

Yahoo!ショッピングにおけるボーナストアプラス実施効果の比較分析



2025年9月



1. はじめに
2. ボーナストアPlusとは
3. 調査設計
4. 分析結果
5. まとめ

1. はじめに





● 背景

- Yahoo!ショッピングでは「プレミアムな日曜日」や「5のつく日」など複数のイベント日の他、店舗参加型の「PRオプション」や「ボーナスストアPlus」など複数キャンペーンが存在し、**組み合わせによって購買行動への影響が異なる可能性がある**

● 目的

- 本レポートでの目的は以下二点である。
 - Yahoo!ショッピング内に複数ある施策のうち、
ボーナスストアPlusが売上/利益に与える影響を明確化すること
 - 通常日のボーナスストアPlus実施有無、イベント日のボーナスストアPlus実施有無を比較し、
売上や最も効果的な実施タイミングを明らかにすること

2. ボーナストアPlusとは



ボーナストアPlusとは – 概要



ボーナストアPlusは対象期間中のポイント付与率を5%もしくは10%とするキャンペーンです。検索条件に対象店舗のみが抽出される項目があるなど、露出量が増える点も特徴です。

ボーナストアPlusとは

- ボーナストアPlusとは、Yahoo!ショッピングにおける販促施策のひとつで、対象ストアでの購入時に5%もしくは10%PayPay分のPayPayポイントが付与される制度である
- ユーザーにとっては「お得に買える」ことがインセンティブとなり、ストアにとっては購買意欲の喚起や新規顧客獲得につながる効果が期待できる
- ボーナストアPlusは毎月開催されており、実施月の前月上旬から中旬ごろにストアクリエイターPro内で参加申し込みができる

概要

イメージ



アクセス

- 対象期間に購買意欲が高いユーザーが集まりやすい
- 検索条件がある

メリット

- ポイントUPにより転換率が向上し、売上拡大に寄与する可能性が高い

転換率

ボーナストアPlusとは - 参加条件と方法



以下、参加条件と参加方法についておまとめしています。

申込期間は、参加したい月の前月上旬から中旬の1週間程度となっているため、毎月忘れずに必ず確認するようにしましょう。

参加条件	参加条件と方法		
	プロモーションパッケージへの参加	<ul style="list-style-type: none">プロモーションパッケージに参加している必要がある<ul style="list-style-type: none">手数料が売上の3%	
	PRオプションへの同意	<ul style="list-style-type: none">参加する開催期間ごとに決められているPRオプション料率に同意する必要がある料率は店舗ごとに異なり、イベント申し込み画面より確認できる(詳細は次項)	
参加方法			<ol style="list-style-type: none">対象期間の前月の上旬から中旬に申込開始<ul style="list-style-type: none">申込期間は1週間程度ストアクリエイターProの画面左下側の「集客・販促」を選択し、「キャンペーン一覧」をクリックキャンペーン名に「ボーナストアプラン」などと入力し、対象キャンペーンに申込

キャンペーン一覧画面

https://pro.store.yahoo.co.jp/pro.【店舗コード】/campaign/calendar

※リンクは挿入されていませんので、コピーしてご使用ください。

ボーナストアPlusとは - 参加条件のPRオプション料率確認



ボーナストアPlus参加のためのPRオプション料率は店舗によって異なりますのでイベント一覧をご確認ください。また、料率の明確なロジックは非公開ですが、店舗で設定したRPオプション料率や売上状況に連動して上下するといわれています。

参加条件料率の確認方法

開催前

BONUS STORE
Plus+ 10%

ポイント
ボーナストアPlus+ 10%

10月開催分のお申し込みはこちら
募集期間：2025/09/01 10:00 ~ 2025/09/12 23:59
開催期間：2025/10/01 00:00 ~ 2025/10/31 23:59
参加条件：PRオプション料率 11%以上

合計10件 開催日を見る ▾

- 参加条件は前項「キャンペーン一覧」より確認できます
- キャンペーン一覧内に、上記のようにボーナストアPlusの参加条件（赤枠）で参加に必要なPRオプション料率の記載があります
- そして、参加条件料率はYahoo!で決定されており、明確なロジックは公開されていません

<https://pro.store.yahoo.co.jp/pro.【店舗コード】/campaign/calendar>
※リンクは挿入されていませんので、コピーしてご使用ください。

©2025Proteinum

PRオプション料率の内訳

PRオプション料率設定 [マニュアル]

現在のPRオプション申し込み状況

(1) あなたが設定したPRオプション料率	(2) キャンペーン参加によるPRオプション料率	(3) PRオプション料率 ((1) と (2) の大きい方)	(4) プロモーションパッケージで付与されているPRオプション料率	(5) PRオプション料率合計 ((3) + (4))
4.0%	8.0% 参加中のキャンペーン	8.0%	3.0%	11.0%

- (1) あなたが設定したPRオプション料率：当ページのPRオプション料率設定で設定した料率です。
(2) キャンペーン参加によるPRオプション料率：参加可能キャンペーン一覧ページで申し込んだキャンペーン参加条件料率です。
(3) PRオプション料率（(1) と (2) の大きい方）：PRオプション利用料として、課金される料率です。
(4) プロモーションパッケージで付与されているPRオプション料率：プロモーションパッケージ掲載料として課金される料率です。
(5) PRオプション料率合計 ((3) + (4))：現在適用されている一律料率です。

プラン	優良店	PRオプション特典
プロモーションパッケージ	対象	あり

- PRオプション料率の内訳は上記で構成されています
- (1)は調整できますが、(2)に関しては不可能です
➤ なぜなら(2)はイベント参加条件PRオプション料率 - (4)の3%で求められますが、イベント参加条件PRオプション料率はコントロールできないためです

<https://pro.store.yahoo.co.jp/pro.【店舗コード】/ad/proption-rate>
※リンクは挿入されていませんので、コピーしてご使用ください。

3. 調査設計





以下内容で調査を実施しました。

比較条件	<ol style="list-style-type: none">1. 非イベント日×BS不参加 vs 非イベント日×BS参加2. イベント日×BS不参加 vs イベント日×BS参加<ul style="list-style-type: none">- イベント日とは、「5のつく日」「ゾロ目の日」「日曜日」「ファーストデイ」といったYahoo!ショッピング主体でイベントを実施している日を指す
調査対象	<ul style="list-style-type: none">• 4店舗<ul style="list-style-type: none">- 犬用品・ビタミン系サプリ・健康サプリ・冷凍弁当
指標	<ul style="list-style-type: none">• 純売上：売上からコストを引いた純粋な売上<ul style="list-style-type: none">- 本調査では【売上 - 広告費(PRオプション費用) - ボーナストアポイント費用】にて算出• クリック数：検索結果画面や、その他露出面で商品がクリックされた数• IMP数（インプレッション数）：検索結果画面や、その他露出面で商品が表示された数
集計期間	<ul style="list-style-type: none">• 2025/1/1 – 2025/9/23<ul style="list-style-type: none">※一部店舗のみ2025/4/1 – 9/23
データソース	<ul style="list-style-type: none">• 各店舗、Yahoo!ショッピングストアクリエイター内データ

4. 分析結果



【Yahoo!】ボーナストアPlus効果検証



ペット用品を販売しているA社の事例です。

店舗情報

- 商材
 - ✓ ペット用品
- Yahoo!ショッピング月商
 - ✓ 100 - 200万円
- 備考
 - ✓ 楽天市場月商：
約800 - 1,200万円
 - ✓ 同ジャンル他社比較高級ラインの商材でブランド力に強み

ボーナストア参加別比較 (2025/1/1～2025/9/23)

通常日	日数	日数合算データ							一日あたりデータ	
		売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(1)BS不参加	111	2,436,855	2,355,215	81,640	0	10,193	711,236	21,218	92	6,408
(2)BS参加	70	2,681,732	2,369,608	178,037	134,087	7,822	541,000	33,852	112	7,729

イベント日	日数	日数合算データ							一日あたりデータ	
		売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(3)BS不参加	22	1,619,787	1,573,015	46,772	0	2,385	178,042	71,501	108	8,093
(4)BS参加	63	7,291,465	6,442,196	484,696	364,573	8,726	658,750	102,257	139	10,456

- 通常日、イベント日ともにボーナストアPlusに参加したほうが平均純売上は向上する傾向がある。
- 売上は (4) → (3) → (2) → (1)の順
- 通常日について
 - **BS参加時**
 - 平均純売上：約1.60倍
 - 平均クリック：約1.22倍
 - 平均インプレッション：約1.21倍
- イベント日について
 - **BS参加時**
 - 平均純売上：約1.43倍
 - 平均クリック：約1.28倍
 - 平均インプレッション：約1.29倍

【Yahoo!】ボーナストアPlus効果検証



サプリメントを販売しているB社の事例です。

店舗情報

- 商材
 - ✓ サプリメント
- Yahoo!ショッピング月商
 - ✓ 200 - 300万円
- 備考
 - ✓ 楽天市場月商：
約1,800 - 2,500万円

ボーナストア参加別比較 (2025/1/1～2025/9/23)

日数合算データ									一日あたりデータ		
通常日	日数	売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数	
(1)BS不参加	152	4,575,996	4,166,396	409,600	0	2,080	317,490	27,411	14	2,089	
(2)BS参加	29	2,262,492	1,850,921	298,446	113,125	562	94,333	63,825	19	3,253	

イベント日	日数	売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(3)BS不参加	44	6,068,340	5,502,109	566,231	0	891	123,543	125,048	20	2,808
(4)BS参加	41	8,897,904	6,839,101	1,169,013	889,790	1,222	189,888	166,807	30	4,631

- 通常日、イベント日ともにボーナストアPlusに参加したほうが平均純売上は向上する傾向がある。
- 売上は (4) → (3) → (2) → (1)の順
- 通常日について
 - **BS参加時**
 - 平均純売上：約2.33倍
 - 平均クリック：約1.42倍
 - 平均インプレッション：約1.56倍
- イベント日について
 - **BS参加時**
 - 平均純売上：約1.33倍
 - 平均クリック：約1.47倍
 - 平均インプレッション：約1.65倍

【Yahoo!】ボーナストアPlus効果検証



サプリメントを販売しているC社の事例です。

店舗情報

- 商材
 - ✓ サプリメント
- Yahoo!ショッピング月商
 - ✓ 500 - 700万円
- 備考
 - ✓ 楽天市場月商：
約3,500 - 5,000万円
 - ✓ Yahoo!ショッピングで特定ジャンルのサプリメントでシェア25%を誇る

ボーナストア参加別比較 (2025/1/1～2025/9/23)

通常日	日数	日数合算データ							一日あたりデータ		
		売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数	
(1)BS不参加	118	5,382,086	5,012,605	369,481	0	1,411	230,058	42,480	12	1,950	
(2)BS参加	63	10,188,325	8,119,292	1,050,201	1,018,833	1,006	149,738	128,878	16	2,377	

イベント日	日数	売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(3)BS不参加	12	2,756,588	2,545,217	211,371	0	271	32,519	212,101	23	2,710
(4)BS参加	73	28,023,295	22,336,626	2,884,340	2,802,330	1,988	241,657	305,981	27	3,310

- 通常日、イベント日ともにボーナストアPlusに参加したほうが平均純売上は向上する傾向がある。
- 売上は (4) → (3) → (2) → (1) の順
- 通常日について
 - **BS参加時**
平均純売上：約3.03倍
平均クリック：約1.34倍
平均インプレッション：約1.22倍
- イベント日について
 - **BS参加時**
平均純売上：約1.44倍
平均クリック：約1.21倍
平均インプレッション：約1.22倍

【Yahoo!】ボーナスストアPlus効果検証



冷凍食品を販売しているD社の事例です。

店舗情報

- 商材
 - ✓ 冷凍食品
- Yahoo!ショッピング月商
 - ✓ 200 - 300万円
- 備考
 - ✓ 楽天市場月商：
約2,500万 - 3,000万円
 - ✓ 競合比最安の単価

ボーナスストア参加別比較 (2025/4/1～2025/9/23)

日数合算データ								一日あたりデータ		
通常日	日数	売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(1)BS不参加	89	3,052,620	2,768,660	283,960	0	1,067	107,045	31,109	12	1,203
(2)BS参加	18	2,090,016	1,638,576	242,438	209,002	412	48,702	91,032	23	2,706

イベント日	日数	売上	純売上	広告費 (PRオプション費用)	ポイント費用	クリック数	IMP数	平均純売上	平均クリック数	平均IMP数
(3)BS不参加	32	2,632,320	2,358,454	273,866	0	282	24,454	73,702	9	764
(4)BS参加	37	6,946,776	5,458,806	793,292	694,678	751	62,277	147,535	20	1,683

- 通常日、イベント日ともにボーナスストアPlusに参加したほうが平均純売上は向上する傾向がある
- 売上は (4) → (2) → (3) → (1)の順
- 通常日について
 - **BS参加時**
平均純売上：約2.93倍
平均クリック：約1.91倍
平均インプレッション：約2.25倍
- イベント日について
 - **BS参加時**
平均純売上：約2.00倍
平均クリック：約2.30倍
平均インプレッション：約2.20倍

5. まとめ



分析結果

	非イベント日	イベント日
サマリ	<ul style="list-style-type: none"> クリック・IMP数の伸びに対し、純売上の伸びは上回っていることから、転換率・客単価の向上がみられる 非イベント日に参加することで、顧客にとってはポイント付与という明確なメリットが生まれるため、転換率・客単価が向上する可能性が高いと推察 	<ul style="list-style-type: none"> クリック・IMP数の伸びに対して、純売上の伸びは同水準であり、転換率・客単価の向上はほぼ見られなかった 参加せずとも、イベントによるポイント付与という顧客へのメリットがあるため、非イベント日の参加より転換率・客単価へのインパクトは小さい とはいっても、不参加時より純売上は伸長しているため、参加のメリットのほうが大きいといえる
純売上	<ul style="list-style-type: none"> 非イベント時の参加による純売上増加率は約1.5倍から3.0倍程度 	<ul style="list-style-type: none"> イベント時の参加による純売上増加率は約1.3倍から2.0倍程度
クリック数	<ul style="list-style-type: none"> 非イベント時の参加によるクリック数増加率は約1.2倍から2.0倍程度 	<ul style="list-style-type: none"> 非イベント時の参加によるクリック数増加率は約1.2倍から2.3倍程度
IMP数	<ul style="list-style-type: none"> 非イベント時の参加によるIMP数増加率は約1.2倍から2.2倍程度 	<ul style="list-style-type: none"> 非イベント時の参加によるIMP数増加率は約1.3倍から2.2倍程度

示唆

- 1. ボーナストアには積極的に参加すべき**
 - 一定、利益率を下げてもボーナストア参加可能な場合は、可能な限り多くの日に参加することで売上の最大化が期待できる
 - また、売上最大化だけでなく、販売実績を増やすことでYahoo!ショッピング内のSEOスコアの向上も併せて期待できる
- 2. とはいっても、全日程ボーナストアPlusを実することにはリスクもある**
 - ボーナストアなしでは顧客が購入しなくなる可能性
 - 高級ラインの販売を行っているブランドや、ファンが多くついているブランド、他社と差別化にブランド観を据えている店舗様は、定常的な値引きによる顧客の「値引き慣れ」が発生する恐れ

➤ 対策案としては、強化するタイミングと抑えるタイミングを使い分ける

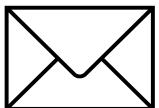
お問い合わせ

Proteinumのサービスにご興味をお持ちいただき、より詳しいサービスの内容や導入事例、利用開始までの進め方など、ご質問やご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください。



03-6419-7733

(対応時間 平日10:00～18:00)



info@proteinum.co.jp

サービス紹介

<https://proteinum.co.jp>

お問合せ

https://proteinum.co.jp/contact_zoho_hp/

ご支援実績（導入事例）

<https://proteinum.co.jp/works/>