



# 4分の1がTikTokで認知。アイドル志望の潜在層にリーチし、応募母集団の拡大に成功

## 「HKT48 #みつけて運営さん」

### 株式会社Mercury / HKT48 第7期生オーディション

#UGC創出

#エフェクト

#話題化

#若年層リーチ

#ブランド認知

#来店促進・イベント誘致


[https://www.onemedia.jp/works/hkt48\\_tiktokchallenge](https://www.onemedia.jp/works/hkt48_tiktokchallenge)

## CHALLENGE

福岡を拠点に活動するアイドルグループ「HKT48」は、約2年ぶりとなる第7期生オーディションを実施。

将来のセンター候補を輩出するためには、**対象エリアを全国に広げ、応募する母集団の裾野を一気に広げる必要**があったため、SNSを活用した応募促進をご検討されておりました。

## RESULT

- 「コミュニティエフェクト\*1」を利用したにも関わらず、目標の2倍以上の数字となる【290件】の投稿≒エントリーが集まりました
- さらにオーディション一次通過者のうち、およそ4分の1の方が「TikTokをきっかけにオーディションを知った」と回答

\*1 ByteDanceが提供するTikTokエフェクト作成プラットフォーム

## SOLUTION

### TikTok エフェクトによる史上最もハードルが低いオーディション!? TikTok を新たな才能発掘プラットフォームとして利用



「アイドルを目指している」顕在層だけではなく、「アイドルを自分ごと化していない」潜在層をターゲットとして、オーディションへの応募数を増加することを狙いました。

TikTokにおいて、#自撮り（4億回再生）#自撮り女子（3,200万回再生）など自己表現がしたいユーザーが集まっていることに注目。TikTokエフェクトを投稿するだけでオーディションエントリーが完了する仕組みを設計。運営からスカウトしに行く「#みつけて運営さん」を企画しました。また、エフェクトのリリース開始とともに、「HKT48」現役メンバーから応募を呼びかけてもらいました。

アイドルやタレントの才能発掘手段として旧来から存在する「オーディション」や「スカウト」の仕組みを、TikTokを活用してアップデート。「自己表現」を行うTikTokユーザーのコミュニティ文化と、投稿を促すエフェクトを組み合わせ、TikTokを応募プラットフォームとして機能させた画期的なプロモーションとなりました。

# 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](mailto:biz@onemedia.jp)

