



- 1. クリーマの概要 … P 3
- 2. 2023年2月期の業績レビュー … P 19
- 3. 2024年2月期 成長戦略と業績予想 … P 50
- 4. Appendix … P 62

## クリーマの概要



MISSION

**愛ある事業で、  
人を、世の中を、元気にすること**

VISION

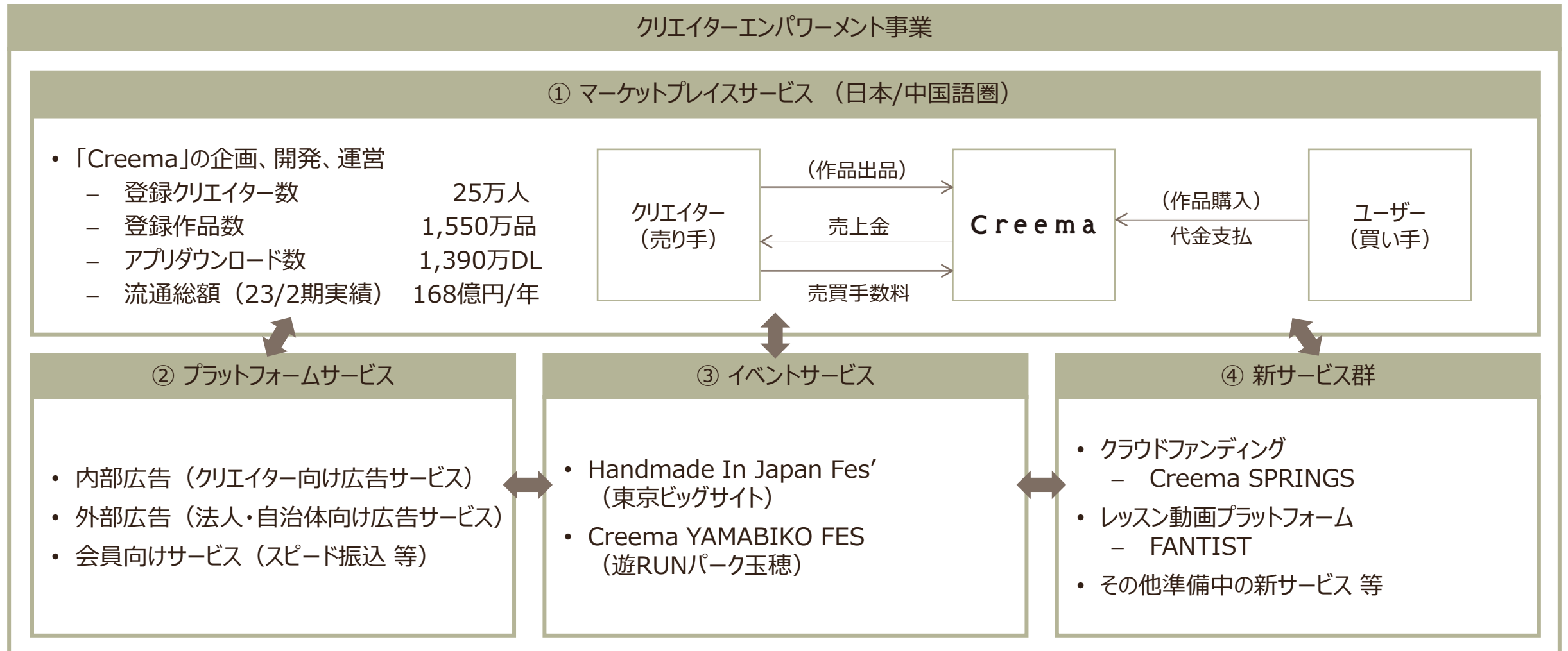
**21世紀をリードする  
新しい一大コングロマリット**

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

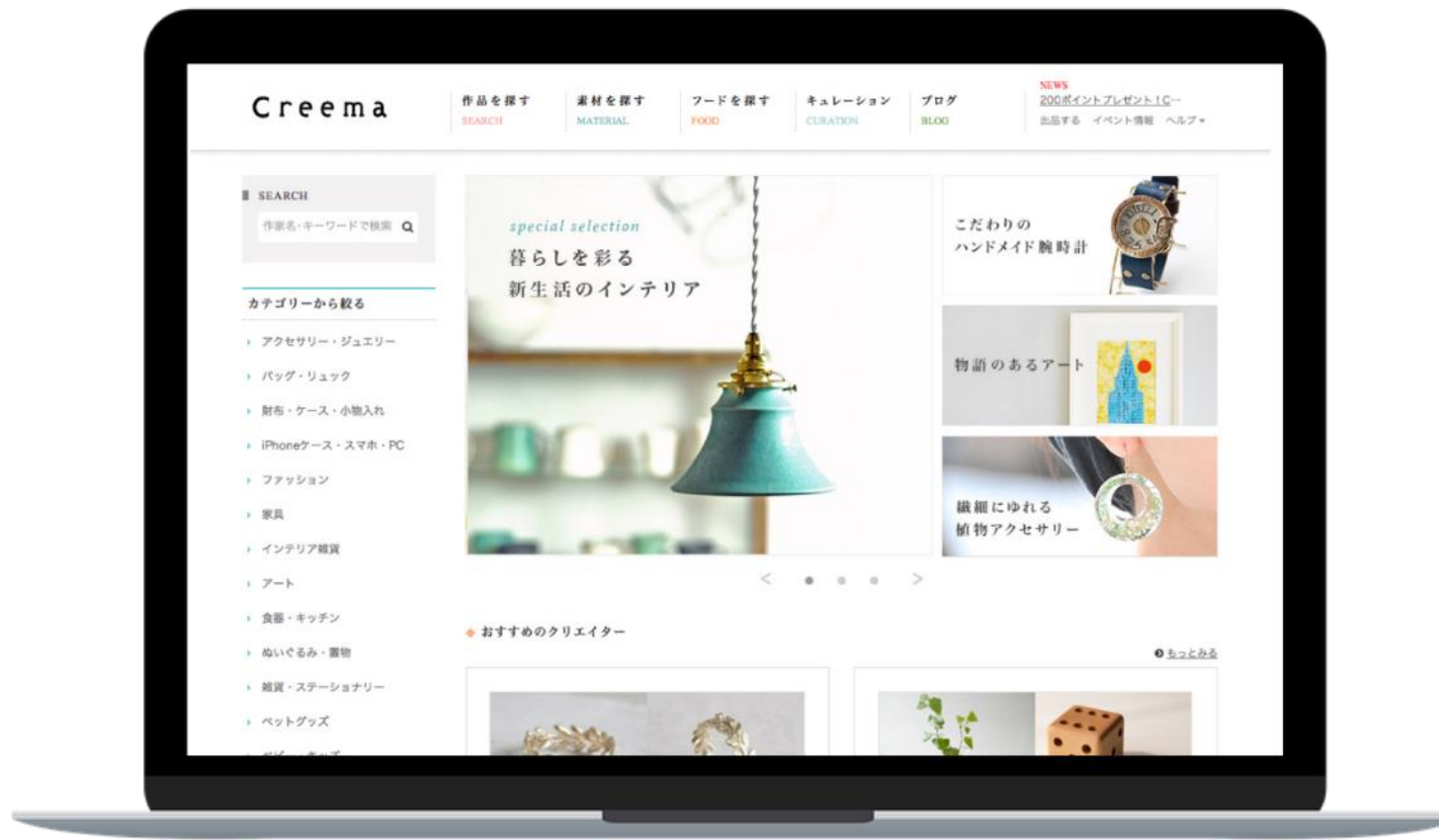
株式会社クリームでは、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」を軸に、クリエイターの活動を支援する様々なサービス領域へと事業を展開し、全てのサービスがダイナミックに連携するクリーム経済圏の拡大に努めております。





## 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、25万人のクリエイターが制作する1,550万点の作品を出品。2023年2月期の流通総額は168億円を超え、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している。



## 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、事業の複層化を進めている。

### 内部広告

クリエイターが、「Creema」上で自ら広告を出稿し、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 - イベント

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)」や、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES」を開催するなど、日本全国で様々な大型イベントの開催を通じて、日本のクリエイティブカルチャーを醸成している。

#### HandMade In Japan Fes'

日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes'」を東京ビッグサイトにて2013年より継続的に開催している。



#### Creema YAMABIKO FES

野外音楽ステージを中心にクラフト市やサウナ村等も楽しめる、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES」を2021年より開催している。



## 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中。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2021年2月期より提供開始。

Creema SPRINGS プロジェクトを探す 検索 プロジェクトをはじめめる ログイン | 新規登録

トップ > プロジェクト > 【最大30枚】膨らみづらく美しく整う長財布&カードが整列・利き手を選ばず、快適の極みを目指す独自設計

【最大30枚】膨らみづらく美しく整う長財布&カードが整列・利き手を選ばず、快適の極みを目指す独自設計

このプロジェクトは2023/03/01に終了いたしました。温かいご支援、ありがとうございました。



◎ このプロジェクトは実行確約型です

Success  
集まっている金額  
9,514,390 円 (目標金額 200,000 円)

4757%

購入者数  
488 人

終了しました

お気に入り 120

バチバチ 521

お気に入り

バチバチ

このプロジェクトのポイント

- ✓ 使用頻度の高いカード16枚が見やすく、更に中央部の10枚は斜めにスライドして取り出しスムーズ
- ✓ 中央部のマルチスペースは取り出しやすさを追求し設計 小銭や鍵などの取り出しがラクラク<意匠登録済>
- ✓ 発色の良いイタリア革（退色少なくキズが目立たないシュリンク型押）と日本製・抗菌加工の裏地を使用

Creema SPRINGS プロジェクトを探す 検索 プロジェクトをはじめめる ログイン | 新規登録

トップ > プロジェクト > 日本初のシュトーレン専門店を開店したい～季節ごとの旬の食材でつくる最高のシュトーレン～

日本初のシュトーレン専門店を開店したい～季節ごとの旬の食材でつくる最高のシュトーレン～

このプロジェクトは2023/01/11に終了いたしました。温かいご支援、ありがとうございました。



◎ このプロジェクトは実行確約型です

Success  
集まっている金額  
3,019,300 円 (目標金額 100,000 円)

3019%

購入者数  
508 人

終了しました

お気に入り 115

バチバチ 582

お気に入り

バチバチ

このプロジェクトのポイント

- ✓ ブランジェカイイチは、まだ日本に無いであろう旬の食材を活かしたシュトーレンの専門店を開店いたします。
- ✓ 天然酵母を用いたシュトーレンならではの味の奥行きを武器に、一年中楽しめる多彩な作品をお届けします。
- ✓ シュトーレン専門店の開店を記念して人気作品をリターンに用意しました。この機会に是非お楽しみください。



#### 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、2022年2月期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。
  - 25万人に及ぶ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、2024年2月期にも新サービスを追加する方針。

### 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



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。

#### レッスン動画プラットフォーム etc.



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により、EdTech領域へ参入。

### 今後リリース予定のサービス

#### その他新サービスの導入



「Creema」とシナジーのある各種新サービスの開発、検討が進行中。2024年2月期以降、順次新サービスをローンチできるよう投資を継続する。その第一弾のリリースを今期中に行う。



## クリーマの競争優位性

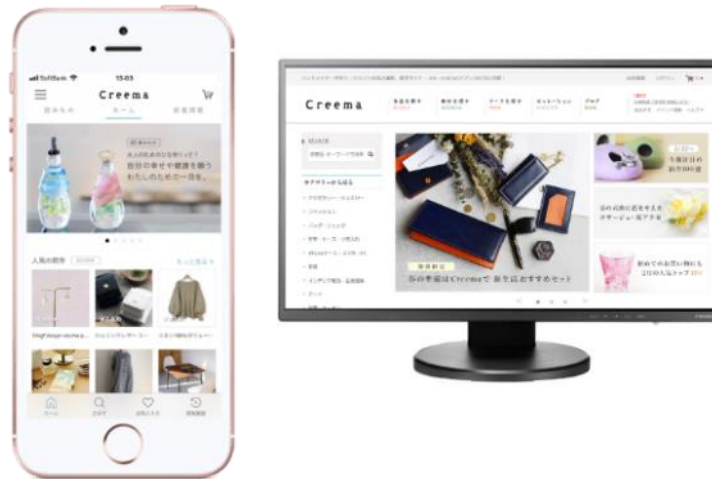
プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤、高品質のサービス・プロダクト、クリエイターの自己実現を支援する各事業が高度に連携したクリーマ経済圏が当社の独自性・優位性となり、市場に高い参入障壁を構築。

### 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強固なコミュニティ基盤。
- 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1,550万点。

### 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。
- 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

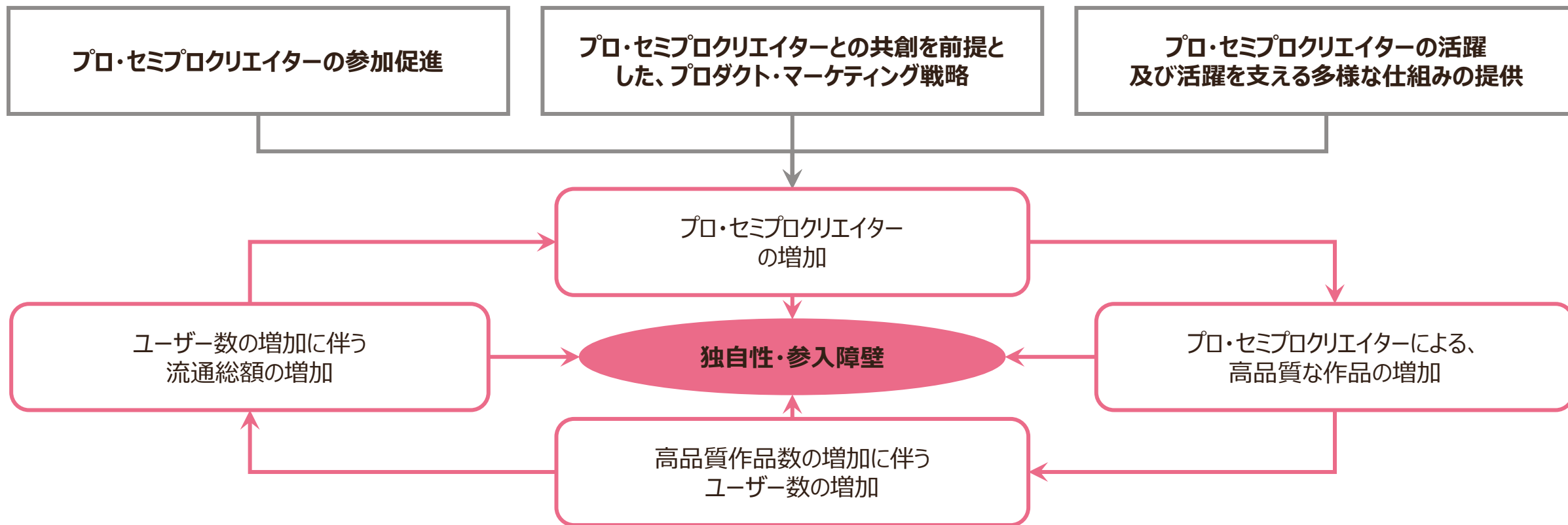


- 相互に連携した多様なサービス群を展開し、事業を通じたクリエイターの自己実現を応援。

## A. プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤

約25万人に及ぶプロ・セミプロ中心のクリエイターによる、高品質な作品をユーザーに提供。高い独自性と優位性、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独自性・優位性・参入障壁の構築



## B. 優れたサービス・プロダクト

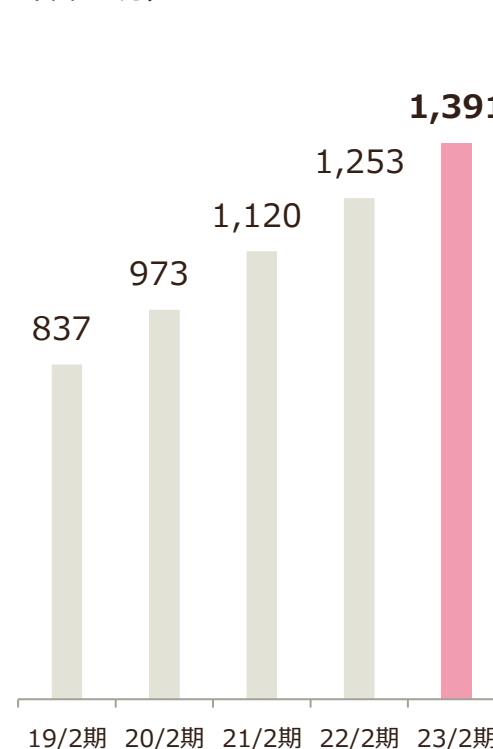
「Creema」のアプリの満足度は、EC/C2Cマーケットの国内主要プレイヤーと比較しても高評価を獲得している。このような高品質のサービス・プロダクトが、アプリダウンロード数・出品数の安定的な成長を支えている。

アプリプラットフォーム上での評価比較

主要ECアプリ	iOS	Android
Creema	<b>4.8/5</b> (27.3万件の評価)	<b>4.5/5</b> (1.81万件の評価)
大手ファッションEC	<b>4.5/5</b> (11.4万件の評価)	<b>4.3/5</b> (1.67万件の評価)
大手フリマアプリ	<b>4.6/5</b> (404.7万件の評価)	<b>4.2/5</b> (58.4万件の評価)

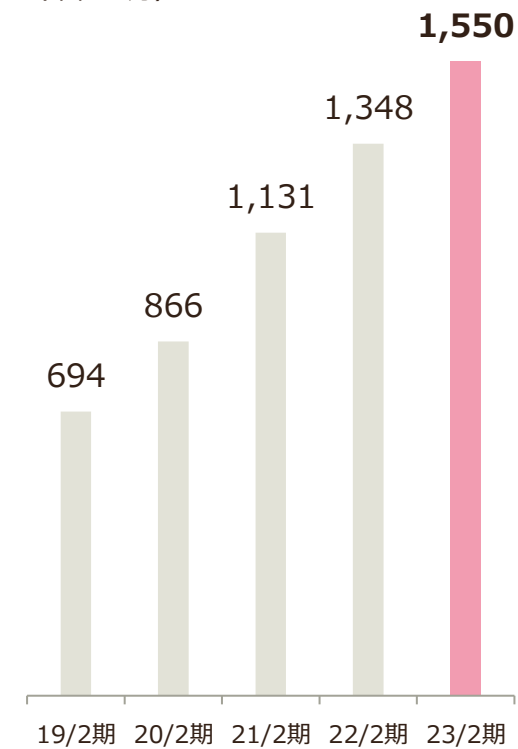
「Creema」アプリDL数

(単位：万)



「Creema」上の出品数

(単位：万)



Note) アプリダウンロード数、出品数ともに累積値

Source) アプリ評価は、2023年4月13日時点の評価を確認。

## 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る。



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顕在市場規模は現在400億円。潜在市場規模は約3,150億円と推察されることからまだまだ拡大可能。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。

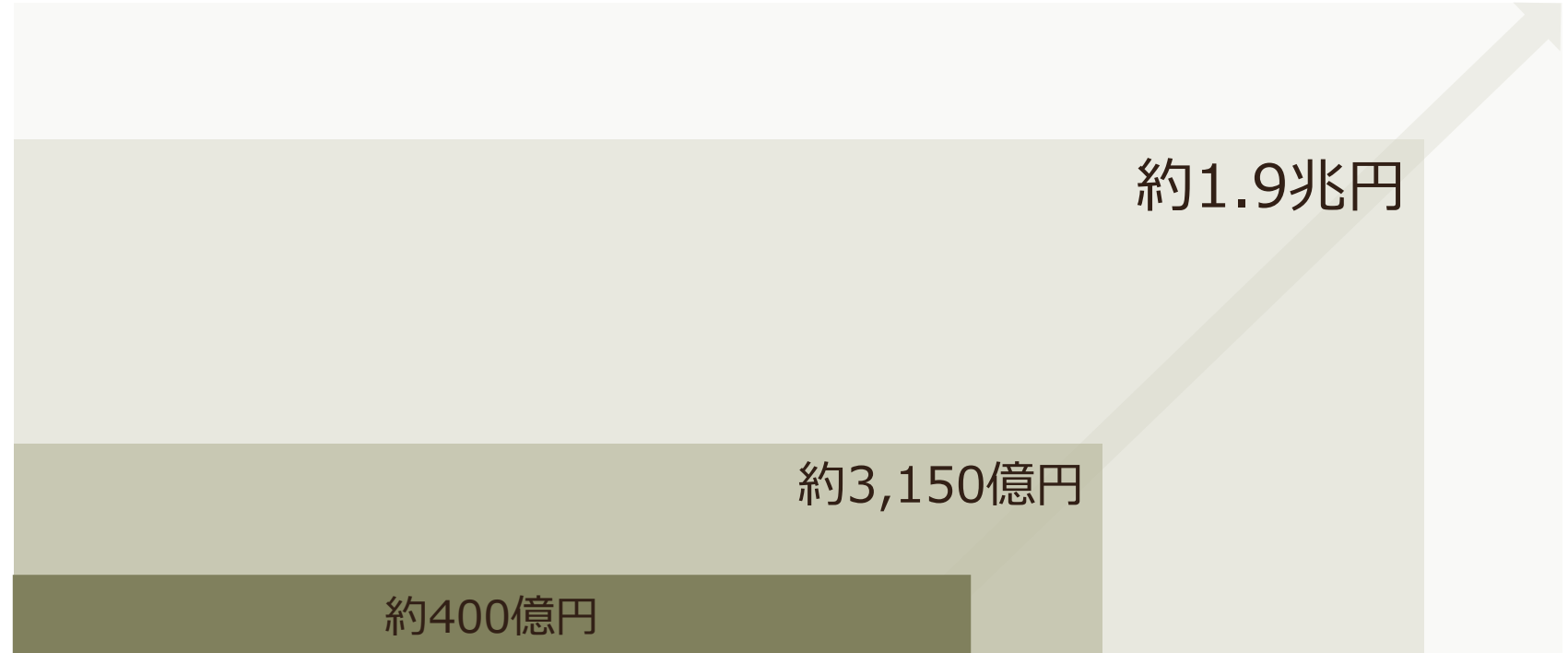
### 国内クリエイターエンパワーメント市場

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、2022年1月から2022年12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2022年の米国内での流通総額64.9億ドルを米国内人口3.33億人で除した1人当たり流通総額と、日本の人口の積を求め、その数字3,150億円(1\$=132.7円前提)と算出。上場時に開示したTAMよりも大きくなっていますが、これは新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、マスク関連需要や巣ごもり消費などが後押しするカタチで国内事業者・Etsyの流通規模が大きく成長し、それを契機にハンドメイドマーケットプレイス市場全体の成長速度が高まったためです。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2019』から該当部分を抜粋しております。

Source : GMOペパボ決算資料、Etsy決算資料、ホビー白書2018・2019

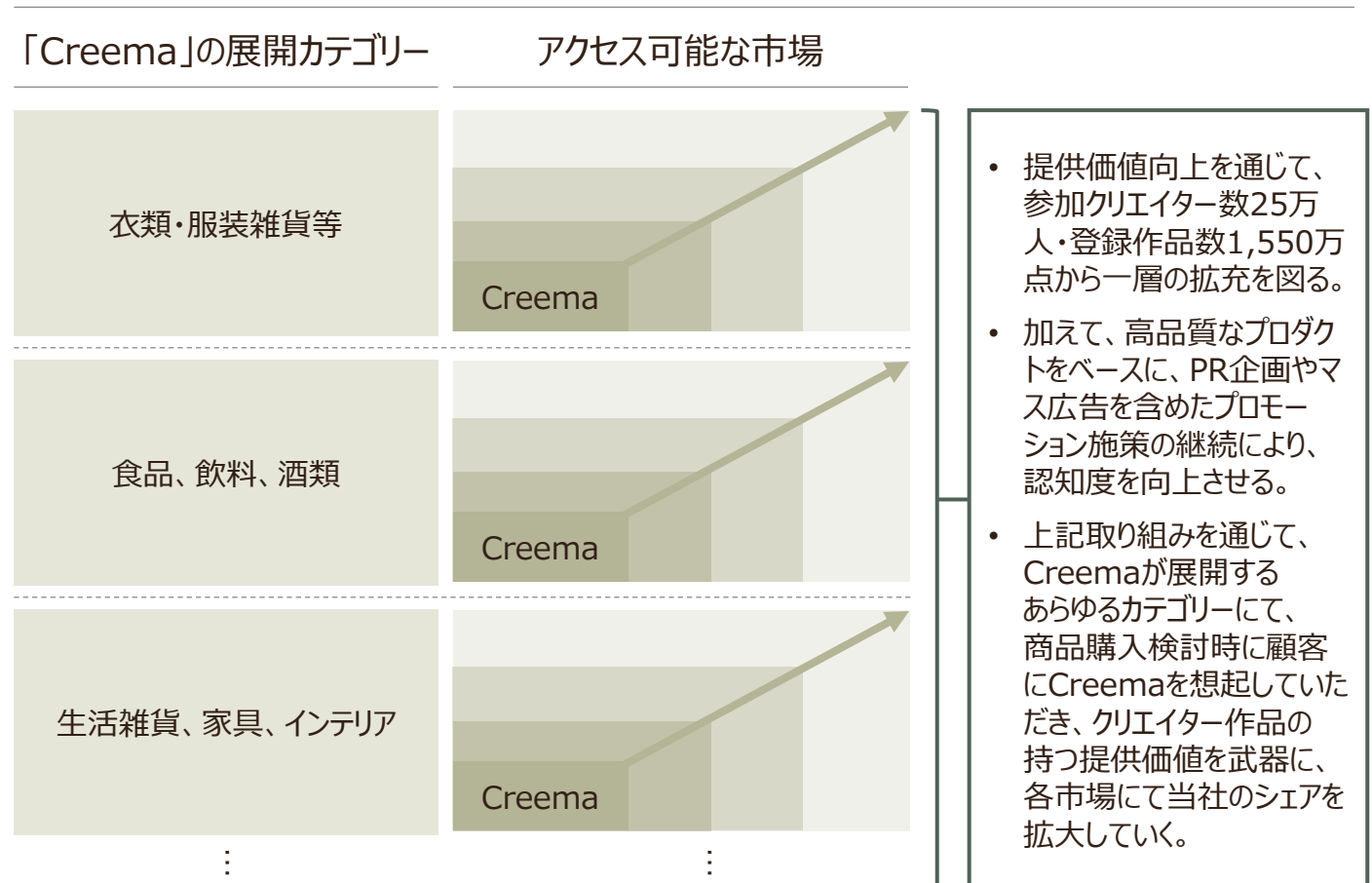
# Total Addressable Market (2/2)

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であれば、あらゆるカテゴリ・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

ユーザータイプ	特徴
ハンドメイド愛好家層	<ul style="list-style-type: none"> <li>クリエイター作品を好んで購入するユーザー</li> <li>複数のクリエイターから様々な作品を購入</li> </ul>
特定クリエイターのファン層	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
中立層	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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</li> </ul> <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・カテゴリにアクセス可能</p>

## クリエイター作品の市場拡張性イメージ



2023年2月期の業績レビュー



**2023年2月期に先立つ、2022年2月期においては、ハンドメイドマーケットプレイス「Creema」の流通総額は「過去最高額」の160億円を突破。日本及びアジア最大級のプラットフォームとして当該市場での強固なポジションを確立した。**

- 新型コロナウイルス蔓延に伴い、前期、マスク関連商品及び巣ごもり消費による流通が例外的に増加。
- その例外値であるマスク関連商品の流通を除いた、2022年2月期の流通総額は前年比118%（マスク関連の流通を含めると、前年比104%）と力強く成長。
- その結果、流通総額は過去最高額となる160億円を突破。

**前期2022年2月期の財務業績も力強く成長。売上・利益のいずれにおいても過去最高額を達成。**

- 売上高は、前期比111%成長となる22.9億円で着地し、過去最高。
- 営業利益は、前期比143%成長となる3.2億円で着地し、過去最高。
- 経常利益も、前期比177%成長となる3.6億円で着地し、過去最高。
- 税後利益も、前期比129%成長となる2.3億円で着地し、過去最高。

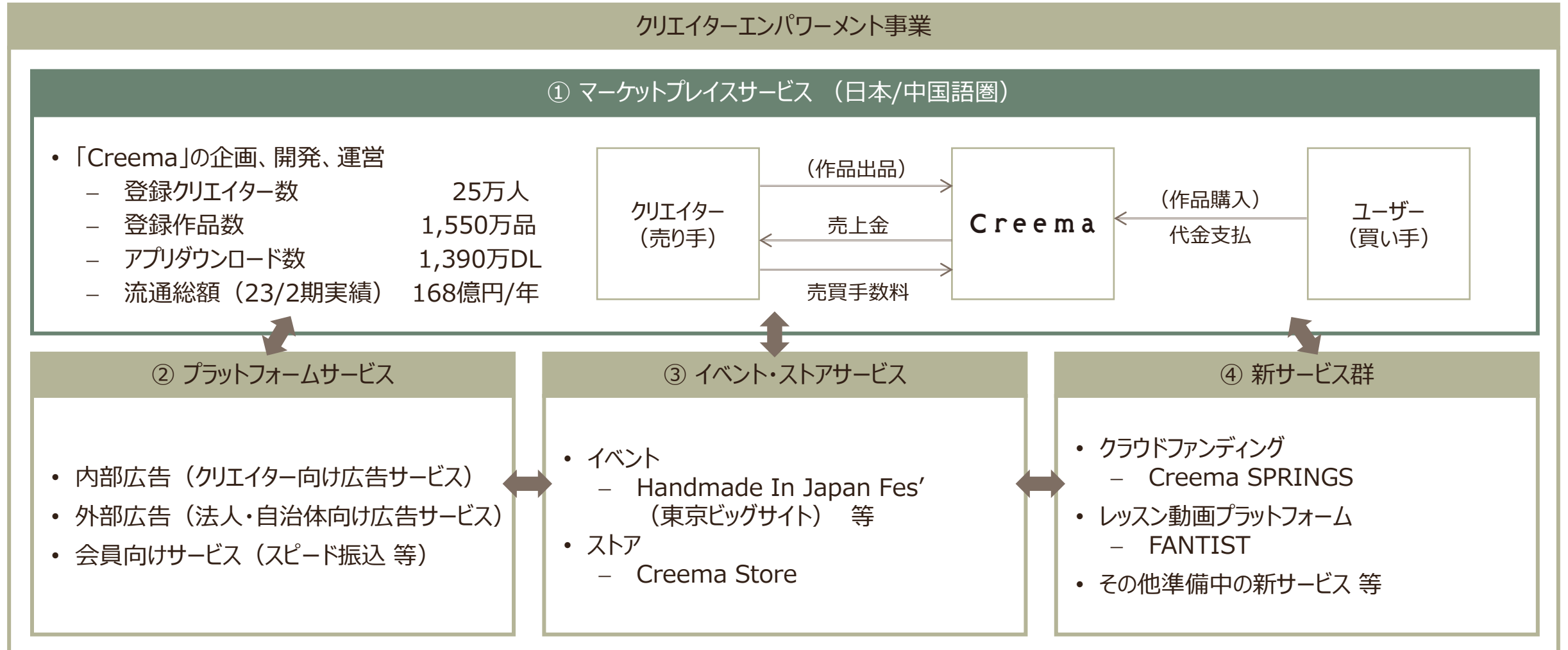


## 2023年2月期における戦略方針の振り返り

2022年2月期の実績を踏まえ、2023年2月期は、戦略課題に対応すべく「TVCMを中心とする大型プロモーション投資」と「新サービス群の拡大・強化」の2つを主軸としつつ、「既存事業の更なる洗練化」も並行して行うことで、「クリーム経済圏」の一層の拡大を目指してきた。

戦略課題	2023年2月期の戦略方針	概要
<b>A</b> ハンドメイドマーケットプレイス市場 及びサービスの認知拡大	<b>1</b> TVCMを中心とする 大型プロモーション投資	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場及びサービス認知度向上を目的に、TVCMを中心とする大型プロモーションを実施する。</li> <li>今回の認知拡大を通じて、ハンドメイドマーケットプレイス市場の拡大を進めるとともに、その他EC市場のシェア獲得も進める。</li> </ul>
<b>B</b> 新サービスの創出による クリーム経済圏の強化	<b>2</b> 新サービス群の拡大・強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>既にリリース済みの「Creema SPRINGS」と「FANTIST」について引き続き投資を行い、事業の本格的な拡大を目指す。</li> <li>上記に加え、当社のリソースを活用した新サービス群の開発投資を加速し、新サービスのローンチ準備を進めていく。</li> </ul>
	+	
	<b>3</b> 既存事業の更なる洗練化	<ul style="list-style-type: none"> <li>主軸サービス「Creema」の中長期成長に向け、ユーザー体験をより向上すべく、システム及びインフラ基盤に対して、2023年2月期に大型投資を実行。</li> <li>上述を含め、既に事業の柱となっているマーケットプレイス、プラットフォームサービス、イベント・ストアの3サービスの更なる磨き込みを継続。</li> <li>認知の拡大と、新サービス拡充と組み合わせることで、「クリーム経済圏」全体の顧客価値が高まり、事業の価値や優位性は一層強固なものになる。</li> </ul>

当社は、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エンパワーメント事業を展開している。次頁以降、各サービスについて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

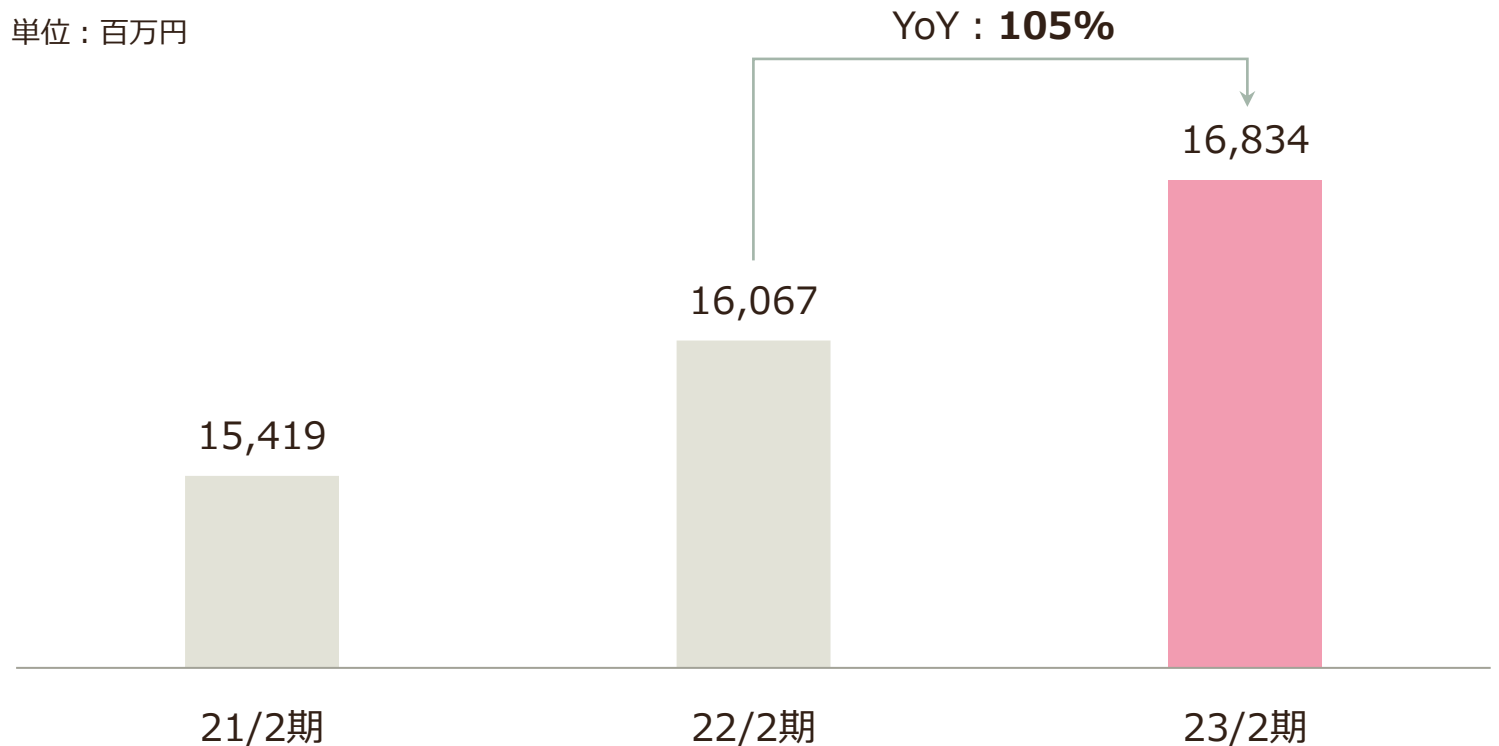
マーケットプレイスサービスでは、TVCMを含む大型プロモーションに加え、検索機能やインフラ基盤の強化などを始めとするプロダクト開発に注力。サービスへの流入数の増加はあったものの、新型コロナウイルス感染症の一定の収束に伴い、消費の場がオンラインからオフラインへ移行する、いわゆる「リオープンング」によるマイナス影響を年間を通して受ける中で、流通総額は前年同期比105%となる168億円で着地。

### 主な取り組み

- 「Creema」の認知拡大を目的としたTVCMを放送。
  - 第一弾：8月下旬～9月上旬
  - 第二弾：11月下旬～12月上旬
  - 第三弾：2月中旬～
- TVCMと連動した特集・キャンペーン施策を大々的に展開。加えて、クリスマス・お正月・バレンタイン等、季節ごとの需要に応じた各種キャンペーンも展開。
- クリエイターが作品を出品する際に用いるオプション機能の強化をはじめ、ユーザー・クリエイターの利便性向上を企図して「Creema」プロダクトを改善。
- 「Creema」が取り扱う1,400万の作品を海外に展開すべく、「海外購入代行サービスBuyee」との連携も開始。
- 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も引き続き強化。

### Creemaの流通

単位：百万円



## 参考：TVCMの放送

「Creema」の認知を拡大すべく、「どこにもない、が、ここにある。」をキーコンセプトに、女優の高山都氏、モデルの安井達郎氏夫婦を起用したTVCMを全国で放送した。





## 参考：ユーザー向け施策の一例

母の日やゴールデンウィーク等、トレンドを捉えた多様な特集を展開することで、クリエイター作品が持つ多様かつ懐の深い魅力をユーザーに届けることに注力した。

### 母の日

母親に対して伝えたい想いを切り口にして、Creema上の作品を紹介し、母の日におけるプレゼントニーズに対する提案を行った。



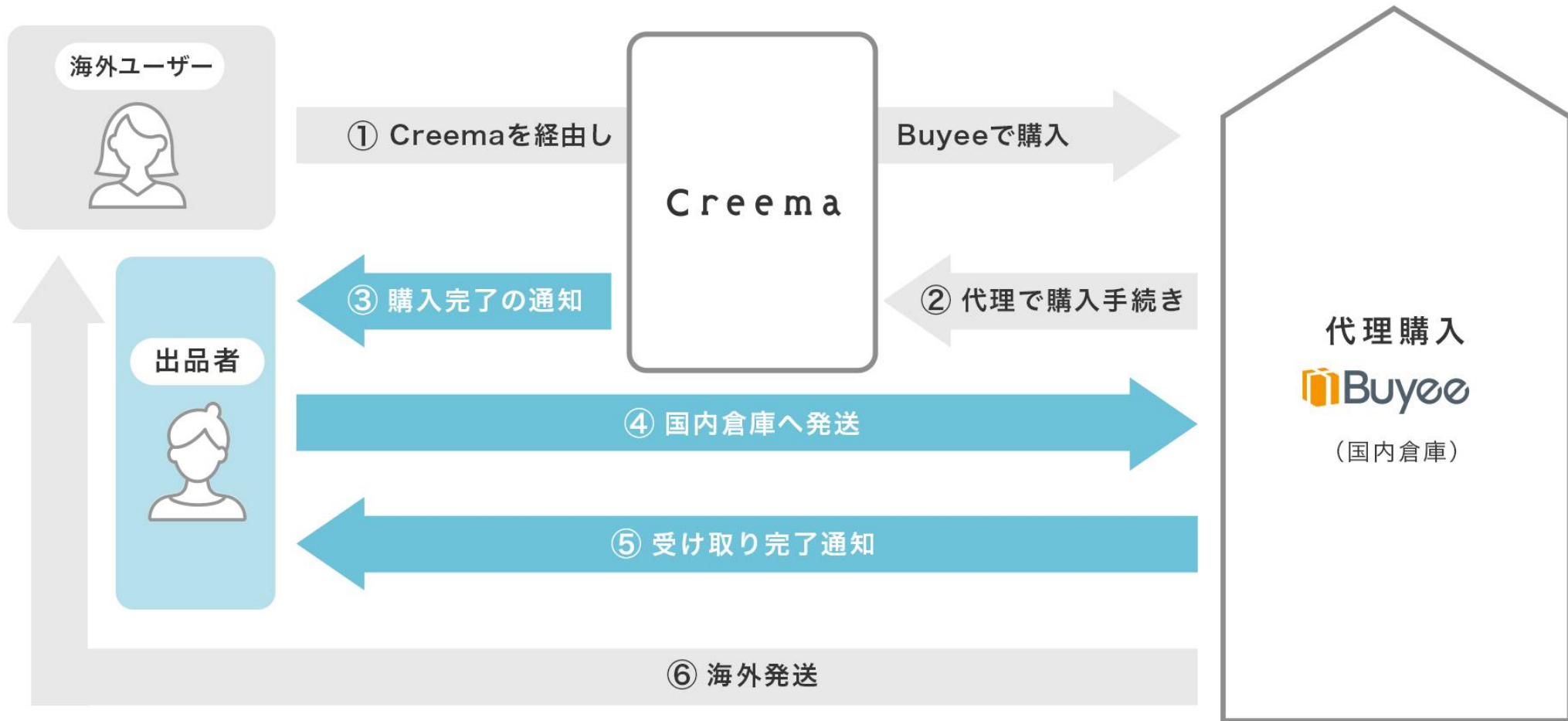
### ゴールデンウィーク

ゴールデンウィーク中にできるアクティビティを切り口に、そのアクティビティにぴったりのCreema上の作品を紹介するとともに、購買促進のためのポイント施策を実施。



## 参考：海外購入代行サービス

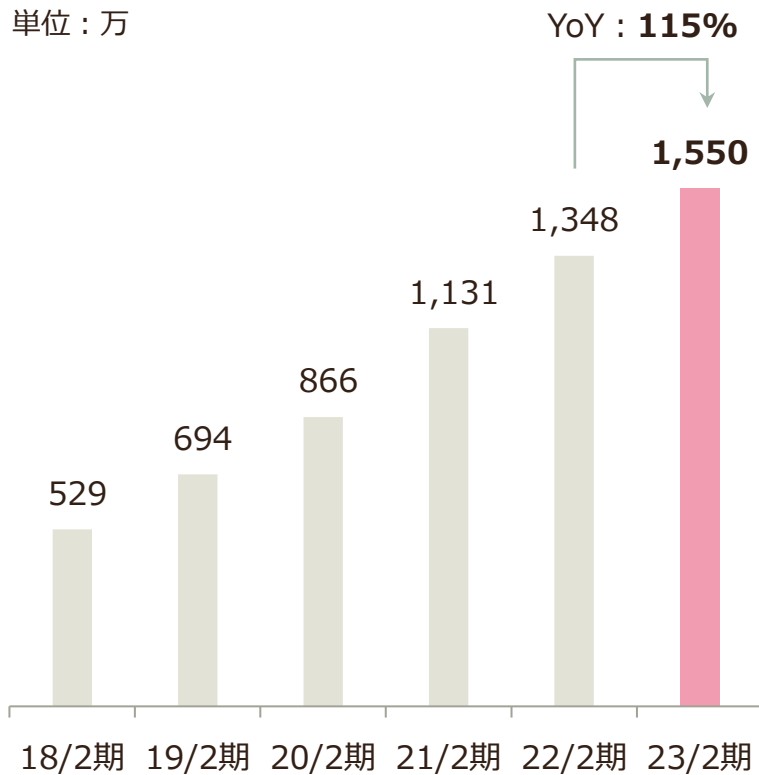
海外購入代行サービスBuyee（バイイー）との連携を通じて、Creemaで作品を購入できない海外在住の購入者様向けに、Buyeeが代わりに作品を購入し、海外まで作品をお届けするサービスを2023年8月より提供開始。海外購入者と国内クリエイター間のコミュニケーション、国内から海外への発送作業はすべてBuyeeが実施することで、1,550万品ある作品を海外展開することが容易になった。



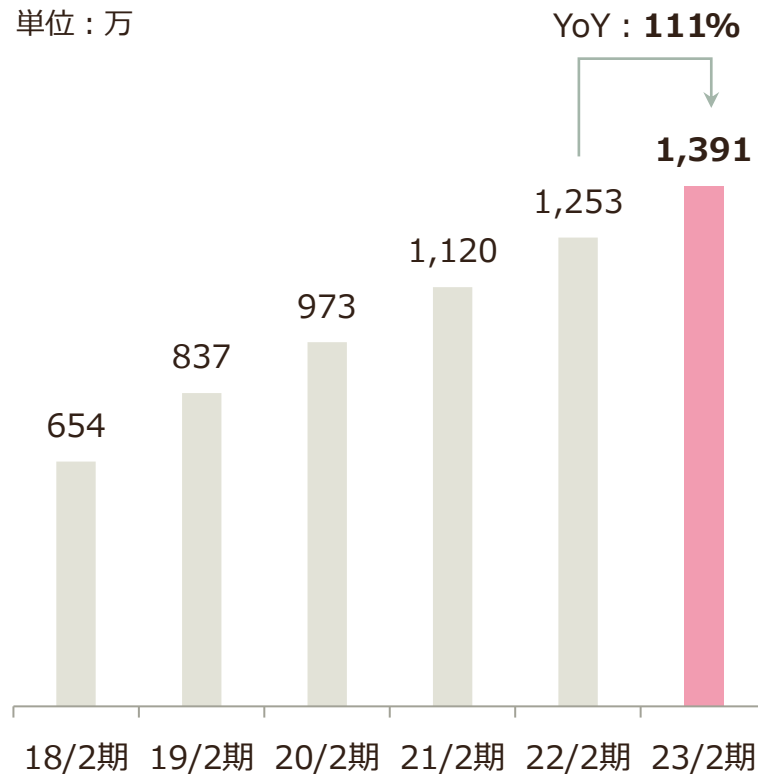
## ① マーケットプレイスサービス：KPI推移

出品数・アプリDL数ともに堅調に推移。取引単価も着実に上昇し、過去最高値を引き続き更新している。

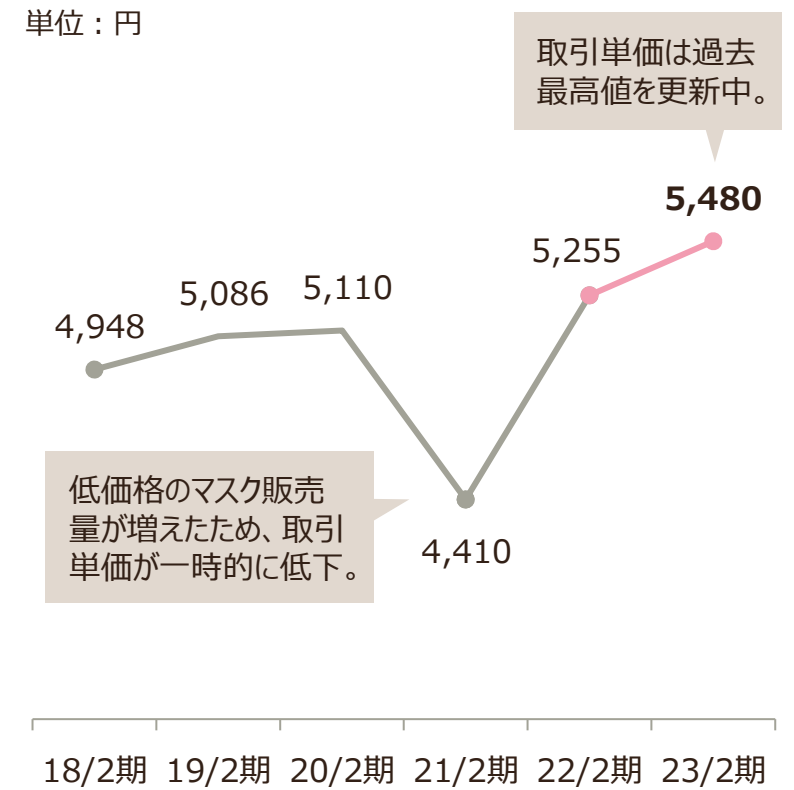
### 出品数



### アプリDL



### 平均取引単価 (日本)



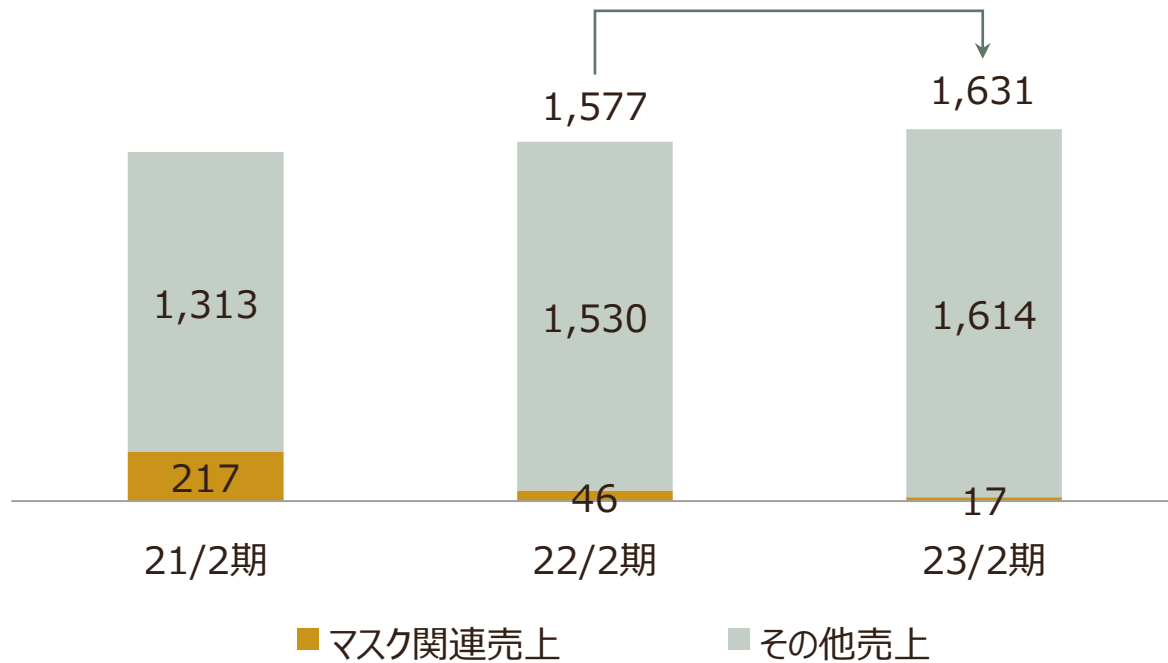
## ① マーケットプレイスサービス：売上推移

マーケットプレイスサービスの売上は16.3億円となり、前年同期比103%での着地となった。コロナの影響を受け前期まで需要が拡大していたマスク関連商品の影響を除くと、売上は前年同期比105%となっている。

マーケットプレイスサービスの売上

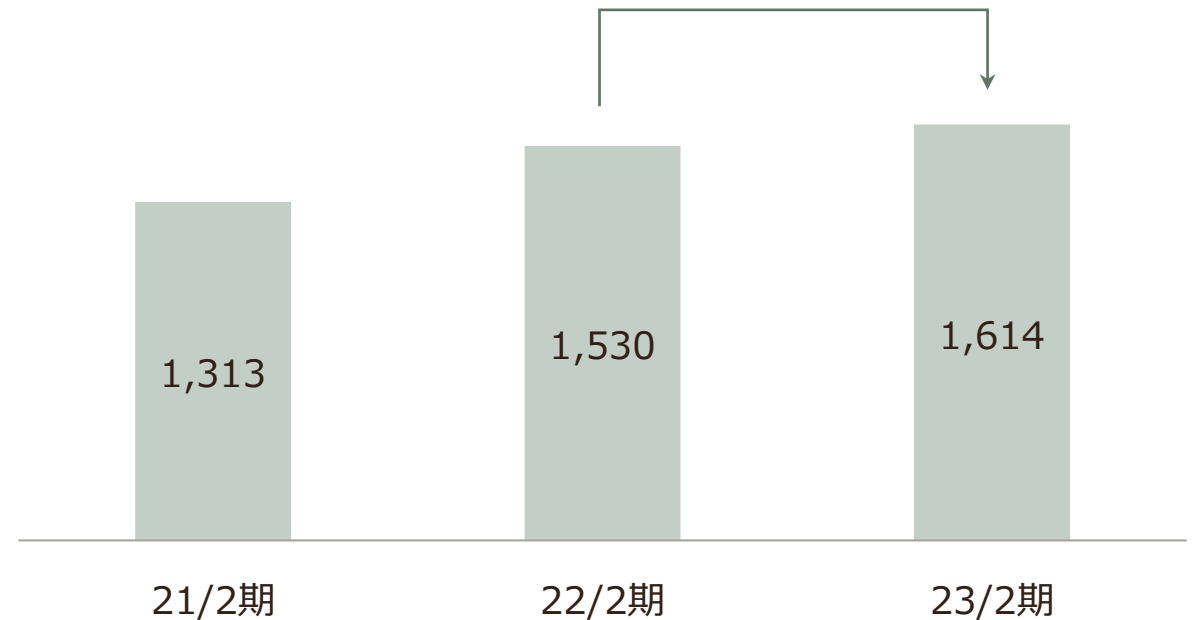
単位：百万円

YoY : 103%



マスク関連売上を除く売上

YoY : 105%



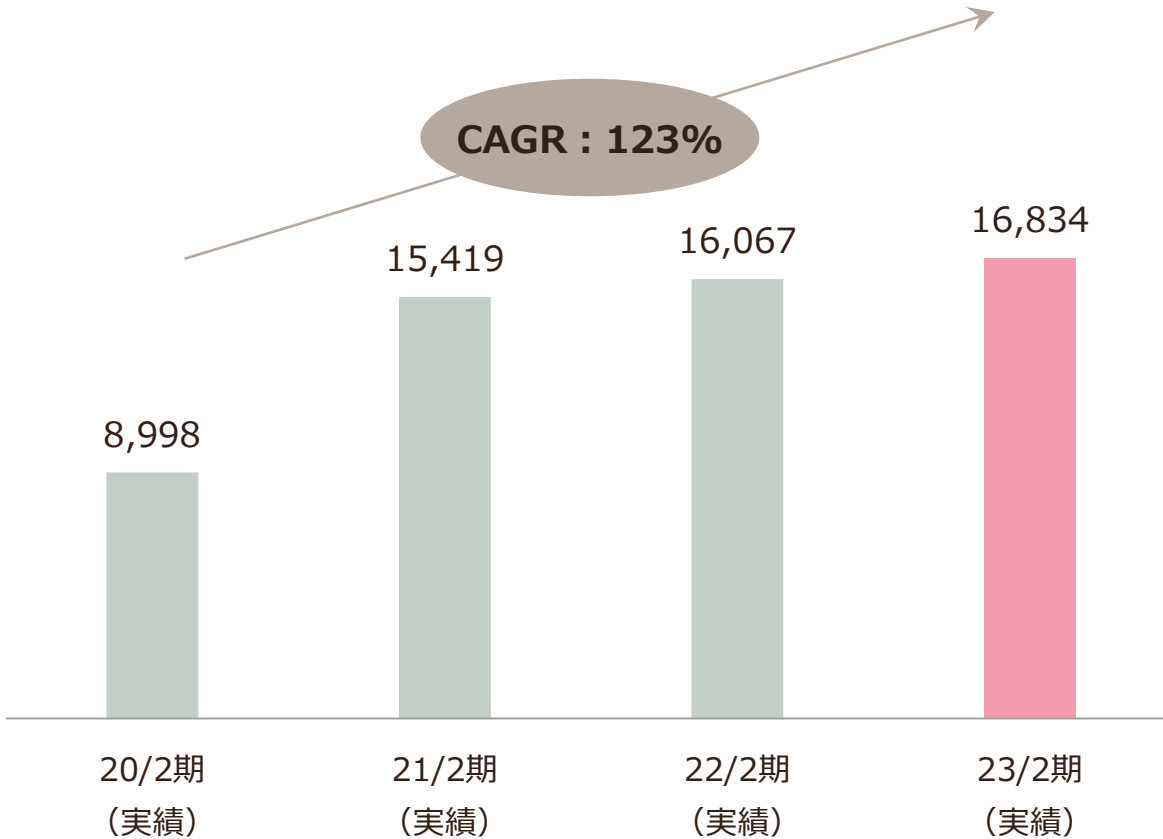


## 参考：流通・売上におけるCAGR

マーケットプレイスサービスの流通・売上の成長率は、コロナ禍以前（20/2期）からのCAGRで123%となっており、引き続き力強い成長を続けている。

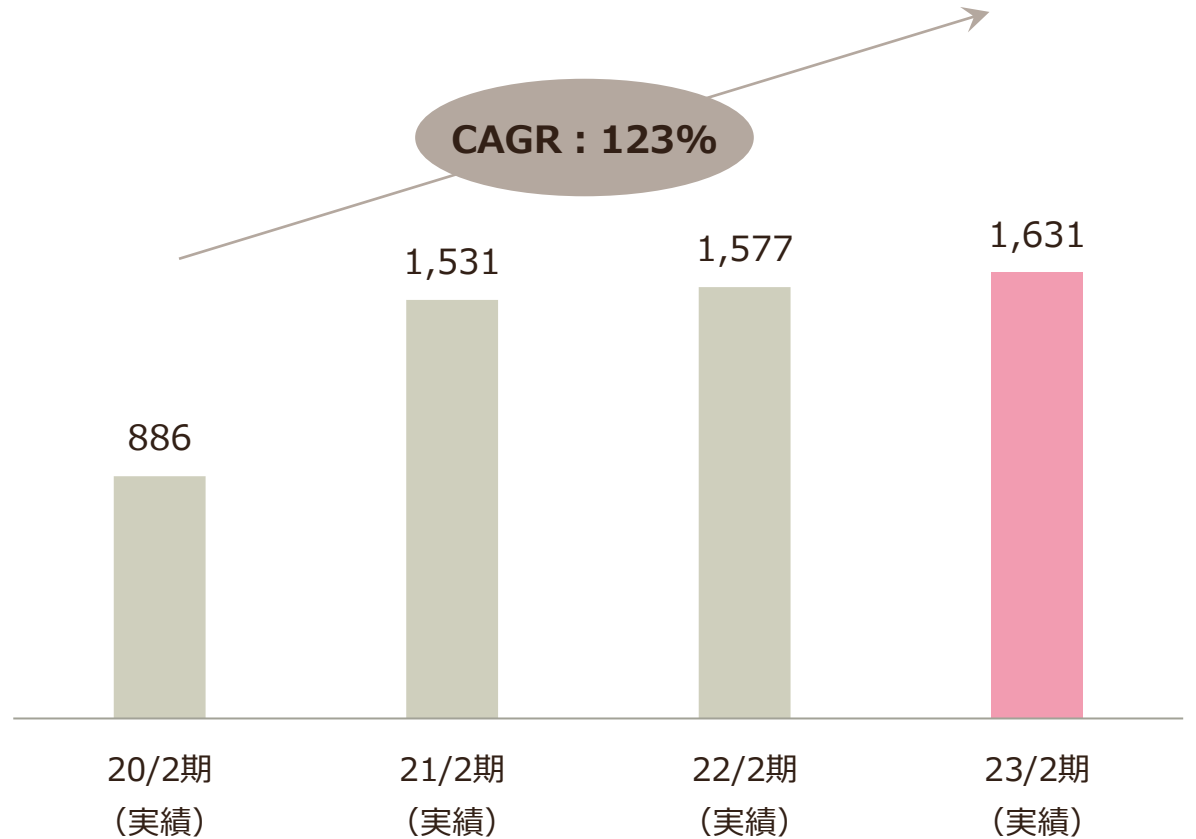
### 流通のCAGR

単位：百万円

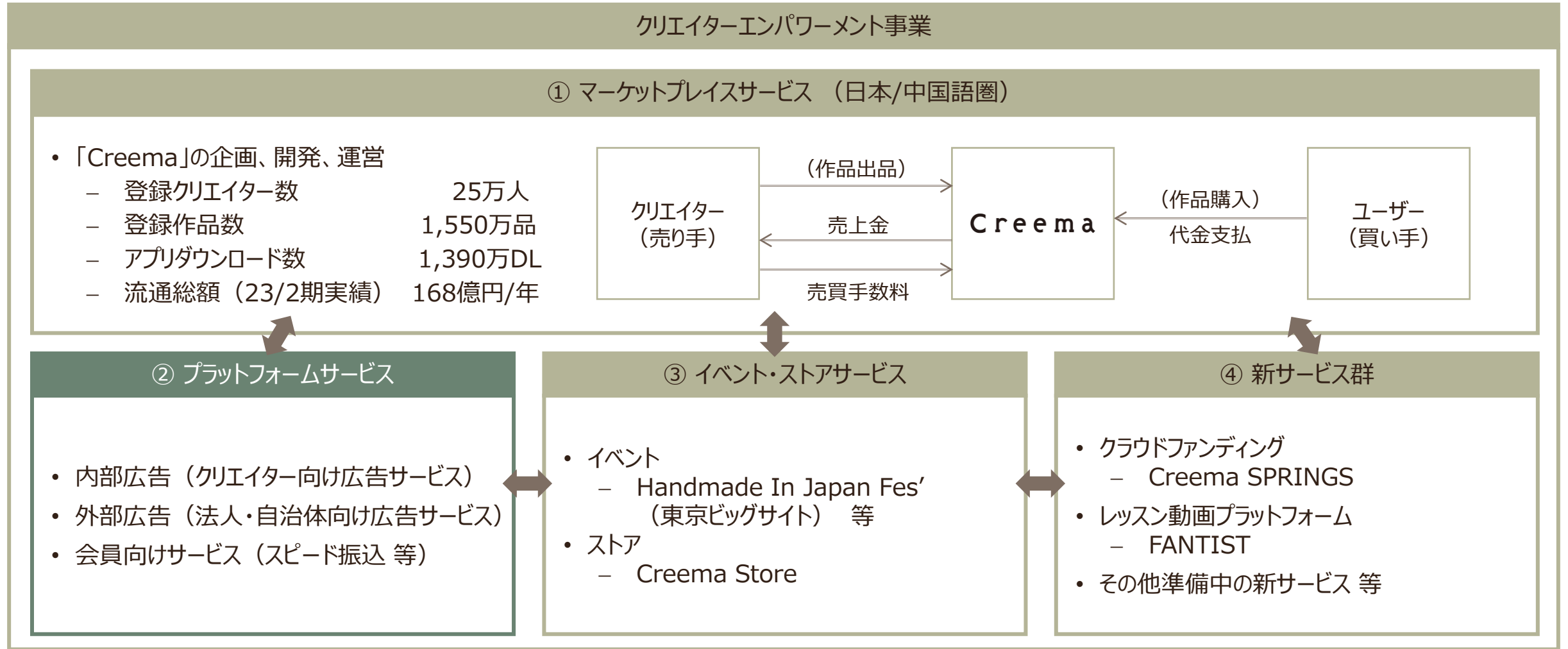


### 売上のCAGR

単位：百万円



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。



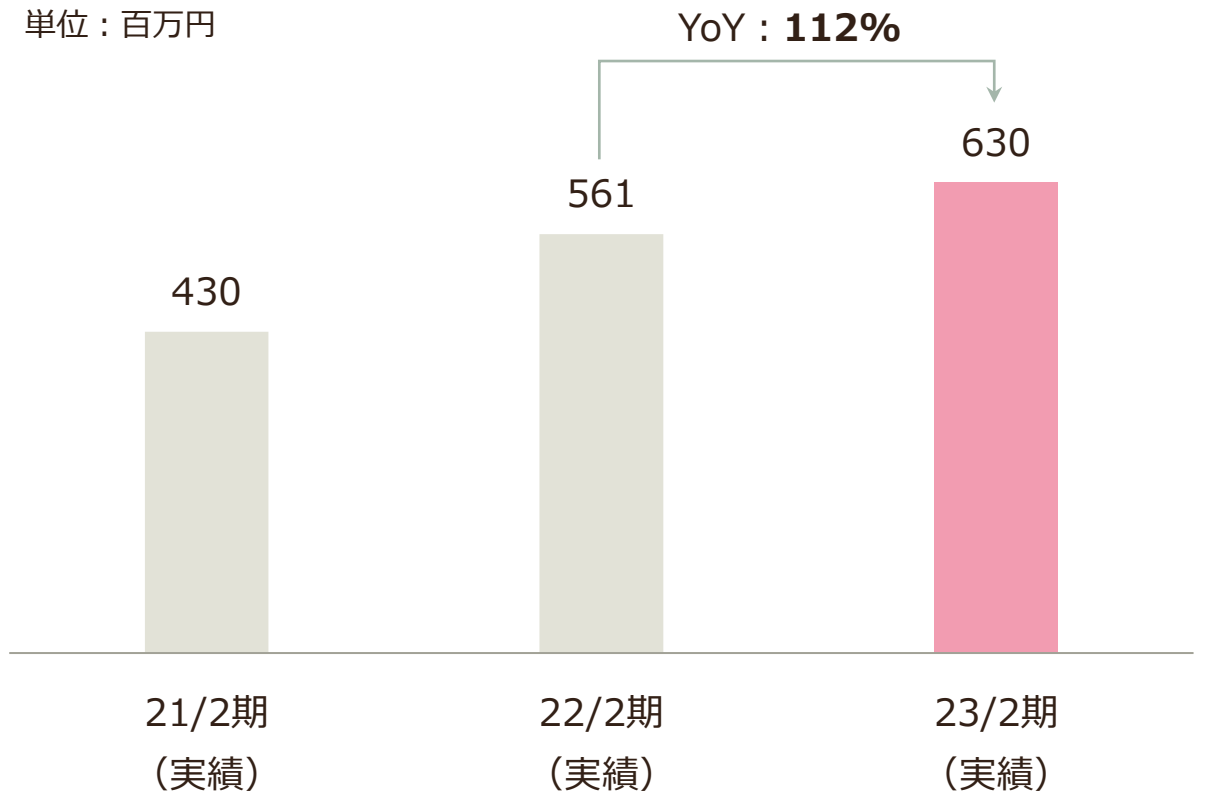
## ②プラットフォームサービス：主な取り組みと売上推移

外部広告の案件納品が着実に進んだことに加え、「Creema」のプラットフォーム拡大と連動する流入数の増大等により内部広告も堅調に成長。結果として、プラットフォームサービスの売上は6.3億円、前年同期比112%での着地となった。

### 主な取り組み

- プラットフォームサービスは、「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」と、クリエイターが自身の作品を「Creema」上でプロモーションできる「内部広告」の2つが主力サービスとなる。
- 外部広告では、商業施設のイベントプロデュース案件や、地方自治体からのPR案件を中心に、受注数・納品数が順調に拡大。
- 内部広告では、基盤となるプラットフォーム「Creema」の拡大に伴う流入数の増加や、利用者数の堅調な成長等に伴い堅調に成長。より利便性の高い、価値ある広告商品への進化を目指し、運用サポートファイル機能のリリース等のプロダクト改修にも取り組んでいる。

### 売上推移



参考：湖池屋「PURE POTATO じゃがいも心地」× Creema コラボ企画

湖池屋『PURE POTATO じゃがいも心地』ブランドの新商品発売を記念して、Creemaとのコラボレーション企画を実施。



湖池屋「PURE POTATO じゃがいも心地」ブランドの新商品発売を記念して、Creemaとのコラボレーション企画を実施。

湖 × Creema  
KOIKEYA

PURE POTATO  
じゃがいも心地

クリエイター  
コラボ企画

作品コンテスト  
3/27 SUN まで

湖池屋「PURE POTATO じゃがいも心地」ブランドの新商品発売を記念して、Creemaとのコラボレーション企画を実施。





参考：商業施設×Creemaのコラボ企画

「東急プラザ渋谷」にて実施された『大人の彩り展』会期中限定で、Creemaクリエイターによる"大人の彩りマーケット"を開催。

Creema × TOKYU PLAZA  
SHIBUYA

大人の彩り  
マーケット

4.28 | 木 | - 5.4 | 水・祝 |



古くから会津藩の御用紙とされた出ヶ原和紙をはじめ、会津漆器や木綿、赤べこなど個性的な伝統工芸品や地場産品を数多く生み出してきた福島県の伝統工芸品・地場産品に係る販路拡大の取り組みをサポート。



## 参考：端材を使ったプライベートブランドの展開支援

“もったいない”を減らすプロジェクトとして株式会社ハズ様が始めたプライベートブランド「Hand Marks」の端材シリーズを活用した作品をCreemaクリエイターから募集。端材を使った独創的な作品が多く集まった。



端材でハンズメイド大賞2022

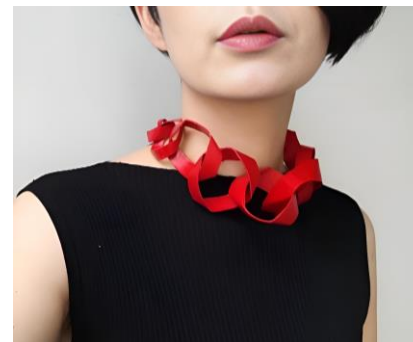
### 入賞作品

#### 「Leather Picture - Sea turtle -」

by.TENUIBITO

ウミガメが力強く泳ぐ姿を「革端材」で表現しました。

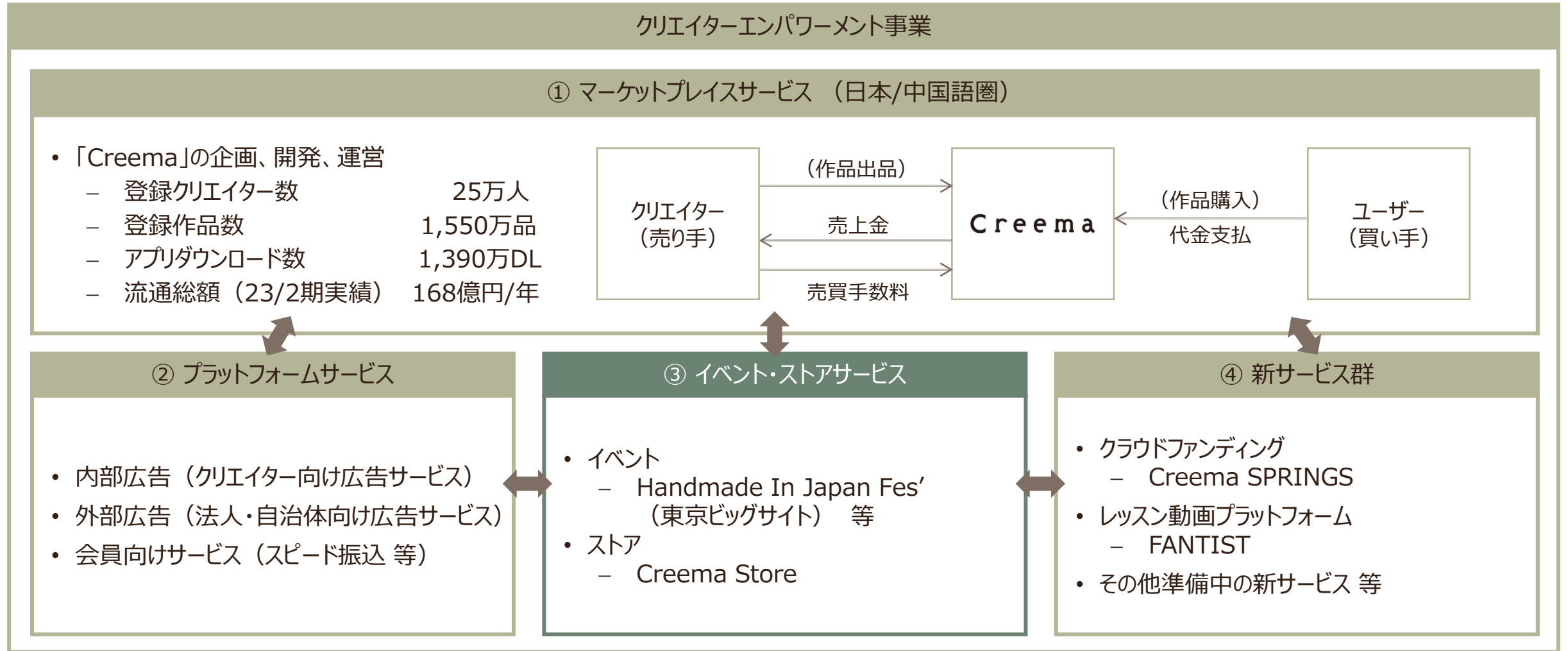
全て革端材を活用した作品であり、TENUIBITOで通常扱っている革端材に加えて、ハズ様の「Hand Marks」端材シリーズを使用し仕上げています。革の流通や製作過程で生じる革端材を活用することで微力ながら廃棄物の減量を図り、結果として温室効果ガスの排出量を削減できるのではないかと考えました。今回製作したウミガメも環境問題に影響を受けている生物の一種です。SDGsに取り組むと同時に、皆様に何か感じていただくきっかけとなる作品になりましたら幸いです。





## 再掲：事業構造とクリーマ経済圏

次に、イベント・ストア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・ストアサービス：主な取り組みと売上推移

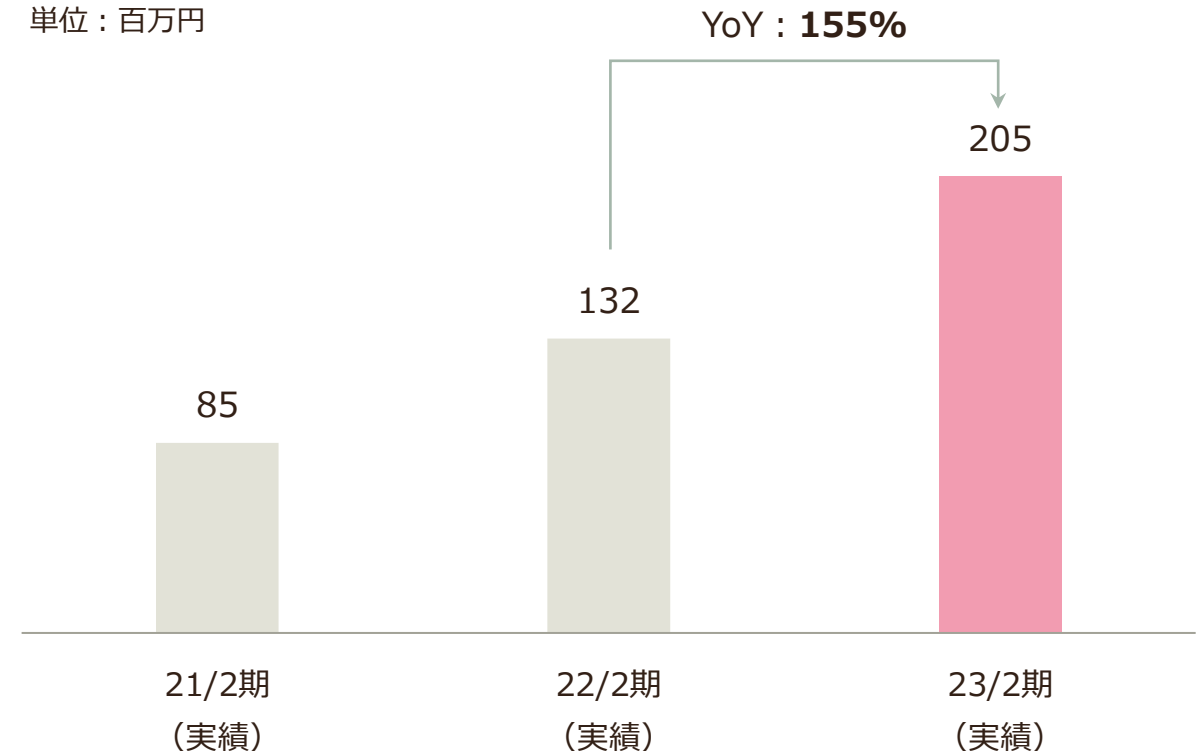
ストアの店舗数の縮小によるマイナス影響がありつつも、「HandMade In Japan Fes'」や「Creema YAMABIKO FES」を無事開催することができたため、イベント・ストアサービスの売上は前年同期比155%となる2.1億円での着地となった。

#### 主な取り組み

- イベント領域については、「HandMade In Japan Fes' 2022 夏」と「HandMade In Japan Fes' 2023 冬」を東京ビッグサイトにて開催。
  - ✓ 夏開催については、開催直前にコロナ感染者数が過去最大を記録した影響を受け、コロナ禍以前の業績には及ばなかった。
  - ✓ 一方で、冬開催については、3年ぶりに規制のない中での開催となり、夏開催を超える多くの方々にご参加いただいた。
- 今回で2回目の開催となる大規模音楽フェス「Creema YAMABIKO FES 2022」も御殿場で開催。
  - ✓ くるり、KICK THE CAN CREW等、豪華アーティストが参加。
  - ✓ 2日間無事開催され、今年も多くの方々にご参加・ご来場いただいた。
- ストア領域については、コロナの一定の収束に伴い復調傾向にあったものの、マクロ環境が引き続き不安定であるため、既報の通り、2023年1月をもって「Creema Store 札幌」は閉店となった。

#### 売上推移

単位：百万円



## 参考：HandMade In Japan Fes'

2022年7月23日・24日、2023年1月21日・22日の計2回、東京ビッグサイトにて、日本最大級クリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes'」を開催した。





## 参考 : Creema YAMABIKO FES 2022

「Creema YAMABIKO FES 2022」を11月5日から6日にかけて御殿場で開催。富士山バックのメインステージに、くるり、KICK THE CAN CREW、クラムボン、KANA-BOON、スチャダラパーなど全12組のアーティストが出演し、多くの方々にご参加いただいた。





## 参考：Creema Store 札幌の撤退

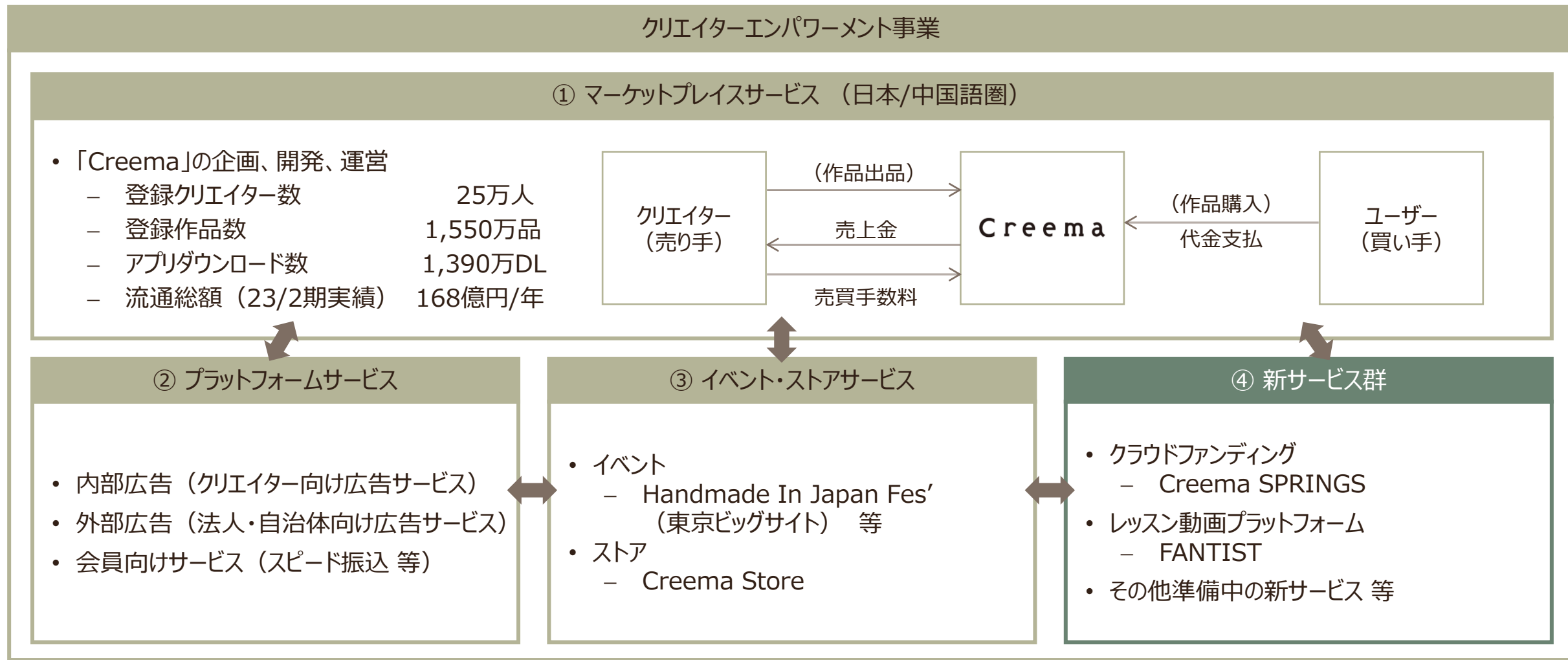
札幌ステラプレイスに出店していた「Creema Store 札幌」は、2023年1月末の契約満了をもって閉店。オンライン領域事業ならびに新規事業のさらなる強化に向けた”選択と集中”をかける方針。



- 「Creema Store 札幌」は、2019年3月から営業を開始し、クリエイター作品の魅力を普及すると同時に、当社業績、及び北海道での「Creema」の認知拡大に貢献してきた。
- コロナ禍の中で度重なる営業停止を乗り越え、業績は復調傾向にあったものの、依然としてマクロ環境の影響も受けやすく、また、ブランド訴求という観点でも一定の役割を果たしたと判断し、2023年1月末をもって閉店となった。
- 今後はオンライン領域事業と新規事業に一層の注力を行うべく、リソースの選択と集中を行う。



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。



#### ④ 新サービス群：「Creema SPRINGS」と「FANTIST」

新サービス群では、クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」にて、前年度に引き続き多様なプロジェクトが起案され、その多くが目標支援金額を達成しており、レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」でも、売上成長は限定的でありながら、レッスン動画数は1,800本を超えている。また、来期リリース予定の新サービスの開発にも継続的に取り組んでいる。

クラウドファンディング：Creema SPRINGS



クラウドファンディングサービスの「Creema SPRINGS」では、ハンドメイドマーケットプレイス「Creema」との顧客基盤を連携させつつ、多様かつ魅力的なプロジェクトの拡充を図っている。

レッスン動画プラットフォーム：FANTIST



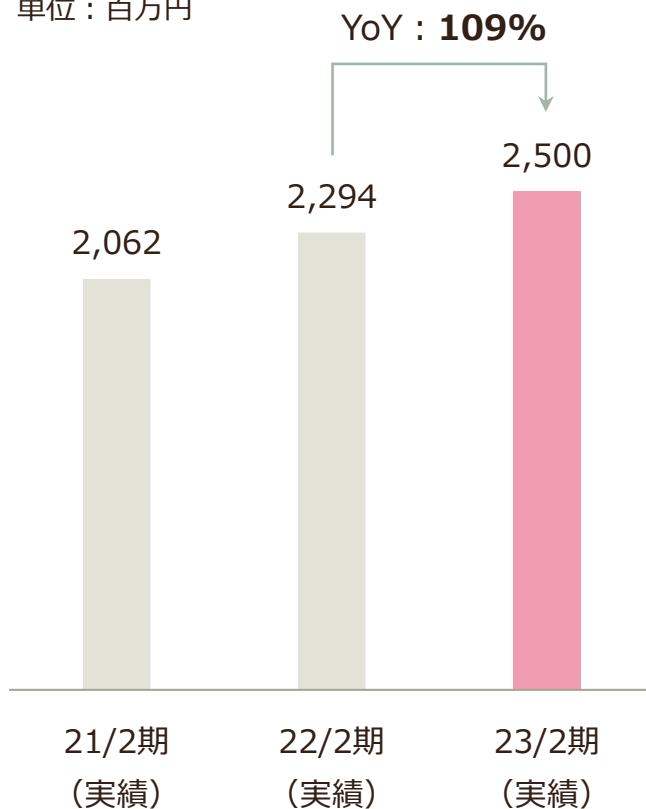
レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」では、アート・ハンドメイド・美容領域を中心にレッスン動画を提供しており、動画数は1,800本を超え、現在はクリエイターが自ら提供するコース動画や、FANTIST社が独自で開発したFANTIST公式コースの提供も開始している。

## 【連結】売上高の推移

2023年2月期の連結売上は、主軸事業であるマーケットプレイスサービスが「リオープニング」による逆風の中にあっても堅調な成長を見せたことに加え、プラットフォームサービスやイベント・ストアサービス等、その他のサービスも力強く成長できたため、前年同期比109%となる25億円での着地となった。

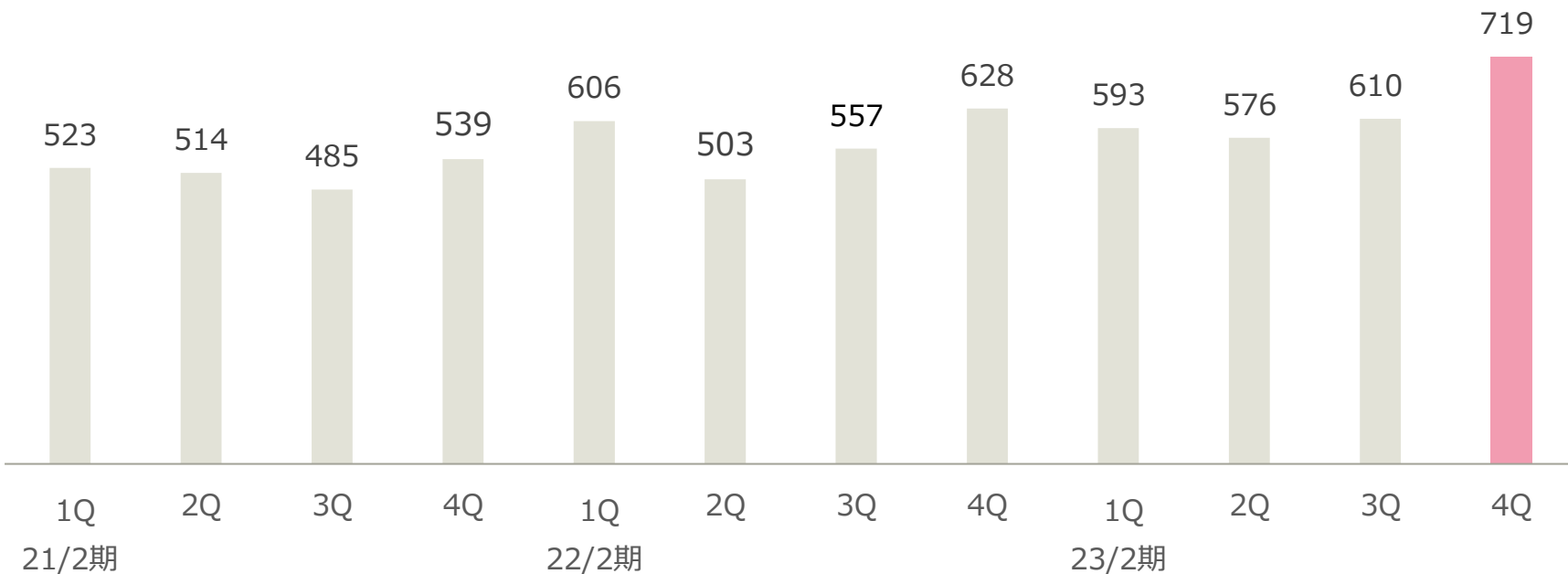
売上推移（年間）

単位：百万円



参考：売上推移（四半期）

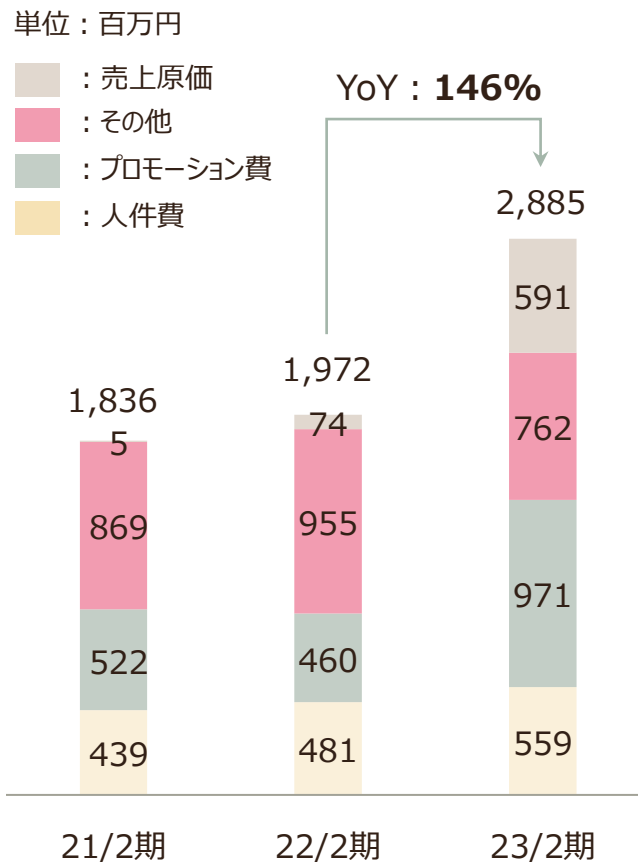
単位：百万円



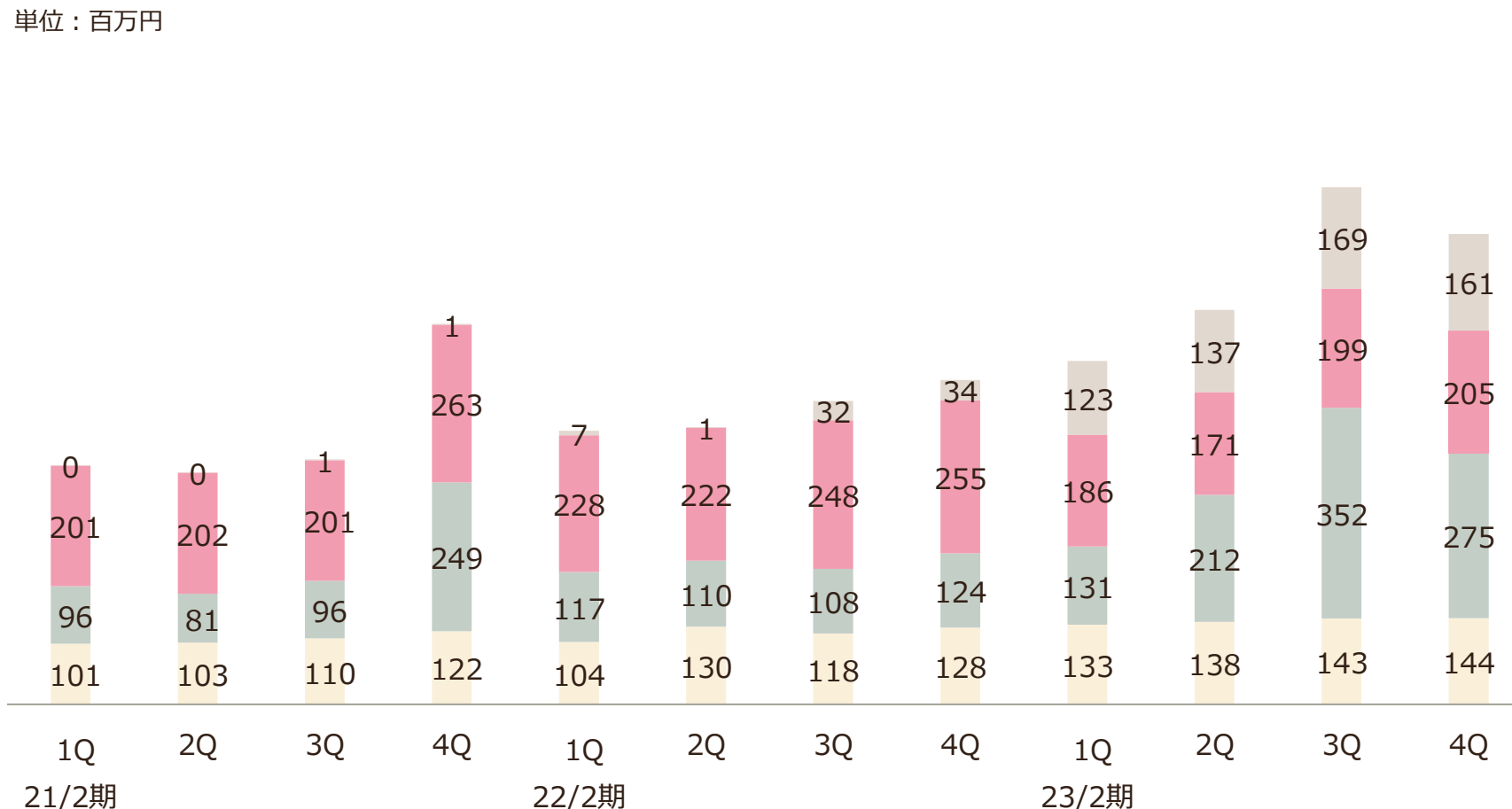
## 参考：原価と販管費の合計推移

原価・販管費の合計でみると、TVCM放映のためのプロモーション費、及びシステム開発のための開発外注費（その他）を計画通りに増加させたことから、コスト全体では前年同期比146%に増加。なお、前期比で売上原価が増えているのは、新収益認識基準への移行に伴い、もともと販管費に計上されていた決済手数料などが売上原価に参入されたため。

コスト推移（年間）



参考：コスト推移（四半期）





## 参考：新収益認識基準の適用に係る影響

2023年2月期より、当社は新収益認識基準への適用を行う関係で、販管費の一部が売上・原価に参入される。結果として、「売上原価」が爆増するが、以下のように「販管費」からスライドするのみであり、当社の事業収益性に一切の影響はない。

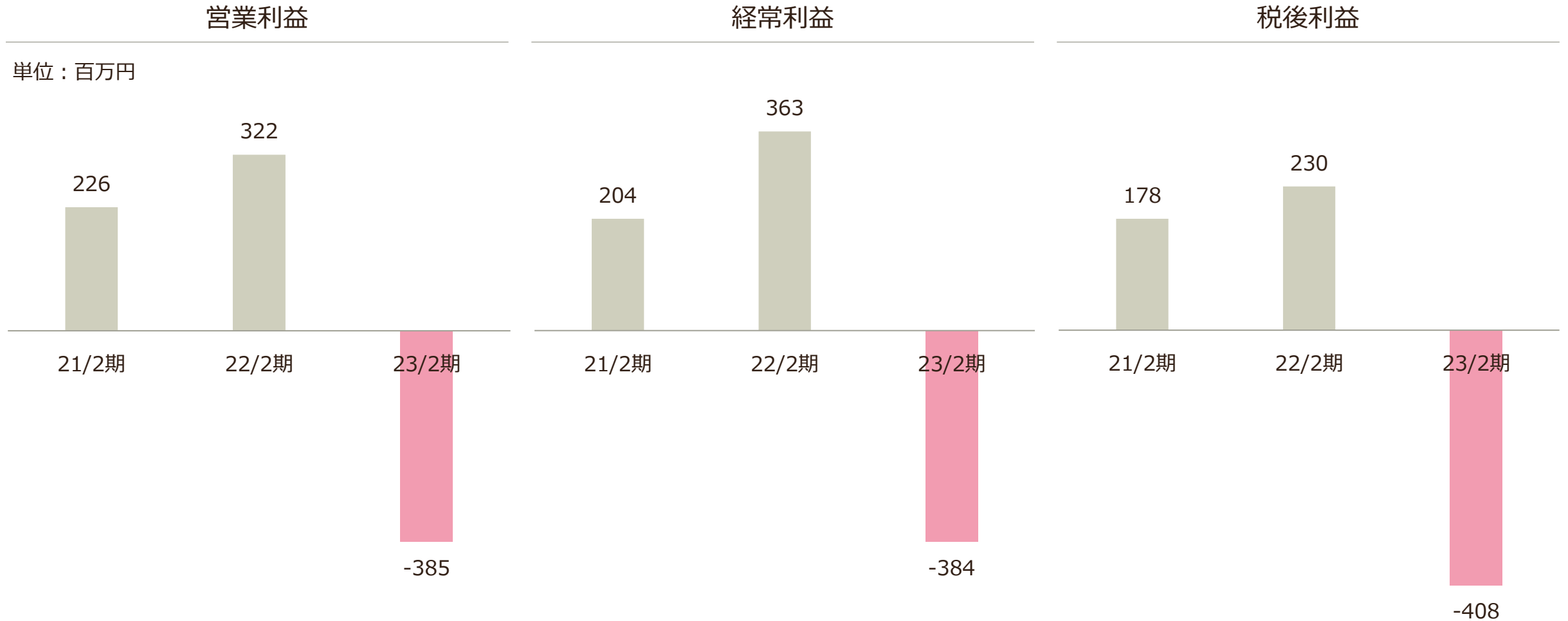
### 新収益認識基準の適用に伴う主な変更内容

### 適用に伴う財務数値への影響（例）

	新収益認識基準の適用に伴う主な変更内容	適用に伴う財務数値への影響（例）								
販売費及び一般管理費	<ul style="list-style-type: none"> <li>従来、支払手数料のマイナス処理としていた振込手数料の一部は、当社の役務提供の対価であることから売上に算入。</li> <li>決済手数料及び支払手数料を原価に算入。</li> <li>その結果、販管費は適用前に比して減少。</li> </ul>	<p>単位：百万円</p> <table border="1"> <tr> <td>適用前</td> <td>3,147</td> <td>売上増</td> <td>37</td> <td>原価算入</td> <td>-529</td> <td>適用後</td> <td>2,655</td> </tr> </table>	適用前	3,147	売上増	37	原価算入	-529	適用後	2,655
適用前	3,147	売上増	37	原価算入	-529	適用後	2,655			
売上	<ul style="list-style-type: none"> <li>販管費の支払手数料マイナス処理分が売上に算入。</li> <li>その結果、適用前に比べ売上が増加。</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td>適用前</td> <td>2,834</td> <td>売上増</td> <td>37</td> <td>適用後</td> <td>2,872</td> </tr> </table>	適用前	2,834	売上増	37	適用後	2,872		
適用前	2,834	売上増	37	適用後	2,872					
売上原価	<ul style="list-style-type: none"> <li>販管費の決済手数料及び支払手数料が原価に算入。</li> <li>その結果、適用前に比べ原価が増加。</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td>適用前</td> <td>134</td> <td>原価算入</td> <td>529</td> <td>適用後</td> <td>663</td> </tr> </table>	適用前	134	原価算入	529	適用後	663		
適用前	134	原価算入	529	適用後	663					
売上総利益	<ul style="list-style-type: none"> <li>売上増加と原価増加の結果、売上総利益は適用前に比して減少。</li> </ul>	<table border="1"> <tr> <td>適用前</td> <td>2,700</td> <td>売上増</td> <td>37</td> <td>原価算入</td> <td>-529</td> <td>適用後</td> <td>2,208</td> </tr> </table>	適用前	2,700	売上増	37	原価算入	-529	適用後	2,208
適用前	2,700	売上増	37	原価算入	-529	適用後	2,208			

## 【連結】各種利益の推移

売上が前年同期比109%と成長したものの、TVCM放映やシステム開発投資を中心に、期初の計画通り、中長期的な成長に向けた戦略投資を継続していることから、営業利益以下の各種利益は、計画通りの赤字で着地した。



## 【連結】2023年2月期業績

2023年2月期通期の売上は、前年同期比109%となる25億円を着地。一方で、期初計画通り、TVCM放映やシステム開発等の戦略投資を行っている関係で、コストは前年比で大きく増加。その結果、営業利益は前年同期比▲7.1億円となる▲3.9億円での着地となった。

単位：百万円	参考：22年2月期	23年2月期	対前年比		
			金額	率	
売上	2,294	2,500	+205	109%	リオープニングの影響でマーケットプレイスサービスの成長が若干鈍化したものの、その他のサービスは力強く成長した結果、逆境にあつて前年比109%で成長。
売上原価	74	591	+516	790%	新収益認識基準の影響で、前期販管費に計上されていたものの一部が売上原価に参入。
売上総利益	2,219	1,908	▲311	86%	
販管費	1,897	2,294	+396	121%	TVCM投資やシステム開発等、中長期成長のための大型投資を計画通り実施しながら、網羅的なコストの削減を実施
営業利益	322	▲385	▲708	-	その結果、営業利益は前期比▲7.1億円となる▲3.9億円での着地となった。
経常利益	363	▲384	▲748	-	
当期純利益	230	▲408	▲639	-	最終的な当期純利益は▲4億円となり、計画通りの着地となった。

## 【連結】2023年1月に開示した着地予想との差分

マーケットプレイス・プラットフォームサービスの売上が想定以上に伸長したことに加え、コスト調整にも成功した結果、2023年2月期の業績は、2023年1月に開示した着地予想よりも、売上・利益ともに上振れての着地となった。

単位：百万円	2023年1月に 開示した着地予想	実績	差分	差分理由
売上	2,482	2,500	+17	<ul style="list-style-type: none"> <li>TVCM及び各種施策の影響により、「Creema」の利用が想定以上に進んだ結果、マーケットプレイスサービス及びプラットフォームサービスの売上が伸長。</li> <li>売上が想定以上に伸長した一方で、販売促進費や外注費をはじめとする網羅的なコスト調整を行った結果、当初想定よりもコスト削減に成功。</li> <li>その結果、営業利益以下の各利益は、概ね0.5億円程度着地予想より上振れての着地となった。</li> </ul>
営業利益	▲444	▲385	+59	
経常利益	▲432	▲384	+47	
当期純利益	▲458	▲408	+50	



## 【全社】バランスシートの状況

2023年2月期末のBSは以下の通り、財務基盤は引き続き安定的な状態が継続している。

BSの推移（単位：百万円）

項目	2022/2期 前期 4Q	2023/2期 今期 4Q	YoY
資産合計	3,889	3,433	88%
流動資産	3,598	3,141	87%
内、現金及び預金	2,953	2,374	80%
内、売掛金	623	673	108%
内、その他	20	93	452%
固定資産	291	292	100%
負債合計	2,569	2,514	98%
流動負債	2,177	2,321	107%
内、預り金	1,619	1,708	106%
内、一年以内返済予定借入金	176	194	110%
内、その他	381	418	110%
固定負債	391	192	49%
内、長期借入金	381	187	49%
内、その他	9	4	50%
純資産合計	1,320	919	70%

2023/2期 今期4Q末時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,141	流動負債 2,514
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現金 2,374</li> <li>• 売掛金 673</li> <li>• その他 93</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 預り金 1,708</li> <li>• 一年以内返済予定借入金 194</li> <li>• その他 418</li> </ul>
	固定負債 192
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 長期借入金 187</li> <li>• その他 4</li> </ul>
	純資産 919
固定資産 292	

**2024年2月期 成長戦略と業績予想**



- 2023年2月期は、新型コロナウイルス感染症の一定の収束に伴い、消費の場がオンラインからオフラインへ移行する、いわゆる「リオープニング」の影響を強く受けた1年であった。
- そのような逆風の中にあって、マーケットプレイスサービスの流通総額は前年比成長率105%となる168億円で着地。成長率こそ若干の鈍化が見られたが、過去最高の流通総額を達成している。
- また、プラットフォームサービスやイベント・ストアサービスをはじめ、その他のサービスも力強い成長を続けており、2023年2月期の売上は前年比成長率109%となる25億円で着地。こちらも過去最高額となっている。
- 加えて、2023年2月期には、TVCMをはじめとする大型のプロモーション投資や新規事業投資も実施。営業利益以下の各利益は、計画通りの赤字ではあるものの、来期以降の更なる成長に向けた地盤を築くことに成功している。
- このような状況を踏まえ、2024年2月期は、前期に実施した大規模プロモーションにより高まったサービス認知度を追い風に、「Creema」及びそれに付随するサービスの利用者数を拡大させるとともに、投資を続けてきた新規事業のひとつを今期中にリリースさせた上で、更なる追加投資を実施し、収益の複層化・スケールアップを目指す。

以降のページで、各サービスの戦略方針と2024年2月期の着地予想について説明していく。

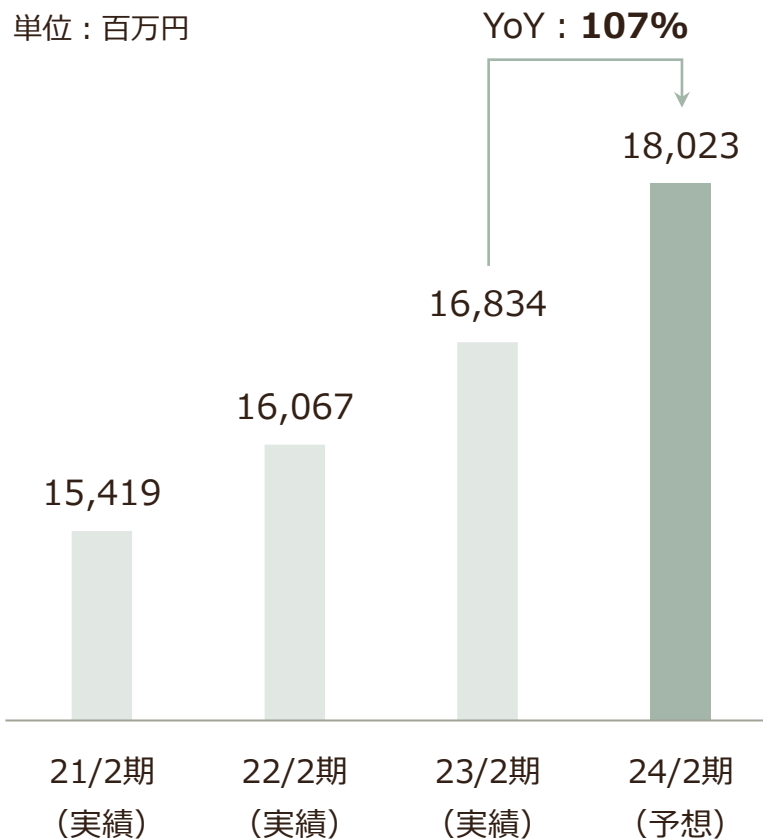
## 2024年2月期 マーケットプレイスサービスの戦略方針

マーケットプレイスサービスでは、前期に拡大したサービス認知度を活かし、デジタルマーケティングの強化を通じて「Creema」の利用者数を増加させるとともに、検索機能をはじめとするUI/UXの改善やセキュリティ面の強化を通じて、顧客満足度の最大化を目指す。結果として、流通総額は前期比107%となる180億円、売上は前期比108%となる17.6億円を目指す。

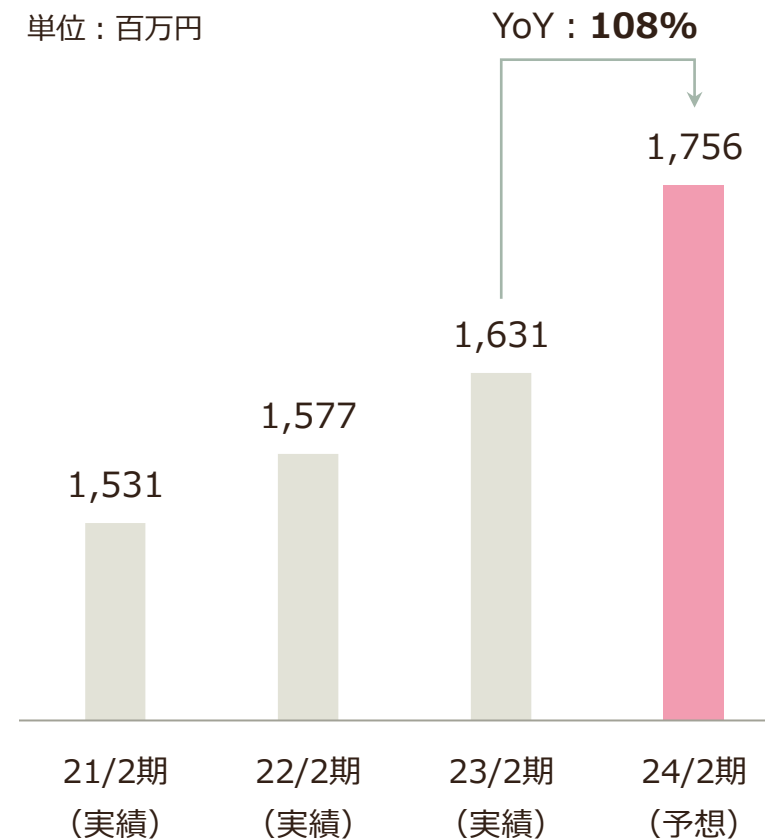
### 2024年2月期の戦略方針

- 2023年2月期にTVCMを通じて拡大したサービスの認知率を活かし、デジタルマーケティング領域への投資を強化することで「Creema」の利用者数を増大させる。
- 「Creema」ユーザーの方々に、より一層優れた購買体験を提供すべく、検索機能の強化をはじめとするUI/UX改善に取り組む。
- また、安全安心の購買環境を構築するため、インフラ面への投資も継続するとともに、セキュリティ対策の強化も行う。

### 流通



### 売上





プラットフォームサービスでは、外部広告において、現在引き合いの多い広告商品の販売強化に加え、当社独自の新たな広告商品を開発し、顧客基盤を拡大すると同時に、内部広告においては、広告表示ロジックの調整等を通じて広告価値をより高め、利用者数の拡大を図る。結果として、売上は前年比121%となる7.6億円を目指す。

### 2024年2月期の戦略方針

#### • 外部広告

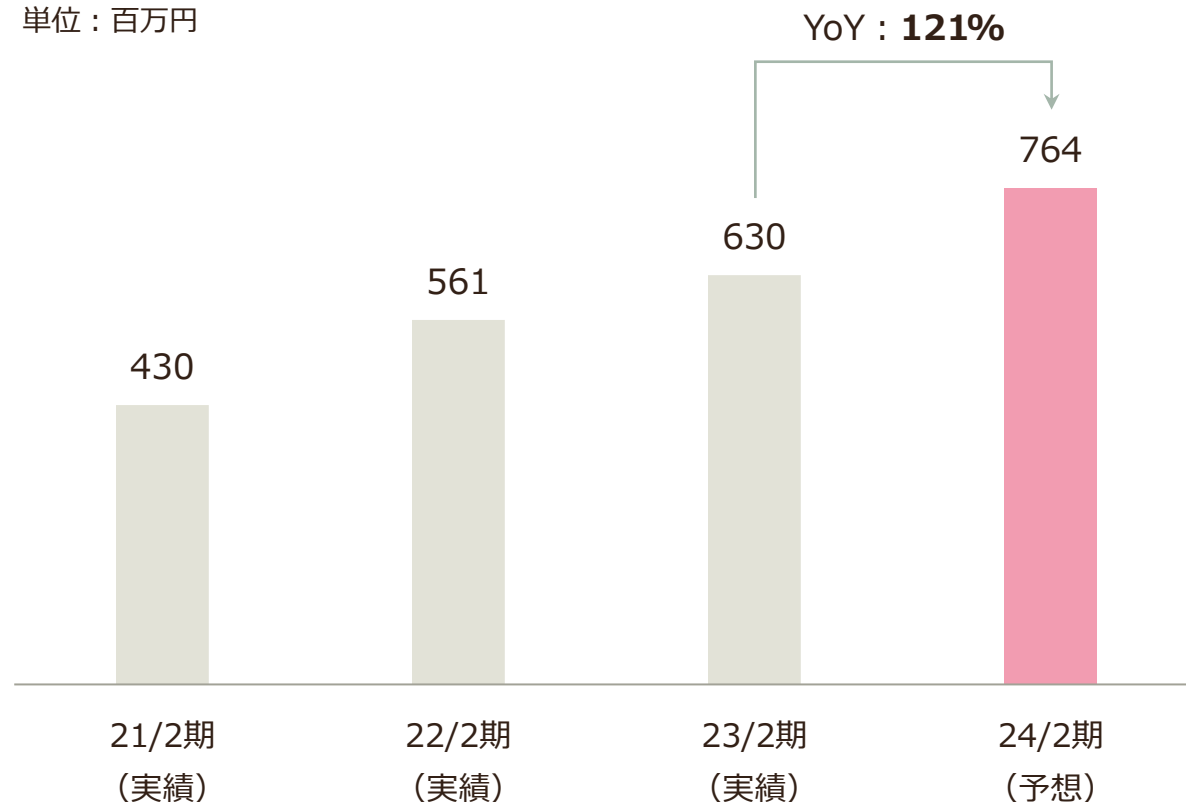
- 「Creema」のプラットフォームならびにユーザー基盤を活用した企業・地方公共団体向けのPR支援を行う外部広告では、需要の高い既存商品の売り込みを強化するとともに、独自性の高い新商品の開発も行う。
- 加えて、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイスだからこそできる独自性の高い新しい広告商品を開発・提案し、一層の成長を目指す。

#### • 内部広告

- クリエイターが自身の作品を「Creema」上でプロモーションできる内部広告では、利用者数と継続利用率をともに一層高めていく。
- そのために、広告表示枠や広告表示ロジックの改修等、ユーザー・クリエイター双方にとってより価値の高い広告サービスを目指し、プロダクトの磨き込みを継続する。

### 売上

単位：百万円

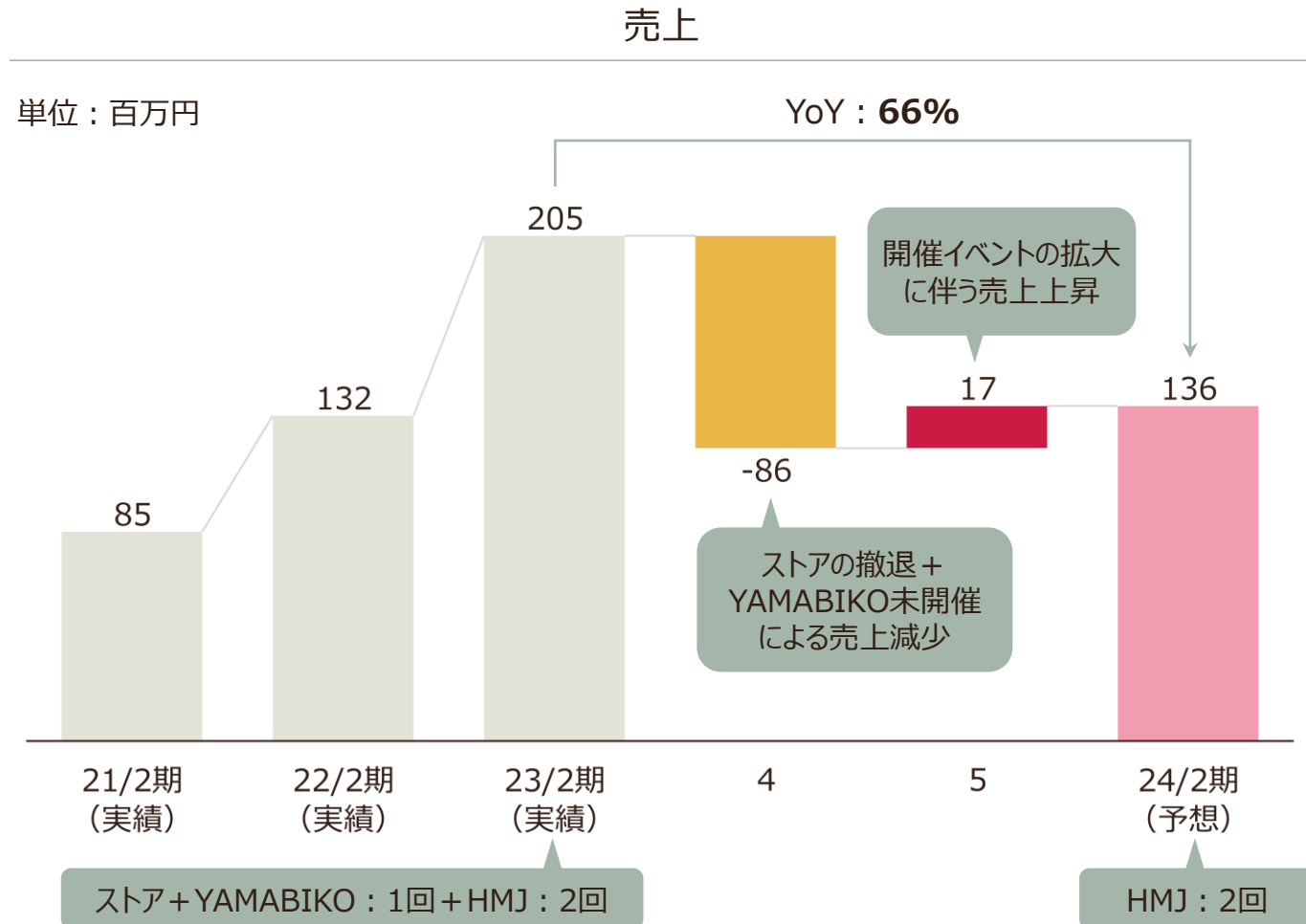


## 2024年2月期 イベントサービスの戦略方針

今期については、「Creema Store」の全店撤退と、「Creema YAMABIKO FES」の開催時期変更（来期の春へ移行予定）により、2024年2月期の収益は「HandMade In Japan Fes'（HMJ）」の夏・冬の2開催分しかないため、当該サービス領域のみ減収計画となる。結果として、売上は前年比66%となる1.4億円を計画している。

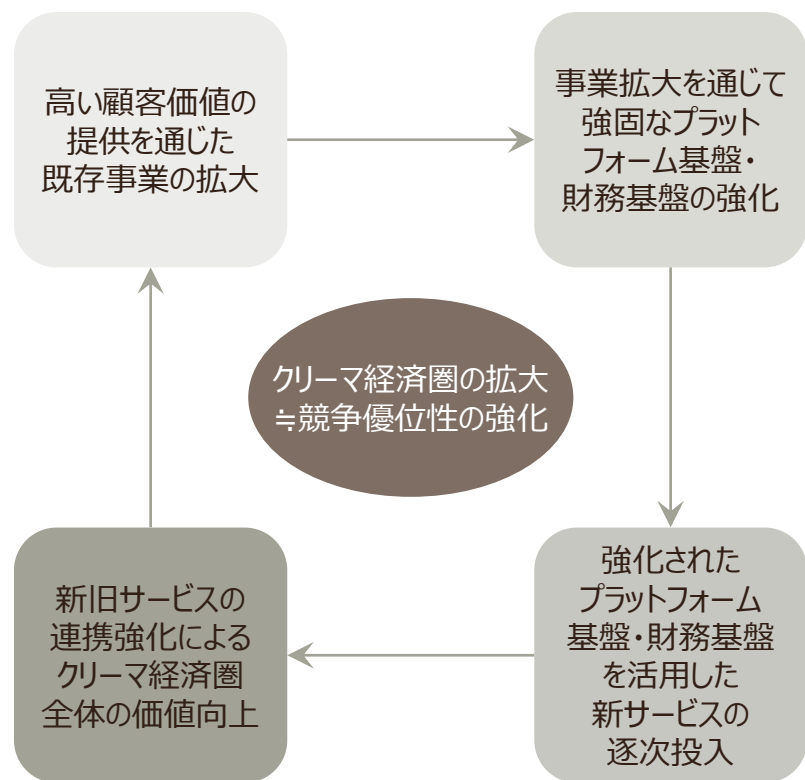
### 2024年2月期の戦略方針

- 「Creema Store」は2023年1月をもって全店閉店したため、2024年2月期にはストアサービスからの売上はない。
- 加えて、毎年11月に開催していた「Creema YAMABIKO FES」の開催時期を変更し、2024年春以降の開催とする予定である。
- そのため、2024年2月期に開催されるイベントサービスの収益は、夏・冬の「HandMade In Japan Fes'（HMJ）」の2回のみとなる見込みである。
- それ故、2024年2月期は一時的に減収計画となるが、マクロ環境の正常化と、企画運営ノウハウの向上等に伴い、イベント1開催あたりの収益は前年から大きく拡大する見込みである。



既存事業の拡大を通じて獲得したキャッシュを、既存事業と親和性の高い新サービスの開発に投下することで、「クリーム経済圏」全体の価値を高めていくという投資方針を2024年2月期以降も踏襲し、今期も新規事業向けの開発投資を継続していく意向である。

## クリーム経済圏の拡大プロセス



## クリーム経済圏の拡大の歴史

過去				未来
2020年2月期以前	2021年2月期	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期～
C2Cマーケットプレイスを始め、クリエイターエンパワーメント事業の土台を形成。	クラウドファンディングサービスの「Creema SPRINGS」をリリースし、クリエイターの資金調達支援を開始。	レッスン動画プラットフォームを運営するFANTIST社を買収し、EdTech領域に参入。	新サービスのリリースはなかったものの、既存事業の強化と、来期リリース予定の新サービスの準備を推進。	クリエイター支援に係る大型のサービスをリリース予定。
アドネットワーク (内部広告)	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	レッスン動画プラットフォーム	新サービス
メディア (外部広告)	アドネットワーク (内部広告)	クラウドファンディング	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
リアル (イベント・ストア)	メディア (外部広告)	アドネットワーク (内部広告)	アドネットワーク (内部広告)	クラウドファンディング
C2Cマーケットプレイス	リアル (イベント・ストア)	メディア (外部広告)	メディア (外部広告)	アドネットワーク (内部広告)
	C2Cマーケットプレイス	リアル (イベント・ストア)	リアル (イベント・ストア)	メディア (外部広告)
		C2Cマーケットプレイス	C2Cマーケットプレイス	リアル (イベント)
				C2Cマーケットプレイス

クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」とレッスン動画プラットフォーム「FANTIST」への投資を継続し、両サービスの拡大に引き続き努めるとともに、今期中に「Creema」とシナジーのある新サービスをリリースする。

## Creema SPRINGS

- 質の高いプロジェクトをプラットフォーム上に安定的に供給すべく、営業体制を強化。
- 加えて、プロジェクト起案者の確実な資金調達を実現すべく、「Creema」と有機的に連携し、利用者数を拡大させる。



## FANTIST

- 2021年末より、必要な技術を体系的に学べるコースレッスン動画の提供を開始。
- 単発レッスン動画数・コースレッスン動画数の拡張を続け、クリエイティブ領域のレッスン動画が日本で一番集まるプラットフォームの実現を目指す。



## Others

- 「Creema」とシナジーのある各種新サービスの開発が進行中。
- 2024年2月期以降、順次新サービスをローンチできるように投資を継続する。
- その第一弾のリリースを今期中に行う。

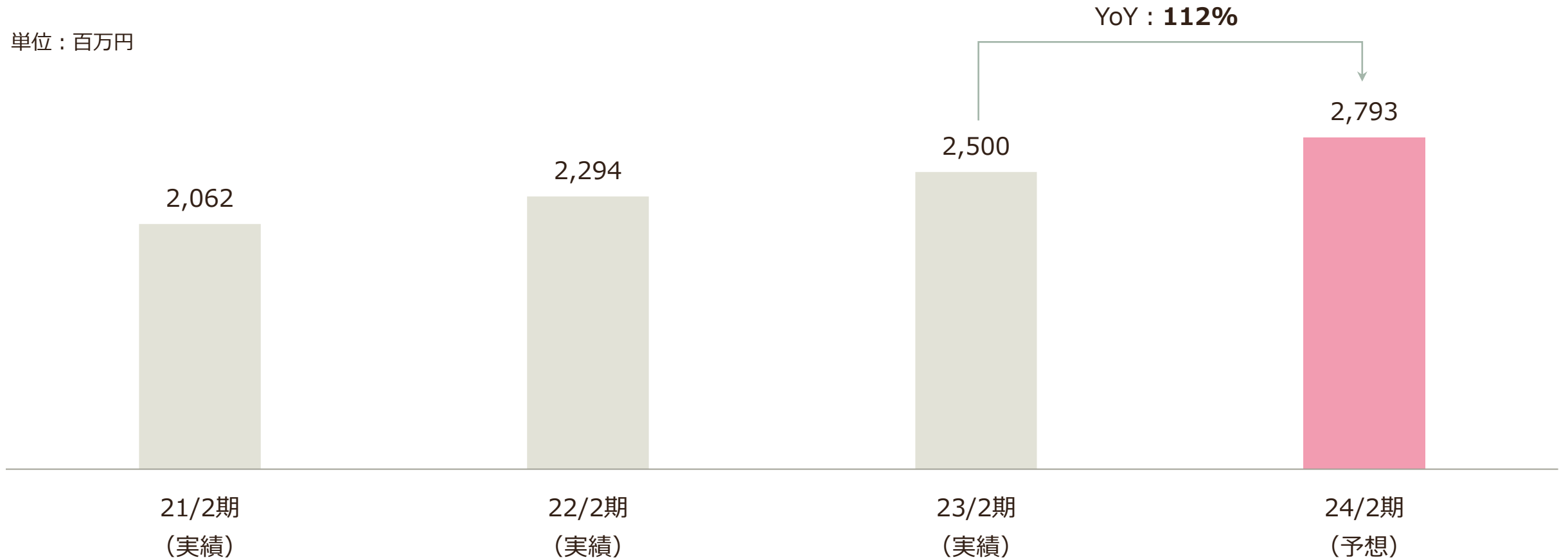




## 2024年2月期 連結売上予想

これらの結果として、2024年2月期の連結売上は、前年比成長率112%となる27.9億円を見込む。

単位：百万円



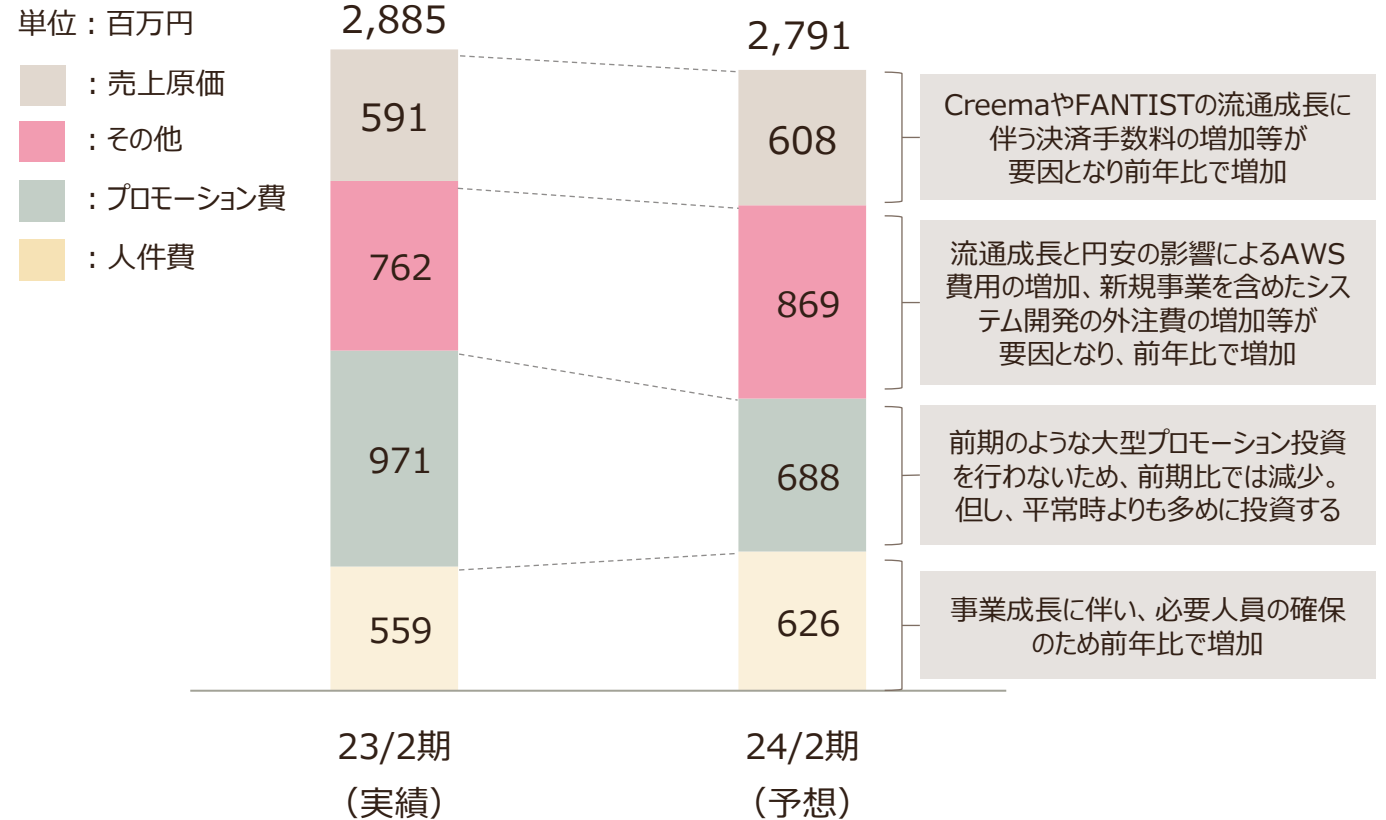
## 2024年2月期 コスト計画

今期については、年間を通してTVCMを展開した前期との比較で、プロモーション投資の規模は縮小させる一方で、マーケットプレイスサービスを始めとするオンライン領域事業のプロダクト開発の強化と、新規事業のリリース・スケールアップのための戦略投資を今期も継続させることから、コスト総額は前年比97%程度と、大型投資を行った前期から微減の水準での投資を行う。

### 2024年2月期のコスト計画方針

- 前期に実施したような規模での大型プロモーション投資を行わないため、プロモーション費用は前年比で大幅に減少する。
- 一方で、マーケットプレイスを始めとするオンライン領域の既存事業について、中長期的な成長に向けプロダクト開発投資を強化。
- 加えて、新サービス群の事業拡大と、今期中のリリースを予定する新サービスの準備など、新規事業投資を拡大。人件費やその他の費用（AWS費用・外注費）が増額する。
- 結果として、売上原価と販管費を合わせたコスト総額は前期比97%と僅かに前年を下回る計画となっている。

### コスト推移<sup>1)</sup>と着地予想

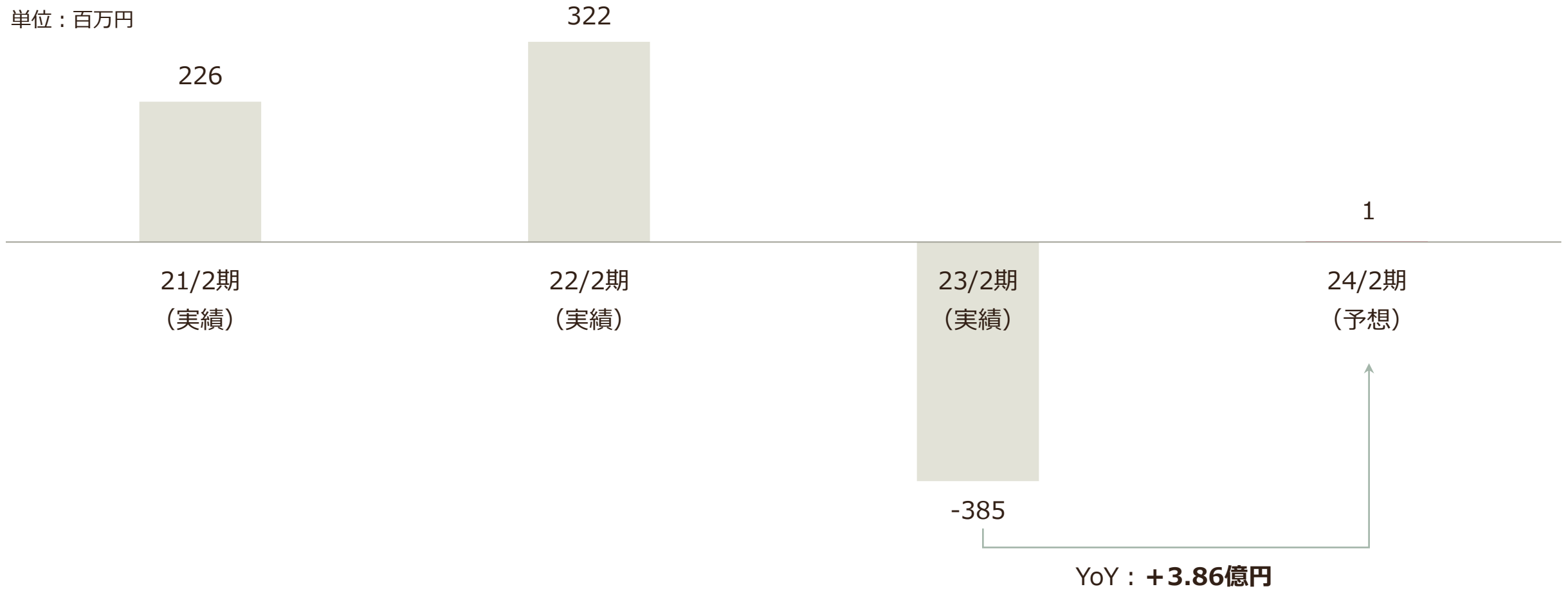


NOTE 1) : 23/2期より新収益認識基準が適用され、売上原価と販管費の対応関係がそれ以前とは大きく異なるため、新収益認識基準が適用された23/2期以降の数字のみで比較している。

## 2024年2月期 連結営業利益予想

前述の通り、中長期的な成長を視野に、今期についてもオンライン領域事業の製品開発強化や新規事業に対する先行投資を継続するが、売上が前年比112%に拡大するため、2024年2月期の営業利益は、前期比で+3.86億円の増益となる100万円での着地を見込む。  
(詳細は後述)

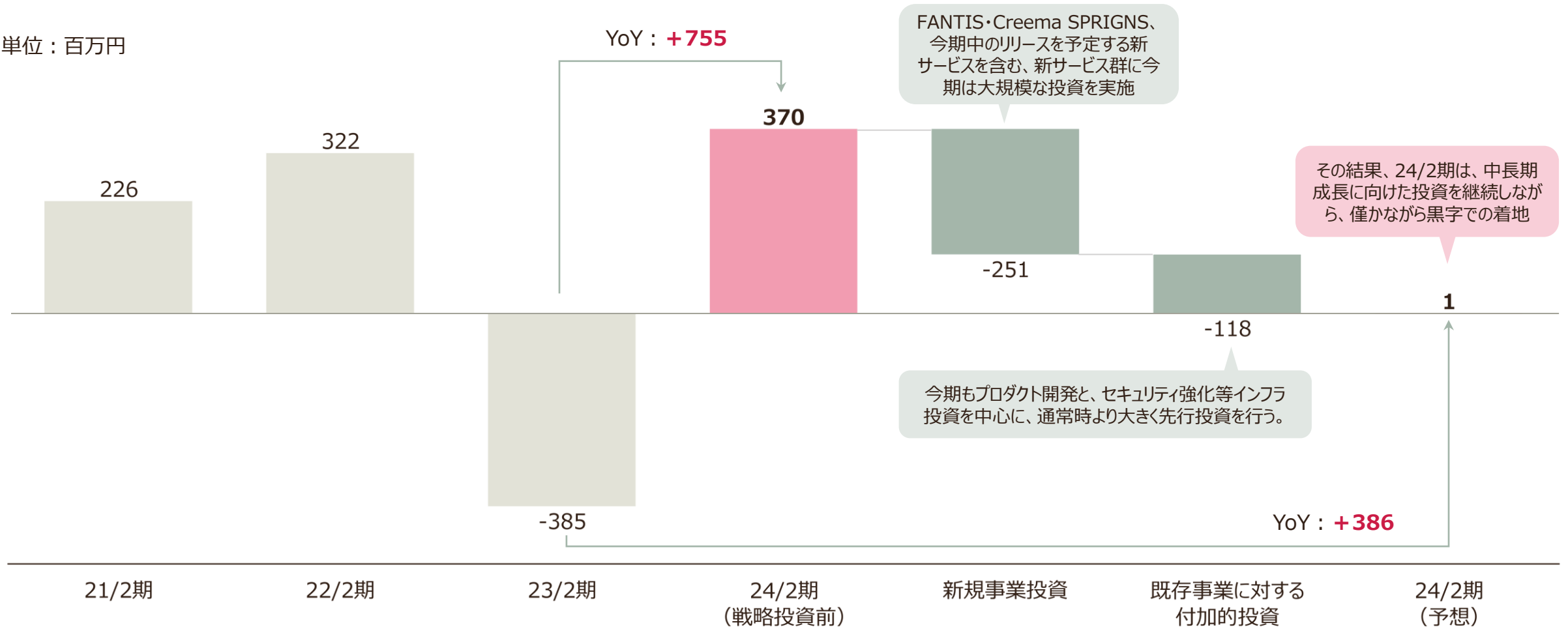
単位：百万円



## 2024年2月期 連結営業利益予想

通常水準の投資に留めれば、2024年2月期の営業利益は前期比+7.6億円の増益となるが、中長期的な成長とキャッシュフロー創出能力の最大化、ひいては、クリーム経済圏の早期確立を目指すべく、今期は新サービス群への先行投資を継続拡大することに加え、既存事業に対しても、プロダクト開発投資、セキュリティを含むインフラ投資に加え、デジタルマーケティングの局所的な拡大等を行うことから、最終的な営業利益は僅かに黒字という着地になる。

単位：百万円





## 2024年2月期 PL着地予想

PL全体では以下の数字で着地する見込みである。

	2024年2月期業績予想				参考：主要サービス別売上予想	
	2023年2月期	2024年2月期	対前年比			
単位：百万円			金額	率		
売上	2,500	2,793	+292	112%	マーケット プレイス	1,756 (YoY：108%)
売上原価	591	608	+16	103%		
売上総利益	1,908	2,184	+276	114%	プラット フォーム	764 (YoY：121%)
販管費	2,294	2,183	▲110	95%		
営業利益	▲385	1	+386	-	イベント	136 (YoY：66%)
経常利益	▲384	21	+406	-		
当期純利益	▲408	6	+415	-	新サービス群	135 (YoY：428%)

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の次回公開は、2024年4月半ばを予定しています。

## Appendix



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

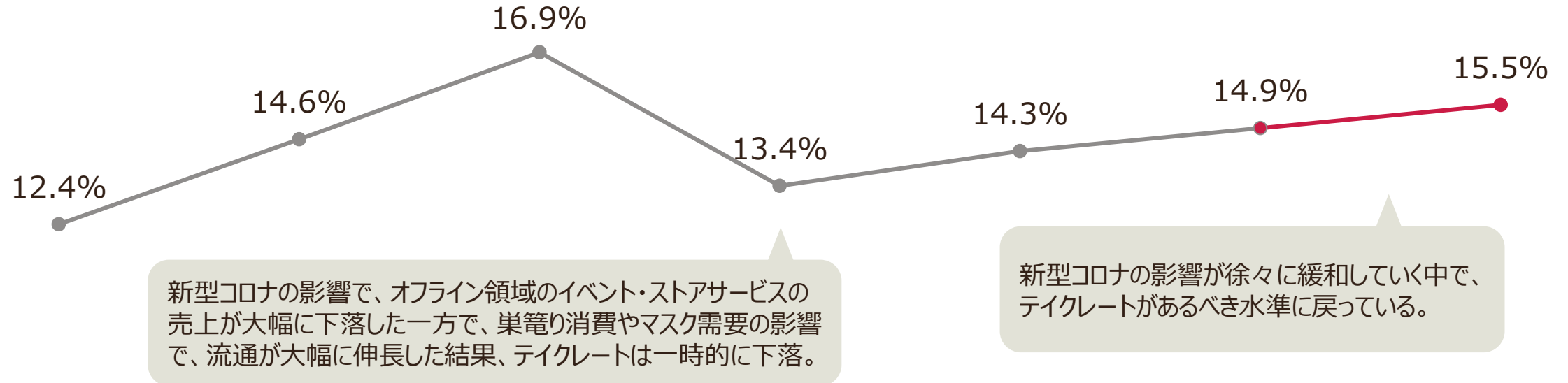
静岡県・遠州地方の地場産業である「遠州織物」の製織工程で生じる産業廃棄物「布耳（繊維くず）」を用いた作品を「Creema」クリエイターから募集し、アップサイクル作品25点を商品化。今後も「ものづくりの力によって廃材に新たな価値を生み出す」といったサステナブルな世界の実現を目指す。





## 参考：テイクレートの推移

21/2期は、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。22/2期は、プラットフォームの安定的な成長が継続したことに加え、イベント・ストアの若干の復調により回復傾向。23/2期以降は、既存事業の安定的伸長に加え、新サービス群も順次追加されることで、テイクレートは徐々に向上していく。



18/2期  
(実績)

19/2期  
(実績)

20/2期  
(実績)

21/2期  
(実績)

22/2期  
(実績)

23/2期  
(実績)

24年2月期  
(計画)

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。

リスク

リスク内容と対応方針

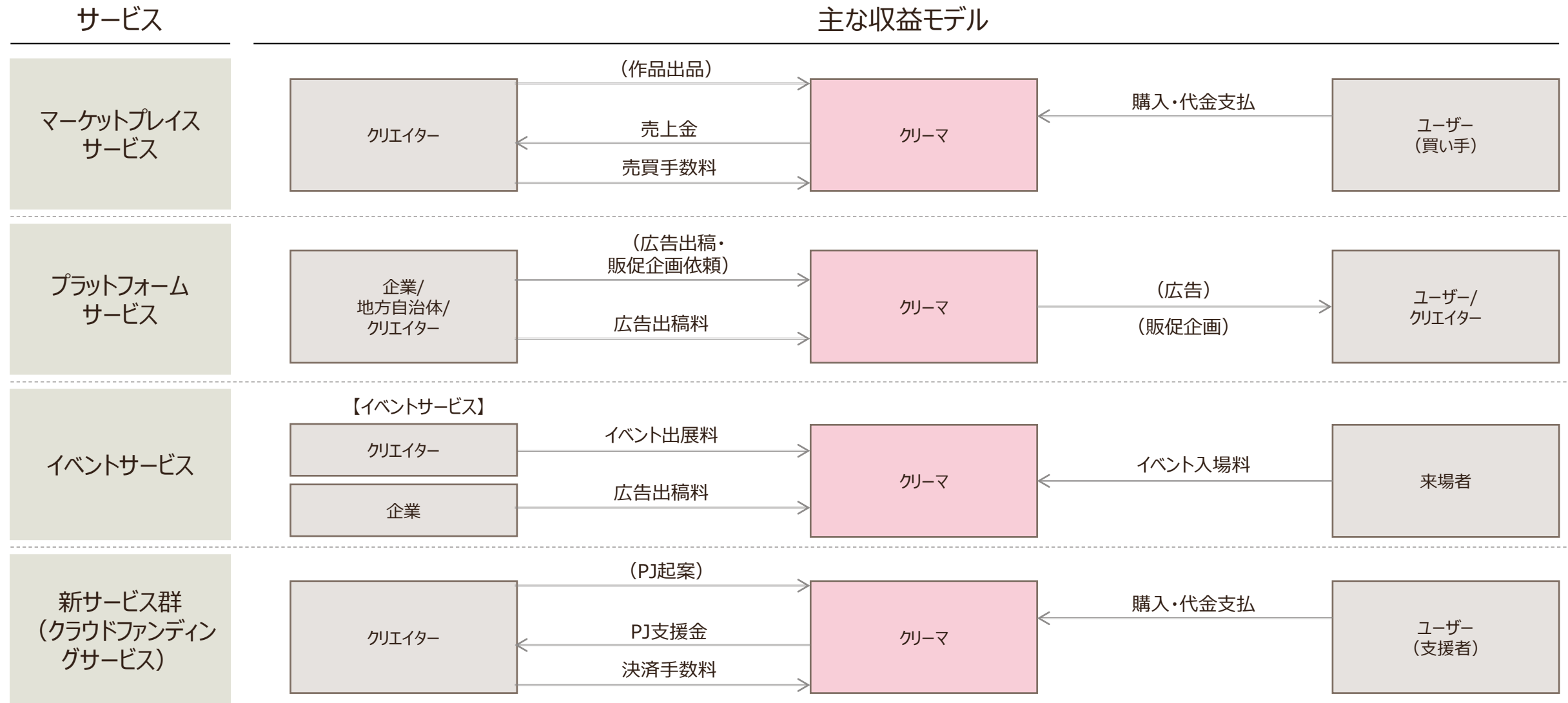
新型コロナウイルス等の  
感染症の影響

- 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。
- 感染症の再流行・長期化が起きることで、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。

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、トラブルの事前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的大幅な変動」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>