



2024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）
2025年2月13日

1. 2024年12月期業績報告

- 2024年12月期中の導入に向けて取り組んでいたクラウド大規模案件が、検討期間延長となったこと等により、2024年2月13日に発表した業績予想からは大きく減収したが、対前年では売上成長を維持
- 売上17.7億円 (YoY +2.8%)、営業利益1.5億円 (YoY △42.8%)
- ARR13.3億円 (YoY +17.5%)、クラウドアカウント12,035 (YoY +2,983アカウント)

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40%(2022年度比+5.8pt)、ARR17.0億円(2022年度比+65.1%)
- 「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「DeCM-PF」「sinops-WLMS」を実施

3. 2025年12月期 通期業績見通し

- 売上21.2億円 (YoY +19.3%)、営業利益3.5億円 (YoY +129.2%) を計画
- ARRは17.0億円を計画

4. 株主還元

- 売上・利益は下方修正したものの、2024年12月期の年間配当は当初の予定通り「15円00銭」
- 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

2024年12月期業績報告

食品スーパーシェア率*1

37.1% (YoY +1.0pt)

小売シェア率*1

18.7% (YoY △1.0pt)

契約社数

123社 (YoY +10社)

クラウド有償店舗数 *2

3,214店舗 (QoQ +34店舗、YoY + 540店舗)

ARR *4

1,335百万円 (QoQ+0.9%、YoY + 17.5%)

クラウド有償アカウント数 *3

12,035 (QoQ +505アカウント、YoY + 2,983アカウント)

NRR(クラウド)*5

101.0% (2024年平均) / **101.2%** (2024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、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）。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1,776百万円（YoY+2.8%）、経常利益154百万円（YoY△42.6%）、ARR1,335百万円（YoY+17.5%）

- 新規大型ユーザーへの導入や既存ユーザーへのアップセル・クロスセルがあった一方で、2024年12月期中の導入に向けて取り組んで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延長となったこと等により、2024年2月13日に発表した2024年12月期業績予想からは大きく減収。売上高は前年比2.8%増。
- 利益率の高いパッケージ売上高の割合が4.4%（YoY△8.9pt）に減少したことや、事業成長に向けた協力会社を活用した製品開発の促進、クラウド売上拡大に伴う通信費の増加等があったことが主要因となり、経常利益は154百万円（YoY△42.6%）。

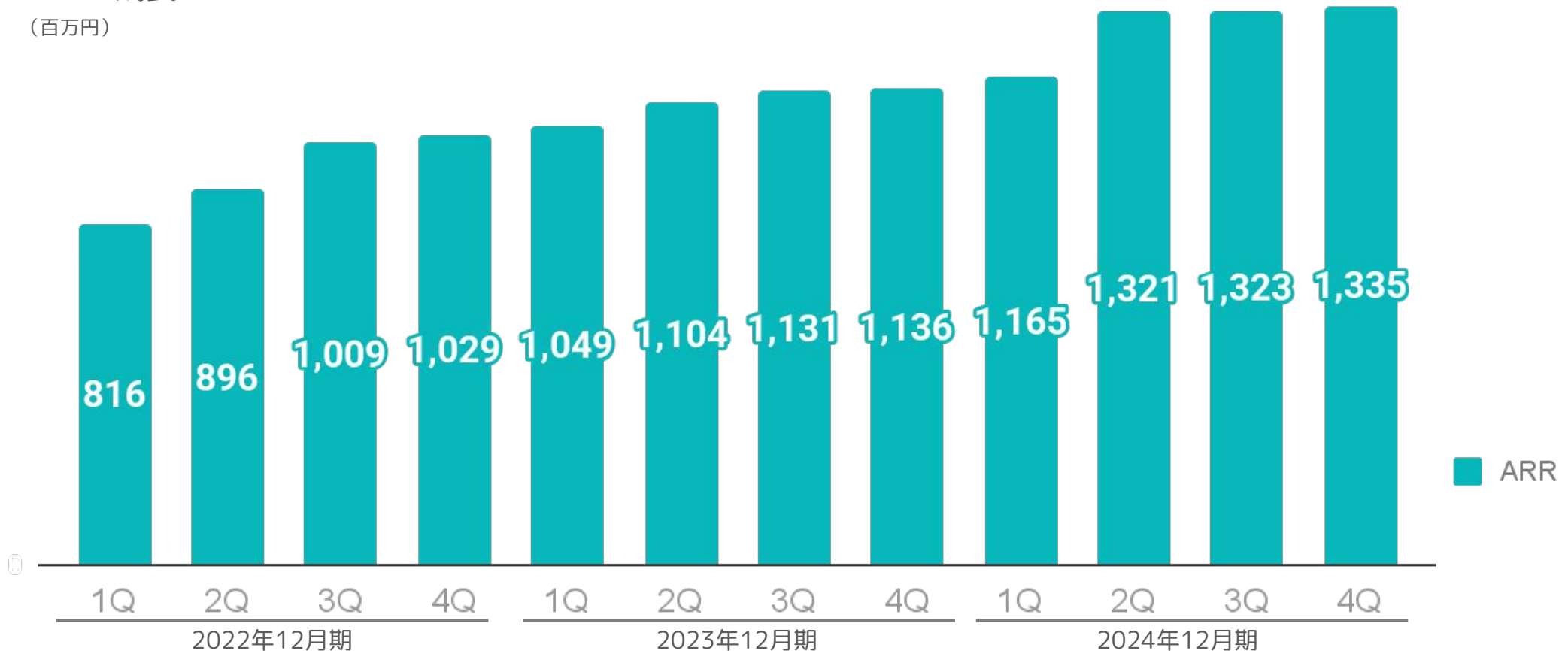
(百万円)	当期	2023年12月期			対修正計画	
	24/12期 通期実績	23/12期 通期実績	増減額	増減率%	24/12期 計画	差異率%
売上高	1,776	1,728	+47	+2.8%	1,780	△0.2%
パッケージ	77	230	△152	△66.2%	75	+3.8%
導入支援	401	343	+58	+17.2%	405	△0.9%
サポート	364	336	+28	+8.5%	371	△1.9%
クラウド	932	819	+112	+13.7%	927	+0.5%
営業利益	154 (利益率8.7%)	270 (利益率15.7%)	△115	△42.8%	145 (利益率8.1%)	+6.8%
経常利益	154 (利益率8.7%)	269 (利益率15.6%)	△114	△42.6%	145 (利益率8.1%)	+6.7%
当期純利益	108 (利益率6.1%)	206 (利益率11.9%)	△97	△47.5%	103 (利益率5.8%)	+5.1%

2024年4QARRは1,335百万円（前年比17.5%増）まで進捗

- 新規大型ユーザーへの導入や既存ユーザーへのアップセル・クロスセルがあった一方で、2024年12月期中の導入に向けて取り組んで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延長となったこと等により、4QARRは前年比17.5%増の1,335百万円にとどまった。

■ARR成長

（百万円）



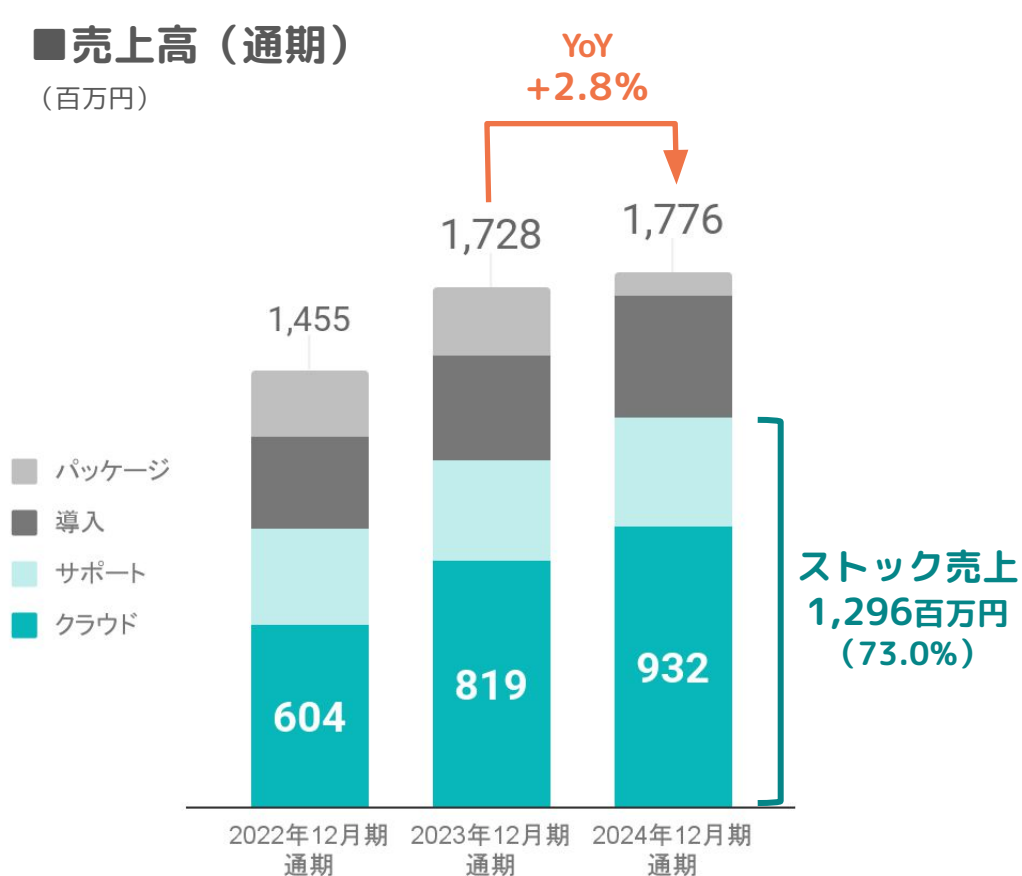
*2024年第1四半期からARR算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約に伴う月額料金をARRから除いている。上記グラフは除いた後の数値。

売上高は前年比2.8%増の1,776百万円、ストック売上比率*1は73.0%

- パッケージからクラウドへのビジネスモデル転換が引き続き加速しており、ストック売上比率は目標としていた70%に対して73.0%。
- 売上高全体では、新規大型ユーザーへの導入や既存ユーザーへのアップセル・クロスセルがあった一方で、2024年12月期中の導入に向けて取り組んで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延長となったこと等により、クラウド売上高は932百万円（YoY+13.7%）、導入支援売上高は401百万円（YoY+17.2%増）にとどまり前年比2.8%増の1,776百万円。

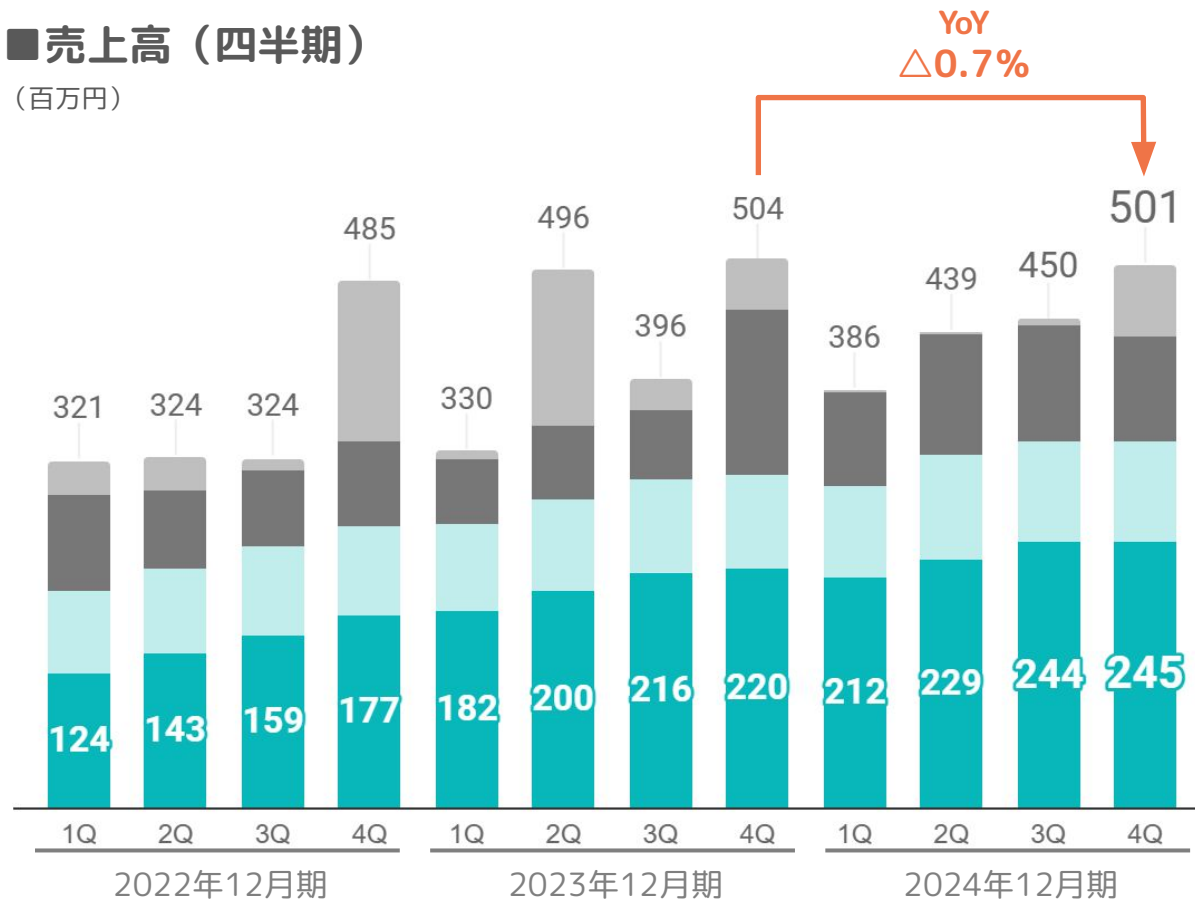
■売上高（通期）

（百万円）



■売上高（四半期）

（百万円）



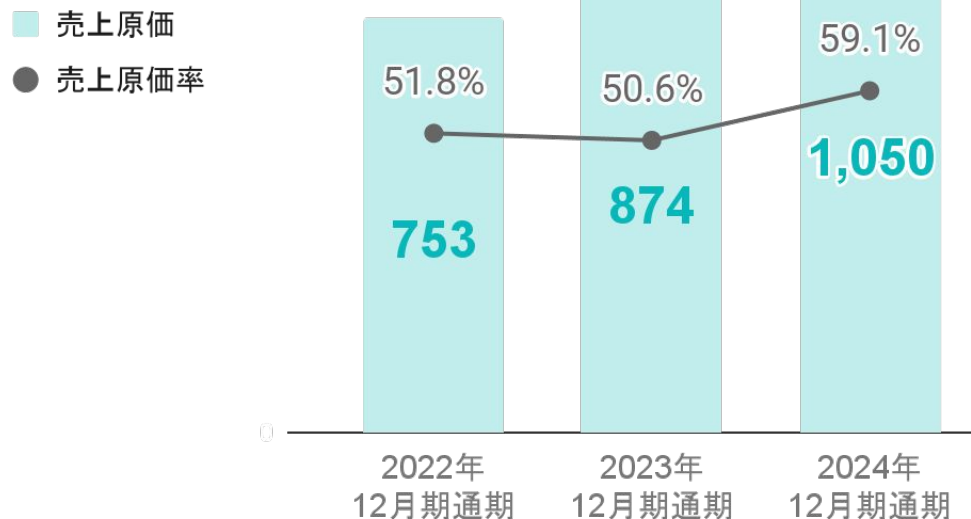
*1. ストック売上とは、クラウド売上高とサポート売上高の合計。
ストック売上比率は、（ストック売上1,296百万円÷売上高1,776百万円×100）で算出。

通期の売上原価は前年比20.2%増の1,050百万円、営業費用*1は前年比11.2%増の1,621百万円

- 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クラウドサーバー利用料の増加により、通信費は21.4%増の255百万円。
- 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継続し、外注費が前年比51.4%増の249百万円。
- 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51.0%減の47百万円。
- 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12月末時点の社員数が102名（前年比△4名）にとどまっていることが主要因となり、人件費が前年比5百万円減（前年比△0.6%減）。

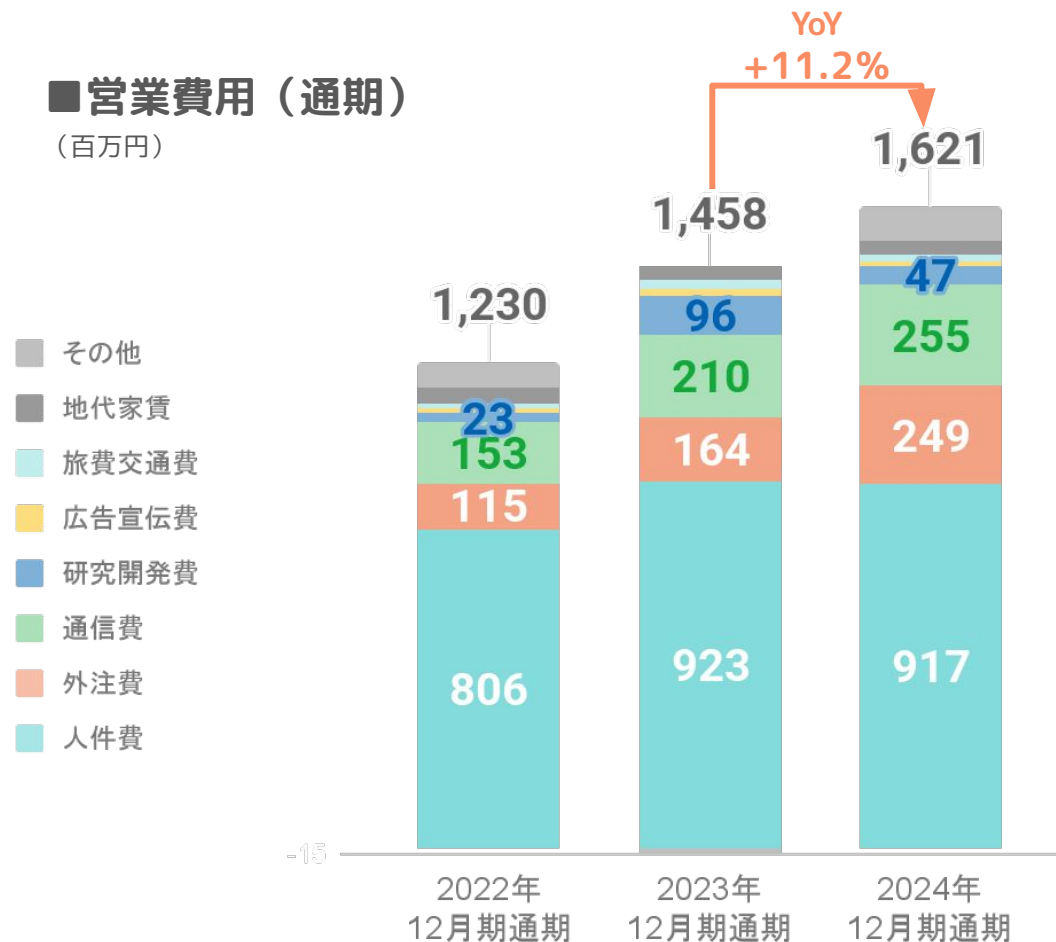
■売上原価（通期）

（百万円）



■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

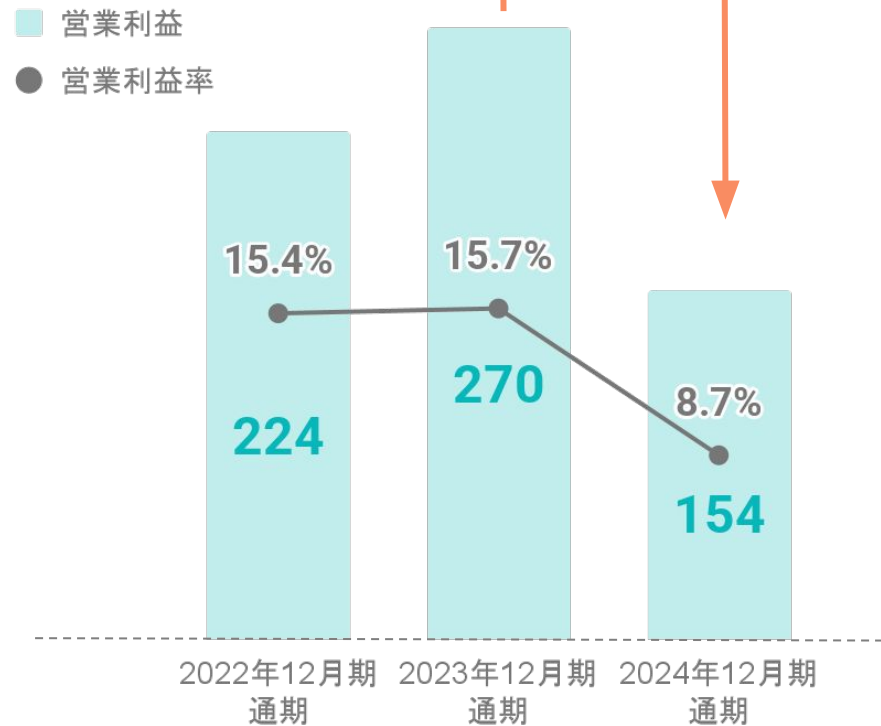
営業利益は前年比△115百万円減の154百万円

- ストック売上が1,296百万円（前年比12.2%増）となった一方で、利益率の高いパッケージ売上高は77百万円（前年比66.2%減）。売上高全体では前年比2.8%増の1,776百万円にとどまる。
- 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や、クラウド売上拡大に伴う通信費の増加等により、売上原価は前年比20.2%増加。
- 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る研究開発費の減少等により、販管費が前年比2.2%減となったものの、営業利益は154百万円（前年比42.8%減）。営業利益率は8.7%（前年比7.0pt減）。

■営業利益（通期）

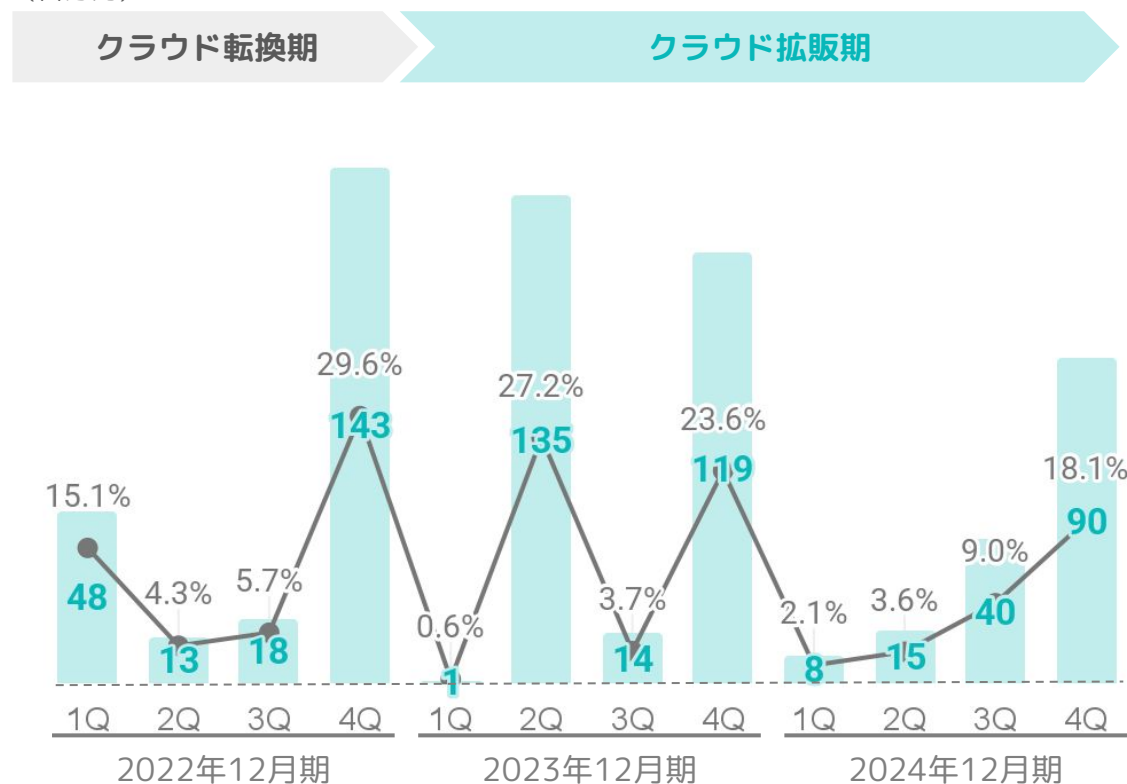
（百万円）

YoY
△115百万円



■営業利益（四半期）

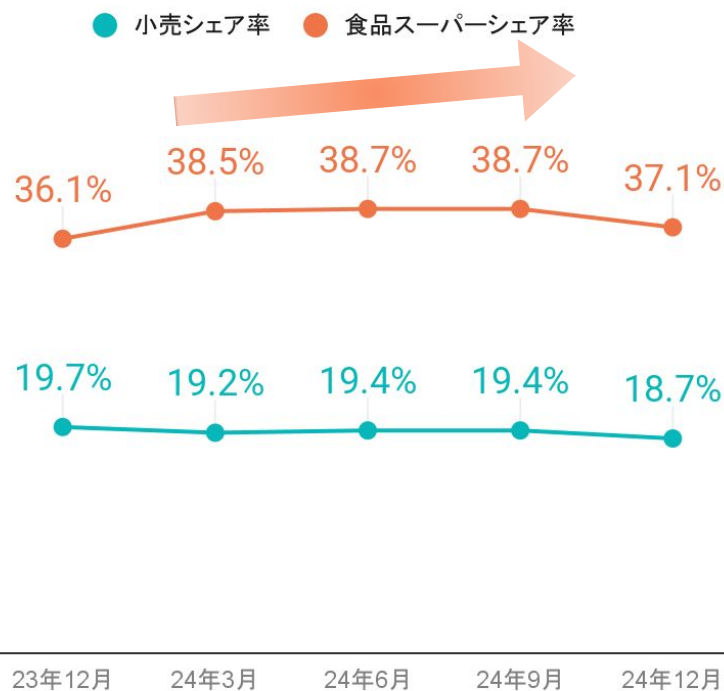
（百万円）



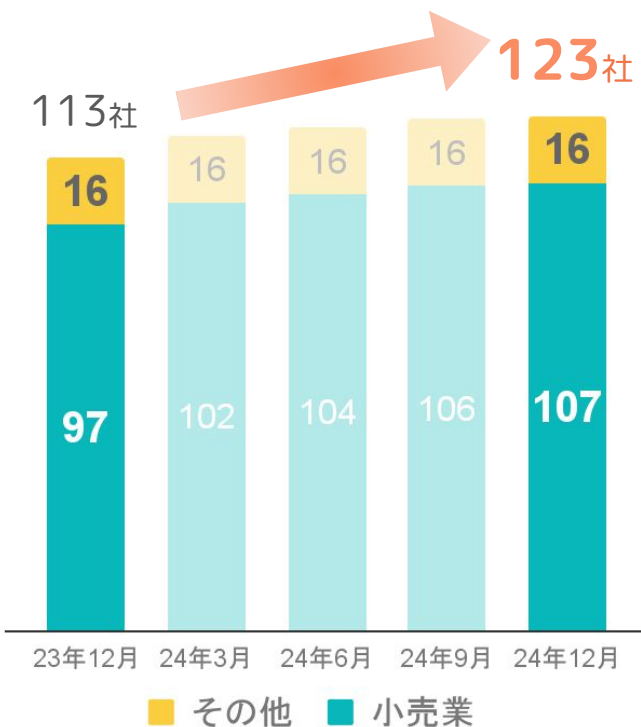
契約社数は前年比10社増の123社、契約件数が前年比3,292アカウント増の16,694

- 「旧レンタル」を利用していた企業の解約があったため、食品スーパーシェア率は前期比△1.6%となり37.1%。また、2024年1Qに小売全体のシェア率が低下している要因は、顧客の統合やターゲットリストの年次更新があったためである。
- クラウドサービス有償利用企業が増加したため、契約社数は前期比10社増の123社。
- クラウドの新規導入、アップセル、クロスセルが進み、sinopsシリーズの契約件数^{*1}が前年比3,292件増の16,694件。

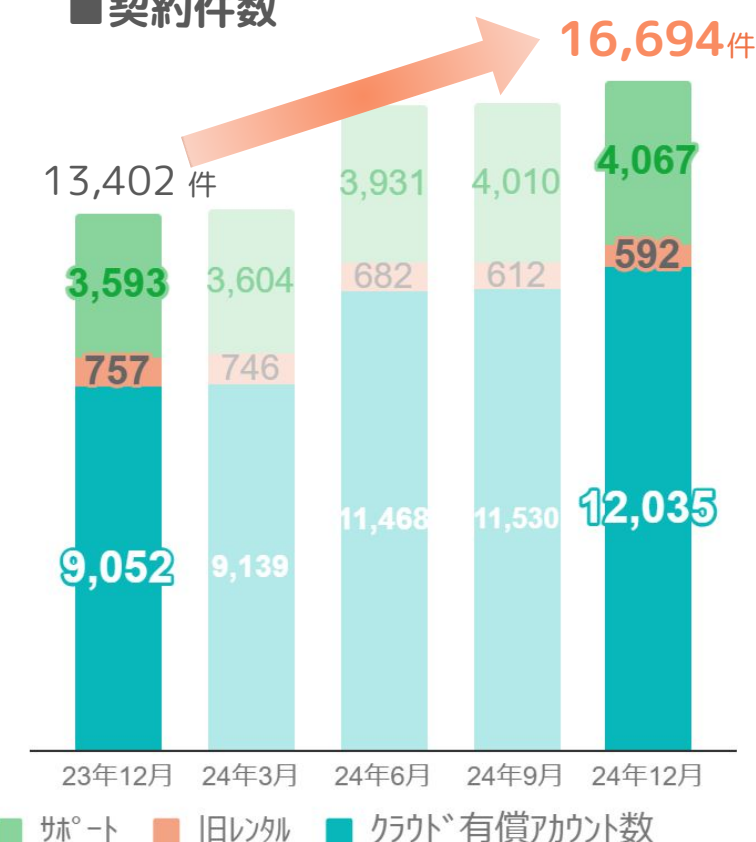
■シェア率



■契約社数



■契約件数



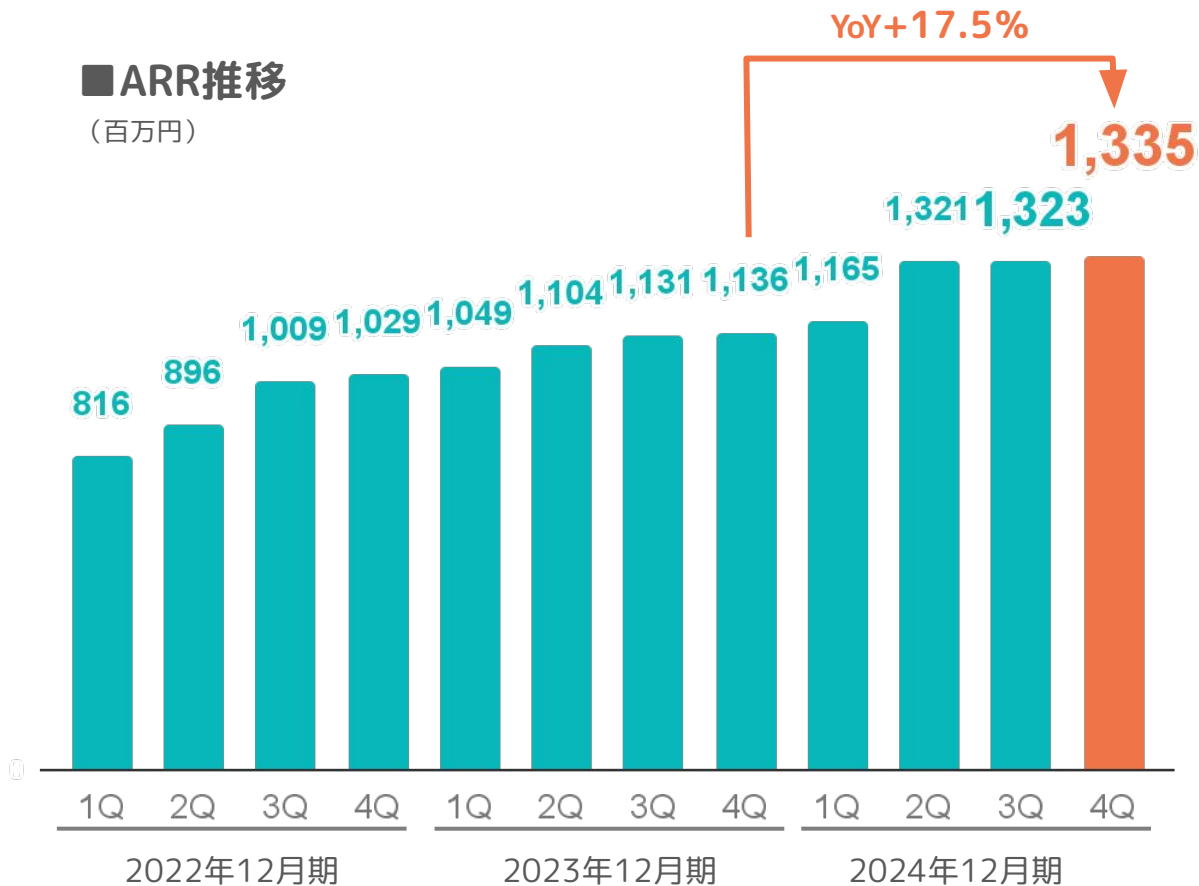
*1. クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計。なお、2024年1Qから算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約をクラウド有償アカウント数から除いている。

ARR*1は前年比198百万円増の1,335百万円

- 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198百万円増加。
- 2024年12月期中の導入に向けて取り組んで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延長となったこと等により、2024年2月13日に発表した2024年12月期業績予想からは大きく減収したが、前年の成長率10.4%を超える17.5%の成長を確保。

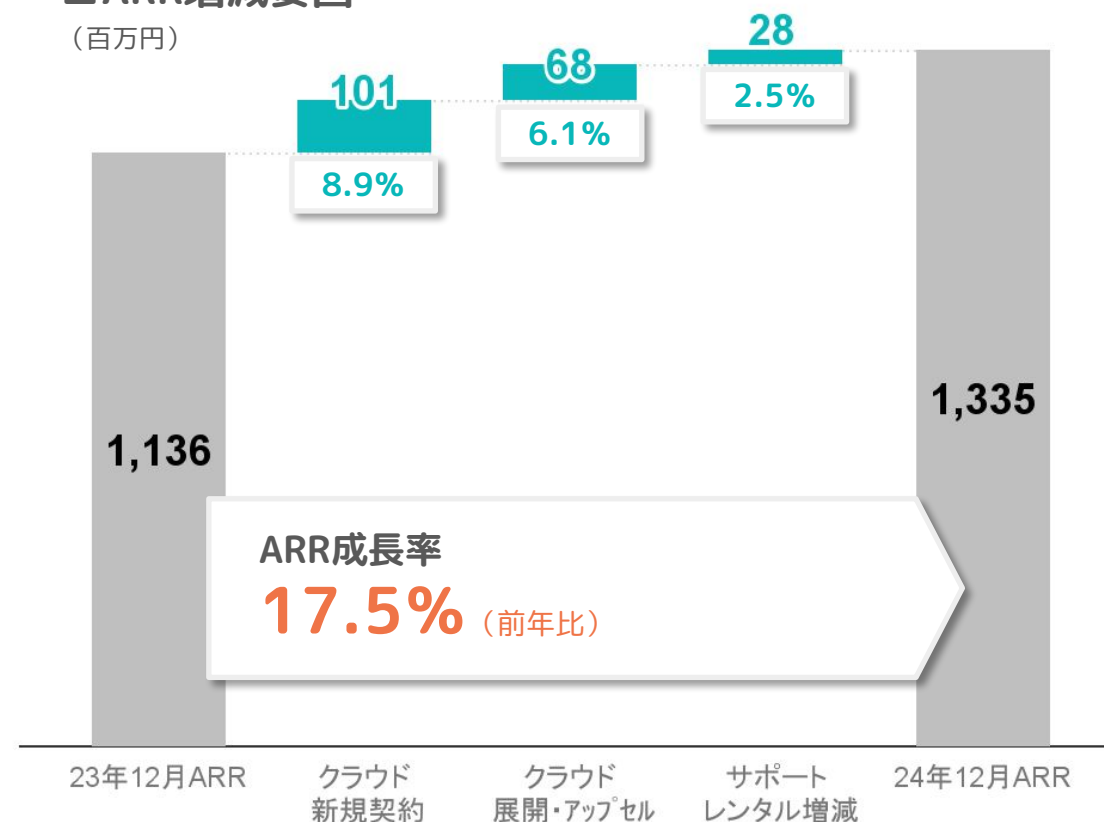
■ARR推移

(百万円)



■ARR増減要因

(百万円)

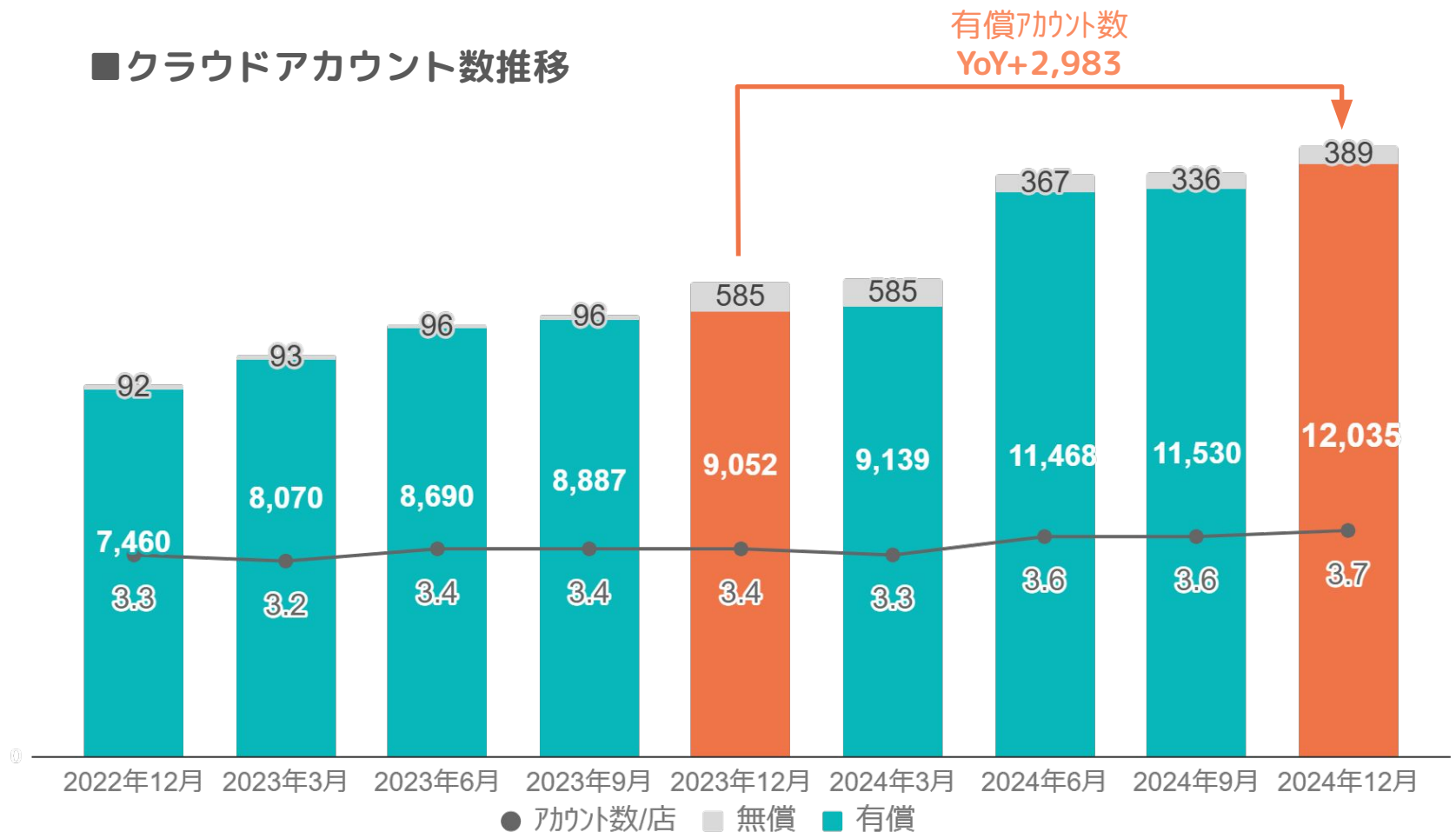


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2024年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）。なお、2024年1Qから算出方法を変更し、有償の短期間クラウド契約利用に伴う月額料金をARRから除いている。

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2,983増の12,035まで増加

- 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12,035 (YoY+2,983)。
- 2024年3Q、4Qは既存顧客のアップセル・クロスセル施策を継続し、1店舗あたり有償アカウント数は3.7アカウント (YoY+0.3アカウント)。

■クラウドアカウント数推移

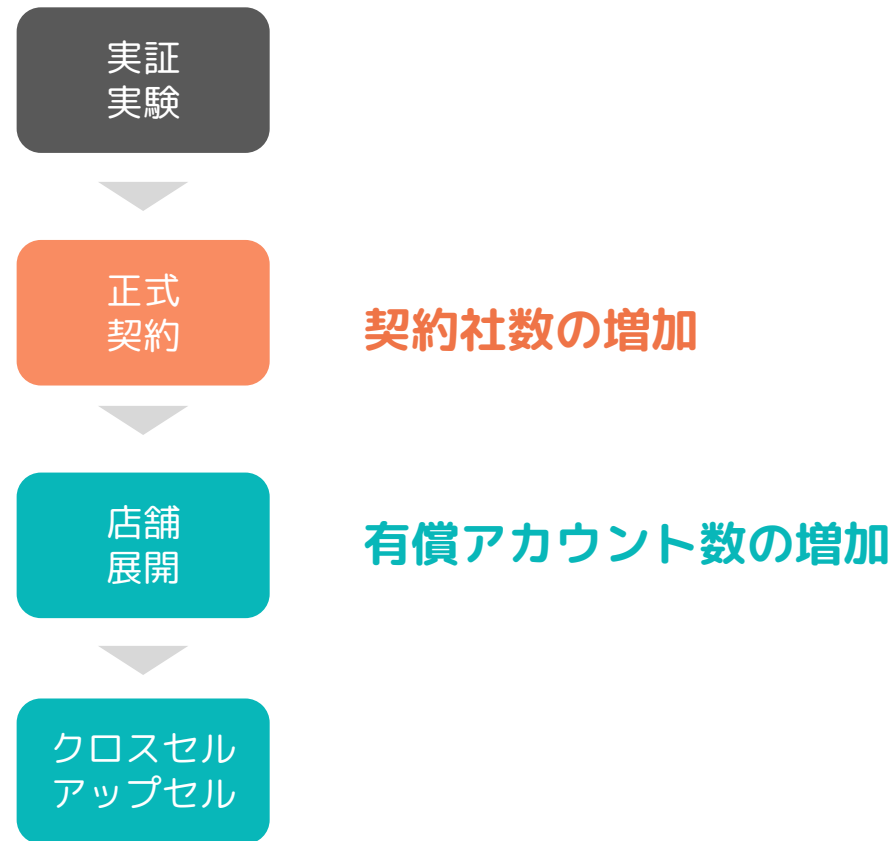
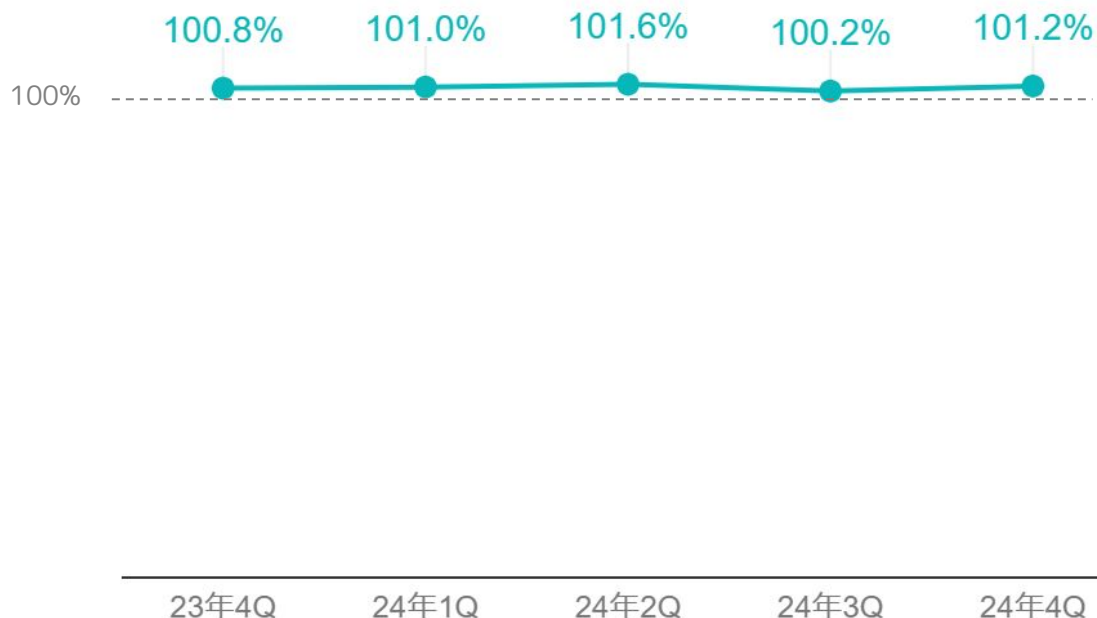


有償 アカウント数	12,035 (YoY+2,983)
有償 店舗数	3,214 店舗 (YoY+540店舗)
アカウント数 /店舗	3.7 アカウント (YoY+0.3アカウント)
有償 契約社数	59 社 (YoY+11社)

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。

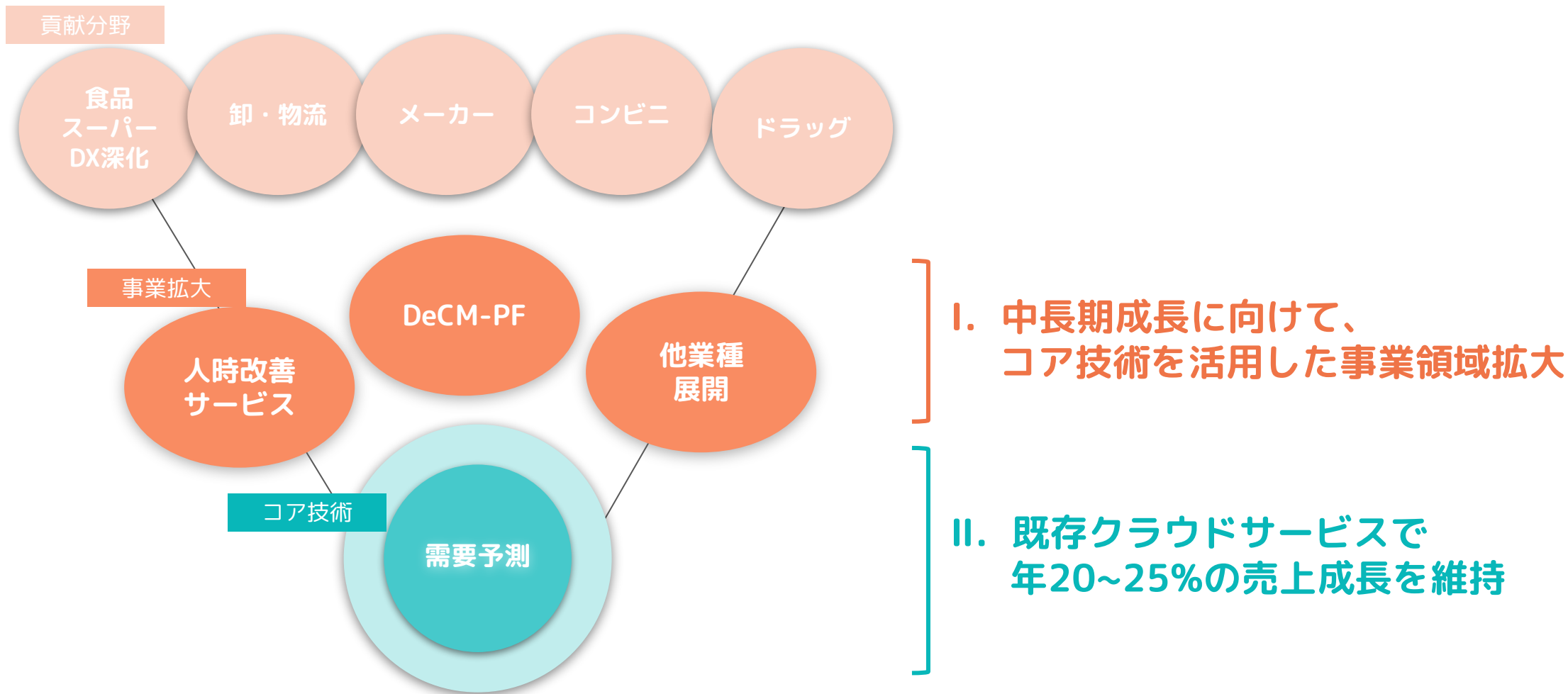
■ NRR推移



*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

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。



中期経営方針実現に向けた、2024年12月期の取り組み実績

- 中期経営方針実現のため、「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」「II. 既存クラウドサービスで年20~25%の売上成長を維持」についてそれぞれ取り組みを実施。

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

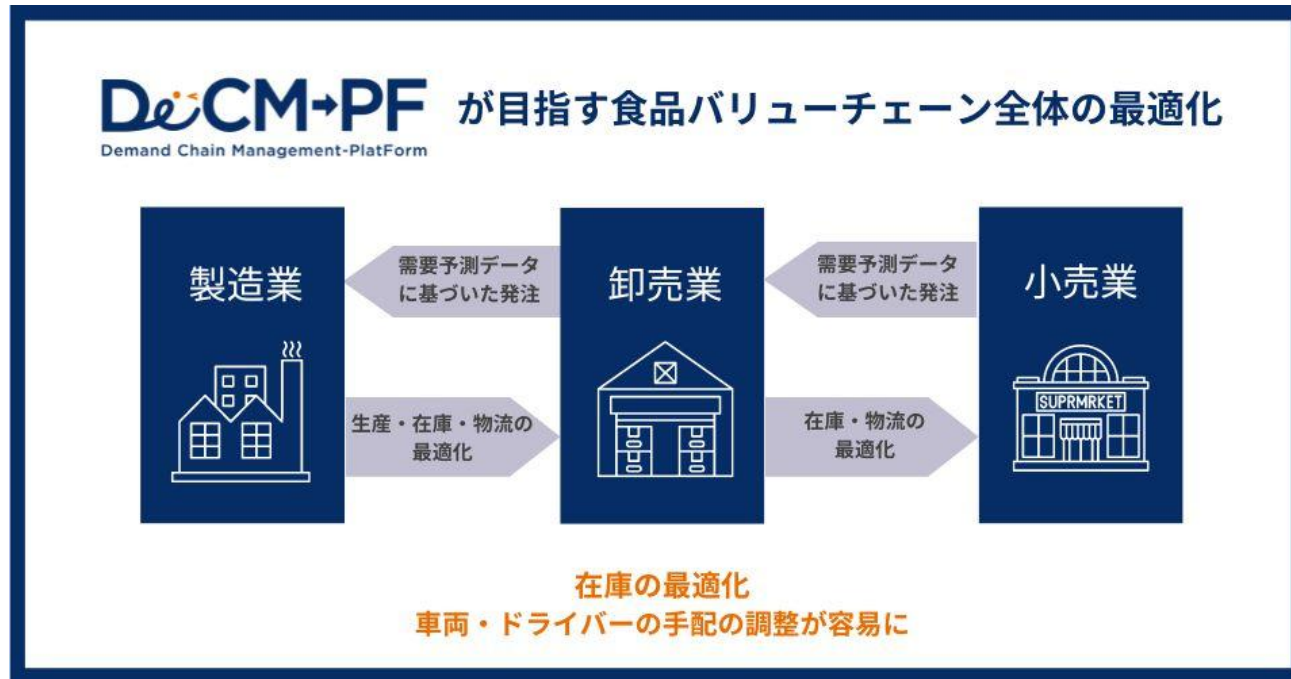
- (1) DeCM-PF
- (2) 人時改善サービス
- (3) 他業種展開

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、小売業向けサービスの収益化が開始

- 「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」を収益化。その他サービスについても、実証を実施している。
- まずは小売業向けサービスを整えることで、卸売業、製造業へ需要予測を連携することを目指す。



【小売業向け「DeCM-PF」を収益化開始】

特売LT長期化サービス	サービス収益化
定番品LT*2長期化サービス	サービス実証中
物量コントロールに向けたサービス拡充	3つの機能拡大を実証中

【その他取組み】

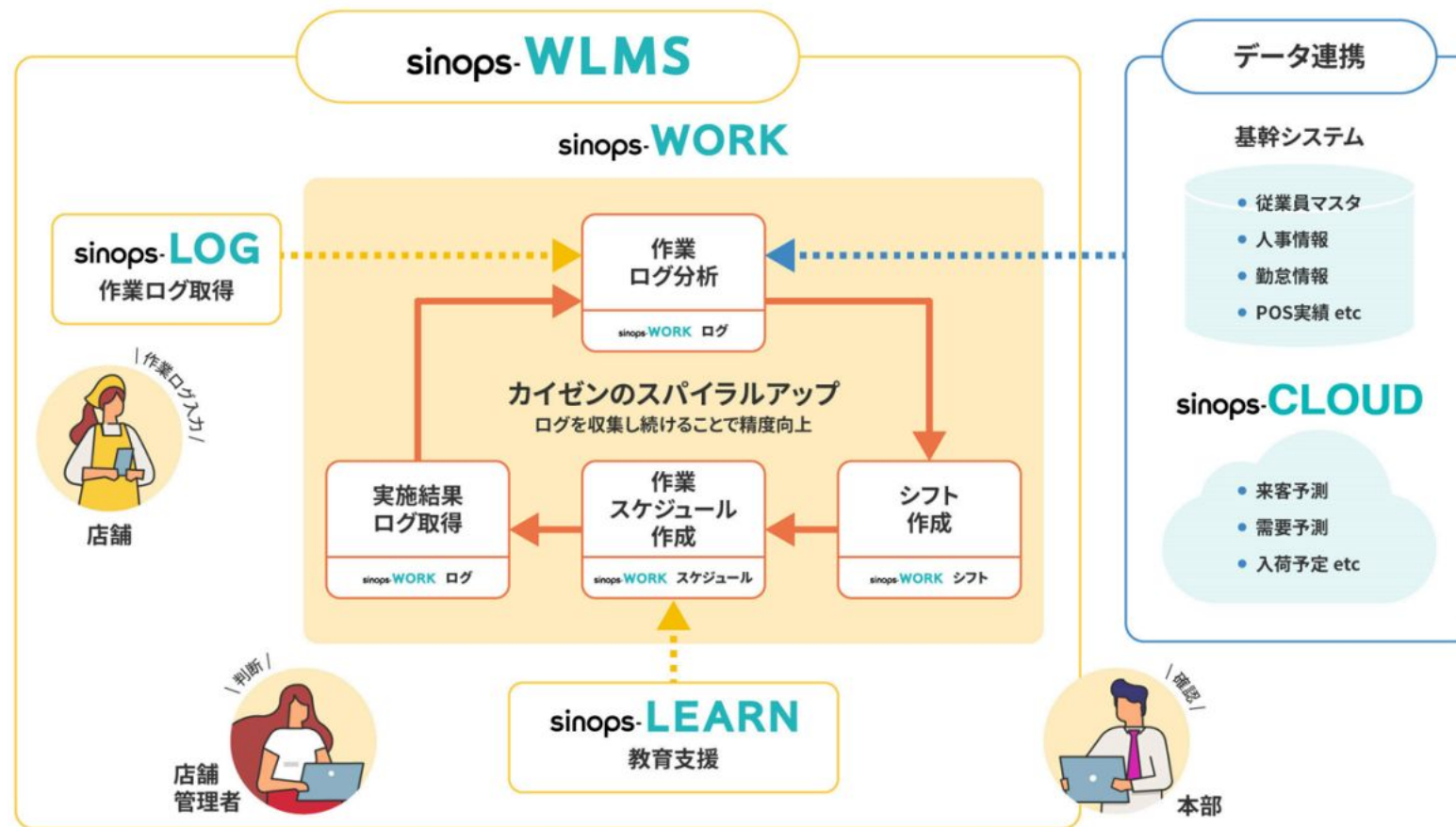
- 経済産業省との、物流改善に向けた3つの実証実験の成果報告（[2024年3月リリース](#)）
- 需要予測データ活用による物流改善で年間約500台 車両削減。第25回物流環境大賞「特別賞」受賞（[2024年7月リリース](#)）
- 食品製造業向け需要予測型自動発注サービス「sinops-CLOUD M」提供開始（[2024年10月リリース](#)）

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

*1. 特売品の納品リードタイム。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長期化により、卸売業の業務負荷軽減や、物流センターの在庫適正化が期待。
*2. 定番品の納品リードタイム。特売LT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。

人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」シリーズを提供開始

- 2023年から人時改善サービスへの事業領域拡大のため研究開発を進めていた人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」シリーズを展開。人時生産性改善・向上を目的として2024年4月に「sinops-LOG」、2024年7月に「sinops-LEARN」、2024年12月に「sinops-WORK」を提供開始し、「sinops-WLMS」サービスサイトを開設 (<https://wlms.sinops.jp>)。
- 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ため、「モノの最適化」から「ヒトの最適化」を目指して、中長期の事業として推進を継続する。



2024年4月提供開始：

sinops-LOG

2024年7月提供開始：

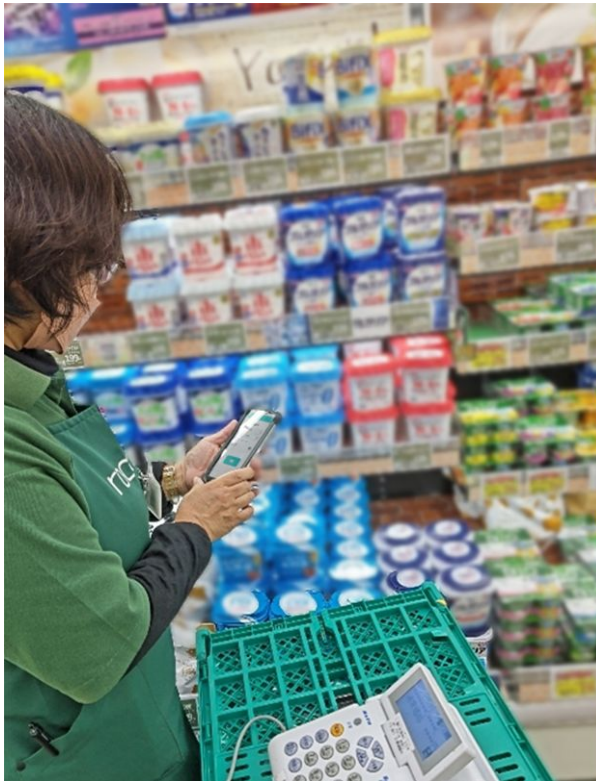
sinops-LEARN

2024年10月提供開始：

sinops-WORK

「sinops-WORK」が熊本のスーパ、ロッキーで総労働時間6.5%短縮、人時売上高4.5%向上を実現

- 「sinops-WLMS WORK」は、小売業やサービス業などで働く従業員の最適な勤務計画と日々の作業スケジュールをAIが自動作成するサービス。
- 計画・実行・ログ収集・解析のサイクルを回し続けることで、計画精度を高め、効果的に作業を改善。「sinops-WLMS WORK」は、効率的な店舗運営とDX化実現を支援する。
- WLMSシリーズのテスト運用にご協力いただいた熊本県のスーパ、株式会社ロッキーでは総労働時間6.5%短縮、人時売上高4.5%向上を実現。



※ 株式会社ロッキーでの「sinops-WORK」利用風景。画面は実際の仕様とは異なる場合があります。

総労働時間：昨年対比 **6.5%短縮**
 人時売上高：昨年対比 **4.5%向上**

勤務シフト作成時間を**60%削減**
 作業スケジュール作成時間を**75%削減**

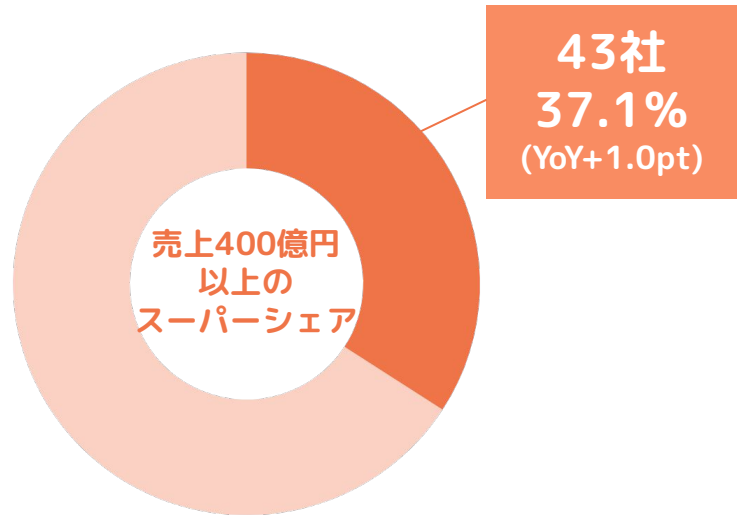
▲ **sinops-WORK**

勤務シフト作成時間は**300分/月**
 作業スケジュール作成時間は**1,860分/月**

引き続き、食品スーパーへの導入・新規開発に注力

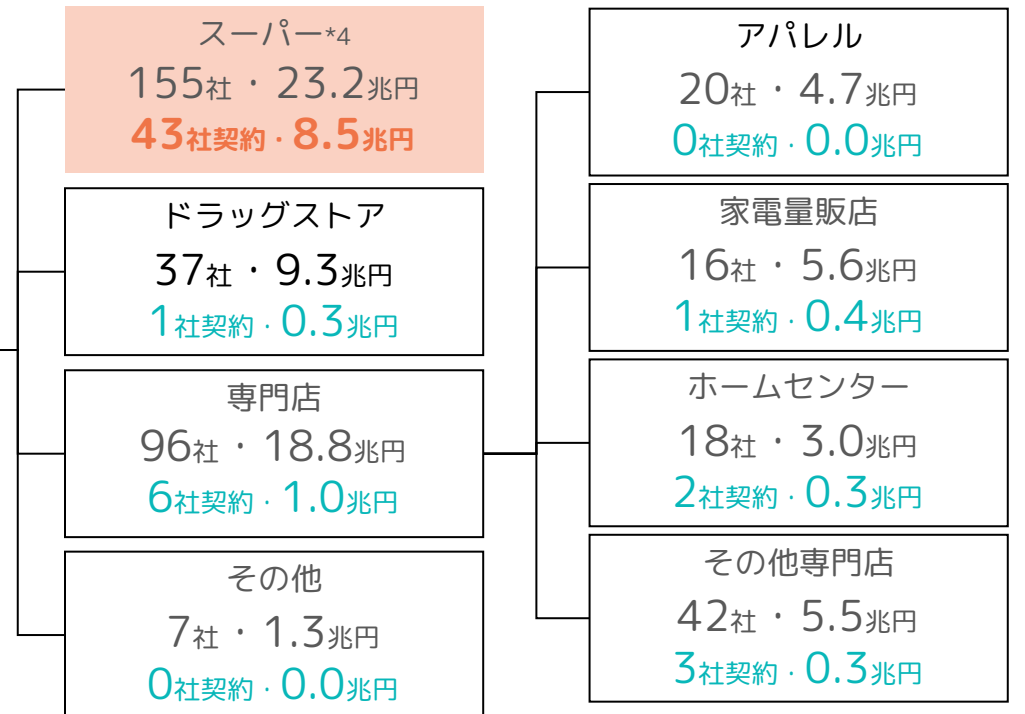
- ・食品ロス削減ソリューション市場シェア1位を盤石なものとし、需要予測をコアとした諸サービスを着実に進めるため、食品スーパーに引き続き注力する。
- ・ドラッグストア、コンビニエンスストアに向けた製品改善は今後の展開を視野に継続する。

■売上400億円以上の食品スーパーのシェア率*1



売上400億円以上の小売業
(コンビニ、百貨店除く)*2

303社・63.7兆円*3
50社契約・9.8兆円



*1. シェア率は、sinops契約企業の年商÷ターゲット企業(コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業)の年商
 *2. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2023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

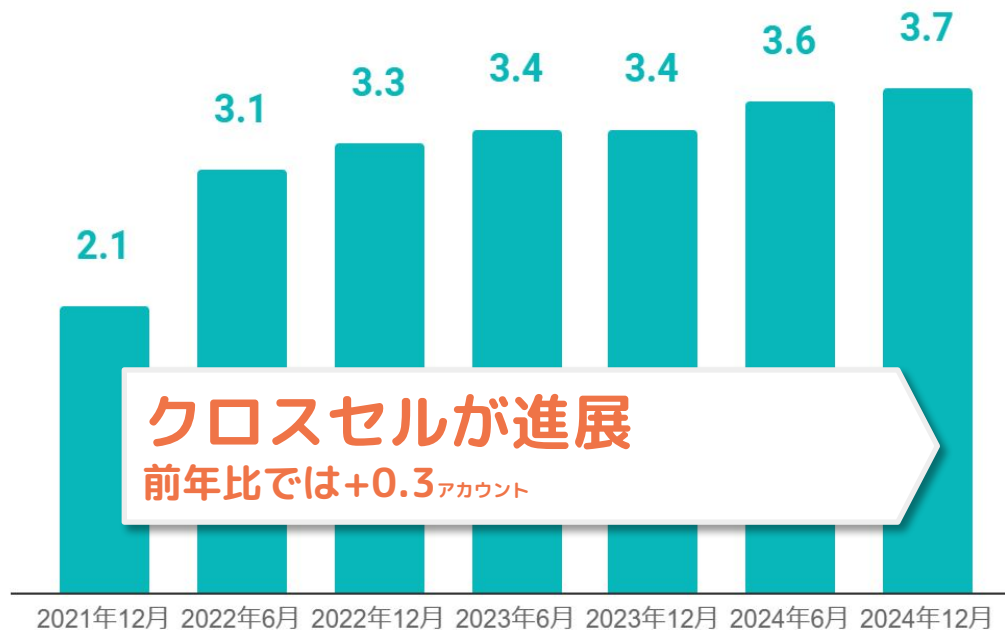
■契約社数123社に占める食品スーパーの社数



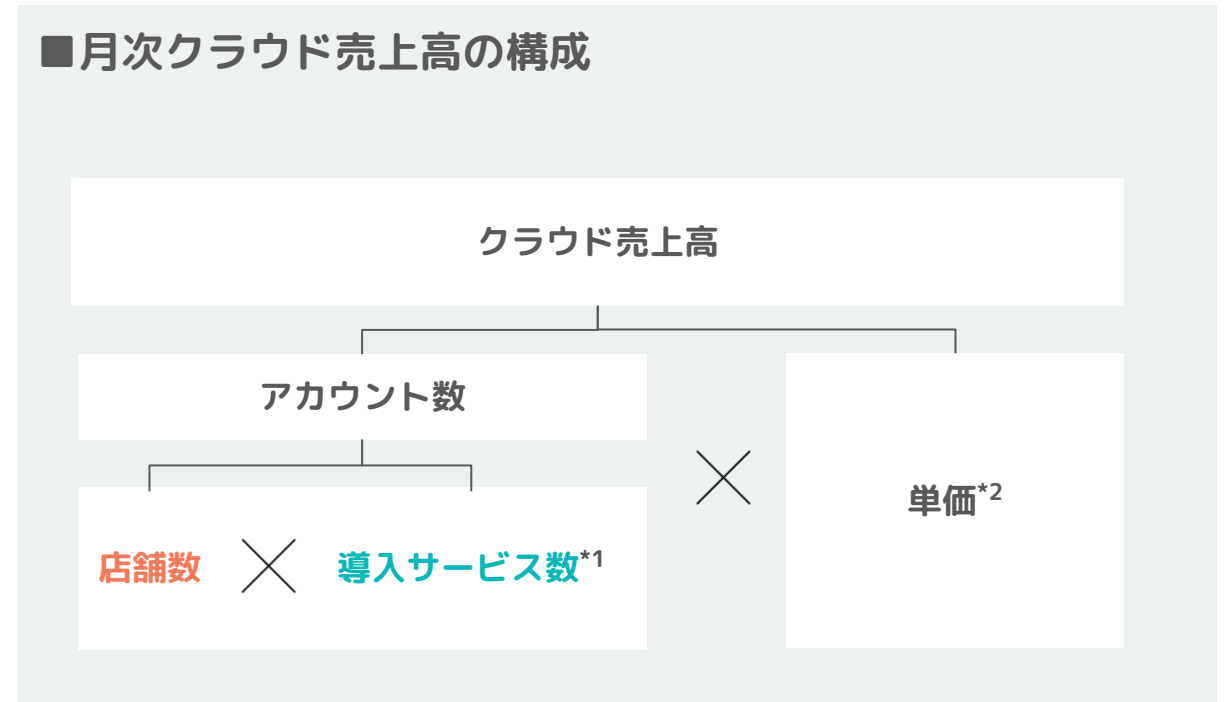
クラウドサービスのクロスセルが進展し、1店舗あたり平均アカウント数が拡大

- ARR向上に向けて、クロスセル、アップセル向上施策を実施。
- 1店舗あたり平均アカウント数が前年比0.3アカウント増の3.7アカウントまで増加。多いユーザーでは8サービス/店舗が導入中。
- 新規顧客獲得だけでなく、アップセル・クロスセルについても引き続き拡大を進める。

■1店舗あたり平均アカウント数推移



■月次クラウド売上高の構成



*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）が、足元状況では5,000円から30,000円のサービスが主流。

2023年度実績でも食品ロス削減ソリューション市場シェア1位を獲得

- 部門間のコミュニケーション活性化、生産性の向上、帰属意識の向上および社員満足度の向上につなげ、働きがい高めるとともに、優秀な人材を確保し、シェア1位を維持するため、より柔軟かつ生産性の向上に資する働き方を検討。オフィス環境整備のため本社を移転し、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。
- 顧客満足度向上および経営基盤の強化を進め、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。



顧客満足度の向上

- ・ カスタマーサクセス課を新設
- ・ 問合せ対応体制を整備し、サポート品質を向上
- ・ 製品機能の強化



経営基盤の強化

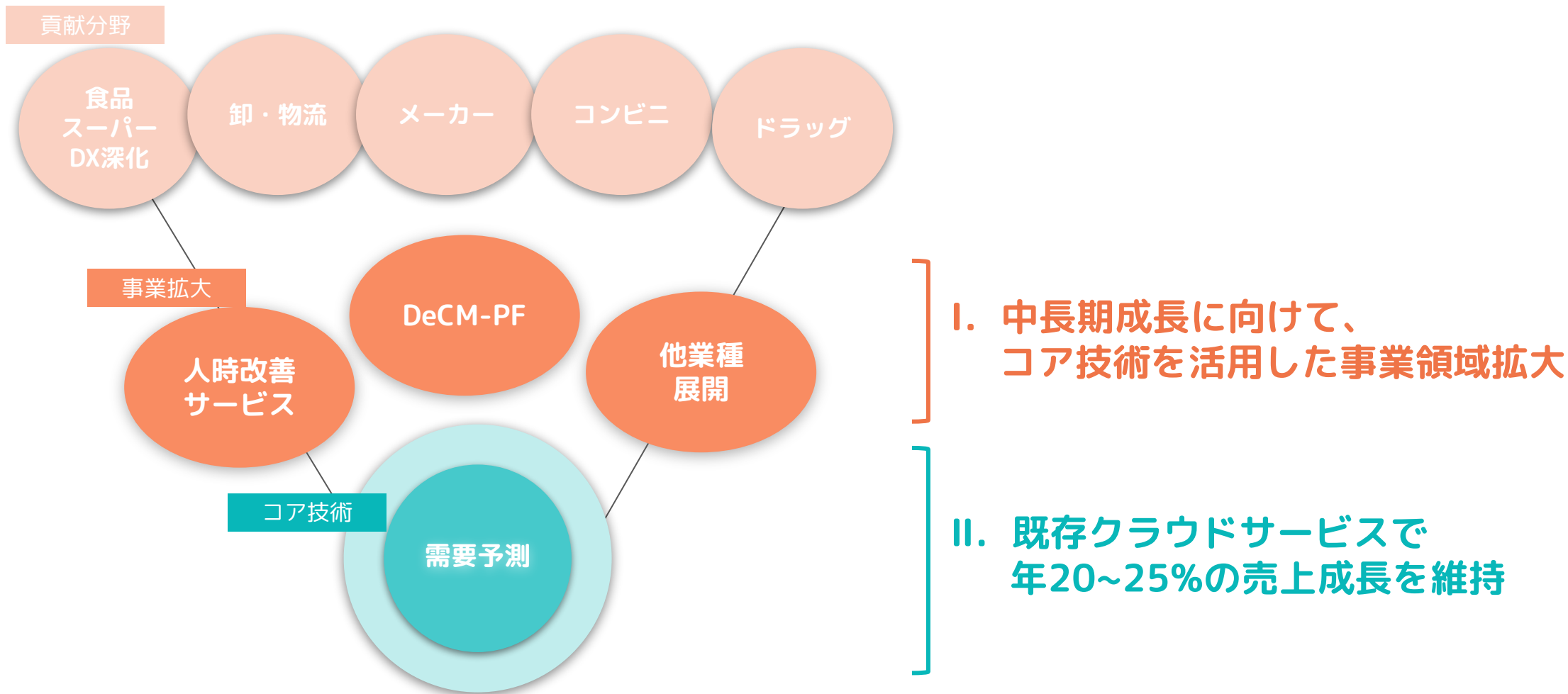
- ・ 社員紹介制度「sinopush!」をリニューアル
- ・ 「永年勤続制度」を新設
- ・ 処理高速化等の製品改善により、ある顧客ではAWSコストの約35%を削減



今後の成長戦略

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

- 2024年12月期から引き続き「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」事業を展開。
- 2024年12月期はクラウド大規模案件の検討期間延長のため対計画で減収したが、2025年12月期に食品スーパーシェア率40%、ARR17億円を目指す。



「DeCM-PF」の構築に向けて、小売業向けサービスの収益化を進める

- ・ 現在すでに収益化している「特売LT長期化サービス」に加えて、メーカー物流の最適化まで「DeCM-PF」が繋がるよう、流通三層の川下の小売業からサービス提供中。参画メーカー数は80社超まで進捗。
- ・ 小売業の店舗発注コントロールによって、店舗の入荷や陳列業務などの効率化を行い、物量のコントロールに貢献する機能（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）を2025年に収益化する。
- ・ 小売業の需要予測データをコアに、食品バリューチェーンの最適化を進める。

DeCM→PF

Demand Chain Management-PlatForm

【小売業向け】

特売LT長期化サービス	サービス収益化
定番品LT長期化サービス	実証中サービスを収益化する
物量コントロールに向けたサービス拡充	実証中サービスを収益化する



物流センター向け
在庫圧縮サービス



メーカー物流の
最適化

2024年にリリースした「sinops-WLMS」*1シリーズの拡販を進める

- 人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」シリーズ（「sinops-LOG」「sinops-WORK」「sinops-LEARN」）の拡販を行う。2026年以降のストック売上高に貢献するよう、まずは食品スーパーへの提案・導入支援を進める。
- 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ため、需要予測・在庫管理情報を活用することで、作業人時を最適化する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。

モノの最適化



在庫最適化

適時適量在庫、ロス削減、欠品削減

クラウド型需要予測・自動発注サービス

sinops-**CLOUD**

作業人時の最適化へ



作業効率化

**省人化に向けた
省力化、平準化、標準化、集中化**

人的資源最大化AIサービス

sinops-**WLMS**
sinops-**LOG** sinops-**WORK** sinops-**LEARN**

*1. 「sinops-WLMS」(Work Log Management System)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サービスです。曖昧になりがちな「人の働き」をデータ化・解析し、最適な稼働計画、予実管理、人材育成を提案します。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ます。

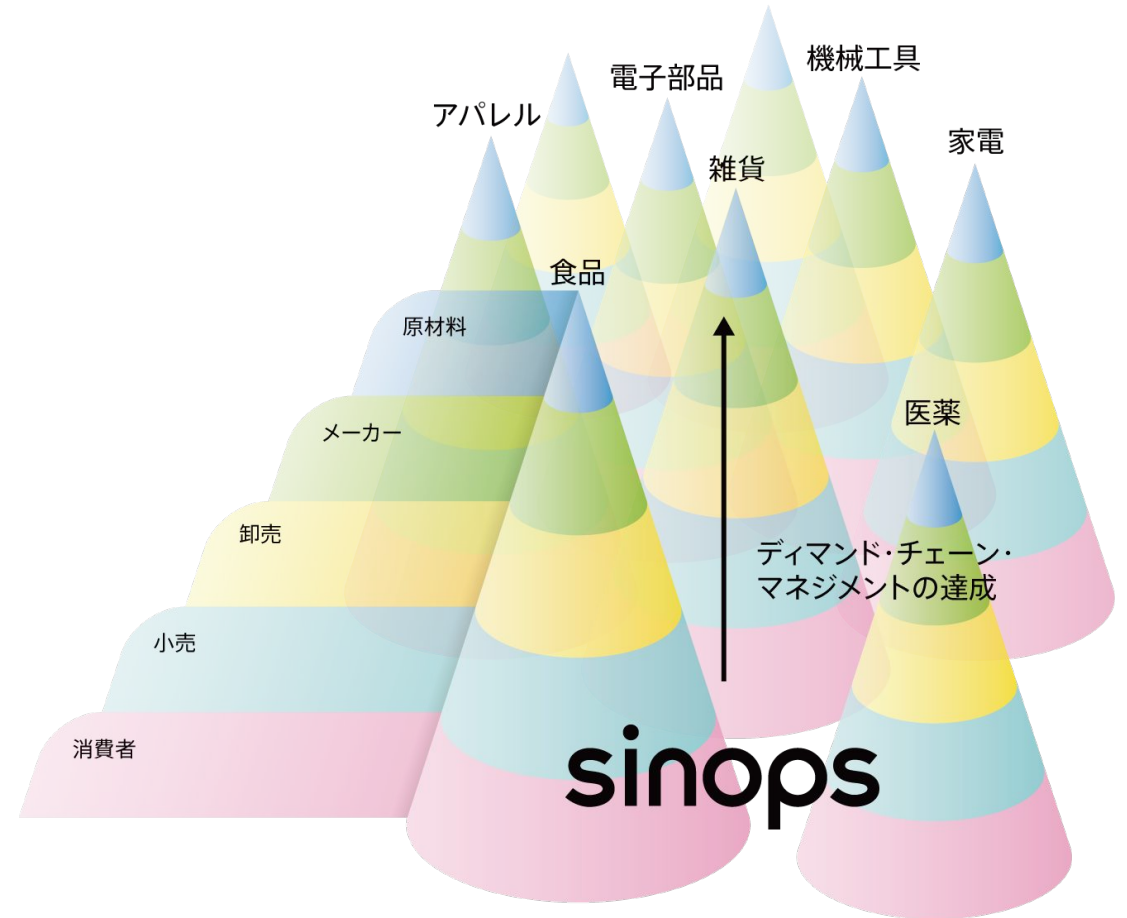
他業態向けDeCMの拡大へ

- 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

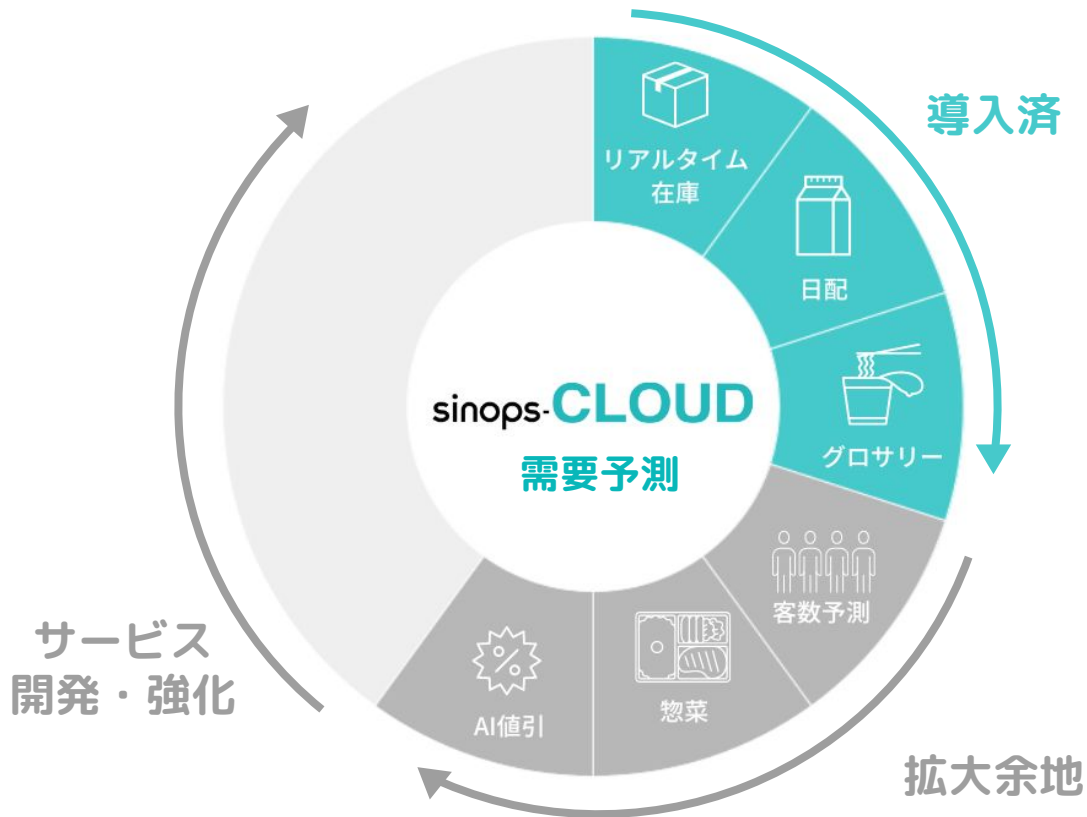


まずは食品向けDeCMを構築



ARR向上に向けて、店舗あたりのサービス数を拡大

- 平均3.7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。



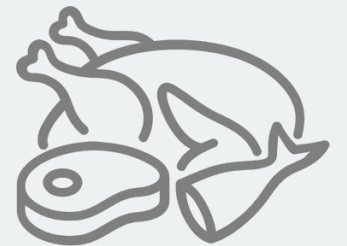
■クロスセルの推進

平均 **3.7** サービス/店舗 → 最大 **8** サービス/店舗まで拡大余地

■生鮮部門のサービスを強化

「sinops-CLOUD」のサービスを新規開発・強化することで、需要予測の優位性を維持

2025年は惣菜や精肉等のサービスを中心に強化



*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）が、足元状況では5,000円から30,000円のサービスが主流。

シェア1位を盤石にするため、引き続き顧客満足度の向上と経営基盤の強化を実施

- 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。
- 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2024年に引き続き推進。



2025年12月期 通期業績見通し

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

- 2024年12月期はクラウド大規模案件の検討期間延長のため対前年で売上高が+2.8%増にとどまったものの、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。

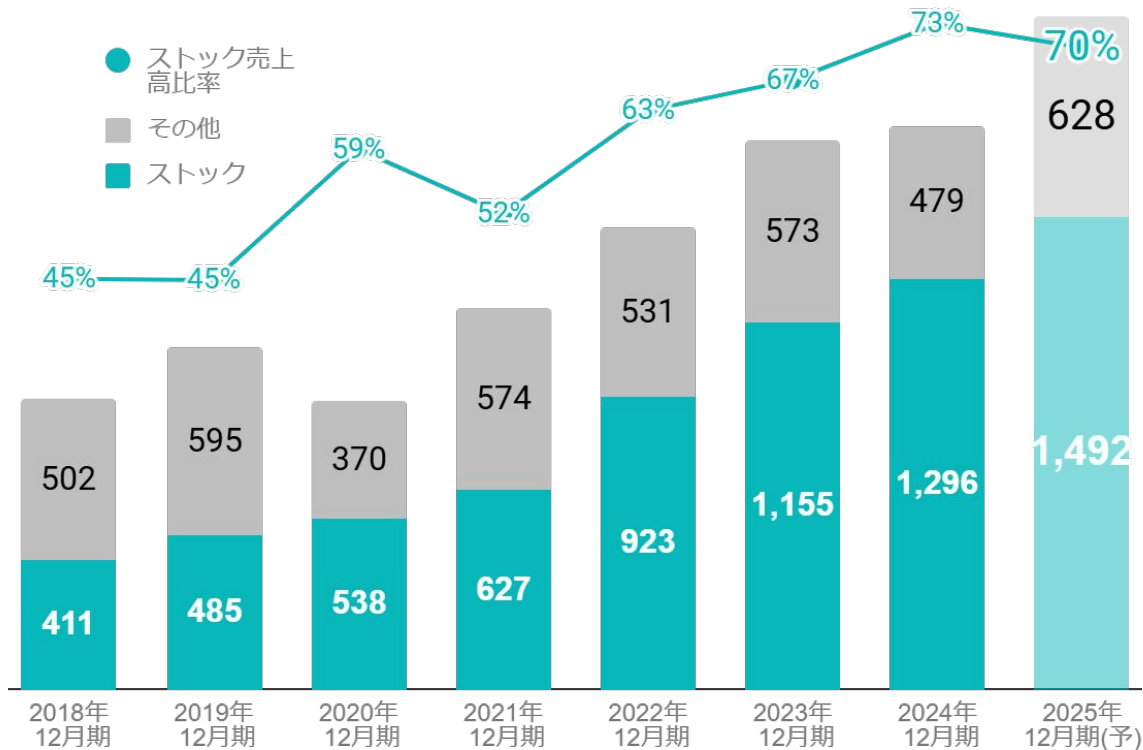
(百万円)	2025年12月期	2024年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	2,120	1,776	343	19.3%
パッケージ	62	77	△15	△20.4%
導入支援	566	401	164	40.8%
サポート	376	364	11	3.1%
クラウド	1,116	932	183	19.7%
営業利益	355 (利益率16.7%)	154 (利益率8.7%)	200	129.2%
経常利益	356 (利益率16.8%)	154 (利益率8.7%)	201	130.0%
当期純利益	248 (利益率11.7%)	108 (利益率6.1%)	139	129.1%

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1,492百万円*1（YoY+15.1%）を計画。
- 2025年12月のARRは1,700百万円を計画。

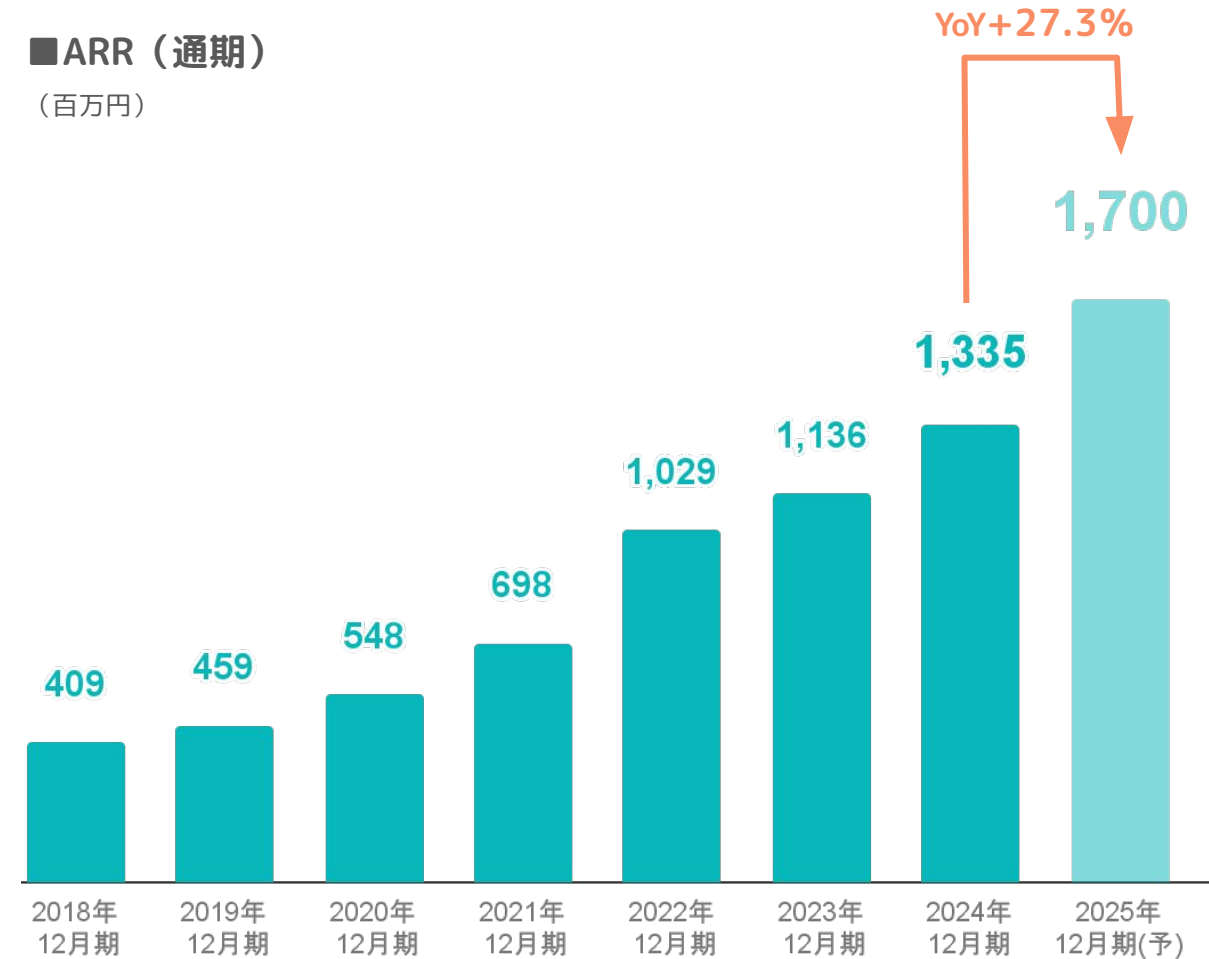
■ストック売上高（通期）

（百万円）



■ARR（通期）

（百万円）



*1. ストック売上高1,492百万円には、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。

株主還元

株主の皆様への利益還元として、配当を実施

- ・ 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、2023年12月期から剰余金の配当を実施。
- ・ 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。

事業の成長状況を踏まえ、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

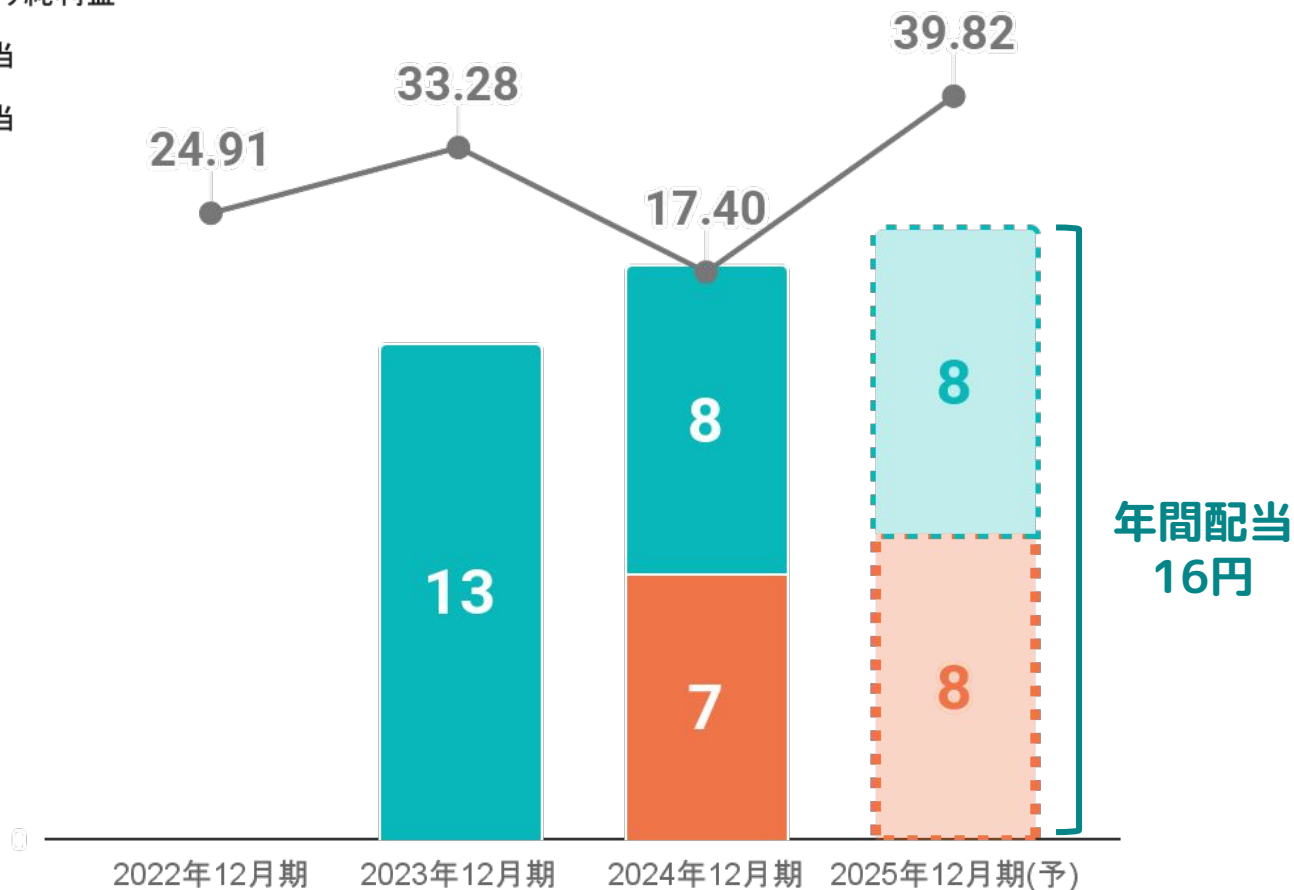
2024年12月期は「15円00銭」、2025年12月期は「16円00銭」の年間配当を予定

- ・ 売上・利益は下方修正したものの、手元資金状況等を総合的に勘案した結果、年間配当は当初の予定通り「15円00銭」。
- ・ 2025年12月期の1株当たり配当金については、「16円00銭」を予定。

● 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。
- ・ 「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
流動資産合計	1,613	1,145	976
固定資産合計	392	1,057	1,188
無形固定資産	227	288	356
流動負債合計	458	430	395
固定負債合計	4	4	4
純資産合計	1,543	1,767	1,765

損益計算書

(百万円)	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期	YoY
売上高	1,455	1,728	1,776	+2.8%
売上原価	753	874	1,050	+20.2%
対売上高比率	51.8%	50.6%	59.1%	+8.5pt
売上総利益	701	854	725	△15.1%
売上総利益率	48.2%	49.4%	40.9%	△8.5pt
販売費及び一般管理費	477	584	571	△2.2%
対売上高比率	32.8%	33.8%	32.1%	△1.7pt
営業利益	224	270	154	△42.8%
営業利益率	15.4%	15.7%	8.7%	△7.0pt
経常利益	224	269	154	△42.6%
経常利益率	15.4%	15.6%	8.7%	△6.9pt
当期純利益	153	206	108	△47.5%
当期純利益率	10.5%	11.9%	6.1%	△5.8pt

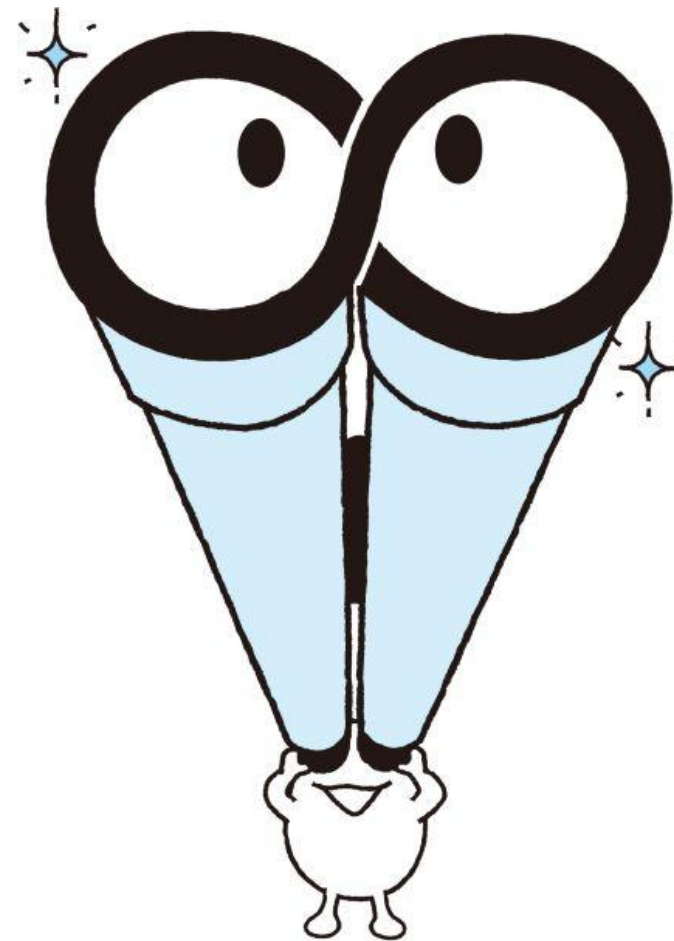
キャッシュフロー計算書

(百万円)	2022年12月期	2023年12月期	2024年12月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	193	305	115
投資活動によるキャッシュ・フロー	△101	△751	△211
財務活動によるキャッシュ・フロー	△217	△24	△122
現金及び現金同等物の増減額	△125	△469	△217
現金及び現金同等物の期末残高	1,300	830	612

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

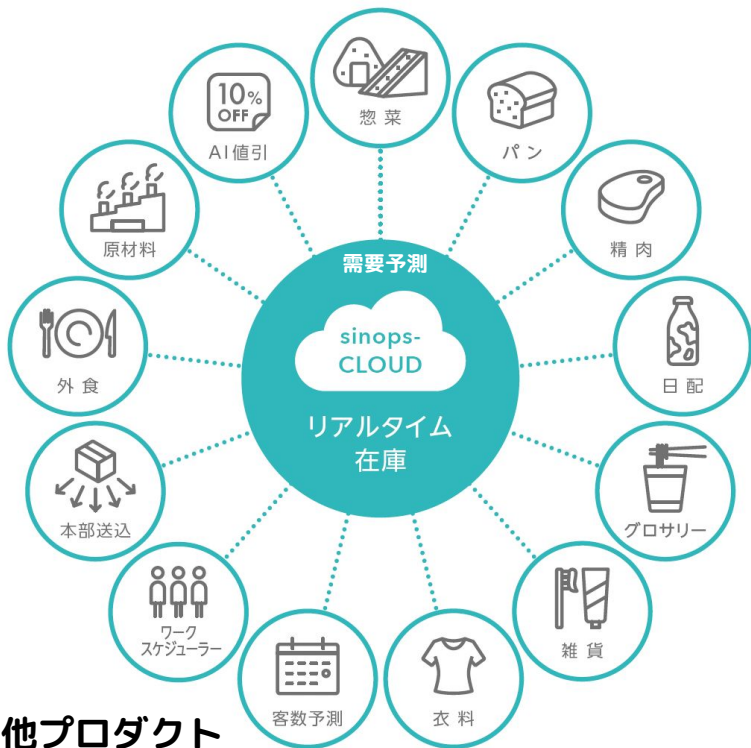
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



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

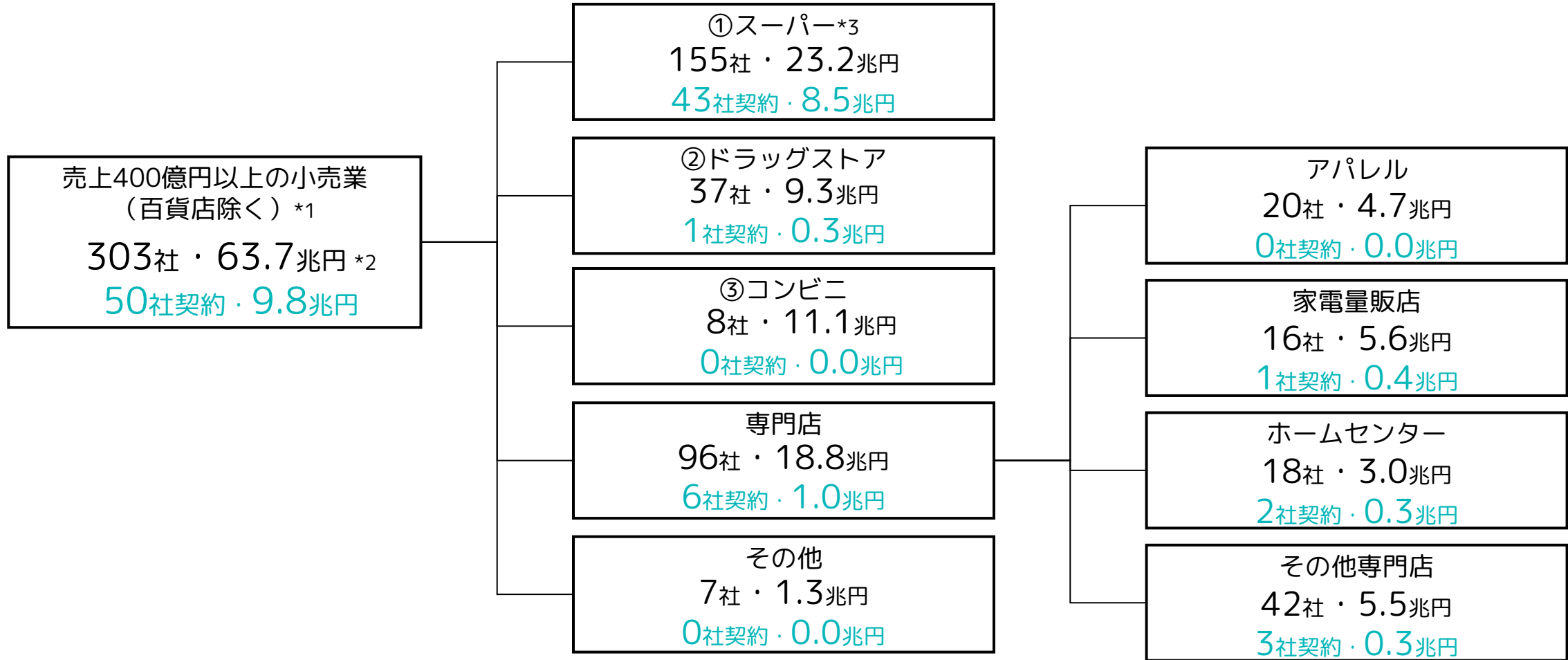
sinops W

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

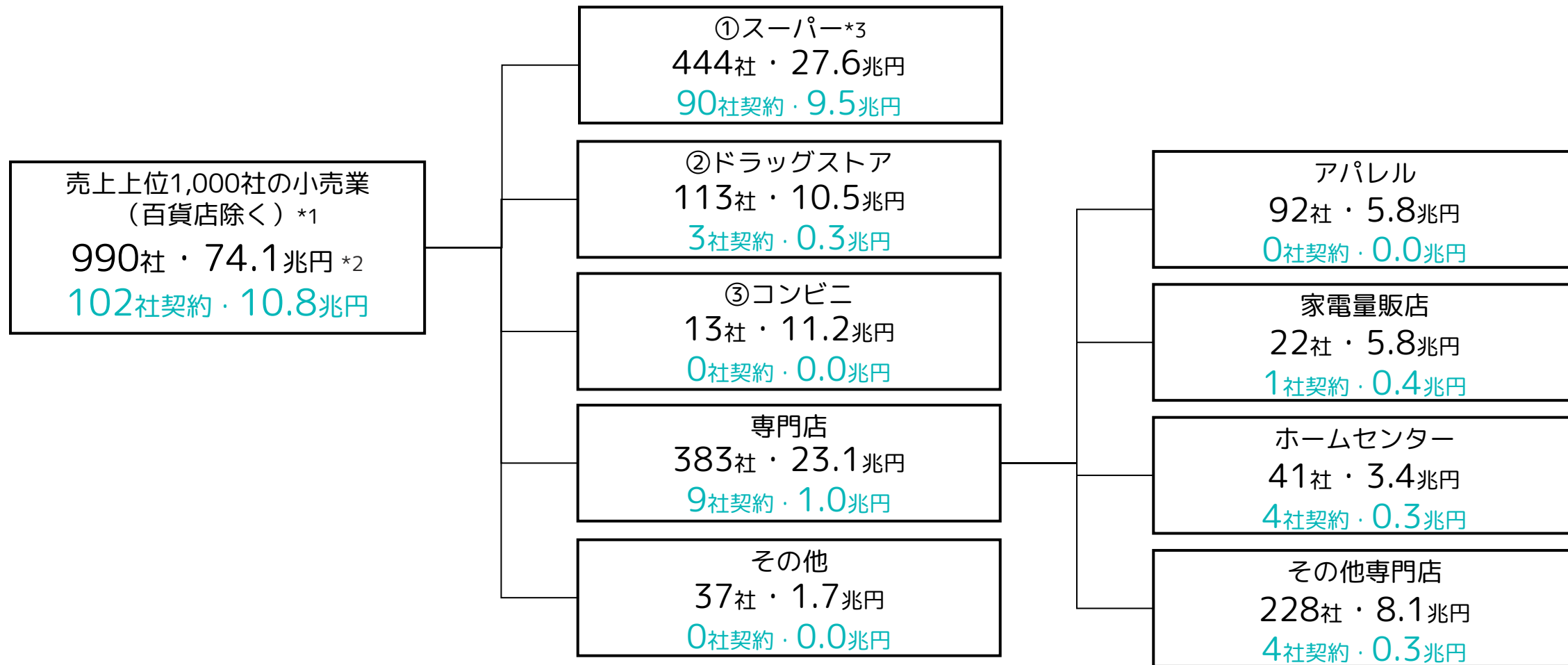


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2023年度版」

*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

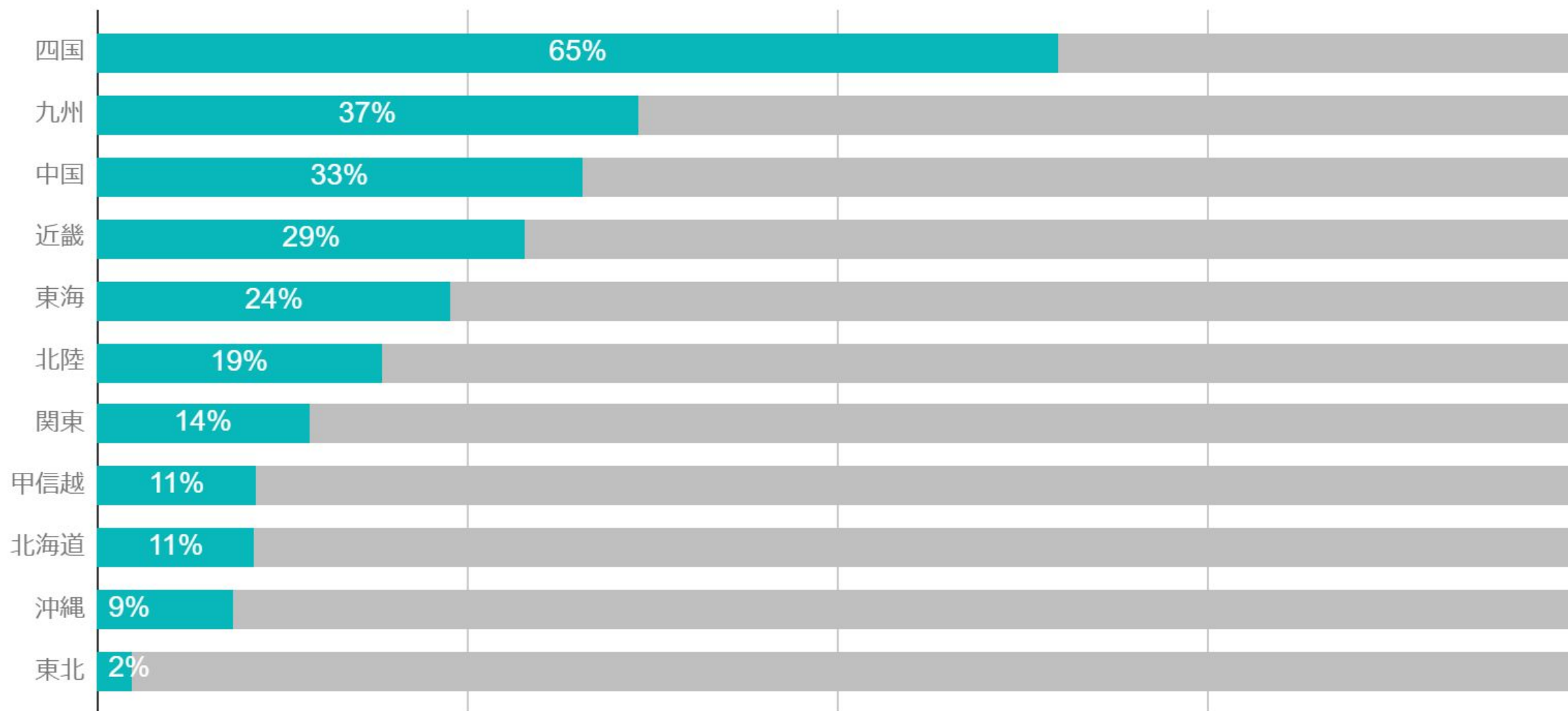


*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2023年度版」。前述の123社との差はランキング対象外企業・小売以外の企業が含まれていない為

*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



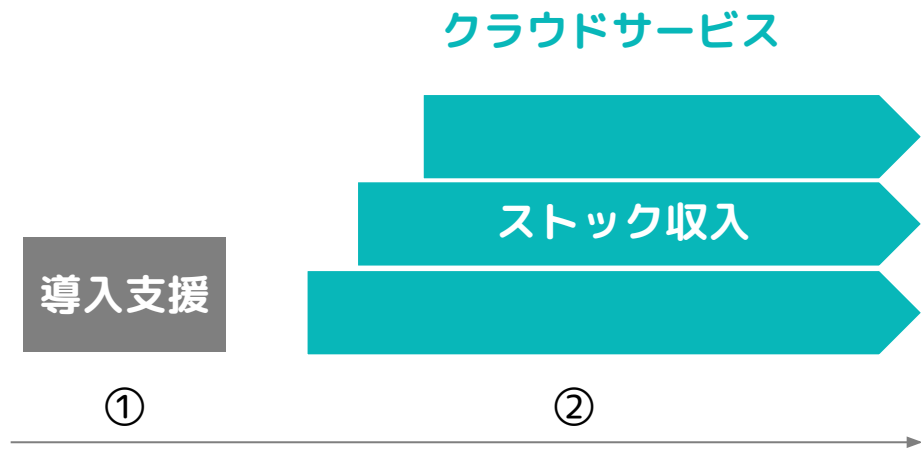
* コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

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。

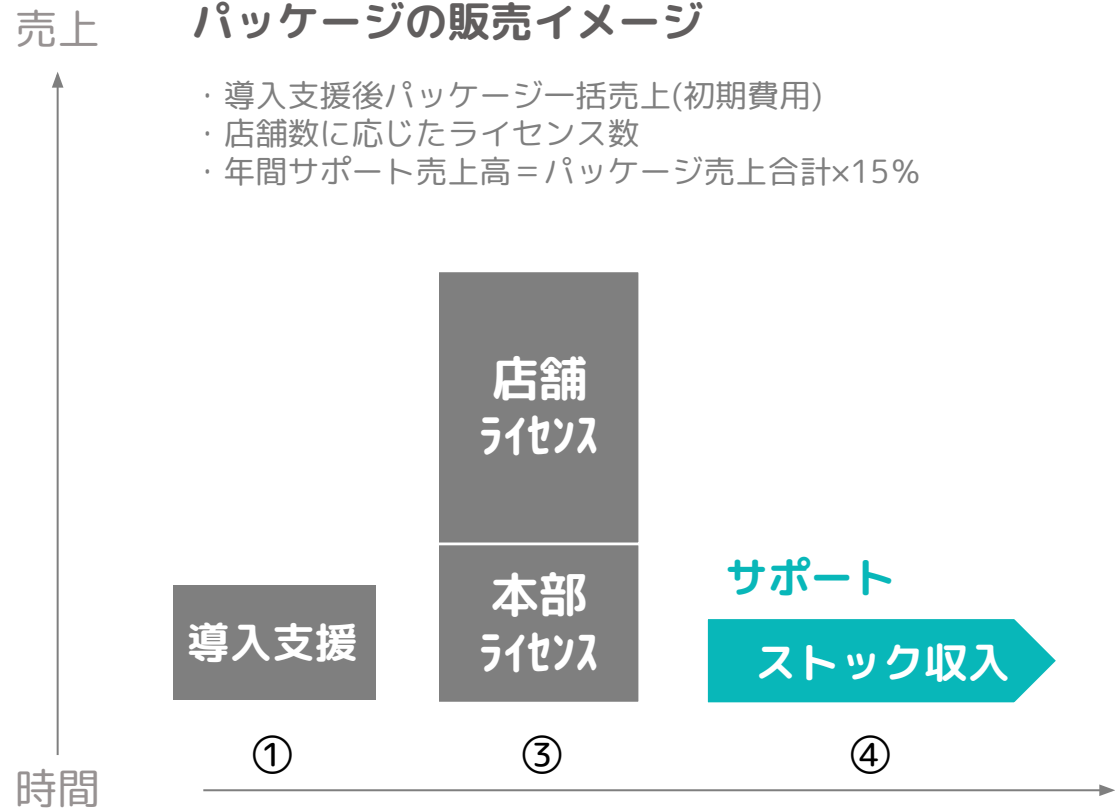
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



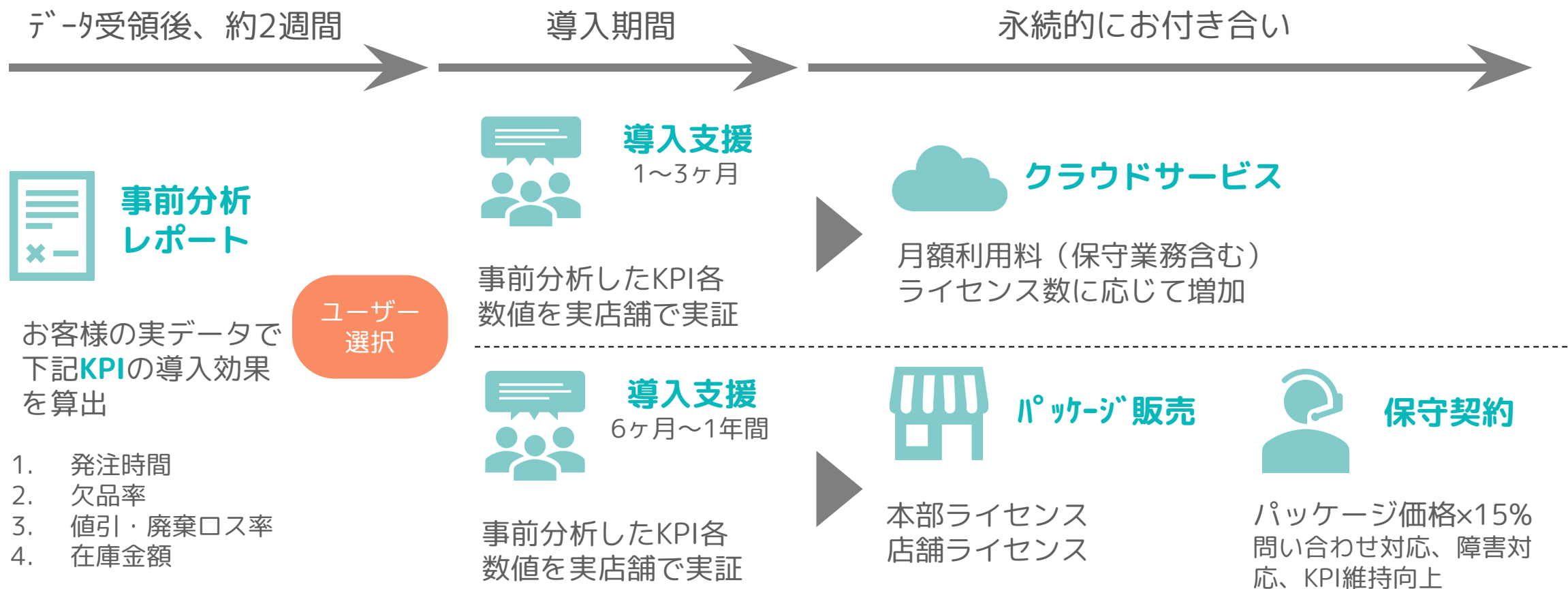
パッケージの販売イメージ

- ・ 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。



一般食品



アパレル

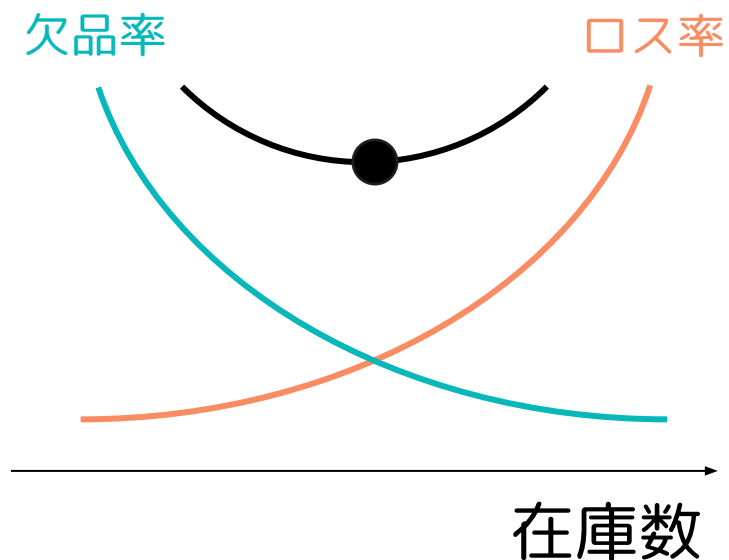


雑貨

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

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）】

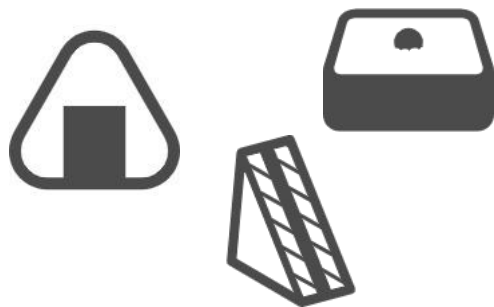
①発注時間	88.0% 削減
②欠品率	34.7% 削減
③値引・廃棄ロス率	19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗削減</small>
④在庫金額	15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

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

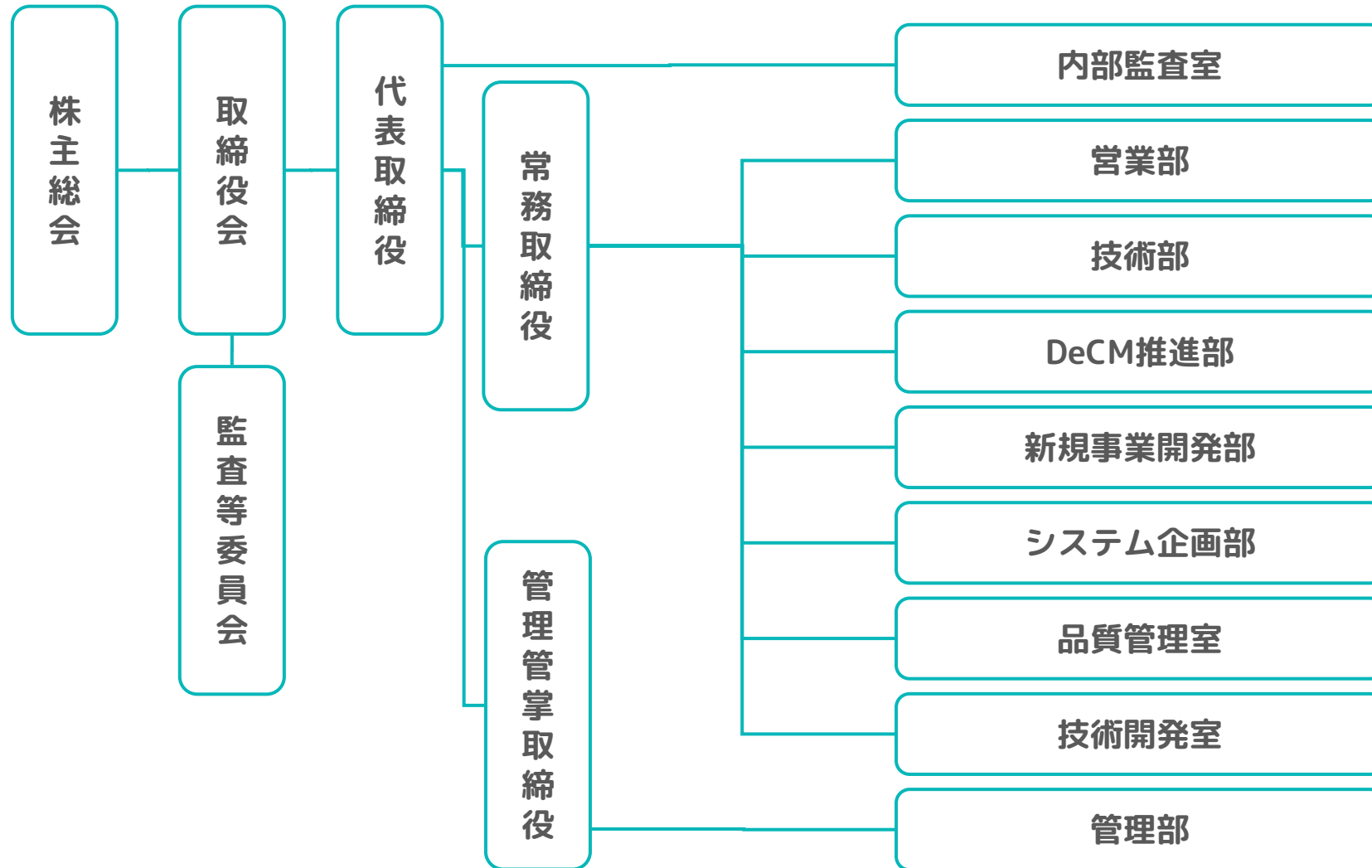
※複数社導入事例の平均

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	102人（2024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/

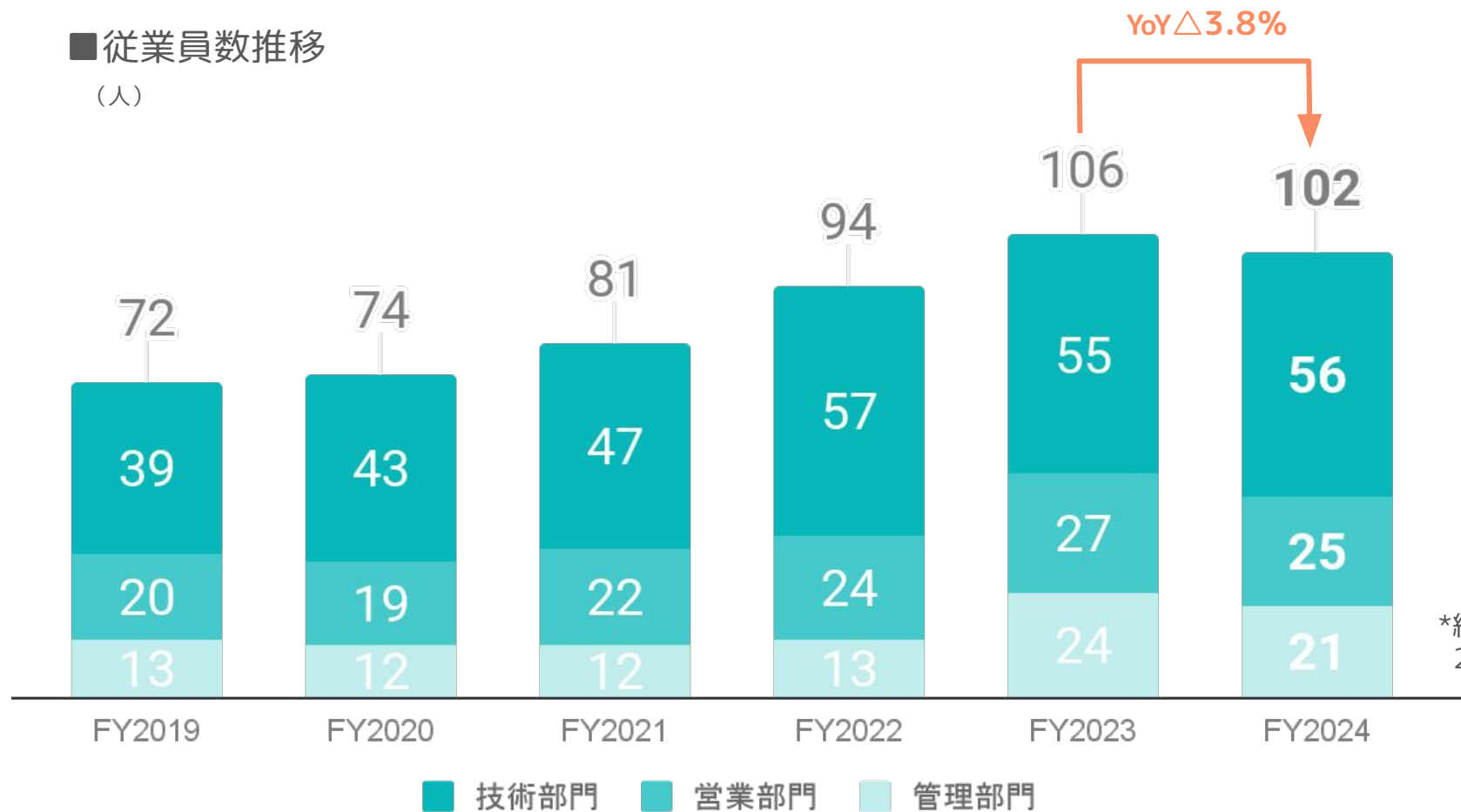


組織体制



従業員数推移

- ・ 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12月末時点の社員数は102名にとどまった。
- ・ 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。



*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。