

RPP分析レポート大全

株式会社Proteinum

Training

©2024Proteinum



本資料はRPP広告のデータ分析を実施し、一般的にどのような傾向にあるのか、どのような数値を目指すべきか、まとめた資料です。今後のRPP広告運用にご活用ください。

- **ECPROをご利用いただいている店舗様のデータを分析し、RPP広告を運用されている皆様の参考になるデータを共有できたらという思いでレポートを作成しました**
- **以下の観点でまとめており、現状の運用や課題が一般的に問題がないのか、把握することが可能です。**
 - **どのような課題を感じている店舗様が多いのか**
 - **どのような運用方法を行っているのか**
 - **店舗様が実際にどのような数字で運用しているのか**
- **データ集計期間：2025年4月**
- **対象サンプル数：100店舗**

RPP広告を制する者は楽天市場を制す、と言っても過言ではありません。状況に合わせて、RPP広告を最大限活用し、売上アップにつなげていきましょう。

RPP広告とは？

概要

- ・ 検索結果最上部に表示される広告枠
- ・ ROASが500%程度となることが多く、費用対効果が高い広告の1つ
- ・ 設定CPCを調整し、表示頻度を調整することが可能
 - 週2,3回の調整、イベント時の調整が必要
 - 調整対象
 - ✓ キャンペーン
 - ✓ 商品CPC
 - ✓ キーワードCPC

活用方法

ROAS最適化

- ・ 1番スタンダードな設定方法
- ・ 商品の利益率から基準となるROASを定め、ROASに合わせて修正を実施する

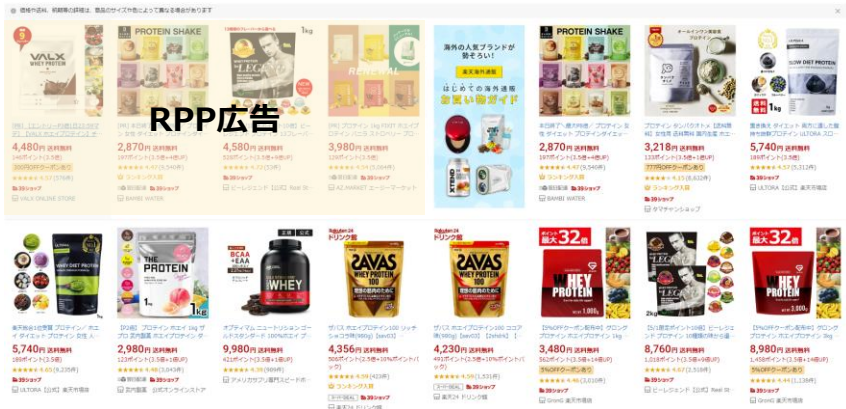
ROAS度外視

- ・ ROASが低くなったとしても、検索キーワードからの売上をあげるために、CPCを下げずに検索結果に表示させ続ける
- ・ 新規商品発売時やビッグワードからの流入獲得時に実施するケースが多い

検索結果上位の面独占

- ・ ブランド名をキーワードに設定し、自社ブランド名で他社にユーザーが流れることを防ぐ
 - メーカー様で卸先が競合として存在する場合に有効
- ・ 目安CPCは低くなる傾向にあり、ROASも当然高くなりやすい

掲載イメージ



RPP関連の支援をしていくなかで、課題として挙げられる機会が多い内容をまとめました。皆さん近い課題を持たれているようです。

	知識のインプット	KPI設計	RPP広告の調整
必要なアクション	• ネットでの調査 • 書籍の読み込み • 覚えた内容の実践	• 自社の利益率などの数字を把握する • データに基づき目指すべき数値を定める	• 目標とする数値に対する差分に合わせてCPCを調整する
課題	• 調べても本当に正しく理解できているかわからない • 何となく理解はできるが実践に移せない	• データが整理できておらず、商品ごとの利益率がわからない • KPIの目標を定める際の計算方法がわからない	• 調整方法がわからない • 時間がない
解決策	• 外部の勉強会に出席する • コンサルタントに依頼する • システムを導入する	• データ整理に時間を割く • 外部の勉強会に出席する • コンサルタントに依頼する	• 外部の勉強会に出席する • コンサルタントに依頼する • システムを導入する

KPI設計ー具体的な指標



KPI設計する際にどのような指標を設定している企業様が多いかをまとめました。まずは自社として許容できるROASを定めることを弊社では推奨しています。

	内容	設計方法
ROAS	RPP広告で目指す費用対効果を定める	商品の利益率から使っていい広告比率を算出し、必要となるROASを算出する ・ 目標ROAS = $1 / \text{使ってよい広告費率}$
予算消化額	会社として決めている広告予算に応じて、月別・日別の広告消費額を設定する	企業によるが、目標売上から逆算し、必要となる広告費を計算するケースなどがある
売上	売上を目標にする	これまでの売上の伸びや新商品発売予定などから目標を設計する
上限CPC	RPP広告に設定する際の上限とするCPCを定める	商品の利益率から使ってよい広告比率を算出し、設定してよいCPCの上限を算出する ・ 上限CPC = $\text{商品単価} \times \text{使ってよい広告比率} \times \text{CVR}$
LTV	新規購入者から期待できる1年分の購入金額を設定する	1年分の購入金額の平均などから、ROASや上限CPCを設計する

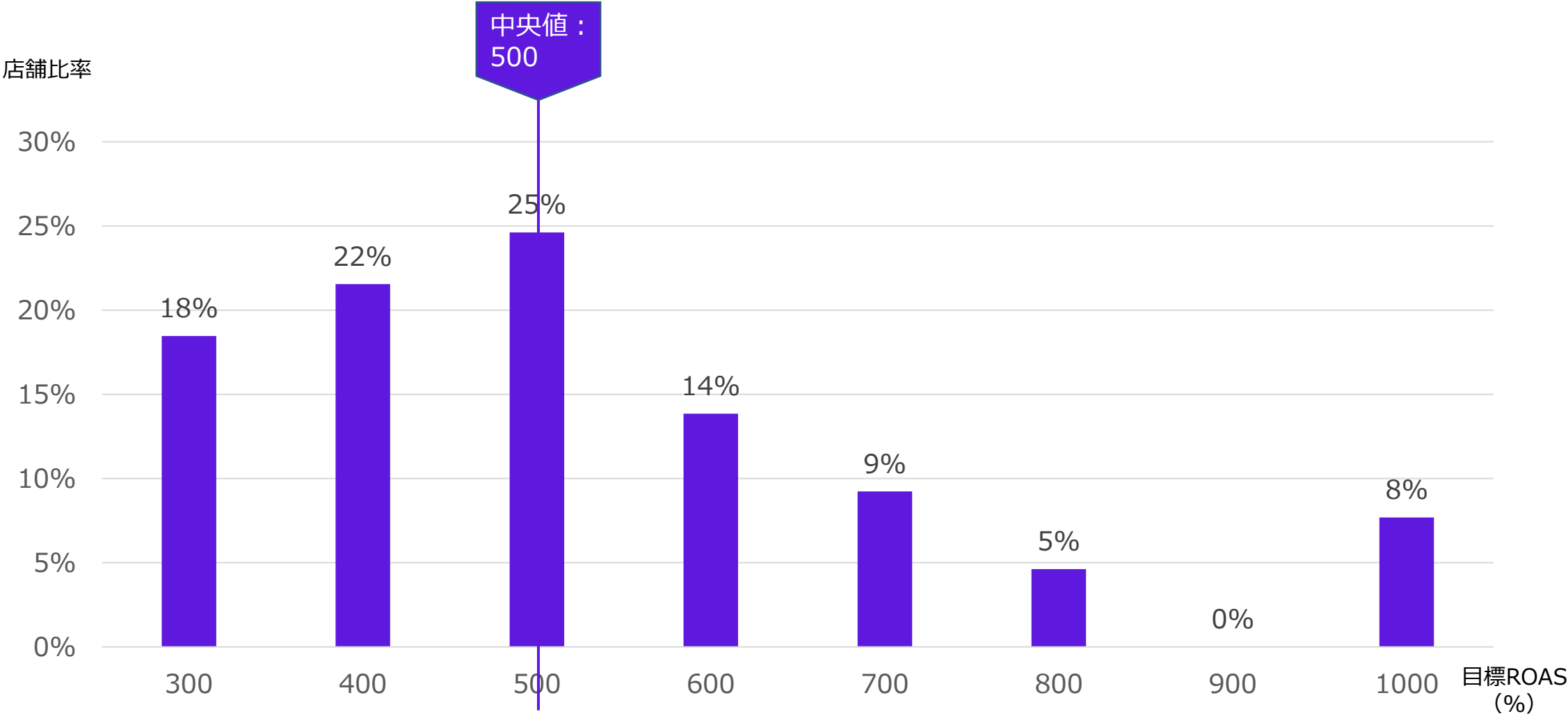
RPPの調整と言っても、様々な内容があります。弊社にてヒアリングさせていただいた内容をまとめさせていただきました。全体の傾向としては、かなり細かく調整している企業様とあまり調整されていない企業様に二分される結果となっている状況です。

概要

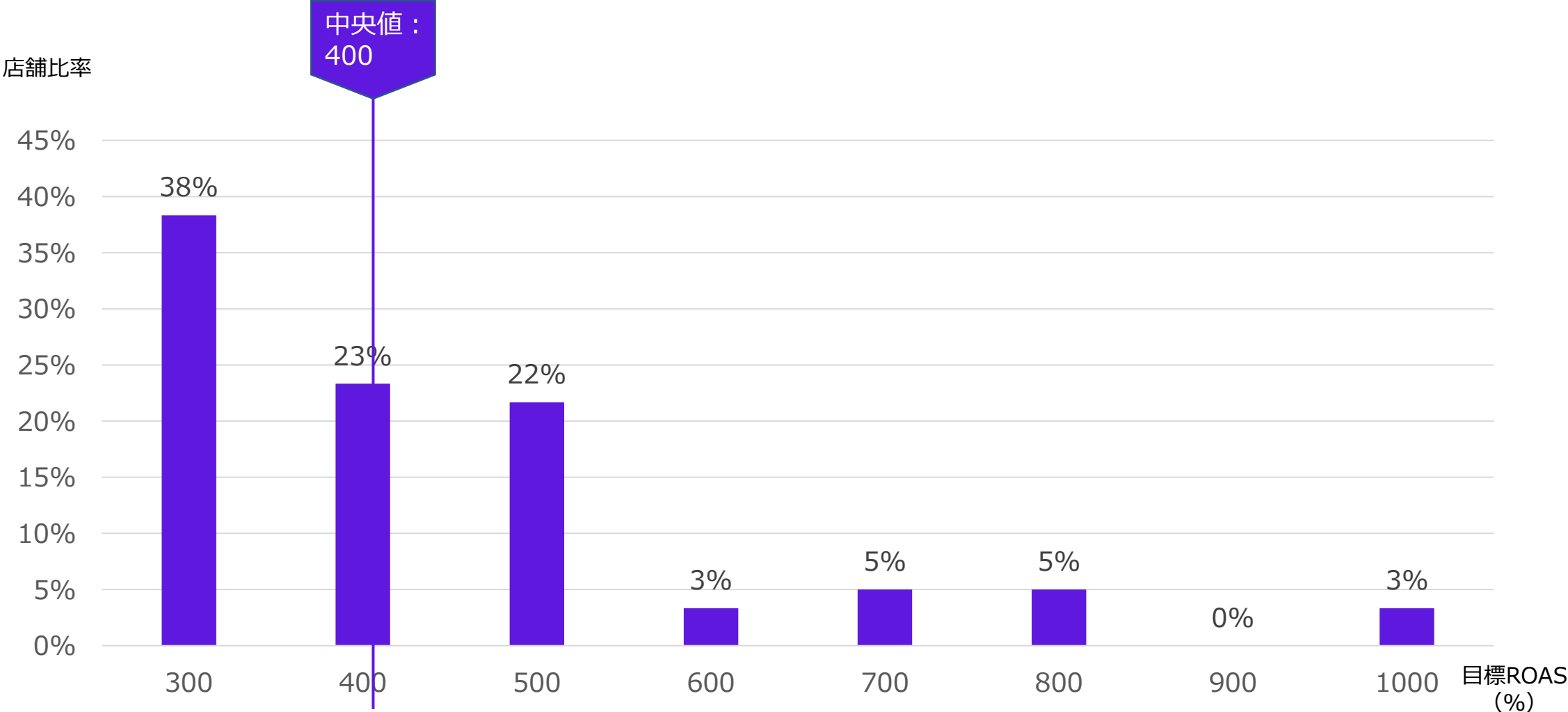
設計内容

月予算	月ごとにどのぐらいの広告予算をかけるか	利益率に応じるが、売上の20%程度をかける店舗様が多い
設定内容	商品CPC・キーワードCPCをどのように設計しているか	月予算が大きくなるにつれて、「キャンペーンCPC⇒商品CPC⇒キーワードCPC」と順に設定が細かくなっていく傾向にある
目検での掲載順位確認	掲載順位を確認しているか	ごく一部の企業様では1時間に1回掲載順位を確認し、調整している店舗様も存在
更新頻度	RPP広告の対象商品・キーワードや設定CPCをどのぐらいの頻度で更新しているか	毎日更新をかけている店舗様から月1回程度の店舗様まで幅広い
掛けている時間	RPP広告の調整にどのぐらいの時間をかけているか	1回あたり15-30分程度の時間をかけている店舗様が多い

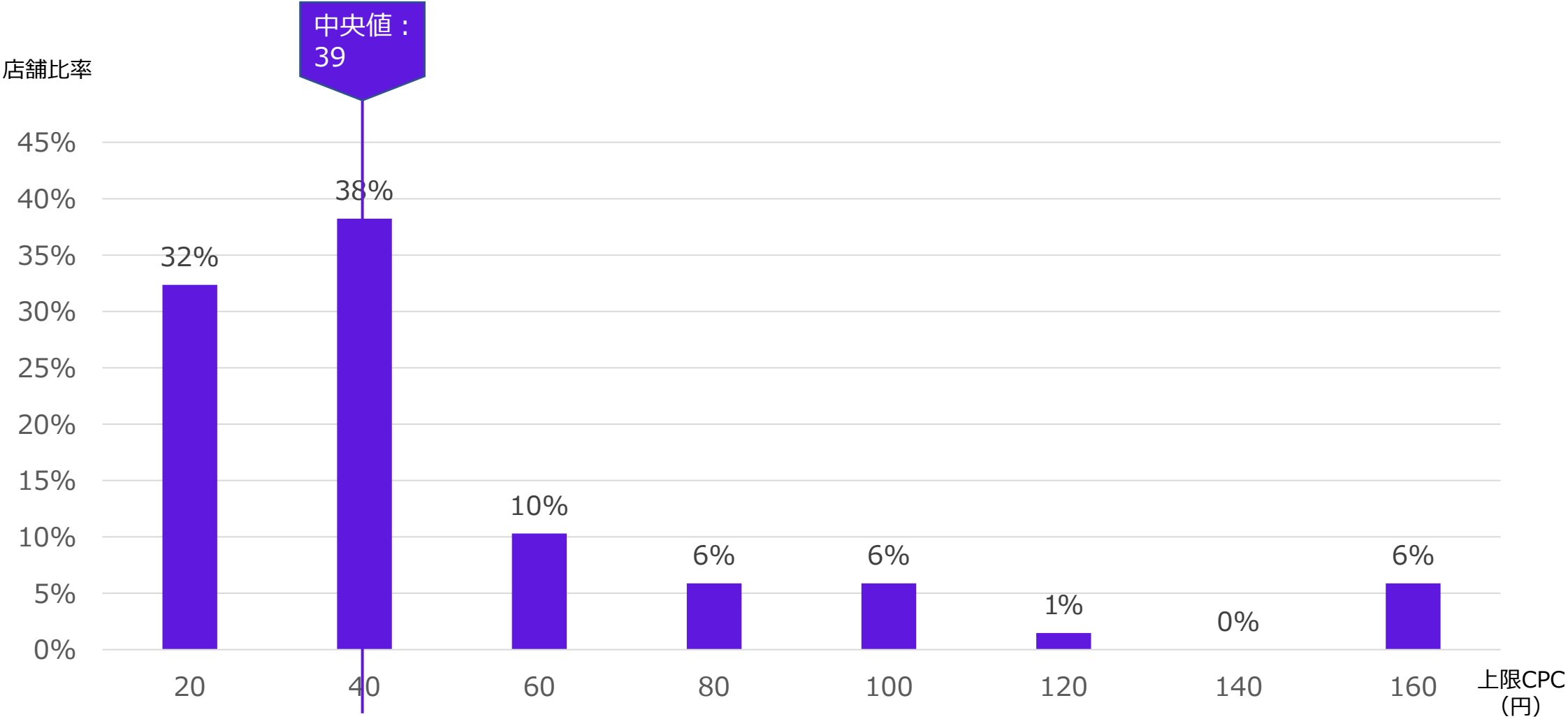
調査レポートー目標ROAS（商品CPC）



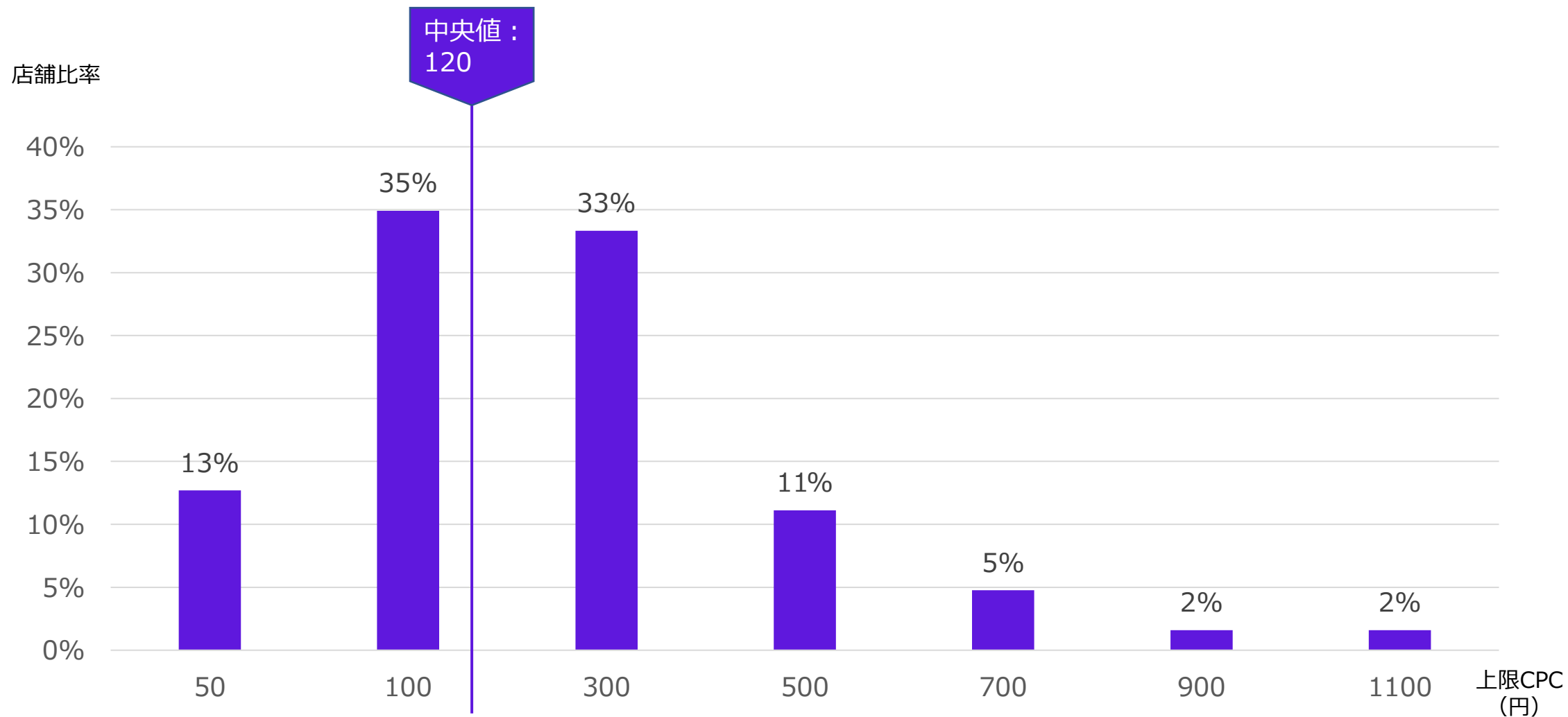
調査レポートー目標ROAS（キーワードCPC）

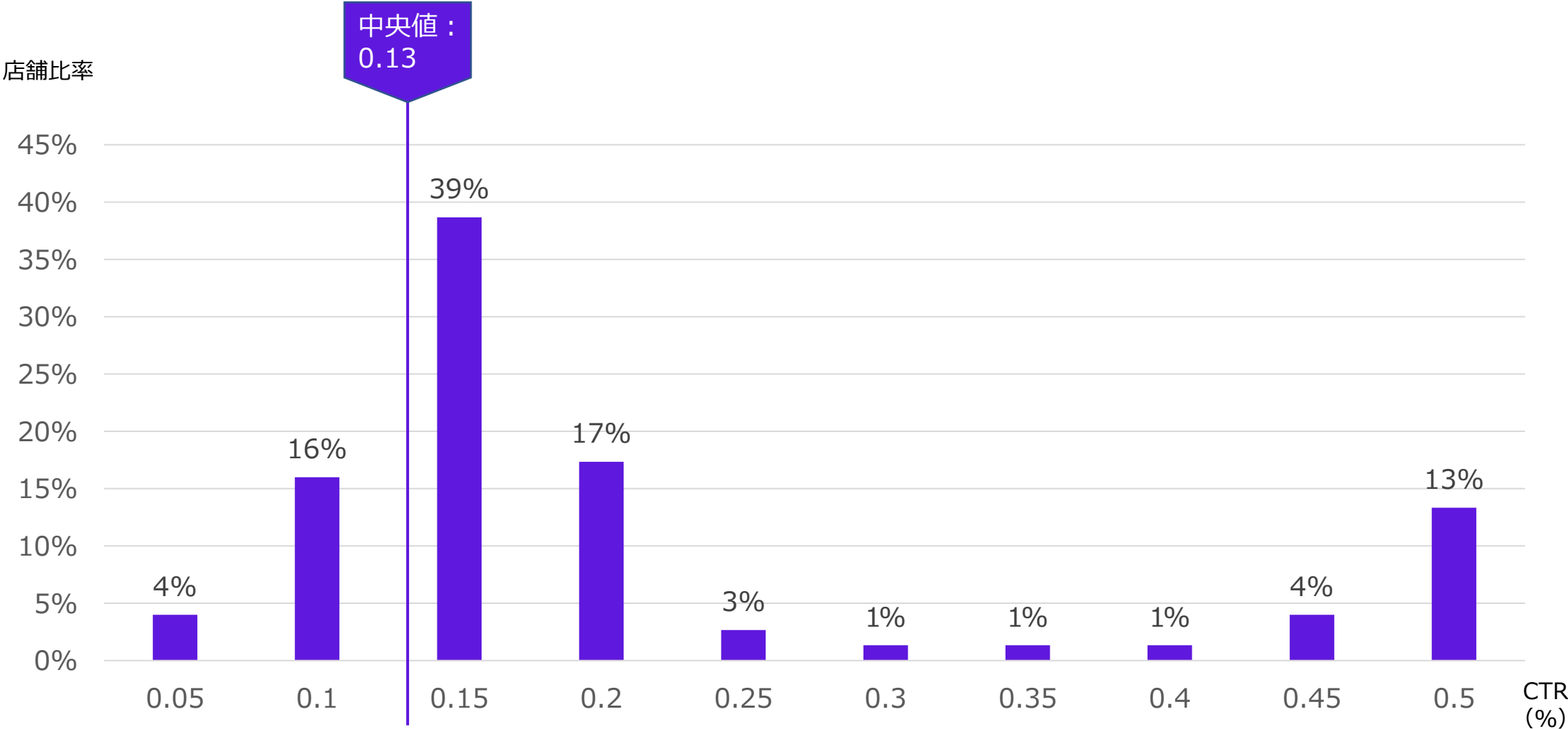


調査レポートー上限CPC（商品CPC）

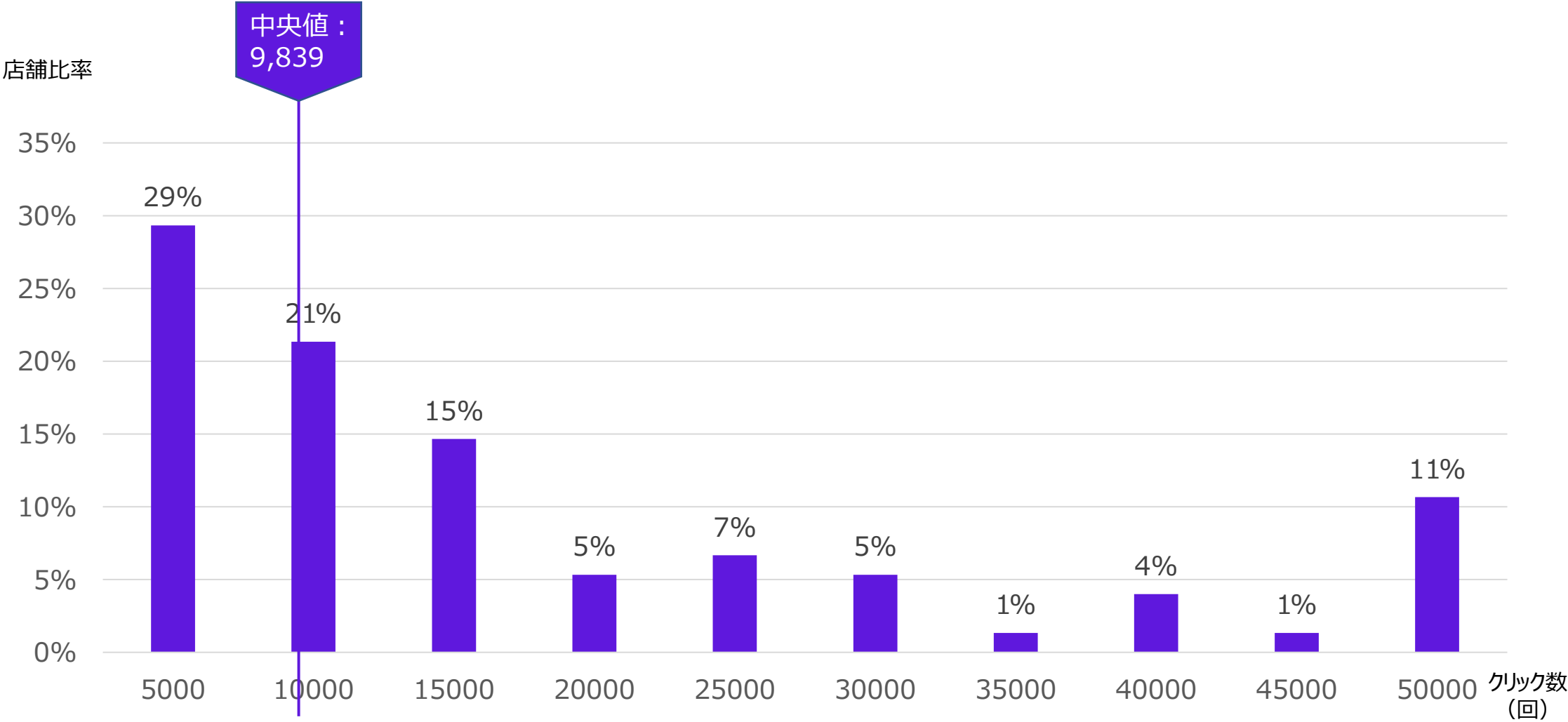


調査レポートー上限CPC（キーワードCPC）

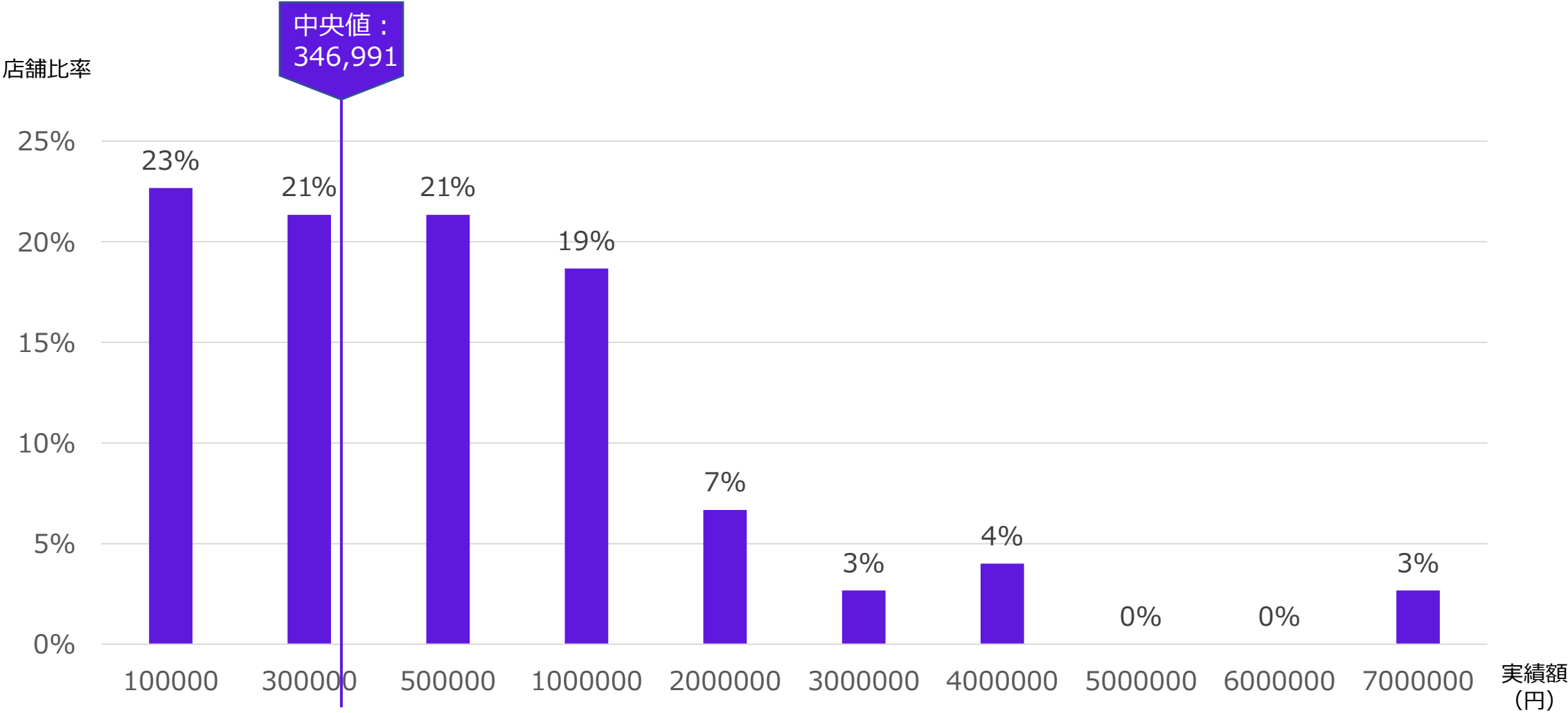


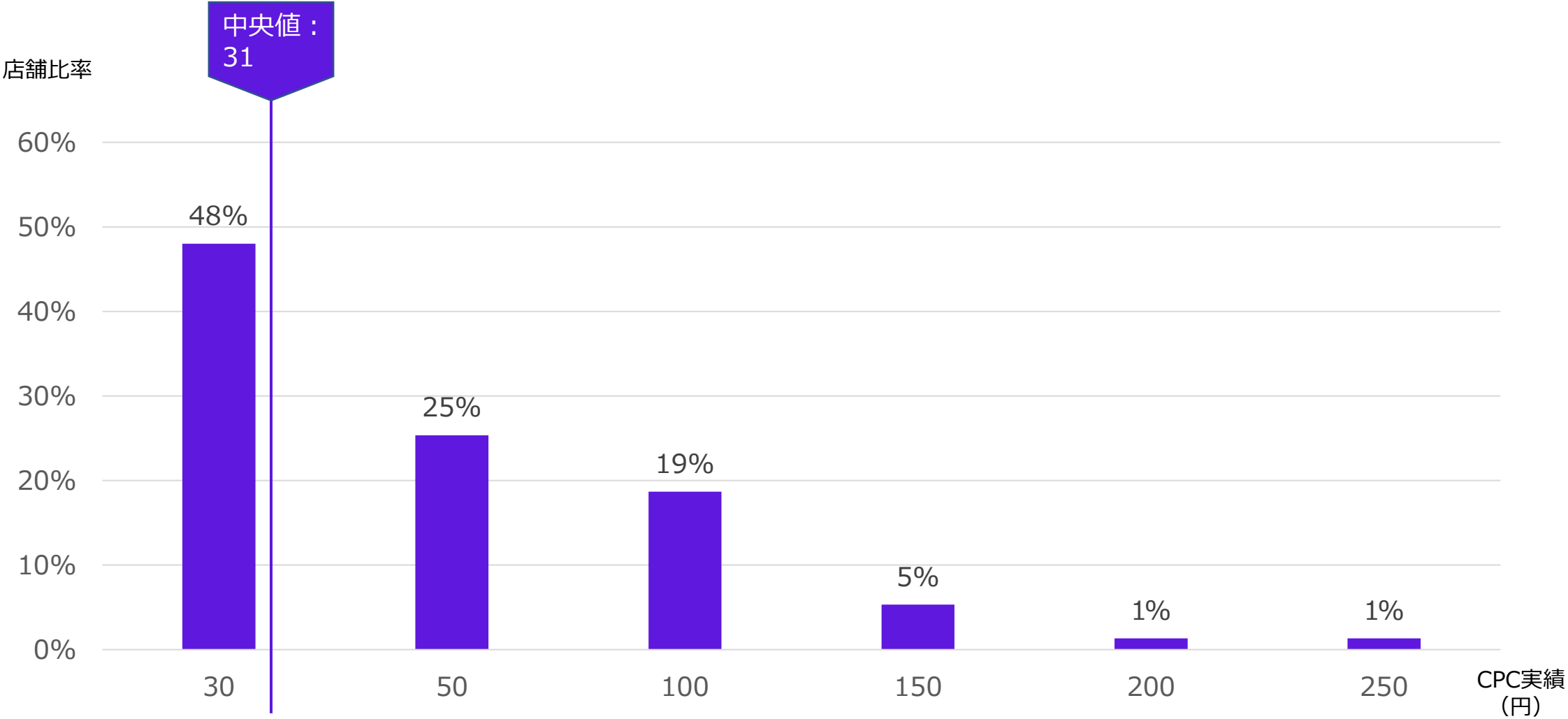


調査レポートクリック数（合計）

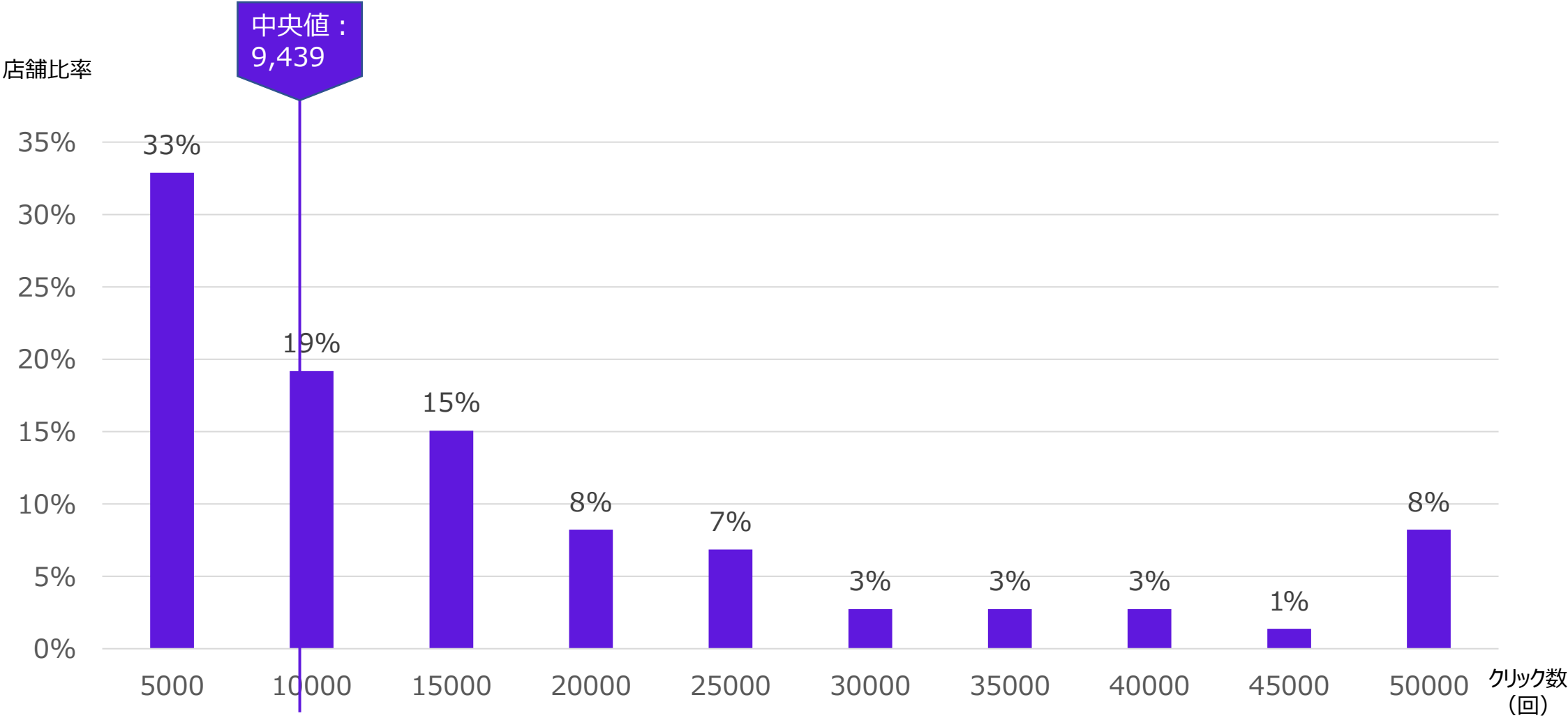


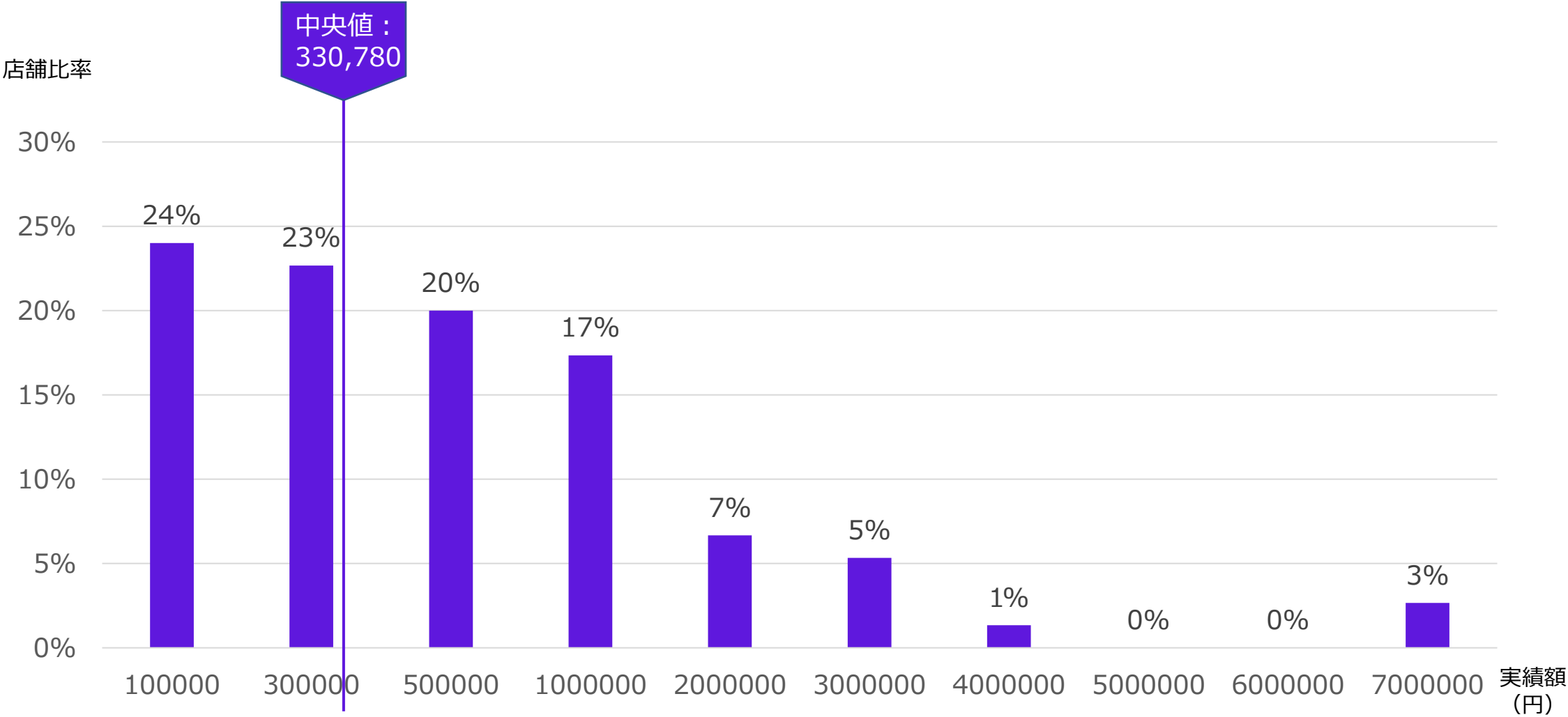
調査レポートー実績額（合計）

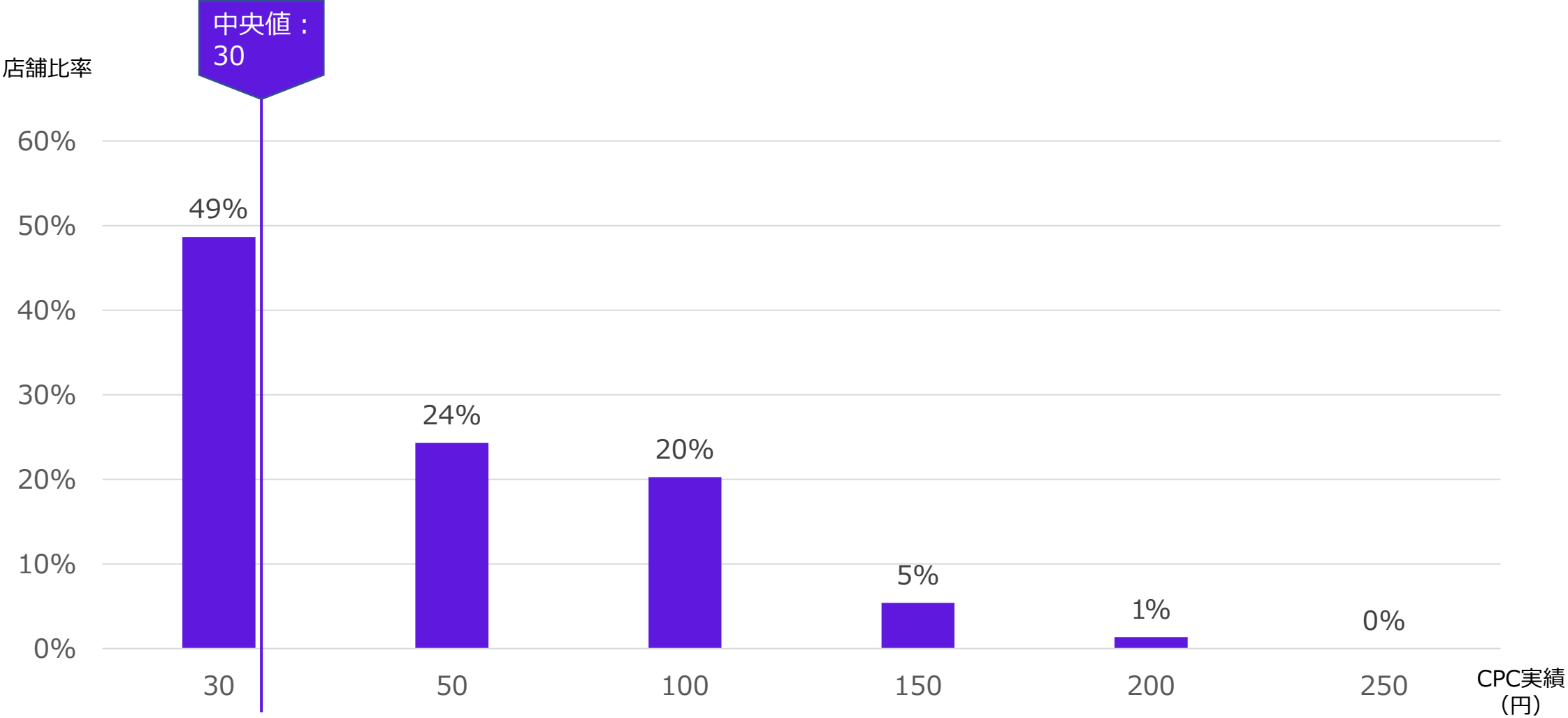




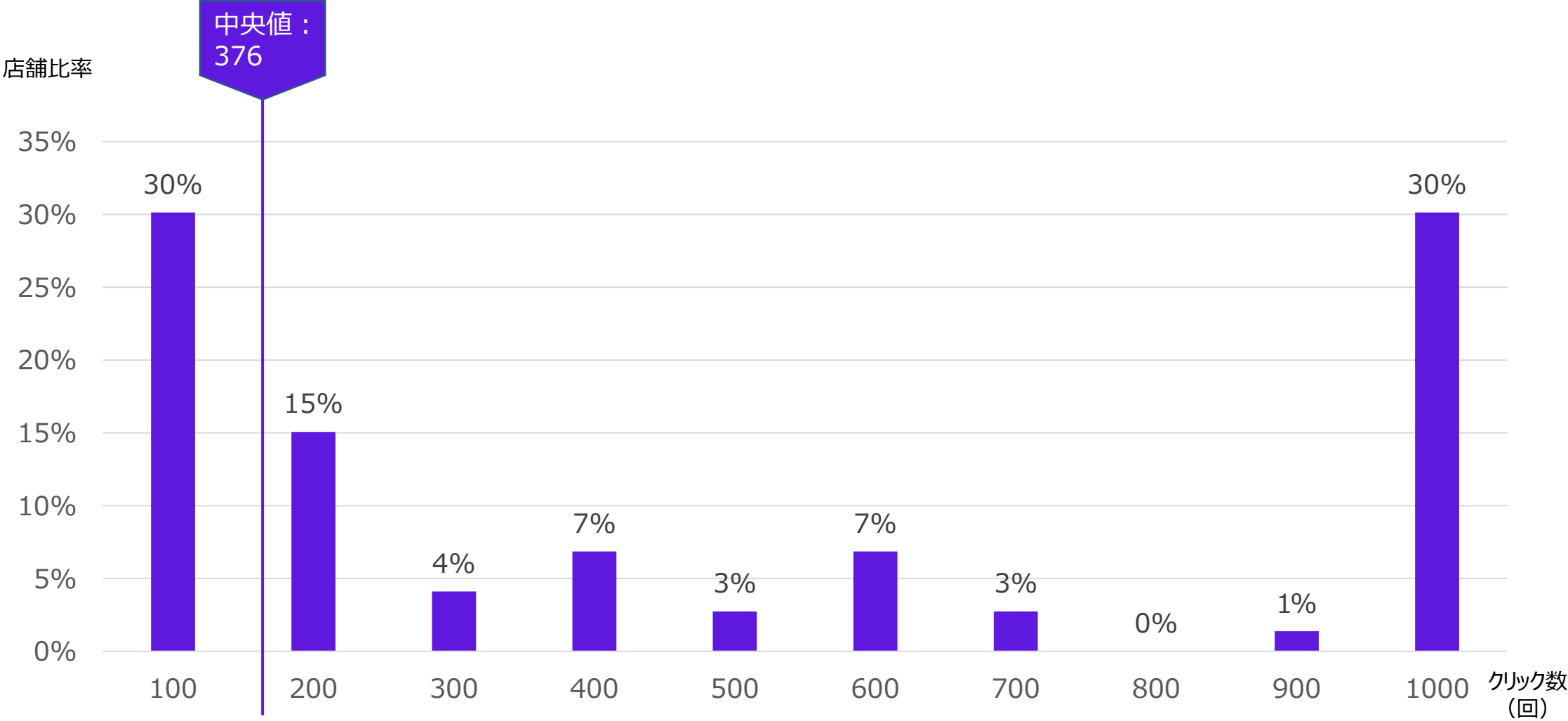
調査レポートクリック数（新規）

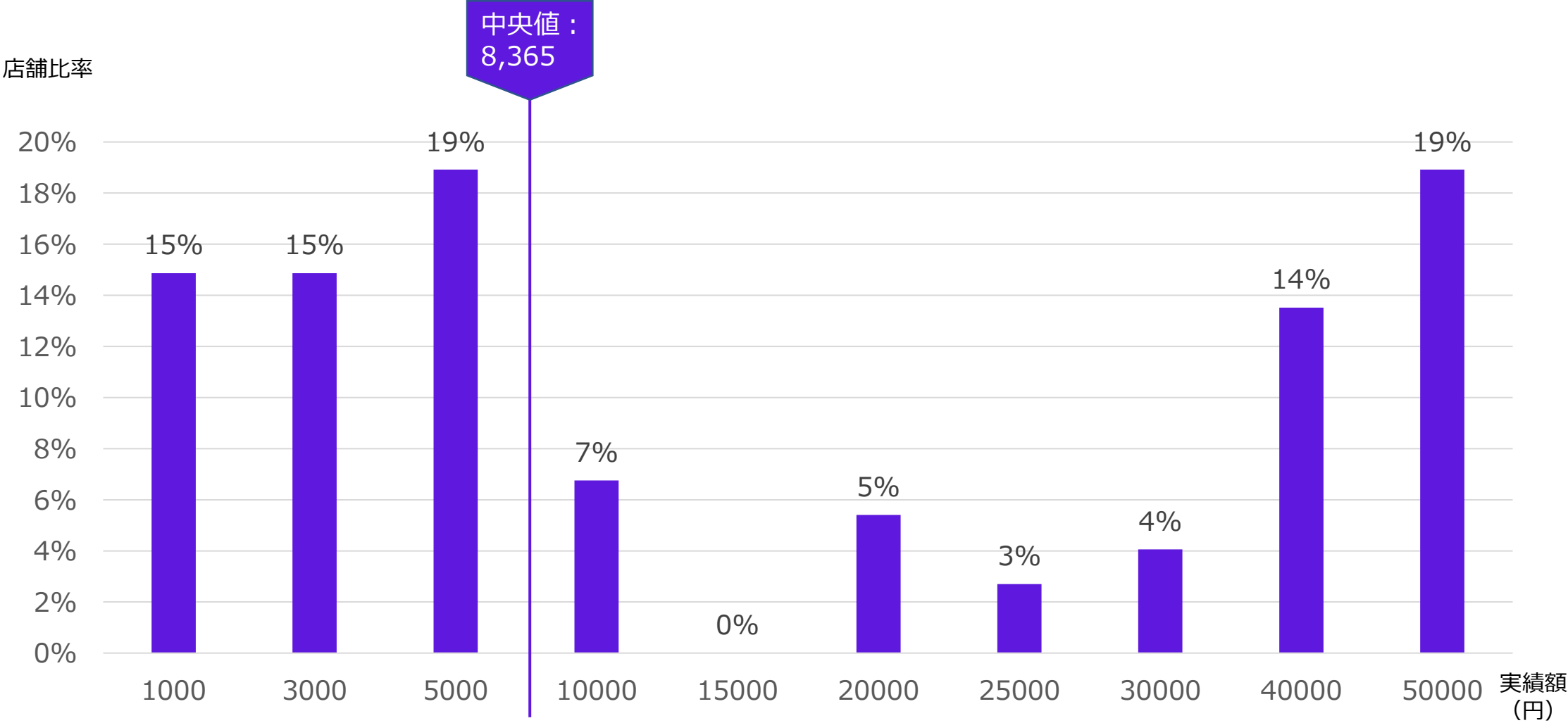


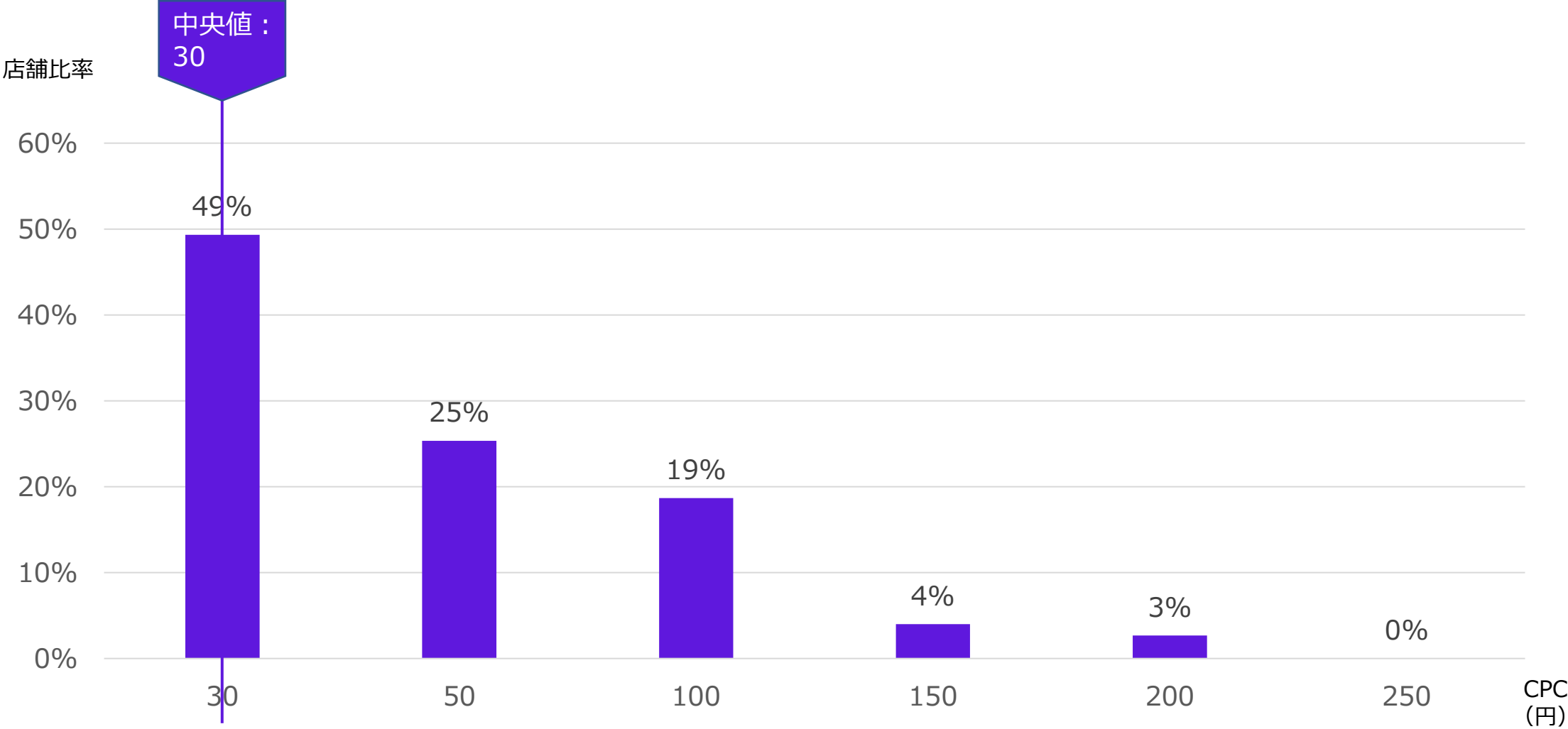




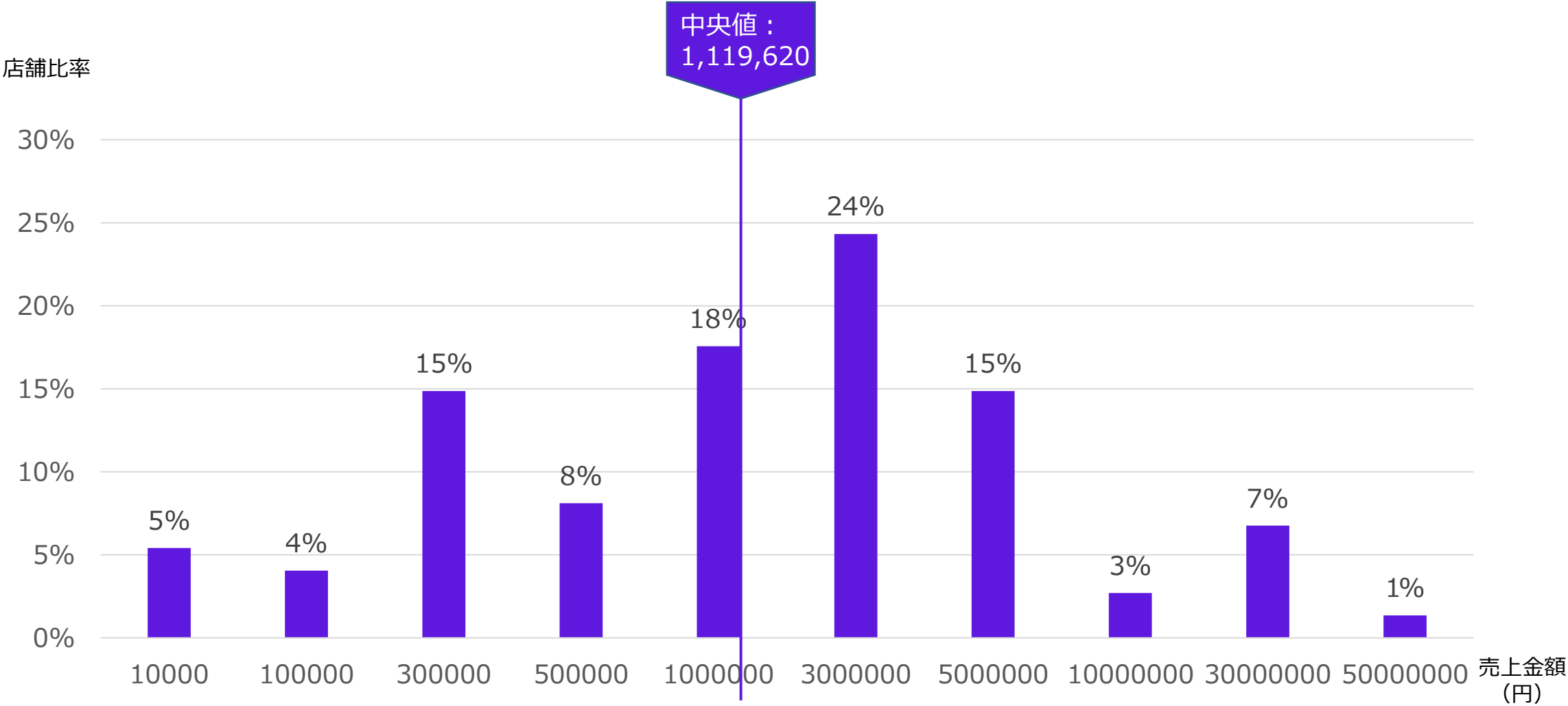
調査レポートクリック数（既存）



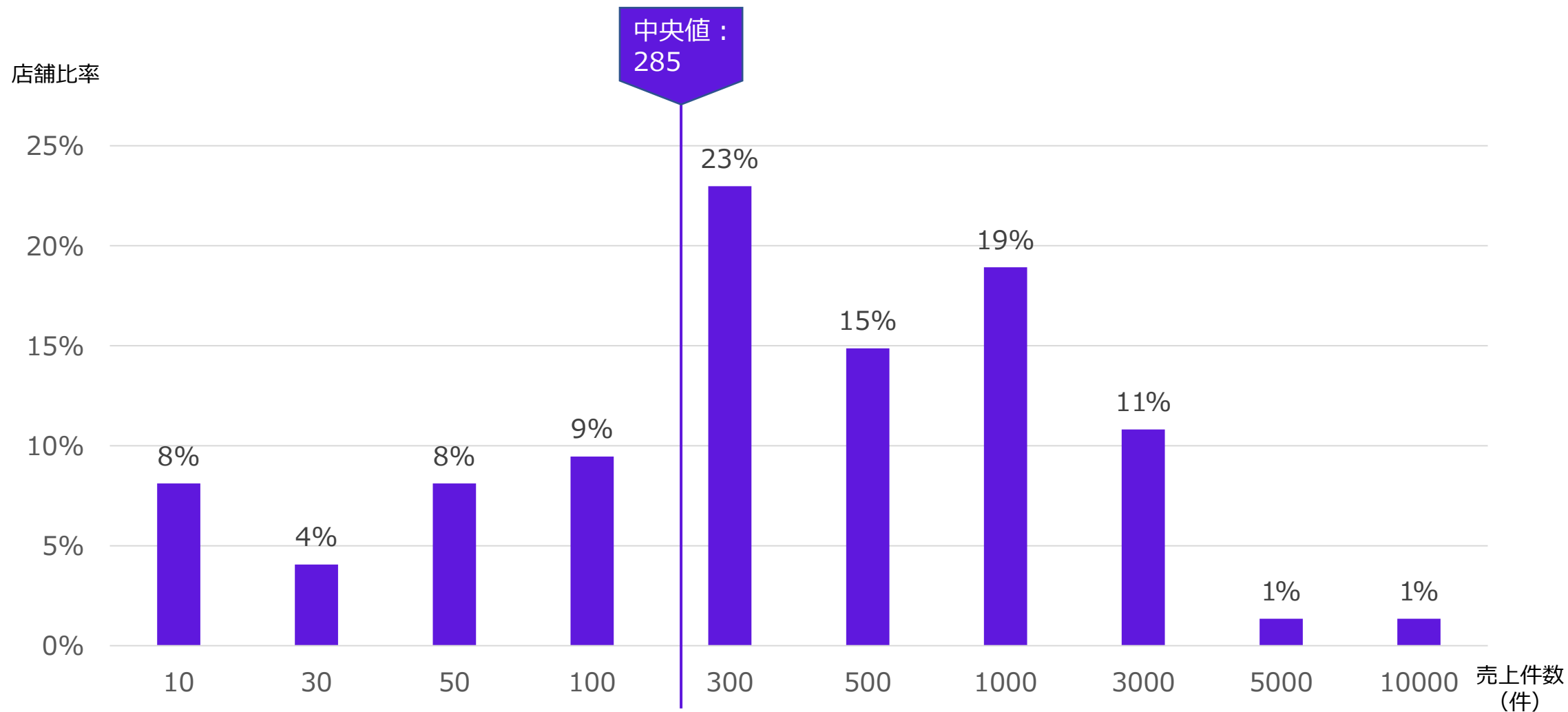




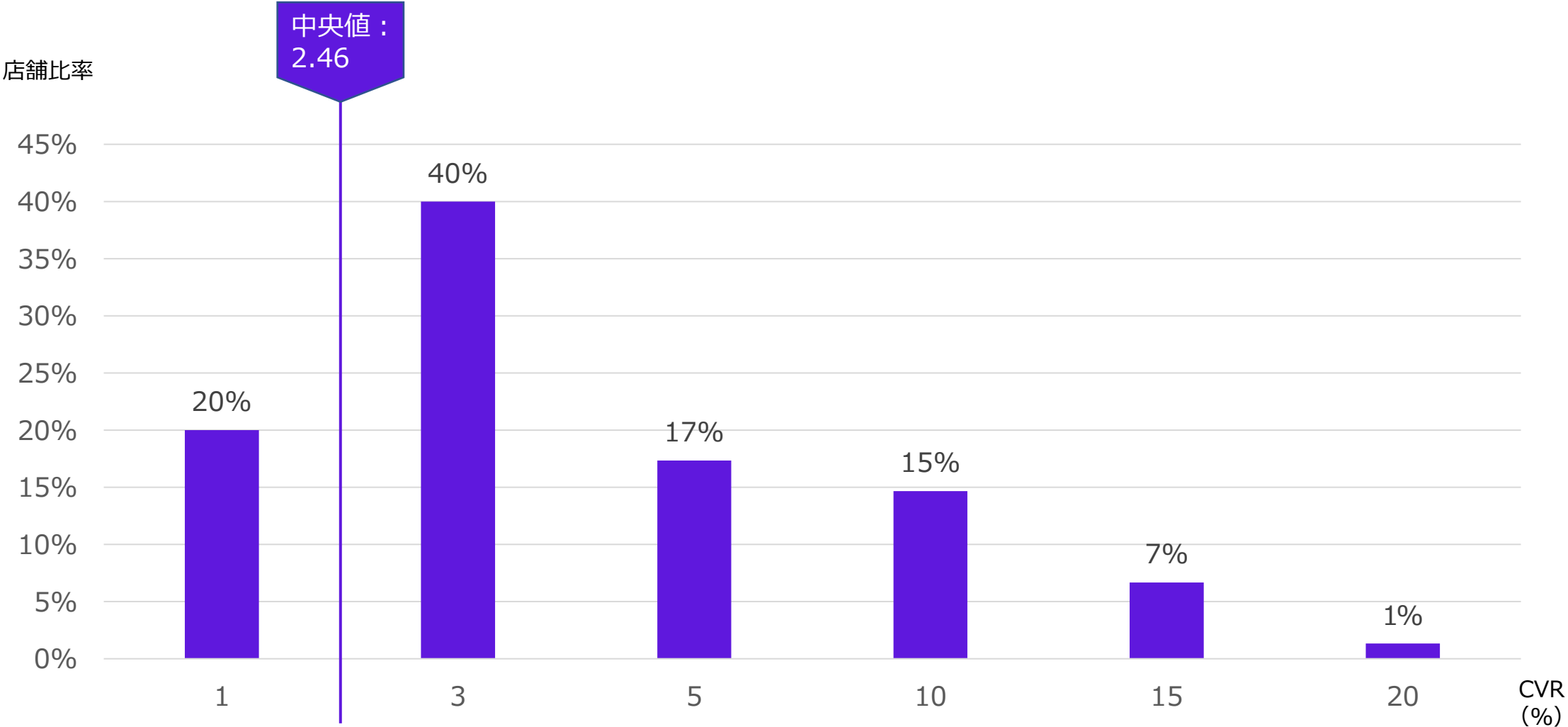
調査レポートー売上金額（合計12時間）



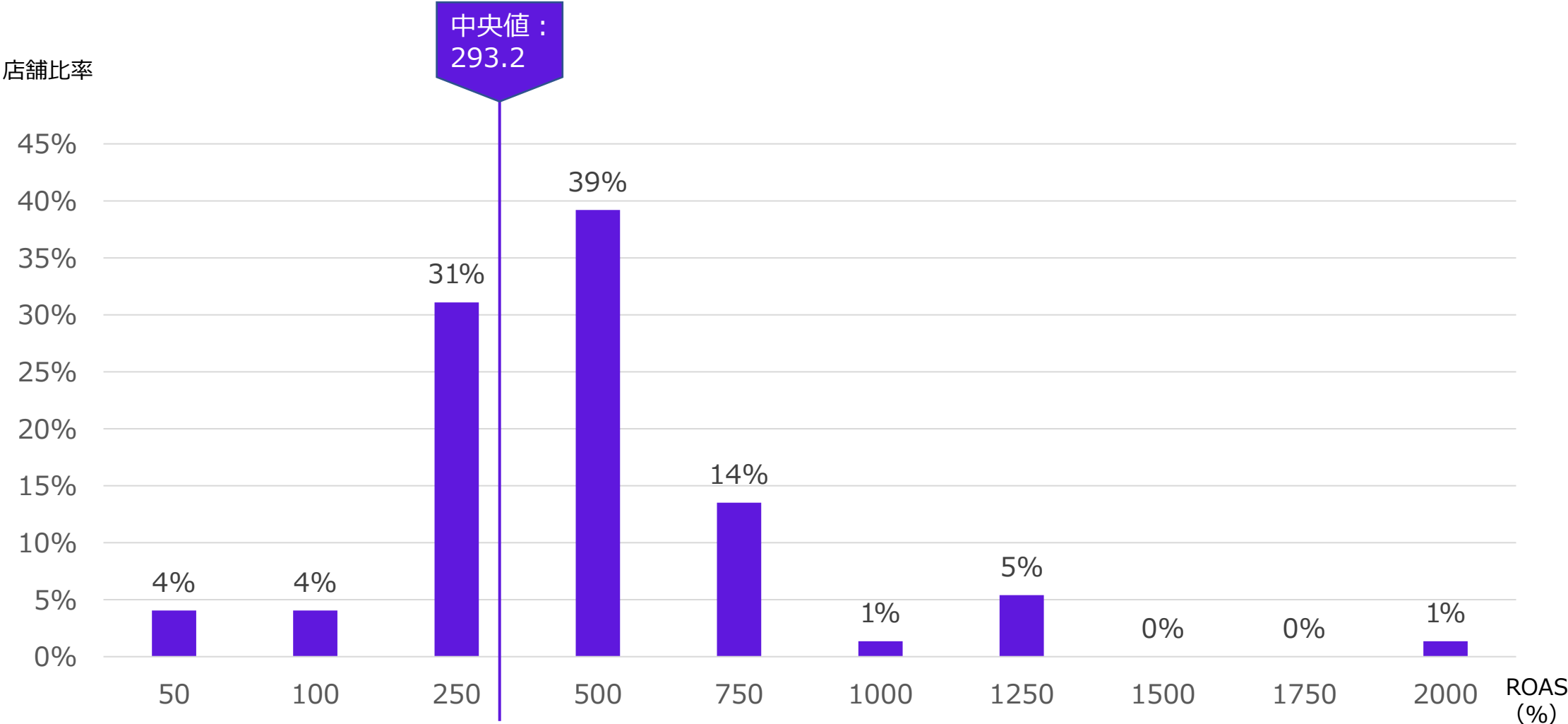
調査レポートー売上件数(合計12時間)



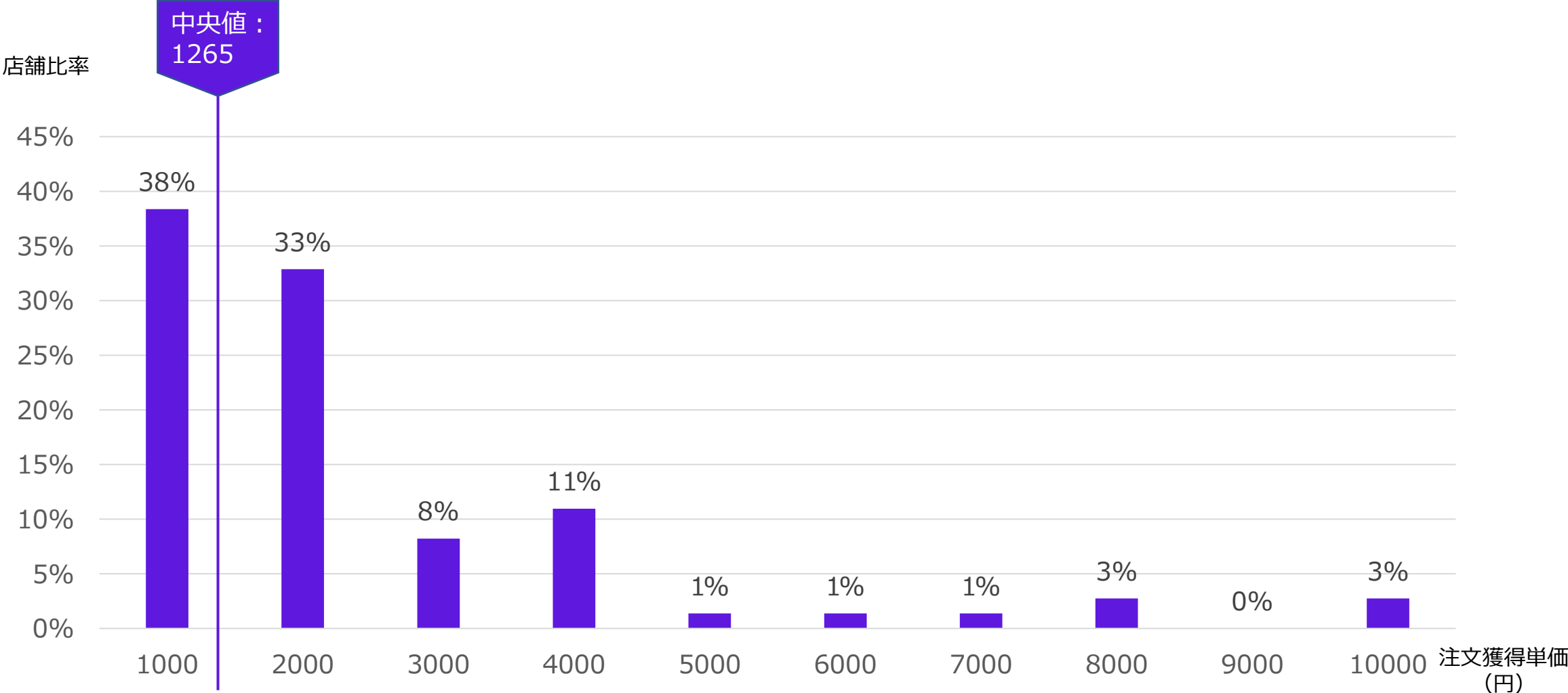
調査レポート-CVR(合計12時間)(%)



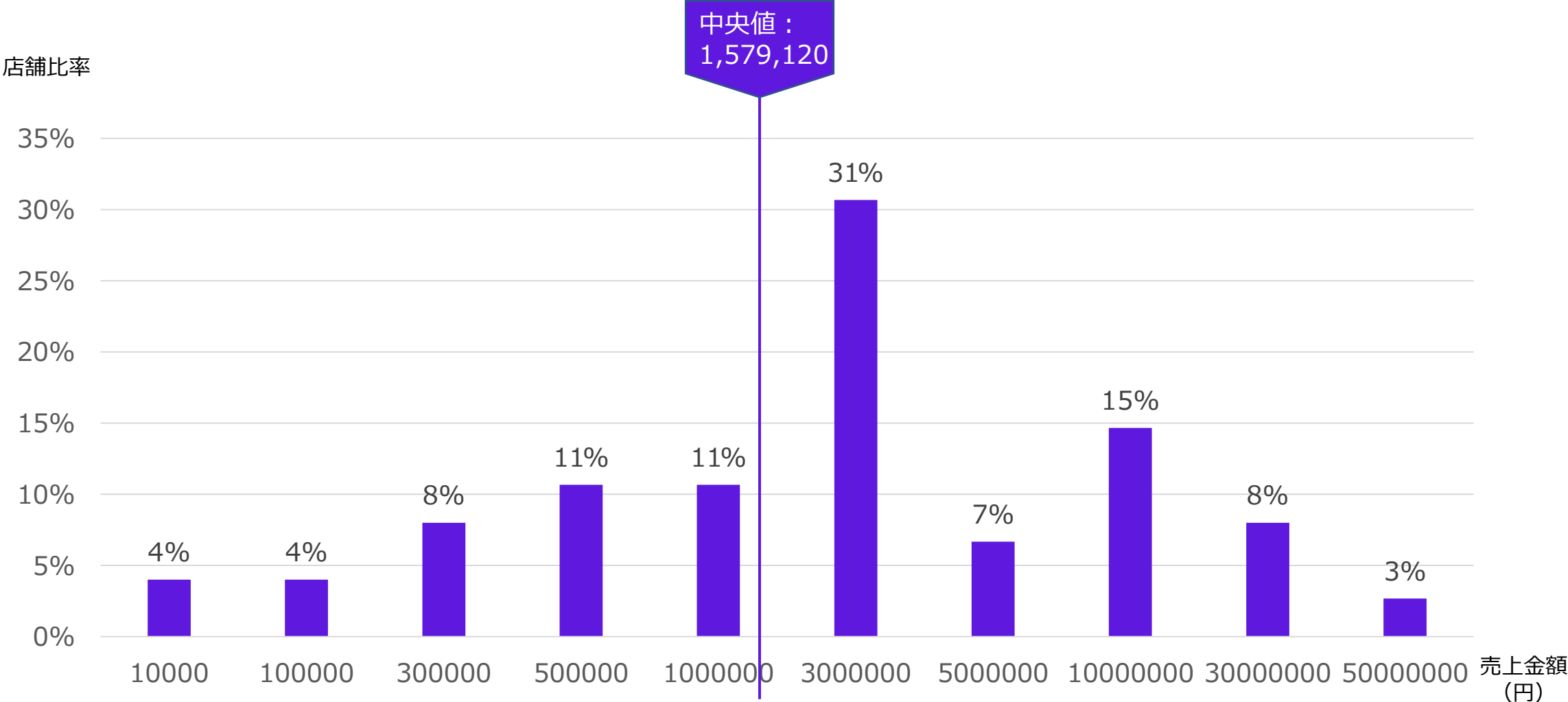
調査レポートーROAS(合計12時間)(%)



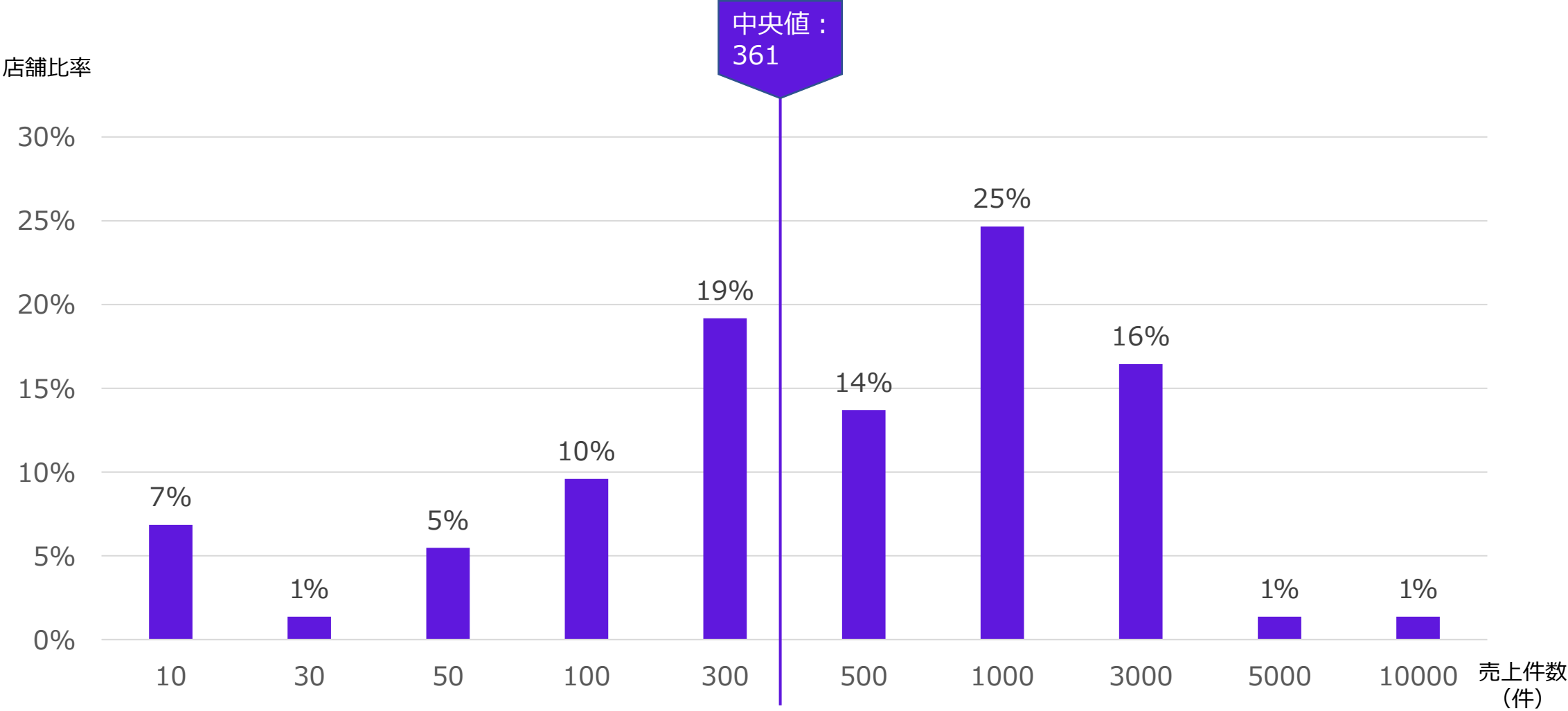
調査レポートー注文獲得単価(合計12時間)



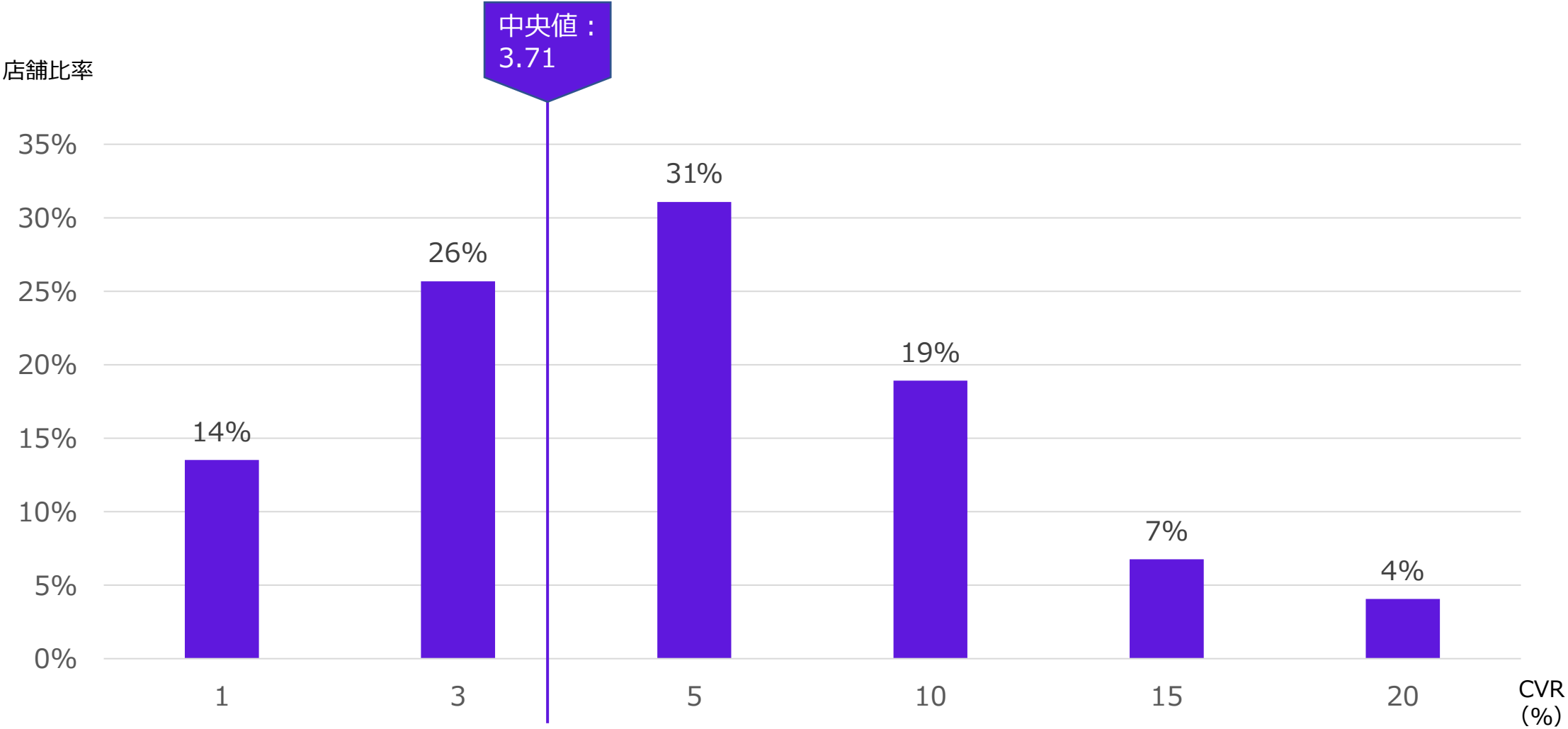
調査レポートー売上金額(合計720時間)



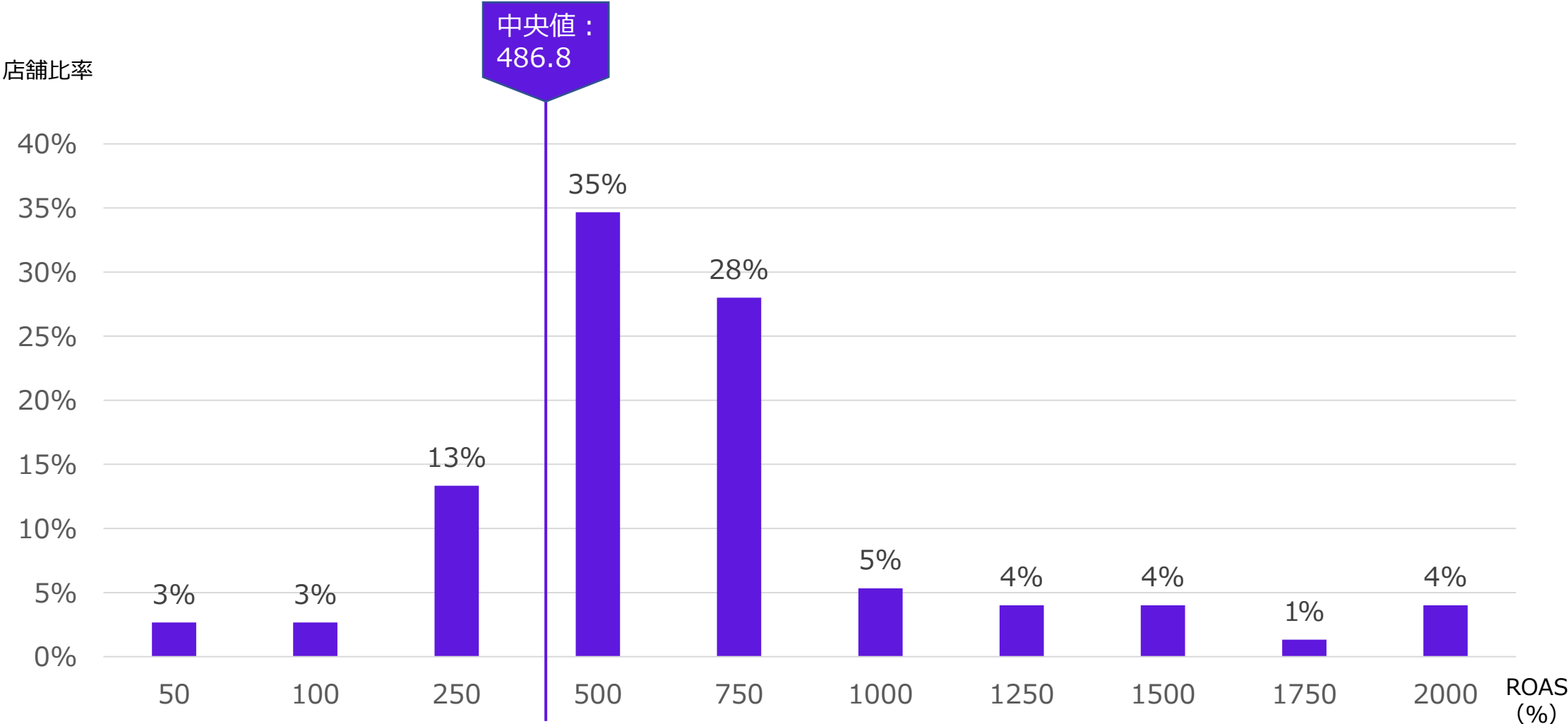
調査レポートー売上件数(合計720時間)



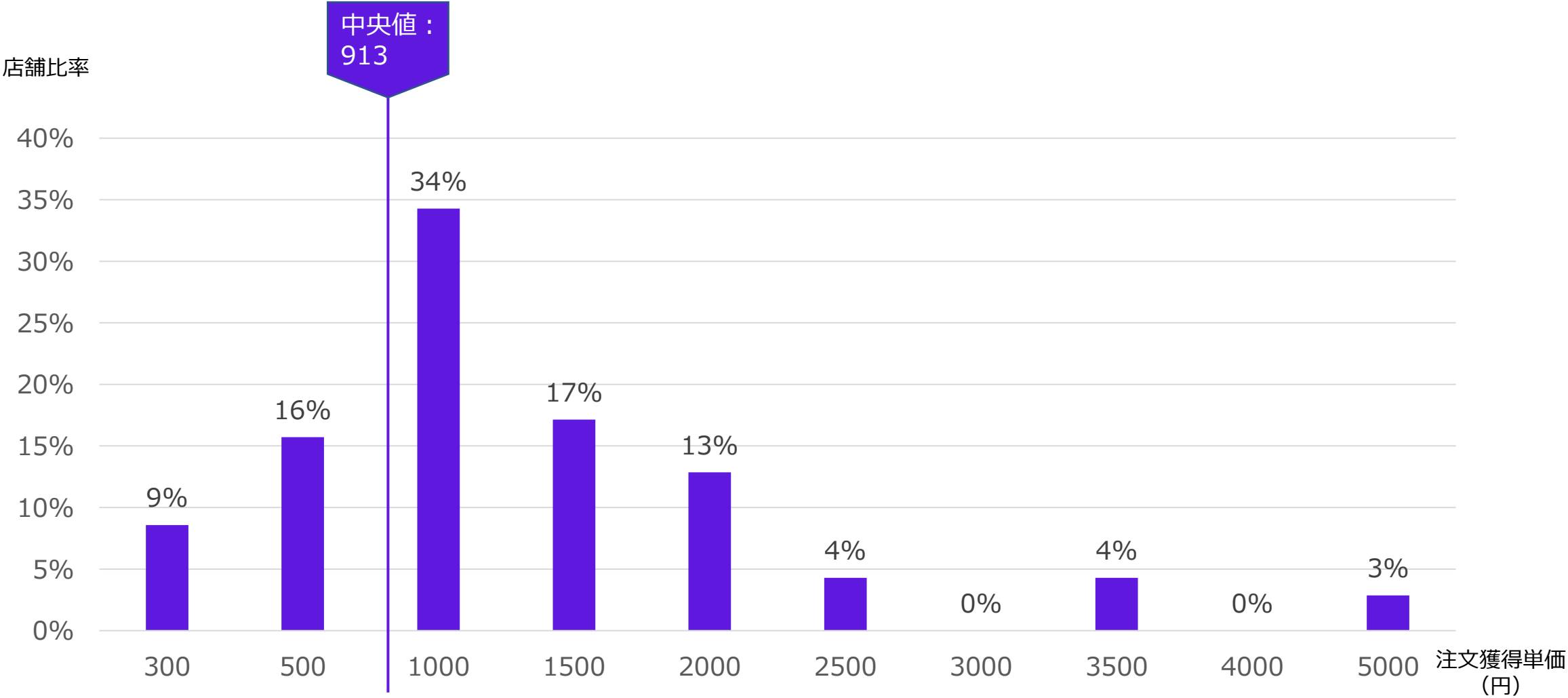
調査レポートーCVR(合計720時間)(%)



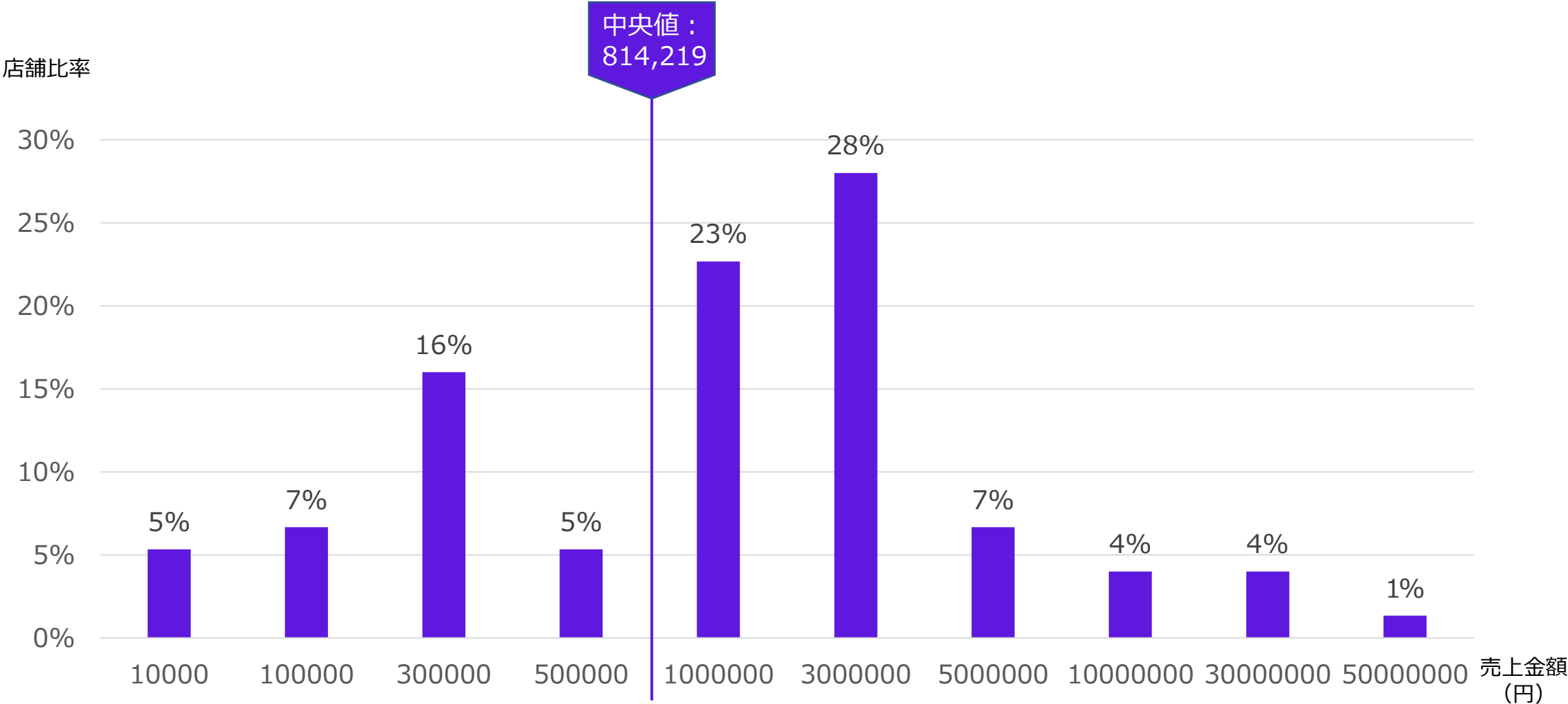
調査レポートーROAS(合計720時間)(%)



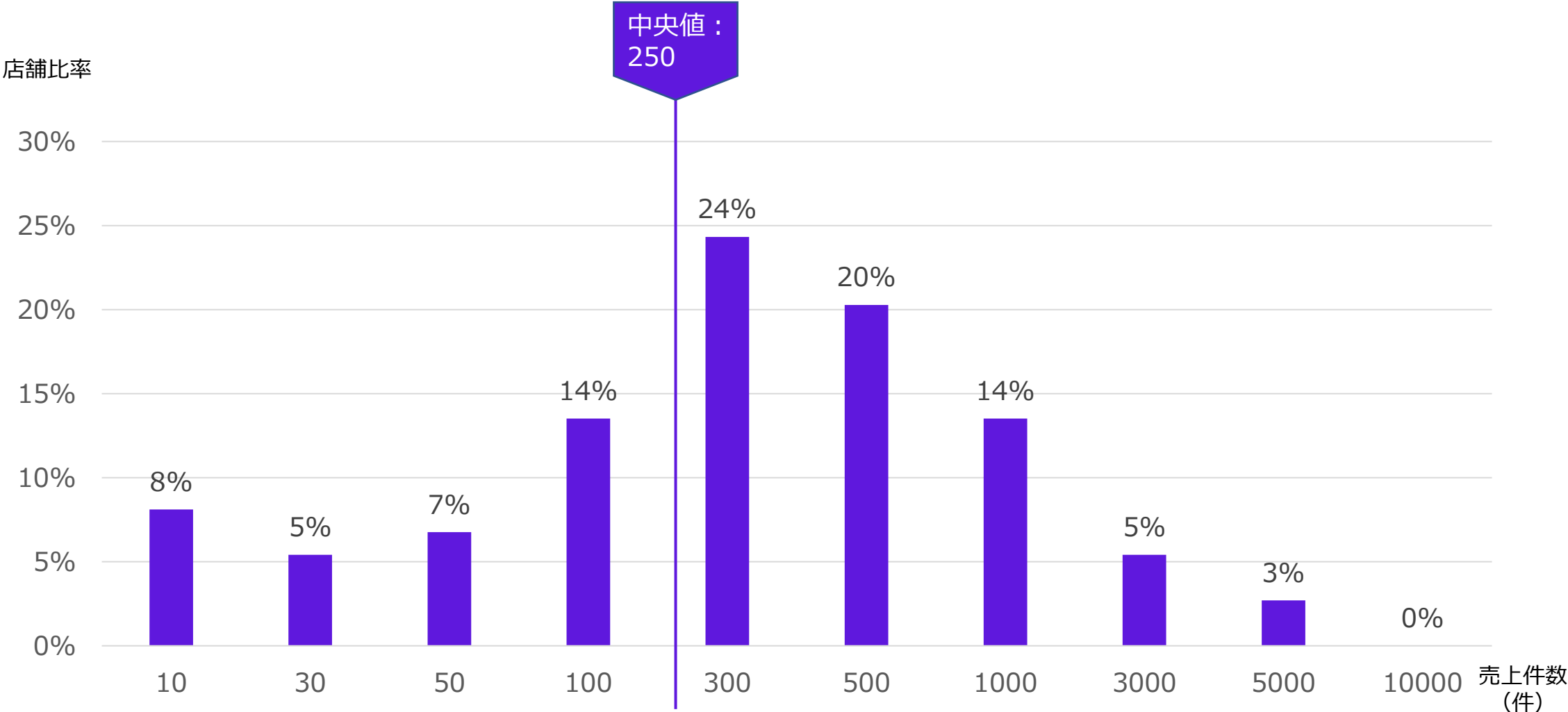
調査レポートー注文獲得単価(合計720時間)



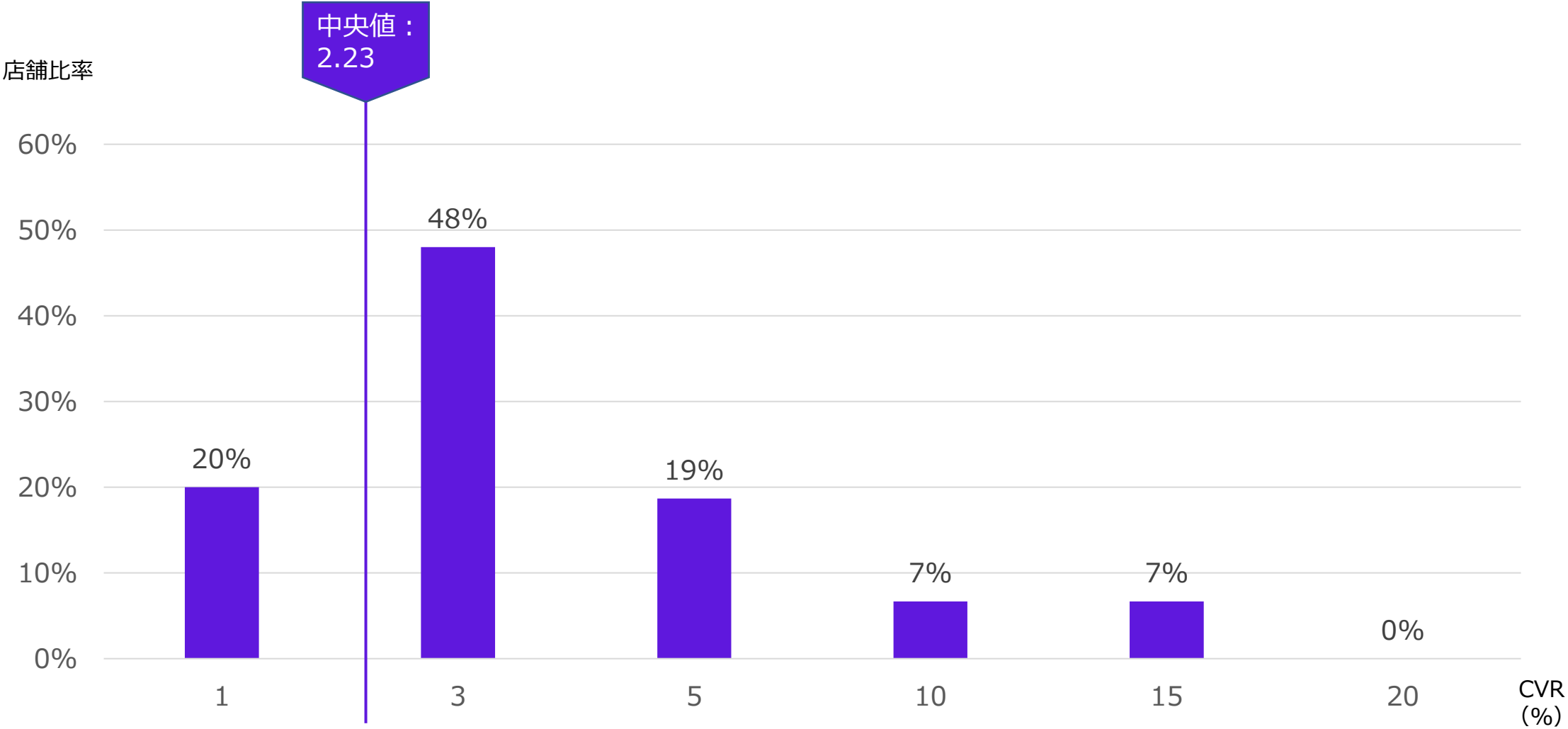
調査レポートー売上金額(新規12時間)



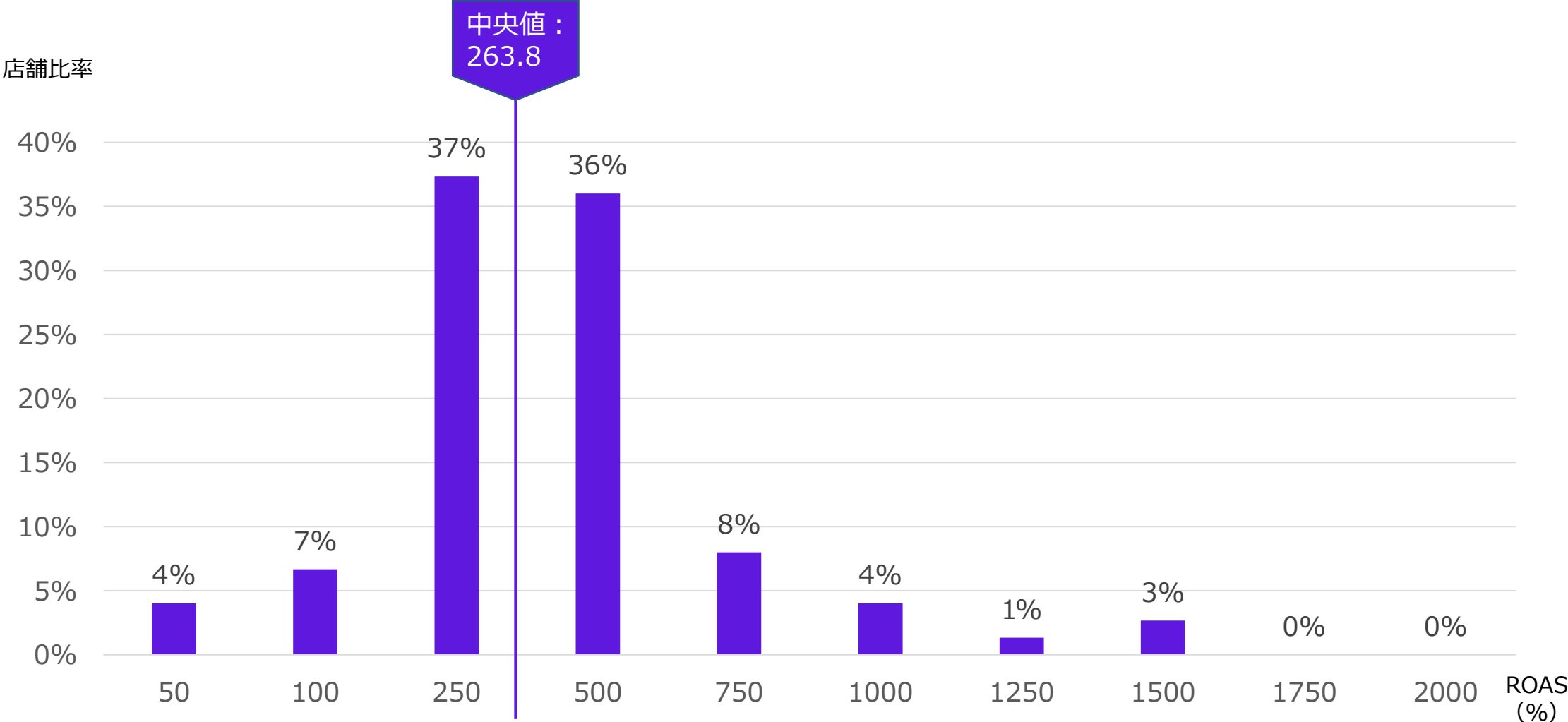
調査レポートー売上件数(新規12時間)



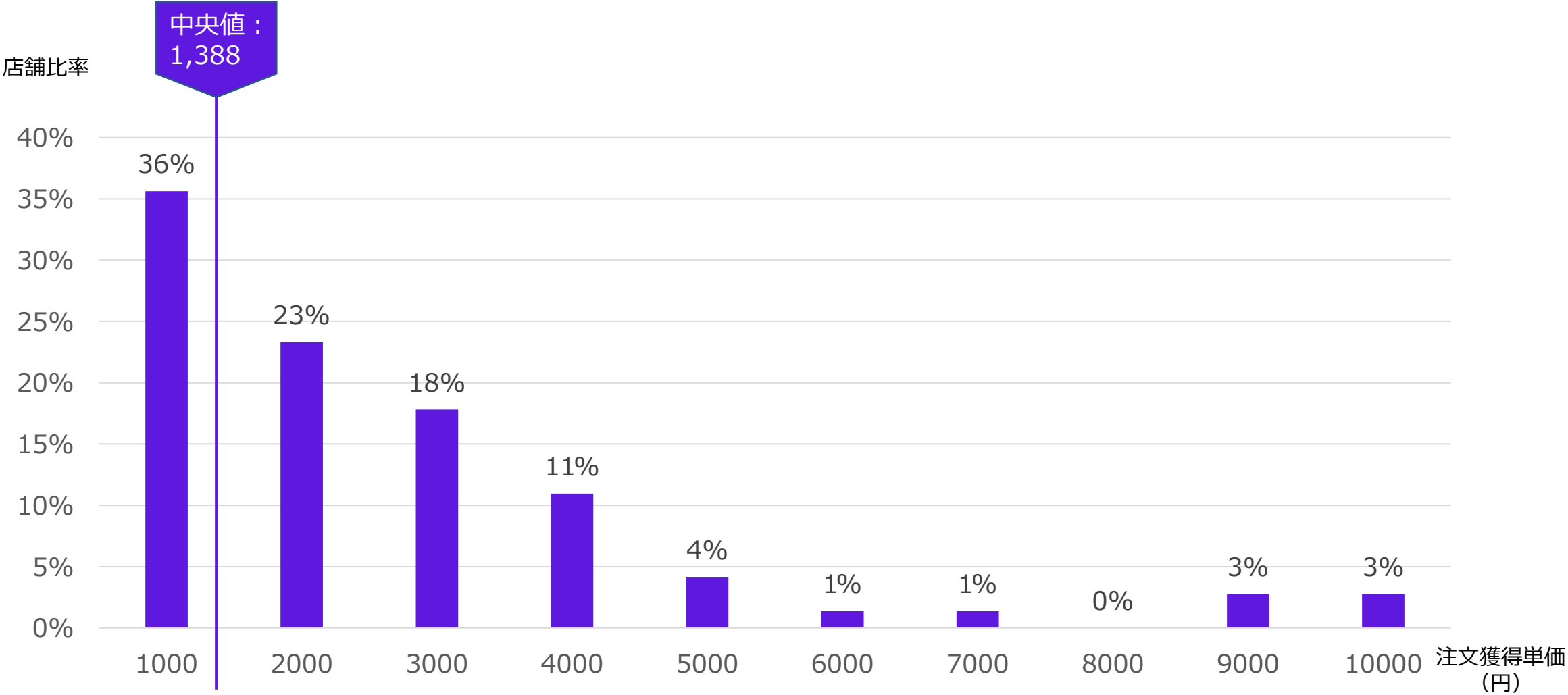
調査レポートーCVR(新規12時間)(%)



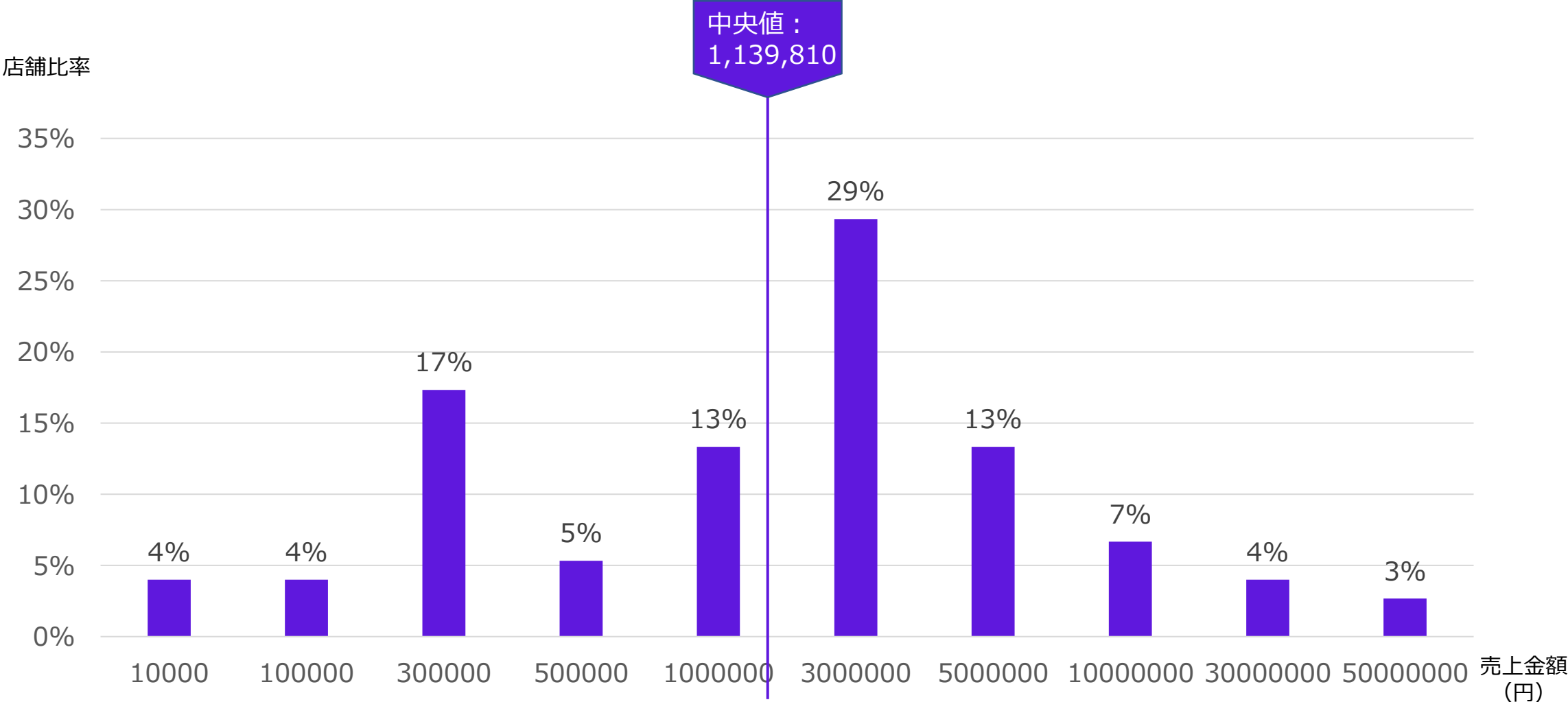
調査レポートーROAS(新規12時間)(%)



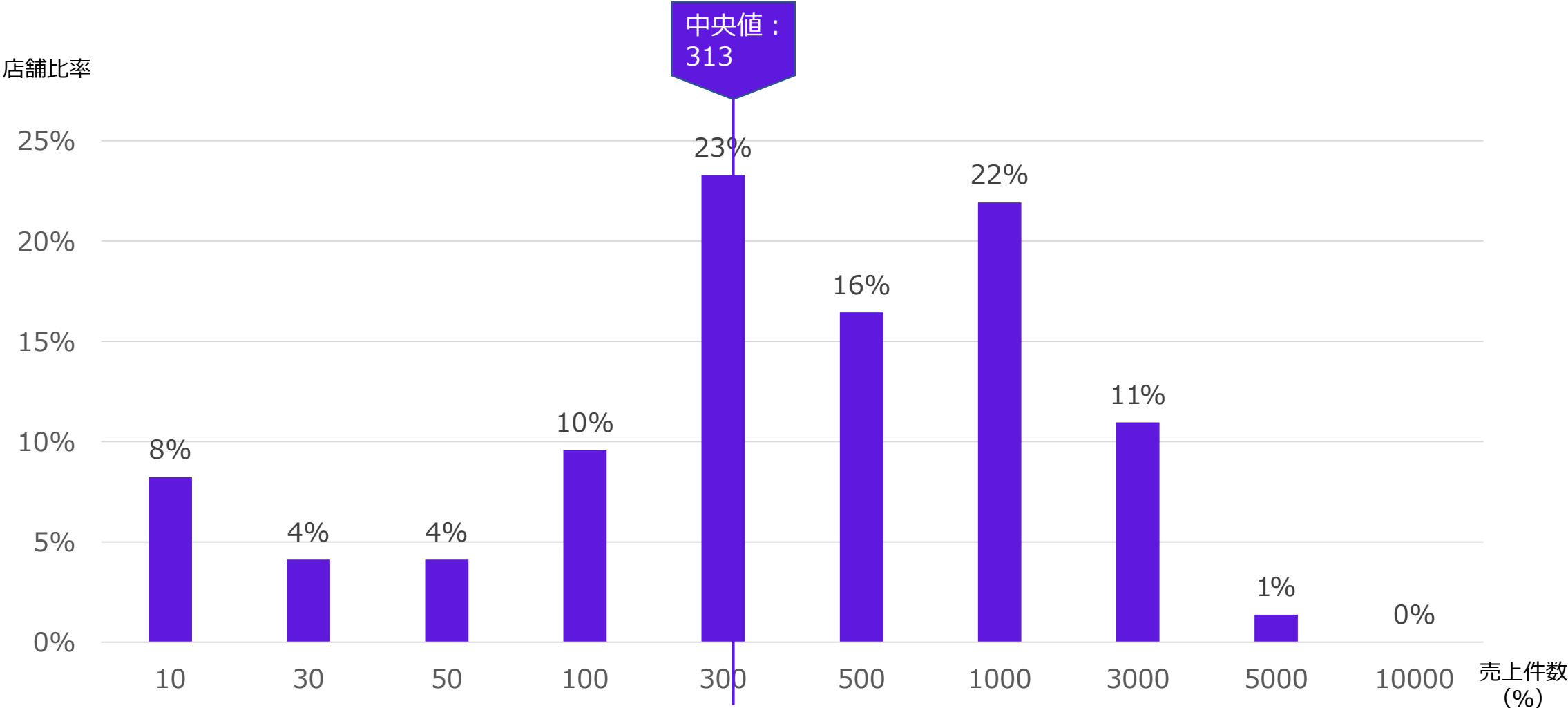
調査レポートー注文獲得単価(新規12時間)



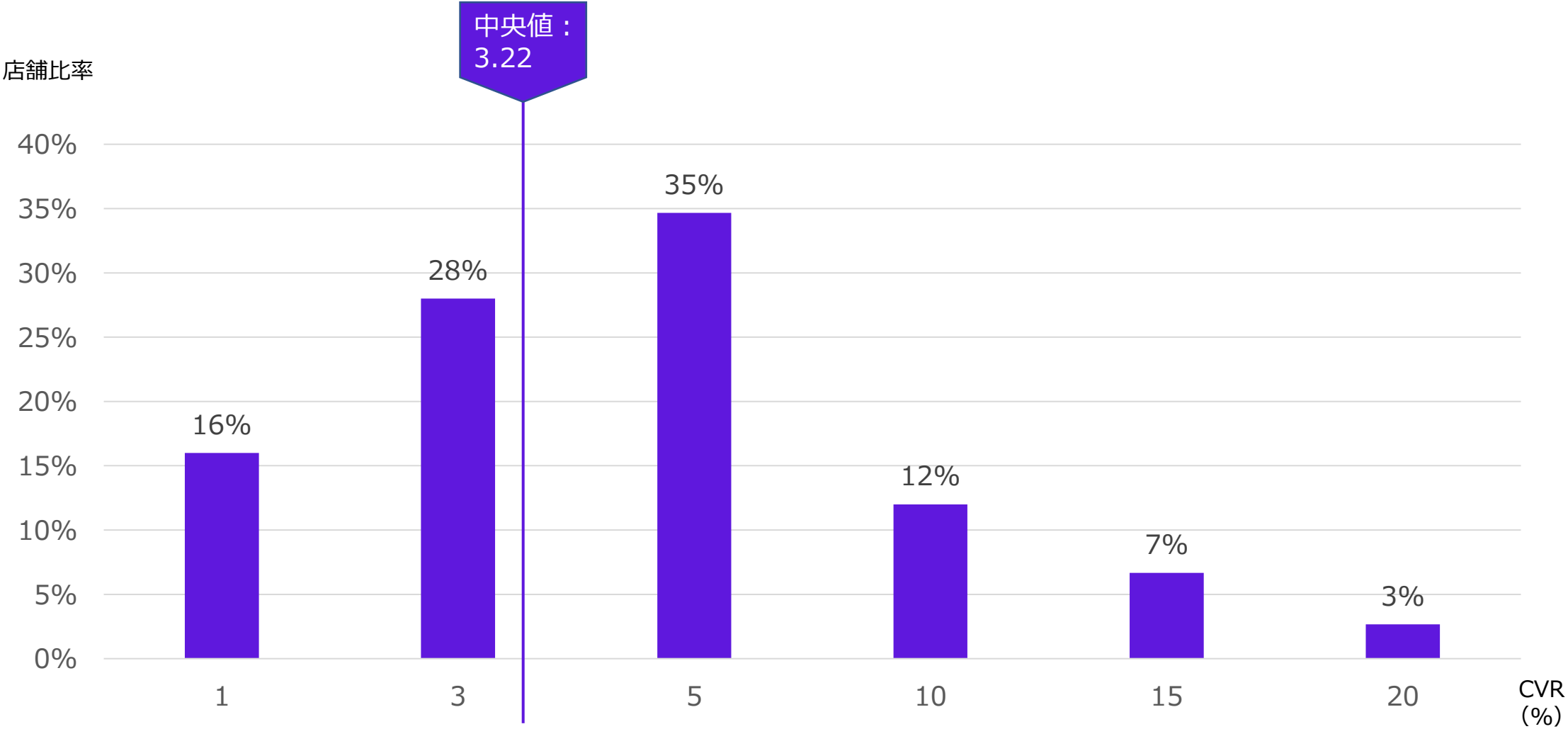
調査レポートー売上金額(新規720時間)



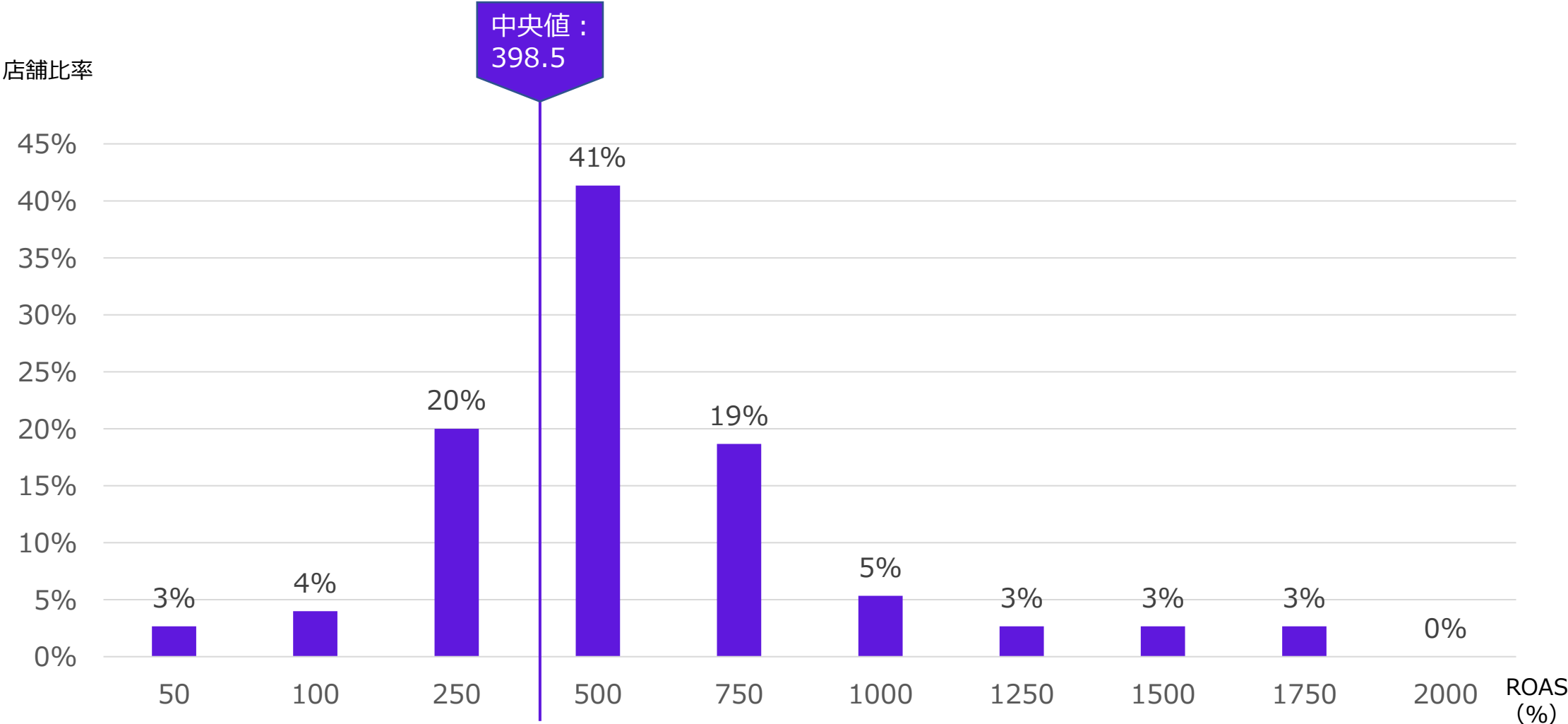
調査レポートー売上件数(新規720時間)



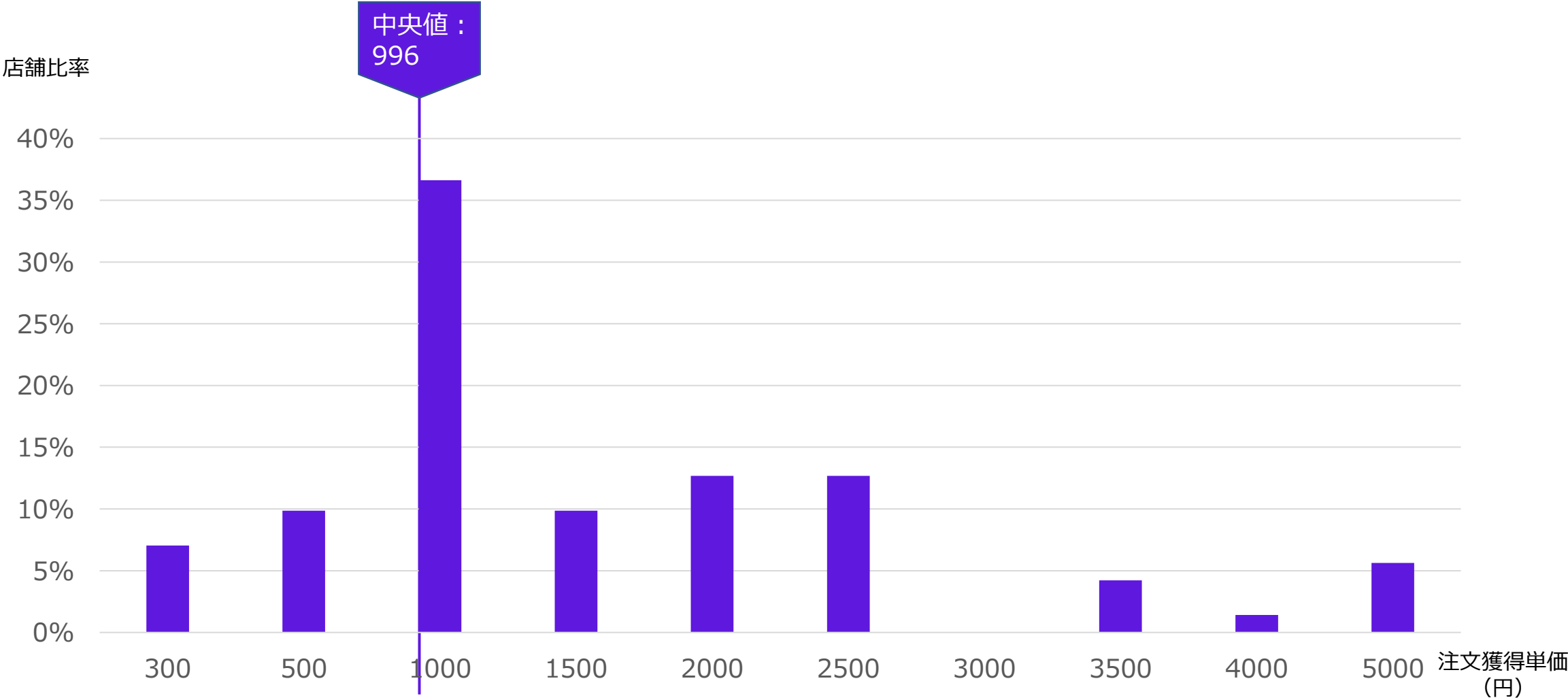
調査レポートーCVR(新規720時間)(%)



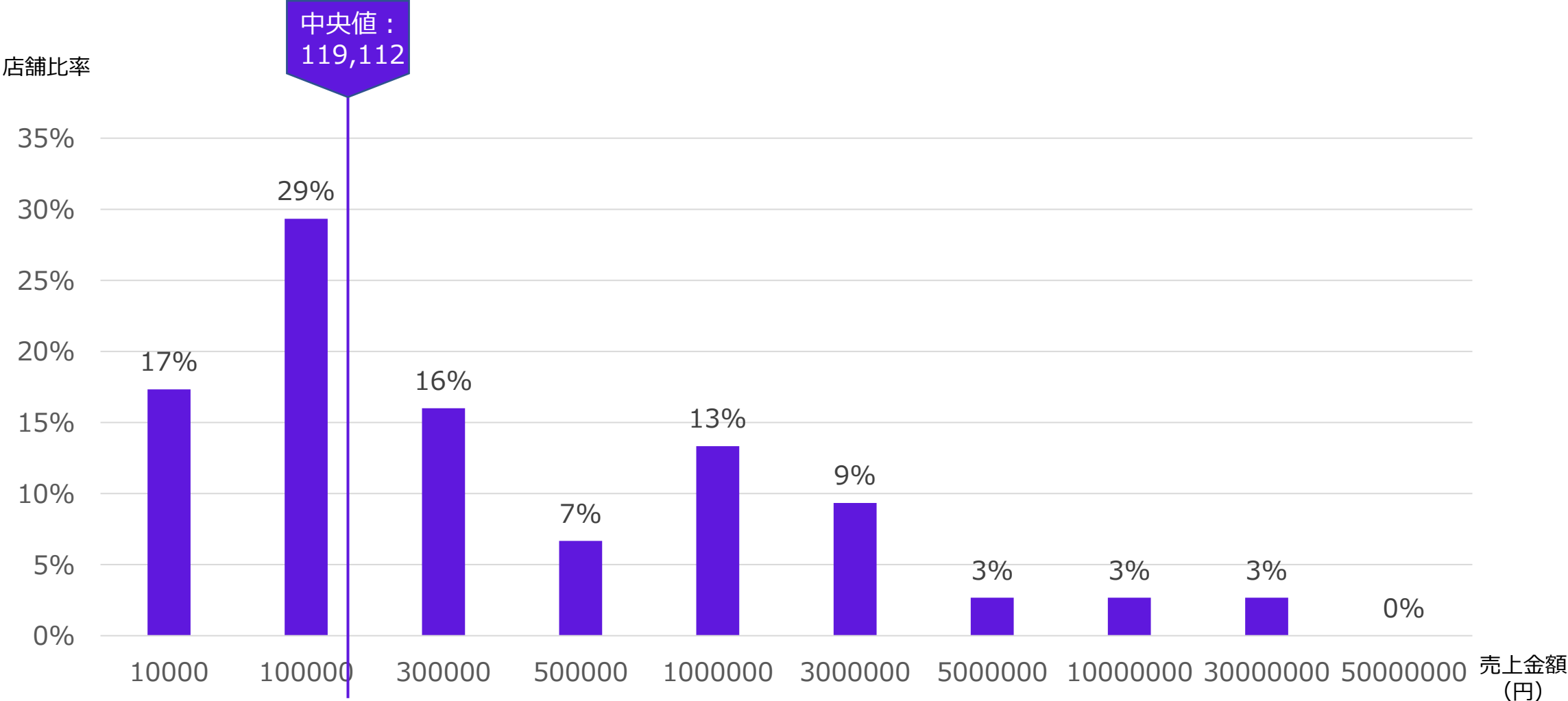
調査レポートーROAS(新規720時間)(%)



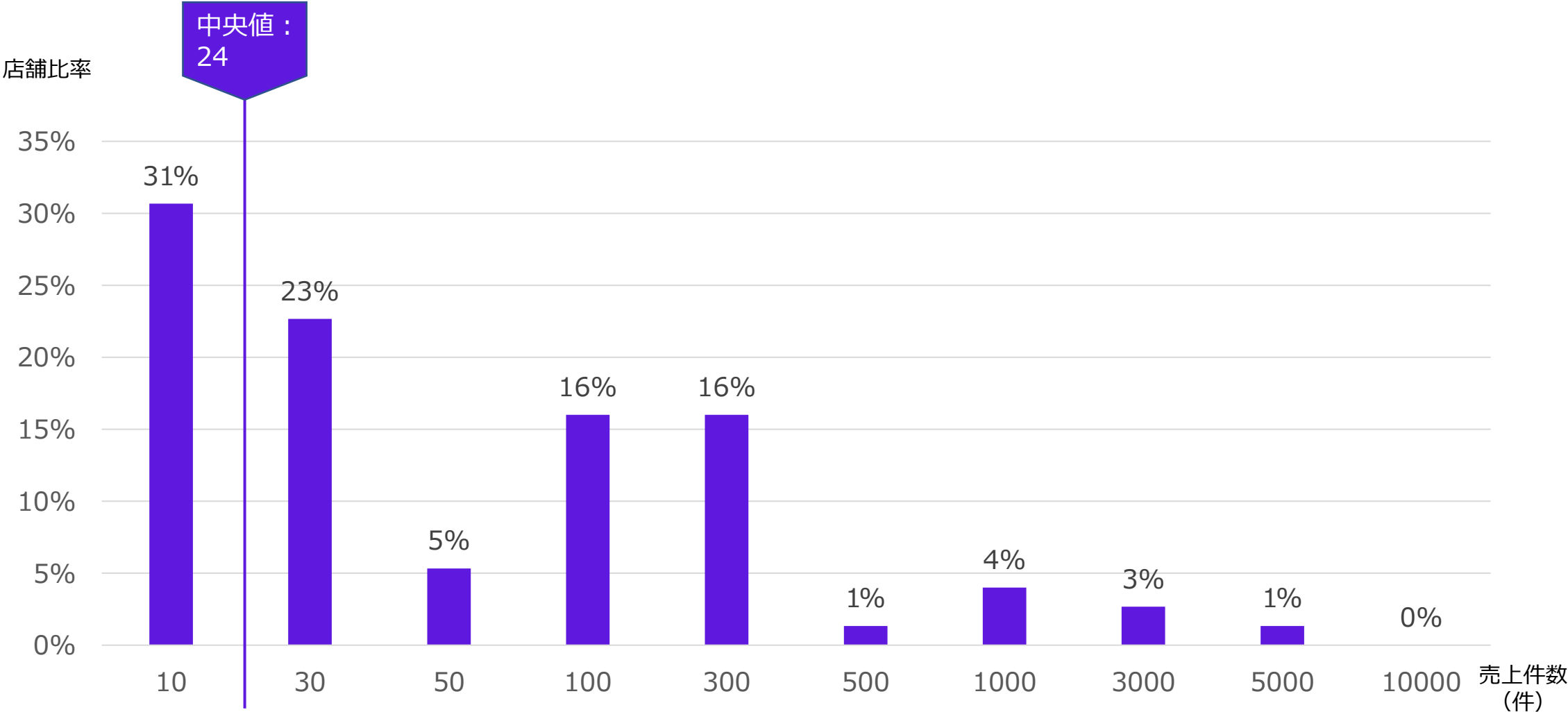
調査レポートー注文獲得単価(新規720時間)



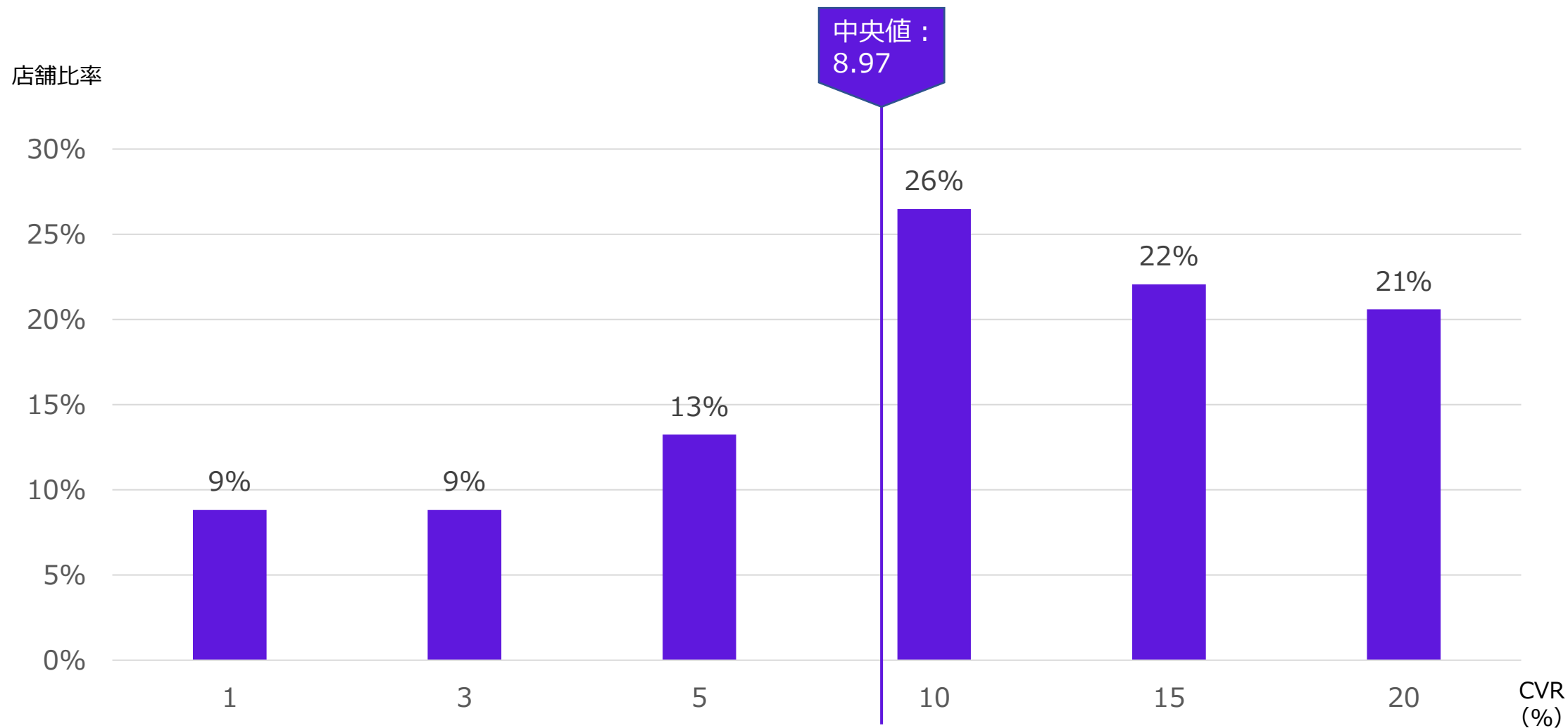
調査レポートー売上金額(既存12時間)



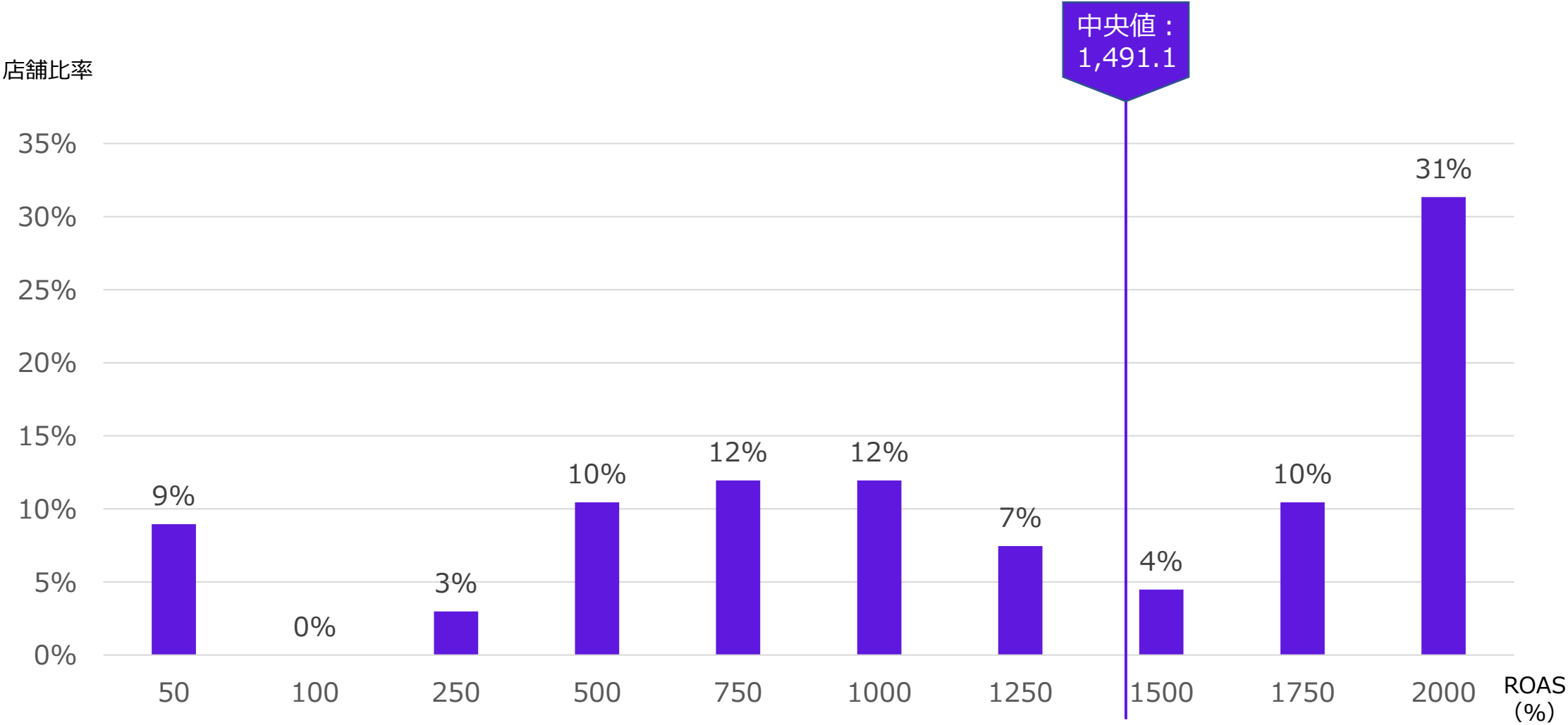
調査レポートー売上件数(既存12時間)



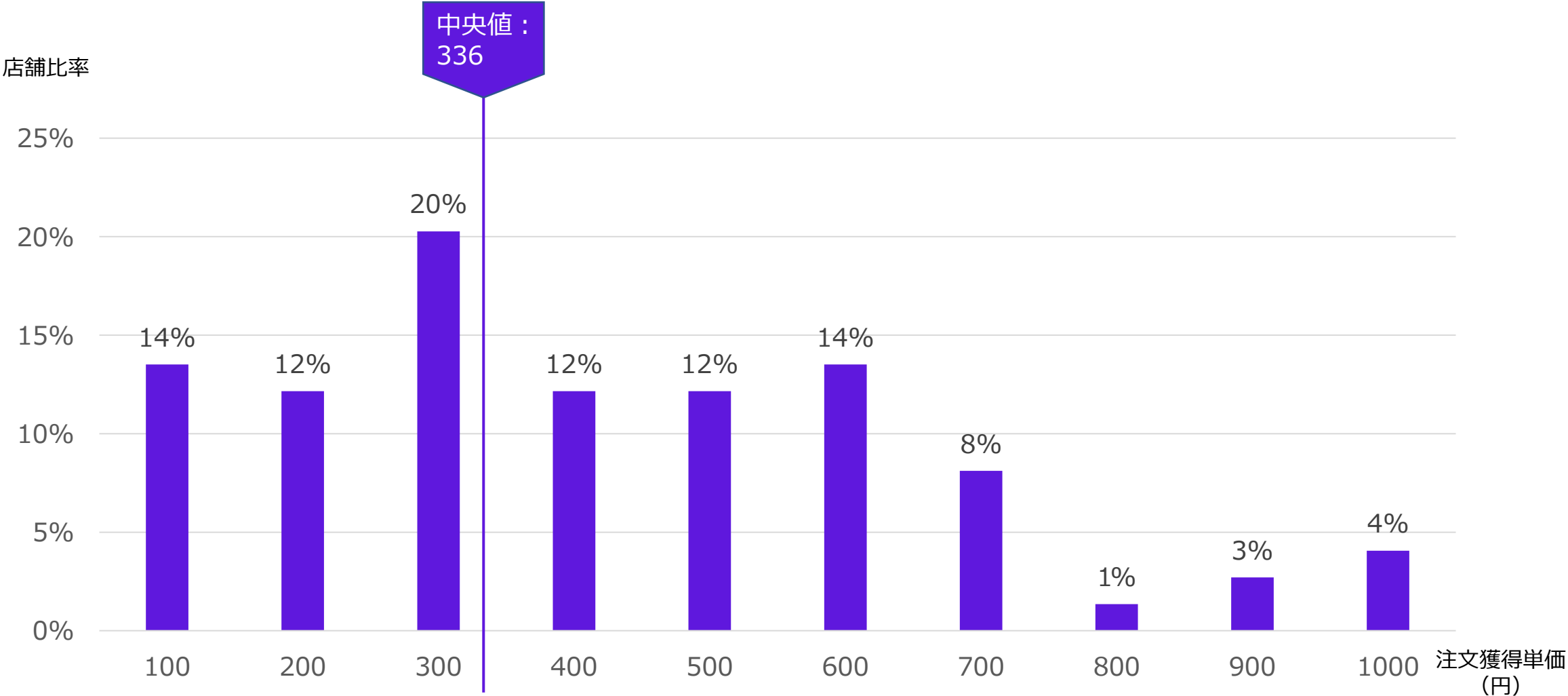
調査レポートーCVR(既存12時間)(%)



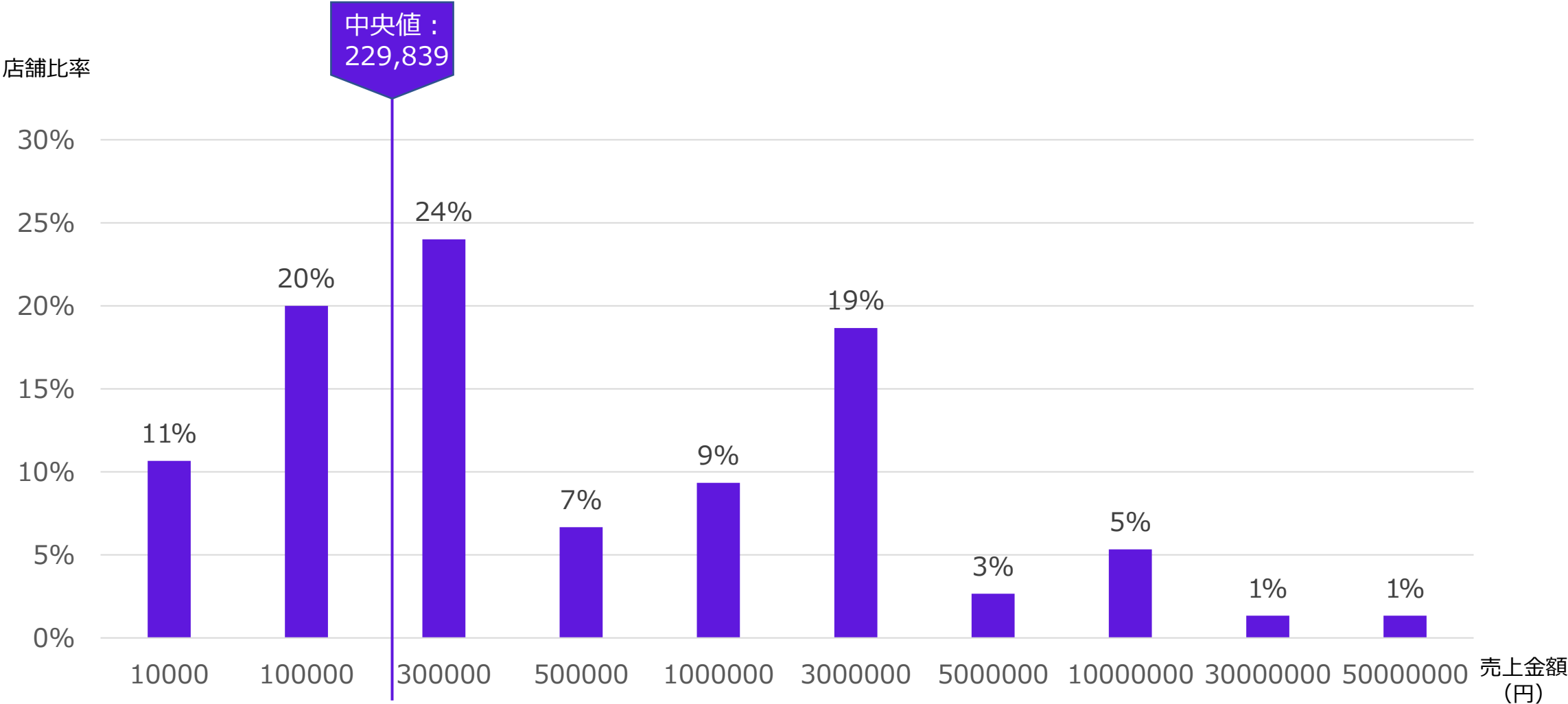
調査レポートーROAS(既存12時間)(%)



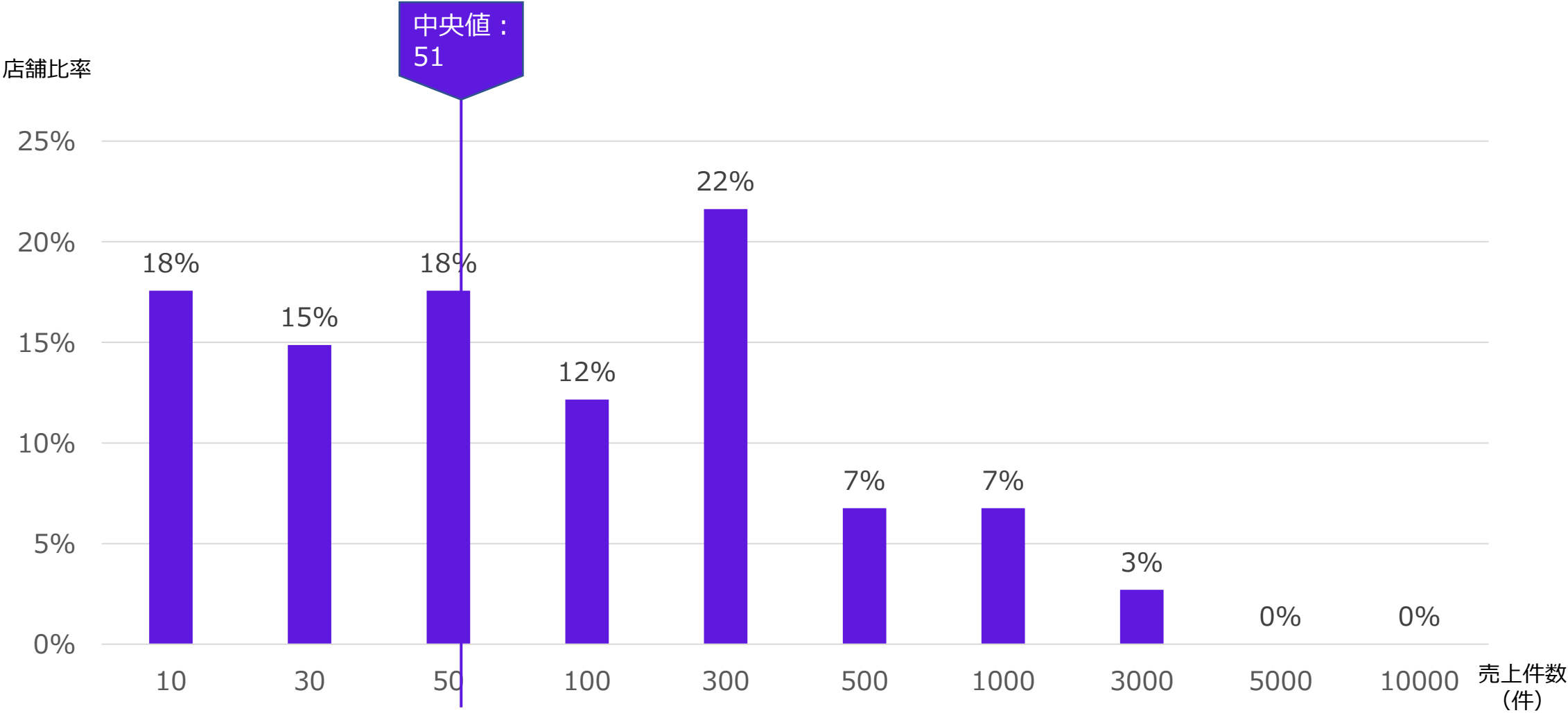
調査レポートー注文獲得単価(既存12時間)



調査レポートー売上金額(既存720時間)



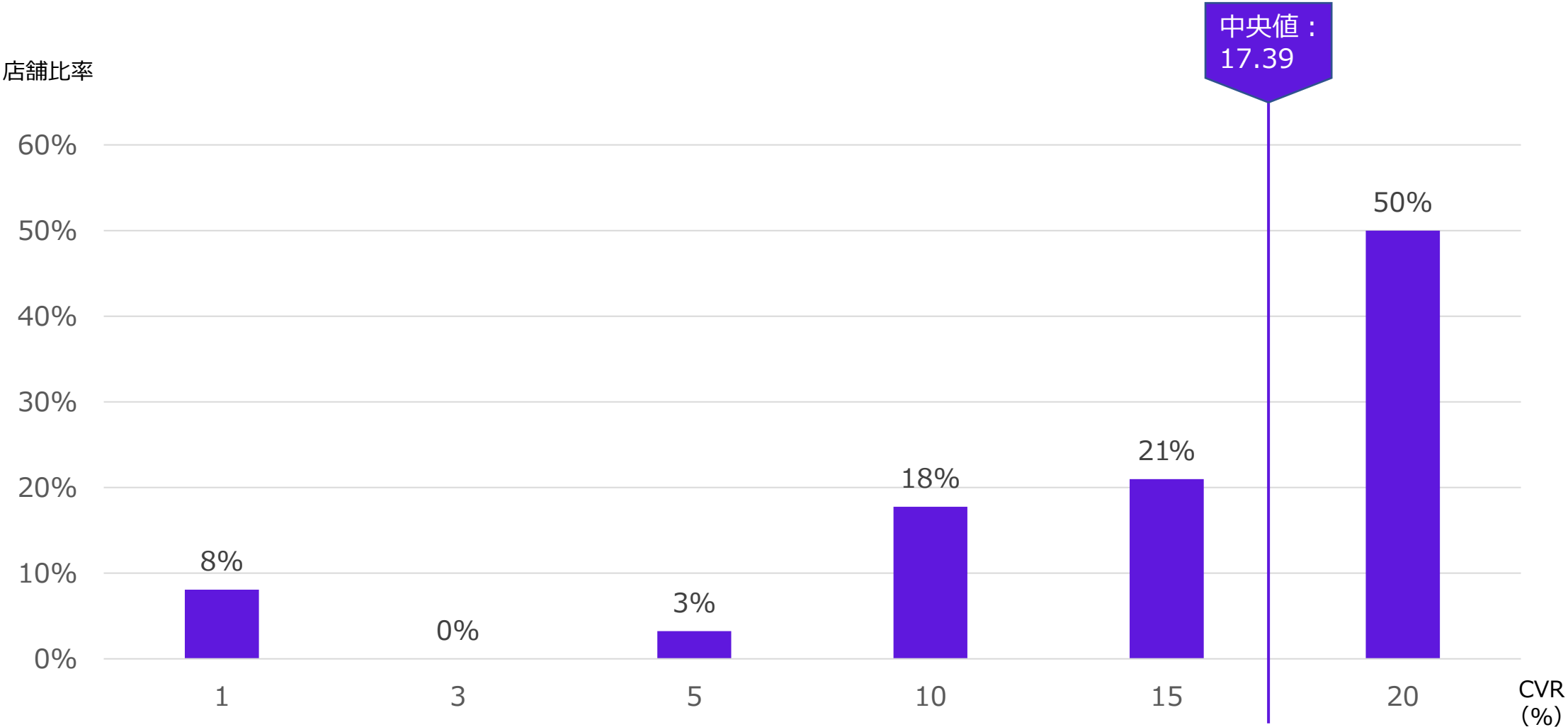
調査レポートー売上件数(既存720時間)



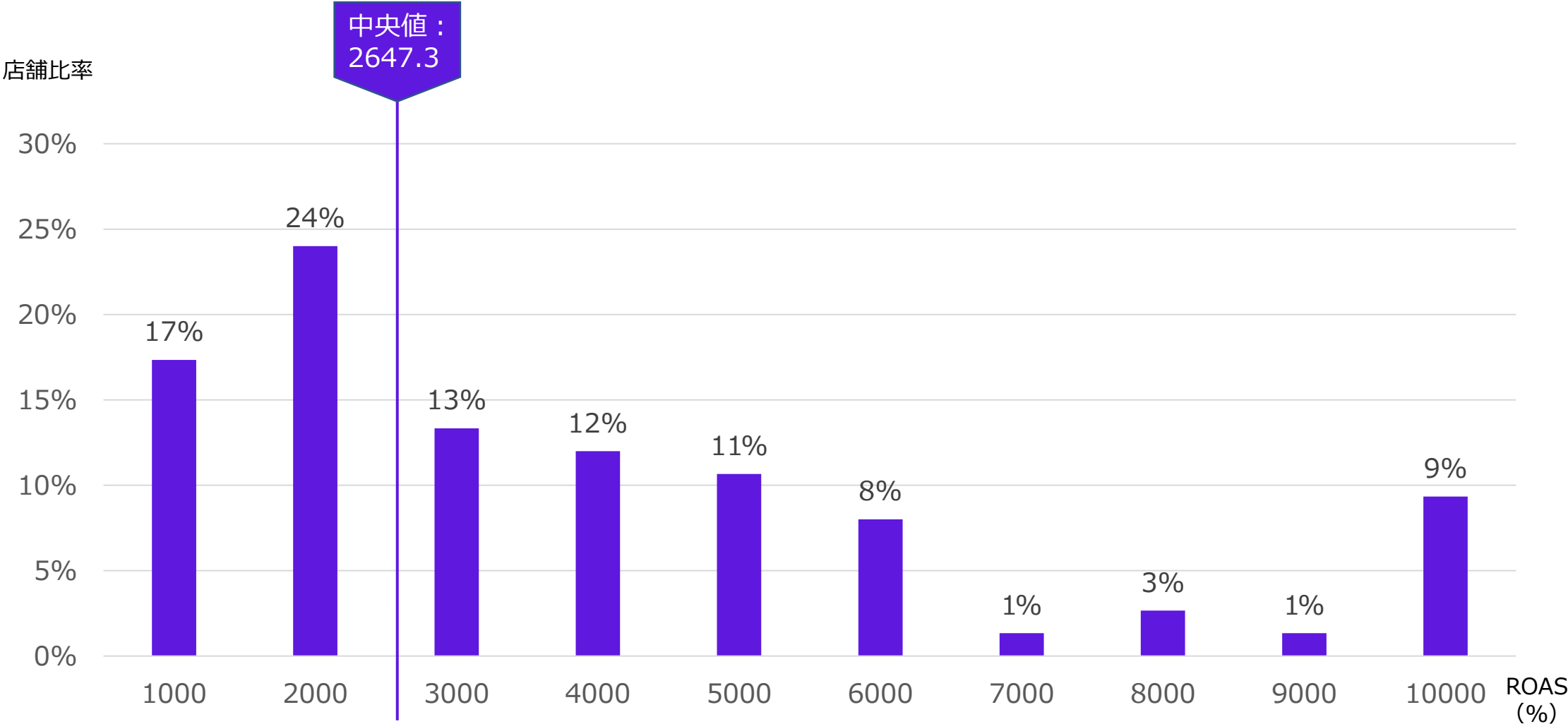
調査レポートーCVR(既存720時間)(%)



店舗比率



調査レポートーROAS(既存720時間)(%)



調査レポートー注文獲得単価(既存720時間)

