

**クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」
Similarweb のデータを追加し、「リーチ数」算出機能を強化
～Web メディアのより精緻なリーチ数を算出可能に～**

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、2021年10月26日より Web メディアにおける掲載記事の「リーチ数」算出機能に SimilarWeb Japan 株式会社(日本代表:田中 晃、以下「シミラーウェブ」)が提供する Web サイトデータを追加し、機能強化を図ります。

■シミラーウェブのデータを導入する背景と概要

PR 効果測定において、これまで掲載数や広告換算費といった測定指標が利用されてきましたが、効果測定に悩む現場担当者は多く、新たな PR 効果測定指標が必要とされていました。

そこでビルコムでは、掲載数や広告換算費に加えて掲載の「量」を可視化する指標として「リーチ数」を考案しました。PR Analyzer[®]では特許を取得した独自のロジック^{*1}をもとに、掲載された記事・番組のリーチ数を自動算出する機能を提供しています。その中でも、Web メディアに掲載された記事のリーチ数は、1969年に発行した月刊メディア・データ[®]に収録されている媒体データをもとに算出しています。今回、シミラーウェブが保有するデータを新たに追加することで、現在の媒体データでは網羅しきれなかった Web メディアのリーチ数の精度が向上します。

PR Analyzer[®]はこれからも、様々な機能開発やデータ連携を進めることで、複雑化する PR 効果測定や広報戦略の高度化を支援してまいります。

■シミラーウェブの Web サイトデータについて

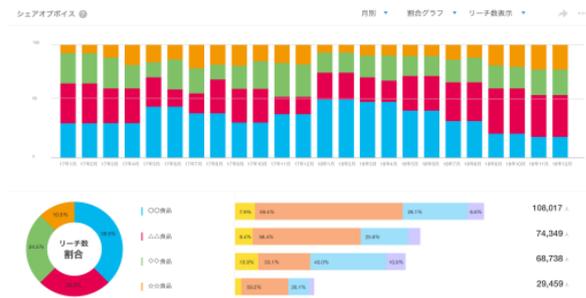


シミラーウェブは、全世界 190 カ国の約 1 億件の Web サイト、470 万種類のアプリなど、オンライン上の膨大なデータを日々収集しています。さらに高度なアルゴリズムによる統合と、機械学習による補正と予測モデルによって、全世界の Web サイトにおける精緻なデータを保有しています。

■SimilarWeb Japan 株式会社日本代表 田中様のコメント

「PR Analyzer[®]」に Similarweb のデータを採用いただく事で、Web メディアのリーチ数の精度の向上に貢献できることをうれしく思います。(SimilarWeb Japan 株式会社 日本代表 田中 晃)

■クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」について



「PR Analyzer[®]」は、テレビ、新聞、雑誌、Web と SNS を網羅したクラウド型 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。

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[®]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[®]の特徴> ※2 <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^{※1})

1969 年に発刊した月刊メディア・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^{※1})

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・レポート生成・社内共有までを自動化

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・社内共有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可能です。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。

※1 特許番号：特許 第 6711870 号

※2 「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

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、統合型 PR ソリューション、クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」、国内唯一の広告媒体データベース「月刊メディア・データ[®]」を展開する唯一無二の PR Tech[®]カンパニーです。データとテクノロジーを活用して、複雑・高度化する PR 業務を包括的に支援します。

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)を上梓するほか、2020 年より青山学院大学大学院国際マネジメント研究科(社会人向けビジネススクール・MBA 課程)にて、寄附講座「SNS 時代のパブリックリレーションズ」を開講しています。

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 A B C 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