

カーコンビニ倶楽部、6 月から順次全国ネットで新 TVCM を放送

～「愛車主義」篇と「コールセンター」篇の 2 種類を同時リリース～

～デジタルメディアを組み合わせた戦略的プロモーションで、業界の活性化と加盟店への集客を図る～

カーコンビニ倶楽部株式会社

代表取締役社長 林 成治

自動車軽钣金、車検など自動車向けトータルアフターサービスを提供するカーコンビニ倶楽部株式会社（以下 カーコンビニ倶楽部）は、6 月から順次、全国ネットで新テレビ CM の放送を開始しますので、お知らせします。新テレビ CM は、「愛車主義」篇と「コールセンター」篇の 2 種類で、「愛車主義」篇は 6 月から、「コールセンター」篇は、7 月から放送される予定です。

6 月から放送される「愛車主義」篇は、『クルマを大切にする人は素敵だと思う。』というキャッチコピーを用い、カーユーザーのマイカーに対する『愛車主義』精神を刺激することで、潜在顧客を掘り起こし、自動車軽钣金補修を始めとする自動車アフターマーケットの活性化を図ることを目的とした CM です。男性、女性、家族が、それぞれの立場でクルマを大切にしている想いを語る、消費者目線のメッセージを発信することで、幅広いユーザー層からの共感が得られるような内容に仕上がっています。カーコンビニ倶楽部は今後、長期的に『愛車主義』のメッセージを発信し続けることで、業界の底上げを図るとともに、『愛車主義のカーコンビニ倶楽部』の認知を促進し、カーコンビニ倶楽部が、お預かりしたお客様のクルマを大切に修理する企業、FC であること、またクルマを大切にするカーユーザーを応援する企業、FC であることを広く消費者に伝えていきます。

また、7 月から放送される「コールセンター」篇は、『クルマのことならカーコンコールセンターへ。』を全面に打ち出し、クルマに関するご相談ダイヤルとしてコールセンターを訴求する CM です。ユーザーとオペレーターとの掛け合いによりコールセンターの利用法がイメージできる内容となっており、顕在化した自動車関連サービスへのニーズを刈り取り、FC 加盟店へ送客することをねらいとしています。また、ハイブリッド車や輸入車にも対応できることをしっかりと伝えています。このほか、クルマ全般のサービスに対応する本 CM に加え、車検サービスに特化した CM も別途制作しており、地域によっては、同じ 7 月から放送することを計画しています。

「コールセンター」篇の放送に先駆け、デジタルメディアでは、公式ウェブ・モバイルサイトで、6 月 1 日からコールセンターのフリーダイヤルを前面に表示するほか、特設ウェブサイト及びモバイルサイトを設けることで、より多くのカーユーザーに、分かり易く、利用し易いコールセンターをイメージ付け、利用率の向上を目指します。これに伴い、今年 1 月からオペレーターによる 24 時間対応を試験的に行っており、カーコンコールセンターは、プロモーション開始と同時に本格稼働することになります。

テレビ CM の放送が決定している放送局、番組は、6 月の「愛車主義」篇が、TBS 系全国ネットの「クイズ タレント名鑑」、秋田テレビの「ネプリーグ」、福井テレビの「さんまのまんま」、四国テレビの「たかじんのそこまで言って委員会」。7 月の「コールセンター篇」が、テレビ東京系列ネット（テレビ東京、テレビ大阪、テレビ愛知、九州放送、テレビ北海道、テレビせとうち）の「モヤモヤさまぁ〜ず」、「月曜ドラマ」で、テレビ東京系列以外の地域ではスポット CM の放送を予定しています。また、ラジオ CM、新聞広告、雑誌広告など各種メディアでもプロモーションを展開する計画となっています。

<新テレビ CM の URL : <http://www.carcon.co.jp/all/services/cm/>>



<愛車主義 男性篇 CM カット>



<コールセンター篇 CM カット>

カーコンビニ倶楽部では、市場が縮小化傾向にある自動車アフターマーケットで最重点課題となっている「集客」について、「愛車主義」の浸透によって潜在ニーズを掘り起こす長期的戦略と、「コールセンター」で顕在化したニーズを刈り取るという短期的戦略を組み合わせることで、FC 加盟店の売上を継続的に高め、より強固な FC 体制を構築していく計画です。

以 上