

TikTok動画作成における 7つのTips

TikTokで成功している企業は、コミュニティと密接に連携したリアルなコンテンツを作成しています。コンバージョンの高いクリエイティブを作るには、そのプラットフォームにふさわしいものでなければなりません。TikTok広告のための高品質なコンテンツを制作するために、以下の7つのTipsを参考にしてください。

1 フルスクリーンを活用する

TikTokは、フルスクリーンで臨場感あふれる体験を提供します。画面にうまく収まらない動画に比べ、9:16のアスペクト比をフルに使った動画は、インプレッションが大幅に上昇します¹。既存のビジネスコンテンツを再利用したい場合は、TikTokで最適に動作するようにフォーマットにさせる当社の[クリエイティブツール](#)をご利用ください。

2 サウンドを活かす

サウンドはTikTok体験に欠かせません。これには、音楽、ナレーション、両方のミックスが含まれます。音楽のリズム、スタイル、雰囲気は、ブランドイメージや商品情報を伝えるのに役立ちます。TikTok広告のサウンドトラックを探している場合は、ロイヤリティフリー音楽のコレクションである[商用音楽ライブラリ](#)をTikTokアプリから直接閲覧することができます。

3 短く、そして魅力的に

最終的には、TikTok動画の長さは、伝えようとしているメッセージに対して理にかなっている必要がありますが、一般的には短い動画の方がパフォーマンスが高くなります。TikTokのインフィード動画広告は5〜60秒での設定が可能です。しかし、インフィード広告の場合、21〜34秒が推奨される長さです¹。

4 ローファイコンテンツが最適

TikTokでは、クリエイティブコンテンツの作成に大きな予算は必要ありません。ビデオカメラを搭載したスマートフォンがあれば、制作を開始することができます。リアルでサウンド付きかつ没入型のフルスクリーン動画とTikTok内蔵機能とエフェクトの組み合わせは、コンテンツをTikTokにふさわしいものにするのに十分です。ただし、ローファイが低品質を意味するわけではないことをお忘れなく。TikTokで上位に表示される動画の解像度は、720p以上が圧倒的に多くなっています。

5 語りかけて紹介する

TikTok用のプロモーションコンテンツを作成する際、ネイティブなTikTok体験に沿った主要なビジネスメッセージを配信する方法がいくつかあります。

- カメラの先のユーザーに直接語りかける
- ナレーションまたは「テキスト読み上げ」機能を使用し声をいれる
- 簡潔で有益な情報のテキストを重ねる
- キャプションを使用してユーザーフレンドリーな動画にする

これらのツールを組み合わせると、魅力的なTikTok広告を作成し、メッセージを発信してください。

6 トrendを利用して、創造性を喚起する

流行りのTikTok動画を参考にして、広告クリエイティブのヒントを手に入れます。[人気のトレンド](#)はTikTokで今週または今月何が話題だったかを知ることができるインタラクティブなハッシュタグトラッカーです。

7 クリエイターとコラボレーションをする

TikTokクリエイターは、商品コンテンツを輝かせる方法を知っています。[TikTok Creator Marketplace](#)には、さまざまな価格帯の数千のクリエイターが紹介されています。コンテンツのトピック、フォロワー数、ロケーションなどで検索を絞り込み、ストーリーを伝えるのに最適なクリエイターを見つけましょう²。

これで、あとはヒントを実行に移すだけです。まずは、TikTokの[クリエイティブソリューション](#)の数々をご確認ください。

¹ データ出典：TikTok決定木モデルに基づく広告クリエイティブパフォーマンス調査（2021年5月〜7月）

² Tiktokのブランドコンテンツ投稿や、TikTokにブランドコンテンツとして投稿できるものに関する当社のポリシーについての詳細は、[ブランドコンテンツポリシー](#)をご覧ください。

TikTokクリエイティブ品質 管理チェックリスト

TikTok用のコンテンツを制作する際には、以下の項目に従っていることを確認してください。

動画クオリティ：

- コンテンツは、フルスクリーンの9:16のアスペクト比ですか？
- 動画の明るさは十分ですか？商品の現物がある場合、細部まで見やすくなっていますか？
- 動画の解像度は720p以上ですか？
- 動画はTikTokの[仕様とセーフゾーン](#)に準拠していますか？
- 推奨される動画の長さ（21～34秒）を意識するようにしましょう。

サウンド：

- 音楽、ナレーション、あるいは両方のミックスを使用していますか？
- 広告に音楽を使用する場合は、商用音楽ライブラリにあるロイヤリティフリーの楽曲であることを確認しましょう。
- 広告に音楽を使用しない場合、ナレーションが聞き取りやすく、有用かつ興味深い情報を提供するようにしてください。
- 両方のミックスを使用する場合は、音声聞き取れるかどうか、音量レベルを確認してください。

メッセージ：

- メッセージは明確で簡潔ですか？
- ビジネスまたは商品名を明示していますか？
- 以下のメッセージ戦術のうち、少なくとも1つを使用していますか？
 - ナレーション
 - カメラに直接語りかける
 - テキストオーバーレイ
- 動画に明確なCTA (行動喚起)が含まれていますか？そのCTAは広告目的と一致していますか？

広告承認：

- 広告クリエイティブの承認と配信を確実にするために、TikTokの[広告クリエイティブポリシー](#)を熟読してください。