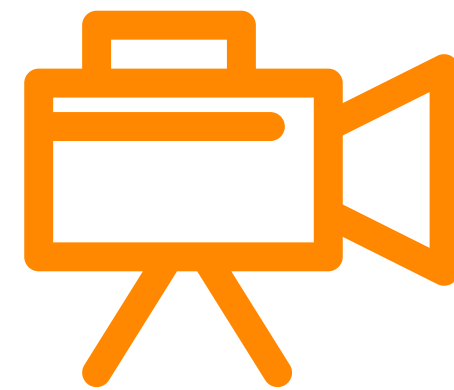


ORIGINAL DATA

どんな企業にもエントリー可能なネタが多数ある！・・・

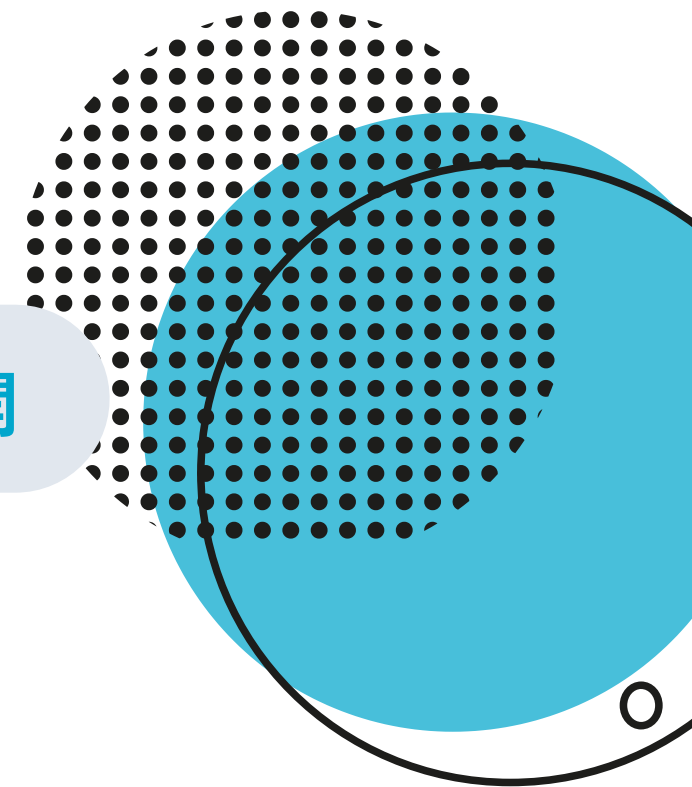
# メディアから届いた 取材依頼 1 年分を 初公開

前編



MEDIA TREND

ネタもと独自の非公開データを公開



# 本資料について

ネタもとのサービスの1つに「リサーチ&エントリー」があります。これは、企業とメディアを直接オンライン上でつなぐシステムで各登録メディアから日々欲しい情報テーマが届きます。

本資料は、メディアから寄せられた「欲しい情報テーマ」1年分をまとめたもので、メディアがどのような「ネタ」「テーマ」を探しているのかを知ることができる貴重な非公開データになります。

資料をご覧くださいとわかる通り「このネタなら当社でも出せる！」というテーマが、たくさん並んでいるはずです。本資料をぜひ「ネタづくりの切り口」としてご活用ください。

※本資料のデータは、ネタもと独自の非公開情報です



NEWS  
TODAY







# 目次

## メディアニーズの傾向

過去1年間にメディアからネタもとへ寄せられた「メディアが探している取材テーマ」を5つに分類しました

前編



### リサーチ&エントリーの成功事例

リサーチにエントリーし、メディア掲載につながった成功事例をご紹介します



### ネタもとサービス

メディアから取材依頼が届くネタもと「リサーチ」とは



# メディアニーズの傾向

過去一年間に報道関係者からネタもとへ寄せられた  
「リサーチ」をもとにメディアニーズの傾向を  
まとめました

経営者/ヒトの注目テーマ

業種/業態/企業規模の注目テーマ

消費者向け商材の注目テーマ

ライフスタイルの注目のテーマ

定番の注目テーマ

前編

後編





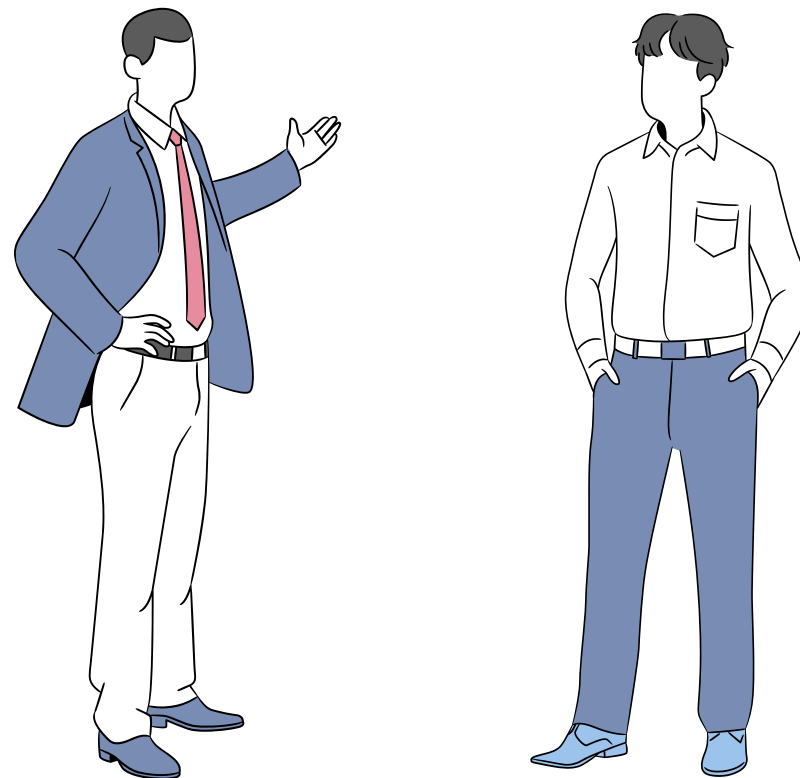
## 経営者/ヒトの注目テーマ

- **経営者**
- **女性経営者／社員**
- **社員**
- **専門家・有識者**
- **寄稿**



# 「経営者」の取材依頼の傾向

多くのビジネス媒体や業界専門媒体には、トップインタビューのコーナーがあります。経営者自らがPRアイコンとしてメディアに出ることは、企業のファンづくりにつながります。特に若手経営者、上場企業の代表、事業継承による経営者、業績が伸びている企業の代表は、取材対象としてメディアに求められる傾向にあります。





## 「経営者」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネット情報番組	変わった経歴をもつ関西出身（在住）の社長
ネット配信ビジネス番組	生放送でインタビュー可能な社長
首都圏AMラジオ	自身の経歴についてインタビュー可能な社長
全国紙	意外な経歴をもち、ふるさとの思い出をインタビュー可能な経営者
地方紙	北陸地方出身のインタビュー可能な経営者
通信社	逆境や困難を乗り越えて起業した経営者
業界専門紙	健康食品の開発秘話について語れる経営者
業界専門紙	取材可能な繊維業界で活躍する経営者

## 「経営者」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

ビジネス誌	自社の事業構想についてインタビュー可能な20代の経営者
ビジネス誌	業績好調でインタビュー可能な経営者
ビジネス誌	異業種や別会社から転身し活躍されている経営者
ビジネス誌	取材可能なITベンチャー企業の経営者
ビジネス誌	人材育成に力を入れている社長や自ら学びを得ている経営者
ビジネス誌	経営における失敗や挫折経験をお話いただける経営者
ビジネス誌	ご自身のターニングポイントを取材可能な社長
ビジネス誌	著名な友人を紹介可能な社長、もしくは会長



## 「経営者」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

業界専門誌	インタビュー可能な経営者
男性ファッション誌	取材可能な20～40代の若手経営者
男性ファッション誌	タバコを吸う経営者
総合ニュースサイト	経営における苦労を取材可能な社長
ビジネス経済サイト	コロナ禍でも業績好調な企業の社長
ビジネス経済サイト	甲子園出場経験のある社長
マネー金融サイト	インタビュー可能な中小企業の経営者
業界専門サイト	インタビュー可能な製造業会の社長

# 「女性経営者・女性社員」の取材依頼の傾向

女性のキャリア醸成、育児と仕事の両立、スキルアップなどを扱うメディアや特集は、年々増えています。社会で活躍している女性経営者や女性社員の事例が多く求められています。特に最近では、何事にも前向きに取り組み、仕事もプライベートも充実させている女性の「成功の秘訣」を探している傾向が強いようです。





## 「女性経営者・女性社員」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネット情報番組	撮影協力可能な女性社員
ラジオ	取材可能な女性トラックドライバー
全国紙	インタビュー可能な女性起業家
専門業界紙	インタビュー可能な建設業界で働く女性社員
ビジネス誌	インタビュー可能な女性広報担当者
女性情報誌	生き方や価値観について取材可能なアラフィー女性社員
女性専門誌	休日の過ごし方について取材可能な女性社員
女性専門誌	40代以降から学び始めた60代以降の女性社員

## 「女性経営者・女性社員」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

女性情報誌	メールやLINEでの工夫を取材可能な女性社員
総合情報誌	お肉が好きな女性
女性ファッション誌	30代で転職された経験取材可能な女性
女性ファッション誌	本業の他に「夢中になれるもの」をもつ30~40代の女性
育児情報誌	0~3歳以下のお子さんを子育て中のワーキングマザー
キャリア情報サイト	自身のキャリアアップにつながる「学び」を行うママ社員
モノ・トレンドサイト	素敵なエンジニア女子
女性キャリア情報サイト	地方に移住、または地方に転職された女性社員



# 「社員」の取材依頼の傾向

「〇〇なヒト」は、メディアが通年探しているテーマです。現在の業務に関連するものだけでなく、趣味や特技、ご経験など、テーマは様々です。掲載時には社名がでないこともあり、一見アプローチのメリットがわかりにくいかもしれませんが、取材を通じて記者と知り合えることは広報担当者にとっても非常に有益です。



## 「社員」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネット情報番組	自慢できる特技や趣味、または意外な経験をお持ちの方
首都圏AMラジオ	珍しい名字または名前をもつ社員の方
全国紙	エンディングノートを書いている社員
全国紙	推し活について取材可能な方
ビジネス誌	組織に新しい風を吹かせた社員
総合情報誌	共働きでお互いを支え合う夫婦
総合情報誌	自社のベテラン社員について語れる人事責任者
男性ファッション誌	電動自転車で通勤している男性社員

## 「社員」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

エンタメ情報サイト	元タレント・芸能人の経験をもつ社員
キャリア情報サイト	辛い経験や失敗をばねに仕事を前向きに取り組む社員
ビジネス経済サイト	〇〇マニアな社員
ビジネス経済サイト	自身の趣味が仕事に活かしている社員
ビジネス経済サイト	熱中している趣味や特技について取材可能な20~40代の男性
女性キャリア情報サイト	「求めるリーダー像」をテーマにした座談会に参加可能な社員
女性キャリア情報サイト	生活に役立つ豆知識を語れる社員
総合ニュースサイト	事務職へ転職した男性社員

## 「専門家・有識者」の取材依頼の傾向

時事や流行、社会問題、その業界ならではの知識について語れる専門家や有識者は、常にメディアに求められています。どのようなジャンルについて対応できるのか、メディア向けのファクトシートを作成したり、社内に研究者や専門家がいる場合は、コメント可能なテーマの一覧を載せたプロフィールシートを作成・発信するのもお勧めです。





## 「専門家・有識者」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネット情報番組	他にはいないユニークな社員または珍しい分野の専門家
首都圏AMラジオ	防災について幅広い知見をお持ちの方
全国紙	ファンの心理について解説可能な有識者
通信社	シニア世代に向けた体操・運動療法をご紹介いただける方
ビジネス誌	コロナ禍の医療の現状について語れる有識者
ビジネス誌	40~50代におすすめの資格や検定についてお話いただける方
ビジネス誌	「思考力の鍛え方」について語れる専門家
総合情報誌	男性が知って得する知識についてお話しいただける方

## 「専門家・有識者」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

女性情報誌	不良品回収・売買に詳しい、または整理収納に詳しい専門家
シニア情報誌	健康をテーマに語れる専門家
エンタメ情サイト	バイク業界についてインタビュー可能な有識者
ビジネス経済サイト	BtoB向けSaaSについてお話いただける有識者
医療・健康情報サイト	男性向け美容について語れる専門家
女性キャリア情報サイト	今後の転職市場についてお話を伺える専門家
女性ファッションサイト	「防災」をテーマにお話を伺える専門家
総合ニュースサイト	マネーに関する有識者

## 「寄稿」の依頼の傾向

有識者や専門家、専門企業による寄稿は、通年でメディアからニーズのあるテーマです。基本的には、専門メディアから求められる特定のジャンルについてのナレッジ、または若手社会人に向けて仕事に役立つノウハウ提供のどちらかが多い傾向にあります。原稿を作成しなければならないという負担はありますが、実績をつくることでコメント可能なプロフェッショナルとして、他のメディアからも認知されるメリットがあります。



## 「寄稿」の依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

業界専門誌	社員教育や研修のトレンドについて執筆可能な方
キャリア情報サイト	若手社会人向けのキャリアアップについて執筆可能な有識者
ビジネス経済サイト	若手ビジネスマン向けのコラムを寄稿できる方
マネー・金融情報サイト	資産形成に関心のあるビジネスマン向けにコラムを寄稿できる方
モノ・トレンド情報サイト	実生活に役立つテーマでコラムを寄稿できる方
業界専門サイト	ITエンジニア向けのキャリアやIT業界について寄稿可能な方
業界専門サイト	総務や人事に役立つ情報を寄稿いただける方
総合ニュースサイト	ビジネスマン向けに自由なテーマでコラムを寄稿できる方



## 業種/業態/企業規模の注目テーマ

- IT
- EC/通販
- 運送・物流
- 住宅・不動産
- スタートアップ
- 地域



# 「IT」の取材依頼の傾向

時代をリードするIT分野は、常にビジネスメディアから注目されています。技術そのものよりも、その技術を活用することで、どのような社会の課題を解決できるのかにフォーカスした特集が多い傾向のようです。



## 「IT」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

ビジネス経済誌	DXのクラウド開発を行う関東圏外の企業
ビジネス経済サイト	BtoB向けSaaSを開発する企業
ビジネス経済サイト	ITを活用したサービスを展開する企業
ビジネス経済サイト	取材可能なITベンチャー企業
ビジネス経済サイト	農業従事者向けにIT技術を開発している企業
業界専門サイト	インタビュー可能な外国籍のITエンジニア
総合ニュースサイト	IT業界の役職について取材可能な方
総合ニュースサイト	最先端の技術をもったスタートアップのIT企業

# 「EC・通販」の取材依頼の傾向

コロナ禍で急成長した市場です。それまで店舗販売が中心だった業種や企業がオンライン販売に舵を切る例も多く、EC導入でいかに業績を伸ばすかは、多くの企業のテーマでもあります。メディアは消費者にとって有益な情報を紹介するのがミッションです。法人の読者が多い経済産業紙や業界メディアからの注目が高いワードです。





## 「EC・通販」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

経済産業紙	コロナをきっかけにEC・通販事業に新規参入、または支援サービスを行う企業
業界専門紙	Amazonを利用して越境ECに成功されている企業
業界専門紙	EC・通販事業に力を入れている企業
業界専門紙	EC・通販事業を支援するサービスまたはEC・通販事業が好調な企業
業界専門紙	ECサイトと実店舗連携させた販売を行っている美容・化粧品業界の企業
業界専門紙	健康食品やサプリメントの販売を行う企業
業界専門紙	健康食品・化粧品の通販事業の支援を行っている企業
業界専門サイト	取材可能なEC販売を行う企業

# 「運送・物流」の取材依頼の傾向

働き手の不足問題が加速する中、運送・物流業界は、DXをはじめとした構造改革が必要です。EC・通販市場の成長もあり、ますます需要が高まるロジスティクスを、どのように管理するのか、どのような支援サービスがあるのか、悩める業界だけに有益な情報がメディアからは求められています。



## 「運送・物流」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

業界専門紙	運送、物流、倉庫に関連した事業またはサービスを行う企業
業界専門紙	物流・運送、ロジスティクスに関連した事業またはサービスを行う企業
総合ニュースサイト	物流に関連のある事業を展開している企業

# 「住宅・不動産」の取材依頼の傾向

コロナ禍で注目された「住まい」の情報や、都市部で不動産の高騰が続いていること、ウッドショックの影響など、住宅・不動産関連の情報は再びメディアの注目を集めています。競合が多い業界でもあるので「SDGs」「シニア」「脱炭素」など他のキーワードと組み合わせた独自性のある事業であればトレンド感が高くなり、他との差別化ができます。





## 「住宅・不動産」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネットバラエティ番組	イチオシの賃貸物件情報
全国紙	「住まい」「暮らし」に関する最新情報
総合情報誌	シニア世代をターゲットとした物件を運営している企業
業界専門誌	リフォームに関する商品・サービス
業界専門紙	賃貸住宅に関する事業を行う企業
業界専門紙	不動産・住宅に関した事業またはサービス情報
マネー・金融情報サイト	不動産業界のトレンドについて詳しい専門家の方
総合ニュースサイト	物件を紹介可能な不動産会社

# 「スタートアップ」の取材依頼の傾向

革新性が高く無弁の可能性をもつスタートアップは、多くのビジネスメディアや、投資家を読者にもつマネーメディアから注目されています。メディアがスタートアップに求めるものは、  
①革新性 ②成長性 ③出口戦略（IPO/M&A） ④資金調達法 です。特に①②においていかに説得力のある事業紹介ができるかがメディア攻略のカギになります。



## 「スタートアップ」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国紙	インタビュー可能な業績好調で話題なスタートアップ企業
ビジネス経済誌	東京に本社を置くスタートアップ企業
ビジネス経済誌	東京都内のスタートアップ企業
週刊誌	取材可能なスタートアップ企業の若手経営者
ビジネス情報サイト	設立5年以内の取材可能なスタートアップ企業
総合ニュースサイト	取材可能なスタートアップ企業の社長
総合ニュースサイト	新たなことに挑戦するスタートアップ企業

# 「地域」の取材依頼の傾向

地方創生・地域振興のための企業の取り組みは、年々より一層求められています。特に地方メディアは、地域に根差した企業や事業の情報を、積極的に探しています。ほとんどの地方メディアは、配信やWEB展開で全国規模での拡散力を持っています。地方メディアはで取り上げられたネタを全国メディアが後追いすることも非常に多く地方メディアをしっかりと攻略することは最新のPRプランに欠かせません。



## 「地域」の取材依頼テーマ ※一例

引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

地方情報番組	福岡在住のユニークな職業の方もしくは、福岡のユニークなお店、取り組み
全国ネット情報番組	コロナ禍でも業績好調な関西企業
首都圏AMラジオ	東北地方に拠点を置く企業または東北地方に関連する情報
全国紙	ふるさと納税など、寄付をよく行う方
全国紙	九州エリアで楽しめる施設・店舗・イベント情報
地方紙	全国各地で活躍する沖縄出身者
ビジネス誌	地域に根ざした事業や取り組みを行う企業
業界専門誌	おすすめの地方特産品または地域ごとの特色がある商品





# エントリーの成功事例

ここでは、実際にメディアから届いた「リサーチ」に「エントリー」し、掲載につながった、そこから広がりを見せた成功事例を6社ご紹介します。



# エントリー成功事例① 飲食業、食品加工

媒 体	夕刊紙
取材依頼テーマ	経営までの苦労をインタビュー可能な経営者
成功事例内容	トップインタビューの「リサーチ」にエントリーしマッチング成立。記者が直接、社長にインタビューを行った。取材の中で、本来の記事目的での質問以外にも話が広がった。その際、社長が話したある食材のトリビアに記者が興味を喚起され、トップインタビューとは別にあらたな記事を企画し、短期間で2度の掲載を獲得した。企業のトップが直接記者と接点を持つことはそうそうないが、経営者は企業の広報活動において非常に有効なアイコンであり、経営者ならではの視点や経歴に興味を持つメディアは多い。トップインタビューのリサーチでマッチングを獲得し、社長とメディアを直接つなぐことは非常に有効なメディアリレーションとなる

## ポイント

ネタもと「リサーチ」では、様々なメディアのトップインタビュー枠へのアプローチが可能。経営者にしか語れない話やエピソードはメディアにとって非常に興味深いもの。リサーチを媒介し社長とメディアを繋ぎ、企業広報としてリレーションを強化するのは重要なミッション。

## エントリー成功事例② 製造

媒 体	ミドル層向け情報サイト
取材依頼テーマ	意外なキャリアを持つ元〇〇な方
成功事例内容	<p>大型ポータルサイトにも転載される情報サイトから、特技や経歴などが個性的な「人」の「リサーチ」が入った。製造業のため、今までは業界紙など専門メディアでの事業関連情報の掲載が大半だったが「人」にフォーカスしたリサーチは内容がユニークであれば業種関係なく、メジャーなメディアにリーチすることができる。</p> <p>本来は企業ではなく個人にスポットがあたる企画だったが、本企業は複数人の個性的な社員をエントリーできたため、メディアが「なぜこんなに面白い人がいるの？」と興味を持ち、結果的に企業の採用などコーポレート情報にも触れる記事となった。</p> <p>また、企業が日頃から社員をフィーチャーしたSNSアカウントの運用を行っており、記者が興味を持ち検索するとすぐに情報が裏取りできた点も好感を持ったとのこと</p>

### ポイント

リサーチの活用に合わせてコーポレートサイトやSNSなど、他の自社メディアで情報発信を行っている、メディアの信頼が得られる。リサーチにエントリーする・しないを社名や事業紹介につながるかどうかで判断するのではなく、いかに良い内容のエントリーができるかが肝。内容によっては本例のように企業そのものに興味を持ってもらえる成果につながる

## エントリー成功事例③ 生活用品開発・販売

媒 体	生活情報WEBメディア
取材依頼テーマ	知っておくと役に立つ生活に関する豆知識
成功事例内容	<p>消臭剤を中心に生活用品の開発・販売を行っていた企業。消臭や除菌などは効果が可視化しにくいことから、直接的なプロダクトPRだけでなく「消臭のプロ」である臭気判定士（国家資格）の社員の知識を発信していくコーポレートPRとしてエントリー。身近な生活ネタを求めるリクエストに積極エントリーし、ニオイに関する豆知識でWEBメディアに掲載され、その記事が大型ポータルニュースサイトにも転載された。なお、同社はメディアに好評だったリサーチの切り口を活かし、自社サイトでも連載ブログを開始。ナレッジ系記事がGoogle検索上位にきやすいというSEO的見地でも、リサーチで得たノウハウをサイト運用に役立てている</p>

### ポイント

有識者としてコメント出しできるリサーチも多数。今メディアがどのような時事に紐づけて有識者コメントを探しているかを知ることによって、オウンドメディアや自社サービスサイトでのコンテンツ制作に活かすことができる

## エントリー成功事例④ 店舗什器販売

媒 体	通信社
取材依頼テーマ	自社の歴史を取材可能な企業
成功事例内容	企業の歴史を語る通信社の連載枠からの「リサーチ」にエントリー。残念ながらマッチングは不成立であったが、エントリー内容に興味を持った担当記者が、自身が担当している別の枠での掲載を決定した。第三者目線では、企業が自分で思っている「売り」以外でも面白いネタであることはよくある。中にいるとなかなか見えない自社の中にある「メディアに刺さるポイント」をリサーチを通じてメディアが発見してくれることもある。

### ポイント

ネタもとリサーチはマッチングだけの価値ではなく、不成立であっても記者に自社情報を確実にインプットできる稀有なチャンス。記者は複数の担当分野や記事、フリーランスであれば複数のメディアを持っている。リサーチそのものにはアジャストしなくても記者の興味を喚起できれば別の形で昇華される場合もある

## エントリー成功事例⑤ 総合建設コンサル

媒 体	中高生向け全国紙
取材依頼テーマ	自身の職業について取材可能な企業
成功事例内容	専門分野に特化したBtoB事業のため、その事業内容や価値が一般に理解されにくいという課題があった。ネタもと「リサーチ」の特徴でもある「人出し」に積極的に取り組み、全国紙の中高生版において職業を紹介するリサーチに社員をエントリー。発展途上国の廃棄技術支援を行う社員にフォーカスした記事を通じて事業価値のアピールに成功したほか、社内のモチベーション向上にもつながった

### ポイント

ニッチな事業であっても、ストーリー性のある「ヒト」（社員）で掲載を狙うことができる「リサーチ」も多い。  
社員が掲載されることで社内のモチベーションや広報への協力意識が向上する例が多い



## エントリー成功事例⑥ 育児サービス

媒 体	テレビ報道番組
取材依頼テーマ	ヒットしている商品・サービス・施設
成功事例内容	テレビの報道番組から入った「ヒット商品募集」リサーチにマッチング成立したのは、育児に関連するサービスを提供する企業。単にヒットしている売上数だけでなく、なぜこの商品が求められるのか開発の背景、この商品によって解決される社会課題などを整然とアピールしたエントリーを行い、報道番組側に「公益性のある情報」と判断されたことが勝因

### ポイント

ニッチな事業であっても、ストーリー性のある「ヒト」（社員）で掲載を狙える「リサーチ」も多い。社員が掲載されることで社内のモチベーションがアップする。エントリーする際は、メディアからの質問に1問1答で記入する形式だが、ただ単に答えるのではなく誰が見ても魅力的な情報であることが伝わるよう、時事や社会を意識して書くことが重要。

# メディアが探しているネタを リアルタイムにキャッチできる

毎月60件以上、メディアから「リサーチ」が届く



ネタもと  
契約企業 様

エントリーの制限なし  
メディアニーズを把握できる

エントリー

取材ネタのリサーチ



リサーチにマッチした  
情報に仕立ててエントリー



登録メディア  
(約5500人)

商品・サービス以外の  
コーポレートPRネタの依頼が多い

リサーチ

# メディアニーズがわかる その他のプログラム



## リアルでもメディアと接する機会をご提供



### メディアセミナー

メディアのキーマンが講師  
各媒体の特徴やニーズがわかる

年12回



### メディア交流会

年間200名以上のメディアと  
接する機会をもつことができる

年3回



### PR勉強会

ターゲットメディアの設定方法  
などメディアについて学べる

年100講座



contact

各登録メディアから欲しい情報が  
日々届く「プラットフォーム」を  
実際に見てみたい方は気軽に  
お問い合わせください

お問い合わせ







# ネタもと

## NETAMOTO

株式会社ネタもと

〒107-0061 東京都港区北青山2-12-16 北青山ビル4F

TEL：03-3401-7777 FAX：03-3401-7788

E-Mail：inside@netamoto.co.jp

URL：https://koho-pr.com/

お問い合わせ

