

動画解説まとめ 40 / SNS・発信

実体験から始めるアフィリエイトと、案件の選び方

ASPのafb担当者との対談をもとに、登録、セルフBでの体験、発信テーマと案件選び、SNSごとの見せ方、実績を使った改善までを順番に整理した初心者向け資料です。

この動画の要点

アフィリエイトの仕組みを、ASPであるafbの担当者に聞いた対談です。自分の商品がなくても紹介で報酬を得る仕組みから、登録審査、セルフBを使う体験、読者に合う案件の選定、InstagramやXでの伝え方、ASPへの相談までをまとめています。重要なのは、報酬額だけで選ばず、自分の経験・集まった人の関心・広告主が求める利用者を結び付けること。媒体の比率や収益事例はafb側が紹介した当時の傾向であり、市場全体や初心者の平均ではありません。

01 アフィリエイトは商品やサービスを紹介し、所定の成果が認められた時に報酬を受け取る仕組み。

02 セルフBは報酬だけを得て終わらず、実際に使った経験を次の紹介の材料にする。

03 フォロワー数だけでなく、誰が何を求めて集まっているかに合わせて案件を選ぶ。

04 報酬額に加え、成果の条件、認知度、キャンペーン、事前確認の流れも見る。

05 AIには実体験や実際の数字を渡し、ASPには実績と提供できる価値を具体的に伝える。

資料の使い方

動画の要点を読み返し、紹介した手順を実践するときにお使いください。本文の時刻を押すと、元動画の該当箇所を開けます。

元動画：【AI副業やるなら確実に見て！】2026年最新！AI×アフィリエイトでお金を稼ぐ方法！超初心者向け！ASP公式がガチ解説！【アフィリエイト 始め方】【お金を稼ぐ方法】

<https://www.youtube.com/watch?v=7GBYPHZ2DMU>

1. 紹介する人・広告主・ASPの関係を理解する

動画の該当箇所 0:00 / タップして開く

アフィリエイトは、他の人の商品やサービスを紹介し、購入や申込みなどの成果に応じて報酬を受け取る仕組みです。自分の商品を最初から開発しなくても取り組める点が、初心者向けの特徴として挙げられます。ただし、紹介文を出しただけで必ず報酬が発生するわけではなく、何が成果に当たるかは案件ごとに違います。

ASPは、広告を出したい企業と、SNSやブログで紹介する人をつなぎ、案件や成果・報酬などを管理する役割です。動画ではafbの担当者が、登録から案件選び、実績を積んだ後の相談まで説明しています。企業一社ずつへ直接交渉する手間や、支払いなどのやり取りをまとめられる点も話題になります。

続ける中で身に付くものとして、商品の理解、比較する視点、文章、写真や動画の見せ方、マーケティングを挙げています。実際に商品を紹介するには、買う側が何を知りたいかを考えるためです。画面の向こうにいる人へ勧める仕事だと認識することが、対談全体を通じた土台になっています。

高額な報酬を得た過去の事例も出ますが、担当者は長期間の学習や実践を経た大きな成功例だと説明しています。初回から同じ額を得た例ではなく、発生した報酬と、経費を引いた利益も別です。

- ・ 紹介する人：体験や情報を発信し、関心を持った人へ商品を案内する。
- ・ 広告主：定めた成果に応じて報酬を支払う。
- ・ ASP：案件の仲介・管理を行い、条件や施策について相談を受ける。

2. 登録前に、審査する人が見られる発信を用意する

動画の該当箇所 21:38 / タップして開く

afbの登録では、氏名や住所などの会員情報、SNSまたはブログの名前とURL、報酬を受け取る口座情報が必要だと説明します。登録に審査があるため、入力した全員がそのまま使えるという案内ではありません。

担当者が挙げる確認点は、発信内容が分かる投稿があること、非公開でなく見られるアカウントであること、法律や公序良俗に反する内容ではないことです。作ったばかりで投稿がない場合や、鍵がかかっている場合には、審査する側が内容を確認できません。

審査後は、当時の案内に沿ってSMS認証を行い、登録を完了する流れが紹介されています。落ちた場合も再申請でき、分からない点を問い合わせる方法はあると説明します。ただし、審査理由を必ず全て教えてもらえるわけでも、指摘を直せば必ず通るわけでもないという留保があります。

アカウントを持つこと自体を目的にせず、何を発信している人なのかが分かる状態を作ることが、審査にも、その後の紹介にもつながっています。

- ・ 準備するもの：登録情報、公開している発信先のURL、受取口座。
- ・ 確認すること：投稿内容が見えるか、活動の中身が伝わるか。
- ・ 操作や審査条件は動画時点の紹介であり、実際の登録画面の案内に従います。

3. セルフBで使ってみて、実体験を紹介へつなぐ

動画の該当箇所 26:15 / タップして開く

登録後、すぐに説明文を作るだけでなく、まず商品やサービスを自分で体験してほしいと担当者は話します。そのための仕組みとして紹介するのがセルフBです。対象のサービスを自分で利用し、条件を満たすと報酬を受け取ることで、通常より負担を抑えて試せる場合があると説明します。

セルフBでは、通常の広告提携や、自分の媒体への広告掲載を先に行わずに利用できる点が紹介されています。動画の流れは、トップページで案件を探し、使いたいショップを選び、利用ボタンからショップ側へ移り、記載された条件に沿って購入や申込みを行うというものです。対象の商品が届けば、実際に使って確かめます。

重要なのは、返ってくる報酬だけで終わらないことです。初回のみ対象で繰り返し使えない案件もあり、自己利用の報酬を継続的な収入と同じに考えることはできません。一方、使って何が良かったか、何が気になったかをSNSやブログに残せば、その後の紹介の材料になります。

報酬が発生しない例として、途中で別のページへ移る、計測に必要なブラウザーの条件を満たしていない、購入後にも必要な作業があるのに終わらない、といったケースを挙げています。金額だけでなく、成果の条件と手順を先に読むことが大切です。

- ・ 案件を探す→成果条件を読む→専用の入口から利用する→条件を満たす→実際に体験する。
- ・ 体験後：自分の感想を発信し、関連する紹介案件へつなげる。
- ・ クッキーや閲覧モードなどの計測条件は、利用時のセルフBの案内で確認する。
- ・ 必要のない契約や購入を増やすことを、この資料の手順にはしていません。

4. 自分の得意な話と、集まる人の関心から分野を絞る

動画の該当箇所 35:12 / タップして開く

案件を考える際の図として、フォロワーの規模と、発信内容が広いか専門的かという二つの軸が紹介されます。誰にでも届く話題と、特定の人に深く役立つ話題では、合う商品が変わります。フォロワー数が少ないから何も紹介できない、という単純な分け方ではありません。

最初は広く投稿していても、何に反応が集まるかを見て、そこから専門的な内容へ絞る方法を挙げています。あべさん自身も、副業全般の話から、AI関連の反応が良かったため、その分野へ重点を移したと説明します。最初から自分の得意分野が分かっていなくても、実際の反応を判断材料にできます。

具体例では、仕事や転職に詳しくれば面接・就職活動に関する内容と関連サービスを結び付ける、漫画に詳しくれば作品の情報と電子書籍の紹介を考える、といった話があります。自分が話せる経験と、読者が次に必要とするものをつなぐ発想です。

さらに、家の手入れや整理整頓の発信から、外壁塗装など住まいの相談へ関心がつながった例も紹介されます。一見お金と結び付きにくいテーマでも、見ている人の生活や関心を考えると、別の関連サービスが見えてくるといふ事例です。

- ・ コスメ：実際に使う様子や感想と、商品への案内。

- ・ 節約・料理：暮らしの工夫と、食材・食事宅配などの関連サービス。
- ・ 仕事：本人の職業経験や就職の話題と、転職・就職活動のサービス。
- ・ 住まい：手入れや暮らしへの関心と、住宅関連の相談。

5. 高い報酬だけでなく、成果までの条件を見る

動画の該当箇所 45:37 / タップして開く

取り組む案件を選ぶポイントとして、既に知られている商品か、近い分野の発信者が紹介しているか、自分の媒体と相性があるかを挙げています。他の人を参考にする時も、投稿の雰囲気だけでなく、その先にどんな商品を案内しているかまで見るという話です。

成果が認められる地点も重要です。購入、申込み、アプリのインストール、店舗への来店など、必要な行動は案件によって異なります。同じ報酬額でも、読者がどこまで進む必要があるかは違うため、成約への負担を含めて比較します。

キャンペーンや専用クーポン、紹介者向けのページなど、見ている人にとっての理由があるかも話題になります。加えて、投稿前に広告主側の確認が必要か、修正のやり取りはどう進むかといった制作上の条件も見えています。

事前チェックがない案件は素早く動ける場合がある一方、チェックがあることで指摘を受けられる利点もあると説明しています。確認がない案件が必ず優れているという結論ではなく、自分が予定する投稿の時期や制作の進め方と合うかを考える材料です。

- ・ 比較する項目：読者との相性、認知度、成果地点、報酬、キャンペーン、投稿前の確認。
- ・ 案内する時は、特典だけでなく、その商品・サービス自体を使う理由を伝える。
- ・ 他人の投稿を参考にしても、文章や実体験をそのまま自分のものにはしない。

6. SNSの傾向を知り、自分の反応で確かめる

動画の該当箇所 50:31 / タップして開く

Xの例では、普段の投稿に関連する形で案件を案内する方法、Instagramでは、ストーリーズで実際の使用動画や写真を見せ、そこから商品のページへつなぐ方法が紹介されています。単にリンクを置くのではなく、見ている人が内容や使い道を理解できるように見せます。

ストーリーズは時間がたつと消えるため、ハイライトに残し、キャンペーンの際には再び案内した例も出てきます。普段の発信で知ってもらうことと、購入や利用へ進みたい人が情報を見つけられることを組み合わせています。

担当者は、afb経由のSNSの成果ではInstagramが大きく、YouTube、Xなどが続くと説明します。ただし、公開できる詳細データには限りがあり、これは同社が扱う案件や利用者の構成を含む傾向です。SNS全体で誰にでもInstagramが最適だと証明する情報ではありません。

実際、Xで少ないフォロワーから成約する人、Instagramで特定の専門分野を扱う人など、条件によって違う例も語られます。全体の順位だけで媒体を決めず、テーマ、見ている人、案件との組み合わせを試す必要があるという話です。

- ・ X：普段の投稿とつながる商品・サービスを案内する例。
- ・ Instagram：使用感を動画や写真で見せ、ストーリーズから案内する例。
- ・ 同じSNSでも、ジャンルと視聴者の関心によって合う案件は変わる。

7. 実績を共有し、AIとASPを使って改善する

動画の該当箇所 62:27 / タップして開く

収益を伸ばす段階では、ASPへ案件の過去の傾向や媒体との相性を聞くことを挙げています。特別報酬を相談する場合も、単に単価を上げてほしいと頼むだけでなく、過去の件数、動画の再生、別の案件の結果など、広告主へ説明できる材料を渡すことが大切だと話します。

件数だけでなく、紹介後にサービスを利用してもらえるか、キャンセルばかりになっていないかも重視されます。例えば登録特典だけを強調して、商品やサービスの魅力を伝えていないと、広告主が欲しい利用者につながらない場合があります。読者と広告主の両方に意味のある紹介を考える視点です。

約束した時期の投稿や、提供された商品の紹介を行うなど、仕事としての基本も挙げられます。実績や投稿の計画を伝えないまま、特別な条件だけを求めても、仲介する担当者は提案しにくいと説明します。

AIの利用は、市場調査、企画の材料集め、文章の整理、画像や動画の制作などです。案件のURLだけを渡して一から紹介文を書かせるより、自分の体験と感想を渡した方が、他の人と同じ説明になりにくいと話します。成分などの追加情報を調べる用途も出ますが、本人の体験と調べた情報は別の材料です。

最後に、SNS側の閲覧・アクセスと、ASP側のクリック・成約などのデータを一緒にAIへ渡し、次に何を変えるかを考える使い方を紹介しています。ジャンルを決め、市場と読者を調べ、発信を作り、結果から直すという流れです。

- ・ ASPへ渡す材料：過去の実績、紹介できる相手、投稿計画、広告主に提供できる価値。
- ・ AIへ渡す材料：本人の実体験、案件の正確な情報、実際の運営データ。
- ・ 改善する対象：発信テーマ、紹介する商品、見せ方、媒体との組み合わせ。

実践の進め方

01 発信する分野と相手を考える

動画の話を実践順に整理。自分の経験・関心を起点に、市場と読者、参考になる発信者、その先の紹介商品まで調べます。

動画 69:04

02 投稿のある公開媒体を用意して登録する

SNSやブログの内容を審査側が確認できる状態にし、afbの案内に沿って登録情報・媒体URL・受取口座を入力します。審査と認証の流れも確認します。

動画 21:38

03 条件を読んで、自分で体験する

セルフBで必要な商品・サービスを選び、報酬条件と利用方法を確認して体験します。初回条件や計測条件を見て、報酬だけで終わらせず感想を残します。

動画 29:18

04 読者に合う案件と見せ方を選ぶ

商品との相性、成果地点、報酬、キャンペーン、確認の流れを比較します。実際の使用感を写真や動画、文章で伝え、関連する商品の案内につなげます。

動画 45:37

05 実際の数字から次の施策を考える

SNSとASPの結果をAIへ渡して改善案を考えます。実績が出たら、その内容を整理してASPへ相性のよい案件や条件の相談を行います。

動画 73:47

AIへの相談例

編集部が作成した活用例です。動画内の発言をそのまま書き起こしたものではありません。

【編集部による活用例。動画内の逐語プロンプトではありません】この資料を根拠に、記載外の補足は区別し、私の状況を質問してから進めることを守ってください。私の経験、発信したい分野、今のSNSやブログ、集まっている人の関心、実際に使った商品を質問してください。その上で、体験から紹介できる内容を整理し、案件を比較する際の読者との相性・成果地点・条件・必要な情報を表にしてください。未体験の感想や収益を作らず、最新の報酬・規約・利用条件は確認事項に分けてください。実際の運営データを渡したら、分かることと推測を分け、次に一つ試す改善案を提案してください。

資料について

- ・afb担当者との対談の日本語自動字幕に基づく要約です。案件、審査、セルフB、支払いなどの条件は動画時点の説明です。
- ・報酬額・媒体の比率・成功事例は、登壇者が紹介した同社の事例や傾向です。市場全体、初心者の平均、費用を差し引いた利益を示すものではありません。
- ・画面の図表の全項目は字幕だけでは確認できないため、口頭で説明された分類と事例を整理しています。
- ・AIによる下書きと実体験を区別しています。特別報酬や審査の通過、案件での成約を保証する資料ではありません。