

2025 年 6 月 30 日

電通と電通デジタル、「TikTok Shop」への出店成果の最大化に貢献する コンサルティングサービスを提供開始

—海外での支援実績と国内でのマーケティング知見を生かし、出店戦略から店舗運営までトータルに支援—

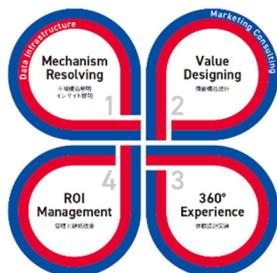
株式会社電通（本社：東京都港区、代表取締役 社長執行役員：佐野 傑、以下「電通」）と、株式会社電通デジタル（本社：東京都港区、代表取締役社長執行役員：瀧本 恒、以下「電通デジタル」）は、TikTok 内の動画コンテンツや LIVE 配信を通じて、商品の紹介から販売・購入までをシームレスに完結する EC 機能である「TikTok Shop」が日本市場でサービスを開始することに伴い、クライアントの出店・活用を支援するコンサルティングサービスを本日より開始します。

近年、生活者の購買行動はオンライン動画コンテンツと密接に結びついており、中でも TikTok は動画コンテンツを通じて商品との偶発的な出会いを創出し、購買へとつなげる統合型デジタルプラットフォームとして注目されています。「TikTok Shop」は既にグローバル市場で展開され、TikTok 上で商品認知から購買までを一貫して実現する新たな顧客体験を提供しており、当社グループはアジア市場において既に複数のクライアント支援実績を有しています。国内では当社が発案した「偶発購買デザイン」*をもとに、「TikTok Shop」への出店成果の最大化に貢献すべく、①データ分析に基づく戦略設計と商品開発、②専門人財の知見を生かしたコンテンツ制作と集客の最大化、③効率的な店舗運営と顧客育成、という3つのサービスの提供により、マーケティング ROI の最大化に貢献します。

電通と電通デジタルは 2021 年にグループ横断組織「TikTok Solution Lab」を組成し、これまでも TikTok 上でのマーケティング効果を最大化するフレームワークの開発や事例創出に取り組んできました。今後は商品認知から購買に至るまでの統合的な支援体制を構築し、当社グループが海外実績で得たノウハウや国内電通グループ（dentsu Japan）が保有する独自データの統合分析で得られる知見を活用することで、クライアントによる「TikTok Shop」出店の成果を最大化する支援を推進していきます。

※ 書籍『偶発購買デザイン 「SNS で衝動買い」は設計できる』を発売（2024 年 12 月 12 日発表）

<https://www.dentsu.co.jp/news/release/2024/1212-010820.html>



「TikTok Shop」に関する取り組みは、電通が提唱する、事業グロースのための次世代マーケティングモデル「Marketing For Growth」の4つのプロセスのうち「360° Experience（体験設計実装）」に該当するサービスです。

「Marketing For Growth」については以下リリースをご確認ください。

<https://www.dentsu.co.jp/news/business/2024/0130-010682.html>

以上

【リリースに関する問い合わせ先】

株式会社電通コーポレートワン ブランディングオフィス 広報室 広報部
河南、蕪山

【事業に関する問い合わせ先】

株式会社電通 第8マーケティング局 CXコンサルティング2部
中本

Email : koho@dentsu.co.jp