

@IT常設特集

知って得する、使って得する「GitHub」

特集：知って得する、使って得する「GitHub」

企業の間でも利用が進み、現代のソフトウェア開発に欠かせないGitHub。その最新情報や実践ノウハウをお届け

@ITが2019年と2022年に実施したDevOps/アジャイル開発をテーマにした読者調査によると、開発においてテストを実施していない、レビューを取り入れている、CD（継続的デリバリー）を実践できていないといった回答が依然一定数あることがわかっています。

DX、クラウドネイティブ、内製化といったある種のトレンド、キーワードが取りざたされる昨今ですが、競争力の源泉たるソフトウェア開発の現場が追従できていない、足踏みしている企業の存在は無視できません。

DX時代、人々は発想の転換が求められていますが開発者も例外ではありません。新しい時代に求められる新しい開発方法をどう取り入れるか。開発プロセスやナレッジ共有など、アプリケーション開発を取り巻く課題とその解決方法についても取り上げます。

<https://atmarkit.itmedia.co.jp/ait/subtop/features/coding/github.html>



掲載コンテンツ例

ニュース

GitHub、VS Codeベースのクラウド開発環境「Codespaces」ですぐに使えるテンプレート提供

GitHubはクラウドホスト型開発環境「GitHub Codespaces」のプレビルド機能の一般提供を開始した。codespaceの作成を高速化できる。

ニュース

GitHubは開発者の生産性向上に、どの程度役立っているのか

ソフトウェア開発者の活動をまとめた年次レポート「The State of the Octoverse 2021」をGitHubが発表した。さまざまな統計情報が分かる他、レビュー人数がどの程度であれば最も生産性が上がるのかといった疑問にも答えを出している。

Tips

GitHub Actionsで業務効率化——開発現場以外でも便利なCI/CDの実践例

GMOペパボにおける開発現場のCI/CD実践例を紹介する本連載。最終回は、開発現場以外でのCI/CDの応用例を紹介します。

Tips

Linuxで「Git」を使うには？ 定番ツールのコマンド完全ガイド

人気過去連載を電子書籍化し、無料ダウンロード提供する@IT eBookシリーズ。第92弾は、連載「Linux基本コマンドTips」から、「gitコマンド」に関連する25本を厳選して1冊のPDFとしてまとめました。リポジトリの複製から、プル、コミット、ログの閲覧、プッシュなどさまざまなgitコマンドの操作を紹介していきます。

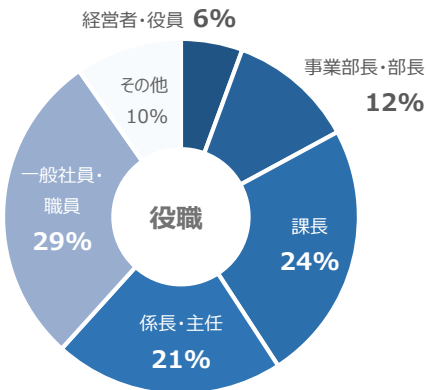
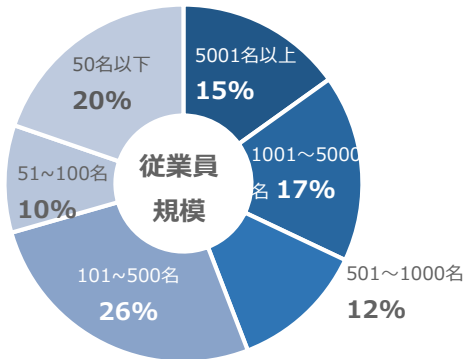
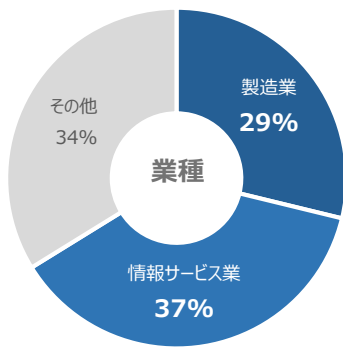
入門

ガチで5分で分かる分散型バージョン管理システムGit

Gitの概要、成り立ちと歴史、なぜ必要なのか、集中型と分散型の違い、使ううえでの“基本”用語を解説し、GitHub、Gitolite、msysGitなど関連サービス/ツールを紹介します。

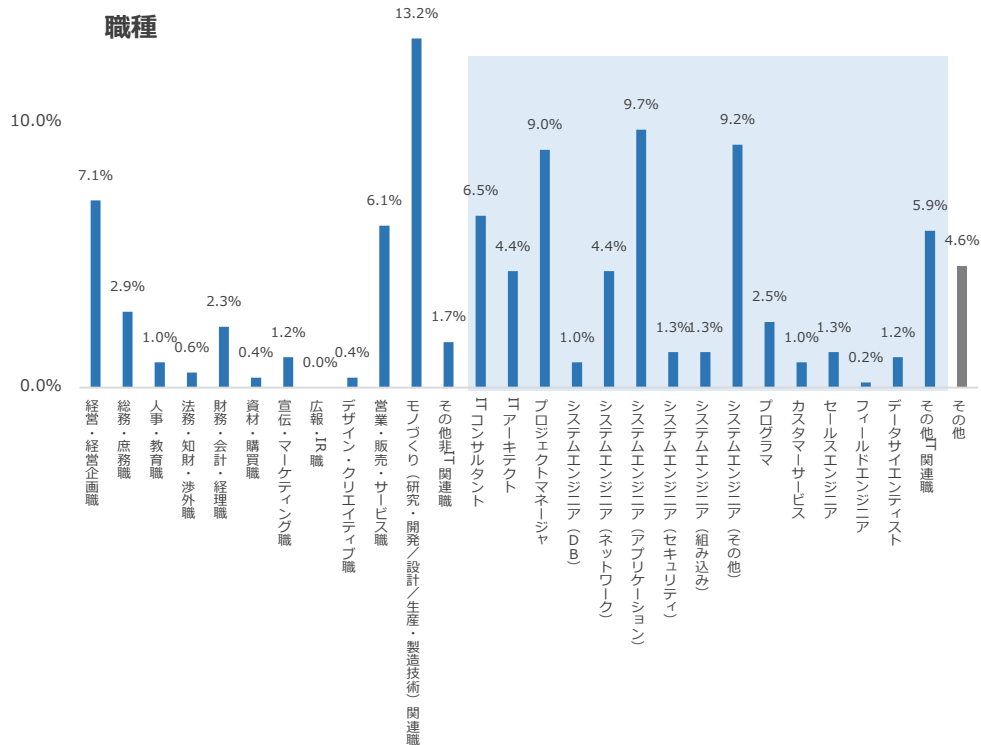
読者の属性と抱えている課題

現場のエンジニアと、現場を束ねる意思決定層。また読者の1/3は自社システムの設計・開発、保守・運用に携わる



59%
ユーザー企業
に所属

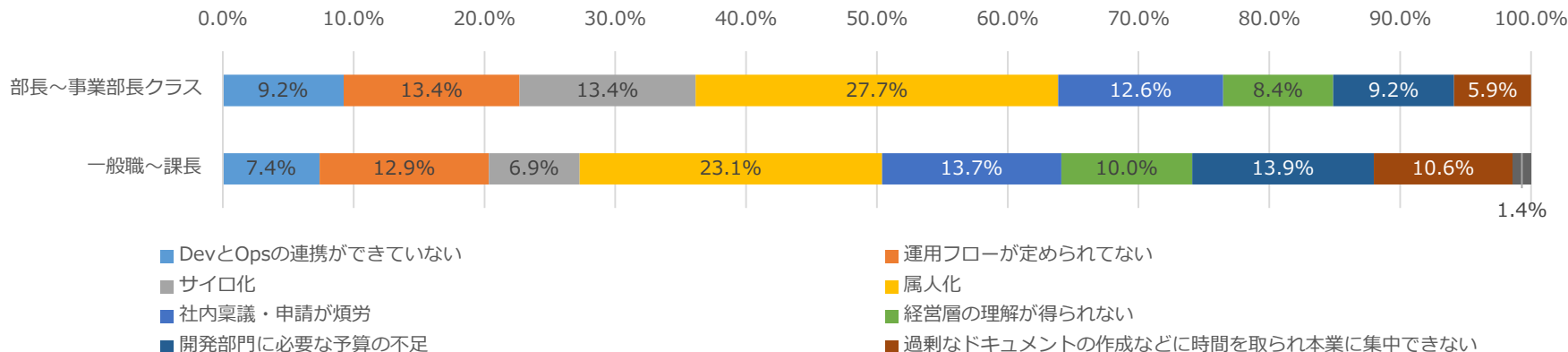
67%
係長以上の
役職者



読者の属性と抱えている課題

- ✓ マネージャー職の方が現場職よりもサイロ化、属人化に対する課題感が大きい。
- ✓ 現場職は予算不足の他、**本業であるアプリケーション・サービス開発以外の業務**に時間を取られていることに対する課題感が大きい。

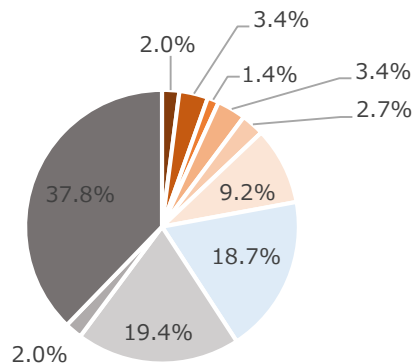
アプリケーション・サービス開発におけるプロセス面での課題をいくつかもお選び下さい。



読者の属性と抱えている課題

- ✓ 「CI/CDを導入済み」は2019年調査時から+2.3ポイントだが、**全体として大きくは変動がなく**、CD含めて実践するためには技術の問題だけでなく組織のルールや文化の改革がかかわるためより時間が掛かり、足踏み状態にあることが見られる。

CI（継続的インテグレーション）／CD（継続的デプロイ）の検討状況についてお選びください



■ CIのみ導入済み

■ 今後1年以内に、導入を予定している

■ 検討していない

■ CI/CDを導入済み

■ 中長期的には導入を検討している

■ 分からない

■ デプロイパイプラインの全自動化

■ 技術動向を調査している

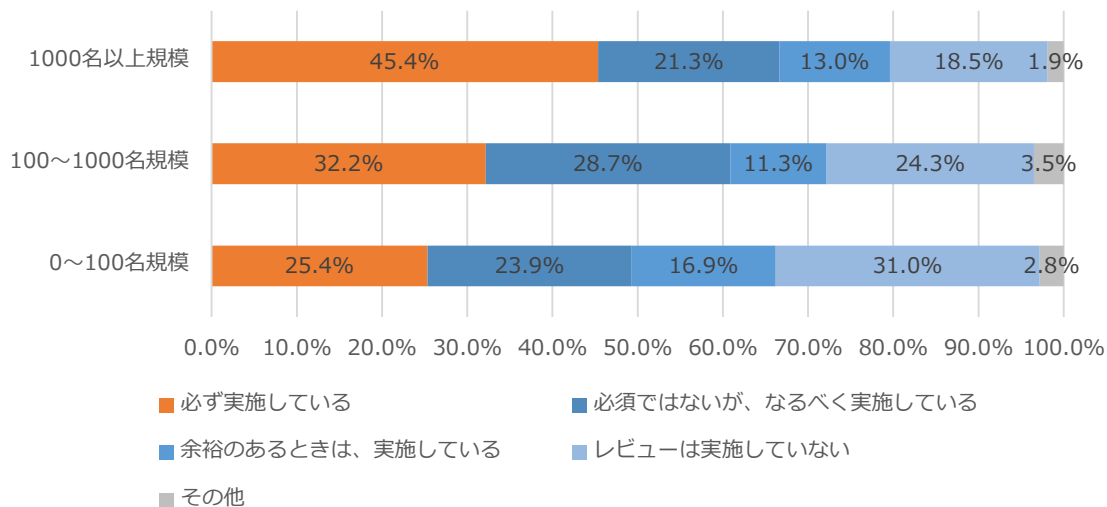
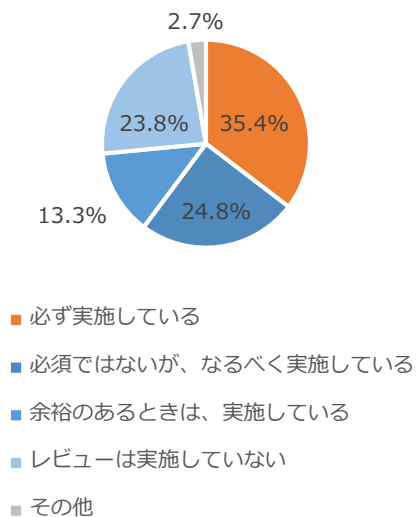
■ デプロイパイプラインの部分的な自動化

■ 自社には必要が無い

読者の属性と抱えている課題

- ✓ レビューが**必須ではない**のが**6割以上**、**実施をしていない**という回答が**2割以上**存在する。
- ✓ 実施の有無は人的リソースにある程度相関すると推測されるが、1000名以上規模の企業であっても、**実施していない企業は18.5%**存在する。

ソフトウェアを開発する際にレビュー（作成した成果物の問題点を発見する作業／その承認作業）を実施していますか？



読者の属性と抱えている課題

レビューの課題を教えてください。

スキル不足

- わが子可愛さで客観的でシビアなレビューができないこと
- レビューが個人のスキルに左右されること
- レビューアーの経験値によって、レビューの充実度が左右される。
- レビュー側が仕様を理解しきれない場合が多々ある。つまり、レビューが意味をなさない。コード上の問題しか対応できていない。
- レビューアーがスキルの不在。
- レビューアーのスキル差
- 内容がわからない人の参加
- ユーザーが課題を認識しえない（課題を認識できる能力が低い）
- スキル不足
- ITに疎いメンバーが理解しない
- 新しく作成したソフトウェアの機能について、機能の確からしさを理解できる技術者が希少であること。
- しっかりとした開発をしていないので開発ルールやマニュアルなど基本的な業務ルーチンが整備されていない
- 想定しない使い方を想定できない
- 全ての問題点を洗い出せない
- 他人が作成したコード判読の難解さ
- 問題点を見つけ出すことが困難になりつつあるのでその補助が課題。

- レビューアーの経験不足、観点の網羅性不足
- 新人担当者のスキル向上がテレワークで共有が不十分
- 記述のある点の評価はできるが、抜け漏れは見つけにくい。
- どこをどのように見たらよいかわからない。整理できても時間がかかる。
- レビュー時点で指摘できるほどの経験やスキルを持ち合わせている社員が少ない
- 執筆者によって書き方が異なる
- 担当者での粒度の不均一、抜け漏れリスク
- ベンダーのレビュースキル不足

ドキュメントの課題

- 資料作成、役員へのReview調整
- ドキュメントが大量になること
- フォーマットが標準化されていない
- 書式を標準化していない
- 担当者間のドキュメントの質が均一化できていない。運用部門への引継ぎ資料の質が均一化できていない。
- レビュー資料作成の効率化

時間が掛かる、掛けた時間に対して見返りが無い

- ドキュメント作成と説明の手間暇、時間がかかる
- 時間
- 速度
- 時間ががっかりすぎる。
- レビューに時間を割いても、有益な情報が得られない事が多い
- レビューをするタイミングがわからない。
- レビューそのものを必ず実施する時間がないこと
- レビュー時間に対する効果の確認
- 時間がかかるので複数案件が重なると処理が追い付かなくなる
- 時間がかかり、開発に影響がある。
- 作業の進捗管理（納期と完成度とのバランスに悩む）
- 時間がない 経験知が少ない
- レビューの時間短縮を行うこと。
- レビューに要する時間

読者の属性と抱えている課題

レビュー方法やその後の修正の問題

- 修復過程におこる問題等
- 評価が下がったときにAIをどこまで解体し、作り直すかがよくわかっていない。
- 万が一問題が発生した場合でも、フェイルセーフになるような方向に持っていくようにしています。
- イレギュラーな入力があった場合の検証
- 取引上の例外処理が多いためその対応確認
- 利用者目線での認識を理解すること
- 取引上の例外処理が多いためその対応確認
- 不具合対策時の影響分析不足。変更理由、変更依頼の不明確な仕様変更、修正の妥当性判断。
- 開発途中でユーザーからの追加要件が多数ある
- 自社内スマートフォンでの検証限界。
- 受入れテスト、レビュー、セキュリティ要求確認等を怠っており、実装後必ず障害が発生するため利用部門に迷惑を掛けている。
- 工期が長いと仕様が変わる
- 確認漏れがある
- リグレッションテストの自動化
- 遠地の機器状態を監視するWebAPなので、最終的にはWebブラウザ上で動作試験を行うことになるが、プログラムだけではその動作までは確認できず、監視対象機器も必要になる。
- 受入れテスト、レビュー、セキュリティ要求確認等を怠っており、実装後必ず障害が発生するため利用部門に迷惑を掛けている。

- 実装部隊のテスト環境と異なる場合があり連携がうまくいかない場合がある。
- トランスクリプトの正確性も高まってきたが、文字起こしと文字トレースに時間が掛かっている。
- 事前にコストが分からない。

レビュー自体への不信、形骸化

- 実際に使うまでバグが見つからないこと
- 全てのファクターを網羅出来ない
- 品質が悪くて指摘しきれない
- すべてのソフト仕様の詳細把握はできておらず、形(手続き)だけになるケースがある
- レビューしても活かされない
- レビュー自体の効果が不明
- テストの網羅性、テスト結果の信憑性。
- レビューで全ての仕様、課題が把握できない
- 全ての事象を網羅できているか
- テスト内容の整合性の保証ができない

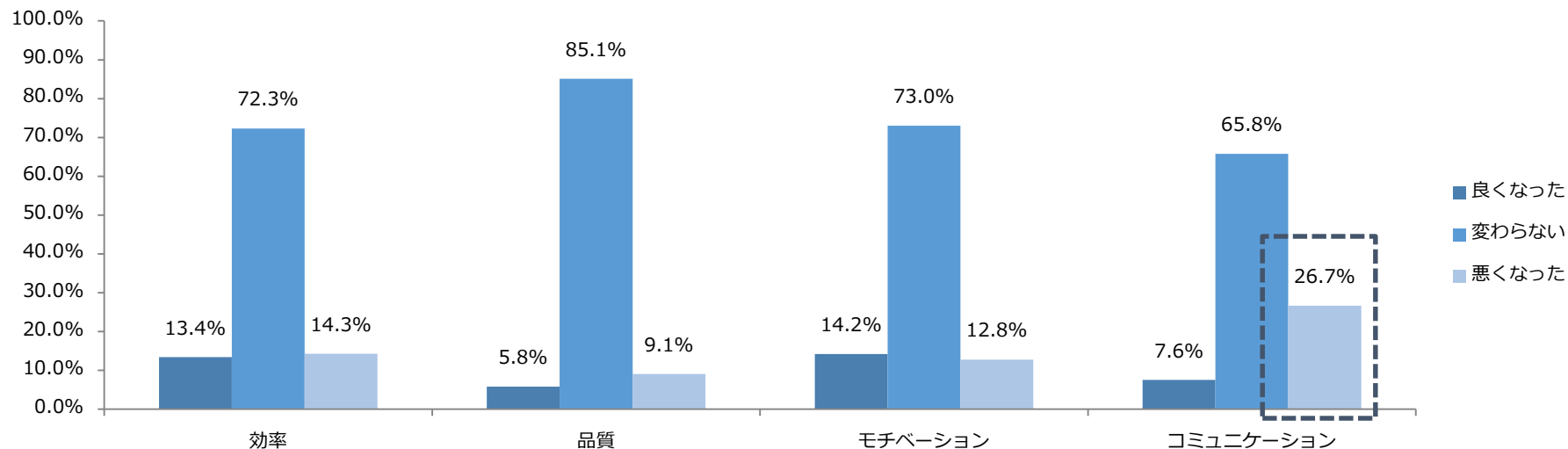
人的リソースの不足、属人化

- なるべく多くの人に確認して貰い、聴き取りを行うこと。
- 手間がかかる
- 矢張り手間がかかります。
- レビューイヤーが少ない
- 属人的
- 行う者が自分しかいない
- 1人でマンパワーに依存した進行
- 有識者を一堂に集めるのが難しい。
- 実際にそのソフトウェアを使うユーザーのテストがしにくい
- 想定外の挙動があった場合の不具合検出作業に手間取ること多いです
- 有識者を集めるのが困難
- 開発規模が大きくなると、レビューする人が増え日程調整や意見集約が難しい
- レビューできる知識を持った人員が社内に居ない
- レビューに必要な人員、工数の確保ができていない。
- ベテラン参加の調整
- テスト仕様作成が属人的
- レビューをできる人が限られている。
- レビュー工数の確保

読者の属性と抱えている課題

- ✓ コロナによる出勤を控える企業の増えた2020年6月時の調査では、リモートワークによってコミュニケーション面が阻害されると感じる回答者が他の項目よりも多かった。コロナ禍の続いた現在ではまた読者の状況も変化していると考えられるが、リモートでの開発におけるコミュニケーション方法の確立はより必要であることがわかる。

アジャイル開発を取り入れている企業の方にお聞きます。リモートワークによりどのような影響がありましたか。



特集の協賛について

1. 特集協賛について
2. 掲載イメージ
3. タイアップ記事のパターン
4. 当社タイアップ記事の特徴
5. 読者調査から見る、タイアップ記事制作のポイント
6. **【広告メニュー】** 読者の課題を明らかにする読者調査とタイアップ記事のメニュー
7. **【広告メニュー】** 読者の関心データに基づいた、大量PV保証型タイアップ記事メニュー
8. **【広告メニュー】** タイアップ記事でのアウェアネスからリード獲得まで行うメニュー
9. 記事制作スケジュール
10. キャンセル規定
11. 媒体規定

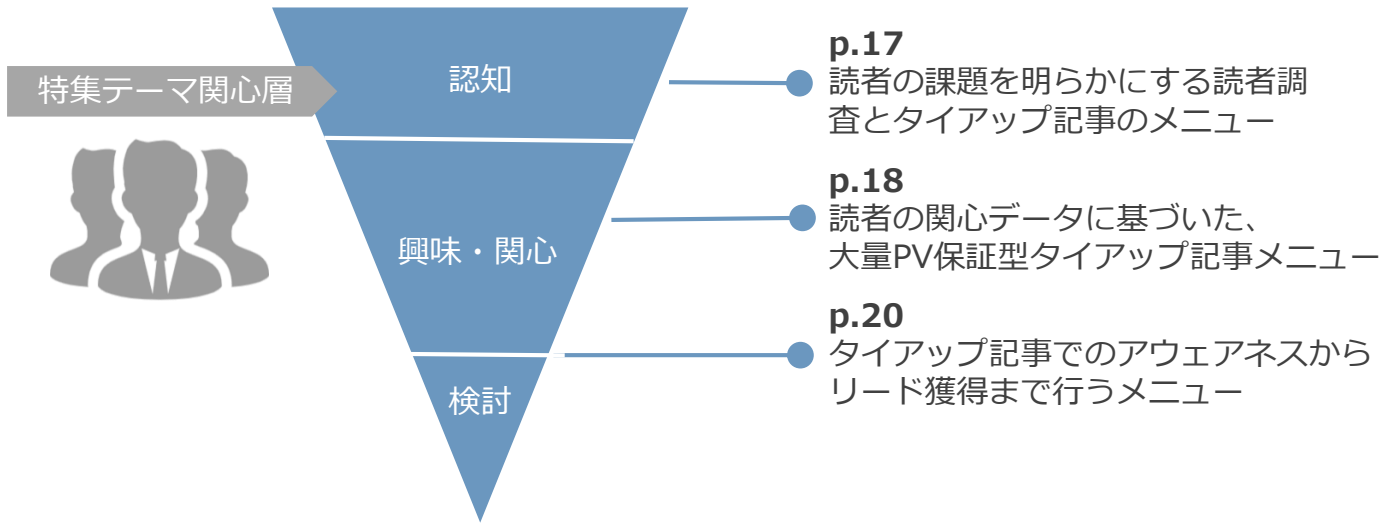
特集協賛について

特集による読者集客効果と、マーケティングファネルに沿ったメニューで効果的な施策をご提案

Special Feature



Marketing Funnel



掲載イメージ

特集TOPページ、関連各メディアTOP、記事ページ

The screenshot shows the ITmedia website homepage. At the top, there's a navigation bar with categories like '最新ニュース', 'セキュリティ', 'クラウド', etc. The main content area features several articles with large images and headlines. For example, one article is about 'deepINSIDER' and another is about 'GitHub'. There are also several 'AD' (Advertisement) blocks interspersed throughout the page.

This screenshot shows a detailed article page on ITmedia. The main headline is 'VDI並みのセキュリティ対策を圧縮的低コストと短納期で! データレスPC'. Below the headline, there's a large image of a woman working on a laptop. The article text is organized into sections with sub-headings. There are also smaller images and graphics within the article, such as a 'Hitachi Solutions' banner. The page layout is clean and professional, typical of a news website.

タイアップ記事

This screenshot shows a sponsored article page on ITmedia. The main headline is '国外版の『壁』の存在が迫る一方、社内にはセキュリティ対策の需要となる組織的な『壁』がある——どう突破すればいいのか'. The article features a large image of a man in a suit. The text is structured with sub-headings and bullet points. There are also smaller images and graphics, including a 'Rapid' banner. The overall design is consistent with the ITmedia website.

※特集TOP以外はイメージです。掲載位置を保証するものではありません。

タイアップ記事のパターン

訴求内容に応じた記事コンテンツを制作 豊富な掲載実績をもとに最適な企画をご提案いたします

▼記事コンテンツ例

有識者インタビュー・対談

- 業界の第一人者・識者に、いま企業が直面するビジネス環境の変化や課題についてお聞きしソリューションに沿って広く問題提起と課題感の醸成を狙う

調査結果とインサイト

- 貴社の調査データ、またはITmediaで実施した調査結果と得られたインサイトを解説することで、客観的な数値や傾向をもって問題提起することで、客観的な根拠に基づいた説得力のある訴求が可能

イベントレポート

- 各種イベントやセミナーの発表内容や資料を記事化しイベント参加者以外にも広く訴求するレポート記事。イベントのアーカイブ化と幅広いターゲット層へのリーチを図る

製品・サービス紹介

- ソリューションについてインタビューし、課題の提起と、その解決策としての製品訴求を行う。
- 製品・サービスの認知拡大、ブランド理解促進

開発担当者インタビュー

- ソリューション開発担当者様へ、開発経緯やソリューションを取り巻く環境のリアルタイムな分析などをインタビュー。ソリューションに対する立体的な理解を喚起
- 製品・サービスの認知拡大、ブランド理解促進

導入事例

- 実際にソリューションを導入しているユーザー企業に、導入に至る経緯や課題感、導入後の改善点をインタビュー。
- 製品・サービスの認知拡大と、具体的な活用シーンの提示と検討導入への動機づけを狙う

※識者のアサインには別途アサイン費を頂戴する場合がございますので予めご了承下さい。
※あくまで一例です。ご要望に応じて貴社独自の企画案をご提案いたしますので、お気軽にお問合せ下さい。

※@ITに掲載するタイアップ記事に限り、@ITが実施した読者調査の結果を記事内で無償で利用することが可能です。詳しくは営業担当へお問合せください。

当社タイアップ記事の特徴

読者のことを最もよく知る 編集者による企画・編集



日々メディアで配信しているニュース記事を執筆・編集しているメディア編集者がその知見を活かし、読者の理解を促しエンゲージメントを高めるコンテンツをご提案。制作作業に最後まで携わります。

PVの保証



PV数を保証するメニューをご用意。キャンペーンの数値目標にコミットします。また、一度掲載期間が終了したタイアップ記事に読者誘導を再開することも可能です。

効果的な読者導線



アイティメディアが有する数多くのサイト特性を生かした広告や、

「ITmedia DMP」に蓄積されている読者の行動データを活用したオーディエンス拡張配信などを組み合わせ、効果的な読者の閲覧を獲得します。

詳細なレポートニング

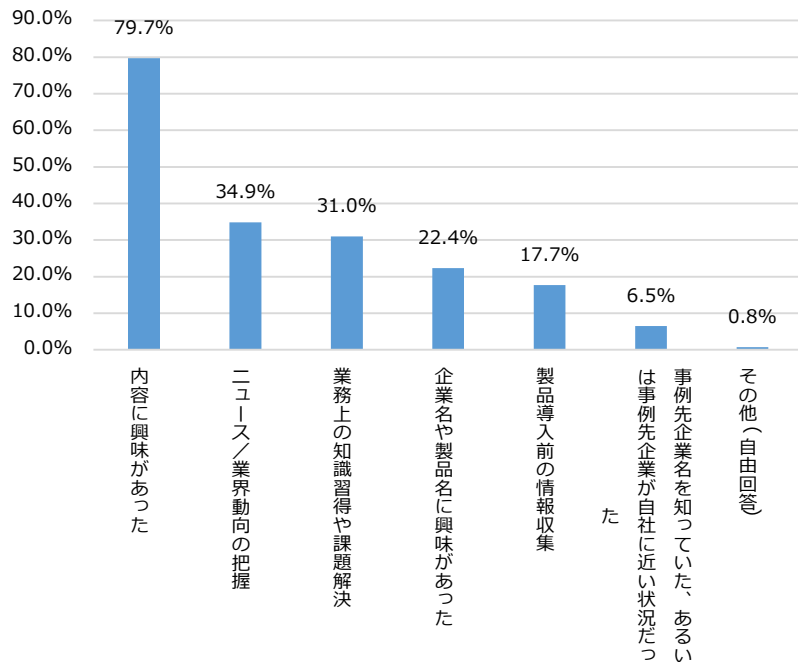


掲載期間終了後には閲覧レポートをご提供しますので、キャンペーンを適正に評価し、次回施策への活用が可能です。

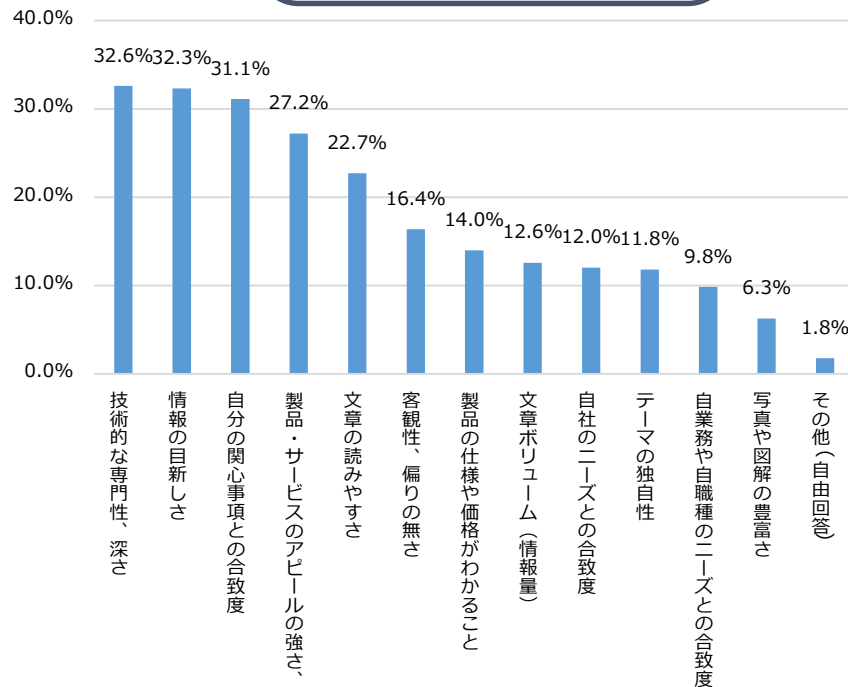
読者調査から見る、タイアップ記事制作のポイント

読者は企業名や製品名よりも**内容**を重視。**読者自身の関心事項**にこの記事がいかにか合致しているか訴求するのがポイント

広告記事を読覧した理由

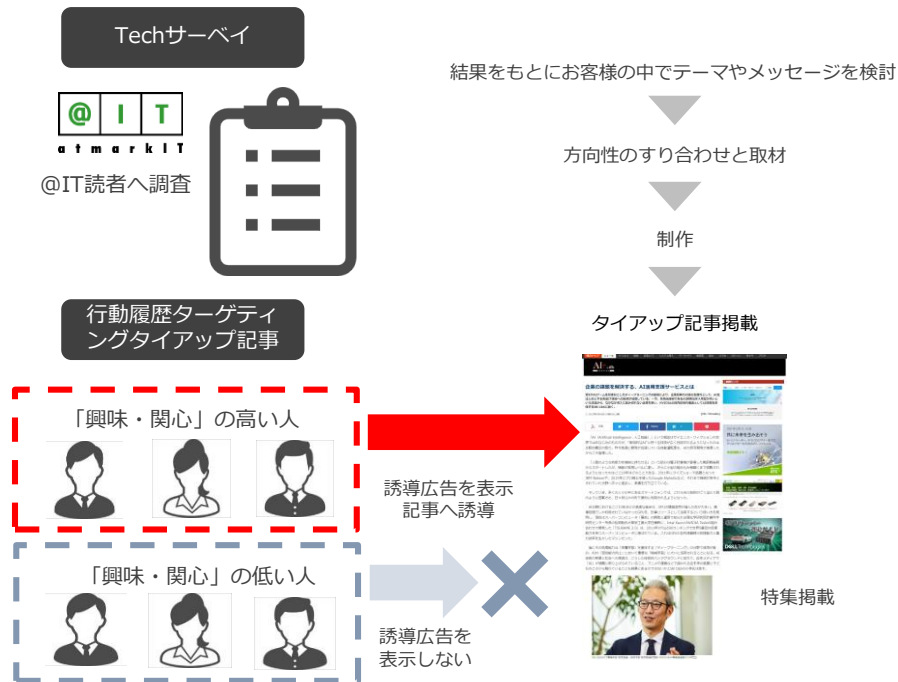


広告記事の満足／不満足の理由



読者の課題を明らかにする読者調査とタイアップ記事のメニュー

- ▶ 読者調査を実施した結果をもとにタイアップ記事を制作。読者はどんな課題を持っているのか、どんなメッセージを出せば効果的かを見極め
- ▶ 特典として、特集TOPページから読者誘導



実施料金

220万円 → 195万円 (グロス税別) ※特別価格

メニュー

提供メニュー①	Techサーベイ
定価	50万円 (税別)
保証回答数	200件
想定回答収集期間	想定2週間~1か月
設問	最大10問 流し込み シングル、マルチ、テキストボックス (必須/任意設定可能)
納品物	回答ローデータ ※回答データの成型および個人情報の取得・納品は行いません ※回答結果の二次利用可
備考	アンケートページへの誘導方法はお任せ頂きます。回答インセンティブを付けて実施いたします。インセンティブの内容は一任頂きます。
提供メニュー②	@IT 5000PV保証 行動履歴ターゲティングタイアップ記事 「ソフトウェア開発」関連コンテンツ 関心者
定価	170万円 (税別)
保証PV数	5,000PV
掲載期間	最短1週間~想定2ヶ月 (保証PVを達成次第終了)
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約3000~4000字、図版2,3点 (取材あり) 閲覧レポート (PV,UB,閲覧企業等) (特典) 特集 TOPリンク (1か月間)
制作期間	約1か月~1.5か月

読者の関心动データに基づいた、大量PV保証型タイアップ記事メニュー

- ▶ 読者の行動データをもとに興味・関心の高い人だけを誘導するタイアップタイアップ記事
- ▶ 読者の行動データ（記事閲覧履歴）を元に「興味・関心」を特定「興味・関心」の高い人だけをタイアップへ誘導

「興味・関心の高い人」を中心に認知度を向上

興味・関心の高い人のみに誘導広告を表示するため、興味・関心を持つ人を中心に認知度を向上させる効果が期待できます。

アイティメディアへ訪れたことがない人へもアプローチ

読者の行動データを外部サービスへ連携。拡張配信を行うことで、アイティメディアに訪れたことのない、同じ「興味・関心を持つ人」を外部メディアで捕まえる事が可能に。読者のリーチが広がります。



誘導広告を表示
記事へ誘導



特集掲載



誘導広告を
表示しない

通常タイアップとの 効果比較

記事滞在時間

約1.8倍

最後まで記事を読んだ読者数

約1.5倍

2019年4月～9月に実施した案件の平均値で比較

実施料金

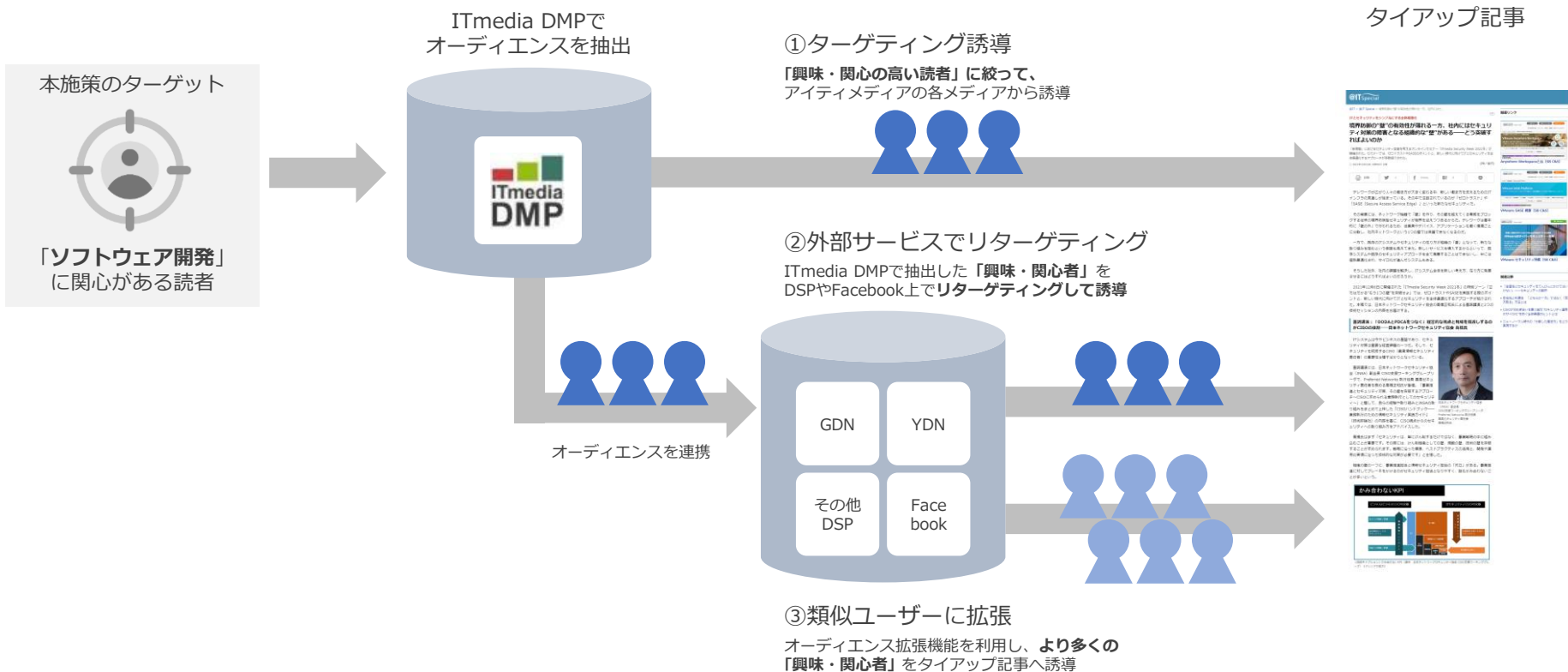
300万円 → 240万円（グロス税別）※特別価格

メニュー

提供メニュー	行動履歴ターゲティングタイアップ記事
保証形態	PV保証
保証PV	20,000PV
掲載期間	最短1週間～想定2ヶ月（保証PV達成次第終了）
仕様	タイアップ記事 1本制作 約3000～4000字、図版2,3点（取材あり） コンテンツ掲載費含む 閲覧レポート（PV,UB,閲覧企業等）
特典	特集TOPリンク （1か月間）
	<ul style="list-style-type: none"> ・ キーワードは自由に選定可能ですが、弊社内でのUB数が10万UBを下回る場合、調整をお願いする場合がございます。 ・ 本サービスは、オーディエンスの拡張配信及び、外部メディアを利用したプランとなります。 ・ 外部メディアの利用先はアイティメディアが内容に応じて、最適な配信先を選択します（指定出来ません） ・ 誘導原稿はアイティメディアが準備いたします（事前の確認・指定はできません） ・ 誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止いたしますが、最低1週間掲載を保証いたします。

【補足】行動履歴ターゲティングタイアップ誘導イメージ

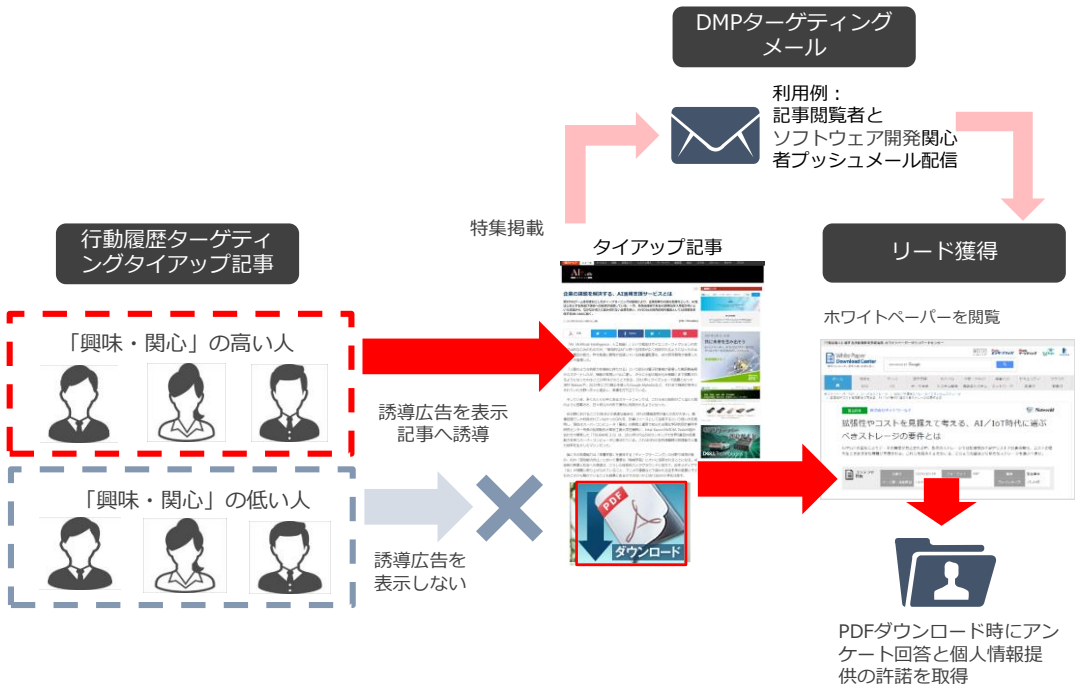
ターゲット・オーディエンス+類似ユーザー誘導することで掲載効果UP



※DSP・SSPを利用する場合は、独自のホワイトリストを利用し、面の安全性を確保しています

タイアップ記事でのアウェアネスからリード獲得まで行うメニュー

- ▶ リード獲得とアウェアネス向上施策をワンパッケージにした、『ソフトウェア開発』に関心のある読者への訴求に最適な施策
- ▶ 特典として、特集TOPから読者誘導



実施料金

240万円 → 200万円 (グロス税別) ※特別価格

メニュー

提供メニュー①	LeadGen. Segmentサービス
定価	基本料10万円+リード料40万円 (税別)
保証リード数・属性	50件 属性保証: エンドユーザー (IT関連業除く)
掲載期間	想定2ヶ月 (保証リード数を達成次第終了)
入稿期間	約2週間~1か月
必要コンテンツ数	ホワイトペーパー2本以上
提供メニュー②	@IT 5000PV保証 行動履歴ターゲティングタイアップ記事 「ソフトウェア開発」コンテンツ関心者
定価	170万円 (税別)
保証PV数	5,000PV
掲載期間	最短1週間~想定2ヶ月 (保証PVを達成次第終了)
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約3000~4000字、図版2,3点' (取材あり) 閲覧レポート (PV,UB,閲覧企業等) (特典) 特集 TOPリンク (1か月間)
制作期間	約1か月~1.5か月
提供メニュー③	DMPターゲティングメール
定価	行動履歴データ利用単価50円×4,000通 定価20万円 (税別)
配信数	4,000通保証

【補足】LeadGen. Segment サービス概要

ターゲットリードを大量・確実に獲得

キャンペーン設計



ターゲット属性

業種職種、従業員数など、納品対象となる属性を設定



掲載コンテンツ

リード獲得に利用するコンテンツの内容と本数を確認



保証件数

ご予算、ターゲット属性、コンテンツ数に応じて、保証件数を設定

リード獲得



ターゲットに向けてメールなどで貴社コンテンツをオファー



ホワイトペーパーや編集タイアップを閲覧



コンテンツダウンロード／閲覧時にアンケート回答と個人情報提供の許諾を取得

リード納品・活用

獲得したリードは管理サイトからダウンロードできます（日次更新）



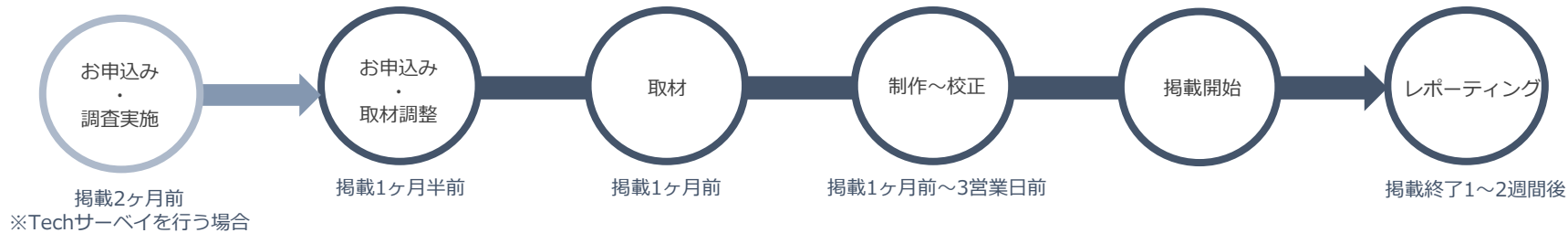
【補足】リード獲得／提供の仕組み



記事制作スケジュール

想定スケジュール

掲載までのスケジュールはお申込み後別途ご案内いたします。詳細については各営業担当にお問い合わせください。



※「制作～校正」の期間中には初校・再校・念校が含まれます。念校では“再校時にご依頼いただいた修正内容が反映されているかどうか”の最終確認を行っていただきます。

ご注意事項

- ・制作したタイアップ記事の著作権は、当社および制作スタッフ（ライター、カメラマンなど）に帰属します。
- ・印刷物でのご利用は二次利用費が発生いたしますので、利用をご希望される場合は、担当営業までお問い合わせ下さい。
- ・著名人のアサインや、遠方への取材などが必要な場合は、別途料金を頂戴いたします。
- ・お申し込み後、広告主様の都合で合意いただいた内容から大きく変更を行う場合、以下の追加費用が発生する場合がございますのでご了承ください。

- ・初校の出し直し：¥300,000
- ・念校以降の修正：¥100,000
- ・再取材のご要望についてはご相談下さい。 ※全て税別・グロス

キャンセル規定

広告商品の発注書受領後、広告主様のご都合でキャンセルを行う場合は、下記の料率でキャンセル料を申し受けます。

商品		キャンセル料金	主な対象商品（下記以外の商品はお問合せ下さい）	
ディスプレイ広告、メール広告、クリック保証広告		入稿締切期日まで：50% / 入稿締切期日以降：100%	各種ディスプレイ広告、メール広告、クリック保証広告	
記事企画 Special（タイアップ記事広告）		初校提出前まで：広告料金（制作費、掲載費、誘導費を含む一式）の50% 初校提出以降：広告料金（制作費、掲載費、誘導費を含む一式）の100%	期間保証型タイアップ、PV保証型タイアップ	
リードジェン	件数保証型	リード獲得	キャンペーン開始前まで：広告料金（基本料金+リード料金）の50% キャンペーン開始後：広告料金（基本料金+リード料金）の100%	LeadGen. Basic / Segment
		制作オプション	初校提出前まで：広告料金（制作料金）の50% / 初校提出以降：広告料金（制作料金）の100%	LG. Segment オプション 編集タイアップ制作、ホワイトペーパー制作
		その他オプション	キャンペーン開始前まで：広告料金（オプション料金）の50% キャンペーン開始後：広告料金（オプション料金）の100%	LG. Segment オプション アンケートカスタマイズ、テレマーケティング
	期間保証型	ホワイトペーパー	キャンペーン開始前まで：広告料金の50% / キャンペーン開始後：広告料金の100%	TechFactory 期間保証型LGサービス
		タイアップ	初校提出前まで：広告料金の50% / 初校提出以降：広告料金の100%	TechFactory 期間保証型LGサービス
長期リード獲得サービス		申込み金額の半額費消まで：広告料金（リード料金）の50% / 申込み金額の半額費消以降：なし	LeadGen. Segment 長期利用プラン	
セミナー	集合型セミナー	開催日の41日前まで：広告料金の50% / 開催日の40日以内：広告料金の100%	アイティメディア主催セミナー スポンサープラン	
	成果課金型集客サービス	集客開始（初回メール配信）まで：最低実施料金の50% / 集客開始後：最低実施料金の100%	成果課金型集客サービス	
	受託セミナー	・開催日の41日前まで：50% ・開催日の40日以内：100% ただし、上記キャンセル料を超える実費（会場キャンセル料、講師アサインキャンセル料など）が発生する場合には、その追加費用も含めたキャンセル料を請求いたします。	受託セミナー、Webセミナーサービス	
その他	ABMレポート	初回提供まで：広告料金の50% / 初回提供以降：広告料金の100%	ABMレポート、ABMレポートオプション	
	カスタム記事パンフレット、抜き刷り	初校提出前まで：広告料金の50% / 初校提出以降：広告料金の100%	カスタム記事パンフレット、抜き刷り	
	動画制作	収録2日前まで：広告料金の50% / 収録前日以降：広告料金の100%	動画制作	
	マーケットリサーチ	回答収集開始前まで：広告料金の50% / 回答収集開始後：広告料金の100%	マーケットリサーチ	

媒体規定

広告の掲載につきまして

- ・ 広告の掲載可否（掲載中の掲載停止の可否を含みます）につきましては、アイティメディア株式会社が広告掲載基準に基づき判断し決定いたします。
- ・ 掲載された広告およびリンク先の内容についての一切の責任は、広告主が負うものとします。
- ・ 同ページに複数の広告が掲載される場合、同業種競合調整はいたしません。ご了承ください。

広告掲載基準

1. 掲載に関する基本基準

- (1) 弊社及び弊社の運営するサイトの信頼と品位を損なう表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (2) 法令、政令、省令、条例、条約、業界規制等に違反する表現、内容を含む広告は掲載しません。
- (3) 虚偽、誇大、もしくは誤認、錯誤される恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (4) 以下の類を含む、公序良俗に反する表現・内容を含む広告は掲載しません。
 - ・ 人権を侵害する恐れのある表現・内容
 - ・ 名誉毀損、プライバシーの侵害、信用毀損、誹謗中傷、その他不当な業務妨害となる恐れのある表現・内容
 - ・ 非科学的、迷信に類するもので、消費者を惑わせたり不安を与える恐れのある表現・内容
 - ・ 宗教信仰による布教活動を目的としている表現・内容
 - ・ 暴力、賭博、麻薬、売春などの犯罪行為を肯定、美化した表現・内容
 - ・ 醜悪、残虐、猟奇的で不快感を与える表現・内容
 - ・ 性的に露骨、わいせつ、セクハラに該当するおそれのある表現・内容
 - ・ 風紀を乱し、犯罪を誘発するおそれのある表現・内容
 - ・ 賭博行為および投機等、射幸心を著しく煽る恐れのある表現・内容
- (5) 消費者を混乱させる恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しない。
- (6) 団体・個人の氏名、肖像、写真、談話、商標、著作物などを無断で使用している恐れ、または権利侵害のある恐れのある表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (7) 広告内容及びリンク先に関し運営者が不明、または責任所在が明らかでない広告は掲載しません。
- (8) その他、弊社が不適当と判断した表現・内容を含む広告は掲載しません。
- (9) 個人サイトの広告は掲載しません。

2. 掲載の停止

- (1) 掲載開始後に以下の事由が生じた場合、アイティメディアは広告掲載を停止することがあります。なお、アイティメディアは、本項目に基づく掲載停止に関し、広告主に対し何らの責めを負うものではありません。
 - ① 広告に含まれるリンク先サイトが、アイティメディアの責によらない理由によりデッドリンクとなっているとき
 - ② 広告に含まれるリンク先サイトがウイルスに侵された等、何らかの不具合が発生した場合
 - ③ 掲載を継続することにより第三者もしくはアイティメディアに損害が生じる恐れがある、または第三者もしくはアイティメディアの信用を損なう恐れがあるとアイティメディアが判断したとき
 - ④ 法令・業界規制等の改定、その他の掲載後に生じた事情の変更に伴い、広告の内容が広告掲載基準に違反することとなったとアイティメディアが判断したとき
 - ⑤ 広告掲載基準に違反すると、アイティメディアが判断したとき
- (2) 前項目（1）に基づき掲載停止した期間における広告主の広告掲載料の支払い義務は、免除されないものとします。

3. 掲載の中断

- (1) 掲載開始後に以下の事由が生じた場合、アイティメディアは広告掲載を中断します。
 - ① 火災、停電、天災地変、戦乱等の非常事態、インターネットトラフィックの過大等の不可抗力により広告配信サーバ又は広告配信システムが故障し、または機能不能となった場合
 - ② 広告配信サーバ又は広告配信システムの定期または緊急の保守・点検を行う場合
 - ③ 第三者によるハッキングやクラッキング、不正アクセス等、アイティメディアの責に帰すことのできない事由により広告配信サーバ又は広告配信システムに障害が生じた場合
 - ④ その他アイティメディアが広告配信サーバまたは広告配信システムの一時的な中断が必要と判断した場合
- (2) 前項目に基づく中断により、広告主の申込条件通りに広告掲載が不可能になった場合、または掲載された広告からリンク先への接続ができない場合等、広告掲載契約における当社の義務を履行できない事象が生じた場合におけるアイティメディアの義務は、可能な限り、当該事象を治癒することに限定されるものとします。また、当該事象がアイティメディアの故意または重大な過失によることが明らかである場合を除き、アイティメディアは当該事象に起因する広告主の損害について一切責任を負わないものとします。



ITmedia Inc.