

**2024年2月期
第3四半期の業績**



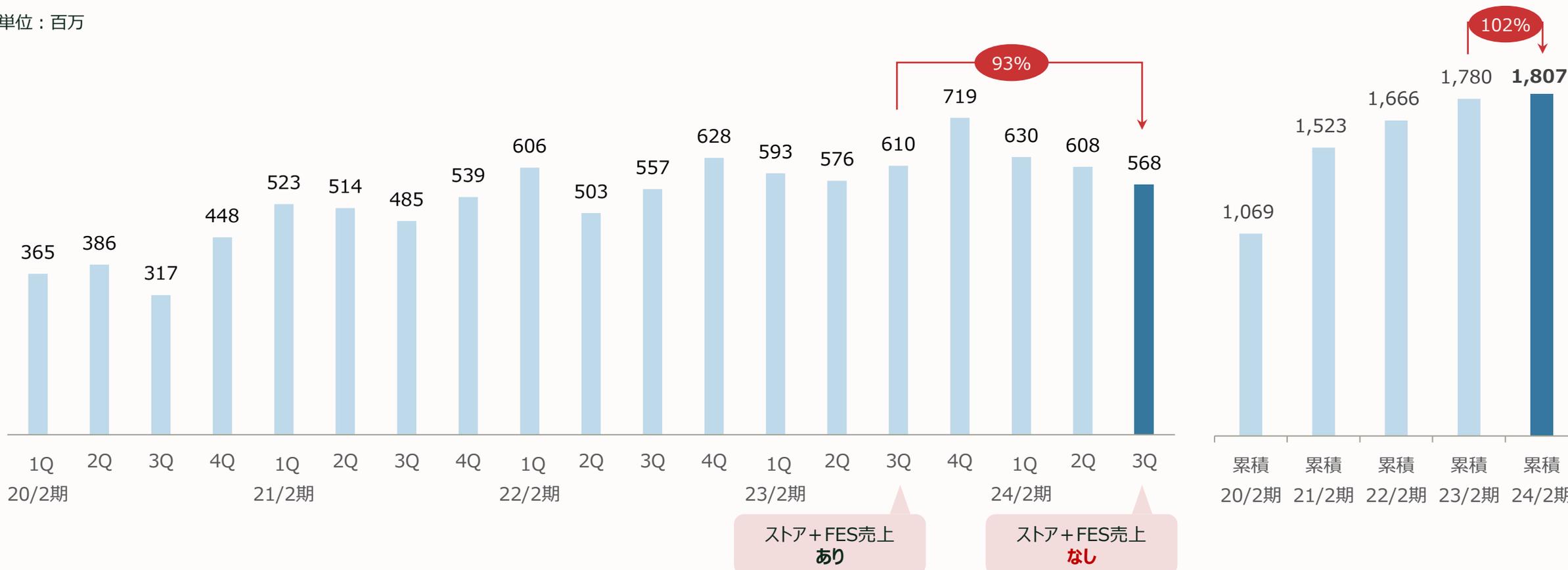
連結売上高の推移

- ・マーケットプレイスサービスの業績は横ばいながらも、プラットフォームサービス、新サービス群が力強く成長。
- ・一方で、2023年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上、及び今期開催を見合わせた「Creema YAMABIKO FES」の売上が前年同時期に計上されていたこともあり、今期3Q及び累積の売上成長に下方圧力が発生。
- ・その結果、3Qの売上はYoY93%となる5.68億円で着地。3Q迄の累積では、YoY102%となる18億円での着地となった。
- ・なお、前述のイベント/ストアにかかる下方圧力の影響を除くと、3QのYoYは102%、3Q迄の累積のYoYは106%となる。

四半期推移

3Q迄の累積推移

単位：百万



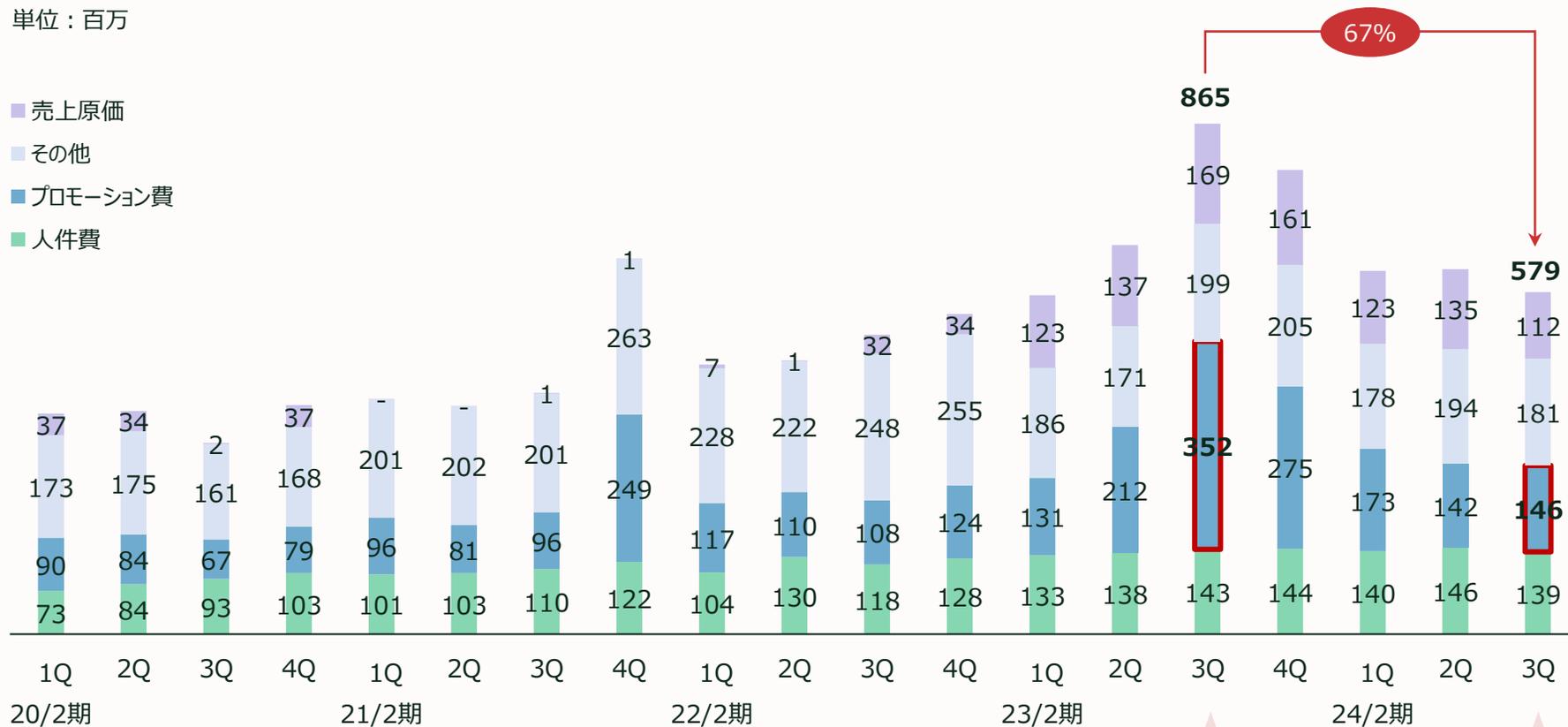
連結コストの推移（売上原価＋販管費）

- ・ コストについては、新規事業投資を継続しつつも、今期3Qは前年同時期に行ったTVCMを行っていないため、プロモーション費が大幅に低減。
- ・ その結果、3Q全体のコストは、YoY67%となる5.79億円での着地となった。
- ・ なお、3Q迄の累積で見ても、コストはYoY86%となっており、こちらも低水準で推移している。

四半期推移

単位：百万

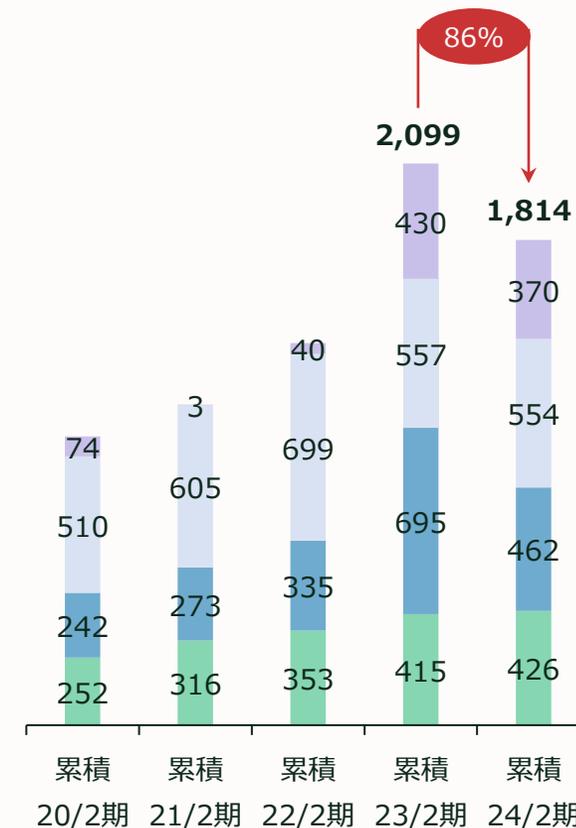
- 売上原価
- その他
- プロモーション費
- 人件費



TVCM あり

TVCM なし

3Q迄の累積推移

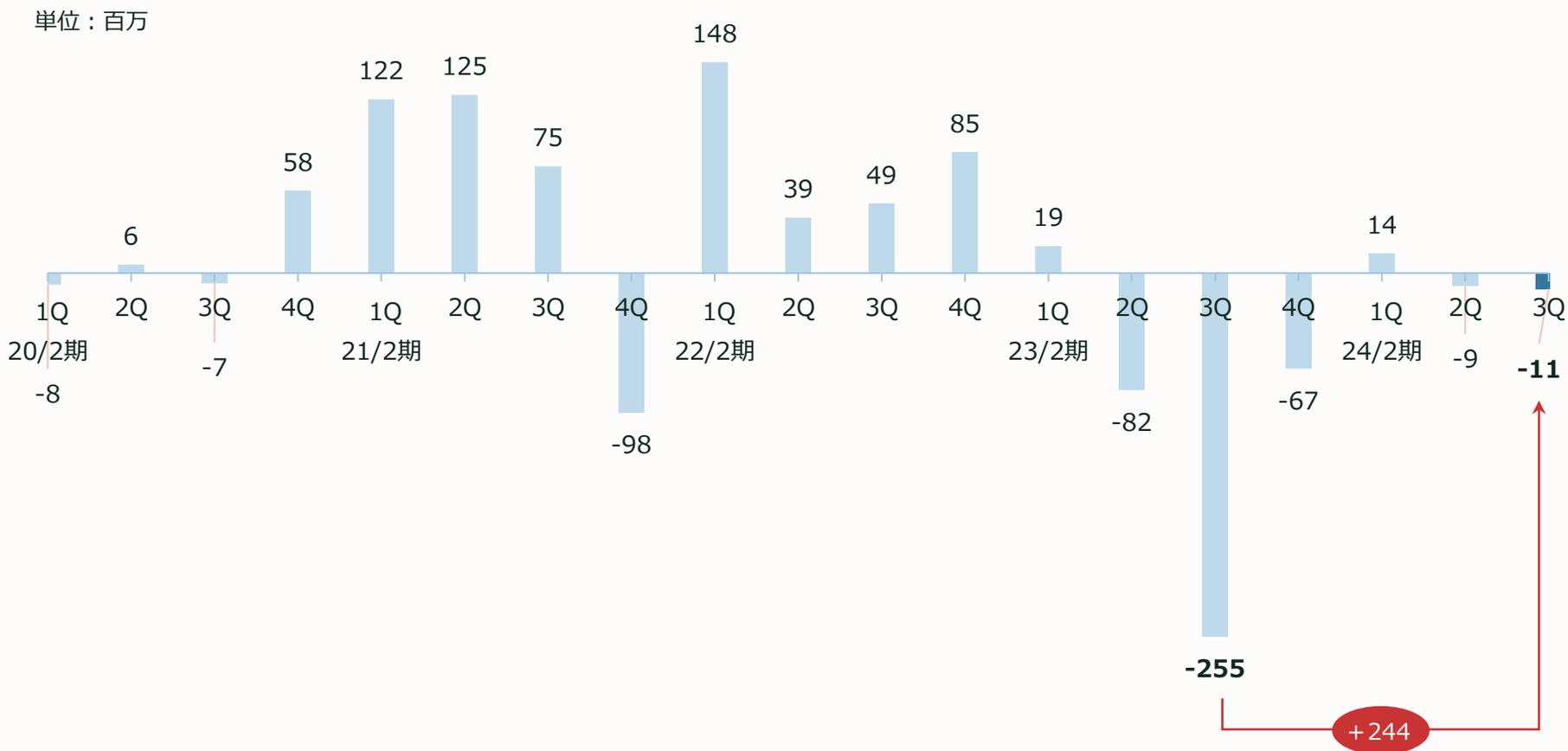


NOTE：23/2期より、新収益認識基準の適用に伴い、販管費の一部が売上原価に計上されている。

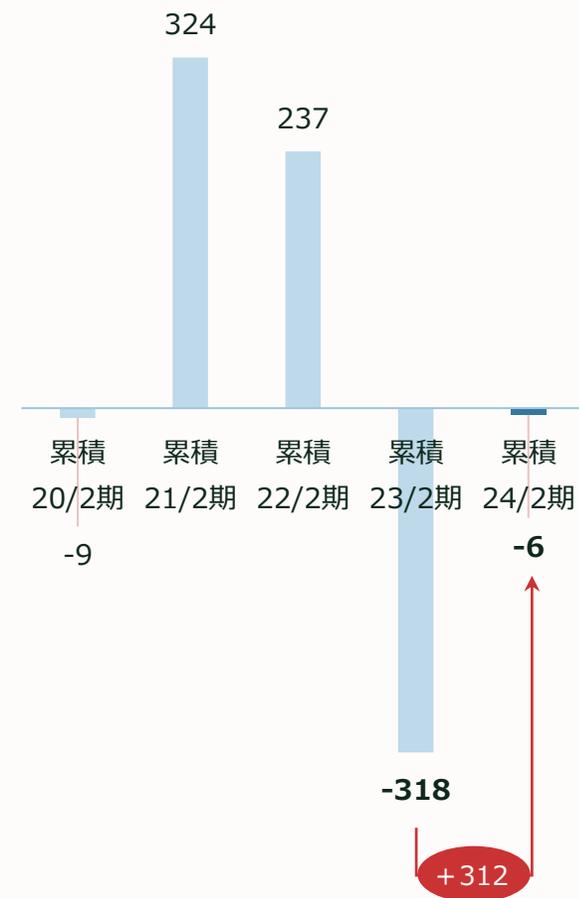
連結営業利益の推移

- 3Qの営業利益は▲11百万円で着地。
- 新規事業投資を続けているため計画通りの赤字ではあるが、前年比では+244百万円の増益となった。
- 3Qまでの累積の営業利益は▲6百万円で着地。こちらも前年比では+312百万円の増益となっている。

四半期推移



3Q迄の累積推移

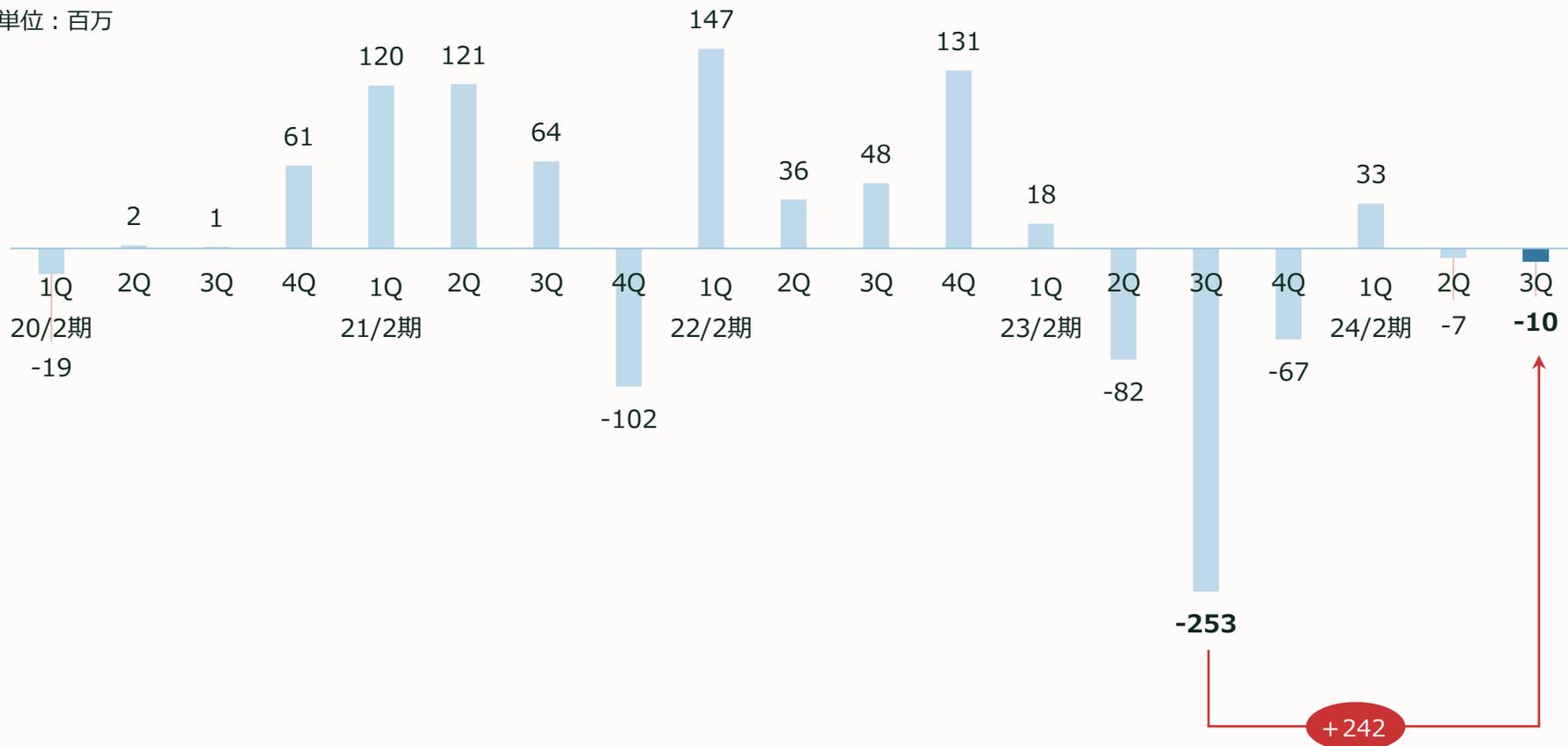


連結経常利益の推移

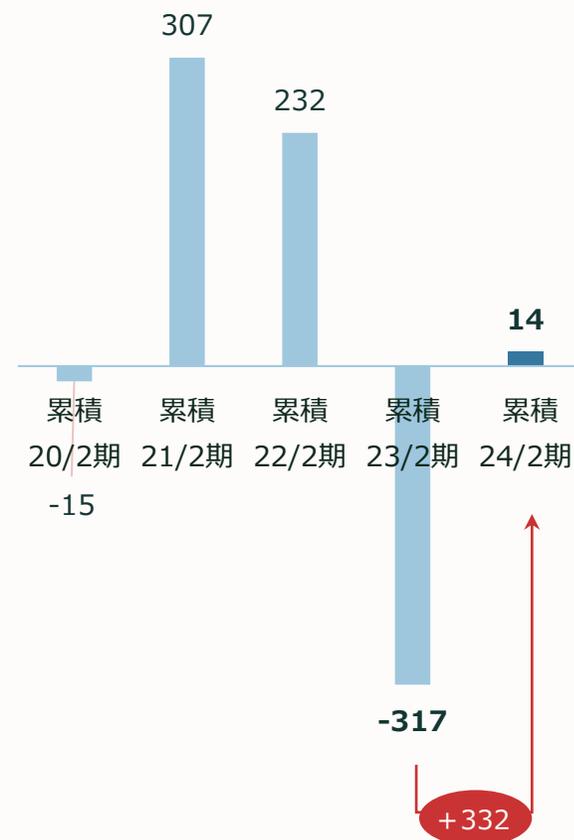
- ・ 3Qの経常利益は、営業利益とほぼ同額の▲10百万円で着地。こちらもYoYでは+242百万円の増益となっている。
- ・ 3Q迄の累積の経常利益は、14百万円で着地。YoYでは+332百万円の増益となっている（今期1Qにコロナ関連の補助金収入があったため、YoYでの増益幅が営業利益よりも拡大）。

四半期推移

単位：百万



3Q迄の累積推移

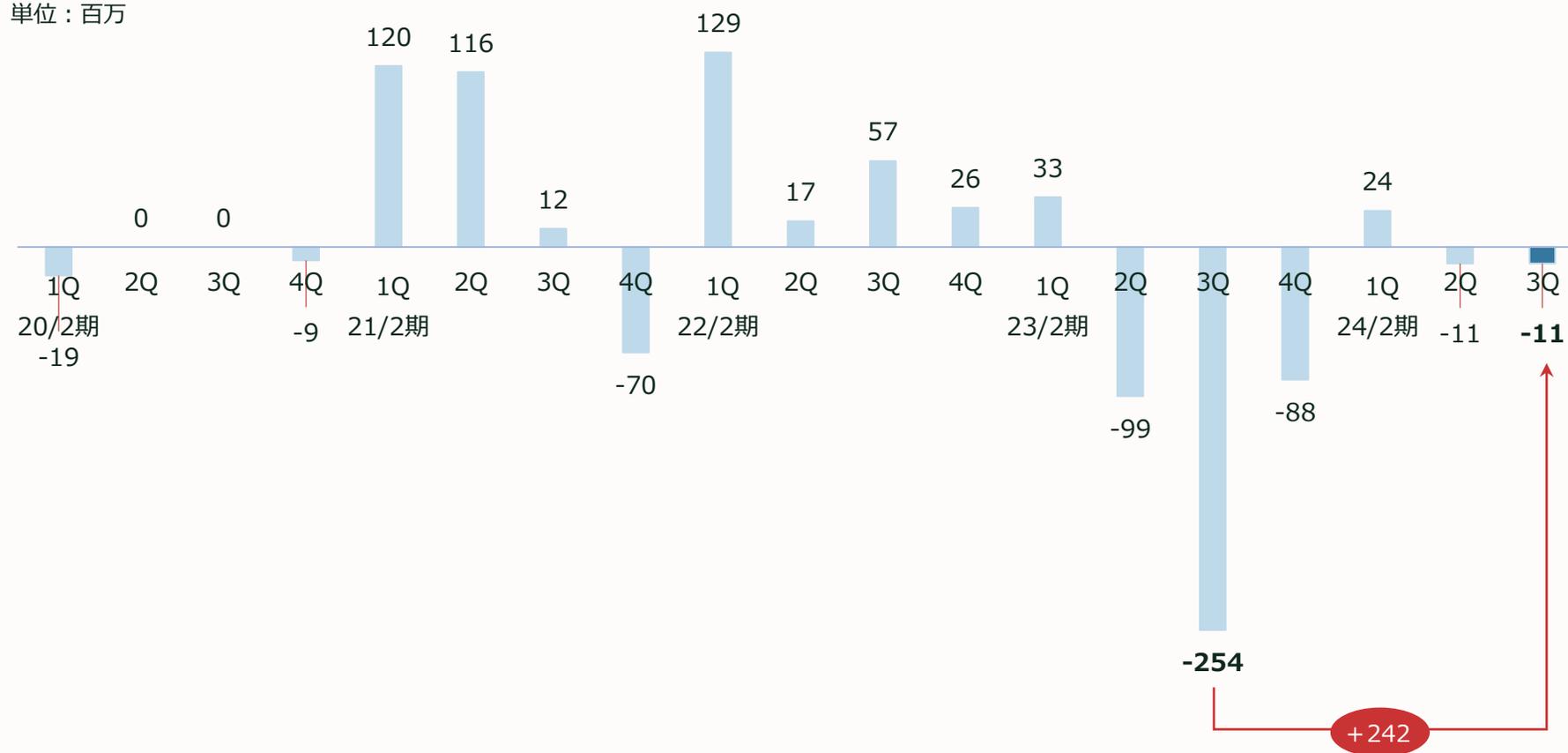


連結税後利益の推移

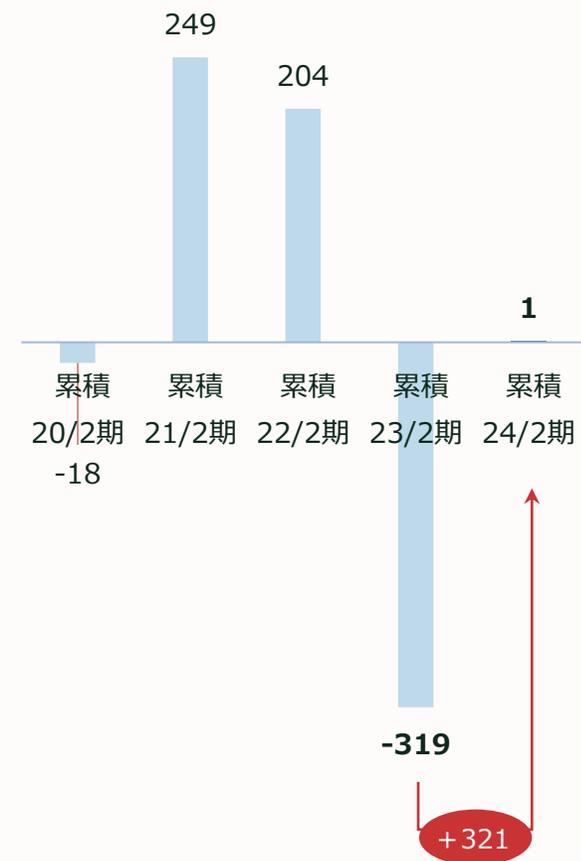
- 3Qの税後利益は、▲11百万円で着地。YoYで+242百万円の増益となっている。
- 3Q迄の累積の税後利益は、1百万円で着地。YoYで+321百万円の増益となっている。

四半期推移

単位：百万

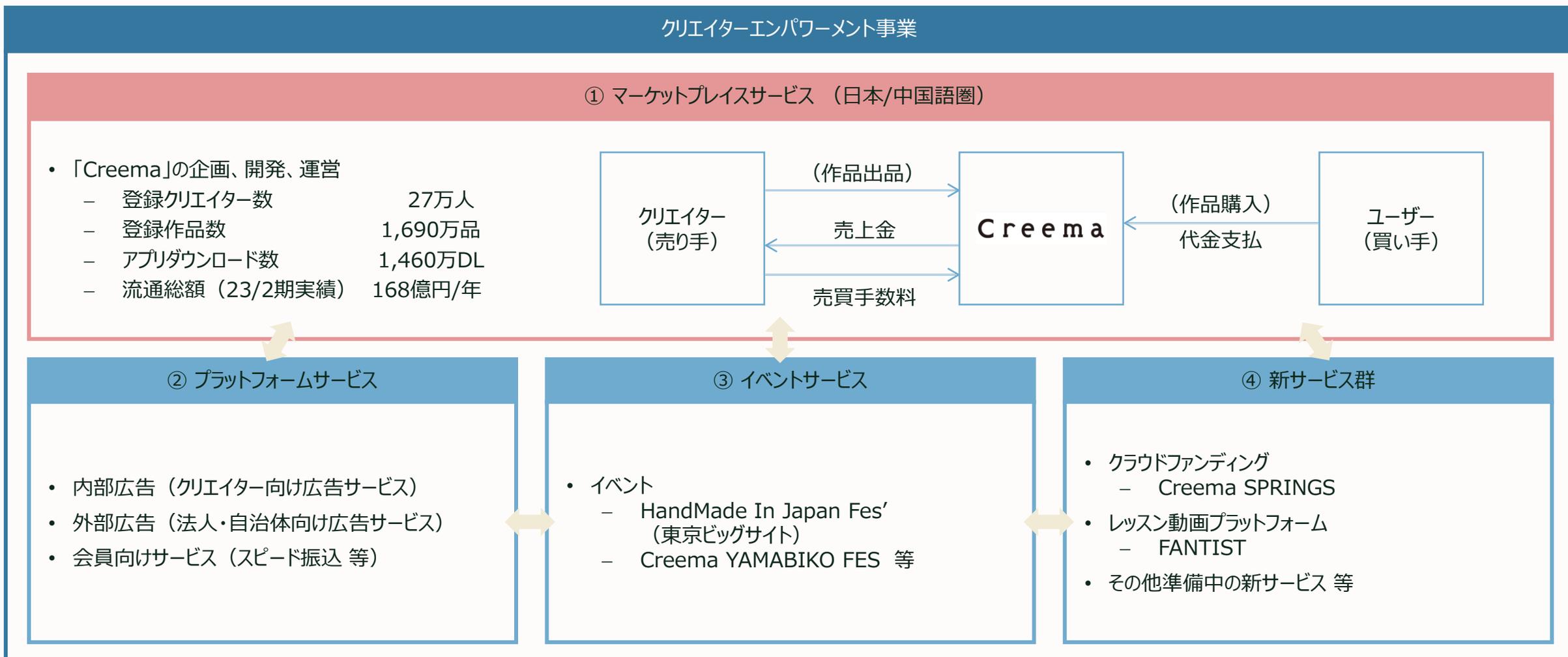


3Q迄の累積推移



事業構造とクリーム経済圏

- 次頁以降、クリエイターエンパワーメント事業を構成する各サービスについての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

- ・ 3Qでは、各種キャンペーン施策やプロダクトの改善に引き続き尽力した。
- ・ 外出需要が想定を上回るレベルで拡大する中、今期3Qはプロモーション費用をYoY37%まで大幅に圧縮した結果（詳細後述）、3Qの流通は40億円となり、YoY96%と僅かに前年を下回った。
- ・ 3Q迄の累積の流通は、YoY100%となる122億円で着地。上記の影響を受けつつも、僅かながら同期間の売上の最高額を更新している。

3Qの主な取り組み

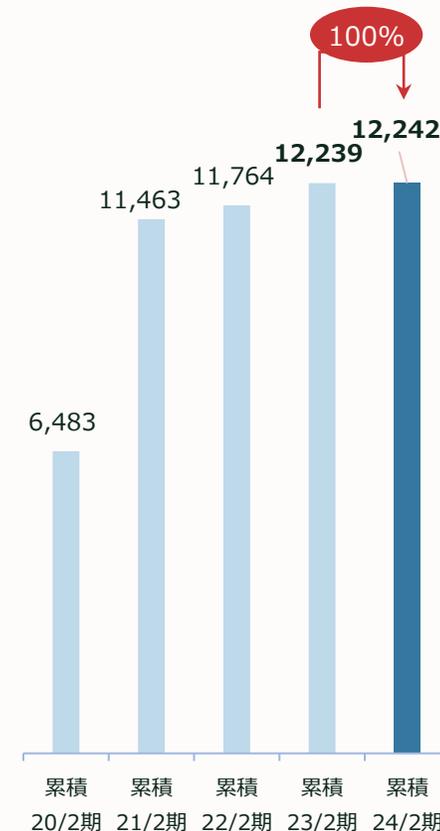
- ・ 季節のトレンドを捉えた各種マーケティング・キャンペーン施策を展開する等、クリエイター作品の魅力を訴求する様々な企画・特集を実施。
- ・ 「Creema」のユーザーインターフェース改善、検索機能の拡充等、プロダクト面の強化も引き続き実行。
- ・ 一方で、前年同時期に行なった大規模プロモーションに加え、外出需要の拡大のマイナス影響を3Qは強く受ける結果に。
- ・ その結果、3Qの流通はYoY96%、3Q迄の累積流通はYoY100%での着地となった。
- ・ 前年比での成長は若干の鈍化が見られたものの、3Q累積の売上は過去最高額は更新している。

四半期推移

単位：百万

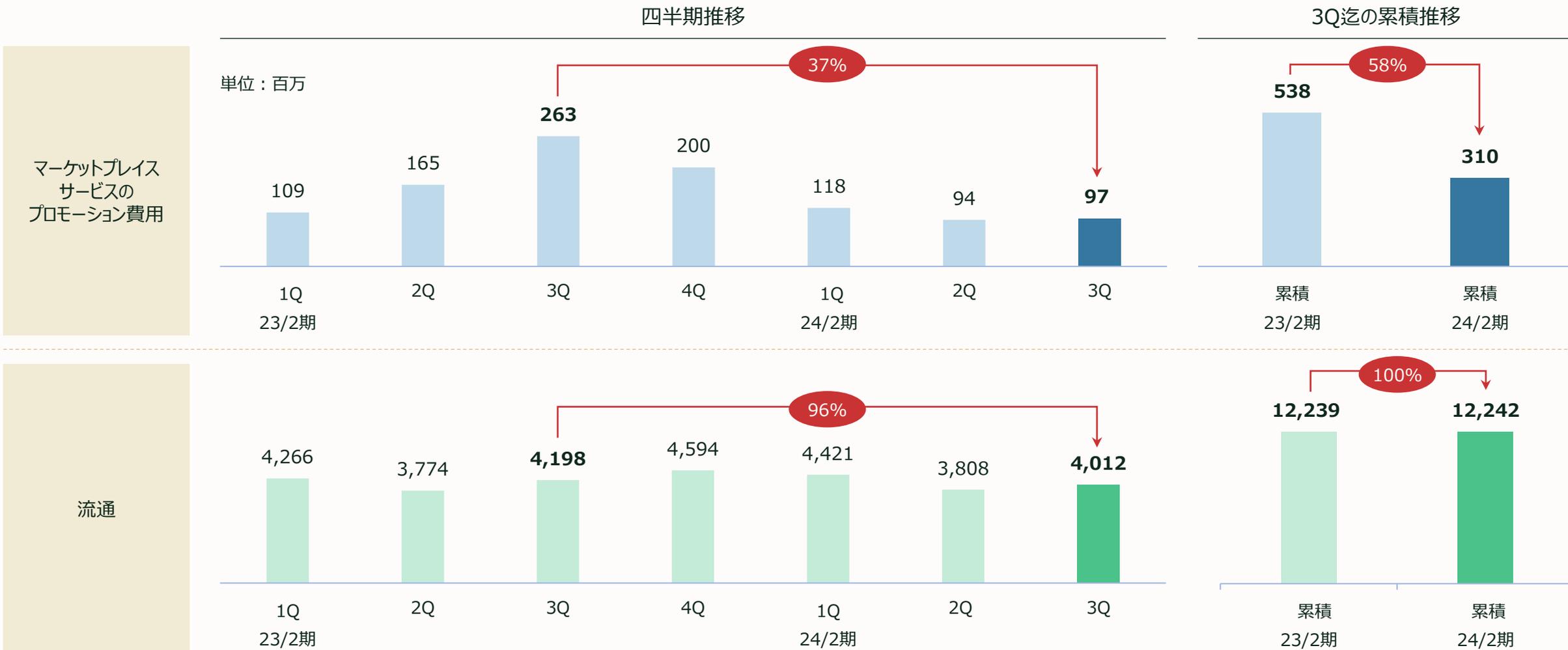


3Q迄の累積推移



参考：マーケットプレイスサービスのプロモーション費用の低減と流通成長

- ・ 前期23/2期は、2Q～4Qにかけて、サービスの認知拡大を目的としたTVCM投資を含む大型プロモーションを継続的に実施した。
- ・ 今期24/2期は、プロモーション費用を大幅に低減させており、3QでYoY37%、3Q迄の累積でYoY58%まで低減させた。
- ・ このような大幅なコスト低減を実現しつつも、流通は前年と同水準を維持している。



NOTE：プロモーション費用とは、日本のマーケットプレイスサービスに係る広告宣伝費・販売促進費・PR費・ポイント引当金繰入額の合計である。

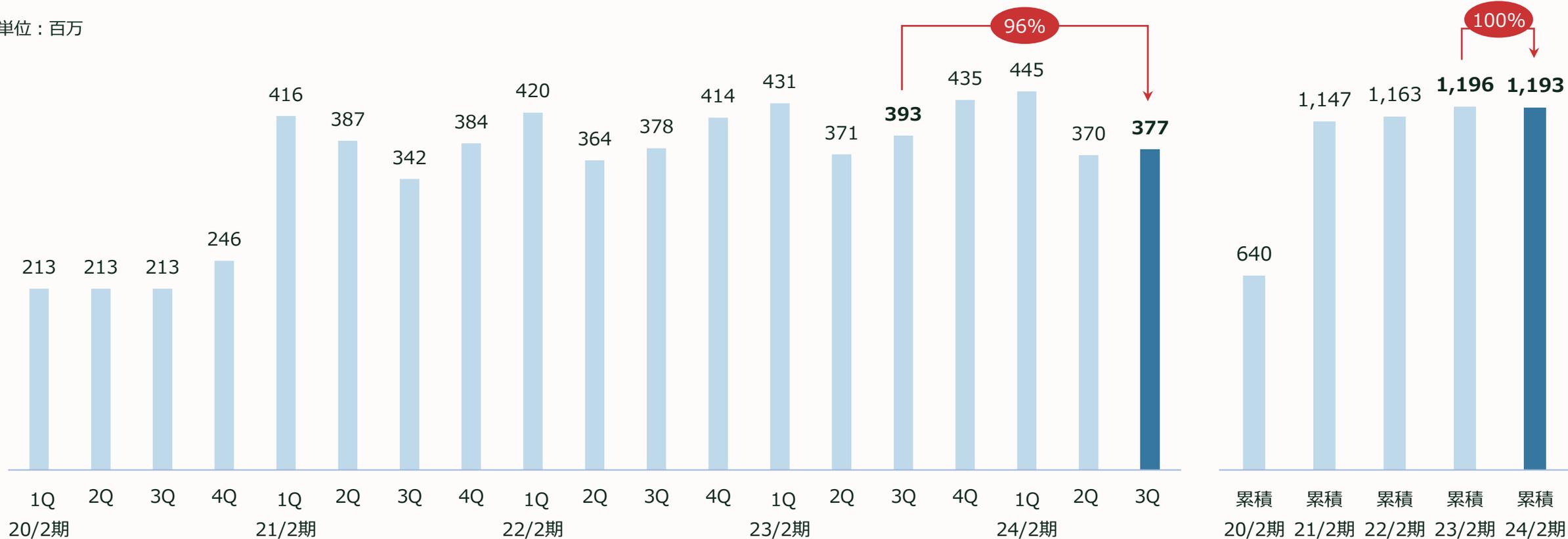
① マーケットプレイスサービス：売上推移

- 前頁の通り、当該サービスにかかる広告宣伝や販売促進に活用するプロモーション費用を3QでYoY37%にまで大幅に圧縮しながらも、マーケットプレイスサービスの3Q売上はYoY96%と微減の範囲に留まった。3Q累積では、YoY100%の11.9億円となっている。

四半期推移

3Q迄の累積推移

単位：百万

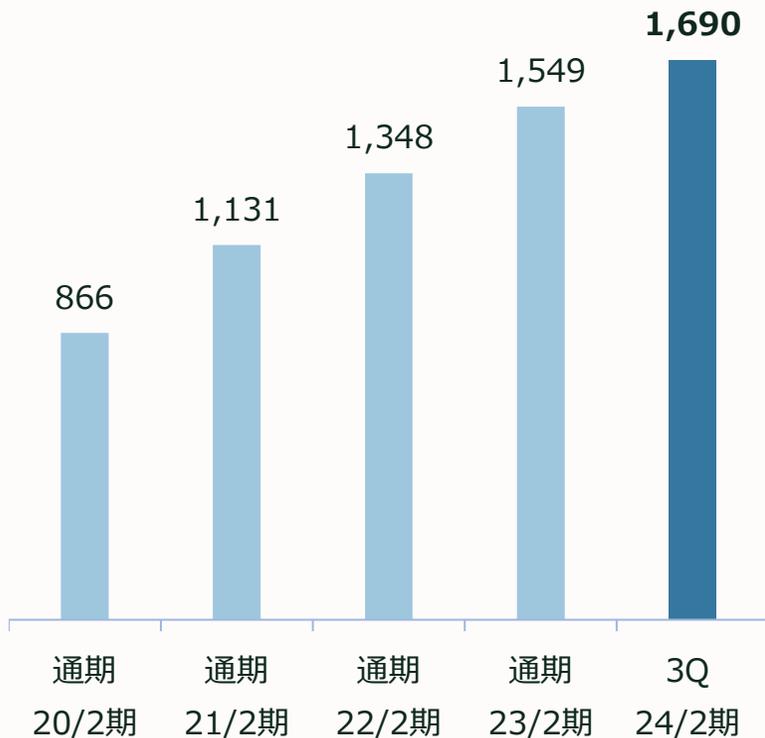


① マーケットプレイスサービス：KPI推移

- ・ 出品数・アプリDL数ともに堅調に推移。
- ・ 取引単価については、3Qも着実に成長し、過去最高額を更新。

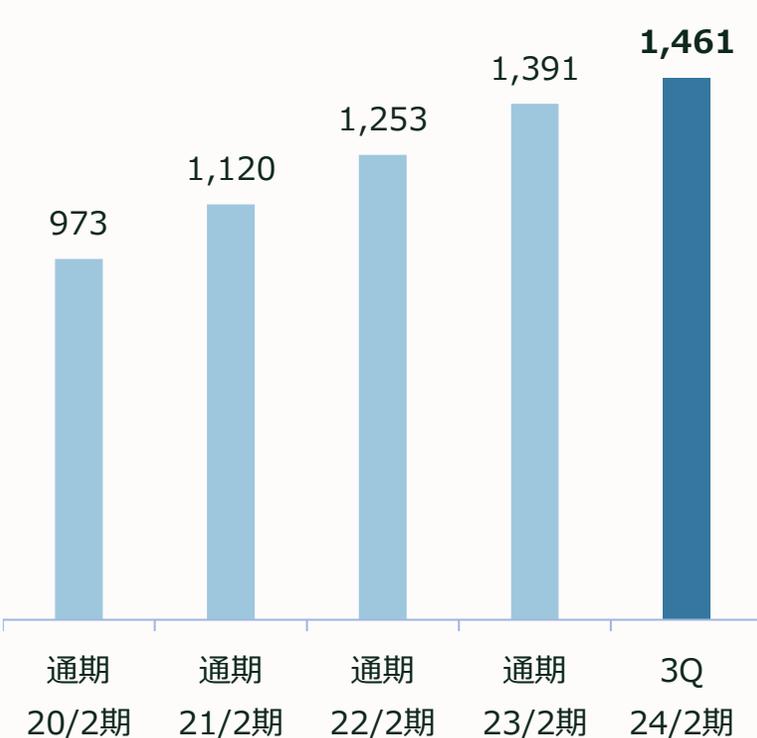
登録作品数

単位：万



アプリダウンロード数

単位：万



取引単価

単位：円



参考：各種マーチャダイジング・キャンペーン施策

秋冬向けのコーディネート提案や、クリスマスギフトの提案など、魅力的な作品が多数あつまるCreemaだからこそできる切り口で、作品の魅力をユーザーに届けるための様々なマーチャダイジング・キャンペーン施策を3Qも実施した。

クリスマス向け 特設サイト

- ギフトに適した作品が多数あつまる「Creema」では、クリスマスは流通が最も伸びる時期のひとつ。
- 「ギフトを贈る相手別」や「予算別」など、様々な切り口からクリスマスギフトを探すことのできるクリスマス特設サイトを開設した。



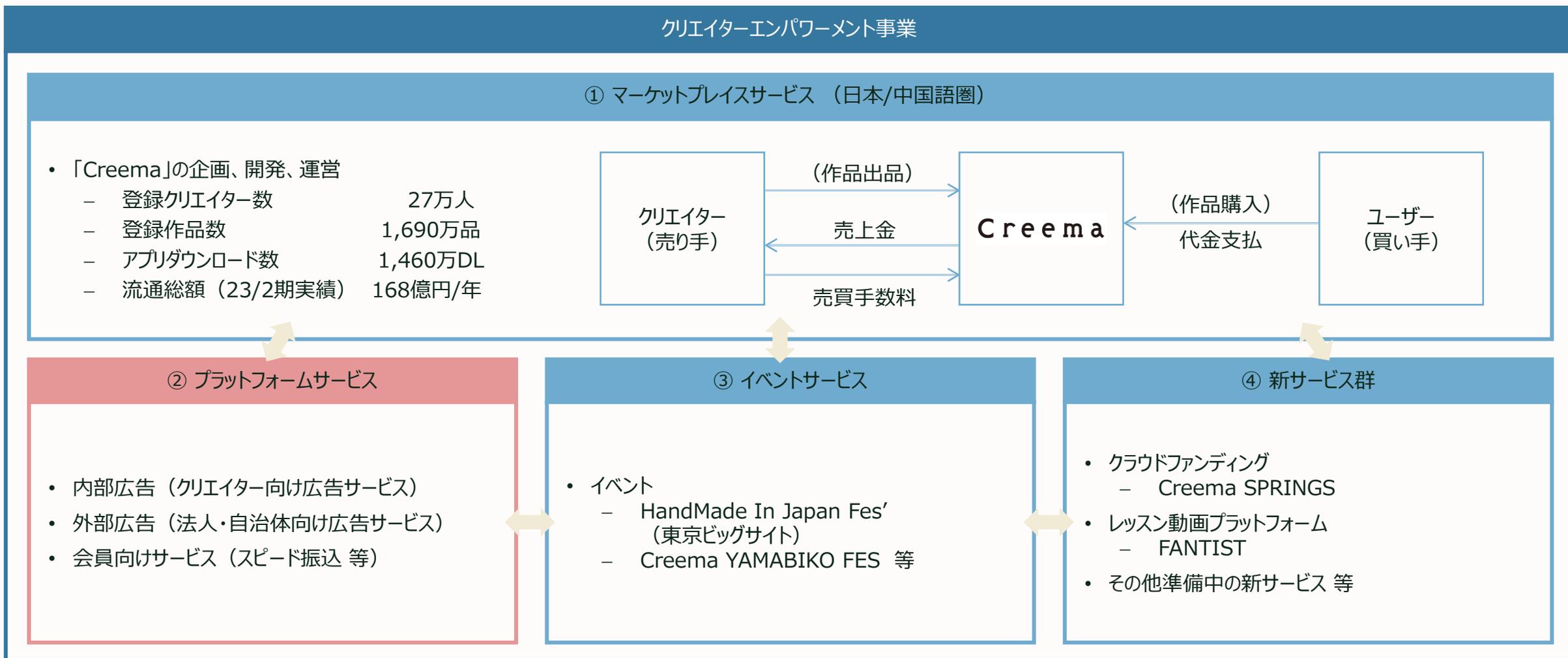
季節のトレンドを 踏まえた 各種キャンペーン

- 秋冬コーデの提案や、作品カテゴリーをまたいだ買い物の提案など、多様な作品があつまる「Creema」ならではのキャンペーンを展開した。



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

- 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

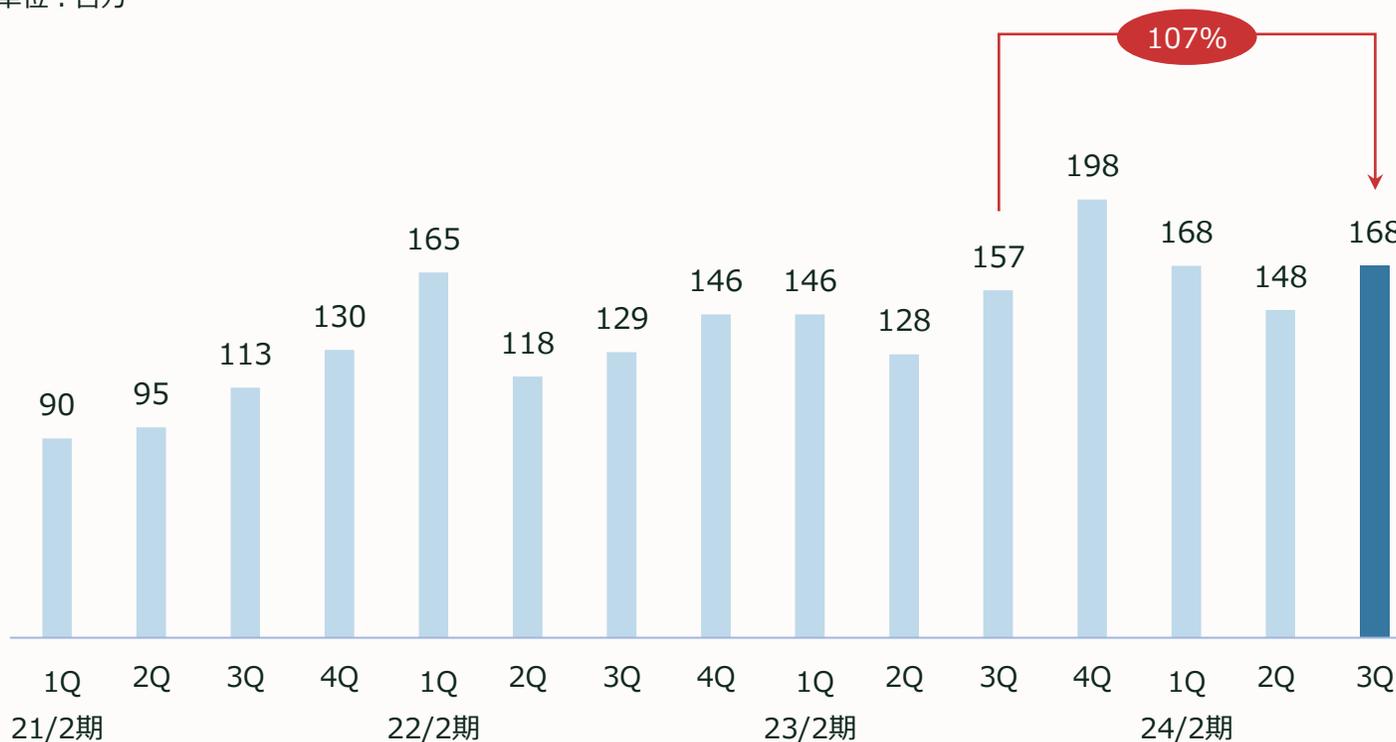
- プラットフォームサービスでは、外部広告の案件納品が堅調に推移しつつ、内部広告も着実に成長。
- その結果、3Qの売上はYoY107%の1.68億円、3Q迄の累積ではYoY112%となる4.85億円での着地となった。
- 3Q・累積ともに前年比でも力強く伸長し、同時期の過去最高額を更新している。

3Qの主な取り組み

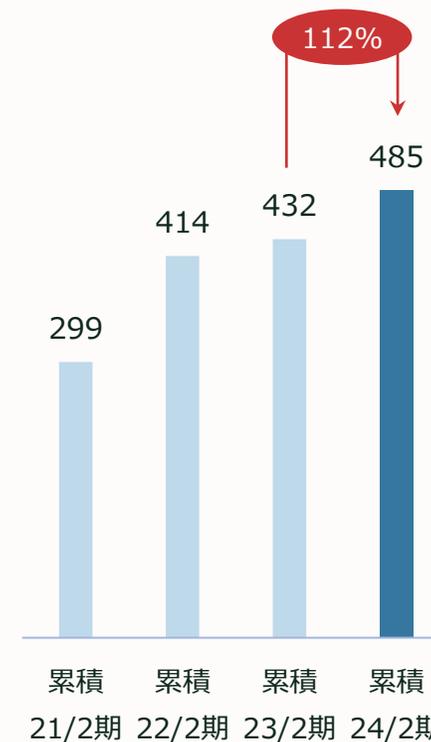
- 「Creema」のプラットフォームならびにユーザー基盤を活用した企業・地方公共団体向けのPR支援を行う外部広告サービスでは、商業施設でのワークショップ・クラフトイベントを通じたPR案件等を中心に納品が進んだ。
- クリエイターが自身の作品を「Creema」上でプロモーションできる内部広告サービスでは、広告サービスの利用者数を増加させるべく、プロダクトの改善とその普及に努めた。

四半期推移

単位：百万



3Q迄の累積推移



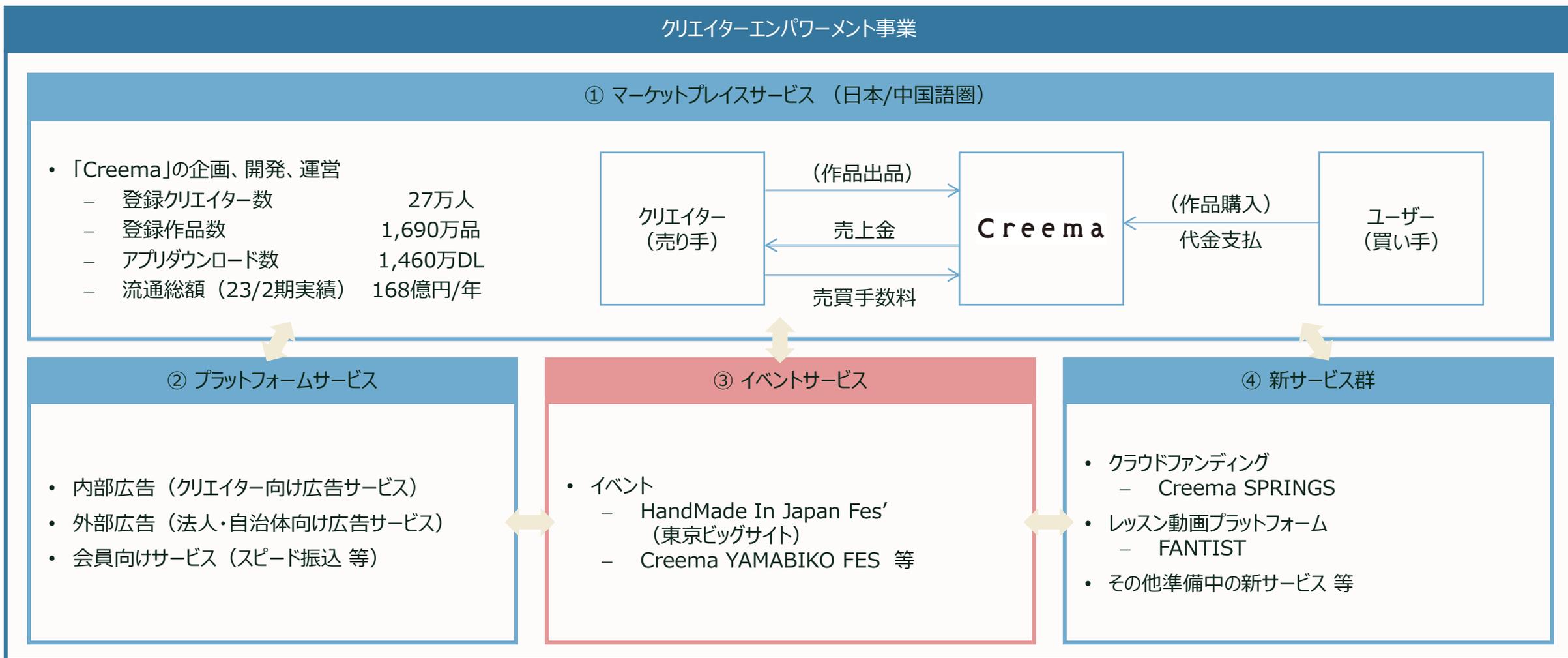
Creema Craft Caravan 長野 岡谷・辰野

岡谷シルクをはじめとしたものづくりの街岡谷市と、蛍のまちとしても知られ、自然豊かな場所に全国から様々な作り手が集まる辰野町。岡谷と辰野の商店街にある空き家・空き店舗を活用し、地域の魅力を丸ごと体感できる「Creema Craft Caravan」を街の皆さんと一緒に開催。



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

- ・ 次に、イベントサービスの直近の動向について解説していく。



③ イベントサービス：主な取り組みと売上推移

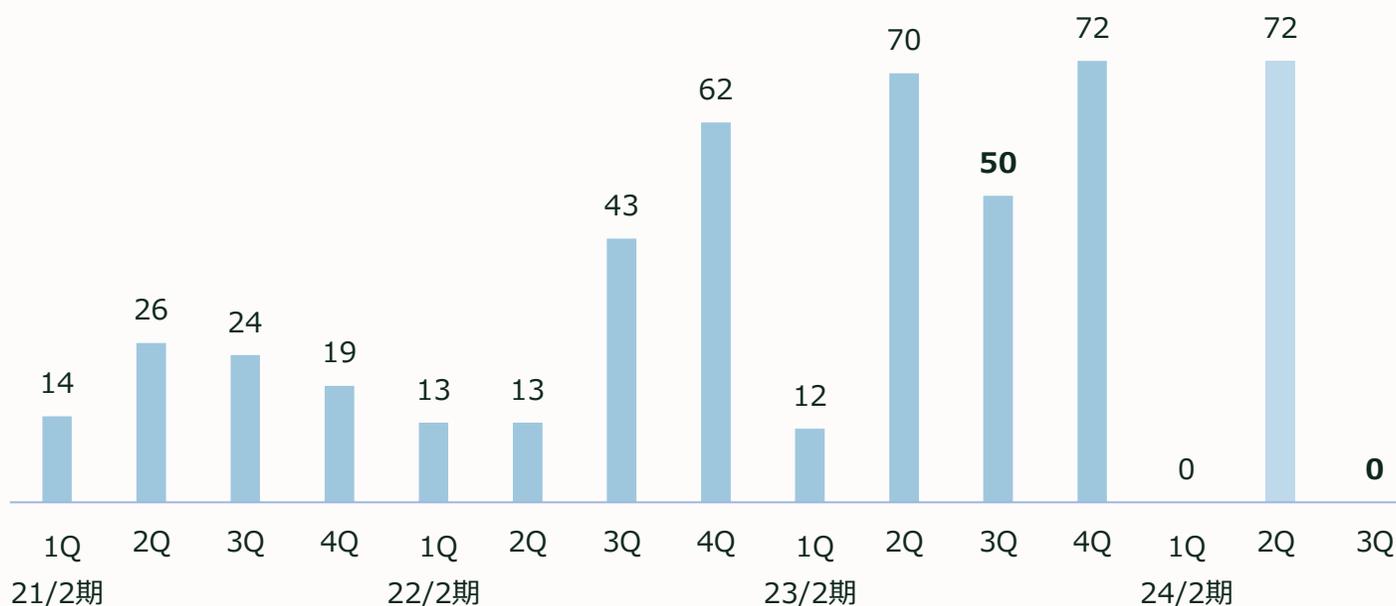
- ・ 今期については、毎年11月に開催していた「Creema YAMABIKO FES」の開催を来年3月に変更したため、3Qの売上はない。
- ・ 本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上に加え、上述した「Creema YAMABIKO FES」の売上が前年同時期に計上されていたこともあり、3Q迄の累積ではYoY55%となる73百万円での着地となった。
- ・ なお、前述の影響を除くと、3Q迄の累積のYoYは126%となる。

3Qの主な取り組み

- ・ 毎年11月に開催していた「Creema YAMABIKO FES」の開催を来年3月に変更したため、今期3Qの売上はない。
- ・ なお、3Qまでの累積売上がYoY55%と前年比で減収となっているが、これは前年同時期に、本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」及び前述した「Creema YAMABIKO FES」の売上が計上されていたためである。

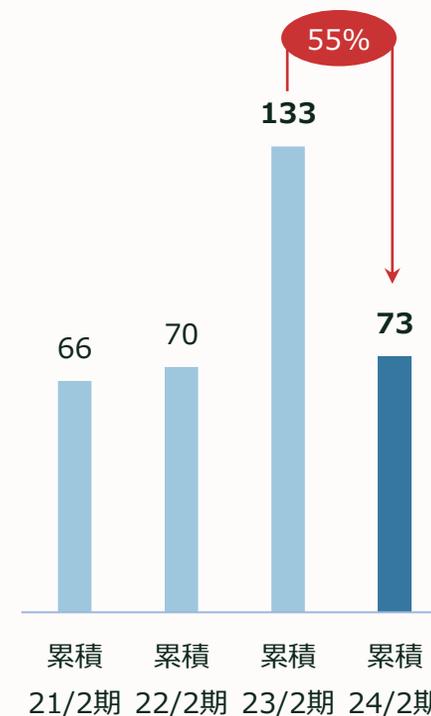
四半期推移

単位：百万



Creema Storeの売上に加え、Creema YAMABIKO FESの売上が計上されていた。

3Q迄の累積推移



23/2期にストアとイベントの売上があるため、24/2期は前年比で大きく減収。

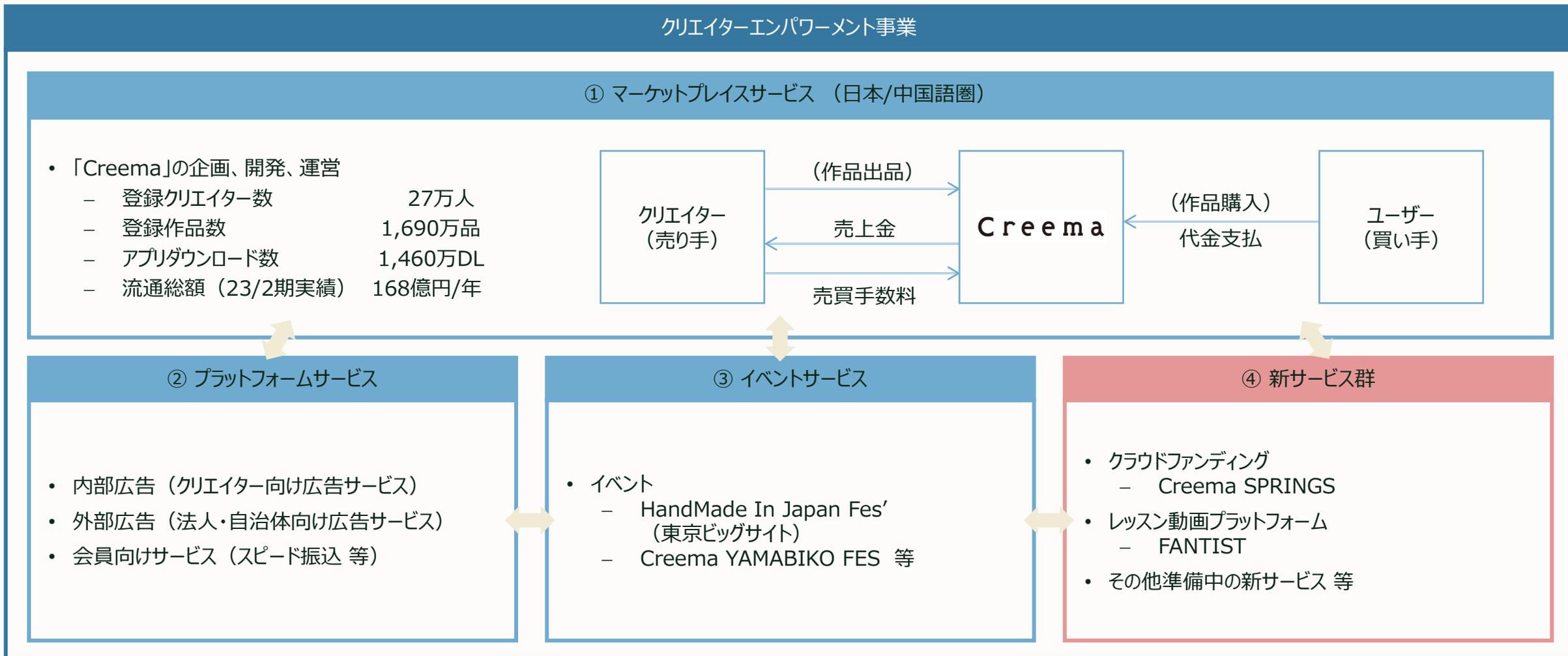
参考：Creema YAMABIKO FES 2024

- ・ 来期2024年3月16日・17日、長井海の手公園 ソレイユの丘にて、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES 2024」を開催予定。14組のアーティストによるライブステージ（第一弾アーティストのみ発表済）、100組の作家によるクラフト市等が展開。



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

- 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」

- クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」では、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。レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」は、レッスン動画数が2,100本を超え、コンテンツが着実に拡充している。その結果、新サービス群の3Q迄の累積の売上はYoY197%と成長を続けている。
- そのほか、今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おり、今期4Qにはリリース予定。

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た。

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2,100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。

2024年2月期3Q迄の業績まとめ

- ・ 3Q迄の累積では、期初計画通りに成長投資を実行しつつ、売上は18.1億円（前年同期比102%）と過去最高額を更新。
- ・ 営業利益は▲6百万円（前年同期比+312百万円）、経常利益は14百万円（前年同期比+332百万円）、純利益は百万円（前年同期比+321百万円）となり、いずれも前年同時期との比較では大幅な増益となっている。

単位：百万円

参考：23/2期3Q累積

24/2期3Q累積

昨対比

| | 参考：23/2期3Q累積 | 24/2期3Q累積 | 昨対比 | | |
|-------|--------------|-----------|------|------|--|
| | | | 金額 | 率 | |
| 売上 | 1,780 | 1,807 | +27 | 102% | ストア事業の撤退、Creema YAMABIKO FESの開催時期変更に伴う下方圧力がありつつも、オンライン領域および新サービス群の成長で、YoY102%と堅調に推移。 |
| 売上原価 | 430 | 370 | ▲59 | 86% | |
| 売上総利益 | 1,350 | 1,437 | +86 | 106% | |
| 販管費 | 1,668 | 1,443 | ▲225 | 86% | 今期は新規事業投資を大幅に拡大しつつも、プロモーション費用を大幅に抑えた結果、販管費はYoY86%で大幅に低減。 |
| 営業利益 | ▲318 | ▲6 | +312 | — | その結果、営業利益はYoY+312百万円での増益。 |
| 経常利益 | ▲317 | 14 | +332 | — | 補助金収入が計上されたことで経常利益はYoY+332百万円で増益。 |
| 当期純利益 | ▲319 | 1 | +321 | — | 最終的な純利益はYoY+321百万円の増益となった。 |

バランスシートの状況

- ・3Q時点においても引き続き財務基盤は安定的な状態となっている。

BSの推移 (単位：百万円)

| 項目 | 2023/2期 前期 3Q | 2024/2期 今期 3Q | YoY |
|---------------|------------------|------------------|------|
| 資産合計 | 3,739 | 3,500 | 94% |
| 流動資産 | 3,408 | 3,238 | 95% |
| 内、現金及び預金 | 2,683 | 2,570 | 96% |
| 内、売掛金 | 637 | 629 | 99% |
| 内、その他 | 87 | 38 | 44% |
| 固定資産 | 330 | 261 | 79% |
| 負債合計 | 2,731 | 2,577 | 94% |
| 流動負債 | 2,497 | 2,213 | 89% |
| 内、預り金 | 1,608 | 1,574 | 98% |
| 内、一年以内返済予定借入金 | 200 | 215 | 107% |
| 内、その他 | 687 | 424 | 62% |
| 固定負債 | 234 | 364 | 156% |
| 内、長期借入金 | 229 | 364 | 159% |
| 内、その他 | 4 | 0 | 0% |
| 純資産合計 | 1,007 | 922 | 92% |

2024/2期 今期3Q時点のBS構成 (単位：百万円)

| | |
|--|--|
| 流動資産 3,238 | 流動負債 2,213 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・現金 2,570 ・売掛金 629 ・その他 38 | <ul style="list-style-type: none"> ・預り金 1,574 ・一年以内返済予定借入金 215 ・その他 424 |
| | 固定負債 364 <ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金 364 ・その他 0 |
| | 純資産 922 |
| 固定資産 261 | |

2024年2月期の通期着地予想



2024年2月期 PL着地予想

- ・ 今期、売上はYoY112%となる27.9億円を目指す。一方で、中長期的な成長を目的に新規事業やプロダクト開発等の投資を拡大するため、コストは前期と概ね同程度の規模となるが、各利益は僅かながら黒字とする計画。事業成長と、前期比での大幅な収益改善を並行して進める。

24年2月期業績予想

参考：主要サービス別売上予想

| 単位：百万円 | 参考：23年2月期 | 24年2月期 | 対前年比 | | | |
|--------|-----------|--------|------|------|---------------|---------------------|
| | | | 金額 | 比率 | | |
| 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：425%) |

想定を上回る外出需要の拡大と、プロモーション費用の大幅な圧縮によりマーケットプレイスサービスの業績こそ横這いとなっているが、その他のサービスは着実な拡大を続けていることから、引き続き成長戦略を推進。4Qにおいても中長期成長に向けた今期方針「オンライン領域事業のプロダクト強化」「新規事業の拡充・スケールアップ」に向けた戦略投資を継続しつつ、収益力の改善も並行して進めていく。

Appendix



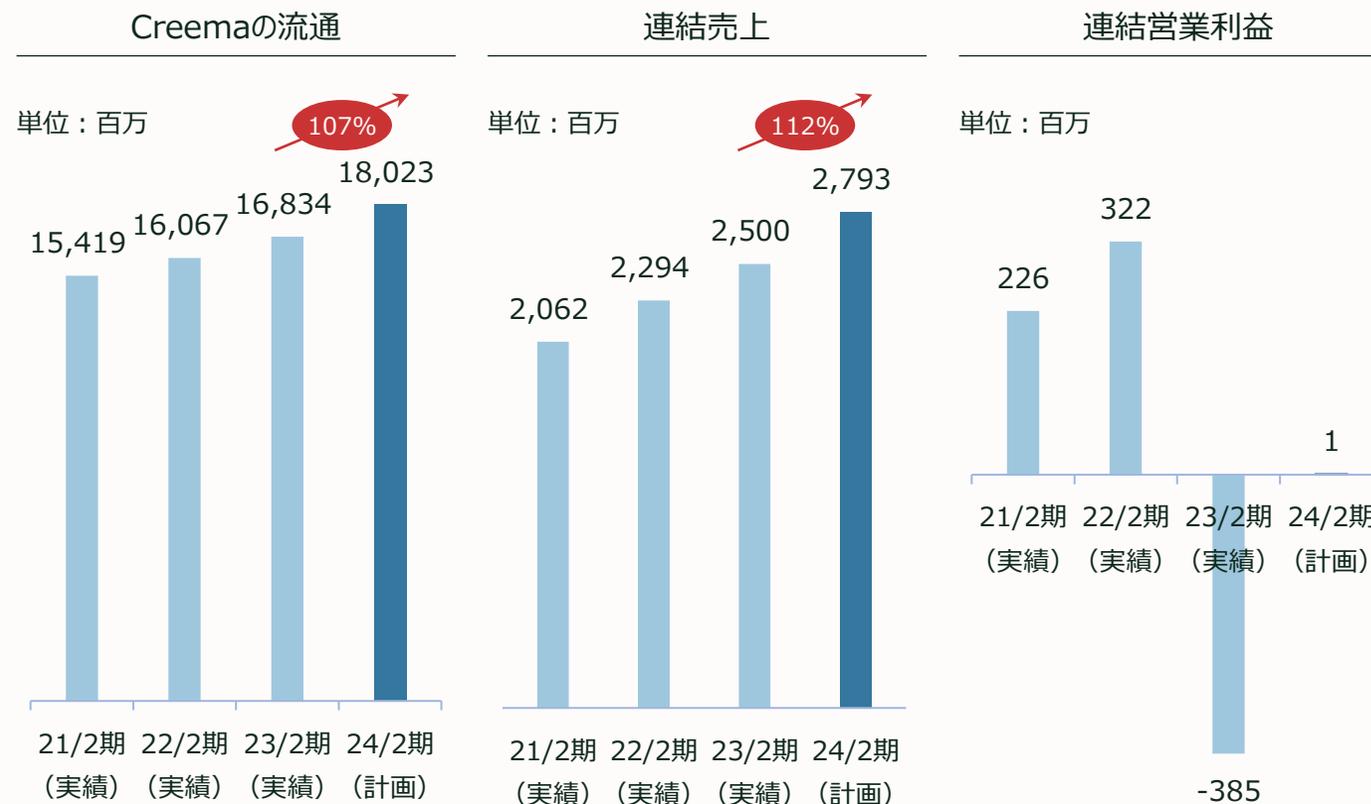
参考：今期の戦略方針と着地予想

- 前期、TVCMの放映等の取り組みにより拡大し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更に拡大するとともに、新サービスの開発・リリースを通じて、クリーム経済圏を拡大し、更なる収益の複層化を進める。
- コストについては、年間を通じてTVCMを放映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ものの、オンライン領域事業のプロジェクト開発投資や、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拡大することから、前期と概ね同等規模の着地を想定している。
- 結果として、流通180億円（YoY107%）、売上27.9億円（YoY112%）、営業利益も僅かながら黒字化を目指す。

今期の戦略方針

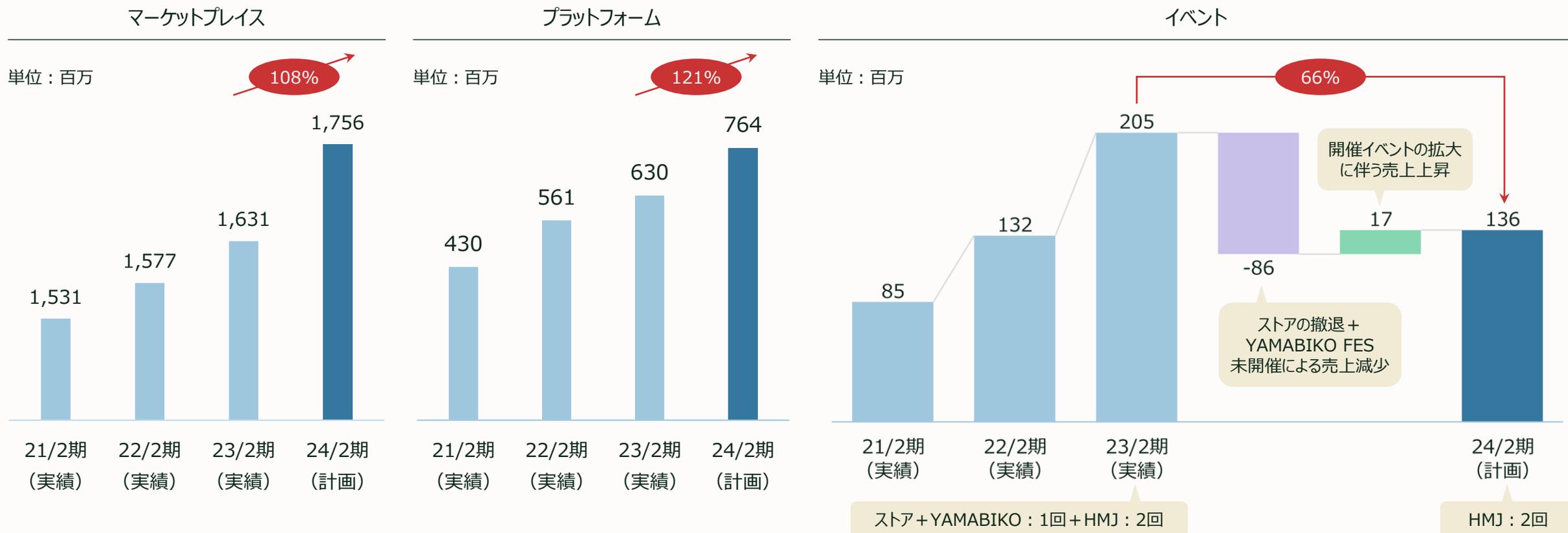
- 前期、TVCMをはじめとする大規模プロモーションにより高まったサービス認知度を追い風に、「Creema」及びそれに付随するサービスの利用者数を拡大すべく、デジタルマーケティング領域の強化や、検索ロジックの磨き込みも含め、CreemaのUI/UXの継続的な改善を行う。
- また、投資を続けてきた新規事業のひとつを今期中にリリースさせた上で、更なる追加投資を実施し、クリーム経済圏の拡大、収益の複層化を加速する。
- コストについては、年間を通じてTVCMを放映した前期との比較でプロモーション投資の規模は縮小させるものの、上述したオンライン領域事業のプロジェクト開発投資や、新規事業のリリース・スケールアップのための投資を拡大させるため、前期と概ね同等規模（YoY97%）での着地を想定。
- その結果として、「Creema」の流通は前年同期比107%となる180億円、売上は前年同期比112%となる27.9億円を目指すとともに、営業利益も僅かながら黒字化させる。

着地予想



参考：各サービス別の売上計画

- ・ 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の改善等を通じて、売上17.6億円（YoY108%）を目指す。
- ・ プラットフォームサービスでは、外部広告にて、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、内部広告にて、広告表示ロジックの調整等を通じて、売上7.6億円（YoY121%）を目指す。
- ・ イベントサービスでは、「Creema Store」の全店撤退と、「Creema YAMABIKO FES」の開催時期変更（来期へ移行）により、「HandMade In Japan Fes'（HMJ）」の夏・冬の2開催分しかないため、売上1.4億円（YoY66%）の減収計画となる。



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>