

NEWSLETTER

TikTok TREND & CASE STUDY REPORT 2024年10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
- メディア掲載情報
- Podcast 『SNSクリエイターズ』 ほか

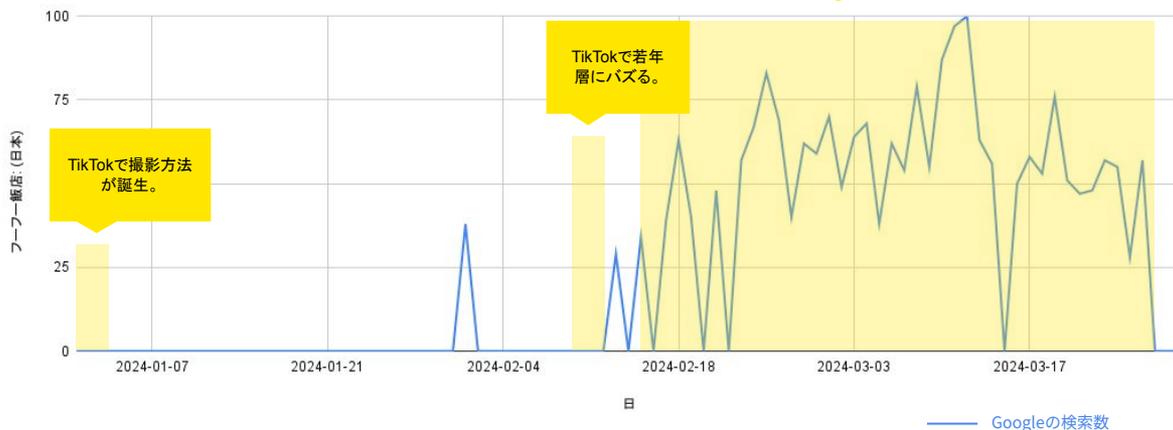
SNS・TikTokの全体動向



TikTokは購買に効かないは過去の話？ TikTokきっかけで検索されることが明らかに！

TikTokでバズる→UGC創出→Goole検索数の増加にも

Googleトレンド フーフー飯店検索数推移 ※1



TikTokと博報堂によれば（※2）、TikTokで人気化したコンテンツが他プラットフォームや検索行動に影響を与えるケースが増えていることがわかる。

例えば2024年に話題となりTikTok2024上半期トレンド大賞にもノミネートされた「#フーフー飯店」を例に挙げると、TikTokで注目を集めた後、若年層の投稿数が相次ぎ、その投稿数に伴ってGoogle検索でも関連ワードが急上昇した。これはTikTokでの視聴が購買意欲や実店舗訪問に直結しないという従来の見解を覆すものである。

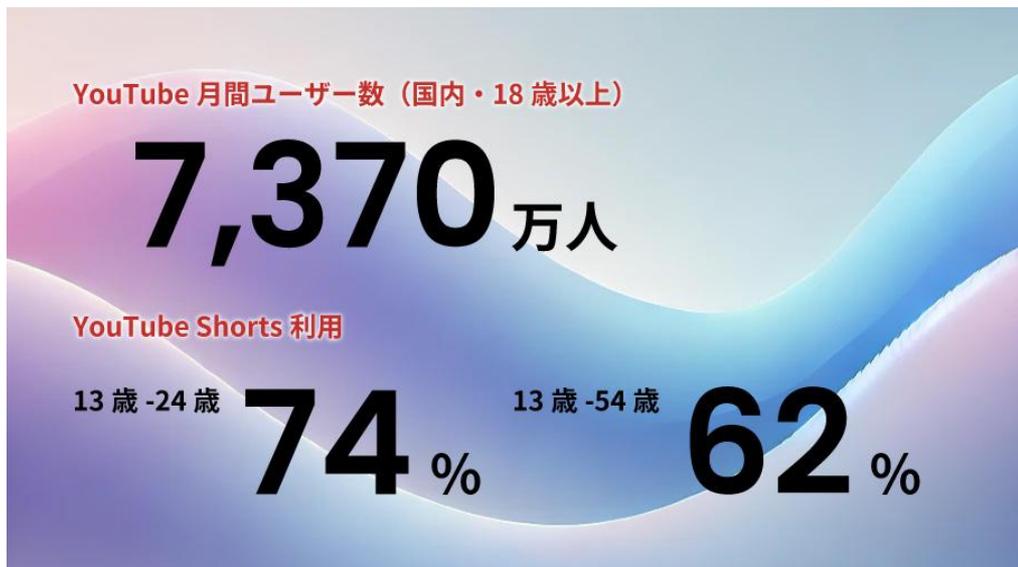
なお、著作権の都合上、本ページにはグラフを掲載していないが、同例では単体のバズ動画をきっかけとしながら「TikTokでの視聴数≒検索数」につながっていることも分かった。

※1 出典: Google Trends

※2 出典: <https://tiktok-for-business.co.jp/download/tiktok-trend-whitepaper-vol1/>

YouTubeの急成長：若者の74%以上がYouTube Shortsを利用

ショート動画の利用率がYouTubeが1位に



グーグル日本法人は、日本のYouTubeユーザー数が7,370万人を超えたと発表し、2023年と比較して国内の1日あたりの視聴者数が20%以上増加していることを報告した。また、45歳から64歳の層においては、同世代の79%にあたる2,740万人がYouTubeを利用していることも明らかにされた。

さらに、YouTube Shortsは特に若年層での利用が増加しており、13歳から54歳では利用率が62%、13歳から24歳では74%に達している。全体の視聴時間も増え、CTV（接続テレビ）の利用は約45%にまで拡大している。弊社でもTikTokだけでなく、YouTube Shorts、Instagramリールの活用が増えており、媒体ごとの違いを理解しながらショート動画媒体を総合的に活用する重要性が高まっている。

TikTok最新トレンド紹介



強烈なクセ強動画にクリエイターも熱狂

※画像クリックで動画へ遷移

1人の役者のクセ強演技でドラマそのものの認知度も向上した

松本まりかチャレンジ



「夫の家庭を壊すまで」というドラマで演技力に定評のある松本まりかが演じた役を様々なクリエイター（中にはうさぎも）が再現し、「松本まりか」界限という言葉まで生まれた。中でも初期にこのクリエイター「都」が投稿した動画はいいねだけでも66万件、再生回数は1163万回にのぼった。この動画から数々の派生が生まれ、100万~200万再生以上の動画も多数生まれている。

2024年10月の最新バズ楽曲×1994年発売のおもちゃCMが音MADで融合

マヨネーズ.exe



既存の音声や映像素材を編集して新たな音楽作品を作り出す日本発祥のネット文化、いわゆる「音MAD」の動画がバズった。他にも地声でこの音MADに挑むクリエイターすら現れた。「マヨネーズ.exe」というこのクリエイターはTikTokで音MADによって何回も色々なトレンドやバズを生み出しており、今回は1994年発売のおもちゃ「パトルドーム」（2024年12月に復刻予定）を取り入れている。

TikTokきっかけで高校3年生の新曲が配信前からバズりまくる

AKASAKI「Bunny Girl」 (さわち🐰/小泉 沙和)



「マヨネーズ.exe」でも紹介した2024年10月2日配信の最新楽曲。ただ、実は7月に作者のAKASAKIが楽曲の一部を投稿しトレンド入りしたのが最初のバズ。その後左記の動画のように様々な動画にも使われた。10月2日はその中で公開されたフルバージョンでYouTubeでもMVが公開された。ちなみに紹介したさわちの動画の中でもダントツでこの楽曲を使った動画が伸びている。

所感

複数クリエイターによる「松本まりかチャレンジ」は若者の悪ノリに見えるが、その影響力を見ると一概に馬鹿にはできない。「夫の家庭を壊すまで」の公式アカウントでも、チャレンジに使われた動画は1400万再生以上とほかの動画に比べても異常な再生数を叩きだしており、コメント欄を見ても「松本まりかチャレンジ」を見た人が訪れていることが垣間見え、クリエイターたちの影響力の大きさを表している。

キレッキレのおばあちゃんから見る“意外性”の重要さ

※画像クリックで動画へ遷移

海外で5月頃に流行った音源&ダンスをおばあちゃんが踊り日本でトレンドに

バババーバ・バーババ (Eu Sento Gabu!)



海外で5-6月頃に流行っていた音源（原曲は4月リリースの「Eu Sento Gabu!」）&振り付けをおばあちゃんが踊りバズった。さらに後日、そのメイキング動画も公開され、カメラマンが実はおじいちゃんだったという意外性もバズの要因に。なお、よく見てみるとおそらく本物のおばあちゃんではなく、おばあちゃんの格好をしたクリエイターである。ただしそれに気づいている人は少ない。

カスタマイズできる機能があることで若者に受け入れられやすいのではとの示唆も

伊達家の失敗作



しょげてる友達のpaypayの決済音勝手に変えてみたwww

「しょげてる友達のpaypayの決済音勝手に変えてみたwww」としていわゆるドッキリを仕掛ける動画。この動画を真似て様々な決済音に変えるのが色々なクリエイターの中で流行り「paypay界限」というものができた。ちなみに、最近マーケティング領域で「界限」が注目されているが、理解はできたとしても「界限」を作れるかは別物なので注意が必要である。

人気クリエイターたちが謎のシェアハウスアカウントを開始

ハッシュタグハウス



人気クリエイターの「ロイ」や「かとゆり」、「ジョージ」などTikTokを見ているZ世代にお馴染みの大人気クリエイターが謎の豪邸でシェアハウスをはじめた動画がバズっている。1日1個以上の動画を投稿しているためクオリティにはボラがあるもののシェアハウスをする目的は謎のまま。企業が入っているとの予測があり、10万フォロワー行くと謎が明かされるとの情報もあり今後注目が集まる。

バズった理由を考察

「Eu Sento Gabu!」の動画はただ海外でのバズを取り入れるだけでなく、踊るのを若者ではなくおばあちゃんにしたり、カメラワークを進化させるなどのアレンジを加えることで日本でもバズった。おばあちゃんのキレの良さやカメラワークの上手さに驚きのコメントが集まったが、実は本物のおばあちゃんではないというのは重要ではなく、組み合わせの意外性やクオリティがバズった要因である。

studio15 News

studio15 今月のニュース

10/15 リリース



ショートムービー特化の広告代理店・エージェンシーstudio15株式会社、「adtech tokyo 2024 (アドテック東京 2024)」に出展

<https://primes.jp/main/html/rd/p/000000083.000043271.html>

10/28 リリース



TikTok総フォロワー 1000万人以上の34名が参加！studio15が初のクリエイター交流イベント「SNS Creators party」を開催！

<https://primes.jp/main/html/rd/p/000000084.000043271.html>

10/30 リリース



4億再生以上のショートドラマを制作する studio15と180万超の原作数を誇る indent初の共同制作プロジェクト第1弾が公開

<https://primes.jp/main/html/rd/p/000000085.000043271.html>

メディア掲載情報



studio15 メディア掲載情報

9/6 掲載



【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CreatorZineに掲載
<https://creatorzine.jp/article/detail/5752>

10/9 掲載



KDDI様との共同制作ショートドラマ『#ひとりじゃないみたいだ』が販促会議 11月号に掲載
[詳細は販促会議 11月号誌面をご覧ください](#)

9/25 掲載



『ドラマみたいだ』がYouTube専門メディア GLUGLUに掲載
<https://gluglu.jp/1347663>

10/30 掲載



『あきとんとん』がYouTube専門メディア GLUGLUに掲載
<https://gluglu.jp/1348094>

※画像：webメディア『GLUGLU』取材記事より（撮影：奥西 淳二）

10/2 掲載



【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3回「撮影編」がCreatorZineに掲載
<https://creatorzine.jp/article/detail/5798>

Podcastオリジナル番組『SNSクリエイターズ』

弊社にてPodcast番組『SNSクリエイターズ』を運営中
 今月は下記のエピソードを配信

10/11& 10/18 公開



第14回ゲスト: 島山翔 (studio15株式会社 クリエイティブ事業部)

■前編
[Apple Podcasts](#)
[Spotify](#)

■後編
[Apple Podcasts](#)
[Spotify](#)

採用記事/事例記事

Wantedlyにて社内の情報を発信中。今月は下記の記事を配信。
 また、[会社HP](#)にて弊社の施策事例も発信中。今月は下記の事例を紹介。

9/24 掲載



採用記事 studio15主催！クリエイターイベント【SNS Creators party】を開催！
https://www.wantedly.com/companies/studio15/post_articles/926462

10/29 掲載



採用記事【展示会出展 密着レポート】若手社員 3人で挑んだ、展示ブース成功への道のり
https://www.wantedly.com/companies/studio15/post_articles/933681

10/31 掲載



事例記事【KADOKAWA様 ショートドラマ施策】視聴者の声成形に！ TikTokから誕生する次世代マンガプロジェクト
<https://studio15.co.jp/column/kadokawa2024>

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。