

Creema

株式会社クリーム
成長可能性に関する説明資料
－ 2020年11月27日 －

会社名	株式会社クリーム
本社所在地	〒107-0061 東京都港区北青山 2-12-5 KRT青山ビル 2F
設立年月日	2009年3月
事業内容	<p>クリエイターエンパワーメント事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ マーケットプレイスサービス (Creema) ・ プラットフォームサービス (内部広告・外部広告・会員向けサービス等) ・ イベント・ストアサービス ・ クラウドファンディングサービス
代表者	丸林 耕太郎 (代表取締役社長 / クリエイティブディレクター)
従業員	91名 ¹⁾ (グループ合計)
グループ会社	可利瑪股份有限公司 (台湾)

1) 2020年10月末時点の社員・アルバイトの在籍数

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

- 2010年6月 ● 【マーケットプレイス】 日本最大級のハンドメイドマーケットプレイス「Creema」をリリース
- 2010年12月 ● 【イベント・ストア】 初のリアルイベントとなる「HANDMADE IN JAPAN AWARD by Creema」をドイツのベルリンで開催
- 2013年7月 ● 【イベント・ストア】 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）」を開始（以降、9回開催）
- 2014年3月 ● 【イベント・ストア】 ルミネ新宿2に常設エディトリアルショップである「Creema Store」をオープン（現在、3店舗まで拡大）
- 2014年12月 ● 【イベント・ストア】 西日本最大級のハンドメイドイベント「Creema Craft Party」を開始（以降、大阪、台北で計7回の開催）
- 2016年7月 ● 【マーケットプレイス】 台湾台北市に子会社 可利瑪股份有限公司を設立し、「Creema」の中国語版サービスの提供を開始
- 2016年10月 ● 【プラットフォーム】 「全国いいもの発見プロジェクト」を皮切りに、タイアップ記事等を提供する外部広告サービスの提供を開始
- 2017年9月 ● 【プラットフォーム】 地方創生を目的とした「Creema Craft Caravan」をスタート（糸島、尾道、福島など全国8か所で開催）
- 2017年11月 ● 【プラットフォーム】 クリエイター向けに「スピード振込サービス」の提供を開始し、会員サービスを開始
- 2018年9月 ● 【プラットフォーム】 クリエイター向けに「作品プロモーションサービス」機能をリリースし、内部広告の提供を開始
- 2020年6月 ● 【クラウドファンディング】 クリエイターの創造的な活動を支援する「Creema SPRINGS」をリリースし、クラウドファンディングサービスを開始



代表取締役 丸林 耕太郎 (41)

慶應義塾大学在学中にプロとして音楽活動に取り組むも、22歳時に出会った大物経営者から強烈なインスピレーションを受け、自らも起業家として生きることを決意。4年間の修行期間と位置づけ、2004年にネット広告大手セプテーニ（現：セプテーニホールディングス）に新卒入社。1年9ヶ月でマネージャー昇進後、同グループ内で営業部長・事業部長などを歴任し2008年に退職。2009年3月「赤丸ホールディングス株式会社（現：クリーム）」を創業し、現職。

特技はテニス、DJ、コピー制作。



取締役 大橋 優輝 (40)

慶應義塾大学卒業後、2002年にマンション開発大手ゴールドクレストに新卒入社。営業・営業企画・用地開発等に従事する。2009年3月に現在のクリームを共同創業し、2015年より現職。日本最大級のクリエイターの祭典「ハンドメイドインジャパンフェス（東京ビッグサイト）」や、エディトリアルショップ「クリームストア」等を展開するイベント・ストアサービスを始め、行政や地方自治体・企業とのビジネスアライアンス、地方創生活動など、クリームにおける全てのリアル関連サービスを立ち上げ、統括する。



社外取締役 唐木 信太郎 (43)

日本大学を卒業後、2001年にセプテーニホールディングス（現）に新卒入社。営業として1年間で6回の月間MVPを受賞し、当時最速でマネージャーに昇進。社内リーダーシッププログラムの第1号に選抜され、半年間のMBA研修過程を修了した後、事業責任者として新規事業開発や新会社の設立を主導。2010年より同グループの取締役経営企画部長として、国内外のM&A、経営戦略、IR等の領域を管掌した他、海外子会社及び複数の国内子会社の代表としても従事。2018年の同社退社後は、機械学習を強みとするLeapmindにて、取締役COOとして複数の部門を管掌。2020年3月より、クリームに社外取締役として参画。



執行役員 伊藤 彩紀 (35)

慶應義塾大学を卒業後、NTTデータグループのシンクタンク、NTTデータ経営研究所に入所し、コンサルタントとして活動。その後、新卒採用支援会社DEiBA Companyの立ち上げに参画。同社の事業を全国展開させた後、大学院で経営学修士号（MBA）を取得。MBA取得後は、世界的な戦略コンサルティングファームであるボストンコンサルティンググループに参画。戦略コンサルタントとして大企業の成長戦略の策定支援、新規事業開発支援、ガバナンス構築支援など、幅広いテーマのプロジェクトに携わる。2018年にクリームに参画。現在は、経営管理部門であるコーポレートDiv.のゼネラルマネージャー兼、執行役員。



常勤監査役 谷口 明彦

慶應義塾大学を卒業後、三菱電機に入社。群馬製作所からスタートし、インドネシアにOJT研修帰国後、海外営業、業務課長、京都製作所(AV事業)営業部長、NEC三菱電機ビジュアルシステムズの国内販副事業部長、三菱電機の京都製作所副所長、三菱電機ホーム機器の取締役営業部長、三菱電機の監査部、三菱電機照明の常勤監査役、菱馬テクニカの業務部長を経て、2020年4月にクリーマの常勤監査役に就任し、現在に至る。



非常勤監査役 中林 衣久恵

北海道大学を卒業後、事業会社に5年間の勤務のち、公認会計士二次試験合格。現有限責任監査法人トーマツに入所し、トータルサービス1部に配属され、上場会社、非上場会社の会計監査、IPO支援業務及びアドバイザリー業務などに携わる。その後、家庭の都合によりバンコクで4年を過ごし、帰国後、中林衣久恵公認会計士事務所を開設し、監査業務等に従事した後、クリーマに参画し、非常勤監査役を務める。



非常勤監査役 岡田 育大

徳島県那賀町出身の林業家19代目。公認会計士、税理士。慶應義塾大学経済学部在学中に公認会計士試験に合格し、旧中央青山監査法人金融部に勤務。2007年、スマートエナジー（東京）の立ち上げに参画し、同年、森林管理会社フォレストバンク（徳島市）を設立。会計士/税理士として、ファイナンスと環境エネルギーを軸足に、サステナブルな社会の実現に尽力する。2015年より、非常勤監査役としてクリーマに参画。

現在当社では、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。

クリエイターエンパワーメント事業

① マーケットプレイスサービス（日本/中国語圏）

• 「Creema」の企画、開発、運営

- 登録クリエイター数 約20万人
- 登録作品数 約1,000万品
- アプリダウンロード数 約1,000万DL
- 流通総額 約13億円/月



② プラットフォームサービス

- 内部広告（クリエイター向け広告サービス）
- 外部広告（法人・自治体向け広告サービス）
- 会員向けサービス（スピード振込 等）

③ イベント・ストアサービス

- イベント
 - Handmade In Japan Fes' (東京ビッグサイト) 等
- スタア
 - Creema Store (新宿、札幌) 等

④ クラウドファンディングサービス

- Creema SPRINGS (クリエイター支援のためのクラウドファンディング)

+

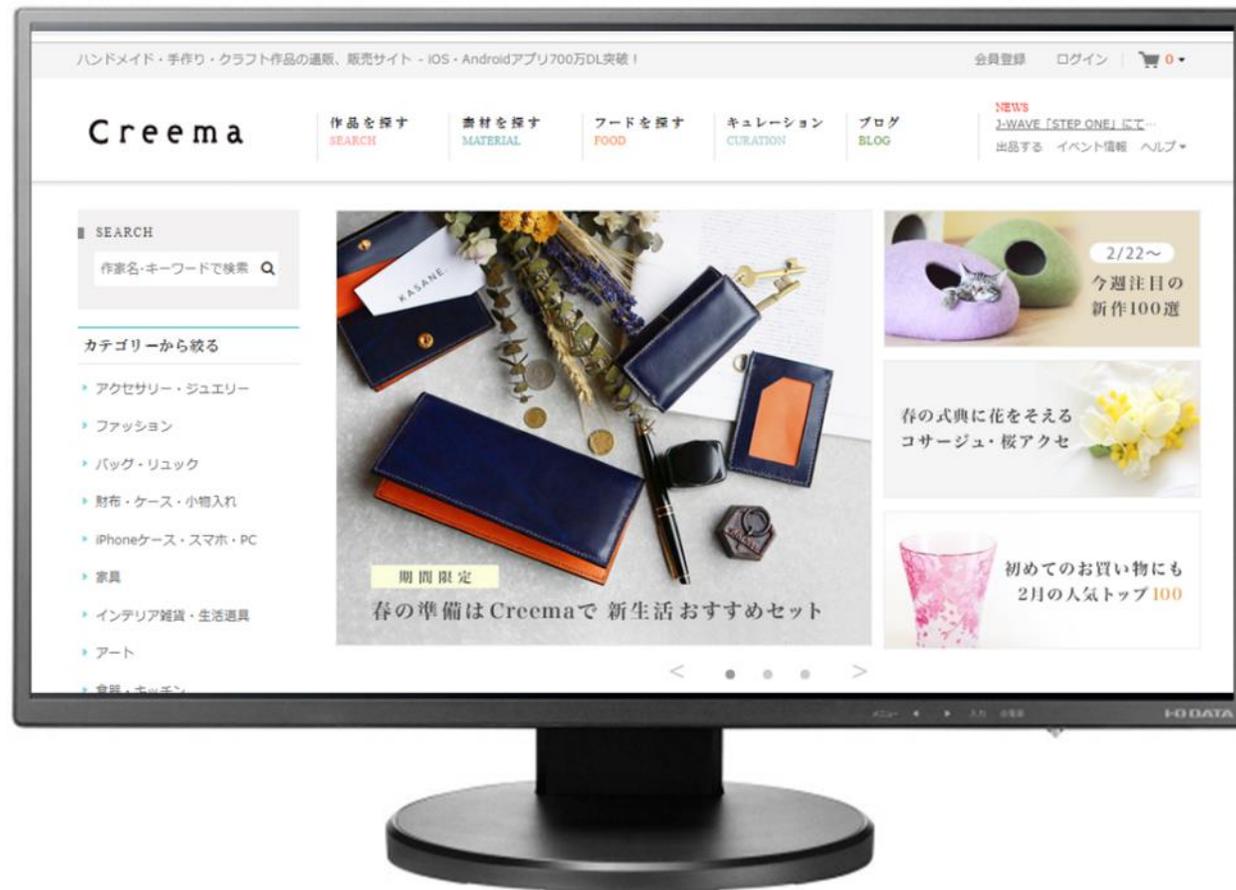
⑤ その他（テスト段階、もしくは開発中のサービス）

- オンラインワークショップ、フルフィルメントサービス 等

①マーケットプレイスサービス（日本 / 中国語圏）

Creema

クリーム経済圏の核となる「Creema」は、20万人のクリエイターによる1,000万点の作品が集まり、月間13億円超の流通額を生み出す、日本及びアジア最大級のハンドメイドマーケットプレイスとしてポジションを確立しています。



参考：Creemaが取り扱う様々な作品カテゴリー

Creema

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がCreema上で販売されています。



②プラットフォームサービス（1/3） - 内部広告

Creema

ユーザ基盤、発信力、プラットフォームを活用した事業の複層化も開始。クリエイターが自身の作品をサイト上でPRできる「作品プロモーション」機能をFY19/2にリリースし、内部広告サービスをスタートしています。

内部広告の概要

内部広告は、クリエイターが「作品プロモーション」機能を利用し、自らCreema上に広告を出稿し、自身の作品をサイト・アプリ上の目をひく箇所に掲載できる広告サービス。



画面イメージ



検索結果一覧の上部に、自身の作品広告を表示することが可能。

②プラットフォームサービス（2/3） - 外部広告（法人向けPR支援）

Creema

法人向けのPR支援として、当社が保有するユーザ基盤、発信力を活用したクリエイターコラボ企画や、タイアップ記事広告など、多様な広告サービスを展開しています。

クリエイターコラボ企画

シルバニアファミリー、スワロフスキー、セガトイズ社など、クライアント企業が販売する商品を利用・モチーフに、「Creema」の登録クリエイターが作品を作成し、商品の魅力をPRする。



タイアップ記事広告

当社専属のライターが、クライアント企業の商品やイベントの魅力を深掘りし、Blogコンテンツとして公表することで、多くの「Creema」ユーザーにその魅力をPRする。



②プラットフォームサービス（3/3） - 外部広告（地方自治体向けPR支援）

Creema

ユーザー基盤、発信力、プラットフォーム、イベントの企画運営力などを活用し、地方創生領域でもサービスを展開しています。

イベントを用いたPR支援

福岡県 糸島 / 福井県 鯖江 / 広島県 尾道



伝統工芸産業のデジタルシフト支援

京都府 / 伝統工芸協会 etc.



地域の逸品を用いたPR支援

長野県 / 岡山県 / 熊本県 / 福島県



③ イベント・ストアサービス (1/2) - イベント

Creema

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しています。

Handmade In Japan Fes'

- 2013年から毎年、東京ビッグサイトにて開催。
- 日本最大級のクリエイターの祭典。
 - 出展数：約3,000人
 - 来場者：約50,000人



Creema Craft Party

- 2014年から毎年、インテックス大阪にて開催。
- 西日本最大級のクラフトイベント。
 - 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。





③ イベント・ストアサービス (2/2) - ストア

Creema

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、『暮らしとクリーム』を二子玉川に展開しています。

Creema Store (新宿 / 札幌)



暮らしとクリーム (二子玉川)



④ クラウドファンディングサービス

Creema

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、2020年6月より開始。

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 埋め込み

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。

ハレクタニの思い～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

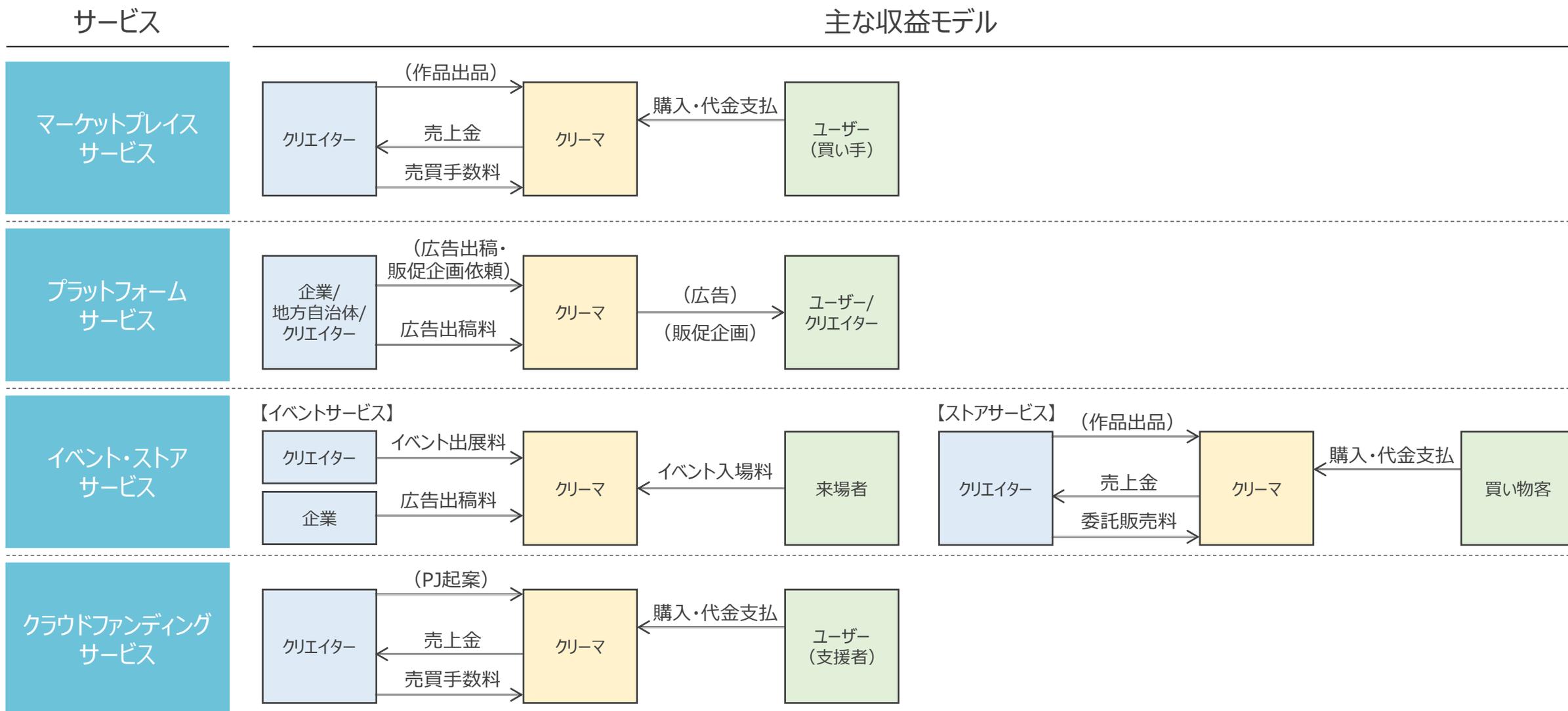
♡ お気に入りに追加する

ツイート 埋め込み

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。そんな思いではじまった『ハレクタニ』の思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。

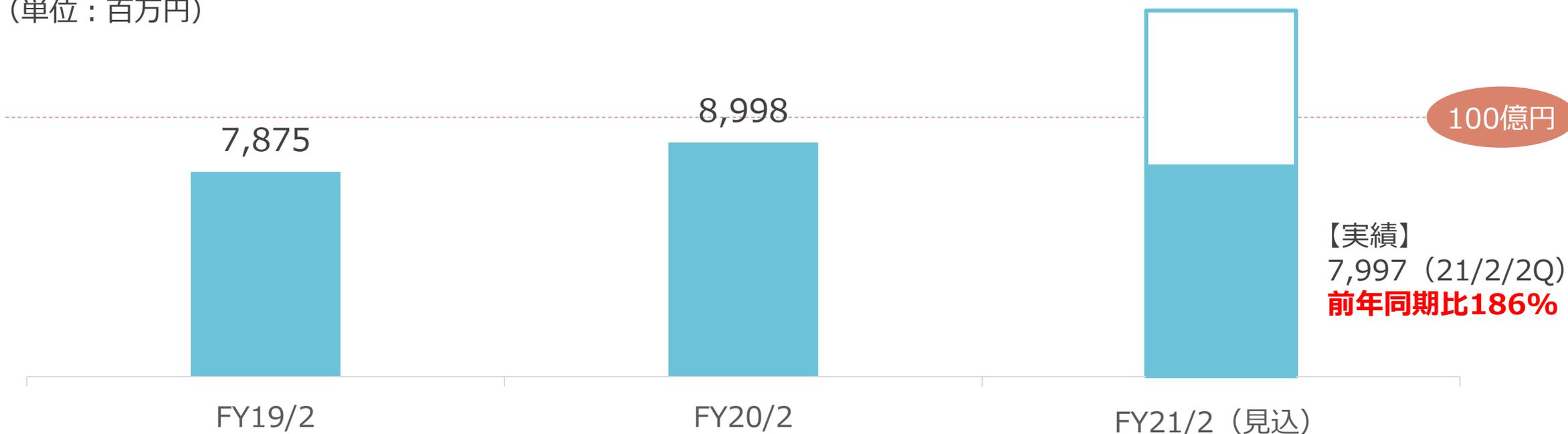
その他、現在テスト段階、もしくは開発中のサービスについては後述いたします。



「Creema」の流通総額は右肩上がりの成長を続けており、今期2021年2月期では、2Q段階で前年同期比186%と成長率が加速度的に向上。今期末には流通総額が100億円の大台を大きく超える見込み。

流通総額推移（連結）

(単位：百万円)

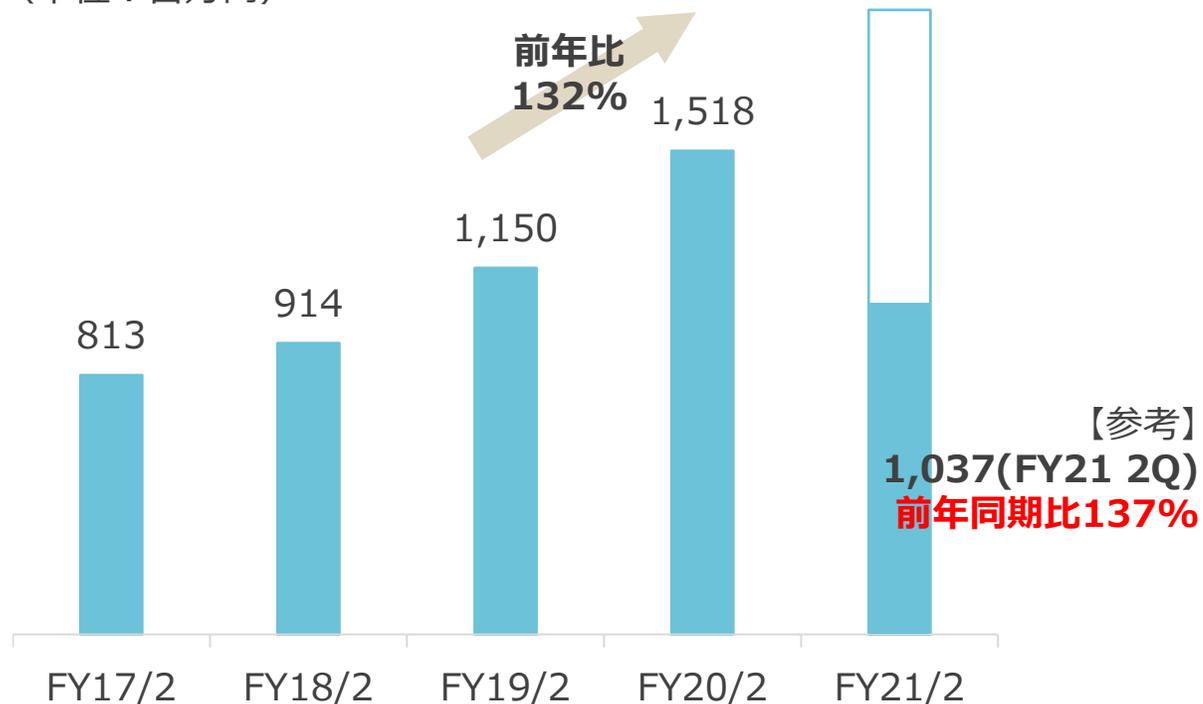


新型コロナウイルス騒動に端を発した「巣ごもり需要」の取り込みに成功し、FY21/2の流通の成長が加速した。

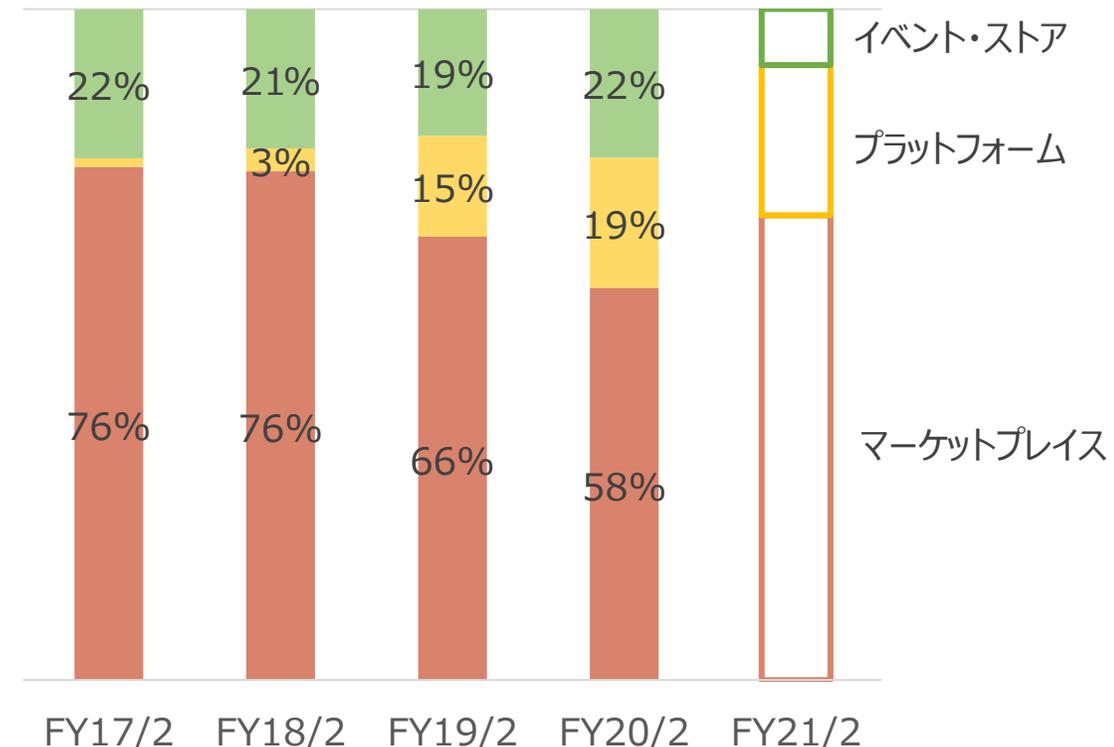
FY20/2(前期)の連結売上高は昨対成長率132%と、流通総額の拡大と事業の複層化により、成長率が加速度的に向上。今期2Qの売上高は、前年同期比137%と成長が更に加速。

連結売上高の推移

(単位：百万円)



サービス別連結売上構成比の推移



新型コロナウイルス問題の影響により、イベント・ストア等、オフライン領域のサービスが壊滅的な状況にもかかわらず、**今期21/2月期の連結売上高は、2Q段階で前年同期比137%と成長が更に加速。**

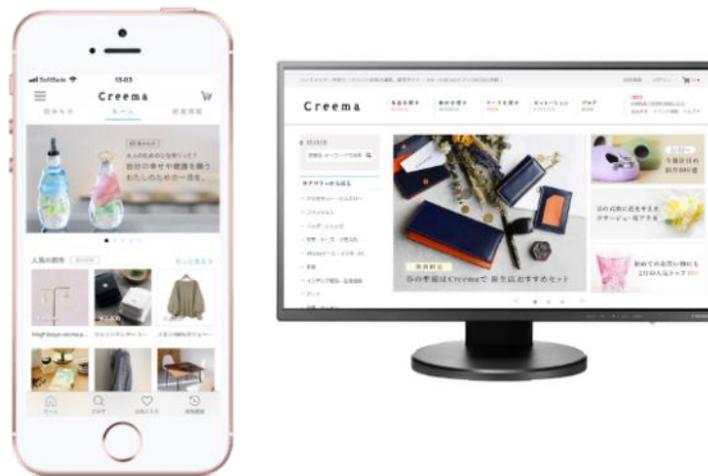
プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤、高品質のサービス・プロダクト、クリエイターの自己実現を支援する各事業が高度に連携したクリーマ経済圏が当社の競争優位となり、市場に高い参入障壁を構築。

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1,000万点。

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

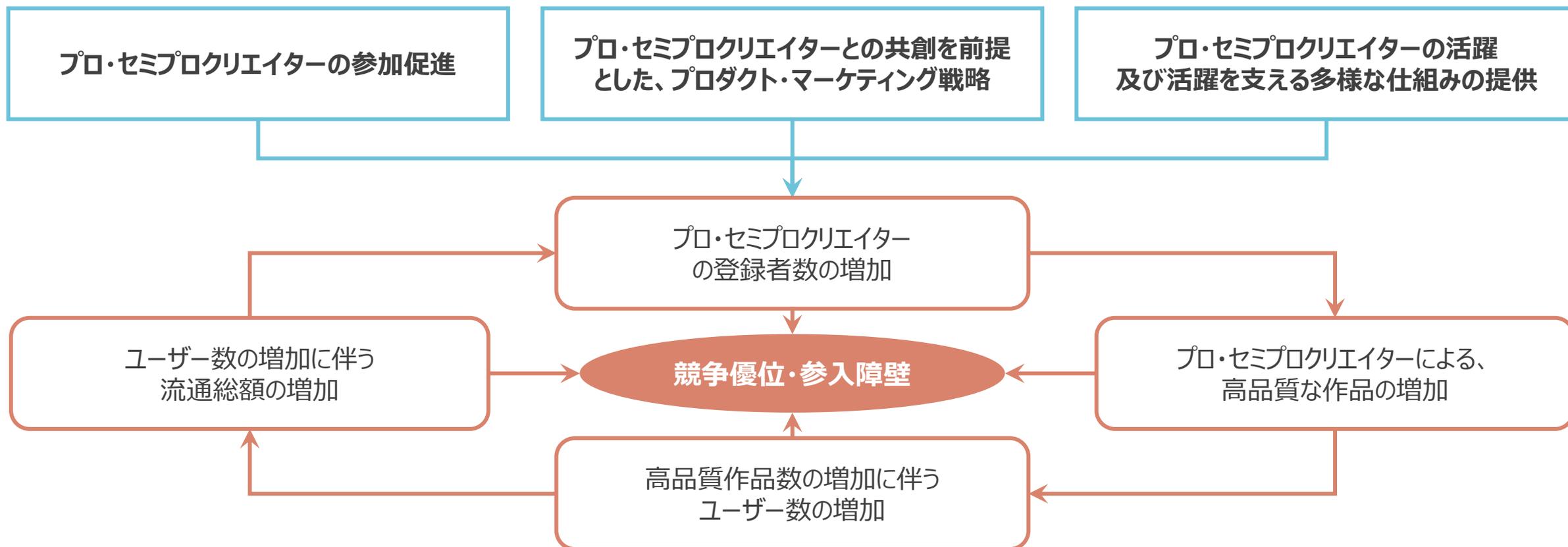


- 相互に連携した多様なサービス群を展開し、事業を通じたクリエイターの自己実現を応援。

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。

約20万人に及ぶプロ・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



「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 / 5 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 / 5 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 / 5 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 / 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 / 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。

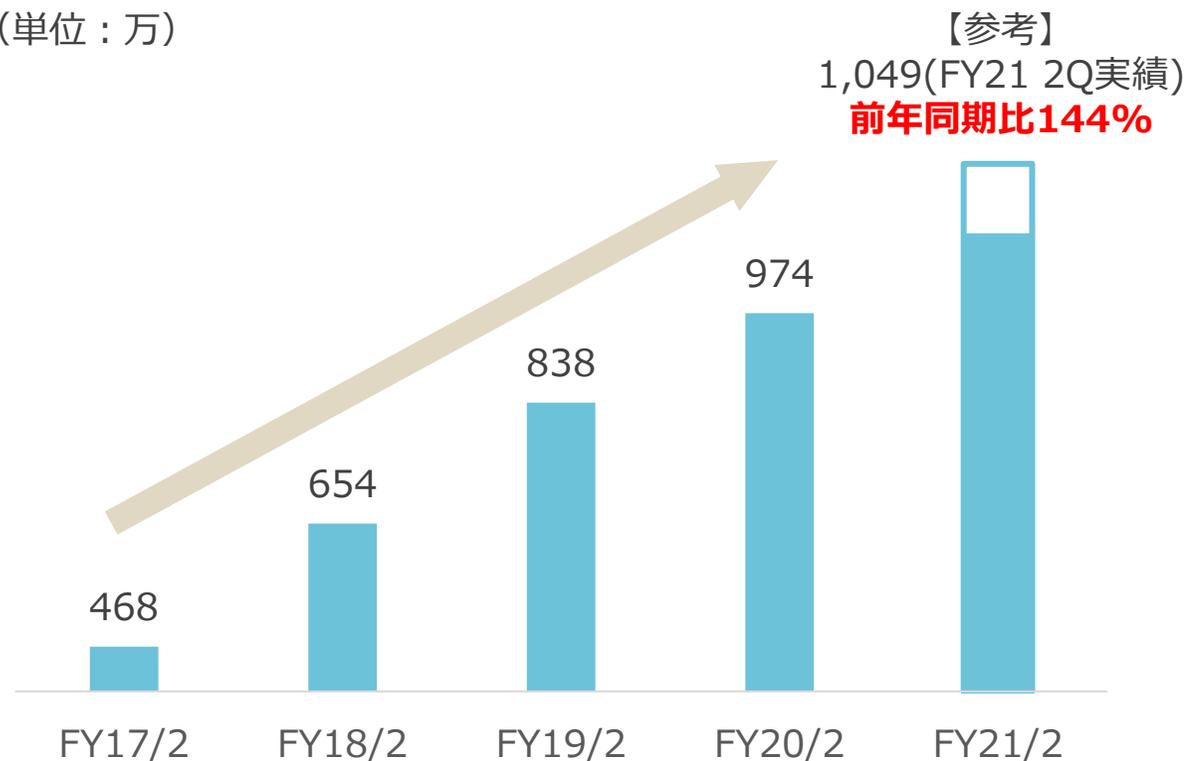
B. 優れたサービス・プロダクト（2/2） - 「Creema」のアプリDL数・VISITの推移

Creema

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

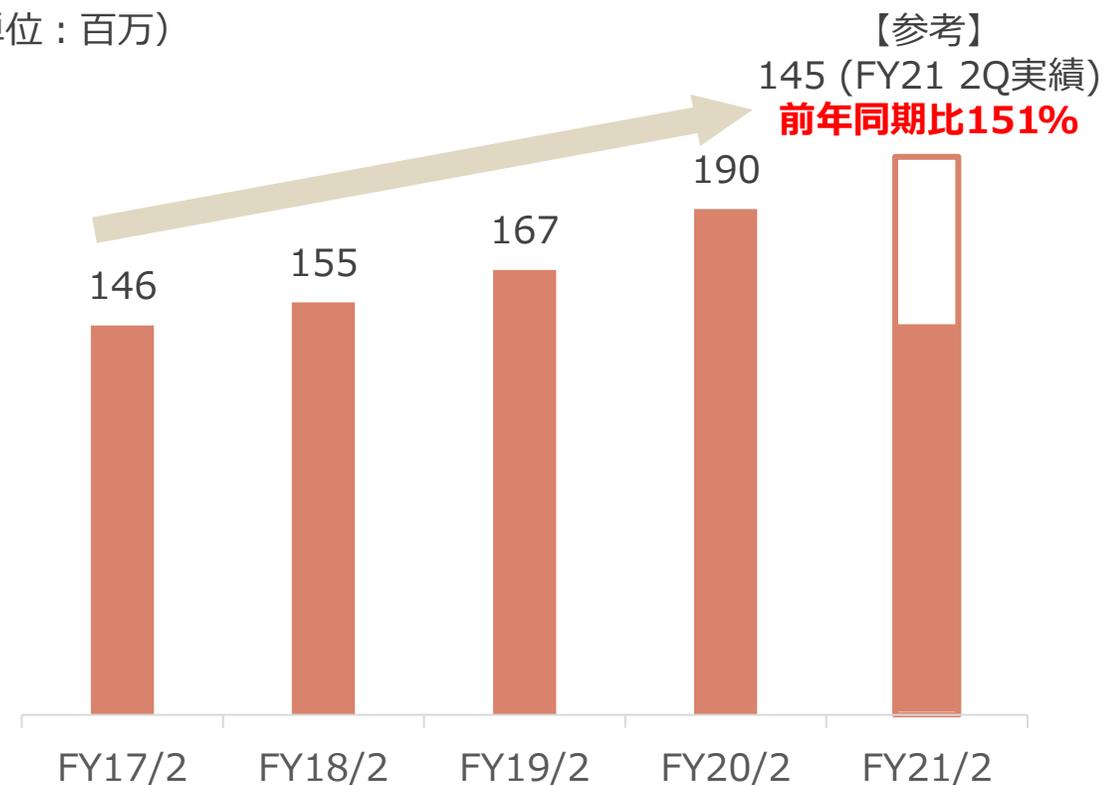
「Creema」アプリダウンロード数の推移

(単位：万)



「Creema」のWeb・アプリにおけるVISIT数の推移

(単位：百万)



Note) アプリダウンロード数はリリースから今までの累積数。VISIT数は、事業年度ごとの累積値。

C. 高度に連携したクリーム経済圏（1/3）

Creema

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。

発案



当社のコンサルタントが・セミナーやコンサルティングを通してアドバイスを提供。

素材調達



「Creema」上で独自性・希少性の高い素材、材料を中心に販売。

制作



製造・制作支援関連のサービスの提供について現在検討中。

販売



「Creema」をはじめ、国内外の様々なチャネルを提供し、クリエイターの経済基盤構築を支援。

マーケティング



内部広告の利用により、自身の作品をより多くのユーザーに宣伝可能。

物流・配送



フルフィルメンサービなど、商品販売後のクリエイターの業務を様々な点からサポート。

自己実現



クラウドファンディングに加え、新たな支援サービスも検討中。

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。

直近提供を開始したクラウドファンディング、フルフィルメントや、クリエイターページ作成機能の拡張サービス等の提供を通じて、クリエイターやユーザーに対する提供価値を増加させ、クリーム経済圏をより一層拡大させていきます。

今期 (リリース済み)

来期以降 (検討)

本格展開決定

テスト実施中

クラウドファンディング

フルフィルメント

クリエイターページの拡張



提供価値

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、資金調達が可能。

写真撮影から発送代行まで、創作活動以外の業務を当社が受託し、クリエイターには創作活動に専念していただくことが可能。

「Creema」の登録クリエイターが、より自由度高く自身の作品を表現できるクリエイターページを作成できるよう支援する機能を拡張する。

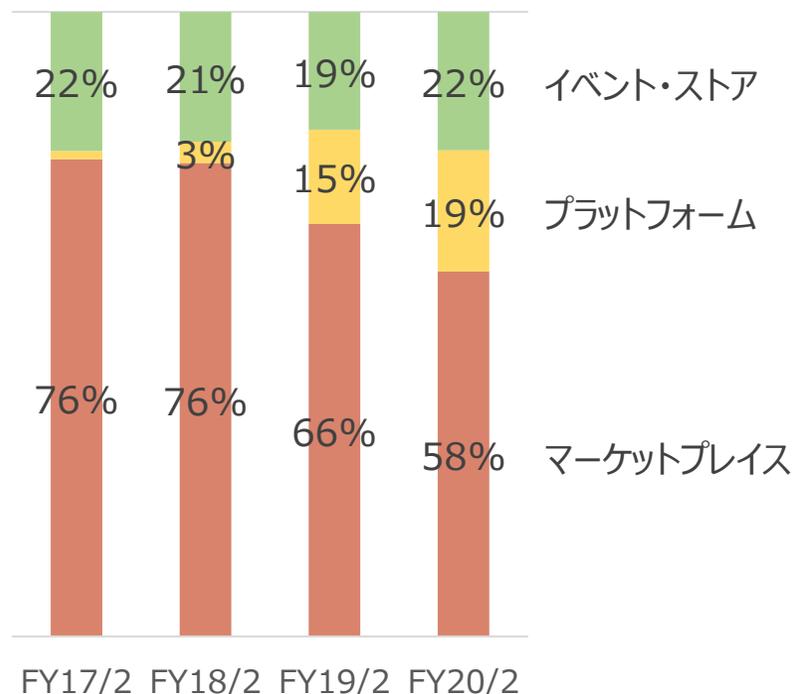
C. 高度に連携したクリーム経済圏 (3/3)

クリーム経済圏の拡大に伴い収益が複層化し、テイクレートは着実に上昇。今後リリース予定のサービス群もこれに加わり、テイクレートは更に向上していく。

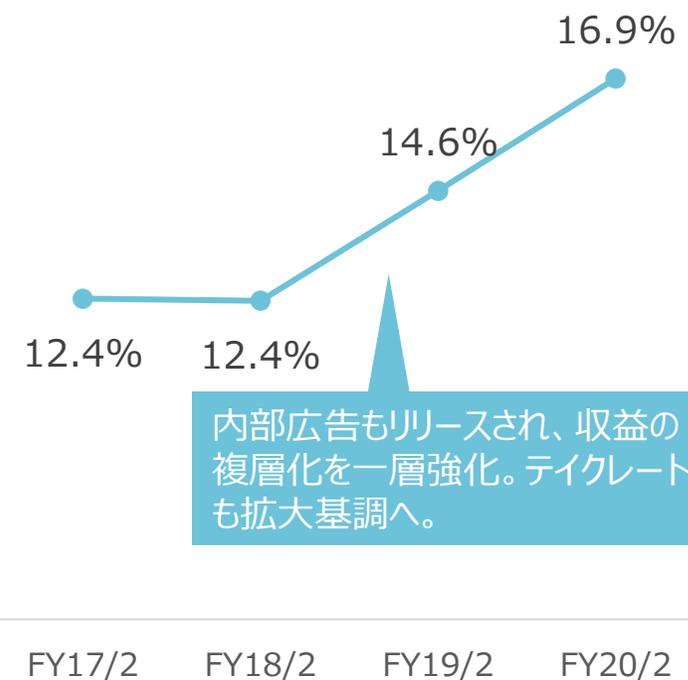
クリーム経済圏の拡大戦略

- 「Creema」の流通を拡大させる。
- 流通の拡大に伴い、ユーザー層を含むプラットフォームが拡大する。
- 拡大したプラットフォームを活用して、新たなサービスを提供することで、収益源も増加する。
 - テイクレート、すなわち、取扱高に対し、当社が手にする売上高の比率が高まる。
- また、新たなサービスがサービスラインナップに加わることで、「Creema」を含めたサービス全体の顧客価値が高まる。
- 高まった顧客価値が、「Creema」の流通と新サービスの収益を更に増大させる。

サービス別連結売上構成比の推移



テイクレートの推移¹⁾



NOTE :
 1) テイクレートとは、「Creema」の流通と、当社全社売上との比。当社はFY19/2より監査法人トーマツの監査を受けており、それ以前は参考値となります。

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など、周辺市場の取り込みも可能なため、1.9兆円以上の市場にアクセス可能。

国内クリエイターエンパワーメント市場



NOTE : 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算出。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

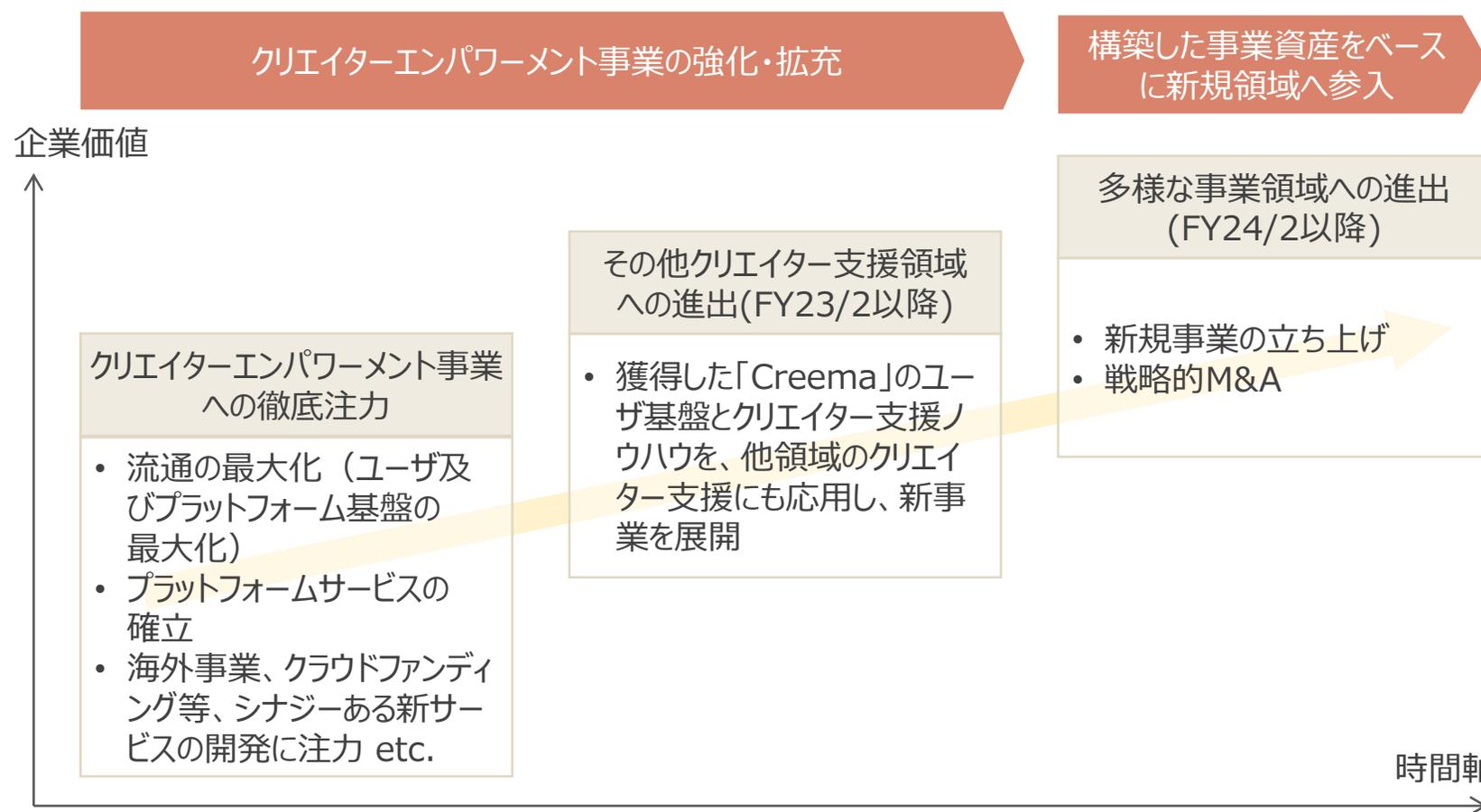
今後、クリエイターエンパワーメント事業を引き続き拡大させるとともに、当該事業を通じて構築した事業資産を活用し、新たな事業領域にも進出。様々な事業が有機的に連携する巨大なクリーマ経済圏の構築を目指します。

競争優位を実現する事業資産

- ①プロ・セミプロ中心の巨大なクリエイター基盤
- ②20代～40代の女性を中心に、月間で2,000～3,000万ものVISITがある巨大なユーザー基盤
- ③「ただのEC」に留まらない強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
- ④ユーザー基盤、プラットフォーム基盤を活かし、多様な事業を創出する事業開発能力

クリエイターエンパワーメント事業の成長を引き続き加速させるとともに、上記リソースを活用し、新規領域も開拓。あらゆる事業が有機的に連携する巨大なクリーマ経済圏を構築していく。

事業資産を活用した今後の展開イメージ

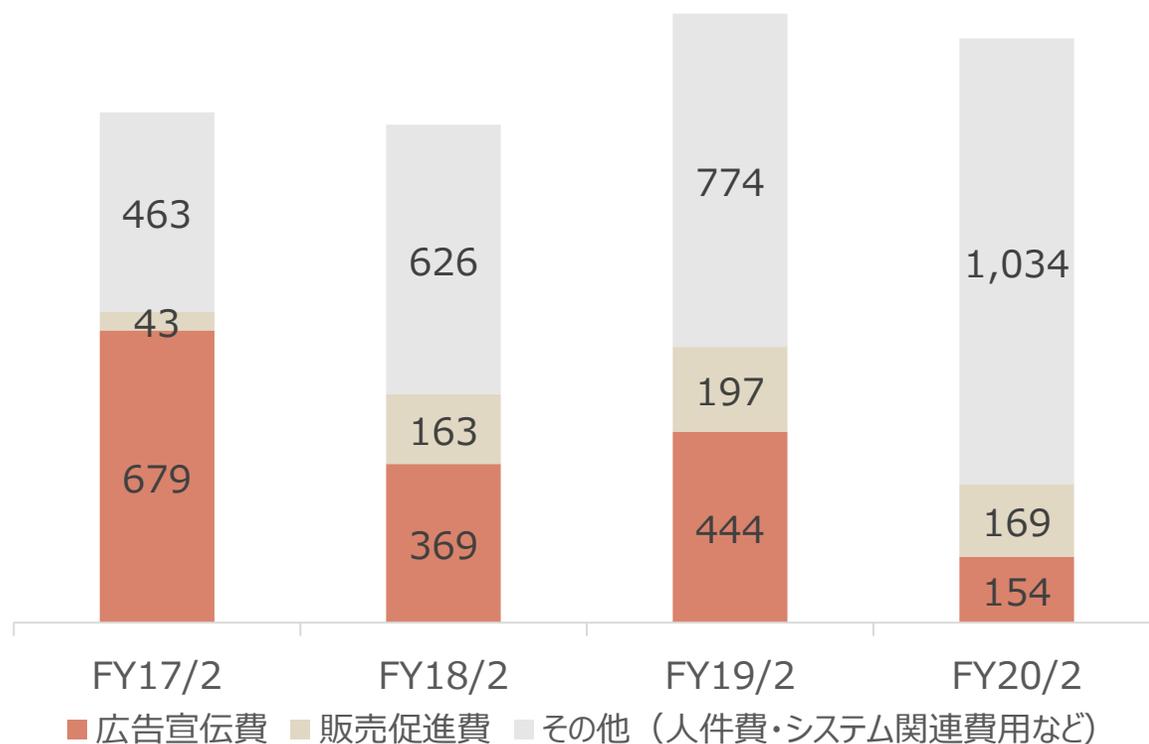


損益分岐点を突破し、収益化フェーズへ（1/2）

直近では販管費は増加させず、広告宣伝費はむしろ直近数年で20%にまで減少。売上は、昨対成長率132%で伸長し、損益分岐点を超えた今、売上拡大がそのまま営業利益の拡大に直結するフェーズに突入しています。

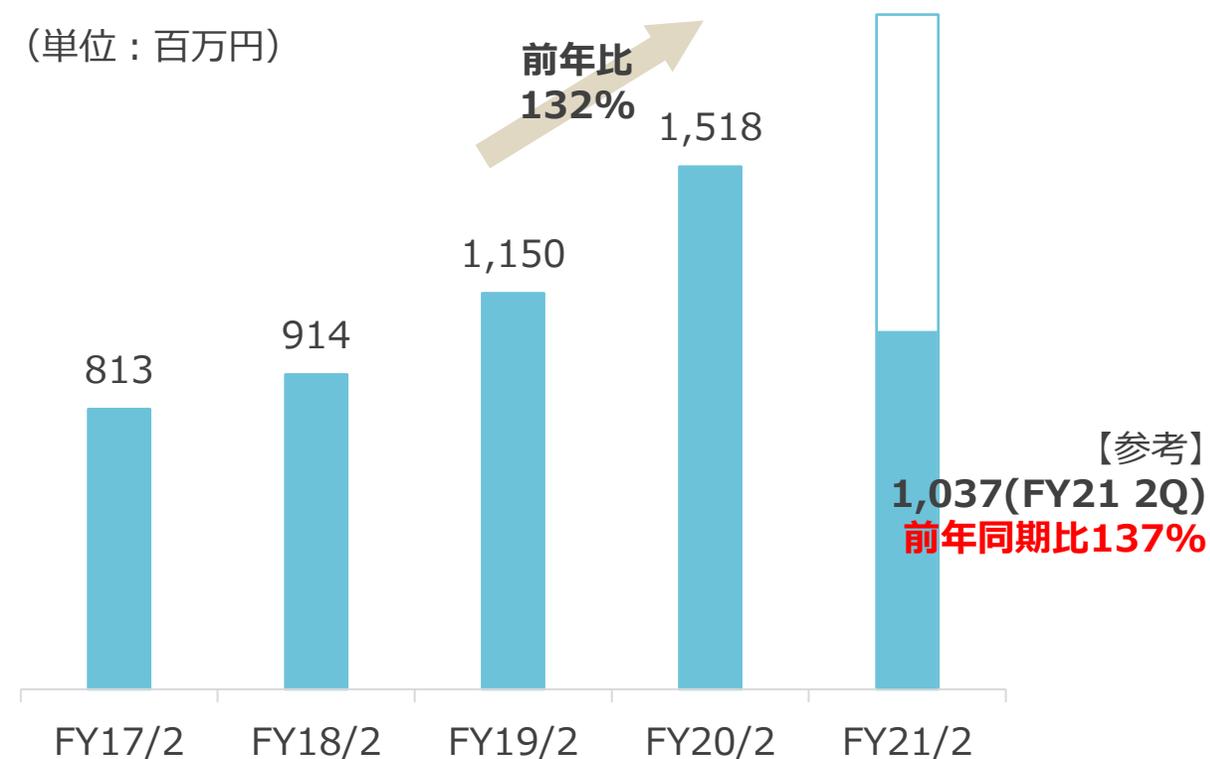
販売管理費の推移

(単位：百万円)



連結売上高の推移

(単位：百万円)

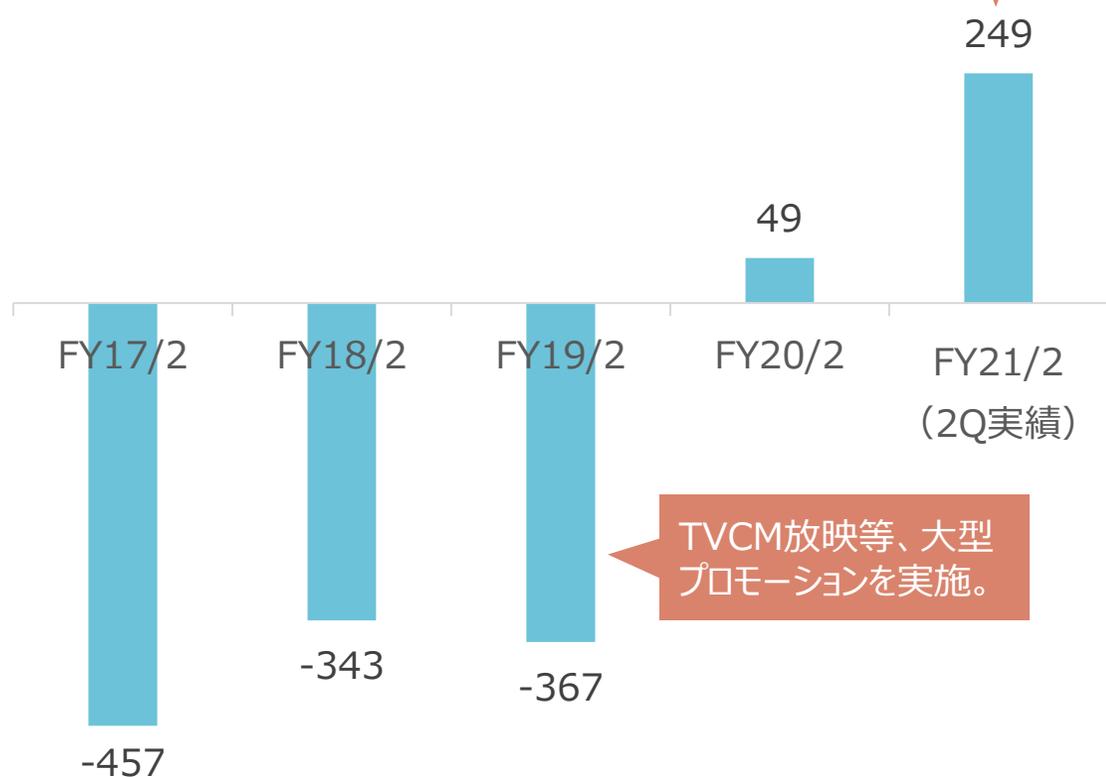


損益分岐点を突破し、収益化フェーズへ（2/2）

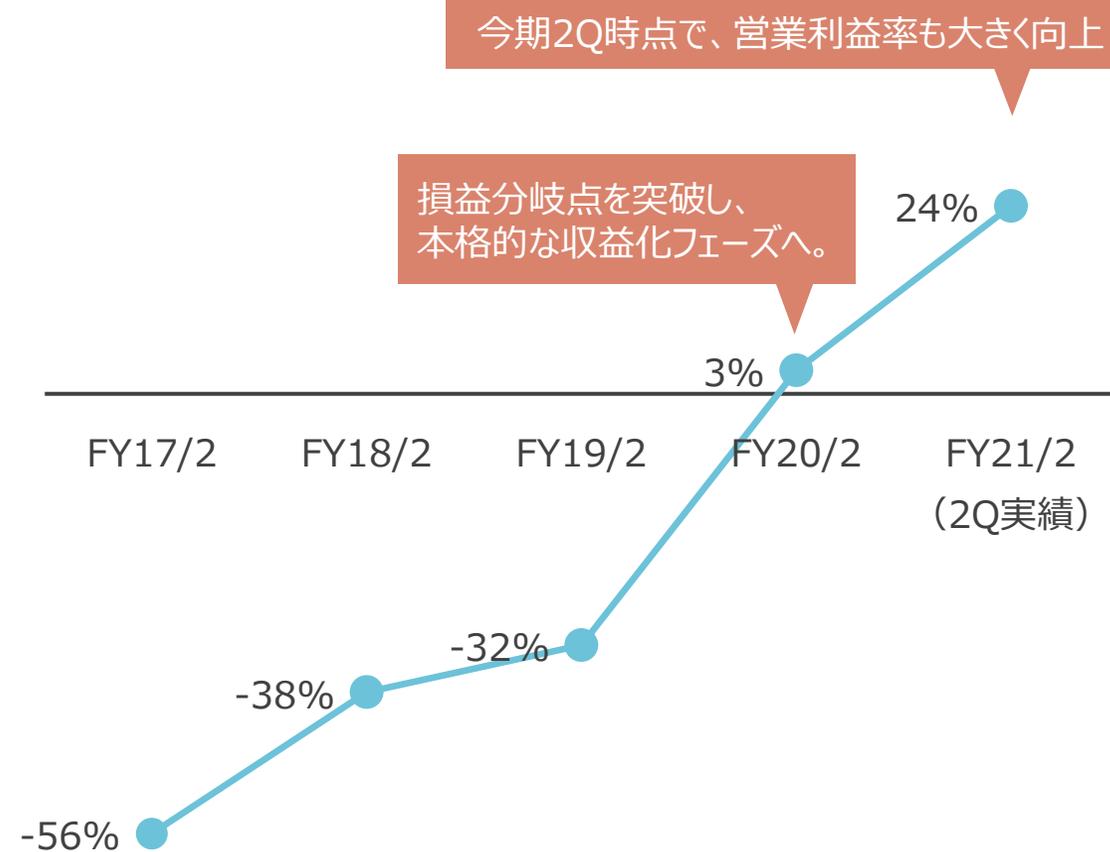
損益分岐点を突破し、前期より収益化フェーズに突入。蓄積された顧客基盤がオーガニックな成長を実現すると同時に、事業複層化による高い収益力を発揮。

連結営業利益の推移

(単位：百万円)



連結売上高営業利益率の推移



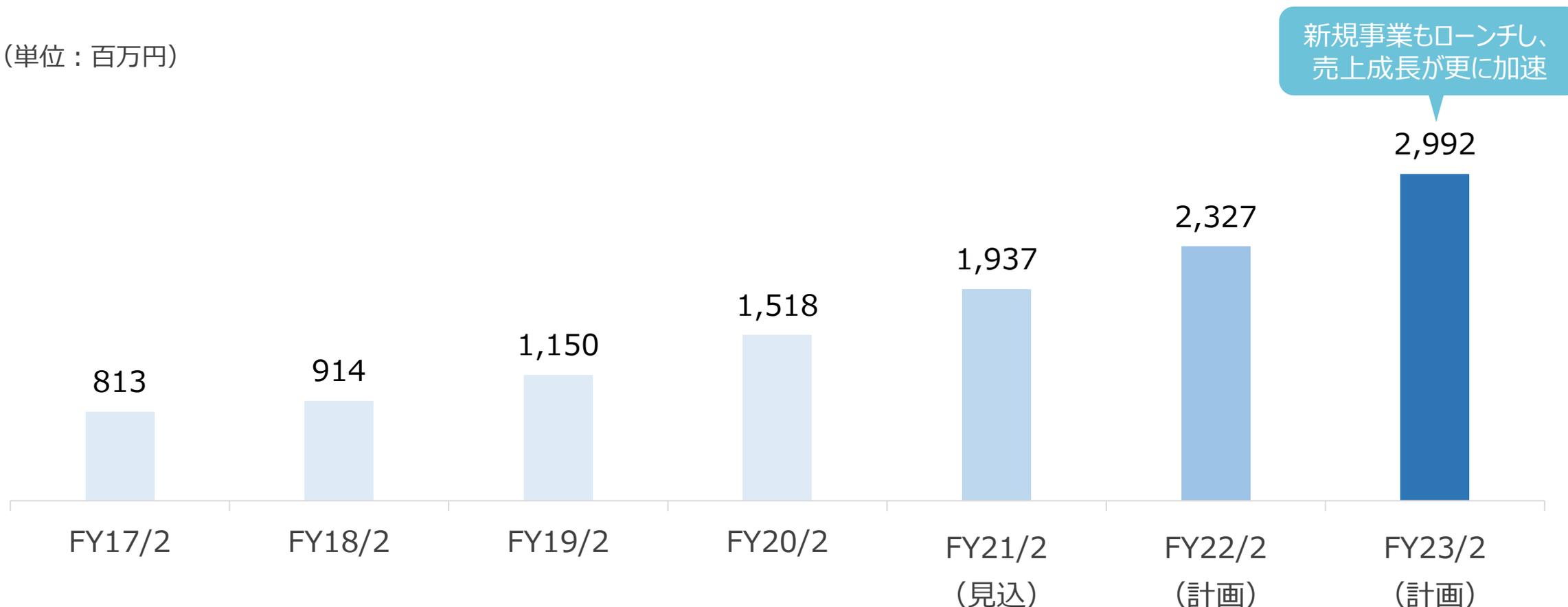
NOTE：当社はFY19/2より監査法人トーマツの監査を受けており、それ以前は参考値となります。

今後の連結売上高目標

Creema

各サービスの拡大により、重要指標となる連結売上高は今期FY21/2期で19.3億円、FY22/2期で23.2億円、FY23/2期には29.9億円を目指します。

(単位：百万円)



NOTE：連結売上高の見込・計画値算出においては、過去の実績の傾向を踏まえ算出している。具体的には、マーケットプレイスのサービス売上は、新規会員・既存会員それぞれの会員数・購入率・購入単価の予測値に基づき流通総額を算出の上、流通総額の値に売買手数料率を乗じて算出。プラットフォームサービスにおける内部広告は、新規・既存利用者数・利用単価の予測値に基づき算出。外部広告は、想定納品案件数と案件単価の予測値に基づき算出。イベントは、開催数と1開催あたりの売上予測値に基づき算出。ストアは、各店舗の入店数・買上率・購入単価の予測値に基づき算出。クラウドファンディングは、実行プロジェクト数・プロジェクト単価の予測値に基づき算出。新規事業においては、新規事業の収益スキームをベースに、事前調査結果などをふまえながら、一定の仮定を置いた上で合理的に算出。これらの数字を合計して連結売上高を算出している。なお、当社はFY19/2より監査法人トーマツの監査を受けており、それ以前は参考値となります。

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.

〒107-0061 東京都港区北青山 2-12-5 KRT 青山ビル 2F

TEL:03-6447-0105 FAX:03-6447-0057

e-mail:info@creema.co.jp