

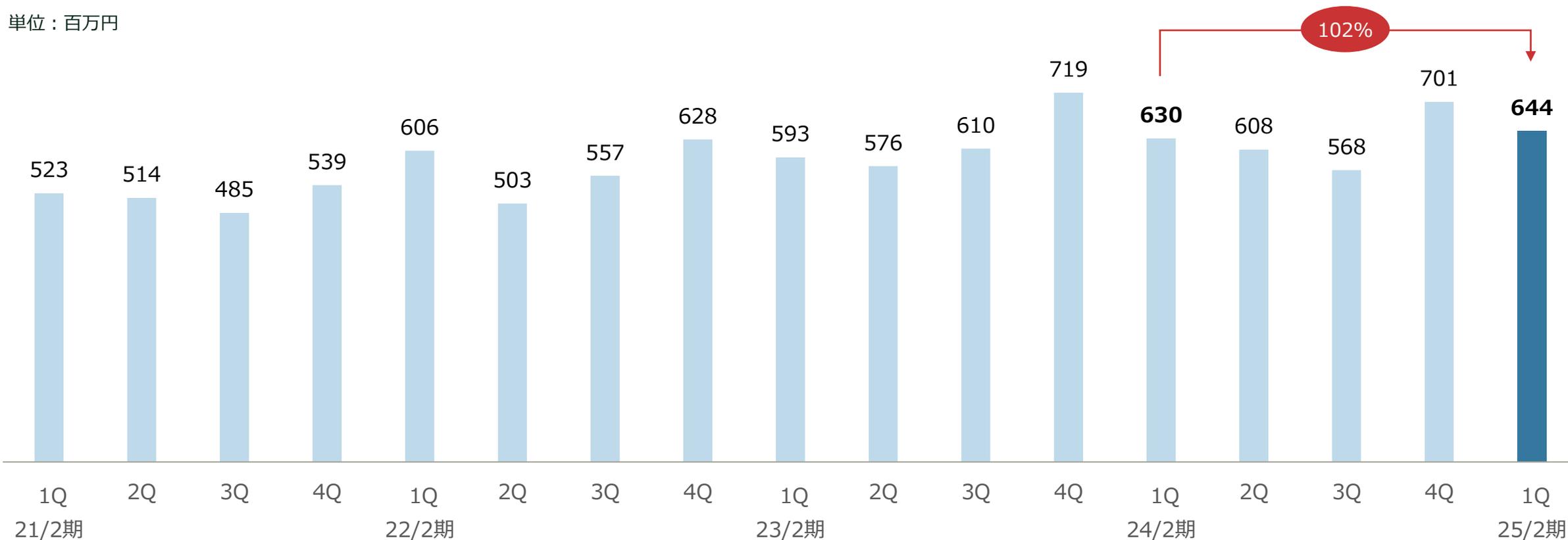
**2025年2月期
第1四半期の業績**



連結売上高の推移

外部環境の変化が発生し、マーケットプレイスサービスの成長に逆風が吹いたものの、その他すべてのサービスが着実に成長し、結果として売上は前期比102%となる6.4億円と堅調に推移した。

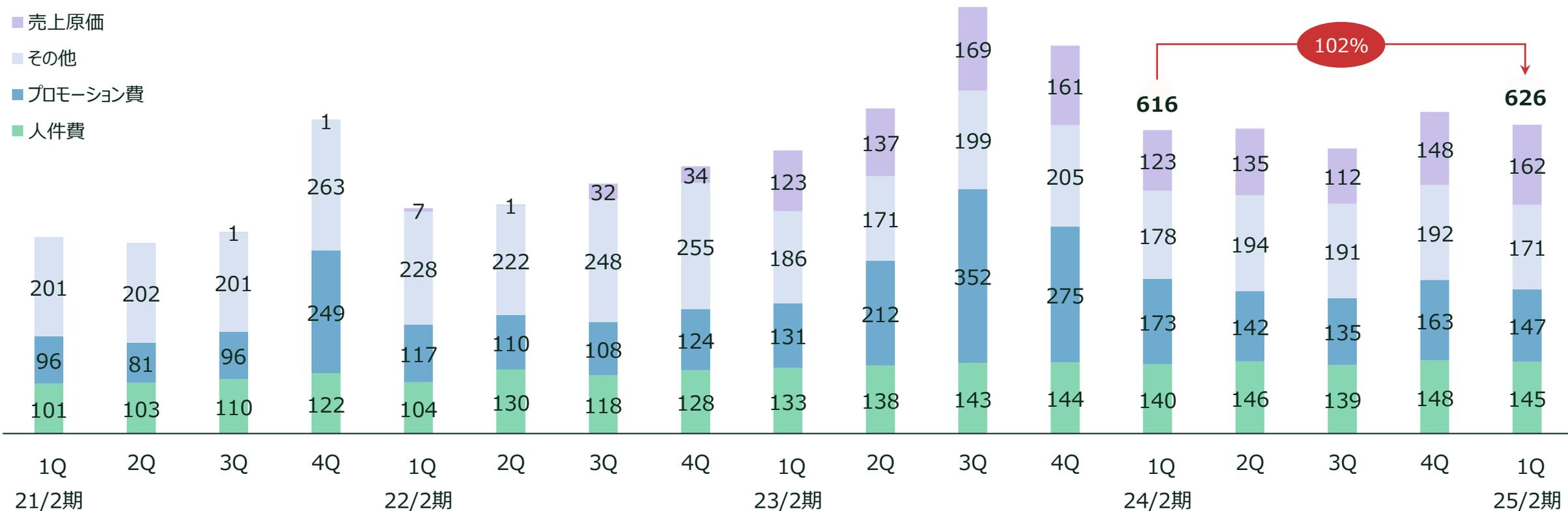
単位：百万円



連結コストの推移（売上原価＋販管費）

新サービスへの投資拡大や「Creema YAMABIKO FES」の開催など、中長期成長に向けた戦略投資を積極的に行いながら、生産性向上によるプロモーション費や人員数等の適正化を進めたことで、販管費を前期比94%に抑制。売上原価と販管費を合わせた総コストでも前期比102%となる6.26億円で着地し、前期比微増の範囲で収めることに成功した。

単位：百万円



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

売上成長は担保しつつ、前述の通りコストを適正に管理した結果、営業利益は前期比127%成長となる17百万円で着地した。

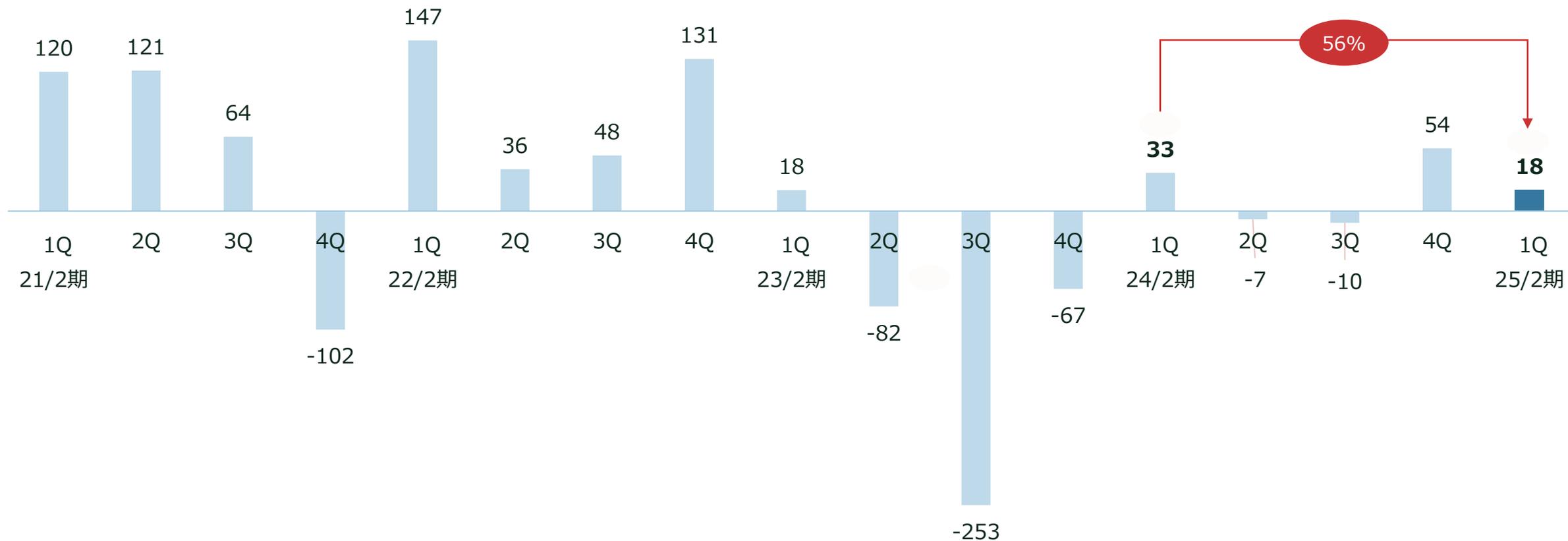
単位：百万円



連結経常利益の推移

売上高・営業利益ともに前期比では成長したものの、前年同時期に営業外収益に計上されていたイベント関連の補助金収入が今期はないこともあり、経常利益は前期比56%となる18百万円で着地した。

単位：百万円



連結税後利益の推移

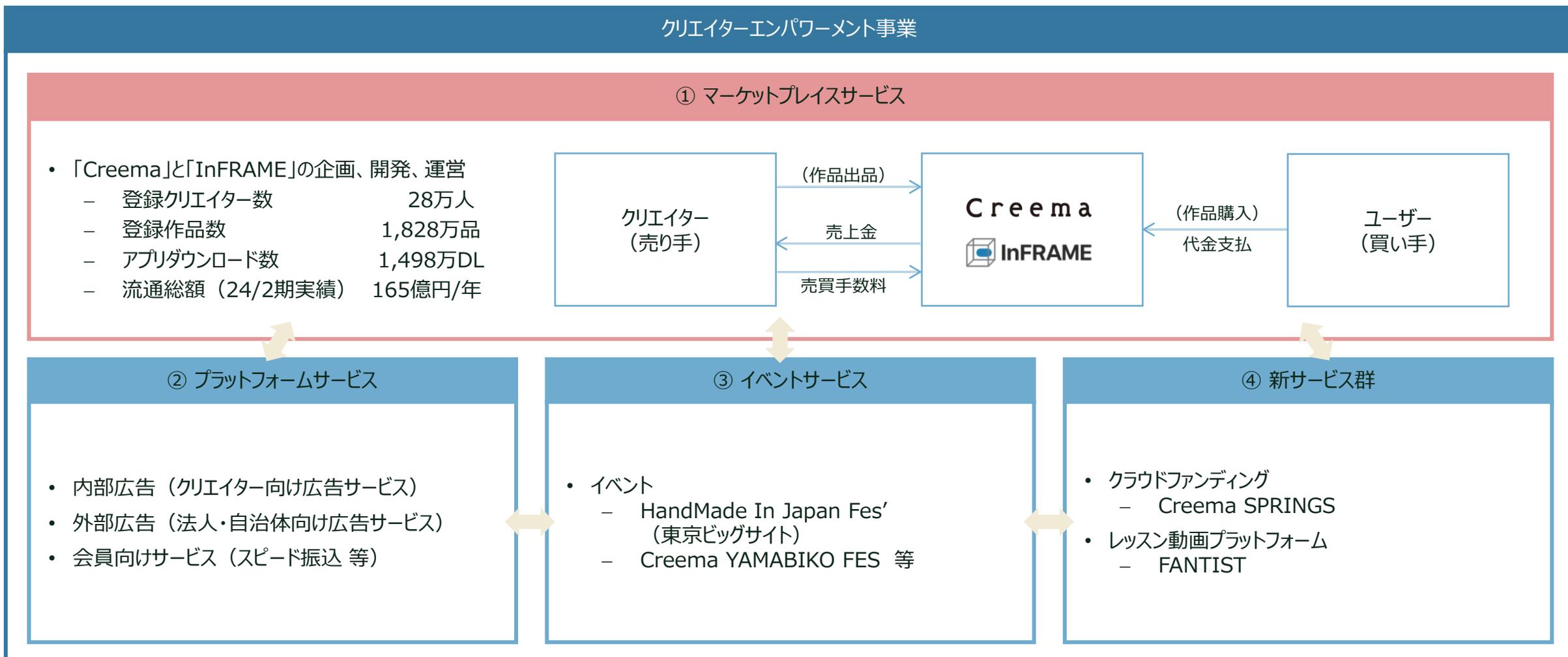
直近の事業計画を踏まえ、繰延税金資産を計上した関係で、税後利益は前期同水準となる23百万円で着地した。

単位：百万円



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。



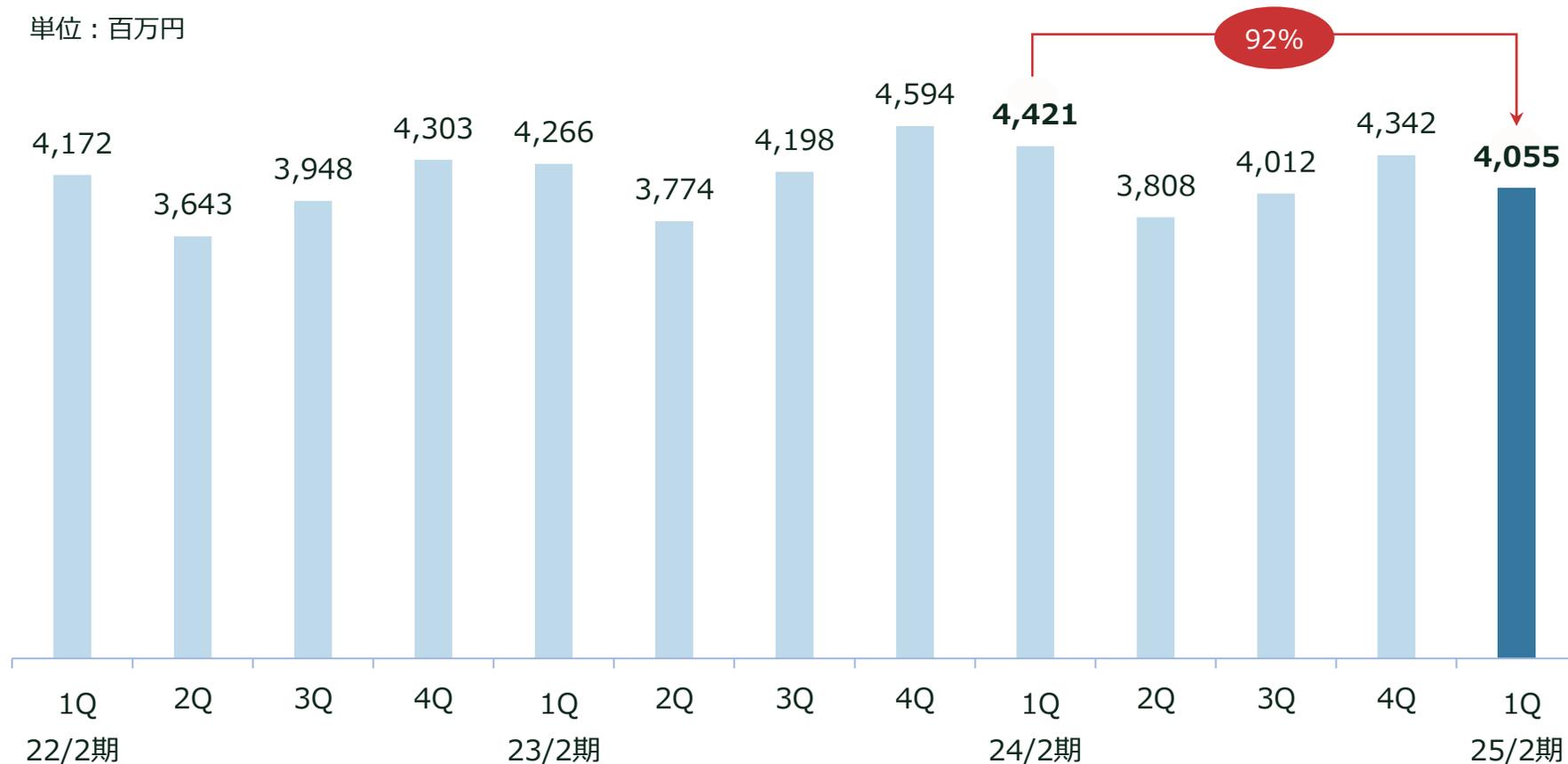
① マーケットプレイスサービス：流通推移

トレンドを踏まえた各種マーケティング施策の実施に加え、検索機能やUI/UX改善を中心に「Creema」のプロダクト改善等に取り組んだが、前年に行ったTVCMの反動と、広告・検索関連の外部環境変化の影響が重なり、流通総額は前期比92%となる40億円を着地。ただし、単月の推移では成長率は回復傾向にある。

1Qの主な取り組み

- 季節のトレンドを捉えた各種マーチャダイジング・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や、インフラ基盤の強化等、プロダクト面においても多面的な強化を推進した。
- 一方で、前年実施施策の反動や、広告・検索関連の外部環境変化がサービスの成長にとって逆風となった（次頁参照）。
- その結果、流通は前期比92%となる40億円を着地し、前年実績を下回る結果となった。

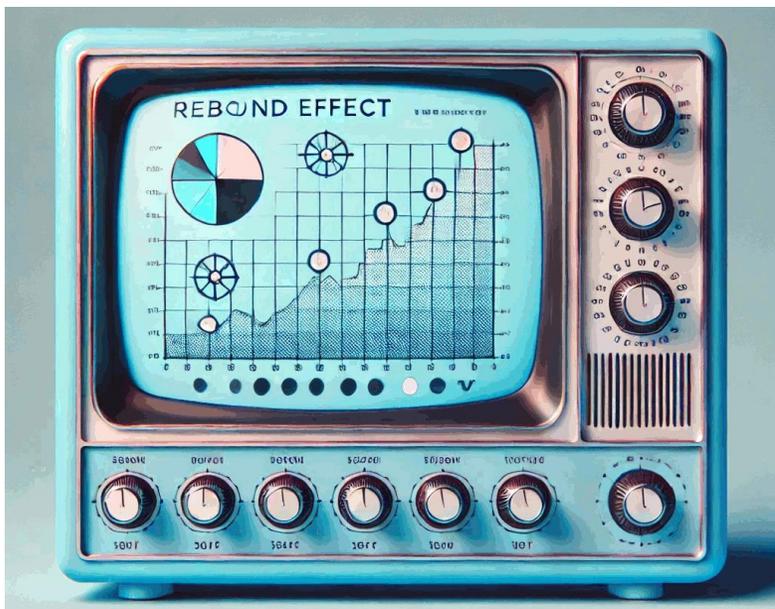
四半期推移



① マーケットプレイスサービス：主な流通棄損要因

前年同時期に実施したTVCMを今期は実施しなかったことに加え、Web広告における広告単価の世界的な高騰の影響、検索サイトのアルゴリズム変更に伴う当社サイトの検索順位の下落等、サービス成長にとって逆風となる外部環境変化が多数発生。

TVCMの反動



前年同時期、大型のTVCMを展開していたため、今期1Qもその反動を受けるかたちとなった。

広告単価の高騰



中国のEC関連企業が大量の広告宣伝費を投入し、世界中でWeb広告枠を買い占めている影響で、Web広告単価が世界中で大幅に高騰し、獲得効率が悪化した。

検索順位の下落



大手検索プラットフォームの検索アルゴリズムの改変に伴い、一部の検索ワードにて、当社サービスの検索順位が一時的に下落することとなった。

上述の各課題（広告単価の高騰、検索順位の下落）に対しては迅速に対策を実行しつつ、リオープニング及びテレビCMの反動影響が消失し、成長環境が整うと想定される3Qより流通を再成長軌道にのせるべく、着々と成長施策を推進する。

① マーケットプレイスサービス：取り組み事例（キャンペーンとプロダクト改善）

前述の通り、1Qは厳しい環境下での事業運営となったものの、「Creema」に出品されている作品の魅力を伝える提案型キャンペーンの実施や、検索機能やユーザーインターフェースなどのプロダクト改善を波上的に実行し、顧客満足度を高めることに尽力した。

提案型のキャンペーン



初夏のTシャツまつり
Tシャツ・サンダル・帽子
カテゴリーから5,000円以上購入で

ポイント **7** 倍

期間：5/16(木)～18(土)

※ポイントは後日付与いたします。(1人あたり上限3,000ポイント)

「初夏のTシャツまつり」等、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、作品の魅力を伝えるための様々なマーチャンダイジング・キャンペーン施策を実施した。

「Creema」プロダクトの改善

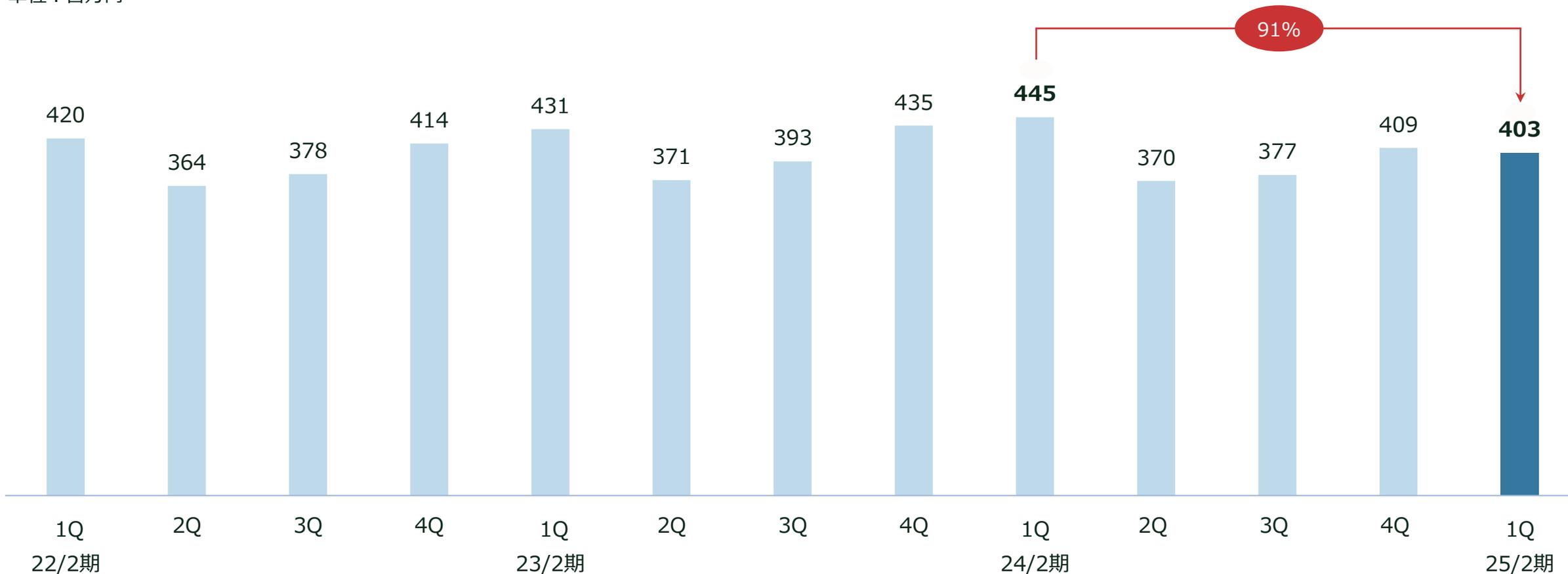


「Creema」の検索機能やユーザーインターフェースを中心に、ユーザビリティを高めるための様々なプロダクト改善を実施。

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前期比91%となる4億円での着地となった。

単位：百万円

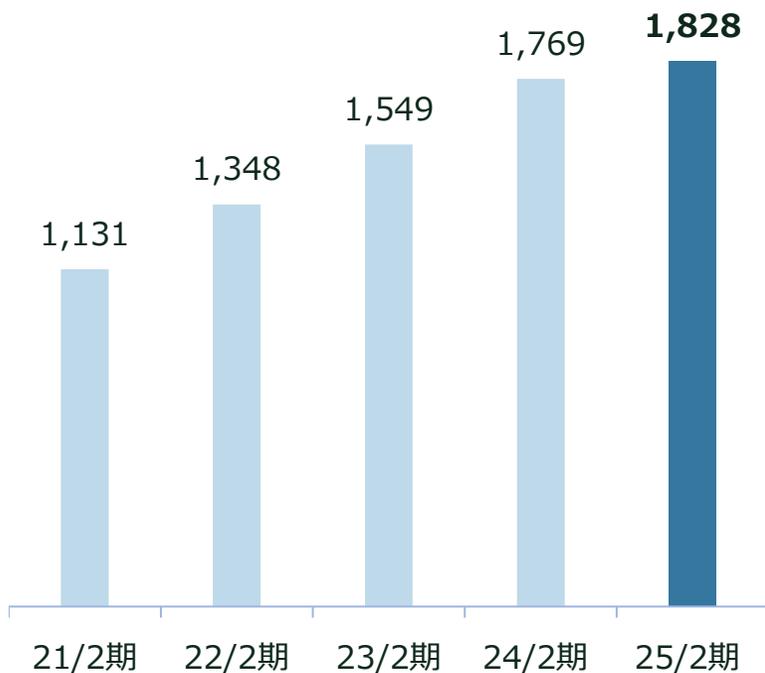


① マーケットプレイスサービス：KPI推移

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。

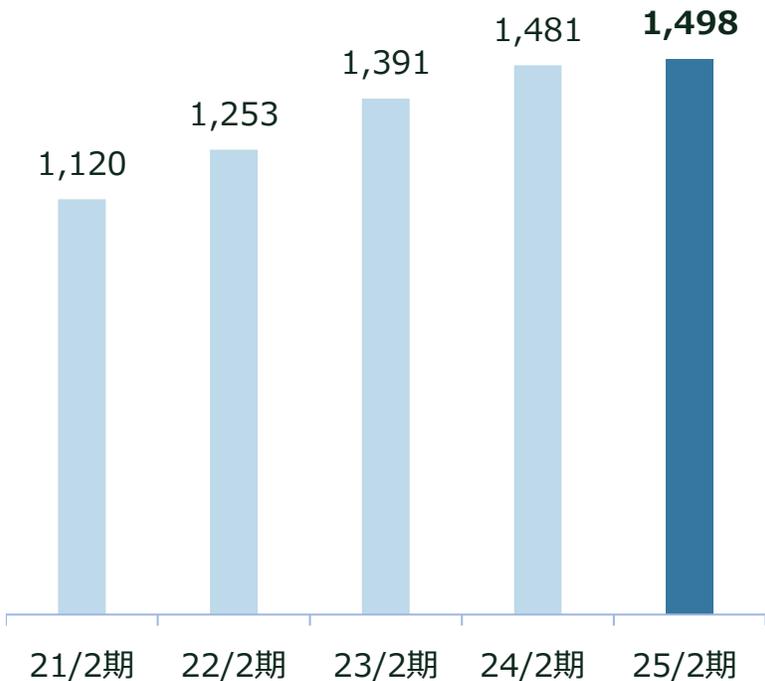
登録作品数

単位：万



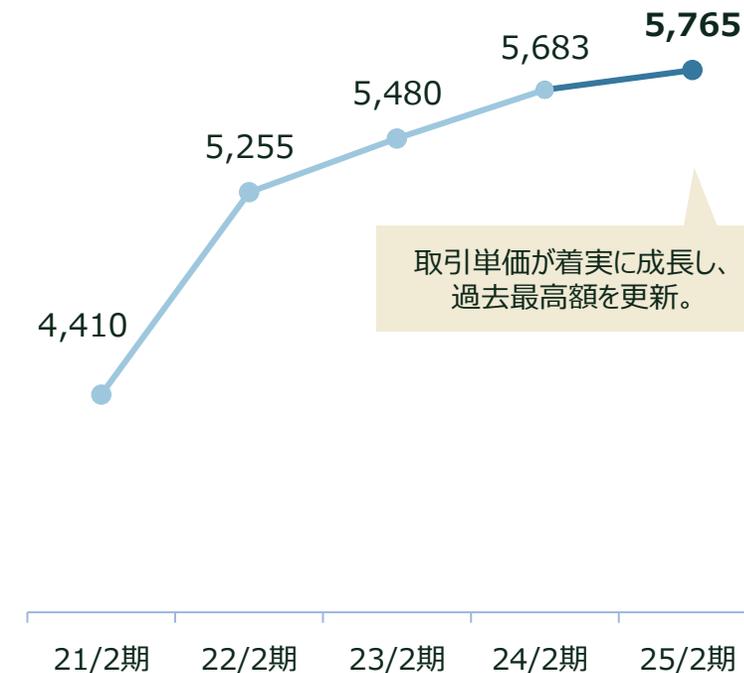
アプリダウンロード数

単位：万



取引単価

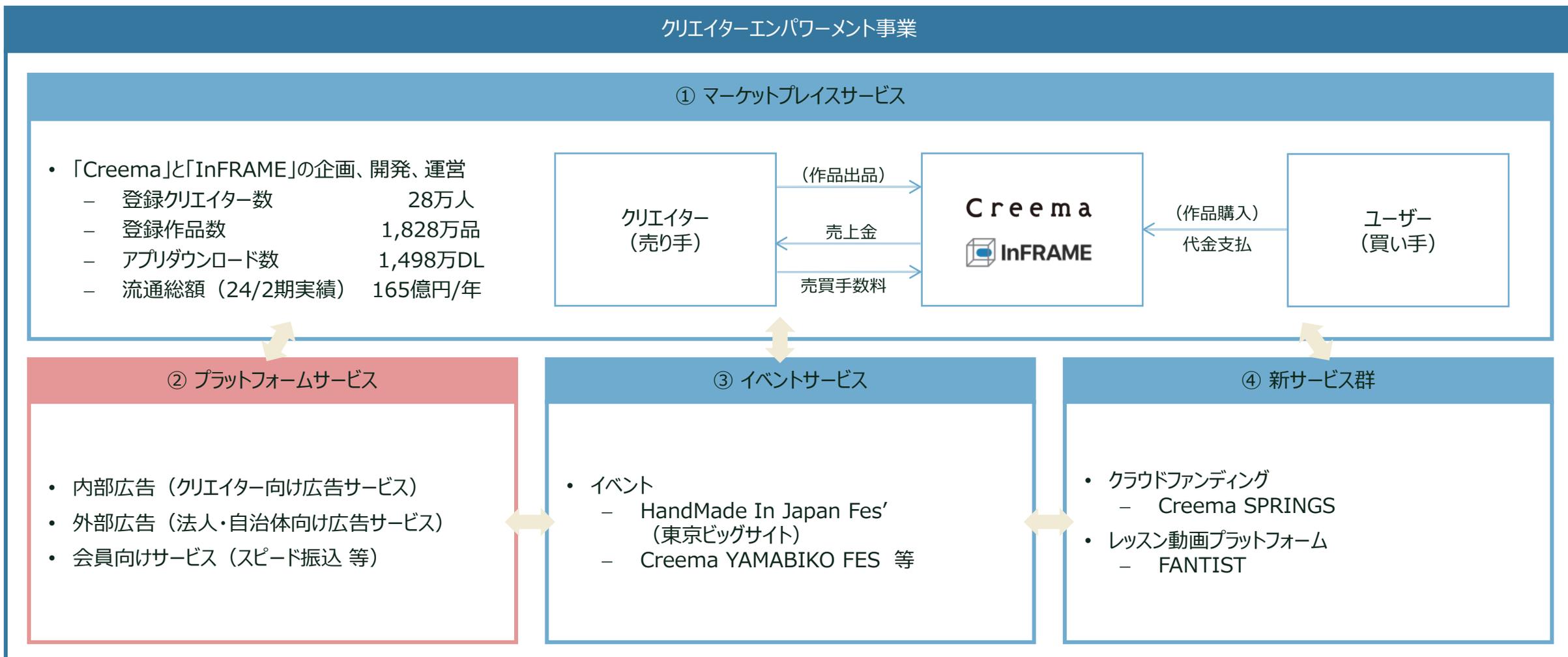
単位：円



NOTE：24/2期までは年度末、25/2期のみ1Q末の数字。

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

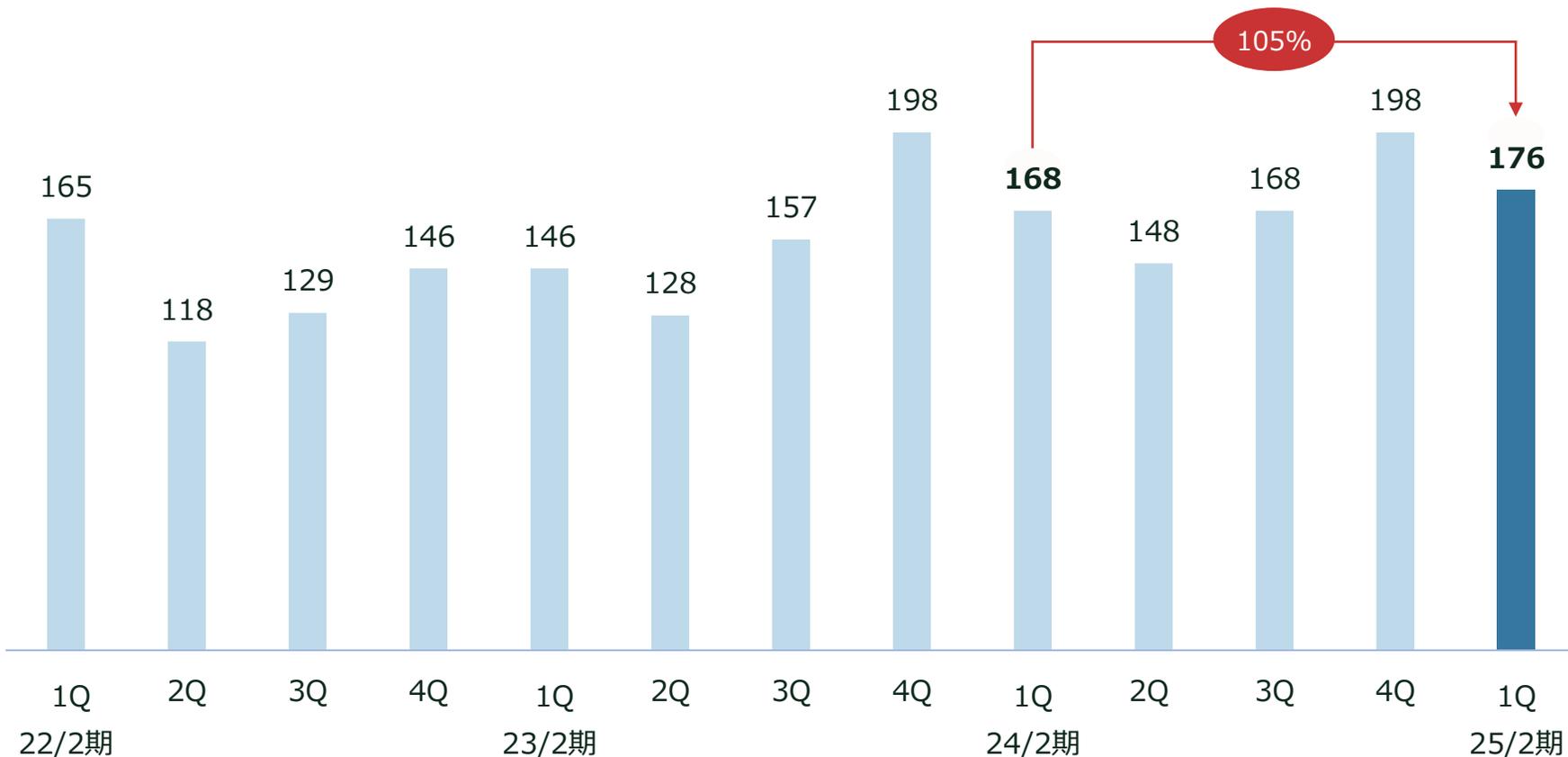
プラットフォームサービスでは、外部広告・内部広告ともに着実に成長し、売上は前期比105%となる1.76億円で着地した。

1Q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、地方創生プロジェクトや商業施設でのイベント開催など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、その普及に努めた。

四半期推移

単位：百万円



②プラットフォームサービス：取り組み事例① - 熊本ものづくり紀行

今年も昨年に続き「熊本ものづくり紀行」を実施し、熊本で活躍する伝統工芸士と「Creema」クリエイターがコラボレーションした作品をはじめ、熊本に根付く伝統工芸の逸品等も「Creema」上で紹介。コラボレーション作品は鶴屋百貨店でも展示された。



くまもとの伝統工芸 × Creema



熊本が育んだ伝統的工芸品

KUMAMOTO TRADITIONAL CRAFTS



②プラットフォームサービス：取り組み事例② - Creema WORKSHOP

「ほっと一息、おいしい毎日」をテーマに、春の新生活で試してみたいクラフトコーヒーやスイーツ、晩酌タイムがちょっと楽しくなるこだわりのお酒やおつまみなど集まる「はるかぜマルシェ2024」を赤坂インターシティAIRにて開催。

The graphic is a collage with a central white octagonal text box. The background is divided into colored rectangular sections: light green, light purple, and light yellow. The central text box contains the following information:

- Icon of a coffee cup on a saucer.
- はるかぜマルシェ2024 (Harukaze Marche 2024)
- 「ほっと一息、おいしい毎日」 (A relaxing and delicious daily life)
- 4.18 thu - 19 fri
- with Creema

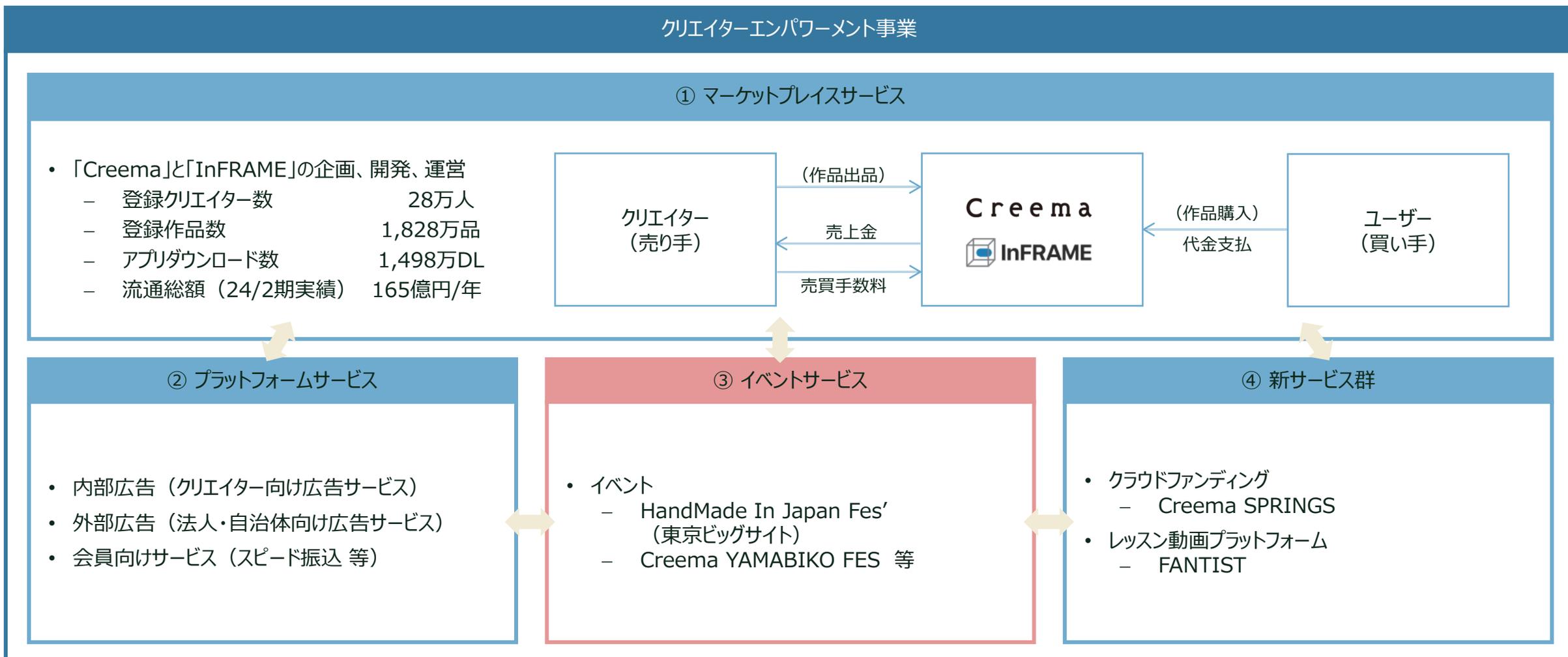
Surrounding the central text are several images:

- Top-left: A wooden board with several small appetizers (bruschetta).
- Top-right: Three green glass bottles of craft beer on a wooden surface.
- Middle-left: Three jars of jam labeled 'Mercato Piccolo' in red, orange, and black.
- Middle-right: A wooden table with plates of food, including a slice of pizza and a bowl of soup.
- Bottom-left: A white coffee cup with coffee being poured from a glass pitcher.
- Bottom-right: A wooden board with various fruits (orange, kiwi, strawberry) and small bowls of food.

At the bottom right of the graphic, the text *Good Life, Good AIR.* is written in a cursive font.

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

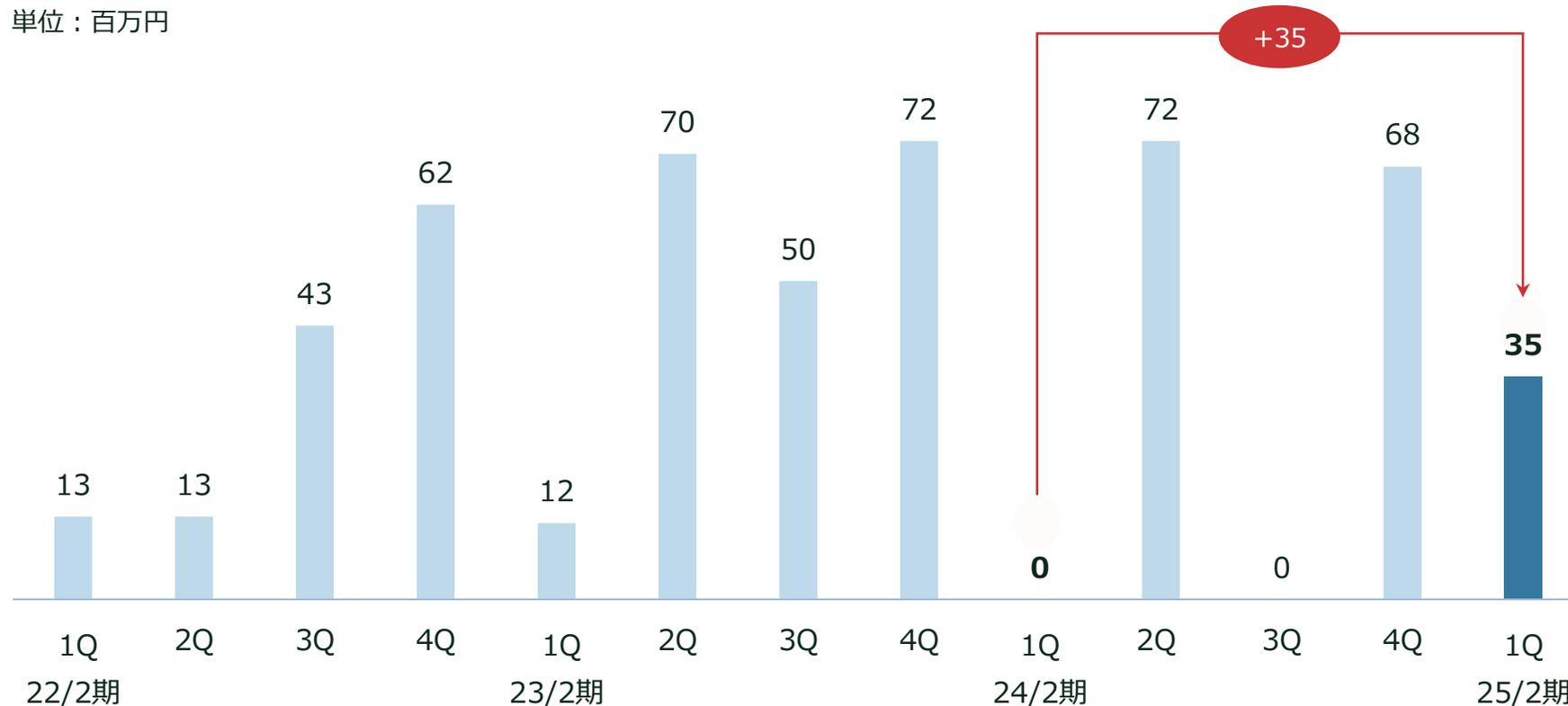
静岡県御殿場市から、神奈川県横須賀市（長井海の手公園ソレイユの丘）に開催地を移し、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES 2024」を3月に開催。売上は35百万円で着地した（前年同時期は未開催）。

1Qの主な取り組み

- 自然の中で音楽とカルチャーを体感する野外フェス「Creema YAMABIKO FES 2024」を神奈川県の横須賀市、長井海の手公園ソレイユの丘にて開催。
- 総勢14組のアーティストライブに加えて、全国各地から100組の作家が集うクラフト市や、自然の中でアウトドアサウナや水風呂が楽しめるサウナ村も設置。
- 今回で3回目となる本フェスは、場所を静岡県から神奈川県に移してから初めての開催となったが、前回同様、大盛況のうちに幕を閉じることができた。

四半期推移

単位：百万円



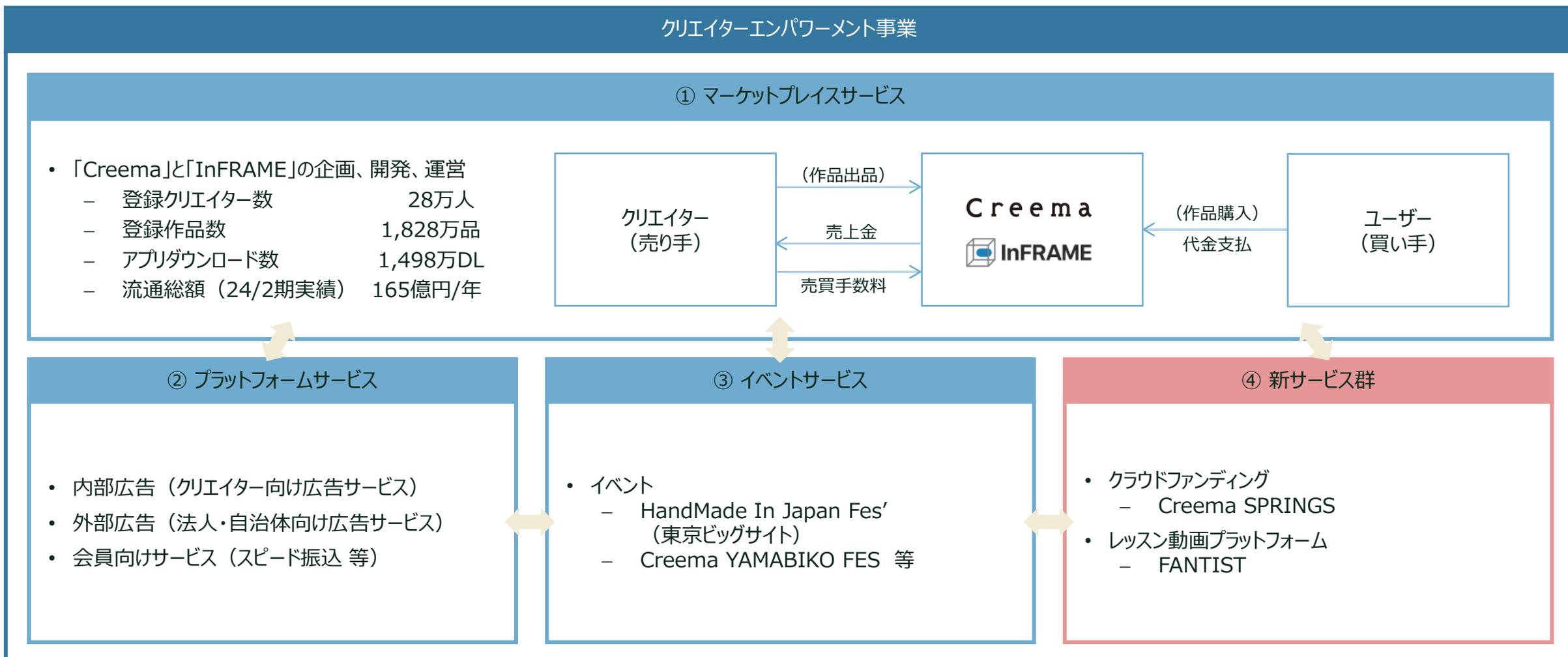
参考: Creema YAMABIKO FES 2024

2024年3月16日・17日、「Creema YAMABIKO FES 2024」が開催され、大盛況のうちに幕を閉じた。



再掲：事業構造とクリーマ経済圏

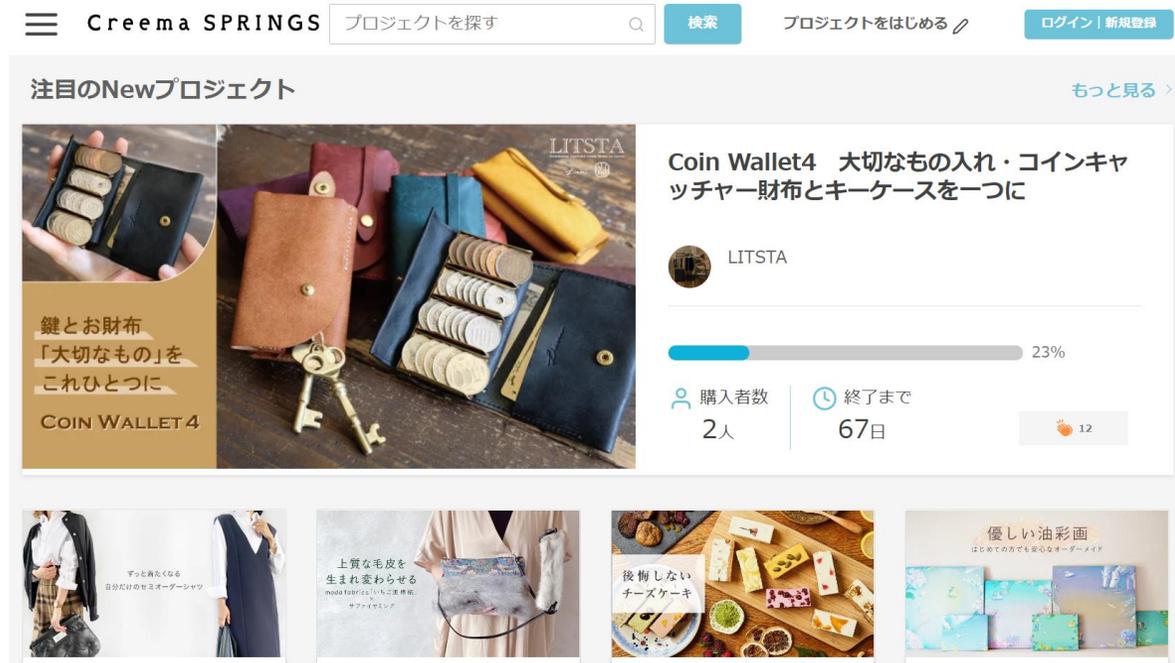
最後に、新サービス群の直近の動向について解説していく。



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」では、提供レッスン動画数が日本最大級となる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、新サービス群の売上は前期比174%となる28百万円で着地。

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、多様なレッスン動画を提供しており、その動画数は日本最大級となる2,200本を超えている。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行っている。

その他の全社的な取り組み：ものづくりを通じた地域共創（1/2）

能登半島地震復興支援「Creema つなぐ北陸 プロジェクト」を開始。北陸三県（石川・富山・福井）の伝統工芸品や被災後も活動を続けるクリエイターの特集、震災で発生した規格外品の「Creema」限定販売や支援を募るクラウドファンディング、輪島塗のワークショップなど、クリーマの全事業横断で、北陸を応援する企画を続々と実施している。



その他の全社的な取り組み：ものづくりを通じた地域共創（2/2）

高知の「よさこい祭り」とコラボレーションし、よさこい祭りでの役目を果たし廃棄される“鳴子”を素材に新たなものづくりに取り組む「よさこい祭り×Creema アップサイクルプロジェクト」を立ち上げ、オリジナルのアップサイクル作品を制作するクリエイターの募集を開始。

高知・よさこい祭り × Creema アップサイクルプロジェクト



2025年2月期の業績まとめ

マーケットプレイスサービスは厳しい着地となったが、その他すべてのサービスが着実に拡大し、全社の売上は前期比102%で成長。コストの厳格な管理もあり、営業利益は前期比127%と力強く成長。その他、補助金や繰延税金資産等の入れ繰りがあり、当期純利益は前年同水準での着地となった。

単位：百万円	(参考) 24/2期 1Q	25/2期 1Q	昨対比		
			金額	率	
売上	630	644	+13	102%	マーケットプレイスサービスは厳しい事業環境となったが、それ以外のサービスは着実に伸長。
売上原価	123	162	+38	132%	「Creema YAMABIKO FES」の開催等で、原価は一時的に増加。
売上総利益	507	482	▲24	95%	
販管費	492	464	▲28	94%	プロモーション費を含めコストを厳格に管理。
営業利益	14	17	+3	127%	売上は前期比で微増に留まるも、コストの厳格な管理により、営業利益は前期比127%で成長
経常利益	33	18	▲14	56%	前年同時期に補助金収入が計上されていたが、今期はそれがないこともあり、前期比56%。
当期純利益	24	23	▲0	100%	直近の事業計画を踏まえ、繰延税金資産を計上した関係で、前年同水準。

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維持している。

BSの推移（単位：百万円）

項目	2024/2期 前期 1Q	2025/2期 今期1Q	前期比
資産合計	3,766	3,500	93%
流動資産	3,484	3,212	92%
内、現金及び預金	2,713	2,550	94%
内、売掛金	657	627	95%
内、その他	114	34	30%
固定資産	281	287	102%
負債合計	2,822	2,475	88%
流動負債	2,361	2,185	93%
内、預り金	1,728	1,660	96%
内、一年以内返済予定借入金	259	171	66%
内、その他	373	353	95%
固定負債	461	289	63%
内、長期借入金	461	289	63%
内、その他	0	0	0%
純資産合計	943	1,024	109%

25/2期1Q時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,212	流動負債 2,185
<ul style="list-style-type: none"> • 現金 2,550 • 売掛金 627 • その他 34 	<ul style="list-style-type: none"> • 預り金 1,660 • 一年以内返済予定借入金 171 • その他 353
	固定負債 289
	<ul style="list-style-type: none"> • 長期借入金 289 • その他 0
	純資産 1,024
固定資産 287	

今期業績予想

2025年2月期 PL着地予想

既報の通り、今期通期での業績予想は以下の通りで、着実な売上成長と、コスト適正化を段階的に進めることで、営業利益は前期比293%となる1.2億円超を目指す。

	2025年2月期業績予想				参考：主要サービス別売上予想	
	参考：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%)

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>