



株式会社コパ・コーポレーション  
2026年2月期 決算説明資料

証券コード:7689

1. 2026年2月期 業績ハイライト
2. 事業内容
3. 2026年2月期の取り組み
4. 今後の成長戦略と2027年2月期業績予想

1. 2026年2月期 業績ハイライト
2. 事業内容
3. 2026年2月期の取り組み
4. 今後の成長戦略と2027年2月期業績予想

## 業績予想との差異に関して

売上高については、業績予想1,833百万円に対して、1,779百万円の着地となりました。売上高が未達になった主な要因は、TV通販番組における企画放映の一部が来期にずれ込んだことが要因となっております。

売上原価については、販売見込みの低い在庫の処分を実施したことにより、売上原価率が上昇し、結果として売上総利益率が当初計画を下回る要因となりました。

販売管理費については、概ね計画通りの水準で推移いたしました。

上記の売上高の未達及び売上総利益率の低下が主な要因となり、当期純損失は272百万円となりました。

(百万円)	2026年 2月期 実績	業績予想比 (2026年1月 15日公表)	前期比	2026年 2月期 業績予想 (2026年1月15日 公表)	2025年 2月期 実績
売上高	<b>1,779</b>	△2.9%	△13.3%	<b>1,833</b>	<b>2,052</b>
営業損失	△271	—	—	△196	△281
経常損失	△271	—	—	△196	△278
当期純損失	△272	—	—	△197	△437

- ▶ 売上高は前年比13.3%減、新商品の売上は堅調に推移し、前年度を大きく上回る水準となった一方で、既存商品の多くが市場競争の激化や顧客ニーズの変化を受け、前年実績を下回ったことで、主力商品の伸長分を相殺する形となりました。
- ▶ 売上総利益は前期比26.0%減、販売見込みの低い在庫の処分を実施したことにより、売上原価率が上昇
- ▶ 販管費は前期比20.7%減、物流費の削減、広告費用の適正化、AI活用による固定費の抑制により構成比は減少

(百万円)	2026年2月期 (2026年3月-2025年8月)	構成比	2025年2月期 (2024年3月-2025年2月)	構成比	前期比
売上高	<b>1,779</b>	<b>100.0%</b>	<b>2,052</b>	<b>100.0%</b>	△13.3%
売上原価	<b>1,121</b>	<b>63.0%</b>	<b>1,162</b>	<b>56.7%</b>	△3.5%
売上総利益	<b>657</b>	<b>37.0%</b>	<b>889</b>	<b>43.3%</b>	△26.0%
販管費及び 一般管理費	<b>928</b>	<b>52.2%</b>	<b>1,171</b>	<b>57.1%</b>	△20.7%
営業損失 (△)	△ <b>271</b>	△15.2%	△ <b>281</b>	△13.7%	—
経常損失 (△)	△ <b>271</b>	△15.2%	△ <b>278</b>	△13.6%	—
当期純損失 (△)	△ <b>272</b>	△15.3%	△ <b>437</b>	△21.3%	—

# 2026年2月期 販売チャネル別売上高サマリー



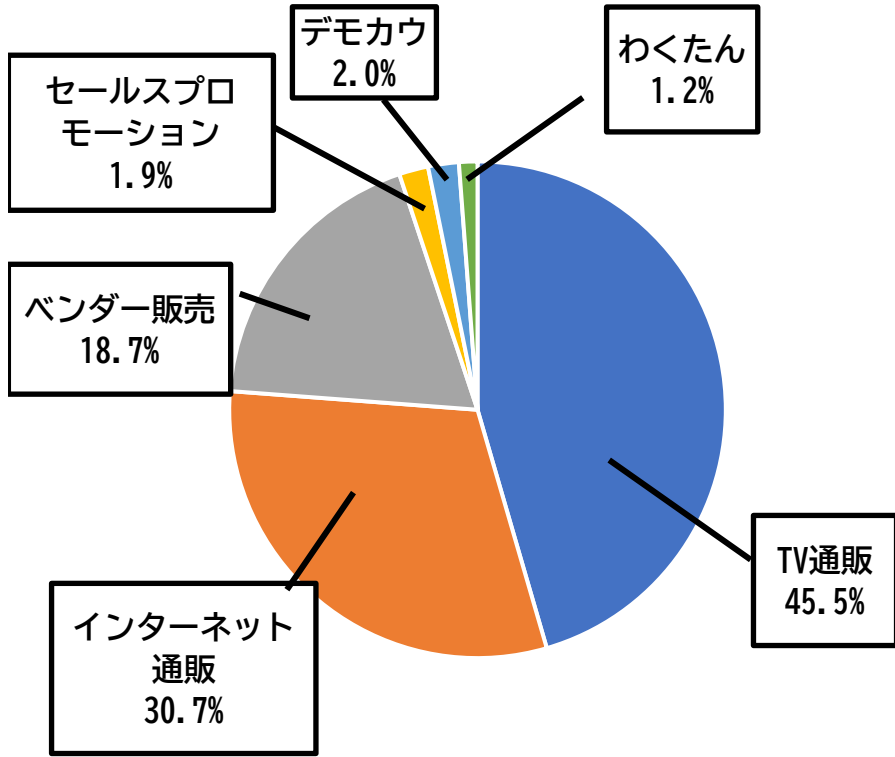
(百万円)	2026年2月期 (2025年3月 -2026年2 月)	構成比	2025年2月期 (2024年3月- 2025年2月)	構成比	前年同期比	各チャネルの状況
TV通販	810	45.5%	842	41.1%	△3.9%	主力商品群が堅調に推移し売上が牽引した一方で、一部の既存商品において前年実績を下回る結果となりました。新規導入商品については複数品目で導入が決定しましたが開始時期が次期にずれ込んだことで、通期では前年度実績を下回る結果となりました。
インターネット 通販	545	30.7%	711	34.7%	△23.3%	主力商品ゴムポンつるつるシリーズ、エアコン掃除関連商品と新商品の「鎬-shinogi-Neo」が売上が牽引しました。一方で、主力商品の「ゴムポンつるつる」が全チャネル好調だったことによって品薄状態となり、機会損失が発生したことや、一部商品が市場競争の激化を受け売上が減少したことで伸長分を相殺する結果となりました。
ベンダー販売	331	18.7%	353	17.2%	△6.2%	主力商品の折りたたみ傘「99Tsukumo傘」と新商品の「瞬撥水Tsukumo傘」が堅調に推移し、売上貢献度が前年を大きく上回る水準となりました。一方で、既存商品の多くが市場競争の激化や顧客ニーズの変化を受け伸長分を相殺する形となりました。
セールス プロモーション	33	1.9%	73	3.6%	△54.6%	ライブコマース等の媒体出演案件が増加し売上貢献度が前年を大きく上回る水準となりましたが、実演販売士のイベント出演案件及び動画制作案件が共に減少し、売上高が減少しました。
デモカウ	35	2.0%	37	1.8%	△5.8%	「骨盤整隊カチャー(active)」を含めた骨盤整隊カチャーシリーズ、ゴムポンつるつるシリーズ、「99Tsukumo傘」に加え、新商品の「瞬撥水Tsukumo傘」、「鎬-shinogi-Neo」が売上が牽引しましたが、前年度実績を下回る結果となりました。
わくたん	21	1.2%	23	1.1%	△7.9%	会員数およびプロジェクト数が堅調に増加し、プロジェクト単体の応援総額においては当事業年度中に2回、歴代の最高額を更新しましたが、第4四半期にプロジェクト数が伸び悩んだことから通期では前年実績を下回る結果となりました。
その他	1	0.1%	9	0.5%	△80.5%	滞留在庫の処分を実施し、処分に伴う売上が計上しました。在庫金額分の原価が計上され、売上総利益が圧迫しましたが、在庫処分は財務体質の健全化と今後の在庫効率向上を目的としたものであり、次期以降の収益改善に寄与するものと見込んでおります。

- ▶ 当期純損失の計上により利益剰余金が減少したことで純資産は減少
- ▶ 長期借入金の増加により、固定負債は増加

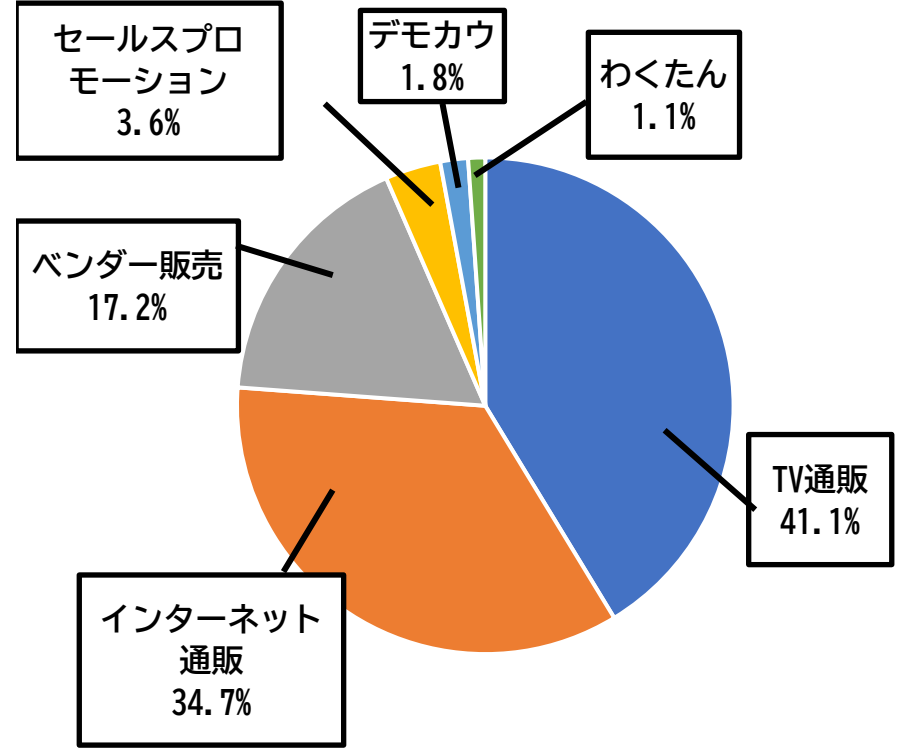
(百万円)	2026年2月期 (2025年3月-2026年2月)	2025年2月期 (2024年3月-2025年2月)	前期比
流動資産	1,144	1,265	△9.6%
固定資産	7	6	10.0%
資産合計	1,152	1,272	△9.5%
流動負債	187	215	△13.0%
固定負債	196	16	1062.7%
負債合計	384	232	65.3%
純資産合計	767	1,039	△26.2%
負債・純資産合計	1,152	1,272	△9.5%

# 販売チャネル別売上高構成比の変化

2026年2月期



2025年2月期



従来、売上高を「TV通販」「ベンダー販売」「インターネット通販」「セールスプロモーション」「デモカウ」「その他」に区分しておりましたが、ECサイト「デモカウ」を「わくたんマーケット」へリニューアルし、「わくたん」事業とブランド統合したことにもない、当第1四半期会計期間より、以下の区分に変更しております。この変更にもない、前中間会計期間の売上高も変更後の区分で記載しております。

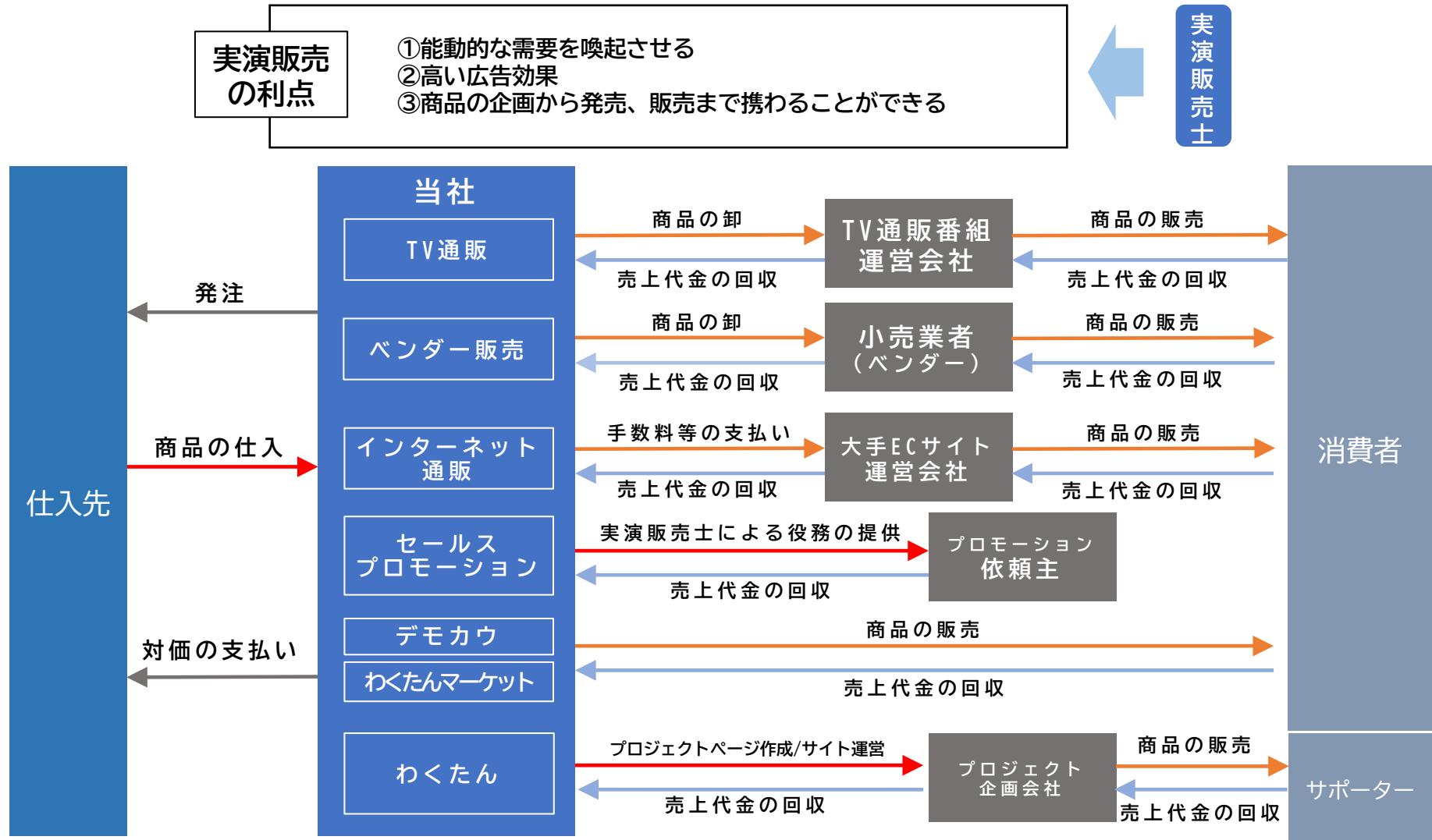
1. 2026年2月期 業績ハイライト
2. **事業内容**
3. 2026年2月期の取り組み
4. 今後の成長戦略と2027年2月期業績予想

～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	37名 (2026年2月末日時点)
事業内容	 <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  <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  <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

# 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、6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。



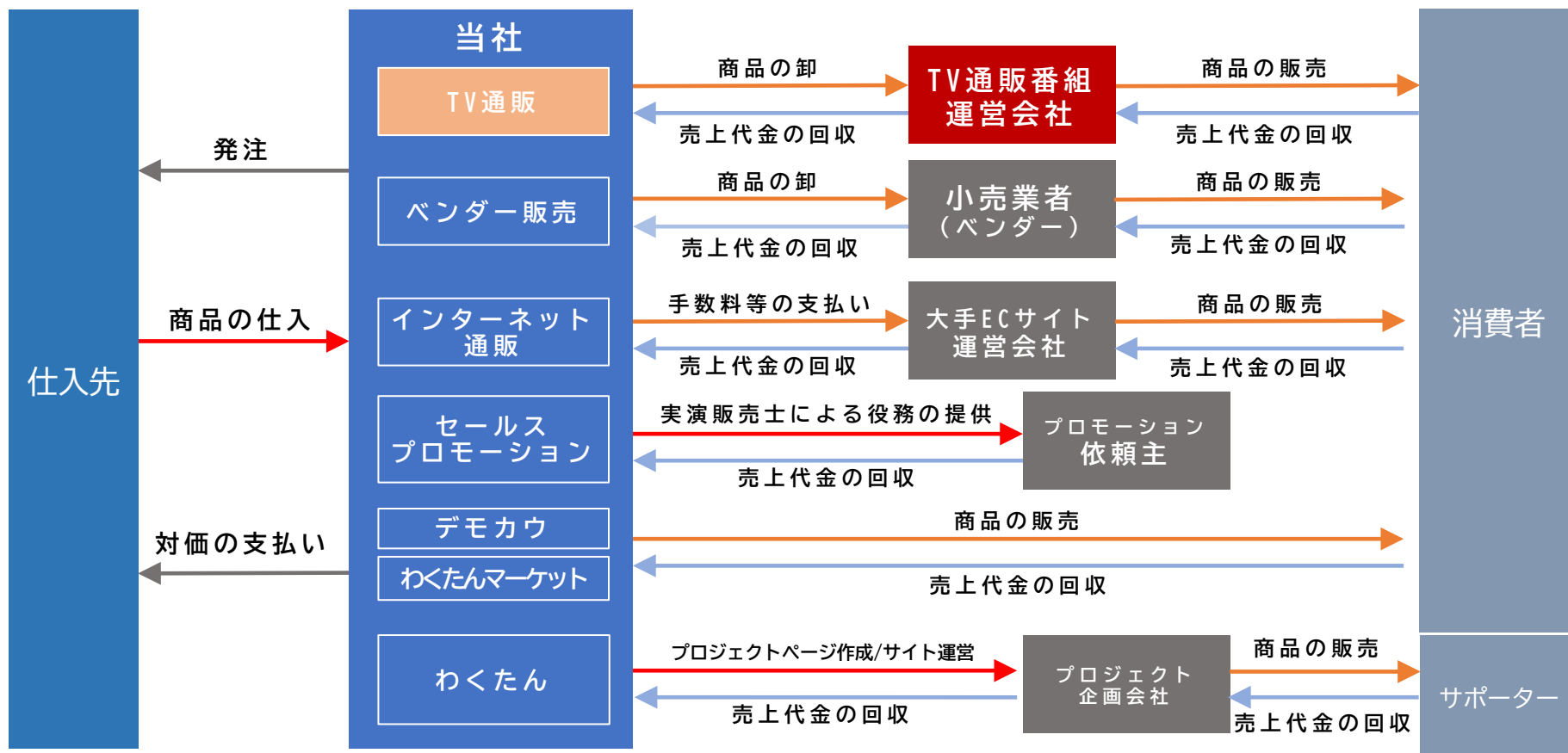
# 事業系統図(TV通販)

テレビ通販



高い広告宣伝効果

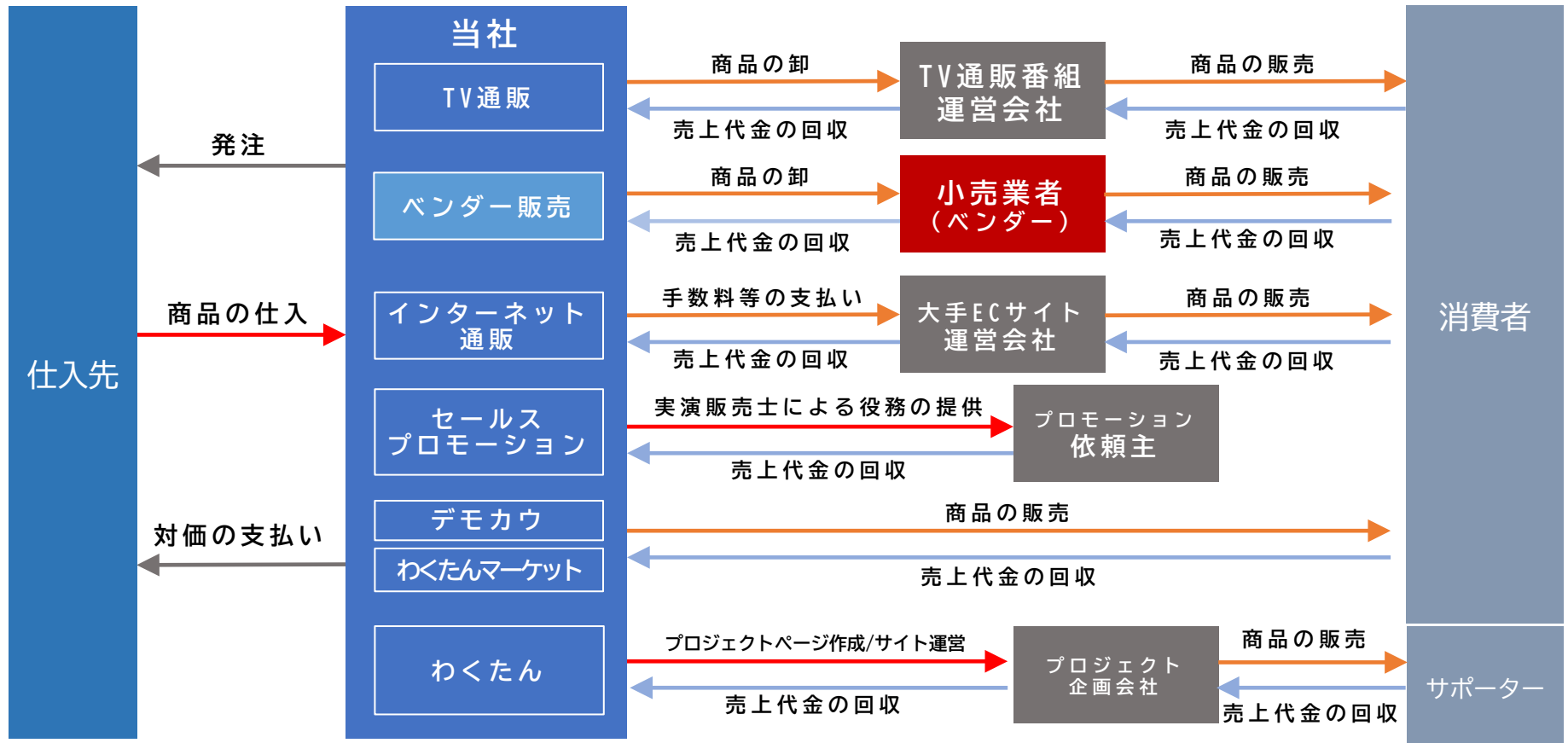
- TV通販番組運営会社への商品の卸売
- 実演販売士による販促活動



# 事業系統図(ベンダー販売)



- ・ 小売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



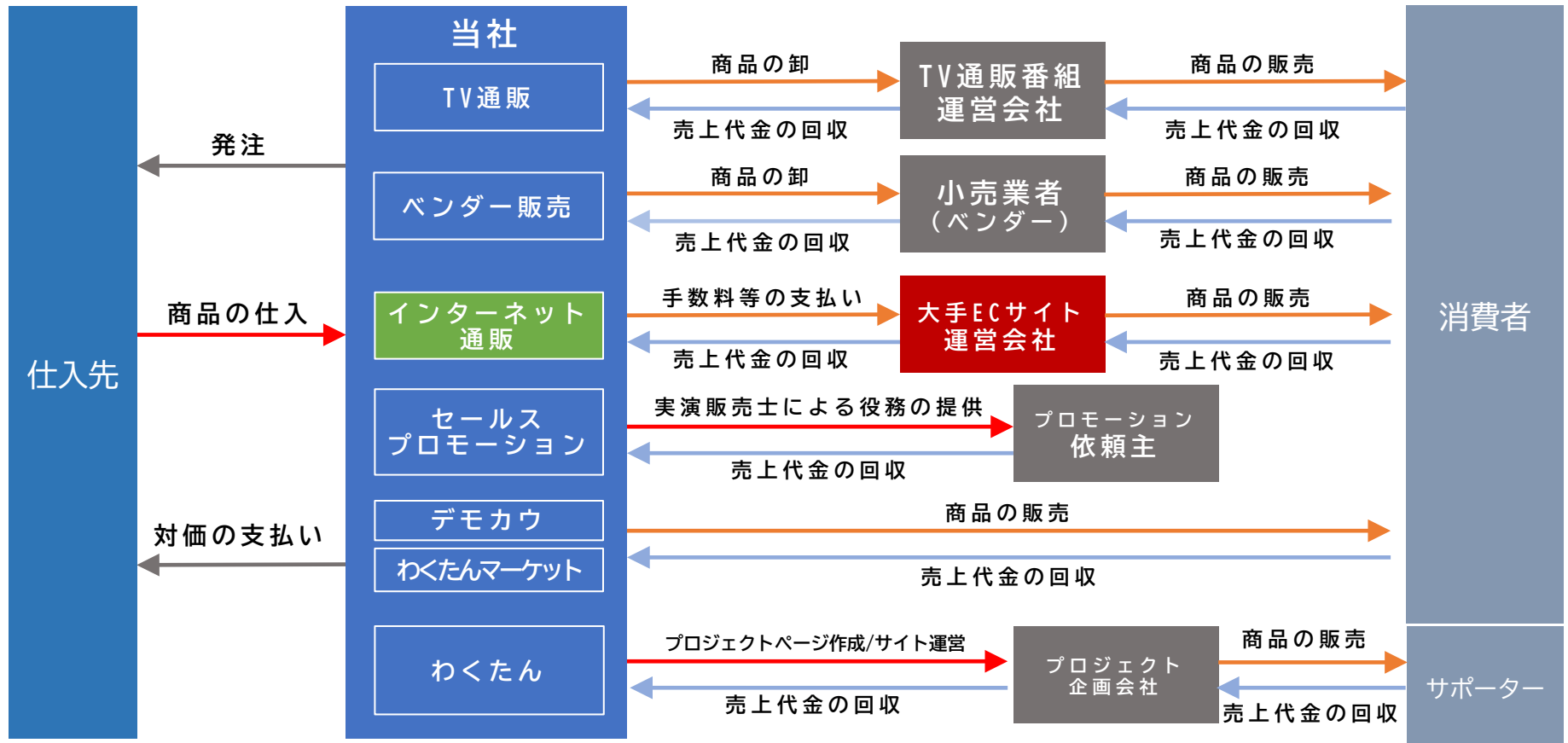
# 事業系統図(インターネット通販)

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



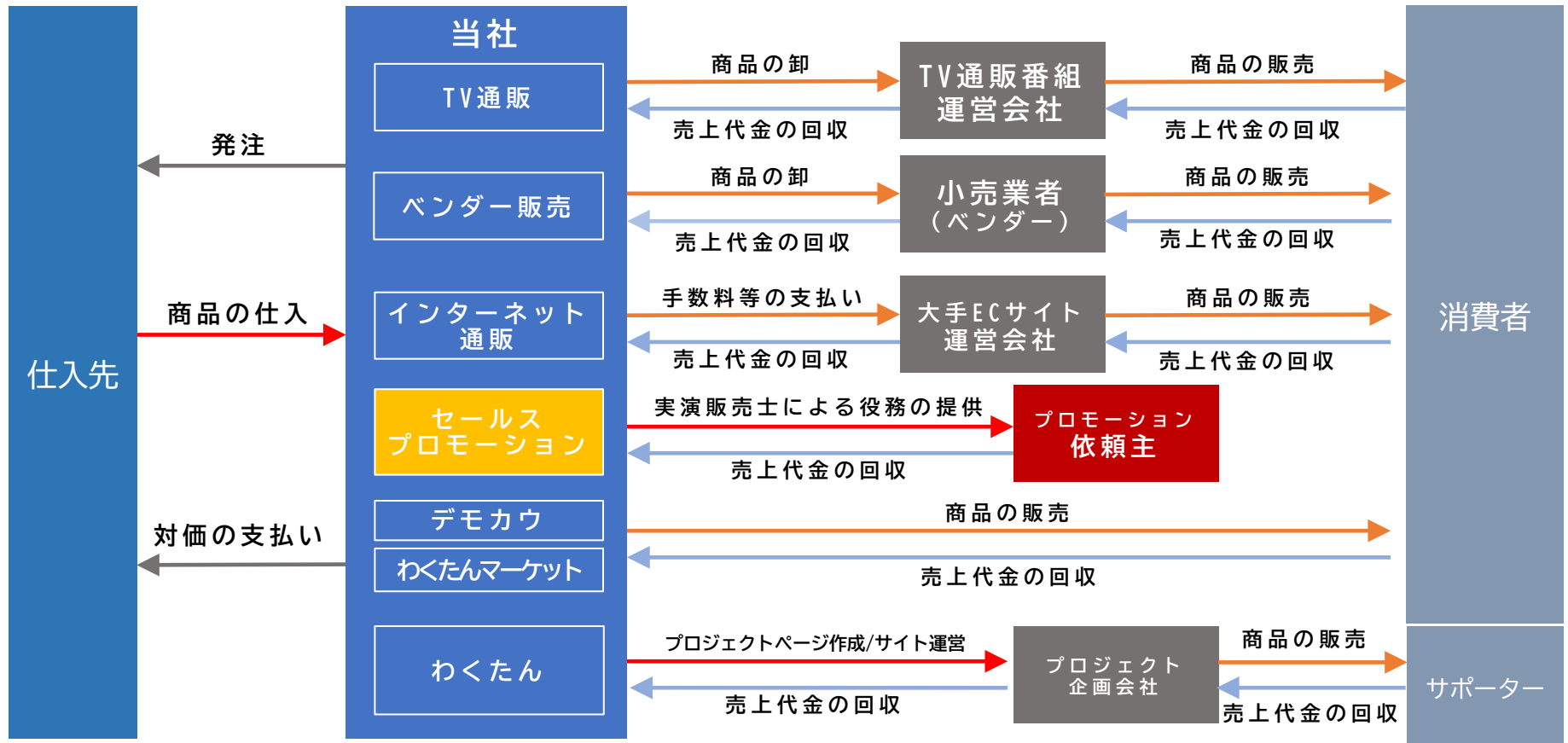
# 事業系統図(セールスプロモーション)

セールス  
プロモーション



実演販売士の能力向上

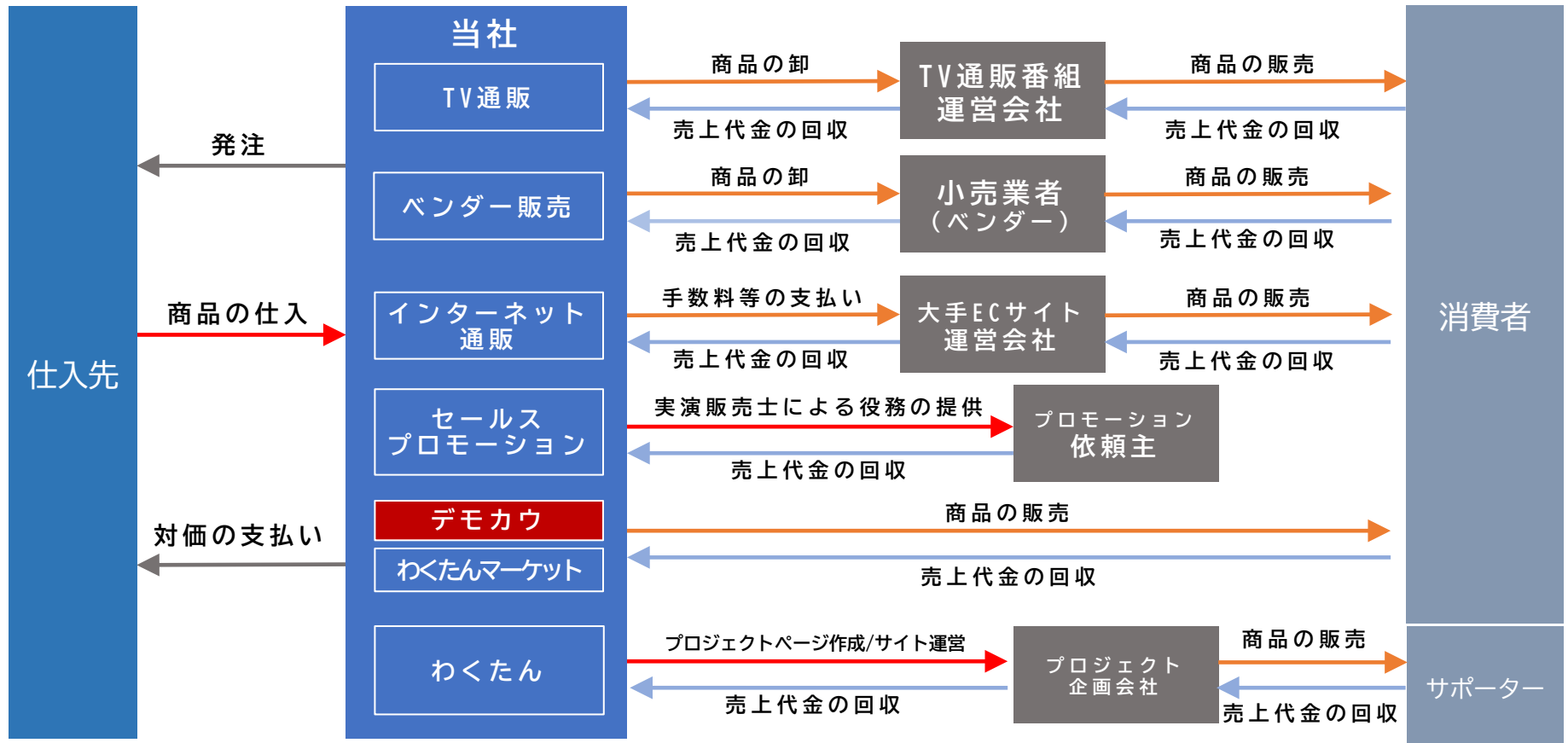
クライアント様からの依頼に基づき、実演販売士の派遣や、動画制作・出演を行う。当社以外の商品を実演販売することにより、実演販売士の実力も向上する



# 事業系統図(デモカウ)



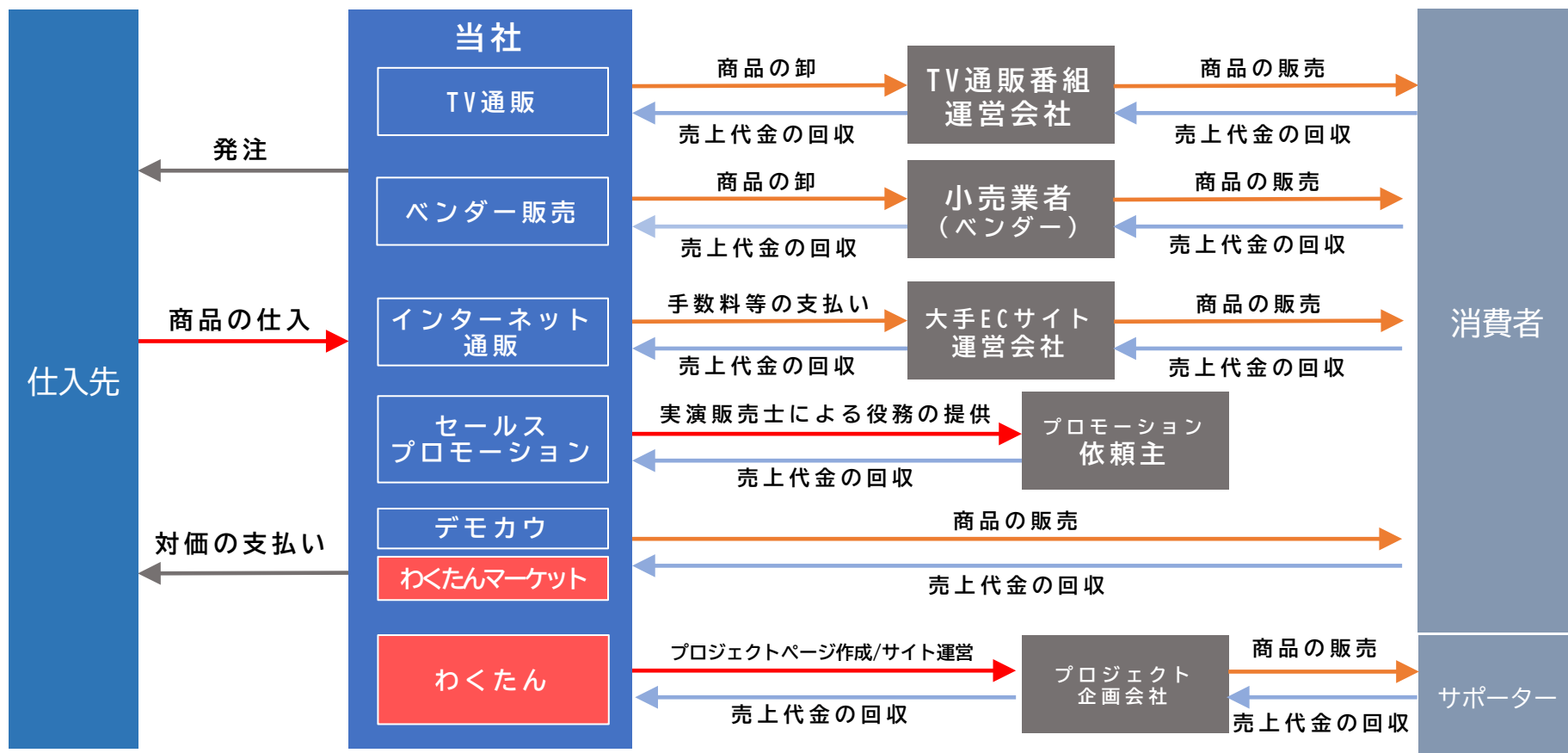
直営店舗にて直接消費者へ販売を行う



# 事業系統図(わくたん)

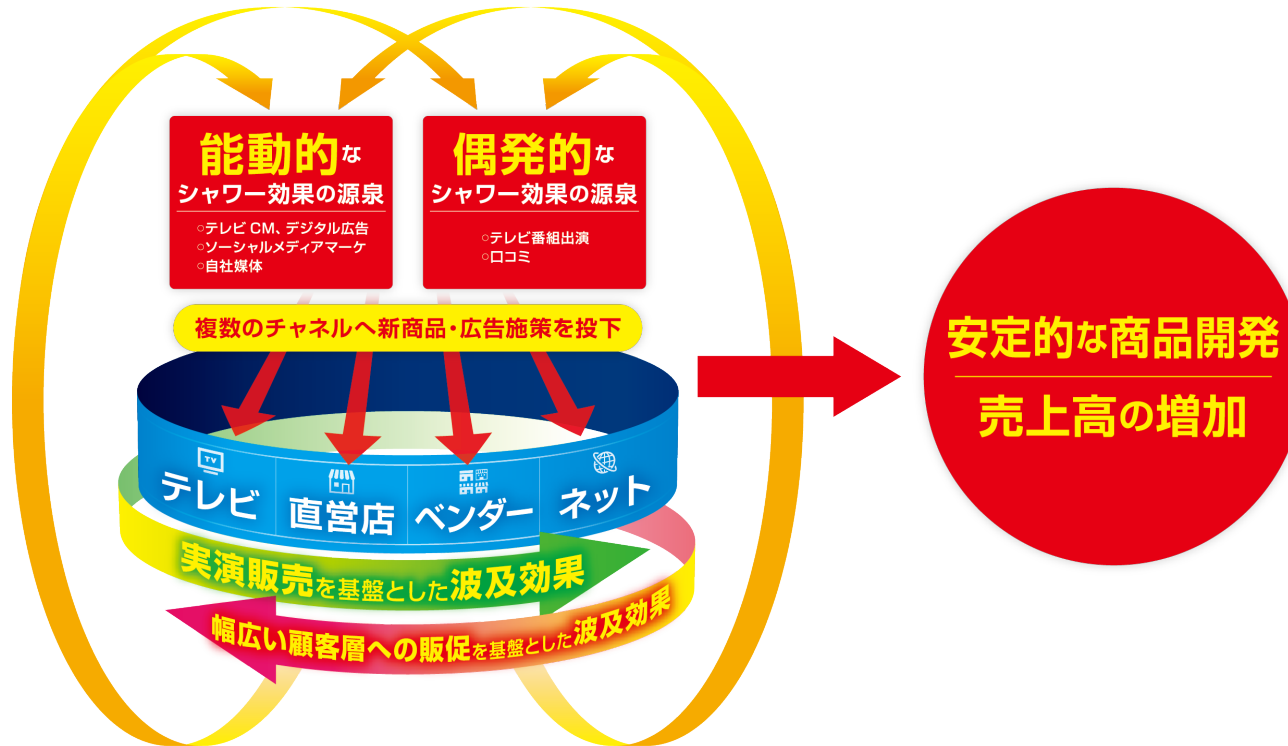


- ・ライブ配信型クラウドファンディングの手数料収入
- ・自社プラットフォームにより直接消費者へ販売を行う



## 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。



# 販売戦略②

## 「販売戦略のDX化」

3Dマーケティング戦略において、ライブ配信化型クラウドファンディング「わくたん」を用いて必要不可欠な要素である新商品の投入を加速させ、販売店向け販促プラットフォーム「スグデル」を用いて営業活動を加速させることで、3Dマーケティング戦略をより推進させていく。

**わくたん**  
wakutan

ライブ配信型クラウドファンディング  
「わくたん」による商品導入サイクルの向上

**スグデル**

販売店向け販促プラットフォーム  
「スグデル」による営業効率の向上



# 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

『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

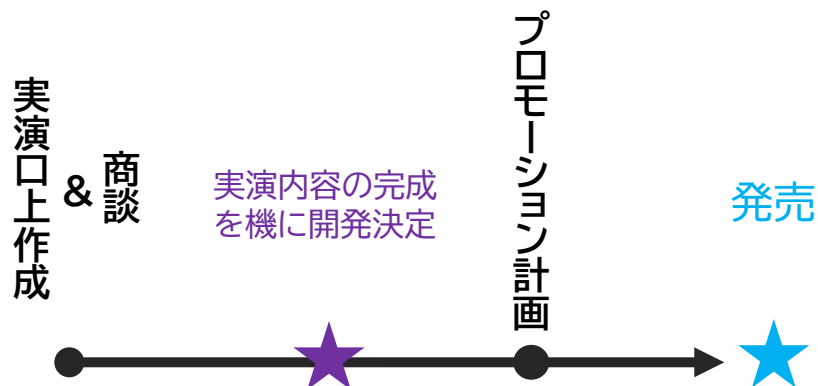


さらに上位クラスの、  
売るだけでなく商品企画ができる  
実演販売士を**実演アンカーマン**と呼ぶ

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。

# 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

1. 2026年2月期 業績ハイライト
2. 事業内容
- 3. 2026年2月期の取り組み**
4. 今後の成長戦略と2027年2月期業績予想

# PB商品(プライベートブランド)の発売

実演アンカーマンが商品企画から開発まで一貫して担当し、約40アイテムを発売。  
直近では超低反発インソールNu:ma、UV・遮光率100%折りたたみ傘「Tsukumo Colors」などの新商品を先行販売しております。



さようなら  
裏側が  
黒い日傘

選べる全8色

遮光率100%  
紫外線遮断率UV100%  
透熱率51%

踏み込むたび、  
抜け出せない...

超低反発インソール Nu:ma

Made in 燕三条  
3.2mm 極厚角フライパンが  
実現する究極の旨み

おうち  
鉄板焼きの  
最終形

岐阜県関市 感動の切れ味

## 1 物流費の削減 2 広告費用の適正化 3 固定費の抑制

### 倉庫の統合

分散していた拠点を集約し、在庫管理の一元化と配送ルート最適化を実現。

### スケールメリット

荷役作業の集約により、外部委託費および管理コストを大幅に低減。

### ROIに基づく媒体選別

低効率な広告枠を排除し、高パフォーマンスな広告へ予算を集中。

### 制作の内製化

外部委託を減らし、AIツールを活用した迅速かつ低コストな制作体制を構築。

例：クリエイティブ作成を内製化

### 業務プロセスの革新

CS業務、商品企画開発業務等、業務プロセスを刷新。

例：AI電話応答によるCS費用適正化

### 定型業務のスリム化

定型業務へのAI導入により、業務の肥大化を防ぎ、スリムな固定費構造を維持。

# 実演販売士の体制強化

店頭実演販売の実施回数は着実に増加。翌期はさらに増加する見込です。



店頭実演の実施回数が大幅に増加。  
前年度の年間累計実施数約30件に対し、当期は累計約125件に到達しました。

特に日傘としても利用できる折りたたみ傘の、  
「99Tsukumo傘」、「瞬撥水Tsukumo傘」が店頭実演で高い実績を記録しました。

# デジタル実演販売の展開

店頭・テレビ通販のノウハウをナレッジ化して生成AI化し、ECサイトの「魅力伝達不能」「使用感イメージ不能」という課題を解消します。2026年3月よりわくたんマーケットにて主要商品ページへ提供を開始いたしました。

安心・お得にポイントがたまる

わくたん Market

すべて+ キーワードで探す

ログイン | 新規登録

Home 商品カテゴリから探す Catalog Contact

ホーム > 錡-Shinogi-Neo | 驚異の長切れを実現した日本製の牛刀包丁

主婦の目線にたって商品開発をしているプロの実演販売士が“切れ味”にこだわって開発。磨きあげられた鋭い切れ味で、料理時間の時短と食材のおいしさを損なわず旨味を引き出します。

大人気包丁がリニューアル

1日で1,000本売れた 大人気包丁がリニューアル

これ1本で 料理が驚くほど 楽しくなる!

Neo 刃物の町「岐阜県関市」研磨職人の技が光る 感動の切れ味を実現した包丁

自動でスクロールしながら音声と字幕で実演

どうしてもぶった切りになるのですが、「錡neo」は 究極に薄く研磨しているの、刃付けをしなくても

単品/セット

【予約販売：7月初週発送】 錡-Shinogi-Neo 錡-Shinogi-Neo

錡-Shinogi-Neo・ミニシャープナーセット

数量 - 1 +

♡ カートに入れる

① 送料無料

発送予定：当日～2日以内に発送予定（休業日除く）

返品・交換について  
初期不良や、ご注文内容と異なる商品がお手元に届いた場合、未開封に限り返品・交換を受け付けております。詳しくはこちら

わくマケ AI実演販売士  
こんにちは！商品について何でも聞いてください。

こんにちは！AIアシスタントです。商品について何でも聞いてください。

商品解説を聞く

アバターに質問する

初めての方へ 公式限定 300円分の新規ユーザー登録でポイントプレゼント!

LINEで送る URLをコピー ポスト シェア

# AI 活用によるトレーニングの効率化

実演ノウハウをデジタル資産へ統合することで、実演販売士の教育を高速化。

急激に増加している実演販売に対応するため、実演販売士育成講座「売の極意塾」へ導入し、実施期間を大幅に短縮。

## 実演販売への生成AI活用

💬 実演トークスクリプト自動生成システム

🎓 売の極意塾への生成AI活用

※商品名  
99Tsukumo傘

※商品カテゴリ  
折り畳み傘

※商品価格  
3850

※商品URL  
例:  Press Enter to submit form

商品パッケージ画像  
 Limit 200MB per file • PNG, JPG, JPEG

## 実演口上生成結果

実演口上生成結果

第1段落:

「お客様、ちょっとこちらをご覧ください！この『99Tsukumo傘』、折り畳み傘なのに、なんと驚きの軽さ！持ってみてください、ほら、片手でクタクタ持てちゃいます。そして、軽いのに風にも強い耐久性を実現しているんです。さらに、見てください、このコンパクトなサイズ。バッグにすっぽり収まるのに、広がると大きなカバー力でしっかり雨を防いでくれるんです。そして、デザインもおしゃれで、日常使いはもちろん、ファッションアイテムとしても活用できるんですよ。しかも、触ってみてください、このスムーズな開閉！片手で簡単に開け閉めできるのに、壊れにくい設計なんです。これなら急な雨でもストレスなく使えますよね。すごくないですか？」

第2段落:

「お客様、雨の日に傘を持ち歩くのって、正直ちょっと面倒だと思ってたことありませんか？特に、重い傘を長時間持ち歩くと、腕が疲れてしまったり、バッグに入れると他の荷物が濡れてしまったり...そんな経験、ありますよね。そして、梅雨の時期になると、湿度で傘がカビたり、嫌な臭いがしてきたりすることも。これ、本当に困りますよね。特に6月から7月の梅雨時期は、雨が続いて傘を使う頻度が増える分、こうした問題が一層目立つんです。しかも、カビや臭いが衣類やバッグに移ることもあって、外出するたびにス...

「売の極意塾」基礎コース実施期間

9日間→3日間へ短縮

### 🕒 従来の課題

- 🕒 口上作成に多大な時間を要し、個人の経験値に依存
- 📅 基礎コースの習得に9日間の集中研修が必要
- ⚠️ 商品研修まで手が回らず、現場投入までに時間を要する

### 🏠 AI導入による変革

- ✅ 30年以上の実演ノウハウを組み込んだ独自AIシステムを開発
- ✅ AIによる口上自動生成で、作成時間を大幅に削減
- ✅ 研修範囲を拡大し、商品研修もカリキュラムに統合NEW

1. 2026年2月期 業績ハイライト
2. 事業内容
3. 2026年2月期の取り組み
4. 今後の成長戦略と2027年2月期業績予想



## 今後の成長戦略

# 店頭実演の実施数最大化

Tsukumo(ツクモ)傘シリーズの販売強化を最重要施策と位置づけ、積極的に店頭実演を展開します。

特にバンダー販売チャンネルにおける店頭実演回数については、昨年度実績を大幅に上回る実施回数を目指してまいります。



# 実演販売ページを拡充

「わくたんマーケット」実演販売ページを拡充  
AIアバターによる24時間365日のデジタル実演販売チャンネルとして、導入商品数を拡大してまいります。



すべて+ キーワードで探す

ログイン | 新規登録



商品カテゴリーから探す▼

実演販売

おすすめ特集



99Tsukumo傘 | 重さわずか99g | 持っていることを忘れるほどの軽さ

¥3,850 (税込)



Cadono 鉄板焼き用3.2mm極厚フライパン | 家庭で楽しむ本格鉄板焼き鉄フライパン

¥12,800 (税込)



鬼コゲ油剥がし(400ml) | コゲや油汚れを徹底的に除去

¥1,980 (税込)



錡-Shinogi-Neo | 驚異の長切れを実現した日本製の牛刀包丁

¥12,760 (税込)



超電水すいすい水(400ml) | 水でお掃除?除菌・消臭も可能!

¥1,078 (税込)



Tsukumo Colors | 裏側が黒くない、明るい日傘。UVカット率・遮光率100%

¥5,280 (税込)



## 24/365 自動実演

AIアバターが休むことなく、商品の魅力を最大限に引き出す実演販売をデジタル上で実施。時間や場所の制約を超えた接客を実現します。



## 即時応答・提案

消費者の疑問や要望に対し、AIがリアルタイムで最適な回答と商品提案。実演販売士のノウハウを活かした説得力のある対話を提供します。



## 接客型LPへの進化

従来の静的なLPから、動的でインタラクティブな「接客型LP」へ。高いエンゲージメントを通じて、コンバージョン率の向上を目指します。

# クロスメディア展開による集客力の強化

メディア環境の急速な変化に対し、従来の集客モデルでは対応しきれない現状を認識しております。今後は、テレビ露出に加えSNSやネット広告も統合的に管理・運用し、各メディアが相互に補完し合うマーケティング施策を展開することで、集客力の最大化を図ってまいります。





## 2027年2月期業績予想

# 2027年2月期業績予想



(百万円)	2027年2月期予想 (2026年3月-2027年2月)	2026年2月期実績 (2025年3月-2026年2月)
売上高	1,802	1,779
営業利益及び営業損失	1	△271
経常利益及び経常損失	2	△271
当期純利益及び当期純損失	1	△272
1株当たり 当期純利益及び当期純損失	0.54円	△91.85円

- 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。