

# 2021年2月期第4四半期決算説明会資料

株式会社クリーム（東証マザーズ：4017）

2021年4月14日

Creema



## 会社概要



MISSION

**愛ある事業で、  
人を、世の中を、元気にすること**

VISION

**21世紀をリードする  
新しい一大グローバルリット**

Corporate Statement

**まるくて大きな時代をつくろう**

## 事業構造とクリーム経済圏

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、クリエイターの活動を支援する様々なサービス領域へと事業を展開し、全てのサービスがダイナミックに連携するクリーム経済圏の拡大に努めております。



## ① マーケットプレイスサービス（日本 / 中国語圏）

クレーマ経済圏の核となる「Creema」では、21万人のクリエイターが制作する1,100万点の作品が出品。年間の流通総額は154億円を超え、日本及びアジア最大級のグローバルハンドメイドマーケットプレイスとしてのポジションを確立。



## 参考：Creemaが取り扱う様々な作品カテゴリー

「Creema」では、ファッションアイテム・インテリア・アートからフード迄、様々なジャンルのオリジナル作品を購入可能。FY21には、農産物の取り扱いも開始。



## ②プラットフォームサービス

「Creema」のユーザー基盤・発信力・プラットフォームを活用し、クリエイターが自らの作品をPRできる「内部広告」や、法人・地方自治体向けの「外部広告」をはじめとするプラットフォームサービスを提供。事業の複層化を推進。

### 内部広告

クリエイターが、自ら「Creema」上に広告を出稿し、自身の作品をサイト・アプリ上に掲載できる広告サービス。



### 外部広告

#### 法人向けPRサービス

企業のもつ魅力的な商品やサービスを、「読みもの」として深掘りする記事広告や、顧客企業の商品をクリエイターが製作するコラボ企画等、多様な広告メニューを展開。



#### 地方創生

伝統工芸産業のDX支援、地域の逸品を用いたPR、街づくりイベントのプロデュース等、「Creema」のユーザー及びプラットフォーム基盤を活かし、地方創生領域においてもPRサービスを展開。



### ③ イベント・ストアサービス（1/2） - イベント

1 開催あたり来場者数5万人を動員する、日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes'（東京ビッグサイト）」をはじめ、日本全国各地で様々なハンドメイド・クラフトイベントを開催。

#### HandMade In Japan Fes'

- 東京ビッグサイトにて2013年より開催開始。
- 日本最大級のクリエイターの祭典としての地位を確立。
  - 出展数：約3,000人
  - 来場者：約50,000人



#### Creema Craft Party

- インテックス大阪にて2014年より開催開始。
- 西日本最大級のクラフトイベントとしての地位を確立。
  - 出展数：約1,500人
  - 来場者：約13,000人



#### 丸の内ストリート マーケット

- 丸の内仲通りにてクラフトマーケット「Marunouchi Street Market by Creema」を定期的で開催。



Note) 各イベントの出店者数・来場者数は直近開催したイベントの実績。なお、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で未開催。

Copyright ©2021 CREEMA LTD.



## 参考：HandMade In Japan Fes'の開催風景



### ③ イベント・ストアサービス（2/2） - ストア

「Creema」に登録されたクリエイターの作品を販売するエディトリアルショップ「Creema Store」を新宿・札幌に展開。

Creema Store（ルミネ新宿2）



Creema Store（札幌ステラプレイス）



## 新サービス群（1/2） - クラウドファンディングサービス

クリエイターの課題や思いに対応する、様々な新サービスを展開。2020年6月には、クリエイターが、自身の実現したいプロジェクトの資金を募ることができるクラウドファンディングサービス『Creema SPRINGS』をスタート。

### みんなで作ろう新しいアートの輪“つながるピース(PEACE×PIECE)”プロジェクト



9/15迄  
NEXT GOAL  
挑戦中!!

再生

アートでつながる  
新しい体験をしてみませんか？

アーティスト 坂東工

Success

集まっている金額  
¥1,612,500 (目標 ¥550,000)

目標達成率 293%

購入数 233

残り時間 終了しました

お気に入りに追加する

ツイート 埋め込み

このプロジェクトは実行確約型です。

俳優・アーティストとして活動する坂東工が祈りをこめ制作したアート「謳歌」このアート作品を使って、つながるピースなプロジェクトに挑戦します！ブロックチェーンを使った新たなアートの仕組みを取り入れ、アートマーケットをもっと活性化させたい！社会貢献にも発展させていくプロジェクトです。

### ハレクタニの思い～九谷焼の彩りで、生活をほっこり幸せに～



リターン  
追加しました

Success

集まっている金額  
¥776,800 (目標 ¥300,000)

目標達成率 258%

購入数 108

残り時間 終了しました

お気に入りに追加する

ツイート 埋め込み

このプロジェクトは実行確約型です。

伝統的な九谷焼を、もっと現代の生活に馴染むものに。そんな思いではじまった『ハレクタニ』の想いと器を紹介します。みなさまの生活が彩りある器で晴れやかになりますように。

## 新サービス群（2/2）

FY21に提供を開始したクラウドファンディング、フルフィルメントサービスに加え、FY22以降も、クリエイターやユーザーに対する提供価値を高めながら、クリーム経済圏の構築を進めるべく、新サービスを順次追加していく方針。

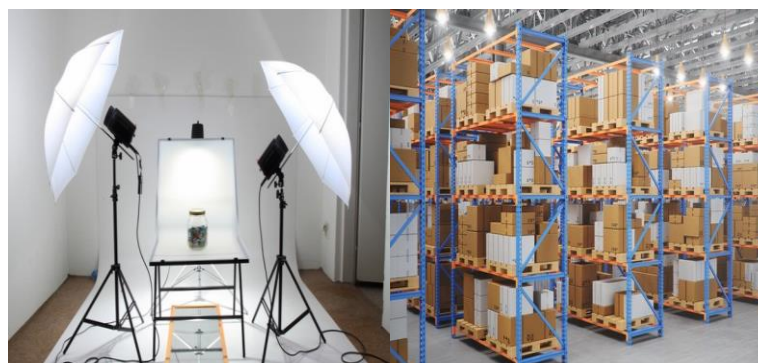
### FY21リリース

#### クラウドファンディング



クリエイターの活動に理解のある「Creema」の巨大な会員基盤を活用し、クリエイターが資金調達を行えるプラットフォームを運営。

#### フルフィルメント



写真撮影から発送代行まで、創作活動以外の業務を当社が受託し、クリエイターが創作活動に専念いただける環境を提供。

### FY22以降

#### その他新サービスの導入



クリエイターのエンパワーメントをテーマに、「Creema」とシナジーの高い各種新サービスの開発、検討が進行中。

## FY21 全社業績



## エグゼクティブサマリー

- 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う「巣ごもり消費」のニーズを捉えた各種施策が奏功し、マーケットプレイスサービスの流通総額は前期比171%となる154億円まで拡大（4Q YoY：157%）。売上は前期173%となる15億円（4Q YoY：156%）。
- 外部広告・内部広告も大きく伸長し、プラットフォームサービスの売上も前期比149%となる4.3億円まで拡大（4Q YoY：155%）。
- 一方、上記感染症拡大の影響を受け、イベントはFY21を通して一度も開催できず、ストアも5店舗中3店舗を閉鎖。結果として、イベント・ストアサービスの売上は前期比25%となる0.8億円で着地（4Q YoY：17%）。
- その結果、**全社の売上は前期比136%となる20億円に拡大（4Q YoY：120%）**。
- また、中長期の成長を企図し、4QにはテレビCMの放映に加え、複数のサービスに大規模開発を実施。これにより、通期の販管費は前期比135%となる18億円を計上（4Q YoY：181%）。
- 結果として、**連結営業利益は前期比464%となる2.2億円まで拡大。なお、2021年3月の「業績予想の修正に関するお知らせ」にて開示したとおり、売上、営業利益、経常利益の全てで当初発表予想を上回る着地となった。**
  - 売上：106%、営業利益：139%、経常利益：142%
- 一方で、自己新株予約権消却損が約54百万円発生。この特損により当期純利益は当初発表予想を下回った。
  - 当期純利益：90%

## 【全社】4Q及び通期業績

4Q売上は前年同期比120%の5.3億円で着地するも、大規模投資の結果、営利は△0.9億円。通期ではマーケットプレイスが牽引するカタチで、売上は前期比136%の20億円、営利は前期比464%の2.2億円（営利率11%）。

### 連結損益計算書

### トピックス

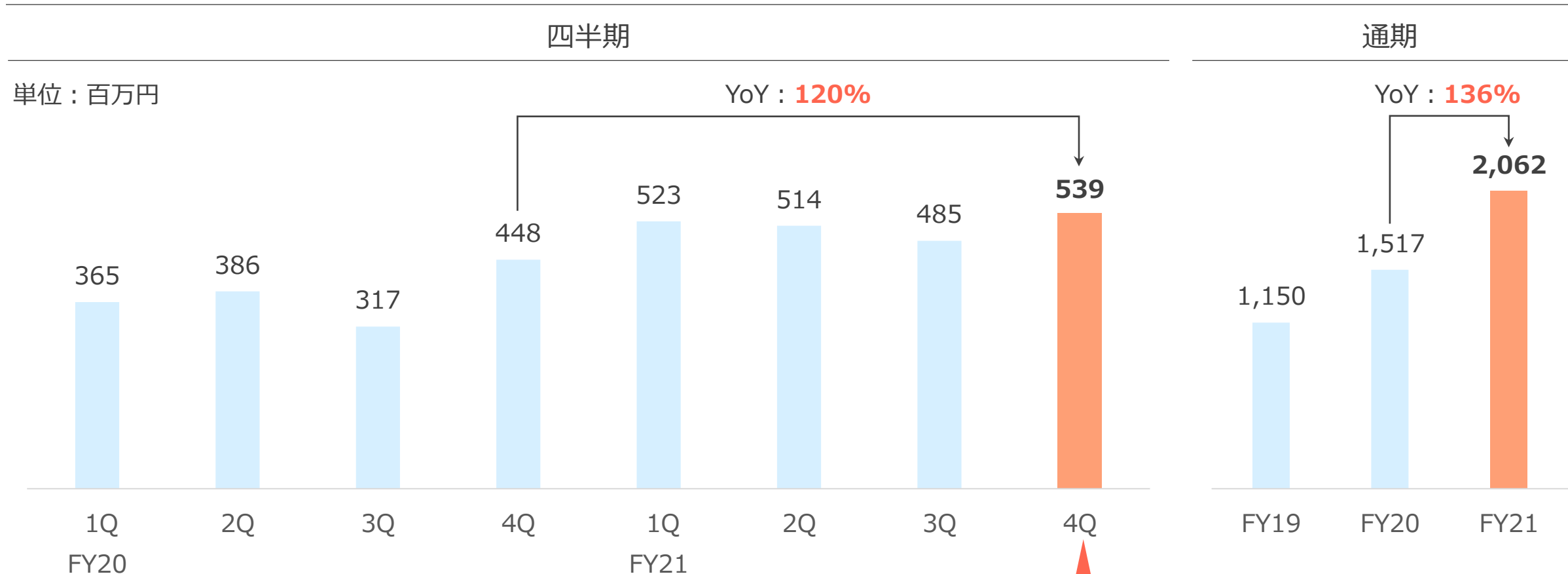
単位：百万円	4Q			通期	
	実績	YoY	QoQ	実績	YoY
(参考) 流通	3,956	157%	114%	15,419	171%
売上	<b>539</b>	<b>120%</b>	111%	<b>2,062</b>	<b>136%</b>
売上原価	1	5%	108%	5	5%
売上総利益	537	131%	111%	2,057	146%
販管費	635	181%	155%	1,831	135%
営業利益	<b>▲98</b>	—	—	<b>226</b>	<b>464%</b>
経常利益	▲102	—	—	204	446%
当期純利益	▲70	—	—	178	+206

- 通期売上は、オフライン領域のサービス（イベント・ストア）が大幅に縮小するも、オンライン領域のサービス（マーケットプレイス、プラットフォーム）がそれを大幅に上回る拡大となったことから、前期比136%で成長。
- 粗利率の高いオンライン領域が成長をけん引したため、売上総利益は前期比146%に。
- 通期販管費は、TVCMや大規模開発投資のため、前期比135%に増加。
- 投資額以上に売上/粗利が伸長したため、通期営業利益は前期比464%まで拡大。

## 【全社】連結売上高の推移

4Qの売上は、FY21で最も高い水準となる5.3億円で着地。通期では、前期比136%となる20億円で着地。

### 売上推移



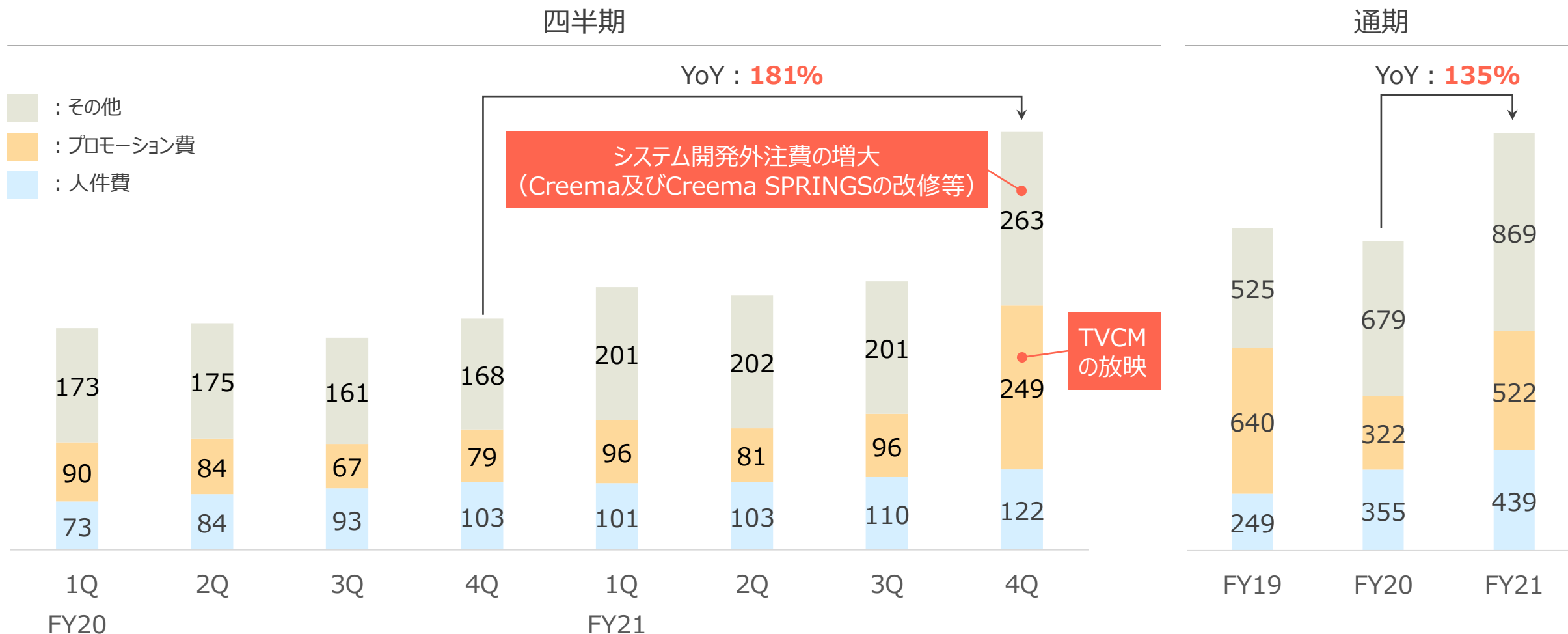
大型イベントの未開催、店舗数の半減により、イベント・ストアサービスのYoYが17%（▲97百万円）迄落ち込んだものの、120%の成長。



## 【全社】連結販管費の推移

中長期的での更なる成長と競争力の強化に向けて、FY21の4Qにて、テレビCM及びシステム開発への大型投資を実施。

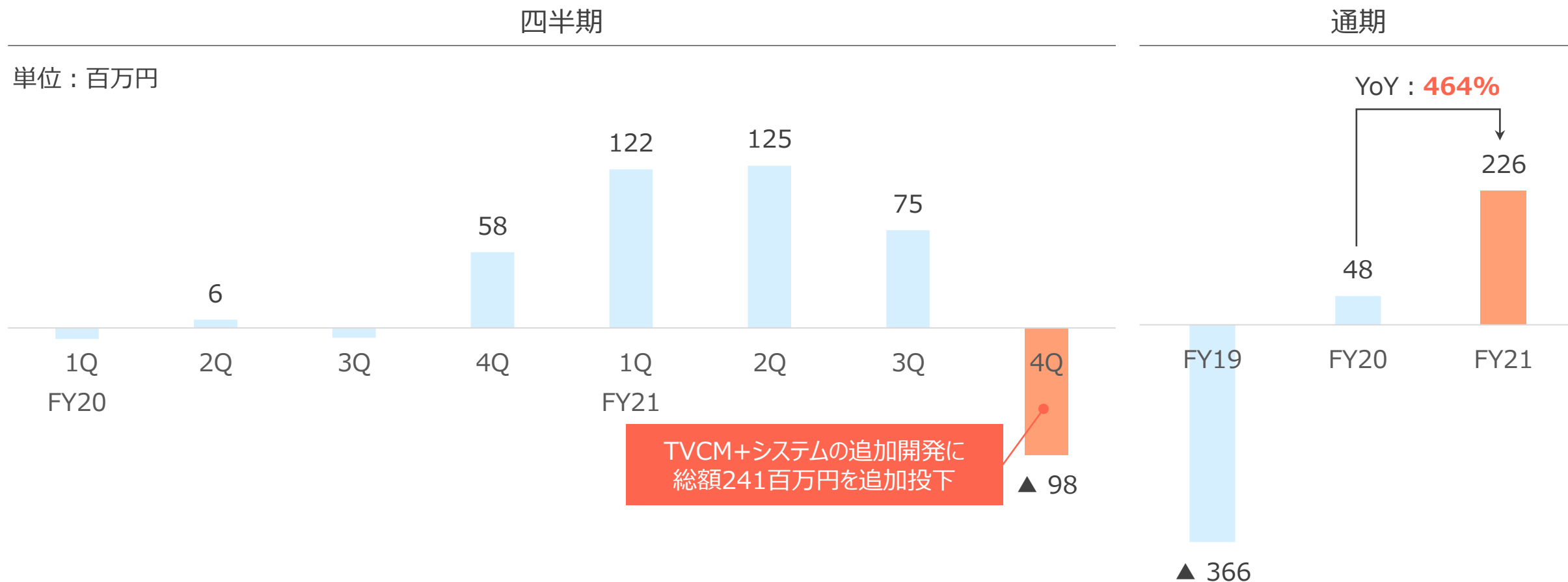
販管費推移



## 【全社】連結営業利益の推移

システム開発・CM放映等の戦略投資により、FY21の4Qは赤字を計上したものの、通期では事業は大きく伸長しており、FY21通期の営業利益は、前期比464%となる2.2億円に拡大。営業利益率も3%から11%に向上。

営業利益の推移



## 【全社】バランスシートの状況

事業成長による利益の創出（前年より黒字転換）と、2020年11月の東証マザーズ市場への上場により、財務基盤が大幅に強化。

項目（単位：百万円）	FY21	FY20	前年対比
流動資産	3,568	1,859	192%
内、現金及び預金	<b>2,885</b>	1,403	<b>206%</b>
内、売掛金	644	447	144%
固定資産	126	84	149%
内、繰延税金資産	63	-	-
内、敷金・保証金	38	56	69%
資産合計	3,694	1,943	190%
流動負債	2,313	1,533	151%
内、預り金	1,460	944	155%
内、一年以内返済予定借入金	266	27	955%
固定負債	298	371	80%
長期借入金	298	371	80%
負債合計	2,612	1,904	137%
内、資本金	532	100	533%
内、資本剰余金	532	100	533%
内、利益剰余金	17	▲160	-
純資産合計	<b>1,081</b>	39	<b>2769%</b>

事業の大幅成長により  
キャッシュ創出力が上昇。  
上場により調達した資金も  
加わり、今後は一層の成  
長投資を続けていく方針。

## FY21 主要サービス別業績



## 【マーケットプレイス】Creemaの流通総額の推移

FY21の流通総額は、4Qで39億円（前年同期比157%）、通期で154億円（前期比171%）に拡大。

### 主な取り組み

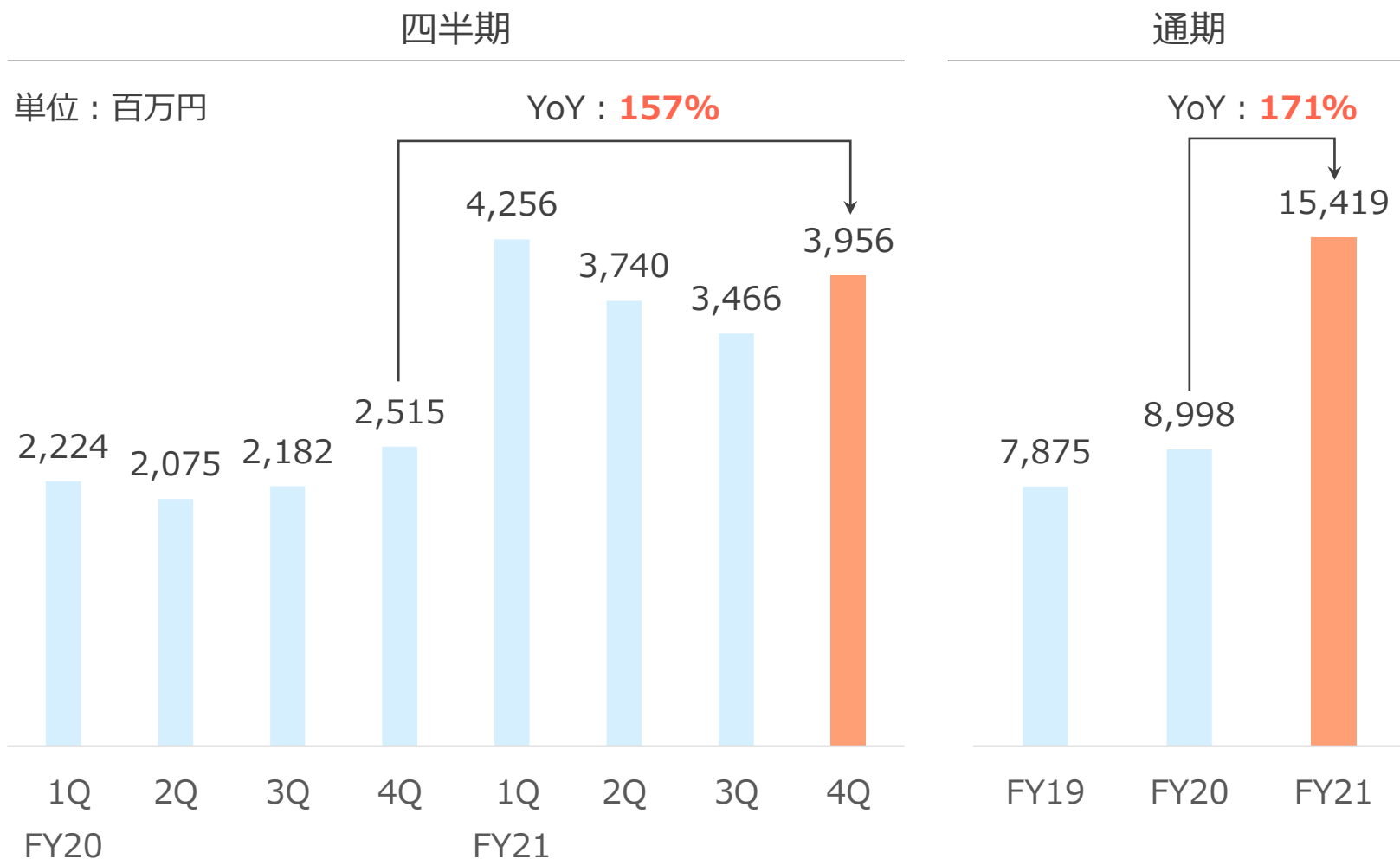
#### 【通期】

- 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う「巣ごもり消費」などのニーズを捉えた各種施策の実施。
  - マーチャンダイジング
  - キャンペーン 等
- スマートフォン向けサイトのリニューアル。
- 農産物の取り扱い開始。
- 作品カテゴリーの刷新 等

#### 【4Q】

- 来期以降の持続的成長に向けて、大規模なシステム開発投資を実施。
- 認知度向上・新規顧客獲得を目的とした「Creema」のテレビCMの放映。
- オンラインイベント「どこでもハンドメイドインジャパンフェス（HMJ）」も開催。

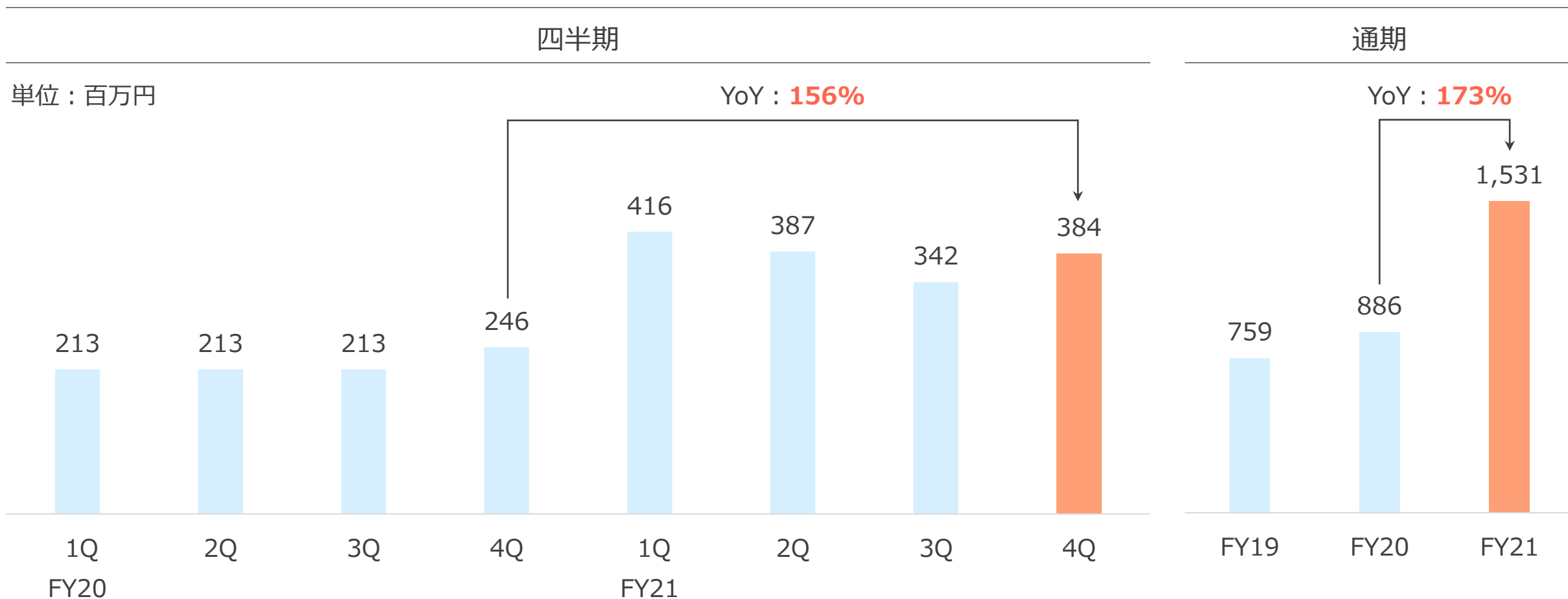
### Creemaの流通総額推移



## 【マーケットプレイス】主な取り組みと売上推移

前述の流通拡大に伴い、4Q売上は384百万円（前年同期比156%）、通期で1,531百万円（前期比173%）に拡大。

### 売上推移



## 参考：テレビCMの放映



- 「Creema」のTVCMを、2020年12月と2021年2月、2回に分けてテスト放映。
- ハンドメイドプロダクトに囲まれたライフスタイルの提案や、ハンドメイドプロダクトを購入・保有することの意味などを効果的に訴求。

## 参考：どこでもハンドメイドインジャパンフェス（HMJ）の開催

ハンドメイド作品のワークショップや音楽ライブ、クリエイター対談等が楽しめるオンラインイベントを開催。

どこでも

# HandMade In Japan Fes

2021.02.27 sat ▶ 02.28 sun



スペシャルライブ  
青木慶則

優しい歌声と心温まる音色でCMでも大活躍の青木慶則さんのスペシャルライブ！  
youtubeliveで配信



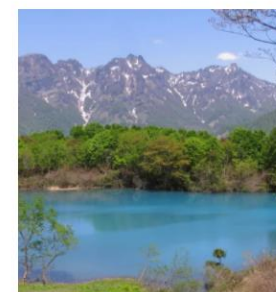
クリエイター対談  
AKI SPRAY PAINT

「アートをもっと気軽なものに」という制作にかける思いとスプレーアートの魅力をお伺いします！



ワークショップ  
Feel TheGarden

日々の暮らしに癒しをもたらす、苔のテラリウムワークショップ。



移住の話  
そらのき  
itoshigoto

移住している作家さんに、移住の魅力や暮らしぶりについて、詳しく聞いてみます！あなたも移住をしたくなるかも？

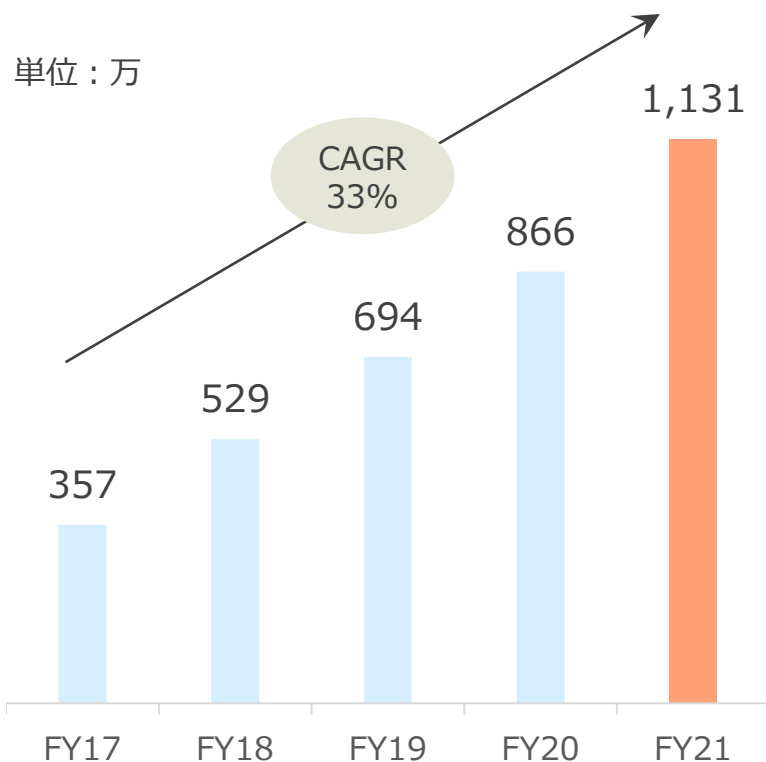


## 参考：マーケットプレイス関連のKPI推移

FY21では、出品数・アプリDL数ともに大きく伸長するも、単価の低いマスク関連取引の一時的急増により、取引単価は下落（但し、この取引単価でも国内ハンドメイドマーケットプレイス市場においては圧倒的にナンバーワンの水準）。

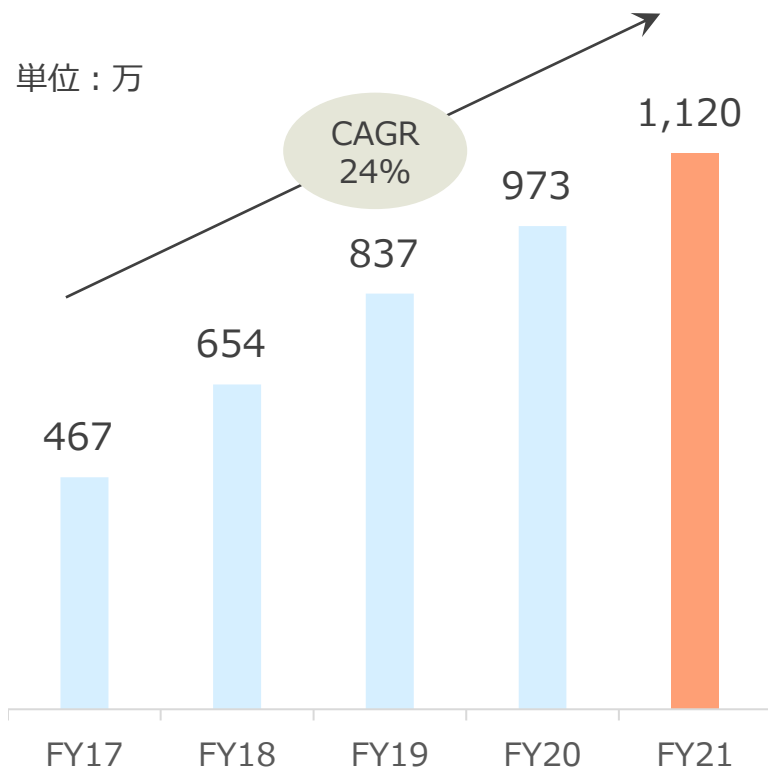
### 出品数

年平均成長率33%で安定的に出品数が増加。



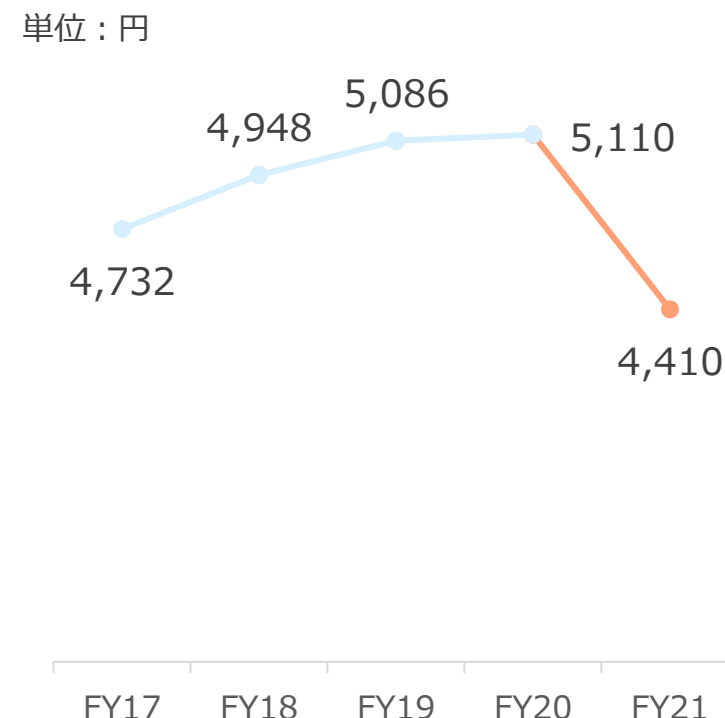
### アプリDL

引き続きCAGR24%で堅調にDL数は増加。



### 平均取引単価（日本）

FY21は、低単価のマスク関連取引の増加により、取引単価が大幅に下落。



## 【プラットフォーム】主な取り組みと売上推移

外部広告にてオンラインの広告商品を中心に納品が進んだことに加え、内部広告においてもその活用が堅調に拡大した結果、通期の売上は前期比149%となる4.3億円で着地。

### 主な取り組み

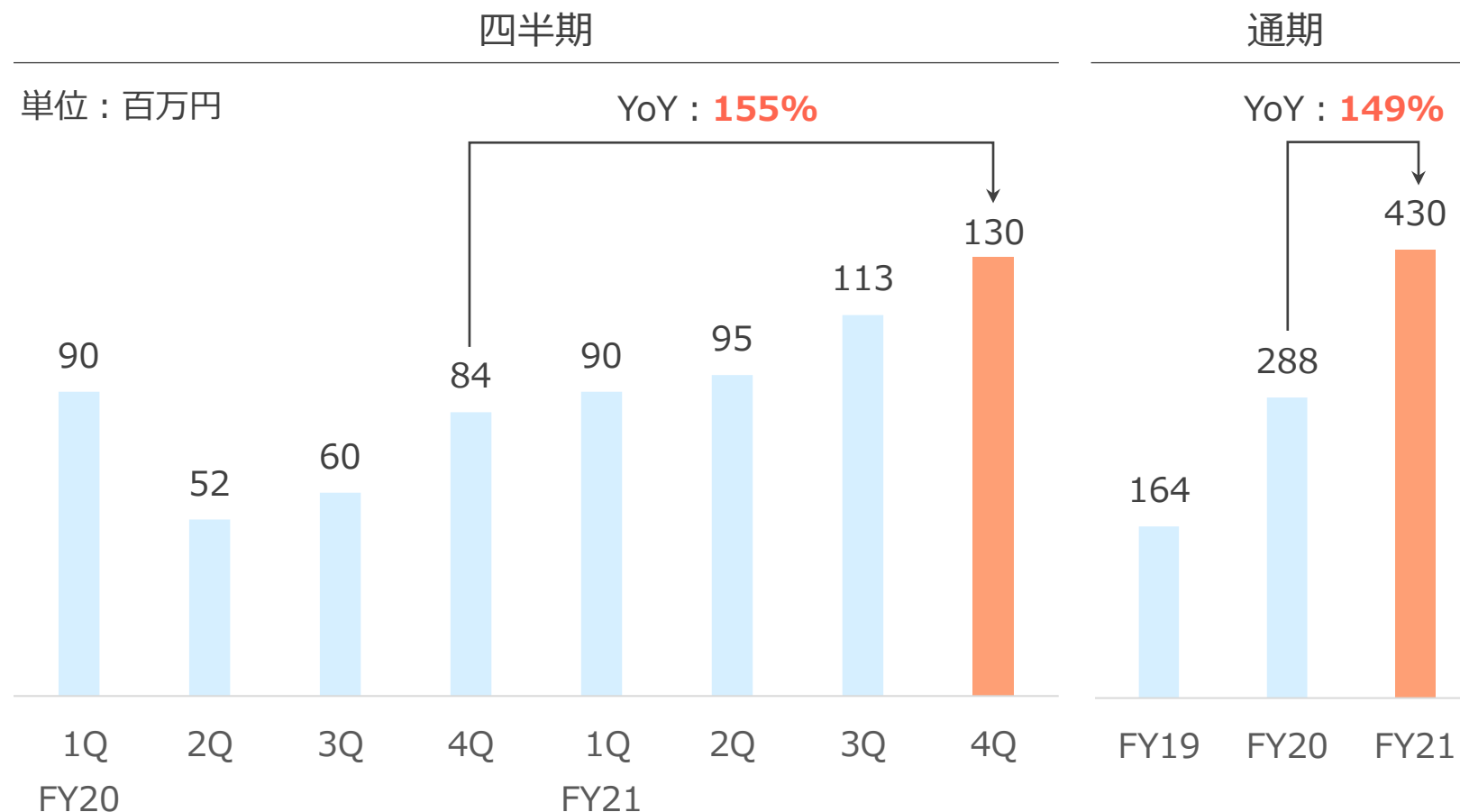
#### 【通期】

- 外部広告
  - 大手メーカーとのコラボレーション企画
  - 伝統工芸産業のデジタルシフト支援
  - 地方都市のシティプロモーション 等
- 内部広告
  - ダッシュボード画面の刷新による、広告分析と運用の効率化
  - 利用促進を目的とした各種キャンペーン 等

#### 【4Q】

- 外部広告サービスにて受注、納品が増大し、成長を牽引。

### 売上推移



## 参考：外部広告の事例 – Creema 遠州産地 織りもの 染めもの紀行

遠州産地振興協議会様より委託を受け、遠州で作られた織物や染物などの優れた素材を活用したバッグやマスクといった作品を「Creema」上でPR・販売。



## 参考：内部広告のダッシュボードリニューアル

内部広告の広告効果の把握をやすくし、効率的な広告運用を行なって頂けるよう、クリエイターが使用するダッシュボード画面を刷新。

### 追加ポイント

#### point 1

状況に合わせた  
運用アドバイス

#### point 2

過去の実績から判断した  
作品の推奨度

#### point 3

売上、フォロワー数などの  
広告の間接効果



## 【イベント・ストア】主な取り組みと売上推移

新型コロナウイルス感染症の影響を受け、FY21ではイベントを一度も開催できず。また、期首に5店舗あったストアは2店舗まで縮小。結果として売上は、前期比25%となる0.8億円で着地。

### 主な取り組み

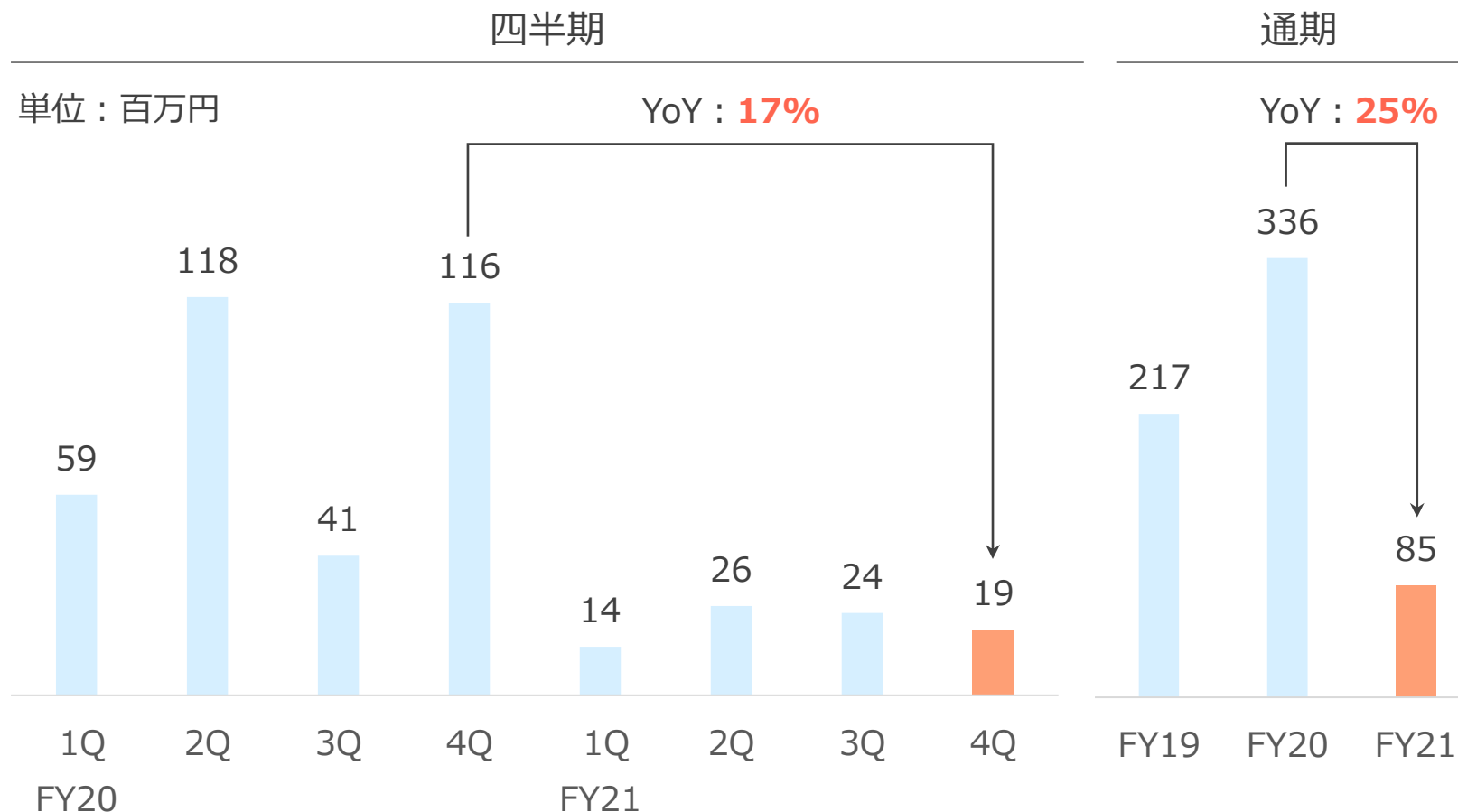
#### 【通期】

- 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、イベント・ストアともに大きく減退。
- イベントは、今期一度も開催していない。
- ストアは、期首に5店舗あったが、日本橋・熊本・二子玉川の3店舗を閉店。

#### 【4Q】

- 例年1月に開催していた「HandMade In Japan Fes' (東京ビッグサイト)」を中止にした。
- ストアは、新宿・札幌の2店舗を営業しているが、緊急事態宣言等のおおりの影響を受け、引き続き客数が減少。

### 売上推移 (百万円)



## その他トピック - ハローサーカスの事業譲受

2020年9月、タレントの千秋氏が創業し、団長を務めるハンドメイド関連サービス「ハローサーカス」の事業譲受を行い、「Creema」上にて「ハローサーカス」とのコラボ企画を継続的に展開。



CREEMA.JP

ハローサーカスがやってきた！団長 千秋さん×クリーマ代表 丸林の創業者対談





## FY22 中期経営方針及び着地予想

## 中期経営方針

FY22では、FY21にて拡大・強化されたプラットフォーム基盤と、財務基盤を活かし、既存事業の成長と新規サービスの追加の両軸で成長。

全社		<ul style="list-style-type: none"><li>• FY21で大幅に増強されたプラットフォーム基盤を活用し、既存事業のさらなる成長を実現するとともに、中長期での非連続的な成長に向けて、新サービス群の拡張と戦略投資を実行。</li><li>• FY22では、売上高2,446百万円（前期比：119%）、営業利益315百万円（前期比：140%）を目指す。</li></ul>
サービス別	マーケットプレイス	<ul style="list-style-type: none"><li>• 主力サービスである「Creema」のシステム及びプロダクトの磨き込み</li><li>• 各種マーチャンダイジングやキャンペーン施策の磨き込み</li><li>• ハローサーカスやクラウドファンディング、その他サービスとの連携強化によるクリーム経済圏の全体的成長の牽引</li></ul>
	プラットフォーム	<ul style="list-style-type: none"><li>• 内部広告では、機能開発・キャンペーン施策を継続することにより、より価値ある広告サービスに進化</li><li>• 外部広告では、タイアップ記事広告、クリエイターコラボ企画など、当社独自のオンライン広告商品を主軸に提案を強化</li><li>• その他、クリエイターがより一層活躍をいただけるよう、各種オンラインセミナー等にも注力</li></ul>
	イベント・ストア	<ul style="list-style-type: none"><li>• 「HandMade In Japan Fes'」や「Creema Craft Party」等の大型イベントの開催を部分的に再開</li><li>• 消費の変化やトレンド変容を踏まえたマーチャンダイジング強化による「Creema Store」の立て直し</li></ul>
	新サービス群	<ul style="list-style-type: none"><li>• クラウドファンディングやフルフィルメント等、FY21より開始した各種新規サービスの本格拡大</li><li>• 当社が保有するプラットフォーム基盤とシナジーのある領域を中心とした新たなサービスの開発（含むM&amp;A）</li></ul>

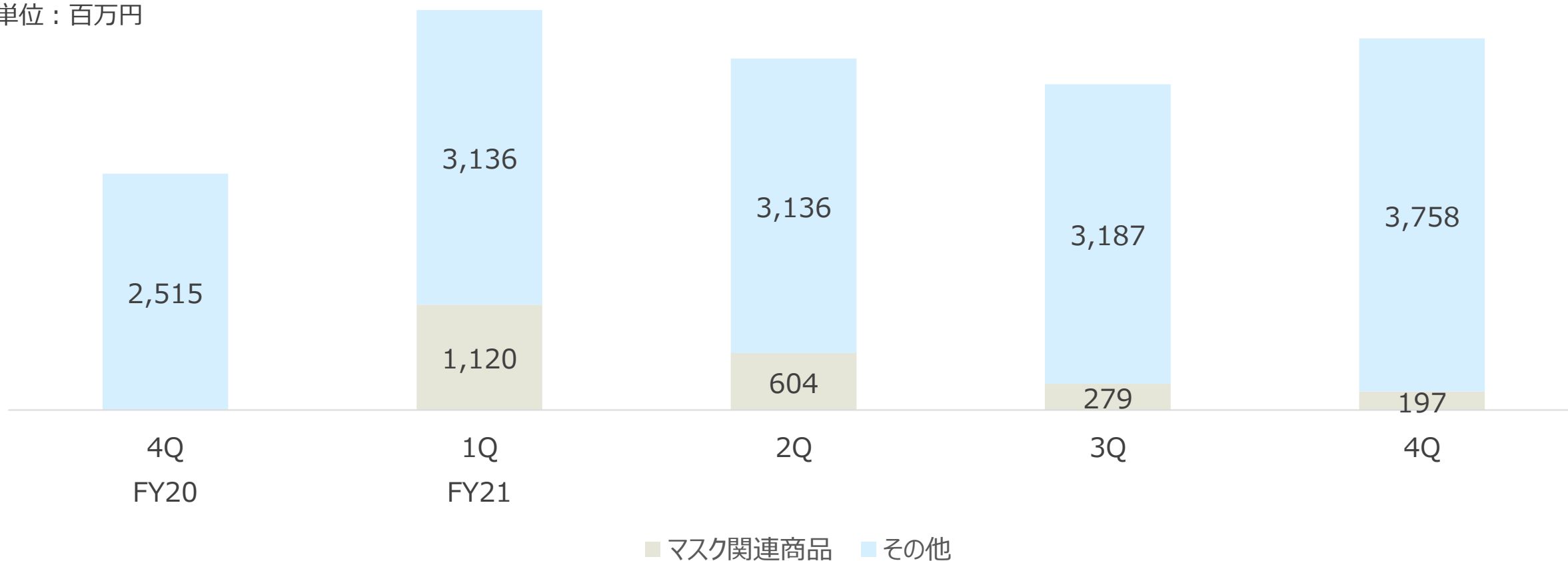


## Creemaの流通総額の成長イメージ（1/2）

新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年3月以降、マスク関連商品の流通が大きく伸長したが、FY21期末時点では、流通全体に占める割合は僅かとなった。しかし、流通総額の成長は継続している。

Creemaの流通におけるマスク関連商品の影響

単位：百万円

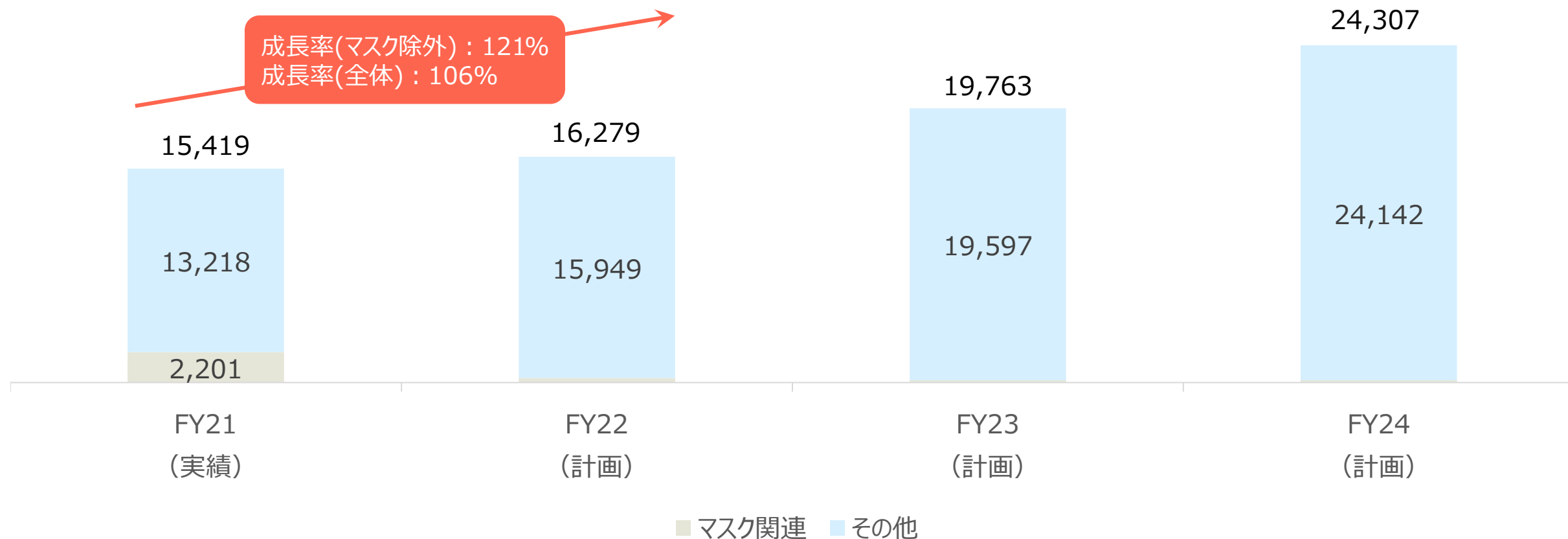


## Creemaの流通総額の成長イメージ（2/2）

FY22以降、前年に急増したマスク関連の需要は収束すると判断。マスク流通を除外した対前年成長率121%となる162億円の流通総額を目指す。

Creemaの流通総額予想

単位：百万円

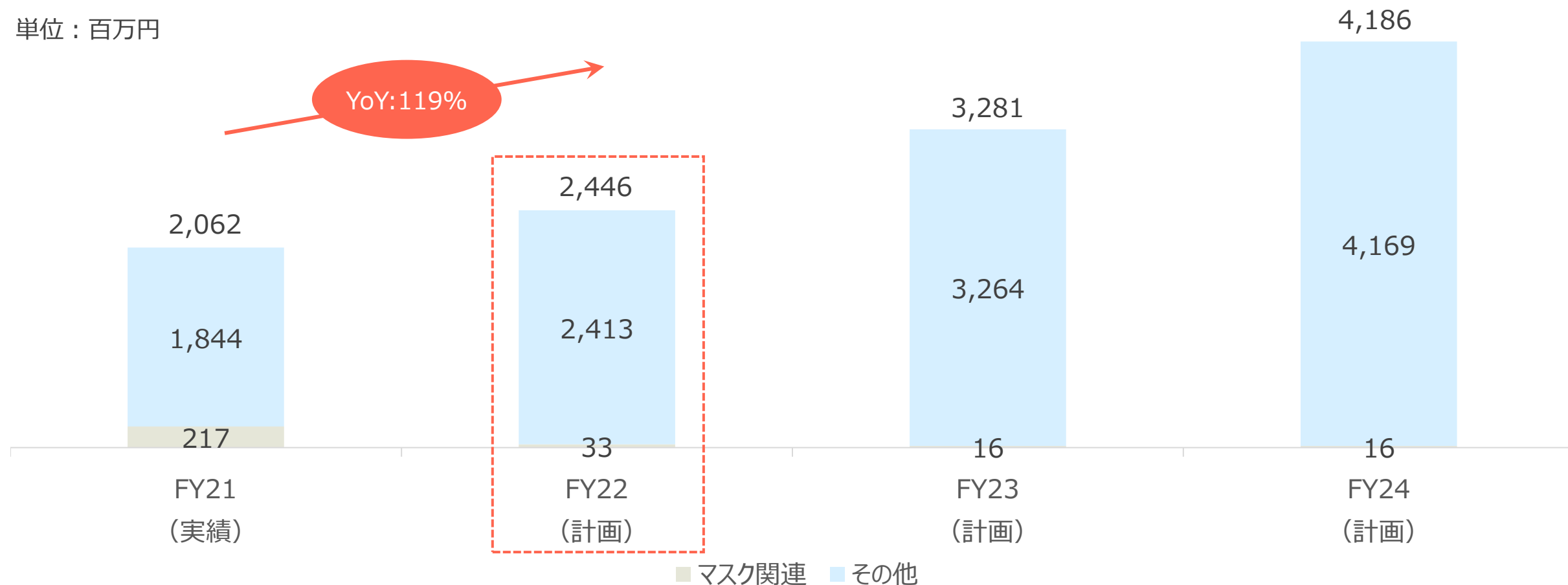


## 売上高の成長イメージ

FY22はFY21で強化された経営基盤をベースに既存事業の伸長を図るとともに、ビジョンの実現・非連続的な成長を目指し、複数の新規事業をローンチ。FY23以降の事業成長を加速していく。

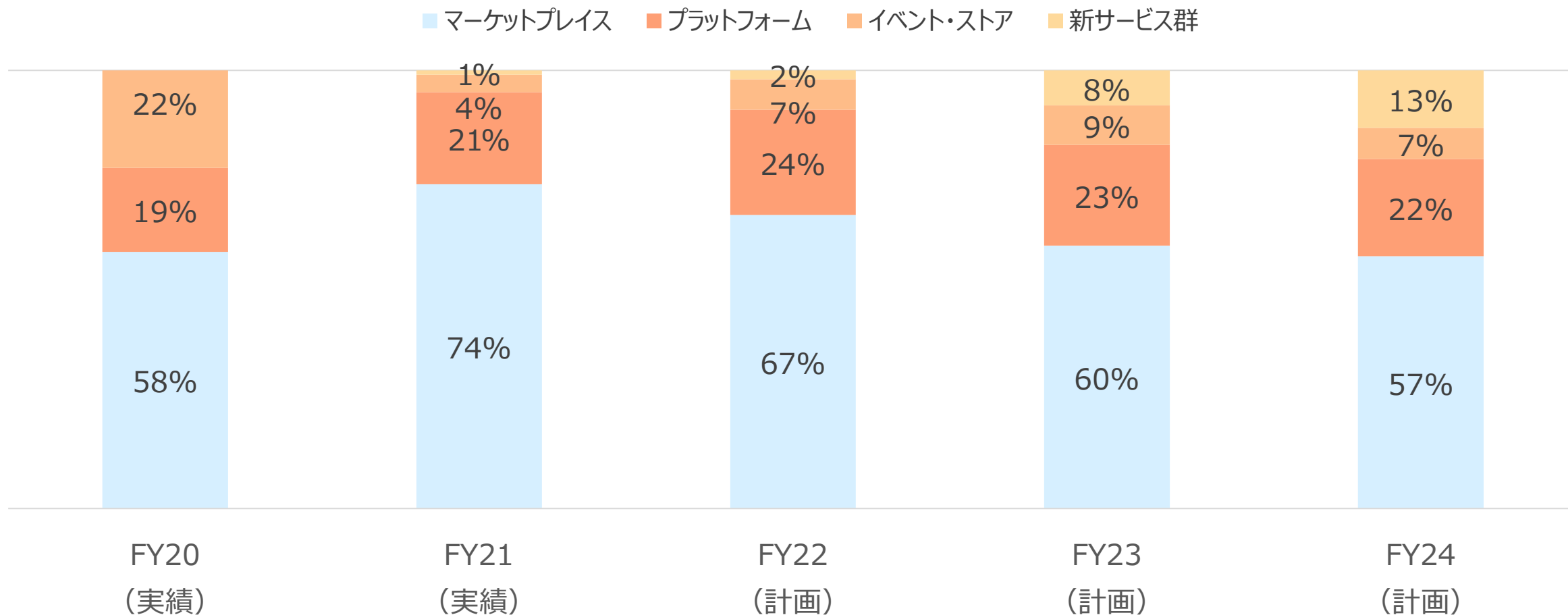
### 売上高の業績予想

単位：百万円



## 参考：サービス別売上構成比の推移予測

新型コロナウイルス感染症の影響により、FY21はイベント・ストアサービスが大きく縮小した半面、マーケットプレイスサービスの比率が増えた。FY22以降は、バランスが徐々に是正されることに加え、新サービス群の比率が徐々に高まっていく計画。



## FY22の全社業績予想

クリエイターの方々を一層エンパワーメントできるよう、様々なサービスがダイナミックに連携するクリーム経済圏の拡大に努め、FY22は売上24億円、営業利益3.1億円、当期純利益2.9億円の達成を目指す。

### 全社業績予想

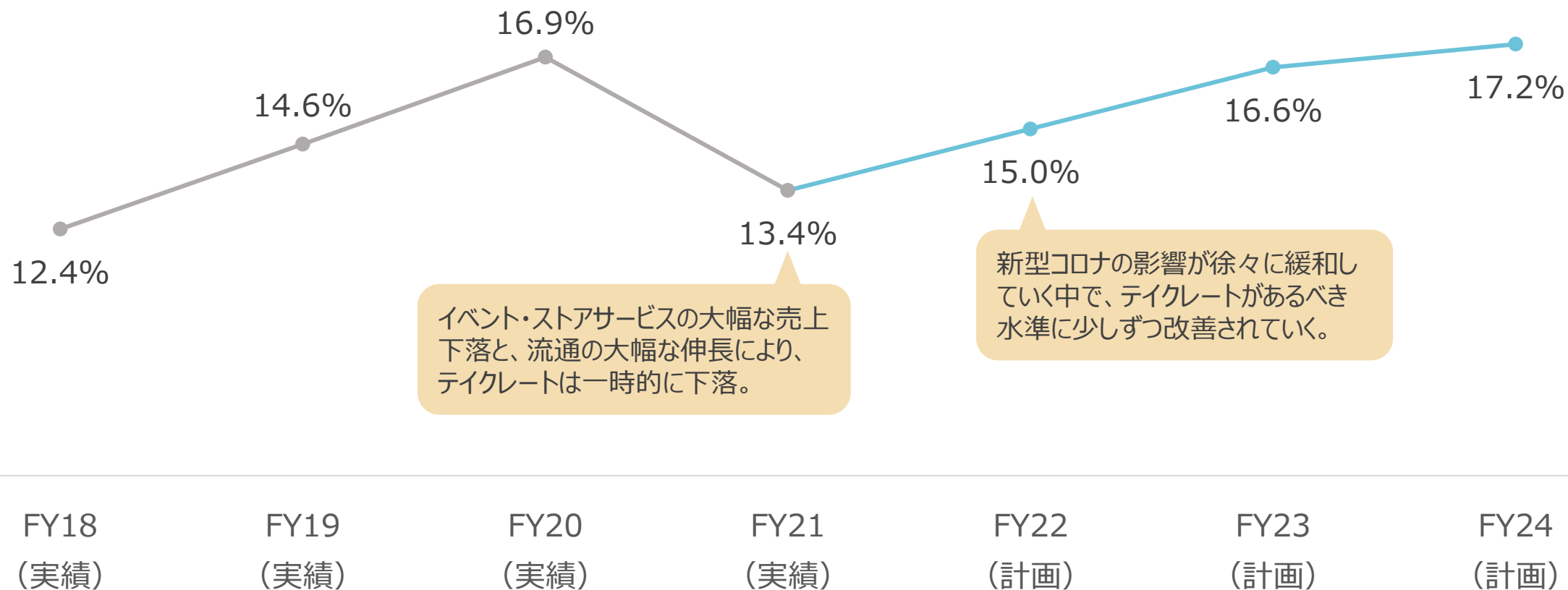
単位：百万円	(参考) FY21	FY22	YoY
売上	2,062	2,446	119%
売上原価	5	88	1689%
売上総利益	2,057	2,357	115%
販管費	1,831	2,042	112%
営業利益	226	315	140%
経常利益	204	307	150%
当期純利益	178	293	164%

### 主要サービス別 FY22売上予想

単位：百万円	
マーケットプレイス	1,628 YoY：106% ※マスクなしYoY：121%
プラットフォーム	590 YoY：137%
イベント・ストア	171 YoY：200%
新サービス群	55 YoY：382%

## 参考：テイクレートの推移

FY21は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、流通総額が伸びた半面、イベント・ストアサービスの売上が大幅に下落した結果、テイクレートは大幅に減少。FY22以降は、イベント・ストアが徐々に復調していくことに加え、新サービス群も生まれるため、テイクレートは再び右肩上がりでも向上していく予測。



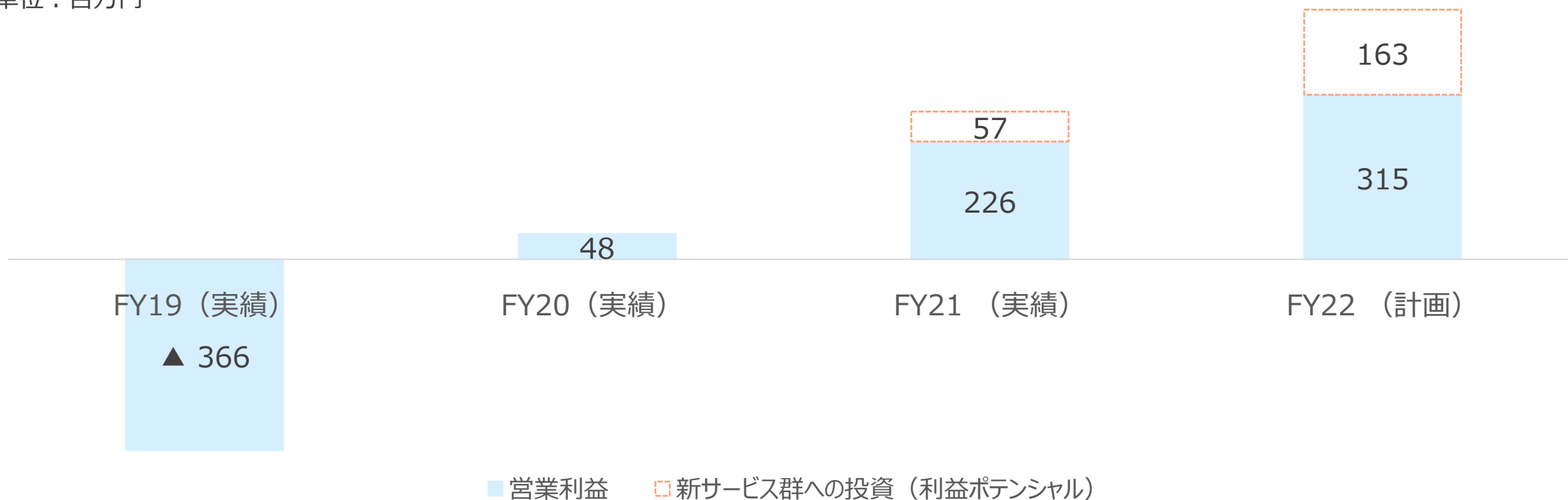
Note) テイクレートは、マーケットプレイスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

## 新サービス群への投資

更なる成長速度の加速に向け、FY22に新サービス群への戦略投資を加速しつつ、営業利益は前期比140%を目指す。

### 営業利益の推移

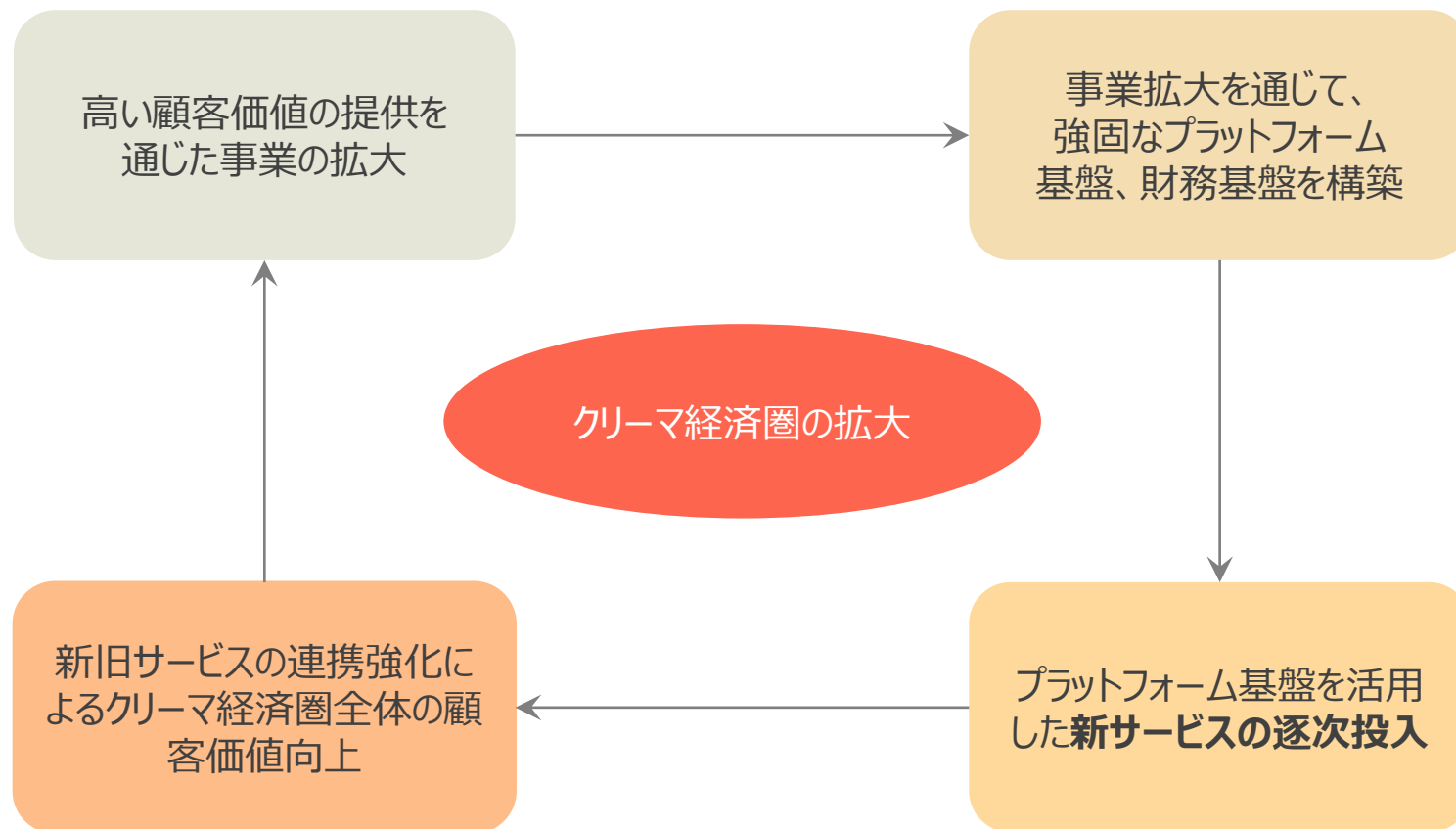
単位：百万円



## 新サービス群への投資方針

新サービスの開発は、クリエイターエンパワーメント事業を通じて構築されたプラットフォーム基盤とのシナジーある領域から進める。その後、新旧サービスの連携強化を通じて競争優位を一層強化し、クリーム経済圏の拡大を図る。

### クリーム経済圏の拡大プロセス



### クリームのプラットフォーム基盤と新規事業

- ①プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤
- ②20代～40代の女性を中心に、月2～3,000万VISIT超の巨大なユーザー基盤
- ③「ただのEC」に留まらない発信力とコミュニティー基盤を持つメディアとしてのサイト・アプリの保有（SNS総フォロワー数も約90万人）
- ④プラットフォーム基盤を活かし、多様なサービスを創出してきた事業開発能力

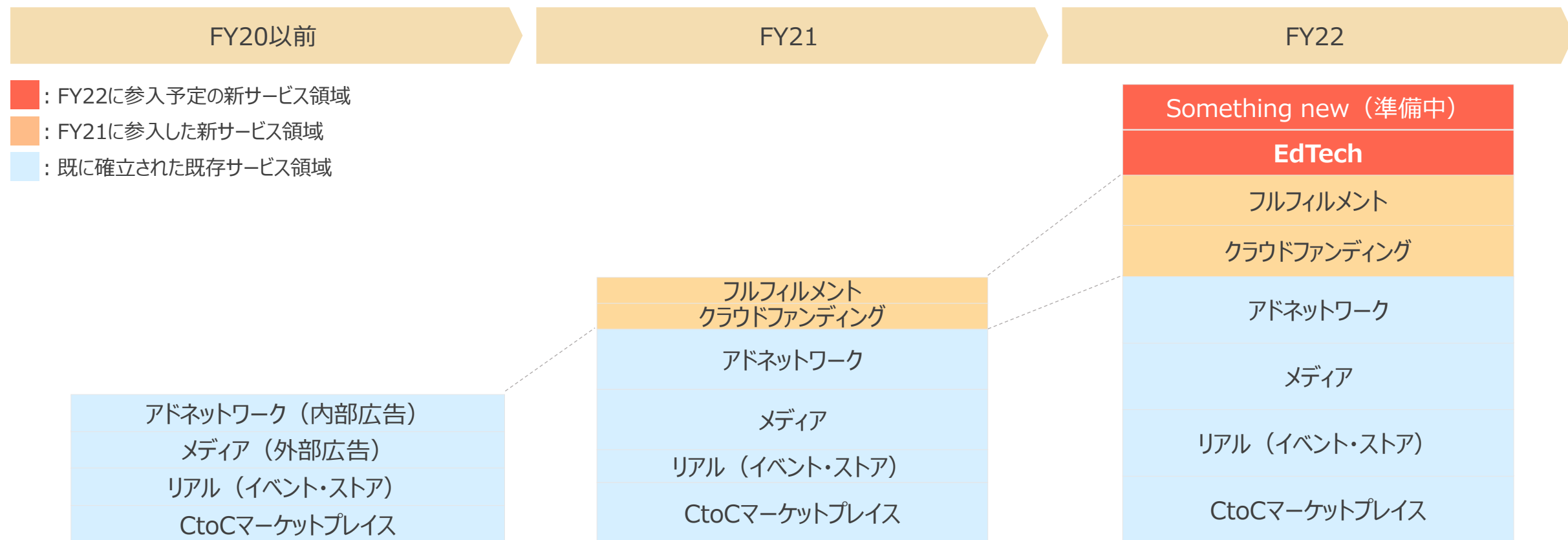
独自性の高いプラットフォーム基盤を活かし、クリエイターの活動支援に係る領域を主軸としつつ、それ以外の領域においても新サービスを積極的に展開していく。



## 新サービス群の拡張

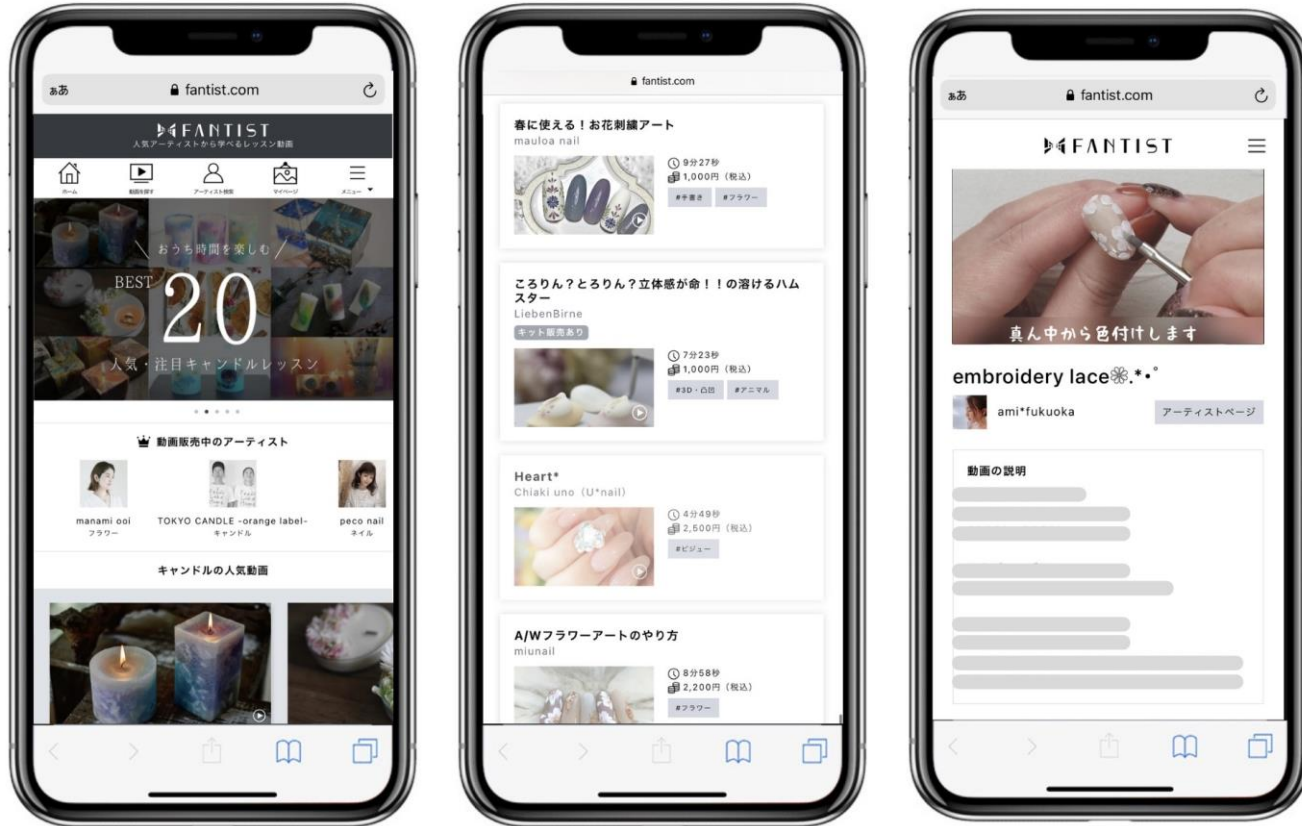
プラットフォーム基盤を活用してサービス領域を着実に拡大。FY22には満を持してEdTech領域への参入を行う。

### サービス領域の拡張



## FANTIST社の全株式の取得

アーティストがレッスン動画を販売する動画プラットフォーム「FANTIST」を運営する株式会社FANTISTの全株式を取得する契約の締結が完了。本M&Aをもって、新サービスのひとつとしてEdTech領域に本格参入していく。



- キャンドルやフラワーアレンジメントをはじめ、各業界トップレベルのアーティストがレッスン動画を販売する動画プラットフォーム「FANTIST」。
- クリーマ経済圏に「FANTIST」が加わることで、クリエイター・ユーザーの方々に更なる価値を提供。
  - 21万人に及ぶCreemaクリエイターのレッスン動画販売が可能に。
  - FANTIST登録アーティストのCreemaでの作品販売。
  - CreemaとFANTIST間での相互送客・コラボ企画の実施等
- 本株式取得を機に、クリーマのプラットフォーム基盤と連携しEdTech領域への参入を本格化させていく。

今後も新規サービスを逐次投入し、全てのサービスが有機的に連携するクリーマ経済圏を拡大していく。

## Appendix

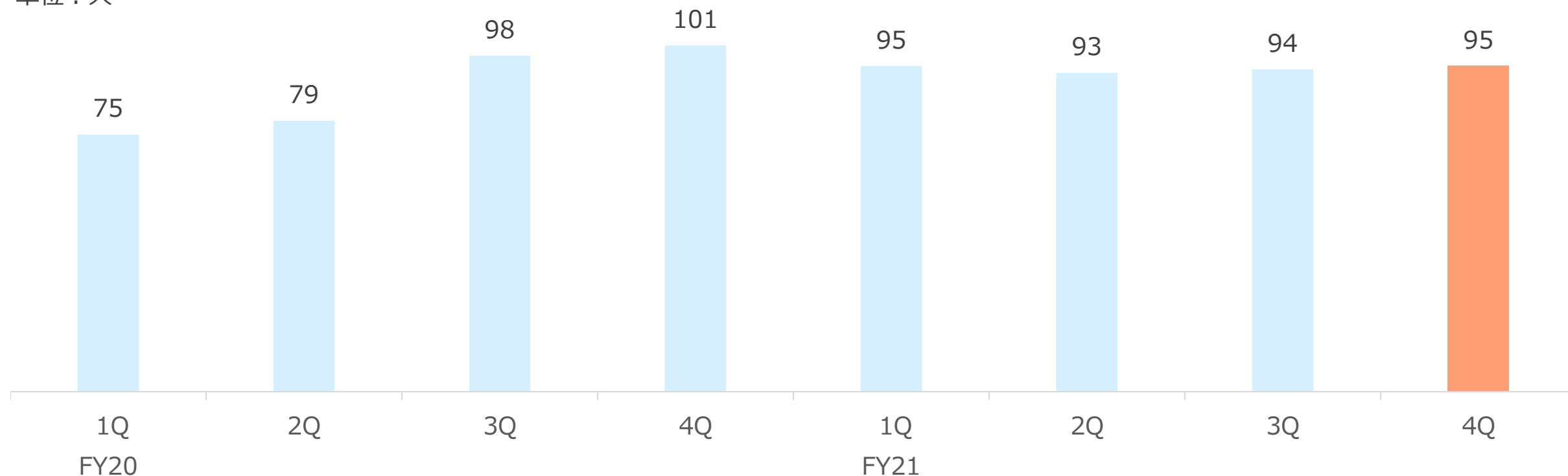


## 参考：従業員数の推移

FY21では、ストアサービスにて3店舗が撤退したことによりアルバイト人員数が減少。4Q時点で従業員数は95名。

従業員数の推移（アルバイト含む）

単位：人



NOTE：従業員とは、役員を除く、正社員・契約社員・アルバイトの合計

Copyright ©2021 CREEMA LTD.

# 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.

〒107-0061 東京都港区北青山 2-12-5 KRT 青山ビル 2F

TEL:03-6447-0105 FAX:03-6447-0057

e-mail:info@creema.co.jp