

前期の振り返り



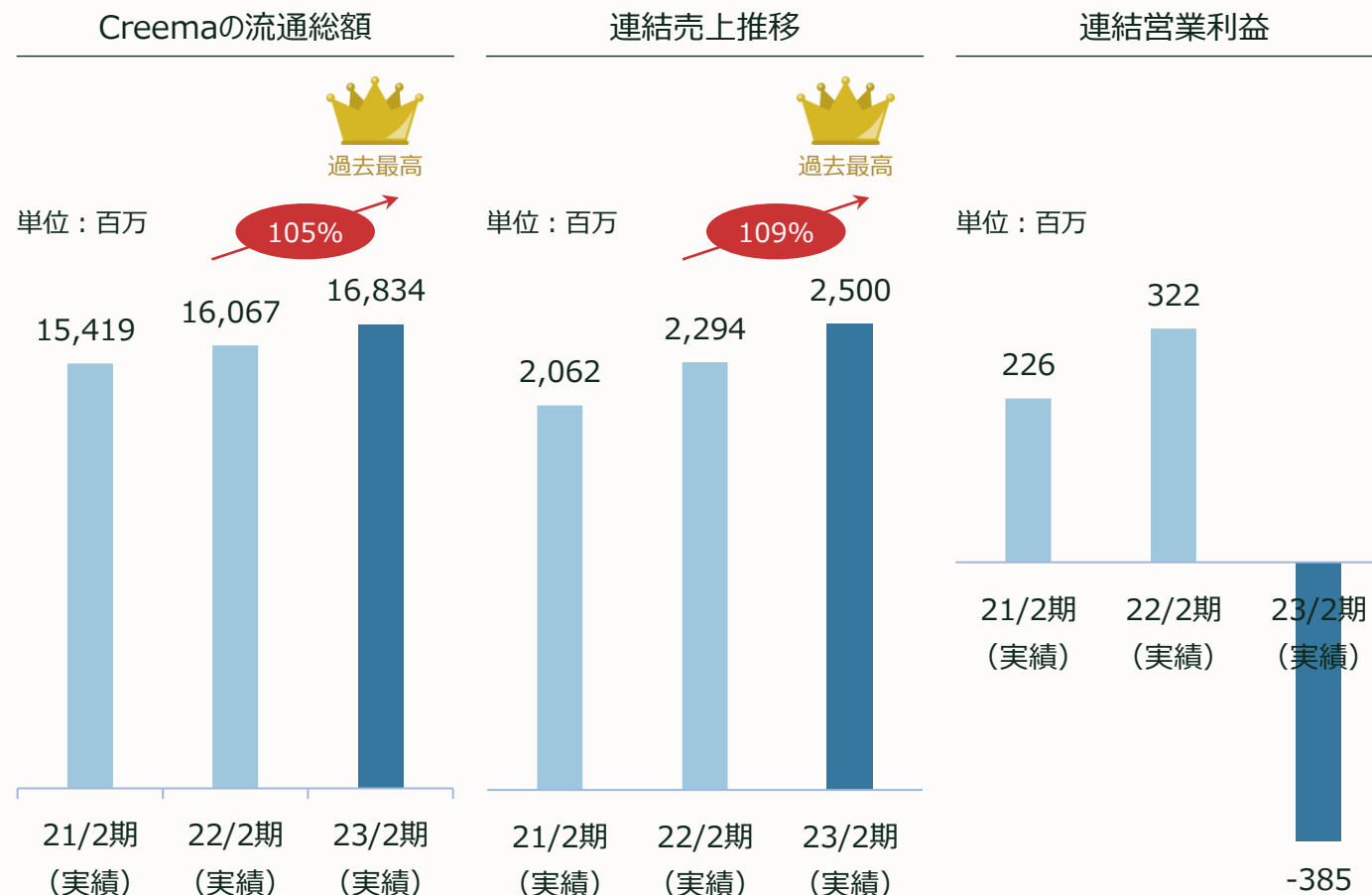
前期2023年2月期の取り組み

- 前期は「リオープニング」の影響による逆風の中、流通総額はYoY105%、全社売上も109%で成長し、いずれも過去最高額を更新。
- 一方で、中長期的成長を目的に、TVCMや新規事業投資等の大規模投資を実行したため営業利益は計画通りながら大幅な赤字で着地した。

前期の取り組みサマリー

- 前期2023年2月期は、新型コロナウイルス感染症の一定の収束に伴い、消費の場がオンラインからオフラインへ移行する、いわゆる「リオープニング」の影響を強く受けた1年であった。
- そのような逆風の中、TVCMをはじめとする大型のプロモーション投資や新規事業投資など、中長期的成長を意図した戦略投資を積極的に実施。
- マーケットプレイスサービスの流通総額は前年比成長率105%となる168億円を着地し、成長率こそ若干の鈍化が見られたが、過去最高の流通総額を達成した。また、プラットフォームサービスやイベント・ストアサービスをはじめ、その他のサービスも力強い成長を続けた。
- その結果、2023年2月期の連結売上は前年比成長率109%となる25億円を着地し、流通総額と同時に売上も過去最高額を更新。
- 一方で、大型のプロモーション投資や新規事業投資をはじめ、成長投資が先行したため、営業利益は、計画通りの赤字となるも、来期以降の更なる成長に向けた地盤を築くことに成功した。

業績推移



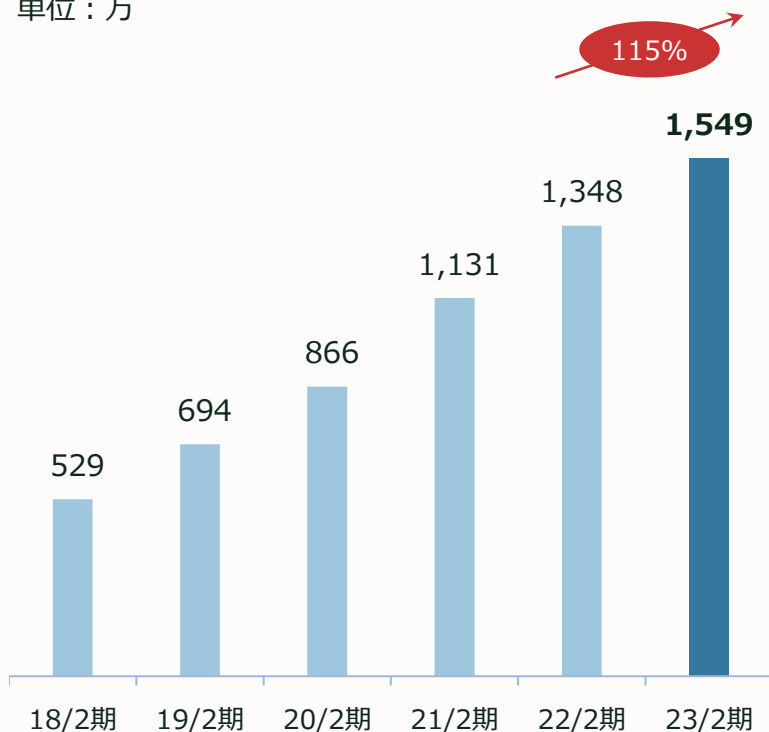
前期（2023年2月期）の振り返り

参考：マーケットプレイスサービスのKPIの推移

- ・ 出品数・アプリダウンロード数・取引単価といった「Creema」関連のKPIも力強く成長。
- ・ 今期2024年2月期以降の更なる成長に向けた強固な地盤を築くことに成功した。

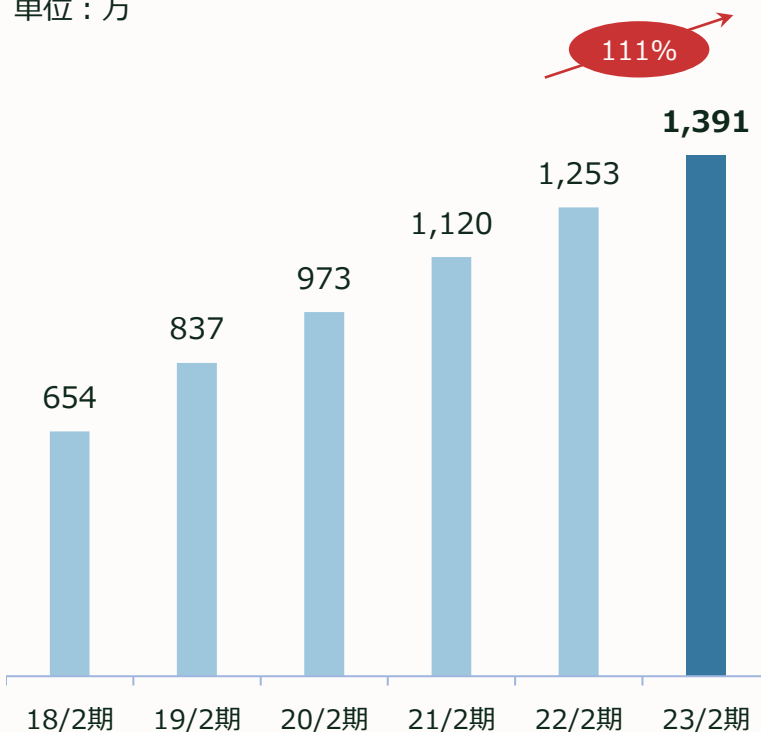
出品数

単位：万



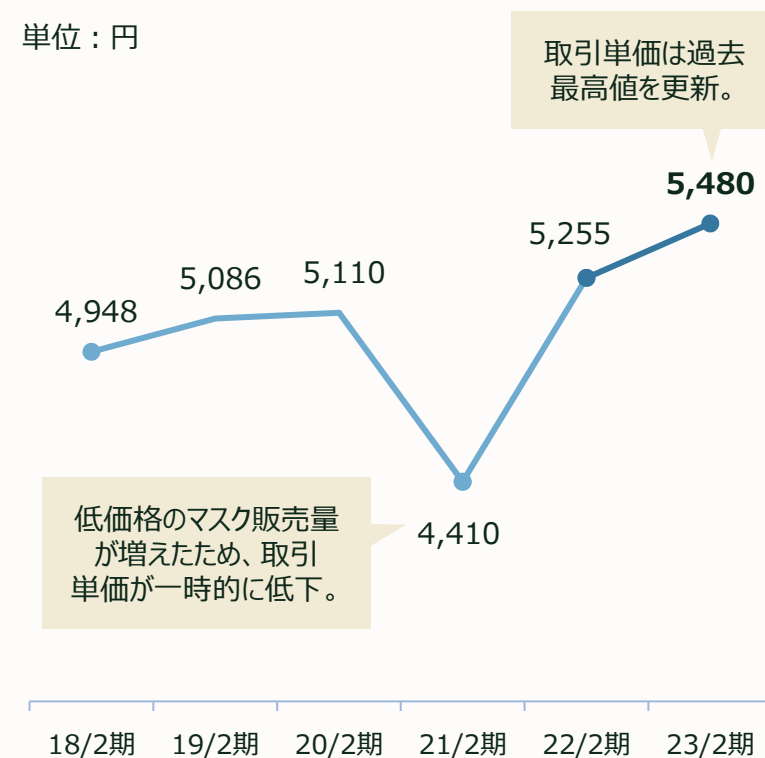
アプリダウンロード数

単位：万



取引単価

単位：円



今期の戦略



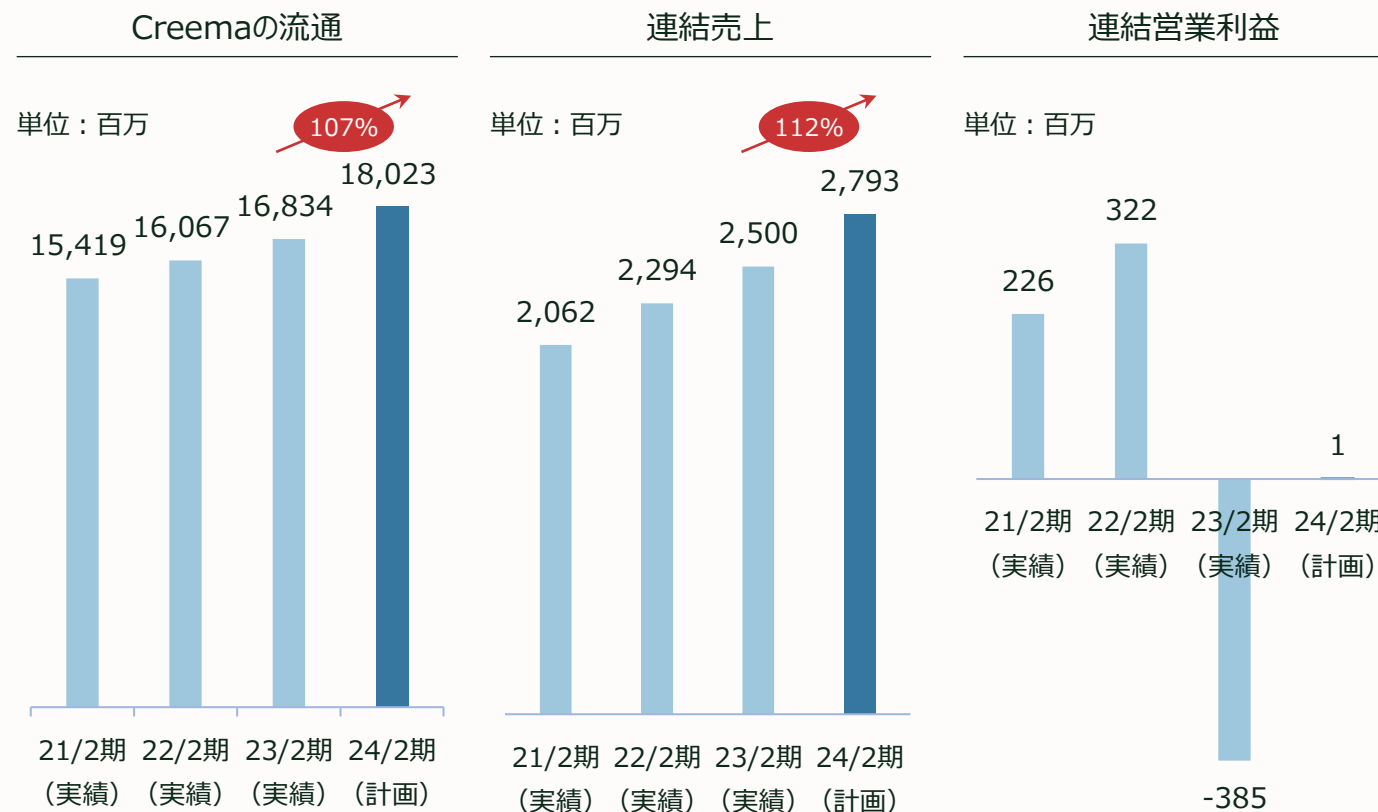
今期の戦略方針と着地予想

- 前期、TVCMの放映等の取り組みにより拡大したサービス認知度を追い風に、「Creema」及びそれに付随するサービスの利用者数を更に拡大するとともに、新サービスの開発・リリースを通じて、クリーム経済圏を拡大し、更なる収益の複層化を進める。
- コストについては、年間を通じてTVCMを放映した前期との比較でプロモーション投資の規模は縮小させるものの、オンライン領域事業のプロジェクト開発投資や、新規事業のリリース・スケールアップのための戦略投資を拡大することから、前期と概ね同等規模の着地を想定している。
- 結果として、流通180億円（YoY107%）、売上27.9億円（YoY112%）、営業利益も僅かながら黒字化を目指す。

今期の戦略方針

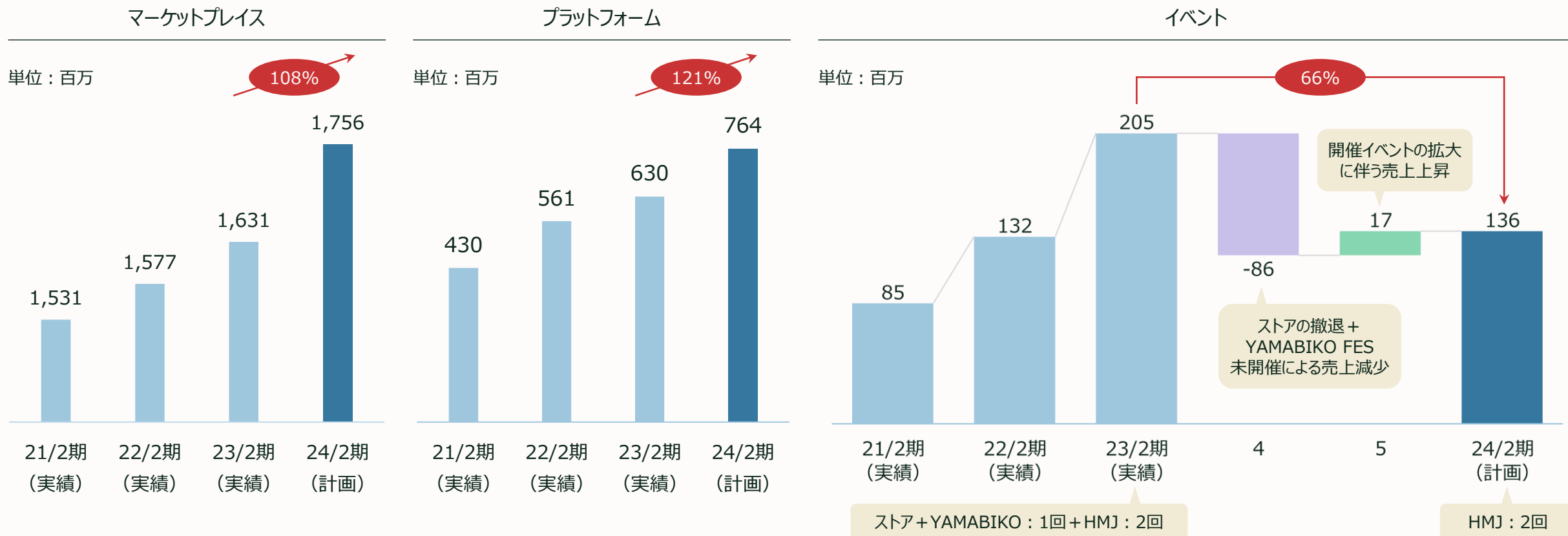
- 前期、TVCMをはじめとする大規模プロモーションにより高まったサービス認知度を追い風に、「Creema」及びそれに付随するサービスの利用者数を拡大すべく、デジタルマーケティング領域の強化や、検索ロジックの磨き込みも含め、CreemaのUI/UXの継続的な改善を行う。
- また、投資を続けてきた新規事業のひとつを今期中にリリースさせた上で、更なる追加投資を実施し、クリーム経済圏の拡大、収益の複層化を加速する。
- コストについては、年間を通じてTVCMを放映した前期との比較でプロモーション投資の規模は縮小させるものの、上述したオンライン領域事業のプロジェクト開発投資や、新規事業のリリース・スケールアップのための投資を拡大させるため、前期と概ね同等規模（YoY97%）での着地を想定。
- その結果として、「Creema」の流通は前年同期比107%となる180億円、売上は前年同期比112%となる27.9億円を目指すとともに、営業利益も僅かながら黒字化させる。

着地予想



参考：各サービス別の売上計画

- ・マーケットプレイスサービスでは、前期に拡大したサービス認知度を活かし、デジタルマーケティングの強化を通じて「Creema」の利用者数を増加させるとともに、検索機能をはじめとするUI/UXの改善等を通じて、売上17.6億円（YoY108%）を目指す。
- ・プラットフォームサービスでは、外部広告にて、現在引き合いの多い広告商品の販売強化に加え、当社独自の新たな広告商品を開発し、顧客基盤を拡大すると同時に、内部広告にて、広告表示ロジックの調整等を通じて、売上7.6億円（YoY121%）を目指す。
- ・イベントサービスでは、「Creema Store」の全店撤退と、「Creema YAMABIKO FES」の開催時期変更（来期へ移行）により、「HandMade In Japan Fes'（HMJ）」の夏・冬の2開催分しかないため、売上1.4億円（YoY66%）の減収計画となる。



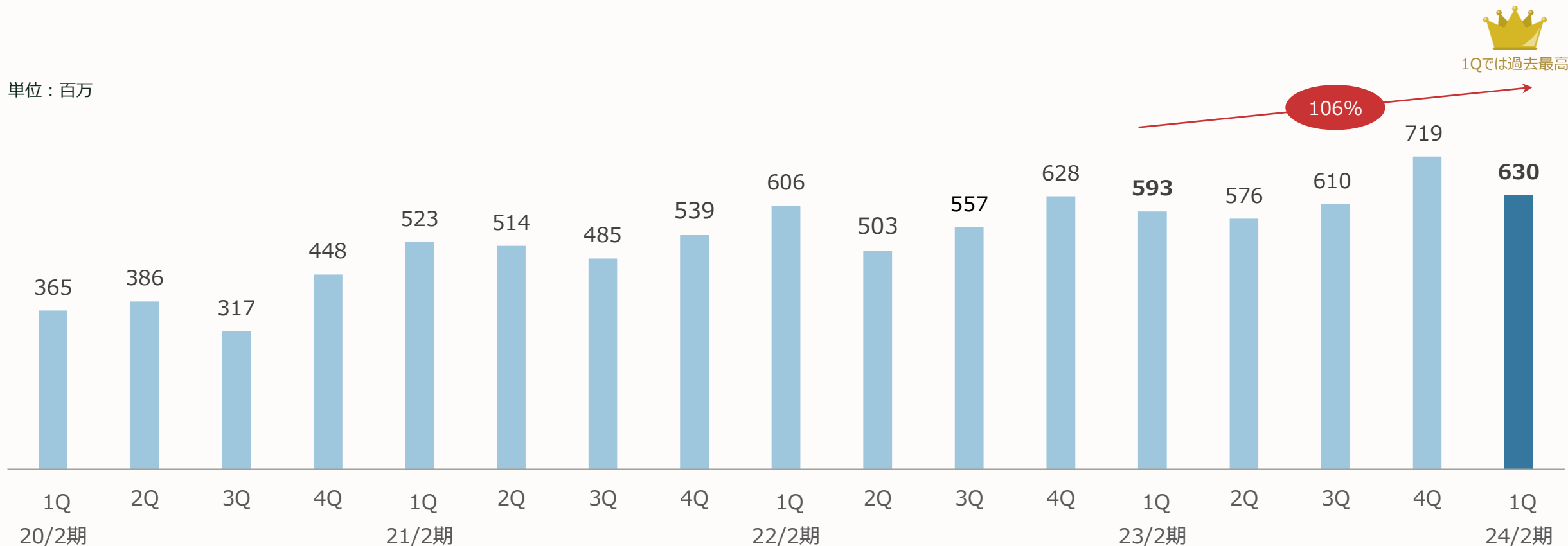
**2024年2月期
第1四半期の業績**



連結売上高の推移

- ・ マーケットプレイスサービスの業績が堅調に推移したことに加え、プラットフォームサービスも力強く成長。
- ・ その結果、1Qの売上はYoY106%となる6.3億円を着地。ストア事業撤退による売上の下方圧力がある中でも、1Qの過去最高額を更新。

単位：百万

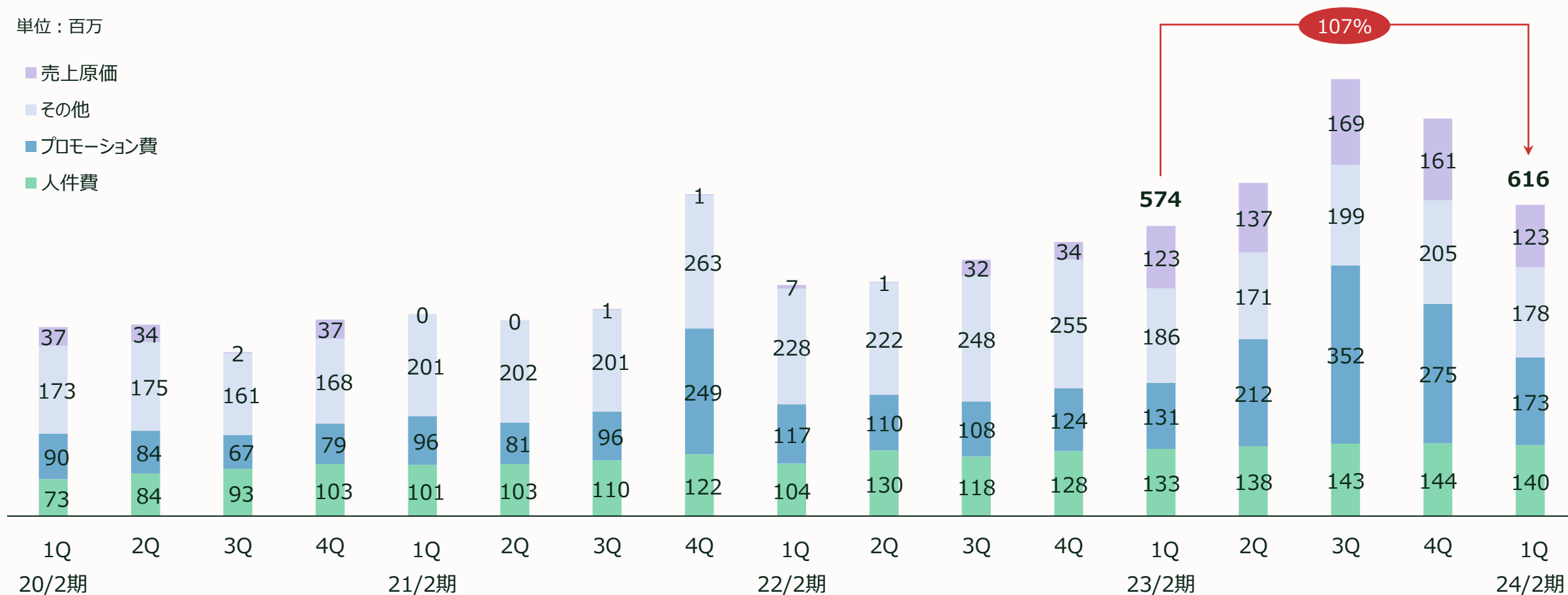


連結コストの推移（売上原価＋販管費）

- ・コストについては、新規事業投資を継続していることに加え、前期に大規模展開を行ったTVCMの一部残存分が1Q（3月）に計上された。
- ・これに伴い、1Q全体のコストは、YoY107%となる6.16億円での着地となった。

単位：百万

- 売上原価
- その他
- プロモーション費
- 人件費

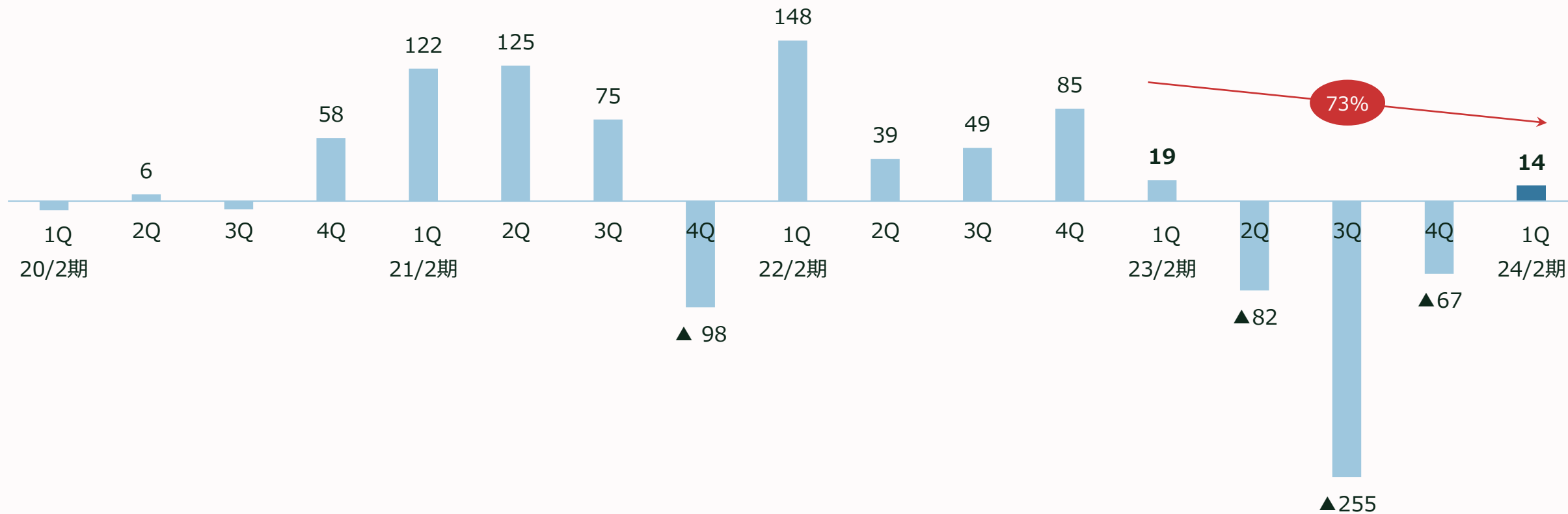


NOTE：23/2期より、新収益認識基準の適用に伴い、販管費の一部が売上原価に計上されている。

連結営業利益の推移

- ・ 前述の通り、売上がYoY106%で成長したものの、販管費もYoY107%に拡大。
- ・ その結果、営業利益はYoY73%となる1,400万円での着地となった。

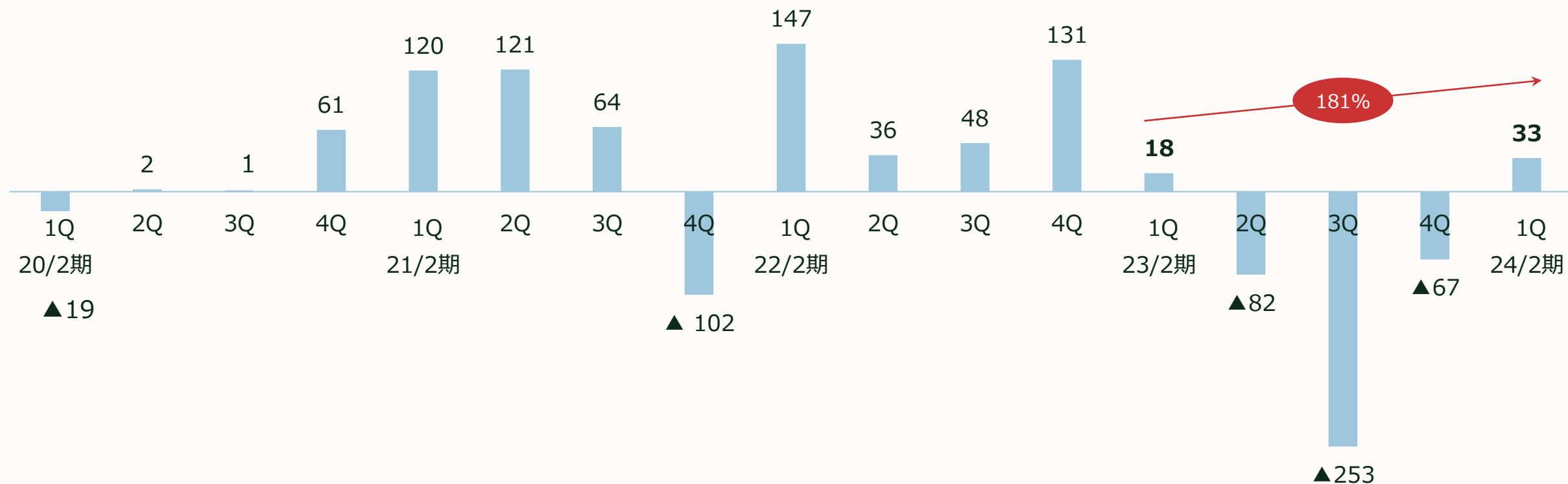
単位：百万



連結経常利益の推移

- ・ 経常利益については、前期に申請していたコロナ関連の補助金が今期計上されたこと等の要因により、YoY181%となる3,300万円で着地。

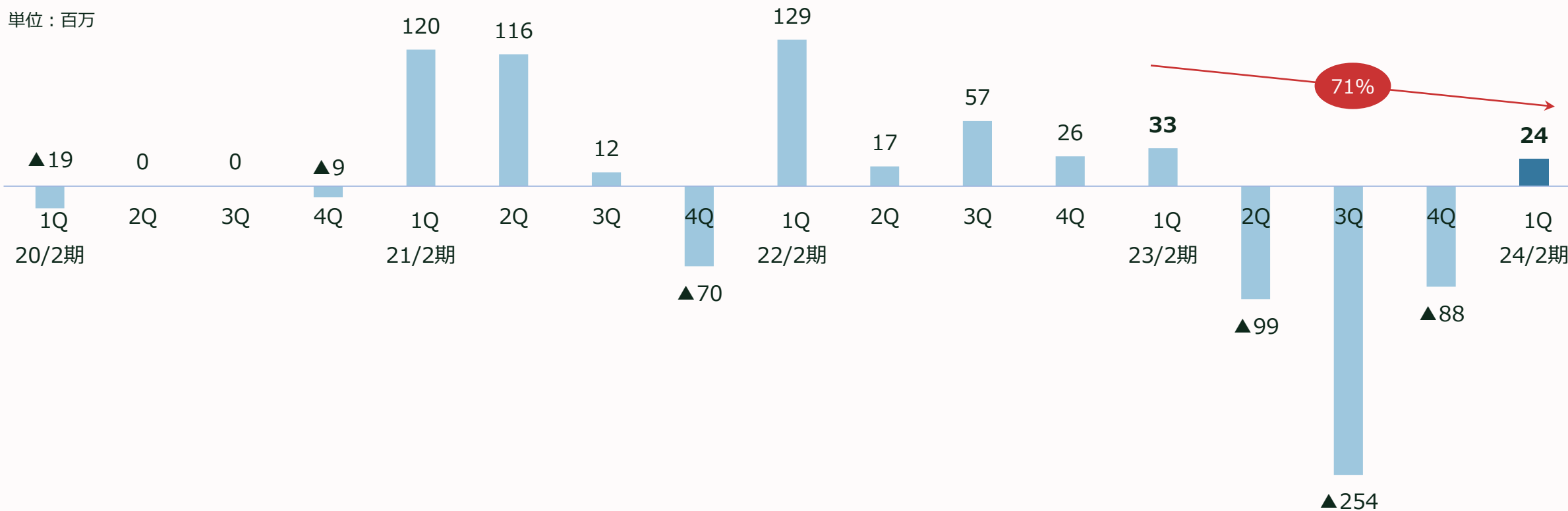
単位：百万



連結税後利益の推移

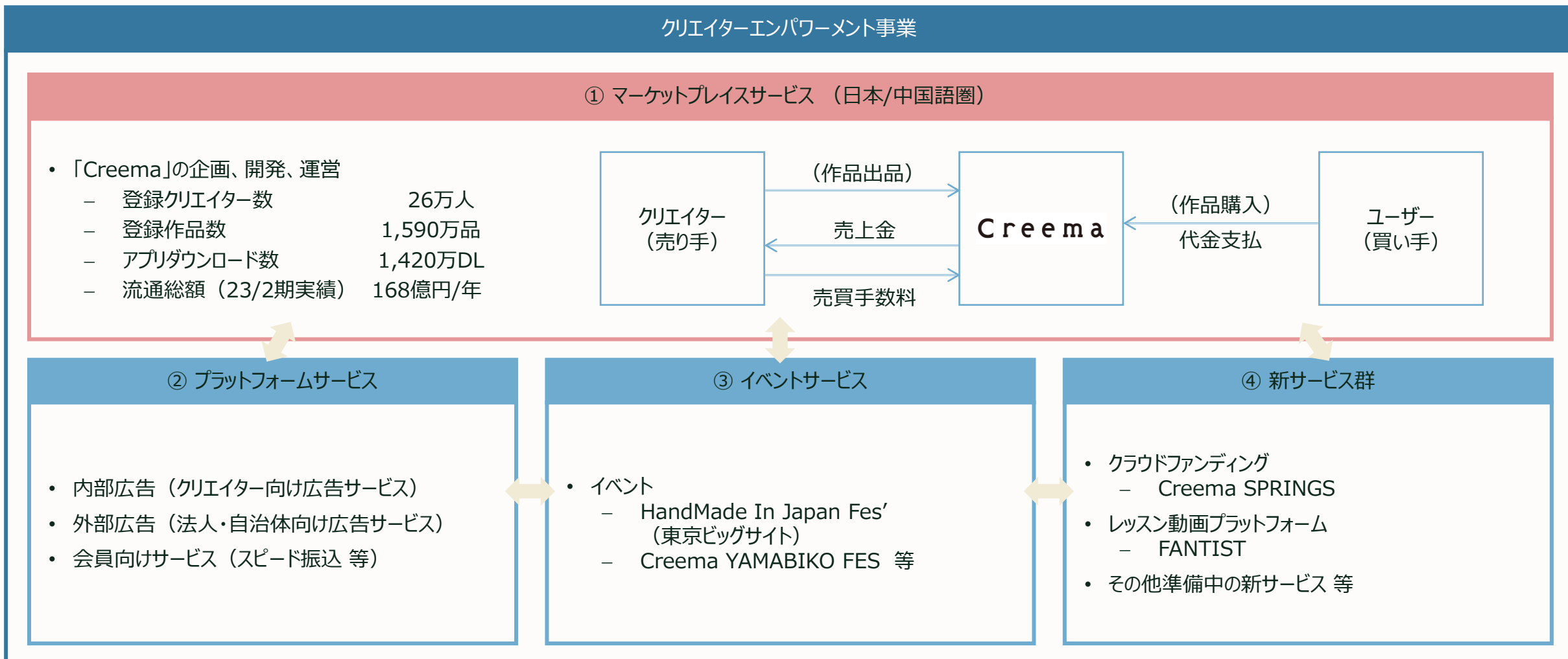
- 税後利益は、2,400万円で着地。
- YoY71%で減益となっているが、これは前年同時期に繰延税金資産を計上していたことに起因するもの。今期は保守的に考えて繰延税金資産を計上していない。

単位：百万



事業構造とクリーム経済圏

- ・ 当社は、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」を主軸にクリエイターエンパワーメント事業を展開している。
- ・ 次頁以降、当該事業を構成する各サービスについての直近の動向を解説していく。



① マーケットプレイスサービス：流通推移

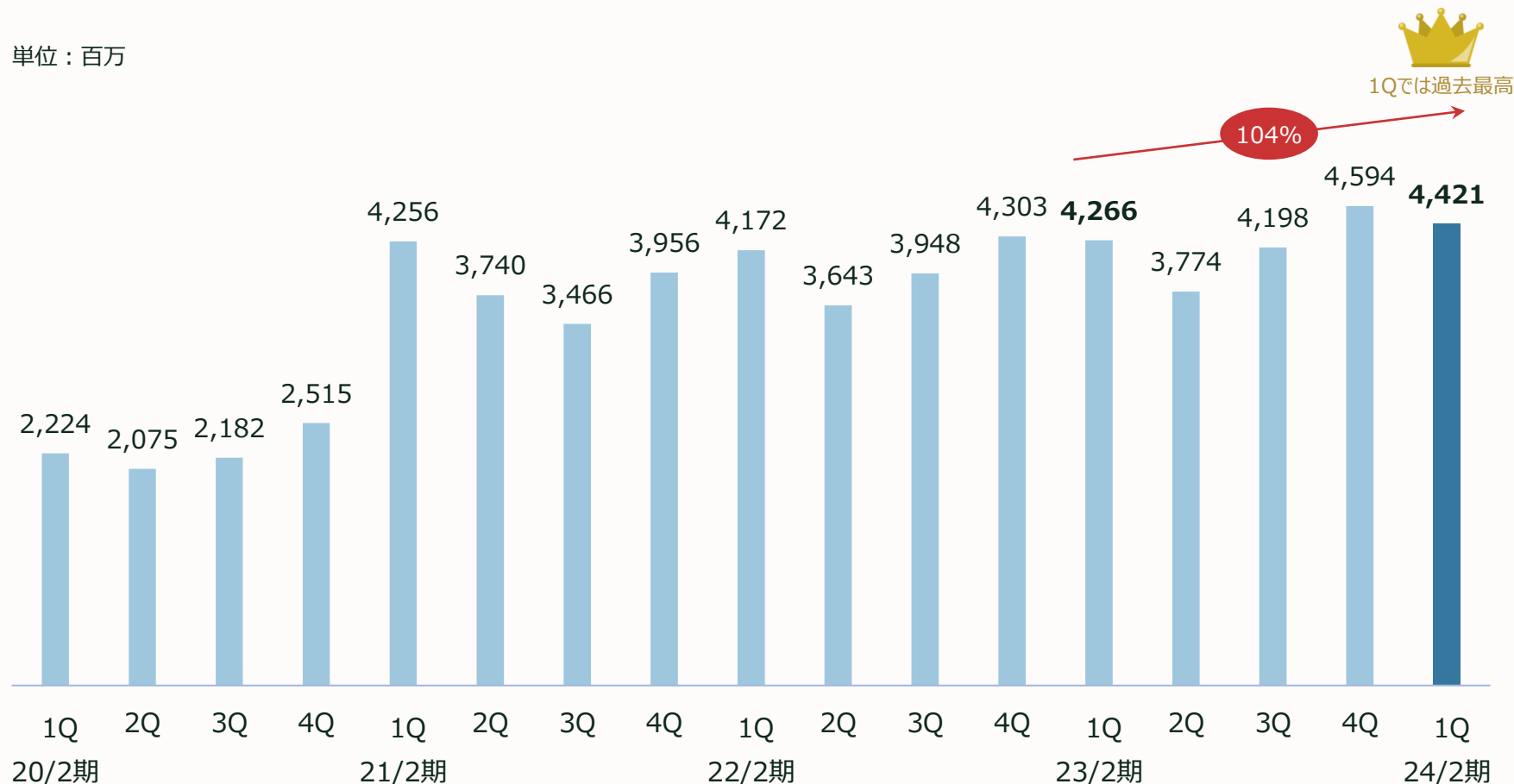
- ・ 1Qでは、前述した部分的なTVCMを3月に実施しながら、各種キャンペーン施策やプロダクトのユーザビリティ改善に尽力した。
- ・ その結果、流通はYoY104%となる44億円を突破し、1Qとしては過去最高額を更新。

1Qの主な取り組み

- ・ 入園入学といったライフイベントや、母の日等の季節のトレンドを捉えた各種マーチャンダイジング・キャンペーン施策を展開する等、クリエイター作品の魅力を訴求する様々な企画・特集を実施。
- ・ また、「Creema」のユーザーインターフェース改善、検索機能の拡充、Web接客ツールの追加導入等、プロダクト面においても多面的な強化を推進。
- ・ 加えて「Creema」及びハンドメイドマーケットプレイス市場の認知拡大を目的に、前期より今期3月まで、TVCMを複数回放映してきたが、並行してデジタルマーケティングの改善、ROASの向上にも取り組んだ。

Creemaの流通推移

単位：百万



参考：Creema Mother's day 2023

- ・「母の日」を切り口に、Creema上に登録されている魅力的な作品をユーザーに提案。
- ・オリジナリティの高い作品が多いクリエイター作品はギフト人気が高い。

Creema

母の日サイトTOP

お母さんのこと、想ってみませんか？

母の日のプレゼントの選び方

おすすめコンテンツ

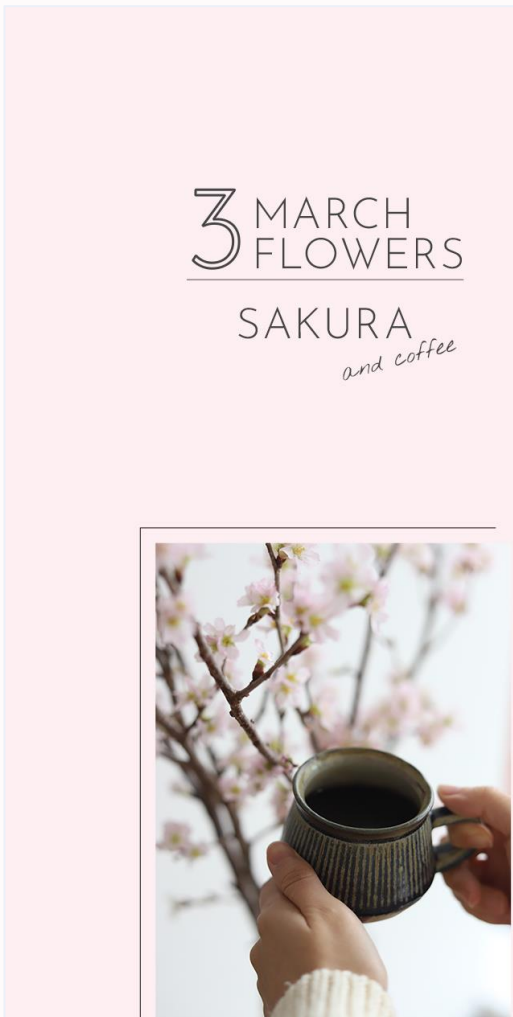


想いを形にして、大切なお母さんへ贈りませんか。
お母さんのことを誰よりも知っているあなただからこそ、選べるプレゼントがきっとあるはずです。

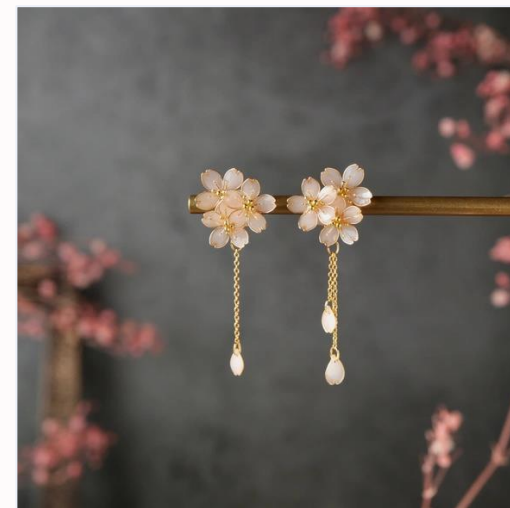


参考：ふらっと、週末花屋 ～3月「桜」～

- ・ 季節の「花」を切り口に、Creema上に登録されている魅力的な作品をユーザーに提案。
- ・ シーズナリティをふまえ、クリエイター作品のあるライフスタイルを積極的に提案。



Creema

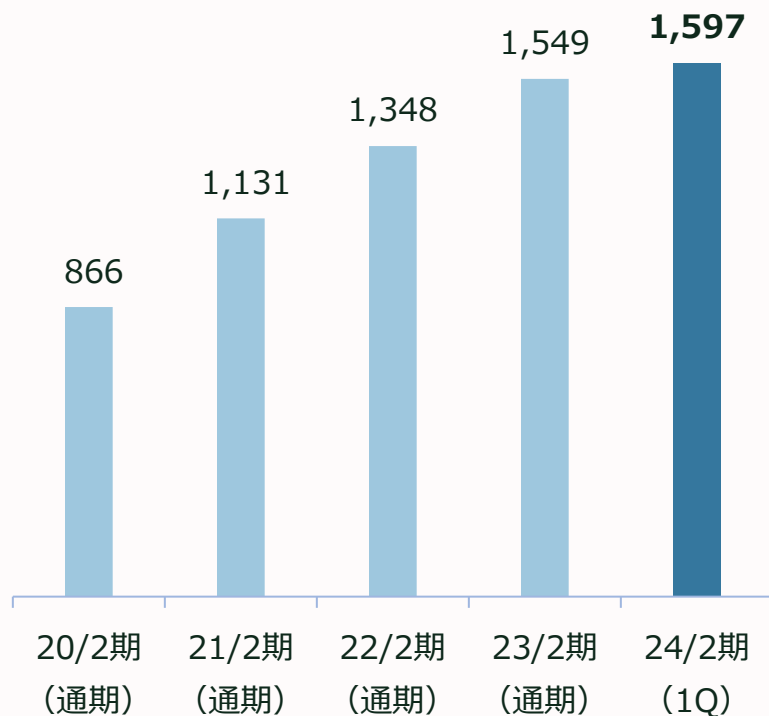


① マーケットプレイスサービス：KPI推移

- ・ 出品数・アプリDL数ともに堅調に推移。
- ・ 一方で、取引単価については、相対的に単価の低い商品カテゴリーの流通が一時的に増加したことで、前期末からほぼ横ばいで推移。

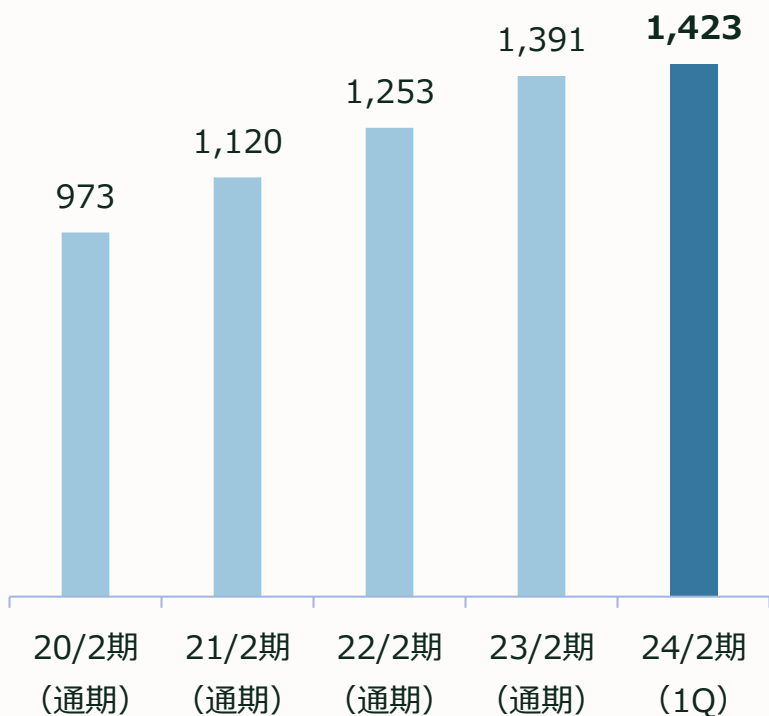
出品数

単位：万



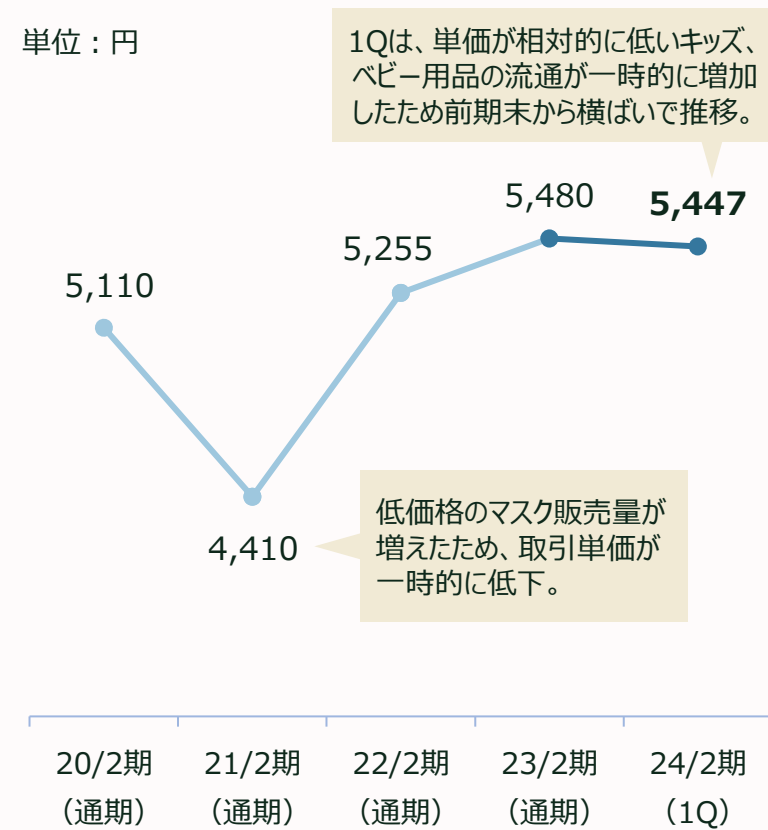
アプリダウンロード数

単位：万



取引単価

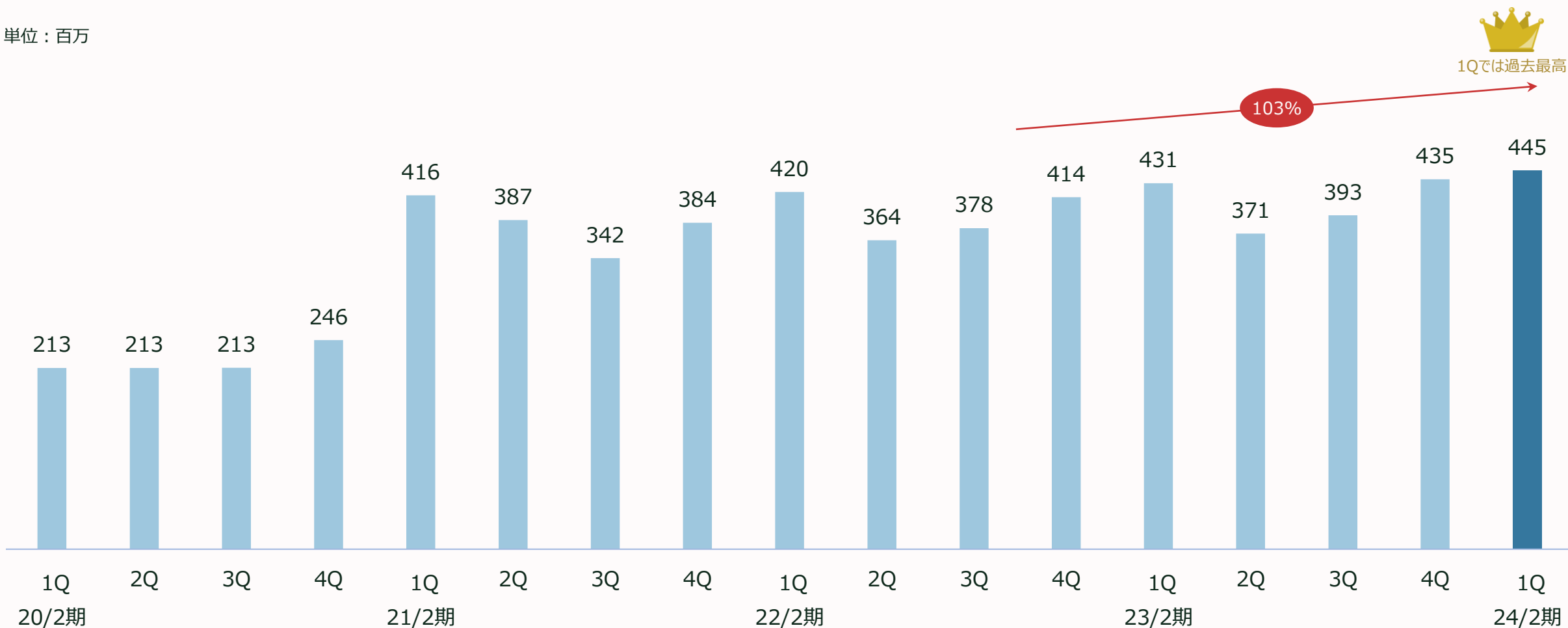
単位：円



① マーケットプレイスサービス：売上推移

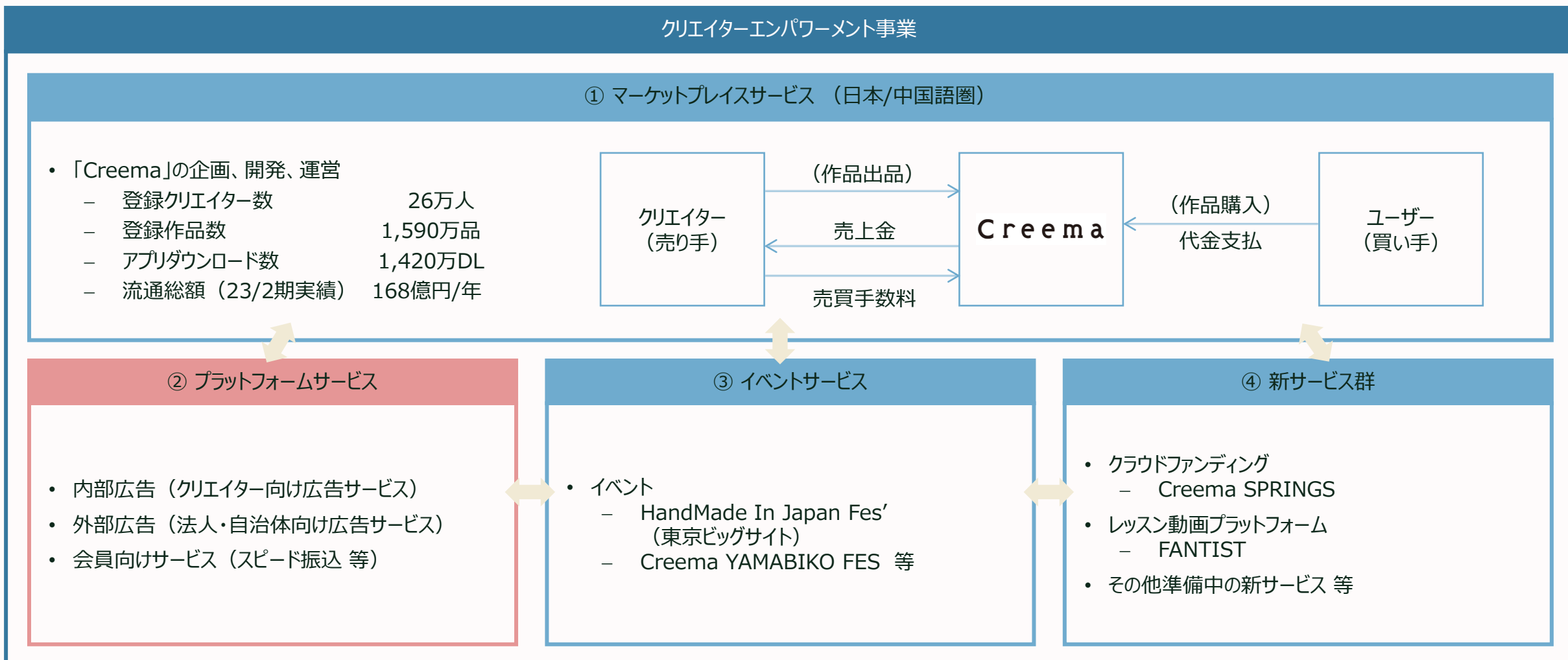
- ・ マーケットプレイスサービスの1Qの売上は4.45億円となり、YoY103%での着地。流通と同じく1Qでは過去最高額を更新。

単位：百万



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

- 次頁以降で、プラットフォームサービスの直近の動向について解説していく。



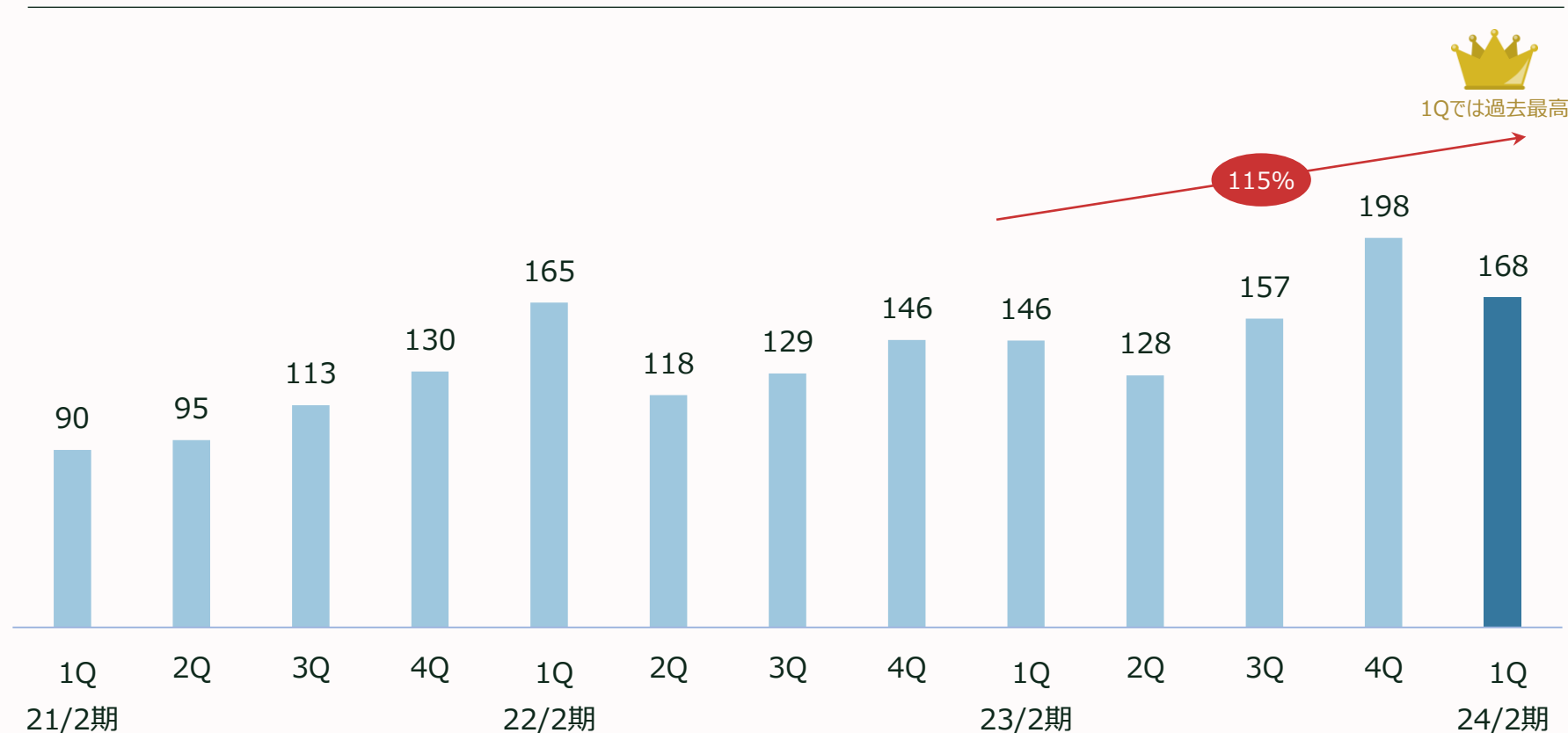
②プラットフォームサービス：主な取り組みと売上推移

- 外部広告の案件納品が拡大していることに加え、内部広告も着実に成長。
- その結果、プラットフォームサービスの売上1Qで1.68億円、YoY115%で力強く伸長し、こちらも1Qでは過去最高額を更新している。

1Qの主な取り組み

- 「Creema」のプラットフォームならびにユーザー基盤を活用した企業・地方公共団体向けのPR支援を行う外部広告サービスでは、大手商業施設とコラボレーションしたクラフトイベントの開催や、海洋プラスチックごみの一因とされる“廃棄漁網”をアップサイクルするSDGsプロジェクトの実施、地方自治体と連携した各種地方創生プロジェクト等、当社にしかできない様々なPR企画をクライアントに対し提案・実現した。
- また、クリエイターが自身の作品を「Creema」上でプロモーションできる内部広告サービスでは、広告サービスの利用者数を増加させるべく、プロダクトの改善とその普及に努めた。

売上推移



参考：はるかぜマルシェ2023 with Creema

- ・ 4月19日～21日の3日間、「赤坂インターシティAIR」にて「はるかぜマルシェ2023 with Creema」を開催。
- ・ 桜やチューリップなど「花」をモチーフにした作品や手作りフードを購入できるマルシェの開催をご支援させていただいた。



参考：“廃棄漁網”をアップサイクルするSDGsプロジェクト

- ・ 海洋環境の保全と経済性を両立できる持続可能な社会の実現に向けて活動する一般社団法人ALLIANCE FOR THE BLUEと、Creemaとのコラボレーション企画を実施。
- ・ 近年、問題視されている海洋プラスチックごみの一因とされる“廃棄漁網”をリサイクルした オリジナルテキスタイルを用いた作品を募集し、31作品をメディア向け発表会で展示するとともに、企画を通して制作いただいた100作品を特集ページにて公開した。

for the Blue × Creema

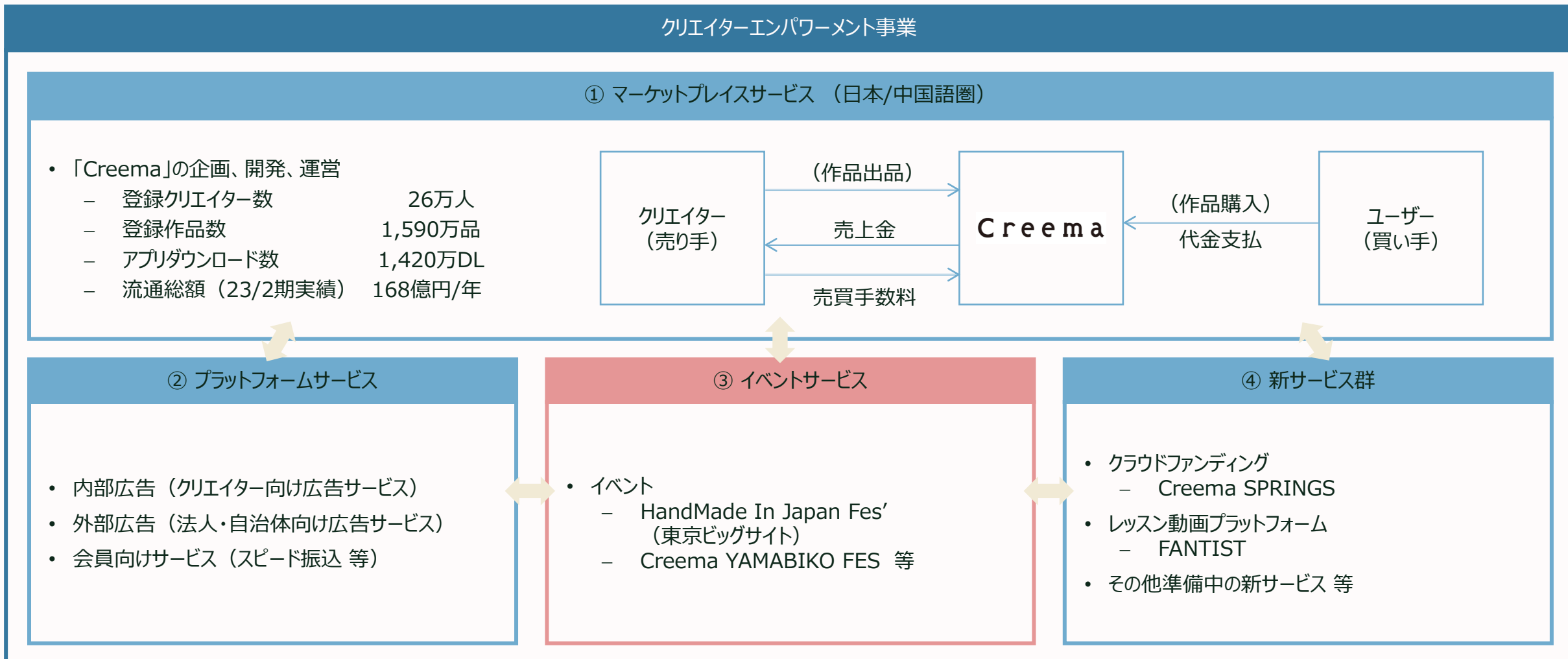
“廃棄漁網”をリサイクルした生地から
100点のクリエイター作品が誕生！

ALLIANCE FOR THE BLUE 日本財団 海と日本 PROJECT CHANGE FOR THE BLUE 海の未来を変える挑戦

株式会社クリーマは、ALLIANCE FOR THE BLUEの協働企業です。

再掲：事業構造とクリエイター経済圏

- ・ 次に、イベントサービスの直近の動向について解説していく。



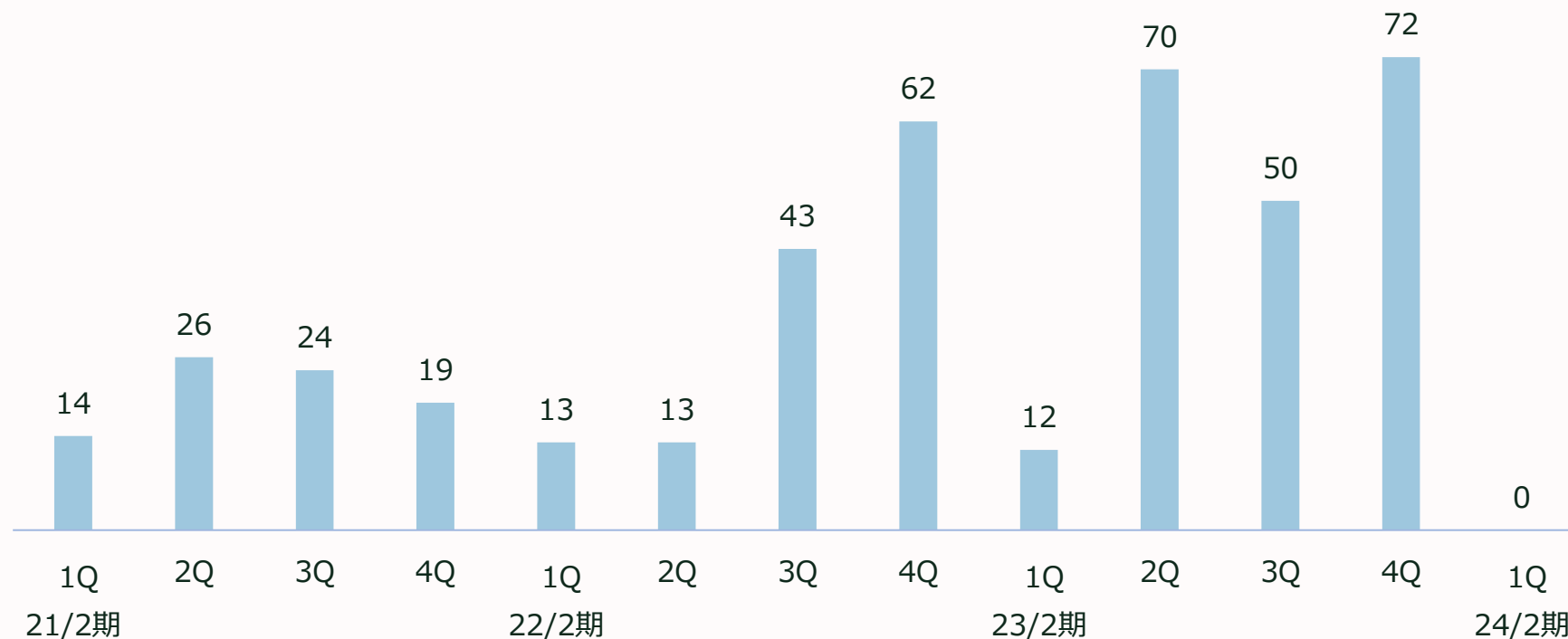
③ イベントサービス：主な取り組みと売上推移

- 1Qではイベントを開催していないため売上は0。
- 前年同期比では△1,200万円の減収となったが、これは前年同時期に、本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上が計上されていたためである。

1Qの主な取り組み

- 2023年7月22日・23日に開催予定の大型ハンドメイドイベント「HandMade In Japan Fes' (2023)」の開催準備を進めたのみで、当第1四半期での大型イベントの開催はなかった。
- そのため、売上高は0円での着地。なお、前年同期△1,200万円の減収となっているが、これは前年同時期に、本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上が計上されていたため。

売上推移



本年1月をもって全店閉店となった Creema Storeの売上が計上されていた。

告知：HandMade In Japan Fes 2023

- ・ 2023年7月22日・23日に東京ビッグサイトにて、日本最大級クリエイターの祭典「ハンドメイドインジャパンフェス2023」を開催。
- ・ 今年で10周年を迎える本イベントは、コロナの収束もあり、今まで以上に多くの方々の来場が期待される。

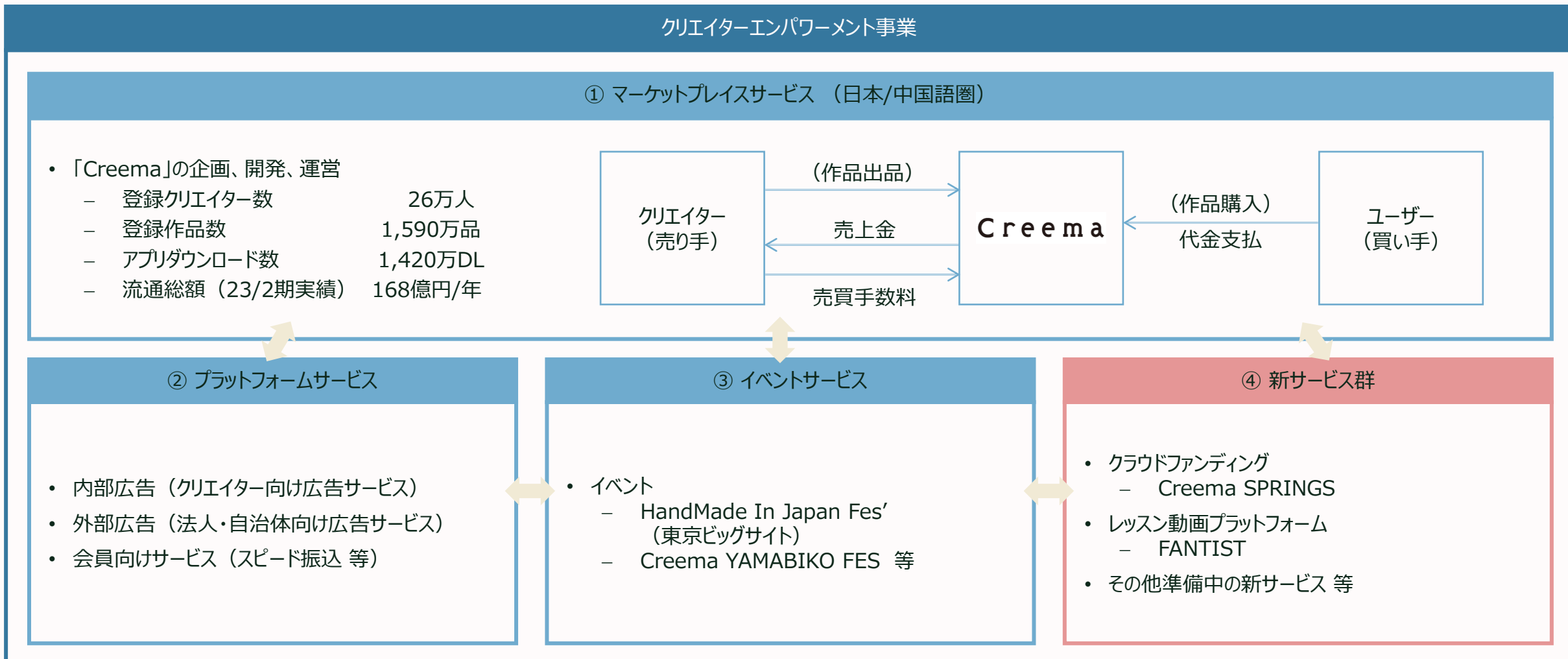
10TH
ANNIVERSARY

HandMade In Japan Fes 2023

07.22^(Sat) → 23^(Sun) 東京ビッグサイト
西1・2ホール 11:00-19:00

再掲：事業構造とクリーマ経済圏

- 最後に、新サービス群の直近の動向について解説していく。



④ 新サービス群：「Creema SPRINGS」と「FANTIST」

- 新サービス群では、クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」にて、前年度に引き続き多様なプロジェクトが起案され、その多くが目標支援金額を達成。レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」でも、レッスン動画数は1,900本を超えコンテンツの拡充が進んでいる。また、今期リリース予定の新サービスの開発にも継続的に取り組んでいる。

Creema SPRINGS



- クラウドファンディングサービスの「Creema SPRINGS」では、ハンドメイドマーケットプレイス「Creema」との顧客基盤を連携させつつ、多様かつ魅力的なプロジェクトの拡充を図る。

FANTIST



- レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」では、アート・ハンドメイド・美容領域を中心にレッスン動画を提供しており、動画数は1,900本を超え、現在はクリエイターが自ら提供するコース動画や、FANTIST社が独自で開発したFANTIST公式コースの提供も開始している。

2024年2月期1Q業績まとめ

- ・ 売上、粗利は1Qの最高額を更新する一方で、期初計画通りに成長投資を実行したため、営業利益・当期純利益はYoYで減益となっている。

単位：百万円	参考：23年2月期1Q	24年2月期1Q	昨対比		
			金額	率	
売上	593	630	+36	106%	オンラインサービスの売上が安定的に伸長し、YoY106%で成長。
売上原価	123	123	0	100%	
売上総利益	470	507	+36	108%	
販管費	450	492	+42	109%	新規事業投資を加速していること、また1Qについてはプロモーション費を前期より若干拡大したことから、販管費はYoY109%で増加。
営業利益	19	14	▲5	73%	その結果、営業利益はYoY73%で着地。
経常利益	18	33	+14	181%	コロナ関連の補助金が計上されたことで経常利益はYoY181%に拡大。
当期純利益	33	24	▲9	71%	繰延税金資産を前期は計上、今期は未計上としている関係で、純利益はYoY71%で着地。

バランスシートの状況

- ・1Qに長期での借入を行ったことで、財務基盤は一層安定的な状態となっている。

BSの推移（単位：百万円）

項目	2023/2期 前期 1Q	2024/2期 今期 1Q	YoY
資産合計	3,919	3,766	96%
流動資産	3,603	3,484	97%
内、現金及び預金	2,920	2,713	93%
内、売掛金	633	657	104%
内、その他	49	114	229%
固定資産	315	281	89%
負債合計	2,564	2,822	110%
流動負債	2,228	2,361	106%
内、預り金	1,680	1,728	103%
内、一年以上返済予定借入金	184	259	141%
内、その他	363	373	103%
固定負債	335	461	137%
内、長期借入金	330	461	139%
内、その他	4	-	0%
純資産合計	1,354	943	70%

2024/2期 今期1Q時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,484	流動負債 2,361
<ul style="list-style-type: none"> ・現金 2,713 ・売掛金 657 ・その他 114 	<ul style="list-style-type: none"> ・預り金 1,728 ・一年以上返済予定借入金 259 ・その他 373
	固定負債 461 <ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金 461 ・その他 0
	純資産 943
固定資産 281	

2024年2月期の通期着地予想



2024年2月期 PL着地予想

- ・ 今期、売上はYoY112%となる27.9億円を目指す。一方で、中長期的な成長を目的に新規事業やプロダクト開発等の投資を拡大するため、コストは前期と概ね同程度の規模となるが、各利益は僅かながら黒字とする計画。事業成長と、前期比での大幅な収益改善を並行して進める。

	2024年2月期業績予想				参考：主要サービス別売上予想	
	2023年2月期	2024年2月期	対前年比			
単位：百万円			金額	比率		
売上	2,500	2,793	+292	112%	マーケット プレイス	1,756 (YoY：108%)
売上原価	591	608	+16	103%		
売上総利益	1,908	2,184	+276	114%	プラットフォーム	764 (YoY：121%)
販管費	2,294	2,183	▲110	95%		
営業利益	▲385	1	+386	-	イベント	136 (YoY：66%)
経常利益	▲384	21	+406	-		
当期純利益	▲408	6	+415	-	新サービス群	135 (YoY：425%)

1Q終了時点における業績計画に対する進捗は順調。流通・売上ともに安定的に成長し、戦略投資も計画通り行った。2Q以降では「ハンドメイインジャパンフェス」の開催や新期事業のリリース等を通じてより一層成長速度を加速させていく。

Creema 株式会社クリーム

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略などは、発表日時点において把握できる情報から得られた当社の経営判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、「市場における価格競争の激化」、「事業環境をとりまく経済活動の動向の変動」、「為替の変動」、「資本市場における相場の大幅な変動」他、様々なリスク及び不確定要因により、実際の業績と異なる可能性がございますことを、予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。

<お問い合わせ先>

株式会社クリーム コーポレートDiv.

<https://www.creema.co.jp/contact>