

ITmedia ビジネスオンライン特集

サステナビリティ経営の真骨頂 ～マネーとグリーンの両立目指せ～

キャンペーンのご案内

取材締切：2024年5月30日（木）

2024年4月更新

Copyright © ITmedia Inc.

キャンペーン紹介

150万円で選べる お得なプロモーションプラン



or



PV保証タイアップ (5,000PV保証) もしくは
タイアッププッシュターゲットティング (2万通配信) が
150万円で実施可能です

特集協賛特典付き



特集TOPページに貴社ロゴ &
タイアップ記事への誘導を1カ月間掲載します

特集概要

COP28において「化石燃料からの転換」が打ち出された。CO2排出をゼロにしていく「脱炭素」への世界的な要請が強まっていることを示唆している。欧州を中心にさまざまな規制が敷かれ、言わずもがな、彼らとビジネスをする企業にもその影響の波が広がっていく。これまで、サステナビリティと企業成長はトレードオフだと言われてきた。しかし、その迷信は崩れはじめ、サステナビリティがコスト削減に寄与する実例も生まれている。変化し続ける市場において、持続可能なビジネスを展開するために必要なことは？ サステナビリティを推進する企業への取材や有識者の考察からそのヒントを読み解いていく。

対象読者

- ・サステナビリティ経営を推進したい
経営層、実行層

読者の 関心事項

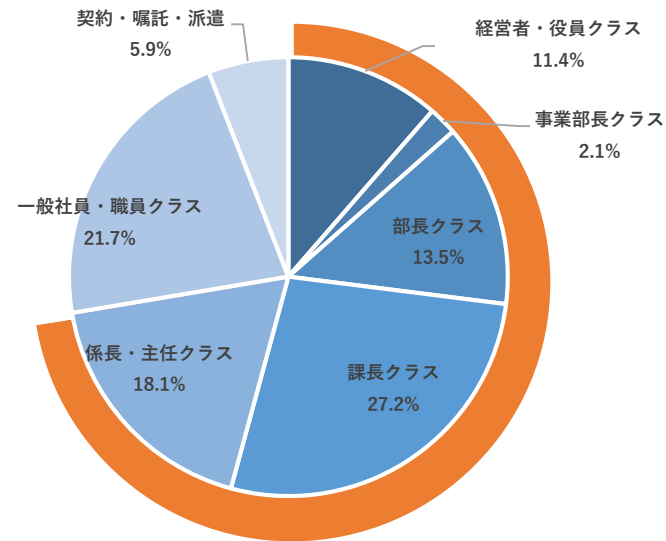
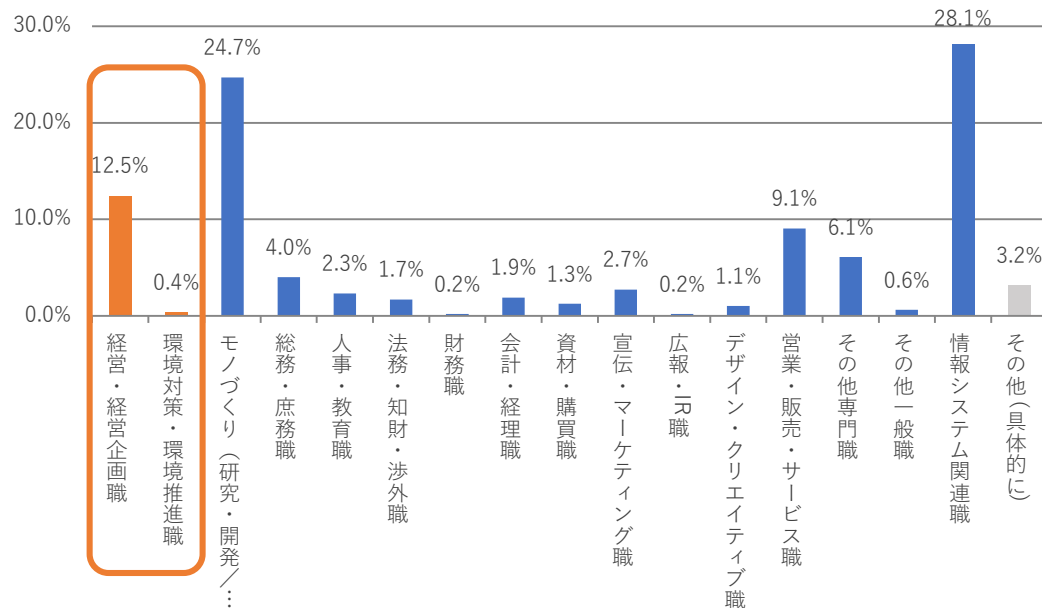
- ・サステナビリティに関する世界的な規制動向
- ・情報開示ルールやレポート作成方法
- ・サステナビリティ推進のための取り組み事例
- ・脱炭素に向けたステップと実現方法

特集ターゲット読者

ITmedia ビジネスオンライン読者で「サステナビリティ経営」「人的資本」「ESG」「SDGs」に関心を持つ読者の属性

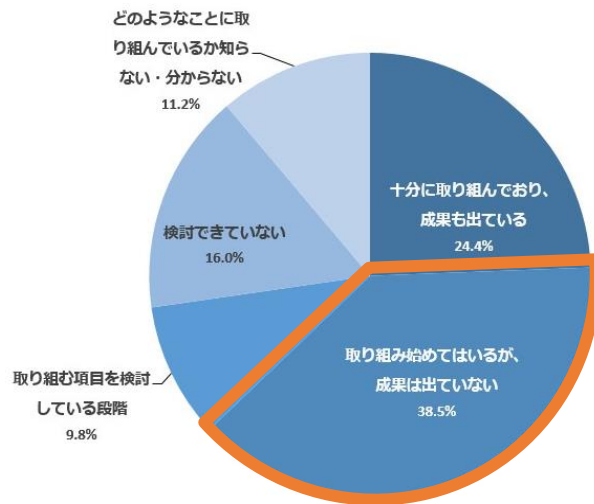
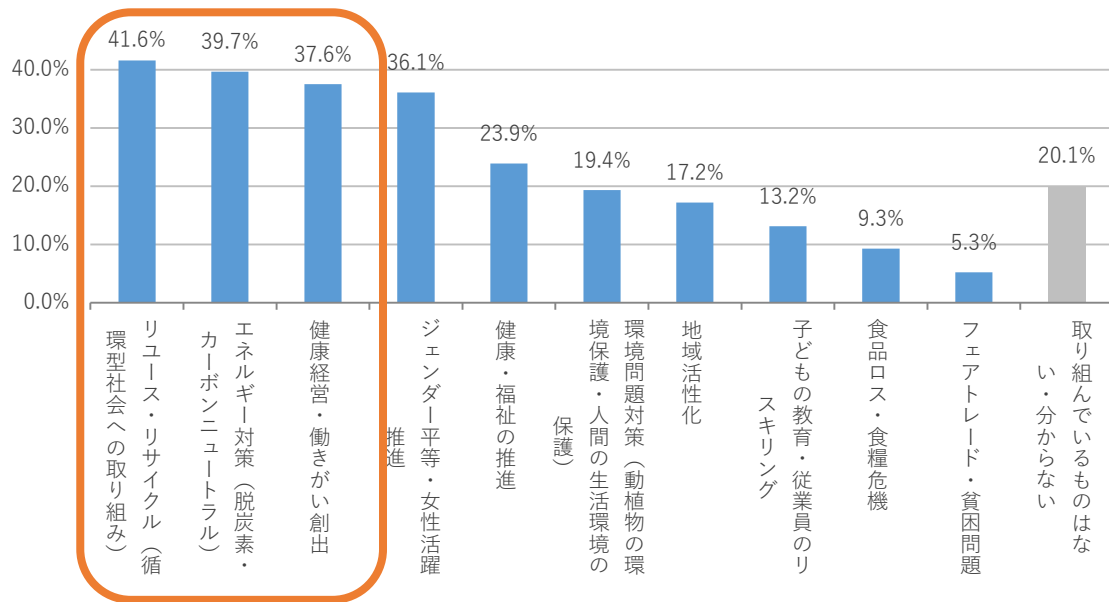
職種 経営・経営企画職、環境対策・環境推進職 **12.9%**

役職 係長・主任クラス以上の役職者 **72.1%**



読者動向

6割の企業が「SDGsに取り組んでいる」と回答している一方、SDGs推進により「成果を実感している」は2割のみ



63%の企業がSDGsに取り組んでおり、その中でも「リユース・リサイクル（循環型社会への取り組み）」「エネルギー対策（脱炭素・カーボンニュートラル）」「健康経営・働きがい創出」に力を入れている。

しかし、成果を実感しているのは24%にとどまるのが現状。また、SDGsへの取り組みに対する世界的な要請は高まっているにもかかわらず、27.2%は「検討できていない」「取り組んでいるか知らない・分からない」と消極的な態度を示している。

掲載予定記事

サステナビリティ経営を推進したい経営層や実行部隊に向けた、さまざまな記事を掲載していきます。
キーワード：「サステナビリティ」「脱炭素」「ESG」「SDGs」

【掲載記事】

- ・ [欧州の新サステナビリティ規制「CSRD」 日本の対象企業は約800社、今後の対応は？](#)
- ・ [メルカリの「サステナビリティレポート」は何がすごいのか？ 約100ページにわたる制作の裏側](#)
- ・ [統合報告書の「良し悪し」を専門家はどのように判断している？ 4つのポイントを解説](#)
- ・ [キリンがスリランカの茶葉農園を支援した切実な理由 「午後の紅茶」が生命線](#)
- ・ [ロッテのESG戦略 ブロックチェーンでチョコレートの児童労働撲滅へ](#)
- ・ [KDDIの新ボーナス制度、KPIの3割を「ESG達成度」に 1年運用した結果は？](#)
- ・ [ユニクロ、30年に「リサイクル素材50%」へ 服の修理でもビジネス拡大](#)

【掲載予定記事】

- ・ 東京電力エナジーパートナー
- ・ オムロン
- ・ あすかソリューション
- ・ 関西電力
- ・ エス・ティー・マイクロエレクトロニクス

欧州の新サステナビリティ規制「CSRD」 日本の対象企業は約800社、今後の対応は？

2023年12月19日 08時30分

【エミリー・ピアス（Persefoni AI Inc.）、高野 惇（Persefoni Japan 合同会社）、ITmedia】



※「クラウドでオンプレミス向けストレージ機能はそのままでは使えない」

本シリーズでは、サステナビリティに関する新しいグローバル規制の具体的な内容や、それらがグローバル市場や企業活動に与える影響について詳しく説明します。

前回までに、現在の状況に至った要因とその背景や全体像の概説、今後求められる対応やそれらを進めるための3つの指針を紹介しました。今回は欧州での取り組みにフォーカスし、企業サステナビリティ報告指令（CSRD）で求められる情報開示の内容と、日本企業への影響や対応方針を、気候管理・炭素会計プラットフォームを運営するパーセフォニ社のエミリー・ピアスと高野惇が解説します。



特集連動 タイアップ記事広告のご案内

特集連動タイアッププランのポイント

Point #1

特集×ITmedia DMPで関心の高い読者にリーチ

編集特集の実施によって、特集テーマに関心が高い読者を効率的に把握することが可能になります。そして、行動履歴ターゲティングタイアップによって、特集テーマに関心が高い読者に対して貴社タイアップを届けることができます。

Point #2

関心者の”顔”を把握した上でのコンテンツ制作

オーディエンスデータの分析によって、特集テーマに関心がある読者の属性情報や興味・関心内容を事前に把握することが可能になります。さらに、編集記事も手掛けている編集者が貴社のタイアップを制作・監修しますので、「データ×編集者の知見」によるコンテンツを制作することができます。

Point #3

プロモーションの多様性

編集記事も手掛けている編集者が貴社のタイアップを制作・監修することで、貴社のプロモーションをより読者に伝わりやすい様々な手法でのコンテンツ化が可能です。

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	調査結果とインタビュー	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タビューを解説することで、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 ビジネスオンラインに掲載するタイアップ記事に限り、ITmedia ビジネスオンライン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。

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。

タイアップ記事 終了レポート

掲載終了後には、以下項目をレポートします。閲覧者の属性（業種、企業名など）もご報告します

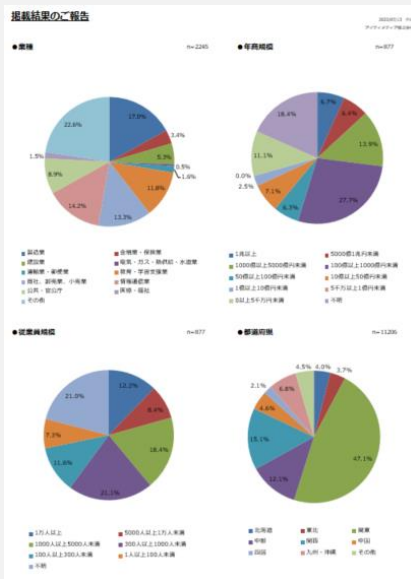
- PV（ページビュー数）
- UB（ユニークブラウザ数）
- 平均滞在時間
- 外部サイトへのリンククリック数

- 業種 *
- 年商規模 *
- 従業員規模 *
- 都道府県 *

- 閲覧企業名 *

* IPアドレスによる判別

●レポートイメージ



掲載結果のご報告

業種別PV (n=2245)

業種	PV
1. 株式会社	22.5%
2. 株式会社	17.5%
3. 株式会社	14.2%
4. 株式会社	11.1%
5. 株式会社	9.5%
6. 株式会社	8.5%
7. 株式会社	7.5%
8. 株式会社	6.5%
9. 株式会社	5.5%
10. 株式会社	4.5%

業種別UB (n=877)

業種	UB
1. 株式会社	21.3%
2. 株式会社	18.4%
3. 株式会社	15.5%
4. 株式会社	12.6%
5. 株式会社	10.7%
6. 株式会社	9.8%
7. 株式会社	8.9%
8. 株式会社	8.0%
9. 株式会社	7.1%
10. 株式会社	6.2%

業種別PV (n=1235)

業種	PV
1. 100人以上	47.1%
2. 50人以上100人以下	21.1%
3. 10人以上50人以下	18.1%
4. 1000人以上	15.1%
5. 500人以上1000人以下	12.1%
6. 100人以上500人以下	9.1%
7. 50人以上100人以下	6.1%
8. 10人以上50人以下	3.1%
9. 1000人以下	2.1%
10. その他	1.1%

業種別UB (n=877)

業種	UB
1. 100人以上	47.1%
2. 50人以上100人以下	21.1%
3. 10人以上50人以下	18.1%
4. 1000人以上	15.1%
5. 500人以上1000人以下	12.1%
6. 100人以上500人以下	9.1%
7. 50人以上100人以下	6.1%
8. 10人以上50人以下	3.1%
9. 1000人以下	2.1%
10. その他	1.1%

タイアップ記事広告事例



「三方良し」はSDGsにつながるポイント

この数年、大企業を中心にSDGsへの取り組みをアピールする企業が増えている。この背景には、「17年に経団連が全行動基準を改定し、新たな企業成長モデル『Society 3.0 for SDGs』を策定したことが直接的な要因」だと星川教授は語る。さらに、気候変動やコロナ禍で、企業レベルでも個人レベルにおいても、「いざというときのたすけ合い」が必要と

大企業が集まる都市部だけでなく、地方も例外ではない。地域が地元企業へSDGへの対応を推進する流れが起きている。日本は銀行の力が大きいので、いずれ地方の中小企業もSDGへの対応が必要になるだろう。

しかし、実は日本企業はもともとSDGsにはがむらひを持っている。近江商人の「三方良し」という言葉にあるように、日本では昔から経済活動で社会課題を解決しようとする姿勢が根付いている。

『誇りや強し、美しや強し、世間強し』の思想とSDGsに親和性があったことが、SDGsが日本でうまく馴染んだ理由の一つに挙げられると思います。私はそこに『未来強し』の視点を加えた『両方強し』が、SDGsを端的に表徴する言葉だと考えています。（堀江教授）

り、学校教育でSDGsを学ぶ機会も増えている。そういった学びを受けた子どもが10年後に
就活を控える際に、サステナビリティ意識のない企業を避けるだろうか。慶應義塾大学大学院で
教職（きょうしけん）をとる関江梨恵は、高校の授業でも「社会の考え方が変わってきてい
る」と実感している。

「この世、世間の中に人間に大いなる希望を託す。『商業社会が作る人間に大いなる希望を託す』と書いたところ、学生が感動したのを10人ほど見た。今の学生は、『経済的、精神的にゆとりのある生活をして』『社会的に豊かであること』を今望んでいる。お金を稼ぐ以外のボランティア、社会貢献の活動に熱心な学生が増えてきています。そういった未来の社会が実現するときに、社会意識に育むべきのない企業は見捨てられよう。可能性がありまふ。消費者が手に入れたらいい商品でも、SDGsに取組むことが、むしろ企業にとって、長期的な一つの手助けであらうと期待されています。」(久保 実)

「マッピング」で事業や商品を分析する

最近の日本の銀行は、大抵、大企業に

が、彼らに出てその時のアクションがまだ足りない」と現状を語る。17日の朝のうら。『ご機嫌なまいます』『ご機嫌なまいます』な

と達成するの、できていない場合はどのようにして成果を築めていくのか、具体的なアクションにつなげているのと指摘する。

何をすべきか分からぬ。もう一つは、本来で驚く程もうとするとコストがかかる点です。エスルザーの船体や、サブライゼーションの投資

一つも必要になります。しかし、例えばメーカーでも、設計力である製造工程でコストをいかに抑え、メディアに転送され、製造力だけでなく販売力であるメーカーも大きなダメージを受けます。コストを上げてでも取り込むべき分野です。(編集後記)

らげてきているが、その事業や商品をつぶさにチェックし、SDGsと関係づけ、示すことで、どんな商品が達成できている／できていない／判断する手段、SDGsの取得と結びつけたマーケティングができていれば、次のアクションが明確化する。さらに、関係の「ストーリー」を、消費者、関係者、社会に伝える。SDGsの取得は、企業価値の向上に貢献する。

第3次調査は以前、国営大平山物品・メーカーとの共同研究で、サブライケーションのメカニズムを明らかにした。国営大のオウゴン・コウケン研究所では、SDSの作用機に関する「国研誌」や、植物細胞の増殖と生産に関する「植物誌」を通じて行っている。しかし、再生細胞がネオプラーの増殖機大に関する「国研誌」や、細胞分裂で発見るときには増殖プラスティックのみ増殖に関する「国研誌」に、同時に、増殖可能なものがある。そこで、ネオグスタアウクションとして国研誌をまとめた。国研誌に集約されたもの——という報告書。



マダモ・ジョブの代表者には、SOX法適用に備える特許を保有することから察して、開示義務は「10年未満の特許の権利期間にしているSOX法と異なり、10年満ちた15年満ちなど、特許期間を満げざるべき」とアドバイスを送る。

す。企業の本来的な方向性を内外に示す意味では効果的です。どこに企業が向かっているかを決定することで、その方向性に関与する人材や投資家、銀行が集まり、国富や地産物・人的資源を集めるやすくなります。大きな効果の提示は、実質的なインパクトを生み出しうる

“SOGWハウス”で「森のこゝろ」と題えられるように

『今後、経営者は先頭座を持ってSOGに乗り込んでいくべき』と堀江氏は警鐘を鳴らす。今やらなければ、社会問題はさらに悪化し、次世代にツブスを遺すことになる。『今や』ことが未来への投資につながる』という意図が透き出。

物を見てる間、3000歳感を創出する「3000w/ウス」作りに乗り込んだ。すると、「コストセカンド」の電通を呼ぶのが、コストは原則的な禁断となる」と改めて実感したという。また、彼とす、夢の西と外といった社会的な壁のり、場の安否性には相関関係があることを気付いた。

「SDG17のパートナーシップによって、SDG7-9と共に発展することになりました。経済的な制約がある中で何が出来るか、どうやって経済と社会と環境のバランスを取るか、さまざまなことを自分の課題として考えられる経験となりました」(藤江教授)

と中小企業の方々のSDGに取組みのメリットを色々と挙げています。とある中小企業では、SDG

SDGs第一人者が語る サステナビリティ意識のない企業が生き残れない理由とは？

(提供：株式会社ゲットイット)

企業のCO2削減を進める強力なパートナー SMBCグループが手掛けるSustanaの魅力

(提供：株式会社三井住友銀行)

製造業が直面する、サステナビリティの壁

(提供：日本マイクロソフト株式会社)

ESQのハウスプロジェクトによって、ESQがー美に自分ごとになりました。経済的な制約がある中で何が出来るか、どうやって経済と社会と環境のバランスを取るか、さまざまなことを自分の課題として考えられる経験となりました。(飯江真実)

特別協賛キャンペーンのご案内

特別協賛キャンペーン

5社限定

本特集へのご協賛および5月30日までの取材に限り、下記タイアップメニューを特別価格でご提供します

PV保証タイアップ

メディア読者のみに誘導をかけるタイアップ



5,000PV保証

or

タイアップ プッシュ ターゲティング

ITmedia ID会員の「業種」「職種」など対象属性を指定し
HTMLメールとして届けるタイアップ



配信イメージ

業種・職種を絞って
アイティメディアID
会員向けにメール配信

メディア掲載

※誘導は別途費用がかかります

20,000通配信

どちらを選んでも **¥1,500,000** (税別、グロス)

PV保証タイアップ

本特集へのご協賛および5月30日までの取材に限り、「PV保証タイアップ」を特別価格でご提供します

- メディア読者のみに誘導を実施するPV保証型タイアップ
- 通常「3,000PV保証/¥1,500,000」を「**5,000PV保証/¥1,500,000**」にてご提供

メディア誘導

タイアップ記事

特集トップページ



「掲載ページへの誘導」
「貴社ロゴ」を1カ月間掲載

料金

¥1,500,000/5,000PV保証 (税別、グロス)

広告仕様

保証形態	PV保証
保証PV	5,000PV
掲載期間	最短1週間～保証PV達成次第終了
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約3,000～4,000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)
特集協賛特典	特集トップ面に貴社ロゴ掲載 特集トップ面からの特設誘導

- ・誘導広告の位置／内容などはお任せいただきます (事前の確認・指定・終了後の開示はできません)
- ・誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止しますが、最低1週間は掲載を保証します。
- ・初校の出し直しの場合：¥300,000、 念校以降の修正の場合：¥100,000 を別途申し受けます。

タイアッププッシュ ターゲティング

本特集へのご協賛および5月30日までの取材に限り、「タイアッププッシュ」を特別価格でご提供します

- ・ アイティメディアID会員の「業種」「職種」など対象属性を指定し、HTMLメールとして届けるタイアップ記事
- ・ 通常「15,000通配信/単価100円」を「**20,000通配信/単価75円**」にてご提供



配信イメージ

通常のタイアップ同様、取材の上
アイティメディアが原稿を作成します

業種・職種を絞って
アイティメディアID
会員向けにメール配信

例：経営企画職の方

メディア掲載



特集トップページ



「掲載ページへの誘導」
「貴社ロゴ」を1か月間掲載

料金

¥1,500,000/20,000通 (税別、グロス)

広告仕様

提供内容

- ・ 取材あり
- ・ タイアップ記事 1本制作（2000字程度）
- ・ HTMLメールでのコンテンツ配信
- ・ 制作メディアでのコンテンツ掲載

レポート

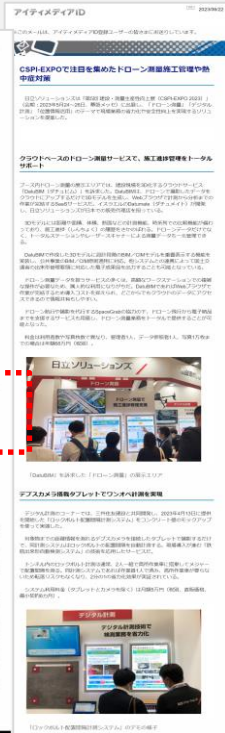
- ・ 配信数
- ・ 開封率
- ・ クリック数
- ・ CTR

- ・ 取材後、約6営業日で掲載内容をご確認いただくテキストファイルをお送りいたします。
- ・ HTMLメールで配信を行う為、制限事項が多数ございます。あらかじめご了承ください。
- ・ 配信日は他社様案件の状況により、ご希望に沿えない場合がございます。あらかじめご了承ください。
- ・ アーカイブ掲載ページへの誘導もオプションで承ります。担当営業までご相談下さい。

配信イメージとWeb掲載イメージ

※HTMLメールのリンクボタンは、Web掲載記事にはありません。リンクボタンに設置したリンクは、Web記事ではテキストリンクの1つとして掲載されます。

HTMLメール



Web掲載



内がテキストリンク

ITmedia ビジネスオンライン 概要



ITmedia ビジネスオンラインは、ビジネスパーソンがキャッチすべき企業・業界動向、彼らが抱える業務上の課題を解決するヒントを提示。戦略立案、働き方改革につながるアクションを促します。

① 経営・総務・人事・財務・経理・営業・マーケターなど「職種」

② 金融・小売・自治体など「業種」

職種・業種別のコーナーも運営し、各領域でのデジタル活用の可能性も探ります。

媒体
スペック

月間約**3229**万PV／約**816**万UB

メルマガ購読数約**18**万件

(2023年10月時点)

主要読者

経営層、経営企画、人事・総務、財務経理、マーケティング・営業
流通・小売、自治体、金融業界 など

コンテンツ

企業・業界ニュース

職種別コーナー

業種別コーナー

課題別コーナー

ビジネスのデジタル化や働き方改革、人材育成などの 業務課題の解決を担うアクションリーダー



ユーザー企業勤務

約79%

業務関連職（LOB）

約69%

新規プロジェクト
関与

約74%

製品導入関与

約70%

課長以上
役職者

約72%

勤務先の課題

- ・ビジネスのデジタル化
- ・データ分析・活用
- ・新規事業の立ち上げ
- ・情報セキュリティ対策
- ・人材育成／人材マネジメント

関心事項

- ・DX事例
- ・データ活用
- ・ロボティクス・人工知能
- ・中小/地方企業動向
- ・セキュリティ

ITmedia ビジネスオンライン 注力領域

職種・業種別に“ターゲット読者”の業務改善・デジタル活用を推進

職種

経営

169万UB



セールス

123万UB



マーケター

36万UB



HR/組織

31万UB



総務

54万UB



財務経理

26万UB



業種

リテール・小売

82万UB



自治体

41万UB



(*) ITmedia ビジネスオンラインの総UBおよび「ITmedia ビジネスオンライン 読者プロフィール調査 2023」を参考にした月間の想定UB値

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、タイアップブッシュ
タイアップ再誘導メニュー			誘導開始前まで：広告料金の50％ 誘導開始以降：広告料金の100％	PV保証タイアップの再誘導、行動履歴ターゲティングタイアップの再誘導
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3営業日以降：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、猥褻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 広告掲載規程に違反すると、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。

アイティメディア株式会社

営業本部

Email | sales@ml.itmedia.co.jp

Office | 〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-12
紀尾井町ビル 13F

Web | <https://corp.itmedia.co.jp>

※本資料内の料金は全て税別・グロス表記です。

※ページデザインは変更になる場合がございます。