



2024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）
2024年11月14日

1. 2024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. 株主還元

Appendix

2024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

38.7% (YoY +3.0pt)

小売シェア率*1

19.4% (YoY △0.2pt)

契約社数

122社 (YoY +14社)

クラウド有償店舗数 *2

3,180店舗 (QoQ △19店舗、YoY + 543店舗)

ARR *4

1,323百万円 (QoQ+0.1%、YoY + 16.9%)

クラウド有償アカウント数 *3

11,530 (QoQ +62アカウント、YoY + 2,643アカウント)

NRR(クラウド)*5

101.0% (2024年平均) / **100.2%** (2024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、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。2024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）。なお、2024年第1四半期から算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約に伴う月額料金をARRから除いている。

*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1,275百万円（YoY+4.2%）、経常利益64百万円（YoY△57.5%）

- 既存ユーザーへのアップセル・クロスセルや新規案件の導入により、売上高は前年比51百万円増の1,275百万円。
- 利益率の高いパッケージ売上高の割合が0.9%（YoY△14.2pt）に減少したことや、協力会社を活用した製品開発促進のための外注費の増加、クラウド売上拡大に伴う通信費の増加等が主要因となり、経常利益は64百万円（YoY△57.5%）。

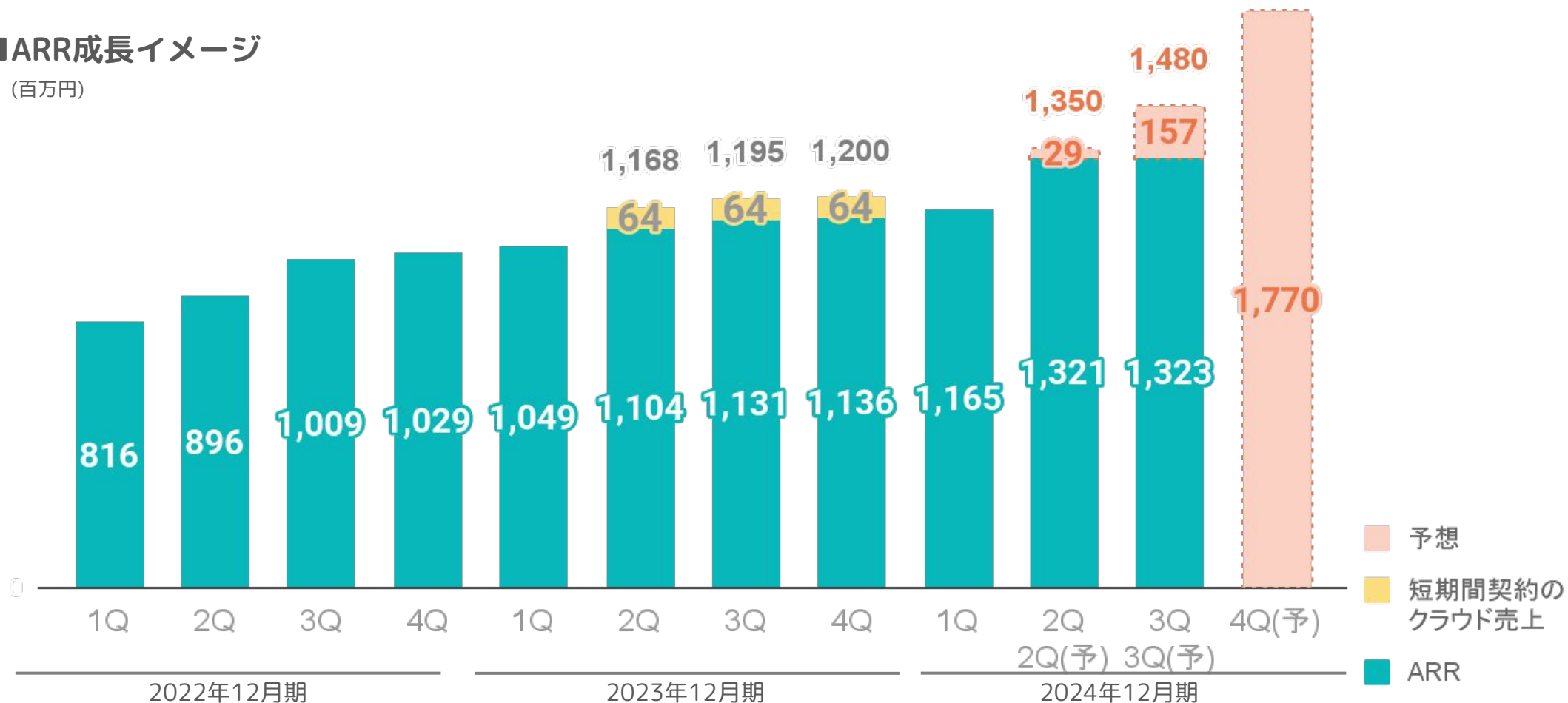
(百万円)	当期 24/12期 3Q実績	2023年12月期			対計画	
		23/12期 3Q実績	増減額	増減率%	24/12期 計画	進捗率%
売上高	1,275	1,223	+51	+4.2%	2,120	60.2%
パッケージ	11	184	△172	△93.8%	61	18.4%
導入支援	305	190	+114	+60.0%	566	53.9%
サポート	272	250	+22	+9.0%	375	72.5%
クラウド	686	598	+87	+14.6%	1,116	61.5%
営業利益	64 (利益率5.0%)	151 (利益率12.4%)	△87	△57.7%	340 (利益率16.0%)	18.9%
経常利益	64 (利益率5.0%)	150 (利益率12.3%)	△86	△57.5%	340 (利益率16.0%)	18.9%
当期純利益	42 (利益率3.3%)	97 (利益率8.0%)	△55	△57.1%	238 (利益率11.2%)	17.7%

2024年3QARRは1,323百万円まで進捗

- 既存ユーザーのアップセル・クロスセルがあった一方で、今後導入拡大に向けて導入をはじめていたクラウド大規模案件が、KPI達成状況の見極めのため検討期間が延長されたこと等により、3QARRは1,323百万円（QoQ+0.1%）に留まった。

■ARR成長イメージ

(百万円)

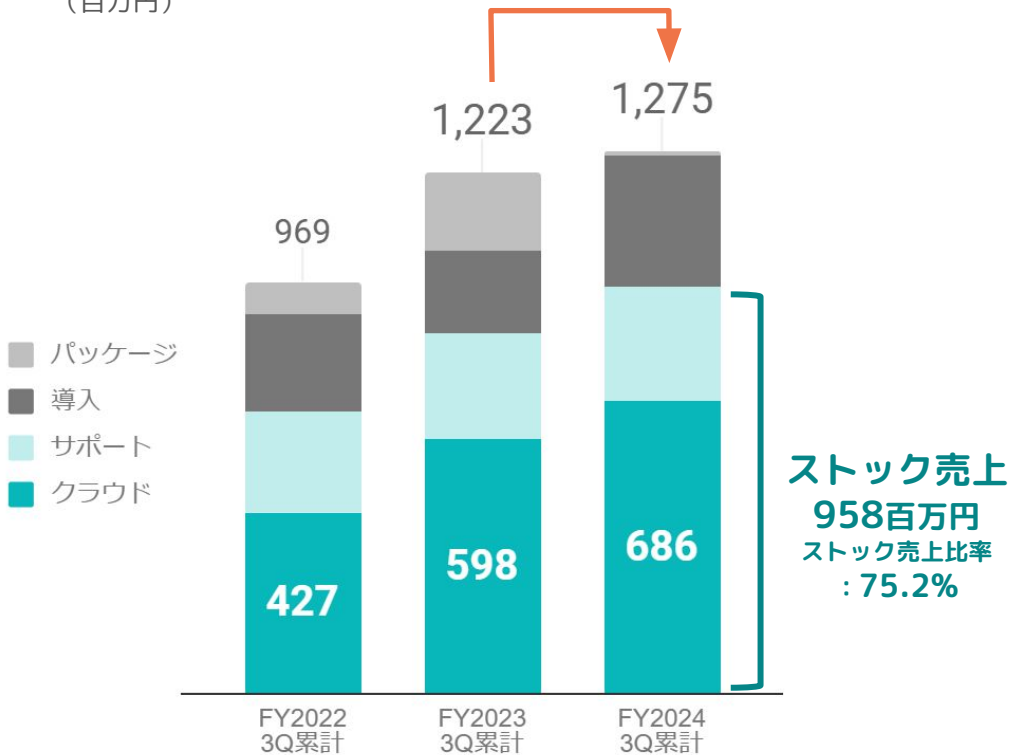


*2024年第1四半期からARR算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約に伴う月額料金をARRから除いている。

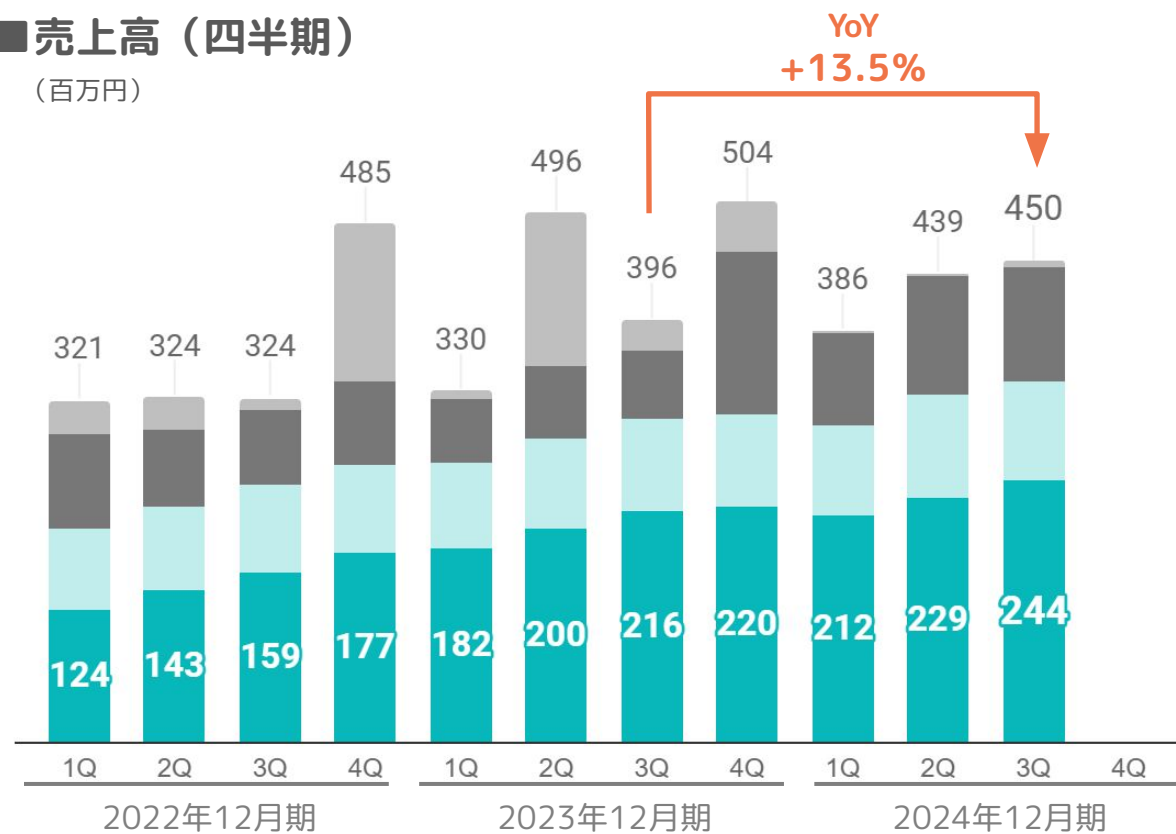
既存ユーザーのアップセル・クロスセルを中心にストック売上高*1が増加

- パッケージからクラウドへの転換が進み、大型の新規パッケージ受注がなかった一方で、新規案件の導入や既存ユーザーへのクロスセルにより導入支援売上が増加したことにより、売上高は1,275百万円（YoY+4.2%）。
- クラウド売上高が前年比87百万円増（14.6%増）の686百万円となったことが主要因となり、ストック売上高は958百万円（YoY+13.0%）・ストック売上比率は75.2%に増加。

■売上高（3Q累計）
（百万円）



■売上高（四半期）
（百万円）



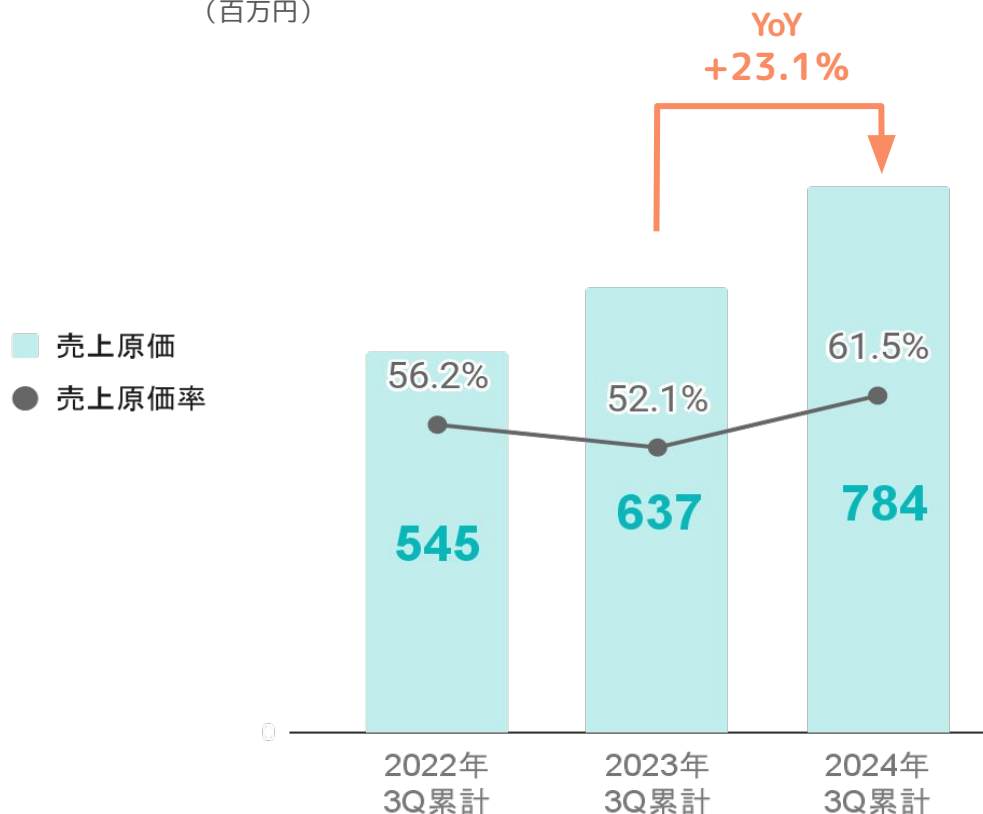
*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
ストック売上比率は、（ストック売上958百万円÷売上高1,275百万円×100）で算出。

売上原価は前年比23.1%増の784百万円、営業費用*1は前年比12.9%増の1,211百万円

- ・ 人員数が前年比0.6%増にとどまっていることが主要因となり、人件費は1.3%増の694百万円。
- ・ AWSの新機能活用や製品改善によるコスト削減の一方、ストック売上増加や円安によるAWS利用料の増加が主要因となり、通信費は28.5%増の187百万円。
- ・ 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の推進を続け、外注費が前年比52.6%増の175百万円。
- ・ 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・サービスローンチが進んだことにより研究開発費が前年比43.7%減の41百万円。

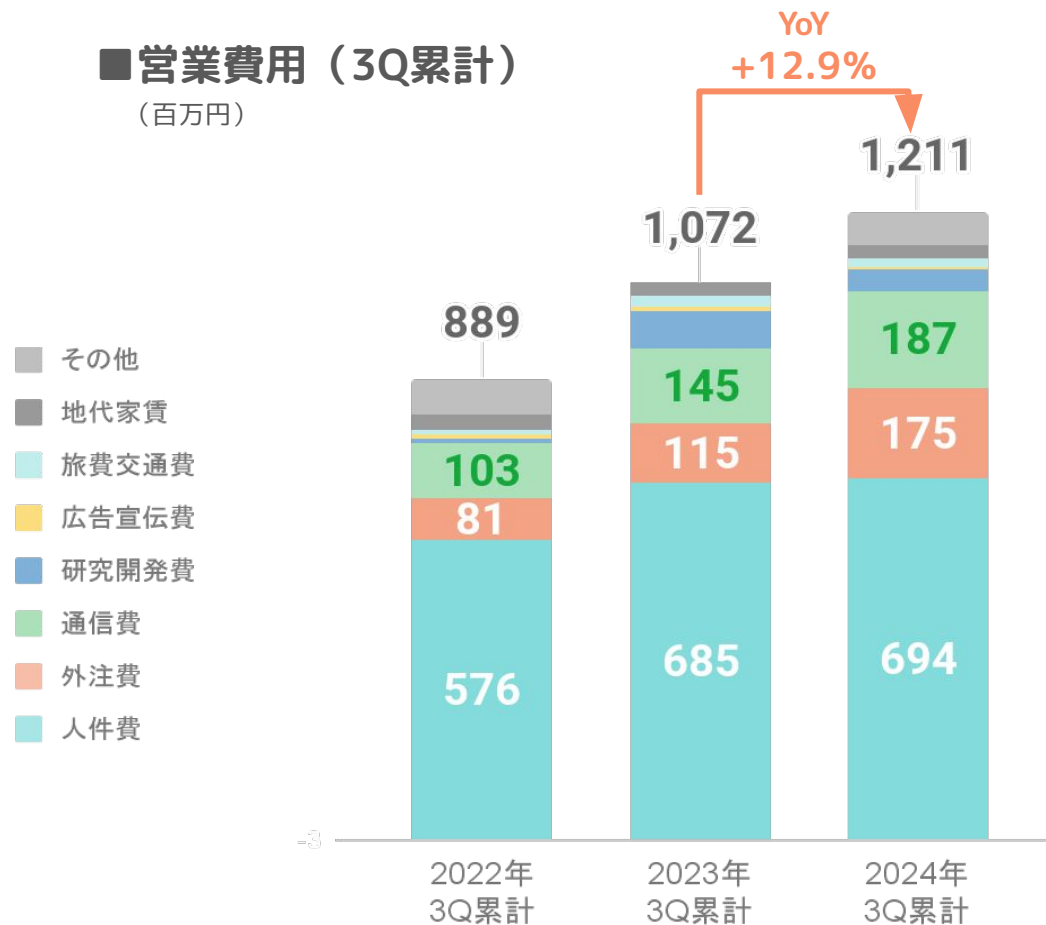
■売上原価（3Q累計）

（百万円）



■営業費用（3Q累計）

（百万円）



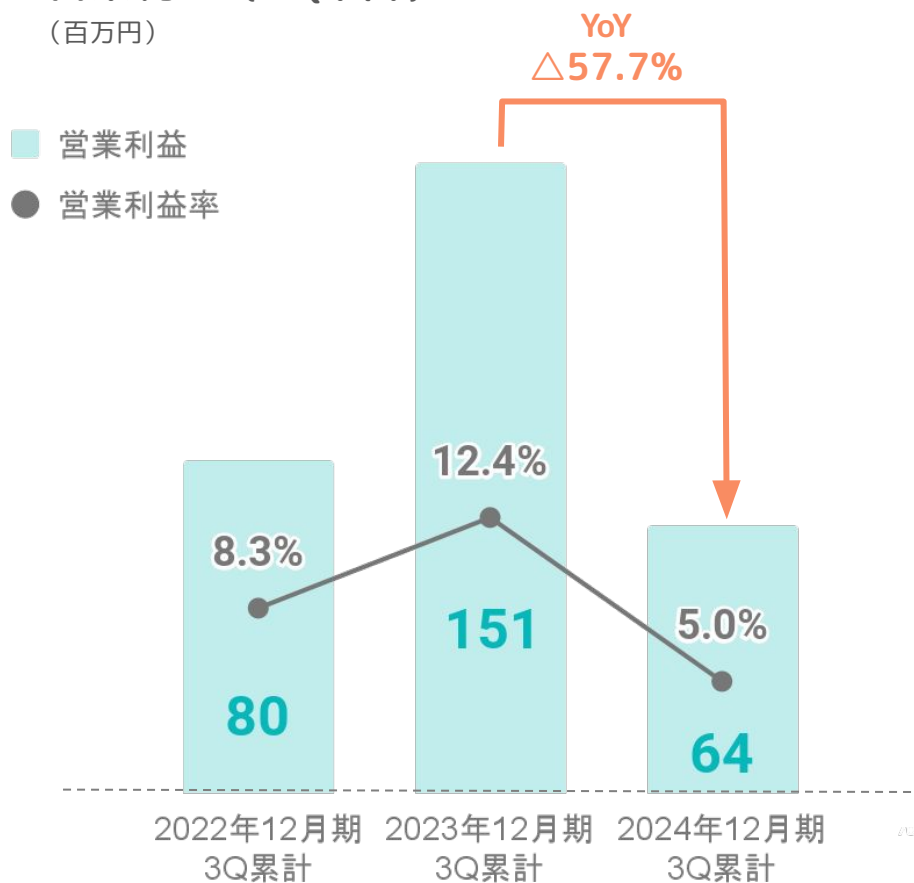
*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計。

営業利益は前年比87百万円減の64百万円

- 粗利率の高いパッケージ売上高が11百万円（YoY△172百万円・△93.8%）となったことが主要因となり、営業利益は前年比87百万円減の64百万円。
- 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75.2%。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。

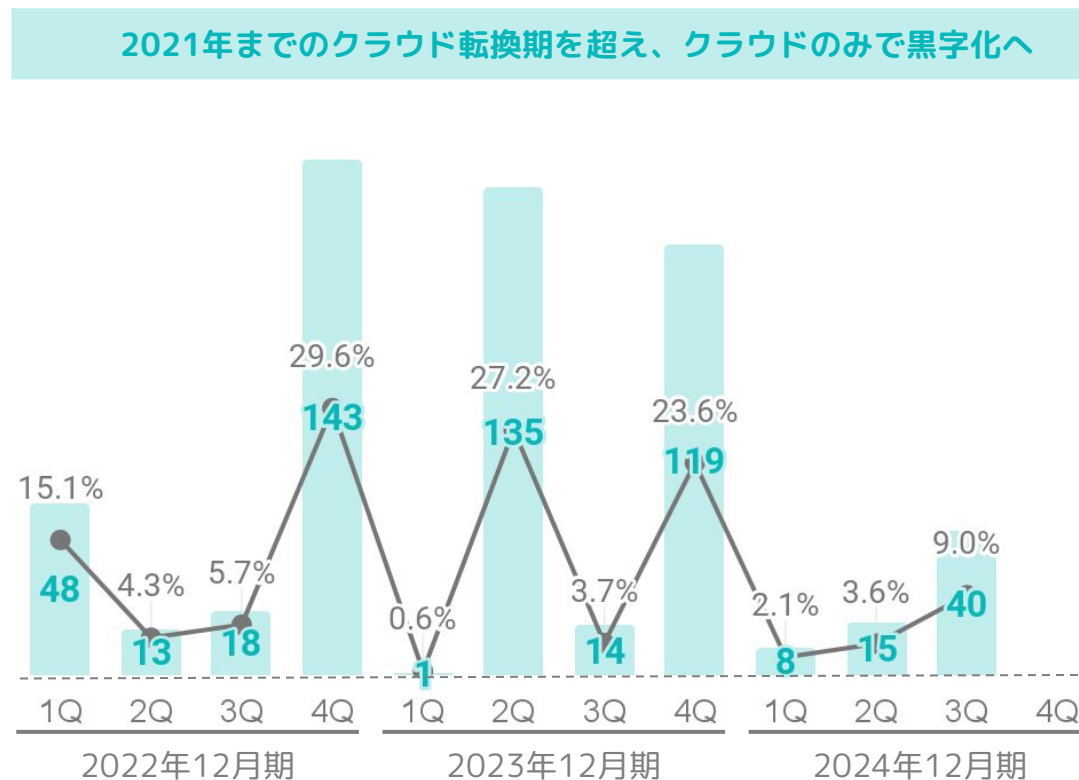
■営業利益（3Q累計）

（百万円）



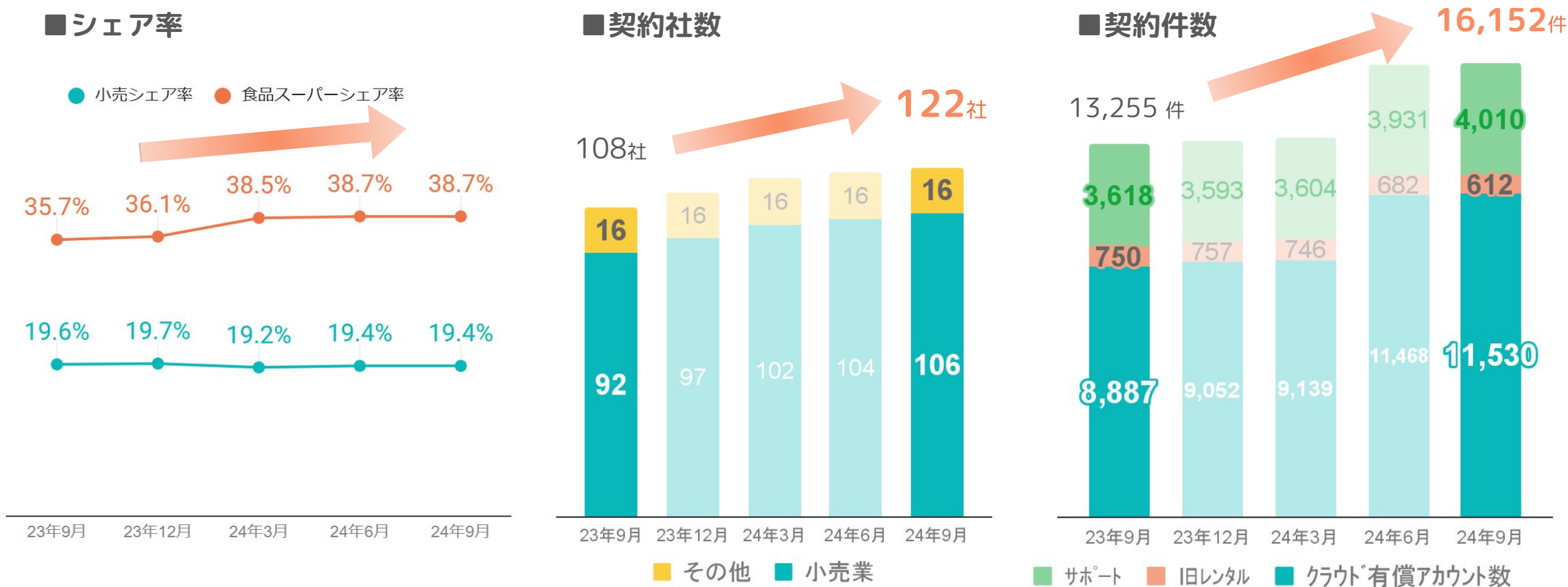
■営業利益（四半期）

（百万円）



食品スーパーシェア率は前年比3.0pt増の38.7%、契約社数は前年比14社増の122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増加。契約社数は前年比14社増の122社。
- ・ クラウドの大型新規ユーザー導入や、サービス追加により、sinopsシリーズの契約件数^{*1}が前年比2,897件増の16,152件。



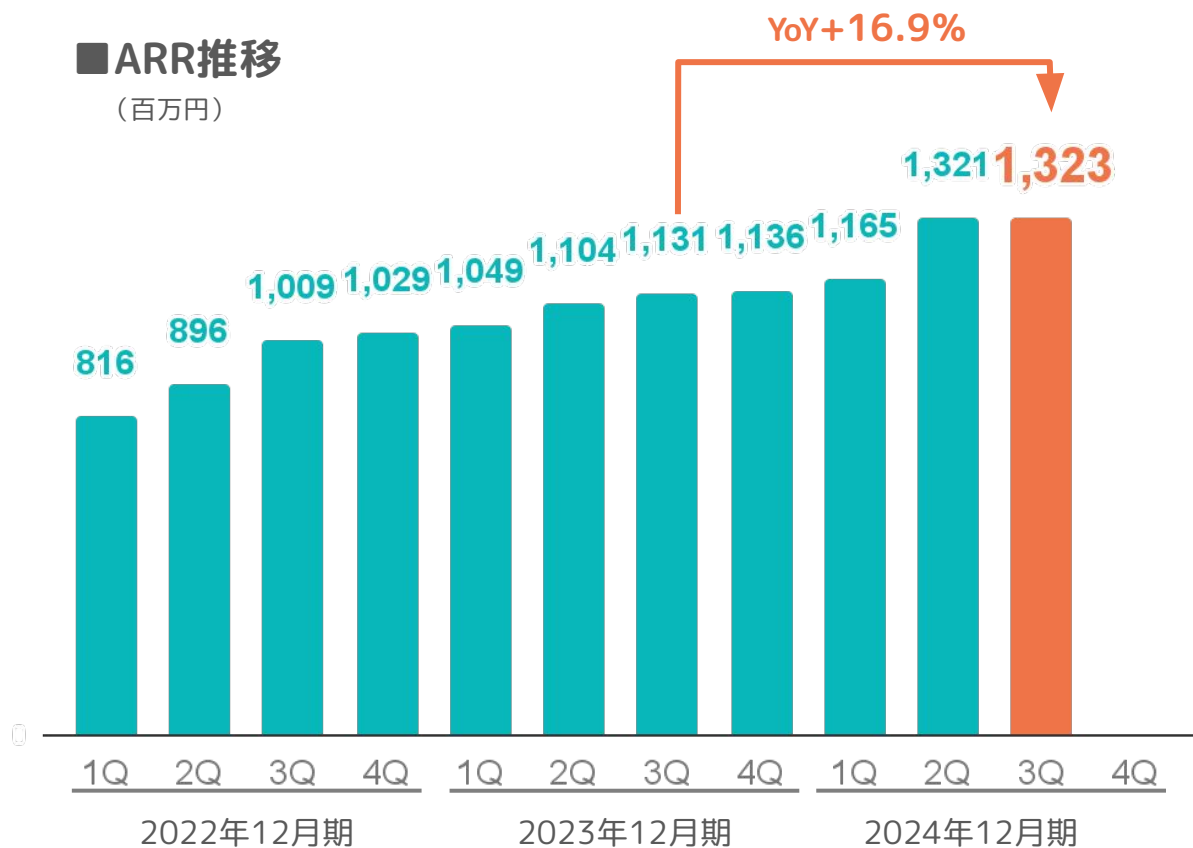
*1. クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計。なお、2024年1Qから算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約をクラウド有償アカウント数から除いている。

ARR*1が前年比191百万円増の1,323百万円

- 前年比では、複数の新規クラウドユーザーへの導入や、継続してアップセル・クロスセルが進んだことが主要因となり、ARRが191百万円増加。
- 前四半期比では、既存顧客のアップセル・クロスセルが主要因となり、ARRが1.8百万円増加。

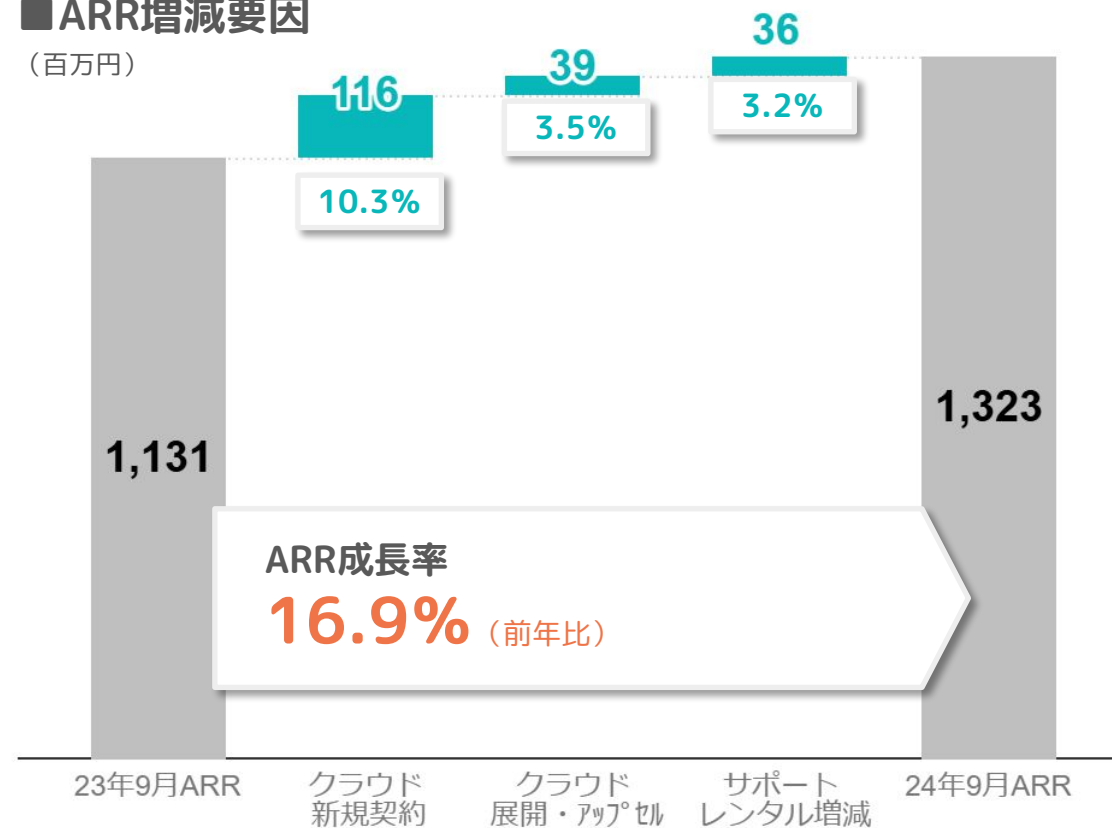
■ARR推移

(百万円)



■ARR増減要因

(百万円)

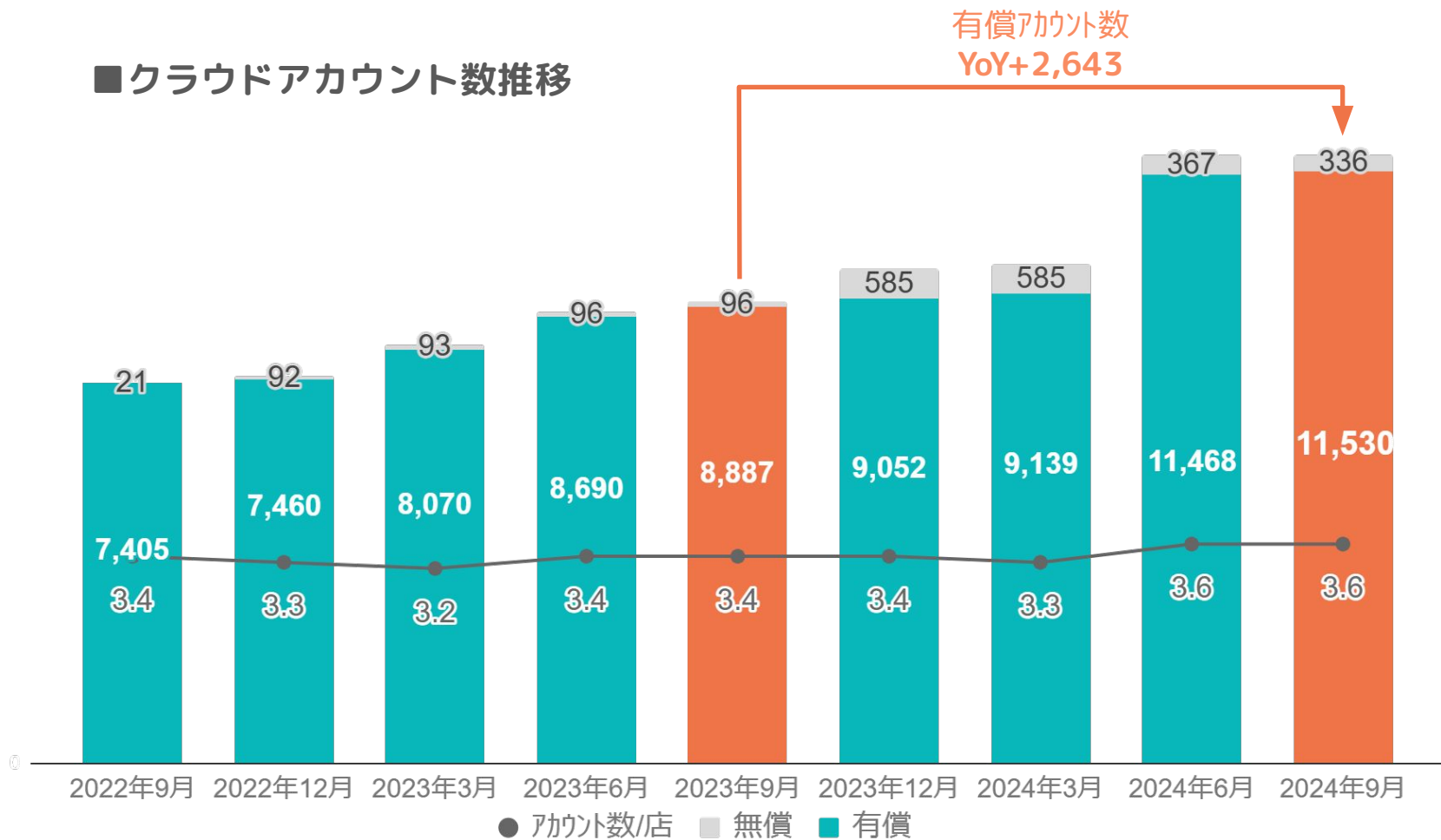


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2024年9月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）。なお、2024年1Qから算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約利用に伴う月額料金をARRから除いている。

クラウド有償アカウント数は前年比2,643増の11,530

- 2024年2Qに複数の大型新規クラウドユーザーへ導入したことが主要因となり、有償アカウント数は11,530 (YoY+2,643)。
- 2024年3Qは既存顧客のアップセル・クロスセルが中心となったため、1店舗あたり有償アカウント数は3.6アカウント (YoY+0.2アカウント)。

■クラウドアカウント数推移



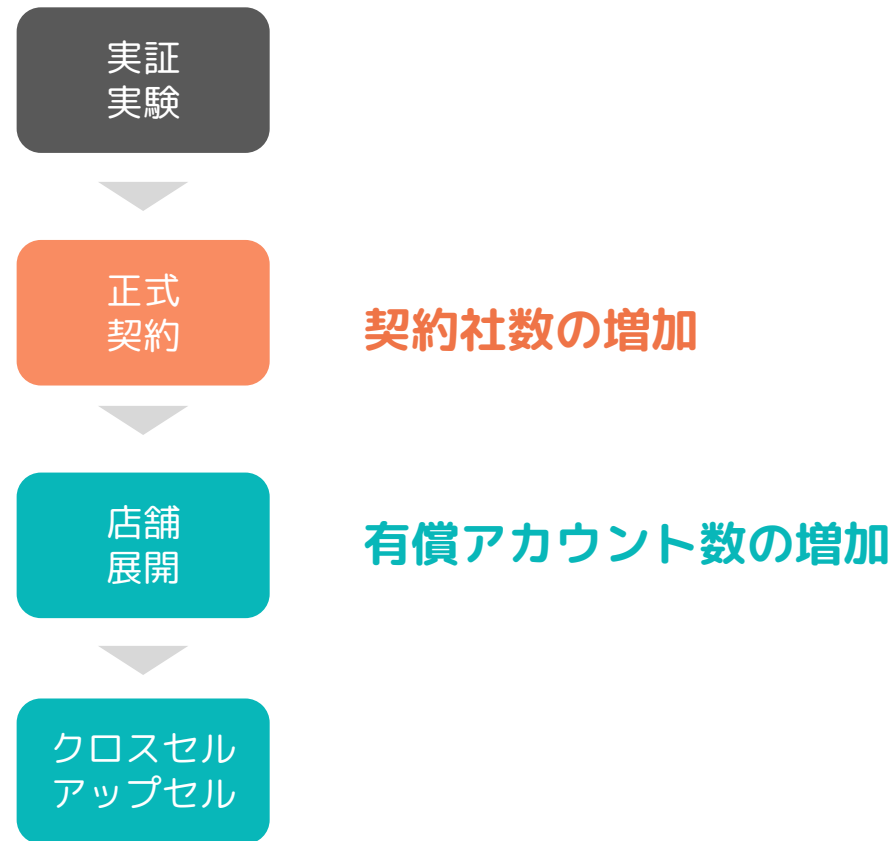
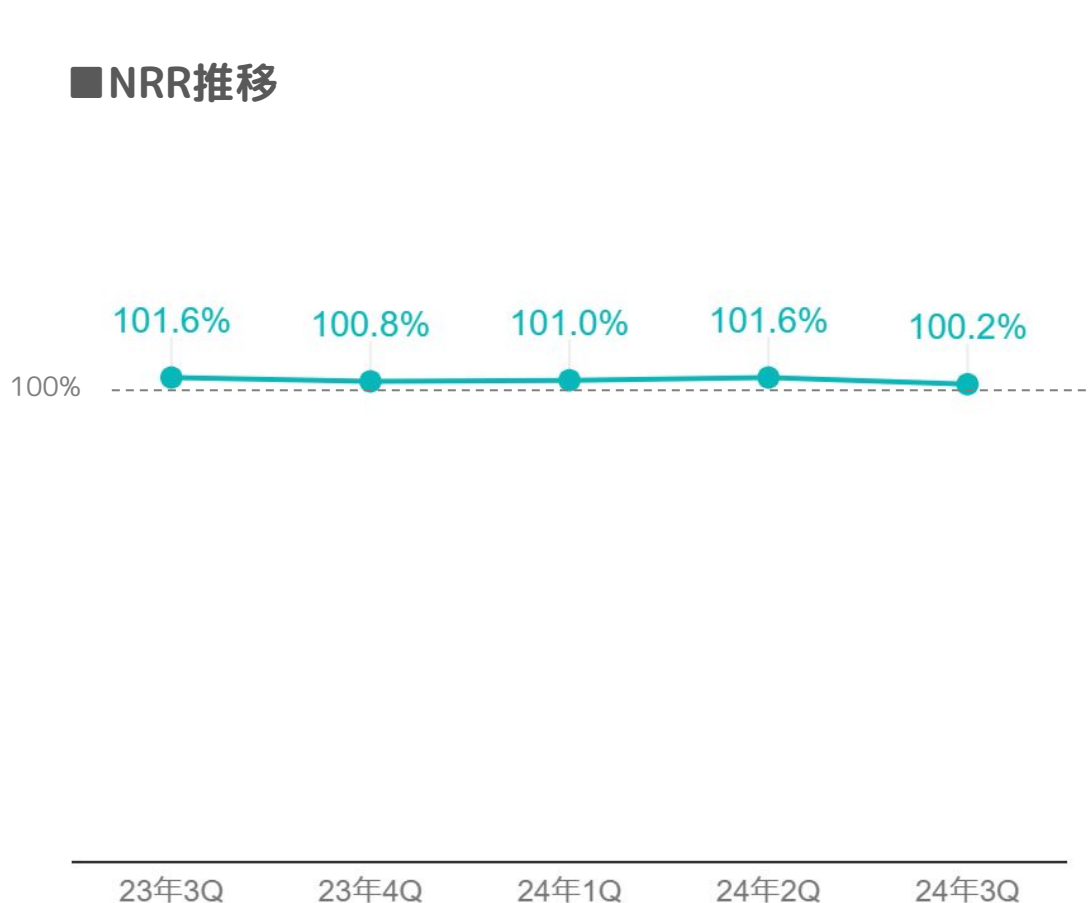
有償アカウント数
YoY+2,643

有償アカウント数	11,530 (YoY+2,643)
有償店舗数	3,180 店舗 (YoY+543店舗)
アカウント数/店舗	3.6 アカウント (YoY+0.2アカウント)
有償契約社数	56 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

通期業績予想は、売上高2,120百万円・営業利益340百万円で現段階では変更なし

- 3QARRが1,323百万円（QoQ+0.1%）にとどまっていることをふまえ、全社一丸となりリカバリーへの取り組みを推進。
- 現段階では、複数のパッケージの大型案件が商談中であるため、通期パッケージ売上高見通しに不透明な要素あり。
- 現時点では通期業績予想は変更しないが、引き続き業績見通しの精査を継続し、開示すべき事項が発生した場合は速やかに開示する。

(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*1比率70%超、ARR*21,770百万円を計画

- 2024年12月のARRは1,770百万円を計画しているが、今後導入拡大に向けて導入をはじめていたクラウド大規模案件がKPI達成状況の見極めのため検討期間が延長されたこと等により、3Q時点のARRは1,323百万円（QoQ+0.1%）にとどまっている。
- ARR計画についても見通しの精査を継続し、開示すべき事項が発生した場合は速やかに開示する。

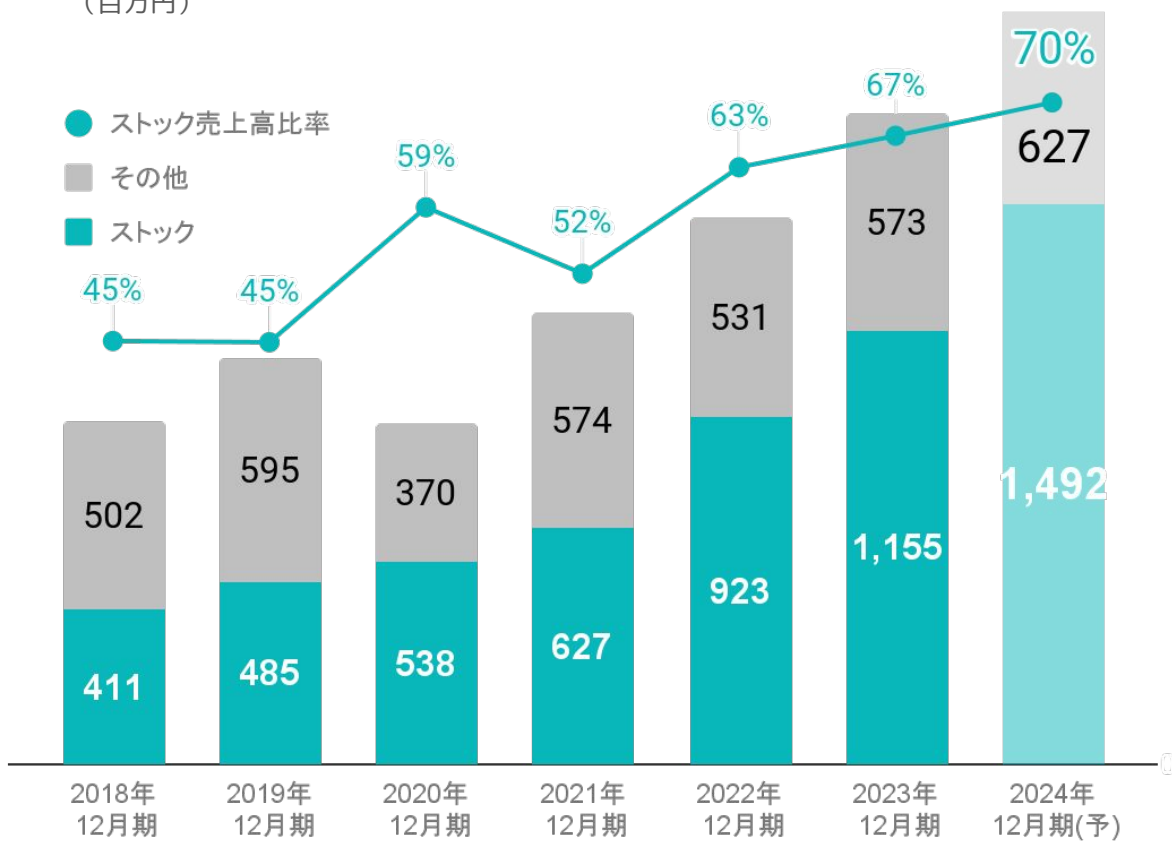
■ストック売上高（通期）

（百万円）

● ストック売上高比率

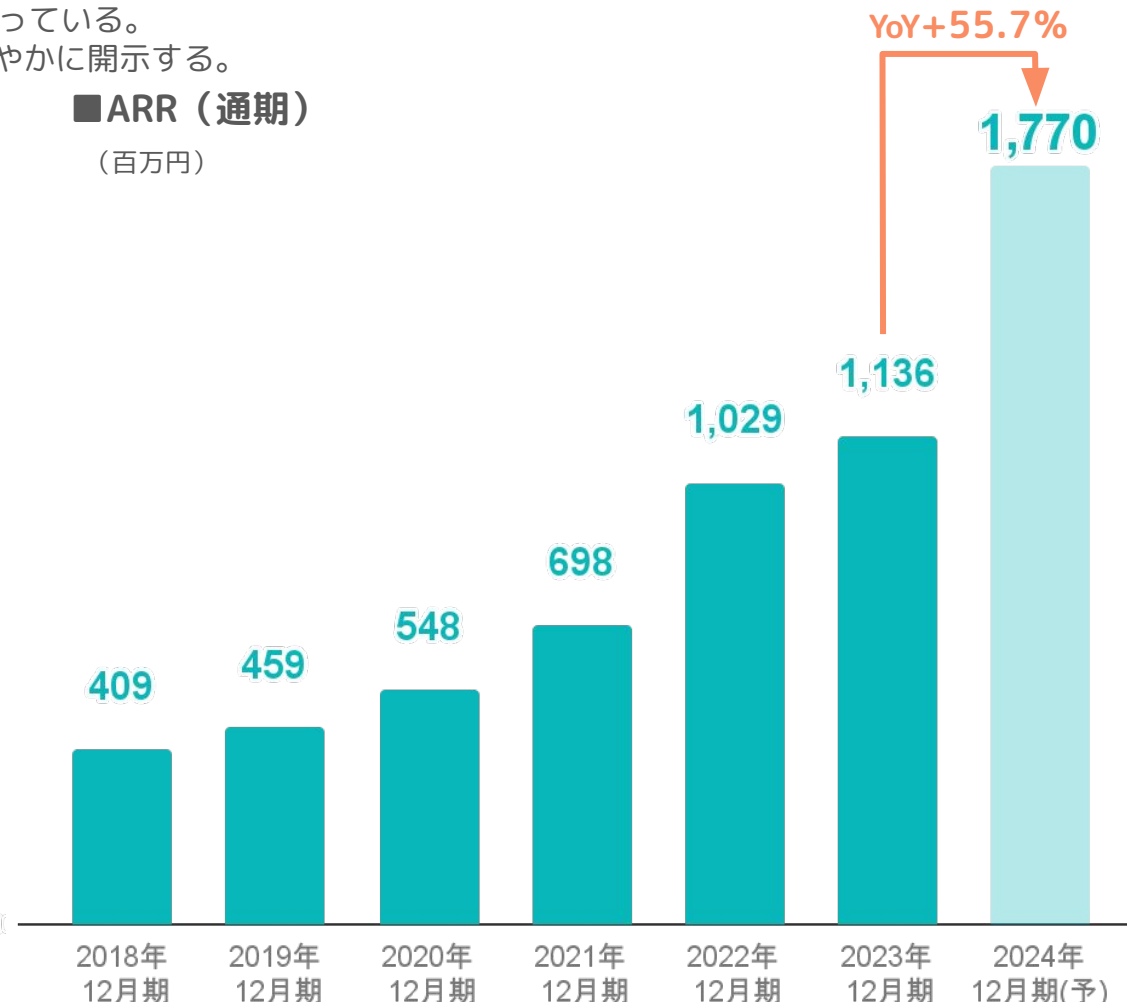
■ その他

■ ストック



■ARR（通期）

（百万円）



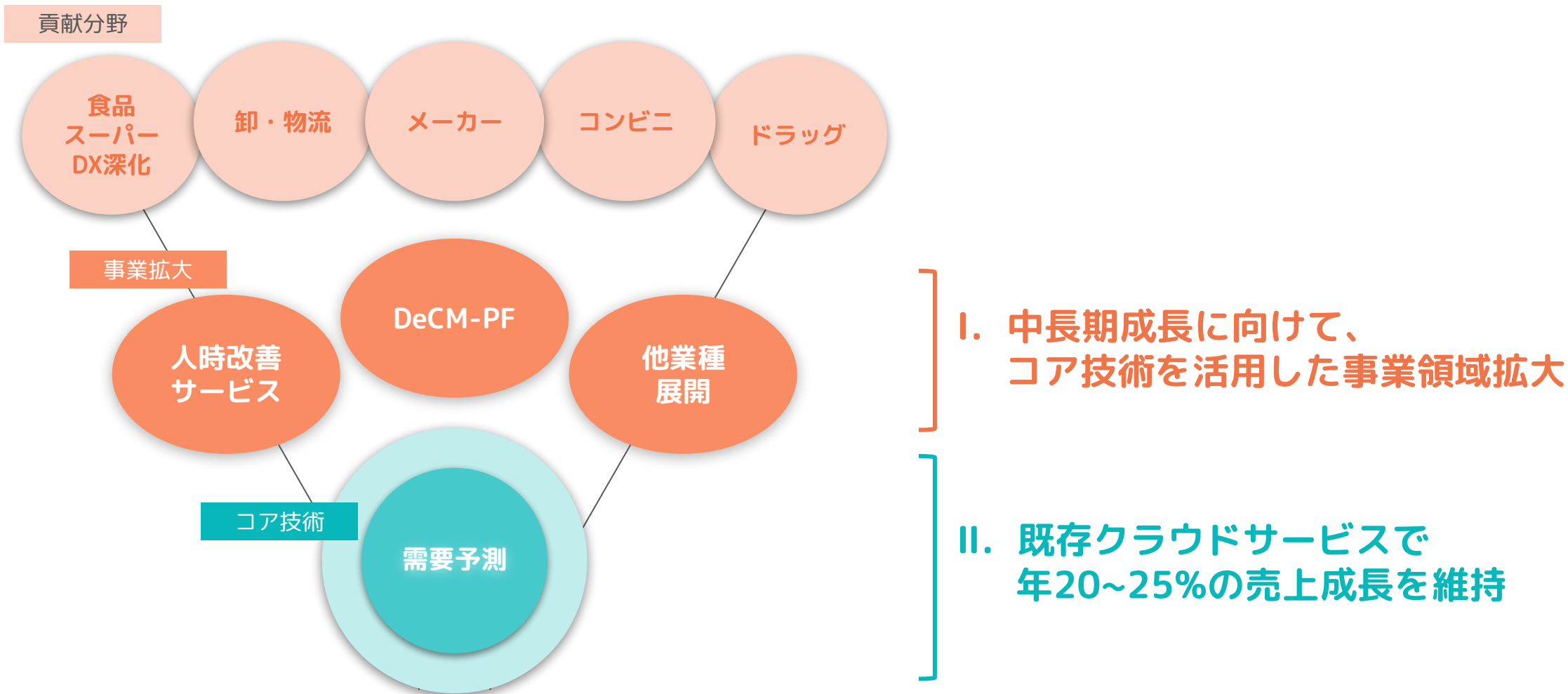
*1. ストック売上高1,492百万円には、サポート・クラウドの単発の作業費用など、フロー収益を一部含む。

*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。



食品製造業向け需要予測型自動発注サービス「sinops-CLOUD M」提供開始

- 製造工程における食品の原材料や包装資材の発注、在庫のムダにフォーカスした「sinops-CLOUD M」の提供を開始（[2024年10月23日リリース](#)）。
- 「生産数」「包材」「原材料」「レシピ」の4つの機能で、食品製造における需要予測から自動発注、食品ラベルの作成まで、一連の業務を効率化し、食品ロス削減や人手不足の解消に貢献。

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

原材料・包材の最適発注で、
在庫管理をもっとかしこく。



人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」サービスサイト開設

- 需要予測・在庫管理情報を活用することで、「モノの最適化」だけでなく「作業とヒトの最適化」を実現するサービスを提供できるよう、2023年から研究開発を進め、中長期の事業として開始。2024年4月に第1弾「sinops-WLMS LOG」、7月に第2弾「sinops-WLMS LEARN」をサービス提供開始した。
- 2024年10月にサービスサイトを開設（<https://wlms.sinops.jp>）。今後、事業領域拡大の施策の1つとして「作業とヒトの最適化」に焦点をあてたサービスを拡販していく。

sinops-**WLMS**

サービス概要

製品情報 

お知らせ

資料ダウンロード

お問い合わせ

人の働きを見える化し、
計画と育成をサポート。

人的資源最大化AIサービス

sinops-**WLMS**

sinops-**LOG**

sinops-**WORK**

sinops-**LEARN**



優秀な人材を確保するための施策の一環として、人事制度を一部変更・新設

- 本社移転やハイブリッドワークへの方針転換が影響し、2024年9月末時点の社員数は103名。
- 自社開発のソフトウェア企業として、人的資本を活用し経営基盤を強化することは、企業の成長に直結する重要なテーマである。優秀な人材を確保するための人事制度変更の一環として、「社員紹介制度」をリニューアルし、「永年勤続制度」を新設。
- ピアボーナス制度等を取り入れてきたが、働きやすく効率的な就業環境を整えるための施策を引き続き検討中。

■ 従業員数推移
(人)



社員紹介制度「sinopush!」

優秀な人材を確保することを目的に、社員紹介制度の見直しと併せて制度名称も全社から公募。



永年勤続表彰

シノプスで継続して働き、貢献している社員、ご家族・パートナーの方々への感謝として表彰を行う制度。



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した。
- ・ 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。

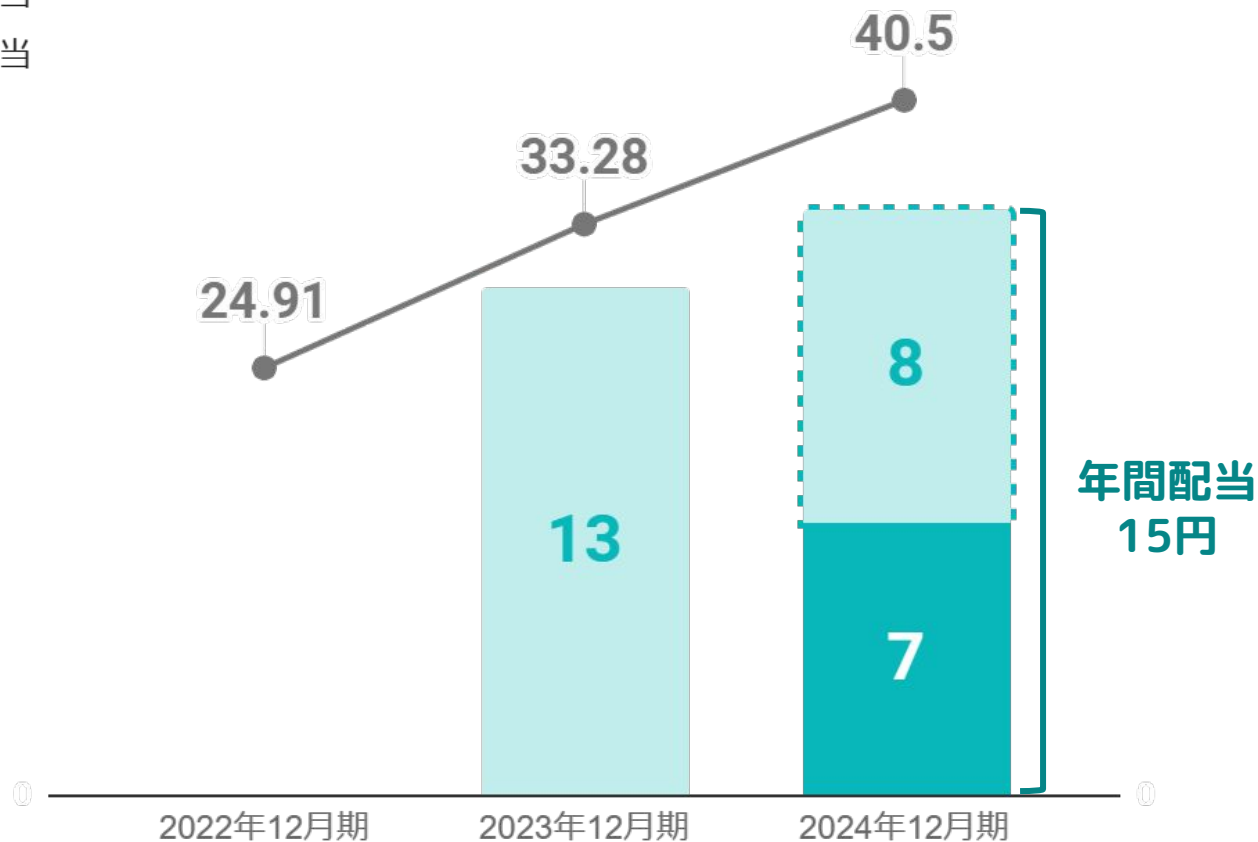
事業の成長を踏まえ、2023年12月期末から利益還元を開始可能と判断

- ・ 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月期末の1株当たり配当金は、「15円00銭」で予想に変更なし

- 株主の皆様への利益還元の機会を充実させ、日頃のご支援に感謝を表すため、2024年12月期から中間配当を実施。
- 配当性向は每期40%前後を目安とし、2024年12月期末の1株当たり配当金については、「15円00銭」で予想に変更なし。

- 1株当たり純利益
- 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

食品ロス削減を中心に、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。
- 「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継続。
- 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。



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。

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」の共同研究を継続。sinops導入後の食品ロス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「第19回日本LCA学会 研究発表会」で研究成果が発表されました。

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。

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 3Q
流動資産合計	1,613	1,145	873
固定資産合計	392	1,057	1,154
無形固定資産	227	288	348
流動負債合計	458	430	325
固定負債合計	4	4	4
純資産合計	1,543	1,767	1,697

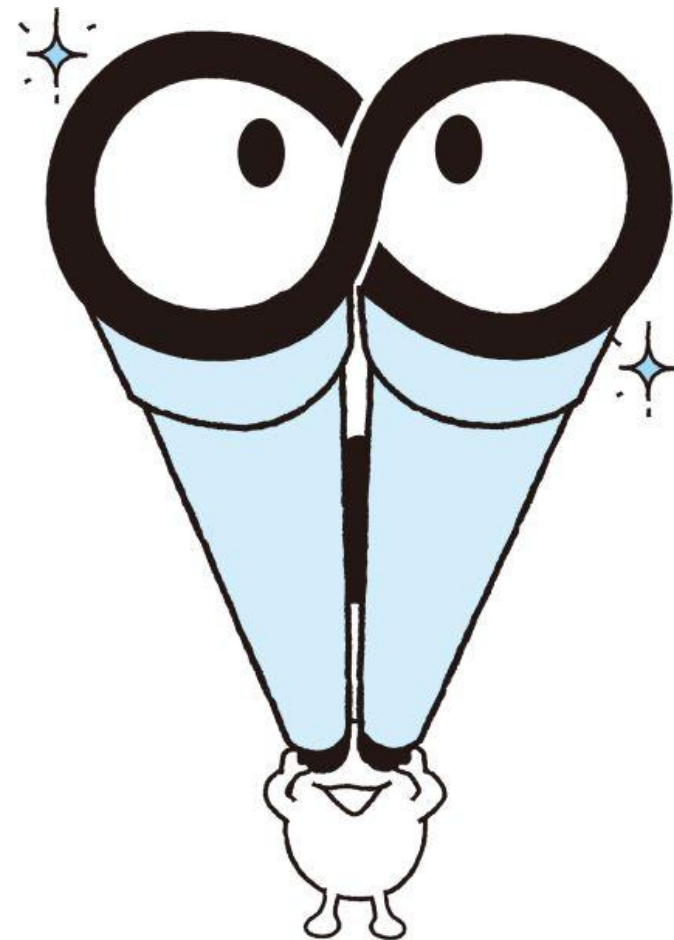
損益計算書

(百万円)	2022年12月期	2023年12月期	2023年12月期 3Q累計	2024年12月期 3Q累計	YoY
売上高	1,455	1,728	1,223	1,275	+4.2%
売上原価	753	874	637	784	+23.1%
対売上高比率	51.8%	50.6%	52.1%	61.5%	+9.5pt
売上総利益	701	854	586	490	△16.4%
売上総利益率	48.2%	49.4%	47.9%	38.5%	△9.5pt
販売費及び一般管理費	477	584	434	426	△2.0%
対売上高比率	32.8%	33.8%	35.5%	33.4%	△2.1pt
営業利益	224	270	151	64	△57.7%
営業利益率	15.4%	15.7%	12.4%	5.0%	△7.4pt
経常利益	224	269	150	64	△57.5%
経常利益率	15.4%	15.6%	12.3%	5.0%	△7.3pt
当期純利益	153	206	97	42	△57.1%
当期純利益率	10.5%	11.9%	8.0%	3.3%	△4.7pt

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

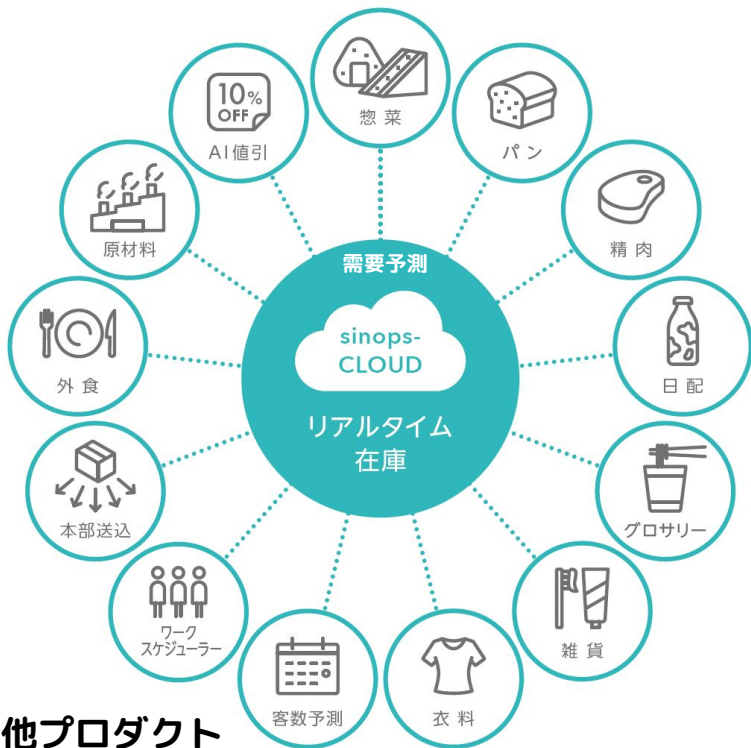
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



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

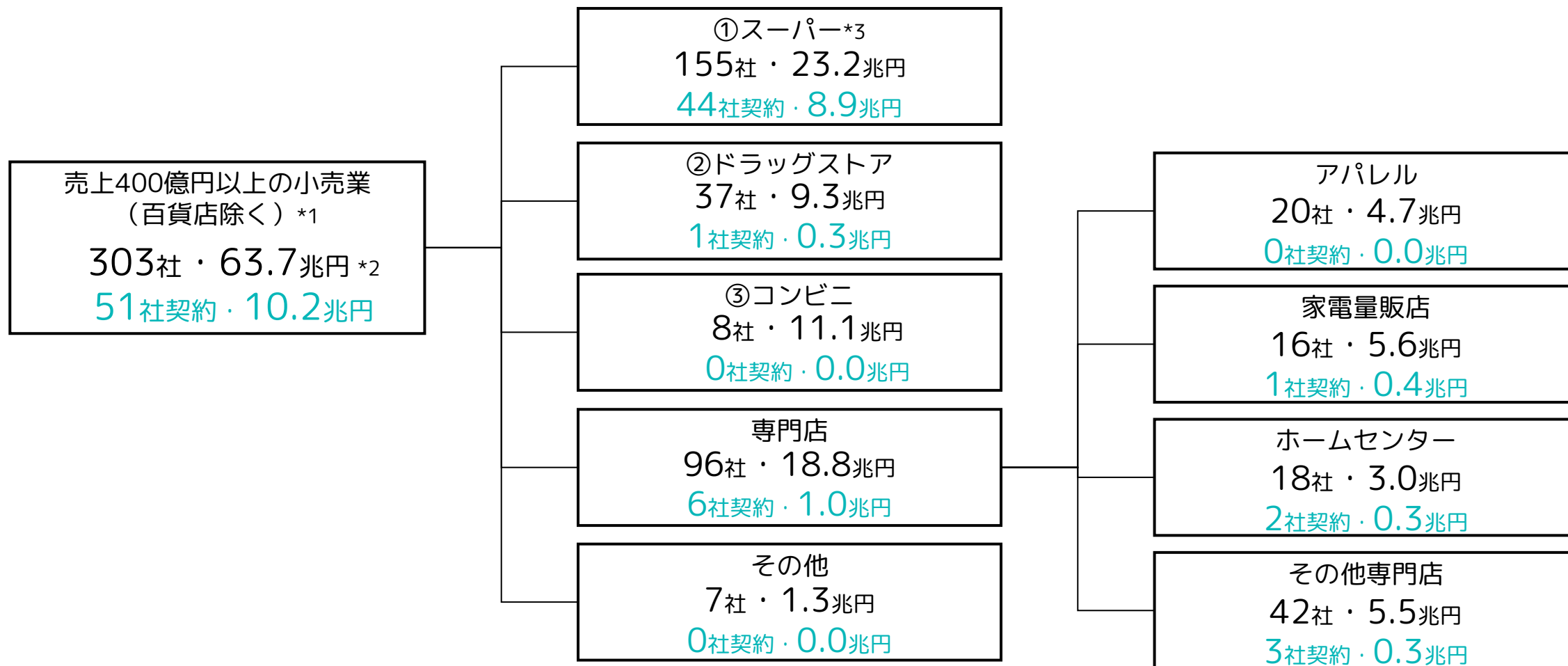
sinops W

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

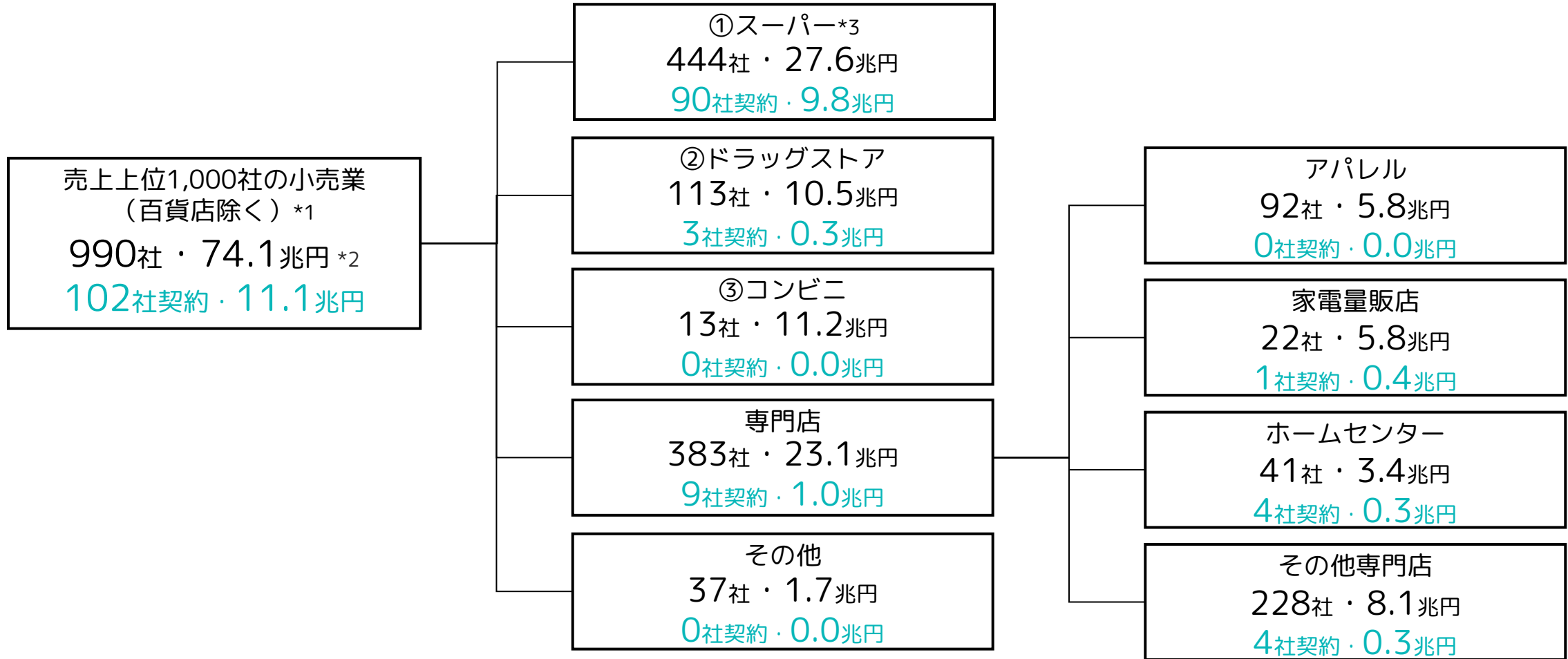


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2023年度版」

*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

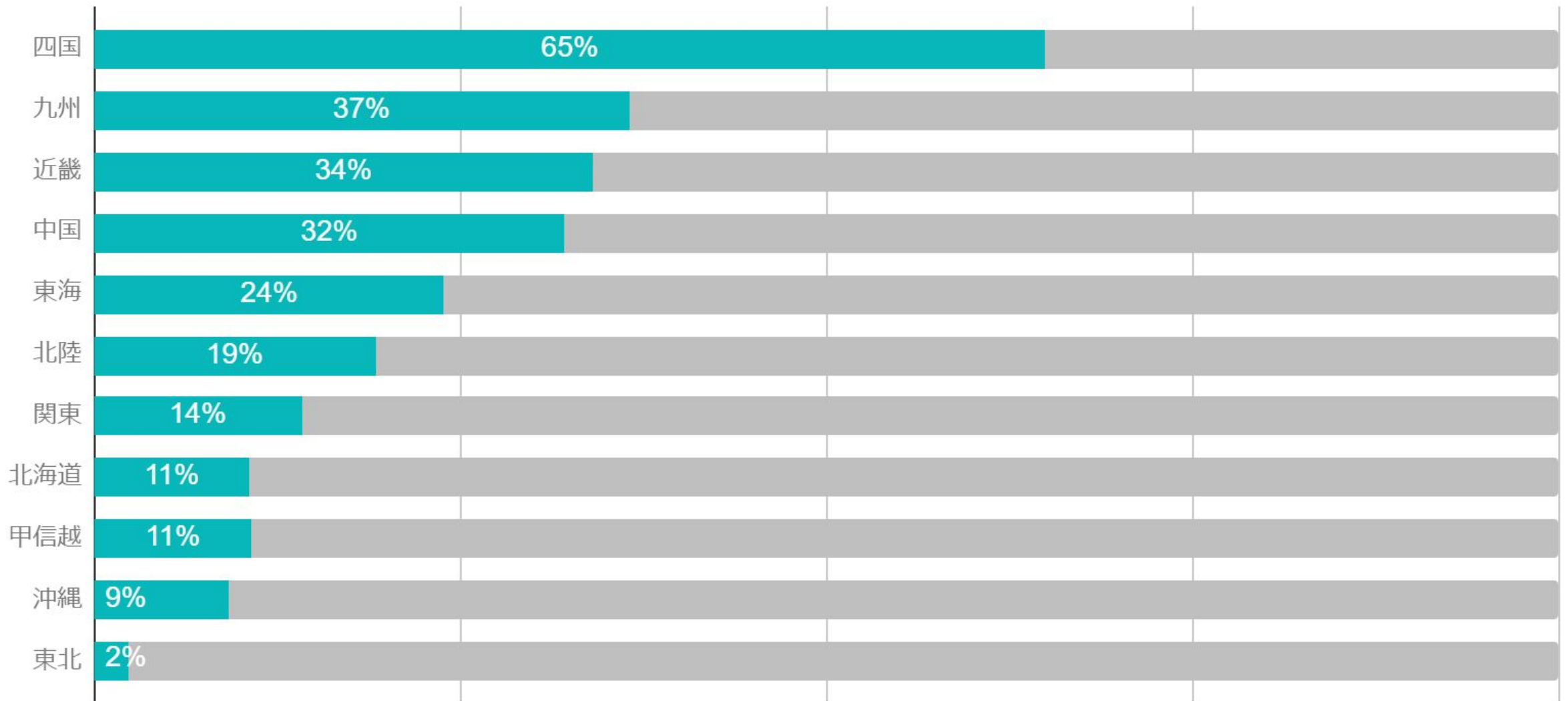


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2023年度版」。前述の122社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

*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



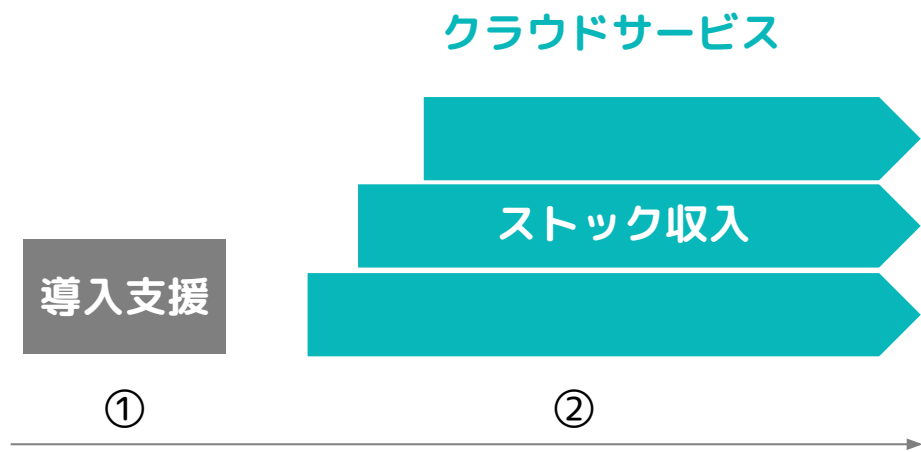
* コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

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。

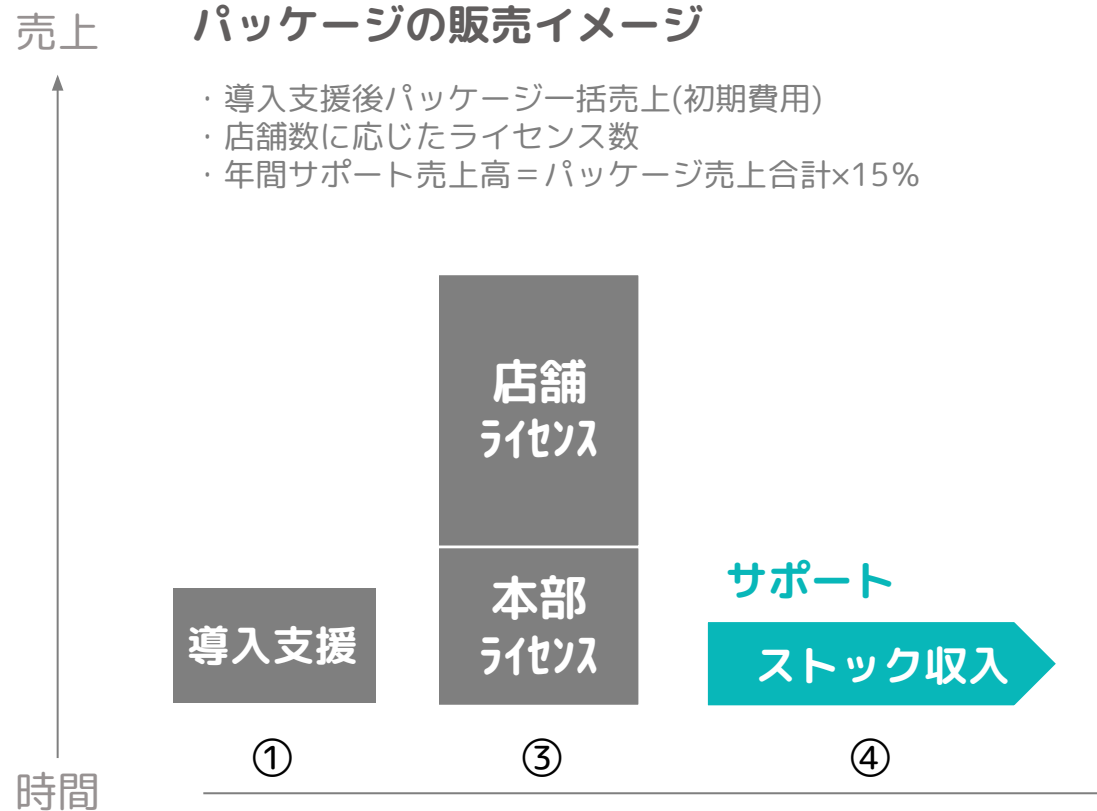
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



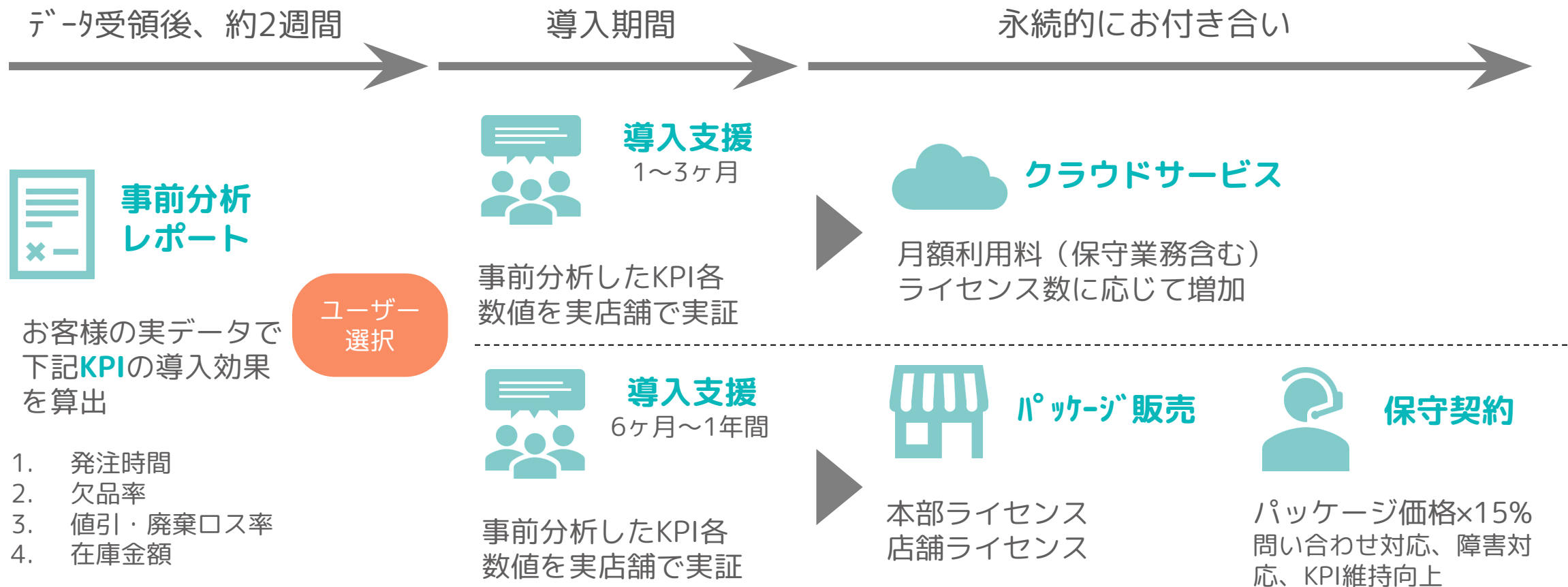
パッケージの販売イメージ

- ・ 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）。



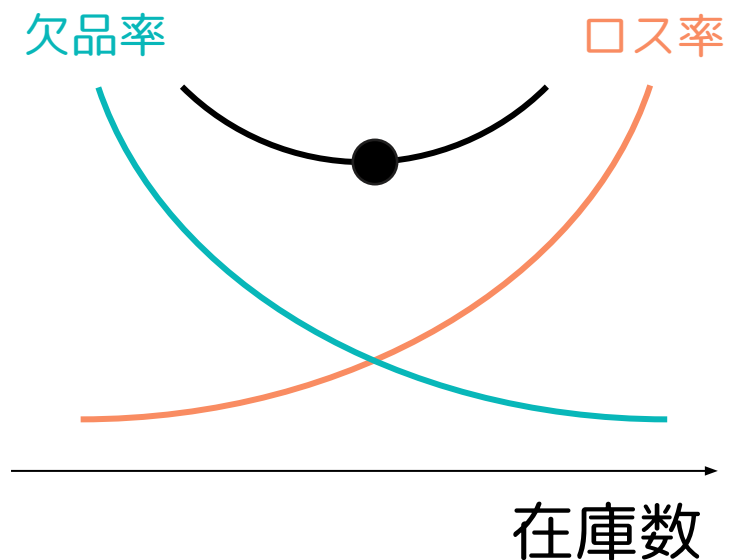
賞味期限が短い
= 食品ロスが出やすい
カテゴリの需要予測ができる。



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）】

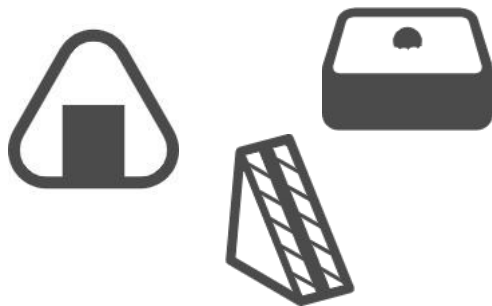
①発注時間	88.0% 削減
②欠品率	34.7% 削減
③値引・廃棄ロス率	19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗削減</small>
④在庫金額	15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

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

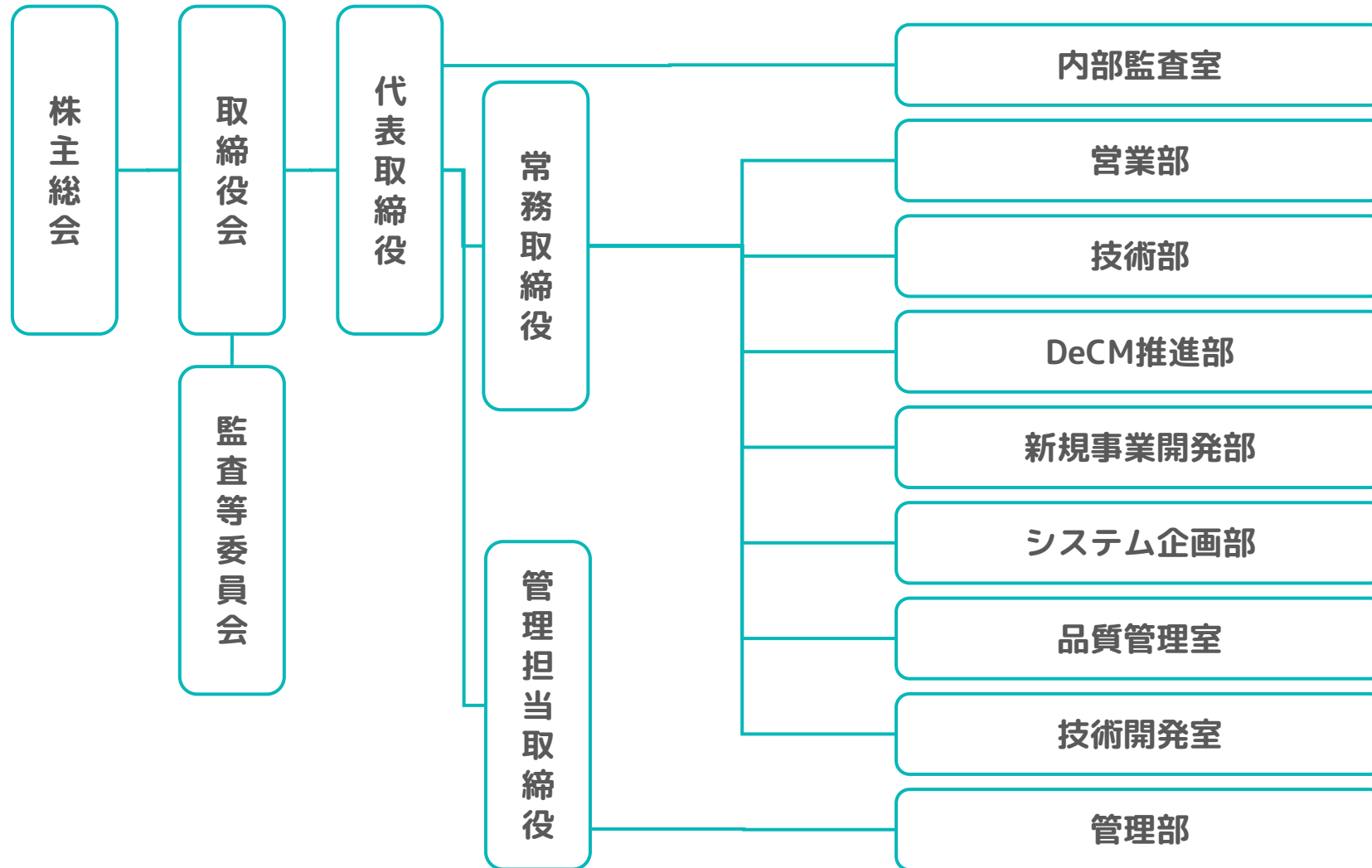
※複数社導入事例の平均

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	429,180,674円
従業員数	103人（2024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/

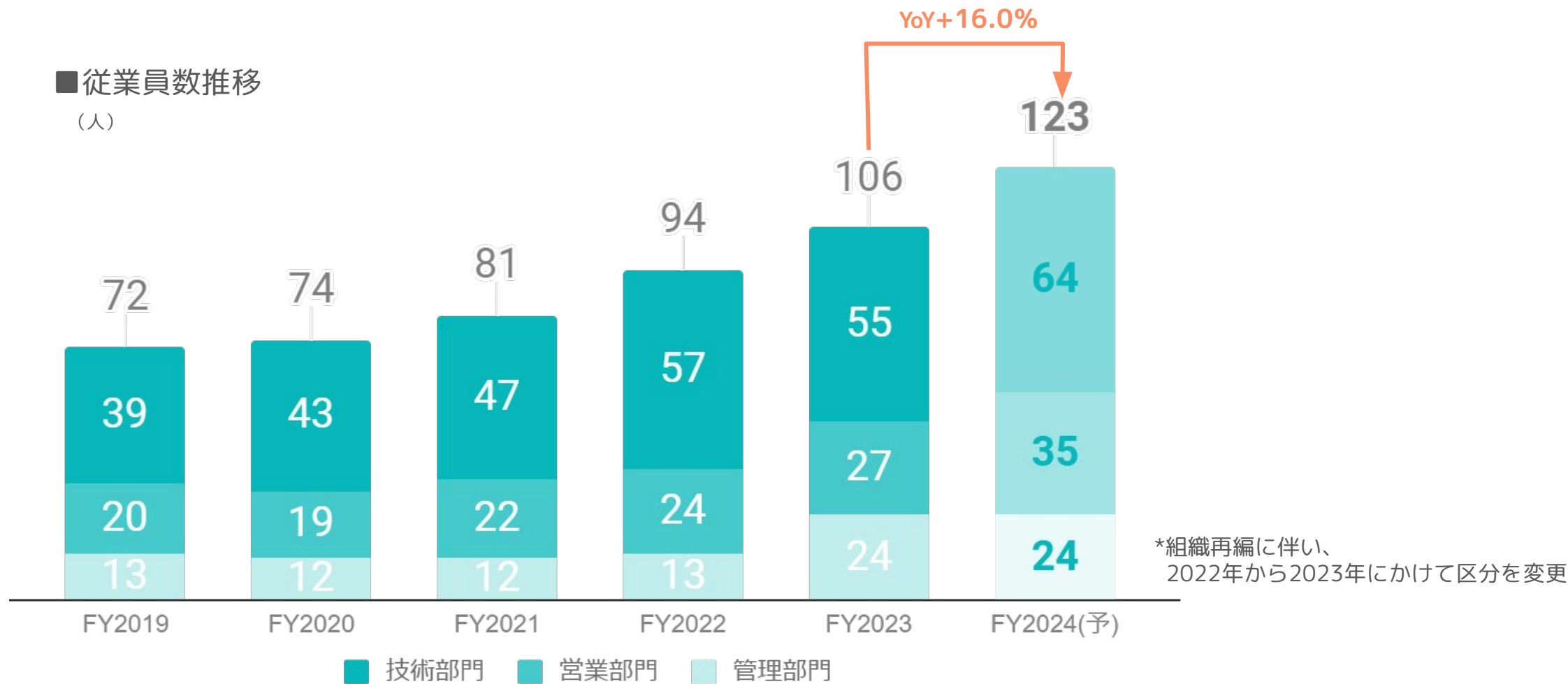


組織体制



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
2017年 7月	「sinopsロゴ」商標登録

年月	変遷
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
2024年4月	人時生産性改善DX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

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。