

NEWSLETTER

TikTok TREND & CASE STUDY REPORT 2024年9月号

最新TikTokトレンド&事例紹介

ニュースレター目次

- TikTokの全体動向
- TikTok最新トレンド紹介
- studio15 News

TikTokの全体動向



“TikTokでバズる秘密”がシンガポール本社で一部明らかに

TikTok's APAC Safety Event in Singapore



TikTokは、透明性を確保するために設立した「透明性・説明責任情報公開センター（TAC）」をメディアに初めて公開し、AIと4万人のモデレーターによって行われる厳格なコンテンツ監視体制を紹介した。

また、TikTokの特徴である「おすすめフィード」のつくりについても、動画の「いいね」や「シェア」だけでなくコメント投稿やコンテンツの内容などあらゆる事象を数値として分析していることが明かされた。

さらにフィルターバブルを防ぐために、類似する動画を60%未満に抑えるなど、多様性を保つ工夫がなされていることがされた。

これらの情報は「視聴維持率」ばかりが注目されがちなコンテンツ制作のPDCAに役立つのではないかと考えられている。

TikTok最新トレンド紹介



トレンドの中で取り入れやすい事例をご紹介します

※画像クリックで動画へ遷移

Vtuberのクセになる音源がバズ。9月下旬には別の曲も連続でバズった

まいたけダンス



hololive所属のVtuberがアカウント開設した時の動画。正確には8月に投稿されたこの動画の音源を使ったダンスが様々なクリエイターによって取り上げられバズった。9月末にはテレビやアイドルも取り入れてトレンドが1週したイメージだが、これからもVtuber界隈には注目。ただ、今回はデフォルメキャラだからこそバズった可能性もあり、VtuberのTikTok最適化の解といえる。

動画ならではの表現の新規性と馬鹿馬鹿しさに若者大ウケ

空中界限



空中に飛んで、着地する部分を全てカットした動画。参考動画のように飛んで歌うクリエイターもいれば、VLOG的に飛びながら過ごすいつもの日常などの動画は“空中界限”と呼ばれ若者を中心に話題に。きちんと飛んでいるように見えるには、ある程度の高さを飛ぶ必要があるのに逆におじさんやおじいさんなどが取り入れると意外性でバズる可能性あり。ただ無理のしすぎにはご注意ください。

企業でも取り入れやすい検証系のコンテンツ

こによひで夫妻



動画そのものはご覧いただければと思うが編集も手間が少なく、検証系なので企業コンテンツにも転換しやすい。例えば、「入社直後の社長に『働く気ないねん』と言ったら」というテロップで動画をつくり社長の人柄をポジティブに伝える、などのコンテンツをつくるなど、トレンドの中でも取り入れやすいものを取り入れづらいものを見極めることも重要。

所感

9月は8月の「さつまいもタイム」のように特に大きなトレンドは無かった。その代わり小粒なトレンドから企業コンテンツに転換しやすい事例や楽曲を紹介。ほかにも大きなトレンドとしては「パリラ・パレ・パリラレ・パラリンピック（番組中にアナウンサーが噛んだ音源をリミックスしたもの）」などもあるが企業では取り入れづらいため今回は割愛。

トレンドの中で取り入れやすい事例をご紹介します

※画像クリックで動画へ遷移

2本しか投稿していないのに連続でバズったVtuberアカウント

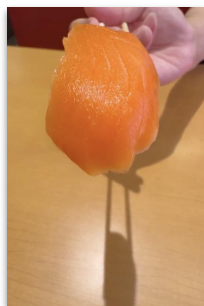
しめじダンス



9月前半のトレンドにも取り上げたVtuber「儒烏風亭らでん」の2本目の動画がバズった。きっかけになったのはこの動画そのものよりもこの音源を使ったアニメ「デスノート」のコラ動画がバズったこと。ちなみに楽曲でバズりやすいのは「特徴的で繰り返しのフレーズがあること＝目立ちやすいがBGMとして馴染みやすい」ことが一つのポイントだったりするので参考までに。

スシロー公式のアカウントがUGC風ながらアイデア勝負でバズった

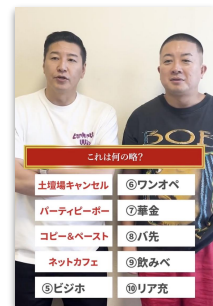
スシロー



「企業がTikTokでバズるにはUGC風」とはよく言われるもの。実際のところただUGC風にするだけではバズらず、再生数も一般ユーザー並みという本末転倒な事態も起こり得る。逆に「公式なのにUGC的なバカバカしいコンテンツ」などは効果的で、こちらはその良い例。最後まで見てしまい、視聴維持率を高く保つような工夫や曲もスシロー公式のものを使うなど単純に見えて技ありな動画。

企業でも取り入れやすいクイズ系のコンテンツ

【公式】超町人！チョコレートサムネット



東海3県で放送されているチョコプラのローカル番組の公式アカウント。クイズ系のコンテンツは度々バズり、企業アカウントでも取り入れられることが多いがこちらの動画のクイズの内容や形式は手軽ながら参考になる。また、芸能人を使う場合はダンスをさせると練習などで時間がかかるが、クイズなどであれば手っ取り早くできるので負担も少なく、了承が得やすい。

所感

ショートドラマやアニメなどの単価感が高いが高クオリティなコンテンツがバズりやすくなっている一方、UGC風で手軽にバズりたい場合はアイデアが重要になってくる。リソースが限られる中で例えば、カットやテロップの数などコンテンツ制作自体は軽めにしつつ、企画にひねりや独自のアイデアを入れることで適度なリラックス感があるUGC風動画の作成が可能になる。

※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の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

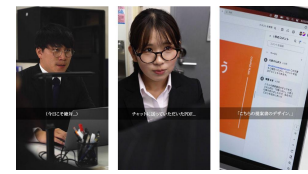
studio15 9月のニュース

9/6 リリース



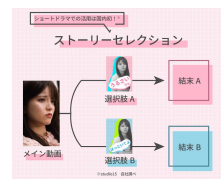
【企業のTikTok運用担当者を全員プロに！】連載コラム「TikTok運用道場」第2回企画編が公開
<https://studio15.co.jp/news/creatorzine202409>

9/18 リリース



ビジネスパーソンの6割が「PDFは編集できない」と誤解！TikTokショートドラマで学ぶ便利なPDFの機能
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000082.000043271.html>

9/10 リリース



国内初(※)！視聴者がストーリーを選べるショートドラマを9月10日(火)にTikTokで配信開始
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000079.000043271.html>

9/12 リリース

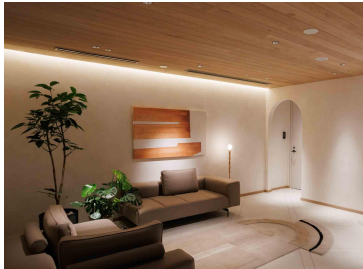
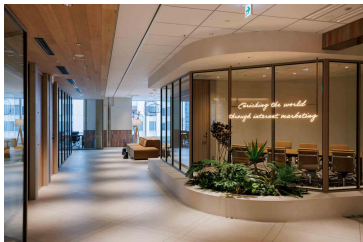


【TikTok×ラジオの融合で潜在層から一気にファン化！】TOKYO FM × studio15が協業し、広告パッケージをスタート
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000080.000043271.html>

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。