

Whimsical World of New Herbal Essences



商品名：Herbal Essences
会社名：プロクター・アンド・ギャンブル・ジャパン株式会社
キャンペーン期間：2007年8月1日～

■概要

ヘアケア商品「ハーバルエッセンス」のリニューアルを機にパラダイス・トリップを開設。イメージキャラクターとして歌手・モデルの土屋アンナが採用された。サイトにもアンナさんが登場し、ハーバルエッセンスが作り出す不思議な世界感を表現している。また、サイトにはショートムービーやイベント情報が掲載している。mixi 公認コミュニティでも展開している。



Marketing Message



Paradise Trip

キャンペーンサイト (<http://www.paratri.jp>)

■検索数

Google 検索
1,869件 (2007年8月21日現在)

Yahoo! 検索
400件 (2007年8月21日現在)

※検索ワード:Paradise Trip (AND ハーバル),
パラトリ (AND ハーバル)、パラダイストリップ
(AND ハーバル)

■ブログ書き込み状況

このムービーの土屋アンナがたまらなく可愛
いっ! (2007年8月18日)

香りとキャラを結びつけてカラフルなツラとコス
プレで勝負です。ほんとビジュアル系に徹したの
ね。(2007年8月7日)

とっても不思議だけど、夢があり、キレイな世界
きつとトリップしちゃった時に、アンナちゃんが
みたり感じた世界を自由にイメージしてこのパラ
ダイスムービーを創りあげたのでしょうね
(2007年8月3日)

■ブログ書き込み件数

128件 (2007年8月21日現在)

※テクノラティ検索結果

※検索ワード:Paradise Trip (AND ハーバル),
パラトリ (AND ハーバル)、パラダイストリップ
(AND ハーバル)

■Editors' Review



3種類の香りを土屋アンナさんを使って
素敵に表現していると思います。また、
テクニックを教えるムービーは参考にな
って面白いと思いました。ローティン
グする時ちょっと重いのが難点です。



発売前のティザー(事前の賑やか)でう
まく話題を醸成してます。サイトの作り
もPOPでいいですね。

■Target Consumer

10~30代の女性層。

■イメージキャラクター



日本人とロシア系アメリカ人ハーフの土屋アンナ
さんは歌手・モデルとして活躍。10代・20代から
絶大な人気を持つ。7月中旬には渋谷や新宿に「土
屋アンナ、失踪?!」と書かれた号外風のチラシが
配布され、当時は特別サイトが開設された。失踪の
事実を明らかにするため、また商品のPRを行うた
め8月1日に渋谷のクラブ「WOMB」に現れたア
ンナさんは人魚をイメージした夏らしい格好で登場。
招待された記者やブロガーを驚かした。

■サイト概要

3種類の商品に合わせアンナさんが3変化。サイト
にはCMはもちろん、ユーザーの声、アンナさんが
出演するムービーなどが掲載されている。



■SNS サイト内状況

mixi 公認のコミュニティの参加者数は3,116
人。土屋アンナさんのファンコミュニティは複
数存在する。土屋アンナ☆リスペクト参加者
数は187人。また、他のHERBAL
ESSENCES コミュニティの参加者数は527
人。(2007年8月21日現在)



■タイアップ

オリコンとのタイアップではターゲット層か
ら憧れのパラダイスをリサーチ。また、アン
ナさんのパラダイスとストレス解消方も掲載
している。

