



**前期2022年2月期、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。当該市場での日本及びアジア最大級のプラットフォーマーとしての強固なポジションを確立。**

- 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

今期は、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
A 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	1 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 新サービスの創出による クリーム経済圏の強化	2 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>
	+	
	3 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>

本日は2023年2月期の4Q・通期実績の共有に加え、2024年2月期の戦略・業績予想についても説明いたします。

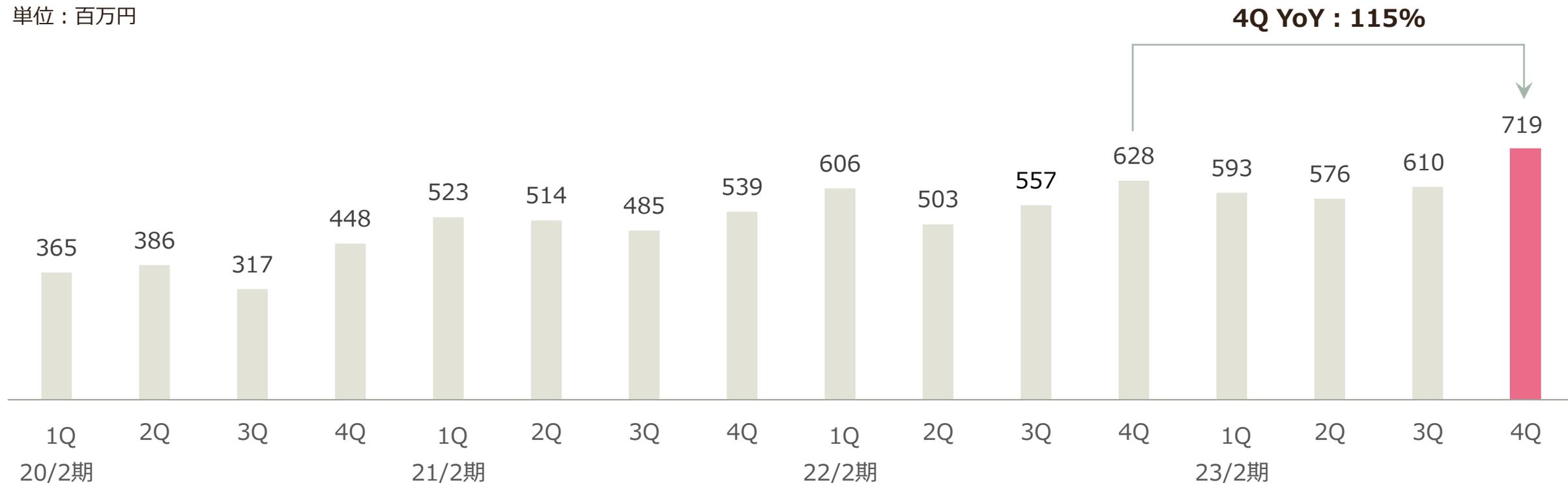


**2023年2月期  
第4四半期の業績報告**

## 【連結】売上高の推移

リオープニングの影響により、主軸事業であるマーケットプレイスサービスへの逆風が今期3月より継続しているものの、同サービスの業績が堅調に推移したことに加え、プラットフォームサービスやイベント等、その他のサービスが安定的に成長したため、4Q売上は前年同期比115%となる7.19億円での着地となった。

単位：百万円

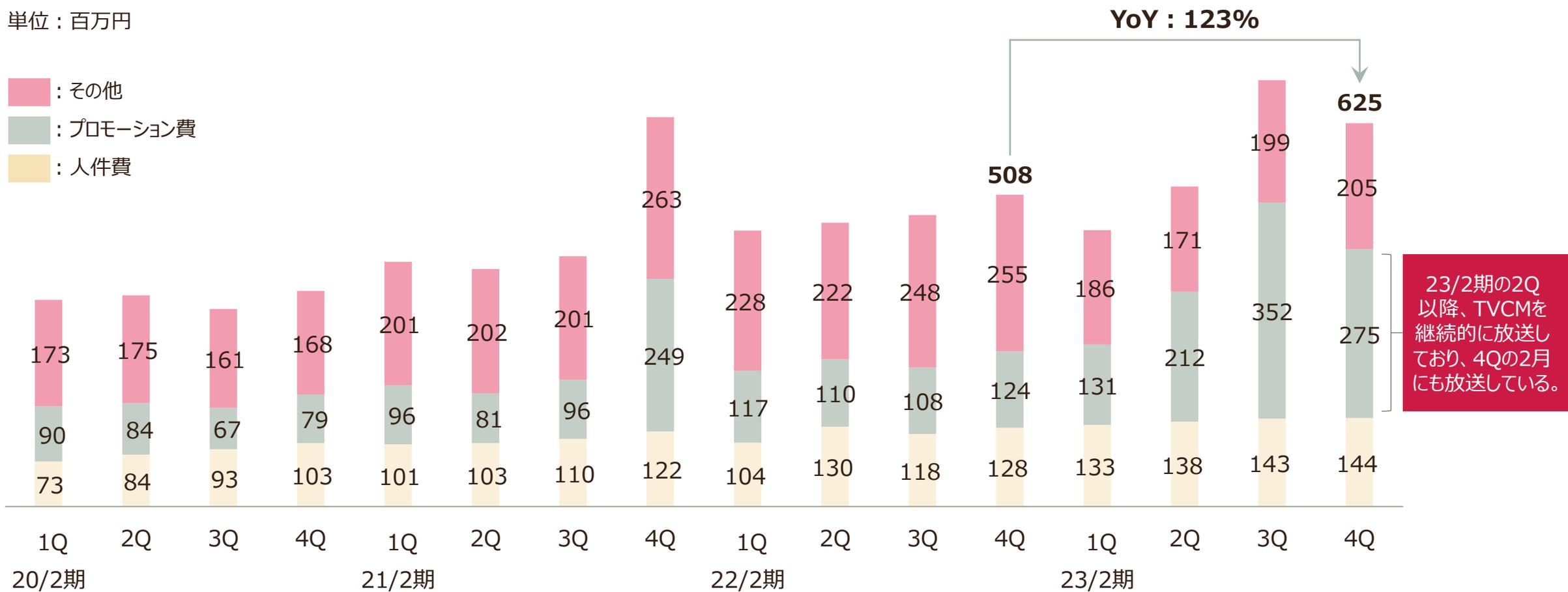


## 【連結】販売費及び一般管理費の推移

販管費については、2023年2月に放送したTVCM関連費用が4Qに計上されたことから、4Q全体の販管費は前年同期比123%となる6.25億円で着地となった。

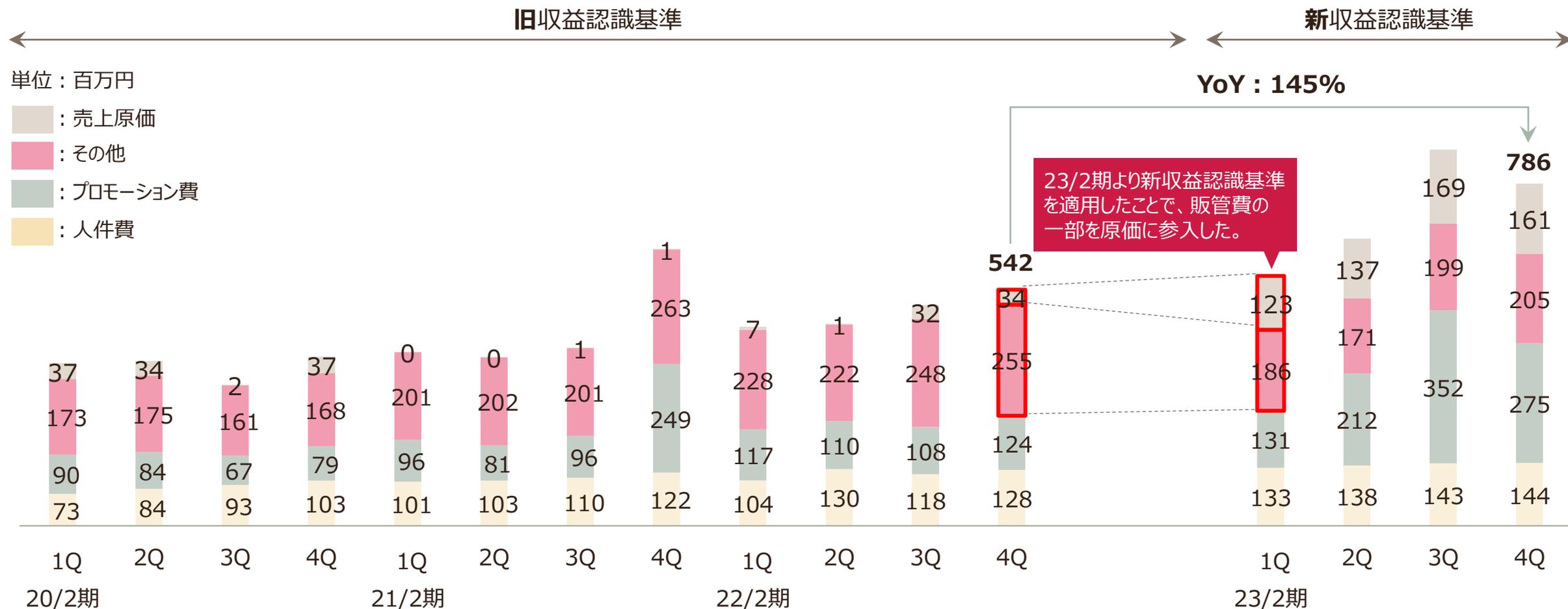
単位：百万円

■ : その他  
■ : プロモーション費  
■ : 人件費



## 参考：原価と販管費の合計推移

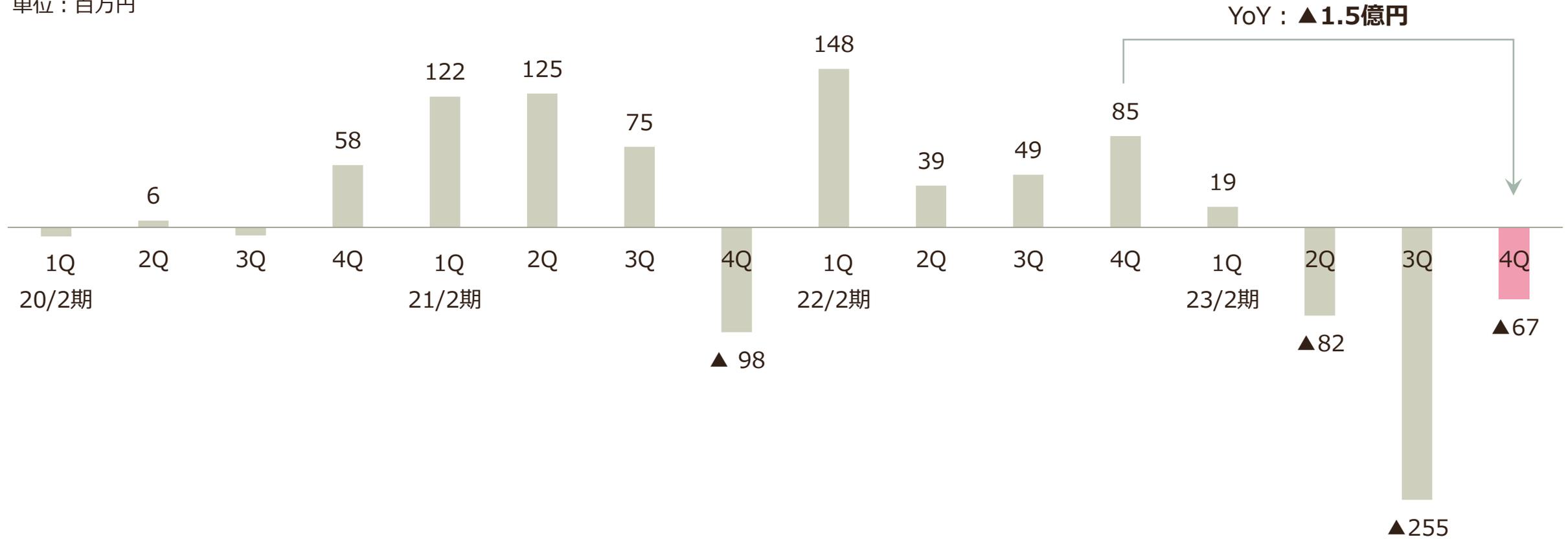
原価・販管費の合計で見ると、TVCM放映のためのプロモーション費、及びシステム開発のための開発外注費を計画通りに増加させたことから、4Qのコスト全体では前年同期比145%となる7.86億円を着地。なお、前期比で売上原価が増えているのは、新収益認識基準への移行に伴い、もともと販管費に計上されていた決済手数料などが売上原価に参入されたため。



## 【連結】営業利益の推移

4Qの売上が前年同期比115%と力強く成長したものの、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、4Qの営業利益は前年同期比▲1.5億円となる▲0.67億円での着地となった。

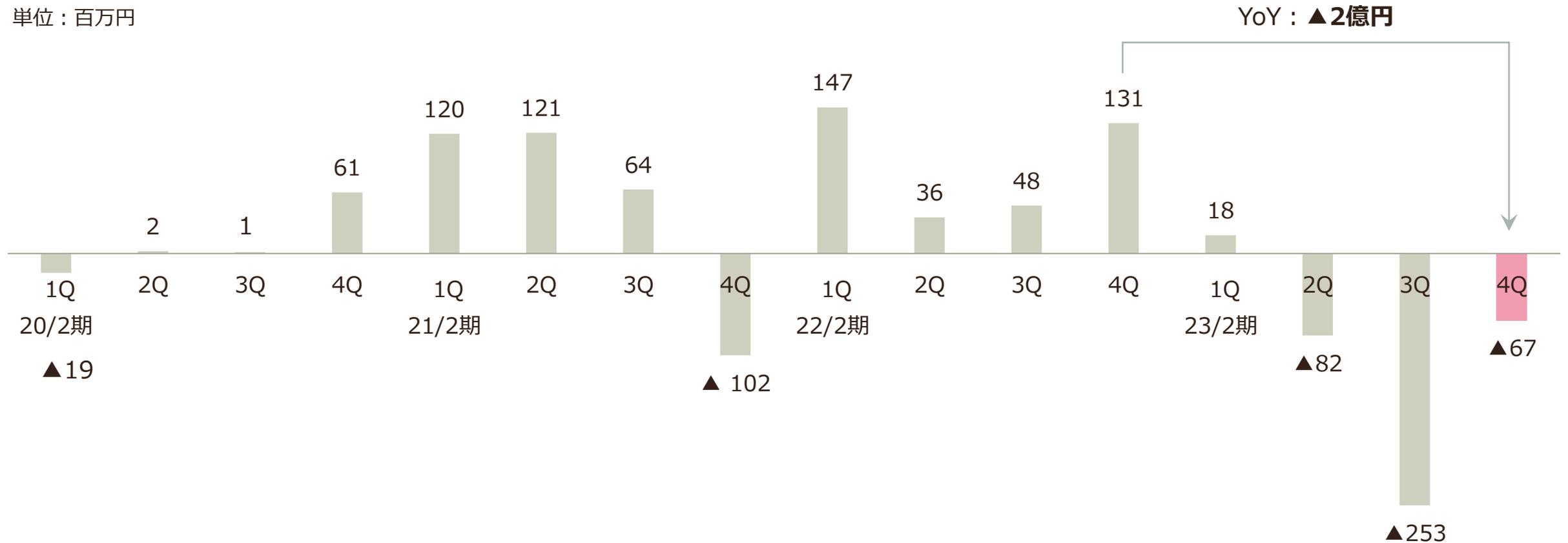
単位：百万円



## 【連結】経常利益の推移

4Qの経常利益については、営業外損益で大きな変動がなかったため、営業利益とほぼ同水準での着地となった。

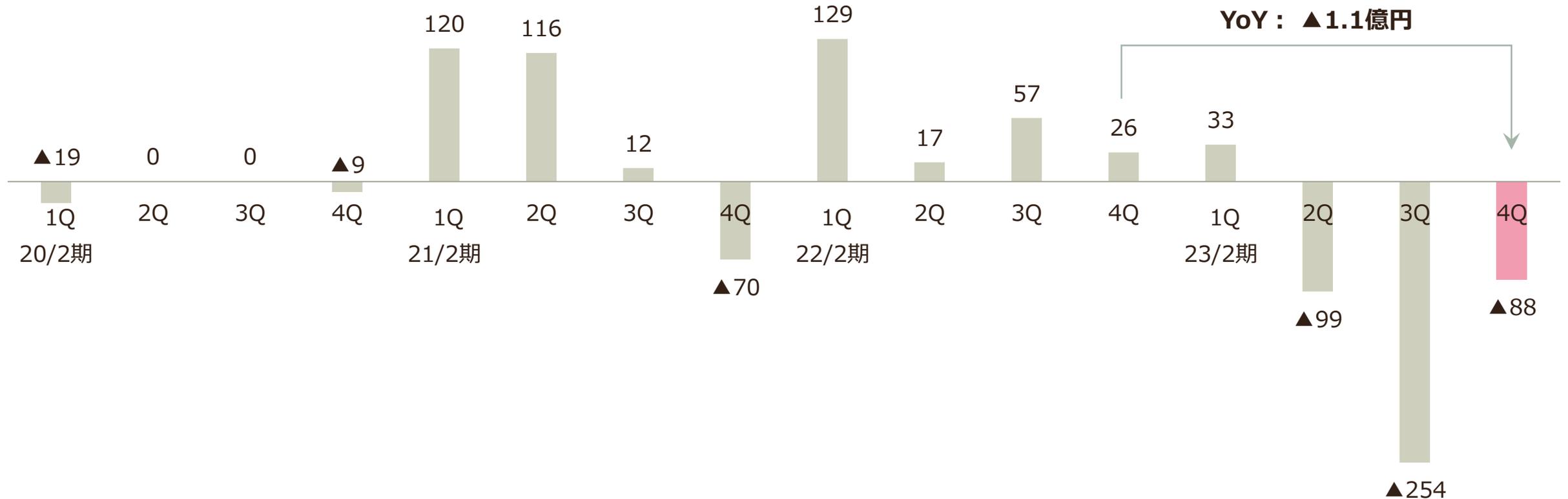
単位：百万円



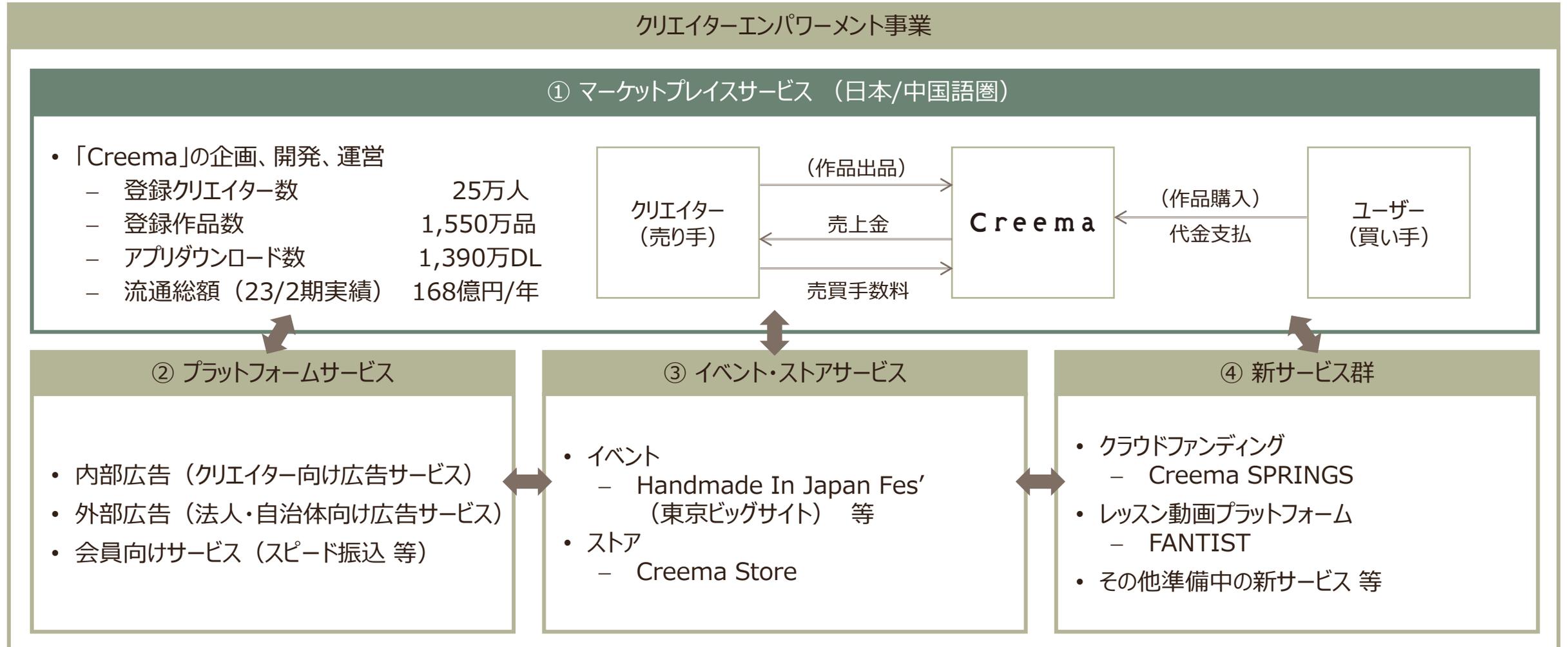
## 【連結】税後利益の推移

4Qの税後利益は、前年同期比▲1.1億円となる▲0.88億円で着地。

単位：百万円



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

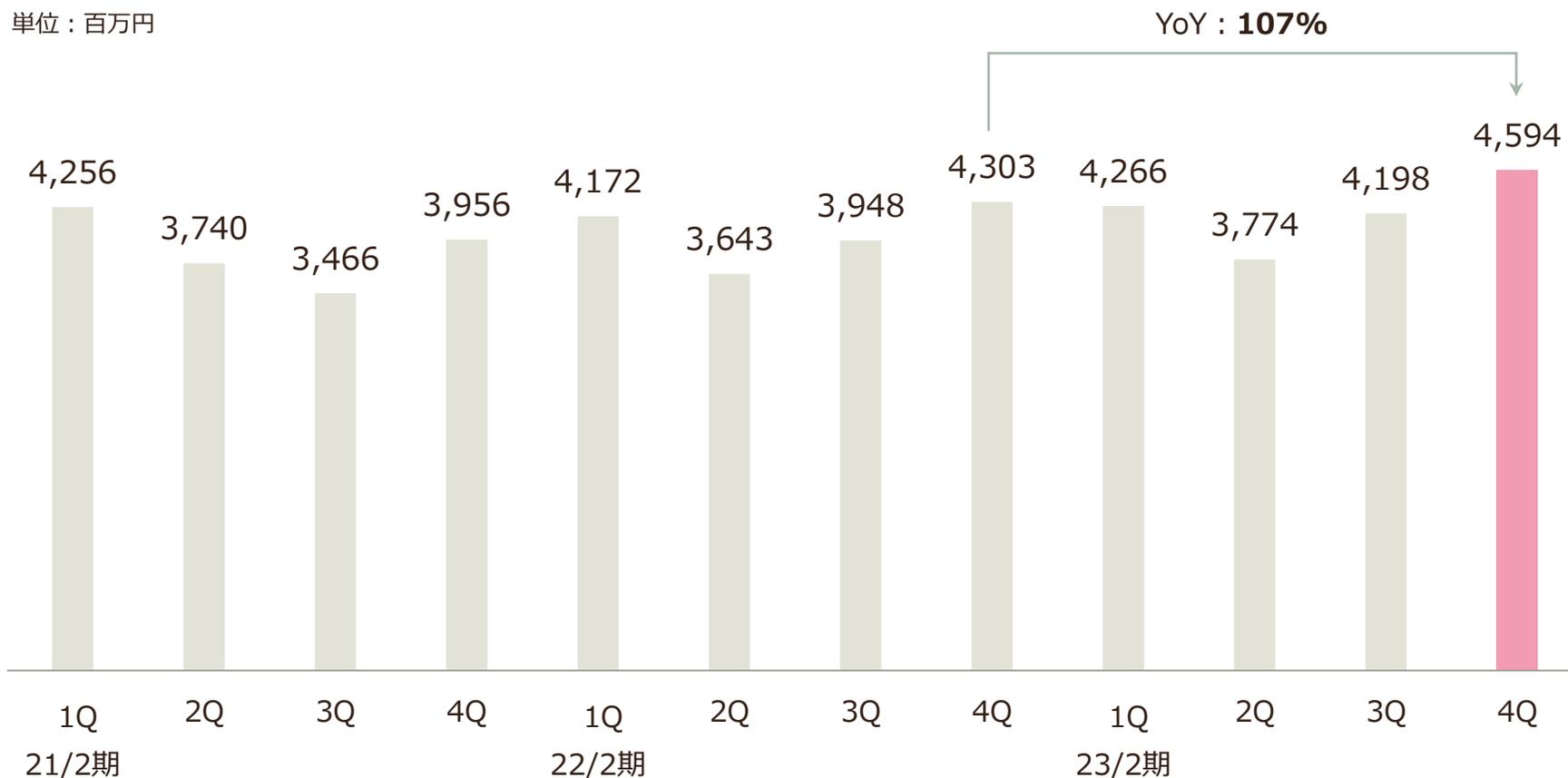
4Qでは、2023年2月よりTVCMの第三弾の放送を開始。サービスへの流入数の増加はあったものの、1Qから継続しているリオープンング効果の反動も残存する中で、4Qの流通は前年同期比107%となる46億円で着地。

### 4Qの主な取り組み

- 「Creema」の認知拡大を目的としたTVCMの第三弾を開始。TVCMとの連動した特集・キャンペーン施策を大々的に展開。
- 検索機能およびUI/UX改善等、ユーザーの利便性を高めるためのプロダクト施策も着々と進行。
- 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。
- また、戦略投資領域であるシステム/インフラ基盤の安定化にも継続着手。

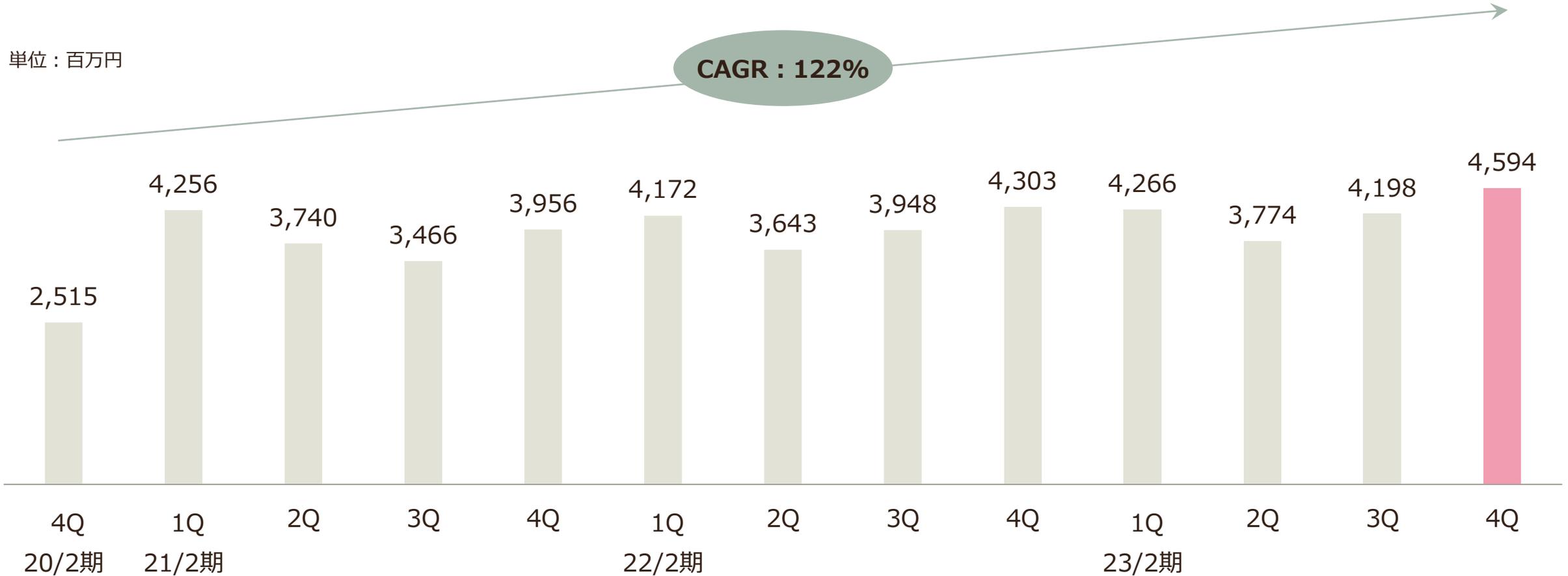
### Creemaの流通

単位：百万円



## ① マーケットプレイスサービス：流通総額における3カ年CAGR

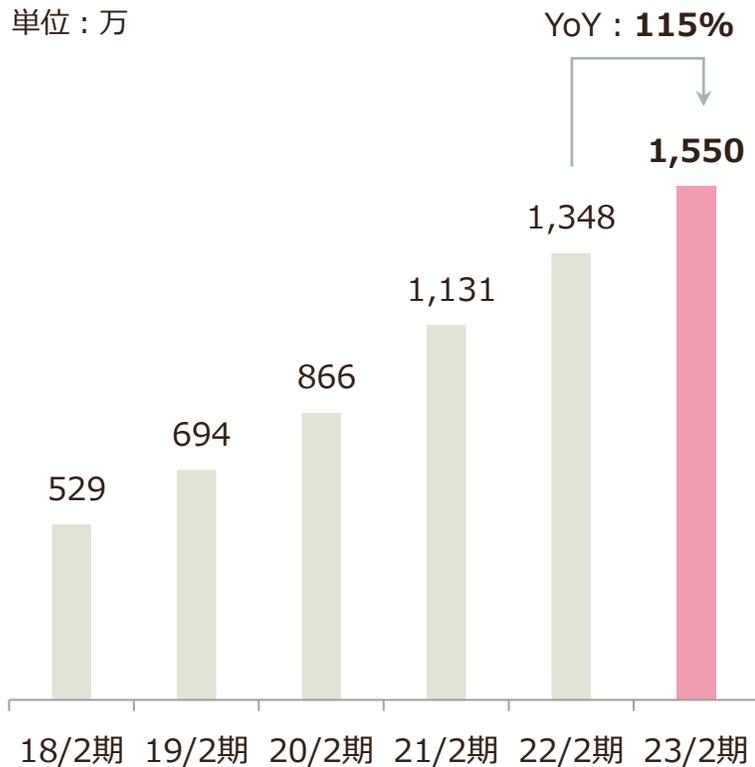
新型コロナウイルス感染症の拡大以前の流通総額における3カ年CAGRは122%となっており、引き続き力強い成長を続けている。



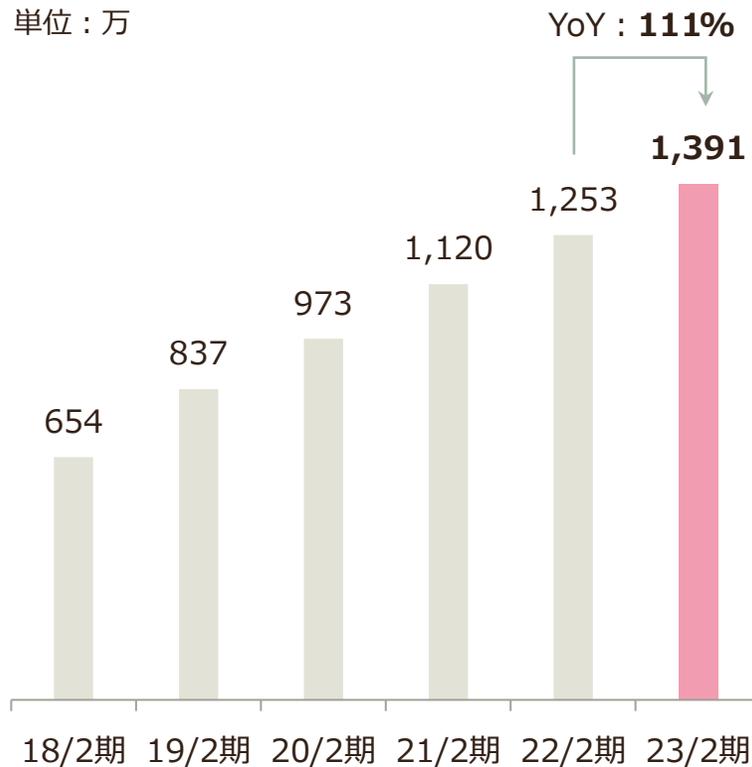
## ① マーケットプレイスサービス：KPI推移

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。

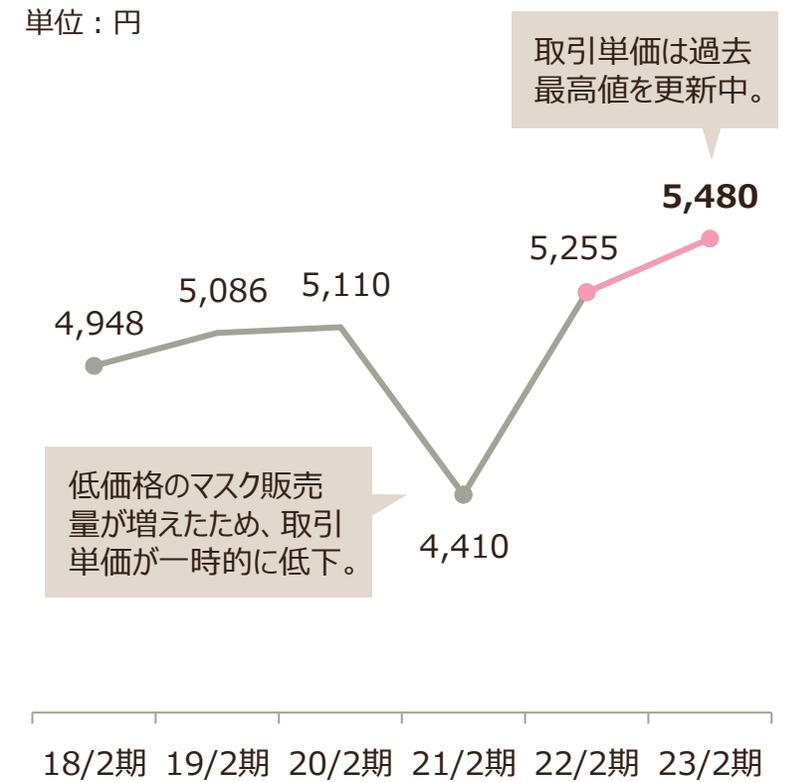
### 出品数



### アプリDL



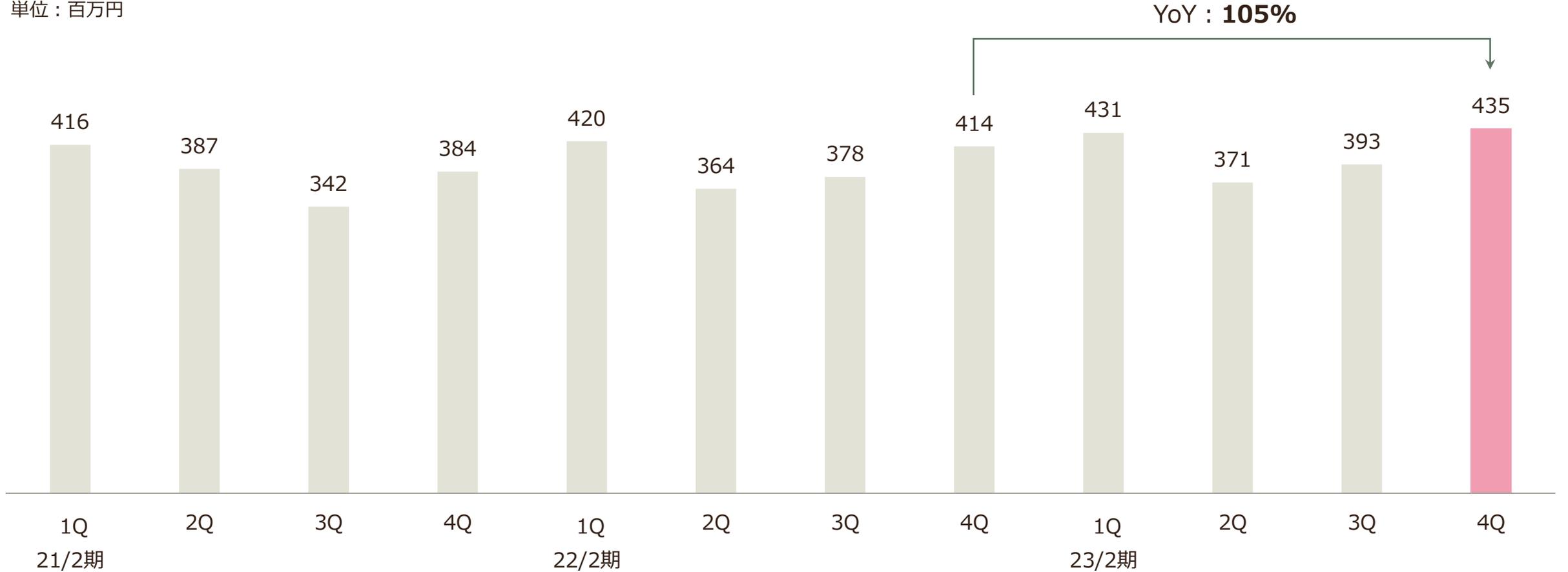
### 平均取引単価 (日本)



## ① マーケットプレイスサービス：売上推移

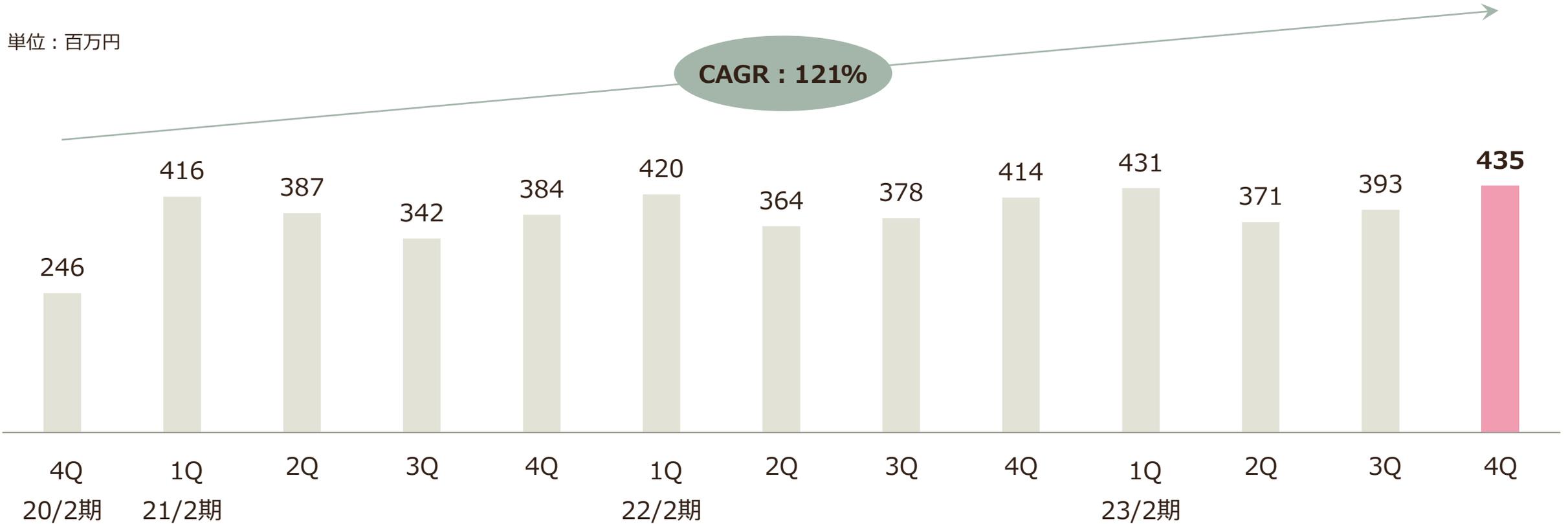
マーケットプレイスサービスの4Qの売上は4.4億円となり、前年同期比105%での着地となった。

単位：百万円

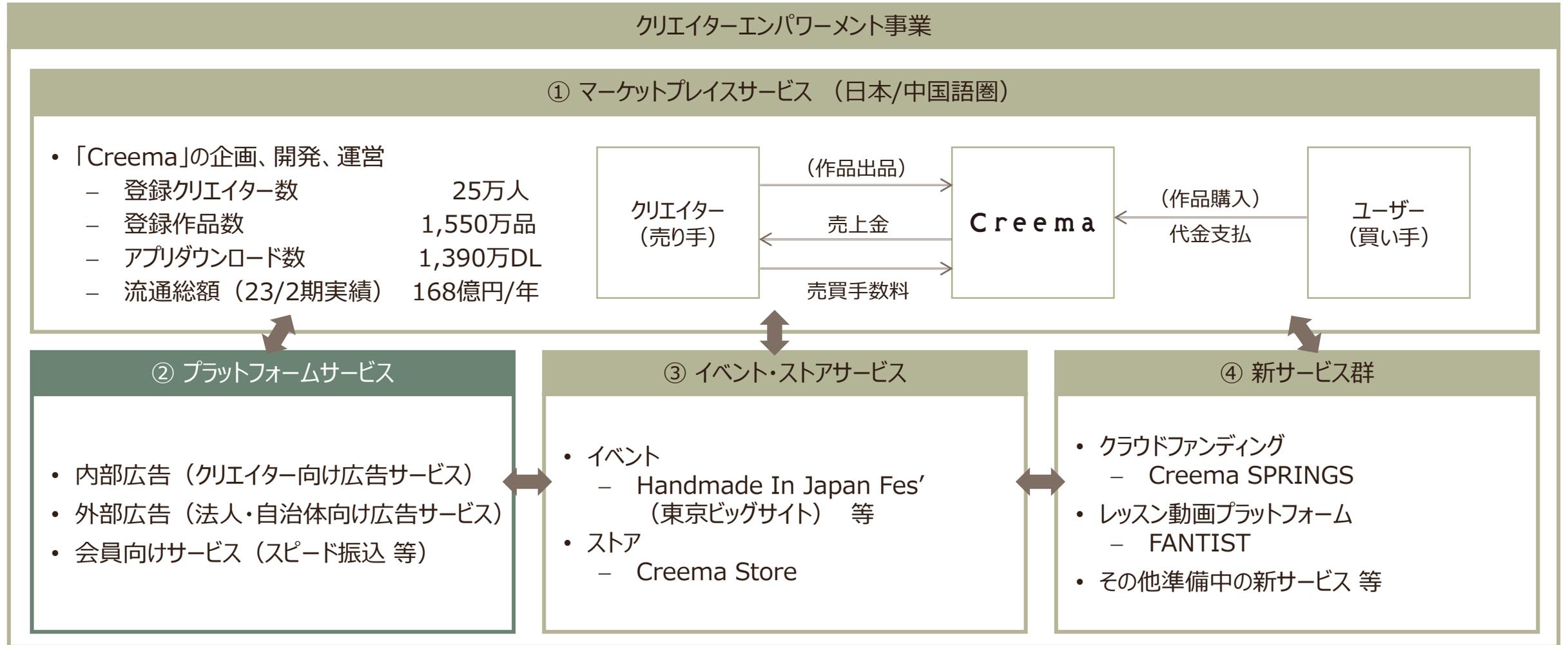


## ① マーケットプレイスサービス：売上における3カ年CAGR

マーケットプレイスサービスの売上成長率は、コロナ禍以前（20/2期）からの3カ年CAGRで121%となっており、引き続き力強い成長を続けている。



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。



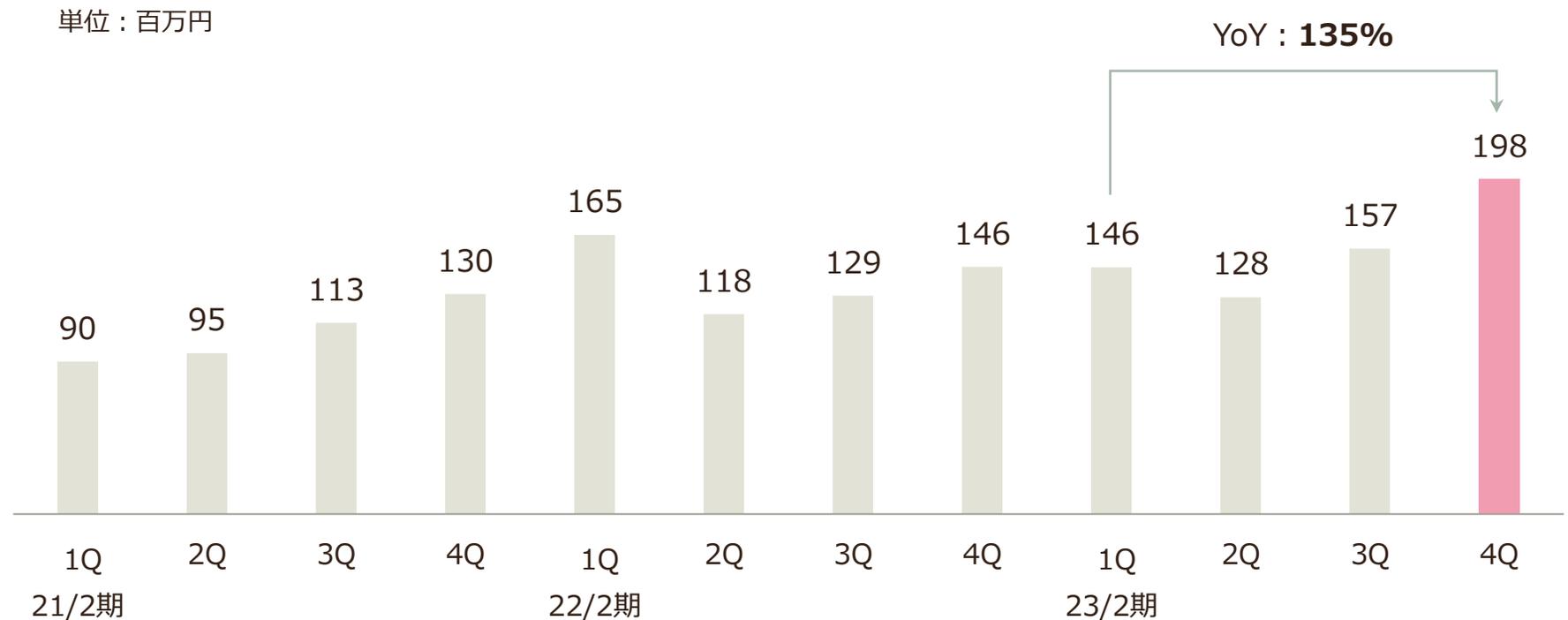
## ②プラットフォームサービス：主な取り組みと売上推移

外部広告の案件納品が拡大していることに加え、内部広告も着実に成長したため、プラットフォームサービスの売上は4Qで1.98億円、前年同期比135%と力強い成長での着地となった。

### 4Qの主な取り組み

- 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・納品が順調に行われ、着実な成長を継続。
- 内部広告でも、基盤となるプラットフォームにあたる「Creema」の拡大、内部広告の利用者数の増加等により、着実な成長を継続。

### 売上推移



## 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りました。



端材でハズメイド大賞2022

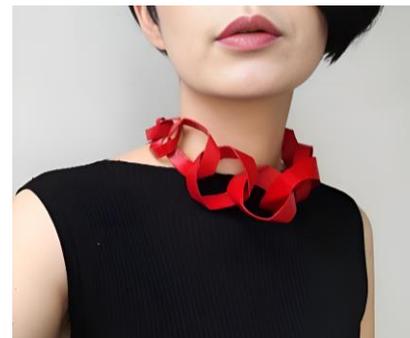
### 入賞作品

#### 「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。



## 参考：商業施設×Creemaのコラボ企画

さいたま新都心駅エリア最大級の大型商業施設「コクーンシティ（COCOON CITY）」でのクリスマスリースやガラスボトルを作るワークショップイベントの開催や、「コレド室町テラス」でのクリスマスマーケットの開催等を行いました。

COCOON CITY × Creema  
Saitama-Shintoshin

クリスマス  
ワークショップ

12.3(土) - 4(日)

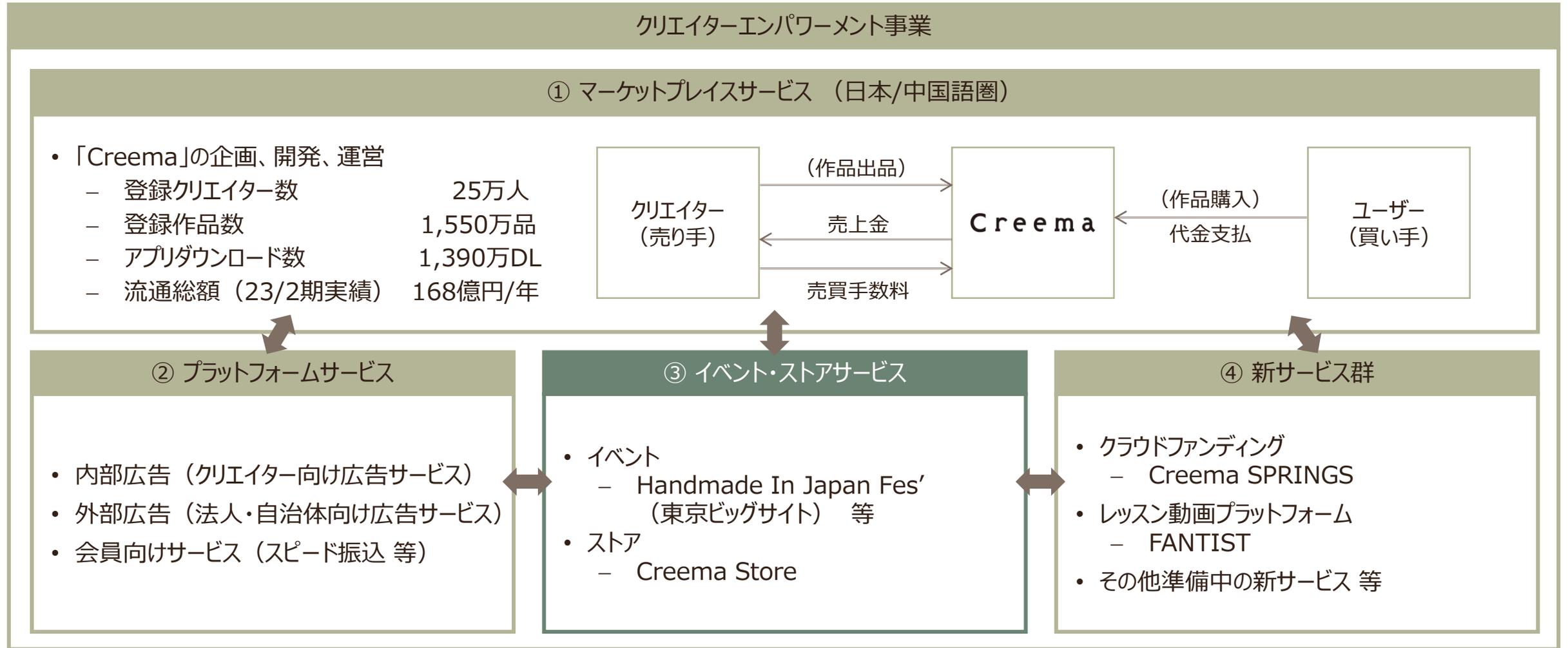
大屋根  
Xmas  
Market  
with Creema

12.16 FRI-17 SAT

@日本橋室町三井タワー大屋根広場  
(コレド室町テラス)

## 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

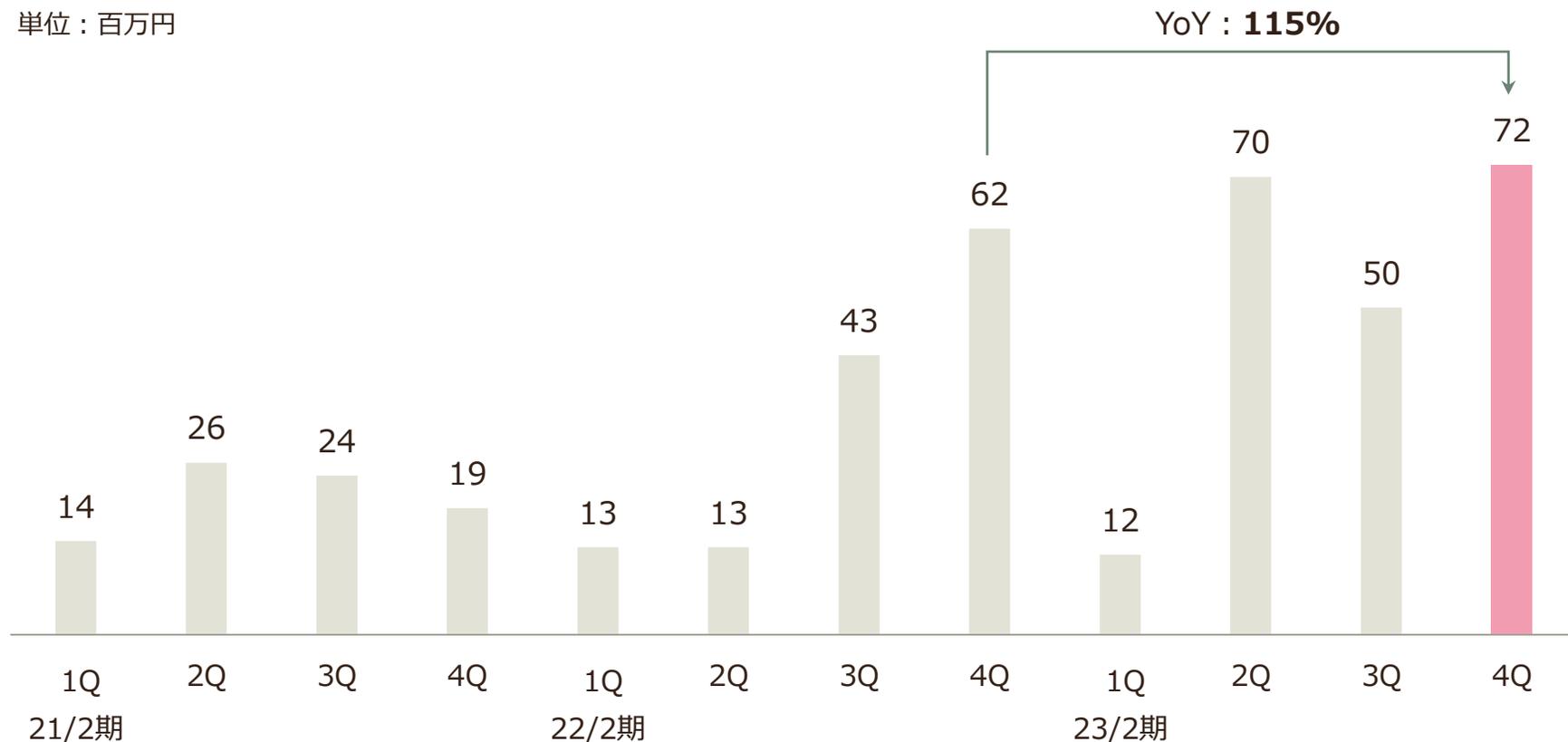
ストアにて店舗数の縮小（前期 2 店舗→今期 1 店舗）を行ったマイナス影響が残りつつも、2023年1月に「HandMade In Japan Fes 2023 冬」を無事開催することができたため、イベント・ストアサービスの4Qの売上は前年同期比115%となる0.7億円での着地となった。

#### 4Qの主な取り組み

- コロナの一定の収束に伴い、前期まで厳しい環境にあったストア領域は復調傾向にあったものの、経営上のボラティリティの高さを鑑み、既報の通り、2023年1月をもって「Creema Store 札幌」は閉店となった。
- 東京ビッグサイトにて「HandMade In Japan Fes 2023 冬」を2023年1月21日・22日の2日間で開催した。

#### 売上推移

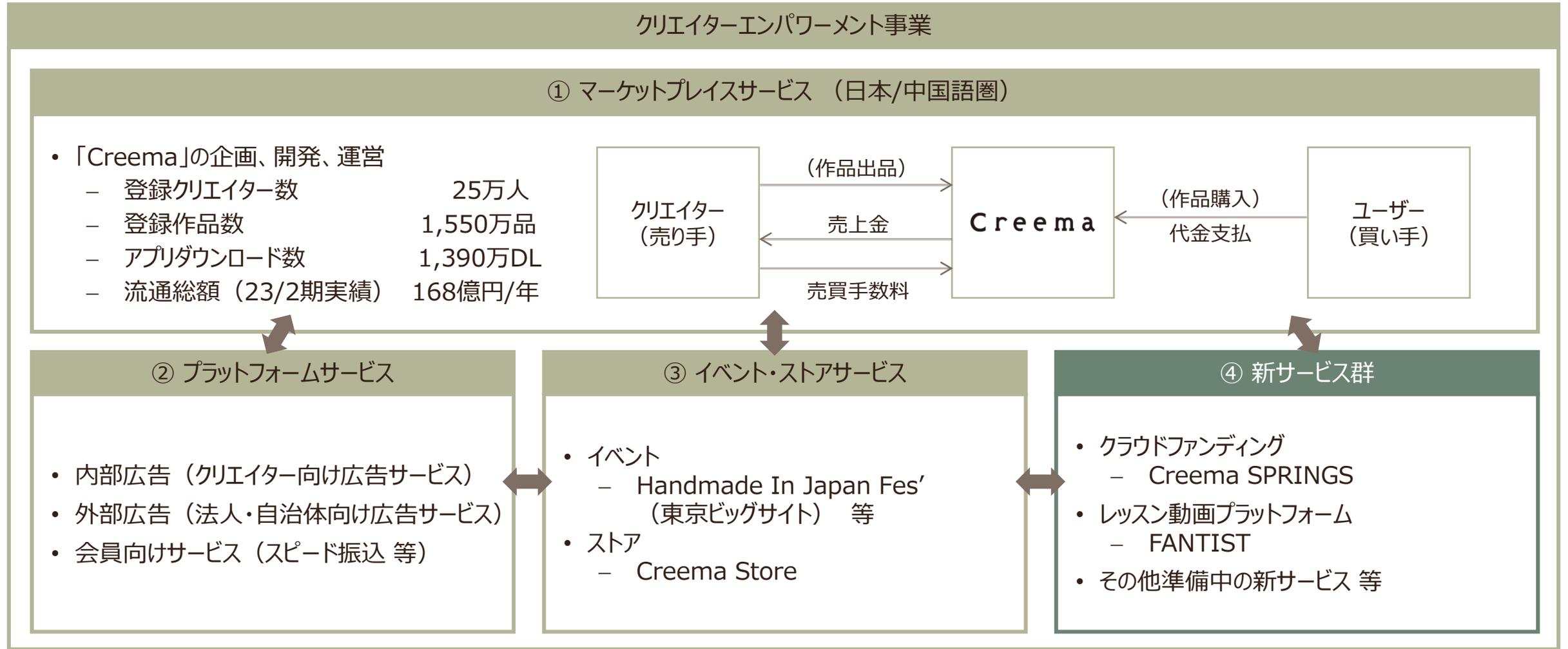
単位：百万円



2023年1月21日・22日に東京ビッグサイトにて、日本最大級クリエイターの祭典「ハンドメイドインジャパンフェス2023」を開催。コロナ関連の規制のない開催は3年ぶりとなったが、いつも以上に多くの方々にご来場いただいた。



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。レッスン動画プラットフォーム「FANTIST」でも、レッスン動画数は1,800本を超えコンテンツの拡充が進んでいる。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】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、逆境にあって前年比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された。
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、持続的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も実施。
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

- 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。

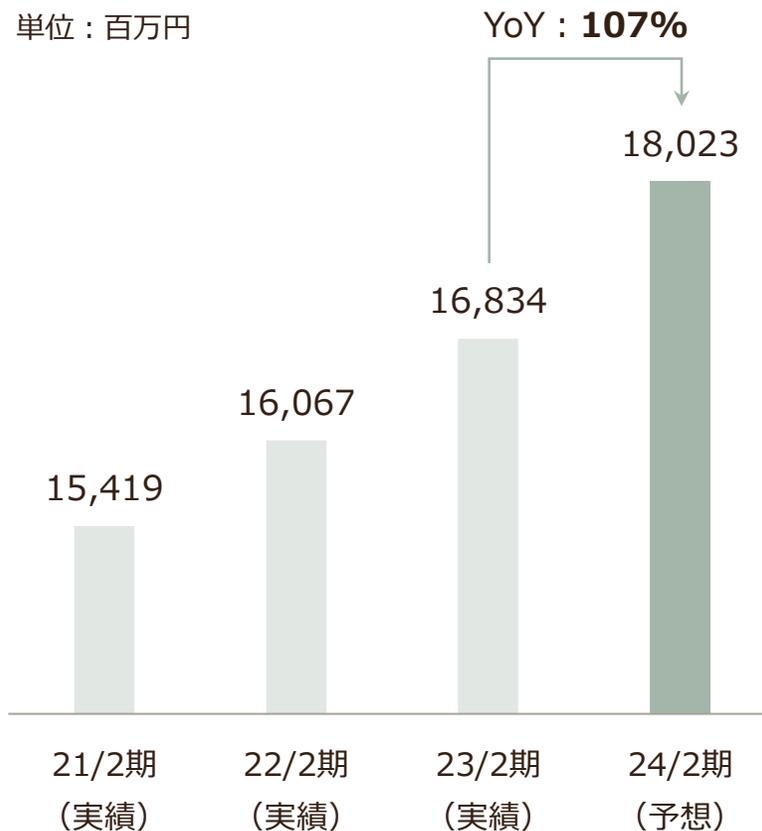
## 2024年2月期 マーケットプレイスサービスの戦略方針

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。

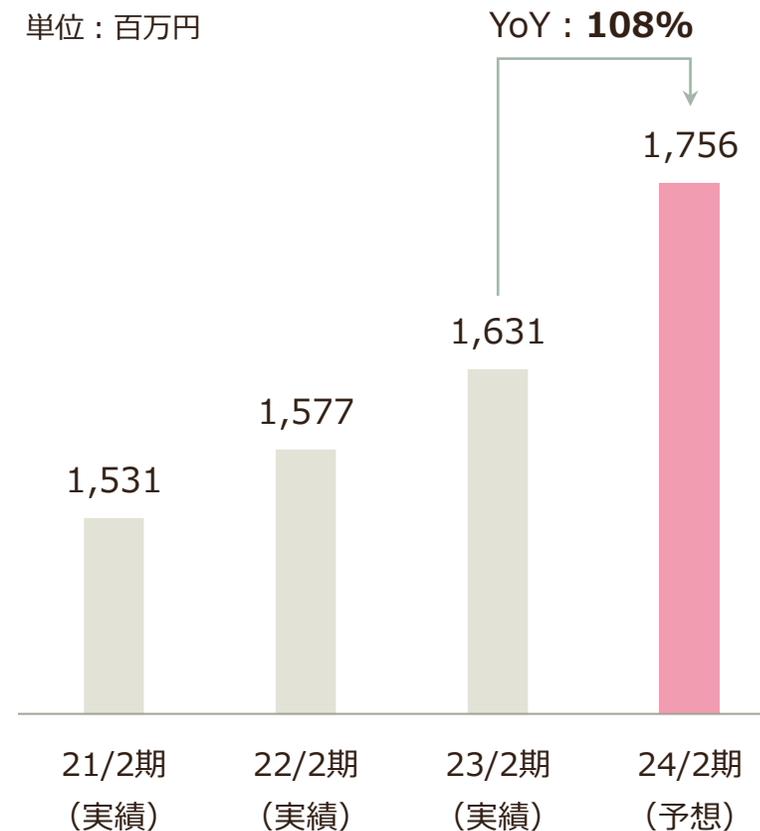
### 2024年2月期の戦略方針

- 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

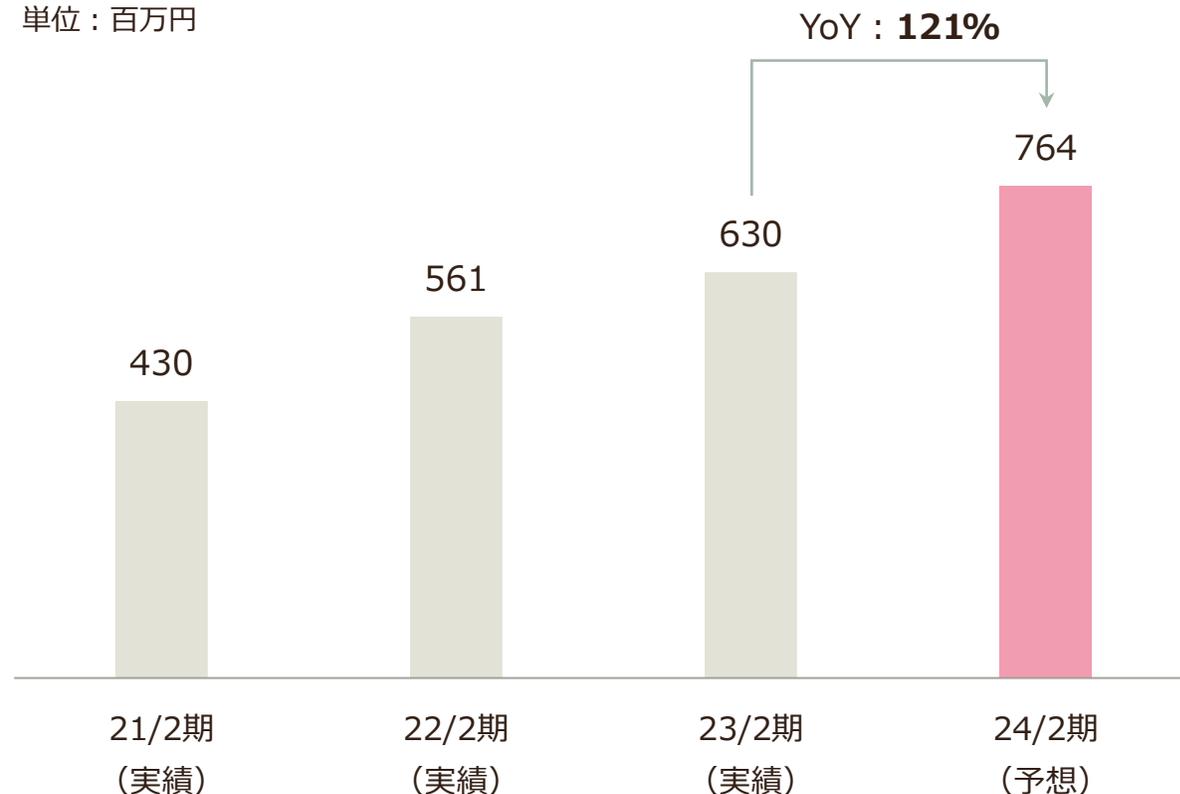
- 「Creema」のプラットフォームならびにユーザー基盤を活用した企業・地方公共団体向けのPR支援を行う外部広告では、需要の高い既存商品の売り込みを強化するとともに、独自性の高い新商品の開発も行う。
- 加えて、日本最大級のハンドメイドマーケットプレイスだからこそできる独自性の高い新しい広告商品を開発・提案し、一層の成長を目指す。

#### • 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

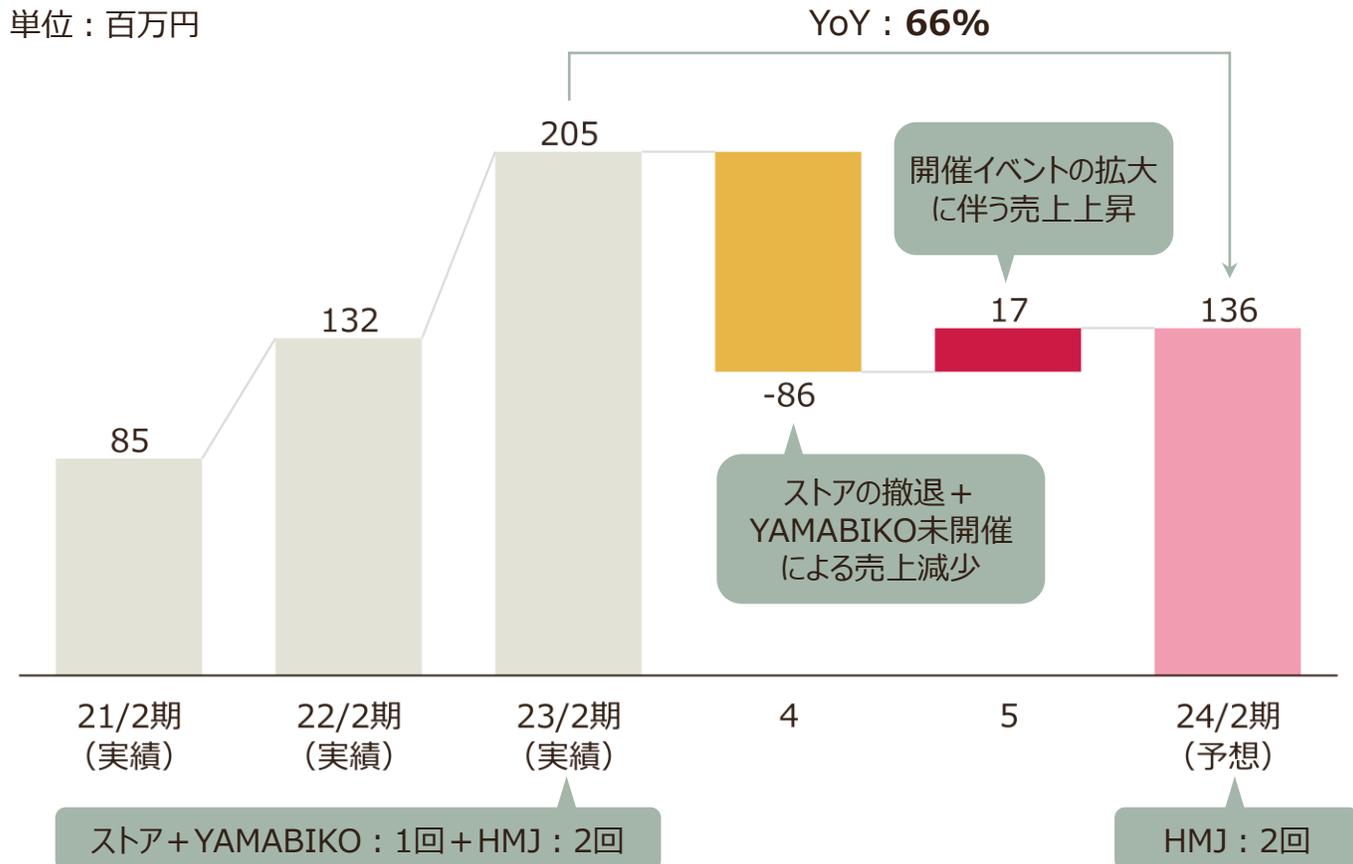
今期については、「Creema Store」の全店撤退と、「Creema YAMABIKO FES」の開催時期変更（来期の春へ移行予定）により、2024年2月期の収益は「HandMade In Japan Fes'（HMJ）」の夏・冬の2開催分しかないため、当該サービス領域のみ減収計画となる。結果として、売上は前年比66%となる1.4億円を計画している。

### 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。

### 売上

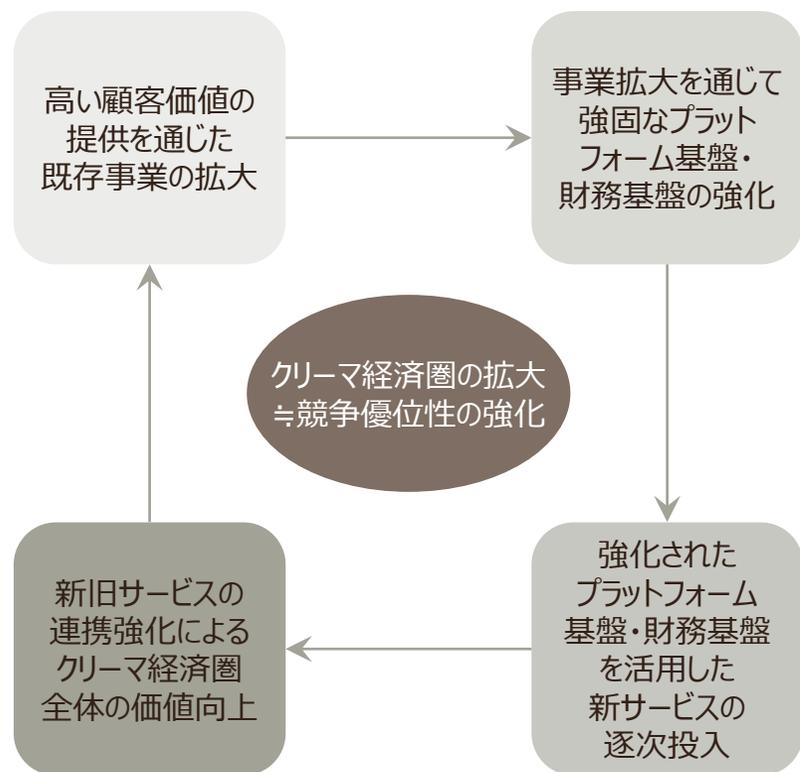
単位：百万円



# 2024年2月期 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。
		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
	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）
アドネットワーク（内部広告）	メディア（外部広告）	メディア（外部広告）	メディア（外部広告）	メディア（外部広告）
メディア（外部広告）	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）
リアル（イベント・ストア）	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
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

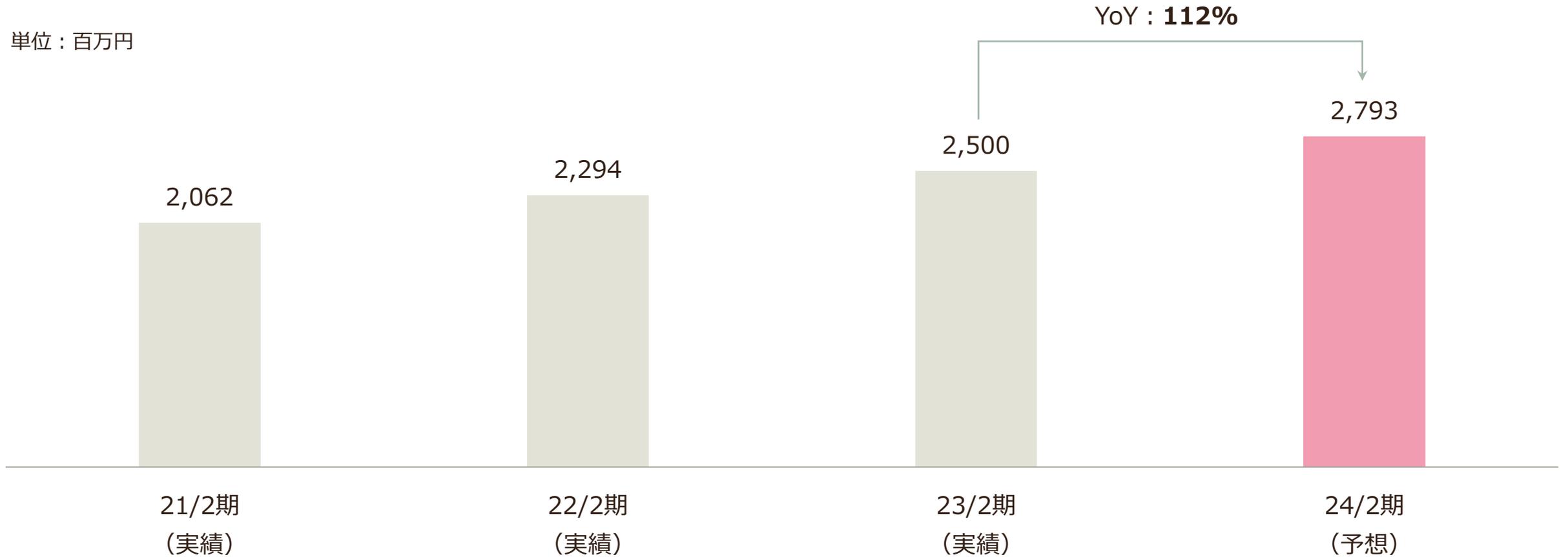
- 「Creema」とシナジーのある各種新サービスの開発が進行中。
- 2024年2月期以降、順次新サービスをローンチできるように投資を継続する。
- その第一弾のリリースを今期中に行う。



## 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



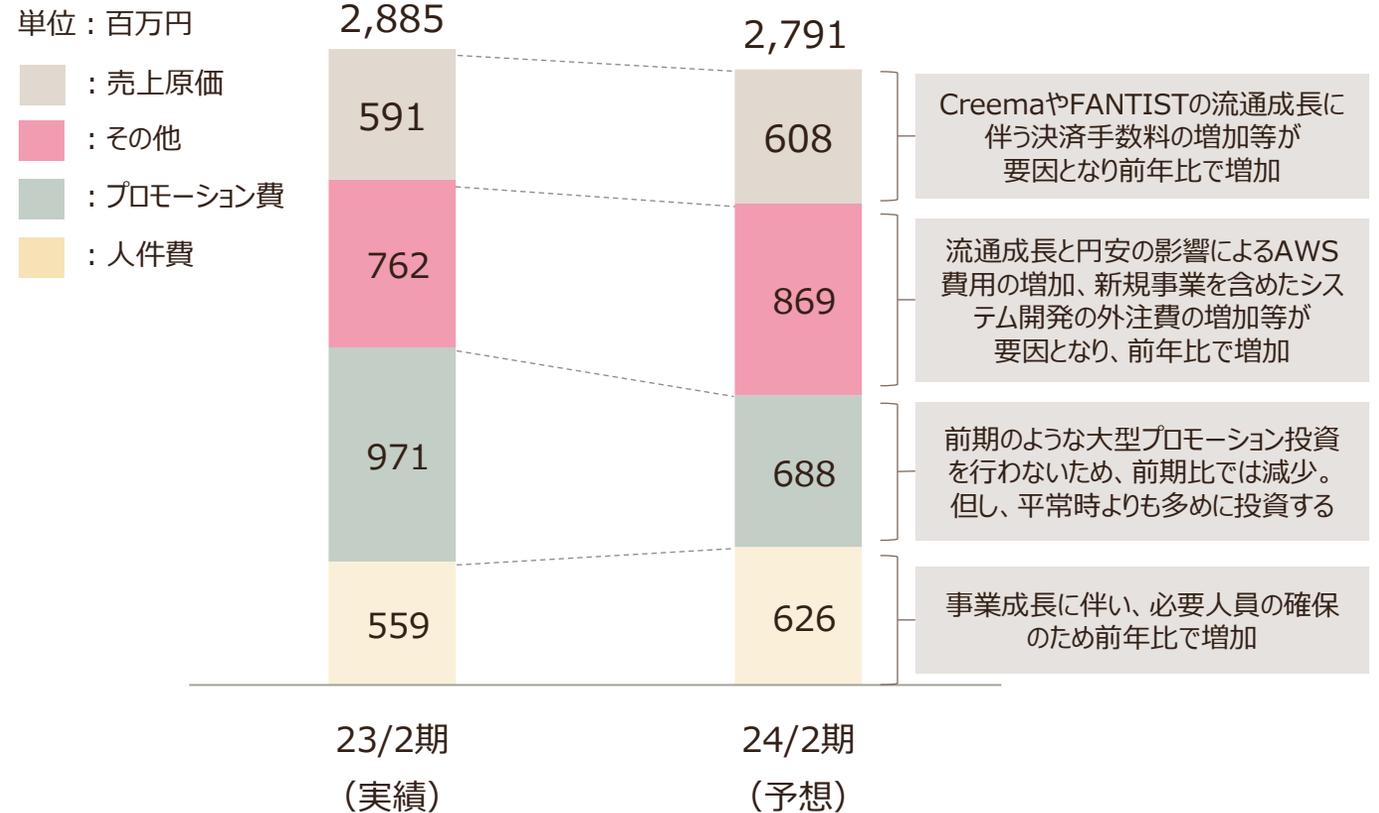
## 2024年2月期 コスト計画

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

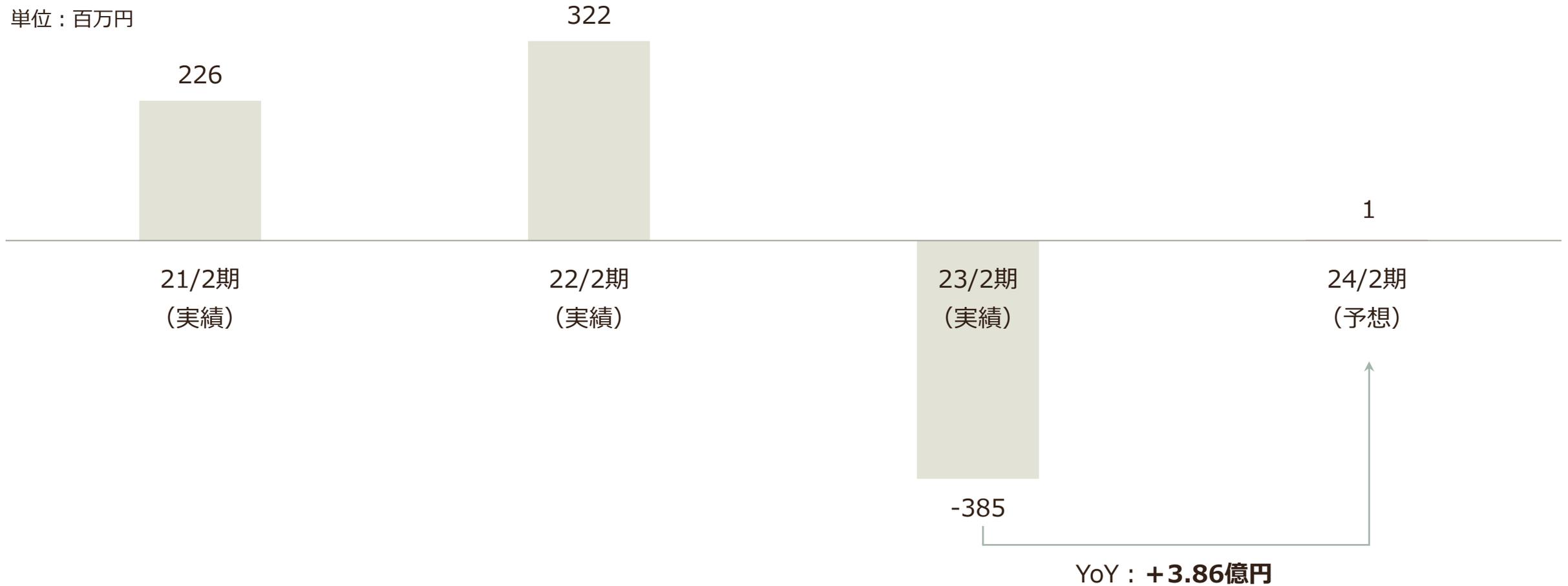


NOTE 1) : 23/2期より新収益認識基準が適用され、売上原価と販管費の対応関係がそれ以前とは大きく異なるため、新収益認識基準が適用された23/2期以降の数字のみで比較している。

## 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)

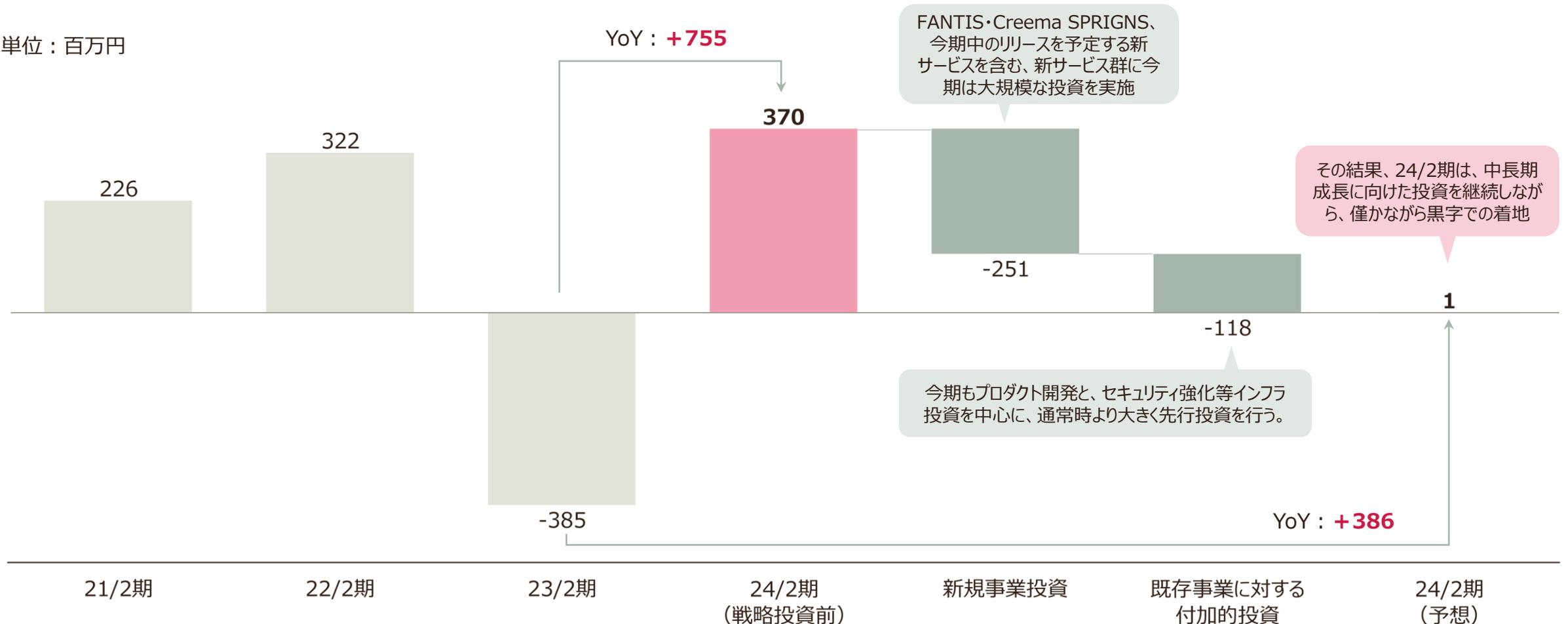
単位：百万円



## 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%)

# 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>