

2022年7月吉日

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

アフィリエイトが選ぶ「満足度1位のASP」
 回答者数No.1は「A8.net」昨年同様、全回答者のうち40.2%が支持
 次いで、「afb」が14.3%で続いた。
 ASPの利用者満足度で「とても満足/満足」と回答したポイントが1番高いASPは
 「A8.net」の57%、次いで、「もしもアフィリエイト」の44.5%となった。

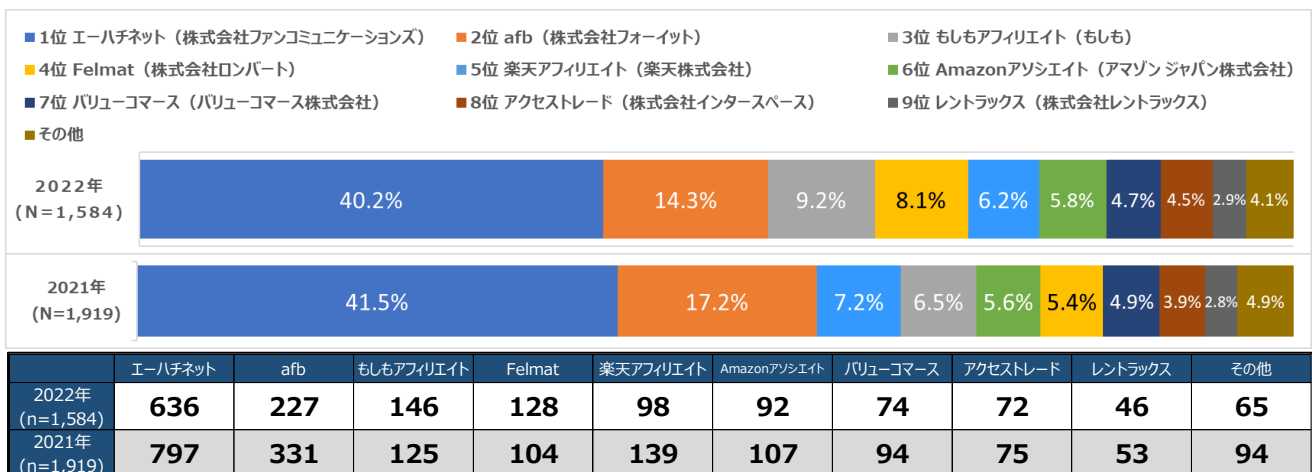
特定非営利活動法人(NPO 法人)アフィリエイトマーケティング協会(東京都千代田区/会長 丸尾恭介)は、この度、2005年調査以降16回目となる意識調査として「アフィリエイト・プログラムに関する意識調査2022」を実施し、本日付でその調査結果を発表した。

■調査概要

対象：国内主要 ASP 各社のアフィリエイトの皆様に調査を実施
 期間：2022年5月20日正午12:00～6月3日正午12:00
 調査手法：インターネット上による無記名式アンケート
 有効回答数：1,584件（2021年は1,919件）

利用しているASPの満足度（単一回答）

利用しているASPの中で、満足度が一番高いASPを1社選択した際の回答では昨年引き続き、1位が「エーハチネット」、2位が「afb」であった。
 3位以下では、「もしもアフィリエイト」が4位から3位へ、「felmat」が6位から4位へ順位を上げた。
 上位9位に入っているASPは変わらず、「その他」には、「TCSアフィリエイト」「リンクシェアアフィリエイト」「i-mobile for AF」「ジャネット」などが続く。



満足度 1 位の ASP の選定理由 1/2 (複数回答)

「稼ぎやすい広告や自分にとって稼げる広告が多い」が、どの ASP でも重要な理由になっている。

1 位の「エーハチネット」は、「広告数が多い」という理由が突出している。

「レントラックス」の「独自広告」「報酬単価」は特徴的である。

管理画面系の項目では、「felmat」、「afb」の評価が高い。

3 位に上がった「もしもアフィリエイト」は、「広告リンクの作成のし易さ」の割合が高い。

ASP	稼ぎやすい広告や、自分にとって稼げる広告が多い	広告数が多い	独自の広告(このASPにしかない広告)がある	複数ASPで実施している広告の報酬単価	管理画面のレポートが見やすい	管理画面が使いやすい	管理画面の速さ(画面の切り替わり)	管理画面のレポートの反映が早い	広告リンクの作成のし易さ
エーハチネット	41.2%	58.0%	13.4%	6.3%	31.8%	28.8%	11.8%	10.2%	20.6%
afb	41.4%	26.9%	16.3%	17.2%	32.2%	26.0%	13.7%	12.8%	9.7%
もしもアフィリエイト	53.4%	15.8%	6.8%	4.8%	20.5%	18.5%	4.1%	4.8%	32.9%
Felmat	37.5%	12.5%	27.3%	21.1%	47.7%	31.3%	11.7%	18.8%	13.3%
楽天アフィリエイト	48.0%	37.8%	5.1%	3.1%	21.4%	16.3%	10.2%	9.2%	22.4%
Amazonアソシエイト	54.3%	40.2%	18.5%	3.3%	26.1%	10.9%	9.8%	12.0%	26.1%
パルコ	64.9%	23.0%	29.7%	12.2%	31.1%	20.3%	8.1%	6.8%	25.7%
アクセストレード	61.1%	22.2%	18.1%	5.6%	12.5%	9.7%	4.2%	5.6%	4.2%
レントラックス	58.7%	10.9%	45.7%	28.3%	19.6%	21.7%	2.2%	2.2%	2.2%

満足度 1 位の ASP の選定理由 2/2 (複数回答)

2 位「afb」と 4 位の「felmat」は「専属担当者の対応」「情報提供」などが評価されている。

ASP	専属担当者の対応が良い(早さ・丁寧さ)	サポートセンターの対応(早さ・丁寧さ)	成果アップのための情報提供	法律(著作権法、景表法等)に関する情報提供	提携申請の方法	提携申請から承認までの期間	成果があがってから承認されるまでの期間(承認期間)	成果があがってから承認される率(成果承認率)	報酬の最低支払額
エーハチネット	6.4%	9.4%	12.1%	3.9%	20.0%	16.8%	5.3%	4.9%	4.4%
afb	46.7%	13.7%	14.1%	4.8%	10.1%	14.5%	8.8%	6.2%	11.5%
もしもアフィリエイト	2.7%	6.2%	6.8%	0.0%	13.7%	7.5%	4.8%	6.2%	13.0%
Felmat	70.3%	35.9%	14.8%	1.6%	10.2%	16.4%	10.2%	10.2%	7.8%
楽天アフィリエイト	3.1%	6.1%	7.1%	3.1%	8.2%	11.2%	12.2%	9.2%	10.2%
Amazonアソシエイト	1.1%	1.1%	2.2%	2.2%	8.7%	6.5%	12.0%	14.1%	4.3%
パルコ	4.1%	4.1%	5.4%	5.4%	9.5%	6.8%	6.8%	4.1%	8.1%
アクセストレード	20.8%	8.3%	5.6%	0.0%	2.8%	9.7%	4.2%	8.3%	2.8%
レントラックス	21.7%	15.2%	2.2%	2.2%	19.6%	21.7%	10.9%	10.9%	10.9%

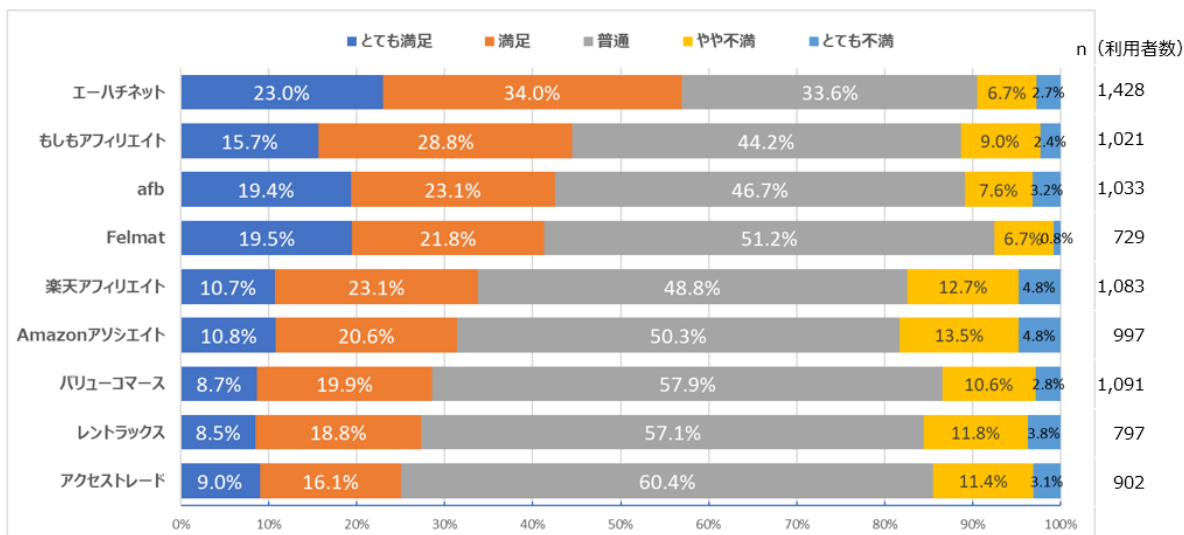
ASP	報酬の支払日(翌月末、翌々15日など)	広告配信の早さ(バナー表示、クリックしてから早さ)	広告配信の安定性(サーバー障害)	メンテナンスの頻度	アフィリエイト同士の交流の場の提供	広告主との交流や、商品を手に入れる場の提供	不正クリック、虚偽申込、誇大広告などの不正行為への取り組み	その他
エーハチネット	4.4%	3.0%	3.5%	1.9%	3.3%	3.9%	3.6%	12.7%
afb	15.9%	1.8%	2.2%	1.8%	1.8%	2.6%	2.6%	4.4%
もしもアフィリエイト	2.1%	0.7%	2.1%	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	13.7%
Felmat	6.3%	1.6%	2.3%	0.0%	1.6%	3.9%	1.6%	3.9%
楽天アフィリエイト	6.1%	6.1%	4.1%	3.1%	3.1%	4.1%	4.1%	15.3%
Amazonアソシエイト	2.2%	6.5%	3.3%	0.0%	2.2%	1.1%	4.3%	10.9%
パルコ	4.1%	1.4%	1.4%	0.0%	2.7%	1.4%	1.4%	12.2%
アクセストレード	0.0%	0.0%	1.4%	1.4%	1.4%	2.8%	0.0%	8.3%
レントラックス	15.2%	2.2%	0.0%	2.2%	2.2%	2.2%	0.0%	8.7%

利用している ASP の満足度①

ASP の満足度について、現在利用しており、「とても満足」または「満足」と回答した割合が最も高かったのは、昨年に引き続き、57%の「エーハチネット」であった。

2位は「もしもアフィリエイト」で、3位の「afb」と入れ替わった。

25%以上ある上位9社は以下の通り。



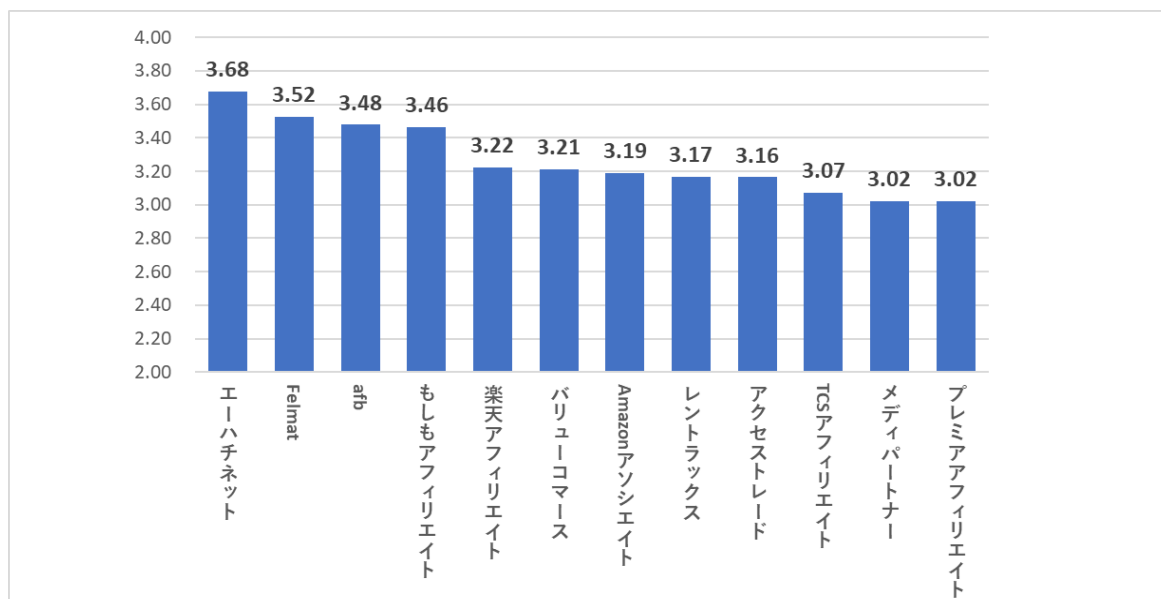
利用している ASP の満足度②

各 ASP ごとに、「とても満足」を5点、「満足」を4点、「普通」を3点、「やや不満」を2点、「とても不満」を1点と換算し、各段階の回答数を乗じて平均を算出した。

その結果、1位は昨年に引き続き「エーハチネット」で3.63ポイント、2位は「felmat」の3.52ポイントで、3位の「afb」と入れ替わった。

「felmat」は、不満とする人の割合が最も少ない。

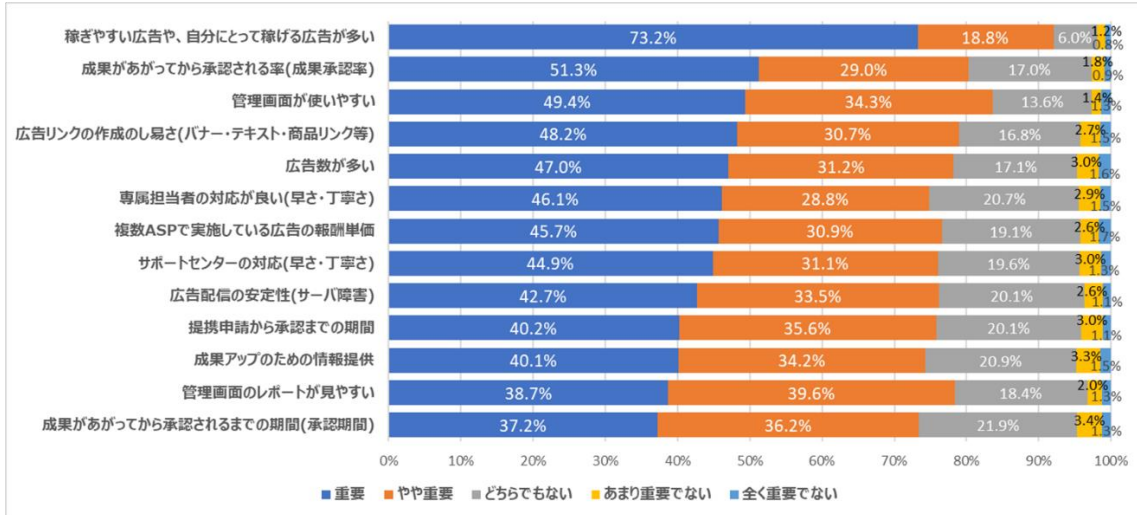
3ポイント以上ある上位12位(2社同点)は以下の通り。



ASP に求めるもの (1/2)

ASP に求めるものについて各項目 5 段階で聞いたところ、「稼げやすい広告や自分にとって稼げる広告が多い」を「重要」と回答した人が 73.2%と、昨年にも増して最も多く、「満足度 1 位の ASP の選定理由」を裏付けている。

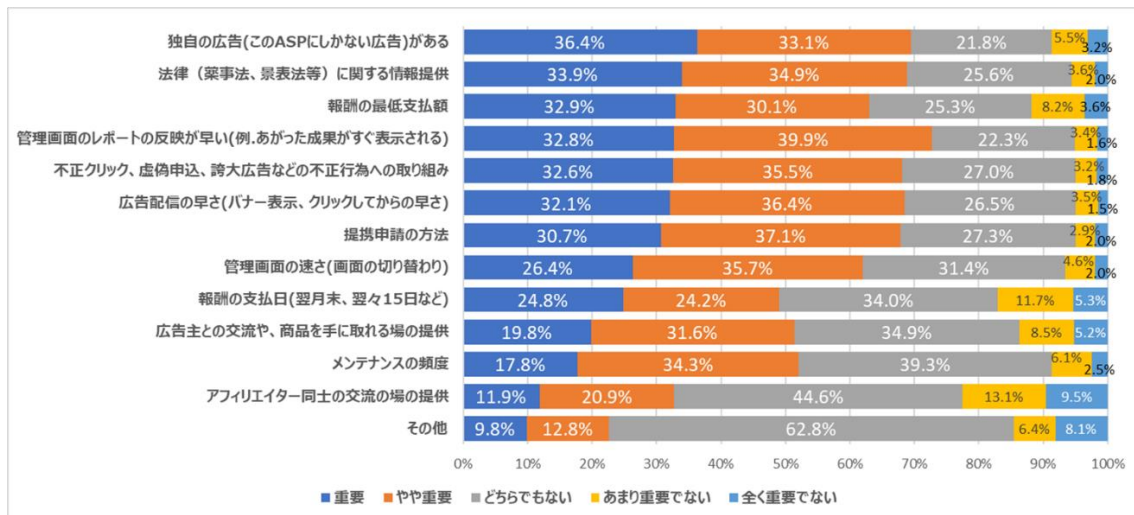
2 番目は、広告主やプログラムにもよるが、「成果承認率」が重要とする割合が多い。



ASP に求めるもの (2/2)

前ページの項目よりも下がるものの、ほとんどの項目において「重要」と「やや重要」で 50%を超える。

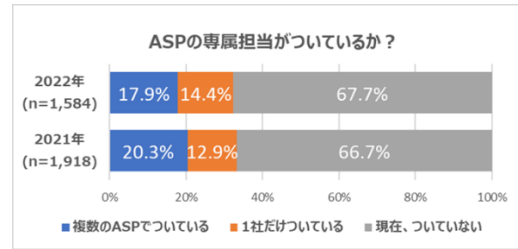
「不正クリック、虚偽申込、誇大広告などの不正行為への取り組み」「法律（薬事法、景表法等）に関する情報提供」といった、コンプライアンス関係の項目も重要と考えられている。一方で、「アフィリエイト同士の交流の場の提供」は、あまり重要と考えられていない。



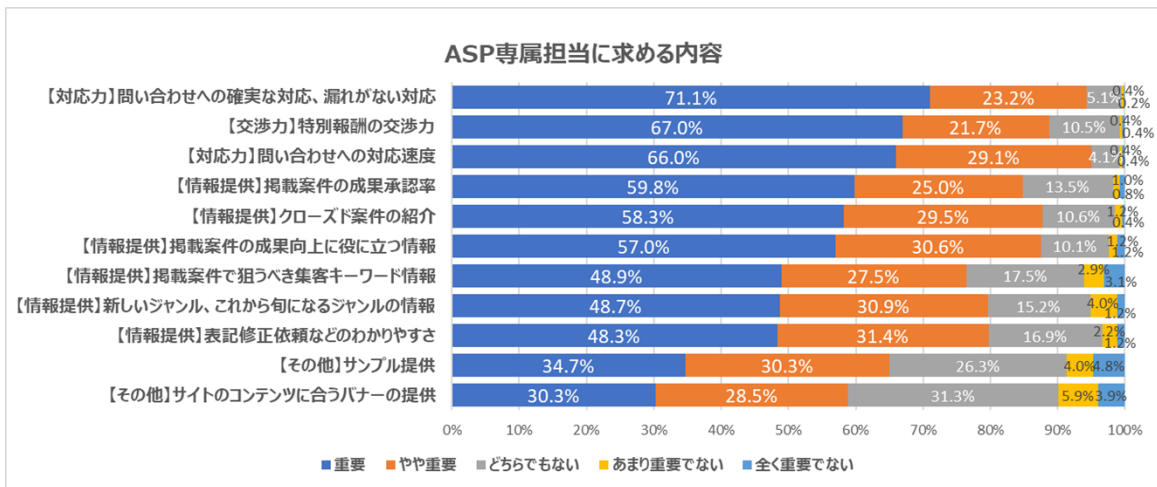
ASPの専属担当の状況と専属担当に求めるもの

ASPの専属担当（個人担当）がついている人の割合は昨年5.2%増えたが今回は微減である。

	複数のASPでついている	1社だけついている	現在、ついていない
2022年 (n=1,584)	283	228	1,073
2021年 (n=1,918)	390	248	1,280

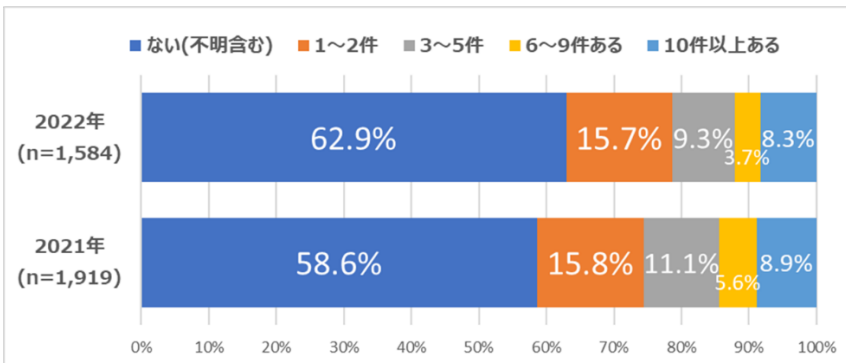


ASPの専属担当に求める内容は、やはり「問い合わせへの対応」と「特別報酬の交渉力」が、最も重要とされている。



特別報酬案件の状況

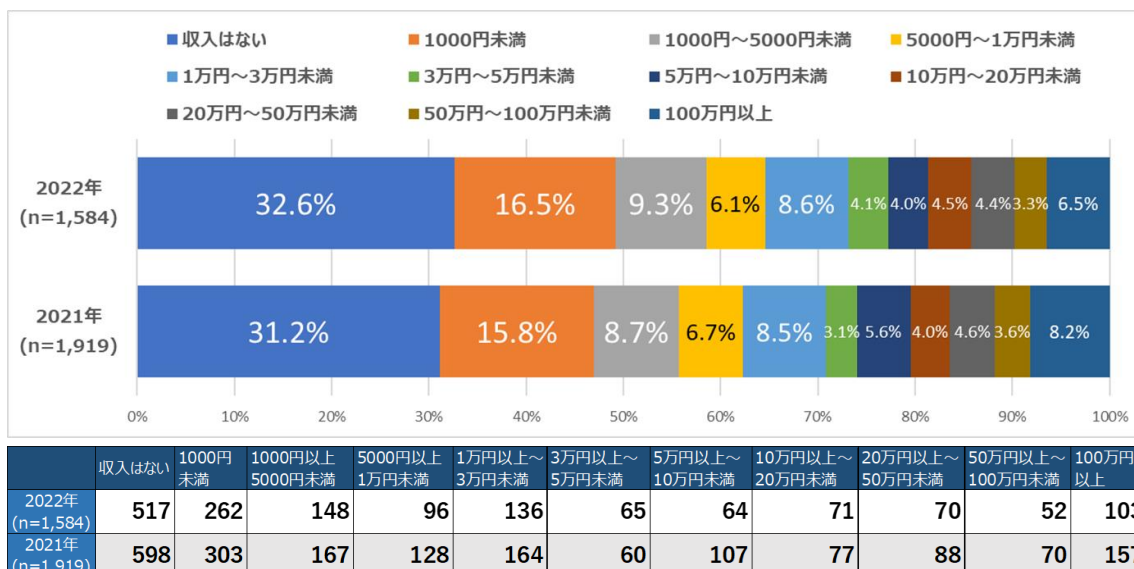
現在掲載中の特別報酬案件の状況については、昨年は、少なくとも1件以上ある人の割合が3.3%増え、3件以上ある人の割合では4.1%増えていたが、今回は「ない」とする人の割合が、一昨年の水準に戻っている。



	ない(不明含む)	1~2件	3~5件	6~9件ある	10件以上ある
2022年 (n=1,584)	997	249	147	59	132
2021年 (n=1,919)	1,125	304	213	107	170

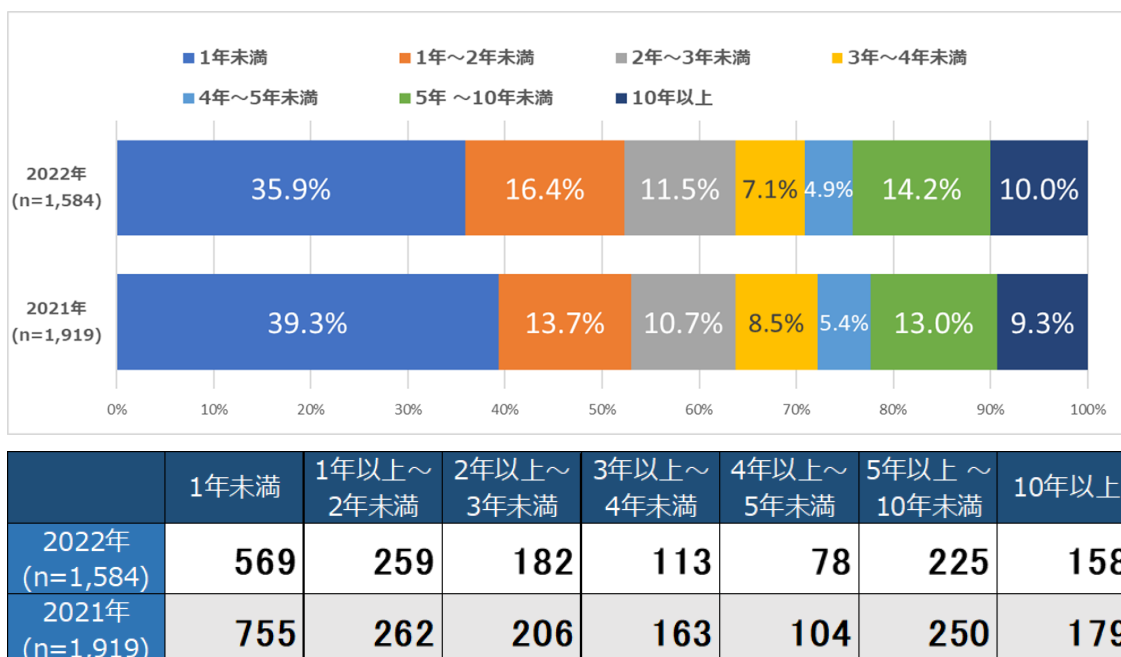
ひと月のアフィリエイト収入

ひと月のアフィリエイト収入をみると、0～5,000円未満の割合が増え、58.5%を占める。一方、昨年増えていた「100万円以上」の割合は減少し、一昨年水準に戻っている。業界規模は拡大しているところからすると、一部のアフィリエイトによる寡占が進んでいると推測できる。



アフィリエイトを始めてからの年数

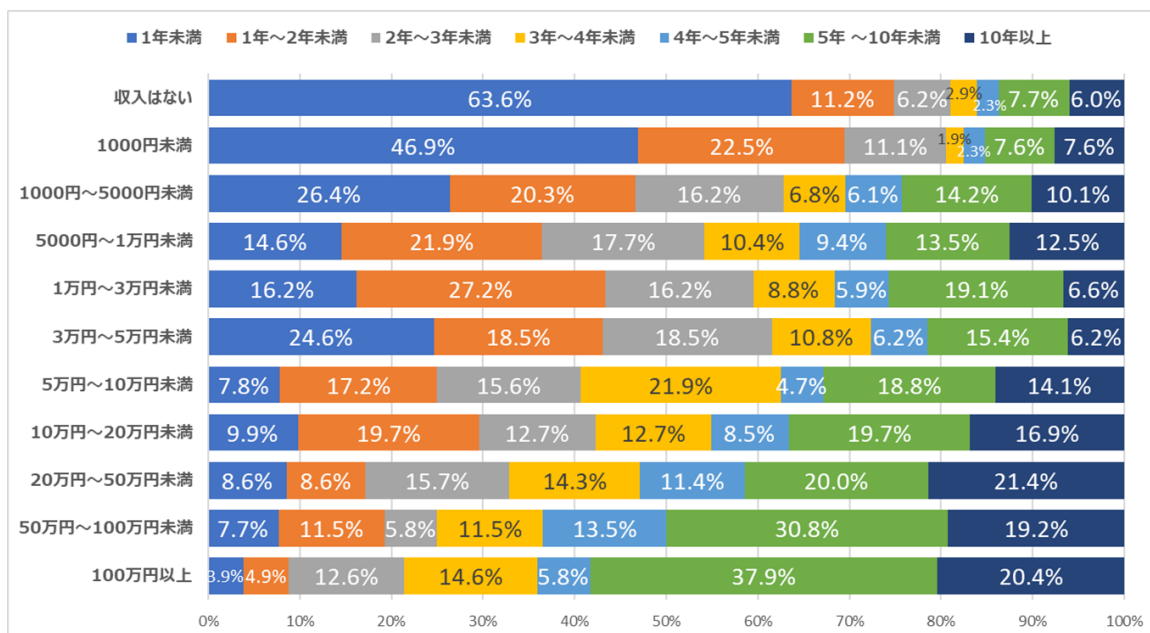
「アフィリエイトを始めてからの年数」を昨年と比較すると、「1年未満」の割合が3.4%減少しており、それに伴い1年以上継続している人の割合が、少しずつ増えている。コロナ禍での新規参入が、一昨年より若干落ち着いたのかもしれない。



ひと月のアフィリエイト収入×アフィリエイトを開始してからの年数

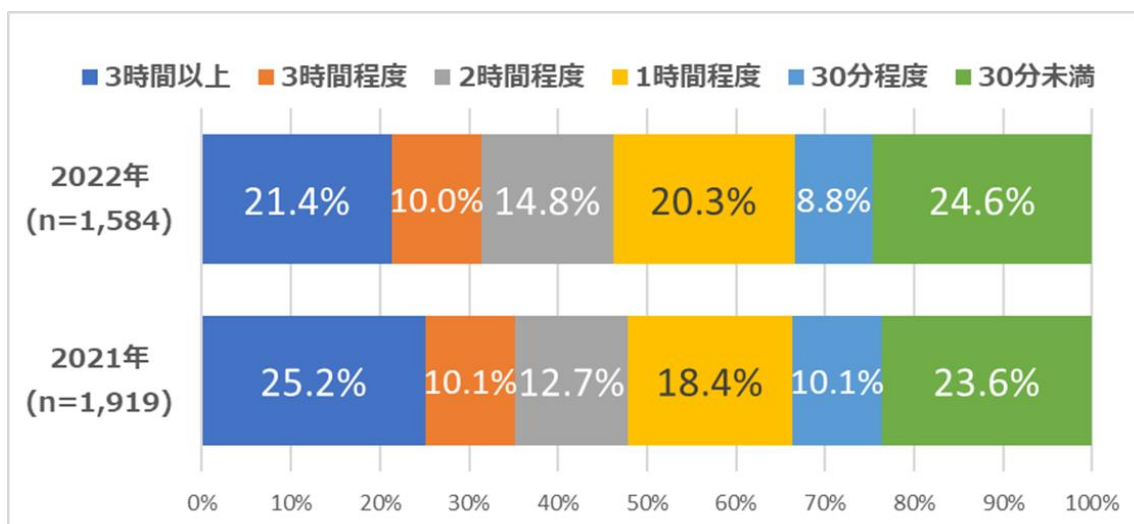
経験年数が長いほど収入が多いという、平均的な相関関係は変わらない。

「100万円以上」を見ると、2年未満の割合が、一昨年の19.0%から昨年は11.5%
今回は更に8.8%まで減少している。短期間で稼げるようになるのが更に難しくなっていると
言える。



アフィリエイト運営にかかる時間

1日にアフィリエイト運営にかかる時間を前年と比較すると、「3時間以上」の割合が
3.8%減少している。運営時間は、その人のステージや作業内容によるので、単純な理由は
推測できない。

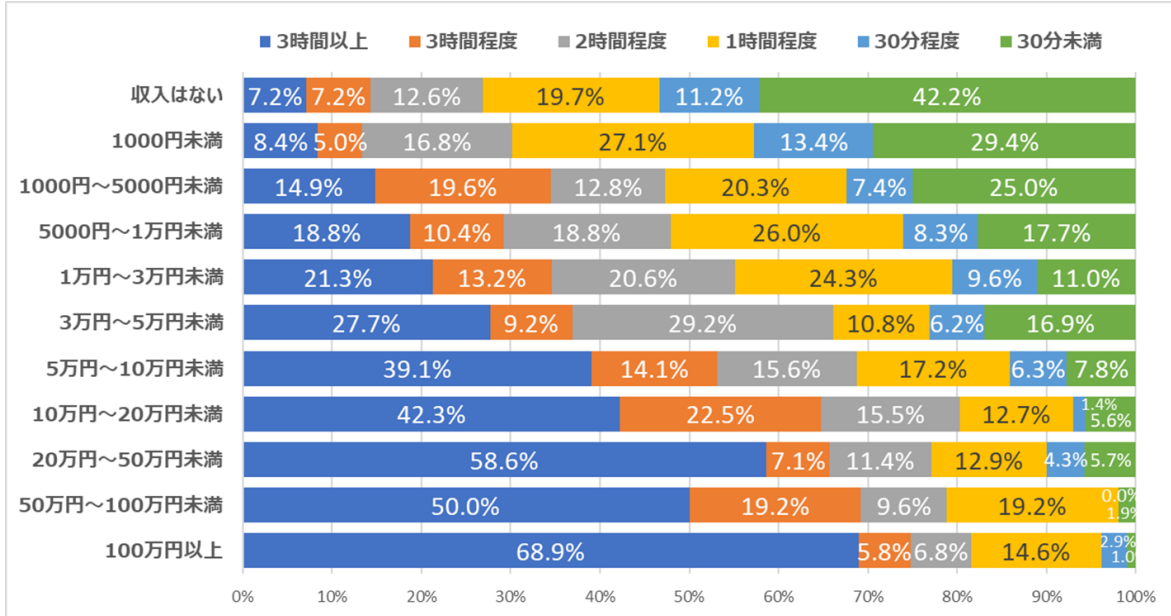


	3時間以上	3時間程度	2時間程度	1時間程度	30分程度	30分未満
2022年 (n=1,584)	339	159	234	322	140	390
2021年 (n=1,919)	483	193	243	353	194	453

アフィリエイト収入×アフィリエイト運営にかける時間

時間をかけているほど収入が多いという、平均的な相関関係は変わらない。

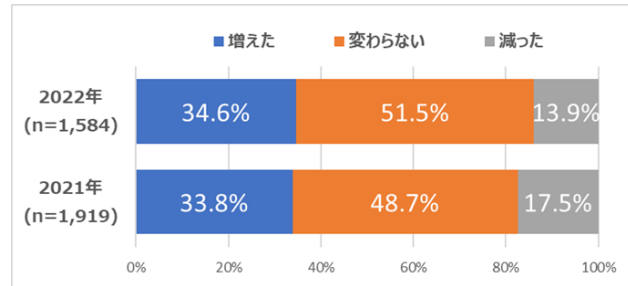
「100万円以上」を見ると、「30分未満」が一昨年2%程度から昨年10.2%へ増加したが今回は1%になっている。その分「1時間程度」とする割合が増えた。



アフィリエイト収入の増減

2020年と比較した2021年のアフィリエイト収入は、「減った」という人の割合が昨年の17.5%から13.9%に、3.6%減少した。ちなみに一昨年の調査では「減った」が20.6%あった。

	増えた	変わらない	減った
2022年 (n=1,584)	548	816	220
2021年 (n=1,919)	649	935	335



増減の理由

<収入が増えた人の理由>

【SEO】

- ・Googleアップデートによる好影響
- ・記事数を増やした・ブログの更新を増やした
- ・SEOライティングを学んだ・ドメインが強くなった
- ・検索順位が上がった・PVが増えた

【SNS】

- ・SNSでの集客・SNSフォロワー数の増加

【広告】

- ・PPC・リスティングの拡大・ADへの移行

【コロナ】

- ・巣ごもり需要・コロナが落ち着いてきたから

【量】

- ・作業量の増加・サイト数を増やした・新ジャンルの開拓

<収入が減った人の理由>

【SEO】

- ・Googleアップデートによる悪影響
- ・YMYL領域での上位表示が厳しくなった
- ・SEOの難易度が上がった
- ・アクセス数の減少

【コロナ】

- ・来店系の案件に影響・化粧品が売れなくなった
- ・ヨガ、ジム関連の掲載件数が減った・広告主の撤退

【量】

- ・更新頻度の減少・作業時間の減少・他のことに注力

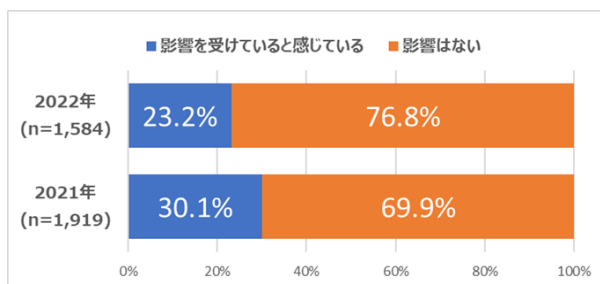
【その他】

- ・ITP問題 ・薬機法が厳しくなったため
- ・法的な問題への対処ができない

新型コロナウイルスの影響分析

「アフィリエイトの売上や集客で新型コロナによる影響を受けていますか？」という質問に対しては、「影響を受けていると感じている」人が、昨年よりも6.9%減少した。

	影響を受けていると感じている	影響はない
2022年 (n=1,584)	367	1,217
2021年 (n=1,919)	577	1,342



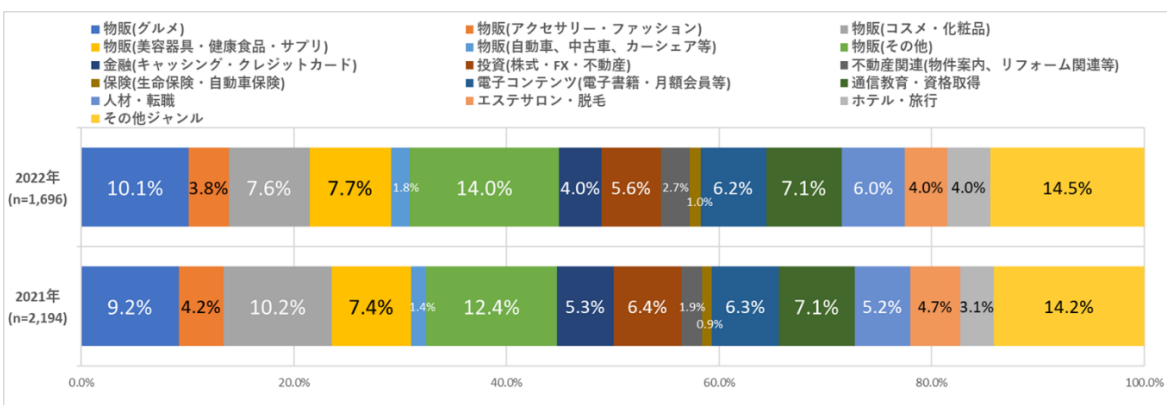
影響内容	
<ul style="list-style-type: none"> ・外出が減った ・テレワークが増えた ・ネットで買い物する人が増えた（巣ごもり需要） ・収益源がガラッと変化した ・不況業界広告主の撤退・予算削減 ・好調業界の競合増加 <p>【好影響だったジャンル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンライン系（ゲーム・VOD・通信教育等） ・日用品、食材宅配、キャンプ用品 ・ダイエット関連、投資関連 等 	<p>【悪影響だったジャンル】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オフライン来店系（エステ・脱毛・ジム・ヨガ・レストラン・ホテル等） ・イベント、旅行、留学関連、探偵案件 ・化粧品・ファッション ・半導体使用製品 ・物流停滞での欠品商品 等 <p><アフターコロナでは、どうなる？> 価値観や生活環境が変わった社会では、完全に元の姿には戻らない。</p>

一番力を入れているジャンル（複数回答）

一番力を入れているジャンルは、昨年と比較して顕著な変化は見られない。

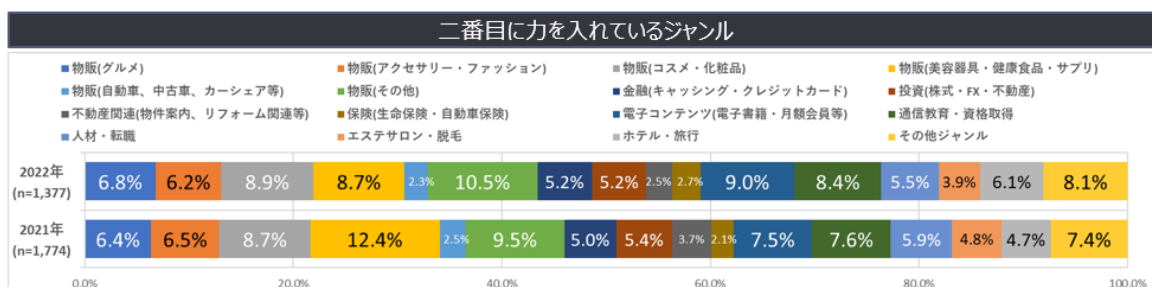
物販の中では、「コスメ・化粧品」が減少し、「グルメ」「その他」に分散している。

物販以外では、「金融」「投資」「エステ・脱毛」がやや減少し、「人材・転職」「ホテル・旅行」がやや増えている。

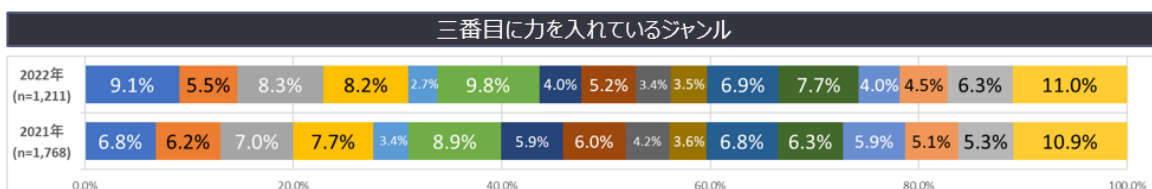


	物販(グルメ)	物販(アクセサリ・ファッション)	物販(コスメ・化粧品)	物販(美容器具・健康食品・サプリ)	物販(自動車、中古車、カーシェア等)	物販(その他)	金融(キャッシング・クレジットカード)	投資(株式・FX・不動産)	不動産関連(物件案内、リフォーム関連等)	保険(生命保険・自動車保険)	電子コンテンツ(電子書籍・月額会員等)	通信教育・資格取得	人材・転職	エステサロン・脱毛	ホテル・旅行	その他ジャンル
2022年 (n=1,696)	171	64	129	130	30	238	68	95	46	17	105	120	101	68	68	246
2021年 (n=2,194)	201	92	224	163	31	271	117	140	42	20	139	156	115	103	69	311

二番目・三番目に力を入れているジャンル（複数回答）



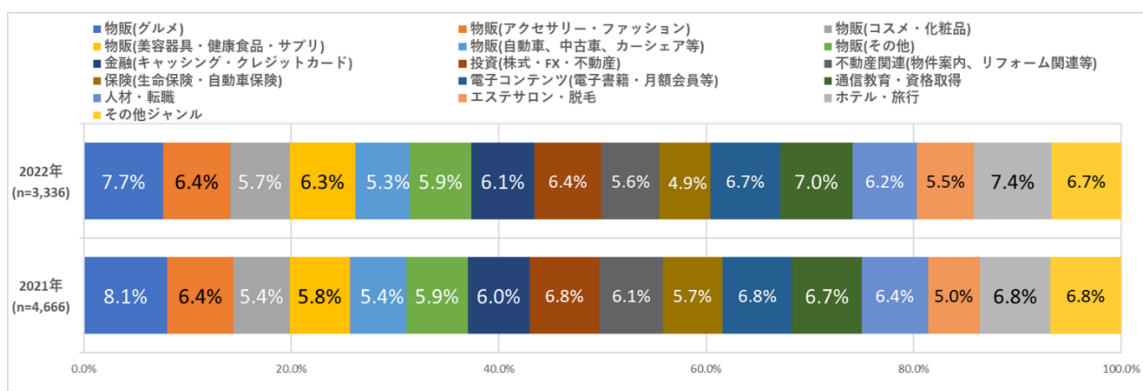
	物販(グルメ)	物販(アクセサリ-ファッション)	物販(コスメ・化粧品)	物販(美容器具・健康食品・サプリ)	物販(自動車、中古車、カーシェア等)	物販(その他)	金融(キャッシング・クレジットカード)	投資(株式・FX・不動産)	不動産関連(物件案内、リフォーム関連等)	保険(生命保険・自動車保険)	電子コンテンツ(電子書籍・月額会員等)	通信教育・資格取得	人材・転職	エステサロン・脱毛	ホテル・旅行	その他ジャンル
2022年 (n=1,377)	94	86	122	120	31	145	72	71	35	37	124	115	76	54	84	111
2021年 (n=1,774)	113	116	155	220	44	168	88	96	66	38	133	134	104	85	83	131



	物販(グルメ)	物販(アクセサリ-ファッション)	物販(コスメ・化粧品)	物販(美容器具・健康食品・サプリ)	物販(自動車、中古車、カーシェア等)	物販(その他)	金融(キャッシング・クレジットカード)	投資(株式・FX・不動産)	不動産関連(物件案内、リフォーム関連等)	保険(生命保険・自動車保険)	電子コンテンツ(電子書籍・月額会員等)	通信教育・資格取得	人材・転職	エステサロン・脱毛	ホテル・旅行	その他ジャンル
2022年 (n=1,211)	110	67	100	99	33	119	49	63	41	42	83	93	48	55	76	133
2021年 (n=1,768)	120	110	123	136	60	157	105	106	74	63	121	111	105	90	94	193

今後取り組んでみたいジャンル（複数回答）

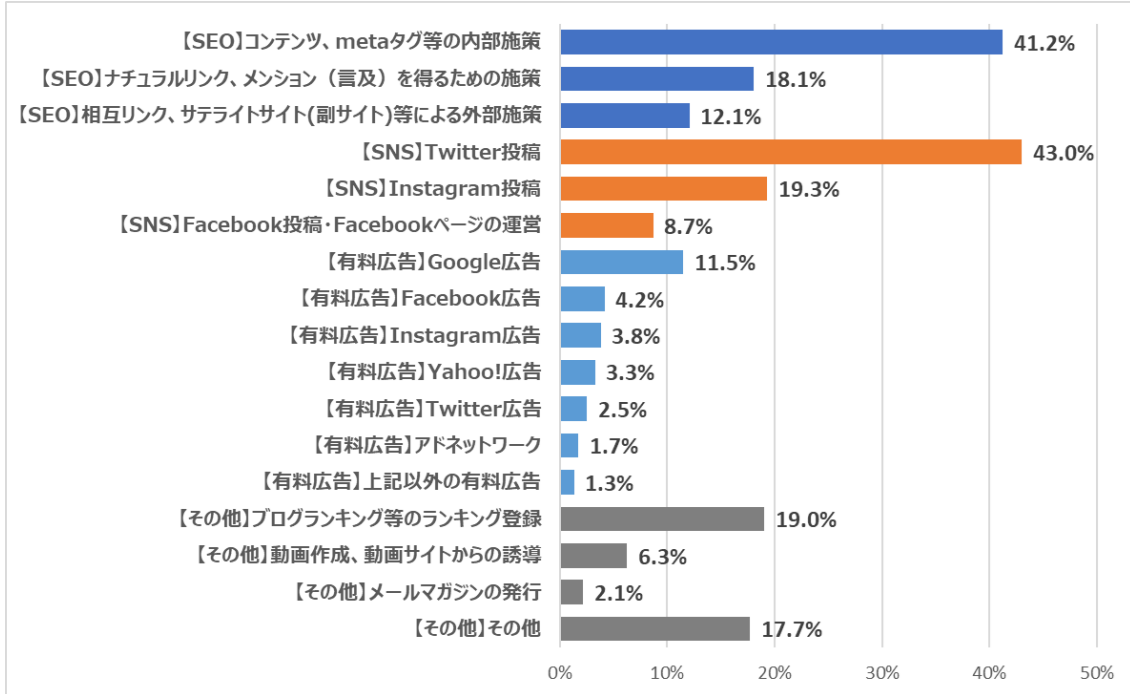
今後取り組んでみたいジャンルについては、5.3~7.7%の範囲で分散している印象が強い。「一番力を入れているジャンル」では物販が45%あるのに対し、「今後」は物販以外にも幅広く関心が向かっている。各人が得意なジャンルで力を発揮すれば良いと考える。



	物販(グルメ)	物販(アクセサリ-ファッション)	物販(コスメ・化粧品)	物販(美容器具・健康食品・サプリ)	物販(自動車、中古車、カーシェア等)	物販(その他)	金融(キャッシング・クレジットカード)	投資(株式・FX・不動産)	不動産関連(物件案内、リフォーム関連等)	保険(生命保険・自動車保険)	電子コンテンツ(電子書籍・月額会員等)	通信教育・資格取得	人材・転職	エステサロン・脱毛	ホテル・旅行	その他ジャンル
2022年 (n=3,336)	256	215	191	211	176	197	203	215	188	164	223	233	207	184	248	225
2021年 (n=4,666)	376	297	253	271	253	277	278	315	286	266	315	312	298	234	317	318

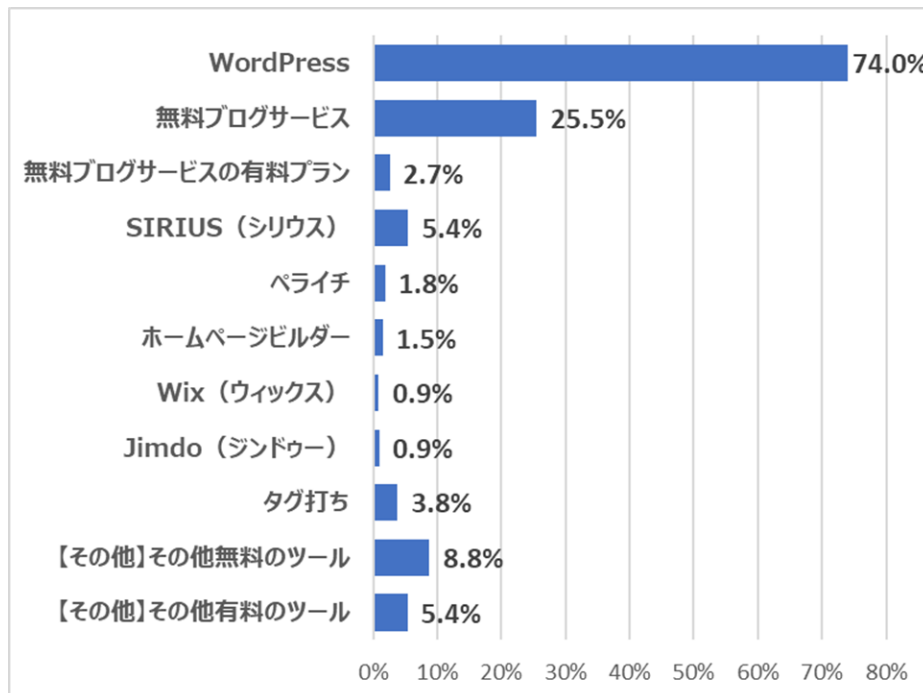
アフィリエイトサイトへの集客手段（複数回答）

やはり SEO が中心で、ホワイトハットでの内部施策、ナチュラルリンク獲得が主流。併せて、Twitter、Instagram を中心とした、SNS 活用が多い。広告では、Google 広告の利用が 11.5%、次いで Facebook 広告、Instagram 広告である。



利用しているアフィリエイトサイト作成ツール（複数回答）

WordPress が圧倒的に多い。有料テーマ等で差別化するのが望ましい。次に無料ブログサービスだが、メインサイトよりも副サイトでの利用が多数含まれていると思われる。SIRIUS も、いまだに根強く使われている。

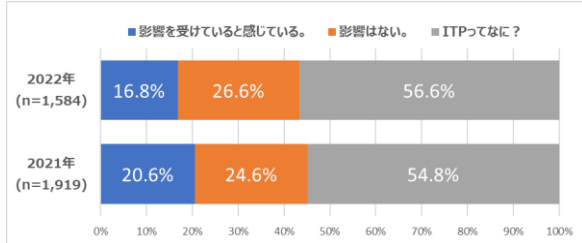


ITP に関する見解

ITP に関する見解では、「影響を受けていると感じている」人が昨年より 3.8%減少した。そもそも知らないか、気にしていない人も多い。

ITP 問題に対しては、ASP 各社で対策を行っているので、公式サイトで確認を。

	影響を受けていると感じている。	影響はない。	ITPってなに？
2022年 (n=1,584)	266	421	897
2021年 (n=1,919)	395	472	1,052



< ITP問題とは >

ITP (Intelligent Tracking Prevention) は、AppleがSafariに搭載しているトラッキング防止機能で、ユーザーのプライバシーを守るために、広告を目的としたユーザー行動データの収集を規制する。トラッキングを規制するためにCookieを削除する必要があり、この削除する条件や範囲がITPの問題。Cookieにも大きく分けて「1st party cookie」と「3rd party cookie」の2種類があるが、ASPが発行するCookieは「3rd party cookie」にあたり、削除される。このため、従来のCookieでは、Safariで再訪したときのアクセスは、アフィリエイトの成果にならなくなる。

アフィリエイト業界がさらに発展するための提言（抜粋） 1/2

ASPへ

- **悪質な広告主を排除すること。**
- 不誠実な広告主にしっかり対応して！
- 質が悪い広告案件は排除して
- **成果非承認理由の開示。**
- 承認率が低い案件は広告主側で不正が行われていないかチェックしてほしい
- 成果発生条件、承認率など怪しい広告主は扱わないで。
- **提携不可だった場合の理由開示。**
- 広告主との接点が増えると嬉しい
- レギュレーションを無視したサイトをちゃんと取り締まってほしい
- **もっと案件を増やしてほしい**
- もっと取り組みやすい豊富なジャンル拡大
- コロナ後の社会に対応した案件開発を！
- SNSでできる案件を増やしてください
- 小規模な個人のアフィリエイト運営者も見捨てないで。
- よりメディアへのサポートを充実して行ってほしい
- いろいろな成功事例を紹介して欲しい。
- 専属がつく基準を下げてほしい
- 管理ページを、もっと見やすく、使いやすくしてください。
- ITPの対応を今後もよろしく願います
- クリーンになってほしい

広告主へ

- **誇大広告や虚偽広告を無くしてほしい**
- **LPのクオリティをもっと上げてほしい**
- 陳腐化したLPはやめてほしい
- **もっと承認率の透明性を高めてほしい**
- 承認率についての不透明な部分をOPENにしてアフィリエイトとの信頼関係構築に努めてもらいたい。
- **提携却下の理由をはっきりしてほしい**
- **案件中止はアフィリエイトにとってかなり痛手。できれば前広の告知がほしい。**
- すぐに停止するなら参入しないでほしい
- もっとアフィリエイト予算を増やしましょう！
- **広告主がもう少しアフィリエイト提携先に対して協力的であるべき**

アフィリエイトへ	業界全体へ
<ul style="list-style-type: none">• アフェリエイト全体の信用がさがるような行為はやめてほしい• 不正な集客、広告やめて• 嘘・紛らわしい・誇大な表現せず、正しい情報をお伝えしてほしい。• 法令や注意事項の厳守• パクリサイトの撲滅• 一部の方、まっとうなビジネスしてください• ルールを守って、より発展に取り組むことが大事です。• ユーザー満足度の高いサイトを作りましょう！• 質を上げよう！！• 自分だけしか作れない記事を書くこと• クリーンな訴求を• 誠実なサイト運営を心掛ける• 目先の利益よりも長期を見据えた信頼を大事に	<ul style="list-style-type: none">• 悪意ある業者の追放を願う• しっかり低品質サイトを規制しないと業界全体が共倒れするぞ！• 社会的な信用、信頼度の向上• 一般の方々が客観的に見て健全であること• ちゃんとしたビジネスであることを伝えるべき• 古いままではなく、常に時代に合った新しい対策が必要• アフィリエイトサービスが世の中に役に立つという活動や企画を進めてほしい。• 良い商品を必要な人へ届ける立派なお仕事です。

本調査について

■調査協力

株式会社レントラックス、株式会社ファンコミュニケーションズ、株式会社インタースペース
バリューコマース株式会社、株式会社ロンボード、株式会社フォーイット

株式会社東京コンシューマーシステム、株式会社チャンネルほか

なお、当協会の法人正会員へは、本調査の各設問の単純集計結果、クロス集計結果、および本調査の生データを提供する。

■本調査の設問一覧

- 1 アフィリエイト・プログラムを始めて何年ですか？
- 2 アフィリエイトサイト運営にかかる時間は、一日どれくらいですか？
- 3 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？
- 4 各広告主のジャンルについて、1番～3番目に力を入れているジャンル
今後一番取り組んでみたいジャンルを教えてください
- 5 前年(2020年)と比べて、2021年のアフィリエイト収入は、増えましたか？
- 6 2021年のアフィリエイト収入の増減の理由はなんですか？
- 7 あなたが利用(=広告掲載)しているASPと、満足度を教えてください
- 8 あなたが利用(=広告掲載)しているASPの中で、満足度1位のASPをお答えください
- 9 満足度1位のASPについて、満足度の高い理由は何ですか？あてはまるものを
教えてください
- 10 あなたがASPに求めるものは？各質問項目の重要度についてお答え下さい

- 11 ASP の専属担当(個人担当)がついていますか？
- 12 ASP の専属担当(個人担当)に求める内容について教えてください。
(各項目の重要度についてお答えください。その他、重要と感じる点があればご記入ください)
- 13 現在掲載中の特別報酬案件はいくつありますか？
- 14 アフィリエイトサイトの作成で使っているツールを教えてください
- 15 アフィリエイトサイトへの集客で行っている手段を教えてください
- 16 ITP 問題について (3 択)
- 17 アフィリエイトの売上や集客で新型コロナによる影響を受けていますか？
- 18 新型コロナによる影響を受けていると感じているとお答えになった方は、どのような影響があったのかをお聞かせ下さい。
- 19 2022 年、アフィリエイト業界がさらに発展するための提言を「ズバリ一言」で！

■調査目的

本調査の目的は、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いくとともに、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。

■今後の展開

アフィリエイトマーケティングの健全な発展と理解を促進し、現状や課題を正しく把握する一助とするため、本調査で収集した設問の単純集計結果、および本調査の生データを、当協会の法人正会員に対して無償で公開することとする。

■アフィリエイトマーケティング協会とは

<http://affiliate-marketing.jp/>

2003 年 6 月に設立、2005 年 9 月に特定非営利活動法人(NPO 法人)として登記。

設立以来、一貫として「アフィリエイトの認知向上及び広告主におけるアフィリエイトターへの理解度の向上」等、アフィリエイト業界の発展に寄与。

■本件に関するお問い合わせ先

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 事務局

東京都港区西新橋 2-15-17 レインボービルビル 10 階 A

株式会社トラフィックジェネレーター内

Mail: support@affiliate-marketing.jp