

経営者のためのPR講座

テレビプロデューサーが明かす!

メディアに注目される 企業広報の極意とは

テレビメディア攻略法

ダイジェスト資料



株式会社ネタもと
代表取締役社長
本村 衆

千葉テレビ放送株式会社
プロデューサー
大林 健太郎

講師紹介



株式会社ネタもと 代表取締役社長

もとむら あつむ
本村 衆

- ▼ 東京都出身。
- ▼ 青山学院大学に入学後、学生起業家として活躍。
- ▼ 実施イベントがTV、新聞、雑誌等多くのメディアに掲載。
- ▼ 1981年、セールスプロモーション会社を設立。
- ▼ 各種企業プロモーションの他、料理学校のネットワーク構築と商品化を実現。
- ▼ 2000年、株式会社リアライズを設立。代表取締役社長に就任。
- ▼ パブリックリレーションズとセールスプロモーションの視点で、「コミュニケーションプラットフォーム」を開発し、企業のステークホルダー・マネジメントをサポート。
- ▼ 2018年に、株式会社ネタもとに社名を変更。
- ▼ PR業界のフロントランナーとして多くの企業にPRを推進している。

講師紹介



千葉テレビ放送株式会社
プロデューサー

大林 健太郎

▼1977年 千葉県市川市生まれ

▼26歳の時、番組AD・ディレクターの経験がないにも関わらず、
カリスマ美容師ブームに乗じて
「おしゃれ美容バラエティ POP n'TV」を立ち上げる。

▼企業のニーズを直接番組に反映させる独自の番組モデルを構築し、
28歳で、中小企業のための新規扱い売上げで1億円越えを達成。

▼その後、人気芸人ナイツ、初の冠番組「ナイツのHIT商品会議室」、
レギュラー12本、震災大使サンドウィッチマンを司会とする
「サンドウィッチマンクイズ THE PRICESHOW」を
相次いでリリース（土曜21時ゴールデンタイム）。

▼企業にはテレビで放送後の、いわゆる「2次利用」の重要性を強く
啓蒙している。
番組出演企業は、日本全国のべ1,200社（2次利用マーケティング）。

▼2016年8月、元DeNA監督、「絶好調男」中畑清氏をキャスターに
開局45周年特別番組、「燃える男 中畑清の123絶好調」をスタート。
また、全国各地で毎年50本程度のマーケティング講演も実施中。

AGENDA

- ① メディアに取り上げてもらうために企業が意識すべきポイントとは
- ② 成果に繋がる！企業の広報体制とは
- ③ メディアとPR会社の関係性
- ④ メディア露出をサポートする「ネタもと」サービスについて

1.メディアに取り上げてもらうために 企業が意識すべきポイントとは



テーマ① メディアに取り上げてもらうために企業が意識するポイントとは

「ネタもと」の重要性

1. ○○情報であること
A.How to
B.ニュース
C.ケーススタディ
2. 視聴者・読者○○性のあるネタ
3. ○○理論（タレント切り口論）
4. （無理にでも）○○○テーマに紐づける

テーマ① メディアに取り上げてもらうために企業が意識するポイントとは

P R ≠ メディアに取り上げられること

ターゲットをしぼる

何を言うか

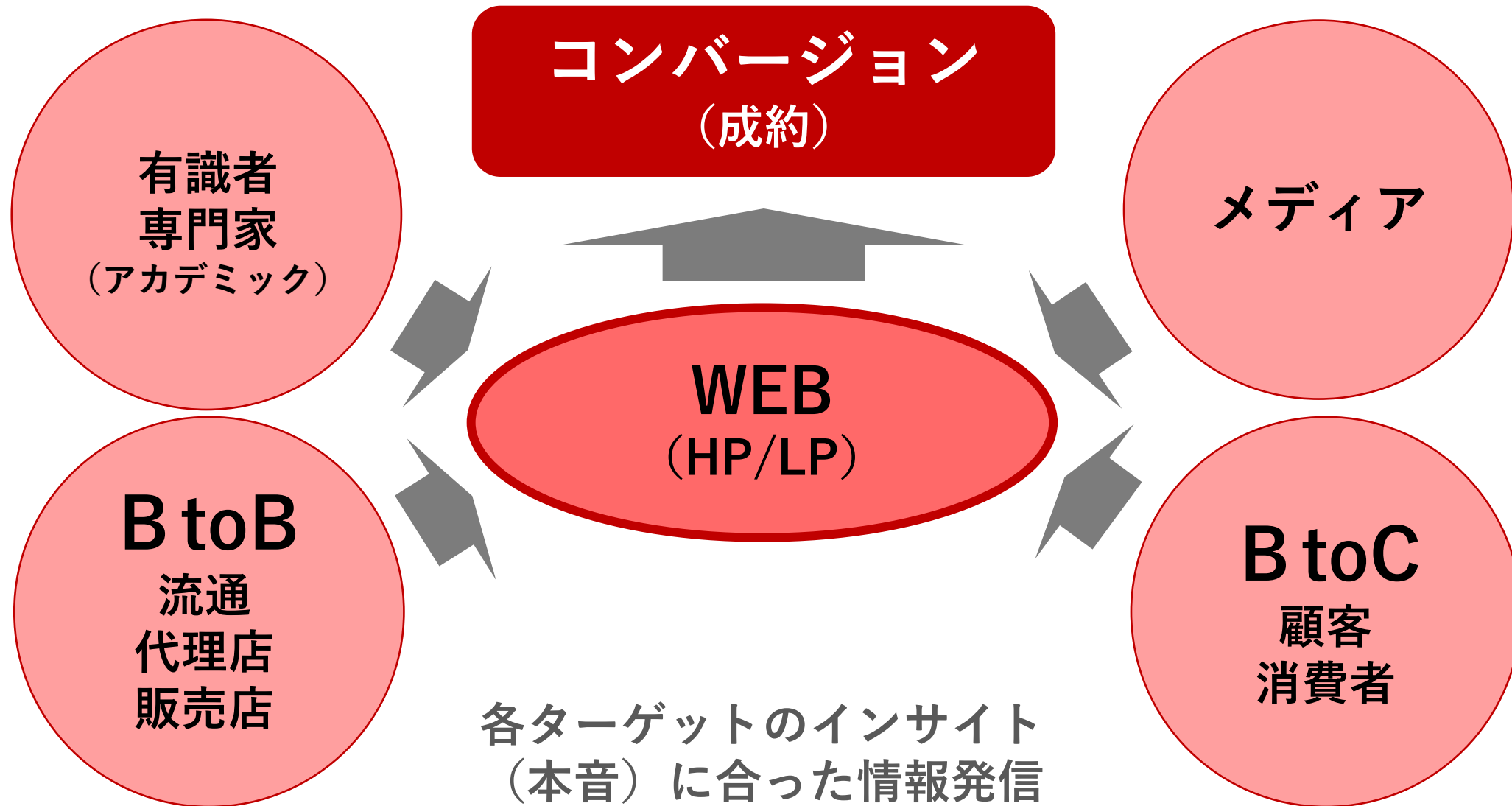
どう言うか

誰が言うか



企業及び個人が情報発信する力を身につけること

テーマ① メディアに取り上げてもらうために企業が意識するポイントとは



2. 成果に繋がる！企業の広報体制とは



テーマ2 成果に繋がる！ 企業の広報体制とは？

広報の自走化

戦略PR（攻めの広報）

社長直轄

意図的に仕掛ける
ノウハウが残る

結果・マーケティング
重視

広報体制の確立

テーマ2 成果に繋がる！ 企業の広報体制とは？

マーケティング4Pとプロモーションミックス

マーケティング4P

- ① Product（商品）
- ② Price（値段）
- ③ Place（販路）
- ④ Promotion
（コミュニケーション）

プロモーションミックス

- ① 広告
- ② パブリシティ（PR）
- ③ SP（販売促進）
- ④ 人的販売
- ⑤ 口コミ（SNS）

PR

- ① 戦略広報
（会社/商品・サービス/個人）
- ② 採用広報
- ③ インナー広報
- ④ IR広報
- ⑤ 危機管理広報

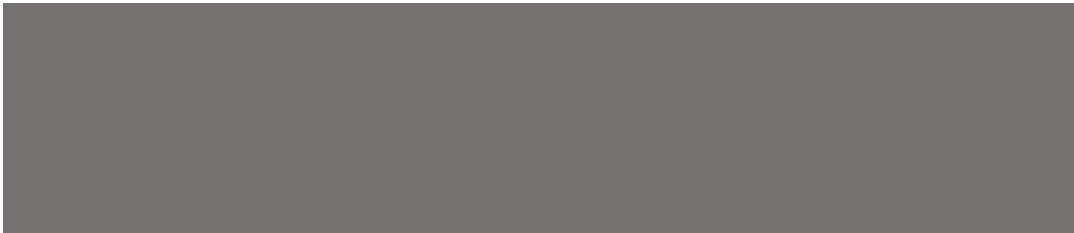
中小企業の経営課題の8割は集客と採用

テーマ2 成果に繋がる！ 企業の広報体制とは？

1丁目1番地はやはりマーケティング広報である



と



を

結びつけること

3. メディアとPR会社の関係性



③メディアとPR会社の関係性

仕事・恋愛の攻略の鍵は相手を知ること、相手の立場を考えること

①PR担当は記者・ディレクターを
[REDACTED] と思うこと

② 記者・ディレクターは
[REDACTED] が好き

③ PRに限らずコミュニケーションで重要なのは
[REDACTED] である

4. ネタもとサービスについて



ネタもとサービスについて



「PRコンサルタント伴走期間」



半年間



「活用アドバイザー伴走期間」

■PRベーシック

情報公開

経営者向けメディアセミナー
経営PR戦略講座

リクエスト

PR勉強会

メディアセミナー

経営者交流会

メディア交流会

広報担当者交流会



■強化プラン【A】(初動6カ月間)

情報発信ネタ出し
スケジュール案作成支援

報道資料作成 (2本)

報道資料添削 (3本)
リクエスト添削 (12本)

オンライン相談
(経営PR戦略ミーティング)
(広報ノウハウレクチャー)

■強化プラン【B】(初動6カ月間)

情報発信ネタ出し
スケジュール案作成支援

報道資料作成 (5本)
リクエスト作成 (6本)

報道資料添削 (1本)
リクエスト添削 (12本まで)

メディア問い合わせ
窓口代行

オンライン相談
(経営PR戦略ミーティング)
(広報ノウハウレクチャー)

番外編.
2次利用マーケティングについて



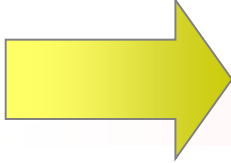
2次利用マーケティング

マスコミが殺到！

「有名芸能人も試食」！！

テレビで絶賛

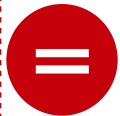
テレビ紹介された！



メディアウェーブ効果

オオカミが来たぞ理論

2次利用マーケティング



テレビで放送された価値(水戸黄門の印籠)
を放送後に全面的に活用し、その後
の販促や売上げUPに結びつける手段



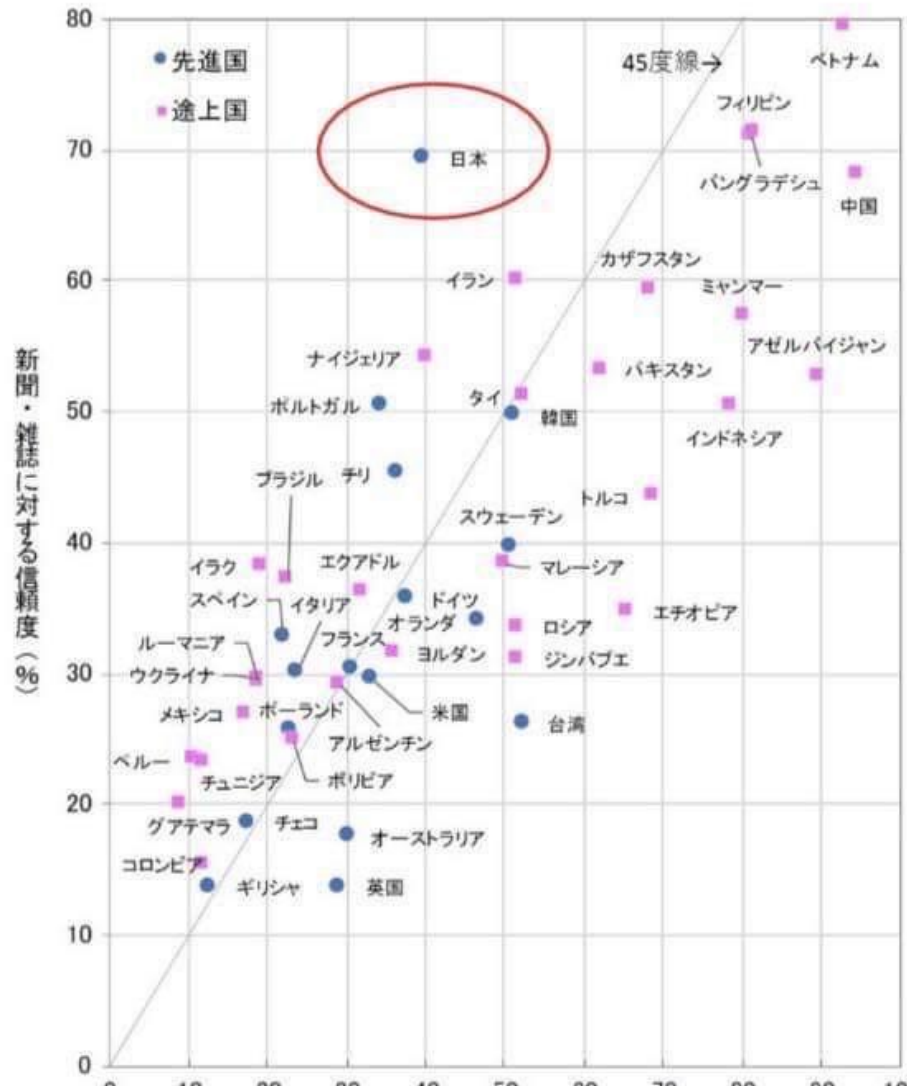
自社の顔、HPでの動画マーケティング

参考事例 全日本SEO協会でのお話

せっかく取り上げられた機会を
積極的に・主体的に活用しましょう！！

トラストフォーマットの重要性 信用力向上＝成約率（CVR）の向上

図表3 新聞・雑誌と政府に対する信頼度についての散布図
(2017年～20年)



(注) 共通の調査票を使い各国で行われた全国18歳以上男女1,000～2,000サンプル程度の回収を基本とした意識調査の結果。人口1,000万人以上の47カ国を対象とした。ここで信頼度は「非常に信頼する」、「やや信頼する」の回答率の計(わからない、無回答を含む全体に占める%)。先進国は世銀区分のOECD高所得国(2015年6月段階)。ただし台湾を例外として含めた。途上国はそれ以外の国。
(資料) World Values Survey HP (2021.1.29)

主な2次利用マーケティング番組

番組名・放送日時	放送尺	放送局/出演者	2次利用
 土曜日10:30～	およそ12分程度 経営者インタビュー方式	 ・宮澤ミシェル ・女性アナウンサー	・指定写真・ロゴ無期限 ・番組HPに掲載 (サーバー容量内) ・販促活用は任意 ・映像永久譲渡
 金曜日22:30～	およそ25分放送 企業プロデュース番組	 ・ナイツ ・女性アナウンサー	・指定写真3ヶ月 ロゴ無期限 ・番組HPで映像3ヶ月 ・販促活用は任意
 金曜日22:15～	およそ 10分程度 リポート番組	 ・ホリ ・女性アナウンサー	・指定写真3ヶ月 ・ロゴ無期限 ・番組HPで映像3ヶ月 ・販促活用は任意 ・再編集映像無期限

※他局でもネット放送可能（別予算）

ビジネスビジョン

いま最も気になる企業や話題の企業の人をお迎えし企業代表者にフォーカスを当てた、対談形式でお話を伺う番組。
「注目の企業」という体裁のもと、品格ある構成とし、シニア層など高めの年代を中心に訴求を行います。





・千葉テレビ 毎週土曜10:30~11:00
・CS「ビクトリーチャンネル」メインMC「宮澤ミシェル」（元日本代表プロサッカー選手）
インタビューアー「菅原えり」



インタビューに加え、企業やサービスの紹介を行います。

放送後

ここがすごい！

番組公式サイトにもアップされ、放送後3ヶ月間閲覧可能。
公式サイトとリンクが貼れます。

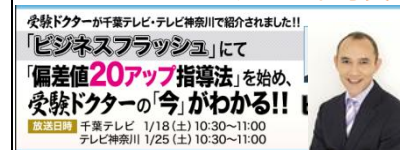
テレビ局（＝公益性・公共性が高い）とのリンクはSEO対策にも非常に有用と証明されています。
（※全国SEO協会見解）

「ビジネスフラッシュ〜公式サイト」に企業情報と共に映像掲載



※インタビュー部分映像は様々な用途に2次利用が可能！

HP2次利用例 番組ロゴの永久使用、
タレント写真の3ヶ月間2次利用も可



ナイツのHit商品会議室

チバテレで2011年1月より放送の、芸人「ナイツ」の“初”冠番組。
企業が望む商品・サービス・コンセプト等を、ナイツが会議し開発するという番組です。



メインMC「ナイツ」



毎週金曜日
夜 10時30分～放送中！



企業様の新商品・サービス等をあたかも
「ナイツが開発した」という展開にて番組でご紹介。

ご紹介後は専用サイトでも映像が閲覧でき、また「番組で生まれました」体裁にて、ナイツ写真・ロゴと共にチラシ・ポスター・WEBなどへ3ヶ月間2次利用が可能な番組企画です。

展開例

外食麺類チェーン店 U様の例

(1パート (序論))
企業紹介・導入部分



(2パート (本論))
アイデアフラッシュ・商品開発



(3パート (結論))
商品開発続き・試食



(3パート (結論))
いよいよ新メニュー誕生！



放送後、全国の店舗で期間限定販売
(全国の店舗ポスター・チラシに
ナイツ写真とともに展開！)



放送後、告知活用事例(ホームページ活用例)

番組ご紹介後、宣伝をホームページ等でご活用頂いた展開例です。

(番組放送後3ヶ月間、ナイツ写真と番組ロゴと共にバナー広告やチラシ等にも活用が可能です)



チバテレビ「ナイツのHIT商品会議室」

ホグレル様
「がんばらないフィットネス」



お笑いタレント ナイツが
「みつばち保険ファーム」を
プロデュース?

VLフィナンシャルパートナーズ様
来店型保険代理店「みつばち保険ファーム」



人気お笑いタレント ナイツが
千葉テレビにて
日本最大級の家具アウトレット
MEGAMAXを
プロデュース!

インテリア計画様
「MEGAMAXプロデュース」



エスピーエム様
「エステ店新店舗」



タイヤゲット様
「エコリッチ」



千葉TV
7/8(金) 22:30~
GetMoney!が登場!!



おとくケータイ.netが
テレビ番組に
紹介されます!!

おとくケータイ.net様「MNP」



千葉テレビ「ナイツのHIT商品会議室」
放送記念キャンペーン!

エキサイト様「ブロードバンドエキサイト」



Be:Escort
「エステがTVに出ちゃいました!!」

ビーエスコート様「脱毛サロン」



白寿生科学研究所様
テレビ出演決定!!



白寿生科学研究所様
「ハクジュブラザ」



ドクターブレインで
私達も速読マスター!!

バイラルブレインパートナーズ様
「速読マスタードクターブレイン」



パソコンお直し隊が
「HIT商品会議室」
に出演しました!!

松陰様「パソコンお直し隊」



チュチュル様
「コラーゲンダイエット」



「ナイツのHIT商品会議室」に出演しました!

HPに、チラシに、ポスターに、店頭POPにと・・・
放送後3ヶ月間、ご活用ください!
(※使用方法に諸規定有り)



ホリプレゼンツ 求人任三郎がいく！

2014年4月より放送のリポート番組。2次利用マーケティングモデル番組の中で唯一企業様の現場に訪問することができる番組です。オフィスや店舗の映像や、ホリが食レポ・サービスの体験をする映像を撮ることが出来ます。再編集映像は何と映像永久譲渡！



ホリ 千葉県白井市出身
白井市ふるさと大使



毎週金曜日 21:15～放送（15分番組）
出演者：ホリ・久野知美（女子鉄アナウンサー）

放送後は番組HPとのリンクが貼れ、番組指定写真の使用ができます。（期間・規定有り）



ホリが企業様の現場に訪れた映像を残すことができます！

企画全体の流れ



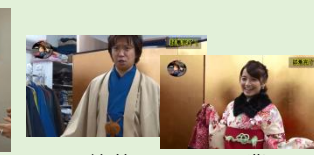
オープニング
（街ぶら）



飲食店様



美容サロン様



着物レンタル業
様



住宅分譲様



テーマパーク様



企業様PRタイム・求人募集

- ・企業様のオフィスや店舗に訪れリポート！
- ・試食や試着、サービス体験が可能です！
- ・ホリが企業様に絡めたものまねを行います！



放送後、女子アナ中心の再編集映像を制作！
（4分程度、2次利用永久譲渡）貴社HPの等でご活用下さい！

売上があがる37のアプローチ

1. ダイレクトメール（郵送/宅配）を送る
2. F A X D Mを送る
3. チラシ配布、ポスティングをする
4. カタログ、冊子を配布する
5. 電話をかける
6. テレマーケティングを外注する
7. S N Sを活用する
8. ブログを活用する
9. メールマガジンを送る
10. L P（ランディングページ）を作る
11. プロダクトローンチを仕掛ける
12. アフィリエイトを使う
13. 広告代理店を活用する
14. 営業代行会社、販売代理店を活用する
15. P R する
16. P R 会社を使う
17. 新しい販売チャネルを活用する
18. 紹介を依頼する、促進する
19. リファerral（紹介）を意図的に起こす
20. 顧問を活用する
21. 看板やポスターで宣伝する
22. ニュースレターを発行する
23. 送付物に販促案内を同梱する
24. 無料で配布できる商品を増やす
25. 出版する
26. 信頼できる立場を確立する
27. 電話帳、企業D Bに連絡する
28. ショートメールに連絡する
29. 追加販売を促進する
30. イベントやセミナーを開催する
31. ウェブセミナー（webinar）を開催する
32. You Tubeに動画をアップする
33. 展示会に出展する
34. 新聞、雑誌で宣伝する
35. テレビ、ラジオで宣伝する
36. 極端に高い単価を設定する
37. 著名人へアプローチする