

デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方
に関する検討会 御中

プラットフォームサービスが提供する 発信者の収益化システムに関する資料

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社

2024年4月17日

【本資料の目的及び利用上の制限】

本資料は、総務省による具体的な指示に基づいて、本検討会を前提として本検討会の為にのみ作成されたものであり、その他の目的に利用または依拠されるべきものではありません。

また、当社では、第三者に対していかなる契約上またはその他の責任を負うものではありません。

当社は、本資料において推計又は試算等を行った場合において、当該推計又は試算等の結果が確実に実現することを保証しません。また、本資料の内容は、総務省又は第三者が行う投融資等に関する検討のために使用されることを意図していません。

【業務内容の性質及び業務範囲】

当社に提供されたデータ、情報及び説明に関しては、当社はその完全性及び正確性について責任を負わず、それらを検証する責任もないものとします。

本資料の各構成部分は、当社が実施した業務の各側面について言及していますが、当社の発見事項及びアドバイスを正確に理解するためには報告書全体を読む必要があります。

当社は総務省の要請に基づき2024年3月25日までに本資料を作成致しました。従って、本資料は2024年3月25日以降に生じた事象又は状況を考慮しておりません。よって、当社は、それらに応じて資料の内容を更新することに対して義務を負うものではありません。

目次

本資料の目的と背景	P.4

エグゼクティブサマリー	P.6

調査手法の概要	P.8

各サービス収益化システム	P.10

サマリー	P.11

各サービス詳細（X・YouTube・Facebook・Instagram・TikTok・ニコニコ・LINE VOOM）	P.13

収益化システムにより発生していると思われる問題事象の具体例	P.75

出所一覧	P.78

本資料の目的と背景

インターネット上の偽・誤情報の流通・拡散の構造的要因の一つとして指摘されている、プラットフォームサービスが提供する発信者の収益化システムについて調査し、整理する

背景

- 多くの利用者が情報を収集・閲覧するプラットフォームサービス等のインターネット上では、偽・誤情報の流通・拡散等の問題が顕在化している
- こうした問題への対応を含め、デジタル空間における情報流通の健全性確保に向けた今後の対応方針と具体的な方策について検討することを目的に、総務省では「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」を開催している
- 同検討会においては、偽・誤情報の流通・拡散の構造的要因として、アテンション・エコノミー（人々の関心や注目の獲得が経済的価値を持って交換財になる経済モデル）の存在が指摘されている
- 先般の令和6年能登半島地震においても、アテンション・エコノミーを背景に、閲覧数の増加（いわゆる「インプ稼ぎ」）を目的とした質の低いコンテンツの発信・拡散が問題となっており、こうした問題の要因の一つとして、プラットフォームサービスが提供する「投稿者に対して広告収益を分配する機能」の存在が指摘されている

目的

- プラットフォームサービスが提供する発信者の収益化システム（発信者が当該プラットフォームサービスを通じて経済的利益を得るための仕組み・機能をいう）について調査し、整理することにより、検討会における今後の議論の参考に資することを目的とする

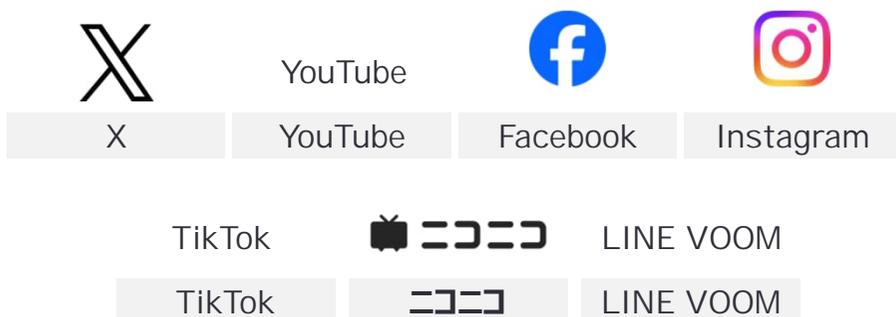
エグゼクティブサマリー

調査の結果、インプレッション数が収益に直結するサービスにおいてもコンテンツの質と収益の関係は明示されておらず、偽・誤情報の投稿でも収益を獲得できる可能性があると判明した

プラットフォーム収益化システム調査

調査対象プラットフォームサービス

- 本調査では、以下7つのサービスについて日本で使用可能なクリエイター収益化システムを調査した



※各サービスロゴの出所はp.79「各サービスロゴの出所一覧」を参照

クリエイター収益化システム分類

- 各サービスの収益化システムを、収益発生メカニズムの違いから以下4つに分類し、そのうち、クリエイターの投稿に関する**インプレッション数**が**収益額に直接関係**するシステムは「**広告分配系**」であることを特定した



コンテンツの質がどのように収益に影響を与えているかについて、調査対象のサービスは詳細を公開しておらず、偽・誤情報に対するインプレッションも収益計算のベースとしてカウントされている可能性がある

プラットフォーム収益化システムがもたらす弊害に関する調査

- インプレッション数が収益額に直接関係する「**広告分配系**」の収益システムが、偽・誤情報の流通・拡散に寄与している事例として、Xの日本語空間で問題となっている「**インプレゾンビ**」について調査した
- 調査の結果、インプレゾンビと指摘されるアカウントの多くが、情報の真偽に関わらず、拡散されている投稿を盗用した投稿を繰り返しており、偽情報拡散に加担している事例も確認された
- インプレゾンビアカウントの多くがパキスタンやインドのユーザーとみられ、日本語での投稿は収益目当ての行為である可能性が高い
- 他方、偽・誤情報の拡散を積極的に行う背景には、金銭的インセンティブのみならず、社会的インセンティブがあるとの指摘もある
- Xがインプレッションに基づくクリエイターの収益化を開始した2023年8月以前から偽・誤情報の問題は存在しており、収益化システムだけに手を加えても根本的な問題は解決しない可能性があることに留意が必要である



調査手法の概要

プラットフォームサービスが提供する収益化システムのメカニズムや適用対象条件およびそれらを乱用するインプ稼ぎを目的とした投稿の顕在化事例を、公開情報を基に調査した

調査方針

- **調査①【プラットフォーム収益化システム調査】の概要**
 - 各プラットフォームサービスが提供する日本で使用可能な収益化システムのメカニズムおよびその適用対象条件について調査した
 - 収益化システムには、広告収益の分配、視聴回数に基づく報酬の分配、「投げ銭」とも呼ばれるクリエイターへのギフトシステム、メンバーシップシステム、商品販売等が存在することが想定される
 - これらが広告主、プラットフォーム事業者、発信者、受信者等のステークホルダーによるエコシステムがいかなる形で成り立っているか、コンテンツの流通、閲覧行為、広告費をはじめとする金銭のそれぞれの流れについて調査した
 - 以下プラットフォーム事業者を対象に調査した
 - X
 - Google (YouTube)
 - Meta (Facebook・Instagram)
 - TikTok
 - ドワンゴ (ニコニコ)
 - LINE ヤフー (LINE VOOM)
- **調査②【プラットフォーム収益化システムがもたらす弊害に関する調査】の概要**
 - 調査①において調査した各事業者の収益化システムに対して、指摘されている課題（例えば、インプレッション数稼ぎを目的としたボット投稿、炎上目的での過激な投稿等）について、特に閲覧数が経済的価値を持って市場で流通するアテンション・エコノミーの問題を中心に、実際の報道記事等から可能な限り調査した

調査手法

- **調査①②における調査手法**
 - デスクトップリサーチで、公開情報を基に調査した
- **調査①における収益化システムの分類化**
 - いわゆる「インプ稼ぎ」を目的とした質の低いコンテンツの発信・拡散の直接的動機になり得る各プラットフォームのメカニズムを特定するため、収益化システムを以下の分類に整理して調査した
 - 広告分配系
コンテンツが視聴された回数（インプレッション数）に応じて、プラットフォームから報酬の支払いが発生するシステム
 - 投げ銭系
コンテンツやクリエイターに対して、ユーザーが直接金銭や金銭代替物を送ることができ、その金額や数に応じてプラットフォームから報酬の支払いが発生するシステム
 - コンテンツ課金系
各クリエイターやコンテンツごとに金額が設定され、ユーザーが課金した額に応じてプラットフォームが報酬を支払うシステム
 - 商品・サービスPR系
コンテンツを通じて商品・サービスのPRを行い、PR料を報酬として受け取るシステム（プラットフォームからの報酬は発生しない）
- **調査②における調査対象**
 - 調査①を通じて広告分配系の収益化システムがインプレッション数稼ぎのインセンティブとなることが判明したため、Xの広告分配系システムがもたらす弊害について実際のポストや報道をもとに調査した

各サービス収益化システム

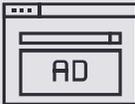


サマリー

各社の収益化システムは、広告分配系／投げ銭系／コンテンツ課金系／商品・サービスPR系に分類可能で、インプレッション数が報酬に直結するものは広告分配系に分類される

※枠内は各社のサービス名

インプレッション数が報酬額に直結

		YouTube			TikTok		LINE VOOM
	X	YouTube	Facebook	Instagram	TikTok	ニコニコ	LINE VOOM
広告分配系 	<ul style="list-style-type: none"> 広告収益配分 	<ul style="list-style-type: none"> 広告収入 YouTube Premiumの収益 	<ul style="list-style-type: none"> Facebookリール広告 インストリーム広告 	<ul style="list-style-type: none"> プロフィール広告 リール広告 ボーナス 	<ul style="list-style-type: none"> Creator Rewards Program 	<ul style="list-style-type: none"> 作品の盛り上がりに応じた奨励金 子作品の盛り上がりに応じた奨励金 	<ul style="list-style-type: none"> LINE VOOM収益化
投げ銭系 	<ul style="list-style-type: none"> チップ 	<ul style="list-style-type: none"> Super Chat と Super Stickers Super thanks 	<ul style="list-style-type: none"> Facebookスター 	<ul style="list-style-type: none"> ライブ配信バッジ 	<ul style="list-style-type: none"> 動画ギフト 	<ul style="list-style-type: none"> ギフトに応じた奨励金 ニコニコ広告に応じた奨励金 クリエイターサポート 	<ul style="list-style-type: none"> -
コンテンツ課金系 	<ul style="list-style-type: none"> サブスク 	<ul style="list-style-type: none"> サブスクリプション 	<ul style="list-style-type: none"> サブスクリプション 	<ul style="list-style-type: none"> サブスクリプション 	<ul style="list-style-type: none"> LIVEサブスクリプション シリーズ 	<ul style="list-style-type: none"> 有料コンテンツ (月額・都度) 	<ul style="list-style-type: none"> -
商品・サービスPR系 	<ul style="list-style-type: none"> 有料パートナーシップ 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドコラボマネージャ 	<ul style="list-style-type: none"> ブランドコンテンツ パートナーシップ広告 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> - 	<ul style="list-style-type: none"> -

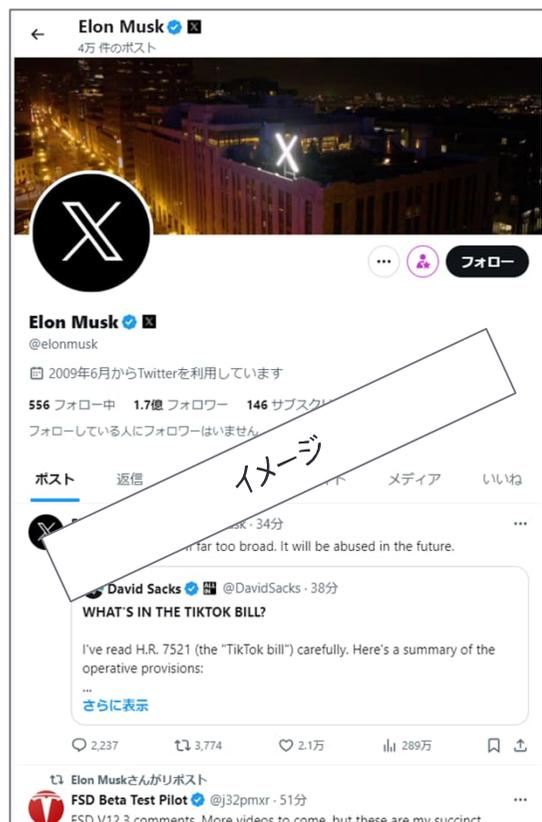


Xについて

Xは、2006年に米国で創立され、主にテキストや画像の投稿・閲覧ができるSNSである



サービス名	X (旧Twitter)	運営会社	Twitter Japan株式会社
ユーザー数	月間アクティブユーザー数6,655万人 (2023年時点) <small>注1.1</small>	所在地	〒104-0031 東京都中央区京橋3丁目1-1 スクエアガーデン19階
創業者	ジャック・ドーシー (米)	創立年	2006



サービス概要

- ユーザーが自身の興味関心のあるコンテンツを投稿や閲覧することができるSNSである
- 投稿に対するコメントや再投稿により、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる

ユーザー分類

【ユーザー (アカウント) 分類】

- 一般アカウント
- 認証アカウント
 - ベーシック (月額368円)
 - プレミアム (月額980円)
 - Xプレミアムプラス (月額1,960円)
 - 組織アカウント
 - 事業者アカウント (月額135,000円)
 - 政府機関/多国間機関等のアカウント (無料)

※収益化には認証アカウントのプレミアム、Xプレミアムプラス、もしくは組織の事業者アカウントが必要

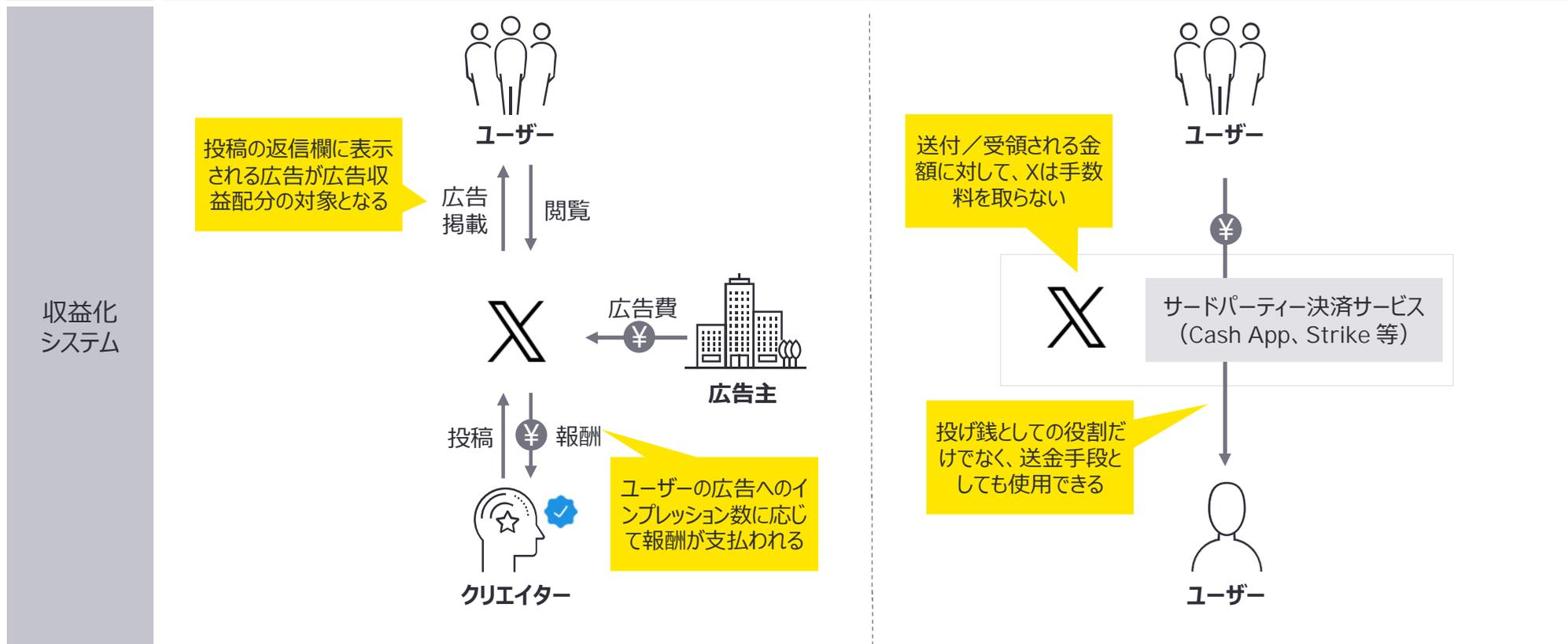
【認証アカウント取得条件 (一部抜粋)】

- 認証をXから購入すること
- 情報に不備がないこと (アカウント名とプロフィール画像が設定されている)
- アカウントが過去30日間アクティブであること等
- 欺瞞 (ぎまん) 行為に加担していない

注1.2, 1.3

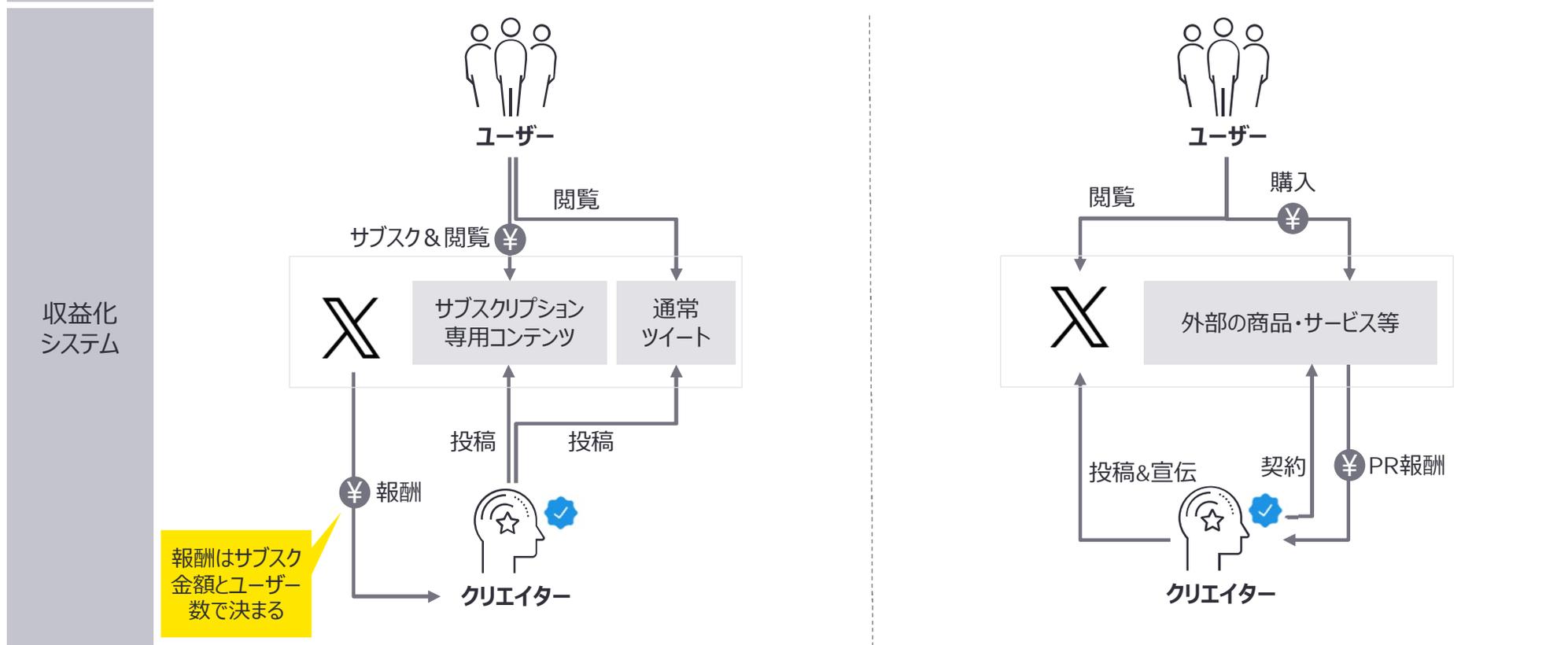
Xで収益を得る方法は4種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (1/2)

公式サービス名	1. 広告収益配分	2. チップ
収益化分類	 広告分配系	 投げ銭系
概要	クリエイターの投稿の返信欄に表示される広告に対するインプレッション数に応じて、Xからクリエイターに対して報酬が支払われるシステム	チップ機能をオンにしているユーザーに対してサードパーティー決済サービスを経由し、現金または暗号通貨を送ることができるシステム



Xで収益を得る方法は4種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (2/2)

公式サービス名	3. サブスクリプション	4. 有料パートナーシップ
収益化分類	 コンテンツ課金系	 商品・サービスPR系
概要	ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、クリエイターがサブスクリプション収益の一部を受け取ることができるシステム	クリエイターがコンテンツ内で商品やサービスの宣伝を行うことができるシステム



広告収益配分とは、クリエイターの投稿の返信欄に表示される広告に対するインプレッション数に応じて、Xからクリエイターに対して報酬が支払われるシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

1. 広告収益配分 (2023年8月8日開始)

注1.4

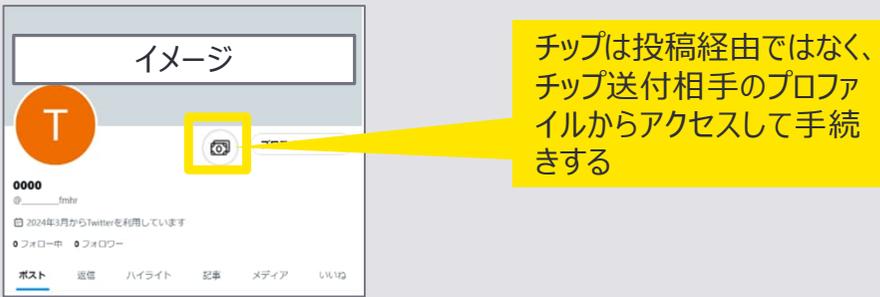
概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、広告収益配分を使用することにより、X に投稿したコンテンツへの返信に表示される広告の認証されたユーザーのオーガニックインプレッションに応じて、Xから収益を得ることができるクリエイターは、広告収益配分に参加するために、資格要件を満たした後に申請する必要があるクリエイターは、広告収益配分に参加すると月10米ドルを超える収益を上げている限り、定期的に支払いを受け取れる	注1.5,1.6
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">個人の場合は、認証アカウントのうちプレミアムもしくはXプレミアムアカウントのクリエイター (ベーシックアカウントは対象外)組織の場合は、事業者アカウントのクリエイター (政府機関/非営利団体等のアカウントは対象外)18歳以上であること過去3か月以内の累計投稿で少なくとも 500万回のオーガニックインプレッションがあるフォロワーが少なくとも500人広告収益配分プログラムが利用可能な国のクリエイターである	注1.5,1.6
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある (暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為 等)	注1.5,1.6
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなしコンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし	注1.5,1.6

チップとは、チップ機能をオンにしているユーザーに対してサードパーティー決済サービスを経由し、投げ銭等の目的で現金または暗号通貨を送ることができるシステムである

収益システム分類：  投げ銭系

2. チップ (2021年9月24日開始)

注1.7

概要	<ul style="list-style-type: none">チップは、サードパーティー決済サービスへのリンクを自分のXプロフィールに追加できる機能であるユーザーはチップ機能をオンにし、サードパーティー決済サービスを登録することで、他のユーザーから現金もしくは暗号通貨を送金してもらうことができる  <p>注1.8,1.9</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">チップ送金に関する全般ポリシーに同意し、プロフィールの初期設定はオフのチップ機能をオンにする18歳以上であることアカウント分類による制限の記載はなし <p>注1.8,1.9</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p>注1.8,1.9</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">ユーザー間における金銭やり取り機能であり、投稿のインプレッション数は関係ない送付される金額に対して、Xは手数料を取っていないXはチップの送付・受領金額に上限を設けていないが、サードパーティー決済プラットフォーム各自利用規約に従って上限が設けられている場合がある <p>注1.8,1.9</p>

サブスクリプションとは、ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、クリエイターがサブスクリプション収益の一部を報酬として得ることができるシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

3. サブスクリプション（2023年4月16日開始） 注1.10

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、ユーザーがクリエイターをサブスクリプションすることにより、サブスクリプション収益の一部を受け取ることができるクリエイターは、サブスクリプションプログラムに参加するために、資格要件を満たした後に申請する必要があるクリエイターは、サブスクリプション月額料金を2.99米ドル、4.99米ドル、9.99米ドルのいずれかから選択することができる	<small>注1.1, 1.12</small>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">個人の場合は、認証アカウントのうちプレミアムもしくはXプレミアムアカウントのクリエイター（ベーシックアカウントは対象外）組織の場合は、事業者アカウントのクリエイター（政府機関／非営利団体等のアカウントは対象外）18歳以上であることフォロワー数が500人以上であること過去30日間アクティブであること	<small>注1.1, 1.12</small>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	<small>注1.1, 1.12</small>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">「サブスクリプション金額×サブスクリプション数」で決まり、インプレッションやコンテンツの質は関係しないXの全ての収益化商品を通じてXから得た生涯収入が5万米ドルに達するまでは、Xがサブスクリプションで得た収益からアプリ内購入手数料を差し引いた後の最大97%*を得ることができる* <p>注記: 生涯収入が5万米ドルに達した場合、Xが得た収益からアプリ内購入手数料を差し引いた後の金額の最大80%を得ることができる</p>	<small>注1.1, 1.12</small>

有料パートナーシップとは、クリエイターがコンテンツ内で商品やサービスの宣伝を行うことができるシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

4. 有料パートナーシップ（具体的な開始日の記載なし） 注1.13

概要	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターは、コンテンツ内で商品やサービスの宣伝を行うことができる・ 投稿が有料パートナーシップである場合、「#広告」、「#有料パートナーシップ」、「#スポンサー」といったハッシュタグをコンテンツに含める必要がある <p style="text-align: right;">注1.14</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・ Xルールや有料パートナーシップルール、X広告ポリシー、その国の法令等を順守すること
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・ 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）・ 有料パートナーシップに関する情報が明確かつ分かりやすく開示されていないコンテンツについては、強制的措置が取られる場合がある
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・ インプレッションが要素として入っているかも含め、クリエイターとブランドとの個別契約に依拠する



YouTubeについて

YouTubeは、2005年に米国で創立され、主に動画コンテンツやライブ配信の投稿・閲覧ができるSNSである

	サービス名	YouTube	運営会社	Google合同会社
YouTube	ユーザー数	アクティブユーザー数7,000万人/月（日本） （2022年時点） <small>注2.1</small>	所在地	〒106-6126 東京都港区 六本木 6-10-1 六本木ヒルズ森タワー
	創立者	チャド・ハーリー（米）、スティーブ・チエン（米）、 ジョード・カリム（米）	創立年	2005



サービス概要

- 動画コンテンツやライブ配信をメインにしたSNSで、ユーザーは自身の興味関心のあるコンテンツを投稿・閲覧することができる
- ライブ配信や動画に対するコメントにおいて、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる

ユーザー分類

【ユーザー分類】※収益化とは無関係

- アカウント登録なしユーザー
- アカウントありの無料ユーザー
- Premiumユーザー
 - YouTube PremiumはWebブラウザ経由契約の場合、月額1,280円である
 - Premiumユーザーの場合以下の特典がある（一部抜粋）
 - 動画を広告なしで視聴可能
 - モバイルデバイスに動画や再生リストを一時保存して、オフラインで再生可能
 - 他のアプリを使用しているときや画面がオフになっているときでも、動画再生が可能
 - YouTube Music Premiumを無料で利用可能
 - Google HomeやChromecast Audioで音楽とポッドキャストを利用可能

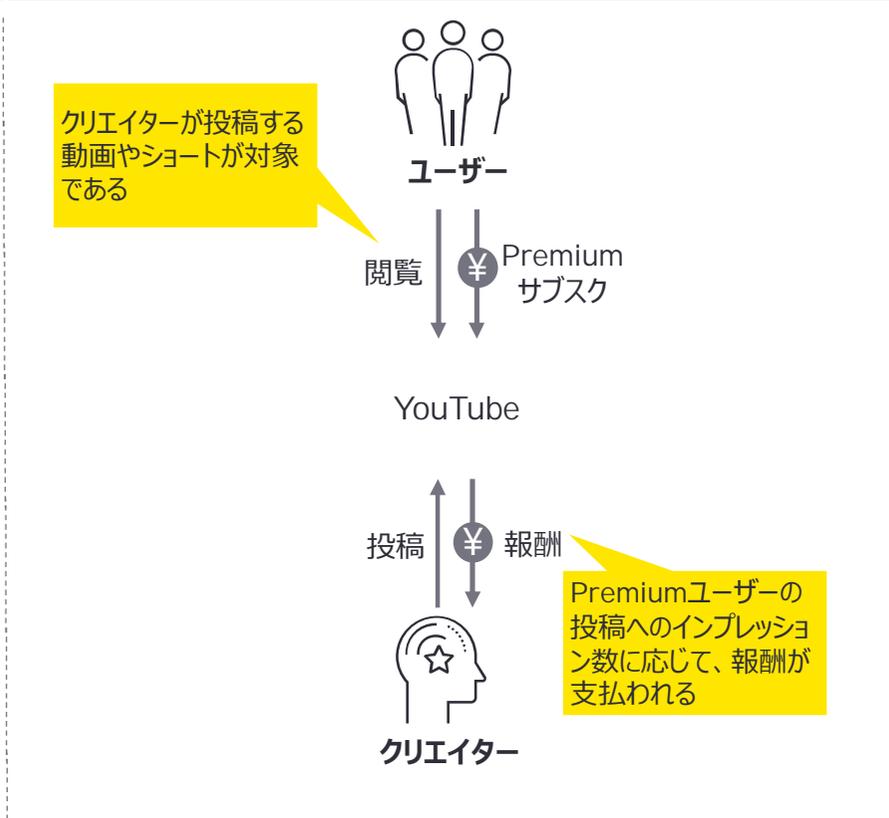
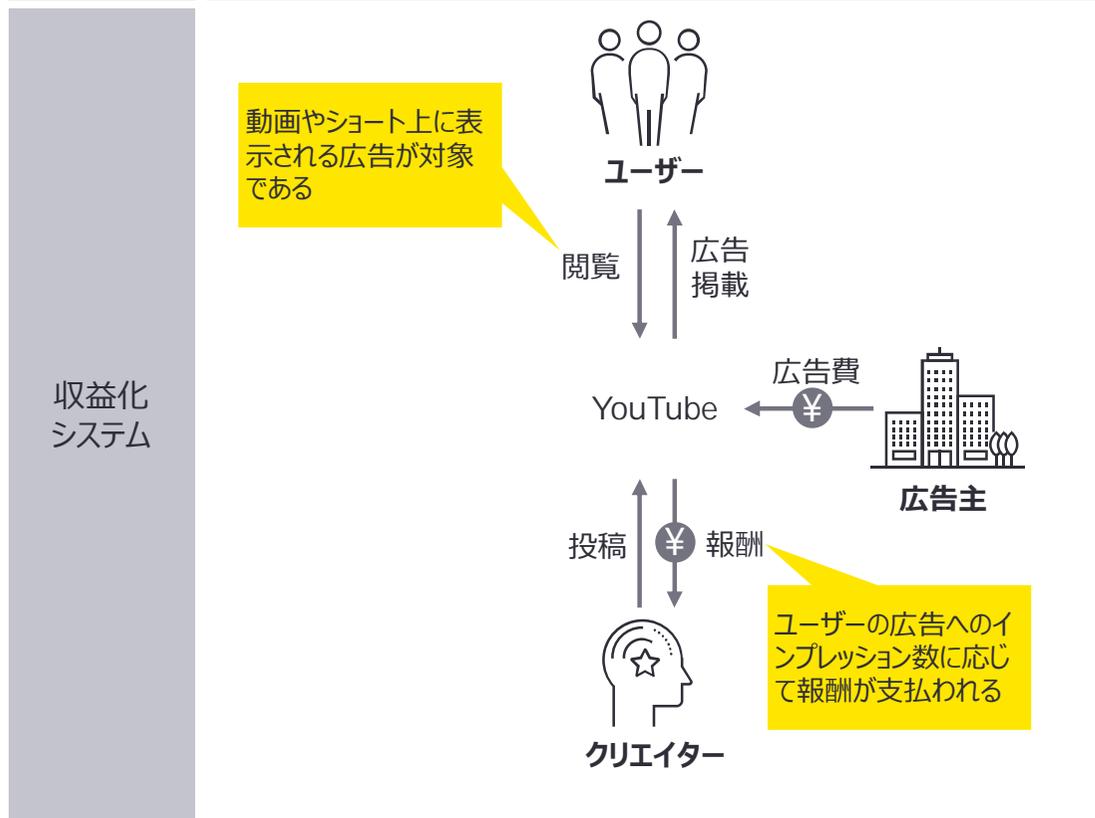
【認証チャンネル】✔ ※収益化とは無関係

- チャンネル登録者が10万人以上の場合、認証申請をすることができる
- チャンネルの正真性（クリエイターが本当に存在していること等）や完全性（公開チャンネルでありアクティブであること等）を基準に審査される
 ※登録者数が10万人未満の場合でも、YouTube以外でも広く認知されているチャンネルであれば、先を見越して認証が付くことがある

注2.2, 2.9

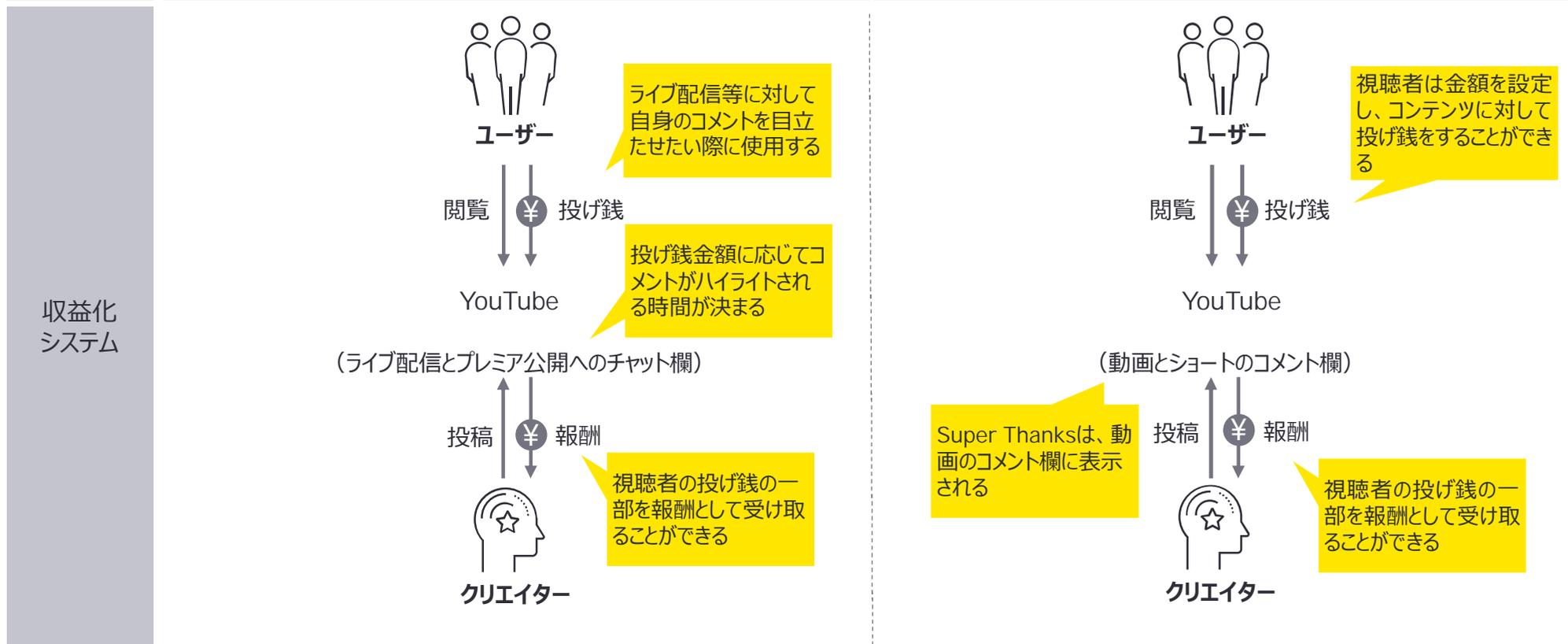
YouTubeで収益を得る方法は5種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する（1/3）

公式サービス名	1. 広告収入	2. YouTube Premiumの収益
収益化分類	 広告分配系	 広告分配系
概要	クリエイターの投稿する動画とショートに表示される広告に対するインプレッション数に応じて、YouTubeからクリエイターに対して報酬が支払われるシステム	YouTube Premiumユーザーのインプレッションに数に応じて、YouTubeからクリエイターに対して報酬が支払われるシステム



YouTubeで収益を得る方法は5種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (2/3)

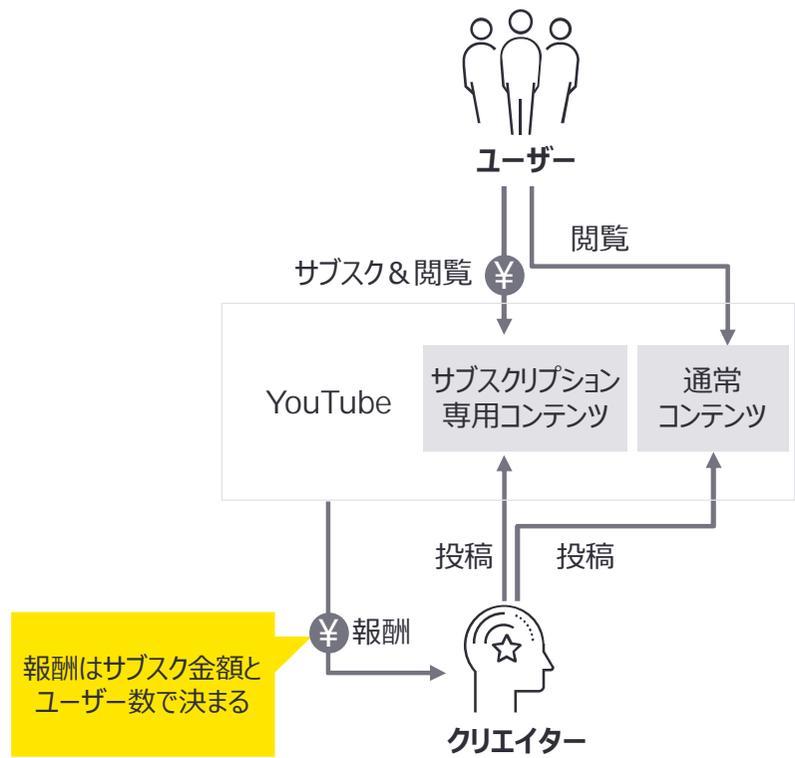
公式サービス名	3. Super Chat と Super Stickers	4. Super Thanks
収益化分類	 投げ銭系	 投げ銭系
概要	ユーザーはライブ配信やプレミア公開中にSuper Chat と Super Stickersを送ることができ、その収益の一部をYouTubeがクリエイターに対して報酬として支払うシステム	ユーザーはショート動画や長尺動画に対してSuper Thanksを送ることができ、その収益の一部をYouTubeがクリエイターに対して報酬として支払うシステム



YouTubeで収益を得る方法は5種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (3/3)

公式サービス名	5. サブスクリプション
収益化分類	 コンテンツ課金系
概要	ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、YouTubeが収益の一部をクリエイターに対して支払うシステム

収益化システム



広告収入とは、クリエイターの投稿する動画とショートに表示される広告に対するインプレッション数に応じて、YouTubeからクリエイターに対して報酬が支払われるシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

1. 広告収入 (2012年) 注2.3

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、動画再生ページ広告とショートフィード広告から、それらの再生回数に応じて収益を得ることができる <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格	<p>YouTube パートナー プログラム (YPP) に参加した上で、以下のチャンネル基準と最小資格要件を満たす必要がある</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネル基準 <ul style="list-style-type: none"> チャンネル登録者数1,000人 次のいずれかを満たしている <ul style="list-style-type: none"> 公開されている長尺動画の過去365日間における総再生時間が4,000時間以上 公開されているショート動画の過去90日間の視聴回数が1,000万回以上 最小資格要件 <ul style="list-style-type: none"> 18歳以上である、またはYouTube向けAdSense経由での支払いに対応可能な18歳以上の法的保護者がいること YouTubeパートナー プログラムを利用できる国や地域に居住していること 関連する契約モジュールに同意していること 広告掲載に適したコンテンツのガイドラインに準拠したコンテンツを作成していること チャンネルが収益化の条件を下回った場合でも、収益化の資格が自動的に取り消されることはないが、6か月以上チャンネルの活動がなく、アップロードやコミュニティへの投稿が行われていない場合、YouTubeは独自の裁量により、条件を満たさなくなったチャンネルの収益化の資格を取り消す場合がある <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> チャンネル内のどの動画やショートが広告掲載に適しているか審査・判断され、広告を掲載できるコンテンツではないと判断された場合は広告が付かない 広告を掲載できるコンテンツとは、暴力、アダルトコンテンツ、危険ドラッグや薬物に関連するコンテンツに該当しないものを示す 審査結果に納得いかない場合は、「人間」によるコンテンツ審査をリクエストすることができる <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>

YouTube Premiumの収益とは、YouTube Premiumユーザーのインプレッション数に応じて、YouTubeからクリエイターに対して報酬が支払われるシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

2. YouTube Premiumの収益（具体的な開始日の記載なし）

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、YouTube Premiumユーザーがコンテンツを視聴した場合、その収益の一部をYouTubeから得ることができる <p style="text-align: right;">注2.4</p>
収益化資格	<p>YouTube パートナー プログラム（YPP）に参加した上で、以下のチャンネル基準と最小資格要件を満たす必要がある</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネル基準 <ul style="list-style-type: none"> チャンネル登録者数1,000人 次のいずれかを満たしている: <ul style="list-style-type: none"> 公開されている長尺動画の過去365日間における総再生時間が4,000時間以上 公開されているショート動画の過去90日間の視聴回数が1,000万回以上 最小資格要件 <ul style="list-style-type: none"> 関連する契約モジュールに同意している 作成したコンテンツがYouTube Premium加入ユーザーに視聴される チャンネルが収益化の条件を下回った場合でも、収益化の資格が自動的に取り消されることはないが、6か月以上チャンネルの活動がなく、アップロードやコミュニティへの投稿が行われていない場合、YouTubeは独自の裁量により、条件を満たさなくなったチャンネルの収益化の資格を取り消す場合がある <p style="text-align: right;">注2.4</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;">注2.4</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> YouTube Premiumユーザーによるコンテンツの視聴時間に基づいて、動画クリエイターに分配される インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;">注2.4</p>

Super ChatとSuper Stickersとは、ユーザーがライブやプレミア公開中に送り、獲得数に応じて、その収益の一部をYouTubeがクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

3. Super ChatとSuper Stickers (Super Chat: 2017年開始、Super Stickers : 2019年開始) 注2.5, 2.6

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、ライブ配信やプレミア公開の最中にSuper ChatとSuper Stickers (投げ銭) を視聴者から受け取ることができる 視聴者は、Super Chatを購入することでチャット内で自分のメッセージを目立たせることができ、Super Stickersを購入することでチャット内に表示されるアニメーション画像を使用できる <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格	<p>YouTube パートナー プログラム (YPP) に参加した上で、以下のチャンネル基準と最小資格要件を満たす必要がある</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネル基準 <ul style="list-style-type: none"> チャンネル登録者数が500人以上 過去90日間でアップロードした公開動画が3本以上 次のいずれかを満たしている: <ul style="list-style-type: none"> 公開されている長尺動画の過去365日間における総再生時間が3,000時間以上 公開されているショート動画の過去90日間の視聴回数が300万回以上 最小資格要件 <ul style="list-style-type: none"> 18歳以上である Super ChatとSuper Stickersを利用できる国や地域に居住している 課金型製品モジュールまたは以前入手可能だった課金型製品に関する覚書に同意している チャンネルが収益化の条件を下回った場合でも、収益化の資格が自動的に取り消されることはないが、6か月以上チャンネルの活動がなく、アップロードやコミュニティへの投稿が行われていない場合、YouTubeは独自の裁量により、条件を満たさなくなったチャンネルの収益化の資格を取り消す場合がある <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合、はSuper Chat と Super Stickersを受け取れない <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> Googleによって確認されたSuper ChatとSuper Stickers収益の70%がクリエイターに支払われる 70%は、収益の総額から地方消費税やApp Storeの手数料 (iOS の場合) を差し引いた額から計算される 現在、取引コスト (クレジットカード手数料を含む) はYouTubeが負担している コンテンツの質は、収益還元基準に関係しない <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>

Super Thanksとは、ユーザーがショート動画や長尺動画に対して送り、獲得数に応じて、その収益の一部をYouTubeがクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

4. Super Thanks (2021年7月開始) 注2.7

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、動画やショートに対してSuper Thanks（投げ銭）を視聴者から受け取ることができる 視聴者は、Super Thanksを購入することでコメント欄で自分のメッセージを目立たせることができる <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格	<p>YouTube パートナー プログラム（YPP）に参加した上で、以下のチャンネル基準と最小資格要件を満たす必要がある</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネル基準 <ul style="list-style-type: none"> チャンネル登録者数が500人以上 過去90日間でアップロードした公開動画が3本以上 次のいずれかを満たしている： <ul style="list-style-type: none"> 公開されている長尺動画の過去365日間における総再生時間が3,000時間以上 公開されているショート動画の過去90日間の視聴回数が300万回以上 最小資格要件 <ul style="list-style-type: none"> 18歳以上である Super Chat と Super Stickersを利用できる国や地域に居住している 課金型製品モジュールまたは以前入手可能だった課金型製品に関する覚書に同意している SRAV（※）契約の下で運営されている音楽チャンネルではない <p>※Sound Recording Audio Visualの略で、アーティストチャンネルを示す</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネルが収益化の条件を下回った場合でも、収益化の資格が自動的に取り消されることはないが、6か月以上チャンネルの活動がなく、アップロードやコミュニティへの投稿が行われていない場合、YouTubeは独自の裁量により、条件を満たさなくなったチャンネルの収益化の資格を取り消す場合がある <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、Super Thanksを受け取れない <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> Googleによって確認されたSuper Thanks収益の70%がクリエイターに支払われる 70%は、収益の総額から地方消費税やApp Storeの手数料（iOS の場合）を差し引いた額から計算される 現在、取引コスト（クレジットカード手数料を含む）はYouTubeが負担している コンテンツの質は、収益還元基準に関係しない <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>

チャンネルメンバーシップとは、ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、YouTubeが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

5. チャンネルメンバーシップ（2018年開始）注2.8

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、メンバー限定コンテンツを作成することができる ユーザーは、月額料金を支払いクリエイターのメンバーシップチャンネルをサブスクライブすることにより、限定コンテンツを視聴することができる <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格	<p>YouTube パートナー プログラム（YPP）に参加した上で、以下のチャンネル基準と最小資格要件を満たす必要がある</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネル基準 <ul style="list-style-type: none"> チャンネル登録者数が500人以上 過去90日間でアップロードした公開動画が3本以上 次のいずれかを満たしている： <ul style="list-style-type: none"> 公開されている長尺動画の過去365日間における総再生時間が3,000時間以上 公開されているショート動画の過去90日間の視聴回数が300万回以上 最小資格要件 <ul style="list-style-type: none"> 18歳以上である チャンネルメンバーシップを利用できる国や地域に居住している 課金型製品モジュールまたは以前入手可能だった課金型製品に関する覚書に同意している チャンネルが子ども向けとして設定されておらず、子ども向けに設定された動画や、対象外の動画の数が多くない SRAV（※）契約の下で運営されている音楽チャンネルではない <p>※Sound Recording Audio Visualの略で、アーティストチャンネルを示す</p> <ul style="list-style-type: none"> チャンネルが収益化の条件を下回った場合でも、収益化の資格が自動的に取り消されることはないが、6か月以上チャンネルの活動がなく、アップロードやコミュニティへの投稿が行われていない場合、YouTubeは独自の裁量により、条件を満たさなくなったチャンネルの収益化の資格を取り消す場合がある <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> 「サブスクリプション金額×サブスクリプション数」で決まり、インプレッションやコンテンツの質は関係しない <p style="text-align: right;"><small>注2.4</small></p>

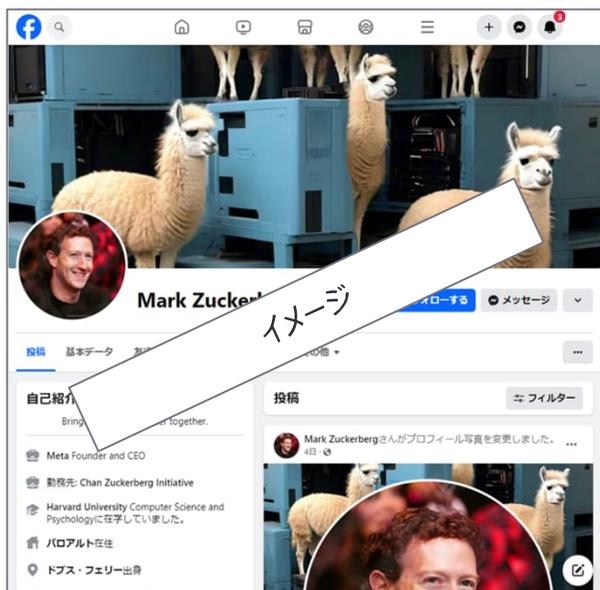


Facebookについて

Facebookは、2004年に米国で創立され、主にテキストや動画コンテンツの投稿・閲覧ができるSNSである



サービス名	Facebook	運営会社	Meta Platforms Technologies Japan合同会社
ユーザー数	アクティブユーザー数2,600万人/月/日本 (2019年時点) <small>注3.1</small>	所在地	〒1050001 東京都港区虎ノ門1丁目17番1号虎ノ門ヒルズビジネスタワー
創業者	マーク・ザッカーバーグ (米)	創立年	2004



サービス概要

- テキストや動画コンテンツをメインにしたSNSで、ユーザーは自身の興味関心のあるコンテンツを投稿や閲覧することができる
- ライブ配信や動画に対するコメントにおいて、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる

ユーザー分類

【ユーザー（アカウント）分類】

- 個人／クリエイターアカウント（無料）
- ビジネスアカウント（無料）

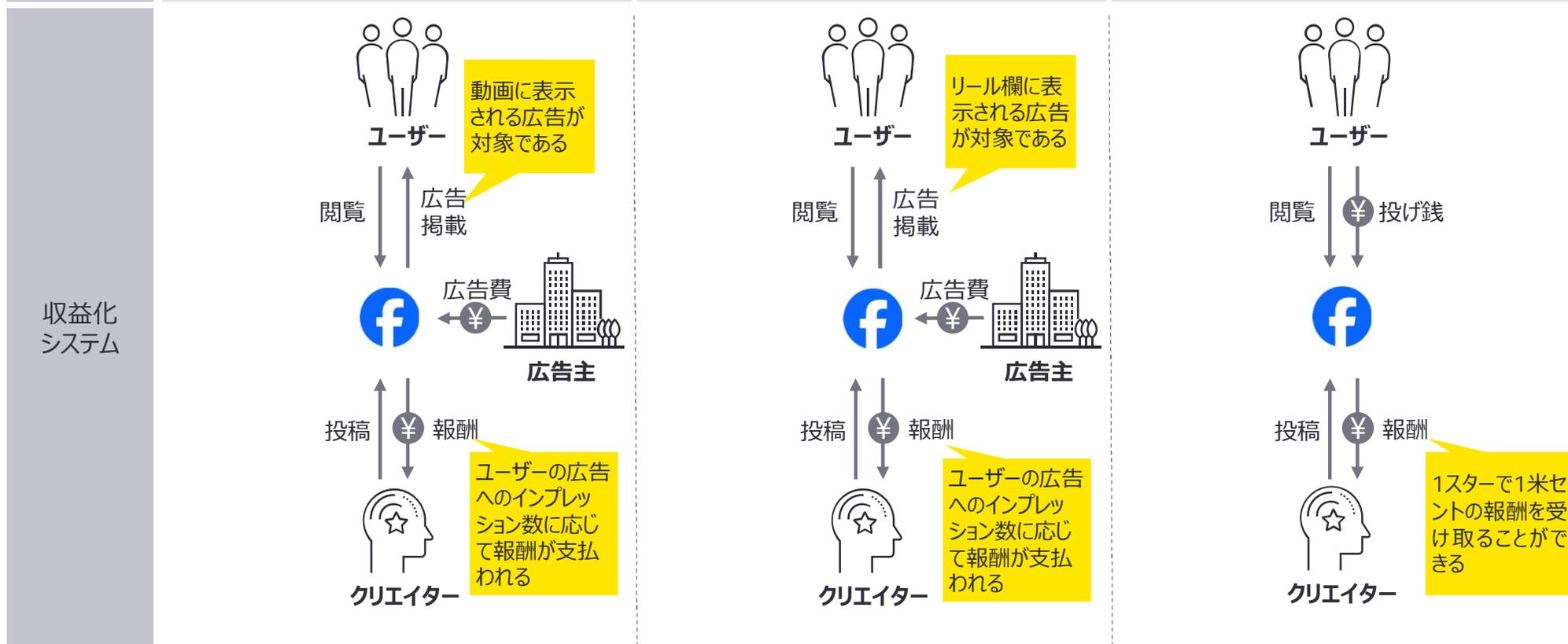
【Meta認証】※収益化とは無関係

- 個人／クリエイターおよびビジネスアカウントは、Meta認証（有料）を得ることができる
 - Meta認証得たアカウントは、「」の認証バッジが付く
 - Meta認証のためには、公的機関発行の写真付き本人確認書類の写真をアップロードして本人確認が必要である
 - 個人／クリエイター用のMeta認証は、Webブラウザ経由契約の場合、月額11.99米ドルである
 - ビジネス用のMeta認証は、Webブラウザ経由契約の場合、月額21.99米ドルである
- 公人、著名人、有名人、ブランドとして特定の要件を満たしており、既に認証バッジを取得しているFacebookアカウントは、無料で認証バッジが付く

注3.2

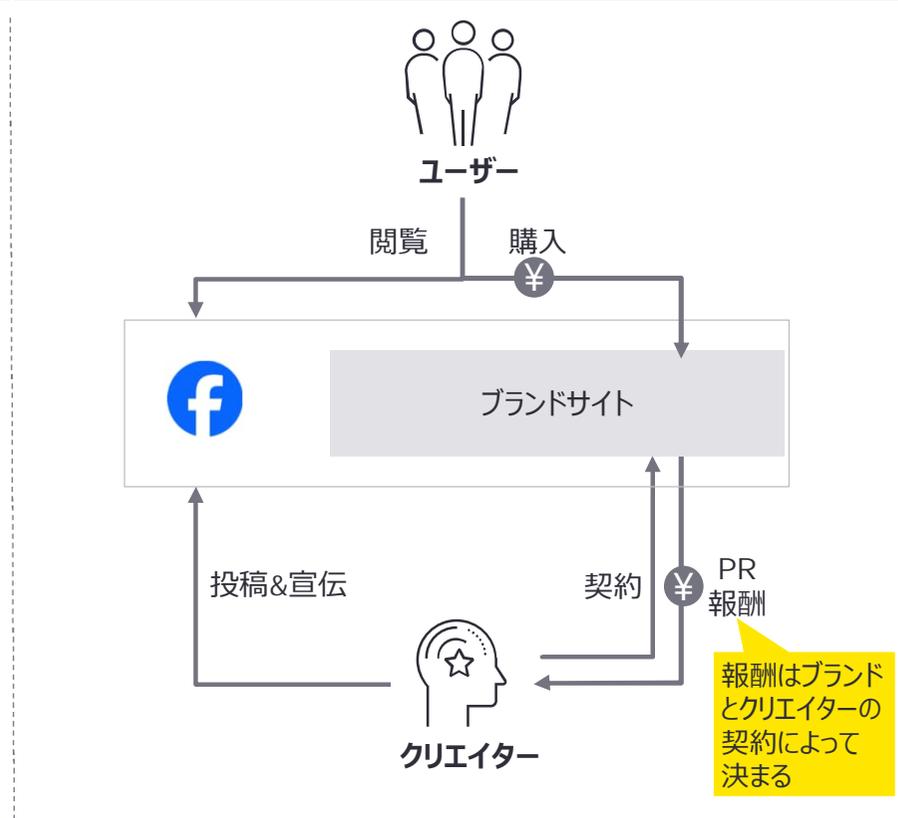
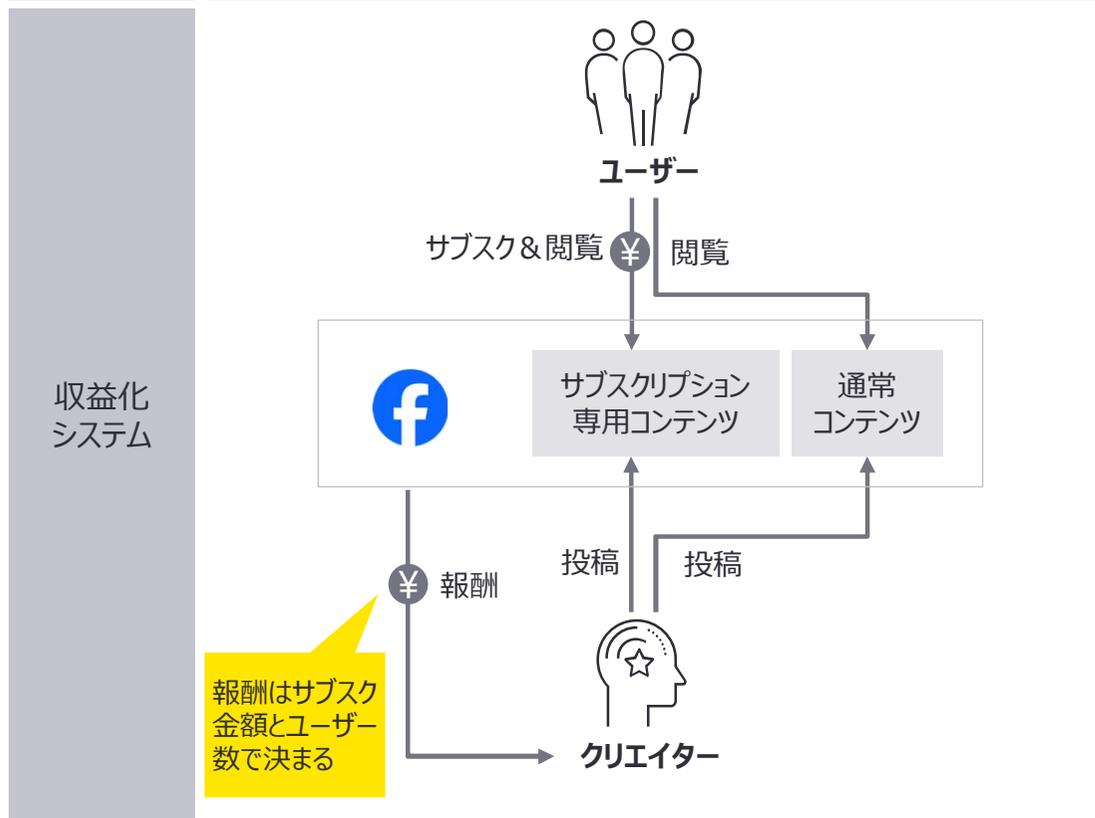
Facebookで収益を得る方法は5種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (1/2)

公式サービス名	1. インストリーム広告	2. Facebookリール広告	3. Facebookスター
収益化分類	 広告分配系	 広告分配系	 投げ銭系
概要	動画に挿入される短時間広告のインプレッション数に応じて、Facebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	リール動画に挿入される広告のインプレッション数に応じて、Facebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	ユーザーはオンデマンド動画やライブ配信中にスターを送り、スター数に応じてFacebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステム



Facebookで収益を得る方法は5種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (2/2)

公式サービス名	4. サブスクリプション	5. ブランドコラボマネージャ
収益化分類	 コンテンツ課金系	 商品・サービスPR系
概要	ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、Facebookが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステム	クリエイターがコンテンツ内で商品やサービスの宣伝を行うことができるシステム



インストリーム広告とは、動画に挿入される短時間広告のインプレッション数に応じて、Facebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

1. インストリーム広告 (2021年11月25日開始) 注3.3

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、自身の対象動画に挿入される短時間広告のインプレッション数に応じて収益を得ることができる 対象動画は、ライブ動画もしくはオンデマンド動画である <p style="text-align: right;"><small>注3.4</small></p>
収益化資格	<p>【収益化資格】</p> <ul style="list-style-type: none"> パートナー収益化ポリシー (※) に定める条件を満たし、その状態を維持すること 動画を公開するページ (プロフィールは不可) のフォロワーが10,000人以上であること 過去60日間に動画が再生された長さが合計で600,000分以上であること 常に5つ以上の動画をページ内でアクティブにしていること 18歳以上であること インストリーム広告を利用できる国に居住していること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p>【収益化資格停止条件】</p> <ul style="list-style-type: none"> アクティブでない期間が60日以上続くと、インストリーム広告で収益化を行うための利用資格に影響が生じる場合がある Metaの裁量により、ページがインストリーム広告を利用できなくなることがある <p style="text-align: right;"><small>注3.4</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある (暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為 等) <p style="text-align: right;"><small>注3.4</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;"><small>注3.4</small></p>

Facebookリール広告とは、リール動画に挿入される広告のインプレッション数に応じて、Facebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

2. Facebookリール広告（2022年3月開始） 注3.5

概要	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターは、自身のリール動画に挿入される広告のインプレッション数に応じて収益を得ることができる・ リール広告には、主にオーバーレイ広告とポストループ広告の2種類の広告挿入方法がある<ul style="list-style-type: none">・ オーバーレイ広告とは、リール動画の上に覆（おお）いかぶさって表示される広告を示す・ リール動画がループされた後にリール動画のコンテンツに表示される4秒以上の動画広告を示す	注3.6
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・ 質の高い（※1）オリジナルのリールコンテンツを作成すること・ 18歳以上であること・ ページまたはプロフェッショナルモードを使用するクリエイターであること・ Facebookのパートナー収益化ポリシーおよびコンテンツ収益化ポリシー（※2）に定める条件を満たし、その状態を維持すること・ Facebookリール広告に招待されているか、インストリーム広告を既に利用していること <p>※1具体的な定義や基準は示されていない ※2具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>	注3.6
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・ 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注3.6
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・ インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし・ Metaが独自に評価したコンテンツの質は、収益化資格条件としては検討されているものの、収益還元基準に影響するかは不明である	注3.6

Facebookスターとは、ユーザーがオンデマンド動画やライブ配信中にスターを送り、スター数に応じて、Facebookがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

3. Facebookスター（2023年1月開始）

注3.7

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、オンデマンド動画やライブ配信でユーザーからスターを集め、集めたスターの数に応じて収益を得ることができるリール、オンデマンド動画、ライブがスターの対象である	注3.8
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">コミュニティ規定（※）を満たすことパートナー収益化ポリシー（※）に定める条件を満たしてその状態を維持すること60日以上連続で1,000人のフォロワーがいることスターを利用できる国に居住していることスター利用規約に同意すること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>	注3.8
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注3.8
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">ファンから贈られたスター1個につき、クリエイターはMetaから1米セントを受け取れるコンテンツの質は関係しない	注3.8

サブスクリプションとは、ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、Facebookが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類：  コンテンツ課金系

4. サブスクリプション（具体的な開始日の記載なし、Instagramのサブスクリプションと同じであれば2023年7月開始）

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、有料のメンバー限定コンテンツを作成することができるユーザーは、月額料金を支払いクリエイターをサブスクライブすることにより、限定コンテンツを視聴することができる	注3.9
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">Meta収益化ポリシー（※）に準拠していることファンファンディングクリエイター規約（※）に準拠していることAppleのApp Storeガイドラインの「サブスクリプション」に関するセクションに準拠していることページの要件として、フォロワー1万人またはリポート視聴者250人以上、および過去60日間に以下のいずれかを達成していること<ul style="list-style-type: none">投稿のエンゲージメント50,000件視聴時間180,000分 <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>	注3.9
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注3.9
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">「サブスクリプション金額×サブスクリプション数」で決まり、インプレッションやコンテンツの質は関係しない	注3.9

ブランドコラボマネージャとは、クリエイターがコンテンツ内で商品やサービスの宣伝を行うことができるシステムである

収益システム分類： 商品・サービスPR系

5. ブランドコラボマネージャ（具体的な開始日の記載なし）

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、ブランドと提携して商品等を宣伝することができる <p style="text-align: right;">注3.10</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none"> Facebookのブランドコンテンツポリシー（※）を順守していること パートナー収益化ポリシー（※）を順守していること フォロワーが1,000人以上おり、以下の条件を少なくとも1つ満たしていること <ul style="list-style-type: none"> 過去60日間で、投稿のエンゲージメント（利用者が投稿に対して、「いいね!」、コメント、シェア等のアクションを実行した回数）が15,000件 過去60日間で、再生時間が180,000分 過去60日間で、3分間の動画の1分再生数が30,000回 申請するページのページ管理者であること ブランドコラボマネージャの提供対象地域を所在地とするページを所有していること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;">注3.10</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;">注3.10</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> インプレッションが要素として入っているかも含め、クリエイターとブランドとの個別契約に依拠する <p style="text-align: right;">注3.10</p>

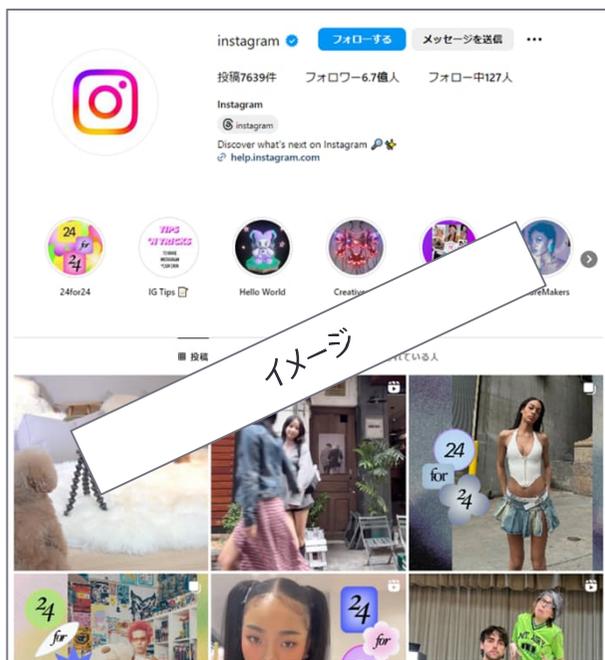


Instagramについて

Instagramは、2010年に米国で創立され、主に画像・動画コンテンツの投稿・閲覧ができるSNSである



サービス名	Instagram	運営会社	Meta Platforms Technologies Japan合同会社
ユーザー数	アクティブユーザー数3,300万人/月（日本） （2019年時点） <small>注1.1</small>	所在地	〒1050001 東京都港区虎ノ門1丁目17番1号虎ノ門ヒルズビジネスタワー
創業者	ケビン・シストロム（米）、マイク・クリーガ（米）	創立年	2010



サービス概要

- 写真および動画コンテンツをメインにしたSNSで、ユーザーは自身の興味関心のあるコンテンツを投稿や観覧することができる
- ライブ配信や写真や動画に対するコメントにおいて、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる

ユーザー分類

【ユーザー（アカウント）分類】

- 個人アカウント（無料）
- プロアカウント（無料）
 - クリエイターアカウント（主に公人・著名人、コンテンツプロデューサー、アーティスト、インフルエンサーが利用）
 - ビジネスアカウント（主に成長と顧客へのリーチを目指すビジネスが利用）

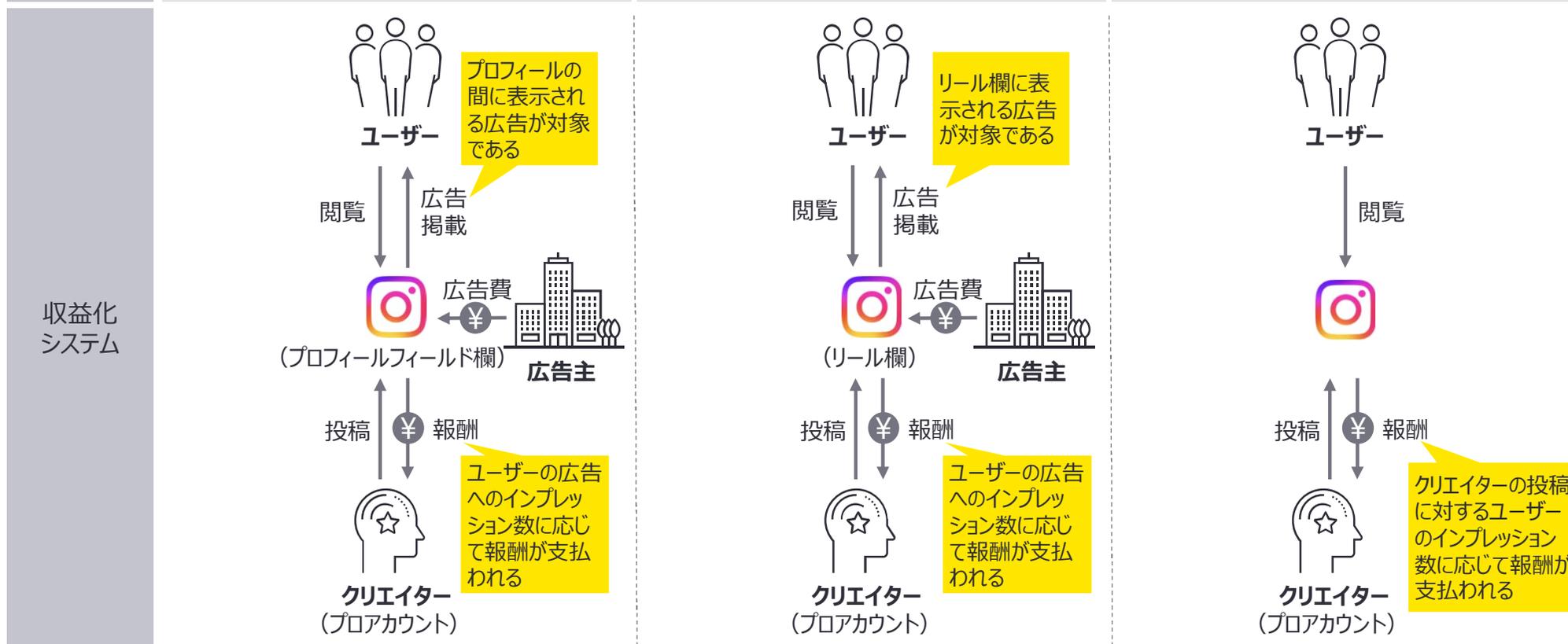
【Meta認証】※収益化とは無関係

- 個人およびプロアカウントは、Meta認証（有料）を得ることができる
 - Meta認証を得たアカウントは、「」の認証バッジが付く
 - Meta認証のためには、公的機関発行の写真付き本人確認書類の写真をアップロードして本人確認が必要である
 - 個人/クリエイター用のMeta認証は、Webブラウザ経由契約の場合、月額11.99米ドルである
 - ビジネス用のMeta認証は、Webブラウザ経由契約の場合、月額21.99米ドルである
- 公人、著名人、有名人、ブランドとして特定の要件を満たしており、既に認証バッジを取得しているInstagramアカウントは、無料で認証バッジが付く

注4.2, 4.3, 4.4

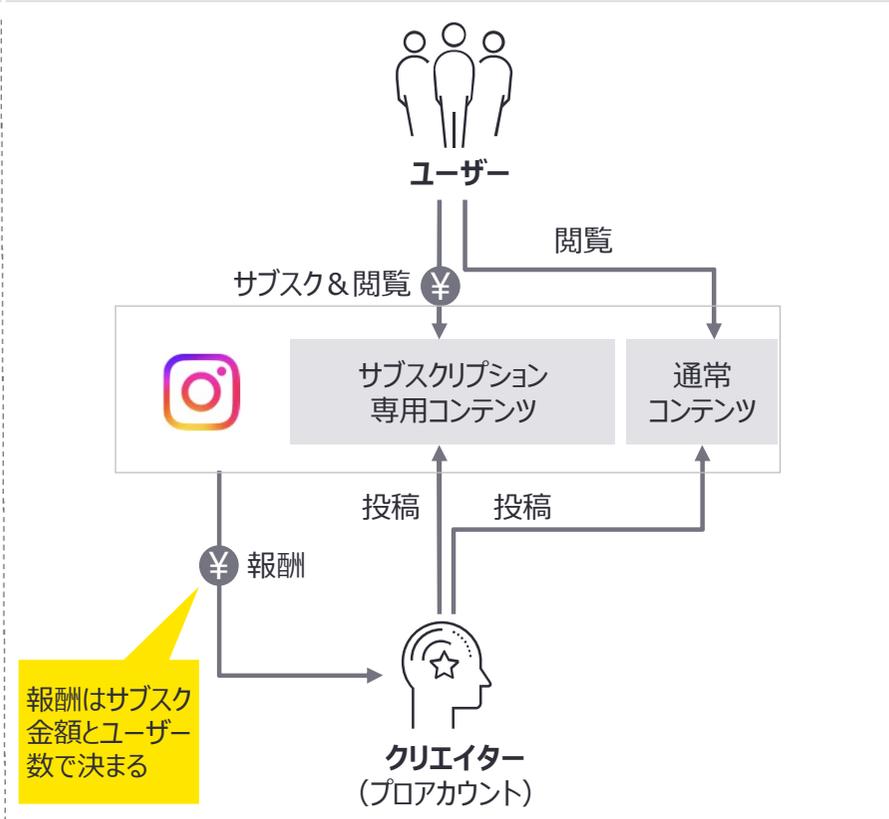
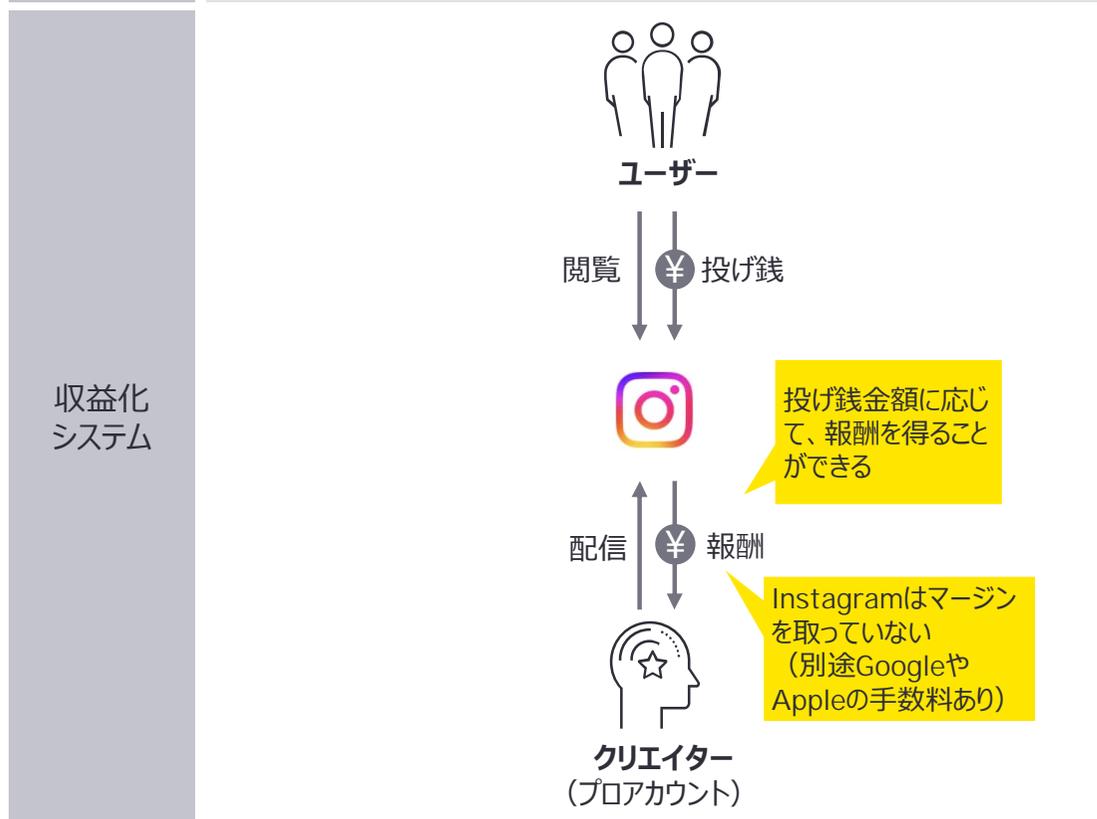
Instagramで収益を得る方法は7種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (1/3)

公式サービス名	1. Instagram プロフィール広告	2. Instagram リール広告	3. Instagram ボーナス
収益化分類	 広告分配系	 広告分配系	 広告分配系
概要	プロフィールフィードの間に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	リールの間に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	コンテンツに対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステム



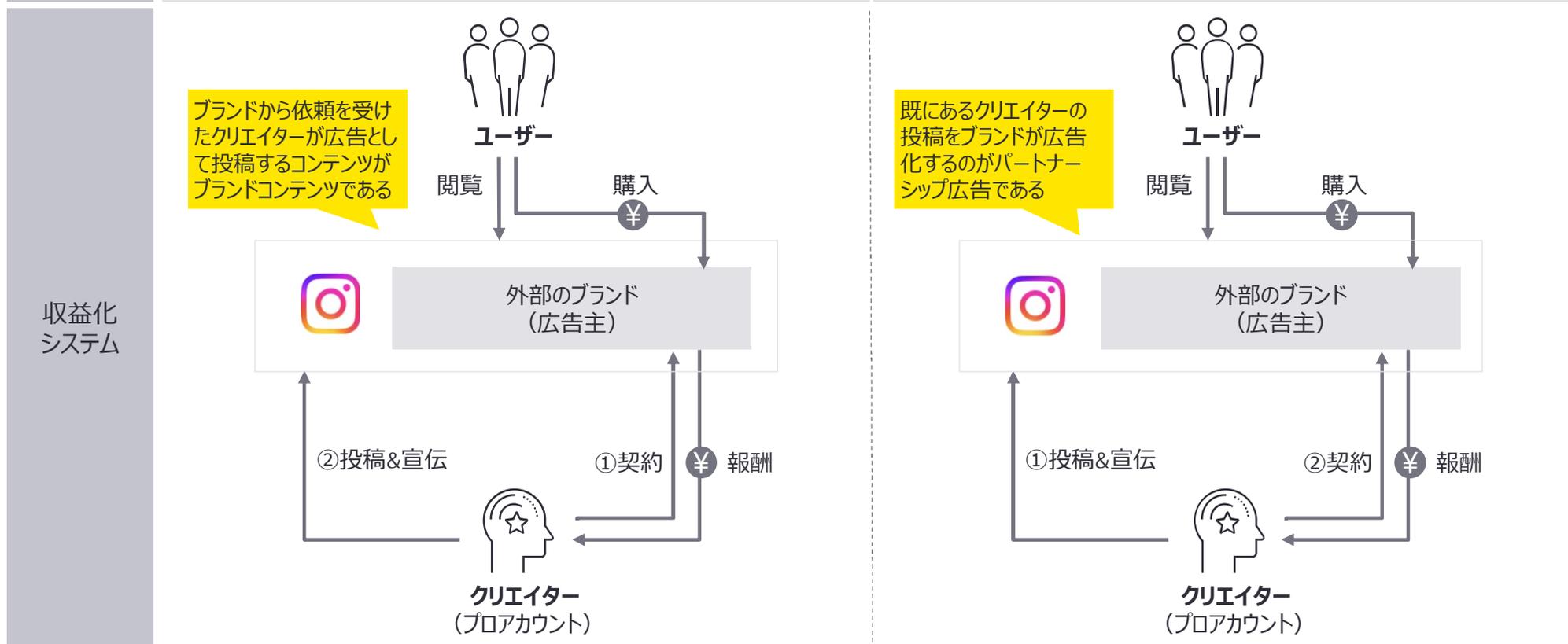
Instagramで収益を得る方法は7種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (2/3)

公式サービス名	4. ライブ配信バッジ	5. サブスクリプション
収益化分類	 投げ銭系	 コンテンツ課金系
概要	ユーザーはライブ配信中にバッジ（投げ銭）を送ることができ、バッジ数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、Instagramが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステム



Instagramで収益を得る方法は7種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (3/3)

公式サービス名	6. ブランドコンテンツ	7. パートナーシップ広告
収益化分類	 商品・サービスPR系	 商品・サービスPR系
概要	クリエイターがコンテンツ内でタグ付けや説明を行い、他ブランドの商品を宣伝することができるシステム	クリエイターは投稿を広告使用可能なコンテンツとして設定することができ、広告主がクリエイターに対して当該コンテンツの使用許可を取り、その後当該コンテンツが広告として運用されるシステム



Instagramプロフィールフィード広告とは、プロフィールフィードの間に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

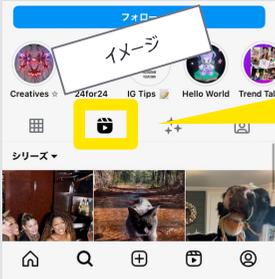
1. Instagramプロフィールフィード広告（2022年10月開始） 注4.5

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none">プロフィールフィード広告はInstagramプロフィールのフィードビュー欄に掲載されるクリエイターは、プロフィールフィードにアクセスしたユーザーの、コンテンツの間に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramから報酬を得ることができる広告の掲載はInstagramが行う <p>※ Instagramプロフィールフィード広告の収益化は現在テスト中であり、現時点では一部のアカウントでのみ利用可能である</p>	 <p>注4.6</p>
<p>収益化資格</p>	<ul style="list-style-type: none">Instagramのパートナー収益化ポリシーに定める条件を満たし、その状態を維持することInstagramのプロアカウント（ビジネス/クリエイター）であること18歳以上であること米国、日本、韓国、カナダに居住していること <p>※ Instagramプロフィールフィード広告の収益化資格を満たしているアカウントのうち、Instagramから招待されたアカウントのみが参加可能で、招待はメールとInstagramアカウントへのアプリ内で通知される</p>	<p>注4.6</p>
<p>収益化資格剥奪条件</p>	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	<p>注4.6</p>
<p>収益還元基準</p>	<ul style="list-style-type: none">コンテンツの所有権に関する申し立てやその他の調整により、実際の収益額と異なる可能性があるインプレッションに対する収益計算式に関する情報はなしコンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし	<p>注4.6</p>

Instagramリール広告とは、リールの中に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

2. Instagramリール広告（2022年10月ごろ開始）（具体的な開始日の記載なし）

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none">リール広告はリール欄に掲載されるクリエイターは、リールにアクセスしたユーザーの、コンテンツの間に挿入された広告に対するインプレッション数に応じて、Instagramから報酬を得ることができる広告の掲載はInstagramが行う <p>※ Instagramプロフィールフィード広告の収益化は現在テスト中であり、現時点では一部のアカウントでのみ利用可能である</p>	 <p>リール広告とは、クリエイターのリール欄から閲覧できるクリエイターコンテンツの間に表示される広告である</p> <p>注4.7, 4.8</p>
<p>収益化資格</p>	<ul style="list-style-type: none">Instagramのパートナー収益化ポリシーに定める条件を満たし、その状態を維持することInstagramのプロアカウント（ビジネス／クリエイター）であること18歳以上であること米国、日本、韓国、カナダに居住していること <p>※ Instagramプロフィールフィード広告の収益化資格を満たしているアカウントのうち、Instagramから招待されたアカウントのみが参加可能で、招待はメールとInstagramアカウントへのアプリ内で通知される</p> <p>注4.7, 4.8</p>	
<p>収益化資格剥奪条件</p>	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p>注4.7, 4.8</p>	
<p>収益還元基準</p>	<ul style="list-style-type: none">獲得できる収益は、収益化の対象になるリール動画が再生された回数に基づき、Metaが独自に判定する特定の再生が収益化の対象になるかどうか、およびその再生で得られる収益額は、視聴者の居住地やリール動画の公開時期等、複数の要因によって決まる1回の再生で獲得できる金額が時間の経過で変化する可能性もあるインプレッションに対する収益計算式に関する情報はなしコンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p>注4.7, 4.8</p>	

Instagramボーナスとは、コンテンツに対するインプレッション数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

3. Instagramボーナス（2023年10月ごろ開始）（具体的な開始日の記載なし）

概要	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターは、ユーザーのコンテンツに対するインプレッション数に応じて、Instagramから直接収益を得ることができる・ Instagramボーナス対象コンテンツは、クリエイターが選択および設定をする・ ボーナスを獲得する資格を得ると、オンボーディングしてボーナスの支払いを有効にするよう、Instagramアプリに通知が届く <p style="text-align: right;">注4.9, 4.10</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・ Instagramのプロアカウント（ビジネス／クリエイター）であること・ Instagramからボーナスの支払いを受けるには、Instagramクリエイターインセンティブ規約に記載されている以下のプログラムルールに準拠する必要がある<ul style="list-style-type: none">・ 現在、商品・サービスをPRするブランドコンテンツはボーナスの対象外である・ ボーナスを獲得するには、関連するボーナスプログラムの全ての要件を満たす必要がある・ 各ボーナスプログラムの要件や詳細は、参加者によって異なる場合があり、要件や詳細は各ボーナスプログラムへのオンボーディング時に確認できる・ 誤解を招く行為や不正行為が反映されているコンテンツにはボーナスは支払われない・ この資格は期限切れになることがある・ 有効期限は、Instagramアプリでボーナスにアクセスした際に確認できる <p style="text-align: right;">注4.9, 4.10</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・ 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;">注4.9, 4.10</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・ 獲得額は、ボーナス期間の終了時に確定し、翌月に支払われる・ インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし・ コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;">注4.9, 4.10</p>

ライブ配信バッジとは、ユーザーがライブ配信中にバッジ（投げ銭）を送り、バッジ数に応じて、Instagramがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

4. ライブ配信バッジ（2020年11月開始）注4.11

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、ユーザーが設定した金額（0.99米ドル、1.99米ドル、4.99米ドル）のバッジをライブ配信中に受け取ることができるバッジを購入したユーザーのコメントはライブ配信中にハイライトされるクリエイターは、集めたバッジ数に応じてInstagramから収益を得ることができる <p style="text-align: right;">注4.12, 4.13</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">Instagramのプロアカウント（ビジネス/クリエイター）であることInstagramのパートナー収益化ポリシー（※）とコミュニティガイドライン（※）に準拠していること18歳以上であること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;">注4.12, 4.13</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;">注4.12, 4.13</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">Instagramは手数料を取らないアプリ内でバッジを購入した場合、GoogleとAppleが30%の手数料を取る集めたバッジ数に応じて報酬が決まるため、インプレッションやコンテンツの質は関係しない <p style="text-align: right;">注4.12, 4.13</p>

サブスクリプションとは、ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、Instagramが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

5. サブスクリプション（2023年7月開始）

注4.14

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターは、サブスクリプション登録者限定のライブやストーリーを作成できるユーザーは、月額料金を支払うことでクリエイターの限定コンテンツを見ることができるサブスク金額はクリエイターが各自で設定可能である（月額0.99米ドル～99.99米ドル）	注4.15
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">パートナー収益化ポリシー（※）に準拠していることInstagramのコミュニティガイドライン（※）とコンテンツ収益化ポリシー（※）を順守していることInstagramのプロアカウント（ビジネス/クリエイター）であることフォロワーが10,000人以上いること18歳以上であることInstagramサブスクリプション利用規約に同意すること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>	注4.15
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注4.15
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">実際の支払い金額は、AppleやGoogleへの手数料、返金、チャージバック、税金、支払い時の通貨換算等の影響を受けるため、推定収益に表示される金額とは異なる場合がある「サブスクリプション金額×サブスクリプション数」で決まり、インプレッションやコンテンツの質は関係しない	注4.15

ブランドコンテンツとは、クリエイターがコンテンツ内でタグ付けや説明を行い、他ブランドの商品を宣伝することができるシステムである

収益システム分類： 商品・サービスPR系

6. ブランドコンテンツ（明示されていないが次項のパートナーシップ広告と同時期の開始であれば2019年6月）注4.16

概要	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターは、ブランドやビジネスパートナーと提携し、商品等をタグ付けし宣伝することができる・ クリエイターは、宣伝の報酬としてブランドまたはビジネスパートナーから金銭または他の価値（商品やサービスの無償提供等）を受け取る・ ブランドコンテンツは全て、タイアップ投稿ラベルを使用して、ブランドコンテンツであることを開示する必要がある <p style="text-align: right;"><small>注4.17, 4.18</small></p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・ ブランドコンテンツの利用要件（※）を満たすこと・ Instagramのプロアカウント（ビジネス／クリエイター）であること・ Instagramのコミュニティガイドライン（※）とコンテンツ収益化ポリシー（※）を順守すること <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;"><small>注4.17, 4.18</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・ 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注4.17, 4.18</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターの収益は、クリエイターとブランドやビジネスパートナー間の契約で決定される <p style="text-align: right;"><small>注4.17, 4.18</small></p>

パートナーシップ広告とは、クリエイターが投稿を広告使用可能なコンテンツとして設定し、広告主がクリエイターに当該コンテンツの使用許可を取り、広告として運用するシステムである

収益システム分類： 商品・サービスPR系

7. パートナーシップ広告（2019年6月開始）注4.16

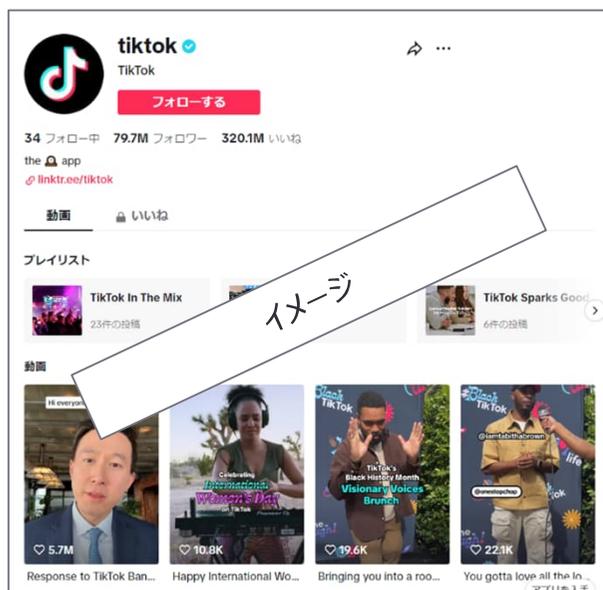
概要	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターは投稿を広告使用可能なコンテンツとして設定することができる・ 広告主（ブランド）は、気に入ったクリエイターの投稿を見つけた場合、そのクリエイターに対して当該コンテンツの使用許可を取る・ クリエイターと広告主間で合意ができた場合、クリエイターの投稿が広告として掲載される	注4.19
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・ Instagramのプロアカウント（ビジネス／クリエイター）であること・ Instagramのパートナーシップ広告とブランドコンテンツの利用要件を順守していること	注4.19
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・ 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注4.19
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・ クリエイターの収益は、クリエイターとブランドやビジネスパートナー間の契約で決定される	注4.19



TikTokについて

TikTokは、2012年に中国で創立され、主に動画コンテンツの投稿・閲覧ができるSNSである

TikTok	サービス名	TikTok	運営会社	Bytedance株式会社
	ユーザー数	アクティブユーザー数1,700万人/月/日本 (2021年時点) <small>注5.1</small>	所在地	〒150-8510 東京都渋谷区渋谷2丁目21番1号渋谷ヒカリエ
	創業者	張一鳴 (中)	創立年	2012



サービス概要

- 動画コンテンツやライブ配信をメインにしたSNSで、ユーザーは自身の興味関心のあるコンテンツを投稿や観覧することができる
- 動画やライブ配信を通じて、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる
- 基本的に、縦型コンテンツのみのSNSであることが特徴である

ユーザー分類

【ユーザー（アカウント）分類】※収益化とは無関係

- 個人アカウント（無料）
 - 主な機能
 - 無制限の楽曲利用
 - インサイト分析
 - プロフィールページの外部リンク設定（1,000フォロワー以上で使用可能）
- ビジネスアカウント（無料）
 - 個人ユーザー機能に加えて、以下を利用可能
 - 予約投稿
 - ビジネスコンテンツガイドの利用

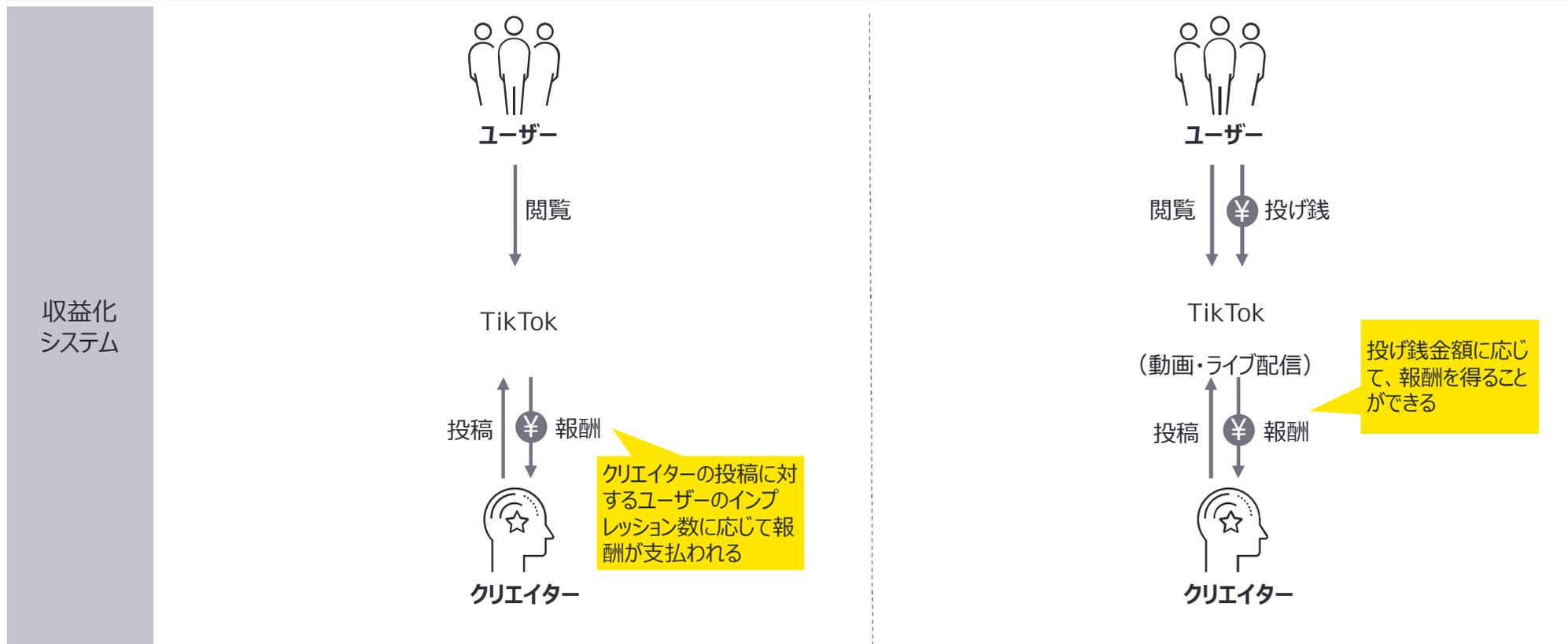
【認証アカウント】✔ ※収益化とは無関係

- 個人/ビジネスアカウントは以下の条件を満たす場合、認証申請することができる（一部抜粋）
 - 過去6か月以内にアクティブである
 - アカウント所有者が複数のニュースソースで取り上げられている
- 信頼性の高い報道機関による記事等を認証申請時に提出し、TikTokが審査する

注5.2, 5.10

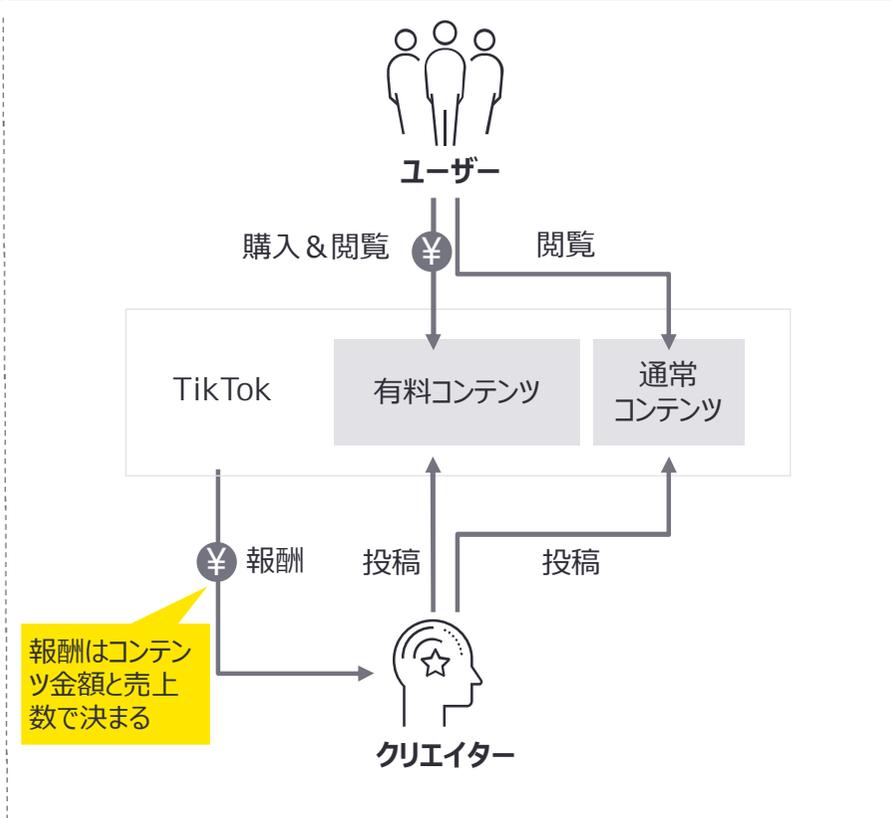
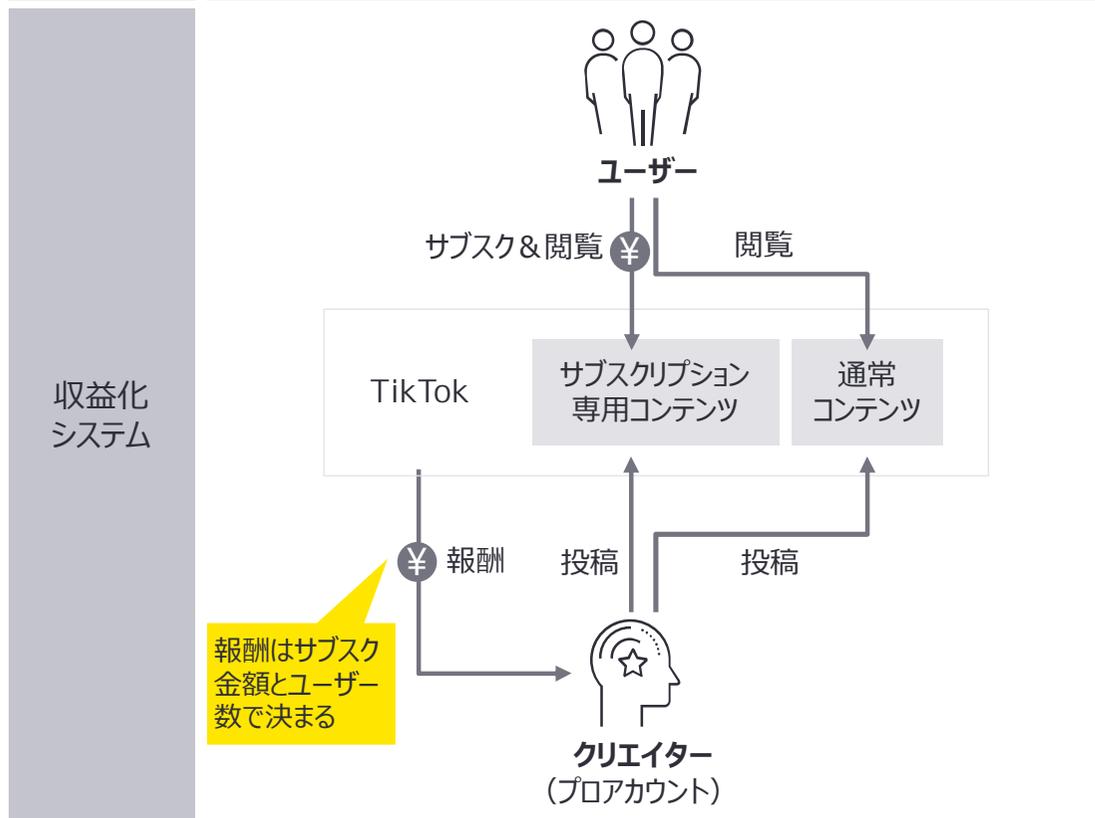
TikTokで収益を得る方法は4種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」をカバーする (1/2)

公式サービス名	1. Creator Rewards Program	2. 動画ギフト
収益化分類	 広告分配系	 投げ銭系
概要	投稿した動画のインプレッションに応じて、TikTokが対象クリエイターに対して報酬を支払うシステム	ユーザーは動画およびライブ配信に対して動画ギフト（投げ銭）を送ることができ、動画ギフト数に応じて、TikTokがクリエイターに対して報酬を支払うシステム



TikTokで収益を得る方法は4種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」をカバーする (2/2)

公式サービス名	3. LIVEサブスクリプション	4. シリーズ
収益化分類	 コンテンツ課金系	 コンテンツ課金系
概要	ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、TikTokが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステム	ユーザーがクリエイターの有料コンテンツを購入することにより、TikTokが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステム



Creator Rewards Programとは、投稿した動画のパフォーマンスに応じて、TikTokが対象クリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

1. Creator Rewards Program (2024年3月開始) ※旧Creativity Program Betaは、2023年8月開始 注5.3

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターが投稿した動画のインプレッションに応じて、対象となるクリエイターにTikTokから報酬が付与される <p style="text-align: right;">注5.3</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none"> 基本参加資格 <ul style="list-style-type: none"> Creator Rewards Programの対象国のいずれかに居住している。 良好な状態のTikTokアカウント（※）を持っており、コミュニティガイドラインと利用規約のポリシーに繰り返し、または不用意に違反していない、および悪意のある行為や詐欺行為に関与していないこと 個人アカウントを持っていること（ビジネスアカウントと、政治組織および政府機関のアカウントは対象外） 18歳（韓国の場合は19歳）以上であること フォロワーが10,000人（韓国の場合は50,000人）以上いること 過去30日間のおすすめフィードでの動画視聴数が100,000回以上であること 報酬の対象となるオリジナルコンテンツを投稿していること 1分以上の長さの動画を投稿していること その他TikTokの行動規範およびCreator Rewards Programの動画要件を満たす必要がある <p>※具体的な基準は示されておらず、TikTokが独自に判断することが想定される</p> <p style="text-align: right;">注5.3</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約違反が判明した場合、通知が届き、違反の深刻度に応じてアカウントがCreator Rewards Programから完全に削除、または一時的に削除される <p style="text-align: right;">注5.3</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> 条件を満たす動画のおすすめフィードでの有効視聴数が1,000回に到達すると、報酬が発生し始める 報酬は有効視聴数と、有効視聴数1,000回あたりの収益額（RPM）に基づいて算出される <ul style="list-style-type: none"> 有効視聴数とは、おすすめフィードでのユニーク動画視聴数（不正な視聴、有料の視聴、「よくないね」が付いた視聴、5秒未満の視聴、プロモートされた視聴、および人為的な視聴は、有効視聴数から除外される） RPMとは、有効視聴数1,000回あたりの平均報酬獲得額 RPMはさまざまな要因（動画のエンゲージメント、クリエイターの投稿数、居住地と動画が視聴される地域、コンテンツの質と真正性、TikTokのコミュニティガイドラインと利用規約の順守の状況等）に応じて変動することがある TikTokがどのような基準でRPM算定のためのコンテンツの質を評価しているかは不明である <p style="text-align: right;">注5.3</p>

動画ギフトとは、ユーザーが動画およびライブ配信に対して動画ギフト（投げ銭）を送り、動画ギフト数に応じて、TikTokがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

2. 動画ギフト（2021年3月開始）

注5.4

概要	<ul style="list-style-type: none"> ユーザーは、クリエイターの動画およびライブ配信に対してギフト（投げ銭）を送ることができる ユーザーが送ったギフトは“ダイヤモンド”として変換され、クリエイターは集めたダイヤモンド数によってTikTokから収益を得ることができる <p style="text-align: right;">注5.5</p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none"> 動画ギフトを利用できる地域に居住している必要がある 18歳以上であること（韓国の場合は19歳以上） フォロワー数が10,000人以上であること アカウントを開設してから30日以上たっていること 直近30日以内に動画を1つ以上公開していること 良好なアカウントであり（※）、TikTokのコミュニティガイドラインおよび利用規約に準拠していること 個人アカウントを持っている必要がある（ビジネスアカウント、政府、政治家、政党のアカウント、およびその他の公共のアカウントは対象外） 次の内容を含む動画は対象外 <ul style="list-style-type: none"> デュエットとリミックス（他クリエイターのコンテンツを全体もしくは一部使用すること） 広告、スポンサードコンテンツまたはプロモーション投稿 TikTokコミュニティガイドラインに違反しているコンテンツ <p>※具体的な基準は示されておらず、TikTokが独自に判断することが想定される</p> <p style="text-align: right;">注5.5</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;">注5.5</p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> 集めたダイヤモンド数に応じて報酬が算出されるため、インプレッションやコンテンツの質は関係しない <p style="text-align: right;">注5.5</p>

LIVEサブスクリプションとは、ユーザーがクリエイターをサブスクライブすることにより、TikTokが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

3. LIVEサブスクリプション（2023年7月開始）注5.6

概要	<ul style="list-style-type: none">・クリエイターが自由に特典を設定し、視聴者にオリジナルの月額サービスを提供できる・特典にはバッジ、エモート、サブスク登録者限定LIVE、限定動画、限定チャット、限定ギフト、オリジナル特典等さまざまな内容を設定できる・クリエイターは、サブスク登録者数に応じて報酬を収益として受け取る	注5.7
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">・TikTok LIVE上のコンテンツもコミュニティガイドラインを順守していること・LIVE配信権限を持っていること<ul style="list-style-type: none">・18歳以上・フォロワー50人以上・合計配信時間が1時間以上かつ合計配信日数が2日以上であること・コミュニティガイドラインを順守していること・ユーザーがLIVEサブスクリプションを購入しコインやギフトを送受信するには、18歳以上であること・全てのユーザーはコミュニティガイドラインに従い、ギフトの勧誘やギフトのインセンティブを提供をしないこと	注5.7
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">・規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注5.7
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">・「サブスクリプション金額×サブスクリプション数」で決まり、インプレッションやコンテンツの質は関係しない	注5.7

シリーズとは、ユーザーがクリエイターの有料コンテンツを購入することにより、TikTokが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

4. シリーズ（2023年6月開始）注5.8

概要	<ul style="list-style-type: none">クリエイターはシリーズとして有料の限定コンテンツを投稿することができるユーザーは動画内のリンクから直接、またはクリエイターのプロフィールを経由して、シリーズへのアクセス権をTikTokから購入し、限定コンテンツを視聴できる1つのシリーズには、30秒～20分の動画を80本まで収録できるシリーズの価格は、0.99米ドルから189.99米ドルまでの範囲で設定可能であるシリーズの利用は、一部のクリエイターが対象である <p style="text-align: right;"><small>注5.9</small></p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">18歳以上（韓国では19歳以上）であること登録してから30日以上経過しているアカウントであること公開設定の個人アカウントまたはビジネスアカウントであること（政治的アカウントと非公開アカウントは対象外）過去30日間に3本以上の投稿を公開していることフォロワーが10,000人以上いること過去30日間に1,000回以上の視聴数を獲得していることオリジナルのコンテンツを投稿していることアカウントが良好な状態であり（※）、TikTokのコミュニティガイドラインへの違反を繰り返していないこと <p>※具体的な基準は示されておらず、TikTokが独自に判断することが想定される</p> <p style="text-align: right;"><small>注5.9</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注5.9</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">収益額はシリーズの購入数に基づいて算出される <p style="text-align: right;"><small>注5.9</small></p>



ニコニコについて

ニコニコは、2006年に日本で創立され、主に動画や生放送、静画（イラストやマンガ）コンテンツの投稿・閲覧ができるSNSである

📺 ニコニコ	サービス名	ニコニコ	運営会社	株式会社ドワンゴ
	ユーザー数	アクティブユーザー数1,882万人/月（2020年） <small>注6.1</small>	所在地	〒104-0061 東京都中央区銀座4-12-15 歌舞伎座タワー
	創業者	西村 博之（日）、戀塚 昭彦（日）、 鈴木 慎之介（日）	創立案	2006

サービス概要

- 動画や生放送、静画（イラストやマンガ）コンテンツをメインとしたSNSでユーザーは自身の興味・関心のあるコンテンツを投稿や閲覧することができる
- ライブ配信や動画を通じて、ユーザー同士でエンゲージメントすることができる



ユーザー分類

【ユーザー（会員）分類】※収益化とは無関係

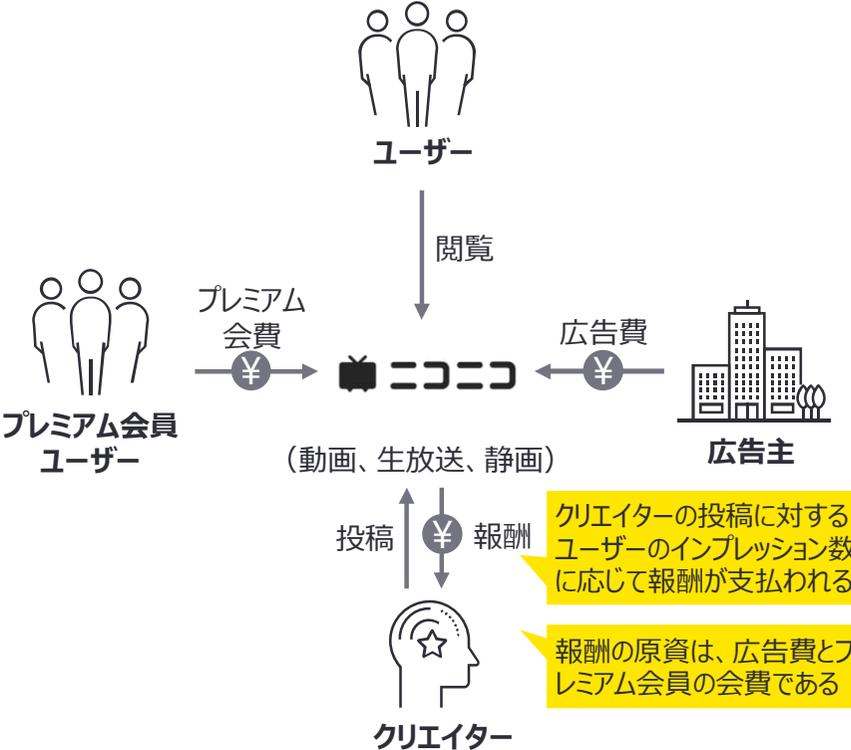
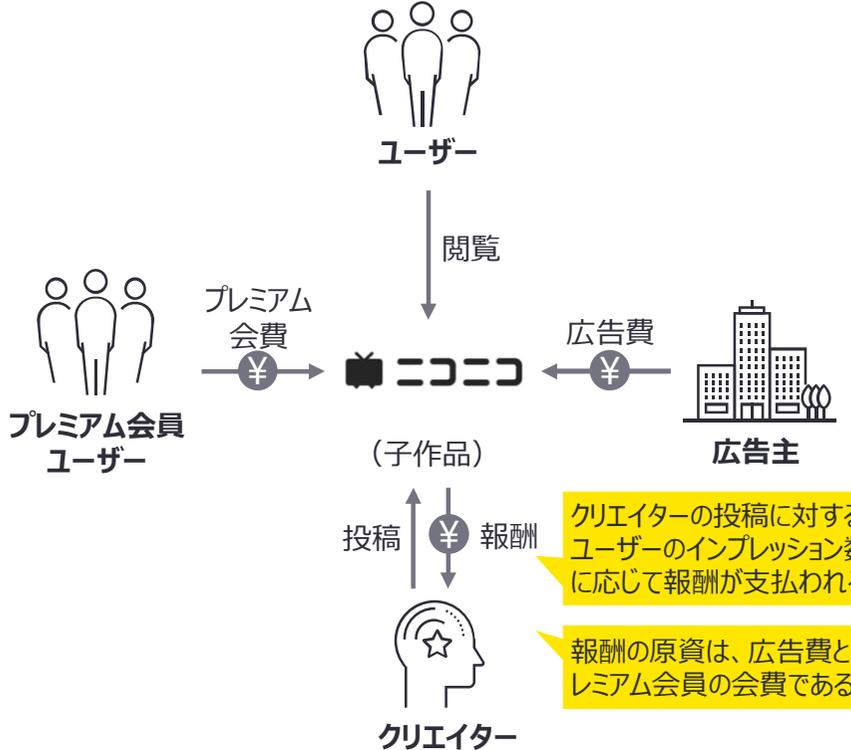
- 一般会員（無料）
- プレミアム会員（月額790円）**P**
 - プレミアム会員は、一般会員に比べて以下の機能が使える（一部抜粋）
 - 高画質動画視聴
 - 動画広告の非表示
 - 生放送の優先視聴

【ユーザーレベル】※収益化とは無関係

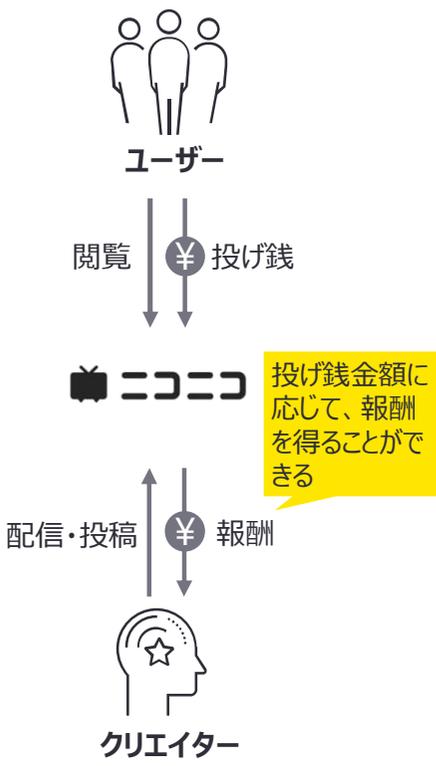
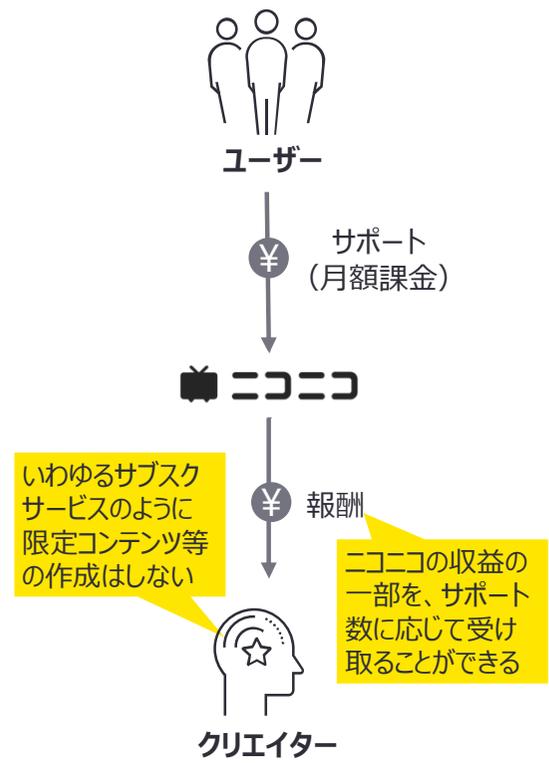
- ユーザーレベルとは、プレミアム会員にフォローされることで獲得できる「ユーザーレベル経験値XP」の蓄積数に応じて、レベルが上がるものである
- 他社のサービス側が行ういわゆる認証機能ではなく、クリエイターの知名度としてユーザー間で認知される指数である

注6.2, 6.13

ニコニコで収益を得る方法は6種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (1/3)

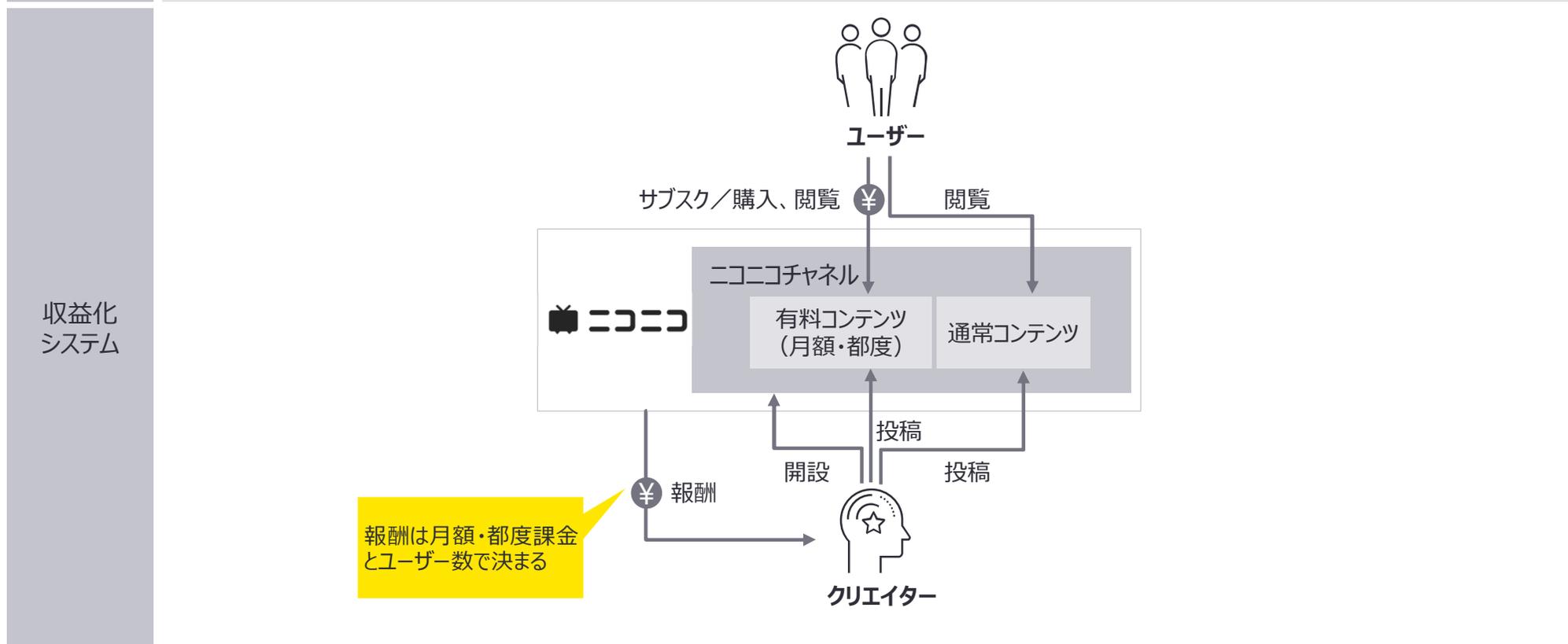
公式サービス名	1. 作品の盛り上がりに応じた奨励金	2. 子作品の盛り上がりに応じた奨励金
収益化分類	 広告分配系	 広告分配系
概要	クリエイターの動画、生放送、静画（イラスト・マンガ）のインプレッションに応じて、ニコニコがクリエイターに対して報酬を支払うシステム	クリエイターの子作品（クリエイターの作品に影響を受けた、もしくは利用した作品）のインプレッションに応じて、ニコニコからクリエイターに対して報酬を支払うシステム
収益化システム		

ニコニコで収益を得る方法は6種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (2/3)

公式サービス名	3. ギフトに応じた奨励金	4. ニコニコ広告に応じた奨励金	5. クリエイターサポート
収益化分類	 投げ銭系	 投げ銭系	 投げ銭系
概要	ユーザーはクリエイターの動画、生放送、静画（マンガ）に対してギフトを送ることができ、獲得したギフト数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステム	ユーザーは、特定のクリエイターの生放送にて広告を有料で掲載することができ、掲載広告数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステム	ユーザーは、クリエイターを月額課金（330円）で支援することができ、サポート数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステム
収益化システム	 <p>ユーザーは、ニコニコに「投げ銭」を送ることで、クリエイターに報酬を支払うシステム。</p> <p>投げ銭金額に応じて、報酬を得ることができる。</p>	 <p>ユーザーは、特定のクリエイターの生放送にて広告を有料で掲載することができ、掲載広告数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステム。</p> <p>投げ銭金額に応じて、報酬を得ることができる。</p>	 <p>ユーザーは、クリエイターを月額課金（330円）で支援することができ、サポート数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステム。</p> <p>いわゆるサブスクサービスのように限定コンテンツ等の作成はしない。</p> <p>ニコニコの収益の一部を、サポート数に応じて受け取ることができる。</p>

ニコニコで収益を得る方法は6種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」「投げ銭系」「コンテンツ課金系」「商品・サービスPR系」の全てを網羅する (3/3)

公式サービス名	6. 有料コンテンツ (月額・都度)
収益化分類	 コンテンツ課金系
概要	ユーザーはクリエイターの有料コンテンツ (月額・都度) を購入することにより、ニコニコが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステム



作品の盛り上がりに応じた奨励金とは、クリエイターの動画、生放送、静画（イラスト・マンガ）のインプレッションに応じて、ニコニコがクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 広告分配系

1. 作品の盛り上がりに応じた奨励金（2011年12月開始）※クリエイター奨励プログラムの開始日 注6.3

概要	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターの動画、生放送、静画（イラスト・マンガ）に対するインプレッションに応じて、ニコニコから報酬がクリエイターに対して支払われる 報酬は、インプレッション数に応じて、ニコニコのプレミアム会員収益や企業広告収益等を原資に、ニコニコ運営が分配する <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5</small></p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none"> クリエイター奨励プログラムに参加する <ul style="list-style-type: none"> クリエイター奨励プログラムに参加するためには、プレミアム会員登録、または、本人確認書類を提出の上で本人確認手続きを完了させる（プレミアム会員の場合、本人確認手続きは不要） クリエイター奨励プログラム参加規約（※）とニコニコ規約（※）に同意する 以下の行為や作品がある場合は、創作活動を奨励するためのポリシーに反する行為としてみなされ、収益化ができないことがある <ul style="list-style-type: none"> 第三者の著作物の全転載、もしくは一部を切り出して転載したもの 上記に対して、切り貼りやテロップ等多少の編集を追加してはいるものの、元となる著作物の羅列、補足程度にとどまるもの 無音静止画配信等作品としての実態に乏しいもの <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none"> 獲得した奨励金は現金、Amazonギフトカード、ニコニコポイントで受け取ることができる インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5</small></p>

子作品の盛り上がりに応じた奨励金とは、クリエイターの子作品のインプレッションに応じて、ニコニコから元作品のクリエイターに対して報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 広告分配系

2. 子作品の盛り上がりに応じた奨励金（2011年12月開始）※クリエイター奨励プログラムの開始日 注6.3

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターの子作品（クリエイターの作品に影響を受けた、もしくは利用した作品）のインプレッションに応じて、ニコニコから報酬が元作品のクリエイターに支払われる 対象は、動画、生放送、静画（イラスト、マンガ）、ニコニコ・コモンズ（素材提供）、ニコニコ立体（3D素材提供）である 報酬は、インプレッション数に応じて、ニコニコのプレミアム会員収益や企業広告収益等を原資に、ニコニコ運営が分配する <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
<p>収益化資格</p>	<ul style="list-style-type: none"> クリエイター奨励プログラムに参加する <ul style="list-style-type: none"> クリエイター奨励プログラムに参加するためには、プレミアム会員登録、または、本人確認書類を提出の上で本人確認手続きを完了させる（プレミアム会員の場合、本人確認手続きは不要） クリエイター奨励プログラム参加規約（※）とニコニコ規約（※）に同意する 以下の行為や作品がある場合は、創作活動を奨励するためのポリシーに反する行為としてみなされ、収益化ができないことがある <ul style="list-style-type: none"> 第三者の著作物の全転載、もしくは一部を切り出して転載したもの 上記に対して、切り貼りやテロップ等多少の編集を追加してはいるものの、元となる著作物の羅列、補足程度にとどまるもの 無音静止画配信等作品としての実態に乏しいもの <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
<p>収益化資格剥奪条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
<p>収益還元基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> 獲得した奨励金は現金、Amazonギフトカード、ニコニコポイントで受け取ることができる インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>

ギフトに応じた奨励金とは、ユーザーがクリエイターの動画、生放送、静画（マンガ）に対してギフトを送り、獲得したギフト数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

3. ギフトに応じた奨励金（2011年12月開始）※クリエイター奨励プログラムの開始日 注6.3

概要	<ul style="list-style-type: none">ユーザーは、クリエイターの動画、生放送、静画（マンガ）に対してギフトを送ることができるクリエイターは、獲得したギフト数に応じて、ニコニコから報酬を得ることができる <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">クリエイター奨励プログラムに参加する<ul style="list-style-type: none">クリエイター奨励プログラムに参加するためには、プレミアム会員登録、または、本人確認書類を提出の上で本人確認手続きを完了させる（プレミアム会員の場合、本人確認手続きは不要）クリエイター奨励プログラム参加規約（※）とニコニコ規約（※）に同意する <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p> <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">獲得した奨励金は現金、Amazonギフトカード、ニコニコポイントで受け取ることができる贈られたギフト額に応じて奨励金が決まるため、インプレッションやコンテンツの質は関係しない <p style="text-align: right;"><small>注6.4 .6.5, 6.6</small></p>

ニコニコ広告に応じた奨励金とは、ユーザーが特定のクリエイターの生放送にて広告を有料で掲載することができ、掲載広告数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

4. ニコニコ広告に応じた奨励金（2011年12月開始）※クリエイター奨励プログラムの開始日 注6.3

概要	<ul style="list-style-type: none">ユーザーは、クリエイターの生放送にて宣伝したい広告（ニコニコ広告）を有料で掲載することができるユーザーがニコニコ広告を掲載すると、クリエイターの生放送画面上に宣伝した生放送の情報、宣伝ユーザーの名前、宣伝メッセージ、リンクが表示されるクリエイターは、獲得したニコニコ広告数に応じて、ニコニコから報酬を得ることができる <p style="text-align: right;"><small>注6.5, 6.6, 6.7, 6.8</small></p>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">クリエイター奨励プログラムに参加する<ul style="list-style-type: none">クリエイター奨励プログラムに参加するためには、プレミアム会員登録、または、本人確認書類を提出の上で本人確認手続きを完了させる（プレミアム会員の場合、本人確認手続きは不要）クリエイター奨励プログラム参加規約（※）とニコニコ規約（※）に同意する <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注6.5, 6.6, 6.7, 6.8</small></p>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">獲得した奨励金は現金、Amazonギフトカード、ニコニコポイントで受け取ることができるクリエイターは掲載された広告数に応じて分配された報酬を獲得できるインプレッションやコンテンツの質が分配に影響するかは不明 <p style="text-align: right;"><small>注6.5, 6.6, 6.7, 6.8</small></p>

クリエイターサポートとは、ユーザーがクリエイターを月額課金で支援することができ、サポート数に応じて、ニコニコがクリエイターに報酬を支払うシステムである

収益システム分類： 投げ銭系

5. クリエイターサポート（2022年10月開始）注6.9

概要	<ul style="list-style-type: none">ユーザーは、クリエイターを月額課金（330円）で支援できるサポーターは、特典としてデジタル券面のサポーターカードがもらえるサポーターカードには先着順でサポーターナンバーが付与されるクリエイターは、サポーター数に応じてニコニコから報酬を得ることができるクリエイターは、いわゆるサブスクリプションサービスのように限定コンテンツ等を作成する必要はない	<small>注6.9</small>
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">クリエイターが、ユーザーレベル18以上であること<ul style="list-style-type: none">ユーザーレベルは、プレミアム会員にフォローされることで上げることができる	<small>注6.9</small>
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	<small>注6.9</small>
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">獲得した奨励金は現金、Amazonギフトカード、ニコニコポイントで受け取ることができる報酬は、ユーザーのサポート数に応じて決定するためインプレッションやコンテンツの質は関係しない	<small>注6.9</small>

有料コンテンツ（月額・都度）とは、ユーザーがクリエイターの有料コンテンツを購入し、ニコニコが収益の一部をクリエイターに対して報酬として支払うシステムである

収益システム分類： コンテンツ課金系

6. 有料コンテンツ（月額・都度）（2012年8月開始）注6.10

概要	<ul style="list-style-type: none">ユーザーは、クリエイターの有料コンテンツを購入することができるクリエイターは、チャンネルのコンテンツに自由に課金設定をすることができ、有料コンテンツを販売することにより報酬を得ることができる課金は「月額課金」と「都度課金」、もしくはその両方を課金設定することができる<ul style="list-style-type: none">「月額課金」は、対応コンテンツを会員限定で配信することができる「都度課金」は、ひとつのコンテンツ単位（動画をひとつ視聴するのにいくら、等）で価格設定し配信することができる	注6.11, 6.12
収益化資格	<ul style="list-style-type: none">ニコニコチャンネル運営規約（※）を順守することニコニコチャンネルを開設していること<ul style="list-style-type: none">ニコニコチャンネル開設時に本人確認等を含めた審査あり<ul style="list-style-type: none">個人の場合は、本人確認（住民票・運転免許証等）をもって本人確認を実施法人の場合は、企業情報・会社沿革が記載された企業HPをもって確認を実施 <p>※具体的な資格条件ではなく一般的なユーザーガイドラインに近い</p>	注6.11, 6.12
収益化資格剥奪条件	<ul style="list-style-type: none">規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等）	注6.11, 6.12
収益還元基準	<ul style="list-style-type: none">課金収益から、事務手数料14%およびこれに対する消費税額を控除した金額のうち83%がチャンネル提供者に分配されるインプレッションやコンテンツの質は関係しない	注6.11, 6.12



LINE VOOMについて

LINE VOOM (LINE) は、2011年に韓国で創立され、主にショート動画の投稿・閲覧ができるSNSである

LINE VOOM	サービス名	LINE VOOM	運営会社	LINEヤフー株式会社
	ユーザー数	アクティブユーザー数9,600万人/月 (2023年) <small>注7.1</small>	所在地	〒102-8282 東京都千代田区紀尾井町1-3 東京ガーデンテラス紀尾井町 紀尾井タワー
	創業者	イ・ヘジン (韓)	創立年	2011



サービス概要

- ショート動画がメインのSNSである
- ユーザーはおすすめ動画の閲覧や、気に入ったユーザーのアカウントをフォローして最新のコンテンツを追うことができる
- 動画 (ショート)、写真・テキスト等の投稿、24時間のみ公開されるストーリー投稿、ライブ配信の視聴/投稿ができる

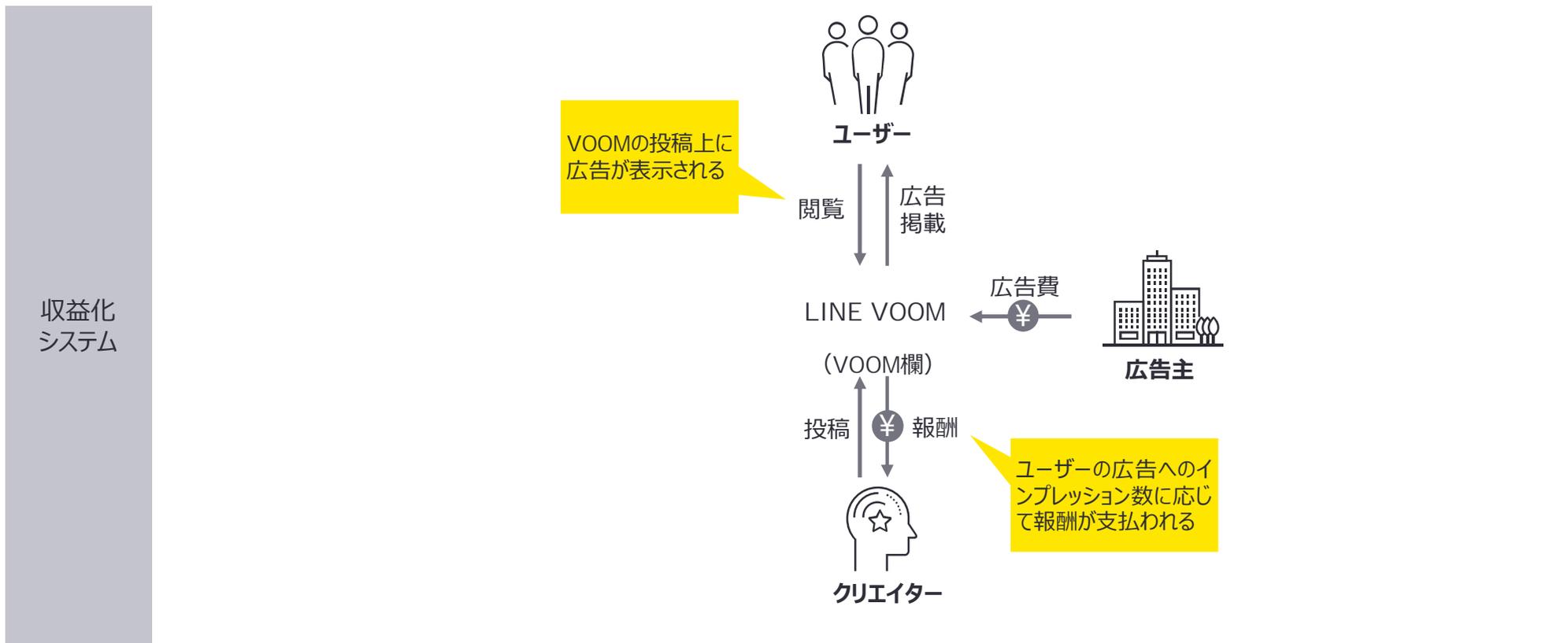
ユーザー分類

- 【ユーザー (アカウント) 分類】
- LINE個人アカウント (無料)
 - LINE公式アカウント (収益化に必要)
 - 認証済みアカウント  / プレミアムアカウント 
 - 弊社規定の審査に合格したアカウント
 - 審査を通過することで認証済みバッジが付与され、LINEアプリ内の検索結果に表示されるようになる
 - プレミアムは認証済みアカウントの中で特に優良なアカウント (独自審査)
 - 未認証アカウント 
 - 個人・法人を問わず、誰でも取得可能
 - LINEアプリ内の検索結果には表示されない
 - LINE公式アカウントにはユーザーへのリーチに係る機能に応じて、コミュニケーションプラン (無料)、ライトプラン (月額5,000円)、スタンダードプラン (月額15,000円) がある

注7.1, 7.2

LINE VOOMで収益を得る方法は1種類存在し、収益化システム分類は「広告分配系」のみをカバーする

公式サービス名	1. LINE VOOM収益化
収益化分類	 広告分配系
概要	クリエイターは投稿に広告を掲載することができ、広告に対するユーザーのインプレッション数に応じて、LINEからクリエイターに対して報酬が支払われるシステム



LINE VOOM収益化とは、クリエイターが投稿に広告を掲載し、広告に対するユーザーのインプレッション数に応じて、LINEからクリエイターに対して報酬が支払われるシステムである

収益システム分類 :  広告分配系

1. LINE VOOM収益化（2021年11月開始）※LINE VOOM開始時期 注7.4

<p>概要</p>	<ul style="list-style-type: none"> クリエイターは、投稿した動画記事に広告を表示させて広告収益を得ることができる 広告は登録した動画ごとに設定が可能である 広告タイプは以下の3つから動画の長さに応じて設定できる <ul style="list-style-type: none"> インストリーム広告（2分未満の短い動画は対象外） イメージ広告（動画の下段に固定されたイメージ広告で、30秒以上の動画に1つの広告が表示される） 自動（動画投稿の長さに応じて、インストリーム広告やイメージ広告が自動的に表示） 広告に対するユーザーのインプレッション数によって収益が決まる <p style="text-align: right;"><small>注7.5, 7.6</small></p>
<p>収益化資格</p>	<p>【収益化資格】</p> <ul style="list-style-type: none"> LINE公式アカウントであること LINEビジネスIDにLINEアカウントを連携しているアカウントであること アカウントのフォロワー数：500人以上 動画再生時間：アカウントの累積再生時間が直近1カ月間で50時間以上 <p>【収益化資格停止条件】</p> <ul style="list-style-type: none"> 収益化の資格を承認されても、収益化の資格要件を満たせなくなった場合、収益化の資格が一時停止されることがある <p style="text-align: right;"><small>注7.5, 7.6</small></p>
<p>収益化資格剥奪条件</p>	<ul style="list-style-type: none"> 規約に違反した場合は、収益化資格を剥奪されることがある（暴力的な発言、プライバシーの侵害、スパム行為等） <p style="text-align: right;"><small>注7.5, 7.6</small></p>
<p>収益還元基準</p>	<ul style="list-style-type: none"> インプレッションに対する収益計算式に関する情報はなし コンテンツの質を基にした収益還元基準に関する情報はなし <p style="text-align: right;"><small>注7.5, 7.6</small></p>

収益化システムにより発生していると思われる 問題事象の具体例

2023年8月にXが広告収益配分を開始して以降、“インプレゾンビ”と呼ばれるインプレッション獲得のみを目的として大量のポストを行うアカウントが問題視されている

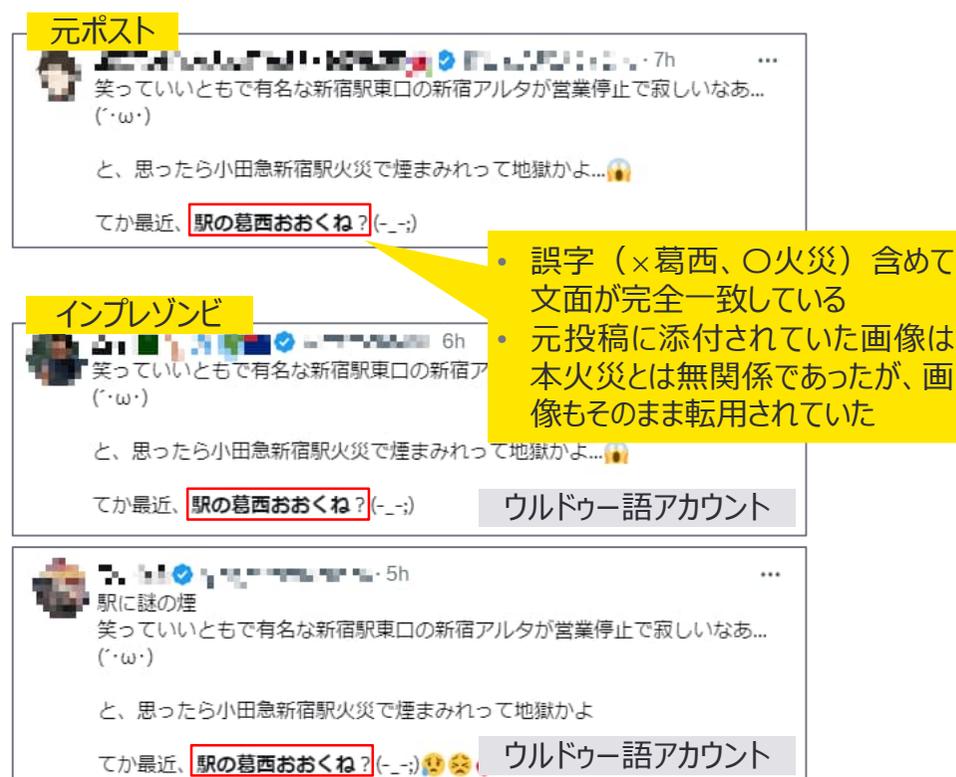
インプレゾンビ概要

- 主に広告収益配分プログラム参加条件を満たすため、インプレッション獲得のみを目的としたポストを大量に行うアカウントを指す
- バズっている（反響の大きい）ポストにリプライするケースと、バズっているポストの文面を盗用して自らのポストとして投稿するケースがある
- 日本はXの利用時間が最も長い国とされており、より多くのインプレッションを獲得するため、日本語話者ではないアカウント（パキスタンやインドが多い）も日本語でポストを行っているケースがある*1
- 必ずしも日本語圏だけでみられる現象ではないものの、英語圏ではその特異さが目立ちにくいこともあり、日本ほどには注目されていない（“impression zombie”の英語での使用例は少なく、インプレゾンビ自体が和製英語と考えられる）

バズっているポストへのリプライ事例



バズっているポストの文面を盗用したポスト事例



*1 日経XTECH「SNSに群がる「インプレゾンビ」は百害あって一利なし、完璧ではないが対策できる」(https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/column/18/00160/030200395/)

インプレゾンビがトレンド上位のポストやハッシュタグを利用して大量投稿を行うことにより、重要な情報が埋もれたり、フェイクニュースがさらに拡散されたりといった弊害が生じている

能登半島地震の事例

- 2024年1月1日に発生した能登半島地震においては、インプレゾンビによる地震に関連して拡散されたポストの文面を盗用したポストや、トレンド入りしていたハッシュタグを羅列したポストが大量に投稿されたことで、救助要請のハッシュタグが埋もれてしまったり、偽の救助要請ポストが拡散されてしまったりした



- 元ポストについてはアカウント主より後に「無事救助されました」との投稿がなされ該当ポストも削除された（現在はアカウント自体が削除されている）
- それに伴い、一部のアカウントは引用ポストを削除したが、日本語を解さないインプレゾンビによる投稿はそのままになっている
- 真偽不明の救助要請や#SOSハッシュタグにより、消防が出動したケースもあった^{*1}

「チャールズ国王死去のデマ」の事例

- 2024年3月18日～19日には、英国のチャールズ国王が亡くなったとのフェイクニュースが拡散した
- インプレゾンビによる日本語での大量ポストにより「チャールズ国王死亡」がXでトレンド入りし、より多くの人にフェイクニュースが拡散される事態となった



- チャールズ国王とは無関係の、同タイミングで拡散されていたキーワードを羅列したポストも多数投稿されていた

^{*1}産経新聞「収益目当ての便乗投稿「インプレゾンビ」横行 地震直後にSNSで偽救助要請、大半は海外」 (<https://www.sankei.com/article/20240301-ZNQJ7BWAJICNMY7PMHBV3GEMA/>)

出所一覽

各サービスロゴの出所一覧

サービス	URL
X	https://about.x.com/ja/who-we-are/brand-toolkit (2024/4/10アクセス)
Facebook	https://about.meta.com/ja/brand/resources/facebook/logo/ (2024/4/10アクセス)
Instagram	https://about.meta.com/ja/brand/resources/instagram/instagram-brand/ (2024/4/10アクセス)
ニコニコ	https://blog.nicovideo.jp/niconews/188110.html (2024/4/10アクセス)

Xの収益化方法の出所一覧 (1/2)

注	出所	URL
1.1	Xの国内MAU「6650万人」に Instagramを僅かにリード【SNS定点観測】	https://xtrend.nikkei.com/atcl/contents/18/00840/00011/ (2024/3/18アクセス)
1.2	Xプレミアムについて	https://help.twitter.com/ja/using-x/x-premium#tbverified-orgs (2024/3/18アクセス)
1.3	Xで青いチェックマークを獲得する方法	https://help.twitter.com/ja/managing-your-account/about-x-verified-accounts (2024/3/18アクセス)
1.4	X Support	https://twitter.com/Support (2024/3/22アクセス)
1.5	Ads Revenue Sharing Terms	https://legal.twitter.com/en/creator-ads-revenue-sharing-terms.html (2024/3/11アクセス)
1.6	Ads Revenue Sharing	https://help.twitter.com/en/using-x/creator-ads-revenue-sharing (2024/3/11アクセス)
1.7	「チップ機能」を全ての方に	https://blog.x.com/ja_jp/topics/product/2021/bringing-tips-to-everyone (2024/3/22アクセス)
1.8	TipsとTipsへの送金について	https://help.twitter.com/ja/using-x/tips (2024/3/11アクセス)
1.9	チップに関する一般的なポリシー	https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/general-tipping-policy (2024/3/11アクセス)
1.10	X Elon Musk	https://twitter.com/elonmusk/status/1647339015132299264?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1647339015132299264%7Ctwgr%5Ebedd5f6c122ba00e737d7d6b839eef08030e1a30%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.watch.impress.co.jp%2Fdocs%2Fnews%2F1493934.html (2024/3/22アクセス)
1.11	サブスクリプションクリエイターについて	https://help.twitter.com/ja/using-x/subscriptions-creator (2024/3/11アクセス)
1.12	サブスクリプションに関するポリシー	https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/subscriptions-policy (2024/3/11アクセス)

Xの収益化方法の出所一覧 (2/2)

注	出所	URL
1.13	有料パートナーシップに関するポリシー	https://help.twitter.com/ja/rules-and-policies/paid-partnerships (2024/3/22アクセス)

YouTubeの収益化方法の出所一覧

注	出所	URL
2.1	2024年3月更新！性別・年齢別 SNSユーザー数（X（Twitter）、Instagram、TikTok など13媒体）	https://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435 (2024/3/25アクセス)
2.2	個人向けの YouTube Premium メンバーシップ	https://support.google.com/youtube/answer/6305537?hl=ja&co=GENIE.Platform%3DDesktop (2024/3/18アクセス)
2.3	日本版 YouTube クリエイター ブログ	https://youtube-creators-jp.googleblog.com/2012/ (2024/3/25)
2.4	YouTube で収益を得るには	https://support.google.com/youtube/answer/72857?sjid=12520299589854052800-AP#requirements (2024/3/18アクセス)
2.5	YouTube launches Super Chat, a tool that lets you pay to pin comments on live streams	https://www.theverge.com/2017/1/12/14249630/youtube-super-chat-pay-pin-comments-live-stream (2024/3/22アクセス)
2.6	YouTube launches Super Stickers for fans to pay creators	https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-launches-super-stickers-for-fans-to-pay-creators-directly/ (2024/3/22アクセス)
2.7	YouTube launches Super Thanks so fans can pay creators for on-demand videos	https://www.cnet.com/tech/services-and-software/youtube-launches-super-thanks-so-fans-can-pay-creators-for-on-demand-videos/ (2024/3/22アクセス)
2.8	YouTube、あまりにも圧倒的な稼ぎ方のカラクリ	https://toyokeizai.net/articles/-/387157 (2024/3/22アクセス)
2.9	チャンネルの認証バッジ	https://support.google.com/youtube/answer/3046484?hl=ja (2024/3/26アクセス)

Facebookの収益化システムの出所一覧

注	出所	URL
3.1	2024年3月更新！性別・年齢別 SNSユーザー数（X（Twitter）、Instagram、TikTok など13媒体）	https://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435 (2024/3/25アクセス)
3.2	Meta認証を獲得する	https://about.meta.com/ja/technologies/meta-verified/ (2024/3/18アクセス)
3.3	Facebook上でインストリーム広告を提供開始し、クリエイターの収益化を支援	https://about.fb.com/ja/news/2021/11/fb_in-stream_ads/ (2024/3/22アクセス)
3.4	インストリーム広告	https://www.facebook.com/formedia/tools/in-stream-ads?locale=ja_JP (2024/3/18アクセス)
3.5	「Facebookリール」を日本を含むグローバルで提供拡大、クリエイター収益化をサポート	https://about.fb.com/ja/news/2022/02/launching-facebook-reels-globally/ (2024/3/22アクセス)
3.6	Facebookリール広告	https://creators.facebook.com/tools/ads-on-facebook-reels (2024/3/18アクセス)
3.7	クリエイターの収益化ツールを強化、日本でもギフト機能など導入	https://about.fb.com/ja/news/2023/11/giving-more-creators-around-the-world-ways-to-earn-money/ (2024/3/22アクセス)
3.8	Facebookスター	https://creators.facebook.com/tools/stars (2024/3/18アクセス)
3.9	サブスクリプション	https://creators.facebook.com/tools/subscriptions (2024/3/18アクセス)
3.10	ブランドコラボマネージャ	https://creators.facebook.com/tools/branded-content (2024/3/18アクセス)

Instagramの収益化システムの出所一覧（1/2）

注	出所	URL
4.1	2024年3月更新！性別・年齢別 SNSユーザー数（X（Twitter）、Instagram、TikTok など13媒体）	https://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435 (2024/3/25アクセス)
4.2	インスタプロアカウントについて	https://help.instagram.com/138925576505882/?helpref=search&query=%E3%83%97%E3%83%AD%E3%82%A2%E3%82%AB%E3%82%A6%E3%83%B3%E3%83%88&search_session_id=9ed9bc4288d1b6ad7ad6378fd6112f84&sr=0 (2024/3/22アクセス)
4.3	InstagramプロフィールをMeta認証にサブスクリプション登録する	https://help.instagram.com/732454618598400?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)
4.4	Meta認証	https://help.instagram.com/738055111270671?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)
4.5	Instagram、プロフィールフィードにも広告を拡大予定	https://iphone-mania.jp/news-493751/ (2024/3/22アクセス)
4.6	Instagramプロフィールフィード広告の収益化について	https://help.instagram.com/5485466918184985?fbclid=IwAR3oiDUnEEnQrYyUy_61g_GtsR2iC0vqCZWI9iXdoOwGo1cAyr7AhBsE8A (2024/3/18アクセス)
4.7	Instagramリール広告の収益化について	https://help.instagram.com/728034559116476 (2024/3/18アクセス)
4.8	Instagramリール広告の収益化を有効にする方法	https://www.facebook.com/business/help/6094204487353372 (2024/3/18アクセス)
4.9	Instagramのボーナスについて	https://help.instagram.com/331274061770840?fbclid=IwAR0RsSQtpWkTbP2jfgQW2aOxQhsppbwxynjSH2EymVxHEFrWIW2LQWkswk (2024/3/18アクセス)
4.10	Instagramでボーナスを有効にする	https://help.instagram.com/494096628491527?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)

Instagramの収益化システムの出所一覧 (2/2)

注	出所	URL
4.11	バッジ機能の国内テストを開始、クリエイターがInstagramライブで収益を得られるように	https://about.fb.com/ja/news/2020/10/badges_in_live/ (2024/3/22アクセス)
4.12	バッジについて	https://www.facebook.com/help/instagram/1119102301790334?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)
4.13	バッジで収益化する	https://www.facebook.com/help/instagram/266121941428400 (2024/3/18アクセス)
4.14	Instagramサブスクリプションとは？新収益化機能の利用ガイド	https://embedsocial.jp/blog/instagram-subscriptions/#:~:text=%E3%82%A4%E3%83%B3%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%82%B0%E3%83%A9%E3%83%A0%E3%81%AE%E3%82%B5%E3%83%96%E3%82%B9%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%97%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3,%E3%81%99%E3%82%8B%E3%81%93%E3%81%A8%E3%81%8C%E3%81%A7%E3%81%8D%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82 (2024/3/22アクセス)
4.15	Instagramのサブスクリプションについて	https://help.instagram.com/6664443263597338/?helpref=search&query=%E3%82%B5%E3%83%96%E3%82%B9%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%97%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%B3&search_session_id=a89f310ab712075608b07f377fa669e9&sr=0 (2024/3/18アクセス)
4.16	Instagram、ブランドコンテンツ広告の提供開始を発表	https://about.fb.com/ja/news/2019/06/branded_content_ads/ (2024/3/22アクセス)
4.17	Instagramのブランドコンテンツについて	https://help.instagram.com/128845584325492?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)
4.18	Instagramでブランドコンテンツの利用を始める	https://help.instagram.com/1123581461537025?helpref=faq_content (2024/3/18アクセス)
4.19	パートナーシップ広告について	https://help.instagram.com/191462054687226/?helpref=search&query=%E3%82%B7%E3%83%A7%E3%83%83%E3%83%94%E3%83%B3%E3%82%B0&search_session_id=66e2cc5a2a81f04e585b4534d935d409&sr=0 (2024/3/22アクセス)

TikTokの収益化システムの出所一覧

注	出所	URL
5.1	2024年3月更新！性別・年齢別 SNSユーザー数（X（Twitter）、Instagram、TikTok など13媒体）	https://gaiax-socialmedialab.jp/socialmedia/435 (2024/3/25アクセス)
5.2	アカウントタイプを設定しよう	https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/ja-jp/community-guidelines-and-safety-ja-jp/account-type/ (2024/3/18アクセス)
5.3	Creator Rewards Program	https://support.tiktok.com/ja/business-and-creator/creator-rewards-program/creator-rewards-program (2024/3/18アクセス)
5.4	TikTok、TikTok LIVE Gifting(ギフト)機能、3月1日（月）から開始	https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-live-gifting (2024/3/22アクセス)
5.5	TikTok上でLIVE配信中にギフトを送る	https://support.tiktok.com/ja/live-gifts-wallet/gifts/send-a-gift-during-a-live-on-tiktok (2024/3/18アクセス)
5.6	TikTokにて、LIVEサブスクリプション登録者だけが見られるショート動画投稿機能「サブスク限定動画」を公開！クリエイターの収益化手段を拡充！	https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/subscriber-only-videos (2024/3/22アクセス)
5.7	LIVEサブスクリプション機能について	https://www.tiktok.com/live/creators/ja-JP/article/pdt-subscription_ja-JP?enter_from=pr (2024/3/18アクセス)
5.8	TikTok、クリエイターが自身の動画を有料のプレミアムコンテンツとして投稿できる新機能「Series」を公開！	https://newsroom.tiktok.com/ja-jp/tiktok-series-to-allow-creators-to-post-premium-contents (2024/3/22アクセス)
5.9	シリーズ	https://support.tiktok.com/ja/business-and-creator/tiktok-series (2024/3/18アクセス)
5.10	TikTokでの認証済みアカウント	https://support.tiktok.com/ja/using-tiktok/growing-your-audience/how-to-tell-if-an-account-is-verified-on-tiktok (2024/3/26アクセス)

ニコニコの収益化システムの出所一覧 (1/2)

注	出所	URL
6.1	ニコニコ動画	https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E3%82%B3%E5%8B%95%E7%94%BB (2024/3/22アクセス)
6.2	ニコニコのプレミアムメリット	https://premium.nicovideo.jp/payment/premium_detail (2024/3/22アクセス)
6.3	クリエイター奨励プログラム	https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%82%A8%E3%82%A4%E3%82%BF%E3%83%BC%E5%A5%A8%E5%8A%B1%E3%83%97%E3%83%AD%E3%82%B0%E3%83%A9%E3%83%A0 (2024/3/22アクセス)
6.4	作品収入とは	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/19563?site_domain=default (2024/3/22アクセス)
6.5	作品収入申請の条件と審査について	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/991?category_id=823&site_domain=default (2024/3/22アクセス)
6.6	一般会員がクリエイター奨励プログラムに参加するには	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/78?category_id=413&site_domain=default (2024/3/22アクセス)
6.7	ニコニコ広告	https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E5%BA%83%E5%91%8A (2024/3/22アクセス)
6.8	奨励金の決定方法	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/985?category_id=896&site_domain=default (2024/3/22アクセス)

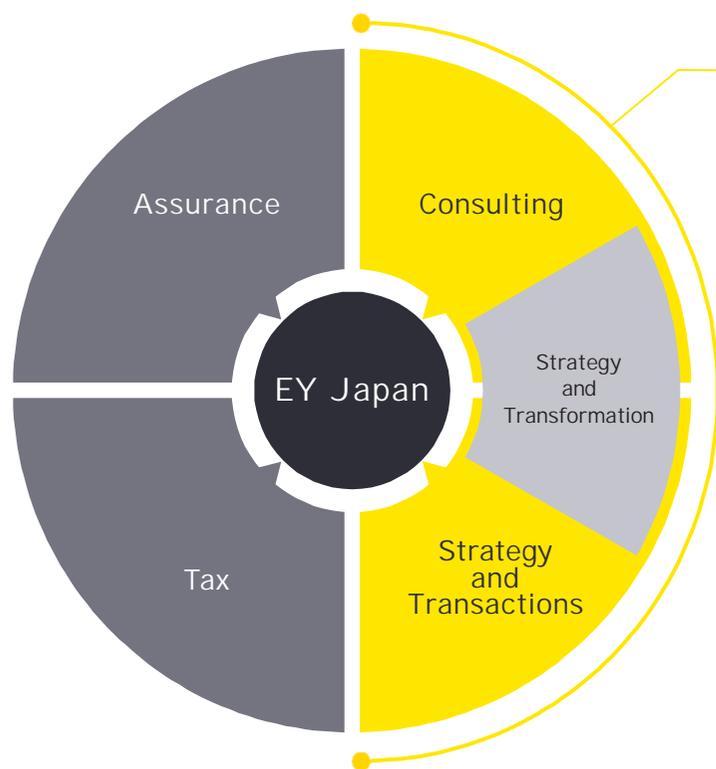
ニコニコの収益化システムの出所一覧 (2/2)

注	出所	URL
6.9	クリエイターサポート	https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%82%A8%E3%82%A4%E3%82%BF%E3%83%BC%E3%82%B5%E3%83%9D%E3%83%BC%E3%83%88 (2024/3/22アクセス)
6.10	「ニコニコチャンネル」、記事コンテンツの配信を開始 課金も可能	https://www.nikkei.com/article/DGXNASFK2200H_S2A820C1000000/ (2024/3/22アクセス)
6.11	有料化・無料化・移行方法について	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/326?back=front%2Fcategory%3Ashow&category_id=424&page=1&site_domain=channel&sort=sort_access&sort_order=desc (2024/3/22アクセス)
6.12	[チャンネル概要]課金機能を使って収益を得る	https://qa.nicovideo.jp/faq/show/4187?back=front%2Fcategory%3Ashow&category_id=511&page=1&site_domain=channel&sort=sort_access&sort_order=desc (2024/3/22アクセス)
6.13	ユーザーレベル	https://dic.nicovideo.jp/a/%E3%83%A6%E3%83%BC%E3%82%B6%E3%83%BC%E3%83%AC%E3%83%99%E3%83%AB%28%E3%83%8B%E3%82%B3%E3%83%8B%E3%82%B3%29 (2024/3/26)

LINE VOOMの収益化システムの出所一覧

注	出所	URL
7.1	LINE 広告	https://www.lycbiz.com/jp/service/line-ads/ (2024/3/22アクセス)
7.2	LINE公式アカウントとは	https://help2.line.me/official_account_jp/web/categoryId/20008249/3/pc?lang=ja&contentId=20011726 (2024/3/22アクセス)
7.3	LINE公式アカウント アカウント種別	https://www.lycbiz.com/jp/service/line-official-account/account-type/ (2024/3/22アクセス)
7.4	LINE VOOM リニューアルに伴う設定変更について	https://timeline-event-info.landpress.line.me/event/timeline_renewal (2024/3/22アクセス)
7.5	収益化	https://help2.line.me/official_account_jp/web/categoryId/20008363/3/pc?lang=ja&contentId=20018492 (2024/3/22アクセス)
7.6	マネタイゼーション (収益化)	https://www.lycbiz.com/jp/manual/OfficialAccountManager/linevroom-monetization/ (2024/3/22アクセス)

会社概要



業務開始	2020年10月
------	----------

資本金	4億5千万円
-----	--------

人員	4,243名
----	--------

* 2024年3月1日時点

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.

EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社は、「企業の長期的な価値創造のために、どのような経営戦略を描き、成長・発展を遂げていくべきか」というところから共に考え、実行し、目標の達成に貢献する、信頼されるビジネスパートナーを目指しています。

EYが持つ全てのリソースを駆使して、クライアントの皆さまが対応能力を高め、成長を遂げ、より多くの利益を上げられるように、EYの多様な専門家や、世界150以上の国と地域、約40万人のメンバーとのコラボレーションにより、ストラテジーからエグゼキューション（M&A）、ストラテジーからトランスフォーメーションをワンストップで支援します。

代表者 代表取締役社長 **近藤 聡**

代表取締役 **梅村 秀和**

代表取締役 **ペーター・ウェスプ**

代表取締役 **吉川 聡**

所在地 **本社**

〒100-0006 東京都千代田区有楽町一丁目1番2号

東京ミッドタウン日比谷 日比谷三井タワー

Tel: 03 3503 3500 (代表)

Fax: 03 3503 2818

大阪オフィス

〒530-0017 大阪府大阪市北区角田町8番1号
大阪梅田ツインタワーズ・ノース38階

Tel: 06 6940 0756 (代表)

Fax: 06 6363 6603

福岡オフィス

〒810-0001 福岡県福岡市中央区天神一丁目10番20号

天神ビジネスセンター6階 (CROSSCORP 福岡)

Tel: 092 781 9500 (代表)

Fax: 092 739 1338

EY | Building a better working world

EYは、「Building a better working world ～より良い社会の構築を目指して」をパーパス（存在意義）としています。クライアント、人々、そして社会のために長期的価値を創出し、資本市場における信頼の構築に貢献します。

150カ国以上に展開するEYのチームは、データとテクノロジーの実現により信頼を提供し、クライアントの成長、変革および事業を支援します。

アシュアランス、コンサルティング、法務、ストラテジー、税務およびトランザクションの全サービスを通して、世界が直面する複雑な問題に対し優れた課題提起 (better question) をすることで、新たな解決策を導きます。

EYとは、アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドのグローバルネットワークであり、単体、もしくは複数のメンバーファームを指し、各メンバーファームは法的に独立した組織です。アーンスト・アンド・ヤング・グローバル・リミテッドは、英国の保証有限責任会社であり、顧客サービスは提供していません。EYによる個人情報の取得・利用の方法や、データ保護に関する法令により個人情報の主体が有する権利については、ey.com/privacyをご確認ください。EYのメンバーファームは、現地の法令により禁止されている場合、法務サービスを提供することはありません。EYについて詳しくは、ey.comをご覧ください。

EYのコンサルティングサービスについて

EYのコンサルティングサービスは、人、テクノロジー、イノベーションの力でビジネスを変革し、より良い社会を構築していきます。私たちは、変革、すなわちトランスフォーメーションの領域で世界トップクラスのコンサルタントになることを目指しています。7万人を超えるEYのコンサルタントは、その多様性とスキルを生かして、人を中心に据え (humans@center)、迅速にテクノロジーを実用化し (technology@speed)、大規模にイノベーションを推進し (innovation@scale)、クライアントのトランスフォーメーションを支援します。これらの変革を推進することにより、人、クライアント、社会にとっての長期的価値を創造していきます。詳しくはey.com/ja_jp/consultingをご覧ください。

© 2024 EY Strategy and Consulting Co., Ltd.
All Rights Reserved.

ED None

本書は一般的な参考情報の提供のみを目的に作成されており、会計、税務およびその他の専門的なアドバイスを行うものではありません。EYストラテジー・アンド・コンサルティング株式会社および他のEYメンバーファームは、皆様が本書を利用したことにより被ったいかなる損害についても、一切の責任を負いません。具体的なアドバイスが必要な場合は、個別に専門家にご相談ください。

ey.com/ja_jp