

業界初の商品化
PR TIMES、モバイルメディアに特化した PR サービス
「モバイル PR」を開始
<http://prtimes.co.jp/mobile/>

PR 事業を手がける株式会社ベクトル(所在地:東京都港区 代表取締役社長:西江肇司、以下ベクトル)の子会社 株式会社 PR TIMES(代表取締役:山口拓己、以下 PR TIMES)は、モバイルメディアに特化して PR を行うサービス「モバイル PR」を、2009 年 5 月 25 日(月)より開始致します。

近年、携帯電話からのインターネットへの接触時間が増加しており、特に、10 代女性の接触時間は 1 日 74.1 分と、同世代では TV に次ぐ接触時間となっています(添付:参考資料)。また、モバイル広告市場も拡大しており、携帯ユーザーをターゲットとしたプロモーションニーズも高まっています。一方、これまでの PR サービスでは、一般の WEB メディアを広く対象とした商品はあったものの、モバイルメディアに特化したサービスはありませんでした。そこで、携帯ユーザーをターゲットに情報発信を行いたい企業様向けに、携帯から閲覧されるサイトを対象に PR 活動を行うサービス「モバイル PR」を開始することとなりました。

PR TIMES では、プレスリリース配信サービス「PR TIMES」、ブログ記事広告サービス「ブログタイムズ」の運営で培ったノウハウ、メディアリレーションを活用して、今後もインターネット PR サービスを拡充していく予定です。

【サービス概要】

- サービス名: モバイル PR (モバイルピーアール)
- サービス開始時期: 2009 年 5 月 25 日(月)
- サービス内容: ターゲットメディア調査、プランニング、モバイルメディアプロモート、効果測定
- ポイント: ①モバイルメディアに特化した PR サービス。
②月間 1 億 PV を超える携帯向けニュースサイトや携帯 SNS など、モバイルメディア 10 媒体以上に対し、広告配信ではなく記事掲載を目的に活動。
※活動前のターゲットメディア調査時点で、記事の獲得が不可能な商材と判断する場合もございます。
- URL: <http://prtimes.co.jp/mobile/>
- 料金: ¥400,000-(1 式)

【会社概要】

■株式会社 PR TIMES 概要

会社名 : 株式会社 PR TIMES
設立 : 2005 年 12 月
代表取締役 : 山口 拓己
資本金 : 2,500 万円
事業内容 : ・ プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の運営
・ クリップングサービス
・ ブログ記事広告サービス「ブログタイムズ」の運営
URL : <http://prtimes.co.jp>

■株式会社ベクトル 概要

商号 : 株式会社ベクトル
所在地 : 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18F
設立 : 1993 年 3 月 30 日
代表取締役社長: 西江 肇司
資本金 : 2 億 6500 万円
事業内容 : マーケティング分野における戦略的 PR、ロコミに関するコミュニケーションマーケティング事業、映像制作業務・その他これらに付加する一切の事業
URL : <http://www.vectorinc.co.jp/>

【報道関係お問い合わせ先】

株式会社ベクトル グループ広報 担当: 萱沼・鈴木・小宅
TEL: 03-5572-6080/FAX: 03-5572-6065 EMAIL: m-kayanuma@vectorinc.co.jp

【サービスに関するお問い合わせ先】

株式会社 PR TIMES 担当: 三島
TEL: 03-5572-6076/FAX: 03-5572-6075 EMAIL: prtimes@vectorinc.co.jp

※本リリースをお送りさせて頂いている皆様の個人情報は、株式会社ベクトルの個人情報保護方針に基づいて、厳重に管理させて頂いております。今後、弊社からのニュースリリースの配信を希望されない方は、恐れ入りますが privacy@vectorinc.co.jp までご連絡をお願い致します。

参考資料: モバイルに関するデータ

① 携帯サイト利用時間の拡大

「メディア接触時間調査(※)」によると、ほとんどの媒体の接触時間が減少する中、携帯電話からのインターネットへの接触時間は、10代・20代で大きく数値を伸ばし引き続き拡大傾向にある。特に10代女性では1日74.1分と同世代ではTVに次ぐ接触時間。

※15～69歳の男女2,186名対象 博報堂 DY メディアパートナーズ調べ(2008年7月発表)

② 携帯サイトを活用したクロスメディア傾向の高まり

「10・20代携帯サイト・デイリーユーザー実態調査(※)」によると10・20代の携帯サイト・デイリーユーザーの70%以上がマスメディアや屋外広告等を見ての携帯サイト・アクセス経験あり。

※15～29歳の男女659名対象 博報堂・博報堂 DY メディアパートナーズ調べ(2008年7月発表)

③ モバイル広告市場の急激な拡大

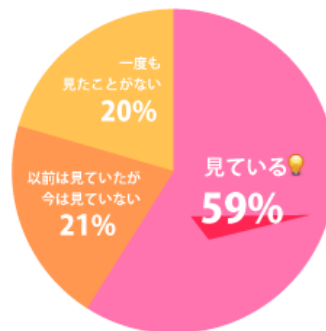
「2008年の日本の広告費(※)」によると、2008年のモバイル広告費は前年比47%増の913億円と大きく伸長。

※電通(2009年2月23日発表)

④ 携帯で頻繁にニュースを閲覧するユーザーの増加

「携帯ニュースサイト利用実態調査 1(※)」によると、「携帯電話でニュースを【見る】」ユーザー59%、【見る】と回答した人対象に対して「携帯電話でニュースをメイン地位見る」ユーザー61%。

※ネットエイジア株式会社調べ(2008年4月発表)



Q: 携帯でニュースを見ている?

⑤ 「ニュース速報」「トップ記事」を閲覧する傾向が強い

「携帯ニュースサイト実態調査 2(※)」によると、携帯電話で見るニュースのジャンルは「ニュース速報」「トップ記事」が7割超であり、3位以下「芸能」「経済」などを大きく突き放して1位と2位を占める。

※株式会社アイシエ調べ(2009年3月発表)

Q: 携帯電話からどんなジャンルの記事を見えていますか?

