

TikTok Shop 適性診断シート（7 項目）

出店する前に、3分で確かめる

記入日: 年 月 日 / 会社名: / ご担当者:

このシートの使い方

- ① 次の7項目に「はい／いいえ」でお答えください。所要時間は3分ほどです。
- ② 「はい」が5つ以上なら、TikTok Shop への出店を検討する価値があります。
- ③ 「はい」が4つ以下なら、出店より先に打つべき手が別にあります（3ページ目で振り分けます）。
- ④ **迷った項目は「いいえ」に寄せてください。甘めに数えると、始めたあとで必ず苦しくなります。**

診斷——7 項目

No	チェック項目	回答	この基準にしている理由
1	商品単価は 1,000～4,000 円か	☐ はい ☐ いいえ	ショート動画からの購買は衝動買い。1 万円を超えると、その場では決まりません。
2	粗利率は 60%以上 あるか	☐ はい ☐ いいえ	手数料・紹介報酬・クーポン原資で売価の 30～40% が消えます。次ページで計算できます。
3	15 秒で「変化」が映る商材か	☐ はい ☐ いいえ	ビフォーアフター、使用シーン、開封。説明が要る商材は、動画では売れません。
4	突発的な注文増に在庫が耐えられるか	☐ はい ☐ いいえ	1 本バズると数百～数千個が一気に動きます。欠品はそのまま低評価になります。
5	短い発送期限とレビュー対応の体制があるか	☐ はい ☐ いいえ	出荷の遅れがアカウント評価に直結します。物流と顧客対応がないと負荷が重い。
6	値引き前提の場に出しても、既存の取引先と衝突しないか	☐ はい ☐ いいえ	価格統制が効きにくい場所です。既存の卸・小売との関係を壊すリスクを先に潰す。
7	その商材を紹介したいクリエイターが実在するか	☐ はい ☐ いいえ	最も重要な項目。類似商材を扱う人を名前で挙げられるか。薄いと売上は立ちません。

集計

「はい」の数: / 7

5 つ以上 → TikTok Shop への出店を検討する。 4 つ以下 → 出店以外の 3 軸から選ぶ（3 ページ目）。

項目②の確認ワークシート——粗利がいくら残るか

この項目でつまづく企業が最も多いため、実際に数字を入れて確かめてください。売価から手数料・紹介報酬・クーポン原資を差し引き、そこから原価率を引いた残りが、最終的な利益率になります。

記入項目	記入欄	目安・計算式
① 売価（税抜）	円	TikTok Shop で出す想定価格
② 原価（仕入・製造原価）	円	送料・梱包費も含めてください
③ 粗利率	%	$(① - ②) \div ① \times 100$
④ プラットフォーム手数料	%	目安 12%前後
⑤ クリエイターへの紹介報酬	%	目安 15%前後
⑥ クーポン・値引きの原資	%	目安 10%前後
⑦ 差し引いて手元に残る割合	%	$100 - ④ - ⑤ - ⑥$ （目安 63%）
⑧ 最終的な利益率	%	$⑦ - (② \div ① \times 100)$

読み方

⑧ が 10%を下回る場合、広告費や撮影費をかける余地がほとんど残りません。原価率が 40%を超える商材は、この時点で赤字になります。

その場合は「出店しない」判断のほうが合理的です。3 ページ目の軸 A をご覧ください。手数料と値引き原資が発生しない形なので、同じ商材でも利益が残ります。

この診断の背景データ

- ・TikTok Shop 関連の検索は月およそ 7.1 万件。うち出店者側の検索と判別できたのは約 6%（月 4,600 件ほど）でした。
- ・「怪しい」「詐欺」「偽物」で調べている人が月 3,290 件。出店を検討している人の合計（約 1,500 件）より多い状態です。
- ・出店者が最も検索を増やしているのは「アフィリエイト」+1,782%、「クリエイター」+1,172%。ショップ機能そのものより、紹介の仕組みが探されています。

出典：ラッコキーワード（サジェスト／関連キーワード／よくある質問 453 件／月間検索数 24 ヶ月推移）2026 年 7 月調査

「はい」が4つ以下だった場合——3軸の振り分け

出店しないという判断は、後退ではありません。落ちた項目によって、成果の出しやすい打ち手が変わります。

軸	打ち手	こんな診断結果のとき	やること
軸 A	クリエイター経由の販売支援	⑦は「はい」だが、②粗利・④在庫・⑥価格統制のいずれかで落ちた	出店はしません。TikTok 上でクリエイターに商品を紹介してもらい、送客先を自社の EC サイトにします。プラットフォーム手数料がかからず、価格統制も自社で握ったままにできます。
軸 B	ショート動画 × 広告運用	⑦が「いいえ」、または検討期間が長い商材	紹介してくれる人が見つからない場合は、動画クリエイティブを量産して広告で回します。成果を CPA・ROAS という合意できる数字で測れるので、判断がしやすくなります。
軸 C	AI 検索での見つけ方 の改善	そもそも指名で検索されていない、比較検討の候補に入っていない	販路の前に「見つかっていない」ことが課題の場合です。AI 検索や生成 AI の回答に載るよう情報を整えます。需要そのものが伸びている領域です。

記入メモ（気になった点・社内で確認したいこと）

注記

本シートの基準値（商品単価 1,000～4,000 円、粗利率 60%、手数料等の比率）は、一般的な水準をもとにした試算です。実際の数値は商材や契約条件によって変わります。ご自身の案件で検証したうえでご活用ください。判定結果は投資判断そのものを保証するものではありません。

記入後の無料診断について

記入したこのシートをそのままお送りいただければ、判定の妥当性と、進むべき軸のご提案を無料でお返しします。あわせて、その商材を紹介しそうなクリエイターが実際にいるかどうか（項目⑦）も、こちらで確認してお伝えします。

お問い合わせ先・その他の資料は、動画の概要欄からご確認ください。