

本書はシステムアフィリエイトプロジェクト特別特典です  
二次配布は固く禁止しております

**【副業→メルマガ】**  
**SEO のアップデートで**  
**大きく落としたアフィリエイト報酬を**  
**わずか 3 ヶ月で復活！**  
**Google 広告に出稿して**  
**毎月 300 万を安定的に稼ぐための**  
**PPC アフィリエイト戦略**  
**（具体的な出稿マニュアル付き）**

**作成者：さぼてん**

<http://www.saboten-affiliate.com/>



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

## ● はじめに

### 【推奨環境】

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader をダウンロードしてください。（無料）

<https://get.adobe.com/jp/reader/>

### 【著作権について】

このレポートは著作権法で保護されている著作物です。  
下記の点にご注意戴きご利用ください。

このレポートの著作権はさぼてんに属します。  
著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。このレポートの開封をもって下記の事項に同意したものとみなします。

このレポートは秘匿性が高いものであるため、著作権者の許可なく、この商材の全部又は一部をいかなる手段においても複製、転載、流用、転売等することを禁じます。 著作権等違反の行為を行った時、その他不法行為に該当する行為を行った時は、関係法規に基づき損害賠償請求を行う等、民事・刑事を問わず法的手段による解決を行う場合があります。

このレポートに書かれた情報は、作成時点での著者の見解等です。著者は事前許可を得ずに誤りの訂正、情報の最新化、見解の変更等を行う権利を有します。このレポートの作成には万全を期しておりますが、万一誤り、不正確な情報等がありましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。

このレポートを利用することにより生じたいかなる結果につきましても、著者・パートナー等の業務提携者は、一切の責任を負わないことをご了承願います。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

## ● 目次

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| ● このレポートについて .....                | 4  |
| Google 広告による PPC アフィリで報酬復活！ ..... | 4  |
| Google 広告について .....               | 6  |
| SEO アップデートで報酬を落とした人こそやるべき .....   | 7  |
| ● Google 広告のアカウント構造 .....         | 8  |
| キャンペーン→ 広告グループ→ 広告・キーワード .....    | 8  |
| Google 広告で稼ぐにはアカウント構造が重要 .....    | 9  |
| PPC アフィリエイトで稼ぐためのアカウント構造 .....    | 10 |
| アカウント構造の具体例 .....                 | 11 |
| ● Google 広告の出稿方法 .....            | 14 |
| コンバージョン測定の設定 .....                | 14 |
| コンバージョンタグの生成 .....                | 15 |
| キャンペーンの作成 .....                   | 18 |
| コンバージョンを重視した入札戦略 .....            | 22 |
| 目標 CV 単価の計算方法 .....               | 24 |
| 広告グループの作成 .....                   | 25 |
| 広告の作成 .....                       | 27 |
| まとめ .....                         | 28 |
| ● 最強なのはメルマガです .....               | 29 |
| 生殺与奪の権を他人に握らせるな！ .....            | 29 |
| 殆どのネットビジネスはいつ 0 になるか分からない .....   | 30 |
| メルマガだけは唯一他者に依存していない .....         | 31 |
| SNS とメルマガの本質的な違い .....            | 32 |
| メルマガだけは成長し続ける .....               | 33 |

【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

## ●このレポートについて



はじめまして。さぼてんと申します。

サラリーマンを続けながら、副業としてアフィリエイトを実践して 10 年目、妻を代表とした会社を作って法人 8 期目となります。

SEO、PPC、メルマガ、格安 SIM 代理店、不動産投資など、とにかく何でもやってみる超ノウハウコレクターとして情報発信をしています！

この度は僕のレポート、

「SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか 3 ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）」

をダウンロードして頂き本当にありがとうございます。

## Google 広告による PPC アフィリで報酬復活！

自分はもともと SEO（主にペラサイト量産）で長年稼いできたのですが、最近の相次ぐ SEO アップデートのせいでアフィリエイト報酬を大きく落としてしまっていました。



SEO のアップデートでアフィリエイト報酬を大きく落とした後、Google 広告に試しに出稿し、PPC アフィリエイトを開始したところ、わずか 3 ヶ月で報酬を完全に復活



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

させることに成功しました！

メインで使っているアクセストレードという ASP の 2020 年 9 月のアフィリエイト報酬のキャプチャがこちらです↓

成果

サイト選択: 全選択, 複数選択, 現在 全サイト 選択されています

マイグループ: 指定なし

期間指定: 2020年 09月 01日 ~ 2020年 09月 30日

表示対象: 成果発生日, 成果確定日, 0円報酬を表示しない

成果状況: 確定, 未確定, 却下, 全て

キーワード: 2020年9月

表示

データ: CSV, TSV, ダウンロード

1 全12件中、1~12件を表示 100件表示

| プログラム名  | 件数  | 報酬金額       |
|---------|-----|------------|
| プログラム合計 | 985 | ¥4,959,753 |

1 全12件中、1~12件を表示 100件表示

その他の ASP の報酬を合わせると毎月 500-600 万ほどの売上があり、それに対する広告費は 200-300 万ぐらいなので、利益としては毎月 300 万円ほどを Google 広告による PPC アフィリエイト



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

で安定的に稼ぐことが出来ています！

このレポートでは、PPC アフィリエイトに興味はあるのだけど

- Google 広告ってそもそも何？
- 稼げると聞いたけど具体的な出稿方法が分からない
- PPC アフィリエイトって難しそう・・・

あるいは、

- SEO のアップデートで報酬を大きく落としてしまった・・・

↑こんな人も多いと思います。

そんな人たちに向けて、このレポートでは、僕が毎月 300 万ぐらい稼いでいる Google 広告による PPC アフィリエイトについて、効率的に稼ぐための戦略や考え方、さらに具体的な出稿方法などを詳しく解説していこうと思います！

## Google 広告について



Google 広告というのは、昔は Google アドワーズ広告と言われていたもので、検索連動型広告の一つです。

昔の Google アドワーズ広告といえば、審査が非常に厳しいことで有名で、アフィリエイトサイトは事実上の出稿不可と言われていました。

しかし、2020 年現在、Google 広告の審査は非常にゆるくなっており、アフィリエイトサイトも出稿し放題になっています。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

さらに Google 広告の中の AI が非常に進化してきており、入札単価や配信設定などを人間が細かく調整しなくても、AI が学習を繰り返し、勝手に最適化して配信してくれます。

そのため、PPC アフィリエイトでも非常に稼ぎやすく、完全放置でも安定して自動的に稼ぎ続けることも不可能ではありません。

## SEO アップデートで報酬を落とした人こそやるべき

---

SEO のアップデートなどで報酬を大きく落とした人も多いと思うのですが、そういう人こそ、Google 広告による PPC アフィリエイトに挑戦するべきです。



- 売れる案件
- 稼げるキーワード
- とれる訴求

これまでの SEO で上記 3 つを知っている方は、それをそのまま Google 広告に出稿してみてください。

SEO のアップデートで大きく落とした報酬を一気に戻せる可能性があります！

このレポートでは、Google 広告による PPC アフィリエイトの稼ぎ方について、その戦略、考え方、具体的な出稿方法などについて丁寧に解説していきますね。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

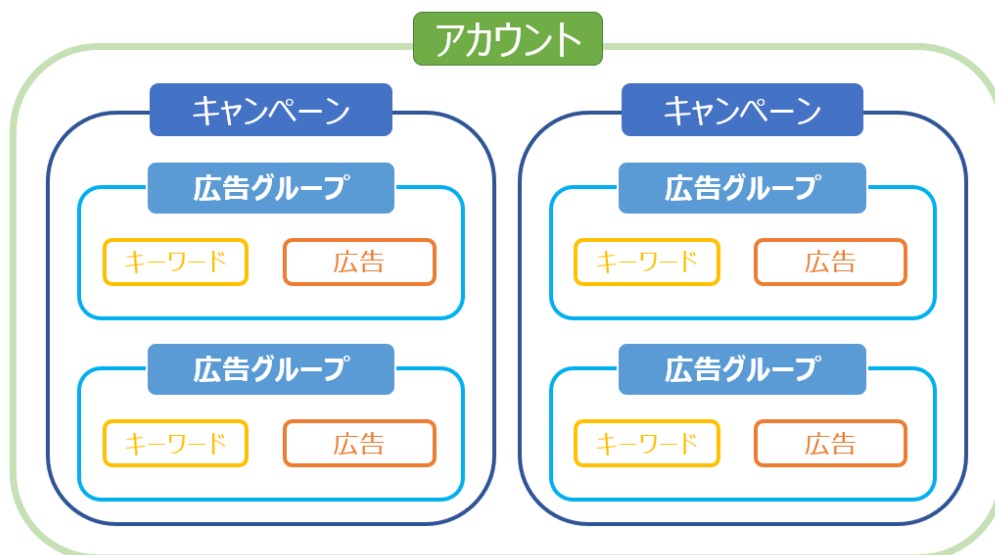
## ● Google 広告のアカウント構造

Google 広告による PPC アフィリエイトの始め方ということで、Google 広告の出稿方法について具体的に解説していきたいと思います。

出稿方法の前に、まずは **Google 広告のアカウント構造**について理解しておきましょう。

### キャンペーン → 広告グループ → 広告・キーワード

Google 広告のアカウント構造は、①**キャンペーン** → ②**広告グループ** → ③**広告およびキーワード**という 3 階層の構造となっています。



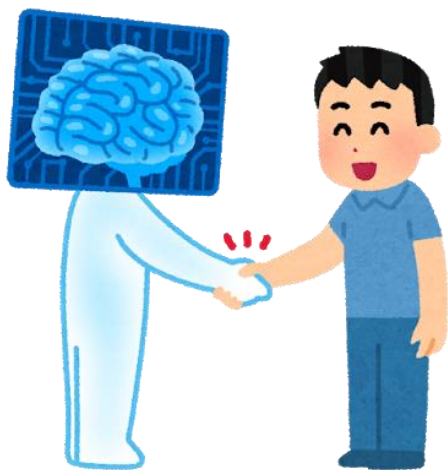
1 つのアカウントの中にキャンペーンが複数あり、そのキャンペーンの中に複数の広告グループが入ります。そして、その広告グループの中にキーワードおよび広告が入ってきます。

キャンペーンは、予算や入札戦略、配信設定などを設定することが出来る一番大きな箱というイメージです。

その下の広告グループでは、広告グループ単位での入札単価などを設定できます。

さらにその下にキーワードおよび広告が入ってきます。キーワードでは、キーワードごとの入札単価、マッチタイプ（部分一致や完全一致など）などを設定できます。広告には、出稿サイトの URL などを設定していきます。

## Google 広告で稼ぐにはアカウント構造が重要



実は、Google 広告で大きく稼ぐためには、このアカウント構造が**すごく重要**になってきます。

2020 年現在、Google 広告の中の AI は非常に賢くなっており、人間が入札単価を細かく調整したり、配信設定をいろいろといじらなくても、勝手に最適化して配信してくれます。

目標設定をきちんとしてあげて、きちんと学習ができる環境を用意してあげれば、あとは勝手に中の AI が学習を繰り返して行って、配信を最適化してくれるんですね。

でも、そのためには**中の AI がきちんと学習できるような、きちんとしたアカウント構造に整備しておくことが重要**なんです。

AI の学習がより進むようなアカウント構造として、Google も推奨し



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

ているような「Hagakure」とか「GORIN」、「MUGEN」といった概念が提唱されています。

こういった概念について、自分もそこまで詳しくはないです^^;

ただ、自分も Google 広告を使った PPC アフィリエイトを実践してきて実感することとしては、AI の学習をより効率よくさせるためには、**アカウント構造をシンプルにして、広告グループに効率よく最適化データが貯まるようにすることが大事**だということです。

## PPC アフィリエイトで稼ぐためのアカウント構造

では、PPC アフィリエイトの場合、こういったアカウント構造にするのが良いかと言うと、これも戦略によって変わってくるとは思うのですが、自分は以下のように設計しています↓

キャンペーン = 1 案件ごと（またはジャンルごと）

広告グループ = 訴求ごと（LP ごと）

案件ごとにキャンペーンを作成して、その中に訴求ごとに用意した広告グループを入れます。

**訴求というのは、アフィリエイトする商品やサービスをどのように紹介するかという切り口のことで**す。

たとえば、車買取の案件をアフィリエイトするとして、とにかく高く買い取ってくれることを全面的にアピールするやり方もあれば、すぐに査定に来てくれることをアピールするやり方もありますよね？  
そういったアピールの切り口が「訴求」です。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

そして、その訴求ごとに LP を作成します。

先程の例の場合であれば、高く買い取ってもらえることを訴求した LP、すぐに査定に来てくれることを訴求した LP の 2 つを用意するということですね。

そして、それぞれの訴求の LP に対応した広告グループを用意します。

さらに、その訴求ごとの広告グループの中に、それぞれの訴求に応じたキーワード、広告を入れていきます。

つまり、訴求ごとに LP を作成して、その LP に対応する広告グループを作り、その広告グループの中に、その訴求に関連するキーワードおよび広告を入れるということになります。

## アカウント構造の具体例

---

分かりにくいと思うので、もう一つの別の具体例でご説明しますね。

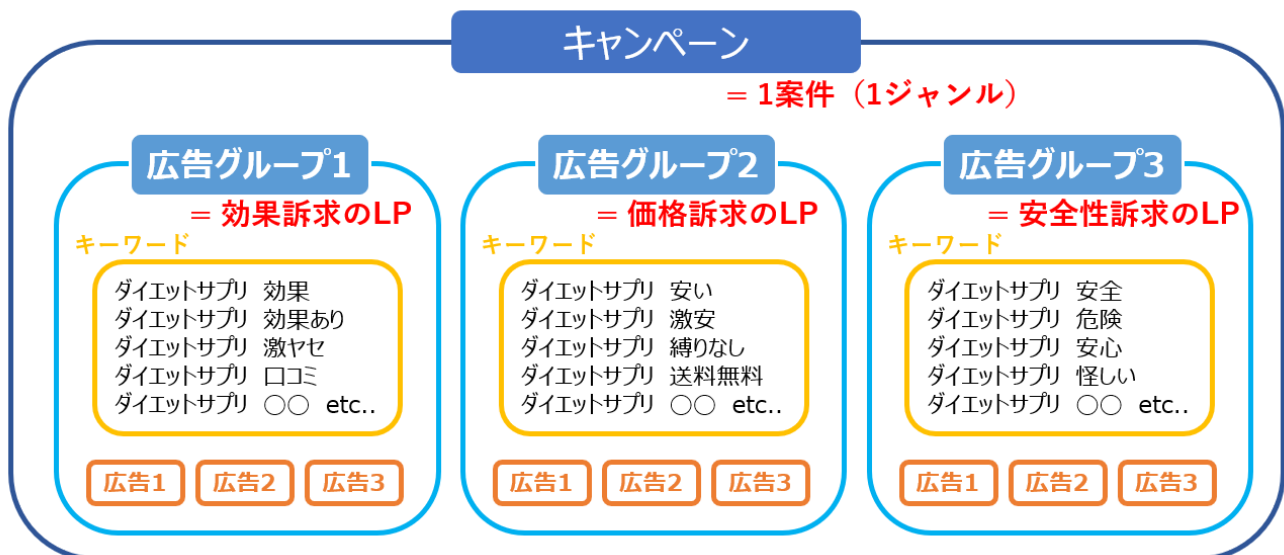
たとえば、ダイエットサプリを出稿する場合、訴求として以下の 3 つを考えたとします。

（薬機法など審査の問題は考慮しておりません）

1. 飲むだけで簡単に痩せられる！（効果訴求）
2. 1日たったの 100 円！（価格訴求）
3. 安全なダイエットサプリは何か？（安全性訴求）



この場合、ダイエットサプリとして 1 つのキャンペーンを作り、その下に 3 つの訴求別の広告グループを作ります。



そして、それぞれの広告グループごと、つまり訴求ごとの LP を用意します。

さらに、それぞれの訴求ごとの広告グループの中に、それぞれの訴求に関するキーワードを全て入れます。

例えば、

効果訴求の広告グループ1には

- ダイエットサプリ 効果
- ダイエットサプリ 効果あり
- ダイエットサプリ 激ヤセ
- ダイエットサプリ 口コミ etc

価格訴求の広告グループ2には

- ダイエットサプリ 安い
- ダイエットサプリ 激安



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

- ダイエットサプリ 縛りなし
- ダイエットサプリ 送料無料

という感じでキーワードを入れます。

訴求ごとのキーワードをまとめた広告グループを作り、それに対応した LP を用意するということですね。

また、広告文に関してもそれぞれの訴求ごとに作成し、それぞれの訴求ごとの広告グループに入れます。

このように、**一つの一貫した訴求で、LP、キーワード、広告文を作成し、それを一つの広告グループにまとめます。**

そうすることで、AI による学習が効率よく進み、その学習データが広告グループの中に効率よく蓄積され、AI による自動最適化がよりかかりやすくなるわけです。

AI による自動最適化を上手く活用すれば、Google 広告による PPC アフィリエイトで完全放置でも安定的に稼ぐことも決して不可能ではありません！

Google 広告のアカウント構造を学んだところで、次から具体的な出稿方法について解説していきますね。

## ● Google 広告の出稿方法

では、Google 広告の出稿方法について具体的に解説していきますね。

なお、Google 広告のアカウントについては、すでに開設済みという前提でお話をさせていただきます。

Google 広告のアカウントの開設については、ご自身で調べながらやれば簡単に出来ると思うので、まずは作ってみてくださいね。

### コンバージョン測定の設定



Google 広告の出稿方法ということで、まずはキャンペーンの作成と思うかもしれませんが、それよりも大事で、**最初におこなうべきことがコンバージョン測定の設定**です。

現在の Google 広告は中の AI が非常に進化しており、機械学習を繰り返して、勝手に最適化して配信してくれると言いましたが、そのために非常に大事になってくるのがコンバージョン測定の設定なんです。

というのも、そもそもなのですが、広告の目標を設定して、それを Google 広告に教えてあげないと AI による学習なんて出来ないですよ？

**Google 広告の AI に目標を設定して教えてあげるために必須なのがコンバージョン測定の設定**なんです。

ということで、まずはコンバージョン測定の設定からしていきましょう。

## コンバージョンタグの生成

アフィリエイトの場合、**広告主の「公式サイトへの誘導」にコンバージョン（CV）ポイントを設定**するのが良いでしょう。

では、まずはコンバージョン（CV）タグを生成します。  
「ツールと設定 – 測定 – コンバージョン」をクリックします。



新しいコンバージョンアクションの「ウェブサイト」を選択します。





【副業→メルマガ】SEOのアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月300万を安定的に稼ぐためのPPCアフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

ウェブサイトのコンバージョンアクション作成の画面になりますので、以下のように設定しましょう。

### ウェブサイトのコンバージョン アクションを作成

コンバージョン アクションを作成すると、トラッキングコードが発行されます。このコードをウェブサイトに組み込むと、Google にコンバージョンデータが送信されるようになります。 [詳細](#)

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                  |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| カテゴリ                               | 測定するコンバージョン アクションを選択してください                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | これらのカテゴリを使うと、キャンペーン レポートのデータを分類できます。                                             |
|                                    | <div><input checked="" type="radio"/> 購入<br/>ユーザーがお客様の商品やサービスを購入</div> <div><input type="radio"/> 見込み顧客の獲得<br/>お客様の商品やサービスに関心を持つユーザーが連絡先情報を共有</div> <div><input type="radio"/> ページビュー<br/>ユーザーがお客様のウェブサイトの特定のページを閲覧</div> <div><input type="radio"/> 申し込み<br/>ユーザーがイベントやニュースレターに登録</div> <div><input type="radio"/> その他</div> |                                                                                  |
| コンバージョン名                           | 公式サイト誘導<br>7/100                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 例: 「6月のニュースレターの配信登録」、「管理職への応募」、「大判クッキーの販売」                                       |
| 値                                  | コンバージョンに価値を割り当てることで、広告の効果を測定します                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                  |
|                                    | <div><input type="radio"/> すべてのコンバージョンに同一の価値を割り当てる</div> <div><input type="radio"/> コンバージョンごとに異なる価値を割り当てる</div> <div><input checked="" type="radio"/> このコンバージョン アクションでは値は使用しない（非推奨）<br/>価値は広告の効果測定に役立つため、ほとんどのコンバージョンで推奨されています。これを選択した場合、コンバージョン値は常にゼロとなります。</div>                                                            |                                                                                  |
| カウント方法                             | クリックなどのインタラクション 1 回につきコンバージョンをカウントする回数を指定します。                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 広告をクリックしたユーザーが、時期をずらして商品の購入を 2 回行った場合は、2 件のコンバージョンが記録されます。<br><a href="#">詳細</a> |
|                                    | <div><input checked="" type="radio"/> 全件<br/>商品の購入など、すべての購入に価値がある場合は、このオプションが推奨されます。</div> <div><input type="radio"/> 初回のみ<br/>見込み顧客の獲得やユーザー登録など、1 回の広告操作で生じた最初のコンバージョンのみに価値がある場合は、このオプションが推奨されます。</div>                                                                                                                      |                                                                                  |
| コンバージョン計測期間                        | 30 日間                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ▼                                                                                |
| ビュースルー コンバージョン計測期間                 | 1 日間                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ▼                                                                                |
| コンバージョン列に含める                       | はい                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ▼                                                                                |
| アトリビューション モデル                      | ラストクリック                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ▼                                                                                |
| <div>作成して続行</div> <div>キャンセル</div> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                  |



【副業→メルマガ】SEOのアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google広告に出稿して毎月300万を安定的に稼ぐためのPPCアフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

ウェブサイトのコンバージョンアクションを作成したら、「タグを自分で追加する」を選択します。



グローバルサイトタグとイベントスニペットが発行されます↓

グローバルサイトタグ

グローバルサイトタグを実装すると、サイトを訪れたユーザーが通常のオーディエンスに追加され、ドメインに新しいCookieが設定されます。Cookieには、サイトにユーザーを誘導した広告のクリックに関する情報が保存されます。このタグをウェブサイトのすべてのページにインストールする必要があります。

- ☒ グローバルサイトタグが設定されていないHTMLページがある
- ☐ グローバルサイトタグはすべてのページにすでに設定されているが、別のGoogleサービス（例: Google アナリティクス）または別のGoogle広告アカウントから設定した
- ☐ このGoogle広告アカウント（863-813-7717）で別のコンバージョンアクションを作成した際、すべてのページでグローバルサイトタグを設定済み

以下のタグをコピーし、ウェブサイトのすべてのページで<head></head>タグの間に貼り付けてください。複数の行動をトラッキングする場合でも、1つのアカウントにつき1回だけグローバルサイトタグを挿入します。

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Ads: [account ID] -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AV-[account ID]"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-[account ID]');
</script>
```

[スニペットをダウンロード](#)

イベントスニペット

イベントスニペットはグローバルサイトタグと連携し、コンバージョンとしてカウントすべきアクションをトラッキングします。ページの読み込みとクリックのどちらで個々のコンバージョンをトラッキングするかを選択します。②

- ☒ ページの読み込み  
コンバージョン達成直後のユーザーに表示するページにスニペットを追加します
- ☐ クリック  
クリック数をトラッキングするボタンまたはリンクがあるページにスニペットを追加します

下のスニペットをコピーして、トラッキングするページの<head></head>タグの間でグローバルサイトタグの直後に貼り付けます。

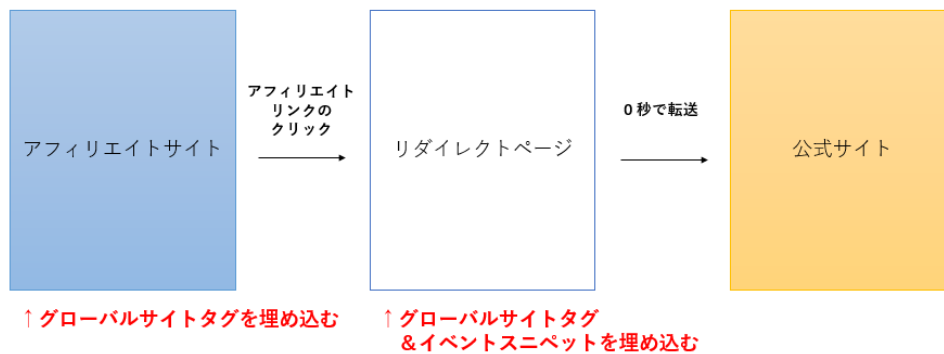
```
<!-- Event snippet for 公式サイト誘導 2 conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {
    'send_to': 'AW-[account ID]',
    'transaction_id': ''
  });
</script>
```

[スニペットをダウンロード](#)



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

グローバルサイトタグをアフィリエイトサイトおよびリダイレクトページに、イベントスニペットをリダイレクトページに挿入します。



それぞれのタグは、<head></head>のタグの間に貼り付けるようにしてください。

これで「公式サイトへの誘導」を CV ポイントとして、コンバージョン測定ができるようになりました。

以上でコンバージョン測定の設定は完了です。

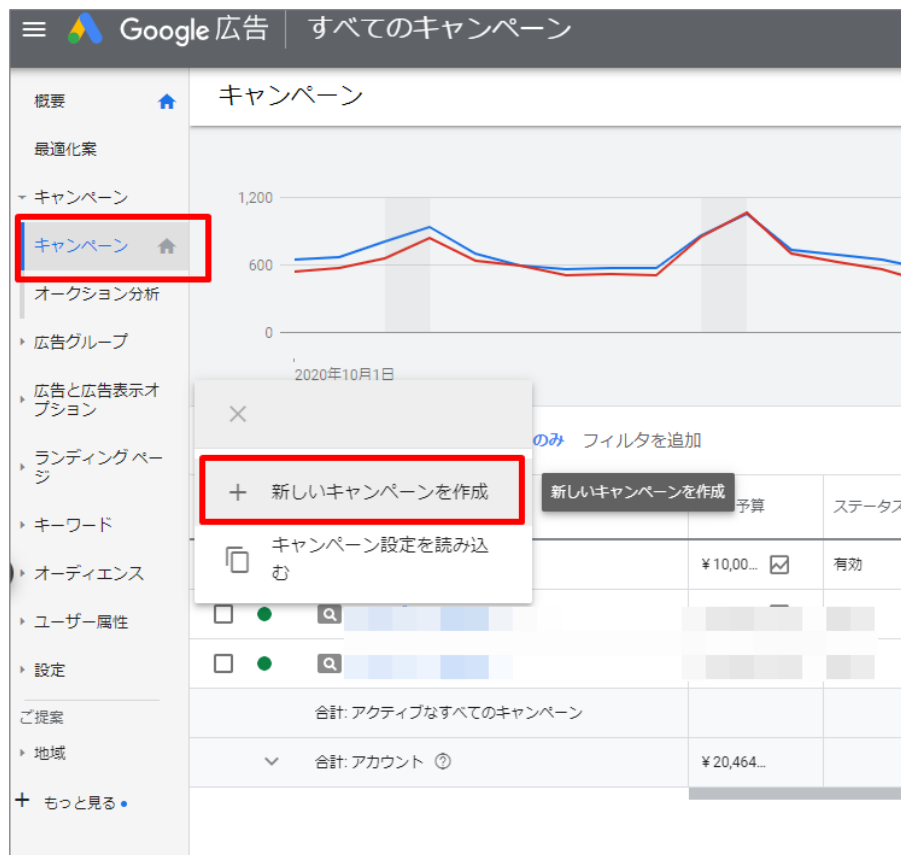
## キャンペーンの作成

続いてキャンペーンを作成しましょう。

Google 広告の管理画面から「キャンペーン - 新しいキャンペーンを作成」をクリック。



【副業→メルマガ】SEOのアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月300万を安定的に稼ぐためのPPCアフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）



このキャンペーンで達成したい目標を選択します。

アフィリエイトの場合、「販売促進」に設定しておけば問題ないと思います。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

続いてキャンペーンタイプの選択ですが、リスティングで出稿するので「検索」を選択しましょう。

キャンペーンタイプを選択してください ①

|                                                            |                                                        |                                           |                                             |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>検索</b><br><br>お客様の商品やサービスに関心があるユーザーにテキスト広告を表示します        | <b>ディスプレイ</b><br><br>ウェブ全体にさまざまな種類の広告を配信します            | <b>ショッピング</b><br><br>ショッピング広告を使って商品を宣伝します | <b>動画</b><br><br>YouTube とウェブ全体でユーザーにリーチします |
| <b>スマート</b><br><br>Google 検索やウェブ全体で自動広告を配信してビジネスの目標達成を回ります | <b>ファインド</b><br><br>YouTube、Gmail、Discover などで広告を配信します |                                           |                                             |

続行 キャンセル

次に、目標をどのように達成するかを選択します。

目標をどのように達成するかを選択してください ②

☒ ウェブサイトへのアクセス  
🔗 お店やサービスのウェブサイト

☐ 電話件数

☐ 実店舗への来店

☐ アプリのダウンロード

続行 キャンセル

アフィリエイトの場合、「ウェブサイトへのアクセス」でよいと思います。

URL の入力欄がありますが、別に入力しなくても特に問題はありません。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

キャンペーンの全般設定の画面が開きます。

「1 キャンペーン = 1 案件（またはジャンル）」で作成することをおすすめしていますので、キャンペーン名については「01.案件名」など、出稿している案件が分かりやすいような名前にするとよいでしょう。

全般設定

タイプ: 検索 目標: 販売促進

キャンペーン名 01.案件名

ネットワーク

**検索ネットワーク**

登録したキーワードと関連性の高い語句で検索が行われたときに、Google の検索結果の横や他の Google サイトに広告が表示されます

☒ Google 検索パートナーを含める ⓘ

**ディスプレイネットワーク**

サイトや動画、アプリを利用している関連性の高いユーザーに対し、インターネットの全域で広告が表示されます

☐ Google ディスプレイネットワークを含める ⓘ

300 万以上のサイトとアプリでより多くのユーザーに広告を表示する機会をお見逃しなく

続いて、ネットワークについては、「**検索ネットワーク**」のみを**チェック**するようにしましょう。

**デフォルトでは、検索ネットワークとディスプレイネットワーク両方にチェックが入っているので注意してください。**

ディスプレイネットワークというのは、検索した時に表示される検索連動型広告ではなく、サイトや動画、アプリなどを視聴しているユーザーに表示される広告となります。

ディスプレイネットワークは、検索連動型広告とは全く異なるものなのでオフにしておいた方がよいと思います。

（ディスプレイネットワークに出稿したい場合は、改めて別のキャンペーンを作成して出稿しましょう。）



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

続いて、ターゲティングとオーディエンスを設定します。

ターゲティングとオーディエンス

リーチする対象を選択してください

地域

ターゲット地域を選択してください ①

☐ すべての国と地域

☒ 日本

☐ 別の地域を入力する

▼ 地域の設定

言語

ユーザーの言語を選択してください

広告を、これらの言語を設定しているユーザーに対して、またはこれらの言語が設定されているサイトで表示されます。

日本語

言語設定でスペイン語を選択しているユーザーに広告を表示する | キャンペーン言語としてスペイン語を設定し、スペイン語の広告文とキーワードを使用します。 [詳細](#)

オーディエンス

キャンペーンに追加するオーディエンスを選択します

アフィリエイトする案件が日本国内向けの商品であるなら、地域は「日本」に設定しておいた方がよいと思います。  
（外国でも購入できる商品であれば、すべての国と地域でもよいかもしれません。）

オーディエンスに関しては、現段階では設定しなくて大丈夫です。

## コンバージョンを重視した入札戦略

最後に、予算と入札単価の設定をします。



【副業→メルマガ】SEOのアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

予算と入札単価

予算額と予算の使い方を定義します

予算

1日あたりの平均費用としてご希望の額を入力してください  
¥ 5,000

広告費用は日によって予算を下回ったり、予算の最大2倍に増えたりすることがありますが、1か月の請求額が、1日の予算に1か月の平均日数を掛けた額を超えることはありません。  
[詳細](#)

入札単価

重視している要素は何ですか？ ②  
コンバージョン ▼

お客様のキャンペーンへのおすすめ

☐ 目標コンバージョン単価の設定 ← チェック外す

☒ ご指定の予算でコンバージョン数が最大になるように、このキャンペーンで「コンバージョン数の最大化」入札戦略が使われます

または、入札戦略を直接選択します（非推奨）

入札単価については、戦略によっていろいろな考え方があると思うのですが、AI による自動入札を最大限に活用するためにはコンバージョンを重視した自動入札にすることをおすすめします。

「重視している要素は何ですか？」のところで「コンバージョン」を設定し、「目標コンバージョン単価の設定」のチェックを外してください。

そうすると入札戦略が「コンバージョン数の最大化」となります。

自動入札として「コンバージョン数の最大化」で出稿すると、コンバージョン数（公式サイトへの誘導数）が最大となるように、Google の中の AI が自動で最適化して配信してくれます。

予算については、それぞれご自身が使える予算を考えて設定してください。

注意すべきこととして、例えば 1 日あたりの予算を 5,000 円としていても、それを超えて配信されてしまうことは結構あります。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

1 日あたりの予算 5,000 円というのは、1 か月の予算が 5,000 円 × 30 日 = 15 万円ということなので、いきなり 1 日 1 万円が使われたり、逆に 5,000 円に満たない日もあったりします。ただ、最終的には月 15 万円ぐらいの予算内におさまるという意味になります。

自動入札にすると、Google が勝手に暴走して予算を消化してしまうとよく言われるのですが、**最初はコンバージョン測定の学習期間だと割り切ってしまった方がよい**と思います。

ある程度のコンバージョン測定データが溜まってきたら、配信が安定してくるので大丈夫です。

## 目標 CV 単価の計算方法

最初に学習期間として「コンバージョン数の最大化」で出稿し、ある程度のコンバージョンの学習データが溜まってきたら、**アフィリエイトで利益を出せる目標コンバージョン（CV）単価**を計算します。

アフィリエイトの報酬単価と実際の成約率（CVR）から赤字にならない上限コンバージョン単価を計算。

さらにその上限 CV 単価から、目標とする ROAS を実現できる目標 CV 単価を計算できます ↓

上限 CV 単価 = アフィリエイト単価 × 承認率 × 公式サイトの CVR

目標 CV 単価 = 上限 CV 単価 ÷ 目標 ROAS

例えば、アフィリエイト報酬単価が 10,000 円で、想定承認率が 70%。

コンバージョン（公式サイト誘導）10 件につき、アフィリエイトの



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

成約が 1 件だったとすると、公式サイトの CVR は  $1 \div 10 = 10\%$ 。

この場合、上限 CV 単価は  $10,000 \times 70\% \times 10\% = 700$  円 と計算されます。

この案件を ROAS 150% でまわしたい場合、目標 CV 単価は  $700 \div 150\% = 466$  円 となります。

CV 単価がこの範囲内におさまっていれば、ROAS 150% で確実に利益がでますよね。

このように学習期間を十分にとった後、入札戦略を「コンバージョン数の最大化」から「目標 CV 単価」に変更し、上記のように、実際の成約データに基づき計算された目標 CV 単価を設定してあげれば、安定して利益を出しながら自動で配信することも十分可能です。

## 広告グループの作成

続いて広告グループを作成します。

|         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 広告グループ名 | 01.効果訴求                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| キーワード   | <p>この広告グループで何を宣伝するか説明して、関連性の高いキーワードを見つけましょう</p> <p> 関連するウェブページの URL を入力する</p> <p> 商品またはサービスを入力する</p> <p> キーワードを取得する</p> <p>キーワードとは、ユーザーが検索している語句と広告を一致させるために使用される単語やフレーズです</p> <p>キーワード（語句）を 1 行に 1 つずつ入力するか、貼り付けます</p> <p><b>← 出稿するキーワードを入れる</b></p> <p>マッチタイプを使うと、広告が表示されるキーワードの条件を指定することができます</p> <p>キーワード（そのまま）は、部分一致になります。*キーワードは、フレーズ一致になります。</p> <p>[キーワード]は、完全一致になります。 <a href="#">詳細</a></p> |  |



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

広告グループ名には、例えば「O1.効果訴求」など、任意の名前を入力します。

キーワードの欄に出稿するキーワードを入れます。

なお、キーワードのマッチタイプには、**部分一致**、**完全一致**、**フレーズ一致**、**絞り込み部分一致**などがあります。

部分一致は、出稿するキーワードと関連性のあるキーワードにまで拡張されて広告が表示されます。

完全一致は、出稿するキーワードと完全に一致するキーワードにのみ広告が表示されます。

入力方法は以下の通りです↓

| マッチタイプ   | 入力方法           | 例             |
|----------|----------------|---------------|
| 部分一致     | キーワードそのものを入力する | ダイエットサプリ      |
| 完全一致     | [ ]で囲む         | [ダイエットサプリ]    |
| フレーズ一致   | “ ”で囲む         | “ダイエットサプリ 効果” |
| 絞り込み部分一致 | +を前につける        | ダイエットサプリ +効果  |

どのマッチタイプがよいかということですが、**おすすめは部分一致**です。

というのも、部分一致で出稿することで、**Google 広告の中の AI が勝手にキーワードを拡張して、いろいろな検索クエリに対して広告を表示してくれる**からです。

自分が思いもつかなかったような検索クエリでも広告が表示されて、アフィリエイトで成約を獲得できる可能性もあります。

ただし、部分一致で出稿すると、Google が勝手にどんどん拡張していきますので、無駄なキーワードにまで広告が表示されてしまう可能性もあります。

どう考えても成約しないような無駄なキーワードにまで拡張されていると考えられる場合、**こまめに検索語句を除外**していきましょう。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

## 広告の作成

広告グループを作成して、その中にキーワードを作成したら、最後に広告を作成していきます。

広告を作成する

すべての広告グループで、キーワードのテーマと関連性の高い広告を 3 個以上作成することをおすすめします。

広告グループ: 01.効果訴求    キーワード: テスト

テキスト広告    レスポンス検索広告

処理中    保留    保留

新しいテキスト広告

最終ページ URL    ⓘ

広告見出し 1    ⓘ

広告見出し 2    ⓘ

広告見出し 3    ⓘ

パスを表示 ⓘ

www.example.com // パス 1    // パス 2

0 / 15    0 / 15

説明文 1    ⓘ

説明文 2    ⓘ

2 ページ中 1 ページ目のプレビュー    <    >

モバイル

広告見出し 1 | 広告見出し 2

www.example.com

説明文 1

すべてのテキストが広告に表示されるとは限りません。形式によっては一部が省略される場合があります。特定のテキストが広告に表示されるようにすることは可能です。詳細

最終ページ URL に出稿するサイトの URL、広告見出し 1、2、3 に 30 文字以内、説明文 1、2 に 90 文字以内で任意の広告文を入力します。

その際、**広告見出し、説明文いずれにも、狙っているキーワードを入れるようにしましょう。**そうすることで、視認性が高い広告文となり、**クリック率の上昇が見込めます。**

パス 1、2 は広告に表示される URL の一部なのですが、日本語のキーワードを入れることが可能なので、ここにも狙っているキーワードを入れておくとよいでしょう。

## まとめ



以上、Google 広告の基本的な出稿方法でした。

まとめると、**一つの一貫した訴求でキーワード、広告、LP を作成し、それをひとつの広告グループにまとめる。**

**きちんとコンバージョンを測定する設定をした上で、その測定データがたまるように、コンバージョンを重視した入札戦略（例えば「コンバージョン数の最大化」）に設定する。**

**コンバージョンの測定データが溜まってきたら、アフィリエイトで利益が出る目標コンバージョン単価を計算した上で、入札戦略を「目標コンバージョン単価」に設定。**

このような戦略でおこなえば、Google 広告による PPC アフィリエイトにて安定して稼ぐことも可能です！

実際、僕は毎月 300 万ぐらい、完全放置ですっと安定して稼ぎ続けていますから^^

## ●最強なのはメルマガです



以上、Google 広告による PPC アフィリエイトについてご紹介しましたがいかがでしたか？

Google 広告を使えば、SEO のアップデート等で激減させてしまった報酬を一気に戻せる可能性があります。

SEO で売れる案件、稼げるキーワード、とれる訴求を知っている方なら、それをそのまま Google 広告に出稿すれば稼げます。

SEO のアップデートなどで報酬を落としてしまったという方は、Google 広告に是非挑戦してみてくださいね。

## 生殺与奪の権を他人に握らせるな！

ただ、もしもネットビジネスで長期的に稼ぎたいと思っているのであれば、Google 広告だけではすごく危険です。

というのも、Google 広告に関しては、いつダメになるか本当に分からないから。



【副業→メルマガ】SEO のアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月 300 万を安定的に稼ぐための PPC アフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

2020 年現在は審査が非常にゆるく、アフィリエイトサイトでもいくらかでも出稿可能となっていますが、それがいつ出稿 NG になるかわかりません。。

そもそも、Google 広告は、以前は Google アドワーズという名称だったのですが、審査が非常に厳しいことで有名でした。アフィリエイトサイトに関しては、ほぼ出稿 NG といわれるぐらい審査が厳しかったんですね。

ですので、今は審査がゆるくてアフィリエイトサイトも出稿可能ですが、それもいつ出稿できなくなるか本当に分かりません。

## 殆どのネットビジネスはいつ0になるかわからない



実際、Google 広告ではないのですが、Yahoo プロモーション広告に関しては、2019 年 6 月に突如としてアフィリエイトサイトが出稿禁止となりました。

自分はそれまで 5 年以上にわたって、毎月 100 万以上もの広告費を払って、Yahoo プロモーション広告で PPC アフィリエイトをしていたのですが、2019 年 6 月にすべてのアカウントを停止させられました。

当然、毎月数百万あった売り上げも一気に 0 になりました。。

↑こういうことが普通に起こりえるのがネットビジネスの世界なんです。。

Google 広告に関しても、今は PPC アフィリエイトで非常に稼ぎやすい状況にありますが、いつ 0 になってもおかしくありません。

## メルマガだけは唯一他者に依存していない

---



結局、ほとんどのネットビジネスというのは、他者のプラットフォームに完全に依存していますので、**生殺与奪を他人に握られている**んです。

そんな中、**ネットビジネスの中で、他者のプラットフォームに依存していないのは実はメルマガだけです。**

なぜなら、メルマガだけは、**メルマガ読者さんのリストという他者の誰にも依存しない資産を自分の手元に持つことができる**からです。

たとえ、メルマガのアカウントが凍結したとしても、メルマガ配信サーバーが配信不可になったとしても、自分の手元にはメルマガ読者さんのリストが残ります。

そのリストさえあれば、また 1 からメルマガを再開することができますよね。

これこそ、ネットビジネスの中で、他者のプラットフォームに全く依存していないのは唯一メルマガだけという理由です。

## SNS とメルマガの本質的な違い

メルマガなんて時代遅れだから、これからは SNS をやった方がいいのでは？と思う人もいるかもしれませんが、それは実は大きな間違いです。



というのも、そういった SNS というのは、まさに他者のプラットフォームに完全に依存しているから。

Twitter や Instagram、LINE などのフォロワーをいくら集めたとしても、そのアカウントが凍結してしまえば終わりですよね？

実際、僕も数万ぐらいフォロワーを集めたことはあるのですが、ある日突然アカウントが凍結されてしまい、それまでの努力がすべて無駄になった経験があります。。

Twitter や Instagram、LINE などのフォロワーをいくら集めたところで、アカウントが凍結してしまえば何も残りません。そこからやり直すことはできないんですね。

一方、メルマガであれば、他者の誰にも依存していないリストが手元に確実に残ります。

↑この本質的な違いを理解できる方は、今すぐにメルマガを始めるべきです。

もちろん、SNS もやった方がいいのですが、最終的にはメルマガのリストを獲得した方がよいです。



【副業→メルマガ】SEOのアップデートで大きく落としたアフィリエイト報酬をわずか3ヶ月で復活！Google 広告に出稿して毎月300万を安定的に稼ぐためのPPCアフィリエイト戦略（具体的な出稿マニュアル付き）

## メルマガだけは成長し続ける

10年の間、サイトもいっぱい作ってきたし、広告もいっぱい出稿してきましたが、10年間ずっと成長し続けているのはメルマガだけです。

というのは、サイトは必ずいつか飛びますし、広告も停止したり案件終了したりしますからね^^;



でも、メルマガだけでは、ずっと育ち続けていきます。

これからもずっと部数は増え続けていくでしょう^^

その10年間の間、メルマガだけでも、ざっと計算して数千万は稼いできました。

メルマガというのは、こんな風にずっと成長し続けて、不安定なネットビジネスの中で唯一の「資産」といえるようなものです。

収入が不安定になりがちなアフィリエイトこそ、片手間でもいいから絶対にやっておいた方がいいです。

そして、やるのであれば、なるべく早くはじめた方が有利です。

1日でもはやく始めて、読者数を増やしていきましょう^^

実績がないとか、そんな暇がないとか、そんなことをごちゃごちゃ言う前に、とにかくはじめておくことが大事です。



## 本特典作成者

---

 作成者名: さぼてん

 ブログ : [さぼてんのアフィリエイト実践ブログ](#)

 メルマガ : [さぼてんの Google 広告による PPC アフィリエイト入門講座](#)

 メール : [info@saboten-affiliate.com](mailto:info@saboten-affiliate.com)

---