

2024年2月期 第2四半期決算説明資料

株式会社クリーム（東証グロス：4017）
2023年10月12日

Creema



**2024年2月期
第2四半期の業績**



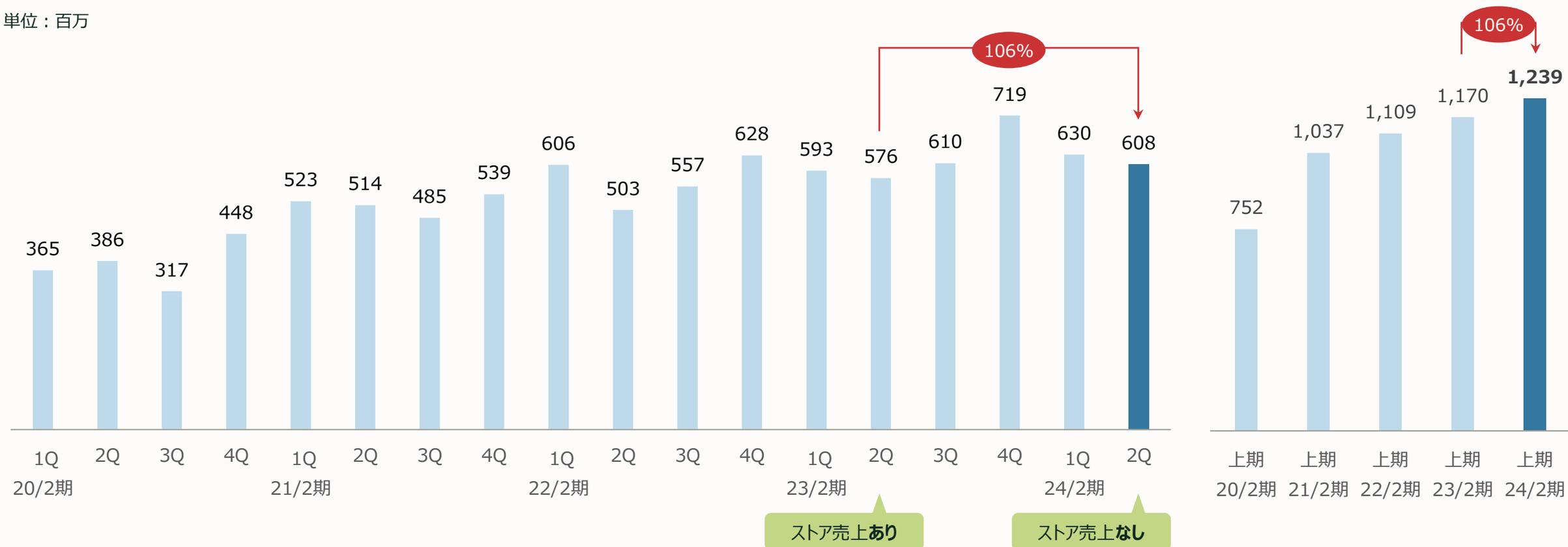
連結売上高の推移

- ・ 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、新サービス群が力強く成長。大型イベントも無事開催された。
- ・ その結果、2Qの売上はYoY106%となる6.08億円で着地。ストア事業撤退による売上の下方圧力がある中、2Qの過去最高額を更新。
- ・ 上期の累積でも、YoY106%成長となる12.4億円を着地し、こちらも上期売上の最高額を更新している。

四半期推移

上期推移

単位：百万



連結コストの推移（売上原価＋販管費）

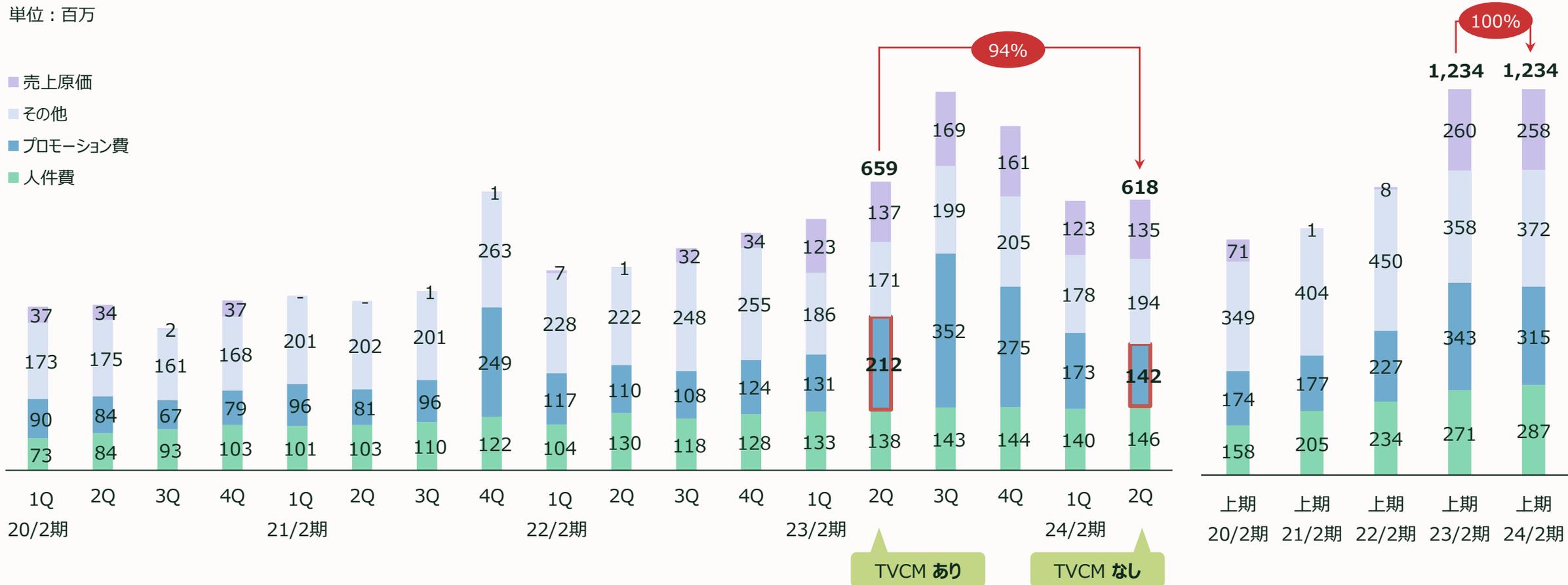
- ・コストについては、新規事業投資を継続しつつも、今期2Qは前年同時期に行っていたTVCMを行っていないため、プロモーション費が低減。
- ・その結果、2Q全体のコストは、YoY94%となる6.18億円での着地となった。
- ・なお、前期から続く戦略の一環で、今期1Qに僅かながらTVCMの実施があったこと、新規事業投資を拡大したこと等もあり、上期累積で見ると、コストは前期とほぼ同水準で着地。

四半期推移

上期推移

単位：百万

- 売上原価
- その他
- プロモーション費
- 人件費



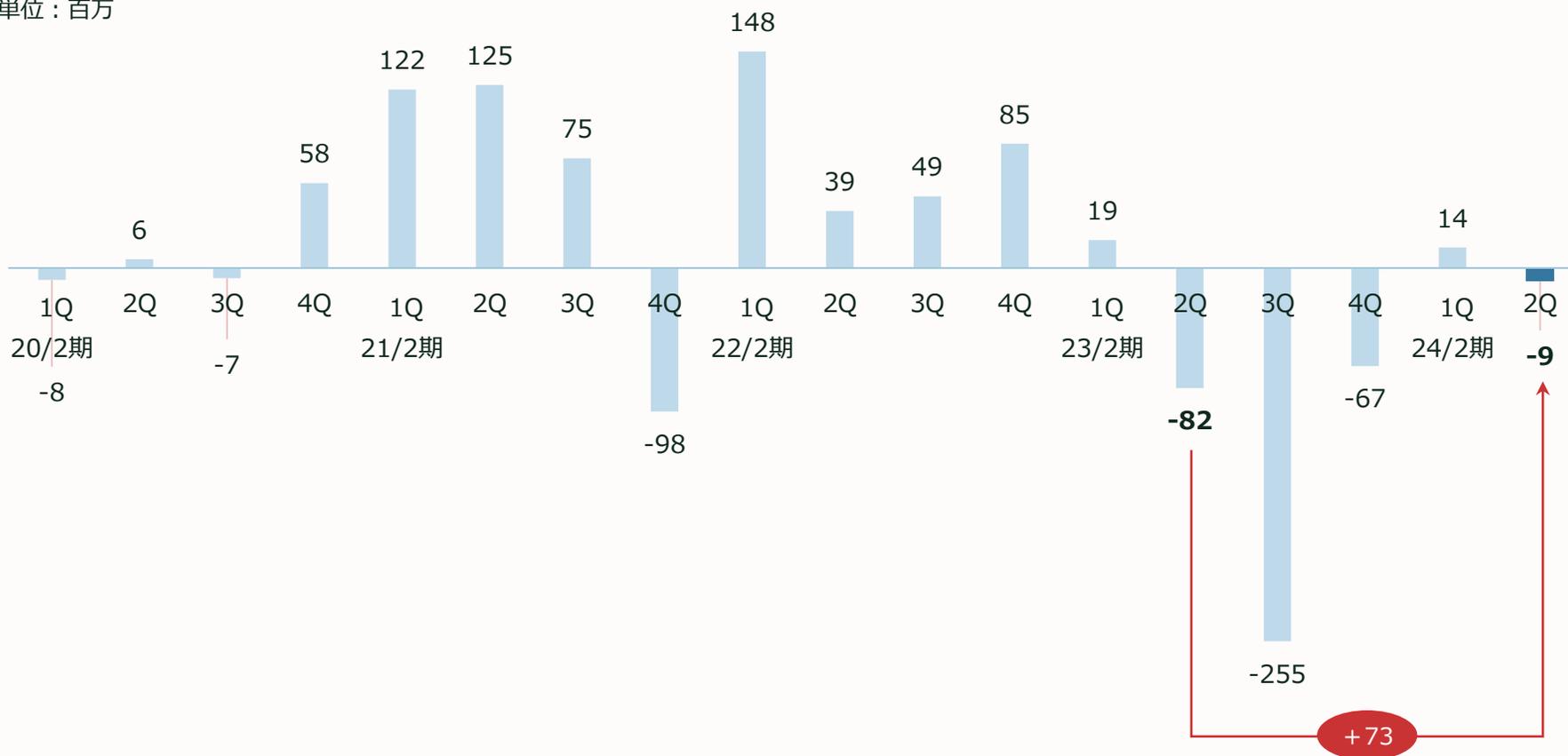
NOTE：23/2期より、新収益認識基準の適用に伴い、販管費の一部が売上原価に計上されている。

連結営業利益の推移

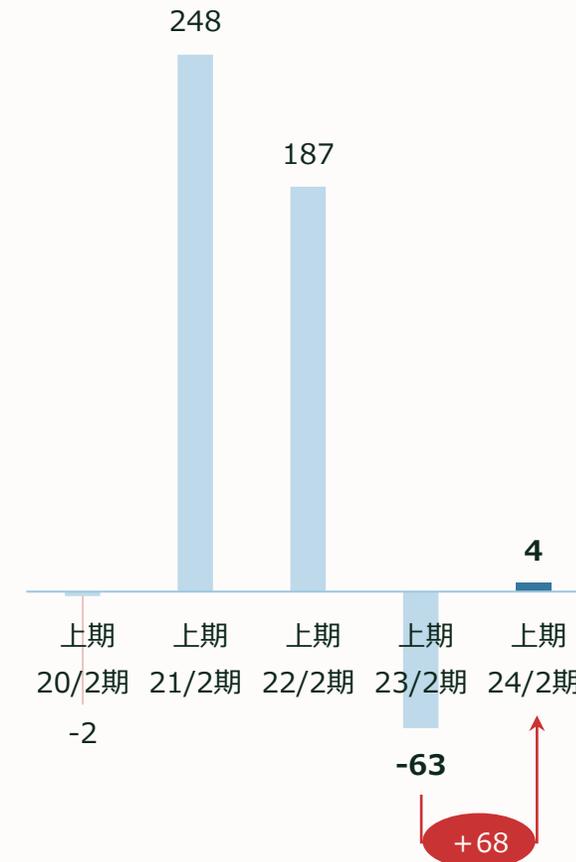
- 2Qの営業利益は▲9百万円で着地。
- 新規事業投資を続けているため計画通りの赤字ではあるが、前年より+73百万円の増益となった。
- 上期累積の営業利益は4百万円で着地。こちらも前年より+68百万円の増益となった。

四半期推移

単位：百万

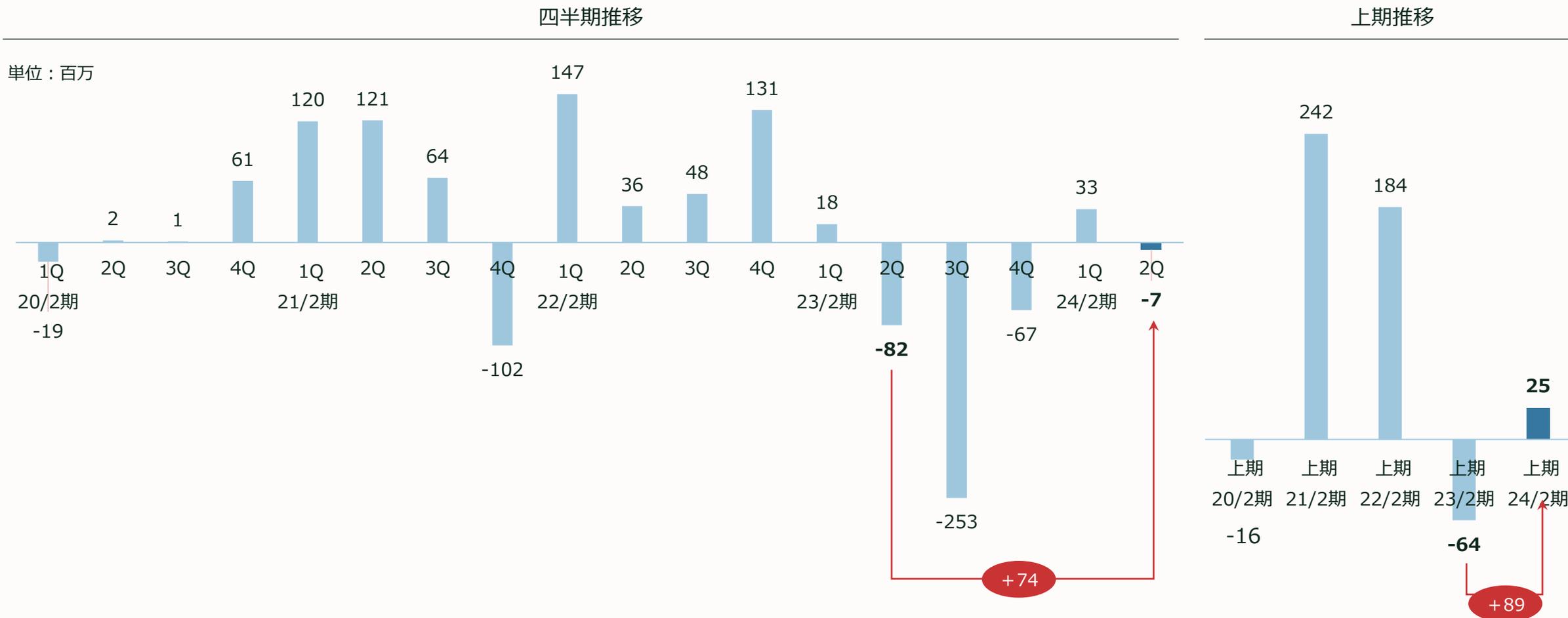


上期推移



連結経常利益の推移

- 2Qの経常利益は、営業利益とほぼ同額の▲7百万円で着地。こちらもYoYでは+74百万円で増益となっている。
- 上期累積の経常利益は、25百万円で着地。YoYでは+89百万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ことから、YoYでの増益幅が営業利益よりも大きくなっている）。



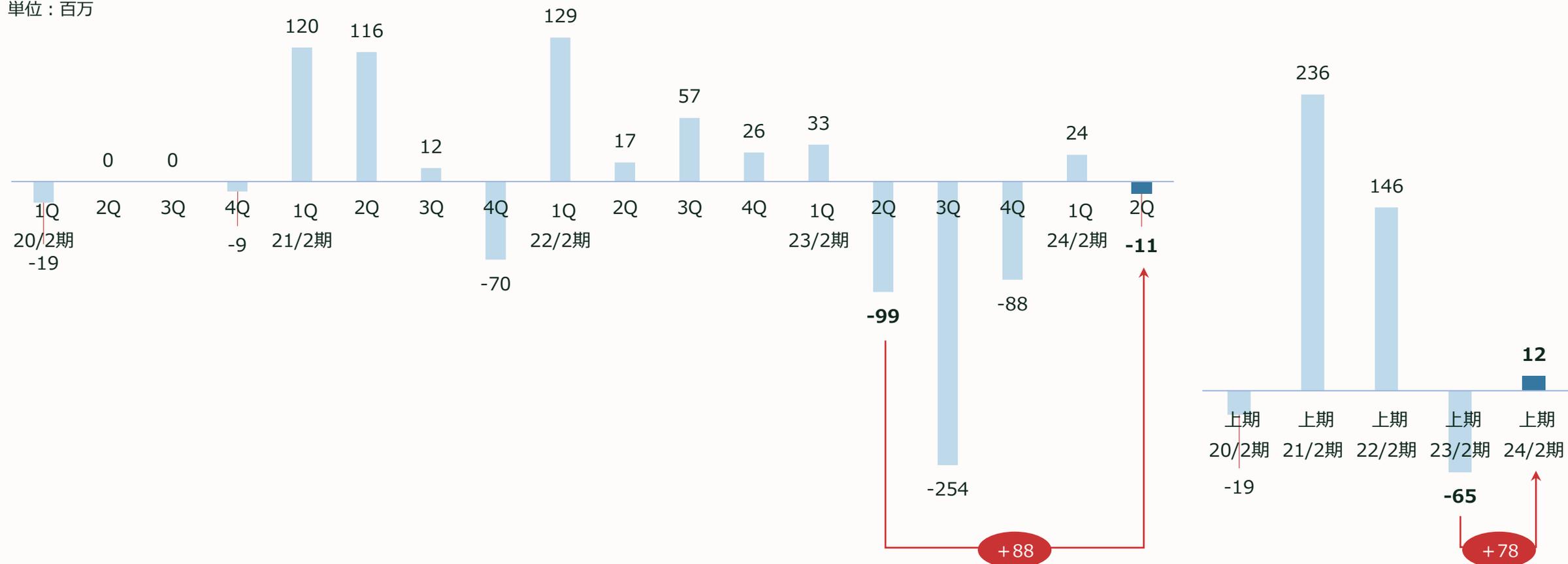
連結税後利益の推移

- 2Qの税後利益は、▲11百万円で着地。YoYで+88百万円の増益となっている。
- 上期累積の税後利益は、1Qが黒字化していたため12百万円で着地。YoYで+78百万円の増益となっている。

四半期推移

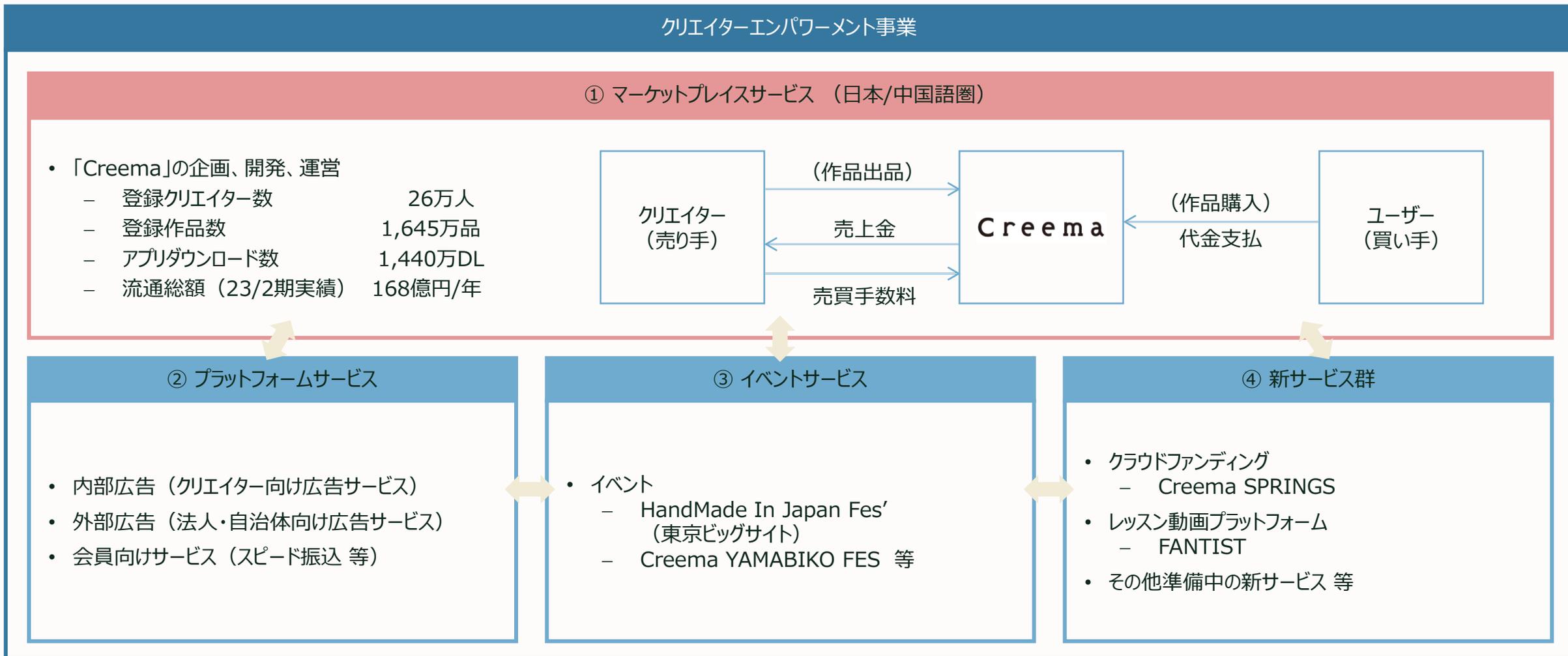
上期推移

単位：百万



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

- ・ 2Q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するとともに、「Creemaカード」の発行等、新たな取り組みも実施した。
- ・ 外出需要が想定を上回るレベルで拡大する中、今期2Qはプロモーション費用をYoY57%まで大幅に圧縮したが、2Qの流通は38億円、YoY101%と対前年比で微増ながら拡大。2Qの過去最高額も更新している。
- ・ 上期流通は、YoY102%となる82億円を着地。こちらも上記の影響を受けながらも上期の最高額を更新している。

2Qの主な取り組み

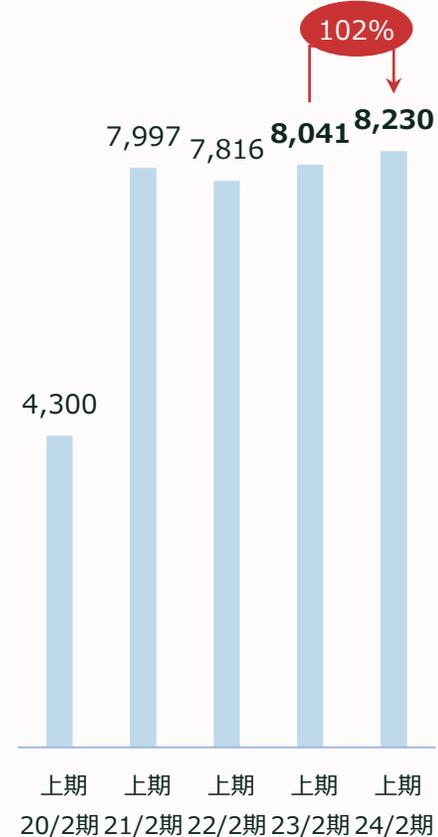
- ・ 季節のトレンドを捉えた各種マーケティング・キャンペーン施策を展開する等、クリエイター作品の魅力を訴求する様々な企画・特集を実施。
- ・ 「Creema」のユーザーインターフェース改善、検索機能の拡充等、プロダクト面の強化も引き続き実行。
- ・ また、「Creema」ユーザーの方々により快適にサービスをご利用いただくため、便利でお得な機能が付与されたクレジットカード「Creemaカード」の発行もスタート。
- ・ 一方で、前年同時期のTVCM投資、今期の外出需要の拡大のあおりを2Qは強く受ける結果に。
- ・ その結果、2Qの流通はYoY101%、上期の流通はYoY102%での着地となった。前年比での成長は若干の鈍化が見られたものの、いずれも売上の過去最高額は更新している。

四半期推移

単位：百万

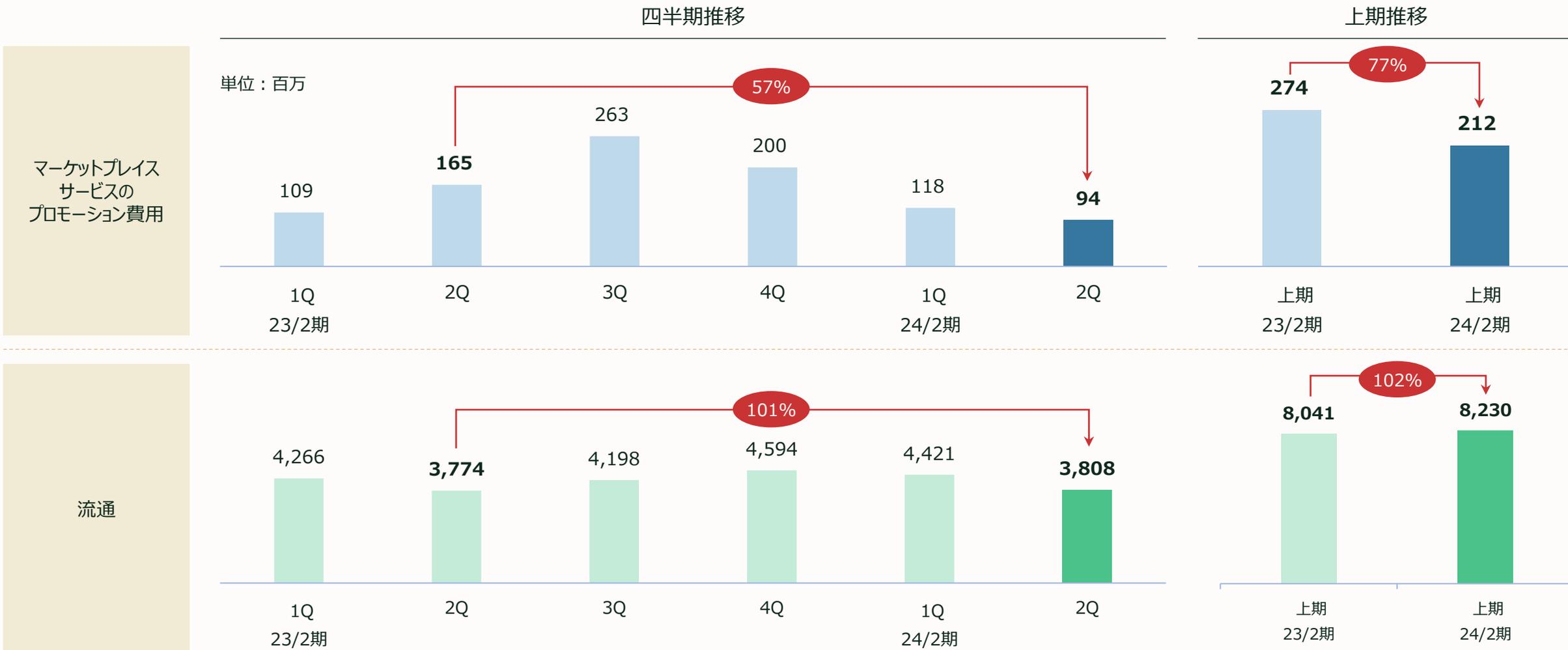


上期推移



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、3Q・4Qを中心に、サービスの認知拡大を目的としたTVCM投資を継続的に実施。
- ・ 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、2QでYoY57%、上期累積でYoY77%まで低減させた。
- ・ このような状況にあっても、流通は堅実な成長を続けている。



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YoYで77%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2Qの売上は前年とほぼ同額となる3.7億円を着地。上期累積ではYoY102%の成長となっている。

四半期推移

上期推移

単位：百万

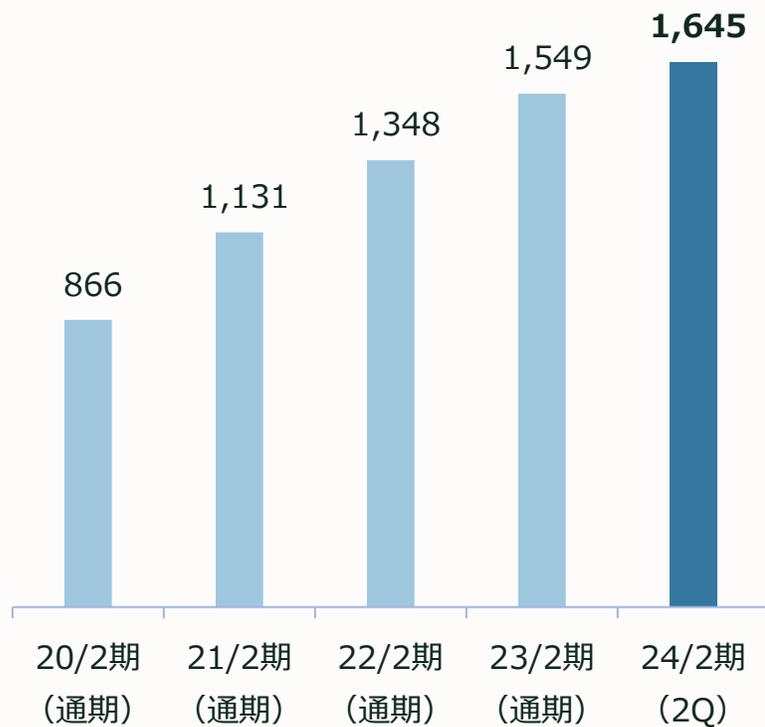


① マーケットプレイスサービス：KPI推移

- ・ 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、2Qも着実に成長し、過去最高額を更新。

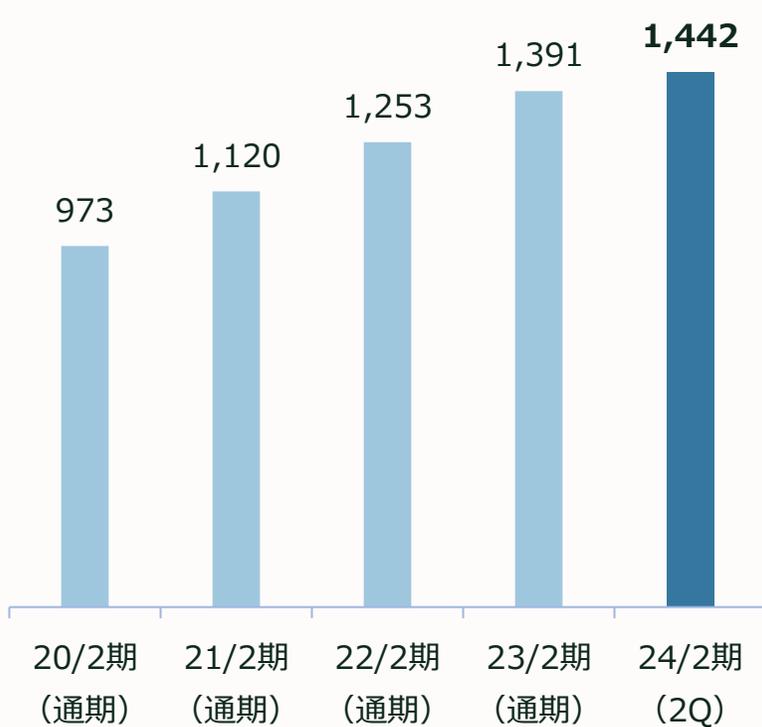
登録作品数

単位：万



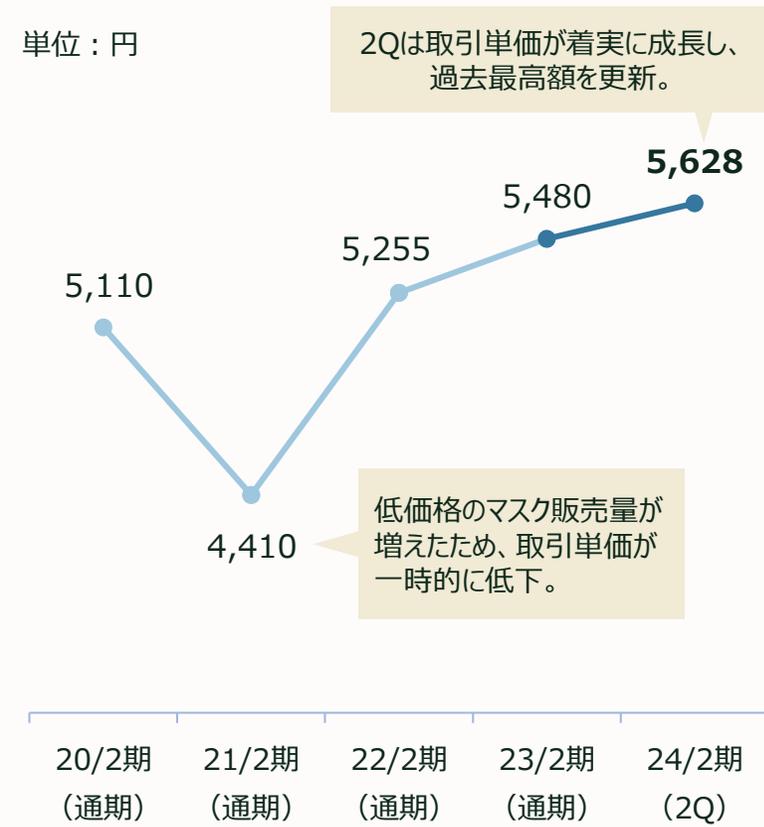
アプリダウンロード数

単位：万



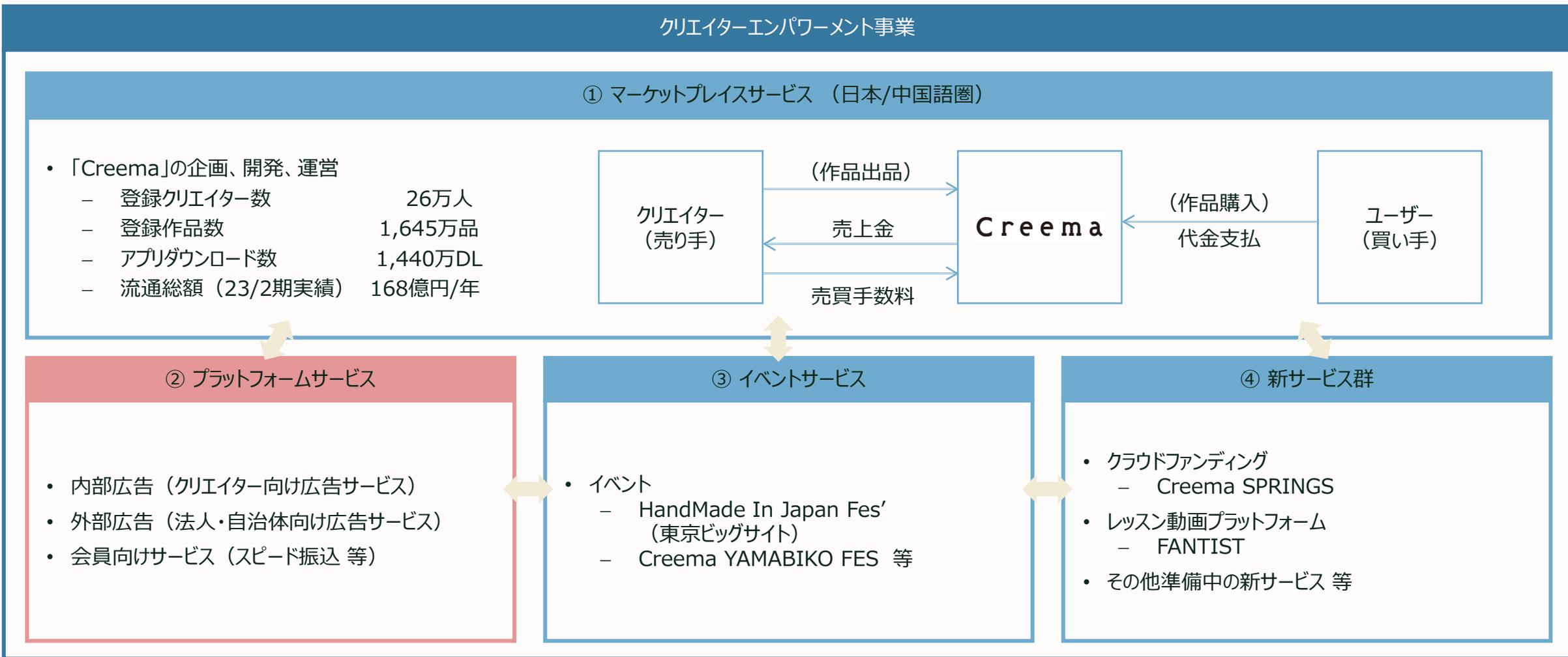
取引単価

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

- 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。
- その結果、プラットフォームサービスの売上は2Qで1.48億円、上期で3.16億円での着地となった。
- 2Q・上期ともにYoY115%で力強く伸長し、売上の過去最高額を更新している。

2Q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、後述する大型ハンドメイドイベントのタイアップ広告や、Creema登録クリエイターに対する画像編集アプリのPR支援など、当社にしかできない様々なPR企画をクライアントに対し提案・実現した。
- また、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

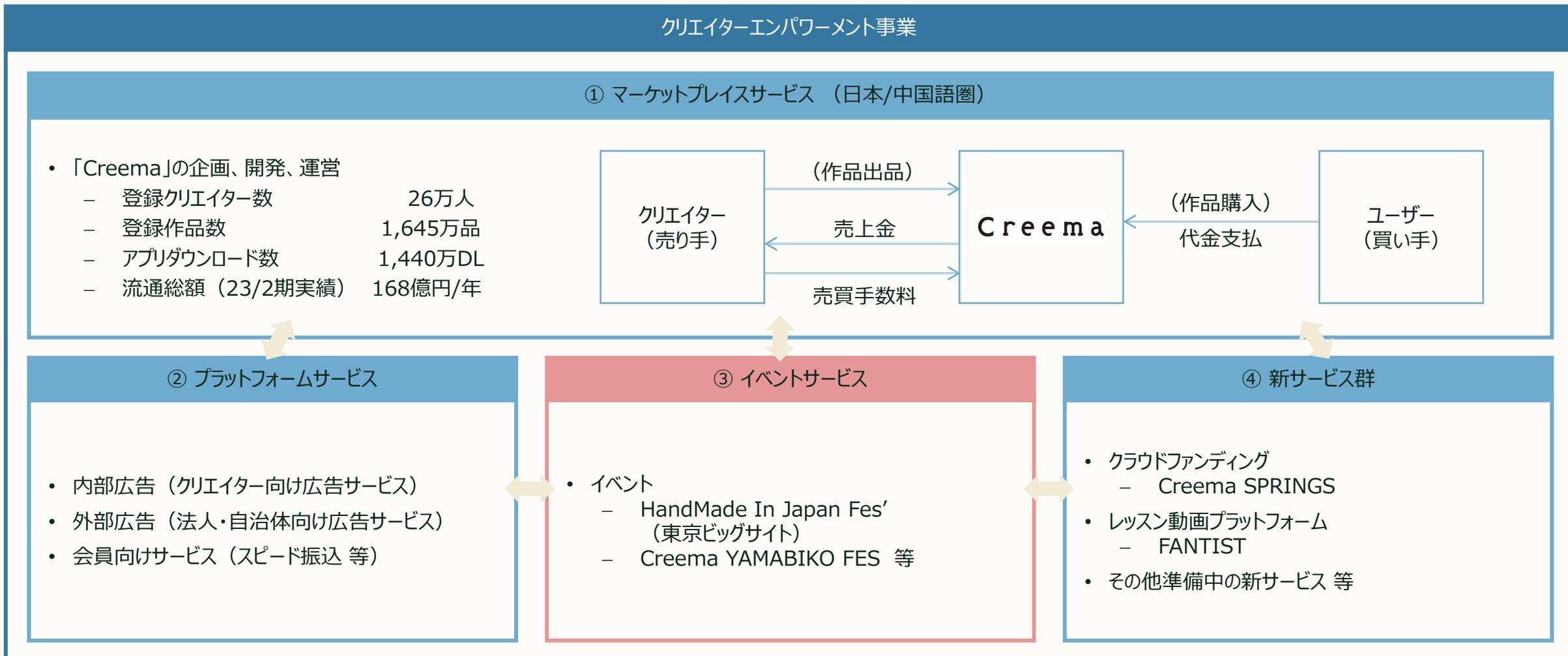
単位：百万



上期推移

再掲：事業構造とクリエイター経済圏

- ・ 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。



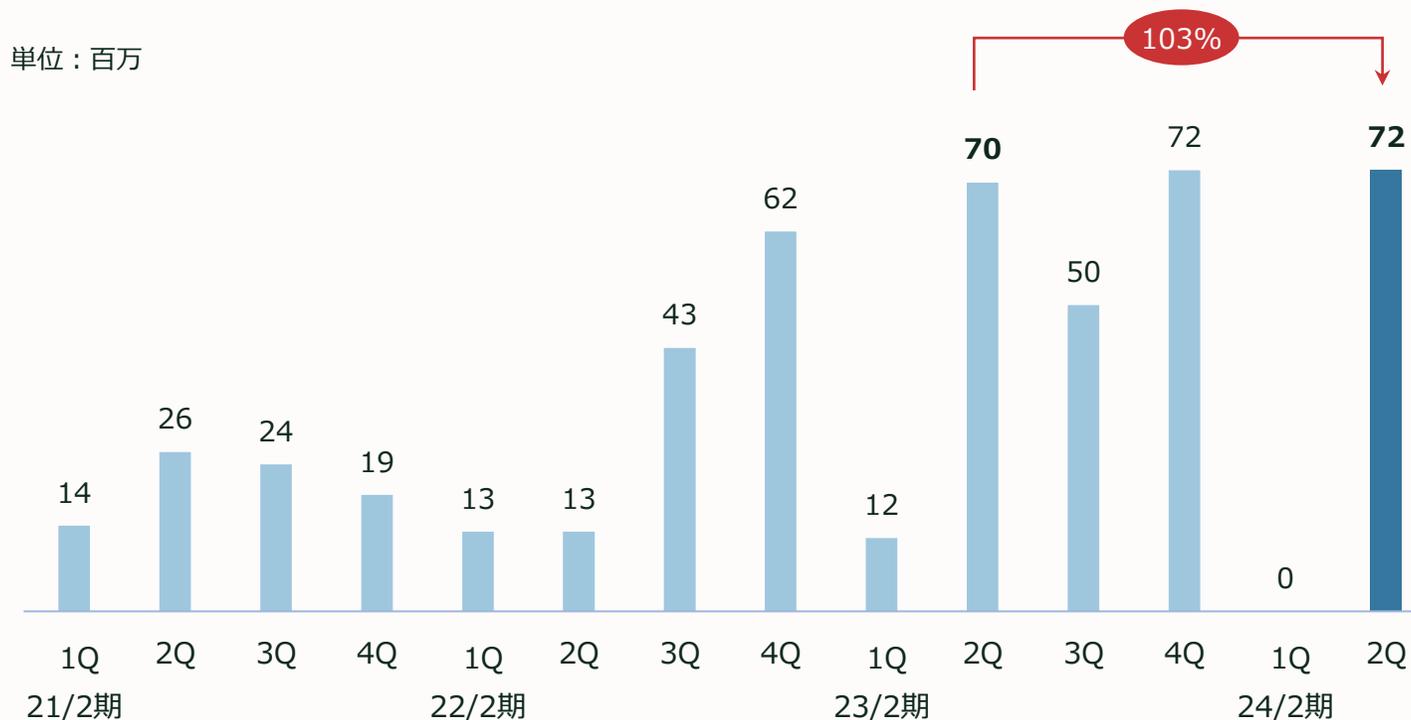
③ イベントサービス：主な取り組みと売上推移

- ・ 2Qには「HandMade In Japan Fes 2023」を開催し、盛況のなか幕を閉じた。
- ・ 前年同時期に、本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上が計上されていたため、今期は売上に下方圧力がかかったものの、大型イベントの集客がコロナ前の最盛期に近い水準にまで活況を取り戻しつつあり、2QはYoY103%での成長となった。
- ・ 一方で、上期累積では、上述のストア売上の累積影響が大きく、YoY88%で着地しているが、計画通りに推移している。

2Qの主な取り組み

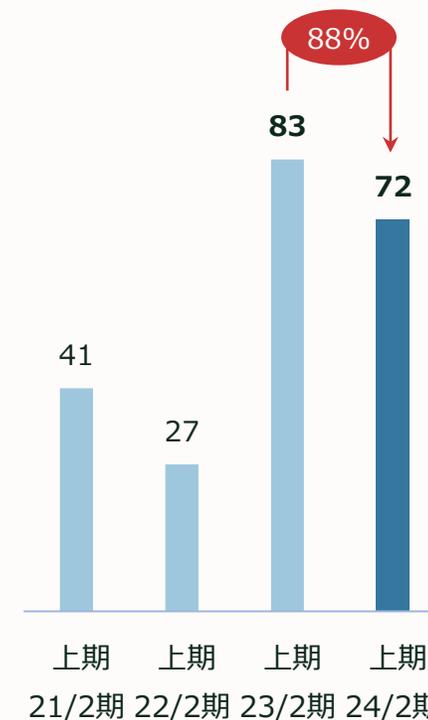
- ・ 2023年7月22日・23日に大型ハンドメイドイベント「HandMade In Japan Fes' 2023」を開催。最盛期には及ばないものの、大盛況のうちに幕を閉じた。
- ・ 2Q及び上期累計の売上は72百万円での着地となった。
- ・ なお、上期累積がYoY88%と前年比で減収となっているが、これは前年同時期に、本年1月をもって全店閉店となった「Creema Store」の売上が計上されていたためである。

四半期推移



本年1月をもって全店閉店となったCreema Storeの売上が計上されていた。

上期推移



23/2期にストア売上の上期分があるため、24/2期はYoYでは88%で着地。

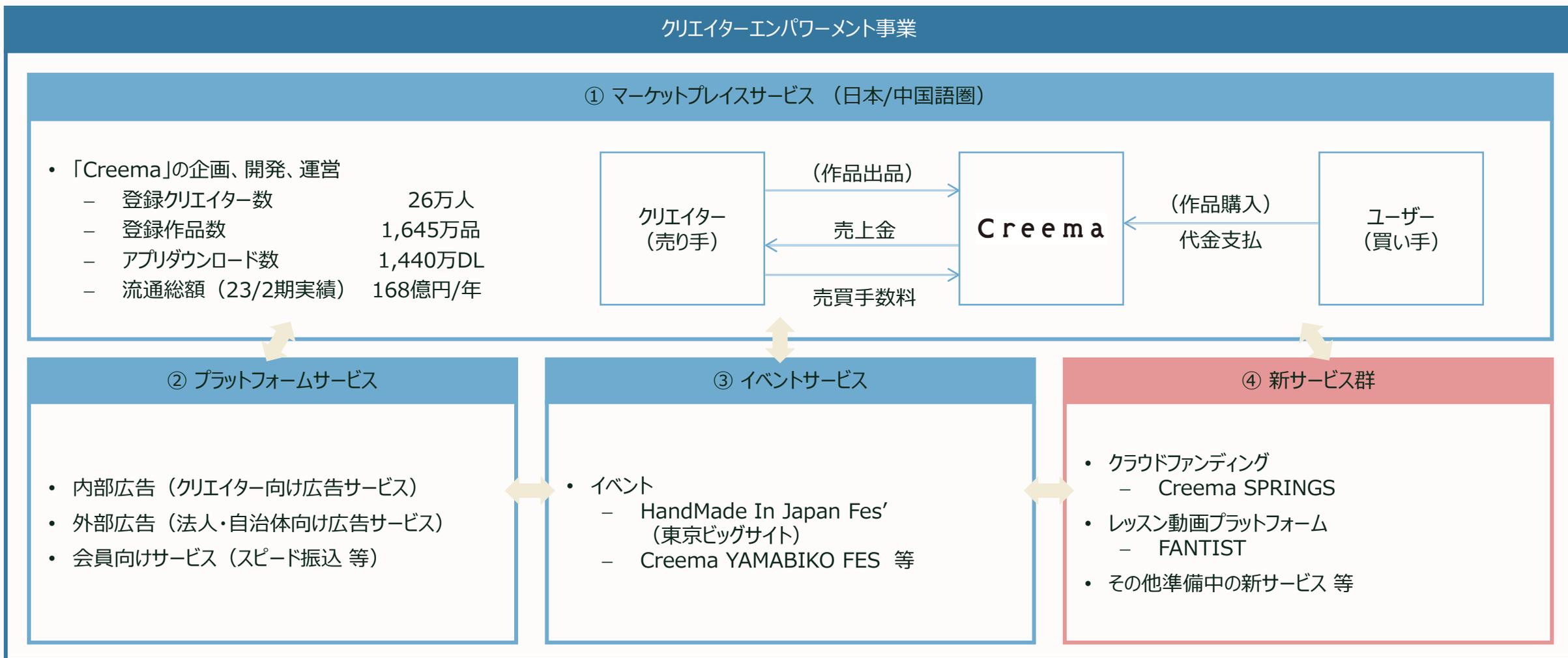
参考：HandMade In Japan Fes 2023 (2/2)

- 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、そして海外からも、たくさんの皆さまにご来場いただいた。
- 次回開催は今期2024年1月を予定しており、今回に匹敵する盛り上がり期待される。



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2,000本を超え、コンテンツが着実に拡充している。その結果、新サービス群の上期累積の売上はYoY255%と力強い成長を続けている。
- ・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2,000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 2Q業績まとめ

- ・ 2Qを含めた上半期は、期初計画通りに成長投資を実行しつつ、売上は12.4億円（前年同期比106%）と過去最高額を更新。
- ・ 営業利益は4百万円（前年同期比+68百万円）、経常利益は25百万円（前年同期比+89百万円）、純利益は12百万円（前年同期比+78百万円）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年2月期2Q	24年2月期2Q	昨対比		
			金額	率	
売上	1,170	1,239	+68	106%	オンラインサービスの売上が安定的に伸長したことに加え、大型イベントも無事開催でき、YoY106%で成長。
売上原価	260	258	▲2	99%	
売上総利益	909	980	+70	108%	
販管費	973	975	+2	100%	新規事業投資を加速していること等から、販管費はYoY100%で前期から横ばい。
営業利益	▲63	4	+68	—	その結果、営業利益はYoY+68百万円で増益。
経常利益	▲64	25	+89	—	コロナ関連の補助金が計上されたことで経常利益はYoY+89百万円で増益。
当期純利益	▲65	12	+78	—	最終的な純利益はYoY+78百万円の増益となった。

バランスシートの状況

- ・ 1Qに長期での借入を行っていたこともあり、2Q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 2Q	2024/2期 今期 2Q	YoY
資産合計	3,703	3,474	94%
流動資産	3,377	3,202	95%
内、現金及び預金	2,768	2,591	94%
内、売掛金	587	589	100%
内、その他	21	21	101%
固定資産	325	271	83%
負債合計	2,441	2,540	104%
流動負債	2,156	2,132	99%
内、預り金	1,533	1,531	100%
内、一年以内返済予定借入金	192	242	126%
内、その他	429	359	84%
固定負債	285	407	143%
内、長期借入金	280	407	146%
内、その他	4	0	0%
純資産合計	1,262	933	74%

2024/2期 今期2Q時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,202	流動負債 2,132
<ul style="list-style-type: none"> ・現金 2,591 ・売掛金 589 ・その他 21 	<ul style="list-style-type: none"> ・預り金 1,531 ・一年以内返済予定借入金 242 ・その他 359
	固定負債 407 <ul style="list-style-type: none"> ・長期借入金 407 ・その他 0
	純資産 933
固定資産 271	

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

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

上期終了時点では、想定を上回る外出需要の拡大等の煽りを受け、マーケットプレイスサービスで若干の売上成長鈍化こそあったものの、プラットフォームサービスの力強い成長や、大型イベントの成功等もあり、計画に対する進捗は凡そ予想通りに推移している。3Q以降も引き続き既存事業の磨き込みに加え、新期事業の拡大および新規リリースに向けた投資も継続し、更なる飛躍に向けた準備を進める。

Appendix



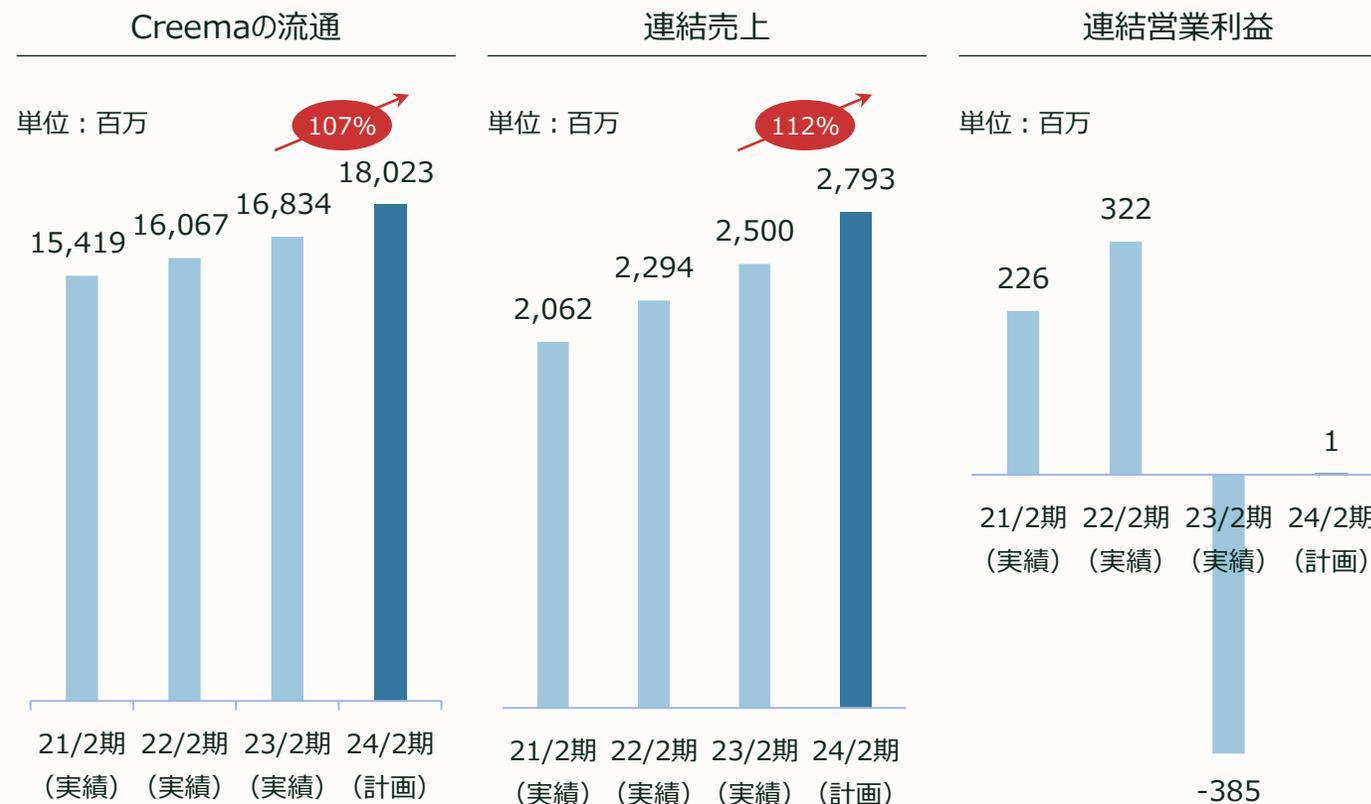
参考：今期の戦略方針と着地予想

- 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

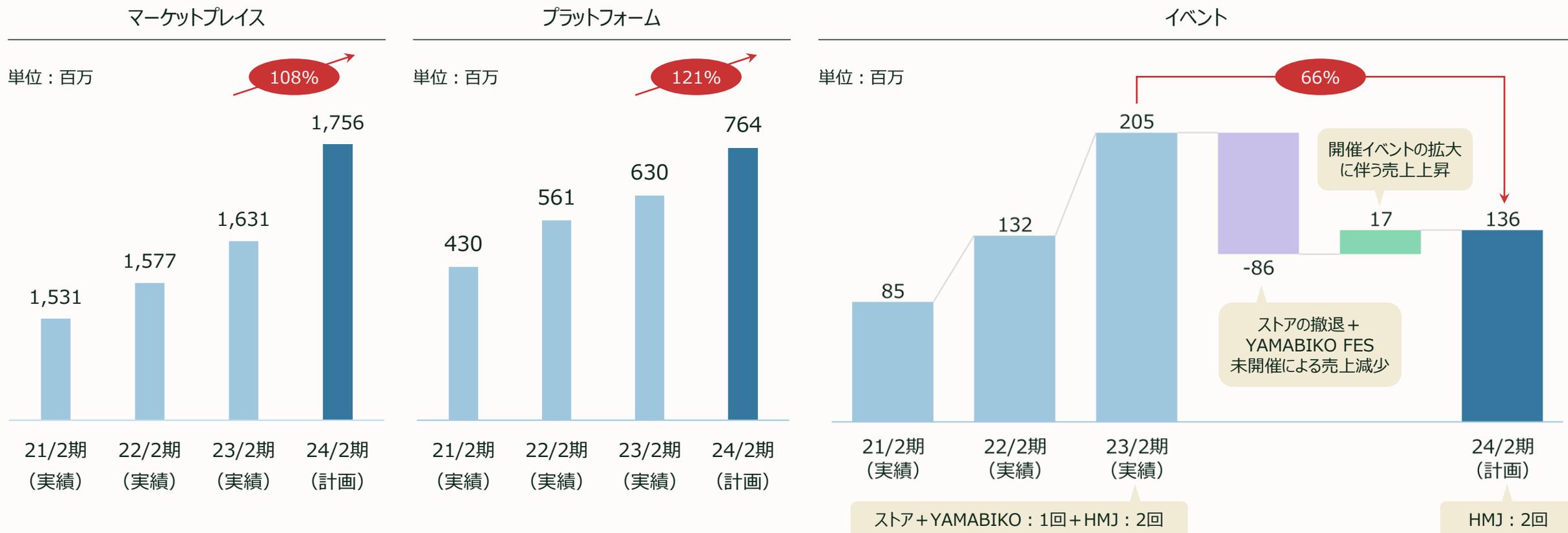
- 前期、TVCMをはじめとする大規模プロモーションにより高まったサービス認知度を追い風に、「Creema」及びそれに付随するサービスの利用者数を拡大すべく、デジタルマーケティング領域の強化や、検索ロジックの磨き込みも含め、CreemaのUI/UXの継続的な改善を行う。
- また、投資を続けてきた新規事業のひとつを今期中にリリースさせた上で、更なる追加投資を実施し、クリーム経済圏の拡大、収益の複層化を加速する。
- コストについては、年間を通じてTVCMを放映した前期との比較でプロモーション投資の規模は縮小させるものの、上述したオンライン領域事業のプロジェクト開発投資や、新規事業のリリース・ス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>