

株式会社クリーマ（東証グロース：4017）
2026年1月14日

[illegible]

**2026年2月期
第3四半期業績**



今期の注力方針

2026年2月期は、マーケットプレイスサービスの再成長に向けた準備を迅速に整えるとともに、高い成長ポテンシャルを持つ新サービスへの投資を拡大することで収益の複層化を進めつつ、M&Aも積極的に活用し、中長期的な成長に向けた戦略施策を集中的に推進する時期と位置付けた。

注力方針

概要

1

Creemaの成長に向けた
戦略施策の動員

- ・ 市場規模が大きく、当社サービスと親和性の極めて高い領域である「ギフト市場」への本格的な参入を進める。
- ・ 検索・パーソナライズ等のプロダクト改良を継続し、ユーザー体験およびCVRの向上を図る。
- ・ 新たな配送サービス等、サービス面でも複数の仕組みを拡充し、上述とあわせユーザー体験の大幅な向上を推進する。
- ・ Web広告の高騰課題に対応すべく、SEO改善に加え、新たな手法確立のため新規プロモーションを一時的に拡大する。
- ・ 加えて、サービス間のポイント連携を開始することで、グループシナジーを強化する。
- ・ 今期できる限り早いタイミングでの上記実行を目指し、前期減少したマーケットプレイスの売上高および流通総額を再成長軌道に引き戻すと同時に、来期以降の成長率を加速させる事業基盤を構築する。

2

更なるサービス複層化による
収益力/テイクレート向上

- ・ 「新たな作家向けマーケティング機能の提供」「ギフト関連サービス」「新たな配送サービスの導入」など、ユーザーニーズが高く、かつ既存事業とシナジーも大きい新たなサービスを順次拡充する。
- ・ これにより、更なるサービス複層化を進め、流通総額とテイクレートの同時拡大を実現する。

3

新サービス投資の継続拡大

- ・ Creema SPRINGSでは、組織規模を拡大し、プロジェクト数の拡大を目指すとともに、「Creema」との連携強化を通じて、利用者数の更なる増加を目指す。
- ・ FANTISTについても組織規模を拡大し、コースレッスンや資格習得講座をはじめとするレッスン動画数を大幅に拡大させることで更なる成長を図るとともに、“日本最大級のオンライン習いごとサービス”としてのポジション確立を目指す。
- ・ InFRAMEでは、Creemaとの連携機能を中心に機能開発を強化すると同時に、出店数の拡大に向けた施策を推進する。

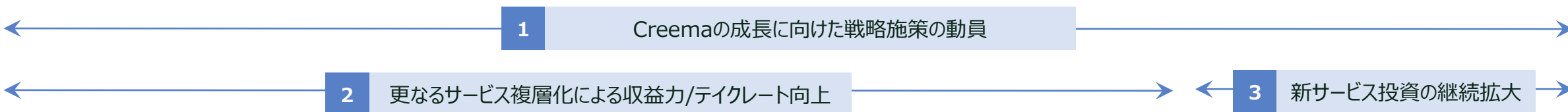
4

M&Aの積極活用

- ・ 今後2年以内に、総額7～8億円規模のM&Aを実行する前提で調査・交渉を進める。
- ・ このM&Aにより、当社の事業基盤を強化し、成長を加速させるための新たなシナジーを創出し、『クリーム経済圏』全体の価値および競争力を一層高めることを目指す。

今期の注力方針に則った4つの新サービス/新機能の連続リリース

前述した今期注力方針1～4の中で、3つ以上の同時達成を企図する重要施策を連続的に推進。注力方針「1」と「2」を推進すべく、ギフト市場開拓に向けた第一弾サービス「Creema GIFT CATALOG」の提供を開始したほか、「Creema」に「ギフトタブ」および「eギフト機能」を追加実装。フォロワーに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」や、匿名配送サービス「Creema あんしん匿名便」の提供も開始。注力方針「1」と「3」の推進に向け、「Creema」と「Creema SPRINGS」における全面的なポイント連携もスタートした。



ギフト関連施策



ギフトカタログサービス「Creema GIFT CATALOG」の提供を開始するとともに（2Q）、「Creema」にギフト探索に特化した「ギフトタブ」を追加実装（3Q）。

クリエイタープッシュ



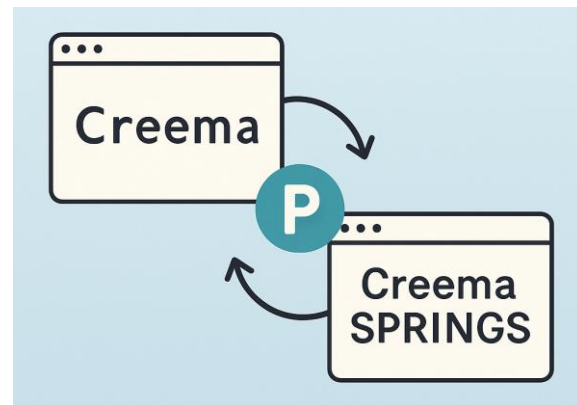
Creemaのクリエイターが、自身のフォロワーに対し直接プッシュ通知を送信できるサブスクリプションサービス「クリエイタープッシュ」を、2025年7月末にリリース（2Q）。

Creema あんしん匿名便



購入者・出品者双方が住所や氏名を開示せずに取引できる匿名配送サービス「Creema あんしん匿名便」を2025年9月末に提供開始（3Q）。

ポイント連携強化



「クリーム経済圏」強化による顧客価値の向上と各サービスの拡大を目的に「Creema」と「Creema SPRINGS」間の全面的なポイント連携を2025年9月に開始（3Q）。

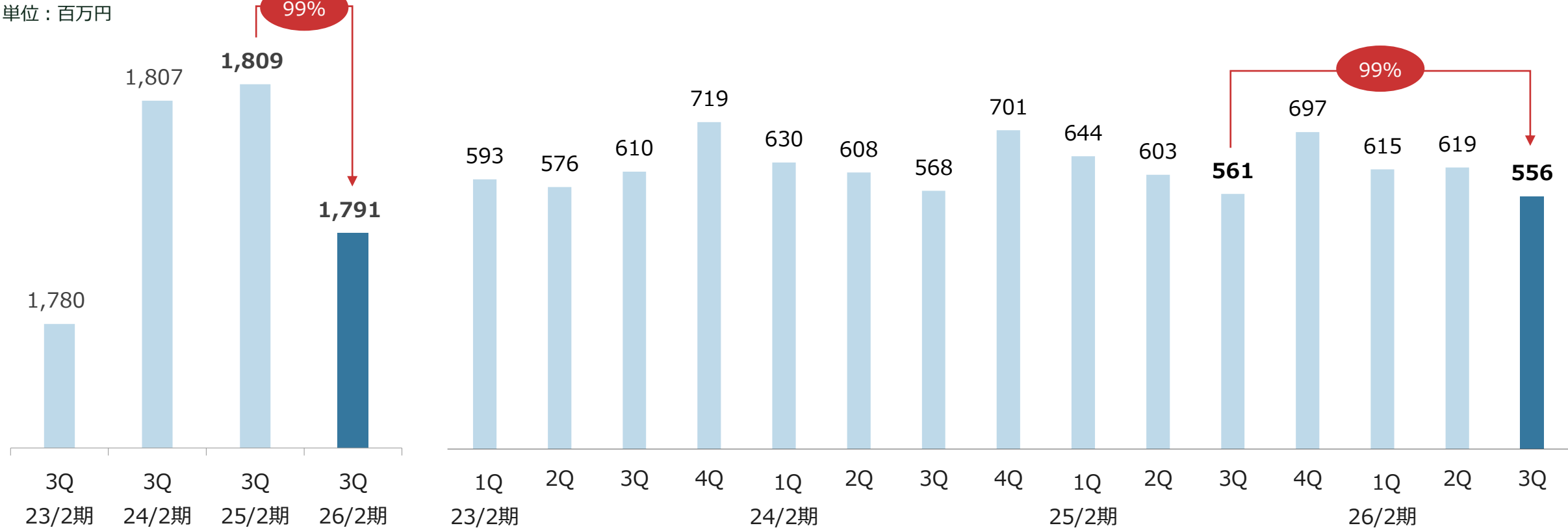
売上高の推移

大型イベント「Creema YAMABI KO FES」の開催を今期は見送ったため、3Qまでの累積売上高は前年同期比99%となる17.9億円で着地。なお、同イベントの影響を除けば前年同期比101%となり、緩やかではあるものの成長軌道への回復が進んでいる。

累積推移

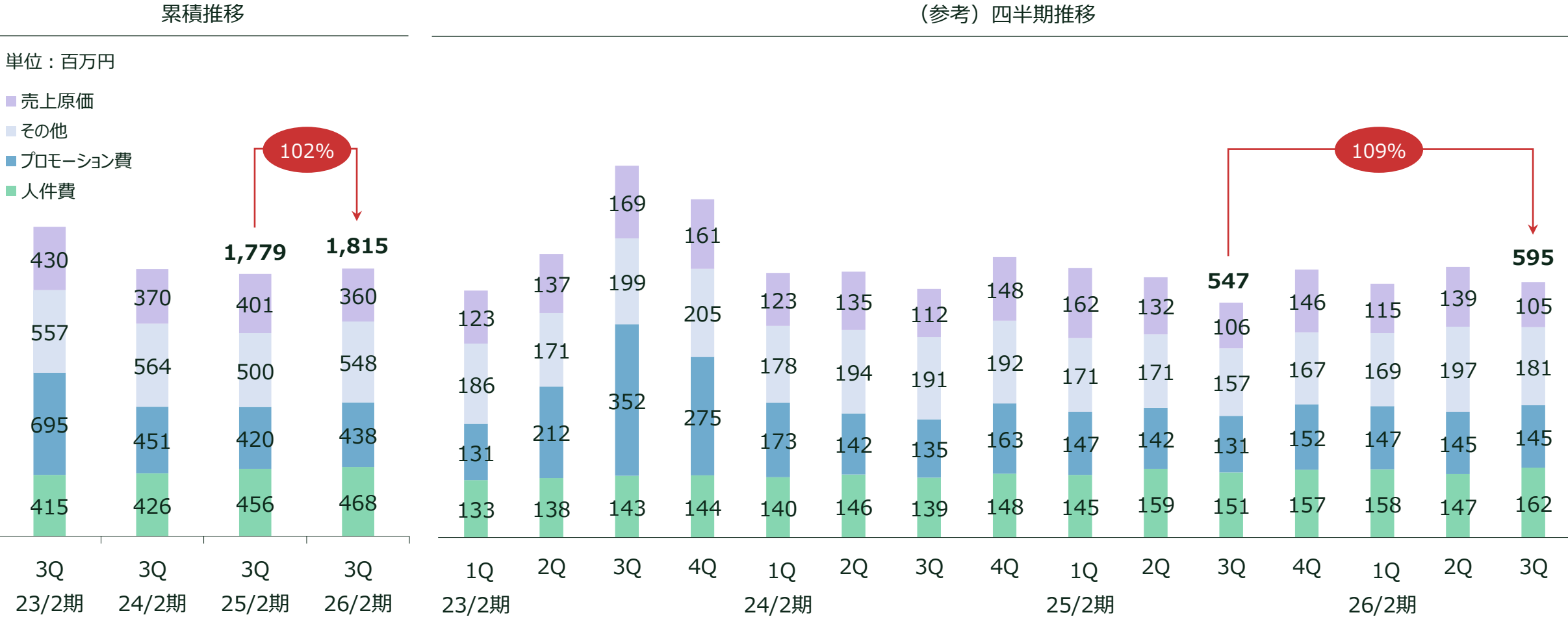
(参考) 四半期推移

今期は1Qに大型イベントが未開催故、YoY 99%に留まるも、その影響を除けば101%。



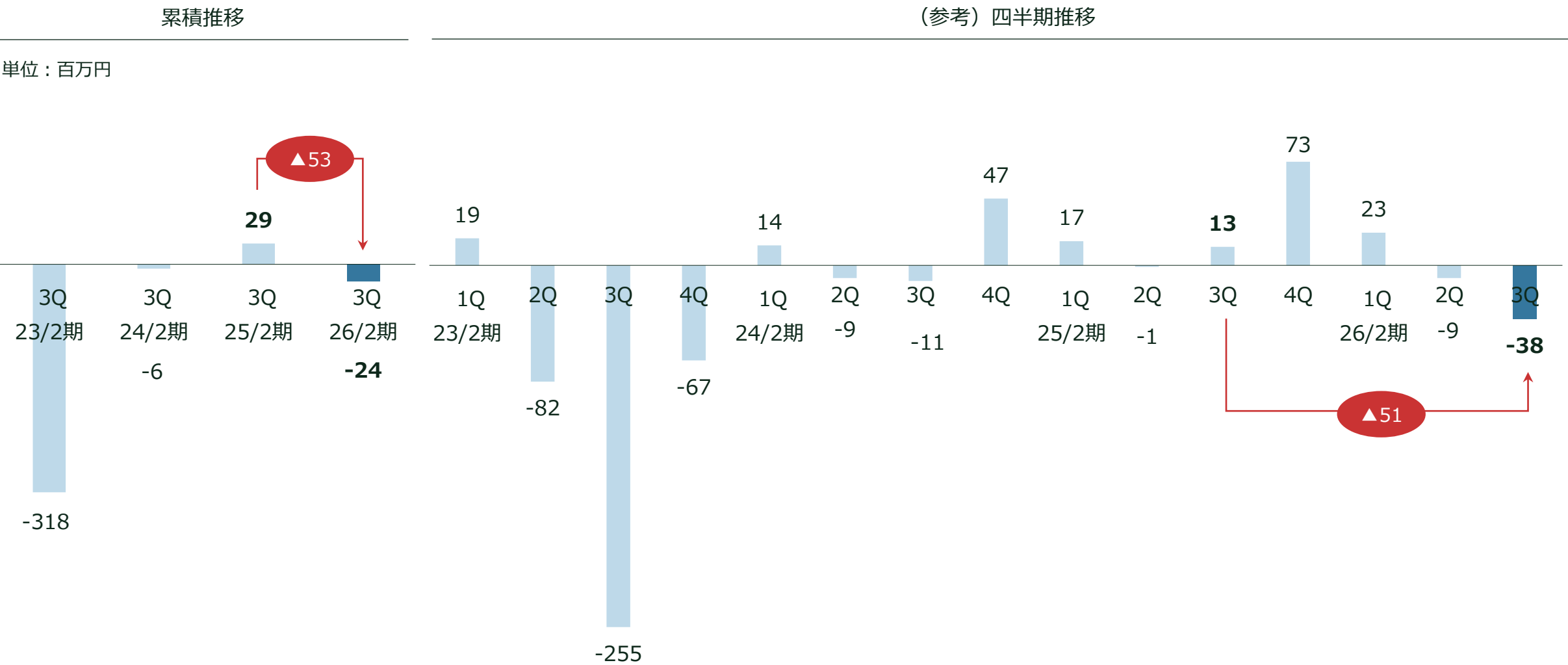
コスト（売上原価・販管費）の推移

大型イベントの開催見送りにより、売上原価は前年同期比で低減している。その結果、粗利は前年同期比102%の成長となった。一方で、プロモーション費や人員数を中心に販管費の適正化を進めつつも、新サービス・新プロダクトへの中長期的成長に向けた投資を継続したため、売上原価と販管費を合算した3Qまでの累積総コストは、前年同期比102%の増加となっている。



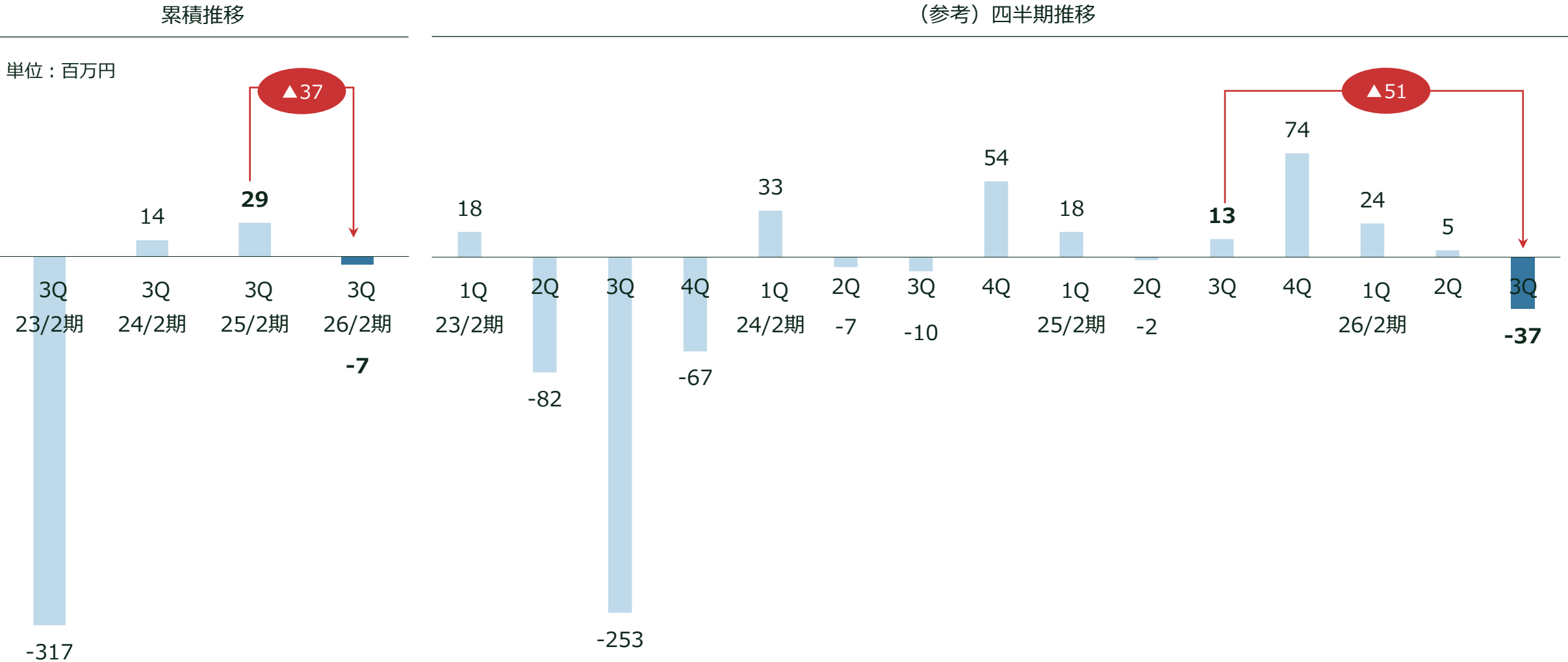
営業利益の推移

前述のとおり、売上・コストの双方で「Creema YAMABI KO FES」未開催の影響を受けつつ、戦略施策の実行に伴う投資を継続した結果、3Qまでの累積営業利益は前年同期比で53百万円の減益となる▲24百万円で着地した。



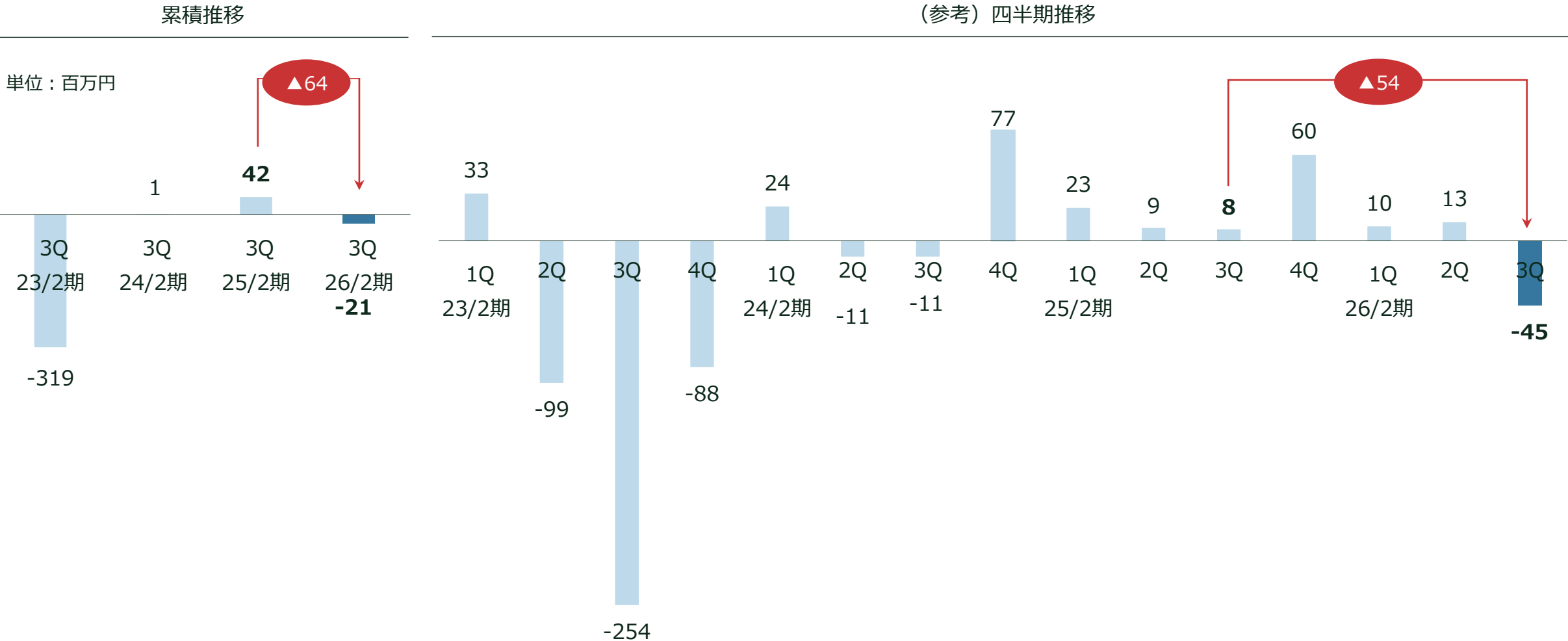
経常利益の推移

3Qまでの累積経常利益は、前年同期比で37百万円の減益となる▲7百万円で着地した。なお、営業外収益として預り金精算益が発生した結果、営業利益と比べて赤字幅は縮小している。



税後利益の推移

3Qまでの累積税後利益は、繰延税金資産の影響等もあり、前年同期比で64百万円の減益となる▲21百万円で着地した。



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）

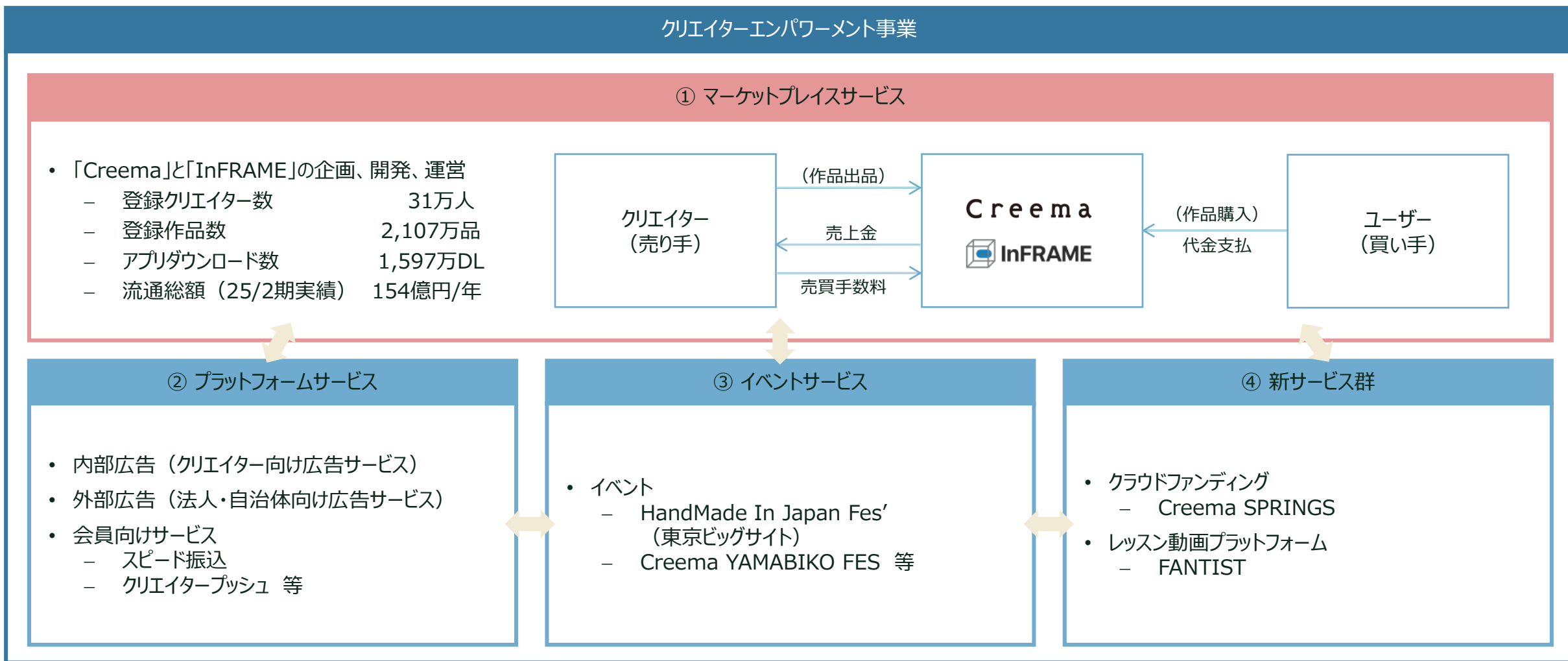
項目	2025/2期 前期 3Q	2026/2期 今期 3Q	前期比
資産合計	3,300	3,619	110%
流動資産	3,000	3,326	111%
内、現金及び預金	2,274	2,898	127%
内、売掛金	685	385	56%
内、その他	40	43	106%
固定資産	300	292	97%
負債合計	2,256	2,536	112%
流動負債	2,038	2,290	112%
内、預り金	1,555	1,534	99%
内、一年以内返済予定借入金	145	208	143%
内、その他	337	547	162%
固定負債	218	245	113%
内、長期借入金	218	245	113%
内、その他	0	0	0%
純資産合計	1,044	1,083	104%

26/2期3Q末時点のBS構成（単位：百万円）

流動資産 3,326	流動負債 2,290
・現金及び預金 2,898	・預り金 1,534
・売掛金 385	・一年以内返済予定借入金 208
・その他 43	・その他 547
	固定負債 245
	・長期借入金 245
	・その他 0
	純資産 1,083
固定資産 292	

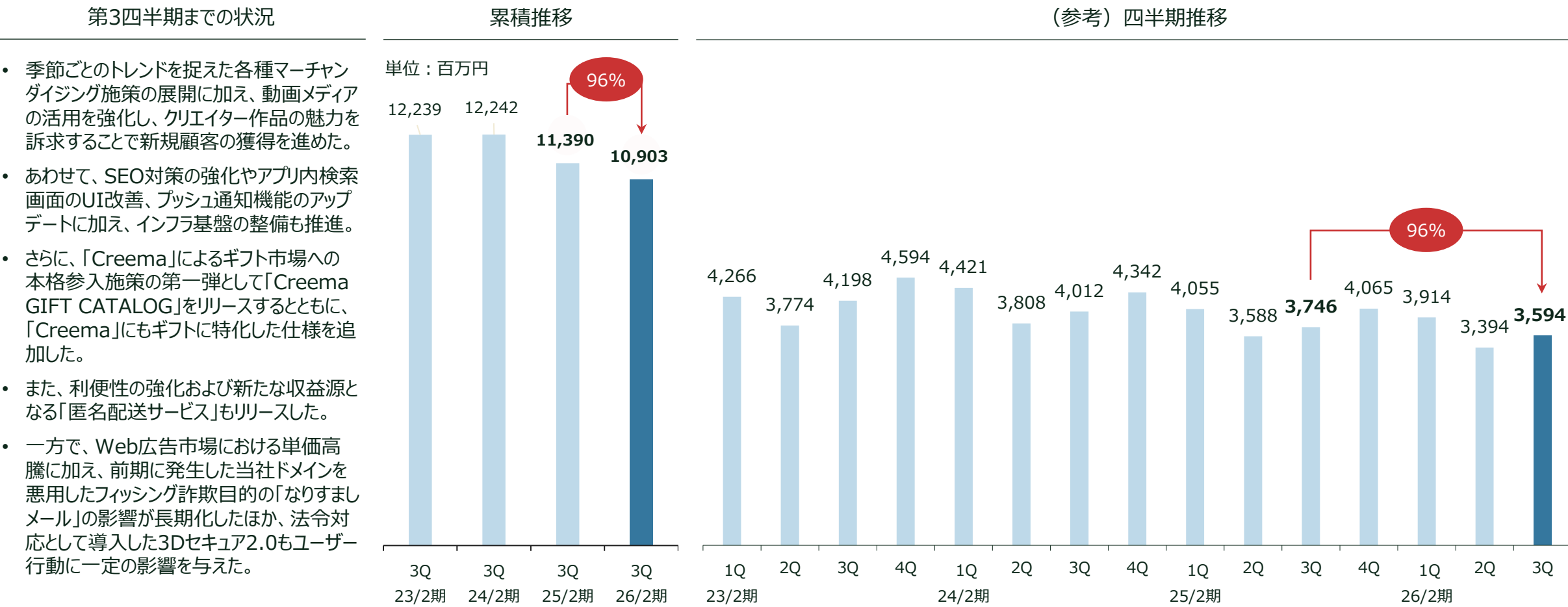
事業構造とクリーム経済圏

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

サービスの利便性を高める「匿名配送サービス」や、ギフト市場の参入に向けた各種施策（アプリ/webにおける「ギフトタブ」新設、「eギフト機能」搭載、「ギフトカタログ」リリース）など、今期の注力方針に沿ったサービス開発を連続的に進めつつ、SEO対策や検索機能の改善、新たな広告展開、基幹システム的大幅改修、動画SNS強化など、Creemaの中長期成長を企図した取り組みを網羅的に実施した。一方で、Web広告単価の高騰、前期発生した「なりすましメール」の残存影響、法令対応として導入した3Dセキュア2.0によるカート離脱の発生等により、3Qまでの累積流通総額は前期比96%となる109億円に留まったが、3Q11月単月の成長率は前年比100%と、明確な回復基調に入り始めている。



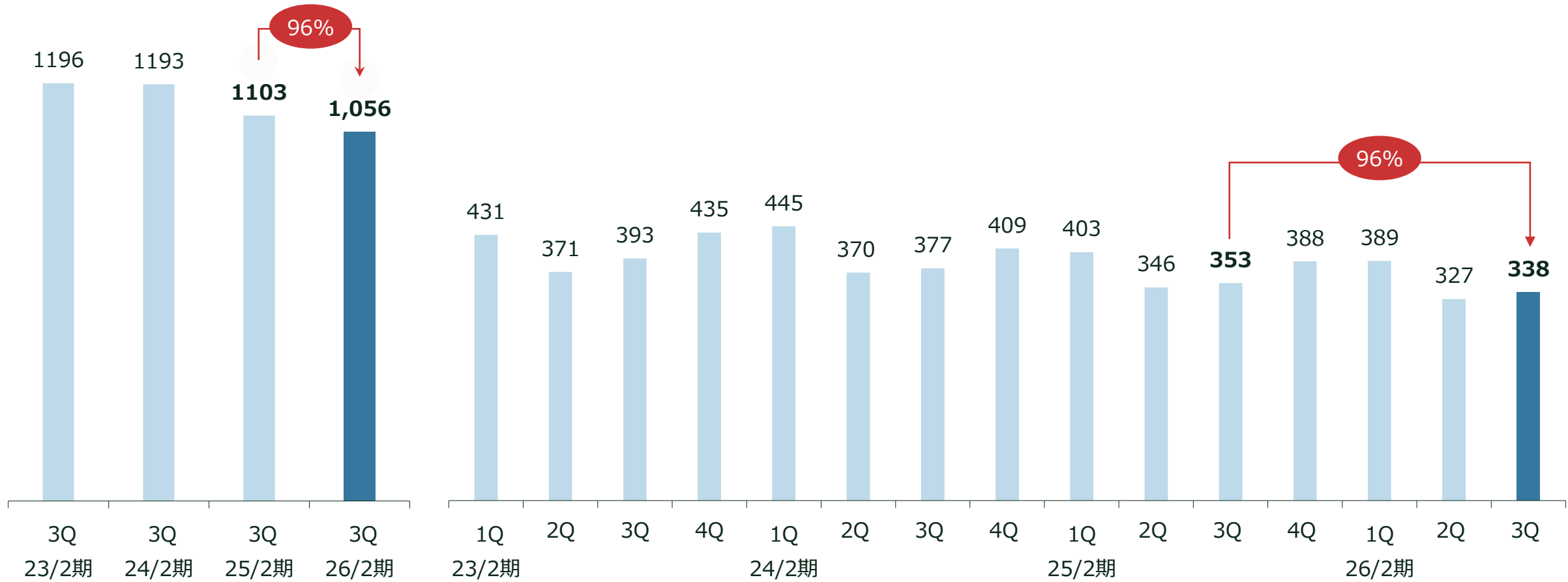
① マーケットプレイスサービス：売上推移

前述した流通総額実績に連動し、マーケットプレイスサービスの3Qまでの累積売上は、前期比96%となる10.5億円での着地となった。

累積推移

(参考) 四半期推移

単位：百万円



参考：もっとみつける、もっと自由に贈れる。新しいギフト体験をCreemaで。

ギフト需要の拡大を背景に、Creemaではギフト探索に特化した仕様として「ギフトタブ」を追加した。本仕様では、贈るシーンや相手の好みといった切り口から作品を探せる導線を整備するとともに、eギフト機能や発送日目安による検索機能を実装し、ギフト用途における利便性向上を図っている。これにより、ギフト目的での回遊性向上と、出品作品の魅力を多面的に提案する導線強化を進めている。



参考：Creemaあんしん匿名便

2025年9月25日に匿名配送サービス「Creema あんしん匿名便」をリリースした。本サービスはヤマト運輸と連携し、購入者・出品者双方が住所や氏名を開示せずに取り扱える匿名配送を、全国一律料金・補償付きで提供するものである。これにより、個人情報保護へのニーズに応えるとともに、安心・安全な取引環境を実現し、流通拡大に資する基盤施策となる。

Creema

あんしん

匿名便



Creema

ヤマト運輸

安心な
追跡・補償付き

全国一律の
特別料金

購入者・出品者 ともに匿名	購入者・出品者双方の住所・氏名・電話番号などの個人情報を開示せずに配送可能。
全国一律の特別 料金で利用可能	サイズ別の全国一律料金を設定しているため、遠方への配送では特にお得にご利用いただける。
万が一の際も 安心な補償付き	「Creema あんしん匿名便」の宅急便・宅急便コンパクト・ネコポスはすべて補償付き。
宛名書き不要で、 配送手続きも 簡単	配送コードを提示するだけで発送可能。出品者は、配送料の立替えや手書き伝票の記入が不要。
身近な場所から 発送可能	ヤマト運輸営業所、コンビニ、オープン型宅配便ロッカー「PUDOステーション」からも発送可能。

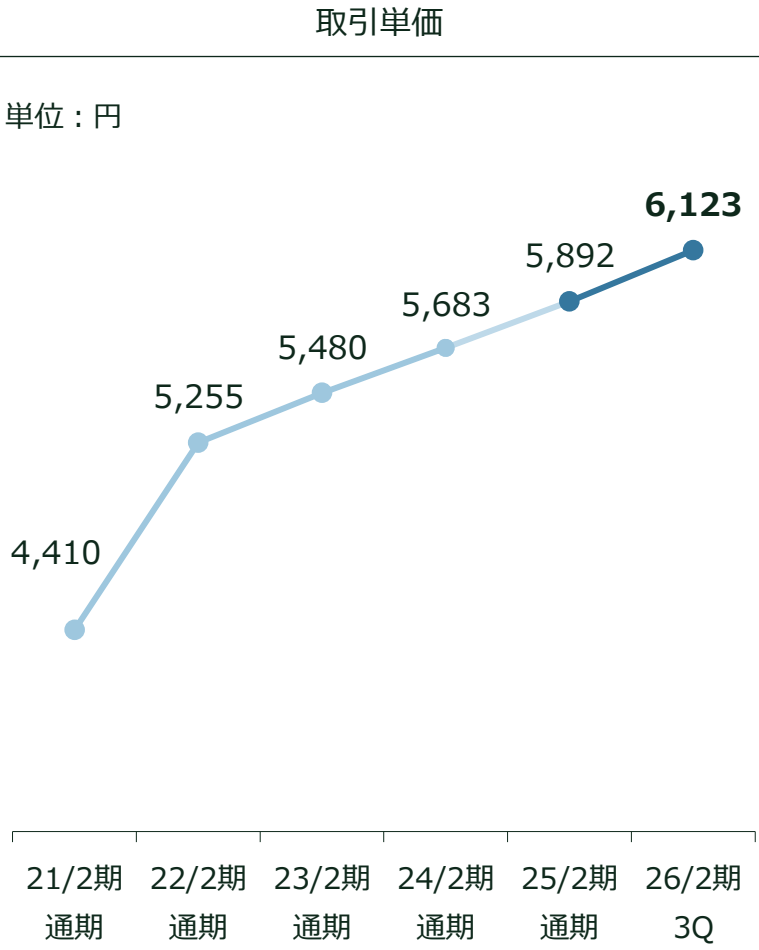
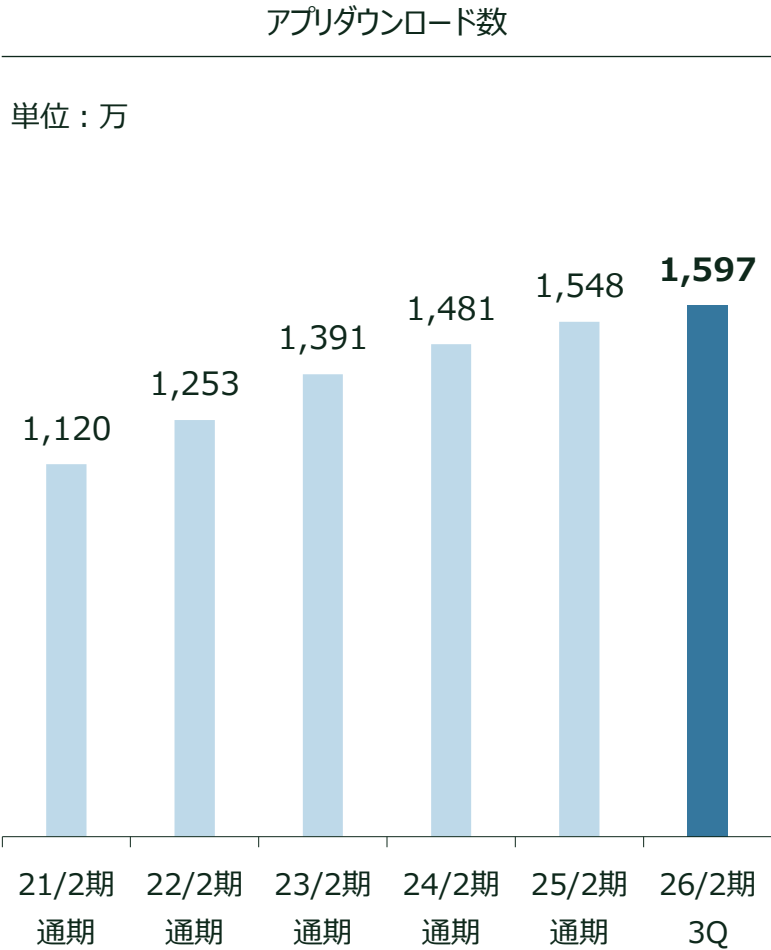
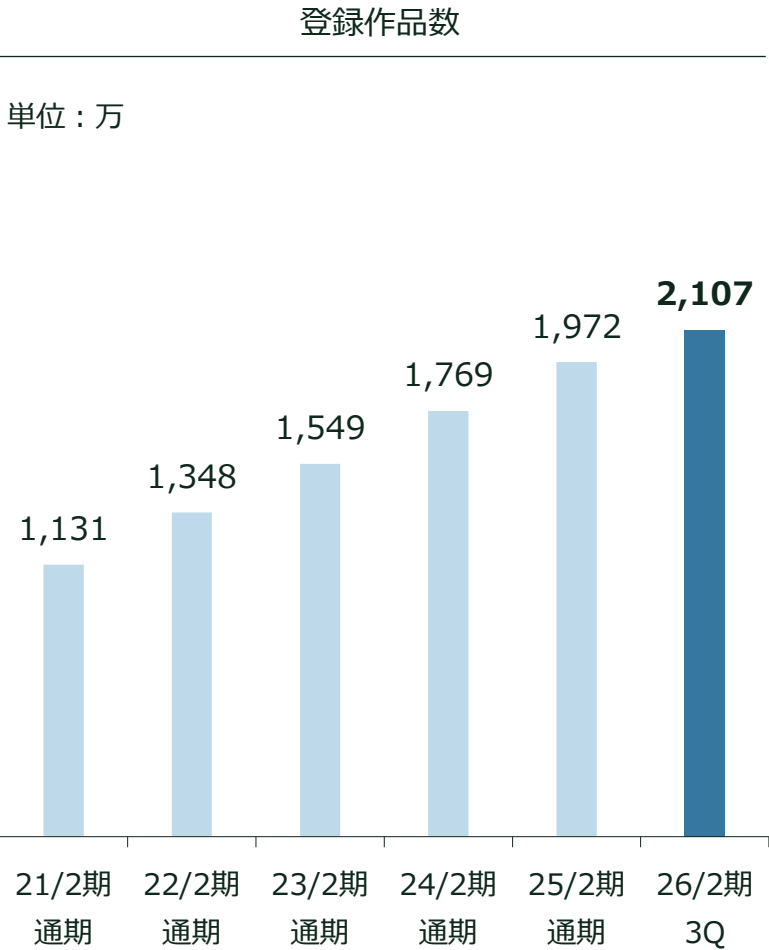
参考：Creemaで増える、“うちの子” オーダーという選択

11月22日の「ペットたちに感謝する日」に合わせ、「ありがとう、だいすき。オーダーメイドで“うちの子”をかたちに」をテーマとした特設企画を展開。オーダーメイド作品を通じてペットとの記憶や絆を表現する提案を行った。写真・イラスト・雑貨など多様な作品ジャンルを横断した訴求により、「Creema」に出品されているペット関連作品の魅力を多角的に紹介した。



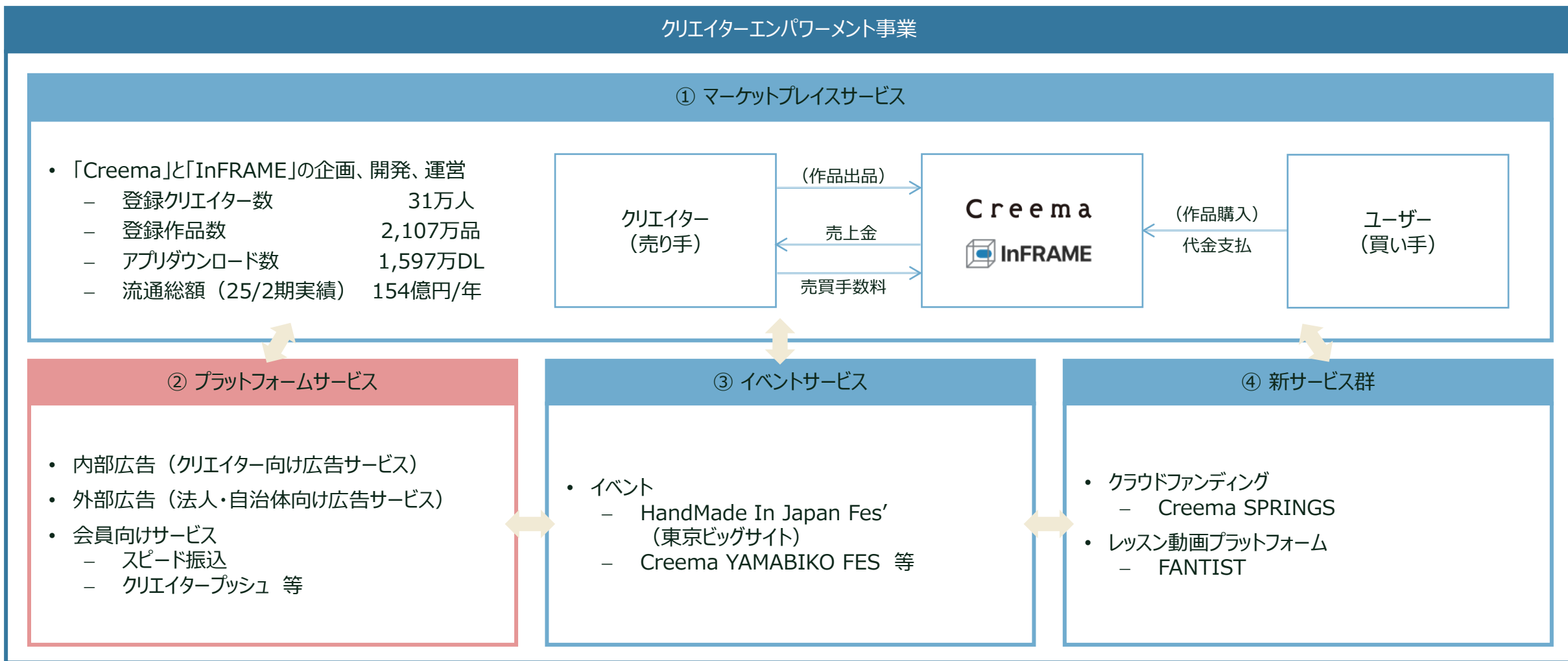
① マーケットプレイスサービス：KPI推移

出品数、アプリDL数、取引単価のいずれのKPIも堅調に推移している。



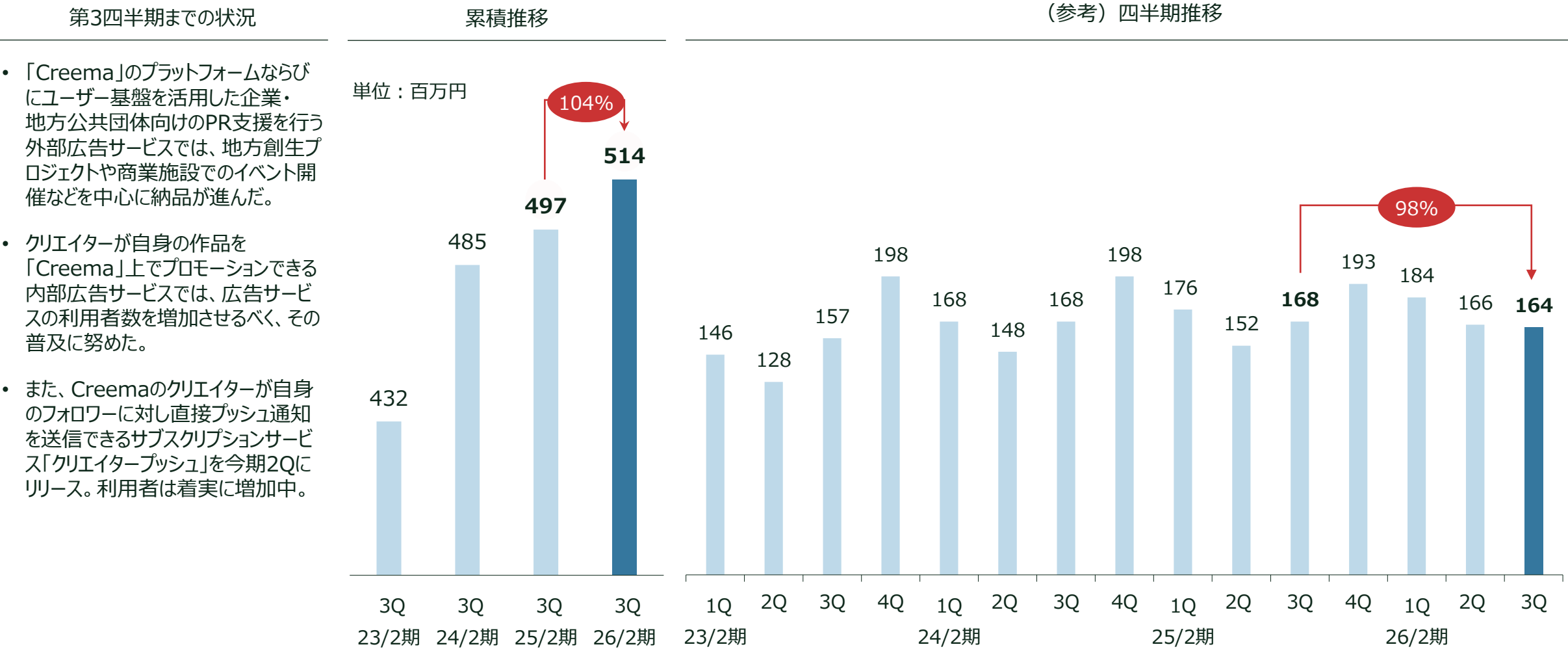
再掲：事業構造とクリーマ経済圏

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、外部広告・内部広告ともに着実に成長するとともに、クリエイターが自身のフォロワーに直接プッシュ通知を送信できるサブスクリプション型の新サービス「クリエイタープッシュ」も加わり、3Qまでの累積売上は前期比104%となる5.1億円に拡大した。



参考：Cocoon City 10th Anniversary Sweet Autumn Marche with Creema

コクーンシティ10周年を記念し、コクーンシティとCreemaの共同企画によるスペシャルマルシェを開催した。本イベントでは、雑貨や菓子など秋の季節感を取り入れた作品の展示・販売に加え、ワークショップやライブペイントを実施し、来場者に多様なクリエイター作品との接点を提供した。



参考：北竜町 ひまわりのまちクラフトマルシェ

北海道・道央エリアの北竜町にて、Creemaクリエイターおよび地元で活動するクリエイター約30組が参加する「ひまわりのまちクラフトマルシェ」を開催した。本イベントでは、マーケットやワークショップ、キッチンカーの出店に加え、「ひまわり」をモチーフとした作品の展示・販売を行い、地域の魅力とクリエイター作品の訴求を図った。



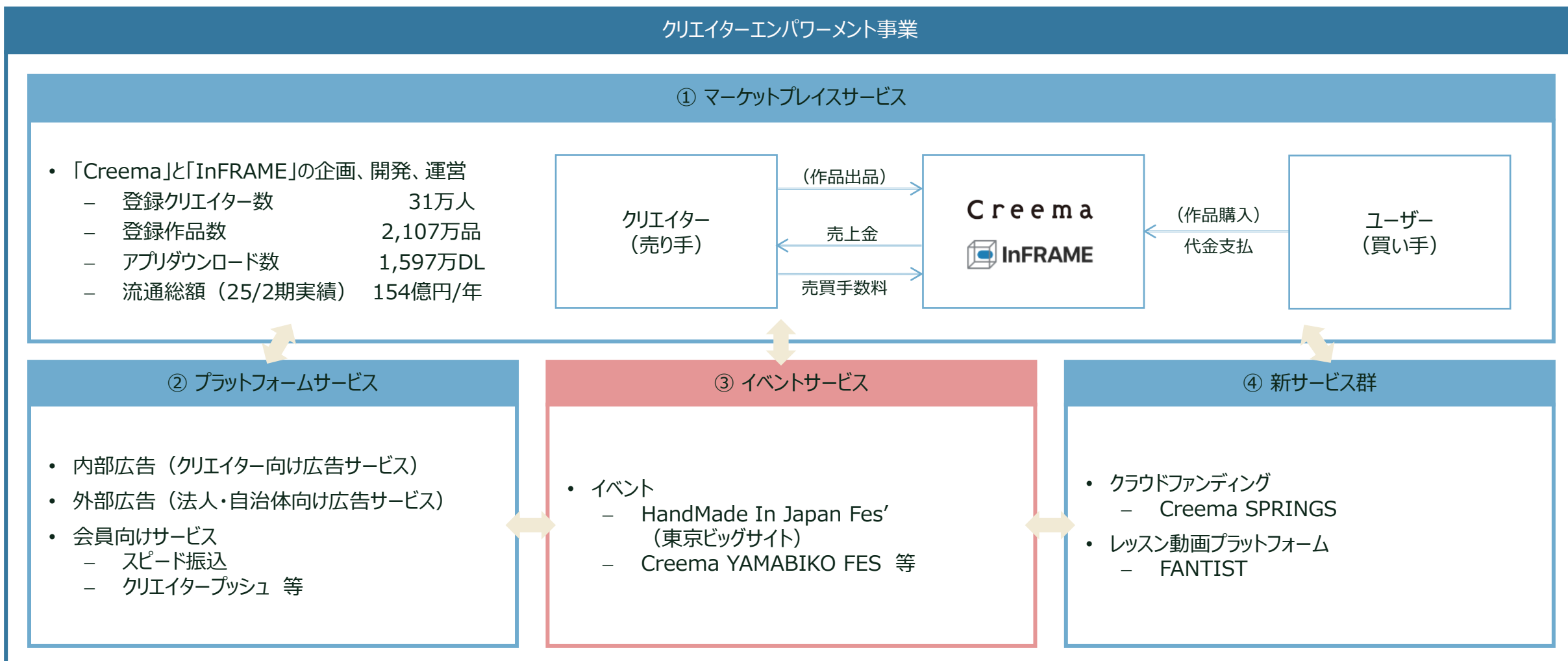
参考：FANSUMER'S MEETING in 宮崎県木城町

宮崎県木城町にて、生産者と消費者の交流イベント「FANSUMER'S MEETING 2025 秋」を開催した。本イベントには、地元事業者・生産者およびCreemaクリエイター計31組が参加し、オーガニックフードやクラフト作品の展示・販売を実施した。あわせて、来場者と出展者が直接交流できる機会を設けることで、地域の魅力発信およびクリエイター作品の認知向上を図った。

Join
**FANSUMER'S
MEETING**
in 宮崎県木城町
Supported by Creema
2025.11.16 (SUN)

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。



イベントサービスにおいては、前年に開催していた「Creema YAMABIKO FES」を今期は開催見送りとした結果、当該期間の売上は2Qに開催した「HandMade In Japan Fes' (HMJ)」関連のみとなり、3Qまでの累積売上は前年同期比74%となる80百万円で着地した。一方で、同イベントはコロナ禍以降で最大の来場者数を記録しており、4Qに開催予定のHMJの躍進も期待される。



参考：HandMade In Japan Fes' 冬（2026）

日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes' 冬（2026）」を、2026年1月17日～18日に東京ビッグサイトで開催予定。



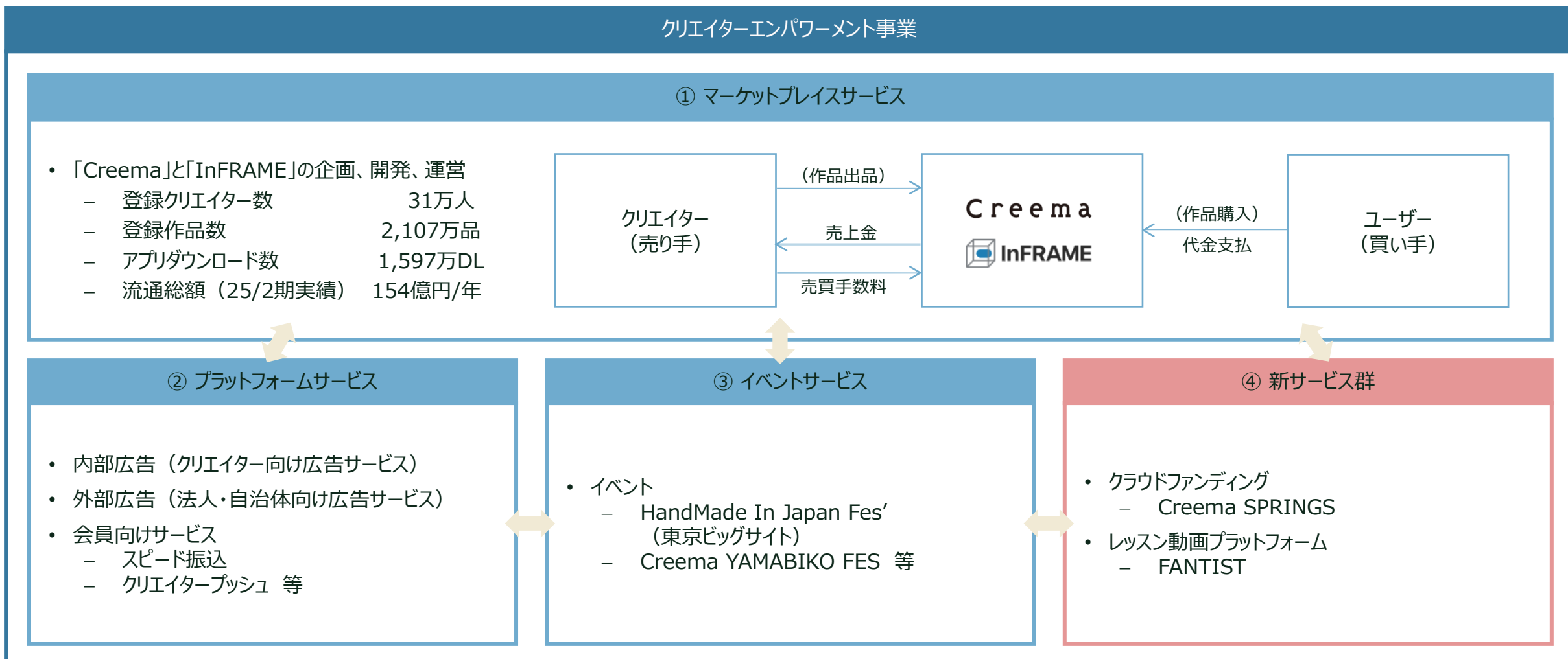
The graphic is a promotional poster for the event. It features a central text area with the event name and dates, surrounded by various handcrafted items in circular frames. The items include a cake, a striped shirt, a blue bowl, a pair of shoes, a small white bear, a stool, a purple glass, and a necklace. The background is white with yellow and blue abstract shapes.

HMJ
冬 2026
HandMade In Japan Fes

1/17^{SAT} - 1/18^{SUN} | 11:00 ~ 18:00 |
東京ビッグサイト

再掲：事業構造とクリエイマ経済圏

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」ではプロジェクト数が拡大し、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2,600本を超え、コンテンツもユーザー数も着実に成長。その結果、3Qまでの累積売上は前期比139%となる139百万円と大幅に拡大した。

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2,600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。

参考：新サービス群のプロジェクト事例

Creema SPRINGS、FANTISTともに魅力的なコンテンツが拡大。結果として、新サービス群全体の流通総額・売上は最高値を更新し続けており、力強い成長を継続している。

Creema SPRINGS

わずか3cmで超極暖

日本製

Creema SPRINGS 毎朝のサタデー No.1

宇宙服素材エアロゲル -196℃断熱

吸湿発熱サンバーナーウールの2.5倍

抗菌性オゾン加工 常に清潔

現在公開リターンに限り2026年1月末まで配送 プロジェクト もうすぐ終了 11.14 (金) まで

集まっている金額 9,272,730 円 (目標金額 150,000 円)

618.1%

購入者数 269 人

終了しました

お気に入り 291

パチパチ 155

お気に入り

パチパチ

保存・解凍 炊き立て 食卓のお椀

レンジでチン。 冷凍ご飯には、これひとつ。

kirisal

集まっている金額 4,901,014 円 (目標金額 100,000 円)

490.1%

購入者数 418 人

終了しました

お気に入り 459

パチパチ 261

お気に入り

パチパチ

FANTIST

はじめての 嚥下食・介護食入門コース (全6回)

スマホのカメラでプロ級！ 料理撮影実践コース (全6回)

はじめての 再生栽培入門コース (全6回)

はじめての 刺繍入門コース (全6回)

なお、2025年9月（3Q）より、「Creema」で取得したCreemaポイントを「Creema SPRINGS」でも利用可能となった。これにより、「クリーム経済圏」全体の活性化に加え、「Creema SPRINGS」におけるさらなる流通拡大が期待される。

2026年2月期 通期PL着地予想

来期以降の売上の最大化に向け、その基盤構築を迅速かつ集中的に進めつつ、まずは今期、全体売上を2桁成長軌道へ回復させる。こうした方針のもと、今期は売上高で前期比110%の成長を見込む一方で、成長投資を優先するため、営業利益は前期比97%とわずかに減少する見通し。なお、繰延税金資産の影響を踏まえ、当期純利益は約0.7億円となる見込み。

	参考：2025年2月期	2026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	2,507	2,755	+248	110%	マーケット プレイス	1,571 (前期比：105%)
売上原価	547	570	+23	104%		
売上総利益	1,959	2,184	+225	112%	プラットフォーム	745 (前期比：108%)
販管費	1,856	2,084	+228	112%		
営業利益	103	100	▲3	97%	イベント	165 (前期比：91%)
経常利益	104	99	▲4	95%		
当期純利益	103	66	▲36	65%	新サービス群	273 (前期比：191%)

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に係る様々なことに取り組んでいく。

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。



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>