

KeePer技研株式会社40周年記念

皆様と、これまでも、これからも。 History & Future of KeePer...

1985年8月16日/株式会社タニ発足

洗車は面倒で安いので嫌いだった。



1985年9月2日、共同石油高津波給油所を私と妻、従業員の3人でスタートした。ガソリンスタンドは安売りで拡張に成功。すごく儲かった。洗車は、面倒で安いので嫌いだった。

大繁盛店で、私は短気な暴君のようだった。翌年の冬、妻が具合悪くなって病院に行き、「今日すぐに入院しなさい。すぐに手術をします」と言われて帰ってきた。若い子がすぐ辞めてしまうので、相棒の妻に無理がいったのだった。私は、自分にひどく後悔し、スタッフに対する態度を改めると、徐々に増員し始めた。それからの4年間で従業員も増え、仕事も順調、資金的余裕があり平和だった。

1991年/借金をして2軒目の土地を購入

「車がきれいになること」と
「お客様の喜び」に二乗の法則を見つける。



2店舗目の「Clean Base With」

しかし、しだいに猛烈につまらなさを感じ、1991年、次の店舗用に132坪の土地を買ってしまう。先がまだ見えないうちから6,600万円もの借金の返済をかかえた。しかしこれがなければ、今のKeePer技研(株)はない運命的な「無茶」であった。行政上の手違いでガソリンの販売ができないうちに陥る。規制が切れるのは1年後。ならばガソリンなしで1年間食いつなげばいい。しかし洗車は安いので、もっと価値の高いコーティングを横浜で身に着けた。

1年後、ガソリン販売が解禁され、SSを開店したと同時に、SSで待てる時間45分での最良の美装「Qシステム(特許登録)」を作った。このシステムの構築により、「車がきれいになること」と「お客様の喜び」に二乗の法則を見つけた。

車が「1」のレベルきれいになると、
お客様は「1」のレベル喜ぶ。
だが「2」まできれいになると、
お客様の喜びは「4」に。
「4」まできれいになると、
一気にレベル「16」まで
お客様の喜びはびっくりしたように喜ぶ。



きれいさが上がると二乗の法則で付加価値が上がり、価格も上がる。これが現在のKeePer技研(株)経営の原型となった。

2000年/「洗車屋快洗隊」をオープン

キーパーラボの前身「洗車屋快洗隊」誕生。

1997年、1号店である高津波給油所の目前に大型ガソリンスタンドが建ち、安売り競争が始まるものの2年で敵は撤退。しかし莫大な赤字が残し、経営継続を断念したが2000年「洗車屋快洗隊」として改装し復活再開した。



2004年/ドイツSONAXと共同開発が始まる

ドイツSONAXとの共同開発で
「ダイヤモンドキーパー」が誕生。

2004年ドイツSONAXと共同開発が始まる。天才肌Dr.ピッチによって新しいキーパー製品が続々と実現し、2006年「ダイヤモンドキーパー」スタート。以来、SONAX社は現在も重要なパートナーである。



2007年/コーティング技術資格制度開始
2008年/キーパープロショップ誕生

資格取得した同じ志を持った店舗を
「キーパープロショップ」に認定。



キーパープロショップ1号店春岡通店

2007年、キーパーコーティング技術1級資格と2級資格を作り、2008年には技術に自信があり、施工環境、実績のある30店舗を選抜し、技術認定店「キーパープロショップ」が誕生した。キーパープロショップには「入会金」「月会費」「ロイヤリティ」など何もない。条件は「キーパーコーティングの品質を絶対に守ること」だけ。約束を守れない店舗はその場ですぐ認定を取り消す。現在まで一度も募集活動をせず、パンフレットもない。

2011年/「洗車屋快洗隊」から「キーパーラボ」へ改名

キーパーラボに改名し、
コーティング中心の営業へ。

2011年、洗車屋快洗隊を「キーパーラボ」に改名。コーティング中心の営業となった。ダイヤモンドキーパー、クリスタルキーパーが大きく支持され、キーパー中心の店舗へ変質し、収益面も改善された。



「キーパーラボ」に改名した頃の上満店

2014年/第1回キーパー技術コンテスト開催

始まりは、長崎から。
実は真似からはじまった！



土砂降りの中行われた、初のキーパー技術コンテスト

2014年、キーパー技術コンテストが始まる。今年で10回目を迎える技術コンテストのルーツは、実は長崎。当時、特にキーパーに力を入れていた長崎のマツハヤ石油(株)が、自社スタッフの技術向上のために始めた技術コンテストを「これはいい!」と、KeePer技研が真似をして始めたものであった。

2016年/東証一部に市場

東証マザーズから東証一部へ。
新型コロナ蔓延と激動の5年間。



2015年に東証マザーズ上場。2016年には東証一部に市場を替える。2018年、私が執行から一歩退き、代表取締役会長兼CEOに。製品開発、経営企画、店舗開発、マーケティング企画制作、IRに注力する。

また同年、YouTubeの活用を積極的に始めるとその効果は絶大で、「YouTubeを見た」と名指しで来店し、業績にははっきりと好影響を与えた。2019年、新型コロナが蔓延し始め、人々の在宅傾向が強まると同時にキーパーコーティングの施工数が増えた。

2020年/「EXキーパー」登場
2022年/「フレッシュキーパー」登場

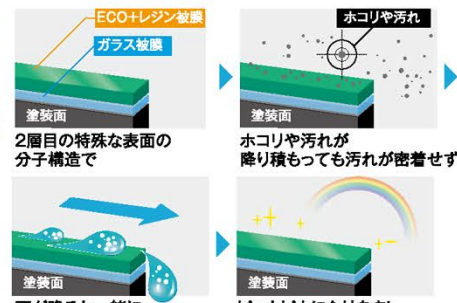
雨が降ったら洗車をしたように
きれいになる自浄効果。

2020年、自浄効果と異次元の艶を持つ革命的な「EXキーパー」発売開始。有機レジンのファンデルワールス力の最小化の技術を加え「雨が降ったら洗車をしたようにきれいになる」革新的性能を得る。新車用コーティングとして、続々と



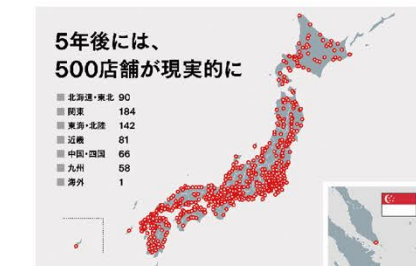
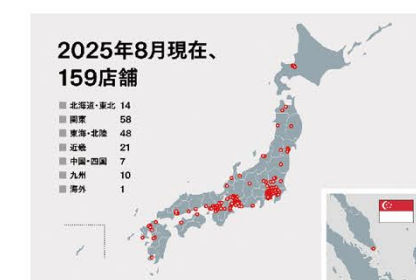
車メーカーの純正指定を受けつつある。

また、2022年には「フレッシュキーパー」がキーパープロショップで爆発的に売れる。自浄効果を持つ1年サイクル、2万円円で発売。TVCM効果もあって、キーパープロショップで爆発的にヒットする。同年に放送されたテレビ東京の「カンブリア宮殿」の反響も大きく、特に関東では売上に大きく響くような効果があった。新型コロナ蔓延中でも「EXキーパー」や「フレッシュキーパー」発売により上昇が加速し、沈静化しても相変わらずの上昇傾向が続いている。



2025年/キーパーラボはFC合わせて160店舗

キーパーラボは、今期中に200店舗、
5年後で計500店舗になる可能性。



キーパーラボは今時点で160店。来年3月まで186店は決定(半がFC店)。今期中に大台の200店舗、5年後で計500店舗になる可能性が現実的になった。1986年に起業以来40年間ずっと前年比約120%で上り続けられたのは、毎年「今よりもっと」と思い続け、具体的に行動し続けたからかもしれない。しかし、あえて言うなら、この会社が目指すべき頂点を設けなかったことにあったのかもしれない。しかし、それはどこまで行っても上り続けるだけで、いつまで経っても達することははないということで、これからも達成感を得られないまま、上り続けるということになる。

KeePer技研(株)代表取締役会長兼CEO
谷 好通