

## 外部リンクについて

こんにちは、松下です。

今回は、YouTubeの外部リンクについて解説していきます。

外部リンクとは、YouTube以外のリンクのことを言いますが、あなたがこれからアドセンス報酬をバリバリと稼いでいくためには、この外部リンクの扱いには十分に注意する必要があります。

今回の話は、非常に重要な概念になりますので、最後までしっかりとご視聴ください。

それでは、張り切って参りましょう！

まずは、こちらをご覧ください。

こちらは、YouTubeのコミュニティガイドラインになります。

この中に、「コンテンツ内のリンク」という項目があるので、こちらをクリックします。

すると、このようなページが開きますので、この中に「コンテンツを投稿する場合、下記の説明のいずれかに該当する場合は、YouTubeのコンテンツにリンクを投稿しないでください。」と書かれています。

1、ポルノへのリンク

2、マルウェアをインストールするWebサイトまたはアプリへのリンク

3、ユーザーのログイン資格情報、財務情報などをフィッシングするWebサイトまたはアプリへのリンク。

4、通常は支払いが必要なオーディオコンテンツ、オーディオビジュアルコンテンツ、完全なビデオゲーム、ソフトウェア、またはストリーミングサービスへの不正アクセスを許可するWebサイト、アプリ、またはその他の情報技術へのリンク

5、資金調達やテロ組織の募集を目的としたウェブサイトへのリンク

6、児童性的虐待の画像（CSAI）を含むサイトへのリンク

7、規制商品ガイドラインに記載されている商品を販売するサイトへのリンク

このポリシーは、動画、動画の説明、コメント、ライブストリーム、その他のYouTubeの製品や機能に適用されます。これは完全なリストではないことに注意してください。

となっています。

さらに、「規制商品ガイドライン」をクリックすると、このようなページが表示されますが、こちらには、YouTubeで規制されている商品が、詳しく書かれています。

1、アルコール

2、銀行口座のパスワード、盗難クレジット カード、その他の金融機関情報

3、偽造文書や偽造通貨

4、麻薬などの規制薬物

5、爆発物

6、臓器

7、絶滅危惧種や絶滅危惧種の部位

8、銃器や特定の銃器のアクセサリ

9、ニコチン製品（電子タバコ関連商品を含む）

10、Google または YouTube による審査が完了していないオンライン ギャンブル サイト

11、処方箋なしの医薬

12、性的サービスやデートクラブ

13、無資格の医療サービス

14、人身売買

となっています。

つまり、簡単にいようと、YouTubeでは「法律に違反するまたは倫理的に問題のあるサイトへの外部リンクは貼らないでください」ということです。

しかしこれで、この外部リンクに関して私なりに検証をしてみたところ、意外な結果が出てしまったんですね。

これから、その結果をシェアしたいと思います。

まずは、こちらをご覧ください。

こちらは、私のあるチャンネルの収益グラフになりますが、2020年6月13日の収益が1日92.47ドル、日本円で1万円ほどになっています。

しかし、この直後に、動画の説明文に、私のセミナー告知サイトの

外部リンクを貼ったところ、2ヶ月後の8月13日には、なんと1日8.18ドル、日本円で900円ほどにまで収益が下がってしまったのです。

1万円から900円ということは、約10分の1以下にまで下がってしまったということになりますよね。

ちなみに、私のセミナー告知サイトは、もちろん法律に違反しているサイトでも、倫理的に問題のあるサイトでもないんですけど、動画の説明文に外部リンクを貼ったことによって、2ヶ月後には、これだけ収益が下がってしまったんですね。

これって、たまたまそうなってしまったのでしょうか？

ということで、別のチャンネルでも同じ検証をしてみました。

こちらのチャンネルでは、2020年6月29日の収益が1日32.42ドル、日本円で3,500円ほどの収益がありましたが、同じように動画の説明文に外部リンクを貼ったところ、2ヶ月後の8月21日には、なんと1日1.55ドル、日本円で120円ほどまでに収益が下がってしまったのです。

これは約8分の1の金額ですよね。

このようにYouTubeでは、ガイドラインでは「法律に違反するまたは倫理的に問題があるサイトのリンクは貼らないでください」とうたっていますが、実際には外部リンクそのものを貼ってしまうと、収益に悪影響を与えててしまうということが起きてしまいます。

では、一体なぜ外部リンクを貼ると収益が下がってしまうのでしょうか？

それには4つの理由があると考えられます。

まず一つ目の理由は、YouTubeはシステム上、おすすめ動画や関連動画など、視聴者がYouTube内にとどまってくれるような、様々な工夫が施されています。

ということは、逆にいって、YouTube内に外部リンクを貼り、YouTube内から離脱させようとする行為は、YouTube側からすると、あまり好ましい行為ではないということになりますよね。

2つ目の理由は、販売目的の外部リンクを貼っている動画は、広告主から敬遠されやすくなるようです。

つまり、外部リンクを貼った動画には広告が付きにくくなるので、

結果的に収益も下がってしまうと、そういうわけなんですね。

そして最後に3つ目の理由ですが、YouTubeは販売目的の動画そのものを嫌っている傾向にあります。

「販売目的で動画を投稿するなら、お金を払って広告を出してください」というのが、YouTube側の本音のようです。

確かに、販売目的で動画を投稿して、それが投稿者の利益になったとしても、YouTube側には一銭も入って来ないので、販売目的ではない動画とは、どうしても差別化してしまうということになってしまふんですね。

では、一体なぜ、このような3つの理由を、コミュニティガイドラインに載せないのでしょうか？

これはYouTubeが正式に公言していることなんんですけど、現在YouTubeでは、視聴者の数に対するYouTuberの数が、まだまだ足りないみたいなんですね。

なので、YouTuberを減らさないための対策だと考えられます。

つまり、今回の話をまとめると「YouTubeのガイドラインでは、規制商品以外の商品の販売でしたら、外部リンクはいいですよ、とうたっているものの、実際に外部リンクを貼ってしまうと、アドセンス報酬に悪影響与えてしまいます。

なので、外部リンクは絶対に貼らないようにしてください」ということになります。

ただし、「アドセンス報酬が目的ではないチャンネル」、つまり外部リンクで商品を販売することが目的のチャンネルで、ガイドラインに違反しない商品の販売でしたら、アドセンス報酬の収益は下がりますが、今のところ動画を削除されることはないようなので、その場合は、話は別になりますよね。

それと、外部リンクに関しては、たまに生徒さんから「TwitterやInstagramなどの、他のSNSのリンクは貼らない方がいいのでしょうか？」という質問を受けることがあるんですけど、結論から言うと、SNSのリンクも貼らない方がいいです。

なぜかというと、こちらのサイトは「インスタラボ」という編集部

のサイトになりますが、「日本国内のSNSのユーザー数ランキング」という項目があります。

これを見ると、2018年の12月現在のYouTubeの利用者数は約6,200万人となっていて、他のSNSでは、Twitterは4,500万人、Instagramは3,300万人、Facebookは2,600万人となっています。つまり、利用者が4,500万人のTwitterや3,300万人のInstagramのリンクを、6,200万人のYouTubeに貼ったとしても、YouTubeにとってはあまりメリットがないということになります。

メリットがないどころか、「アドセンス報酬が下がる」というリスクがあるので、私としては、あまりお勧めできませんよね。

以上が、YouTubeの外部リンクについての解説でしたが、いかがだったでしょうか？

あなたがこれからアドセンス報酬でバリバリと稼いでいくためには、今回の「外部リンク」という概念は非常に重要になりますので、ぜひ、参考にしてみてください。

というわけで、今回は以上になります。

最後までご視聴いただき、ありがとうございました。