



MISSION

**愛ある事業で、
人を、世の中を、元気にすること**

VISION

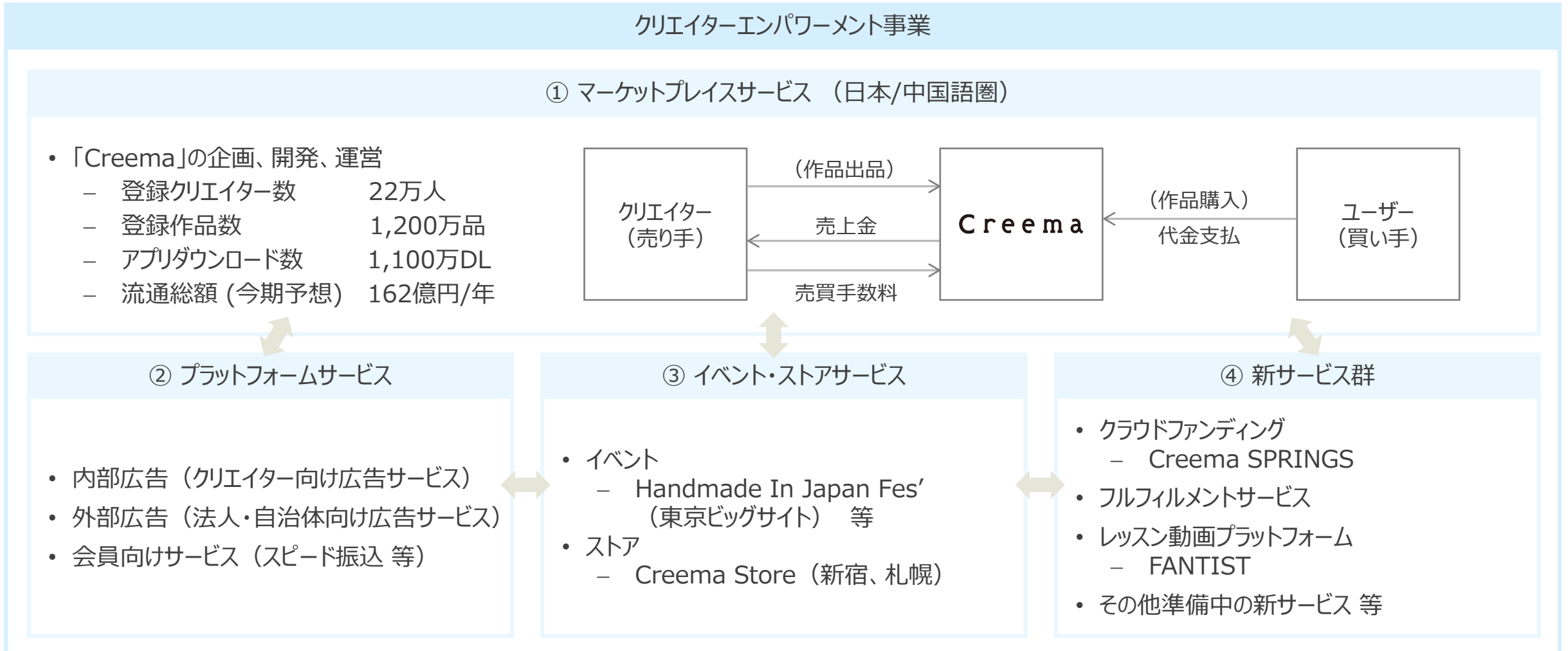
**21世紀をリードする
新しい一大コングロマリット**

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2四半期業績



【全社】2Q及び上半期業績

2Q売上は前年同期比98%の5億円に着地。営業利益は3,900万円となった。上期累計では、売上は前期比107%の11億円、営業利益は前期比76%の1.8億円に着地。営業利益率は16.9%となった。

連結損益計算書

単位：百万円	2Q		上期	
	実績	YoY	実績	YoY
(参考) 流通	3,643	97%	7,816	98%
売上	503	98%	1,109	107%
売上原価	1	130%	8	541%
売上総利益	502	98%	1,100	106%
販管費	462	119%	912	116%
営業利益	39	31%	187	76%
経常利益	36	30%	184	76%
当期純利益	17	15%	146	62%

トピックス

【2Q】

- 売上は、新型コロナに伴い前期に発生した需要急増の反動を受け、前期比98%。
- 販管費は、TVCMの放映や新規事業投資等、中長期的な成長のための戦略投資を計画通りに拡大した結果、前期比119%。
- その結果、営業利益は前期比31%。

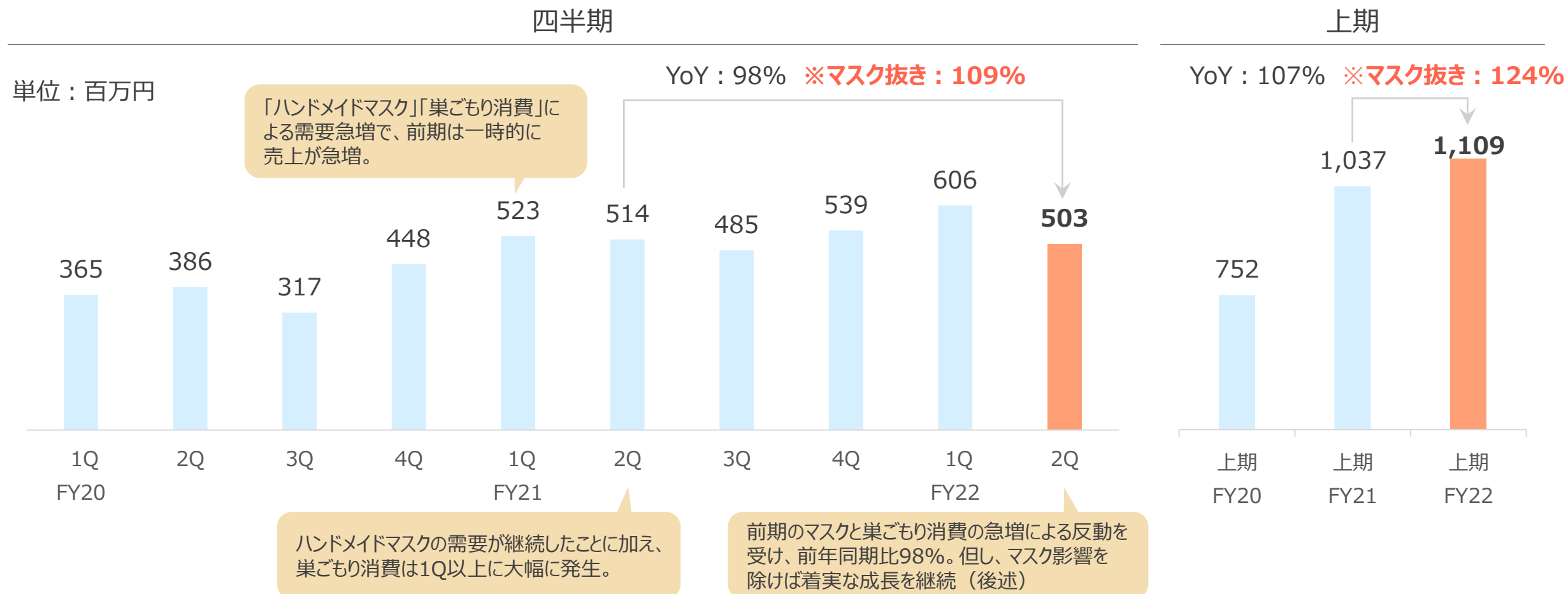
【上半期】

- 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（プラットフォーム）がそれを上回る拡大となったことから、前期比107%で成長。
- 販管費は、TVCMや大規模開発投資、新規事業投資等のため、前期比116%。
- その結果、上期営業利益は前期比76%。
- なお、今期営業利益目標に対する進捗率は、2Q時点で60%となっており、計画比では順調。

【全社】連結売上高の推移

新型コロナウイルス感染拡大に伴う「ハンドメイドマスク」「巣ごもり消費」の需要急増で、前期に一時的に売上が急増した反動を受け、2Q売上は前年同期比98%で着地。一方、1Qの伸長があったため上期累計では前年同期比107%となった。但し、マスクの影響を除けば、2Q売上は前年同期比109%、上期累計では124%と順調に成長。

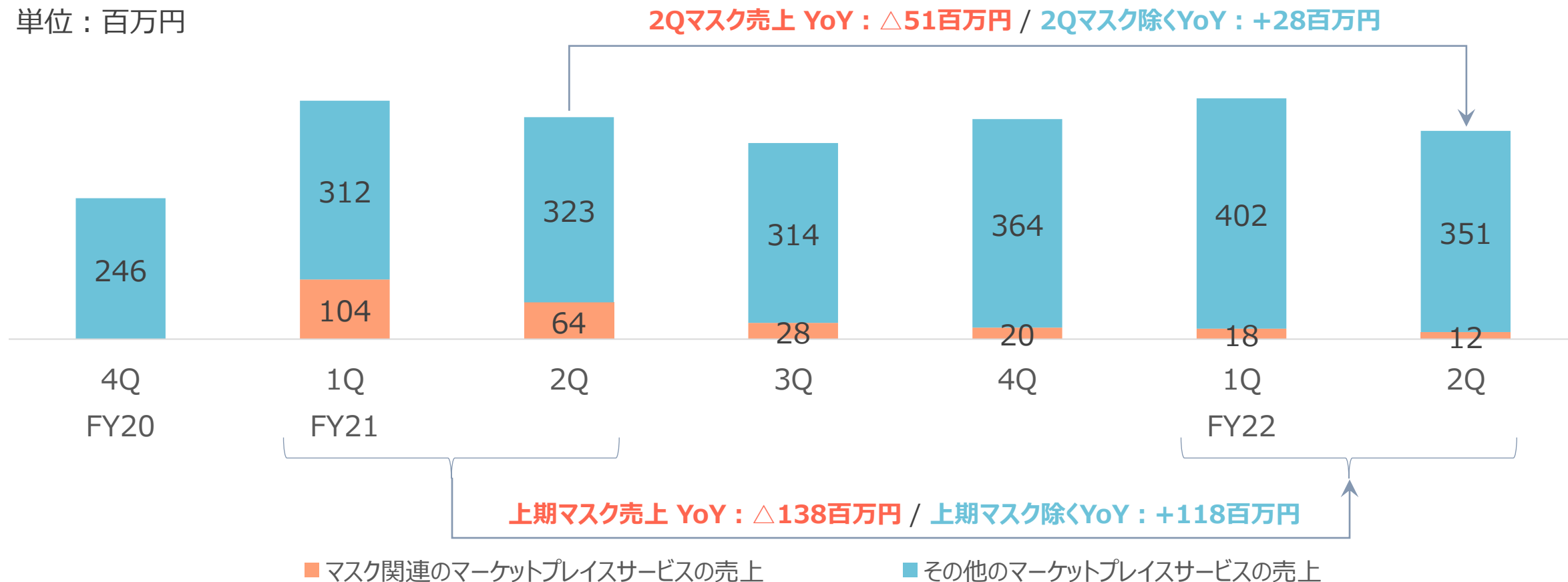
売上推移



参考：マーケットプレイスサービスの売上推移

マーケットプレイスサービスにおいて、マスク関連売上が2Q単体で前期比マイナス0.5億円超となり、2Qの全社売上の成長率を10%以上引き下げる結果になった。なお、上期累計では前期比マイナス1.3億円超の影響となっている。マスク関連売上の影響を除けば、マーケットプレイスサービスも全社売上也着実に成長を続けている（詳細は後述）。

単位：百万円

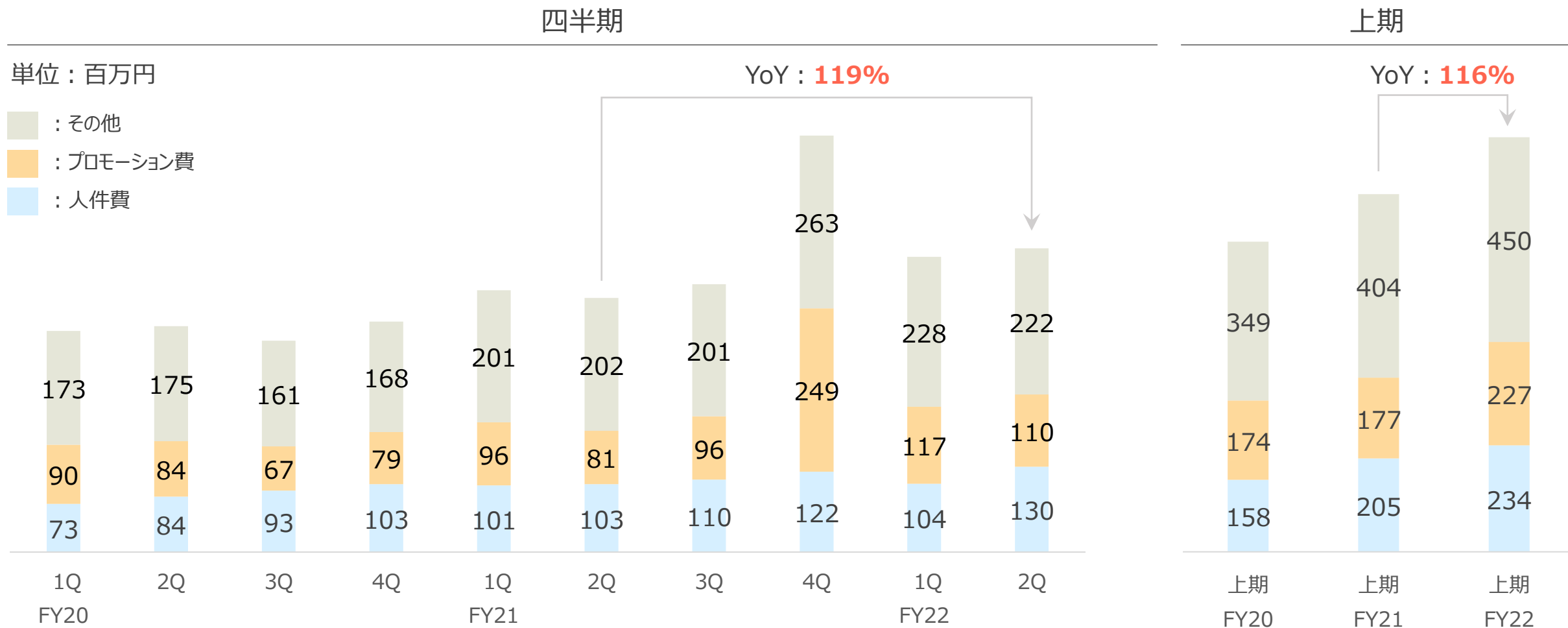


Note) マスク関連売上とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に取引完了になった作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通に紐づく売上。
Copyright ©2021 CREEMA LTD.

【全社】連結販管費の推移

一方で、2Q販管費は中長期成長を企図し計画通りに投資を続行。プロモーション費、システム開発費・人件費、新規事業投資等の増加に伴い、前年同期比で119%。上期累積では前年同期比で116%となった。

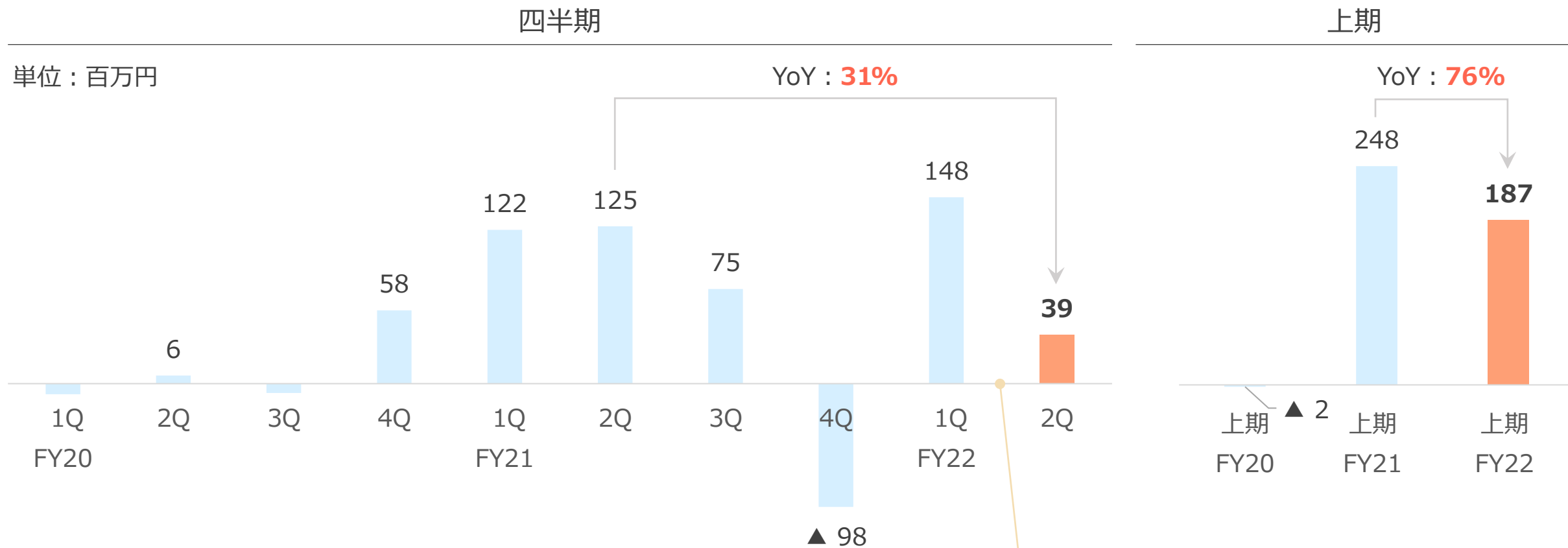
販管費推移



【全社】連結営業利益の推移

前年のコロナ影響に伴う一時的な急成長の反動と、中長期的成長に向けた先行投資のかけ合わせにより、2Q営業利益は前年同期比31%となる3,900万円を着地。上期累積では前年同期比76%の1.87億円を着地している。

営業利益の推移



- 前年のコロナ影響に伴う一時的な売上急成長の反動
- 中長期的成長に向けた先行投資

業績の進捗

計画上、2Qがボトムになり、3Q・4Qと徐々に高まる事業計画となっており、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している。期初の計画からの変更はなく、下期も着実に成長させていく。

主要な財務指標	通期業績予想に対する2Q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>2Q実績</td><td>7,816</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）： 48%</td></tr></table>	通期業績予想	16,279	2Q実績	7,816	⇒ 進捗率（2Q時点）： 48%		<ul style="list-style-type: none">• 上期においては、流通・売上ともに計画通りの進捗で推移。<ul style="list-style-type: none">✓ 2Qはマーケットプレイスサービスの流通がボトムになる計画。✓ 3Q以降はマーケットプレイスサービスの流通が伸びるトレンドに入り、大型イベント等も開催されるため、売上は下半期に一層伸びる計画。• 営業利益については、1Qにて戦略的に一部予算を消費しない判断を行ったため、僅かに有利差異が発生。• 流通・売上・営業利益など、全ての重要指標における進捗は順調。期初計画からの変更はなく、下期での一層の成長を図る。
通期業績予想	16,279							
2Q実績	7,816							
⇒ 進捗率（2Q時点）： 48%								
売上	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>2,446</td></tr><tr><td>2Q実績</td><td>1,109</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）： 45%</td></tr></table>	通期業績予想	2,446	2Q実績	1,109	⇒ 進捗率（2Q時点）： 45%		
通期業績予想	2,446							
2Q実績	1,109							
⇒ 進捗率（2Q時点）： 45%								
営業利益	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>315</td></tr><tr><td>2Q実績</td><td>187</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）： 60%</td></tr></table>	通期業績予想	315	2Q実績	187	⇒ 進捗率（2Q時点）： 60%		
通期業績予想	315							
2Q実績	187							
⇒ 進捗率（2Q時点）： 60%								

【全社】バランスシートの状況

項目（単位：百万円）	FY22 2Q	（参考）FY22 1Q	（参考）QoQ
流動資産	3,530	3,531	100%
内、現金及び預金	2,915	2,924	100%
内、売掛金	591	584	101%
固定資産	227	203	112%
内、繰延税金資産	64	66	97%
内、敷金・保証金	51	52	99%
内、のれん	45	49	92%
資産合計	3,758	3,735	101%
流動負債	2,039	2,227	92%
内、預り金	1,466	1,648	89%
内、一年以内返済予定借入金	170	277	62%
固定負債	482	296	163%
長期借入金	472	286	165%
負債合計	2,522	2,524	100%
内、資本金	536	532	101%
内、資本剰余金	536	532	101%
内、利益剰余金	164	146	112%
純資産合計	1,235	1,211	102%

FY22 主要サービス別の業績



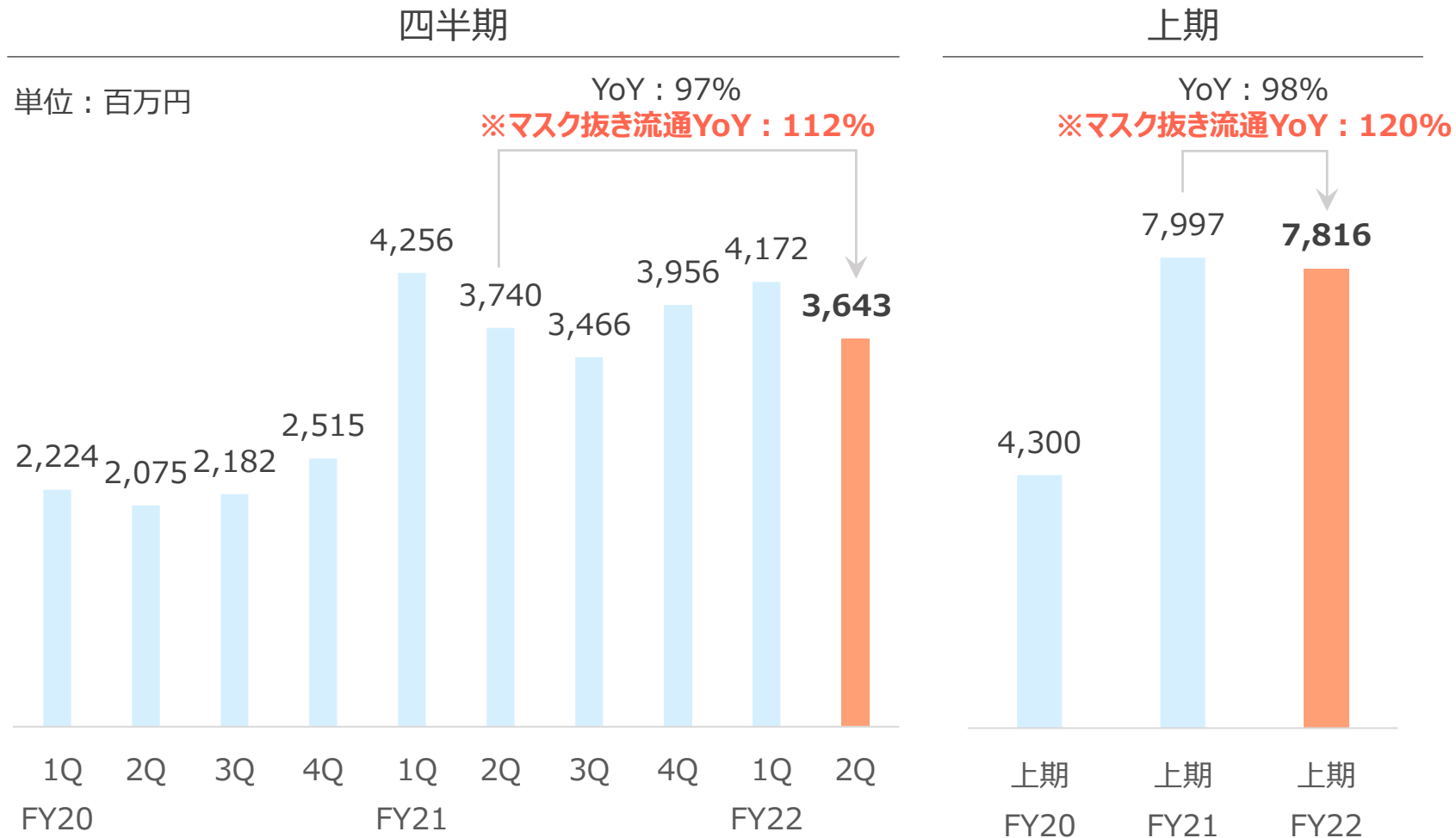
【マーケットプレイス】Creemaの流通総額の推移

2Qの流通総額は、前年、ハンドメイドマスク・巣ごもり消費の需要が一時的に急増した反動から、流通は僅かに前年割れとなる36.4億円で着地。但し、マスク流通を除けば、前年同期比は2Qで112%、上期累積で120%と順調に成長。

主な取り組み

- 父の日等のトレンドを捉えた特集記事・「夏の福袋」などの企画特集など、各種マーチャンダイジング・キャンペーン施策を展開。
- 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。
- サービスの認知拡大を目的に、7月から8月にかけて「Creema」のTVCMを放映。

Creemaの流通総額推移



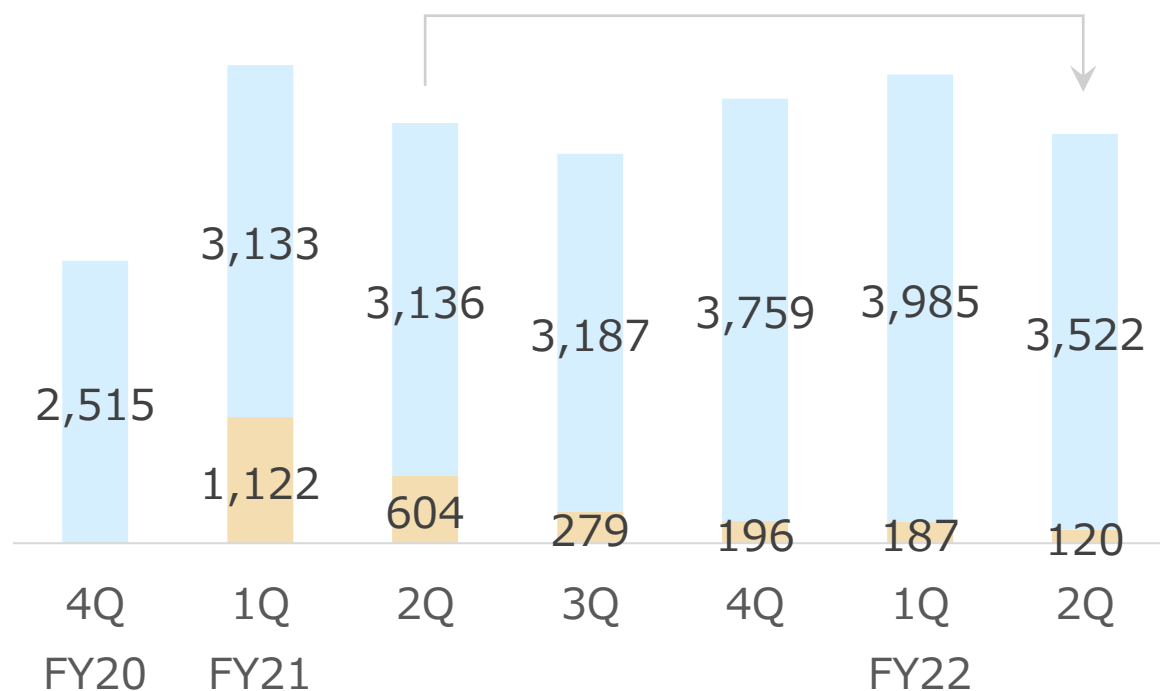
参考：Creemaの流通におけるハンドメイドマスクの影響

マスク関連商品の流通を除けば、2Qは前年比112%、上期累積では前年比120%と流通総額は着実に拡大。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

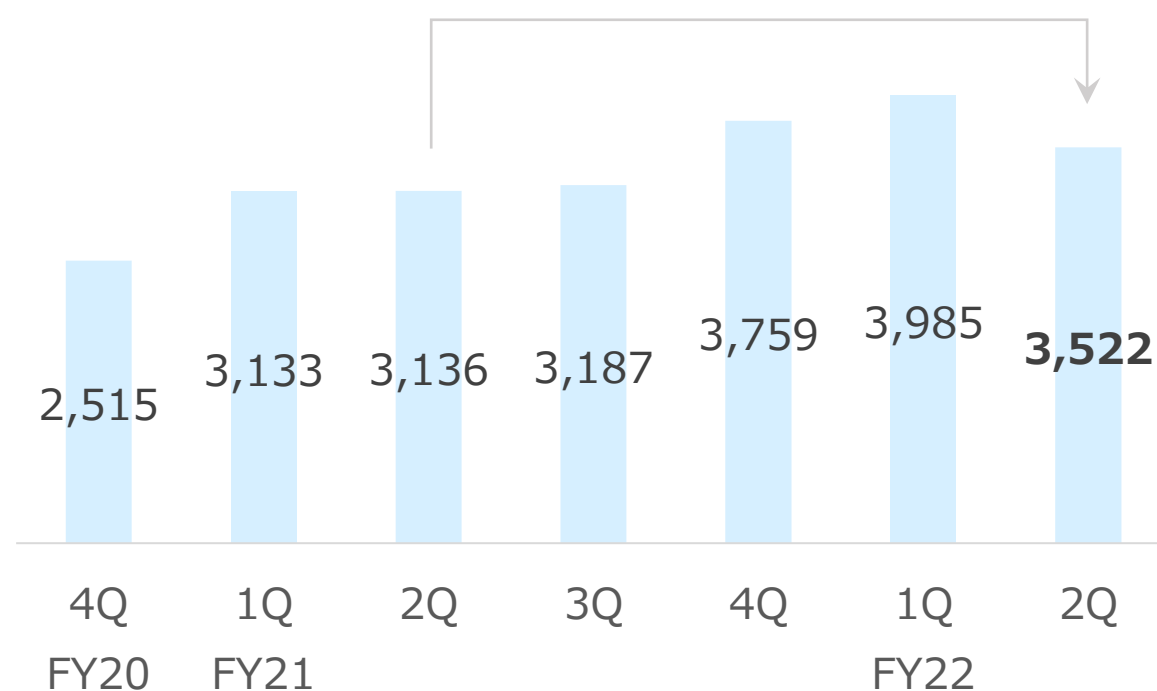
全体流通YoY：97%



■ マスク関連流通 ■ その他流通

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：112%

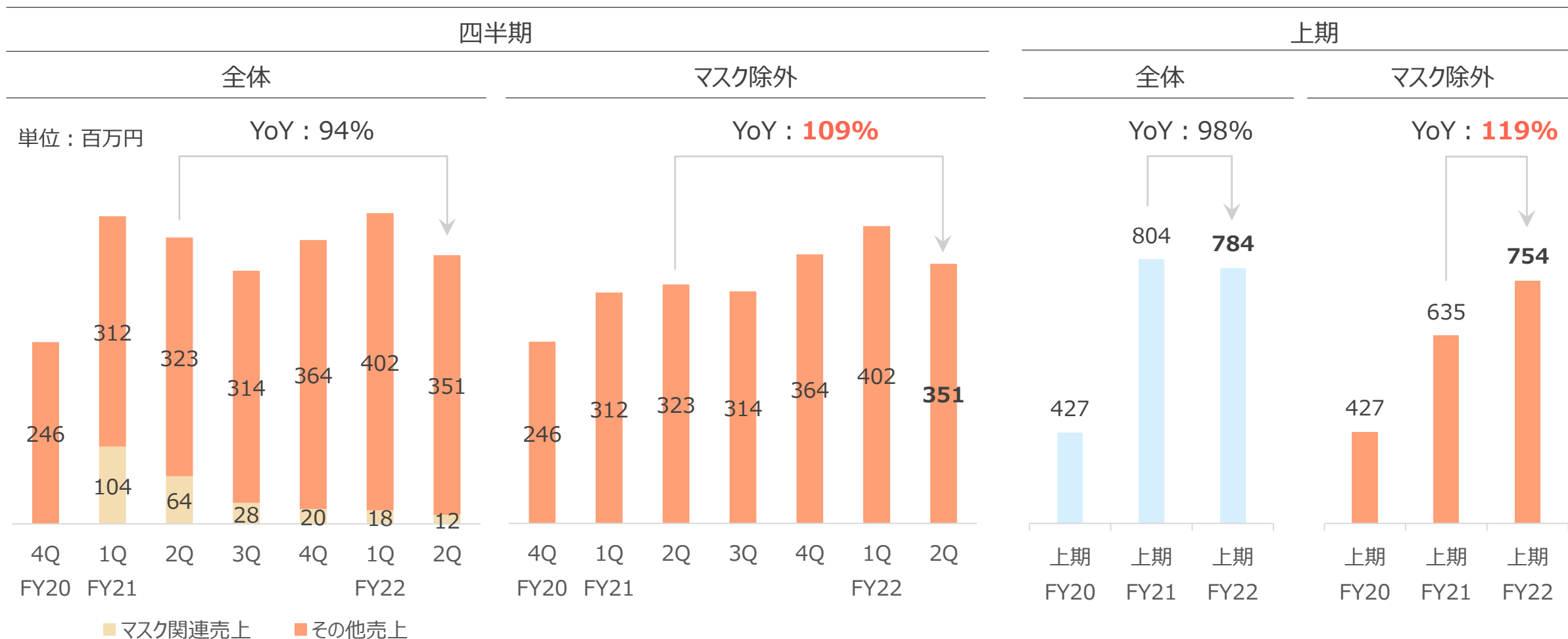


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計でマスク関連流通が若干増加しており、一方で7月13日に開示したFY22のマスク関連商品を除く流通総額が僅かに減少している。

【マーケットプレイス】売上推移

2Q売上は全体で3.6億円、前年同期比94%だが、マスク関連商品を除けば前年同期比109%。なお、上期累積では、前年同期比98%で、同じくマスク関連商品を除けば前年同期比119%となり、本質的な部分では引き続き力強く成長。

売上推移



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。
Copyright ©2021 CREEMA LTD.

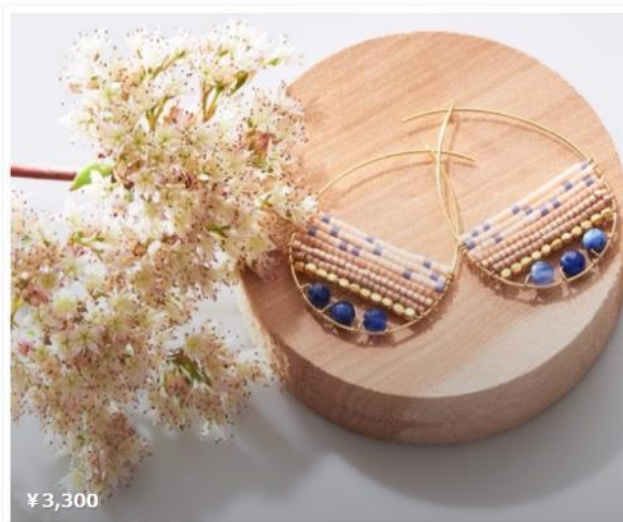
参考：各種マーチャンダイジング・キャンペーン施策の展開

22万人のプロ・セミプロクリエイターと、1,200万品の魅力的な作品群を様々な切り口から紹介。



夏のおしゃれにスパイスを 大人エスニック

カラフルな柄にビーズや刺繍、夏のおしゃれのスパイスになるエスニックアイテムをご紹介します。アクセサリーやバッグを取り入れるだけでも、いつもと違う夏らしい雰囲気。エスニックなコーデで、今年の夏をゆったりと過ごしませんか？



フープピアス (しずく)



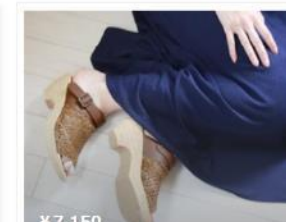
【再販】木版プリント/Aラインロン...



花と小鳥のギャザーワンピース *az...



【草木染め】ニヤンドウティーフ...



ぴったりフィット♪2wayメッシュ...



参考：「Creema」のTVCM放映

サービスの認知拡大を目的に、前期末に続き今期も「Creema」のTVCMを放映。



Creema

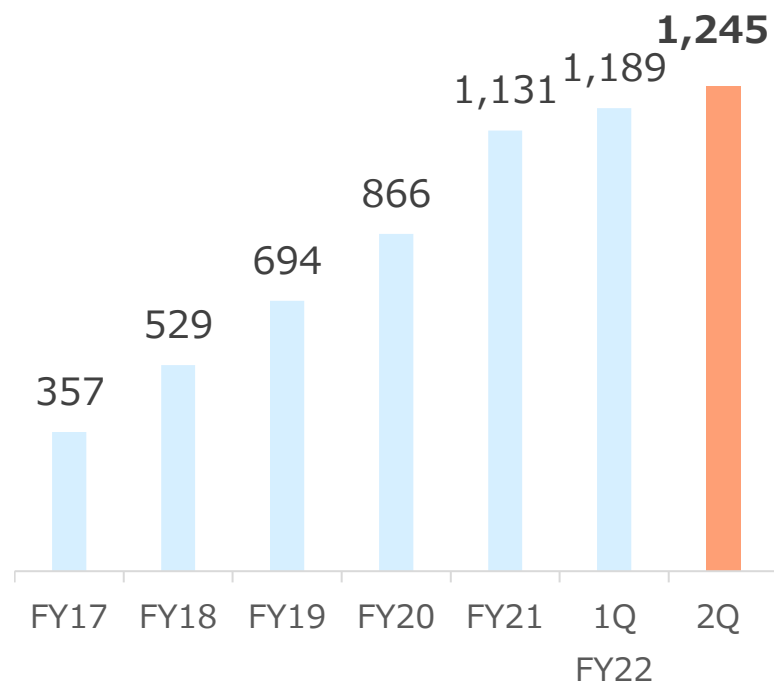


参考：マーケットプレイス関連のKPI推移

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、取引単価は回復。2Qでは過去最高の取引単価となっている。

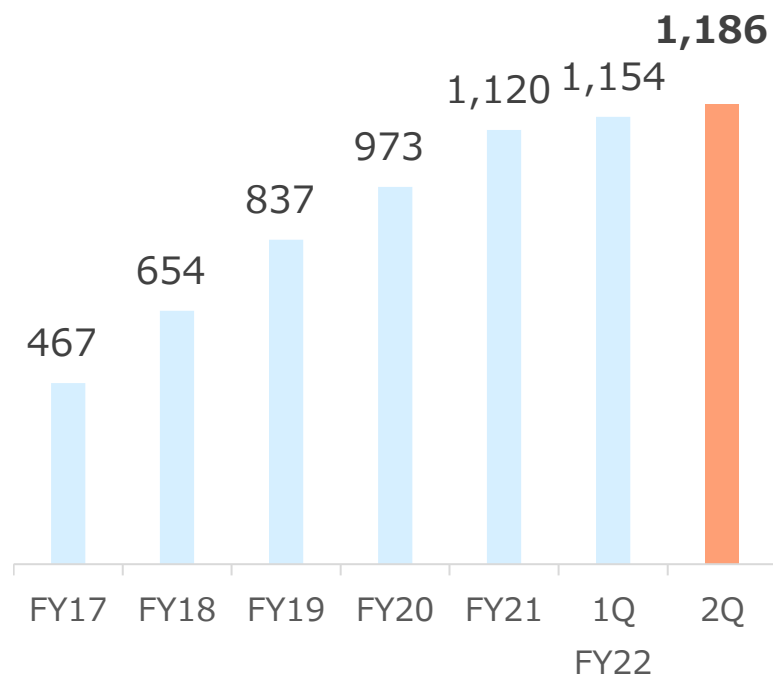
出品数

単位：万



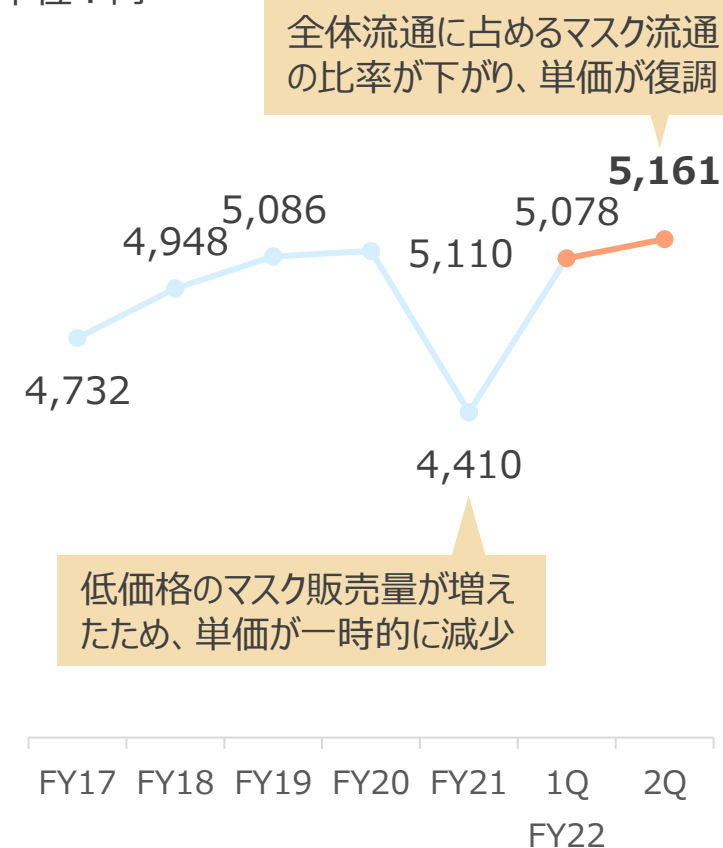
アプリDL

単位：万



平均取引単価（日本）

単位：円



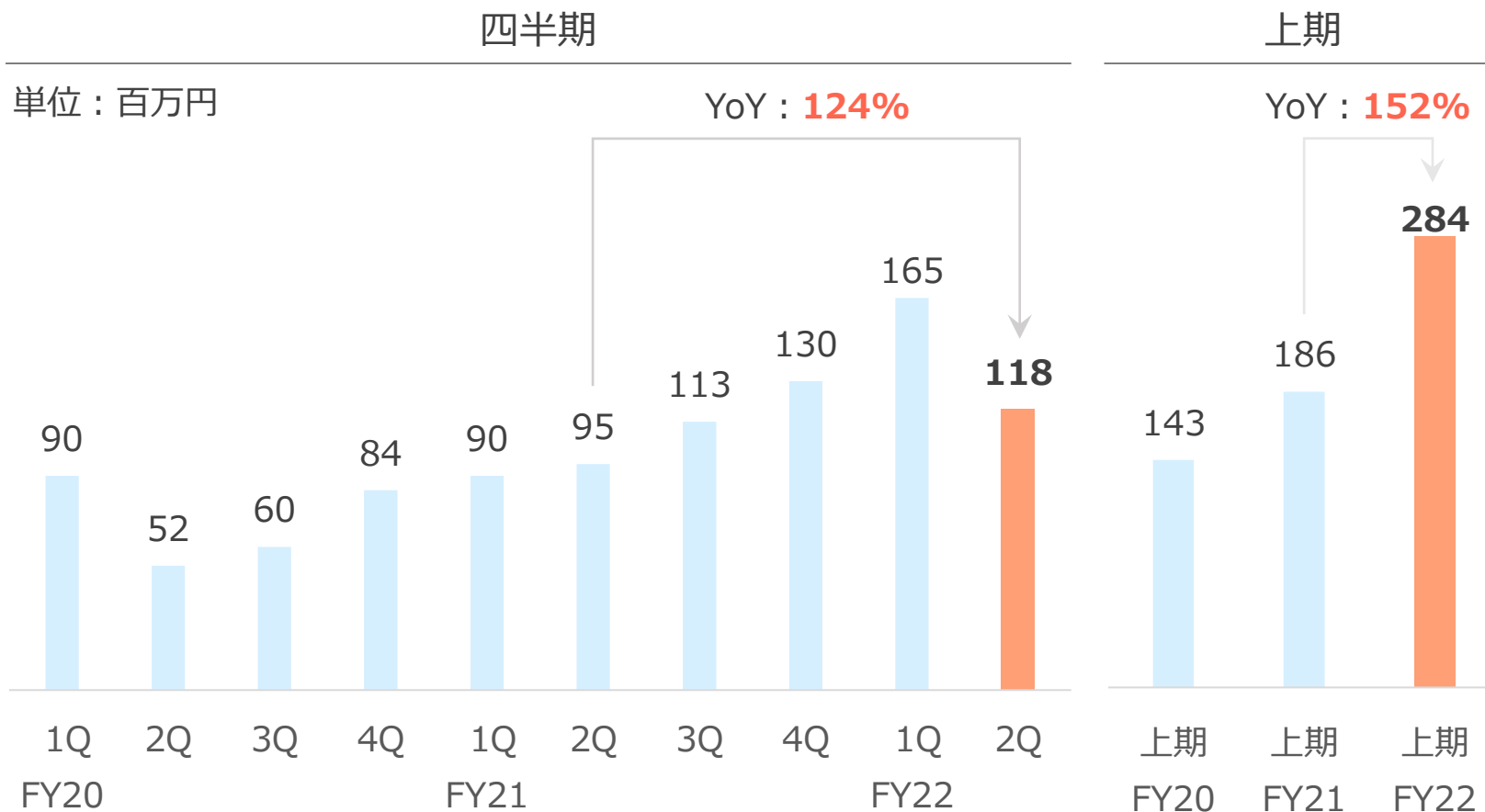
【プラットフォーム】主な取り組みと売上推移

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124%となる1.18億円の売上で着地。上期累積では、前年比152%となる2.8億円を着地。

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に引き続き取り組んだ。

売上推移



参考：外部広告の事例 - アイデア募集コンテスト

熊本県の伝統工芸品の魅力をさらに広めるため、商品開発・改良のアイデアと一緒に作品を製作するクリエイターを「Creema」上で集めるアイデア募集コンテストを開催。



くまもとの伝統工芸 × Creema

アイデア募集コンテスト

技術とクリエイティビティで、くまもとの伝統工芸に
新たな息吹きを吹き込んでいただけるクリエイターの皆さまを募集します！



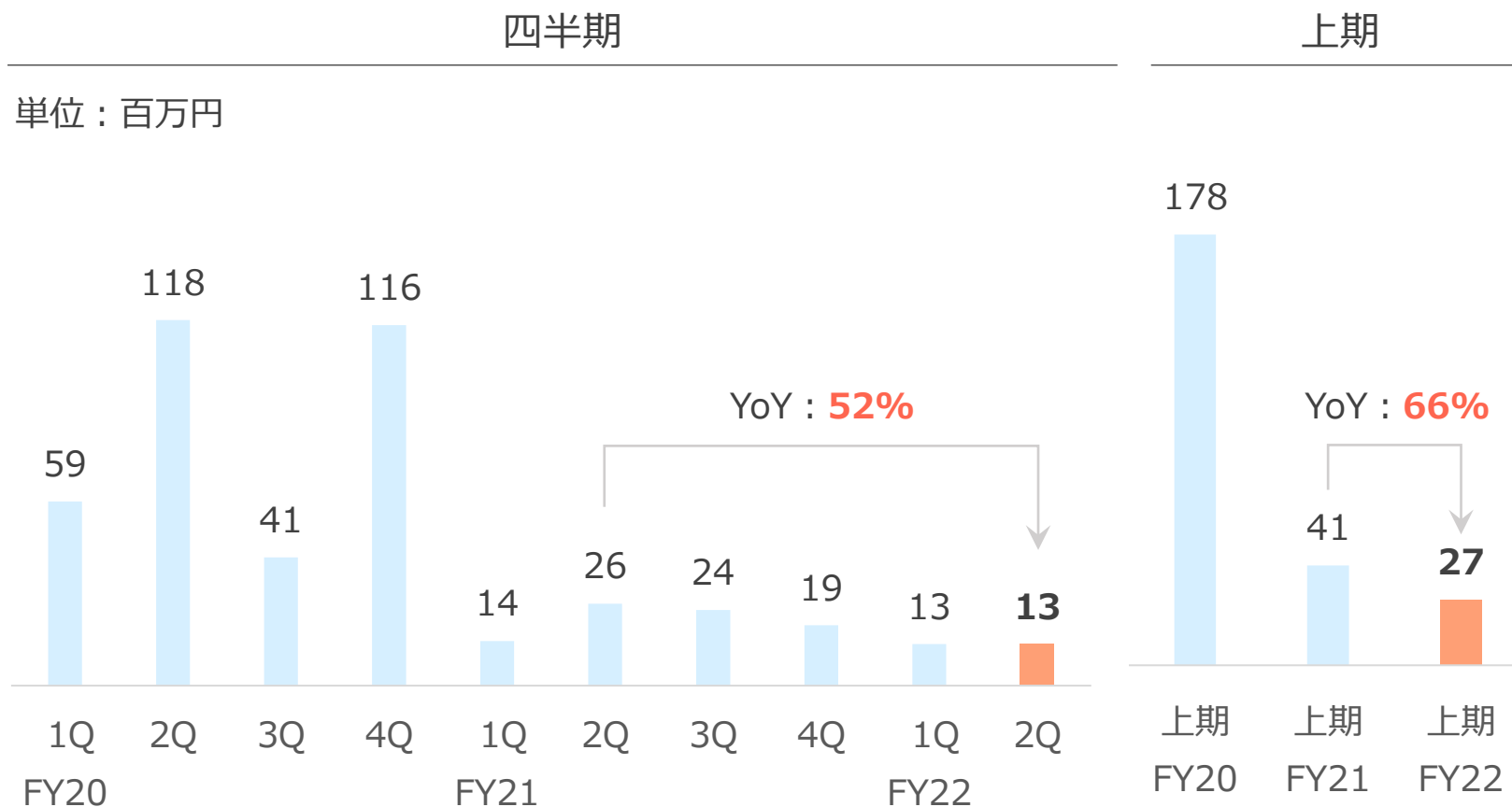
【イベント・ストア】主な取り組みと売上推移

2Qではイベントを未実施。ストアは、緊急事態宣言等の影響により、営業日数・営業時間の制限があったことに加え、店舗数も昨年度より3店舗少ない2店舗体制での営業。結果、2Q売上は前年同期比52%、上期累積では66%。

主な取り組み

- 新型コロナの影響から、前期に続き、今期もイベントは未実施。なお、今期、大型イベントは3Q（11月）からの開催を予定。
- 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）



告知：3Qより大型イベントを順次開催

富士山をバックに12組のライブを体感できる野外音楽ステージを中心に、クラフト市やサウナ村、アウトドアエリア等のカルチャーコンテンツが一同に会する、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES 2021」を2021年11月6日・7日に御殿場高原にて開催予定。



Copyright ©2021 CREEMA LTD.



参考：新サービス群

これまでに提供を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エイター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。

参考 : Creema SPRINGSのプロジェクト紹介 - ENLIGHT2021

クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」で実施した、全国にパブリックアートを同時展開するプロジェクト『ENLIGHT2021（エンライト2021）』にて、福岡県（糸島）・神奈川県（横浜）、富山県（富山）等で「Creema」クリエイターによるパブリックアートが順次公開されています。



PUBLICART PROJECT
ENLIGHT 2021



PUBLICART PROJECT
ENLIGHT 2021

その他：SDGs企画 - 製織工程で生じる廃棄物「布耳」を使ったアップサイクル作品の販売

静岡県・遠州地方の地場産業である「遠州織物」の製織工程で生じる産業廃棄物「布耳（繊維くず）」を用いた作品を「Creema」クリエイターから募集し、アップサイクル作品25点を商品化しました。今後も「ものづくりの力によって廃材に新たな価値を生み出す」といったサステナブルな世界の実現を目指します。



全国いいもの発見
プロジェクト

— 日本の逸品 × 作り手 —

遠州織物

アップサイクル作品





FY22業績見通し

中期経営方針

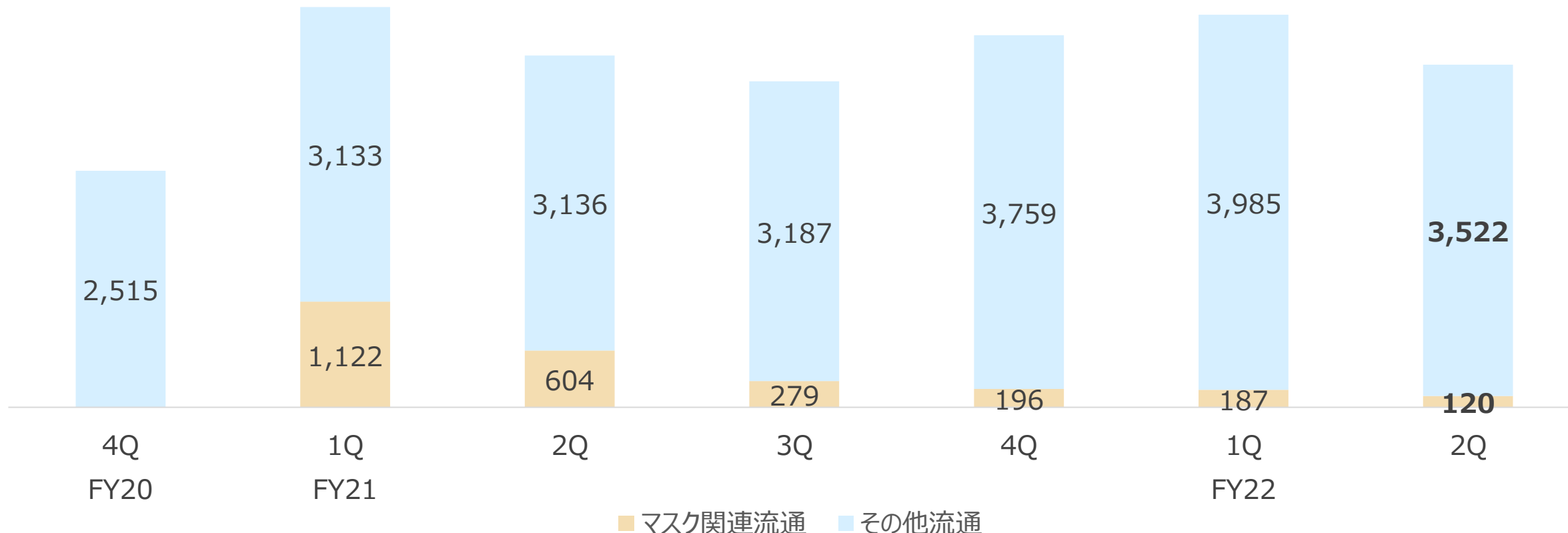
FY22では、前期に拡大・強化されたプラットフォーム基盤と、財務基盤を活用し、既存事業の成長と新規サービスの追加の両軸で成長。

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 YAMABIKO FES」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3Q以降、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

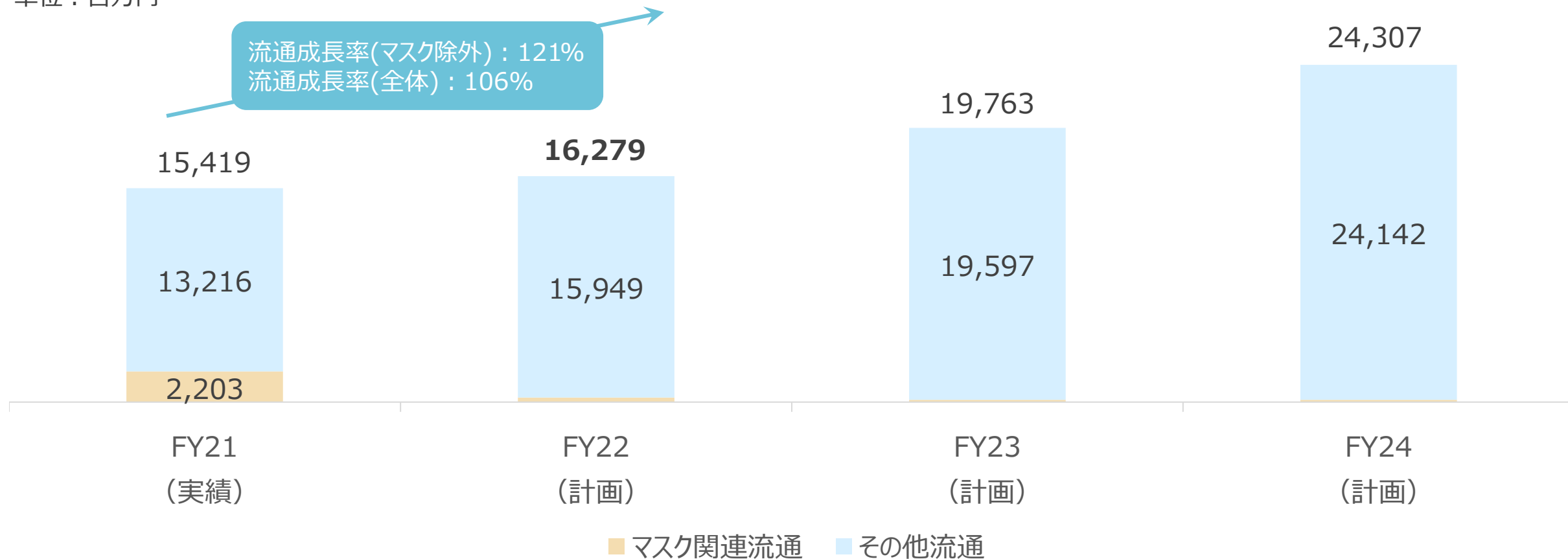


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計でマスク関連流通が若干増加しており、一方で7月13日に開示したFY22のマスク関連商品を除く流通総額が僅かに減少している。

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121%拡大となる162億円の流通総額を目指す。

単位：百万円

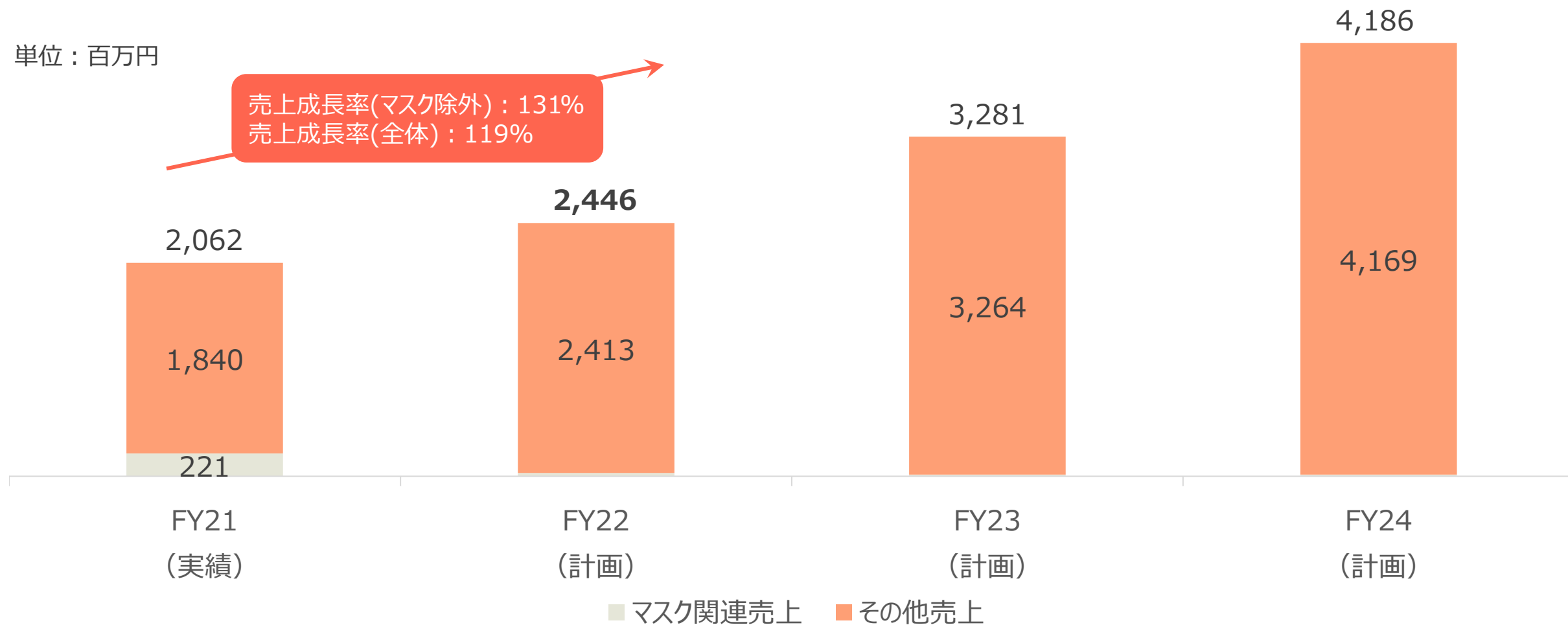


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、マスク関連商品を除く流通総額の成長率は120%から121%に増加した。

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。

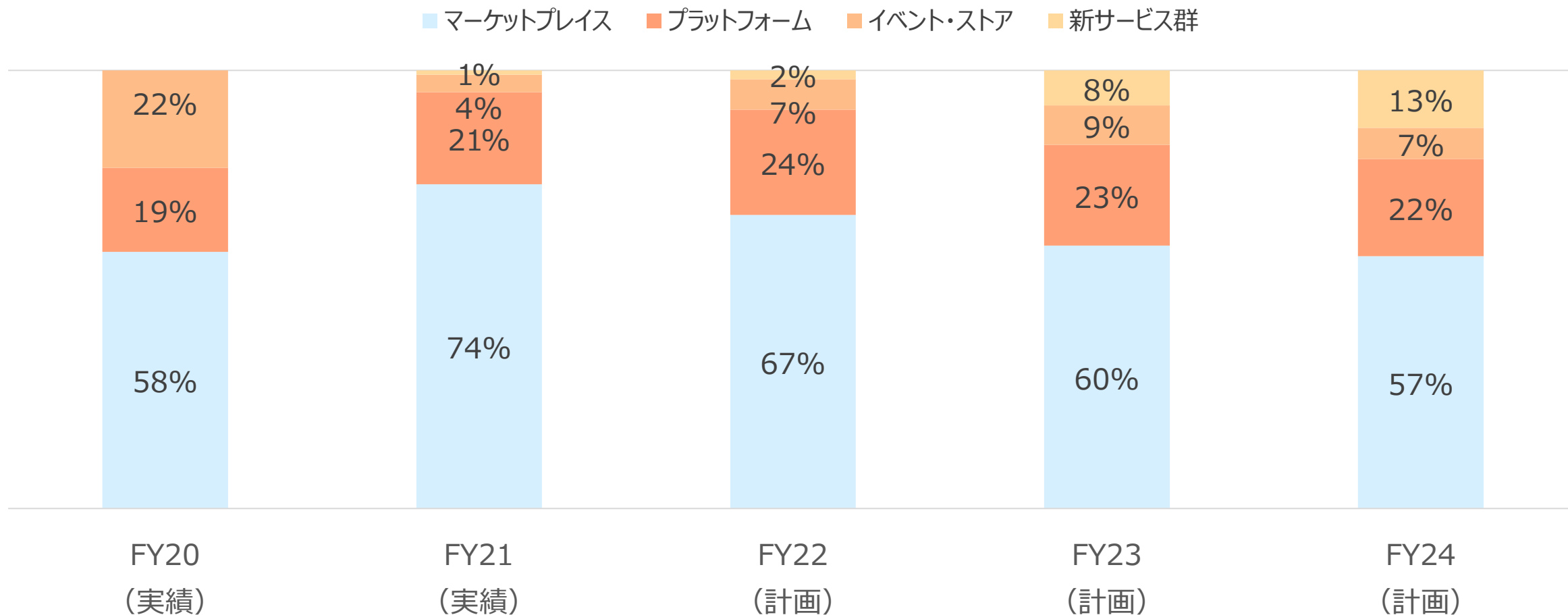
単位：百万円



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

クリエイターの活動をより強く後押しできるよう、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%

再掲：業績の進捗

計画上、2Qがボトムになり、3Q・4Qと徐々に高まる事業計画となっており、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している。期初の計画からの変更はなく、下期も着実に成長させていく。

主要な財務指標	通期業績予想に対する2Q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>2Q実績</td><td>7,816</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）：48%</td></tr></table>	通期業績予想	16,279	2Q実績	7,816	⇒ 進捗率（2Q時点）：48%		<ul style="list-style-type: none">• 上期においては、流通・売上ともに計画通りの進捗で推移。<ul style="list-style-type: none">✓ 2Qはマーケットプレイスサービスの流通がボトムになる計画。✓ 3Q以降はマーケットプレイスサービスの流通が伸びるトレンドに入り、大型イベント等も開催されるため、売上は下半期に一層伸びる計画。• 営業利益については、1Qにて戦略的に一部予算を消費しない判断を行ったため、僅かに有利差異が発生。• 流通・売上・営業利益など、全ての重要指標における進捗は順調。期初計画からの変更はなく、下期での一層の成長を図る。
通期業績予想	16,279							
2Q実績	7,816							
⇒ 進捗率（2Q時点）：48%								
売上	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>2,446</td></tr><tr><td>2Q実績</td><td>1,109</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）：45%</td></tr></table>	通期業績予想	2,446	2Q実績	1,109	⇒ 進捗率（2Q時点）：45%		
通期業績予想	2,446							
2Q実績	1,109							
⇒ 進捗率（2Q時点）：45%								
営業利益	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>315</td></tr><tr><td>2Q実績</td><td>187</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）：60%</td></tr></table>	通期業績予想	315	2Q実績	187	⇒ 進捗率（2Q時点）：60%		
通期業績予想	315							
2Q実績	187							
⇒ 進捗率（2Q時点）：60%								

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、22万人のクリエイターが制作する1,200万点の作品が出品。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。

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想いに対応する、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。

ハレクタニの想い～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

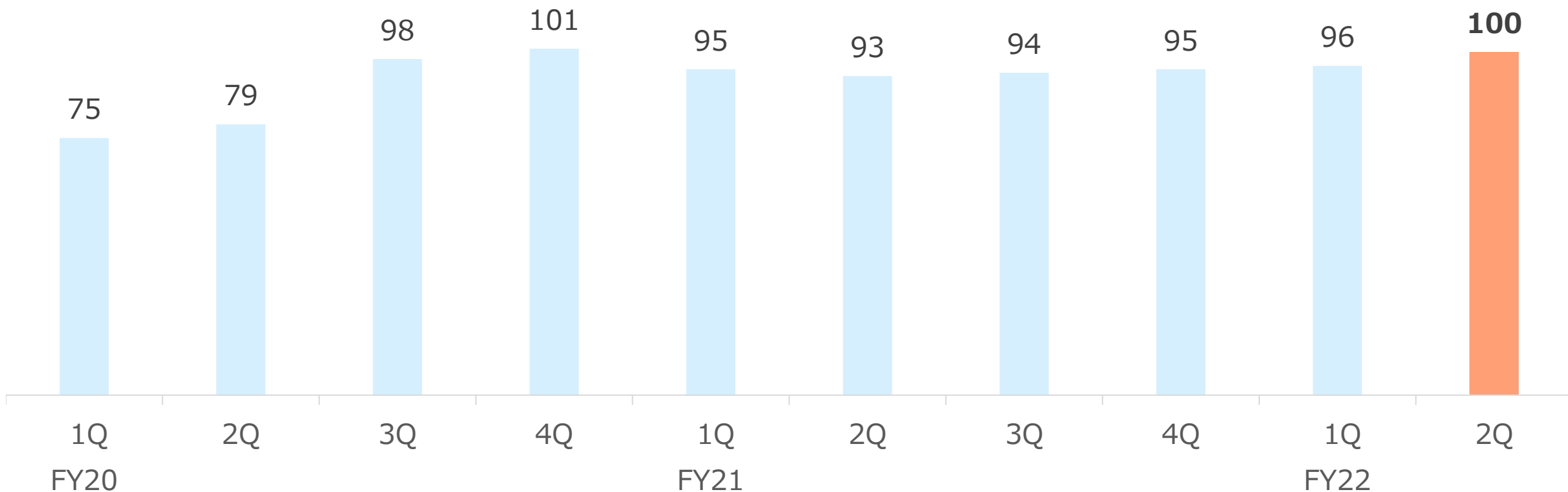
このプロジェクトは実行確約型です。

伝統的な九谷焼を、もっと現代の生活に馴染むものに。そんな想いではじまった『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。

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。

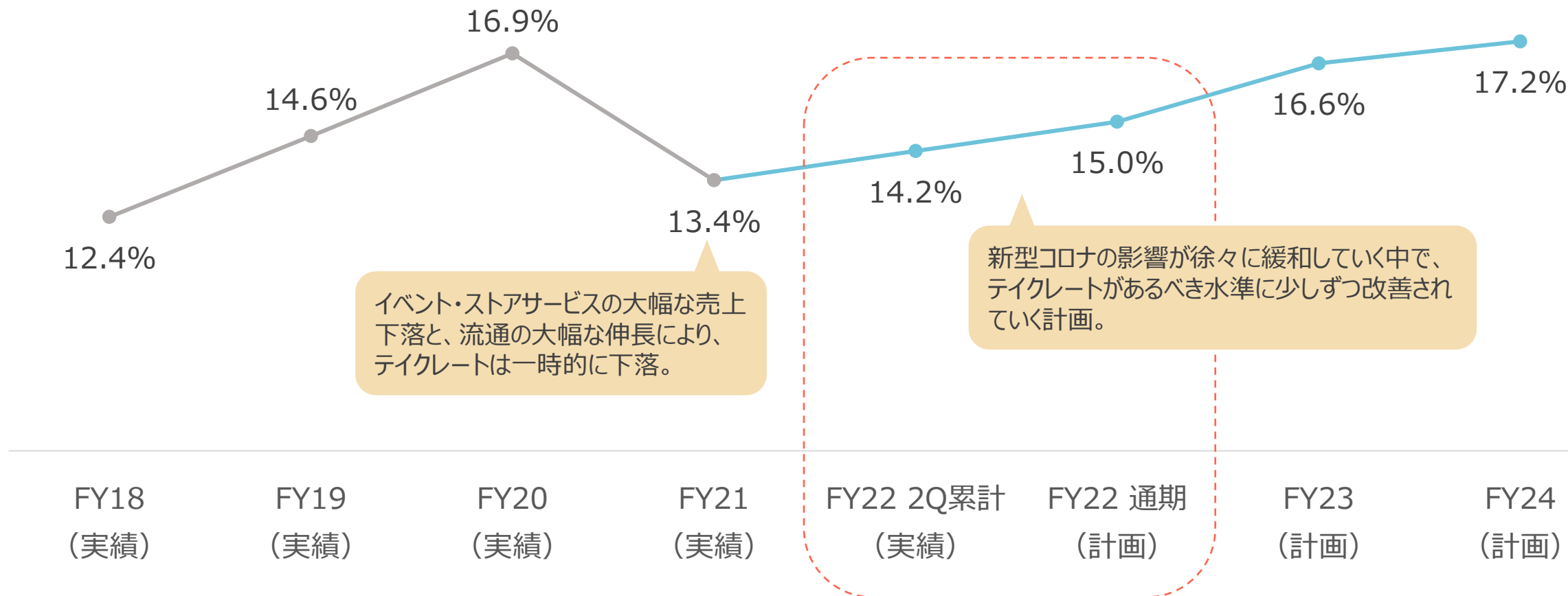
単位：人



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。

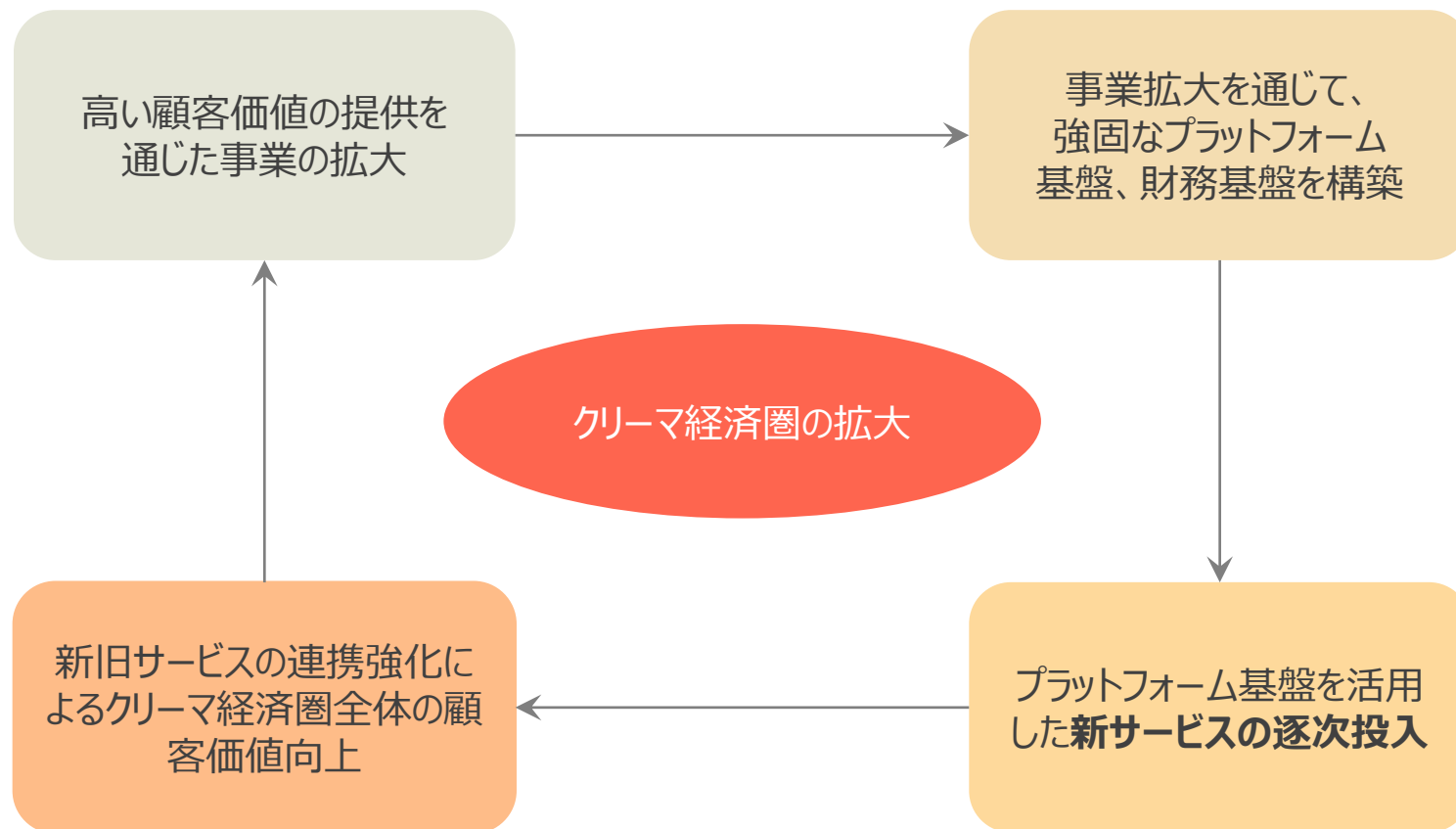


Note) テイクレートは、マーケットプライスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

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

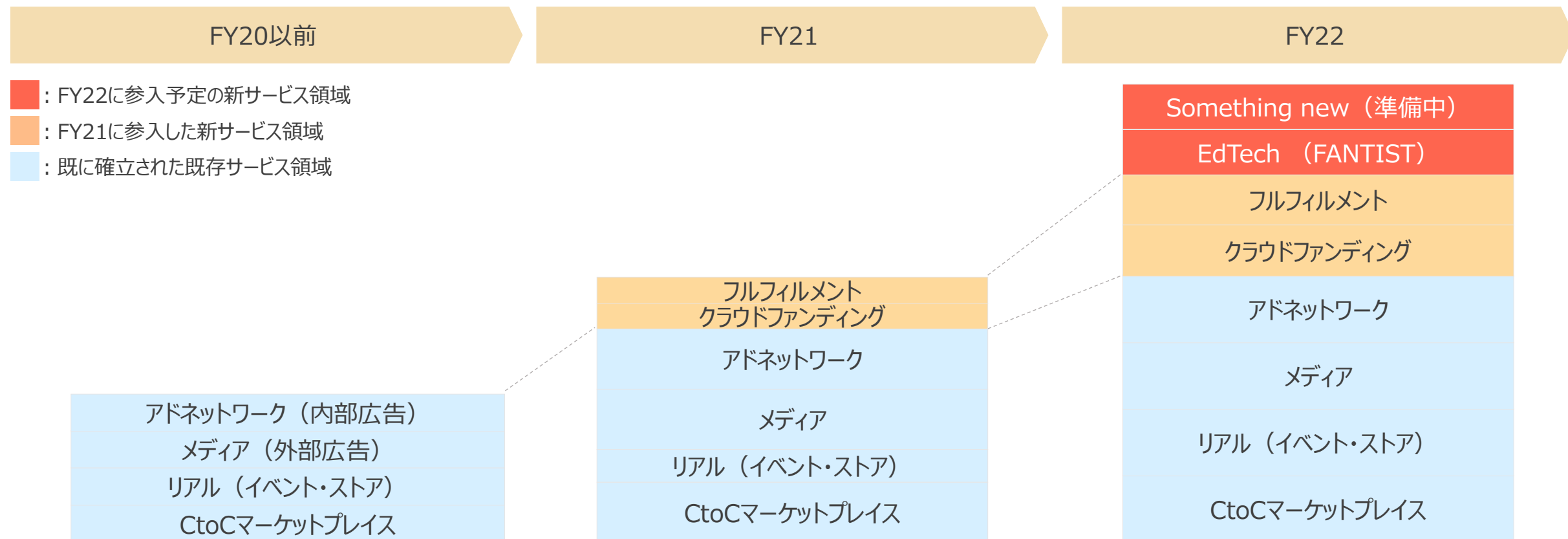
- ①プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤
- ②20代～40代の女性を中心に、月2～3,000万VISIT超の巨大なユーザー基盤
- ③「ただのEC」に留まらない発信力とコミュニティー基盤を持つメディアとしてのサイト・アプリの保有（SNS総フォロワー数も約90万人）
- ④プラットフォーム基盤を活かし、多様なサービスを創出してきた事業開発能力

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

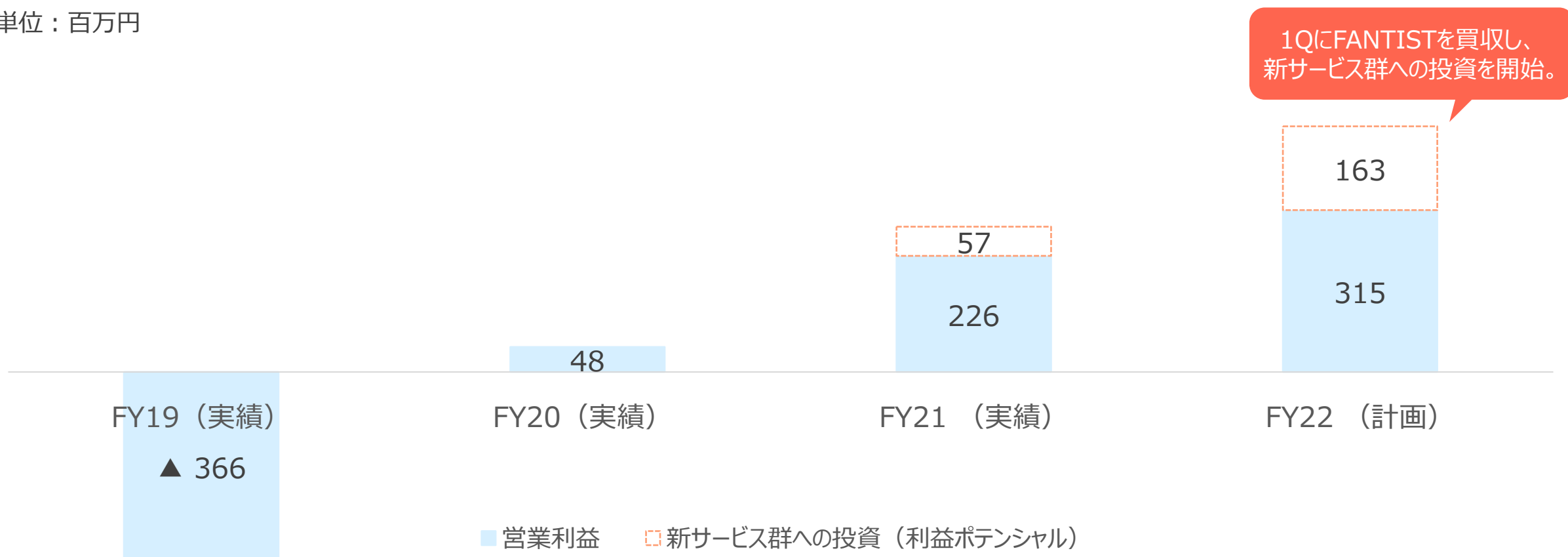


新サービス群への投資

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>