



2022年8月10日

各位

会社名 KeePer 技研株式会社
代表者名 代表取締役社長 賀来 聡介
(コード番号:6036 東証プライム・名証プレミア)
問合せ先 総務部 伊東 真志
(TEL 0562-45-5258)

中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、2023年6月期から2025年6月期までの3か年の中期経営計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

記

1. 期間
2022年7月～2025年6月(3か年)

2. 数値目標

(単位:百万円)

	2022年6月期 実績		2023年6月期 計画		2024年6月期 計画		2025年6月期 計画	
		前期比		前期比		前期比		前期比
キーパー製品等関連事業	6,436	106.4%	7,421	115.3%	9,030	121.7%	10,771	119.3%
キーパーLABO運営事業	7,921	132.7%	9,816	123.9%	11,784	120.0%	14,388	122.1%
売上高	14,358	121.7%	17,237	120.1%	20,814	120.8%	25,159	120.9%
キーパー製品等関連事業	4,548	115.7%	5,328	117.1%	6,483	121.7%	7,734	119.3%
キーパーLABO運営事業	7,087	132.2%	8,785	124.0%	10,547	120.0%	12,877	122.1%
売上総利益	11,636	125.3%	14,114	121.3%	17,030	120.7%	20,611	121.0%
(売上総利益率)	(81.0%)	-	(81.9%)	-	(81.8%)	-	(81.9%)	-
一般販売管理費	7,309	116.6%	8,650	118.3%	10,432	120.6%	12,636	121.1%
経常利益	4,325	143.1%	5,463	126.3%	6,598	120.8%	7,975	120.9%
(経常利益率)	(30.1%)	-	(31.7%)	-	(31.7%)	-	(31.7%)	-

※詳しくは、添付資料をご参照ください。

以上

中期経営計画

2023年6月期～2025年6月期



KeepPer技研株式会社 (6036)

P.2 企業ビジョン

P.6 中期経営計画

P.9 セグメント事業戦略（キーパーLABO運営事業）

P.15 セグメント事業戦略（キーパー製品等関連事業）

P.24 株主還元

P.26 サステナビリティの取り組み

企業ビジョン

日本に新しい洗車文化を。

日本人独特の高い美的感覚に訴える高品質な洗車やカーコーティングなど、
車の美的事業を日本国中に広げ、日本国中の車をより美しくする事で
お客様に喜びを提供し、みんなと共に喜ぶ。

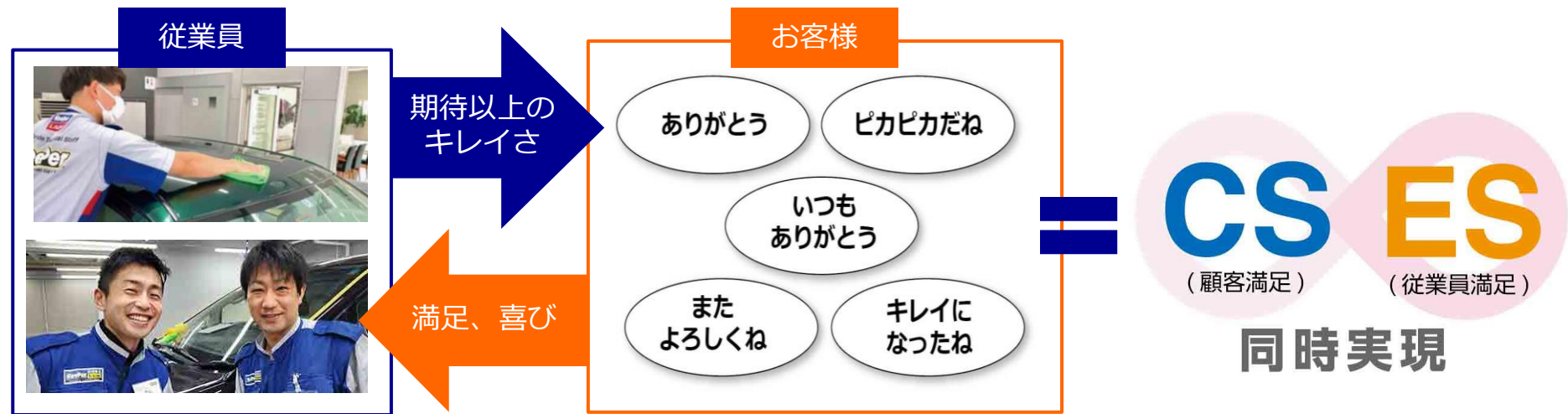
車の美的事業に関わる日本国中の店舗を、誇りを持って従事できる喜びの職場にし、
日本独特の洗車文化を作り上げる。



このビジョンに込められた意味は

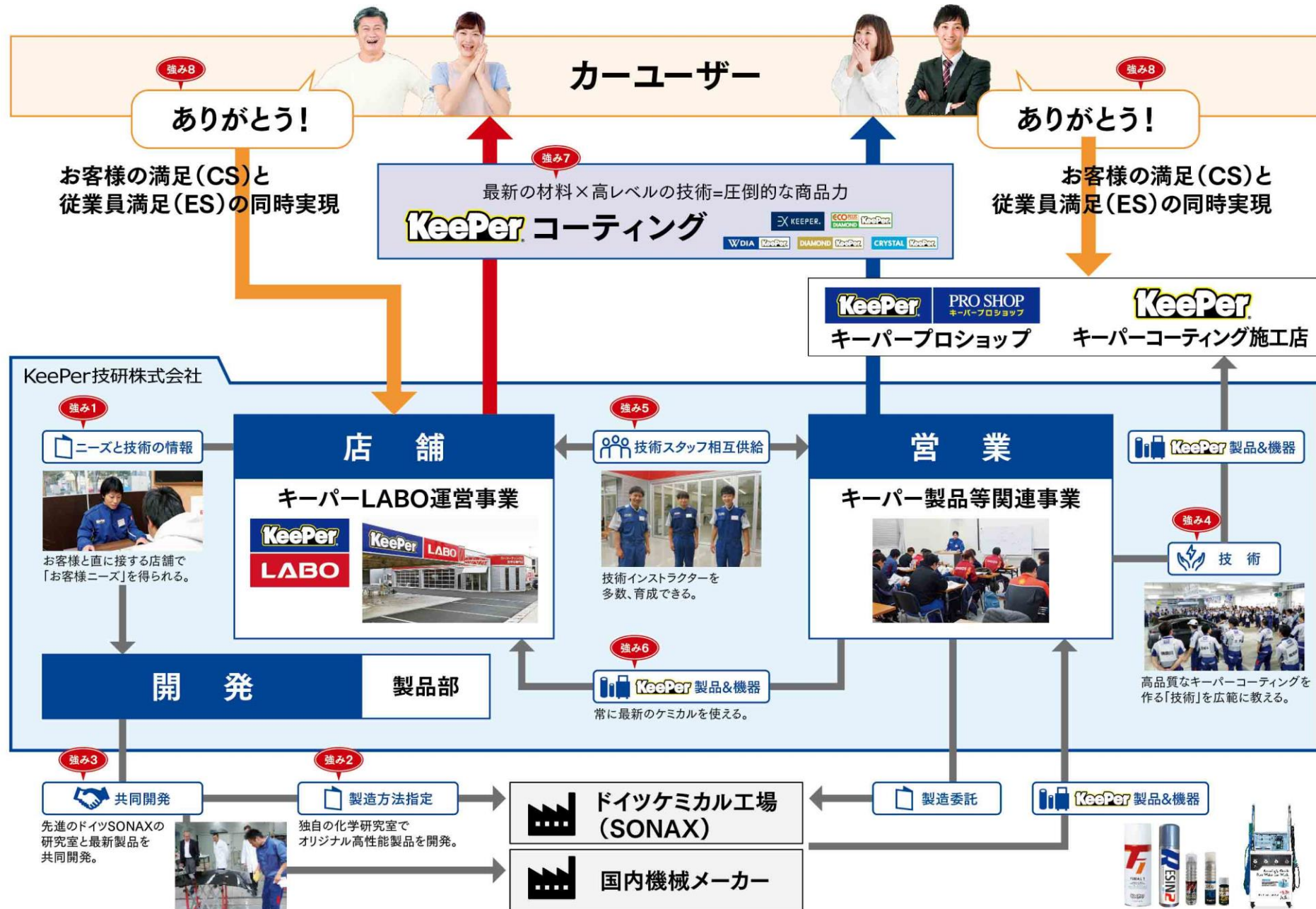
洗車やキーパーコーティングというサービスを、お客様の期待を上回るようなキレイさで提供すれば、その仕事は、生産性の低い『手間賃』という付加価値から、『技術料』という生産性の高い、高付加価値なサービスに変えることができます。それを実現することによって、お客様の『満足』という喜びを得ると同時に、そのお客様の喜びを、自らの喜びとする施工者の満足をも実現し、かつ、技術を提供する付加価値に見合う所得を得られることによって、

CS (顧客満足)とES (従業員満足)が、同時に実現がされます。



この構造こそが、KeepPerの原点であり、原動力であり、他にない独自性を生み出している源のため、徹底した『お客様の満足の追求』と『現場主体』の考えが、最も大切にされ、受け継いでいくべき**企業文化**となっています。

顧客満足と従業員満足を同時に生み出す独自の組織体系



中期経営計画

中期経営計画 2023年6月期～2025年6月期

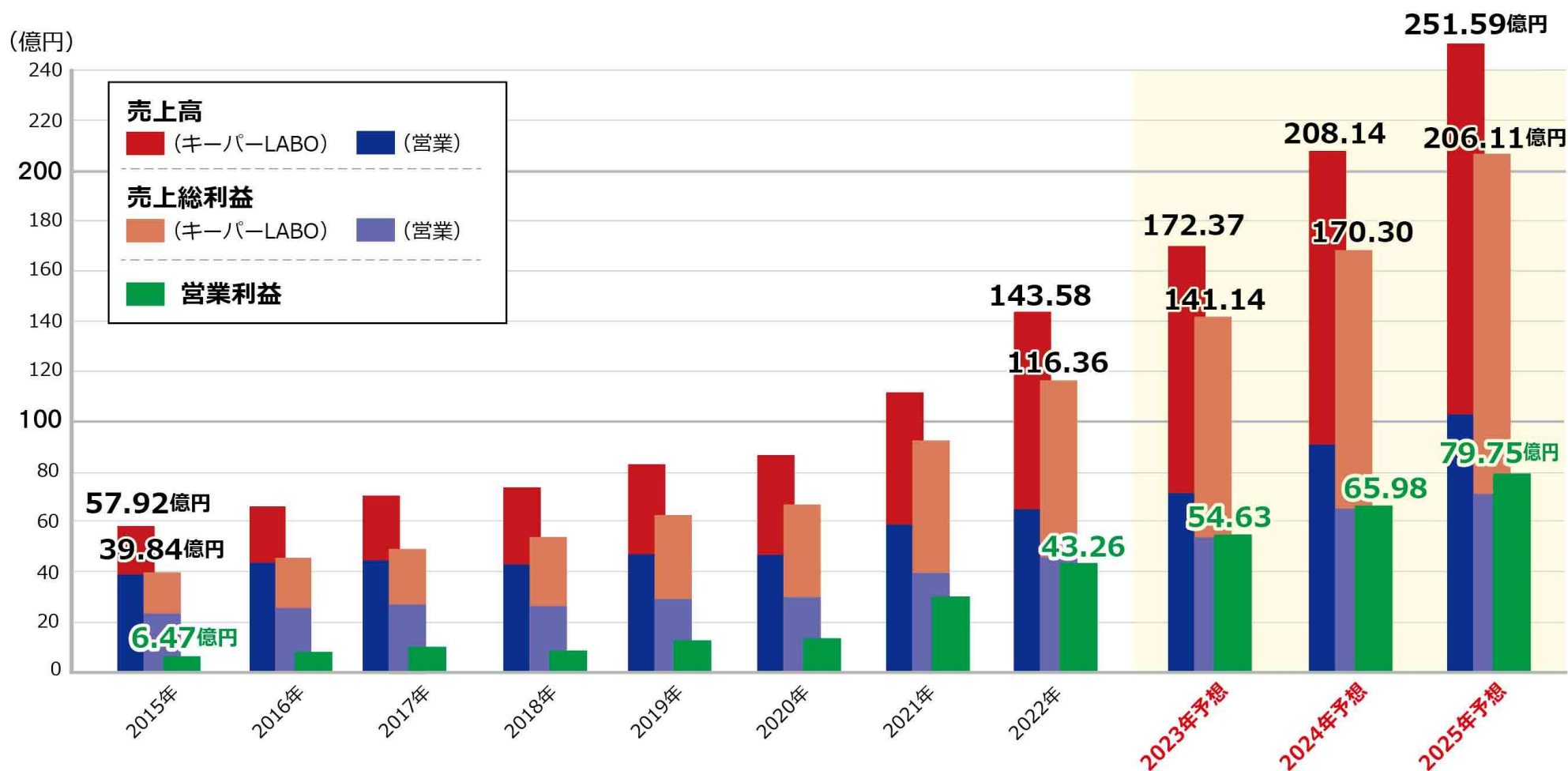


(単位：百万円)

	2022年6月期 実績		2023年6月期 計画		2024年6月期 計画		2025年6月期 計画	
		前期比		前期比		前期比		前期比
キーパー製品等関連事業	6,436	106.4%	7,421	115.3%	9,030	121.7%	10,771	119.3%
キーパーLABO運営事業	7,921	132.7%	9,816	123.9%	11,784	120.0%	14,388	122.1%
売上高	14,358	121.7%	17,237	120.1%	20,814	120.8%	25,159	120.9%
キーパー製品等関連事業	4,548	115.7%	5,328	117.1%	6,483	121.7%	7,734	119.3%
キーパーLABO運営事業	7,087	132.2%	8,785	124.0%	10,547	120.0%	12,877	122.1%
売上総利益	11,636	125.3%	14,114	121.3%	17,030	120.7%	20,611	121.0%
(売上総利益率)	(81.0%)	—	(81.9%)	—	(81.8%)	—	(81.9%)	—
一般販売管理費	7,309	116.6%	8,650	118.3%	10,432	120.6%	12,636	121.1%
経常利益	4,325	143.1%	5,463	126.3%	6,598	120.8%	7,975	120.9%
(経常利益率)	(30.1%)	—	(31.7%)	—	(31.7%)	—	(31.7%)	—

売上高、売上総利益、営業利益の推移

2015年6月期、上場以来着実に増収増益をしてきました。さらに直近の3年間に於いては、Keeperの認知度や信頼度が格段に上がった事によって、大幅な増収増益をする事が出来ました。この傾向から、今後も拡大ペースは変わらず、3年後の2025年6月期においては、売上高251億円、営業利益79.75億円を見込んでいます。



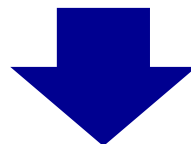
セグメント事業戦略 (キーパーLABO運営事業)

キーパーLABOのマーケットポテンシャルは、国内約500店舗

キーパーLABO店舗の、採算性を考慮した適正な店舗間の距離を、

- ・半径3km以内の※労働力人口が150,000人超の商圈は、都市型店舗とし、直線距離で3km
 - ・半径6km以内の労働力人口が150,000人超の商圈は、ローカル型店舗と定義し、直線距離で6km
- 上記2点を満たさない地域への出店はしないと定めています。

※労働力人口…最新の国勢調査で、15歳～64歳の人口をいう。



**キーパーLABOの
マーケットポテンシャルは
日本全国に約500店舗**



例えば

最も密度の高い地域は、愛知県で人口約754万人、約30店。

いずれの店舗も採算が取れ、必要な収益が確保されています。

**この密度で人口1億2,000万人の日本国中に展開すると考えれば、
全国で1億2,000万人／754万人×30店=約480店となります**

① カーディーラー業界への強力なサポート網の構築

2022年6月期終了時点で、残りはあと※19県となります。

※青森、秋田、岩手、山梨、長野、石川、奈良、和歌山、岡山、
鳥取、島根、山口、徳島、高知、佐賀、大分、長崎、宮崎、沖縄

② 需要の高い関東、関西は、ドミナント戦略のもと、採算性の高い店舗展開

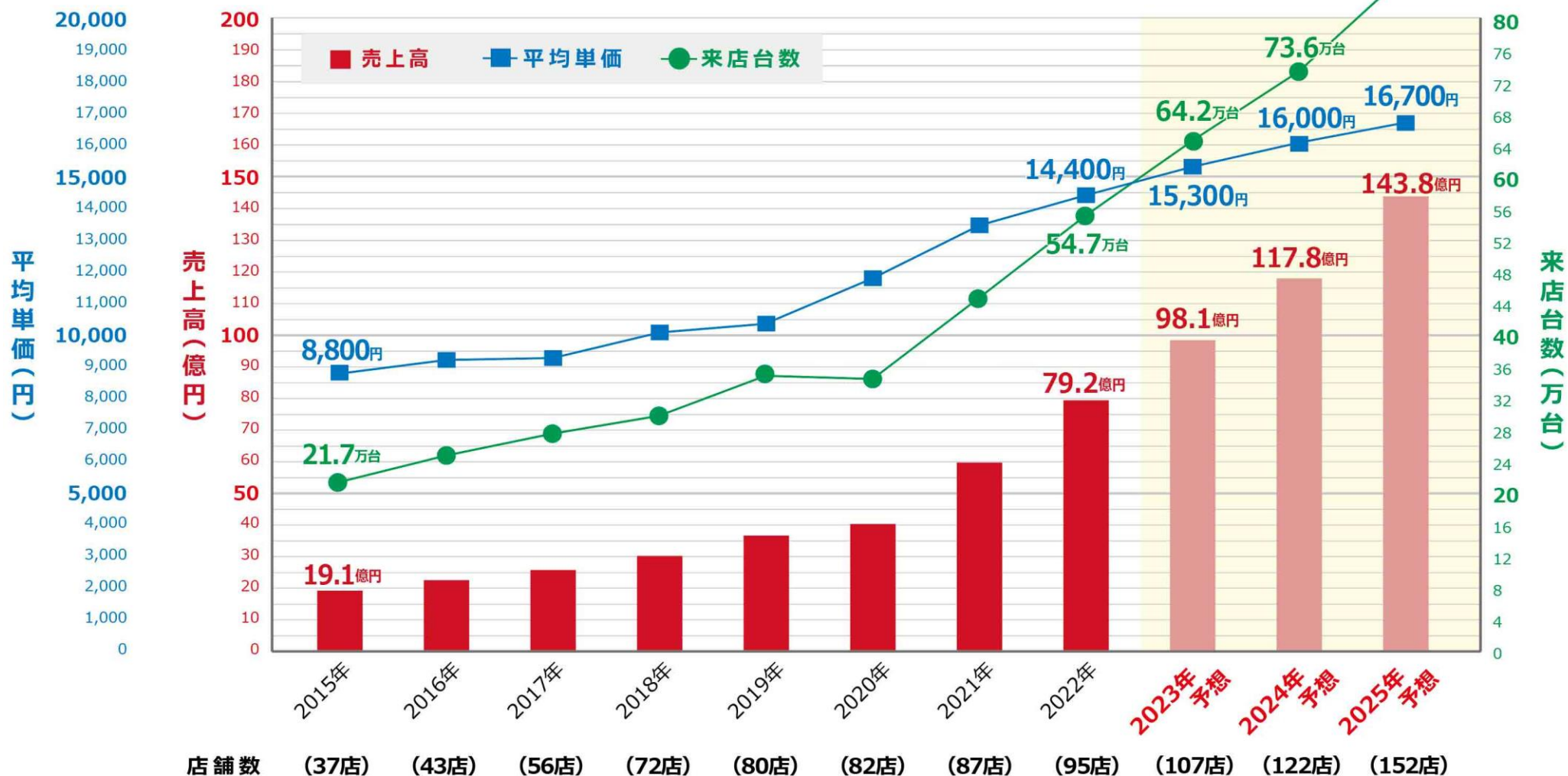
関東、関西において、ドミナントなプレゼンスを形成



全国を網羅したキーパーLABOのネットワークを最大限に活かし、全国6,200店舗以上のキーパーコーティング技術認定店『キーパープロショップ』のそれぞれの地におけるフラグシップ的な存在として、車の美的事業をけん引するとともに、来るカーディーラー業界への強固なサポート網も担っていきます。

キーパーLABO 売上高、平均単価、来店台数の推移

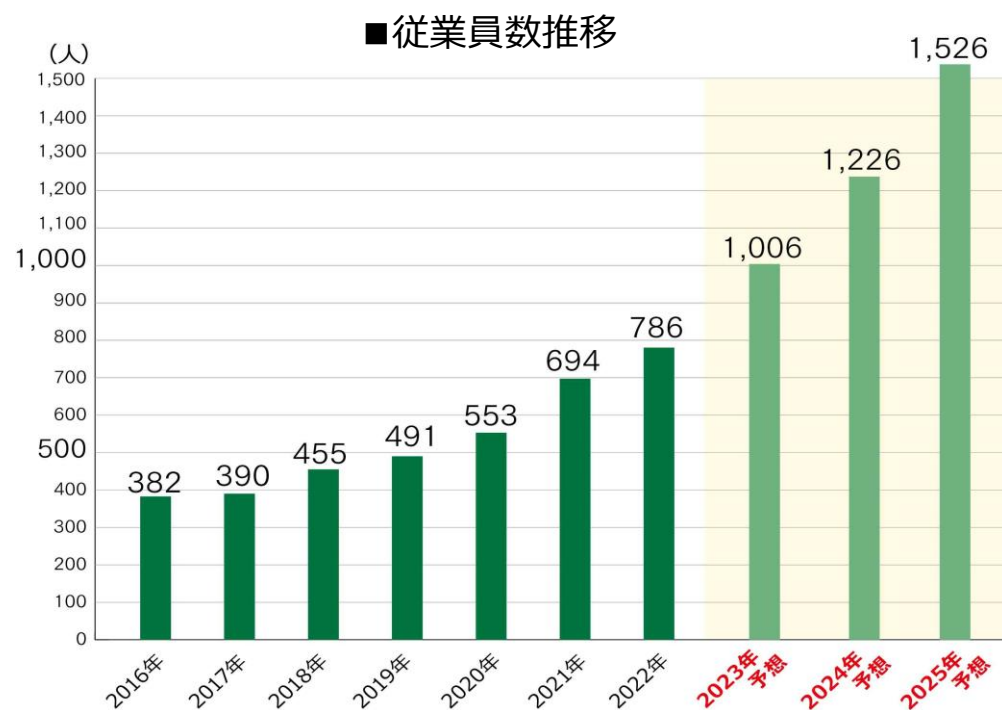
キーパーLABO店舗においては、既存店舗の成長と共に、新店の立ち上がりスピードが驚異的に早まっており、オープン直後から採算が取れる、ビジネスモデルになりました。このニーズ拡大を着実に掴むためにも、新店オープンペースを加速させます。3年後には、150店舗体制とする予定です。



正社員主体の人員構成を継続

お客様の喜びを、自らの喜びとする施工者の満足を実現し、技術を提供する付加価値に見合う所得を得られることによって、CS (顧客満足)とES (従業員満足)が、同時に実現がされることにより形成されているビジネスモデルの維持・発展のためには、正社員で構成することがベストと考えています。

既存店の成長による増員、新店要員、キーパー製品等関連事業への技術者の増員、退職者数を勘案し、年200～300名の純増が必要。



2022年の入社式の様子

2022年実績から見て、このペースは、維持できるが、この先の更なる発展を見据え、募集方法等の進化、模索していくことを、今後の課題とする。

TVCM

キーパーコーティングのテレビCM「キレイへの挑戦」



テレビCM 2022年新しいバージョンを製作中

You Tube

芸能人ユーザーや自動車評論家などにKeepPerが取り上げられ
その動画数は100本以上 総再生回数は約1,400万回以上



今後もYou Tubeを使ったプロモーションを継続

セグメント事業戦略 (キーパー製品等関連事業)

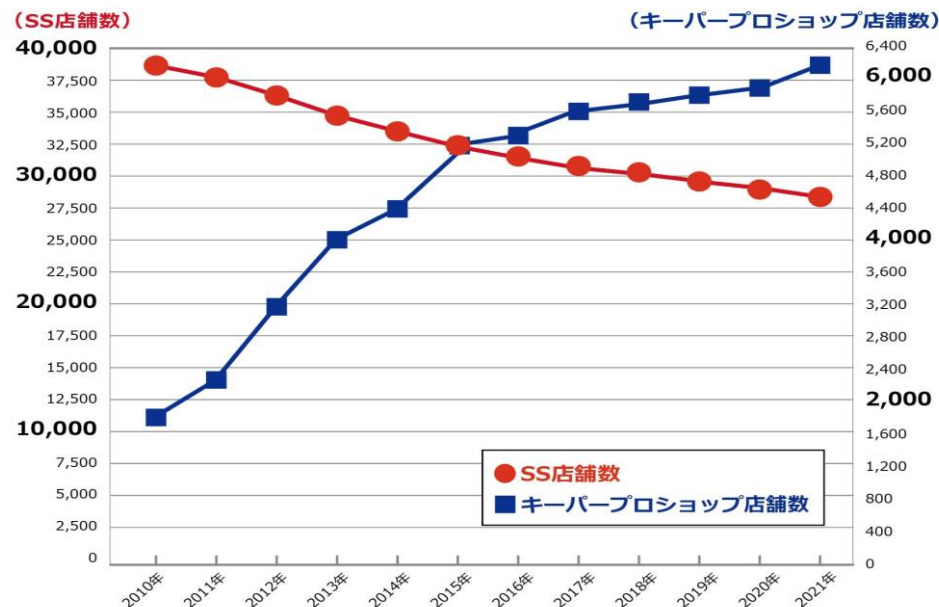
キーパープロショップ

当社認定のコーティング技術一級資格者が在籍する技術認定店「キーパープロショップ」と、車を販売する自動車販売会社やカーショップなどのキーパー施工店向けに、自社開発のカーコーティング用ケミカル製品をはじめとしたプロユース向けの道具や機械類の開発・製造、販売を行っております。また同時に、キーパーコーティング施工店向けに、カーコーティングの知識及び施工技術の習得のための技術研修を年間延べ5万人以上の研修を行っており、実践的かつ効果的な研修として高い評価をいただいております。2007年に1号店がスタートしたコーティング技術一級資格者が在籍の技術認定店「キーパープロショップ」は、2022年6月末には6,283店舗にまで増加しました。それぞれの店舗においての技術レベルの向上と共にサービス商品の品質が向上して、コーティング施工台数が増加しております。そして、全国のキーパープロショップの店頭に掲げられた「KeePerの看板」が、お客様の目に留まる大きな広告ともなり、KeePerのブランディングに大きく貢献しております。

ガソリンスタンド業界

当事業における最も大きなシェアを占めているガソリンスタンド業界は、自動車の燃費向上や次世代エネルギーへの移行によって、燃料油販売数量が減少傾向であり、店舗数も減少しています。しかし、ガソリンスタンドを主業としている、キーパープロショップの店舗数は逆に増加傾向であり、燃料油以外の収益源として、車をキレイにするサービス商品のKeePerコーティングが、「油外収益商品」の軸となり、店舗で活発に販売されています。

■ガソリンスタンドを主体としたキーパープロショップ店舗数の推移



参照：経済産業省資源エネルギー庁 KeePerPROSHOP店舗数 当社調べ

ガソリンスタンド業界の今後の売上予想

現在、自動車のエネルギー源は、ガソリンまたは軽油の『化石燃料』から、地球温暖化を防ぐためにも、「脱・化石燃料」である電気や水素に徐々に移行しており、IEA（国際エネルギー機関）が発表したレポートでは、2030年になると世界の新車販売の約30%が、EV（電気自動車）、PHV（プラグインハイブリッド）、FCV（燃料電池車）といった、電気または水素をエネルギー源とした車両になるとされています。その為、アフター営業部の取引先の多くを占めるガソリンスタンド業界での製品販売は、短期的に見れば微増するものの、今後次世代エネルギーへの移行によって燃料油需要減少による、店舗数が減少する為、中長期的にみると売上の減少傾向が否めません。

キーパープロショップ用 WEB予約

2021年11月より、キーパープロショップ用にカスタマイズした「Web予約システム」が、稼働開始となりました。現在ではキーパープロショップの約3,000店舗が利用しており、予約数は着実に上向きとなってきております。しかし、キーパープロショップ店舗では、既に導入済みの予約サイトを稼働させている店舗も多くあり、2つの予約サイトを同時に運用するには、予約管理が煩雑になるという事で、導入を見合わせている店舗も多くある為、キーパープロショップでの利用が多い他の予約サイト(3社)とのシステムの連携を進め、店舗の利便性を向上させていきます。

連携予定 予約サイト

- ・ PIT in plus(ピットインプラス) 2022年7月 実装済み
- ・ timy (タイミー) 2023年4月 連携予定
- ・ 大手元売り指定予約サイト 2023年4月 連携予定

当初2021年10月より運用を開始し、1年間はテスト期間として無料にて提供し、2022年10月以降は、システム利用料として1店舗当たり1万円/月を予定していましたが、まだ完成形でないと判断し、有料化を1年間延長し、2023年10月からと変更する事といたしました。その為、中期経営計画の数値についても2023年10月以降に約4,000店舗にて積上げております。



新しいマーケットを切り開く

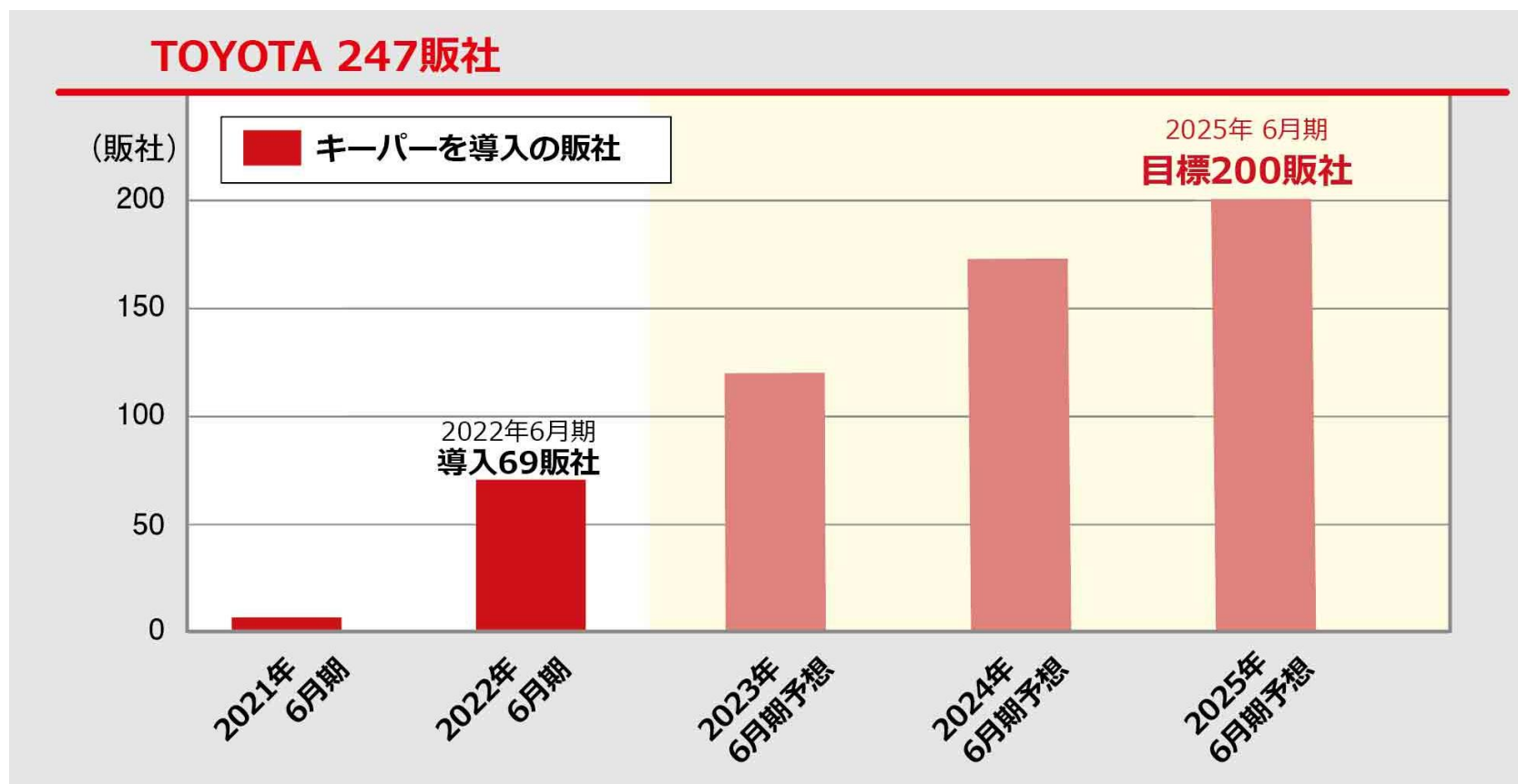
コーティングニーズの高まりと共に、アフターサービスとして顧客とのコンタクト機会が継続しやすく、リピート率の高い商材として、中古車販売店、カーショップ、自動車整備業、板金業などあらゆる自動車関連企業が、コーティングを注目しております。

全国で約32,000社が構成するこれらの業界は、キーパーの導入は、現時点でほぼ手付かずの状態ですが、既にKeePerを導入し、コーティング収益を大幅に向上させた店舗もあり、確かな手応えを感じます。「車をキレイにする」ビジネスの拡大の為に、新しいマーケットをKeePerコーティングで切り開いていきます。



トヨタ販売会社の導入は、一社一社時間は掛かるが、手応えは十分

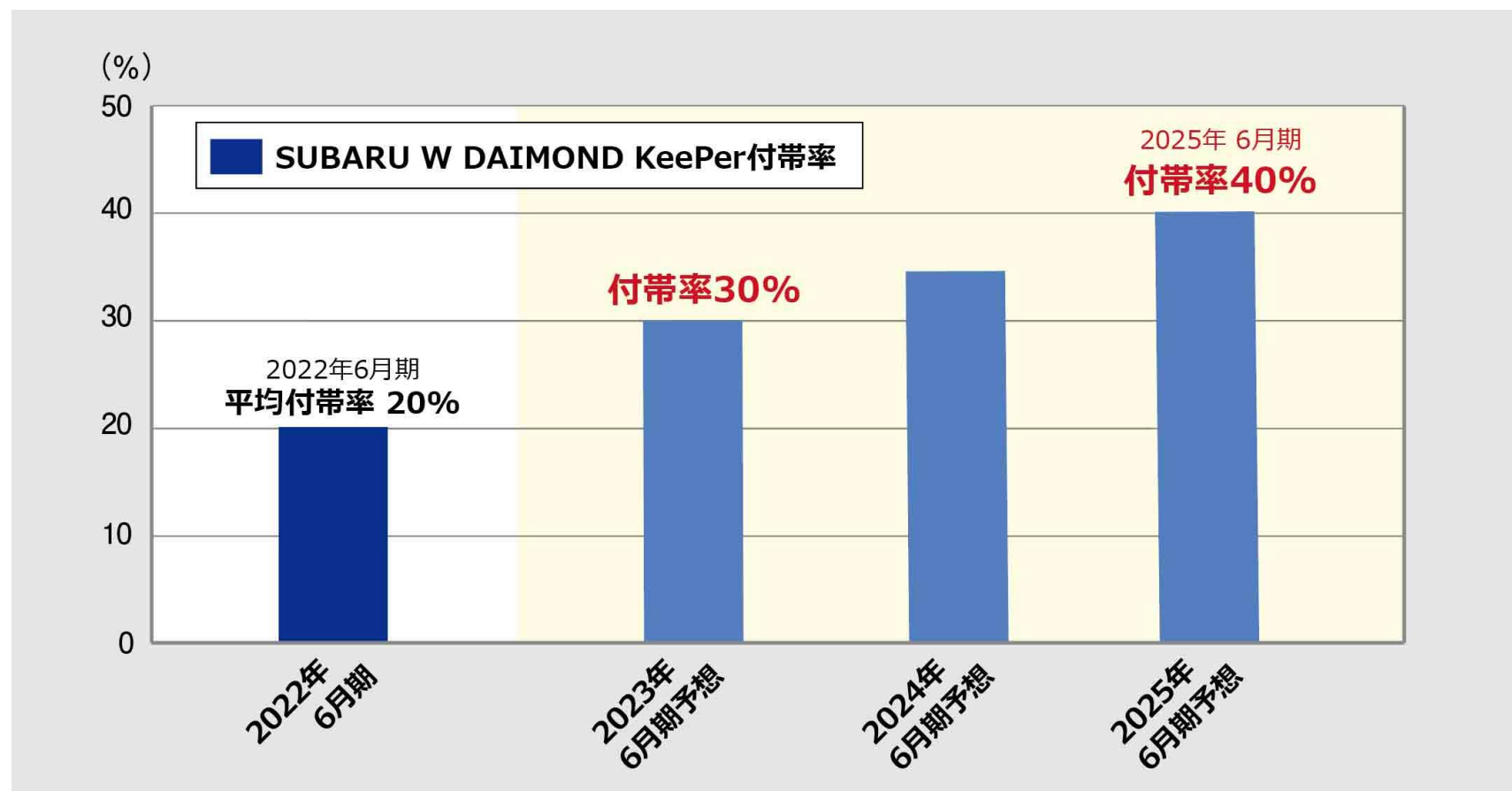
2022年6月末までの導入状況は、トヨタ関連の販売会社247社中、69社が、販売が開始、もしくは実際の導入が確定しております。なので2023年度中には、導入シェアを約50%にあたる120社まで持っていきと共に、KeePerの一番の得意分野でもある、導入店舗の成功に導く為にも、現場と一体となった技術営業の徹底を行っていきます



そして、2025年度には、200社導入とともに売上20億円を目指します。

スバル純正コーティング「SUBARU WDIAMOND KeePer」

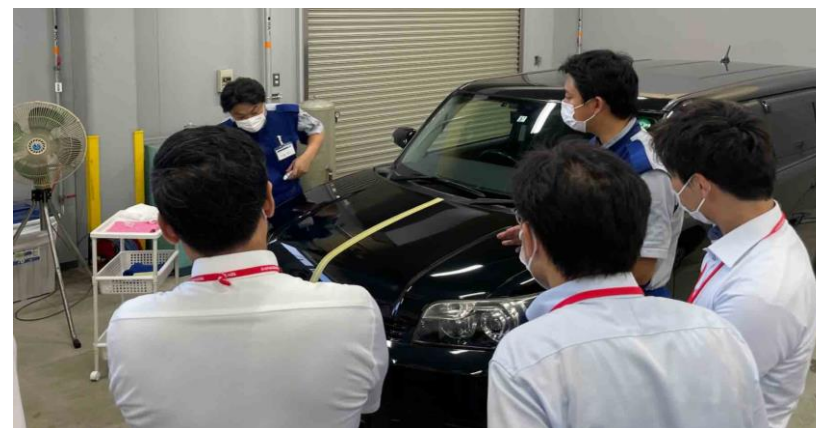
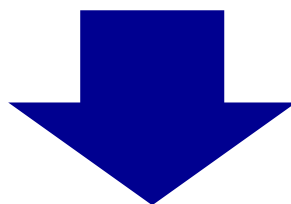
『SUBARU WDIAMOND KeePer』は、2020年6月期に純正採用された、発売当初こそ5%の付帯率でしたが、コーティング付帯率が1年を通して約20%まで上昇してきました。今後はさらにスバルユーザーへのニーズにこたえて、コーティングラインナップ数を拡大させ、付帯率の上昇を目指します。



そして、2025年度には、付帯率40%を目指し活動してまいります。

トヨタ・スバル以外の新車自動車メーカーへの新規開拓

トヨタ・スバル以外の新車自動車メーカーへの営業も引き続き活動しており、KeePerの新車マーケット拡大に向け強力に進めてまいります。新車用として、EXキーパーやダイヤモンドキーパーシリーズを始め、U-CARや既販車のコーティングとして、ダイヤモンドキーパー磨かないコーティングに興味を持たれており、新車・経年車向けのコーティングとして、ダイヤモンドキーパーとクリスタルキーパーを軸に、KeePerコーティングをラインナップ拡大の活動を続けます。



自動車メーカー



自動車コーティングの技術を応用し、非自動車産業へ展開

モバイル用コーティングを皮切りに、看板へのコーティング、家中の水回りへのコーティングなど、物を「キレイに」「大切に長く使う」事は、SDGsの観点からいっても大きな需要があります。自動車コーティングの技術を応用し、非自動車産業へ展開も積極的に広がっていきます。

更に、拡大するKeePer

モーターサイクル業界に続いて、2022年6月には、トレック・ジャパン株式会社より、自転車にコーティングをする新しい付加価値サービスとして、KeePerコーティングが導入されました。今後はさらに陶器メーカー、家電販売業界、船舶、看板業界にも進出し始めており、KeePer製品の、販路の拡大への路線を着実に進めております。



海外事業については、

海外事業については、新型コロナウイルス感染拡大もあり、活動がストップしておりましたが、今期より活動を再開いたします。しかし、あくまでも日本市場が優先事項であり、積極的に海外に行って活動する訳ではなく、日本のキーパープロショップと同じように、日本国内での研修をおこない、KeePerの技術を自国に持ち帰って、キーパープロショップとして展開をしていきます。その活動方法も既に、香港や台湾の地元有力企業がおこなっており、十分な収益を上げております。着実に進めてまいります。



新しいマーケットの開拓（女性顧客）

約2年前の2020年2月に販売を開始した「EXキーパー」は、今まで見た事もない透明感を持った極上の「ツヤ」の最高級コーティングとして市場に広がりました。そして、副産物として「雨が降ったら、汚れが雨と一緒に流れてしまう。」そんな特性が強くなり、それがEXキーパーの表面の分子構造に起因していることが判り、それを従来からのダイヤモンドキーパーの表面に付加した「ECOダイヤモンドキーパー」として2022年2月にデビューさせました。そして、「洗車の回数が激減して楽になる。」の特性が、男性だけではなく、女性ドライバーにも受け入れられて、コーティング買われる女性比率が15%→35%まで向上しました。しかし、ECOダイヤは価格が7~9万円であり、コーティングの類としても高い価格設定になっていたため、女性ドライバーに広がるというまでは行きませんでした。そこで、色々アンケートを取って見たりして、多くの女性に聞くと、いくら「キレイになって楽になる」というメリットを得られたとしても、「車」というものに費用をかけられるとしたら、2万円台という意識でした。なので、Keeperのベストセラーである1年耐久クリスタルキーパーに、「雨が降れば、まるで洗車をしたようにキレイになって、楽になる。」をメリットとして付加して、何とか2万円台に費用を抑えることが出来れば、多くの普通の女性が受け入れられるサービスになると考えられたのがECO+クリスタルキーパー、略称「【仮称】ECOクリスタル」です。

クリスタルキーパーの「メンテナンス無しの1年耐久」という気軽さと、「年に一度の愛車へのプレゼント」というコンセプトでベストセラーの実績。そして、5月26日に放映されたカンブリア宮殿でも、クリスタルキーパーが大きく取り上げられており、これに「【仮称】ECOクリスタル」の「雨が降れば、まるで洗車をしたようにキレイになって、楽になる。」が加わり「【仮称】ECOクリスタル」のコンセプトが実現できれば今度こそ、女性客や軽自動車ユーザーなどに、魅力を感じていただける商品になるかもしれません。

キーパーラボでは全国一斉に8月20日より発売を開始し、キーパープロショップやキーパー施工店においても、順次発売を開始いたします。新たに加わるまったく新しいコンセプトと共に、新たなマーケットを切り開いていきます。

SS サイズ	¥27,400
S サイズ	¥29,500
M サイズ	¥31,800
L サイズ	¥33,900
LL サイズ	¥38,400
XL サイズ	¥42,900

株主還元

- ・ 企業体質の強化と将来の事業展開のために内部留保の充実を図るとともに、業績に応じた配当を継続して行うことが基本方針です。
- ・ 内部留保資金については、業容の拡大に向けた財務体質の強化に活用し、株主への長期的な配当水準の維持向上に努めます。
- ・ 上記方針のもと、株主への利益還元重視の姿勢を明確にすべく、中期的に配当性向30%を目標といたします。

	2022年6月期	2023年6月期（予想）
配当金	31円	40円
配当性向	27.3%	28.7%

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



サステイナビリティの取り組み

環境への取り組み

KeePerブランド製品は「塗装面改善の理論」の元に、ノークレームの前提条件である塗装を変質させないことを実現。また、KeePerのケミカルは、徹底したエコロジー重視で、すべて環境に影響のない無機質や生分解性の高い原料を使用しており、環境に優しく、人に優しい製品です。



特許証・第三者機関結果



「雨が降ったらまるで洗車をしたようにキレイになるので
お手入れがすごくラクになります」



【仮称】ECOクリスタルキーパー

雨が降れば、車がキレイになる



洗車回数激減

たとえば、洗車回数が月3回から1回になった場合、

洗車の回数 → 月3回→月1回

洗車場までの往復+洗車時間 → 月3回で約180分→月1回で約60分

1台あたり、年間約24時間の削減が可能です。

雨が降らない日が続く等、天候や使用環境によって汚れが付着する場合がありますが、ほとんどの場合、水洗いだけで簡単に汚れを落とすことができます。

洗車回数激減



SDGsに貢献できる



たとえば、洗車回数が月3回から1回になった場合、

洗車の回数 → 月3回→月1回

洗車に必要な水の量 → 月3回で約150ℓ→月1回で約50ℓ

1台あたり、年間約1,200ℓの節水が可能です。

SDGsの「目標6. すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する」に貢献することができます。