



サウンドロゴのTikTok音源化で「ブランドの若返り」に成功！

商品売上前年比超えを達成した、TikTok楽曲コラボ&参加型イベント施策

アース製薬株式会社 / モンダミン



#話題化

#楽曲コラボ

#ブランド認知

#イベント誘致

#若年層リーチ

#エンゲージメント向上

#クリエイタータイアップ

https://www.onemedia.jp/works/earth_mondahmin_2023

CHALLENGE

テレビCMや店頭での施策に加えて、若年層への関心を高めるアプローチ方法としてTikTokを活用。

これまで「聴く」ものであったサウンドロゴを「歌う」ものに変換し、若年層の関心創出とブランドの若返りを狙いました。

RESULT

キャンペーン前後でTikTok内における「モンダミン」関連ワード検索数は692% (=6.9倍)、#モンダミン投稿数 1,100% (=11倍)

<ブランドリフトも全項目でアップ>

広告認知 +26.1%、理解 +6.3%、ブランド想起 10.6%

SOLUTION

サウンドロゴ「お口、クチュ、クチュ。モンダミン」を新しいエンターテイメントに。TikTokと繋がるカラオケボックス #歌ってみたメーカー



モンダミンのサウンドロゴをベースに、TikTokの人気ユニット「なかねかな。」とコラボレーションを実施。

当企画以前より、「なかねかな。」のお二人がTikTokアカウントにて、「モンダミンのサウンドロゴ、お口、クチュ、クチュ。モンダミンの続きを作って歌ってみた。」という動画を投稿していたことをきっかけに、コラボレーションを打診しました。

「お口、クチュ、クチュ。モンダミン」を「なかねかな。」流にアレンジし、大人の恋の駆け引きを描いたメロウな楽曲『恋するモンダミン』を制作。

また、この楽曲を軸に若年層で話題化するため、下記2つの拡散手法を仕掛けました。

- 「#歌ってみた」クリエイター人気6組によるハモリ動画公開で拡散
- 渋谷・センター街での「#歌ってみたメーカー」ポップアップイベントの開催

TikTok Studio

by ONE MEDIA



本施策担当ビジネスプロデューサー
佐々木 貴大

私たちと初めてのTikTok プロモーションに
チャレンジした企業・ブランドのうち、
70%超がお取り組みを継続いただいております。
お気軽にご相談ください。

お問い合わせはこちらから

ワンメディア株式会社

お問い合わせ先：<https://www.onemedia.jp/contact>

EMAIL : biz@onemedia.jp

