



累計1,450万回再生を突破。 “クルマ離れ”する若年層のエンゲージメントを高めるショート動画シリーズ

トヨタ自動車株式会社 / TikTokアカウント

#アカウント運用

#有形商材

#ブランド認知

#エンゲージメント向上

#新商品PR

本事例について詳しくはこちら

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



CHALLENGE

TikTokトレンドに合わせるだけでなく、より製品を
主役にして若年層が「車」に興味を持てるような
ショート動画の型を模索していました

車種ごとの“オンラインカタログ”のように、同じ
型で横展開でき、ストックされ何度も視聴される
動画を目指していました

RESULT

シリーズ合計14本の動画で累計1,450万回再生、
平均再生回数103万回（オーガニックのみ）達成。

ファンを中心に複数フォーマットでエンゲージメ
ントを高め、100万回を超える再生回数を継続して
出せる制作サイクルを構築できました。

SOLUTION

車種ごとの“オンラインカタログ”をショート動画化。 クルマが主役のリッチな演出で、バズではなく継続した視聴を目指す



製品 × 3つの動画フォーマットを制作

【3分割動画】： 海外のビデオグラファーを中心に、InstagramリールやTikTokのショート
動画でトレンドである「3分割」フォーマットを取り入れました。「車」の製品自体のファン
が好むよう、外観と内装のすべてを網羅しながらビジュアルで伝え、30秒以内の短尺
にすることで、何度もループして視聴する仕掛けにしています。

【ASMR】： 上記の「3分割動画」では伝えられなかった各製品の機能面を伝えるために、
ショート動画で人気の音で没入感を作る #ASMR フォーマットを活用。

【映像クリエイターによる、おでかけ動画】： 製品ビジュアルや機能面以外のファンや
潜在層に向けて、「おでかけ」シーンやシチュエーションで魅力を伝えるフォーマット。
TikTokのフィード上で視聴者に“スキップ”されないために、動画クリエイターの「シライ
フウタ」さんを起用し、映像表現としても楽しめるショート動画になっています。

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

