行動履歴ターゲティングタイアップ「データドリブン」企画

xP＆Aの実践
～アジャイルなプランニングの実現と意思決定プロセスの可視化

2022年9月

Copyright © ITmedia Inc.

ご提案するタイアップ記事企画案

ITmedia DMPで読者のメディア上での閲覧行動から関心事項を特定、ターゲティングすることで効果的な訴求を実現

本企画では**「データドリブン」に関心を持つ読者のみ**をタイアップ記事へ誘導させることができるタイアップ記事メニューをご紹介します。
また、データドリブンに関心を持つ読者へ訴求するための記事案をご提案いたします。

仮題	**xP＆Aの実践～アジャイルなプランニングの実現と意思決定プロセスの可視化**
ターゲット読者	・部門ごとの予算策定や計画が属人的になっており、計画見直しに時間がかかり、経営リスクとなっている企業 ・需給の変動が激しく、計画見直しが高頻度に発生する企業 ・収支と事業計画の一貫性に課題を感じる経営層～経営企画担当者 ・事業の統廃合や組織変更など、事業環境の変化が激しく、収支や業績見込みの見直しが高頻度で発生する企業
キーワード	・S&OP（Sales and Operations Planning）・PSI（Production Sales Inventory）・SCP(Supply Chain Planning)・データ可視化・BI・ERP

Copyright © ITmedia Inc.

読者を取り巻く背景

コロナ禍や戦禍に起因するサプライチェーン分断や物価高騰は経営見通しに想定を超える影響を与えた。事前の想定シナリオを超えた変化に対峙したとき、新たなデータを生かしてさまざまなデータと整合性を取りながら多数のシナリオを検討する必要がある。従来、生産計画や販売計画は例えばS&OPプロセスやPSI会議などで対処してきたが、将来予測に影響を与えるパラメータが無限にある現代においては、従来想定したデータセットやデータ粒度だけで将来を見通すのは非常に難しくなっている。そこで現在は計画業務に特化したxP&Aというアプローチが注目を集めている。

新たなリスク対策として浮上した「シナリオプラニング」とは？――NRI調査

新たなリスク対策として浮上した「シナリオプラニング」とは？――NRI調査

東証プライム市場上場企業を対象にNRIが実施したグローバルリスクに関する調査によると、世界情勢の変化などを背景に日本企業のリスク認識は高まっていることが分かった。ただし、従来型のBCPなどに比べてシナリオプランニングやCRO設置といった新しいリスク対策に関する検討が進んでいないことが判明した。その理由は何か。

2022年08月23日 14時00分 公開　[金澤雅子，ITmedia]

印刷　4　Share　B!　0

PR 組織を守るには知らなきゃ「ゆパイ」セキュリティトレンド

この記事は会員限定です。会員登録すると全てご覧いただけます。

野村総合研究所（NRI）は2022年8月18日、「グローバル・リスクと日本企業の対応に関するアンケート調査」の結果を発表した。リスク意識が高まる中で、シナリオプランニングなどの対策に注目が集まっていることが分かった。

同調査は、最近の世界情勢の変化を踏まえ、日本企業のリスク認識とリスク対応における変化を把握するため、東京証券取引所プライム市場に上場する企業を対象に2022年6月6～22日の間実施し、105社から有効回答を得た。

上場企業が重視するリスク対応は？

同調査結果によると、「ロシアによるウクライナ侵攻」の影響を事前に自社のリスクとして織り込んでいた企業は10%未満だった。

リアルタイムなプランニングをいかに実現するか　製品需要計画の最適化を図る「Amazon Forecast」

リアルタイムなプランニングをいかに実現するか　製品需要計画の最適化を図る「Amazon Forecast」

AWSは、「Amazon Forecast」で顧客需要を予測することで、製品需要計画を最適化できるとしている。予測モデルからのアウトプットをビジネスプランニングで利用することは容易ではないという問題がある中で、Amazon Forecastはどのようにして需要計画を最適化するのか。

2022年08月22日 07時00分 公開　[山口哲弘，ITmedia]

印刷　5　Share　B!　2

PR ○○○○○攻撃による被害が急増　あなたの企業は対策完璧？

この記事は会員限定です。会員登録すると全てご覧いただけます。

Amazon Web Services（AWS）は2022年8月22日（現地時間）、「『Amazon Forecast』で顧客需要を予測することで製品需要計画を最適化できる」と同社のブログで述べた。

MLによる予測に対する3つのニーズ

AWSは「企業は戦略から業務に至るまで、事業部門は事業活動全体で計画を最適化し、より多くの人の意思決定を支援するためにリアルタイムなプランニング環境を必要としている」と考えている。しかし、予測モデルからのアウトプットをビジネスプランニングで利用することは容易ではないという。

ビジネスプランニングチームが勧めに計画を作成するためには、「需要パターンの発見や、人と機械学習のインテリジェンスを組み合わせた需要予測、チームがビジネスパフォーマンス目標を達成できるようにすること」が必要だとAWSは指摘する。

例えば、製造業はコストと顧客サービスのバランスを取りながら、予測プロセスを通じて顧客需要を予測する必要がある。しかし、顧客の購買意欲を高める要因は明確さに欠け、価格やプロモーション、プロダクトミックス、配置、プロセスなどの影響を可視化できる範囲が限られている。また、営業や販売パートナー、オペレーションを連携させて望ましい結果を導き出すことは簡単ではない。

「予算の根拠を誰も覚えていない」はなぜ起こるのか　変化に対応する「xP&A」の実現方法

「予算の根拠を誰も覚えていない」はなぜ起こるのか　変化に対応する「xP&A」の実現方法

(1/3 ページ)

「この予算の根拠は何だったか」は、計画が確定した段階で消失しやすい情報の一つだ。だが、状況の変化に対応するには計画業務のシステム化と根拠の可視化が必要だ。財務特化の「FP&A」からあらゆるデータを巻き込んだ将来計画「xP&A」を実現する方法を聞く。

2022年08月17日 14時00分 公開　[谷川耕一，ITmedia]

印刷　通知　4　Share　B!　2

PR 組織を守るには知らなきゃ「ゆパイ」セキュリティトレンド

この記事は会員限定です。会員登録すると全てご覧いただけます。

紛争やパンデミックを経てグローバルサプライチェーンのリスクを目の当たりにし、今まさに対応体制の見直しを余儀なくされている組織は多いことだろう。過去の延長線で将来を予測し切れない状況において、判断の確度を上げるには、多様なデータソースを将来計画にどう生かすかがカギを握る。

2022年7月13～15日にSAPが開催した年次イベント「SAP Sapphire Tokyo」は、同社最新ソリューションが一堂に会すイベントだ。今年は環境情報を含むサプライチェーンマネジメントの高度化の話題も多く扱われた。

ホワイトペーパー　- PR -

「ストレージ仮想化」はいつではなかった？ まな種類の違いを比較

働き方の変化で高まる仮想化ニーズ、今プラットフォームに求められる要件とは？

「データドリブン経営を実現させるxP&Aソリューション」と題したセッションにおいては、SAPジャパン　ソリューション事業推進部　シニアビジネスデベロップメントの高橋正樹氏が、「企業のかじ取りに重要なデータの質をいかに確保し、データの加工や調整などの無駄を極力省き、判断に必要な洞察を効率的に導き出すか」について解説した。SAPが提供する計画ツールはデータドリブン経営の課題をどう解決するだろうか。

Copyright © ITmedia Inc.

「クラウド」関連記事の読者層

本施策のターゲット

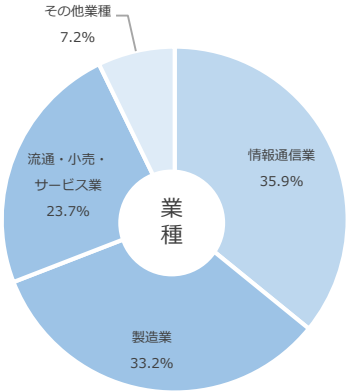
「データドリブン」
に関心がある読者

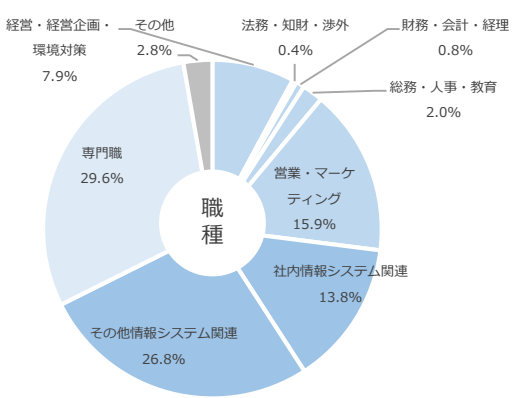
Intent

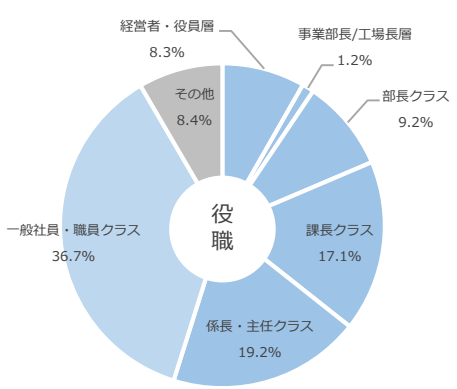
よく読まれている記事

- Snowflakeは何がすごくて何ができるのか　ITアーキテクトが見た技術的特性と可能
- Googleの「BigQuery」とどう対峙？　裾野広がるデータ活用、AWSの戦略を「Redshift Serverless」から探るクラウドサービス利用増はどう影響する？
- AWSがモダンなデータ分析環境に本腰　主要サービスをサーバレス提供

Demographics







Copyright © ITmedia Inc.

データドリブン経営関連出稿実績

中堅・中小企業のSAP製品導入を阻む“3つの壁”　どうクリアすべきか？

提供：株式会社日立システムズ

全社的なデジタル変革の基盤や海外拠点も含めた経営ガバナンス強化の基盤として、SAP ERPに魅力を感じる経営者は多い。「大企業向け」のイメージが強い同製品は中堅・中小企業にとって高根の花なのだろうか。導入に当たって越えるべき「3つの壁」を紹介する。

身動きが取れないSAP移行、激変する事業環境に基幹システムは追従できるか

提供：クリックテック・ジャパン株式会社

古いSAP ERPのサポート切れが迫り、リプレースで多忙な企業も多い。身動きの取りにくい巨大プロジェクトを進めながら、事業統合や組織見直しなどのダイナミックな変化に情報システム部門はどう対応すべきか。

Copyright © ITmedia Inc.

データドリブン経営関連出稿実績

真のデータドリブン企業だけが知る「データの御利益」情報から価値を引き出す秘策とは

提供：株式会社セールスフォース・ジャパン

DXの推進にデータ活用は欠かせない。経営者から現場の担当者まで、誰でも自由にデータを扱って意思決定ができる文化を企業全体に行き渡らせる必要がある。データ活用体制の構築にコミットする経営者は何を得ているのか。

データウェアハウスの処理性能向上と大幅なコスト削減、そしてBI+AIのポテンシャルを最大化する次世代データ基盤アーキテクチャ「レイクハウス」の実力

提供：Databricks Japan株式会社

データ経営の重要性の高まりを受け、AI活用を含めてデータの潜在能力を最大限に引き出す必要性が生まれている。だが従来のデータウェアハウスではパフォーマンスが足りないだけでなく、複雑かつ非常に高価で投資に見合った価値を発揮し切れていない。

Copyright © ITmedia Inc.

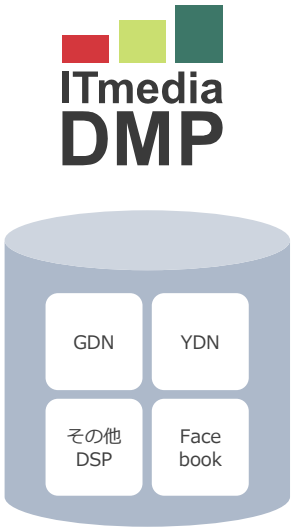
タイアップ記事メニューについて

1. 掲載イメージ
2. タイアップ記事のパターン
3. 当社タイアップ記事の特徴
4. 読者調査から見る、タイアップ記事制作のポイント
5. **【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
6. **【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
7. **【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
8. 記事制作スケジュール
9. キャンセル規定
10. 媒体規定

掲載イメージ

ITmedia エンタープライズ
TOPページ・各記事ページ

DSPやGDNなど
メディア外部のアドネットワーク



タイアップ記事

※イメージです。掲載位置を保証するものではありません。

Copyright © ITmedia Inc.

タイアップ記事プランのポイント

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	調査結果とインサイト	イベントレポート	製品・サービス紹介	開発担当者インタビュー	導入事例
•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	•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	•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	•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	•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	•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。

※ITmedia エンタープライズに掲載するタイアップ記事に限り、ITmedia エンタープライズ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。

Copyright © ITmedia Inc.

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。

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、効率的な読者の閲覧を獲得します。

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。

詳細なレポーティング

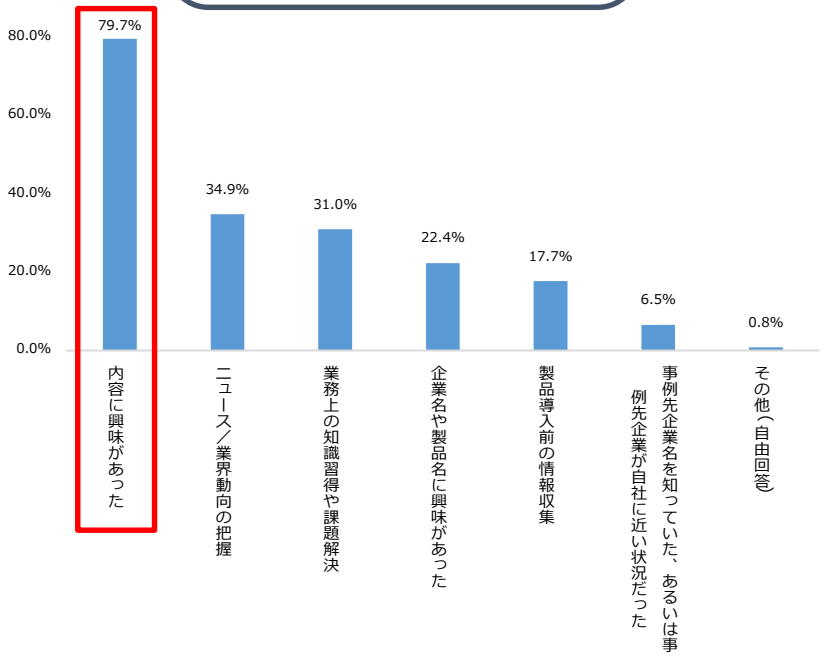
掲載期間終了後には閲覧レポートをご提供しますので、キャンペーンを適正に評価し、次回施策への活用が可能です。

Copyright © ITmedia Inc.

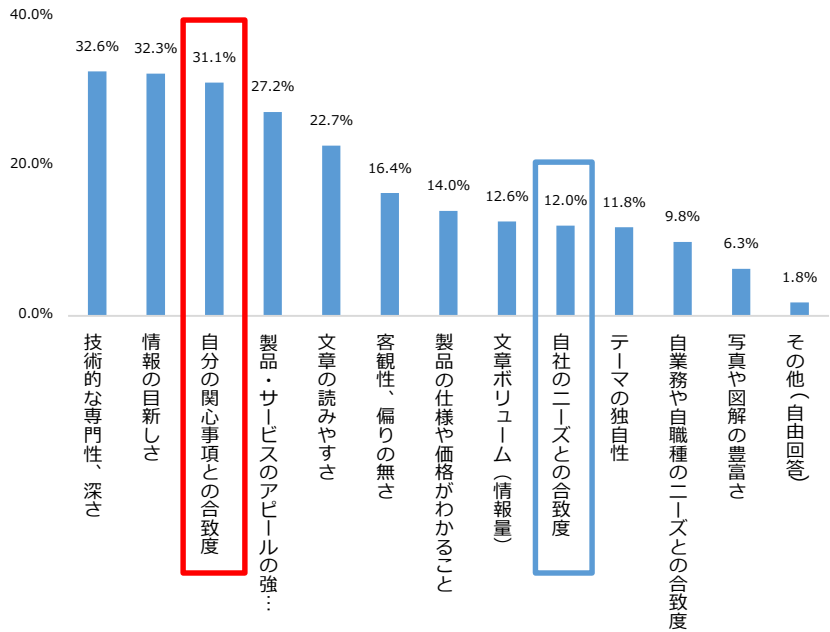
読者調査から見る、タイアップ記事制作のポイント

読者は企業名や製品名よりも**内容**を重視。会社のニーズより**読者自身のニーズとの合致度**を訴求するのがポイント

広告記事を閲覧した理由



広告記事の満足／不満足の理由

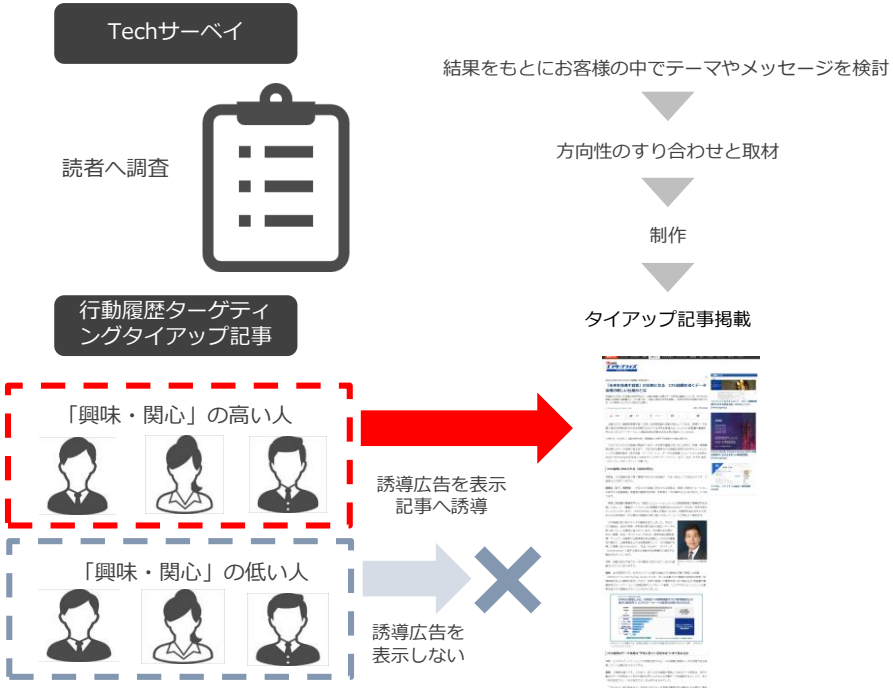


読者調査2021年10月「広告記事（PR記事）の利用について」1423件

Copyright © ITmedia Inc.

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



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	**5000PV保証 行動履歴ターゲティングタイアップ記事 「データドリブン」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3点以内（取材あり） 閲覧レポート（PV,UB,閲覧企業等）
制作期間	約1か月～1.5か月

Copyright © ITmedia Inc.

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

- 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。

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3点以内（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）

- 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週間は掲載を保証いたします。

Copyright © ITmedia Inc.

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

本施策のターゲット

「●●●」
に関心がある読者

ITmedia DMPで
オーディエンスを抽出

ITmedia DMP

①ターゲティング誘導

「興味・関心の高い読者」に絞って、
アイティメディアの各メディアから誘導

タイアップ記事

②外部サービスでリターゲティング

ITmedia DMPで抽出した**「興味・関心者」**を
DSPやGDNで**リターゲティングして誘導**

オーディエンスを連携

GDN
YDN
その他DSP
Face book

③類似ユーザーに拡張

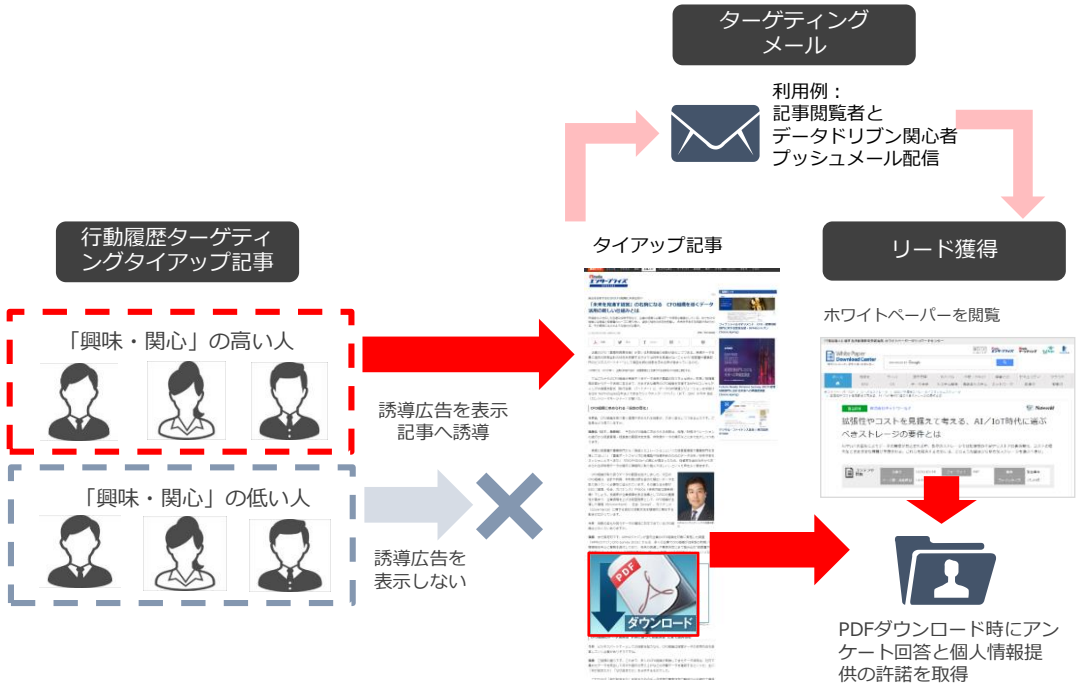
オーディエンス拡張機能を利用し、**より多くの**
「興味・関心者」をタイアップ記事へ誘導

※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

Copyright © ITmedia Inc.

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、
『データドリブン』に関心のある読者への訴求に最適な施策



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カ月
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	**5000PV保証 行動履歴ターゲティングタイアップ記事 「データドリブン」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3点以内（取材あり） 閲覧レポート（PV,UB,閲覧企業等）
制作期間	約1か月～1.5か月
提供メニュー③	**ITmedai エンタープライズ　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

Copyright © ITmedia Inc.

タイアップ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

・制作した記事広告の著作権は、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

Copyright © ITmedia Inc.

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			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
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 ITmedia リサーチ
		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 LG. Segment オプション 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 LG. Segment オプション 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

Copyright © ITmedia Inc.

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より、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 広告掲載規準に違反すると、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。

Copyright © ITmedia Inc.