

# キーパーコーティングをもっと身近に

## ～広告はコーティングのきっかけ作り。テレビCM効果で認知度が3倍に上昇～

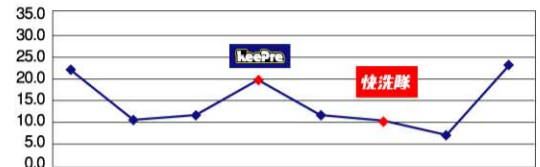
今年4月7日からテレビ東京系「ガイアの夜明け」の番組提供としてキーパーコーティングのテレビCMが流れ始めて、早くも6ヶ月が経ちました。コーティングの必要性やキーパーの信頼性を訴えかけているこのCMは、洗車・コーティングに特に関心がある中高年層に高い支持を得ています。

その他、自動車専門誌への広告活動も積極的に行った結果、ホームページのアクセス数が急激に伸びました。2008年には月48,000だったアクセス数が2009年7月には月200,000アクセスを突破し、現在も伸び続けています。

自動車業界No.1のページビューを誇る「クルマ」に特化したSNSサイト「みんなカラ」では、洗車・コーティングに関する情報サイトをオフィシャルコンテンツとして提供しています。このサイトからもキーパーコーティングや施工店を検索する人が増えています。

またこれらの広告を実施した結果、この1年半で「キーパーコーティング」の認知度は約7%から20%と3倍に上昇。コーティングをしたきっかけを施工場所別に調査すると、他チャンネルと比べて、広告やインターネットを通じて施工をしている人が多いことがわかりました。今後とも、テレビCMをはじめ、さまざまな広告展開を行い、より認知度を高め、キーパーコーティングを訴求していきます。

●各洗車・コーティング専門店の  
ロゴ・名称認知度



●コーティングをした  
きっかけ  
(コーティングの施工場所別)

	全体	営業場に訪ねられて	面倒だから	WAXをかけるのが	塗料に	よさそうだから	値引きとして	施工時サービスで	施工時サービスで	最初からついてきた	知人友人に	知人友人に	記事を読んで	記事を読んで	インターネットの	インターネットの	広告を見て	広告を見て	カー雑誌を見て	カー雑誌を見て	ホームページを見て	ホームページを見て	コーティング専門店を	コーティング専門店を	テレビCMを見て	テレビCMを見て	紹介を見て	紹介を見て	その他
全体	420	36.9	33.6	22.9	10.2	9.5	9.3	9.0	8.1	4.5	3.3	3.3	2.6	1.2	0.5	36.9													
新車購入時のカーディーラー	270	46.3	35.6	23.0	13.7	10.0	12.2	3.3	5.2	1.1	1.1	1.5	—	0.7	—	0.4	3.3												
中古車購入時のカーディーラー	33	42.4	9.1	9.1	12.1	21.2	15.2	12.1	9.1	3.0	6.1	3.0	6.1	—	—	6.1	—												
中古車販売店	10	20.0	30.0	10.0	10.0	20.0	—	20.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—											
ガソリンスタンド	29	13.8	34.5	27.6	3.4	6.9	—	20.7	10.3	3.4	3.4	3.4	3.4	6.9	3.4	3.4	—	—											
カー用品店	12	16.7	33.3	16.7	—	—	—	16.7	16.7	16.7	8.3	8.3	8.3	—	—	8.3	—	—											
洗車・コーティング専門店	35	17.1	40.0	28.6	—	2.9	—	22.9	17.1	20.0	11.4	2.9	20.0	—	—	—	—	—											
板金・塗装専門店	8	12.5	37.5	50.0	—	—	12.5	37.5	12.5	12.5	12.5	25.0	—	—	—	—	—	—											
自分で施工した	18	—	44.4	27.8	—	—	—	11.1	11.1	22.2	11.1	22.2	—	—	—	—	5.6	—											
その他	5	20.0	—	20.0	—	—	—	40.0	20.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—											

全国  
すみずみまで  
発信!!

## ～10月より「やべっちFC」、「カンブリア宮殿」内でCMオンエア～

テレビ局では6ヶ月ごとに「改編」といわれる番組編成の変更を行います。この「改編」に伴い、「キーパーコーティング」のテレビCMは、「ガイアの夜明け」に代わり、朝日テレビ系「やべっちFC 日本サッカー応援宣言!」(全国24局ネット)およびテレビ東京系「カンブリア宮殿」(6局ネット+BSジャパン)内でオンエアされます。需要期に合わせ10月～12月までの3ヶ月間、この2番組に番組提供を行い、キーパーコーティングを告知していきます。サッカー情報番組「やべっちFC」は全国24局ネットでキーパーコーティングをより幅広い層にアピールすることができます。特にオリバー・カーンをよく知り、崇拜するサッカーファンには有効的にキーパーコーティングに興味を持ってもらえると思います。また好感度が高い「カンブリア宮殿」で今後も着実に信頼感を得ていきます。

テレビ朝日系列(全国24局ネット)

### 「やべっちFC～日本サッカー応援宣言～」

人気漫画コンビ・ナインティナインのやべっち(矢部浩之)がメインキャスターを務めるサッカー情報番組。毎週日曜日の夜23時30分から24時15分(翌日0時15分)まで、テレビ朝日(ANN)系列で全国放映。現在、全国放送のサッカー番組としては最も視聴率が高く、放送時間も長い。来年のワールドカップに向けて期待や興味向けられる番組。Jリーグの試合ダイジェストや選手インタビュー、海外サッカー情報、そしてテレビ朝日が独占放映権を有するAFC(アジアサッカー連盟)公式戦のダイジェストなどふんだんにコンテンツを盛り込んでいる。その他内外の有名サッカー選手がやべっちにメッセージを贈る「ハイやべっち」や、一流選手とフリーキック対決をする(やべっちが勝ってしまうことも多い)などの人気のコーナーがある。



テレビ東京系列(6局ネット+BSジャパン)

### 「カンブリア宮殿」

日本の経済を支える経営者、政財界人をスタジオに招き、一般市民らの観客を前に作家・村上龍と女優・小池栄子との対談を繰り広げる。毎週日曜日の夜10時から10時54分までテレビ東京系で全国放送。ニュースが伝えない日本をすべし観客から村上龍が斬る大人のためのトークライブショーである。番組で使われている美術セットは、「THE 有頂天ホテル」(三谷幸喜監督)、米国美術監督協会・最優秀美術賞にノミネートされた「KILL BILL vol.1」(クエンティン・タランティーノ監督)など数々の映画の美術監督として評価の高い種田陽平がデザインしている。経済番組として人気が高く、経営者や中高年層のビジネスマンに人気が高い。



## オリバー・カーンの時代 その7



### カンブノウの悲劇

1999年のヨーロッパサッカー連盟(UEFA)チャンピオンズリーグ(CL)決勝戦のことである。FCバイエルンと戦うのは、イングランドリーグ優勝・ヨーロッパカップ優勝を果たし三冠を狙うマンチェスターユナイテッド。ベッカムとギグスがいる強大な相手だった。

カンブノウには9万8000人が詰め掛けた。6分、パスラーのフリーキックで先取点。ゲームはバイエルンのプランどおりに進んだ。後半もあと十数分しか残っていないところで、ユナイテッドの監督アレックス・ファーガソンはノルウェー代表のフォワード・スールシャールを投入、ベッカムとギグスを攻撃的な位置に配し、渾身の反撃を指示した。

しかし、カーンは余裕の表情で片手を挙げてチームを鼓舞する89分、先取点をあげたパスラーが交代。90分、スタジアムの時計が止まる。ロスタイムは3分。手許の時計で91分、ベッカムがドリブルで仕掛けてコーナーキックを得る。ボールは真ん中

に落ち、クリアミスしたボールはギグスの前に、ギグスがシュート。そのままボールはゴールを外れたはずだ。だが、カーンの目の前には味方の選手が立ち、そのすぐ脇にはシェリンガムがいた。シェリンガムが触ってコースを変える。死角が大きかったカーンは完全に逆を取られてしまい、セービングすらできなかった。終了間際の同点である。引き分けなら延長戦がある。

だが、ほとんど残り時間がないところでスールシャールのドリブルが再びコーナーキックに繋がる。今度はベッカムが蹴る。ボールはシェリンガムがヘディングし、そのパスを受けたスールシャールがカーンの目の前で真上のゴールネットに蹴り上げた。これではいくらカーンでもなす術がない。ロスタイムで2点とってユナイテッドが逆転優勝した。

この試合は、ユナイテッドからはカンブノウの奇跡、そしてバイエルンからはカンブノウの悲劇、と言われ語り継がれている。

カーンは、「負け試合がもとで自分の中でバランスを失うことがある。この試合もそうだった。サッカーをやめようと思った。でも、しばらくすると強い意志がまた頭をもたげた。ここで止まらなければならない理由はない」

そう、彼は、どうしても、ここで終わりだ、と思うわけにはいかないのだ、と語っている。

だが、カーンにとって、カンブノウの悲劇の後の苦悩の答えは、2年後2001年のCL優勝であり、2002年のワールドカップ準優勝・MVP・最優秀ゴールキーパーであった。

