

2021 年 8 月 23 日
株式会社 PR TIMES

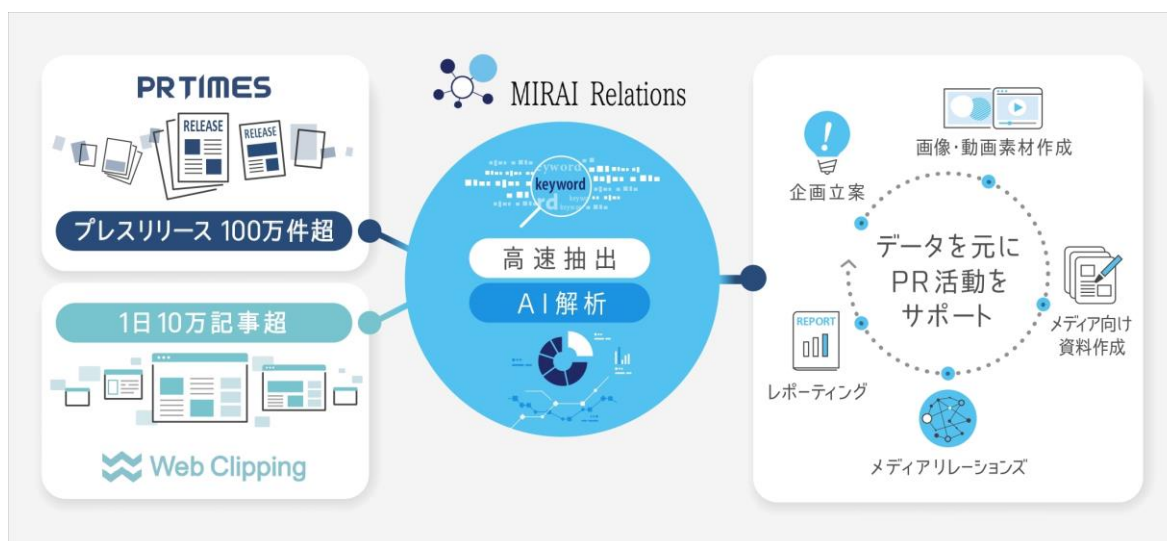
PR TIMES がビッグデータ AI 解析で広報 PR 支援を開始

100 万件のプレスリリースとメディア記事からトレンド予測・メディア分析

－ 東工大関連 VC からスピノフした株式会社みらいリレーションズと共同開発 －

プレスリリース配信サービス「PR TIMES」等を運営する株式会社 PR TIMES（東京都港区、代表取締役：山口拓己、東証一部：3922）は、保有する 100 万件超のプレスリリース等のビッグデータを AI（人工知能）で解析し、トレンド予測やメディア分析を科学的に提案・実行する、個社向け広報 PR 支援サービスを 2021 年 8 月 23 日（月）より提供開始します。

データ解析にあたっては、株式会社みらいリレーションズ（東京都渋谷区、代表取締役：齋藤康平）のデータ活用システム「F-Ledger（フレジャラー）」とサービス連携し、共同開発を進めます。クライアントとメディア双方の良き伴走者（パートナー）を目指す当社 PR パートナー事業が、データ解析を導入して本格始動します。



クライアントの長期的な成功へ伴走する「PR パートナー事業」本格始動

PR TIMES は「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」というミッションのもと、行動者の挑戦や想いの結晶をプレスリリースとしてお届けしてきました。今ではプレスリリース件数は累計 100 万件を超え、5 万 4000 社以上の企業にご利用いただいています。

行動者にとって情報発信の場は、プレスリリースの配信に留まりません。今回、本格始動した PR パートナー事業では、当社が持つビッグデータを活用した PR 戦略の企画立案、実行、効果検証までを総合的に提供し、広報活動を全面サポートします。従来型の属人的な PR 支援とは異なり、原稿のキーワード選定からメディア理解に至るまで、データに基づいた最適な選択が可能です。「クライアントとメディアの良き伴走者になる」をテーマに、企業とメディア双方を深く理解し、1to1 でクライアントを成功に導く PR パートナーとなることを目指します。

基本契約期間は 6 ヶ月～、料金は月額 60 万円～（応相談）です。PR パートナー事業部では、当社事業基盤を活かし、当期末に継続契約 21 社、2025 年度末に継続契約 60 社を目標に推進してまいります。

また、私たちは、クライアントの成功は「パブリック・ファースト」の行動の先にあると考えています。これは当社が創業以来大切にしてきたコンセプトで、生活者やメディア、株主、協力企業、社員等…各ステークホルダーの体験を最優先することが、長期的にはクライアントの成功や便益の最大化につながるという考え方です。クライアントにとって大切な人たちの広げ、その人たちのために行動することが、未来へと続く持続的な PR になると信じて共に走り続けます。

【「PR パートナー事業」お問合せ】
<https://tayori.com/f/prtimes-prpartner>



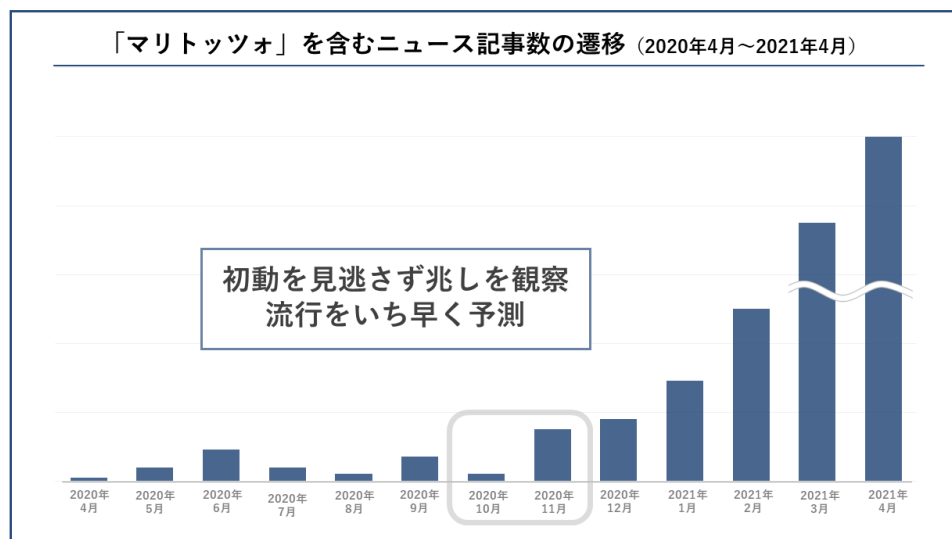
（PR パートナー事業部のメンバー）

AI×ビッグデータでPRを科学する、ファクト解析型PR

PR TIMES では、累計 100 万件を超える「PR TIMES」プレスリリースのほか、「Web クリッピング」が収集する 1 日 10 万件以上の Web ニュース記事のデータを蓄積しています。データ解析にあたっては、株式会社みらいリレーションズのデータ活用システム「F-Ledger（フレジャ）」とサービス連携し共同開発を進めます。膨大なデータから記事やキーワードを高速抽出・AI 分析することで、トレンドや業界ごとの動向のキャッチアップ、各メディアとの親和性が高いキーワード提案、適切な配信タイミングの検討などを行うことが可能になります。

キーワードの動きからトレンドを予測、次の発信や企画立案のヒントに

今回、共同開発を進めるシステムでは、通常のビッグデータ解析では抽出しきれない、少ない頻度・件数の記事の動きからも傾向を読み取ることができます。この特長を生かして研究を重ねることで、注目が集まった後ではなく、出現頻度が徐々に増加している段階から流行を先読みし、PR 活動のヒントにすることが可能になります。例えば、2021 年スイーツのビッグトレンドとなった「マリトッツォ」のワードを含む記事数を分析してみます。以下のグラフを見ると、2021 年 2 月頃から急激に伸びていますが、実は 2020 年秋頃、件数はわずかながらも前月比 7 倍の伸び率を見せています。こうした初期の変化とその後の飛躍との相関性を分析することで、流行の兆しをいち早くキャッチし、それをもとにしたお客様への PR 提案を可能にします。



メディアの使用キーワード動向を分析、媒体理解と最適なワード選定へ

特定のキーワードと合わせてよく使われている単語も抽出することが可能なため、その組み合わせを意識したプレスリリースの作成や、メディアごとの特色をつかんだアプローチにつなげることができます。

（例）秋冬コスメを発売予定のクライアントに対し、「アイシャドウ」というキーワードを含む記事（2020 年 9 月～12 月掲載分）を分析

- ・女性向け Web メディアカテゴリ全体では「ブラウン」や「ピンク」が一緒によく使われている傾向。
- ・一方、10 代後半～20 代女性向け Web メディア「isuta（当社運営）」では、カテゴリ全体よりも「ピンク」や「オレンジ」がよく使われる傾向。

⇒去年はブラウンやピンクのアイシャドウが流行、全体として掲載数が多かった。オレンジ系のものを打ち出したい場合は「isuta」の読者層にマッチ、メディアが求める情報である可能性が高い。

このように、カテゴリが同じ媒体でも個々の傾向を数値的に分析することで、メディアごとに価値のある情報を提供し、その情報を本当に必要としている生活者のもとに届けられると考えています。

※参考：isuta <https://isuta.jp/>

「アイシャドウ」を含むニュース記事の頻出ワード

女性向けメディアカテゴリ全体

1	メイク
2	カラー
3	色
4	感
5	コスメ
6	パレット
7	肌
8	リップ
9	ブラウン
10	アイテム
11	目元
12	ピンク
13	人気
14	目
15	チーク
16	限定
17	印象
18	おすすめ
19	パウダー
20	マツ
21	パール
22	ブランド
23	発色
24	ベース
25	アイメイク

isuta

1	カラー
2	色
3	メイク
4	コスメ
5	パレット
6	ブランド
7	感
8	リップ
9	アイテム
10	ピンク
11	ブラウン
12	チーク
13	肌
14	発売
15	限定
16	登場
17	人気
18	コレクション
19	マツ
20	パウダー
21	メイクアップ
22	マスカラ
23	目元
24	オレンジ
25	質感

（期間 2020年9月～2020年12月）

株式会社みらいリレーションズと「F-Ledger」について

株式会社みらいリレーションズは、東京工業大学と組織的連携協定を締結し、東工大関連ベンチャーキャピタルファンドを設立・運用する「みらい創造機構」から 2020 年 1 月にスピノフし、日本が誇る技術のビジネス化のため、コンサルティング（事業開発）事業と PR 支援事業を同軸で行う新会社として設立しました。

「F-Ledger」は、複数のデータを組み合わせることで、現場業務における“新しい発見・仮説構築”をサポートするための高速データ活用ツールです。システム同士を容易に繋げ、更に新たなシステムを高速で開発し、企業全体の経営最適化に向けた DX（デジタルトランスフォーメーション）を推進します。

【株式会社みらいリレーションズ 会社概要】

代表者：代表取締役 齋藤康平

所在地：東京都渋谷区恵比寿西 1-33-6

設立：2020 年 1 月

事業内容：新規事業開発（先端技術やデータを利活用）、マーケティング、PR

<https://mirairelations.co.jp>

共同開発と本格始動によせるコメント

株式会社 PR TIMES PR パートナー事業部長 村田悠太

PR TIMES が保有するプレスリリースデータは 100 万件にのびります。この行動者の想いが詰まったプレスリリースから世の中のトレンドが生まれており、みらいリレーションズ様と共にデータ解析し、私たちが伴走する企業、メディアの皆様、そしてその先へ。貢献できることがとても嬉しく、そして楽しみです。

PR コンサルテーションを提供する PR パートナー事業で、この膨大なプレスリリースのファクトデータ、例えばトレンド予測データを活用するだけでも、これまでに無い提案が可能となります。PR TIMES の事業基盤を活かし、PR の可能性を広げる、そして皆様に還元できるような循環を作り出したい、そう考えています。



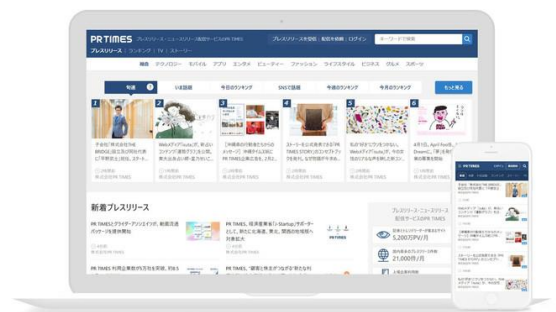
株式会社みらいリレーションズ 代表取締役 齋藤康平氏

今回、解析の対象としているオンライン記事は 1 日約 10 万件あり、一つ一つの記事が誰かの目に触れ、価値を生み出しています。通常のビッグデータ解析や検索エンジンでは、どうしても注目度の高い記事のみが検索の対象となってしまいますが、今回の取り組みでは、上記のマリトツツォの例のように頻度も件数も低い段階から記事の動きを探ることができるシステムを構築しています。少量の変化をも見逃さないシステムは通常、多大な労力・コンピューティングリソースを必要としますが、弊社 F-Ledger を用いることで、短期間で高速に、たった 1 台のサーバーで開発することができます。この手法を用いて今後、ニュースを発信する企業の皆様の想いをより社会に届けやすくする仕組みの構築を PR TIMES 様と共に目指してまいります。



PR TIMES について

報道機関向けの発表資料（プレスリリース）をメディア記者向けに配信するとともに、「PR TIMES」およびパートナーメディアに掲載し、生活者にも閲覧・シェアされています。利用企業数は 2021 年 5 月に 5 万 4000 社を突破、国内上場企業 46% 超に利用いただいています。情報収集のため会員登録いただくメディア記者は 2 万人超、サイトアクセス数は月間 5000 万 PV を突破、配信プレスリリース件数は累計 100 万件を超えています。全国紙 WEB サイト等含むパートナーメディア 200 媒体以上にコンテンツを掲載しています。



Web クリッピングについて

登録したキーワードが含まれる Web 上の記事を自動で収集、報告するサービスです。プレスリリースをはじめとする広報活動の成果の一つとして、重要な分析要素である記事露出を把握することで、次回以降の PR 戦略に役立てることができます。大手ニュースサイトから新興 Web メディア、キュレーションメディアや動画メディアに至るまで、調査対象としている 2200 以上の Web サイトに日々掲載される記事の中から調査・抽出し、分析が可能な形でレポートングを実施しています。主に、広報活動の成果チェック、自社に関する報道状況の把握、競合他社や業界動向に関する報道調査などにご利用いただいております。



株式会社 PR TIMES 会社概要

PR TIMES

ミッション： 行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ
会社名： 株式会社 PR TIMES（東証一部 証券コード：3922）
所在地： 東京都港区南青山 2-27-25 ヒューリック南青山ビル 3F
設立： 2005 年 12 月
代表取締役： 山口 拓己
事業内容： - プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」(<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- 広報・PR の効果測定サービス「Web クリッピング」(<https://webclipping.jp/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」「PR TIMES LIVE」(<https://prtimes.jp/tv>) の運営
- クラウド情報整理ツール「Tayori」(<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」(<https://www.jooto.com/>) の運営
URL：<https://prtimes.co.jp/>