

KeepPerの未来展望

“嗜好品のコーティング”から“日用品のKeepPer”へ

新車コーティングでもKeepPerでも、結局コーティングは「車好きの嗜好品」だった

KeepPerの使用メリットは、普通の新車コーティングと同じように、「ツヤ」「発色」「撥水性」「滑水性(水滑り)」「UV等からの防護力」であり、なかでも最も大きく訴求されるメリットは「ツヤ」と「撥水性」です。それを欲するユーザーは「車好き」であり、男性が多く、KeepPer自体の類別もやはり「嗜好品」であったのだと思うのです。

新車マーケットの世界でもコーティングは「嗜好品」の部類であり、新車販売時のコーティング付帯率は、男性が比較的高い傾向で、女性は概して少ないと聞きます。

カーコーティングは、新車コーティングでもKeepPerでも、結局「嗜好品」から抜け切れていなかったのです。

少なくとも、多くの女性の方たちは、コーティングを「車好きの男性の「贅沢品」であり、自分たちとは関係のないもの」という概念を広くお持ちなのだろうと思います。「コーティング」という言葉自体に、そのようなイメージがあるのかもしれない。

フレッシュキーパーは「実用品」であり「日用品」

しかし、「雨が降ったら車がキレイになる」は、実用的なメリットではありますが、「車好き」のなかにはたくさん「洗車好き」もいて、そんな人にとっては返って雨が降ったら車がキレイになってしまうのは「デメリット」になりかねません。しかし「雨が降ったら車がキレイになる」は誰にとっても便利で楽になることであり、だからフレッシュキーパーは嗜好的ではなく、実用的な便宜性をもった実用品、日用品といえます。

しかも、フレッシュキーパーはKeepPerの最新作であるので、「ツヤ」「発色」「撥水」なども、どんなコーティングと比べても絶対に負けていません(EXには負けますが)。「実用品」「日用品」としてのフレッシュキーパーだからこそ、ポスターにもパンフレットにも、「コーティング」という単語が使ってありません。

コーティングという単語に「車好きの男性の贅沢品」のイ

メージがあるのなら、使うことによって違和感というデメリットが出たとしても、メリットはあまりありそうにないので、使うのをやめました。



ガソリンスタンドのお客様すべてが、フレッシュキーパーのお客様

フレッシュキーパーが、「嗜好品としてのKeepPerコーティング」から「日用品としてのKeepPer」に生まれ変わっていることの証として、このフレッシュキーパーが、車好きが集まるKeepPer LABOではなく、車に乗っているすべての人が訪れるガソリンスタンドなどのKeepPer PRO SHOPやKeepPer施工店で、ものすごい勢いで売れ始めているのです。

フレッシュキーパーは、車好きが集まるKeepPer LABOでは、新規のお客様としては、いつも洗車だけで来られる数少ない方が対象です。それに対して、車に乗っているすべての人が必ず来られるガソリンスタンドなどの店舗では、来られたすべての人が対象です。ですから、これまでのように「コーティングをしてくれそうな人を選んで声掛けをしてはいけません」。

フレッシュキーパーは、洗車の回数が激減し、手間と時間を省き、節水になり、みんなの「生活の必需品」となる

フレッシュキーパーも、ものすごくキレイになって、施工後、お客様は必ず喜んでくれます。しかしそれがフレッシュキーパーの目的ではなく、「雨が降ったら車がキレイになる」ので、洗車の回数が激減することです。手間を省き、余計な時間を省き、節約になり、節水にもなる「実用品」であり、年に1回、日常の中で使うのが普通になる「日用品」であることが、フレッシュキーパーのお客様にとって大きなメリットなのです。自分の車は「生活の必需品・道具・ツール」という価値観の方が多いのだから、フレッシュキーパーはそんな方にも十分にメリットとなる「実用品」「日用品」なのです。だから繰り返しますが、今までのように「コーティングをしてくれそうな人を選んで声掛けをしてはいけません」。

広くたくさんの人に実用品であるフレッシュキーパーを使っていただき、施工した時の素晴らしい仕上がりに喜んでいただき、その後の、雨が降ったら車がキレイになる楽しい生活を楽しんでいただき、また一年経ったら、フレッシュキーパーをやりに来ていただければ、右上りのストックビジネスが成立して、施工店のビジネスにも大きく貢献できるはずです。

「雨が降ったら、車が汚れる」当たり前常識が、「雨が降ったら、車がキレイになる」という新しい常識になって、

日本国中でいつの日か

「雨が降ったら車がキレイになる」が

当たり前の常識になったら、

面白いじゃありませんか。

ひょっとして、

世界中でそれが新しい常識になったら、

どれだけの節水になるでしょう。

考えただけでも楽しい、面白いですね。



2023年は、フレッシュキーパーの飛躍年!! 「雨の日がハッピーになる!」大々的なプロモーション展開を実施します!

フレッシュキーパーを、これまでキーパーをしてこなかった特に女性を中心としたユーザーに幅広く広め、キーパーを「車好きの嗜好品」ではなく「日常的に使うのが当たり前な日用品」になるように。そして「雨の日」が車が汚れる日ではなく、車がキレイになる日になって、ハッピーな日になるように、大々的にフレッシュキーパーのプロモーションを展開します! 2023年は、卯年。全国のキーパープロショップ、施工店がうさぎのように飛躍する年となるよう、全力でプロモーションを行います。

TVCM・番組PR

女性にも届く表現で、「雨が降ったらキレイになる」「洗車が減って節水になる」フレッシュキーパーのCMを全国で展開。また梅雨の季節には番組内の「梅雨グッズ特集」などで紹介するなど、日用品としてかせないフレッシュキーパーをアピールします。

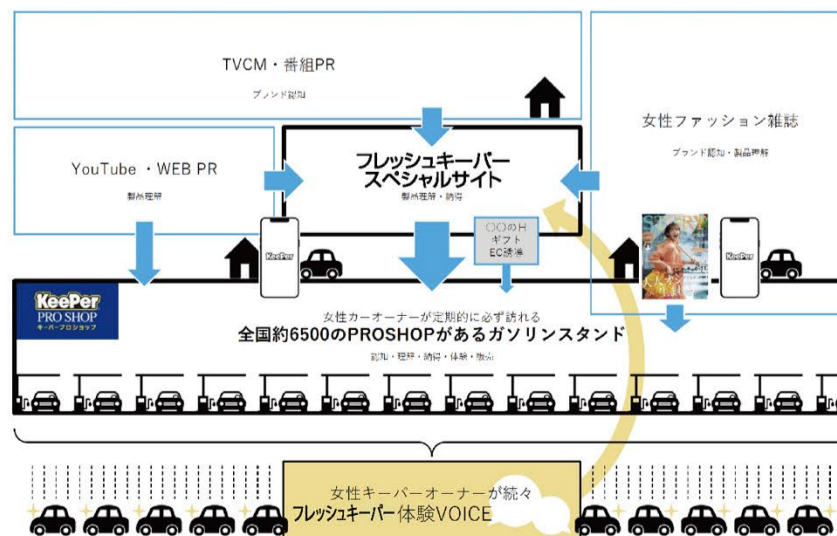


YouTube・Web

女性に人気の高い元モデルYouTuberやキャンブ系Webマガジンなどに取り上げてもらいます。



【フレッシュキーパープロモーション展開イメージ】



20~40代の女性誌やSDGsや環境を取り上げている雑誌などにフレッシュキーパーの記事を掲載していきます。

スペシャルサイト

SNSでの投稿を集め、特設サイトを製作。キーパーラボやキーパープロショップのHPや予約サイトへと誘導します。



そのほか、SNS・店頭でのプロモーション展開も実施する予定です。どうぞご期待ください!