

NEWSLETTER

TikTok TREND & CASE STUDY REPORT 2024年8月号

最新TikTokトレンド&事例紹介

TikTokの全体動向



TikTok、アマゾンと連携 アプリ内でショッピング可能に

まだアメリカ版「TikTok」のみだが世界へ波及の可能性も

Home > What's new > Blog

Shop select Amazon ads on TikTok without leaving the app

August 08, 2024

Users can now seamlessly discover and purchase their favorite products from Amazon directly within the TikTok app.



出典記事によると「TikTokユーザーは、「For You」ページでアマゾンのおすすめ商品を見ることができ、TikTokとアマゾンのアカウントをリンクさせれば、アプリを閉じずにアマゾンの商品を購入することが可能になる。商品価格やアマゾンプライムの会員特典、配送料などを確認することもできる。（以上、引用）」とのこと。アマゾンの出品事業者が数多くTikTokに進出し、TikTokで紹介した商品が人気になることでアマゾンでも販売が増え、膨大なトラフィックの入口となっている。

TikTok最新トレンド紹介



熱狂的なファンをつくるにはにじみ出る個性を活かせ

※画像クリックで動画へ遷移

地方の中小企業こそダンスを踊らず自社の強みを見極めて活かす

お肉屋のカレー (清柳食産)



TikTokのトレンドを取り入れるのもバズるための策ではあるが、他の企業も同じようなことを考えるため、凡庸な印象となってしまう可能性がある。地方の中小企業こそ自社にしかない個性を持っていたりするのでぜひ参考にしてほしい動画。自社でしか出せない強みをしっかりと動画にできている。ただし自社の強みを打ち出すにしても動画のクオリティ（画質×企画×テンポ×etc...）は超重要点となるので注意が必要。

数々のインフルエンサーが真似するくせになる謎すぎる動き

さつまいもタイム



7月後半～8月後半までかかる長く大きいトレンドになったのがこの「さつまいもタイム」。ちょっとキモいキャラクターが独自の動き、語りを行う様子を様々なクリエイターが真似をして一大トレンドになった。未だにTikTokのトレンドはうるさいものと思込んでいる人こそ注目してほしいトレンド。なお、さつまいもタイムが何なのかは未だ説明されていない。

個性が無いがバズりたいならトレンド楽曲を取り入れるのが吉

Ai To U



いわゆるエモい楽曲。他の動画も同様に特に内容に個性があるわけではなく「美女が踊ってるだけ」だが、トレンド楽曲というだけで再生が回りやすい。ただし、企業で活かすためにはここに意外性を加える必要がある。例えば「美女が使うエモいトレンド楽曲をおじさんが使ってみて使いこなせない」など。何の楽曲を使うかも重要だが、どう組み合わせるかが最も重要な点となる。

所感

「自社の強みが何なのか」は常に企業のマーケティングにつきまとうものだが、実はその整理ができているとTikTokも運用がしやすい。個性の薄い企業であればトレンドを取り入れることでバズりやすくするという手法もあるが、自社の強みが分かっている、かつそれが尖っている良いものであればそれをうまく動画にできるだけバズっていく可能性が高いため表面的なものにとらわれないことが大事。

TikTok最適にすることで企業感強めでも大バズりする時代に

※画像クリックで動画へ遷移

TikTok最適にしつつ、全く違った雰囲気 のポテトのCMを投下

マクドナルド ポテト



いわゆるTVCM的なシズル感のあるクリエイティブながらぐっと寄った画角とシンプルな構成でTikTok最適にした例。

他にもポテトをつくるクルーの主観視点でのクリエイティブなど、ポテトのディスカウントのキャンペーンにあわせ複数のバリエーションの動画を投下し話題を呼んだ。

若者の感性や言葉を理解しきった上で企業CMに落とし込む感性が天才的

日清 カップヌードル



ギャル語×昔話の形式で描かれた日清カップヌードルのCM動画。一見切り抜き動画や転載のように見えるが公式が出しているギャップで視聴者を惹きつけている。公式が出すギャップや費用の高いアニメーションのクリエイティブは大手有名企業ならではのバズ要因ながらも、それ以外の部分は中小企業でも見習える工夫が詰まっている。「若者の感性×誰もが知る昔話×メタ的視点」がバズの要因。

車の負の側面を注意喚起しながらネコの可愛さで押し付けがましくなくつくり

TOYOTA とけネコ



車のダッシュボードが夏場は暑くなることをTOYOTA自身が注意喚起する動画。

ただ温度を図るのではなく、ゆるかわなネコのフィギュアが溶けるというシンプルながら注目を集めるクリエイティブでバズった。要因は複数あるが、よくある注意喚起系CMのように固くなりすぎず、視聴者に寄り添ったクリエイティブとカラーの高さが最大のバズ要因。8月に限らず、最近は大企業でもTikTokへの理解が進む。

所感

マクドナルドはTikTokユーザーの勘所をとらながらチャレンジングな動画を投稿することで有名。大企業が一つのプロモーションに複数のクリエイティブを用意する時代になり、TikTokへの本気度が感じられる企業はやはりユーザーからの反応が良い。一方、TVCMも含め安定したバズを生み出すのが日清、さらに安定しつつ映像美や編集にセンスを感じるTOYOTAなどTikTokでも元からの個性を活かせる企業も強い。

※こちらのページの実例は弊社実績ではございません

※TikTok内で発生したトレンドやいわゆるバズったと言われる再生回数が多い動画の一部ご紹介になります。全てstudio15の独自編集になりますので全てのトレンドを網羅するものではありません。

studio15 News

studio15 8月のニュース

8/1 リリース



【TikTok特化のスクール本日開講】ショートムービー業界の人材不足を解消するため300社以上の実績を持つstudio15が開始

https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000069_000043271.html

8/28 リリース



【大和コネク特証券にて豪華賞品が当たるキャンペーン開催】TikTokクリエイター6組も踊る！景井ひなさん出演の大和コネク特証券新CM「コネク特ダンス」を踊って豪華プレゼントGET！

https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000077_000043271.html

8/7 リリース



UQ WiMAXのショートドラマ×SNS総フォロワー約1000万人のTikTokクリエイター9組！「#ひとりじゃないみたいだ」8/6より公開中

https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000074_000043271.html

8/26 リリース



【公開20日で約1000万回再生突破！】「めっちゃ分かる」「まって、普通に涙でた」などZ世代から共感の声続々。UQ WiMAXのショートドラマ&タイアップ「#ひとりじゃないみたいだ」

https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000076_000043271.html

企業概要

studio15株式会社は TikTokに特化したプロダクション・エージェンシーです。

TikTokを活用したプランニング／企画制作／キャスティング／広告配信までをワンストップで提供いたします。



会社名	studio15株式会社
所在地	〒150-6221 東京都渋谷区桜丘町 1番1号 渋谷サクラステージ SHIBUYAタワー21階
設立	2019年1月23日
代表者	岩佐 琢磨
事業内容	ショートムービー特化型広告代理店事業 クリエイター事務所事業
主要取引先	Bytedance株式会社他
資本金	4,100万円 ※資本準備金含む
親会社	株式会社セレス(東証プライム市場上場)
社員数	46名 ※業務委託契約・アルバイト含む



ceres

株式会社セレス グループ
(東証プライム市場上場)

本件に関するお問い合わせ先

studio15株式会社 広報担当: 吉田拓哉

E-mail: info@studio15.co.jp TEL: 090-5402-9922(個人)

※事例の詳細などご取材希望の場合は、広報までご連絡いただけますと幸いです。