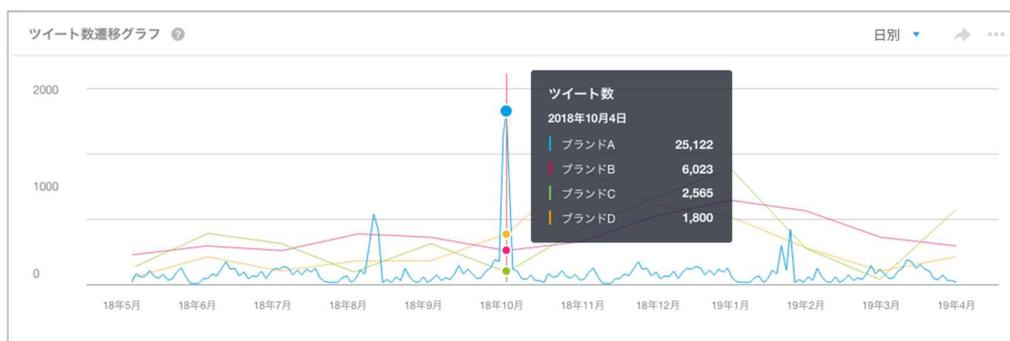


**累計 100 ブランドに導入されるクラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer®」
国内初！テレビ、新聞、雑誌、Web の露出状況に加え
Twitter の口コミデータも網羅し、一元管理する新機能を追加
～メディア露出とソーシャルメディア波及の相関分析を可能に～**

デジタル PR を支援するビルコム株式会社（本社：東京都港区 代表取締役兼 CEO：太田滋）は、クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer®」に Twitter データを追加しました。

これにより、テレビ・新聞・雑誌・Web の露出状況と Twitter データを一元管理し、さらに「Twitter の言及数や口コミ内容」と「Web 記事における Facebook と Twitter の波及数」の 2 つを測定することが可能になりました。4 つのメディアと Twitter の口コミデータを一元管理・相関分析できる機能を備えたツールは国内初です。



<https://www.pralyzer.jp/>

■背景 - PR の効果測定指標として広がる“ソーシャルメディアでの言及数”

ソーシャルメディアの普及により、生活者の反応が可視化されやすくなりました。これにより、特に BtoC の企業やブランドでは、ソーシャルメディア上の言及数や記事のシェア数を効果測定に取り入れる動きが増えています。広報会議の調査によると、ソーシャルメディア・Web 上での評判などの効果測定について「大変重視している」「重視している」と回答したのは 35.4%でした。^{※1}

なかでも Twitter は日本の月間アクティブユーザー数が 4,500 万人を突破しており、ソーシャルメディアの中でも代表的な存在として意識されています。^{※2}

このような背景から、日々のマスメディア露出だけでなく、Twitter での生活者の反応を可視化・分析したいというニーズが企業の広報・PR 担当者の中で広がっています。しかし、**テレビ、新聞、雑誌、Web と Twitter を一元管理できるツールはこれまでになく、複数のツールを組み合わせる分析する必要があり、非常に工数がかかることが課題でした。**

■機能概要 - 特定のキーワードに関するマスメディア露出、Twitter データを一元管理・分析

上記背景から、PR Analyzer®にキーワード（企業名や商品名、ブランド名など）を登録するだけで、Twitter 上の言及数と口コミ内容を分析できる新機能を追加しました。これにより、マスメディアと Twitter データの一元管理と相関分析を 1 つのツール上で行うことが可能になります。^{※3}

取得したデータから、一緒にツイートされやすい言葉（共起語）を順位付けした『共起語ランキング』や、投稿者の態度変容を推定する『言及フロー分析』なども表示されます。これらをマスメディア露出と組み合わせてみることで、PR 活動によって掲載された記事が及ぼした影響を分析することも可能です。

■ご利用料金

【初期設定】200,000 円

【月額費用例】1 ブランド：110,000 円～

※新聞・雑誌は別途クリッピング実費がかかります。

※競合ブランドも含めた複数ブランドの管理も可能です。

■PR Tech局 マネージャー 田中 幸司のコメント

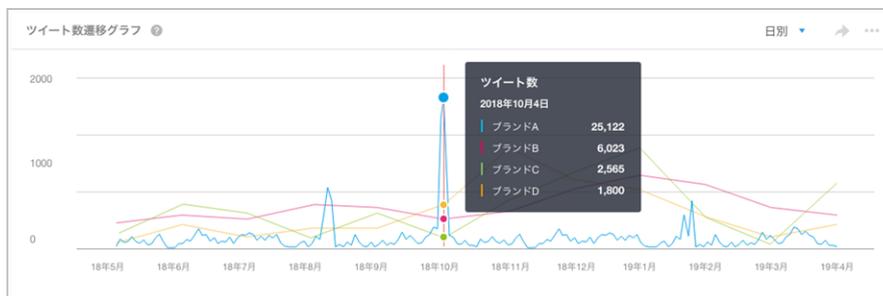
PR・マーケティング活動において Twitter の影響力は大きく、これまでも投稿数などが取得できるツールは存在していました。しかし、PR 活動で重要視されるマスメディア露出との相関関係を分析するためには、多くの企業が様々なツールを組み合わせ、データソースを手動で集約してレポート作成を行っているという状況がありました。「工数をかけずにメディア露出と Twitter の相関関係を分析したい」という広報部門・マーケティング部門のニーズは高まっています。このような背景から、今回の Twitter データの取り込み機能が生まれました。

PR Analyzer[®]に本機能を導入することで、メディアを横断した統合的なレポート作成や分析が容易になります。それだけでなく、複数契約している分析ツールを 1 つにまとめることでコストカットにつながる可能性があります。

ビルコムは、従来の重要指標に加え Twitter データの指標を新たに備えた PR Analyzer[®]で、スピーディかつ効果的な PR 戦略立案を支援していきます。また、Twitter 導入によって顧客獲得のスピードに弾みをつけ、2020 年度中に 250 社までの拡大を狙います。

■Twitter データ取り込みにより追加された新機能の詳細

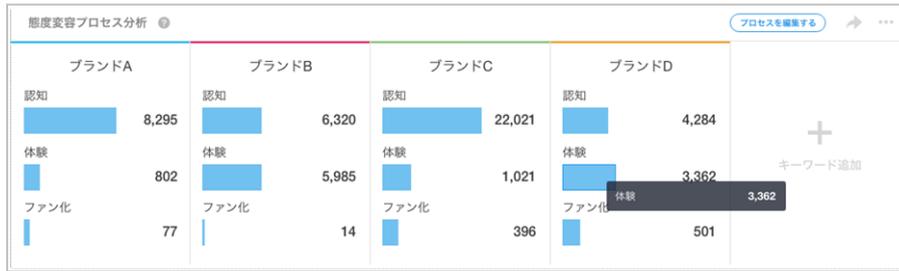
- ・【ツイート数遷移グラフ】登録したキーワードに関する言及数をグラフ化します。



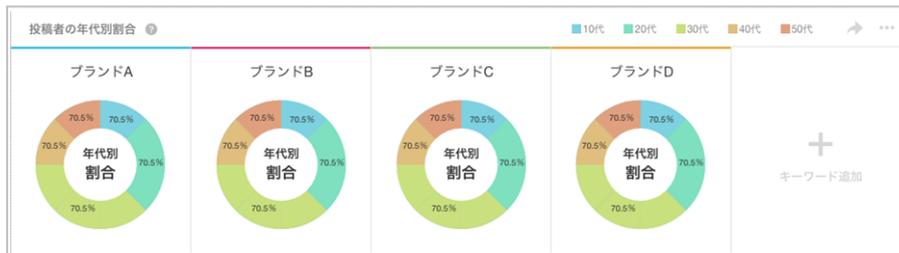
- ・【記事数とツイート数の相関分析】登録キーワードに関する言及数と、メディア掲載数やリーチ数、広告換算費との相関分析ができます。



- 【態度変容プロセス分析】任意で設定した Twitter ユーザーの態度変容プロセス（「認知レベル」「体験レベル」等）にキーワードを紐づけ、登録ブランドに対するブランド愛着度を可視化します。



- 【投稿者の年代別割合】登録ブランドについて言及している年代の割合を可視化します。



- 【Twitter 共起語ランキング】登録ブランドと一緒に投稿されやすい言葉を順位付けします。

AA食品	BB食品	CC食品	DD食品
盛り 899	年 899	バー 899	水 899
特 764	使える 764	ホットドリンク 764	選ぶ 764
サイズ 740	毎日 740	包装 740	熱中症 740
発売 483	1周年 483	飲む 483	成分 483
満たす 447	デビュー 447	オフィスランチ 447	塩分補給 447
小袋 409	閉店 409	ロカボ 409	暑い 409
利用 393	黒烏龍茶 393	売ってない 393	飲む 393
店 389	ボリューム 389	コンビニ 389	涼れず 389
フォロー 376	記念 376	87% 376	箱買い 376
対応 323	自由 323	獲せない 323	仕事 323

- 【SNS 波及記事ランキング】Web 記事が Twitter と Facebook にどのくらい波及したかをランキングで表します。

順位	ブランド	日付	記事タイトル	TW	FB	合計
1	AA食品	20XX.6.10	モグモグフラッシュ ★ 変わり種続々、お台場に集結した名店の味	1,800	1,200	3,000
2	BB食品	20XX.5.15	アジア経済ニュース 訪日観光客人気ナンバー1はあの味!?	1,000	800	1,800
3	CC食品	20XX.6.10	モグモグフラッシュ ★ 変わり種続々、お台場に集結した名店の味	820	770	1,590
4	AA食品	20XX.5.12	ザ・ビジネス V字回復の立役者、AA食品〇〇社長の手腕	1,200	220	1,420
5	CC食品	20XX.5.20	アップルニュース 待望の新フレーバーがCC食品から新発売	650	530	1,180
6	BB食品	20XX.6.14	PROMO TECH BB食品の新CM・京都編が本日スタート!	800	215	1,015
7	AA食品	20XX.4.25	TOKYOファイナンス ★ AA食品がストップ高、営業利益前年比30%増	630	305	935
8	CC食品	20XX.4.28	日本経済ナビ ★ 就職人気ランキング急上昇、CC食品の働き方改革	325	310	635
9	BB食品	20XX.6.14	アップルニュース BB食品の新CM・京都編が本日スタート!	200	340	540
10	BB食品	20XX.6.5	ウーマンズマイル 不眠症に効く、今注目のサプリメントとは?	400	110	510

※1 広報会議編集部「広報効果測定に関する調査」, 『広報会議』2017年11月号, 株式会社宣伝会議

※2 Twitter Japan 公式アカウントより (2017年10月27日現在)

※3 Twitter のデータ (集計/分析済みのデータ) は、ソーシャルメディア分析ツール「Insight Intelligence」などを運営するデータセクション株式会社と提携し、取得しています

■クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」について

1. 全媒体を網羅したクラウド型 PR 効果測定ツール

テレビ 140 局(133 テレビ局+BS デジタル放送 7 局)、新聞 1,018 媒体、雑誌 3,960 媒体、Web メディア約 2,000 サイトに加え、Twitter の言及数と口コミ内容、Web 記事の SNS 波及を網羅して効果測定を実施します。



2. テレビ視聴率など各種媒体データと当社独自ロジックによるリーチ数を算出

1969年に発行した月刊メディア・データ[®]に基づく媒体データや、テレビ番組やTV-CMの調査・分析・配信を行っている株式会社エム・データのTVメタデータ、株式会社ビデオリサーチのテレビ視聴データに加え、当社独自のロジックを組み合わせることで、記事・番組ごとのリーチ数を自動算出します。

3. 重要指標分析を用いた競合比較機能

自社と競合企業のブランド名を最大10件まで設定することで、競合露出状況の確認、自社との比較・分析が可能です。7つの重要指標(リーチ数、掲載数、広告換算額、重点媒体比率、ポジティブ記事比率、SNS波及数、Twitter言及数)を偏差値にて相対比較することで、自社の強みや弱みを把握することができます。

4. クリッピングから効果測定・レポートまでを自動化

キーワードを登録するだけで、記事クリッピング・効果測定・グラフ化・レポート生成までを自動で行います。キーワード登録時点から最大1年前までの記事を遡ってクリッピングします。また、見出しが同一のWebメディアの記事は自動でグループ化されます。

5. 【新機能】Web記事のFacebook、Twitter両方での反響を可視化

Webメディアに掲載された記事ごとのFacebookのいいね!数とシェア数、Twitterのシェア数を確認することができます。これにより、ユーザーからの反響や情報拡散があった記事を特定・分析することができます。

6. 【新機能】Twitterの言及数を分析

登録ブランド名について言及されたTwitterの数と口コミ内容を分析し、共起語ランキングや投稿者属性などを可視化します。新聞・テレビ・雑誌・Webの露出と一元管理が可能のため、統合的な分析やレポート作成がしやすくなります。

7. 累計100ブランド以上、大手企業にも広がる導入実績

販売開始2年で累計導入件数は100件を超え、日本航空、アスクル、ヤマハ、リクルートマーケティングパートナーズ、DMM.com、ウエディングパークなどの大手から中小企業まで様々な企業に導入いただいています。

※「PR Analyzer[®]」はビルコム株式会社の登録商標です

ビルコム株式会社 会社概要

- 社名：ビルコム株式会社 <https://www.bil.jp/>
- 設立年月日：2003年10月 ●資本金：2,000万円
- 代表者：代表取締役兼 CEO 太田滋（おおた しげる）
- 住所：東京都港区六本木 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー 11F

ビルコム株式会社は、創業以来15年間、デジタルPR・戦略PRを、幅広い業態のお客様に提供してまいりました。インターネットやSNSの普及により変わりゆくコミュニケーションの最新動向を把握し、メディアに向けた発信はもちろん、統合型デジタルマーケティング、インフルエンサーの活用など、様々な手法を活用したPR戦略を立案し、実行まで支援しています。さらに独自のPR効果測定ツール「PR Analyzer[®]」を用いたデータ分析まで、一貫してサポートできる体制を整えています。

「広告をやめた企業は、どうやって売り上げをあげているのか。」(インプレスジャパン)、「WebPRのしかけ方」(インプレスジャパン)を上梓するなど、最新動向について積極的に発信することで、デジタルPRの分野をリードしています。

加盟団体：

一般社団法人 日本広告業協会、一般社団法人 日本インタラクティブ広告協会、公益社団法人 日本アドバタイザーズ協会、Web 広告研究会、公益社団法人 日本パブリックリレーションズ協会、一般社団法人 日本ABC協会、WOM マーケティング協議会、米国 WOMMA (Word of Mouth Marketing Association)、日本広報学会

本プレスリリースに関する問い合わせ先

担当：阿部 TEL/03-5413-2411 FAX/03-5413-2412 E-MAIL/bil-info@bil.jp