# 楽天グループのアフィリエイト広告について

2021年10月1日 楽天グループ株式会社 渉外室 消費者政策課



# 楽天グループにおける代表的なアフィリエイトサービス

※ アフィリエイト広告 = 「掲載」や「クリック」に対してではなく、経由購入/申込に対して広告料を支払う 成果報酬型の広告 とした場合



ASP: リンクシェア・ジャパン株式会社

広告主:大手ショッピングサイトやメーカー直販サイト等

アフィリエイトパートナー: リンクシェアに会員登録し広告主に提携申請し

承認されたユーザー



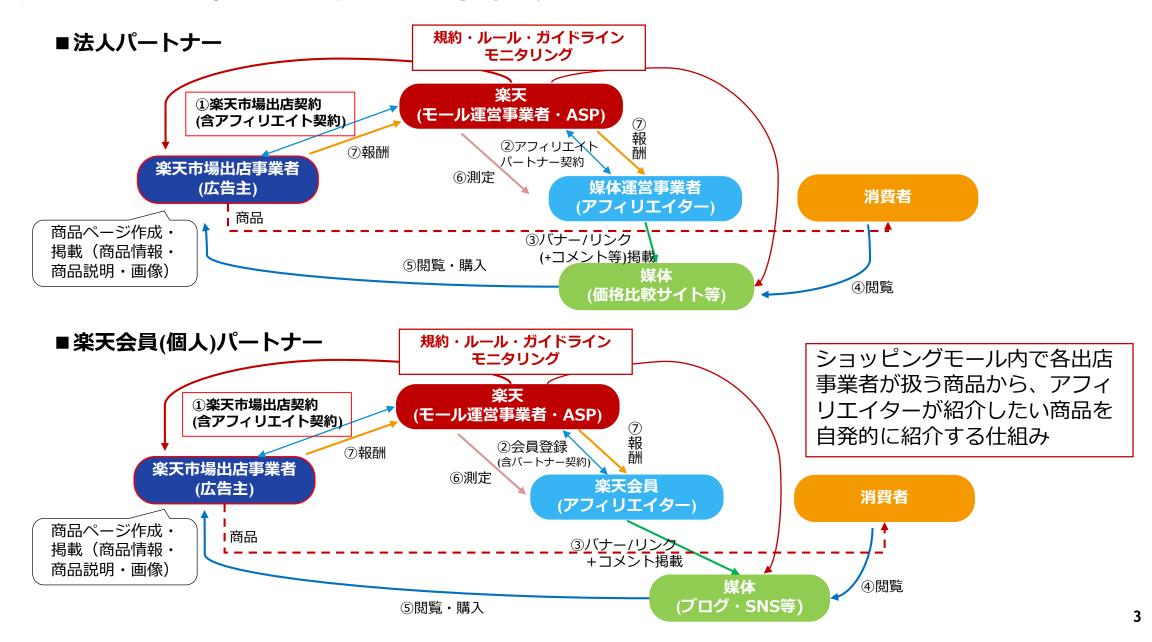
ASP: 楽天グループ株式会社

広告主: 楽天市場等BtoCプラットフォームへの出店事業者および楽天グ

ループ各社

アフィリエイトパートナー:楽天会員および法人パートナー契約事業者

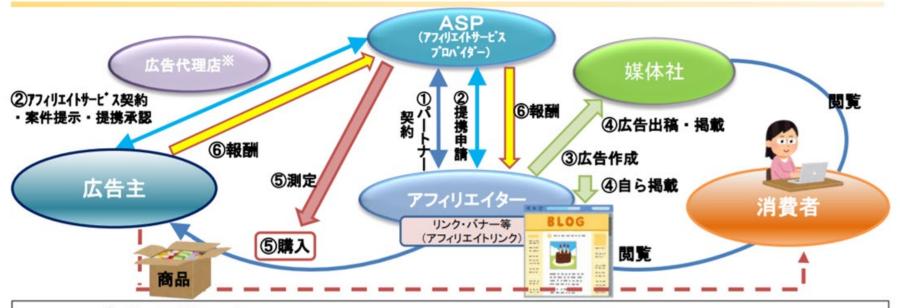
# 楽天市場でのアフィリエイト広告の仕組み



# 参考:

# 第1回事務局資料

#### 2. アフィリエイト広告の仕組み―全体像



※ 部分が 楽天市場のアフィリエ イトと少し異なる

アフィリエイトプログラムの仕組みの例

- ①ASPは、アフィリエイターとの間でパートナー契約を締結し、アフィリエイターに向けて広告主の広告をアフィリエイトサイトに掲載するための仕組みをあらかじめ提供する。
- ②広告主は、ASPとの間でアフィリエイトサービスに関する契約を締結した上で、ASPに対して具体的な条件を示して広告案件を提示する。ASPは、自己とパートナー契約を締結しているアフィリエイターに対して広告案件への参加(提携)を募集する。アフィリエイターは、具体的な広告案件の募集に応じて提携を申請する。この申請に対して広告主がアフィリエイターの審査を行った上で参加を承認する(提携承認)。
- ③<a href="mailto:rozama:color: blue;">アフィリエイトサイトにおいて広告主の商品・サービスに関する広告を作成し、アフィリエイトサイト上に広告主のウェブサイトに遷移するリンク・バナー等(アフィリエイトリンク)を表示させる。このアフィリエイトリンクは、当該リンクを経由して生じた成果を測定する機能を持つ。</a>
- ④アフィリエイターは自ら作成したアフィリエイト広告を、自ら運営するブログ等に掲載したり、ネットニュース・SNS等の媒体社にアフィリエイト広告へと誘導するための広告を出稿・掲載する。
- ⑤消費者がアフィリエイトサイトのリンク・バナー等を通じて広告主のウェブサイトにアクセスして商品・サービスを購入する等の条件を満たしたと きは、これがアフィリエイトリンクを通じて測定される。
- ⑥広告主は、ASPの測定した成果に応じて、ASPを経由してアフィリエイターに対して成功報酬を支払う。
- ※1つの事業者が広告主・広告代理店・ASP等、2つ以上の立場を兼ねている場合がある。
- ※広告主とASPが直接契約を結ぶのではなく、広告代理店と広告主が契約し、広告代理店とASPが契約することがある。

# 楽天市場のアフィリエイト広告が掲載されるアフィリエイトサイトの例

① ポータルサイト: コンテンツなし、リンクのみ掲載

② ポイント還元サイト: コンテンツなし、リンクのみ掲載

③ 価格比較サイト: 出店事業者が作成した商品ページのコンテンツ

がそのまま掲載

④ ブログサイト: 出店事業者が作成した商品ページのコンテンツ

+アフィリエイター作成コンテンツ

⑤ SNS投稿(Twitter等): リンク+アフィリエイターのコメント

または

出店事業者が作成した商品ページのコンテンツ

+アフィリエイター作成コンテンツ

アフィリエイ ターによる肉 付け無し

アフィリエイ ターによる肉 付け可能



- ▶ アフィリエイターによるコンテンツの肉付けが可能なアフィリエイトサイト経由の流通額が 全体の流通額に占める割合はかなり小さい
- ▶ 一方、存在しているアフィリエイトリンクの数は、SNSに掲載されているものが最も多く、 その数は膨大と考えられる
- ▶ アフィリエイトサイト上の広告に対する消費者からの苦情はこれまでのところほとんど発生していない



# 楽天市場のアフィリエイトの特徴

- ✓ 出店事業者は出店審査を経ないと出店できず、楽天市場の規約・ルール・ガイドラインに 従って商品ページ等広告を作成することが求められており、楽天による商品ページのモニタ リングや、出店事業者がルールに違反した場合の違反点数制度等もあることから、販売事業 者の独自サイトと比較して、健全性が保たれやすい
- ✓ 原則として広告主である出店事業者が楽天市場内に作成・掲載したコンテンツがそのまま使われる仕組み
- ✓ 広告主である出店事業者とアフィリエイターとの間にコミュニケーションが発生せず、どの サイト/アフィリエイトリンクでどのくらいの成功報酬が発生しているか出店事業者に開示 されないため、広告主とアフィリエイターとが手を組んで不適切なアフィリエイト広告を掲 載することが困難
- ✓ 成功報酬の1件当たり単価が低く、アフィリエイト媒体の品質や価値を上げないと多くの報酬を得ることができないため、報酬を目的としたアフィリエイターにとっては質の高い投稿へのモチベーションが上がりやすい
- ✓ 報酬実績の高いアフィリエイトサイトを中心に積極的なモニタリングを実施している
- ✓ 素朴な購入者の感想や、意外な切り口での紹介記事がきっかけで話題となることもあり、多額の広告費を投資することができない中小事業者にとって、普段リーチできない客層に良い商品が知られる良い機会になることがある
- ✓ 楽天会員であれば誰でもアフィリエイトリンクを作成できるため、存在するアフィリエイトリンクの数は膨大&リンクがある投稿をすべて把握することは技術的に困難

# アフィリエイト広告に関する検討にあたってお願いしたいこと

- ▶ 特に問題視されている「アフィリエイト広告」はどんな媒体で掲載されているどん なものか、それはどのような点が問題発生の原因と考えられるのか、分析をすると ともに、対処すべき問題の所在について共通認識が持てるようにしていただきたい。
- ▶ 検討によって導かれる結論は、問題の所在に的確に対応するものになっているか留意いただきたい。
- ▶ 例えば、商品の感想とともにアフィリエイトリンクが掲載される場合など、広告主が事前に投稿の内容を確認したり口を出すことが現実的でない場合が存在することに留意いただきたい
- ▶ アフィリエイトリンクが掲載されているサイトの網羅的把握が技術的にできないことに留意いただきたい。
- ▶ 広告主とアフィリエイトパートナーがコミュニケーションを取らないからこそ健全性が保たれる場合もあることに留意いただきたい。

#### 参考:アフィリエイターによる肉付けのないアフィリエイトサイトの例①価格比較サイト

商品名、商品説明等、出店事業者が登録した内容がそのまま掲載される。





### 参考:アフィリエイターによる肉付けのないアフィリエイトサイトの例②ポイント還元サイト

楽天市場トップへのリンクを掲載し、商品の紹介なし。

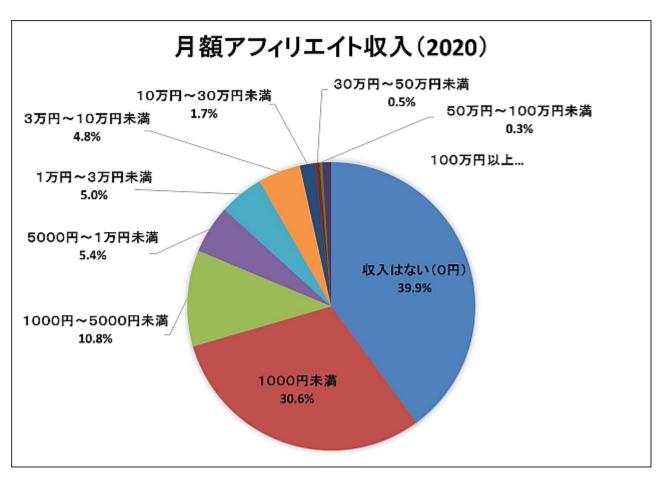


#### 参考:アフィリエイターの月間アフィリエイト収入(JAO「アフィリエイト市場調査2020」より)

日本アフィリエイト協議会(JAO)が今年発表した「アフィリエイト市場調査2020」によると、

アフィリエイト収入があるアフィリエイトサイト運営者(アフィリエイター、ブロガー、法人メディア運営者等)のうち約半数は、

月間アフィリエイト収入が1000円未満



\*Source: https://www.japan-affiliate.org/news/survey2020/ (2021/9/21時点)



### 参考:楽天アフィリエイトにおけるアフィリエイトパートナー向けガイドライン説明ページ

#### 薬機法、健康増進法、景表法、知的財産権の保護等について注意点を説明





# Rakuten