

2026年2月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社クリーム（東証グロース：4017）
2025年7月10日

Creema



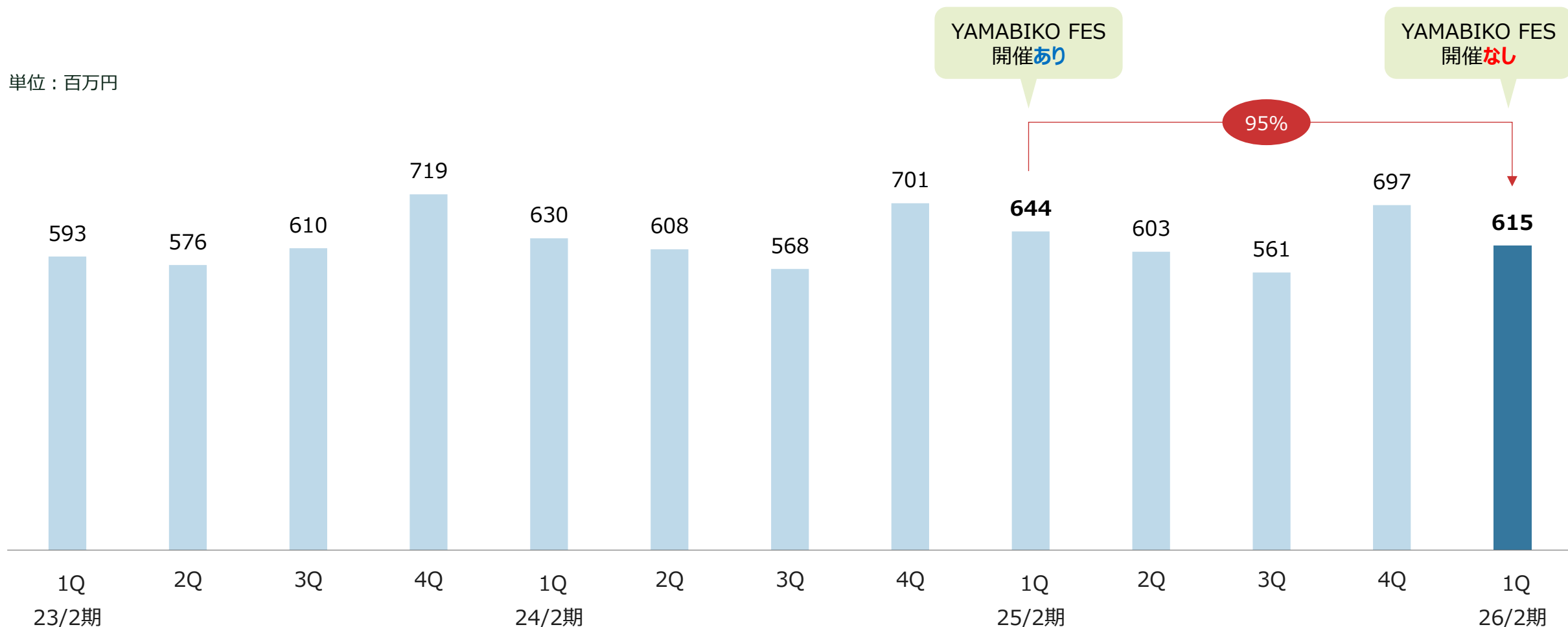
**2026年2月期
第一四半期業績**



売上高の推移

前年3月に開催した大型イベント「Creema YAMABIKO FES」の開催を今期は見送ったため、1Qの売上は前年同期比95%となる6.1億円で着地。なお、前述のイベントの影響を除けば前年同期比101%となっており、緩やかではあるものの、成長軌道への回復が始まりつつある。

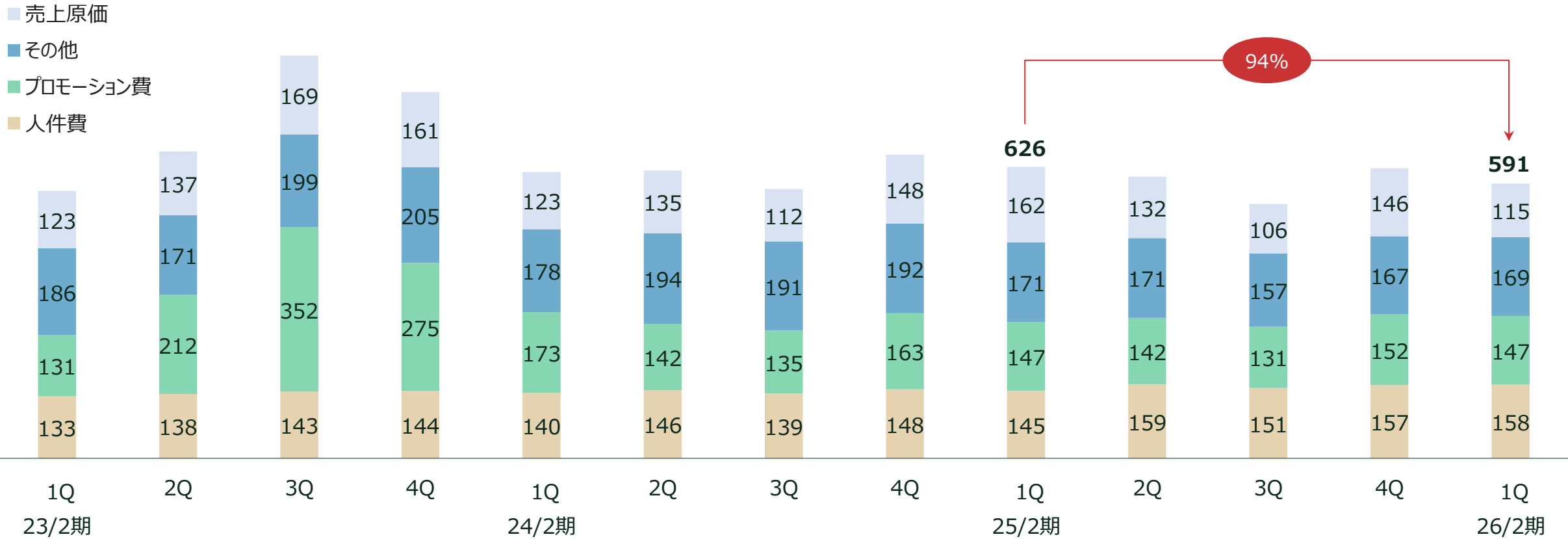
単位：百万円



コスト（売上原価・販管費）の推移

「Creema YAMABIKO FES」の開催を見送ったことにより、売上原価は前年同期比で大きく低減。一方で、プロモーション費や人員数を中心とする販管費の適正化を進めつつも、新サービスやプロダクトを中心に中長期的な成長に向けた戦略投資を継続させた。これらの結果、売上原価と販管費を合わせた総コストは前年同期比94%となった。

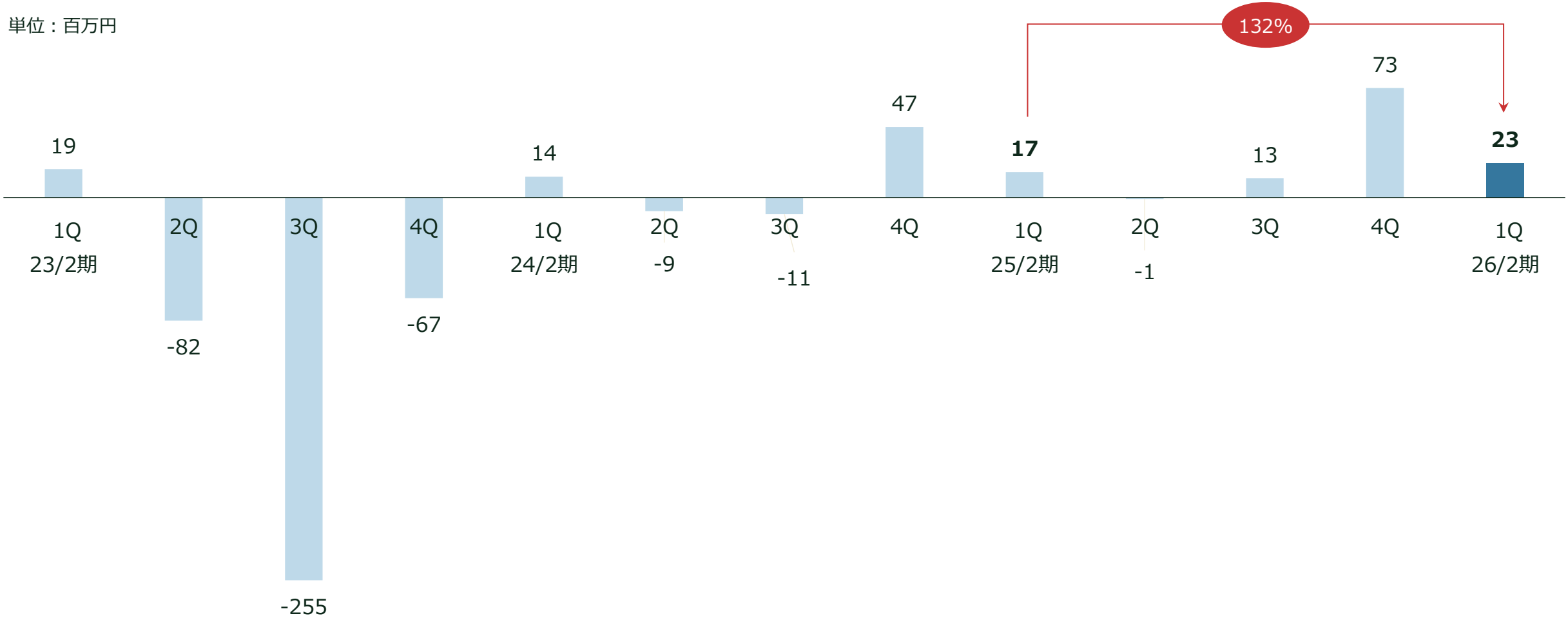
単位：百万円



営業利益の推移

前述の通り、売上・コストの双方で「Creema YAMABIKO FES」の今期末開催の影響を受けつつ、1Qの営業利益は前年同期比132%となる23百万円で着地した。

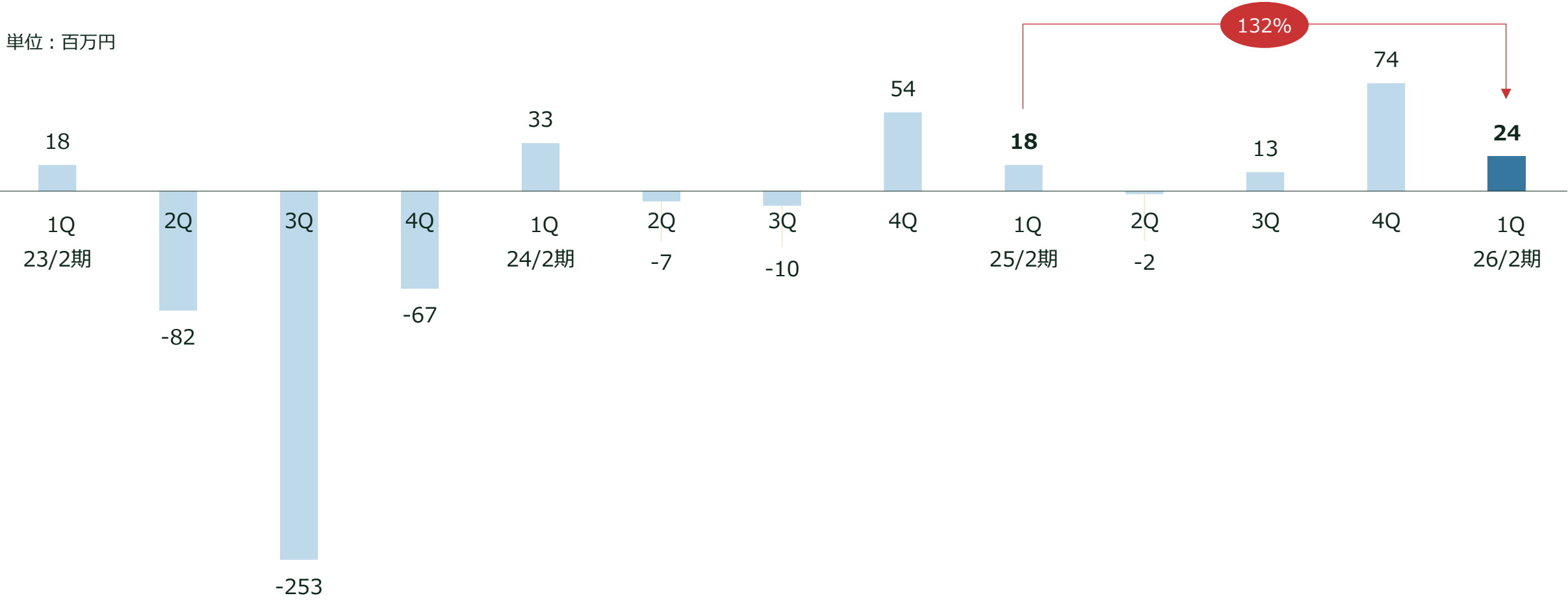
単位：百万円



経常利益の推移

営業外収益および営業外費用に特段大きな変動はなく、1Qの経常利益は営業利益とほぼ同様に、前年同期比132%となる24百万円での着地となった。

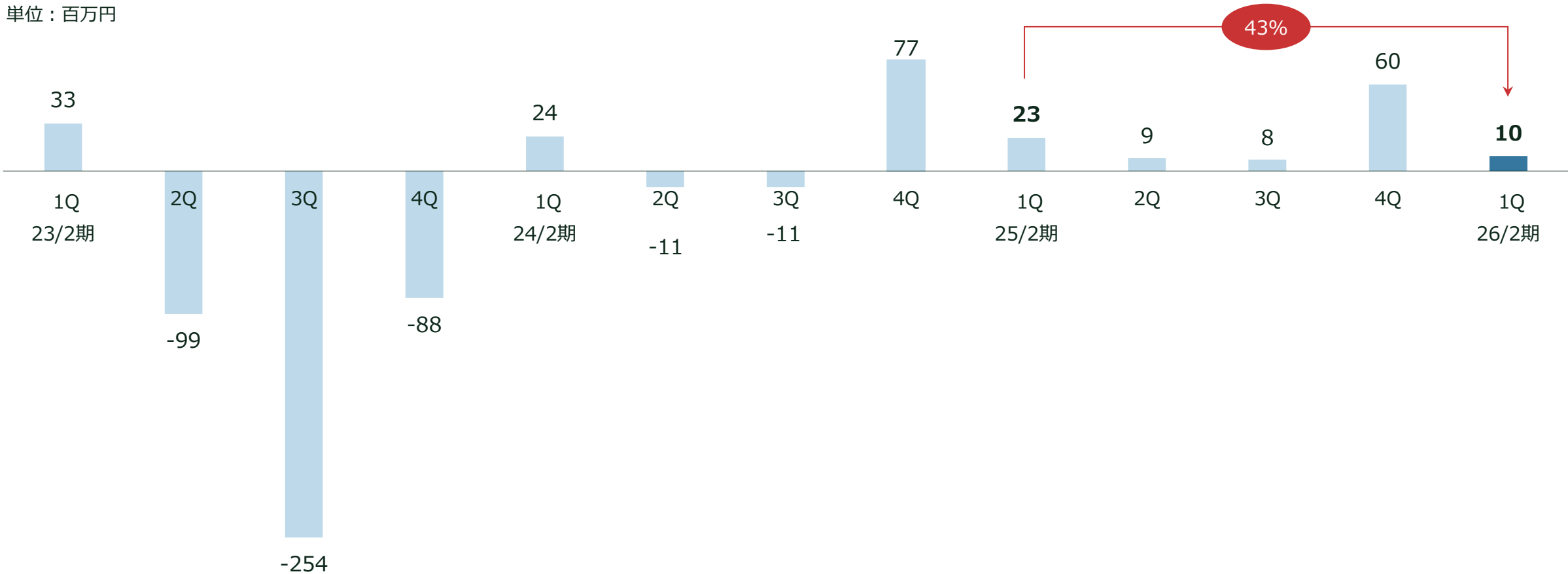
単位：百万円



税後利益の推移

1Qの税後利益は前年同期比43%となる10百万円で着地し、前年実績を下回った。ただし、これは繰延税金資産の一時的な取り崩しによる影響であり、計画比では順調に推移している。

単位：百万円



2026年2月期 第1四半期

バランスシートの状況

引き続き財務基盤は安定的な状態を維持している。

BSの推移（単位：百万円）

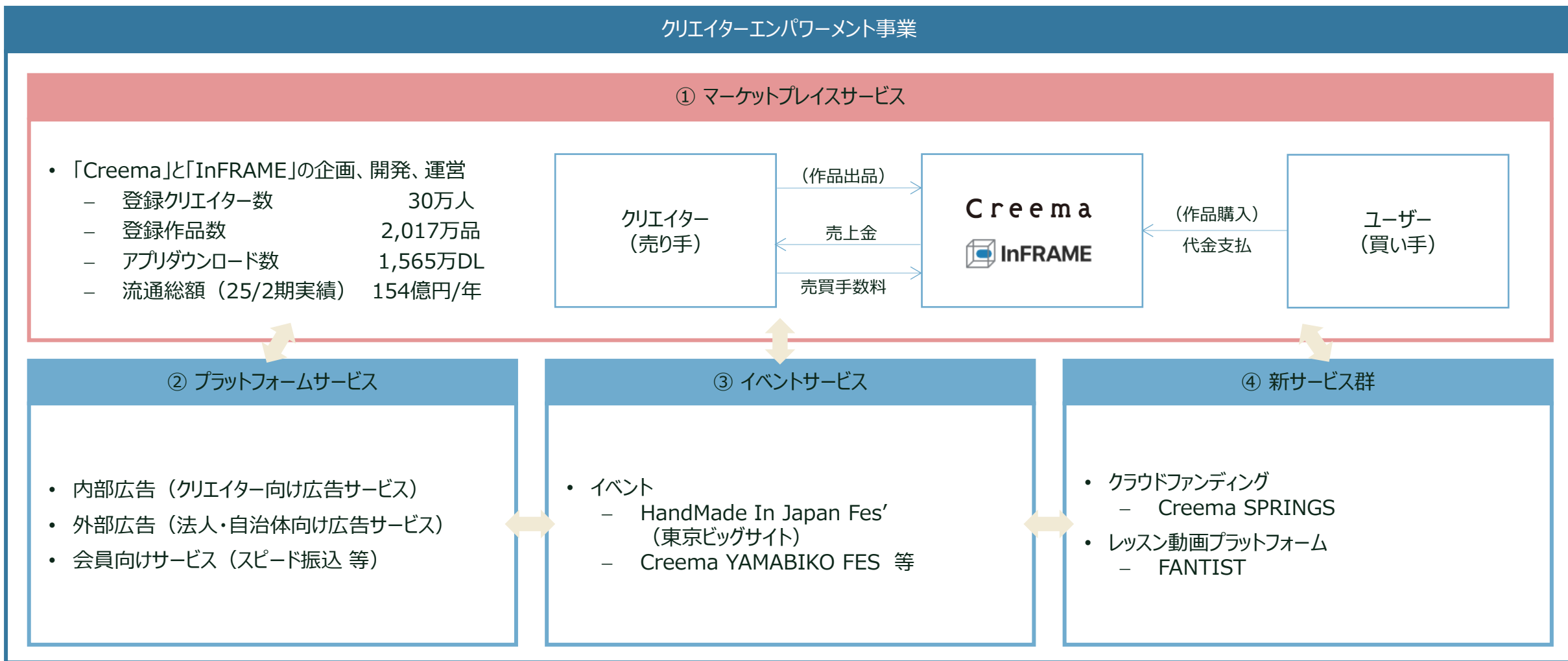
項目	2025/2期 前期 1Q	2026/2期 今期 1Q	前期比
資産合計	3,500	3,720	106%
流動資産	3,212	3,447	107%
内、現金及び預金	2,550	2,706	106%
内、売掛金	627	685	109%
内、その他	34	54	156%
固定資産	287	273	95%
負債合計	2,475	2,604	105%
流動負債	2,185	2,261	103%
内、預り金	1,660	1,638	99%
内、一年以内返済予定借入金	171	232	135%
内、その他	353	390	111%
固定負債	289	343	119%
内、長期借入金	289	343	119%
内、その他	0	0	0%
純資産合計	1,024	1,115	109%

26/2期1Q末時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,447	流動負債 2,261
・現金及び預金 2,706	・預り金 1,638
・売掛金 685	・一年以内返済予定借入金 232
・その他 54	・その他 390
	固定負債 343
	・長期借入金 343
	・その他 0
	純資産 1,115
固定資産 273	

事業構造とクリーム経済圏

次頁以降、クリエイターエンパワーメント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。



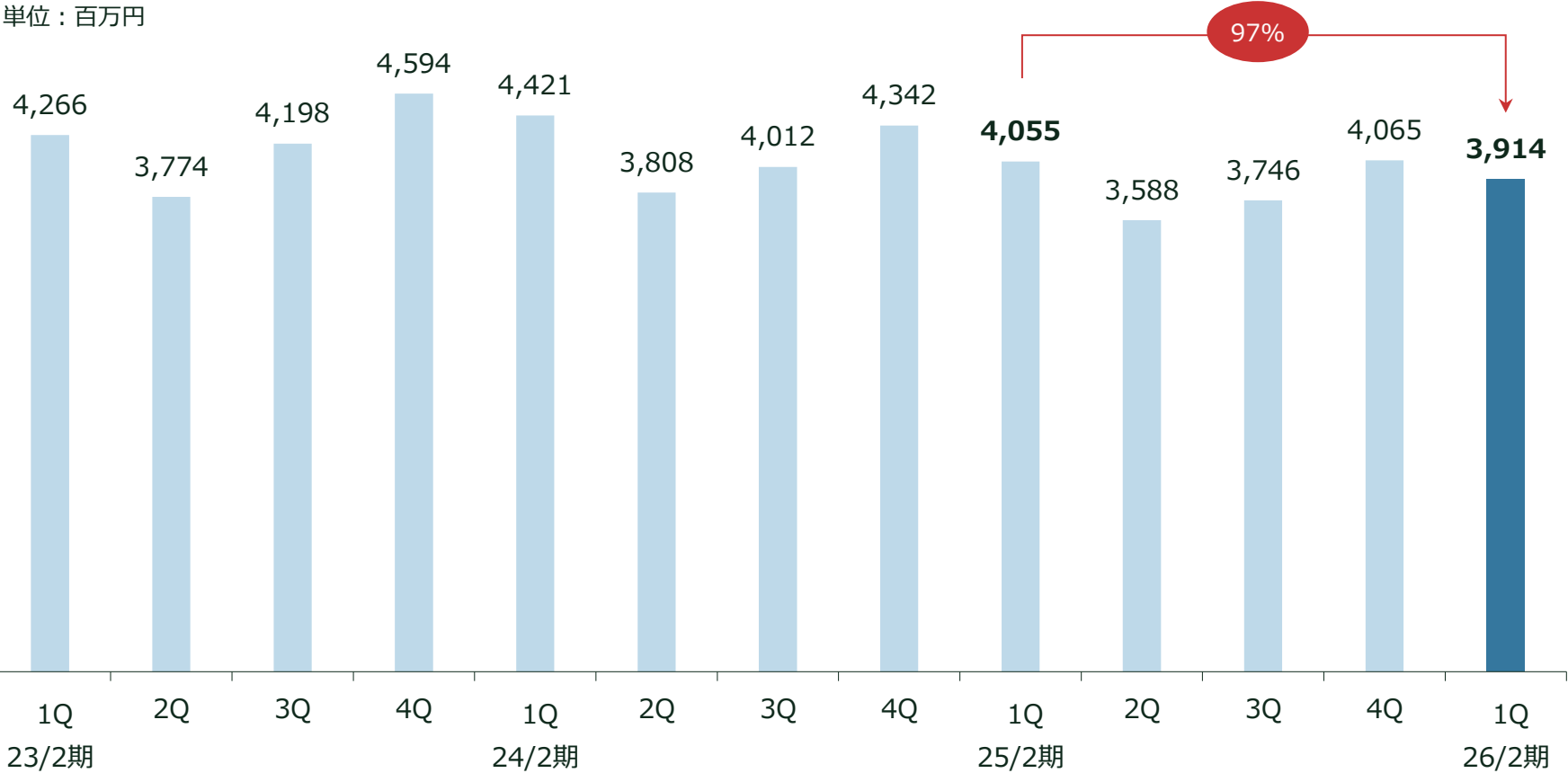
① マーケットプレイスサービス：流通推移

季節のトレンドを捉えたマーチャンドライジング施策や、動画メディアを活用した作品訴求、SEO対策やアプリのUI改善など、多面的な成長施策を進めた。一方で、Web広告単価の高騰や前期発生した「なりすましメール」問題の残存影響、法令対応として導入した3Dセキュア2.0の影響などが発生した結果、1Qの流通総額は前期比97%となる39億円での着地となった。なお、ギフト関連サービスや新たな配送サービス追加など、今期の成長戦略として掲げる大型施策については、リリースに向けて順調に開発が進行している。

第1四半期までの状況

(参考) 四半期推移

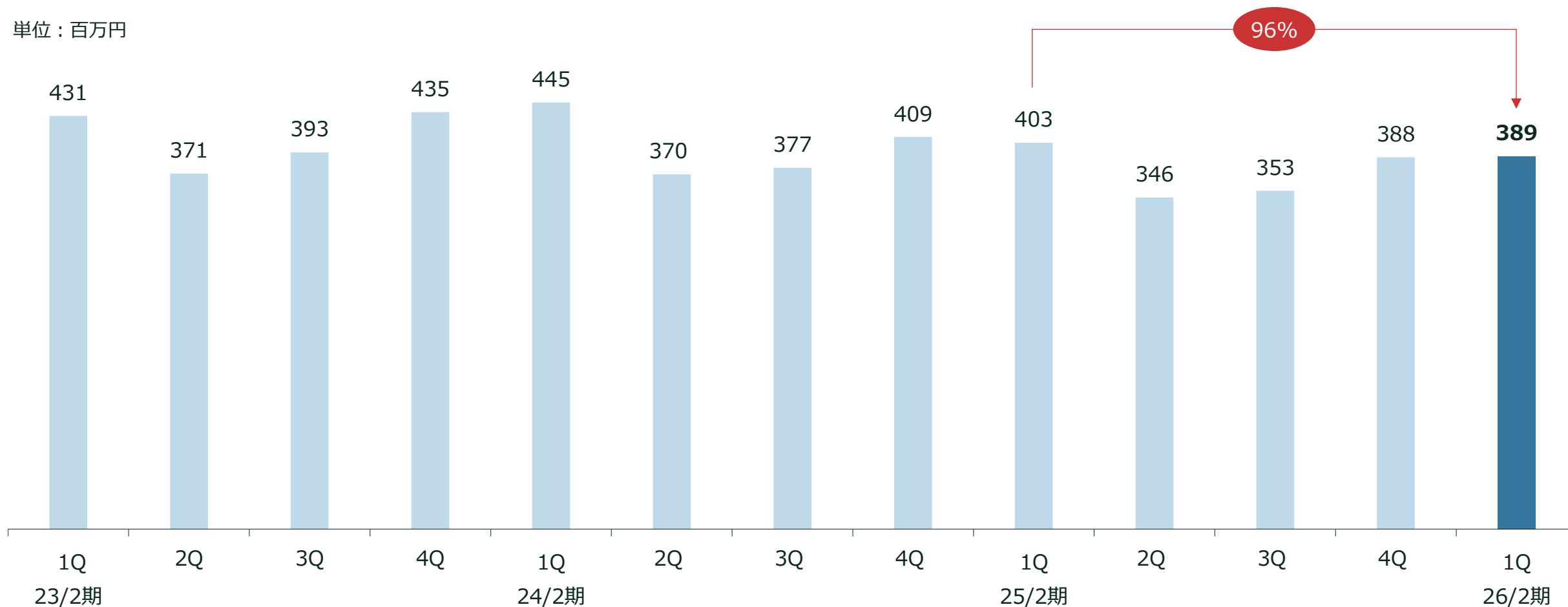
- 母の日をはじめとする季節ごとのトレンドを捉えた各種マーチャンドライジング施策を展開。
- 加えて、動画メディアの活用を強化し、クリエイター作品の魅力を訴求することで新規顧客の獲得を進めた。
- あわせて、SEO対策の強化やアプリ内検索画面のUI改善、プッシュ通知機能のアップデートに加え、インフラ基盤の整備も推進。
- また、今期中のリリースを予定しているギフト関連機能をはじめとした、新たな収益源となる各種機能開発も推進した。
- 一方で、Web広告市場における単価高騰に加え、前期に発生した当社ドメインを悪用したフィッシング詐欺目的の「なりすましメール」の影響が長期化したほか、法令対応として導入した3Dセキュア2.0もユーザー行動に一定の影響を与えた。



① マーケットプレイスサービス：売上推移

前述した「Creema」の流通総額実績に連動し、マーケットプレイスサービスの1Q売上は、前期比96%となる3.9億円での着地となった。

単位：百万円



参考：作品の魅力を伝える企画例

「Creema」に出品されている作品の魅力を伝える各種企画を多数実施。第1四半期には「母の日」をテーマに、ギフトを探しやすい特設ページを構築し、さまざまな切り口から商品の魅力を提案するコンテンツを展開した。

いいものみつけた Creema 時間

予定・シーンから探す

カテゴリーから探す

ハッシュタグから探す

みんなのCreema時間

MOTHER'S DAY / 2025.5.11

お母さんの数だけ、
ありがとうのかたちがある。

5/9更新!

母の日ランキング

1

トレーニング
スリッパ

2

ヤマアジサイ
藍姫

3

バリジェンヌ
の花籠

4

かごバッグ

5

刺繍リボンの
メガネケース

6

まるで猫じゃけな
クッション

7

フラワーカップ
ブーケ

8

無添加フラワ
ーおはぎ

9

甘酒ギフト

10

漆箸

隠れているインジケータを表示します

Creemaおすすめ 母の日ギフト



フラワー

定番だからこそ、今年とはびきりを。さまざまなフラワーアレンジからお母さんのための花を選びませんか。

特集をみる



スイーツ

おいしいのはもちろん、見た目にも華やかなスイーツは喜ばれること間違いなし。

特集をみる



ファッション雑貨

おしゃれ心を忘れない、素敵なセンスのお母さんへ。身につけるたび嬉しいとおきを楽しみました。

特集をみる



暮らし雑貨

贈るの、心地よい時間。上質な暮らしの道具は、日々のなかに特別感をもたらしてくれます。

特集をみる

お母さんは 何が好きだった？



料理・うつわ

特集をみる



植物・ガーデニング

特集をみる



旅行

特集をみる



おしゃれ

特集をみる

お母さんのために カスタムしよう



名入れ

イニシャルや名前を入れられる、世界でひとつのギフト

特集をみる



似顔絵

「お母さんの笑顔が大好き」の気持ちを含めて贈る、似顔絵ギフト

特集をみる



選べるカラー

お母さんの心がとぎめく、好きな色を選べるギフト

特集をみる



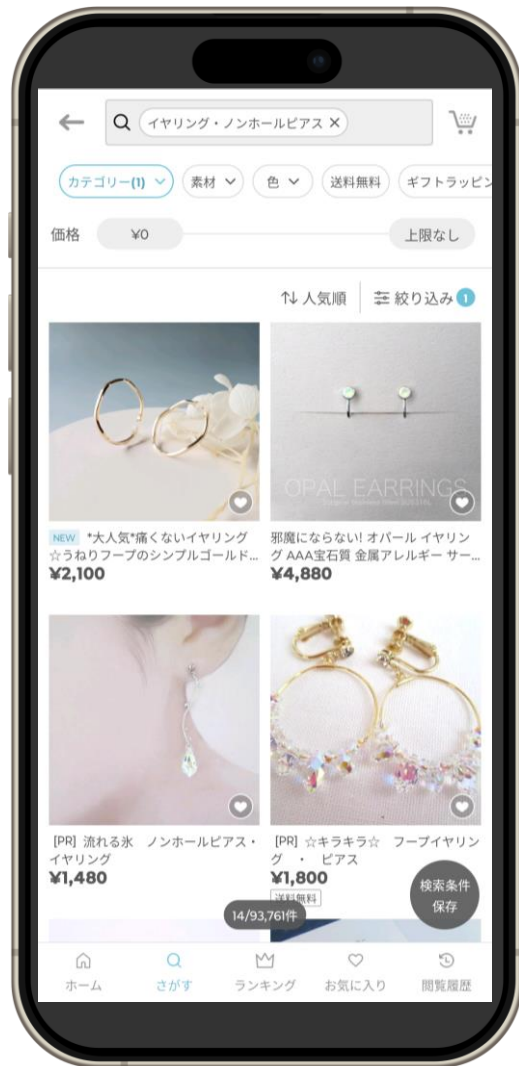
母の日限定メッセージ対応

メッセージカードや刺印に対応。感謝を言葉で伝えるギフト

特集をみる

参考：プロダクトの改善例 - 検索シームレス化

ユーザーの方々に快適な購買体験を提供すべく、アプリの検索機能のUI等を中心に「Creema」プロダクトのアップデートを順次行っている。



アプリの検索画面において、従来以上にスムーズかつ詳細な検索条件の指定が可能となるようなUIのアップデートを実施した。このアップデートを含め、「Creema」の利便性を高める多数の磨き込みを継続している。

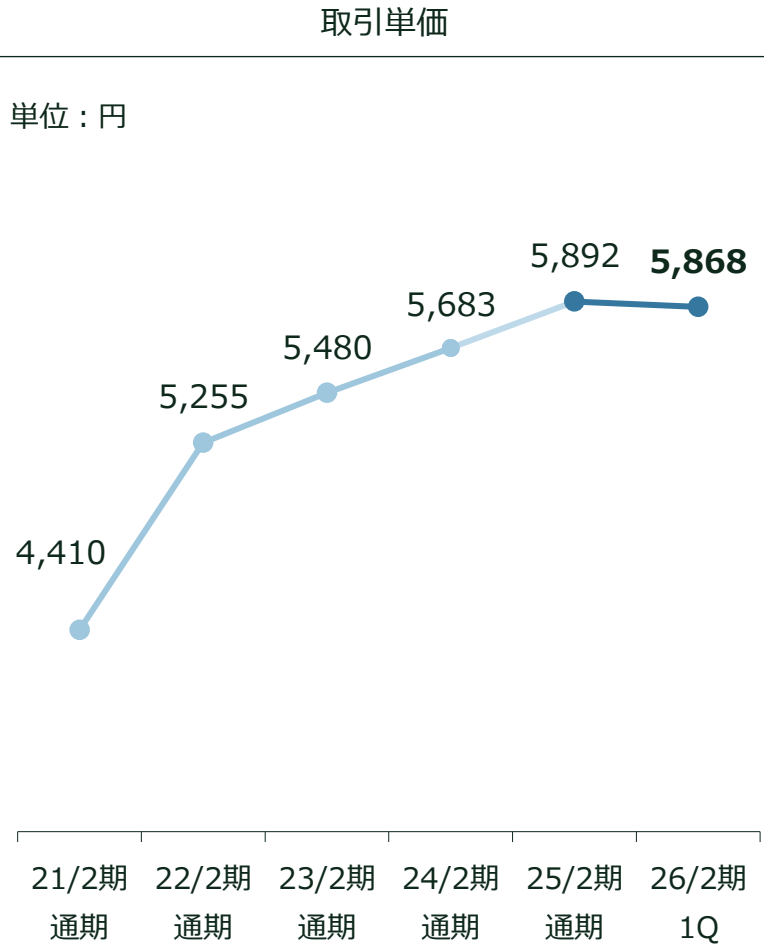
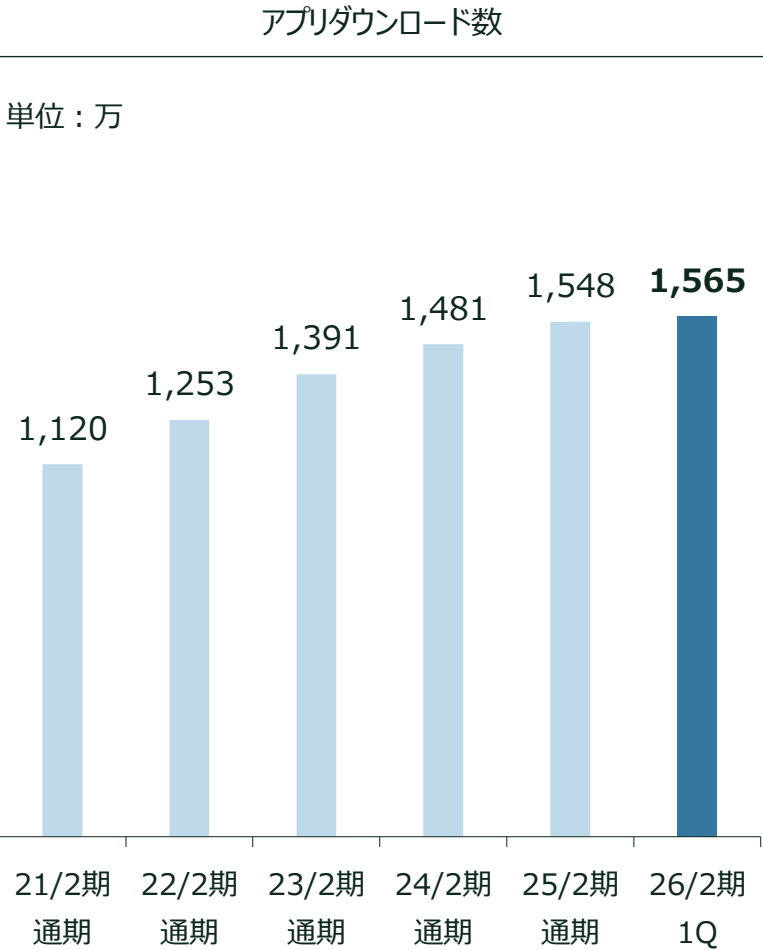
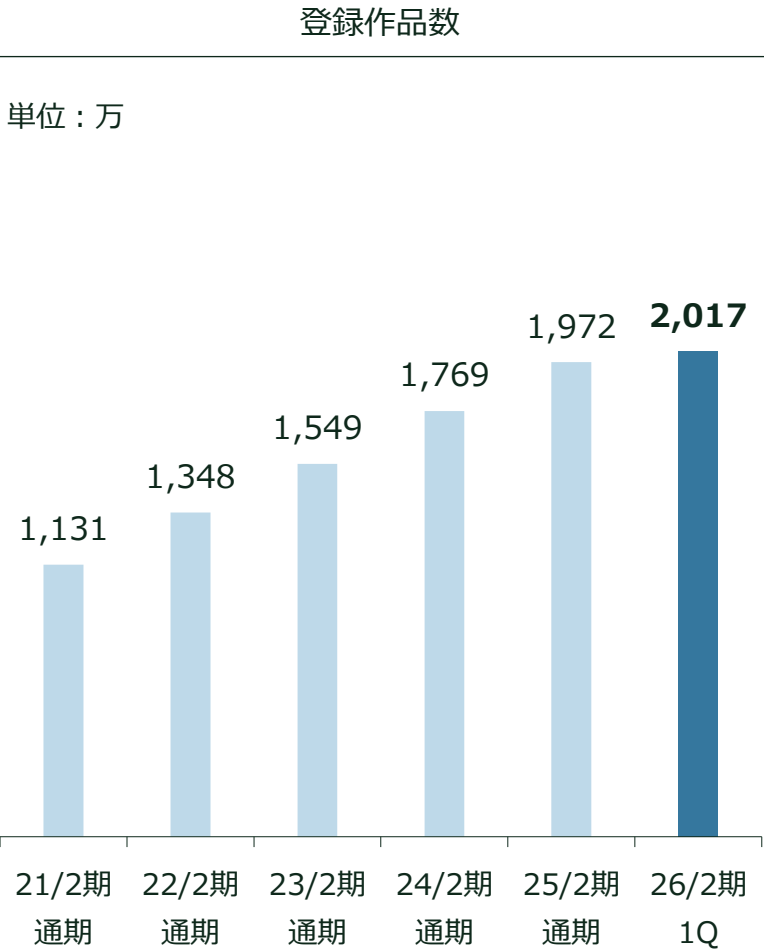
共有：ギフトカタログ事業への参入

「Creema」によるギフト市場への本格参入の第一弾として、全国の作家・デザイナーによる一点モノの作品が集まるギフトカタログのサービスを、2025年8月中に販売開始予定。「大切な人への贈りものだからこそ、特別な一品に、自らの思いも乗せて届けたい」そんな贈る人の“思い”と、受け取る人の“選ぶ楽しみ”を同時に叶える新たな体験を提供し、個人・法人を問わず多様な贈答ニーズに応える展開を目指します。



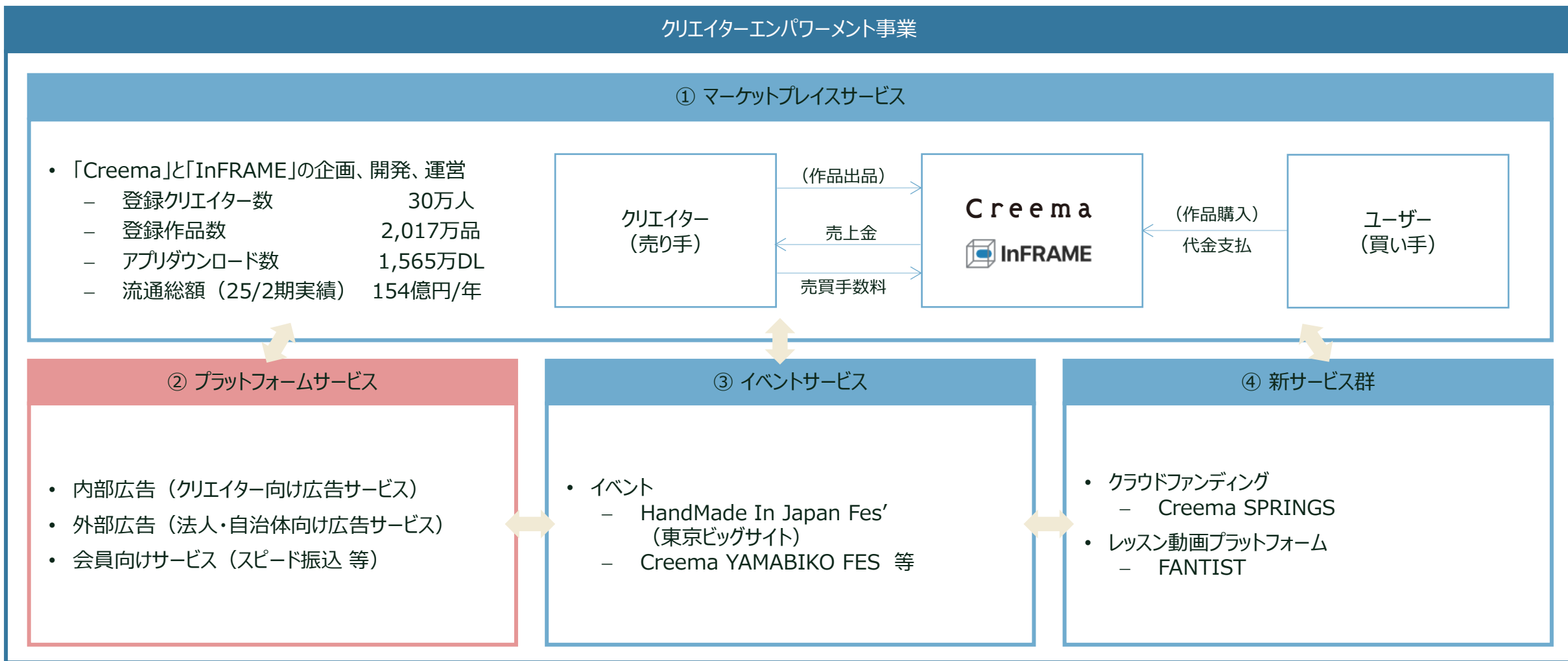
① マーケットプレイスサービス：KPI推移

出品数、アプリDL数、取引単価のいずれのKPIも堅調に推移している。



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

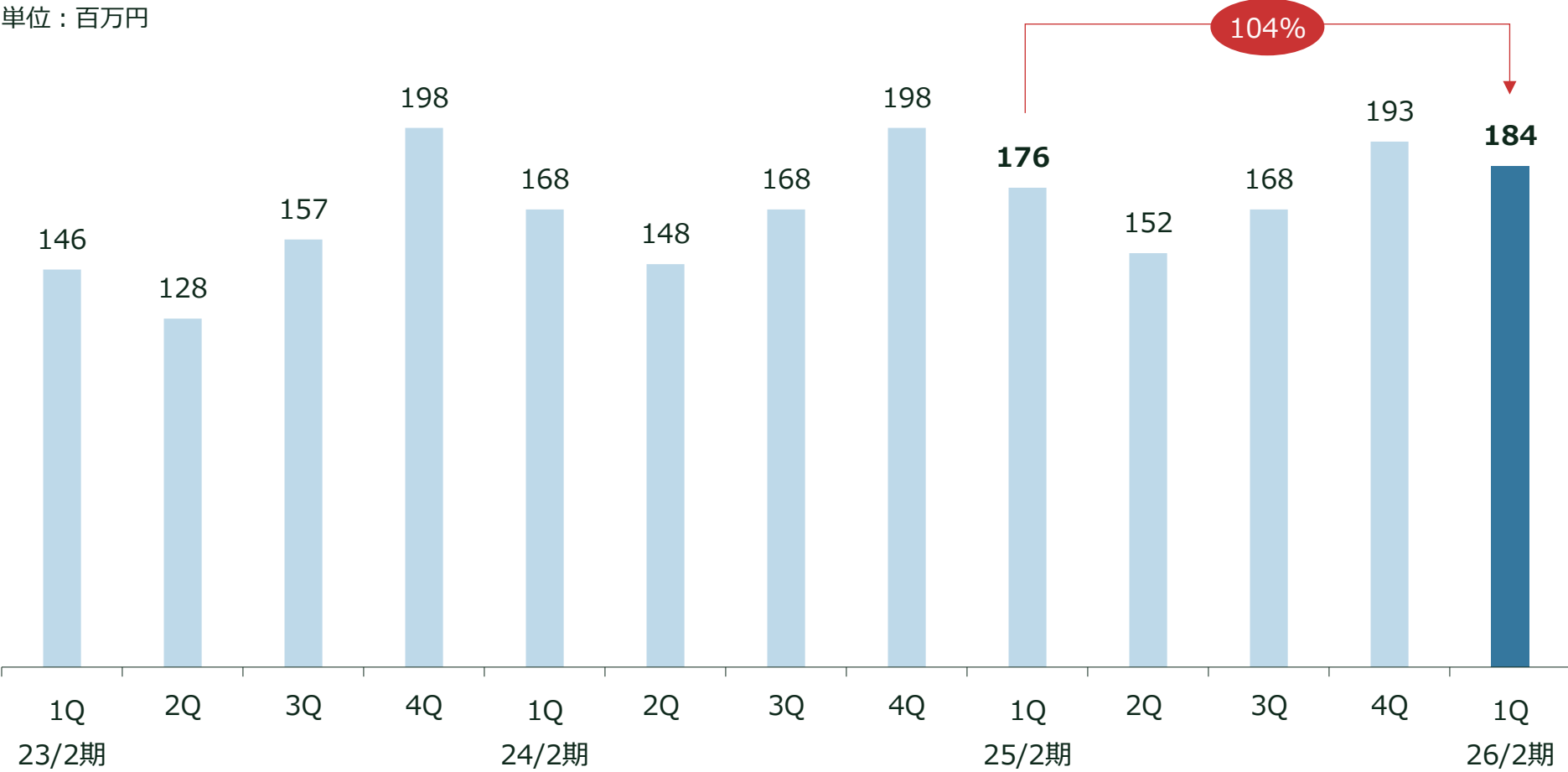
プラットフォームサービスでは、外部広告・内部広告ともに着実に成長し、1Qの売上は前期比104%となる1.8億円での着地となった。

第1四半期までの状況

- 「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、地方創生プロジェクトや商業施設でのイベント開催などを中心に納品が進んだ。
- クリエイターが自身の作品「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、その普及に努めた。

単位：百万円

(参考) 四半期推移



参考：宮崎ものづくり紀行

宮崎県とCreemaが共同で実施する伝統工芸の魅力発信プロジェクト「宮崎ものづくり紀行」を開催。県内の工芸作家とCreemaクリエイターがタッグを組み、伝統技術に新たな視点を加えた作品を共同開発。制作過程を特設サイトで公開し、完成作品は「HandMade In Japan Fes'」で展示・販売される。



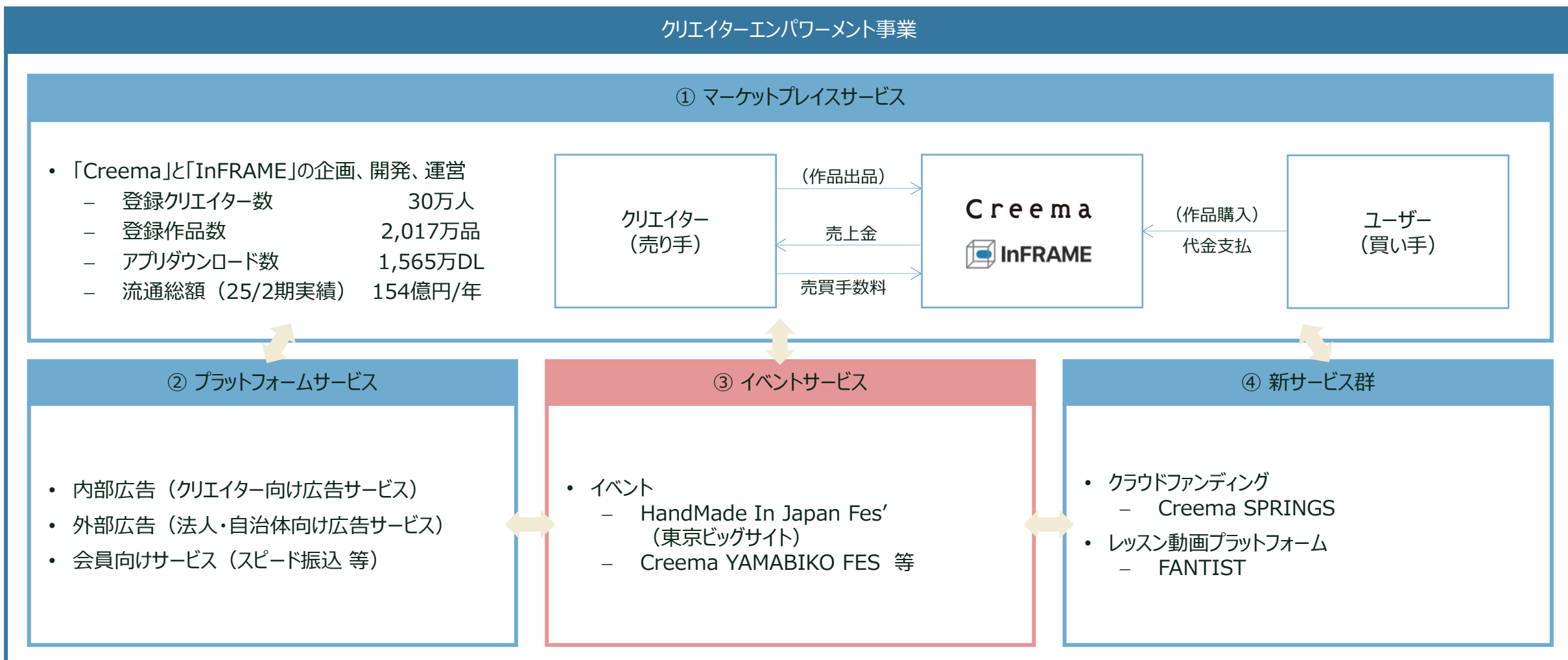
参考：Creema Craft Caravan in 藤枝

静岡・藤枝市の自然豊かな芝生広場で、2025年3月22～23日に約40組のクリエイターによるハンドメイドマーケット「Creema Craft Caravan in 藤枝」を開催。アクセサリーや陶器、インテリア雑貨、フードなどが並び、地元スポットを巡るスタンプラリーで藤枝の魅力も体感でき、22日夜には陶器による灯りの展示も楽しめる、春の週末にぴったりの体験型イベントとなった。



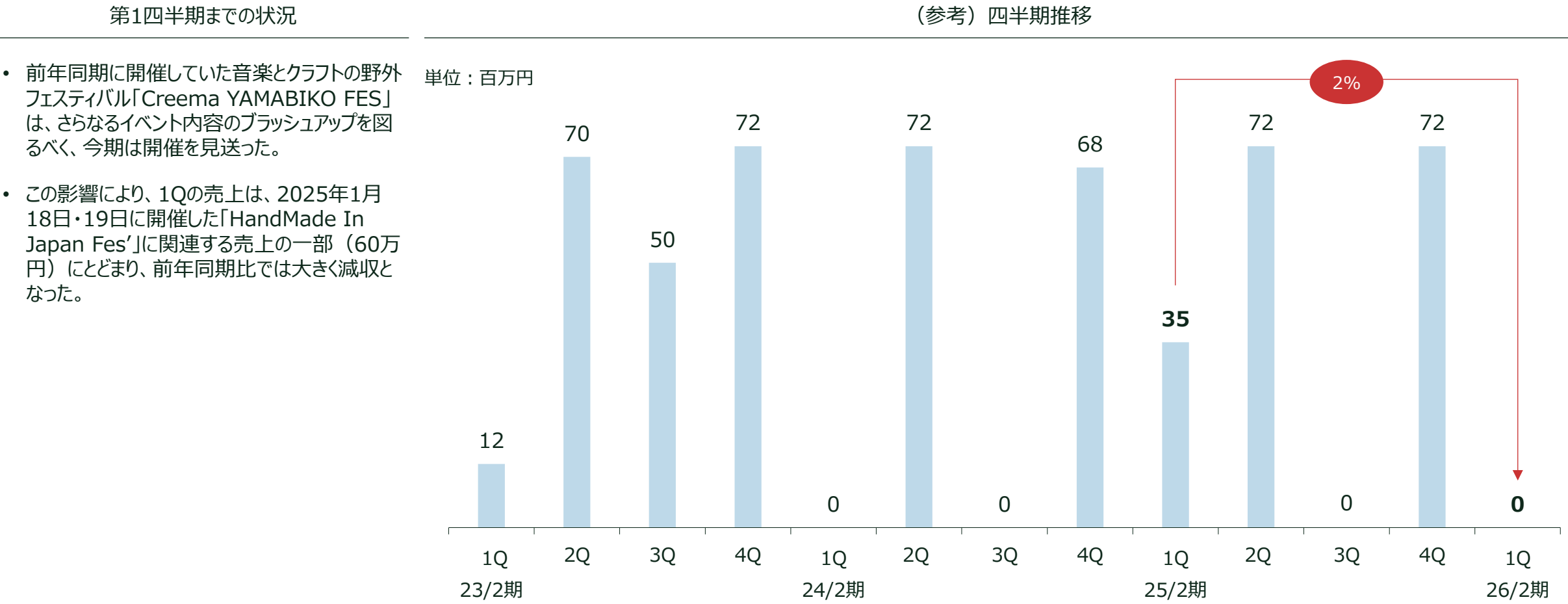
再掲：事業構造とクリーム経済圏

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

イベントサービスにおいては、前年同時期に開催していた「Creema YAMABIKO FES」を今期は開催見送りとしたため、当該期間の売上は前期に開催した「HandMade In Japan Fes'」に関連する売上の一部にとどまり、売上高は60万円（前年同期比2%）となった。



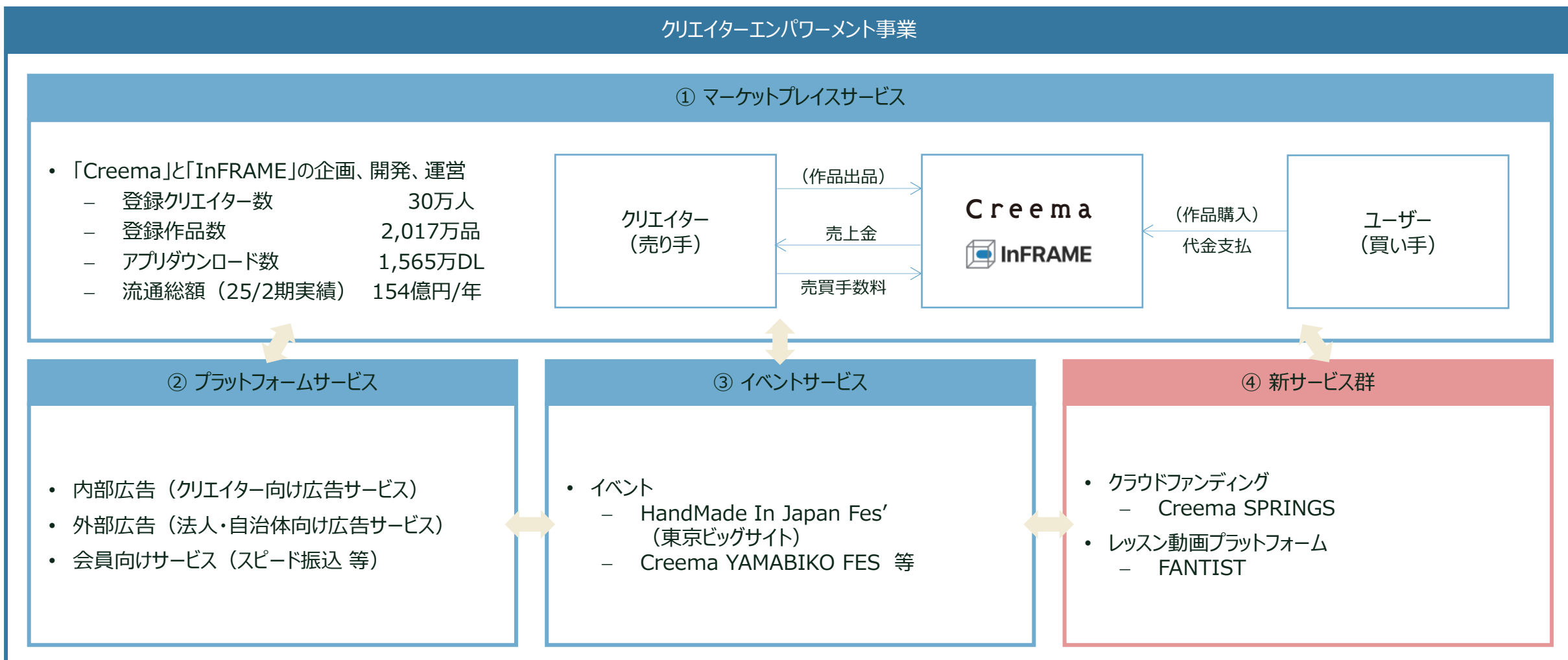
告知: HandMade In Japan Fes' 2025

今年も東京ビッグサイトにて、2025年7月19日～20日の2日間にわたり「HandMade In Japan Fes'」を開催。10年先を見据え、ロゴマーク、サイトデザイン、企画コンテンツや会場設計など、大規模なリニューアルを実施しての開催となります。ご期待ください。



再掲：事業構造とクリーム経済圏

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。



Creema SPRINGS



FANTIST



参考：新サービス群のプロジェクト事例

Creema SPRINGS、FANTISTともに魅力的なコンテンツが拡大。結果として、いずれのサービスも流通総額・売上ともに最高値を更新し続けており、力強い成長を継続している。

Creema SPRINGS



FANTIST



2026年2月期 通期PL着地予想

来期以降の売上の最大化に向け、その基盤構築を迅速かつ集中的に進めつつ、まずは今期、全体売上を2桁成長軌道へ回復させる。こうした方針のもと、今期は売上高で前期比110%の成長を見込む一方で、成長投資を優先するため、営業利益は前期比97%とわずかに減少する見通し。なお、繰延税金資産の影響を踏まえ、当期純利益は約0.7億円となる見込み。

	参考：2025年2月期	2026年2月期	対前年比		参考：主要サービス別売上予想	
単位：百万円			金額	率		
売上	2,507	2,755	+248	110%	マーケット プレイス	1,571 (前期比：105%)
売上原価	547	570	+23	104%		
売上総利益	1,959	2,184	+225	112%	プラットフォーム	745 (前期比：108%)
販管費	1,856	2,084	+228	112%		
営業利益	103	100	▲3	97%	イベント	165 (前期比：91%)
経常利益	104	99	▲4	95%		
当期純利益	103	66	▲36	65%	新サービス群	273 (前期比：191%)

今期の注力方針

2026年2月期は、マーケットプレイスサービスの再成長に向けた準備を迅速に整えるとともに、高い成長ポテンシャルを持つ新サービスへの投資を拡大することで収益の複層化を進めつつ、M&Aも積極的に活用。中長期的な成長に向けた戦略施策を集中的に推進する。

注力方針	概要
1 Creemaの成長に向けた 戦略施策の動員	・ 市場規模が大きく、当社サービスと親和性の極めて高い領域である「ギフト市場」への本格的な参入を進める。 ・ 検索・パーソナライズ等のプロダクト改良を継続し、ユーザー体験およびCVRの向上を図る。 ・ 新たな配送サービス等、サービス面でも複数の仕組みを拡充し、上述とあわせユーザー体験の大幅な向上を推進する。 ・ Web広告の高騰課題に対応すべく、SEO改善に加え、新たな手法確立のため新規プロモーションを一時的に拡大する。 ・ 加えて、サービス間のポイント連携を開始することで、グループシナジーを強化する。 ・ 今期できる限り早いタイミングでの上記実行を目指し、前期減少したマーケットプレイスの売上高および流通総額を再成長軌道に引き戻すと同時に、来期以降の成長率を加速させる事業基盤を構築する。
2 新サービス投資の継続拡大	・ Creema SPRINGSでは、組織規模を拡大し、プロジェクト数の拡大を目指すとともに、「Creema」との連携強化を通じて、利用者数の更なる増加を目指す。 ・ FANTISTについても組織規模を拡大し、コースレッスンや資格習得講座をはじめとするレッスン動画数を大幅に拡大させることで更なる成長を図るとともに、“日本最大級のオンライン習いごとサービス”としてのポジション確立を目指す。 ・ InFRAMEでは、Creemaとの連携機能を中心に機能開発をき強化すると同時に、出店数の拡大に向けた施策を推進する。
3 更なるサービス複層化による 収益力/テイクレート向上	・ 「新たな作家向けマーケティング機能の提供」「新たな配送サービスの導入」「ギフト関連サービス」など、ユーザーニーズが高く、かつ既存事業とシナジーも大きい新たなサービスを順次拡充する。 ・ これにより、更なるサービス複層化を進め、流通総額とテイクレートの同時拡大を実現する。
4 M&Aの積極活用	・ 今後2年以内に、総額7～8億円規模のM&Aを実行する前提で調査・交渉を進める。 ・ このM&Aにより、当社の事業基盤を強化し、成長を加速させるための新たなシナジーを創出し、『クリーム経済圏』全体の価値および競争力を一層高めることを目指す。

Appendix



ESGに係る当社ポリシー

才能や実力が正当に評価され、自分らしく生き働くことができるフェアな社会の実現に向けて、今後もESGに係る様々なことに取り組んでいく。

才ある人、努力する人が正当に評価されるフェアな社会の実現

- “本当にいいものが埋もれてしまうことのない、フェアな世界をつくろう”をミッションに、“クリエイターズ・ニューマーケット（創作者たちの新しい場所）”を語源に生まれた「Creema」。
- 才能や努力が機会/評価に直結しない創作の世界において、その才能や実力が正当に評価され、自分らしく生き働くことができる、フェアな社会の実現に邁進しています。



ものづくりによる地方創生・地方活性化

- 日本各地の良質な素材と、独自のクリエイティビティを持つ作り手がコラボレーション。その土地ならではの魅力を作り手の作品を通して紹介することで、地域の活性化を目指す「全国いいもの発見プロジェクト」を展開。
- その他、全国各地のものづくりに縁のある街を訪れ、その地の人々とともに市（いち）を開く、「Creema Craft Caravan」など、「ものづくり」を軸とした地方創生・地方活性化に取り組んでいます。



参考：ESGに係る取り組み事例

東北三大祭のひとつ「青森ねぶた祭」の開催後、廃棄予定のねぶたの和紙を用いたアップサイクル作品や、同じく東北三大祭のひとつ「秋田竿燈まつり」の開催後、廃棄予定の提灯を活用したアップサイクル作品のアイデアを、「Creema」クリエイターから募集。「Creema」のクリエイター、秋田市竿燈会、秋田市竿燈まつり実行委員会、青森ねぶた祭実行委員会事務局の方々とともに、日本の伝統である祭をサステナブルなカタチで未来に繋いでいる。



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>