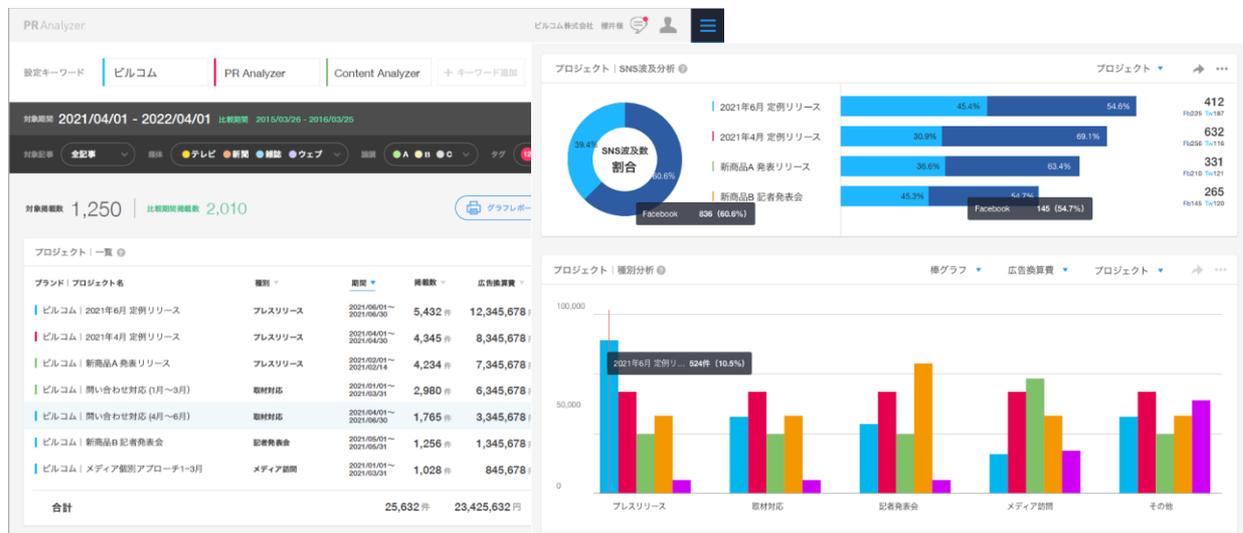


## クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer®」 プレスリリースや発表会などの活動ごとに 掲載記事を自動集計できる「プロジェクト集計機能」を公開

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、以下弊社)が運営する、クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer®」は、広報におけるプレスリリースや発表会などの活動(プロジェクト)ごとに掲載記事をまとめて表示・分析できる「プロジェクト集計機能」を公開しました。

本機能を通じて、活動ごとの成果分析やレポートの効率化を実現し、広報活動の更なる高度化を支援します。



### ■機能概要 – プロジェクトごとの掲載記事を自動集計、成果を一覧でダッシュボードに表示

「プロジェクト集計機能」は、企業が任意に設定したプロジェクト(例:プレスリリース、発表会、取材対応など)ごとに、PR Analyzer®がクリッピングした掲載記事をまとめることができます。PR Analyzer®の導入企業は、5つのプロジェクトまで追加課金なしで利用可能です※1。

プロジェクトごとに収集キーワードを設定することで、掲載記事が自動で分類されます。ダッシュボードでは、プロジェクトごとの各指標※2を確認できます。

※1 6つ以上のプロジェクトを管理したい場合、プロジェクト枠の追加購入が必要です。

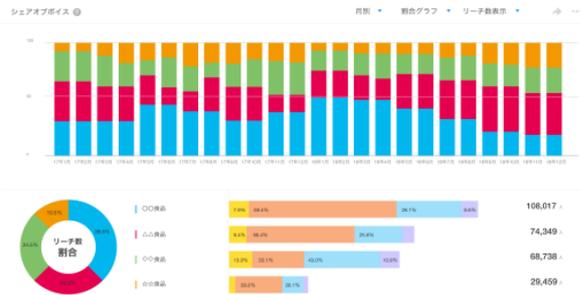
※2 掲載数、広告換算費、リーチ数、SNS波及数、媒体別の比率、論調やタグ別の比率

### ■開発背景 – より高度な広報活動に向けて、自社の成果や競合動向の分析意欲が高まる

戦略的な広報活動への取り組みが加速する中で、広報活動の成果や競合企業の動向をデータで可視化し、PDCAを回す企業が増えています。こうした企業から「広報活動がどのように掲載記事に結び付いたのか可視化したい」、「自社や競合の掲載を事業領域ごとに集計し分析したい」など様々なご相談をいただいていた。

PR Analyzer®には、これまでも掲載された記事を企業が任意に設定したカテゴリで自動的に分類できる「タグ」機能がありました。この度新たにプロジェクトごとの成果も集計できるようになることで、より高度なレポート・分析をPR Analyzer®上で行うことが可能となりました。

## ■クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer<sup>®</sup>」について



「PR Analyzer<sup>®</sup>」は、テレビ、新聞、雑誌、Web と SNS を網羅した広報部向け SaaS 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。

4 マスを網羅したクリッピング機能、レポートや分析に活用される国内唯一の効果測定ツールとして、大手からスタートアップまで、多くの企業に導入されています。

- ・導入企業例：日本航空、ニューバランス、ヤマハ、メルカリ等 <https://www.pralyzer.jp/#case>

PR Analyzer<sup>®</sup>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<sup>®</sup>の特徴> ※3 <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 2,500 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（特許取得済<sup>※4</sup>）

1969 年に発刊した月刊メディア・データ<sup>®</sup>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ワイヤーアクションの 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. 重要指標スコアを用いた競合比較機能（特許取得済<sup>※4</sup>）

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. 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.大手企業中心に広がる導入企業実績

導入件数は150件を超え、日本航空、アスクル、ヤマハ、ニューバランス、DMM.com、メルカリなど、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。

※3 「PR Analyzer<sup>®</sup>」はビルコム株式会社の登録商標です

※4 特許番号：特許第6711870号

### 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  
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17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、日本広報学会、一般社団法人 科学技術と経済の会

### 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