



# 2023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）  
2023年8月14日

1. 2023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. ESGに関する取り組み

## Appendix

# 2023年12月期 第2四半期 決算ハイライト

シェア率\*1

**18.8%** (YoY +0.2pt)

契約社数

**106社** (YoY +5社)

クラウド有償店舗数 \*2

**2,552店舗** (QoQ +33店舗、YoY+725店舗)

ARR \*4

**1,168百万円** (QoQ+11.4%、YoY+30.3%)

クラウド有償アカウント数 \*3

**10,014** (QoQ +1,944アカウント、YoY+4,304アカウント)

NRR(クラウド)\*5

**103.4%** (2023年平均) / **106.2%** (2023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。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。2023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

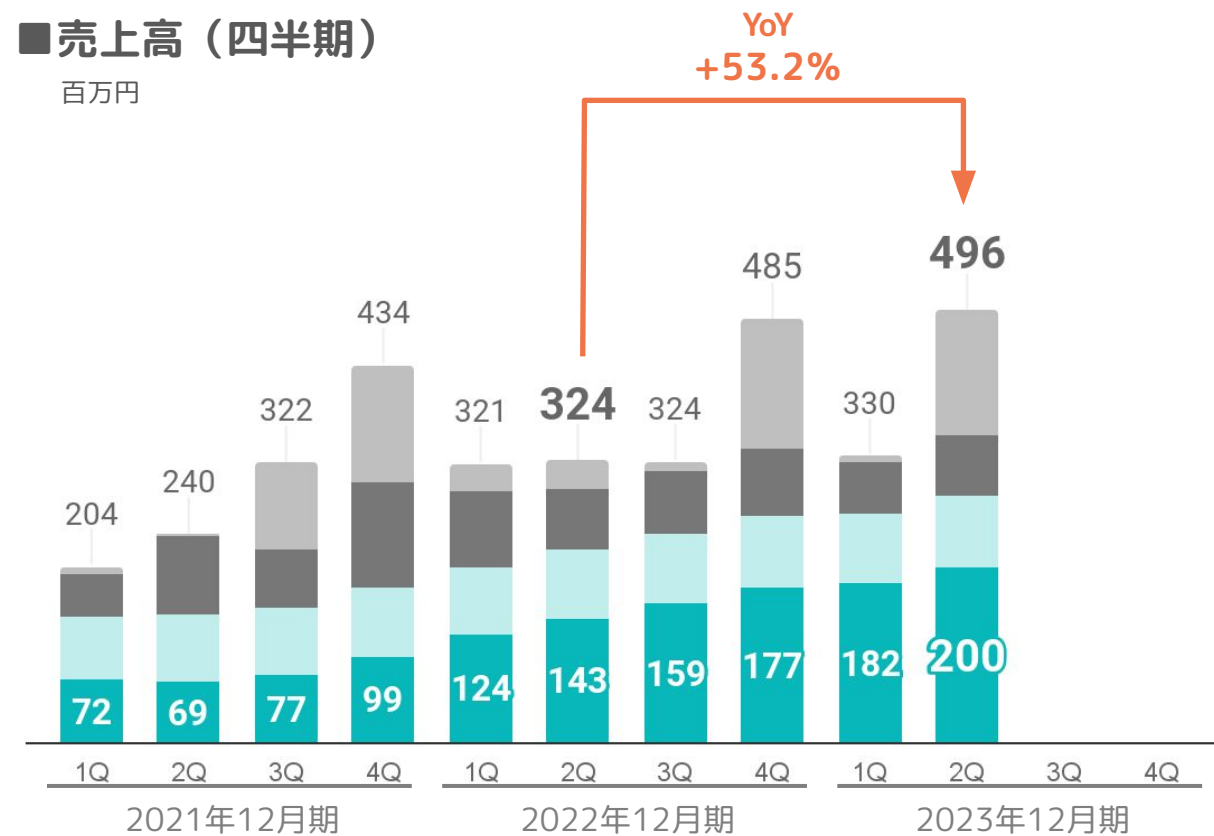
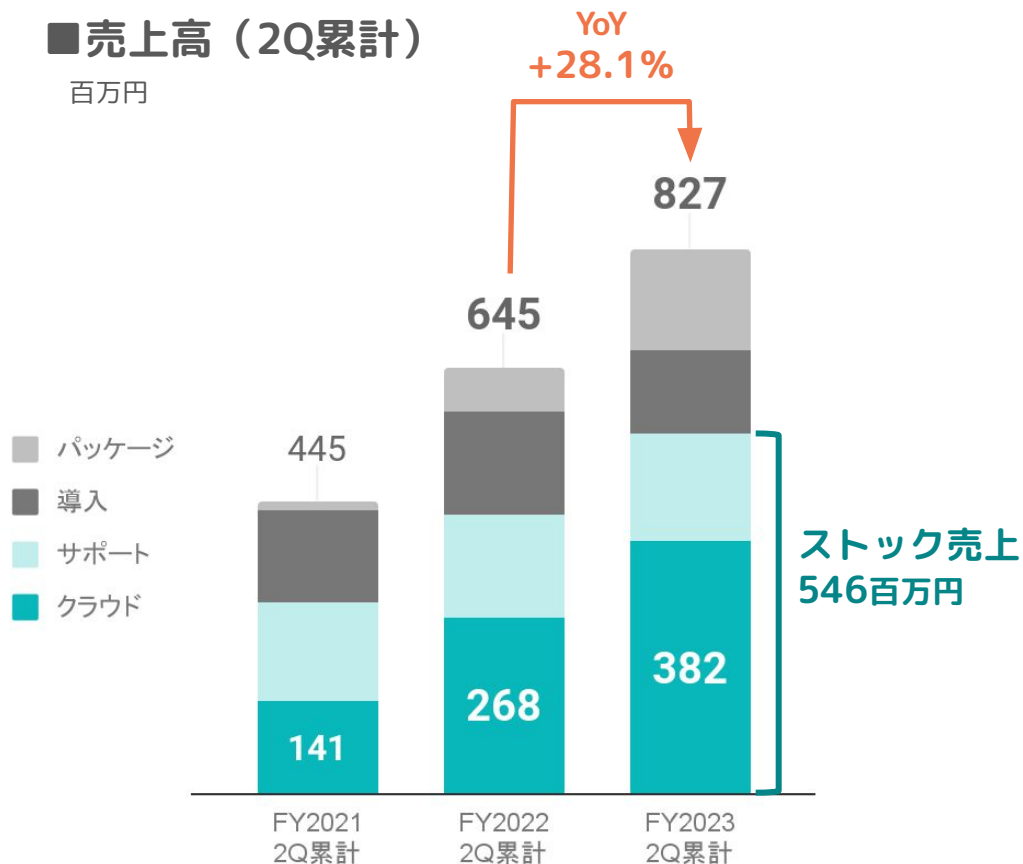
## 売上高827百万円（YoY+28.1%）・経常利益136百万円（YoY+119.5%）

- クラウド売上高が前年比114百万円増（YoY+42.7%増）となり、ARRが堅調に推移したことが主要因で、営業利益は89百万円（YoY+110.6%増）。
- 大型スーパーの受注により、パッケージ売上高が154百万円（YoY+89百万円増、+137.0%増）。

(百万円)	当期 23/12期 2Q実績	2022年12月期			対計画	
		22/12期 2Q実績	増減額	増減率%	23/12期 計画	差異率%
<b>売上高</b>	<b>827</b>	645	+181	+28.1%	1,766	46.8%
パッケージ	<b>154</b>	65	+89	+137.0%	218	70.6%
導入支援	<b>127</b>	157	△30	△19.4%	290	43.8%
サポート	<b>163</b>	155	+8	+5.6%	391	41.9%
クラウド	<b>382</b>	268	+114	+42.7%	866	44.1%
<b>営業利益</b>	<b>137</b> (利益率16.6%)	62 (利益率9.6%)	+74	+120.2%	250 (利益率14.2%)	54.8%
<b>経常利益</b>	<b>136</b> (利益率16.5%)	62 (利益率9.6%)	+74	+119.5%	250 (利益率14.2%)	54.4%
<b>当期純利益</b>	<b>89</b> (利益率10.8%)	42 (利益率6.5%)	+46	+110.6%	161 (利益率9.1%)	55.2%

## 2023年2Q売上高は、前年同期比28.1%増の827百万円。ストック売上比率は66.0%

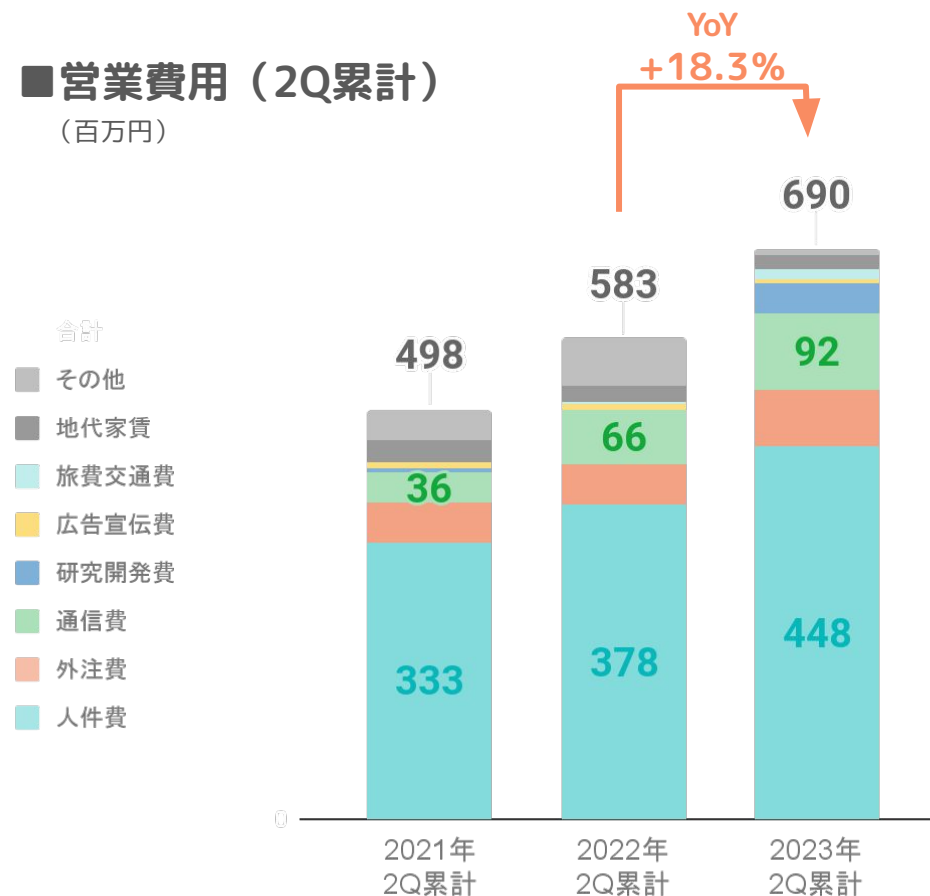
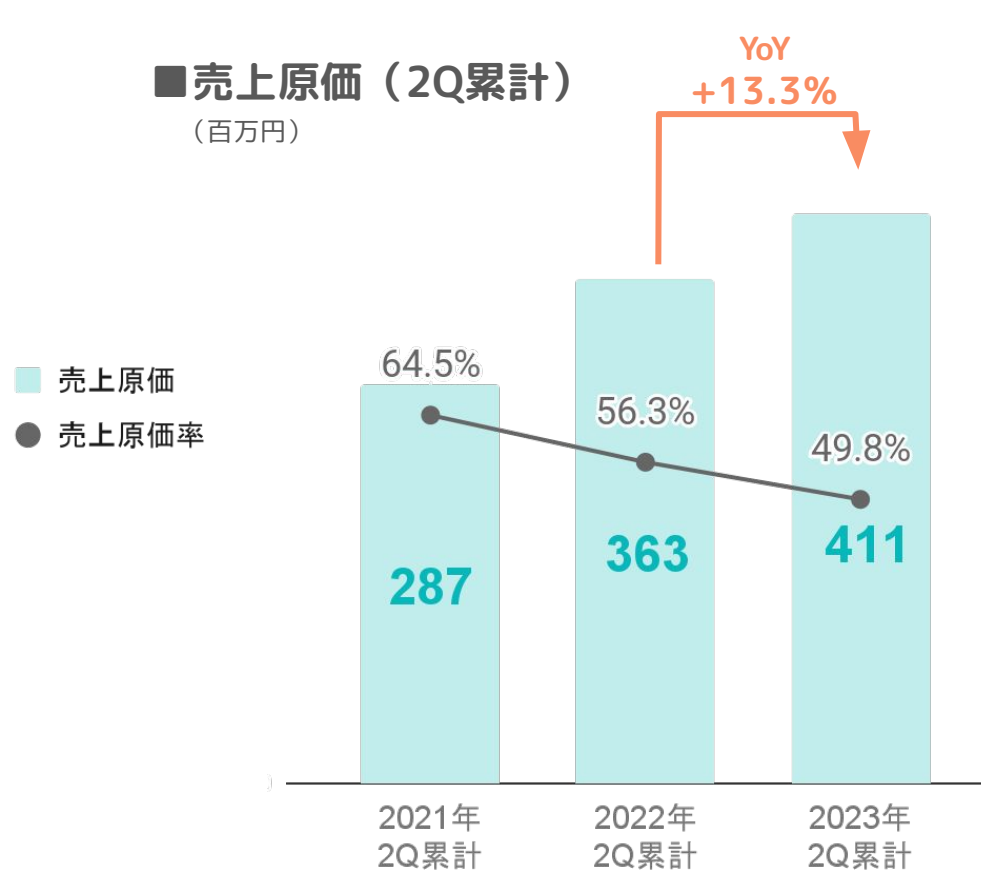
- クラウドサービスのアップセル・クロスセルが堅調に推移したことにより、ストック売上は546百万円、ストック売上比率\*1が66.0%に。
- 大型スーパーの新規パッケージ受注によりパッケージ売上154百万円計上。



\*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546百万円÷売上高827百万円×100）で算出。

## 2Q累計の売上原価は前年比13.3%増の411百万円、営業費用\*1は前年比18.3%増の690百万円

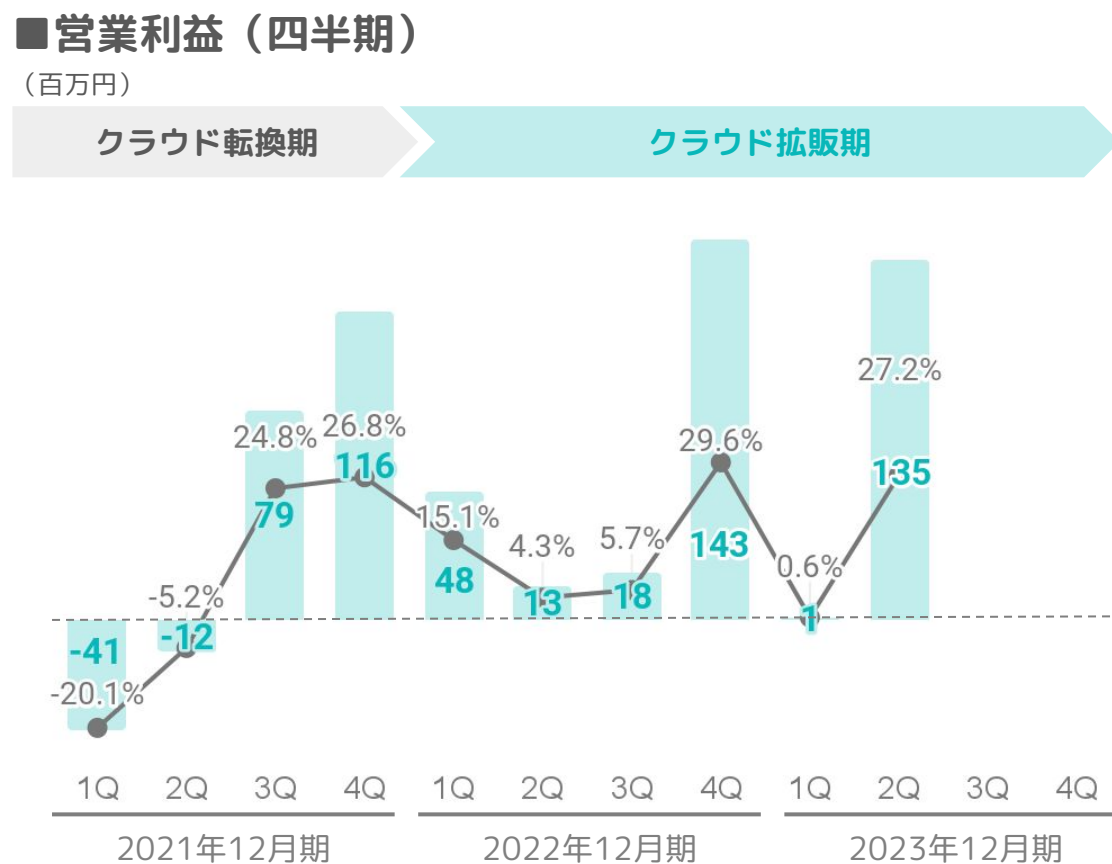
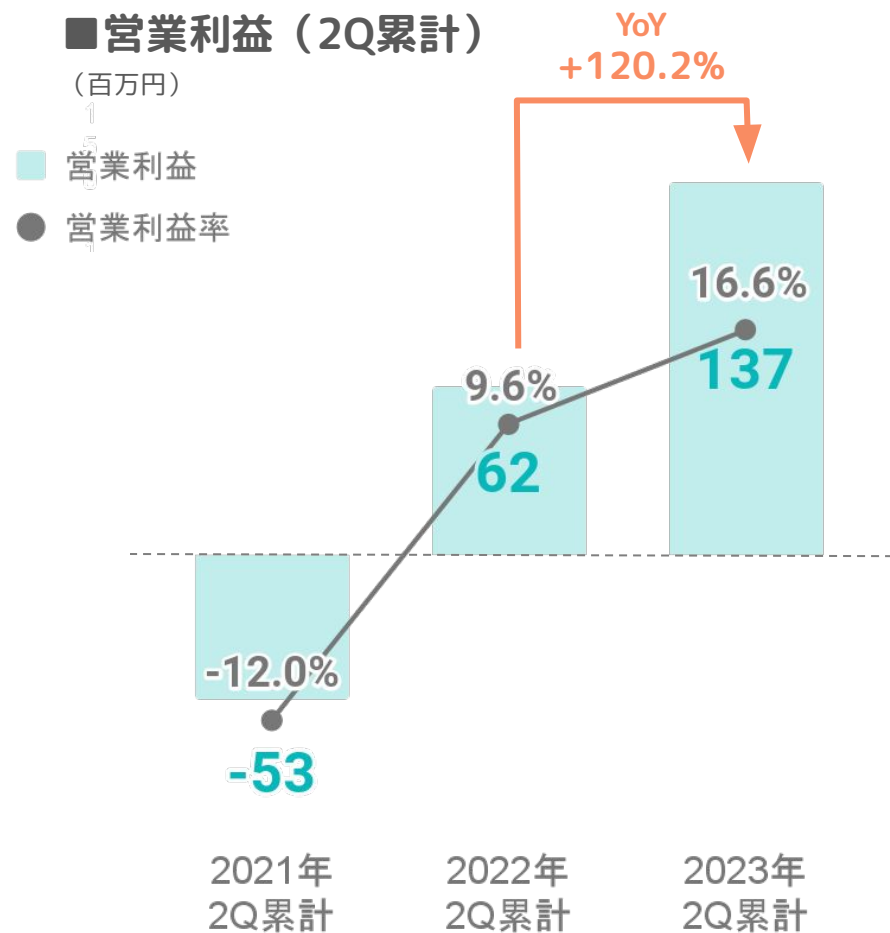
- ・ 従業員数が2Q平均で87名から105名（YoY+20.6%）に増加したこと等により、人件費が前年比70百万円増（18.5%増）。
- ・ クラウド売上高が前年比114百万円増（YoY+42.7%増）となり、サーバー利用料の増加等により、通信費が前年比26百万円増（39.2%増）。



\*1. 売上原価と販売費及び一般管理費の合計

## 2Q累計営業利益は前年比74百万円増の137百万円

- クラウド事業推進のための投資を継続する一方、クラウド売上高の粗利率が向上し、営業利益率の改善（前年比7.0pt増）に貢献。
- 2021年3Qから8四半期連続で黒字を継続。ストック売上比率が66.0%となりパッケージ売上に依存しない収益構造への転換が完了。

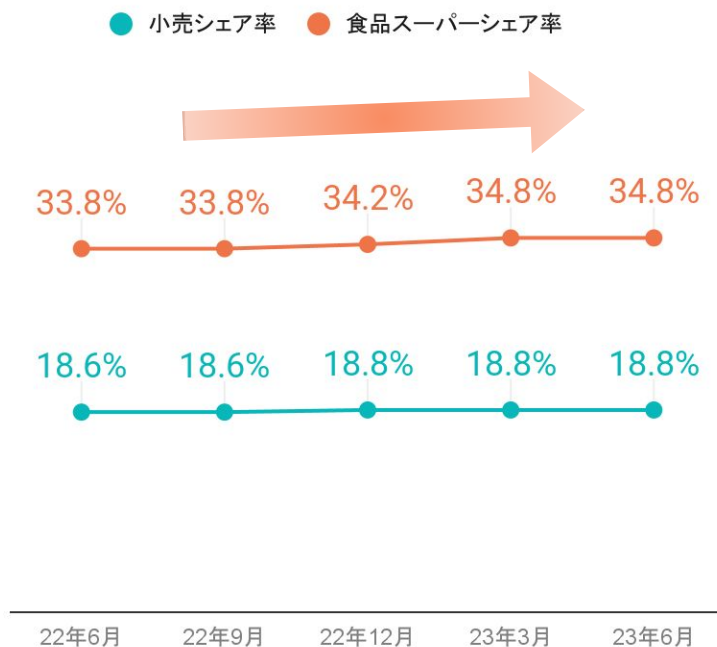




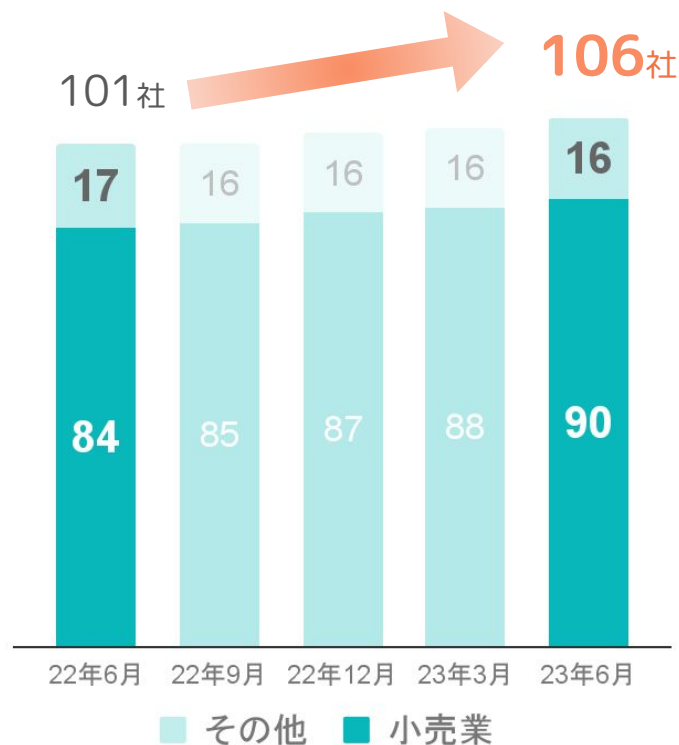
## 契約件数が前年比4,201件増の14,322件

- 食品スーパーシェア率は前年比1.0pt増の34.8%となり、小売全体のシェア率は18.8%。
- 契約社数の増加（YoY+5社）に加え、既存顧客のアップセルが進展し契約件数は大幅に増加。
- 既存大手スーパーへのクラウドサービス追加導入が加速したことにより、sinopsシリーズの契約件数<sup>\*1</sup>が前年比4,201件増の14,322件。

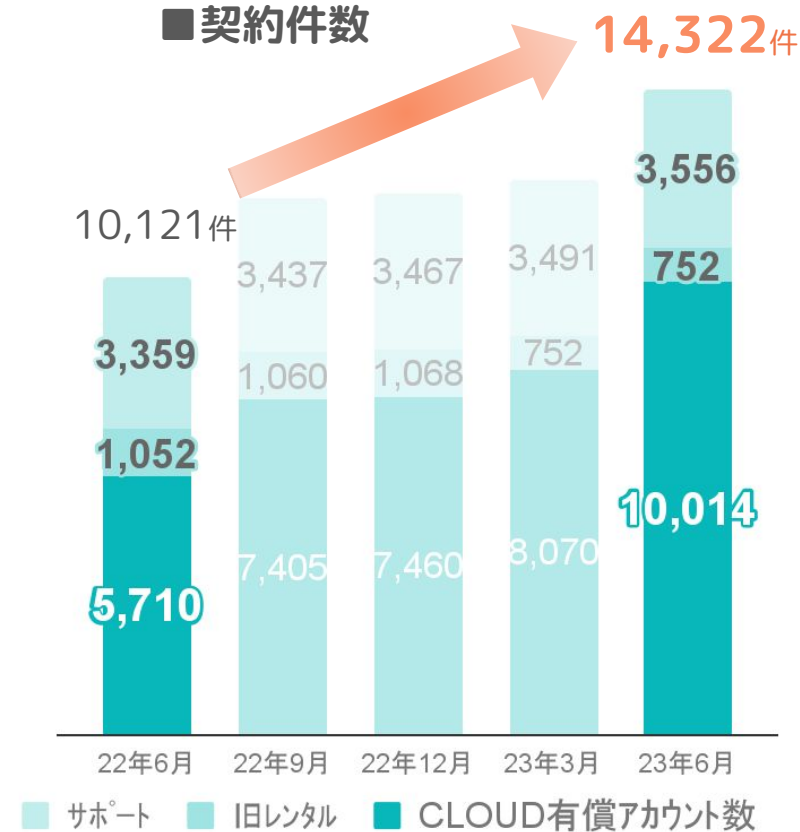
### ■シェア率



### ■契約社数



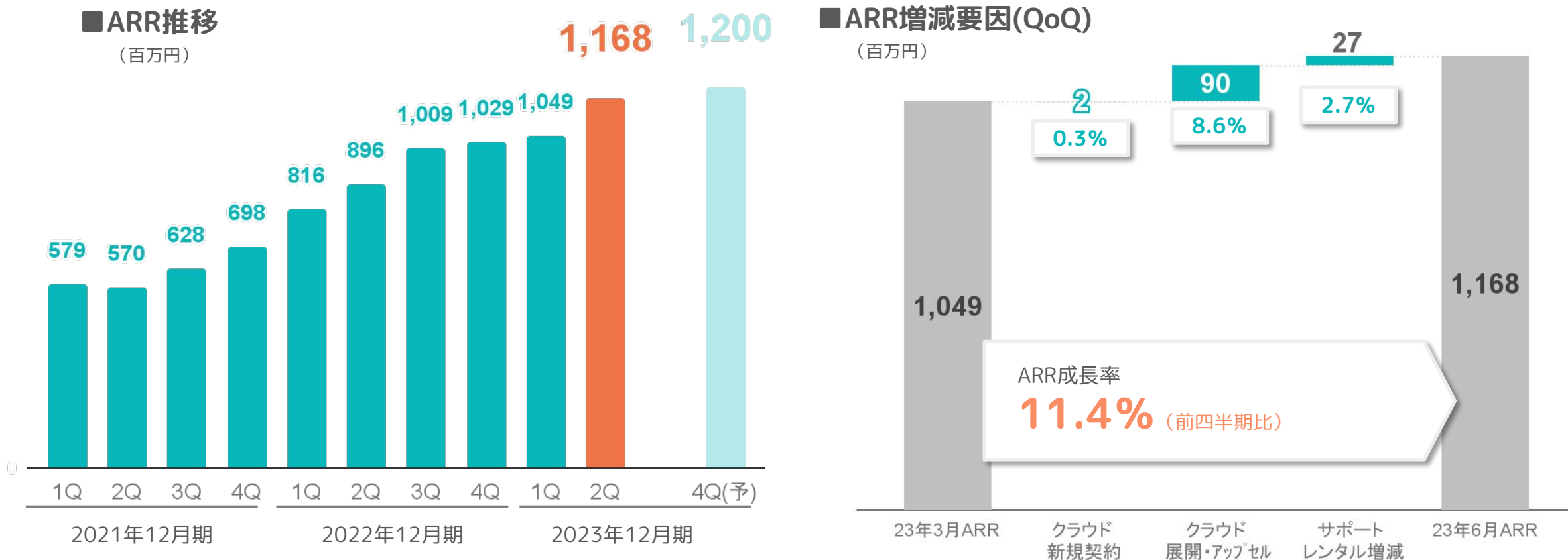
### ■契約件数



\*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がQoQ+119百万円増の1,168百万円

- 前四半期比では、既存の大型スーパーのアップセルや、AI値引や客数予測などの導入製品追加によるクロスセルが拡大し、ARRが119百万円（QoQ+11.4%）増加。
- 前年比では、クラウド新規契約が進んだこと・既存ユーザーのアップセルが主要因となり、ARRが272百万円（YoY+30.3%）増加。

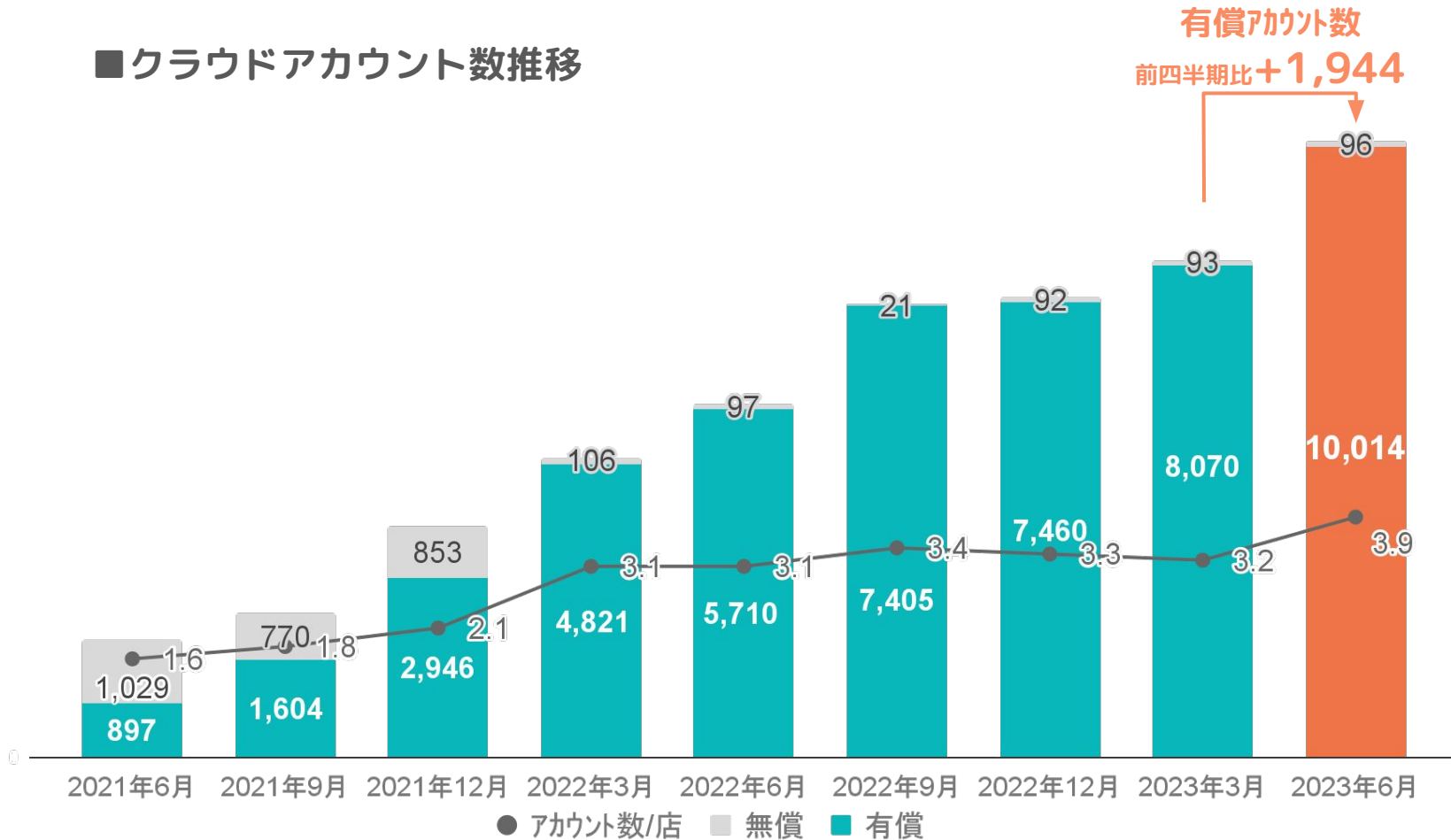


\*1. Annual Recurring Revenueの略語。2023年6月末時点のMRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍にして算出。MRRは対象月の月末時点における有償契約ユーザー企業に係る月額料金の合計額（一時収益は含まない）

## アップセル・クロスセルの進展により、クラウド有償アカウント数が10,000を突破

- 大型スーパーのアップセルや、客数予測などの製品の追加導入が主要因となり、有償アカウント数は10,014（QoQ+1,944）。
- 既存ユーザーへのサービス追加が進捗したため、1店舗あたりアカウント数が3.9。

### ■クラウドアカウント数推移

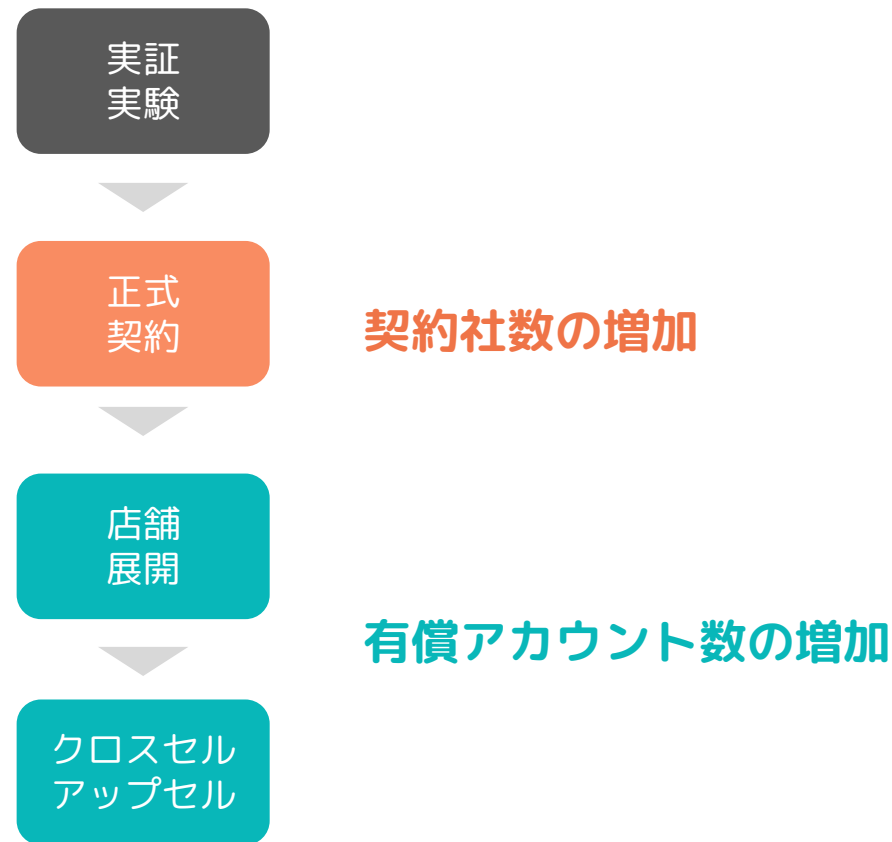
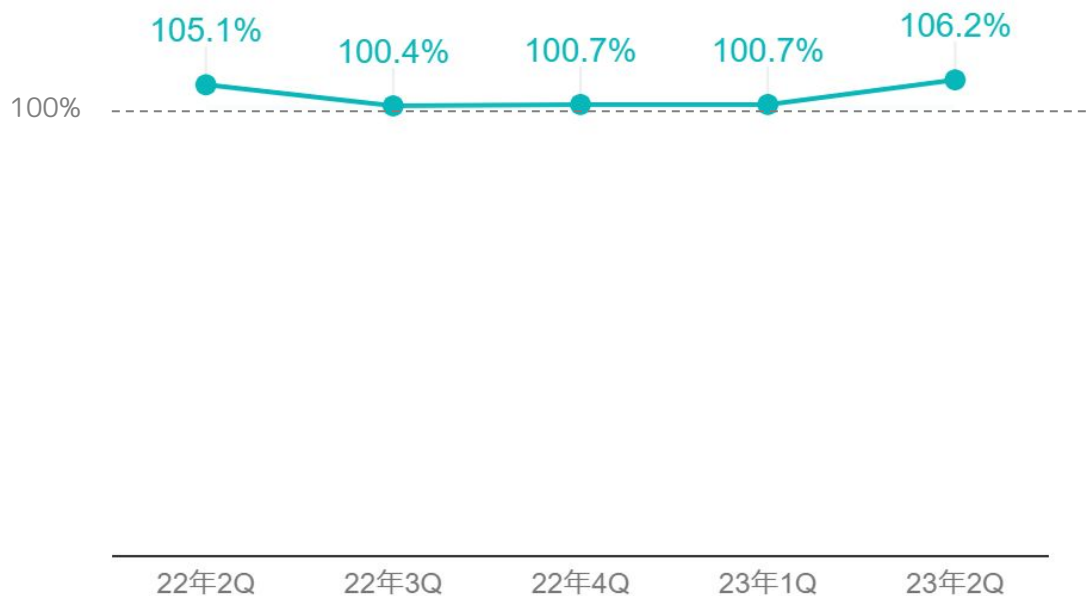


有償 アカウント数	<b>10,014</b> (QoQ+1,944、YoY+4,304)
有償 店舗数	<b>2,552</b> 店舗 (QoQ+33、YoY+725)
アカウント数 /店舗	<b>3.9</b> アカウント (QoQ+0.7、YoY+0.8)
有償 契約社数	<b>43</b> 社 (QoQ+1、YoY+7)

## 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

## 2023年12月期通期業績予想は、売上高1,766百万円・営業利益250百万円・ARR1,200百万円

- ・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1,766百万円（前年比21.4%増）の計画で進捗中。
- ・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250百万円（前年比11.4%増）の計画で進捗中。

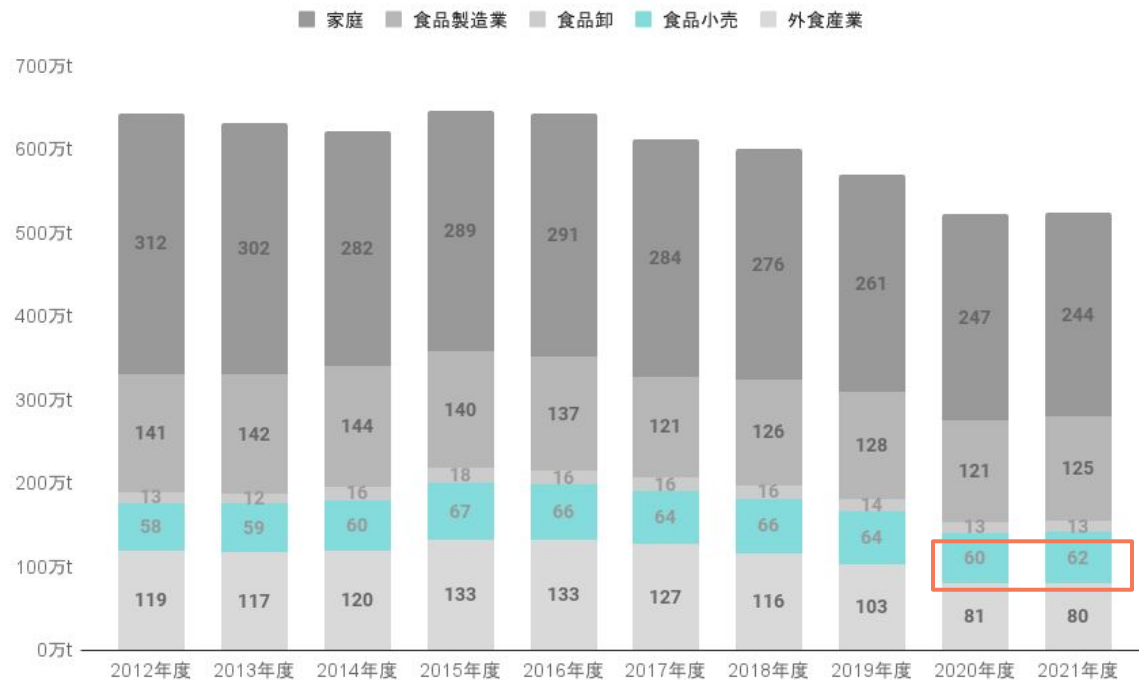
(百万円)		2023年12月期	2022年12月期		
		業績予想	通期実績	増減額	増減率%
売上高		1,766	1,455	311	21.4%
	パッケージ	218	223	△4	△2.1%
	導入支援	290	308	△17	△5.8%
	サポート	391	319	71	22.5%
	クラウド	866	604	262	43.4%
営業利益		250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	25	11.4%
経常利益		250 (利益率14.2%)	224 (利益率15.4%)	25	11.5%
当期純利益		161 (利益率9.1%)	153 (利益率10.5%)	7	5.0%

# ビジネスハイライト

## 事業系食品ロスは増加傾向。事業者における食品ロス削減に関する対策が急務

- 農林水産省は6月9日、2021年度の日本の食品ロス量は523万トン（前年度比1万トン増）と発表。
- 同省では、食品関連事業者から発生する事業系食品ロスを2000年度比で2030年度までに半減させる目標を設定。しかし、2021年度の事業系食品ロス量は4万トン<sup>\*1</sup>も増加しており、対策が急務。
- シノプスは富士キメラ総研のレポートにて、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でシェア1位を獲得（2023年8月8日発刊）。

### ■日本の食品ロス量の推移



食品小売業は  
前年比で2万t増加

食品ロス削減だけでなく  
利益改善にも効果を発揮

sinops-CLOUD

値引き・廃棄ロス率

日配：15%削減

惣菜：5%削減

AI値引：12%削減

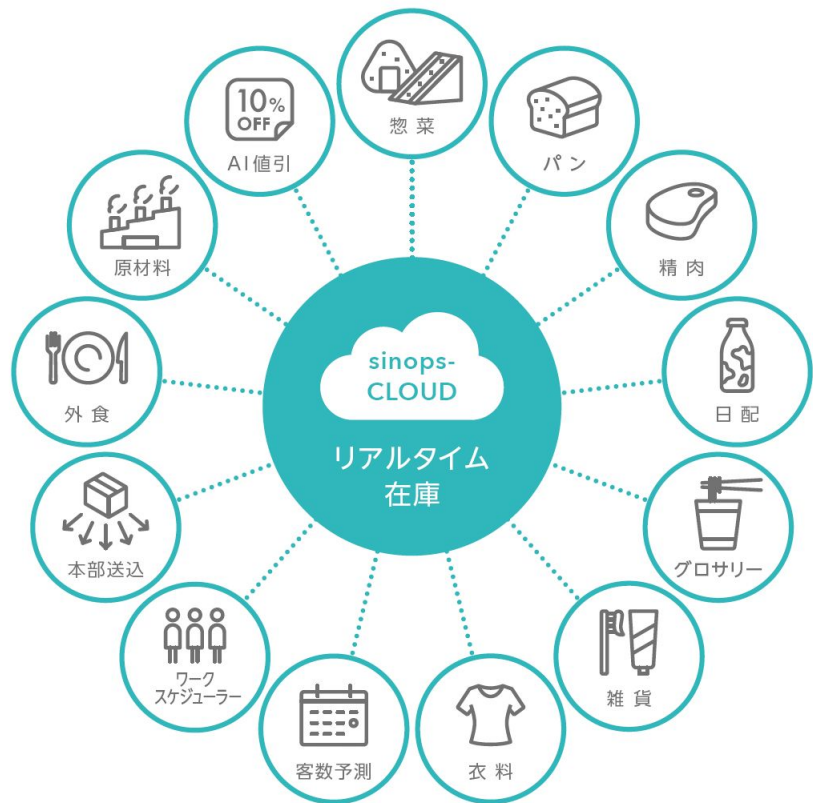
※複数社の平均

出所：農林水産省「食品ロス量（令和3年度推計値）を公表」

\*1. 小数点以下切捨てで算出。

## 導入サービス追加が堅調に推移。小売業の課題に貢献する小売DXサービス開発・提案を継続

- ロッキー様のAI値引導入や、客数予測などのサービスの追加導入により、アップセル・クロスセルが進展。
- 惣菜、AI値引、客数予測の既存ユーザーへの導入を今後も進める方針。



店舗あたり平均3.9アカウント

\*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）

### ■アップセル・クロスセル例

【A社】

sinops **R6** + sinops-**CLOUD** リアルタイム在庫・惣菜 を追加

【B社】

sinops-**CLOUD** リアルタイム在庫・惣菜・パン + AI値引 を追加

### ■ユーザーあたり月次ストック売上高の拡大

店舗展開



導入サービス追加<sup>\*1</sup>



ユーザー数



## 効率的な業務体制を構築するために、人員計画の見直しを実施

- 2023年12月期の従業員数目標を、121名から114名へ修正。
- 製品開発計画の最適化にともない、開発部門の採用数を抑制。導入支援部門など他部署は予定人員を採用し各部署へ再配置。
- 製品のコア部分は自社で開発する一方、アウトソーシングの活用を推進。外注工数は前年比で約1.6倍。

小売DX拡大に向けて、  
開発計画の見直し

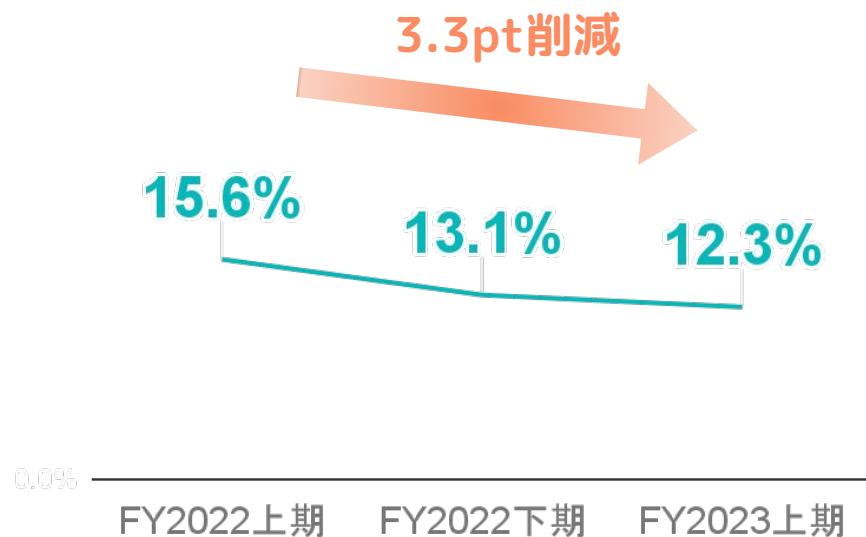
アップセル・クロスセル進展を継続



## 利益率向上に向けて、AWS最適化により通信費削減に貢献

- AWS最適化の施策を実施することで、クラウド利益率の向上を目指す。
- 円安的环境下ではあるが、コストは通期計画通りに進捗。

### ■クラウド売上高に対するAWS費用の割合\*1(%)



### ■契約面の改善施策

- 販売パートナー活用
- 契約形態の最適化

### ■技術面の改善施策

- データの処理・保存先を見直し、データ量削減

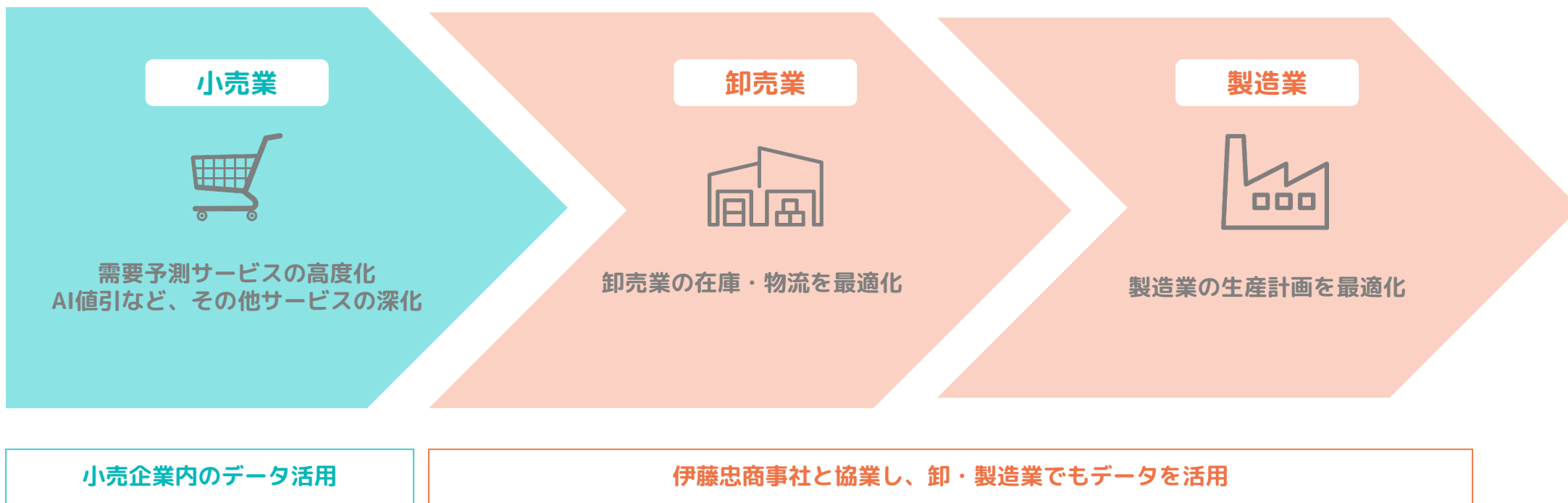
クラウド売上高の利益率向上に向けて、今後も施策を継続

\*1. AWS費用累計÷クラウド売上高累計。AWS費用は円換算時の為替の影響を除外して算出。

## DCM実現に向けて、実証実験を継続

- ・ 食品業界でのDCM<sup>\*1</sup>実現に向けて、卸売・製造業での小売りデータ活用実証実験を継続。
- ・ サプライチェーン最適化にむけて、伊藤忠商事社と協業し、食品スーパーの需要予測・在庫情報を卸売・製造業で活用。

### sinops-CLOUD 精度の高い需要予測・在庫情報データ



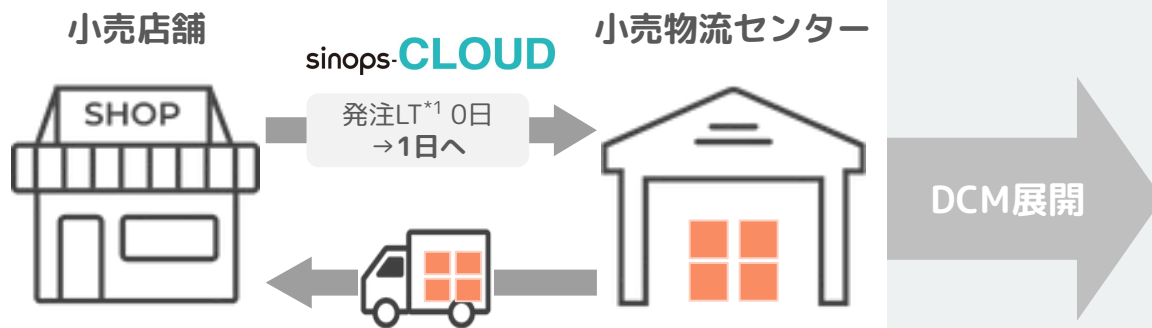
\*1. DCM：デマンドチェーンマネジメントの略称。需要側(消費者等)から得られる情報を基点として商品開発、生産・供給計画、流通、販売体制等を統合的に編成する情報管理システム。

## sinopsの需要予測データを活用し、発注を前倒しする取り組みを継続

- sinopsの需要予測を活用し、小売企業保有の物流センターへの発注を前倒しする取り組みをウオロク様と実施。
- トラックは2割削減、平均積載率は80%超から95%に向上、一方で欠品率は0.1%の上昇にとどめる効果。
- 今後は、卸とメーカー間で、特売品の発注を前倒しする実証実験を複数社で開始。

### 小売企業内のデータ活用

#### ■ウオロク様で発注を前倒しする取り組み



積載・車両効率向上・減便の狙い

### 伊藤忠商事社と協業し、卸・製造業でもデータを活用

#### ■卸とメーカー間で特売品の発注を前倒しする実証実験



過剰在庫の圧縮・配送効率向上・減便の狙い

\*1. 発注リードタイム（発注LT）：発注をかけてから納品されるまでの日数。

# 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

- ・ 富士キメラ総研のレポートにて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シェア1位を獲得。
- ・ 健康経営優良法人2023に認定。従業員の健康維持・増進に対する積極的な環境づくりを推進。
- ・ 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。
- ・ 「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実施。

### 食品ロス削減ソリューション シェアNo.1



「2023 SX/GXによって実現するサステナビリティ/ESG支援関連市場の現状と将来展望」レポートにて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シェア1位を獲得しました。

### 健康経営優良法人2023 (中小規模法人部門)に認定



経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2023（中小規模法人部門）」に認定されました。

### 「DX認定事業者」の認定更新



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」としての認定を更新しました。

### 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」の共同研究を進めています。

# Appendix 財務情報

## 貸借対照表

(百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期 2Q
<b>流動資産合計</b>	<b>1,640</b>	<b>1,613</b>	<b>1,654</b>
<b>固定資産合計</b>	<b>349</b>	<b>392</b>	<b>406</b>
無形固定資産	193	227	250
<b>流動負債合計</b>	<b>517</b>	<b>458</b>	<b>408</b>
<b>固定負債合計</b>	<b>32</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>純資産合計</b>	<b>1,440</b>	<b>1,543</b>	<b>1,647</b>



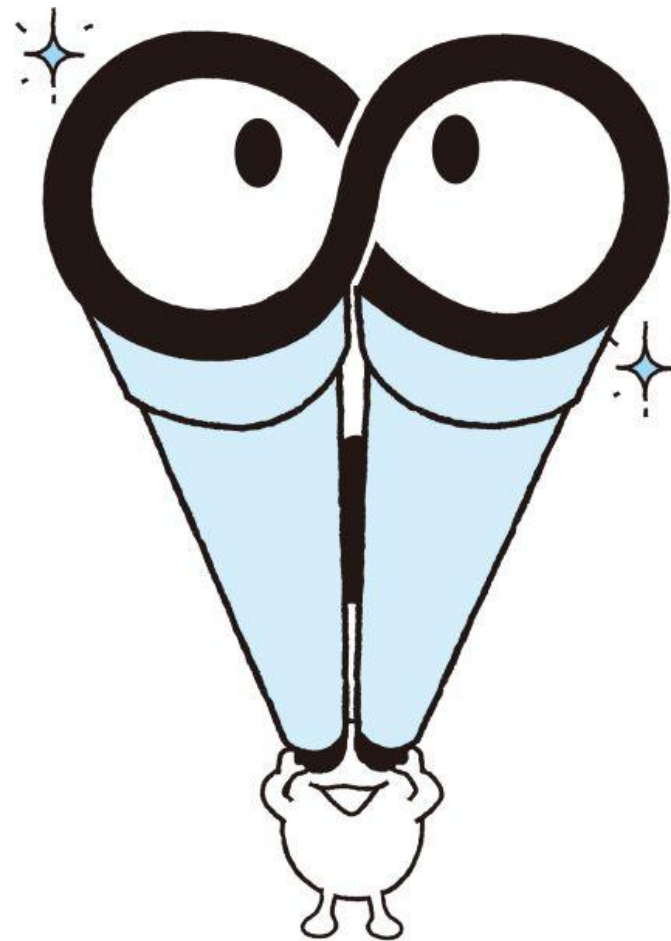
## 損益計算書

(百万円)	2021年12月期	2022年12月期	2022年12月期 2Q累計	2023年12月期 2Q累計	YoY
売上高	1,201	1,455	645	827	+28.1%
売上原価	635	753	363	411	+13.3%
対売上高比率	52.9%	51.8%	56.3%	49.8%	△6.5pt
売上総利益	566	701	282	415	+47.2%
売上総利益率	47.1%	48.2%	43.7%	50.2%	+6.5pt
販売費及び一般管理費	423	477	220	278	26.5%
対売上高比率	35.2%	32.8%	34.1%	33.7%	△0.4pt
営業利益	142	224	62	137	+120.2%
営業利益率	11.9%	15.4%	9.6%	16.6%	+7.0pt
経常利益	156	224	62	136	119.5%
経常利益率	13.0%	15.4%	9.6%	16.5%	+6.9pt
当期純利益	101	153	42	89	110.6%
当期純利益率	8.4%	10.5%	6.5%	10.8%	+4.3pt

# 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**

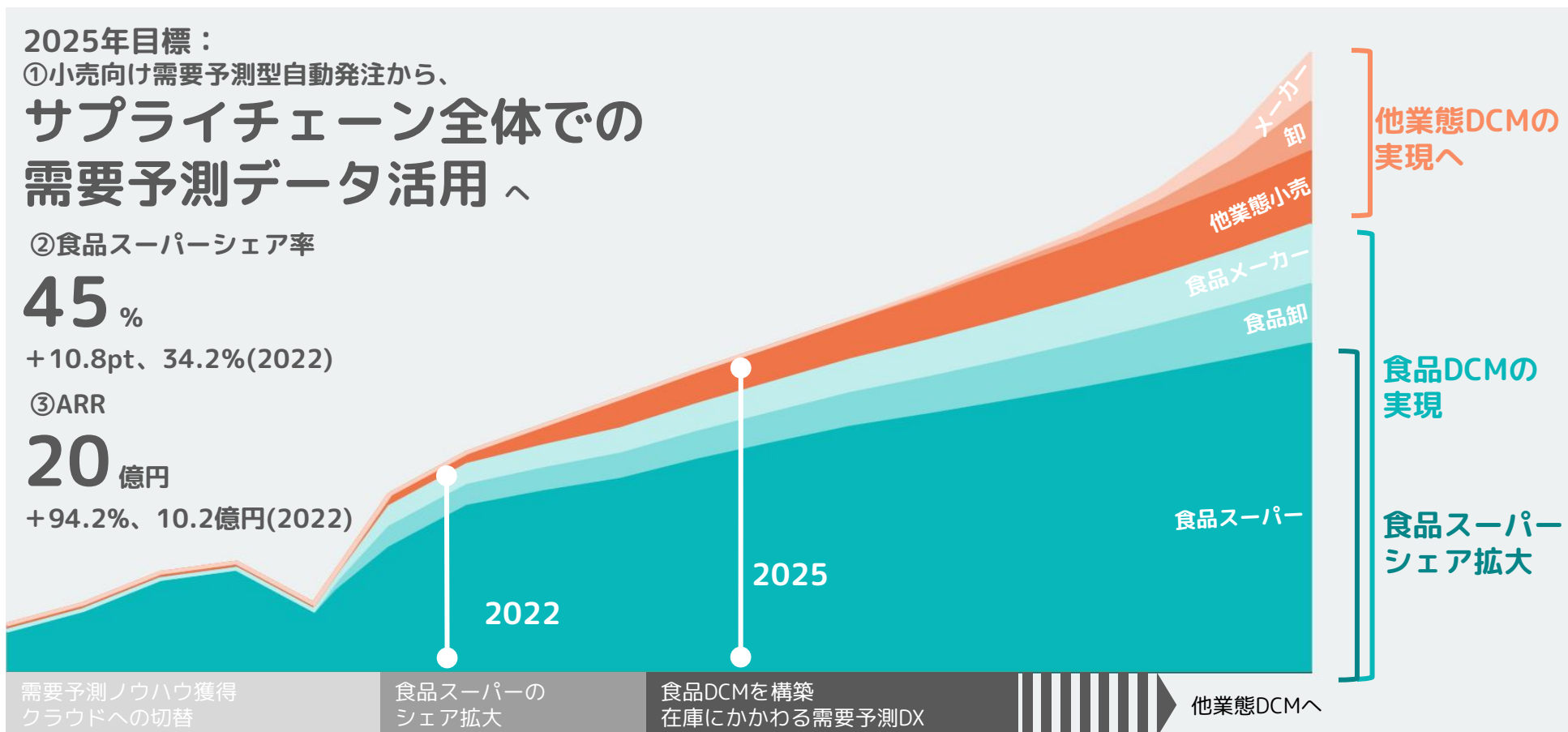
**Step3：製造業・原材料/包装資材業の生産計画を最適化する**

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。



# クラウドビジネスがシェア拡大を牽引。食品DCMの実現へ

- 事業目標であるデマンドチェーンマネジメント(DCM)構築に向けて、まずは①食品スーパーのDCMを構築。
- DCM構築には、②食品スーパーのシェア拡大が必須であり、③クラウドサービスへの移行がシェア拡大を促進。



## 中期経営方針の実現のための3つの方針

- ・ 中期経営方針実現のため、1. DXサービスの深化、2. 食品向けDCMの構築、3. 他業態向けDCMの構築に取り組む。

### 1. DXサービスの深化

需要予測サービスの高度化  
AI値引など、新規サービスの開発

### 2. 食品向けDCMの構築

食品スーパーマーケットの需要予測データを活用し  
卸売業の在庫・物流、製造業の生産計画を最適化

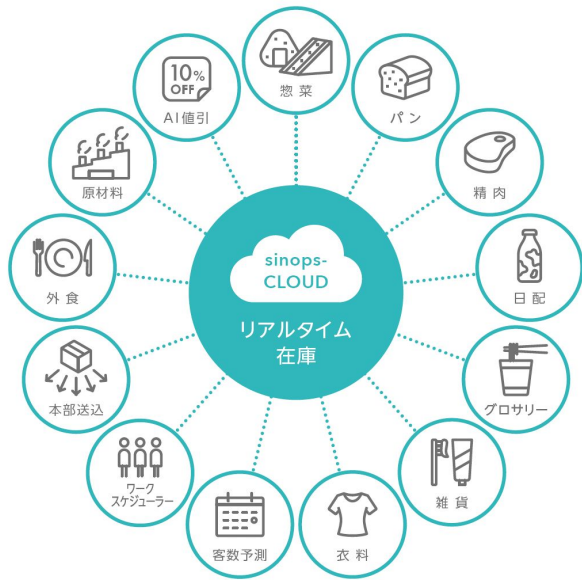
### 3. 他業態向けDCMの構築

食品向けDXサービス・食品DCMの経験を活かし  
他業態へと拡大

## クラウドサービス中心のビジネスモデルへ転換

クラウド型需要予測・自動発注サービス

# sinops-CLOUD



棚割メンテ・発注アプリ

# sinops-Pad



品名	単価	数量	金額	在庫	発注	備考
03 400254000537	¥111	0	¥0	11.9	A	
03 400254000537	¥36	0	¥0	14.1	A	
03 400254000537	¥54	1	¥54	15.5	A	
03 400254000537	¥49	1	¥49	26.3	A	
03 400254000537	¥168	0	¥0	4.7	B	

### その他プロダクト

sinops **R6**

sinops **Dcont**

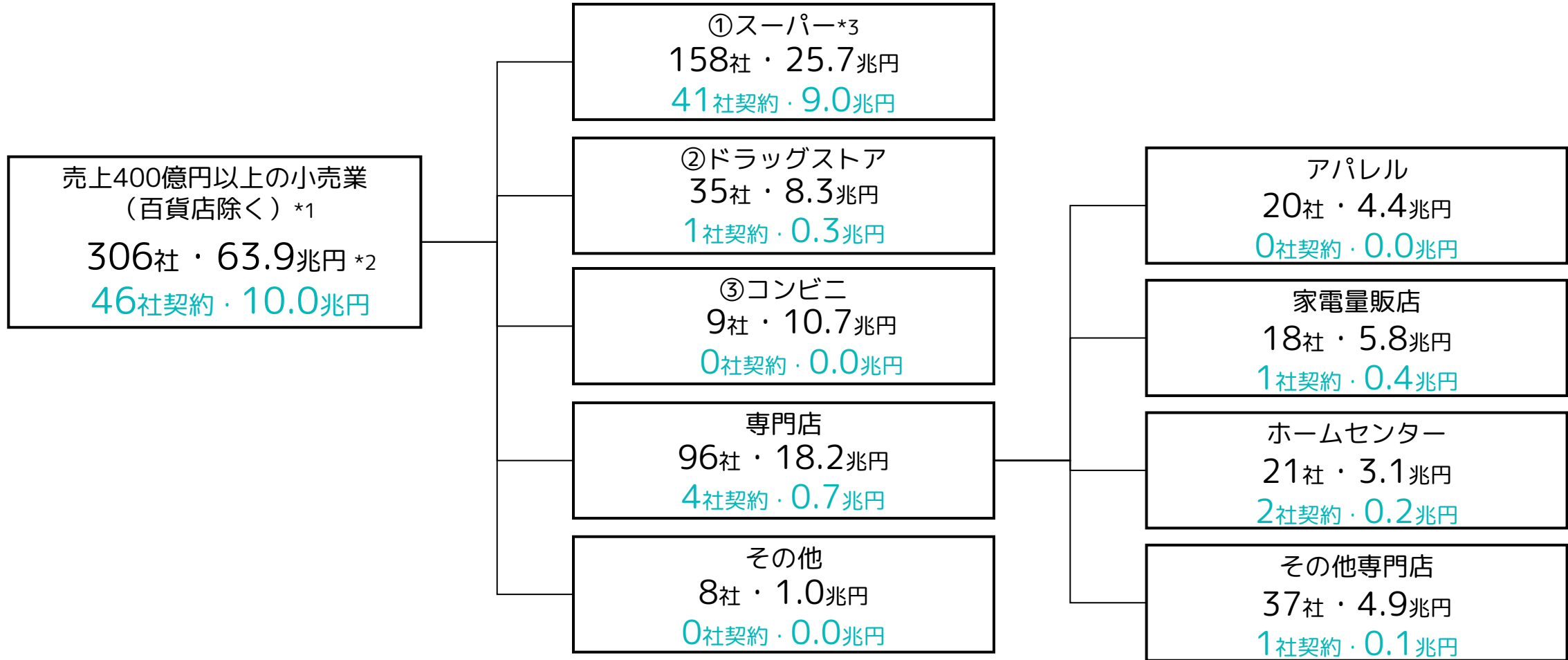
sinops **W**

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



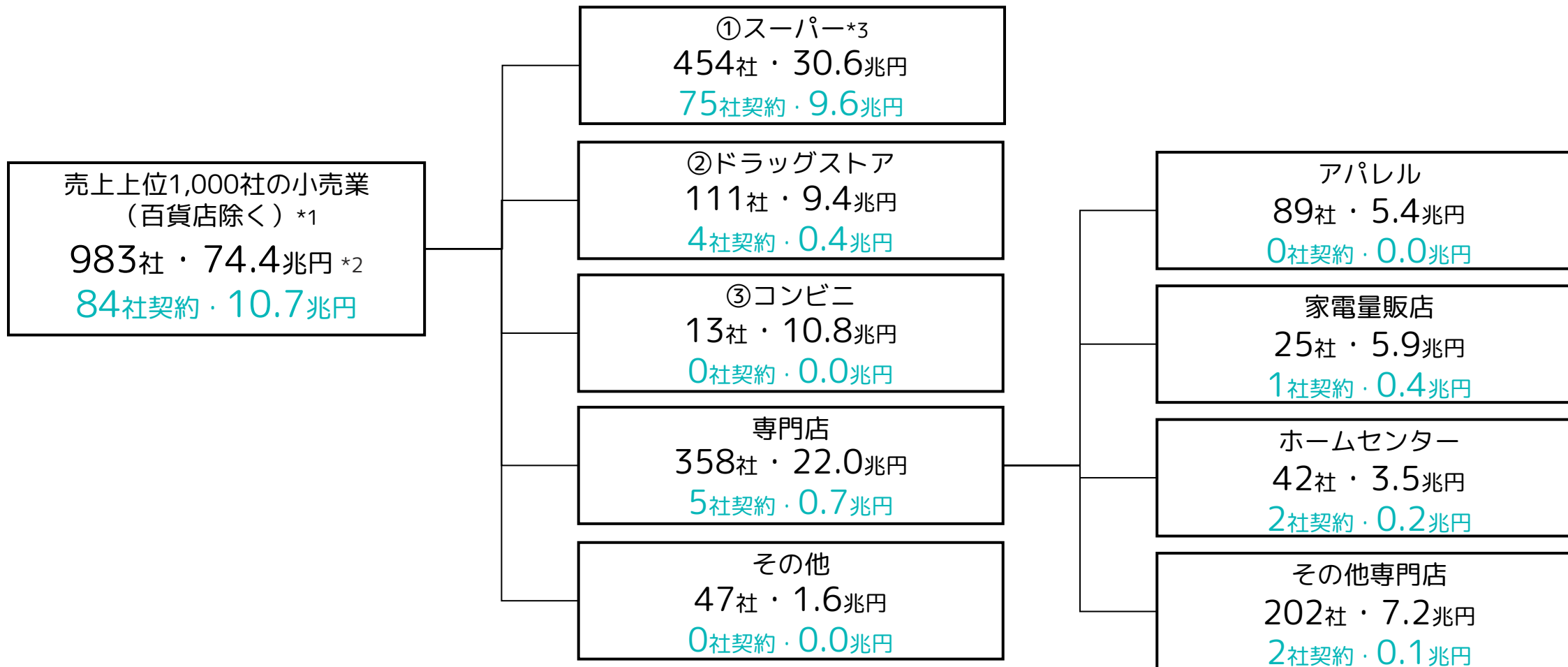
\*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」

\*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

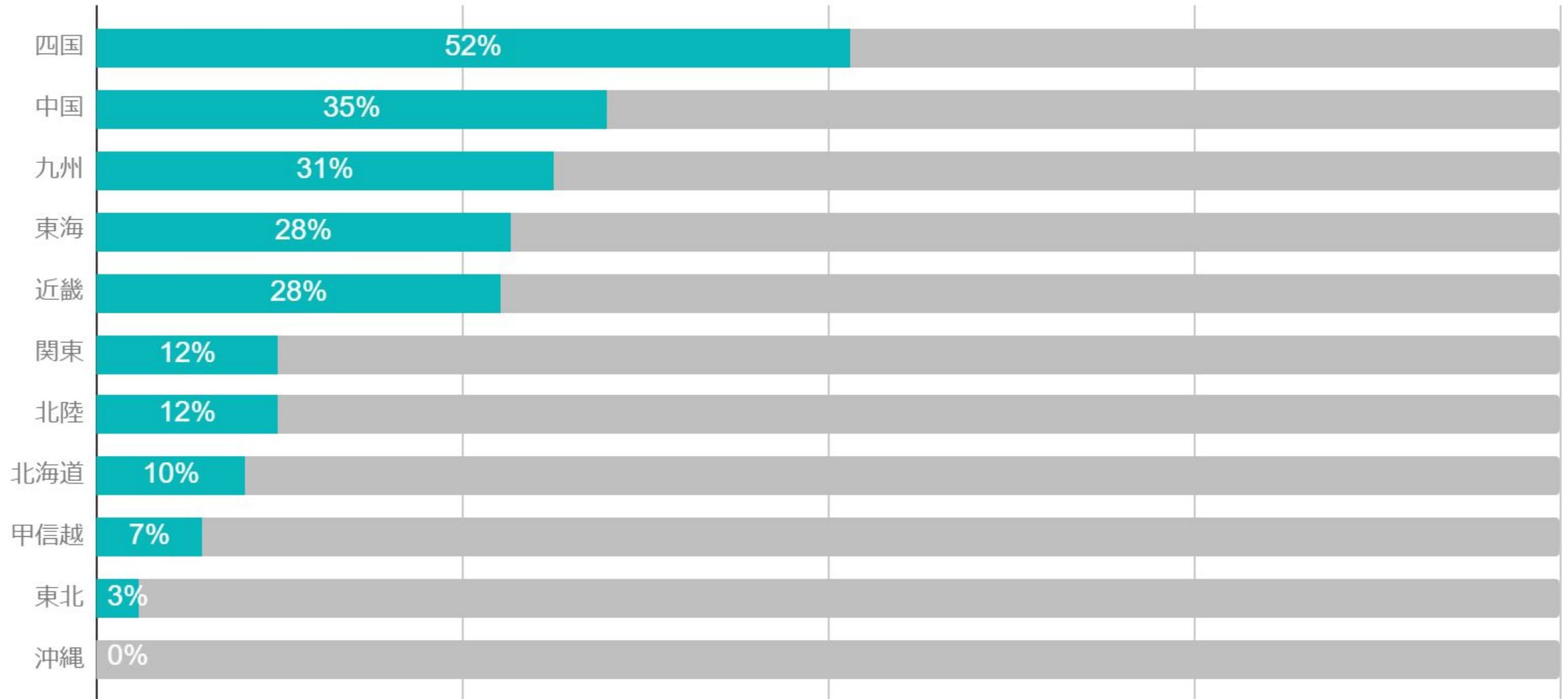


\*1. ダイヤモンド社発刊「小売業売上高ランキング2022年度版」。前述の106社との差はランキング対象外企業が含まれていない為

\*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



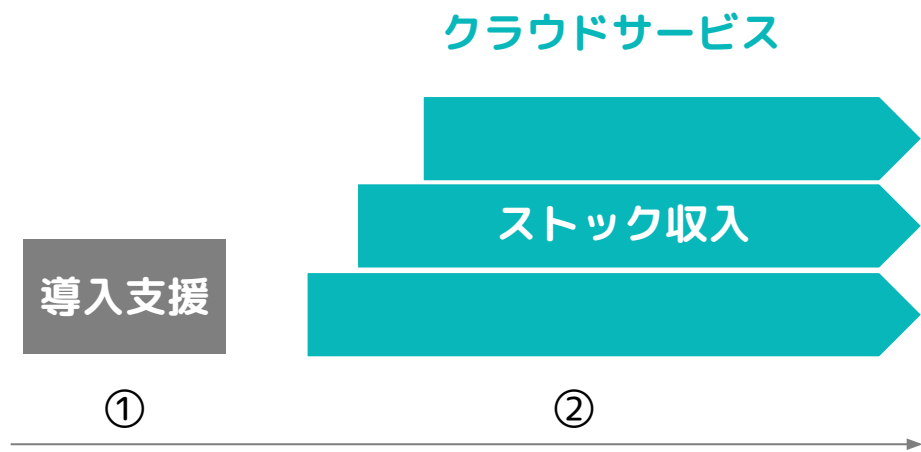
\*1. コンビニ・百貨店除く売上400億円以上の小売業。連結子会社は子会社の本社地域で集計

## 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。

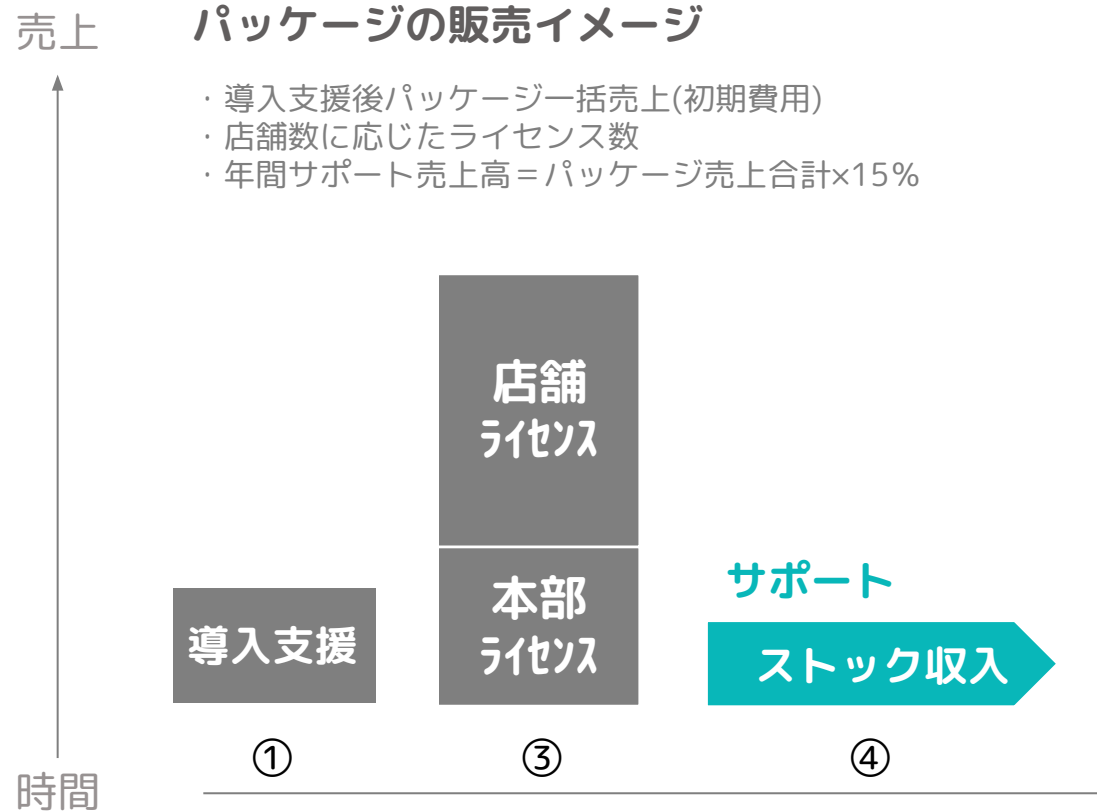
### クラウドサービスの販売イメージ

- ・ 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



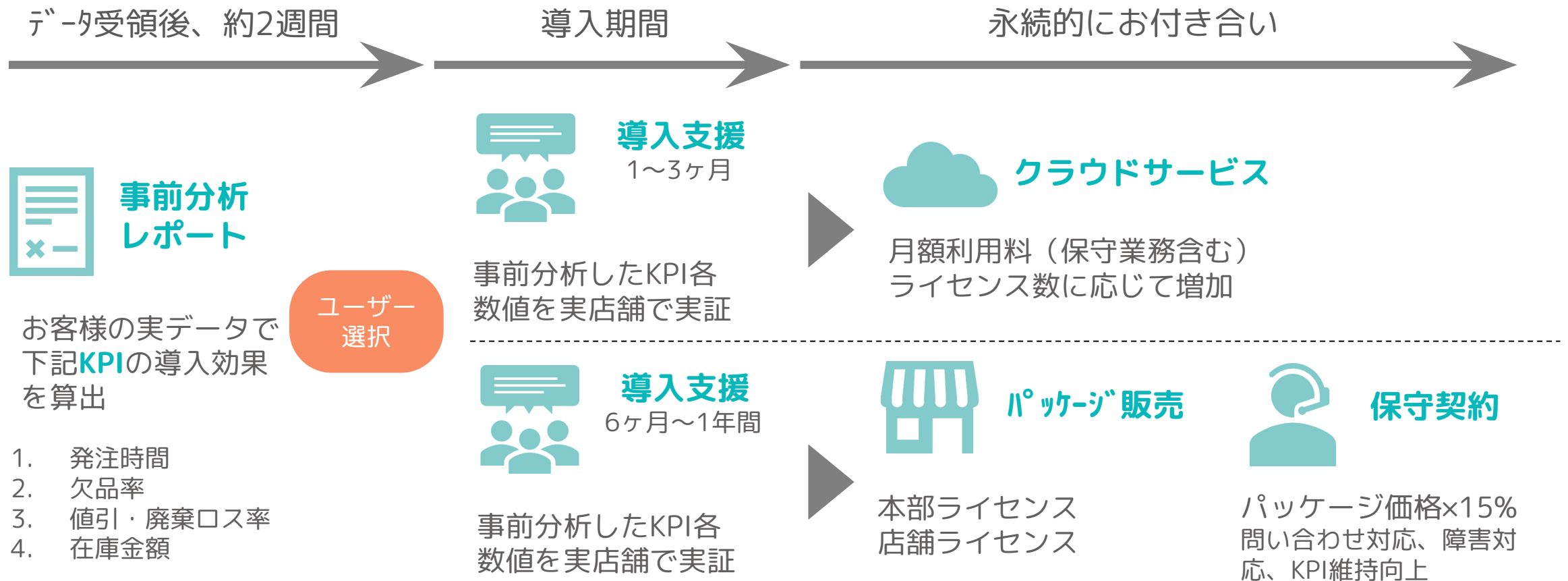
### パッケージの販売イメージ

- ・ 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）。



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

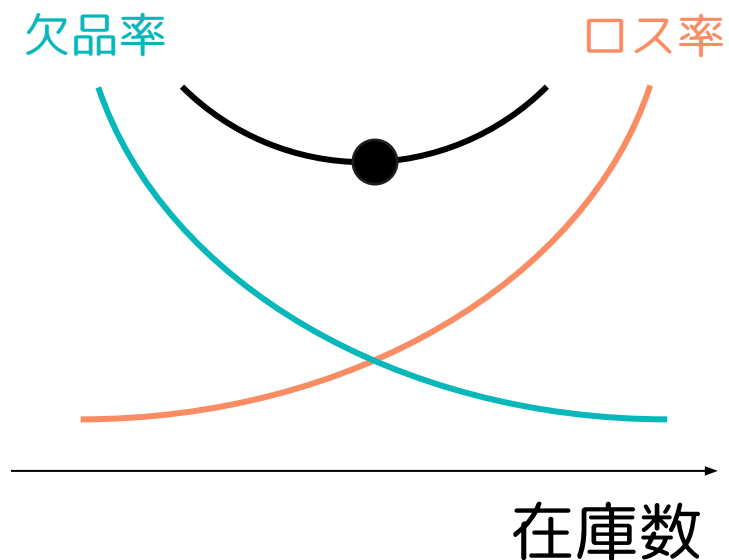


雑貨

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）】

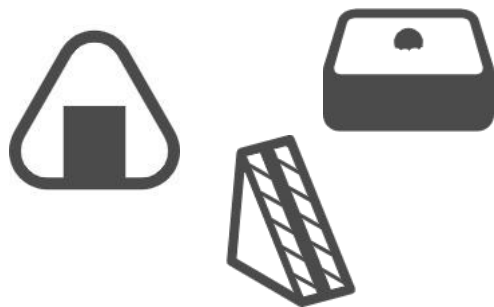
①発注時間	<b>88.0%</b> 削減
②欠品率	<b>34.7%</b> 削減
③値引・廃棄ロス率	<b>19.1%</b> 削減 <small>※ 中堅スーパーの場合            年300万円/店舗 削減</small>
④在庫金額	<b>15.2%</b> 削減 <small>※A社の導入店舗平均</small>

## 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: **10.2%増**

ロス: **5.4%減**

利益: **17.4%増**

※複数社導入事例の平均

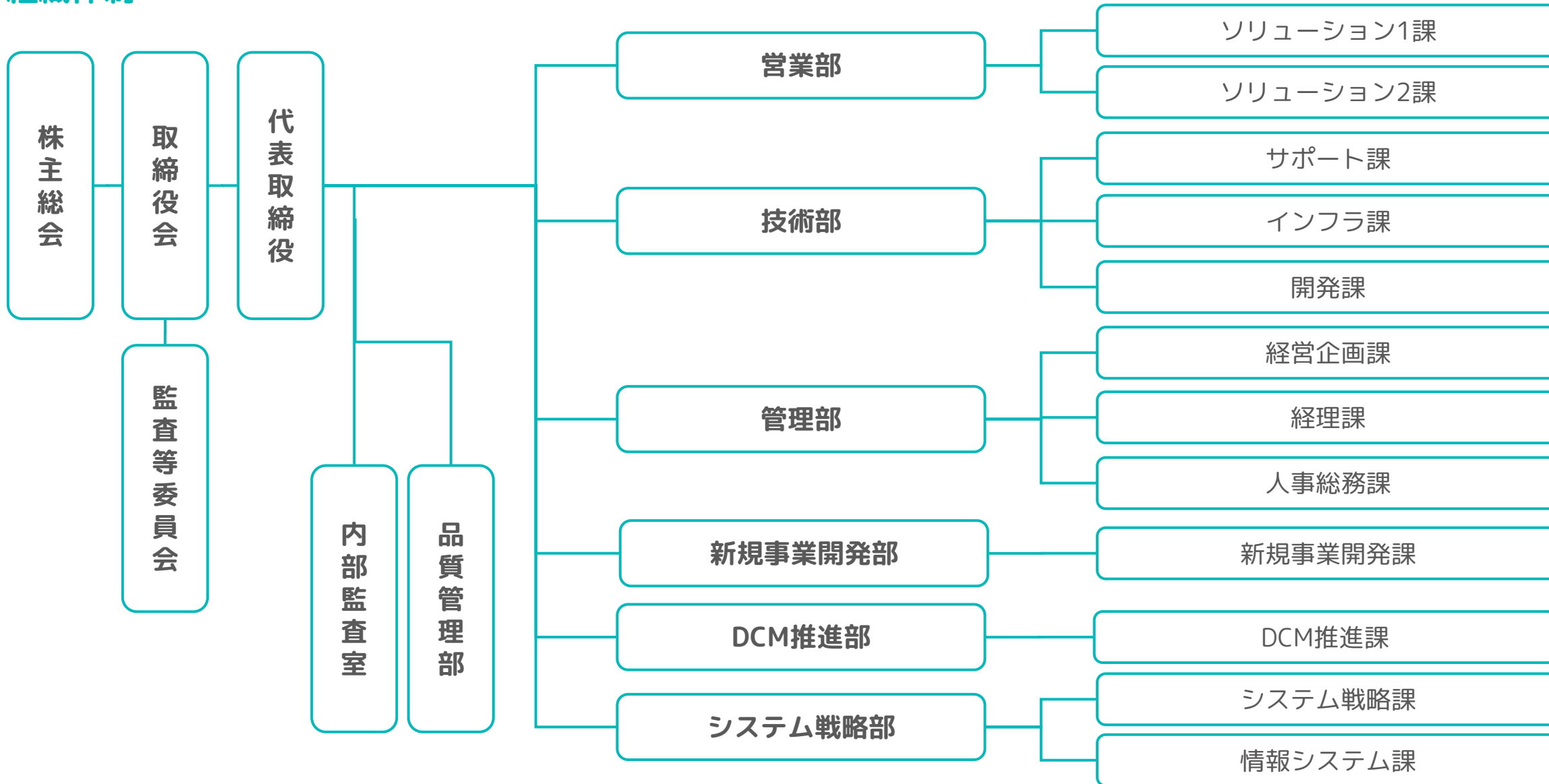
## シノプスについて

社名	株式会社シノプス
設立	1987年10月
資本金	426,775,725円
従業員数	112人（2023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



## 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

年月	変遷
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
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)

# 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。