

平成 22 年 4 月 1 日

車検ビジネスの新ブランドに「カーコン車検」採用

～車検を統一ブランドで提供。高認知率による強い集客力から生まれる
各サービス間のシナジー効果を生かし、車検チェーンの業界トップを狙う～

カーコンビニ倶楽部株式会社
代表取締役社長 内田 健

カーコンビニ倶楽部株式会社（以下 カーコンビニ倶楽部、URL=<http://www.carcon.co.jp>）は、4月1日（木）から車検ビジネスの新ブランドとして「カーコン車検」を採用し、統一ブランドにより自動車のトータルアフターサービスを強力に推進していくことになりましたので、お知らせします。



<車検サービスの新しいキャラクターとロゴ>

カーコンビニ倶楽部は、これまで車検ビジネスに関して「ヤマト車検」のブランドでフランチャイズチェーン（FC）展開してきましたが、「カーコン車検」に名称変更し、自動車の補修、車検、購入というトータルサービスを「カーコン」を冠したブランドで統一します。

カーコンビニ倶楽部には 96%という高い認知率による強い集客力があることから、新ブランドを採用することにより各サービス間のシナジー効果が有効に発揮され、FCの活性化に貢献します。また、全国に約 500 店舗ある指定工場または認証工場となっているカーコンビニ倶楽部の FC 店も、各サービス間のシナジー効果の期待感から、カーコン車検 FC への加盟が予想されます。当面、車検サービスを提供する既存の 203 店舗を 450 店舗に拡大し業界トップの車検チェーンを目指すことにより、カーユーザーに「クルマのことならカーコン」というブランドイメージを積極的にアピールしていきます。また、4月1日からラジオ CM の全国放送を開始し「カーコン車検」の認知浸透を図るとともに、FC店の看板を順次、新ブランドに切り替え、カーコンビニ倶楽部との統一感を醸成していきます。

カーコンビニ倶楽部の車検事業は、車検の前に短時間で行える立会診断、事前見積、提案整備を行い、整備内容を、車検の通過に必要な整備と、安心して自動車を走行させるための提案整備にわけることで、利用者が整備内容を理解したうえで選択でき費用も明確となる、従来にない画期的なサービスとして 2002 年に全国展開を開始しました。

昨年には「カーコンくるま一番」ブランドで車販サービスの提供を開始し、「トータルアフターサービス」から「トータルカーサービス」への基盤固めを進める一方で、ブランドを統一することが課題でしたが、自動車軽板金補修ビジネスのFC展開を開始してから10周年を迎えることから、本年4月にブランドの統一を図ることにしました。

カーコンビニ倶楽部では、今後もカーユーザーに選ばれる「カーコン」ブランドのサービスを積極的に開発、提供していきます。

以 上