KeePre® TIMES
プロの洗車をもっともっと世の中へ
キーパータイムズ
10月24日
74号
社団法人 中小企業研究センター 2007年 グッドカンパニー大賞 新技術事業化推進賞 受賞
発行所 アイ・タック技研株式会社
住所：愛知県大府市吉川町4-17
電　話 0562-45-5258
F A X 0562-45-5268
ホームページ http://www.sensya.com
札幌.仙台.東京.名古屋.大阪.広島.福岡
発行部数18,000枚
製作社 有限会社 GMKワークス
無断コピー・複製を禁ず
ご質問・ご意見・お問い合せは
キーパー　検索
又は 0120-517-158まで

「日本に新しい洗車文化を」について一つの定義すると

「新しい洗車文化」とは「CS」と「ES」の同時実現

気に入ったヘアスタイルを求めて美容院に行く男性が増えている。同様に、洗車文化も変化しつつある。

汚れ落としの「洗車」は、マイナスからゼロへの回帰作業

昔から行われている「洗車」とは、「車が汚れたから、汚れを取るために洗車をする」であった。

つまり、汚れていない車をゼロラインとすると、汚れた車はマイナスになっている。そのマイナスをゼロに戻すために「洗車」をすることになる。

元々「洗車」は、マイナスをゼロに戻す役目を持ったものであった。

昔ながらの「散髪」も、マイナスからゼロへの回帰

これを「頭の毛のケア」に例えれば、髪の毛が伸びれば、みっともなくなるので、伸びた分の髪を切るのが昔からの「散髪」の一般的な役目であった。

髪が伸びていない状態をゼロラインとすれば、時間が経って髪が伸びた状態は、マイナスであってみっともなくなる。だから、そのマイナスをゼロに戻すために床屋さんに行って髪を切り散髪をする。

元々「散髪」は、マイナスをゼロに戻す役目を持ったものであった。（私は今でもそうである）

昔、洗車も散髪もマイナスをゼロに戻すことが役目であった。

多くの男性は「散髪から美容院へ」、ゼロからプラスへの付加価値

しかし今、男性の多くは床屋さんに散髪に行かなくなって、美容院または新しいタイプの理容室（以降一括して美容院と言う）に、自分の気に入ったヘアースタイルを造りに行く。

髪の毛が適切な長さである状態をゼロラインとするならば、それよりももっとカッコ良くなるために、つまりプラスの状態にするために美容院にヘアースタイルを造りに行く。

昔の床屋さんはマイナスをゼロに戻すために散髪だけであったが、現代では、美容院でゼロからプラスの状態に高めるためにヘアースタイルを造る事が男性でも常識になってきた。私のような古い男には理解しがたい部分もあるが、これが時代なのである。

男にとって、「散髪」が昔ながらの「ヘアー文化」ならば、美容院の「ヘアースタイル造り」も、現代の新しい「ヘアー文化」の在り方になってきた。これと同じようなことが洗車にも言えると思うのだ。

「車のケア」の世界でも同じように「ゼロからプラスへの付加価値」が常識に

昔から洗車は汚れというマイナスを取り除き、ゼロの状態に戻すためであったが、現代では、汚れを落とすだけでなく「コーティング」などを掛けて、素（す）の車のキレイさ（ゼロライン）よりも、もっと美しい「プラスのキレイさ」を求めるようになってきている。

「マイナスからゼロへの回帰である汚れ落としの洗車」が昔ながらの洗車文化ならば、現代は、汚れが付いていないゼロの状態よりも、磨きやコーティングなどでお客様が驚くぐらい喜んでくれるようなキレイさを提供する新しい「ゼロからプラスの付加価値を提供する新しい洗車文化」が主流になってきているのではないか。

これが私達が提案している「新しい洗車文化」なのか。

いやいや、それだけではない。

「散髪」だけなら安くて早い方がいい

昔ながらの散髪と、美容院の話を思い出してもらいたい。髪が伸びたから行った床屋さんで散髪をしてもらったあと、どう思うか。「あ～さっぱりした」…だけであろう、たぶん。

だから、同じようにさっぱりするだけなら安くて、早い方がいい。「安い、早い」を売り物にした床屋さんのチェーン店が多く見られるようになったのは、そんな心理なのではないか。「髪の毛が伸びすぎていなければいい」という感性の持ち主ならば、それでいいのだ。私もそうであるし、それが劣っているということでもない。人それぞれの好みの問題であるだけだ。

「自慢のヘアースタイルで、ウキウキルンルン」

ところが、美容院で自分の好きな「カッコいいヘアースタイル」を造ってもらったらどうだろうか。「ウキウキ　ルンルン」で、自慢のヘアースタイルを誰かに見せたくなるぐらいだろう。（私は経験したことないので解らないが）

そして、どこの美容院に行くかは安い高いではなく、自分の好きなヘアースタイルを造ってくれるお気に入りの美容院に行くだろう。多少高くても、時間がかかっても、自分の気に入った美容院に行く。

そして、お客様は自分の好きなカッコいいヘアースタイルを作ってもらい、ウキウキルンルンの笑顔でスタッフに言うだろう。「ありがとう」と。

「ありがとう」と言われて嬉しくないスタッフはいない。

「洗車」は「散髪」であり、お客様は「あ～さっぱりした」にとどまるのでは

洗車の場合で考えてみると、お客様がただの洗車をしてもらったあと、どう思うか。やはり「あ～さっぱりした」ではないだろうか。だから、同じようにさっぱりするだけなら、安くて、早い方がいいと思う人も多い。

散髪と同じだ。

安くて早い方がいいならば、セルフの自動洗車機が一番ではないか。車のキレイさに対して「汚れていなければいい」という感性の人ならば、これでいい。こういう人もいっぱいいるし、それが良いわけでも悪いわけでもない。人それぞれの好みの問題である。

プロの技術でカーコーティングで「期待値以上のきれいさでウキウキルンルン」

しかし、「車をすごくキレイにしていたい人」もいっぱいいる。特に日本人は、私の知っている限りでは世界一キレイ好きな国民であり、洗車をして汚れが落ちただけでは満足できない人が、驚くほどたくさんいる。

そんな人が、自分で洗ったり磨いたりするよりも、車をうんとキレイにできるプロの技術者がいて、磨きやコーティングなどで自分の期待値よりも上のキレイさを、自分の車に実現してくれたら、これはたまらないだろう。

昨年対比200％を続ける吉良オイルセンター上和田店
「仕事が楽しくてしょうがない」とスタッフは語る。

嬉しい。「ウキウキ　ルンルン」でピカピカの車を誰かに見せたくなってしまう。

どこで洗うか、磨くか、高い安いではないだろう。あるいは自分でやるかどうかも関係ない。多少時間を待ってでも、プロに自分の車のキレイを任せるのではないか。そして、自分の車をピカピカにしてもらって「ウキウキルンルン」。お客様は笑顔でスタッフに言うだろう。「ありがとう」と。

「ありがとう」と言われて嬉しくないスタッフはいない。

快洗隊スタッフのモチベーションはお客様の「ありがとう」にある

快洗隊のスタッフも不思議なくらい口を揃えて言う。「お客様から『ありがとう』と言われる時が一番嬉しいし、楽しい」と。だから、「ありがとう」と言ってもらえるような仕事をしようとする。いい仕事のためのモチベーションは、お客様の満足であり、喜びであり、感謝の言葉である。

お客様が喜び、スタッフも嬉しい。CS・ES両立の方程式

プロの技術と「キレイにする」プロの意識で、自分の期待以上にキレイにしてもらったお客様は、嬉しい。だから感謝の言葉をかけてくれる。感謝の言葉をかけてもらい、喜んでいるお客の姿を見て、スタッフは嬉しい。お客様とスタッフが「プロのキレイさ」を共有して、両方ともが「嬉しい」。

「CS（カスタマーサティスファクション・顧客満足）」が、「ES（エンプロイサティスファクション・従業員満足）」を実現し、ESが、CSを作り出す仕組みだ。

こういうことが、繁栄する商売を作り上げる基本的な方程式なのかもしれない。

私達が提案している「日本に新しい洗車文化を」とは

プロの技術と、道具、機器などの環境と、プロの意識をもって、お客様の期待以上のきれいさをお客様の車に実現して、お客様の喜びと、スタッフの喜びを同時に実現する。

そんな「新しい洗車文化」を作り上げることが出来たら、「洗車」がどんなに楽しく、やりがいのある仕事になるだろうという思いである。

「洗車」を「車美容」に相の転換を

今までのマイナスからゼロへの回帰を目的とした「洗車」から、ゼロからプラスへの付加価値を実現する「車美容」への概念に「相」を転換して、車をキレイにする職種を、お客様の喜びとスタッフの喜びを同時に実現できるプラスの職種にして行きたい。

それが「日本に新しい洗車文化を」の精神、ポリシーである。

車美容（くるまびよう）

KeePre® PRO SHOP

新しい洗車文化の創造のために

キーパープロショップは、
フランチャイズビジネスではありません。

洗車・コーティングの『プロ』として
お客様に支持される製品（サービス）と人が一体化した
認定サービスブランドです。

新しい洗車文化を創造するため、私たちは全国のユーザーに
『カーコーティング＝キーパー』を広く認知して頂くことを目的としたTVCMを
全国に順次投下していきます。

今まで『7％の人しか知らなかったキーパー』が、
『50％の人が知っているキーパー』へ進化いたします。

そして、認知されているブランドがほとんどなかったカーコーティング市場に
『キーパー』がイニシアチブをとっていきます。