



2021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）
2022年2月14日

2021年12月期通期 決算ハイライト

シェア率⁽¹⁾

17.4% (YoY +1.9pt)

契約社数

100社 (YoY +15社)

クラウド有償店舗数⁽²⁾

1,381店舗 (QoQ +55.9%)

ARR⁽⁴⁾

698百万円 (YoY +27.2%)

クラウド有償アカウント数⁽³⁾

2,946 (QoQ +83.7%)

NRR(クラウド)⁽⁵⁾

119.4% (2021年平均) / **116.5%** (2021年4Q平均)

(注)

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.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。2021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

※NRRの前回定義との変更点として、分子から新規顧客のMRRを除いています

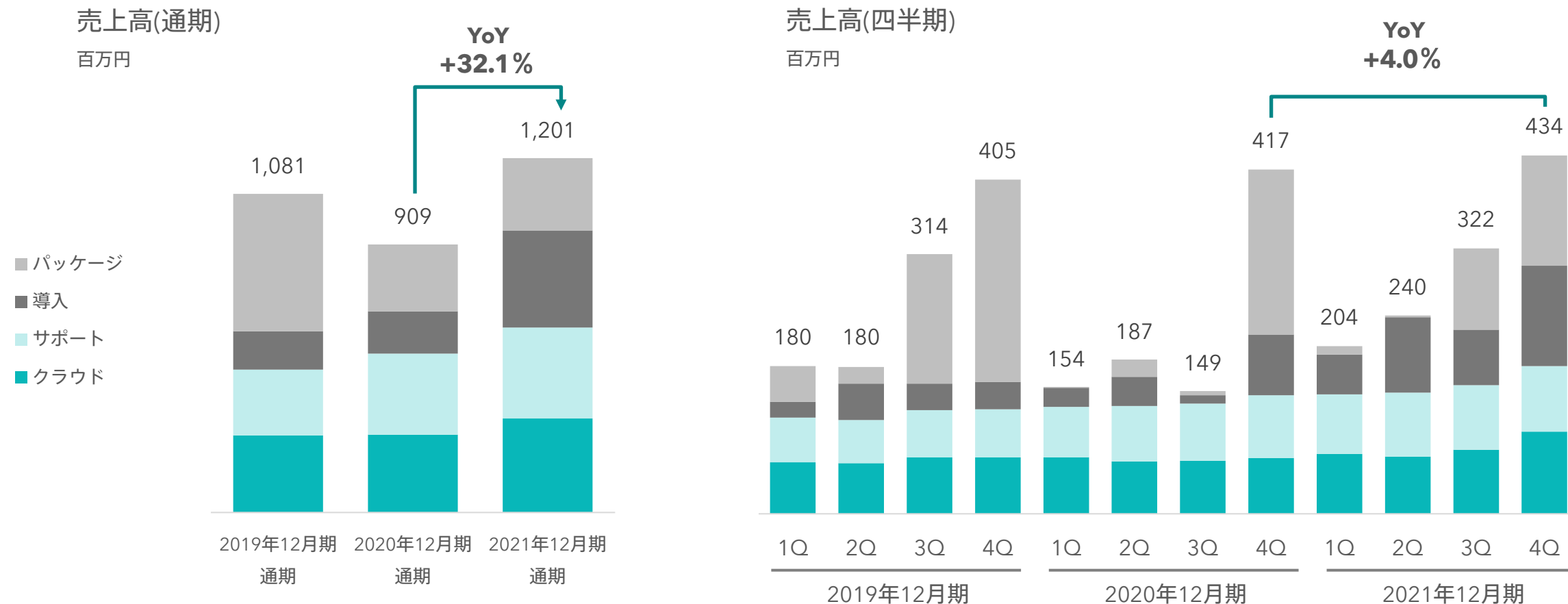
売上高1,201百万円(前期比+32.1%)・営業利益142百万円(前期比+6.2倍)で増収増益。

- クラウドサービスを中心に新規受注が増加したことで導入支援件数が前年比2.2倍となり、導入支援売上高が329百万円（前年比130.0%増）となりました。
- クラウドサービスの新規受注・店舗展開が進んだことで、クラウド売上高が318百万円（前年比20.8%増）となりました。
- クラウドへの積極的な投資を行った一方でリモートワークを推進したことにより、営業利益が142百万円（前年比6.2倍）となりました。

(百万円)	当期 21/12期 通期実績	2020年12月期			対計画	
		20/12期 通期実績	増減額	増減率%	21/12期 計画	差異率%
売上高	1,201	909	+292	+32.1%	1,201	0.0%
パッケージ	245	227	+17	+7.8%	199	23.1%
導入支援	329	143	+186	+130.0%	360	△8.6%
サポート	308	275	+33	+12.1%	311	△1.0%
クラウド	318	263	+54	+20.8%	330	△3.6%
営業利益	142 (利益率11.9%)	22 (利益率2.5%)	+119	+6.2倍	100 (利益率8.4%)	41.5%
経常利益	156 (利益率13.0%)	11 (利益率1.3%)	+144	+13.2倍	112 (利益率9.4%)	38.9%
当期純利益	101 (利益率8.4%)	8 (利益率0.9%)	+93	+12.6倍	59 (利益率4.9%)	70.6%

売上高は前年比32.1%増の1,201百万円、四半期売上高は前年比4.0%増の434百万円。

- クラウドサービスの導入件数が高水準で維持されており、導入支援売上高が前年比2.3倍になりました。
- パッケージ販売中心からクラウドサービス中心へのモデル転換を進め、ストック売上高⁽¹⁾比率が44.9%(2019年)から52.2%(2021年)に増加しました。
- その結果、パッケージ売上高比率が43%(2019年)から20.4%(2021年)に減少し、パッケージ依存の脱却が進みました。



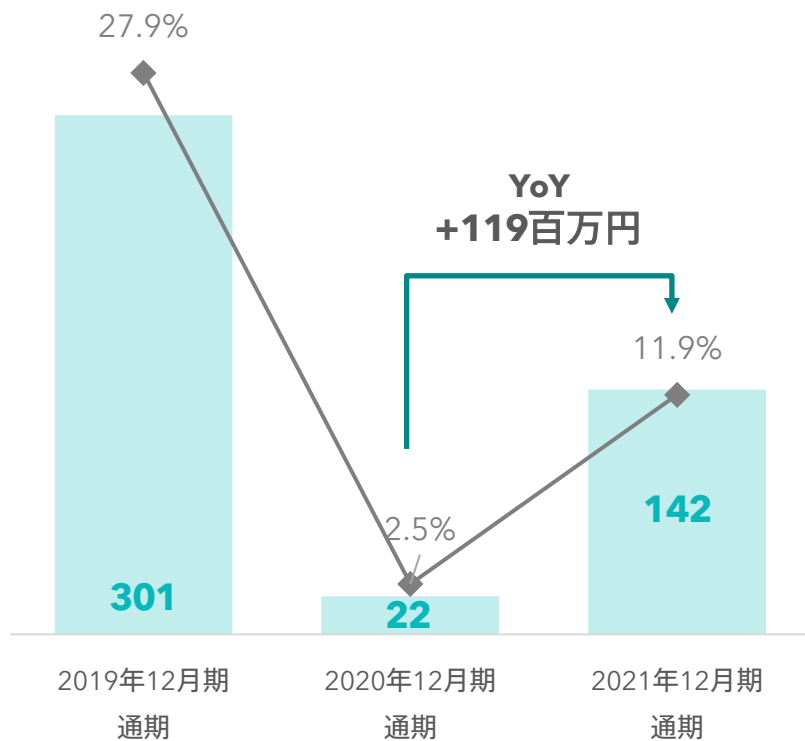
(注) 1.クラウド売上高とサポート売上高の合計

営業利益は前年比119百万円増の142百万円。

- クラウドを中心とした新規案件の増加が主要因となり、営業利益が前年比119百万円増の142百万円となりました。
- クラウドサービスの店舗展開が進みはじめ、四半期利益の偏在化が解消される方向になっています。

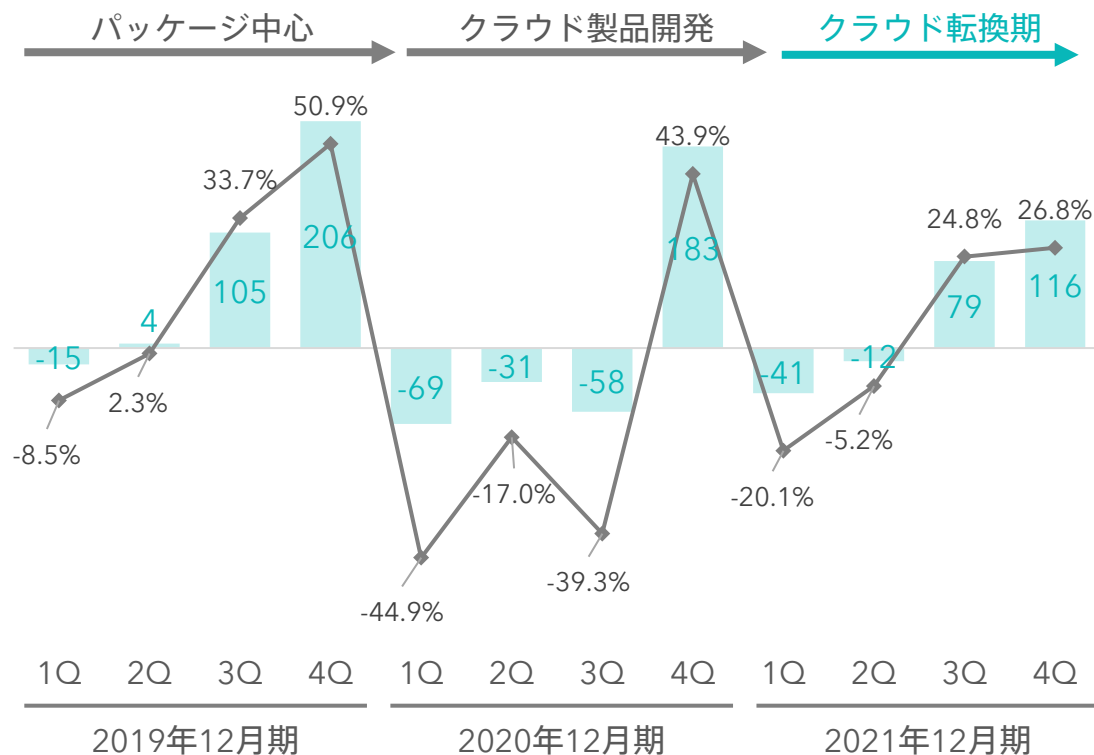
営業利益(通期)

百万円



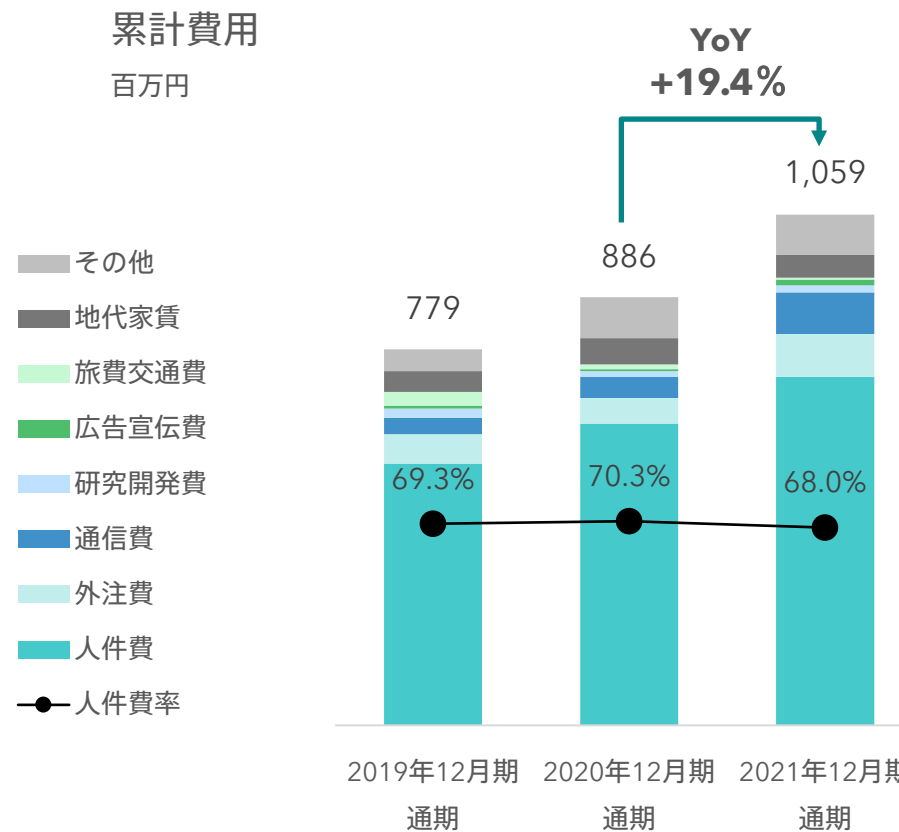
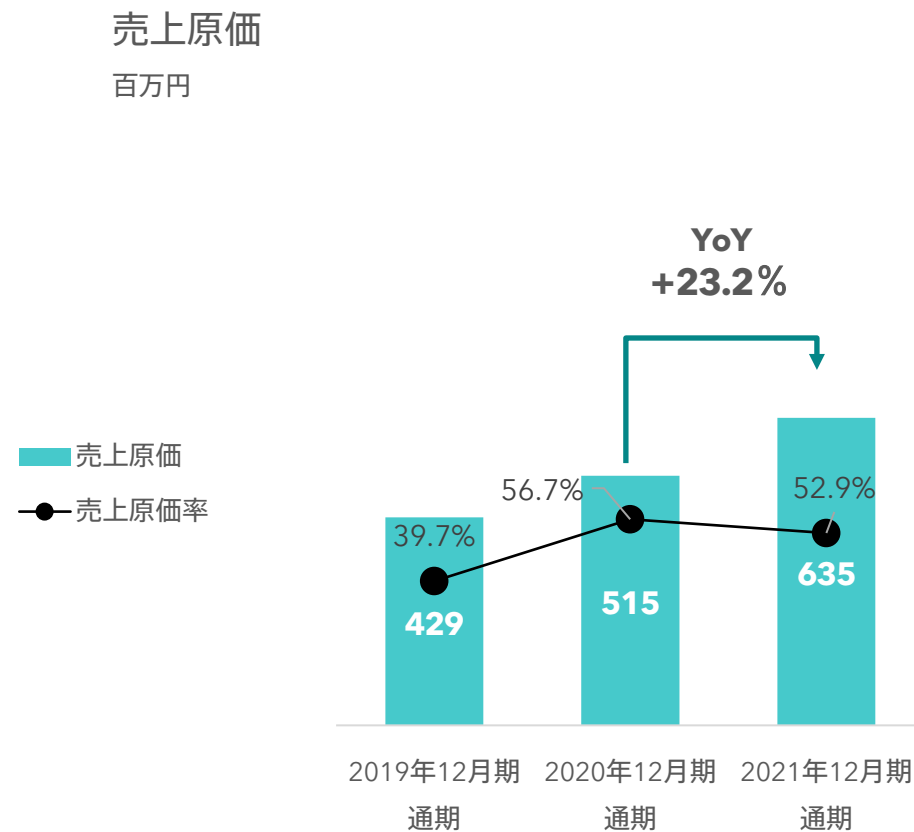
営業利益(四半期)

百万円



通期の売上原価は前年比23.2%増の635百万円、累計費用⁽¹⁾は前年比19.4%増の1,059百万円。

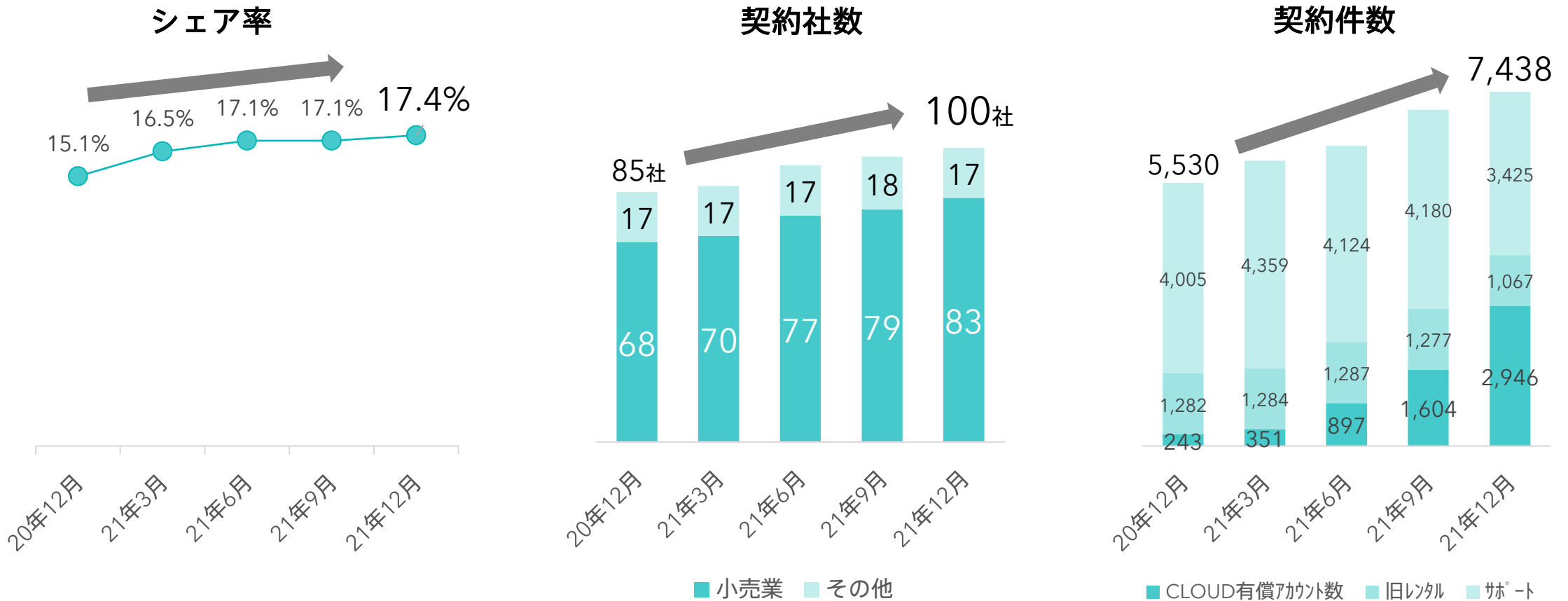
- クラウドサービスの展開およびパッケージの新規受注に伴い、売上原価率が3.8pt減少しました。
- クラウドサービスの展開を加速させるため、人件費が前年比15.5%増の719百万円・外注費が前年比68.4%増の89百万円となりました。
- リモートワークを推進した結果、地代家賃・旅費交通費が減少しました。



(注) 1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

シェア率は前年比2.3pt増の17.4%、契約社数が前年比15社増の100社。

- クラウドサービスを中心に新規受注が増加し、シェア率が前年比2.3pt増の17.4%・契約社数が前年比15社増の100社となりました。
- クラウドの有償契約の進展やサポート・レンタル契約からクラウドへの転換等があり、契約件数⁽¹⁾が前年比1,908件増の7,438件となりました。



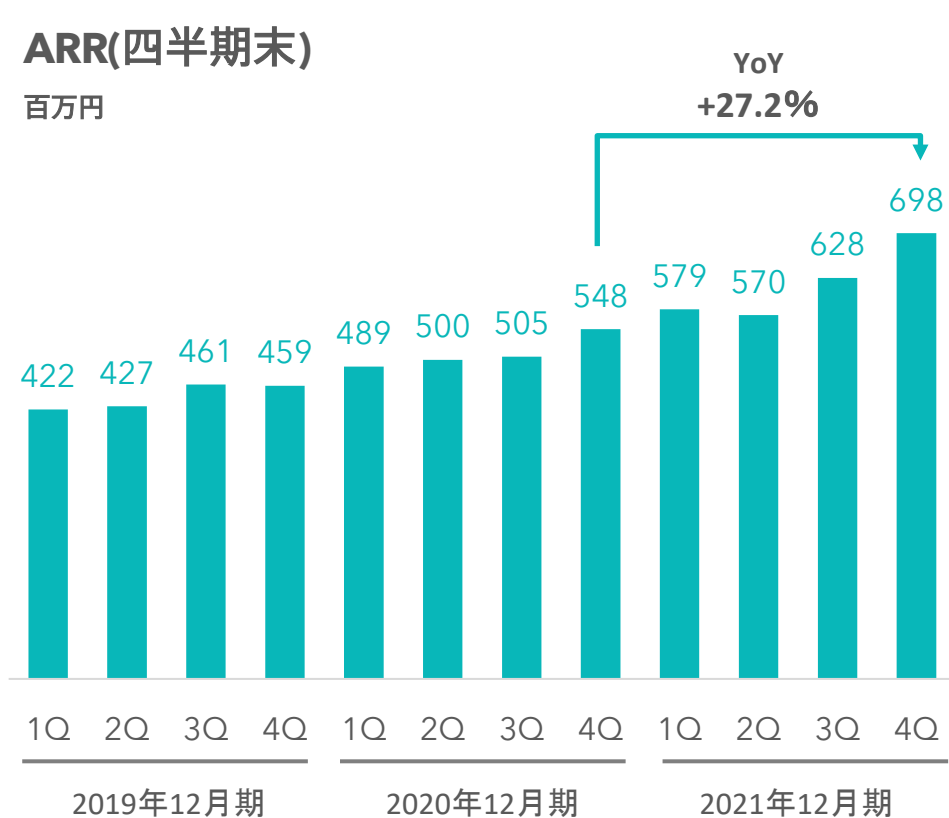
(注) 1.クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの契約店舗数の合計

クラウドの新規受注・既存ユーザーのクラウド追加採用が進み、ARRの成長に寄与。

- クラウドの新規獲得及び店舗展開フェーズに移行したユーザーが増加したことで、ARR⁽¹⁾が前年比97百万円増加しました。
- 既存ユーザーのクラウド追加利用やサポート・レンタル契約からクラウドへの移行によって、ARRが前年比74百万円増加しました。
- サポート・レンタル契約からクラウドへの移行等があり、ARRが前年比22百万円減少しました。

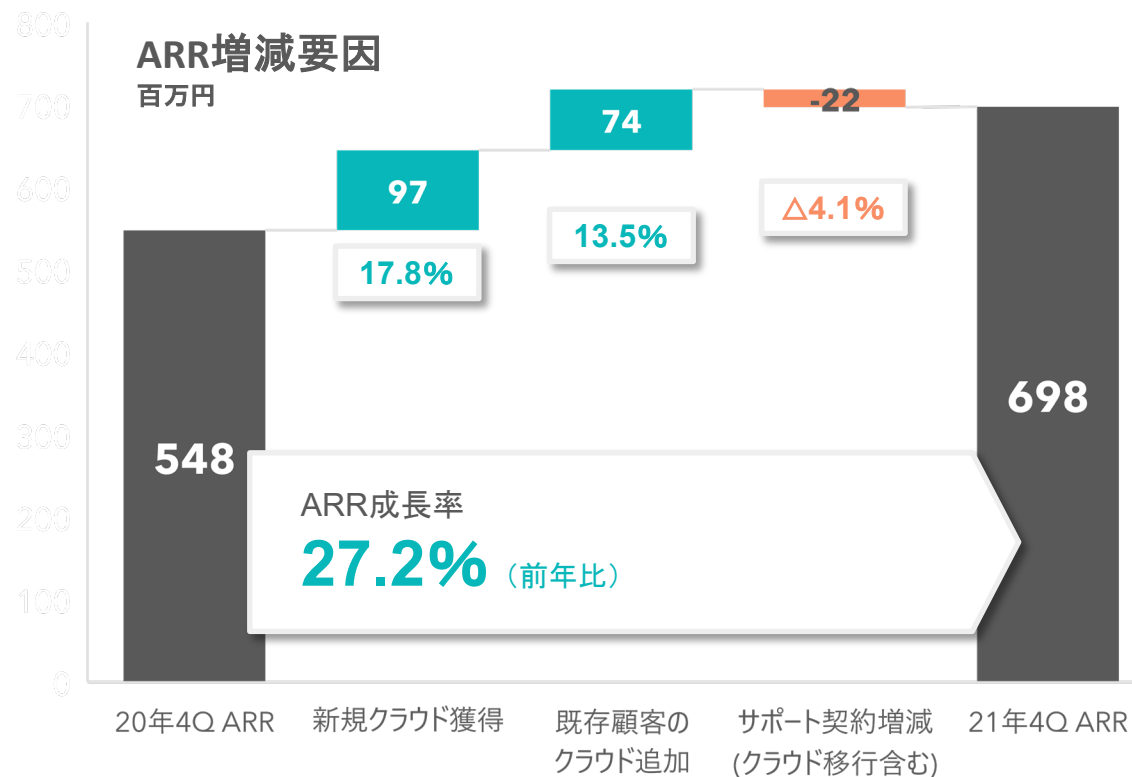
ARR(四半期末)

百万円



ARR増減要因

百万円

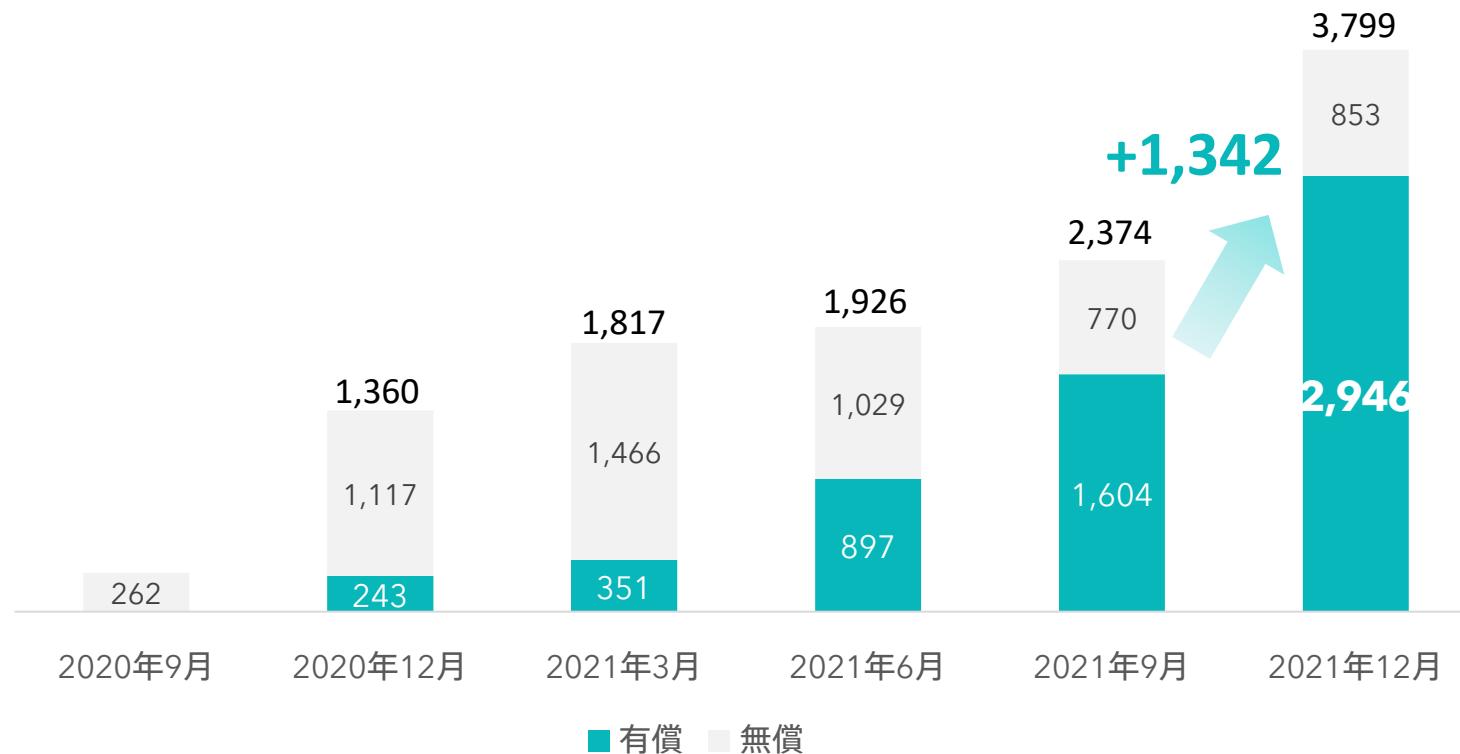


(注) 1. Annual Recurring Revenueの略語。2021年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

店舗展開へ移行するユーザーが増加し、クラウド有償アカウント数が前四半期比1,342増の2,946に増加。

- 実証実験を順調に進めてきた結果、店舗展開フェーズに移行するユーザーが増加しました。
- その結果、有償アカウント数が2,946(前Q比1,342増)・有償店舗数が1,381店舗(前Q比495店舗増)・有償契約社数34社(前Q比7社増)となりました。

クラウド稼働アカウント数



有償
アカウント数 **2,946**
(前Q比1,342増)

有償
店舗数 **1,381**店舗
(前Q比495店舗増)

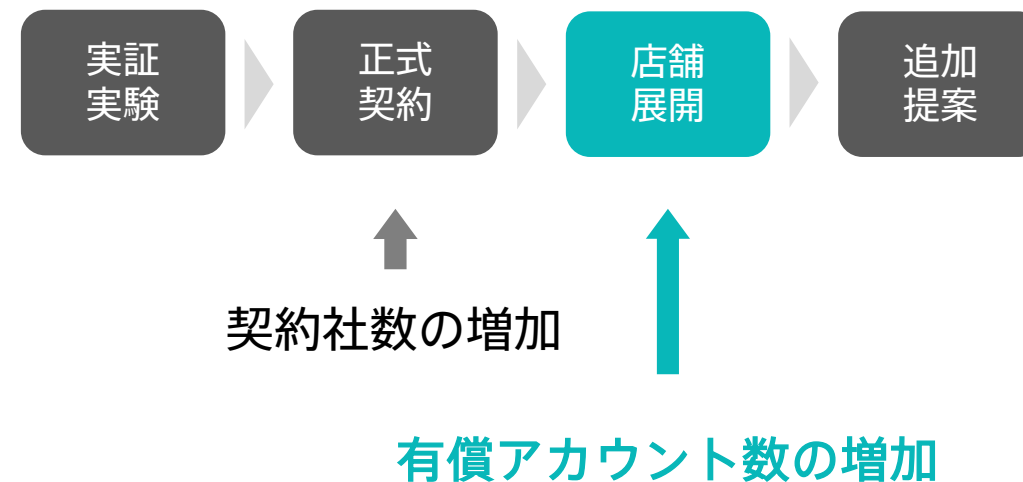
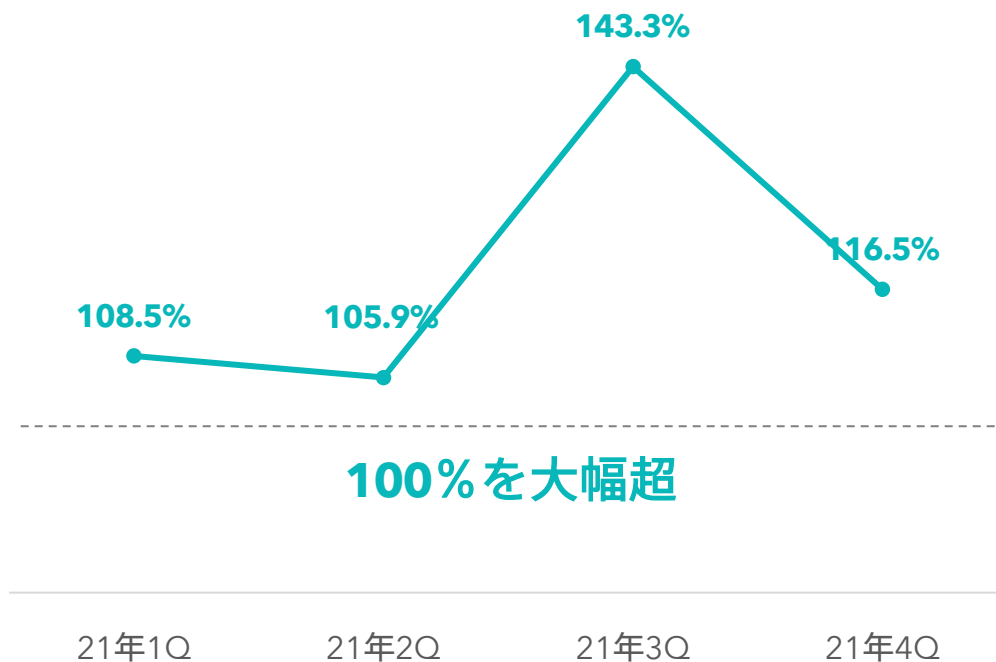
有償
契約社数 **34**社
(前Q比7社増)

クラウドが実証実験から店舗展開フェーズへ順調に移行し、NRRの向上に寄与。

以下要因がNRR⁽¹⁾の向上に寄与しました。

- クラウドの実証実験が順調に進み、有償契約が増加しました。
- 店舗展開フェーズへ移行したクラウドユーザーが増加しました。

NRR推移



(注) 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

今後の成長戦略

DCM構築へ 具体的に動き出す。

2022年は経営戦略の柱である「DCM構築」に向けて、具体的に動き出します。

経営方針として、

1. シェア40%を目指し、2022年中に20%達成
2. クラウド中心のビジネスモデル移行完了
3. sinopsプラットフォーム構築開始
を目指します。



小売業向けサービスの深化+物流業・メーカー向けのサービス展開

- クラウド型需要予測・自動発注サービスを中心に、小売業向けサービスの深化をより進めていきます。
- 食品小売業における高いシェア率を活用し、物流業やメーカー向けのサービス展開も開始します。
- その結果、食品業界におけるデマンド・チェーン・マネジメント構築を開始します。

需要予測・在庫情報を活用した物流業・メーカー向けサービス展開

小売業向け

クラウド型需要予測・自動発注サービス

sinops-CLOUD

自動発注対象カテゴリ

惣菜 パン 精肉 日配 グロサリー 雑貨 衣料

その他サービス

客数予測 本部送り込み 賞味期限チェック etc



物流改善サービス



原材料自動発注

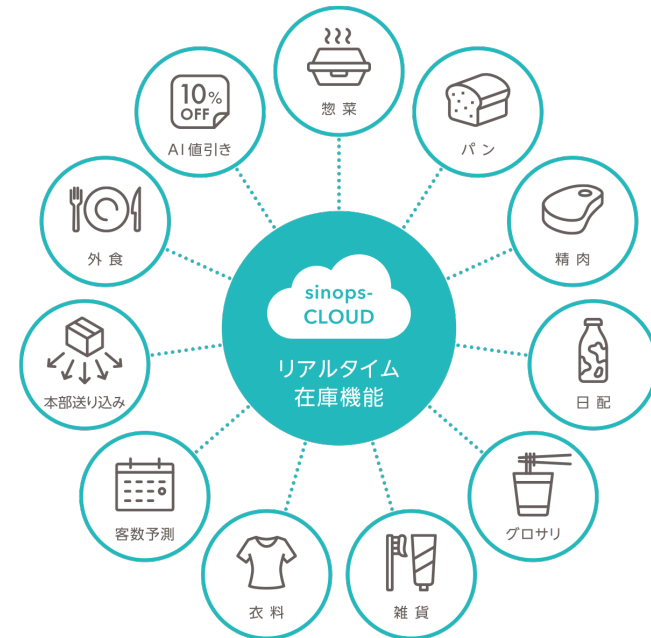
小売業向けサービスの深化

惣菜向け需要予測・自動発注サービスの機能拡充を推進し、「AI値引き」をサービス化。

- 短期間で売上・利益を向上できる「sinops-CLOUD惣菜」を中心に機能拡充してきました。
- 惣菜カテゴリ向けに、最適なタイミング・最適な値引率をAIが自動計算するオプション機能を「sinops-CLOUD AI値引き」としてサービス化します。
- 今後は、惣菜以外にも日配食品や生鮮などの賞味期限が短いカテゴリ全般で利用できるようにしていきます。

sinops-CLOUD

値引きアラート機能
(オプション)

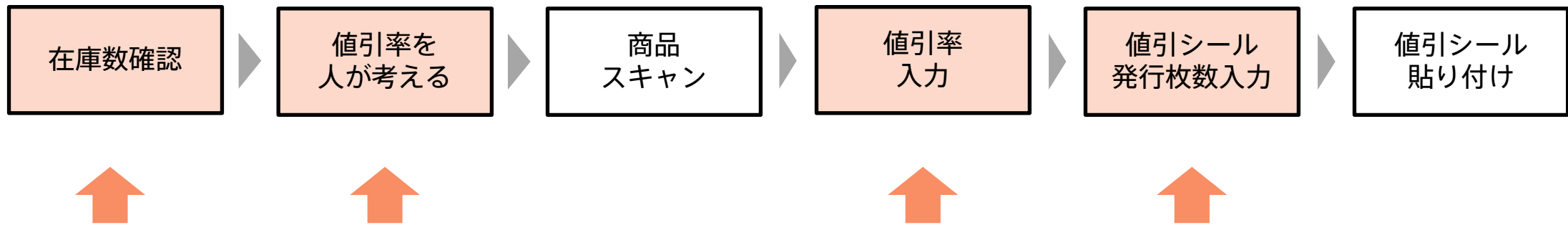


惣菜以外のカテゴリでも
「AI値引き」サービスが利用可能へ

サトー社との協業を進め、店舗DXを推進。

- 「sinops-CLOUD AI値引き」は最適なタイミング・最適な値引率をAI計算するサービスですが、店舗では値引きシールを貼る作業が発生します。
- 値引きシールを貼るまでに、「商品スキャン・値引率入力・シール発行枚数入力・シールを貼る」といった手間のかかる作業が発生しています。
- シノプスのAI値引きとサトーのFLEQV⁽¹⁾を連携させることで、これらの店舗作業を「商品スキャン・シールを貼る」だけにできます。

【一般的な値引き運用】

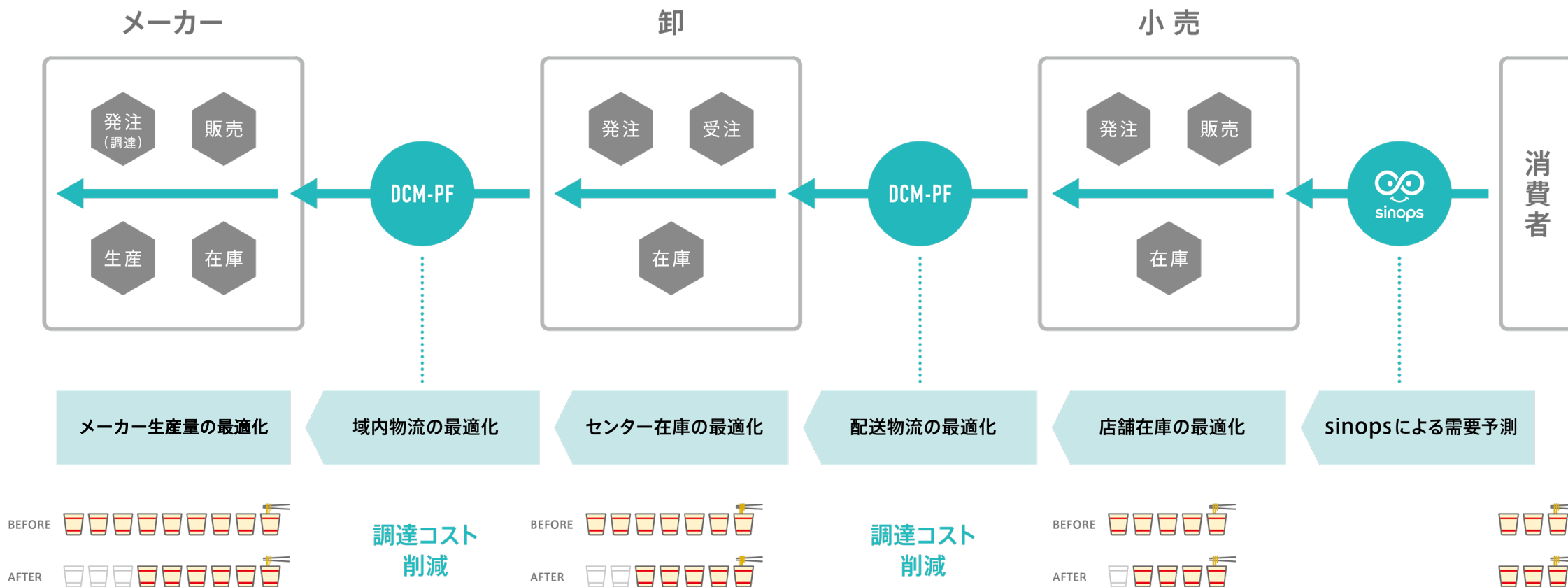


シノプスのAI値引き×サトーのFLEQVで、
これらの作業が不要になる。

(注)1. FLEQVは、サトーホールディングス株式会社の日本、米国、およびその他の国における登録商標です。

伊藤忠商事社と業務提携を進め、食品バリューチェーン全体の最適化・物流DXを推進。

- 2022年1月、伊藤忠商事と業務提携契約書を締結しました。
- 食品ロス削減・ホワイト物流推進を目的とした食品デマンド・チェーン・マネジメント構築を目指します。
- 両社でDCMプラットフォーム（DCM-PF）を開発し、まずは物流DXを推進します。

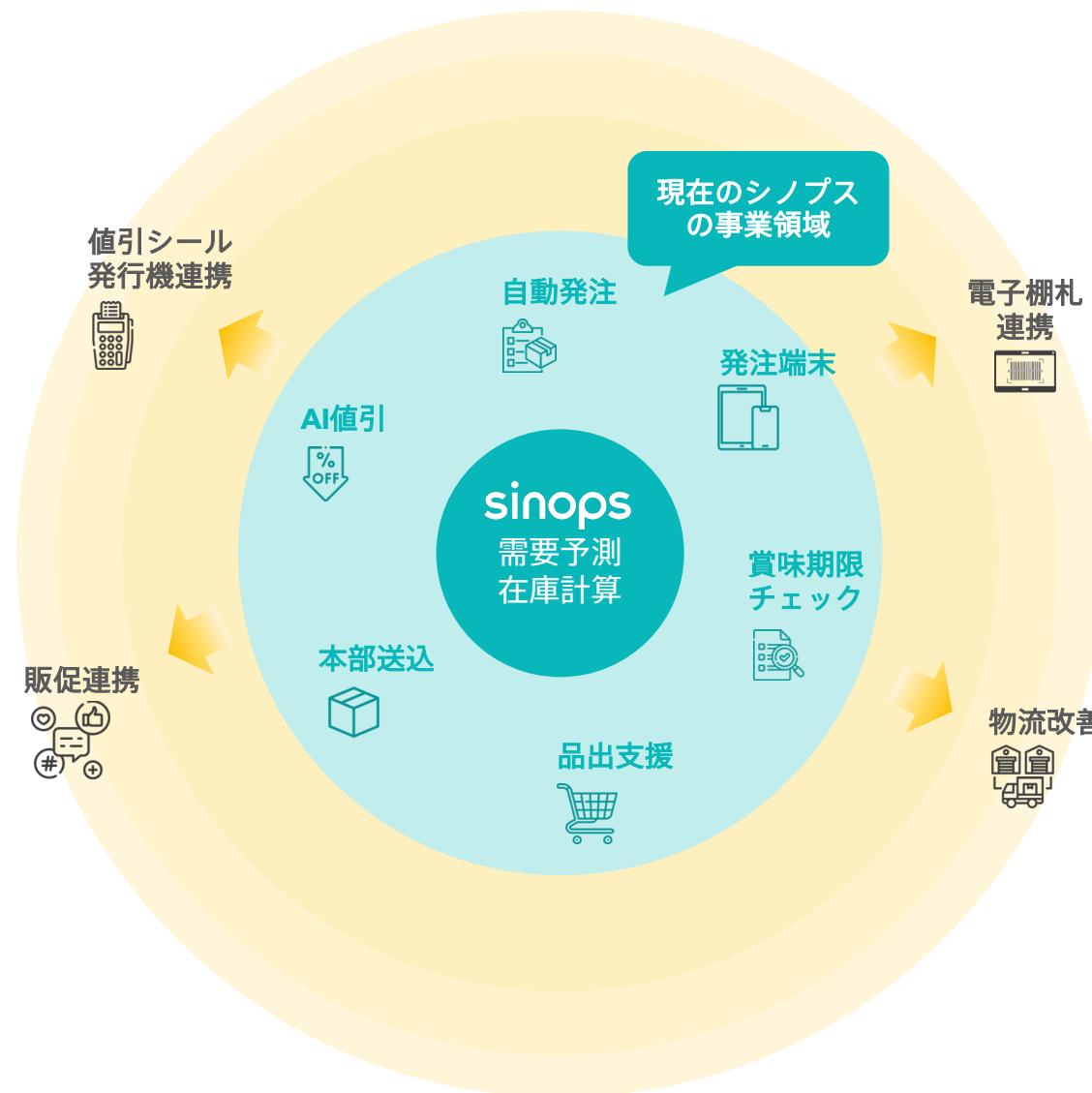


(注) 1. 域内物流とは、特定エリア内における物流のことです。

需要予測と在庫計算を核に、 流通業全体のDXへ拡大

sinopsは、需要予測・在庫計算をコア機能として、
流通業全体の最適化を目指しています。

これまでは自社サービスを中心に展開してきましたが、
今後は様々なサービスとも連携することで
流通業全体のDXを進めていきます。



2022年12月期 通期業績見通し

2022年度は、売上高1,500百万円（前期比+24.8%）、営業利益200百万円（前期比+40.5%）。

- クラウドサービスを中心とした収益構造の転換を進め、売上高は前期比24.8%増の1,500百万円を目指します。
- クラウドサービスの有償アカウント数を拡大することで利益率を向上させ、営業利益は前期比40.5%増の200百万円を目指します。

(百万円)	2022年12月期	2021年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	1,500	1,201	+298	+24.8%
パッケージ	218	245	△26	△11.0%
導入支援	302	329	△26	△8.1%
サポート	292	308	△15	△5.1%
クラウド	686	318	+367	+115.2%
営業利益	200 (利益率13.4%)	142 (利益率11.9%)	+57	+40.5%
経常利益	200 (利益率13.4%)	156 (利益率13.0%)	+44	+28.3%
当期純利益	128 (利益率8.5%)	101 (利益率8.4%)	+26	+26.5%

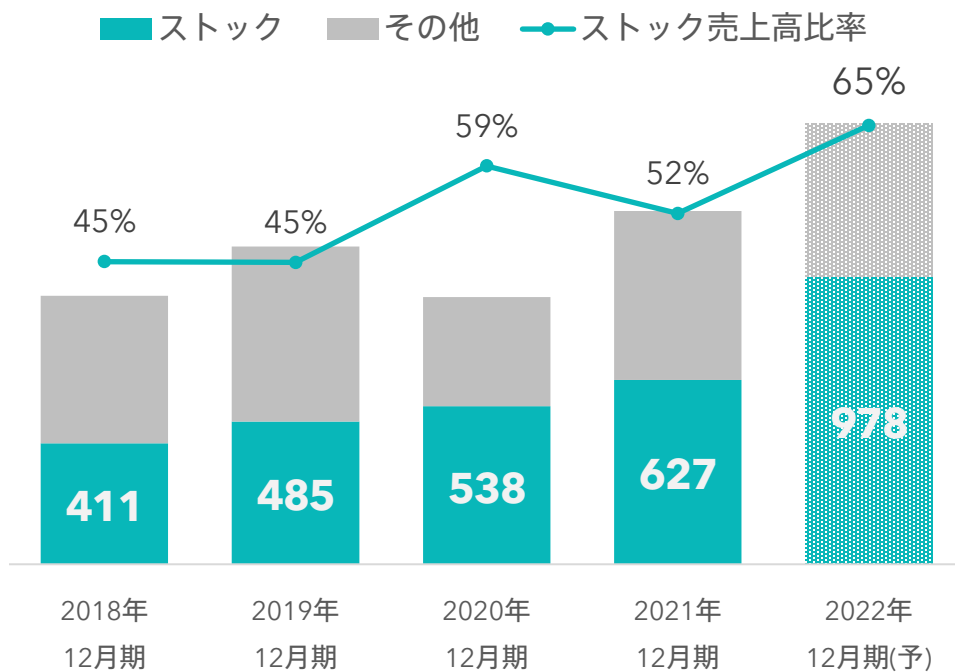
ストック売上高978百万円、ARR10億円を計画。

クラウドサービス中心のビジネスモデルへの転換を進めます。

- ストック売上高⁽¹⁾は、前年比56.1%増の978百万円・ストック売上高比率65%を目指します。
- ARR⁽²⁾は、前年比43.2%増の1,000百万円を目指します。

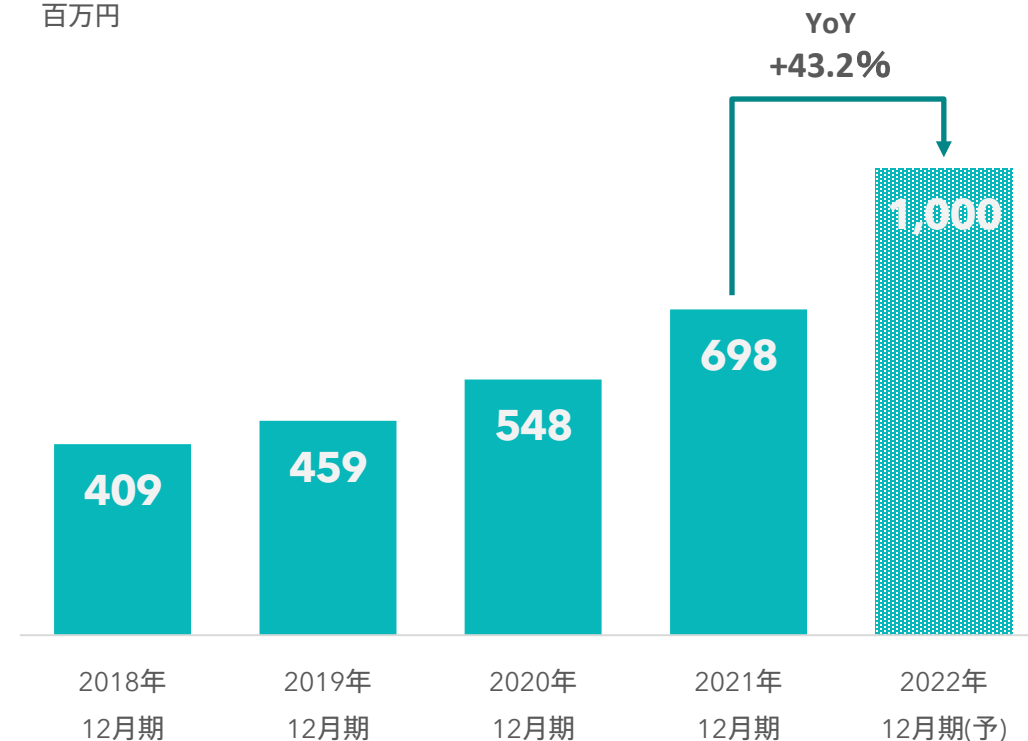
ストック売上高

百万円



ARR

百万円



(注)

1.クラウド売上高とサポート売上高の合計

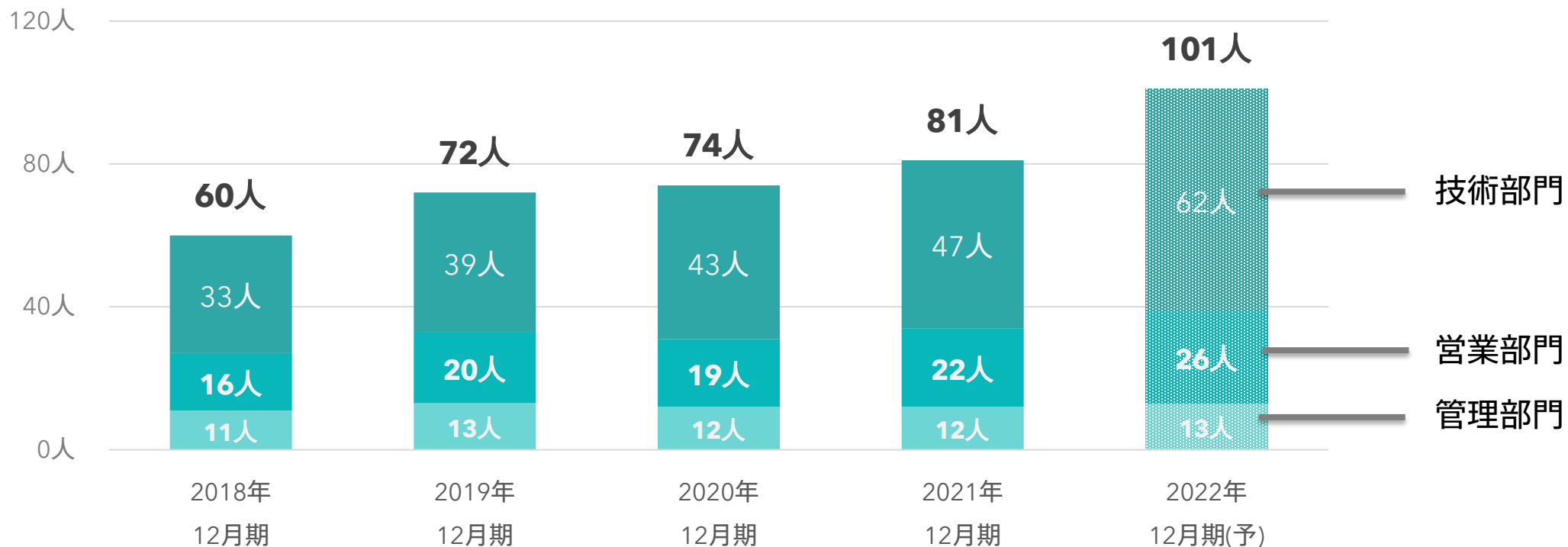
2. Annual Recurring Revenueの略語。2021年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

事業拡大スピードを上げるために、従業員数を20人増の101人へ。

- クラウドサービスの開発やsinopsプラットフォーム構築スピードを上げるために、技術部門を前期比15人増の62人を目指します。
- 拡販スピードを上げるために、営業部門を前期比4人増の26人を目指します。
- その結果、全体としては20人増の101人体制を早期に実現します。

従業員数の推移

人



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実施。

- 惣菜カテゴリにおいて、ロス率13.4%削減の実績が出てきております。
- 東京都や大阪府などとも連携し、食品ロス削減への取り組みを強化しています。

「sinops」事業＝ESG投資

「sinops」の導入企業を増やしていき、さらなる食品ロスの削減を目指します。機関投資家から「ESG投資」銘柄として選定されています。

消費者庁「消費者白書」



2020年6月9日公表の令和2年版消費者白書に掲載されました。第2章第2節「食品ロス問題の解決に向けて」の事例として紹介されています。

東京都「ICT等を活用した食品ロス削減」



食品ロス削減に関する共同事業者を選定され、実証実験を行いました。

おおさか食品ロス削減パートナーシップ



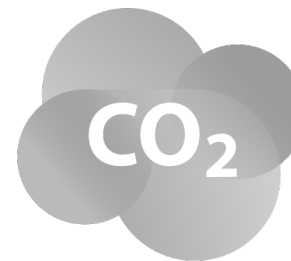
大阪府公式キャラクター「もずやん」ともコラボし、様々な活動を計画しています。

リモートワークの推進により、CO₂と紙使用量を削減。

リモートワークの推進と本社縮小により、リモートワーク導入前と比較して

- CO₂排出量を22%削減しました。
- 紙の使用量を80%削減しました。

リモートワーク推進 & 本社縮小



CO₂排出量
22%削減



紙使用量
80%削減

多様な個性を持つメンバーが活躍しやすい環境づくり。

多様な個性を持つメンバーが活躍しやすくするために、

- FFS診断⁽¹⁾によって、メンバーの個性やストレス要因を把握し、四半期ごとにストレス状況を確認しています。
- 従業員アンケートを毎月行うことで様々な意見を集め、各種制度や仕組みに反映しています。

個性・ストレス要因把握



アンケート等で
要望・状況把握



制度や仕組みに反映



(注) 1. Five Factors & Stress診断の略。人の思考行動特性を5因子とストレス値で定量化し、個人の強みやストレス要因を把握するための診断ツールのこと

Appendix 財務情報

損益計算書

(百万円)	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期	YoY
売上高	1,081	909	1,201	+32.1%
売上原価	429	515	635	+23.2%
対売上高比率	39.7%	56.7%	52.9%	△3.8pt
売上総利益	651	393	566	+43.8%
売上総利益率	60.3%	43.3%	47.1%	+3.8pt
販売費及び一般管理費	350	370	423	+14.2%
対売上高比率	32.4%	40.8%	35.2%	△5.5pt
営業利益	301	22	142	+523.1%
営業利益率	27.9%	2.5%	11.9%	+9.4pt
経常利益	301	11	156	+1,233.0%
経常利益率	27.9%	1.3%	13.0%	+11.7pt
当期純利益	192	8	101	+1,160.5%
当期純利益率	17.8%	0.9%	8.4%	+7.5pt

貸借対照表

(百万円)	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期
流動資産合計	1,316	1,397	1,640
固定資産合計	251	321	349
無形固定資産	121	168	193
流動負債合計	255	323	517
固定負債合計	3	66	32
純資産合計	1,308	1,329	1,440

キャッシュフロー計算書

(百万円)	2019年12月期	2020年12月期	2021年12月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	△14	224	464
投資活動によるキャッシュ・フロー	△104	△135	△92
財務活動によるキャッシュ・フロー	104	191	△24
現金及び現金同等物の増減額	△13	280	348
現金及び現金同等物の期末残高	796	1,077	1,425

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。



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

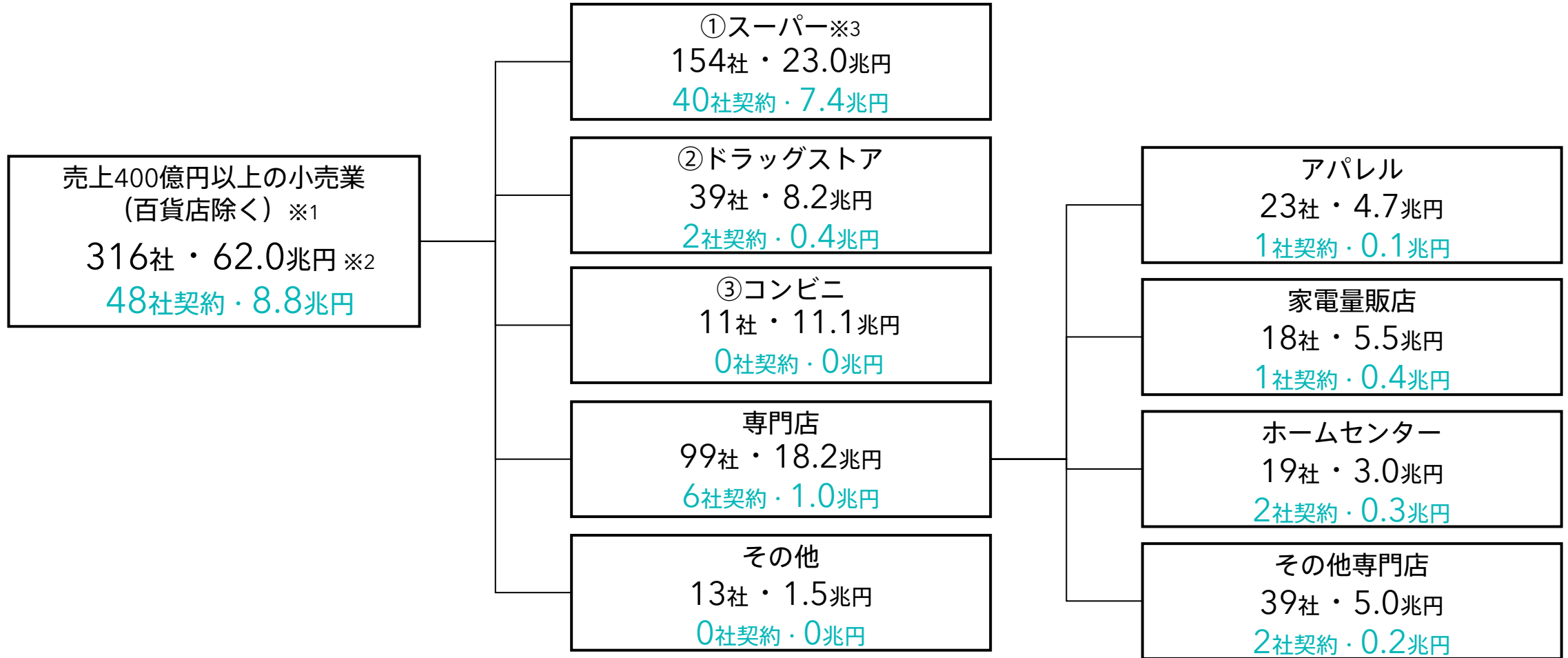
Step2：卸売業の物流を最適化する

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。

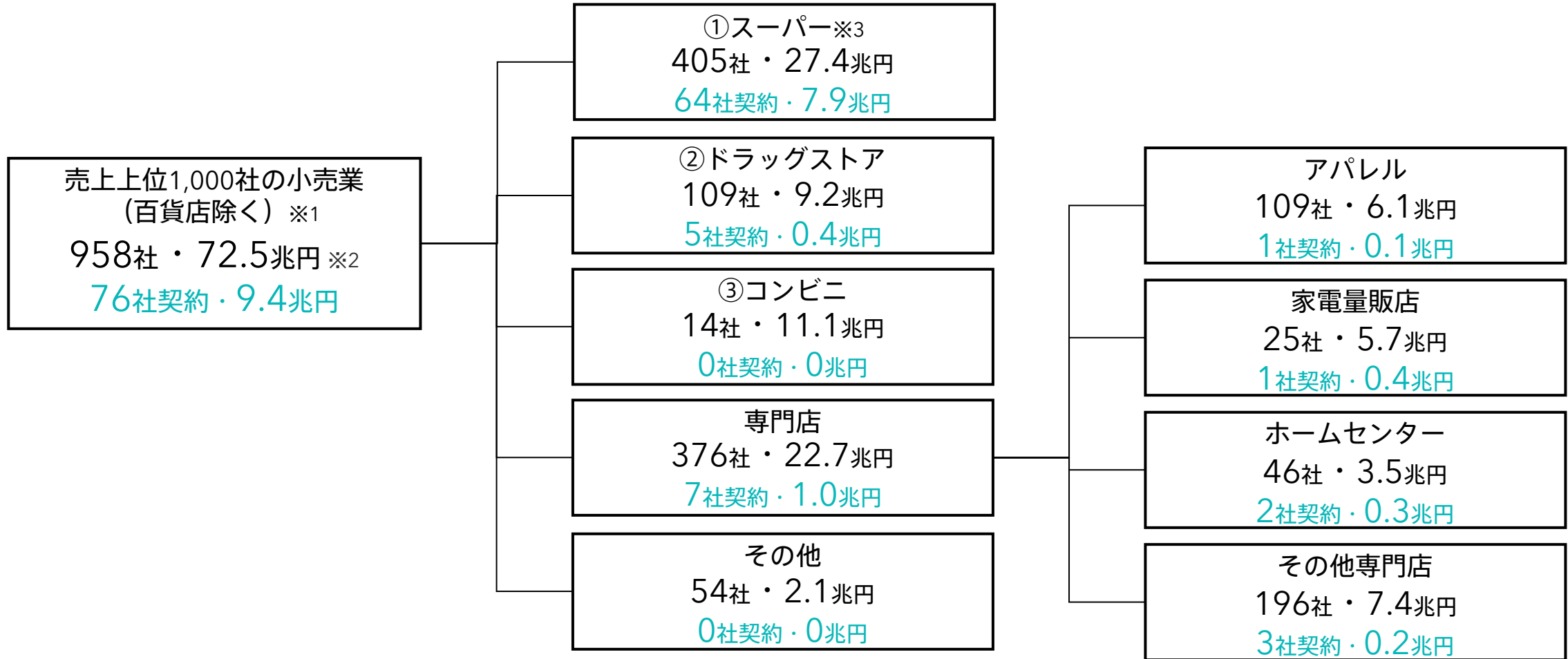


売上400億円以上の小売業がsinopsの主要ターゲット。



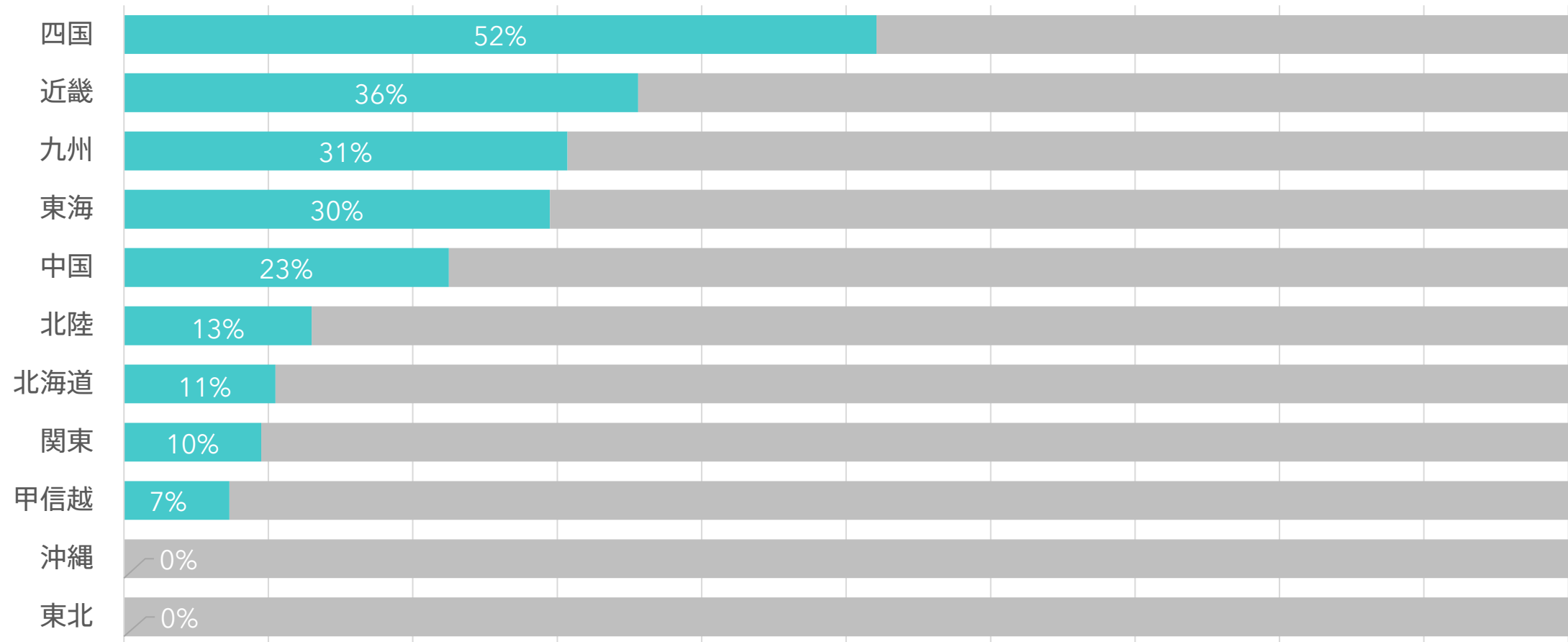
(注)
 1.ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2020年度版」
 2.右側の数字は対象企業の年商合計
 3.食品スーパー、GMS、生協、ディスカウントストアの合算

(参考) 売上上位1,000社の小売業に対して、営業活動を実施。



(注)
 1.ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2020年度版」。前述記載の83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。



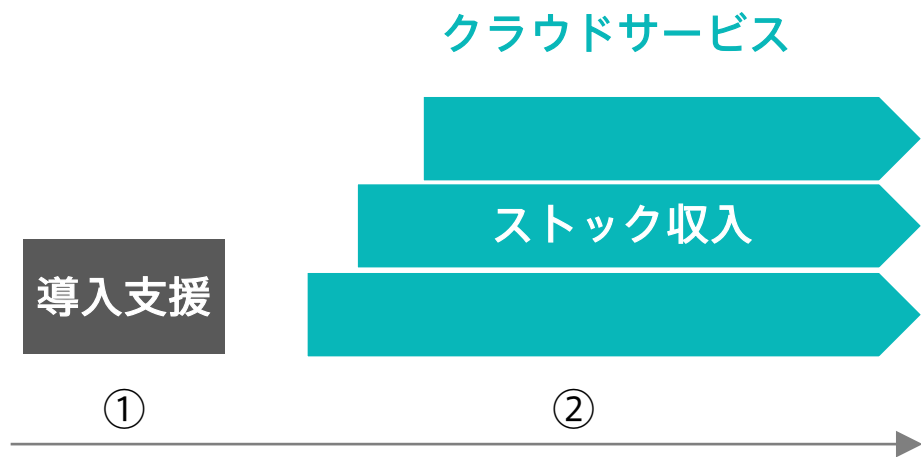
(注) 1.コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

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つとなります。
- ・ 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します。

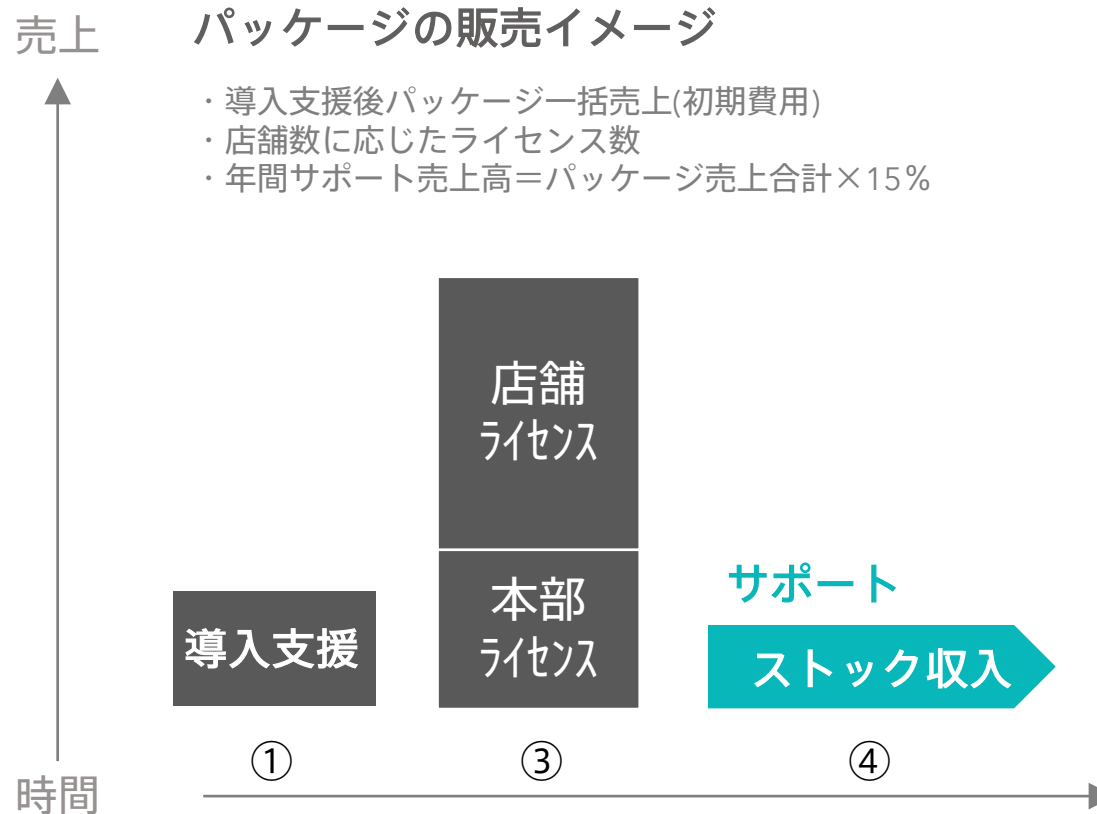
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



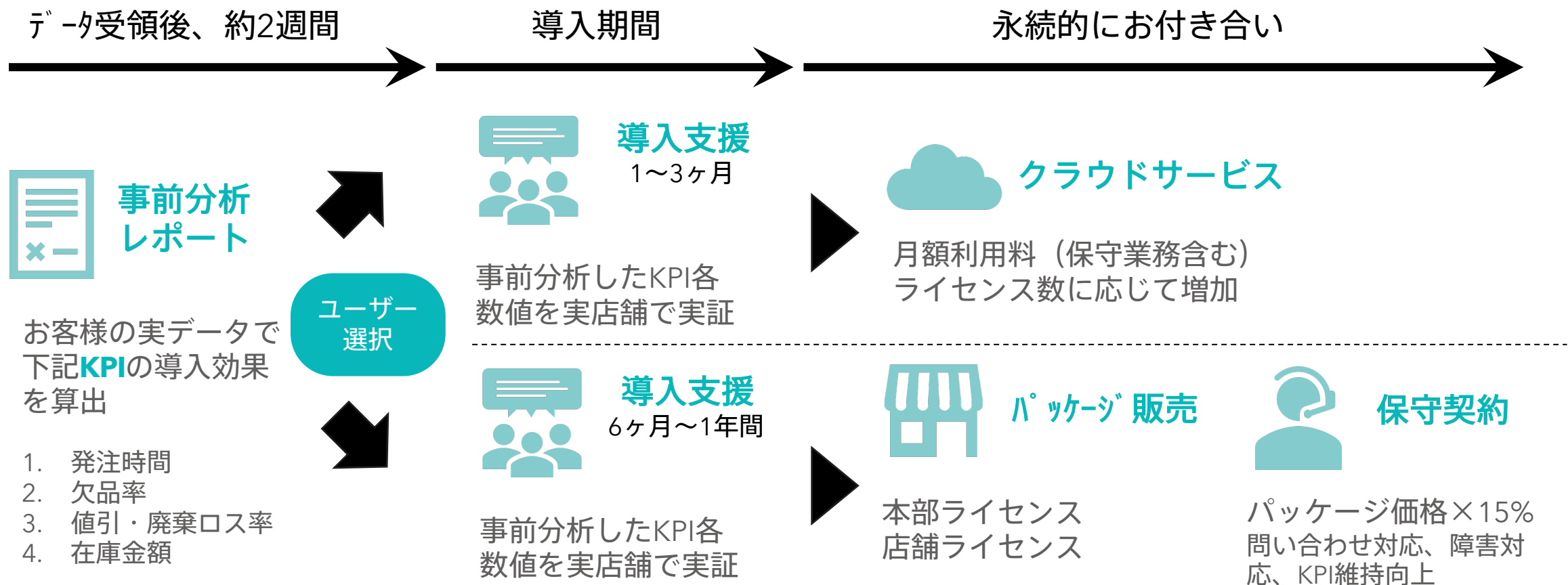
パッケージの販売イメージ

- ・ 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です。
- 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上がっています。



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です。
- 今後は、生鮮三品も需要予測することを目指します（現状は簡易な自動発注が可能）。



日配食品



パン



惣菜



一般食品



アパレル

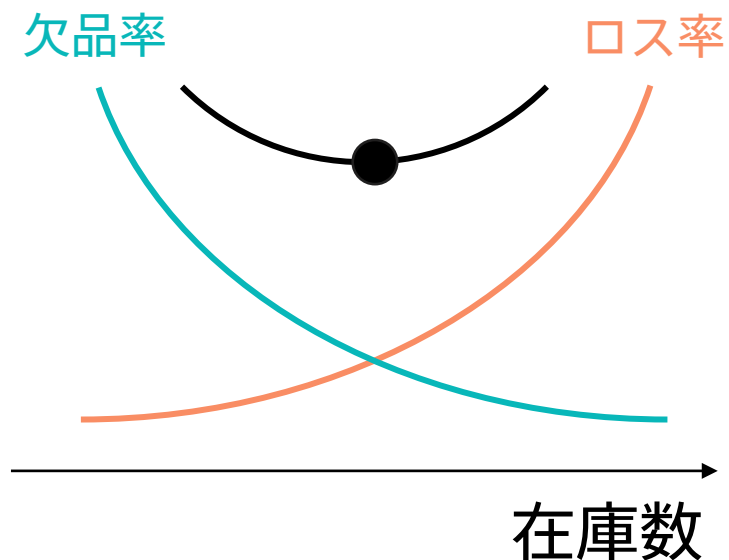


雑貨

**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・自動発注ができる。

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します。
- 値引・廃棄ロス率の削減効果が向上しました。



【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
※ 中堅スーパーの場合
 年300万円/店舗 削減

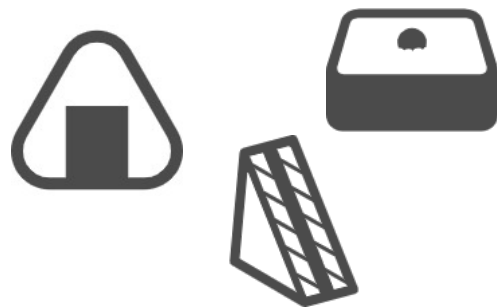
④在庫金額 **15.2%**削減

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となります。
- 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します。

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:**2.5%**増

ロス:**13.4%**減

利益:**12.9%**増

※実証実験対象店舗平均値

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	420,763,941円
従業員数	81人（2021年12月末時点）
上場証券取引所	東京証券取引所マザーズ（4428）
URL	https://www.sinops.jp/



ボードメンバー

業務執行役員

南谷 洋志 代表取締役

岡本 数彦 取締役
(営業部・技術部管掌)

島井 幸太郎 取締役
(管理部管掌)

非業務執行役員

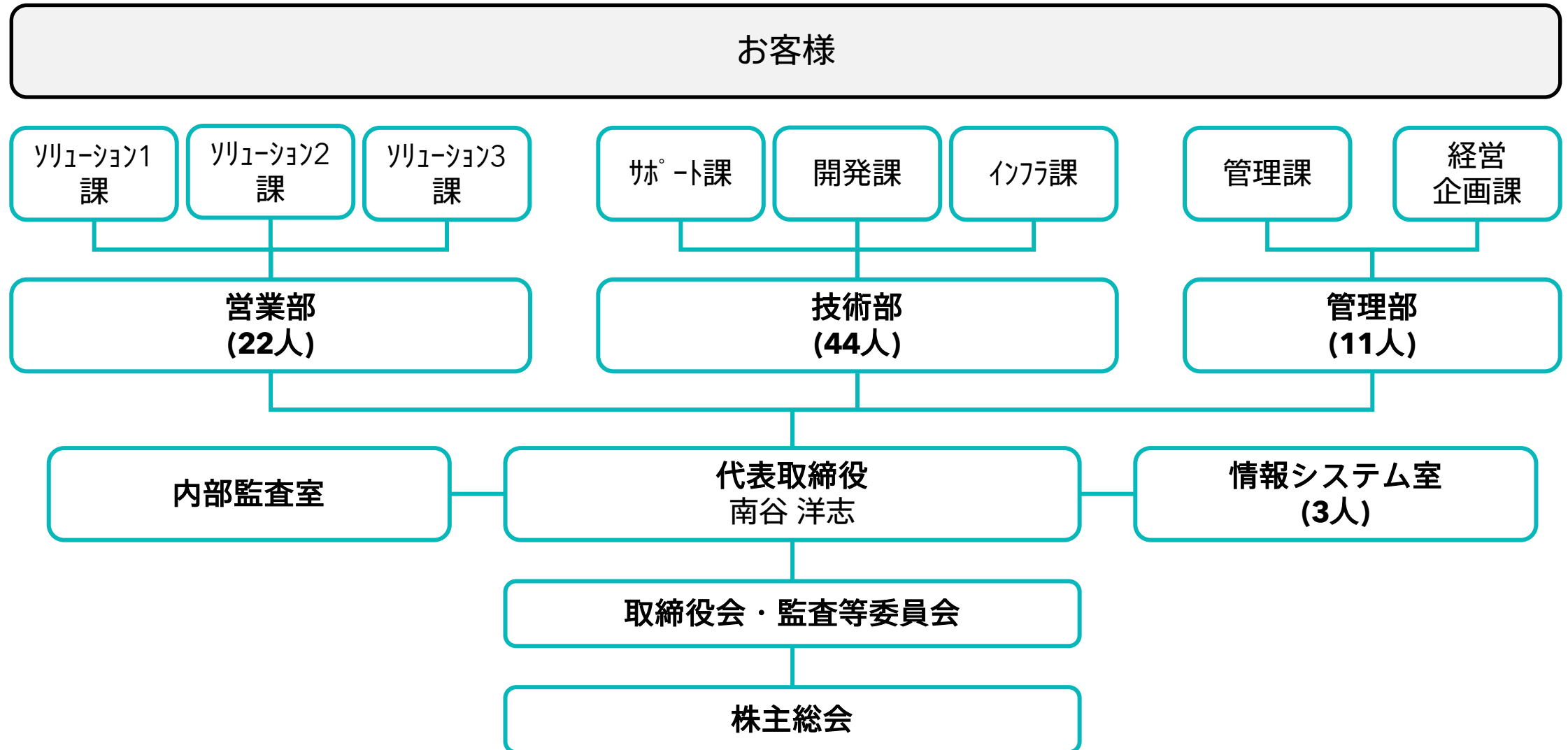
角田 吉隆 社外取締役

畠山 隆雄 取締役
(監査等委員)

木村 安壽 社外取締役
(監査等委員)

南山 学 社外取締役
(監査等委員)

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

年月	変遷
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
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

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。