

**クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」に
ワイヤーアクション社のテレビ放送データを採用
～トピック単位のテレビクリッピングで、より正確な効果測定が可能に～**

統合型 PR ソリューションを提供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[®]」のテレビ自動クリッピング機能に、株式会社ワイヤーアクション（本社：東京都中央区 代表取締役社長：牧野聡）が提供するテレビ放送データ^{※1}を採用し、2月1日より運用開始いたします。

^{※1} テレビ放送データとは、テレビ放送の内容を要約して記録したもので、音声や映像、テロップなどで明示された企業や商品、人名、地域等を採録しています。



■ワイヤーアクション社テレビ放送データの特徴

ワイヤーアクション社は国内最大級のテレビ放送データを保有し、そのデータ提供を行っています。地上波関東キー6局（NHK 総合、日本テレビ、テレビ朝日、TBS、テレビ東京、フジテレビ）に対応する放送データは、放送終了後最短 30 分でデータ配信されます。また放送データは、トピック^{※2}単位で採録されています。

^{※2} トピックとは、番組・コーナー内の話題(ヘッドライン)ごとの区切りのことで、テレビ放送の最小編成単位を定義しています。

■PR Analyzer[®]機能概要-テレビ放送実績をトピック単位で収録、より正確な効果測定が可能に

PR Analyzer[®]上で自動クリッピングされるテレビ放送実績は、これまでのコーナー単位からトピック単位で収録されます。それにより、放送実態に限りなく近い形で放送時間、広告換算額の算出が可能となり、これまで以上に正確な効果測定を実現します。その他、トピックカテゴリーや出演者情報、露出開始日時、露出終了日時、関連ワードに関する情報も取得が可能となります。

	変更前	変更後
テレビ放送実績の収録単位	コーナー単位	トピック単位 ※コーナーを更に細分化
放送時間・広告換算額の算出	コーナーの秒数	トピックの秒数 ※放送実態に即して算出
追加される項目	—	トピック トピックカテゴリー 出演者情報 露出開始日時 露出終了日時 関連ワード

■クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」について

PR Analyzer[®]は手作業の多い広報業務の負担を IT によって解消し、働き方改革や業務効率化に貢献します。また、PR 活動の成果を定量化することで、事業成長に欠かせない戦略的な PR をサポートしてまいります。



PR Analyzer[®]は、テレビ、新聞、雑誌、Web と SNS を網羅した唯一無二のクラウド型広報・PR 効果測定ツールです。広告換算費、リーチ数、シェア・オブ・ボイスなど複数の指標を用いて、競合比較も可能です。

・導入企業例：日本航空、ニューバランス、ヤマハ、住友林業等
<https://www.pralyzer.jp/#case>

<PR Analyzer[®]の特徴>

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

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 の言及数とロコミ内容、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、株式会社ワイヤーアクションの国内最大級のテレビ放送データ、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. クリップングから効果測定・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. 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. 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 の数とロコミ内容を分析し、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. 大手企業にも広がる導入実績は 100 件以上

販売開始 2 年で導入実績は 100 件を超え、日本航空、アスクル、ヤマハ、ニューバランス、DMM.com、サイバーエージェントなど、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

株式会社ワイヤーアクション 会社概要

社名 : 株式会社ワイヤーアクション
所在地 : 東京都中央区築地 1-9-5 一九堂ビル 3F
代表者 : 代表取締役社長 牧野 聡 (まきの さとる)
設立 : 2000 年 11 月 15 日
企業 URL : <http://www.wireaction.jp/>

ビルコム株式会社 会社概要

社名 : ビルコム株式会社
所在地 : 東京都港区六本木 6-2-31 六本木ヒルズノースタワー 11F
代表者 : 代表取締役兼 CEO 太田 滋 (おおた しげる)
設立 : 2003 年 10 月 8 日
資本金 : 2,000 万円
企業 URL : <https://www.bil.jp/>

ビルコム株式会社は創業以来 16 年間、幅広い業態のお客様にデータを活用した統合型 PR ソリューションを提供してまいりました。具体的にはマスメディアやソーシャルメディア、オウンドメディアといったデジタル時代における多様なメディアを用いて、新市場創造や新しい競争軸の創出、良質な評判形成といった企業の競争優位を高める支援を行っています。

書籍「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、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 A B C 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

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