加したことにより、営業利益は178百万円（前年比647.5%増）。

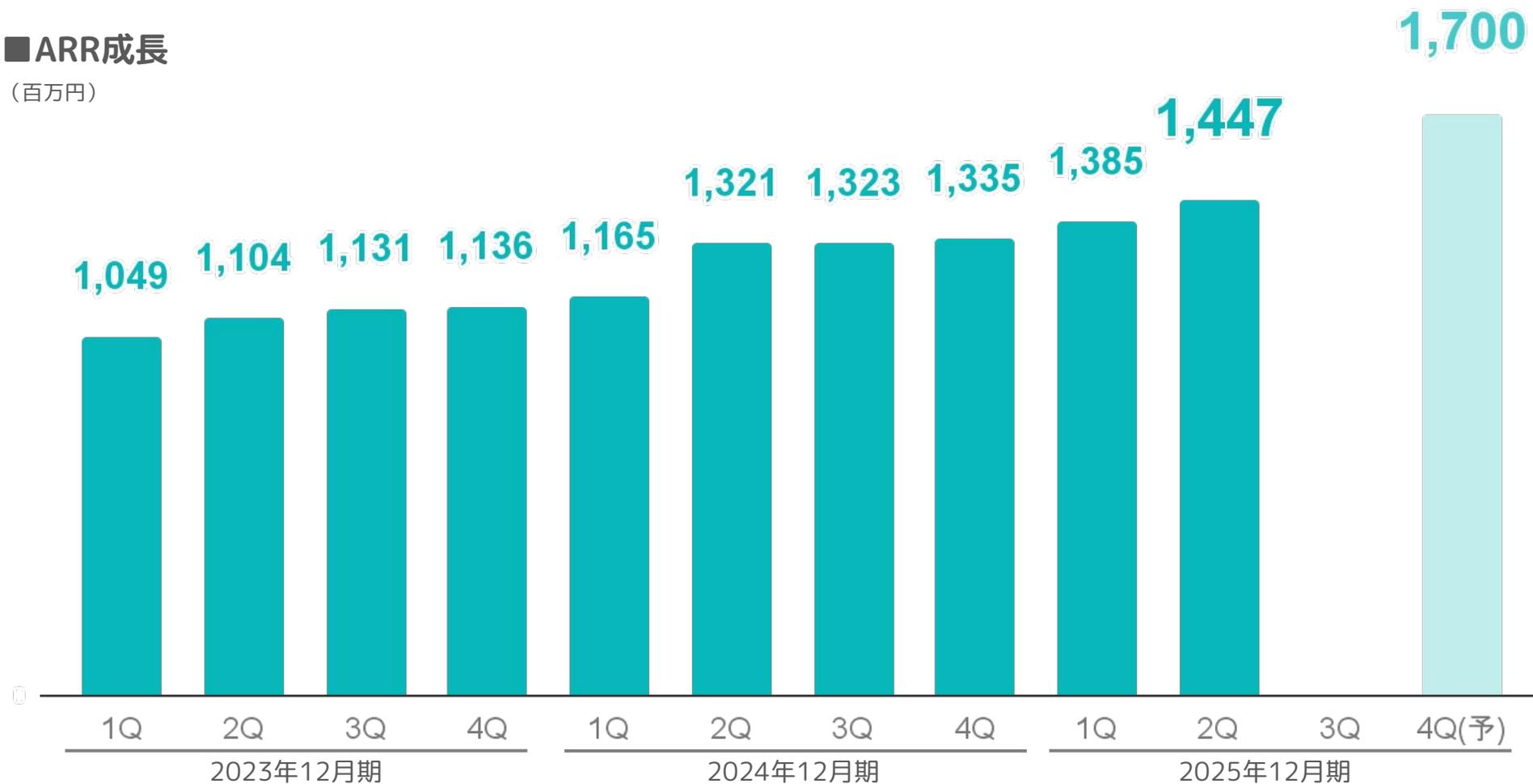
(百万円)	当期	2024年12月期			対計画	
	25/12期 2Q実績	24/12期 2Q実績	増減額	増減率%	25/12期 計画	進捗率%
<b>売上高</b>	<b>995</b>	825	+170	+20.7%	2,120	47.0%
パッケージ	<b>103</b>	5	+97	+1,677.2%	52	196.4%
導入支援	<b>172</b>	196	△24	△12.3%	509	33.9%
サポート	<b>193</b>	180	+13	+7.3%	373	51.8%
クラウド	<b>526</b>	442	+83	+19.0%	1,184	44.4%
<b>営業利益</b>	<b>178</b> (利益率17.9%)	23 (利益率2.9%)	+154	+647.5%	355 (利益率16.7%)	50.3%
<b>経常利益</b>	<b>179</b> (利益率18.0%)	24 (利益率2.9%)	+155	+641.3%	356 (利益率16.8%)	50.3%
<b>当期純利益</b>	<b>115</b> (利益率11.6%)	14 (利益率1.7%)	+101	+718.7%	248 (利益率11.7%)	46.6%

## 2025年目標1,700百万円に向けて、2QARRは1,447百万円（前年比9.5%増）まで進捗

- 既存ユーザーへのアップセル・クロスセルがあったことが主要因となり、2QARRは前年比9.5%増の1,447百万円。
- ARR目標1,700百万円（前年比27.3%増）達成に向けて、営業・導入を継続する。

### ■ARR成長

(百万円)

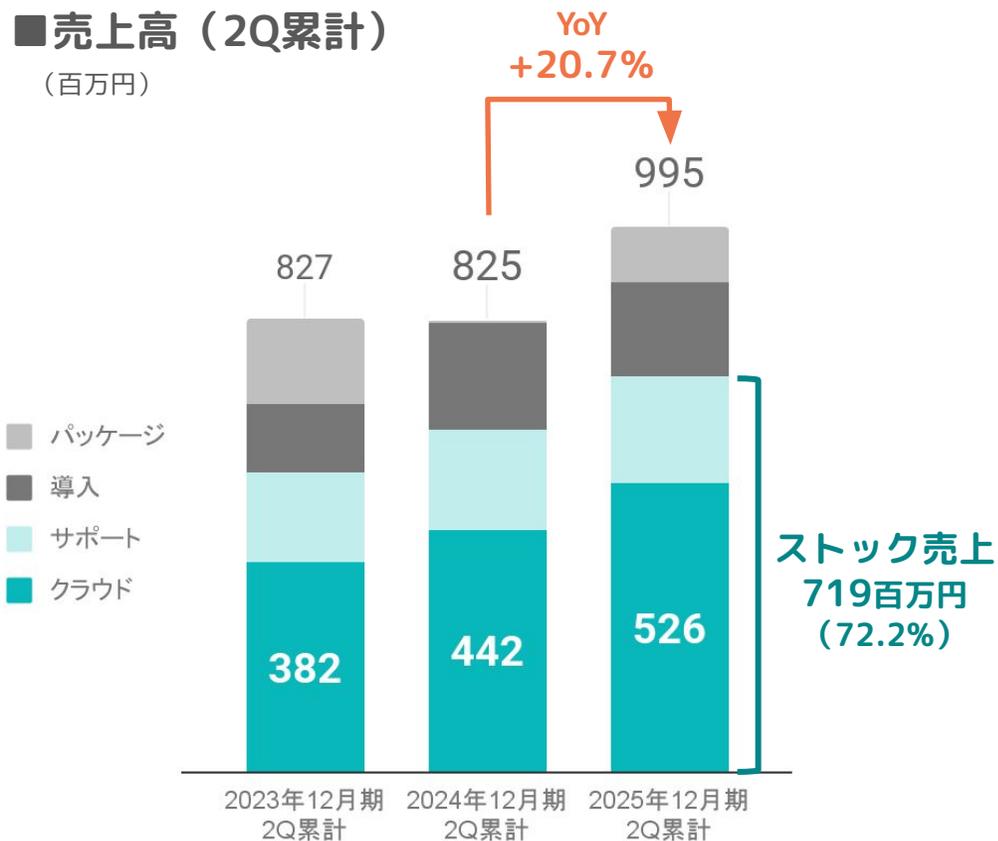


## 売上高は前年比20.7%増の995百万円、ストック売上比率\*1は72.2%

- パッケージ売上高が前年比97百万円増の103百万円あったものの、クラウドへのビジネスモデル転換は順調に継続しており、ストック売上比率は目標である70%に対して72.2%を維持。
- 導入支援売上高は、前年同期に大規模案件の導入支援を行っていたため前年比24百万円減の172百万円となっているが、導入支援件数は増加している。

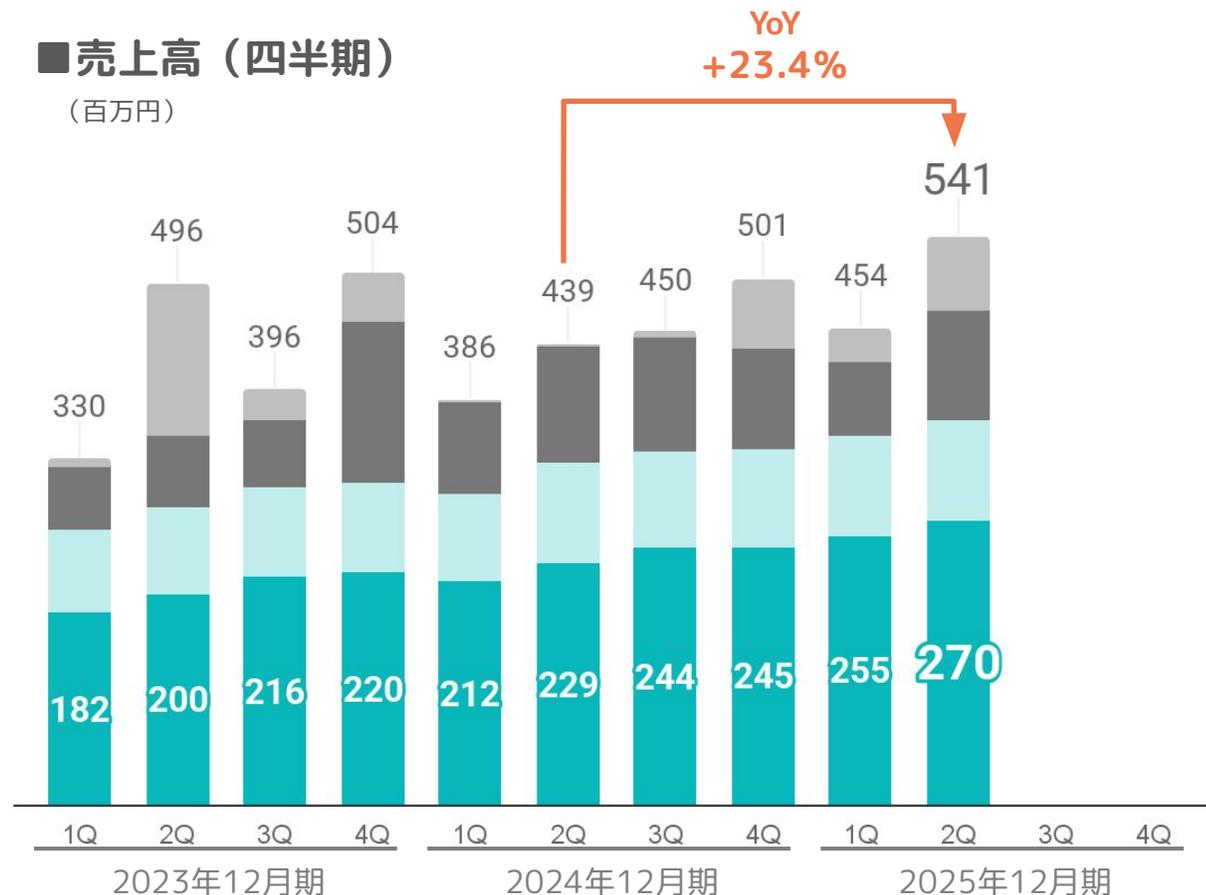
### ■売上高（2Q累計）

（百万円）



### ■売上高（四半期）

（百万円）



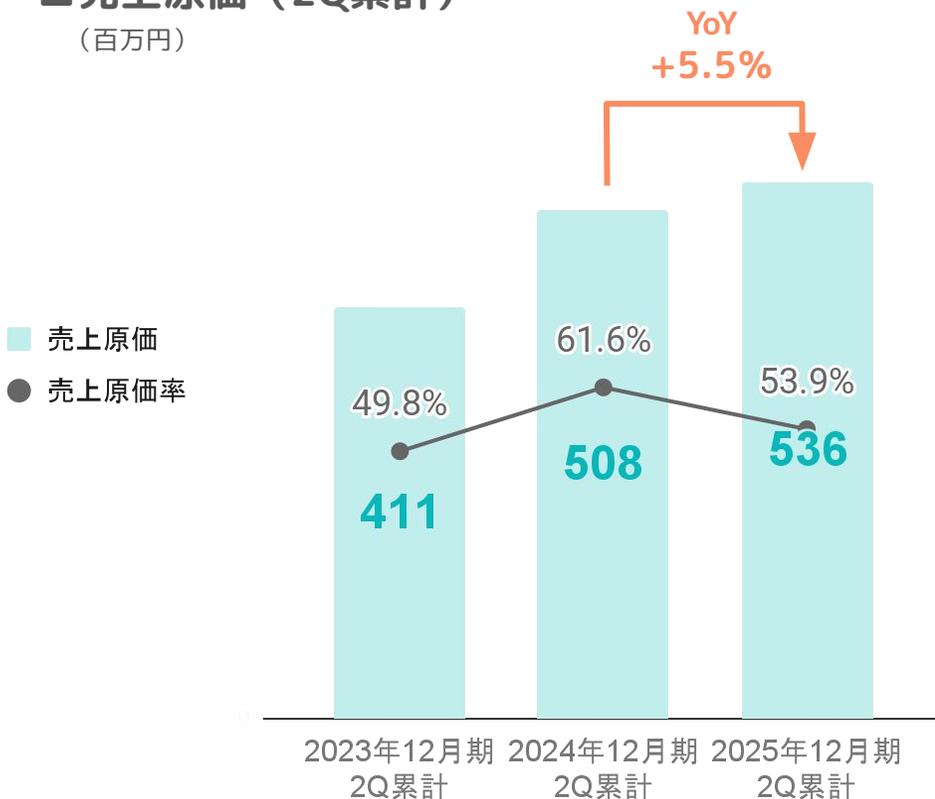
\*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。  
 ストック売上比率は、（ストック売上719百万円÷売上高995百万円×100）で算出。

## 売上原価は前年比5.5%増の536百万円、営業費用\*1は前年比2.0%増の817百万円

- 製品改善等によるコスト削減を継続していることで、ストック売上増加によるクラウドサーバー利用料の増加が抑えられ、通信費は5.4%増の130百万円。
- 研究開発中であった新製品や既存製品改善機能の製品化が進んだことにより、研究開発費は65.8%減の11百万円。
- 2024年12月期の本社移転やハイブリッドワークへの方針転換が影響し、2025年2Q累計の平均社員数が前年比+1名にとどまっていることが主要因となり、人件費は前年比で横ばいの462百万円。

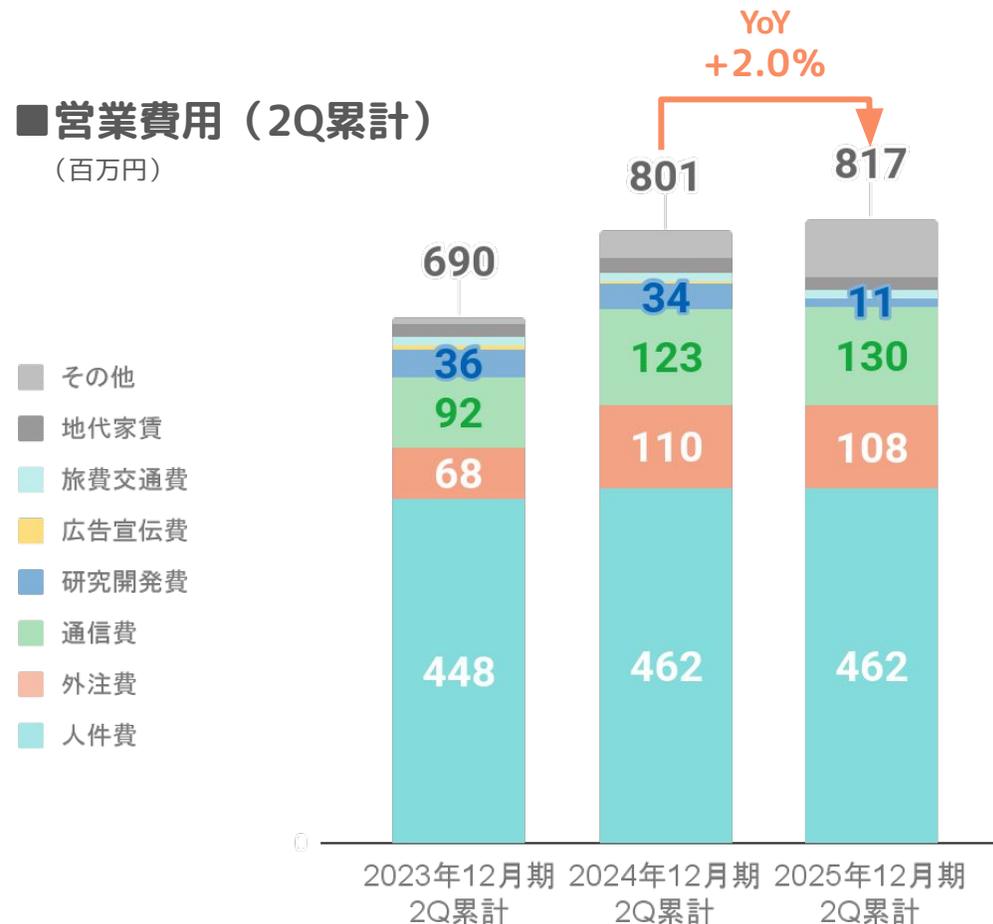
### ■売上原価（2Q累計）

（百万円）



### ■営業費用（2Q累計）

（百万円）



\*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

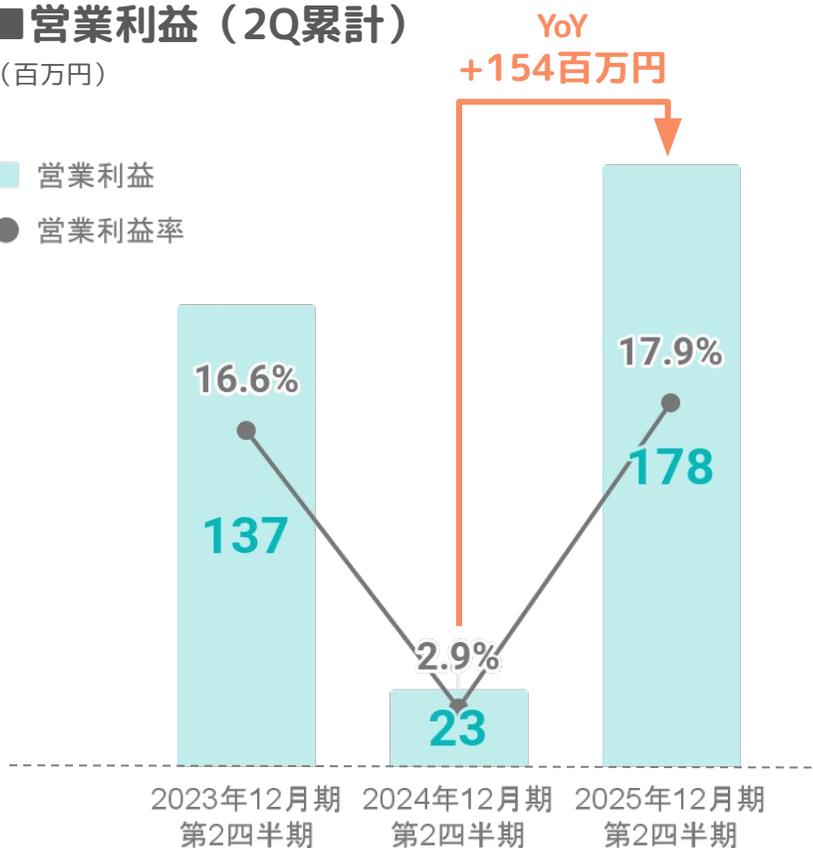
## 営業利益は前年比154百万円増の178百万円

- クラウド売上高が前年比+19.0%と順調に拡大し、粗利率の高いパッケージ売上高が前年比97百万円増の103百万円となった一方で、前年比でクラウドサーバー利用料等の費用の増加が抑えられていることにより、営業利益率は17.9%（前年比15.0pt増）。
- クラウドサービスメインのビジネスモデルで予算達成するべく、引き続き製品改善をはじめとしたクラウドサービスの利益率向上に取り組む。

### ■ 営業利益（2Q累計）

（百万円）

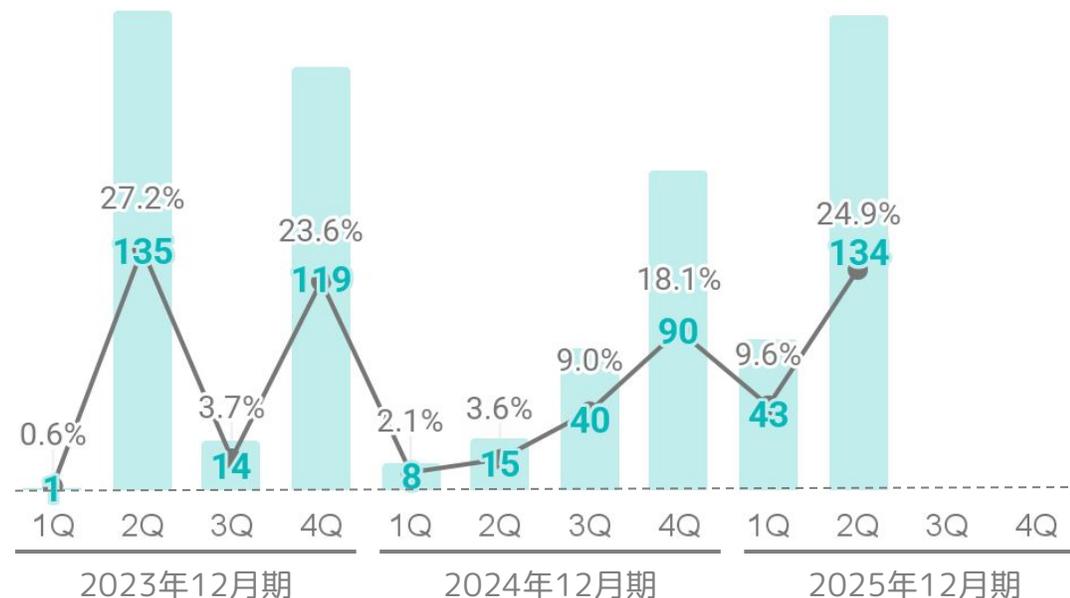
- 営業利益
- 営業利益率



### ■ 営業利益（四半期）

（百万円）

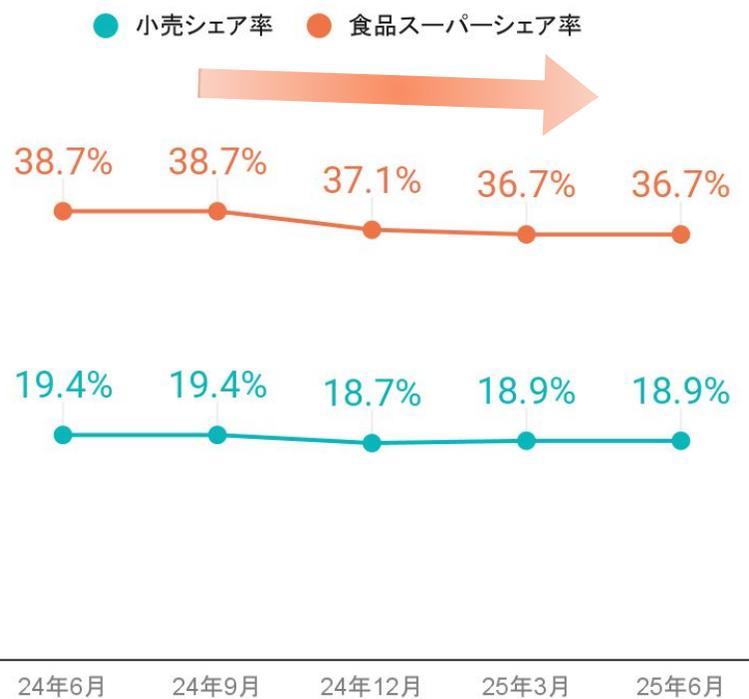
クラウド拡販により四半期単位での黒字継続



## 食品スーパーシェア率は前四半期比で変動なし、契約件数は前四半期比1,088件増・前年比2,026件増

- 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2,026件増の18,107件。
- 1Qに企業統合があったこと、2Qに卸売業で1件解約があったことにより、契約社数は前年比1社減の119社にとどまった。
- 食品スーパーシェア率は1Qにターゲットリストの年次更新で分母が変わったこと等により、前年比で減少しているが、前四半期比では変動なし。

### ■シェア率



### ■契約社数



### ■契約件数



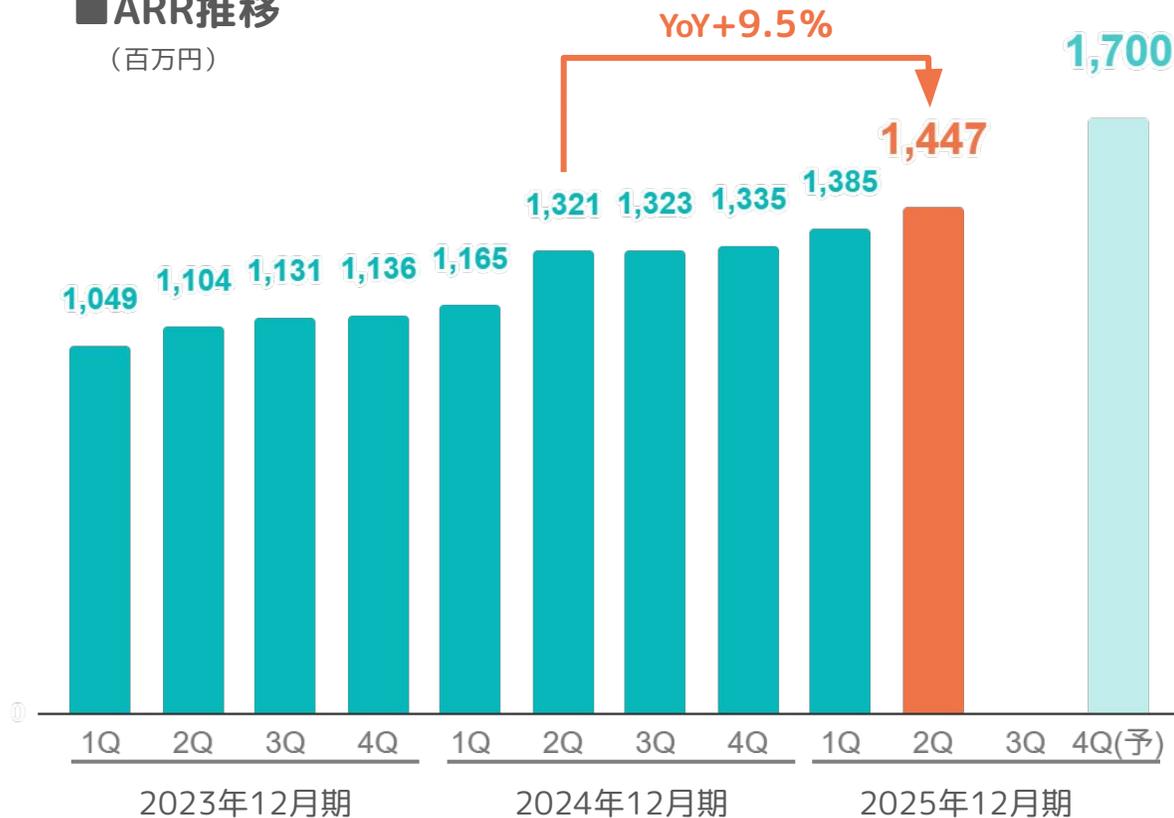
\*1. クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計。なお、有償の短期間クラウド契約をクラウド有償アカウント数から除いている。

## ARR\*1が前年比125百万円増の1,447百万円

- 前年比では、既存ユーザーの製品追加に加えて新規ユーザーとのクラウド契約が進捗したことにより、ARRが125百万円（前年比+9.5%）増加。
- 前四半期比では、既存ユーザーのクロスセル・アップセルが主要因となり、ARRが61百万円（前四半期比+4.5%）増加。

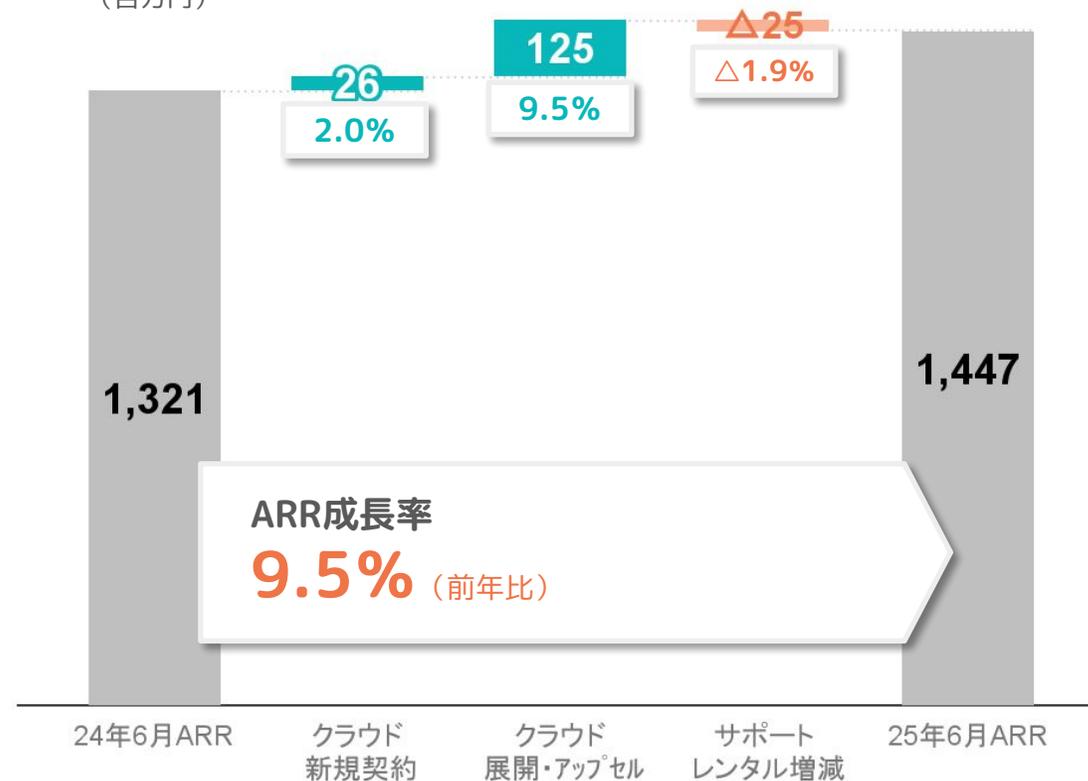
### ■ARR推移

（百万円）



### ■ARR増減要因

（百万円）

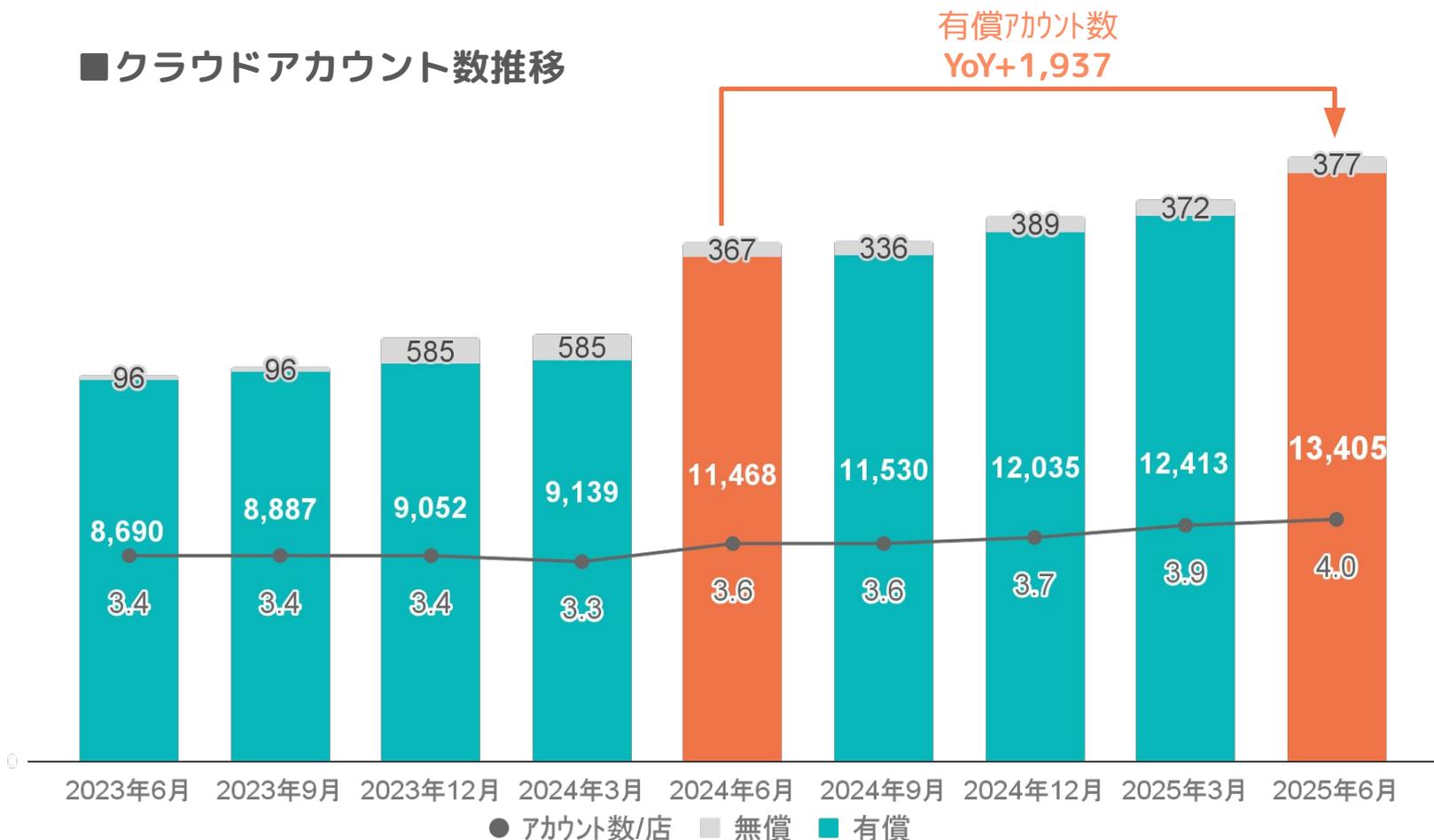


\*1. Annual Recurring Revenueの略語。2025年6月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）。

## クラウド有償アカウント数は前年比1,937増の13,405

- 既存顧客のアップセル・クロスセル施策や、パッケージ契約顧客のクラウド利用開始等が進捗し、有償アカウント数は13,405 (YoY+1,937)。
- アップセル・クロスセルで既存ユーザーの店舗あたりのサービス数が順調に増加しており、1店舗あたりアカウント数(サービス数)が4.0へ増加。

■クラウドアカウント数推移

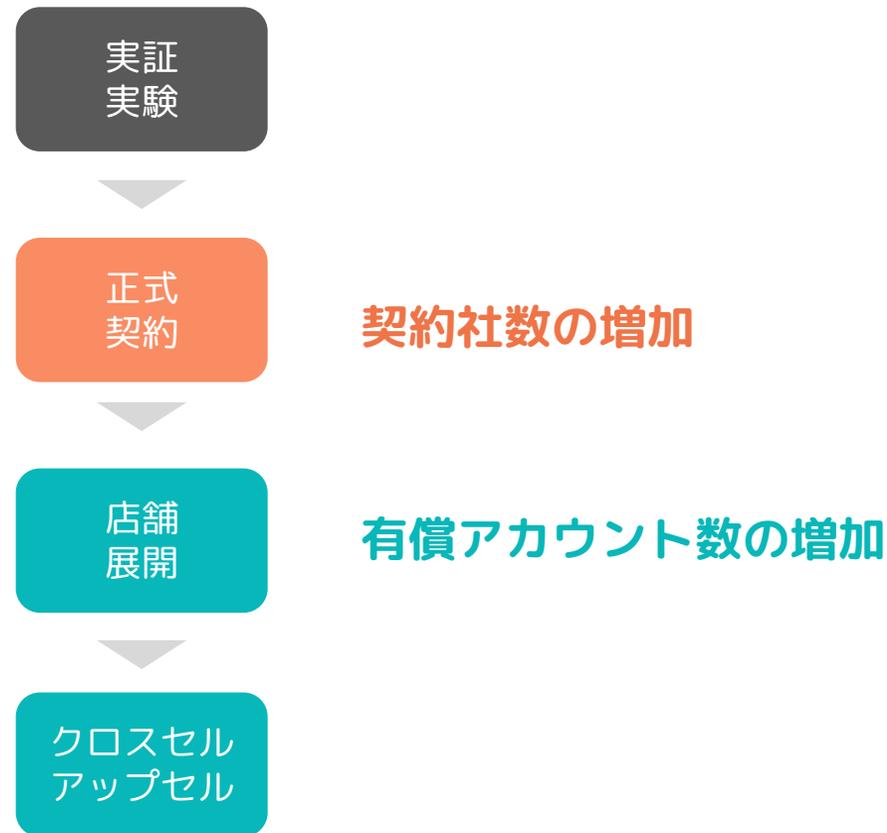
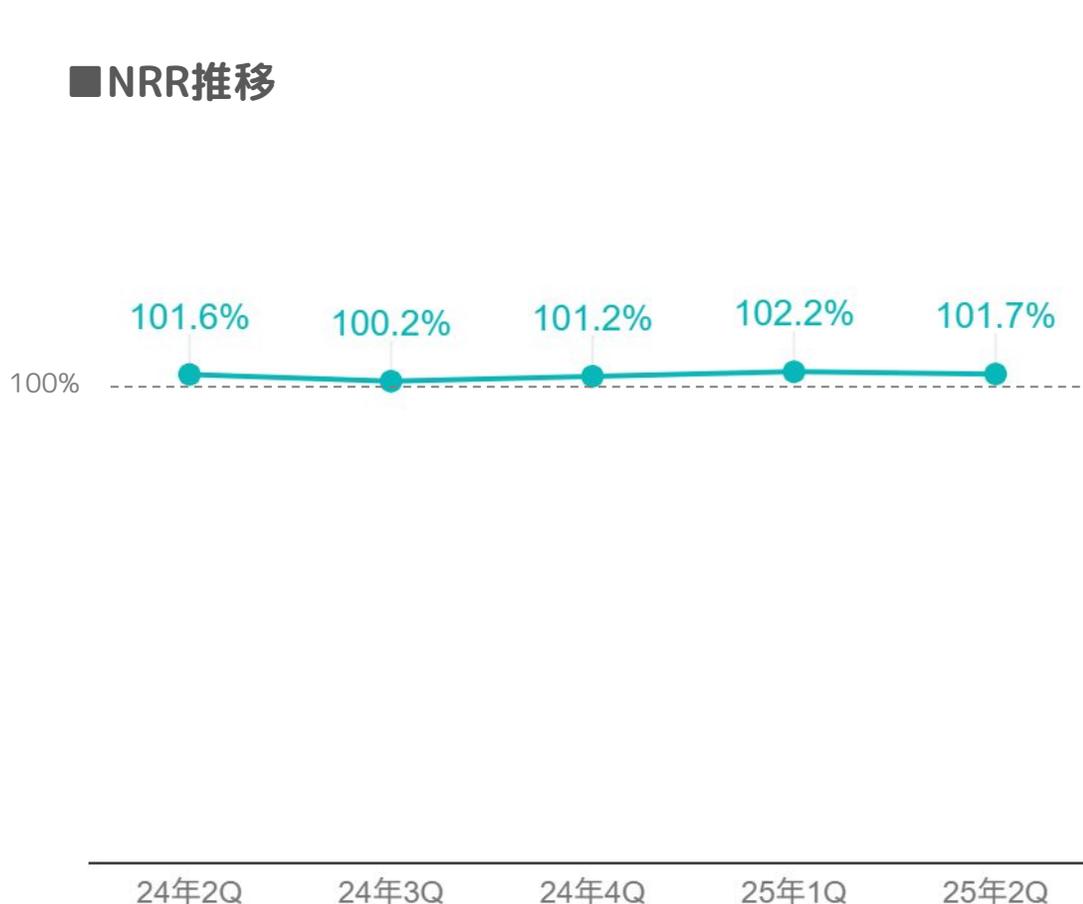


有償 アカウント数	<b>13,405</b> (YoY+1,937)
有償 店舗数	<b>3,310</b> 店舗 (YoY+111店舗)
アカウント数 /店舗	<b>4.0</b> アカウント (YoY+0.4アカウント)
有償 契約社数	<b>62</b> 社 (YoY+6社)

## 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引き続き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

## 2025年12月期通期業績予想は、売上高2,120百万円・営業利益355百万円で変更なし

- 2025年12月期の売上高は前年比19.3%増の2,120百万円、ストック売上比率は70%超を計画。
- 事業領域拡大に向けた「DeCM-PF」「WLMS」施策や、人的資本確保など経営基盤強化のため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等も継続し、営業利益は前年比129.2%増の355百万円を計画。

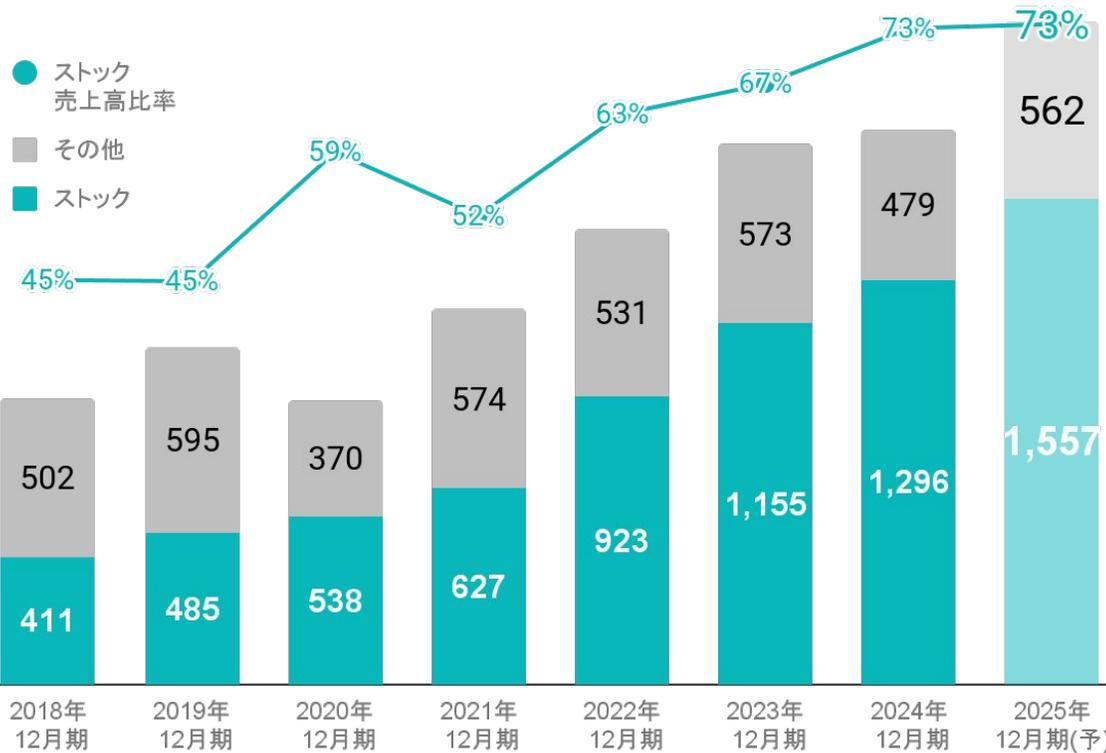
(百万円)	2025年12月期	2024年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
<b>売上高</b>	<b>2,120</b>	1,776	343	19.3%
パッケージ	52	77	△25	△32.2%
導入支援	509	401	107	26.8%
サポート	373	364	8	2.5%
クラウド	1,184	932	252	27.1%
<b>営業利益</b>	<b>355</b> (利益率16.7%)	154 (利益率8.7%)	200	129.2%
<b>経常利益</b>	<b>356</b> (利益率16.8%)	154 (利益率8.7%)	201	130.0%
<b>当期純利益</b>	<b>248</b> (利益率11.7%)	108 (利益率6.1%)	139	129.1%

## ストック売上高比率70%超、ARR1,700百万円を計画

- クラウドサービスの拡販を引き続き推進することで、ストック売上高1,557百万円\*1（YoY+20.1%）を計画。
- 2025年12月のARRは1,700百万円を計画。

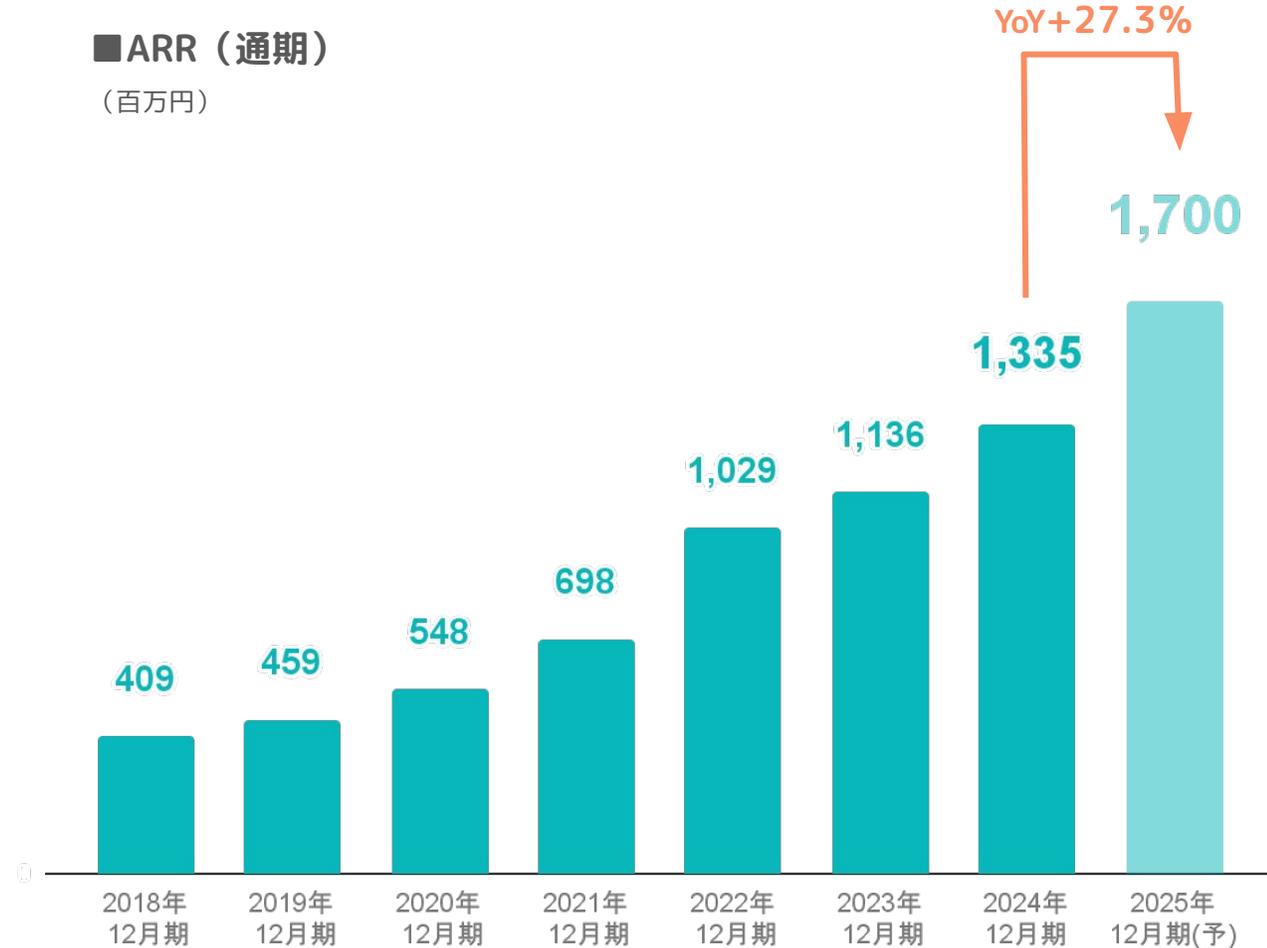
### ■ストック売上高（通期）

（百万円）



### ■ARR（通期）

（百万円）



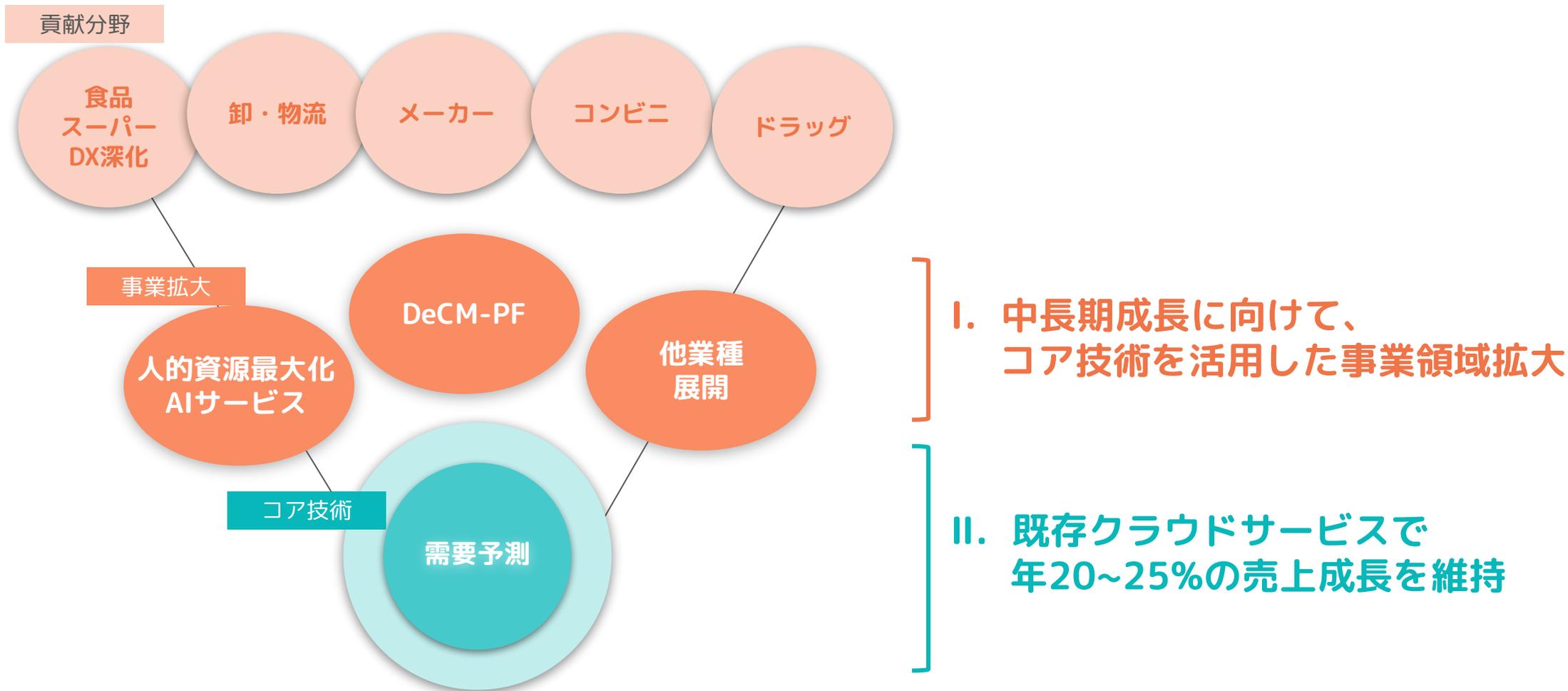
\*1. ストック売上高1,557百万円には、サポート・クラウドの単発の作業費用など、フロー収益を一部含む。

\*2. 2024年1Qから算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約をARRから除いている。適用前の2023年12月期ARR実績は1,200百万円。

# 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) 食品バリューチェーン最適化サービス「DeCM-PF」
- (2) 人的資源最大化AIサービス「WLMS」
- (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、店舗あたりサービス数拡大
- (2) シェア1位を盤石にするための施策

## 「DeCM-PF」参画企業数が100社を突破

- 「DeCM-PF」は、小売業の需要予測を、卸売業や製造業に連携することで食品流通の課題を解決し、食品バリューチェーンを最適化するプラットフォーム。今期は定番品LT長期化や、物量コントロールに向けた3つのサービス（店舗納品平準化、店舗発注数量丸め、店舗発注曜日固定等の機能）の収益化が目標。
- 小売業を起点とした発注コントロールによる「特売リードタイム長期化」について小売複数社と取り組みを進めたところ、食品バリューチェーン上の製造・物流・販売に携わる企業の参画が100社を突破（[6月18日プレスリリース](#)）。
- 先行事例の様子を見るため小売契約社数は数社にとどまっていたが、今期は先行事例の成功をアピールすることで契約社数増加に向け取り組む。

DeCM-PF  
Demand Chain Management-PlatForm

特売リードタイムの長期化サービス

100 製・配・販  
参画企業数  
社突破

Happy / Happy / 2Week / sale /

製造業（工場） ← 卸売業（倉庫） ← 2Week / 物流（トラック） → sale / 小売業（店舗）

このポスターは、DeCM-PFプラットフォームの参画企業数が100社を突破したことを祝う内容です。中央には大きな数字「100」と「製・配・販 参画企業数 社突破」という文字が目立ちます。下部には、製造業（工場）、卸売業（倉庫）、物流（トラック）、小売業（店舗）の順に進むサプライチェーンのフローが示されています。また、「Happy / Happy / 2Week / sale /」というフレーズも含まれています。

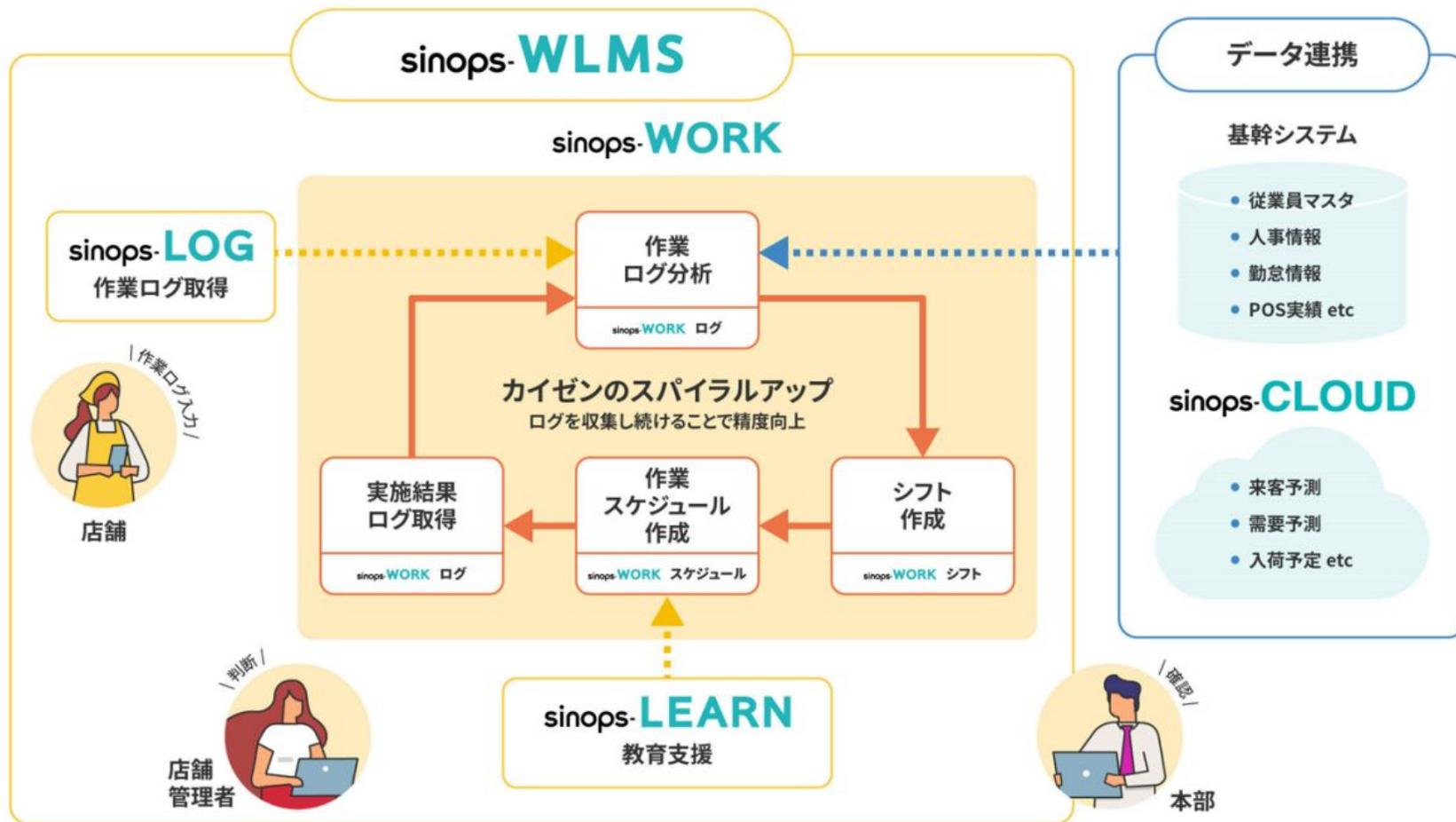
シノプスの需要予測ノウハウ



伊藤忠商事社の豊富なネットワーク

## 「sinops-WLMS」の拡販に向けた実証実験を継続

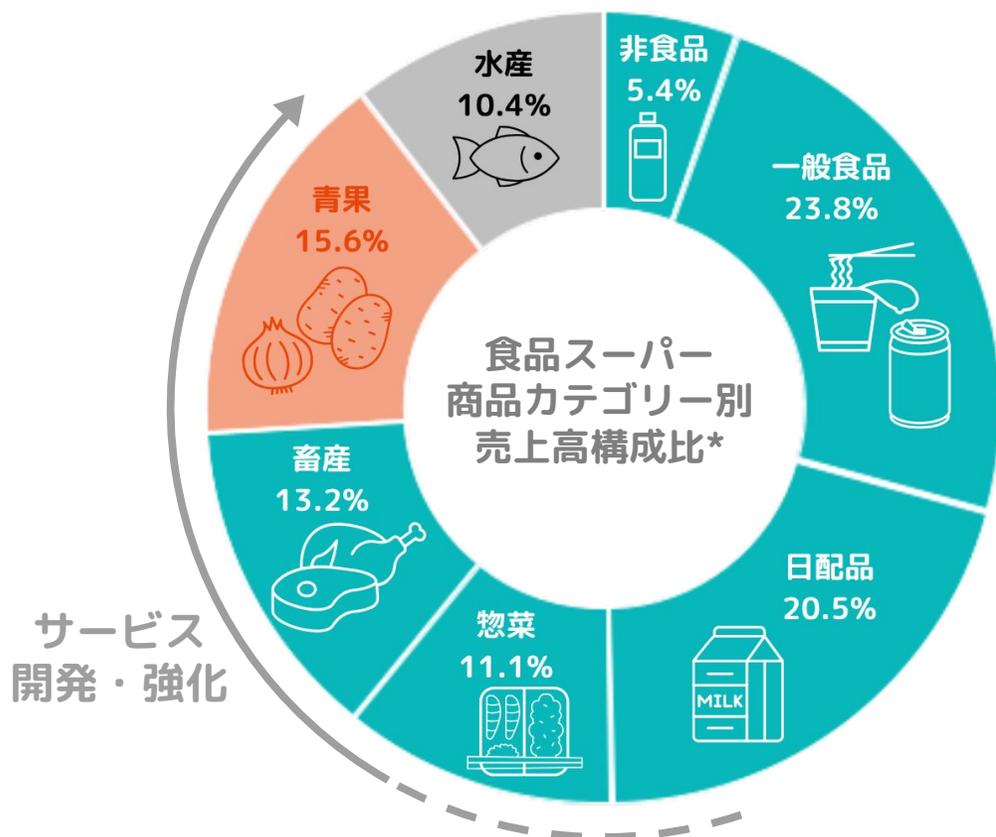
- 「sinops-WLMS」は、「作業」と「ヒト」に焦点をあて、人時生産性改善・向上を目的とした人的資源最大化AIサービス。より少ないコスト(人時数)で最大のパフォーマンス(収益向上)を実現するための現場マネジメントを支援し、依然として続く小売業の人手不足問題へ貢献する。
- 中長期の事業として「sinops-WLMS」を推進しており、既存ユーザーや新規企業に引き続き拡販・実証実験の提案を継続している。



作業人時・勤務シフトの最適化に向けて、「sinops-WLMS」の拡販・実証実験を継続

## 青果カテゴリの需要予測・自動発注・物流改善：実証実験で効果を確認

- 青果物は季節や気候により品質・価格が変動しやすく、明確な賞味期限が存在せず、見た目の変化や熟度といった個体差によって売れ行きが変わるため、過去の販売実績データだけでは正確な需要予測が極めて困難だった。
- 当社は、西日本でドラッグストアを展開する企業が立ち上げた四国青果物流通合理化協議会へ参画。同協議会が農林水産省の補助事業に採択され、需要予測型自動発注の導入による青果物の発注業務効率化、食品ロスの削減、および需要予測データを活用した物流負荷の軽減を目指す実証実験を2024年10月から2025年1月まで実施し、改善効果を確認（[7月3日プレスリリース](#)）。



### 青果カテゴリ実証実験の成果

- 【実証①】青果の需要予測・自動発注  
→販売実績（個数・金額）は現状を維持したまま、**発注作業50%削減、食品ロス25%削減。**
- 【実証②】需要予測を活用した青果の物流改善  
→仲卸で発生する作業計画作成、ピッキングや荷積みなどの作業を**46%削減可能**等の試算。

生鮮部門（畜産、青果、水産）のサービスを強化し、  
需要予測の優位性を維持  
**店舗あたりサービス数拡大**を推進する

\*一般社団法人全国スーパーマーケット協会「2025年版 スーパーマーケット白書」より作成

# 株主還元

## 株主の皆様への利益還元として、配当を継続実施

- ・ 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、2023年12月期から剰余金の配当を実施。2期連続の増配を予定。
- ・ 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

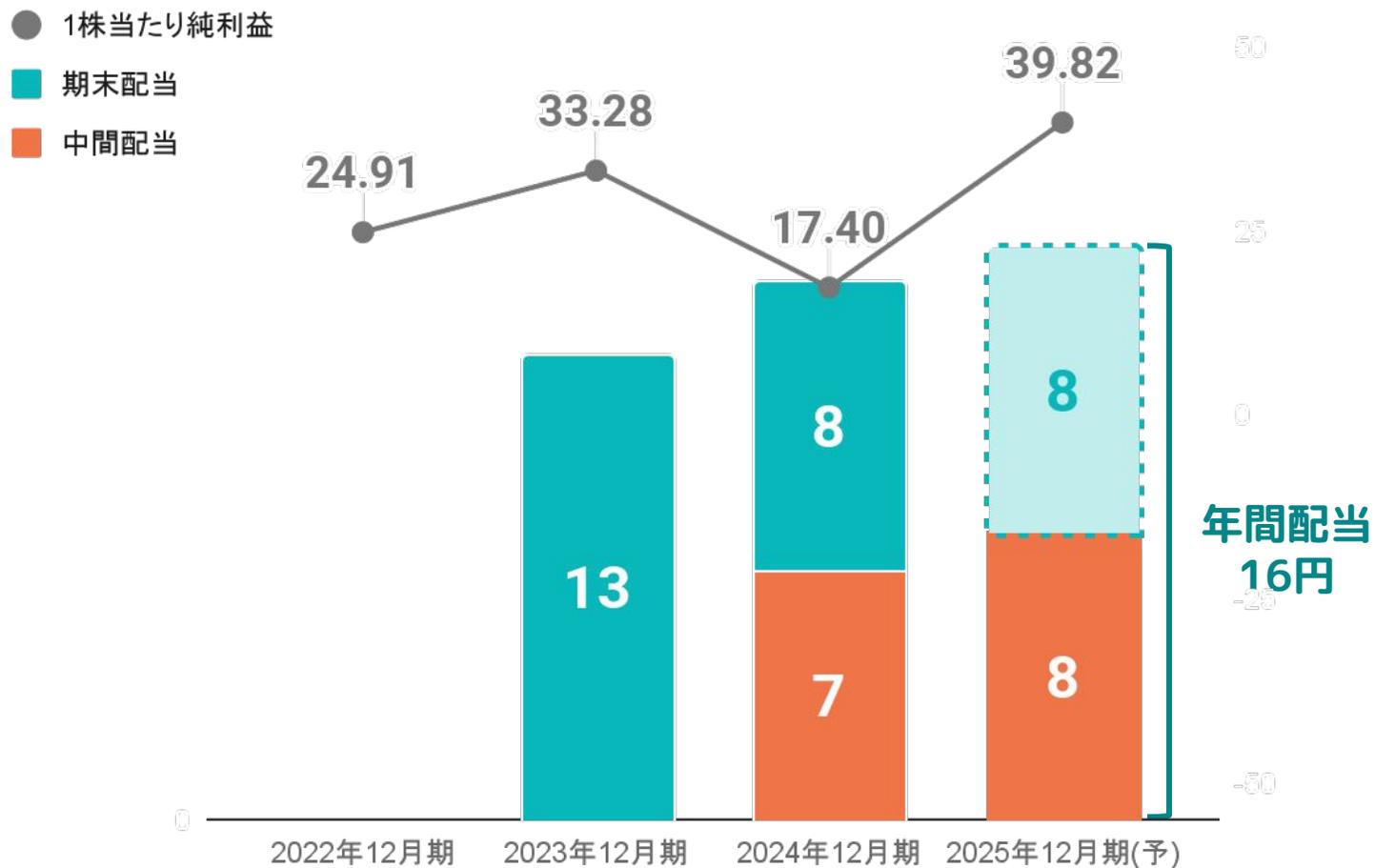
成長投資は推進しつつ、継続的な配当を行う。  
配当性向は**毎期40%**を目安。

### 事業の成長状況を踏まえ、2023年12月期から配当を実施

- ・ ストック型売上が伸長  
(2024年12月期のストック型売上が年間売上高の約70%超)
- ・ 高い財務健全性を維持

## 2025年12月期は「16円00銭」の年間配当を予定

- 2025年12月期の1株当たり配当金については、中間配当「8円00銭」・期末配当（予想）「8円00銭」で、「16円00銭」の予想で変更なし。



配当性向40%前後を維持し、  
1株当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

## 食品ロス削減をはじめ、ESGに関する取り組みを継続

- ・ 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、2024年度調査でもシェア1位を獲得。
- ・ 岡山大学の食品ロス削減の取組み「のこり福キャンペーン」にAI値引システムの協力事業者として参画。
- ・ 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。



### 食品ロス削減ソリューション シェアNo.1



株式会社富士キメラ総研が2024年8月7日に発刊した「業種別IT投資/デジタルソリューション市場 2024年版」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（2023年度実績）を獲得しました。

### 岡山大学の食品ロス削減の取組みに参画



岡山大学  
OKAYAMA UNIVERSITY

岡山大学の食品ロス削減の取組み「のこり福キャンペーン」に協力事業者として参画しています。

### 「DX認定事業者」の認定更新



DX認定

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」として引き続き認定されました。

# Appendix 財務情報

## 貸借対照表

(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期 2Q
流動資産合計	1,145	976	1,108
固定資産合計	1,057	1,188	1,188
無形固定資産	288	356	358
流動負債合計	430	395	448
固定負債合計	4	4	4
純資産合計	1,767	1,765	1,843

## 損益計算書

(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	2024年12月期 2Q累計	2025年12月期 2Q累計	YoY
売上高	1,728	1,776	825	995	+20.7%
売上原価	874	1,050	508	536	+5.5%
対売上高比率	50.6%	59.1%	61.6%	53.9%	△7.7pt
売上総利益	854	725	316	459	+45.2%
売上総利益率	49.4%	40.9%	38.4%	46.1%	+7.7pt
販売費及び一般管理費	584	571	292	280	△4.0%
対売上高比率	33.8%	32.1%	35.5%	28.2%	△7.3pt
営業利益	270	154	23	178	+647.5%
営業利益率	15.7%	8.7%	2.9%	17.9%	+15.0pt
経常利益	269	154	24	179	+641.3%
経常利益率	15.6%	8.7%	2.9%	18.0%	+15.1pt
当期純利益	206	108	14	115	+718.7%
当期純利益率	11.9%	6.1%	1.7%	11.6%	+9.9pt

# 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**

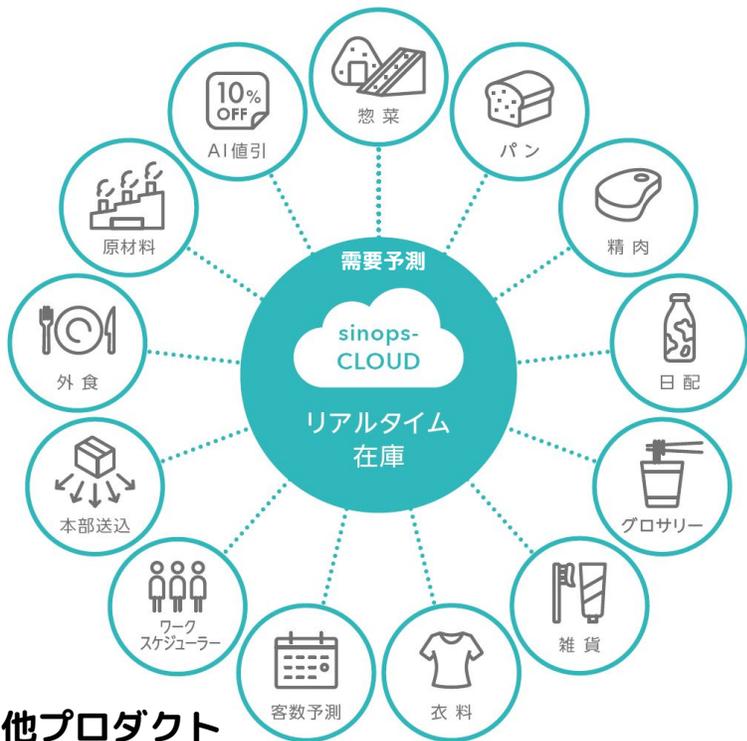
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



# 需要予測をコアにした、クラウドサービス中心のビジネスモデル

クラウド型需要予測・自動発注サービス

## sinops-CLOUD



人的資源最大化AIサービス

## sinops-WLMS

sinops-LOG sinops-WORK

sinops-LEARN

食品バリューチェーン最適化サービス

## DeCM→PF

Demand Chain Management-PlatForm

食品製造業向け  
需要予測型自動発注サービス

## sinops-CLOUD M

生産数 | 包材 | 原材料 | レシピ

その他プロダクト

## sinops R6

## sinops Pad

## sinops Dcont

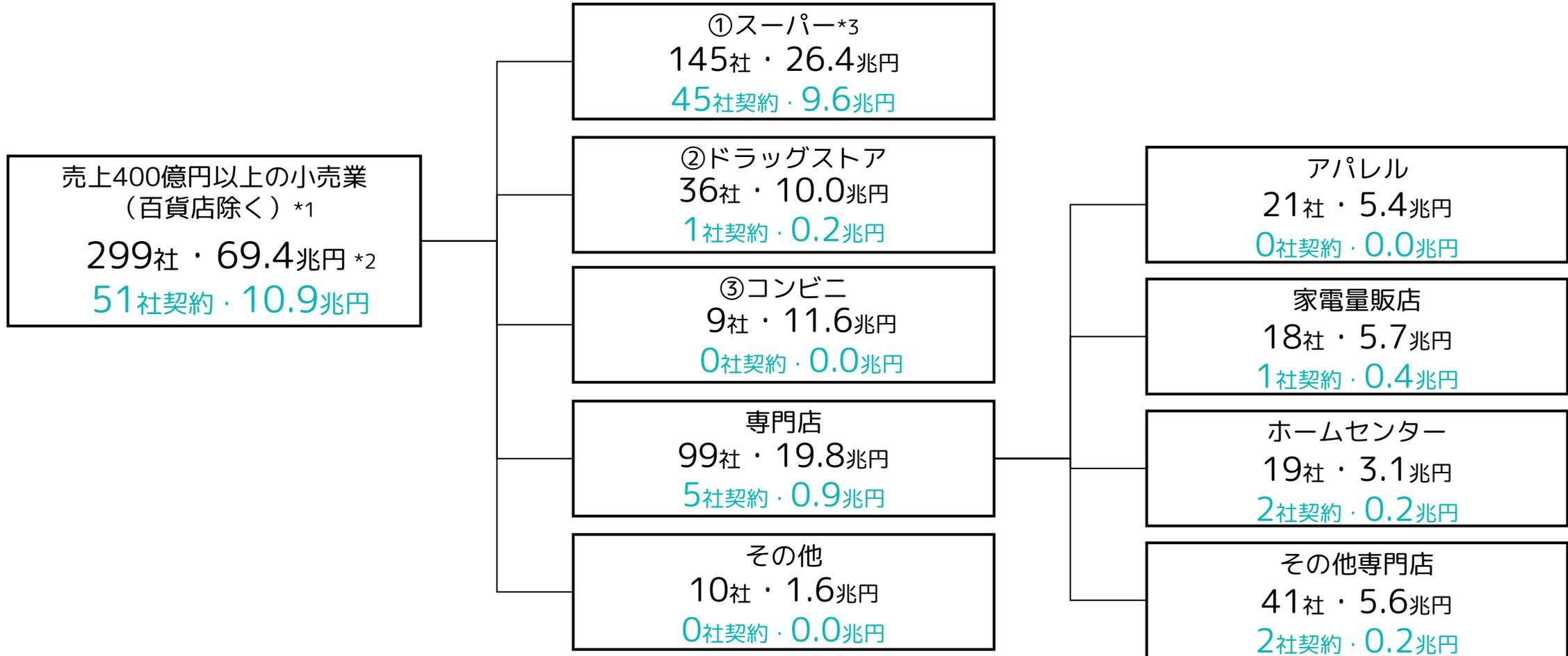
## sinops W

## 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

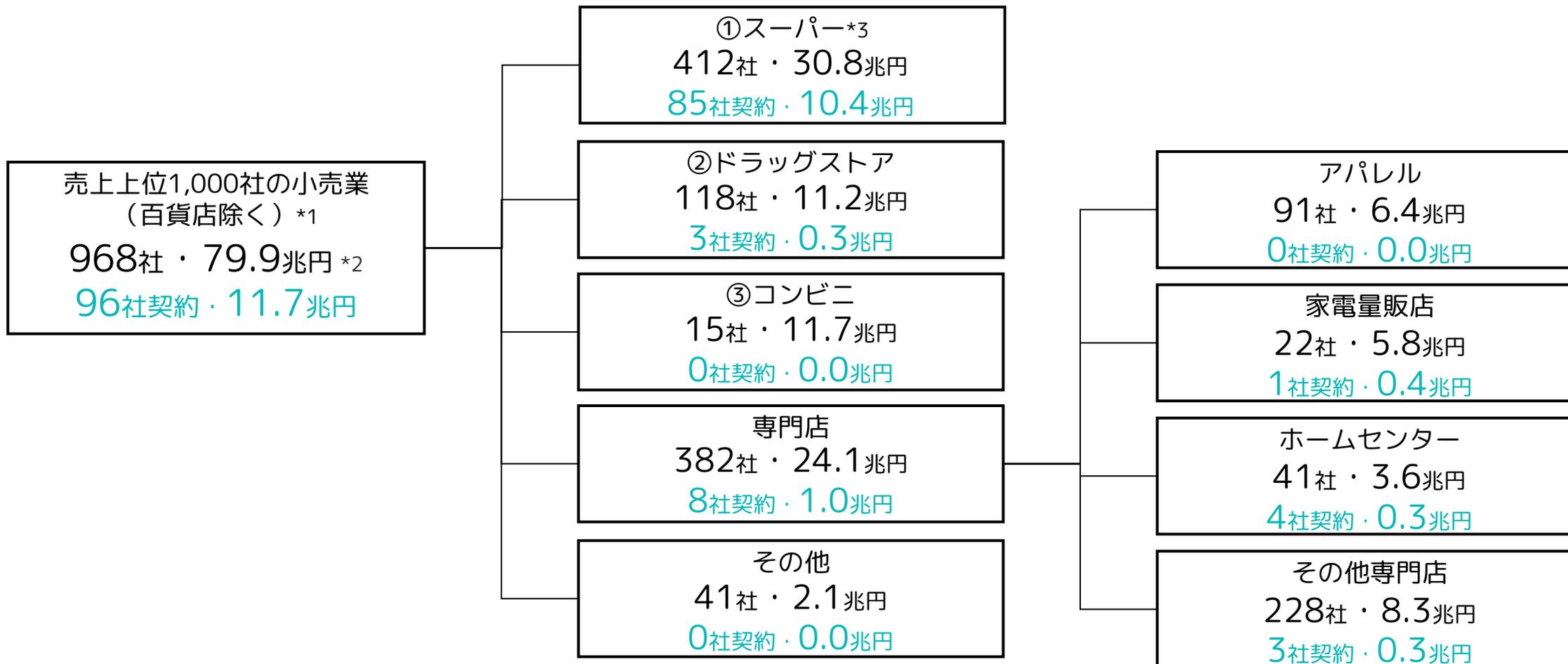


\*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2024年度版」

\*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



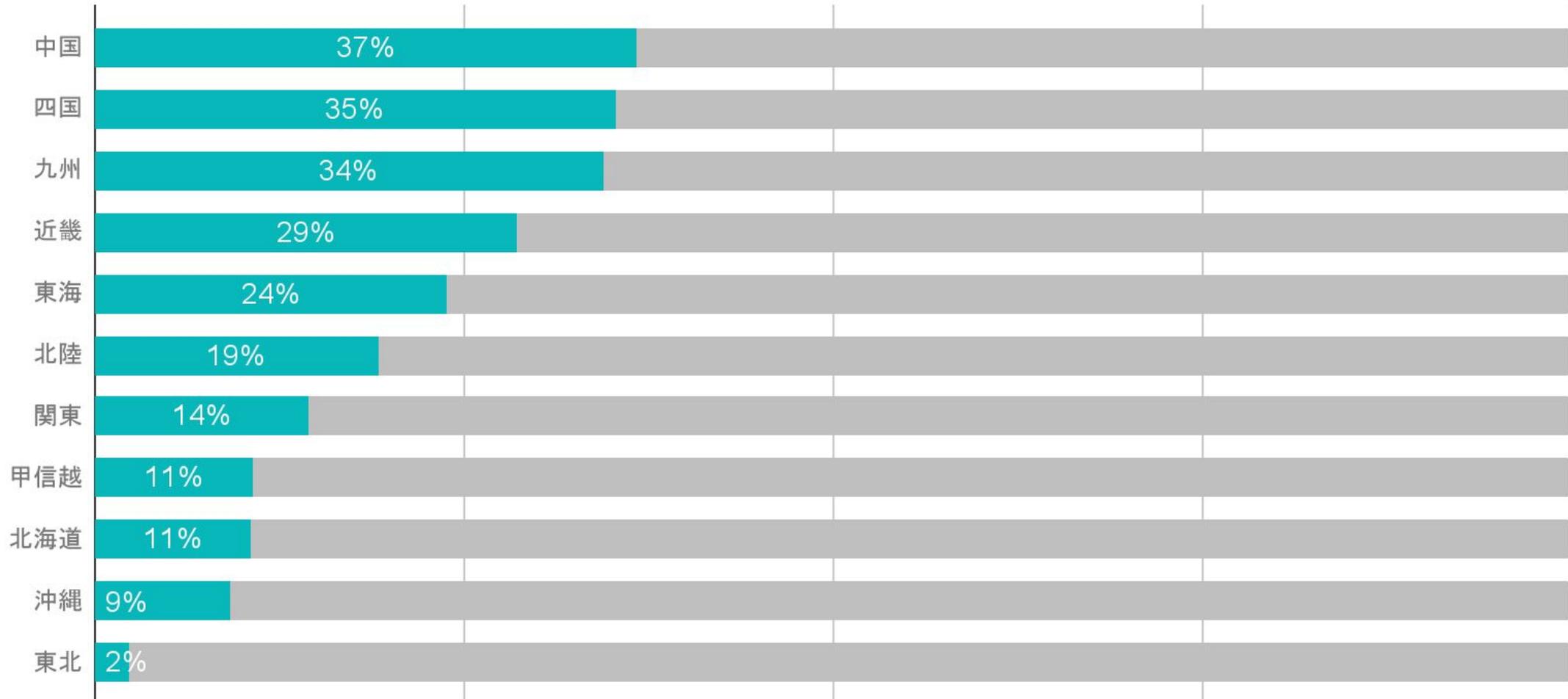
\*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2024年度版」。前述の119社との差はランキング対象外企業・小売以外の企業が含まれていない為

\*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

- ・ 四国地方の顧客の当社地域が統合により中国地方に移動したことや、ターゲットリストの年次更新のため、2025年1Qに四国のシェアが65%から35%に減少。
- ・ 2025年2Qは、大きな変動は無し。



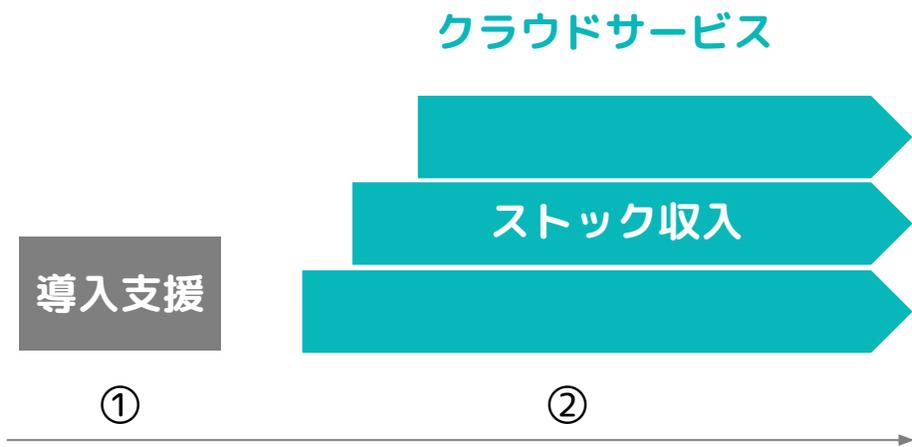
\* コンビニ・百貨店を除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

## 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、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。

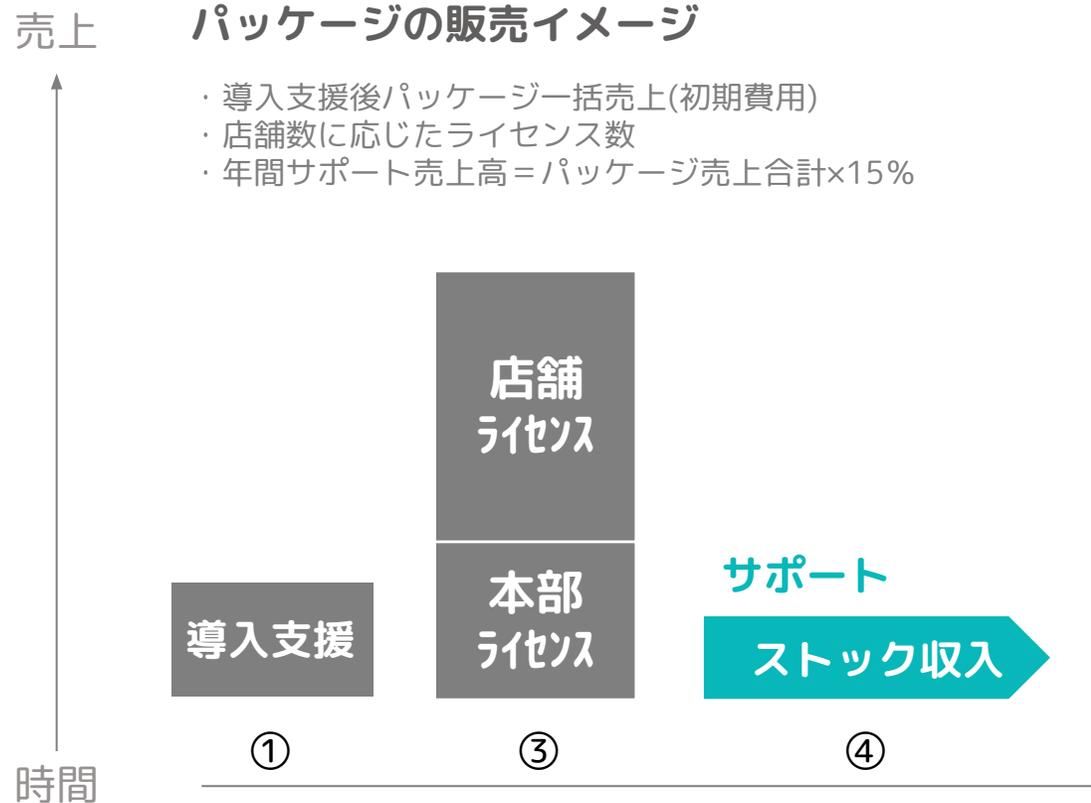
### クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



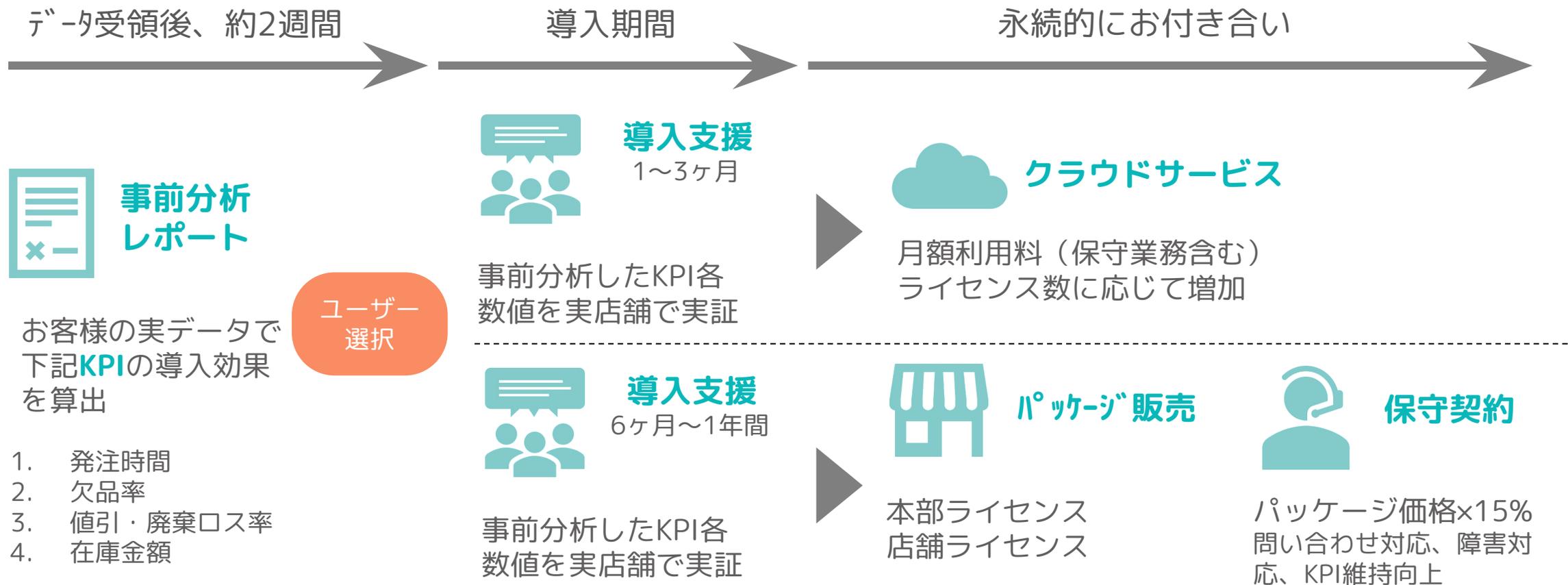
### パッケージの販売イメージ

- ・ 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。
- また、2025年7月に青果特有の相場変動や在庫計算などを考慮した青果用需要予測ロジックの実証実験の成果を公表。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



日配食品



パン



惣菜



一般食品



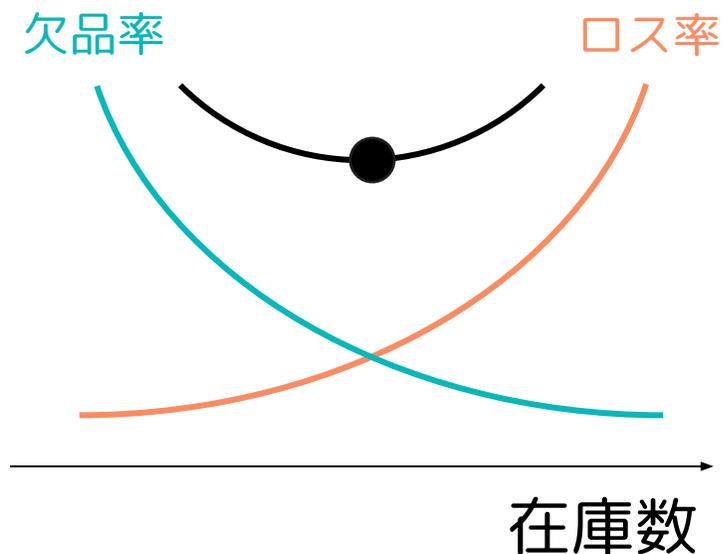
アパレル



雑貨

## 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）】

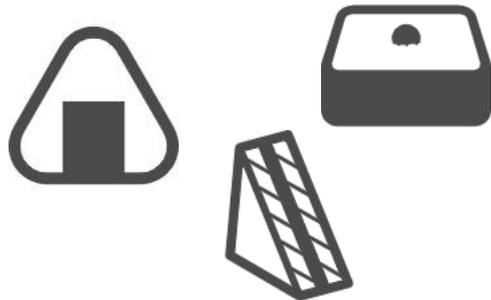
①発注時間	<b>88.0%</b> 削減
②欠品率	<b>34.7%</b> 削減
③値引・廃棄ロス率	<b>19.1%</b> 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合  <b>年300万円/店舗</b>削減</small>
④在庫金額	<b>15.2%</b> 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

## 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**

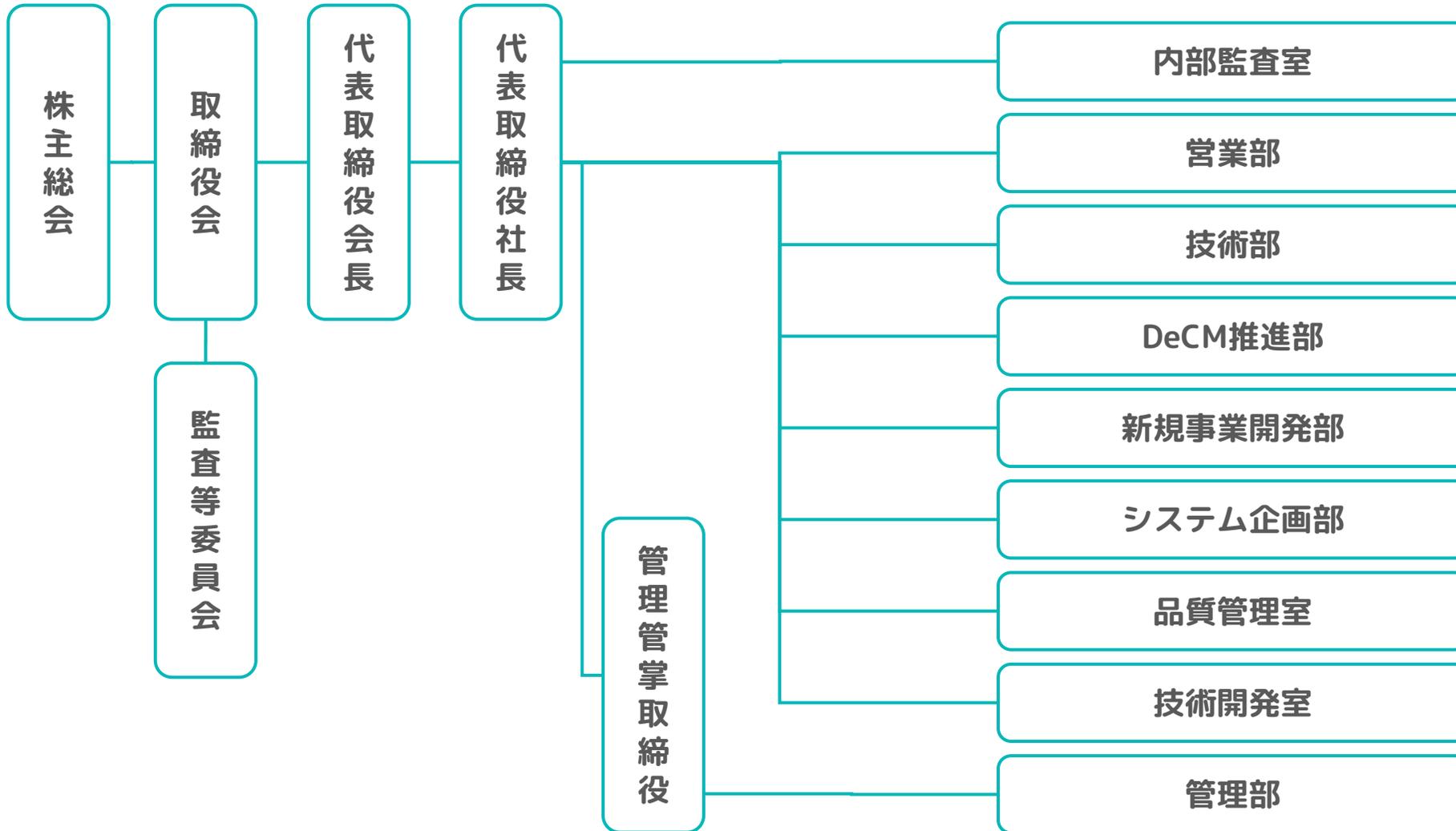
※複数社導入事例の平均

## 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	429,180,674円
従業員数	112人（2025年6月時点）
上場証券取引所	東京証券取引所グロース（4428）
URL	<a href="https://www.sinops.jp/">https://www.sinops.jp/</a>



## 組織体制

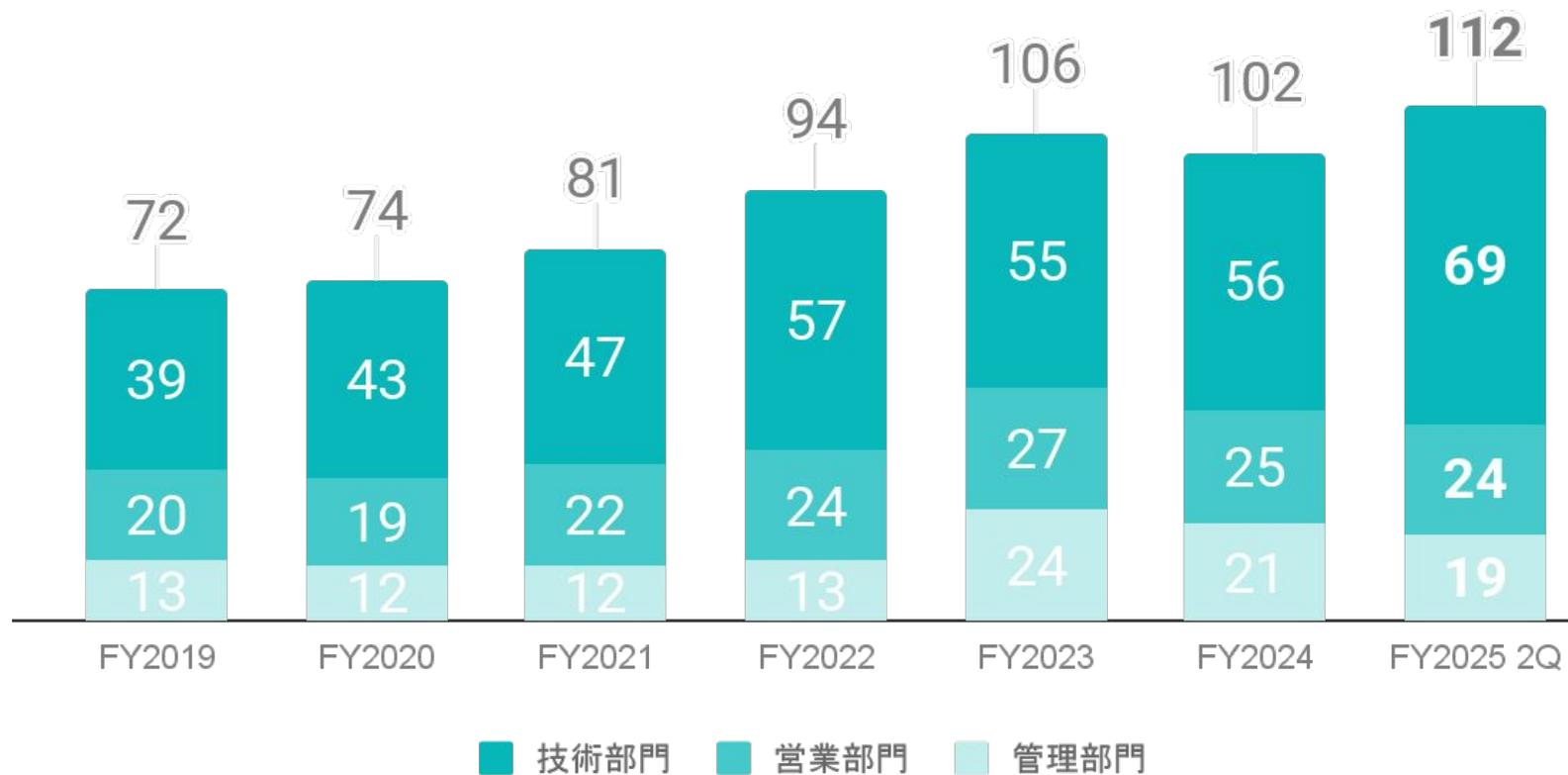


## 従業員数推移

- 2024年に本社移転やハイブリッドワークへの方針転換等が影響し、人員が減少したが、新卒・中途採用により2025年6月末時点の社員数は112名。
- 人的資本を確保するため、採用活動や人事制度の見直しを継続して行う。

### ■ 従業員数推移

(人)



\*組織再編に伴い、  
2022年から2023年にかけて区分を変更

## 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
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

年月	変遷
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
2024年 4月	人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」シリーズを提供開始
2024年 7月	本社を大阪府豊中市に移転
2024年10月	食品製造業向け 需要予測型自動発注サービス 「sinops-CLOUD M」を提供開始

# 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。