

2015年9月9日 (水)

報道関係各位

パーク 24 株式会社

クルマのCMを好きになる理由は「カッコイイから」が最多
好きなクルマのCM1位はトヨタ「プリウス」

パーク 2 4 株式会社(本社:東京都千代田区、社長:西川光一)は、ドライバー向け会員制サービス「タイムズクラブ」※の会員を対象に実施した、「クルマと CM」についてのアンケート結果を発表いたします。

調査結果トピックス

- ① 好きなクルマのCM、選んだ理由は「カッコイイから」が25%
- ② 好きなクルマのCM ベスト5 —1位はトヨタ「プリウス」—
- ③ クルマを購入する際、20代以下は約半数が「CMのイメージが影響する」と回答

パーク24は、毎月9日に、クルマ生活に関するアンケートの調査結果を発表しています。今月の「クルマとCM」についてのアンケート結果詳細は以下の通りです。

調査概要

調査対象：タイムズクラブ会員

(2014年7月6日以降に入会し、直近でタイムズ駐車場・タイムズカープラス・タイムズカーレンタルを利用された方)

調査方法：非公開型インターネットアンケート

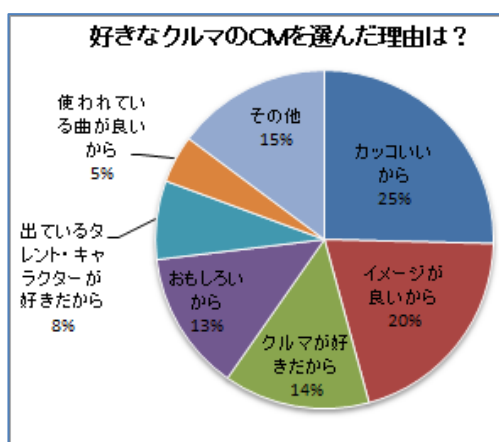
調査期間：2015年7月6日～7月12日

有効回答者数：8,236 名

※入会金・年会費無料の会員制ポイントプログラム。タイムズ駐車場やタイムズカープラスの利用等でポイントがたまる他、会員限定サービス等を提供。会員数約 542 万人（2015 年 7 月末現在）

① 好きなクルマのCM、選んだ理由は「カッコイイから」が25%

好きなクルマのCMについて、その理由として「カッコイイから」を挙げる人が25%で最多となりました。次いで「イメージがいいから」となっており、いずれも全ての年代において理由の上位となりました。一方で、「出ているタレント・キャラクターが好きだから」や「使われている曲が好きだから」は10%以下となっています。「出ているタレント・キャラクターが好きだから」は60代、「使われている曲が良いから」は20代～40代が多く選んでいました。「その他」では、「ストーリー性があるから」や「所有しているクルマだから」が挙がっていました。



— お問合せ先 —

パーク24株式会社 経営企画本部グループ企画部(広報) 小田原・庄司・渡邊
電話:03-3213-8910 Eメール:pr@park24.co.jp ホームページ:<http://www.park24.co.jp/>

※本リリースは国土交通記者会、自動車産業記者会に配布しております。

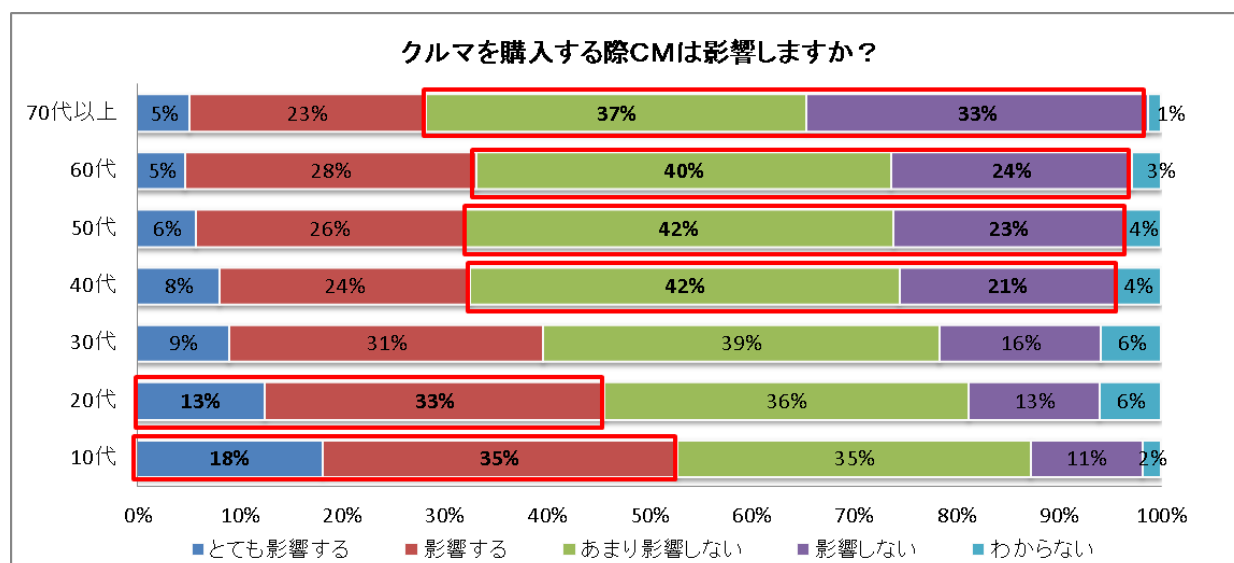
② 好きなクルマのCMベスト5 —1位はトヨタ「プリウス」—

好きなクルマのCMベスト5	
1	プリウス(トヨタ)
2	レクサス(トヨタ)
3	タント(ダイハツ)
4	ウェイク(ダイハツ)
5	アクア(トヨタ)

好きなクルマのCMを個別にみると、1位はトヨタ「プリウス」となりました。理由としては「おもしろいから」が最も多く挙げられており、ストーリー性のあるTOYOTOWNシリーズでの印象が影響しているようです。2位のトヨタ「レクサス」は「カッコいいから」が最多となっています。3位のダイハツ「タント」、4位の同「ウェイク」については、「おもしろいから」が圧倒的に多く、特に「ウェイク」はCM内でのセリフを回答欄に記入されている方もいました。人気ゲームのテーマ曲が使用されている5位のトヨタ「アクア」は、「使われている曲が良いから」が理由として最も多くなりました。

③ クルマを購入する際、20代以下は約半数が「CMのイメージが影響する」と回答

40代～70代では、6割以上がクルマを購入する際にCMのイメージが「影響しない」「あまり影響しない」と回答しました。これに対し、20代は46%、10代は53%が「とても影響する」「影響する」と回答しており、若い世代ほどCMの影響を受けることがわかりました。



40代以降では、クルマを購入する際に6割以上がCMの影響を受けないという結果になったものの、「好きなクルマのCM」には多くの回答がありました。各社がクルマの魅力、クルマに乗る楽しさを伝えるために制作していることから、何気なく見ていた人にも、強い印象を残しているものと思われます。最近は特に、新たな顧客を獲得するために各社が力を入れています。改めてクルマのCMに注目してみてもいいかもしれません。

— お問合せ先 —

パーク24株式会社 経営企画本部グループ企画部(広報) 小田原・庄司・渡邊
 電話:03-3213-8910 Eメール:pr@park24.co.jp ホームページ:<http://www.park24.co.jp/>

※本リリースは国土交通記者会、自動車産業記者会に配布しております。