

2022年2月期第1四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7月13日

Creema



MISSION

**愛ある事業で、
人を、世の中を、元気にすること**

VISION

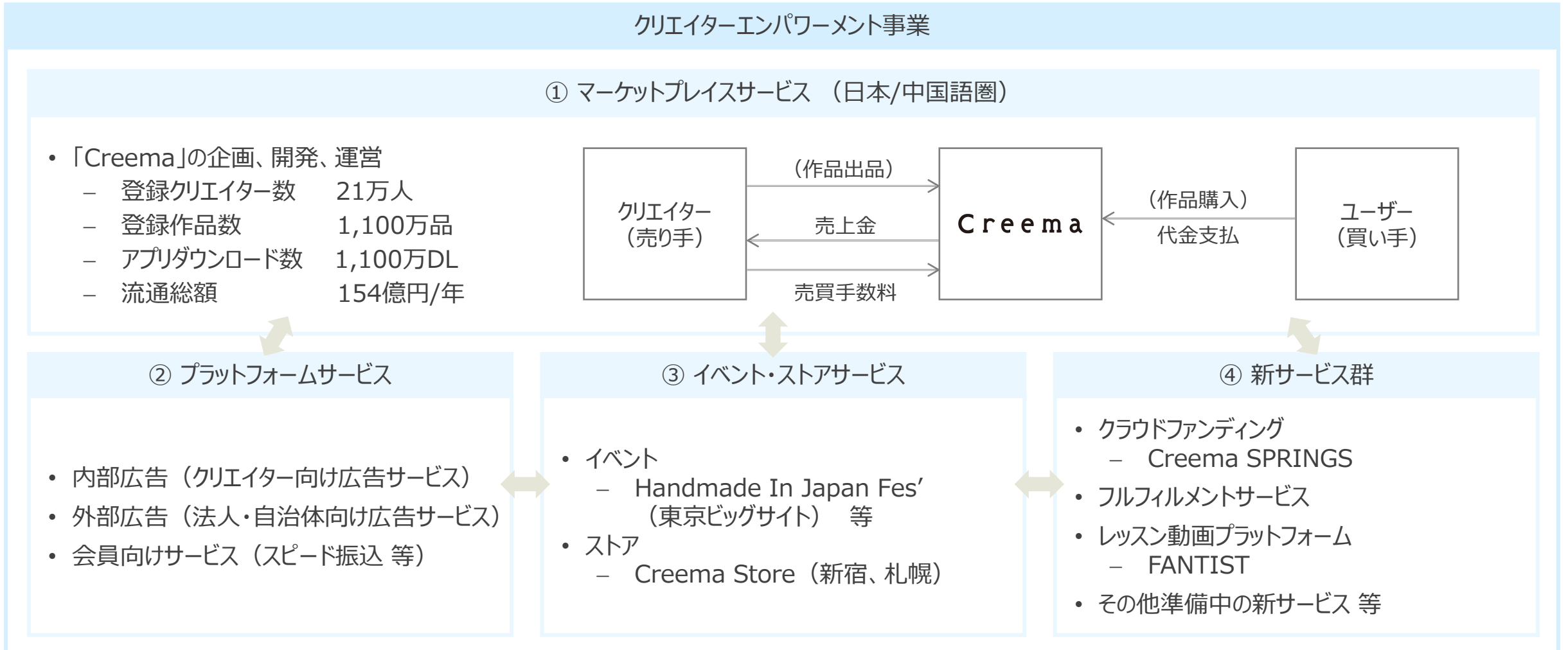
**21世紀をリードする
新しい一大グローバルリット**

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。



FY22 第一四半期業績



【全社】1Q全体業績

1Qの業績は、売上6億円、営業利益1.48億円（営業利益率：25%）、当期純利益は1.29億円で着地。

連結損益計算書

トピックス

単位：百万円

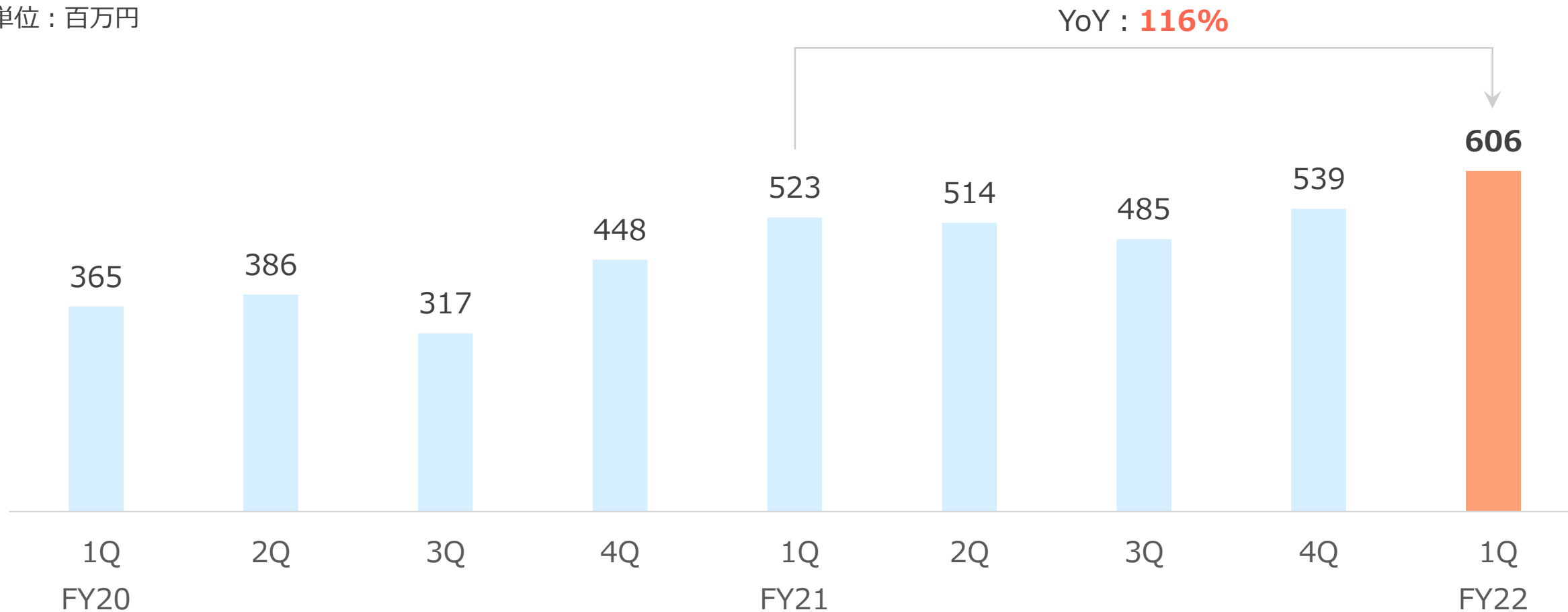
	実績	YoY	QoQ
売上	606	116%	112%
売上原価	7	923%	407%
売上総利益	598	115%	111%
販管費	449	113%	71%
営業利益	148	121%	+ 246百万円
経常利益	147	122%	+ 249百万円
当期純利益	129	107%	+ 199百万円

- マーケットプレイスサービス、プラットフォームサービスが牽引するカタチで、売上は前年比116%に拡大。
- コストは、事業成長に伴い前年比113%となるものの、計画比では抑制。
- その結果、営業利益は前年比121%と高成長を継続。
- 当期純利益は前年比107%と堅調な推移

【全社】連結売上高の推移

売上は前年同期比116%に拡大。過去四半期売上では最大の水準での着地となった。

単位：百万円

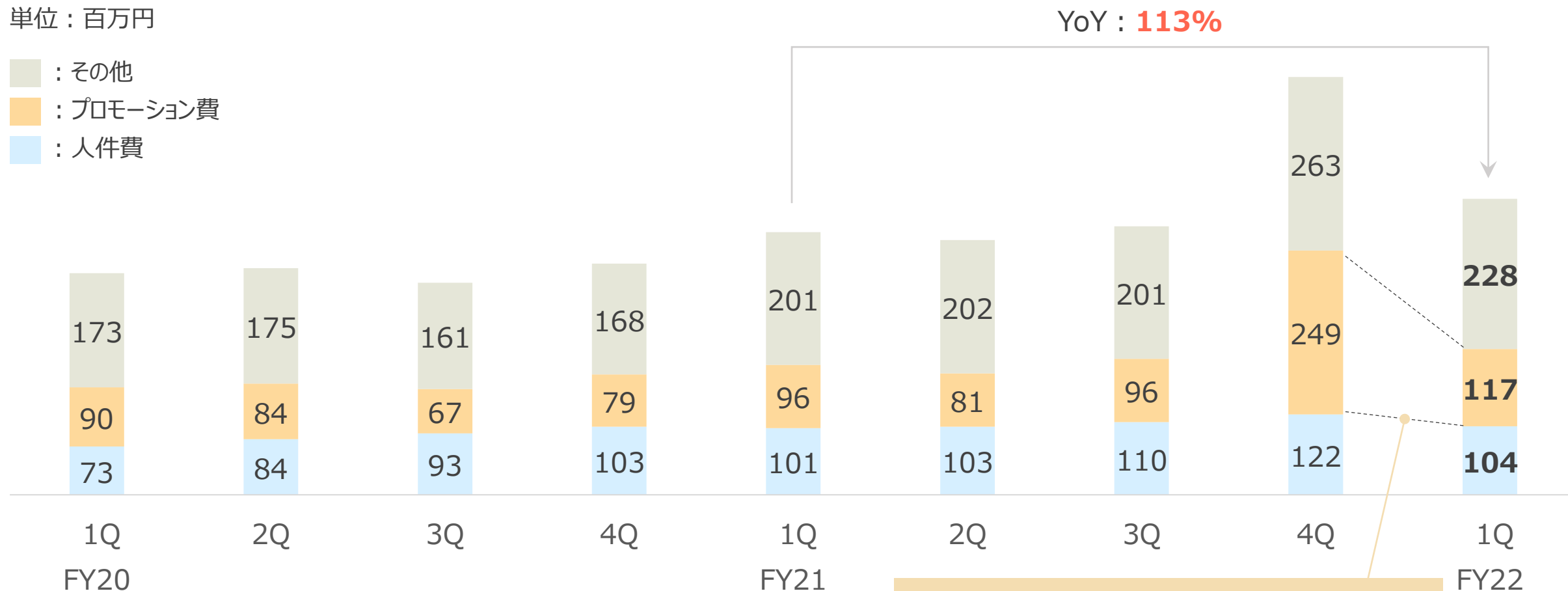


【全社】連結販管費の推移

連結販管費は、事業成長のためのプロモーション費用・システム関連費用等の増加に伴い、前年同期比113%となった。

単位：百万円

- : その他
- : プロモーション費
- : 人件費

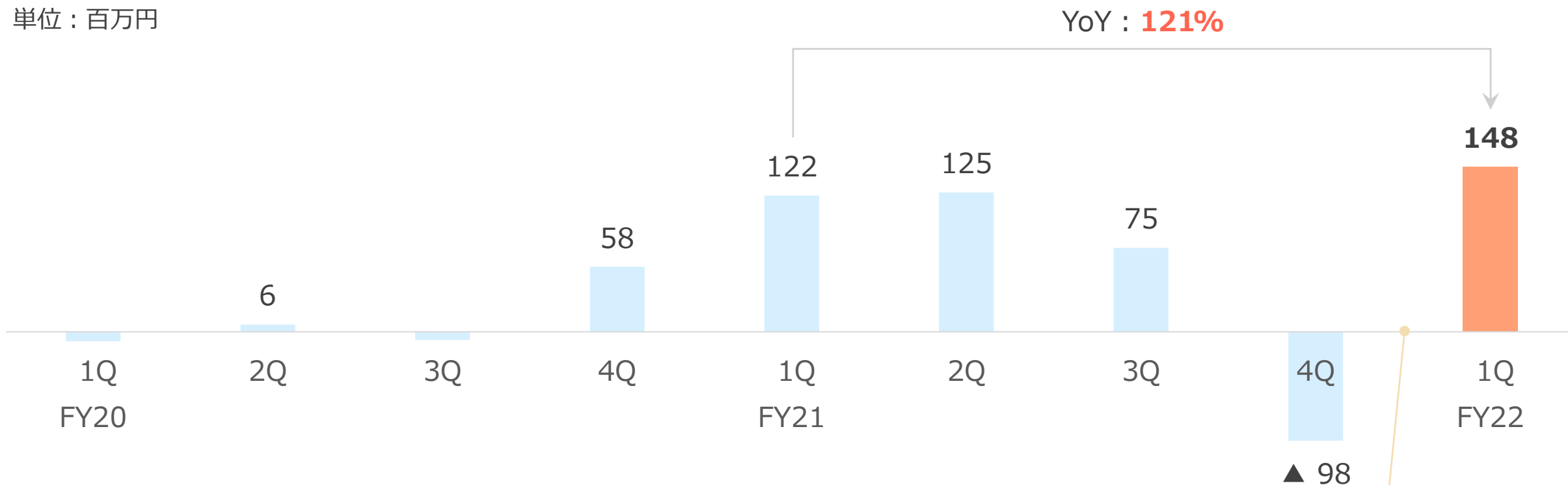


前期4QはTVCMを実施したため広宣費が増加していたが、今期1Qは未実施のためQoQでは大幅に減少。

【全社】連結営業利益の推移

営業利益は前年同期比121%となる1.48億円となり、過去四半期最大の営業利益となった。

単位：百万円



前期末、戦略的に大型投資を実施したため一時的に赤字となったが、今期1Qは着実な事業成長もあり、営業利益が大幅に拡大。

【全社】バランスシートの状況

資産規模は前期末からほぼ変化なし。なお、今期4月に株式会社FANTISTを買収したため、のれんが計上されている。

項目（単位：百万円）	FY22 1Q	(参考) FY21 4Q	(参考) QoQ
流動資産	3,531	3,568	99%
内、現金及び預金	2,924	2,885	101%
内、売掛金	584	644	91%
固定資産	203	126	162%
内、繰延税金資産	66	63	104%
内、敷金・保証金	52	38	135%
内、のれん	49	—	—
資産合計	3,735	3,694	101%
流動負債	2,227	2,313	96%
内、預り金	1,648	1,460	113%
内、一年以内返済予定借入金	277	266	104%
固定負債	296	298	99%
長期借入金	286	298	96%
負債合計	2,524	2,612	97%
内、資本金	532	532	100%
内、資本剰余金	532	532	100%
内、利益剰余金	146	17	823%
純資産合計	1,211	1,081	112%

FY22 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（1/2）

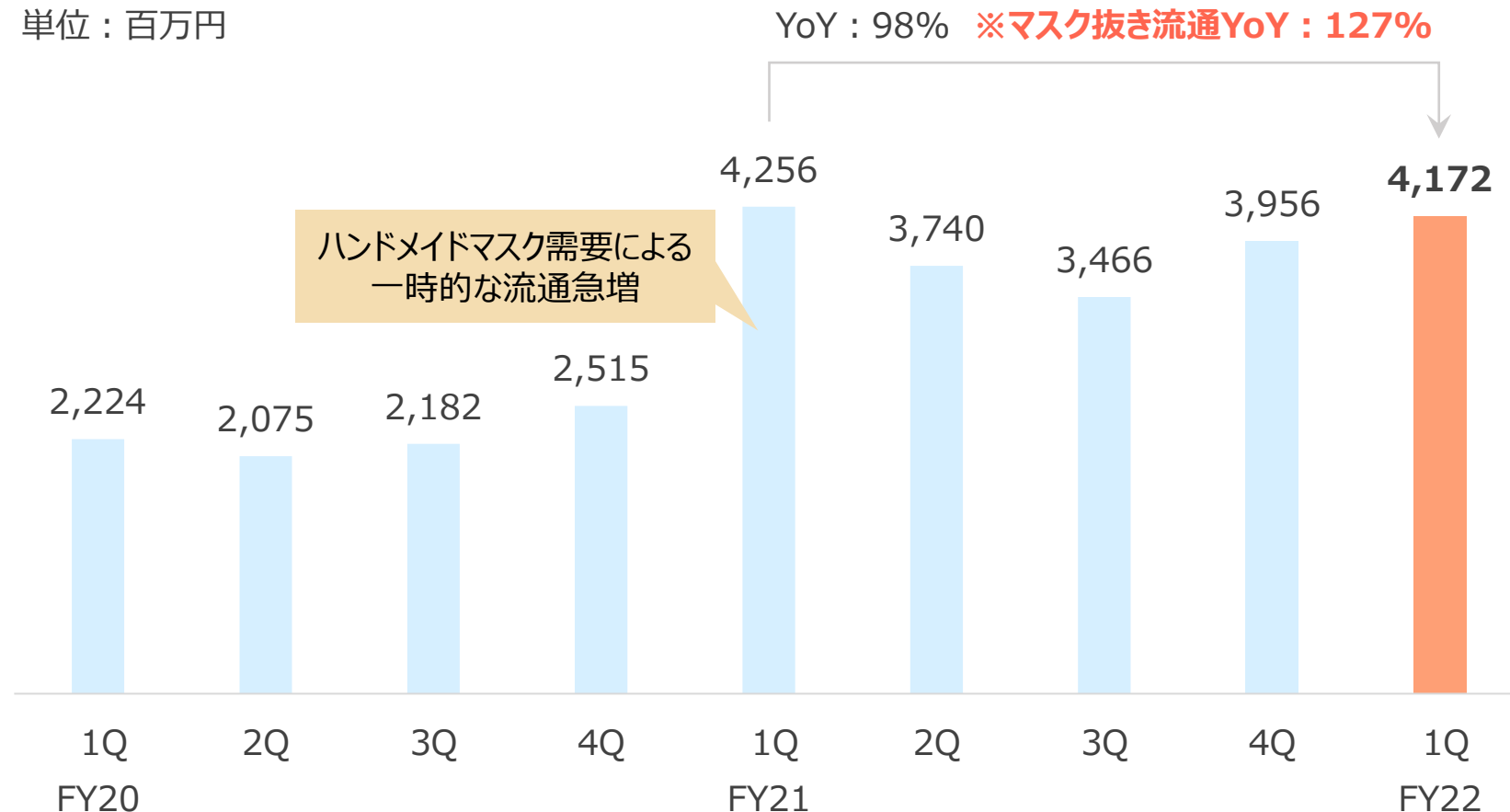
1Qの流通総額は41.7億円で着地。前年同期、新型コロナの影響でハンドメイドマスクの取引が一時的に急増した影響で、流通は僅かに前年割れとなったが、マスクを除く流通は前年比127%と大きく成長。

主な取り組み

- 母の日等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。
- タレントの千秋氏が主宰するハローサーカス（当社グループ）と、世界的なファッションデザイナーである丸山敬太氏とのコラボ企画の実施。
- ユーザーインターフェースの向上や、クリエイターの利便性向上施策を中心とした「Creema」プロダクトの改善。
- 一層の安心・安全な購買体験を提供すべく、システムおよびサポート体制の強化。

Creemaの流通総額推移

単位：百万円



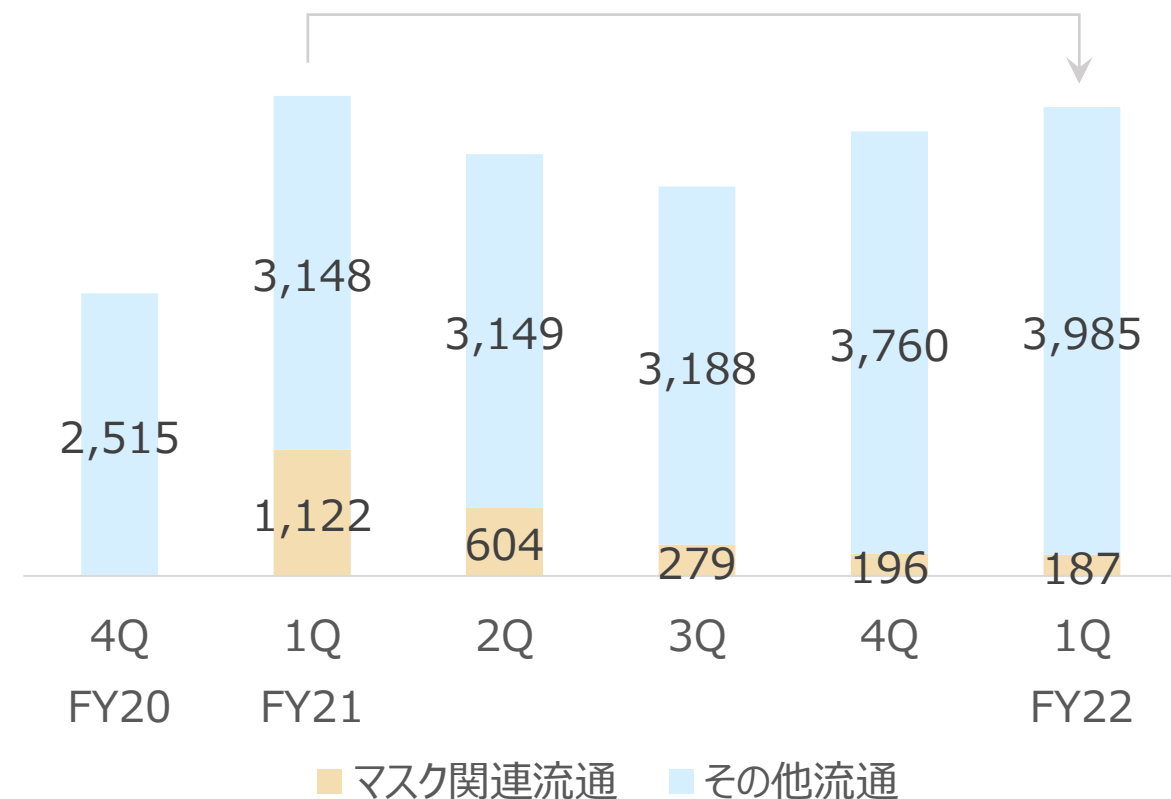
【マーケットプレイス】Creemaの流通総額の推移（2/2）

マスク関連商品の流通を除けば、流通総額の前年比は127%に拡大。本質的なサービス規模は大きく伸長を続けている。

Creema全体の流通

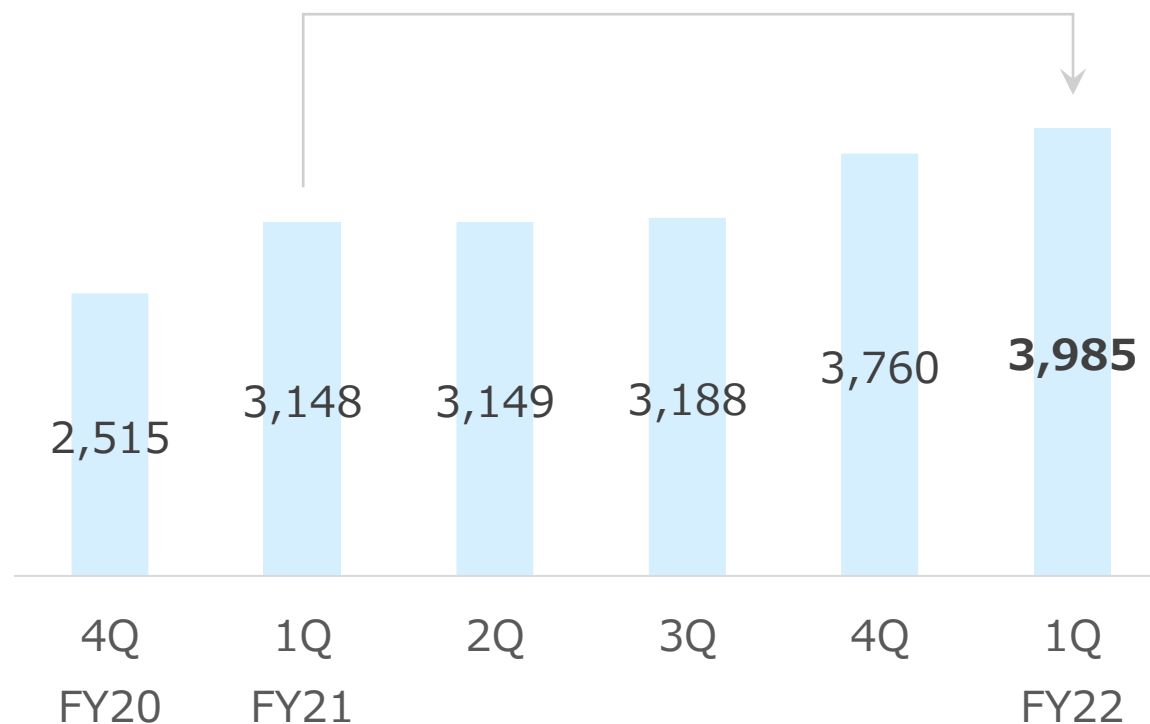
単位：百万円

全体流通YoY：98%



マスク関連流通を除くCreema流通

マスク関連商品を除く流通YoY：127%



Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名だったため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計で1百万円ほどマスク関連流通が増加している。

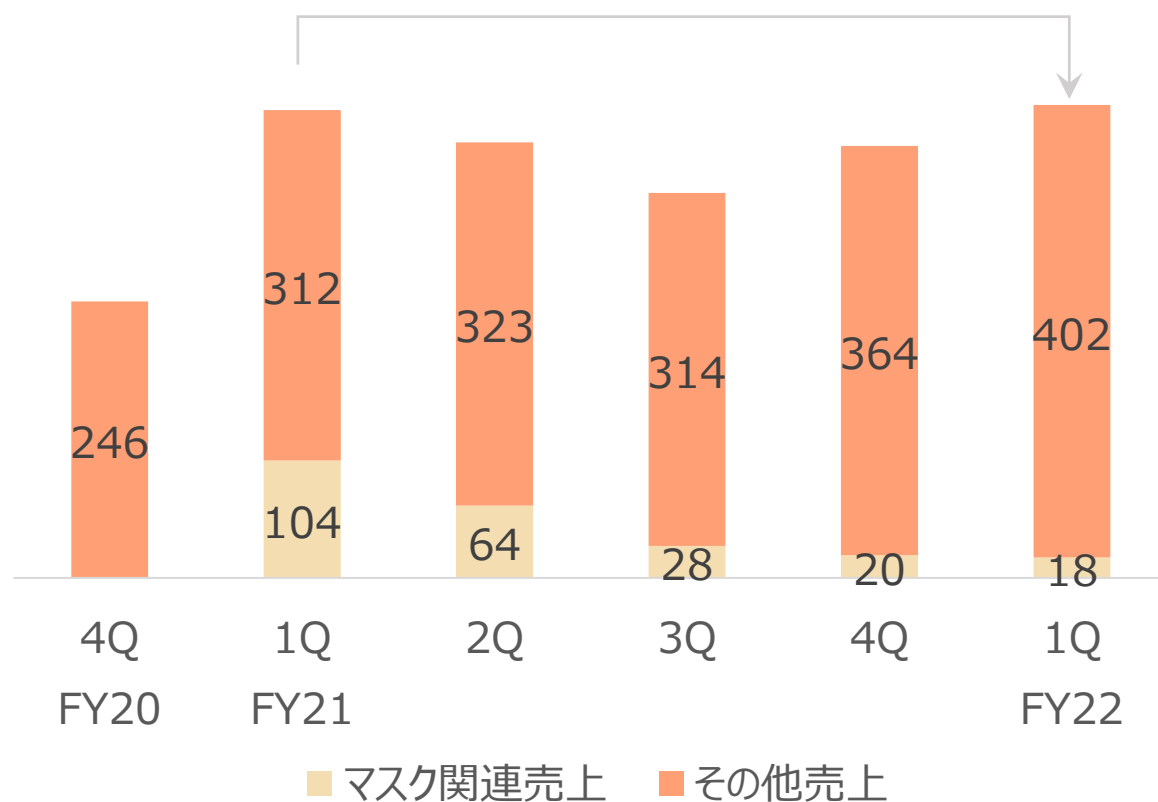
【マーケットプレイス】売上推移

売上は420百万円（前年同期比101%）で着地。流通総額は前年比を僅かに下回ったものの、売上は前年同期を僅かに上回った。なお、マスク関連商品を除く売上では前年同期比129%。

マーケットプレイスサービス全体の売上

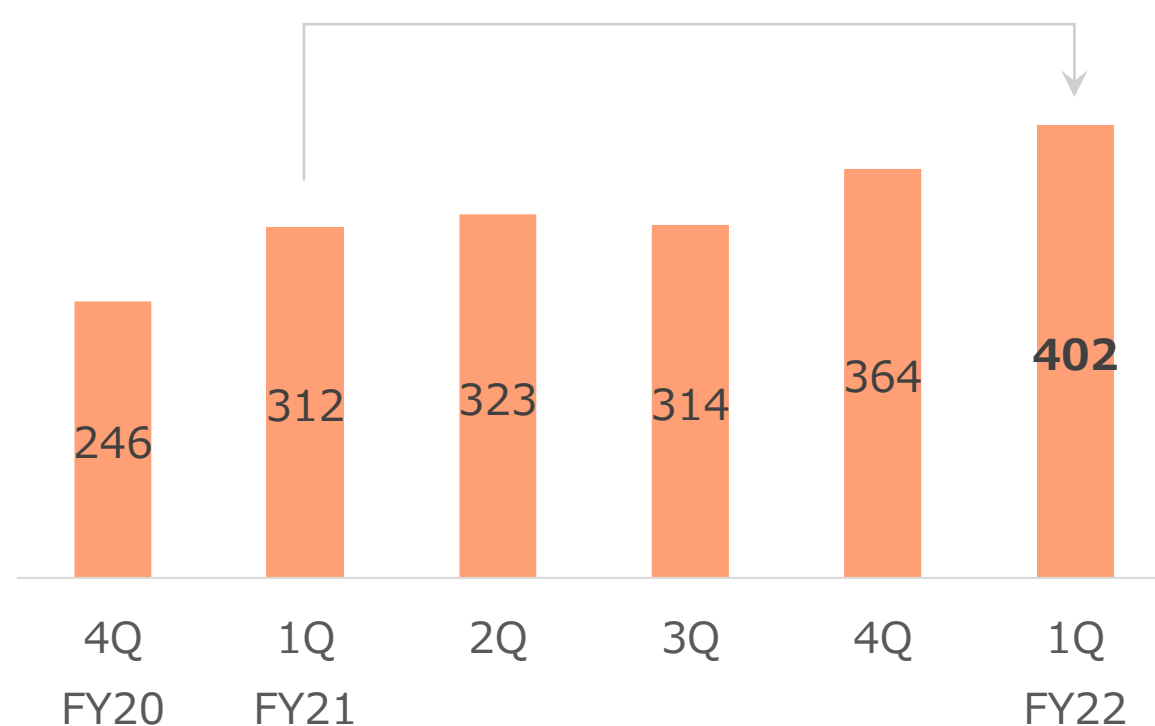
単位：百万円

全体売上YoY：101%



マスク関連売上を除くマーケットプレイスサービスの売上

マスク関連商品を除く売上YoY：129%



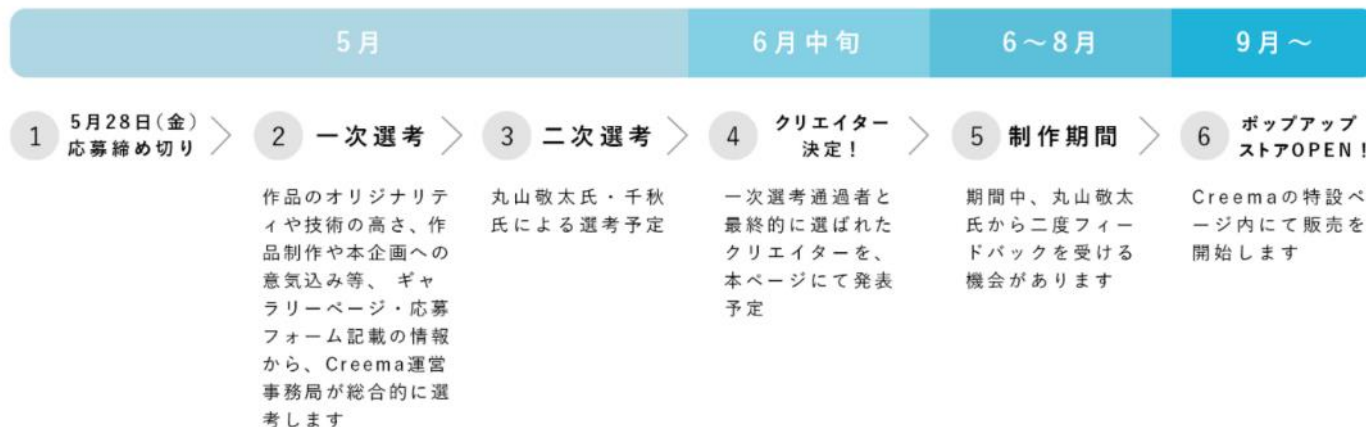
Note) マスク関連売上とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に取引完了になった作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通に紐づく売上。

参考：Creema×ハローサーカス スタークリエイター発掘プロジェクト

タレントの千秋氏が主宰するハローサーカス（当社グループ）と、世界的なファッションデザイナーである丸山敬太氏とのコラボ企画「Creema×ハローサーカス スタークリエイター発掘プロジェクト」をスタート。



- 公募により決定する4名のクリエイターに、ファッションデザイナー・丸山敬太氏とのコラボ作品を3～5種類を制作いただく。
- 完成した作品は、9月にCreema上にオープンする特設ポップアップストアにて独占販売。このポップアップストアでは、丸山敬太氏、千秋氏のオリジナル作品も大々的に販売される予定。

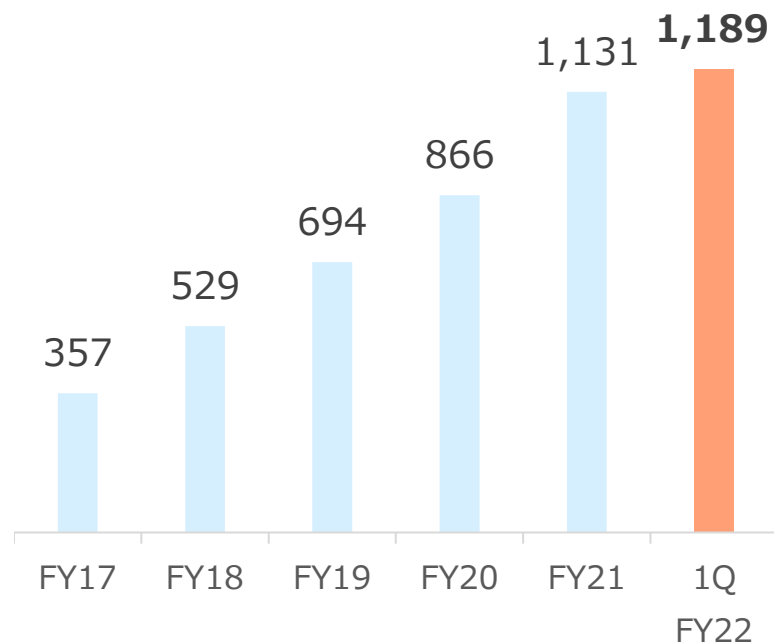


参考：マーケットプレイス関連のKPI推移

出品数・アプリDL数ともに堅調に推移。前期は低単価のマスク関連取引の急増により、取引単価が一時的に下落したものの、今期はマスク関連取引の大幅な減少に伴い、取引単価は定常レベルに戻りつつある。

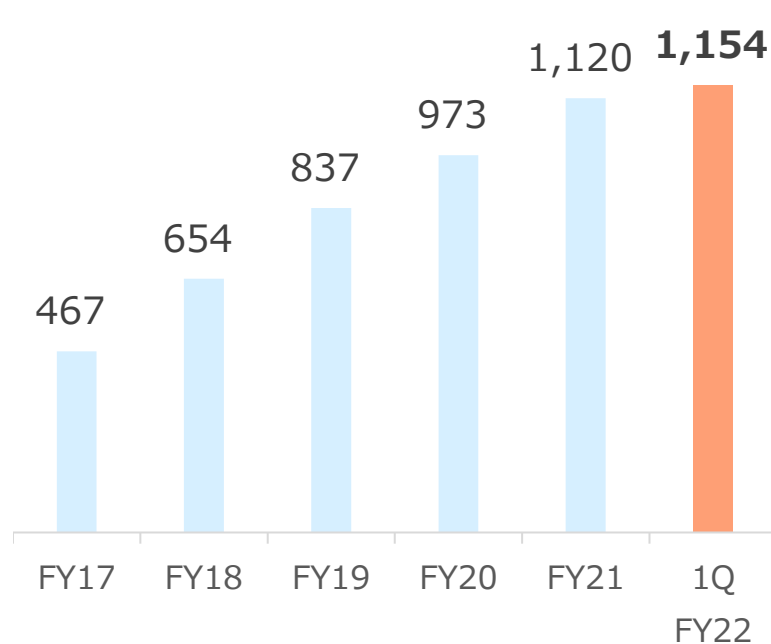
出品数

単位：万



アプリDL

単位：万



平均取引単価 (日本)

単位：円



【プラットフォーム】主な取り組みと売上推移

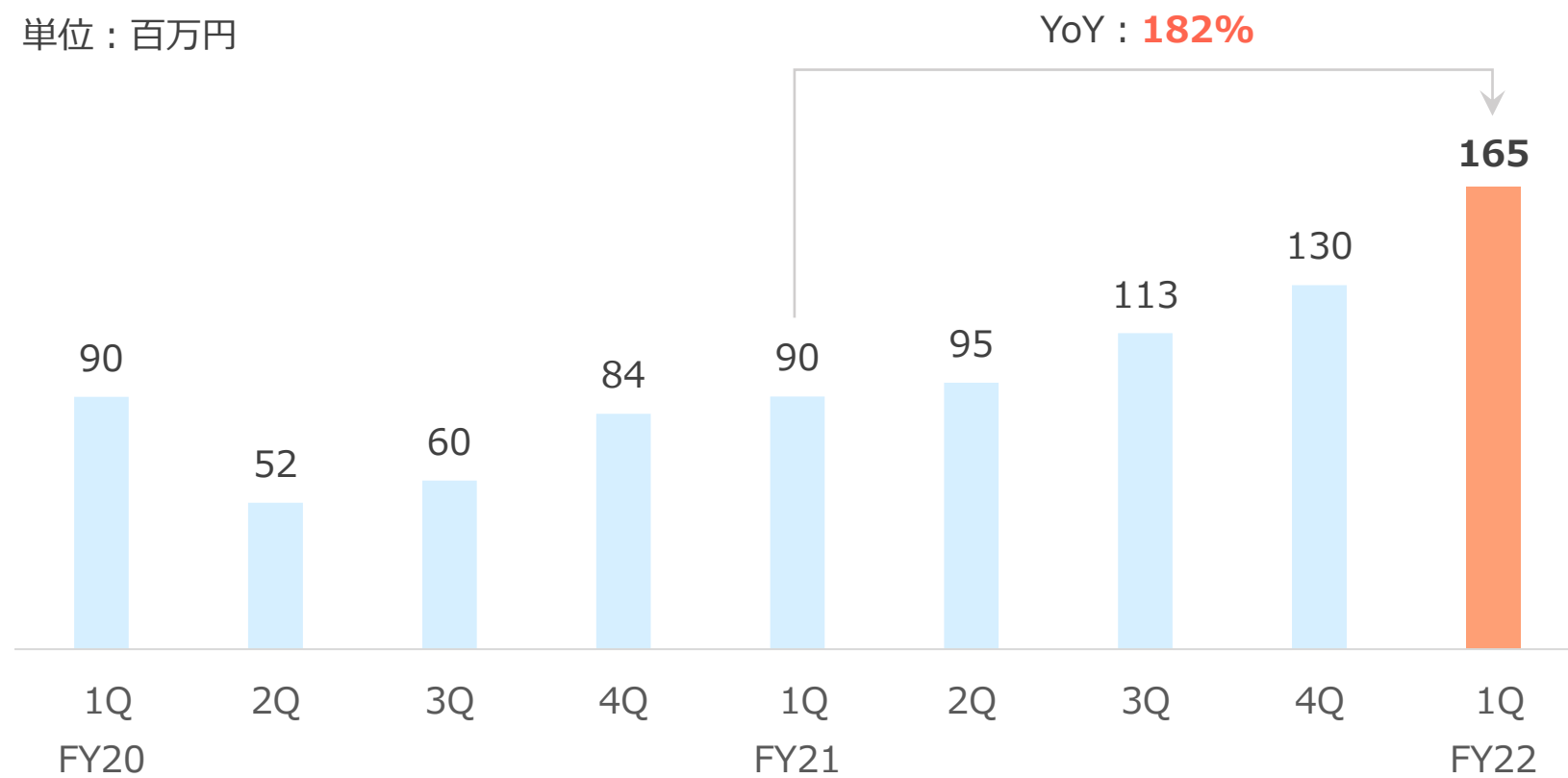
外部広告にて案件受注・納品が大幅に加速したことに加え、内部広告の利用者も堅調に推移した結果、プラットフォームサービスの売上は前年比182%に拡大。1.65億円の売上で着地。

主な取り組み

- 外部広告では、大手メーカーなど様々な企業とのコラボレーション企画や、伝統工芸産業のデジタルシフト支援の継続、地方自治体PR案件の受注・納品が加速。
- 内部広告では、広告サービスの利用促進のための各種キャンペーンや機能追加等引き続き取り組んだ。

売上推移

単位：百万円



参考：外部広告の事例 - Creema 福島 ものづくり紀行

福島県の伝統工芸品・地場産品に係る販路拡大の取組の一環として、陶器や漆器・木工製品、会津木綿を用いた作品などを「Creema」上でPR・販売。



【イベント・ストア】主な取り組みと売上推移

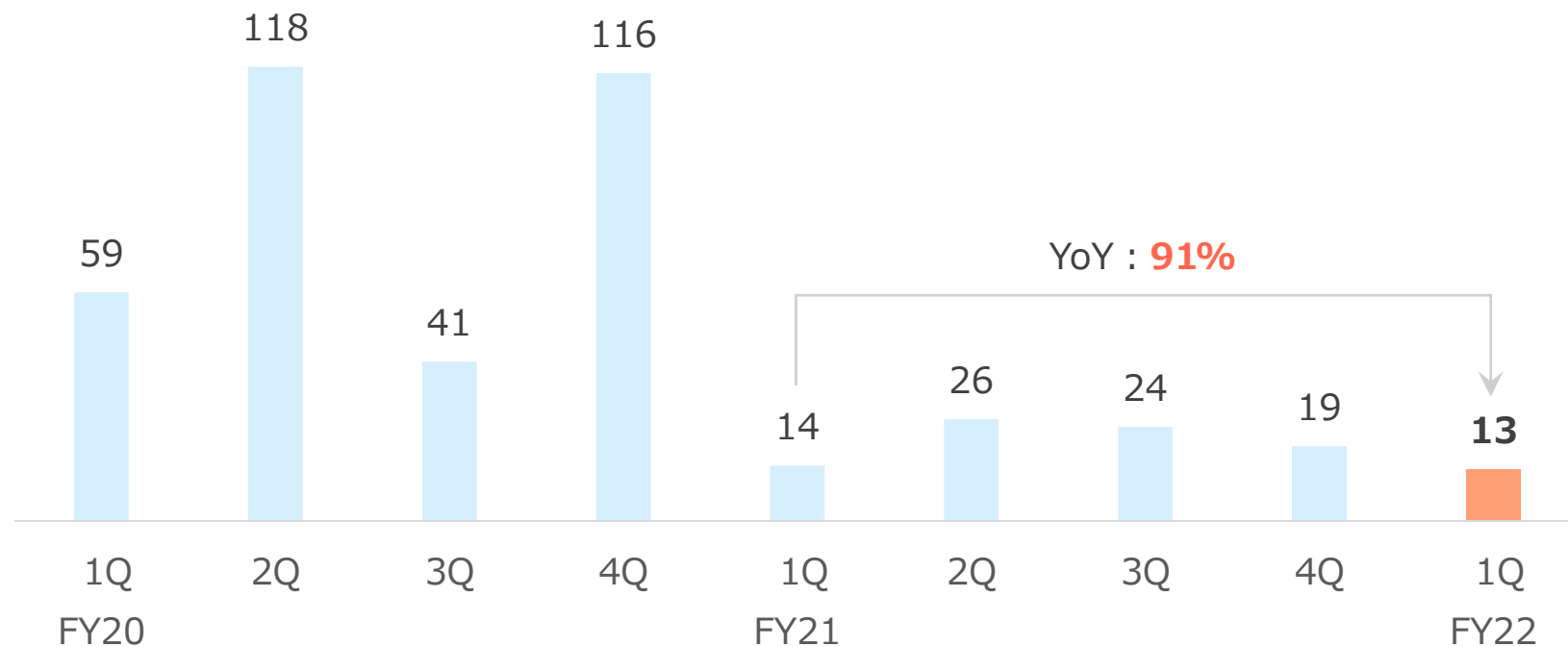
イベントは1Qでは未実施。ストアは、緊急事態宣言等の影響により、営業日数・営業時間に制限がかかったことに加え、店舗数も昨年度より3店舗少ない2店舗体制での営業となったことから、売上は前年同期比91%で着地。

主な取り組み

- 1Qは例年大型イベントを行ってきたが、新型コロナウイルスの影響から、前期に続き、今期も未実施。3Q（9月）での開催を予定。
- ストアは、前年同時期より店舗数が3店舗減少して2店舗体制になったことに加え、緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の継続により、営業日数・時間に制限がかかり、業績は前年割れとなった。

売上推移（百万円）

単位：百万円



参考：新サービス群

これまでに提供開始したクラウドファンディング、レッスン動画プラットフォーム、フルフィルメントサービスに加え、今後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。

これまでにリリースしたサービス

クラウドファンディング



レッスン動画プラットフォーム etc



今後リリース予定のサービス

その他新サービスの導入



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。

クリエイターのレッスン動画プラットフォーム「FANTIST」のM&AによるEdTech領域への参入、作品販売における写真撮影から発送代行までを当社が受託する「フルフィルメントサービス」等の運営

「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。

1) FANTIST業績の連結損益計算書への反映は今期2Qからを予定（1Q貸借対照表は連結済み）。



FY22業績見通し

中期経営方針

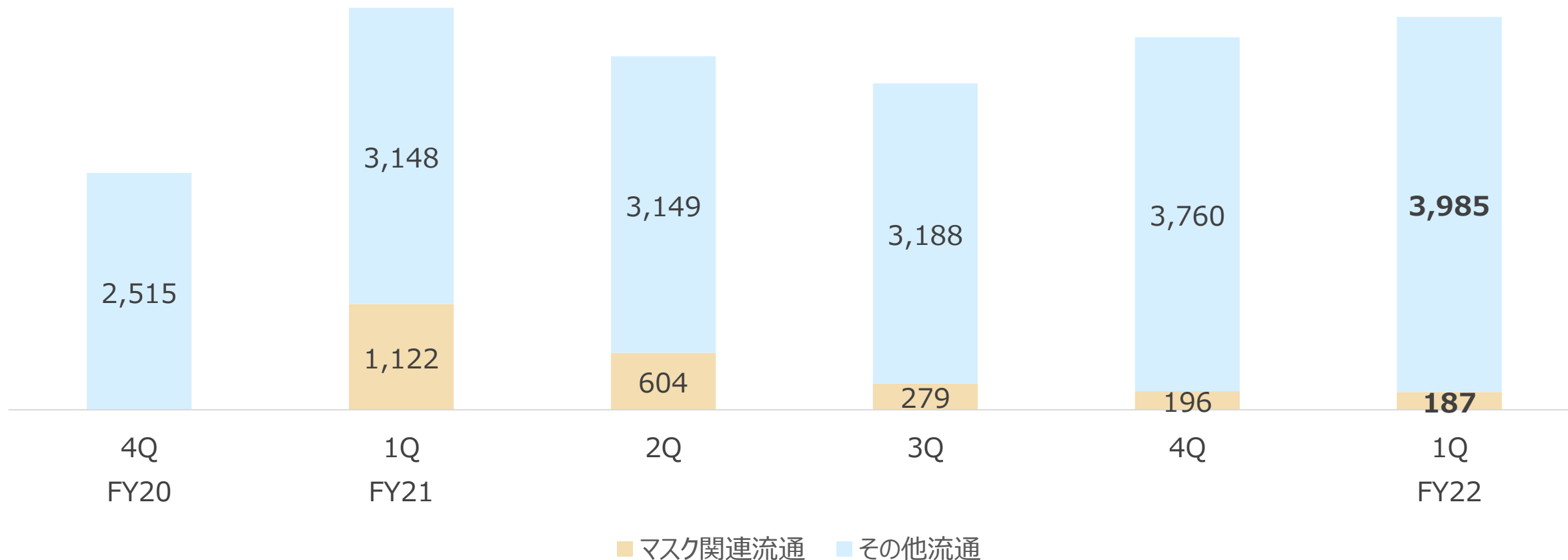
FY22では、前期拡大・強化されたプラットフォーム基盤と、財務基盤を活用し、既存事業の成長と新規サービスの追加の両軸で成長。

全社	<ul style="list-style-type: none">• 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• 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	
サービス別	マーケットプレイス	<ul style="list-style-type: none">• 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• 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• 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
	プラットフォーム	<ul style="list-style-type: none">• 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• 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• 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
	イベント・ストア	<ul style="list-style-type: none">• 「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• 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
	新サービス群	<ul style="list-style-type: none">• クラウドファンディングを中心に、FY21より開始した各種新規サービスの本格拡大• 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&A）

Creemaの流通総額の成長（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ていたが、前期末には流通全体に占める割合は僅か。今期1Qにてその割合は更に縮小する一方で、それ以外の商品流通は着実に成長。

単位：百万円

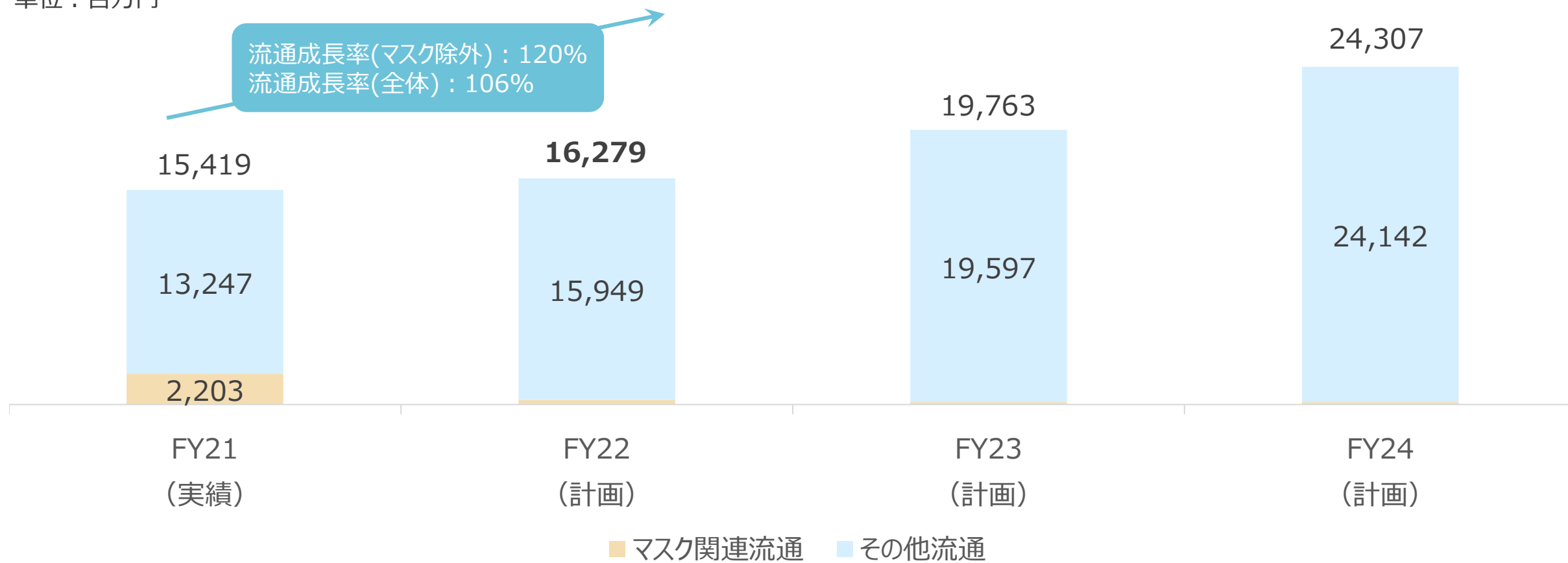


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名だったため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計で1百万円ほどマスク関連流通が増加している。

Creemaの流通総額の成長（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比120%に拡大となる162億円の流通総額を目指す。

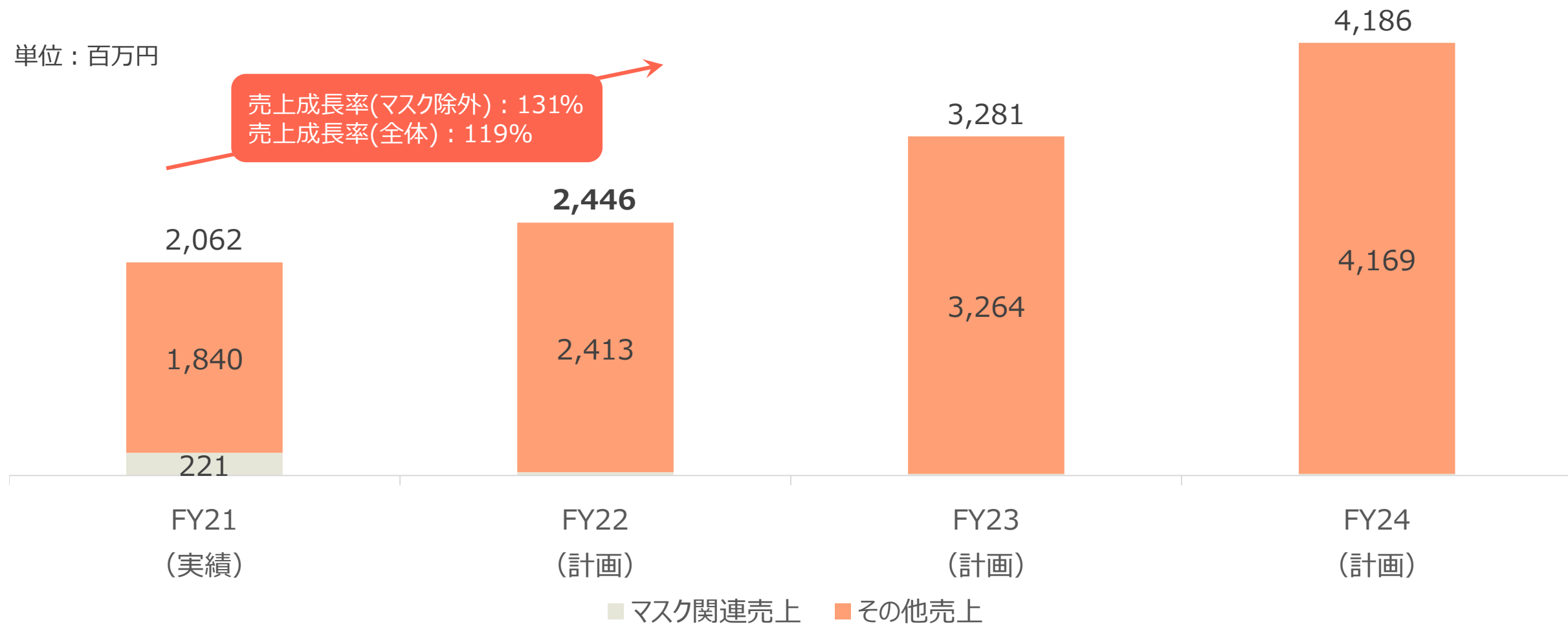
単位：百万円



売上高の成長イメージ

FY22では前期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。

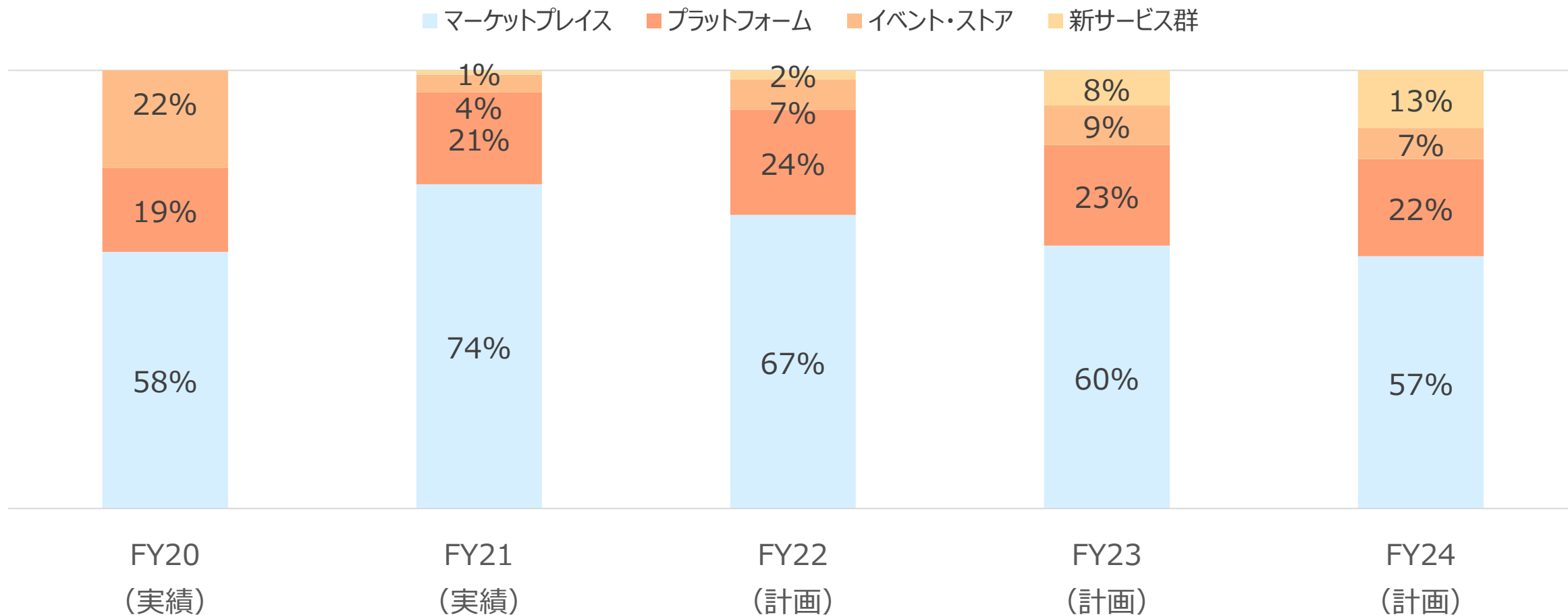
単位：百万円



Note) マスク関連売上とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に取引完了になった作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通に紐づく全社売上。

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% (参考) マスク抜き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%

業績の進捗

業績予想に対する進捗は、全ての重要指標において順調に推移。1Qは戦略的に一部予算を消化しなかったため、営業利益は極めて高い進捗率となっているが、通期計画に変更はない。

主要な財務指標	通期業績予想に対する1Q時点の進捗（百万円）	トピックス						
流通	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>16,279</td></tr><tr><td>1Q実績</td><td>4,172</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（1Q時点）：26%</td></tr></table>	通期業績予想	16,279	1Q実績	4,172	⇒ 進捗率（1Q時点）：26%		<ul style="list-style-type: none">1Q段階においては、流通・売上ともに業績予想通りの進捗で推移。営業利益については、戦略的に一部予算を消費しない判断を行ったため、一時的に有利差異が発生。但し、通期では予算は計画通りに消化予定であることから、営業利益計画は据え置く方針。
通期業績予想	16,279							
1Q実績	4,172							
⇒ 進捗率（1Q時点）：26%								
売上	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>2,446</td></tr><tr><td>1Q実績</td><td>606</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（1Q時点）：25%</td></tr></table>	通期業績予想	2,446	1Q実績	606	⇒ 進捗率（1Q時点）：25%		
通期業績予想	2,446							
1Q実績	606							
⇒ 進捗率（1Q時点）：25%								
営業利益	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>315</td></tr><tr><td>1Q実績</td><td>148</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（1Q時点）：47%</td></tr></table>	通期業績予想	315	1Q実績	148	⇒ 進捗率（1Q時点）：47%		
通期業績予想	315							
1Q実績	148							
⇒ 進捗率（1Q時点）：47%								

Appendix



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。



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。

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）



④ 新サービス群 - クラウドファンディングサービス等

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予定。その第一弾として、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』を前期より提供開始。

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 理め込み

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 理め込み

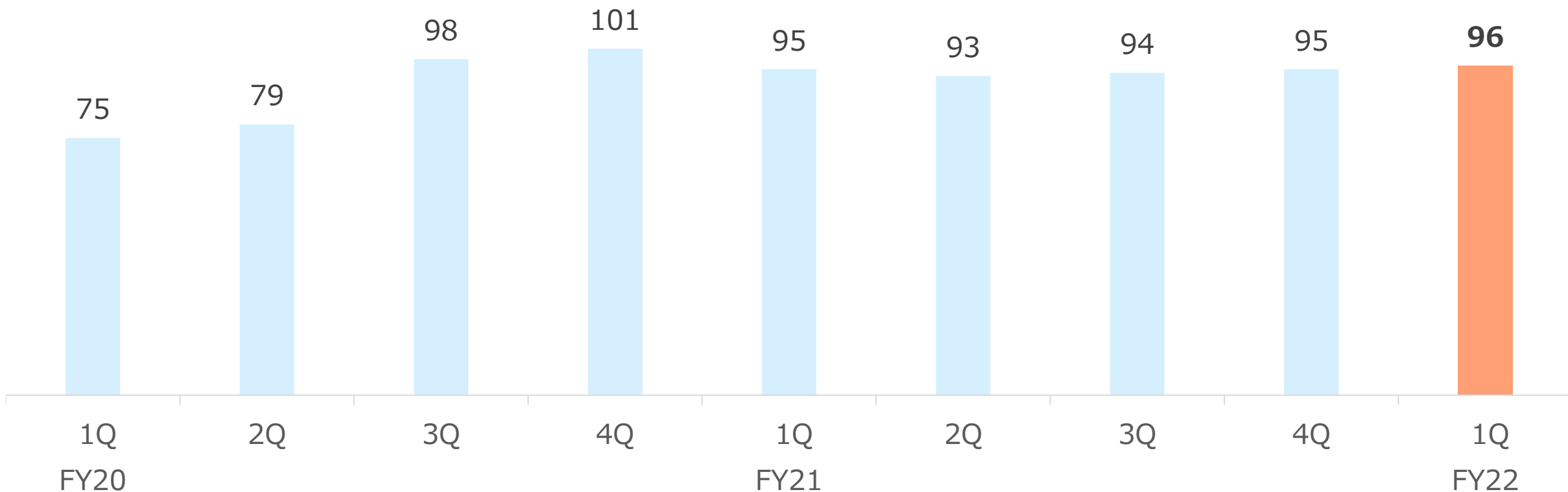
このプロジェクトは実行確約型です。

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』の思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。

従業員数の推移（アルバイト含む）

直近1年間では、従業員数に大きな変動がない。

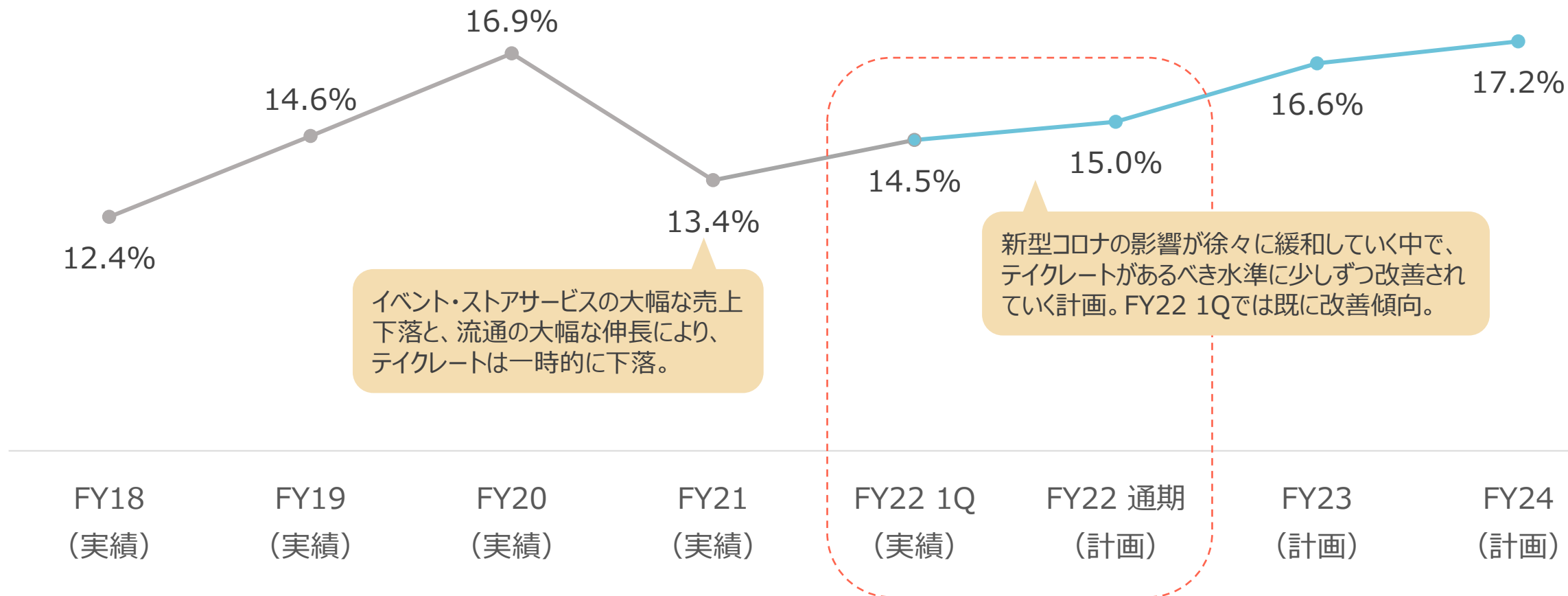
単位：人



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

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、テイクレートは改善していく予測。FY22 1Qでは既に改善傾向が見えている。

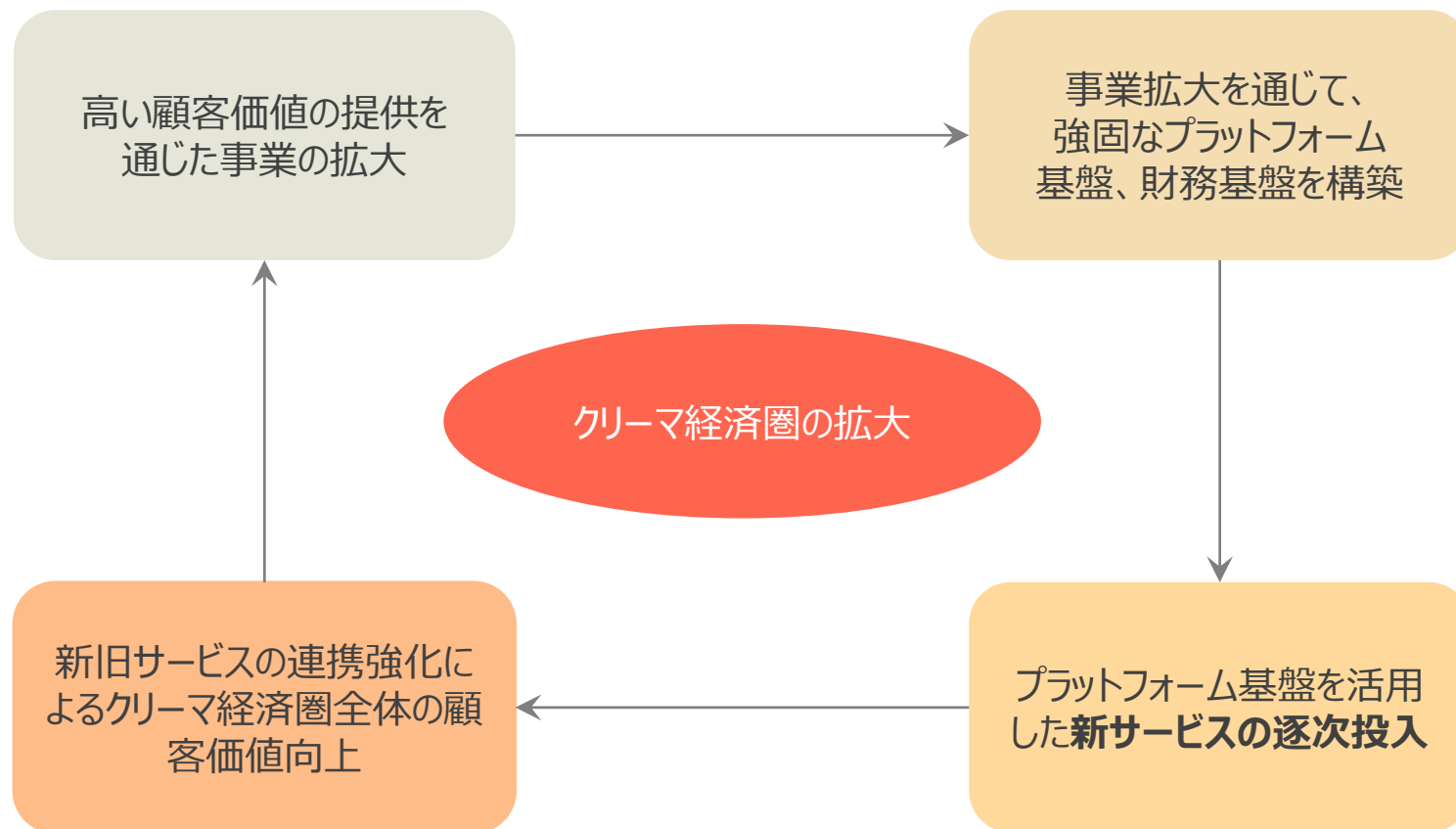


Note) テイクレートは、マーケットプライスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

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べく、FY22 1Qに株式会社FANTISTを買収。

サービス領域の拡張

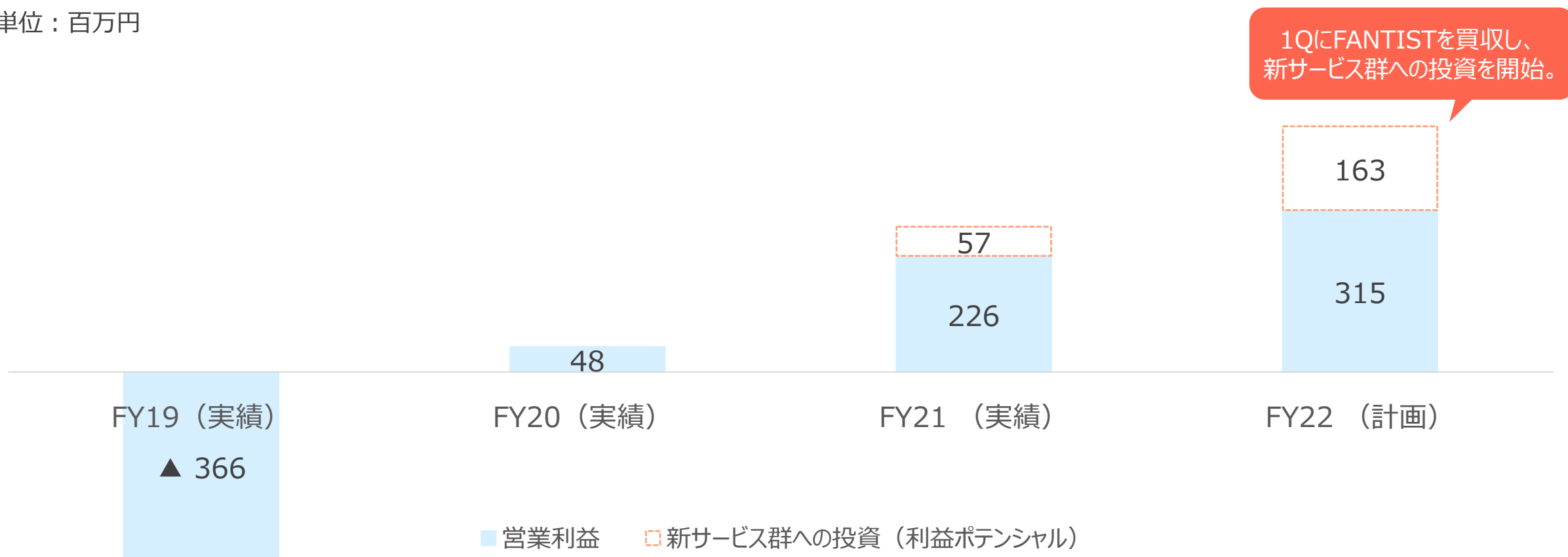


新サービス群への投資

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。
なお、FY22 1QにはFANTISTを買収し、新サービス群への投資をスタート。

営業利益の推移

単位：百万円



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/index.html>