



2025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）
2026年2月12日

1. 2025年12月期業績報告

- 売上高20.4億円 (YoY +14.9%)、営業利益3.0億円 (YoY +99.6%)
- ARR15.8億円 (YoY +18.8%)、クラウド有償アカウント数13,278 (YoY +1,243アカウント)
- 既存顧客の深耕が牽引し、クラウド売上高は11.1億円 (YoY+19.3%) と堅実に推移
- 製品改善による原価抑制に加え、販管費コントロールを徹底し、営業利益率は15.2% (YoY+6.5pt) まで向上

2. 今後の成長戦略

- 「既存事業の成長」に加え「DeCM」と「WLMS」に注力し成長加速の核とする
- 既存事業：年平均成長率+15%の安定成長を堅持
- 新規事業：2028年から大きく売上貢献
- 中期経営方針の実効性を高めるため、2026年1月から新組織で稼働

3. 2026年12月期 通期業績見通し

- 売上高は23.4億円 (YoY+14.9%)、営業利益は3.9億円 (YoY+26.1%) を計画
- 顧客再編が発生する可能性を現時点で織り込み、ARRは16.7億円 (YoY+5.3%) を計画

4. 株主還元

- 2025年12月期は予定通り年間配当「16円00銭」、2026年12月期は「17円00銭」を予定
- 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

2025年12月期業績報告

食品スーパーシェア率*1

36.7% (YoY Δ 0.4pt)

小売シェア率*1

18.8% (YoY +0.1pt)

契約社数

120社 (YoY Δ 3社)

クラウド有償店舗数 *2

3,363店舗 (YoY + 149店舗)

ARR *4

1,586百万円 (YoY + 18.8%)

クラウド有償アカウント数 *3

13,278 (YoY + 1,243アカウント)

NRR(クラウド)*5

101.5% (2025年平均) / **100.9%** (2025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所在地で集計）

*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。

既存顧客の深耕と製品改善による原価抑制により、営業利益率は15.2%

- 既存顧客におけるアップセル及びクロスセルの深耕がクラウド売上高を牽引し、1,111百万円（YoY+19.3%）と堅実に推移。前年に大規模案件の導入支援があった反動で導入支援売上高は+2.5%の増加にとどまっているが、導入支援件数自体は着実に積み上がっている。
- 製品改善による通信費の効率化に加え、販管費等のコントロールを徹底。一過性の費用発生も抑制された結果、営業利益は309百万円、営業利益率は15.2%まで改善。

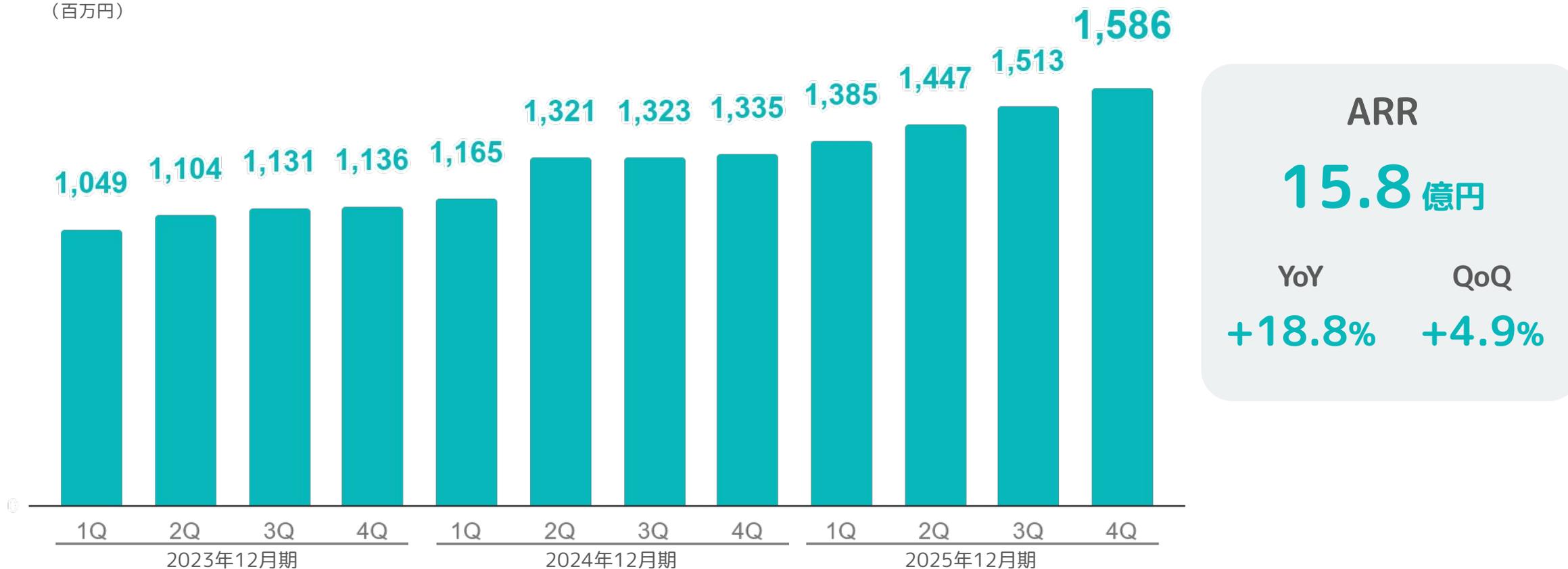
(百万円)	当期	2024年12月期			対計画	
	25/12期 通期実績	24/12期 通期実績	増減額	増減率%	25/12期 通期計画	差異率%
売上高	2,040	1,776	+264	+14.9%	2,120	△3.7%
パッケージ	117	77	+39	+50.6%	52	+122.2%
導入支援	411	401	+10	+2.5%	509	△19.1%
サポート	399	364	+35	+9.7%	373	+7.0%
クラウド	1,111	932	+179	+19.3%	1,184	△6.1%
営業利益	309 (利益率15.2%)	154 (利益率8.7%)	+154	+99.6%	355 (利益率16.7%)	△12.9%
経常利益	311 (利益率15.3%)	154 (利益率8.7%)	+157	+101.5%	356 (利益率16.8%)	△12.4%
当期純利益	217 (利益率10.6%)	108 (利益率6.1%)	+108	+100.5%	248 (利益率11.7%)	△12.5%

2025年4QARRは既存顧客の深耕を堅実に進め、1,586百万円（前年比18.8%増）まで進捗

- 既存顧客へのアップセル及びクロスセルの深耕や、新事業のMRR寄与開始により、4QARRは前年比18.8%増の1,586百万円。
- 4Qは既存ユーザーにおいて一部アカウント数の減少があったものの、「DeCM-PF」等の新サービスの導入寄与により、ARRはQoQ+4.9%まで着実に成長。
- 新規顧客の獲得については継続して進捗しているものの、当初想定した獲得ペースを下回った結果、目標1,700百万円に対し未達での着地。

■ARR成長

(百万円)

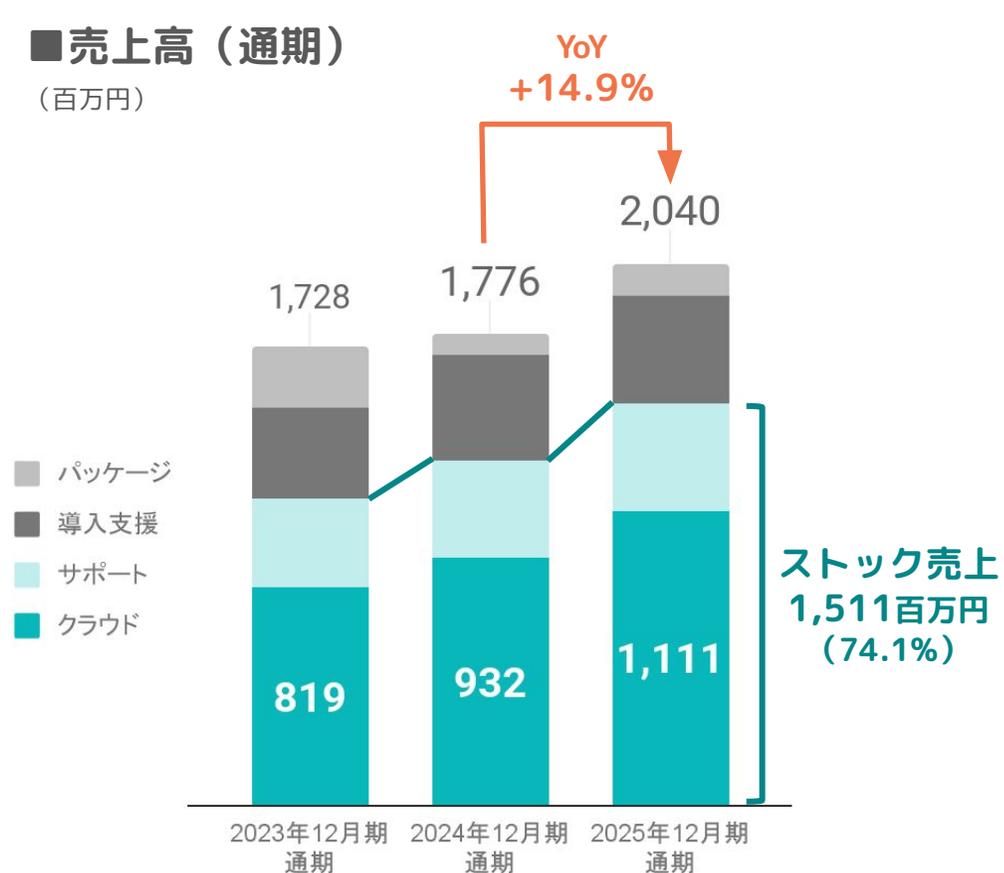


既存アップセルと新サービスの寄与により、売上高は前年比14.9%増、ストック売上比率*1は74.1%

- ストック売上が着実に積み上がり、ストック売上比率は目標としていた70%に対して74.1%。
- 4Qのストック売上高は、既存案件のアップセルが牽引したほか、新サービス「DeCM-PF」のクラウド売上計上開始も増収に寄与。
- パッケージ売上高および導入支援売上高は、その特性上、四半期ごとに変動があるものの、通期計画に対して概ね順調に推移。

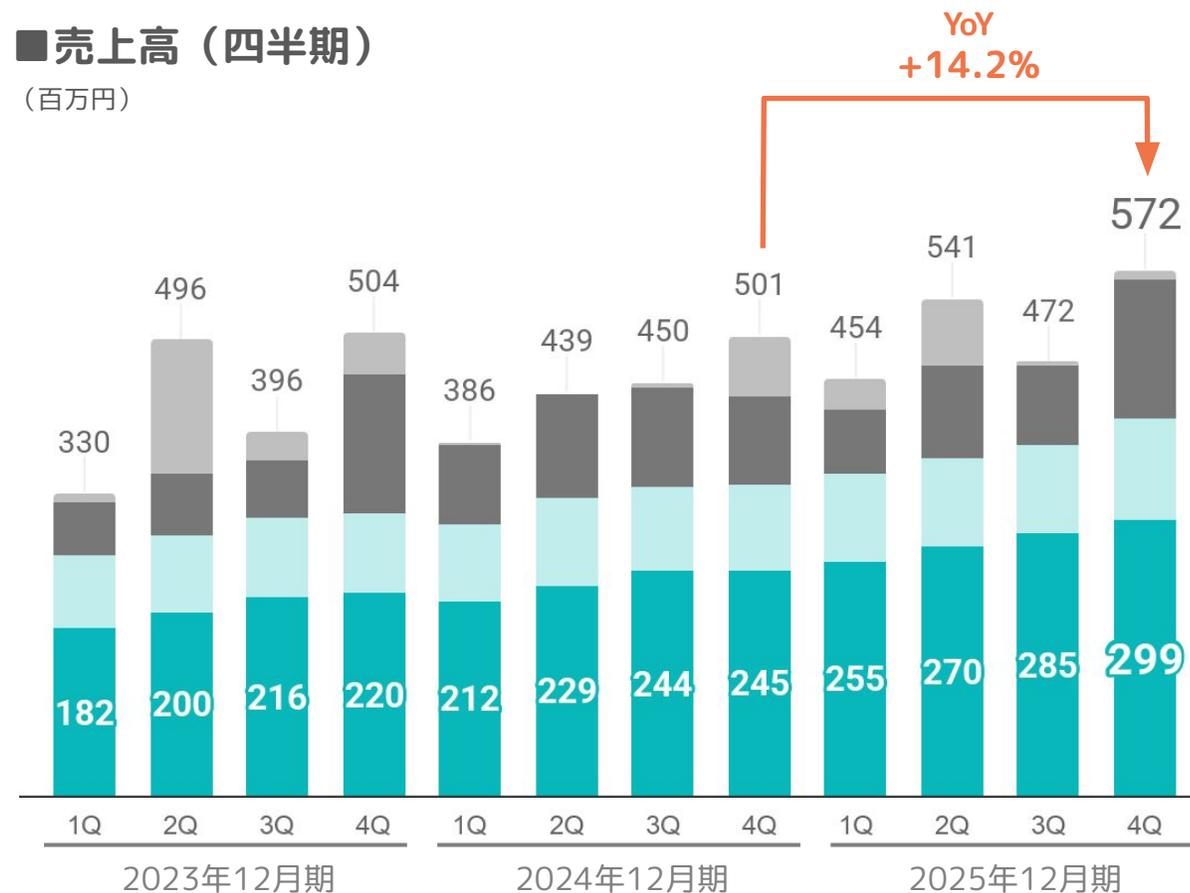
■売上高（通期）

(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1,511百万円÷売上高2,040百万円×100)で算出。

製品改善による原価抑制を継続しつつ、事業拡大に向けて採用を強化

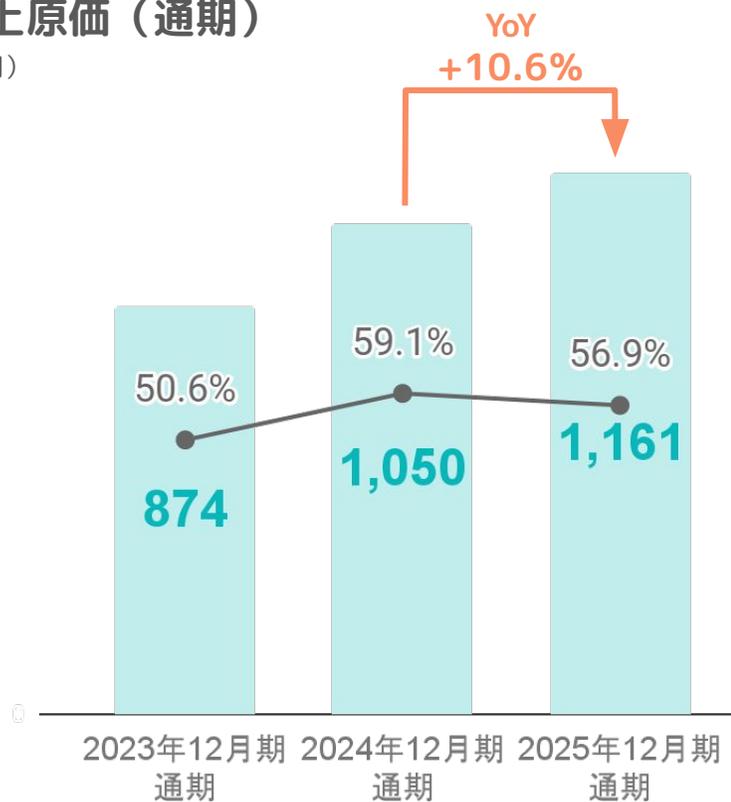
- 引き続き製品改善によるコスト削減を行い、ストック売上増加に対してクラウドサーバー利用料の増加が抑えられており、通信費は277百万円（YoY+8.8%）。
- 研究開発中であった新製品や既存製品改善機能の製品化・サービスローンチが進んだことにより研究開発費が36百万円（YoY△23.2%）。
- 2024年の社員数減少後、新卒・中途採用の強化等により人員が110名まで増加し、人件費が前年比37百万円増（YoY+4.1%）。

売上原価

■売上原価（通期）

（百万円）

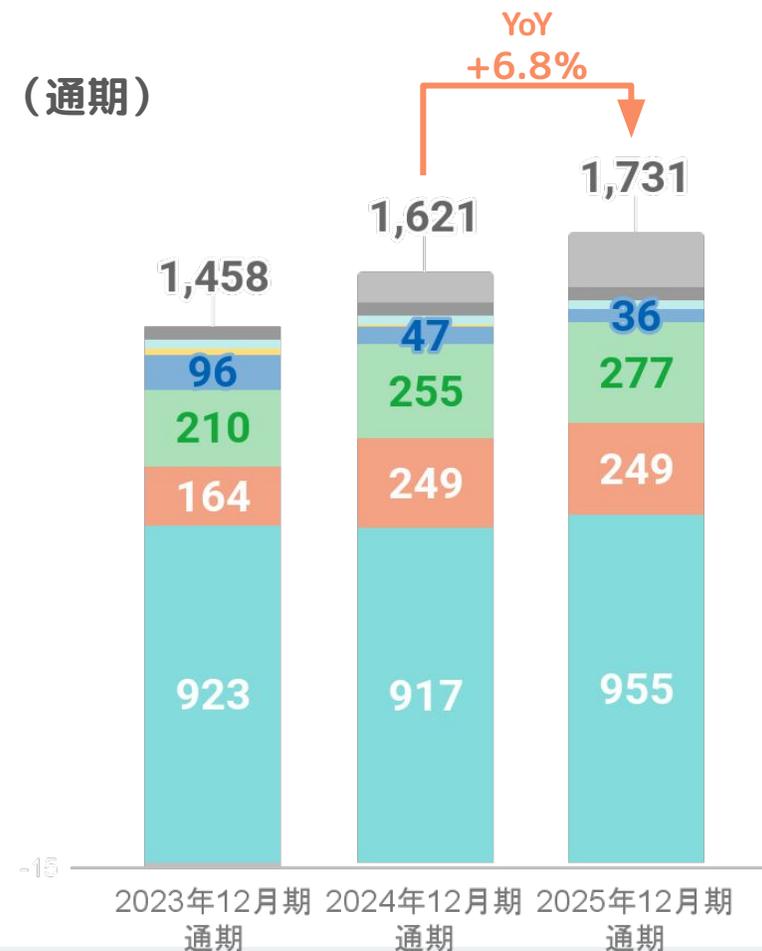
- 売上原価
- 売上原価率



■営業費用*1（通期）

（百万円）

- 合計
- その他
- 地代家賃
- 旅費交通費
- 広告宣伝費
- 研究開発費
- 通信費
- 外注費
- 人件費



*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

製品改善による原価抑制に加え、販管費制御を徹底し、営業利益率は15.2% (YoY+6.5pt) まで向上

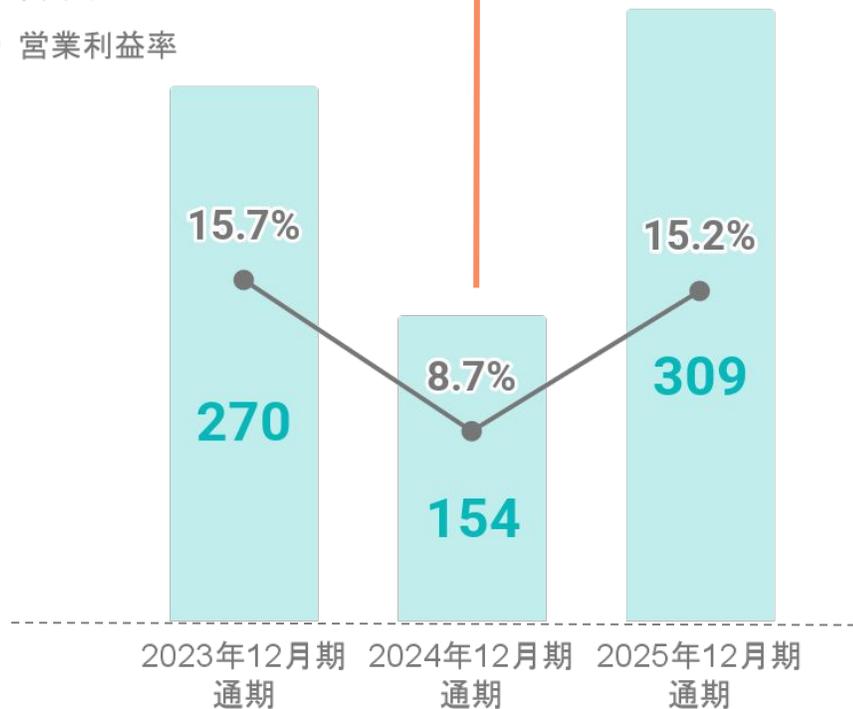
- ストック収益の拡大と原価効率化の進展により、売上原価は前年比10.6%増にとどめ、営業利益309百万円（利益率15.2%）へと大幅な増益を達成。
- 将来の成長に向けた採用の加速や外注活用などの投資は継続しつつ、前々期と同等の水準の利益率を維持し、収益力を向上。

■ 営業利益（通期）

(百万円)

YoY
+154百万円

- 営業利益
- 営業利益率

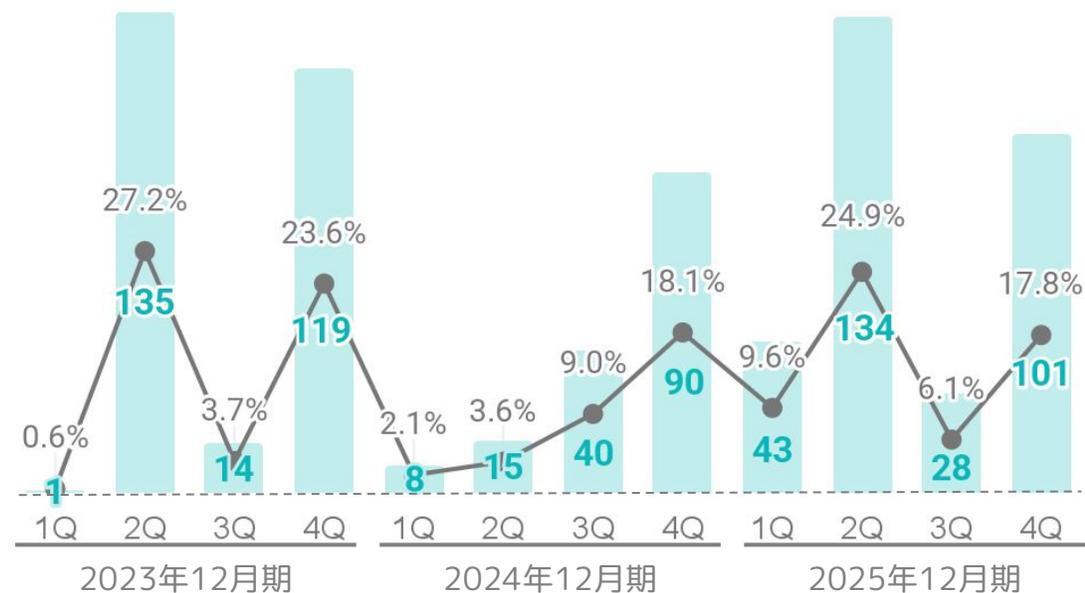


■ 営業利益（四半期）

(百万円)

クラウド転換期

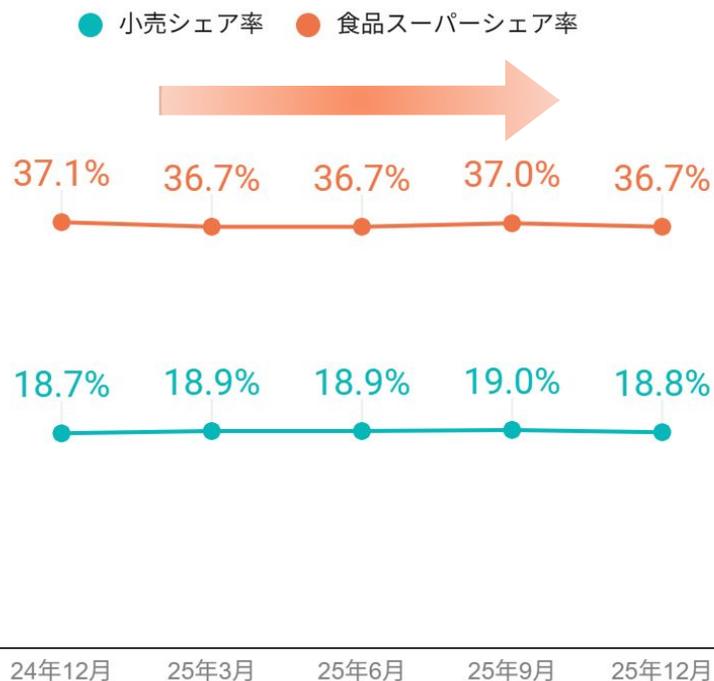
クラウド拡販期



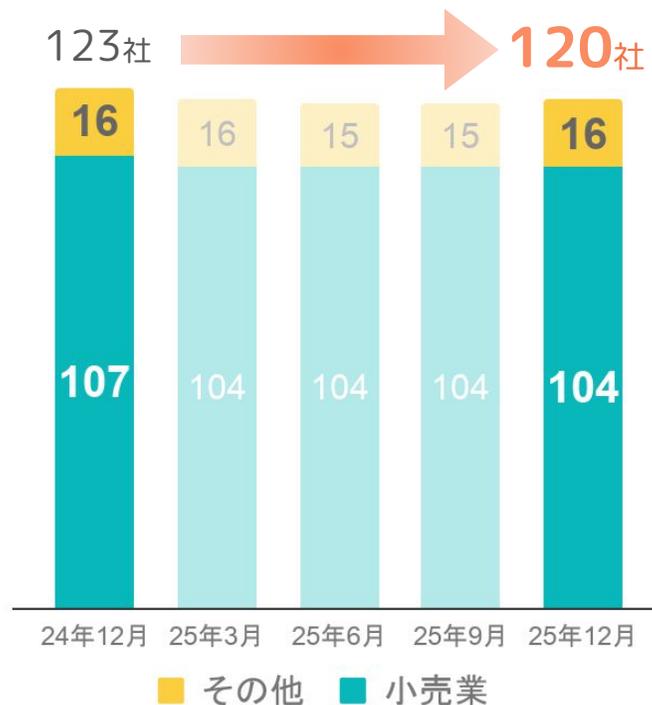
高い食品スーパーシェア率を堅持し、既存顧客の利用拡大により契約件数が前年比1,414アカウント増

- 4Qに中規模の食品スーパー1社による解約が発生し、食品スーパーシェア率は前四半期比△0.3ptとなり36.7%となったが、当社のストック収益に与える影響は軽微。また、1Qに食品スーパーのシェア率が低下している要因は、ターゲットリストの年次更新で分母が変わったためである。
- 1Qに企業統合、2Qに卸売業で解約があり、契約社数は前年比で3社減。
- 4Qに既存ユーザーの一部サービス解約があったものの、クラウドのアップセル・クロスセルを中心に、sinopsシリーズの契約件数^{*1}が前年比1,414件増の18,108件。

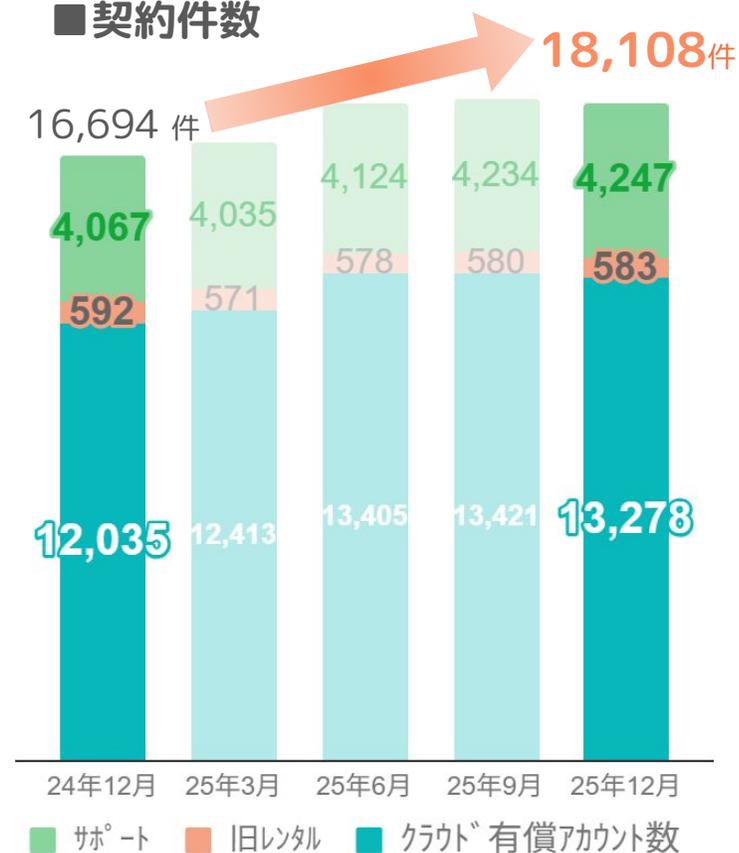
■シェア率



■契約社数



■契約件数



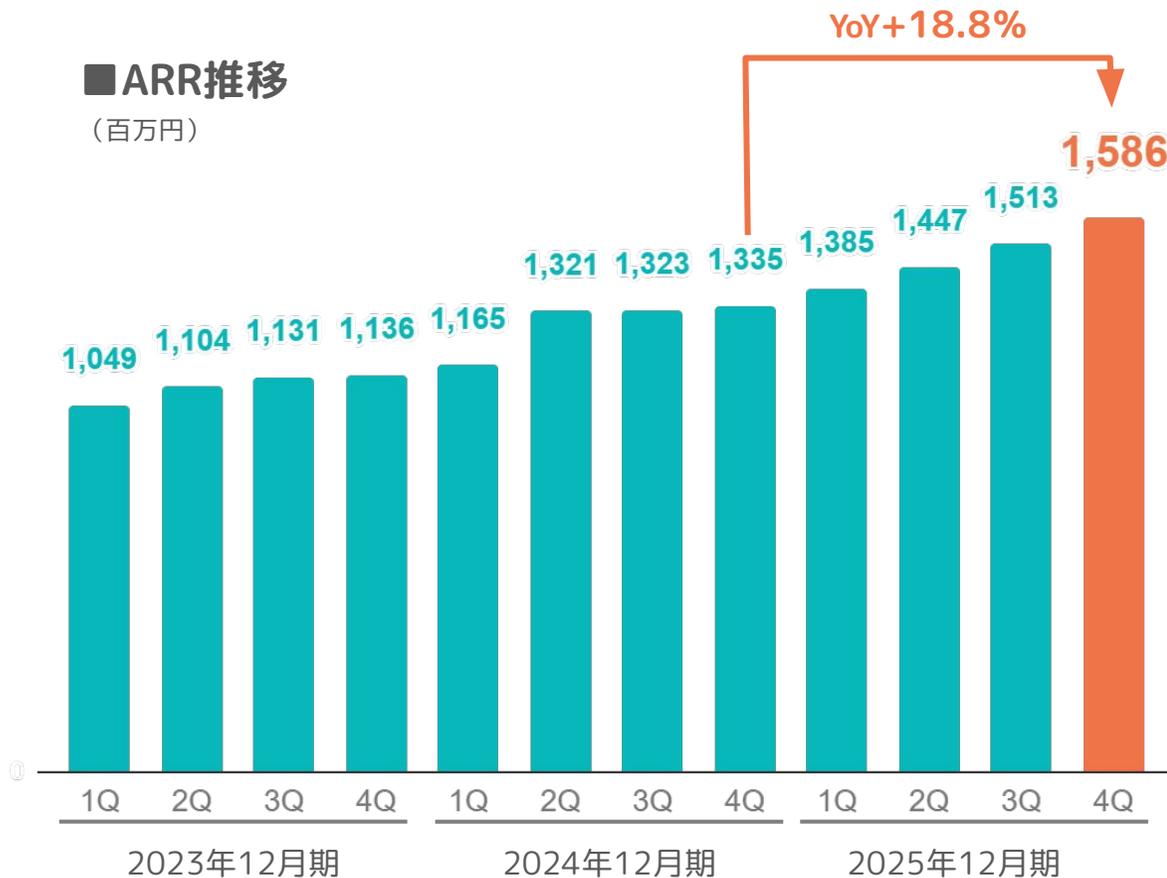
*1. クラウド有償アカウント数、旧レンタルサービス及びパッケージ製品におけるサポートの店舗数の合計。

ARR*1は前年比18.8%増と、前年の成長率17.5%増を上回り加速。既存・新規の両輪で収益を拡大

- 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251百万円（YoY+18.8%）増加。
- 前四半期比では、既存ユーザーのアップセル及び新サービス「DeCM-PF」「WLMS」が収益に寄与し始め、ARRが73百万円（QoQ+4.9%）増加。

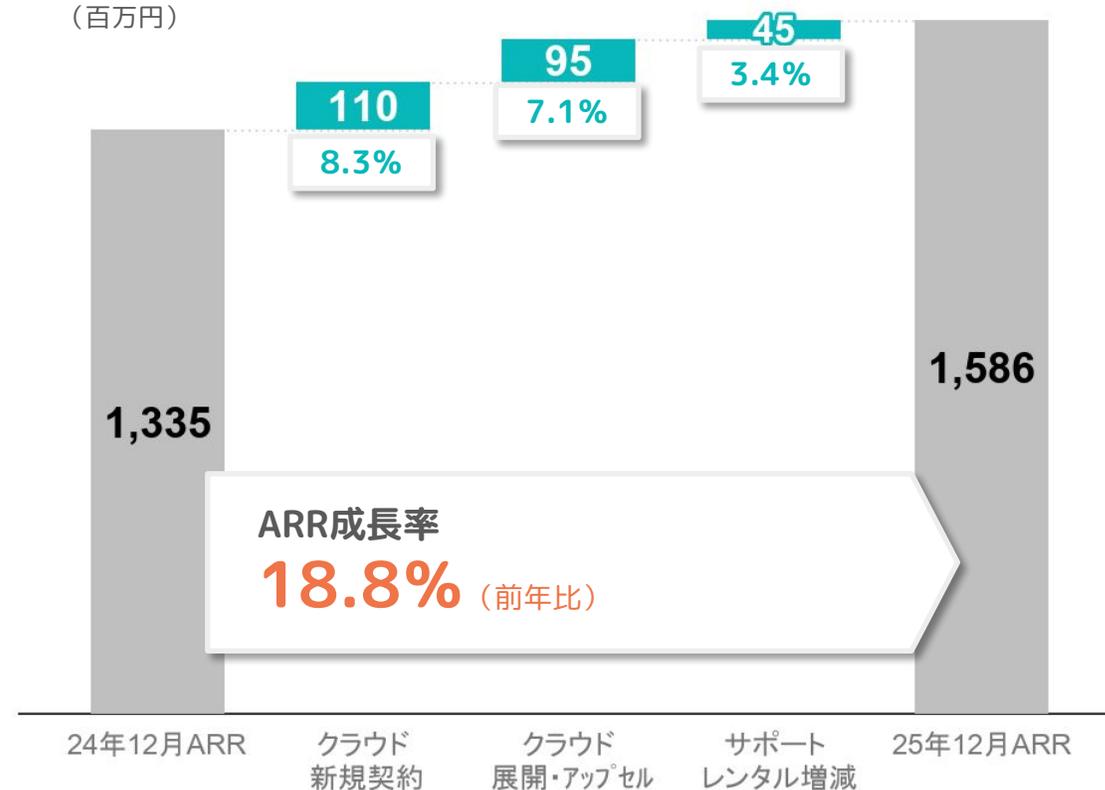
■ARR推移

（百万円）



■ARR増減要因

（百万円）

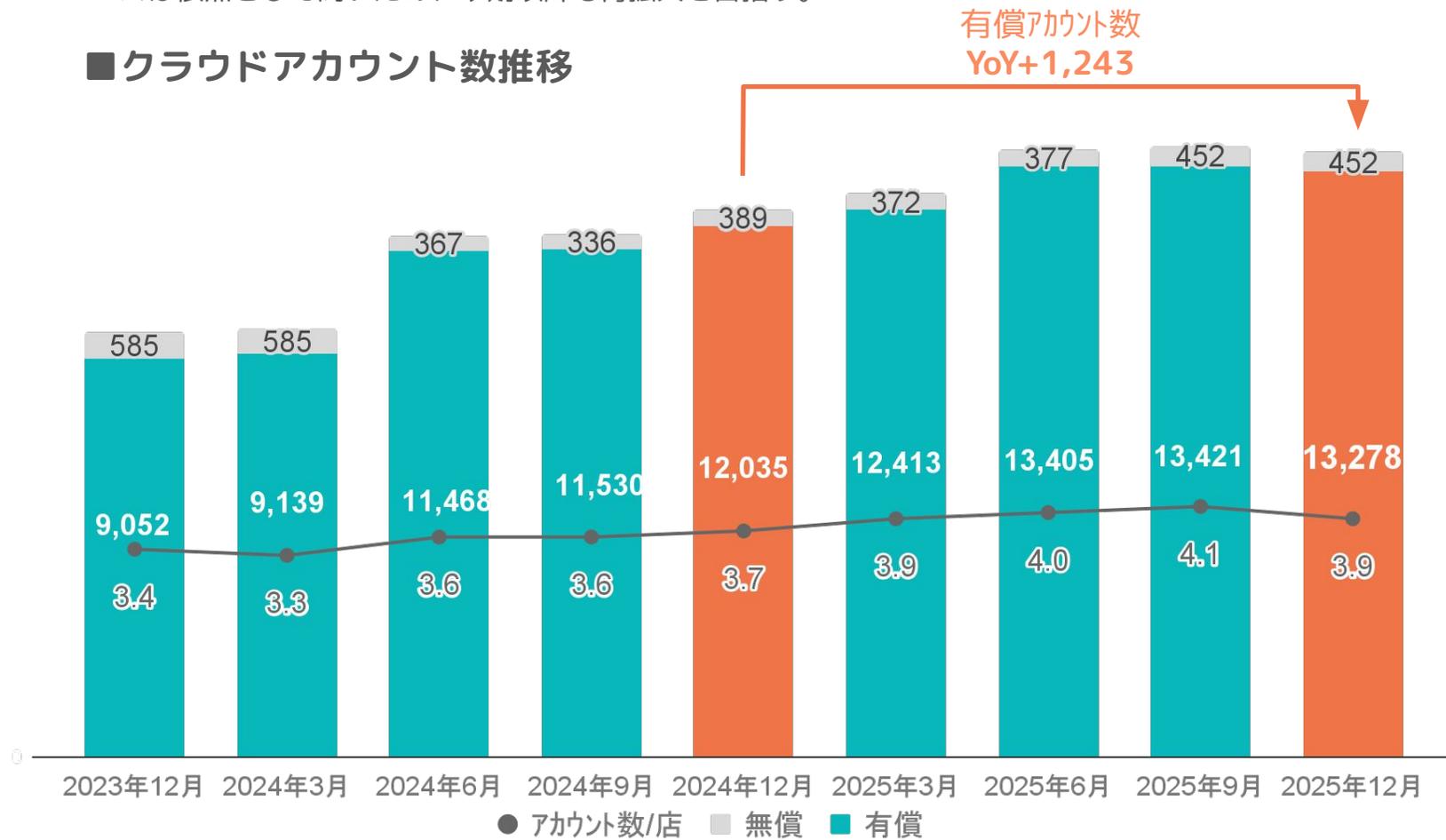


*1. Annual Recurring Revenueの略語。2025年12月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）。

既存顧客の深耕により1店舗あたりアカウント数が向上。一時的な企業統合影響を除き、利用拡大を維持

- 2025年2Qに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13,278 (YoY+1,243)。
- 前四半期比では、既存ユーザーの企業再編に伴う一部サービスの解約により、QoQ△143。
- 既存顧客の深耕により、1店舗あたり有償アカウント数は3.9アカウント (YoY+0.2アカウント)。4Qに上記解約による低下があったものの、複数サービス利用のニーズは依然として高いため、今期以降も再拡大を目指す。

■クラウドアカウント数推移

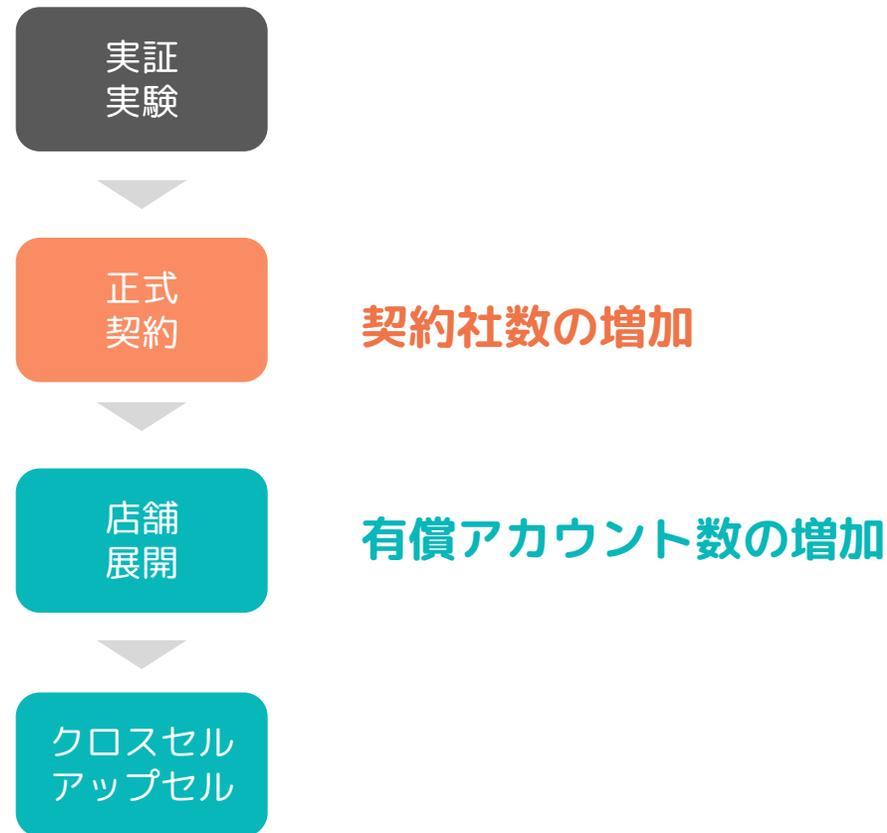
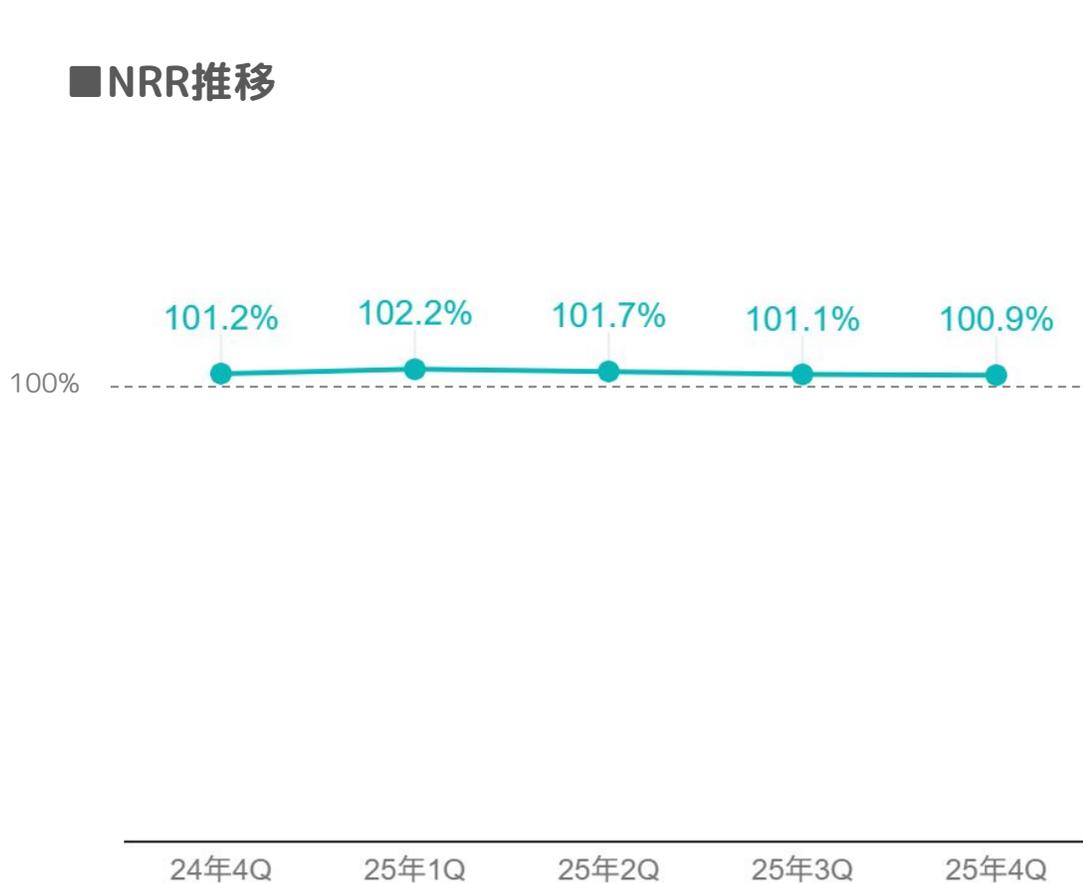


有償アカウント数	13,278 アカウント (YoY+1,243 アカウント)
有償店舗数	3,363 店舗 (YoY+149 店舗)
アカウント数/店舗	3.9 アカウント (YoY+0.2 アカウント)
有償契約社数	63 社 (YoY+4 社)

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%超を維持

- 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。

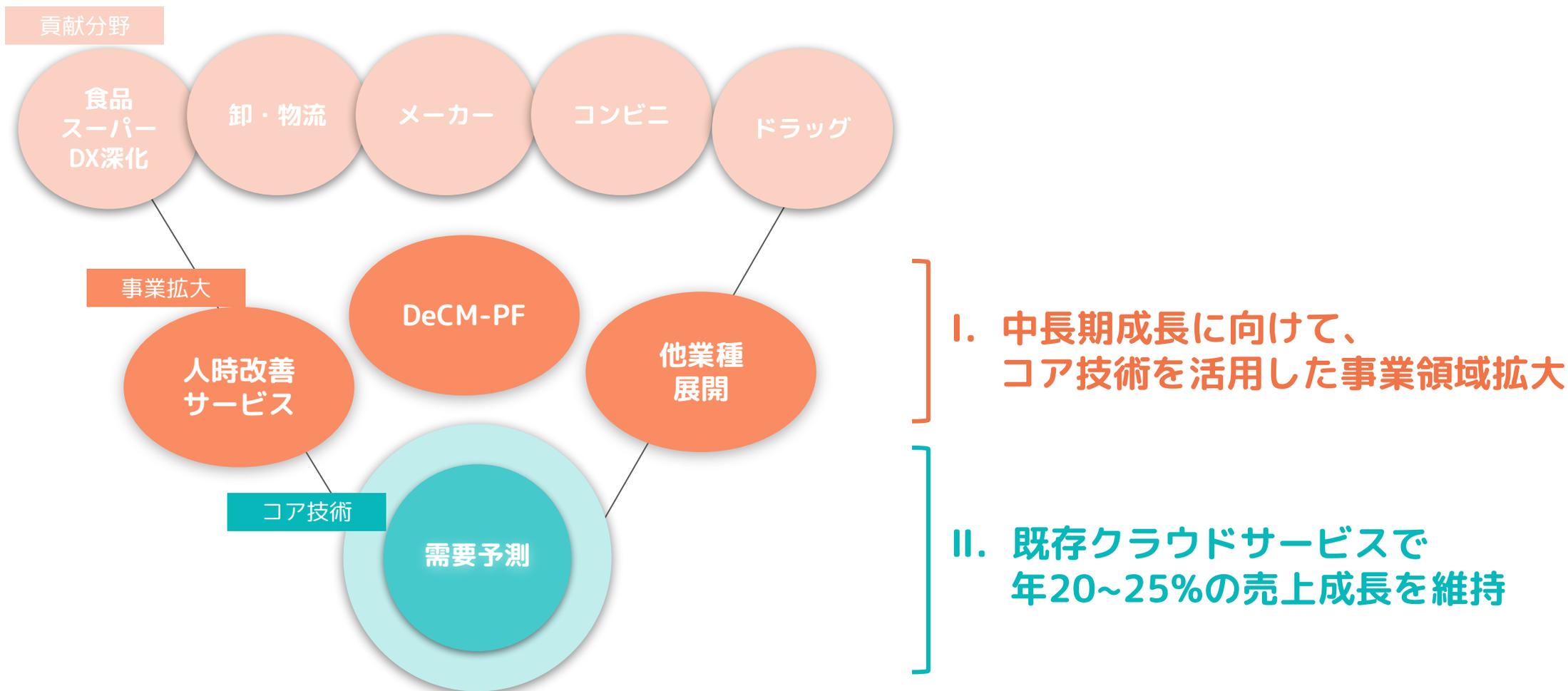
■ NRR推移



*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

2025年度を最終年度とする中期経営方針の概要

- 2025年度を最終年度とする中期経営方針として、サプライチェーン全体での需要予測データ活用を進めた。
- 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へ取り組んだ。



2025年度を最終年度とする中期経営方針実現に向けた、2025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を実行

「DeCM-PF」の構築に向けて、サービスを拡充し目標を達成

- ・ 特売LT*1長期化サービスに加えて、当初計画通りに定番品LT*2長期化サービス、物量コントロールに向けた3つのサービスを拡充。
- ・ 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社を突破し、このサプライヤー網を背景に、小売各社への導入提案を継続。

【小売業向け「DeCM-PF」サービス拡充】

サービス	定番品LT 長期化サービス	物量コントロールの 3つのサービス
2025年 目標	サービスを 実証・収益化	3つのサービスを 実証・収益化
達成状況	達成 	達成 ・ 店舗納品平準化 ・ 店舗発注数量丸め ・ 店舗発注曜日固定

サービス拡充の目標を当初計画通り達成

【参画企業が100社を突破】



【産官学連携の実証プロジェクトを実施】



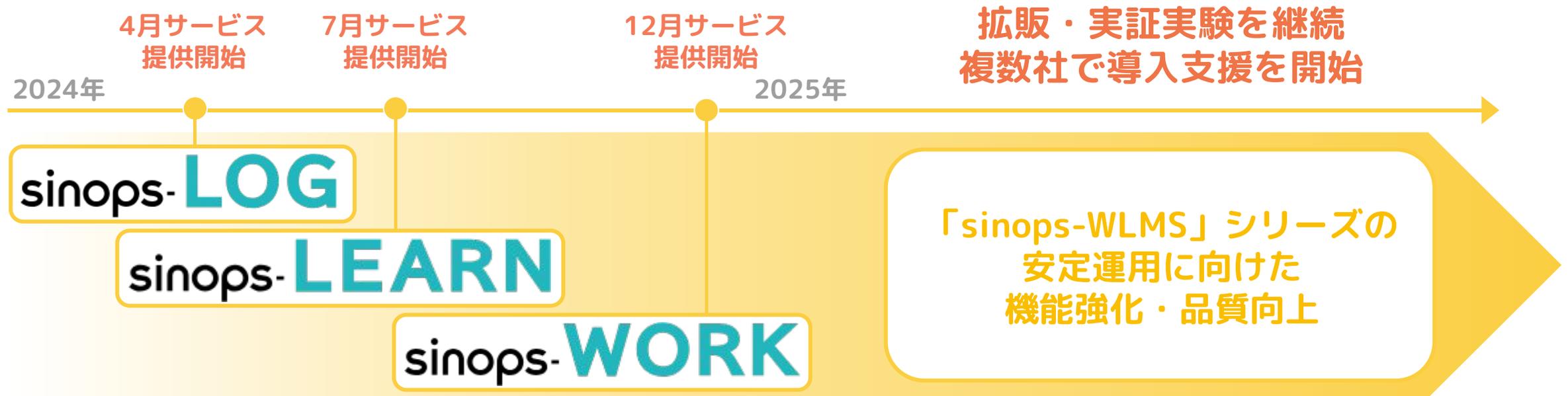


**物流効率化・食ロス削減にむけて実証
2026年3月頃、結果報告予定**

*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。

人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」*1の製品力を強化し、本格収益化を見据えた基盤を構築

- 人的資源最大化AIサービス「sinops-WLMS」シリーズとして、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。2025年は安定運用に向けた機能強化・品質向上を行いながら、拡販を継続。
- 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、着実な導入実績の積み上げを通じて、将来の非連続的な成長に向けて強固な基盤構築の取り組みを進めている。



*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。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。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する。

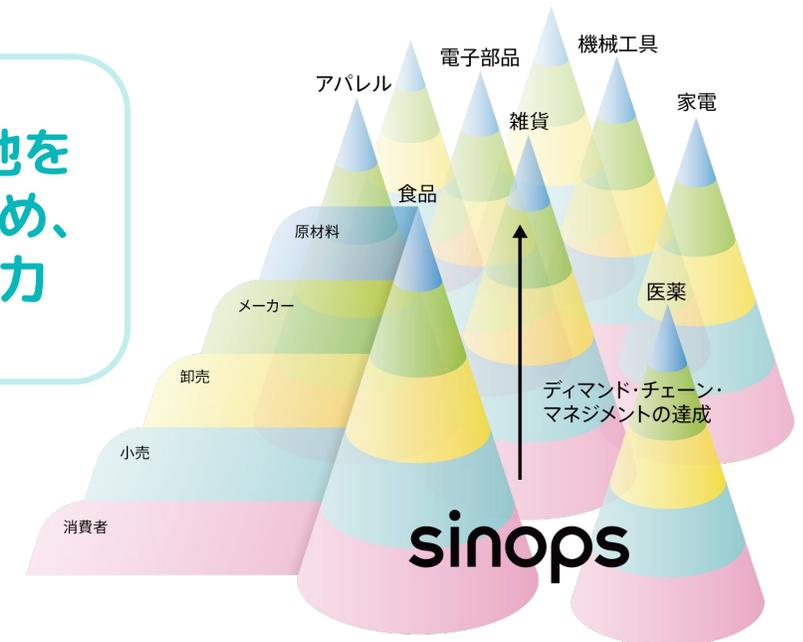
食品領域の展開余地は大きく、自動発注に加えDeCMやWLMSの導入によるクロスセルの成長を優先

- 高い食品スーパーシェア率を活かした、「sinops-CLOUD」の深耕、食品流通業界における「DeCMプラットフォーム戦略」の実現を最優先。
- ドラッグストアやコンビニ等の業種については、引き続き案件の対応は継続するものの、まずは食品領域に注力している。



食品領域の成長余地を最優先で獲得するため、食品スーパーに注力

「sinops-CLOUD」深耕 「DeCM-PF」等の新事業



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（導入サービス数）が前年比0.2アカウント増の3.9アカウントまで増加。多いユーザーでは1店舗あたり10アカウントが導入中。
- 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。

■月次クラウド売上高の構成



導入サービス数の最大化によりクラウド売上高を拡大

*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。

*3. 円グラフは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

■「sinops-**CLOUD** FoodCAS」リリース（2025年4月）

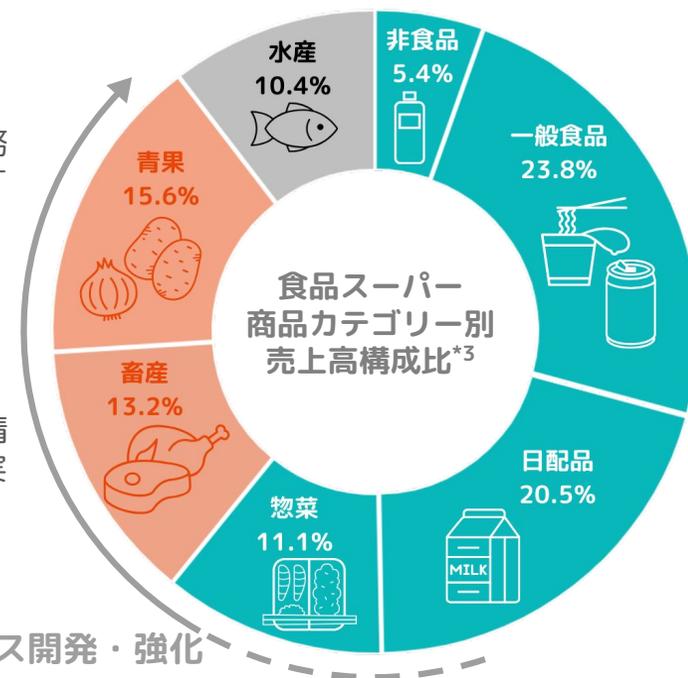
T-Must社と提携・サービス開発。専任担当がいなくても法令に準じた食品表示ラベルを店舗の裁量で正確に作成でき、原材料・栄養素計算、ラベル作成時間の削減にも貢献。

■**青果**実証実験の効果を発表（2025年7月）

四国青果物流通合理化協議会へ参画。農水省の補助事業に採択され、青果の発注業務効率化、食品ロス削減、物流負荷軽減を目指す実証実験を実施。

■**精肉**実証実験の効果を発表（2026年2月）

農水省の「令和6年度食品ロス削減緊急対策モデル支援事業」に採択され、複数社と共同で精肉の食品ロス削減と業務効率化を目指す実証実験を実施。



サービス開発・強化

「食品ロス削減ソリューション市場」3年連続シェア1位を獲得

- 株式会社富士キメラ総研が2025年12月16日に発刊した調査レポート内「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（2024年度実績）を獲得。2022年度の調査開始以来、3年連続の獲得。
- 小売業向けのsinopsの「食品ロス削減ソリューション市場」シェアは34%とされ、前年調査時よりも0.9pt増加しており、顧客満足度向上および経営基盤の強化が結実している。



The advertisement features a central image of a smartphone, a tablet, and a laptop displaying the sinops-CLOUD interface. A cartoon character with glasses and a white body is pointing towards the devices. To the right is a large green laurel wreath containing a gold crown at the top. Inside the wreath, the text reads: '2024 食品ロス削減ソリューション市場 国内シェア No.1'. Below the wreath is a green ribbon with the text '需要予測・自動発注 カテゴリ'. At the bottom right, it says '富士キメラ総研 「種別IT投資動向/DX市場の将来展望 2026年版 IT投資編」 <食品ロス削減ソリューション・2024年度・小売業向け金額>'.

sinops-CLOUD

在庫も発注も予測も、これひとつで。

2024
食品ロス削減
ソリューション市場
国内シェア
No.1
需要予測・自動発注 カテゴリ
富士キメラ総研
「種別IT投資動向/DX市場の将来展望 2026年版 IT投資編」
<食品ロス削減ソリューション・2024年度・小売業向け金額>

今後の成長戦略

中期経営方針（2026年～2028年）

方針

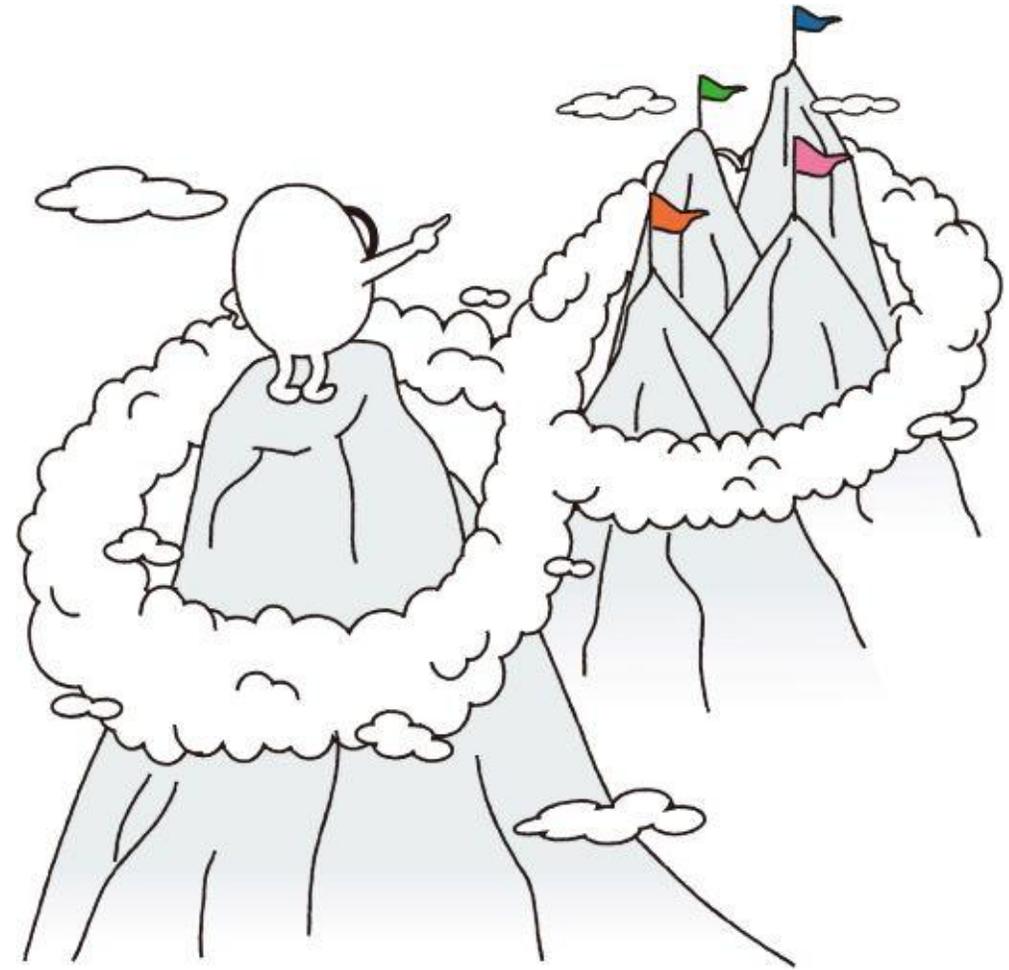
「既存事業の成長」に加え
「DeCM」と「WLMS」に注力し
成長加速の核とする

既存事業

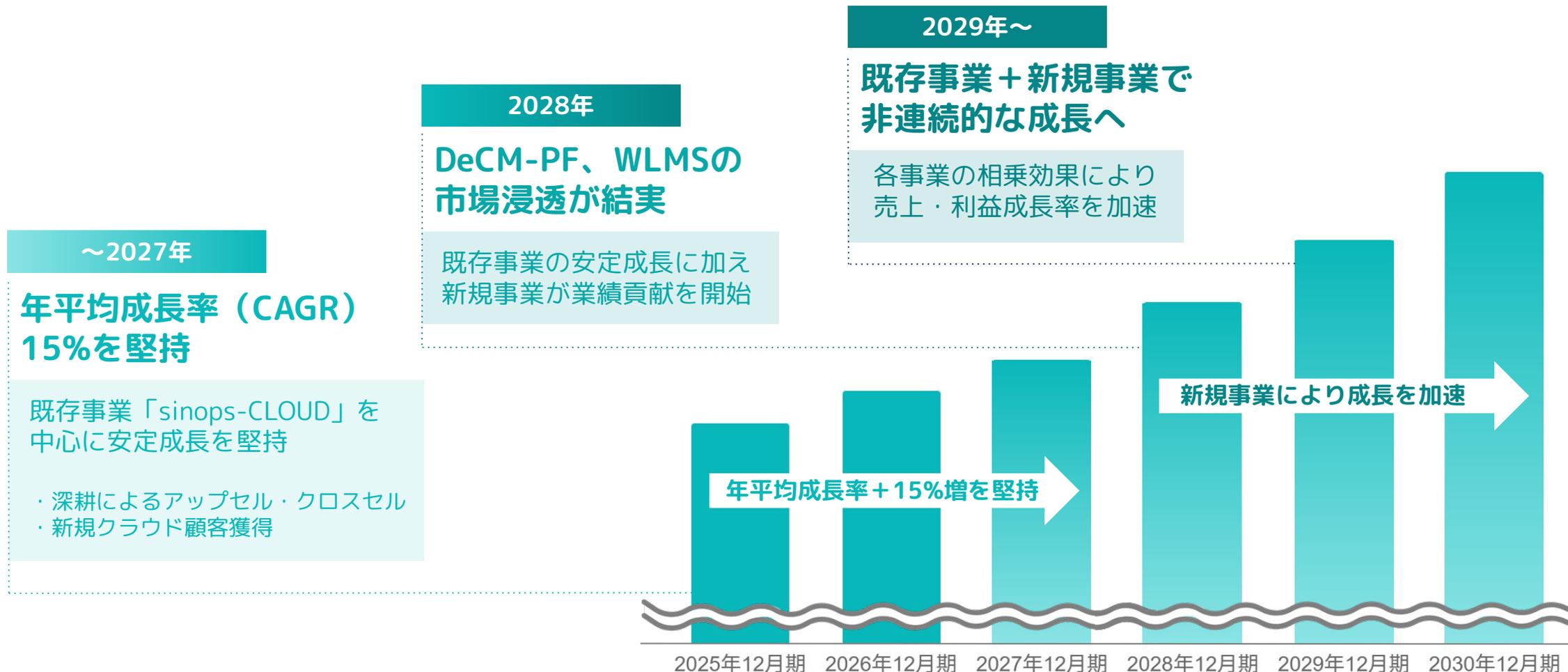
年 **15%** 売上成長維持

新規事業

2028年から
大きく売上貢献開始



既存事業の安定成長をベースに、新規事業による2028年以降の成長スピード加速を目指す



中期経営方針の実現に向けた3つの取り組み

- 中期経営方針実現のため、1. ARRへの貢献、2. 生産性の向上、3. 顧客サクセスに取り組む。

1. ARRへの貢献

既存事業の深化により持続的成長
新規事業の構築：「DeCM-PF」「sinops-WLMS」

2. 生産性の向上

組織拡大中も1人当たり生産性を維持

3. 顧客サクセス

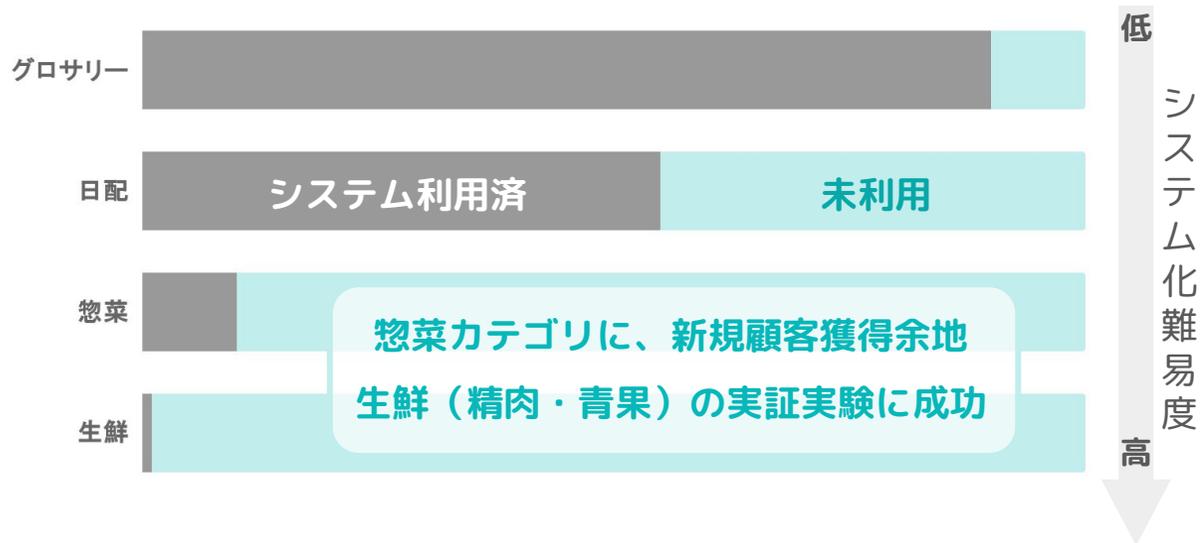
現場起点で本質的課題を解決し、関係深耕による提供価値を拡大

年平均成長率15%達成にむけた、既存事業の深化

- 食品スーパーにおける需要予測・自動発注の利用度は発注カテゴリごとに大きく異なる。利用率の低い惣菜カテゴリや、システム化の難易度が高い生鮮カテゴリが新規顧客の獲得を牽引する分野となる。
- 足下の既存顧客の1店舗あたりサービス数は、平均3.9サービス。導入が進む顧客では最大で10サービスを利用している。

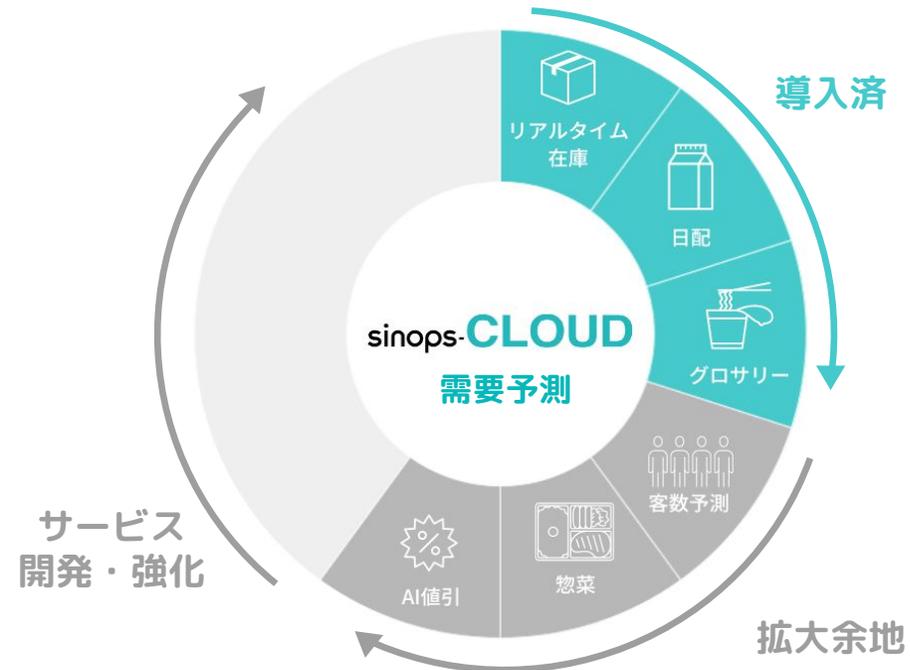
【新規顧客獲得】

■食品スーパーの発注カテゴリごとの 需要予測・自動発注利用状況*1



【既存顧客深耕】

■店舗あたりサービス数の拡大



*1. 当社営業活動に基づく市場調査より算出した、市場浸透率の推計値

「DeCM-PF」の構築に向けて、サービス拡張・プラットフォーム化を進める

- ・ 2026年は伊藤忠商事社と連携し「DeCM-PF」のサービス拡張・プラットフォーム化を推進する。短期的な売上成長よりも、サービス基盤の確立を優先。
- ・ 当社の目指す「DeCM-PF」は小売業者を中心としたサプライチェーン全体のインフラ構築。製造業者から導入メリットに応じた利用料をいただき、その一部を小売業者に還元するシェアモデルを実施する。プラットフォームが完成すると、他社の追随を許さない競争優位性となる。

～2025年：

- ・ サービス拡張（実証・収益化）
- ・ 参画企業100社突破
- ・ 産官学連携での実証プロジェクト

2026年：

サービス拡張・プラットフォーム化をさらに推進



小売業者を中心としたサプライチェーン全体のインフラとして
当社の需要予測・自動発注システム導入の動機・高い優位性となる

「sinops-WLMS」シリーズの市場浸透と成功事例創出を推進

- 2028年以降の非連続的な売上成長実現に向けて、「sinops-WLMS」シリーズ（「LOG」「WORK」「LEARN」）の市場浸透を進める。
- すでに運用開始している先行導入数社における実績をベースに、導入支援ノウハウ・製品ブラッシュアップを推進。「人的資源の最大化」の圧倒的な成功事例を創出し、2028年度以降の本格展開に向けた土台を構築する。
- 市場ニーズに応え、「WLMS」事業をさらに加速させるべく、2026年1月に新規事業開発部をWLMS推進部に改称。

■市場浸透

導入企業・導入業種拡大
WLMS導入支援の効率化
サービス強化

■圧倒的な成功事例の創出



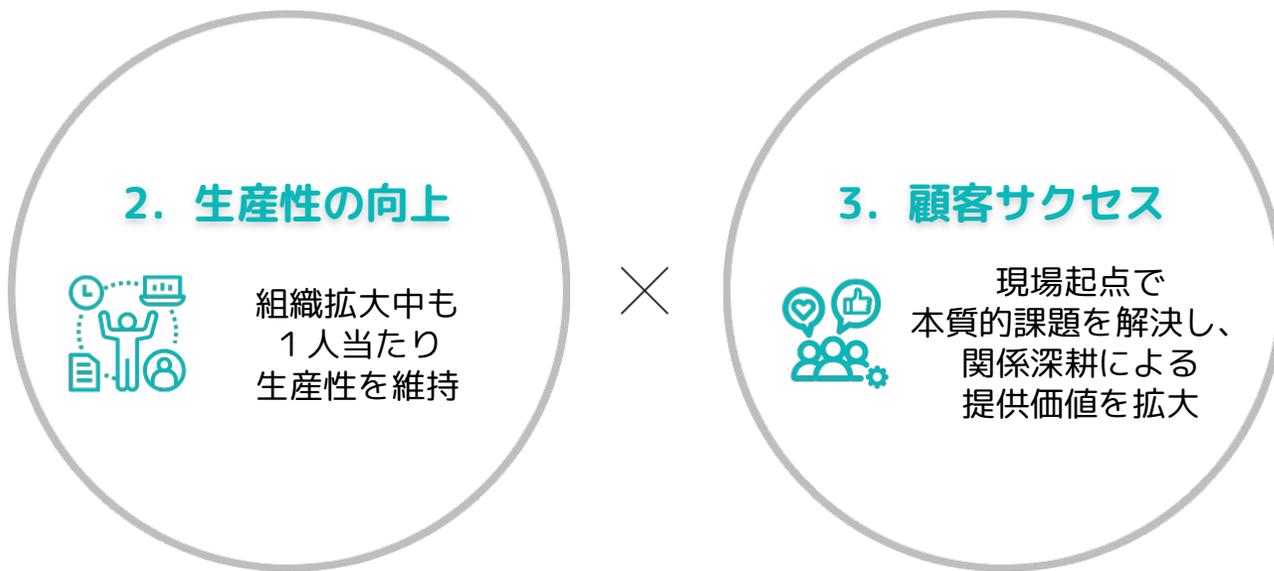
■連携による付加価値向上

人的資源最大化AIサービス
sinops-**WLMS**
×
クラウド型需要予測・自動発注サービス
sinops-**CLOUD**

2026年から新規事業開発部をWLMS推進部に改称し、経営リソースを注力

生産性の向上・顧客サクセスに新体制で取り組む

- ・ 中期経営方針の実効性を高め、事業成長をさらに加速させるべく、2026年1月1日付で新体制に組織変更・人事異動。
- ・ 新体制の下で生産性の向上・顧客サクセスに取り組み、強固な成長基盤を構築する。



中期経営方針の実効性を高めるため、
2026年1月から新組織で稼働



2026年12月期 通期業績見通し

新規事業による将来の成長に向けて、2026年は先行投資を行いながらも増収増益を継続する

- 2026年12月期の売上高は2,344百万円（YoY+14.9%）、営業利益は390百万円（YoY+26.1%）、ストック売上比率は引き続き約70%を計画。
- 既存顧客の深耕により中長期目標である年平均成長率15%水準を維持しつつ、新規事業にリソースを投入する。
- 「DeCM-PF」「WLMS」や経営基盤強化へ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、収益性の改善により売上成長を上回る営業利益成長（YoY+26.1%）を見込んでいる。

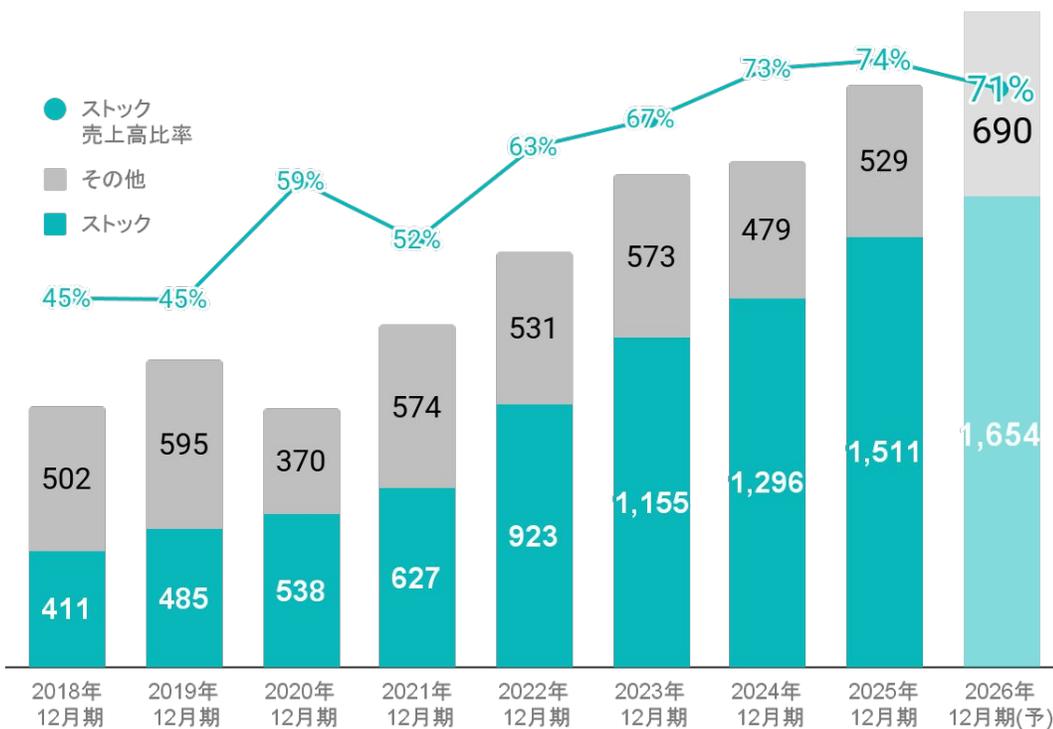
(百万円)	2026年12月期	2025年12月期		
	業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高	2,344	2,040	+303	+14.9%
パッケージ	35	117	△81	△69.9%
導入支援	654	411	+242	+59.0%
サポート	413	399	+13	+3.5%
クラウド	1,240	1,111	+128	+11.6%
営業利益	390 (利益率16.6%)	309 (利益率15.2%)	+80	+26.1%
経常利益	392 (利益率16.7%)	311 (利益率15.3%)	+80	+25.7%
当期純利益	272 (利益率11.6%)	217 (利益率10.6%)	+54	+25.3%

既存顧客の深耕を継続しつつ、顧客再編の可能性を織り込んだARR予想

- 「sinops-CLOUD」のアップセル・クロスセルは引き続き好調であり、サービス導入時に発生する導入支援売上高は前年比59.0%増を見込み、これに伴い全体の売上高は前年比14.9%増の計画としている。
- 一方で、既存ユーザーにおける企業統合等に伴う店舗数の変動やサービスの見直しが発生する可能性を現時点で織り込み、ARRは1,670百万円（YoY+5.3%）。
- 2026年から2027年にかけて「DeCM-PF」「WLMS」等の新規事業の市場浸透を行うことで、ARR成長率の再加速を目指す。

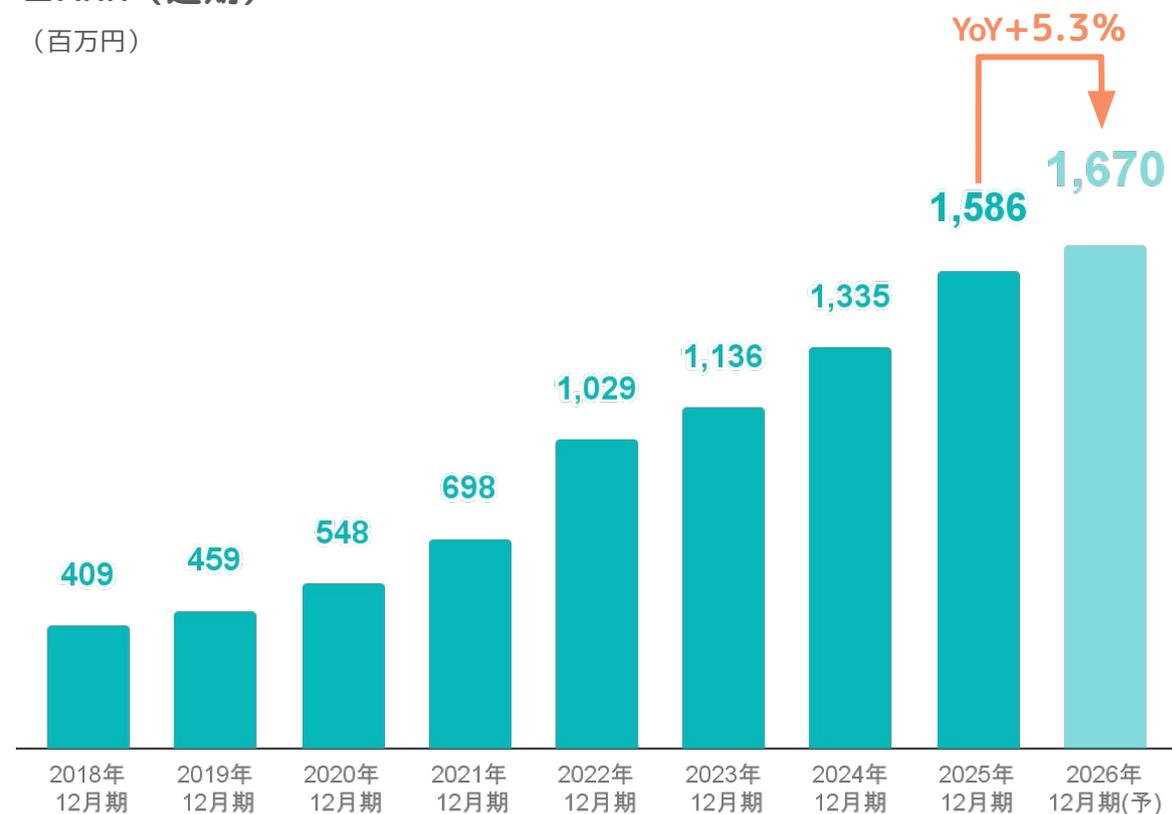
■ストック売上高*1（通期）

（百万円）



■ARR（通期）

（百万円）

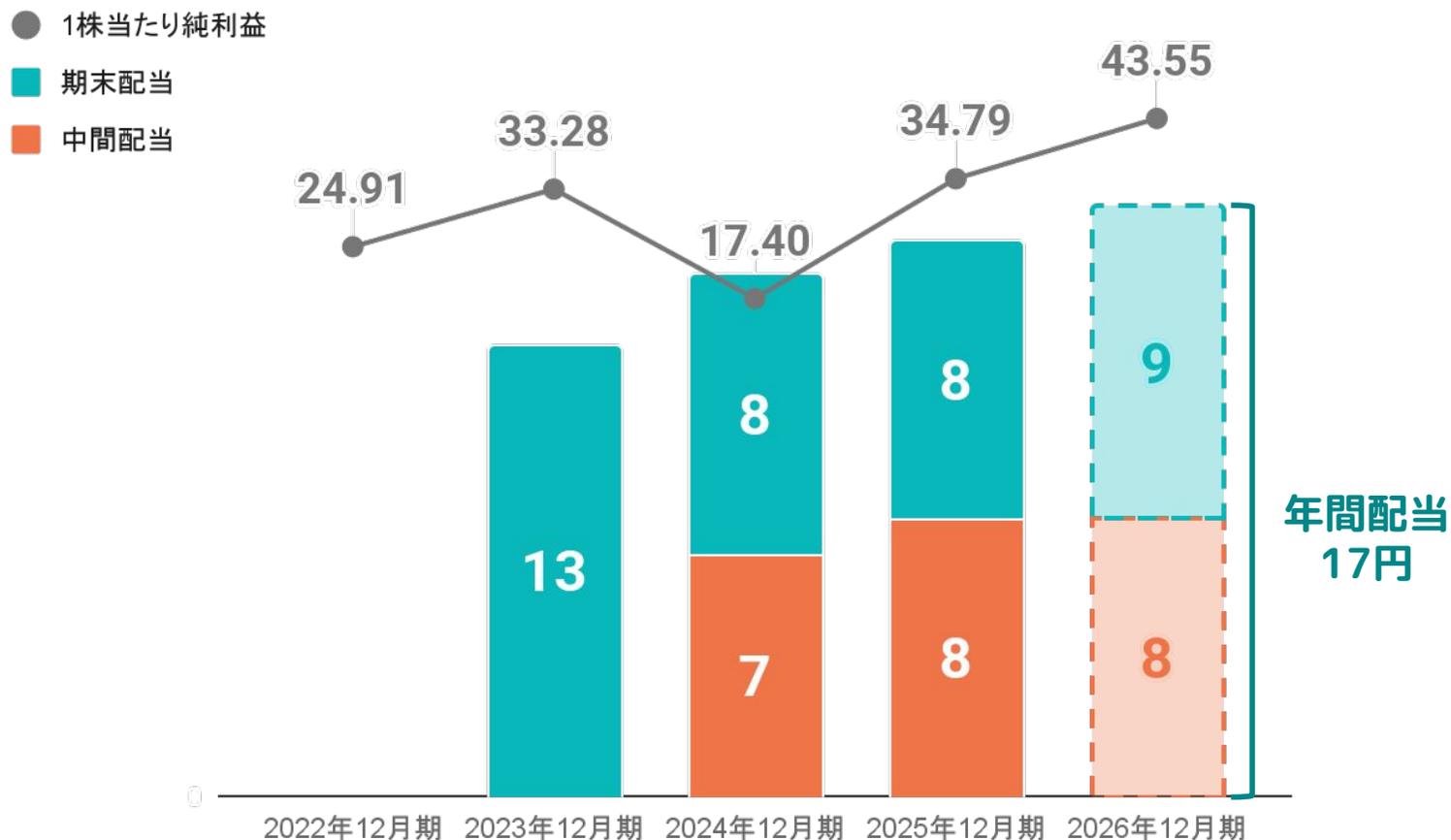


*1. ストック売上高1,654百万円には、サポート・クラウドの単発の作業費用など、フロー収益を一部含む。

株主還元

株主の皆様への利益還元として、4期連続増配を予定

- ・ 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。3期連続で増配し、2026年も増配を予定。
- ・ 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。
- ・ 2025年12月期の1株当たり配当金は、中間配当「8円00銭」・期末配当「8円00銭」で、当初予定通り「16円00銭」。2026年12月期は、「17円00銭」を予定。



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。

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、3年連続シェア1位を獲得。
- 岡山大学の食品ロス削減の取り組み「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 3年連続シェアNo.1



株式会社富士キメラ総研が2025年12月16日に発刊した「業種別IT投資動向／DX市場の将来展望 2026年版 IT投資編」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（2024年度実績）を獲得しました。2022年度の調査開始以来、3年連続となります。

岡山大学の食品ロス削減の取り組みに参画



岡山大学
OKAYAMA UNIVERSITY

岡山大学の食品ロス削減の取り組み「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」認定継続



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2025年に認定されました。

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
流動資産合計	1,145	976	1,878
固定資産合計	1,057	1,188	559
無形固定資産	288	356	338
流動負債合計	430	395	534
固定負債合計	4	4	4
純資産合計	1,767	1,765	1,898

損益計算書

(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期	YoY
売上高	1,728	1,776	2,040	+14.9%
売上原価	874	1,050	1,161	+10.6%
対売上高比率	50.6%	59.1%	56.9%	△2.2pt
売上総利益	854	725	878	+21.0%
売上総利益率	49.4%	40.9%	43.1%	+2.2pt
販売費及び一般管理費	584	571	569	△0.3%
対売上高比率	33.8%	32.1%	27.9%	△4.2pt
営業利益	270	154	309	+99.6%
営業利益率	15.7%	8.7%	15.2%	+6.5pt
経常利益	269	154	311	+101.5%
経常利益率	15.6%	8.7%	15.3%	+6.6pt
当期純利益	206	108	217	+100.5%
当期純利益率	11.9%	6.1%	10.6%	+4.5pt

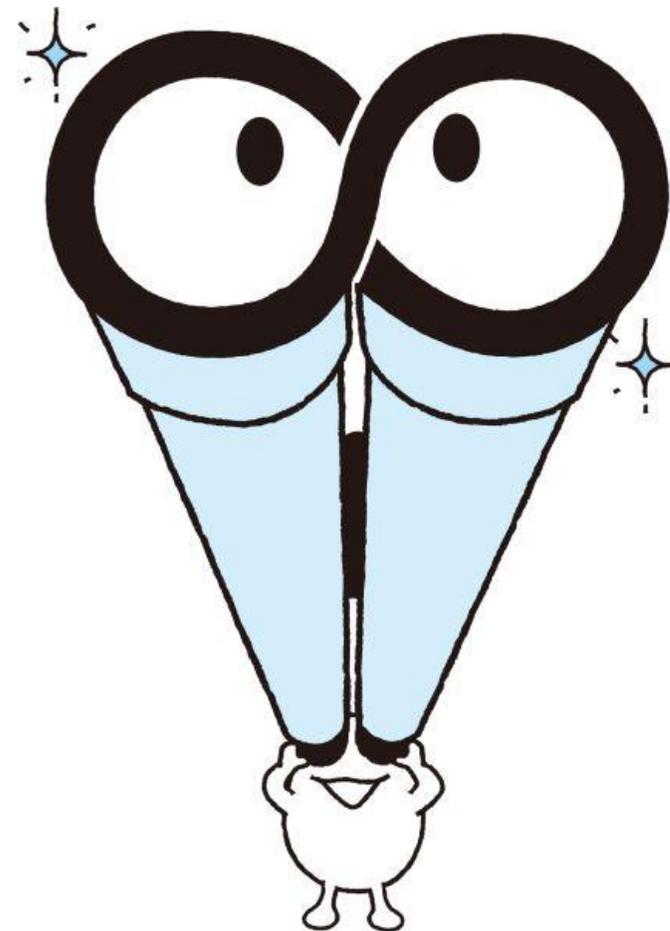
キャッシュフロー計算書

(百万円)	2023年12月期	2024年12月期	2025年12月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	305	115	389
投資活動によるキャッシュ・フロー	△751	△211	△103
財務活動によるキャッシュ・フロー	△24	△122	△100
現金及び現金同等物の増減額	△469	△217	187
現金及び現金同等物の期末残高	830	612	800

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

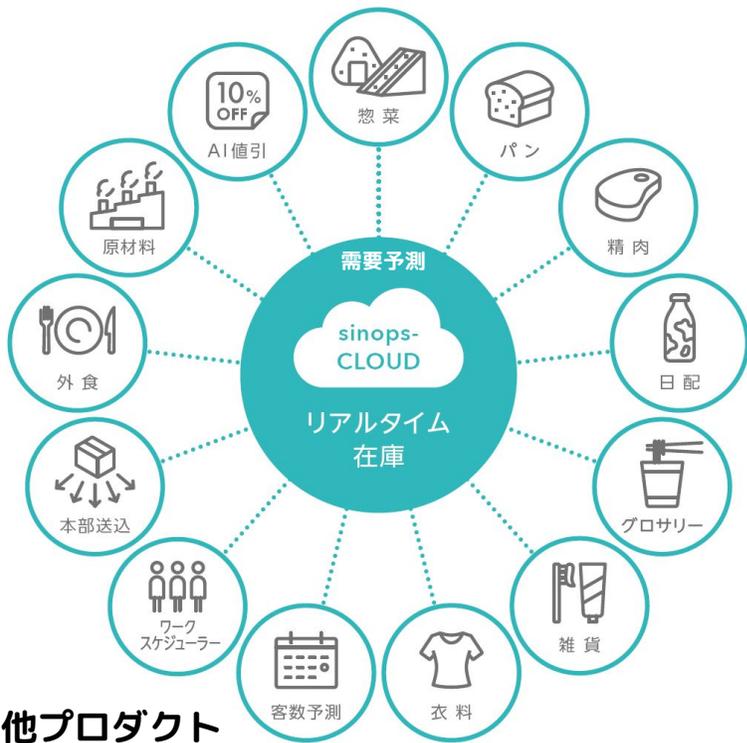
まずは食品業界のDeCM実現。次にその他消費財を扱う様々な業界でDeCMを実現し、DeCMを日本から世界に拡げていきます。



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

伊藤忠商事社と共同で、食品バリューチェーン全体の最適化を目指すプラットフォーム

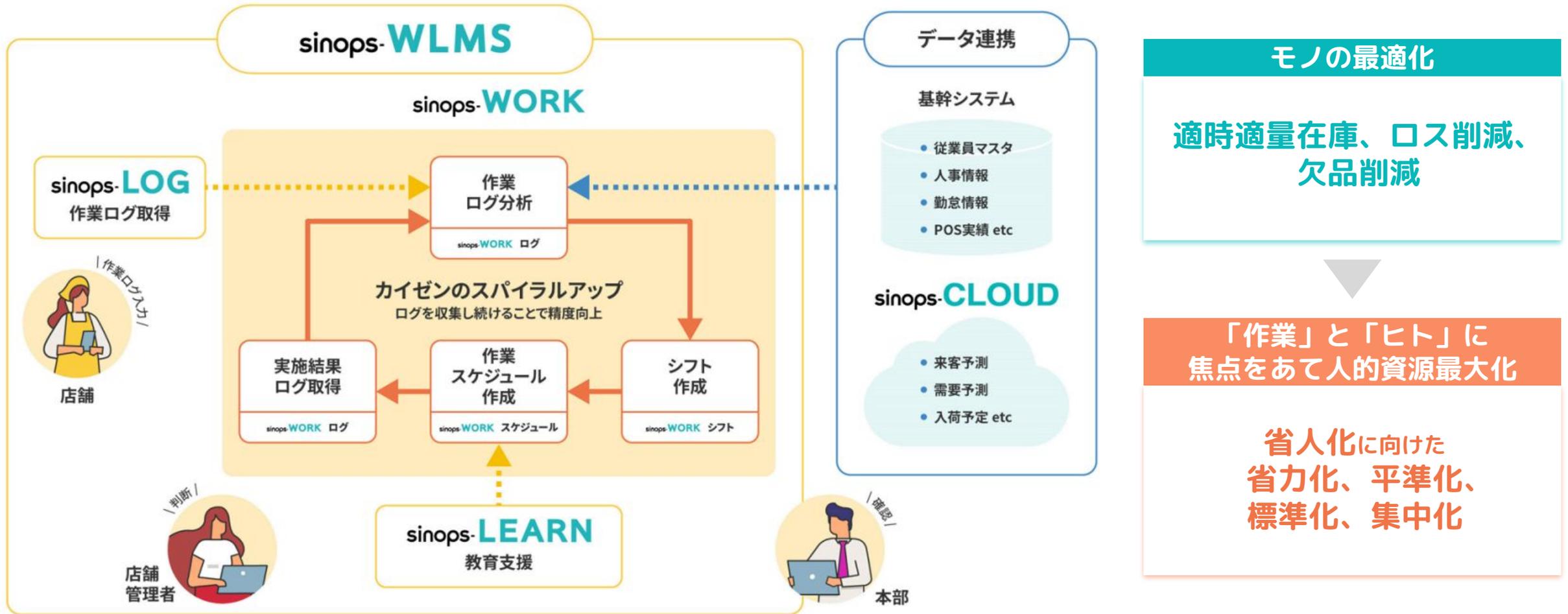
DeCM→PF

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

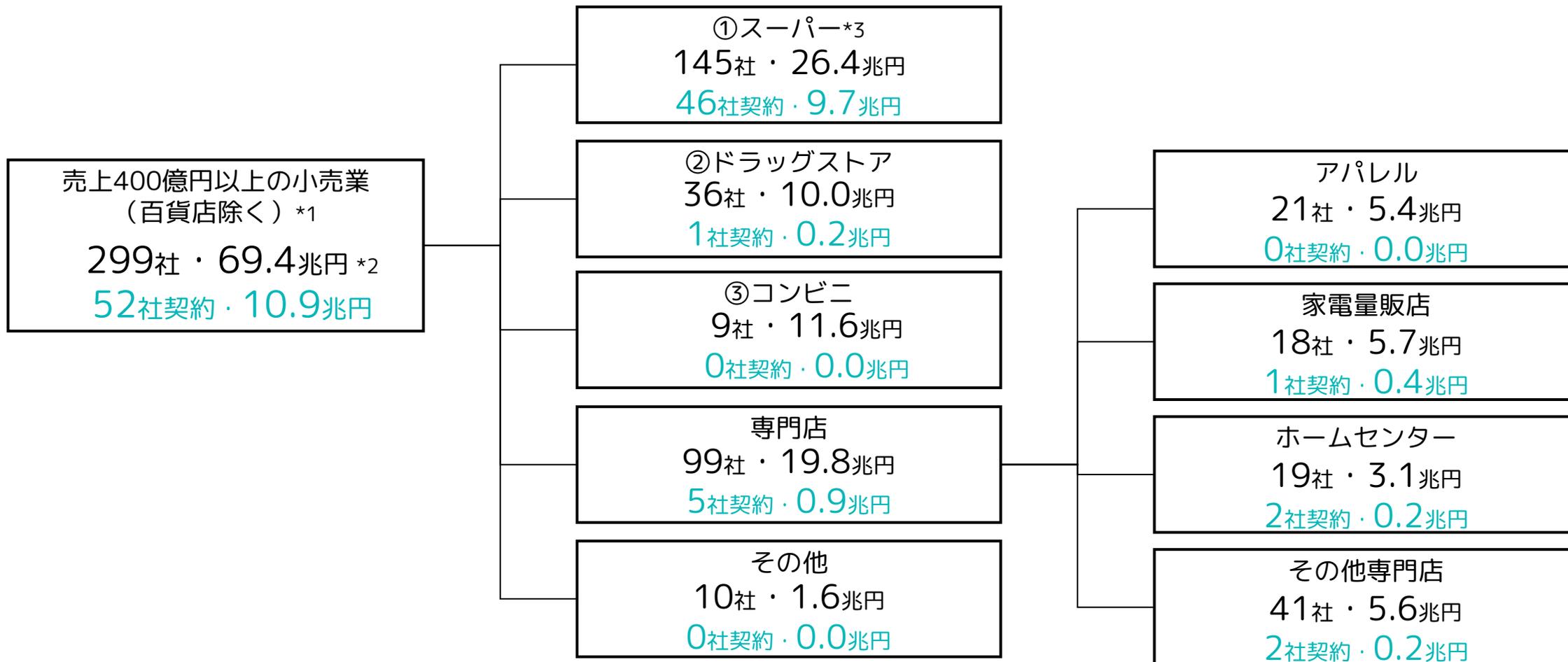
Demand Chain Management-PlatForm



「sinops-WLMS」は、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



売上400億円以上の小売業がsinopsの主要ターゲット

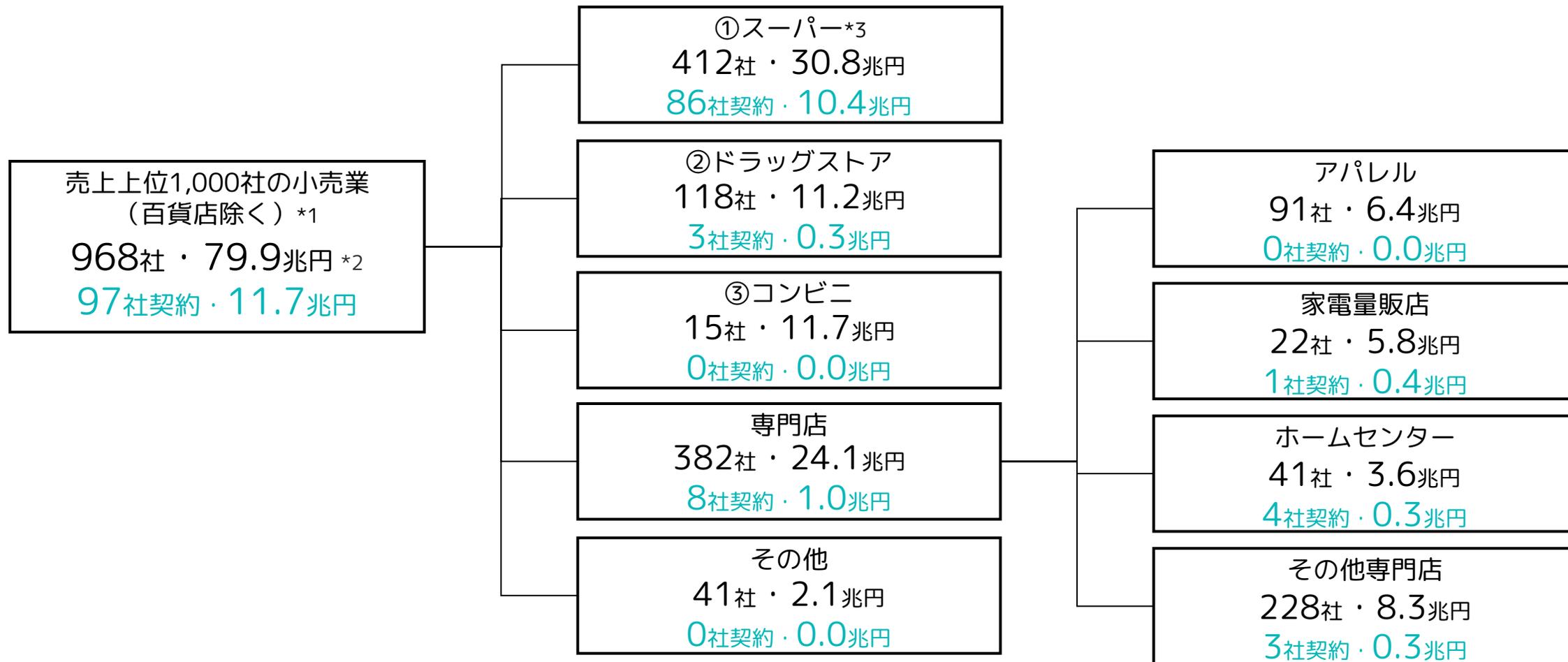


*1. ダイヤモンド社発行「小売業売上高ランキング2024年度版」

*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



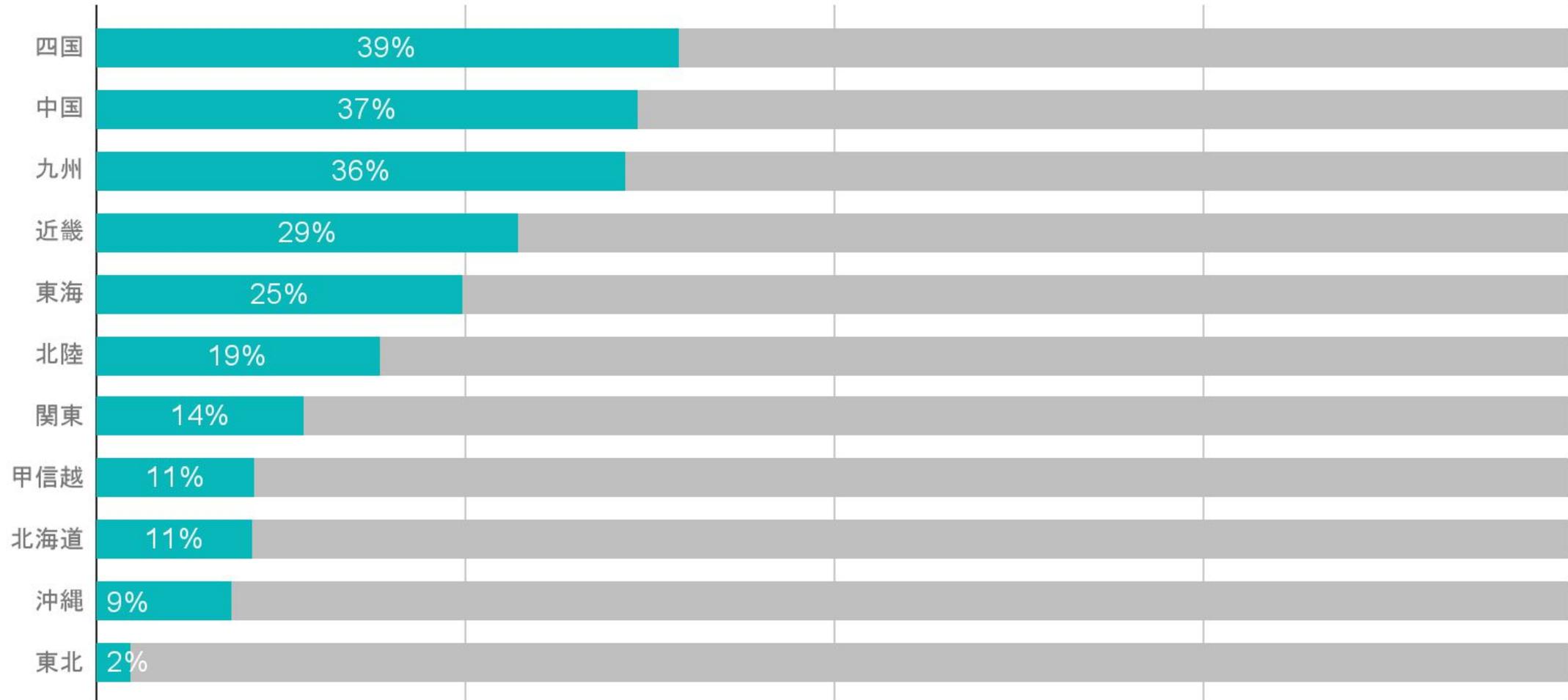
*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2024年度版」。前述の120社との差はランキング対象外企業・小売以外の企業が含まれていない為

*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*1における地域別シェア率

- ・ 四国地方の顧客の本社所在地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に四国のシェアが減少。



*1. 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所在地で集計

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。
- ・ 提供形態はクラウドサービスとパッケージがあり、どちらも導入支援は初期費用として発生。
- ・ ストック収益である「クラウドサービス」の比率を高めることで、顧客あたりの長期的な収益貢献（LTV）を最大化するモデルへ移行。

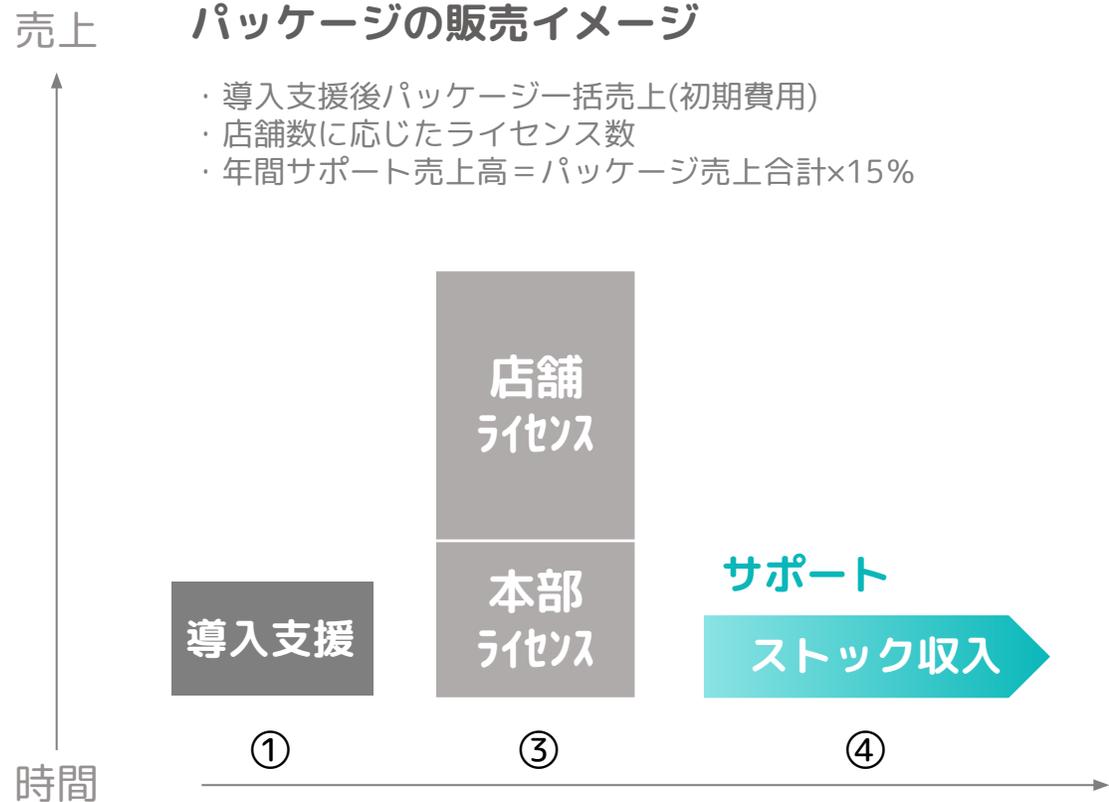
クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



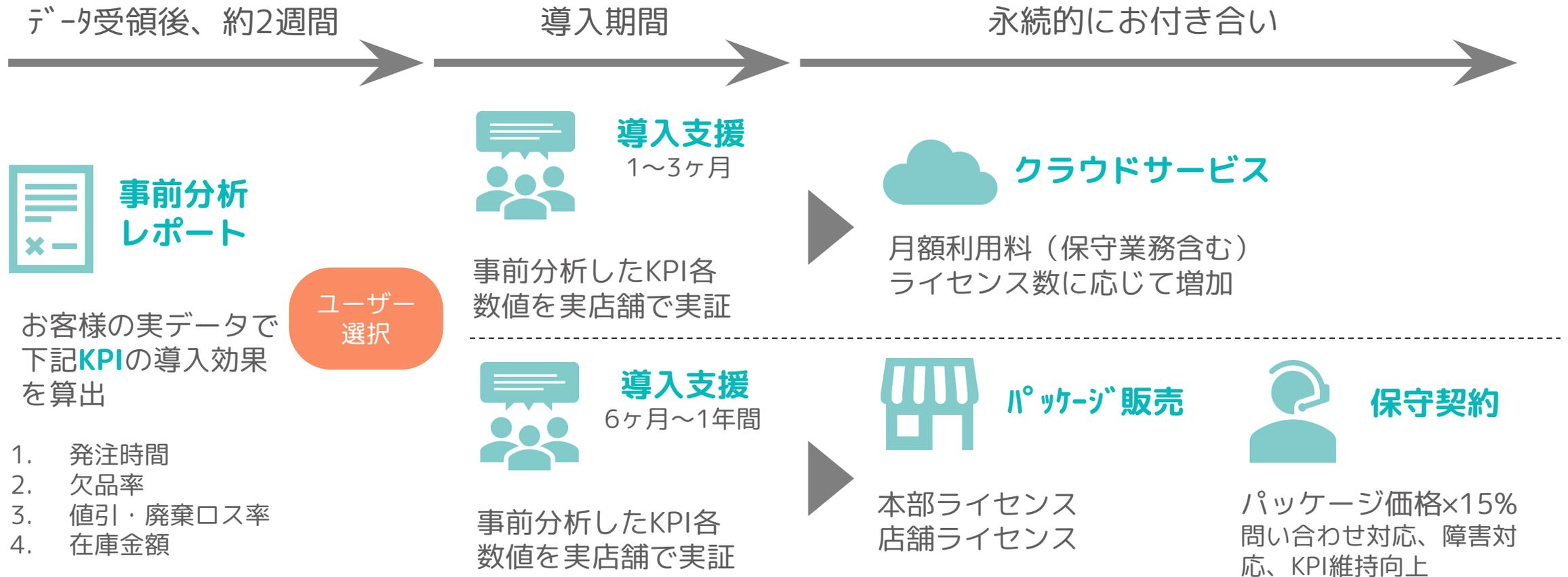
パッケージの販売イメージ

- ・ 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（青果、畜産、水産）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

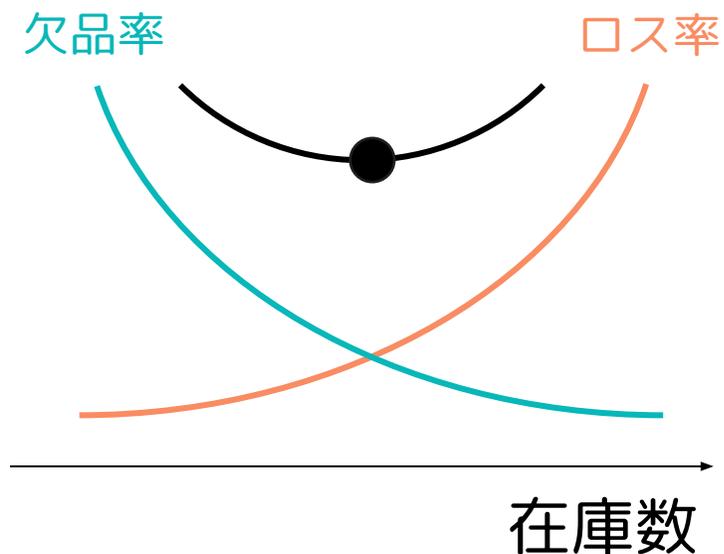


雑貨

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）】

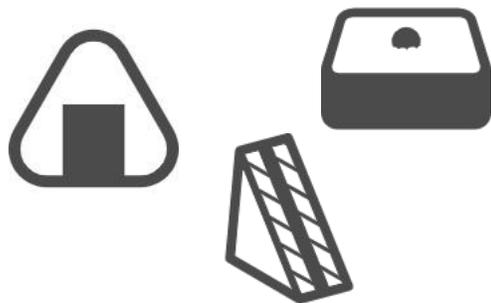
①発注時間	88.0% 削減
②欠品率	34.7% 削減
③値引・廃棄ロス率	19.1% 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合 年300万円/店舗削減</small>
④在庫金額	15.2% 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

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**

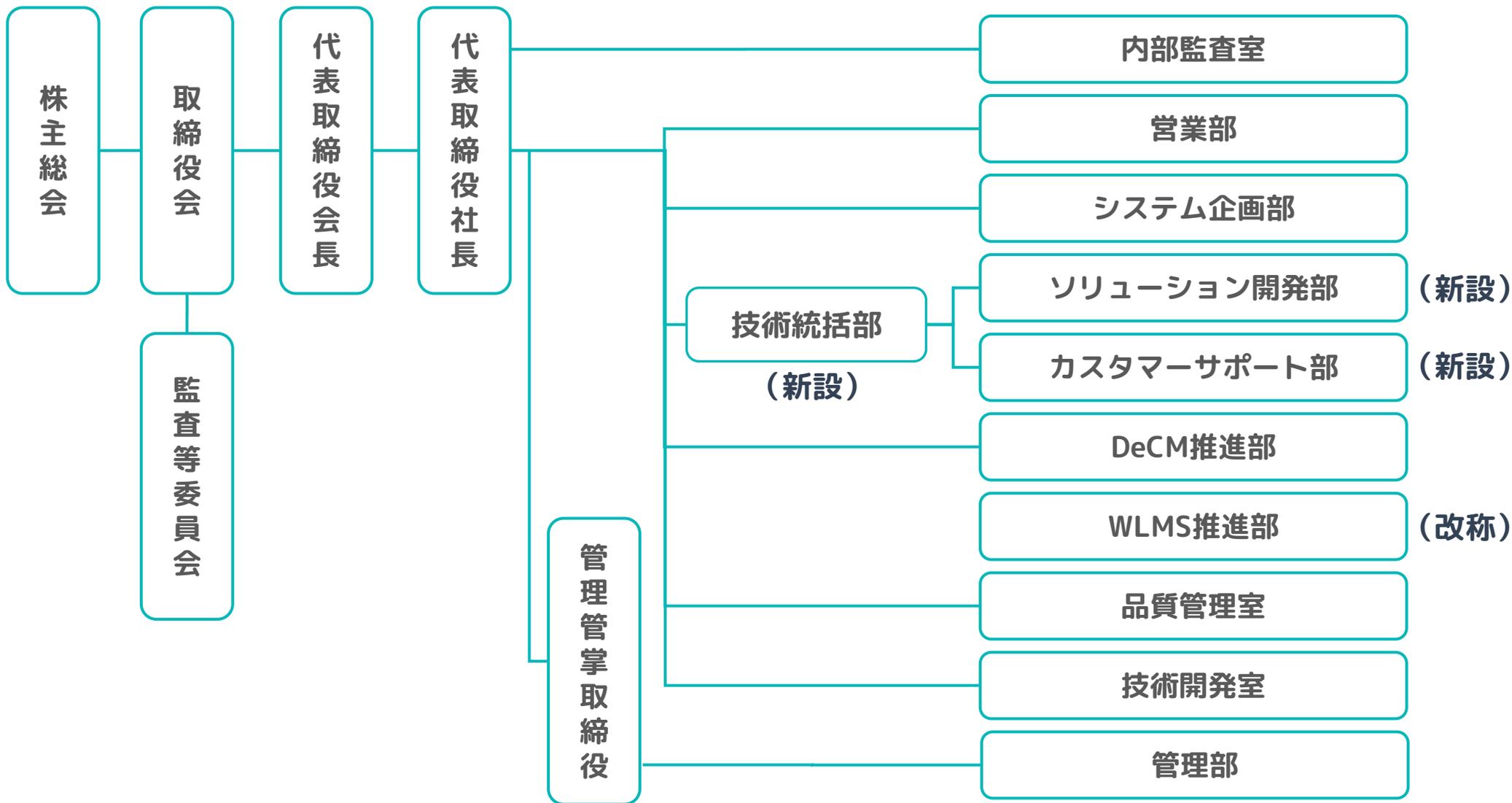
※複数社導入事例の平均

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	110人（2025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/

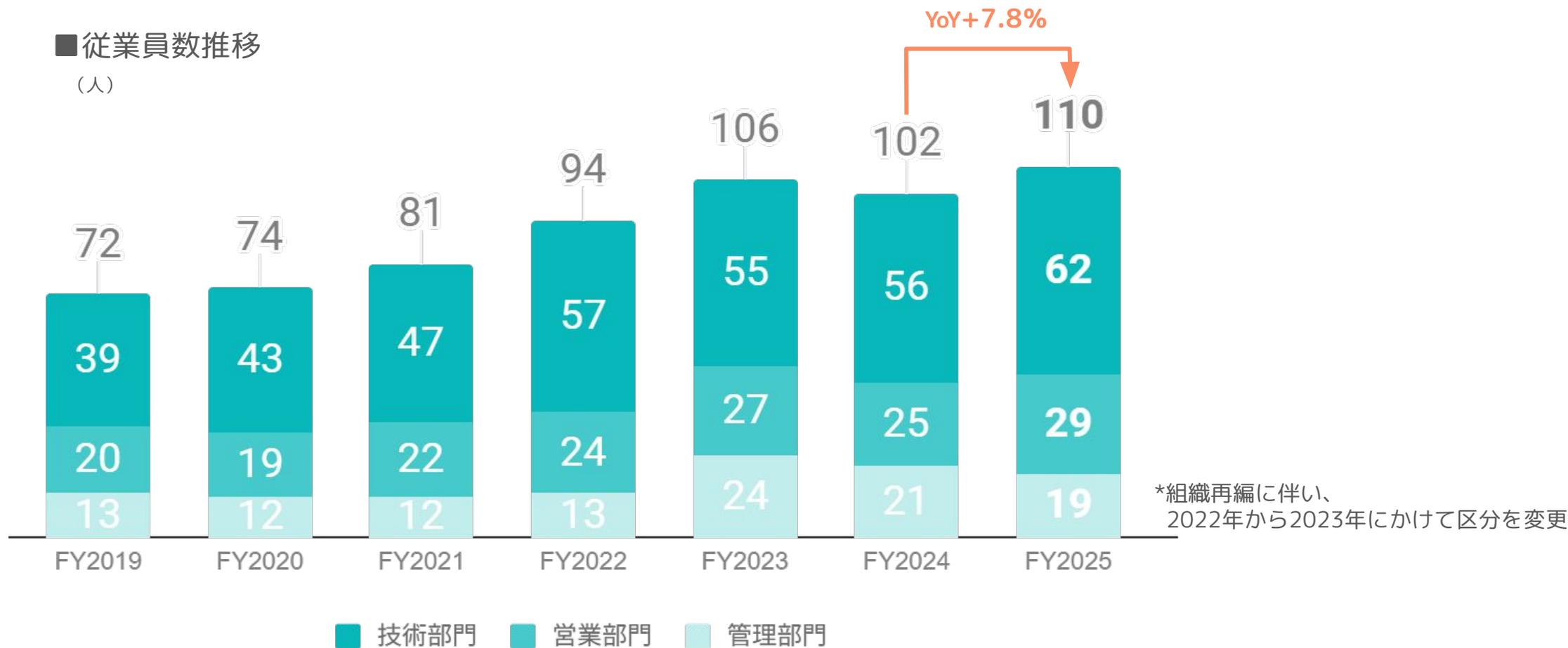


組織体制（2026年1月）



従業員数は前年比8名の純増となり、110名

- 2024年での人員減後、採用を強化し、通期では8名の純増（YoY+7.8%）で、2025年12月時点で110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。



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
2025年4月	食品表示ラベル作成支援サービス 「sinops-CLOUD FoodCAS」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。