

オロナミンCドリンク

大塚製薬株式会社

Objective

子どもや孫とともにTikTok動画の投稿を行う
元気なシニアクリエイターを起用し、
全世代が誰でもおいしく飲める
炭酸栄養ドリンクというメッセージで、
若年層にリーチしていくキャンペーンを実施。

Highlight

- ・世代を超えて商品の魅力を訴求することに成功。
コメント欄では孫や子から見たオロナミンCのイメージや
懐かしむような声も多く集まり、
商品購入意向も大きく向上する結果となった。
- ・長州力を含むシニアクリエイターによる、
孫や子供との共演タイアップ投稿が話題となり、
情報番組ZIPとグッドモーニングで紹介された

MENU

TopView / オークション広告（リーチ目的）

実施時期

2023年 9月



Performance

※TikTokブランドリフト調査の結果

広告認知

+3.2%

※絶対リフト

総動画視聴回数

1,200万回

総いいね数

47,054