

【基礎からわかる】

1000件以上

の制作実績がある映像制作会社  
NOKIDの独自ノウハウを公開

# TikTok アニメ制作 完全ガイドブック



**01** TikTok現状とアニメーション活用

- ✓ Tiktokとは何か？
- ✓ TikTokアニメとは？
- ✓ TikTokアニメの収益源

**02** TikTokアニメを成功させる方法

- ✓ 成功しているTikTokアニメの条件とは？
- ✓ レコメンドとは？
- ✓ レコメンドされやすい動画の条件とは？
- ✓ 最低限実施すべきこととは？

**03** どんな動画をつくれれば良いのか

- ✓ 良い動画を作るには、どう考え始めると良いか？
- ✓ 「惹きつけられるサムネイル」の作り方とは？

**04** TikTokアニメ運用を依頼するなら

- ✓ NOKIDのTikTokアニメ運用

## TikTokとは何か？

TikTokは10代、20代を中心に広まり新たな流行を生み出す動画投稿型SNSアプリです。TikTokは利用するユーザー数に対して、プロモーションやブランディングで導入する企業がまだまだ少なく、競合優位性を得やすい領域です。



### ユーザー年齢が上昇傾向

TikTok ユーザーは平均34歳で2019年以降利用者の年齢は年々上昇傾向

### ヒットコンテンツ

閲覧して実際に消費するという現象が起きやすいためヒットコンテンツが生まれやすい環境。

### AIを利用したレコメンド

レコメンド、おすすめ機能を利用している割合が、全体平均の26.1%に対し、TikTokユーザーは46.5%と2倍近い

# 01-2

## TikTokアニメとは何か？

TikTokアニメは成長中のTikTokとアニメーションを掛け合わせ、商品やサービス、企業の認知や購買への結びつけに効果的なコンテンツです。



動画を安価に制作が可能



新しい動画が評価されやすく短期でも効果が見込める



キャラクターIP活用により将来的な収益になる可能性が高い

# 01-3

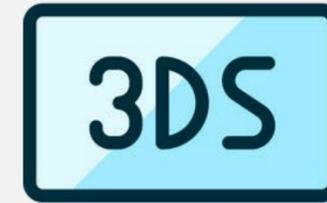
## TikTokアニメの収益源



①PR・販促効果



②グッズ制作



③3DCGアニメ連載



④企業コラボ



⑤投げ銭



⑥リアルイベント



⑦メディアミックス



⑧オンラインサロン

# 02-1

## 成功しているTikTokアニメの条件とは？

### Point①

TikTokはレコメンド(おすすめ)にいかに表示されるかが、勝負の分かれ目となります。フォロワーの多いアカウントによって投稿された動画は再生回数も多くなる傾向。

### Point②

レコメンドされる動画はユーザーのリアクション率(いいね、シェア等)が高い動画が表示されやすい傾向。



## 02-2

# レコメンド(おすすめ)機能とは？

## いつも同じような動画ばかりが表示さない仕組み「for you(レコメンド)」

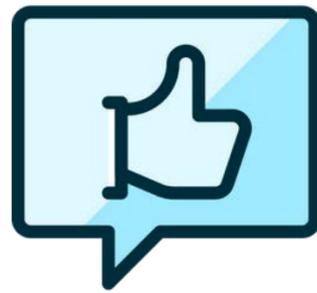
- ① 視聴者ごとに行動からカテゴリを特定していきパーソナライズされた動画がおすすめ表示される機能
- ② 「いいね」や「共有」した動画、フォロー中のアカウント、投稿したコメント、作成したコンテンツなどに基づいてユーザーの好みを自動的に判別
- ③ 反復コンテンツ、重複コンテンツ、以前視聴したコンテンツやスパムはレコメンドに表示されない仕組み



## 02-3

# レコメンドされやすい動画の条件とは？

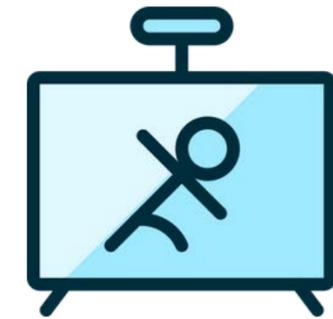
レコメンドされやすい動画に重要なポイントは下記3つです。



いいね率+コメント率  
+シェア率



ハッシュタグの選定



コンテンツの質が高く  
情報量の多い動画を作成

## 02-4

### 最低限実施すべきことは？



Point①：また見たくなる工夫をする



Point③：フォロワーへのアクション



Point②：投稿時間を統一する



Point④：定期的に投稿する

# 03-1

## 良い動画を作るためには、どう考え始めると良いか？

伸びる動画に必要な要素は下記3つ条件を満たす動画が重要になります

最初にすべての  
情報を出さない

冒頭の3秒で惹きつける

オチを最後に用意する

### ポイント

伸びる動画は視聴者を最後まで惹きつける仕掛けがあります。さらに他の動画を見させる動線作りが必要です。上記3つを満たしていても必ずしも動画を伸びるわけではないので投稿数を担保しつつ、継続的に動画を投稿し続けることが重要です。

## 初心者、まずは徹底的に「真似」で先人の知恵から学ぼう！

▶ 楽だから「真似」をするというわけではありません

- ✓ 伸びている動画には視聴されるだけの理由があります。そして、その理由とは、動画の中のどこかに「視聴者の興味を強く惹く要素」があったからです。
- ✓ 動画をよくよく見ると、いずれの動画にも「共通する要素」が見えてきます。そして、そのいずれも視聴回数が多い「共通している要素」がある。だからこそその共有要素が「視聴者の興味を強く惹く要素」である可能性が高いです。

要素を的確に見抜くことができるならば、要素だけを抽出・活用して、オリジナリティのある構図に落とし込むことで、独自の結果を出せる動画を作ることが可能になります。独自性の高い動画は、視聴者に「飽き」「既視感」といった失望を与えにくいので、うまくいけば大きな結果を残せます。



要素を的確に抽出できる自信が無い場合は、まずは徹底的な「真似」で、先人を習うほうが勝率の向上につながります。

# 04-1

## 株式会社NOKIDのTikTokアニメ制作の強み

**PRアニメ制作実績1000件以上**

**マーケティング視点の映像表現**

**クリエイターと  
コミュニティ**

自社コミュニティやクリエイターが持つコミュニティから企画・マーケティング施策をご提案いたします。

**企画力と独創的な  
クリエイティブ**

良いクリエイティブには独自性があります。独自性の高いクリエイターと企画からベストな形を提供。

**制作物の評価分析  
による再現性**

ただ施策を実施・制作するだけでなく、なぜ成果があったのか分析することで提案の再現性を高めます。

# 04-2

## NOKID事業領域

コンテンツ企画・制作からクリエイティブ制作・マーケティング施策の実施までオールインワンでご提供するクリエイティブプロダクション。

企画

制作

プロモーション



キャラクターマーケティング  
IP開発支援 / コミュニティ構築

自社オウンドメディア掲載  
キャラクターIPコラボ



キャラクターデザイン制作  
3DCG / アニメーション制作



ロゴデザイン・キービジュアル / UI・UX  
パッケージデザイン / WEBデザイン



クリエイターキャスティング / グラフィック系インフルエンサーコラボ

グループ会社





**NOKIDへのお問い合わせはこちら >>>**

**Mail : [info@nokid.jp](mailto:info@nokid.jp)**

会社名：株式会社NOKID (NOKID inc.)

所在地：〒108-0073 東京都港区三田3-9-11 808

代表取締役：漢那 徳馬  
取締役 平野 広樹

事業内容：アニメーションを主軸とした映像制作・広告企画制作、クリエイティブスタジオ運営、クリエイターコミュニティ運営

設立年月日：2022年2月10日

資本金：3,000,000円