

さぼてん流！
Google 広告による
PPC アフィリエイト戦略レポート



さぼてん

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

●はじめまして

レポートのダウンロードありがとうございます。

はじめまして！
さぼてんと申します。

僕のことをご存じない方が多いと思いますので、
最初に自己紹介をさせていただきますね。



自己紹介

さぼてんというハンドルネームで、メルマガ等で情報発信をしています。最近、twitter もやっていますので、良かったらフォローしてください〜 「レポート読みました」等とリプや DM を頂けたら、フォローバックいたします。

13:20

個人部門

さぼてん様

変更

さぼてん@サラリーマン副業で法人7期目

@saboten_affi

サラリーマン副業で主にサイトアフィリ。法人7期目。SEO、PPC (今はGoogle)、メルマガ、FB広告、Twitter、格安SIM代理店、不動産、何でもやる超ノウハウコレクター。最高月収は700万 (アフィリのみ)。アクトレアワード2018受賞。東大卒。
saboten-affiliate.com

千葉 浦安市 saboten-affiliate.com/url/report

2015年1月からTwitterを利用しています

859 フォロー中 4,583 フォロワー

さぼてん@サラリーマン副業で法人7期目
[@saboten_affi](https://twitter.com/saboten_affi)

2010 年頃に副業としてアフィリエイトをはじめ、最初はペラサイト量産のサイトアフィリエイトに取り組みました。当時は SEO が今と比べて簡単だったこともあり、**開始 2 カ月後には月 10 万を達成。1 年半後ぐらいに月 100 万を達成**しました。

その後も月 100 万以上を安定的に稼ぎ続けています。サラリーマンの副業なのですが、節税のため、妻を社長とする株式会社を立ち上げました。2019 年 11 月には**法人 7 期目**になっています。

現在は、SEO などペラサイト量産の他にも、PPC、メルマガ、Twitter、Facebook 広告などの様々なネットビジネスに取り組み、平均して**毎月 500 万円以上の売上**となっています。

ネットビジネスのほかにも、不動産賃貸業、クレジットカードや格安 SIM の代理店事業、日用品のカタログ通販事業、ホームページ制作、法人・店舗コンサルなど、さまざまなビジネスに挑戦しています。

法と倫理に反しない限り、とにかく何でもやってみる誇り高き超ノウハウコレクターというスタンスで、メルマガなどで情報発信しております↓



[>>さぼてん公式メルマガはこちら](#)

● このレポートを読むべき方

こちらのレポートを手にとって頂いたということは、Google 広告に興味があるということですよね。

もしかしたら、SEO のアップデートで報酬が激減してしまった方や、Yahoo プロモーション広告の規約変更で報酬が 0 になってしまったという方もいらっしゃるかもしれません。



そういう方にとっては、このレポートはきっと参考になると思います！

というのは、Google 広告を利用することで、その報酬を一気に復活させることが出来るかもしれないから^^

実際、僕も法人 6 期目にして、かなりのピンチに陥ったのですが、Google 広告によって助けられたんです。

SEO のアップデートで報酬激減。。



2019 年は SEO のアップデートが本当に多いですね^^;
数ヶ月ごとに大きなアップデートがあり、その度にアフィリエイトサイトが飛んでいきます。
僕のサイトも例外ではなく、そういったアップデートの度にサイトが飛んでいってしまい、報酬が激減してしまいます。。

ペラサイト量産の場合、すべてのサイトが同時に飛ぶということはまずないので、1つのサイトだけに依存しているような大型サイト戦略と比べると、報酬は比較的安定しているといえます。

とはいえ、アップデートの度にサイトの多くが飛んでしまうため、SEOで稼ぎ続けるためには、**賽の河原の石積みのように、常にサイトを作り続けな**
いといけません。

自作自演のリンクなしの完全ホワイトで、ユーザーのためのサイトを作っていけば大丈夫と言うような人もいますが、実際には今回のようなアップデートで、そういったサイトの多くも飛ばされています。

そういった完全ホワイトのサイトといえども、今回のアップデートのような、いわゆる検索アルゴリズムの変動でもサイトは飛ばされますし、そもそもアフィリエイトサイトの場合、手動ペナルティからは決して逃れられません。

つまり、**SEOの場合、どんなサイトであってもいつか必ず飛びますし、報酬が安定するということはない**んですよね^^;

Yahoo プロモーション広告の規約変更

YAHOO!
JAPAN

プロモーション広告

また、**2019年6月には、Yahoo プロモーション広告で大きな規約変更**がありました。

この規約変更によって、アフィリエイトサイトはYahoo プロモーション広告では出稿が一切不可となってしまいました。

つまり、事実上、アフィリエイトサイトというのは、Yahoo から完全に締め出されてしまいました。。

ご多分にもれず、僕も Yahoo プロモーション広告のアカウントがいくつも凍結されてしまい、毎月の数百万の売上が一気に0となってしまいました。これまで5年以上にわたって、Yahoo に毎月の広告費を 100 万円以上も払い続けてきたにもかかわらずです^^;

広告を使ったアフィリエイトの場合、広告提供媒体の規約に左右されるため、報酬も決して安定はしないですね。。

Google 広告で報酬を一気に復活できるかも！

僕と同じように、SEO のアップデートや PPC の規約変更などで報酬を大きく落としたアフィリエイトの方も多いと思います。

僕も、法人を立ち上げてから月数百万の売上はずっと維持してきたのですが、2019年の度重なるSEOアップデート、Yahoo プロモーション広告の規約変更によって、報酬を一気に落としてしまいました。。法人6期目にして、はじめての大ピンチだと思ったのですが、、



Google 広告の審査が最近ゆるくなっているという噂を聞きつけ、試しに出稿をはじめてみました。

2019年6月より Google 広告への出稿を開始したところ・・・

出稿開始わずか3ヶ月後の2019年9月の売上は約620万円↓

(画像はALUMINAという管理ツールのキャプチャ)



上記は複数ASPからの売上の合計ですが、そのうちの一つである、アクセストレードというASPの管理画面のキャプチャはこちら↓

簡易レポート 2019/09/29 23:50更新

	今日	今月
クリック数	1,010	23,673
発生数	55	1,153
発生報酬	¥ 239,965	¥ 4,535,365
確定数	0	772
確定報酬	¥ 0	¥ 2,811,113

> もっとみる

2020 年 3 月には発生 800 万突破！

その後も順調に売上を拡大していった、**2020 年 3 月には発生ベースの売上 800 万を突破！**



上記は複数の ASP からの売上の合計の金額ですが、そのうちの一つであるアクセストレードの管理画面のキャプチャを次のページに掲載しておきました。

2020 年 3 月にはアクセストレードだけで発生ベースの売上が 600 万を突破しています。

キャンペーン	予算	ステータス	広告タイプ	表示回数	クリック数	クリック率	費用	平均費用
G. [blurred]	¥18,000/...	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
G. [blurred]	¥2,200/...	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
G. [blurred]	¥2,000/...	予算による制限	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
G. [blurred]	¥6,000/...	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
G. [blurred]	¥5,000/...	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
G. [blurred]	¥5,000/...	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
S. [blurred]	¥100/日	有効	検索	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]	[blurred]
合計: アクティブなすべてのキャンペーン				338,980	26,466	7.81%	¥824,807	
合計: アカウント	¥38,300/...			338,980	26,466	7.81%	¥824,807	

広告費を 200-300 万いれて、200-300 万ぐらい稼げるということですね。

ということで、今は Google 広告がとても稼ぎやすいです。

SEO のアップデートや、Yahoo プロモーション広告の規約変更で報酬が激減してしまったアフィリエイターの方は、この機会に Google 広告への出稿に是非挑戦してみてください。

激減した報酬を一気に復活させることができるかもしれませんよ^^

このレポートでは、Google 広告で完全放置 & 完全自動で稼ぎ続けるための PPC アフィリエイト戦略について解説します！

● Google 広告の今

マジすか



2020 年 5 月現在、Google 広告の審査が非常にゆるくなっています。

Google 広告というのは、以前は Google アドワーズ広告という名前だったのですが、もともとはアフィリエイトサイトに対しては審査が非常に厳しいことで有名でした。

Google アドワーズに出稿するための以前の条件

アフィリエイトサイトのような、本質的には、いわゆるブリッジページと呼ばれるようなサイトというのは、そもそも出稿ができなかったんですね。

ブリッジページというのは、アクセスしたユーザーにとって有益となる独自のコンテンツを提供することなく、別のドメインへ誘導することを主目的としたウェブページ、またはサイトの構造を指します。

アフィリエイトサイトというのは、基本的に広告主のサイトへ誘導することを目的としたサイトであるため、本質的にはブリッジページといえます。

もちろん、アクセスしたユーザーにとって有益となる独自のコンテンツを提供すればいいわけですが、以前の Google アドワーズ広告ではその基準が非常に高く、アフィリエイトサイトの出稿はかなり難しかったのでした。

具体的には

- 10 個以上のアフィリエイト案件を掲載
- その案件を絞り込み・並べ替えによって比較できる

↑ こういった機能&コンテンツがサイトに必須だったと言われていました。

絞り込み機能などの搭載が技術的にややハードルが高く、アフィリエイトサイトの出稿が難しかったんですね。。。。。

この基準を満たさないアフィリエイトサイトを何度か出稿してしまうと、Google アドワーズのアカウントは容赦なく凍結され、その後は二度と復活できないと言われていました。

10年近くずっとアカウント凍結したままでした



実際、僕は 10 年ぐらい前にアフィリエイト初心者だった頃、何も分からずに何度かしょぼいペラサイトを出稿した結果、**あっという間に Google アドワーズのアカウントを凍結**されてしまいましたww

その後、10 年近くアカウントが凍結したままで、再審査に何度出してもダメで、いっこうに復活できなかったのも、**自分は Google 広告で二度と出稿できない**ものと思い込んでいました^^;

でも、2019 年になってから、試しに Google のサポートに電話して、どんなに頑張ってもアカウントを復活できない旨を直接相談してみたところ。。。

「それならば、新しくアカウントを作ればいいんじゃないですかー？」



というまさかの回答ww

(それで良かったんかいっ！)

と心の中で激しく突っ込みながら、名前やクレジットカードの名義もそのまま、新しくアカウントを作ってみたところ、普通にアカウントを作り直すことができました。

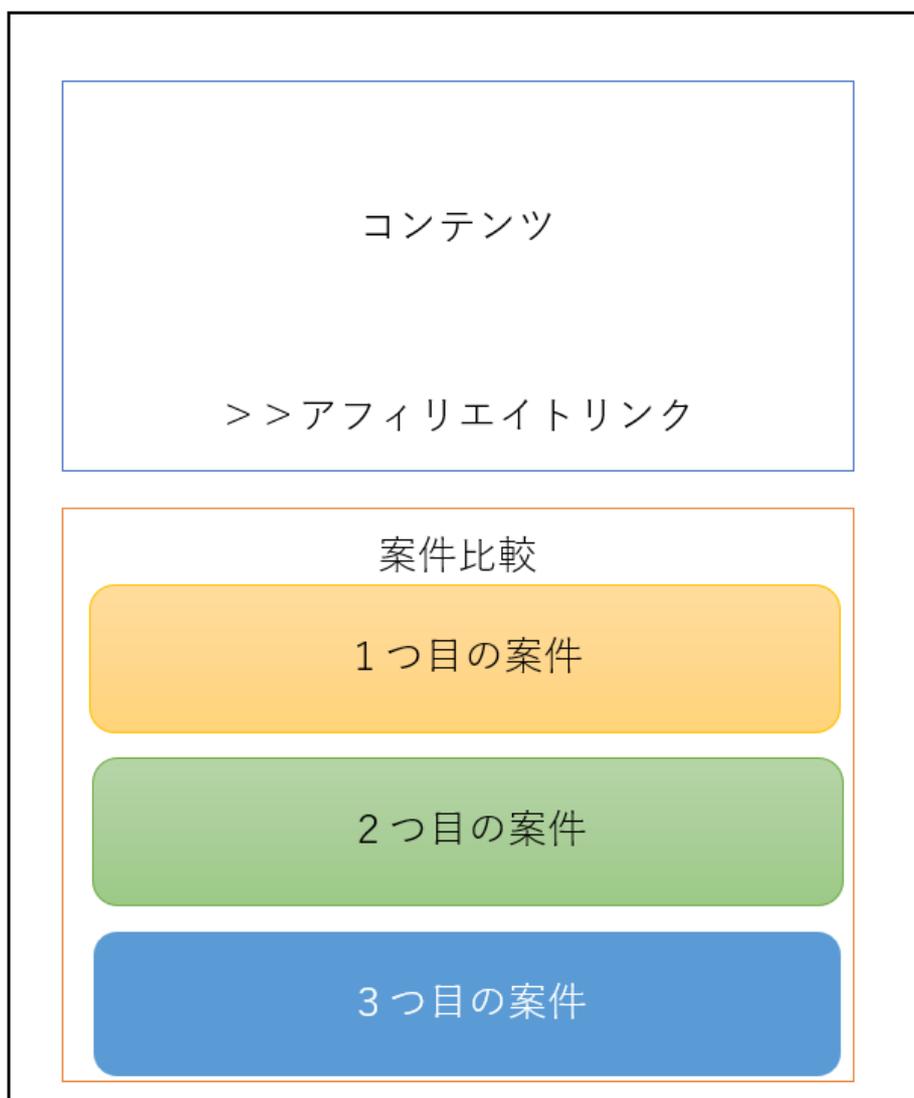
あまりにもあっさりとアカウントを作れたので拍子抜けしました^^;

Google 広告で出稿できているサイトの構成



審査が緩くなっているということで、試しに次ページにあるようなサイト構成のペラサイトを出稿してみたところ、無事に審査を通過して出稿ができております！

Google 広告で出稿可能なアフィリエイトサイトの構成



↑最初にコンテンツがあって、普通にアフィリエイトリンクに誘導。
その後に**比較サイトとして、3、4案件ぐらいを並べて掲載。**

以前の Google アドワーズで必須だったような 10 案件の掲載や絞り込み & 並べ替え機能もありません^;

今後、目視の審査で落とされる可能性もありますが、今のところ、1年ぐらいは掲載し続けています。

また、Google の担当者さんとは何人も電話でお話をしていますが、このよ
うなサイトで審査は問題ないだろうとの返答をいただいています。

（ただし、審査部門の方ではないので絶対に大丈夫とはいえないようです
が・・・）

Google に出稿するなら今がチャンス！



ということで、**2020年5月現在、Google 広告の審査はゆるい**です！

以前の Google アドワーズ広告の時には、絶対に審査を通過しなかった、と
いうよりは一瞬でアカウントを凍結されてしまうような、しょぼいペラサイ
トでも出稿できます！

SEO のアップデートや、Yahoo プロモーション広告の規約変更で報酬を
落としてしまった人は、この機会に是非 Google 広告への出稿に挑戦して
みてくださいね。

ただし、商標出稿はダメ！



ただし、ここで非常に大きな注意があります！

それは、基本的に**商標出稿はNG**だということ。

殆どのアフィリエイト案件というのは、その**商品名やサービス名といった商標で出稿することは禁止**されています。

そのため、いくら SEO で稼げていたと言っても、商品名やサービス名といった商標キーワードで稼いでいた人については、残念ながら今回の Google 広告のレポートはあまり役に立たないかもしれませんね^^;

商標出稿が NG とされる理由は、**広告主自身がその商標で出稿していることが多く、アフィリエイトも出稿してしまうと入札単価が高騰してしまうから**です。

というか、そもそも、商品名やサービス名などの商標キーワードというのは、その商品やサービスを既に知っている人が検索してくるわけで、広告主にとっては新規顧客を集客しているとはいえません。
そのため、商標キーワードによる集客は、広告主にあまり喜ばれることはなく、特別単価なども出にくいです。

商品名、サービス名といった商標キーワードは、確かに稼ぎやすいのですが、**特別単価が出にくい、リスティング出稿できないといったデメリット**もあることは覚えておきましょう。

商標出稿は提携解除 & 成果全否認のリスクあり



最近、Twitter などを見ていると、商標出稿を隠れてやっている人たちが話題になっているようです。

深夜だけ出稿するとか、地域を絞って出稿するなど、あの手この手で監視の目を逃れて、商標出稿している人たちもいるのだとか。

アフィリエイトサイトにリダイレクトをかけて、広告からそのまま広告主サイトに直飛ばしするようなやり方をしている人もいるようです。

↑こういうことを塾やコンサルで教えている人もいるのだとか・・・。

ハッキリ言ってやめた方がいいです。

というのは、最近は商標出稿に対する監視の目が相当厳しくなっており、少しでも出稿を確認されたら、**問答無用で即日の提携解除、成果報酬の全キャンセル**ということもあります。

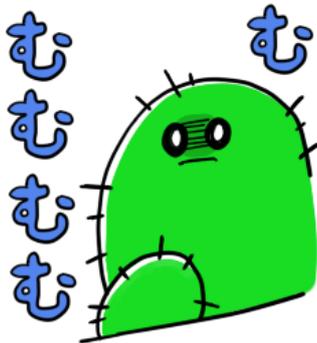
実際には**商標出稿をしておらず、部分一致でたまたま出てしまっただけでも、一発で提携解除&報酬全キャンセル**ということもあります。

僕はそれがすごく怖いので、**商標の除外は非常に厳密にやっています。**

というのは、広告費に 200 万ぐらいかけて出稿しているのに、除外忘れのために、たまたま部分一致で商標が出てしまっただけで報酬が全キャンセルになると、超赤字になりますからね。。。

笑えません。

そういったリスクを避けるためにも、僕は、商標の除外をかなり厳密にやっています。



● Google 広告 AI を活用した自動化戦略



では、具体的に、Google 広告で稼ぐ場合の戦略についてご紹介します！
ただ、実は、今の Google 広告の場合、戦略なんてほとんど必要ありません
～；

というのは、Google 広告には非常に優秀な AI が搭載されており、こちら
が細かい設定などをしなくても、Google が勝手に機械学習を繰り返し、き
ちんと利益が出るように勝手に最適化して配信してくれるからです。

売れる案件、稼げるキーワード、成約の取れる訴求さえ知っていれば、それ
をそのまま出稿するだけで、あとはこちらで設定することはほとんどありま
せん。

最低限、最初に以下の設定をするだけで OK です。

1. コンバージョン (CV) 測定の設定
2. 入札戦略を「コンバージョン (CV) 数の最大化」にする
3. コンバージョンが蓄積してきたら目標 CV 単価を設定

最初に、Google 広告の中の AI に、どこが「コンバージョン (CV)」にな
るのかを教えてあげる設定をしたら、あとは Google が勝手に、その CV 数
が最大化されるように広告を配信してくれます。

その後、ある程度の CV 数が蓄積されたら、今度はアフィリエイト報酬できちんと利益が出るように、アフィリエイト報酬の単価、コンバージョン率（CVR）、承認率などから逆算して、目標コンバージョン（CV）単価を調整してあげます。

↑これだけで基本的に OK です^^

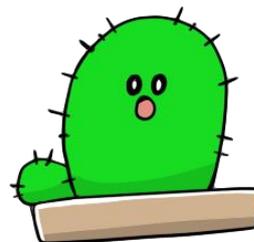
その後は、出稿を続けていく中で、明らかに関係のない検索クエリを除外するとか、パフォーマンスの悪いキーワードを削除するなど、最低限のメンテナンスをするだけでも十分にまわしていくことは可能です。

ということで、次から 1 つずつ丁寧に解説していきますね！

1. コンバージョン測定の設定

Google 広告をやるのであれば、この設定は必ずおこなひましょう。

Google に「どこがコンバージョン（CV）であるか」を教えることで、あとは Google 中の AI が機械学習を繰り返して、そのコンバージョン（CV）数が最大化されるように広告を最適化して配信してくれます。



CV のポイントをどこに設定するのかというのが問題になるわけですが、アフィリエイトサイトの場合は、基本的に、広告主の「公式サイトへの誘導」に設定するのが良いと思います。

可能であれば、広告主にお願いして、広告主の公式サイトから購入・申込みに至ったサンクスページに設定したいところなのですが、それはなかなかハードルが高いかと思ひます。

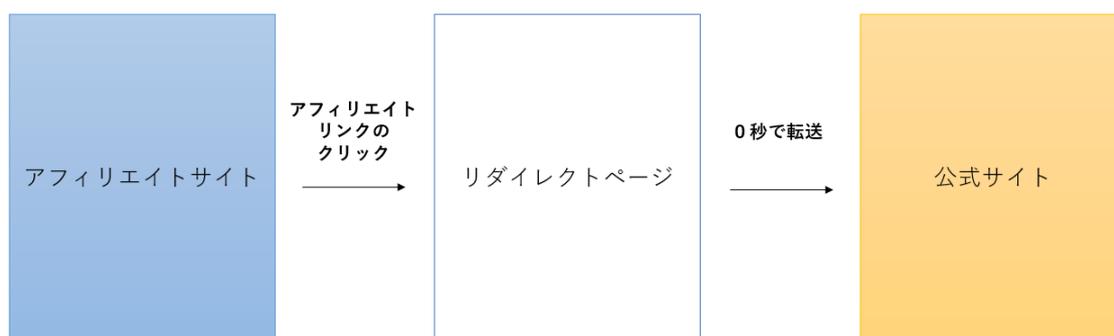
広告主のサンクスページに CV ポイントを設定した方が、より精度の高い最適化につながると思うのですが、実際問題としては、公式サイトへの誘導に設定した場合でも問題はありません。

むしろ、公式サイトへの誘導に CV ポイントを設定してあげた方が、CV 数としては多くなりますので、最適化のスピードが高まって効率的なのではないかなと思います。

公式サイトへの誘導に CV 設定する方法

それでは、「公式サイトへの誘導」に CV ポイントを設定する方法をご紹介します。

いろいろなやり方があると思うのですが、ここではアフィリエイトリンクのクリック先にリダイレクトページをかませ、そのリダイレクトページにコンバージョンタグを設定する方法を解説します。



リダイレクトページというのは、0秒で URL 転送するページです。アフィリエイトリンクのクリック先にリダイレクトページを設定しておき、公式サイトへ0秒で転送させます。

このリダイレクトページに、Google 広告の CV タグを埋め込んであげることで、「公式サイトへの誘導」を測定します。

さぼてん流！Google 広告による PPC アフィリエイト戦略レポート
コンバージョン測定設定編

まずはコンバージョンタグを生成します。

「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。



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、以下のように設定すればいいと思います。

画面キャプチャは次ページに掲載しました。

カテゴリ	購入
コンバージョン名	公式サイト誘導
値	このコンバージョンアクションでは値は使用しない
カウント方法	全件

いろいろと設定するところがありますが、正直何でもよいと思います^^;

大事なことは、コンバージョンを測定できるようにすればいいだけなので、細かい設定はあまり気にする必要はありません。



さぼてん流！Google 広告による PPC アフィリエイト戦略レポート コンバージョン測定設定編

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。
	<p><input checked="" type="radio"/> 購入 ユーザーがお客様の商品やサービスを購入</p> <p><input type="radio"/> 見込み顧客の獲得 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</p> <p><input type="radio"/> ページビュー ユーザーがお客様のウェブサイトの特定のページを開覧</p> <p><input type="radio"/> 申し込み ユーザーがイベントやニュースレターに登録</p> <p><input type="radio"/> その他</p>	
コンバージョン名	公式サイト誘導 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	
	<p><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</p> <p><input type="radio"/> コンバージョンごとに異なる価値を割り当てる</p> <p><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） 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せん。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。</p>	
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。 詳細
	<p><input checked="" type="radio"/> 全件 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。</p> <p><input type="radio"/> 初回のみ 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。</p>	
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	▼
作成して続行 キャンセル		

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インストールすると、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: [redacted] -->
<script async src="https://www.googleadservices.com/pagead/conversion.js"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-[redacted]');
</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。 ①

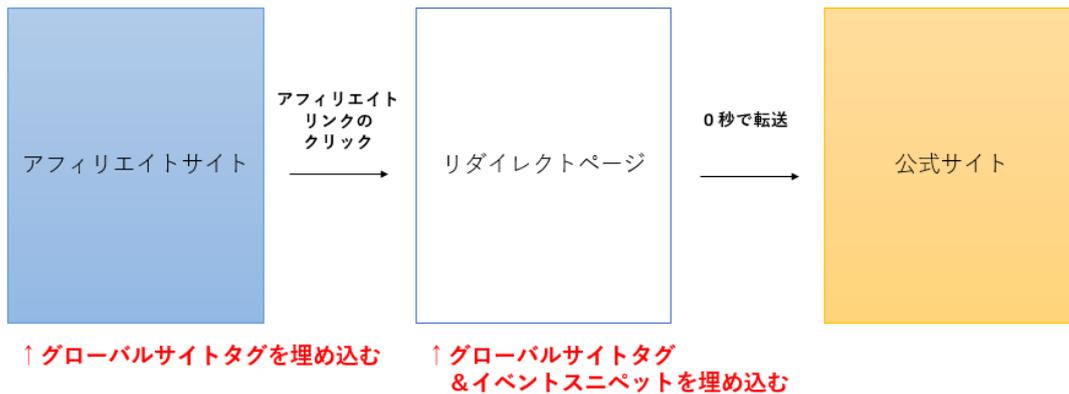
- ページの読み込み
コンバージョン達成直後のユーザーに表示するページにスニペットを追加します
- クリック
クリック数をトラッキングするボタンまたはリンクがあるページにスニペットを追加します

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-[redacted]',
    'transaction_id': ''
  });
</script>
```

[スニペットをダウンロード](#)

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。

また、リダイレクトページの作り方がわからない人は、サンプルのhtmlファイルをメルマガの中で差し上げておりますのでチェックしてみてくださいね。

2. 入札戦略を「CV数の最大化」にする

CVポイントの設定が出来たら、実際に広告を出稿するためのキャンペーンを作っていきます。

この際、**キャンペーンの入札戦略を「CV数の最大化」**にしましょう。

以前は入札戦略を自分で選ぶことが出来て、そこで「CV数の最大化」にすればよかったのですが、現在は、入札単価のところで「**重視している要素は何ですか？**」のところを「**コンバージョン**」にすればOKです。

さぼてん流！Google 広告による PPC アフィリエイト戦略レポート コンバージョン測定設定編



Google 広告に限らず、運用型広告の管理画面というのは、本当にしょっちゅう変わるので、自分でいろいろ触って慣れるしかないです^^；
正直に言って、自分も細かいところまで理解できていないのですが、「たぶん、これでええやろ」ぐらいの感覚でやっていますw

管理画面で CVR（公式サイト誘導率）を確認

CV 数の最大化で出稿をすると、実際に CV（公式サイトへの誘導）が発生してくると思います。

キャンペーン	表示回数	クリック率	平均クリッ	費用	コンバージ	コンバージ	コンバージ
● [Campaign]	10,807	4.81%			149.38		28.73%
● [Campaign]	17,340	13.15%			720.88		31.62%
● [Campaign]	28,366	6.06%			639.48		37.20%
● [Campaign]	38,541	8.12%			634.07		20.25%
● [Campaign]	19,742	8.33%			512.06		31.13%
合計: すべてのキャンペーン (削除済みを除く)	114,796	8.10%			2,655.87		28.57%
合計: アカウント	114,796	8.10%			2,655.87		28.57%

CV 数、コンバージョン率 (CVR) などは、Google 広告の管理画面上で確認することができます (前ページ図)。

ここでいう CVR というのは、**アフィリエイトサイトから広告主の公式サイトへの誘導率**をさしています。

案件やキーワードによって変わってくると思いますが、この誘導率は目安として 20%以上は欲しいところだと思います。

このコンバージョンが蓄積されればされるほど、Google 広告の機械学習が強化され、より最適化のかかった広告配信が期待できます。

たぶん、最初の頃は、発生するアフィリエイト報酬よりも広告費がかかってしまい、赤字になってしまうと思うのですが、**後の安定運用のための学習期間**だと思って割り切ってください。

次の段階で、目標 CV 単価を調整することで、きちんと黒字化できるようにしていきます。

3. CV が蓄積してきたら目標 CV 単価を設定

「コンバージョン (CV) 数の最大化」の入札戦略にて、ある程度の CV 数を確保し、AI による機械学習が進んできたなら、次の段階で**目標 CV 単価**を設定します。

CV 単価というのは、1 つの CV を獲得するために必要な広告費のことを指します。

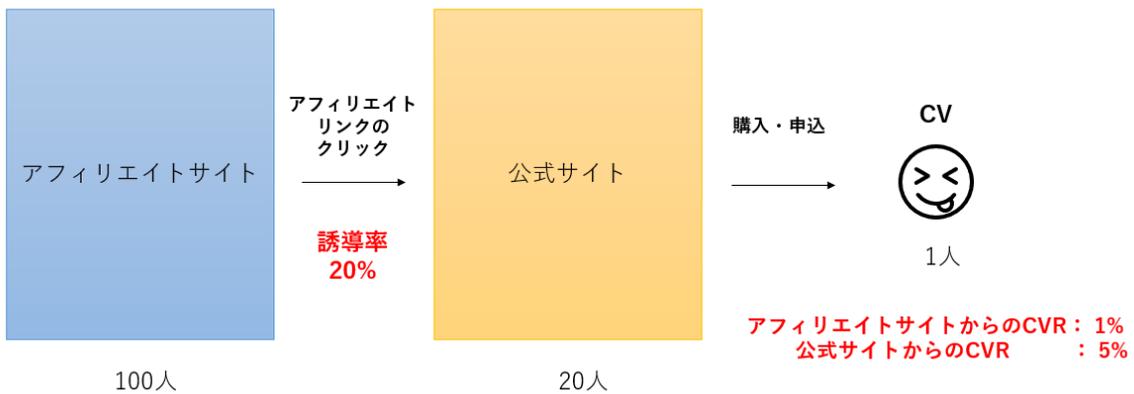
ここでいう CV 単価というのは、**アフィリエイトサイトから広告主の公式サイトへ 1 人誘導するまで必要な広告費**ということになります。

例えば、出稿した Google 広告から 100 人をアフィリエイトサイトに誘導し、そのうちの 20 人が公式サイトへ移動。それまでにかかった費用が 5,000 円ということであれば、CV 単価は $5,000 \div 20 = 250$ 円となります。

目標 CV 単価を設定するにあたって、まずは、アフィリエイト報酬と広告

費が一致して、利益も赤字も出ない、つまり、トントンになる**上限 CV 単価、上限クリック単価 (CPC)**を計算します。

ちょっと分かりにくいと思うので、下の図を使って説明します。



アフィリエイトサイトに 100 人のアクセスが来たとして、誘導率が 20% だとすると、広告主の公式サイトに 20 人のアクセスが行くこととなります。

そして、公式サイトに誘導された 20 人のうち、1 人が商品やサービスを購入・申込み（成約）をした場合を考えます。

この時、**アフィリエイトサイトから成約までの CVR を考えると、 $1 \div 100 = 1\%$**
一方、**広告主の公式サイトから成約までの CVR というのは、 $1 \div 20 = 5\%$**
になります。

この時、1 成約あたりのアフィリエイト単価が 10,000 円で、平均的な承認率が 80% だった場合を考えます。

この時の上限 CV 単価、上限クリック単価はいくらになるでしょうか？

今回の場合、1 つの成約で期待できる報酬単価というのは、承認率を考慮すると $10,000 \text{ 円} \times 80\% = 8,000 \text{ 円}$ 。

そして、1つの成約を獲得するまでに、公式サイトへ20回誘導しているわけなので、1回の誘導あたり、 $8,000 \div 20 = 400$ 円までであれば、広告費をかけたとしても赤字にならないということですよ。

(利益も出ませんが・・・)

また、1つの成約を獲得するまでに、アフィリエイトサイトに100回アクセスを誘導、つまり、広告を100回クリックさせているわけなので、 $8,000 \div 100 = 80$ 円までであれば赤字にならないということになります。

ということで、**上限 CV 単価は 400 円、上限 CPC は 80 円**と計算されます。

上限 CV 単価、上限 CPC の計算方法

ちょっと分かりにくかったかもしれませんが、以上をまとめると、結局のところ、**上限 CV 単価、上限 CPC**というのは、以下のように簡単に計算できます↓

上限 CV 単価 = アフィリ単価 × 承認率 × 公式サイトの CVR

上限 CPC = アフィリ単価 × 承認率 × アフィリエイトサイトの CVR

今回の例の場合、

上限 CV 単価 = $10,000 \text{円} \times 80\% \times 5\% = 400 \text{円}$

上限 CPC = $10,000 \text{円} \times 80\% \times 1\% = 80 \text{円}$

ということですね。

つまり、**CV 単価が 400 円以下、あるいは CPC が 80 円以下**であれば、決して赤字にはならないということになります (利益も出ませんがw)。

上限 CV 単価を計算できれば、あとは、**どれぐらいの ROAS (売上 ÷ 広告費)**で運用したいかを考えて、**目標 CV 単価を決めてあげれば OK**です。

例えば、今回の例の場合、上限 CV 単価が 400 円と計算されましたので、ROAS 200%でまわりたいのであれば、目標 CV 単価は $400 \div 200\% = 200$ 円。

ROAS 150%でまわれれば十分と考えるなら、目標 CV 単価は $400 \div 150\% = 267$ 円ということになります。

自分が得たい ROAS から目標 CV 単価を逆算し、その目標 CV 単価を Google 広告に設定すれば、あとは Google 広告の中の AI が、実際の CV 単価がその目標 CV 単価に近づくように、勝手に広告を最適化して配信してくれます^^

このように設定して、実際の CV 単価がその範囲に収まっていれば、赤字になることは普通ありえません。

Google 広告は非常に精度が高いため、**最初にきちんと最適化の学習期間を設定し、実際のデータにもとづく CV 単価を計算して設定してあげれば、あとはほぼ放置の状態でも、ある程度、計算どおりの ROAS でまわる**ことが多いです。

この戦略であれば、どんな案件であっても、手堅く稼ぐことができます！



● さぼてん流！PPC アフィリエイト戦略

以上が Google 広告の AI を活用した自動化戦略の概要なのですが、ここからは、より具体的に、さぼてん流の PPC アフィリエイト戦略について解説していきますね。

PPC アフィリエイトと一口に言っても、いろいろなやり方があると思うのですが、僕が主にやっている戦略は、一言で言えば **キーワードの大量出稿** です。

成約につながる可能性のある、ありとあらゆるキーワードを大量に出稿します。1つの案件に対して、数千規模のキーワードを出稿、また、そのキーワードを入れた広告も数千規模で大量に出稿、さらに各キーワードに合わせて、そのキーワードを挿入した数千規模のサイトもそれぞれ用意します。

どういうことかと言うと、次のページの図のように、例えば「車買取 千葉」と検索してきた人に対して、「千葉の車買取ランキングはこちら」というような広告を出稿し、その出稿先のサイトとして「千葉の車買取ランキングサイト」というアフィリエイトサイトを出すということです。



「車買取 千葉」と検索

「千葉」を挿入した広告文

千葉の車買取ランキングはこちら

「千葉」を挿入したサイト

車買取ランキングはこちら

ここでポイントになるのは、「千葉」というキーワードが広告文にもサイトにも挿入されているということです。

このように、広告文にもサイトにも検索キーワードを挿入すると、自然と広告の品質、サイトの誘導率も良くなるので、Google により最適化がよりかかりやすくなります。

そして、僕の場合、こういうキーワードを数千、あるいは数万規模で大量に出稿しています。今回の車買取の例の場合であれば、全国の市町村名、駅名などの地名で網羅的に出稿します（次頁の図）。そのため、数千規模のキーワードを出稿し、さらにそれに合わせて数千規模の広告文、サイトを大量に作成して出稿するということになります。

「車買取
車買取
車買取
車買取」

埼玉
神奈川
茨城

「埼玉、神奈川、茨城...」を挿入する

千葉の車買取ランキングはこちら

千葉の車買取ランキングはこちら

千葉で車売るつもりなら、こちらの車買取ランキングをチェックしていきましょう！

車を千葉で売りたい人がかならずチェックしている、車買取ランキングはこちら！

車買取ランキングはこちら

大量に出稿することで勝てるキーワードで戦う



数千から数万規模のキーワードを大量に出稿したり、それに合わせて数千から数万規模の広告文、サイトを作成するなんて無理・・・と思うかもしれませんが、ツールや Excel を駆使すればそんなに難しくはありません。その

やり方については、後ほど解説しますね。

そもそも、どうして数千から数万規模の大量のキーワードを出稿するのかというと、そうすることで**ライバルが少ないキーワードでも戦える**からです。

車買取を例に取ると、「車買取」とか「車査定」といったいわゆるビッグキーワードはライバルが強すぎてしまって、弱小アフィリエイトでは歯が立ちません。

でも、全国の市町村名や駅名などを数千規模で大量に出稿すると、その中にはライバルがほとんどいないキーワードも出てきます。「千葉 車買取」ではまだライバルが多いかもしれませんが、例えば「下総橋 車買取」というキーワードなら勝てる可能性もあります。

このように**数千から数万規模のキーワードを大量に出稿することで、僕のよ
うな弱小アフィリエイトでも戦えるニッチのキーワードで成約を獲得し、
コツコツと利益をとっていく**というのがさぼてん流の PPC アフィリエイト戦略になります。

キーワード大量出稿の具体的な手順

ということで、ここからはキーワードを大量に出稿するさぼてん流の PPC アフィリエイト戦略について、具体的なやり方を順番に解説していきますね。

さぼてん流の PPC アフィリエイトの具体的なやり方はこんな感じです↓

1. 案件選定
2. サイトの大量作成
3. 広告文の大量作成
4. キーワード&広告の大量出稿

各ステップについて、注意すべきポイントなども交えながら詳細に解説していきますね。

1. 案件選定



さぼてん流の PPC アフィリエイトで**最も大事なのが案件選定**といえます。

報酬単価が高い、承認率保証がある（あるいは承認率を予測できる）などの要件もありますが、一番大事な要件は**狙えるキーワードが多い案件である**ということです。

さぼてん流の PPC アフィリエイト戦略は、**成約につながるキーワードを数千から数万規模で大量に出稿**します。そのため、そういったキーワードが大量にあることが大前提となります。

先程も例にあげましたが、例えば車買取の案件であれば、全国の市町村名や駅名といった地域名その他、車種名といったキーワードが大量出稿につかえると思います。

例えば、下記のようなキーワードであれば、成約につながると思われます。

- 車買取 + [地域名]
- 車 売る + [地域名]
- [車種名] + 買取り
- [車種名] + 売る

例として、「買取」と「売る」という 2 語のみを示しましたが、少し考えれば、同じようなキーワードでさらに大量に出稿できますよね。

このように、**成約につながるキーワードが多くある案件を選ぶということが、さぼてん流 PPC アフィリエイト戦略で最も大事なポイント**になります。

2. サイトの大量作成

おまかせください！



案件を決めたら、次にキーワードを挿入したサイトを大量に作成していきます。

サイトの大量作成というと難しそう・・・と思う人もいるかもしれませんが、実はフリーソフトで簡単に出来ます。**無料で使える bptran というソフトを使えば、数千だろうが数万サイトであっても、一瞬で作成することができるんです！**

僕も主に bptran というフリーソフトを使うことが多いので、ここでは bptran を使って大量にサイトを作成する方法を解説しますね。

ただ、後の広告文の大量作成や、キーワード&広告の大量出稿に関しては、僕は主に Excel などを駆使してやっているのですが、Excel の操作に不慣れの人にとってはちょっと難しいかもしれません・・・。

そんな人には、**サイトの大量作成から広告文の大量作成、キーワード&広告の大量出稿まで全て一貫しておこなえるツール**もありますので、そちらをおすすめします。

サイトの大量作成、広告文の大量作成、キーワード&広告の大量出稿まで一貫しておこなえるツールに興味があるという方は、僕のメルマガでご紹介していきますので楽しみにしておいてくださいね^^

bpTran を使ったサイトの大量作成

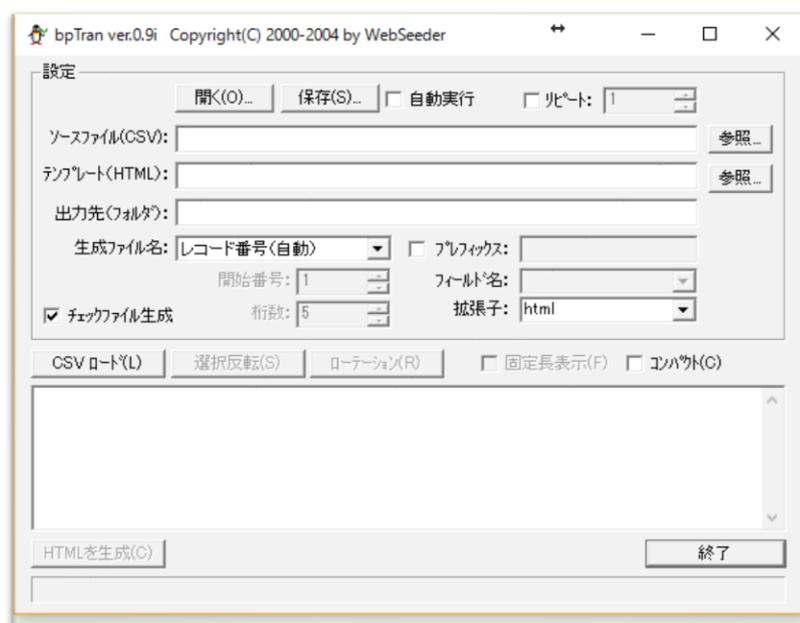


僕が大量作成に使っている bpTran というフリーソフトはこちらからダウンロードできます↓

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

この bpTran というソフトは、サイトの型紙となるテンプレートを用意してあげて、そこにキーワードを csv ファイルで流し込んであげて、一括置換することで大量にサイトを作成できるというソフトになります。

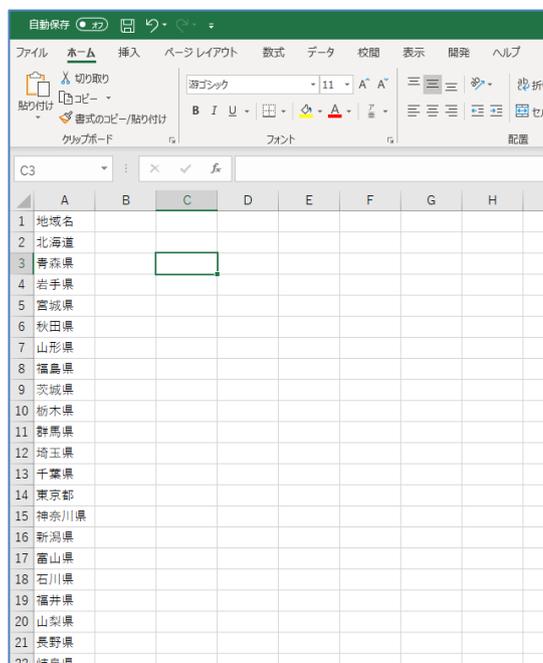
ちょっと分かりにくいかもしれませんが、要は Word とかで用意されている差し込み印刷のような感じですよ。年賀状の宛名印刷などで使うヤツですね。



こちらが bpTran の起動画面になります。

bpTran に流し込んであげるためのキーワードの csv ファイルを用意します。例えば、今回の例のように「車買取 千葉」といった地域名でサイトを作るのであれば、全国 47 都道府県、全国の 2,000 ほどの市町村名のキーワードの csv ファイルを用意します。

下の図のような CSV ファイルとなります。地域名で置換する場合は、一番上の行に「地域名」などと入力し、2 行目以降に置換する予定のキーワード、全国 2,000 ほどの市町村名を入れます。他にも、例えば車種名で置換したいのであれば、一番上に「車種名」などと入力し、次の行にプリウス、フィットといった車種名キーワードを入れて用意します。

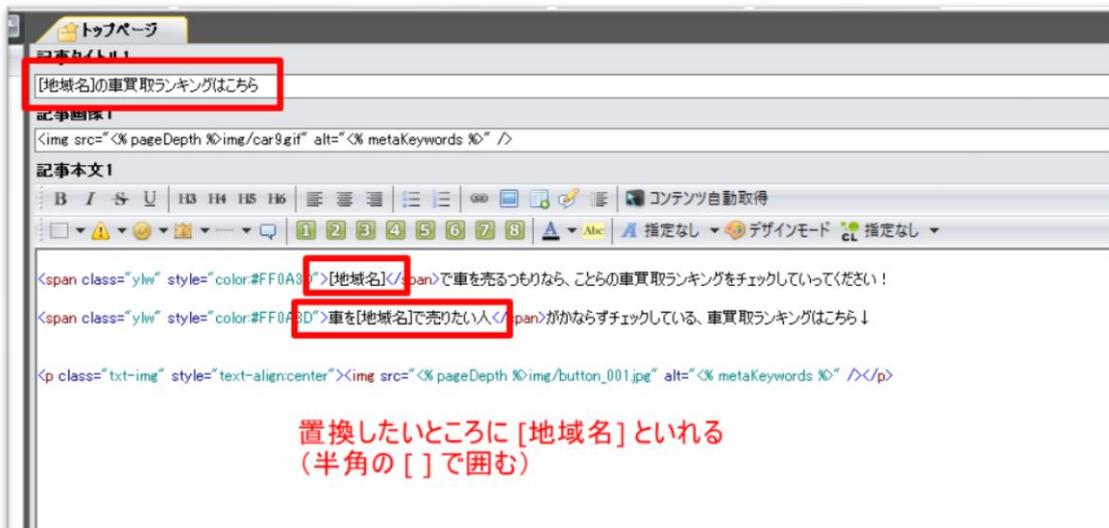
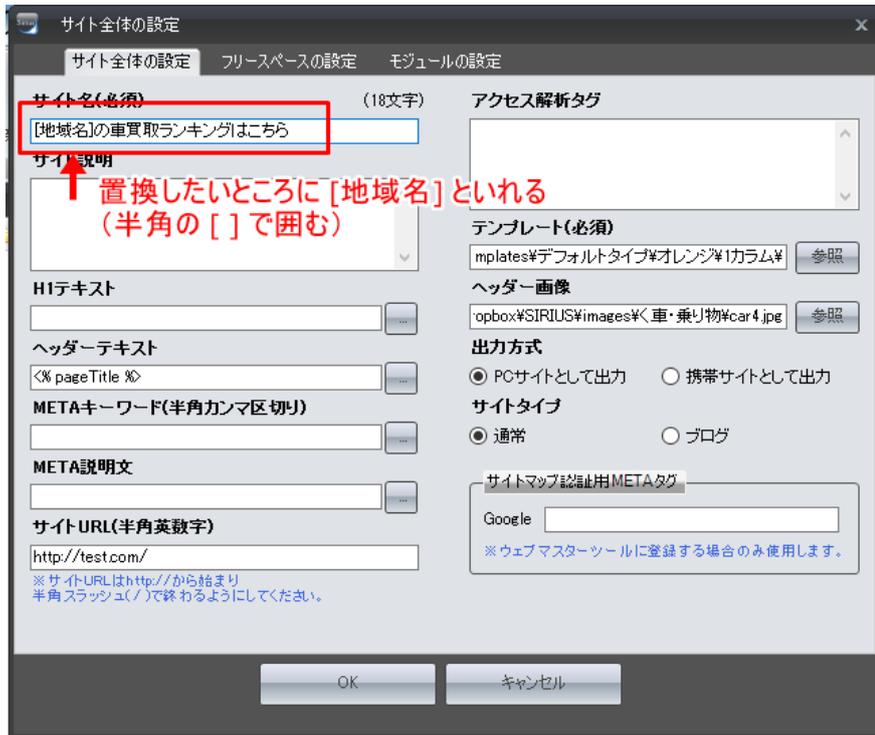


	A	B	C	D	E	F	G	H
1	地域名							
2	北海道							
3	青森県							
4	岩手県							
5	宮城県							
6	秋田県							
7	山形県							
8	福島県							
9	茨城県							
10	栃木県							
11	群馬県							
12	埼玉県							
13	千葉県							
14	東京都							
15	神奈川県							
16	新潟県							
17	富山県							
18	石川県							
19	福井県							
20	山梨県							
21	長野県							
22	岐阜県							

2,000 もの地域名のキーワードを用意するのは大変だと思いますので、**特典としてキーワードの csv ファイルをプレゼント**しますね。

キーワードの CSV ファイルについては、メルマガ内でプレゼントしますので楽しみにしててくださいね。

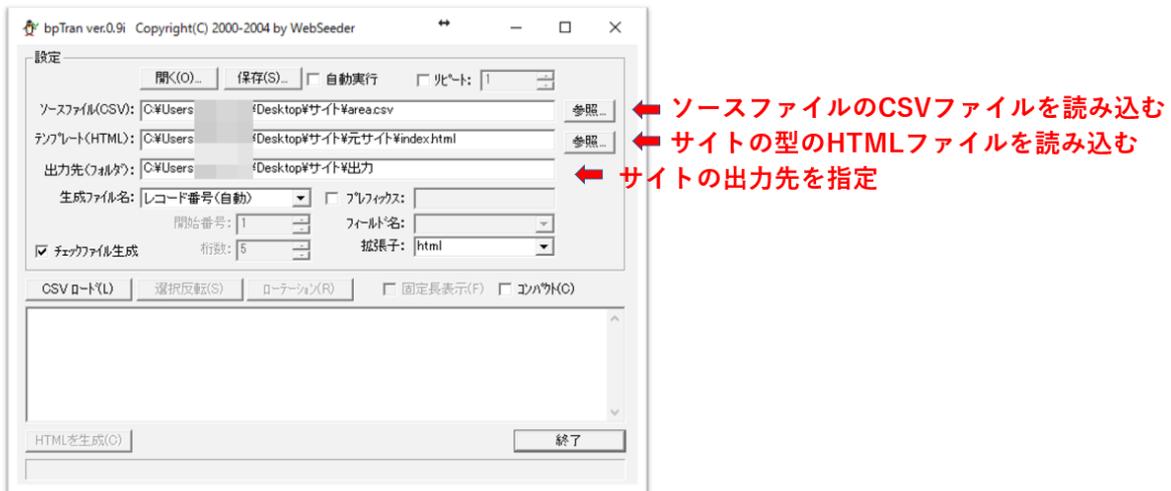
次に、サイトの型紙となる HTML ファイルを用意します。HTML ファイルは何で作っても OK です。アフィリエイトの方がよく使っている SIRIUS で作成することも可能です。



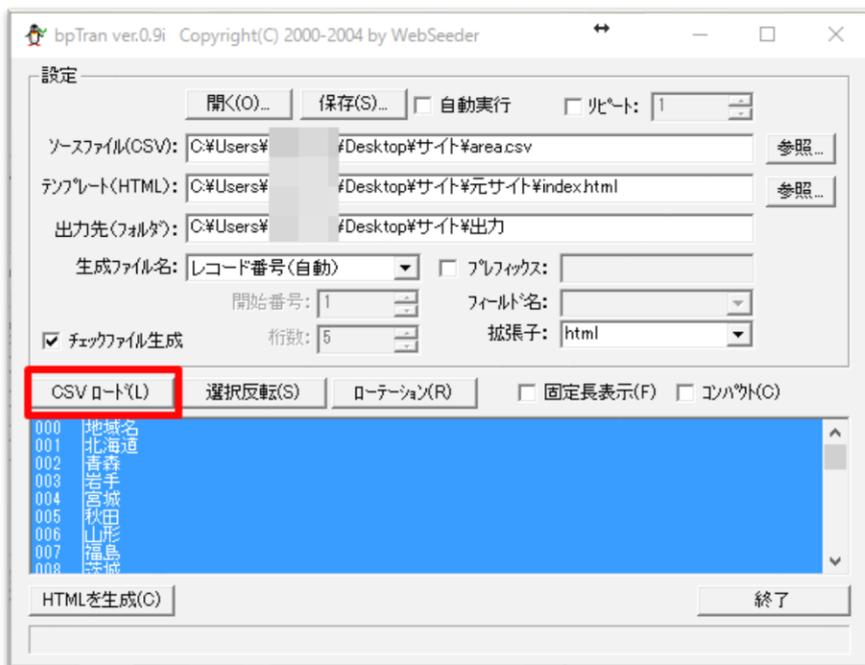
上の図は、SIRIUS で HTML ファイルを用意する場合の例です。
今回の例のように、「車買取 千葉」といった地域名でサイトを作るのであれば、置換したい箇所に [地域名] と入れてサイトを作成します。「プリウス

買取」といった車種名でサイトを作りたいのであれば、用意したキーワードの CSV ファイルの一番上の行に合わせて [車種名] と入れてサイトを作成します。

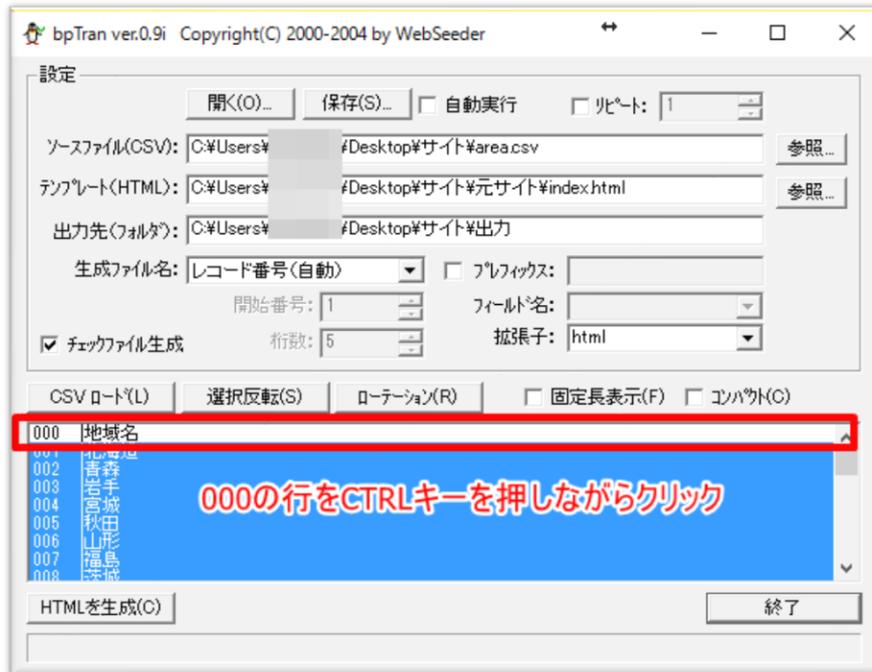
次に、キーワードの CSV ファイル、サイトの型紙である HTML ファイルを bpTran に読み込みます。



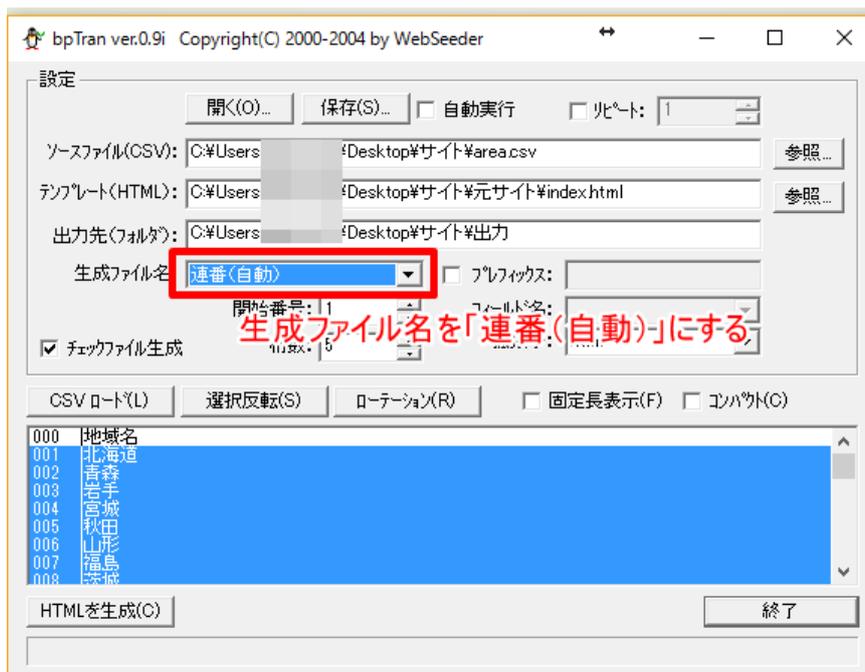
CSV ロードのボタンをクリックし、キーワードの CSV ファイルを読み込みます。



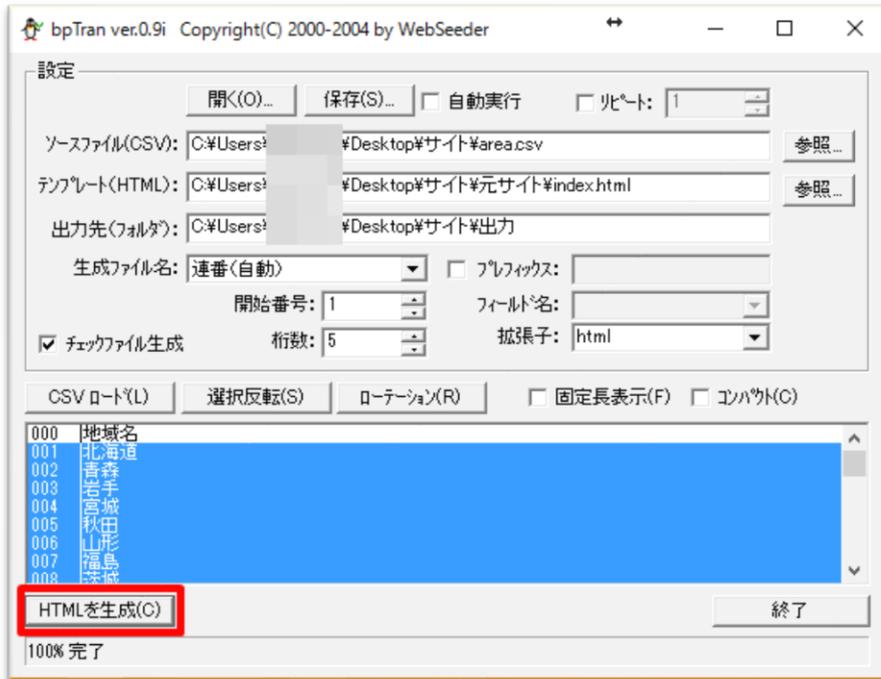
CTRL キーを押しながら、000 の行をクリックします（ヘッダー行の置換を除外するため）。



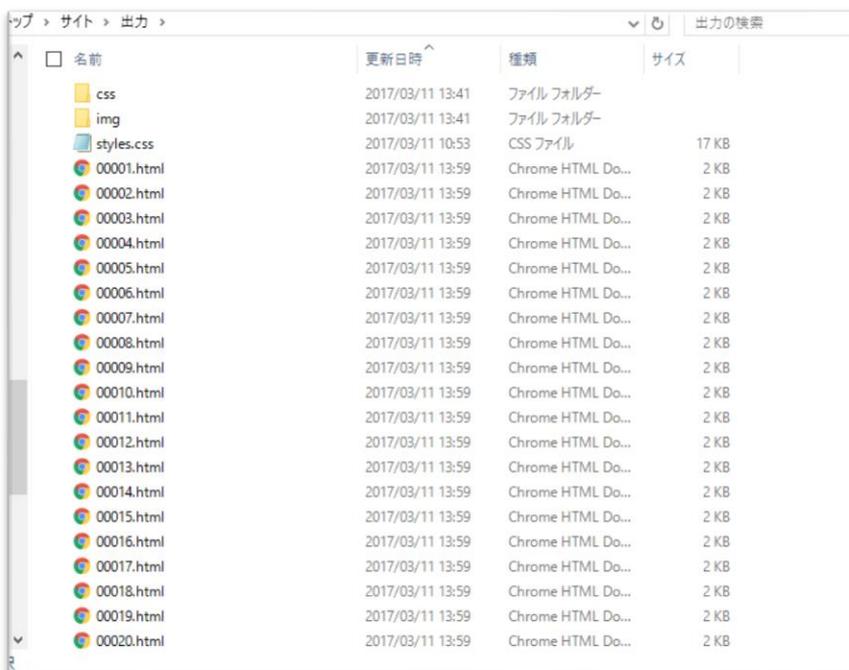
生成ファイル名を「連番（自動）」にします。こうすることで置換されて生成されるサイトのファイルが 00001.html、00002.html、00003html・・・のように連番で出力されます。



最後に「HTML を生成」ボタンを押せば、キーワードを置換した大量のサイトが一括で生成されます。



こんな感じで大量のサイトが一括で生成されます。



実際に生成されるサイトはこんな感じになります。



このように bpTran を使えば、「千葉 車買取」、「埼玉 車買取」、「神奈川 車買取」といったように、数千から数万規模のキーワードが挿入されたサイトでも一瞬で作成することができます！

3. 広告文の大量作成

次に、広告文の大量作成については、Excel を駆使して作成していきます。

キーワードを挿入してサイトを大量に作成したように、**広告文にもキーワードを挿入して大量に作成**します。例えば、「車買取 千葉」というキーワードで出稿する広告文であれば、イメージとしてはこんな感じになります↓



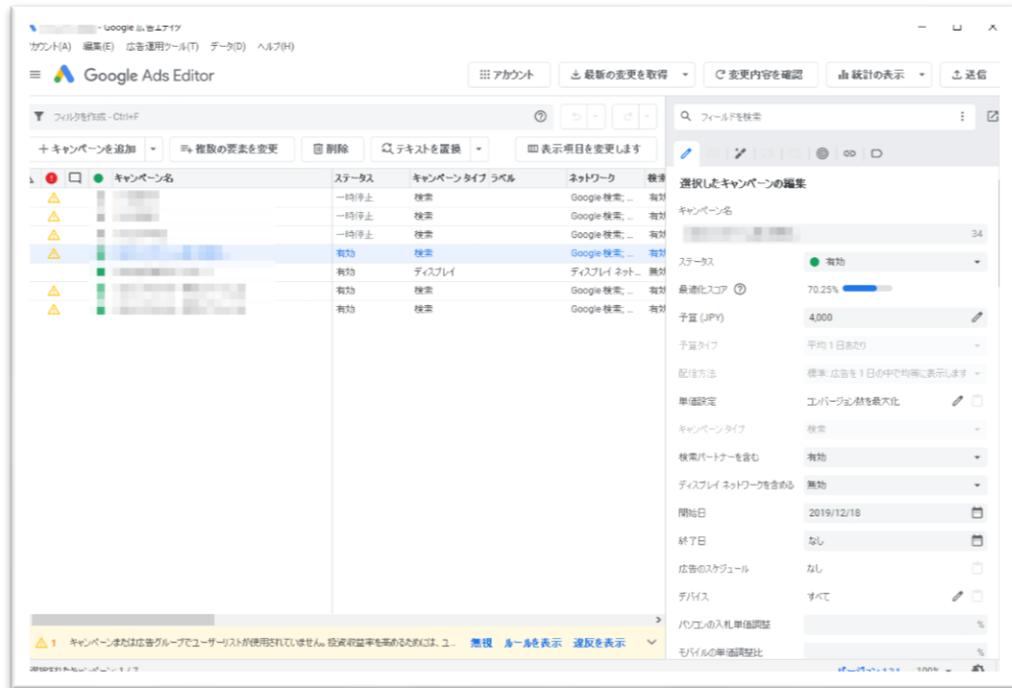
このように**広告文の見出し等に「千葉」、「車買取」というキーワードを挿入するように広告文を作成**します。

これを「埼玉」、「神奈川」といったように全国の地域名を網羅するように大量に作成するということですね。全国の市町村名、駅名など、数千規模の広告文を大量に作成します。

僕は Excel 等を駆使して自分で作成しているのですが、Excel の操作に慣れていない人の場合ちょっと難しいかもしれませんね^^;

そんな人におすすめなのが**サイトの大量作成、広告文の大量作成、キーワード&広告の大量出稿まで一貫しておこなえるツール**です。興味があるという方は、僕のメルマガ内でご紹介しますので楽しみにしておいてくださいね。

4. キーワード & 広告の大量出稿



キーワード、広告の大量出稿については、Google が公式に提供している **Google Ads Editor** というツールを使います。

Google Ads Editor というツールを使った出稿方法については、こちらのブログ等をチェックしてみてくださいね↓

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

(他人のブログですが^^;)

こちらについても Excel 等の操作に慣れてない人にとっては難しいかもしれませんが・・・。

そんな人におすすめなのが **サイトの大量作成、広告文の大量作成、キーワード & 広告の大量出稿まで一貫しておこなえるツール** です。興味があるという方は、僕のメルマガ内でご紹介しますので楽しみにしておいてくださいね。

以上、Google 広告で堅実に稼ぐための戦略でした。

SEO のアップデートや、Yahoo プロモーション広告の規約変更などで報酬を落としてしまった人も、売れる案件、稼げるキーワード、成約の取れる訴求さえ知っているのであれば、それをそのまま Google 広告に出稿して、上記戦略で運用していけば確実に稼げると思います^^
(ただし、商標以外)

ということで、Google 広告への出稿を試してみてくださいね。



●プレゼントのお知らせ！



こちらのレポートをダウンロードされた方は僕のメルマガに登録させていただきますが、そのメルマガ内で**僕から特別なプレゼント**をご用意しております！

具体的には、以下のもの**すべて無料で、メルマガ内でプレゼント**します↓

1. 目標 CV 単価の自動計算シート
2. コンバージョン測定に必須！
リダイレクトページの Sample ファイル
3. キーワード大量出稿戦略に必須！
全国市町村名 2,000、駅名 10,000 キーワード CSV ファイル
4. キーワード・広告文・サイトの大量出稿&大量作成が可能な
PPC アフィリエイトツールの詳細情報

1. 目標 CV 単価の自動計算シート

ここまでで Google 広告の戦略はなんとなく分かったものの、実際に**目標 CV 単価**を計算する方法が分からない・・・という人もいらっしゃるかもしれませんね。

そんな方のために、**目標 CV 単価を簡単に計算できるシート**をメルマガの中でプレゼントいたします！

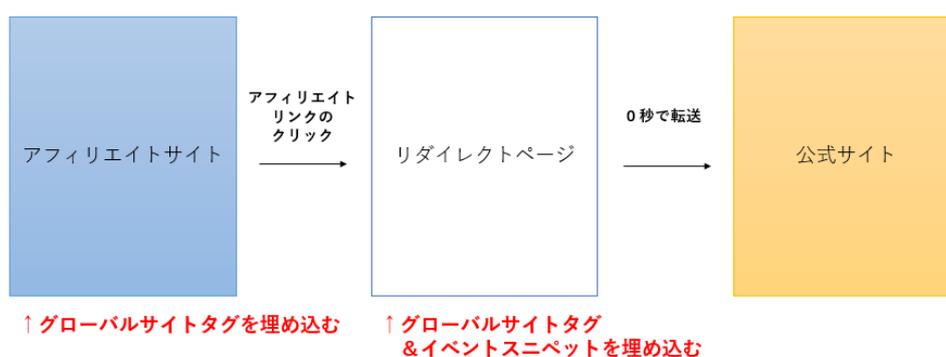
Google 広告の管理画面上の数値（表示回数、クリック数、コンバージョン数など）、およびアフィリエイト成約数などを入力するだけで、自動的に目標 CV 単価を計算してくれる Excel シートになります^^

日	曜日	表示回数	クリック数	CTR	費用	CPC	CV数	誘導率	CV単価	成約数	売上	報酬見込み	利益	ROAS
2019/10/23	水	1,234	85	6.9%	6,486	76	39.24	46%						290%
2019/10/24	木	1,073	66	6.2%	4,736	72	21.98	33%						512%
2019/10/25	金	876	55	6.3%	3,783	69	21.02	38%						0%
2019/10/26	土	954	78	8.2%	5,823	75	26.1	33%						230%
2019/10/27	日	1,337	74	5.5%	5,488	74	20.82	28%						99%
2019/10/28	月	1,078	58	5.4%	4,791	83	19.55	34%						310%
2019/10/29	火	914	55	6.0%	4,206	76	14	25%						129%
2019/10/30	水	704	44	6.3%	3,084	70	22	50%						64%
2019/10/31	木	601	41	6.8%	3,147	77	12.72	31%						0%
集計		28,375	1,720	6.1%	118,639	69	613	36%						
						上限CPC			上限CV単価			想定承認率		
						136						90%		
									目標CV単価					
									ROAS					
									300%					
									200%					
									150%					
									100%					

↑このように数値を入力してあげると、**目標 ROAS で回すための目標 CV 単価**を自動的に計算してくれます。

目標 CV 単価が決まったら、あとは Google 広告で設定してあげれば OK です！

2. リダイレクトページの Sample ファイル



コンバージョンを測定するためには、アフィリエイトリンクのクリック先にリダイレクトページを設定し、そこにコンバージョンタグを入れる必要があります。

このリダイレクトページの作り方が分からないという人もいると思うので、**リダイレクトページの Sample ファイルを無料プレゼント**します^^

3. 全国市町村 2,000、駅名 10,000 キーワード CSV

No	都道府県	市町村名	都道府県	駅名
1	北海道	札幌市中央区	北海道	相老駅
2	北海道	札幌市北区	青森県	相生駅
3	北海道	札幌市東区	岩手県	相生駅
4	北海道	札幌市白石区	宮城県	相生山駅
5	北海道	札幌市豊平区	秋田県	相賀駅
6	北海道	札幌市南区	山形県	秋鹿町駅
7	北海道	札幌市西区	福島県	合川駅
8	北海道	札幌市厚別区	茨城県	相川駅
9	北海道	札幌市手稲区	栃木県	愛環梅坪駅
10	北海道	札幌市清田区	群馬県	愛甲石田駅
11	北海道	函館市	埼玉県	愛山駅
12	北海道	小樽市	千葉県	愛大医学部南口駅
13	北海道	旭川市	東京都	愛地球博記念公園駅
14	北海道	室蘭市	神奈川県	愛知大学前駅
15	北海道	釧路市	新潟県	愛知御津駅
16	北海道	帯広市	富山県	会津荒海駅
17	北海道	北見市	石川県	会津大塩駅
18	北海道	夕張市	福井県	会津蒲生駅

キーワード大量出稿の戦略として、一番定番なのが地域名との掛け合わせです。

地域名との掛け合わせキーワードを大量出稿するために必要な

全国約 2,000 の市町村名、約 10,000 の駅名のキーワード CSV ファイルをプレゼントします^^

4. 大量出稿が可能な PPC アフィリエイトツール

僕はこのレポートで紹介したように、Excel や bpTran などを駆使して、キーワードの大量出稿、広告文・サイトの大量作成&大量出稿をおこなっています。

ただ、Excel などが苦手な人にとっては、キーワードの大量出稿、広告文・サイトの大量作成&大量出稿というのはちょっとハードルが高いかもしれません。。

そんな人におすすめなのが **サイトの大量作成、広告文の大量作成、キーワード&広告の大量出稿まで一貫しておこなえるツール** です。

こちらのツールの詳細についても、僕のメルマガ内でご紹介します！



○終わりに



以上、Google 広告による PPC アフィリエイト戦略レポートでした。

参考になりましたでしょうか？

現在、Google 広告は審査がゆるく、アフィリエイトでも稼ぎやすいので、SEO のアップデートなどで報酬を落としてしま

まったという人は是非挑戦してみてくださいね。

ただ、Google 広告に関しても、いつ審査が厳しくなり、Yahoo プロモーション広告のようにアフィリエイト禁止になるか正直分かりません。。

僕はアフィリエイトをはじめて 10 年ぐらいで、これまで何とか生き残ってきましたが、それは環境変化に対応して自分自身も変化し続けてきたからです。

最も強い者が生き残るのではなく、
最も賢い者が生き延びるのでもない。

唯一生き残ることが出来るのは、
変化できる者である。

チャールズ・ダーウィン

↑ダーウィンの言葉にあるように、環境変化にへこたれることなく、自分自身もどんどん柔軟に変化していくことが大事かなと思っています。

僕の 2020 年 4 月の副業収入の内訳はこんな感じでした↓



今は SEO だけではなく、もちろん Google 広告だけでもなく、そしてアフィリエイトだけでもなく、不動産投資、FX、株式投資、格安 SIM 代理店、日用品のカタログ通販など、ありとあらゆる副業に取り組んでいます。

生き残るためにも、偏見にとらわれることなく、いろいろなビジネス、ノウハウに挑戦していきましょう。

僕も、**法律と倫理に反しない限りありとあらゆるビジネスにどんどん挑戦していくつもり**です！