

ビジネスマンこそTikTokをやれ！

～オリラジ中田も推奨するショート動画マーケティング～

こんにちは！ ミゲル松田です！

僕は整体師をしながら、企業などのTikTok運用代行を30以上請け負っているTikTokerです！

<ミゲル松田のTikTok>

<https://www.tiktok.com/@shigestretch>

初心者の状態からTikTokを始めて半年でフォロワー7万人を獲得し、一晩で200万再生、合計620万再生をしました。

今回は、その経験をもとに僕が今まで培ってきたノウハウをレポートとしてまとめたものになります。

これからTikTokを始めようと思っている方、会社や店舗のPRに使おうと思っている方、ご自身のビジネスで活用したいと思っている方はぜひ一読いただければ幸いです。

【目次】

- <1-1> TikTokとは？
- <1-2> ビジネスマンがTikTokをやるべき5つの理由
- <2-1> TikTokの成功事例
- <2-2> TikTokと相性の良い業種
- <2-3> TikTokに関してよく聞かれること
- <3-1> TikTokでバズる4つの要素
- <3-2> TikTokでNGなこと
- <3-3> まとめ

<1-1> TikTokとは？

TikTokはByteDance(株)が運営するショート動画に特化したソーシャルネットワーキングサービスです。

世界で20億ダウンロードを突破し、月間アクティブユーザー数は10億人を超える、最も使用されていると言っているアプリなのです。



<1-2> ビジネスマンがTikTokをやるべき5つの理由

では、そんなTikTokをビジネスマンがなぜやった方がいいのか5つの理由にまとめて解説します。

(1) 世界No.1ダウンロード数

TikTokは世界で1番ダウンロードされているアプリです。

ここ数年はずっとアプリのダウンロードランキングで1位を維持し続けています。

世界で最も使用されている右肩上がりのアプリなので、伸びているところに参入するのはビジネスの鉄則と言えます。

あまり使われてないアプリを使うより、遥かに成功確率が高くなります。

今の時代にmixiとか使いませんよね(笑)

(2) すでにYouTubeを超えている

TikTokは、何とあのYouTubeをすでに超えています。

月間平均視聴時間、つまりどれだけ観られているかを比べると

YouTube：22時間40分

TikTok：24時間

TikTokのほうが「1時間20分」も多いのです。

動画というとYouTubeのイメージがあるかもしれませんが、今やYouTubeよりもTikTokの方が多く観られているのです。

しかも、TikTokはショート動画。15秒～180秒なので、動画の本数で比較すればYouTubeの100倍ほど観られていると言えます。

(3) 平均視聴年齢の変化

TikTokというと10代20代の若者が観ているイメージが強いと思いますが、それはTikTok初期の話です。

博報堂の調査によるとTikTokの平均視聴年齢は「34歳」。

もうすでに、ある程度の年齢の人が観る媒体に変わっているのです。

34歳ということは、購買層。

つまり見込み客の層が観ているアプリなのです。

(4) 新規参入が容易

YouTubeでもInstagramでもTwitterでも、他のSNSは新規参入のハードルが高いです。

特にYouTubeは構造上、観られている動画がオススメ表示されるため、圧倒的に新規参入者の動画が表示されない媒体なのです。

しかしTikTokは構造上、新規参入のアカウントの投稿であっても一定数の拡散を行ってくれます。

最低でも必ず150再生ほどされるため、最初の投稿からいきなりバズることもあります。

他のSNSでいったら、いいねやリツイートを手伝って運営がしてくれるということです。

そんなSNSってなかなか無いですよね？

フォロワーを獲得するのが難しい他のSNSと違って、TikTokは非常に新規参入の障壁が低いSNSなのです。

(5) 有名人も推薦

TikTokは数々の有名人が推薦しているアプリでもあります。

例えば「**オリエンタルラジオの中田敦彦**」さん。

TikTokに関する動画を何本も出されていて、動画の中で「**大人こそTikTokをやるべき**」とおっしゃっています。



他にも「りらくるの創業者・竹内社長」「2ちゃんねるの開発者・ひろゆき氏」「新R25チャンネル」など多くの方がTikTokに注目して動画を出しています。



以上、5つの理由からTikTokをビジネスマンがやった方がいいのです。

実際に僕は整体師という、ありふれた職業でありながら、他の整体師と比べてTikTokerとして突出したことで仕事を伸ばすことに成功しました。

今や整体マッサージ、リラクゼーションなんてコンビニくらいあるので、差別化を図るためのTikTokなのです。

<2-1> TikTokの成功事例

では、そんなTikTokの成功事例をご紹介します。

たくさんあるので、一部の紹介になりますので、興味があればご自身でも調べてみてください。

【個人】

- 「じゅんや」さん

<https://www.tiktok.com/@junya1gou>

日本一のTikTokerで、YouTubeでも“あのヒカキンさん”を抜いています。

- 「なえなの」さん

<https://www.tiktok.com/@naenano>

若者に人気のTikTokerで、流行りやブームの先駆けを創っています。

- 「野口嘉則」さん

<https://www.tiktok.com/@noguchiyoshinori>

年配のTikTokerで、幅広い世代から支持されています。

【法人】

- 「凛々堂」さん

https://www.tiktok.com/@rinrindou_fruit_skytree

飲食店として店舗のPRに成功しています。

- 「株式会社BEEM」さん

https://www.tiktok.com/@beem_official

TikTokを活用して有名になった動画制作会社です。

- 「アトム法律事務所」さん

<https://www.tiktok.com/@takeshibengo>

弁護士というお堅い職業でありながらも人気になった法律事務所です。

<2-2> TikTokと相性の良い業種

次に、TikTokと相性の良い業種をランキング形式で紹介していきます。

同じ業種の方はTikTok参入のチャンスですので、ぜひTikTokを始めてみてください。

また、ランキングに載っていなかったからといって相性が悪いというわけではないので安心してください。

【第5位】 ライバー

17LIVEやpocpchaなどでライブ配信をしている人です。

一定数の拡散をしてもらえるので視聴者数の初期ブーストをかけられます。

また、TikTokから来た人は興味を持って来てくれているのでファンになりやすい、もしくは既にファンの人です。

【第4位】 情報商材屋

何らかの情報コンテンツを販売している人です。

他のSNSではフォローされにくいジャンルですが、無条件で拡散してもらえるので接触頻度が上がり、ザイアンス効果が期待できます。

【第3位】 飲食店

飲食物で店舗営業している人です。

お店の雰囲気や店員の人柄を伝えやすく、お店自体のファンを作りやすいです。

また、メディアからの取材が入りやすくなります。

【第2位】 恋愛婚活

婚活や恋愛相談などをしている人です。

ターゲット層が多く、興味関心が高い人が多い分野なのでフォロワーが伸びやすいです。

他のジャンルとも掛け合わせやすいので、1番オススメのジャンルでもあります。

【第1位】 集客をしたい人

会社やお店、ご自身のビジネスを伸ばしたい方です。

特に他のSNSでフォロワーが伸び悩んでいる方はオススメ。

世界ですでに商品の説明をショート動画でしています。

(Amazonや楽天の商品説明が動画になっているイメージ)

他にも、美容室や保険、士業に建築、不動産など様々な業界とTikTokは相性が良いのです。

ランキングに載っていない業界も、掛け合わせなどでTikTokを活用することが可能なので、実際ほとんどの業界と相性がいいです。

<2-3> TikTokに関してよく聞かれること

Q1：始めるにあたって撮影機材は買った方がいい？

A1：スマホだけでOK！（映え重視なら必要）照明はあった方がいいかも！

Q2：編集ソフトは何を使えばいい？

A2：CapCut（無料）がオススメ！ TikTok内の編集ツールでもOK！

Q3：動画編集には時間がかかる？

A3：ショート動画なので10分くらいでできる！

Q4：イケメンや可愛い子を用意した方がいい？

A4：どちらでも良い！ 日本一のTikTokerはイケメンじゃないし、顔出ししてない人もいる！

Q5：ハッシュタグ（#）は多い方がいい？

A5：3つくらいでOK！ TikTokでは重要度は低い！

<3-1> TikTokでバズる3つの要素

では、今度はTikTokでバズる要素を3つ紹介します。

アルゴリズムの変更などあるのでこれだけでバズるわけではありませんがかなりの重要事項です。

① 再生回数、いいね数、コメント数、シェア数

どのSNSでも同じですが、いいねやコメントが多い方が拡散されます。

さらにTikTokはその数に応じて追加で運営が拡散を行ってくれるので、他のSNSよりもバズりやすいです。

② 最後まで視聴される

TikTokでは、動画が最後まで再生されるとAIによって良い動画認定されて拡散される仕様があります。

なので、ランキング形式など最後まで視聴したくなる工夫を凝らすことで、バズりやすくなります。

目安として、約30～40秒間視聴してもらうと良い動画認定されやすいです。

③ バズっている動画のリメイク

既にバズっている動画は誰がやってもバズります。

ぶっちゃけ、バズっている人は全員、他の人の動画をパクってます。

いかにオリジナルよりクオリティを高くリメイクできるかが大事です。

<3-2> TikTokでやってはいけないNG行為5選

そして、TikTokでやってはいけないNGな行為も紹介しておきます。

(1) 相互フォロー

Twitterなどで盛んですが、TikTokは様々な通知が多くフォローしても気付かれないことが多いです。

(2) フォロワーの購入

Instagramなどで有名人がフォロワーを買っていたことがバレて騒がれたりしましたよね。

そもそも、TikTokはフォロワー数よりも先に動画が見られるのでフォロワーを多く見せる必要はありません。

(3) 多媒体への誘導

TikTok以外の媒体（他のSNSやHP、LP、公式LINEなど）を宣伝すると、動画の拡散を止められます。

絶対ダメではありませんが、頻繁にやったり露骨な促しはNGです。

(4) ガイドライン違反

どんな媒体でもそうですが、ガイドラインがあり、それを守るのが当たり前です。

「これくらい大丈夫だろう」や「そもそもガイドラインを読んだことがない」という人はシャドーバン（運営側が密かにペナルティを与える行為）をされるので気を付けましょう。

(5) 質の低い動画投稿

中身のない動画や、デタラメな動画などはシャドーバンの対象にされます。

また、以前投稿した動画と同じ内容の動画もシャドーバンされるので注意が必要です。

主なNG行為を紹介しましたが、意外とやっちゃっている人が多いので、皆さんはしっかりと気を付けながら運用をしてください。

<3-3> まとめ

今回は、これからTikTokを始めようと思っている方、会社や店舗のPRに使おうと思っている方、ご自身のビジネスで活用したいと思っている方に向けたレポートを書かせていただきました。

いかがでしたか？ 今後、新しい媒体が登場してTikTokが廃れる時代がやってくると思います。

だからこそ、絶頂期である今やってくことで見込み客のリストやファンを獲得し、次の時代に備えることが大切だと思います。

なので、TikTokをやるなら今しかありません。

少しでも興味を持っていただけたなら今すぐTikTokを始めてもらえれば嬉しいです。

また、今回の内容はこれから始める方向けの全体概要が多いです。

なので個々の業界に合わせた内容や書ききれなかった詳細部分などをセミナー形式でお伝えします。

ちなみにセミナーでは、

- ・TikTokでスタートダッシュを決める3ステップ
- ・TikTokでバズるキーワード20選
- ・TikTokを使った5つの稼ぎ方
- ・TikTok運用で成功するための3条件

などを話そうと思っています。

<TikTokセミナーはこちら>

<https://utage-system.com/event/8DRHATHIXCpk/register>

質疑応答などの時間も多めに取って、皆さんの聞きたいことが聞けるようにしますので、興味がある方はぜひお越しください。

今日からTikTokを始めてバズらせましょう！

(ミゲル松田より)