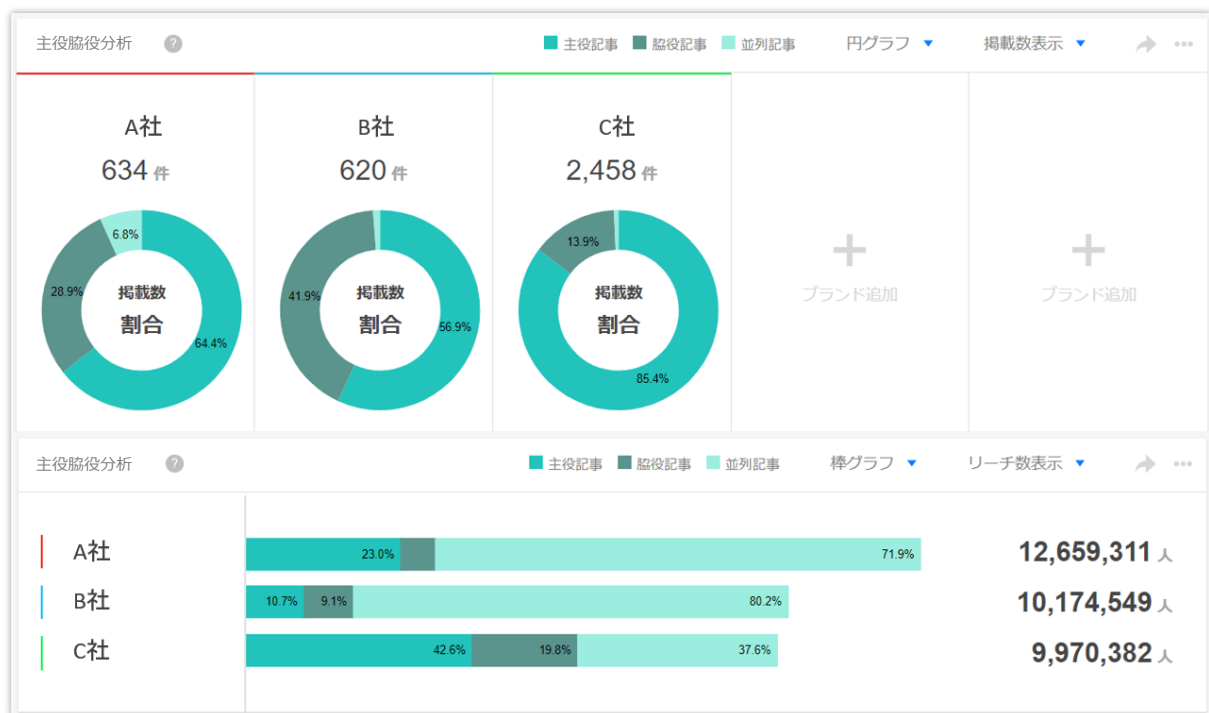


**クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer<sup>®</sup>」  
新機能「主役脇役分析」をリリース  
～ 企業やブランドの取り上げられ方を主役・脇役・並列で自動分類 ～**

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)が開発、提供するクラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer<sup>®</sup>」は、Web メディアの記事掲載及び TV 番組露出の内容について、企業やブランドの取り上げられ方を主役・脇役・並列の3種類に自動で分類する新機能「主役脇役分析」をリリースしました。



「主役脇役分析」画面イメージ※開発中のものです。実際の仕様とは異なる場合があります。

「主役脇役分析」機能は、「PR Analyzer<sup>®</sup>」でクリッピングした Web メディアの記事掲載及び TV 番組露出の内容について、主役・脇役・並列の3種類に自動で分類することで企業やブランドの取り上げられ方を反映した効果測定・分析を実現します。

主役・脇役・並列の分類別に、掲載数や広告換算費、リーチ数等のデータ集計ができる他、分類別の係数を広告換算費に掛けることで、企業やブランドの取り上げられ方の違いを反映した「質的換算費」の算出が可能になりました。



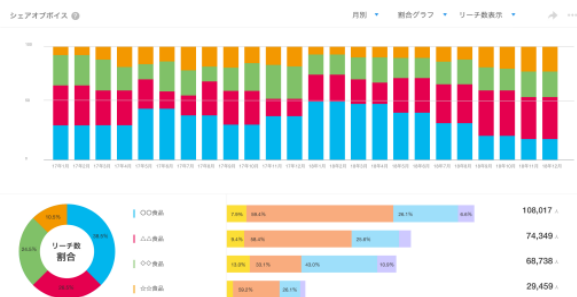
主役・脇役・並列 の分類イメージ (例：PR Analyzer の場合)

記事の掲載や番組の露出は、企業やブランドが「主役」として取り上げられた場合と、「脇役」として取り上げられた場合では読者や視聴者に与える影響が異なるため、取り上げられ方に応じた質的評価へのニーズが高まっています。従来は広報担当者が目視で記事や露出の内容を判別・分類する必要があり、作業工数がかかっていました。

そこで、「PR Analyzer<sup>®</sup>」は、メディア露出の内容をデータ解析し、主役・脇役・並列を自動で分類する新機能「主役脇役分析」を開発。本機能により、100 記事あたり約 50 分かかっていた目視による判別・分類の作業工数が削減され、企業やブランドの取り上げられ方の違いを反映した広報・PR 活動の質的評価の自動化と効率化を実現しました。

ビルコムは、本機能を通じて広報・PR の成果を可視化し、「見える PR」の実現に引き続き貢献してまいります。

## ■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.pr analyzer.jp/info/customers/>

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®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 2,000 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 (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. クリップングから効果測定・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

## 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<sup>®</sup>」、国内唯一の広告媒体データベース「月刊メディア・データ<sup>®</sup>」を展開する唯一無二の PR Tech<sup>®</sup>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。

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

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/cc@bil.jp