

株式会社クリーム（東証グロース：4017）
2026年7月

[illegible]

2027年2月期の注力方針

27/2期は、前期の取り組みにより強化されたサービス基盤の効力を最大化すべく、流入数の拡張を進めると同時に、市場・価値の再定義による「Creema」の大規模リニューアルを実施することで、ユーザー基盤を拡大し、流通総額および売上の成長率を拡大する。加えて、AIの本格活用による生産性向上、新サービスへの継続投資、M&Aの推進など、来期以降の本格的な収益拡大と、「クリーム経済圏」の成長加速に寄与する施策を推進。これにより、まずは今期の売上成長率を1段階引き上げつつ、来期より大幅な売上成長と増益を実現する事業基盤確立を目指す。

注力方針	概要
A 市場・顧客価値の再定義に基づく、「Creema」の大規模リニューアル	- 国内ハンドメイドマーケットプレイス市場で引き続き「圧倒的No.1」のポジションを確立。26/2期には「ギフト」軸で新たな価値訴求を行ったが、「Creema」が有するデザイン性・希少性・オリジナリティを活かした市場展開には、なお大きな成長余地がある。 - そこで、「ハンドメイド」という字義にこだわらず、対象市場・ユーザー価値を再定義し、クリエイティブやプロダクトの刷新を通じて市場拡大を推進。 - その延長で、リブランディングや出品制度の改編等の大胆な施策を進め、より多くの人・市場にリーチできるマーケットプレイスへと進化するとともに、より安全性・信頼性の高い購買環境を構築していく。
B 流入基盤の拡張	- 前期の取り組みによりCVR・取引単価・テイクレートは明確に向上。一方、SEOランク低下、なりすましメール影響、広告単価高騰により流入数が伸び悩んだことが、流通成長上の最大課題と認識。 - その解消に向け、前期テストを進めてきたマーケティング施策の拡張および広告費の増額により、効率を適正範囲に保ちながら流入数の拡大を推進すると同時に、外部ブランドとのコラボ推進、メルマガ大型改修によるリテンション向上等、積極的なプロモーション施策を推進。 - 加えて、前期リリースした「クリエイタープッシュ」に機能強化を行い、利用率向上を進めることで流入数の拡大を更に加速する。 - CVR、取引単価、テイクレートが向上した現在において、流入数の成長が加われば、その成長率以上に流通や売上は拡大することになる。
C 新サービス投資の継続拡大による収益力/テイクレート向上	「SPRINGS」「FANTIST」など新サービス群は高成長を継続（前年比122%）。 - 加えて、「クリエイタープッシュ」「Creema GIFT CATALOG」「匿名配送」など、Creemaの成長に資する新しい機能やサービスも多数創出 - これら新サービスへの投資を継続することで成長を加速させるとともに、全社テイクレートのさらなる向上を図る。
D AIの本格活用による生産性の向上	- 全社的にAIの活用を本格化し、業務効率の向上および付加価値創出の両面で成果を高める。 - 組織全体の生産性を底上げすることで、来期（2028年2月期）の大幅な増収増益を実現するための基盤を整備する。
E M&Aの積極活用	- 非連続的な成長を目指し、M&Aを推進。事業基盤を強化し、新たなシナジーを創出することで「クリーム経済圏」の価値と競争力を向上する。 26/2期は複数案件を本格検討するも、実行には至らず。 - 総額7～8億円程度を目安とするM&Aを実行する前提で、引き続き調査および交渉を推進する。

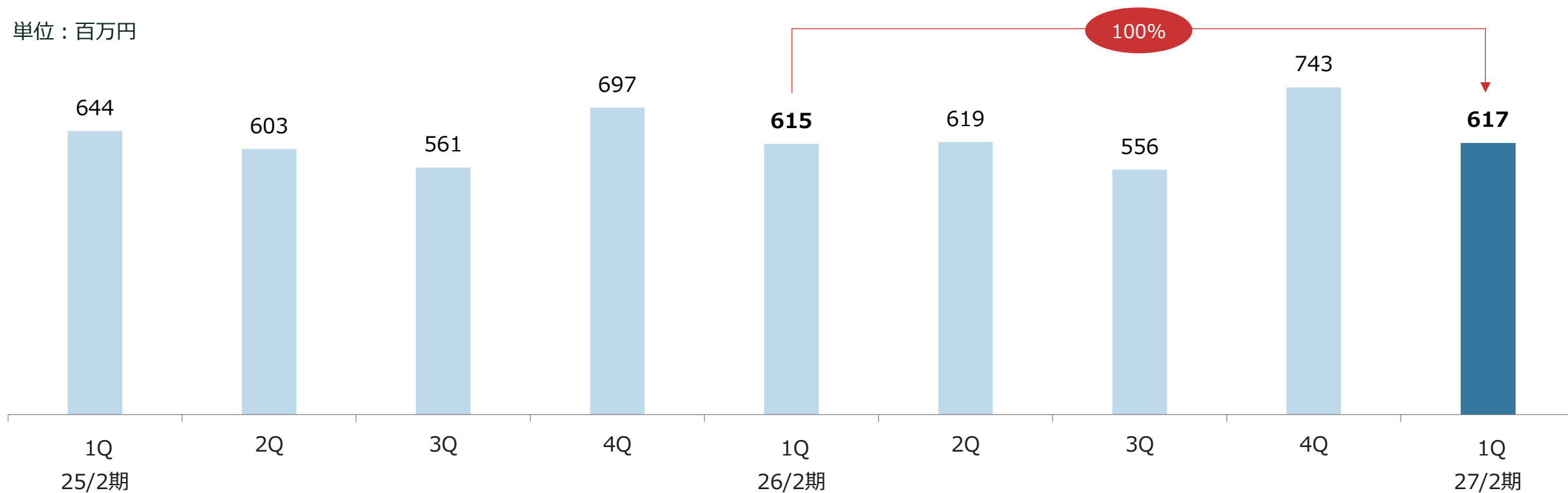
1Qでは、上記Cについて、新サービス群における開発およびプロモーションの加速（Creema SPRINGSにおける「みんなのたからもの」リリース等）を通じて一部先行実施。
A・B・D・Eについては、今期中の段階的な実施に向けて準備を進めた。

売上高の推移

1Qの売上高は、前年同期比100%となる617百万円の微増で着地した。マーケットプレイスサービスおよび新サービス群の売上高は前年同期を上回って推移した一方、プラットフォームサービスの売上が前年同期を下回ったことから、全社売上高としては概ね横ばいとなった。

四半期推移

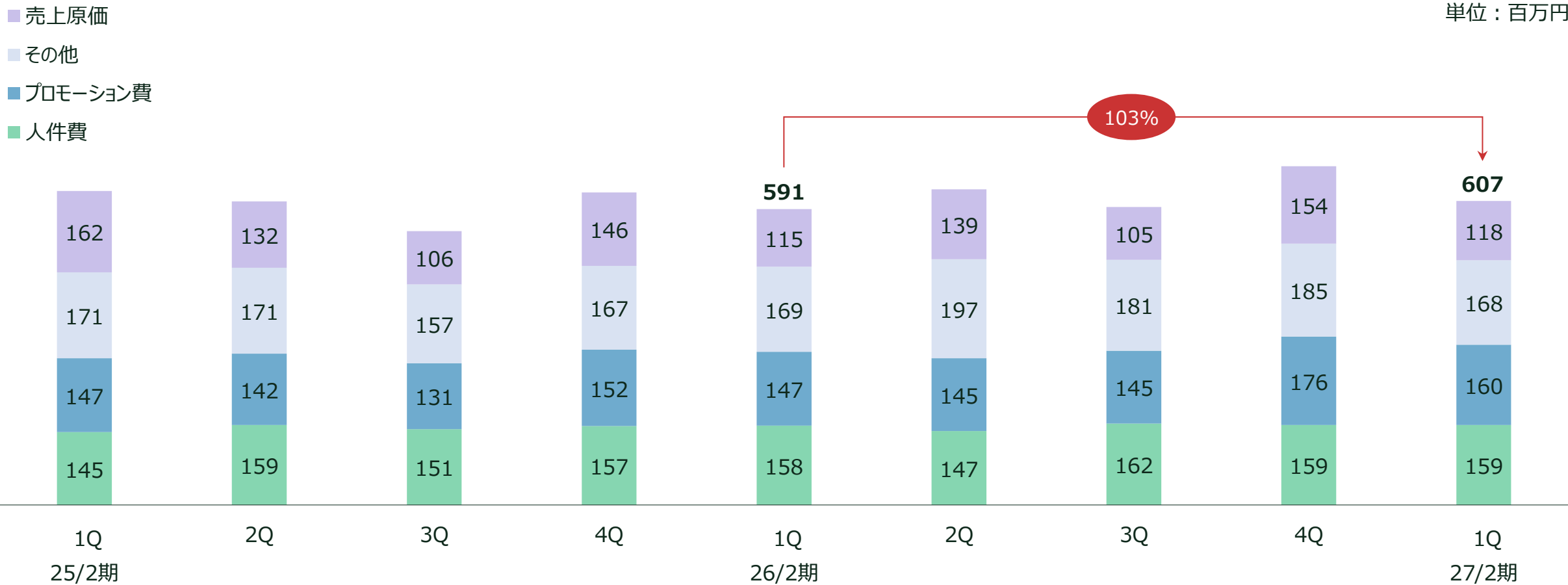
単位：百万円



コスト（売上原価・販管費）の推移

売上原価と販管費を合算した総コストは、前年同期比103%の607百万円となった。人件費およびその他費用は概ね前年同期並みに抑制した一方、新サービス群のプロモーション拡大を中心に、今期注力方針に沿って成長施策への投資を実行していることから、総コストは前年同期比で微増となった。

四半期推移

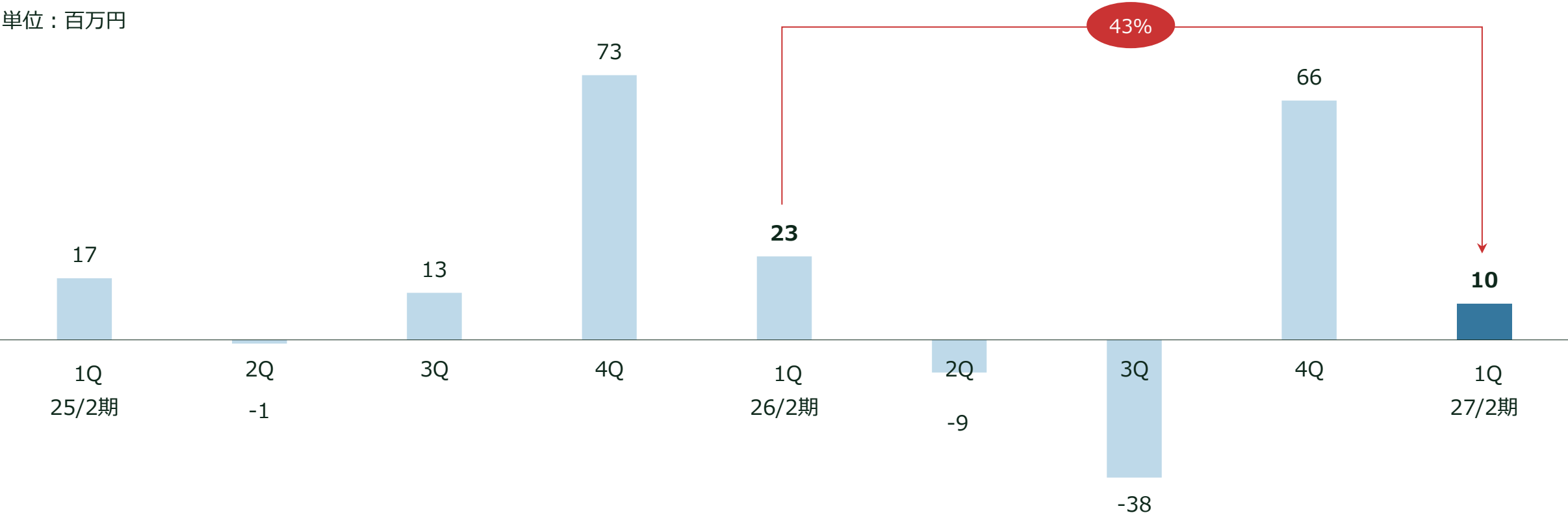


営業利益の推移

前述のとおり、売上高は前年同期比100%となる微増での着地となった一方、新サービス群を中心とした投資拡大により総コストは前年同期比103%となったことから、営業利益は前年同期比43%の10百万円となった。前年同期比では下回っている一方で、通期の計画比では順調に推移している。

四半期推移

単位：百万円

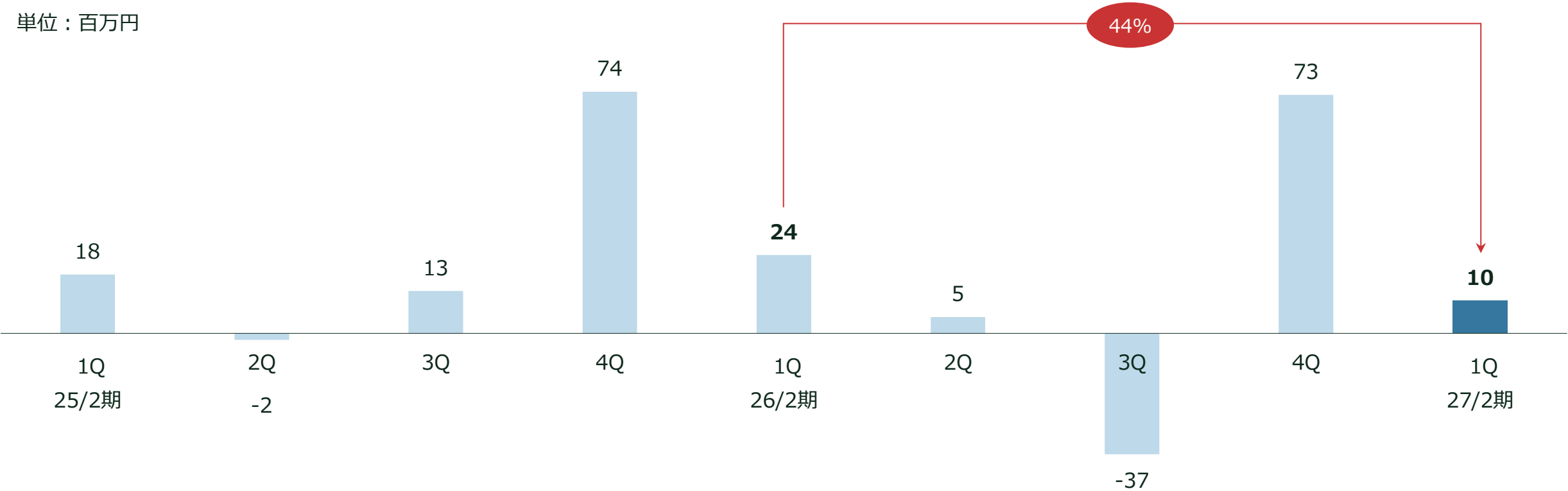


経常利益の推移

営業利益と概ね同様に、経常利益は前年同期比44%の10百万円となった。

四半期推移

単位：百万円

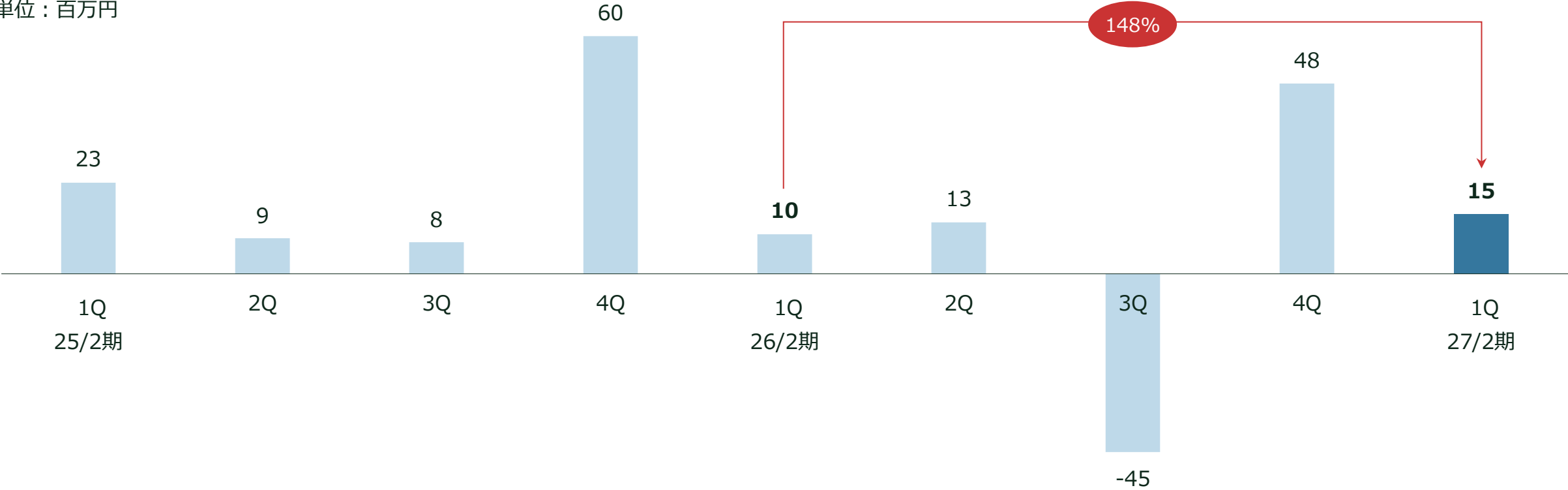


税後利益の推移

営業利益・経常利益は前年同期を下回った一方、法人税等調整額の影響により、税後利益は前年同期比148%の15百万円となった。

(参考) 四半期推移

単位：百万円



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）

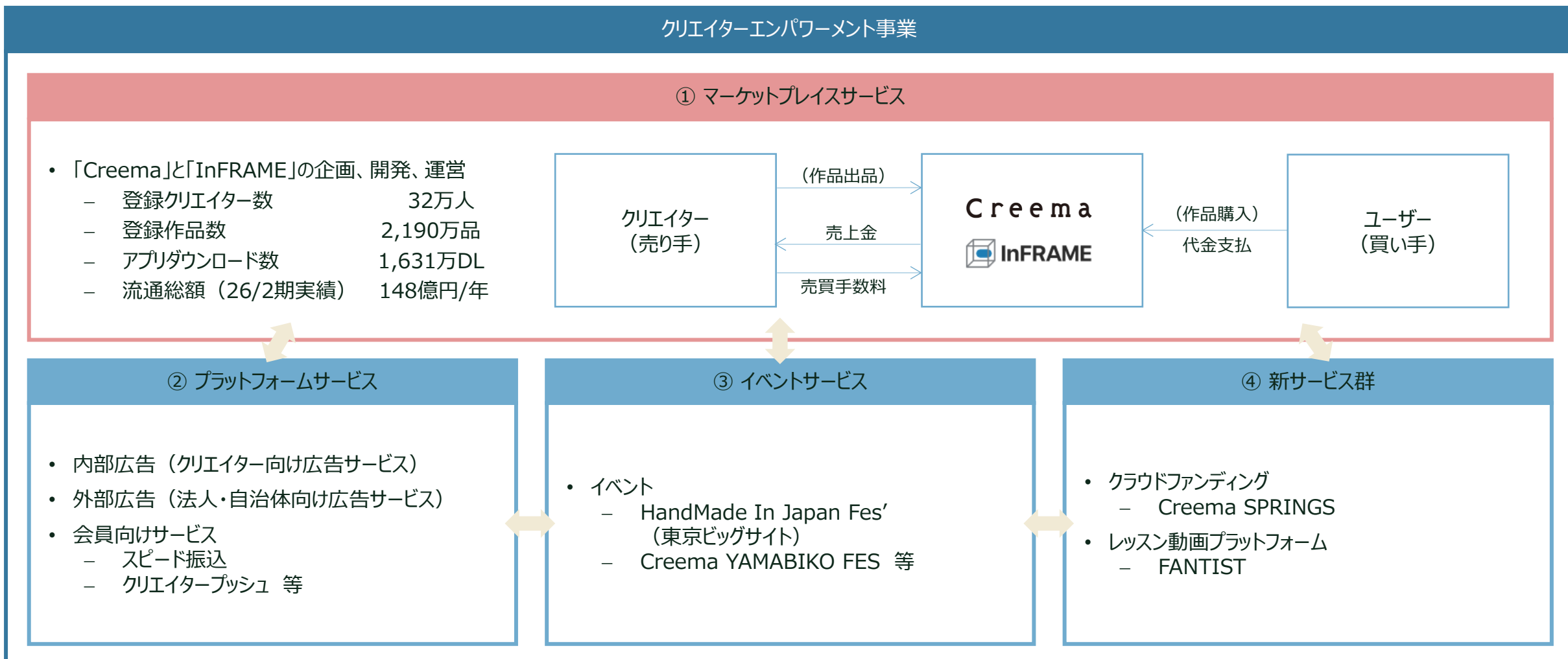
項目	26/2期 1Q末	27/2期 1Q末	前年比
資産合計	3,720	3,628	98%
流動資産	3,447	3,355	97%
内、現金及び預金	2,706	2,917	108%
内、売掛金	685	381	56%
内、その他	54	55	102%
固定資産	273	273	100%
負債合計	2,604	2,481	95%
流動負債	2,261	2,325	103%
内、預り金	1,638	1,586	97%
内、一年以内返済予定借入金	232	187	81%
内、その他	390	551	141%
固定負債	343	155	45%
内、長期借入金	343	155	45%
純資産合計	1,115	1,147	103%

27/2期1Q末時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,355	流動負債 2,325
・現金及び預金 2,917	・預り金 1,586
・売掛金 381	・一年以内返済予定借入金 187
・その他 55	・その他 551
	固定負債 155 ・長期借入金 155
	純資産 1,147
固定資産 273	

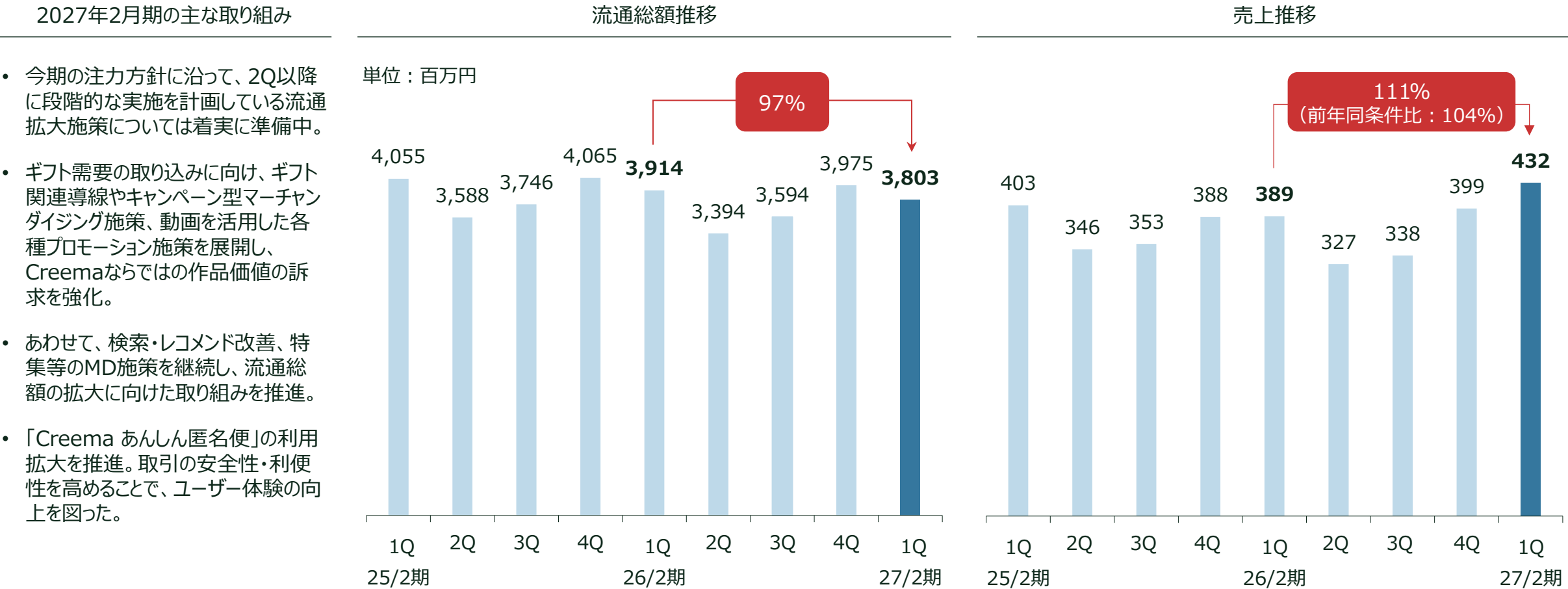
事業構造とクリーム経済圏

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：流通総額・売上推移

一部メールの不具合により流入数が前年同期を下回った影響から、マーケットプレイスサービスの流通総額は前年同期比97%の38億円となった。一方で、匿名配送やギフト関連施策等の前期からの注力施策によるテイクレート向上が寄与し、マーケットプレイスサービスの売上高は前年同期比111%の432百万円と伸長した。なお、一部サービスの売上区分変更の影響を除いた前年同条件比でも104%となり、いずれの場合においても流通総額を上回る売上成長となっている。



参考：新たな切り口で作品の価値を提案するキャンペーン型マーチャンドアイジング施策

「Creema」に出品されている作品の魅力を多面的に伝えるキャンペーン型マーチャンドアイジング施策を継続的に実施。第1四半期には「母の日」に合わせ、ギフトを探しやすい特設ページを展開し、用途や贈る相手、作品ジャンルなど複数の切り口から、Creemaならではの作品価値を提案。



Mother's day 

人気の
母の日ギフト特集



“早割”がうれしい
母の日ギフト
Mother's day 

Creema 限定
母の日ギフト
Mother's day 

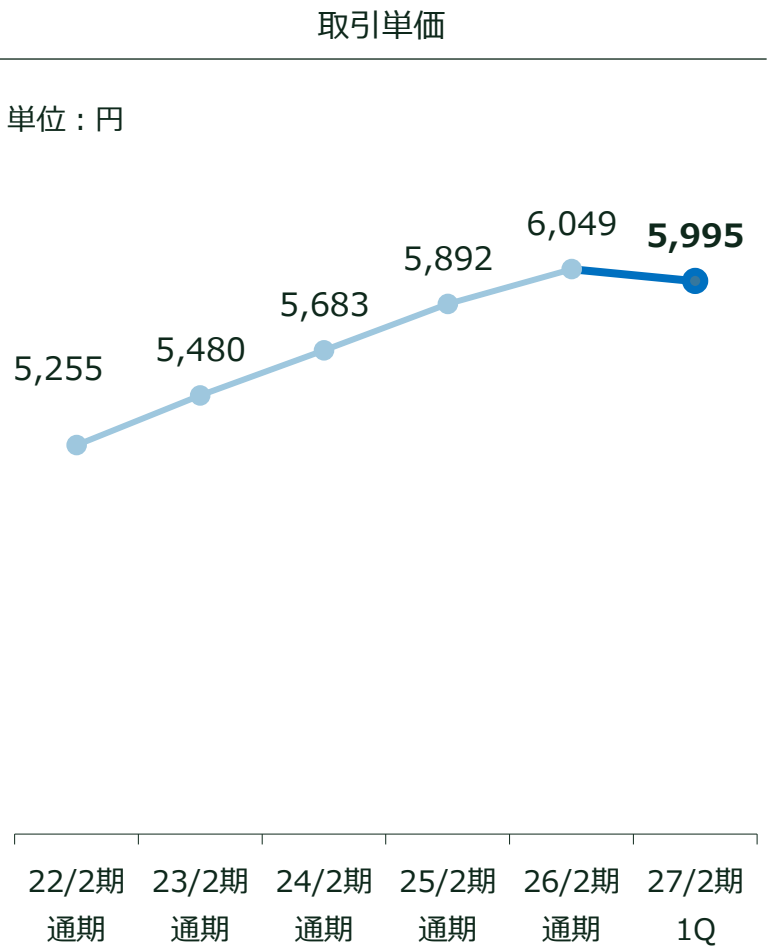
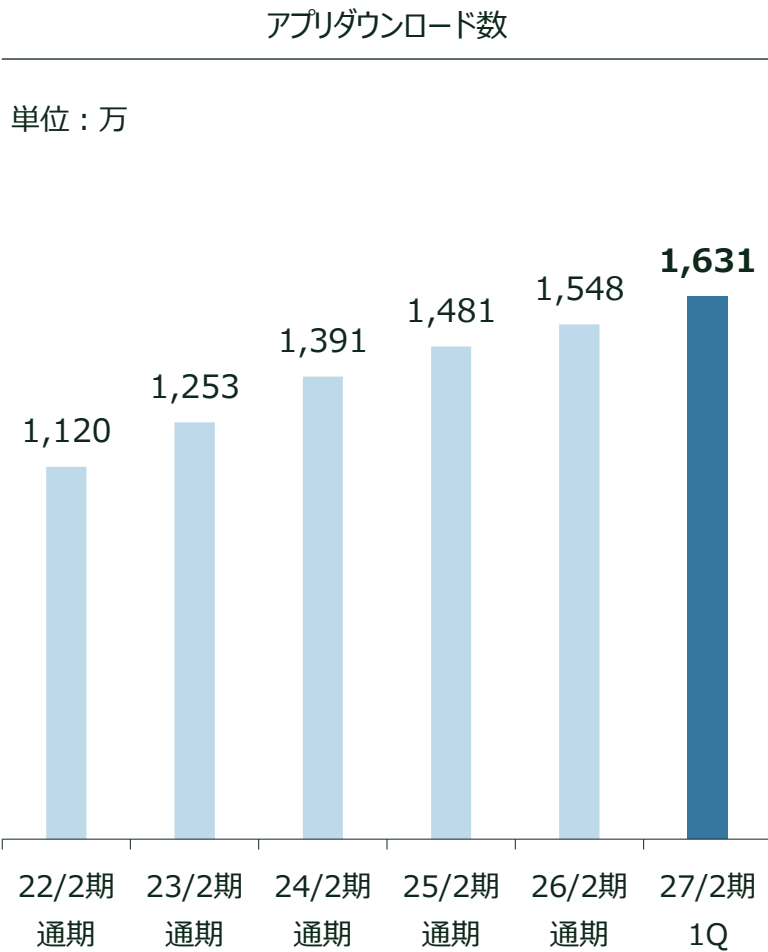
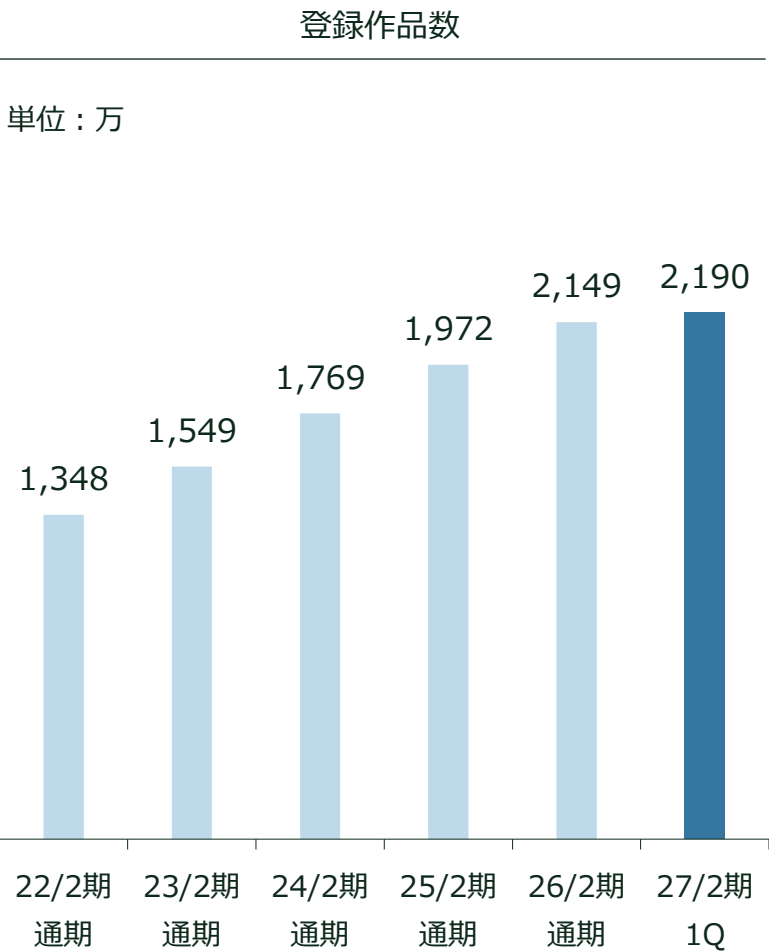
参考：動画広告による作品価値の訴求

前期に行ったサイトやアプリにおけるギフトコンテンツおよび導線の強化に続き、ギフト市場の開拓に向けた施策として、動画を活用した各種プロモーション活動を展開。静止画では伝えきれない作品の質感や使用シーンを訴求しやすい動画の特性を活かし、Creemaならではの作品価値の認知拡大を図った。



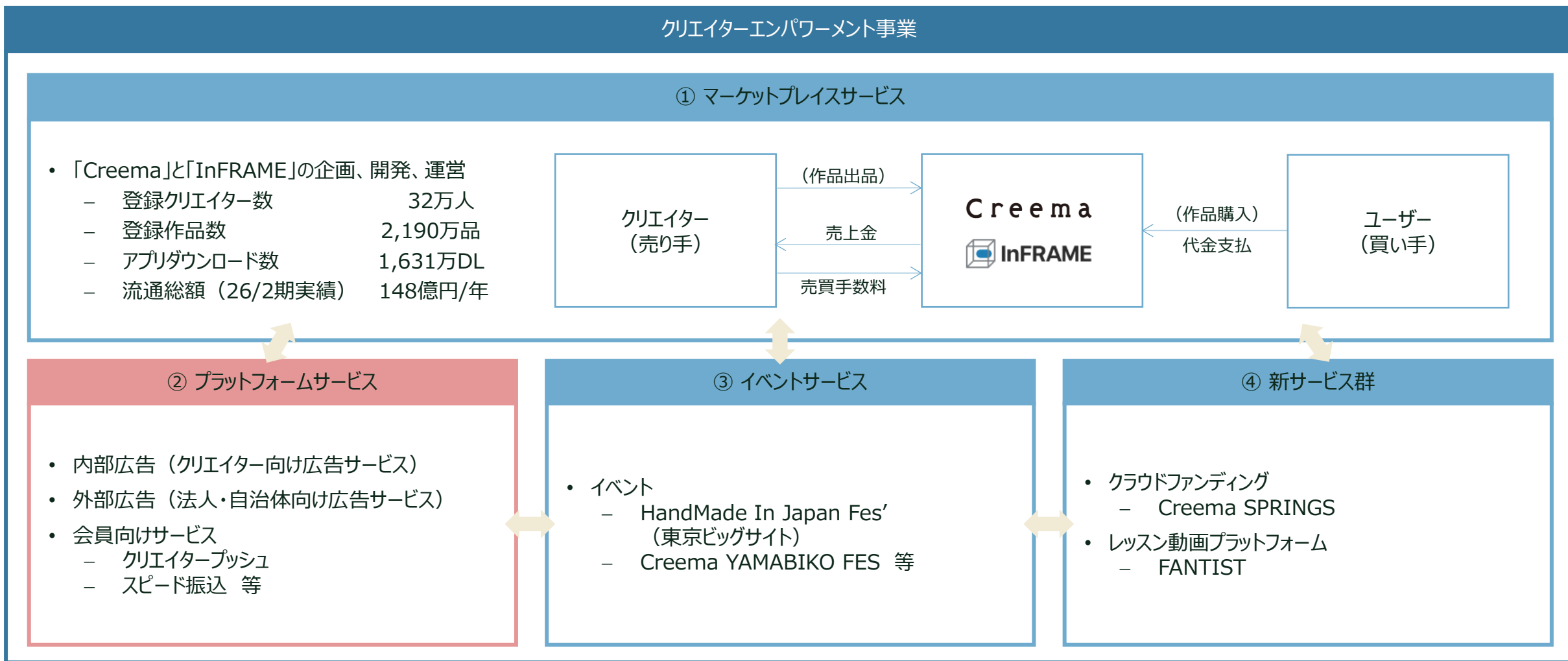
① マーケットプレイスサービス：KPI推移

1Qについては、取引単価が前期の通期実績を下回ったものの、登録作品数、アプリDL数は堅調に推移している。



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

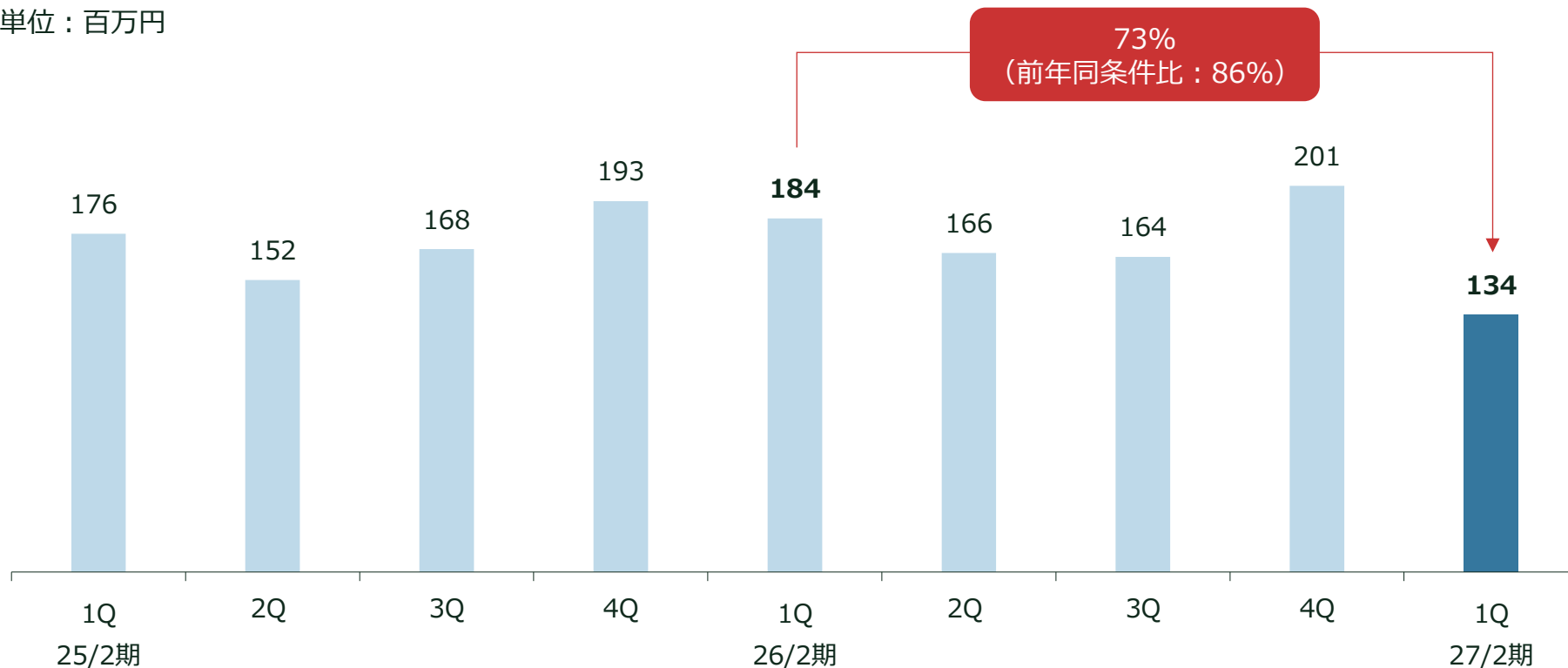
プラットフォームサービスでは、今期1Qにおける外部広告の納品が少なかったことに加え、前述したマーケットプレイスサービスの流入減による内部広告への直接的影響が重なり、売上高は前年同期比73%の134百万円となった。なお、一部サービスの売上区分変更の影響を除いた前年同条件比では86%となり、前年同期比では減少したものの、概ね計画通りの進捗となっている。外部広告の受注は加速しており、内部広告のサービス品質向上やクリエイタープッシュの利用促進等とあわせて成長施策を引き続き推進する。

2027年2月期の主な取り組み

- 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、広告枠や表示UIの改善を進め、利用拡大に向けた取り組みを継続した。
- 「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、企業向けPR施策などの支援を進めた。
- Creemaのクリエイターが自身のフォロワーに対し直接プッシュ通知を送信できるサブスクリプションサービス「クリエイタープッシュ」では、利用促進施策や機能改善を進め、継続的な利用拡大を図った。

四半期推移

単位：百万円



参考：オリジナルワークショップ2026@東京ドームシティ

企業・商業施設向けのPR支援として、「Creema」のクリエイター基盤を活用したワークショップ企画を展開。東京ドームシティにおいて、来場者がものづくりを体験できるオリジナルワークショップを実施し、施設への集客および顧客体験価値の向上を支援した。

TOKYO DOME CITY



Creema

オリジナル ワークショップ 2026

@東京ドームシティ

Creema ORIGINAL WORKSHOP

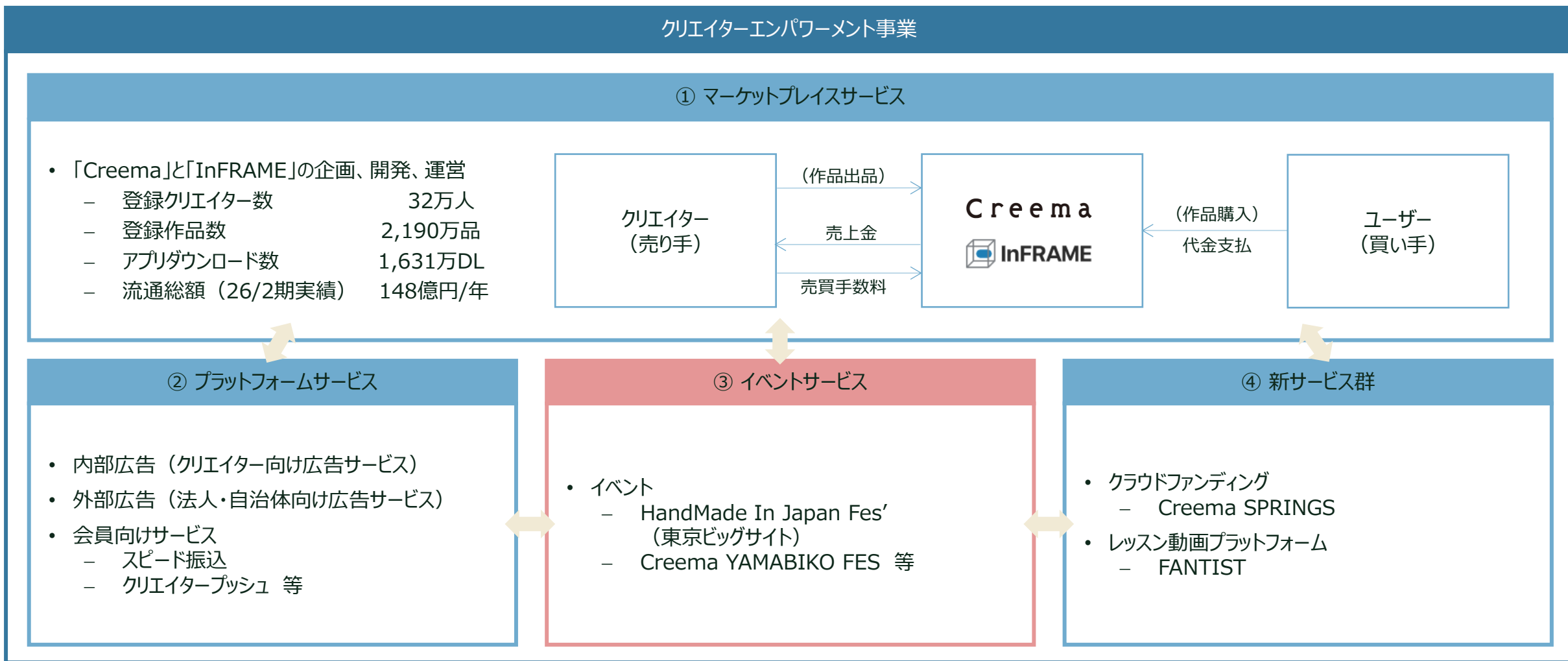
参考：熊本ものづくり紀行

地方創生プロジェクトの一環として、熊本県のものづくりや地域資源の魅力を発信する特設企画を展開。「Creema」のクリエイター基盤および編集力を活用し、地域ならではの素材・技術・作り手の魅力を作品を通じて紹介することで、地域PRおよび認知拡大を支援した。



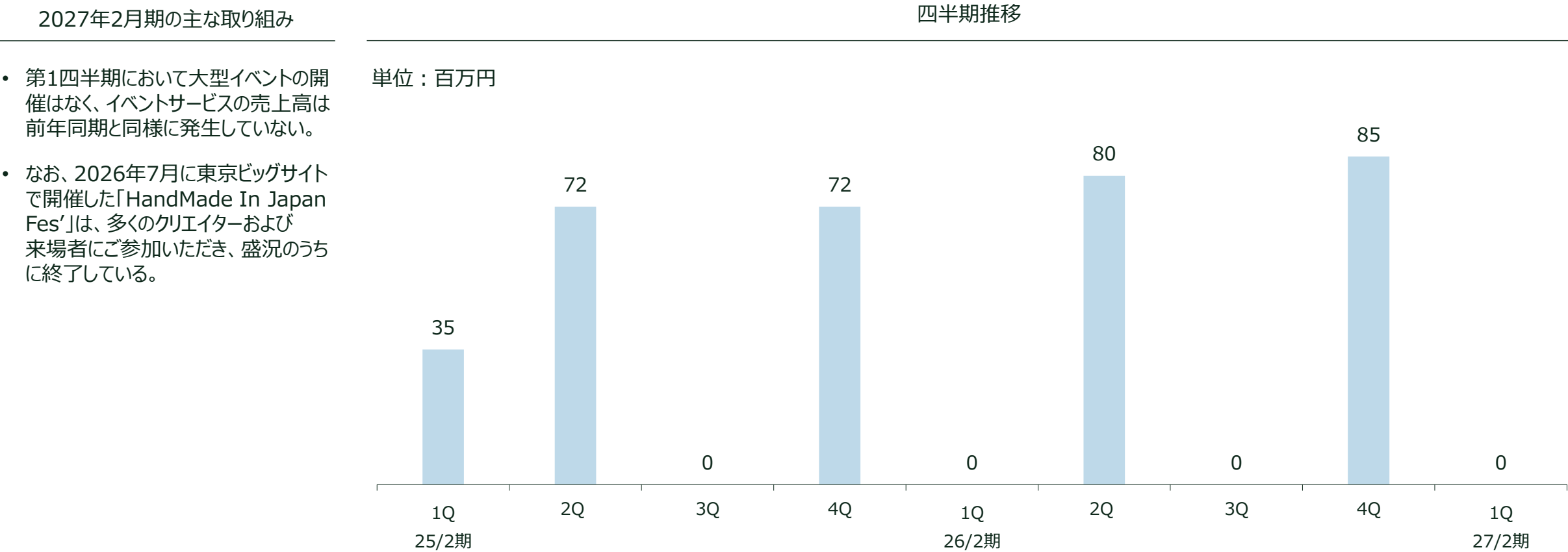
再掲：事業構造とクリーマ経済圏

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

イベントサービスでは、第1四半期に大型イベントの開催はなく、売上高は前年同期と同様に発生していない。一方、第2四半期に開催した「HandMade In Japan Fes'」に向け、準備を進めた。



参考：HandMade In Japan Fes’

2026年7月11日・12日に、東京ビッグサイトにて日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes’」を開催。全国各地のクリエイターによる作品販売、ワークショップ、ライブステージ等を通じて、ものづくりの魅力をリアルの場で発信し、多くのクリエイターおよび来場者に参加いただいた。なお、開催結果の詳細については、2Qの決算説明にて報告する予定である。



The graphic is a promotional poster for 'HandMade In Japan Fes' 2026. It features a central text area with a light gray background, surrounded by a collage of images and decorative elements. The text 'HMJ 2026' is prominently displayed in large, bold, black letters. Below it, 'HandMade In Japan Fes' is written in a smaller, black font. The dates '7/11^{SAT} - 7/12^{SUN}' and the location '東京ビッグサイト' are also included. A circular icon indicates the time '11:00 - 19:00'. The collage includes various handmade items: a chocolate-covered cake, a glass of colorful gelatin, a gold necklace, a woven basket, a lamp, a watch, a small basket, a keychain, and a photo of the event from the previous year. The background is decorated with large, semi-transparent circles in orange, blue, and yellow.

**HMJ
2026**

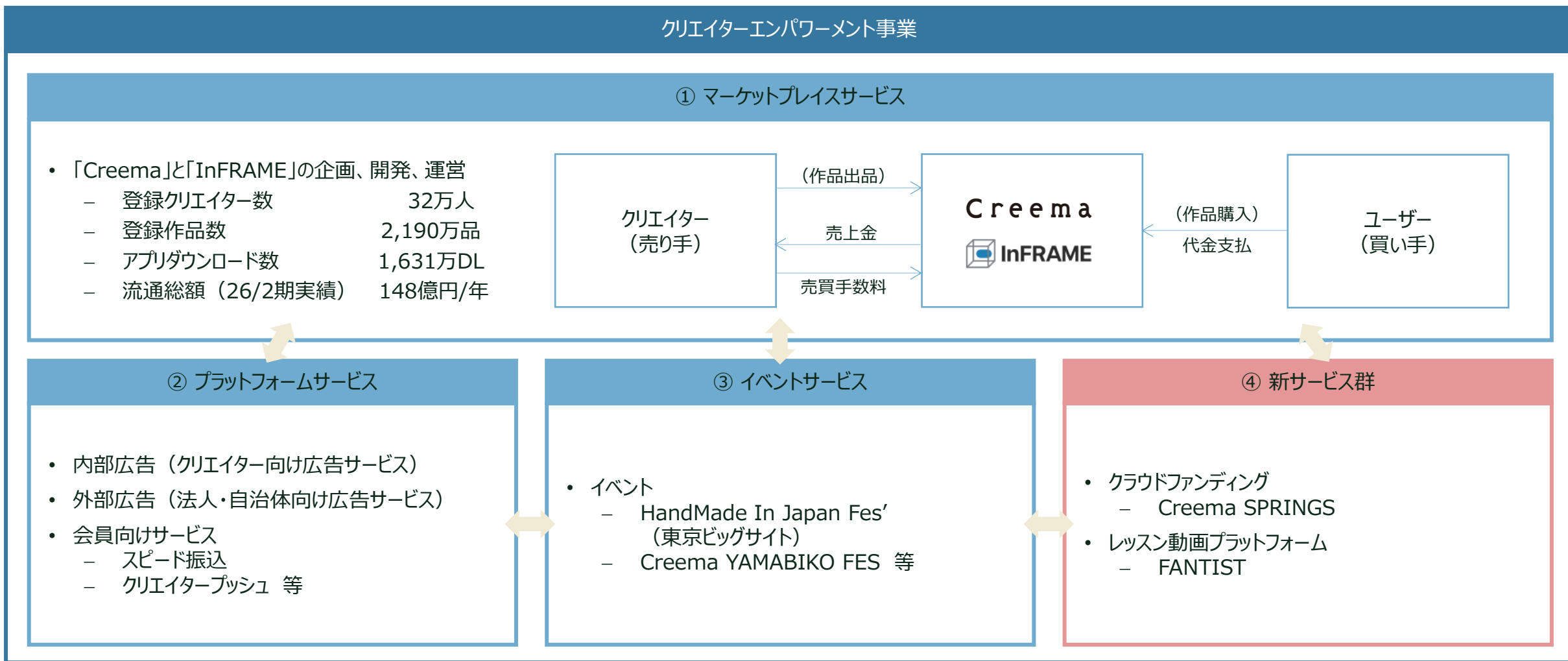
HandMade In Japan Fes

7/11^{SAT} - 7/12^{SUN}
東京ビッグサイト

**11:00
-
19:00**

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」

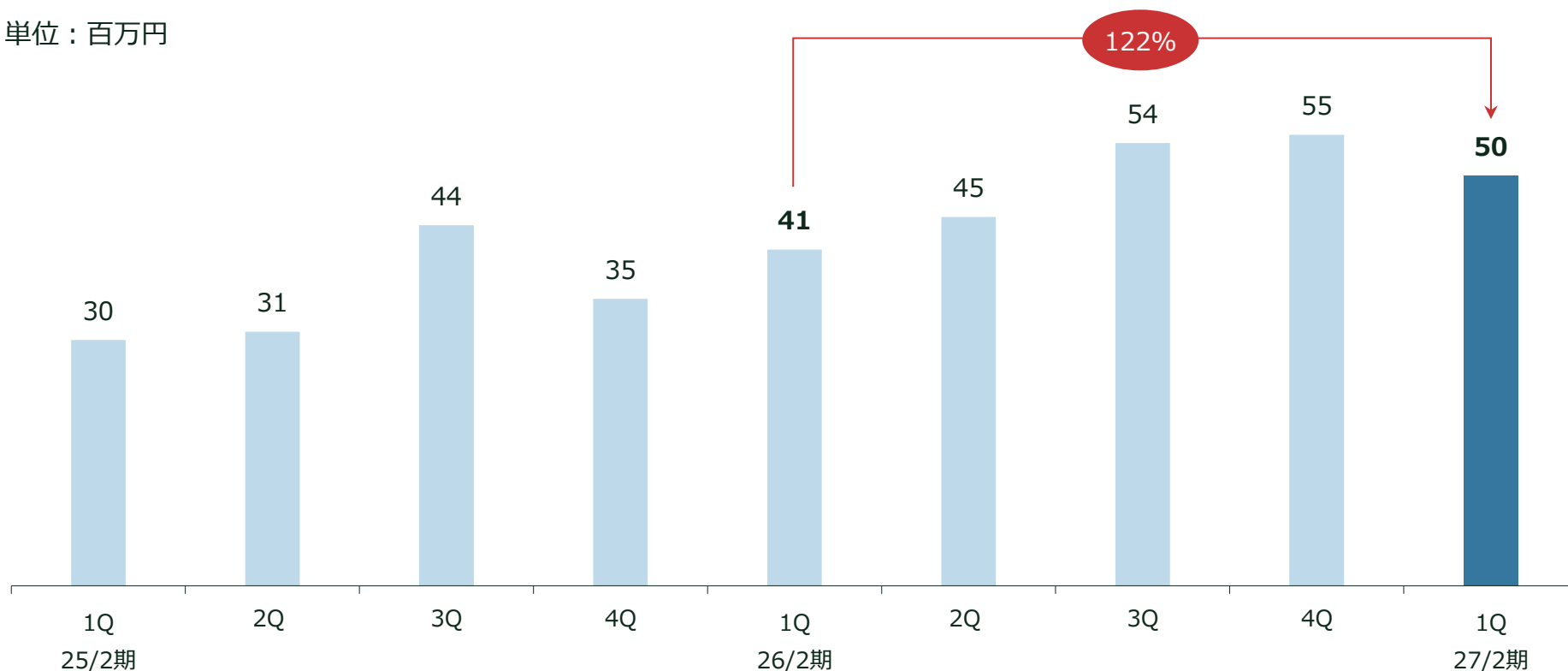
新サービス群では、Creema SPRINGSにおける新企画「みんなのたからもの」のリリースや、営業およびプロモーションの強化、FANTISTにおける更なるコンテンツ拡充を進めるとともに、来期以降の成長ドライバーとなり得る新たな取り組みの検証を進めた。その結果、1Q売上は前年同期比122%となる50百万円と拡大した。

2027年2月期の主な取り組み

- 「Creema SPRINGS」では、作り手の想いや作品に込められたストーリーを起点としたプロジェクト創出を推進。また、技術や文化を未来へ紡ぐ新企画「みんなのたからもの」を始動し、伝統工芸や神社仏閣の維持など、後世に受け継がれるべき地域資産に特化したプロジェクトを展開した。
- 「FANTIST」では、成長性と収益性の高い公式コースに注力し、アート・ハンドメイド領域に加え、健康・暮らし・小規模事業者向けスキル等のテーマを中心に公式コースの拡充を進めるとともに、来期以降の成長ドライバーとなり得る新たな取り組みの検証を進めた。また、提供する動画数は日本最大級となる2,700本を超えている。

四半期推移

単位：百万円



参考：Creema SPRINGSの取り組み事例（1/2）

Creema SPRINGSでは、作り手の想いや作品に込められたストーリーを起点としたプロジェクト創出を推進。第1四半期には、新企画の展開や営業活動の強化を通じて、Creemaのユーザー基盤と親和性の高いクラウドファンディングプロジェクトの拡充に取り組んだ。



Creema SPRINGSでは、技術や文化を未来へ紡ぐ新企画「みんなのたからもの」を始動。全国各地に根づく伝統技術や文化、神社仏閣の維持など、後世に受け継がれるべき地域資産に特化したプロジェクトを展開し、作り手や担い手の想いに共感する支援者との新たな接点創出に取り組んだ。



技術と文化を未来へ紡ぐ クラウドファンディング

みんなの
たからもの

Creema SPRINGS



参考：FANTIST公式コースの取り組み

FANTISTでは、成長性の高い公式コースを成長ドライバーと位置づけ、ユーザーニーズの高い領域での新規講座開発を継続。第1四半期には、健康・暮らし・小規模事業者向けスキル等のテーマを中心に公式コースの拡充を進め、商品ラインナップの強化と継続受講の促進に取り組んだ。



2027年2月期 PL計画

来期以降の売上・利益の本格拡大に向け、その基盤構築を迅速かつ集中的に進めるべく、今期は売上高で前期比110%の成長を見込む一方、成長投資を優先するため営業利益は前期比14%まで減少する見通し。なお、繰延税金資産等の影響から、当期純利益は前期比115%で伸長する計画。

	参考：2026年2月期	2027年2月期	対前年比		参考：主要サービス別売上予想	
単位：百万円			金額	率		
売上	2,535	2,780	+ 245	110%	マーケット プレイス	1,748 前期比：120% (当期基準ベース前年比：112%)
売上原価	515	597	+ 82	116%		
売上総利益	2,020	2,183	+ 163	108%	プラット フォーム	669 前期比：94% (当期基準ベース前年比：110%)
販管費	1,977	2,177	+ 200	110%		
営業利益	42	6	▲ 36	14%	イベント	111 (前期比：67%)
経常利益	66	20	▲45	31%		
当期純利益	27	31	+4	115%	新サービス群	250 (前期比：128%)

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に係る様々な取り組みを推進していく。

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。



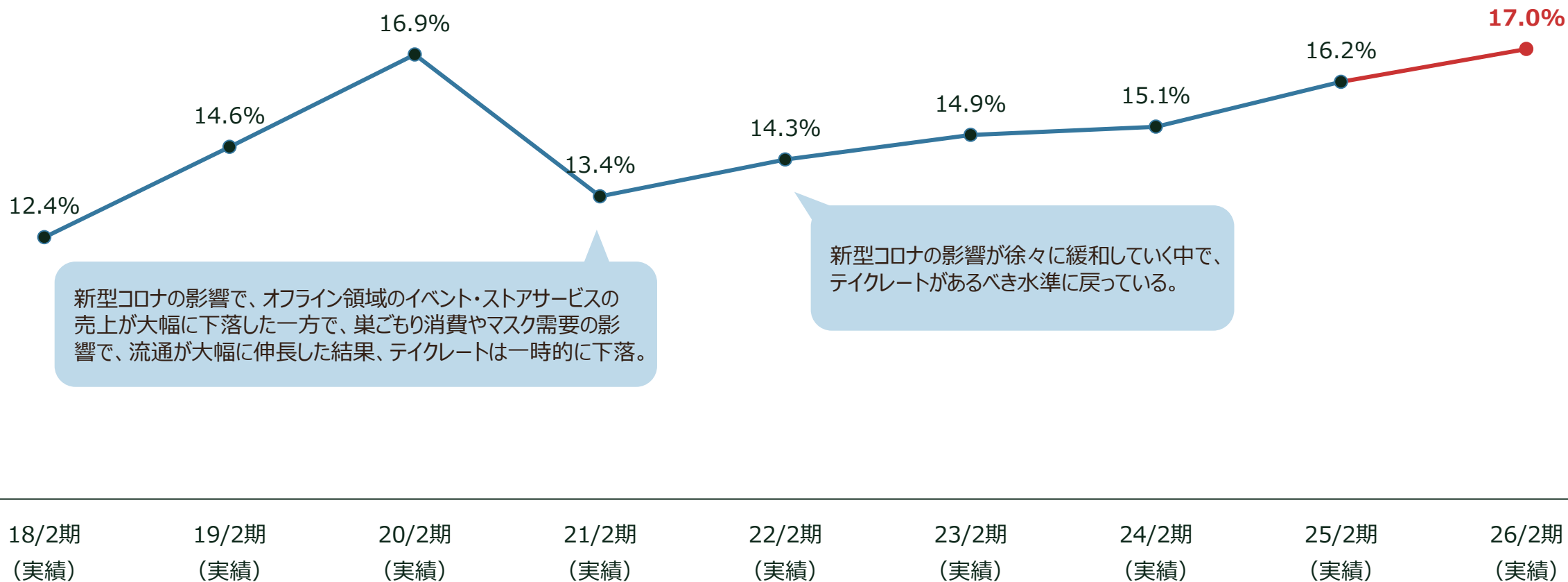
参考：ESGに係る取り組み事例

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：全社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。



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>