





MISSION

**愛ある事業で、  
人を、世の中を、元気にすること**

VISION

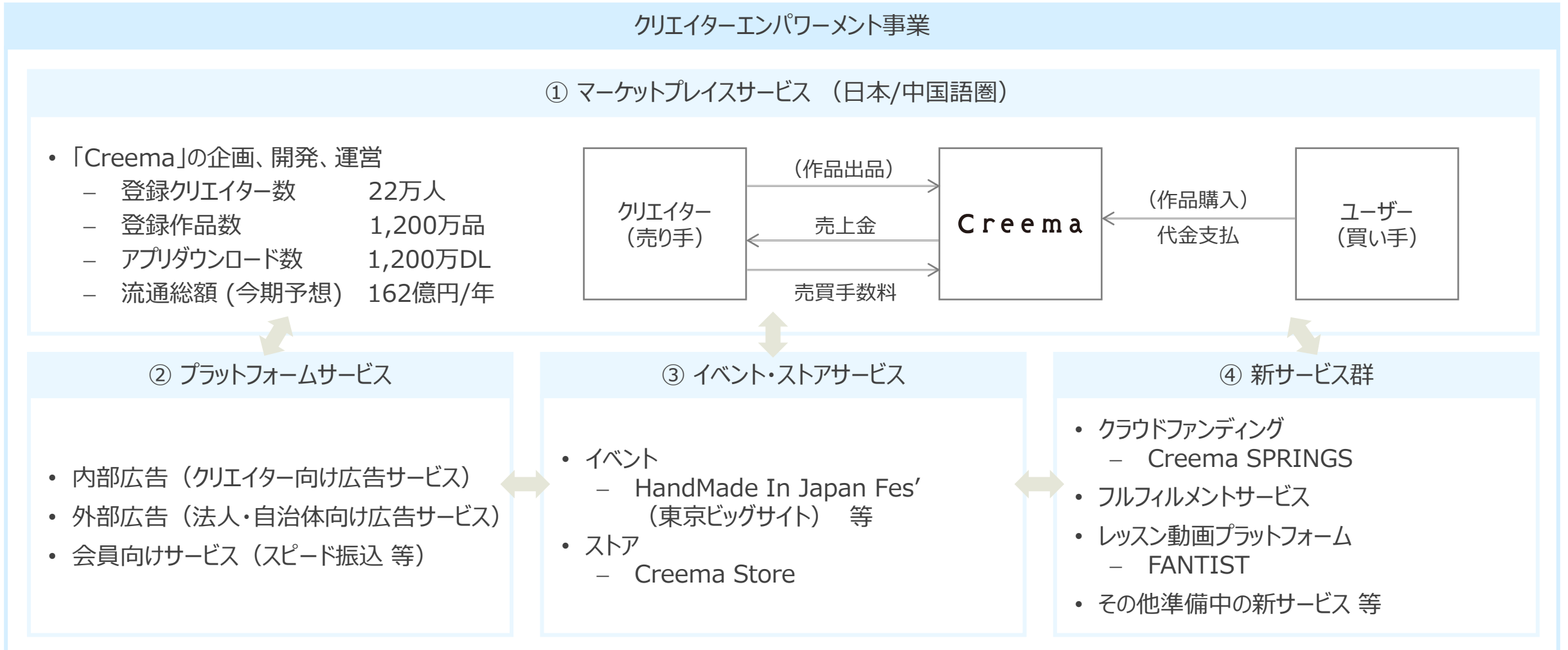
**21世紀をリードする  
新しい一大グローバルリット**

Corporate Statement

**まるくて大きな時代をつくろう**

## 事業構造とクリーム経済圏

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、全てのサービス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。



**FY22 第3四半期業績**



## 【全社】3Q及び累計業績

3Q売上は前期比115%の5.5億円、営利は0.49億円で着地。3Q累計では、売上は前期比109%の16.6億円、営利は前期比73%の2.3億円となり、3Q終了時点での営利の年間予算進捗率は75%と順調に推移。

### 連結損益計算書

単位：百万円	3Q		累計（1Q～3Q）	
	実績	YoY	実績	YoY
(参考) 流通	3,948	114% マスク抜き:121%	11,764	103% マスク抜き:120%
売上	557	115% マスク抜き:120%	1,666	109% マスク抜き:123%
売上原価	32	1832%	40	1212%
売上総利益	525	108%	1,625	107%
販管費	475	116%	1,388	116%
営業利益	49	65%	237	73%
経常利益	48	75%	232	76%
当期純利益	57	469%	204	82%

### トピックス

#### 【3Q】

- 売上は、新型コロナの流行に伴い前期発生した需要急増の反動を受け、前期比115%。
- 販管費は、新規事業投資等の成長投資を計画通りに拡大した結果、前期比116%。
- その結果、営業利益は前期比65%。
- 但し、コロナの影響で急増したマスク関連売上を除く売上前年比は120%となっており、本質的な部分での成長は継続。

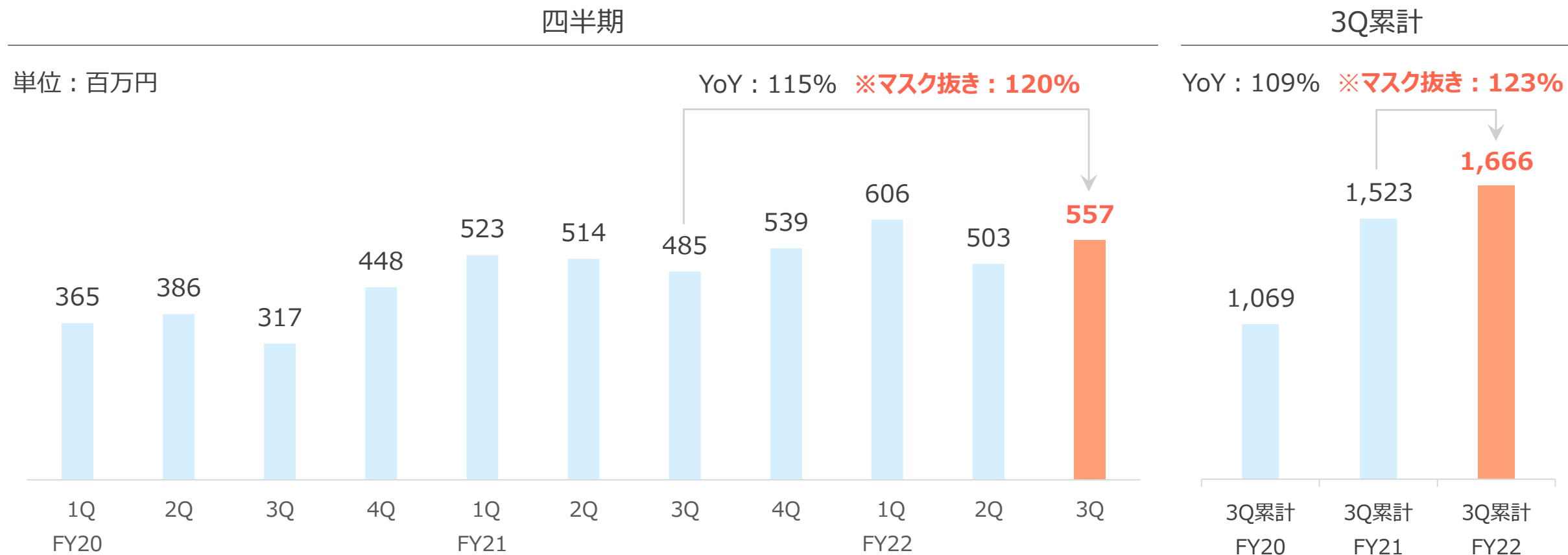
#### 【3Q累計】

- 売上は、コロナ影響でオフライン領域の事業が引き続き打撃を受けるも、オンライン領域の事業成長により、前期比109%と堅調な成長を継続（マスク関連売上を除くと、前期比123%で力強く成長）
- 販管費は、TVCMや大規模開発投資、新規事業投資等のため、前期比116%。
- その結果、3Q累計営業利益は前期比73%。
- 年間営利目標に対する進捗率は、3Q時点で75%。

## 【全社】連結売上高の推移

3Q売上は、前年同期比115%で着地。昨年度、新型コロナ拡大に伴い急増した「ハンドメイドマスク」関連の売上を除けば前期比120%。3Q累計では、前年同期比109%だが、こちらもマスク影響を除けば前期比123%と順調に成長。

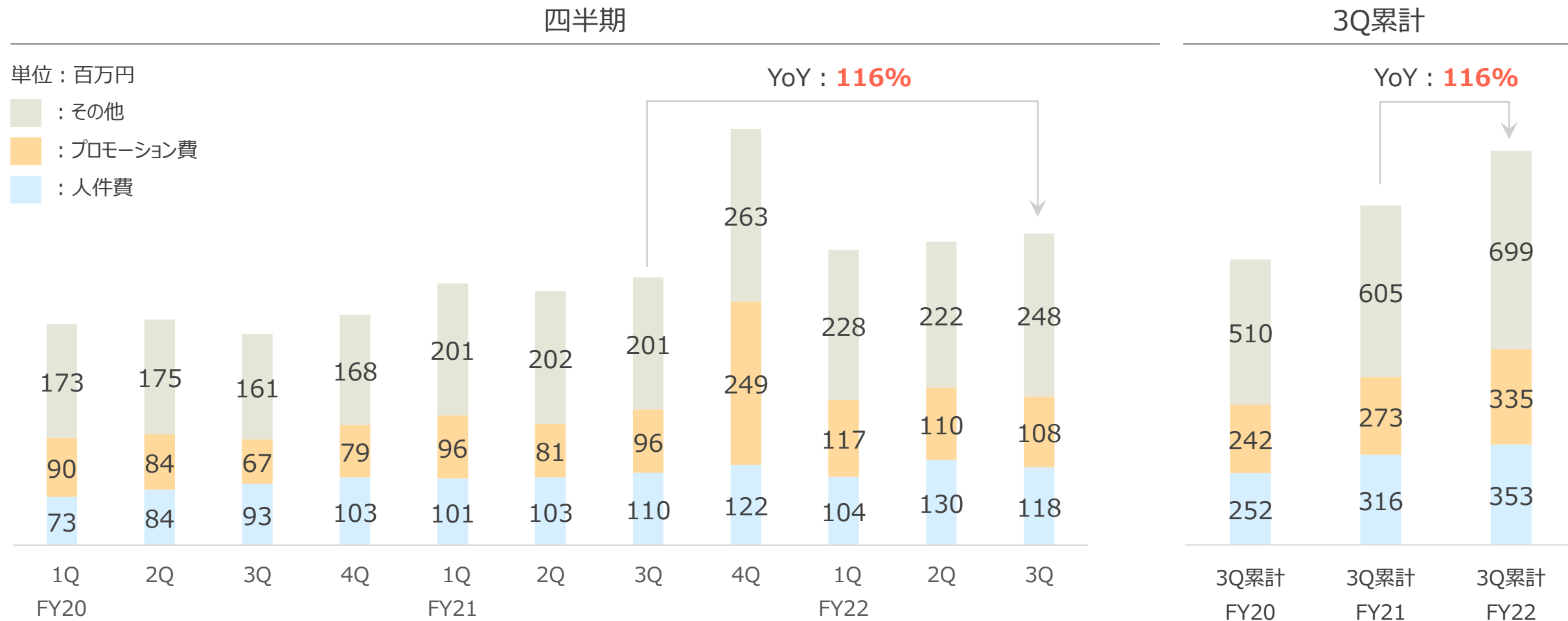
### 売上推移



## 【全社】連結販管費の推移

一方で、販管費は中長期成長を企図し計画通りに投資を続行。プロモーション費、システム開発費、新規事業投資等の増加に伴い、3Q・3Q累計ともに前年同期比で116%となった。

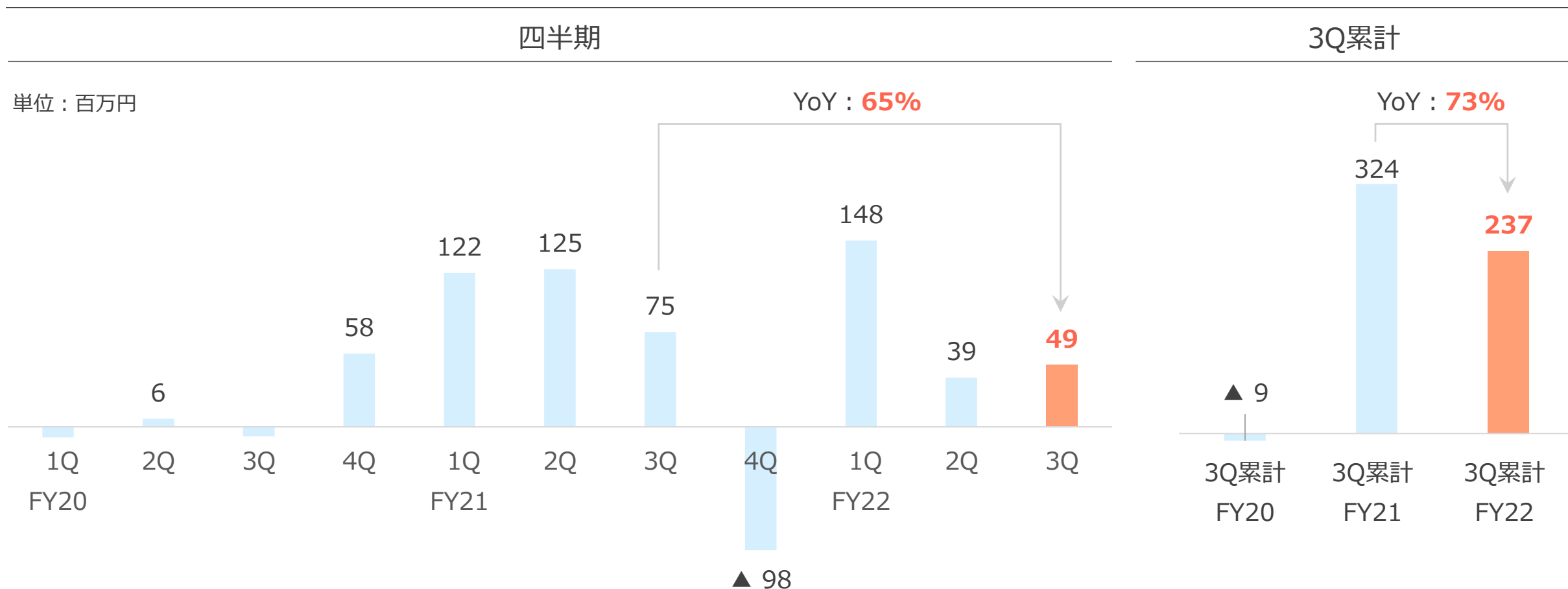
販管費推移



## 【全社】連結営業利益の推移

前年のコロナ影響（マスク需要・巣ごもり消費）に伴う急激な成長の反動と、中長期的成長に向けた先行投資のかけ合わせにより、3Q営業利益は前年同期比65%となる0.49億円を着地。3Q累計では前年同期比73%の2.37億円での着地となった。

営業利益の推移





## 業績の進捗

3Q終了時点での業績目標に対する進捗率は、流通で72%、売上で68%、営業利益で75%となっており、売上に関しては目標に対し若干のビハインドが発生している状況。

主要な財務指標	通期業績予想に対する3Q時点の進捗（百万円）	トピックス						
流通	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>16,279</td></tr><tr><td>3Q実績</td><td>11,764</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（3Q時点）：72%</td></tr></table>	通期業績予想	16,279	3Q実績	11,764	⇒ 進捗率（3Q時点）：72%		<ul style="list-style-type: none"><li>• 流通は、1年間で最も流通が伸びる4Qを残し、予算進捗率は72%と順調に推移。</li><li>• 売上は、長期化するコロナ影響から、ストアの不調が想定以上に長引いたことに加え、大型イベントの開催中止（9月）、フルフィルメントサービスの新規営業の停止等が影響し、目標に対して僅かにビハインドしている状況。</li><li>• 一方でコスト抑制等も進んだ結果、営業利益はほぼ予算通りで推移。</li><li>• 通期業績予想を達成すべく、流通・売上が1年を通じて最も伸びる傾向にある4Qでの巻き返しを図る。</li></ul>
通期業績予想	16,279							
3Q実績	11,764							
⇒ 進捗率（3Q時点）：72%								
売上	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>2,446</td></tr><tr><td>3Q実績</td><td>1,666</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（3Q時点）：68%</td></tr></table>	通期業績予想	2,446	3Q実績	1,666	⇒ 進捗率（3Q時点）：68%		
通期業績予想	2,446							
3Q実績	1,666							
⇒ 進捗率（3Q時点）：68%								
営業利益	<table><tr><td>通期業績予想</td><td>315</td></tr><tr><td>3Q実績</td><td>236</td></tr><tr><td colspan="2">⇒ 進捗率（2Q時点）：75%</td></tr></table>	通期業績予想	315	3Q実績	236	⇒ 進捗率（2Q時点）：75%		
通期業績予想	315							
3Q実績	236							
⇒ 進捗率（2Q時点）：75%								

## 通期業績目標達成に向けた4Qの取り組み

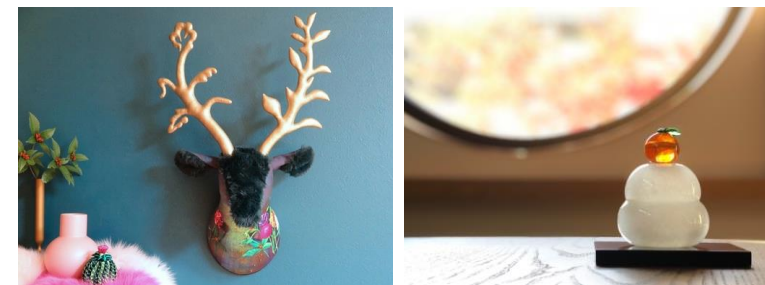
4Qでは、マーケットプレイスサービスの流通が最も伸びる傾向にあることに加え、日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes'」も開催予定。年間目標の達成に向け成長の加速を目指す。

### サービス

### 4Qの主な取り組み

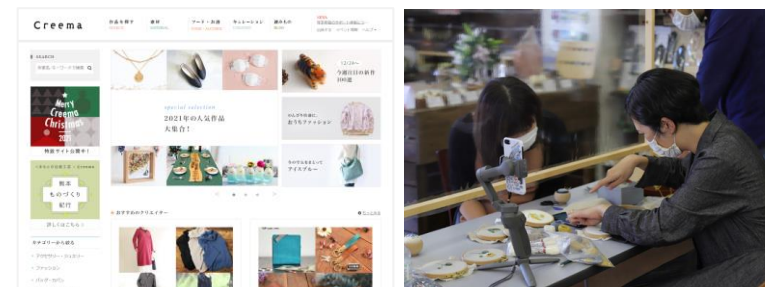
#### マーケットプレイス

- クリスマス・お正月・バレンタインデーなどのイベントが購買需要を押し上げ、「Creema」の流通が1年で最も伸びるシーズンに突入。
- 需要をとらえた各種キャンペーンの展開などを通じて、「Creema」の更なる流通拡大を目指す。



#### プラットフォーム

- 「Creema」の流通および流入が増加することと連動し、各種広告サービスも伸長する見込み。
- また、中でも「HandMade In Japan Fes'」と連動した外部広告案件での伸長を目指す。



#### イベント・ストア

- 大型クラフトイベント「HandMade In Japan Fes'」を、2022年1月に東京ビッグサイトにて開催予定。
- オンライン領域のサービスだけでなく、リアル領域のサービスも、適切に選択と集中を行いながら今後の再成長に備える。



## 【全社】バランスシートの状況

項目（単位：百万円）	FY22 3Q	(参考) FY22 2Q	(参考) QoQ
流動資産	3,505	3,530	99%
内、現金及び預金	2,830	2,915	97%
内、売掛金	652	591	110%
固定資産	355	227	156%
内、繰延税金資産	78	64	122%
内、敷金・保証金	157	51	304%
内、のれん	41	45	91%
資産合計	3,860	3,758	103%
流動負債	2,126	2,039	104%
内、預り金	1,546	1,466	105%
内、一年以内返済予定借入金	171	170	100%
固定負債	439	482	91%
長期借入金	430	472	91%
負債合計	2,566	2,522	102%
内、資本金	536	536	100%
内、資本剰余金	1,957	1,957	100%
内、利益剰余金	▲1,198	▲1,256	—
純資産合計	1,293	1,235	105%

## FY22 主要サービス別の業績



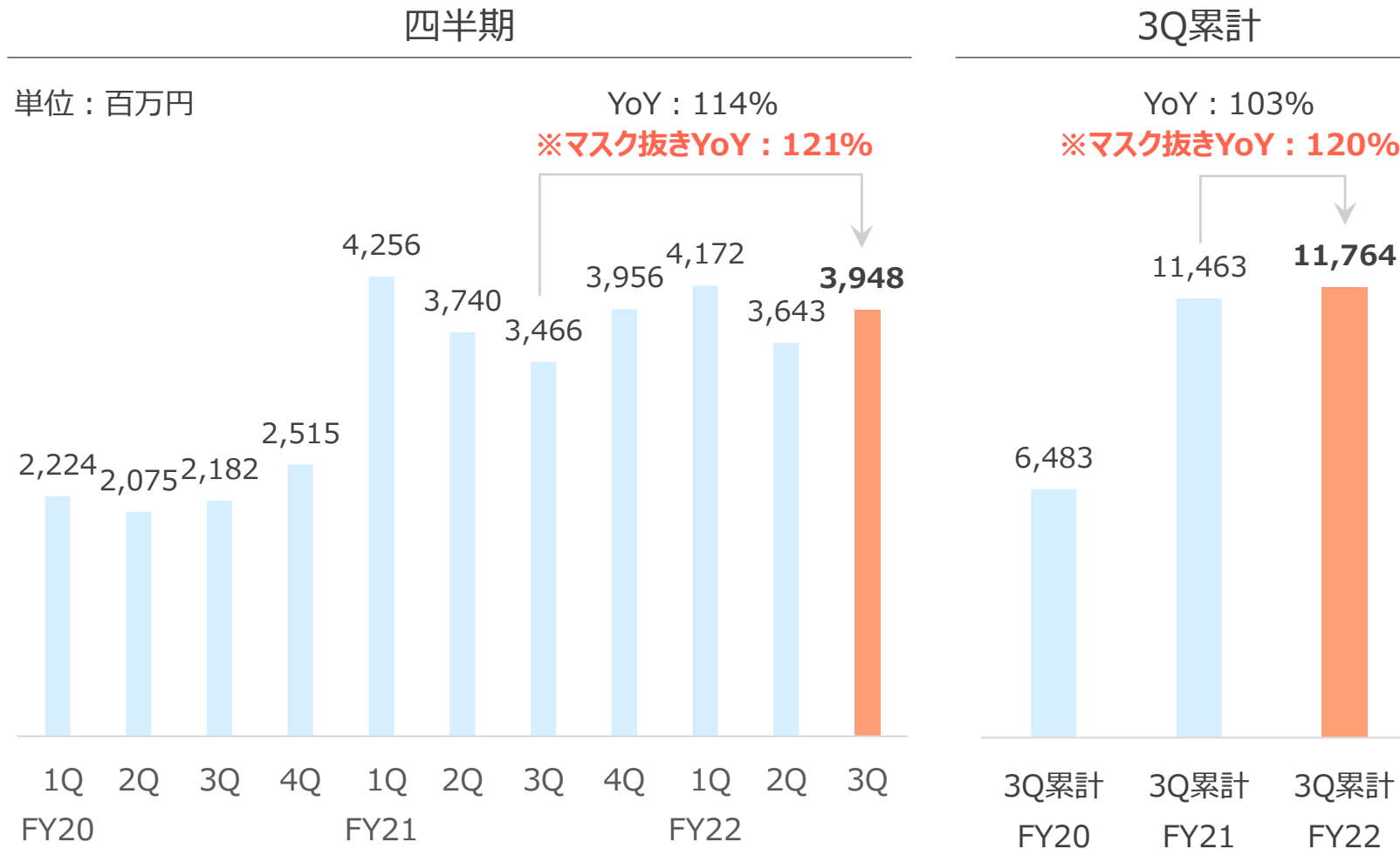
## 【マーケットプレイス】Creemaの流通総額の推移

3Qの流通総額は、前期比114%となる39.4億円を着地。コロナの影響を受けるマスク流通を除けば、前期比は3Q単体で121%、累計でも120%と順調に成長しており、本質的な部分での成長は順調に推移。

### 主な取り組み

- ハロウィン等のトレンドを捉えた特集記事・「夏の福袋」などの企画特集など、各種マーチャンダイジング・キャンペーンを展開。
- ユーザーインターフェースの向上や、クリエイターの利便性向上施策を中心とした「Creema」製品の改善。
- 一層の安心・安全な購買体験を提供すべく、システムおよびサポート体制の強化。
- サービスの認知拡大を目的に、7月から8月にかけて「Creema」のTVCMを放映。
- Creema×ハローサーカス「スタークリエイター発掘プロジェクト」コラボ作品が完成・販売。
- ハローサーカスの千秋団長がプロデュースする新ブランド「エリアCC」の販売。

### Creemaの流通総額推移



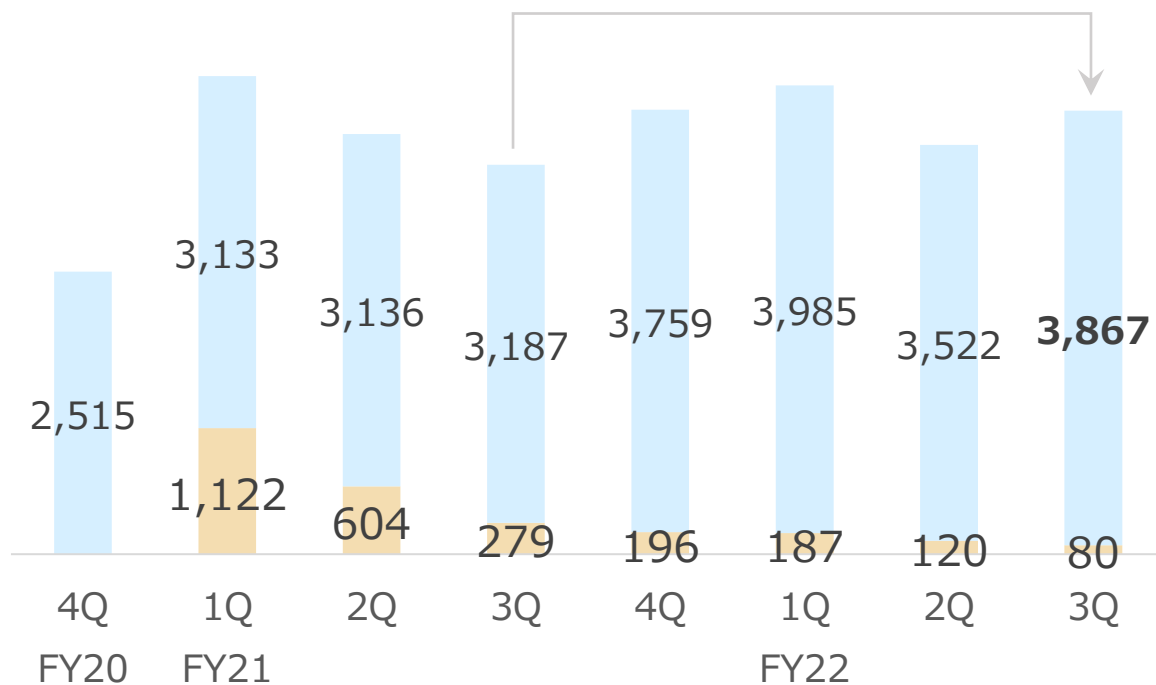
## 【マーケットプレイス】Creemaの流通におけるハンドメイドマスクの影響

マスク関連商品の流通を除けば、3Qは前年比121%、3Q累計では前年比120%と流通総額は着実に拡大。

Creema全体の流通

単位：百万円

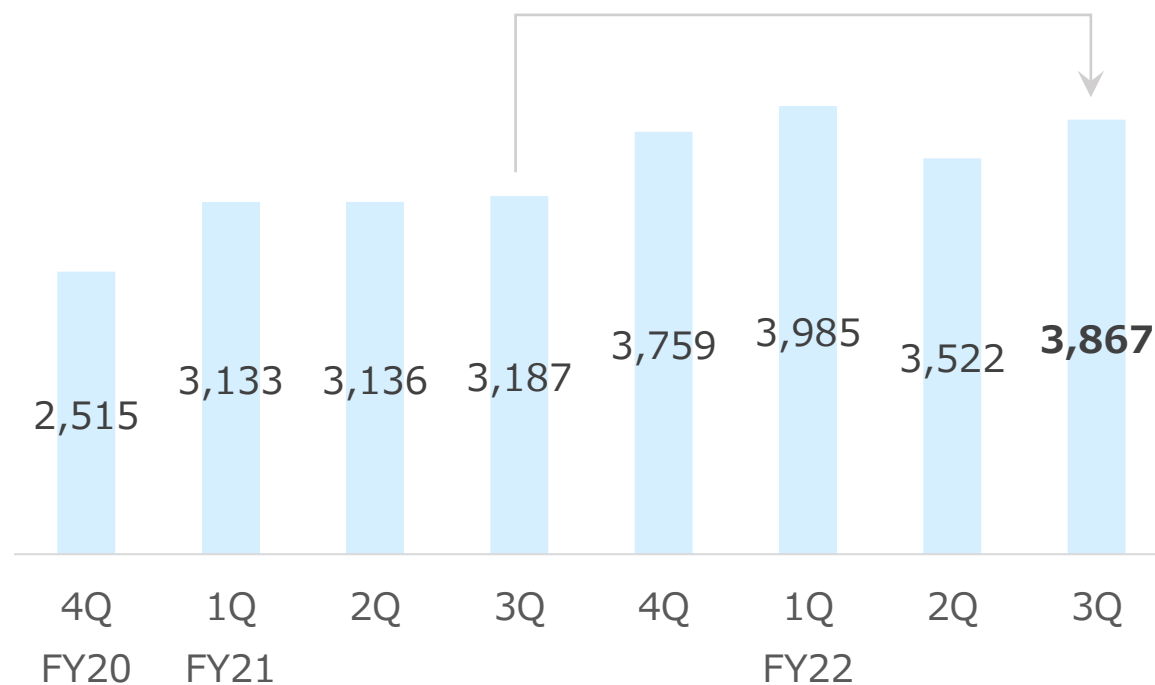
全体流通YoY：114%



■ マスク関連流通 ■ その他流通

マスク関連流通を除くCreema流通

マスク関連商品を除く流通YoY：121%

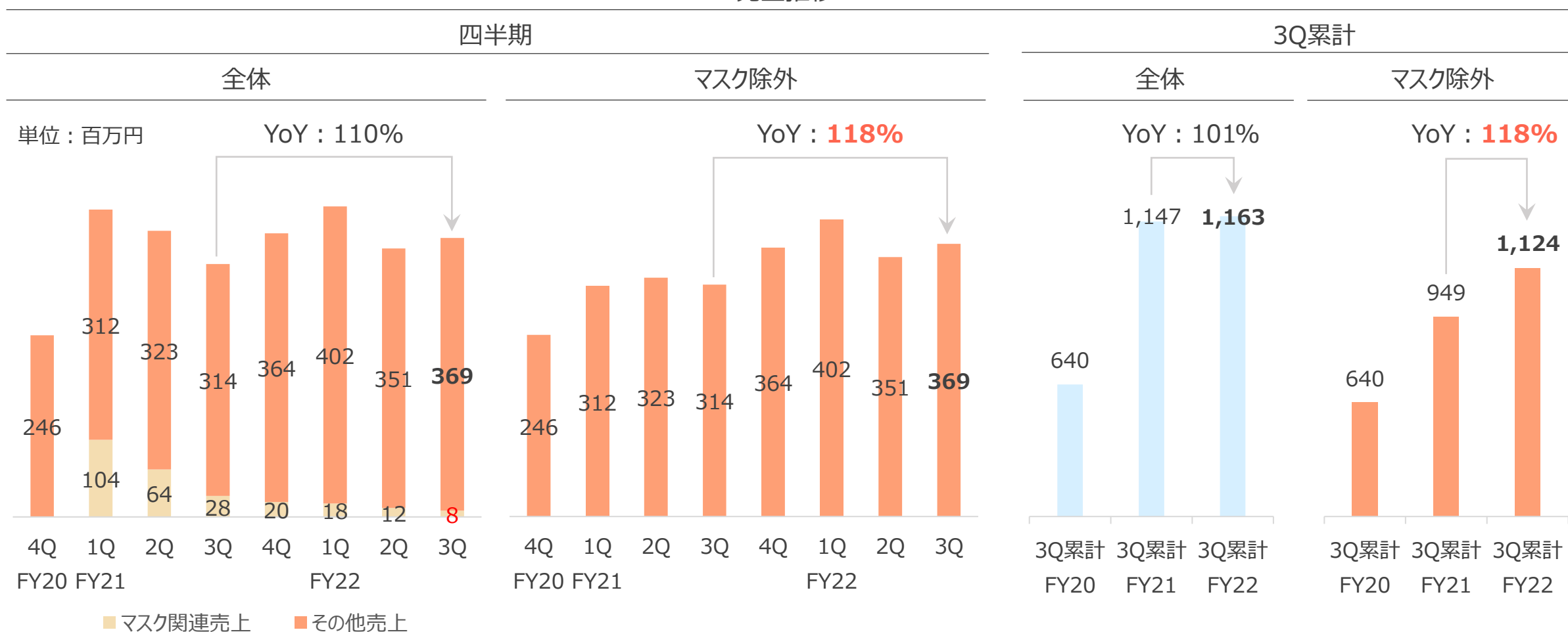


Note) マスク関連流通とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に発生した作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通金額。4月14日に開示したマスク関連流通は、取引が発生した段階での作品名ではなく、開示資料作成段階での作品名で流通金額を算出していたため、取引発生当時から作品名が変わっている場合があった。今回、抽出方法を精緻に修正することで、4月14日開示のマスク関連流通よりも、FY21の1年間合計でマスク関連流通が若干増加しており、一方で7月13日に開示したFY22のマスク関連商品を除く流通総額が僅かに減少している。

## 【マーケットプレイス】売上推移

3Q売上は全体で3.7億円、前期比110%となったが、マスク関連商品を除けば前期比118%。なお、3Q累計では前期比101%で、同じくマスク関連商品を除けば前期比118%となり、本質的な部分では引き続き力強く成長。

売上推移



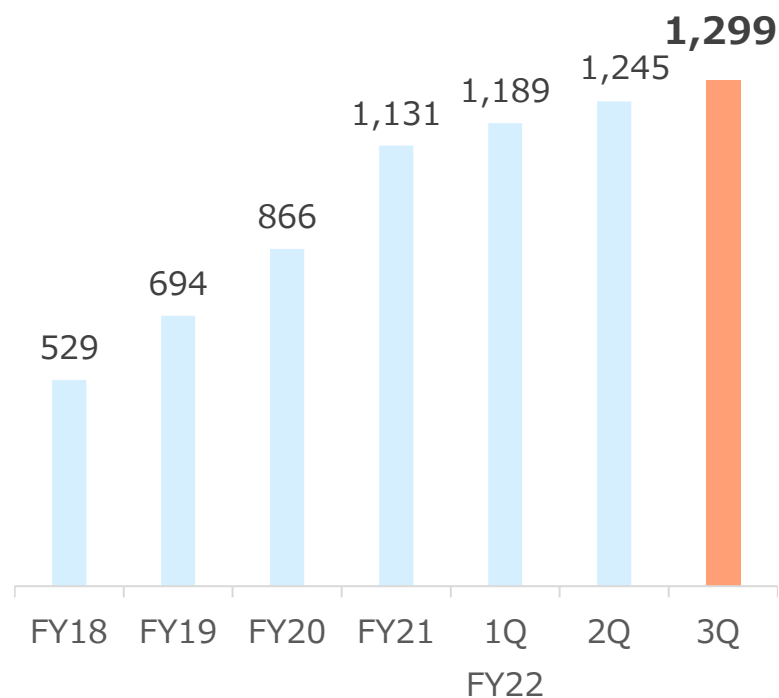
Note) マスク関連売上とは、Creemaのフードカテゴリー以外のカテゴリーで該当期間内に取引完了になった作品取引の内、作品名に「マスク」を含んだ作品取引の流通に紐づく売上。  
Copyright ©2022 CREEMA LTD.

## 参考：マーケットプレイス関連のKPI推移

出品数・アプリDL数ともに堅調に推移。前期は低単価のマスク関連取引の急増により、取引単価が一時的に下落したものの、今期はマスク関連取引の大幅な減少に伴い、取引単価は回復。今期3Qでは取引単価の最高値を更新。

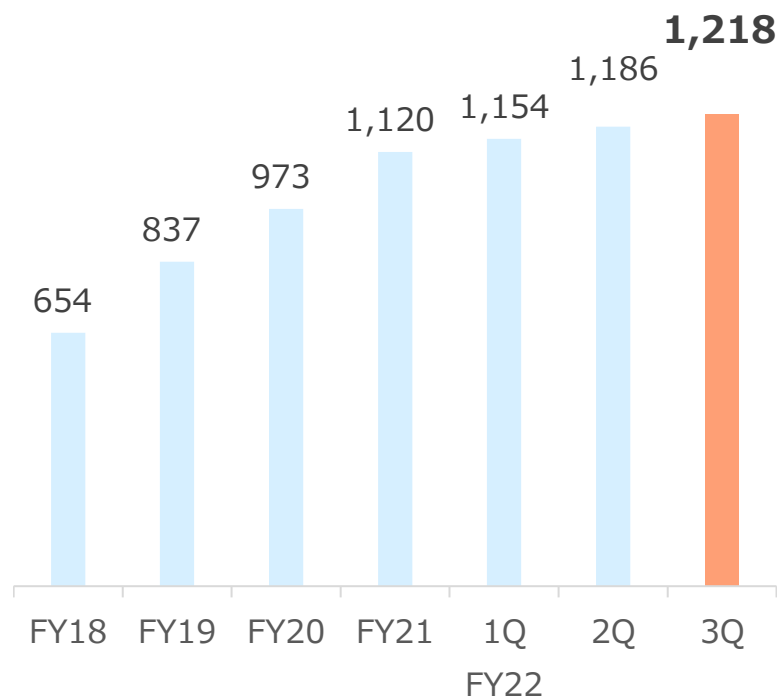
### 出品数

単位：万



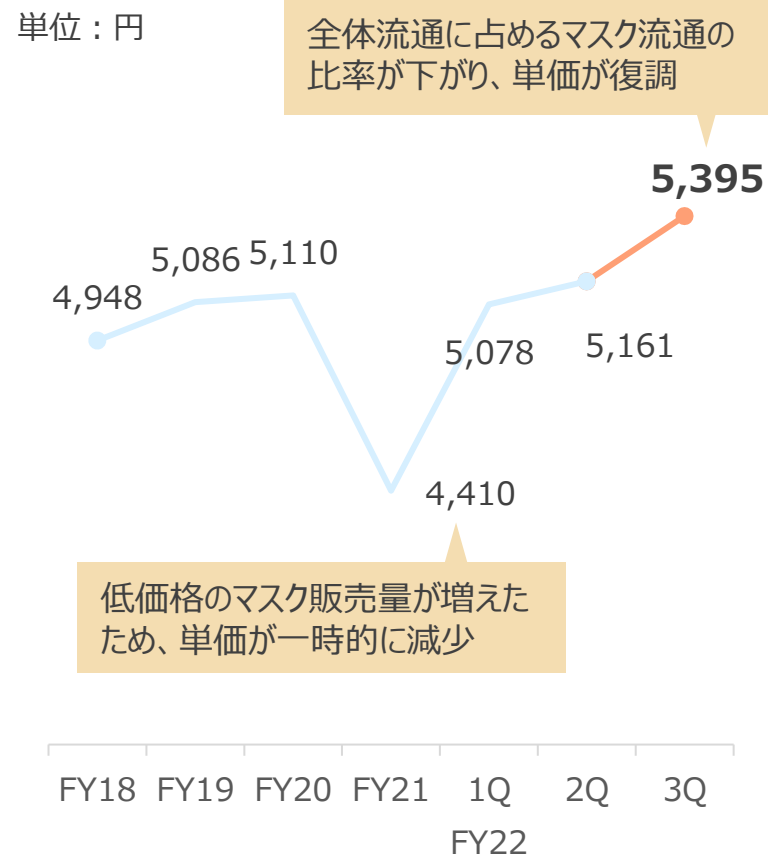
### アプリDL

単位：万



### 平均取引単価 (日本)

単位：円





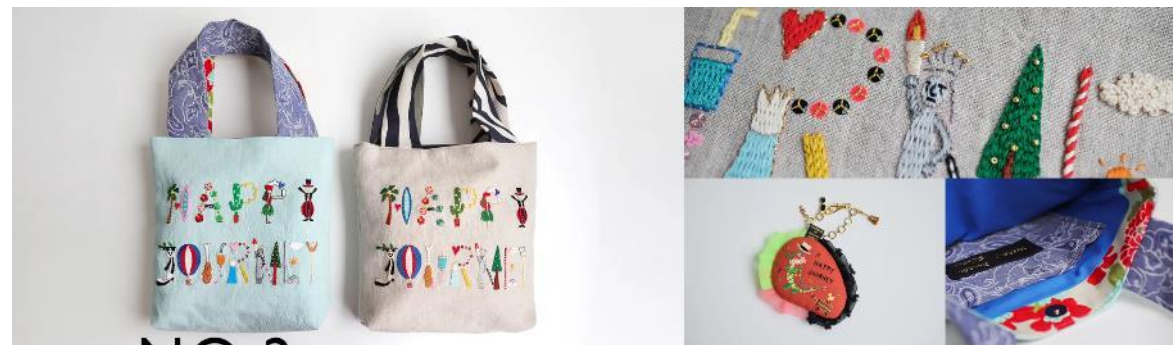
## 参考：スタークリエイター発掘プロジェクト

約450名もの応募者の中から、丸山敬太氏、千秋氏、クリーム運営事務局による審査で選ばれた4名のクリエイターが、丸山敬太氏からのアドバイスを得て、それぞれの持ち味を生かした作品を創出し、「Creema」上で販売を開始。



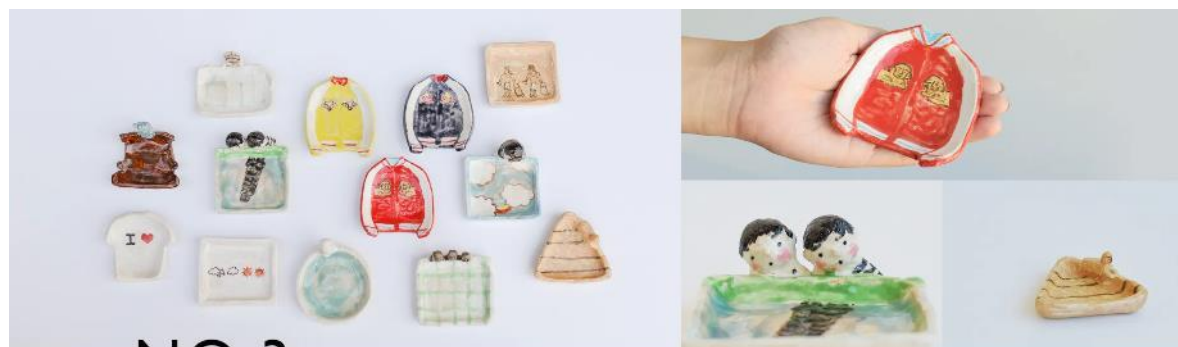
NO.1

編み物作家 フウケイトフロー



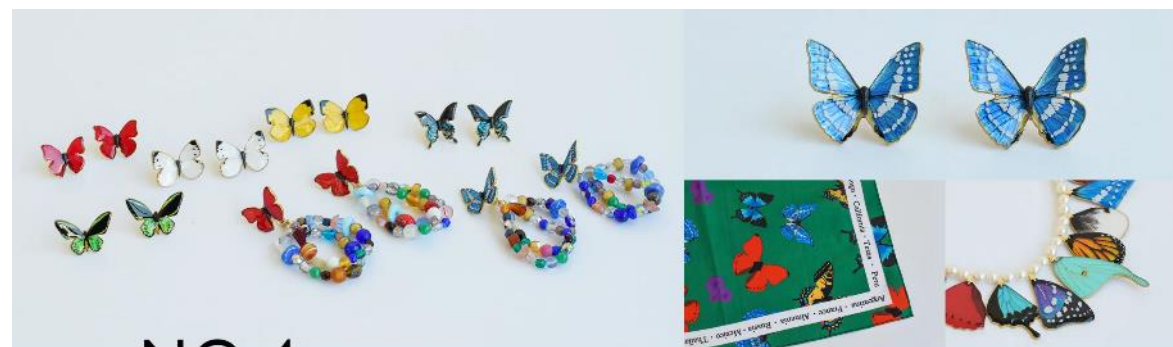
NO.2

刺繍クリエイター Double Rainbow



NO.3

陶芸家 タマミスズキ



NO.4

昆虫アクセサリクリエイター monovage

## 参考：エリアCC

ハローサーカスの千秋団長がプロデュースする新ブランド「エリアCC」を「Creema」上で販売開始。



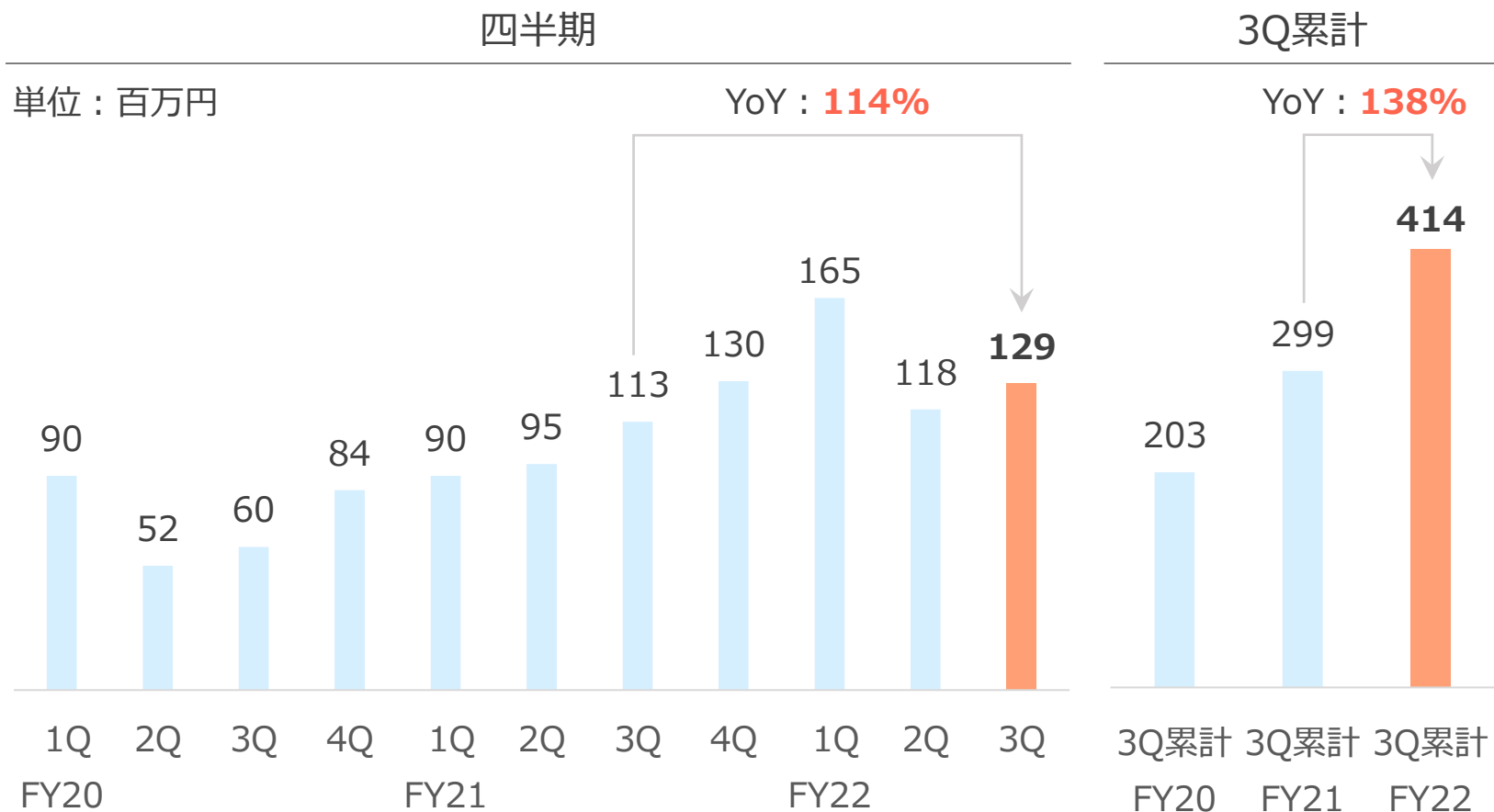
## 【プラットフォーム】主な取り組みと売上推移

外部広告にて案件受注・納品が大幅に加速したことに加え、内部広告の利用者も堅調に推移した結果、プラットフォームサービスの売上は前年比114%となる1.29億円の売上で着地。3Q累計では、前年比138%となる4.1億円を着地。

### 主な取り組み

- 外部広告では、大手メーカーなど様々な企業とのコラボレーション企画や、伝統工芸産業のデジタルシフト支援の継続、地方自治体PR案件の受注・納品が加速。
- 内部広告では、広告サービスの利用促進のための各種キャンペーンや機能追加等に引き続き取り組んだ。

### 売上推移



## 参考：北海道栗山町のクリエイティブコンテストの開催

栗山町の町名にちなんだ「栗」をモチーフに、デザインに栗を取り入れた「栗デザイン」と、素材に栗を用いた「栗素材部門」の2つの部門で「Creema」の登録クリエイターから作品を募集するクリエイティブコンテストを通じて栗山町の魅力の発信を支援。



くりにエイトするまち  
山町 × Creema  
KURIYAMA TOWN

クリエイティブコンテスト  
— vol.2 —

# 結果発表

栗デザイン

栗素材



## 参考：北海道栗山町の「くりやまクリエイティブステイ」へのクリエイター誘致

北海道の栗山町にて、宿泊施設で暮らしながら、作品の展示販売やアトリエでの作品制作等の体験を通じて、移住後の暮らしを具体的にイメージできる移住促進プログラム「くりやまクリエイティブステイ」へのクリエイター誘致を支援。



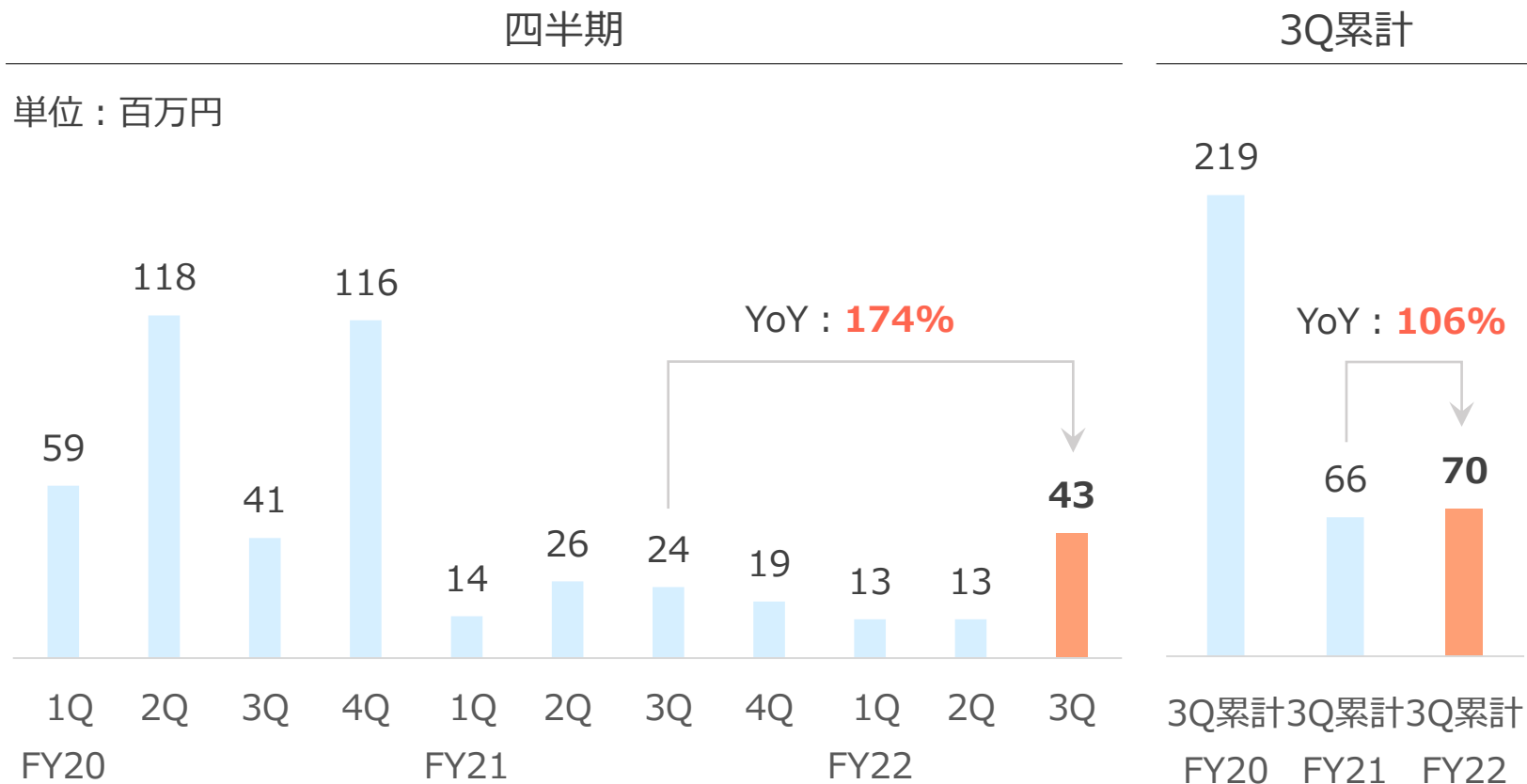
## 【イベント・ストア】主な取り組みと売上推移

ストアは、店舗数が昨年度より3店舗少ない2店舗体制での営業に加え、コロナの影響で引き続き客足が遠のいたが、イベントでは、今期初の大型イベントを開催した結果、3Q売上は前年比174%、3Q累計では106%に成長。

### 主な取り組み

- ストアは、コロナの影響を大きく受け、前年同期より店舗数が3店舗減少して2店舗体制に。緊急事態宣言・まん延防止等重点措置による営業制限に加え、入店数もいまだ戻らず、大きく前年割れが続いている（対策は後述）。
- イベントは、当社初の音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES 2021」を2021年11月6日・7日に御殿場高原にて開催。1万人を超える方々にご参加いただき、新しいサービスの可能性が拓いた。

### 売上推移（百万円）



## 「Creema Store 新宿」の閉店

ルミネ新宿 ルミネ2にて、2014年より営業を続けておりました「Creema Store 新宿」ですが、2022年1月31日をもって閉店とし、以降は、札幌ステラプレイス内にある「Creema Store 札幌」の1店舗のみで運営してまいります。

### Creema Store 新宿の閉店

- 2014年より営業を開始した「Creema Store 新宿」は、本年1月31日をもって閉店が決定。
- 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、館の休館や営業時間の短縮、来客数の減少等により、これ以上の継続はリスクがあると判断。
- また、ファッションビルの最先端を走るルミネ新宿にて、長年営業を続けており、広告塔としての役割も十分に果たしたと判断。



### 今後のストア領域での展開

- 以降は、札幌ステラプレイス内にある「Creema Store 札幌」の1店舗のみで運営。同店は、その立地から、新型コロナウイルス感染症の影響が都内よりも少なく、継続は現実的。
- 新型コロナウイルス感染症が収束した折には、当社が有するリアル業態の運営ノウハウを活かし、新業態での出店も含め柔軟に検討していく方針。

## 参考 : Creema YAMABIKO FES 2021

富士山をバックに12組のライブを体感できる野外音楽ステージを中心に、クラフト市やサウナ村、アウトドアエリア等、音楽とクラフトの野外フェスティバル「Creema YAMABIKO FES 2021」を開催し、参加者総数は1万名を超えた。



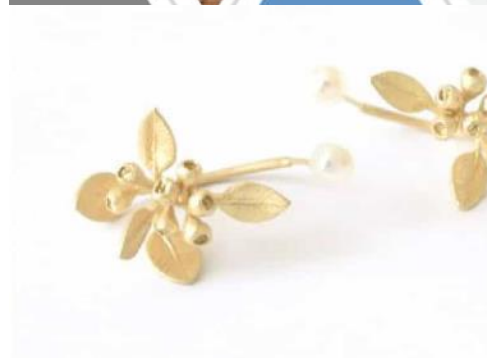


# 告知：「HandMade In Japan Fes冬 2022」の開催

全国3,000人のクリエイターが出展する、日本最大級のクリエイターの祭典「HandMade In Japan Fes'」を、前回開催から2年ぶりとなる2022年1月に東京ビッグサイトにて開催予定。



The poster features a central graphic with the text "HandMade In Japan Fes" and "2022" above a stylized winter logo. Below the logo is a circular icon of a person wearing a beanie with "H I M J" on it. To the left of the logo is the vertical text "東京ビッグサイト" and to the right is "ハンドメイドインジャパンフェス". At the bottom, the dates "2022.01.22 (Sat) → 23 (Sun)" are displayed. The background is a collage of images showing various handmade goods like jewelry, pottery, and food, set against a geometric pattern of overlapping diamonds in blue, yellow, and red. A red diamond in the center contains the text "New Days!".



## 参考：新サービス群

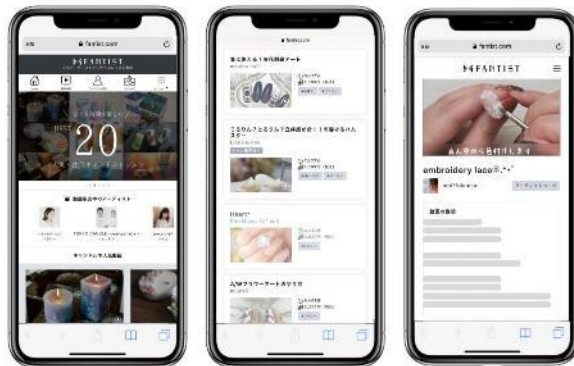
これまでに提供を開始したクラウドファンディング、レッスン動画プラットフォームに加え、今後もクリエイターやユーザーに対する提供価値を高めながらクレーマ経済圏の構築を進めるべく、新サービスを順次追加していく方針。

### これまでにリリースしたサービス

#### 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 etc.



### 今後リリース予定のサービス

#### その他新サービスの導入



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、クリエイターが資金調達を行えるプラットフォームを運営。

クリエイターのレッスン動画プラットフォーム「FANTIST」のM&AによるEdTech領域への参入、作品販売における写真撮影から発送代行までを当社が受託する「フルフィルメントサービス」等の運営

「Creema」とシナジーの高い各種新サービスの開発、検討が進行中。

## FY22の全社業績予想

クリエイターの活動をより強く後押しできるよう、様々なサービス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、FY22は売上24億円、営業利益/経常利益は3.1億円、当期純利益2.9億円の達成を目指す。

### 全社業績予想

単位：百万円	(参考) FY21	FY22	YoY
売上	2,062	2,446	119%
売上原価	5	88	1689%
売上総利益	2,057	2,357	115%
販管費	1,831	2,042	112%
営業利益	226	315	140%
経常利益	204	307	150%
当期純利益	178	293	164%

### 主要サービス別 FY22売上予想

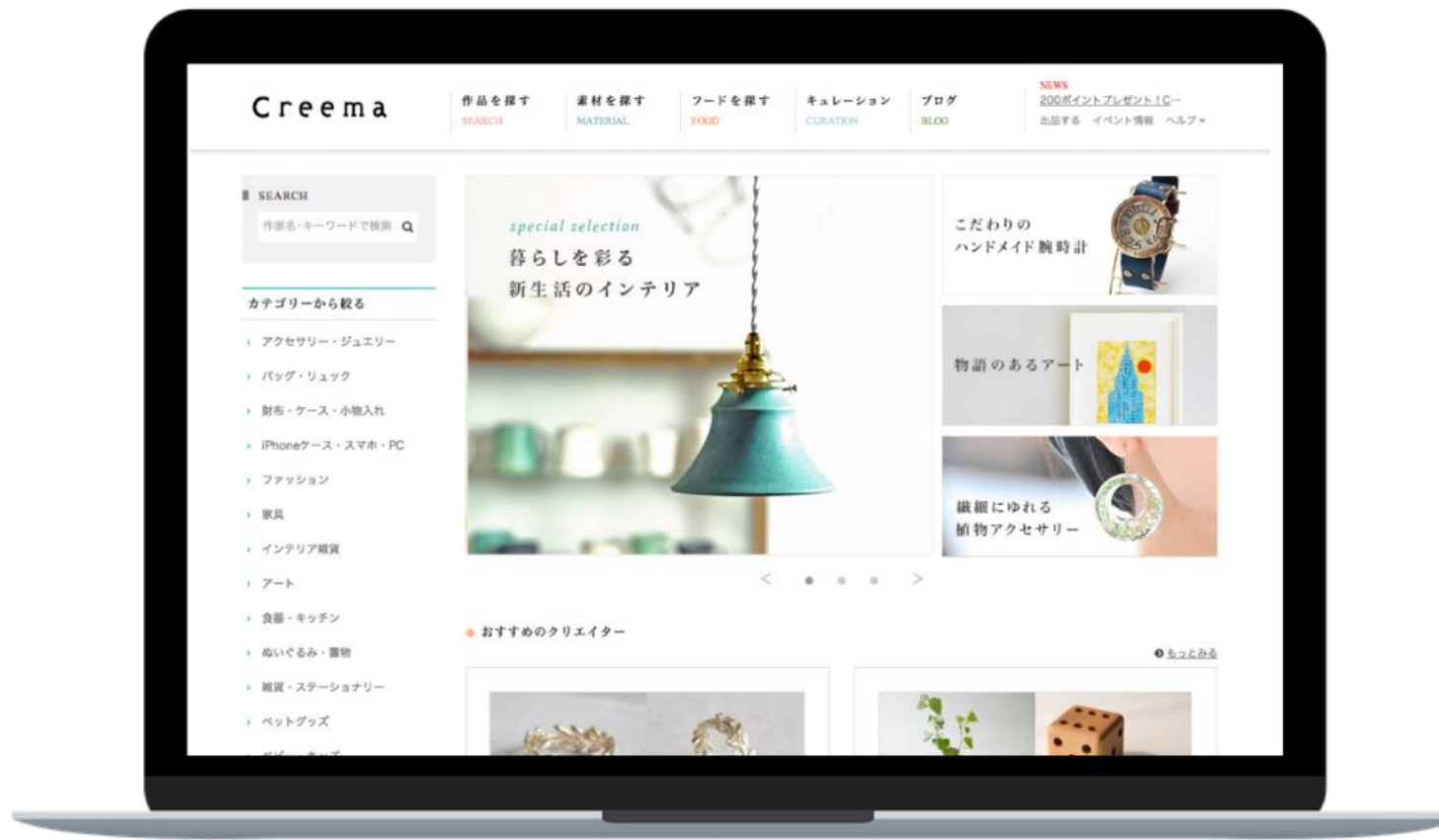
単位：百万円	
マーケットプレイス	1,628 YoY：106% (参考) マスク抜きYoY:121%
プラットフォーム	590 YoY：137%
イベント・ストア	171 YoY：200%
新サービス群	55 YoY：382%

## Appendix



## ① マーケットプレイスサービス（日本 / 中国語圏）

クリーマ経済圏の核となる「Creema」では、22万人のクリエイターが制作する1,200万点の作品が出品。年間の流通総額は154億円を超え、日本及びアジア最大級のグローバルハンドメイドマーケットプレイスとしてのポジションを確立。



## 参考：Creemaが取り扱う様々な作品カテゴリー

「Creema」では、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を購入可能。



## ②プラットフォームサービス

「Creema」のユーザー基盤・発信力・プラットフォームを活用し、クリエイターが自らの作品をPRできる「内部広告」や、法人・地方自治体向けの「外部広告」をはじめとするプラットフォームサービスを提供。事業の複層化を推進。

### 内部広告

クリエイターが、自ら「Creema」上に広告を出稿し、自身の作品をサイト・アプリ上に掲載できる広告サービス。



### 外部広告

#### 法人向けPRサービス

企業のもつ魅力的な商品やサービスを、「読みもの」として深掘りする記事広告や、顧客企業の商品をクリエイターが製作するコラボ企画等、多様な広告メニューを展開。



#### 地方創生

伝統工芸産業のDX支援、地域の逸品を用いたPR、街づくりイベントのプロデュース等、「Creema」のユーザー及びプラットフォーム基盤を活かし、地方創生領域においてもPRサービスを展開。



### ③ イベント・ストアサービス（1/2） - イベント

1 開催あたり来場者数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、日本全国各地で様々なハンドメイド・クラフトイベントを開催。

#### HandMade In Japan Fes'

- 東京ビッグサイトにて2013年より開催開始。
- 日本最大級のクリエイターの祭典としての地位を確立。
  - 出展数：約3,000人
  - 来場者：約50,000人



#### Creema Craft Party

- インテックス大阪にて2014年より開催開始。
- 西日本最大級のクラフトイベントとしての地位を確立。
  - 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。



Note) 各イベントの出店者数・来場者数は直近開催したイベントの実績。なお、2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で未開催。



## 参考：HandMade In Japan Fes'の開催風景



### ③ イベント・ストアサービス（2/2） - ストア

「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・札幌に展開。

Creema Store（ルミネ新宿2）



Creema Store（札幌ステラプレイス）



#### ④ 新サービス群 - クラウドファンディングサービス等

クリエイターの課題や想いに対応する、様々な新サービスを展開予定。その第一弾として、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』を前期より提供開始。

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 理め込み

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。

ハレクタニの想い～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 理め込み

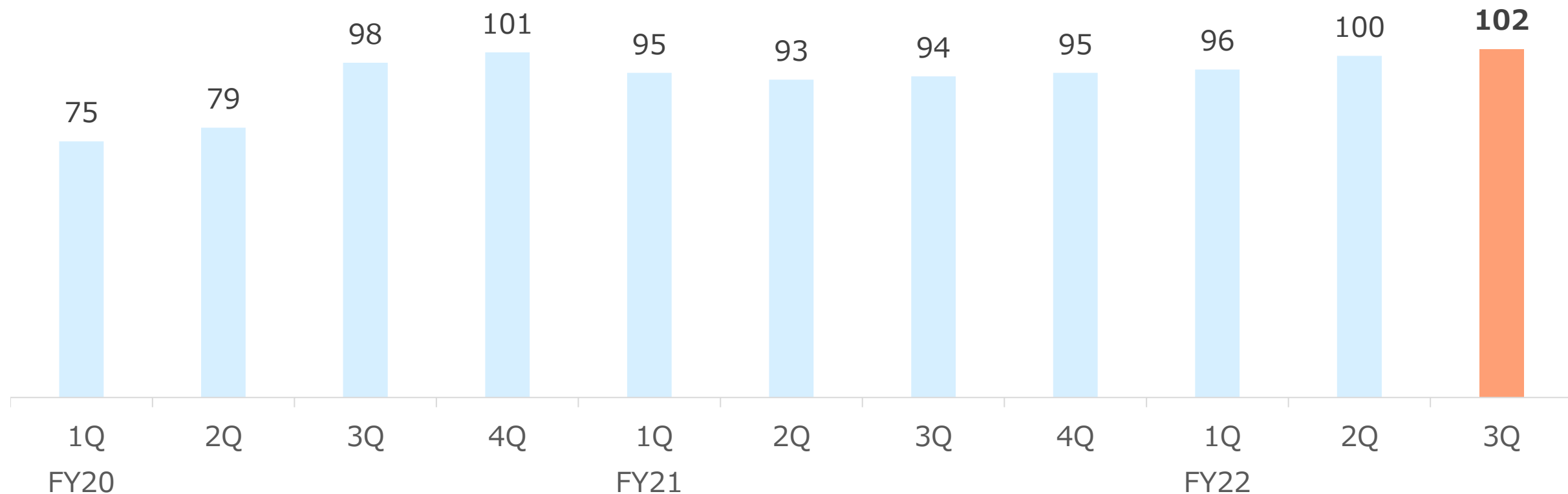
このプロジェクトは実行確約型です。

伝統的な九谷焼を、もっと現代の生活に馴染むものに。そんな想いではじまった『ハレクタニ』の想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。

## 従業員数の推移（アルバイト含む）

直近1年間では、従業員数に大きな変動がない。

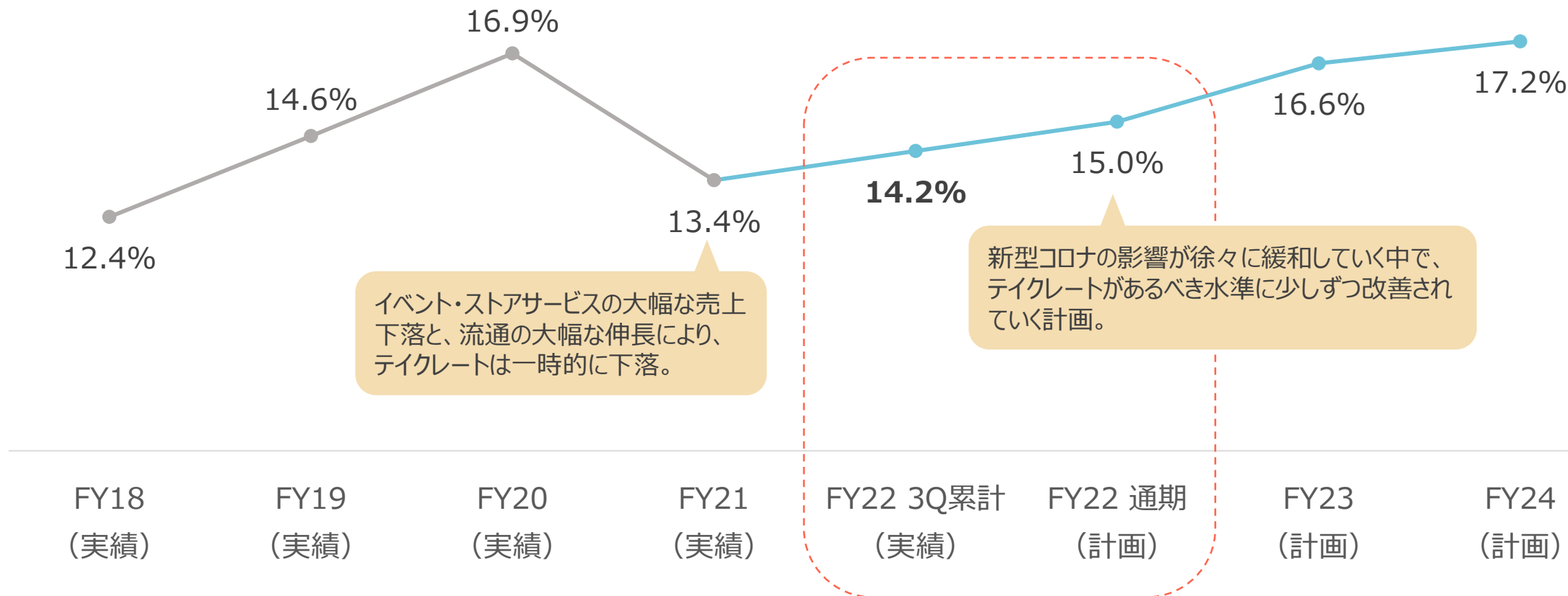
単位：人



Note) 従業員とは、役員を除く、正社員・契約社員・アルバイトの合計。

## テイクレートの推移

FY21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。FY22以降は、イベント・ストアが徐々に復調していくことに加え、新サービス群も生まれるため、テイクレートは改善していくと予測。

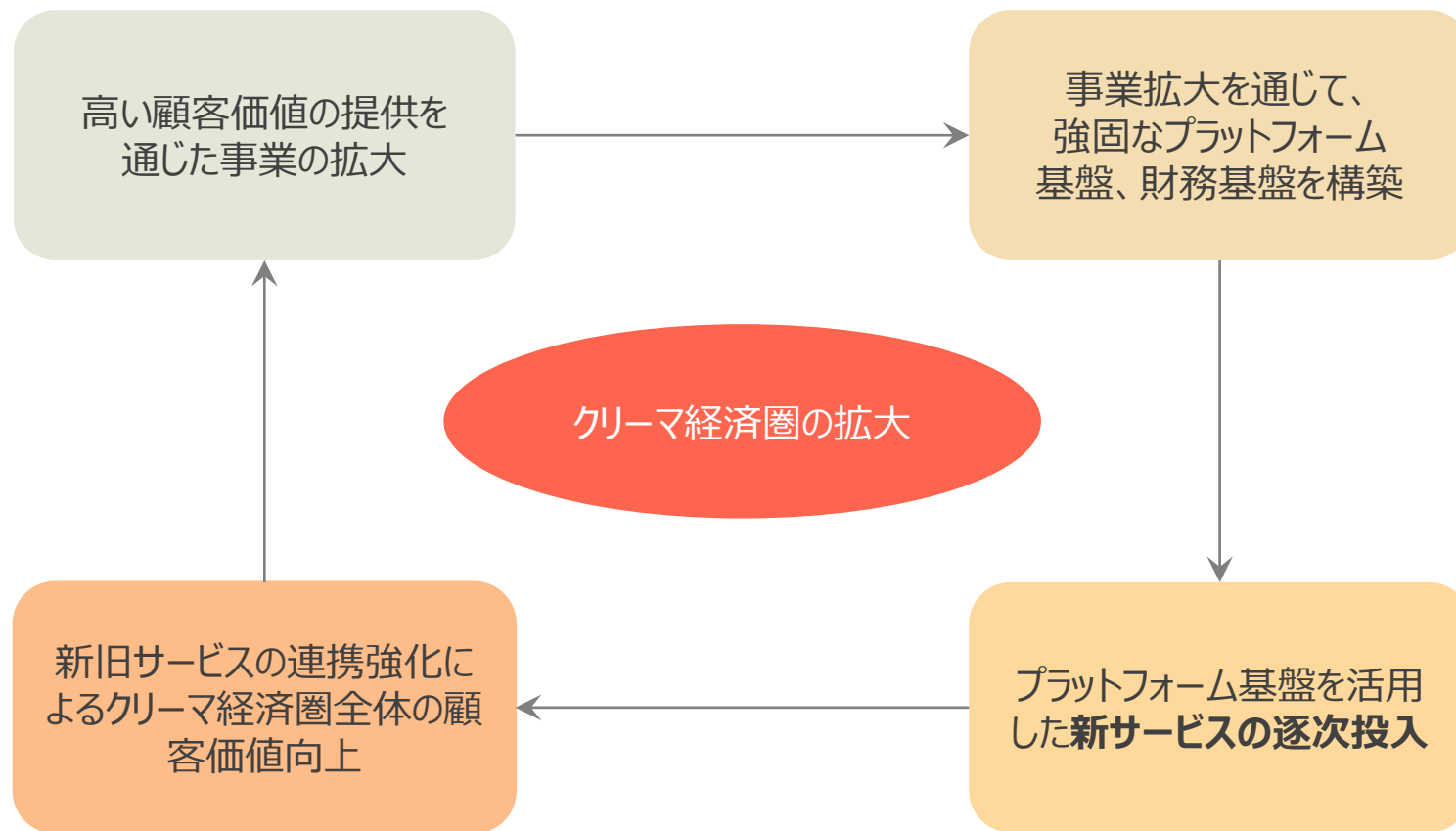


Note) テイクレートは、マーケットプライスの流通総額を分母に、全サービスの売上を分子にして算出。

## 新サービス群への投資方針

新サービスの開発は、クリエイターエンパワーメント事業を通じて構築されたプラットフォーム基盤とのシナジーがある領域から進める。その後、新旧サービスの連携強化を通じて競争優位を一層強化し、クリーム経済圏の拡大を図る。

### クリーム経済圏の拡大プロセス



### クリームのプラットフォーム基盤と新規事業

- ①プロ・セミプロ中心のクリエイター基盤
- ②20代～40代の女性を中心に、月2～3,000万VISIT超の巨大なユーザー基盤
- ③「ただのEC」に留まらない発信力とコミュニティー基盤を持つメディアとしてのサイト・アプリの保有（SNS総フォロワー数も約90万人）
- ④プラットフォーム基盤を活かし、多様なサービスを創出してきた事業開発能力

独自性の高いプラットフォーム基盤を活かし、クリエイターの活動支援に係る領域を主軸としつつ、それ以外の領域においても新サービスを積極的に展開していく。

## 新サービス群の拡張

プラットフォーム基盤を活用してサービス領域を着実に拡大。FY22には満を持してEdTech領域への参入を行うべく、FY22 1Qに株式会社FANTISTを買収。

### サービス領域の拡張

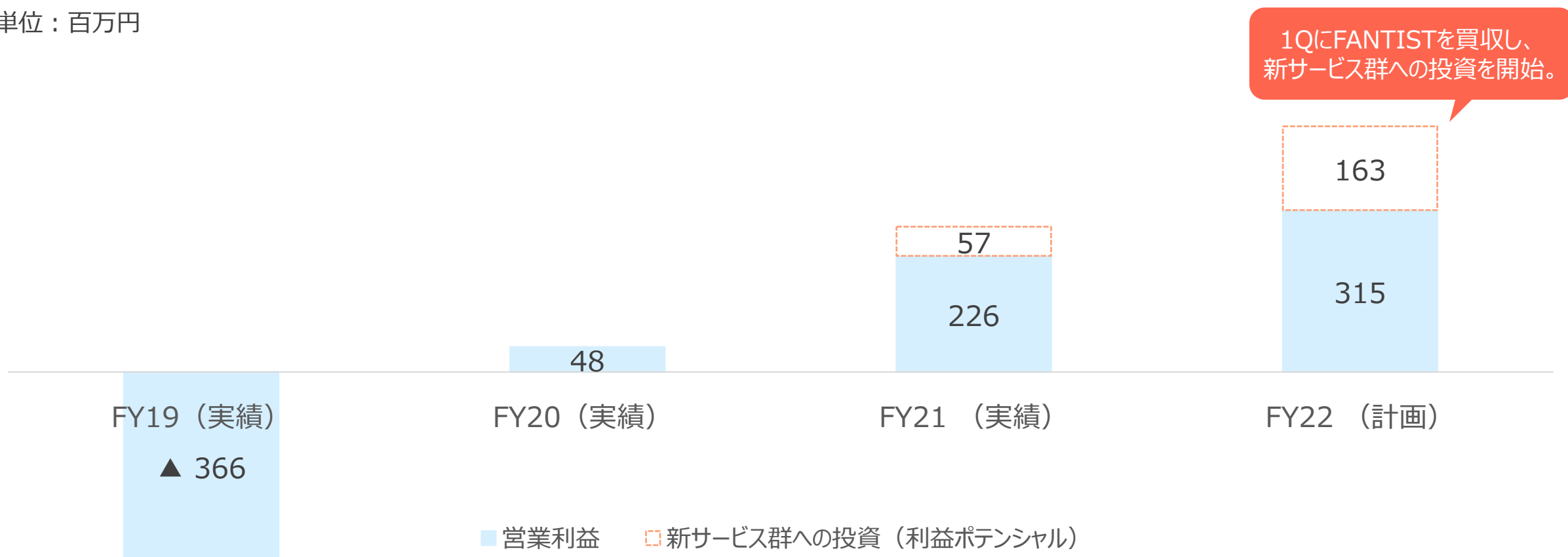


## 新サービス群への投資

更なる成長速度の加速に向け、FY22に新サービス群への戦略投資を加速しつつ、営業利益は前期比140%を目指す。  
なお、FY22 1QにはFANTISTを買収し、新サービス群への投資をスタート。

### 営業利益の推移

単位：百万円





## ESGに対する取り組み（1/2）

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。



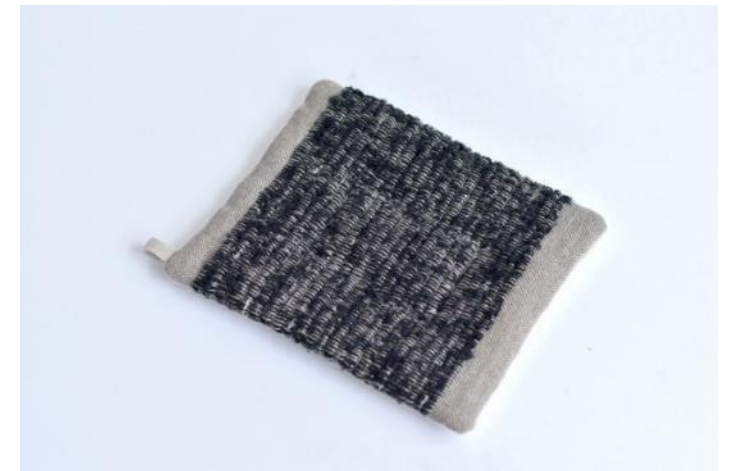
ものづくりによる地方創生・地方活性化

- 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。



## ESGに対する取り組み（2/2）

静岡県・遠州地方の地場産業である「遠州織物」の製織工程で生じる産業廃棄物「布耳（繊維くず）」を用いた作品を「Creema」クリエイターから募集し、アップサイクル作品25点を商品化しました。今後も「ものづくりの力によって廃材に新たな価値を生み出す」といったサステナブルな世界の実現を目指します。



# 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.

<https://www.creema.co.jp/contact>