



## 2022年2月期 決算説明資料

株式会社コパ・コーポレーション 証券コード7689

2022年4月14日（木）

1. 2022年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2022年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2023年2月期業績予想
4. 参考資料

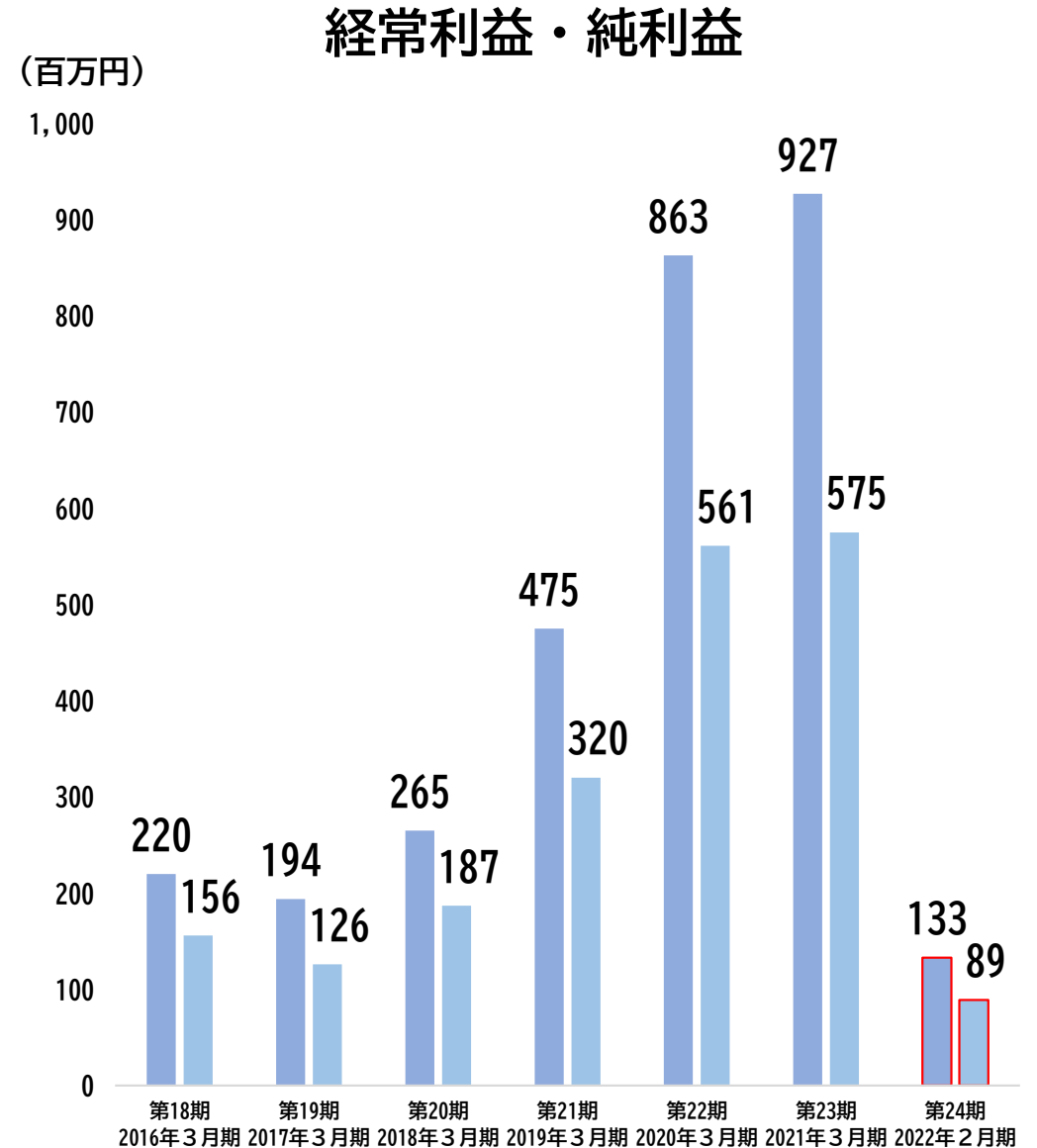
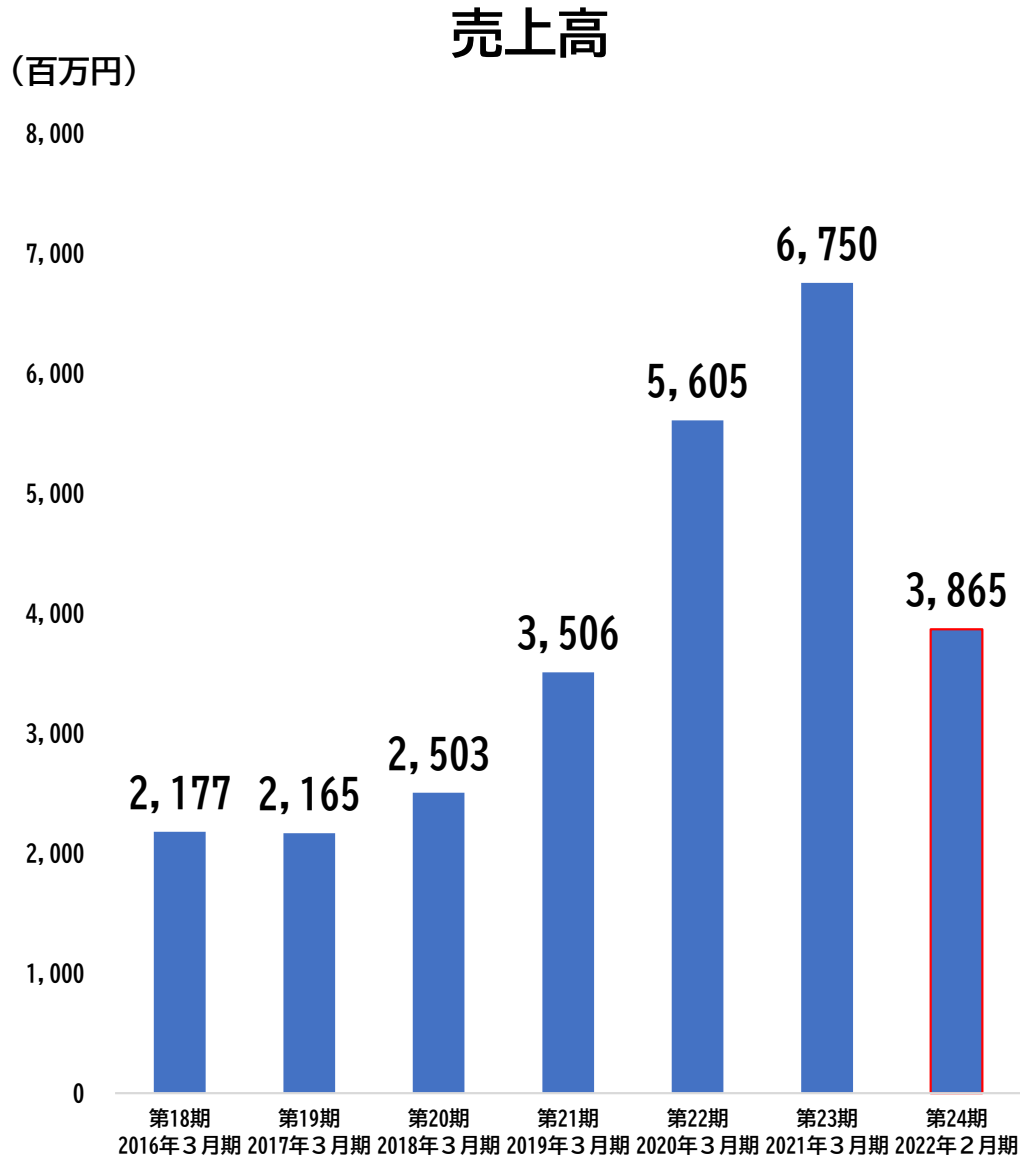
1. 2022年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2022年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2023年2月期業績予想
4. 参考資料

当事業年度は決算期変更に伴い、11か月間の変則決算となっております。そのため前事業年度との比較は記載していません。

巣籠り消費の落ち着き、夏場の天候不順による季節商品の売上伸び悩みと商品企画力強化につなげるべく内部体制を構築している途上であったこともあり新商品数が減少し、売上高は3,865百万円。

在庫消化促進を目的とした値引き販売を拡大したことなどによる売上総利益率の低下と人員増加による人件費の増加などの影響により、営業利益は135百万円、経常利益は133百万円、当期純利益は89百万円。

(百万円)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間	前期 2021年3月期 (2020年4月-2021年3月)	前期比	2022年2月期 通期計画 (2021年4月-2022年2月)
売上高	3,865	6,750	-	4,003
営業利益	135	934	-	215
経常利益	133	927	-	214
当期純利益	89	575	-	133

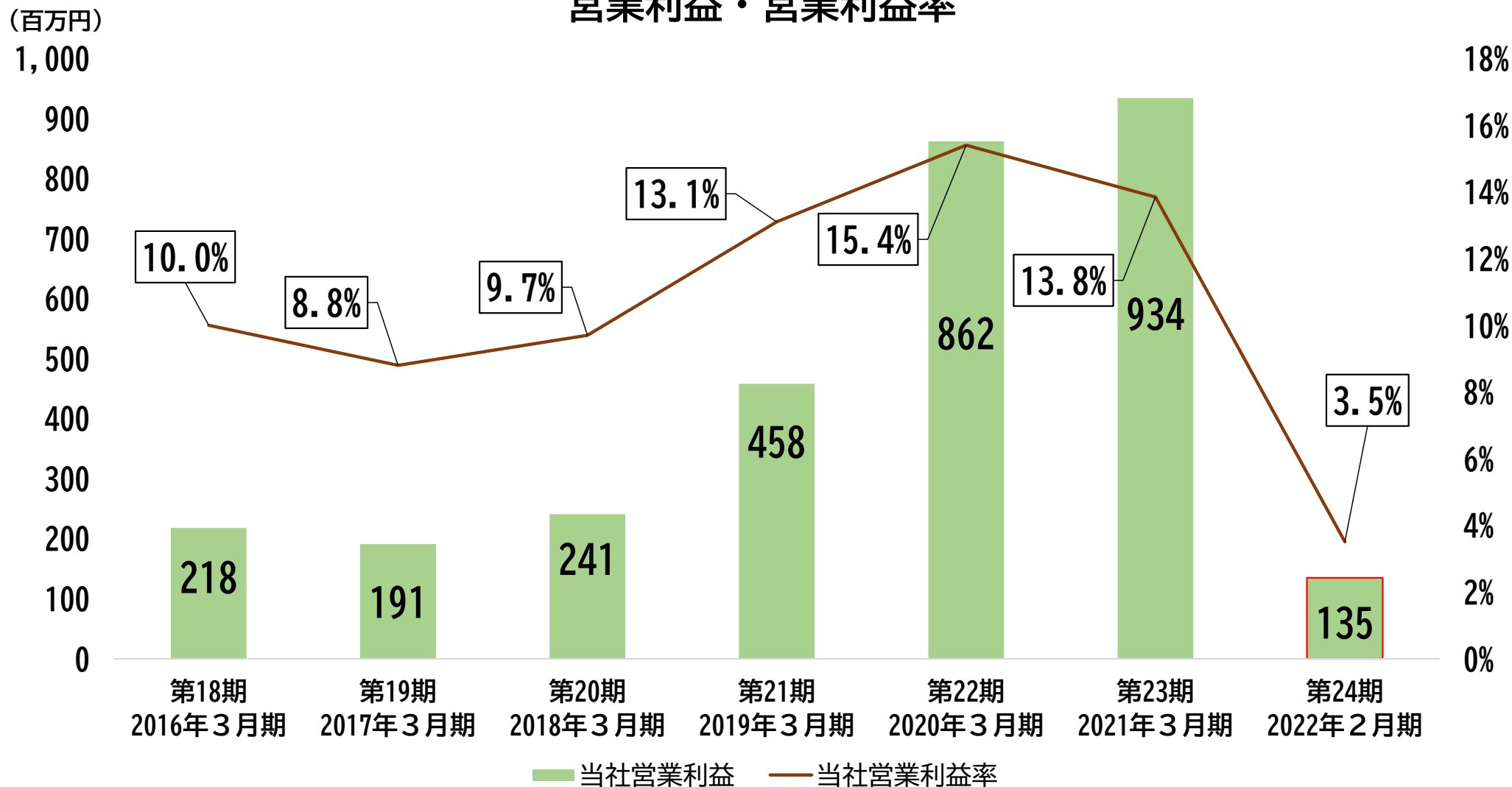


■ 経常利益 ■ 純利益

# 営業利益・営業利益率の推移

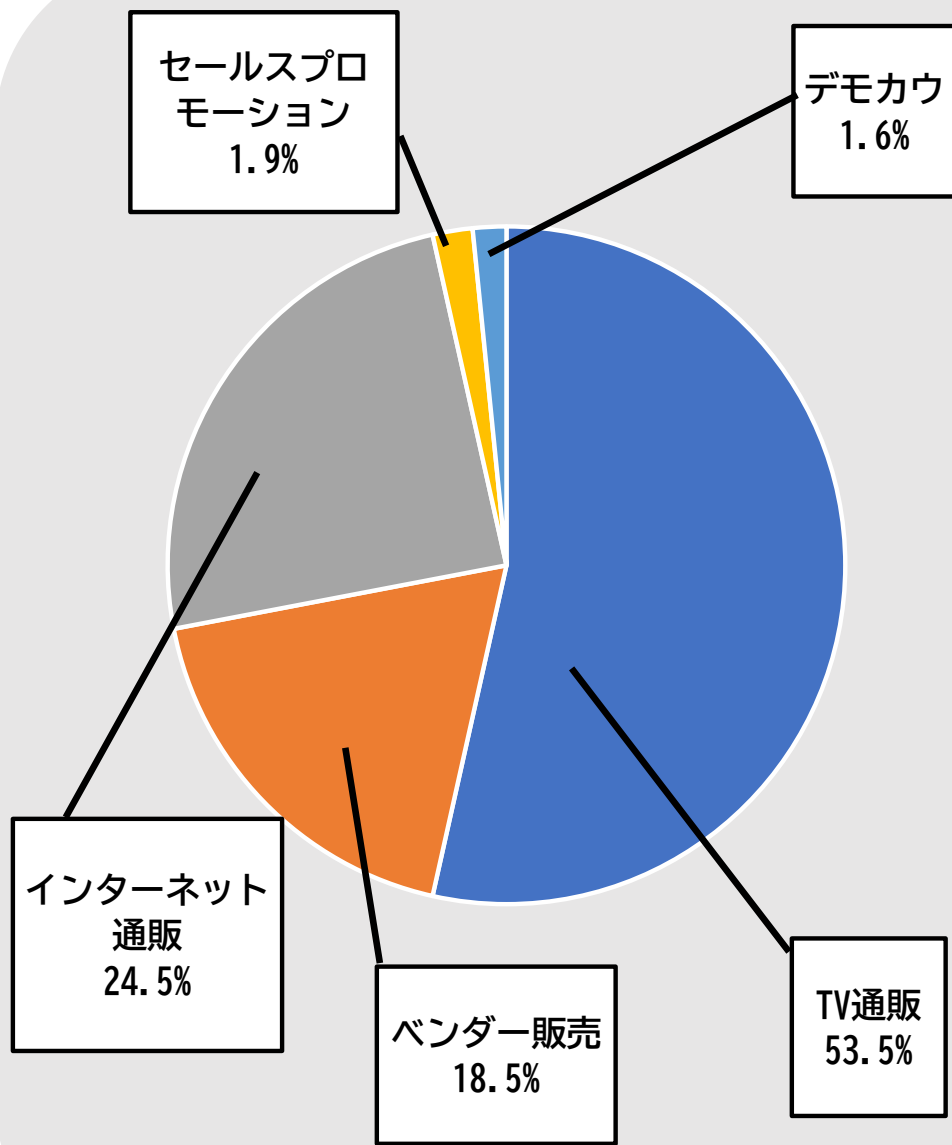
売上高の減少と人員増加による固定費の増加により販管費及び一般管理費の構成比が高くなり、営業利益率は3.5%と下落した。

## 営業利益・営業利益率

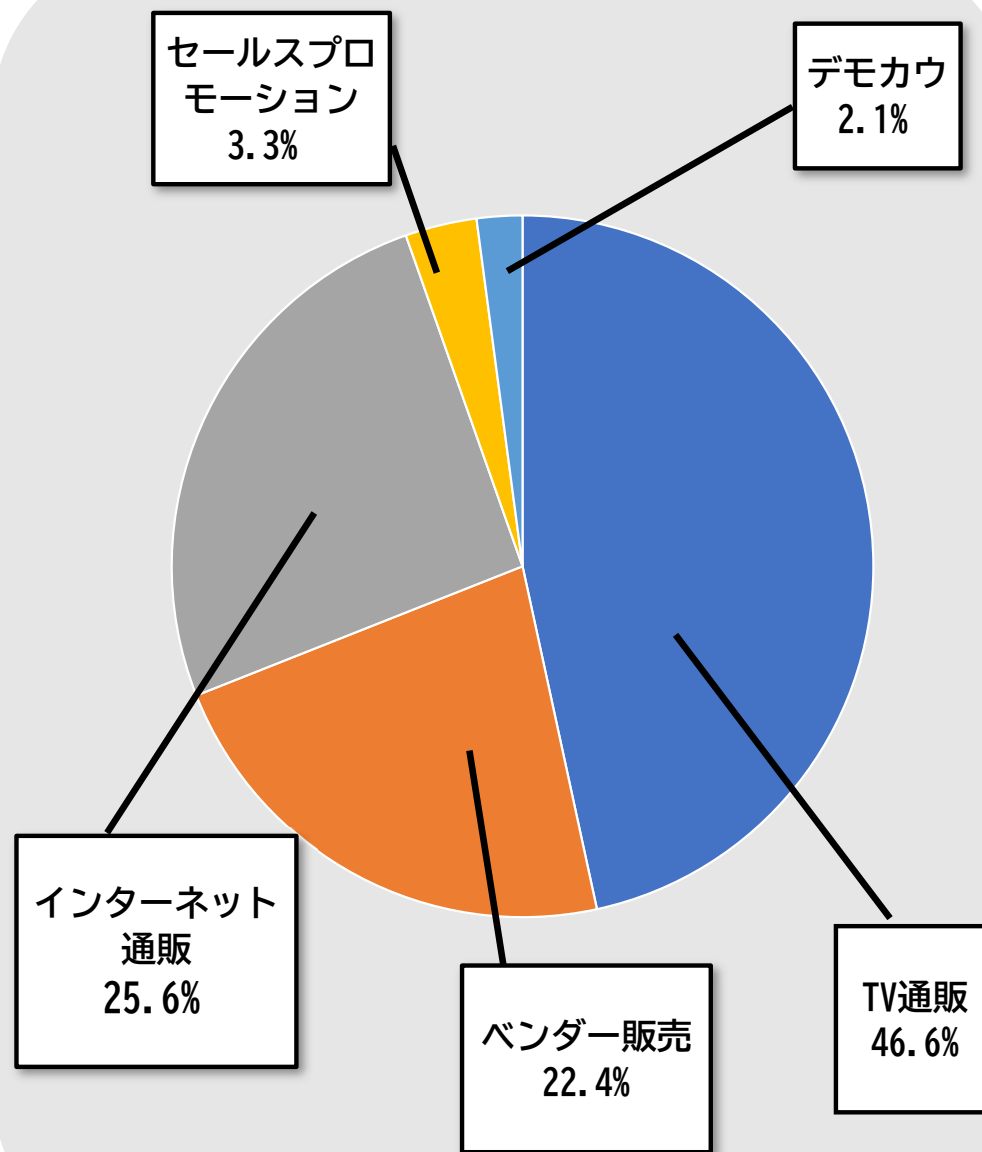


# 販売チャネル別売上高構成比の変化

2021年3月期累計



2022年2月期累計





- ・ 巣籠り消費の落ち着き、夏場の天候不順による季節商品の売上伸び悩み等と2022年2月期中は、商品企画力強化につなげるべく内部体制を構築している途上であったこともあり新商品数の減少が尾を引き、各チャネル前期を下回る結果となった。

(百万円)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間	構成比	2021年3月期 (2020年4月-2020年3月) ※12か月間	構成比	前期比
TV通販	1,799	46.6%	3,610	53.5%	—
バンダー販売	867	22.4%	1,247	18.5%	—
インターネット通販	988	25.6%	1,652	24.5%	—
セールス プロモーション	127	3.3%	130	1.9%	—
デモカウ	82	2.1%	109	1.6%	—

・ 2022年2月期のヒット商品は下記の商品となっております。

商品名
パルスイクロス
ゴムポンつつる
骨盤整隊カシャー
スパイダージェル
エアコンクリーナーAg消臭プラス



## 2022年2月期通期業績予想と実績

前回発表の業績予想（2021年9月14日）に対し、2022年2月期中は、商品企画力強化につなげるべく内部体制を構築している途上であったこともあり新商品数が減少し、売上高は前回発表予想比138百万円の減少。

在庫消化促進を目的とした値引き販売を拡大したことによる売上総利益率の低下と人員増加による人件費の増加などの影響により営業利益が想定より伸びず、営業利益は前回発表予想比80百万円、経常利益は前回発表予想比81百万円、当期純利益は前回発表予想比43百万円の減少

(百万円)	2022年2月期通期予想 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間	2022年2月期実績 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間	増減率 (%)	2021年3月期実績 (2020年4月-2021年3月) ※12か月間
売上高	4,003	3,865	△3.5%	6,750
営業利益	215	135	△37.2%	934
経常利益	214	133	△37.7%	927
当期純利益	133	89	△32.7%	575
1株当たり 当期純利益	45円05銭	30円33銭	—	207円65銭

・2021年9月14日に「2022年2月期第2四半期累計期間及び通期業績予想の修正に関するお知らせ」を発表し、2021年5月14日に公表した2022年2月期第2四半期（2021年4月1日～2021年9月30日）及び2022年2月期通期（2021年4月1日～2022年2月28日）における業績予想の修正を行いました。なお、期末終了時点まで業績予想の修正はございません。

1. 2022年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2022年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2023年2月期業績予想
4. 参考資料

コパ・コーポレーションは


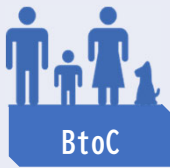

「実演販売」の文化を  
清く正しく美しく継承します。

—企業理念—

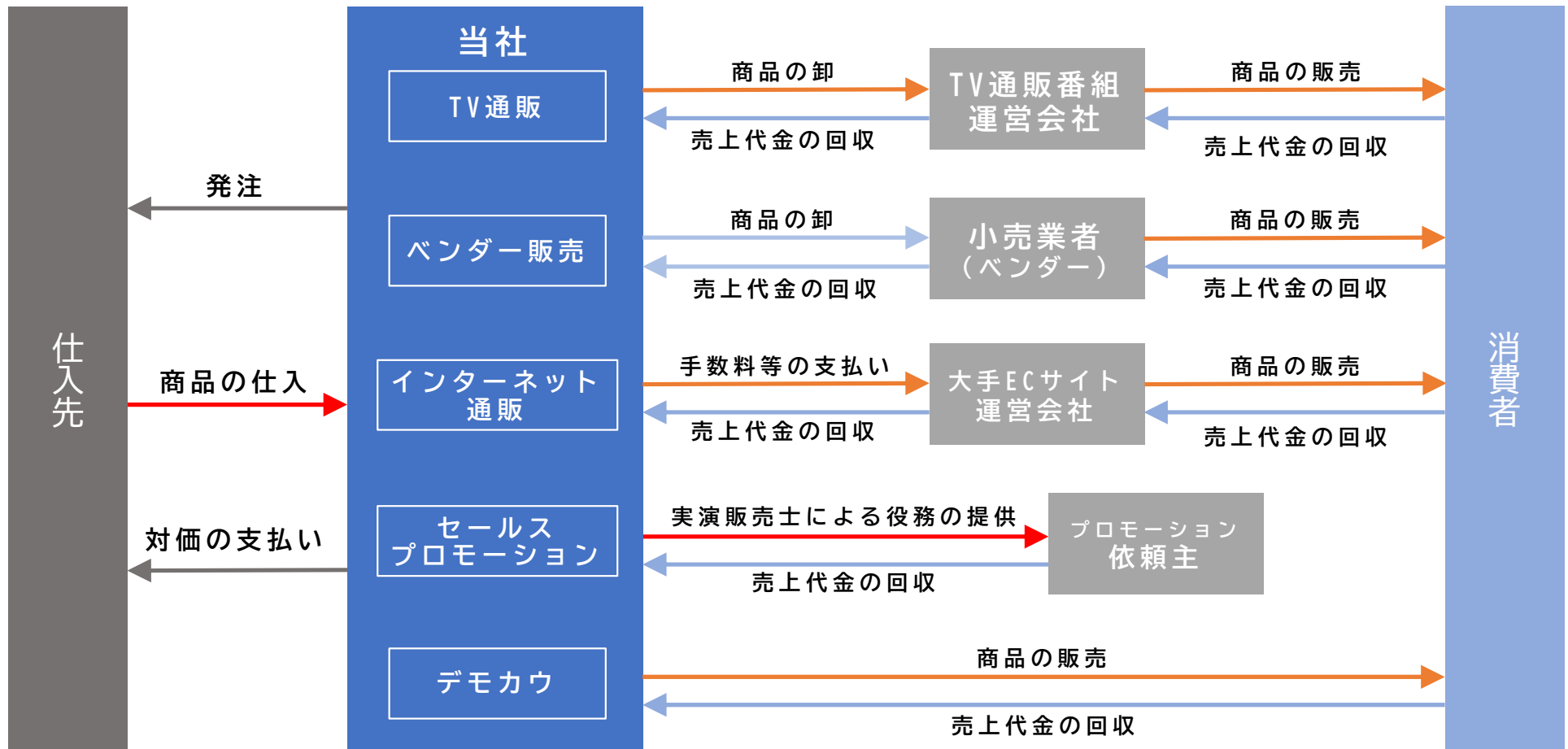
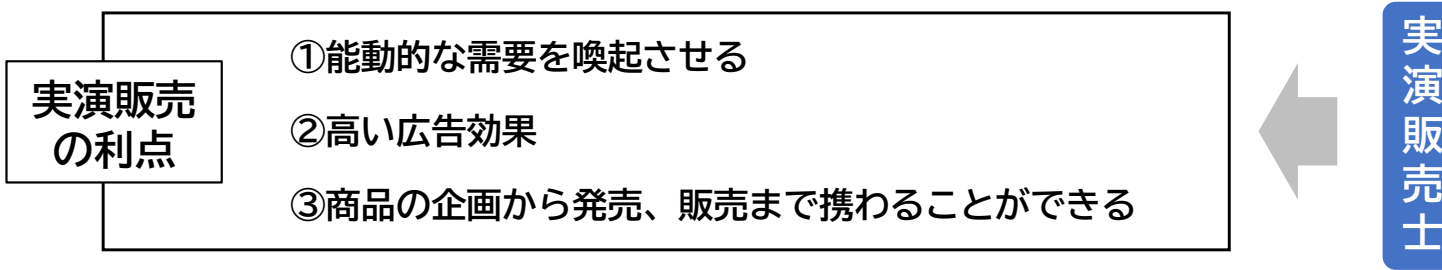
- ① やさしさと感動を売って、笑顔と感謝を稼ぎ、  
みんなのための糧とします。
- ② “1” にこだわって商みの王道を歩み、  
お客様と共に幸せになります。
- ③ お客様を大切にし、お客様と共に  
清く正しく美しく成長します。
- ④ 実演販売を商みの王道と考えて大切にし、  
その可能性を追求する総合商社であり続けます。
- ⑤ お客様と共に明るく元気で前向きな笑顔社会を目指します。
- ⑥ 実演販売の精神を尊び、時代と共にその形を変え  
真にその商みを継承して発展させます。



～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	42名 (2022年2月時点)
事業内容	<div data-bbox="607 951 775 1102">  <p>BtoB</p> </div> <p><b>商品の卸売 (BtoB事業)</b> 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</p> <div data-bbox="607 1134 775 1302">  <p>BtoC</p> </div> <p><b>商品の小売 (BtoC事業)</b> 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</p> <div data-bbox="607 1334 775 1469">  </div> <p><b>実演販売士の役務提供等 (BtoB事業)</b> 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</p>

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。

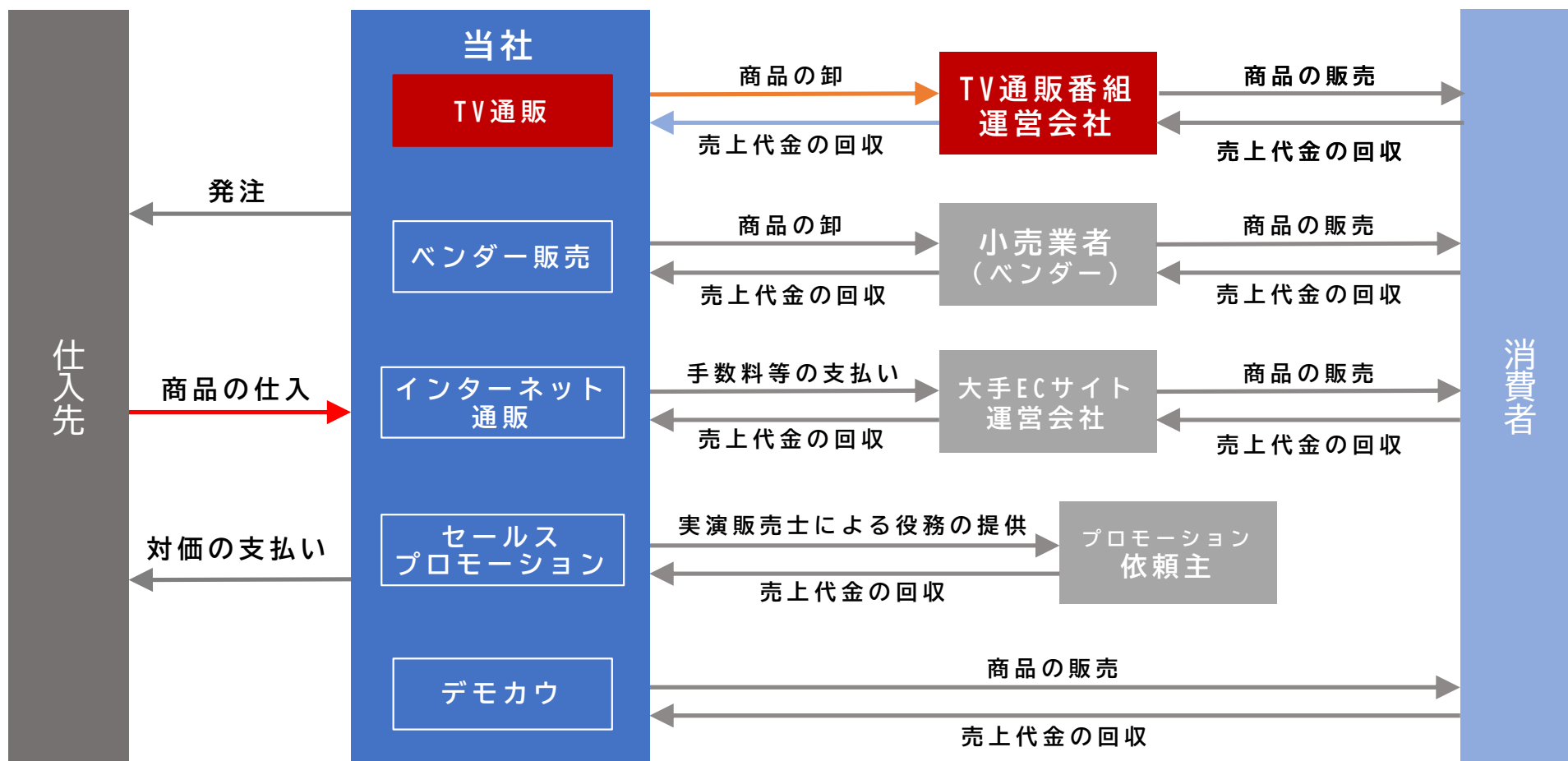


テレビ通販



高い広告宣伝効果

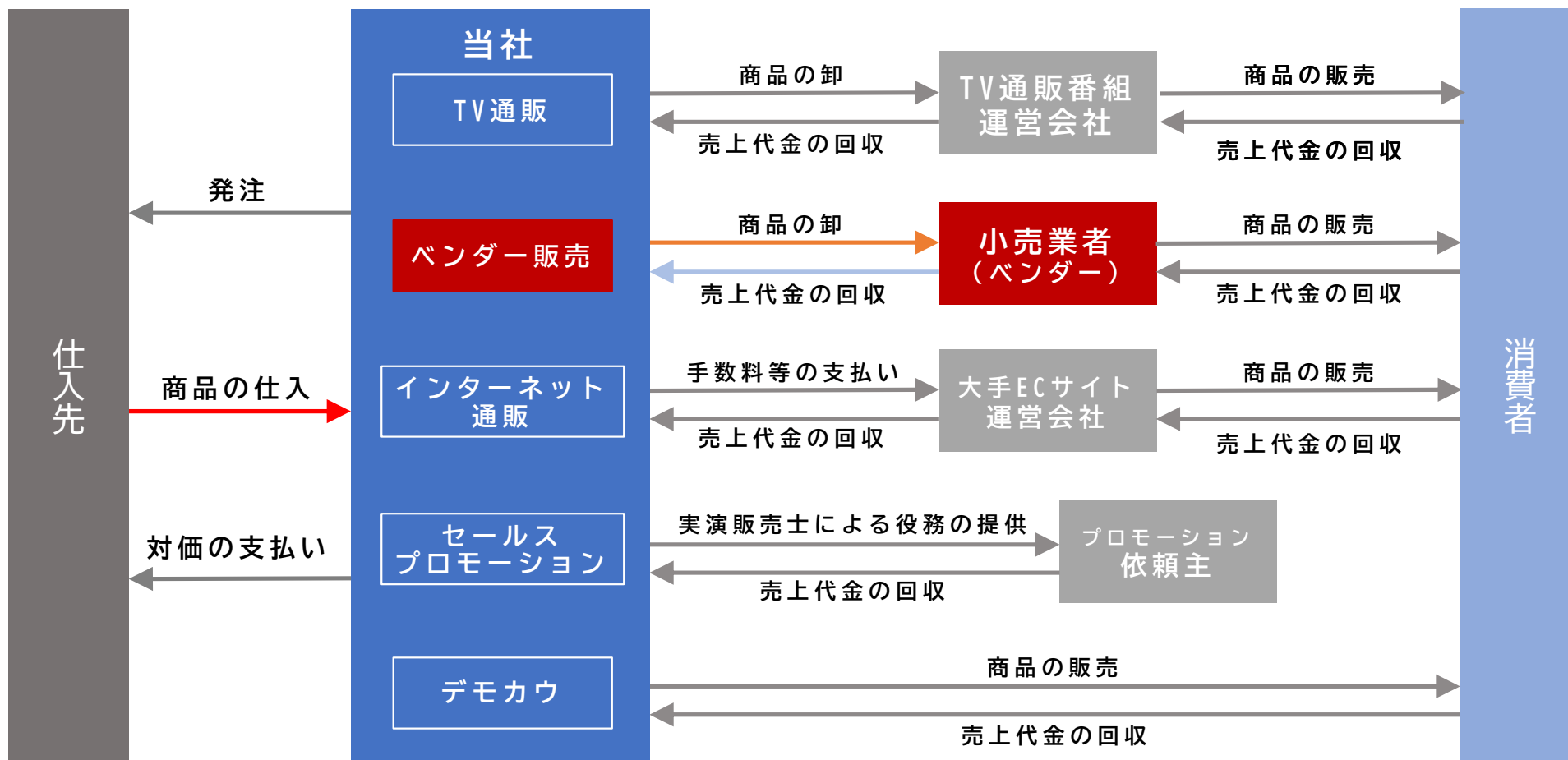
- TV通販番組運営会社への商品の卸売
- 実演販売士による販促活動







- ・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

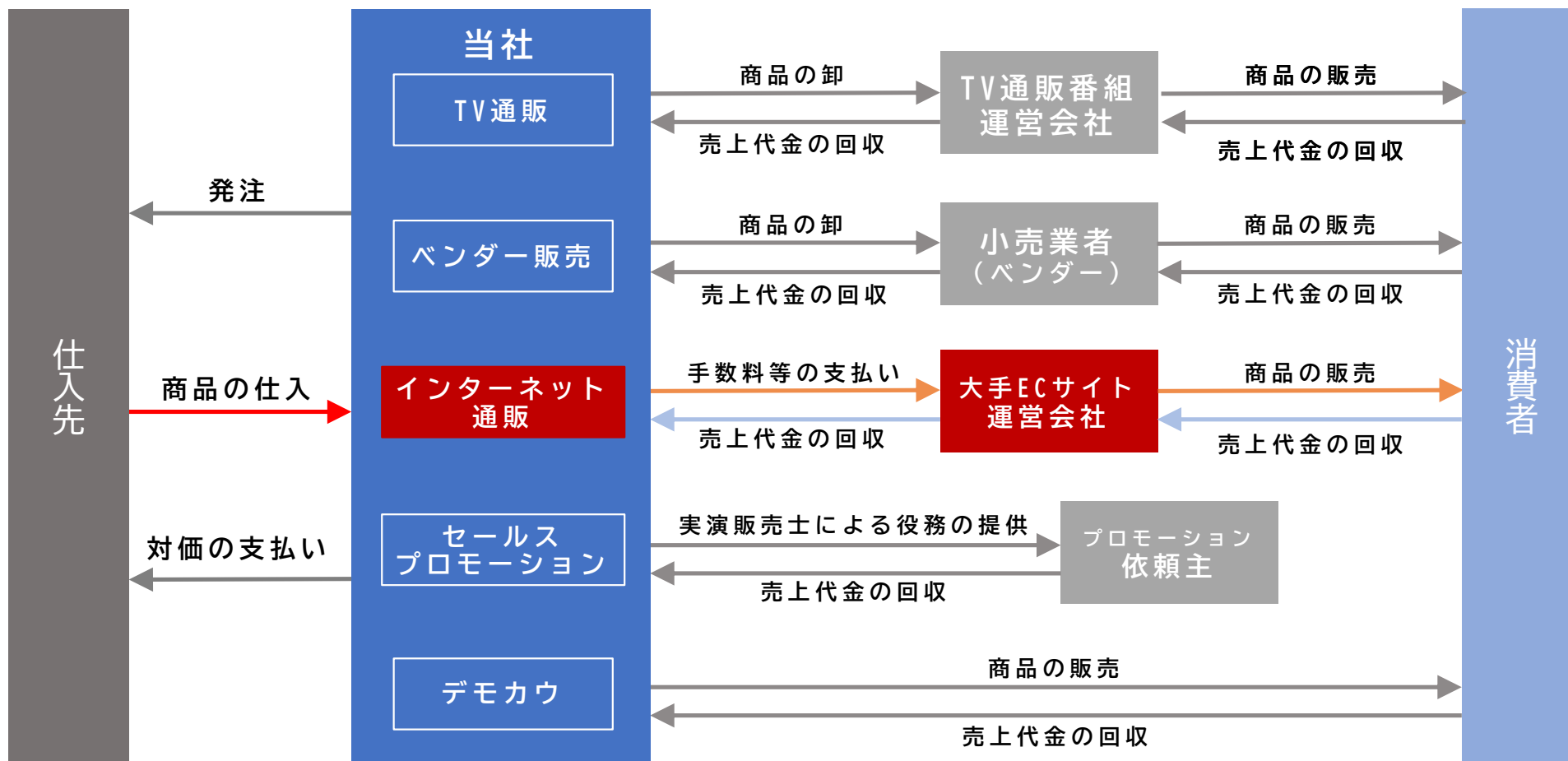


インターネット通販



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。

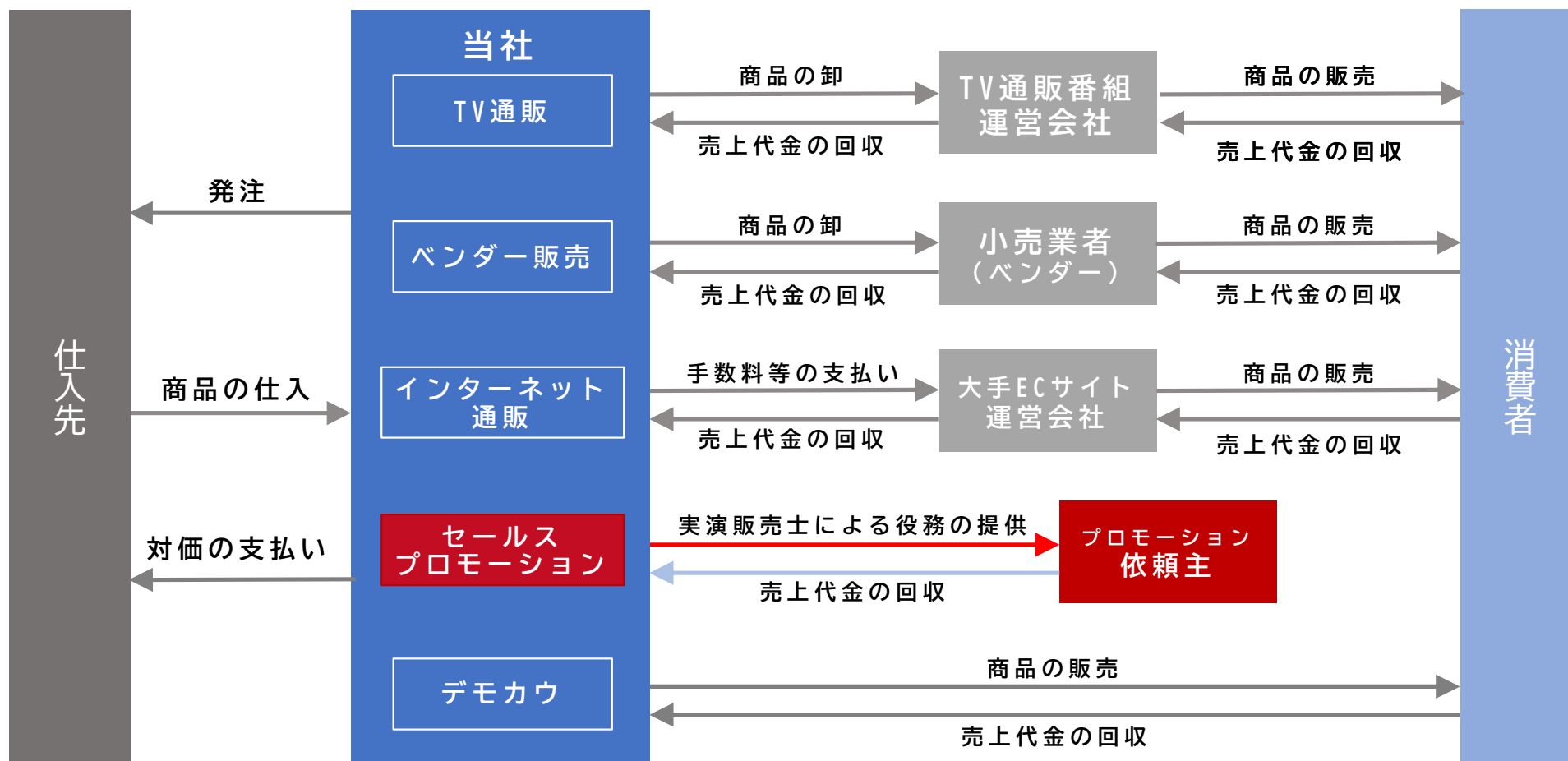


セールス  
プロモーション



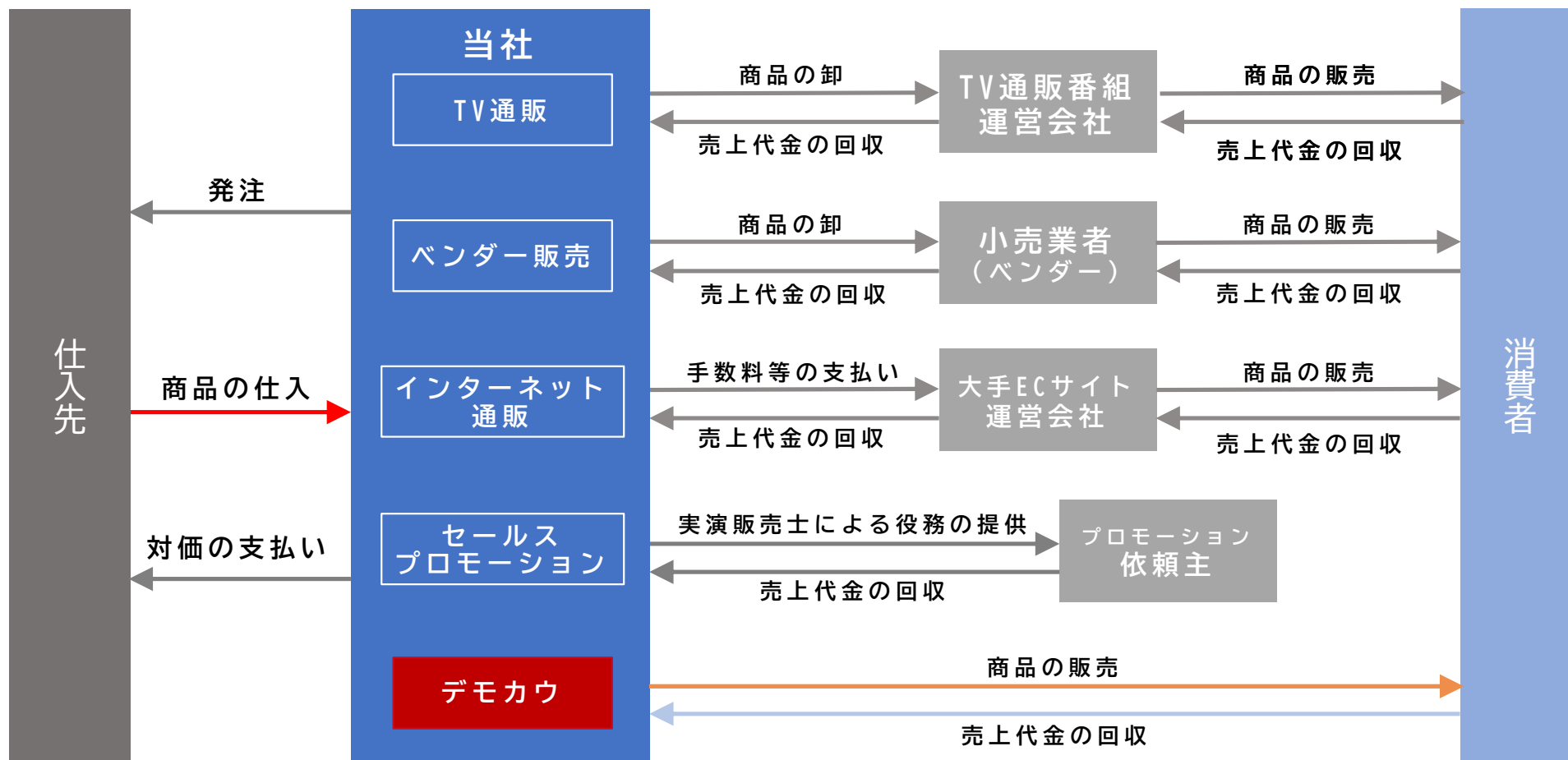
実演販売士の実力向上

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。



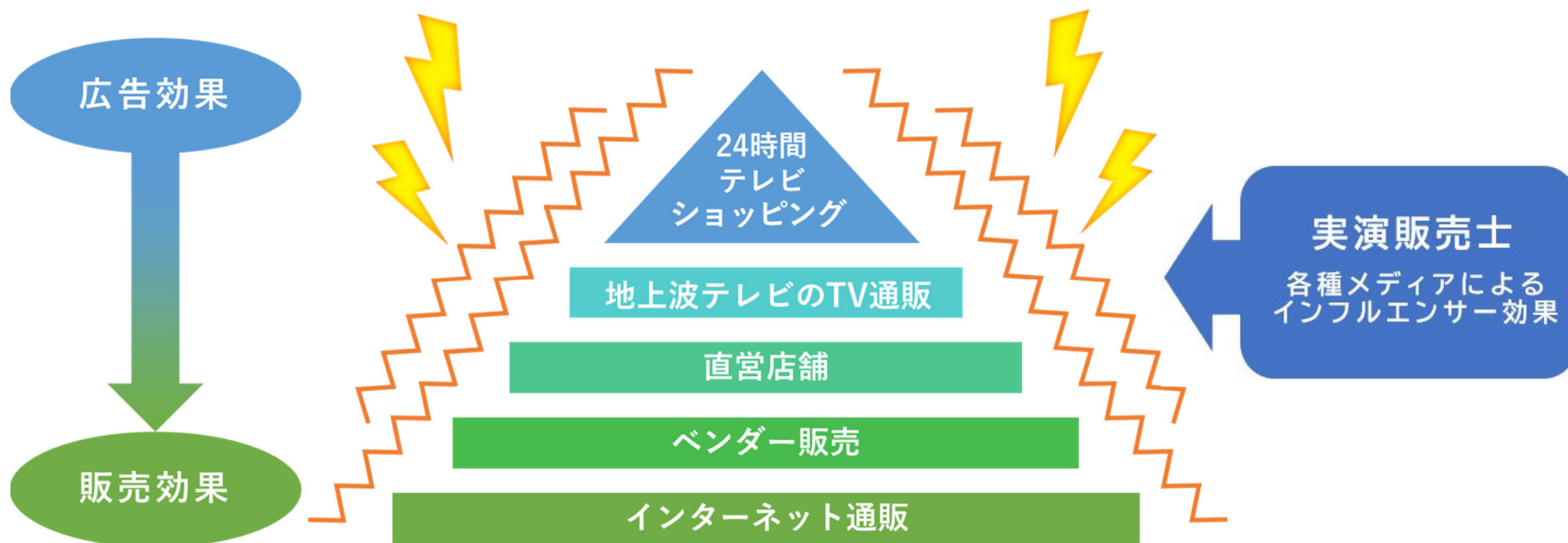


・ 自社プラットフォーム  
直営店舗とECサイトにより直接消費者と売買を行う



## 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

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。

つまり...

実演販売士を組織的に擁していることが  
当社の競争力の源泉のひとつである。



可能にしているのが

## 『売の極意塾』



～実演販売士～



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

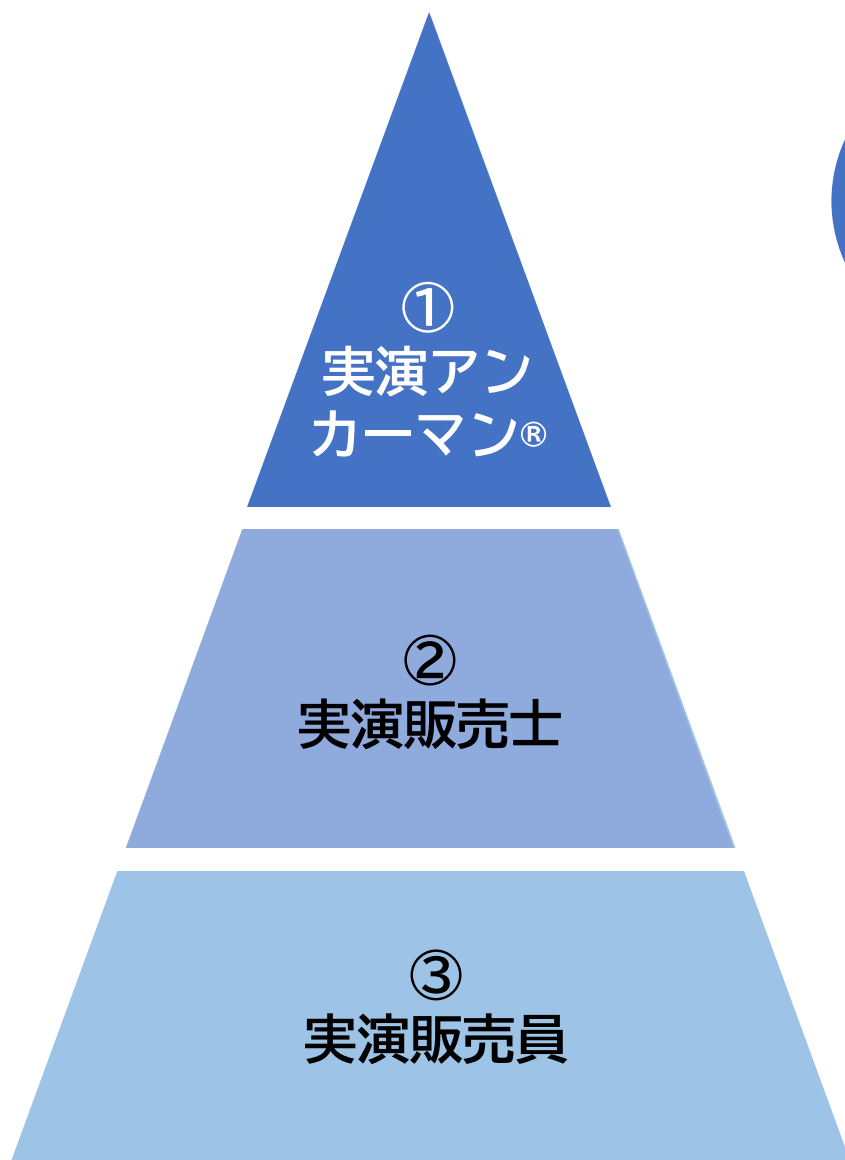
認定制

所定の規準をクリア

実演販売士



消費者等と現場で直接触れ合うことで得られる情報



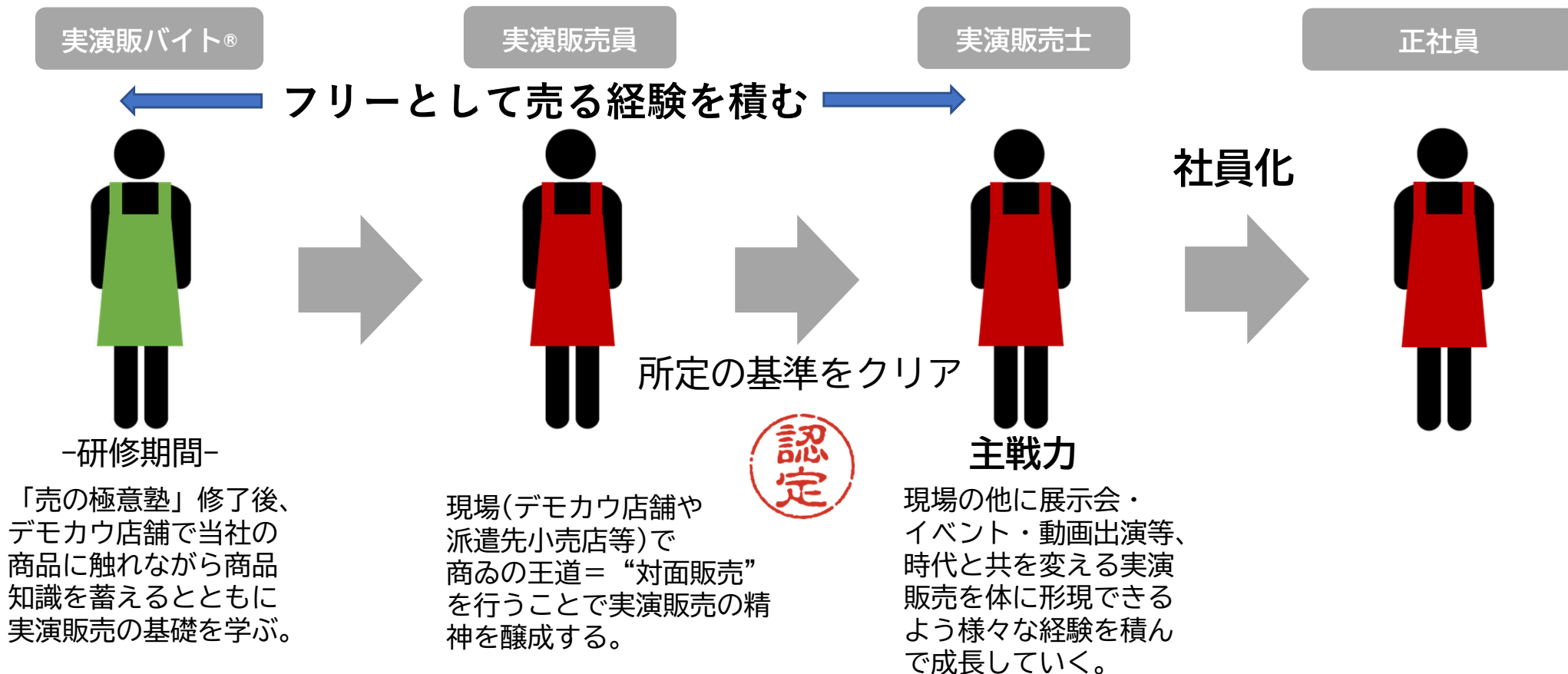
売れた商品

売れなかった  
商品

お客様の声

これらを活用・反映することで  
“売れる商品”の企画、  
埋もれている既存商品の  
リバイバルができる。

商品企画のできる実演販売士を  
「実演アンカーマン®」と呼ぶ。



## 〈従来のキャリアイメージ〉

フリーとして売る経験を積み、そのあとに正社員として登用することが多かった



## 〈今後の方針〉

今後は実演販売士の採用を新卒採用中心に切り替え、**新卒社員**を商品企画ができる実演アンカーマンへと育成していく

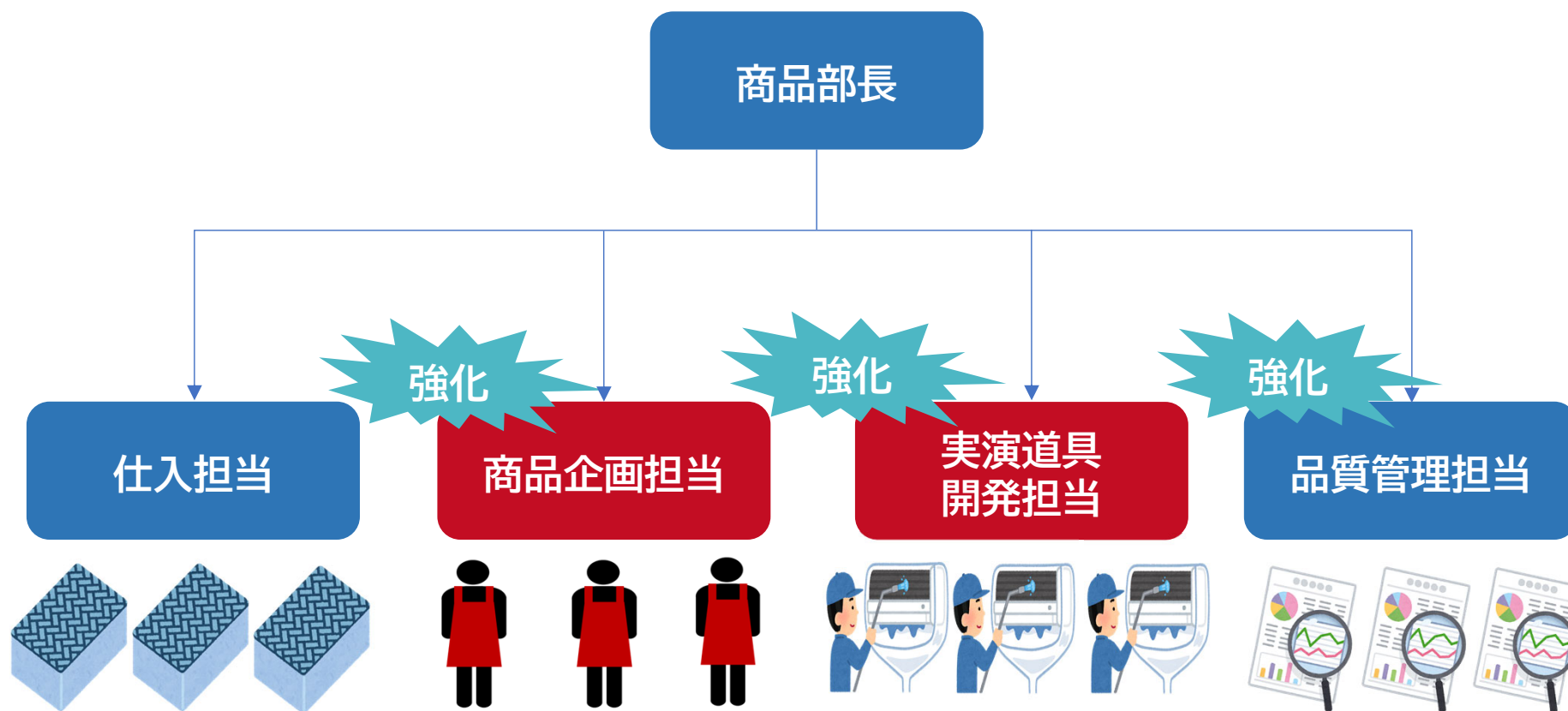




## 2022年2月期の取り組み

- ・ 実演アンカーマン複数名を商品企画担当に配置、他にも実演道具開発担当・品質管理担当を強化
- ・ 実演アンカーマン各々が異なる得意ジャンルを持っているため、幅広いジャンルの商品開発が期待できる
- ・ 商品採用決定段階で実演販売に映える商品か否かの明確な判断が可能

### 〈商品部構成図〉



全員が「実演アンカーマン」！！

TVなどの表舞台での売上アップには、自ら商品企画に携わった実演販売士でないと説得力が増しません。現在、表舞台への出演は、商品部に所属する実演アンカーマンであるバンビーナ神村、ヨリー藤岡、パレット馬場が中心に行っています。



彼らは、メーカー様との商談を経て、実際に商品化に携わり、自らPR活動を行うこともできるためインフルエンサー的な役割も担うことができる！

- ROAS【広告の費用対効果】：昨対比113%を実現
- 1営業日以内の商品出荷率93%→97%へ上昇

93%



97%



- au PAYマーケット、Qoo10などの新しい販路の開拓

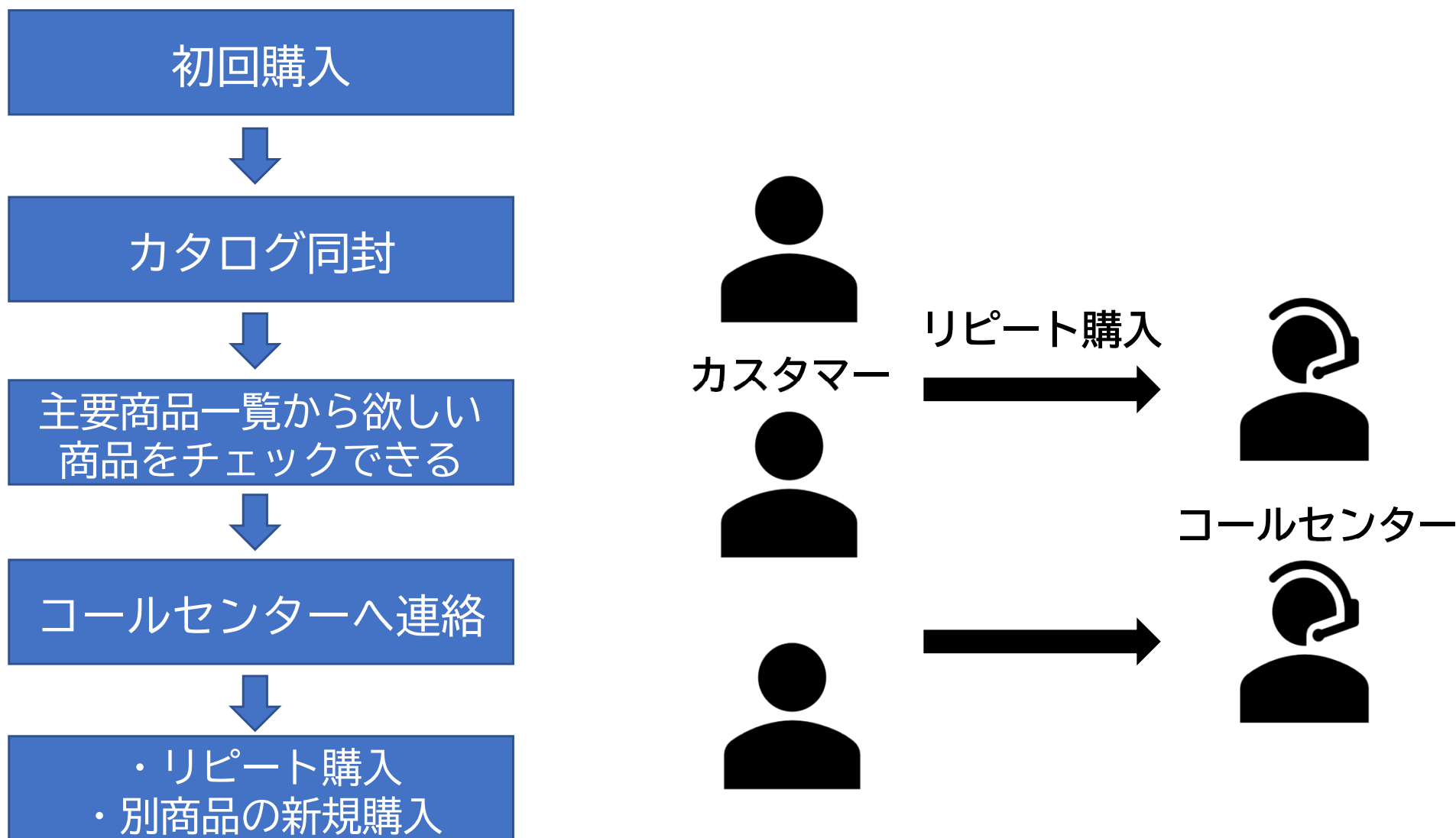


au PAYマーケット



Qoo10

初回購入したお客様にカタログを同封する施策をスタート！  
カタログには【主要商品一覧】と【コールセンターの連絡先】が掲載されているため、  
【インターネットが苦手なお客様】や【店舗まで遠方のお客様】の  
購入障壁を下げ、リピート購入・別商品の新規購入をしやすい仕組みとなっている。



3 すべての人に  
健康と福祉を



当社は2022年2月に、当社商品を寄付いたしました。  
当社は、経営理念に基づき、社会に貢献することを使命として  
います。

株式会社コパ・コーポレーションは、今後も社会に貢献する  
取り組みを行ってまいります。

8 働きがいも  
経済成長も



当社は、従業員が働きやすい環境整備に取り組んでおります。

- ・産業医の導入
- ・テレワークの導入
- ・社員弁護士によるコンプライアンスチェック体制の構築

5 ジェンダー平等を  
実現しよう



当社は、女性が働きやすい環境整備に取り組んでおります。

- ・育児休暇取得中の者：2名
- ・正社員における女性比率：40%

※ 正社員数：42名

1. 2022年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2022年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2023年2月期業績予想
4. 参考資料

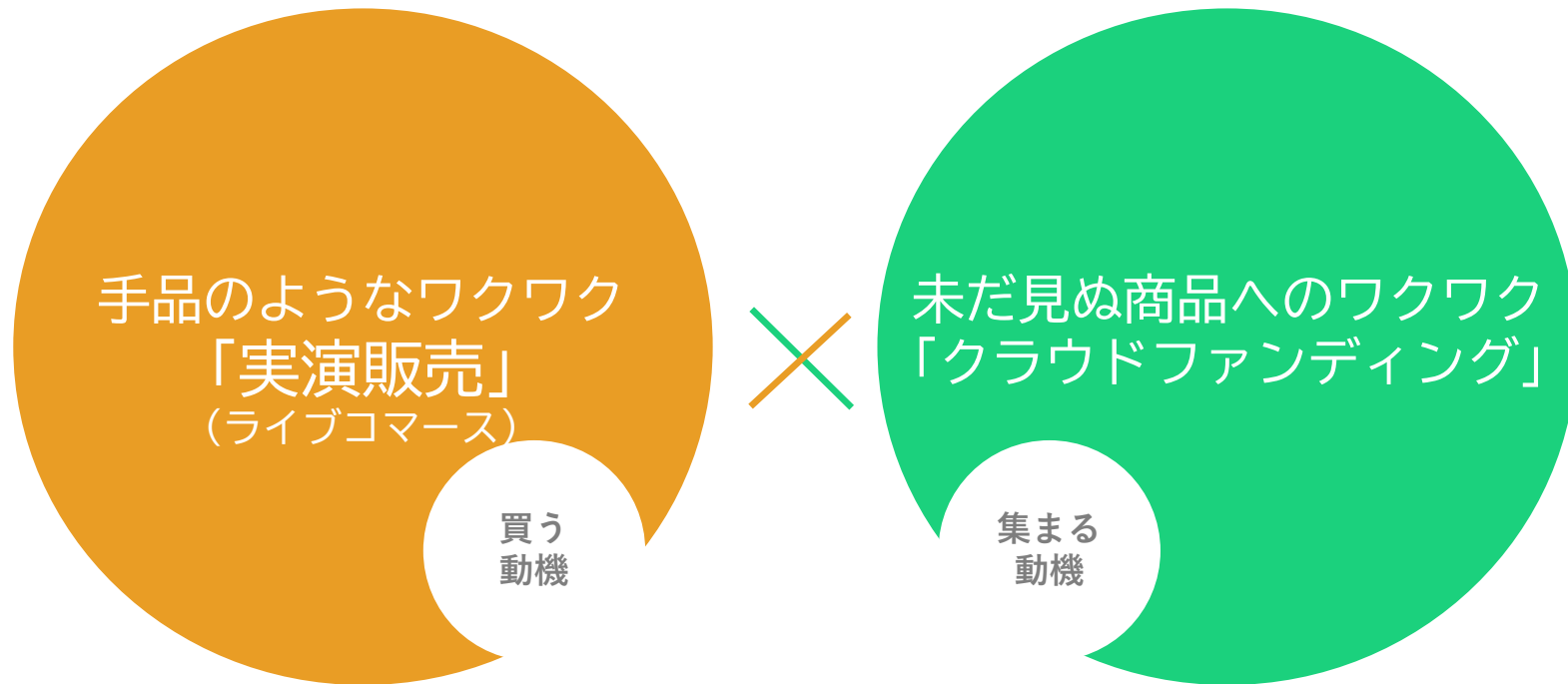


## 今後の成長戦略



# ライブコマース型 クラウドファンディングサービス プロジェクトスタート

# コンセプト



従来の3Dマーケティング販売戦略から  
より多くの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**

プロジェクト構想・企画は2022年3月より着手しており、2024年2月期中のサービス開始を目指しております。

詳細が決まり次第ご案内させていただきます。



## 2023年2月期業績予想

新型コロナウイルスの影響は依然として先行き不透明であり、当社においては通期にわたる影響を見込んでおります。特に直営店舗やバンダー販売、セールスプロモーションにおけるイベント案件等は緊急事態宣言等の影響が顕著に表れるものと認識しております。また、TV通販やインターネット通販におきましても経済全体の見通しが定かではないため、現段階で合理的に判断できる範囲で当予想を策定しております。

(百万円)	2023年2月期通期予想 (2022年3月-2023年2月) ※12か月間	2022年2月期実績 (2021年4月-2022年2月) ※11か月間
売上高	3,511	3,865
営業利益	100	135
経常利益	99	133
当期純利益	63	89
1株当たり当期純利益	21円46銭	30円33銭

1. 2022年2月期業績ハイライト
2. 事業内容と2022年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2023年2月期業績予想
4. 参考資料

- ・資産合計は前事業年度末に比べて減少。
- ・負債合計は前事業年度末に比べて減少。主な要因は、前年同期と比べ買掛金や未払法人税等が減少したことにより流動負債が減少したため

(百万円)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月	2021年3月期 (2020年4月-2021年3月) ※12か月	前期比
流動資産	3,228	3,340	△3.3%
固定資産	74	91	△18.6%
資産合計	3,303	3,431	△3.7%
流動負債	385	606	△36.4%
固定負債	24	22	+10.8%
負債合計	410	629	△34.8%
純資産合計	2,892	2,802	+3.2%
負債・純資産合計	3,303	3,431	△3.7%

## 2022年2月期累計 P L サマリー

- ・売上総利益は前期比42.6%減の1,302百万円、これは在庫消化促進を目的とした値引き販売を拡大したことなどによるものです。
- ・主に人員増による固定費の増加により販管費及び一般管理費の構成比が増加し、営業利益は85.5%減。

(百万円)	2022年2月期 (2021年4月-2022年2月) ※11か月	構成比	2021年3月期 (2020年4月-2021年3月) ※12か月	構成比	前年比
売上高	3,865	100.0%	6,750	100.0%	△42.7%
売上原価	2,563	66.3%	4,480	66.4%	△42.8%
売上総利益	1,302	33.7%	2,270	33.6%	△42.6%
販管費及び 一般管理費	1,167	30.2%	1,335	19.8%	△12.6%
営業利益	135	3.5%	934	13.8%	△85.5%
経常利益	133	3.5%	927	13.7%	△85.6%
当期純利益	89	2.3%	575	8.5%	△84.4%



- 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。