



株式会社コパ・コーポレーション
2023年2月期 決算説明資料

証券コード:7689

1. 2023年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2023年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2024年2月期業績予想
4. 参考資料

1. 2023年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2023年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2024年2月期業績予想
4. 参考資料

ウクライナ情勢による世界経済への影響、主に原油高・原材料の高騰や急激な円安により、輸入商品の企画・開発が想定よりも進みませんでした。

それにより、メディアで取り上げられる商品数が減少し、広告シャワー効果の影響が薄まりました。それと同時に商品寿命の尽きた商品が増加し、結果として主力商品の新陳代謝が鈍化しました。

また、前期から続く巣籠り消費の反動減と一部取引先店舗の来店者数が依然としてコロナ前の水準に戻っておらず、その影響により売上高は前年度を下回りました。

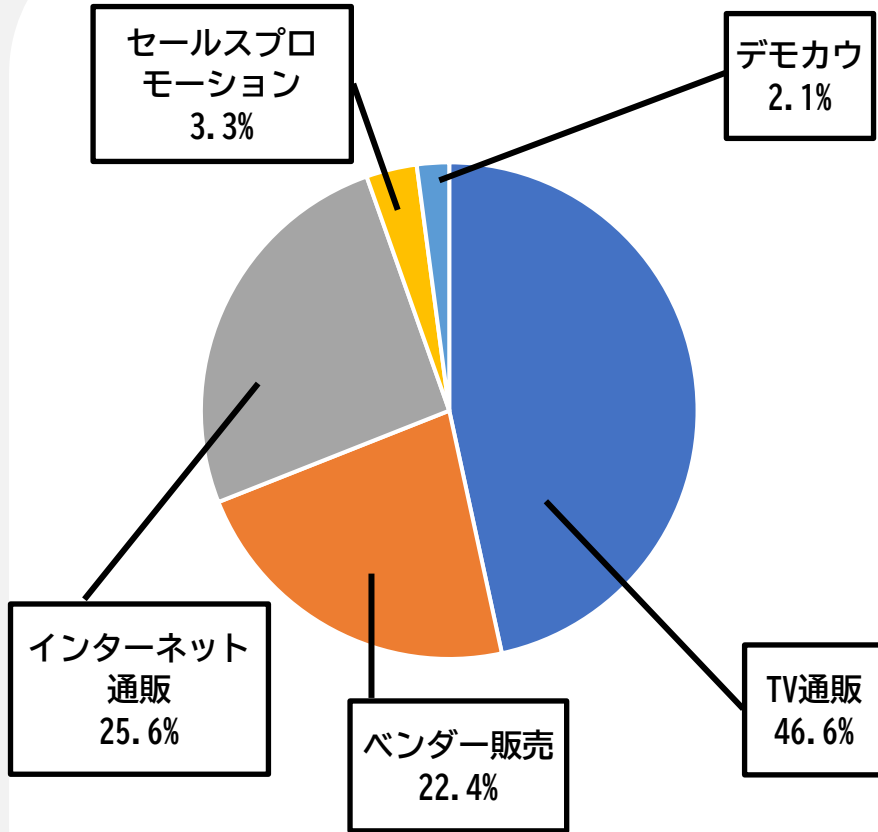
なお、当社は、2021年6月25日開催の定時株主総会において「定款一部変更の件」が承認され、決算期を3月31日から2月末日に変更いたしました。

これにより、当事業年度（自2022年3月1日 至2023年2月28日）と比較対象となる前事業年度（自2021年4月1日 至2022年2月28日）の期間が異なるため対前期増減率については記載しておりません。

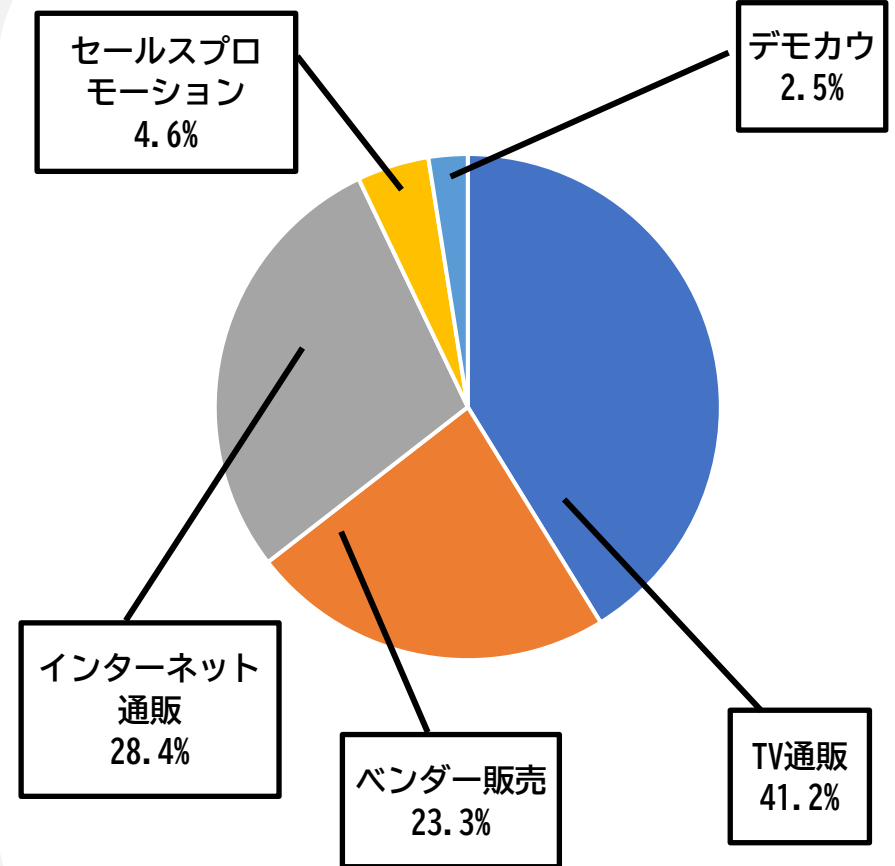
(百万円)	2023年2月期 (2022年3月-2023年2月)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月	前期比
売上高	2,572	3,865	—
営業利益または 営業損失 (△)	△116	135	—
経常利益または 経常損失 (△)	△117	133	—
当期純利益または 当期純損失 (△)	△133	89	—

販売チャネル別売上高構成比の変化

2022年2月期



2023年2月期



2023年2月期販売チャネル別売上高サマリー

セールスプロモーション以外のチャネルは、ウクライナ情勢による世界経済への影響(原材料の高騰、円安への進行等)により、輸入商品の企画・開発が想定よりも進まず、この外的要因により、メディアで取り上げられる商品数が減少し、シャワー効果の影響が薄まったことにより、売上は減少。

また、ベンダー販売は前述の理由以外に、前期から続く巣籠り消費に関連していたと推測される消費者の購買行動による影響の反動減と一部取引先店舗の来店者数が依然としてコロナ前の水準に戻っておらず(直営店舗「デモカウ」も同様)、売上は減少。

(百万円)	2023年2月期 (2022年3月-2023年2月)	構成比	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月	構成比	前期比
TV通販	1,059	41.2%	1,799	46.6%	—
ベンダー販売	600	23.3%	867	22.4%	—
インターネット通販	730	28.4%	988	25.6%	—
セールス プロモーション	117	4.6%	127	3.3%	—
デモカウ	65	2.5%	82	2.1%	—

1. 2023年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2023年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2024年2月期業績予想
4. 参考資料



事業内容

～株式会社コパ・コーポレーションは実演販売のできる販売元です～

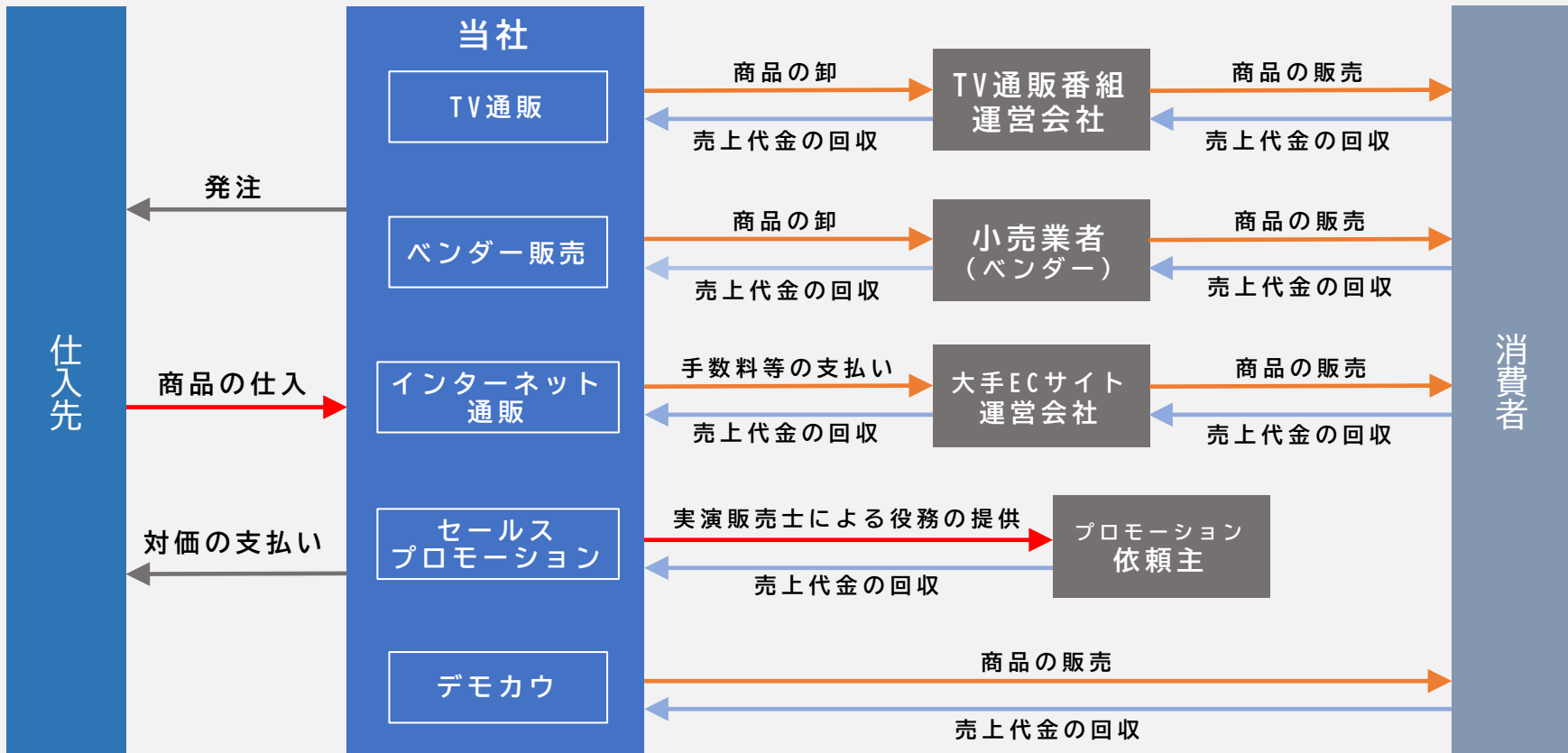
社名	株式会社コパ・コーポレーション
設立	1998年10月
代表者	代表取締役社長 吉村 泰助
本社	東京都渋谷区恵比寿南2-23-7
従業員数	47名 (2023年2月末日時点)
事業内容	 商品の卸売 (BtoB事業) TV通販/バンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション  商品の小売 (BtoC事業) TV通販/バンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション  実演販売士の役務提供等 (BtoB事業) TV通販/バンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション

実演販売関連事業として単一セグメントとし、5つの販売チャネルを有している。
 実演販売とは、顧客の目の前で実際に商品を使って見せて使用価値をアピールし、購入を促す販売手法である。

実演販売の利点

- ①能動的な需要を喚起させる
- ②高い広告効果
- ③商品の企画から発売、販売まで携わることができる

実演販売士



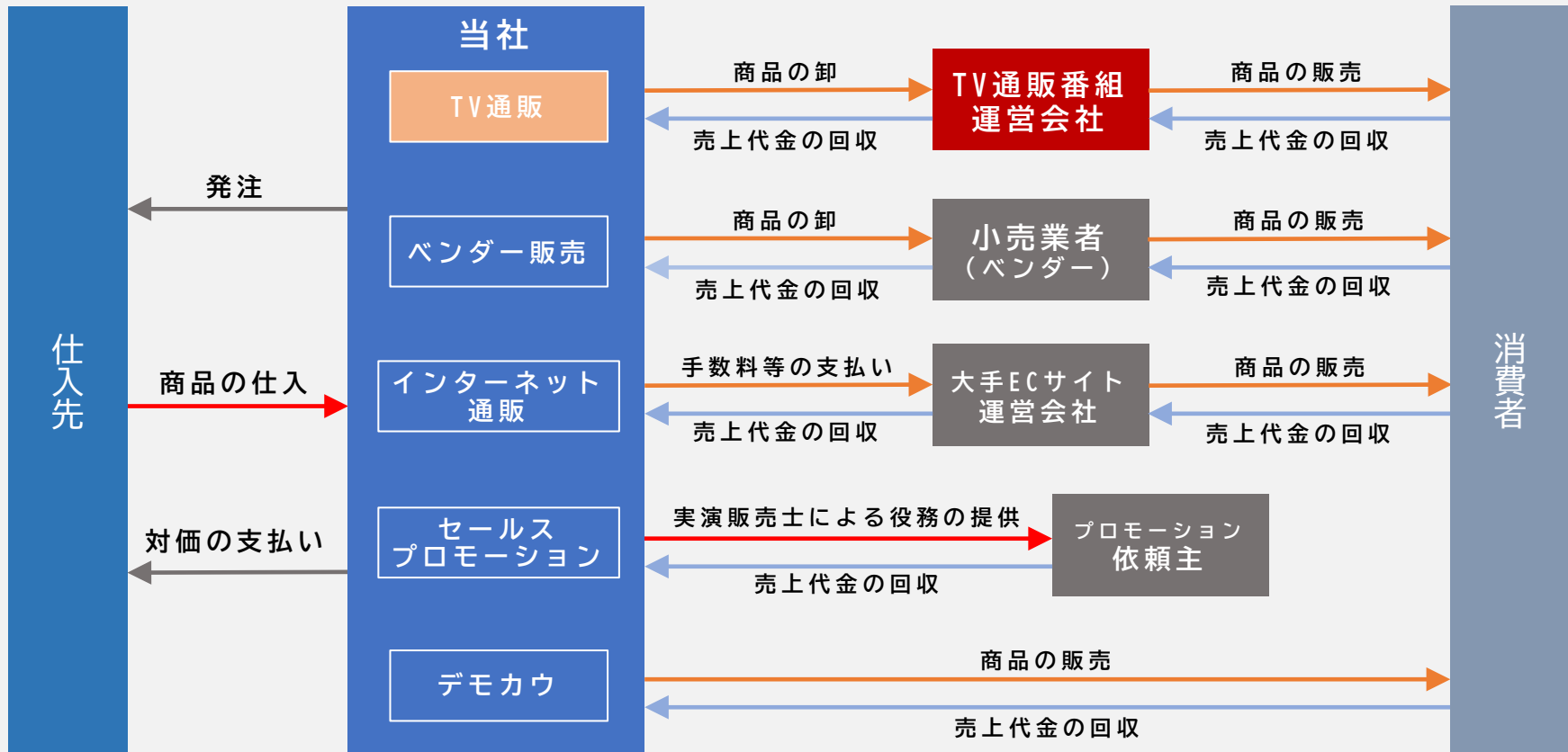
事業系統図：TV通販(BtoB事業)

テレビ通販



高い広告宣伝効果

- TV通販番組運営会社への商品の卸売
- 実演販売士による販促活動



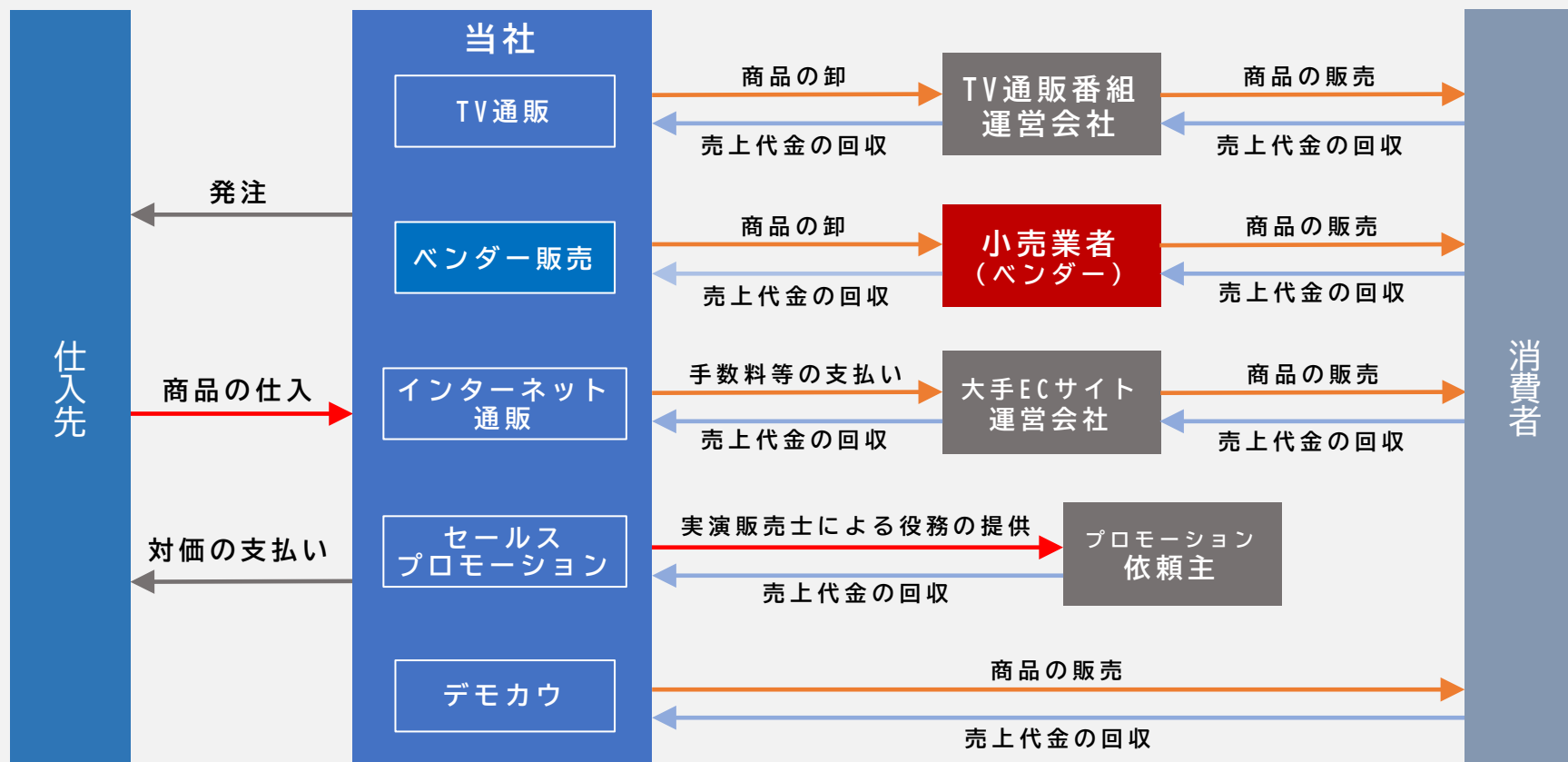
事業系統図：ベンダー販売(BtoB事業)

ベンダー販売



実物を見て購入できる

- ・量販店等への商品の卸売
- ・販促映像の提供や実演販売士による販促活動



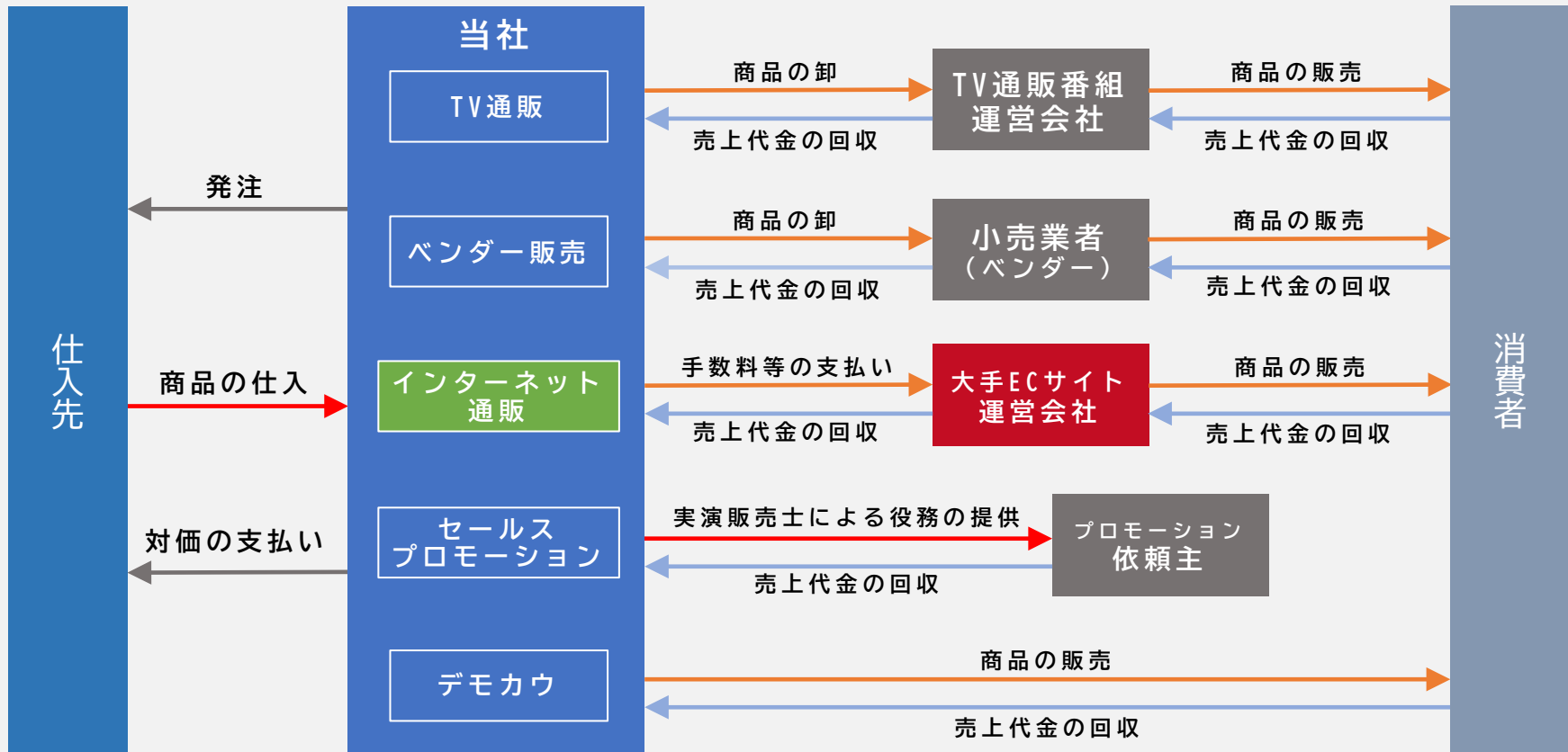
事業系統図：インターネット通販(BtoC事業)

インターネット通販



365日24時間受注可能

- ・インターネットモールへ出店
ECサイト運営会社に手数料を支払い、
消費者と直接、商品のやり取りをする。



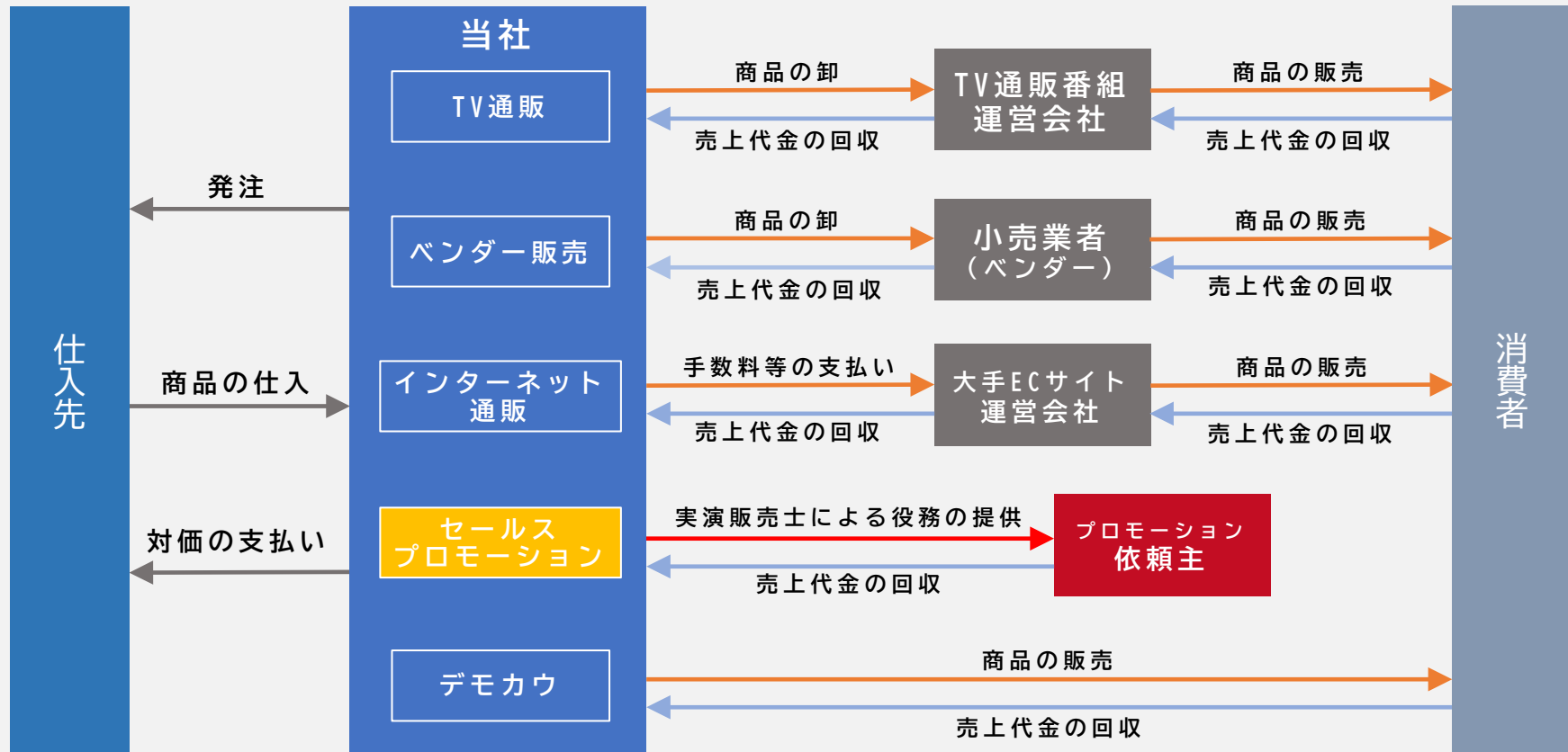
事業系統図:セールスプロモーション(BtoB事業)

セールス
プロモーション



実演販売士の実力向上

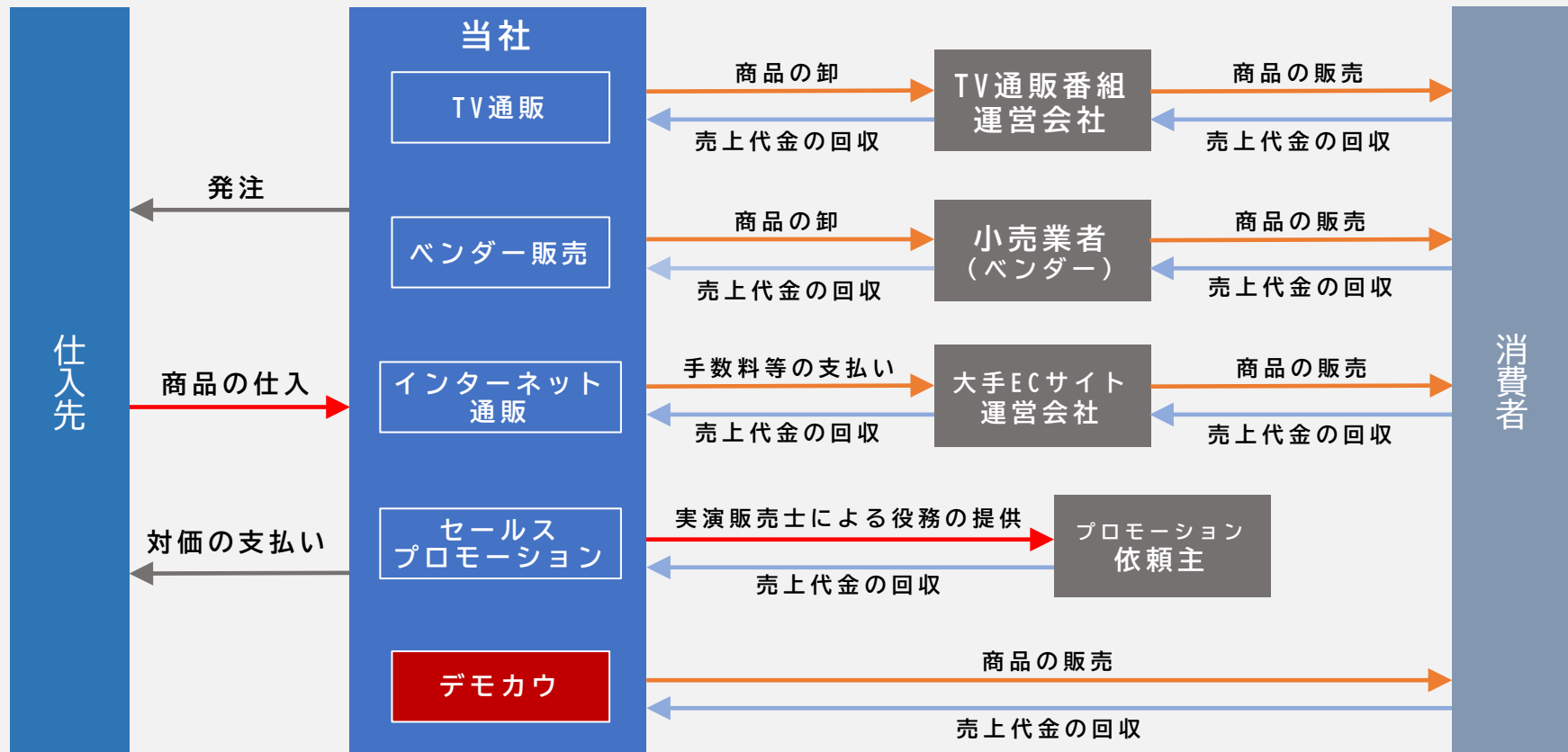
クライアント様からの依頼に基づき、実演販売士の派遣や、動画制作・出演を行う。当社以外の商品を実演販売することにより、実演販売士の実力も向上する。



事業系統図：デモカウ(BtoC事業)

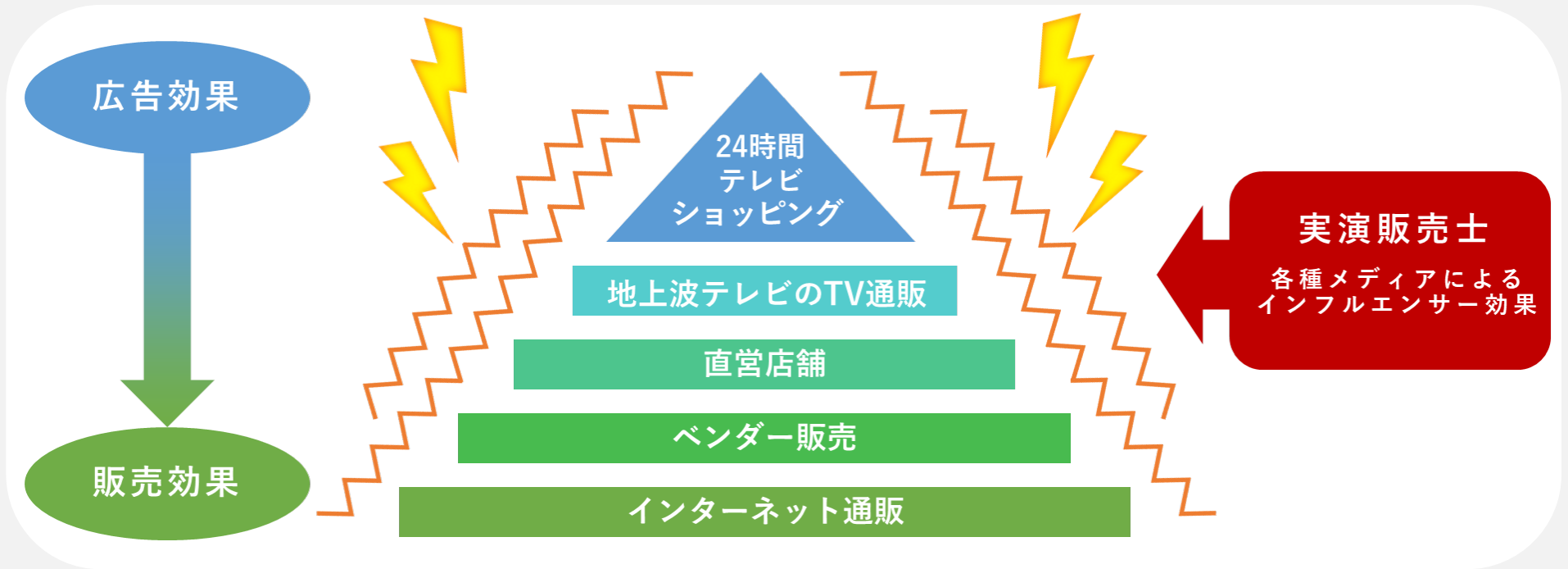


- ・ 自社プラットフォーム
直営店舗とECサイトにより直接消費者へ販売を行う



独自の販売戦略「3Dマーケティング販売戦略」

実演販売の強みは、販売力を特定の取扱商品に依存するのではなく実演販売のノウハウで確保できる点である。実演販売により5つの販売チャンネルが有機的に結合することで売上を獲得している。この、実演販売士が新たに開拓した需要を各販売チャンネルで回収して販売量と利益を獲得する戦略のことを「3Dマーケティング販売戦略」と呼んでいる。



当社の強み：実演販売で唯一の上場企業

当社の強み＝実演販売

経験と実績を兼ね備えた実演販売士を擁していることはもちろん、その実演販売士を作り上げる育成システム『**売の極意塾**』を構築していることが当社の強み



上位クラスの、売るだけでなく商品企画ができる実演販売士を**実演アンカーマン**と呼ぶ



基礎、法令、実践からなる
9日間の育成プログラム

実演販売員



所定の規準をクリア

認定制

実演販売士



当社の強み：売れる商品企画

埋もれている商品をリバイバルさせることでヒット商品を生むことができます。





2023年2月期の取り組み

店舗向けプラットフォーム 「スグデル」のサービス開始

欲しいがスグデル!

01

サンプル
発注

02

在庫
状況

03

出荷
予定日

など、お問い合わせが
多いものがすべて見られる!!

メディア露出情報や、
商品の販促物も
ここからわかります!

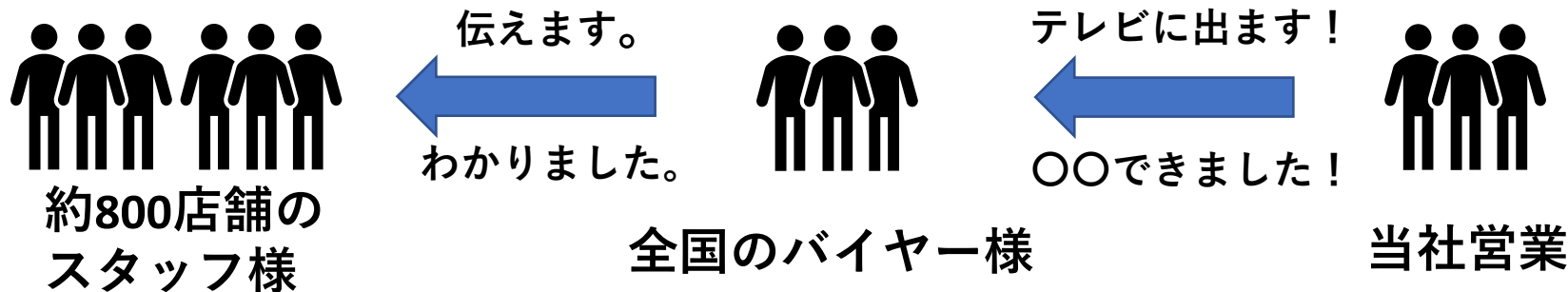


◎ スグデルによって改善した課題

取引店舗スタッフ様と密な コミュニケーションが取れなかった

※全国に約800店舗の取引先店舗があり、今後は更に契約店舗が増える予定であるため、コミュニケーション不足による機会損失を避け売上の最大化を図りたかった

スグデル開始前



プラットフォーム「スグデル」で改善したこと

- ・メディア、新商品情報の即時共有による**売り逃しの防止**
- ・販促コンテンツの整理と、必要店舗への**アプローチ**
- ・店舗スタッフ様の**不満点改善**
- ・他社との**差別化**による**優位性構築**



「スグデル」搭載機能

- メディア情報
- 商品検索機能
- プロモーションカレンダー
- 新商品情報
- 販促物情報
- よくある質問
- 販促POPDL
- 在庫状況
- 操作マニュアル etc.
- 販促動画DL
- 出荷予定日



取引店舗スタッフ様が直接発注できる機能を2024期2月期中に追加予定

欲しいがすぐデル!

01 サンプル発注

02 在庫状況

03 出荷予定日

など、お問い合わせが多いものがすべて見られる!!

メディア露出情報や、商品の販促物もここからわかります!



今後の成長戦略



1. ライブコマース型
クラウドファンディングサービス
2. 実演アンカーマン体制の拡充

新企画：ライブコマース型 クラウドファンディングサービス

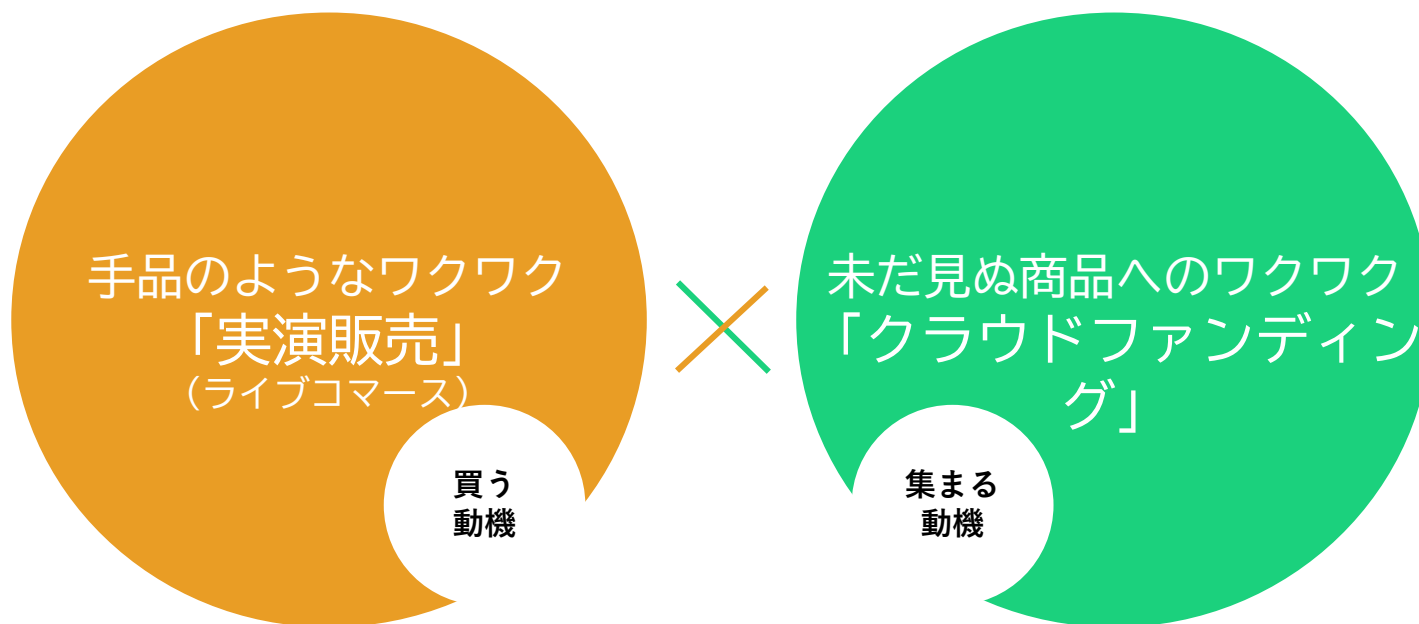
わくわくする商品や体験との出会いを「今」



わくたん
wakutan



コンセプト



よりヒトを集めるために
実演販売とクラウドファンディングを融合させる

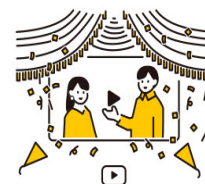
「わくたん」の仕組み



皆様へワクワクする買い物を。

2023年夏頃のサービス開始を予定

わくわくする商品や体験との出会いを「今」





1. ライブコマース型
クラウドファンディングサービス
2. 実演アンカーマン体制の拡充

今後の成長戦略：実演アンカーマン体制の拡充

他にもお任せあれの「わくたんプレゼンター」が多数在籍！



1日の最高売上
1億2千万円



1回のライブ配信で
売上100万円達成



中国語・英語・日本語を
操るトリリンガル

既存の実演アンカーマン+ α

既存の実演販売士が新たな実演アンカーマンとなることで、
持続可能で安定的な商品企画体制の構築を目指す



2024年2月期業績予想

2024年2月期業績予想

2024年2月期（2023年3月1日～2024年2月29日）の見通しにつきまして、新型コロナウイルス感染症の拡大は感染症法上の分類の引き下げなどにより収束に向かうと期待しておりますが、ロシア・ウクライナ情勢の長期化による、原材料の価格高騰や材料不足などにより起こるインフレーションによる消費マインドの冷え込みリスクなど、経済の先行きは不透明な状況が続くと予想されます。

このような環境下、当社では新商品発売数の増加、インターネット通販のさらなる集客拡大や新規プロジェクトの今期中のサービススタート、「スグデル」の機能拡張に取り組み、業績回復へ向けた取り組みを進めてまいります。

(百万円)	2024年2月期予想 (2023年3月-2024年2月)	2023年2月期実績 (2022年3月-2023年2月)
売上高	3,100	2,572
営業利益	12	△116
経常利益	10	△117
当期純利益	7	△133
1株当たり 当期純利益	2円36銭	△45円00銭

1. 2023年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2023年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2024年2月期業績予想
4. 参考資料

当事業年度末における総資産は、前事業年度末に比べて増加。負債総額は、前事業年度末に比べて増加。当事業年度末における純資産は、前事業年度末に比べて減少。

(百万円)	2023年2月期 (2022年3月-2023年2月)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月	前期比
流動資産	3,229	3,228	—
固定資産	135	74	—
資産合計	3,364	3,303	—
流動負債	581	385	—
固定負債	23	24	—
負債合計	605	410	—
純資産合計	2,759	2,892	—
負債・純資産合計	3,364	3,303	—

商品企画力の強化や新規プロジェクトにつなげるべく、増員したことによる人件費の増加に伴い、販管費及び一般管理費が増加し、以上の結果、営業利益、経常利益、当期純利益は予想を下回る結果となる。

(百万円)	2023年2月期 (2022年3月-2023年2月)	構成比	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間	構成比	前期比
売上高	2,572	100.0%	3,865	100.0%	—
売上原価	1,621	63.0%	2,563	66.3%	—
売上総利益	950	37.0%	1,302	33.7%	—
販管費及び 一般管理費	1,067	41.5%	1,167	30.2%	—
営業利益または 営業損失 (△)	△116	△4.5%	135	3.5%	—
経常利益または 経常損失 (△)	△117	△4.6%	133	3.5%	—
四半期純利益または 四半期純損失 (△)	△133	△5.2%	89	2.3%	—

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。
- これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- なお、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。実際の投資の際は、当情報に全面的に依拠することなく、皆様ご自身のご判断でお願い申し上げます。