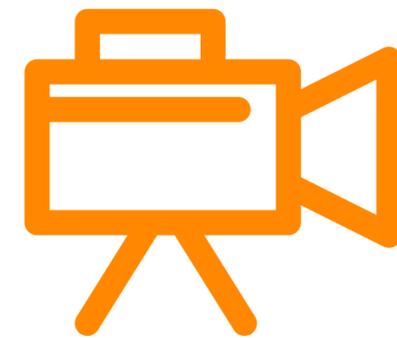


ORIGINAL DATA

どんな企業にもエントリー可能なネタが多数ある！・・・

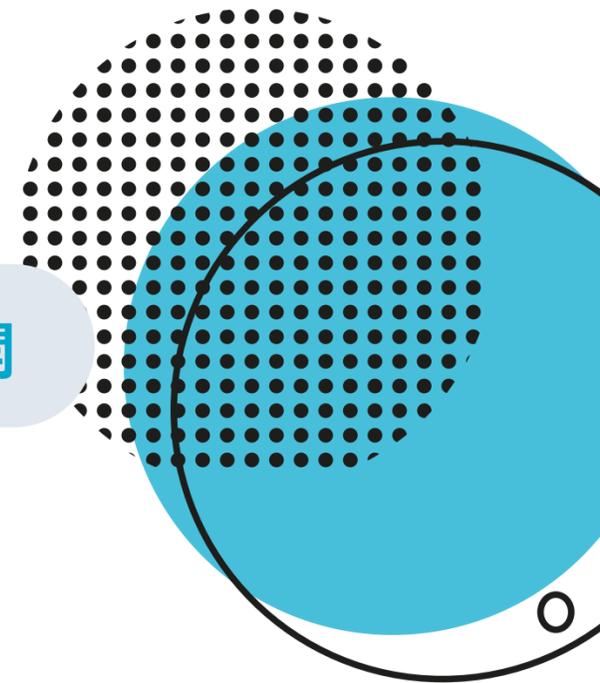
# メディアから届いた 取材依頼 1年分を 初公開

後編



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。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

後編

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



### 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



## 消費者向け商材の注目テーマ

- ・モノ・サービス
- ・店舗・施設
- ・グルメ
- ・読者プレゼント



## 「モノ・サービス」の取材依頼の傾向

BtoC商材を扱うメディアも多く、通年で人気のあるテーマです。ただそれだけに競争率も高く単に商品スペックを並べたPRでは刺さりません。情報を発信する際は、①競合商品とはどこが違うのか ②時代性・季節性にあっているか ③ユーザー属性はどこかといった要素を明確にすると記者の目に留まりやすくなります。メディアがいう「ユニーク」とは、「面白い」だけでなく「他にはない」という意味が大きいので注意が必要です。



## 「モノ・サービス」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	話題の勧告アイテムやスポット情報
全国ネット情報番組	SNSで話題の商品・サービス・店舗情報
全国ネット情報番組	オススメの猫アイテム情報
全国ネット情報番組	介護の現場で役立つ商品・サービス
全国ネット情報番組	梅雨や夏にオススメのお家で使える商品
全国ネット情報番組	社会的問題を解決できるサービス・商品
首都圏AMラジオ	ユニークな商品・サービス
ビジネス経済紙	コールセンターに関する情報

## 「モノ・サービス」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	eスポーツに役立つ食品・サプリメント
業界専門紙	シニアの暮らしを助ける最新の商品・サービス・事業
業界専門紙	学生を対象とした学習支援を行う企業
業界専門紙	地域の子どもたちに向けたイベントや取り組み
全国紙	原寸大サイズのモノを紹介可能な企業
通信社	花粉の時期にオススメの対策グッズ
趣味誌	旅行に持っていきたいアイテム情報
タウン情報誌	20~30代の女性におすすめの商品情報

## 「モノ・サービス」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	テレワーク環境を快適にする商品・サービスを展開している企業
モノ・トレンド情報誌	30~40代の男女におすすめの見た目がユニークな商品情報
モノ・トレンド情報誌	お出かけが楽しくなるおしゃれアイテム
女性ファッション誌	ファンションイベントの来場者へ配布可能な商品
男性ファッション誌	おすすめのデジタル機器・ツール情報
医療・健康情報サイト	主婦におすすめの日用雑貨
総合ニュースサイト	今までにない新たな事業・サービス・取り組み
総合ニュースサイト	睡眠・インテリア・文房具・家電グッズ情報

## 「店舗・施設」の取材依頼の傾向

外出自粛が緩和され、お出かけ情報や体験コンテンツへのニーズが徐々に増えてきています。ニューオープン時はもちろん、その店や施設で受けられるサービスが個性的であればメディアの注目を得やすくなります。例えば「忙しい現代人の生活に合わせ、待ち時間に仕事ができるコワーキングスペース併設コインランドリー」など、時代背景が活かされた面白いこと体験ができるスペースが人気です。



## 「店舗・施設」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	お客様満足のために工夫を凝らしている店舗または施設
通信社	記者が体験取材できるホテル・宿泊施設
業界専門紙	インタビュー可能な飲食企業
趣味誌	ペット同伴可能な施設
男性ファッション誌	美容や健康におすすめの男性向け施設
タウン誌	レビュー可能なグルメ・コスメ・施設・イベント情報
ビジネス経済誌	唐揚げやチキンを提供している飲食店
業界専門サイト	これからオープン予定の飲食店情報

## 「グルメ」の取材依頼の傾向

コロナ禍でおうち時間が増えたことで自炊人口が増え、特に2021年度はレシピを提供できる専門家や飲食店へのリサーチが多くなりました。いかに日常的に食材と手軽な調理法で美味しいものを作れるか、とっておきのコツや裏技があるとメディアの注目度は高くなります。また流行のメニューや季節性の高いメニューをもつ飲食店情報も喜ばれます。



## 「グルメ」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	春（冬）におすすめのグルメまたは飲食店情報
全国紙	ホンビノス貝を使った簡単な料理レシピを紹介可能な専門家
シニア情報誌	健康につながる体によいレシピ情報
生活情報誌	時短になる食品または調味料
ライフスタイル情報サイト	30~50代の女性におすすめのお取り寄せグルメ
医療・健康情報サイト	女性におすすめのスイーツ・お菓子・グルメ情報
女性ファッション誌	女性におすすめのグルメ商品
総合ニュースサイト	メーカーだからこそ知っている自社商品のアレンジレシピ

## 「読者プレゼント」の取材依頼の傾向

商品提供によるプレゼントは、BtoC商材をもつならぜひアプローチしていただきたいパブリシティです。覚えていただきたいポイントとしては、①高額過ぎる商品提供はコンプライアンス上、遠慮されることもある ②個人情報の観点からほとんどのメディアは商品を提供企業から預かりメディアから発送する ③各媒体のターゲットに合う自社商品を提供する。これらを参考に自社商品に合うメディアを選んでください。



## 「読者プレゼント」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	読者プレゼントで提供可能な商品
地方紙	読者プレゼントで提供可能な商品
雑誌	シニア向け読者プレゼント
雑誌	主婦向け読者プレゼント
雑誌	春・夏・秋・冬におすすめの読者プレゼント
モノ・トレンド情報誌	読者プレゼントで提供可能な商品
総合情報誌	読者プレゼントで提供可能な商品
タウン誌	読者が喜ぶプレゼント可能な商品

## ライフスタイルの注目テーマ

- **スキルアップ**
- **兼業・副業・転職**
- **結婚・育児**



# 「スキルアップ」の取材依頼の傾向

特に女性向けメディアにおいて、スキルアップ/キャリアアップの特集は大人気コンテンツです。ただ学んでいる内容をアピールするのではなく、学びを目指す読者の参考になるよう、工夫した点や悩んだ点、そのスキルアップにより叶えることができた目標などをストーリー立てて発信するとよいです。直接的に事業PRに繋がりませんが、メディアとの接点づくりになります。



## 「スキルアップ」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

女性キャリア情報誌	40代以降から学び始めた60代以降の女性社員
女性キャリア情報誌	英語力アップのために行っていることを取材可能な女性社員
キャリア情報サイト	自身のキャリアアップに繋がる「学び」を行うママ社員
ビジネス経済サイト	社内で提案する企画書を公開・共有可能なスタートアップ企業
女性キャリア情報サイト	コロナ禍で語学力を身につけた、または婚活に成功した女性社員
女性キャリア情報サイト	ご自身のキャリアアップについてお話いただける女性社員

## 「兼業・副業・転職」の取材依頼の傾向

様々な働き方が認められる時代になり、より自分らしく、あるいはキャリアアップを目指して兼業・副業・転職を考える人への参考となる記事づくりが増えています。経験のある社員または経営者にフォーカスする企画なので、直接的な事業アピールにはなりません。メディアとの貴重な接点づくりとして取り組むとよいテーマです。



## 「兼業・副業・転職」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

首都圏AMラジオ	二足のわらじで活躍する社員
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	脱サラして新しく会社を設立した経営者
ビジネス誌	副業で稼いでいる社員
業界専門誌	副業支援制度がある企業
女性ファッション誌	本業と副業を両立している30代の女性
モノ・トレンド情報誌	元アスリートでセカンドキャリアを歩んでいる社員
女性キャリア情報サイト	転職の経験をインタビュー可能な女性社員

## 「結婚・育児」の取材依頼の傾向

共働きが当たり前の昨今、結婚生活や育児と仕事の両立は、特に女性にとっては重要なテーマ。メディアに求められる人物像としては、ライフイベントに向き合いながらキャリアアップも成功させた、前向きキラキラママ/パパが多いようです。2022年4月の法改正により、男性の育児休暇やイクメンへのニーズも高まっています。採用への効果も見据えたコーポレートPRとして取り組みたいテーマです。



## 「結婚・育児」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

育児情報誌	シングル家庭で育児中のママ・パパ
女性ファッション誌	コロナ禍に結婚した経験を取材可能な方
キャリア情報サイト	子育てしながら管理職で前向きに働くママ社員
キャリア情報サイト	子育てしながら管理職で前向きに働く女性社員
キャリア情報サイト	小学校受験の費用について語れる社員
女性キャリア情報サイト	キャリアを諦めず自分に合ったパートナー選びに成功した女性社員
生活情報サイト	子育てに役立つ商品またはサービス
総合ニュースサイト	子育て世代が知ってためになる知識、業界の最新情報について取材可能な方

## 定番の注目テーマ

- 季節
- 調査
- 企業制度
- 業績好調
- 発売タイミング
- ロケ誘致



## 「季節」の取材依頼の傾向

春夏秋冬のほか、花粉症・梅雨・熱中症・冷え性など、季節に伴うキーワードは毎年ニーズの高いPRネタです。求められる情報はほとんどBtoC商材です。単に機能をアピールするのではなく、想定しているユーザーはどのような属性なのか、どのような"今シーズンなら"ではの問題を解決するのか、競合商品にはない独自性は何なのかを明記することでメディアの興味を喚起することができます。



## 「季節」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

全国ネット報道番組	梅雨や夏にオススメのグルメまたは飲食店情報
シニア情報誌	地域に根づいた夏にぴったりの商品
タウン情報誌	春におすすめの新商品情報
タウン情報誌	秋から冬にかけて女性が気になる疾患について教えてくださる専門家
ライフスタイル情報サイト	バレンタインに向けた商品または期間限定のビュッフェ情報
レビューサイト	年末年始に楽しめる飲食品
女性ファッション誌	夏を感じさせる雑貨・文房具・家電・書籍
総合ニュースサイト	湿気・厚さ対策向け商品

## 「調査」の取材依頼の傾向

時事や価値観に関する調査情報の発表は、とても有益なPR手法です。調査テーマによって、社名と事業内容の認識の一致を図ることができます。調査を行う際は、都度都度テーマを変えるのではなく、同じテーマで毎年同じ時期に行うことをお勧めします。前年比、あるいはここ5年間の推移を示せることで、調査結果だけでなく分析も発表できることは、貴社ブランディングにもつながります。



## 「調査」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

モノ・トレンド情報誌	20~40代の男女にまつわる調査データ
女性キャリア情報サイト	20~40代の女のお金にまつわる調査データ
女性ファッションサイト	金融・投資に関する調査リリース
総合ニュースサイト	投資に関する調査データ
総合ニュースサイト	恋愛・結婚もしくは収入・お金に関する調査データ

## 「企業制度」の取材依頼の傾向

働き方改革やリモートワークに関するリサーチは減りつつありますが、2021年度には特に研修や教育など、人材育成に関する情報が求められました。eラーニングや部活動、時短勤務など多くの企業が導入している制度や福利厚生ではなく、その企業や業界ならではの工夫がされた制度であれば、メディアの関心を引くことができます。



## 「企業制度」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

全国ネット報道番組	助成活躍やダイバーシティに積極的な取り組みをしている企業
全国紙	読書文化を盛り上げるために社内で行っている取り組み
業界専門紙	働き方改革を実施している建設業界の企業
ビジネス誌	BCP対策を積極的に行っている企業
ビジネス誌	D A T Aに基づいた適材適な人材配置を行っている企業
ビジネス誌	自社独自の営業スタイルを確立している企業
業界専門誌	育児支援制度がある企業
業界専門誌	自社ならではの福利厚生・社内制度について取材可能な企業

## 「企業制度」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	新卒採用の取り組みについて取材可能な企業
業界専門誌	多様な人材の雇用を行っている企業
女性ファッション誌	リモートワークに関するアンケートにお答えいただける20~30代の女性
総合情報誌	コロナ禍でのインターンシップに力を入れている企業
総合情報誌	社員のメンタルヘルスケアのための社内制度を紹介可能な企業
ライフスタイル情報サイト	男性育休・助成活躍推進法について取材可能な人事担当者
女性キャリア情報サイト	助成活躍推進やダイバーシティの取り組みについて取材可能な女性役員
総合ニュースサイト	副詞や教育現場にジェンダー平等の取り組みを行う企業

## 「業績好調」の取材依頼の傾向

成長中の市場や業績を伸ばしている企業の情報は、いつでも多くのメディアが探しています。ビジネスメディアはその経営手法を多くの企業のビジネスヒントにするために、またマネーメディアは投資家たちへの良質な情報提供のために、業績好調な企業を探しています。つい良いことだけをアピールしたくなりますが、メディアと信頼関係を築くためにも、等身大のPRを心がけましょう。



## 「業績好調」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	業績好調な企業
全国ネット情報番組	コロナ禍でも業績好調な関西企業
夕刊紙	事業成功のポイントを紹介可能な社長
ビジネス誌	事業が好調なBtoC企業の経営者
マネー・金融情報サイト	伸び盛りの中小・ベンチャー企業
ビジネス経済サイト	業績好調でトップインタビュー可能な企業
ビジネス経済サイト	業績好調で話題な企業の経営者
マネー・金融情報サイト	業績好調で話題な上場企業の経営者

## 「発売タイミング」の取材依頼の傾向

編集会議や記事の作成などがあるため、メディアへの情報発信は【事前】が大前提です。雑誌で3カ月前、テレビや新聞・WEBでも10~20日前には情報を受け取らないと対応が難しいです。特に新商品の発売日やサービスイン日は情報の鮮度が高まるため、PRにおいてチャンスです。事前にプレスリリースや洗剤写真、サービス説明のフロー図など準備しておきましょう。



## 「発売タイミング」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	今話題の新商品または飲食店情報
首都圏AMラジオ	〇月以降に発売予定の新商品やサービス
ビジネス経済誌	〇月以降に発売予定の新商品・サービス・施設
業界専門誌	〇月以降に発売される健康に関する商品情報
夕刊紙	ユニークな新商品情報
生活情報誌	〇月以降に発売、発売予定の40~50代の女性向け新商品情報
タウン情報誌	ユニークな新商品やサービス、取り組み
ビジネス誌	〇月から始まるキャンペーン、サービス、イベント情報

## 「ロケ誘致」の取材依頼の傾向

テレビやファッション誌の撮影ロケ地として使用できるオフィスは、通年で探されています。広めの空間やおしゃれな内装、自然光も入るようなレイアウトが人気のようです。出演者の控室も用意することが必要です。店舗の場合は、撮影中は貸し切りとすることを求められることも多いので、若干負担が大きくなります。事業アピールにはつながりませんが、オフィスに撮影隊が来ることで社員の気持ちを高め、広報活動への理解を得られる二次効果もあります。



## 「ロケ誘致」の取材依頼テーマ ※一例

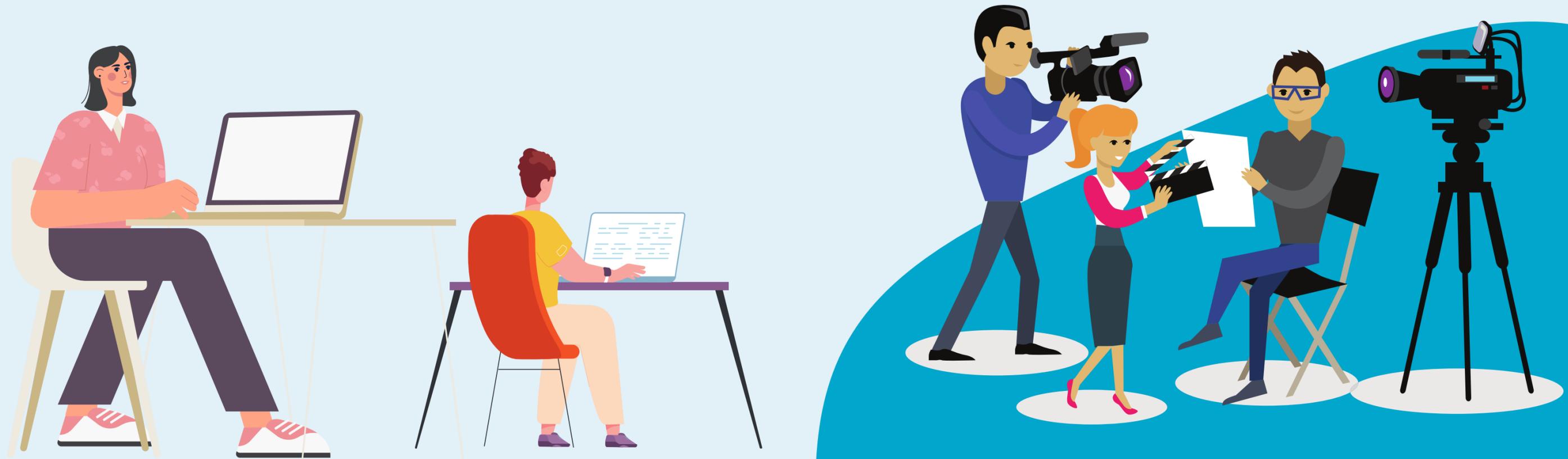
引用元：ネタもと「リサーチ」より抜粋した独自データ

全国ネット情報番組	ロケ地として提供可能な施設
女性ファッション誌	ロケ地としてオフィスを提供可能な企業
女性ファッション誌	理ケチとして提供可能な施設
男性ファッション誌	ロケ地として提供可能な都内のオフィス
女性ファッション誌	ロケ地として提供可能な都内のオフィス
女性ファッション誌	ロケ地として提供可能な都内のオフィスまたは施設情報



# 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	<p>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</p>

### 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サーチ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クエストの切り口を活かし、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 >

