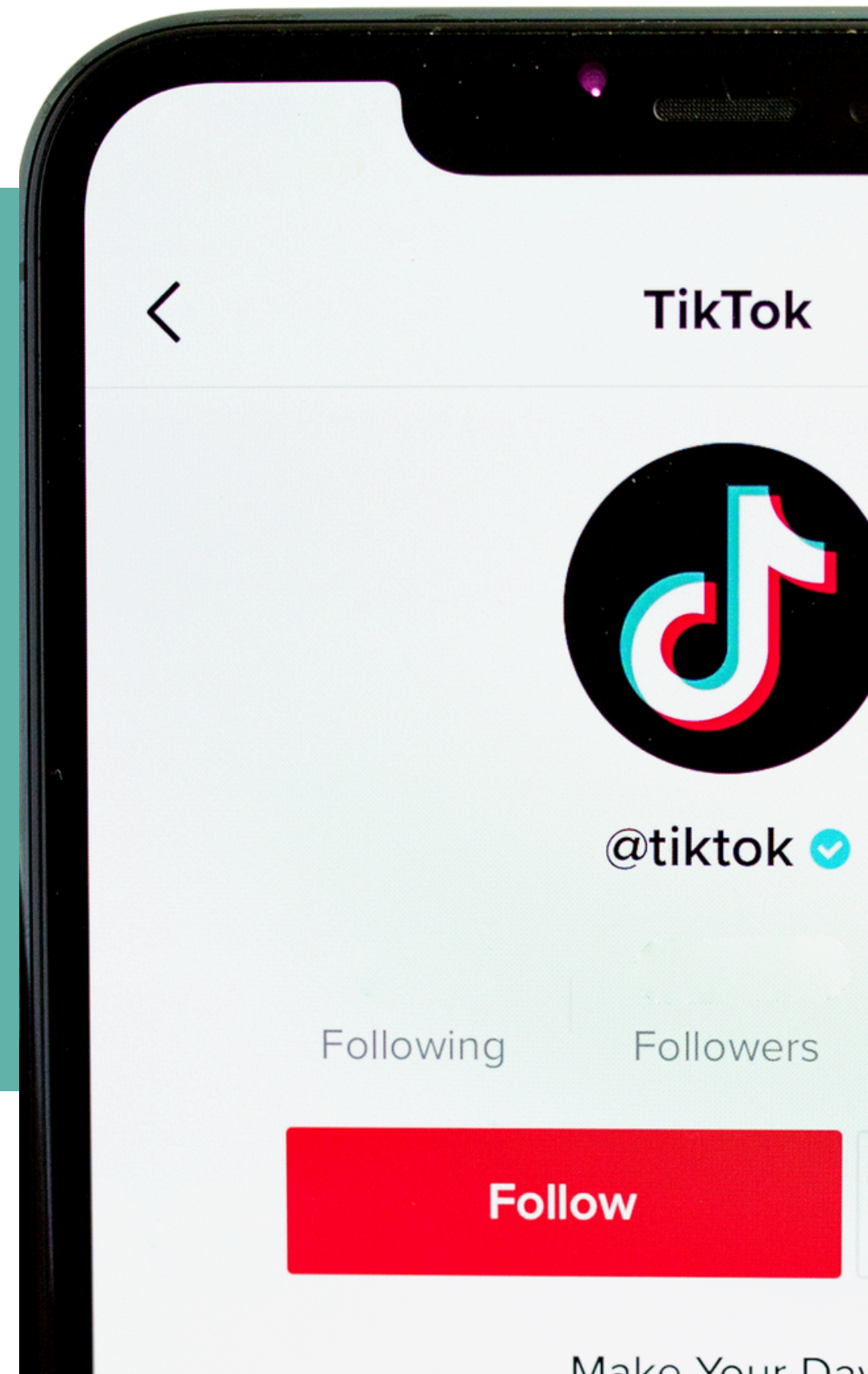


2025年
最新版

TikTok集客の教科書

- 企業の広報担当者必見 -



TikTokが秘める 集客/採用の可能性について

TikTokとは

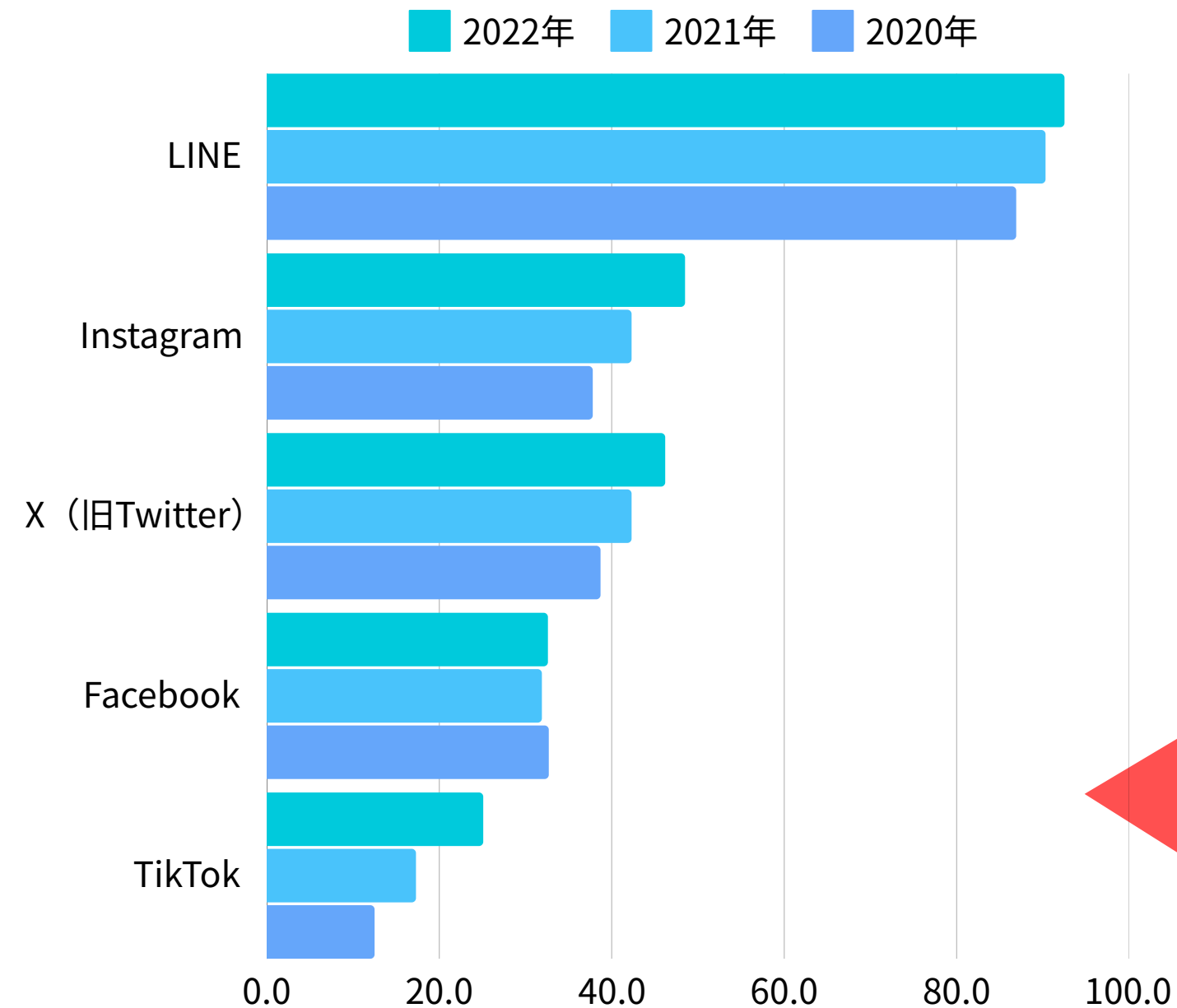
短尺動画をシェアできるSNSの1つ



動画単体の評価であるため
再生数はフォロワーに依存しない。

TikTokの市場

日本における主なSNS利用率の比較（2020年～2022年）



参照:https://www.soumu.go.jp/main_content/000831290.pdf

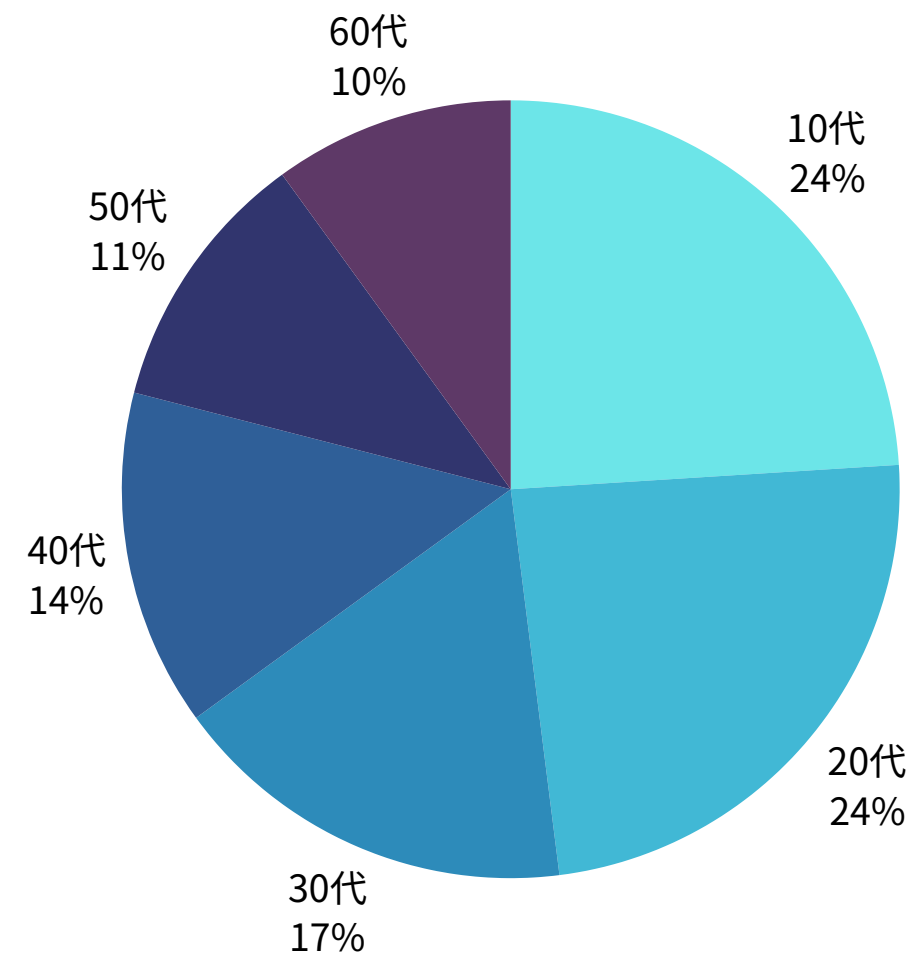
2年間でTikTokの利用率は13%も増加

今後も急成長することが予想されている

TikTok視聴者の平均年齢は？ >>

TikTokの市場

日本のTikTokユーザーの年齢層



TikTokの国内ユーザーは
2021年で1690万人と言われています。

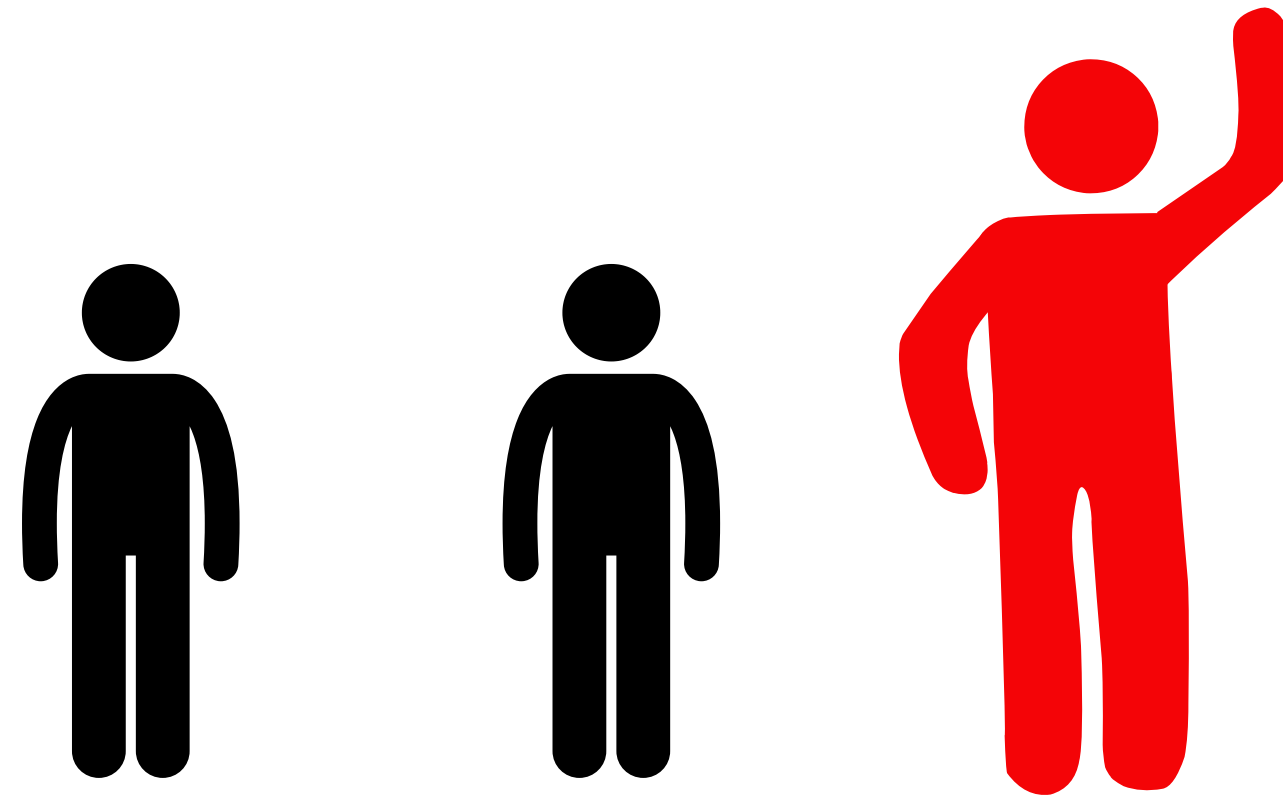
平均年齢34歳

主要購買層へのリーチも可能

TikTokを見て商品を購入する人の割合は？ >>

TikTokの市場

TikTok視聴によって商品やサービスの
購入経験があるかというアンケート調査の結果



3人に1人購入の経験がある

参照:<https://note.com/torihada/n/n35114df3039b>

TikTokによる購買の意思決定の変化



TikTok運用のメリット

1. コストを抑えながら拡散できる
2. 認知拡大・集客増加
3. 他社の参入率が低い
4. 購買行動に繋がりやすい

1.コストを抑えながら拡散できる

TikTokは動画単体の評価でバズるかどうか
決まるためフォロワー数に依存しない。



集客・採用に有効的なSNSである。

TikTokを活用することで求人サイト,口コミサイトの
連載費用など広告費削減に繋がる。

2. 認知拡大、集客増加

TikTokはInstagramなどの他のSNSに比べて
圧倒的に拡散力がある。



運用をスタートしてすぐに
認知拡大に繋がしやすい。



3.他社の参入率が低い

まだまだTikTokを活用している
企業、会社の数は少ない。



参入障壁は低く
早く始めれば市場を独占できる可能性がある。



4.購買行動に繋がりやすい

先ほどにも説明した通りTikTokを利用した
購買行動は増加傾向にある。



国内のTikTok利用者の平均年齢は
34歳であるため購買能力もある。

海外ではすでにショッピング機能付きの
TikTokが導入されている。

TikTok運用において 重要なこと

伸びやすいジャンルを選定する

伸びるジャンルを選ばないと
いくら発信してもフォロワー伸びないです。

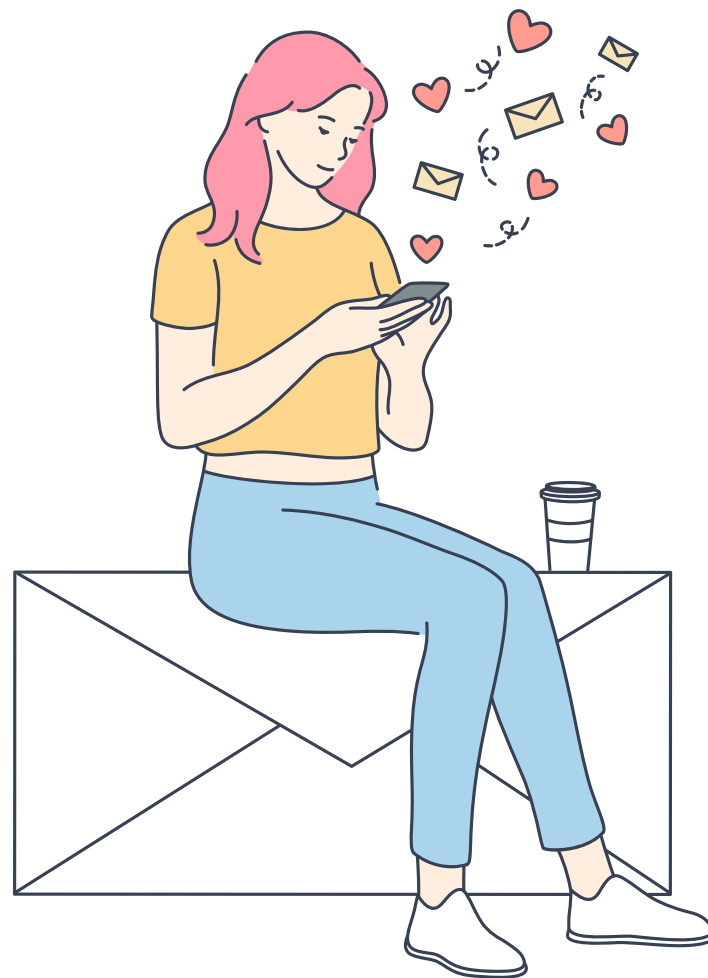
伸びやすいジャンル

- ビジネス
- 恋愛
- 美容
- 健康
- 心理学
- コーチング
- 店舗
- 物販
- 自己啓発
- 占い

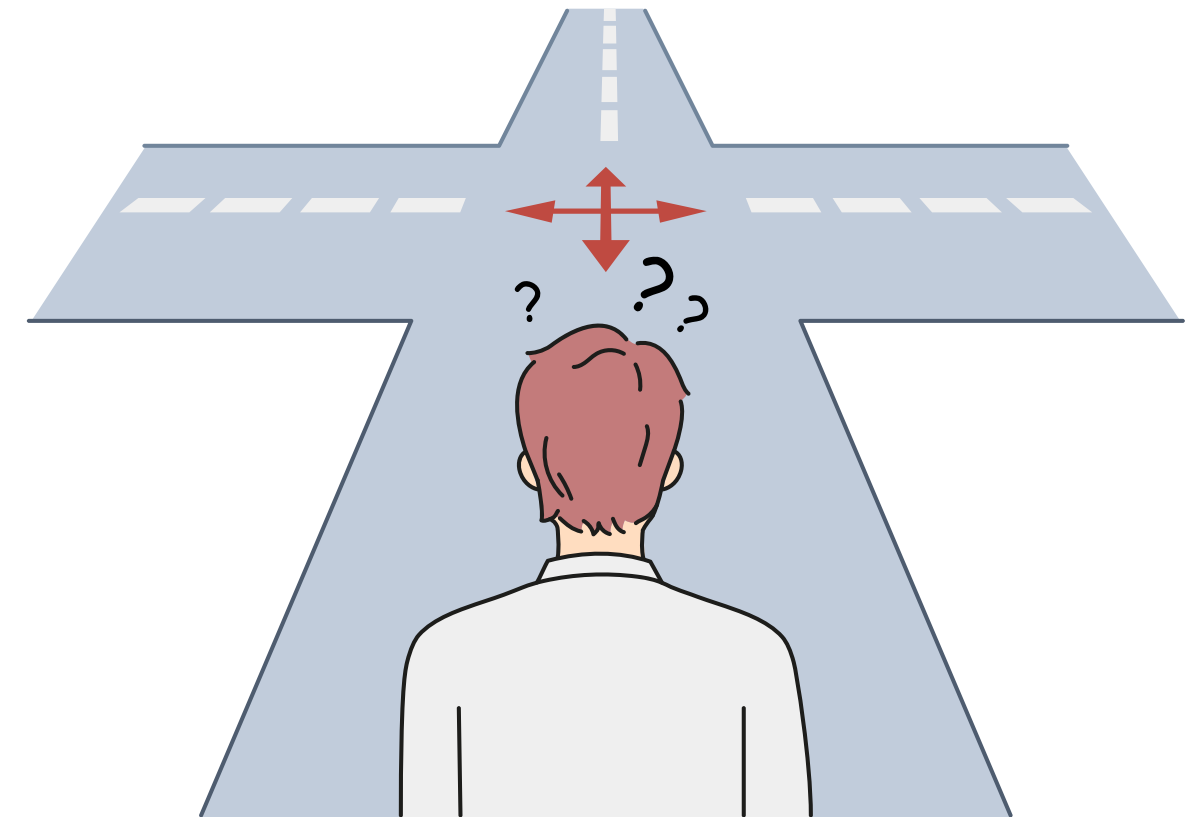
伸びるジャンルを選んで多くの人に
見てもらう経験を増やしましょう。

伸びやすいジャンルを選定する

伸びるジャンルを選ぶことで
自分のアカウントの見せ方を確立しやすくなります。



自分のアカウントを
多くの人に見てもらう。



視聴者目線での印象や見え方に合わせて
自分の見せ方を決めていく。

参考アカウントを調査する

ジャンル選定ができればそのジャンルで伸びている参考アカウントを調査しましょう。

参考アカウント調査の手順

1. TikTokの検索からジャンル名を検索
2. アイコンに飛んでプロフィールを見る
3. 1万～3万フォロワーのアカウントを探す

フォロワー10万人以上のアカウントは
アカウント開設後2年以上経過している可能性がある所以要注意。

伸びるアカウント設計の仕方

いざTikTokを運用しようと思うと
まず最初に訪れるのがアカウント設計です。

アカウント設計の主要素

- 名前
- アイコン
- プロフィール

しっかりと方向性を定めていかないと
アカウントが伸び悩む原因になります。

伸びるアカウント設計の仕方（名前）

伸びるアカウントを作るために避けてほしい
アカウント名の付け方は以下になります。

NGアカウント名の例

- 発信したいジャンルに関係ない名前
- 会社や団体など業者を感じさせる名前
- ビジネス感のある名前

基本的にアカウント名は
「名前＋発信ジャンル」がおすすめです。

伸びるアカウント設計の仕方（アイコン）



アイコン選定のポイント

- 背景はシンプルにして自身の姿orキャラクター
- アイコンは気分でコロコロ変えない
- 小さい文字や風景のような複雑な写真にしない

伸びるアカウント設計の仕方（プロフィール）

プロフィールはアカウント設計の中でも特に丁寧に設定する必要がある項目になります。

プロフィール欄に必要な要素

- 発信しているジャンル
- フォローするメリット

自分の発信ジャンルのユーザーの
プロフィールを複数個参考にするようにしましょう。

アルゴリズムを理解する

TikTokを運用するにあたってアルゴリズムを把握して運用することは最も大切です。

アルゴリズムを理解しアカウントを運用する



投稿がバズり拡散



売上UP・採用・集客などにつながる

TikTokのアルゴリズムの一例

バズって認知・拡散されるためには
質の高い投稿を上げる必要があります。

質の高い投稿とは

- 視聴完了率が高い
- 視聴維持時間が長い
- 保存率が高い
- いいね、コメント、共有の数が多い

バズる動画の作成方法については
他の資料で詳しく解説しています。

バズる動画を作成するためのポイント

バズる動画の作成方法を
ポイントに分けて以下の資料で解説しています。

- バズるタイトル100選
- バズらせるための心理学
- バズる動画編集方法
- バズる台本作成方法
- バズるリサーチ方法
- バズる音源選定方法

TikTokを伸ばして集客・採用したい方へ

以下の公式LINEを追加してもらおうと、**先着5社限定**で
TikTok運用に関する無料相談を行なっています。

- 効率よくTikTokを伸ばしたい
- TikTokを活用して集客・採用をしたい
- 何から始めればいいかわからない
- TikTok運用に伸び悩んでいる

以上のようなお悩みがある方は
是非無料相談してみてください！



お問い合わせはこちら↑

最後に

SNSに関するお悩みは ANDGIVEへご相談ください

お問い合わせは公式LINE
またはメールへご相談ください。(contact@andgive.co.jp)



公式LINEはこちら↑

弊社サービス



TikTok運用代行
コンサルティング



Instagram運用代行
コンサルティング



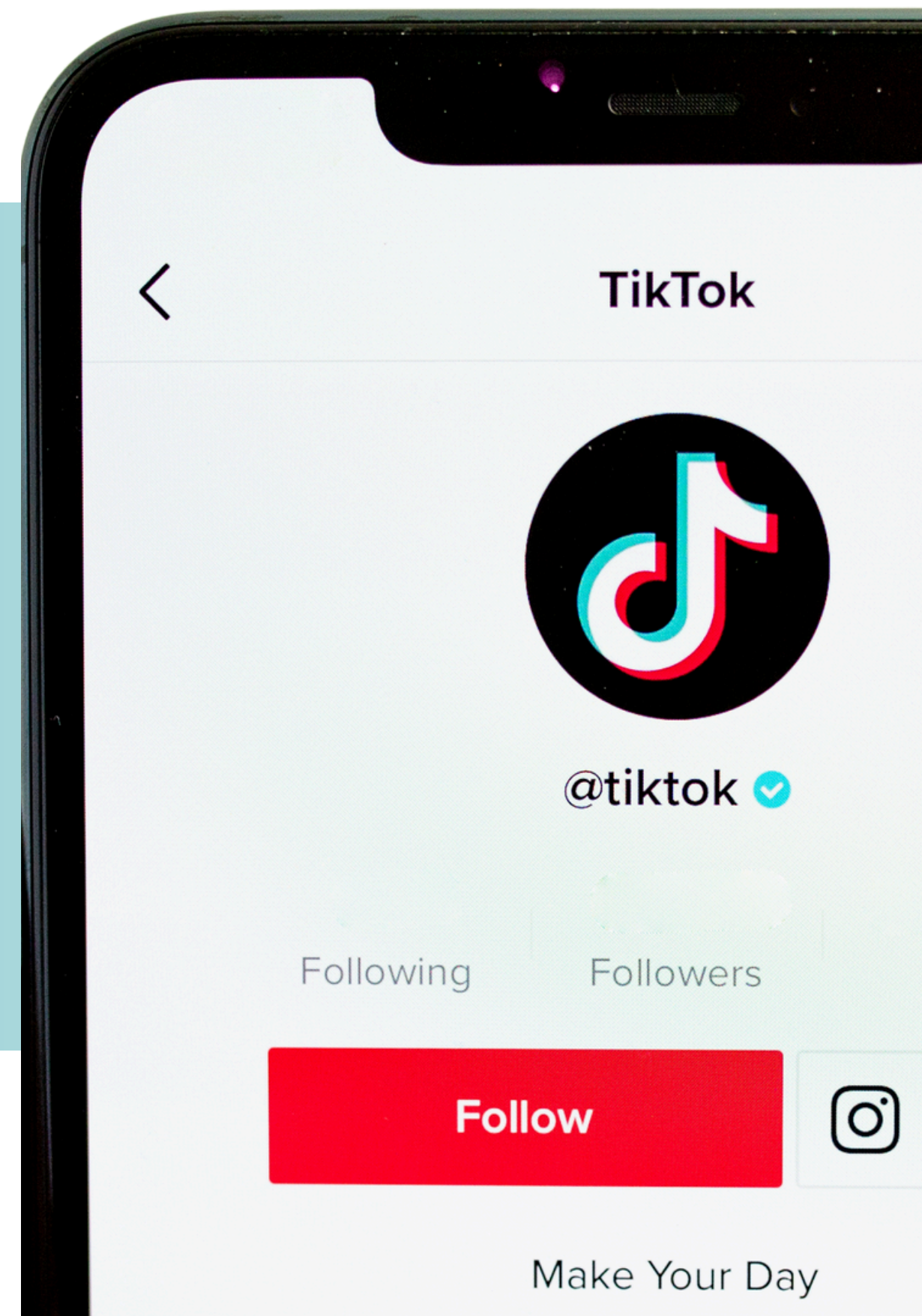
MEO対策



HPはこちら↑

TikTok完全攻略

バズる動画編集方法



TikTokは編集がとても大事

企画・台本がどれだけ良くても
編集が悪くないとバズりません。

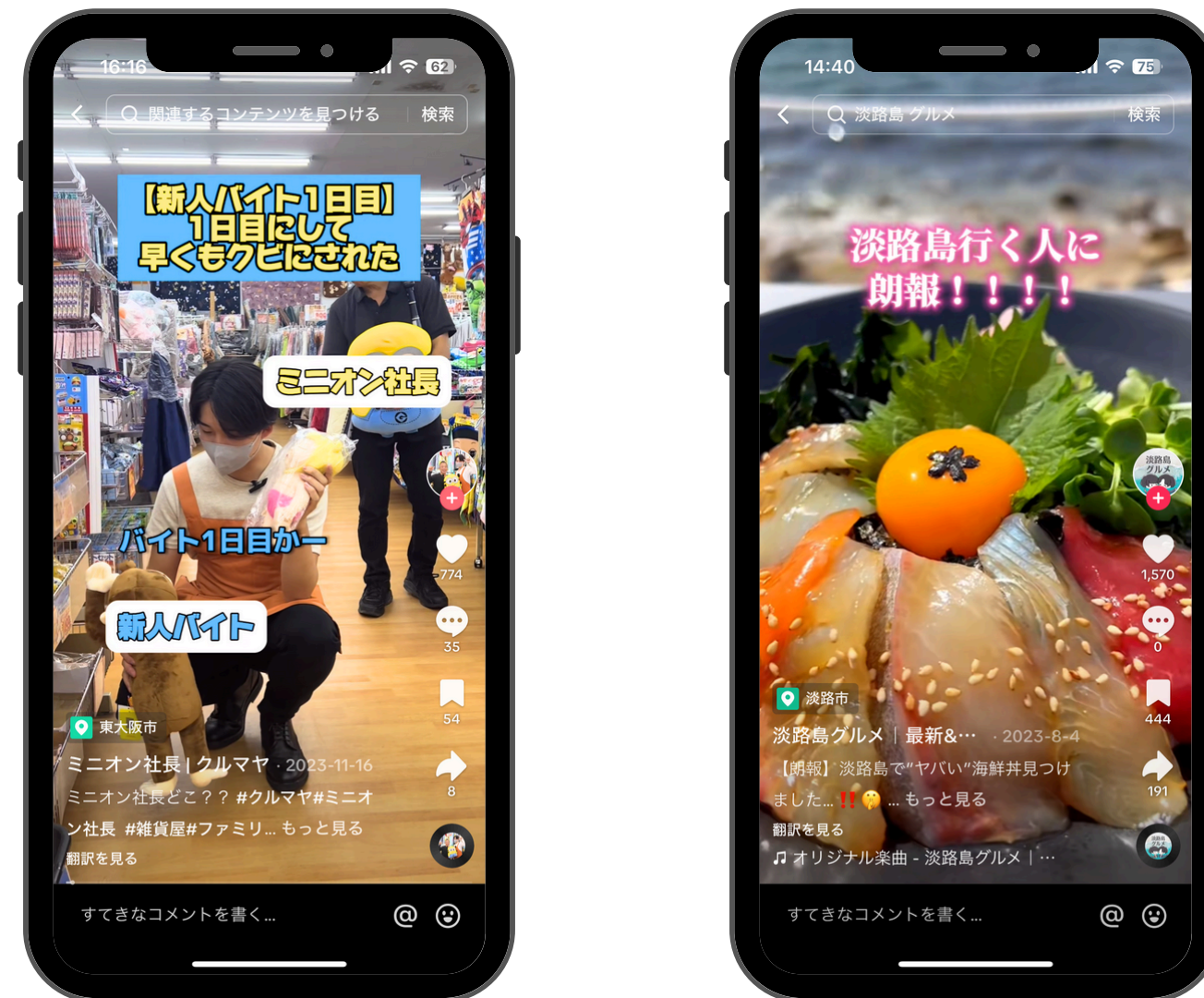


そこで今回は『バズるための編集ノウハウ』を
解説していきます。



バズる編集ポイント①

フルテロップにする



聴覚だけでなく視覚的な情報も重要です。

バズる編集ポイント②

使用する色の固定



多くても3～4色で抑えるようにしましょう。

ジェットカットを行う

情報として意味をなさない発言や「間」を完璧にカットする技法がジェットカットです。

視聴維持率や視聴完了率を高めるために必須の編集工程です。



音量の調整を行う

音量が適切であり視聴者が不快に感じないように調整しましょう。

音量に関する確認事項

- 音源が音割れしていないか
- BGMが大きすぎまたは小さすぎないか
- 聞こえにくい部分がないか



ストレスを与えない編集

編集で最も大事なことは視聴者にストレスを与えず視聴維持率の高い動画を作成することです。

編集時における確認事項

- テロップの位置、高さが統一されているか
- 画質の良い素材を使用しているか
- 白飛びしていないか、明るさに問題がないか
- フォントが統一されているか



効果音の利用

エンタメ系や語り系など動画の種類によっては効果音をつけることが有効的です。

効果音に関する確認事項

- 適切なタイミングで効果音の挿入があるか
- 内容と効果音が一致しているか
- 演者の音声をかき消してしまっていないか

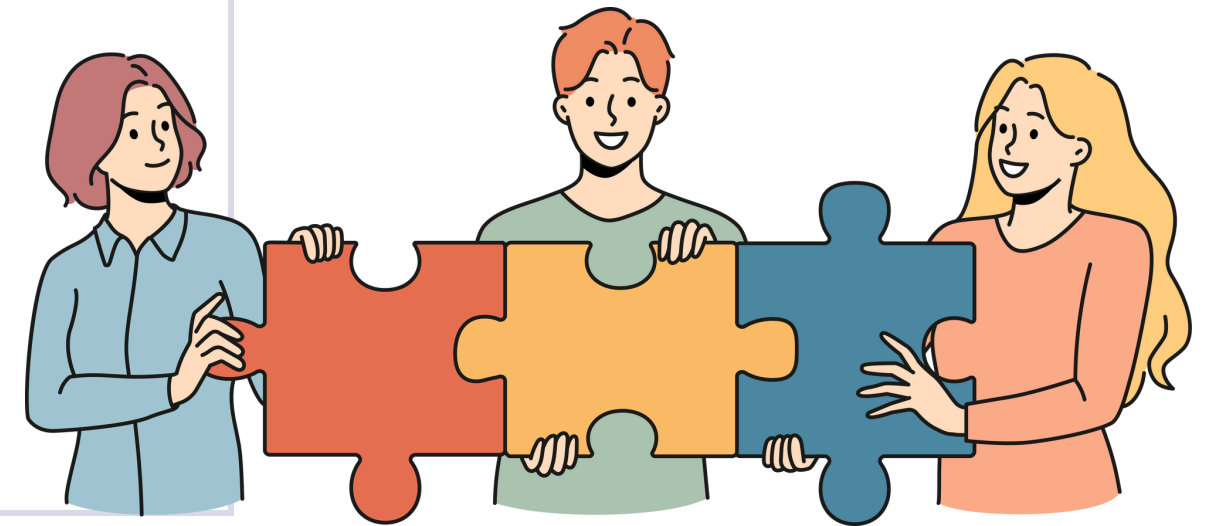


常に画面に変化を加える

画変わりを入れたり動画素材に動きを入れることで
視聴維持率を高めることができます。

効果的な画面変化の例

- イラストの挿入
- ズーム
- 画角の変化
- 画像の挿入
- アニメーション

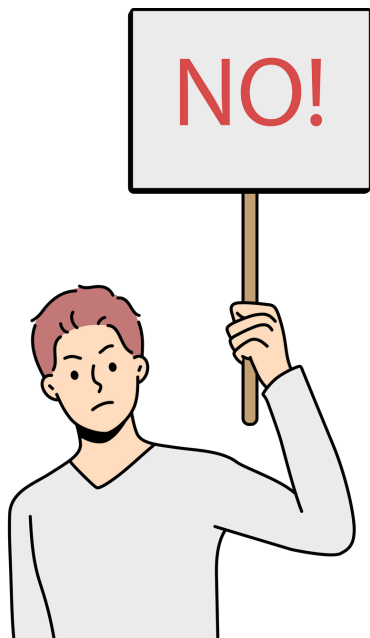


動画の必要な部分を見直す

TikTokは1秒でも多く見られるだけで
バズり度が変化していくので無駄な部分はカットしましょう。

効果的な画面変化の例

- エンディング
- 冒頭の挨拶
- 自己紹介
- 無駄な間



画面構成・比率を調整する

概要欄やいいね,コメントの部分などを考慮して
テロップやタイトルの挿入を行うようにしましょう。

画面いっぱいを利用した縦型動画の方がバズりやすい



比率にミスがないか確認するようにしましょう

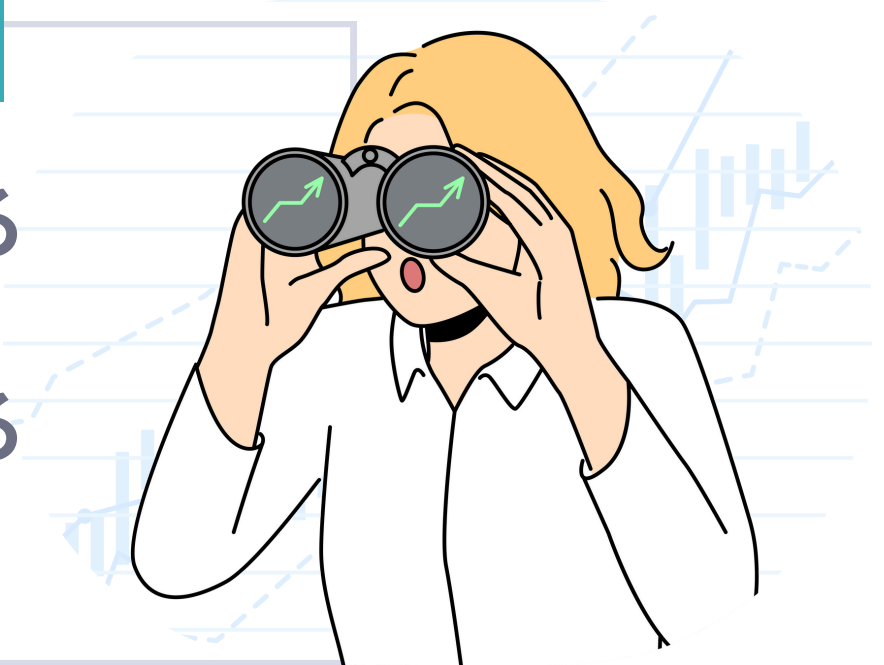


最初の2秒にこだわる

TikTokは**最初の2秒**でユーザーが動画を視聴するかどうかを判断します。

冒頭の効果的な編集例

- 気になる部分にモザイクをかける
- テキストや動画に動きをつける
- 結論を持ってきて興味を持たせる
- インパクトのあるタイトル選定



TikTokを伸ばして集客・採用したい方へ

以下の公式LINEを追加してもらうと、**先着5社限定**で
TikTok運用に関する無料相談を行なっています。

- 効率よくTikTokを伸ばしたい
- TikTokを活用して集客・採用をしたい
- 何から始めればいいかわからない
- TikTok運用に伸び悩んでいる

以上のようなお悩みがある方は
是非無料相談してみてください！



お問い合わせはこちら↑

最後に

SNSに関するお悩みは ANDGIVEへご相談ください

お問い合わせは公式LINE
またはメールへご相談ください。(contact@andgive.co.jp)



公式LINEはこちら↑

弊社サービス



TikTok運用代行
コンサルティング



Instagram運用代行
コンサルティング



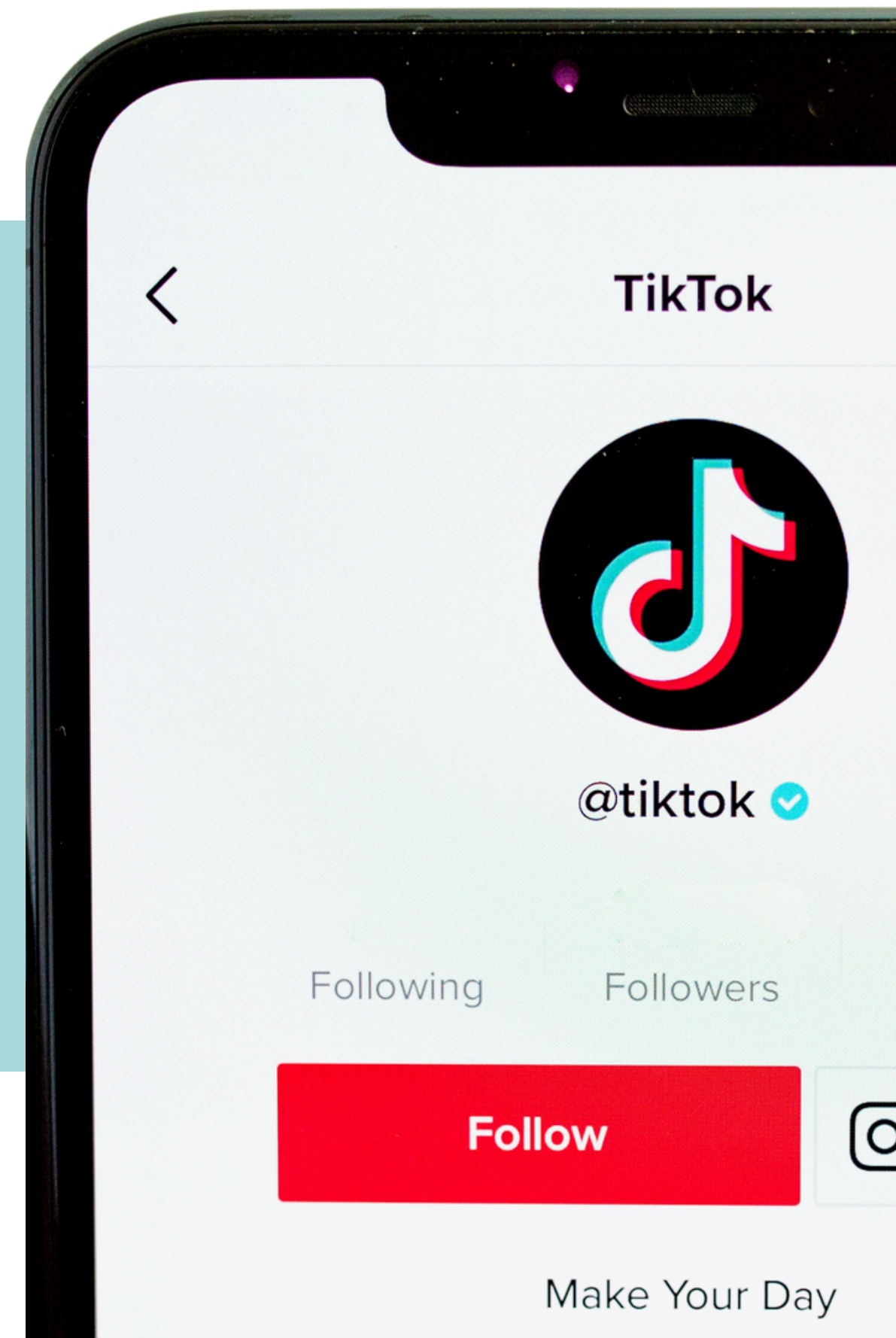
MEO対策



HPはこちら↑

TikTok完全攻略

バズる台本作成方法



バズる台本の構成を理解していますか？

こんな人は要チェック

- 台本作成に時間をかけすぎている
- 再生数が1000回を下回っている
- なんとなく台本作成をしている



このような悩みがある人向けに
バズる台本作成の構成を紹介します。

バズらせるためには

バズらせるために大切にされていることは、

滞在時間



動画を再生
している時間

反応率



いいね, コメントの
反応率

初速



投稿してから
1万再生までの速さ

この条件をクリアすると**おすすめ**に載る可能性が
非常に高くなり結果としてバズりやすくなります。

バズる台本作成の構成

TikTokでバズる台本の流れ

- 1 『タイトル説明』
- 2 『本題』
- 3 『コメント欄誘導』
- 4 『結論,オチ』

台本作成時はこの構成を意識するようにしましょう

最初の2秒でユーザーに興味を持ってもらうために
タイトル説明はとても重要です。

効果的な前置きの例

- 衝撃的なフレーズを利用する
- 見なければ損が生じることを伝える
- 動画の結論を見せて興味を持ってもらう

タイトル説明の部分は『バズる心理学』の内容を
利用することをオススメします！

動画の内容は
長くなり過ぎないように**簡潔**に話しましょう。

気をつけるべきポイント

- 専門用語を使用しない（誰でもわかる言葉を使用する）
- わかりやすく簡潔な文章にする
- 1文を長くし過ぎない

コメント欄誘導

コメント欄に誘導することで
視聴維持率が上がるため動画がバズりやすくなります。

効果的なコメント欄誘導の方法

- コメントを誘導する
 - 「賛成か反対どっち？」 「許せる？許せない？」
- 何周も見させるための誘導
 - 動画の終わりと始まりが繋がっている
 - 動画に突っ込みたくなる違和感がある
- 限定内容やまとめをコメント欄に記載しておく

結論は簡潔に今までの内容を
まとめるようなものにしましょう。

注意すべき点

最後にフォローを促すような締め of 文言は必要無い。



動画の終盤と分かり、
視聴者が離脱してしまい視聴完了率が下がる。

最後にクスッと笑えるネタや視聴者が突っ込めるオチを入れて、
動画の最後まで興味を持ってもらえるようにしましょう。

TikTokを伸ばして集客・採用したい方へ

以下の公式LINEを追加してもらおうと、**先着5社限定**で
TikTok運用に関する無料相談を行なっています。

- 効率よくTikTokを伸ばしたい
- TikTokを活用して集客・採用をしたい
- 何から始めればいいかわからない
- TikTok運用に伸び悩んでいる

以上のようなお悩みがある方は
是非無料相談してみてください！



お問い合わせはこちら↑

最後に

SNSに関するお悩みは ANDGIVEへご相談ください

お問い合わせは公式LINE
またはメールへご相談ください。(contact@andgive.co.jp)



公式LINEはこちら↑

弊社サービス



TikTok運用代行
コンサルティング



Instagram運用代行
コンサルティング



MEO対策



HPはこちら↑