



LABO

2022年12月総括

12月は直営全97店舗(板橋店は一時閉店中)で前年同月の直営全88店舗に対し、17.6%増の1,174,535千円と初めて単月売上で1億円を突破し、既存88店舗では、前年同月比9.7%増の1,095,574千円となりました。加えて、前々年と比較すると36.2%増となっていて、1年で最も需要の高い12月においても、なおKeeperの需要が上昇し続けていることがわかります。また毎年12月は平月に比べると約1.7倍前後の売上となるため、過労働にならないか心配でしたが、人時生産性は8,061円/時(前年対比:2.9%増、前月対比:16.1%増)と、1年をかけた増員・増強した成果と既存店舗のコーティングブースの増設などの効率化、作業場の改造整備による生産性の向上と平均単価のアップ、キャパシティアップを目的とした敷地拡大や増築、そして事前の応援体制の手配の結果、スタッフの疲労度は人時生産性の高さほど高くなっていません。ただし、一部の店舗において新型コロナウイルス感染及び濃厚接触者への該当が避けられず、急遽な人員数の減により作業の開始に遅れが生じたり、『お客様の年内にキレイにしたい』気持ちに答えられず、年明けの予約とさせていただきますなどのやり繰りがあったことを書き添えます。

・1ヵ月の売上が初の30,000千円を超える店舗が2店舗も誕生

世田谷店が30,585千円、足立店が30,182千円と、この2店舗は昨年の12月に25,000千円/月を超える実績を出し、キーパーラボとして新たな次元に突入したことを実感していましたが、たった1年でまた新たな次元の扉を開ける結果となりました。

・11月にキャパシティアップを図った店舗が大きく伸びる

11月に数日間の休業を伴う規模の改造工事を行った店舗が大きく伸びました。

- 蕨店: 13,687千円(前年比:129%)
相模原淵野辺店: 15,472千円(前年比:121%)
大須店: 16,975千円(前年比:123%)
鶴見店: 15,185千円(前年比:121%)

・新店が大躍進

1月に開店の北海道白石店が、雪シーズンながら月間売上1,000万円に迫る9,107千円と、降雪地区における最大需要期である春を前に大きな期待が持てる実績です。また、厚木店(2月開店):11,783千円、博多店(4月開店):13,889千円、京都店(6月開店):11,292千円の3店舗は、開店初年度の12月から1,000万円の大台を超える実績となり、富山店(5月開店):5,169千円と山形店(6月開店):2,455千円は、大雪の中、大健闘をし、前橋店(6月開店)は9,418千円、新座店(11月開店)は8,076千円、小倉南店(11月開店)が7,767千円と、今年の12月は1,000万円以上の実績が見込める水準となっております。雪の影響が大きい3店舗(白石店、山形店、富山店)を含めた新店:9店舗の平均で8,773千円/1店は、Keeperの認知度向上とユーザーの期待値の大きさを表しています。

・各キーパーコーティングの施工台数状況

EXキーパーは、新車の納車遅れの影響を受けながらも1,223台(4%増)、ECOプラスダイヤモンドキーパーが加わったダイヤモンドキーパーシリーズは4,553台(6%増)、クリスタルキーパーは同じ耐久期間のタイプであるフレッシュキーパーと合わせて9,577台(18%増)と堅調に伸びており、新しいマーケットの開拓が進みつつあります。そして、各キーパーコーティングのメンテナンス類も12%増となっています。

Keeper技研株式会社
賀来 聡介 鈴置 力頼

年頭のごあいさつ

新年あけましておめでとうございます。
本年もどうぞよろしくお願いいたします。

昨年は、3年間の行動規制が続いたコロナ禍から、やっと通常の生活に戻りつつある1年でした。そんな情勢もあって、「やっと技術研修に行けるようになった」とたくさんの方が、Keeperの技術研修に訪れました。そして、恒例企画である「キーパー技術コンテスト」が3年ぶりに、「キーパー選手権」は2年ぶりに開催され、全国のキーパープロショップも大きく盛り上がりました。

さらに新しいサービスとして『ECOダイヤモンドキーパー』、『フレッシュキーパー』の2つも発売開始しました。どちらも「雨が降れば、まるで洗車をしたようにキレイになる」の自浄効果を兼ね備えた商品です。特にフレッシュキーパーは、女性のお客様に受け入れやすく考えられたサービスです。ガソリンスタンドが多いキーパープロショップでは、お客様の半分は女性ドライバーであり、2万円台という価格とも相性がぴったりで、発売早々にもかかわらず「普段コーティングには興味も示さない方」や「ドライブスルー洗車を定期的に使っている方」が、洗車回数を減らしたいと多くの施工につながっています。

このように、フレッシュキーパーは既存のKeeperユーザーだけでなく、新しいユーザー層を開発し始めていることが特徴的であり、2023年は、フレッシュキーパーの飛躍年と考え、「TV CM」「You Tube」「雑誌」などを使って、本格的なプロモーション展開を実施し、これまでキーパーをしてこなかった女性を中心に訴求をしていきます。

そして、「嗜好品のコーティング」から、誰もが知っている、誰もが欲しくなる「日用品のKeeperへ」の展望を持って1年間活動をしていきます。
2023年もどうぞよろしくお願いいたします。

Keeper技研株式会社
代表取締役社長 賀来聡介

Table with columns: 2022年12月, 売上金額(円), 前年対比, 前々年対比, 今月Keeper施工台数(台), 来店台数, 平均単価(円), 人時生産(円/時). Includes sub-tables for 東日本 and 西日本.

Table with columns: 西日本, 売上金額(円), 前年対比, 前々年対比, 今月Keeper施工台数(台), 来店台数, 平均単価(円), 人時生産(円/時). Lists various regional branches.

Table with columns: 全社, 全97店合計, 前年比, 既存店(88店)計, 既存店前年比. Summary of overall performance.

*サービス商品の販売/ビュー・ミネラルオフ・メンテナンス... 注1)キーパーラボ全12店舗の内、F15店舗の実績は含まれていません... 注2)この実績は、監査法人の監査を受けていない速報値であります... 注3)月次速報として公表する各数値は、速報値であり、次回以降の更新時に修正の可能性があります... 注4)今月施工台数は、カーコーティング等のサービス商品の販売台数です... 注5)人時生産とは、店舗の売上合計金額を総労働時間で割った数値で、労働時間1時間あたり、売上いくら稼いだかを表しています。