



# 成長可能性に関する説明資料

株式会社コパ・コーポレーション

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 経営状況
4. 当社の強み
5. 成長戦略

1. 会社概要

2. 事業内容

3. 経営状況

4. 当社の強み

5. 成長戦略

コパ・コーポレーションは

「実演販売」の文化を  
清く正しく美しく継承します。

—企業理念—

- ① やさしさと感動を売って、笑顔と感謝を稼ぎ、みんなのための糧とします。
- ② “1”にこだわって商みの王道を歩み、お客様と共に幸せになります。
- ③ お客様を大切にし、お客様と共に清く正しく美しく成長します。
- ④ 実演販売を商みの王道と考えて大切にし、その可能性を追求する総合商社であり続けます。
- ⑤ お客様と共に明るく元気で前向きな笑顔社会を目指します。
- ⑥ 実演販売の精神を尊び、時代と共にその形を変え真にその商みを継承して発展させます。



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 吉村 泰助
本社	東京都渋谷区恵比寿南2-23-7 エビスパークヒルズ
従業員数	29名 (2020年4月時点)



実演販売の文化を清く正しく美しく継承

- |       |     |   |   |
|-------|-----|---|---|
| 1998年 | 10月 | 東京都中野区本町にて有限会社コパ・コーポレーション設立                   | 実演販売ができる<br>卸売業としてスタート                                  |
| 1999年 | 11月 | 店頭販売を開始                                       |   |
| 2003年 | 05月 | インターネット通販を開始                                  |   |
|       | 11月 | TV通販での実演販売を開始                                 |   |
| 2006年 | 01月 | 本社を東京都渋谷区恵比寿に移転                               |   |
|       | 12月 | 株式会社に組織変更<br>株式会社実演販売士協会を設立                   | 実演販売を柱にした販売戦略（3Dマーケティング販売戦略）の<br>基礎構築が完了し株式会社へ組織変更      |
| 2007年 | 02月 | 株式会社実演販売士協会が実演販売士育成セミナーを開始                    |   |
| 2010年 | 03月 | BtoC事業の展開を目的として、ハイホームマーケット株式会社を設立             |   |
|       | 05月 | ハイホームマーケット株式会社がソーシャル通販「ウォ!の王様」(注1)開始          |   |
|       | 12月 | ハイホームマーケット株式会社が「ウォLive」(注2)を開始                |   |
| 2015年 | 01月 | 経営の合理化のため、株式会社実演販売士協会及びハイホームマーケット株式会社を当社に吸収合併 |   |
| 2018年 | 04月 | 自社直営店舗「デモカウ」を東京ソラマチにて出店                       | 2018年4月より実演販売のできる<br>卸売業か販売元へと変貌を遂げる<br>べく「デモカウ」事業をスタート |
|       | 05月 | 自社ECサイト「デモカウ」を開始                              |   |

(注1) コパ・コーポレーション所属の実演販売士がプレゼンターを務め実演販売を交えながら商品を販売する顧客参加型のインターネット通販番組。

(注2) 「ウォ!の王様」においてユーザーが配信されている番組を観ながら、リアルタイムにチャットで参加できる動画配信システム。

1. 会社概要

2. 事業内容

3. 経営状況

4. 当社の強み

5. 成長戦略

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

対象とする商品の使用方法、特徴、効果、利点等を消費者へ直接伝えることができる。

### ② 高い広告効果

売り場への営業ツールとしての機能も有する。

### ③ 商品の企画から発売、販売まで携わることができる

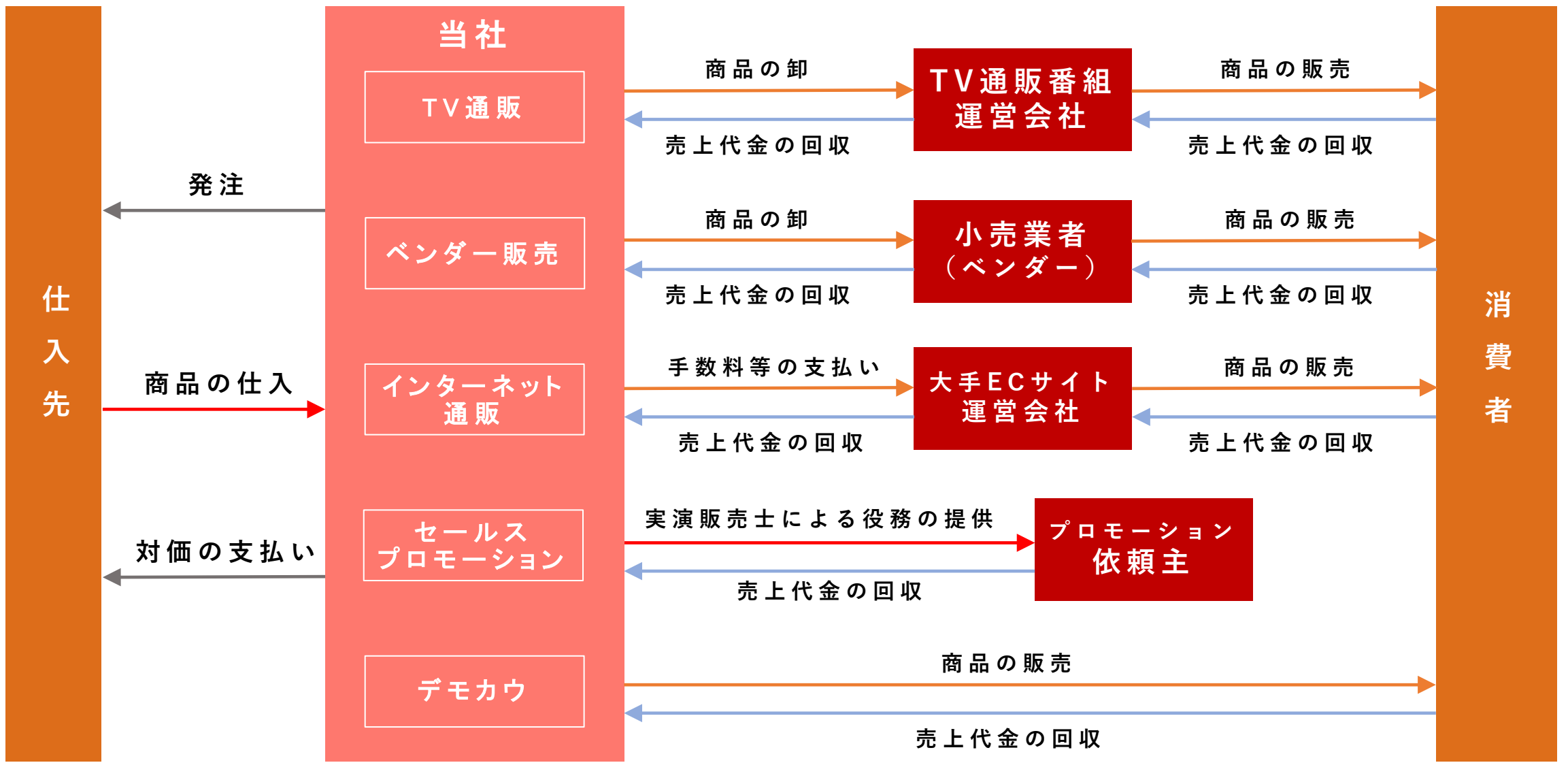
売り場において消費者の動向を体感していることもあり、商品の目利き力を備えることができる。

「実 演 販 売 士」

自社役職員、社外の実演販売士(業務委託契約)



# 事業内容：事業系統図





## 商品の卸売（BtoB事業）

テレビ通販/ベンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション

テレビ通販



高い広告宣伝効果

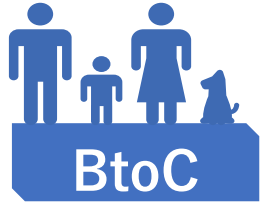
地上波テレビのTV通販番組や24時間テレビショッピングチャンネルへの商品卸売を行う。販促活動として、当社の実演販売士が番組に出演する。

ベンダー販売



実物を見て購入できる

店頭で販売をするため、量販店への商品卸売を行う。販促活動として、当社の実演販売士が量販店にて実演販売を行ったり、販促用のVTRを提供する。



## 商品の小売（BtoC事業）

テレビ通販/ベンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション

インターネット通販



365日24時間受注可能

インターネット上のショッピングモールにて商品を販売。スマートフォンの普及により、メディアを通して商品に興味をもった顧客が手軽に当社の商品を購入することができる。

デモカウ



BtoC事業の中核

直営店舗及びECサイトにて商品を販売。プラットフォームを構築して、商品の先行販売や試験販売等を始めとした当社独自の施策を展開。市場情報を取得し、販売戦略に活かす。



## 実演販売士の役務提供等（BtoB事業）

テレビ通販/ベンダー販売/インターネット通販/デモカウ/セールスプロモーション

セールス  
プロモーション



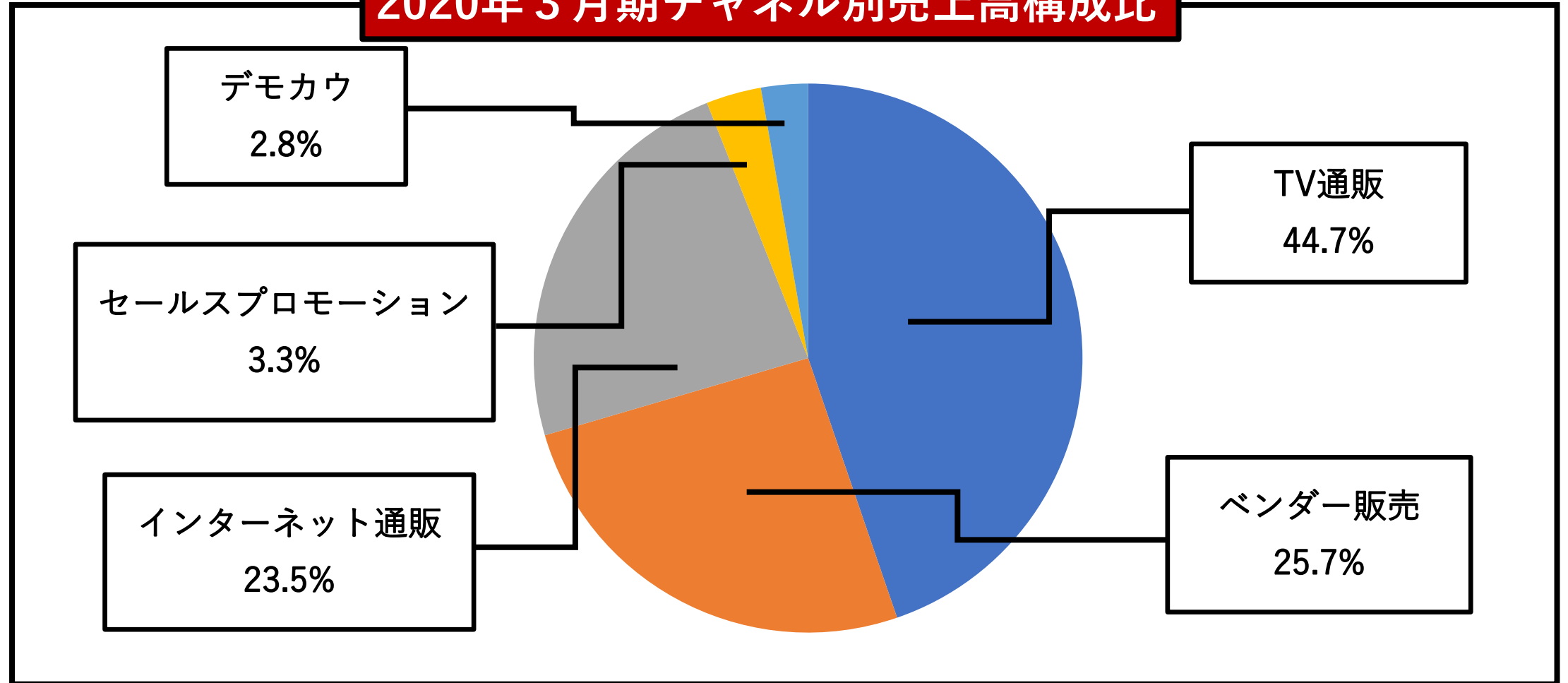
実演販売士の実力向上

クライアントからの依頼に基づき、商品の販売会場やイベント会場への実演販売士の派遣等を行う。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。

# 事業内容：販売チャネル構成比

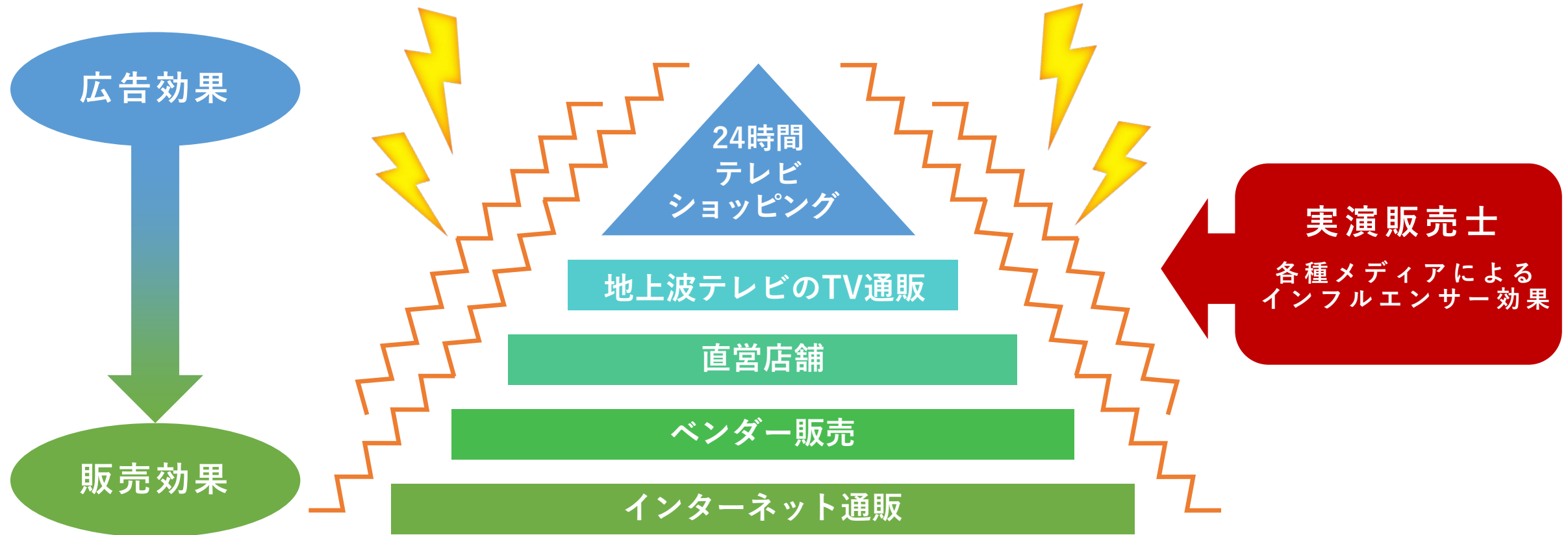
実演販売関連事業の単一セグメントであるが、5つの販売チャネルにより販売を行っている。

2020年3月期チャネル別売上高構成比



# 独自の3Dマーケティング販売戦略

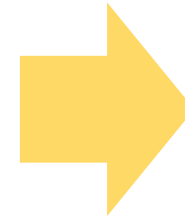
実演販売が新たに開拓した需要を、各販売チャネルが回収して販売量と利益を獲得する戦略。  
 つまり実演販売の力によって、各販売チャネルを有機的に結合している。  
 また、バラエティ番組や情報番組に実演販売士が出演することで、インフルエンサー効果を得られ、3Dマーケティング販売戦略の活性化に繋がる。



実演販売が開拓した需要を漏れなく回収するためにブランド管理を徹底することで、値崩れの防止や、当社の広告効果への競合他社によるフリーライドの防止に繋がっている。

## ブランド管理の徹底

- ・プライベートブランド化
- ・独占販売契約



値崩れ防止

競合他社の  
フリーライド防止

実演販売のできる卸売りから実演販売のできる販売元へ

1. 会社概要

2. 事業内容

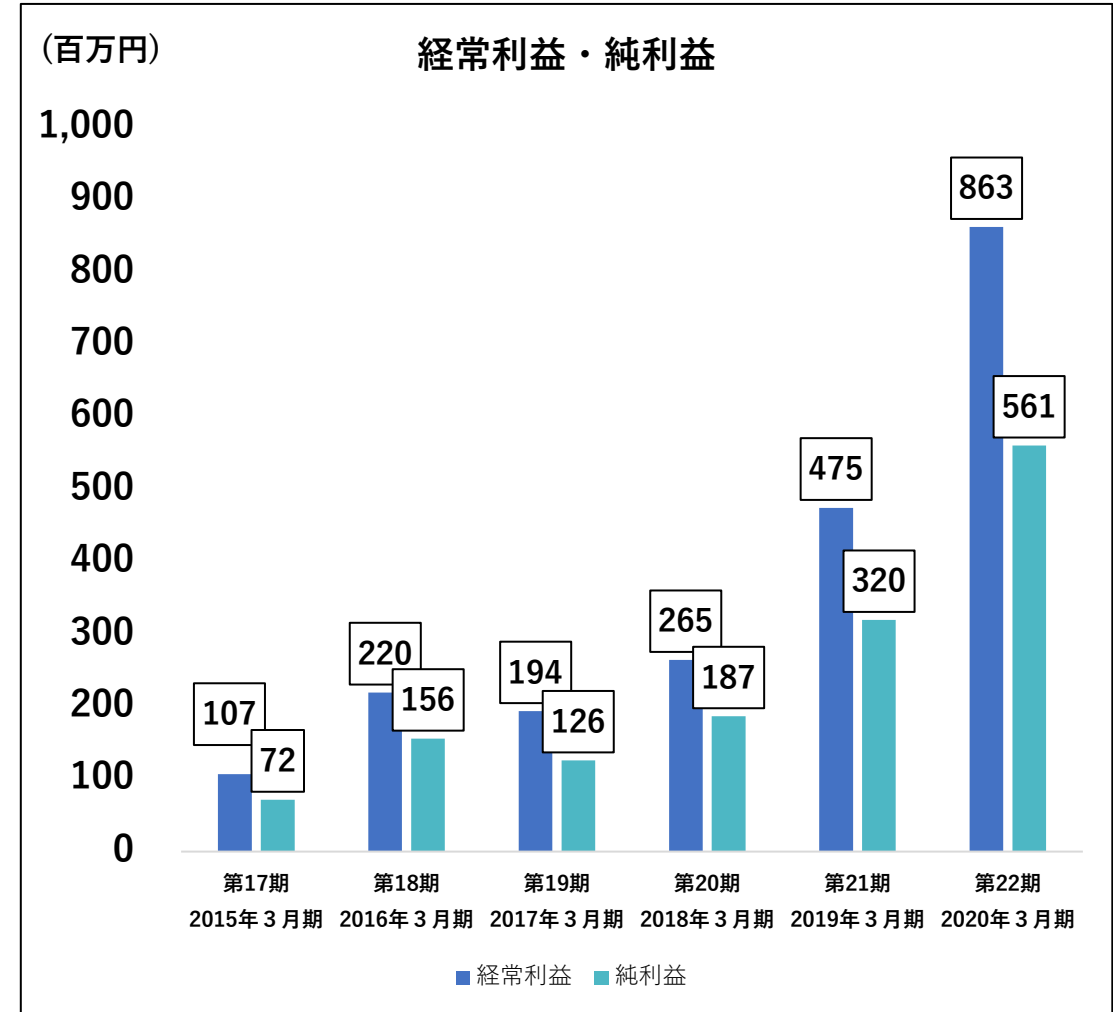
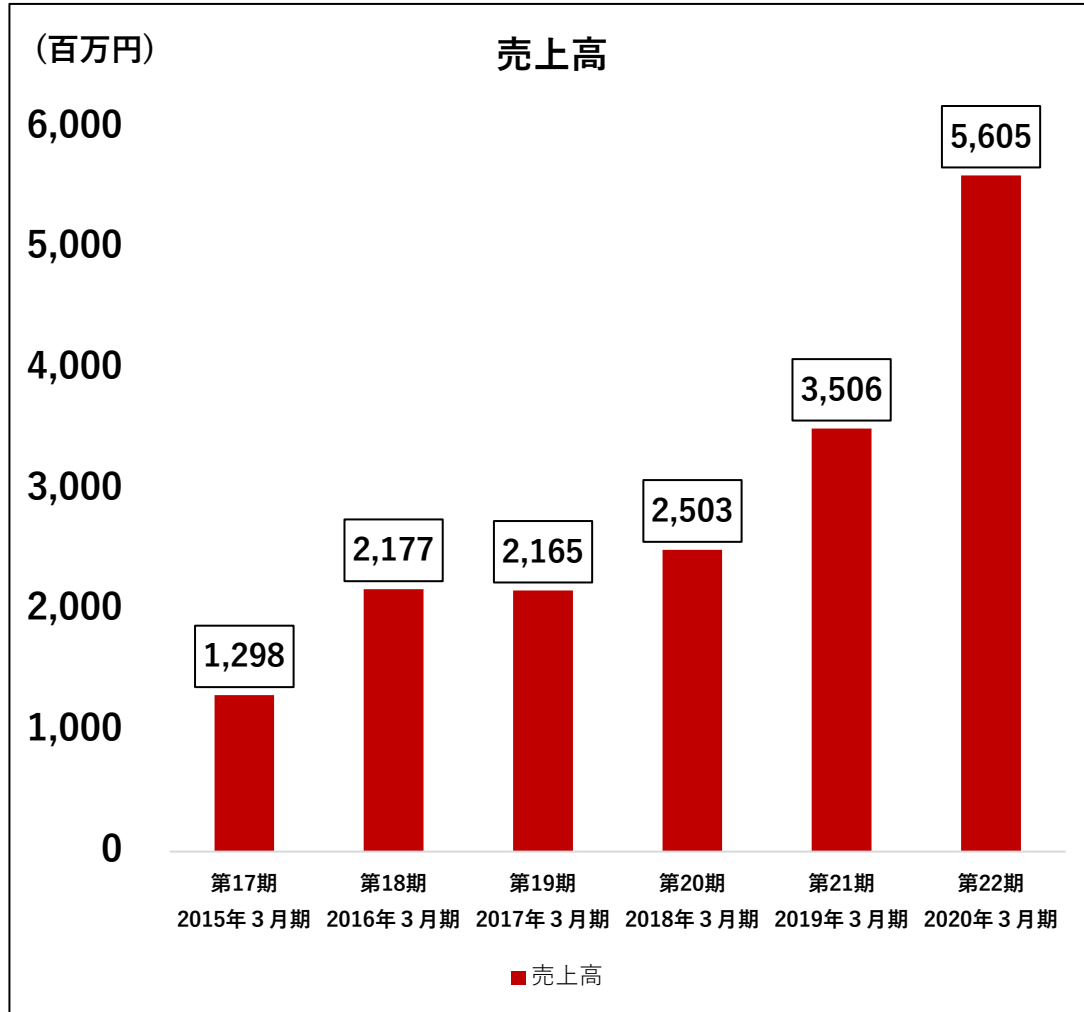
3. 経営状況

4. 当社の強み

5. 成長戦略



2020年3月期において売上高56億円達成。



2018年3月期、2019年3月期及び2020年3月期における営業利益率

(百万円)

	第20期 2018年3月期	構成比	第21期 2019年3月期	構成比	第22期 2020年3月期	構成比
売上高	2,503	100.0%	3,506	100.0%	5,605	100.0%
<b>営業利益</b>	<b>241</b>	<b>9.7%</b>	<b>458</b>	<b>13.1%</b>	<b>862</b>	<b>15.4%</b>
経常利益	265	10.6%	475	13.6%	863	15.4%
当期純利益	187	7.5%	320	9.1%	561	10.0%

1. 会社概要
2. 事業内容
3. 経営状況
- 4. 当社の強み**
5. 成長戦略



**実 演 販 売 士**

## 当社の強み = 実演販売

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することができる。

営業としての実演販売

**販売の力**

実演をすることで商品の良さを的確に伝えることができる力が営業力、販売力に繋がる。

コマーシャル効果

**広告宣伝の力**

実演販売は宣伝の一つ。現場やメディアで実演をすることが広告となる。

現場のニーズを反映した

**商品企画の力**

消費者と直に触れ合うので売れるコンセプトが分かる。

当社が提供し続ける価値は、生活文化を提案し続ける商売と考える。  
時代によって変わる正しい生活文化を提案することで、実演販売の文化を清く正しく継承する。

## 『売の極意塾』

最新の心理学や脳科学に基づく実演ノウハウや、関連する法令知識を身につける。「売の極意塾」を修了し所定の規準を満たした者だけを実演販売士として認定している。

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



実演販売士

認定制



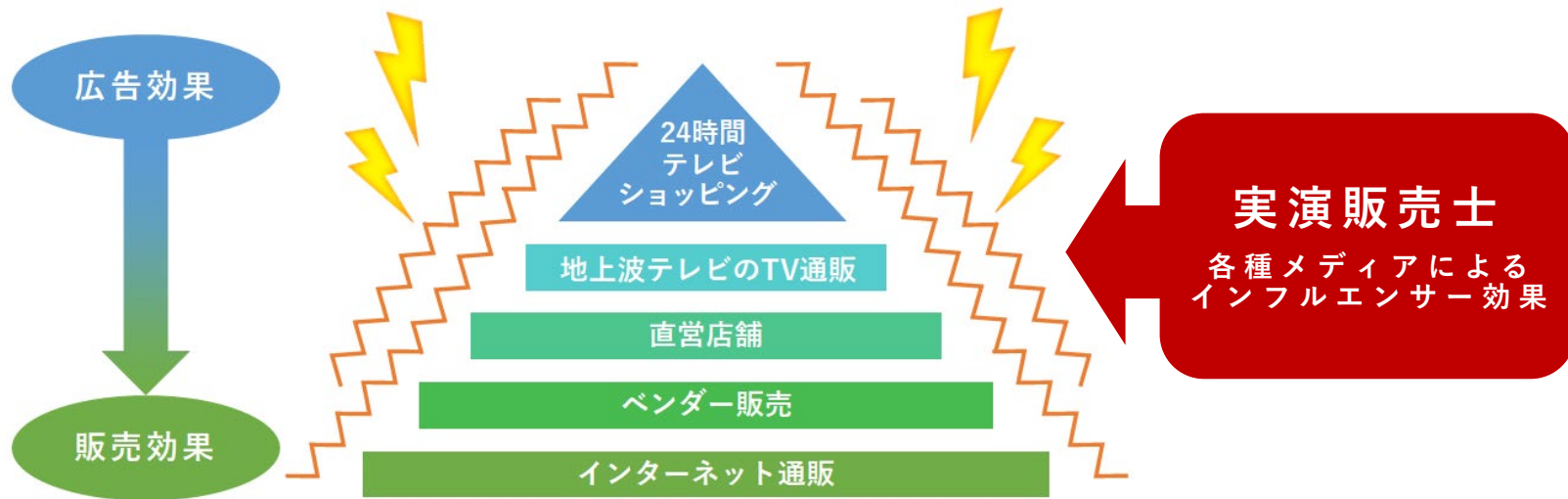
## ※参考 当社公式HPより当社役職員、及び業務委託契約「実演販売士」

<p><b>レジェンド松下</b> Shuhei Matsushita 【実演販売士】変幻自在のトリックショッパー</p>	<p><b>サクセス木原</b> Yuki Kihara 【実演販売士】I'm otaku champion</p>	<p><b>ロックオン藤村</b> Soh Suzumura 【実演販売士】洗剤を愛し洗剤から愛された男</p>
<p><b>イナボックス後藤</b> Izaho Goto 【実演販売士】華麗なる発汗王</p>	<p><b>ジョイフル和田</b> Yasuhiro Wada 【実演販売士】実演脱力王</p>	<p><b>ファンタスティック小川</b> Takuro Ogawa 【実演販売士】IQショッパー</p>
<p><b>ソルジャー藤巻</b> Ukyo Fujimaki 【実演販売士】THE ボイス・ボイス・ボイス</p>	<p><b>ジャック日田</b> Chi Kamimura 【実演販売士】あなたのハートをジャックします</p>	<p><b>ハンビーナ神村</b> Che Kamimura 【実演販売士】実演トリプルアクセラ</p>
<p><b>ワッショイ旗</b> Hiroshi Homobe 【実演販売士】攻撃的低姿勢販売士！</p>	<p><b>キャプテン神作</b> Takuya Kamimura 【実演販売士】NOキャプテン NO実演</p>	<p><b>ジャンプ中澤</b> Kiriko Nakazawa 【実演販売士】女性実演界のアシユラマン</p>
<p><b>キングダム中野</b> Kota Nakano 【実演販売士】7福の男</p>	<p><b>ラッシュモン亀山</b> Yuta Kameyama 【実演販売士】世界の亀山</p>	<p><b>ブレイカー足立</b> Yuta Adachi 【実演販売士】実演界のファンタジスタ</p>
<p><b>マイク佐々木</b> Koho Sasaki 【実演販売士】喜怒哀楽百面相販売士！</p>	<p><b>アクター小川</b> Takuro Ogawa 【実演販売士】売上を100倍にする販売士！！</p>	<p><b>ラッピー橋本</b> Yuko Hashimoto 【実演販売士】大爆笑！しゃべって語る販売士</p>
<p><b>ボス水野</b> YOSHIMUNE Mizuno 【実演販売士】実演エンターテイメント</p>	<p><b>ヒロコ</b> Beatty Hirotsu 【実演販売士】神の口と絶賛された業界初のおネエマン</p>	<p><b>みのりん中村</b> Minori Nakamura 【実演販売士】国民的新妻</p>
<p><b>ホメーテ渋谷</b> Yu-ta Shibuya 【実演販売士】1億2千万人の接客手段を持つ男へ</p>	<p><b>ルーラー石川</b> Sisyuchi Ishikawa 【実演販売士】多様力NO.1販売士！</p>	<p><b>メルシーマッツ</b> Manami Masuhashi 【実演販売士】楽しく、元気よく、実演チャレンジャー！</p>
<p><b>フィオーレ萩原</b> Yuki Ogihara 【実演販売士】スーパーマーケットのエース</p>	<p><b>バレット坂場</b> Yoshitomo Sakaba 【実演販売士】実演20面相！</p>	<p><b>バーバラ魁鳥</b> Madon Kashiwagi 【実演販売士】変幻自在の美魔女モンスター</p>
<p><b>パワフル小倉</b> Sanchio Ogura 【実演販売士】スマイル全開！パワフル実演</p>	<p><b>ちようどいい中村</b> Takashi Nakamura 【実演販売士】多言語を操る次世代型販売士！</p>	<p><b>ホップ駒谷</b> Kai Komaba 【実演販売士】実演王子、溝を持ってついに登場！</p>
<p><b>石川泰之(あだ名・カンヘキ君)</b> Taiji Ishikawa 【実演販売士】暮らしの魔術師</p>	<p><b>デージー佐藤</b> Akiko Sato 【実演販売士】輝ける美容家・メーキャップアーティスト</p>	<p><b>GOLD栄倉</b> Saya Ekura 【実演販売士】どんな商品も念ひがに輝かせる！『販売戦士』！コパゴールド！</p>
<p><b>まいこー</b> LAUREN HIGGINS DARRIS 【実演販売士】さすらいのインフルエンサー</p>	<p><b>ムッシュ中島</b> Shingo Nakamura 【実演販売士】本物のリアルプロショッパー</p>	



## 実演販売士

バラエティ番組や、情報番組等のメディアに露出することで商品への需要を喚起させる。消費者に対する影響力を行使する**インフルエンサー**としての役割を担う。  
その効果により、各販売チャネルにおける顧客の購買意欲を向上させることが可能となる。



1. 会社概要

2. 事業内容

3. 経営状況

4. 当社の強み

5. 成長戦略



実演販売で培った「売れる経験」を基に、商品企画から商品販売までを自社で行う体制を強化していく方針である。



商品企画強化

インフルエンサーの育成

デモカウ事業強化

安定した在庫確保

自社内に蓄積している過去の実演口上をデータベース化することで  
適時に新商品企画に活用できる体制を整備していく。

過去の实演口上



データベース化

【商品例】過去の实演口上の集積により生まれた。

パルスイクロス



ゴムポンつつる



スーパーストーンバリアフライパン



スーパーストーンバリア包丁

商品企画の出来る実演販売士 = 実演アンカーマン®の育成ができることが当社の競争力の源泉のひとつであり、実演アンカーマンの育成を図っていく。

売れた  
商品

売れなかった  
商品

お客様の声

現場で把握した消費者のニーズを反映した売れる商品の企画ができる

埋もれている既存商品をリバイバルすることができる



実演アンカーマン®の誕生

## インターネットやスマートフォンの普及によるE C市場の拡大

消費者が主体的に  
商品に係る情報を収集



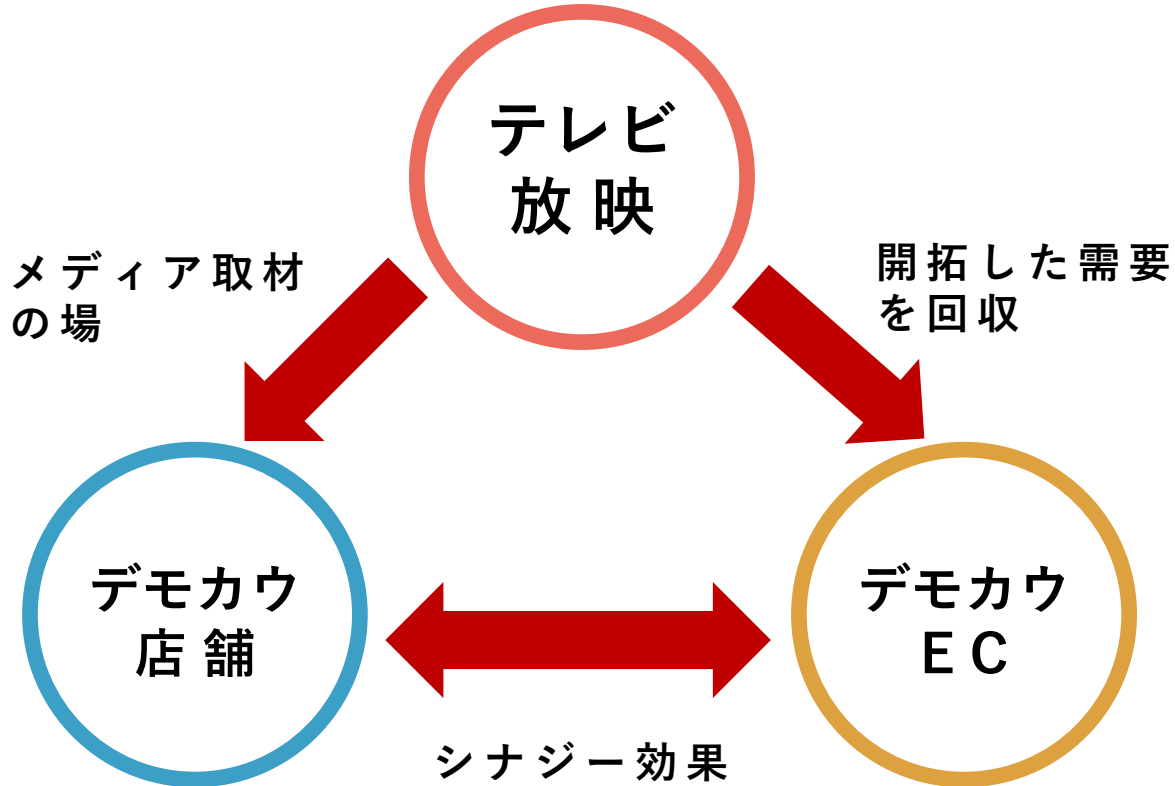
インフルエンサーとなり得る  
実演販売士の育成を強化



# デモカウ事業強化①

“デモンストレーション×買う”をコンセプトとして2018年4月に自社のB to C事業の柱として直営店舗「デモカウ」、2018年5月に実店舗と連動したECサイト「デモカウ」を翌月に立ち上げた。2020年3月期の売上高は1億5000万円。

## デモカウ事業戦略



「デモンストレーション」×「買う」

- 実演販売士の育成
- お客様の声が商品企画の鍵となる
- メディア取材の場を提供

## ◎オムニチャネル戦略

デモカウ事業の販売経路を今以上にシームレスに結合することで顧客の利便性を向上していく。

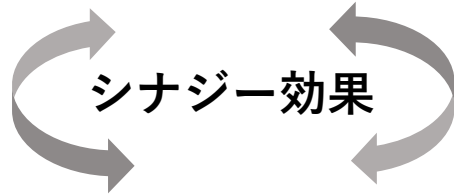
顧客がECサイトで  
実演生ライブを視聴する

実演生Live

当社がデモカウ店舗から  
実演生ライブを配信する



デモカウEC



デモカウ店舗

新規店舗展開



デモカウ店舗

顧客がデモカウECから  
商品を注文する

店舗受取サービス

顧客がデモカウ店舗で  
注文商品を受け取る



デモカウ店舗

## ◎IT投資

更なる顧客の利便性向上を目指す。

在庫管理システム

顧客分析システム

電話受注システム

アプリ開発

3Dマーケティング販売戦略により活性化された消費者の需要をくまなく回収するため、また、在庫不足による機会損失低減に向けた対応を行っていく。



商品の販売動向や  
顧客の嗜好をより精緻に把握



たな卸資産の適正管理



共同企画先の開拓



インターネット通販の拡充に  
あわせ、倉庫を拡充する方針

- 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。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。