

ITmedia エンタープライズ読者調査連動記事案のご案内

# 情シスが発信する業務改善の ワークフロー改革と ノーコード開発ツールの生かし方

2022年9月

# タイアップ記事企画のご提案

情シスが発信する業務改善のワークフロー改革とノーコード開発ツールの生かし方



ITmedia エンタープライズの調査によると、読者の抱えるワークフロー改革への課題が見えてきました。

エンタープライズ企業に対してどのようにデジタル化ソリューションの提案・訴求が最適か、調査結果をもとにしたタイアップ記事プランをご提案します。

**ITmedia エンタープライズでタイアップ記事をご実施頂ける場合、  
本調査結果を貴社タイアップ記事中でご利用いただくことが可能です。**

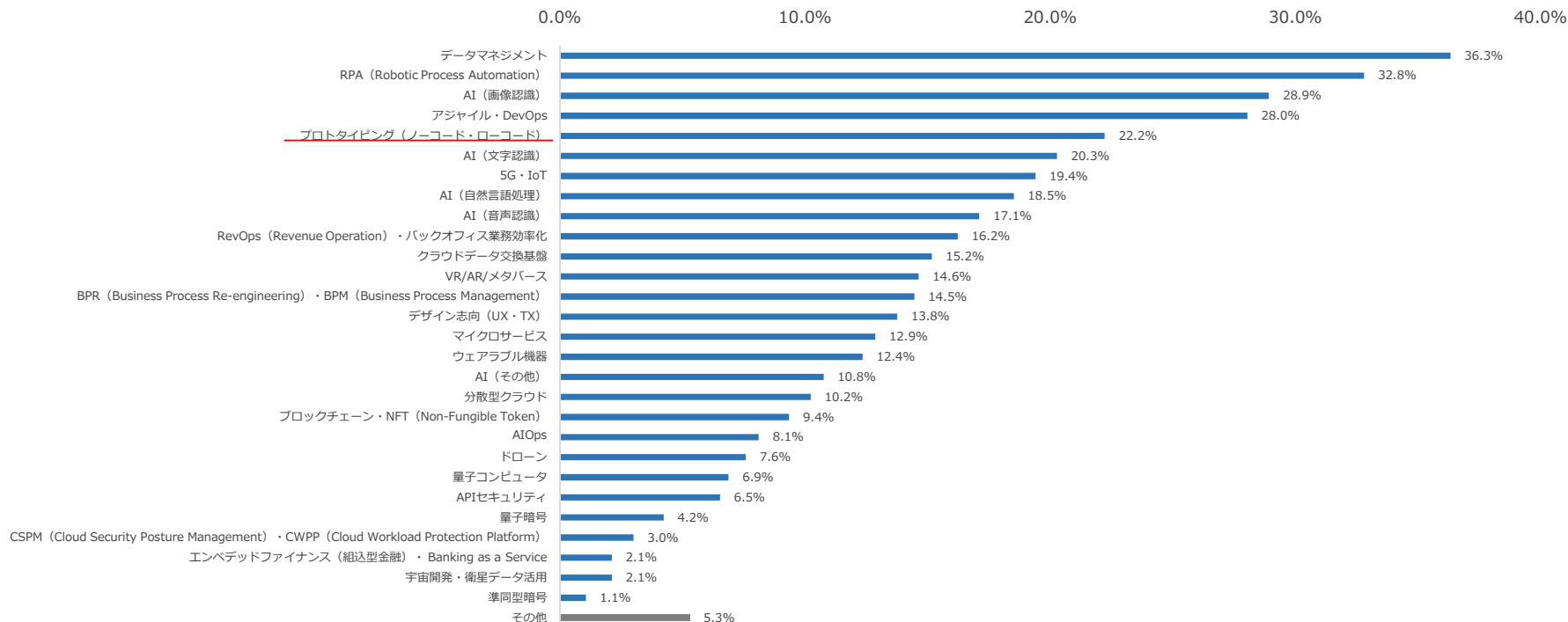
ITmediaエンタープライズ読者意識調査2022年3月「DX編」

- 調査方法：ITmediaエンタープライズWebサイト上の自記式アンケート
- 調査対象者：ITmediaエンタープライズ読者
- 調査期間：2022年2月4日～2022年3月14日
- 回答数：567件

# 読者調査から読み取る読者の課題

DXに関する読者調査でも、プロトタイピングに注目が集まっていることが見て取れる

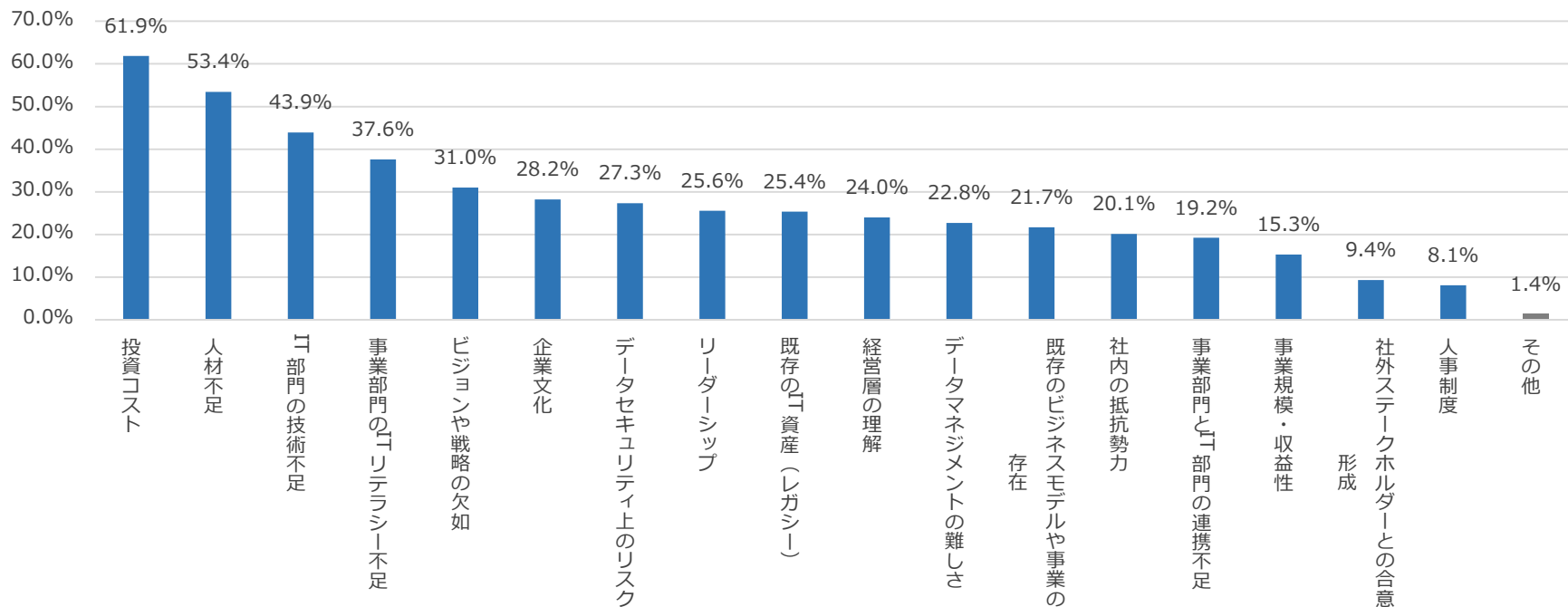
どのようなテーマに着目していますか？あるいは利用していますか？あてはまるものをいくつでもお選びください。（複数回答可）



# 読者調査から読み取る読者の課題

阻害要因として投資コスト、人材不足、IT部門の技術不足を上げる回答が多い

デジタルトランスフォーメーション推進上の妨げとなるものをいくつかもお選びください。（複数回答可）





# ご提案するタイアップ記事企画案

以上に基づいた企画案によるアウェアネス施策をご提案します。制作ではお客様の訴求ポイントを加味し決定いたします

仮題：

## 情シスが発信する業務改善のワークフロー改革とノーコード開発ツールの生かし方

### 記事の流れ

1. ビジネス環境が目まぐるしく変化する中、「業務内容を最もよく把握している事業部門自身の手で課題を解決したい」というニーズが高まっている。かつてのように長期間かけて大規模なシステムを組むのではなく、ビジネスの変化に柔軟に対応できる「今すぐ必要なアプリ」が求められているのだ。
2. これに伴い、ITシステム部門が事業部門の要望をかなえるために開発するこれまでの在り方から、事業部門が主体となって開発し、ITシステム部門がそれを支援する体制への移行が必要だ。
3. ただし、日本企業の多くは事業部門にデジタル人材が在籍しておらず、その育成にかけられる時間や予算も限られている。
4. その中で、ノーコード/ローコードツールは有力な選択肢の一つとなる。

キーワード

・ローコード/ノーコード・内製化・デジタル人材育成・事業部門主導・業務改善・ワークフロー改善・迅速な開発・DX（デジタルトランスフォーメーション）

# 「ローコード・ノーコード」関連記事の読者層

本施策のターゲット



「ローコード・ノーコード」  
に関心がある読者

想定読者

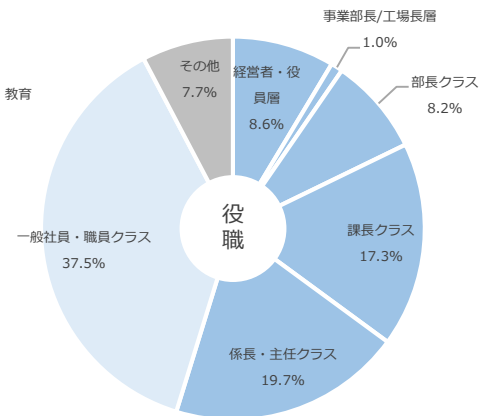
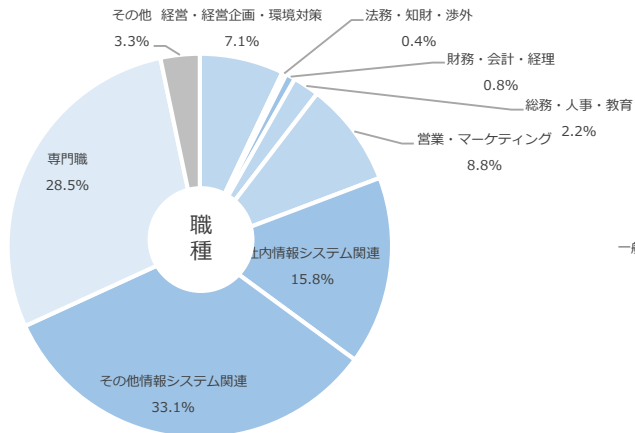
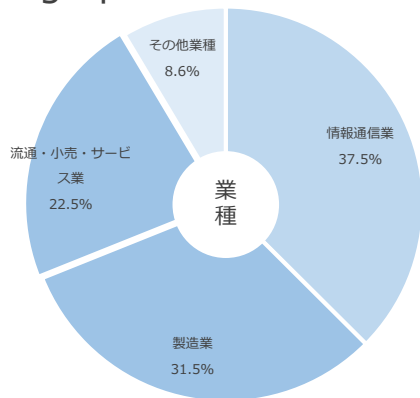
- 事業部門の抱える課題を業務内容やその手順、改善ポイントを把握している事業部門自身が解決するツールを探しているヒト
- 普段は一般的なオフィスワークで使われるMicrosoft Officeなどのアプリを利用する従業員が扱えるツールの導入を検討している人

Intent

よく読まれている記事

- ローコード/ノーコードの致命的弱点
- 不具合調査の所要時間を10分の1に、現場発DXで改善広げるリコーインダストリー 東北事業所
- 従来のIT部門の存在意義を打破し、アプリ開発を業務部門に開放した新卒エンジニアの挑戦
- ノーコード/ローコード開発ツールの利用状況（2022年）／前編

## Demographics



# 関連出稿実績

## JALのITチームが見いだしたkintone成功方程式は「目的」×「仕組み」×「熱意」

提供：サイボウズ株式会社



ITを使って業務の生産性を上げたいという従業員の熱意をIT部門の限りあるリソースで全て受け止めるのは不可能だろう。従業員が自ら変わるための環境整備にIT部門ができることは何だろうか。JALが実践したローコード/ノーコードツール「kintone」活用の成功方程式を見る。

## 「成果をたたき出す」企業アプリの共通点

提供：株式会社ヤプリ



企業の公式アプリは、うまく運用すればブランドのファンとのつながりを深め、購買額や購買回数を上昇させることが可能だ。「成果を出す」企業アプリの共通点はどこにあるのか。また、開発のためのリソースを持たない小売事業者がアプリを制作する手だてはあるのだろうか。



# 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

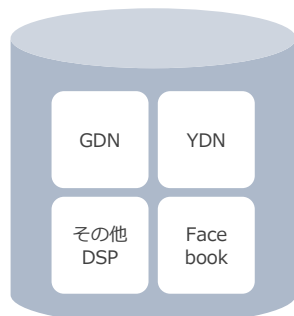
# 掲載イメージ

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

ITmedia  
DMP



※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

- 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。

※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。

# 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

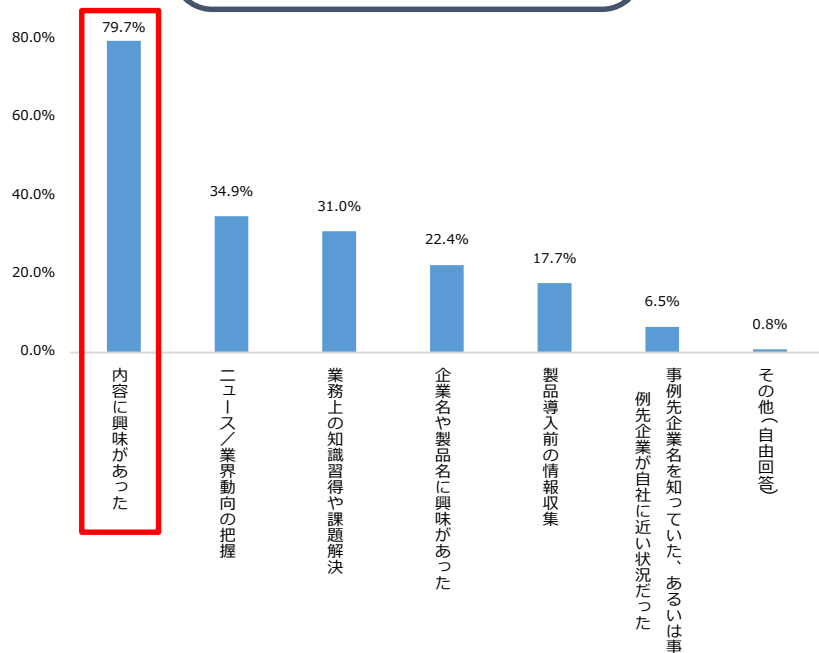


掲載期間終了後には閲覧レポートをご提供しますので、キャンペーンを適正に評価し、次回施策への活用が可能です。

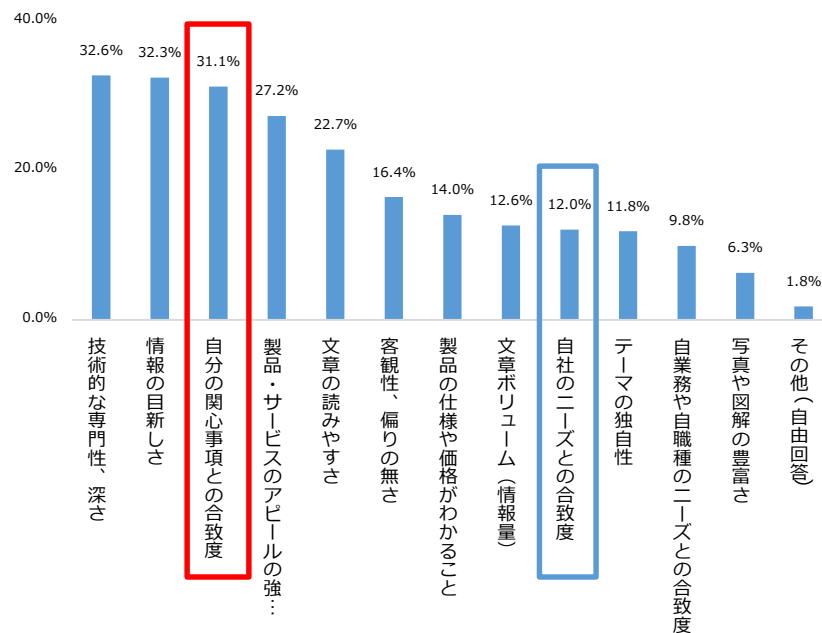
# 読者調査から見る、タイアップ記事制作のポイント

読者は企業名や製品名よりも**内容**を重視。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

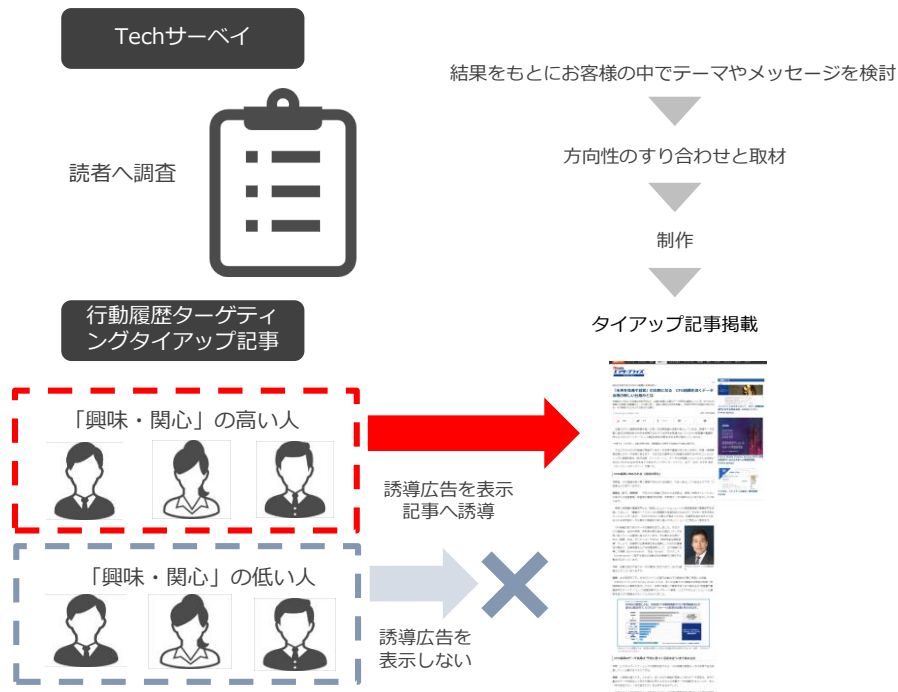


## 広告記事の満足／不満足の原因



# 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 (gross tax excluded) ※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 行動履歴ターゲットイングタイアップ記事 「ローコード・ノーコード」関連コンテンツ初心者

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

# 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。



誘導広告を表示  
記事へ誘導



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

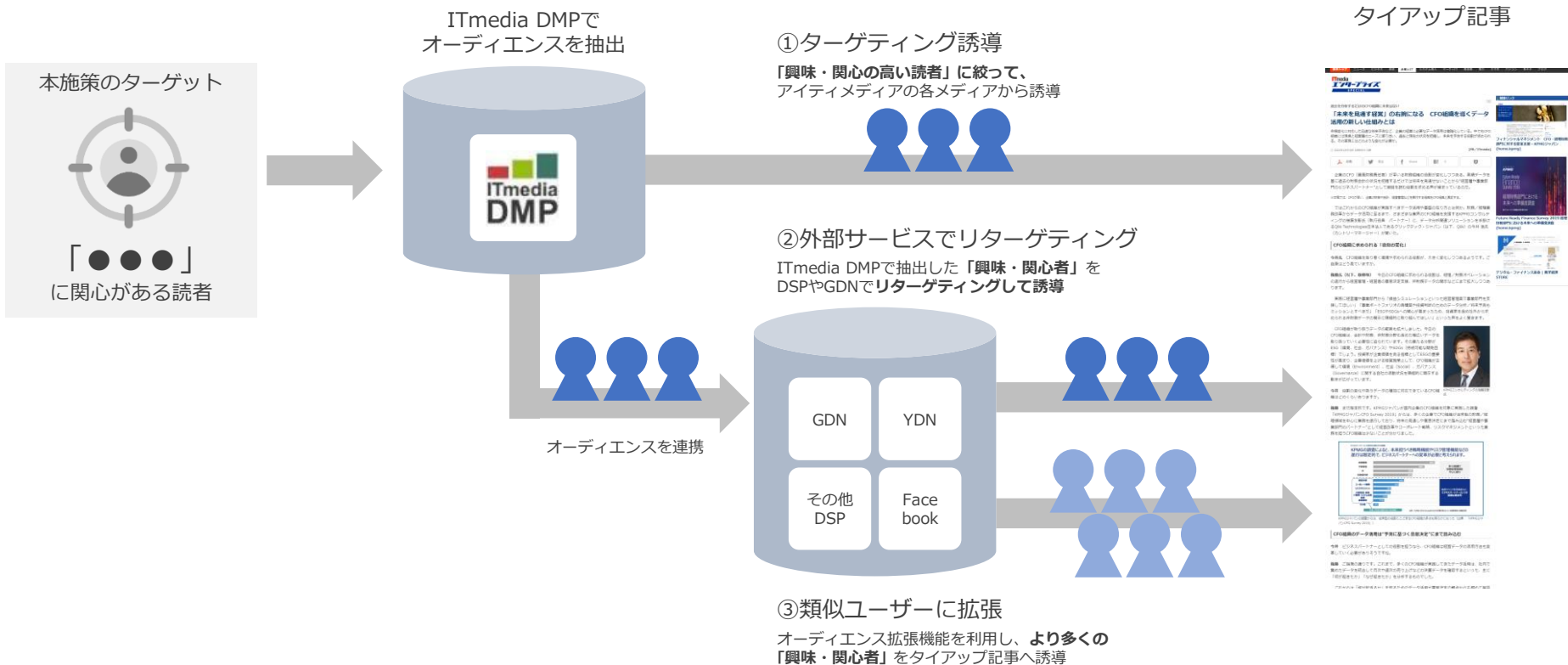
300万円 → 240万円（グロス税別）※特別価格

## メニュー

提供メニュー	行動履歴ターゲット型タイアップ記事 「ローコード・ノーコード」コンテンツ初心者
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）
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> <li>・ 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）</li> <li>・ 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）</li> <li>・ 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。</li> </ul>

# 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

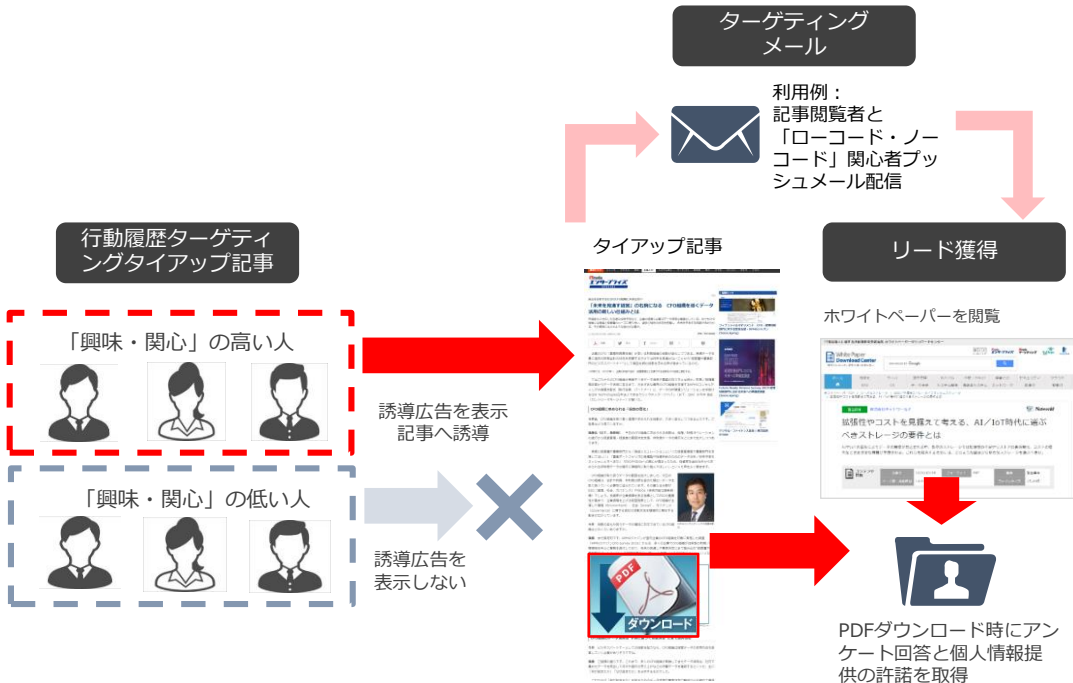


※DSP・SSPを利用する場合は、独自のホワイトリストを利用し、面の安全性を確保しています



# 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、  
『ローコード・ノーコード』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 「ローコード・ノーコード」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

# 【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



# 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」の間には初校・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けます。

## 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		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

# 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.**