

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

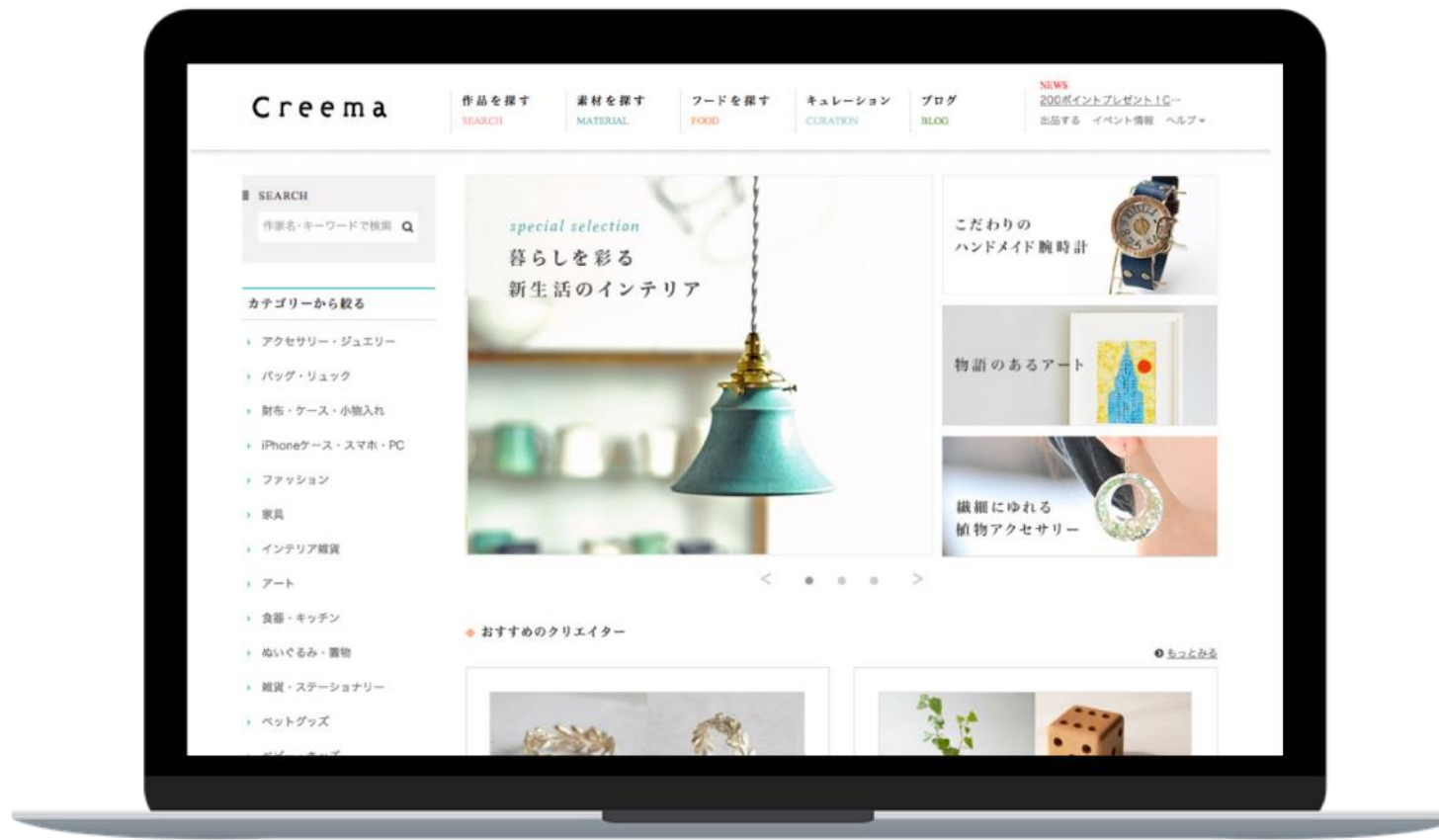
事業構造とクリーム経済圏

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）

クリ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。昨年度の流通総額は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し、事業の複層化を推進。

内部広告

クリエイターが、「Creema」上自らに広告を出稿し、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制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を運営。
 - 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（1/3） - 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FY21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。

④ 新サービス群（2/3） - レッスン動画プラットフォーム（EdTech）

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の全株式を取得し、FY22より新サービスのひとつとしてEdTech領域に本格参入。



- 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。
 - 22万人に及ぶ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。

④ 新サービス群 (3/3)

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

今後リリース予定のサービス

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.



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。

クリーマの競争優位性

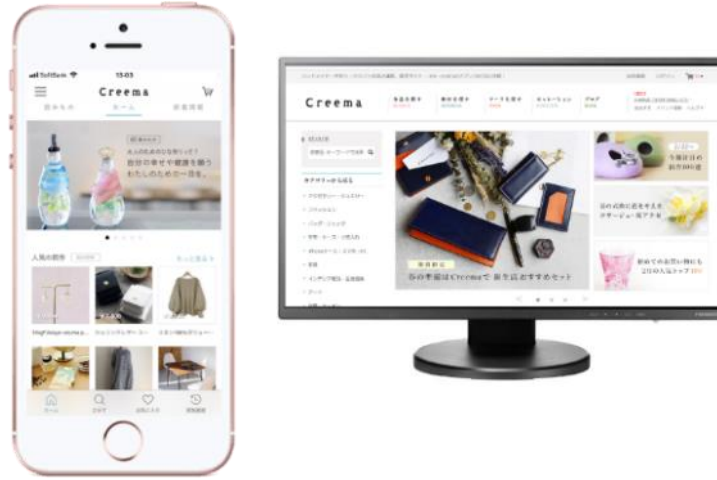
プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤、高品質のサービス・プロダクト、クリエイターの自己実現を支援する各事業が高度に連携したクリーマ経済圏が当社の競争優位となり、市場に高い参入障壁を構築。

A. プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤



- プロ、セミプロのクリエイターを中心とするコミュニティ基盤。
- このため高品質の作品が集まるマーケットへ。その作品数は1,200万点。

B. 高品質のサービス・プロダクト



- “クリエイターファースト”を合言葉に、洗練されたプロダクト開発に徹底注力。
- 結果、アプリ評価/ユーザ満足度の双方で、長期に渡りNo.1を獲得¹⁾。
- これによりリピート率が高く、オーガニックな成長を実現するサービスに。

C. 高度に連携したクリーマ経済圏



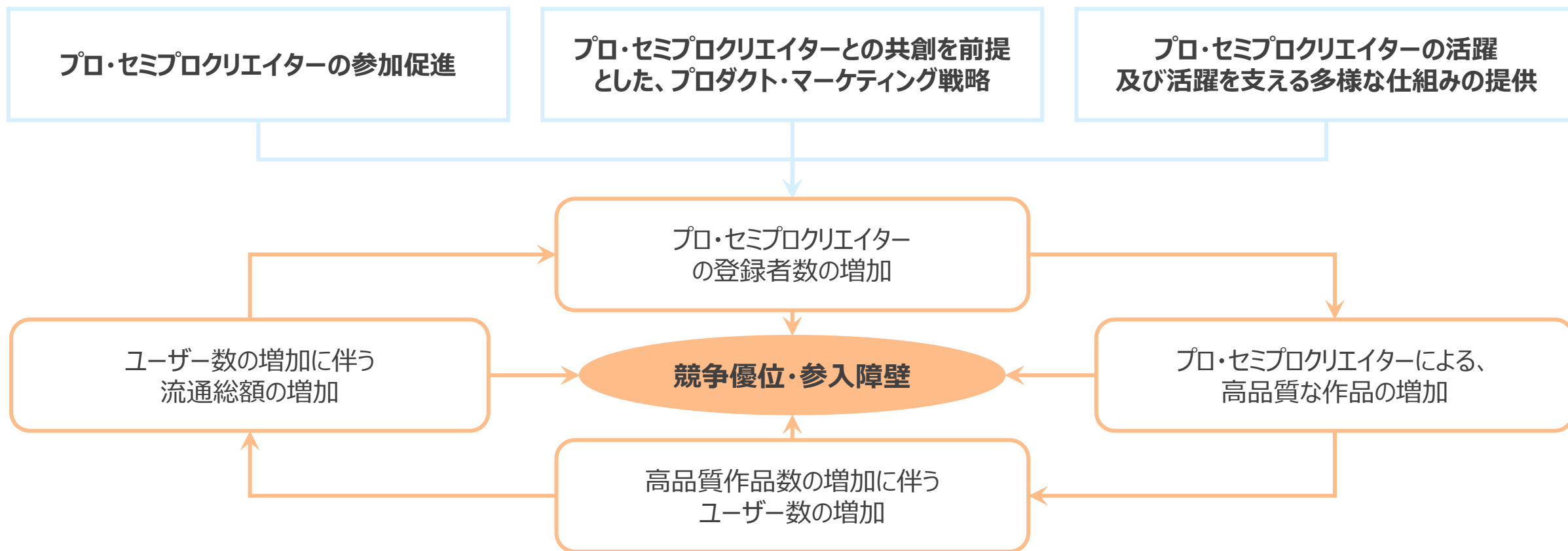
- 相互に連携した多様なサービス群を展開し、事業を通じたクリエイターの自己実現を応援。

1) ユーザー満足度とは、アプリ利用満足度とサービス利用満足度を指す。アプリ利用満足度は、2020年10月21日時点でのGoogle社・Apple社のプラットフォーム上での評価。サービス利用満足度は、楽天リサーチ社による調査結果（2018年6月15日～18日・Creemaと他のサービス双方で購入経験がある500名が調査対象）に基づく。比較対象は後述。

A. プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤

約22万人に及ぶプロ・セミプロ中心のクリエイター基盤をもとに、高品質な作品をユーザーに提供。高い競争優位性と参入障壁をもつ大規模マーケットプレイスへと成長。

プロ・セミプロクリエイターを軸とした競争優位・参入障壁の構築



参考：アプリ評価とサービス満足度

「Creema」のアプリ・Webサービスの満足度は、ハンドメイド業界の同業他社のみならず、EC/C2Cマーケットの国内主要プレイヤーと比較しても、ナンバーワンの高評価を獲得している。

アプリプラットフォーム上での評価比較

主要ECアプリ	Google Play	App Store
Creema	4.6 ★★★★★ 14,894件(合計)	4.8 ★★★★★ 15.6万件の評価
大手ハンドメイドマーケットA	4.3 ★★★★★ 23,993件(合計)	4.8 ★★★★★ 21.5万件の評価
大手Webショップ構築サービス	4.4 ★★★★★ 5,179件(合計)	4.6 ★★★★★ 7.2万件の評価
大手ファッションEC	4.3 ★★★★★ 11,558件(合計)	4.5 ★★★★★ 6.4万件の評価
大手フリマアプリA	4.3 ★★★★★ 387,152件(合計)	4.5 ★★★★★ 203.7万件の評価

サービス満足度調査結果

順位	対象企業	満足率
1	Creema	81%
2	大手ファッションEC	77%
3	大手ハンドメイドマーケットA	75%
4	大手フリマアプリA	74%
5	大手フリマアプリB	66%
6	大手オークション	64%
7	大手総合EC	62%
8	大手Webショップ構築サービス	56%
9	大手ハンドメイドマーケットB	55%
10	大手ハンドメイドマーケットC	49%

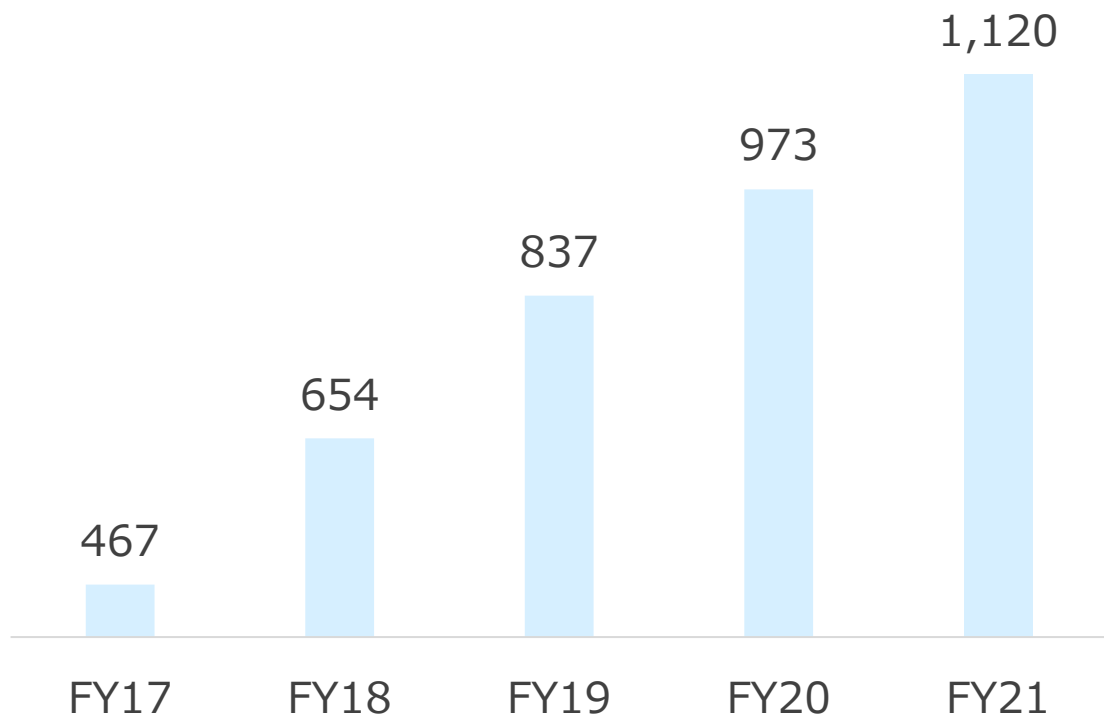
Source) 満足度調査は、楽天リサーチによる調査（2018年6月15日～18日・Creemaと上記の他のサービス双方で購入経験がある500名が調査対象）。アプリ評価は、サービス満足度調査結果の上位10社を対象に、2020年10月21日時点の評価を確認。公平性を期すため、レビュー数が合算5万件以上のものを抽出し、評価数の高い順に配置。

B. 優れたサービス・プロダクト（2/2） - 「Creema」のアプリDL数・出品数の推移

高品質のサービス・プロダクトが、アプリダウンロード数・出品数の安定的な成長を支えています。

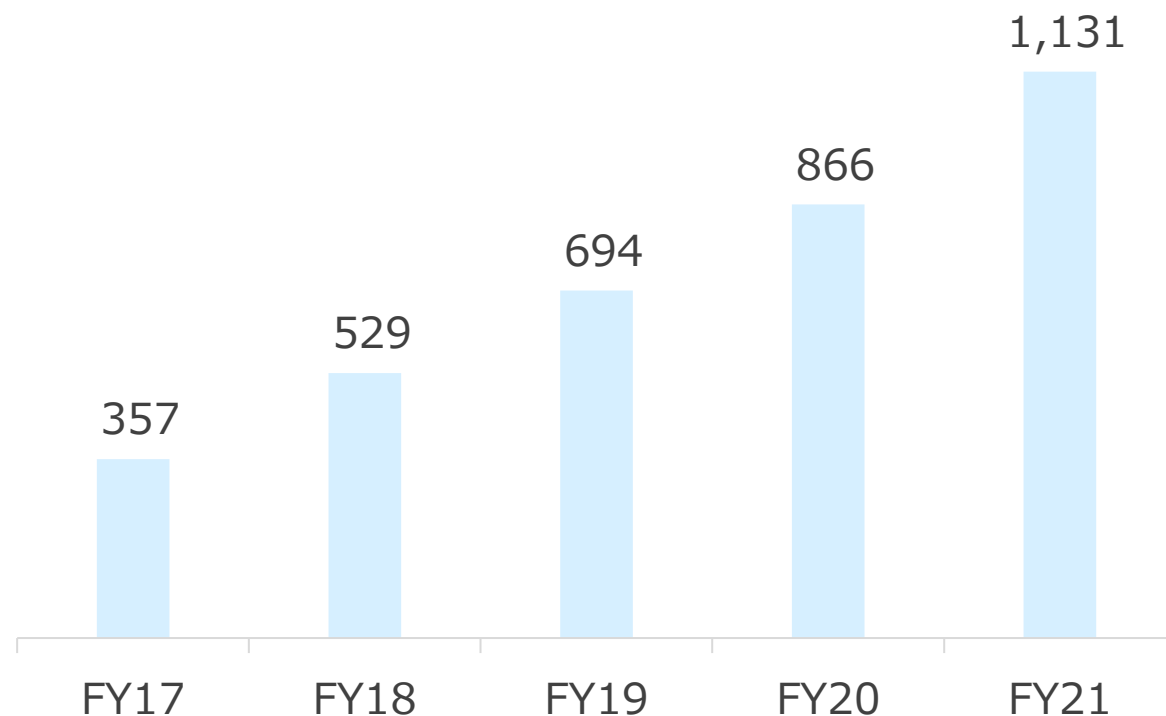
「Creema」アプリダウンロード数の推移

(単位：万)



「Creema」上の出品数の推移

(単位：万)



Note) アプリダウンロード数、出品数ともに累積値

C. 高度に連携したクリーム経済圏

ECに加え、実店舗/イベント/海外等、様々な販路を提供するほか、MD・マーケティング・資金調達の支援など、多様なサービスを通じてクリエイターの自己実現を支援しながら、クリーム経済圏を拡大しています。



クリエイター活動の川上から川下、そして自己実現まで、あらゆる領域をサポートし、クリーム経済圏を拡大しています。

Total Addressable Market (1/2)

国内ハンドメイドマーケットプレイスの潜在市場規模は約1,400億円。これに加え、作品制作に必要な素材の販売や、ハンドメイド関連の教室運営やレッスン領域など、広範な周辺市場の取り込みも可能。

国内クリエイターエンパワーメント市場

クリエイターエンパワーメント市場
(広告・クラウドファンディング等を含む)

ハンドメイドを含むホビー市場
(作品制作のための素材販売や、スキル習得のための教室、メディア、イベント等)

ハンドメイドマーケットプレイス(潜在)

ハンドメイドマーケットプレイス(顕在)



NOTE : クリエイターエンパワーメント市場とは、ハンドメイドクリエイターに限らず、あらゆるジャンルの才能ある人々が活躍できる社会を実現すべく、それに必要な機能・サービスを提供する事業者からなる市場です。また、ハンドメイドマーケットプレイス(顕在)の市場規模は、「Creema」と「minne」の流通合計シェアが全体の80%であると仮定した上で、2020年4月から2021年3月までの「Creema」と「minne」の流通総額を基に計算。一般社団法人日本ホビー協会発行の『ホビー白書 2018』に掲載されている同市場の市場規模の値が、「Creema」と「minne」の流通合計に近似していることから、この2サービスで市場の大半を占めていると考えられるもの、他にも類似業態のプレイヤーは複数存在していることから、保守的にみて、2サービスの流通合計が市場の80%であるとする仮定を置いた。また、ハンドメイドマーケットプレイス(潜在)の市場規模は、2005年創業の世界的なハンドメイドマーケットプレイス「Etsy」の2019年の米国内での流通総額31.8億ドルを米国内人口3.27億人で除した1人当たり流通総額と、日本の人口の積を求め、その数字1,354億円(1\$=110円前提)と算出。また、ハンドメイドを含めたホビー市場の市場規模は『ホビー白書2018』から抜粋。左記資料による市場定義は、ホビー市場はクラフト(手作り)、ドウ(育てる、習う)、コレクト(収集する)の3つから構成されている。

Source : GMOペパボ決算資料、Etsy決算資料、ホビー白書2018

Total Addressable Market (2/2)

クリエイター作品が持つ優れたデザイン性・希少性・オリジナリティといった要素が競争優位となり、「Creema」が保有する作品カテゴリーであれば、あらゆるカテゴリー・市場にアクセスし、シェアを獲得することが可能であると考えられる。

「Creema」のユーザータイプ分類

クリエイター作品の市場拡張性イメージ

ユーザータイプ	特徴	「Creema」の展開カテゴリー	アクセス可能な市場
ハンドメイド愛好家層	<ul style="list-style-type: none"> クリエイター作品を好んで購入するユーザー 複数のクリエイターから様々な作品を購入 	衣類・服装雑貨等	
特定クリエイターのファン層	<ul style="list-style-type: none"> 特定クリエイターの作風を好み、何人かのクリエイター作品を中心に継続的に購入 	食品、飲料、酒類	
中立層	<ul style="list-style-type: none"> 様々なショップを確認した上で、最良の商品がクリエイター作品であったために購入 量産品にはない、クリエイター作品が持つ優れたデザイン性、希少性・オリジナリティが購入の決め手となる <p>⇒ このような特徴から、「Creema」は「ハンドメイド市場」に留まらず、もっと幅広い市場・カテゴリーにアクセス可能</p>	生活雑貨、家具、インテリア	
		⋮	⋮

- 当社サービスの提供価値向上を通じて、参加クリエイター数22万人・登録作品数1,200万点から一層の拡充を図る。
- 加えて、PR企画やマス広告を含めたプロモーション施策の継続により、Creemaの認知度を向上させる。
- 上記取り組みを通じて、Creemaが展開するあらゆるカテゴリーにて、商品購入検討時に顧客にCreemaを想起していただき、クリエイター作品の持つ提供価値を武器に、各市場にて当社のシェアを拡大していく。

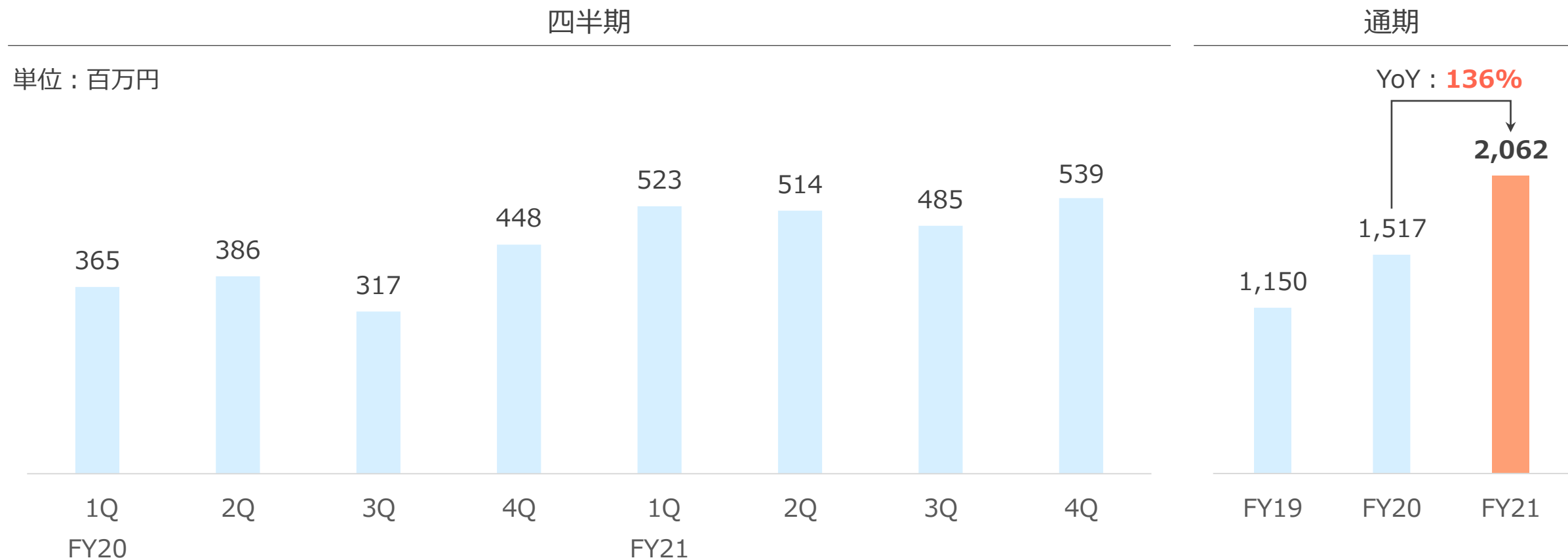
前期FY21までの業績レビュー



【全社】連結売上高の推移

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。

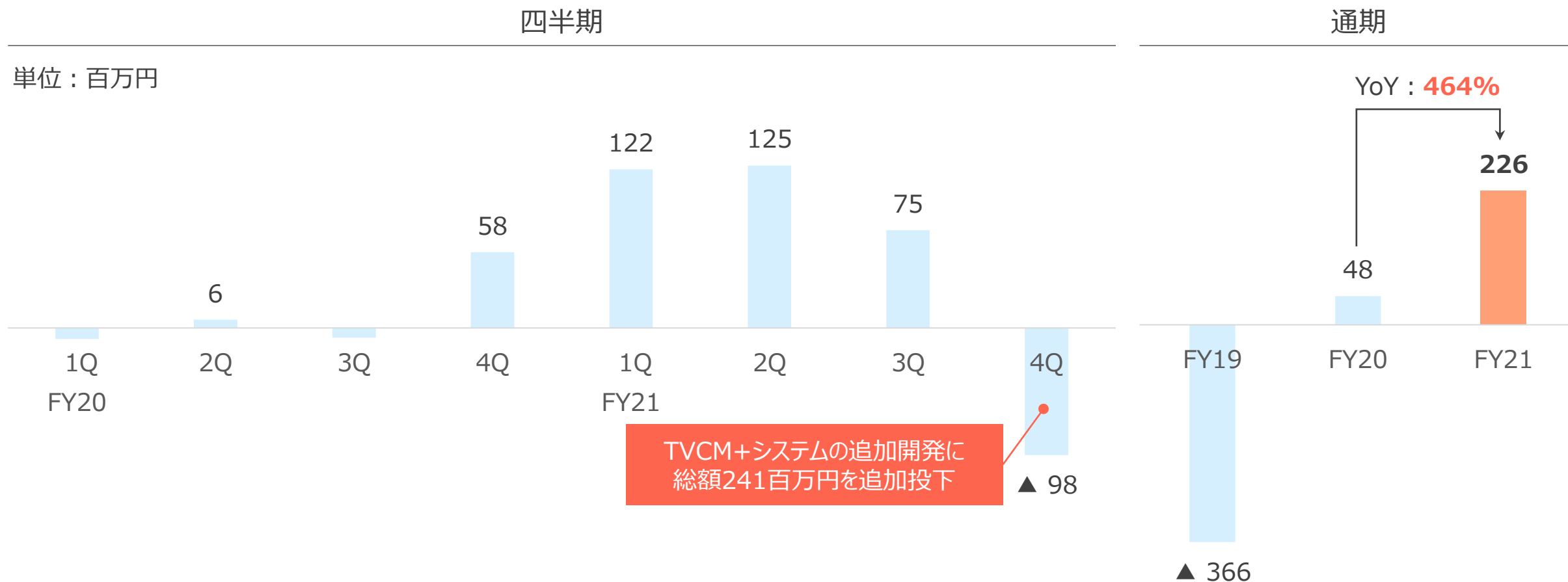
売上推移



【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。

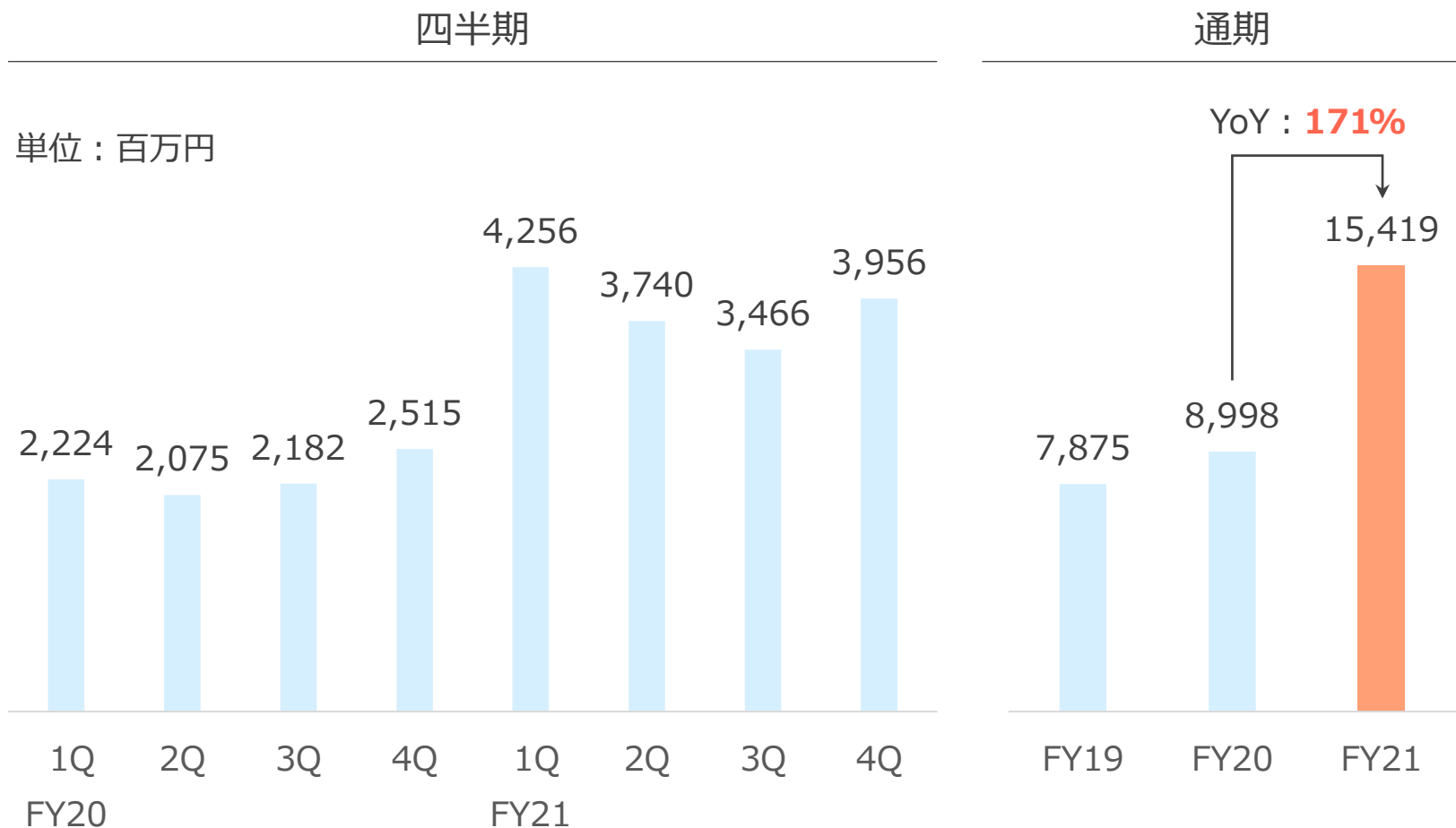
営業利益の推移



【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、通期で154億円（前期比171%）に拡大。

Creemaの流通総額推移



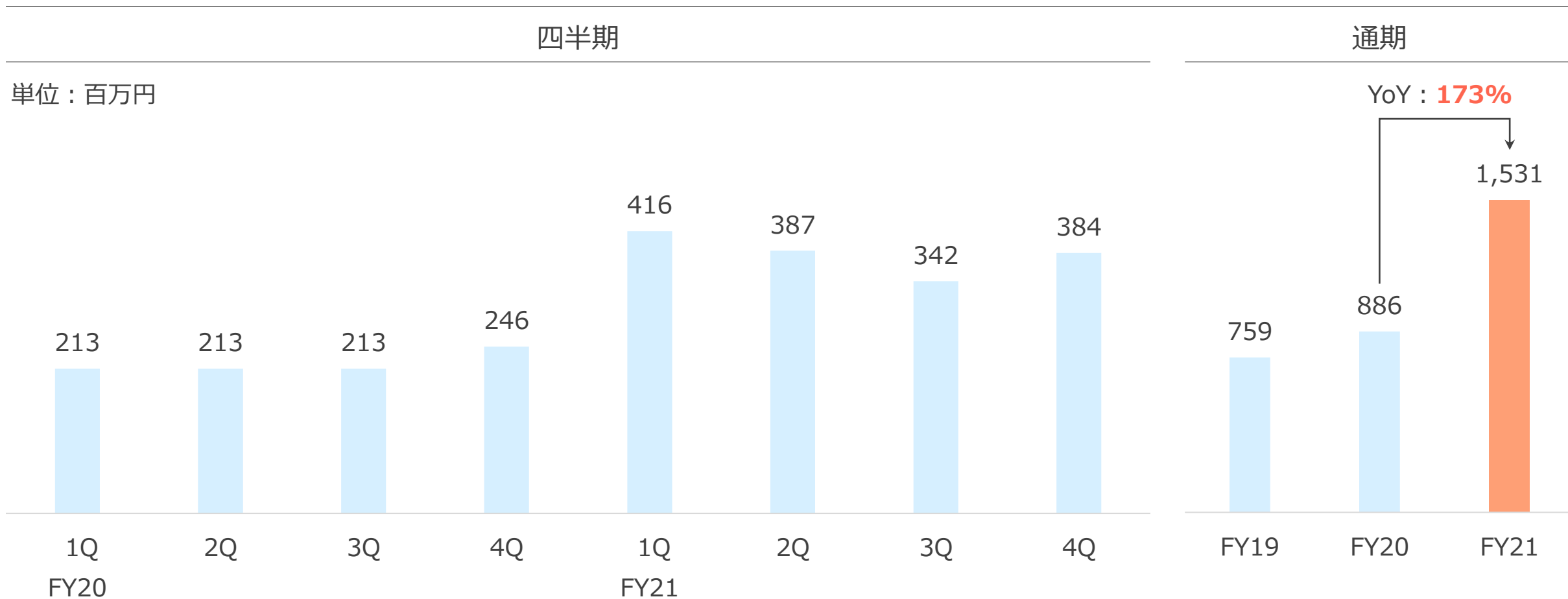
Topics

- 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。
 - マーチャンドライジング
 - 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
- 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)」の開催。

【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、通期で1,531百万円（前期比173%）に拡大。

売上推移

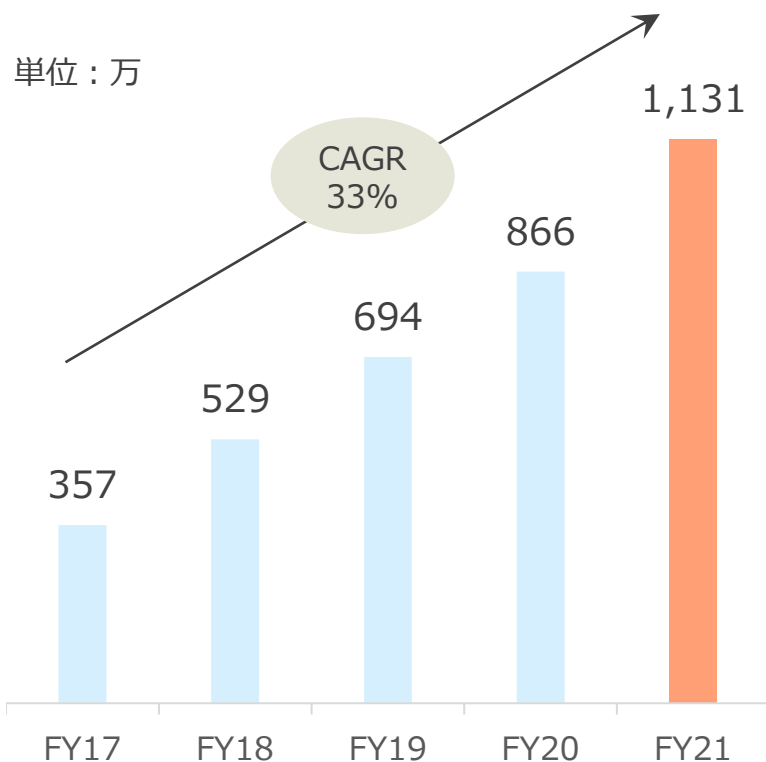


参考：マーケットプレイス関連のKPI推移

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）。

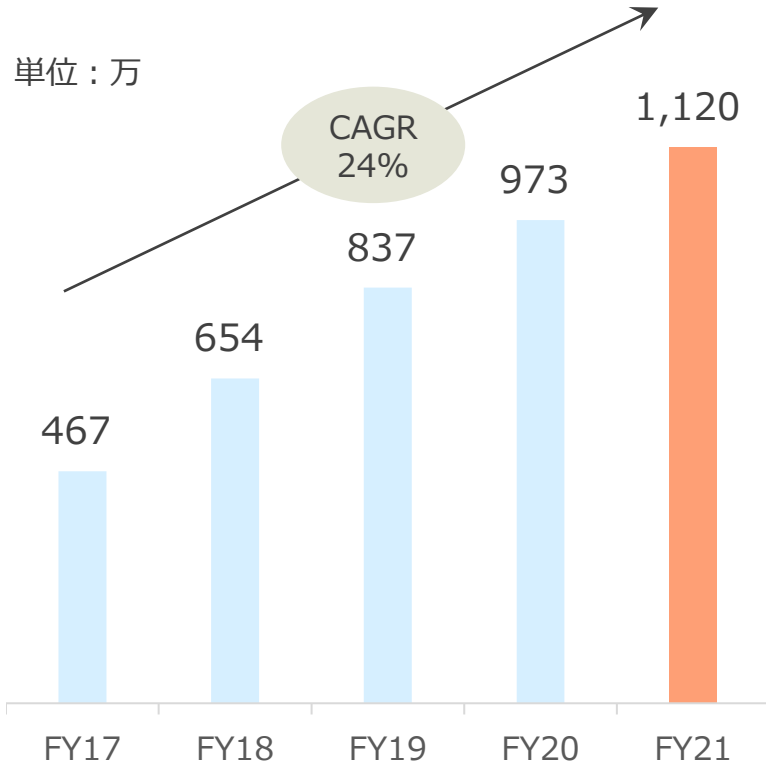
出品数

年平均成長率33%で安定的に出品数が増加。



アプリDL

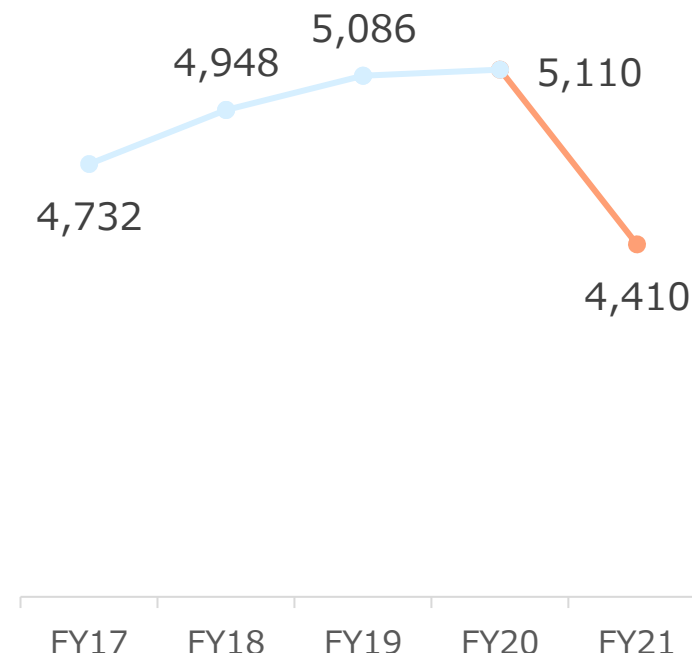
引き続きCAGR24%で堅調にDL数は増加。



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。

単位：円



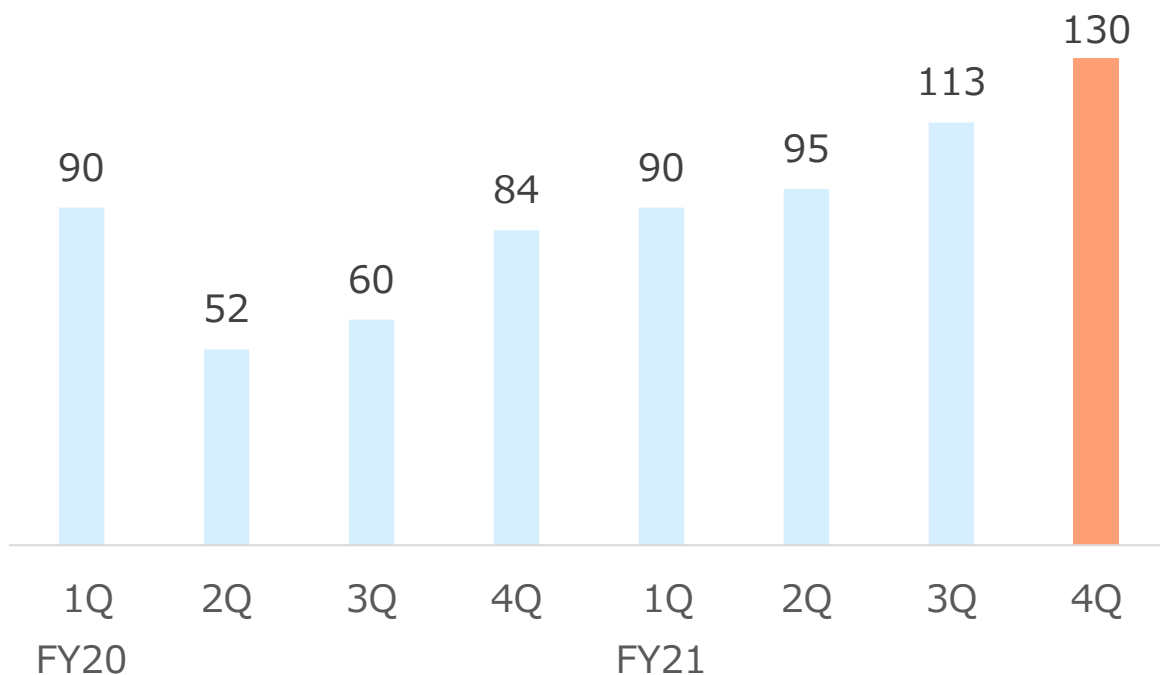
【プラットフォーム】主な取り組みと売上推移

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。

売上推移

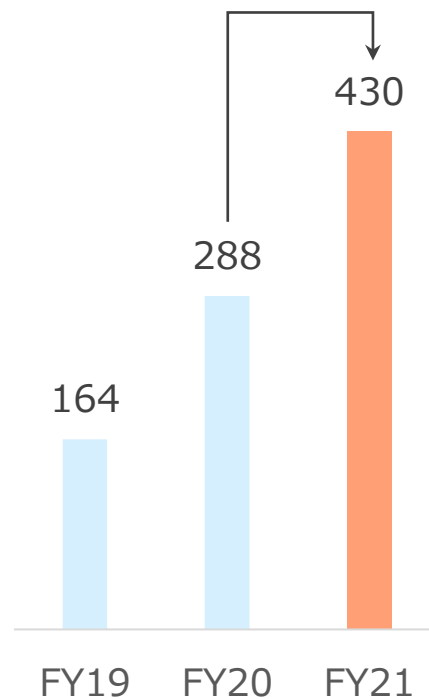
四半期

単位：百万円



通期

YoY : 149%



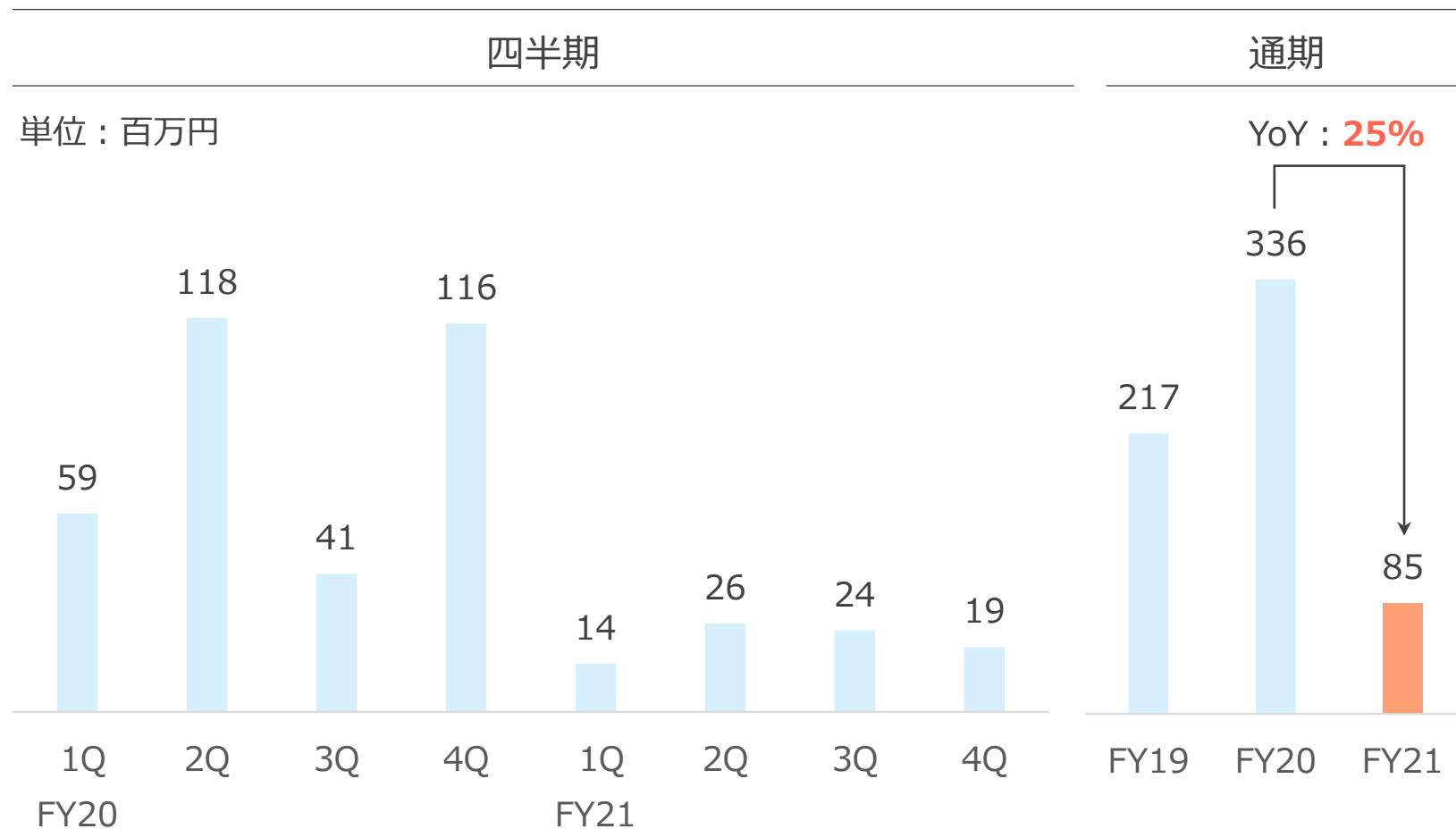
Topics

- 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

【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0.8億円を着地。

売上推移（百万円）



Topics

- 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。

今期FY22の計画と実績進捗



中期経営方針

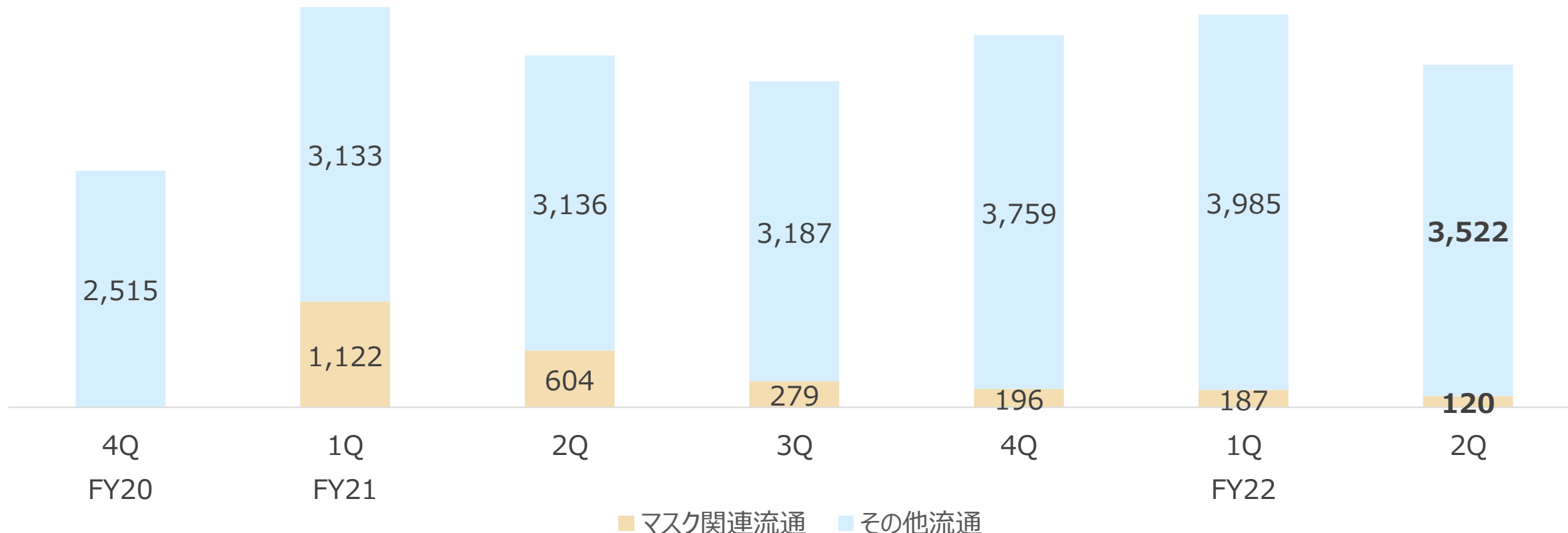
FY22では、前期に拡大・強化されたプラットフォーム基盤と、財務基盤を活用し、既存事業の成長と新規サービスの追加の両軸で成長。

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 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">• レッスン動画、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

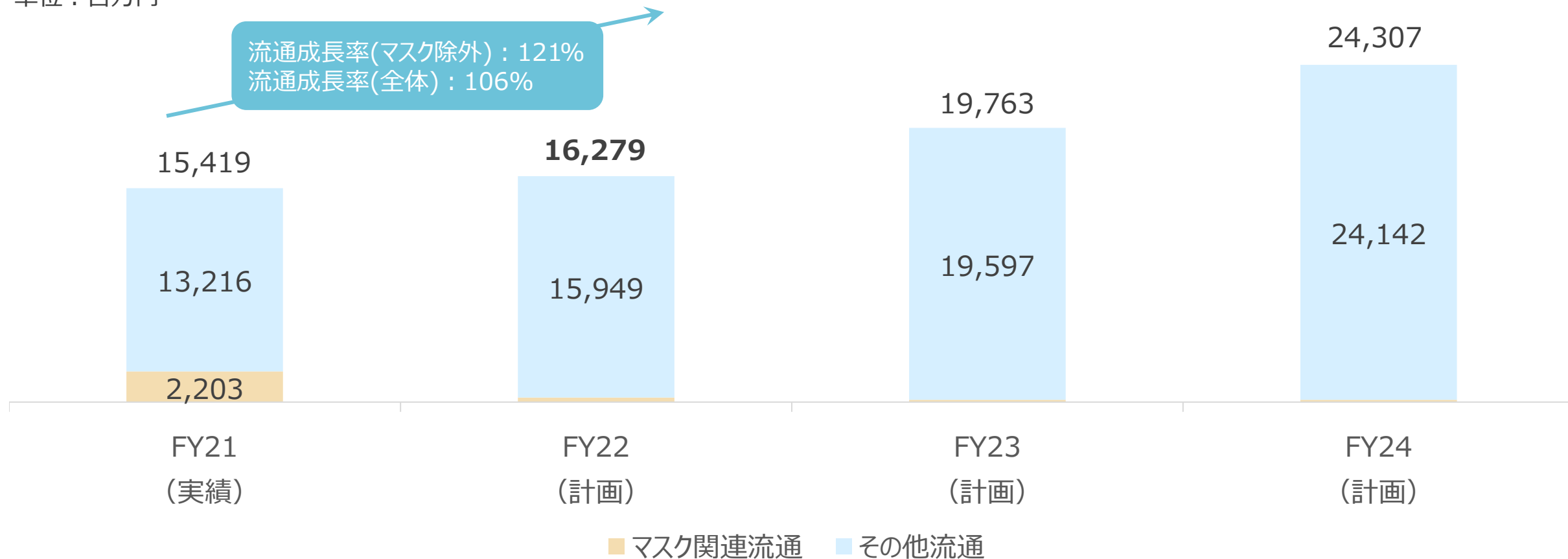


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計でマスク関連流通が若干増加しており、一方で7月13日に開示したFY22のマスク関連商品を除く流通総額が僅かに減少している。

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

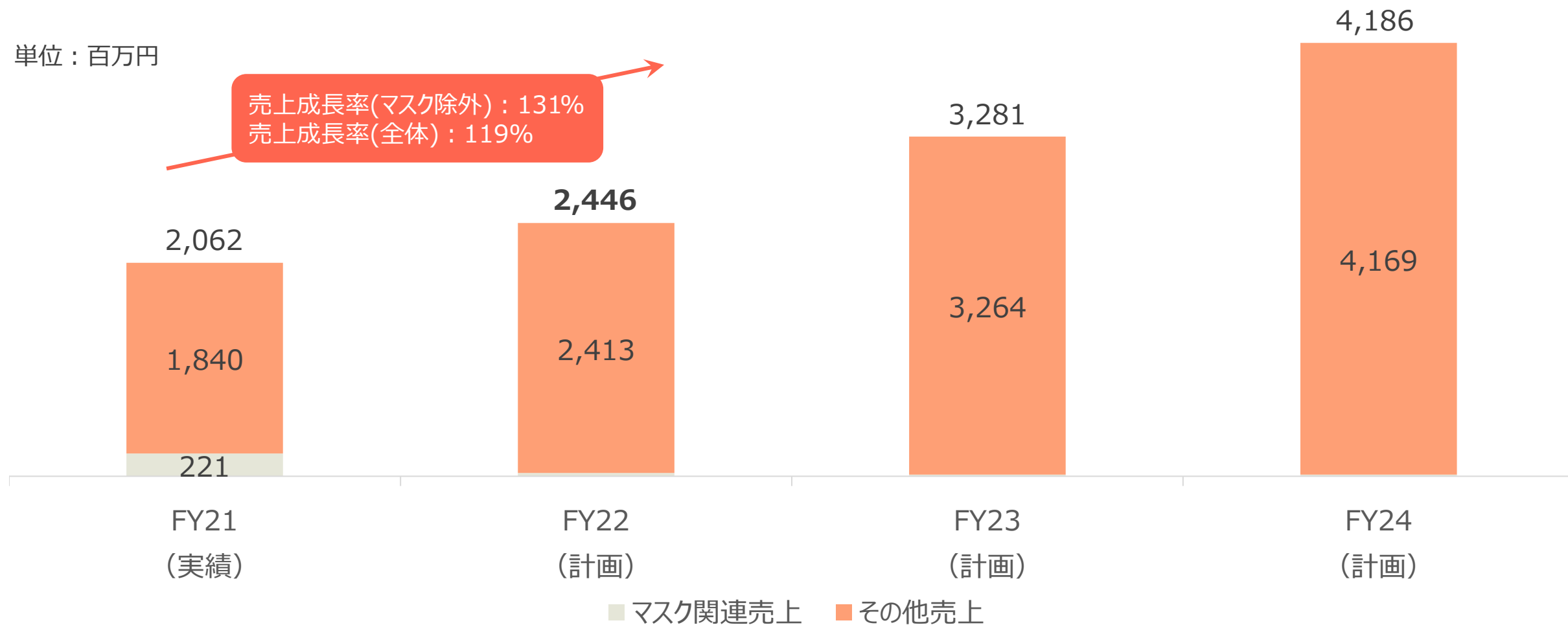


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、マスク関連商品を除く流通総額の成長率は120%から121%に増加した。

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。

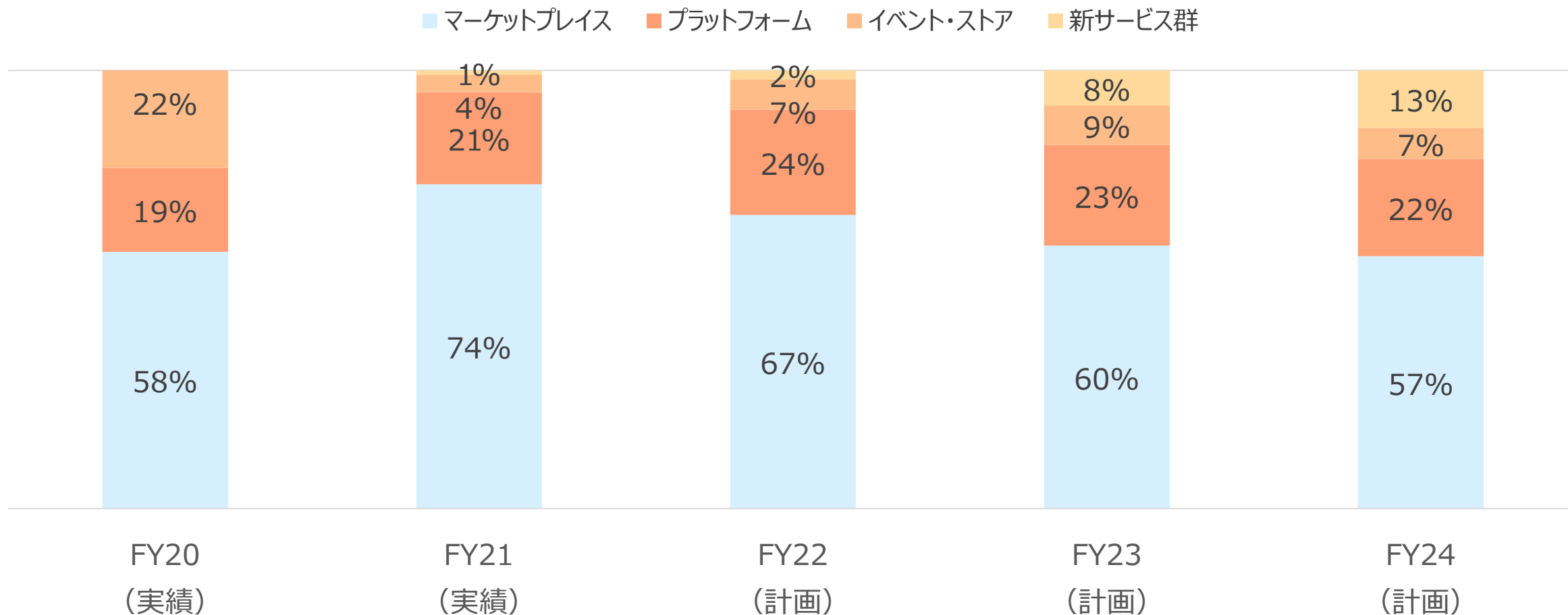
単位：百万円



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。

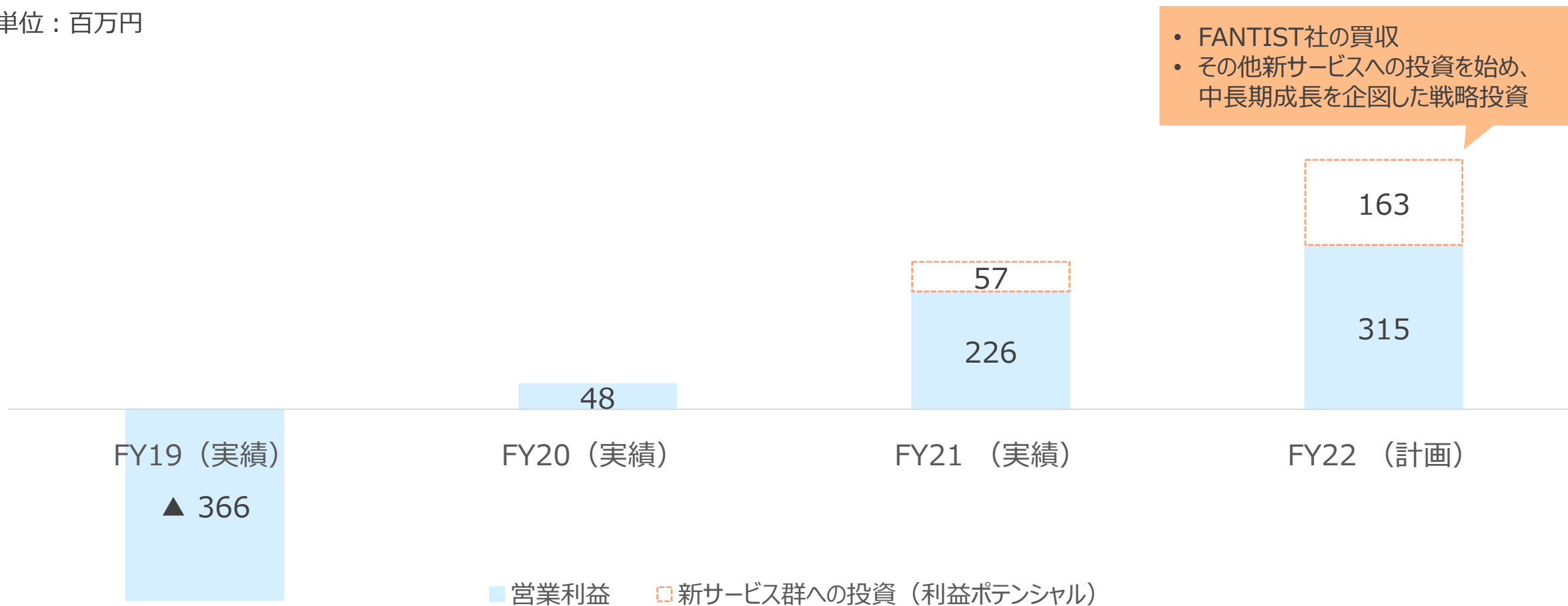


新サービス群への投資と営業利益

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

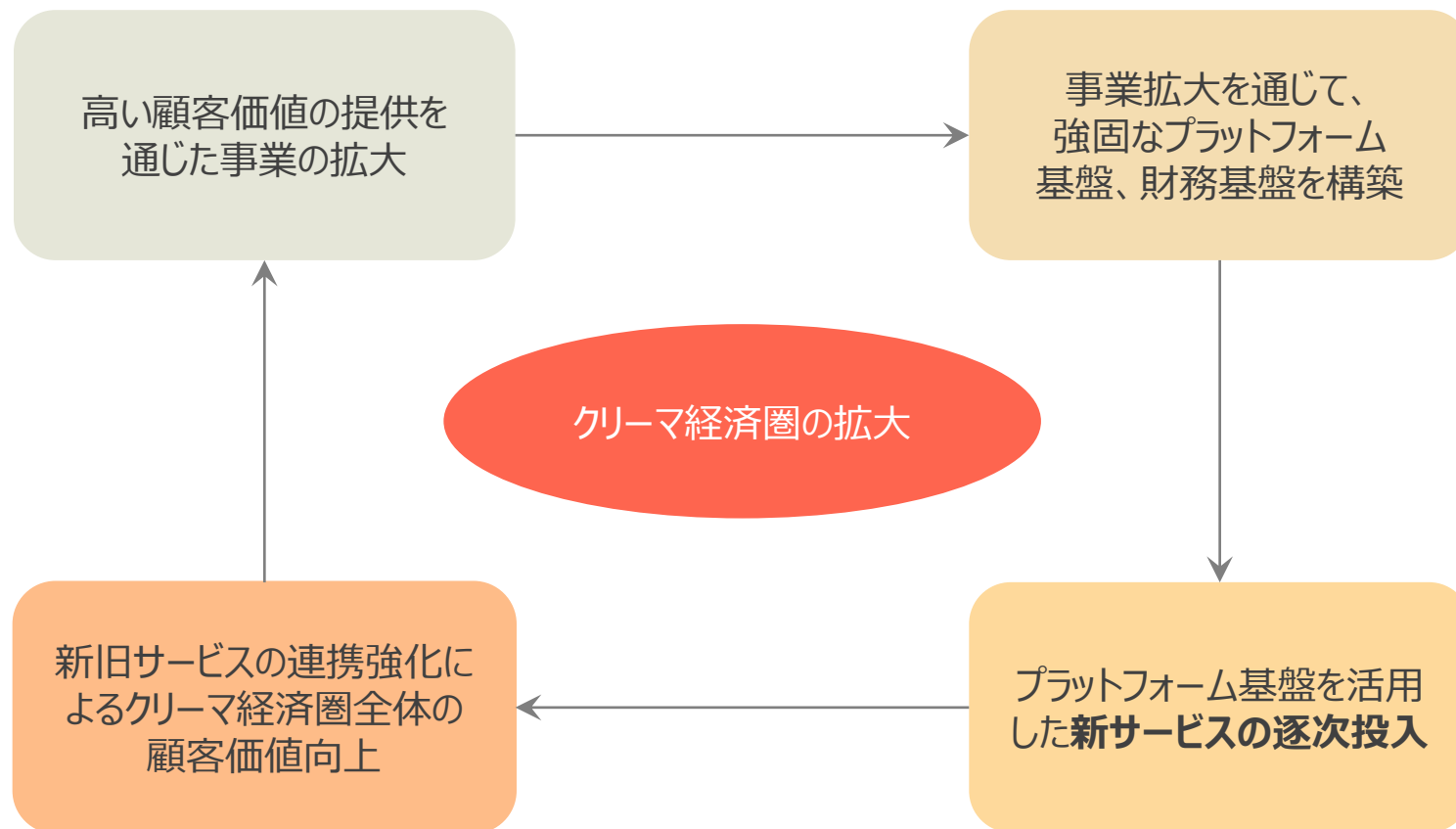
単位：百万円



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の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領域に参入。

サービス領域の拡張



参考：音楽領域での新たな取り組み

2021年11月6日・7日に御殿場高原にて、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」を開催。初開催ながら1万人を超える参加者が集い、継続開催を望む多くの声・反響をいただく結果に。



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%

FY22 2Q時点の業績進捗

計画上、2Qがボトムとなり、3Q・4Qと徐々に高まる事業計画となっているため、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。期初の計画からの変更はなく、下期以降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	通期業績予想 2Q実績	16,279 7,816 ⇒ 進捗率（2Q時点）： 48%	<ul style="list-style-type: none"> • FY22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。
売上	通期業績予想 2Q実績	2,446 1,109 ⇒ 進捗率（2Q時点）： 45%	
営業利益	通期業績予想 2Q実績	315 187 ⇒ 進捗率（2Q時点）： 60%	

次回開示（3Q業績開示）は、2022年1月中旬を予定しております。
また、「事業計画及び成長可能性に関する事項」の次回公開は、2022年4月半ばを予定しています。

ESGに対する取り組み（1/2）

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。



ESGに対する取り組み（2/2）

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。

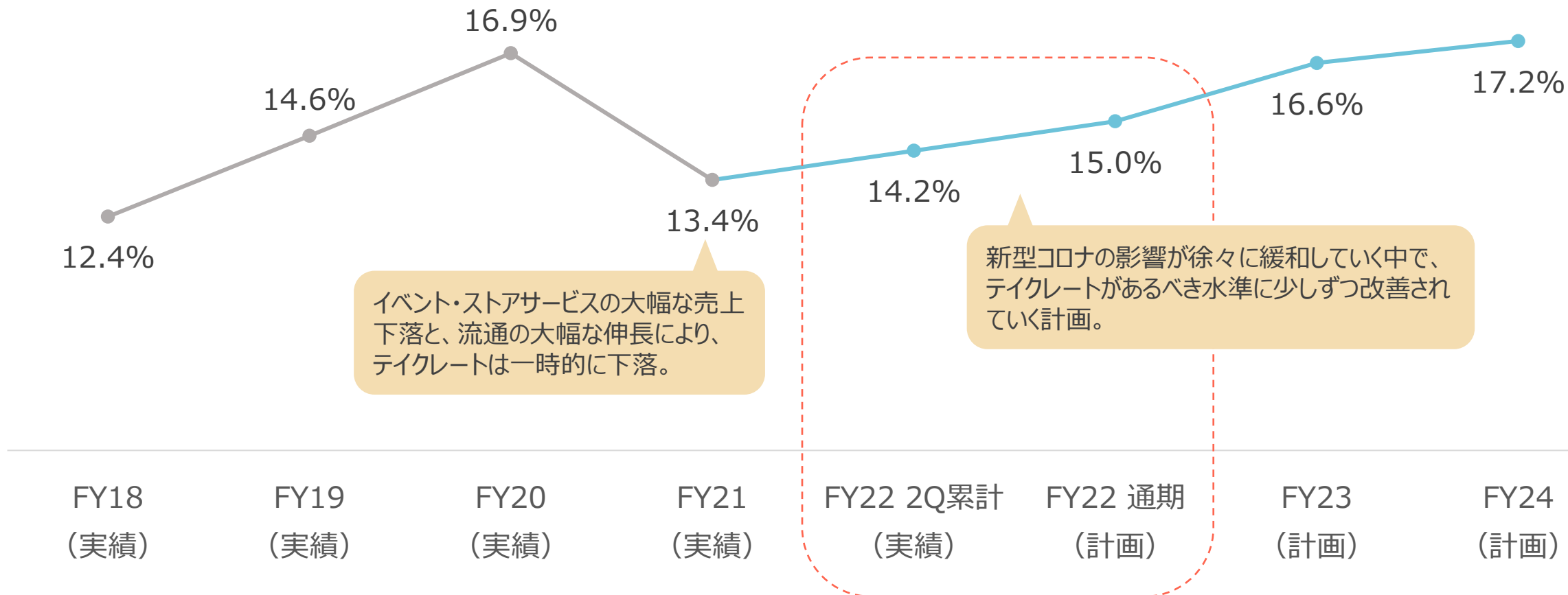




Appendix

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。



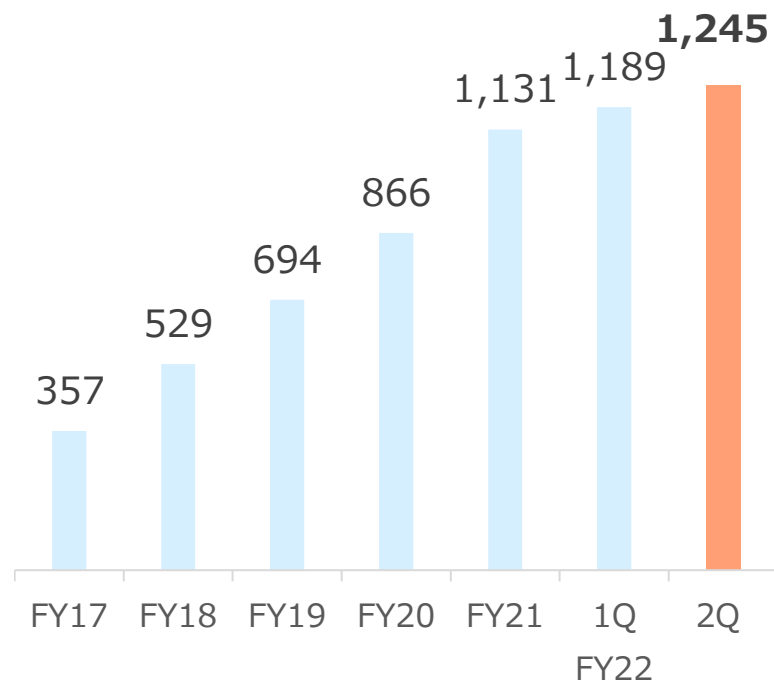
Note) テイクレートは、マーケットプライスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

参考：FY22 2Q時点の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。

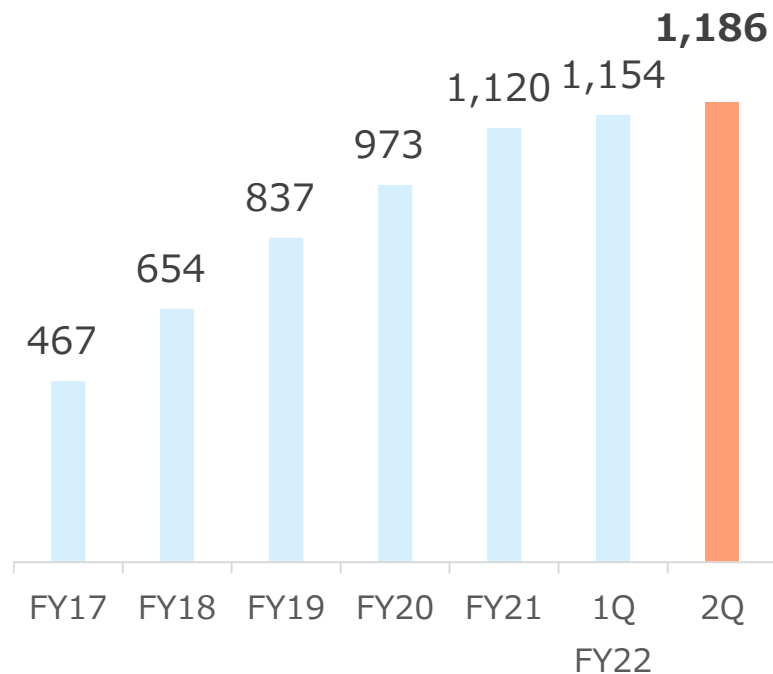
出品数

単位：万



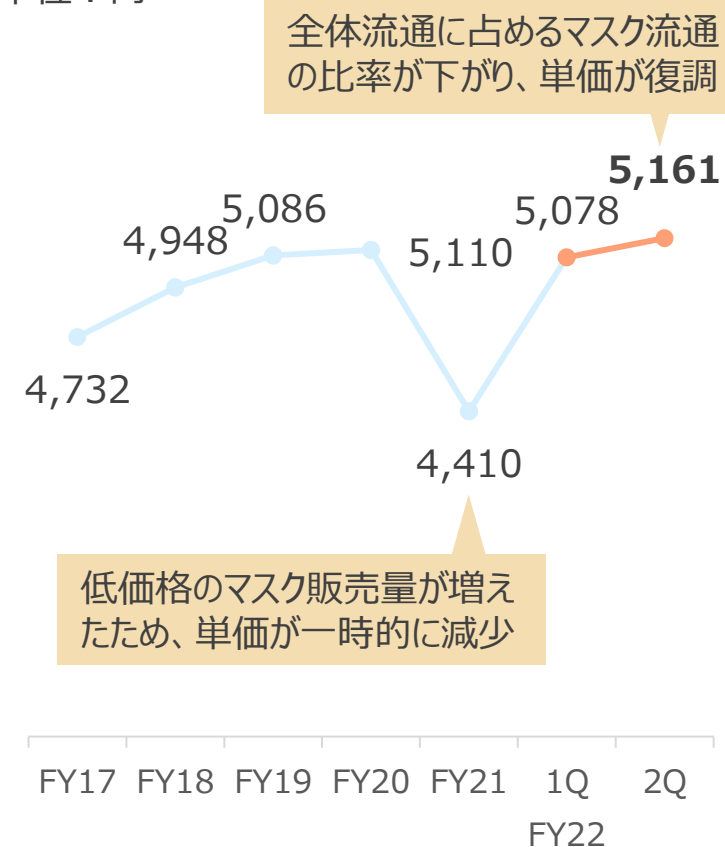
アプリDL

単位：万



平均取引単価 (日本)

単位：円



参考：認識するリスク（有価証券報告書より主なものを抜粋）

リスク

リスク内容と対応方針

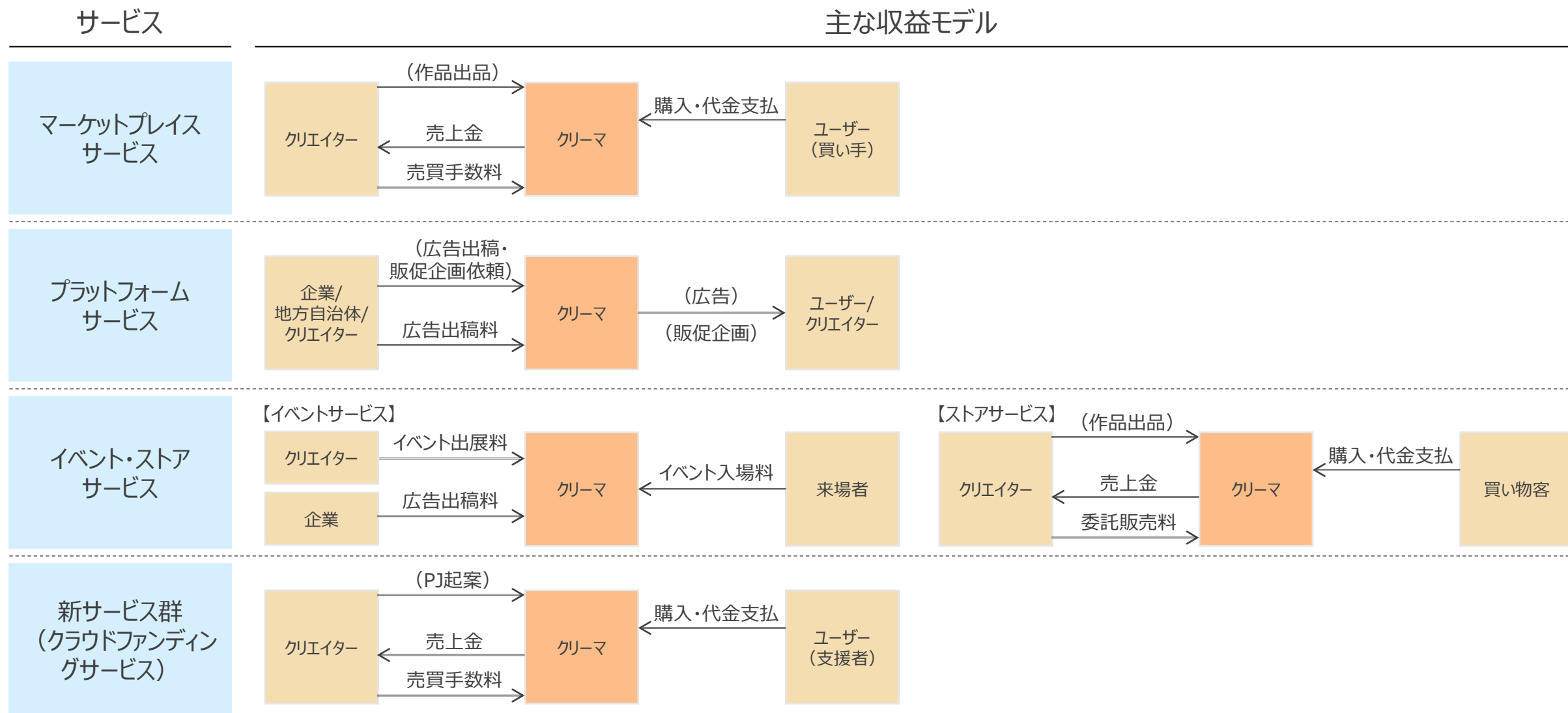
新型コロナウイルス等の 感染症の影響

- 新型コロナウイルスに代表される感染症・伝染病の流行等によって、拡散脅威や外出禁止令による経済活動の停滞や、国内消費量が減退する可能性があります。
- そのような環境の中でも、当社グループが属するハンドメイド業界では、新型コロナウイルス感染拡大防止のための生活様式変容における「巣ごもり消費」が活況となることで継続的な需要が期待できるものと考えておりますが、感染症の流行が長期化することで、実店舗での業績悪化が拡大することや、イベントの開催自粛の継続、直接顧客訪問ができないことで新規営業活動が想定通りに進まなくなるなどのリスクがあると考えております。
- これらのリスクが顕在化した場合は、当社グループの業績及び今後の事業展開に影響を及ぼす可能性があります故、このような外的環境変化を注視し、対応に遅れがないよう柔軟な経営を行って参ります。

システムトラブルによる影響

- 当社グループはオンラインマーケットプレイスの運営が主力サービスであり、その安定的な運用のためのシステム強化及びセキュリティ対策に注力しています。
- しかしながら、システムへの一時的な過負荷、ソフトウェアの不具合、外部からの不正なアクセスによるシステムへの侵入、地震や火事等の災害、予期せぬ電力供給の停止、事故等によって、当社グループのシステムがダウンした場合には、当社グループの事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。
- 本件につきましては、システムの稼働状況・セキュリティ面でのモニタリングや、脆弱性診断及びその手当、定期的なデータのバックアップの実施など、トラブルの自洗防止策を講じるとともに、万が一トラブルが発生した場合においても、迅速に普及できるよう対策を講じております。

参考：各サービスの主な収益モデル



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>