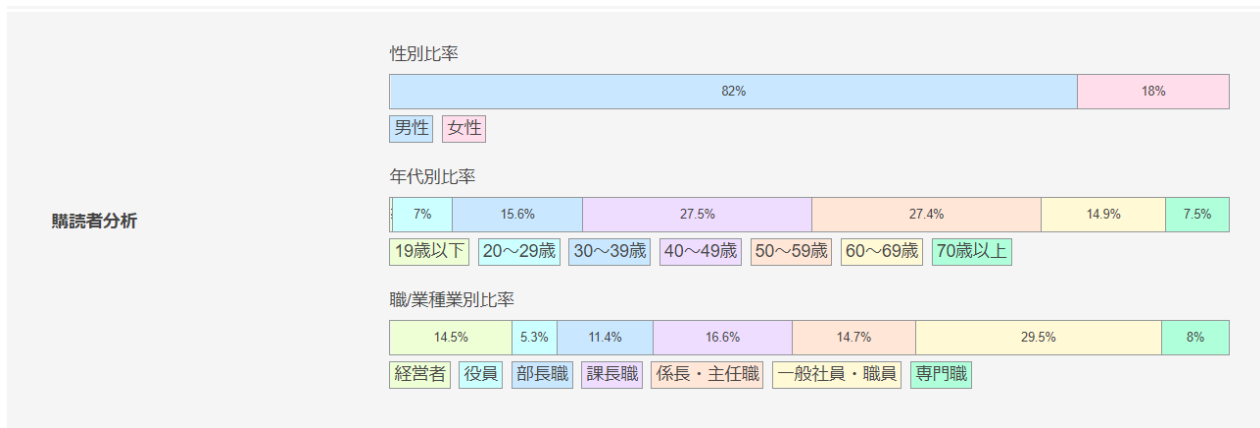


**クラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer[®]」
記事が掲載されたメディアの読者属性を表示する機能をリリース
～メディア・データとの連携で 2,000 媒体以上の読者属性表示が可能に～**

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、以下ビルコム）が開発、提供するクラウド型 PR 効果測定ツール「PR Analyzer」は、記事が掲載されたメディアの読者属性を表示する機能をリリースしました。読者属性は、性別や年代、職/業種別比率などの内訳を確認することができます。媒体社が公開し、且つ「月刊メディア・データ」に掲載されている読者属性情報の中から、合計 2,000 以上のメディアにおいて表示が可能となりました。



画面表示イメージ例 (Web)

<表示される読者属性の内訳※>

Web、雑誌：性別比率、年代別比率、職/業種別比率

新聞：職/業種別比率、世帯主の学歴別比率

※各媒体における読者属性の表示可否に関する個別お問い合わせには一切応じられません。予めご了承ください。

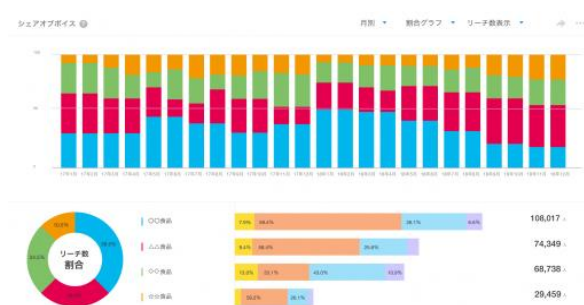
■メディアの読者属性情報の表示 開発背景

PR Analyzer を導入している企業担当者より、「自社の掲載記事がターゲットと合致しているかを確認するために、掲載されたメディアの読者属性を把握したい」という声を受けて開発、リリースに至りました。従来はテレビ番組の視聴者属性のみ表示可能でしたが、ビルコムが発行している「月刊メディア・データ」のデータベースとの連携により、PR Analyzer 上で Web、雑誌、新聞の読者属性が表示されるようになりました。

■メディアの読者属性情報の表示 導入のメリット

自社の発信した情報がターゲット属性に合ったメディアに掲載されたかを一目で確認できるため、メディアの読者属性を把握した上でターゲティングの検討ができるようになり、より戦略的な広報活動の一助となります。

■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。

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> <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、新聞、雑誌、Web サイト合計 7,000 以上の媒体に加え、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）

自社と競合企業のブランド名を設定することで、競合露出状況の確認、自社との比較・分析が可能です。リーチ数、掲載数、広告換算費などの重要指標、SNS 波及数を偏差値にて相对比较することで、自社の強

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、記事クリッピングからレポート生成まで一括して行います。過去の記事を遡ってクリッピングすることも可能です。

5. Web 記事の SNS 反響を可視化

Web 記事ごとで SNS へのシェア数など反響を確認することができます。これにより、ユーザーからの

反響や情報拡散状況を特定・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 Tweet 数と口コミ内容を分析、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も可能です。

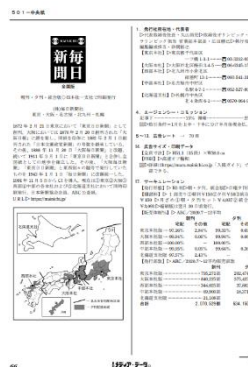
7. 大手企業中心に広がる導入企業実績

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。

※特許番号：特許 第 6711870 号

■「月刊メディア・データ」について

月刊メディア・データは広告（および CM）を募集している新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどの媒体情報を網羅した広告媒体資料専門誌で、1969 年の創刊時より、広告代理店様や様々な企業の広告・宣伝・マーケティング等の担当者様の基礎資料として絶大なご支持をいただいています。4 マスメディアの媒体概要・広告料金・発行部数・読者データなどの項目を収録し、効果的な媒体の選択から広告原稿の作成・入稿までをサポートしています。



媒体	URL	ジャンル	発行部数	発行日	発行部数	発行日	発行部数	発行日	発行部数	発行日
ITmedia	https://www.itmedia.co.jp/	IT	200,000部	毎月	200,000部	毎月	200,000部	毎月	200,000部	毎月
Marketeer	https://www.marketeer.jp/	マーケティング	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月
VOXウェブサイト	https://www.vox.jp/	VOXウェブサイト	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月
読者のWeb	https://www.yakusha.com/	読者のWeb	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月	100,000部	毎月

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～2021 年には、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」を開催しました。

※本文中に記載されている PR Analyzer、月刊メディア・データはビルコム登録商標です

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

ビルコム株式会社 広報担当 TEL/03-5413-2411 FAX/03-5413-2412 E-MAIL/cc@bil.jp