



Keeper技研 2031年6月期 中期経営計画

—東証プライム・名証プレミア— 6036

2026年3月19日

1. 中長期ビジョン	P.3	4. 事業セグメント別戦略	P.27
<ul style="list-style-type: none">・ 企業ビジョン・ 自動車産業の大きな変化・ 2031年6月期に目指す姿・ 独自の企業文化・ マテリアリティの設定と取組み		<ul style="list-style-type: none">・ キーパーLABO運営事業・ キーパー製品等関連事業	
2. 前中期経営計画の振り返り	P.9	5. 成長基盤づくり	P.37
<ul style="list-style-type: none">・ 前中計の経営指標と実績の振り返り・ 前中計の非財務指標と実績の振り返り・ 事業セグメント別総括・ 成果と成長課題の総括・ 当社の強みと競争優位性		<ul style="list-style-type: none">・ 人財戦略・ サステナビリティ推進・ ガバナンス・ DXの推進	
3. 2026～31年6月期 中期経営計画	P.19		
<ul style="list-style-type: none">・ 新中期経営計画の位置づけ・ 新中計全体像 基本方針と全体目標・ 成長戦略の骨子・ 2031年6月期の事業ポートフォリオ・ 投資計画・ 株主還元方針・ 数値計画			

1. 中長期ビジョン

当社は創業以来、実現したい社会・あるべき姿を掲げ、独自のキーパーコーティングの商品とサービスを研鑽してきた

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こと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。



自動車産業では、世界市場・国内市場の両方で大きな変化が着実に起きている

世界市場の潮流

CASE + CAST

- CASE：通信機能、自動運転、シェア&サービス、電動化の潮流が着実に進展
- あわせて、CAST：中国の勢力拡大、生成AIの応用、SDV(Software Defined Vehicle)、米国関税政策によって、大きな変革をもたらす

自動車販売

- 2027年世界販売ピーク
- EV化のペースは減速

- 2027年に世界の自動車販売台数がピークに到達
- その後は、緩やかに減少トレンド
- 長期トレンドは変わらずも、EV普及は減速
- PHEVが成長を牽引

2040年 エンジン搭載車は 半分以上残る

- EV化のペースダウンにより、エンジン搭載車は残る
- 世界で最も速くEV化が進む中国・欧州においてもEV比率は55%程度の予測

日本市場の動向（自動車アフターマーケット中心）

特定整備制度 OBD車検の義務化 (ITスキル必要に)

- 従来の分解整備に電子制御装置の整備が追加
- 事業所の認証が必要
- OBD車検（車載式故障診断装置を活用した検査）が義務化

ガソリンスタンド漸減

- 全国のSS数が漸次減少
- 給油だけでなく、利便性と付加価値を兼ね備えたサービス拠点が必要に

所有から利用へ ニーズの多様化

- カーリース、カーシェアリングが一般化
- 車輛構造の複雑化による「お任せ」「持込み」需要が増加
- カーユーザーのニーズは多様化

自動車産業で起きている構造変化に適応し、独自の強みを研鑽し、新たな付加価値の創造に積極的に取り組む利益ある持続的な事業成長と革新により、企業価値向上を果たす

キーパーコーティングの 新たな付加価値の創造

利益ある持続的な
事業成長と革新

売上高 **470億円**

2025/6期→2031/6期
CAGR12.5%

営業利益 **161億円**
(率) (34.2%)

2025/6期→2031/6期
CAGR14.6%

高い資本効率
の持続

ROE **30%以上**

自動車産業の構造変化への適応力 洗車・コーティング市場のリーディングカンパニー

キーパーLABO運営事業

キーパー製品等関連事業

ビジネスモデルの変革

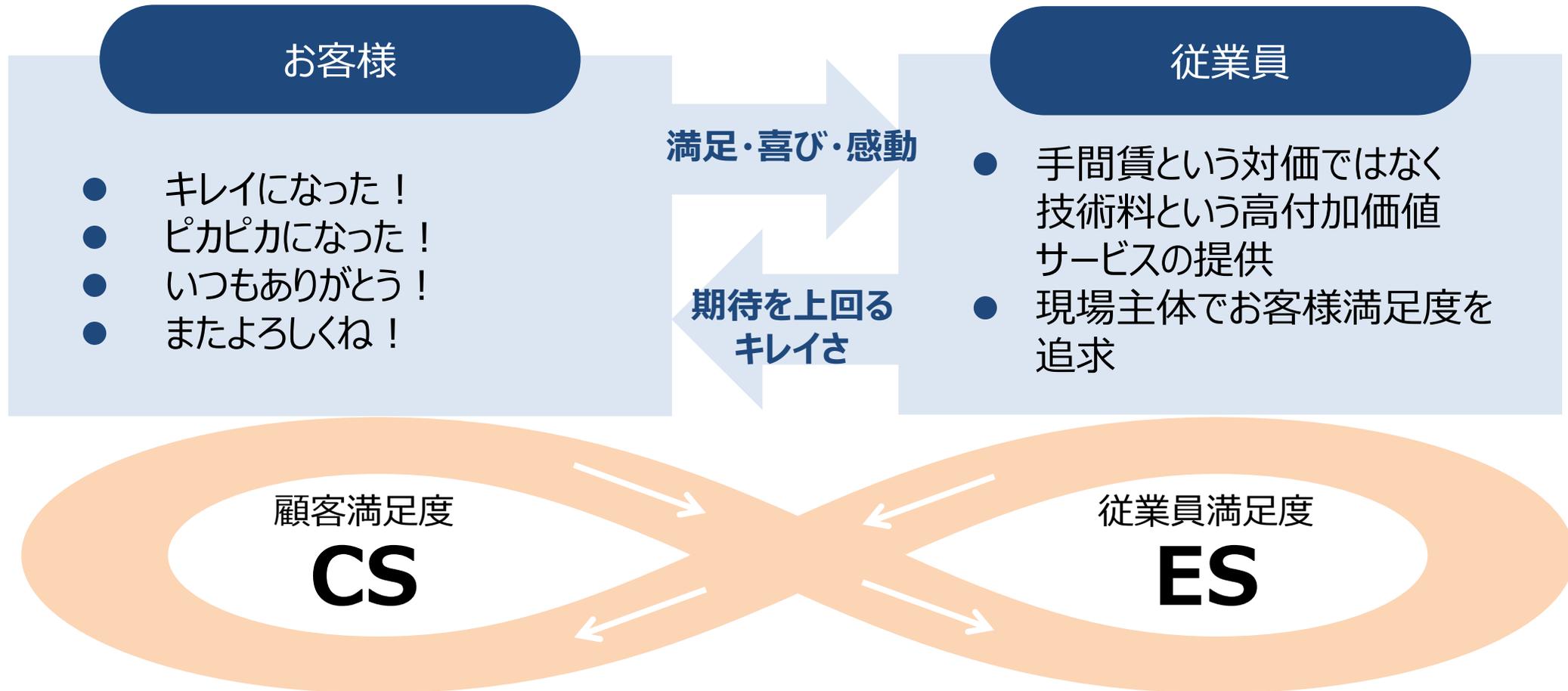
新たな事業開発

新たな市場開拓

当社の強み・競争優位性の源泉

高品質のキーパーコーティング技術と人財
圧倒的なブランド力

当社は創業以来、お客様満足度（CS）と従業員満足度（ES）の同時実現を目指して、高品質なサービスを提供
このサービス・プロフィット・チェーンモデルこそ、市場において独自性を生み出している原動力・原点

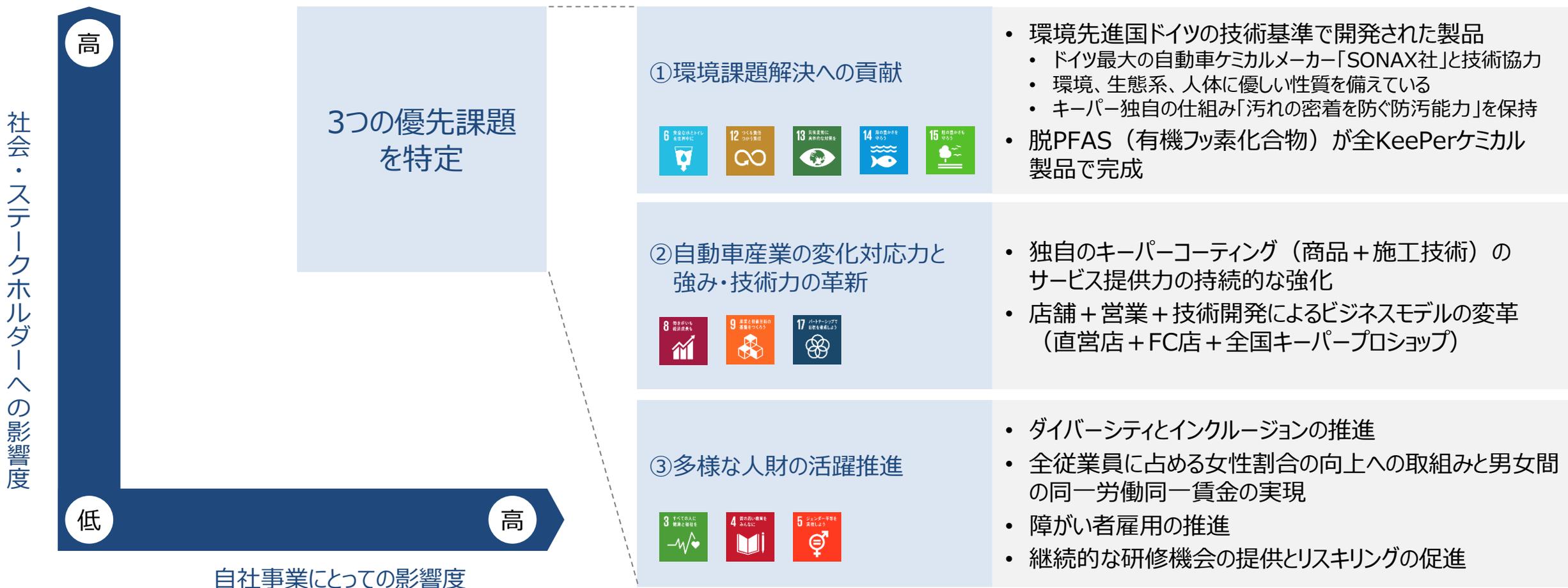


洗車・カーコーティング市場において**サービス・プロフィット・チェーンモデル**を確立

社会・ステークホルダーへの影響度と自社事業にとっての影響度の2軸で、マテリアリティ（重要課題）を設定
3つの優先課題に対して取組みを推進

マテリアリティ・マトリクスによる評価

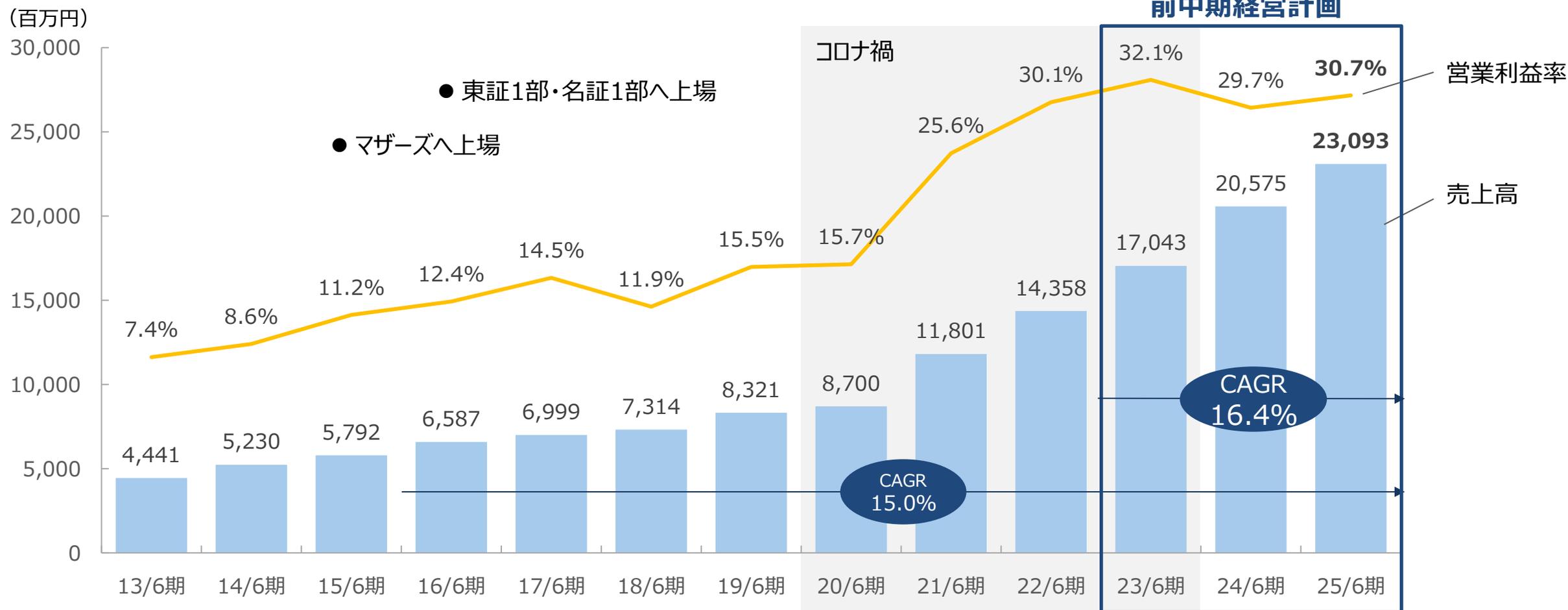
マテリアリティの特定と取組み方針



2. 前中期経営計画の振り返り

2015年の東証マザーズ上場以来、10年間で売上高は年平均成長率15%で成長、営業利益率30%超の高収益体質へ
前中期経営計画はコロナ禍後期に策定し、全社従業員で実行

上場以来の業績推移と前中期経営計画の範囲



高収益性を維持しながら事業成長を実現したものの、前中計目標値は未達
キーパーLABO運営事業の成長加速が課題

		前中計 目標	2025/6期 実績	計画差異
収益性・ 収益力	売上高	252億円	231億円	▲21億円
	・ キーパーLABO運営事業	144億円	127億円	▲17億円
	・ キーパー製品等関連事業	108億円	104億円	▲4億円
	売上総利益* (売上総利益率)	206億円 (81.7%)	188億円 (81.6%)	▲18億円 (▲0.1%)
	・ キーパーLABO運営事業	129億円	121億円	▲8億円
	・ キーパー製品等関連事業	77億円	67億円	▲10億円
	営業利益 (営業利益率)	79.7億円 (31.7%)	71億円 (30.7%)	▲8.7億円 (▲1.0%)
資本効率	ROE		30.1%	
財務健全性	有利子負債/EBITDA 自己資本比率		0.23倍 72.7%	

成果と課題

成果

- 計画未達も、高収益性を維持した事業成長を実現
(売上総利益率・営業利益率とも維持)

課題

- キーパーLABO運営事業の成長加速
(計画達成率88%)
= 直営店+FC店の出店拡大

- 資本効率、財務健全性は継続維持

*2025/6期下期より、LABO運営事業の経費計上ルールを変更。販管費に計上していた一部人件費、減価償却費、賃借料、光熱費を売上原価に計上
本頁の前中計の振り返りにおいては、正確な計画差異をレビューするため、旧基準で比較

キーパーLABO運営事業の成長加速には、新規店舗開発が重点課題
 キーパー製品等関連事業の重点課題は、新車ディーラー向け事業（新車マーケット）の着実な育成と認識

		前中計 目標	2025/6期 実績	計画差異
キーパーLABO 運営事業	売上高	144億円	127億円	▲17億円
	・ 店舗数	152店	136店	▲16店
	・ 店舗当たり売上高	9,473万円	9,332万円	▲141万円
	・ 来店台数	860,928台	747,851台	▲113,077台
	・ 店舗当たり来店台数	5,664台	5,499台	▲165台
	・ 単価（来店台数当たり）	16,700円	17,073円	+373円
キーパー製品等 関連事業	売上高	108億円	104億円	▲4億円
	・ アフターマーケット売上高	49億円	65億円	+16億円
	・ キーパープロショップ数		6,686店	
	・ コーティング技術研修受講数		63,000人/年	
	・ 新車マーケット売上高	50億円	32億円	▲18億円

KPIレビュー

- ・ 来店台数は未達も、単価は計画以上達成によりほぼ相殺
- ・ 店舗当たり売上高もほぼ計画通り
- ・ 店舗数未達が計画差異の主要因

新規店舗開発が成長課題

- ・ SS向けアフター事業は計画達成
 - ・ プロショップ数は6,600店超へ
 - ・ 技術研修受講者数は6.3万人/年へ
- ・ 新車ディーラー向けが計画未達

新車ディーラー向け事業の着実な育成

前中計期間において、収益率は若干低下したものの、売上高・営業利益共に着実に成長
高品質サービスの提供には不可欠な技術スタッフは1,200名へ、平均単価も向上し約1.7万円/台へ

業績推移



成長戦略の振り返り

高品質コーティングサービスを提供できる技術スタッフの拡充

- 直営店、FC店をスーパーバイジングする技術スタッフは1,200名へ
- 全員がコーティング技術資格を保有

着実なサービス店舗網の構築

- 直営店136店舗（3年で42店舗増加）、FC店19店舗のサービス網を構築
- 店舗当たり売上高 約9,200万円、営業利益率 20%以上を維持

お客様基盤の拡大

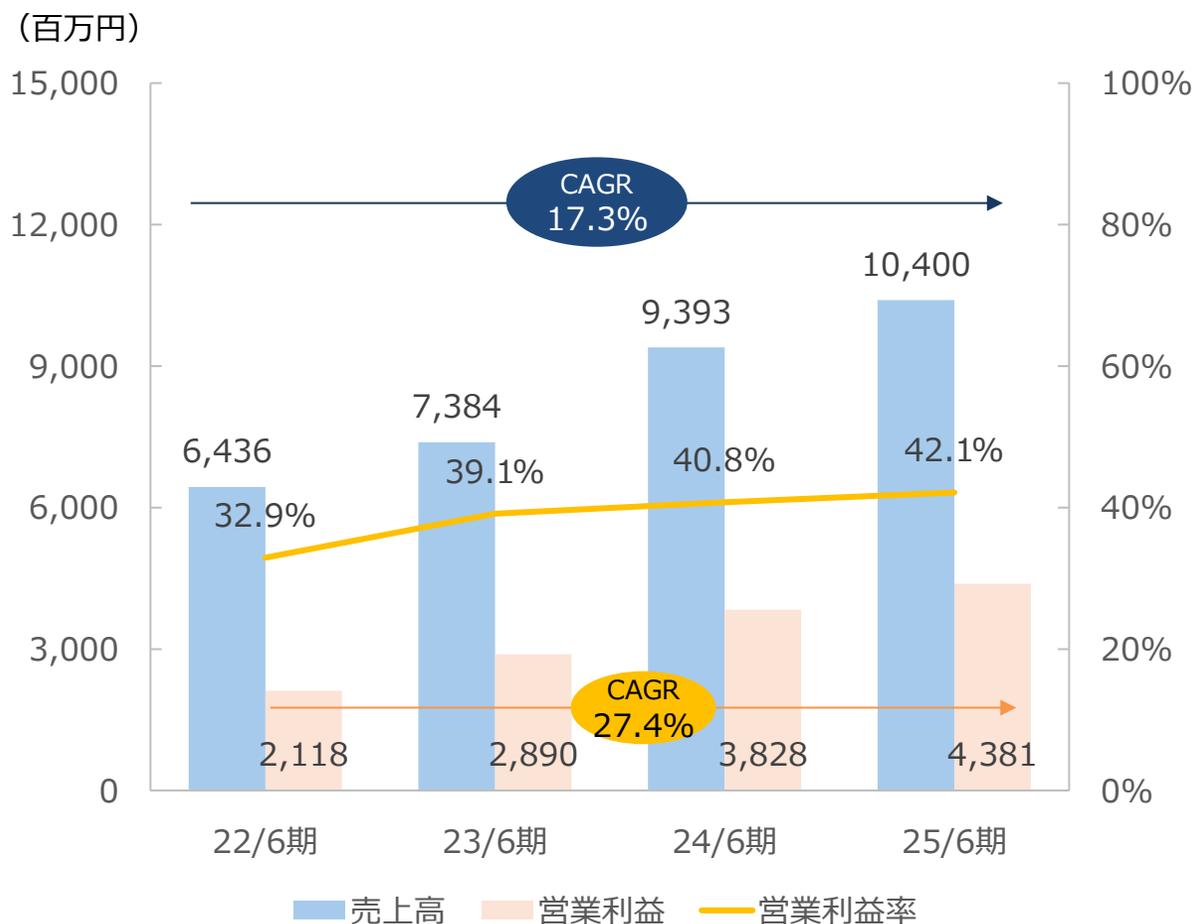
- 来店台数は747,851台/年へ拡大（3年で約20万台増加）
- 高品質サービスは、SNS・口コミで着実に拡大・ブランディングに貢献

高付加価値なサービスカの提供

- 平均単価は16,971円/台へ（3年間で約2,500円上昇）
- お客様ニーズに合わせたエントリーからフラッグシップサービスまで品揃え（フレッシュ、エコタイヤ、クリスタル、ダイヤモンド、Wタイヤ、EX+サイドメニュー）

前中計期間において、増収増益、収益性も大幅に改善を実現
技術研修受講者は6万人を超え、キーパープロショップは全国6,650店まで成長。新車ディーラー向け事業は約32億円まで育成

業績推移



成長戦略の振り返り

キーパーコーティング施工技術者育成とキーパープロショップの拡大

- 技術研修受講者数は6.3万人/年へ（3年間で1.3万人/年 増加）
- 国内SS店舗が漸次減少の中、キーパープロショップは6,650店まで拡大（3年間で367店舗増加）
- アフターマーケット事業の売上高は64.6億円へ成長（3年で約16億円増収）

Web予約システムで新たなお客様接点開発と利便性を追求

- キーパープロショップ用Web予約システムを稼働
- 利用店舗数は1707店に達する

新車ディーラー向け事業の育成

- 新車マーケット事業の売上高は31.6億円へ成長（3年間で約22億円増収）
- トヨタ、ホンダ、スバル、三菱、スズキ、メルセデス、ボルボで取扱い及び純正採用
- 本セグメントの第二の柱へ成長

新市場開拓の推進

- 強みを活かした車以外の成長領域を開発、6.4億円の事業規模へ（タッチパネル、ハウスクリーニング、ECの領域で実績積上げ中）
- 海外市場への挑戦：台湾・香港中心に24店舗出店

これまでの高収益経営を持続し、キーパーLABO運営事業とキーパー製品等関連事業の6つの成長課題を設定

成果

成長課題

キーパーLABO運営事業



増収（売上高127億円、年率17%）

- 技術スタッフ：1,200名
- 店舗数拡大+42店（直営+FC）
- 来店台数の増加+20万台
- 平均単価+2,500円

増益（営業利益27億円、年率7.2%）

- 粗利率95%
- 営業利益率21.4%

新店舗開発のスピードアップ

- 新規店舗開設体制の増強
- キーパーLABO FC店舗展開の解禁

連携

新業態・新サービスの開発

- 10年後を見通した新たな業態開発（SSとの協働）
- 高付加価値サービスの多角化

成長加速下における高品質サービスの維持

高収益な安定した事業ポートフォリオの継続実現

キーパー製品等関連事業

増収（売上高104億円、年率17.3%）

- 技術研修受講者数の増加：+1.3万人/年
- キーパープロショップ数の拡大：+367店
- アフターマーケット事業規模：+16億円
- 新車マーケット事業規模：+22億円

増益（営業利益43.8億円、年率27.4%）

- 粗利率64%
- 営業利益率42.1%

アフターマーケット事業の安定化

- キーパープロショップ・施工店における施工台数の漸減対策
- 店舗当たりコーティング売上高の拡大
- キーパープロショップのキーパーLABO FC店への業態転換

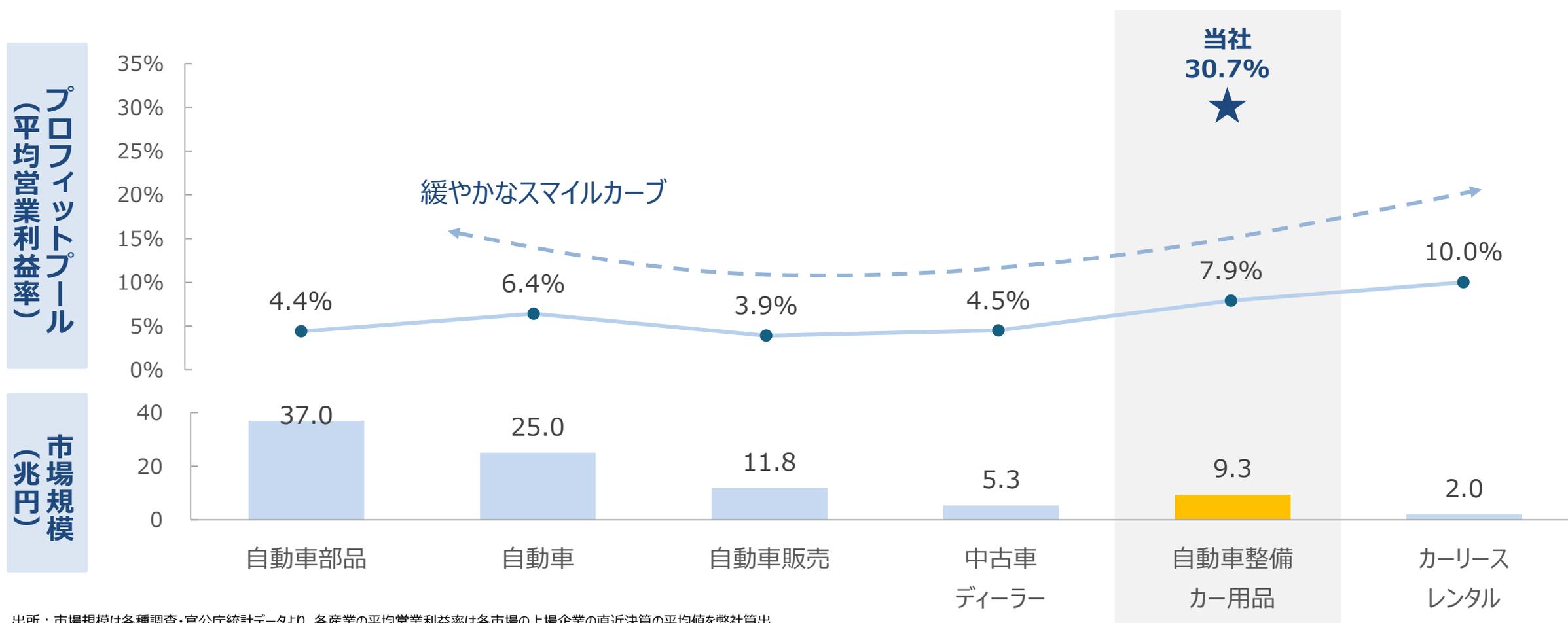
新車マーケット事業の着実な育成

- 全カーメーカーでの採用実現とコーティング付帯率の拡大

車以外のサービス事業、海外事業の育成・基盤づくり

巨大な自動車産業バリューチェーンにおいて、当社は自動車整備・カー用品市場に位置づき、圧倒的な高収益性を誇る

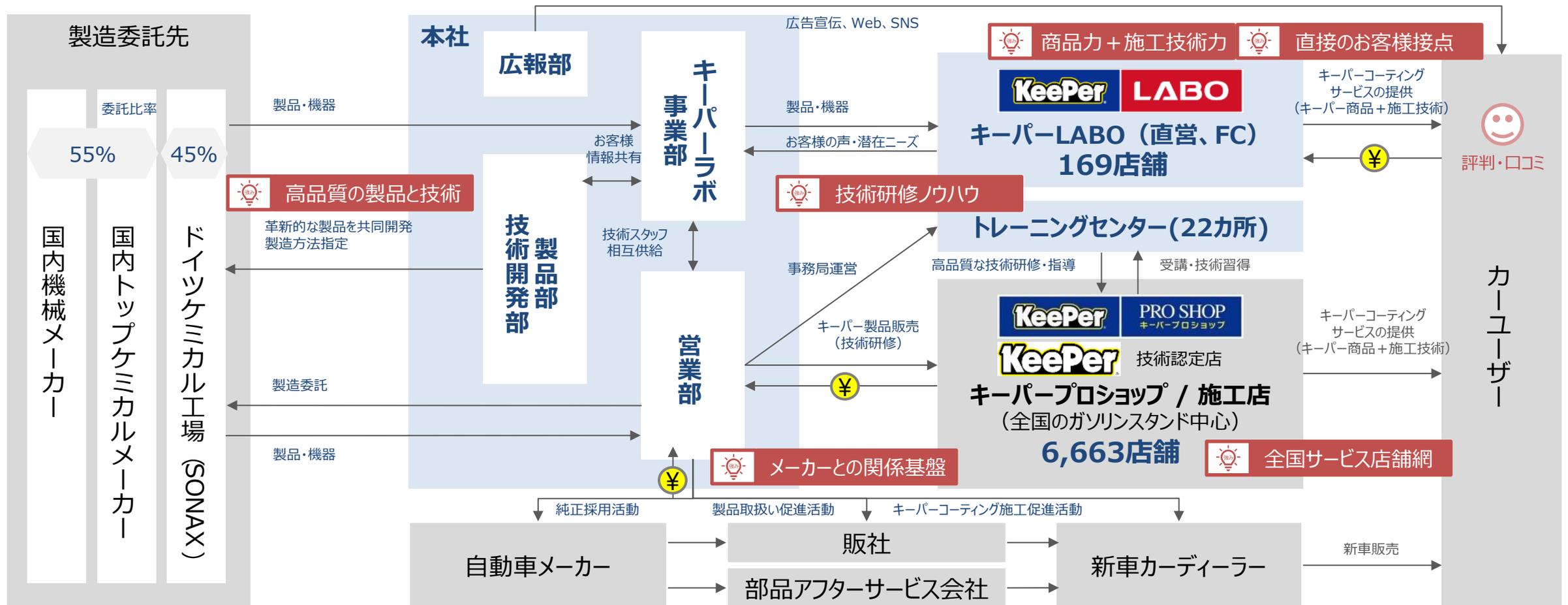
自動車産業のバリューチェーン別の市場規模とプロフィットプール



出所：市場規模は各種調査・官公庁統計データより、各産業の平均営業利益率は各市場の上場企業の直近決算の平均値を弊社算出

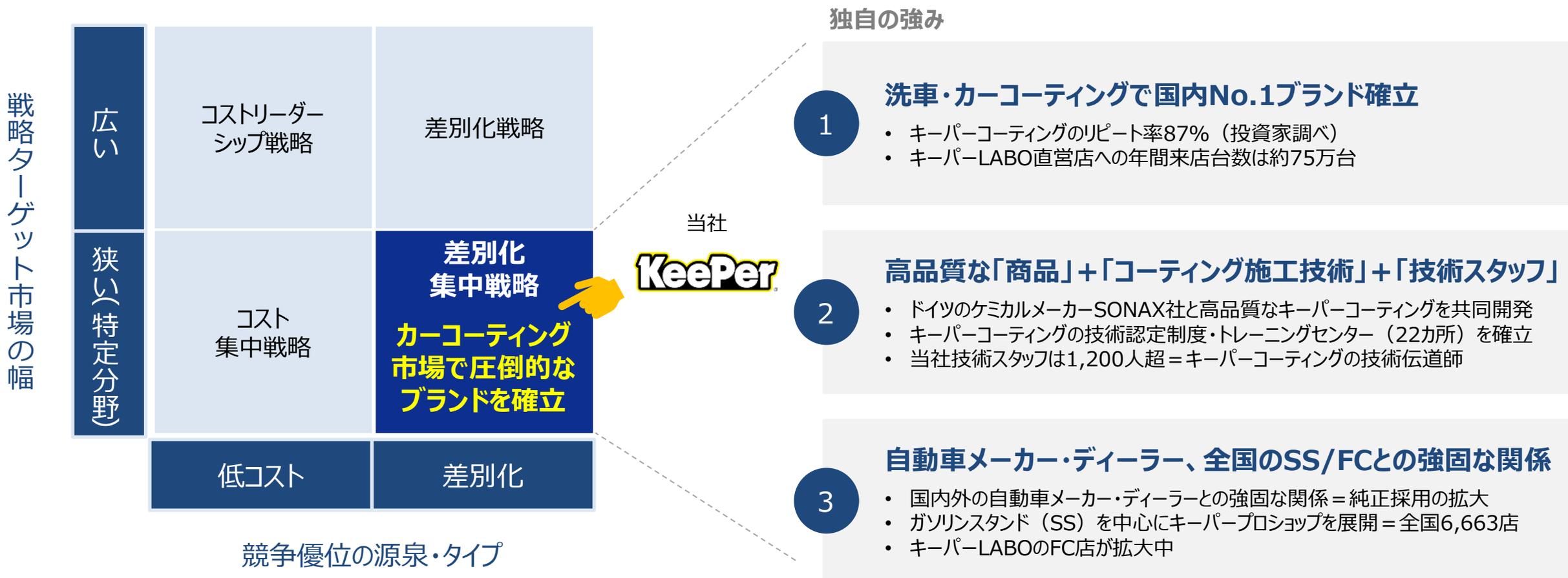
当社は、独自開発した高品質なキーパーコーティング(商品+施工技術)を、直販店舗と全国サービス店舗網を通じて提供
コーティング施工技術は、独自の研修制度により高度なサービス品質を確立しており、自動車メーカーからの評価も高い

当社のビジネスモデル



当社は巨大な自動車産業の中で、カーコーティングに特化した差別化戦略により、圧倒的なブランドを確立
お客様満足度・感動の向上に向けて、継続的に強みを磨いている

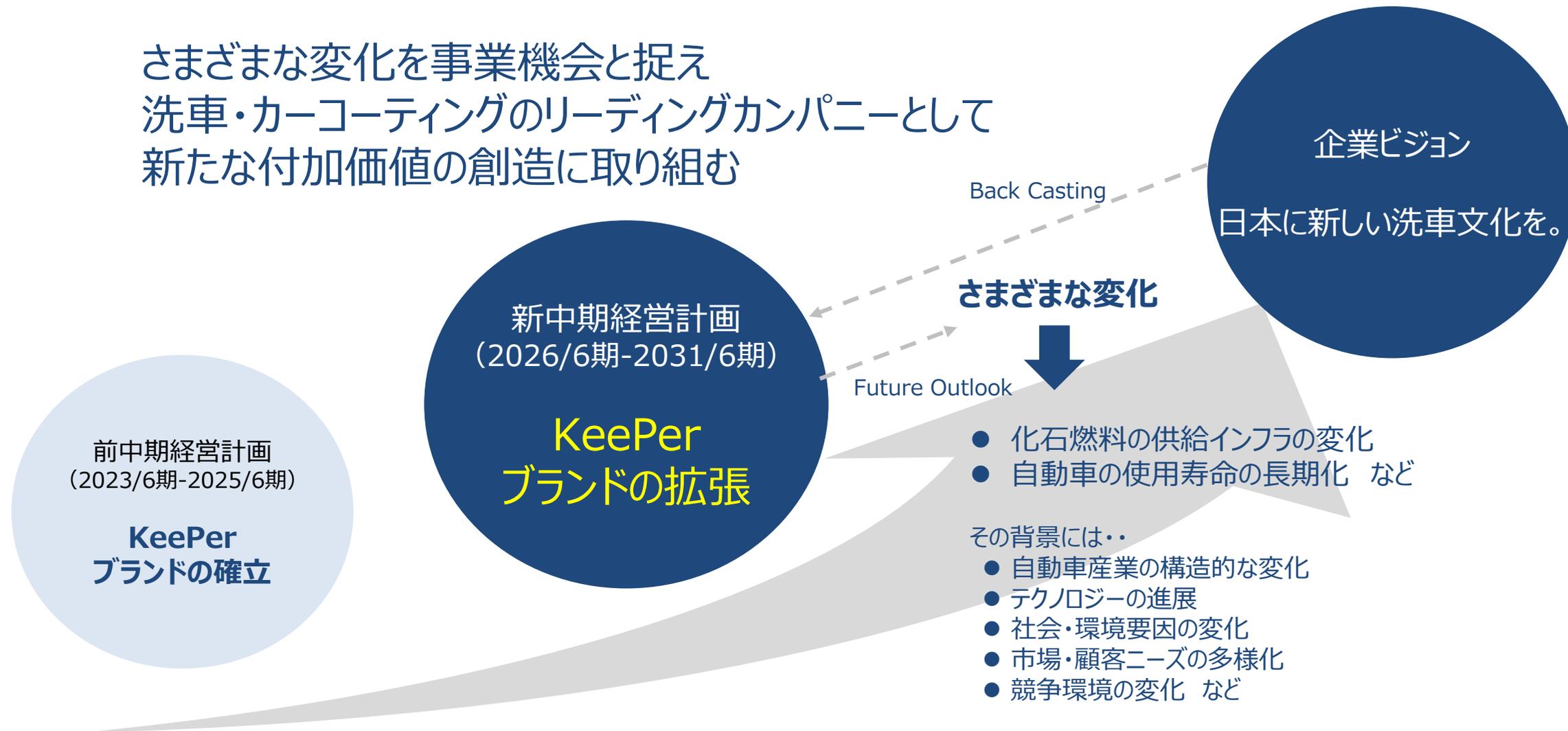
当社の競争優位性の源泉と独自の強み



3. 2031年6月期 中期経営計画

さまざまな変化を事業機会と捉え、本中計期間において、独自の強みを活かし、これまで培ってきたKeePerブランドを拡張
新たな付加価値創造に取り組む

さまざまな変化を事業機会と捉え
洗車・カーコーティングのリーディングカンパニーとして
新たな付加価値の創造に取り組む



強みの源泉であるキーパーコーティングの新たな付加価値を創造し、既存事業のビジネスモデルを革新するとともに、新たな事業と市場の育成に取り組む

経営指標 (2031/6期)

売上高 **470億円**

- LABO事業 270億円
- 製品事業 200億円

営業利益 (率) **160億円 (34.2%)**

- LABO事業 70億円
- 製品事業 90億円

EPS **406円**

ROE **30%以上**



LABO事業の成長戦略は、FC採用解禁による出店スピードの加速と、新サービスの多角化による高付加価値の両輪
製品事業は、ガソリンスタンド(SS)市場の変化を捉え、事業変革を推進するとともに新車ディーラー向け事業へのシフトを推進

経済・産業・市場要因

自動車産業・アフター市場の変化
カーユーザーの変化
など

強みの源泉

キーパーコーティング
(革新的商品と施工技術)



人口減少、高齢化の進行
温暖化、気候変動の加速
など

社会・環境要因

変化を機会
と捉える



キーパーLABO 運営事業



500店舗網の確立

FC採用解禁：直営250店 + FC250店

モビリティベース構想の推進

LABOのサービス多角化

海外拠点の創設

東南アジア中心に海外事業の基盤づくり

アフターマーケットの変革

キーパープロショップからFCへの転換の浸透

新車マーケットの拡大

自動車メーカーの純正採用と付帯率向上

強みを活かした新市場開拓

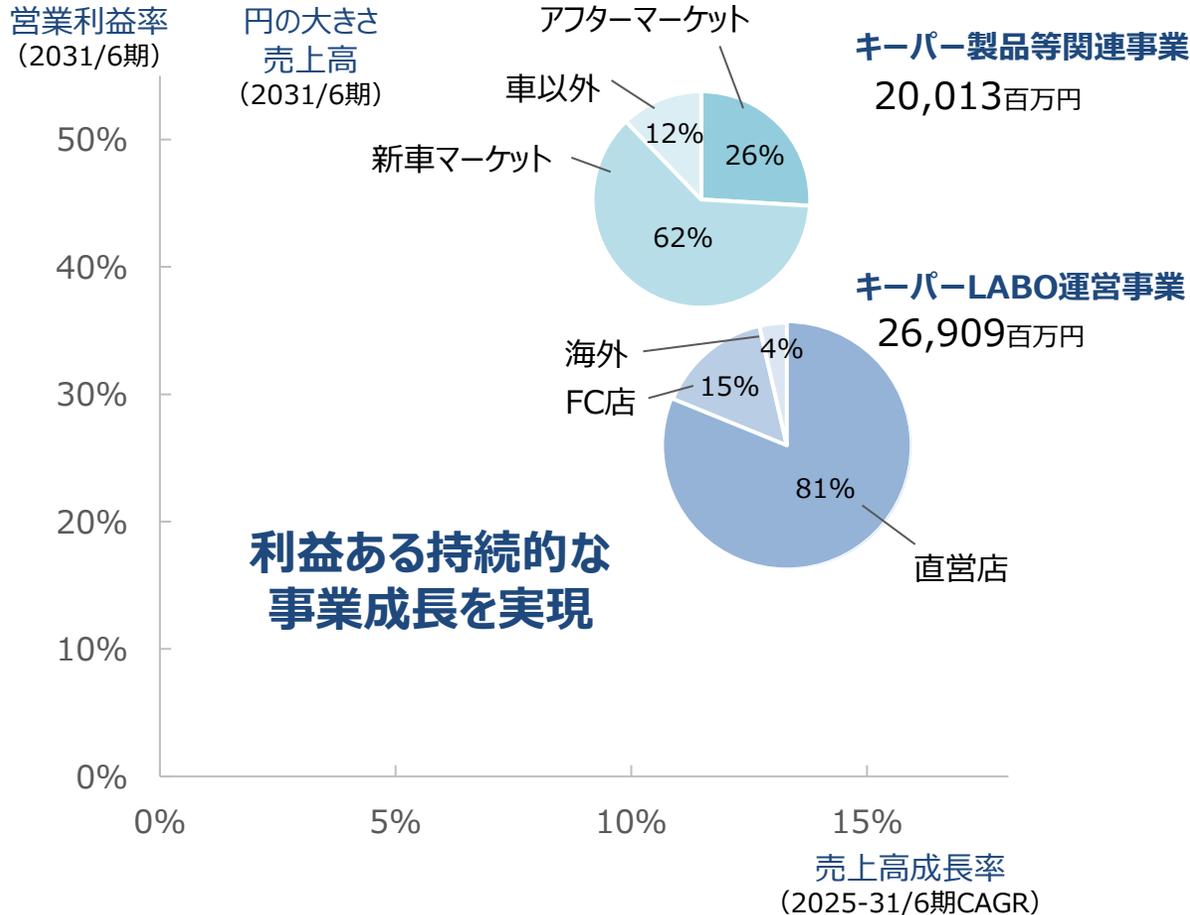
車以外への横展開（タッチパネル、住宅等）

キーパー製品等 関連事業

利益ある持続的な事業成長により、安定的な事業ポートフォリオを構築
創出した原資は、将来の種蒔きにも資源配分し、新たな収益源の創造につなげる

2031年6月期の事業ポートフォリオ（成長性 × 収益性）

各事業の位置づけ

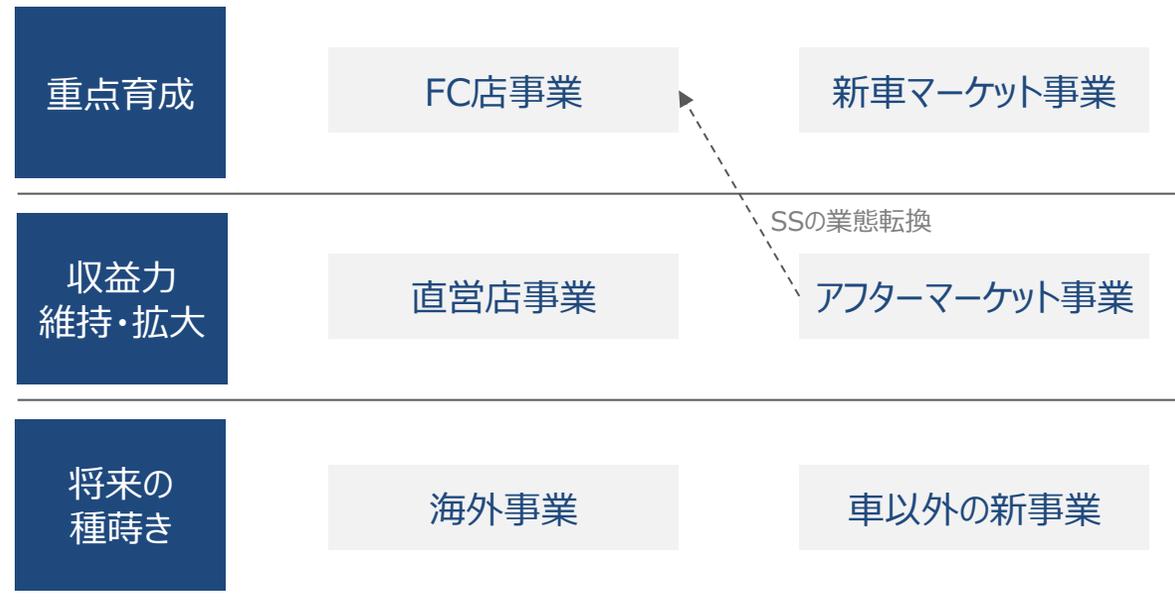


キーパーLABO運営事業

- 高品質なキーパーコーティングを直営店でサービス
- FC採用解禁で、FC展開を加速
- 海外事業をLABOへ移管

キーパー製品等関連事業

- SS中心のキーパープロショップ向けキーパー製品の販売、技術研修
- 新車ディーラー向け純正採用活動、キーパー製品の取扱い推進
- 車以外の市場開拓



投資計画は、ブランディングのための広告宣伝投資、キーパー-LABO500店舗体制の実現に向けた直営店出店投資の2本柱で計画的に実行する

マーケティング投資

誠意を持ったサービスと施工の提供を前提に、広告宣伝費は**全社売上高の3~7%の幅で計画**し、成長戦略の実現に向けたマーケティング投資を計画

店頭での圧倒的な顧客接点

- 全国6,600店超のキーパープロショップ、キーパー-LABO店舗網における店舗営業・看板によるブランディング
- 高品質サービスに対する口コミ・SNSによる企業レピュテーション向上・確立



店頭営業・Google口コミ

CM等による顧客PULLの醸成

- TVCM、Web広告、インフォマーシャルによる誠実な且つ一貫性のあるこみゅんケーションを展開
- 顧客プル = 自発的なアクションの醸成



信頼性の高いTVCMの定期放映

レース活動スポンサーシップ

- カーレースのスポンサーシップで、ブランド認知向上を図る



レース活動での認知拡大

直営店出店投資

店舗開発要員を増強し、物件開発を加速
新築物件、居ぬき物件の両方の取組みを推進する

直営店キーパー-LABOの出店スピードの加速： 2031/6期に直営店250店体制へ

- 直営店250店舗 + FC店250店 = 合計500店舗体制の確立に向けて、直営店の出店を計画的に推進する

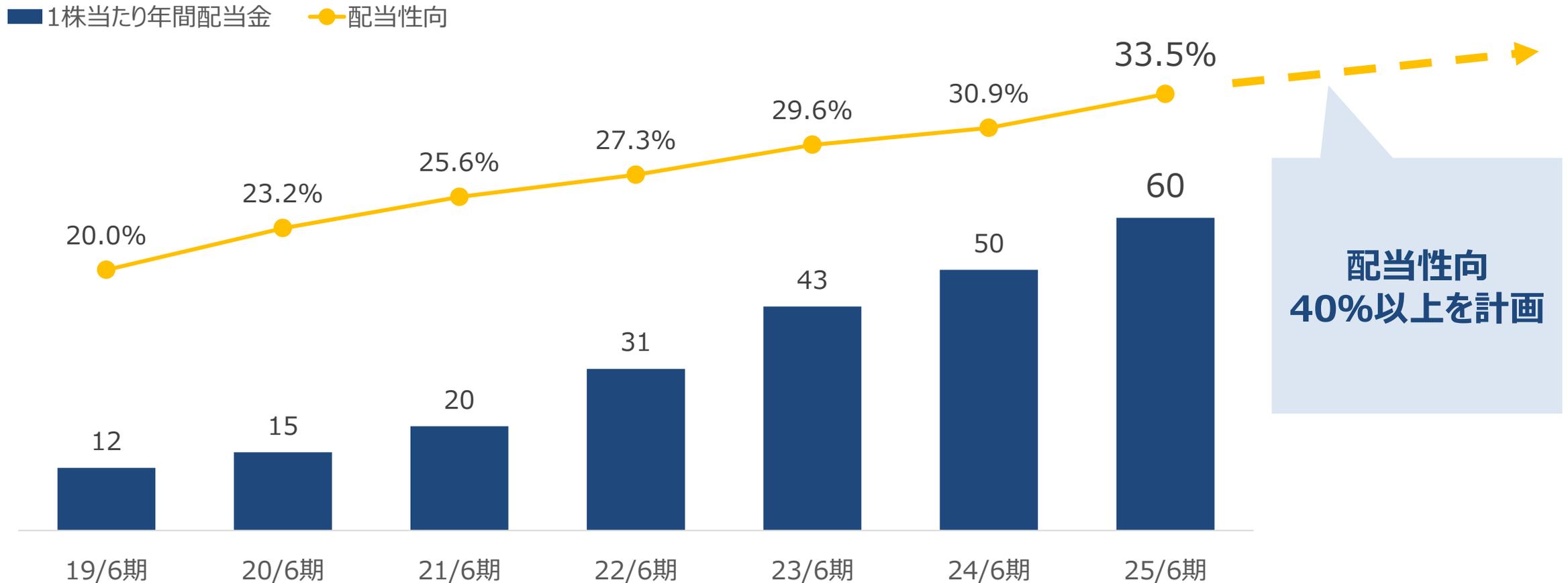
直営店建設投資： 2027/6期-2031/6期の5年間 総額約110億円を計画

- 新築か居ぬき物件により投資額は変わる
- 1年当たり約20店舗の出店を計画



配当性向33.5%から40%以上へ配当政策を更新 成長投資の状況と中期経営計画の進捗を踏まえ、株主還元を強化する

配当金（円）と配当性向（％）の推移

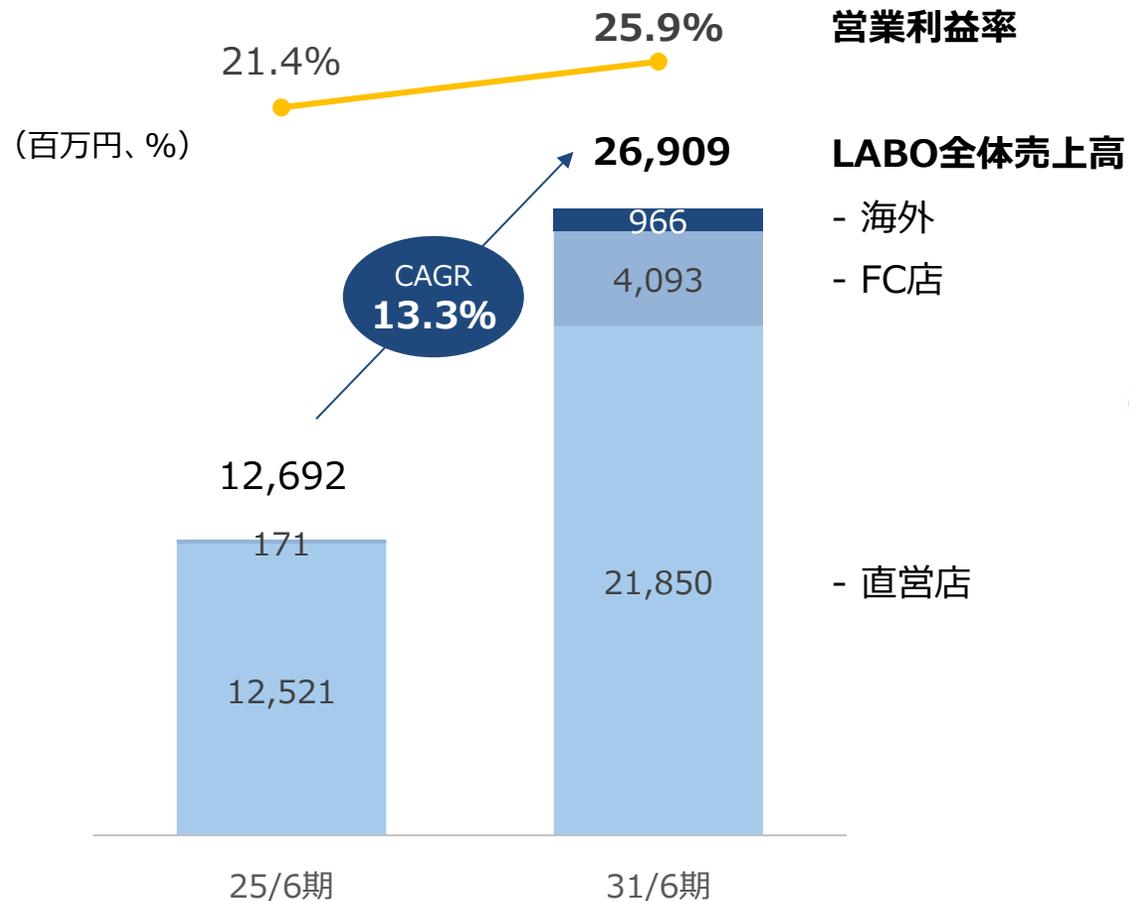


全社で売上高470億円、営業利益161億円（営業利益率 34.2%）を目指す

単位：百万円	FY06/'25 実績	FY06/31 計画	6/25→31 成長率	CAGR	説明
全社 売上高	23,092	46,922	+103%	12.5%	
LABO 売上高	12,692	26,909	+112%	13.3%	直営250店＋FC250店＋海外15店
－直営	12,521	21,850	+74%	9.7%	既存店は1店舗あたり年間92百万円の売上を設定
－FC	171	4,093	+2,293%	69.8%	初期費用＋ロイヤリティ＋ケミカル売上で構成
－海外	－	966	－	－	国内売上の70%で1店舗あたり売上を設定
製品 売上高	10,400	20,013	+92%	11.5%	今後は「アフター、新車、車以外」の3軸で売上を構成
－アフターマーケット	6,464	5,188	-20%	-3.6%	マーケットは緩やかに縮小する一方、需要は底堅い
－新車マーケット	3,156	12,389	+292%	25.6%	コーティング付帯率向上、純正採用メーカーの新規採用
－車以外	639	2,435	+281%	25.0%	タッチパネル市場、ハウスクリーニング市場、ECを軸とする
－海外	141	－	－	－	KeePer LABO運営事業へ移行
全社 営業利益	7,098	16,066	+125%	14.6%	
LABO 営業利益	2,716	7,008	+158%	17.1%	FC店の拡大により利益率は上昇見込（21.4→25.9%）
製品 営業利益	4,381	9,058	+107%	12.9%	売上に比例しない販管費が多く利益率は上昇見込（41.9→45.2%）
全社 営業利益率	30.7%	34.2%	+3.5%		
EPS	179円	406円	+126%		実効税率30.96%、2025年6月期の期末株式数にて計算

4. 事業セグメント別戦略

キーパーLABO事業は、FC採用解禁により国内500店舗網を確立するとともに、サービスの多様化と業態開発を推進
また、将来成長への種蒔きとして海外拠点を創設し、事業基盤づくりを進める



成長戦略

戦略① | 国内500店舗網の確立

- フランチャイズ（FC）採用の解禁
- 直営店の出店加速と同時に、FC加盟店の拡大を図る（なお、ブランドは統一）
- 国内 直営店250店 + FC店250店の体制へ

戦略② | モビリティベース構想の推進

- キーパーLABOにおけるサービスの多様化
第一弾：自動車の窓用に「遮熱Keeperフィルム」の販売をスタート
- 給油機能を付加した業態の展開

戦略③ | 海外拠点の創設

- 海外事業は、キーパー製品等関連事業からキーパーLABO事業へ移管
- 東南アジア中心に、将来の海外事業の基盤づくり（15店舗体制へ）

キーパーLABO直営店の出店加速と合わせて、FC店舗展開の強化により、国内500店舗網の確立を目指す

直営店舗の開設体制の増強 | 全国250店へ

- 店舗部人員を8名へ増強
- 店舗開設業務、店舗プランのパッケージ化など標準化を推進

● 業務分担と業務連携の推進

- 物件開発、契約、店舗プラン、設計図面チェック、見積精査・工事発注、現場確認、店舗準備の業務分担と連携
- 出店プロセスの標準化推進

● 設計事務所・建設会社の組織化

- 設計事務所と包括契約
- 建設会社の確保（施工能力の拡充）

● 店舗プランのパッケージ化

- 店舗フォーマットを統一
- パッケージ化することで出店スピードを加速



FC店舗展開の強化 | 全国250店へ

- フランチャイズ（FC）加盟店募集、展開を強化
- キーパーコーティング需要拡大に対応、機会損失を回避し、収益最大化

● FC採用を解禁、加盟店募集を拡大

- 直営店とブランドは統一
- 販促・集客、運営教育、送客のキーパーLABOのノウハウを提供

● 出店に伴うキーパーLABOの品質維持

- 開店前訓練
 - 3か月の直営店勤務
 - 技術だけでなくサービス業の本質と姿勢を現場で習得
- 技術資格制度
 - 1級コーティング技術資格の習得、直営店と同等の技術レベルを課す
 - 年間6万人以上を技術指導している当社の得意分野
- KeePer流接客の徹底
 - 「売らない」「勧めない」を徹底
 - お客様と共感し、信頼関係を築く独自の受注スタイルを教育
- FCビジネスに精通した協業先との連携も検討

キーパーLABOの発展業態として、新たなカーライフ拠点である「モビリティベース」を開発
カーコーティング・洗車サービスに、お客様ニーズに合致したサービスを付加

モビリティベース構想の実現を目指して



● 提供サービスの多角化

- 自動車の窓用「遮熱Keeperフィルム」
 - 日焼け止め、紫外線カット
 - 暑さ防止、赤外線のカット
- その他のカーライフ支援サービスの開発
 - ペイントリペア、ウィンドウフィルム・リペア
 - タイヤ販売
 - 車の買取・無在庫販売
 - カーリース、カーシェアリングサービス

● 洗車・コーティング × ガソリン給油機能

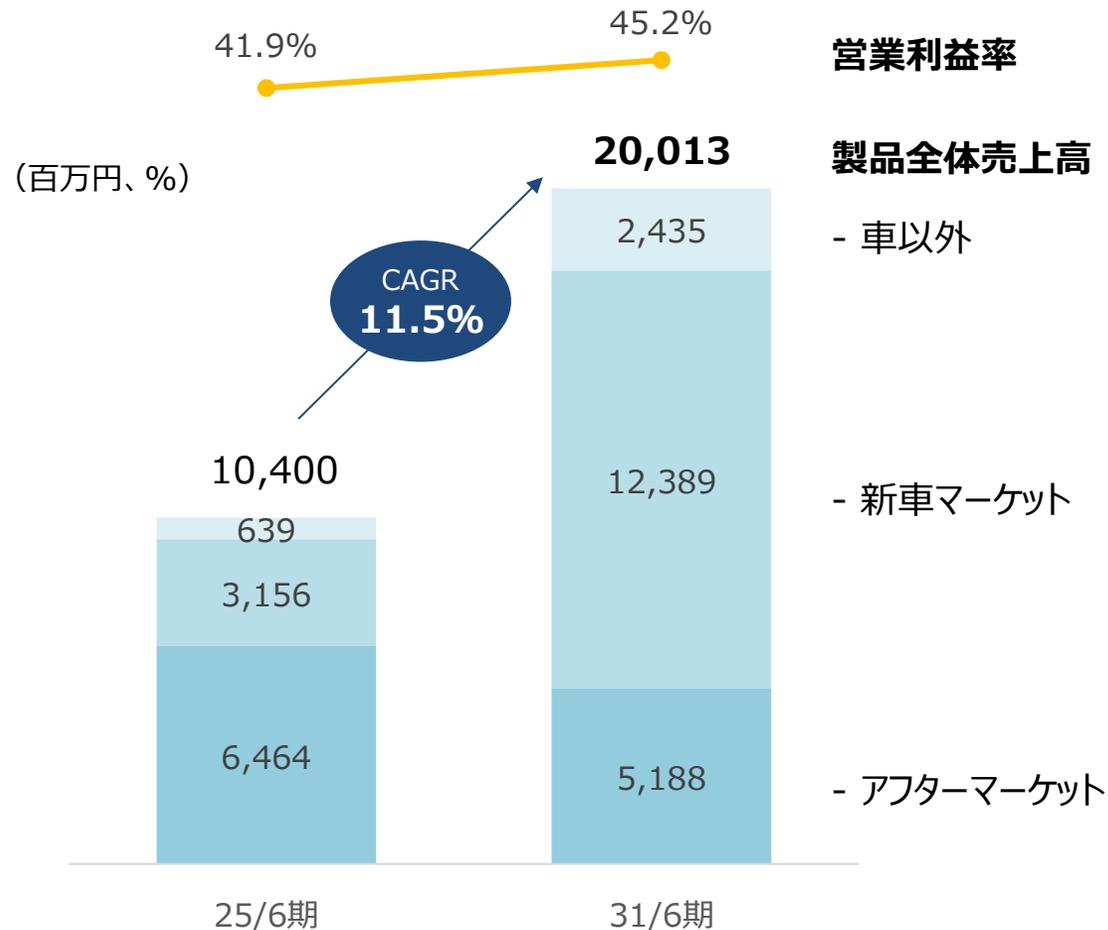
※給油機能の保持はFC店を想定

- 漸減はするが無くならないガソリン給油への対応
 - SS業態からの転換の浸透
 - 既存の給油設備のダウンサイジングで投資最小化 (マルチ計量器1基もしくは少数基)

店舗展開による売上成長に加え、FC店拡大による利益率上昇を計画

単位：百万円	FY06/'25 実績	FY06/31 計画	6/25→31 成長率	CAGR	説明
LABO 売上高	12,692	26,909	+112%	13.3%	直営250店+FC250店+海外15店
-直営：250店舗	12,521	21,850	+74%	9.7%	既存店は1店舗あたり年間92百万円の売上を設定
-FC：250店舗	171	4,093	+2,293%	69.8%	初期費用+ロイヤリティ+ケミカル売上で構成
-海外：15店舗	-	966	-	-	国内売上の70%で1店舗あたり売上を設定
売上総利益	6,521	14,621	+124%	14.4%	LABOの人件費などの販管費は売上原価に計上する方法へ変更
販管費	3,805	7,612	+100%	12.3%	特別利益の資金で土地を取得することで地代家賃減少
LABO 営業利益	2,716	7,008	+158%	17.1%	
-直営	2,601	4,409	+69%	9.2%	直営-営業利益率：20.2%
-FC	115	2,388	+1,976%	65.8%	FC-営業利益率：58.4%
-海外	0	210	-	-	海外-営業利益率：21.8%
LABO 営業利益率	21.4%	25.9%	+4.5 pt		FC店の拡大により、利益率は上昇見込

キーパー製品等関連事業は、ガソリンスタンド（SS）中心のキーパープロショップは、FC店への業態転換が浸透
新車ディーラー向け事業を育成・拡大させるとともに、車以外の新市場開拓を推進



成長戦略

戦略① | アフターマーケットの変革

- キーパープロショップからFC店への業態転換の浸透（FC向け売上高はキーパーLABO運営事業へ）
- キーパープロショップにおける店舗当たりコーティング売上高の拡大

戦略② | 新車マーケットの拡大

- 自動車メーカーの純正採用と付帯率向上
- 新車ディーラー向けBtoB営業の強化

戦略③ | 強みを活かした新市場開拓

- 高品質コーティング技術の車以外への横展開
- タッチパネル、住宅（ハウスクリーニング）領域等を重点攻略

*海外はキーパーLABO運営事業へ移行

SS中心のキーパープロショップ向け販売は、燃料需要の減少や人手不足の影響により緩やかに減少する予測
一方、カーコーティング需要は変わらず拡大するため、FC店への業態転換を浸透させることで成長を実現

キーパープロショップ向け販売戦略

- SSにおける燃料需要の漸減、SS数の減少と人手不足によりキーパーコーティングの施工台数は緩やかな減少トレンド
- 車をキレイにする需要自体は変わらず拡大

● カーコーティング需要自体は拡大

- 新車価格の上昇、車齢が年々伸長
- 車を長くキレイに乗りたい「キレイ需要」は引き続き拡大傾向

● キーパープロショップ店舗当たりコーティング売上高の拡大

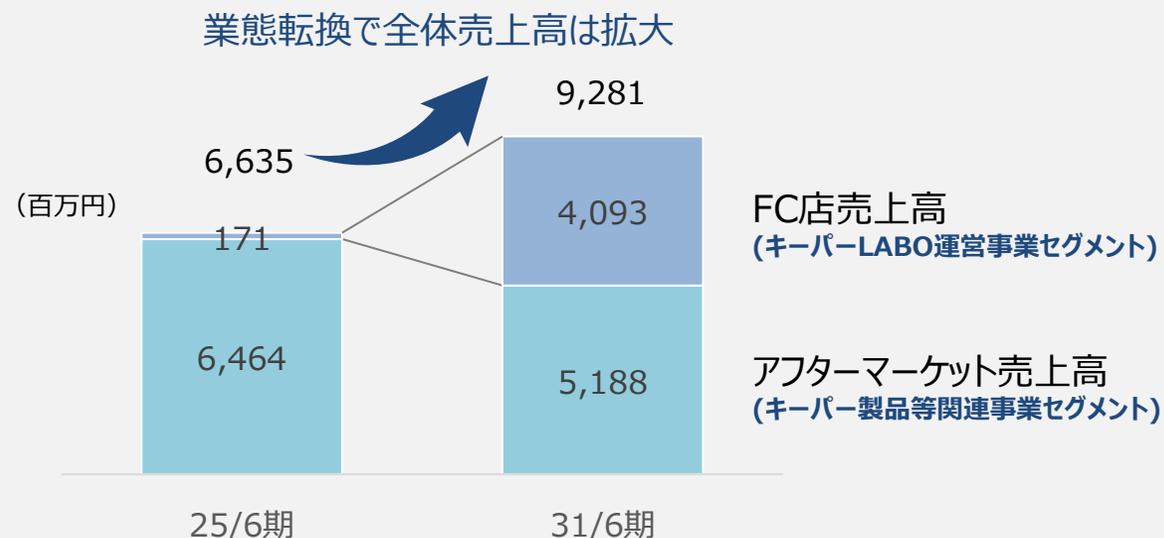
- キーパープロショップの技術力向上、高付加価値商品の需要拡大
- 店舗減少の一方で、店舗当たり売上高の拡大を見込む

キーパーLABOのFC店への業態転換の浸透

- SSにおけるキーパーコーティングの位置づけが変わる
- サービス収益のひとつではなく、コーティングと洗車の専門店「キーパーLABO」のFC店 = 本業として業態転換

● キーパーLABOのFC店への業態転換

- キーパープロショップ向け製品販売から、キーパーLABOのFC店向け売上高へ計上セグメントが変わる



全メーカー純正採用、付帯率向上の2軸で事業成長を加速させる

キーパー製品等関連事業の主力事業へシフト

- 車検・整備などのメンテナンスに加えて、カーコーティングは新車ディーラーの収益を支える重要なサービスに位置づけが変わる
- 新車時コーティングや再施工などの保有ビジネス型サービス、メンテナンスの重要性が高まる

● カーディーラー向け専用ケミカル商品の開発

- カーディーラー専用商材の開発により、より顧客ニーズに合致した提案を強化

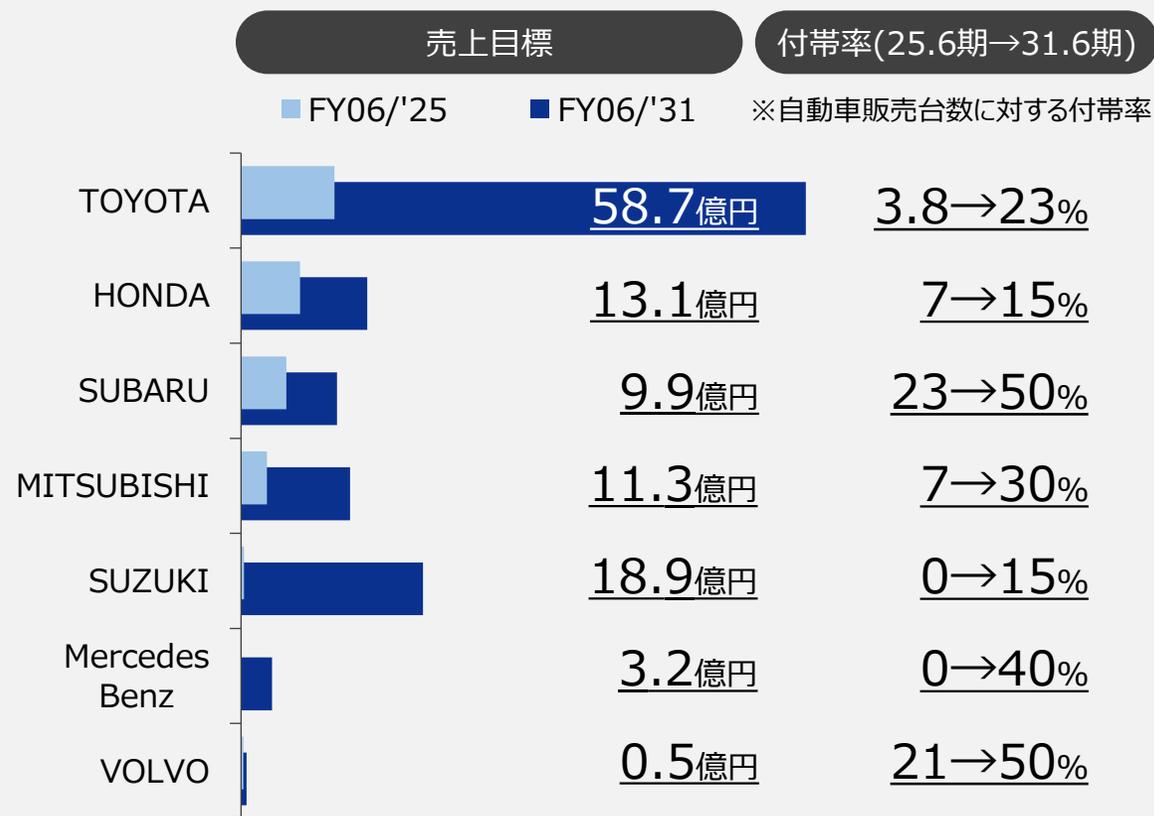
● 自動車メーカーの純正採用・取扱いの拡大

- 現時点ではトヨタ、ホンダ、スバル、三菱、スズキ、ボルボ、メルセデス・ベンツから、取扱いおよび純正採用
- 全自動車メーカーとの取引・純正採用を目指す

● 新車時のコーティング付帯率向上の働きかけ

- 長年のキーパーLABOの運営とアフターマーケットで培ったメンテナンス商品、施工技術、教育システム、サポート体制を最大限活かす
- 新車ディーラーにおける保有ビジネスへの関与拡大と貢献を進める

売上高・キーパーコーティング付帯率目標



合計123.9億円

※新車マーケットにおける上記メーカー以外の売上も含む

カーコーティングで培った製品力とブランド力を活用し、新たな成長領域として非自動車産業への用途展開を推進

タッチパネルコーティング

● タッチパネルKeePerの強み訴求

- タッチパネルKeePerの有用性は操作感触の向上と指紋がつかない
- パネルを清潔に保たれる優位性を広めていく

● スマホKeePerの強化

- タッチパネル総数においてはスマートフォンが圧倒的
- 最新の折り畳み端末では保護フィルムが貼れない構造であり、スマホKeePerの需要拡大機会

● スマホ以外の用途開発

- スマートフォン以外の、NAVI、ゲーム機器、ATM等、あらゆるタッチパネルに対する需要開拓を強化

家庭用商品開発とECサイトなどでの販売拡大

● キーパーコーティングのお客様ニーズ

- キーパープロショップ、キーパーLABOでキーパーコーティング施工を受けたお客様は、その信頼性が高い
- お客様が普段使っている「お手入れ商品」や「家庭用品」での用途展開を検討

● 店頭＋ホームセンター＋ECによるマルチチャネル販売

- ネームバリューと顧客ロイヤリティを活かしてECサイトやキーパープロショップとキーパーLABOの店頭販売を検討

ハウスクリーニング関連商品開発 協業先とのタイアップ

● 社会課題解決型の商品開発

- 現役世代の4分の3が共働き世帯、晩婚・晩産化や少子高齢化に伴う「ダブルケア」が深刻な社会課題
- 「ラクしてキレイ」という提供価値は、利便性を超え、生活を支える不可欠な要素

● ハウスクリーニング需要の捕捉

- ハウスクリーニングの需要は、自動車業界の需要に引けを取らない市場規模
- 先行する「お風呂KeePer」だけでなく、多様な顧客の潜在ニーズを発掘
- ハウスクリーニングに関連する業者・協業先とのタイアップを開発・推進
- DIYやDIFM*商品の研究と商品開発を推進

*DIFM (Do It For Me : DIYの対義語で代行してもらふスタイル)
DIYではできない、手間と時間の削減、プロの品質、利便性のメリットがあるサービスなど

新車マーケットの事業拡大が成長ドライバーであり、着実な実績の積上げを行う

単位：百万円	FY06/'25 実績	FY06/31 計画	6/25→31 成長率	CAGR	説明
製品 売上高	10,400	20,013	+92%	11.5%	今後は「アフター、新車、車以外」の3軸で売上を構成
-アフターマーケット	6,464	5,188	-20%	-3.6%	マーケットは緩やかに縮小する一方、需要は底堅い
-新車マーケット	3,156	12,389	+292%	25.6%	コーティング付帯率向上、純正採用メーカーの新規採用
-車以外	639	2,435	+281%	25.0%	タッチパネル市場、ハウスクリーニング市場、ECに重点展開
-海外	141	—	—	—	KeePer LABO運営事業へ移行
製品 営業利益	4,381	9,058	+107%	12.9%	
製品 営業利益率	41.9%	45.2%	+3.3pt		売上に比例しない販管費が多く、利益率は上昇見込

5. 成長基盤づくり

当社の強みである技術スタッフ等の人財育成は、高品質なトレーニングだけでなく、属人化に陥らないための仕組み化を推進
また、成長領域でイニシアティブを発揮するリーダーシップ開発も強化

人時生産性マネジメントと技術スタッフ育成

● 適切な人時生産性の管理



出所：キーパー-LABO全店の人時生産性

● 技術スタッフ採用と教育の徹底

- 当社教育体系は「技術」「接客」「店舗運営」の3カテゴリで、スキルトレーニングステップ（10段階）を体系化
- 直営店であるキーパー-LABOはもちろん、今後拡大を計画するFC店においても、高品質サービスが提供できる教育を徹底

専門人材の育成強化

● FCビジネス専門人材

- 直営店の拡大と合わせて、FC加盟店の拡大がキーパー-LABOの成長ドライバー
- 外部協業先との連携も含め、人材育成の仕組み化を図る
- FCビジネスのノウハウ蓄積と専門人材育成を計画的に実施

● 新車マーケット拡大に向けたBtoB営業の強化

- 自動車メーカーに対する純正採用活動や新車ディーラーに対する商品取り扱いの働きかけなど、法人営業を強化
- BtoB営業プロセスの標準化、営業マネジメントの仕組み化を推進

● 海外ビジネス人材の育成

- 東南アジアを中心に、海外拠点を創設する計画
- 海外市場開拓を推進できるリーダーシップ人材の育成・採用など人材基盤を整備

キーパーコーティングによる節水貢献、環境配慮型の商品開発により、お客様満足度を高めつつSDGs達成に貢献

洗車回数の削減による節水



- 当社の高品質なカーコーティング商品と施工によって、雨が降ったら、洗車したようにキレイになるため、お手入れがラクになる
- 結果、洗車回数を削減することができる
- 洗車回数を削減することで、節水によってSDGs達成に貢献できる

洗車回数の削減 | 月3回が月1回へ

洗車場までの往復 + 洗車時間の削減 | 3分の1へ削減、1台当たり年間約24時間の削減

洗車に必要な水の量の削減 | 3分の1へ削減、1台当たり年間約1,200リットルの節水

環境配慮型の商品開発

- 生分解性・脱フッ素のケミカルを使用

- KeePerブランド商品は「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、人に優しい商品



特許証・第三者機関評価結果

お客様価値創造に向けて、守りと攻めの両輪のDXに取り組む

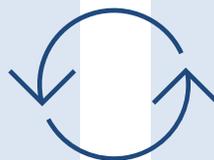
守りのDX

セキュリティ対策
次世代型エンドポイント
セキュリティの導入構築

**業務基盤と
安全・セキュリティ強化**

**ネットワーク・
インフラの強化**
多拠点オペレーションに
最適なITインフラの構築

業務効率化の推進
業務支援、データの蓄積
・活用が効率的なシステム



攻めのDX

お客様接点最適化
店舗、Web、広告、
予約システムなど最適化推進

**データ活用の促進
分析力の強化**

**販売データ・顧客
データの統合・分析**
販売実績と顧客データの
統合管理と分析活用力の強化

**デジタル
マーケティング強化**
デジタルのお客様接点を
創造・活用しCS向上を図る

本資料における注意事項

- 本資料は投資家の皆さまの参考に資するよう、弊社の現状を理解していただくために作成したものです。
- 本資料には弊社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されます。
- これら、将来の見通しに関する記述は、将来に関する事象や現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。
- 様々な原因により、実際の実績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

IRについてのお問い合わせ先： KeePer技研株式会社 IR担当
e-mail : ir@itacgiken.co.jp