事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社コパ・コーポレーション

証券コード：7689

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

コパ・コーポレーションとは

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。

ー企業理念ー

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”にこだわって商ゐの王道を歩み、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 実演販売を商ゐ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ゐを継承して発展させます。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

会社概要

～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	45名　(2025年２月末日時点)
事業内容	商品の卸売（BtoB事業） TV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 商品の小売（BtoC事業） TV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 実演販売士の役務提供等（BtoB事業） TV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

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

沿革

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
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 株式会社実演販売士協会を設立
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「ワォ！の王様」（注1）を開始 12月　ハイホームマーケット株式会社が「ワォ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（東京都墨田区）に出店 05月　自社ECサイト「デモカウ」を開始
2020年	06月　東京証券取引所マザーズ市場（現東証グロース市場）に株式を上場 12月　自社直営店舗「デモカウ」2号店を北千住マルイ（東京都足立区）に出店
2023年	02月　販促ポータルサイト「スグデル」のサービスを開始 08月　ライブ配信型クラウドファンディング「わくたん」のサービスを開始

実演販売ができる
卸売業としてスタート

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
基礎構築が完了し株式会社へ組織変更

2018年4月より実演販売のできる
卸売業から販売元へと変貌を遂げる
べく「デモカウ」事業をスタート

（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）「ワォ！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

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

実演販売とは

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）

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

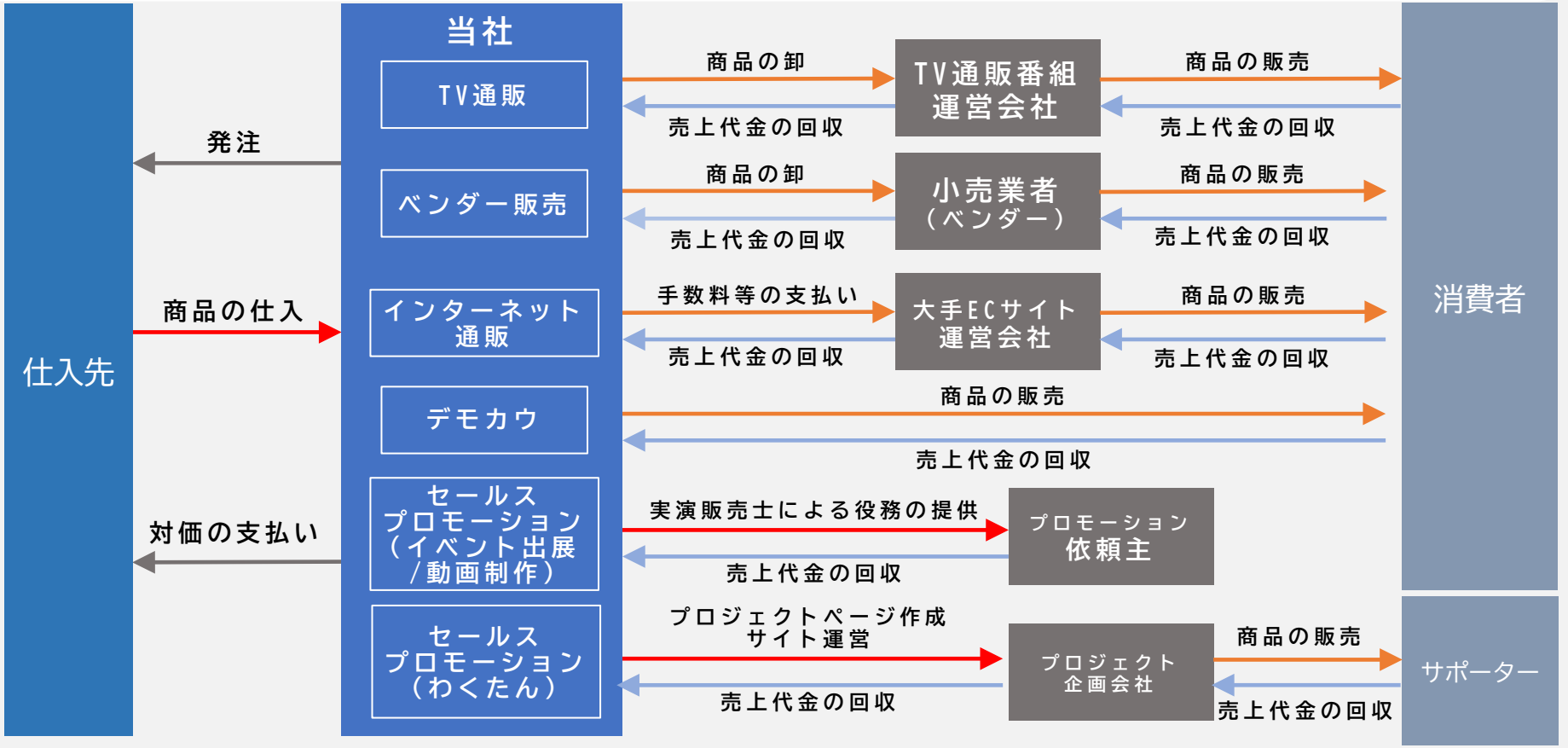
事業系統図

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



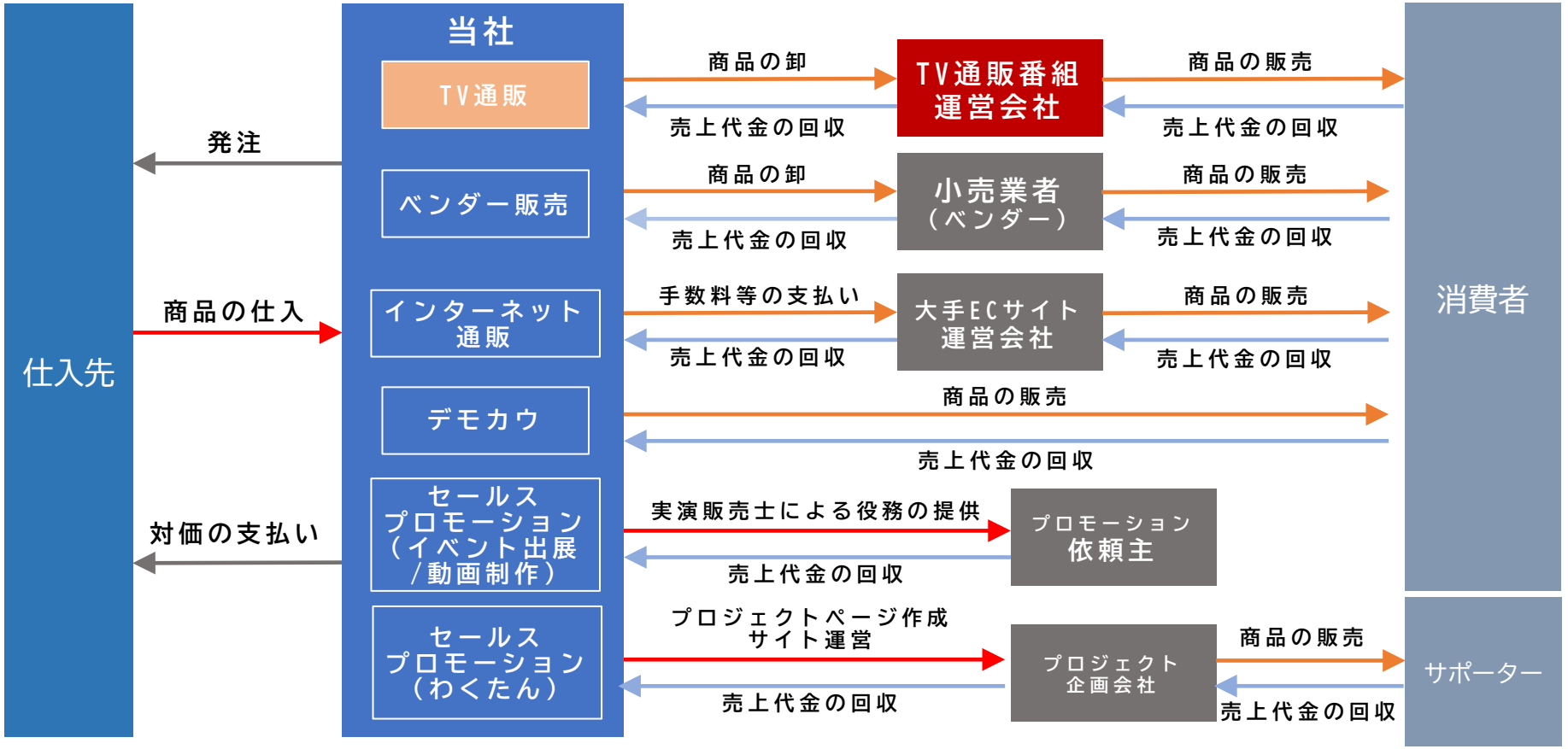
Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

事業系統図：TV通販(BtoB事業)

テレビ通販

高い広告宣伝効果

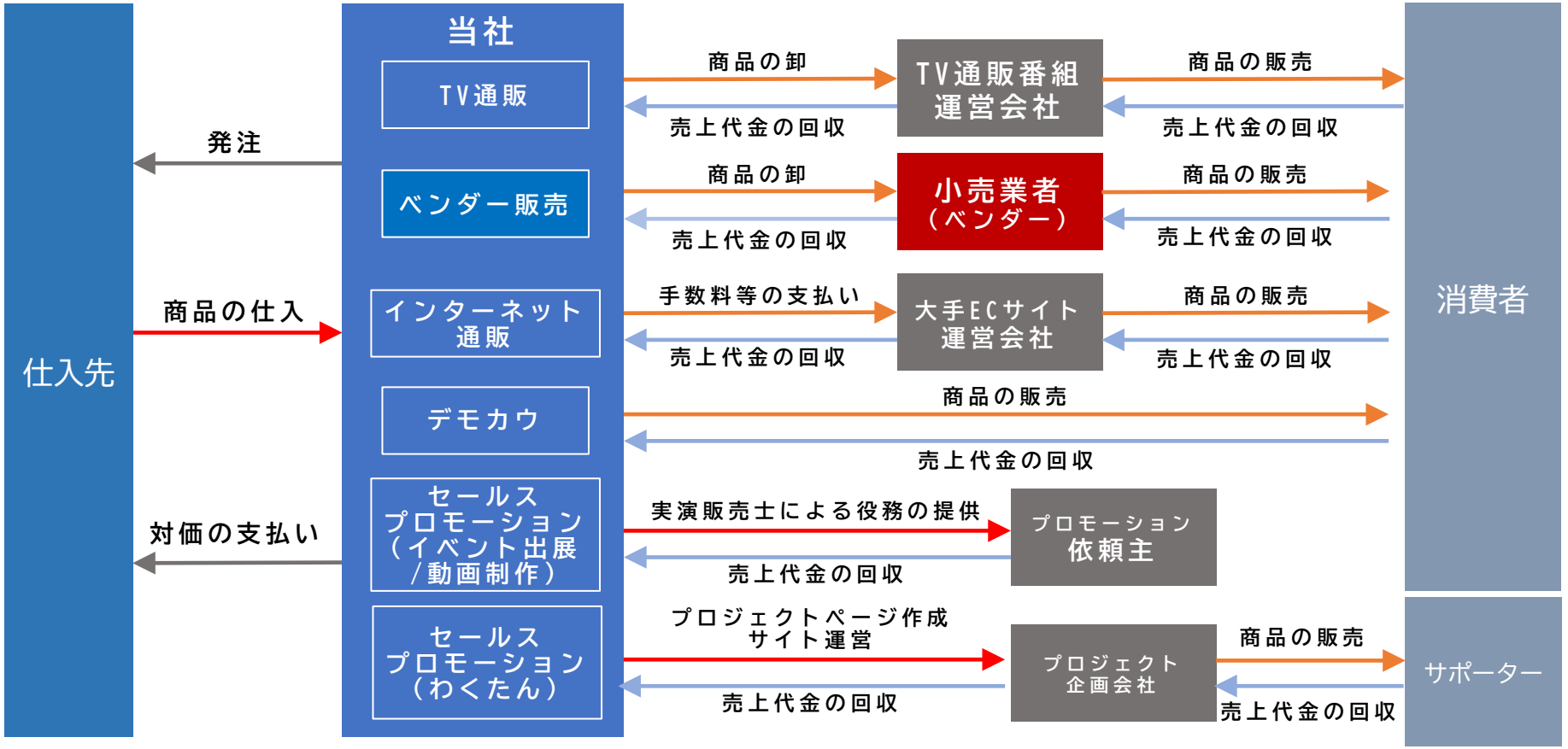
・TV通販番組運営会社への商品の卸売
・実演販売士による販促活動



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

事業系統図：ベンダー販売(BtoB事業)

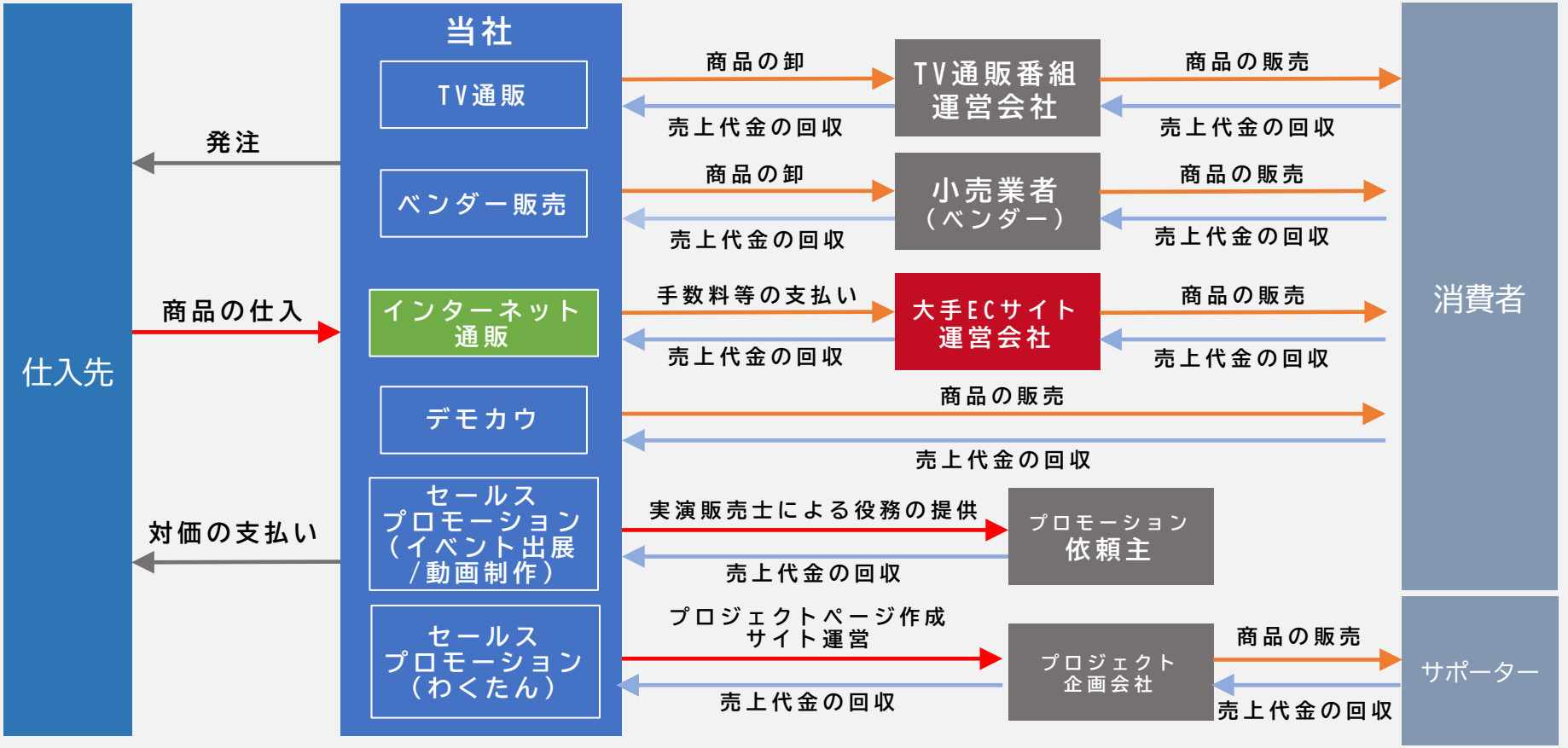
・量販店等への商品の卸売
・販促映像の提供や実演販売士による販促活動



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

事業系統図：インターネット通販(BtoC事業)

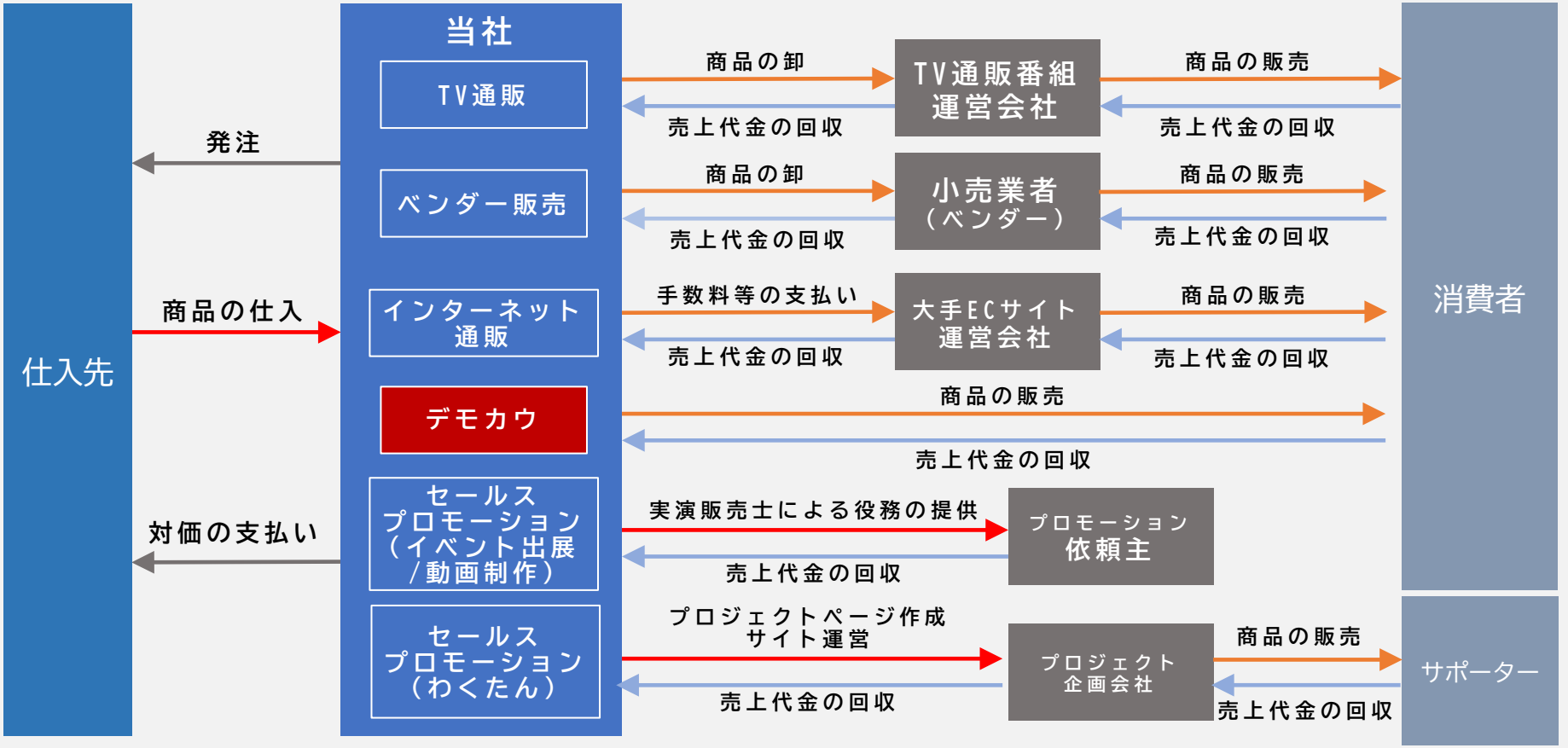
・インターネットモールへ出店
ECサイト運営会社に手数料を支払い、
消費者と直接、商品のやり取りをする。



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

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



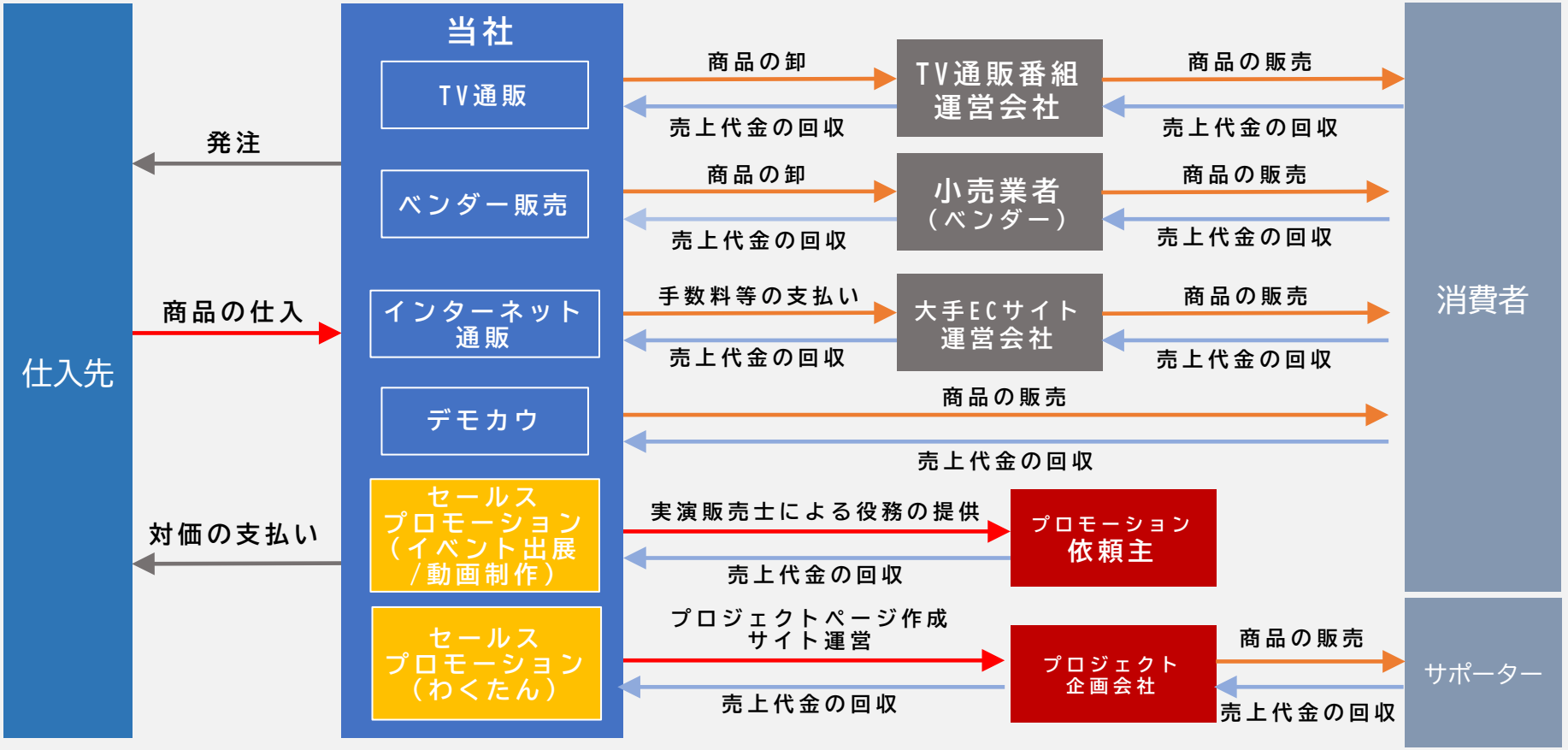
Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

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。



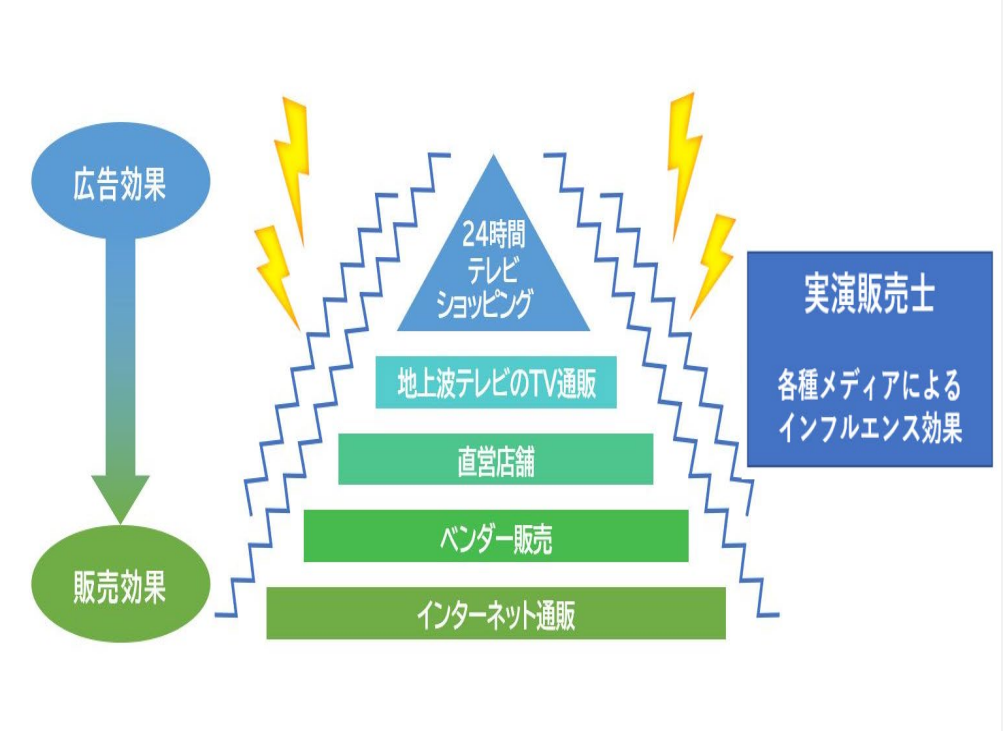
Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

独自の販売戦略「3Dマーケティング販売戦略」

「3Dマーケティング販売戦略」とは、実演販売士がテレビの通販番組で商品を実演販売することによって新たな需要を活性化させ、ベンダー販売、インターネット通販など顧客層も販売特性も違う販売チャネルへシナジーを与えながら販売に繋げて行き、実演販売士が新たに開拓した需要を回収して販売量と利益を獲得する戦略です。

　また、購買意欲のある消費者層にアプローチすることにより、購買にまでは至っていないが、商品を気にしている層へ宣伝広告効果をもたらすことで、購買意欲を促し、顧客層を拡大していきます。

　さらに、実演販売士によるテレビの情報番組等のメディアへの露出によるインフルエンス効果により、各販売チャネルにおける消費者の購買意欲を向上させることが可能となります。



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

ブランド管理

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げている。

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

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

業績

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2025年２月期累計

業績ハイライト

減収増益・営業損失縮小

・売上高は前期同期比6.9%減
・売上総利益は前期同期比8.9%増
・営業損失は前期が△371百万円に対し今期は△281百万円と縮小

特別損失の計上

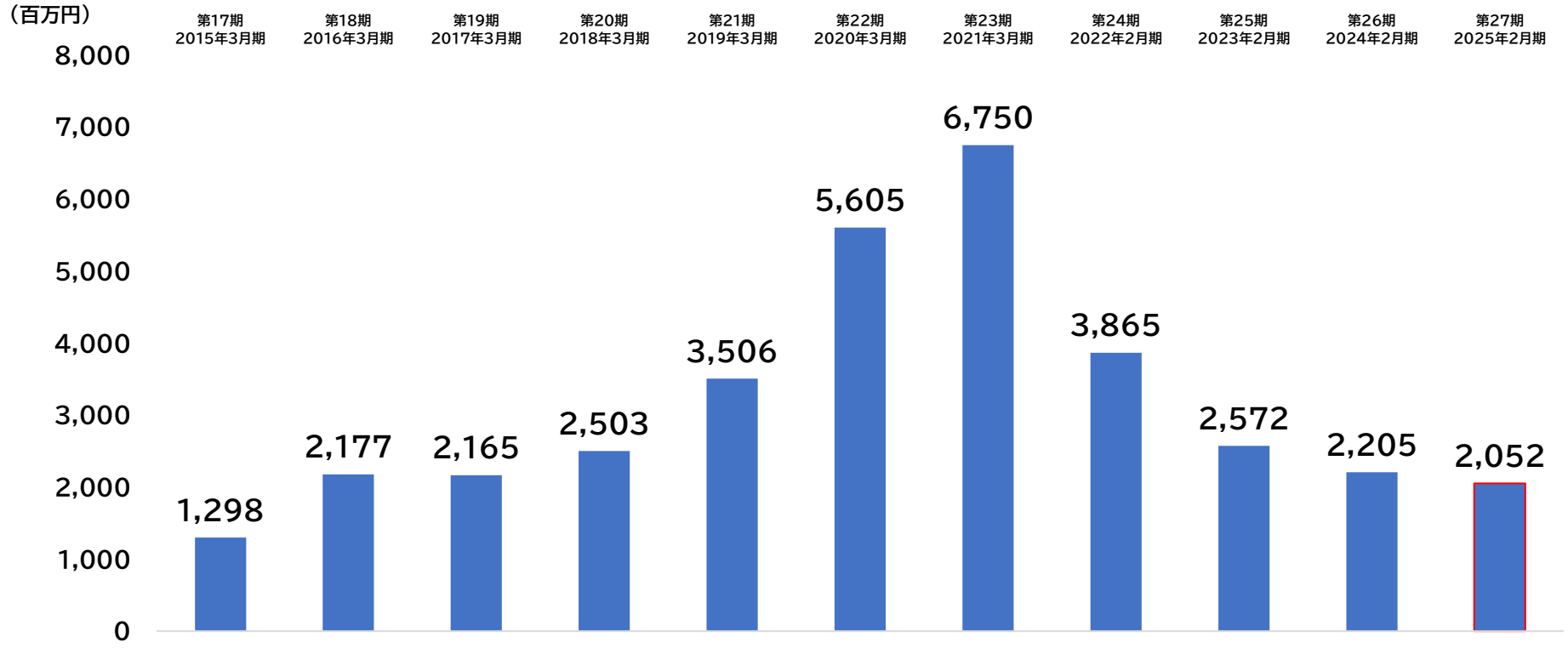
わくたん事業について、当初想定していた収益が見込めないことから、ソフトウェア資産等について159百万円の減損損失を計上

（百万円）	2025年２月期（2024年3月-2025年2月）	2024年２月期（2023年3月-2024年2月）	前期比
売上高	2,052	2,205	△6.9%
売上総利益	889	817	8.9%
営業損失（△）	△281	△371	―
経常損失（△）	△278	△371	―
当期純損失（△）	△437	△1,281	―

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2025年２月期累計

売上高推移

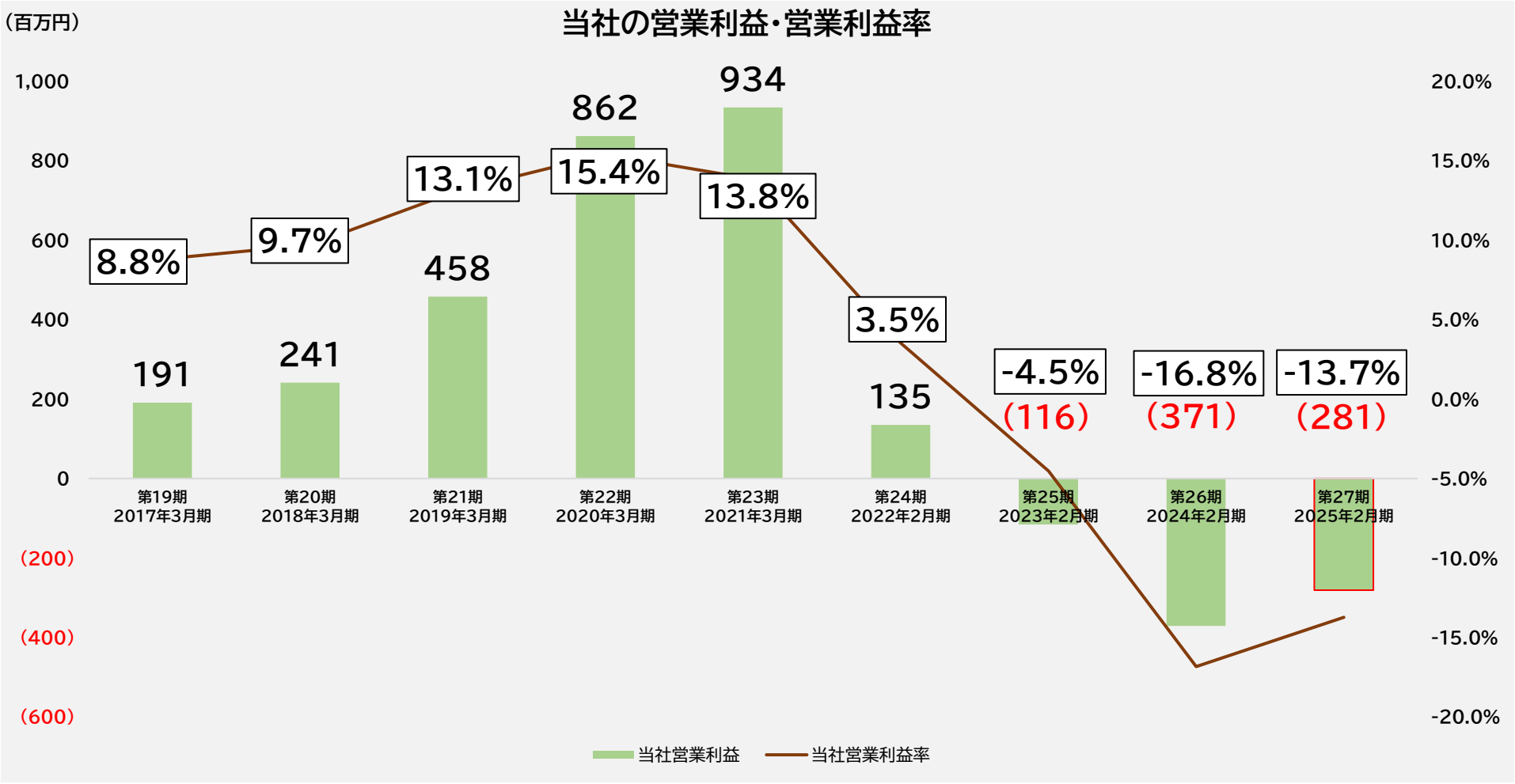


※第24期（2022年2月期）は決算期変更のための経過措置により、2021年4月1日から2022年2月末日までの11か月決算となります。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2025年２月期累計

営業利益・営業利益率の推移

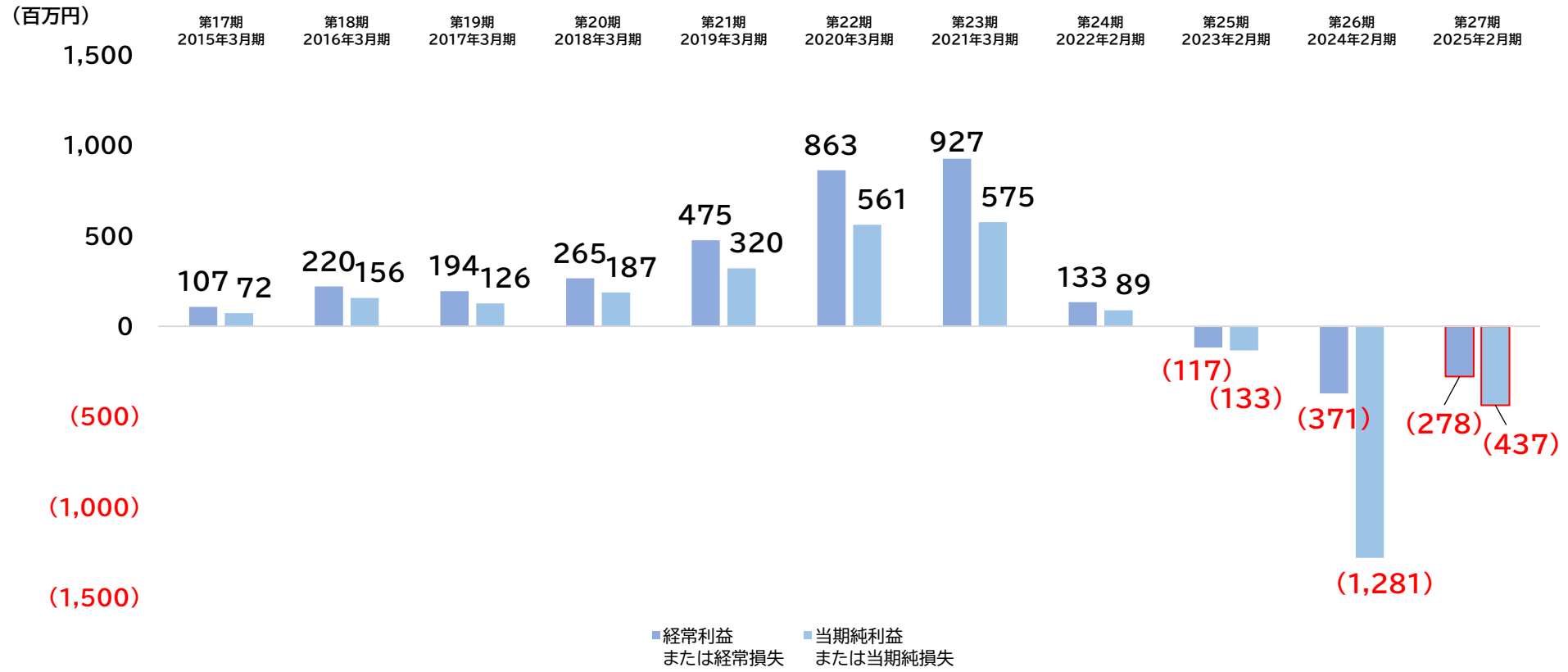


※第24期（2022年2月期）は決算期変更のための経過措置により、2021年4月1日から2022年2月末日までの11か月決算となります。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2025年２月期累計

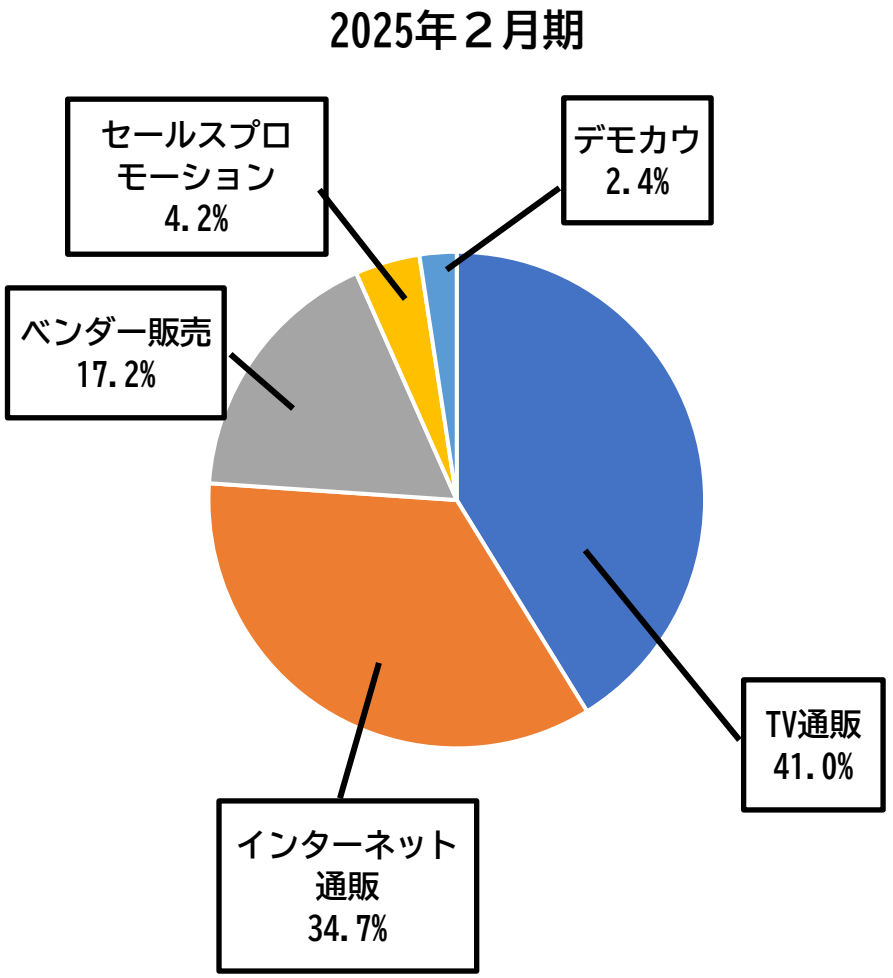
経常利益・当期純利益推移

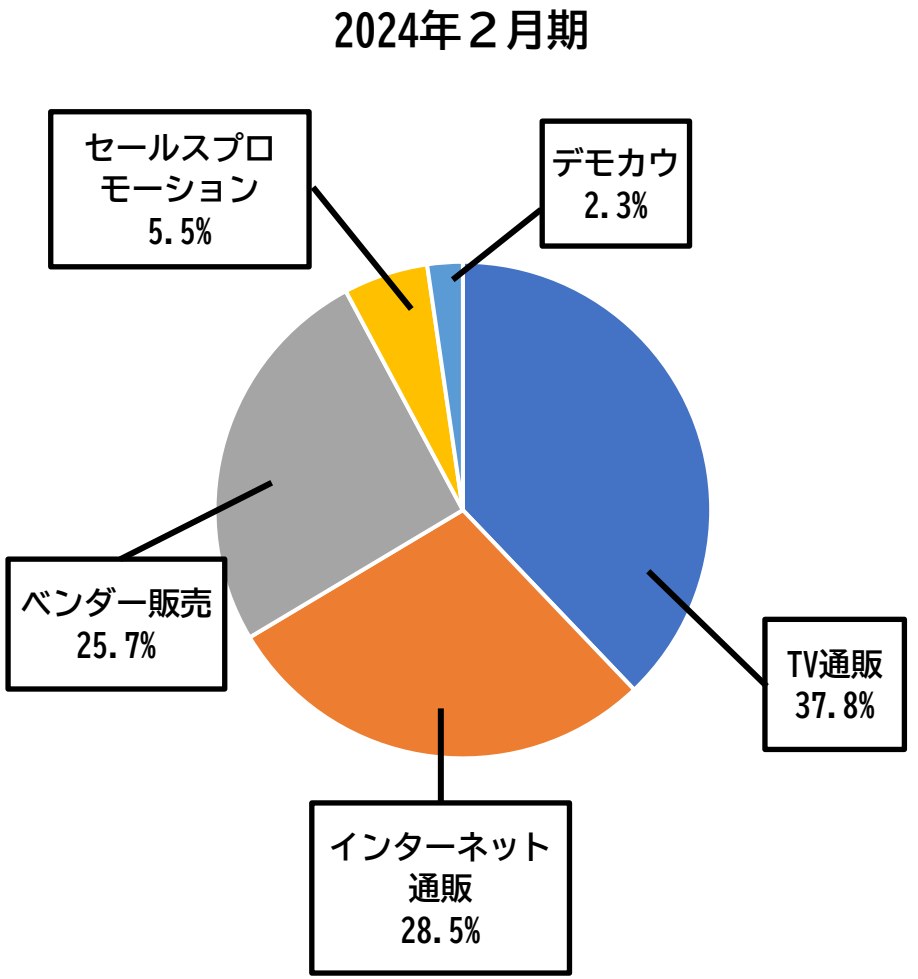


※第24期（2022年2月期）は決算期変更のための経過措置により、2021年4月1日から2022年2月末日までの11か月決算となります。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

販売チャネル別売上高構成比の変化





Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2025年２月期 販売チャネル別売上高サマリー

（百万円）	2025年２月期（2024年３月-2025年２月）	構成比	2024年２月期（2023年３月-2024年２月）	構成比	前年同期比	各チャネルの状況
TV通販	842	41.0%	833	37.8%	1.2%	「エアコンクリーナーAg消臭プラス」「ダニ捕りパックブラックホール」「パルスイクロス」「ゴムポンつるつる」などの商品が売上を牽引。新商品の「鎬-shinogi-」「骨盤整隊カシャーンactive」新規企画の導入も実現し、堅調に推移
インターネット通販	711	34.7%	628	25.7%	13.2%	主力商品の「骨盤整隊カシャーンシリーズ」「ゴムポンシリーズ」「カビッシュトレール」「エアコンクリーナーAg消臭プラス」などの売上が好調に推移したことで売上高が増加
ベンダー販売	353	17.2%	567	28.5%	△37.7%	主力商品の「骨盤整隊カシャーン」「ゴムポンシリーズ」「パルスイクロス」、新商品の「99Tsukumo傘」、「骨盤整隊カシャーンactive」などが好調に推移し売上を牽引したものの、商品の入れ替えによる取引中の商品点数が減少したことで売上高が減少
セールスプロモーション	85	4.2%	124	5.6%	△31.1%	「わくたん」でのプロジェクトの獲得数および流通額は順調に増加し、イベント案件も復調し好調に推移したものの動画制作案件が減少したことで売上高が減少
デモカウ	48	2.4%	49	2.3%	△2.9%	ソラマチ店にて「骨盤整隊カシャーンactive」を含めた「骨盤整隊カシャーンシリーズ」、「ゴムポンつるつるシリーズ」が売上を牽引したことで好調に推移し、前期実績を上回ることができたが、前年度に店舗数がソラマチ店と北千住マルイ店の２店舗からソラマチ店のみの１店舗へと減少したことで売上高が減少
その他	9	0.5%	1	0%	423.5%	社内販売制度などその他のチャネルの売上を含む

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

当社の強み・競争力の源泉

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

『売の極意塾』
実演販売士育成講座
基礎
コース

実演販売の”いろは”を習得

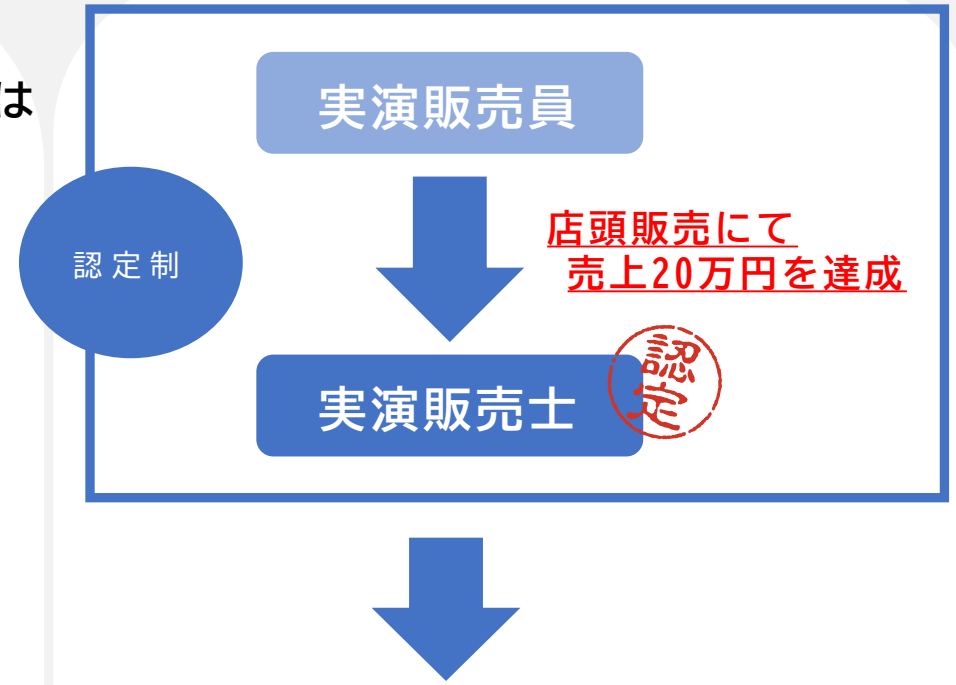
『売の極意塾』
実演販売士育成講座
マスター
コース

景品表示法・薬機法を
学び
法令順守し販売できる
知識を習得

『売の極意塾』
実演販売士育成講座
実践
コース

プロ実演販売士より実践指導

９日間のプログラムにて「実演販売の基礎」「法令」「実践」
を学ぶことで論理的な構成で法令を遵守した実演口上を
作成する力を培い、実演販売員としてデビュー



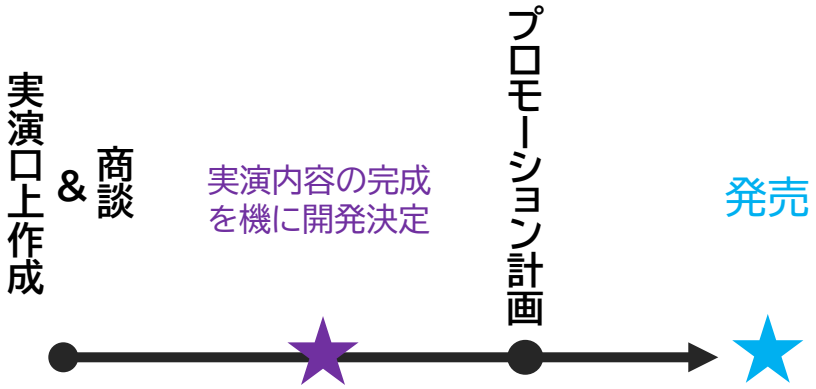
さらに上位クラスの、
売るだけでなく商品企画ができる
実演販売士を実演アンカーマンと呼ぶ

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。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

当社の強み・競争力の源泉

当社の強み＝売れる商品企画力



実演販売士が過去に売ってきた実演トークと、
その魅せ方の集積というマーケティング情報により、
実演口上を起点として商品を開発。
過去に売れた昭和のヒット商品を現代版にブラッシュアップしてリバイバルし、ヒット商品を生むこともできます。

実演口上を起点として開発した商品例

スパイダージェル

骨盤整隊カシャーン

99Tsukumo傘

リバイバルによって生まれたヒット商品例

ゴムポンつるつる

パルスイクロス

超電水すいすい水

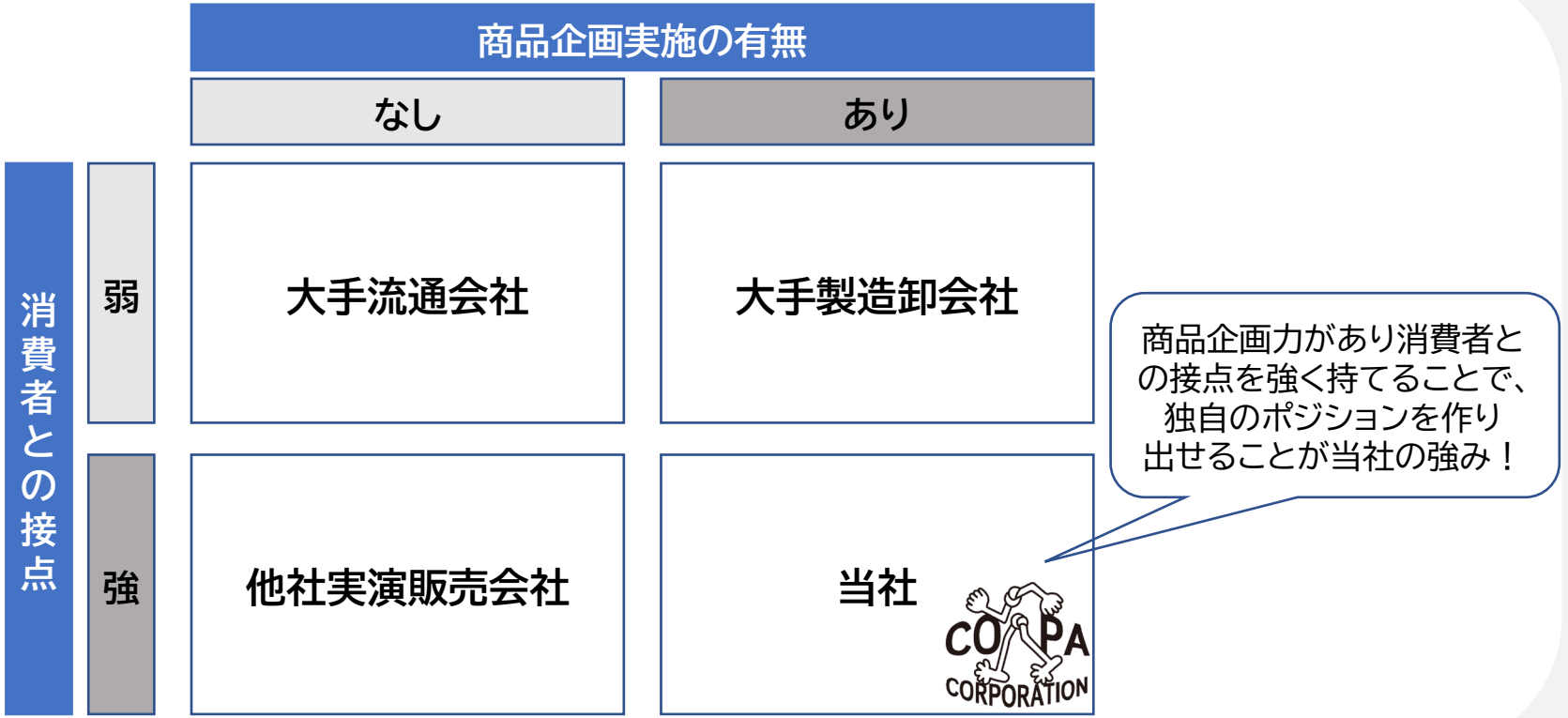
エアコンクリーナー
Ag消臭プラス

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

当社の強み・競合環境と競争優位性

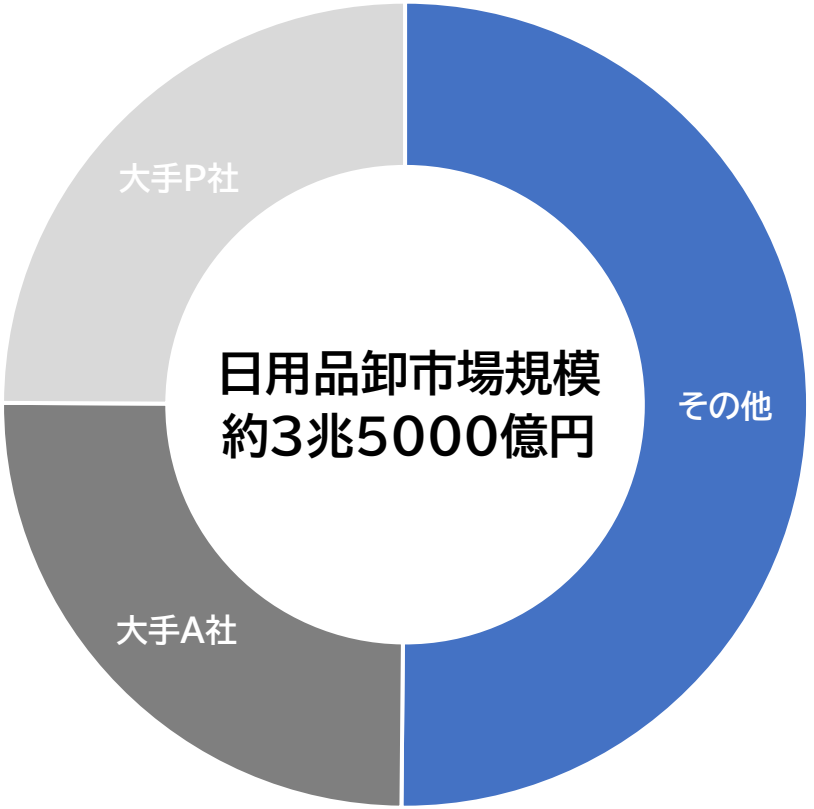
競争優位性：競合の少ない市場が強み

日用品卸売市場におけるポジショニングは以下の通りであり、
当社は商品企画のできる実演販売会社として独自のポジショニングを確立している。



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

市場環境



業界再編で大手の占める割合が増え、今後も拡大する見込み。中堅企業においては人口減少の影響で地域密着型の企業ほど業績が悪化している。

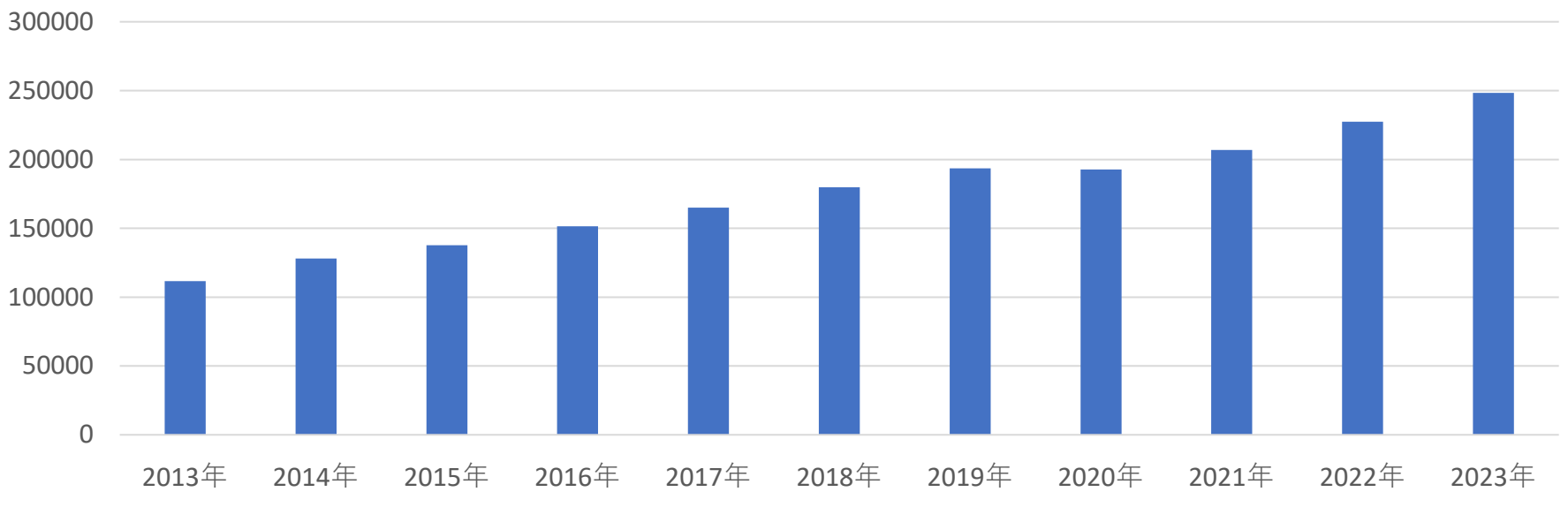
化粧品や日用品メーカー大手が高付加価値の商品を強化していることを追い風に、各社は増益を続けている。

当社においては
『商品企画のできる実演販売会社』
という優位性を活かした商品企画、販売手法をより強化し、売上規模の増大を図る。

参考:NIKKEI VALUE SEARCH「日用品・生活用品卸」

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

市場環境



参考：経済産業省「令和4年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」

今後も注力していきたいBtoC事業において、EC市場は拡大傾向。

販売チャネル：TV通販で広告シャワー効果を得ながら、販売効果の高いチャネルであるインターネット通販で売上高と利益を確保していきたい。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

商品開発理念

1.目新しく、つい誰かに教えたくなるような商品（サービス）を提供する
2.オールシーズンを通じて生活が豊かになる商品（サービス）を提供する

▼

商品に実演（卓）を導入し、
お客様（消費者）と直に触れることによって卓の品質は昇華される

店頭での実演販売の実施件数が復調
店頭実演を通し実演販売の品質を追求する

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

商品開発

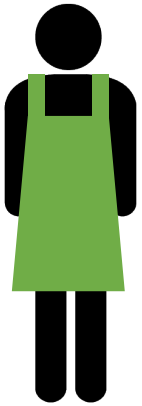
引き続き実演アンカーマンの育成に注力

〈キャリアイメージ〉

現在の主戦力

強化

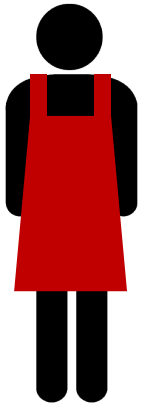
実演販バイト®



-研修期間-

「売の極意塾」修了後、店舗で当社の商品に触れながら商品知識を蓄えるとともに実演販売の基礎を学ぶ。

実演販売員

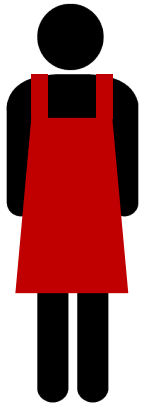


現場（デモカウ店舗や派遣先小売店等）において、“商ゐの王道”＝“対面販売”を行うことで実演販売の精神を醸成する。

所定の基準をクリア

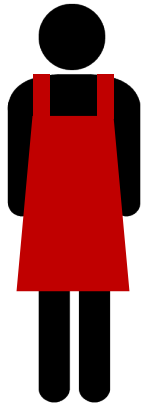
認定

実演販売士



現場の他に展示会・イベント・動画出演等に従事。
時代と共に形を変える実演販売を体現できるよう様々な経験を積んで成長していく。

実演アンカーマン®



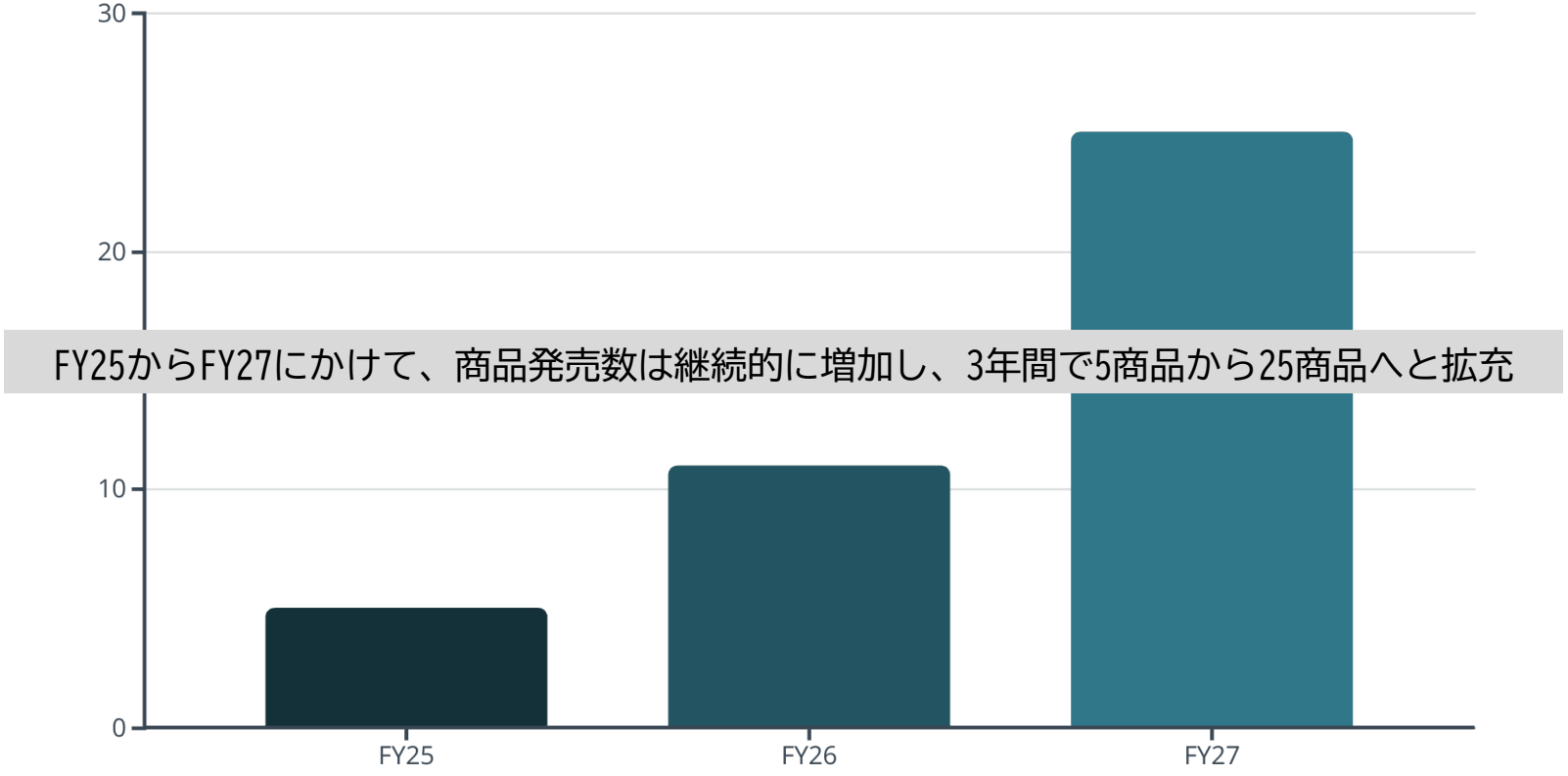
取引先様の営業窓口やメーカー様との商談を経て、実際に商品化していくプロセスや流通について学ぶ。
また、自らPR活動を行うこともできるためインフルエンサー的な役割も担う。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

商品開発

実演口上・実演販売の演出を起点とした商品開発を推進し、
顧客体験価値の向上を図るとともに、取扱商品数の拡充により品揃えの多様化を実現し、
市場競争力の強化を目指す。

新商品の発売数推移

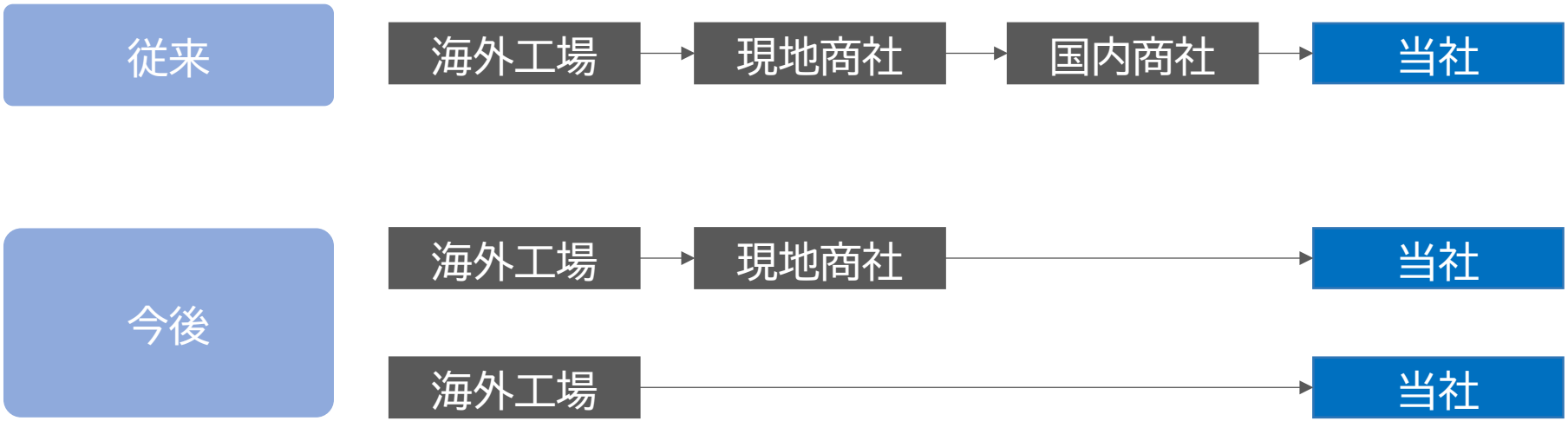


FY25からFY27にかけて、商品発売数は継続的に増加し、3年間で5商品から25商品へと拡充

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

貿易による海外製品のサプライチェーン見直し

従来は、海外製品を国内商社と現地商社を介して調達していたが、
今後は、現地商社や海外工場から直接調達し、原価率を低減。

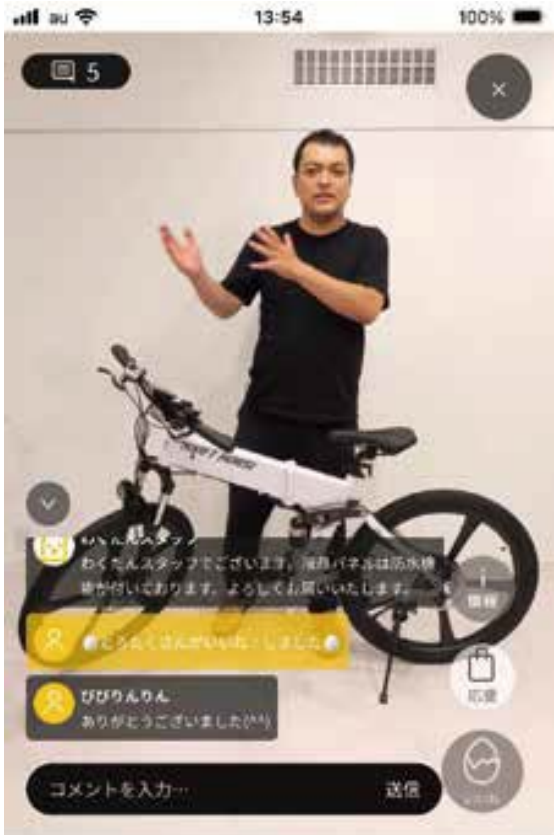


貿易取引によって調達を行う商品点数は
2024年２月期：18SKU、2025年２月期：36SKUへと増加
2026年２月期以降も海外製品の直接調達を増やす予定

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

実演販売を用いたプロモーション

コロナ禍により希薄化した消費者接点の再構築に向けて、
オンライン・オフライン双方のチャネルを活用した新たなコミュニケーション基盤を整備し、接点の質・量ともに持続的に拡充する。



Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

自社プラットフォームの醸成

自社ECサイトの『デモカウ』を『わくたんマーケット』としてリニューアル。
相互サービスの連携によって『わくたん』の集客力の強化と『デモカウ』のコンテンツ量強化を狙う

わくたん
wakutan

双方向送客

SSO
(会員統合)

デモカウ
DEMOKAU

▼わくたんマーケットとして
リニューアル

わくたん Market

メルマガ・LINE

流入経路別に細かくセグメント分けし、商品やPJに合わせてアプローチ

Pointシステム

双方のユーザーの流通量増加とLTV向上を目的

記事コンテンツ

商品の開発ストーリー・コパ商品の場合は卓見せの様子等、ユーザーの期待を高め、応援したくなる記事。SEOにも貢献。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

自社プラットフォームの醸成

わくたん
wakutan

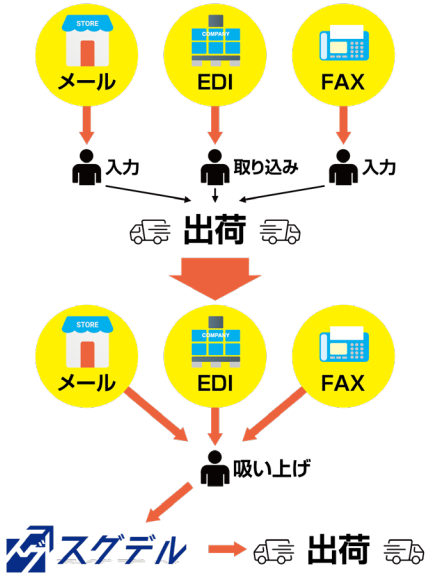
プロジェクト数の増加に伴い流通額が増加。
わくたん－ECサイトデモカウのブランド統合による集客力強化により、プロジェクト規模の増大を目指す。
当初から目的としている商品の発掘には繋がっており、仕入れおよび販売の実績が複数出ている。

	2024年2月期（実績）		2025年2月期（実績）
プロジェクト数	67	➡	193
プロジェクト平均単価	180千円	➡	182千円
流通額（注）	12百万円	➡	35百万円

（注）流通額…サポーターからプロジェクトへの支援金額（※当社の売上高ではありません）

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

自社プラットフォームの醸成



当社では、新規顧客に対して複数の取引方法の選択肢を提供しており、
早期にお試しでの取り扱いが可能であることや、WEBカタログのように利用できる点から、当プラットフォーム上での取引社数は着実に増加。

現時点では取引社数がまだ少数であるが、引き続き営業活動に活用し、取引先企業増加に努める。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

プロモーション計画

商品やサービスの認知向上を戦略的かつ積極的に行う

引き続き以下4点のプロモーション活動を実施

ー実演プロモーションの強化

昨年度は現場実演の機会が増加したが、今後はその傾向をさらに推し進め、より多くの実演を実施する。
これにより商品の魅力を直接伝え、消費者とのタッチポイント増加を目指す。

ーSNSメディアの活用

引き続き「実演」を中心に据えた独自のコンテンツを展開し、動画メディアを通じて配信。
視聴者の関心を引きつけ、新商品の市場投入時にも活用し、ブランドの認知度と訴求力を強化する。

ー商品のブランド強化

SNSやメディアの影響を最大限拾い、デジタルを中心とした広告投資は継続して実施。
主力ブランドの横展開により、取り扱い商品点数の増加を目指す。

ー「わくたん」への広告投資

新しい実演の形としてライブ配信を活用したクラウドファンディングサービス「わくたん」と「デモカウ(EC)」を統合。
ブランド統合により、クラウドファンディングとECサイトの双方で広告効果を享受し、積極的にデジタル広告投資を行う。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

生成AIの活用

AI活用の全社的推進に向け、教育体制の整備を進めるとともに、
定期的な研修・ワークショップを通じて実務への応用力を強化。
さらに、社員が作成したプロンプトやチャットボットのナレッジを全社で共有可能な環境を構築し、
組織全体のAIリテラシーと活用促進を図る。

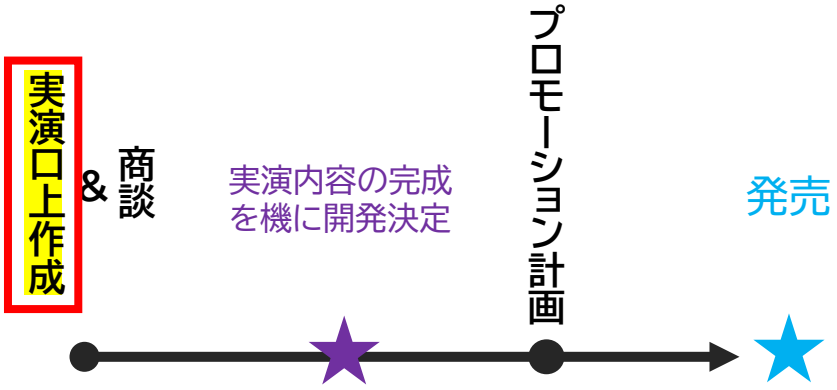
■全従業員Lv. 2以上を目指す

レベル	定義	スキル
Lv.1 生成AIユーザー （全従業員）	生成AIの基本的な知識を持ち、指示に基づいてツールを活用できる。	•生成AIの基本的な仕組みの理解 •プロンプトエンジニアリングの基礎知識 •倫理的な利用に関する知識
Lv.2 生成AI活用者 （全従業員）	生成AIを自身の業務に適応させ、効果的に活用できる。	•複数生成AIツールの特性の理解と使い分け •効果的なプロンプトエンジニアリング •出力結果の評価と改善
Lv.3 生成AI推進者 （上位2割～）	生成AIの可能性を理解し、組織全体への活用を推進する。	•生成AIを活用した新規事業/サービスのアイデア創出 •生成AI導入による効果測定 •チームメンバーへの生成AI活用指導
Lv.4 生成AIエキスパート （選抜）	高度な生成AI技術を理解し、組織の戦略的な活用を推進する。	•最新の生成AI技術、論文、トレンドの理解 •特定の業務/業界における生成AI活用ノウハウ •生成AI活用におけるリスク管理、倫理的問題への対応

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

生成AIの活用

27期では試験的に商品開発業務においての生成AIの活用を実施。
これまでアイデア出しから検証までに時間をかけていたプロセスがAIのサポートにより、
迅速かつ的確にゴールにたどり着けるようになった点で大きな成果が得られた。
28期においては本格的に導入を開始し、全社員への日常業務での活用を定着させる。



当社の強みである実演口上を元にした商品開発において
初期タスクである実演口上と演出の作成は、
法令を遵守したうえで、斬新さや納得しやすさが求められる。

方法論は確立されているが複数の検討工程を要するため、
一部の行程を生成AIにサポートおよび代替させることで効率化
を図った。

実演口上作成の流れ

①実演口上の過去データを参照
②実演口上のドラフト版を作成
③演出内容を実際に試しながら検証
④品証・法務チェック
⑤指摘事項を実演口上へ反映
⑥指摘事項を演出内容へ反映

生成AIの活用事例

生成AIによって過去の実演口上や実演販売のロジックを元とした叩き台を生成

生成AIを壁打ち相手としてアイデア出し、複数のアイデアから商品に適した演出を選んで検証

生成AIを活用して想定されるリスクの洗い出し作業をサポート

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2026年２月期業績予想

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

2026年２月期業績予想

- サプライチェーンの見直しによる原価率の低減および営業利益率の改善を引き続き実施
- 黒字転換へ向けて赤字幅縮小

（百万円）	2026年２月期予想 （2025年3月-2026年2月）	2025年２月期実績 （2024年3月-2025年2月）
売上高	2,399	2,052
営業損失	△89	△281
経常損失	△89	△278
当期純損失	△90	△437
1株当たり 当期純損失	△30円54銭	△147円75銭

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

目次

1. 会社概要

2. 事業内容・業績

3. 当社の強み・競争力の源泉

4. 事業計画・成長戦略

5.リスク情報

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

経営において認識される主なリスク

リスク概要	発生時期	発生可能性	対応策
在庫リスクについて 消費者需要の減少により、顧客の所要数量が減少した場合には、棚卸資産の評価減を実施する必要が生じるなど、当社の事業及び業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。なお、当社が独占販売を行う商品において、仕入先から一定の売上高目標額を設定される場合があり、その場合、当該商品の仕入を増加させることにより、過大な在庫を保有する可能性があります。	中	中	当社で取り扱う商品については、基本的に自ら仕入を行い、自社在庫として保有した上で販売を行っております。当社は商品の仕入を行う際には、商品の販売動向や顧客の嗜好を考慮し、棚卸資産の適正管理に努めております。
主要商品への依存について 当社では主要商品の売上が全体に占める割合が高くなっております。したがって、1商品又は数商品の販売が顧客の需要の低下等により減少した場合や、商品の仕入が何らかの理由により困難となった場合には、当社の事業及び業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。	近	高	特定の商品の売上が全体に占める割合を低くするため、バランスの良い商品企画を実践すべく、事業活動に引き続き積極的に取り組んでまいります。
法的規制について 当社は、不当景品類及び不当表示防止法、特定電子メールの送信の適正化等に関する法律、特定商取引に関する法律、消費者契約法等により多数の法的規制を受けております。今後これらの法令等の改正や当社の行う事業が規制の対象となった場合、当社の事業及び業績に重要な影響を及ぼす可能性があります。	中	小	当社は、各種法的規制等について、これらの法令を遵守するよう、セミナーの開催等により社員教育を行うとともに、コンプライアンス規程を制定すること等により法令遵守体制を整備・強化しております。

・上記は成長の実現や事業計画の遂行に影響する主要なリスクを抜粋し、掲載しております。その他のリスクは有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。
なお、将来に関する事項については本資料提出日現在において当社が判断したものであります。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.

その他の事項

免責事項

・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。

今後の開示

・当資料のアップデートは、本決算後の5月を目安として開示を行う予定です。
当期におきましては中期経営計画を策定した際にも臨時での更新を行います。

Copyright© Copa Corporation Inc All rights reserved.