

企業向け

TikTokインサイト 分析チェックシート

運用担当者が毎週確認すべき指標と分析ポイント



CHECK
SHEET



【準備】インサイト利用の前提チェック

インサイト（分析機能）を活用する前に、以下の3つの条件を満たしているか確認しましょう。



ビジネスアカウントへの切り替えが完了しているか？

インサイト機能などの高度な分析ツールを利用するには、個人アカウントから**ビジネスアカウント（無料）**への切り替えが必須です。設定画面から数タップで完了します。



動画を1本以上投稿し、24時間が経過しているか？

インサイト機能を開放し、データ収集を開始するには「**最低1本の動画投稿**」が必要です。
また、投稿直後ではなく、**24時間が経過**しないとデータは反映されません。



PC版TikTokでデータを確認できる環境があるか？

アプリ版でも簡易的な閲覧は可能ですが、詳細な分析や**データのダウンロード（CSV出力）はPC版でのみ可能**です。
本格的な運用にはPC環境での確認体制を整えましょう。

【毎週】 概要タブの確認チェック

アカウント全体の健康状態を把握するため、毎週以下の指標の推移をチェックしましょう。

動画視聴数

指定期間内の総再生回数。**アカウント全体の露出量**が伸びているか、停滞しているかを確認します。

プロフィール表示回数

動画を見たユーザーが、どれだけ**アカウント自体に興味を持ったか**（ファン化の第一歩）を測る重要指標です。

エンゲージメント総量

「いいね」「コメント」「シェア」の総数。特に**「シェア」が多い動画はおすすめに乗りやすい**傾向があります。

トラフィックソース

「おすすめ」「フォロー中」「プロフィール」など、**どこから動画が見られているか**の割合。おすすめ比率の高さがバズの鍵です。

検索クエリ

ユーザーが**どんなキーワードで検索して**自社の動画に辿り着いたか。次回の企画やハッシュタグ選定に直結します。

【毎週】コンテンツ分析チェック

「コンテンツ」タブでは、個別の動画パフォーマンスを確認し、成功の要因（勝ちパターン）を言語化します。

最多視聴数の動画はどれか？
最も多くのユーザーにリーチした「拡散力」の高い動画を特定

最多新規視聴者数の動画はどれか？
フォロワー外（おすすめ欄）に最も表示された動画を特定

最多いいね数の動画はどれか？
視聴者の共感や満足度が最も高かった「質」の高い動画を特定

新規フォロワー獲得数トップの動画は？
「このアカウントを追いたい」と思わせた、ファン化に直結した動画を特定

バズった動画の共通点を探る視点

- 1 冒頭2秒の「フック」は何か？**
タイトル、映像のインパクト、問いかけなど、視聴者の指を止めた要素を言語化する。
- 2 視聴維持率と離脱ポイント**
どこで視聴者が離脱したか？（テンポが遅い、説明が長い等）をグラフから読み解く。
- 3 使用楽曲・ハッシュタグ・構成**
トレンド音源か？テロップの配置は？次回も再現できる「型」を抽出する。



【毎月】視聴者・フォロワー属性チェック

「視聴者」「フォロワー」タブで、動画を届けるべき相手に届いているかを毎月確認します。

性別比率

自社の商材・サービスの**ターゲット性別と合致しているか**。
男性向け商材なのに女性視聴者が多い場合は企画の見直しが必要です。

年齢層

想定する**顧客の年齢層にリーチできているか**。
若年層に偏りすぎている場合、ビジネスに繋がりにくい可能性があります。

位置情報（地域）

特に**実店舗への集客を目的とする場合**、商圏エリアのユーザーに見られているかが重要になります。

アクティブ時間帯

フォロワーが**最もTikTokを見ている時間帯**はいつか。
このピーク時間の少し前に投稿することで初動の伸びが期待できます。

最大のチェックポイント：



「狙いたいターゲット」と「実際の視聴者」のズレを把握し、企画を軌道修正する！



【継続】PDCA改善ループチェック

データを「見て終わり」にせず、次のアクション（改善）に繋げるための3つのアプローチを回せているか確認しましょう。

1

アカウント全体の 成長トレンド確認

- 「概要」タブで、過去7日間・28日間の**フォロワー増減と視聴数の相関**を分析しているか？
- 特定の動画がバズった際、それが**アカウント全体の底上げ**に寄与しているか確認しているか？

2

時間・曜日別の 最適投稿タイミング把握

- 「フォロワー」タブで、自社のアクティブユーザーが**最も多い時間帯・曜日**を特定しているか？
- 特定したピーク時間の**1~2時間前**に動画を投稿するようスケジュールを調整しているか？

3

コンテンツ別のパフォーマンス比較

- 「伸びた動画」と「伸びなかった動画」の**差分（冒頭の掴み、長さ、BGMなど）**を言語化しているか？
- 成功要因を仮説として立て、**次回の動画企画（台本・構成）**に反映させているか？

⚠️ 【注意】 データ管理チェック

貴重な分析データを失わないために、以下の仕様を理解し、運用フローに組み込みましょう。



データ保存期間は

最大365日

TikTok上のインサイトデータは、過去365日分までしか遡って確認できません。長期的な年次比較や過去のバズ要因を分析する際、データが消えてしまうリスクがあります。



定期的な

CSVダウンロード

過去のデータを失わないよう、月末や月初などタイミングを決めて、定期的にデータをCSV形式でダウンロードし、自社で保管するルールを設けましょう。



DL機能は

PC版のみ対応

アプリ版は手軽な現状確認に向いていますが、データのダウンロード機能はありません。本格的な分析とデータ保存は、必ずPC版（ブラウザ）から行う必要があります。

会社概要

会社名 株式会社pamxy（パンクシー）

代表取締役 西江 健司

所在地 東京都港区北青山一丁目3番1号
アールキューブ青山3階

事業内容

- ・ SNSマーケティング支援事業
- ・ IP事業
- ・ 自社メディア事業

メディア [MarkeDriven（マーケドリブン）](#)



TikTokアカウント運用で

お悩みの方はお気軽に

ご相談ください。

 お問い合わせはこちら

<https://pamxy.co.jp/>