



株式会社コパ・コーポレーション

2026年2月期 第2四半期 決算説明資料

証券コード:7689

1. 2026年2月期 第2四半期業績ハイライト
2. 事業内容と2026年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2026年2月期業績予想
4. 参考資料

1. 2026年2月期 第2四半期業績ハイライト
2. 事業内容と2026年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2026年2月期業績予想
4. 参考資料

2026年 2 月期累計
業績ハイライト



- ・売上高は前期同期比10.3%減
- ・売上総利益は前期同期比18.5%減

高粗利率のインターネット通販の
売上高が減少したことにより、
売上高と売上総利益が共に減少。

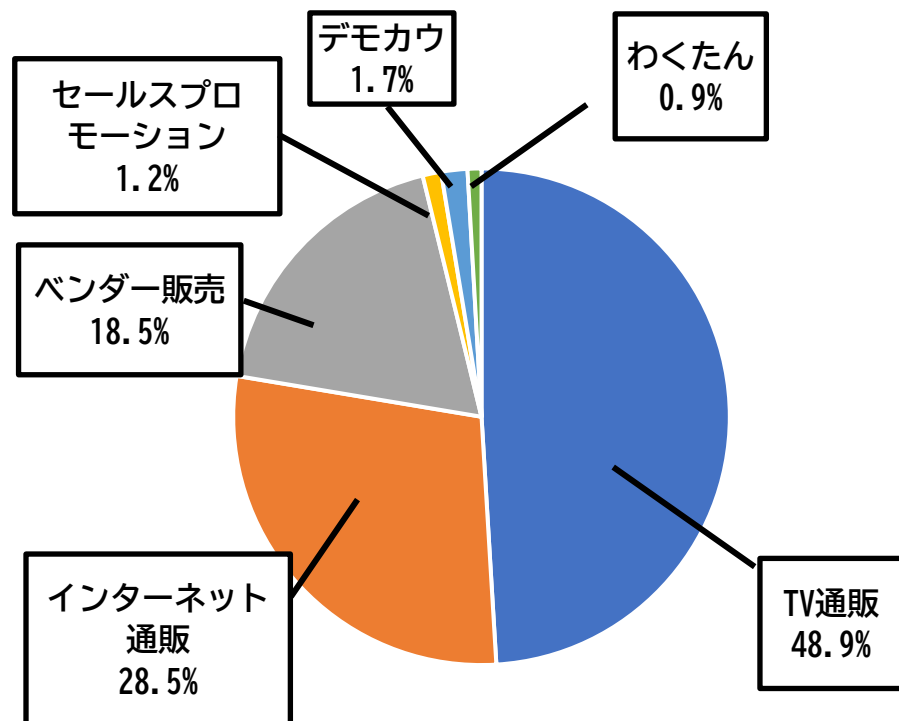
- ・営業損失は前期が△61百万円に対
し当期は△52百万円と9百万円縮小

サプライチェーンの改変、倉庫統一
による物流費縮小などの要因で販管
費が減少。

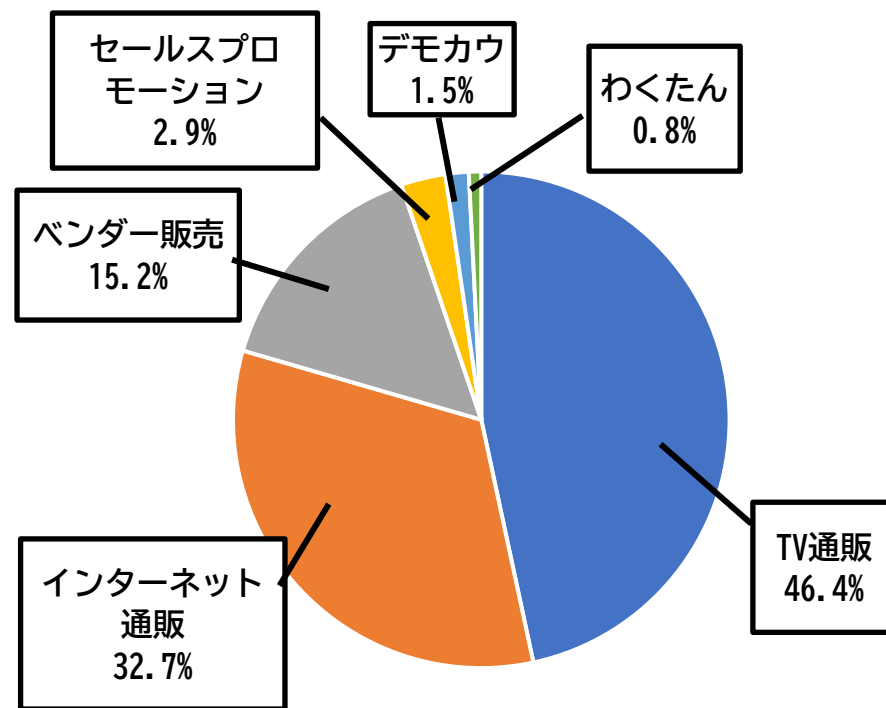
(百万円)	2026年 2 月期 2 Q (2025年 3 月- 2025年 8 月)	2025年 2 月期 2 Q (2024年 3 月- 2024年 8 月)	前期比
売上高	1,136	1,266	△10.3%
売上総利益	445	546	△18.5%
営業損失 (△)	△52	△64	—
経常損失 (△)	△51	△61	—
四半期純損失 (△)	△52	△61	—

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」に区分していましたが、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。

2026年2月期2Q販売チャネル別売上高サマリー

(百万円)	2026年 2月期2Q	構成比	2025年 2月期2Q	構成比	前年同期比	各チャネルの状況
TV通販	556	48.9%	588	46.4%	△5.4%	「ゴムポンつるつる」「エアコンクリーナーAg消臭プラス」「パルスイクロス」「スパイダージェル」「骨盤整隊カシャーンactive」などの商品が売上を牽引。
インターネット 通販	324	28.5%	415	32.7%	△21.8%	商品点数の増加とアクセス数・転換率・購入単価向上のための施策を実施。新商品の「鎬-shinogi-Neo」が売上を牽引したものの、商品のメディア露出が昨年同時期と比較し少なかったことなど複合的な要因から売上高は減少。
ベンダー販売	210	18.5%	191	15.1%	9.9%	店頭実演の実施回数が増加「99Tsukumo傘」、「ゴムポンつるつる」、「カビッシュトレール」、「ゴムポンバスブラシ」、「骨盤整隊カシャーン」に加え、新商品の超軽量撥水折りたたみ傘「瞬撥水Tsukumo傘」が売上を牽引し、売上高が増加。
セールス プロモーション	14	1.2%	37	2.9%	△62.6%	実演販売士のイベント出演案件と動画制作案件が共に減少し、売上高が減少
デモカウ	19	1.7%	18	1.5%	4.9%	「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、「99Tsukumo傘」に加え、新商品の「瞬撥水Tsukumo傘」、「鎬-shinogi-Neo」が売上を牽引し売上高が増加。
わくたん	10	0.9%	10	0.8%	△3.2%	会員数およびプロジェクト数が堅調に増加し、また燕三条の本気を作る極厚角フライパン「cadono」プロジェクトが、プロジェクト単体の応援総額において歴代の最高額を更新。
その他	0	0.0%	4	0.3%	△91.0%	社内販売制度などその他のチャネルの売上を含む

1. 2026年2月期 第2四半期業績ハイライト
2. 事業内容と2026年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2026年2月期業績予想
4. 参考資料



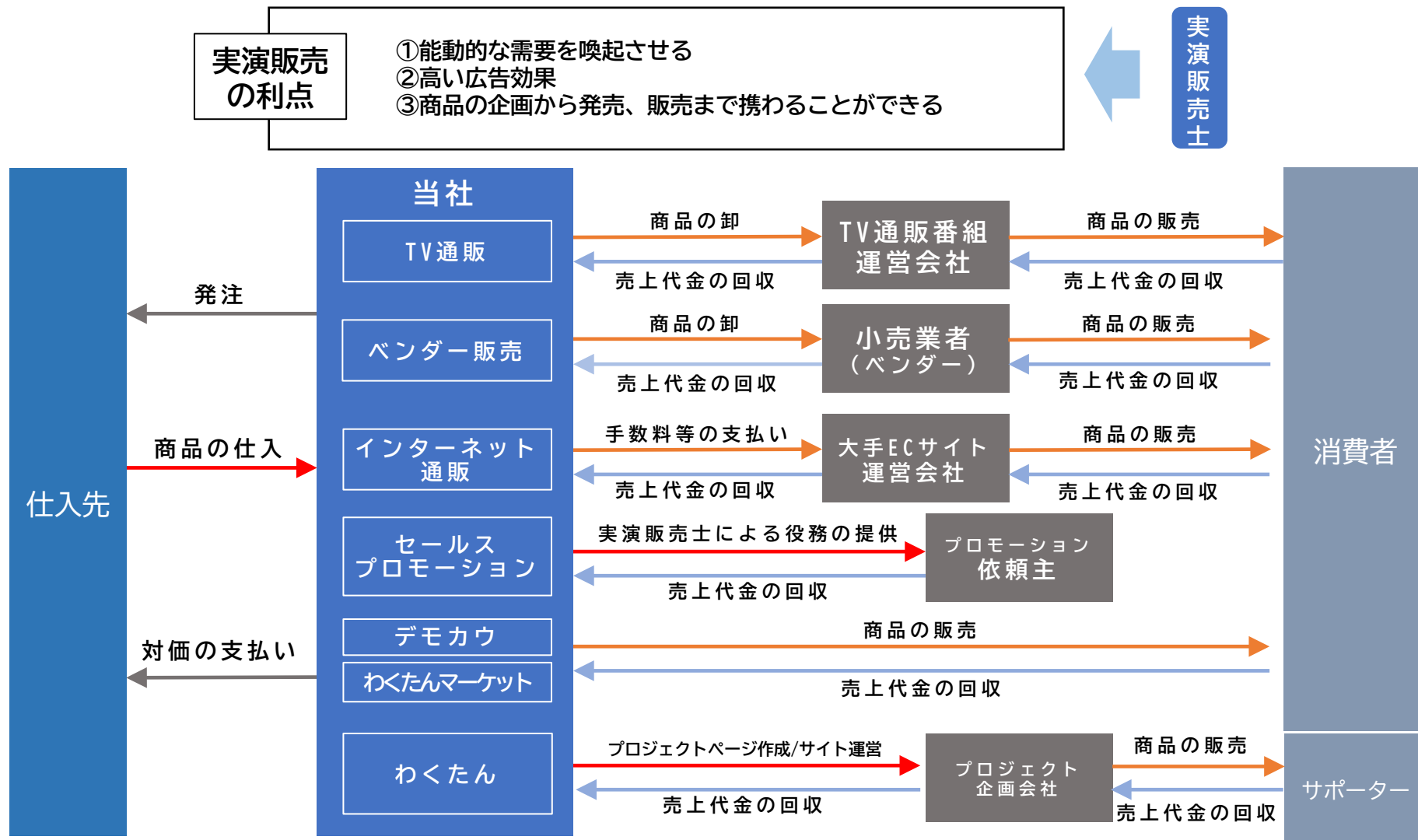
事業内容

～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	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/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

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。

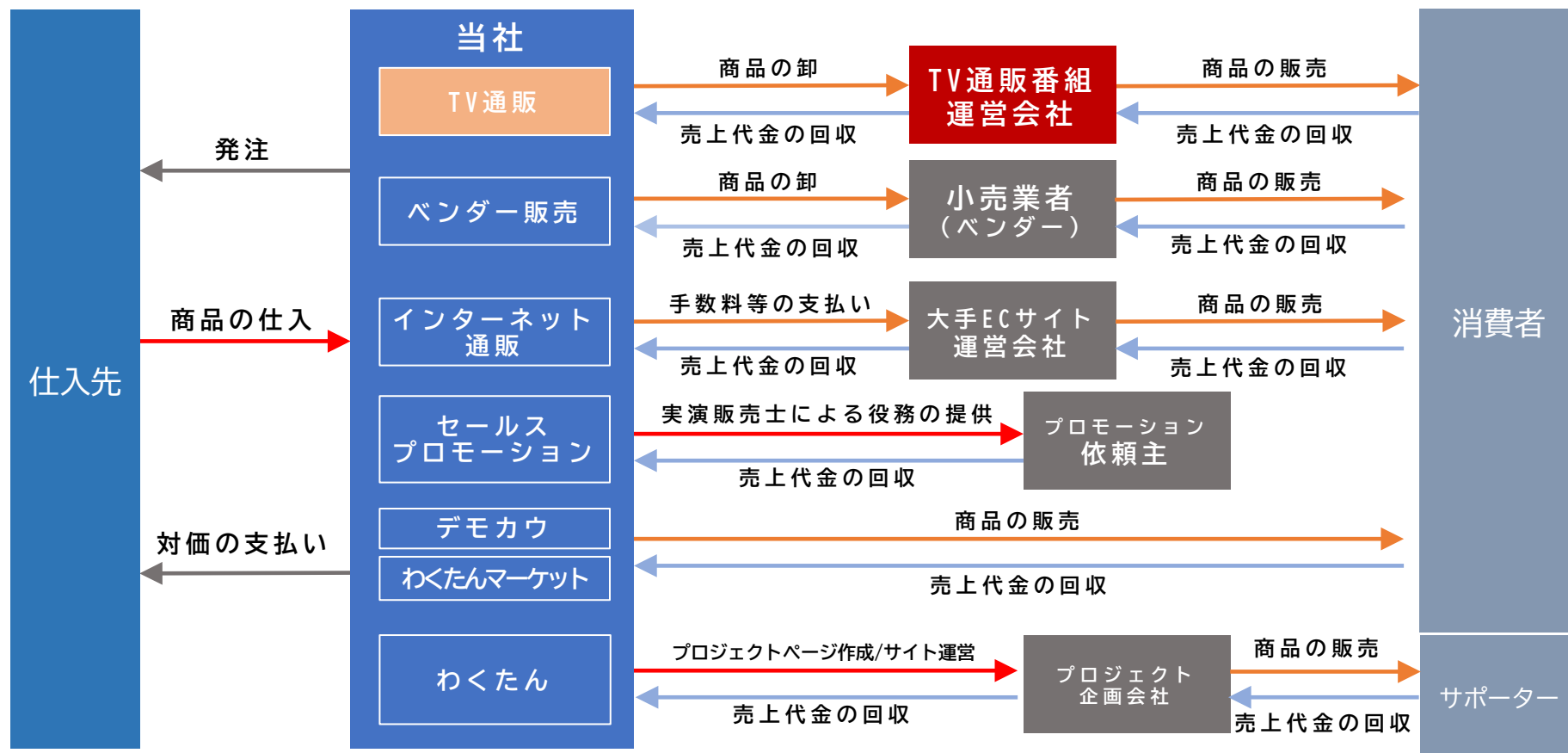


テレビ通販



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

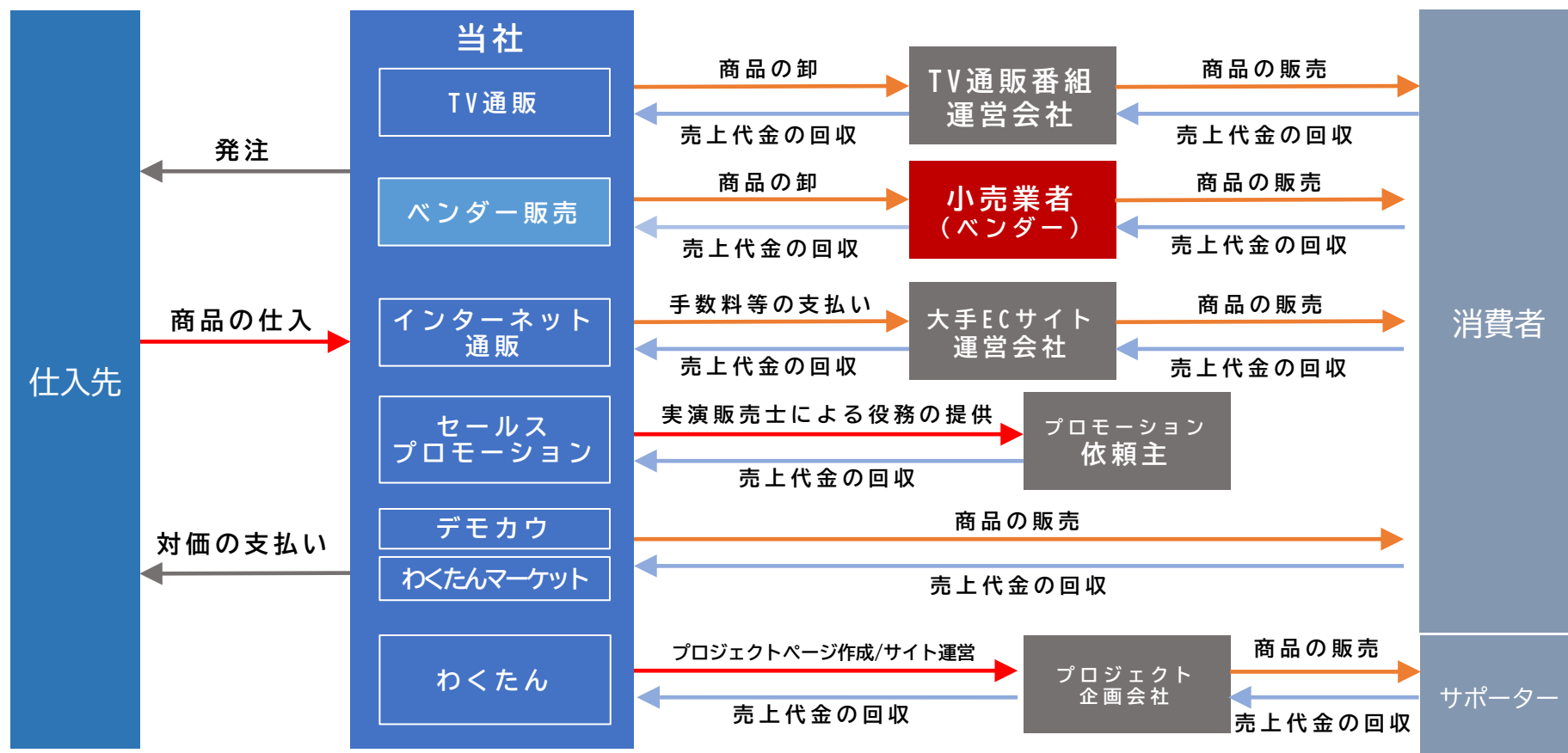


ベンダー販売



実物を見て購入できる

- ・ 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

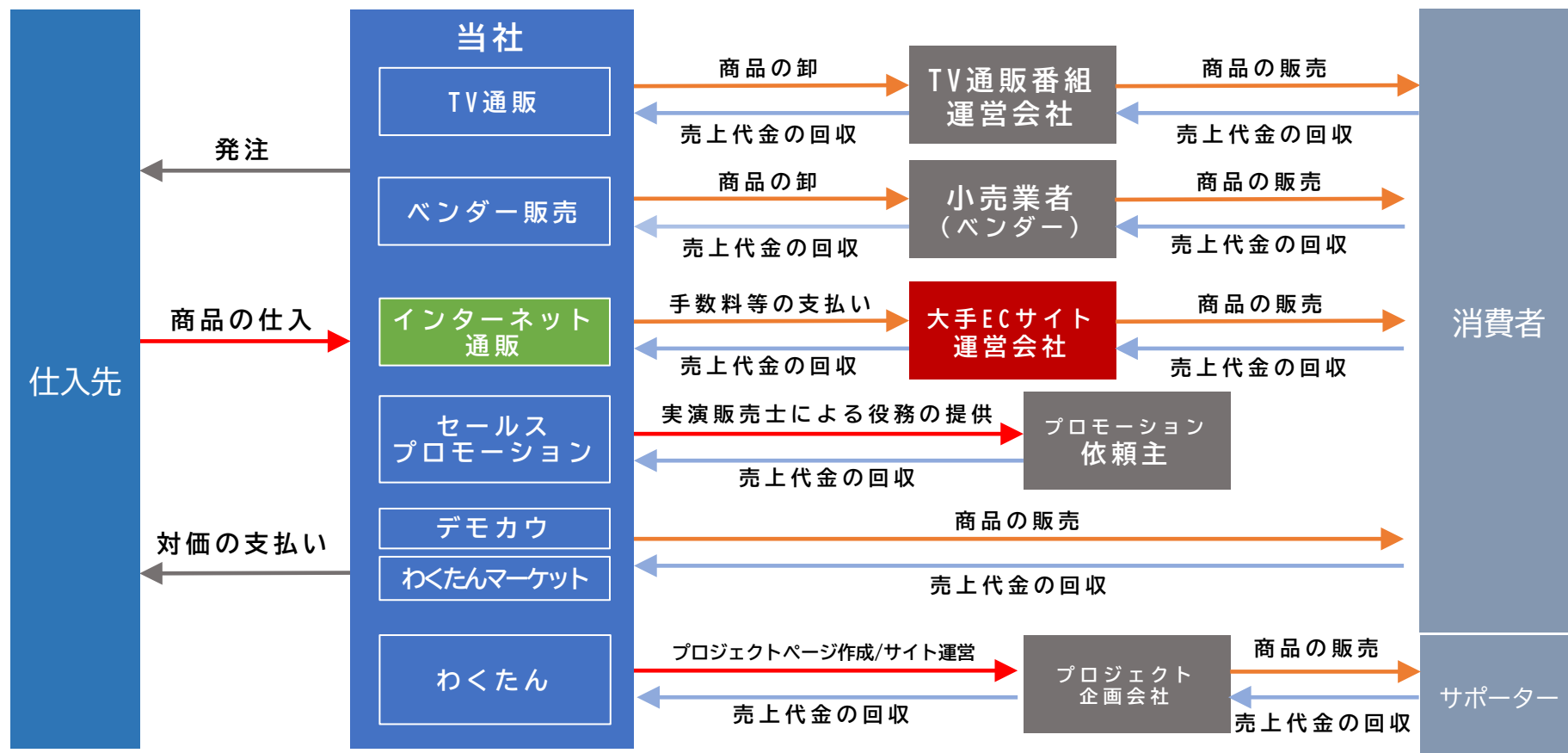


インターネット通販



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



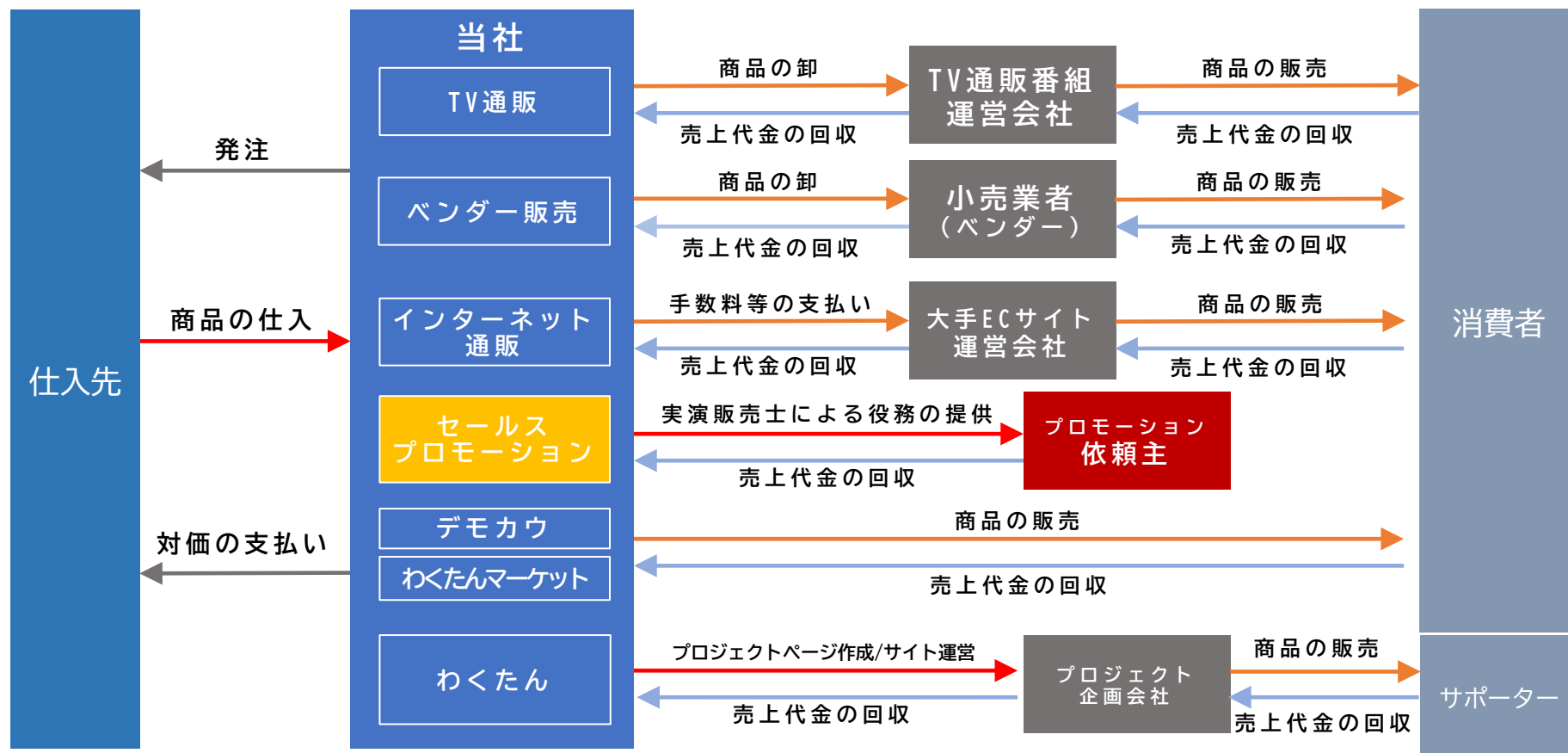
事業系統図

セールス
プロモーション



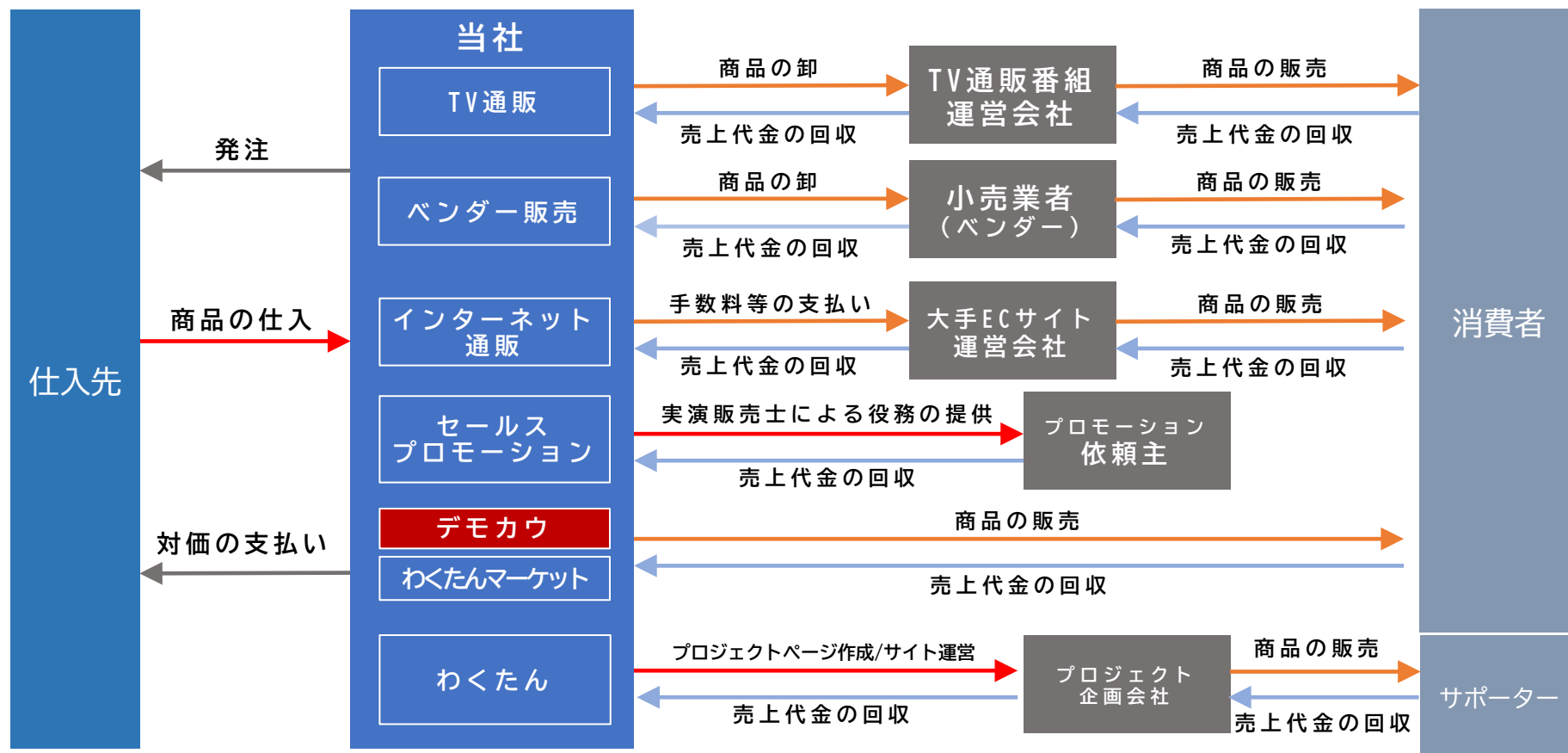
実演販売士の能力向上

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、実演販売士の能力も向上する



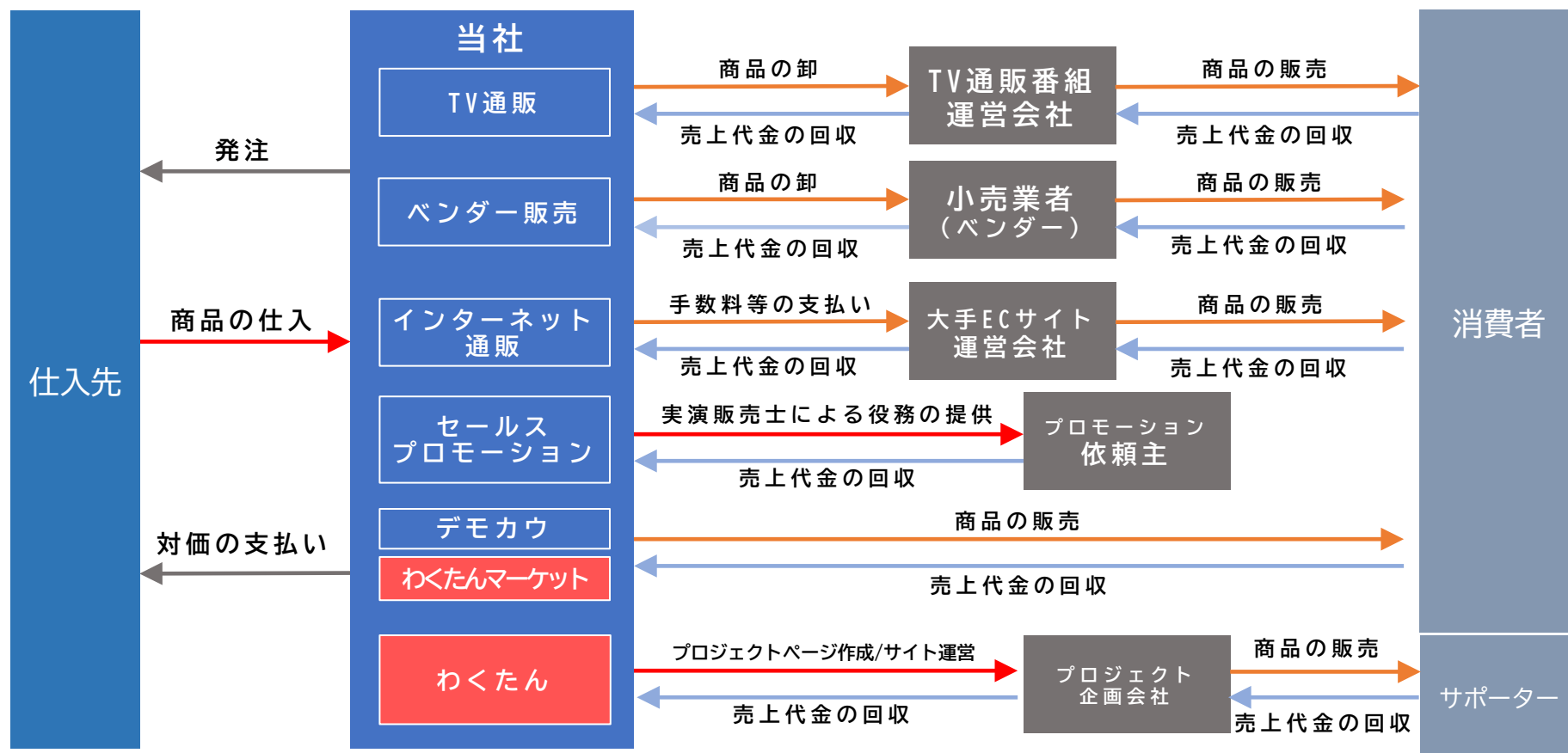


直営店舗にて直接消費者へ販売を行う



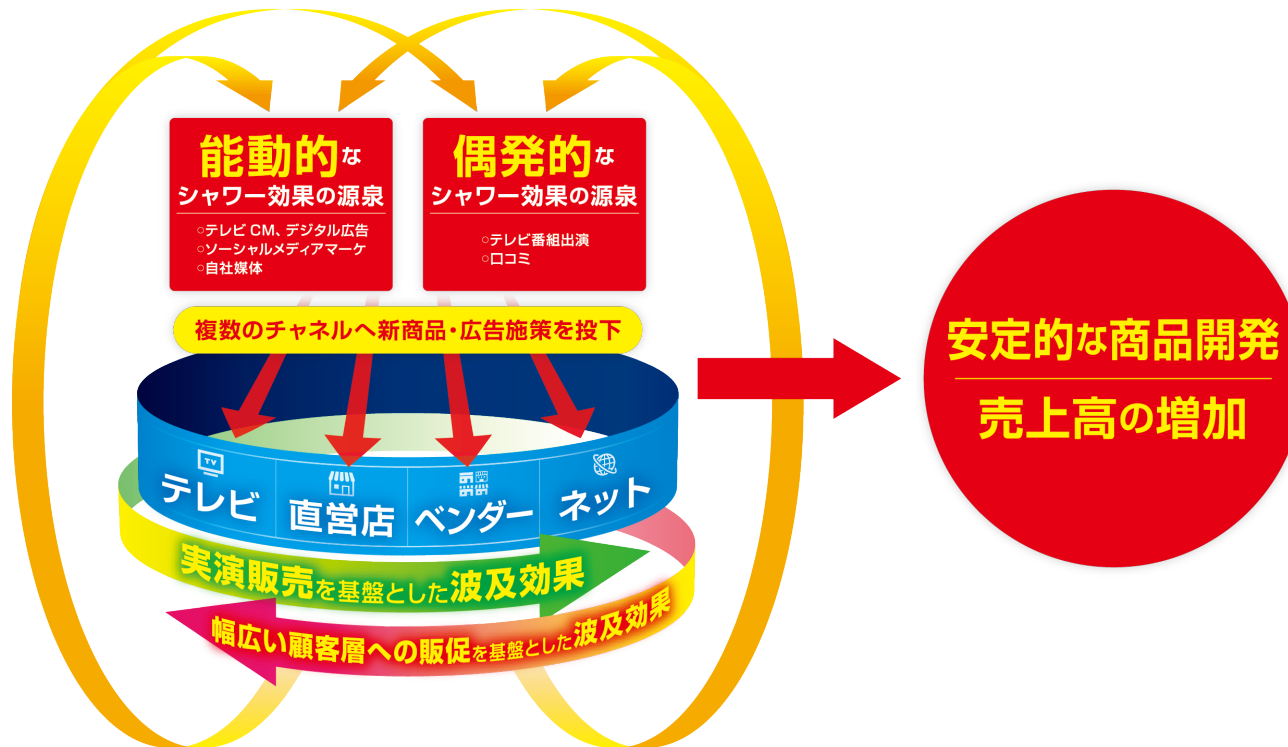


- ・ライブ配信型クラウドファンディングの手数料収入
- ・自社プラットフォームにより直接消費者へ販売を行う



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

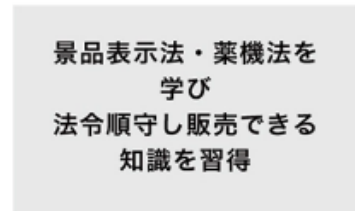
販売店向け販促プラットフォーム
「スグデル」による営業効率の向上



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



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

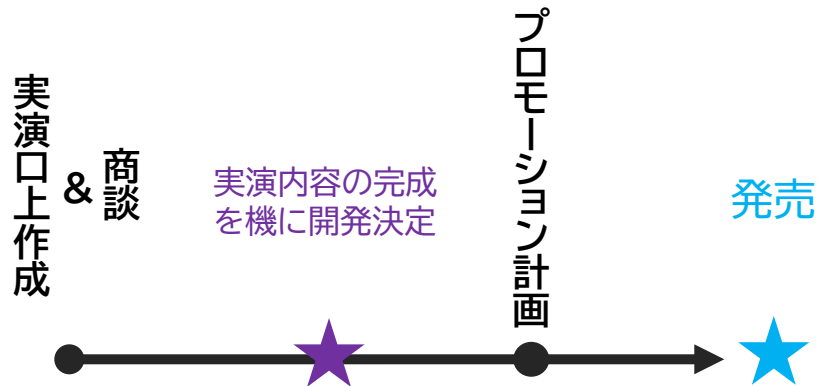


さらに上位クラスの、
売るだけでなく商品企画ができる
実演販売士を**実演アンカーマン**と呼ぶ

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



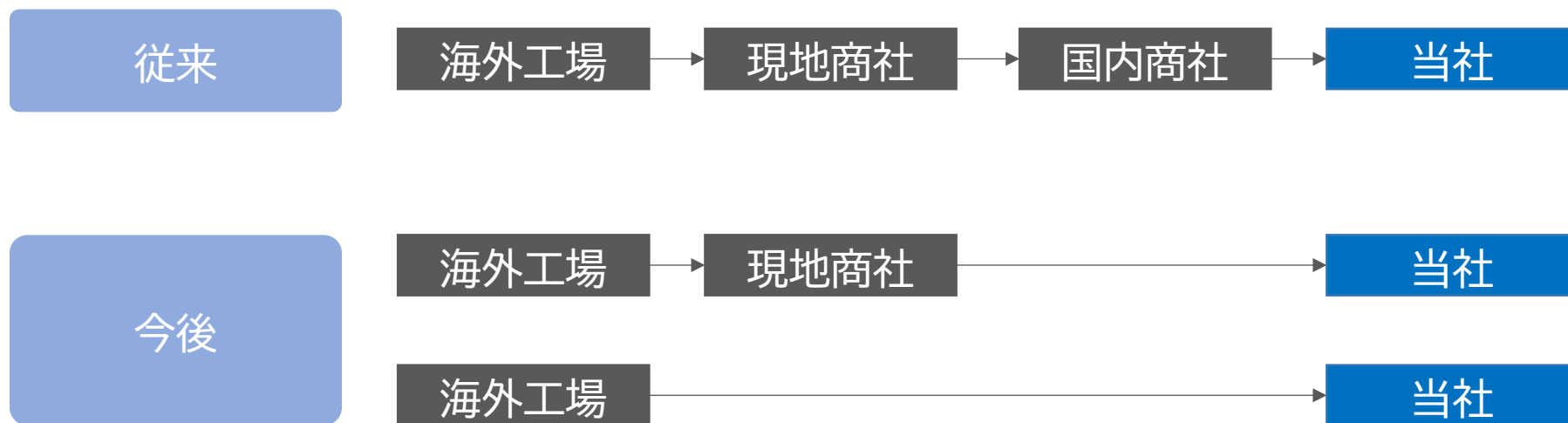
エアコンクリーナー
Ag消臭プラス



2026年2月期の取り組み

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、
2026年2月期第2四半期時点：50SKUへと増加

商品開発への取り組み



前年度発売した「鍋」という包丁をブラッシュアップし、切れ味が良く長持ちする品質でリニューアル。

メディア露出も実現し楽天市場ランキングにて11冠達成。



主力商品の「99Tsukumo傘」の姉妹商品。海外からの直接貿易による調達を行い、原価率の低減に貢献。

バンダー販売：店頭実演への取り組み



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、当期は上半期時点で累計約45件に到達。
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。

テレビ通販



- ↑ 新規収録件数
- ↑ リピート放送

インターネット通販



- ↑ 転換率
- ↓ アクセス数

TV通販の状況

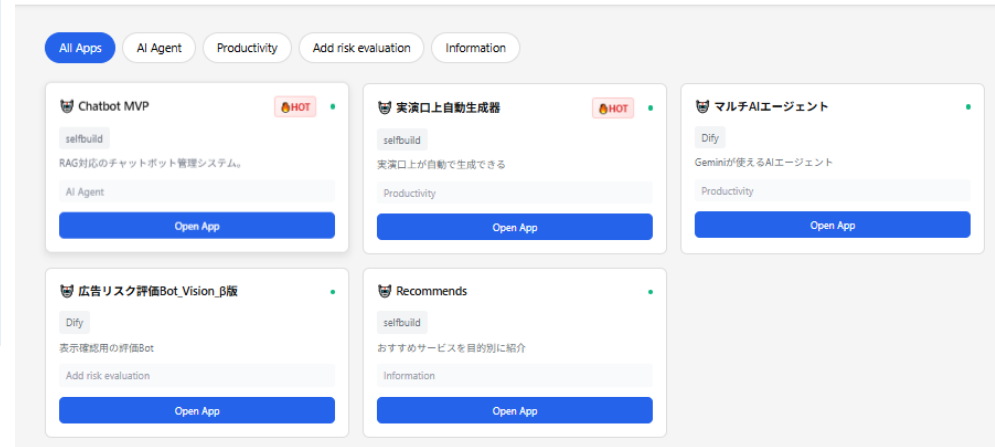
- ↑ 地上波0A件数の目標達成に向けて進捗中
- ✓ 新規収録の番組予算達成率が安定化
- ↑ デビュー商品の番組予算達成率向上
- ✓ リピート放送の獲得数が堅調に推移

インターネット通販の状況

- ↑ UI・UX改善によるCVR（購買転換率）向上
- ↓ モールへのアクセス数の減少が課題
- ≡ アクセス数改善に向けて：
 - ECモール外からのアクセス増加施策
 - 広告運用の最適化

全社的な生成AI活用

- 社内向けAIエージェントの開発
- 取引先向け提案資料作成支援AI
- AIによるIVR(自動音声応答システム)



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

実演トークスクリプト自動生成システム

※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: <https://at-daisy.com/products/set/> Press Enter to submit form

商品パッケージ画像
Drag and drop file here
Limit 200MB per file • PNG, JPG, JPEG Browse files

次へ

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、片手でラクラク持てちゃいます。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、広げ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、湿気で傘がカビたり、嫌な臭いがしてきたりすること。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ってしまいます。しかも、カビや臭いが衣類やバッグに移ることもあって、外出するたびにストレスを感じる方もいらっしゃると思います。そこで、そんな悩みを解決するために、私たちがこの『99Tsukumo傘』を開発しました。梅雨の時期にこそ、この傘の軽さ、耐久性、コンパクトさ、そして防臭機能が、どれだけお役に立てるか、ぜひ試してみてください。雨の日でも、笑顔で歩ける傘、それが『99Tsukumo傘』の目指している姿です。ぜひ、この機会に、あなたの雨の日を、もっと快適に、もっと楽しく変えてください。」



今後の成長戦略

PB商品の継続的な投入・主力商品の販売強化

「99Tsukumo傘」「瞬撥水Tsukumo傘」

2026年梅雨商戦に向けた営業基盤構築を進め、新規取引先開拓、既存取引先への傘カテゴリー拡大提案を実施。



「鎬-shinogi-Neo」

メディア露出により多くの消費者に認知され、商品力の高さから楽天市場にて高い評価を獲得いたしました。これらの認知と評価を基盤として、今後は派生商品の展開を予定しております。



お客様のお声

おかげさまで
総合評価 **4.6**

★★★★★ 50代女性
テレビでめちゃくちゃ切れるのを見て購入しました。ちょっと半信半疑でしたが…ヤバい！驚きの切れ味！テレビで観たとおり切れます！感動しました。本当に凄いです。おすすめします！

★★★★★ 40代女性
結論から言います。めちゃくちゃ良いです！硬い物も今までの三分の一ぐらいの力で切れます。千切りキャベツの苦痛が無くなり、今までの半分程度の時間で綺麗に出来ます。毎日の料理のストレスから解放されました！

★★★★★ 60代男性
これまでの苦労が嘘のように、肉・野菜なんでも切れます。切れ味が良いので切り口が立っており、野菜類の食感も違って感じます。また煮物の野菜についても、繊維がつぶれずに切れているせいか、煮崩れが少ないようです。素晴らしいです！

実演販売の強化と生成AI活用のさらなる深化

「売の極意塾」での生成AI活用

実演販売で培ってきたノウハウと商いの形を、
生成AIの活用によりデジタル化し、
次世代へ継承可能な体系の構築を推進します。

従来の課題：

対人での講師による実演販売ノウハウの説明と実技講座は、
時間がかかるうえ講師による知見の差があった。

AI化による変革：

実演販売のノウハウを、ベテラン販売士の経験や勘 という
属人的なものから、誰もが活用できるデジタル資産へと変革。

採用チャネルの強化

実演販売士不足の現状打破に向けた取り組み

新規実演販売士の育成

売の極意塾AI化により講座実施回数を増加、実演販売士を育成

実演販売実施回数の増加

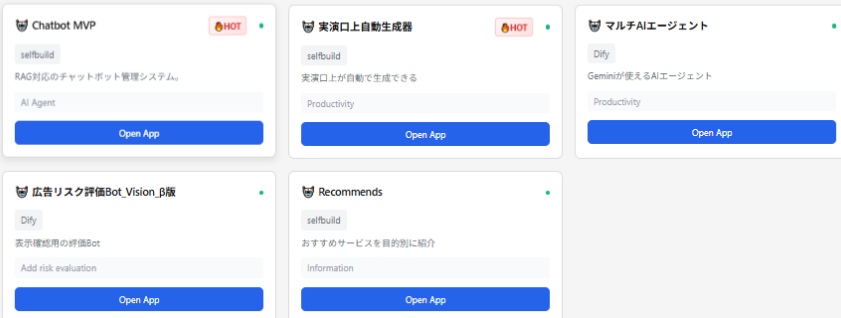
下半期における実施回数を拡大

セールスプロモーション売上の安定化

前年度以上の実演販売実施による安定化

AIエージェントの機能拡充による非定型業務の効率化促進

All Apps AI Agent Productivity Add risk evaluation Information



非定型業務の効率化に向けた機能拡張

- ・議事録作成AIツール
- ・検索拡張生成(RAG)
- ・AIドキュメント生成ツール



2026年2月期業績予想

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

1. 2026年2月期 第2四半期業績ハイライト
2. 事業内容と2026年2月期の取り組み
3. 今後の成長戦略と2026年2月期業績予想
4. APPENDIX

- ▶ 特別損失(減損損失)の計上により、固定資産は減少
- ▶ 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2Q (2025年3月-2025年8月)	2025年2月期2Q (2024年3月-2024年8月)	前年同期比	2025年2月期 (2024年3月-2025年2月)
流動資産	1,279	1,436	△11.0%	1,265
固定資産	7	185	△96.0%	6
資産合計	1,286	1,622	△20.7%	1,272
流動負債	180	189	△5.2%	215
固定負債	119	17	592.0%	16
負債合計	232	207	44.6%	299
純資産合計	987	1,415	△30.2%	1,039
負債・純資産合計	1,286	1,622	△20.7%	1,272

2026年2月期第2四半期累計
P Lサマリー



- ▶ 売上高は前年比130百万円の減収
- ▶ 売上総利益は前期同期比18.5%減、
- ▶ 販管費の減少により、営業損失は前期が△61百万円に対し当期は△52百万円と9百万円縮小

(百万円)	2026年2月期 2 Q (2025年3月 - 2025年8月)	構成比	2025年2月期 2 Q (2024年3月 - 2024年8月)	構成比	前期比
売上高	1,136	100.0%	1,266	100.0%	△10.3%
売上原価	690	60.8%	719	56.8%	△4.1%
売上総利益	445	39.2%	546	43.2%	△18.5%
販管費及び 一般管理費	497	43.8%	610	48.2%	△18.5%
営業損失 (△)	△52	△4.6%	△64	△5.1%	—
経常損失 (△)	△51	△4.6%	△61	△4.9%	—
当期純損失 (△)	△52	△4.6%	△61	△4.9%	—

- 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。