



TikTok Shopを利用した 新たなEC販売チャネル拡大のご提案

 **TikTok Shop**



Agenda

会社概要

TikTok Shopについて

アライドアーキテクツの提供価値

料金プラン

会社概要

ミッション

世界中の人と企業の
創造がめぐる社会へ。

Circulate creativity for the better society.



Allied Architects

屋号 アライドアーキテクト株式会社 (英名: Allied Architects, Inc.)

所在地 150-0013
東京都渋谷区恵比寿1-19-15 ウノサワ東急ビル 4階

設立年月日 2005年8月30日

資本金 886,930,516円 (2023年12月31日現在)

代表者 代表取締役会長 田中裕志

役員 取締役社長 村岡弥真人
取締役ファウンダー 中村壮秀
社外取締役 (監査等委員) 小副川俊朗
社外取締役 (監査等委員) 大村健
社外取締役 (監査等委員) 渡邊淳

従業員数 連結 194名 (2023年12月31日現在)

事業内容 マーケティングDX支援事業

食品・飲料



化粧品・日用品



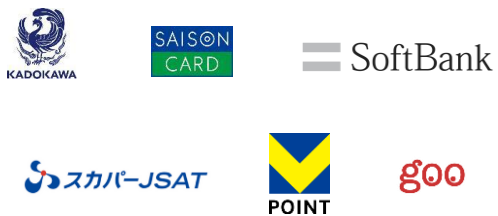
小売



健康食品



無形サービス



その他



雑貨・サービス



国内事業の存在意義

プロモーション・マーケティングを正しい形にする



1 効率化



円安や原価高騰に伴う社内でのコストセーブ要求があり、マーケティング施策の効率化が求められるが、シェアは維持したいという矛盾

2 人手不足



テクノロジーでの効率化の習慣が無く労働時間により大量の業務を行うことが定常的

3 打ち手の不足



生活者視点を欠いた広告の氾濫で広告の信憑性がない

人力で数をこなしていくしか、次の打ち手が見つからない



**マーケターが本当にやるべきことができていない現状を
マーケティングDXで解決**

マーケティングで必要なWho・What・Howを明らかにして クリエイティブやマーケティング施策の改善につなげます

WHO

WHAT

HOW

誰に／ターゲット顧客

- ・ ペルソナ：年齢、性別、収入、職業、教育レベルなどのデモグラフィック情報と利用者の価値観、ライフスタイル、興味・関心など。
- ・ カスタマージャーニー：顧客がどのようにリサーチし、どのチャンネルを通じて購入するのか。

何を／訴求軸

- ・ CEP：カテゴリーの商品・サービスを購入する際に、ブランドを想起する「きっかけ」や「目的」「利用シーン」
- ・ USP（ユニーク・セリング・プロポジション）：競合他社と比較して、ブランドがなぜ優れているのか

どうやって／手法

- ・ チャンネル：TV、Web、ソーシャルメディア、メール、店頭など。
- ・ プロモーション：CM、PR、広告キャンペーン、イベント、割引オファーなど。
- ・ エンゲージメント：コミュニケーションやフィードバック、アフターサービスなど。



Allied Architects

1

顧客インサイトを起点とした
ソリューションを提供できる
デジタルマーケティング
戦略パートナー

2

ソリューション
×
テクノロジー
×
AI

の掛け合わせで
マーケティング活動を効率化

3

企画から実行まで
フルファネル型の
マーケティング支援を実現

顧客インサイトを起点としたフルファネル型のマーケティング支援を実現



ソリューション × テクノロジー にAIを掛け合わせ
生産性を改善しマーケティング施策を効率的に実行

テクノロジー

Letro

購買者Insight分析
UGCの生成・活用
動画の量産・運用
LP/記事LPの制作・運用

echoes

UGC分析
クリエイティブ開発
マーケティング施策実行



ソリューション

コピー開発

撮影

パッケージデザイン

サイト制作

動画制作 / ショート動画

SNS運用

広告運用

AIとサービスが連携

施策領域に応じて縦切りになりがちなマーケティング支援を一気通貫で行うことで、高い費用対効果を実現。

	計画	制作	配信・実装	分析
 Allied Architects	✓	✓	✓	✓
コンサルタント会社	✓			✓
システムベンダー		✓	▲	
総合代理店	✓	✓	▲	
デジタル専門代理店	▲		✓	✓
制作会社		✓		

国内事業

テクノロジー

Letro

購買者Insight分析
UGCの生成・活用
動画の量産・運用
LP/記事LPの制作・運用

echoes

UGC分析
クリエイティブ開発
マーケティング施策実行



ソリューション

コピー開発

撮影

パッケージデザイン

サイト制作

動画制作 / ショート動画

SNS運用

広告運用

AIとサービスが連携

グローバル事業（インバウンド・越境・海外進出）

市場リサーチ
開拓戦略

EC
PFへの出店

海外SNS
海外インフルエンサー

多言語ソリューション

TikTok Shopについて

TikTokについて

TikTok for Businessの
ネットワークにTikTok Liteが加わり、
ユーザー数が大きく成長

 TikTok  TikTok Lite

4,000万人

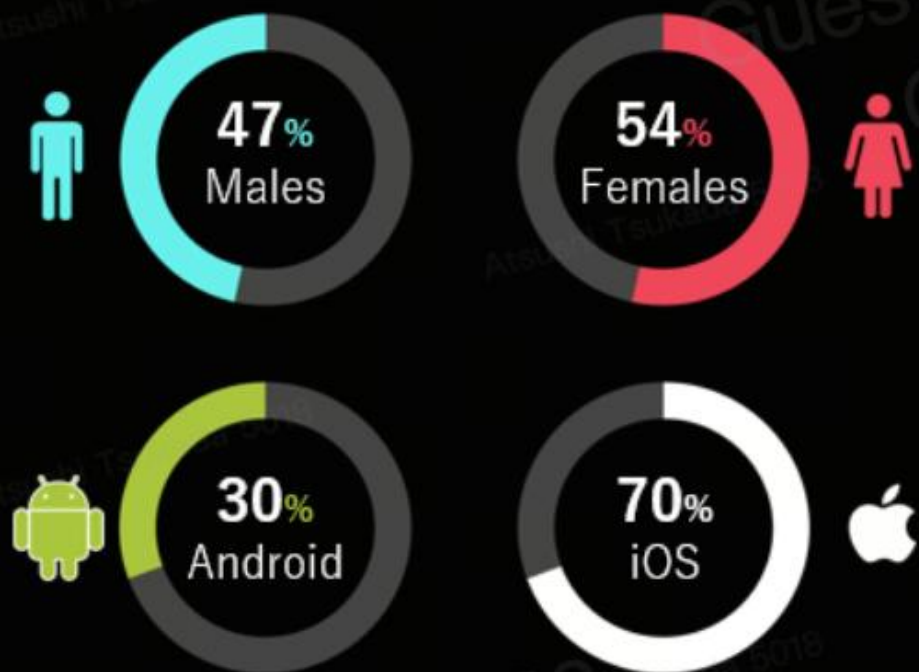
※2025年1月時点 (TikTok+TikTokLite)

CONFIDENTIAL
& PROPRIETARY

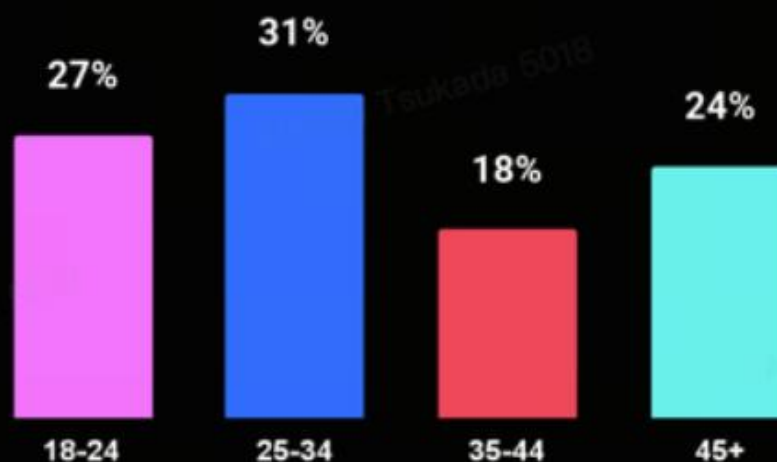


デモグラ情報 (日本)

性別 & OS



年齢分布



25-34歳の
購買中心層が伸長中！

高いエンゲージメントを実現



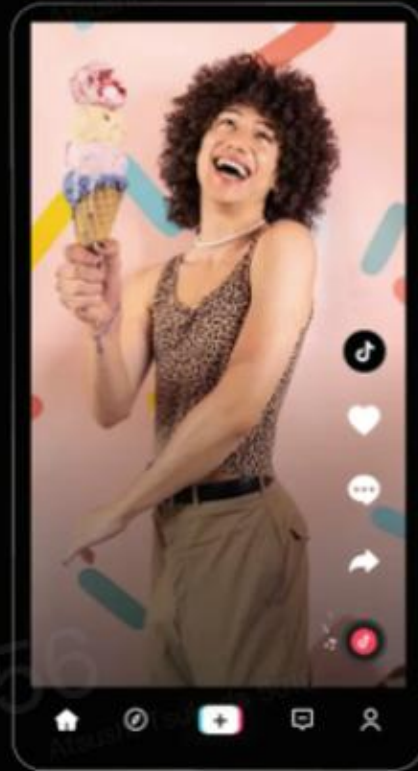
飽きずに次々見れる
短尺動画



世界観が瞬時に伝わる
縦型フル画面



動画の世界に飛び込みやすい
音声ON視聴



他SNSでシェア **1.58x**

見た投稿にいいね **1.3x**

アカウントをフォロー **1.31x**

見た投稿を保存する／画面キャプチャする **1.31x**

主要4プラットフォーム平均値と比較

*データソース：TikTokユーザー追跡調査 2022/11(N:3104)、各サービス利用者ベース

TikTok Shop概要

「おすすめ」フィードで閲覧してから決済まで
数回の簡単なステップで買い物できる！

閲覧



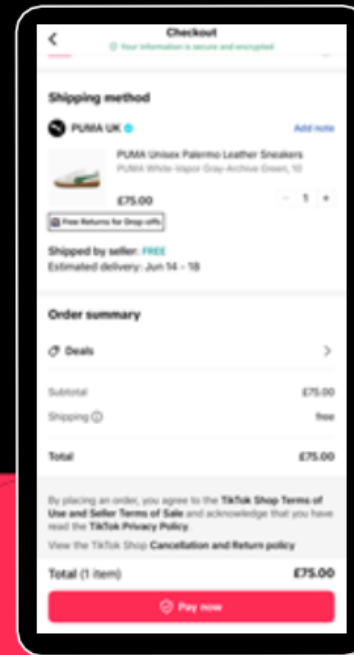
ショート動画やLIVE配信からそのまま買い物が可能。

選択



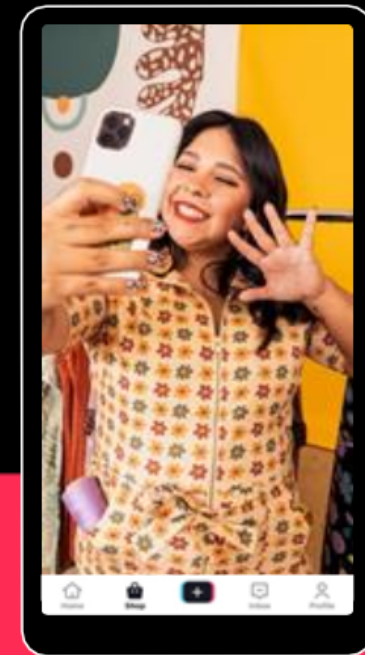
商品詳細ページから、商品を選び、詳細を確認できる

決済



TikTokアプリ内で注文と決済が完結できる

推奨




ユーザーが商品についての感想を共有し、口コミが広がる

TikTok Shop概要

カート付き ショート動画

ショート動画コンテンツ
に商品リンクを埋め込む

 Glowy Routine

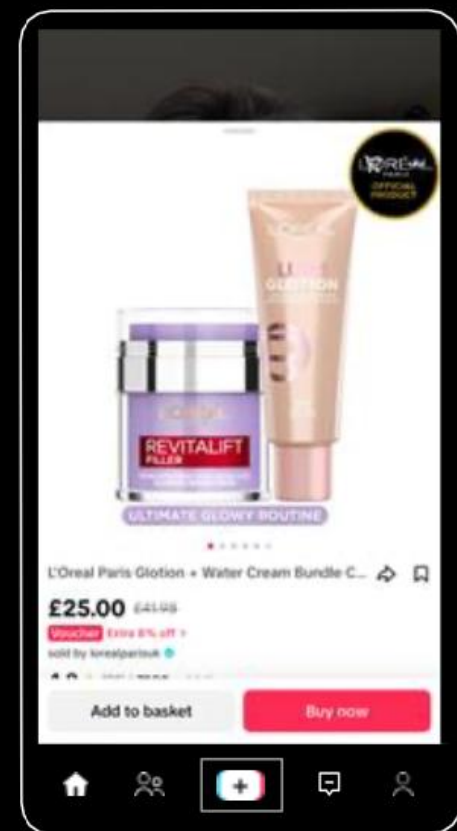


消費者は「おすすめ」フィード内の動画からわずか数タップで直接買い物が可能。シームレスな購入方法を提供しながら、商品の最大の特徴を紹介できる。

Product Links



Product Detail Page



主要な商品情報を強調することで、購買意欲を高めることができる。コンバージョンにつながる商品情報を十分に掲載できるスペースが用意されている。

TikTok Shop概要

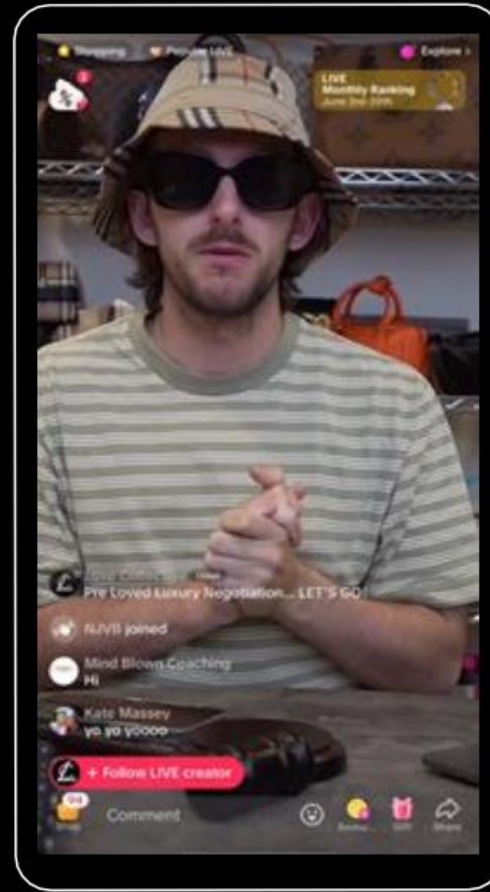
LIVEコマース

商品を詳しく紹介し、消費者との有意義な1対1のコミュニケーションを促進するLIVEセッション

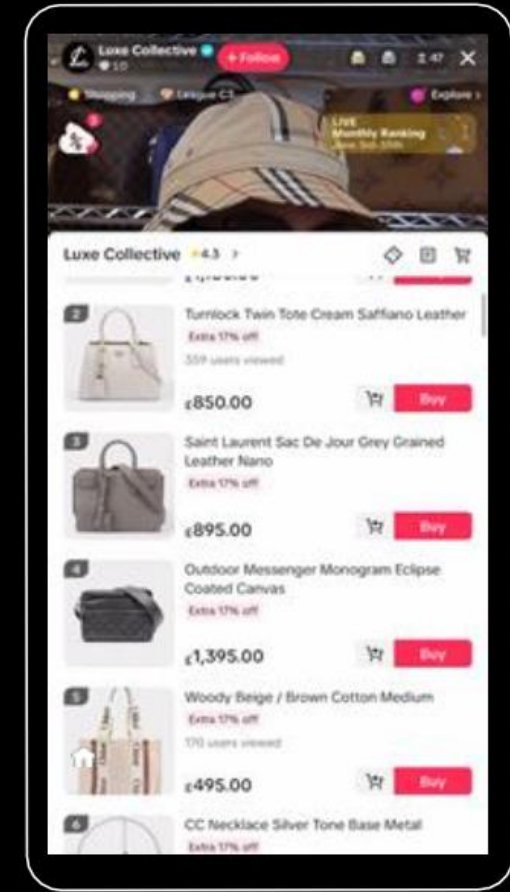
カートアイコン



商品一覧



LIVEから直接買い物が可能。ピン留めされた商品をタップするか、ショッピングカートアイコンをタップする



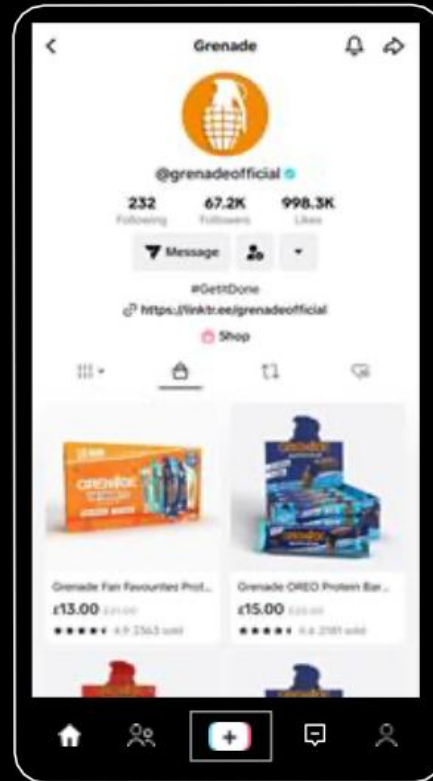
商品情報を十分に掲載する

TikTok Shop概要

ショーケース

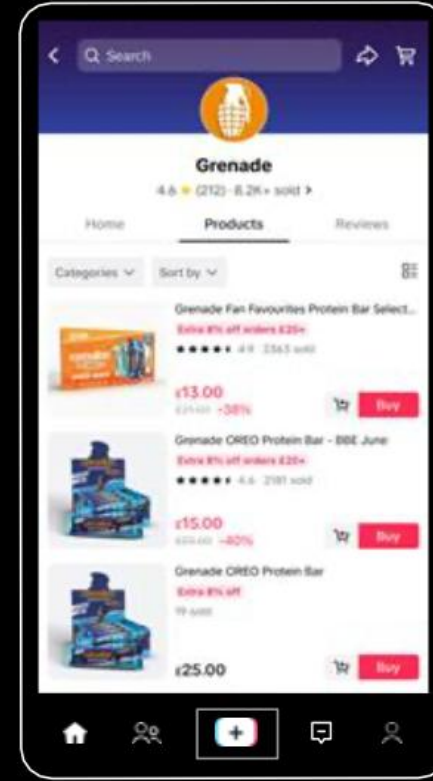
TikTok内で購入が完結できる
ブランドの専用ショーケース。

ブランドページ



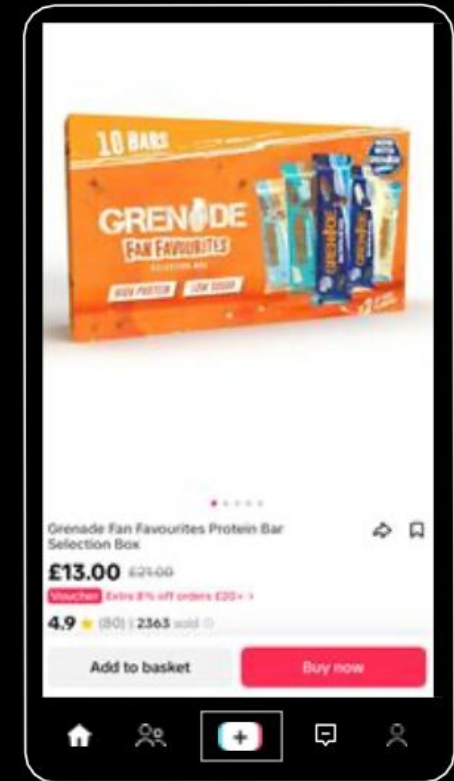
消費者は、ブランドやクリエイターのアカウントから直接、商品を発見・閲覧・購入できる。ショップページへは、コンテンツのツールバーからアクセスできる。

ショップページ



ショップページは、消費者が慣れ親しんだ直感的なショッピング体験を提供する。

商品詳細ページ

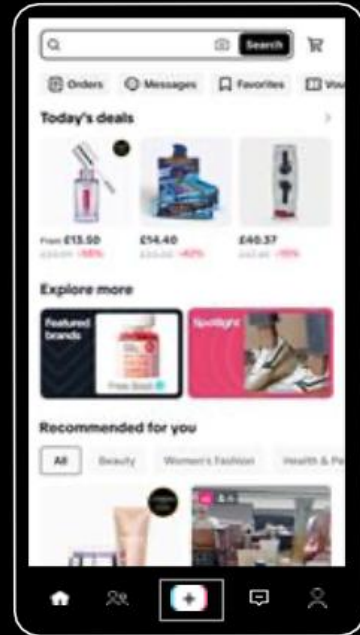


消費者はショップページから商品を選び、さらに詳しく商品情報を確認することができる。

TikTok Shop概要

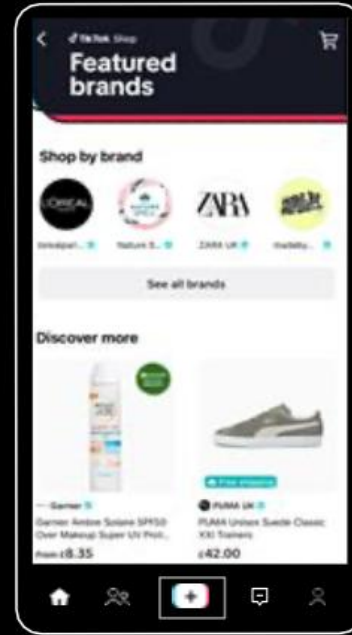
ショッピングタブ

良い視認性



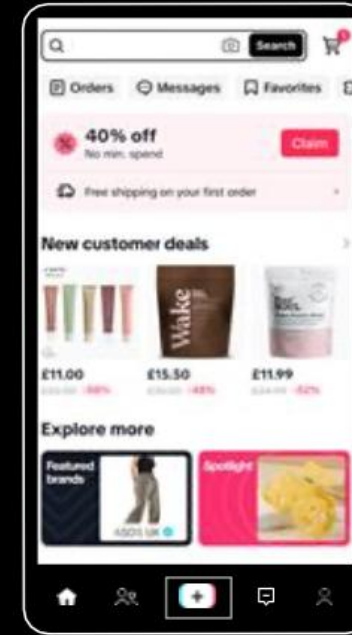
TikTokのナビゲーションバーにある「shop」ボタンを使って直接お買い物ができる。

個人にパーソナライズされたレコメンド



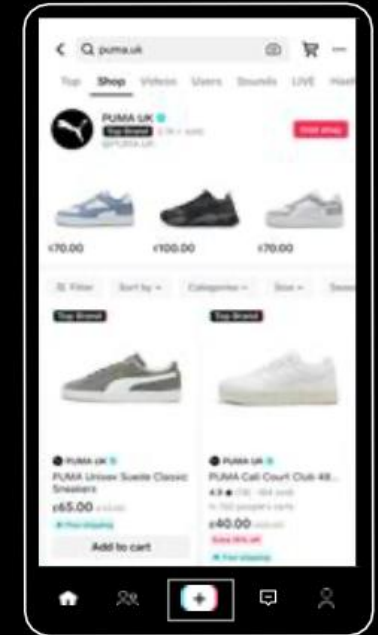
TikTokのレコメンドシステムを利用して、消費者が興味を持ちそうな商品を紹介する

新しい販促



ショッピングタブのキャンペーンやプロモーションを活用し、ブランドの露出を最大化する。

シームレスな検索機能

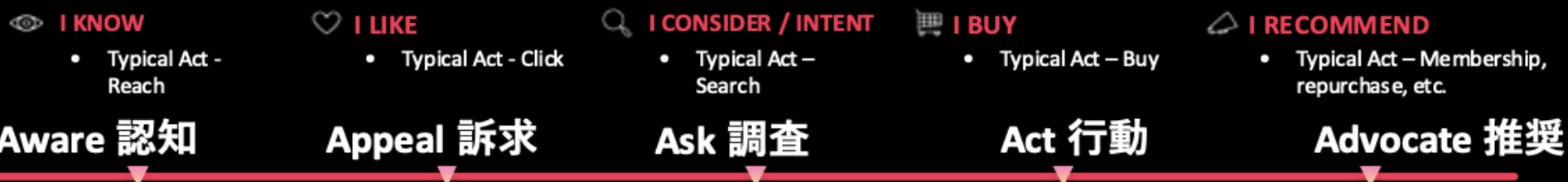


TikTokユーザーがブランドの商品を簡単に発見し、閲覧できるようにする。

TikTok Shop概要



TikTok e-commerceはアプリ内で完結でき エンゲージメントを高める



ユーザー 動向



従来のEC



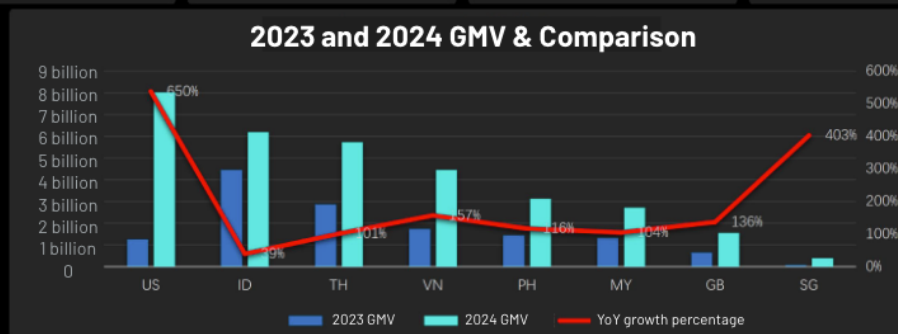
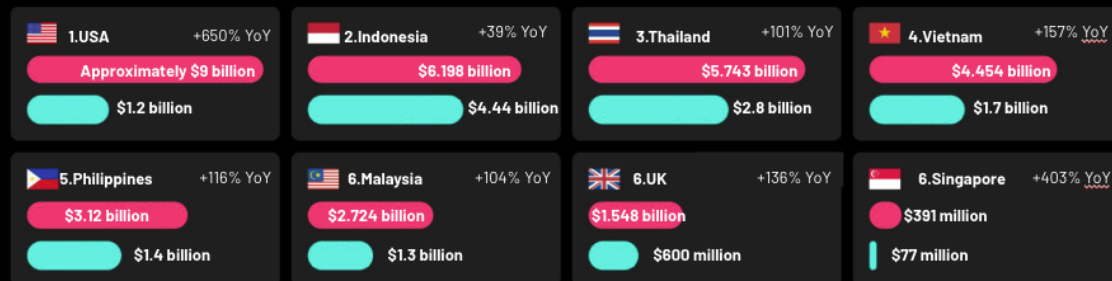
TikTok e-commerce



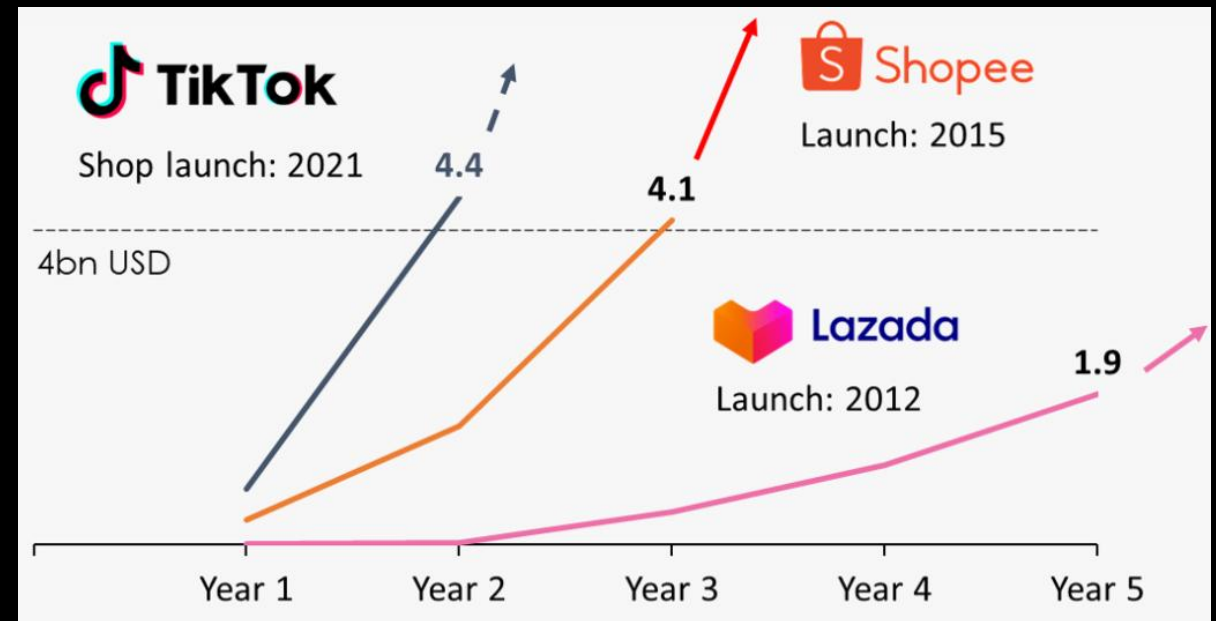
TikTok Shopを運用することによるメリット

既にグローバルでは約4兆8,900億円越えのプラットフォームになっており、米国ではローンチ後16か月で650%の成長率を遂げているマーケット。東南アジアでも後発でスタートしているが、大手ECプラットフォームを超えるマーケットシェア。

▼グローバルTikTok Shop GMV推移



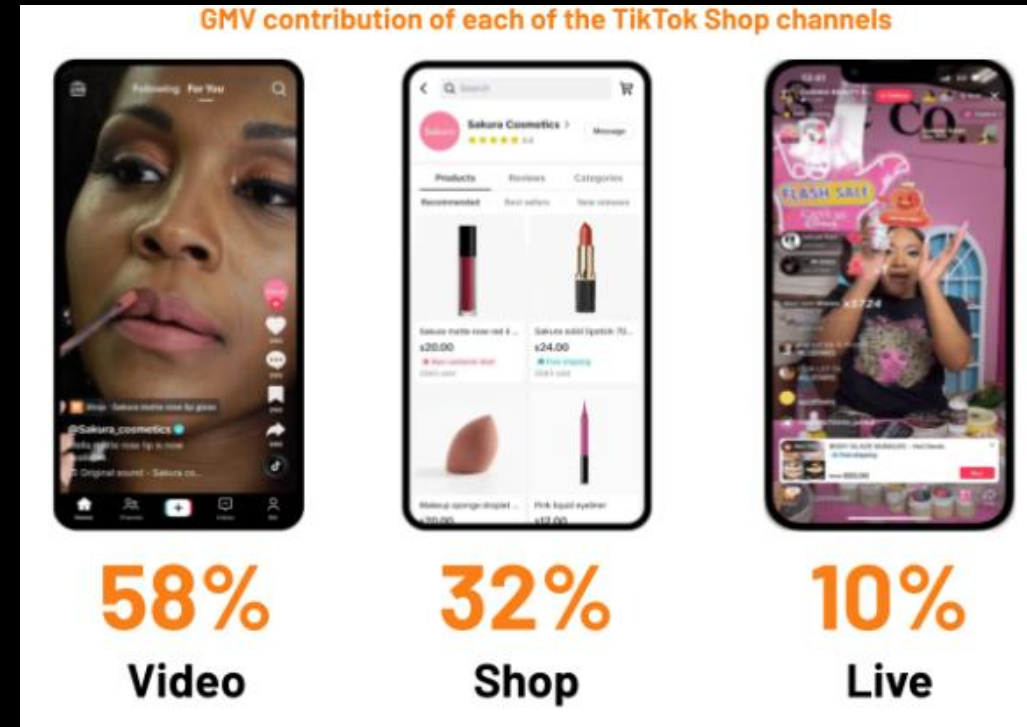
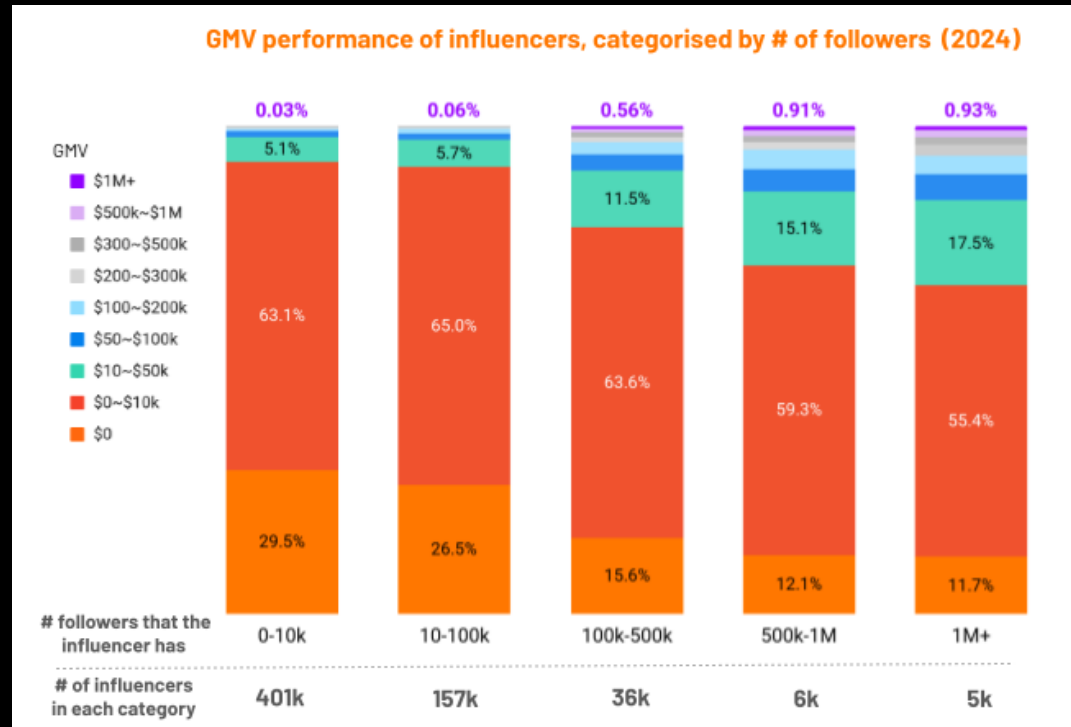
▼東南アジアでのTikTok Shop GMV推移



参照元 : <https://thelowdown.momentum.asia/press-release-tiktok-shop-in-the-u-s-achieves-explosive-growth-in-2024-surpassing-us9-billion-gmv/>

TikTok Shopを運用することによるメリット

必ずしもフォロワー数が多いクリエイターのみが商品の購買を促進している訳ではない為、クリエイターをアサインする際は、自社商材との親和性／配信できるコンテンツ量を中心に選定する必要があります。



TikTok Shopに 重要なコンテンツ戦略

TikTokのアルゴリズム把握

TikTokプラットフォームの主要概念を理解することで、企業さまにとって最適な運用のサイクルを回せるかと思えます

01

分散化

企業さまのフォロワーは企業さまのものではなくTikTokプラットフォームのもの。動画の再生回数は、フォロワー数ではなく、個々の投稿のコンテンツ品質に完全依存。

02

競争 メカニズム

内部競争を通じてリソースの配分とパフォーマンスのインセンティブを与える管理モデル。最高のアイデアを勝たせることで効率性を高め、イノベーションを促進。

03

レコメンデーション アルゴリズム

「For You」フィードは個人化されたレコメンデーションによって動いている。ブラウジング、購入、いいねなどの行動データを使用し、ユーザーの興味を予測、関連性のあるコンテンツを積極的に表示。

TikTokのアルゴリズム把握

TikTokがユーザーとコンテンツを理解する方法が「ラベル」になります



ユーザーラベル

新規ユーザーが登録すると、システムは自動的に20本の動画を表示

完了率、再生回数、いいね、コメント、フォローなどの行動に基づいて、アルゴリズムは迅速にユーザーの好みを特定し、個人化されたラベルを割り当てる



コンテンツラベル

TikTokのアルゴリズムは動画をコンテンツに基づいて分類し、興味を持ちそうなユーザーにプッシュ

明確なラベル：動画は適切なターゲットオーディエンスに迅速に表示される

不明確なラベル：コンテンツに明確なカテゴリがない場合、アルゴリズムはそれをユーザータイプにマッチングできないため、動画は推奨されない状態に

TikTokのアルゴリズム把握

適切なラベルを獲得することが非常に重要なポイントとなります

① 最初の動画から正確なラベリング

初期企業さまが投稿する動画は、プラットフォームが企業さまのアカウントに対して持つ第一印象を作り出すことになる

初期コンテンツがユーザーを維持できない場合、システムは基本的なデータ（再生回数、離脱率）のみを収集し、正確なラベルを割り当てることができず—将来的なリーチを制限することに

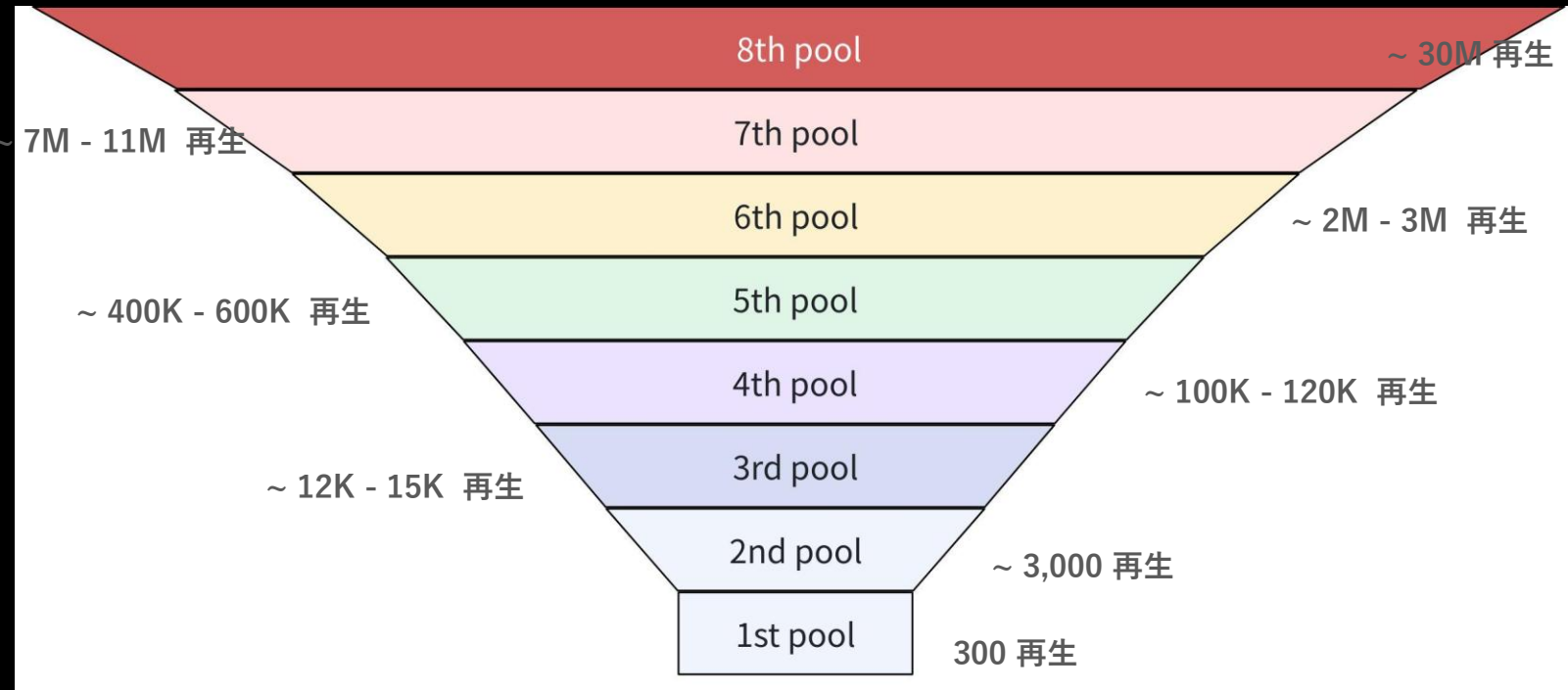
② 一貫したコンテンツスタイル

時間が経つにつれて動画のスタイルやテーマが大きく変わると、アルゴリズムは企業さまのアカウントのアイデンティティを定義するのに苦労

結果、企業さまのコンテンツはターゲットを絞った推奨ではなく、広範囲で焦点の定まらないトラフィックを受け続けることになる

TikTokのアルゴリズム把握

TikTokレコメンデーションアルゴリズムの仕組み
(主要指標：完了率、いいね、コメント、シェア、フォロー)



TikTokのアルゴリズム把握

アルゴリズムを理解した上での、最適な運用方法

1. 一貫した投稿：週3～7日

企業さまのターゲット領域内で1日3～5本の動画を投稿する。一貫した動画スタイルとテーマを維持する。

2. 一貫性のない活動を避ける

定期的に投稿する—散発的な投稿はしない。安定した投稿リズムを築く。

3. 動画を短く魅力的に保つ

推奨長さ：新しいアカウントは10～15秒。安定してきたら15～25秒まで延長可能。最初の3秒以内にユーザーを引きつけて完了率を向上させる。

4. 一貫したカバースタイルを維持する

サムネイル/カバー画像が統一されたデザインにする。視覚的な雑然さを避ける。

5. 複数アカウント間での同コンテンツの投稿を避ける

同じ動画を複数のアカウントに投稿しない。

アライドアーキテクツの提供価値

新たな販売チャネルにて、早期売上拡大のための包括的な支援をご提供いたします

01

勝ちコンテンツの 発見・創出



独自のクリエイティビティと実績を活かし、効果的なコンテンツの創出を早期に図り、最適化し続けます

02

TikTokのアルゴリズム を踏まえた上で、大量 の動画コンテンツ投下



アルゴリズムの特性を理解したうえで、AIを活用したスケーラブルな制作を実現し、検証を通じて最適化を図ります

03

伴走型ご支援



クライアントさまの事業目標に応じたカスタマイズの支援を提供し、定期的なレポートングを通じて専門家チームが運用全体をバックアップいたします

既に多くの企業さまがTikTok Shopに関する情報を公開しており、
各社様ご支援を展開されています



C Channel



Hakuhodo DY ONE



C Channel、TikTok Shopの運用を開始/ショッピングもマーケティングもエンターテインメントの時代に

中国での豊富な実績をもとに、インフルエンサー施策からライブコマース展開まで一気通貫でサポート

C Channel株式会社 2025年5月14日 15時00分



企業のTikTok Shop活用に向けて縦型動画を活用した「TikTok Shopマーケティング支援」のサービスを提供開始。株式会社 Leading Communication

インフルエンサー活用/クリエイティブ制作/アカウント運用/広告配信/LIVE配信を総合的にサポート

株式会社Leading Communication 2025年5月14日 13時00分



トレンダース、美容・消費財メーカー向けの「TikTok Shop」運営支援サービスの提供を開始 ~美容領域専門クリエイターと連携し、「TikTok売れ」の実現をトータルサポート~

トレンダース株式会社 2025年5月13日 15時00分



既に多くの企業さまがTikTok Shopに関する情報を公開しており、
各社様ご支援を展開されています
その中、

①いかに早期立ち上げをサポートできるか（伴走型ご支援）

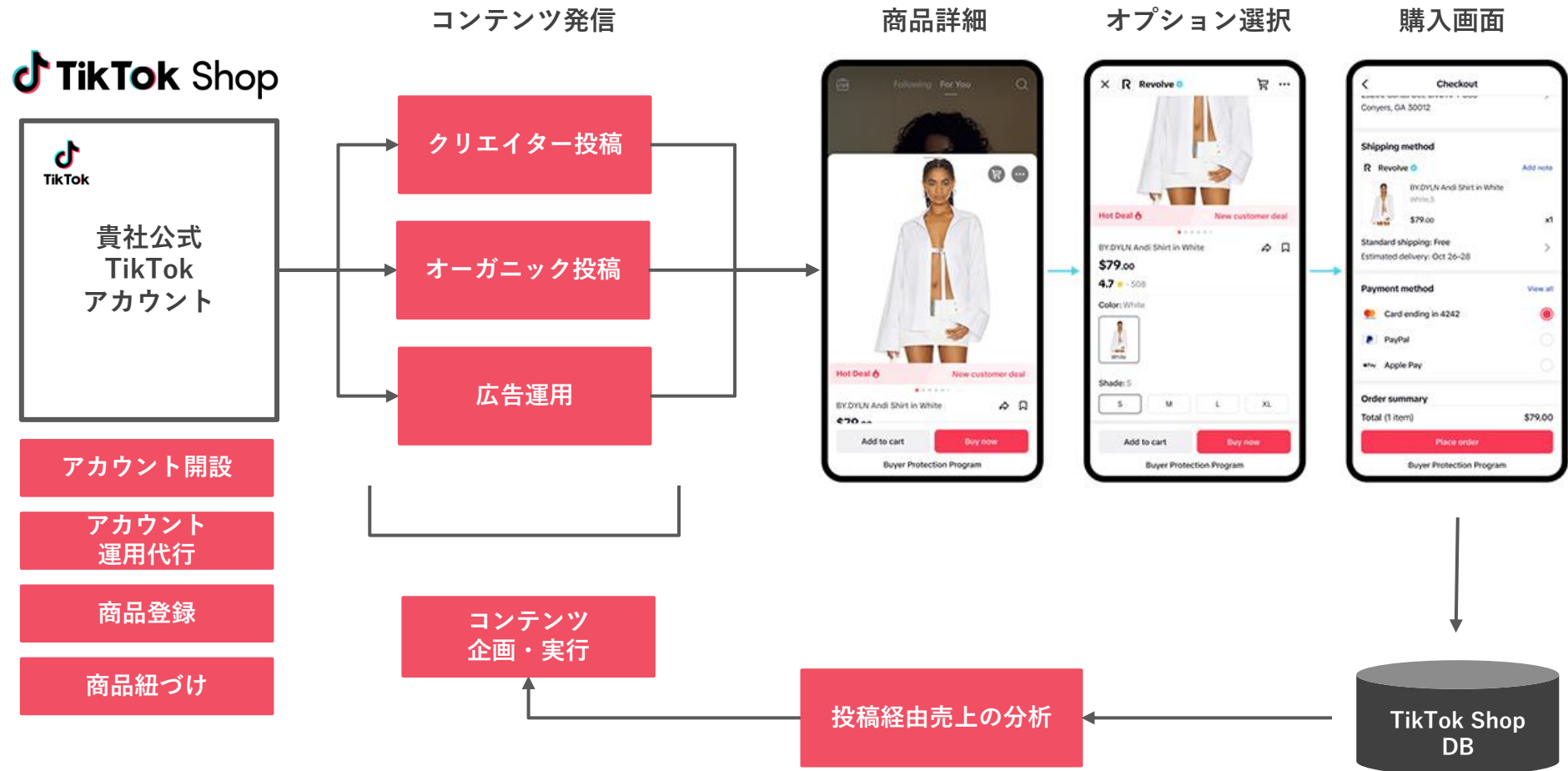
②早期勝ちパターンを発見できるか

③継続的に成果を出し続けられるか

が重要なポイントになってくるかと思えます。

弊社では上記3点を中心にご支援できればと考えております。

公式アカウントおよびTikTok Shop機能の立ち上げ～運用をご支援いたします



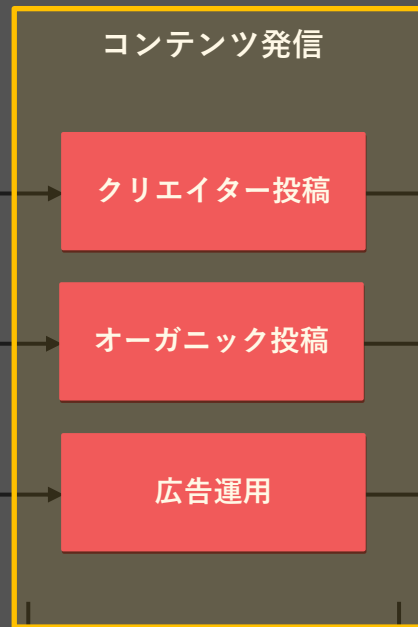
ご支援可能領域

公式アカウントおよびTikTok Shop機能の立ち上げ～運用をご支援いたします

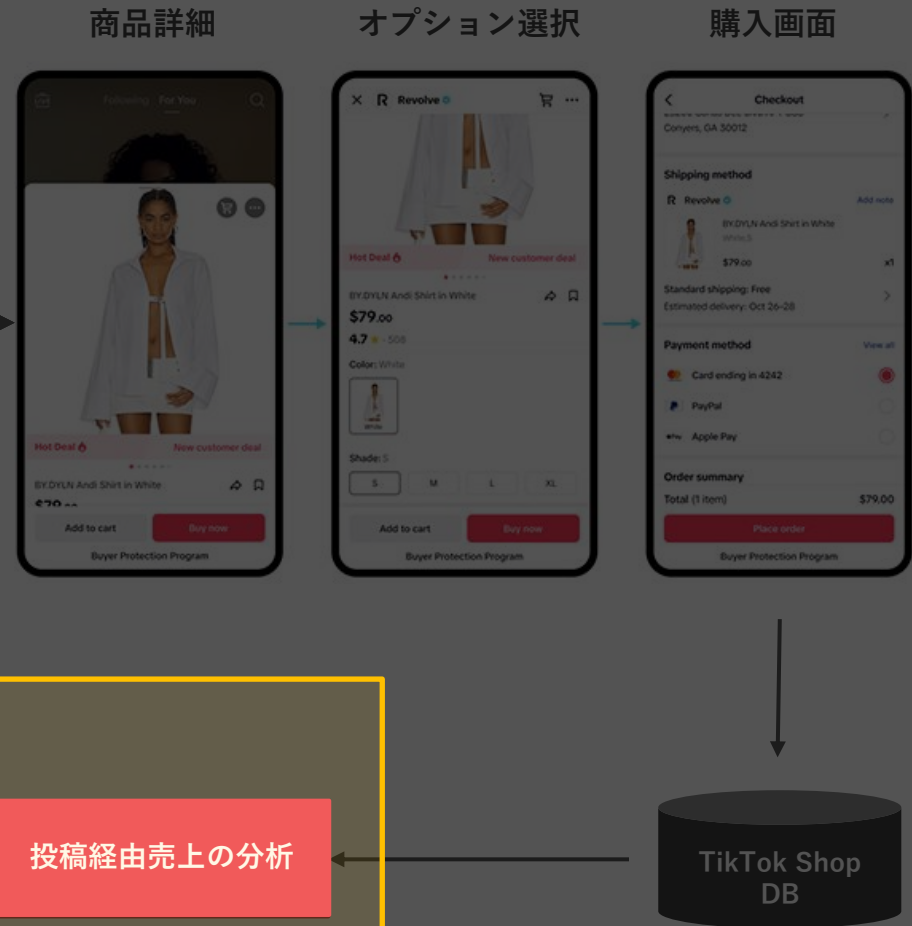
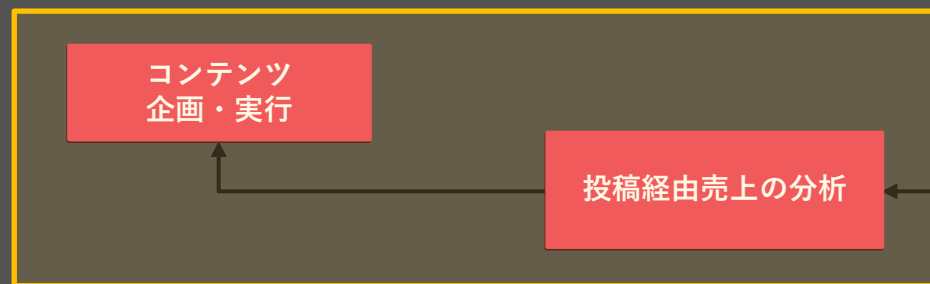
ご支援領域①



ご支援領域②



ご支援領域③



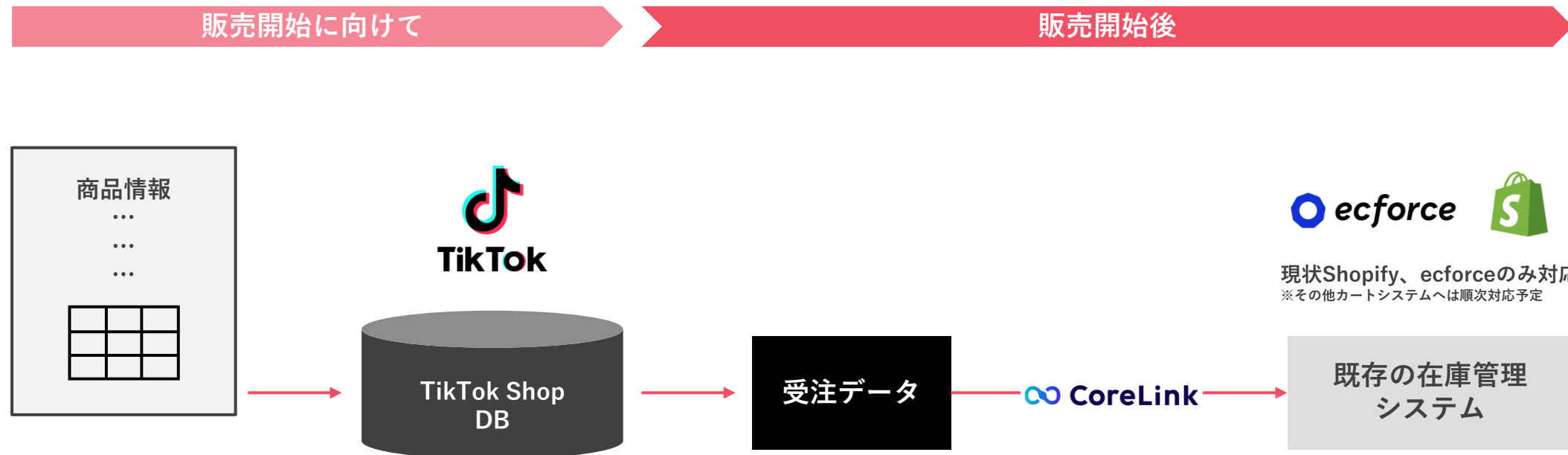
ご支援可能領域

貴社公式アカウントの立ち上げ・初期設計についてご支援可能です。
TikTok Shopへの商品登録は公式アカウントがなくても可能ですが、公式アカウントがあること
によって信頼性が高まるのが想定されるので、推奨いたします。

弊社支援実績一例



TikTok Shopは独立したカートを持つため、商品情報の登録が必須です。
貴社の商品情報のTikTok Shopへの登録など、販売開始するために必要なデータ移動、システム操作の支援が可能です。また、弊社パートナー企業のシステムを活用することで、ご希望に応じて受注データの自動連携も実現可能になります。



購買推進力のあるモニター投稿・インフルエンサー投稿の生成が可能です。

弊社サンプリングメディア
でのモニター投稿生成



弊社パートナーと連携し
インフルエンサーアサイン



貴社公式アカウントでの投稿企画～制作～投稿代行まで一貫してご支援可能です。



アサヒグループ食品株式会社 様

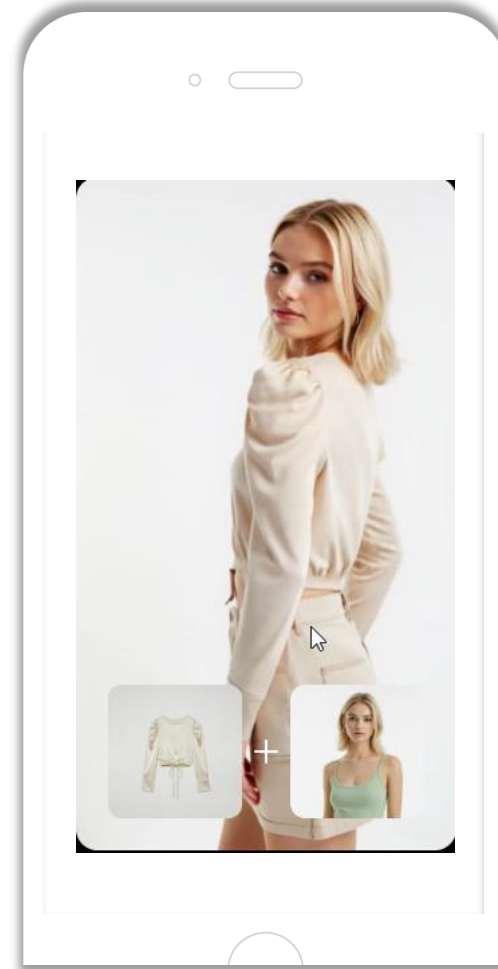
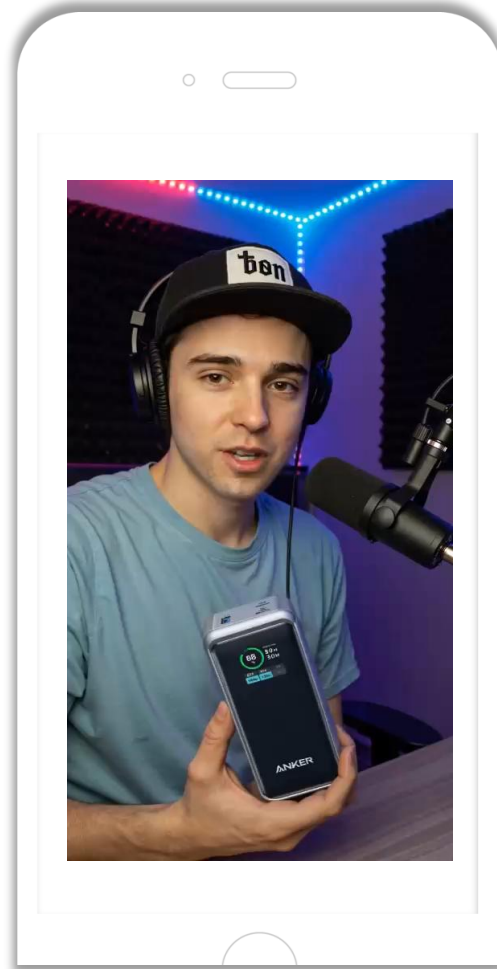
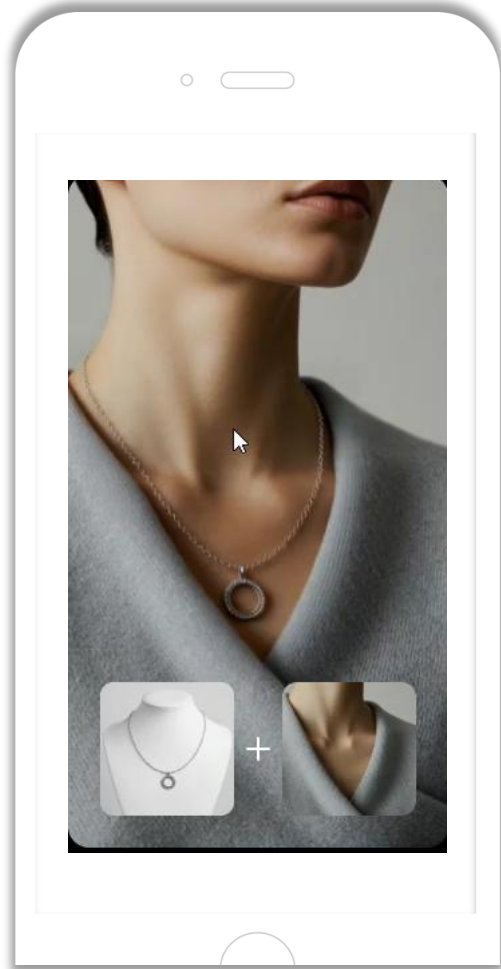
ご支援内容



- ・ 戦略設計
- ・ KPI設計
- ・ 投稿企画&制作
- ・ 撮影
- ・ キャンペーン
- ・ 広告運用



クリエイター・オーガニック投稿で得たラーニングを活用し、AIを通じて質の高いコンテンツを量産できる状態をつくるのが可能です。



AIワークフロー

インプット

商品リンク

商品情報

商品画像

AIが絵コンテと台本を生成

興味喚起
[シーン 1]

顧客の
ペイン
[シーン 2]

期待を
持たせる
[シーン 3]

解決策
[シーン 4]

セールス
ポイント
[シーン 5]

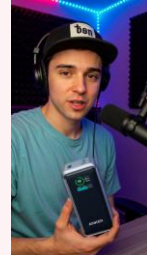
行動喚起
(CTA)
[シーン 6]

AIが台本と素材を組み合わせ

AI生成画像・動画



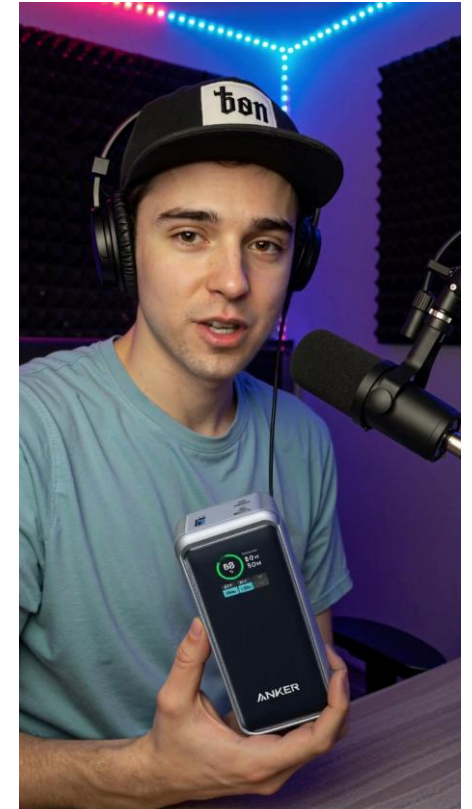
AIアバター



アップロード素材



完成動画







大手食品・飲料・コスメメーカー様にて長期のお取組み、配信・獲得実績アリ
クリエイティブ開発～広告運用代行までを一気通貫でご支援しCPA改善



TikTok向け
弊社制作クリエイティブ&運用で

CPA約68%削減！！
CPA5万円→約16,000円まで改善

最近疲れやすい…
それ免疫低下
してるかも？

第一三共ヘルスケア×KIRINが共同開発！

この冬、
体調を崩したくないあなたへ

プラスマ
乳酸菌



各トラフィック別の数値やクリエイター別の数値を元に、弊社より最適なコンテンツ企画のご提案をさせていただきます。

