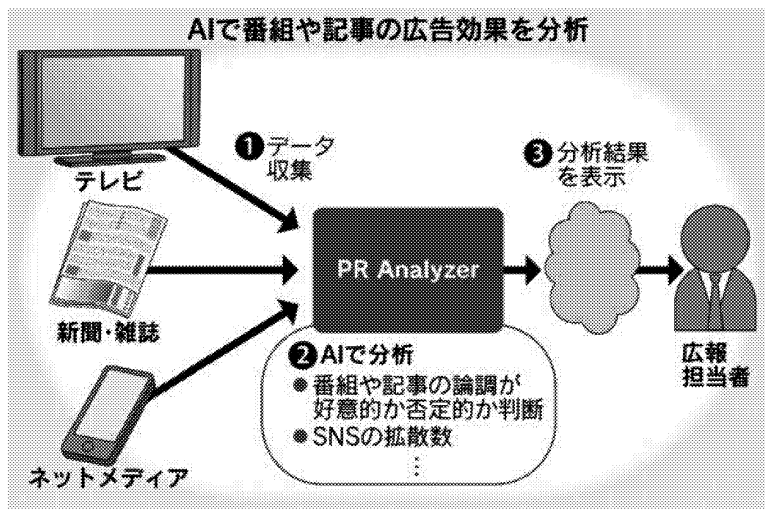


インターネットマーケティングを支援するビルコム（東京・港、太田滋代表取締役）はAI（人工知能）で広告効果を分析できるサービスを開発した。自社の商品やサービスをとりあげたテレビ番組や記事が好意的か、それとも否定的かをAIが自動で判断する。企業の広報担当者はデータに基づいて、広報戦略の立案や見直しができるようになる。

# 広告効果AIが分析



## ビルコム メディア1万媒体から

## 戦略立案 効果的に

| 記事ID            | 掲載日        | 媒体 | 記事名         | ユーザー名(記事タイトル)    | 感情 | 内容 |
|-----------------|------------|----|-------------|------------------|----|----|
| 738<br>FB287700 | 2014.06.12 | ★  | ソフトバンク      | 日本人の労働力が半減した     | IP | ★  |
| 599<br>FB280700 | 2014.06.08 | ★  | 毎日ニュース      | 日本の未来は明るい未来だ     | IP | ★  |
| 504<br>FB284100 | 2014.06.08 | ★  | コトバンク       | 海外のIT企業は日本のIT企業に | IP | ★  |
| 221<br>FB221700 | 2014.06.05 | ★  | 日本経済新聞オンライン | アジア市場のIT企業は日本の   | IP | ★  |

SNSで拡散した記事をランキング形式で見られる

月内に「PR Analyzer」の提供を始める。対象はテレビのほか、新聞や雑誌、ネットメディアの約1万媒体。テレビについては、在京民放キー局などが投資する。

「PR Analyzer」の提供を始める。対象はテレビのほか、新聞や雑誌、ネットメディアの約1万媒体。テレビについては、在京民放キー局などが投資する。

## ネット媒体台頭で需要 各社測定サービスに力

そのほかに、SNS（交流サイト）で拡散した記事のランキング形式で見たり、媒体別に掲載数を管理したりできる。サイバーエージェントの子会社のCyberz（東京・渋谷、山内隆裕社長）はテレビCMの広告効果を測定するサービスが勢いを増している。従来のテレビや新聞、雑誌だけでなく、新たな広告出稿先としてインターネットメディアの存在感が増しているためだ。広告主はどの媒体にどれだけの広告を出稿すれば効果があるのかを見定めようとしている。

サイバーエージェントの子会社のCyberz（東京・渋谷、山内隆裕社長）はテレビCMの広告効果を測定するサービスが勢いを増している。従来のテレビや新聞、雑誌だけでなく、新たな広告出稿先としてインターネットメディアの存在感が増しているためだ。広告主はどの媒体にどれだけの広告を出稿すれば効果があるのかを見定めようとしている。

サイバーエージェントの子会社のCyberz（東京・渋谷、山内隆裕社長）はテレビCMの広告効果を測定するサービスが勢いを増している。従来のテレビや新聞、雑誌だけでなく、新たな広告出稿先としてインターネットメディアの存在感が増しているためだ。広告主はどの媒体にどれだけの広告を出稿すれば効果があるのかを見定めようとしている。

「PR Analyzer」の提供を始める。対象はテレビのほか、新聞や雑誌、ネットメディアの約1万媒体。テレビについては、在京民放キー局などが投資する。