

sinops

株式会社シノプス

2019 年第 3 四半期決算説明会

2019 年 11 月 26 日

イベント概要

[企業名]	株式会社シノプス		
[イベント種類]	決算説明会		
[イベント名]	2019 年第 3 四半期決算説明会		
[決算期]	2019 年度 第 3 四半期		
[日程]	2019 年 11 月 26 日		
[ページ数]	30		
[時間]	11:00 – 11:47 (合計：47 分、登壇：16 分、質疑応答：31 分)		
[開催場所]	103-0026 東京都中央区日本橋兜町 3-3 兜町平和ビル 3 階 第 3 セミナールーム (日本証券アナリスト協会主催)		
[会場面積]	145 m ²		
[出席人数]	45 名		
[登壇者]	2 名 代表取締役 南谷 洋志 (以下、南谷) 取締役 管理部長 島井 幸太郎 (以下、島井)		
[アナリスト名]*	みずほ証券	坂井 研治	

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



登壇

司会：定刻となりましたので、ただ今から株式会社シノプス様の 2019 年第 3 四半期決算説明会を開催いたします。

最初に、会社からお迎えしている 2 名の方をご紹介します。代表取締役、南谷洋志様。取締役管理部長、島井幸太郎様。本日は南谷様からご説明いただくことになっておりますが、ご説明が終わりましたら質疑応答の時間を設けていただきます。

それでは南谷様、よろしくお願いいたします。

南谷：皆様、おはようございます。ただ今ご紹介いただきました、株式会社シノプスの代表をしております南谷でございます。本日は足元の悪い中、多数お集まりいただきましてありがとうございます。

それでは当社第 3 四半期決算説明をさせていただきますので、よろしくお願いいたします。まず、お手元にお配りしました資料に基づいて、順を追ってご説明申し上げたいと思います。

株式会社シノプスとは

株式会社シノプスは、

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会社です。



©2019 sinops Inc.

2

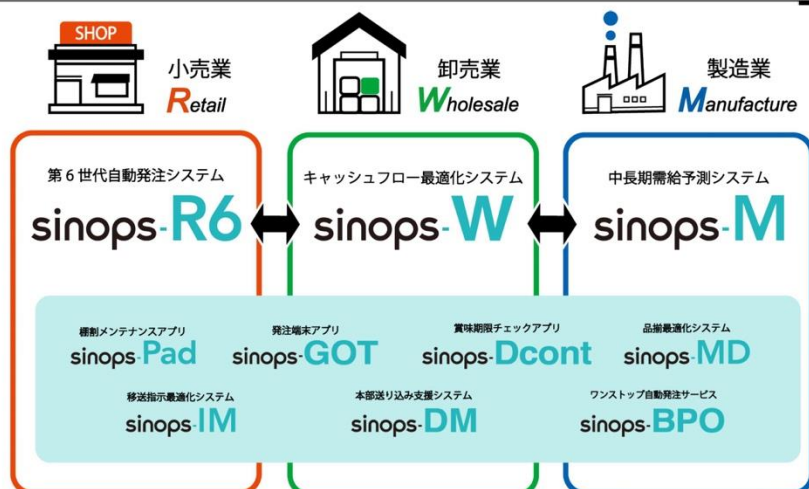
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



2

sinopsシリーズ



“sinops”とは

Strategic Inventory Optimum Solution (= 戦略的在庫最適化ソリューション) からの造語です。
(2010年11月商標登録済)



©2019 sinops Inc.

3

当社は単一イシュー在庫最適というものを取り組んで、会社設立から33年目に入りましたが、今から20年ほど前から単一イシューである需要予測による在庫最適というものに取り組んでおりまして、今、これだけをメインのビジネスとして進んでおるところでございます。

主なターゲットでございますけれども、消費財を扱う全ての流通3層、小売業、卸売業、製造業というところが我々のターゲットでございますが、後ほどご説明申し上げますけれども、主に現状は小売業を我々のリソースを全面的に投入するところのフェーズだと考えておりまして。

これから3年から5年後にはデマンド・チェーン、デマンド起点で全てのチェーンをマネジメントしたいと。世の中ではサプライ・チェーン・マネジメントといわれてきておりますが、我々はデマンド起点でこのチェーン・マネジメントを最適化していこうと。

これは日本という特殊な地形的なもの、賞味期限、消費期限という非常にシビアな国民性が相まって考えたときは、やはりサプライ側の目線ではなくて、デマンド側からの起点での需要予測というものが速やかに行われることで、中長期の需要予測まで含めた無駄の削減に取り組んでいくと固く信じて、これを今から20年ほど前からずっと続けておるところでございます。

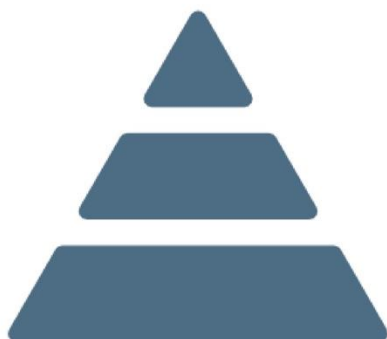
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



経営戦略

- ▶ 食品流通業のデマンド・チェーン・マネジメントを実現することが当面の目標です。
- ▶ そのために、当社が重視しているのはデマンド（＝小売業）でのシェア率を拡大することです。
- ▶ シェア率40%を獲得後、デマンド側のデータを活用したビジネスを拡大していく計画です。



step3 :
製造業・原材料/包装資材業への
需要予測データ提供ビジネス展開

step2 :
中間流通業の在庫を最適化する

step1 :
2021年末までに小売業のシェア率を40%にする

2019年9月末時点でのシェア率は13.6%。
対象は、コンビニ・百貨店を除く売上400億円以上の小売業(※)
※詳細は、本資料P22参照



©2019 sinops Inc.

4

次は経営戦略でございます。今申し上げた、このちょうどピラミッドの一番下から、今、ここを我々のリソースを全面的に投入してやっているとござります。今後、3年から5年以降にかけては、シェアがある程度確保できれば一気に駆け上がっていきけるのではないかなと考えております。内容はさておき、小売業様のシェアの獲得が第1優先ということで取り組んでいるところがございます。

サマリ

Topic1.第3四半期の事業報告

- 期ズレしていた大型案件を受注し、売上高675百万円・営業利益94百万円。
- 現時点で受注残を含めた2019年度通期売上高は1,001百万円が確定。
- エイジス社と業務提携し、ワンストップ型自動発注サービス「sinops-BPO」提供開始。
- ハローズ様、ワークマン様の導入事例リリース。
- sinopsユーザー会2019開催。
- 大阪府と「食品ロス削減の日」イベント参加。

Topic2.第4四半期の取り組み

- 2019年度の業績見通しは、売上12億円・営業利益3億円で変更なし。
- 惣菜向け「sinops-DELICA」の実地検証が開始。
- コンビニの実証実験は継続・着実に前進。



©2019 sinops Inc.

5

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



4

P/L サマリ(前年同期比)

- ▶ 売上高は675百万円となり、前年同期比5.9%の増収となりました。大型案件が3Qに計上されたこと、導入支援ユーザーの店舗展開が順調に進みサポート・レンタル売上高が増加したことが増収の主要因です。
- ▶ 営業利益は94百万円となり、前年同期比33.4%の減益となりました。人材採用・製品開発投資を増加したことが減益の主要因です。しかし、3Q時点で通期売上高1,001百万円まで確定しており、通期営業利益300百万円の計画に変更はありません。

(百万円)	当期	対前期		対計画	
	2019年3Q実績	2018年3Q実績	前期比(%)	2019年通期計画	進捗(%)
売上高	675	637	+5.9	1,200	56.3
パッケージ	221	234	△5.6	560	39.4
導入支援	96	101	△5.2	153	62.9
サポート	164	140	+17.2	218	75.1
レンタル	193	161	+19.8	266	72.4
営業利益	94 (利益率14.0%)	142 (利益率22.3%)	△33.4	300 (利益率25.1%)	31.5
経常利益	94 (利益率14.0%)	141 (利益率22.3%)	△33.2	300 (利益率25.1%)	31.5
当期純利益	60 (利益率9.0%)	96 (利益率15.1%)	△37.0	199 (利益率16.6%)	30.4



©2019 sinops Inc.

7

そこで今回、第3四半期の事業報告に入りますが、第2四半期で期ズレをしましたということで発表させていただいた1億6,000万円ほどが、第3四半期と第4四半期に入っていきます。

第3四半期はちょっと大きく膨れまして、1億6,000万円のうちの1億と6,000万円の、1億円ぐらいのもののボリュームが大きくなりまして、1億6,000万円ぐらいの売上に寄与してくれたということでございます。残りの6,000万円は第4四半期に入る予定でございます。ということで、売上高は6億7,500万円、営業利益は9,400万円でございます。

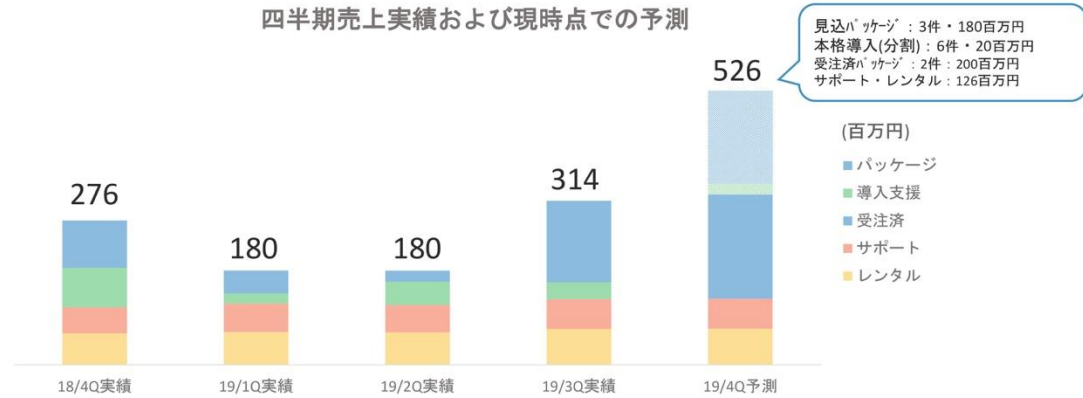
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



P/L 売上高分析

- ▶ 3Qは2Qの期ズレ分の売上高が計上され、パッケージ売上高が221百万円（2Q比+135百万円）となりました。
- ▶ sinopsユーザーの店舗展開も順調に進み、サポート売上高が2Q比+4百万円・レンタル売上高が+6百万円となりました。
- ▶ 4Qではサポート・レンタル売上高が合計126百万円計上されることに加え、パッケージ売上高200百万円を受注しており、受注残も含めた確定通期売上高は1,001百万円となります。そのため、年度計画である売上高1,200百万円に変更はありません。



©2019 sinops Inc.

8

現時点で、受注残を含めた2019年度売上高は10億100万円が確定しております。これは保守だとかレンタルだとかいう、既に契約はいただいているけれども、未売上のものを含んでおります。

エイジス社と業務提携「sinops-BPO」

- ▶ 棚卸サービスで国内シェアトップのエイジス社と業務提携しました。
- ▶ 自動発注サービスと店頭作業を一体化した新サービスを開発することで、小売業の100%自動発注を目指します。



©2019 sinops Inc.

11

3番目は、棚卸業務という業務が小売業ではございまして、その圧倒的ナンバー1でいらっしゃるエイジス社と業務提携をさせていただきました。10月1日に発表させていただきましたが、業務提携を確定しまして、ワンストップ型自動発注システムのsinops-BPOを提供を開始しました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



これは、我々はバーチャルの在庫を論理的に最適化するのが、我々のミッションでございますけれども。どうしても実在庫とバーチャルなところで乖離が生じると、我々は現場で10個あると思っているものが売れていないままだなと思ってしまって、発注点が後手になってしまう。あるいは要らないんだなということで、発注点が自動的に下がっていく仕組みなんですね。

これをどうしても是正する必要がありまして、これまではお客様にそれを委ねておりました。実在庫と理論在庫が狂ってしまうことがあれば、これは本当に我々がつくった需要予測が信用がおかれなくなるものになるでしょうということで、お客様でやっていただくということをこれまでお願いしておりました。

昨今、人がいないということで、なかなかそういうところに手が回らないということはよく聞かれる話でございますが、それをリアルな契約社員が3万人ほどいらっしゃると聞いておりますエイジスさんが、リアルな在庫のメンテナンスをしていただきます。

もちろん棚卸されていらっしゃるわけだから、それを2月と8月とか、期の半期あるいは最終の前期、年間の期日の2月、8月ぐらいに集中してやっていらっしゃる彼らにも、作業が平準化されるメリットもございますし、我々は場合によっては毎週、もっといえば毎日在庫の狂いを彼らが現場で見ただけのことは、我々にとっても非常に大きなプラスになると考えております。

これをお互いのシナジー効果が大きく結実するということで、非常にお客様も期待しておられました。早速引合いも入っている状況でございますので、今後、彼らのメリットあるいは我々のメリット、一番はやっぱりお客様のメリットが一番大きくなるということが期待できるんじゃないかと考えております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



導入状況

- ▶ 導入ユーザー様への展開が順調に進んでおります。
- ▶ ハローズ様では、全国スーパーマーケット協会が発行する「セルフサービス誌」でsinopsの導入効果をご掲載頂きました。
- ▶ フランチャイズ事業であるワークマン様に対してsinopsが367店舗で稼働しており、全店舗に導入展開中です。

ハローズ様
発注時間削減でシフト作成も柔軟に



ワークマン様
需要予測で1,000店舗体制の達成へ



©2019 sinops Inc.

12

あとはハローズ様、ワークマン様だけではないんですけれども、発表させていただいたリリースを少し中に挟んでおります。

ワークマン様は最近、いろいろ評判良く活躍されていらっしゃいますけれども、今 800 数十店舗のうち 360~370 店舗は既に sinops-R6 が全面的に入っておりますが、非常に効果が高いというご評価をいただいております。それで彼らからしたら、1,000 店舗の目標の到達が見えてきたなということリリースの中にも謳っていただいております、そういう大きな効果を寄与できているということで書かせていただいているものを挙げさせていただきます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



sinopsユーザー会2019開催

- ▶ 10月29日、sinopsユーザー会2019を開催しました。
- ▶ 36社79名のユーザー様、7社14名のパートナー様、計93名にご参加いただきました。



【ユーザー会プログラム】

■基調講演

有森 裕子氏

(女子マラソンオリンピック2大会連続メダリスト)

■sinops導入企業による事例紹介

- 食品ロス削減発信へのsinopsの活用
- sinops100%採用での導入事例報告
- sinops-R6結果報告とシステム・店舗対応ポイント
- パートナー企業様との取り組み
など



©2019 sinops Inc.

17

それと sinops ユーザー会と書いてございますが、これは私どもが毎年大体 10 月から 11 月ぐらいに日本全国のユーザー様、大体 100 名ほどお集まりいただいております。それと、ご検討されていらっしゃるお客様が 10 名から 20 名ほどお越しいただいて、全体で 100 名ほどのユーザー会というものをやらせていただいております。

これはユーザー間同士の親睦も当然ですけれども、どういうことで苦労があるか、あるいはどういうことを注意して対策を練ったら、これだけ効果が上がったかということを発表していただく場にしておりまして。今期も 3 社ほどのお客様に発表していただきました。

今年は 3 社のユーザー様が発表されて、それぞれ素晴らしい効果が上がったよということとともに、こんな苦労があったんだよと、皆様ご注意くださいということを正直にしゃべっていただく場をもう既に 7~8 回続けております。今回も非常に好評でございまして、そういうことをやりましたというご案内を挙げております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



大阪府と「食品ロス削減の日」イベント参加

- ▶ 大阪府主催の「食品ロス削減の日」イベントに、おおさか食品ロス削減パートナーシップ事業者として参加しました。
- ▶ 当社の「シノプスくん」が大阪府公式キャラクター「もずやん」・ダイエー公式キャラクター「モックん」ともコラボし、食品ロス削減の啓発活動を行いました。



©2019 sinops Inc.

18

あとは大阪府と食品ロス削減の日ということで、大阪府さんが主催で食品ロス削減の日イベントというもので、食品ロス削減パートナーシップ事業者に選んでいただいています。今後、この活動を大阪府さんとともに、いろんな場面で活動していきたいと思いますが、大阪にとどまらず、食品ロスは日本全国どこでも同じような問題がありますでしょうから、今後、それをさらにエリアを広げていければと考えております。

P/L 2019年度業績見通し

- ▶ 2Qで期ズレした大型案件が3Qで計上され、他案件についても順調に商談が進捗しており、受注残を含めた確定通期売上高が現時点で1,001百万円となっております。
- ▶ そのため、2019年度の売上計画1,200百万円・営業利益300百万円に変更はありません。

	2018年実績	2019年予想	前年比%	前年差
売上高	914	1,200	+31.2%	+285
パッケージ	325	560	+72.3%	+235
導入支援	177	153	△13.5%	△23
サポート	189	218	+15.3%	+29
レンタル	221	266	+20.3%	+45
営業利益	231 (利益率25.3%)	300 (利益率25.1%)	+30.2%	+69
経常利益	214 (利益率23.5%)	300 (利益率25.1%)	+39.9%	+85
当期純利益	129 (利益率14.2%)	199 (利益率16.6%)	+54.0%	+69



©2019 sinops Inc.

14

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

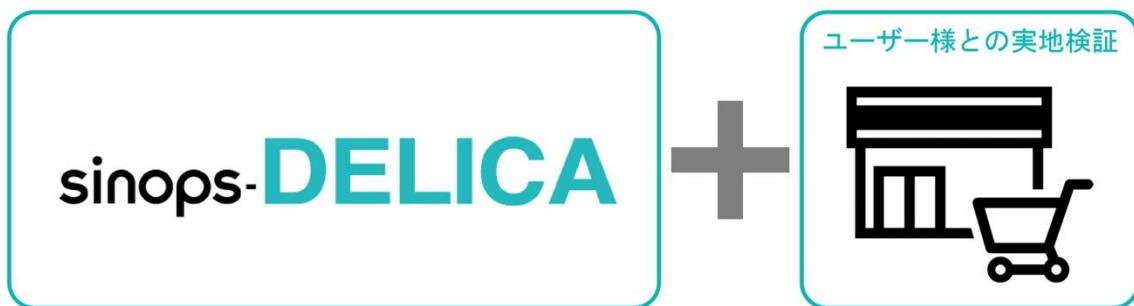


次にトピック 2 の、第 4 四半期の取り組みでございますけれども。これもここに書かせていただいていますように、2019 年度の業績着地点は売上高 12 億円、これは当初計画どおりで変更の予定はございません。営業利益も 3 億円で変更なしということでございます。

第4四半期の取り組み

惣菜向け「sinops-DELICA」 実地検証が開始

▶ 惣菜向け自動発注「sinops-DELICA」について、ユーザー様との実地検証が開始されました。



©2019 sinops Inc.

15

次に惣菜向けの sinops-DELICA を、この 12 月に入ってからお客様で実地検証に入ることになりました。これまでは 2 社ほどでトライアルで試させていただきたくないと、お客様の場所を借りてやっておりましたが、非常に 2 社とも効果が出ておるので。あとお客様から 3 件目はご注文をいただいて取り組むのが、この 12 月に入って始まるということでございます。

この DELICA は惣菜とパンでございまして、これまでシノプス社が他社と大きく違いはどのところにあるのかというところをいくと、日配品のカテゴリーは我が社だけしかやれてこなかった、やってこなかったということでございます。

日配品は、和日配は皆様ご存知のとおり、豆腐だとか麺だとか、賞味期限の短い、週に 2 回ぐらい特売を打たれるものですね。洋日配は牛乳だとかヨーグルトだとか、そういうものを洋日配といいます。和洋の日配、毎日配送される、配達の日配ですね、配られるという。それが日配カテゴリーというのがあるんですけれども。

これは我々しかやっていなかった。他社さんはリスクが大き過ぎてできなかった、やれなかったというカテゴリーだったんですけれども。最近はライバルの皆様が、うちも日配できるようになったよということで、お客様にいろいろとアピールされていらっしゃるんですが。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

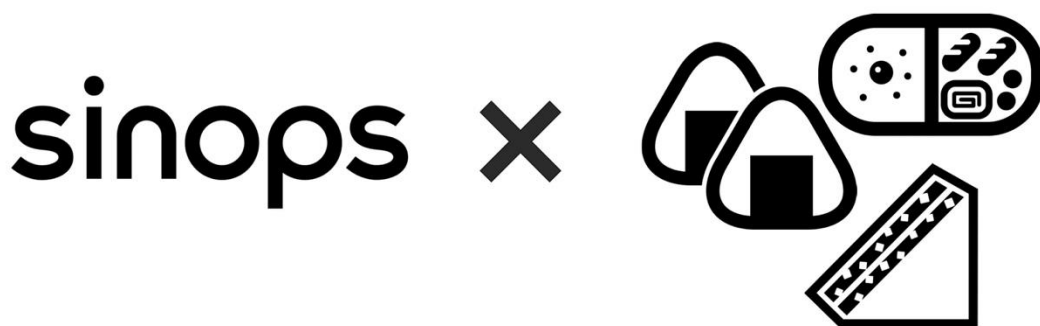


我々はその次に、さらに難しいといわれるカテゴリーである惣菜、それとパン。日配品よりもさらに賞味期限が短くなりますし、本当に売り切ってしまうのが一番よくて、売れ残ると本当にすぐに廃棄になるカテゴリーでございますので。非常に需要予測の精度も要求されることながら、リスクを大きく背負うというこのカテゴリーに、これを2社ほどで先ほどから申し上げたような、あるユーザーさんで実験させていただいて、非常に効果が出ているよということが分かってきましたので。これを広く販売していきたいと考えております。

第4四半期の取り組み

コンビニの実証実験は継続・着実に前進

- ▶ コンビニは、おにぎり・弁当・サンドイッチなどの「中食カテゴリー」を中心に実証実験を継続中です。
- ▶ ユーザーレビューも進めており、着実に前進させております。



©2019 sinops Inc.

16

最後ですけれども、皆様非常に興味をお持ちだろうと思いますが、コンビニエンスストアですね。これは実はもう1年越しになりました。去年の暮れにある大手2社からいろいろと、これまで出入りのSlerさんとか、コンサルティングファームでチャレンジしてもらってきたけれども、なかなかうまくいかないカテゴリーがあるよと。

これは中食というカテゴリーですね。おにぎりや弁当、お寿司、サンドイッチ、その類は中食と皆様おっしゃるんですけれども、そこがどうしてもうまくいかないと。シノプスで本当にできるのかということ、実は去年の暮れにお話を頂戴しました。

我々は実はそこは得意ですから、やらせてくださいということで。データが出てきたのは今年の実夏でした。8月ぐらいにやっと両社とも出てきて、それをトライアルしたら結構良い効果が出たということで、実証実験させてくださいと進んだわけです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



今年10月1日に消費増税がございまして、それに伴う軽減税率の枠組みがなかなか決まらなかったということがあって、延期に次ぐ延期になりました。ここへきてやっと再開しました。

年内はさすがにトライアルはやめてほしいということで、年が明けてやりましょうということ、やっと次のステージに入ったところでございます。

その結果は年が明けてから、また皆様にお話しできる機会があれば、速やかにご案内申し上げたいと考えているところでございます。

以上で私からのご説明、ご紹介は終わりたいと思います。

続きまして皆様のご質問があれば、何なりとお申し付けいただければと思いますので、よろしくお願い致します。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



質疑応答

司会：ご説明ありがとうございました。それでは質疑応答に入りたいと思います。

なお、この決算説明会は質疑応答部分を含めまして全文を書き起こして公開する予定でございます。したがってご質問の際、会社名、氏名を名乗られた場合はそのまま公開されます。もし匿名を希望される場合は、氏名を省略していただいても結構でございます。

それでは質問のある方、どうぞ挙手をお願いいたします。

質問者：ご説明ありがとうございました。3点、お願いします。

まずエイジス社様との業務提携ですけれども、こちらはエイジス社様は2,500社ぐらい取引先があるとエイジス様のほうで書かれていますけれども、こちらに御社と一緒に、エイジス社様の取引先に提案していくような動きになるのでしょうか。それともまた別のやり方で、何か。

南谷：オーバーラップしている企業様に関しては、それぞれがビジネスをやっているんですけども、合わせてという提案を既に始めています。

それとエイジス様のほうが圧倒的に社数が多いんですけども、彼らの中で自動発注を取り込もうとされていらっしゃる方が、やっぱり相当いらっしゃる。そこに我々の営業が同行して、単独ではなくてエイジス様と絡めたこのBPOというサービスをベースに、自動発注をそのままやりましょうかという、そういうご案内ですね。

ですから、本当にケースバイケース。我々しかやっていないところはエイジス様と一緒に、一緒にやっているところはBPOというサービスをもとに。エイジス様のユーザーのみの、圧倒的にここが多いですけれども、そこに関しては自動発注をこのタイミングで取り込んで、フォローはエイジス様がやれますよという、そういうやり方。同じBPOですけれども、それぞれのお客様の現状を見て3パターンの提案内容になるかと考えています。

質問者：オーバーラップしている会社様は何社ぐらい、何店舗ぐらいあるのでしょうか。

南谷：うちは今、小売業様52社ぐらいなんですけれども、ほとんどがエイジス様がやっぱりやっていますから。ただはじめに申し上げたように、リアル在庫をメンテナンスされにくい企業様が増えてきているんですね。人がいないと。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



惣菜で包丁を持つ人もいないというような地方のスーパーマーケット様が今、いっぱい出てきているんですよ。ですからシノプスから依頼している、閉店間際に欠品になっているところをずっと巡回して歩く、たった15分なんですけど、その人がいないよという企業さんが増えてきているので、エイジスさんのほうからBPOを追加でやられませんかというような動きですね。

それはですから、52社のうちの多分8割ぐらいは、そういう提案をお受けいただいている。まだ全部いけていませんけど、これからそういうお話になるのではないかなと思います。

質問者：ありがとうございます。二つ目はワークマン様のほうなんですけれども、こちらは店舗数でいうとまだ半分ぐらい。

南谷：半分いっていませんね。

質問者：こちらはどのぐらいのスピード感というか、どのぐらいで全店舗に入っていくようなイメージを持たれているのですか。

南谷：既に4年ほど前にご検討が始まって、横展開が始まったのはもう3年ぐらいになると思うんですけれども、初めは非常にワークマン様が慎重でいらっしゃって。緩やかな店舗の展開の仕方でした。

ここへきて実際に横展開されるのは、ワークマン様の自動発注のプロジェクトチームなんですけれども、その人たちが自信を深めたという感じだと思うので。今後はスピードが速くなっていくと思いますけれども、やはりまだ残り500店舗ぐらいありますから、最低でも1年以上はかかるのではないかなと思っています。

ただヘルプ、助けてくれとお願いいただくと、有料でいいよということに当然、契約はなると思うんです。そうすると我々のチームも支援に入る可能性はありますが、まだ今、そういうところまで具体的には出てきてはおりません。

質問者：ありがとうございます。最後3点目はコンビニの実証実験ですけれども、こちらは今の確認ですけれども、8月にデータをもらって、そのもらったデータを前提に仮想の需要予測のものを出されて、そこまではまず終わっていますか。

南谷：終わりました。もうそれは9月の第1週に何社かバタバタと、数回やりました。

質問者：それが実際の実証実験に入るのが、来年に入るだろうということですね。

南谷：はい。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

質問者：そこから今までのお客様、スーパーであるとかでいうと大体、実証が半年から1年ぐらいかかるということだったかと思いますが、やはりコンビニについても同様の期間ぐらいなのでしょうか。

南谷：多分、これは私が考えていることですが、ターゲットが中食だけでいいでしょうと申し上げているんですよ。中食、特におにぎりをイメージしていただいたらいいです。弁当もそうですけど、今日買ったものは明日の夕方には、もう見切りで捨てちゃうんですよ。そういう非常に短いタームの話ですから。

普通のスーパーさんですと日配でも1週間ぐらい、その他の加工食品は何カ月でも賞味期限見てからなので、非常に時間をかけたいというのは分らなくはないですね。でも今回、コンビニさんに関しては全部データはいただくけれども、ここは簡単なのでいいでしょうと。ここだけがよそ様ではできないところで、ここだけを勝負でフォーカスを当てましょうと申し上げているので、多分1週間もやったら5回ぐらいの検証は終わっちゃうんです。

ですから多分、私は3カ月経ったらもうやることがないと。確認もしようがない。いろいろと我々からの提案で、やりたいストーリーがいっぱいあるんですね。細かくはここでは申し上げられませんが、我々はレベルを上げていくストーリーがいくつか用意できているので、そのとおりやっても多分3カ月あったら、我々のストーリーのシナリオがいくつか、効果と結果が出てしまうと思っているものですから。

多分3カ月、次の決算の頃には何らかのお話はできるのではないかと、私は考えております。

質問者：ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。ほかにご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

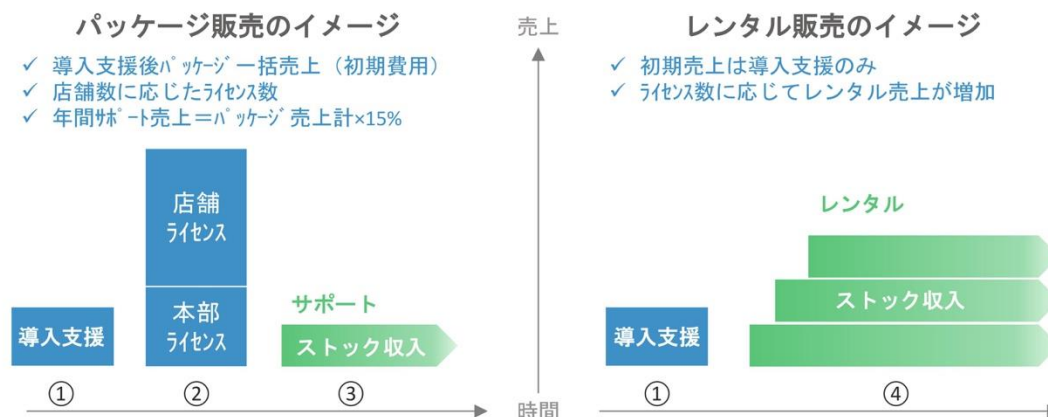
サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



4つの収益源

- ▶ 当社には4つの収益源があります。①導入支援 ②パッケージ（ライセンス） ③サポート ④レンタル
- ▶ 販売形態はパッケージ販売とレンタル販売があり、どちらも導入支援は初期費用として発生します。



©2019 sinops Inc.

25

質問者：今日初めて参加するので、基本的なところを教えてください。御社のサービスは、このところに売上高のパッケージ、導入支援、サポート、レンタルとあるのですが、基本的にはパッケージのソフトウェア、これを導入するということでの費用をいただくようなイメージでよろしいのでしょうか。

南谷：今はそうです。今は8割ぐらいがパッケージ販売、イニシャルをいただいて、それで動き出したら保守費用をパッケージ費用の15%をずっといただき続けていると。

卸売業様で20数年目に入った企業様、ファーストユーザーはまだずっとお使いいただいていますし、小売業様でももう一番長いところは16年ぐらい。卸売業様がやった5年後ぐらいに小売業様をやったので、そこからずっとお使いいただいている最長のユーザー様は、16年目ぐらいに入っているところは、ずっとそのパッケージのそれぞれ15%ずつをいただき続けているということですね。それが大体全体の80%。

残りの20%はレンタル。これから私どもはクラウドに全部データを上げて、そのサービス、最近でいうSaaSといったパターンにどんどん置き換えていく予定にしています。現状はパッケージ販売プラス保守費用というのが、全体の売上の80%ぐらい。残りはレンタルが20%。

質問者：大体、導入価格というかパッケージ費用は、どれぐらいのレンジ、どういう対象に対してどれぐらいのパッケージ料金でしょうか。大体どれぐらいのレンジなのでしょう。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



南谷：一番初めにお客様からそれなりにいただくのが、検討を始めてどこかでパイロットしたいとおっしゃるのが、パイロット実験という費用を1,200万円内外、低いところは800万円ぐらい、高いところは1,800万円ぐらい。これはなぜかというターゲットの店舗数の数によって違うんですけど、普通で2店舗ぐらiyorるんですね。

あの店はものすごい赤字だから、これも1店舗追加してもっとV字回復したいというのは、ちょっと値段が上がってきますよという値段があるんですけども、大体1,200万円内外です。それを大体半年から1年ぐらiyorります。

それが終わってからパッケージしますか、レンタルしますかというお客様のジャッジです。

質問者：それは店舗の導入先の数というところでは、それは例えば基本が1,200万円、プラスそれは店舗が10店舗以内で、増えた分についてはプラス、例えば従量制で上がっていく。こういうイメージですか。

南谷：ベースは2店舗です。これは10店舗、一気にやることはないです。初めは2店舗ぐらい。パターンが違う、例えば郊外店、駅ナカ店、本部の下の店みたいなので三つのパターンがあることはありますけれども、大体三つ以上はないです。

それをやった後に、これはもうちょっと広げて、別の山の向こう、川の向こうをやりたいというのが出てきたとき、第2ステップ目にあと10店舗やらせたいというのはありますけれども。基本的にはスタートは2か3店舗です。

質問者：大体1店舗当たり500万円ぐらiyorって、大体導入先はある程度チェーン店を持っている本部にまず入れていくということが想定される客層なのでしょうか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



ターゲット（売上400億円以上）

▶ 現在の小売業におけるターゲットの優先順位は、①スーパー②ドラッグストア③コンビニです。



©2019 sinops Inc.

22

南谷：そうですね。ターゲットは400億円以上のスーパーマーケットさんが今、メインなんです。これは下のほうに書いてあると思いますけど、1,000社のリストというのが業界紙が出てきているんですけども。その中の上位、1,000社のうちの売上400億円以上が、うちのターゲットです。

大体、店舗数でいくと30店舗内外ぐらいのところメインのターゲットになります。400億円以上の今のうちのターゲットが、小売業様で292社あるんです。その中で37社、大体13%ぐらいがシェアだということですね。

質問者：分かりました。どちらかというと本当に個店対象ではないわけなのですね。

南谷：はい。本部のパッケージは2,000万円なんです。これはイニシャルで必ず、企業規模の大小関係なく2,000万円。

お店には店舗ライセンスがあるんですね。これが50万円のパターンと20万円のパターンがあるんです。50万円は食品スーパーマーケット、これはロジックが非常に複雑だからです。それ以外の専門店などは全部20万円です。それは口に入るものは少ないので、シンプルなんですね。食べるものは置いていらっやらないでしょう。だから、シンプルなので20万円。

企業規模、店の売上関係なしに20万円という二つのパターンは、店舗の数の掛け算ですから。ですから50万円の食品スーパーマーケット様で100店舗あると、これだけ5,000万円。本部パッケージ2,000万円を入れて7,000万円。あと導入支援の1,200万円を入れて8,200万円。それと最近

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



は iPad 上でアプリをいろいろつくったりしているものですから、アプリなり周辺のソフトウェアが増えてきたので、70~80 店舗の企業様でも 1 億円を超えるケースが増えてきています。

以前は 1 件当たり大体 4,000~5,000 万円でしたが、最近は今申し上げたように、周辺のいろんなアプリケーションが増えてきているので、我々の提供する種類が。これもいいな、あれもいいなとなってくるので、大体 1 億円ぐらいのケースが増えてはきました。

質問者：分かりました、ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。ほかにご質問ある方、いらっしゃいますでしょうか。一番後ろの方。

質問者：現時点で 10 億円まで売上が見えていますよということなんですけれども、この 10 億円は本当に確定の確定で、2Q みたいな期ズレするとか、そういうリスクは全くない 10 億円という理解をしていいのかということと。

南谷：これはほとんどないですね。これは内容がレンタル費用で、途中でやめるわというのはほとんどないんですよ。あるいはお使いいただいている企業様が保守をやめますということは、ほとんどないです。実際、カウントすると大体 3% ぐらいのお客様がもう使わないよといわれるんですけど、3% ぐらいの誤差はあるかもしれません。

でもほとんど契約はしてありますし、売上はしていないだけでというのは、毎月、来月もらいます、再来月いただきますという請求をして入金がありますという契約は、もう終わっているパターンですので。それぐらいの正確、3% ぐらいの誤差の可能性はありますけれども。その程度です。

質問者：残りの 2 億円分というのは、あと残り 1 カ月程度なんですけれども、この確度はどう見ればよさそうですか。

南谷：これも受注いただいているわけではないので、何ともいえませんが。既にこれまで、この春ぐらいから営業活動をし続けていて、当社にはいろいろと営業の手順があるんですけども、ホップ、ステップ、ジャンプとフェーズ、フェーズでお客様に納得いただいて、石橋をたたいて次のステップに行ってくださいねというステージを踏んでいるので。

その最終段階にはきています。

質問者：導入が進むことによってストックの部分が積み上がっていくので、来期はその部分が純増になると思うんですけれども。とはいえ第 4 クォーターでご想定されている売上水準って、かなり

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



高いものなので、これが想定どおりに売り上がった場合、期末の受注残はどうなるようなイメージでしょうか。

南谷：期末の受注残ですか。それはストックの部分のですか。

質問者：ストックの部分とは別に、フローの部分もあると思うんですけども。要は来期、どういう伸びになるのかを興味があるので、期末時点で、来期の期初時点で売上計上ができるビジネスが結構、減っちゃっている状態で来期に入るのかという、期末の受注残はどうなりそうかということです。

南谷：受注残って、うちはそんなにないんです。というのは、受注するとすぐに売り上げますよという、そういう条件で営業してきていますので。ですから、とりあえずパイロット計画が半年分良ければ注文しますよというパターンは、今何件か、5~6件あるんですけど、それが受注残といえるかどうかというところですね。

ですからパイロット実験は6カ月とかの注文をいただける、6カ月で1,200万円いただきますから、それが5~6件ある程度なんですね。その後は本当に結果が出てからでないと、受注にならないですから。計上はできない。

そうなった瞬間に、受注になったらすぐにパッケージは買ってくださいねという、マイクロソフトの封が開いたらお金くださいねというのと、同じようなパターンにしているんですね。

質問者：一緒にやっている実証実験中のプロジェクトはかなりいっぱいあって、ただそれが実際に成約するかどうかは期初時点ではなかなか見えづらいので、ある程度保守的に何掛けかしたような数字を前提に期初計画を、予算を策定するというイメージを持ってはいいいわけですか。

つまり来期の期初計画を開示されると思うんですけども、その開示されるときに置かれる前提の数字は、どういう予算のつくり方をしているのか。

南谷：中期経営計画の中でそれはしっかりとつくろうということを今、しているわけですけども。その根拠は今おっしゃられた、パイロットが終わったら注文をいただいていないだけですけども、ほぼ9割以上の確率でパッケージかレンタルに移るんですね。そこで駄目だったのはほとんど最近、経験ないんですよ。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



延びることはありますよ。お客様が先ほど申し上げたように、もうちょっと検証を別の店でやりたいということは往々にしてありますから、そのときは検証の期間が後ろへいきますけれども、そのものの自体が終わってしまうことはほとんどないんですよ。

ただ注文をいただいていないから計上していないけれども、来期の経営計画の中には、それがどこか来期中にはこれはパイロットが終わって本契約になるだろうという前提の足し算はしています。それで来期の売上の数字を弾く予定にしています。

質問者：分かりました、どうもありがとうございました。

司会：ありがとうございました。ほかにご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

坂井：みずほ証券、坂井と申します。よろしく申し上げます。3点ございまして。

簡単なほうから申し上げますと、消費税率が引上げになって、小売さん各社も多分、税率のシステム対応とかを優先されたとかもあるのですが、その辺の影響の遅れというのは、そろそろもうなくなっていると考えていいのかというところを、まず。

南谷：そうですね。

坂井：分かりました。2点目なんですけれども、御社のお客様は基本的に食品スーパーさんが多くて、そのほかにドラッグストアさん、今後はコンビニエンスストアさんと一部その他専門店というかたちだと思うのですが。

エイジスさんのお客様は、これはバランスが結構違っていると思ひまして。食品スーパーもありますけれども、結構ホームセンターとか、あと雑貨店とか、今まで御社のお話しいただいた、あるいは主力のターゲットとしていたところとは若干、違うところも入ってくると思うんですけれども。

この提携によって、例えば食品スーパー以外のあまり食品を扱っていないような業態、ワークマンさんも確かにそういう業態なのですが、そういうところへ拡大というのも、御社としては狙いがあると考えるとよろしいですか。

南谷：もちろん、狙いはあります。このページで22ページをご覧いただいたら、先ほど申し上げたダイヤモンド社の売上高ランキング2018年度版。これは毎年改訂されるので、これをベースにしているんですけれども、その中の400億円以上の分布なのですが。

専門店様はそれぞれアパレルに2社、このブルーの、水色のところですね、実績は。19社のうちの2社。家電量販店は17社のうちの1社。ホームセンターは19社のうちの1社、その他専門店も1社。これはこちらから積極的に営業したわけではないんですけれども、お客様が必要だと、検

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



討したいということでもっていただいたところに対する、我々が答えを出すことができ、もう長いところだと本当に7~8年お使いただいています。ここにはやれるよという自信というか、確定したものがあ程度にとどめているんですね。

というのは、先ほども申し上げましたように、口に入るものは扱っていませんから、そんなに各企業が、自動発注あればいいなという世界で、なければならないと考えられていると思うんです。

ですから、こちらから積極的にいく段階では今はないだろうと思っています。ですから、やれますよという自信はできているので大丈夫ですけれども、積極的にいくには費用対効果、我々の営業の投入に対するリターンが多分、食品スーパー様ほど強くないだろうと思っています。

私どもは営業が、この間までたった2人だったんですね。会社は60名のところに2人で、今、72名になりましたけれども、やっとこの11月に2人営業を増やして、やっと4名になったところで、手が回らないので。営業効率の良い食品スーパーマーケット様を重点的にやっているのは、そういう意味もあるんですね。ですから、そのうちにやれるよという練習はしてあるということで、ご理解いただいたらいいと思います。

坂井：最後なんですけれども、今、若干もうお話もいただいちゃっているのですが、去年12月に上場されて、もうすぐ1年というところで。上場の中の一つの目的にも、優秀な人材の獲得というんですか、そういうところもあったと思うのですが。

11月に今、営業の方2名増員ということで伺いましたけれども、システムの開発とか営業とか、その辺の採用の状況とかを伺えればと思います。

南谷：この5~6年は毎年昨対比で2割の増員を計画してきました。去年60人だったものが、うまいこと今回は12名増えて、今のところ既に72名でございます。

今後は2割ずつやっていくかということ、これは再検討。もう次の踊り場にきたのかなと思っています。理由は非常に効率が上がってきましたので、1人当たりの生産性を大分高めることができたかなと思っています。来期は10%から15%ぐらいの増員でいけるのではないかなと考えているところであります。

先ほどから出ていますコンビニさんの動向次第では、そこに集中的にリソースを割くことに当然なるでしょうから。そうすると従来のお客様のケアをやっぱりしっかりしていく必要があるので、やっぱり元に戻るどころか、20%を超えてしまうことはあるかもしれません。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



これはコンビニさんの動向は、来年の3カ月ぐらいである程度見えるのだろうと思っていますので、そこでもう1回、しっかりとタイミングよく人員計画も再構築する可能性もあり得ると思っています。いただければいいと思います。

坂井：ありがとうございます。

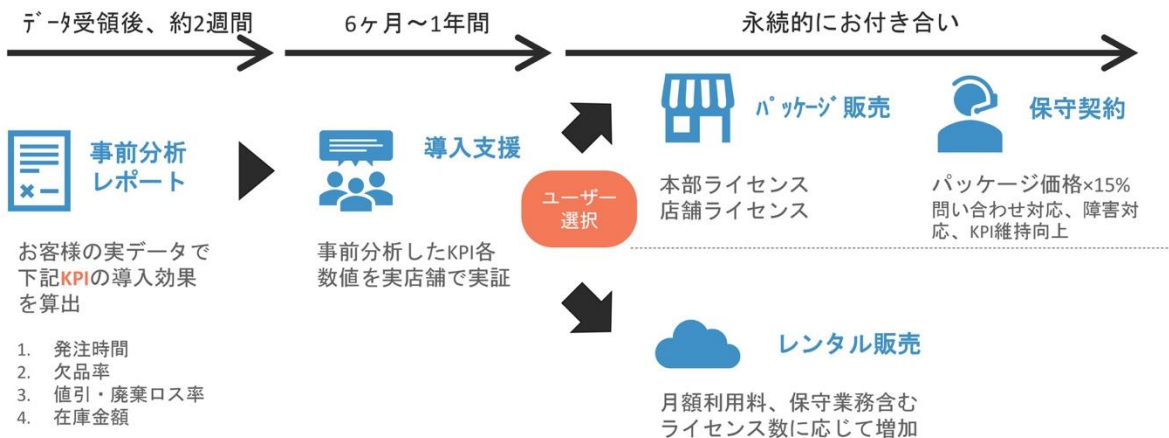
司会：ありがとうございました。ほかにご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

質問者：ありがとうございました。コンビニのところでもうちょっと聞きたいんですけども、コンビニさんと店舗数が桁違いで、単価当たりというところかというと、ボリュームディスカウント等々あるんじゃないかと思うんですけども。その辺を含めて、もうちょっと補足説明をいただけないでしょうか。お願いします。

Appendix

販売イメージ

- ▶ 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。
- ▶ そのため、効果を継続的に出してもらうために、継続的なサポート体制が重要です。



©2019 sinops Inc.

26

南谷：私どもの価格の付け方でございますけれども、費用対効果で価格を付けてきています。その効果は何かというと、4つのKPIなんです。

KPIは、まず作業時間がどれだけ削減できたかということですね。2番目は欠品率がビフォーアフターでどういう改善が見込めたか。3番目が値引・廃棄ロス率です。これがビフォーアフター、全部ビフォーアフターなんです。導入前と導入後でどれだけ効果が上がったかということを目指してやっています。一番最後のKPIは、在庫金額がどれだけ減ったか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



導入効果

▶ sinopsは、欠品とロスが最低になる発注数を自動計算します。



©2019 sinops Inc.

24

これはこのグラフで書いていますように、欠品率とロス率というのは、トレードオフの関係でございますので。一つはできたけど一つは駄目だったというのは、お客様は許してもらえないので、全部がそれなりに圧縮できる、効果が上がったよというのを、我々の指標にしています。

お客様に導入前に、絶対にこのラインまで我々はやりますよとコミットメントするんですね。そこでこれだけの効果があるから、これだけの費用は問題ないですよというのをベースにつくってきました。それもかなり安めにつくってきています。もっとこれは高く付けてもいいじゃないとよくいわれますけれども、安く付けています。

それは何かというと、そういうところで躊躇されたら、シェアを上げることにブレーキがかかってしまうので。シェア獲得が一番だと私は思っていますから。ですからシェアは今13%ぐらいでとどまっておるわけにはいけないので、40%まで上げるためにはこの4つのKPIを高めて、なおかつそんな値段でやってくれるの、みたいなところに持っていくところでやっているんですね。

話が長くなりましたけれども、コンビニエンスストアさんもどれだけ効果が上がったかは、実はうちの中では机上のシミュレーションはもう終わっていて、結構な効果が上がっているんですけども。それを実証実験で我々いっているとおりにならしたら、そこで初めて値段を付けようとしているので。今、一切いくらですとはっていないんですね。契約ごとですから、お客様がやっぱり納得していただかないと決まりませんので。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



それをまずしてから、ボリュームディスカウントになるかもしれませんが、その辺は綱引きですから。どうなるか分かりませんが、どちらにしてもコンビニエンスストアで1店舗当たりどれだけの費用対効果が見込めるよというところになってから、これぐらいの金額でいけそうです、掛ける何万店ですみたいなかたちでお話できるのではないかと思います。

今はまだ、そこに至らない状況だと。方向としては費用対効果で算出しますよということだけでしか申し上げられませんけれども、それはご容赦いただければと思います。

質問者：ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。

質問者：追加で1点、質問をお願いします。最近、同じように需要予測のアプリケーション、ソフトウェア、そういったものを出すような大手の、例えばKDDIさんの子会社であったりというニューフローもあたりとかしますけれども。そういったところに対して、例えば御社であればスーパーであったりドラッグストアであったり、先ほどおっしゃったように口に入るものがあるところについては、非常に実績を重視されるので問題ないのかなとは思いますが。

これからそういった他社さんが、例えば専門店であったり、そういったところに積極的に入ってくると、そういうシェアを取るとい部分では取られてしまうのかなとも思うのですが。その辺に対しての他社の評価と、現状の動向についてどのように見られているか。そこを教えてくださいませんか。

南谷：やはりシェアの獲得は社数で見えてなくて、流通金額で我々は見ているんですね。ですから端的にいうと、胃袋に入る食品の流通量の何割はシノプスが算出した発注数に基づいているのかというところを重視しているんですよ。

それはこの業界における影響力を高めたいからなんですけれども、アパレルは多分、食品の次のマーケットだと思うのですが、これは割とシンプルなんですね。落とすところが今までの食品とは変えないと駄目な部分が、中国でつくって湾岸で山ほど在庫を持ってみたい、物流をにらんでいくと、またちょっと違う解決策、糸口でアプローチしていかなければ駄目だと思うので。これは我々、そんなに経験がないのは事実なんですね。

でもチャレンジさせていただけるのであれば、同じような土俵で、同じデータで、より良い結果が出るかどうかは、これは今までもずっとやってきていますけれども、これからはそれに対してはチャンスを与えていただけるなら、積極的にやりたいとは思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



それでシェアを取れないことがあるかもしれませんが、それは我々が力不足だったということだと思うので。

ですから口に入るものの賞味期限の短いもので、なおかつ価格がごろごろ変わるというもの、そういうところの非常にセンシティブな、繊細な部分に関しての強みというものは多分、生かせるのではないかなと。

具体的にいうとワークマン様で、いろんなところでこれまでもやってこられましたけれども、なぜ我々のところを最終的に採用されたかは、ワークマン様はご存知だと思いますけれども、ほとんど1カ月に一つ売れるかどうかのものも、いっぱい置いていらっしゃるわけです。その単価も結構高いんですね。

安全靴にしたって、それはアンダーウェアと違って100円、200円ではありませんし、単価の高いものが、あまり売れないものを店に並べているときに需要予測が狂っちゃうと、あれはフランチャイズ方式ですから、フランチャイジーのオーナーさんにもものすごい迷惑をかけてしまうんですね。

ですから非常にそういったところでは苦慮されていらっしゃいましたけれども、我々は高額低ランク商品ロジックをつくりまして、それを彼らに当てはめたら、非常に効果が出たんですね。そういう高額だけれども低ランクで、なおかつ季節性があるし、山の向こうでは雨が降っていたり、こちらでは晴れだったりみたいなことも当然ありますよね。

ですから、そういういろんな不確定変動要因と我々は呼んでいるですけども、それをどういうふうにして解くかという、そのたくさんの連立方程式をどの順番で解いていくかが、我々のノウハウだと思っているんですけども。その引き出しが随分あるだろうと思うんです。こればかり20数年やっていますから。初めは当然、相当な失敗も重ねましたし、ロイヤルユーザーが何とかシノプスさんしかできないんだから頑張ってくれていうことに励まされて、やってこられたのは我々の財産なんです。

その引き出しの多さを今後、別業界、業態に向けてもしっかりと我々は、解決していくつもりさえあれば、良い結果が出るのではないかなとは思っています。

質問者：ありがとうございました。

司会：ありがとうございました。ほかにご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。

それではご質問ないようですので、これもちまして会社説明会を終了いたします。皆様、お疲れ様でした。ご説明ありがとうございました。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



南谷：ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptasia.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

