



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

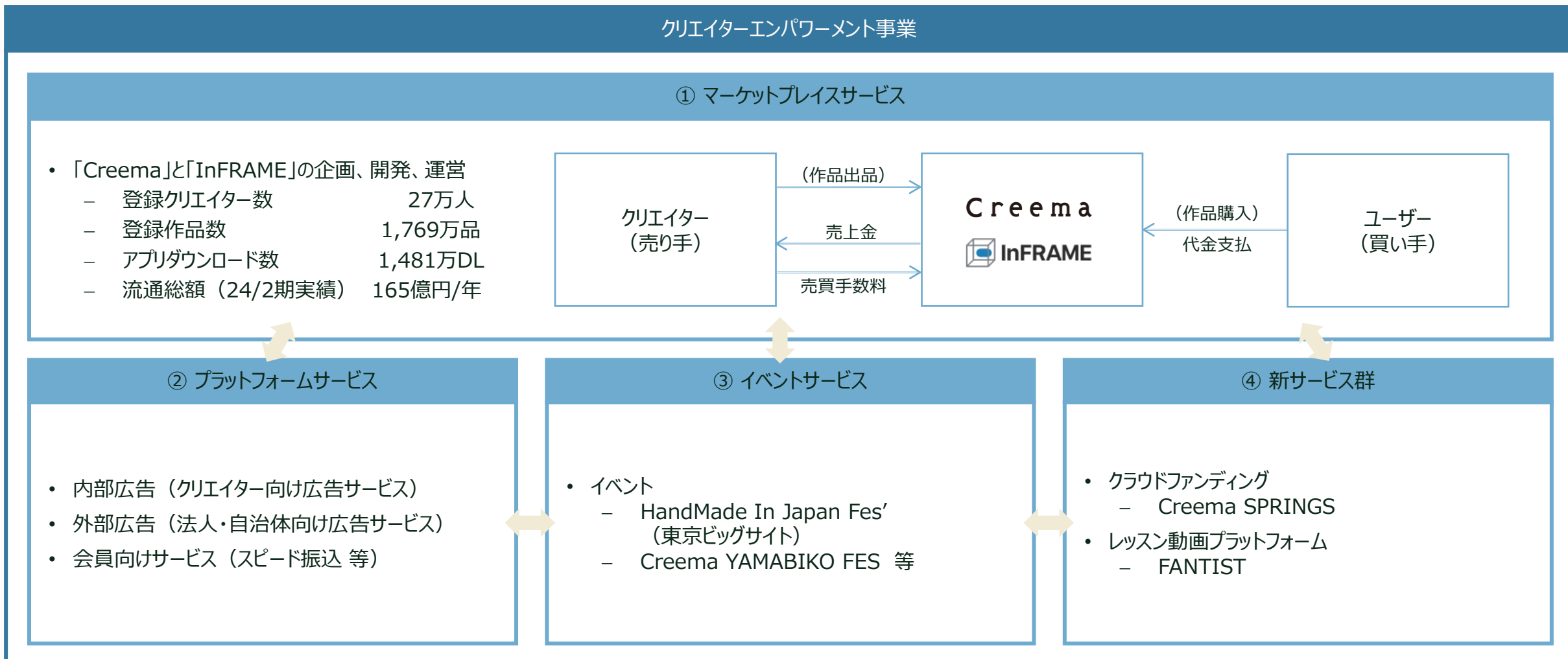
**21世紀をリードする
新しい一大コングロマリット**

Corporate Statement

まるくて大きな時代をつくろう

事業構造とクリーマ経済圏

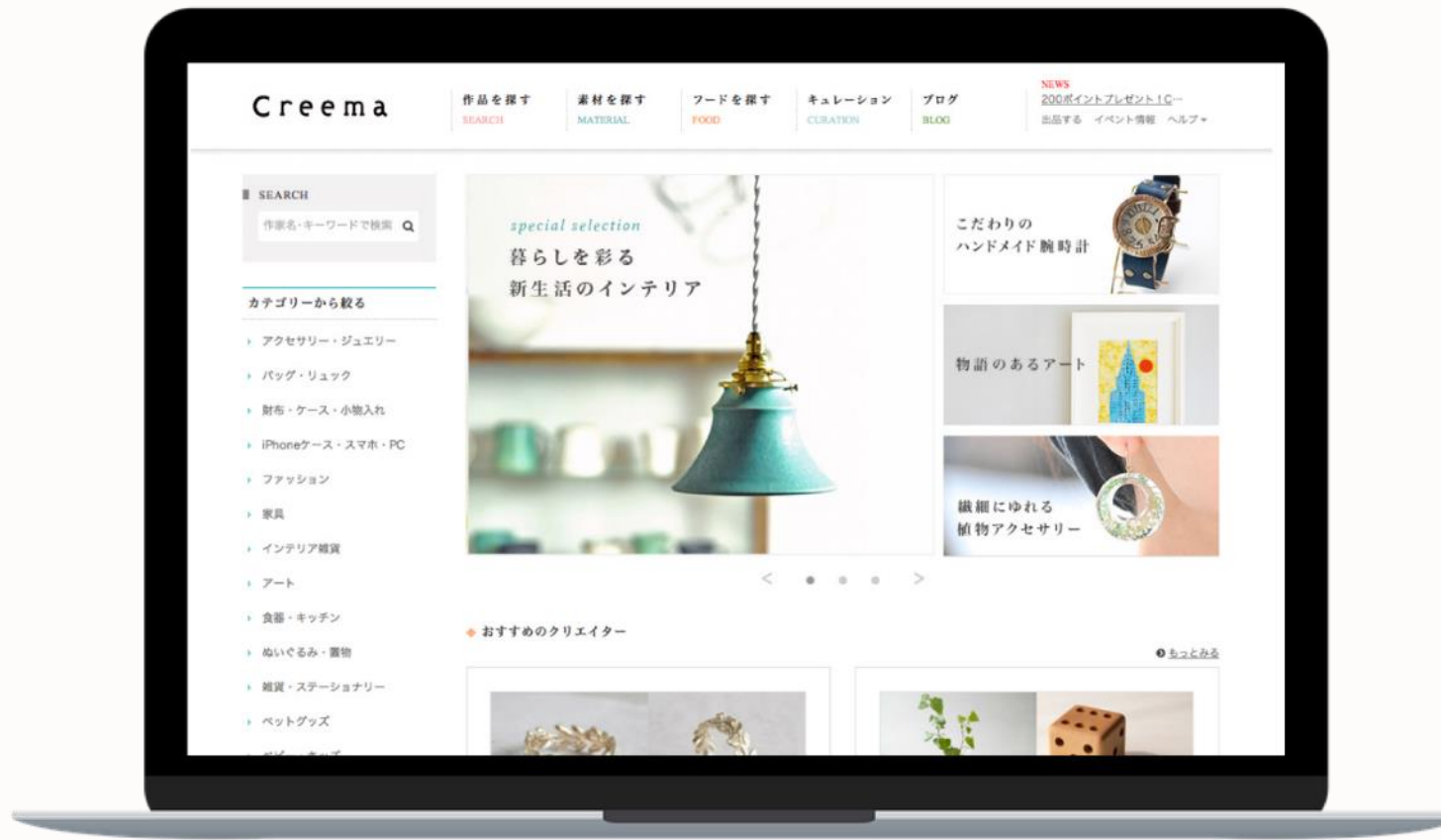
- 株式会社クリーマでは、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」を主軸に、クリエイターの活動を支援する様々なサービス領域へと事業を展開し、全てのサービスがダイナミックに連携する「クリーマ経済圏」の拡大に努めております。



クリーマの概要

① マーケットプレイスサービス (1/3) : ハンドメイドマーケットプレイス「Creema」

- ・「クリーマ経済圏」の核となる「Creema」では、27万人のクリエイターが1,769万点の作品を出品中。2024年2月期の年間流通総額は165億円を超えており、日本最大の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。



クリーマの概要

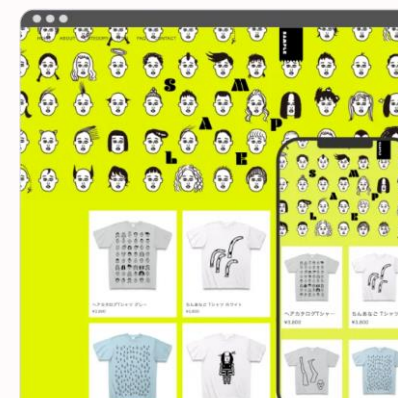
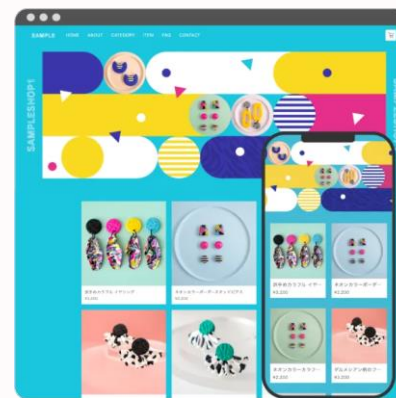
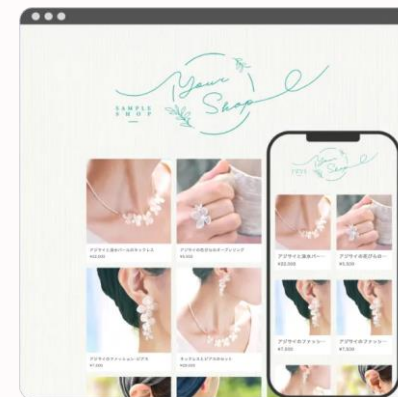
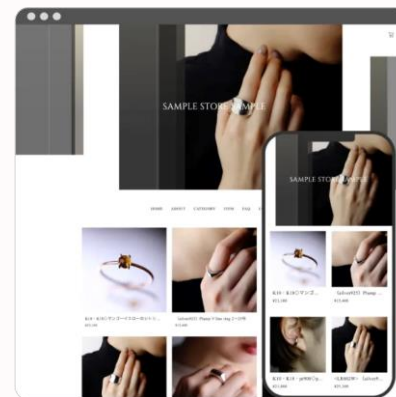
① マーケットプレイスサービス (2/3) : Creemaが取り扱う様々な作品カテゴリー

- ・「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ユーザーは購入可能。



① マーケットプレイスサービス (3/3) : ネットショップ開設サービス「InFRAME」

- 日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携可能な唯一のネットショップ開設サービス「InFRAME」。
- 2024年1月末にリリース以降、「Creema」の登録クリエイターの方々を中心に、多くの方にご利用いただいている。



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、クリエイターが自身の作品をPRできる「内部広告」や、法人・地方自治体向けのPR支援サービス「外部広告」をはじめ、様々なプラットフォームサービスを提供。
- ・「Creema」があればこそできる独自性の高いサービスを順次追加し、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、自身の作品の広告をサイト・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、多様な広告サービスを展開。



地方創生

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 イベントサービス

- ・ 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」など、日本全国で様々な大型イベントを開催し、日本のクリエイティブカルチャーを醸成・牽引している。

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、クラフト市等の多様なコンテンツも楽しめる、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。



クリーマの概要

④ 新サービス群（1/2） - クラウドファンディングサービス

- ・ 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。
- ・ そのひとつに、クリエイターやものづくり事業者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』を提供している。

Creema SPRINGS プロジェクトを探す 検索 プロジェクトをはじめよう 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。



最大 30枚収納
美しく並ぶ
整う長財布
PROUDY
Donna
特許庁意匠登録済
登録第 1686247 号
Made in JAPAN

◎ このプロジェクトは実行確約型です

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よう 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。



旬の素材で1年中楽しむ
シュトーレン専門店を作りたい

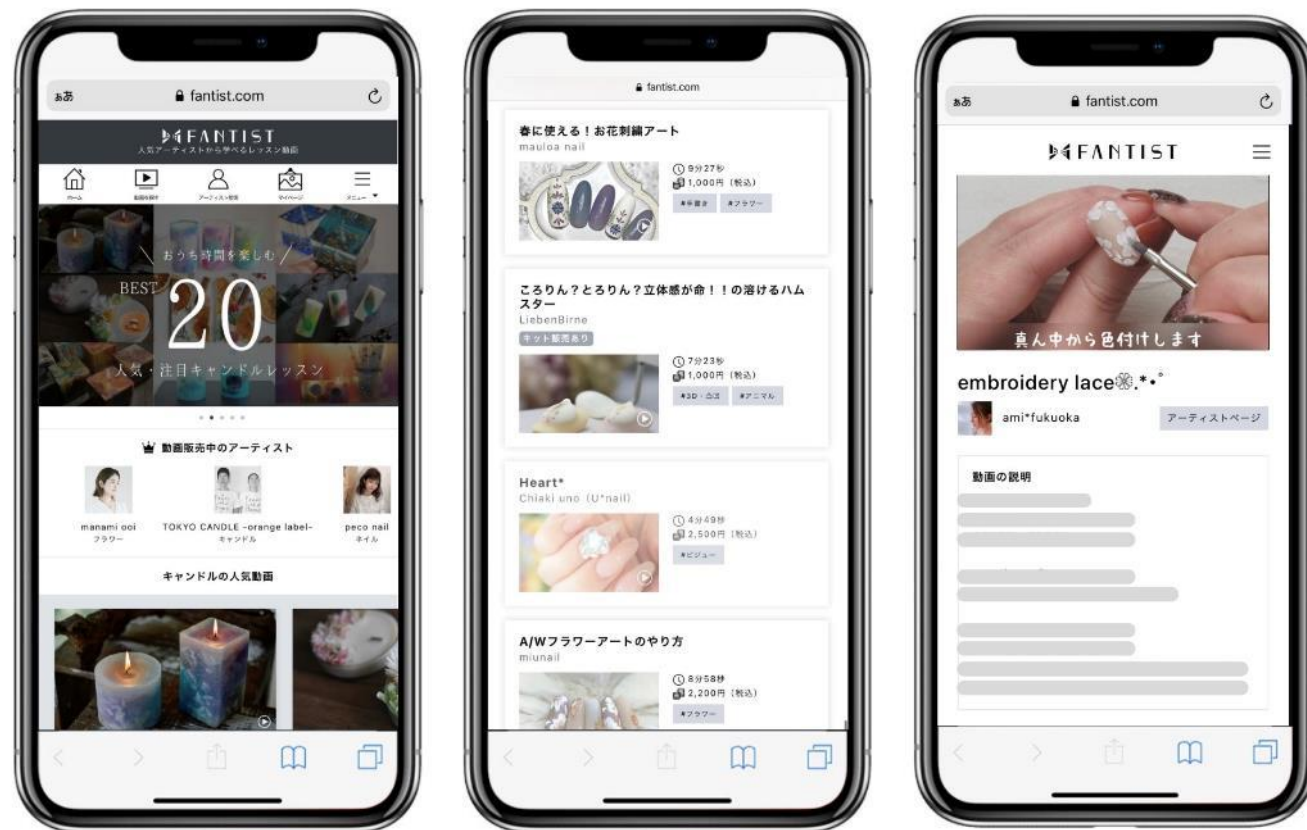
◎ このプロジェクトは実行確約型です

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（2/2） - 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。
- ・ 現在、登録レッスン動画数は2,200本を超え、そのコンテンツ数は日本最大級の規模にまで拡大。クリエイターが自ら提供する単発レッスン動画やコースレッスン動画に加え、初学者向けにFANTIST社が独自で開発したFANTIST公式コースの提供等も行っている。



- ・ キャンدلやフラワーアレンジメント等、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」を「クリーム経済圏」に加えることで、EdTech領域への参入を本格化した。
- ・ 「Creema」と「FANTIST」が連携することで、クリエイター・アーティスト・ユーザーの方々に更なる価値を提供できるようになった。
 - 27万人に及ぶCreemaクリエイターのレッスン動画販売が可能に。
 - CreemaとFANTIST間での相互送客・コラボ企画の実施 等
- ・ 2024年2月期末では、登録レッスン動画数が2,200本を超え、現在はクリエイターが自ら提供するアーティストコースに加え、FANTIST社が独自で開発した初学者向けのFANTIST公式コースの提供も開始している。

クリーマの競争優位性

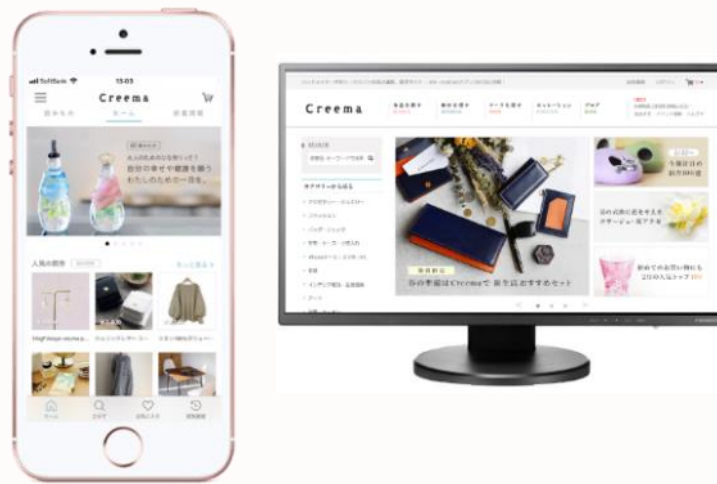
- 「プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤」と「高品質のサービス・プロダクト」、クリエイターの自己実現を支援する「様々なサービスが高度に連携したクリーマ経済圏」の3つの存在が、当社の競争優位を生み出し、市場に高い参入障壁を構築している。

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を構築。
- その結果、他のECサイトでは見られない、高品質かつ独自性の高い作品が集まるマーケットへと「Creema」は発展。その登録作品数は1,769万点にのぼる。

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発展。

C. 様々なサービスが高度に連携したクリーマ経済圏

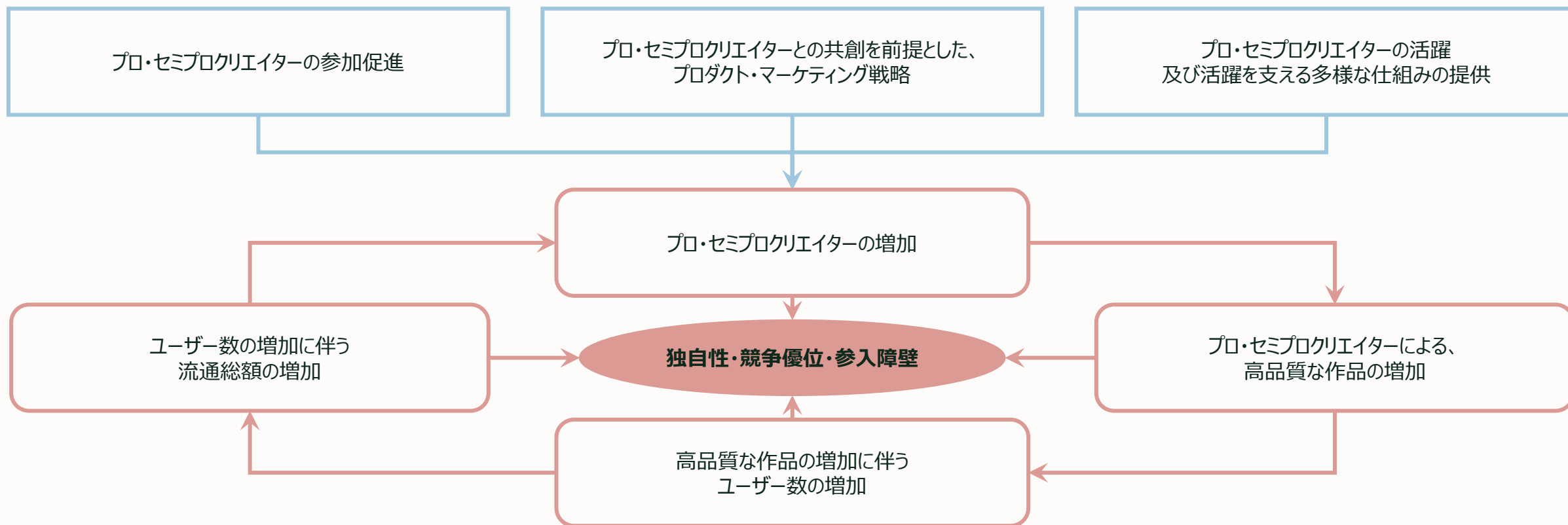


- 相互に連携した多様なサービス群を展開し、事業を通じたクリエイターの自己実現を応援。
- 作品販売から、作品のプロモーション、資金調達に至るまで、様々な観点からクリエイターの活動を応援する巨大な「クリーマ経済圏」を構築している。

A. プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤

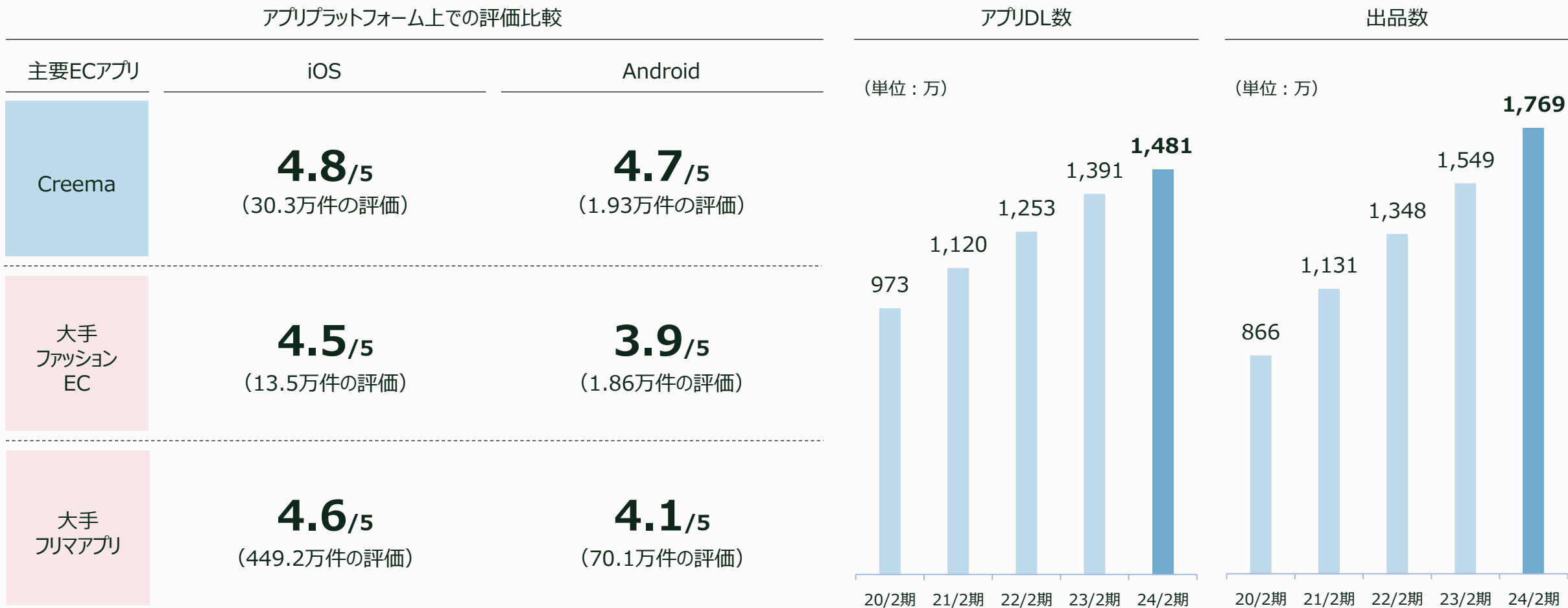
- ・ 約27万人に及ぶプロ・セミプロ中心のクリエイターが創り出す高品質かつ独自性の高い作品をユーザーに提供。
- ・ その作品の多様さ故、多くのユーザーからの支持を得ており、その支持が更に多くのクリエイター・作品を呼び込むことで、高い独自性・競争優位・参入障壁を持つ大規模マーケットプレイスへと成長していく。

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、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。



Note) アプリダウンロード数、出品数ともに累積値。出品数はCreemaとInFRAMEの合算 Source) アプリ評価は、2024年3月19日時点の評価を確認。

C. 高度に連携したクリーム経済圏

- 日本国内のEC販売に加え、イベントでの販売/外国サイトでの販売等、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応援しながら、「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」を拡大している。

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371億円。潜在市場規模は約3,373億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



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、2023年1月から2023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の、他にも類似形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%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2023年の米国内での流通総額61.4億ドルを米国内人口3.39億人で除した1人当たり流通総額と、日本の人口の積を求め、その数字3,373億円（1\$ = 150.7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かたちで国内事業者・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

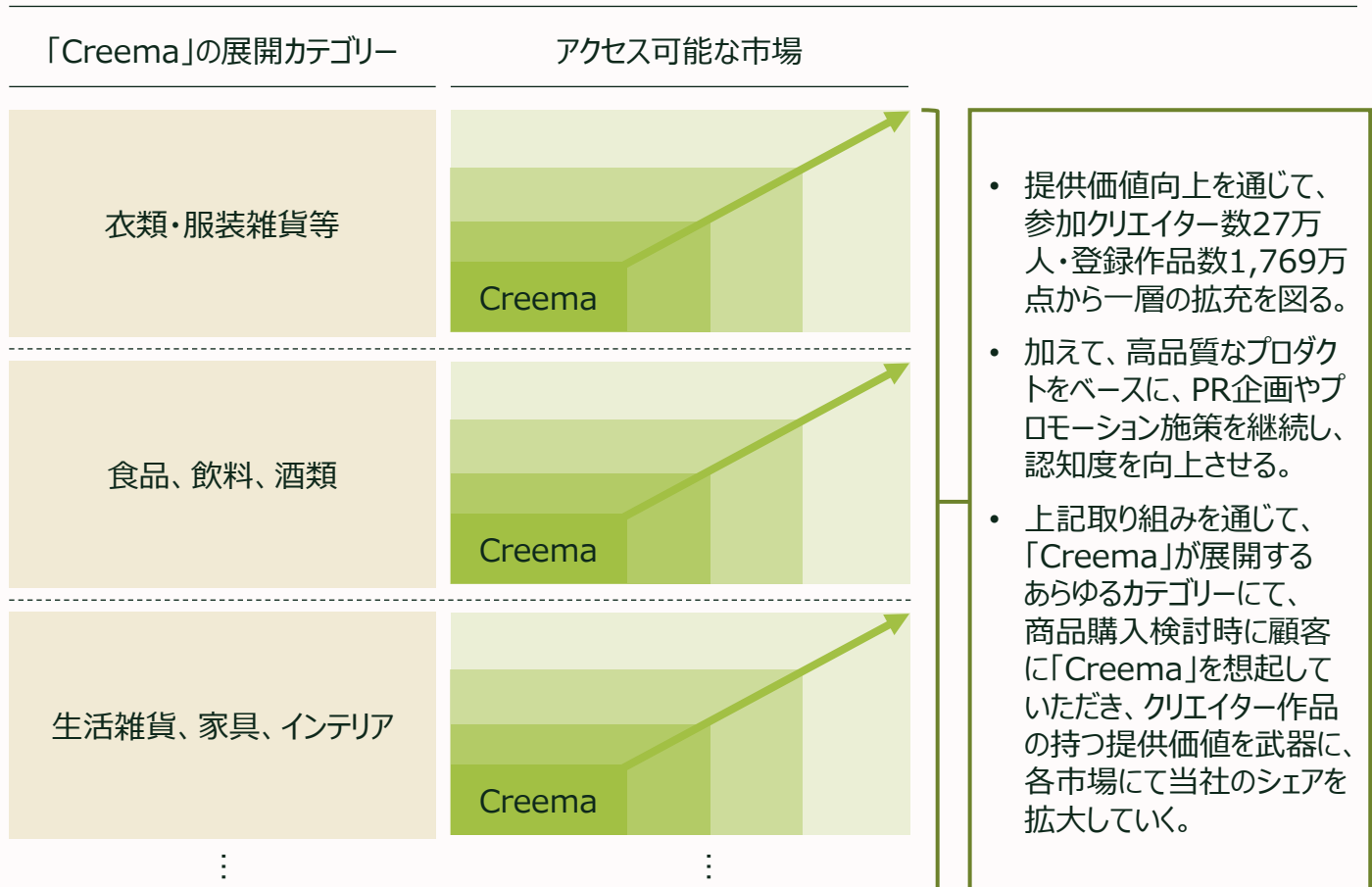
Total Addressable Market (2/2)

- ・ 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ている。

「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"> ・ 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
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
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>

クリエイター作品の市場拡張性イメージ



2024年2月期の業績レビュー



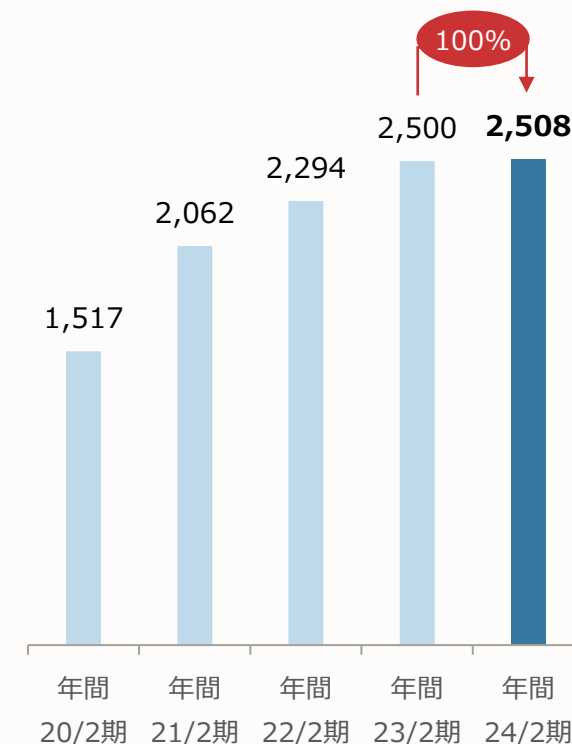
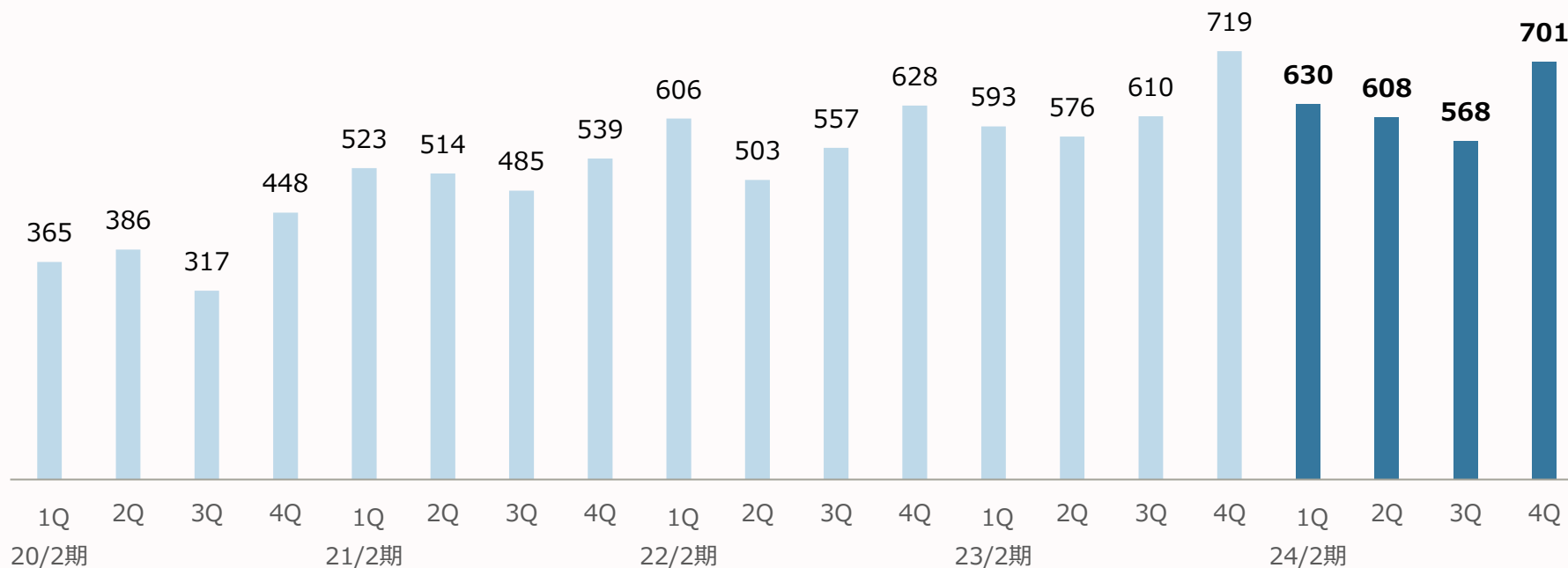
連結売上高の推移

- 前年同時期に実施した大規模TVCMの反動や、新型コロナウイルス感染症の5類移行(5月)からより強まったリオープニングの影響、能登半島地震に伴う販促自粛の影響に加え、2023年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」と、今期開催を見合わせた「Creema YAMABI KO FES」の売上がないこと等、様々な面で売上の下方圧力が発生し、当期の売上は前期比100%となる25億円に着地。
- 結果として、前期比微増ではあるが、15期連続での増収となった。

四半期推移

年間推移

単位：百万円



連結コストの推移（売上原価＋販管費）

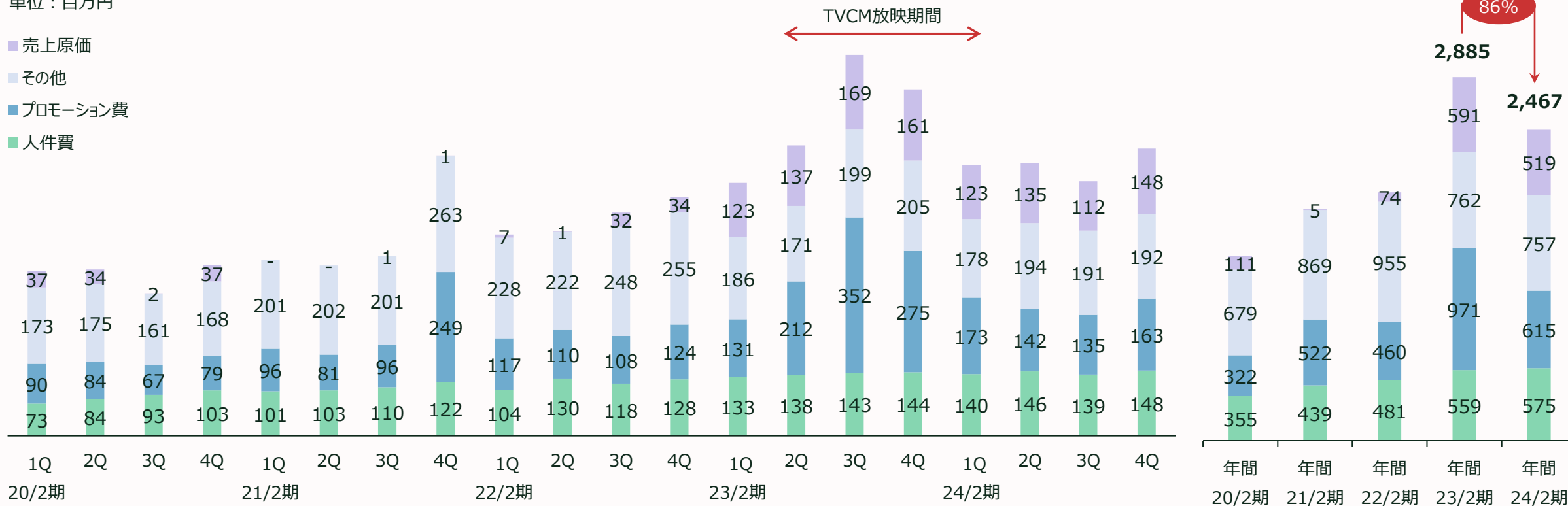
- コストについては、新規事業投資を拡大しつつも、前年同時期に行ったTVCMを今期は大規模に行っていないため、プロモーション費が大幅に減少。加えて、生産性向上によるコスト圧縮を網羅的に進めた結果、売上原価と販管費を合わせた総コストは、前期比86%となる24.6億円に着地。前期と比べて大幅なコスト削減に成功している。

四半期推移

年間推移

単位：百万円

- 売上原価
- その他
- プロモーション費
- 人件費



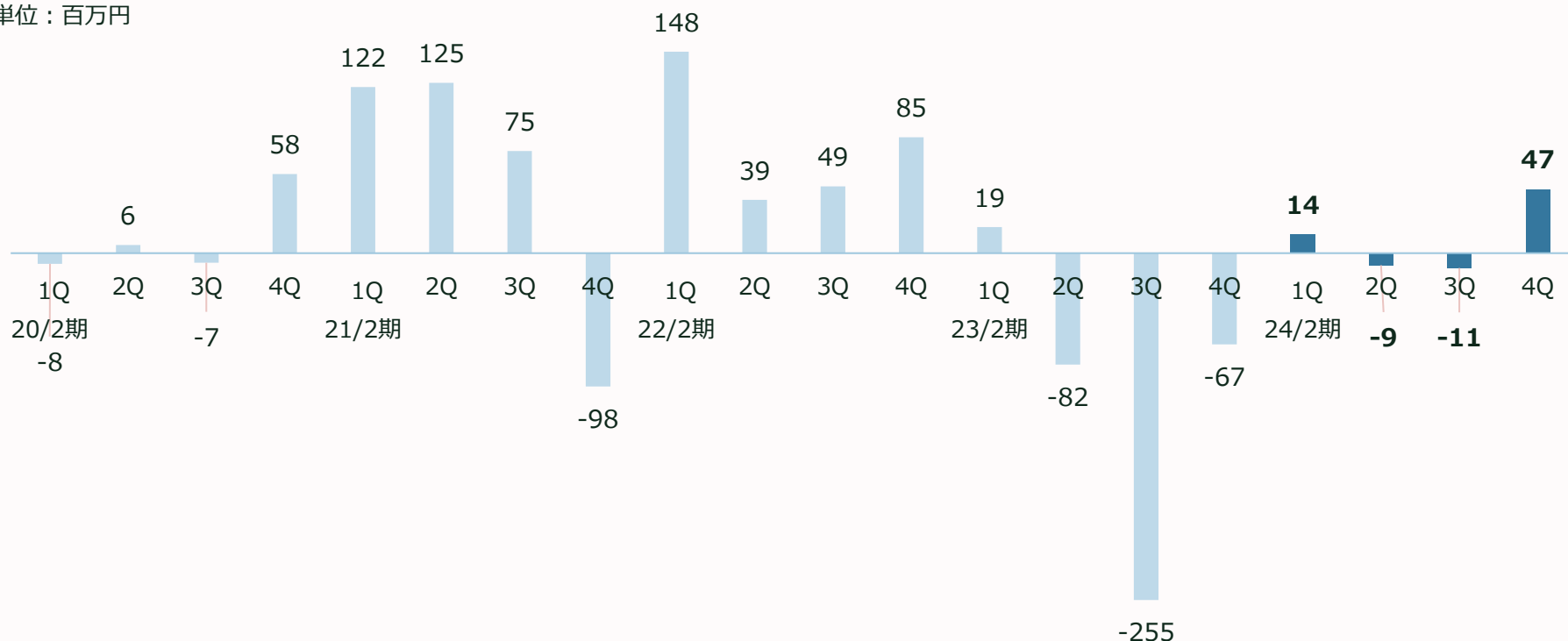
NOTE：23/2期より、新収益認識基準の適用に伴い、販管費の一部が売上原価に計上されている。

連結営業利益の推移

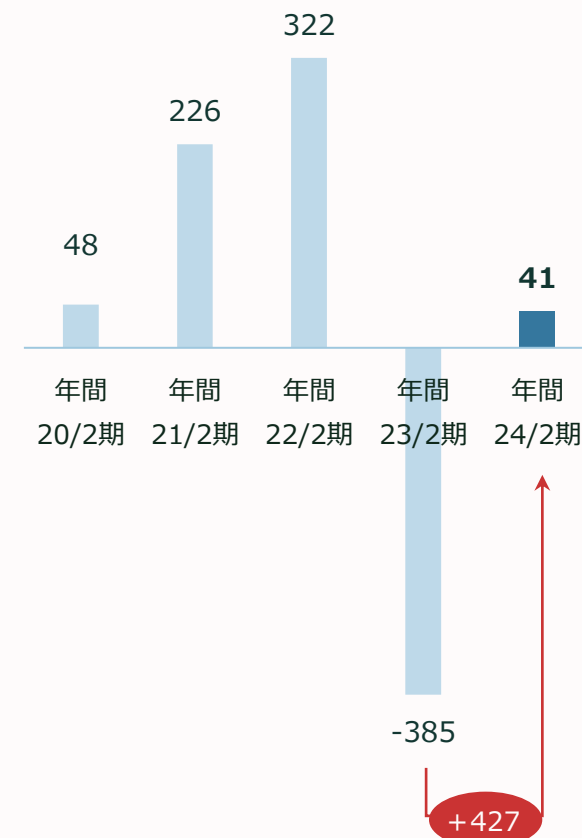
- 前頁までの説明の通り、2024年2月期は売上が前年比横ばいながらも、大幅なコスト圧縮が進んだ。
- その結果、通期の営業利益は41百万円で着地。前年比では+427百万円の大幅増益となった。

四半期推移

単位：百万円



年間推移

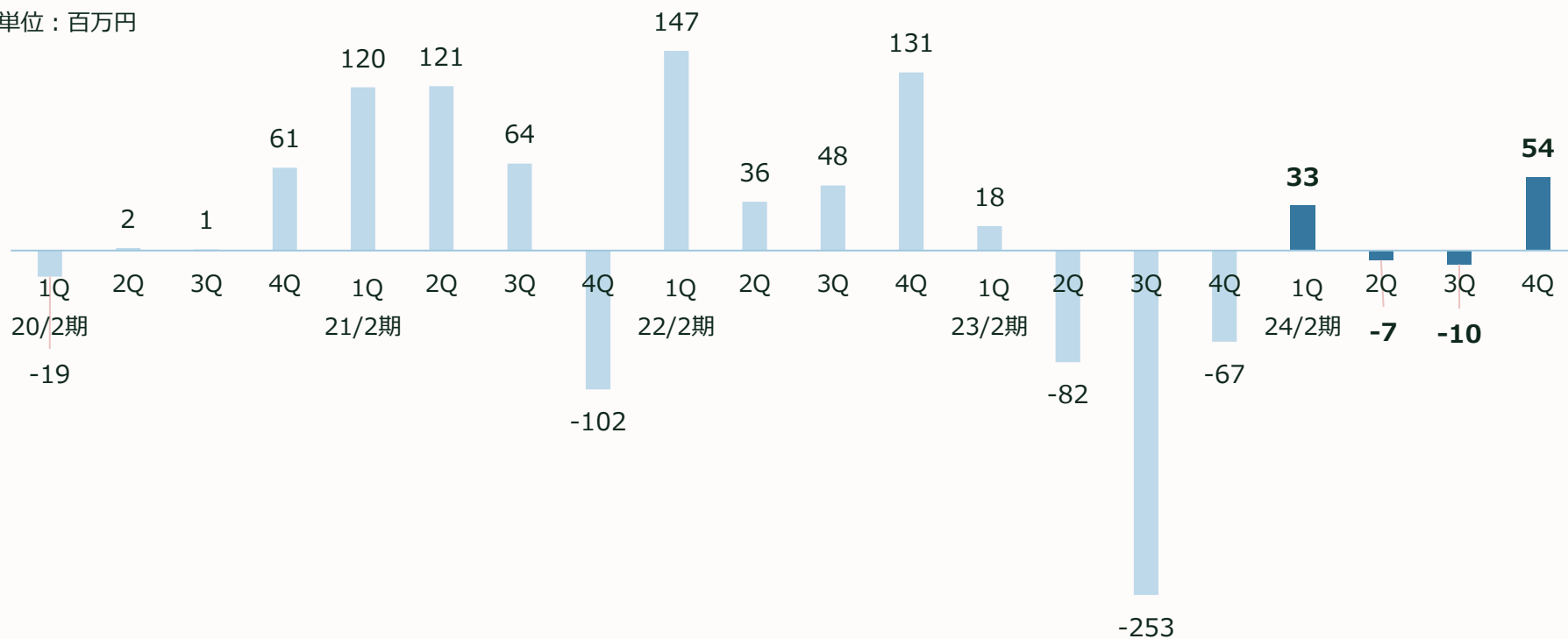


連結経常利益の推移

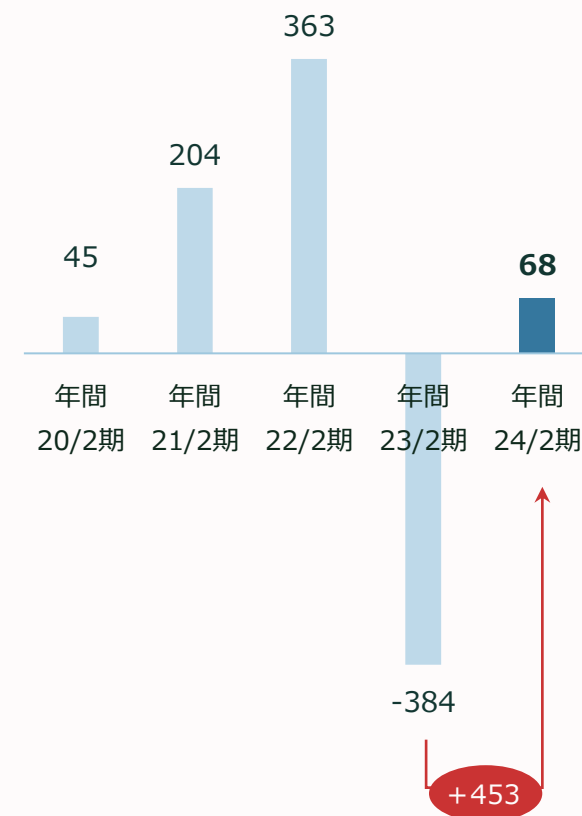
- 通期の経常利益は68百万円で着地し、前期比+453百万円の大幅増益となった。
- 前期比での増益幅が営業利益以上に拡大しているのは、外部広告における地方創生案件の納品にて、一部売上ではなく補助金収入として計上するものがあったため。

四半期推移

単位：百万円



年間推移

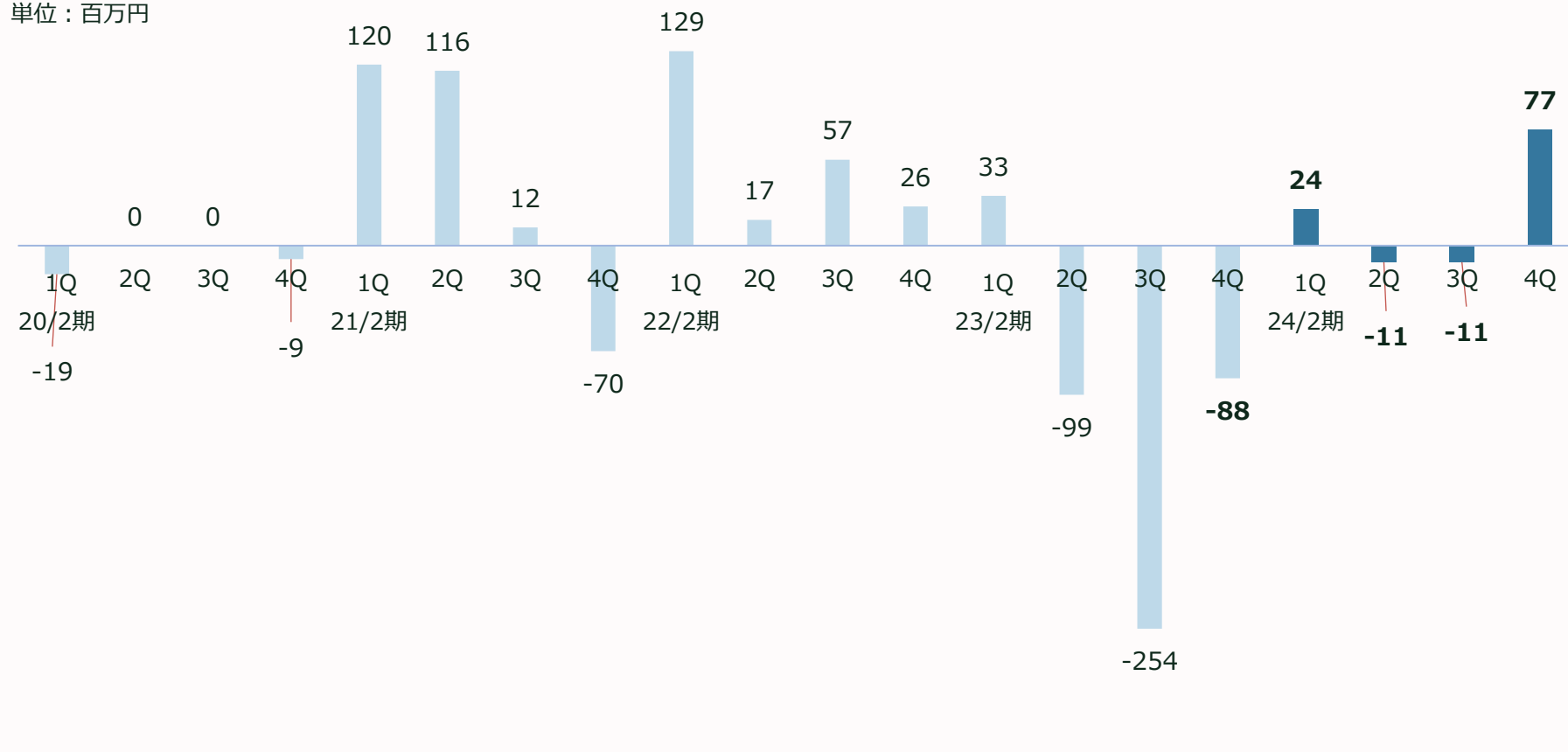


連結税後利益の推移

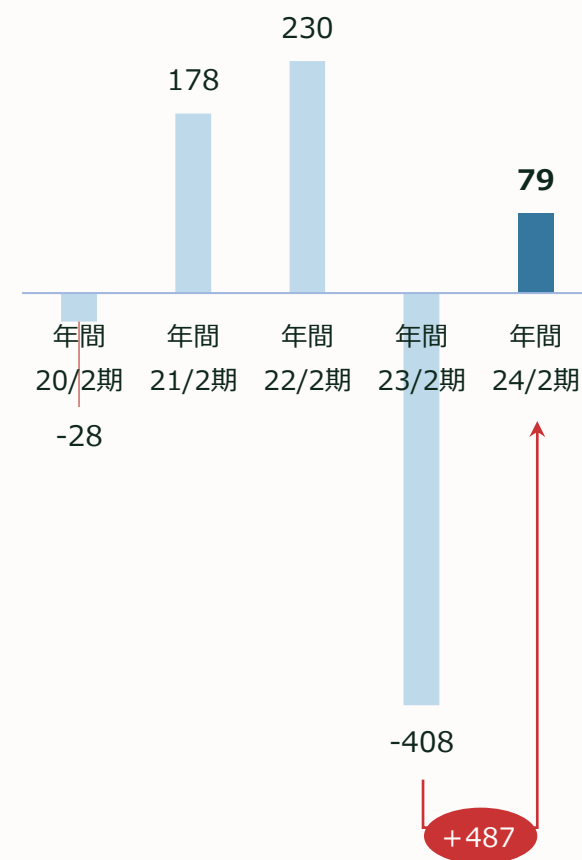
- 通期の税後利益は79百万円で着地。こちらも前期比+487百万円の増益となっている。
- 経常利益よりも税後利益の方が大きいのは、直近の事業計画を踏まえ、繰延税金資産を計上した影響によるもの。

四半期推移

単位：百万円

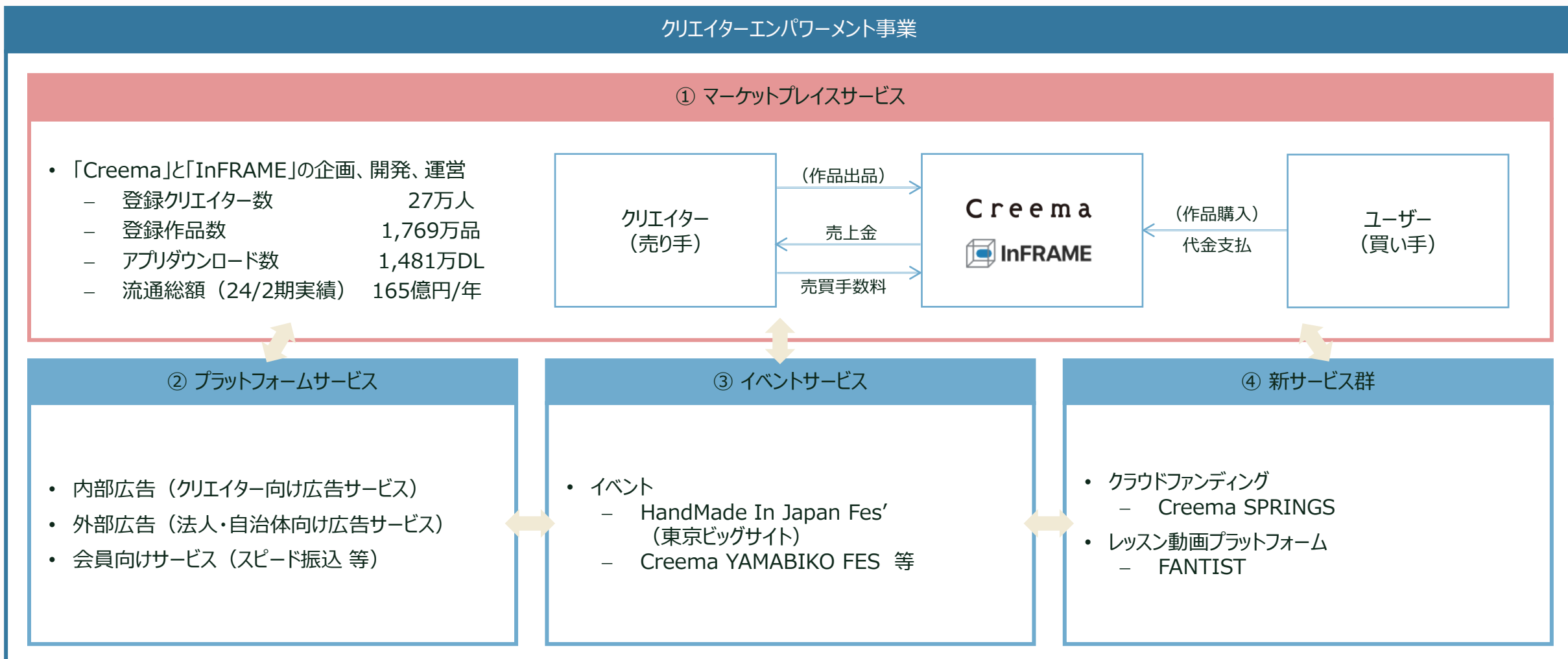


年間推移



事業構造とクリーマ経済圏

- 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

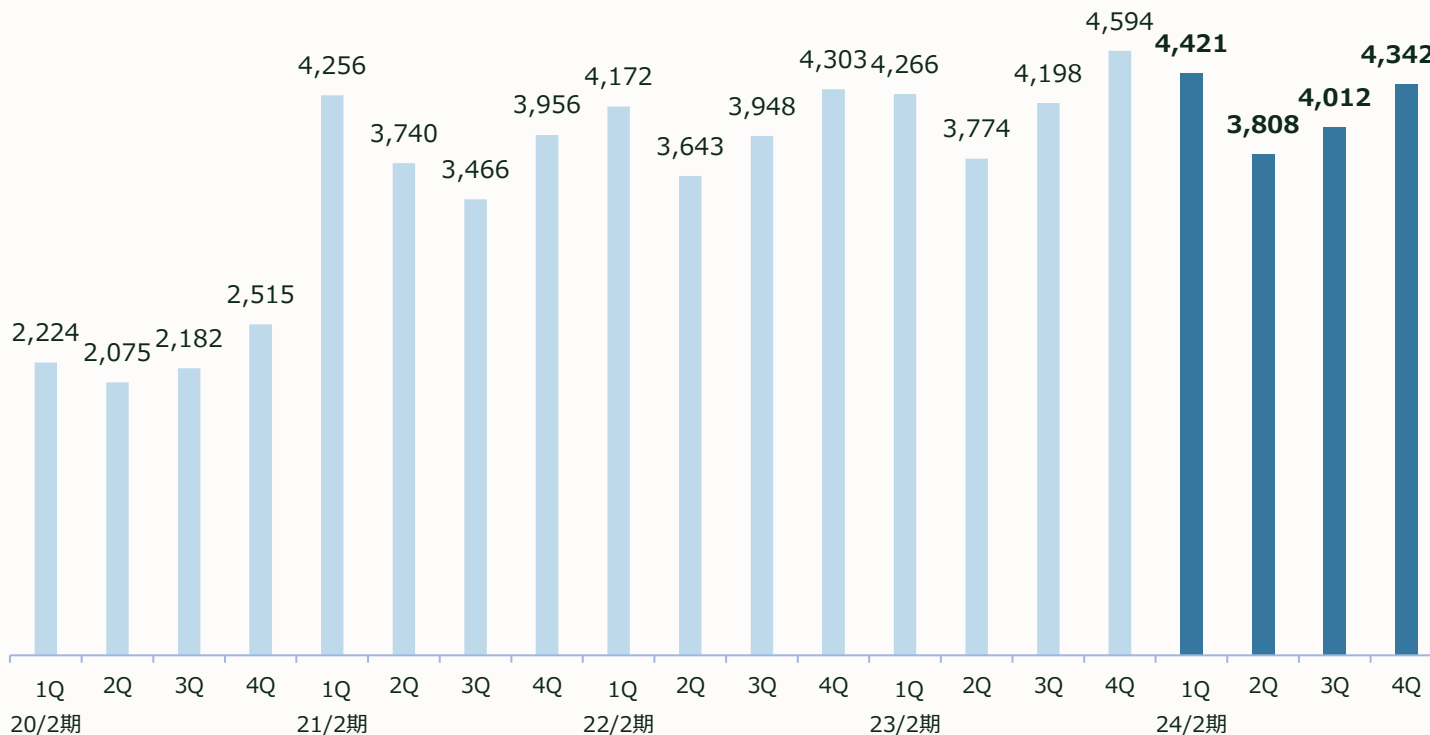
- 前年同時期に実施したTVCMの反動や、コロナ5類移行を境とするリオープニング影響の更なる拡大、年始の能登半島地震発生に伴う販促自粛等の要因もあり、通期の流通は前期比99%となる165.8億円で着地。但し、プロモーション費用は前期比57%と大幅にコストを圧縮。
- なお、2024年1月末には、新サービスとなるネットショップ開設サービス「InFRAME」もリリースしている。

主な取り組み

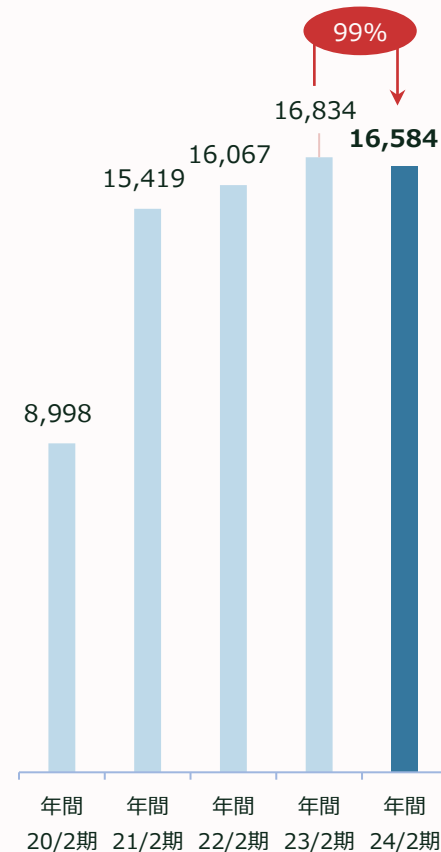
- 季節のトレンドを捉えた各種マーチャンダイジング・キャンペーン施策を展開する等、クリエイター作品の魅力を訴求する様々な企画・特集を実施。
- 「Creema」のユーザーインターフェース改善、検索機能の拡充等、プロダクト面の強化も引き続き実行した。
- 「Creema」ユーザーに、より快適にサービスをご利用いただくため、クレジットカード「Creemaカード」の発行もスタート。
- また、前期より今期3月まで、TVCMを複数回放映してきたが、並行してデジタルマーケティングの改善、ROASの向上にも取り組んだ。
- 一方で、前年同時期に行った大規模TVCMの反動、外出需要の拡大、能登半島地震発生に伴う販促自粛等の影響を強く受け、通期の流通は前期比99%での着地となった。
- なお、新サービス「InFRAME」を2024年1月末にリリースした。

四半期推移

単位：百万円

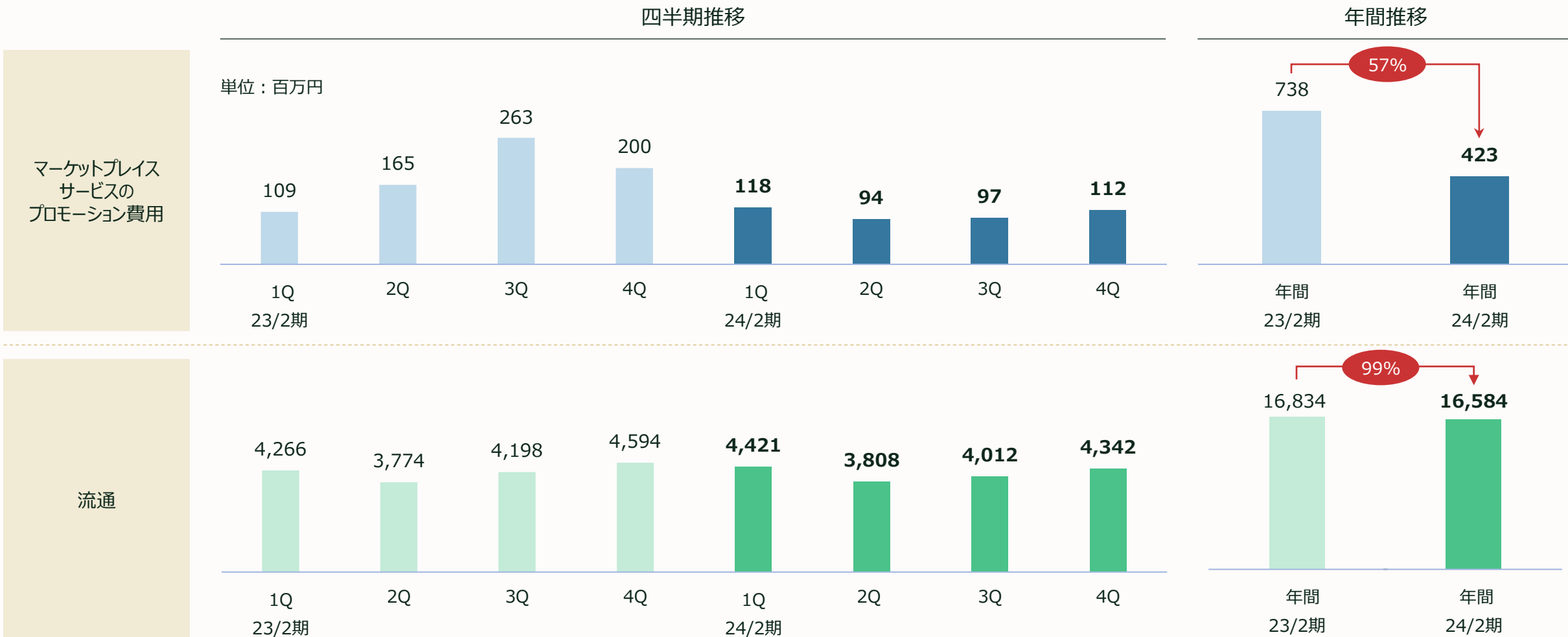


年間推移



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抑制しており、通期で前期比57%まで低減させた。
- ・ 大幅なコスト圧縮を実行しつつも、流通は前年とほぼ同水準を維持することに成功している。



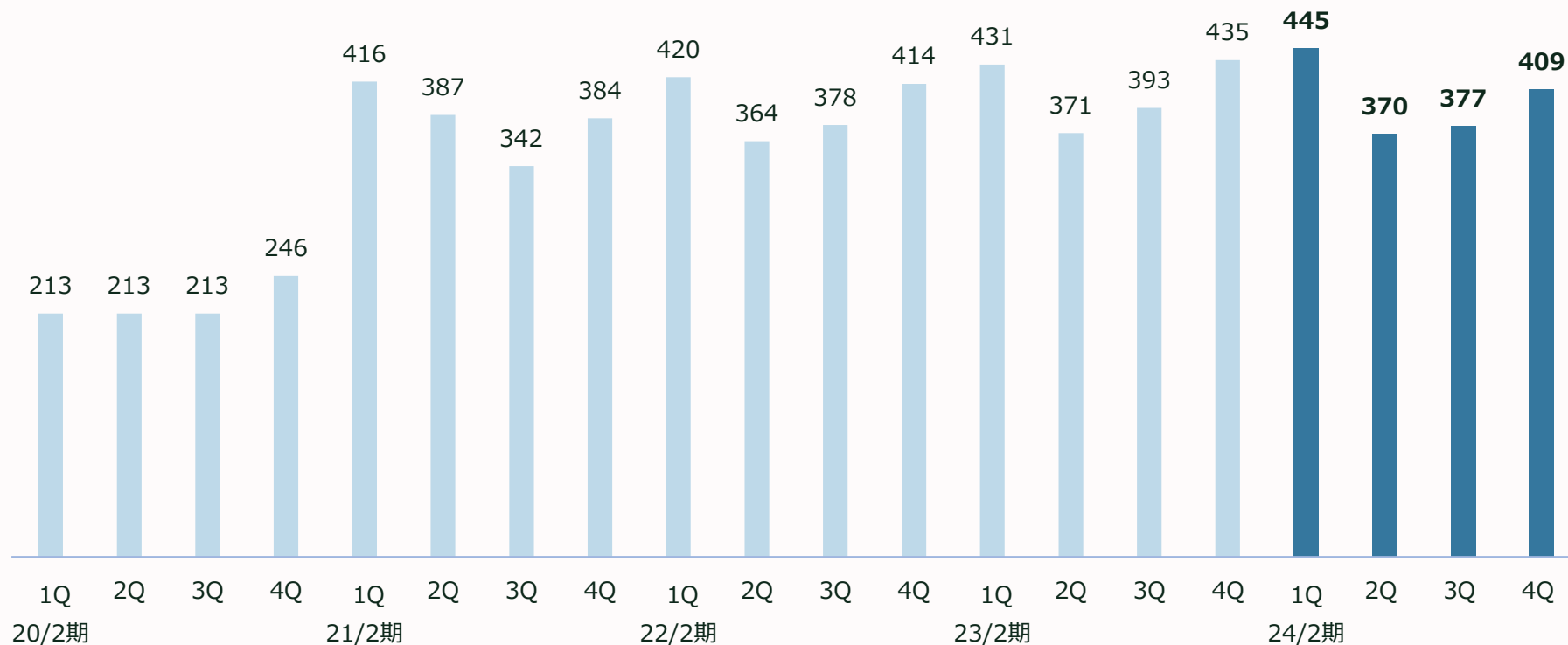
NOTE：プロモーション費用とは、日本のマーケットプレイスサービスに係る広告宣伝費・販売促進費・PR費・ポイント引当金繰入額の合計である。

① マーケットプレイスサービス：売上推移

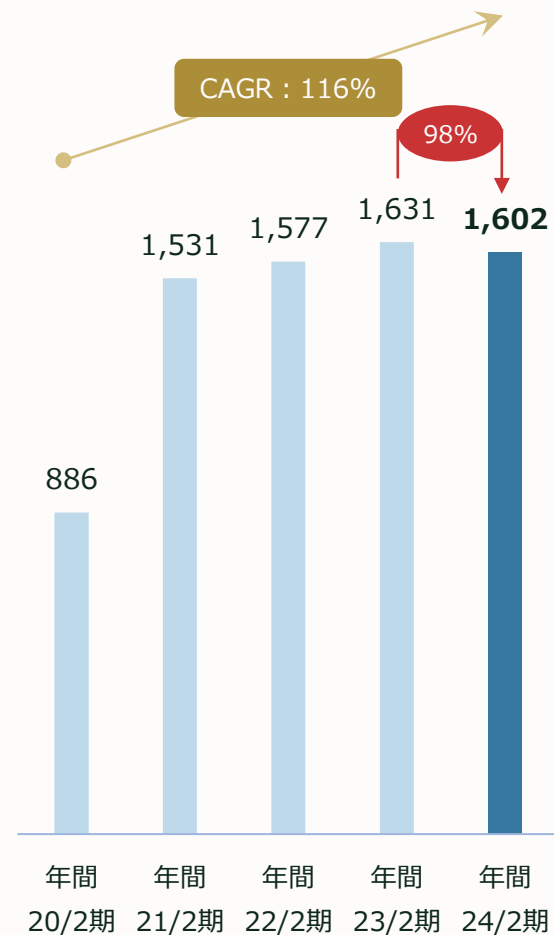
- ・ 前述した理由により、通期の売上は、前期比98%となる16億円での着地となっている。
- ・ 一方で5年間CAGRは116%と順調な成長を見せている。

四半期推移

単位：百万円

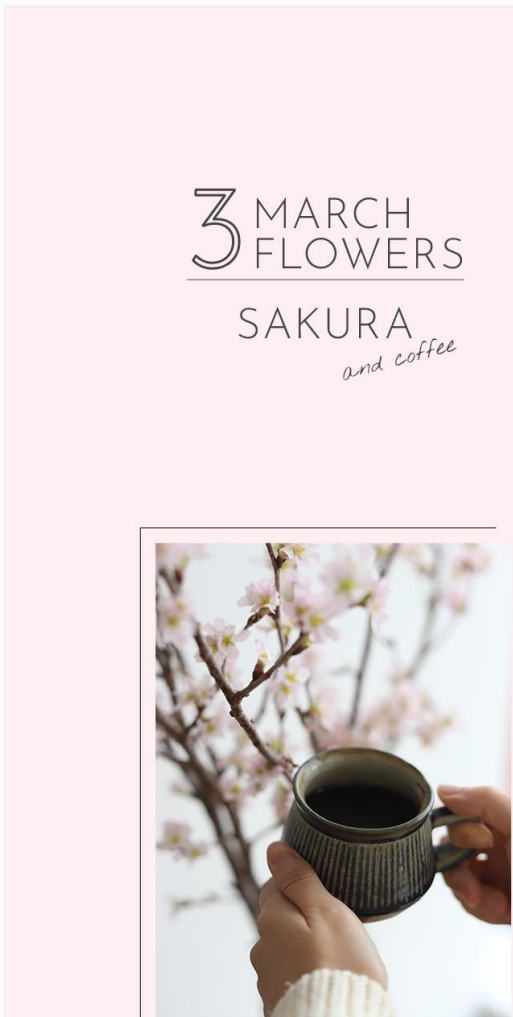


年間推移

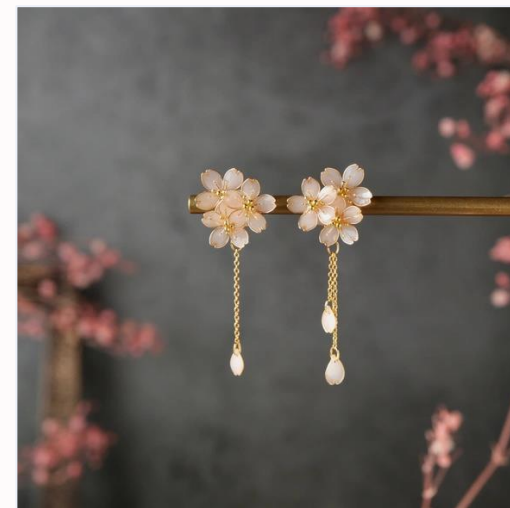


参考：ふらっと、週末花屋 ～3月「桜」～

- ・ 季節の「花」を切り口に、Creema上に登録されている魅力的な作品をユーザーに提案。
- ・ シーズナリティをふまえ、クリエイター作品のあるライフスタイルを積極的に提案。



Creema



参考：Creema Mother's day 2023

- ・「母の日」を切り口に、Creema上に登録されている魅力的な作品をユーザーに提案。
- ・オリジナリティの高い作品が多いクリエイター作品はギフト人気が高い。

Creema

母の日サイトTOP

お母さんのこと、想ってみませんか？

母の日のプレゼントの選び方

おすすめコンテンツ

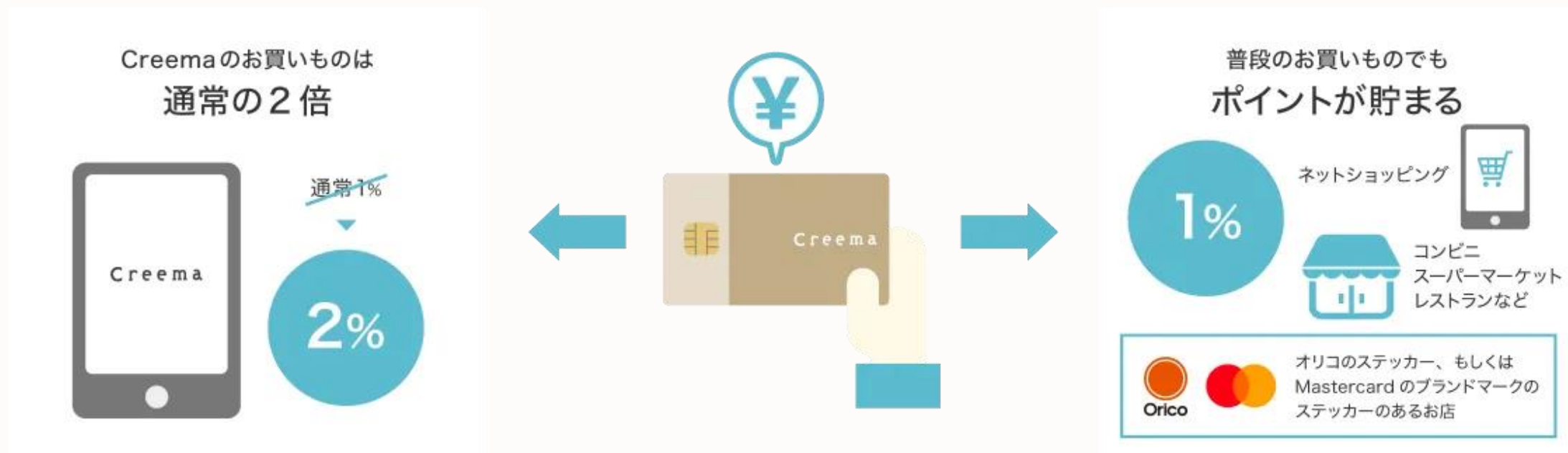
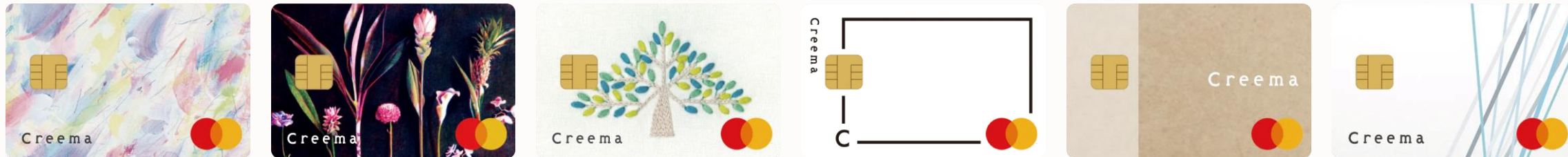


想いを形にして、大切なお母さんへ贈りませんか。
お母さんのことを誰よりも知っているあなただからこそ、選べるプレゼントがきっとあるはずです。



参考：Creemaカード

- 300点以上の公募から選ばれたクリエイターの作品とCreema公式のオリジナルデザイン合計6種類からデザインを選べるクレジットカード「Creemaカード」の発行を開始。カードを利用することで「Creema」上で使えるポイントが付与されるなど、「Creema」ユーザーの方々にとって便利でお得な機能を多数備えている。



新サービス「InFRAME」のリリース

- 日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携可能な唯一のネットショップ開設サービス「InFRAME」を4Qにリリース。
- 期末のリリースとなったこと、また、大型の新規出店キャンペーンを行っていることもあり、2025年2月期への業績影響は軽微だが、今後、「Creema」と補完関係にある当該サービスへの成長に注力し、次の事業の柱へと育てていく。

「InFRAME」のリリース

- 2024年1月末、長らく投資を続けてきたネットショップ開設サービスの「InFRAME」をリリースした。
- 「InFRAME」は、日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携可能な唯一のネットショップ開設サービスで、ユーザーは自由度が高く、デザイン性の高いネットショップを簡単に構築可能。
- 「Creema」に「InFRAME」が加わることで、より一層、「クリエイターエンパワーメント事業」全体の価値を向上させることができる。



サービスの特徴

- 日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携可能
 - 作成した自身のネットショップを、年間流通総額165億円を越える日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携させることができる。
 - Creemaに登録中の作品を自身のネットショップにも一括で登録可能。
 - 一つの操作でCreemaとInFRAMEの両方に同時出品が可能。
 - 両プラットフォーム間で在庫情報が連動し、売れた場合には在庫を自動調整。
 - InFRAMEを利用することで、流通チャネルを増やせることに加え、クリエイターが販売活動にかかる時間を減らし、より創造的な活動に自身の時間を集中できるようになる。
- デザイン性の高いネットショップが簡単に開設可能
 - 個性を表現できるものから、ベーシックで洗練されたものまで、オリジナルデザインが全て無料。
 - 専門的なスキルは一切不要で、直感的な操作で自分のショップをデザインできる。
- サービス利用料が業界最安水準
 - 売れるまで費用は発生せず、初期費用や月額固定費は完全無料。
 - サービス利用料も業界最安水準のため、安心して利用いただくことが可能。

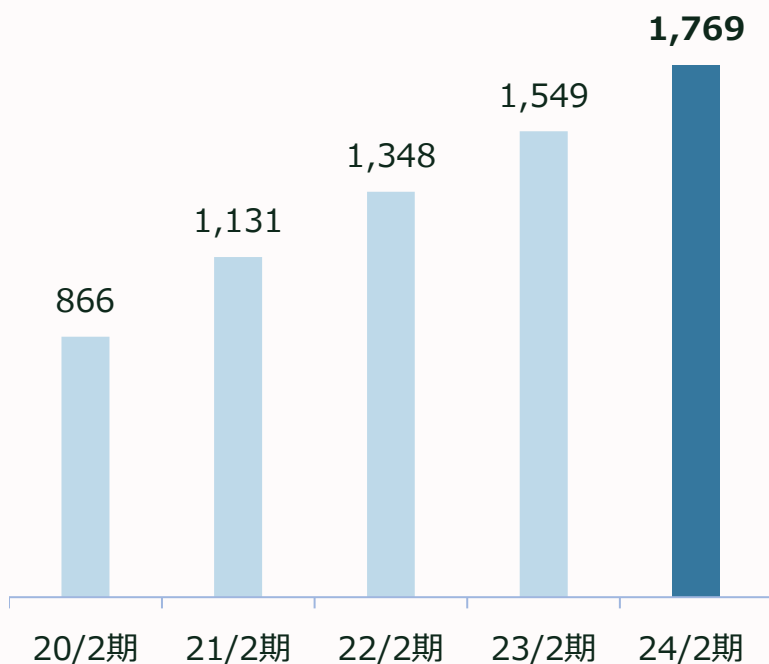


① マーケットプレイスサービス：KPI推移

- ・ 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。

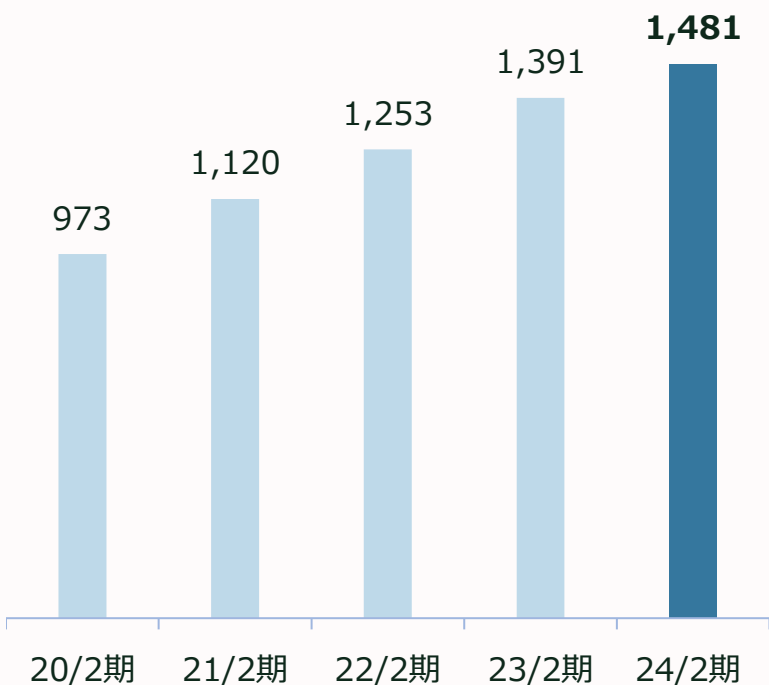
登録作品数

単位：万



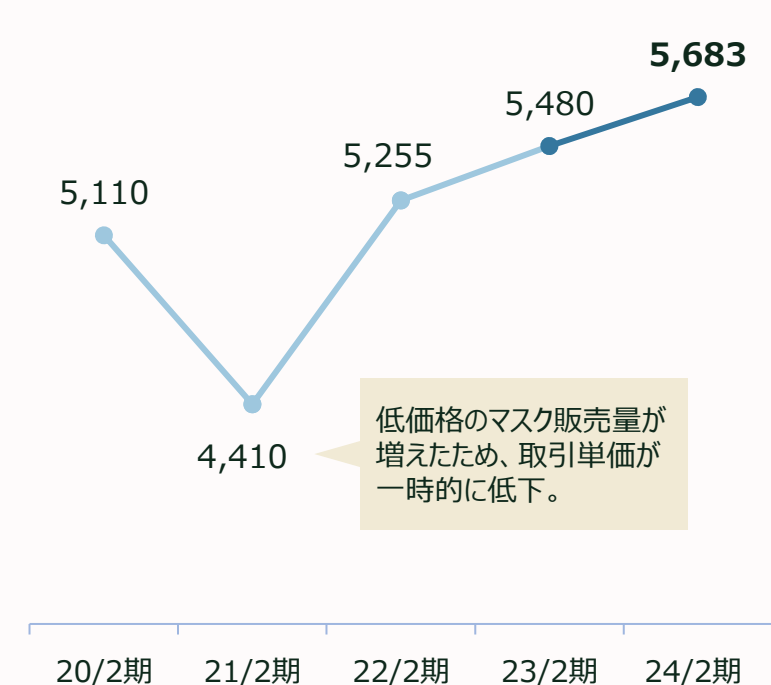
アプリダウンロード数

単位：万



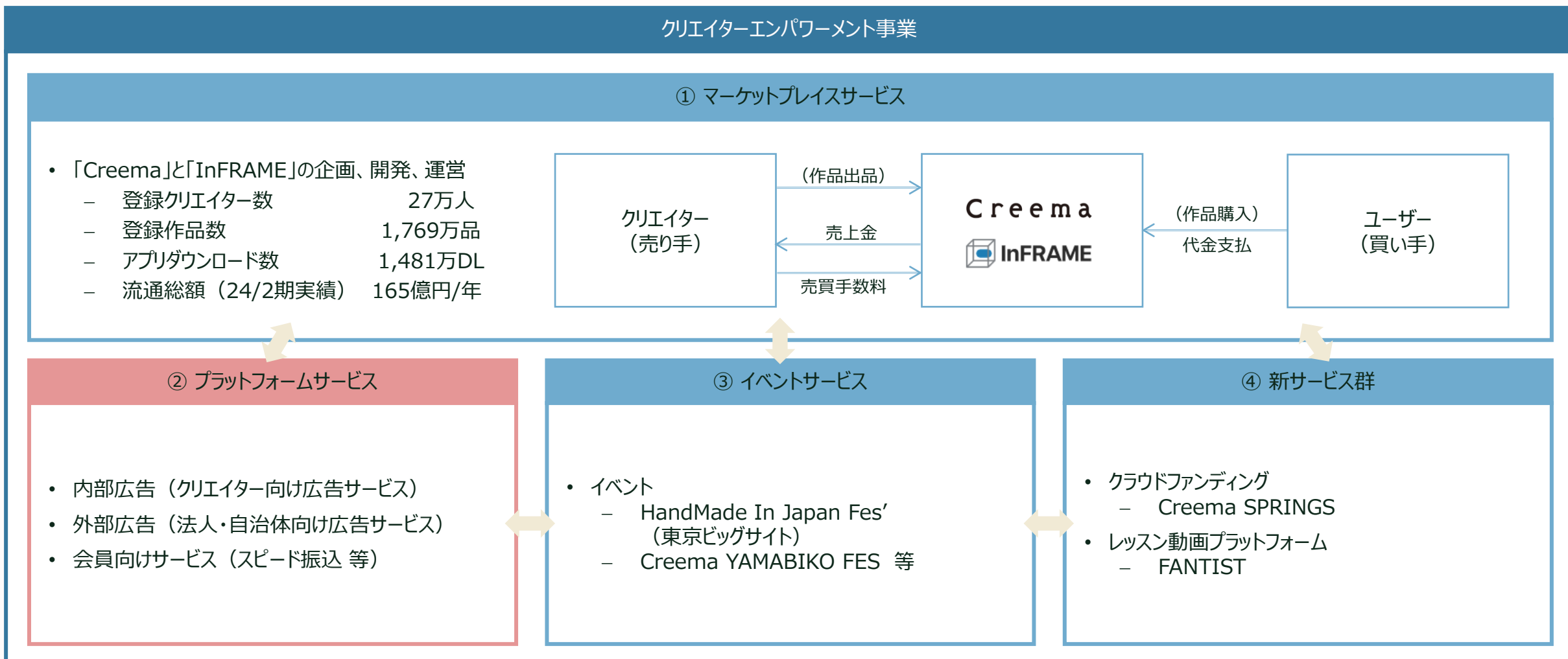
取引単価

単位：円



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

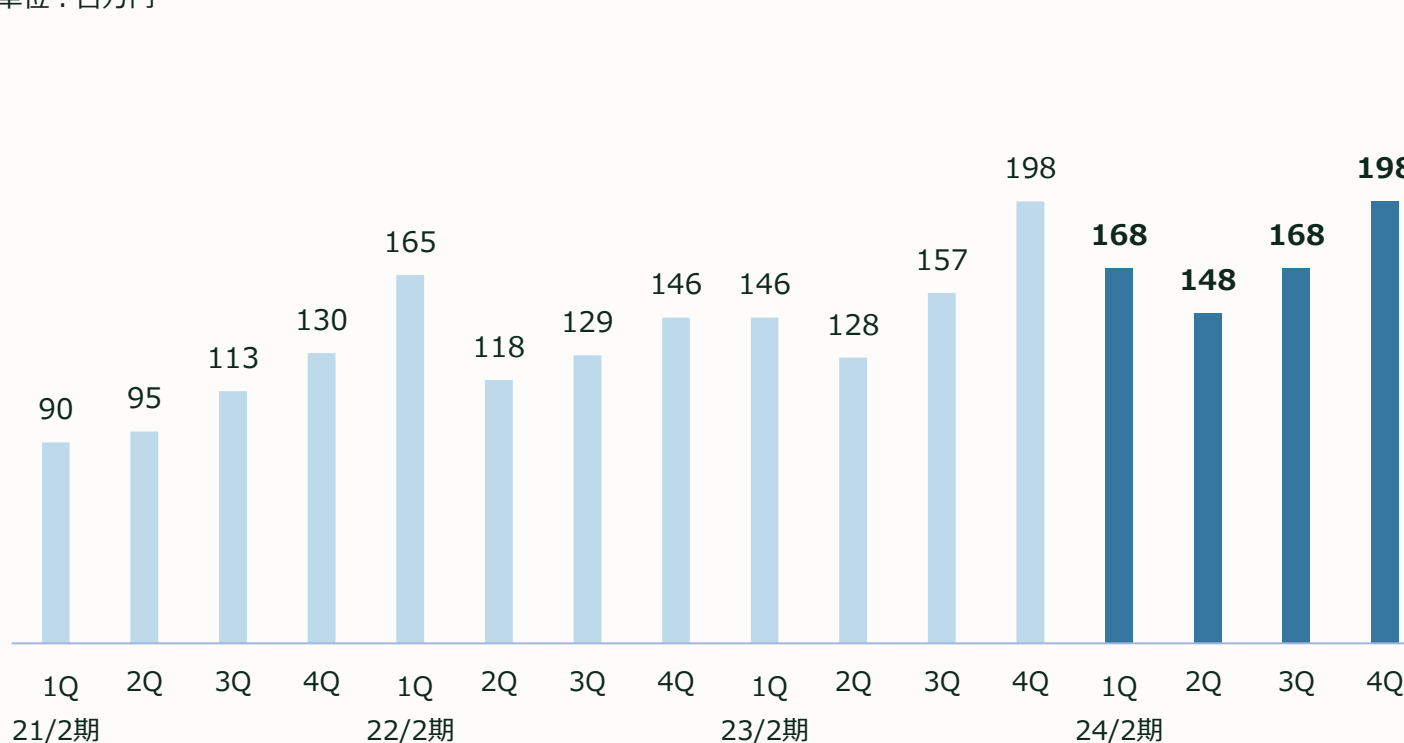
- プラットフォームサービスでは、通期では前期比108%となる6.8億円で着地しており、前期比でも力強く伸長し、過去最高額を更新している。

主な取り組み

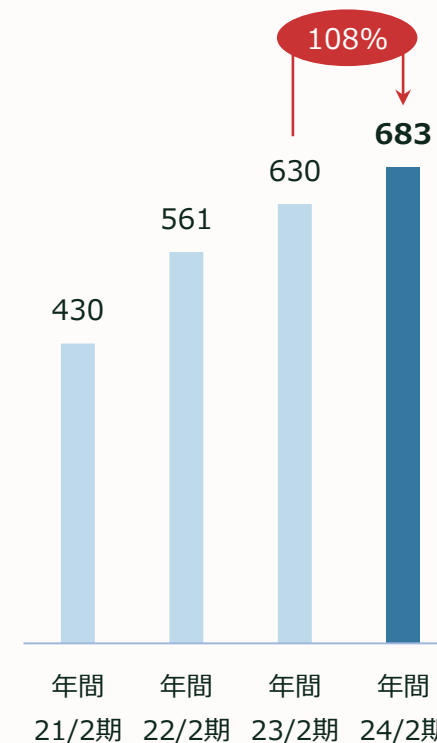
- 「Creema」のプラットフォームならびにユーザー基盤を活用した企業・地方公共団体向けのPR支援を行う外部広告サービスでは、様々な形の地方創生案件や、SDG'sプロジェクトなど、クリームならではの広告商品の納品が進んだ。
- クリエイターが自身の作品を「Creema」上でプロモーションできる内部広告サービスでは、広告サービスの利用者数を増加させるべく、プロダクトの改善とその普及に努めた。

四半期推移

単位：百万円



年間推移



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。



参考：はるかぜマルシェ2023 with Creema

- ・ 4月19日～21日の3日間、「赤坂インターシティAIR」にて「はるかぜマルシェ2023 with Creema」を開催。
- ・ 桜やチューリップなど「花」をモチーフにした作品や手作りフードを購入できるマルシェの開催をご支援させていただいた。



参考：“廃棄漁網”をアップサイクルするSDGsプロジェクト

- ・ 海洋環境の保全と経済性を両立できる持続可能な社会の実現に向けて活動する一般社団法人ALLIANCE FOR THE BLUEと、Creemaとのコラボレーション企画を実施。
- ・ 近年、問題視されている海洋プラスチックごみの一因とされる“廃棄漁網”をリサイクルした オリジナルテキスタイルを用いた作品を募集し、31作品をメディア向け発表会で展示するとともに、企画を通して制作いただいた100作品を特集ページにて公開した。

for the Blue × Creema

“廃棄漁網”をリサイクルした生地から
100点のクリエイター作品が誕生！

ALLIANCE FOR THE BLUE 日本財団 海と日本 PROJECT CHANGE FOR THE BLUE 海の未来を変える挑戦

株式会社クリーマは、ALLIANCE FOR THE BLUEの協働企業です。

ものづくりツアー in 奈良

奈良県奥大和地域を巡るツアーの第2弾となる「ものづくりツアー in 奈良」を実施。今回は、奥大和地域の山添村、曽爾村、宇陀市を巡り、地域に根付く暮らしやものづくりを知るだけでなく、この地で新たなことにチャレンジし、活動する方々やそれをサポートする方々との出会いを通じて、参加クリエイターの方々に奥大和地域の魅力をPRした。

奥大和ではじめる、新たな暮らし。

ものづくりツアー in 奈良

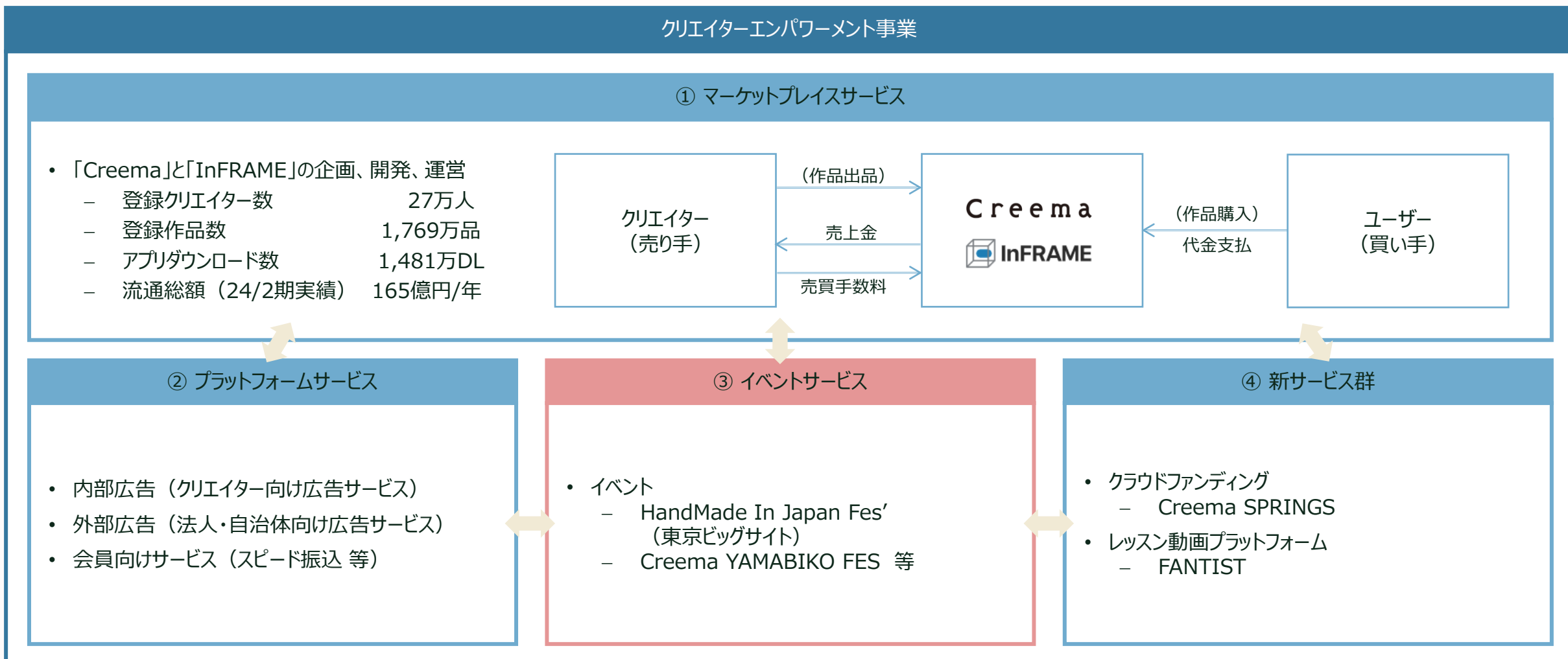
12.2(土) - 3(日)

Supported by Creema



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

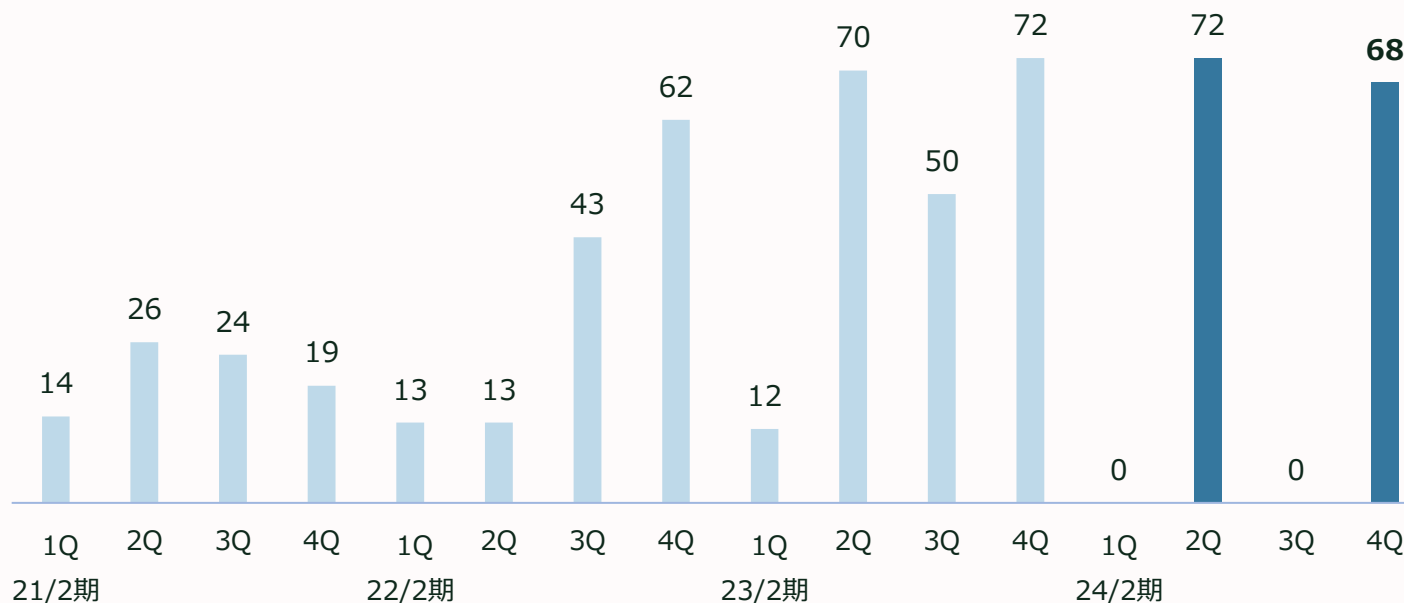
- 2023年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上減少に加え、今期開催を見合わせた「Creema YAMABIKO FES」の売上が前年に計上されていたこともあり、通期では前期比69%となる141百万円での着地となった。
- なお、当期に計画・実施した2度の大型イベントにおいては、前年比成長と計画達成を両方実現している。

主な取り組み

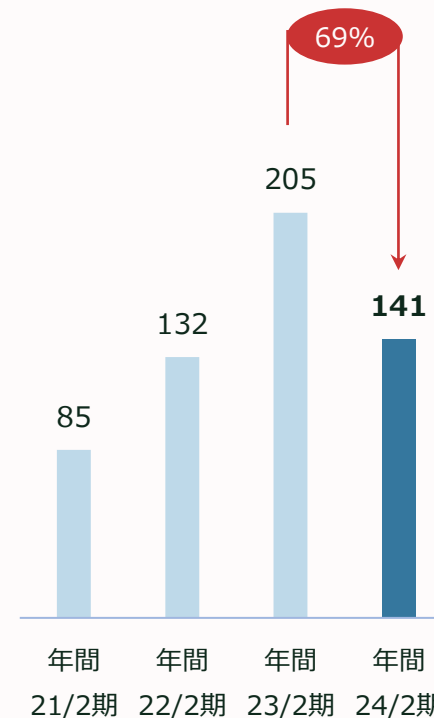
- 2023年7月と、2024年1月に「HandMade In Japan Fes'」を無事開催することができ、多くの方にご来場いただいた。
- 通期売上が前期比69%と前年比で減収となっているが、これは、「Creema Store」と「CreemaYAMABIKO FES」の売上が前年同期に計上されていたためであり、イベント自体の収益は向上している。

四半期推移

単位：百万円



年間推移



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

2024年2月期の業績レビュー

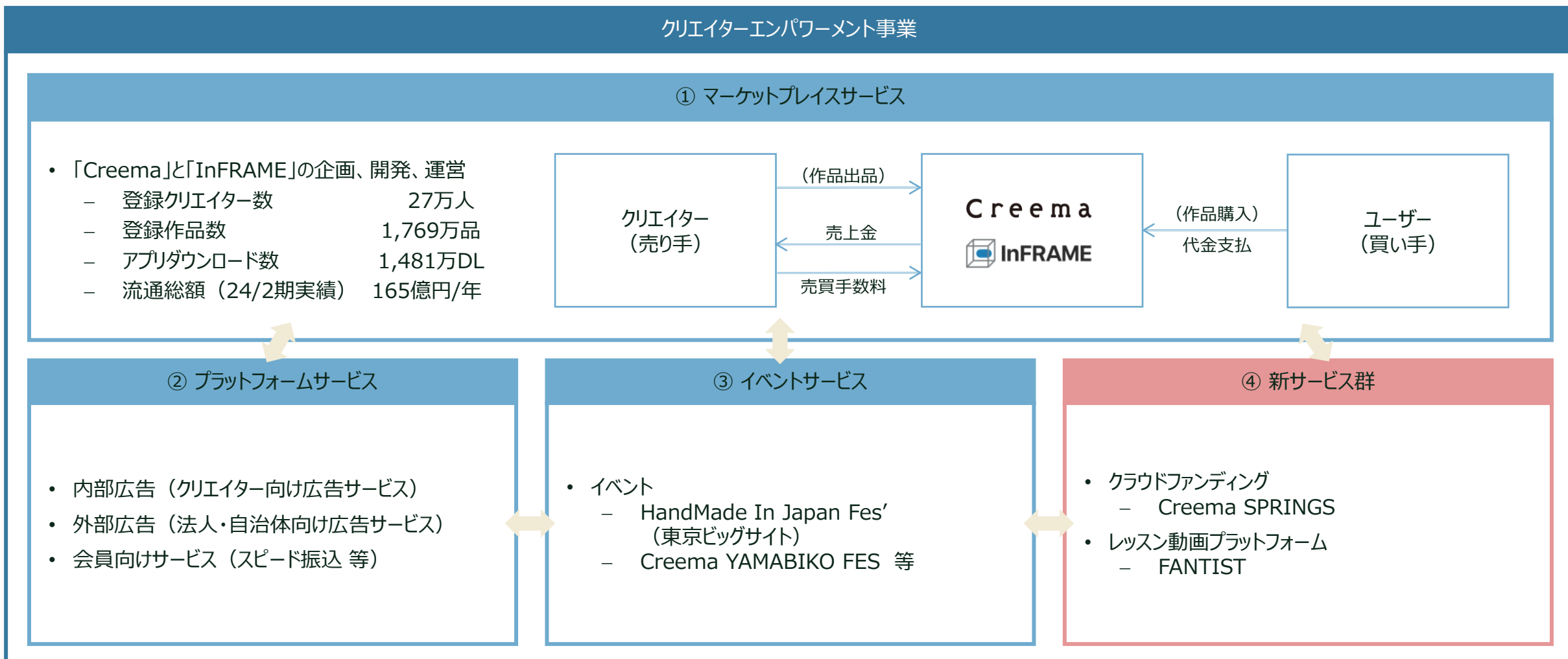
参考: HandMade In Japan Fes'

- ・ 10周年を迎えた今回、4年ぶりにようやく制限のない中で行うことができたHMJには、日本全国から沢山の皆さまにご来場いただいた。



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

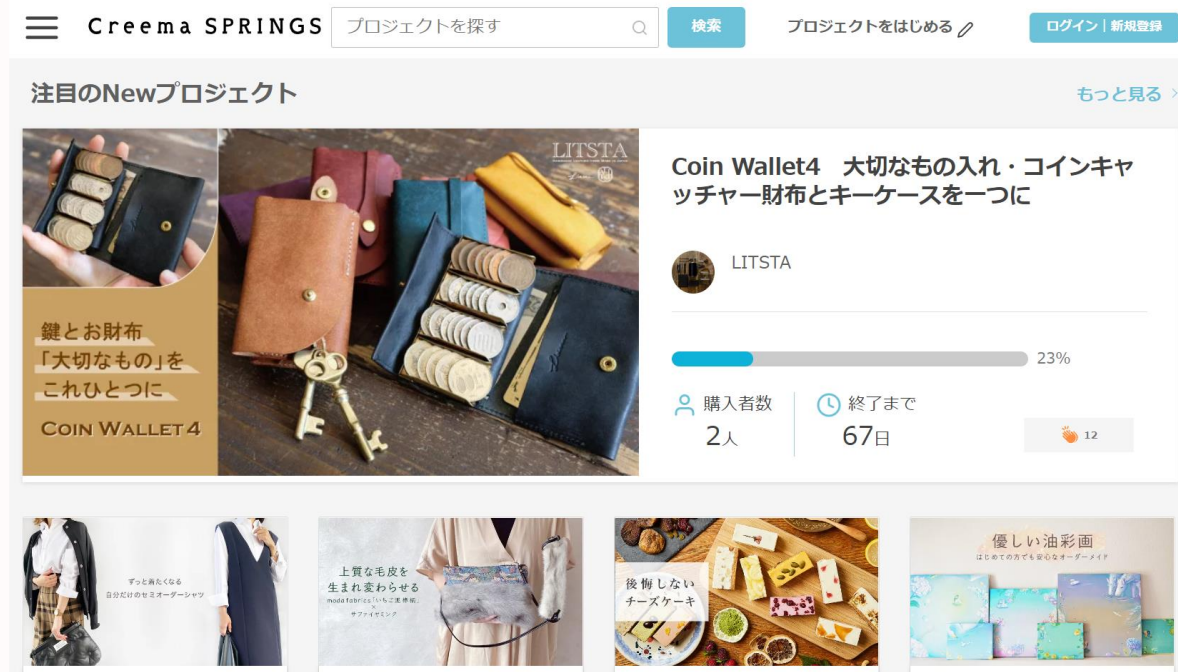
- 最後に、新サービス群の直近の動向について解説していく。



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2,200本を超え、コンテンツもユーザー数も着実に拡大を続けている。
- ・その結果、新サービス群の通期の累積の売上は前期比255%と大きな成長を続けている。

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2,200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月期の業績まとめ

- ・売上は25億円（前年同期100%）、粗利は20億円（前期比104%）での着地となった。
- ・期初計画通り、新規事業等への戦略投資は拡大しつつ、生産性向上によるコストの適正化を進め、販管費総額を前年比85%にまで圧縮。
- ・これにより、営業利益は41百万円（前期比+427百万円）、経常利益は68百万円（前期比+453万円）、純利益は79百万円（前期比+487百万円）となり、いずれも前期比では大幅な増益となっている。

単位：百万円

	参考：23/2期	24/2期	昨対比		
			金額	率	
売上	2,500	2,508	+8	100%	前年実施したTVCM投資の反動や外出需要の拡大、ストア事業の撤退や、Creema YAMABIKO FESの開催時期の変更などの影響で、売上は前年同水準での着地。
売上原価	591	519	▲72	88%	
売上総利益	1,908	1,989	+81	104%	
販管費	2,294	1,947	▲346	85%	今期は新規事業投資を大幅に拡大しつつも、プロモーション費を中心に各種経費の圧縮を進めた結果、販管費は前期比85%で着地。
営業利益	▲385	41	+427	—	その結果、営業利益は前期比+427百万円で大幅増益。
経常利益	▲384	68	+453	—	補助金収入等が計上されたことで、経常利益は前期比+453百万円の大幅増益。
当期純利益	▲408	79	+487	—	純利益も前期比+487百万円の大幅増益。

バランスシートの状況

- ・引き続き財務基盤は安定的な状態を保っている。

BSの推移（単位：百万円）

項目	2023/2期 前期	2024/2期 今期	前期比
資産合計	3,433	3,588	105%
流動資産	3,141	3,296	105%
内、現金及び預金	2,374	2,632	111%
内、売掛金	673	648	96%
内、その他	93	16	17%
固定資産	292	291	100%
負債合計	2,514	2,587	103%
流動負債	2,321	2,262	97%
内、預り金	1,708	1,638	96%
内、一年以内返済予定借入金	194	192	99%
内、その他	418	431	103%
固定負債	192	325	169%
内、長期借入金	187	325	173%
内、その他	4	0	0%
純資産合計	919	1,000	109%

2024/2期末BS構成（単位：百万円）

流動資産 3,296	流動負債 2,262
<ul style="list-style-type: none"> ・現金 2,632 ・売掛金 648 ・その他 16 	<ul style="list-style-type: none"> ・預り金 1,638 ・一年以内返済予定借入金 192 ・その他 431
	固定負債 325
	<ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金 325 ・その他 0
	純資産 1,000
固定資産 291	

期初予算との比較

- ・ 前述の理由により売上は、期初予算比90%での着地となるも、生産性向上に伴うコスト削減が奏功し、営業利益は+40百万円、経常利益は+47百万円、当期純利益は+72百万円の上振れとなった。

	期初予算	実績	予実差	
			金額	率
単位：百万円				
売上	2,793	2,508	▲284	90%
売上原価	608	519	▲88	85%
売上総利益	2,184	1,989	▲195	91%
販管費	2,183	1,947	▲235	89%
営業利益	1	41	+40	-
経常利益	21	68	+47	-
当期純利益	6	79	+72	-

2025年2月期 成長戦略



現状認識

- 2024年2月期は、昨年度に大規模に実施したTVCMの反動や、コロナの5類移行を境に「リオープニング」の影響が追加拡大したこと等、当社のオンライン領域の事業にとって大変厳しい環境下での事業運営となった。特に、マーケットプレイスサービスにおける「Creema」の流通総額は、前期比99%となる165億円での着地となり、前年実績を僅かに下回る結果となった。一方で、ハンドメイドマーケット市場における当社のマーケットシェアは大きく拡大し、業界No.1のポジションを一層強化することができた。
- 売上については、プラットフォームサービスと新サービス群などが力強い成長を見せたものの、前述したマーケットプレイスサービスの状況に加え、「Creema YAMABIKO FES」の2024年2月期以内での開催見送り、2023年2月期に全店撤退したストアサービス分の売上減少等もあり、前年比で売上成長に下方圧力が強く働き、2024年2月期通期の売上は、前期比100%となる25億円という結果で着地した。
- 一方で、コストについては、新サービス群に加え、1月にリリースしたネットショップ開設サービス「InFRAME」のリリースに向けた開発投資を拡大しながらも、その他の部分（プロモーション費・外注費等）でコストの適正化を進めた結果、原価・販管費のコスト合計は前期比で86%まで縮小させることに成功した。
- その結果、売上成長率こそ横ばいとなったが、営業利益は当初予定を大きく越えて、41百万円（前期比+4.2億円）の大幅増益となった。
- また、地方創生案件の受託・納品にかかる補助金収益や繰延税金資産の計上等の影響により、2024年2月期の当期純利益は79百万円で着地しており、こちらも前期比+4.8億円の大幅増益となった。

2024年2月期は、大型プロモーションの停止、ストア収益の消失、イベント開催の見送りなど、前年施策の影響を強く受けた一年だった。それらのマイナス影響が消失し、成長環境が整う2025年2月期は、コスト適正化を通じて実現した低コスト体質を維持しつつ、事業および売上の再成長を目指す。

成長に向けた戦略課題

- ・ 当社の更なる成長に向けては、「マーケットプレイスサービスの成長」「利益率の改善」「新サービスの成長促進」の3つが戦略課題となる。

戦略課題	概要
<p>1</p> <p>マーケットプレイスサービスの成長</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社事業の内、売上・利益の規模が最大、かつその他の事業成長に多大な影響を及ぼすのがマーケットプレイスサービス。 ・ しかし、2023年5月を機に外出需要（リオープニング）が一層拡大したことに加え、TVCMを始めとする大規模プロモーションを停止した反動も重なり、「Creema」の流通総額が横ばいとなった。 ・ 但し、上記の各種反動も2025年2月期の2Q迄と見込んでおり、3Q以降は、「Creema」の地力を発揮できる環境が整う。 ・ 当社全体の成長、市場におけるさらなる競争力向上に向け、当該事業の再成長に注力する。
<p>2</p> <p>利益率の改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2024年2月期の営業利益は前期比+4.2億円、当期純利益は前期比+4.8億円と大幅増益となっている。 ・ 一方で、利益率で考えれば、最盛期の2022年2月期の営業利益率が14%、経常利益率が16%に対し、2024年2月期は営業利益率が2%、経常利益率が3%に留まっている ・ これは、中長期成長に向けて、新規事業投資や開発投資、プロモーション投資を拡大したという戦略的背景に起因するものだが、そのような成長に向けた事業投資・組織投資、M&A等を持続的かつ積極的に推進するためにも、段階的な利益率向上を推進する。
<p>3</p> <p>新サービスの成長促進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 当社の次の収益の柱となる新サービスとして「Creema SPRINGS」「FANTIST」「InFRAME」の3つを運営している。 ・ これらのサービスは、当社のプラットフォームサービスのような規模には未だ育っていないが、いずれのサービスも、KPI・売上とも前年比で大きく成長している状態。 ・ よって、新サービスへの投資は継続し、当社の次の主力事業へと育て、「クリーム経済圏」をより一層強固なものにしていく。

「Creema」の流通成長率が再成長軌道にのれば、その周辺事業となるプラットフォームサービス（内部広告・外部広告等）も連動して成長し、全社の売上が大きく増加する。並行して、コストの適正化を進めることで、利益率が改善されれば、売上増加も相まって、キャッシュフローが改善する。改善したキャッシュフローから得た資金を、新サービスやM&Aに投資することで、次の収益の柱を育成し、中長期ないし非連続的成長の足場を固めることができる。足元の売上が成長し、利益率・キャッシュフローの改善が行われれば、株主の方々への還元が可能となる。加えて、新サービスによる将来的な収益向上が本格的に見込まれるタイミングになれば、尚更そのトレンドは高まる。

全社戦略

- ・ 2025年2月期は、マーケットプレイスの再成長に向けた準備を整えつつ、コストの適正化を通じて利益を確保すると同時に、翌期以降も段階的に利益率が向上していく構造的基盤を確立する。
- ・ 並行して、新サービスへの投資も継続し、中長期的・非連続的成長の足がかりとする。

戦略課題	概要
<p>1</p> <p>マーケットプレイスサービスの成長に向けた顧客基盤の強化</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客の体験品質向上を目的に、検索機能、UI/UX改善を始めとする「Creema」プロダクトの磨き込みを今期も継続する。 ・ また、「Creema」と補完関係にある「InFRAME」の利用者獲得に向けた活動を本格化させ、クリエイターの方々により多くの販路を提供するとともに、「Creema」「InFRAME」により多くの作品を集め、マーケットプレイスの価値を高める。 ・ その上で、適切な範囲でのプロモーションを実行し、提供価値・顧客満足度が一層高まった「Creema」をより多くの方々に体験してもらう。 ・ 上記を通じて、「Creema」の顧客基盤をより強固なものにし、マクロ/ミクロ共に環境が整う今期3Qより再成長フェーズに乗せ、来期2026年2月期以降の本格成長に向けた足場固めを行う。
<p>2</p> <p>コストの適正化を通じた利益率の改善</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ コスト構成比の中で割合の大きいプロモーション費については、前期同様、広告効率の改善に取り組み、効果は維持しつつも、費用は前年比で更に縮小させる。 ・ 次いで規模の大きい人件費・外注費・開発関連費についても抜本的な見直しを行う。社員の待遇は向上させつつ、追加採用・業務委託を含む各種業務の外注について厳しく引き締めを行い、組織の生産性を一層高めることで、収益性の高い事業運営を行う。 ・ 上記を通じて、営業利益率は前期比で3倍まで引き上げ、以降、売上成長だけでなく、営業利益率も最盛期の水準に引き上げていく。
<p>3</p> <p>新サービスへの投資の継続</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 引き続き「Creema SPRINGS」「FANTIST」「InFRAME」への投資を継続する。 ・ 「Creema SPRINGS」では、人員を拡大し、営業や編集の強化を通じたプロジェクトの数と質の更なる向上を進める。 ・ 「FANTIST」では、プラットフォームに相当量のレッスン動画が蓄積されてきたため、CRMを強化し、レッスン動画の購入率・購入回数・購入単価の改善を進める。 ・ 「InFRAME」では、リリース間もないことから、機能追加と出店者拡大に注力し、まずは流通・売上成長の先行指標となる登録者数・出品数等の増加を進める。

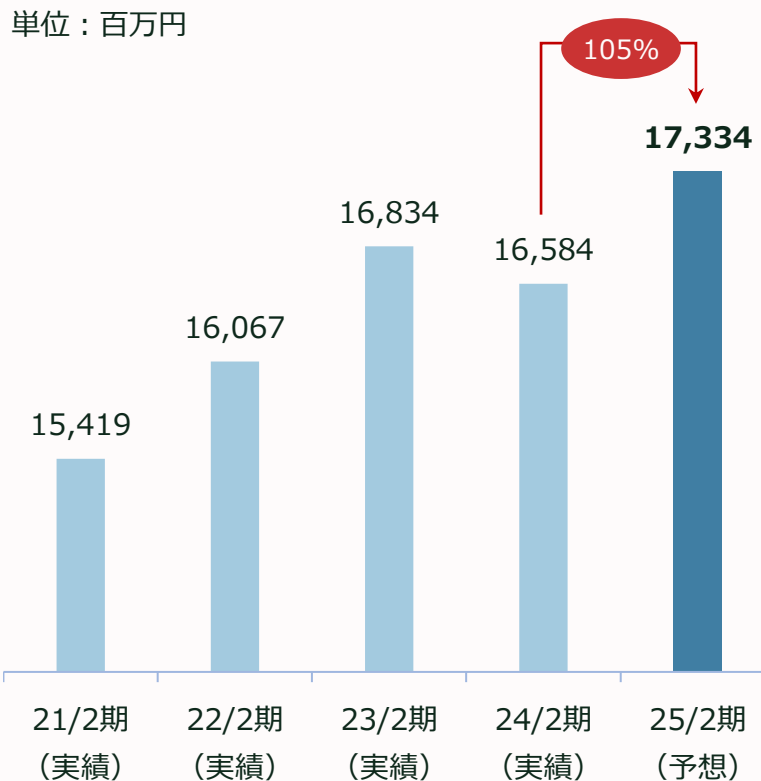
事業戦略- マーケットプレイスサービス

- ・マーケットプレイスサービスでは、「Creema」のプロダクト改修とプロモーション施策の効率化等により、流通総額の前年比成長率は105%、売上の前年比成長率は103%を目指し、以降の本格成長に向けた足場を整える1年とする。
- ・「Creema」と相互補完関係にある「InFRAME」は、将来的な流通・売上の最大化に向けた下地を整える1年と位置付け、出店数や登録作品数等のKPI向上のため、大規模なサービス利用料無料キャンペーンを行うため、今期の流通・売上への影響は極めて軽微なものとなる。

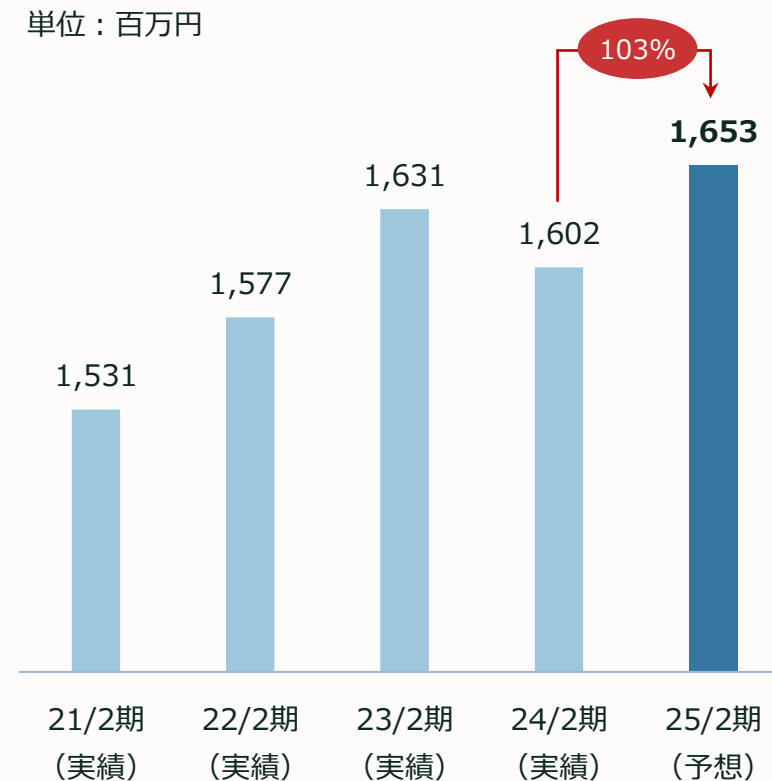
2025年2月期の戦略方針

- ・ 前期・前々期と行ったTVCMは行わず、プロモーションコストの適正化を一層進め、効率的な広告運用をベースに、新規の「Creema」ユーザーの獲得を進める。
- ・ また、検索機能やUI/UX改善等を中心に、ユーザーニーズを踏まえた「Creema」プロダクトの機能追加・磨き込みを行う。
- ・ 平行して、新サービス「InFRAME」を軌道にのせるべく、各種キャンペーンを展開するほか、機能追加も継続的に行い、「InFRAME」のユーザー数・出品数を増加させ、将来的な流通・売上の最大化に向けた下地を整える。
- ・ そうすることで、「Creema」を再成長軌道に乗せると同時に、「InFRAME」を相互補完的に発展させ、来期以降、マーケットプレイスサービスの流通・売上を本格成長させる足場を固める。

流通計画



売上計画



事業戦略- プラットフォームサービス

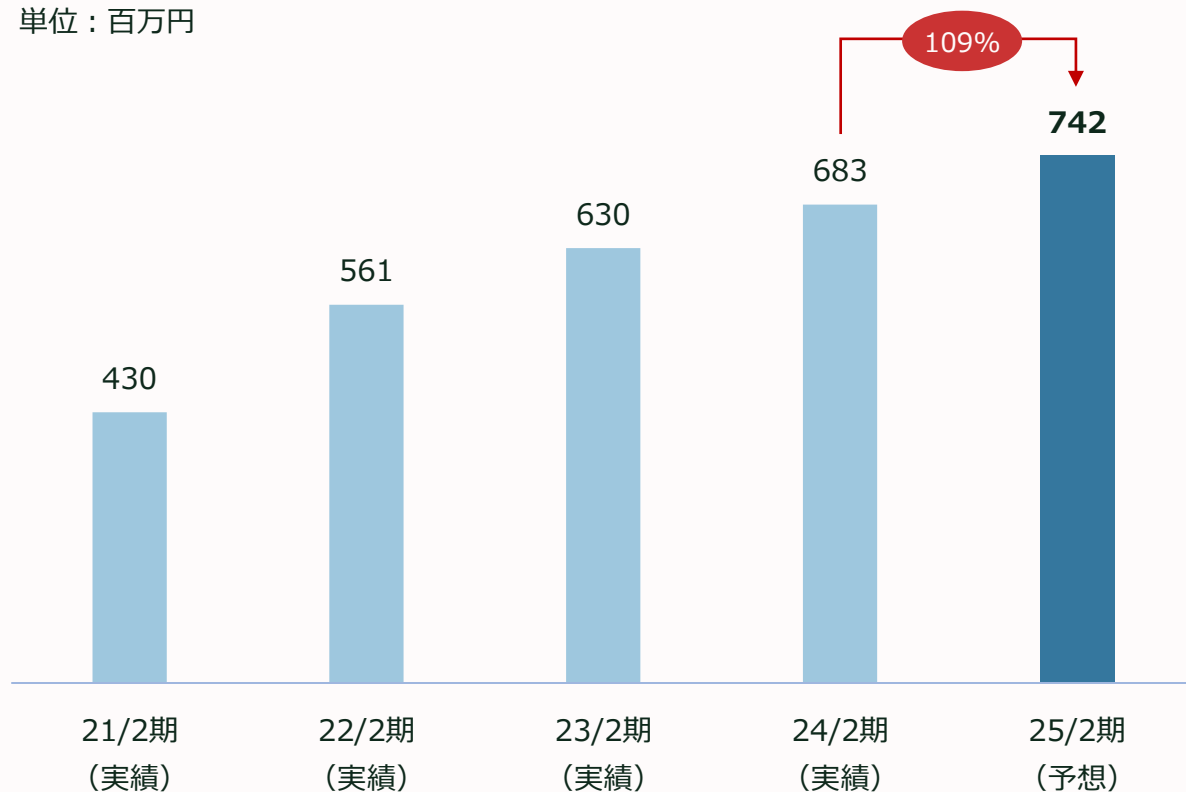
- 外部広告にて競争力・独自性の高い商品の開発・販売を強化するとともに、内部広告にて広告機能の拡充とユーザーコミュニケーションを強化することで、プラットフォームサービスの売上は前年比109%の成長を目指す。

2025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、需要と提供価値の高い人気メニューの営業を強化する。
 - 受注数や引き合いが拡大していること、また、昨今のインフレ化においてもこれまで単価を変えずに案件を受託してきたことから、適正レベルに単価を引き上げる方針。
 - 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。
 - また、まだ内部広告を使用したことのないクリエイターも多いため、クリエイターへのコミュニケーション戦略を見直し、利用者数の一層の拡大を目指す。

売上計画

単位：百万円



事業戦略- イベントサービス

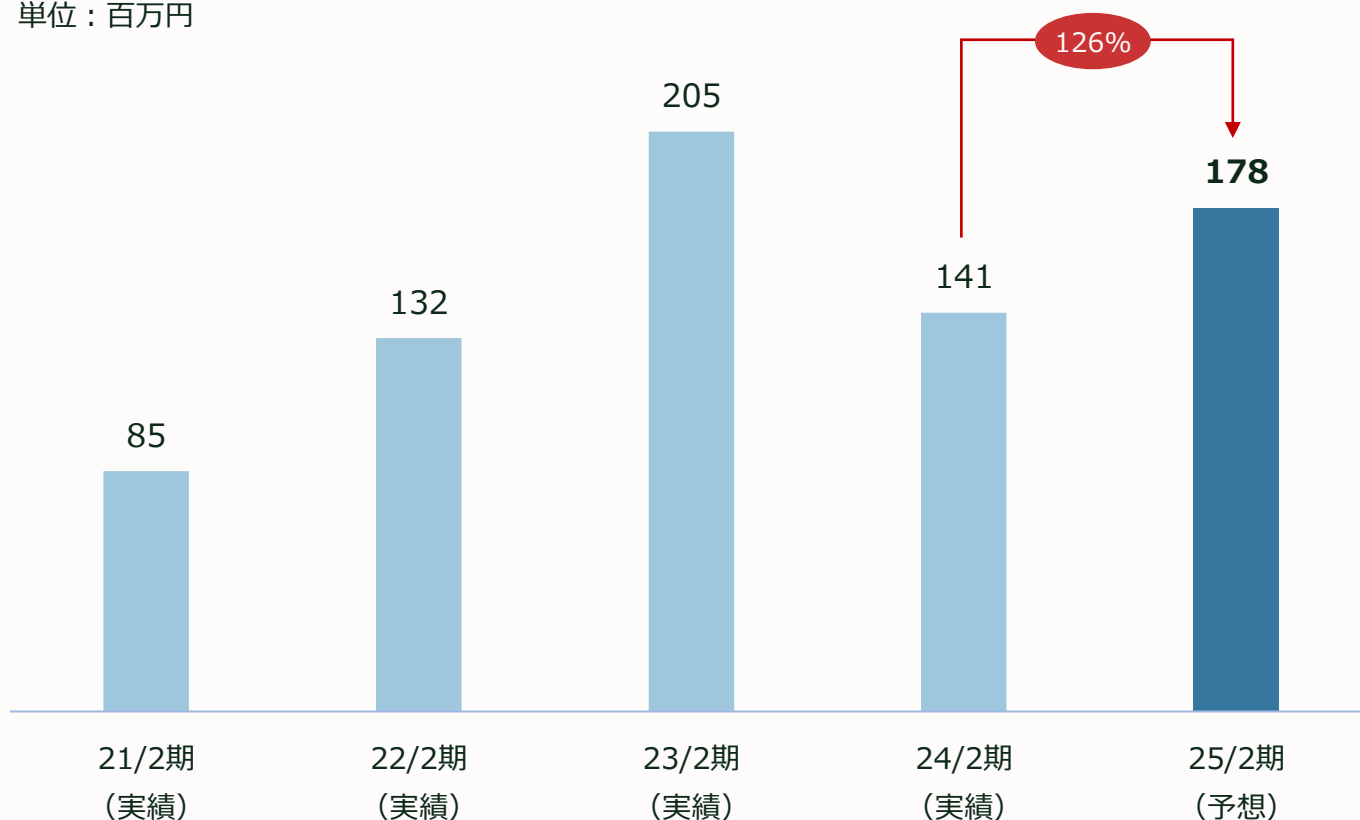
「HandMade In Japan Fes'」「Creema YAMABIKO Fes」ともに、コンテンツやマーケティングの一層の磨き込みを行い、イベント品質の向上と事業収益の拡大を平行的に推し進めていく。

2025年2月期の戦略方針

- 夏・冬の年2回開催される「HandMade In Japan Fes'」では、コンテンツの改変を含め、更なるバージョンアップを行い、来場者数の拡大を進める。
- 時期・会場を変えて初の開催となる「Creema YAMABIKO Fes」は、毎年規模を着々と拡大しており、今期も一層の来場者を獲得するとともに、コンテンツにおいても日本を代表する音楽フェスへと育てあげるべく、作り込みを行う。
- 平行して、これらの巨大イベントを自社で企画、制作、運営してきたノウハウを活かし、来期以降での新イベント立ち上げを検討する。

売上計画

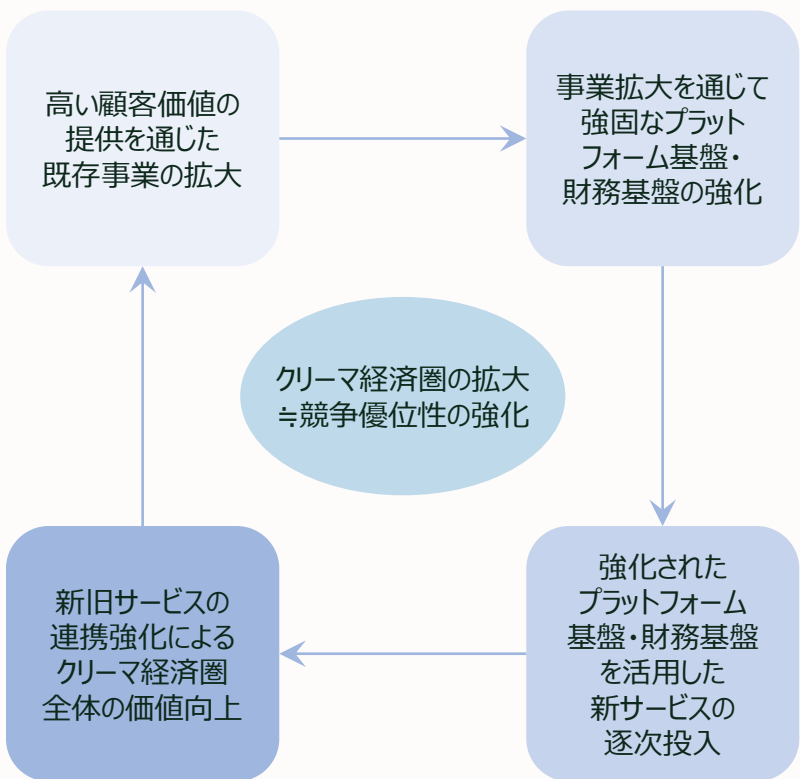
単位：百万円



新サービス群の戦略方針（1/2）

- 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で今まで進めてきた。その戦略方針は変わらないが、2025年2月期は、新サービスの更なる追加は行わず、これまでリリースした「Creema SPRINGS」「FANTIST」「InFRAME」のみに投資を限定・注力し、当社の収益の柱となる事業へと成長させる。

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

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。
		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	ネットショップ開設支援
	クラウドファンディング	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
アドネットワーク（内部広告）	アドネットワーク（内部広告）	アドネットワーク（内部広告）	アドネットワーク（内部広告）	クラウドファンディング
メディア（外部広告）	メディア（外部広告）	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）
リアル（イベント・ストア）	リアル（イベント・ストア）	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	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

2025年2月期は、新サービスの更なる追加は行わず、これまでリリースした「Creema SPRINGS」「FANTIST」「InFRAME」のみに投資を限定し、注力する。

新サービスの戦略方針（2/2）

- クラウドファンディングサービス「Creema SPRINGS」、レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」に加え、2024年2月期末にリリースしたネットショップ開設サービス「InFRAME」への投資を継続。成長著しい当該3サービスを次の柱に育てると同時に、クリーム経済圏全体の価値を一層高めていく。

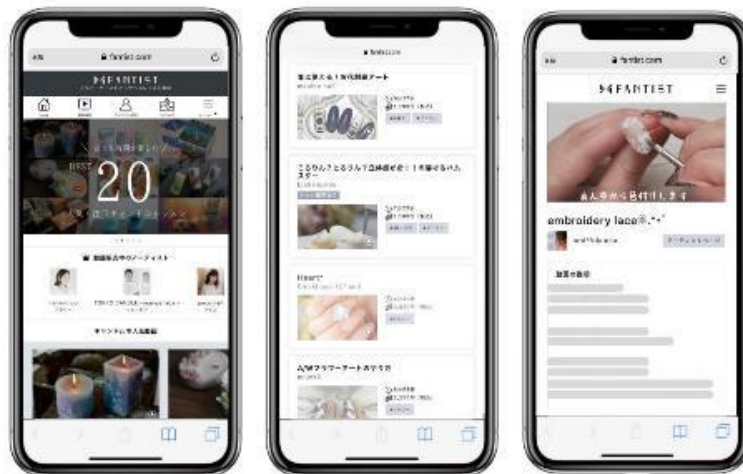
Creema SPRINGS

- 質の高いプロジェクトをプラットフォーム上により安定的に供給すべく、営業/編集の体制を強化。
- 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年末より開始した、必要な技術を体系的に学べるコースレッスン動画を一層充実させる。
- 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。



InFRAME

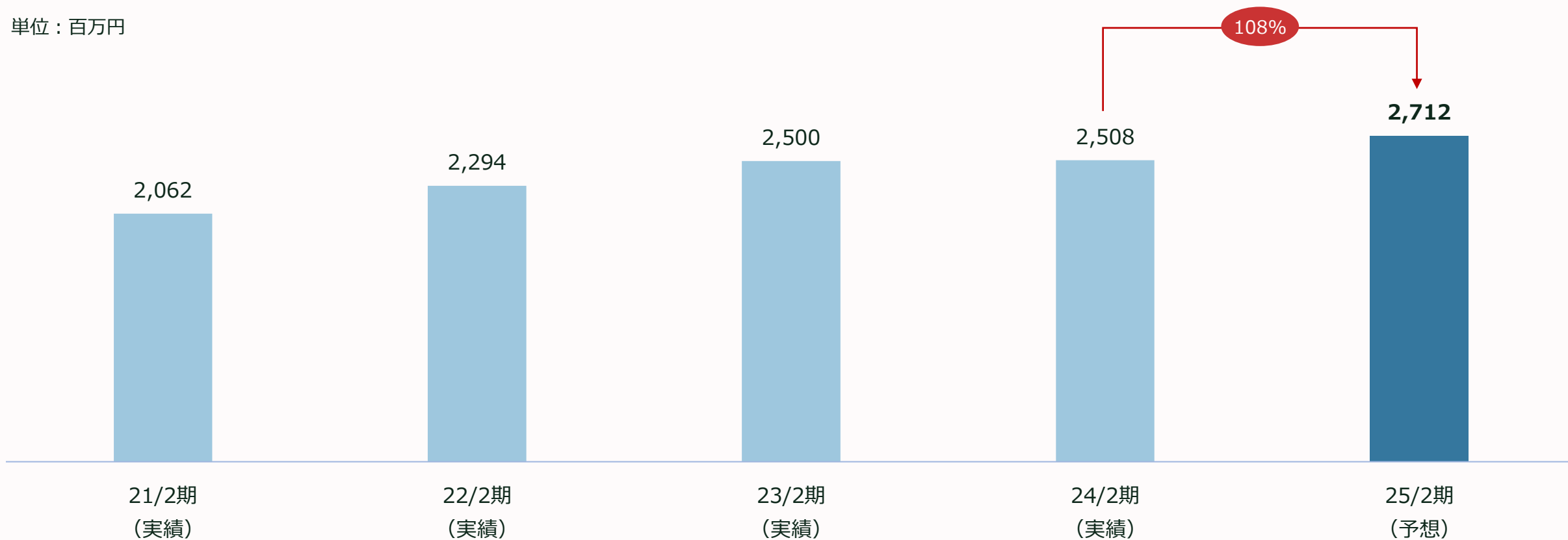
- 日本最大のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」と連携可能な唯一のネットショップ開設サービスを遂にリリース。
- 中長期的な成長に向けて、まずはユーザー数を確保すべく、プロダクトの機能追加とプロモーションに専念する。



2025年2月期 連結売上予想

- ・ 売上は前期比108%成長となる約27億円を目指す。

単位：百万円



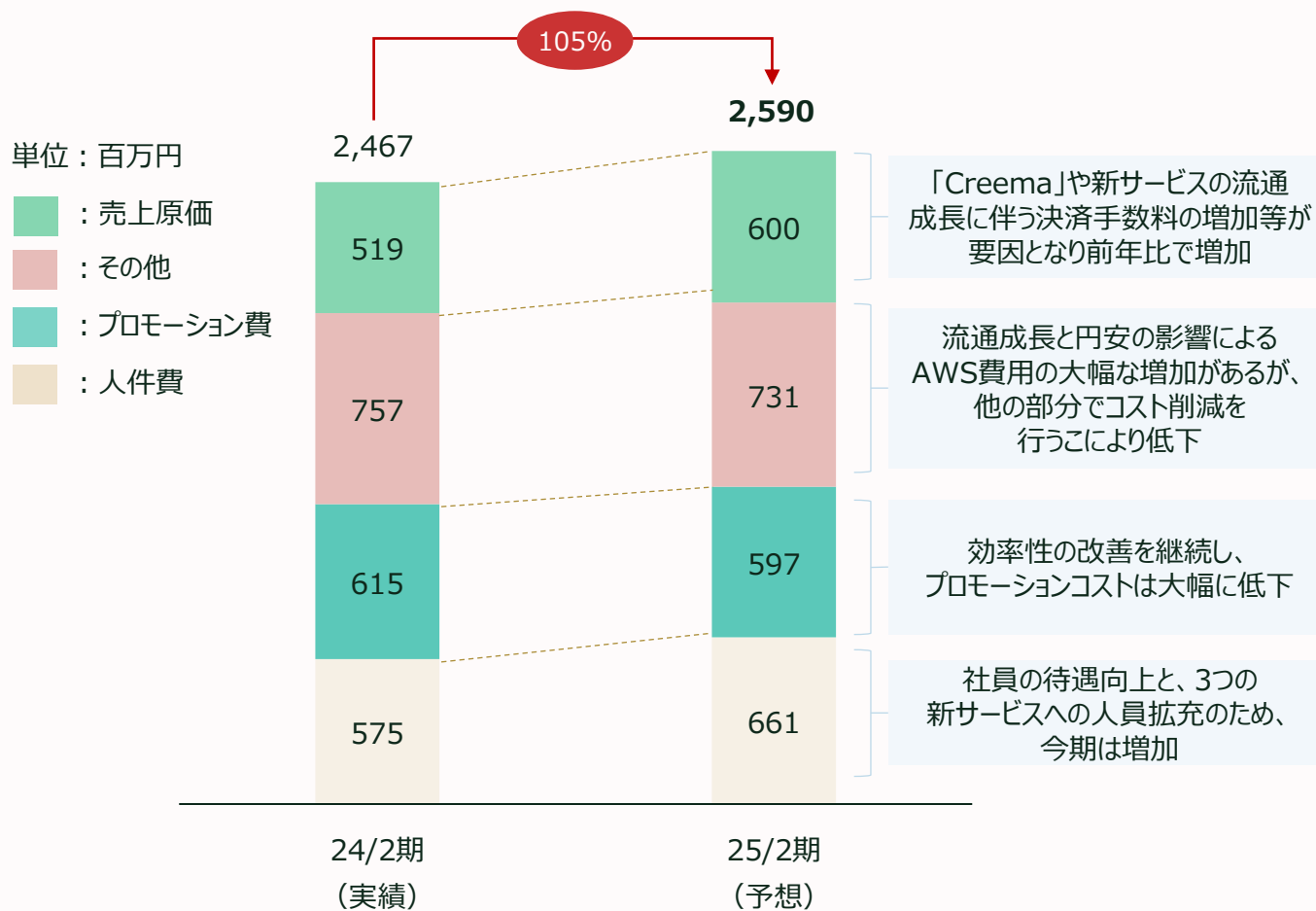
2025年2月期 コスト計画

- コストについては、マーケットプレイスサービスのプロモーション費の効率化に加え、各コストの適正化を進めることで、原価・販管費のコスト合計は、売上の前期比108%対し、前期比105%程度にとどめる計画。

2025年2月期のコスト計画方針

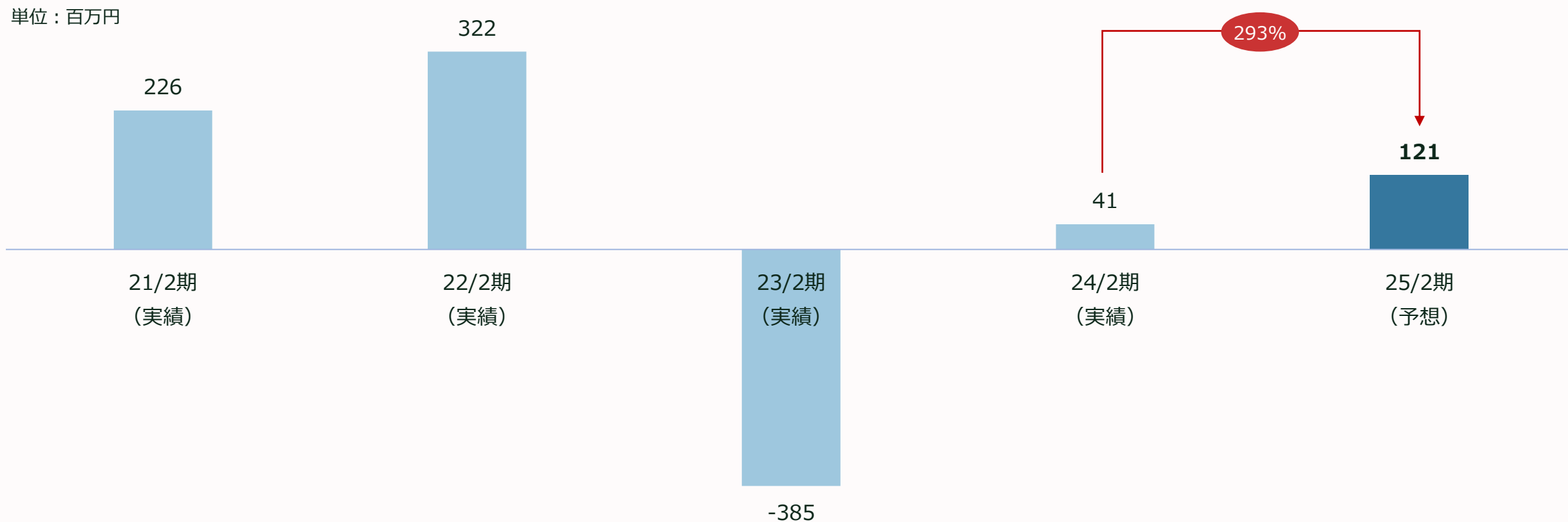
- 広告効率の更なる改善で、プロモーション費用は前年比で大幅に減少。
- 一方で、前述の通り3つの新サービスに対する新規事業投資を拡大するため、それにかかる人件費やその他の費用（AWS費・外注費）が増額するが、既存事業については生産性向上に徹底注力する方針とする。
- 結果、売上の前年比が108%に対し、新規事業の投資を拡大しながらも販管費は前年比102%に留まる計画。
- 事業成長に連動し売上原価も拡大するため、原価と販管費を合わせたコスト総額は、前期比105%となる見込み。

コスト推移と着地予想



2025年2月期 連結営業利益予想

- ・ 売上の伸長と、コストの抑制により、2025年2月期の営業利益は前期比293%成長となる1.2億円を目指す。



売上を再成長軌道に戻しつつ、コストの適正化を進め、利益率を適正な水準に段階的に引き上げていき、26/2期以降、売上・利益の更なる成長に向けて、その準備を整える。

2025年2月期 PL着地予想

- 全体の業績予想は以下の通りで、当期純利益は前期比 + 12百万円となる約0.9億円を目指す。

	2025年2月期業績予想				参考：主要サービス別売上予想	
	2024年2月期	2025年2月期	対前年比			
単位：百万円			金額	率		
売上	2,508	2,712	+203	108%	マーケット プレイス	1,653 (前期比：103%)
売上原価	519	600	+80	116%		
売上総利益	1,989	2,112	+122	106%	プラット フォーム	742 (前期比：109%)
販管費	1,947	1,990	+42	102%		
営業利益	41	121	+79	293%	イベント	178 (前期比：126%)
経常利益	68	124	+55	181%		
当期純利益	79	91	+12	115%	新サービス群	137 (前期比：171%)

「事業計画及び成長可能性に関する事項」の次回更新は、2025年4月を予定しています。

Appendix



ESGに係る当社ポリシー

- 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。



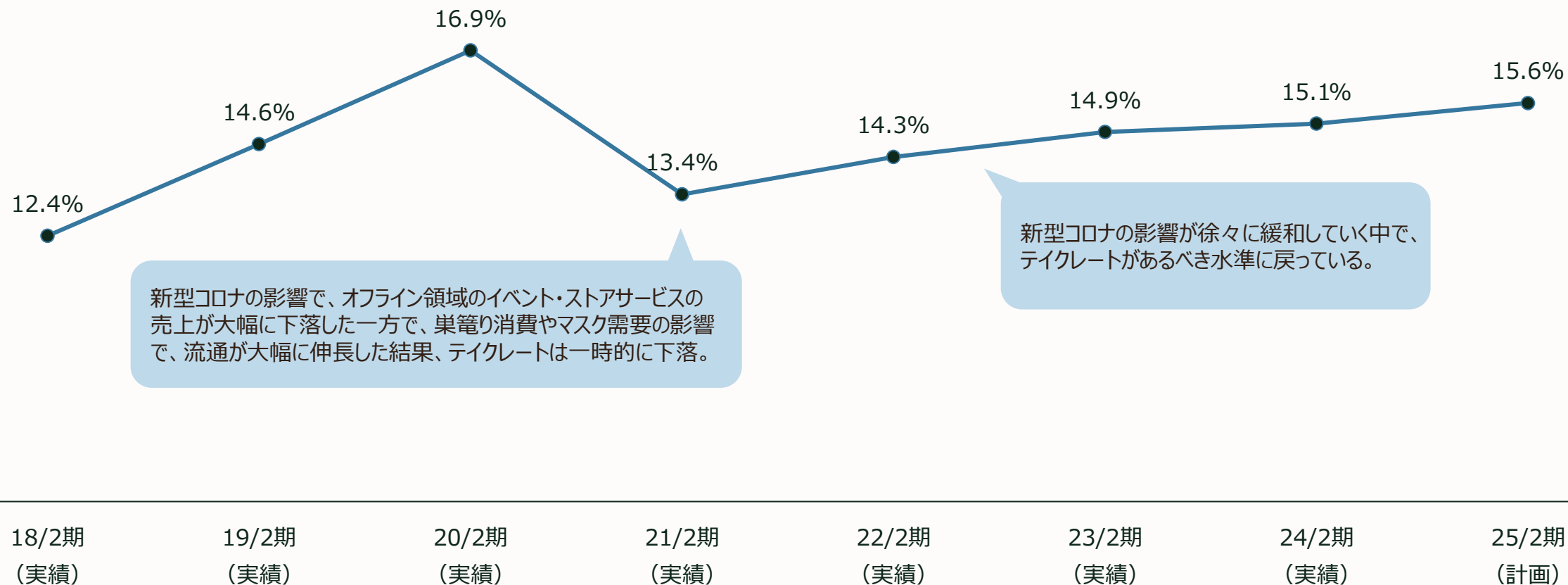
参考：ESGに係る取り組み事例

- 東北三大祭のひとつ「青森ねぶた祭」の開催後、廃棄予定のねぶたの和紙を用いたアップサイクル作品や、同じく東北三大祭のひとつ「秋田竿燈まつり」の開催後、廃棄予定の提灯を活用したアップサイクル作品のアイデアを、「Creema」クリエイターから募集。
- 「Creema」のクリエイター、秋田市竿燈会、秋田市竿燈まつり実行委員会、青森ねぶた祭実行委員会事務局の方々とともに、日本の伝統である祭をサステナブルなカタチで未来に繋いでいる。



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。



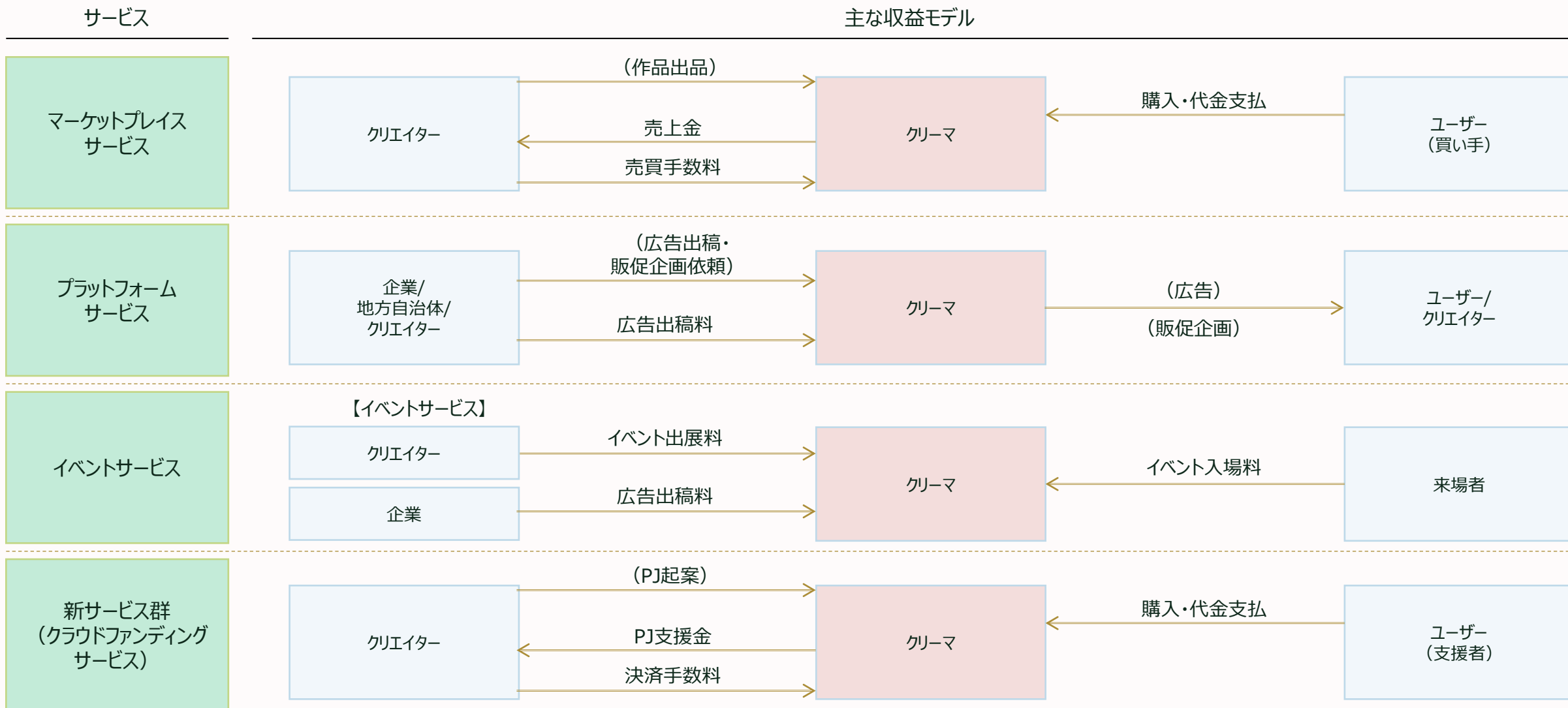
Note) テイクレートは、マーケットプライスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

参考：認識するリスク

リスク	リスク内容と対応方針
<p>新型コロナウイルス等の 感染症の影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。
<p>システムトラブルによる影響</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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。

NOTE：その他のリスク及び対応策に関しては、有価証券報告書を御覧ください。

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>