

# 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。

## ■ 沿革 (抜粋)

- 1985年 ガソリンの販売を目的として、愛知県刈谷市に現在のKeePer技研株式会社の前身である「株式会社タニ」を設立
- 1993年 株式会社タニのスーパーポリマー事業部を分離し、「アイ・タック技研株式会社」を設立  
洗車スクールセミナーを通じ、KeePerが全国に普及  
スクール活動の専門施設として中央トレーニングセンターを愛知県刈谷市に開設
- 1998年 新業態「快洗隊 刈谷店」(現KeePer LABO刈谷店)を愛知県刈谷市にオープン
- 2001年 ドイツの自動車用ケミカルメーカーであるSONAX社と商品の共同開発について業務提携
- 2007年 コーティング技術認定制度および、KeePerを取扱うサービスブランド「KeePer PRO SHOP」を開始 1号店が登録
- 2013年 KeePer PRO SHOP登録店が3,000店舗達成
- 2014年 第1回KeePer技術コンテスト開催
- 2015年 東京証券取引所マザーズに株式を上場
- 2016年 東京証券取引所第一部に株式を上場 名古屋証券取引所第一部に株式を上場
- 2022年 東京証券取引所プライム市場、名古屋証券取引所プレミアム市場へ移行
- 2024年 KeePer PRO SHOP登録店6,609店舗 (2024年8月1日現在)  
KeePer LABO134店舗 (直営121店舗、FC13店舗) (2024年8月1日現在)

詳しい沿革はこちら



## ■ 全国の営業所・トレーニングセンター



## ■ KeePer LABOの店舗を見る



## ■ 全国のKeePer PRO SHOP



## KeePer が話題になったYouTube動画

見えない部分も、新車の美しさを保つ。



- チャンネル名:  
NaponTV
- 視聴回数:795,985回  
2019/8/23~2024/8/1



極まる細部コーティング。過剰なまでにプレミアム。



- チャンネル名:  
E-CarLife with 五味やすたか
- 視聴回数:726,914回  
2021/7/9~2024/8/1



KeePer技研株式会社

〒474-0046 愛知県大府市吉川町 4-17  
お問い合わせ先: TEL.0562-45-5258

KeePer 技研 検索

KeePer技研WEBサイト  
採用ページ



証券コード:6036



2008年  
グッドカンパニー大賞  
新技術事業化推進賞

# 誇りを背に、ありがとうを胸に。

KeePer Technical Laboratory Co., Ltd.



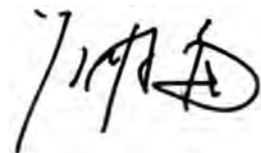
カーコーティング・洗車ビジネスの  
リーディングカンパニー

KeePer 技研株式会社



18歳の時、ガソリンスタンドで働き始めてから、  
洗車とは、ずっと自分の仕事として関わってきました。  
昔のガソリンスタンドでは、ガソリンを満タンに入れてくれれば、  
洗車をタダでサービスすることは当たり前でありました。  
だから、雨が降った翌日などは、  
ガソリンを満タンにして洗車をしてもらう車がいっぱい来ました。  
同じ給料をもらっていても、雨が降って暇な一日と、  
晴れて給油と洗車でごった返す一日では、  
天国と地獄の差があって、若い私は晴れの日が嫌いでした。  
反対に、朝起きた時、外で雨が降っている音がすると、  
ホッとしてすごく嬉しかった覚えがあります。  
これが繰り返し摺りこまれて、  
今の自分の商売が雨の日が多くては困る洗車業なのに、  
雨音は、今でも「ホッとした気持ち」になる大好きな音の一つです。  
あの頃の私にとって洗車は、単なる労苦でありました。  
報われないことであり、出来るだけ楽するよういつも考えていました。  
その発想が変わったのはいつの頃だったでしょう。  
その境目は自分でもよく判らないのですが、  
車がきれいになることとお客様の喜びに二乗関係があることに気が付きました。  
つまり、  
車が「1」のレベルきれいになる。⇒お客様は「1」のレベル喜ぶ。  
車が「2」のレベルきれいになる。⇒お客様は「4」のレベル喜ぶ。  
車が「4」のレベルきれいになる。⇒お客様は「16」のレベル喜ぶ。  
車がきれいになる。⇒お客さまが喜ぶ。  
車をもっときれいになる。⇒お客さまはもっともっと喜ぶ。  
車が想像以上にきれいになる。⇒お客様はびっくりしたように喜ぶ。  
お客様の大きな喜びとは、すなわち満足であり、  
サービス業としての付加価値でもあります。  
またお客様の満足は、私達に感謝として返ってくることも多く、  
私たちの「やりがい」にもつながります。  
車をよりきれいにして差し上げることによって、  
そのすべてが、二乗効果を持って帰ってくるならば、  
こんなに面白く楽しい事はない。そんな風に思い始めたのです。  
「洗車」、つまり「洗う」「磨き、護る」「掃除する」そのすべての意味で「洗車」、  
つまり車をきれいにすることが、  
お客様の期待を上回る形で提供できれば、  
それは「労苦」ではなく、「喜び」としてのビジネスに昇華するはずであり、  
お客様から二乗効果で得られた報酬は、そのビジネスを豊かに、  
より広く広める事が出来るレベルであると確信したのです。  
そして、それを実現する一つの答えがキーパーであり、キーパー LABOであり、  
最近で言えば、ダイヤモンドキーパーであり、快洗 Wing であり、  
それを確かな形で伝えるために、全国のトレーニングセンターがあるわけです。  
洗車を労苦でなく、  
お客様の喜びに変え、  
私たちのやりがいであるビジネスに高めるために、

KeePer 技研株式会社  
創業者 谷 好通



# 日本に新しい洗車文化を。





# 汚れを弾いて、キレイが続く。



KeePerは、  
TREXキーパーも、EXキーパーも、  
ダイヤモンドキーパーも(エコも、Wも、プレミアムも)、  
フレッシュキーパーも、クリスタルキーパーも、  
柔軟で分厚いオリゴマーのガラス被膜と、その上に、  
吟味に吟味を重ねて造ったレジン被膜の二層構造です。  
(特許登録済み)

この二重被膜は、比類なき強力な撥水性能を持っており、  
KeePerをかけた新車に、  
色粉(染粉)を濃厚に溶かして酷い汚れを模した「濃い色水」を、  
走行する新車の頭上から専用の装置で、  
強烈に、しかも何色もいっぺんに、



① 色水(汚れ)をぶっつけたが、



② 汚れを弾いて



③ 落ちてしまった。さらに



④ 水をかけたら、新車に戻った。

- ① 色水(汚れ)をぶっつけたが、
- ② 汚れを弾いて、
- ③ 落ちてしまった。さらに
- ④ 水をかけたら、新車に戻った。

KeePerすると、  
ピッカピカになって  
雨が降ったら…  
勝手に洗車になる?  
それがクルマ生活の新常識!  
勝手にキレイ。



CG加工一切なし  
KeePerのテレビCM

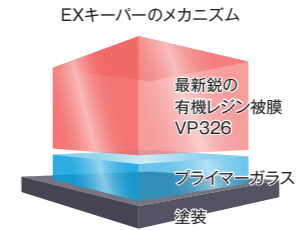


## KeePerのコーティングは何が違うのか?

ガラス被膜+レジン被膜の2層構造が生んだ、  
新車の艶と輝きを凌駕する  
「ボディガラスコーティング」です。

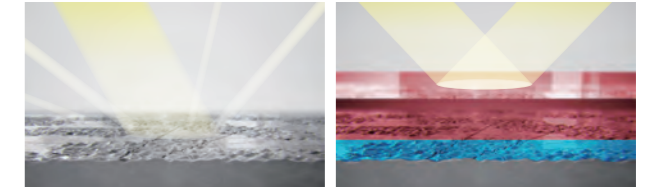
SiO<sub>2</sub> (二酸化ケイ素)の分子結合を制限的にコントロールした特殊な  
「ガラス被膜」は、柔軟性を持っているため、通常のボディガラスコーテ  
ィングの約50倍の厚さを作り出すことができます。  
「KeePerコーティング」は、汚れや鉄粉などを除去した塗装に、ガラス被  
膜の材料であるガラスコーティングを塗布し、空気中の水分をゆっくりと  
吸収し、硬化させることで「密度の濃いガラス被膜」を形成します。  
強靱かつ柔軟性がある分厚いガラス被膜と、外的な攻撃に強いレジン被  
膜の2層構造。  
洗車だけ、ノーメンテナンスで3年間、大切な新車の塗装を守り、新車以  
上の艶と輝きを保ち続けます。

※柔軟性を備えたKeePerコーティングは、自己キズ修復機能塗装にも最適です。



特許第5955805号

### 新車を超越する異次元の艶



擦れ・微細キズ等によるキズが塗装表面に凹凸を作り、光の乱反射を起こし、くすみの原因に。  
KeePer独自の厚みのあるガラス被膜とレジン被膜が凹凸を埋め、塗装表面を平滑化し、深い艶を作り出す。

### EXキーパーが話題になったYouTubeの動画はこちら



チャンネル名  
GOOD CARLIFE  
Channel / ゼミッタ



チャンネル名  
ぬぬふあくとりー



チャンネル名  
NOBLESSE



チャンネル名  
Takaaki. タカアキ



チャンネル名  
NOBLESSE



## あなたの知らない「クルマ」の世界。

「若者のクルマ離れ」「自動車産業が衰退する」とメディアが騒ぎ立てることもしばしば。  
たしかに日本の人口は減少を続け、自動車自体の耐用年数も上がり、新車の販売台数は下がり続けています。ですが、KeePer技研の視点は少し違います。

乗用車保有台数 <b>6,227万台</b> ※1	人口100人あたりの保有台数 <b>49台</b> ※1 日本人の2人に1人はクルマを持っています。	20~24歳の運転免許保有率 <b>72.6%</b> ※1 若者のクルマ離れ?	乗用車の平均車齢 <b>9.03年</b> ※1 気に入ったクルマに長く乗る傾向。 ※1:2024年時点
------------------------------	---	--	---

日本の主要自動車メーカー <b>8社</b> 世界的規模で自動車業界の再編が進んでいる中で、日本は突出しています。	自動車メーカーとの業務提携 【2020年10月】SUBARUとKeePerのダブルネームにて、「SUBARU WダイヤモンドKeePer」が発売 【2021年9月】トヨタ モビリティパートナーズ株式会社より、KeePerボディコートが発売 【2023年3月】株式会社ホンダアクセスより、KeePerコーティングの取扱い開始 【2023年7月】三菱自動車工業株式会社より、KeePerコーティングの取扱い開始
---	---

自分のクルマに愛着がある? 20代「YES」 <b>91.5%</b>	愛車を身近な存在に例えるなら? 「家族」「友人」「恋人」 <b>76.6%</b>	愛着を感じる時はいつ? 「洗車」 <b>18.8%</b>	自分の車に名前をつけている? 20代「YES」 <b>20.7%</b> (ちなみに全体では10.4%)
---	---	-------------------------------------	--

日本人の国民性

**きれい好き**  
クルマの「きれい」を保つことに世界一熱心と言えます。

車の動力が変わってもボディは変わらない。

つまり、まだまだ  
これからの業界ってこと。

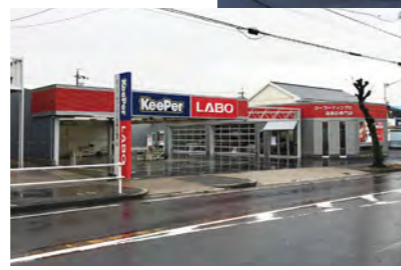
出典: 鶴崎 靖夫 (2018). クルマを「きれい」にする美学【KeePer】 株式会社IN通信社 2014年2月19日 オークネット総合研究所「クルマへの愛着に関する意識調査」  
「#クルマを名前で呼ぼう」キャンペーン事務局 「人とクルマがパートナーになる第一歩として、「#クルマを名前で呼ぼう」キャンペーンを実施」  
PRWire. 2017/10/25. <https://kyodonewsprwire.jp/release/201710257194>. (2020/02/12)



# KeePer技研のチャレンジ。

1985年にKeePer 技研の前身である株式会社タニを創業してから、毎年業績を伸ばし、現在、KeePer LABOは130店以上、KeePer PRO SHOPは6,600店以上の規模まで拡がりました。KeePer 技研はこれからも多くのお客様を最高のおもてなしで迎えるため、日本全国、ゆくゆくは世界へと大きく成長し続けます。

KeePer PRO SHOP →  
KeePer LABO ↓



KeePer 技研株式会社は、1985年に株式会社タニとして創業しました。以来30年以上にわたり、毎年、前年比約120%の安定かつハイペースで成長してきました。

2015年2月 東証マザーズ市場へ上場  
2016年3月 東証一部、名証一部市場へ上場  
2022年4月 東証プライム、名証プレミアム市場へ移行

## KeePer LABO 149店舗

(2024年12月末までの開店店舗含む)

KeePer LABOはカーコーティングと洗車の専門店であり、スタッフ全員がコーティング技術資格者です。純水装置と手洗い洗車機、コーティング専用ブースを完備し、常にハイレベルな技術で直接、高品質のKeePerコーティングを提供しています。

## KeePer PRO SHOP 6,609店舗

(2024年8月1日現在)

KeePer PRO SHOPは、KeePer 技研の技術検定のコーティング技術1級資格取得者が在籍し、一定の施工環境を備えた店舗です。「間違いのないKeePerを受けられる店」として日本全国に6,600店以上あり、その多くがガソリンスタンドの併設店舗です。KeePer PRO SHOPは常に高い技術でKeePerコーティングの品質が維持されています。

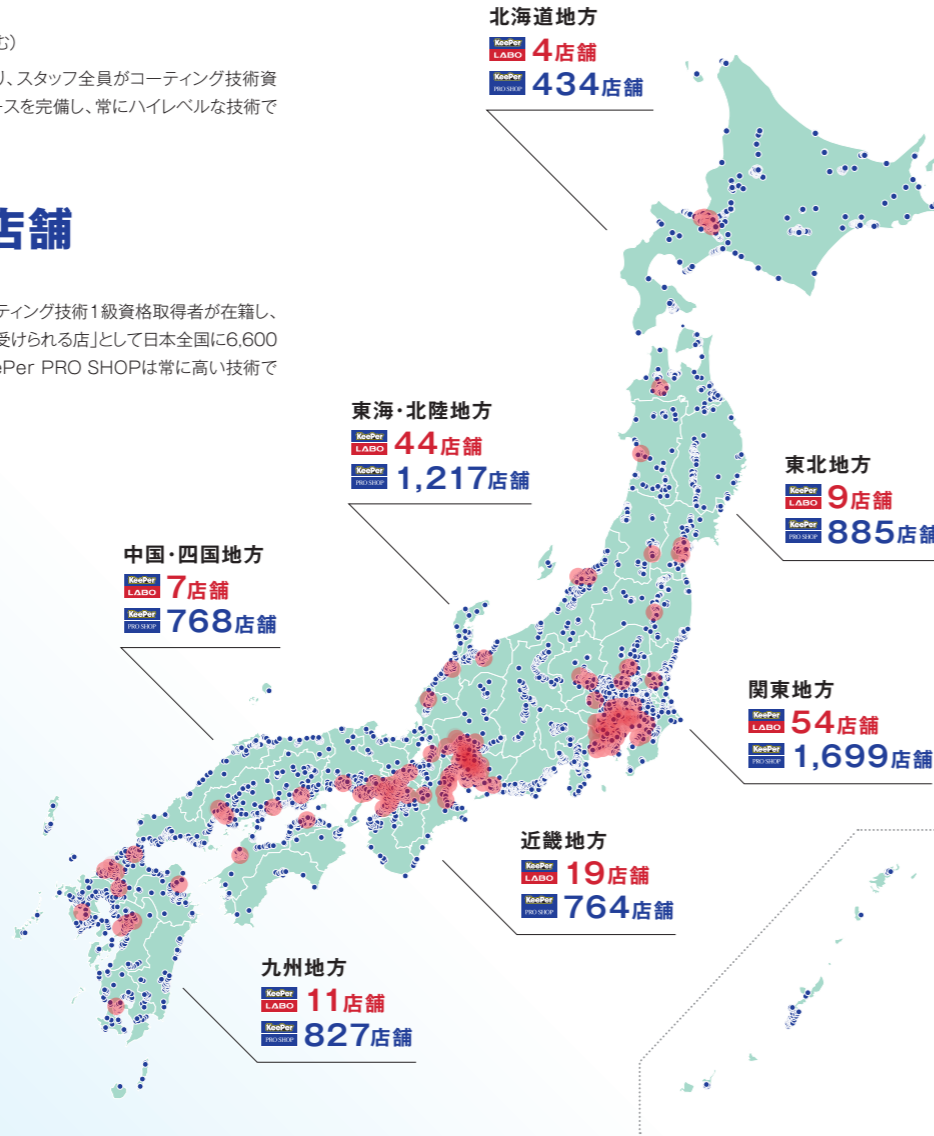
## Global 16店舗

(2024年8月1日現在)

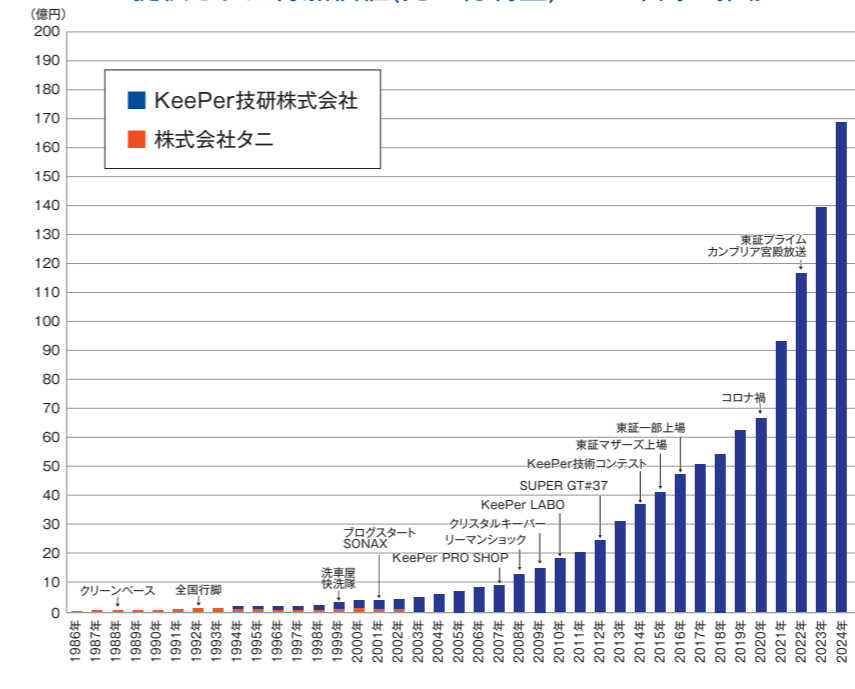
### 2030年、海外100店規模に!

2024年8月1日にシンガポールに海外初の直営店を開き、今後出店を見込む周辺店舗の従業員研修や資材供給の拠点とします。成長が期待できる東南アジアに足場を築き、2030年までに直営店を中心とする海外中核店舗を100店規模に増やします。

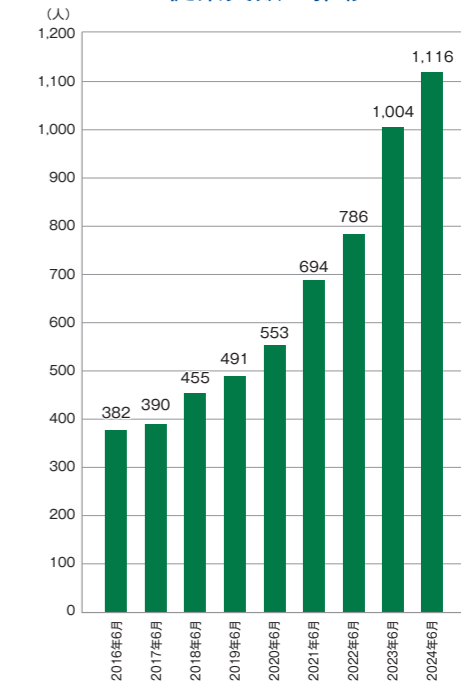
- シンガポール — KeePer LABO 1店舗
- 香港 — KeePer PRO SHOP 10店舗
- 台湾 — KeePer PRO SHOP 3店舗
- メキシコ — KeePer PRO SHOP 1店舗
- 韓国 — KeePer PRO SHOP 1店舗



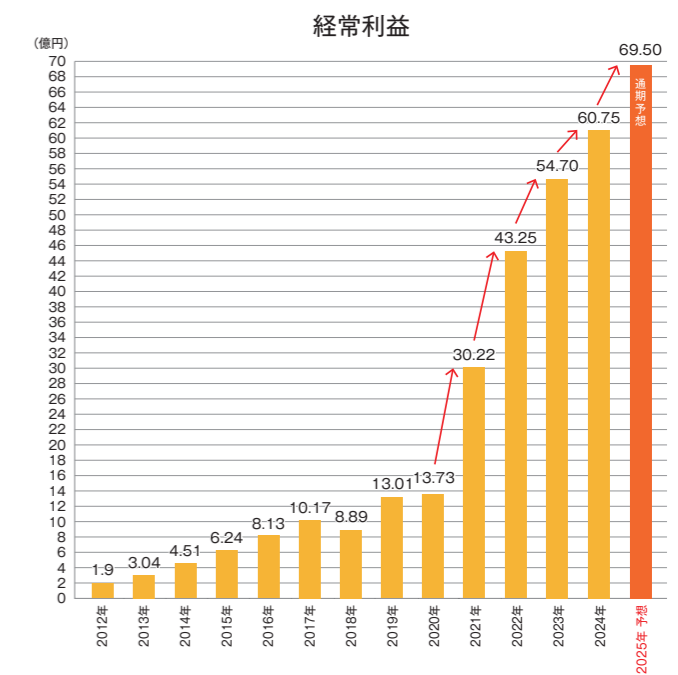
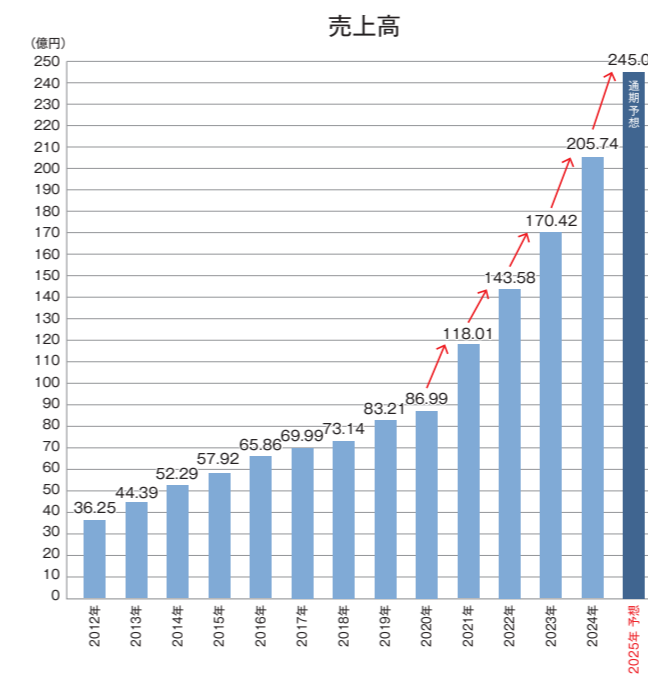
### 提供された付加価値(売上総利益)の39年間の推移



### 従業員数の推移



### 2025年6月期 通期業績予想



### 自社製品の開発・製造

最新の材料×高レベルの技術＝圧倒的な商品力  
KeePer 技研で使われている製品の多くは、店舗で集められたお客様の声を元に自社で開発を行っています。これによりお客様の満足を直結する製品を生み出すことができます。







## お客様の「ありがとう。」がすべての源。

「ありがとう。」私たち社員が一番元気の出る言葉であり、「やりがい」を生み出す大切な言葉です。自分の仕事でお客様が喜んでくれる。そしてそれが自分自身の喜びに変わり、次の仕事に繋がる。そんなシンプルなサイクルが各所でぐるぐるとまわり、KeePer 全体を前に突き動かして

います。KeePerのすべてのスタッフは、どの業務に携わるにしてもまずは現場を経験します。お客様の顔が直接見えない業務に就いたとしても、お客様から直接感謝の言葉をいただくという最前線の経験は、すべての仕事に活かされると考えているからです。

## 喜んでいただくために絶対に譲れないのは品質。

お客様の「ありがとう。」をいただくために、「KeePer コーティング」の品質を維持することがブランドの生命線とも言えます。直営のKeePer LABOはもちろんのこと、6,600店舗を超えるKeePer PRO SHOPの品質維持はいかにして行われているのか？そこにKeePer 技研の様々なノウハウが活かされています。

### 全国のトレーニングセンター



KeePer コーティングの高い技術力を維持するために全国20ヶ所に広がるトレーニングセンターで研修会が開催されます。年間延べ5万人もの研修生が一流のコーティング技術を一から学びます。

### キーパー選手権



これまでに通算30回以上開催されているキーパー選手権。全国のKeePer PRO SHOPが一丸となって、KeePerコーティングとアラカルト(ホイールやウィンドウなどのコーティング)の施工台数をポイントで競います。

### ドイツSONAXとの共同開発



KeePer コーティングを行う上で欠かせないオリジナルのコーティング製品の数々。これらは、環境問題に先んじているヨーロッパ最大の自動車用ケミカルメーカー SONAXとの共同開発で生み出されました。

### キーパー技術コンテスト



全国のKeePer技術者一人ひとりがKeePerコーティングを実際に審査員の目の前でいきなり、技術力を競います。コンテストに男女のハンデはなく、2017年、2019年、2022年、2023年の大会優勝者は女性でした。

### KeePer PRO SHOPの全店チェック



全国6,600店舗以上のKeePer PRO SHOPでは、全国の店舗で技術者に対する厳しい技術チェックが行われます。これは、絶対的なKeePerコーティング品質をお客様に約束するために必要不可欠なものです。

## お客様といっしょにスタッフも笑顔に。

いい仕事には、いい顔で働くスタッフが欠かせません。私たちは全てのスタッフがいきいきと元気に働ける環境を目指しています。



### ● 早期キャリアアップ

会社が成長段階にあるため、社員の平均年齢も26.7歳と若く、早い時期からキャリアアップが目指せます。店舗でとことん技術を磨き、「技術スタッフ」→「チーフ」→「店长」→「マネージャー」へ。あるいは「技術スタッフ」→「チーフ」→「インストラクター」→「営業所長」へ。また、企画部門へ進んでKeePerのブランディングを担当したり、開発部門へ進んで最新のケミカルや道具を生み出す仕事も。他にも店舗開発や採用など、全てを自社内で作り上げているため、多様なキャリアアップ先があります。

### ● 技術を確実に身につける社員サポート

快適なコーティングブースが施工環境をサポート。冷暖房完備の快適な環境です。専門性を身に付けていただく為に上司や先輩社員はしっかりと若手社員をサポートしています。

### ● 社員株主会制度

社員株主会制度は、従業員に自社株を保有してもらう制度です。給与天引きで自社株を購入でき、持ち株に応じた配当金をもらうことができます。低金利時代の今は、資産形成の有効的な手段です。

### ● 産休・育休後の復帰

会社には産休・育休取得制度があり、育児休業取得実績47名(2024年7月時点)です。そして、驚くべきは育休からの復帰率「100%」。身につけた技術は産後も活かすことができます。







営業スタッフ 永井 大揮 [2013年入社]

## 仕事は、技術の伝達。



営業の仕事は、商品やサービスを売ることが目的になっていることが多いかと思いますが、当社の場合はKeePer PRO SHOP (技術認定店) に登録した店舗がKeePerを通して繁盛してもらうことにあります。そのためには、KeePerのファンになってもらうことが大切で、クルマをキレイにしてお客様に喜んでもらえることの素晴らしさなど、気持ちを伝える仕事とも言えます。

そこで必要不可欠になるのが「技術」です。技術者を増やしたり、技を磨けば施工台数が増えます。技術の伝達が営業の大きな仕事なので、当社の営業は必ず直営店で現場を経験しています。技術だけじゃなく、お客様から直接「ありがとう」をいただくことを直に体験しているので、説明をする時の説得力が違います。

当社は若いメンバーが多くて雰囲気が良く、先輩も親身に教えてくれます。相談もしやすい環境なので、安心して技術と営業スキルを磨くことができます。

## 3つの顔を持つマルチプレーヤー

### 1 営業スタッフとして



KeePerブランド製品の販売を行います。それが目的ではありません。KeePer PRO SHOPとしての立ち上げのお手伝いや、認定された店舗が技術を向上し続けるためのサポートを行います。営業としての最大の使命は、「技術の伝達」。品質を維持するための施策がWIN-WINの関係を作り出します。

### 2 インストラクターとして



KeePer PRO SHOPの看板を掲げられるのは技術1級資格者が在籍していることが絶対条件。営業は技術を伝える使命も担っていますので、全国20ヶ所のトレーニングセンターや現地におもむいて技術指導を行います。また、テクニカルな面だけではなく、お客様に施工前の状態や施工内容の親身な説明ができるよう、座学も行います。

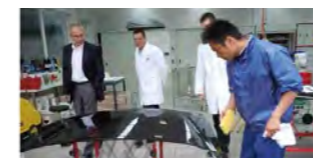
### 3 プレーヤーとして



営業は技術の伝達が大きな責務であるため、自身もその技術を持つことが必須です。直営店でプレーヤーとして技術を学び、自社の製品・サービスを知り、そして何よりもお客様から「ありがとう」をいただくことの充実感を体験してもらいます。営業職になった後も繁忙期にはプレーヤーとして活躍することができます。

## KeePer技研は、他にも様々な分野に、活躍の場を設けています。

### ◎ 技術開発部門



新製品の開発や技術テスト、現製品の評価を店舗からのフィードバックを受け、テストを繰り返し改善します。

### ◎ マーケティング部門



YouTubeやSNSを活かした広告、店舗で活用する販促品の立案等、KeePerのブランディングとマーケティングに関わります。

### ◎ 店舗開発部門



積極的に店舗展開する当社方針に沿った直営店舗の新店開発をします。直営店舗に勤務した経験が活かされます。

### ◎ 管理部門



総務・経理・購買・出荷・電算等の仕事に携わっていただきます。

## 技術伝達の拠点は、全国20ヶ所のトレーニングセンター

KeePerの正しい施工技術を学ぶ全国20ヶ所のトレーニングセンターでは、年間約50,000人の研修生が学び、検定を行い、1級技術資格者を全国に送り出しています。8ヶ所のトレーニングセンター内には営業所も併設されており、全国のKeePer PRO SHOPのサポートを日常的に行っています。



関東トレーニングセンター



中央トレーニングセンター





# 国内最高峰の自動車レース「SUPER GT」。 Keeper技研は、長年に渡りスポンサード。

「Keeper」の名を全国に知らしめ、ブランドイメージの向上に貢献しているのが、国内最高峰の自動車レースであり、国内最多の観客動員数を誇る「SUPER GT」です。「SUPER GT」という大舞台で「Keeper」を施したレースカーが走ることは、抜群の宣伝効果をもたらし、スタッフの士気も高めます。

## 2024-

### Keeper CERUMO GR Supra (#38)

1年ぶりにフルカラーのKeeper号が復活。  
日本のレースシーンで数多くの勝利を飾ってきた「CERUMO」と  
タッグを組み、Keeperのレースシーンをもっと加速させる。



## 2005

Keeper 技研創業者である、谷 好通が、山口県の実験サーキットでAE111のN-1仕様のレースカーで、ジュニア耐久レースに参戦。この頃から、Keeperの長きに渡るレースシーンが始まる。



## 2008

## 2012

### Keeper Kraft SC430 (#35)

初のメインスポンサーとしてスーパー GTに参戦。マシン全体をKeeperブルーとし、ボンネットと両サイドに「Keeper PRO SHOP」と大書した、まさにフルカラーの「Keeper号」の誕生だ。



## 2014-16

### Keeper TOM'S RC F (#37)

2014年シーズンはスーパー GT大変革の年となりSC430からRC Fに。新車種で挑んだ2014年シーズンでいきなり、デビュー戦優勝。さらに、翌年2015年も初戦で優勝を飾る。



## 2011

### D'STATION Keeper SC430 (#35)

車好き層を中心に「Keeper」を訴求するため、初めてスーパー GTに参戦。

## 2013

### Keeper TOM'S SC430 (#37)

2013年から、共に戦うパートナーとして、レース界の老舗「TOM'S」とタッグを組む、この年から10年間、37号車の歴史が始まる。

## 2017-19

### Keeper TOM'S LC500 (#37)

2017年は、Keeperの悲願の年に。平川亮選手、ニック・キャンディ選手の大胆かつ賢いドライビングと、多くのスタッフの熱量と力、そしてファンの声援がひとつになり、ドライバーポイントとチームポイントの両方で、シリーズチャンピオンを獲得する快挙を成し遂げた。

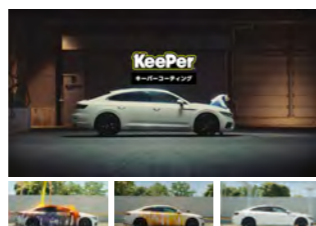


YouTube 動画の視聴回数の合計は2,200万回以上。



たくさんのユーザーがKeeperの動画をあげてくれています。特に芸能人や有名モータージャーナリストなどが企画ものではないにも関わらず、自身で興味を持たれて自分の愛車に「Keeper」を施工され、その効果をYouTube内で高評価をしている動画は、大きな反響として口コミで広がっております。

テレビCM「勝手にキレイ」



Keeperすると、ピッカピカになって雨が降ったら・・・勝手に洗車になる？それがクルマ生活の新常識！勝手にキレイ。



テレビCM→



店舗イメージづくり



全国6,600店以上あるすべてのKeeper PRO SHOPの看板・ポスター・POPのぼり等はKeeper技研の企画課により作られています。これによりガソリンスタンド等が資格を持つKeeper PRO SHOPのイメージが一定に保たれています。

WEBサイト



Keeper LABO ホームページ



Keeper PRO SHOP ホームページ

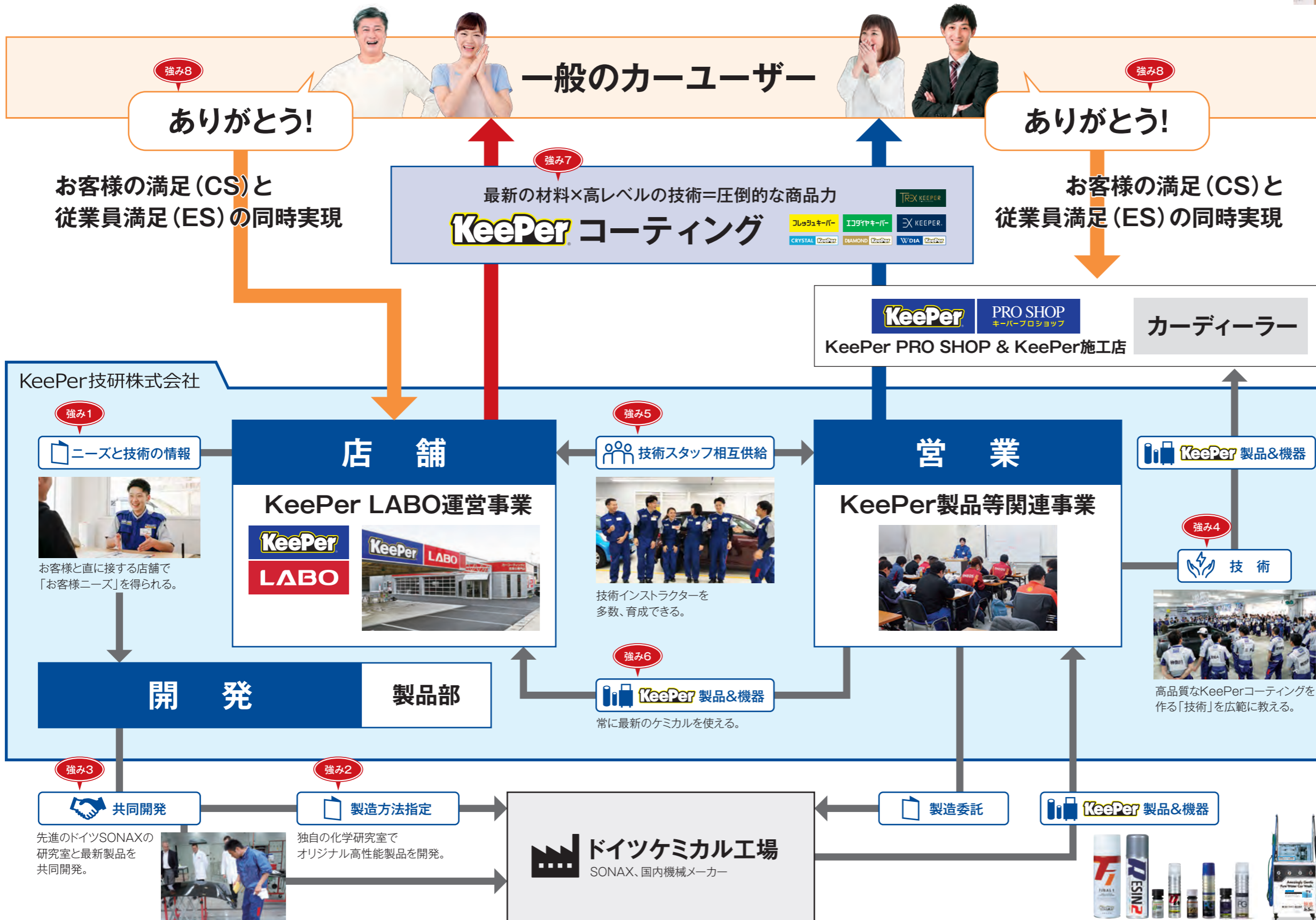




# 顧客満足と従業員満足を同時に生み出す独自の組織体系

—— 「店舗」「営業」「開発」の三位一体体制が持つ8つの強み ——

この独自の組織体系がお客様のニーズを製品に反映させ、圧倒的な商品力の土台となり、さらに顧客満足と従業員満足を同時に実現させます。



- 強み1** ニーズと技術の情報  
お客様と接する店舗で「お客様ニーズ」を直接得られる。
- 強み2** 製造方法指定  
独自の開発研究室で、オリジナル製品を開発できる。
- 強み3** 共同開発  
ドイツSONAXの優れた化学開発力を共同開発で使える。
- 強み4** 技術  
優れたケミカルを活かす「技術」を教えることができる。
- 強み5** 技術スタッフ相互供給  
技術インストラクターを店舗で実践的に育成できる。
- 強み6** KeepPer製品&機器  
自社で製造した材料を低コストで店舗で使える。
- 強み7** 最新の材料×高レベルの技術=圧倒的な商品力  
「強み1,2,3,4,5」から生み出された圧倒的な商品力。
- 強み8** 「ありがとう」  
「強み7」からお客様の満足・CSを得、「ありがとう」の言葉をいただくことによって強い従業員満足・ESを得られる。それがより品質の向上、商品力の向上、高い定着率を作り出す。最強の強み。