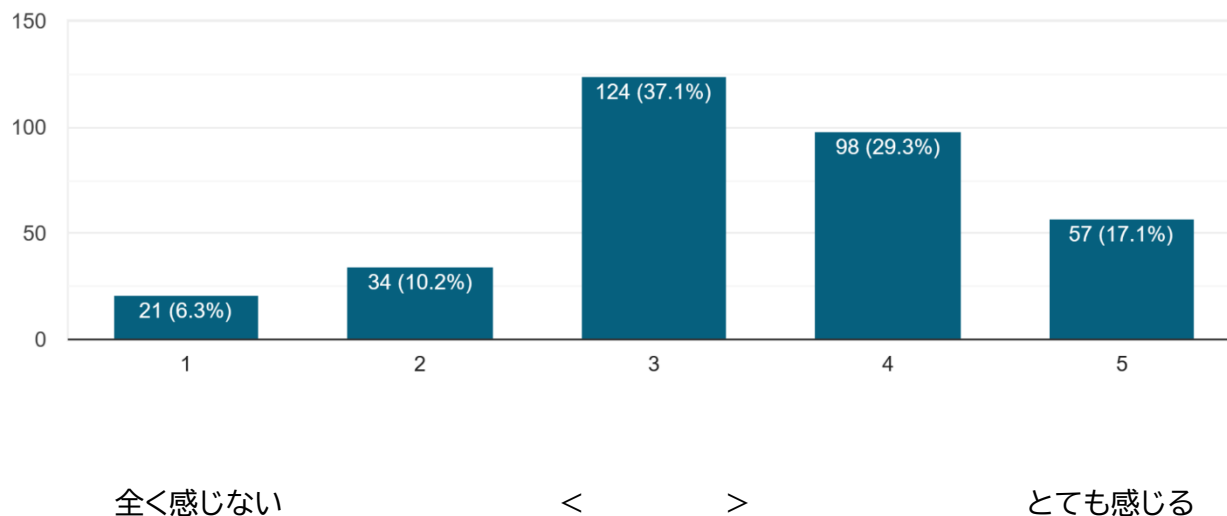


メーカーディーラー整備テレビ CM アンケート 集計結果報告書

対 象 : サービス委員、各店舗のサービスマネージャー、サービススタッフ
回答期間 : 令和6年2月6日(火)～29日(木)まで
回答件数 : 334件
設 問 : 全11問

1. このCMは、メーカーディーラーの特長を十分に伝えていると感じますか？

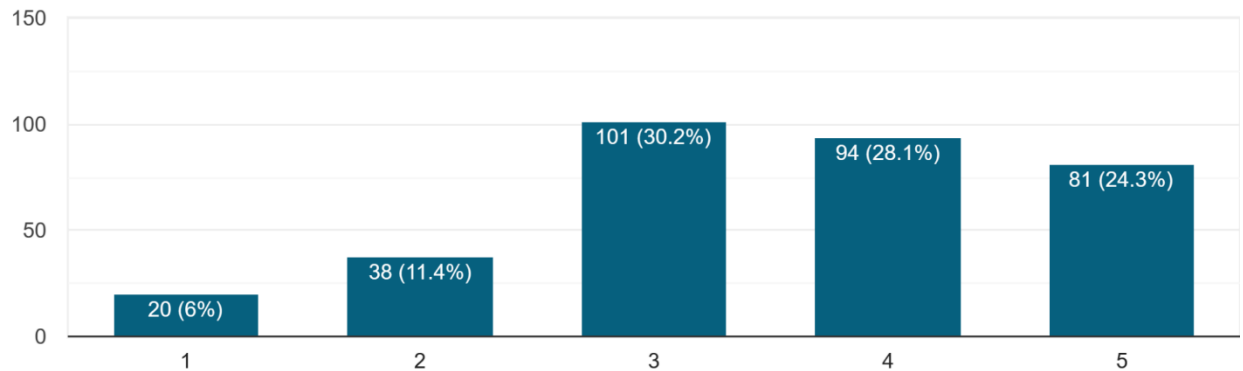
334 件の回答



- ・クルマを扱うディーラーとしての魅力をもっと全面に押し出して欲しい
- ・もう少しメーカーディーラーのここが素晴らしいみたいな内容が入っているといいと思います
- ・ディーラーだからなぜ安心なのかの深掘り
- ・メーカーディーラーという言葉、一般の人には浸透していないのではないか。グーグルやウィキペディアで検索してもでてこない。もっとわかりやすいワードが必要だと思う。
- ・メーカーディーラーとは自分では使わないしお客様が口にしていないのも聞いたことがない。
- ・メーカーディーラーでの整備の優位性を支給したいのと思いますが、いつも安全安心の訴求でマンネリ感があり、目的が伝わらないと感じます。専門業者との棲み分けもあると思いますが、要検討と思います。また、アンケートでは採用の質問もありますが、1 つに絞った訴求に特化した方がよいと思います。

2. このCMから「メーカー専用コンピュータ診断機を活用」というテーマ性は伝わりましたか？

334 件の回答



全く伝わらない

<

>

大いに伝わった

・診断機の診断からの先が整備士として出来ることが大事

・診断器の事だけが前面に出て来ているように感じるので、愛車永くベストの状態でお使い頂けるようしっかりサポートすると言う事を伝えたほうが良いと思います。

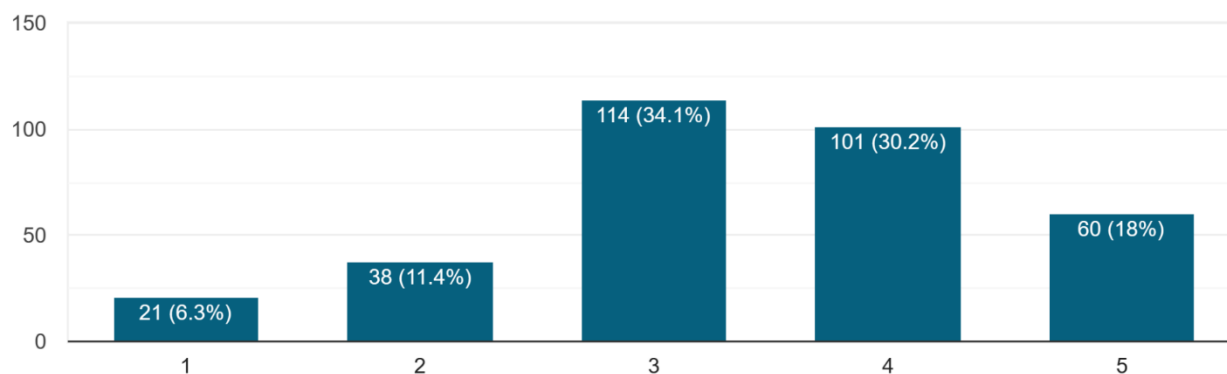
・お客様にコンピュータ診断の重要性を理解して頂く CM なのかエンジニアの魅力を伝える CM なのかを分けて放送すれば良いと思います

・10 月から始まるOBD検査や、安全装置(カメラ・レーダー)の点検・エーミングなどの内容を取り入れてはと思います。

・会社単位でなく、ディーラー整備士がまとまり撮影してもいいのではと思います。

3. このCMから「メーカーの専門教育を受けた高い技術力」というテーマ性は伝わりましたか？

334 件の回答



全く伝わらない

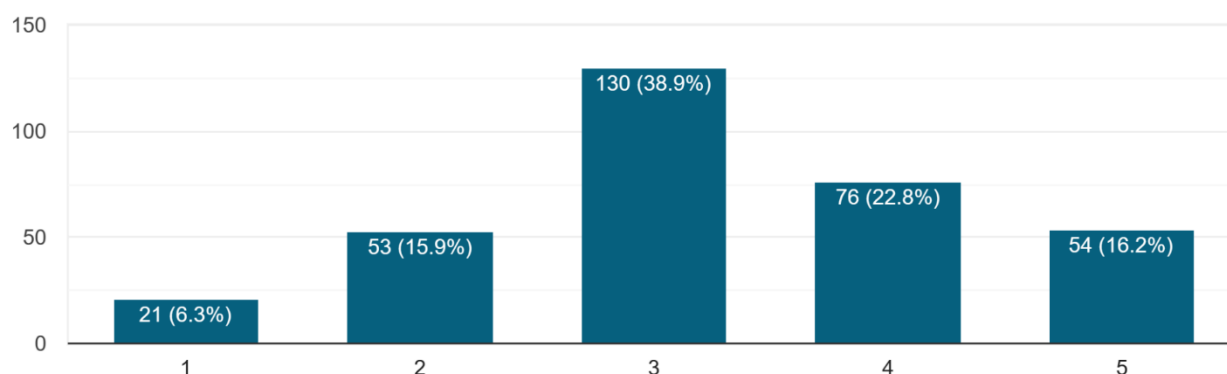
<

>

大いに伝わった

4. このCMから「メーカーからの最新情報を迅速に反映」というテーマ性は伝わりましたか？

334 件の回答



全く伝わらない

<

>

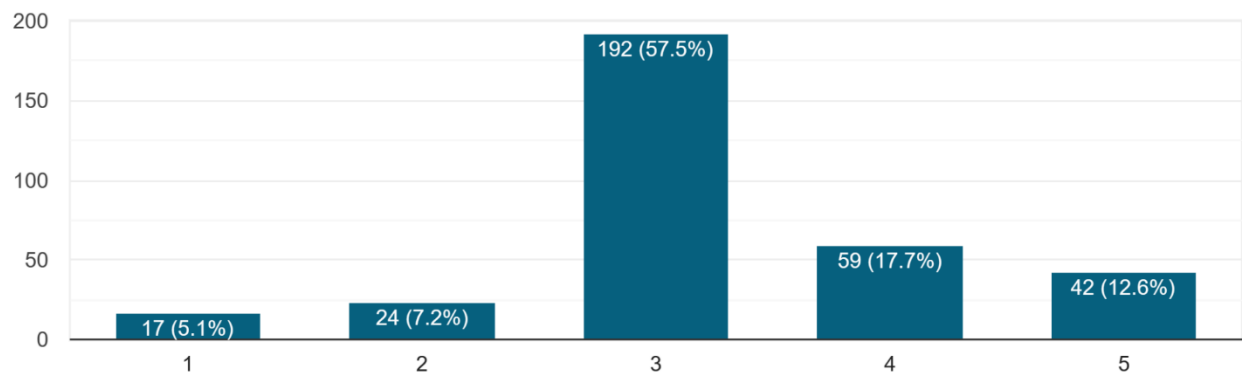
大いに伝わった

・上記のようなテーマがあること自体知らなかった。何を伝えたいのか分からないため CM 事に伝えたいテーマを文字にして伝えることも必要だと思う。各ブランドで受けるメリットも必要ですが、そもそも定期点検を受ける必要性すら感じていない人々が多いのでまずは定期的に点検する必要性を併せて伝えるべきだと思った。

・テーマ性よりも各社の個性的なアピールを重視してはどうでしょうか。

5. このCMについて、サービス担当以外のスタッフや職員の方の評判はいかがですか？

334 件の回答



良くない

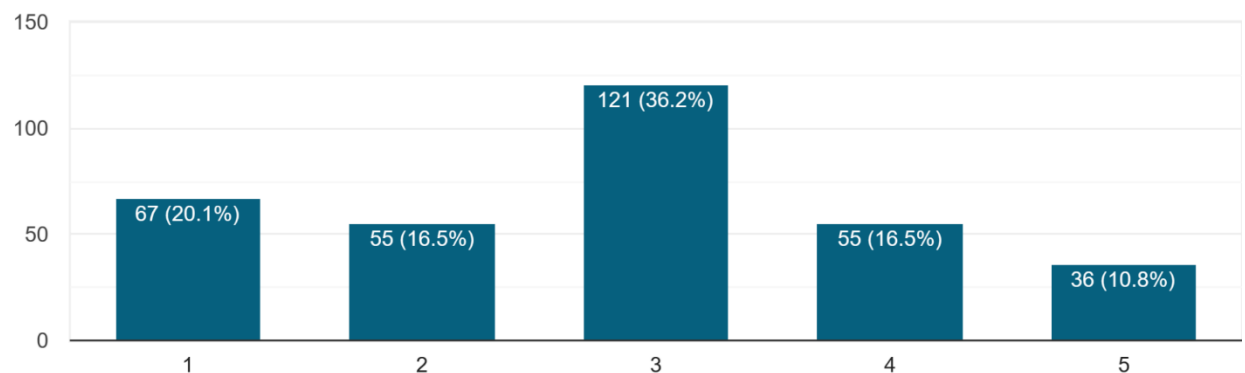
<

>

とても良い

6. このCMが、整備スタッフのモチベーションアップに繋がっていると感じますか？

334 件の回答



全く感じない

<

>

とても感じる

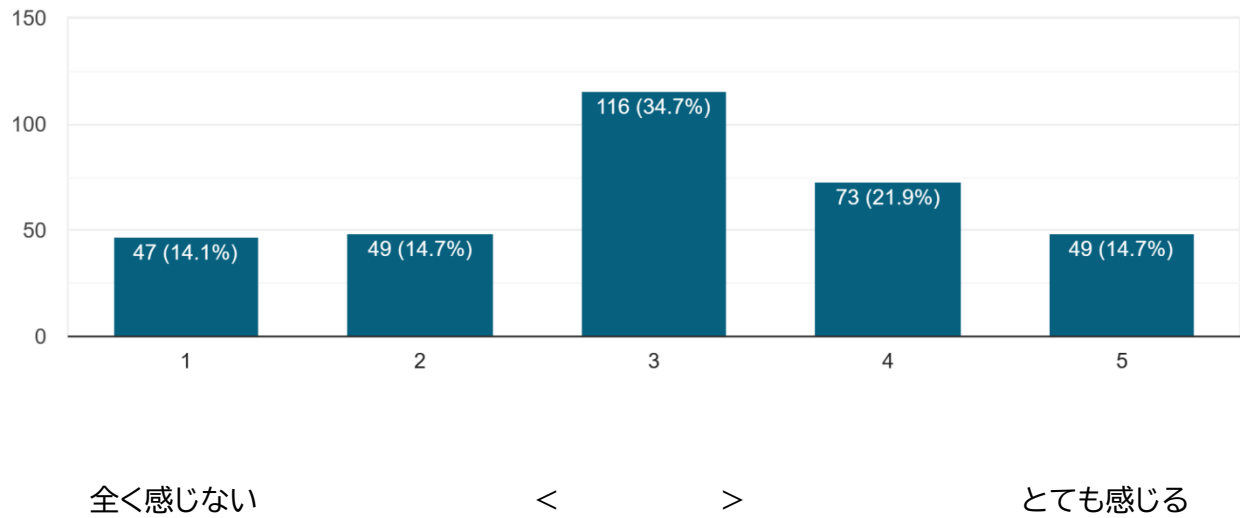
・番組表を見たが放送している時間帯は勤務中のため見るできない。スタッフのモチベーションアップが目的なら放送時間を変えた方が良いと思う。

・CMを一度しか見た事がない

・仕事がありほぼCMを見ることがないです。

7. このCMから、整備士の魅力やカッコよさが伝わると感じますか？

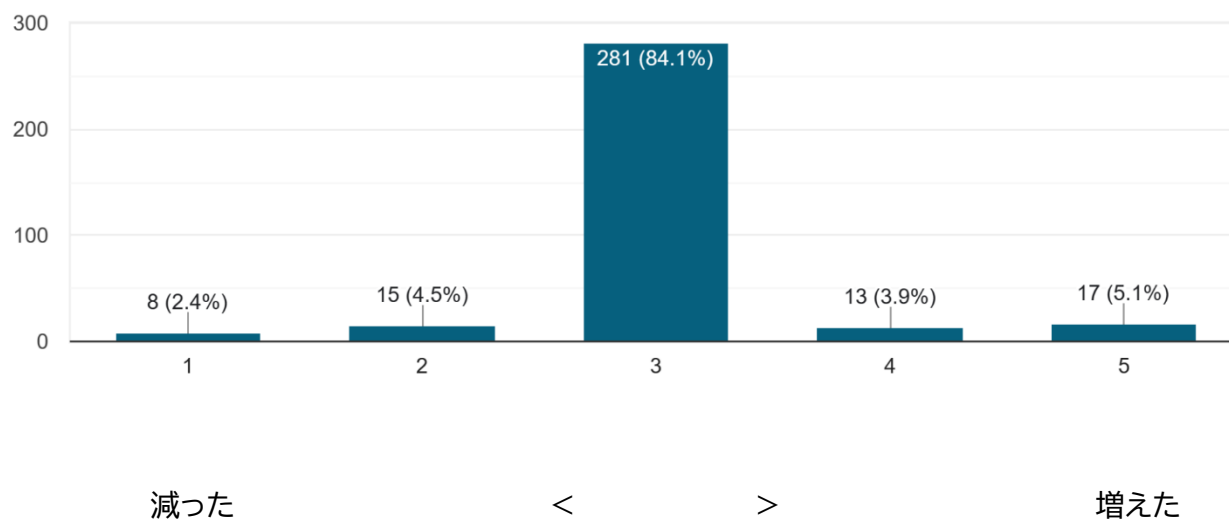
334 件の回答



- ・CM の意図が見えにくいです。メカニックのカッコよさは伝わります。
- ・現場はあんなに華やかではない これを見て入社したら落差に驚くと思う
- ・現状を伝えた上での整備士が増えていくような CM など作れないでしょうか。
- ・定型文を読んでもらうだけと感じる
- ・エンジニア本人が話すと人によっては聴きにくい。
- ・身だしなみはしっかりしたほうイイと思う。帽子のかぶりかた浅いと思う。
- ・女性整備士でアピールは良いが整備してくれる人はベテランが良い
- ・しっかりと真実を伝えたほうが良いと思う。

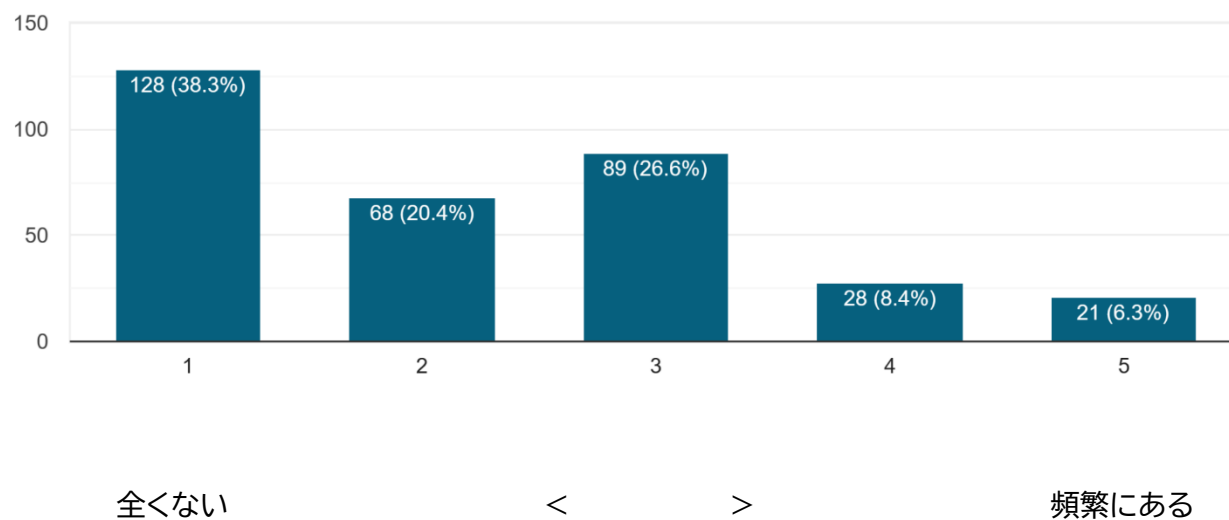
8. このCMを放送してから、車検整備や点検整備の入庫は増えましたか？

334 件の回答



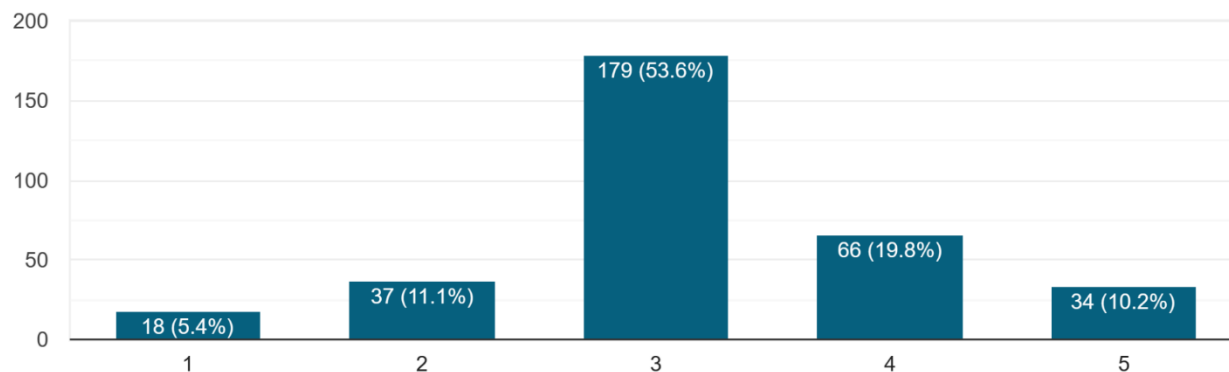
9. CMについてお店への問い合わせ、お客様との会話で話題に出ることはありますか？

334 件の回答



10. 全体的な満足度はいかがですか？

334 件の回答



全く満足できない

<

>

とても満足できた

・よかった！！！！！！

・堅苦しい

・以前よりはよいと感じるが マンネリ化を感じる。

・今の作り方のこのCMでは、TVで流れても興味を持てません。面白味もインパクトも無く、頭の中に何も残りません。

・代わり映えが無く淡々としていて TV で流れていても見逃しでいる事が多いです。

・インパクトに欠ける。より良いものでなければ効果を感じれない。私ならもっといいCMを作れる。

・この CM の目的が明確に伝わってこない。

・その地域の整備士がテレビに出ているのはとても良いといつも思っています。

・車が全て同じに見える

11. 最後に、この CM に関する追加コメントや提案があればお聞かせください。

・フォトグラフィではなく 動きある動画と温かい笑顔を入れるべき

・ぜひ続けてほしいと思います。

・整備士の給与アップを願います。人員不足により車が道路を走る事が出来なくなる事を心配しています

・整備風景の映像の方がいいと思う 画像では分からない

・各社ほぼ同じ構成なので、可能であれば自由構成で行い各社ごとに違いあっても良いと思います。

・一本の動画を時系列で各販売店を映した方がいいです。現在は情報を詰め込み過ぎている気がします。各販売店のトレーナーが〇〇県にあるサービスセンターで学んだ事を、エンジニアに講習してるので、最先端の知識や、技術をエンジニアは教育されてお客さまへ提供しています。を 4 人くらいのカットでするなど。

・山形県の各地方ごとに区切ってエンジニアをCMに出した方が印象的

・次回作成時は、スタッフの笑顔が入った映像があると良いと思います。

・車は年々進化していて、技術力がさらに必要になって来るが、整備士の数が減っており大変になっている。

・業界に整備に興味を持つ若い力が育つように、ぜひこれからも放送をお願いします。

・放送する時間帯ですかね。

<総評>

ほとんどの設問で「3」の回答が最も多く、全体的な満足度も「3」という中庸な評価が得られましたが、CM の内容について、淡々としていて印象に残らないとの意見が多く、コンセプトをより明確にする必要性が示唆されました。

メーカーディーラーの特長やテーマ性については一部理解されているものの、「メーカーディーラー」という用語が一般に広く浸透していないとの指摘もあり、抽象的なイメージを招く要因となっているようです。

また、整備士の魅力やカッコよさについては概ね好評でしたが、この CM に関する問い合わせやお客様との会話での言及は少なく、入庫にも影響を与えていないようでした。

最後に、スタッフの評判やモチベーションアップに関しては、放送時間帯がスタッフの視聴時間と一致せず、目にする機会がないため、モチベーションアップに効果が薄いとの意見が寄せられました。

以上です。この度は多くの方にご協力いただき誠にありがとうございました。いただいたご意見を参考に進めてまいりたいと考えておりますので、引き続きご協力のほどよろしくお願いいたします。