

**「アフィリエイト・プログラムに関する意識調査 2007年」  
二極化するアフィリエイターとASP、  
ドロップ SHIPPING、セカンドライフ、レビューアフィリエイトの認知率・利用率・利用意向 他**

特定非営利活動法人 アフィリエイトマーケティング協会

特定非営利活動法人(NPO 法人)アフィリエイトマーケティング協会(東京都港区/理事長 柴田健一)は、このたび、業界として初の試みとなった「アフィリエイト・プログラムに関する意識調査 2005 年」の発表から 2 年ぶりとなる意識調査として「アフィリエイト・プログラムに関する意識調査 2007 年」を実施し、本日付でその調査結果を発表した。

この調査は、2007年9月26日から10月12日まで間において、株式会社ボーダーズの協力の下、以下2つの属性に対して調査を行ったもので、アフィリエイト・プログラムの利用年数や収入額、ブログ・携帯サイトでの活用、ASPのブランド認知実態や満足度、さらに、新しい取組みとしてドロップ SHIPPING、セカンドライフ、レビューアフィリエイト<sup>1</sup>、などの認知率・利用率・利用意向等、計 29 項目についてインターネット上でアンケートを行った。

1. 株式会社ボーダーズのリサーチモニター『アンとケイト』の会員約 15,000 人に対するスクリーニング調査結果から、「アフィリエイト利用経験者」を抽出。(以下、【調査パネル】と呼ぶ。)
2. 弊協会の個人 WEB 会員で協会 SNS(AMA-SNS)への参加者と、第7回アフィリエイト・カンファレンス(2007年11月17日 弊協会主催)への参加者の合計。(以下、【協会回答者】と呼ぶ。)

## ■ 調査結果サマリー

【調査パネル】と【協会回答者】の比較において、アフィリエイト・プログラムのメリットに感じる部分の傾向は似ていたが、【協会回答者】の方が、総じてアフィリエイトに対し期待を持ち、依存度が高く、メリットを感じている傾向が強い。月毎の収入額においても、【協会回答者】が圧倒的に高く、【調査パネル】では、「1,000 円未満」が約7割であったが、【協会回答者】においては、5 人に 1 人が「20 万円以上」という結果や、「100 万円以上」という事業者レベルの収入を得ている回答者が約 5%を占めるなど、二極化しているアフィリエイターの傾向を垣間見ることができた。

一方、携帯サイトでの利用、Web サービス、ドロップ SHIPPING、セカンドライフなど、アフィリエイトに関連する様々な事象やサービスについては、総じて【協会回答者】の方が認知も関心も高い結果となった。ただし、レビューアフィリエイトについては、【協会回答者】の方が「認知率」が高いものの、「利用率・今後の利用意向」は低いという、逆転現象も見られた。

他方、ASPブランドの認知率、利用率、満足度等については、2 つの回答者属性間では、傾向が大きく異なり、特に「好きなASPブランド 1 位は？」の設問では、顕著な傾向の違いが見られ、【協会回答者】では、1 位「リンクシェア」、同率 2 位で「エーハチ」「バリューコマース」。【調査パネル】では、1 位「楽天」、2 位「エーハチ」、3 位「Amazon」という結果となった。また、【協会回答者】では、認知率が約 9 割以上という圧倒的な率を誇っていたものの、本設問では、下位に甘んじるASPも数社存在した。

<sup>1</sup> レビューアフィリエイト:

一定の条件を満たした記事をブログ等に掲載するだけで、記事掲載料として報酬が発生するアフィリエイト・プログラムのこと。「記事を書けば報酬発生」という特徴から、「PPP 型: Pay-Per-Post 型」のアフィリエイト・プログラムとも言われる。

## ■ 調査目的

今回の調査の目的は、2004 年以降注目を集め、利用人口も急増中のアフィリエイト・プログラムの実態、および利用者の意識を中立的な立場で調査・公表することにより、今後のアフィリエイトマーケティング業界の健全な発展と理解を促進し、現状や課題を正しく把握してゆくとともに、将来のあるべき姿を模索し、かつ提唱してゆくことにある。

また、2005 年 9 月に NPO 法人として誕生した協会が、今後、アフィリエイト導入企業(EC サイト)、個人・法人サイト運営者(アフィリエイトター、アフィリエイトサイト)、および両者の仲介を行う企業(アフィリエイト・サービス・プロバイダ ASP:Affiliate Service Provider)などの関係者とともに、イベントやセミナー、業界としてのルール作りといった諸活動を行ってゆく際の基礎データとして活用してゆくことにある。

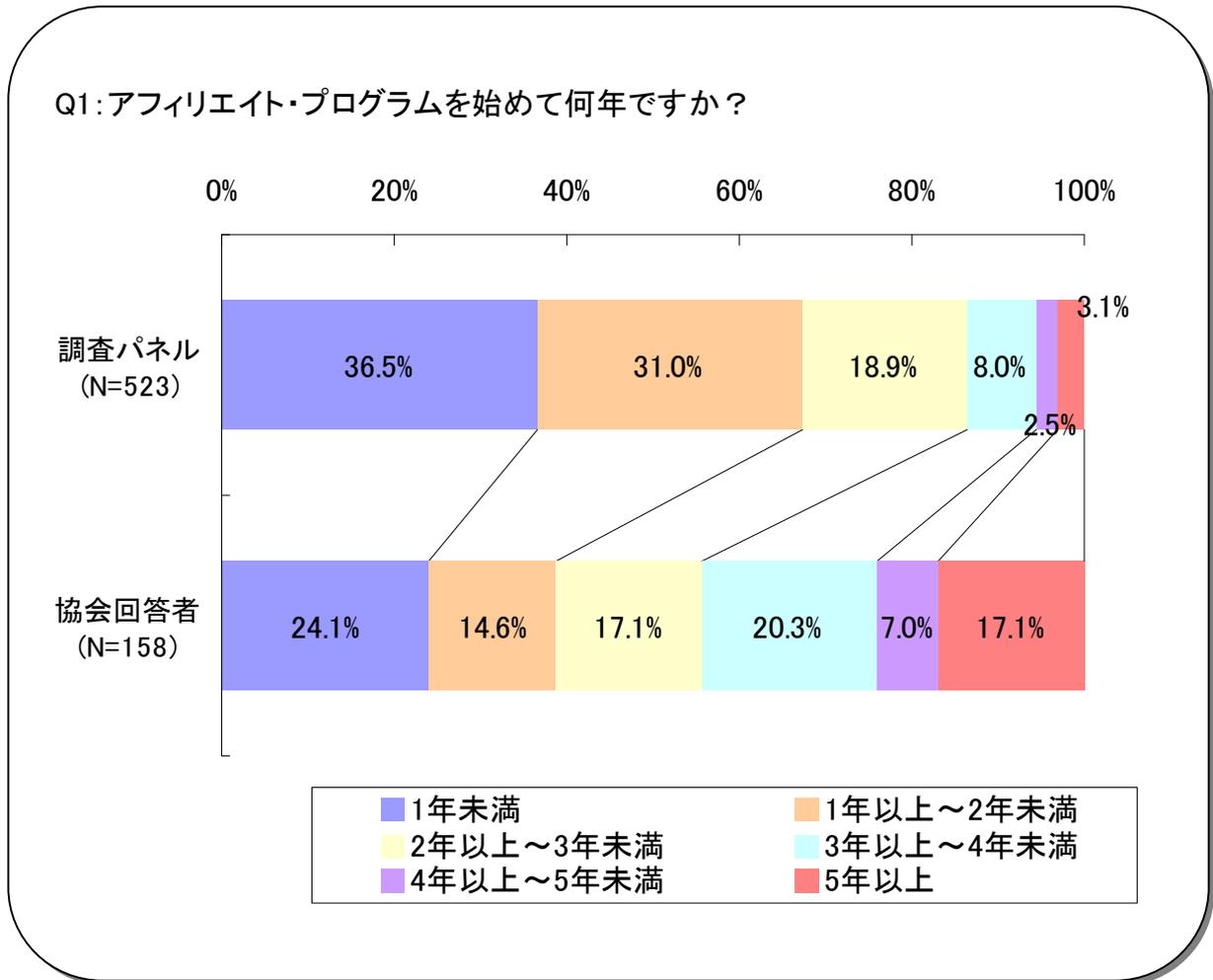
## ■ 調査概要

	【調査パネル】	【協会回答者】
調査方法	インターネットリサーチ	
スクリーニング調査(3 問)	○	—
└ 有効回答数	15,480 サンプル	—
本調査(29 問)	○ ※スクリーニングアンケートより、 「アフィリエイト利用経験者」を抽出	○
└ 有効回答数	523 サンプル	158 サンプル
実施期間	2007 年 9 月 27 日～9 月 29 日	2007 年 9 月 26 日～10 月 12 日
詳細	株式会社ボーダーズのリサーチモニター『アンとケイト』の会員約 15,480 人に対するスクリーニング調査結果から、「アフィリエイト利用経験者」を抽出。	弊協会の個人 WEB 会員で協会 SNS (AMA-SNS) への参加者と、第 7 回アフィリエイト・カンファレンス (2007 年 11 月 17 日 弊協会主催) への参加者の合計。

■ 1. アフィリエイト利用経験が長い【協会回答者】 ～「3年以上」が2人に1人～

アフィリエイト利用経験年数について、【調査パネル】では、「3年以上」が15%に満たない(13.6%)が、【協会回答者】では、「3年以上」が、2人に1人(44.4%)という結果が得られた。さらに、【協会回答者】では、アフィリエイト利用経験年数が「5年以上」と答えた、アフィリエイト黎明期からの利用者が17.1%も存在していた。

これらの結果より、【調査パネル】は、アフィリエイト利用経験が短い、初心者～中級者、【協会回答者】は、アフィリエイト利用経験が長い、中級者～上級者が多いことが推察される。



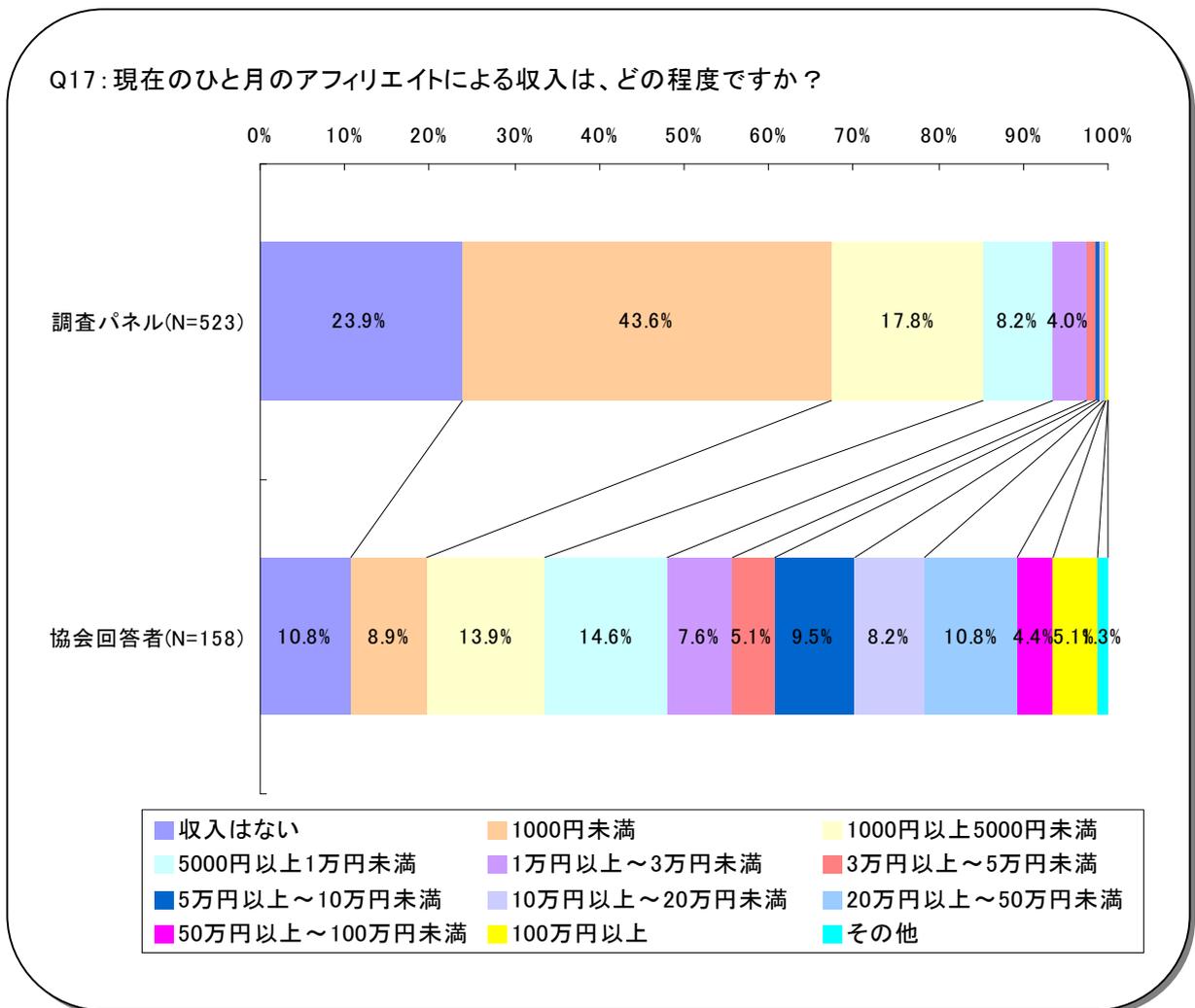
## ■ 2. 二極化するアフィリエイト

～【協会回答者】は、5人に1人が「20万円以上」、【調査パネル】は、「1,000円未満」が約7割～

月毎の収入額は【協会回答者】が圧倒的に高く、「1,000円未満」が【調査パネル】では約7割(67.5%)と大部分となるのに対し、【協会回答者】では20%以下(19.7%)となった。

一方、【協会回答者】では、「20万円以上」と回答する者が、約20%(20.3%)存在し、「100万円以上」という、事業者レベルの収入を得ている回答者が約5%(5.1%)という結果となった。

これらの結果より、アフィリエイト初心者～中級者であろう【調査パネル】と、中級者～上級者であろう【協会回答者】では、アフィリエイト収入額において、二極化している傾向が推察される。

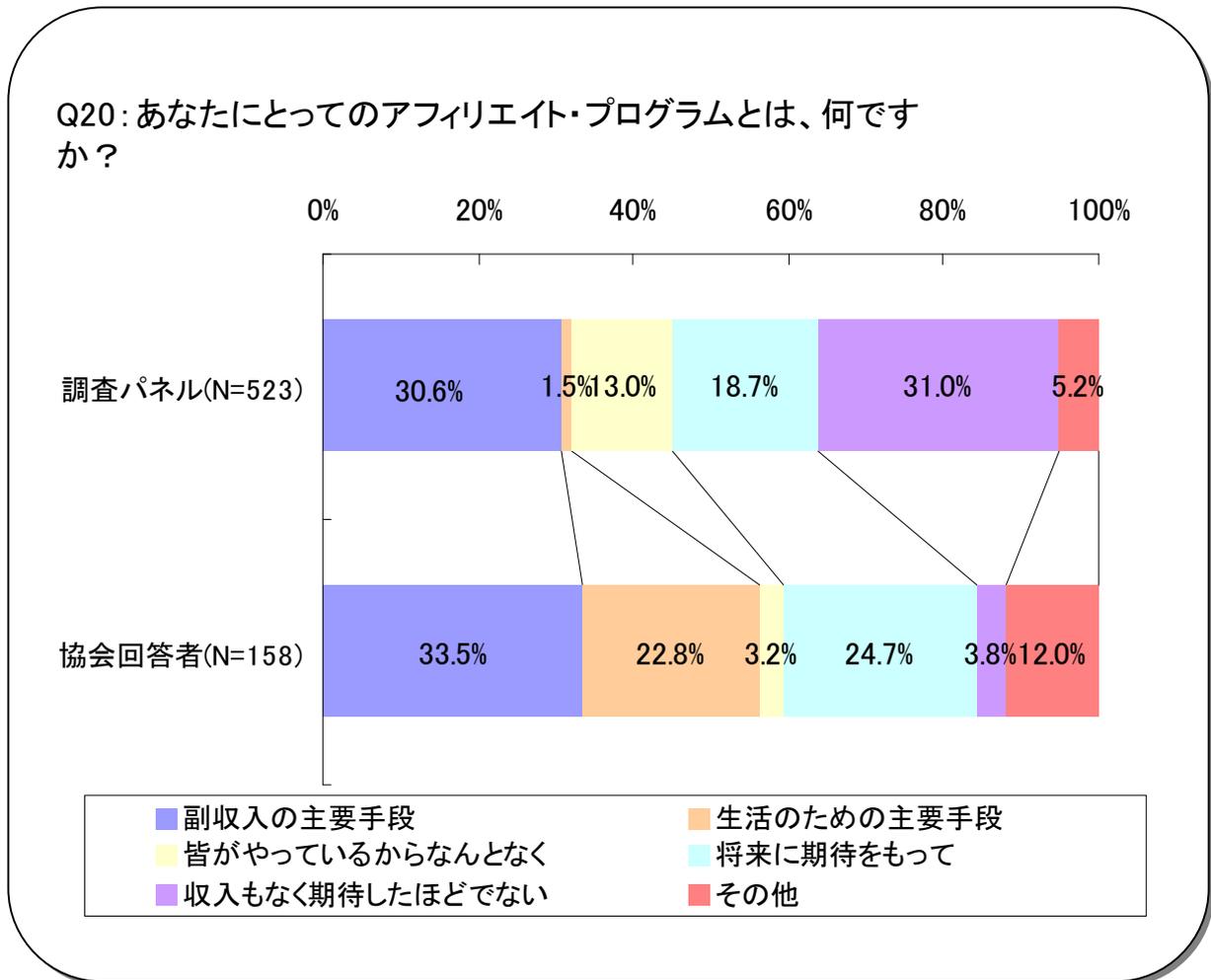


■ 3. 「生活のための主要手段」とする回答が非常に高い【協会回答者】 ～依存レベルに違い～

「あなたにとってアフィリエイト・プログラムとは何ですか？」の設問に対して、「生活のための主要手段」と回答する者が、【調査パネル】では1.5%に対して、【協会回答者】では22.8%となり、圧倒的な傾向の違いが見受けられた。

また、「将来に期待をもって」と回答する者が、【調査パネル】18.7%に対し、【協会回答者】では24.7%となり、【協会回答者】の方が、総じてアフィリエイトに対して期待を持っていることが伺える。

これらの結果より、中級者～上級者であろう【協会回答者】では、アフィリエイトに対する依存度や期待度が大きいことが推察される。

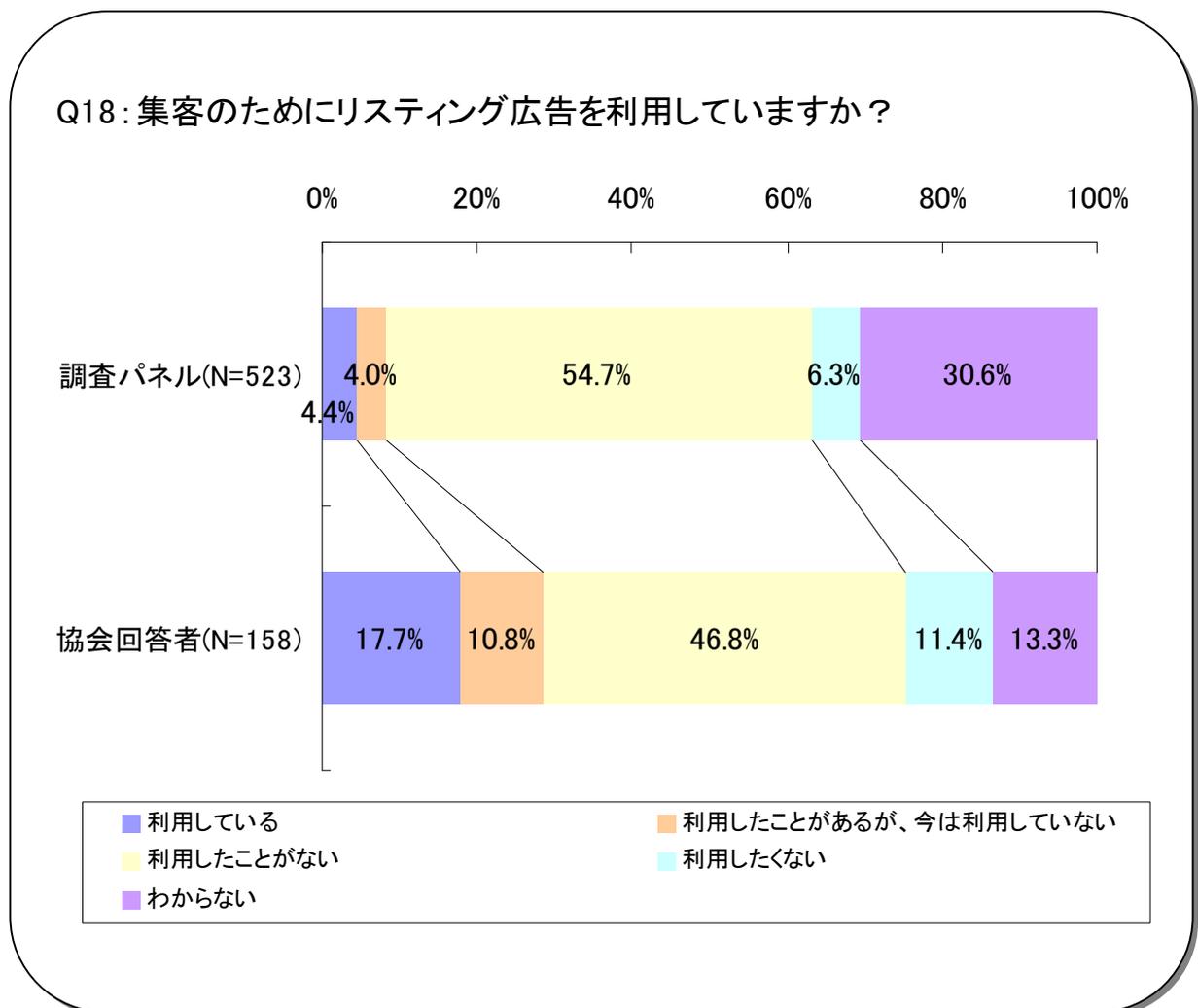


#### ■ 4. リスティング広告の利用にも積極的な【協会回答者】 ～4倍以上高い～

リスティング広告の利用者は、【調査パネル】では 5%に満たないが(4.4%)、【協会回答者】では 17.7%となり、【協会回答者】の方が、4倍以上も高いという結果が得られた。

一方、【調査パネル】では、約 30% (30.6%)の人が「分からない」と回答しており、リスティング広告という集客手法を認知していないことが考えられる。

これらの結果より、中級者～上級者であろう【協会回答者】では、5人に1人がリスティング広告を利用し、ある一定の費用をかけて集客しているなど、集客面においても積極的な姿勢が伺える。

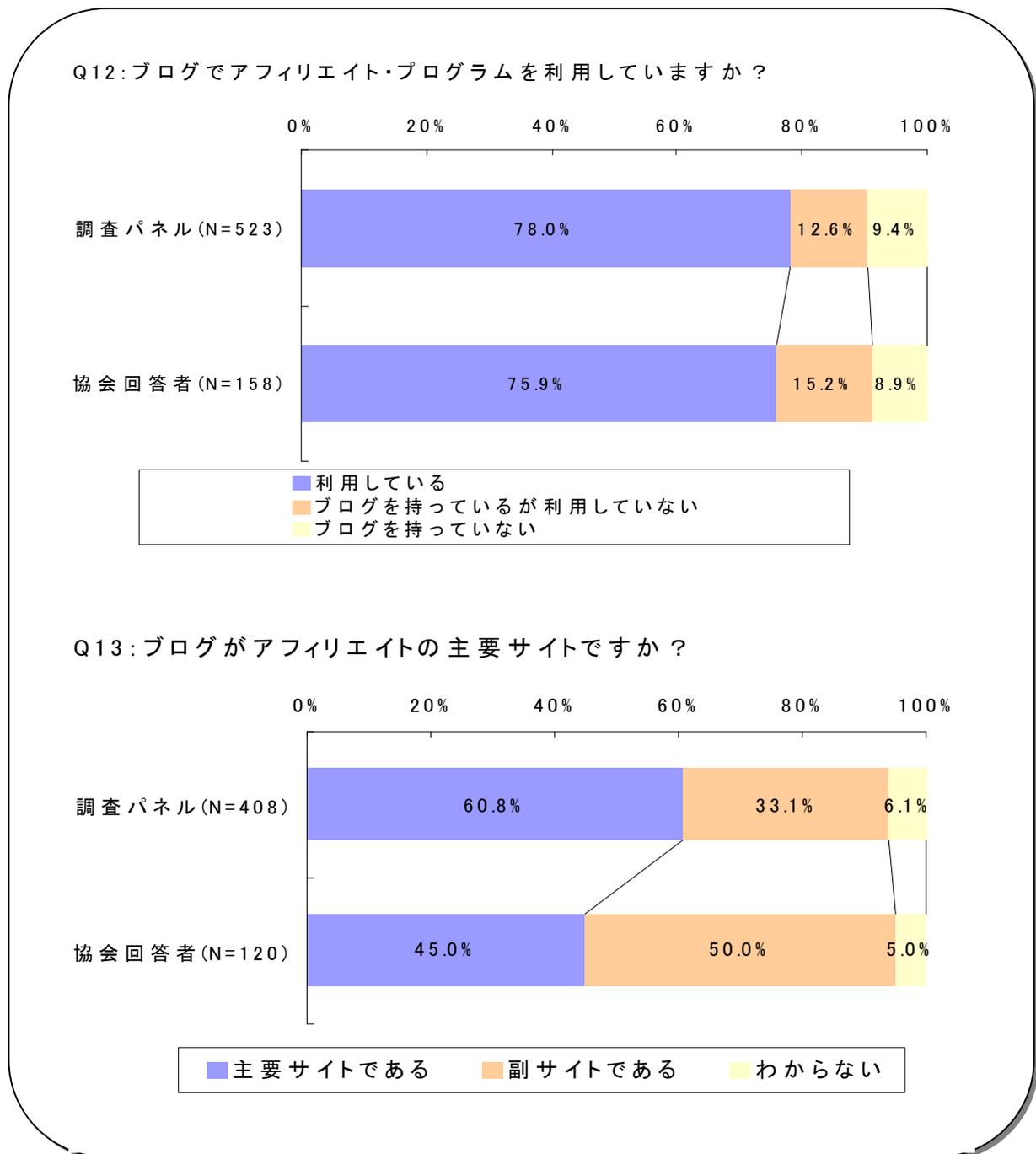


■ 5. ブログとアフィリエイトは親和性が高いものの、主要な収益源には、なり難い？

ブログでのアフィリエイト・プログラム利用率は、【調査パネル】【協会回答者】ともに、約 8 割(80%弱)であり、ほぼ同じ比率という結果が得られた。

一方、ブログを主要サイトとする割合が、【調査パネル】では約 6 割(60.8%)、【協会回答者】では半数以下(45.0%)となっており、【協会回答者】の方が、主要サイトとする割合が低いという結果が得られた。

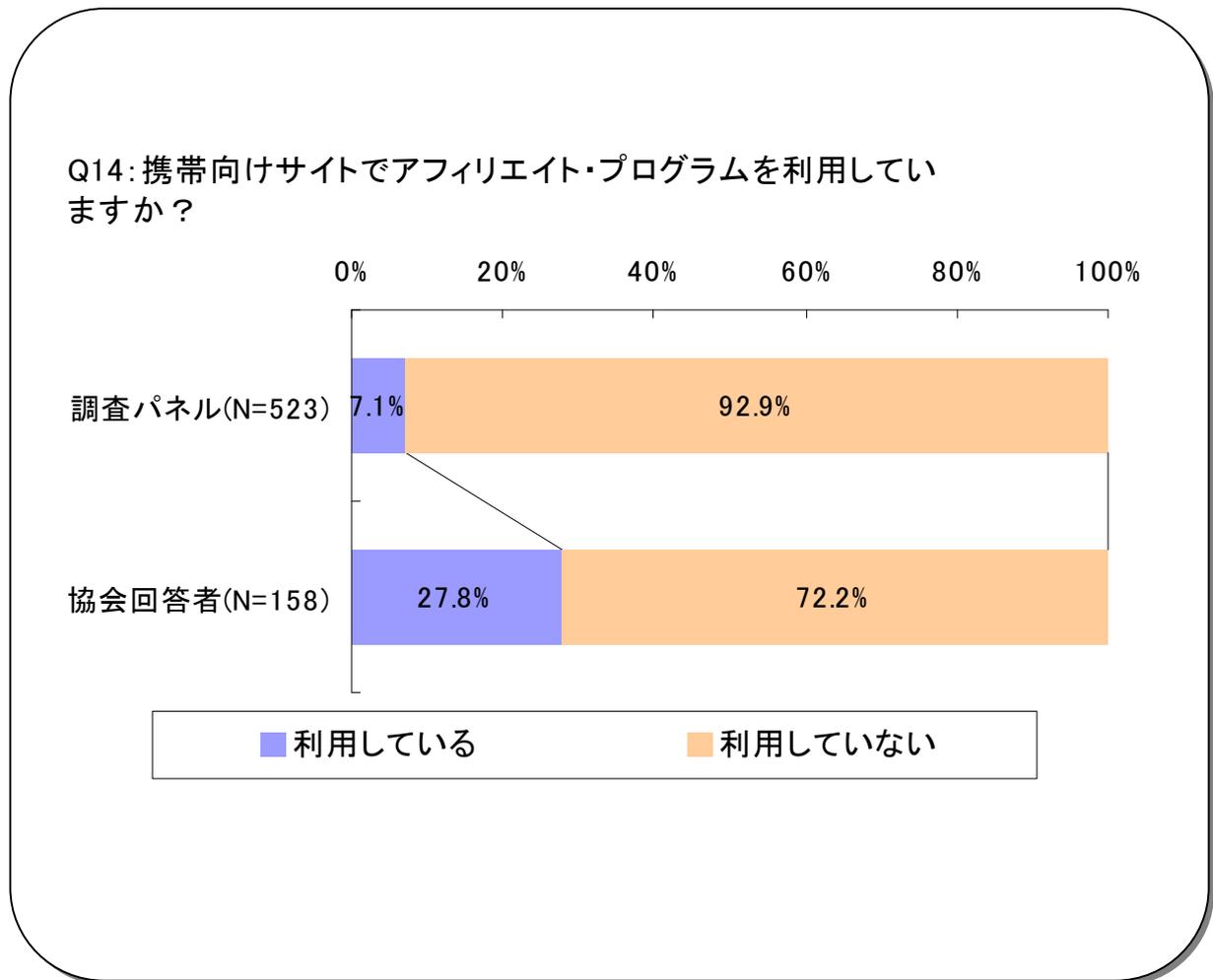
これらの結果より、ブログとアフィリエイトは親和性が高いものの、主要な収益源とはなり難い可能性が示唆される。



■ 6. 携帯サイトへの展開にも積極的な【協会回答者】～【協会回答者】の方が20%以上も高い～

携帯サイトでのアフィリエイト・プログラム利用率は、【調査パネル】では10%未満(7.1%)、【協会回答者】では約30%(27.8%)となった。

これらの結果より、携帯サイトでのアフィリエイト・プログラムは十分に浸透しているとは言えないものの、【協会回答者】の方が20%以上も高いということから、今後の利用が見込まれる新市場である可能性が高いと予想される。



## ■ 7. アフィリエイト関連の新しい流れに対する【調査パネル】と【協会回答者】の違い

以下の、3 つの設問では、【協会回答者】の方が、「認知率・利用率・今後の利用意向」の全てにおいて高いという結果が得られた。

- ①「Webサービス」
- ②「ドロップシッピング」
- ③「セカンドライフ」

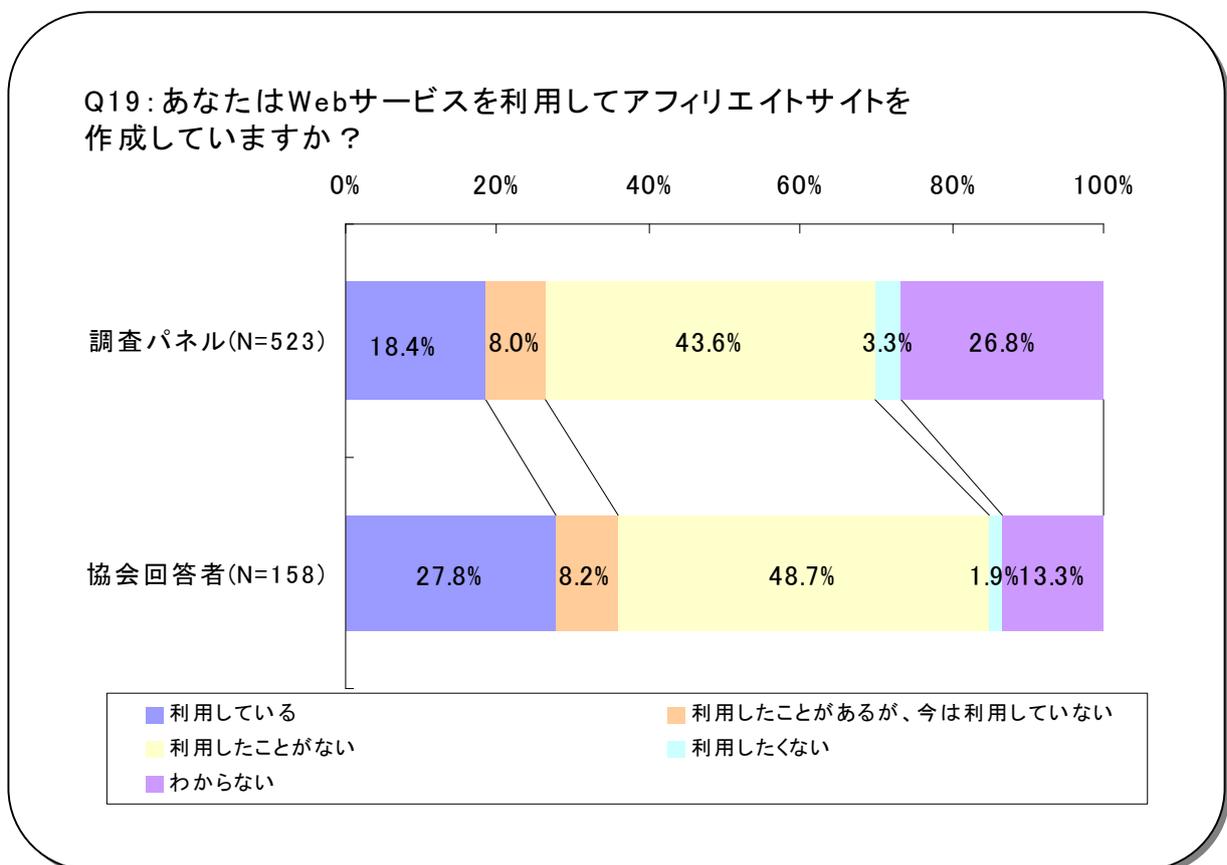
一方、以下の設問では、【協会回答者】の方が「認知率」が高いものの、「利用率・今後の利用意向」は低いという結果が得られた。

- ④「レビューアフィリエイト」

### ■7ー①. Web サービスの利用に積極的な【協会回答者】 ～【協会回答者】では、3割が利用～

Web サービスの利用率は、【調査パネル】では約 20% (18.4%)、【協会回答者】では約 30% (27.8%) という結果が得られた。

一方、【調査パネル】では 26.8%が Web サービスを「分からない」と回答したのに対し、【協会回答者】では、13.3%と低い。

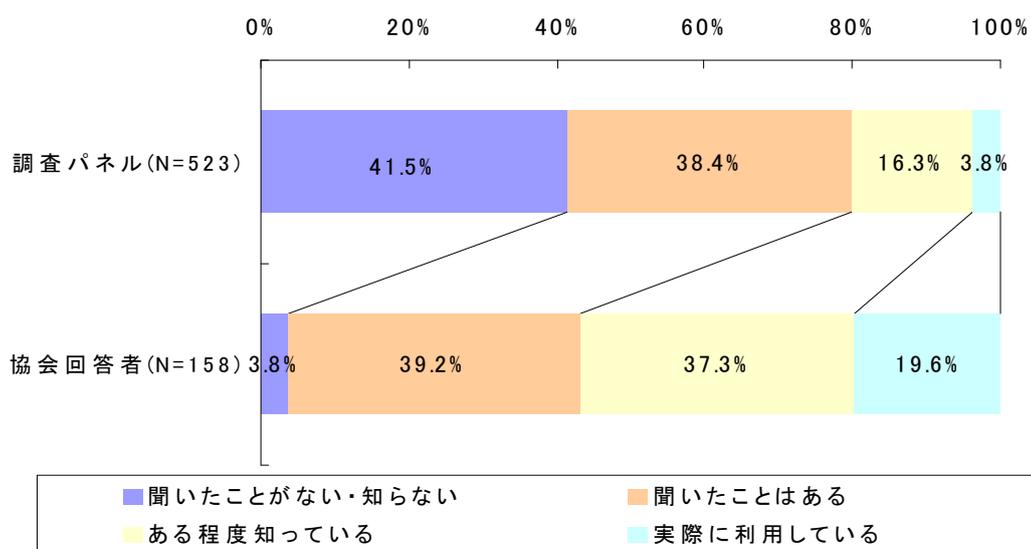


■7-②. ドロップ SHIPPINGにも積極的な【協会回答者】 ～【協会回答者】では、2割が利用～

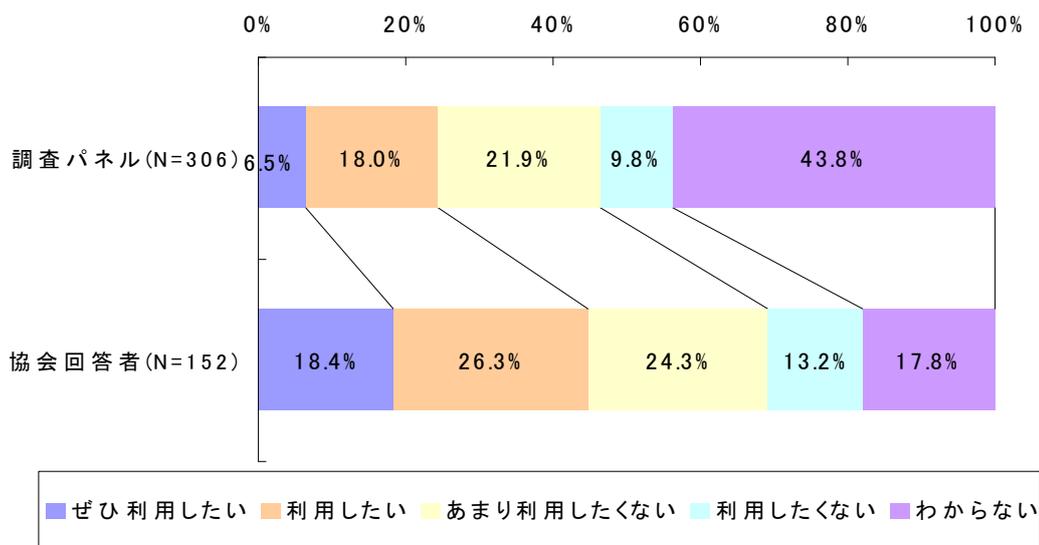
ドロップ SHIPPINGの認知率は、【調査パネル】が約 6 割(58.5%)に対し、【協会回答者】が 9 割以上となる 96.2%と、顕著な違いが見られた。

利用率においても、【調査パネル】3.8%に対し、【協会回答者】は約 20%(19.6%)と圧倒的に多く、「今後の利用意向」においても、【調査パネル】24.5%に対し、【協会回答者】では、約半数(44.7%)が、「ぜひ利用したい」または「利用したい」と回答した。

Q21:ドロップ SHIPPINGを聞いたことがありますか？



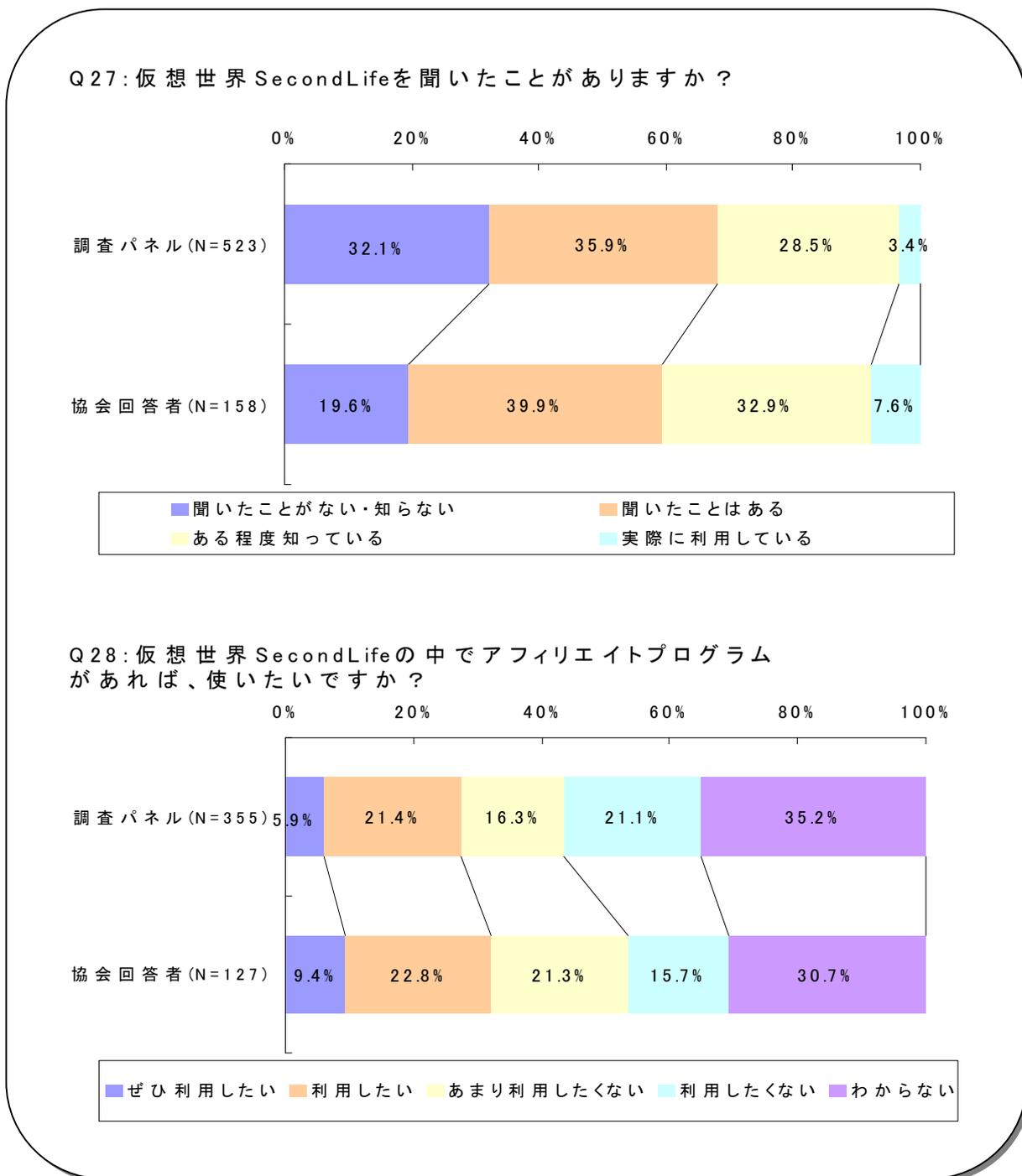
Q22:ドロップ SHIPPINGを利用したいですか？



### ■7-③. セカンドライフも、早くウォッチしている【協会回答者】～【協会回答者】の認知率80%～

セカンドライフの認知率は、【調査パネル】では約 70% (67.9%) に対し、【協会回答者】では約 80% (80.4%) となっており、【協会回答者】の方が高い。

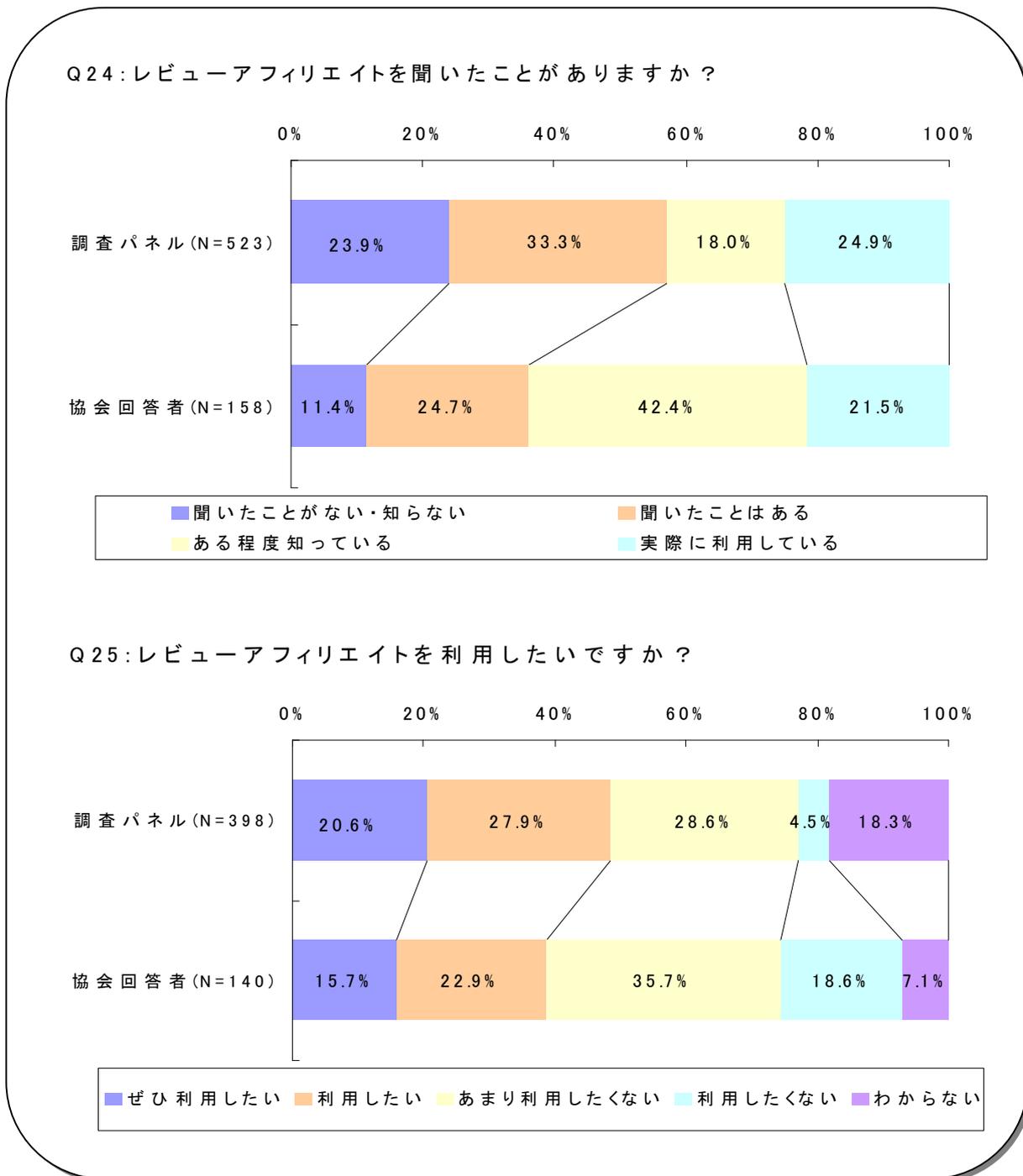
セカンドライフ内でアフィリエイト・プログラムがあれば利用してみたいとした「今後の利用意向」について、「ぜひ利用したい」または「利用したい」と回答したのは、【調査パネル】27.3%、【協会回答者】33.2%となり、若干ではあるが【協会回答者】の方が前向きな結果が得られた。



■7-④. 意見が分かれるレビューアフィリエイト ～【協会回答者】の方が認知は高いが利用意向が低い～

レビューアフィリエイトの認知率は、【調査パネル】76.1%、【協会回答者】88.6%と、【協会回答者】の方が、約10%程度高い。

一方、レビューアフィリエイトの利用率は、【調査パネル】24.9%、【協会回答者】21.5%となり、認知率と利用率が逆転し、【協会回答者】の方が低いという結果が得られた。この逆転現象は、「今後の利用意向」においても同様で、「ぜひ利用したい」または「利用したい」と回答したのは、【調査パネル】48.5%、【協会回答者】38.6%となり、【協会回答者】の方が低いという結果が得られた。



■ 8. ASPブランドの認知率は、いずれのブランドも【協会回答者】が圧倒的に高い。  
 ～【調査パネル】での1位「楽天」、2位「Amazon」では、2つの回答者属性で認知率が接近～

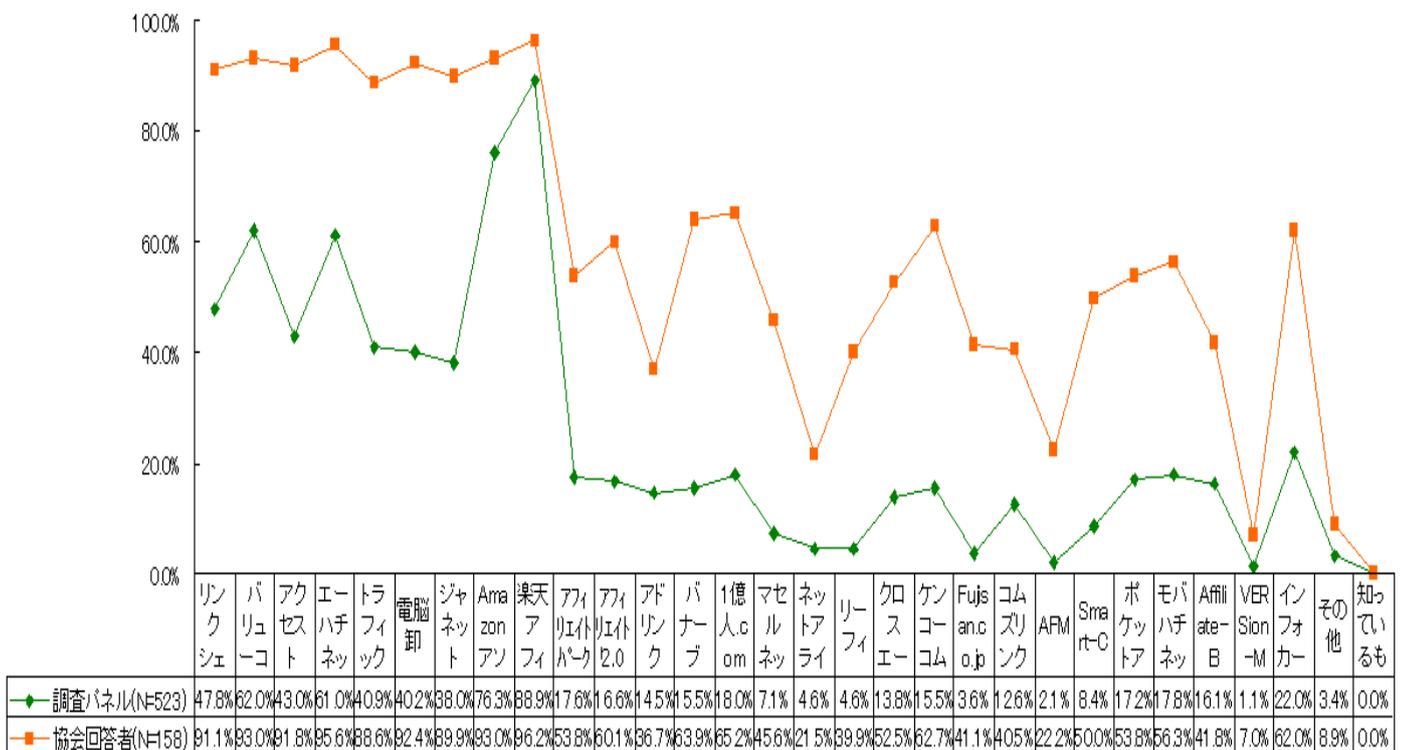
ASPブランドの認知率は、いずれのブランドも【協会回答者】の方が圧倒的に高い。

【協会回答者】では、以下のASP9社(図表左から、「リンクシェア」、「バリューコマース」、「アクセストレード」、「エーハチネット」、「トラフィックゲート」、「電腦卸」、「ジャネット」、「Amazonアソシエイト」、「楽天アフィリエイト」)については、認知率が約9割以上と、圧倒的な認知率を誇る。

【調査パネル】での認知率1位「楽天」(88.9%)、2位「Amazonアソシエイト」(76.3%)では、3位以下のASPブランドと比較して、一段高いという結果であった。

また、2つの回答者属性間で認知率においては、ある一定の相関関係が伺える。

Q2: 以下の中で、聞いたことがあるASPはどれですか？(複数選択可)



■ 9. ASPブランドの利用率においても、いずれのブランドも【協会回答者】が圧倒的に高い。

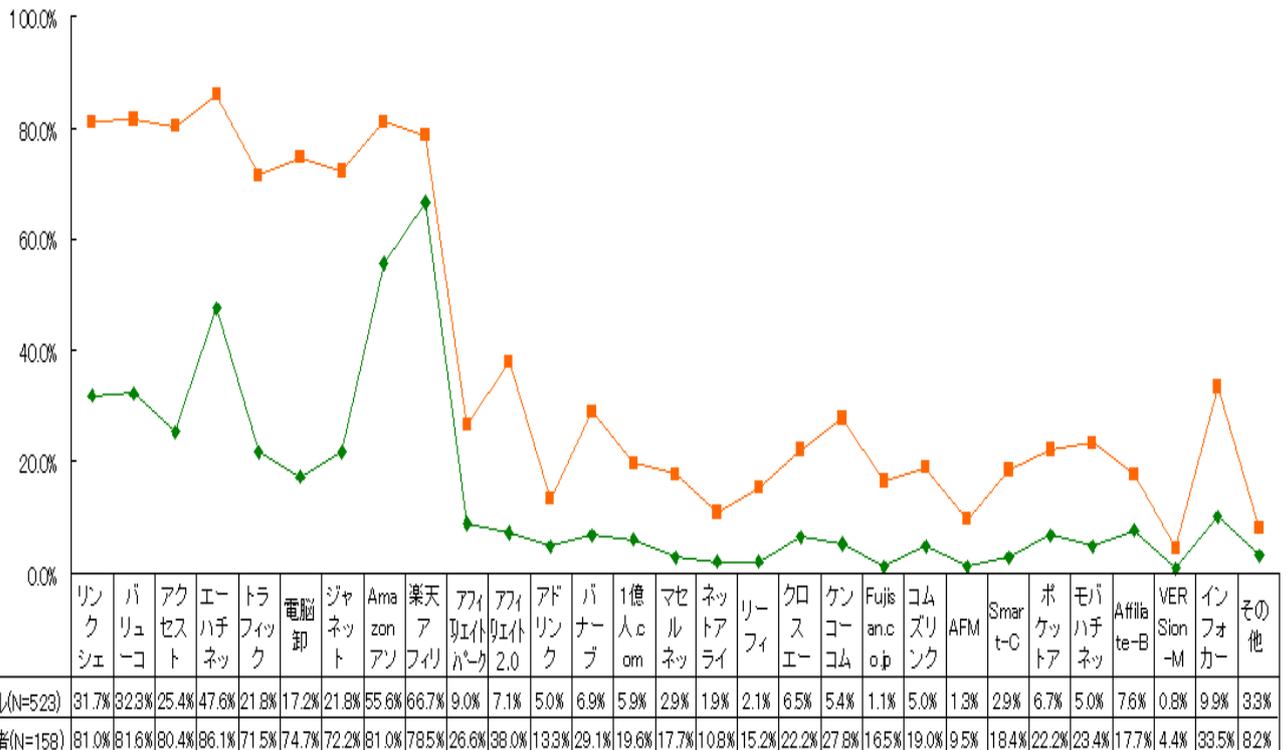
～【協会回答者】は、1位【エーハチ】、6位までは接戦。【調査パネル】は、1位「楽天」、2位「Amazon」～

ASPブランドの利用率においても、認知率と同様に、いずれのブランドも【協会回答者】の方が圧倒的に高い。

【協会回答者】の利用率においては、1位「エーハチネット」(86.1%)、以下6位までは僅差であるが、2位「バリューコマース」(81.6%)、同率3位「リンクシェア」「Amazonアソシエイト」(81.0%)、5位「アクセスロード」(80.4%)、6位「楽天アフィリエイト」(78.5%)と続く。

【調査パネル】の利用率においては、1位「楽天アフィリエイト」(66.7%)、2位「Amazonアソシエイト」(55.6%)、3位「エーハチネット」(47.6%)という結果であった。

Q3:利用したことがあるASPと満足度(5段階)はいかがですか？



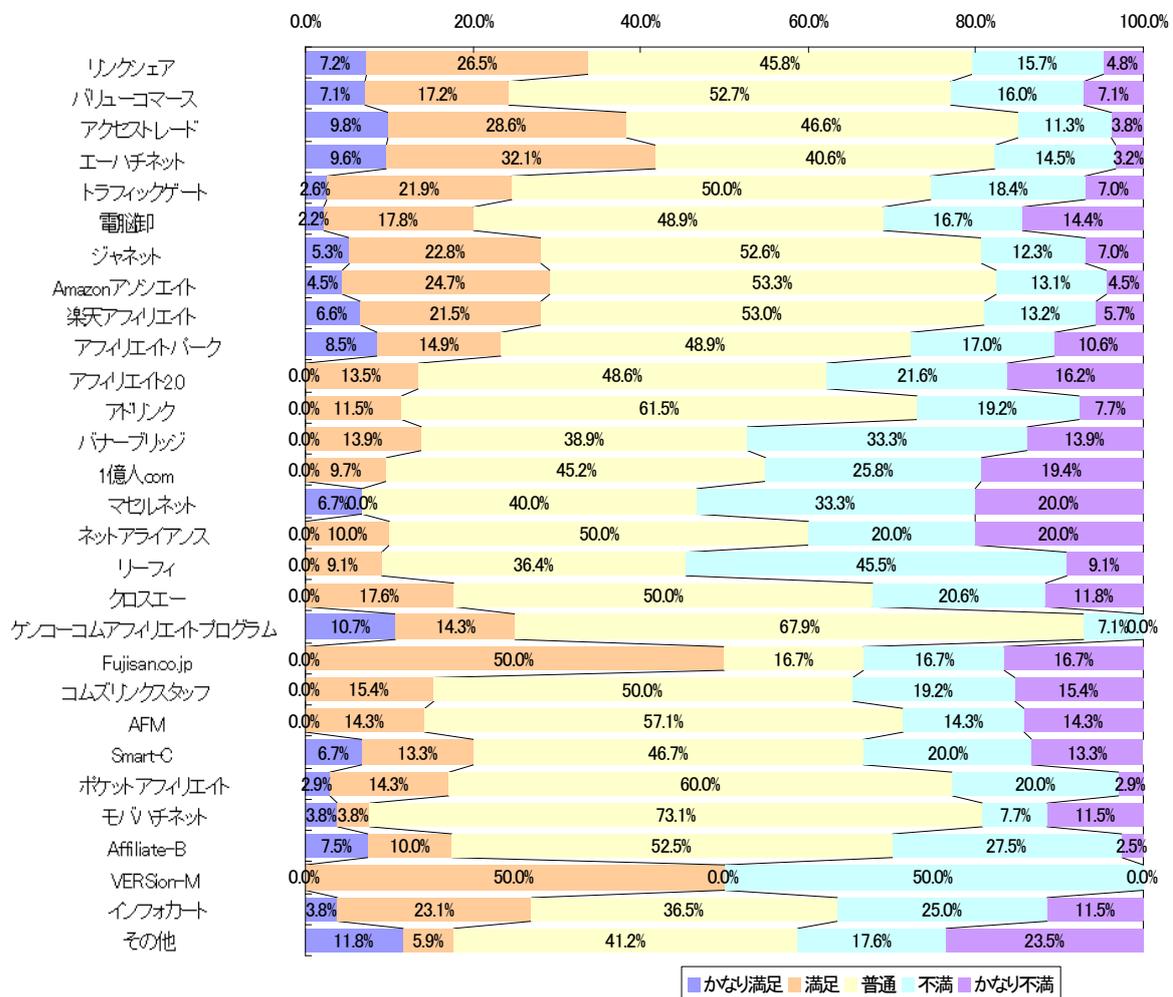
## ■ 10. 各ASPブランド満足度は、【調査パネル】と【協会回答者】で傾向が異なる

ASP 満足度については、【調査パネル】では、ASP ブランド間の満足度の差が小さく、【協会回答者】は逆に、ASP ブランド間の差が大きいという傾向が見られた。

特に、「リンクシェア」と「バリューコマース」については違いが顕著で、【協会回答者】の方が、満足度が高い。

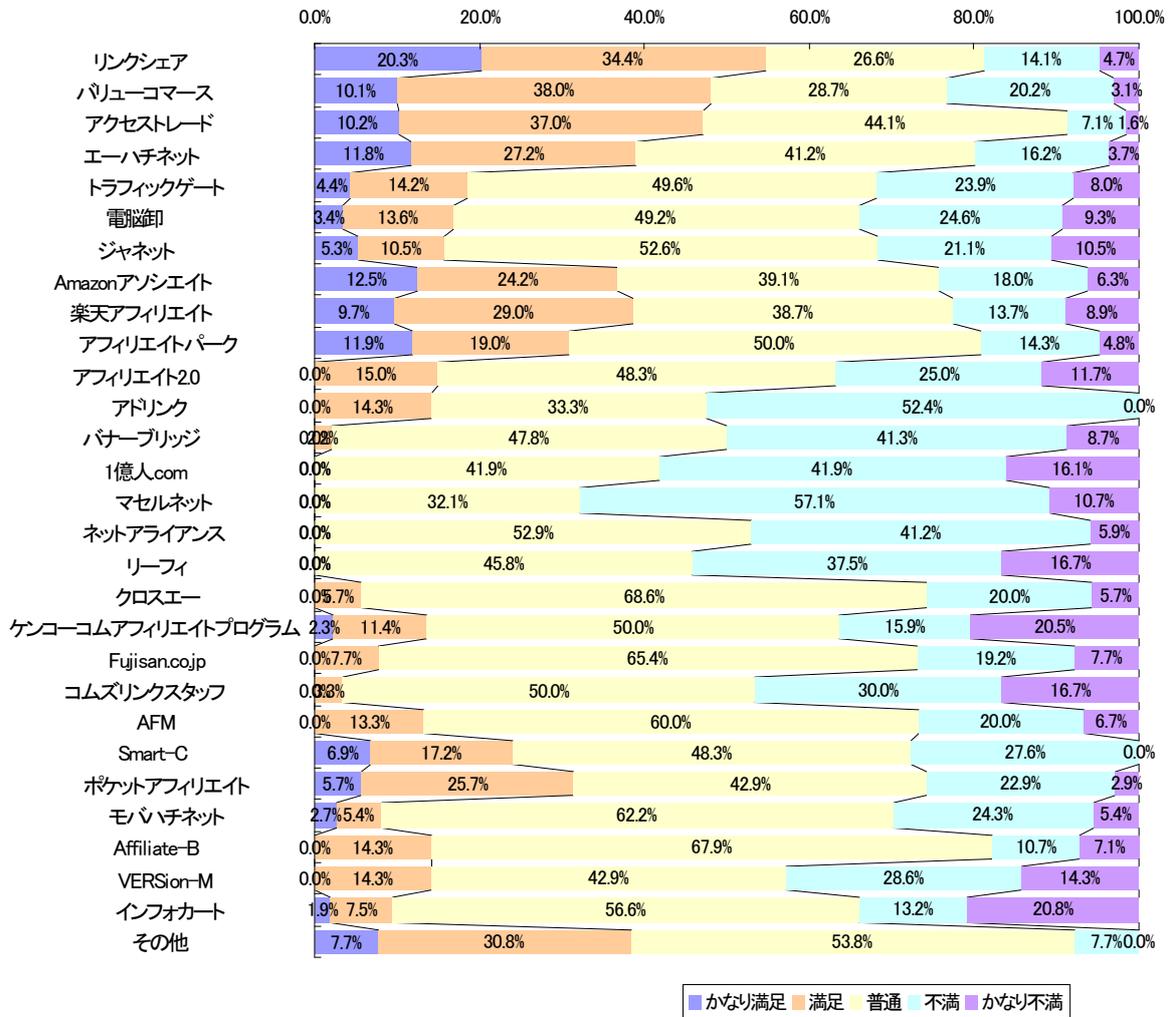
Q3: 利用したことがあるASPと満足度(5段階)はいかがですか？

### 【調査パネル】



Q3: 利用したことがあるASPと満足度(5段階)はいかがですか？

【協会回答者】



- 11. 好きなASPブランド 1 位は、2 つの回答者属性間で、顕著な傾向の違いが見られる。  
 ～【協会回答者】は、1 位「リンクシェア」、同率 2 位で「エーハチ」「バリューコマース」～  
 ～【調査パネル】は、1 位「楽天」、2 位「エーハチ」、3 位「Amazon」と続く～

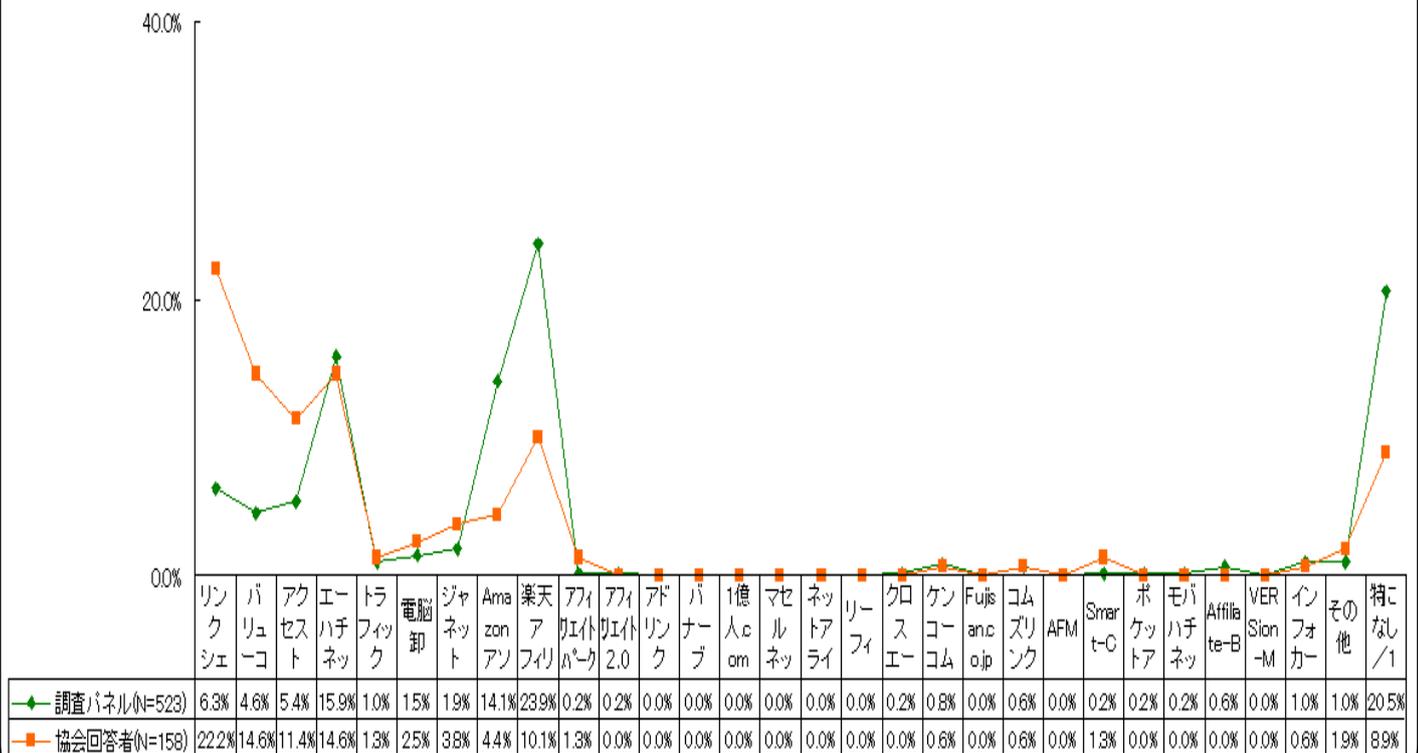
好きなASPブランド 1 位については、「認知率」、「利用率」の調査結果以上に、2 つの回答者属性間で、顕著な傾向の違いが見られた。

【協会回答者】にて、好きな ASP ブランド 1 位に選出されたASPは、1 位「リンクシェア」(22.2%)、同率 2 位で「エーハチネット」、「バリューコマース」(14.6%)、4 位「アクセスストレード」(11.4%)と続く。

【調査パネル】にて、好きな ASP ブランド 1 位に選出されたASPは、1 位「楽天」(23.9%)、2 位「エーハチネット」(15.9%)、3 位「Amazonアソシエイト」(14.1%)という結果であった。

一方、「トラフィックゲート」、「電腦卸」、「ジャネット」の 3 つのASPは、【協会回答者】での認知率が、約 9 割以上と圧倒的な認知率(前述の設定にて)を誇っていたものの、1 位のASPを 1 社選択するという本設問では、下位に低迷するという結果であった。

Q4:好きなASPブランド 1 位はどこですか？



## ■ 12. 収入面以外のアフィリエイト・プログラムの側面

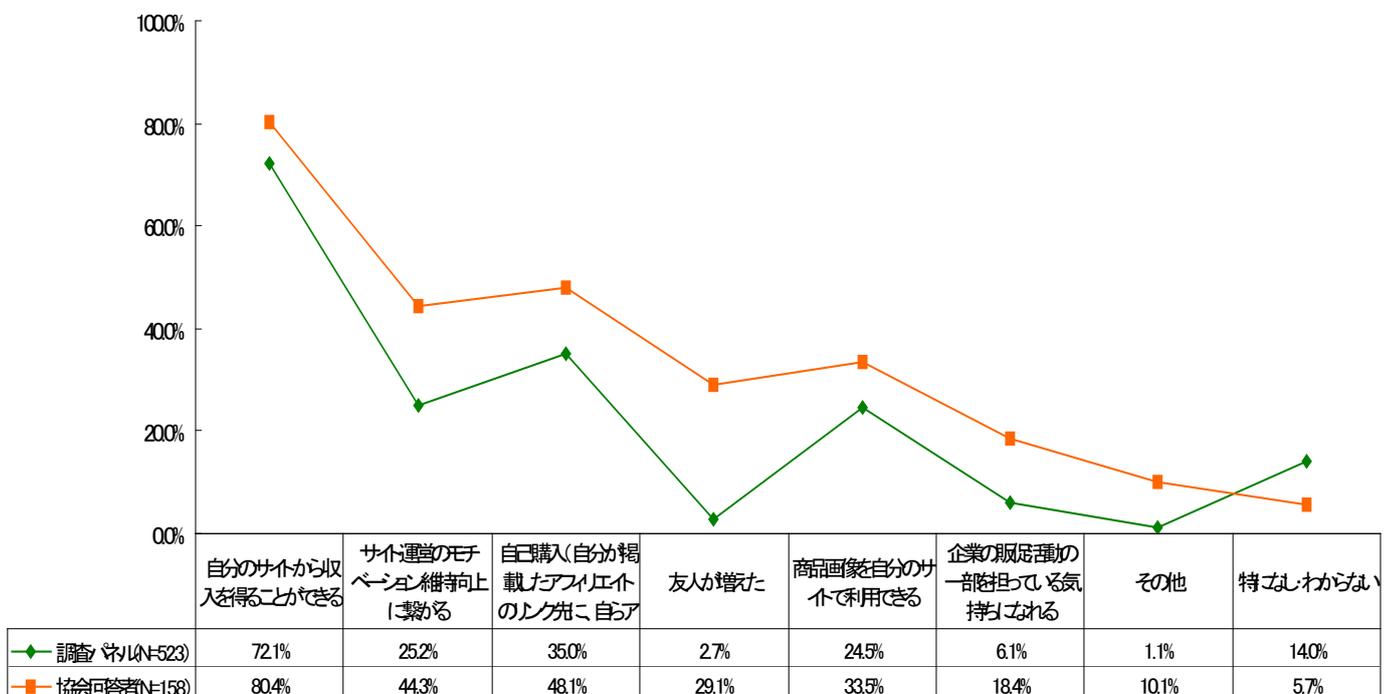
～2つの属性ともに、1位「収入面」、2位「節約の一手段」、3位は「モチベーション維持向上」～  
 ～【協会回答者】は、「友達が増えた」と回答する比率が、【調査パネル】に比べて一段高い～

【協会回答者】、【調査パネル】ともに、1位は、『収入面』として「自分のサイトから収入を得ることができる」、2位は『節約の一手段』として、「自己購入できる(自身のサイトのアフィリエイトリンクに自らアクセスして商品やサービスを購入したり、ASPの管理画面から自己購入したりすること。）」、3位は、『精神面』として、「サイト運営のモチベーション維持向上に繋がる」であった。  
 これらの結果より、一般生活者の購買行動とは、異なるアフィリエイターならではの『節約』の効用をも意識した購買行動が伺える。

一方、「友達が増えた」とする回答者は、【調査パネル】では2.7%であったが、【協会回答者】は、約30% (29.1%)となり、大きな傾向の違いが見られた。これらの結果より、インターネットだけで完結すると思われがちなアフィリエイト・プログラムであるが、【協会回答者】は、ASPが定期的開催しているリアルな展示会や、弊協会が主催するカンファレンスやSNS、オフ会等を通じて、『コミュニケーション面』も重視している傾向を垣間見ることが出来る。

他方、【協会回答者】の約20% (18.4%)は、「企業の販促活動の一部を担っている気持ちになれる」ことをメリットに感じており、「社会参加意識」を持ってアフィリエイト・プログラムを利用している人の存在も浮かび上がった。

Q16:アフィリエイトプログラムでメリットを感じることは何ですか?(複数選択可)



## ■ その他

今回の調査においては、上記設問の他に以下のような多数の設問を設け、その結果を分析することで、現在アフィリエイト・プログラムを利用しているユーザの行動や意識などの実態について、多面的に捉える調査結果レポート(全61ページ)を作成した。

- ・アフィリエイト・プログラムを活用しているジャンル、今後活用したいジャンル(全 19 ジャンル)
- ・アフィリエイト・プログラムのメリット/デメリット
- ・ドロップショッピングの利用意向とその理由(フリー記述)
- ・レビューアフィリエイトの利用意向とその理由(フリー記述)
- ・好きなASPブランド 1 位とその理由(フリー記述)
- ・好きなASPブランド 2 位とその理由(フリー記述)
- ・好きなASPブランド 3 位とその理由(フリー記述)
- ・2008 年のアフィリエイト業界を「ズバリ一言」で表すと？(フリー記述)

※ なお、【調査パネル】においては、以下 7 つの属性データも取得している。

性別(2 分類)、年齢(11 分類)、都道府県(47 分類)、地域 (8 分類)、職業(11 分類)、未既婚(2 分類)、世帯年収(11 分類)

## ■ 今後の展開

アフィリエイトマーケティング業界の健全な発展と理解を促進し、現状や課題を正しく把握してゆく一助とするため、調査結果レポート(全61ページ)だけでなく、アンケートで収集した生データについても、弊協会の法人正会員に対して、無償にて公開することとする。

### 【特定非営利活動法人 アフィリエイトマーケティング協会】

所在地 : 東京都港区西麻布 4-3-11 泉西麻布ビル 2F 株式会社ベンチャーリパブリック内  
理事長 : 柴田 健一  
設立 : 2005 年 9 月 6 日 (NPO 法人としての登記日)  
URL : <http://affiliate-marketing.jp/>  
「協会SNS」 : <http://affiliate-marketing.jp/sns/>

### 調査協力【株式会社 ボーダーズ】

本社所在地 : 東京都新宿区住吉町 6-6 日本メータービル 3F  
社長 : 萩野 郁夫  
URL : <http://borders.jp/>  
「アンとケイト」 : <http://www.ann-kate.jp/>

— 以 上 —

## ■ スクリーニングアンケートの設問一覧(3問)

Q1	アフィリエイト・プログラムを聞いたことがありますか？
Q2	今後、アフィリエイト・プログラムを利用したいですか？
Q3	アフィリエイト・プログラムを始めて何年ですか？

## ■ 本調査の設問一覧(29問)

Q1	アフィリエイト・プログラムを始めて何年ですか？
Q2	以下の中で、聞いたことがある ASP はどれですか？(複数選択可)
Q3	利用したことがある ASP と満足度(5段階)はいかがですか？
Q4	<b>【1位のASP】</b>
Q5	1位のASPに関して、その理由をお答え下さい。
Q6	<b>【2位のASP】</b>
Q7	2位のASPに関して、その理由をお答え下さい。
Q8	<b>【3位のASP】</b>
Q9	3位のASPに関して、その理由をお答え下さい。
Q10	どのジャンルのアフィリエイト・プログラムを活用されていますか？(複数選択可)
Q11	今後どのようなジャンルのアフィリエイト・プログラムを活用したいですか？(複数選択可)
Q12	ブログでアフィリエイト・プログラムを利用していますか？
Q13	ブログがアフィリエイトの主要サイトですか？
Q14	携帯向けサイトでアフィリエイト・プログラムを利用していますか？
Q15	アフィリエイト・プログラムで不満に感じることは、何ですか？(複数選択可)
Q16	アフィリエイト・プログラムでメリットに感じることは、何ですか？(複数選択可)
Q17	現在のひと月のアフィリエイトによる収入は、どの程度ですか？
Q18	集客のためにリスティング広告を利用していますか？
Q19	あなたは Web サービスを利用してアフィリエイトサイトを作成していますか？
Q20	あなたにとってのアフィリエイト・プログラムとは、何ですか？
Q21	ドロップ SHIPPING を聞いたことがありますか？
Q22	ドロップ SHIPPING を利用したいですか？
Q23	それはなぜですか？
Q24	レビューアフィリエイトを聞いたことがありますか？
Q25	レビューアフィリエイトを利用したいですか？
Q26	それはなぜですか？
Q27	仮想世界 SecondLife を聞いたことがありますか？
Q28	仮想世界 SecondLife の中でアフィリエイト・プログラムがあれば、使いたいですか？
Q29	2008年のアフィリエイト業界を、「ズバリ一言」で表すと？(20文字以内)

特定非営利活動法人 アフィリエイトマーケティング協会

広報担当 : 柴田、森本、小林  
E-Mail : [press@affiliate-marketing.jp](mailto:press@affiliate-marketing.jp)  
問合せフォーム : <http://affiliate-marketing.jp/contactus/>