

KeePer技研(株)は、SUPER GT 2026シリーズにおいて、引き続きGT500クラスへ参戦するトヨタ「KeePer CERUMO GR Supra(#38)」のメインスポンサーとしてフルカラーで参戦します。昨年11月にKeePer技研(株)社員によるカラーデザインの推薦投票が行われ、大湯選手も選んだというB案を推薦していくことに決まりました。そしていよいよ#38のカラーが発表されました。まだ、サブスポンサーのロゴが一つも入っていませんが、これから1社ずつ交渉した上でロゴが加わっていきます。

ドライバーの1人目は、今シーズンに続いて大湯都史樹選手。レトルトカレーなどの食品メーカーが実家の北海道出身。2025年シリーズではポールポジションを2回取って、優勝も1回。2人目は、発表されたばかりの小林利律斗(りくと)選手。高校を卒業してまだ2年目のGT500クラスの最年少選手。ゲームのグランツーリスモで世界チャンピオンになったとか何とか、よく分からないが、いずれにしても変わり種で、若くて、やたらと速い選手です。どんな面白いレースを見せてくれるのか楽しみです。

SUPER GT 2026スケジュール

Rd.	日程	開催サーキット
第1戦	4/11(土)・12(日)	岡山国際サーキット(岡山県)
第2戦	5/3(土)・4(日)	富士スピードウェイ(静岡県)
第3戦	6/20(土)・21(日)	セパン・インターナショナル・サーキット(マレーシア)
第4戦	8/1(土)・2(日)	富士スピードウェイ(静岡県)
第5戦	8/22(土)・23(日)	鈴鹿サーキット(三重県)
第6戦	9/19(土)・20(日)	スポーツランドSUGO(宮城県)
第7戦	10/17(土)・18(日)	オートポリス(大分県)
第8戦	11/7(土)・8(日)	モビリティリゾートもてぎ(栃木県)



自宅でグランツーリスモをドライブする小林選手



**たちかわ ゆうじ
立川 祐路 監督**

大湯選手と小林選手の速く勢いのある2人とチームでチャンピオンを獲りに行く体制が準備できたと思います!



**おおゆ としき
大湯 都史樹 選手**

2026年はチームメイトが変わり、若手の勢いのある選手となりますが、彼自身のスピードセンスと共に自分も磨きをかけ、チームをチャンピオンに導けるように引っ張ってまいります!



**こばやし りくと
小林 利律斗 選手**

2026年お世話になります。初めてのGT500ではありますが、1年間で多くのことを学び、すぐにでもチームの力になりたいと思っています。また経験豊富なドライバーの方々に負けられないような強さを得られるよう頑張ります!

**KeePer が
提供するTV番組**

レース好きも、
レース初心者も
楽しめる!!

**「RACING LABO
SUPER GT +
KYOJO」**

毎週土曜日**24時から**
テレ東系列で**全国放送中**

TVerで
毎回見逃し配信中!
(番組放送後から1週間)



谷好通の“個人的”かつ“希望的”な2025年の振り返りと2026年(以降)。

この記事は“広報ではない”ので、会社の責任者としての公約でもなければ、個人としての約束でもありません。過去の回想と、私自身の個人的かつ希望的な未来予想です。

KeePer技研(株)代表取締役会長兼CEO 谷 好通

【キーパーラボFC店について】

●ますます高まるキーパーの需要

キーパーへの需要はますます大きくなっており、その需要に応えるためにも、キーパーラボの増店はどうしても必要です(キーパーラボショップはそのほとんどが減少傾向のガソリンスタンドの副業で行われており増店は難しい)。直営店出店だけでは加速をかけられないため、現在、フランチャイズ店(FC店)の出店を積極的に進めています。

**●キーパーラボフランチャイズ店の
解禁・スタート**

キーパーラボの新店は、基本的に直営店のみとし、FC店をすべてお断りしてきました。キーパーラボはサービス業であり、物販的な販売方法や値引きなど正反対の形態を取りがちなFC店を取ってきませんでした。

しかし、ガソリンスタンドを閉店し、キーパーラボをFC店として開店するために、店長とスタッフに一定期間キーパーラボ直営店で働いてもらった神奈川県にある「キーパーラボ横浜あざみ野店」が、完全にサービス業としての運営ができており、平月に1千万円を超すなど素晴らしい成績を出してくれたことをきっかけに、全面的にFC店解禁に踏み切りました。

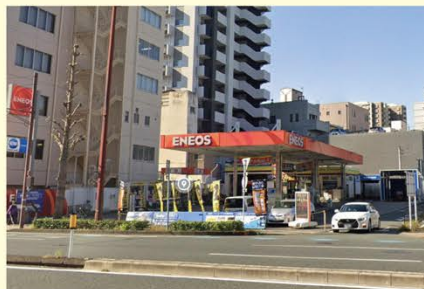
FC店の条件は、店舗間距離5kmの規制と、キーパーラボ独特の受注接客、キーパーの高品質確保、値引き販促の禁止などだけで、特にキーパーラボショップとしての実績によりません。異業種からの参入もあり得ます。

2025年1~6月は、直営9店舗、FC4店舗のオープンでしたが、7~12月は、直営2店舗に対してFC7店舗となって、年間で直営11店舗、FC11店舗、計22店舗と、同数のオープンになりました。

2026年以降のオープン予定は、具体的に直営22店舗、FC20店舗、計42店舗あって、現状直営店としてオープン予定の物件も、現在の運営会社自身で運営を決断されれば、FC店に変わる可能性も残っています。さらにFC店は実現までの時間が短いため、FC店が直営店より多くなることが予想されます。

**●2030年、キーパーラボは何店舗になるか、
なるべきか**

日本で一番キーパーラボの高密度県は愛知県です。キーパー発祥の県であるとともに、人口に比して自動車台数が高く、公共交通機関の便利さも、東京、大阪より劣るので、店舗密度が大きいのは当然と言えます。現時点で30店舗のキーパーラボが存在していますが、

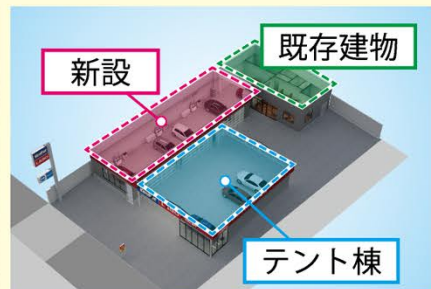


2月下旬開店予定のキーパーラボ浜松中央通り店(仮称)の改築前と改築後の俯瞰図

2026年6月までに6店舗の新店が確定しています。全国一の高密度地域でも、まだ出店が必要とされているのです。

現在、愛知県の人口が7,455,028人、日本全体の人口が102,433,690人。愛知県には全国の7.28%の人が住んでいて、今年6月末に36店舗となるとすると、この密度で全国に広がれば36店/0.0728=494店となりますが、愛知県以外の地の利がない地で実現することは難しいでしょう。だから、地元根差し、地元の人達と信頼関係を持つ全国の方たちにFC店を展開していただくことによって、4年後の2030年にはFC250店舗+直営250店舗=500店舗を目指しています。

2026年、直営22店舗を実現するだけでも



の建設体制では難しいことは間違いありません。さらに、既に20店舗予定されているFC店は、これから具体化を検討する物件だけでも2倍以上になり、直営店の倍以上になることは容易に考えられます。店舗建設体制をどのように強化することができるかで未来が大きく変わります。

また急激な店舗増加によって、キーパーコーティングのサービス・品質低下が発生するのが最も恐れるべきことです。そのため、優秀な店長を多数抜擢して、スーパーバイジングの訓練を進めてきました。その行動を整理しマニュアル化して、レベルを上げることも必要です。適切な有力アドバイザーとの提携も必要になると考えています。

【製品とマーケティングについて】

**●脱フッ素「LLSiG」で、
キーパー製品から有機フッ素全廃**

2025年は、「脱フッ素」を全製品で実現したブレイクスルーの年でした。キーパー製品は、これまでも環境に配慮してきましたが、車のフロントガラスなどに使われる「ガラスの超撥水コート」だけが有機フッ素を含んでいました。「フッ素」がガラスに対して、特に強力な定着力を持っているので、撥水被膜の耐久が並外れて高かったため、シリコン製品では耐久力が足らず、フッ素から長い間脱しきれなかったのです。シリコンタイプガラスコーティングで思い切ったアプローチを続け、ようやくほぼ満足できるものができたのでデビューさせました。

ロングライフ(LL)シリコンタイプ(si)ガラス(G)コーティング「LLSiG」。フッ素タイプ

に比べ、その耐久力においては70~80%ぐらいいが限界ですが、フッ素タイプにつきものだったワイパーのビビリがなくなりました。さらに、フッ素タイプに比べて「透明度」が上がり、視界がスッキリしました。

「主剤」と「硬化剤」を使用する前に混合して使う面倒なタイプであり、プロ用を前提にしていますが、スッキリした透明感は快適です。

●2026年のキーパー製品について



【ダイヤ ツー キーパー】

販売の中心はしばらくの間、ダイヤIIキーパーが中心となりますが、

・EXキーパーのスペックダウン版「LXキーパー」をもう少しの時間をかけて開発、カーディーラー専売品としてデビューさせる。
・同時に、EXキーパーの艶20%UPを目標にしてレベルアップ。時間がかかってもハンドリング同等での実現を目指す。

・すべてのキーパー製品を環境にやさしい有機溶剤仕様に変更する。

・あらゆる面で将来を見越した環境にやさしい製品への改善を進める。

●2026年のマーケティング手法について

現代はデジタルマーケティングが全盛ですが、サービス業であるKeePerは、地上波テレビの番組提供や、スポットCMの短期間集中投下に注力しています。2025年最終段階でのスポットCM投下も、約30%UPの増販効果が出ています。

2026年には、新しいコマーシャルビデオを制作を予定しています。新しいコマーシャルビデオは、現在の印象重視のコマーシャルから、ダイソンやエアドッグなどで表現される「実証型」のコマーシャルを作りたいと考えています。

これを15秒、30秒、60秒、90秒、300秒版と何種も作り、地上波TV用、番組提供用、インフォマーシャル用、YouTube用と、使い分けて、デジタルでの運用にも活用できるようにして、デジタル広告へのデビューを果たし、考察していきたいと思っています。

そのために、KeePer agencyという広告代理店の会社を設立しました。2026年のKeePerのマーケティングは、きっと面白いことになると思います。楽しみにしててください。