

内山 智明・清水 扶幸 共著

藤岡 久仁章 監修

キーワード無双(改)

keyword-musou-kai

特別編

## キーワード無双（改）

### ■ 著作権について

「キーワード無双（改）」(以下、本冊子と表記)は、著作権法で保護されている著作物です。本冊子の著作権は、発行者（内山 智明・清水 扶幸・藤岡 久仁章）にあります。本冊子の使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

### ■ 使用許諾契約書

本契約は、本冊子を購入した個人・法人(以下、甲と称す)と発行者(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本冊子を甲が受け取り開封することにより、甲はこの契約に同意したことになります。

#### 第1条 本契約の目的：

乙が著作権を有する本冊子に含まれる情報を、本契約に基づき甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

#### 第2条 禁止事項：

本冊子に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲は本冊子から得た情報を、乙の書面による事前許可を得ずして出版・講演活動および電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社および関連組織においてのみ本冊子に含まれる情報を使用できるものとします。

#### 第3条 損害賠償：

甲が本契約の第2条に違反し、乙に損害が生じた場合、甲は乙に対し、違約金が発生する場合がございますのでご注意ください。

#### 第4条 契約の解除：

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合には、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

#### 第5条 責任の範囲：

本冊子の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても一切の責任を負いません。

### ■ 推奨環境について

このレポートに記載されている URL はクリックできます。できない場合は最新の AdobeReader を下記のページよりダウンロードしてください。（無料）

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

## もくじ

はじめに .....	4
第6章: どうしてもアフィリしたいがライバルが強く太刀打ちできない .....	5
第7章: 瞬発報酬編 .....	16
ファイナル: 独自のキーワード選定が大事な理由 .....	24

## はじめに

先にお伝えしておきます。「特別編」と銘打っているだけあり

ここでお伝えする戦略は、本編よりも少し難易度が高くなるので、

読み進める中で分からないところが出てくることもあるかと思えます。

ですが、焦る必要はありません。その場合は流し読みして頂いて大丈夫です。

そのため、まずはキーワード無双の本編が出来るよう進めて頂き、

本編の内容が実践できるようになってきたタイミングで再度読み込んでみてください。

そうすることで、きっと理解できる部分も増えてると思います！

## 第6章：どうしてもアフィリエイトがライバルが強く太刀打ちできない

キーワード選定をしていると、

「あ~この商品は売れるだろうな~、でも検索結果数も多いし

サイト作っても上位表示できないだろうなあ~」

っていう状況にも出くわします。ようは

**少し自分の力量を超えているけど、素通りするのは惜しすぎるキーワード**

を見つけてしまうんです。

実はこれ、私が過去に頭を悩ませていた出来事です。

もちろん前章まででお伝えしたように、自分の力量に合った

キーワードを見つけてアフィリエイトしていく方が、断然オススメです。

しかし、なんとか自分の力量を超えているけど

素通りするには惜しすぎるこの商品売れないものか？

と悩んでいました。

・・・でそんな時にふと思考を変えてみて

・この方法なら素通りせずにチャレンジ出来る！

と実践していた方法を包み隠さずあなたにお伝えすると共に、

絶対売れそうだけど、上位表示は難しいだろう！って

言われるような商品をどんなキーワードで攻めれば良いのか

をお伝えしていきます。

まず結論から言うと、

商品名单体のキーワードで、売ろうとははじめから思っていませんでした。

自分の力量を超えた商品（キーワード）を取り扱う以上、

普段のままの取り組みでは、ほぼ100%上位表示は不可能であることは

分かっていましたので(苦笑)

・・・で私が取った行動は

●商品名+ 複合キーワード

で売ろうと考えたんです。

## キーワード無双（改）

どこでも言われているようなことなんですが

言われている割にほとんどの人は、**この複合キーワードの種類を真剣に考えてやってません。**

だからこそ、このマニュアルをご覧のあなたには

ぜひお取り組みいただければ、と思ってます。

では、具体的に**どんな複合キーワード**で売ったのか？

その時は、

「販売店」

「店舗」

「購入」

「楽天」

これら4つの複合キーワードを主体にして、サイトを作成しました。

これには、様々な理由があります。

あなたも購入しようとしている商品を検索エンジンで探す時に、

様々な複合キーワードを用いて商品を探すと思います。

しかし、その何気ない複合キーワードの中にも、

・ **成約率の高いキーワードと低いキーワード**

## キーワード無双（改）

があるのはご存知でしょうか？

例えば、「口コミ」「評判」「レビュー」「感想」などは、一般的に高くはないといわれています。

何故なら、調べる人の心境としては、

**「実際に使った人は、どんな感想をいっているのだろう？」**や  
**「評判はどんなもんだろう？」**

という情報収集の段階である可能性が高いです。

しかし、私が使った4つのキーワードの1つでもある

**「販売店」**となると、

**「その商品を買いたいんだけど、どこで売っているのか？」**  
**「販売先がわかれば購入したいと思っている。」**

と、すでに買うと決めている段階である可能性が高い。

もちろんそうになると**「店舗」**もほぼ同じですね。



## キーワード無双（改）

そして、「**楽天**」という複合キーワードもかなり成約率を高める要因になっていたと思います。

この複合キーワードから推測される、ユーザーの心境は

**「楽天で該当の商品を購入したい」**

**「楽天で該当の商品の価格が知りたい」**

と楽天で購入・または検討しようとしている状況が見えてきます。

これらのメリットとして

- ・ **販売店や楽天といった極めて成約率が高いキーワードでサイトを作成しているのでアクセス数が少なくても売れる。**
- ・ **自分の力量を超えたキーワードも、複合キーワードをプラスする事で、大幅にライバルが減り、上位表示もできる。**

といったことが想定できます。

ちなみに自分の力量以上の商品を商品名单体で調べた場合は、検索結果が「50万件以上」、中には「150万件以上」なんてこともザラに出てくることもあるかと思いますが、複合キーワードを活用できると

## キーワード無双（改）

検索結果数も大幅に減らせることができます。

ただこの時、複合キーワードを選ぶ注意点がいくつかあります。

### 【注意点①】

- ・ **Yahoo！検索で、出現する複合キーワードに沿って使うキーワードを選択するようにする**

例えば、「プレイステーション4」という

人気のゲーム機を例にお話してみたいと思いますが

「プレイステーション4」というキーワードを

Yahoo！検索エンジンに入れて調べた結果で、

[プレイステーション4 最安値](#) [プレイステーション4 ソフト](#)

[プレイステーション4 コントローラー](#) [プレイステーション4 格安](#)

こんな複合キーワードが全面に出てきたとします。

なら、私は迷わずに

キーワード無双 (改)

「最安値」

「格安」

という複合キーワードを使ってサイトを作成しています。

何故か？

**プレイステーション4 を購入しようとしている人が、  
最安値というキーワードが検索欄すぐ下にあるにも関わらず、**

**“プレイステーション4 販売店”とわざわざ検索するとは考えにくいから。**

この辺のユーザーの行動は、多少の経験と実際に自分がネットで買い物をする時に、客観的にみれば気づくはずです。

当然、ユーザーからしてみれば、少しでも安く購入したいという感情が少なからずあるわけです、なら

「プレイステーション4 最安値」

という複合キーワードが、検索欄すぐ下に出てくるのに

## キーワード無双（改）

クリックしないわけありませんよね。

まあこれでクリックしない人は、とんだあまのじゃくか

性格が悪い人だけです(笑)

・・・で話を戻して、

「プレイステーション4 最安値」をユーザーがクリックしたとして、

この時に、もし上位表示されているサイトが

**「プレイステーション4 最安値はこちらから！」**

ってなっていれば、どうでしょう？

ユーザーの気持ちにかなりマッチした状況が作れますよね。

少々細かい話になっていますが(笑)

でも私は言いましたよね、第3章の(1)：需要をチェックするポイントで。

Yahoo！検索エンジンに商品名を入れてその下に出てくる

複合キーワードは、

**「ある一定回数検索されないと出てこない」と。**

なら、

キーワード無双（改）

**最安値とたくさんの人が調べている**

⇒ **イコールアクセスが集めやすい**

⇒ **上位表示すればサイトを見られる回数が増える**

⇒ **もともと成約率の高いキーワードなので、少しのアクセスでも売れる**

こんな図式も間違いではないはずですが、というか

私が実践しているので、間違いはないですがね。

#### **【注意点②】**

**中途半端に需要がある商品には適用しないこと**

今回は、例題として「プレイステーション4」という

かなり多くの人が認知していて、かつ需要もある商品での

説明をさせて頂いたのですが、

これを中途半端に需要がある商品で、今回の複合キーワード戦略を使うと

まったくアクセスもなく、稼げないことがあります。

何故なら、

キーワード無双（改）

## 商品名 + 複合キーワード

と言う時点で、ほぼ確実に

**「商品名单体」で検索されるよりも回数が減ります。**

なので、もともとそんなに需要がない商品に今回の戦略を当てはめても

**「商品名 + 複合キーワード」**にアクセス自体ない場合もあります。

察しの通り、これも経験済みです(笑)

なのでせめて、

- ・ 複合キーワードが10個以上
- ・ 需要がある商品、または潜在的に需要があると思われる商品

を選んでください。

なお、下記サイトでどんな複合キーワードが

何個くらいでるか調べることができます。

<http://www.related-keywords.com/>

このサイト、厳密にはヤフーではなくグーグルの関連ワードを抽出していますが、このサイトで調べて10個以上出ていれば需要の有無の判断としては問題ないですので、ご活用くださいませ。

## キーワード無双（改）

### 【注意点③】

**商品名＋複合キーワードで攻める時も供給(ライバル)チェックをする。**

まあ、言うまでもないと思うんですが、もちろん供給(ライバル)もチェックしてください。

その結果「プレステーション4 最安値」という複合キーワードを含めたものでも、供給(ライバル)が強ければあきらめましょう。

上位表示出来なければ、徒労に終わる可能性がありますので。

さて、ここでは

### ●自分の力量を超えたものをどう売るか？

のご説明させて頂きましたが、いかがでしたでしょうか？

「複合キーワード」という取り組みは、掛け合わせるキーワードによっていくらでも狙うべくキーワード候補を発見することができます。

つまり、その分

「売れる可能性をたくさん発見することができる」ともいえます。

## キーワード無双（改）

やればやるだけ多くの稼ぐチャンスを得る

キカツケになるのは間違いないですので、

ぜひ、お取組みなさってくださいね！

また、LINE 限定になりますが、

**「こんな複合キーワードを選ぶとたくさんの方が検索するから稼げるよ」**

という、キーワードを全部暴露したプレゼントも用意してますから、

良ければお受取りくださいね。

特典の受け取り方は以下ページの中断以降にも書いてますが、

スマホを取り出してバーコードをかざすだけです。

↓ ↓ ↓

<https://musou-kai.xyz/honpen/>

さて、次章ではそんな複合キーワードの中でも

特に「**成約に近い複合キーワード**」の選び方と使い方を説明させていただきます。

ぜひこちらも参考にしてみてください。

## 第7章：瞬発報酬編

さて、ここでお伝えしていくのは

私が複合キーワードで取り組んだ際に



キーワード無双（改）

・一番ニヤニヤしてしまった戦略（笑）

を、お伝えしていきます。

**ニヤニヤ = 嬉しい成果が出た**

ということです。

改めて言うのも恥ずかしいですが。笑

さて、もったいつけるのもアレなんで

「成約に近い複合キーワード」の答えを先にお伝えしますが、

**「セール」**です。

セールがなぜおいしいのか？というと、

その商品（ブランド）のファンの方が

**「少しでも安いタイミングで購入しよう」と**

日々、虎視眈々と狙っているからです。

これは、ネットに限らずの話ですが

セールのタイミングでなにかしら商品を購入したことある人なら

お気持ちはご理解いただけるかと思います。

キーワード無双（改）

高いより安い方が「購入したい」という気持ちが動きますからね。

「購入したい！」という気持ち（購買欲求）が溜まり切ったときに

**セールが開始される ⇒ 購入する**

となるわけです。このタイミングで

「●●+セール」とネットで検索する方は多くいますし、

その時に

●●●のセール情報はこちら！<売り切れ間近！急げ！！>

なんてタイトルのサイトがあれば思わずクリックしちゃいますよね？

特にセールは早く購入しないと「売り切れ」という問題も発生するので

「購入したい！」と」思っている方からすると余計に早く購入したくなりますし、

**直ぐにクリック ⇒ すぐに購入**

こういった動きも見込めるんですね。

これは商品が人気商品であればあるほどに、

## キーワード無双（改）

### 売り切れの危険性が高まる

⇒ **購入のスピードも高まる（購買欲求が高い）**

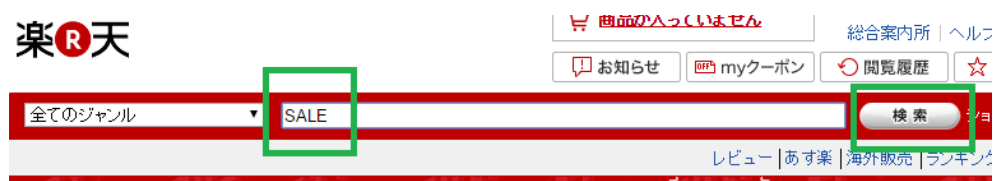
という図式になります。

では、そんなセール戦略ですが

どのように取り組んでいくか？というと非常にシンプルです。

楽天の検索窓に「セール」or「SALE」と打ち込んでいただき

「検索」をクリック



セール中の商品がずらっと一覧で出てくるので

商品を選定していきます。

ここでの選定ポイントは「**アパレル系**」の商品を選ぶこと。

## キーワード無双（改）

もちろんアパレル系以外の商品でもセールは行っていますし

セール戦略の取り組み自体は出来るのですが

セール戦略で報酬が発生しやすいのは**アパレル系**です。

（あくまで個人的な経験則ですが。）

余談ですが、アパレル系は上述した

以下のポイントを満たしやすいジャンルです。

↓↓

=====  
その商品（ブランド）のファンの方が

**「少しでも安いタイミングで購入しよう」と**

日々、虎視眈々と狙っているからです。

=====  
=====  
特にセールは早く購入しないと「売り切れ」という問題も発生するので

「購入したい！」と思っている方からすると余計に早く購入したくなりますし、

## キーワード無双（改）

=====

そのため、セール戦略を取り組む際は

アパレル系の商品を積極的に狙っていただきます。

・・・で、話を戻しますが

今回は執筆中に見つけた「ラベンハム」という

ブランド（商品）で説明していきます。



【sale セール】【返品交換OK】LAVENHAM(ラベンハム)CRAYDON(クレイドン) 2015AW【渡辺産業 ...  
【2015-16AW】ラベンハム・クレイドン

🏠 プランベント

👤 比較

👤 レビュー(89件)

22,464円 送料込

ポイント 2倍



📦 翌日配送

## 【sale セール】 【返品交換 OK】 LAVENHAM（ラベンハム） CRAYDON（クレイドン） 2015AW

ということで、セール実施中であることが確認できます。

ここで商品名「ラベンハム」をYahoo!の検索窓に打ち込みます。

Q ラベンハムレディース ラベンハムメンズ ラベンハムバッグ ラベンハム店舗  
ラベンハムデニム ラベンハムセール ラベンハムリパティ ラベンハムサイズ  
ラベンハムコーデ ラベンハム 36 で検索

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 ... 次へ>

ラベンハムを検索した人はこのワードも検索しています

キルティングコート マッキントッシュ キルティングコート キルティングジャケット

ラベンハム



🔍 検索

+ 条件指定  
⚙️ 検索設定

## キーワード無双（改）

赤線の箇所を見て頂くとわかるように

**「ラベンハム セール」**と検索されています。

繰り返しになりますが、これも

「第3章の(1)：需要をチェックするポイント」で、お伝えしたように

Yahoo! 検索エンジンに商品名を入れてその下に出てくる

複合キーワードは、

**「ある一定回数検索されないと出てこない」** んですね、

ということつまり

**「ラベンハム セール」**で

一定回数以上検索されていることがわかります。

つまり、このブランドのセールに関心のある購入層が想定できるわけです。

あとは、第3章、第6章でもお伝えしたように

**商品名+複合キーワードで攻める時も供給(ライバル)チェックをする。**

まあ、これも言うまでもないと思うんですが、

もちろん供給(ライバル)もチェックしてください。

## キーワード無双（改）

その結果「商品名 セール」という複合キーワードを含めたものでも、供給(ライバル)が強ければあきらめましょう。

上位表示出来なければ、徒労に終わる可能性がありますので。

冒頭で「**瞬発報酬編**」と銘打ったように

セールはその時、そのタイミングの一過性による動きですので毎日コンスタントに～、といった取り組みではありません。

ですが、その一回の爆発力が異常なレベルなので取り入れておくとオイシイおもいをする機会が増えるでしょう。

また、一過性のものとはお伝えしましたが感（カン）の良い方ならお気づきだと思います

**セールって年中やっているよね？**と（笑）

パッと思いつくだけでも

### 年初め

- 新春セール
- お年玉セール
- 福袋セール

## キーワード無双（改）

### 四季ごと

- スプリングセール
- サマーセール
- オータムセール
- ウィンターセール

### 年末

- クリスマスセール
- 年末セール

### 他にも細かいところで

- 在庫一掃セール
- 新装開店セール
- 閉店セール

などなど。

数え上げればキリがないです。

もちろん商品を取り扱うブランドにもよりますが

セールは年間に何度も開催されるものなので、

その都度、その都度の瞬発的な動きではありますが、

**一種のボーナス報酬の感覚**で成約されることが少なくありません。

ぜひ、この取り組みも戦略の一つとして押さえておいてくださいね。



## ファイナル：独自のキーワード選定が大事な理由

何故、私がこの独自のキーワード選定を多大な時間をかけて学んだのか？

今からいう理由を聞いて頂けると、

**今アフィリエイトをやっている人が、いかに自らで稼げていない  
状況を作り出しているのか分かります。**

また、ここからは若干厳しい言葉もでてくると思いますが、  
ここまで読んで頂いているあなたに感謝の意味も込めて本心をお伝えしている  
ので、その点をご理解頂ければと思います。

アフィリエイトを少しかじったことがあるなら分かると思いますが、  
今のサイトアフィリエイトやP P Cアフィリエイトなどのマニュアルの  
多くは、

### ● ツール

などを使って見つけるという方法をすすめていると思います。  
ただ、これを全面的に否定するわけではありません、もちろん中には

## キーワード無双（改）

とても優秀なツールもありますし、

実際に使う人のスキルが高ければツールだけでも稼げるキーワードは簡単にを見つけることができるでしょう。

しかし、有料、無料ツールに限らず

ツールによって出された数値は、正確にでないものが多いです。

認知度も高く、販売後ある程度期間が経過している商品の数値は大まかには出てくるのですが、正確ではありませんし、

● **販売されたばかりの商品**

● **認知度が低い商品**

は、需要があったとしてもほぼ正確には出てきません、

これらにも十分稼げるポテンシャルがあるにも関わらずです。

ただスキルがある方は、こういった数値がでて、そこから掘り下げてキーワードを見つけていく行為をしていくと思うのですが、

まだ稼げていない人の多くは、このようなツールで出された数値だけを間に受けて最終的な判断を下します。

断言しておきますが、こうしているうちは、

大きく稼げることはありません。

## キーワード無双（改）

しかも、多くの人が面倒くさがってこういったツールに頼ろうとしていますので、

### 多くの人がやる

⇒ **ライバルが増えやすい**

⇒ **結果、稼いでも収入がしぼみやすい**

少し考えれば分かりそうなことなんですが、目先の欲ばかりに一生懸命になるあまり、このことに気づきません。

結果的に、モンスター級のアフィリエイトに参入されては、もうひとたまりもありません。

今まで一生懸命作ったサイトなんて、所詮ページランク3、4の中古ドメインで作られたサイトにはかなわないことが多いし、

何百・何千と被リンクがつけられたサイトからSEOなんてされると・・・  
もう完敗としか言えません。

それに有料ツールならまだしも、無料ツールは向こうの都合で使えなくなることも多々あります。

## キーワード無双（改）

あなたにお伺いします、

**「いつまでもこういった中で、アフィリエイトをしたいですか？」**

私は稼げていない頃から、こんな中では闘いたくないと思ってました。

逃げ腰と言われれば、それまでなんですが、

自分は人よりもセンスもないし、スキルもないって思っていたので、

極力争いをさける平和主義な性格からでた私の答えが、

### ●自分の頭と手で考えたキーワードのを見つけ方を学ぶ

でした。

そして、それに

### ●経験

というスパイスを加えることで、より精度が高く

確実なものに出来ました。

その概要が今回のマニュアルに書いてあることです。

もちろん、書ききれていない部分はまだまだあるのですが、

## キーワード無双（改）

それらは経験によって培った頭と手によって  
ケースバイケースで考えることがほとんどです。

なので、残念ながら文章だけではなかなか全てを伝えきれないのです。

しかし、今回のこのキーワード選定(本編の方)を理解し、

### ● 経験

を加えることで、あなたにもそのスキルはつけれます。

何故なら、私も多くの人と同じように稼げない時の

センスゼロ、スキルゼロの超初心者状態からスタートしたからです。

ただ、こういったとしても、

「内山だから出来たことなんじゃないのか？」

と思われる人もいるかもしれませんが、

実際に経験もしていないのに、そう判断するのは間違っています。

こう考える人の多くは、たくさんのマニュアルを読み、

## キーワード無双（改）

情報のみを吸収して、小利口になってしまっている人に多くみられます。

そして、その小利口さが仇となって、

● **経験ではなく今までの情報で物事を判断したり**

● **失敗した時のイメージを膨らませ過ぎたり**

して、大きく稼げるチャンスを自分から棒に振っています。

もうひとつ言うと頭の中で、全て物事を判断しているうちは、

何があっても稼げません・・・本当に稼げません。

このマニュアルでも、耳にタコが出来るほど言っていますが、

キーワード選定は、アフィリエイト収入のウエイトを大きく締める

重要な項目です。

あなたも毎日毎日、家族や自分を犠牲にし、作業時間を作って

アフィリエイト作業をおこなっているとは思いますが、

**「決して一生懸命になるところを間違えてはいけません」**

厳しいですが、これを間違えると

キーワード無双（改）

**「絶対に稼げません」**

もう一度いいます、

**「絶対に稼げません」**

ここは肝に銘じておいてください。

あなたが小手先だけのキーワード選定ではなく、

**ネットビジネスをやっていく上で、揺るがないキーワード(商品)選定を**

**本気で学びたいと思う**なら、私も本気で応援させていただきます。そして、

**“今までやっていた作業量とは比べ物にならないくらい少ない作業で”**

**“今までのアフィリエイト収入と比べ物にならないくらい**

**大きく稼いでいきましょう。”**

長いマニュアルにお付き合い頂きまして、本当に本当に

ありがとうございました。

キーワード無双（改）

本編でもお伝えしていたように、

**「この部分の説明がいまいち分からない」**

**「ここをもっと詳しく教えてほしい」**

というような疑問や要望には、

**「メルマガや LINE でお伝えしていこうと思います」**

そして、重要と感じた疑問・質問がたくさんあるようであれば

PDF にまとめてプレゼントもさせていただきます。

なお、恐縮ではありますが、無料でご提供させて頂いている教材ですので、

個別にお返事する事ができないことは予め御了承下さいませ。

このキーワード無双(特別編)もあなたが稼ぐための教材になれば嬉しく思います。

**内山智明**



キーワード無双（改）

連絡先：[info.keywordmusou@gmail.com](mailto:info.keywordmusou@gmail.com)