

@IT タイアップ記事企画のご提案

レガシーアプリの

「正しい」モダナイゼーション

～COBOL資産の「強み」をどう生かすか。何を残し、何を变えるのか?～

2024年7月更新

レガシーアプリの「正しい」モダナイゼーション

タイアップ企画の概要

DX推進を阻む課題として企業を悩ませているのが、基幹系システムなどで使い続けているレガシーアプリケーションです。システム全体をビジネスニーズに即した形に最適化し続ける「モダナイゼーション」は事業の成長に不可欠ですが、レガシーアプリケーションはメンテナンスに手間がかかり、改修も困難なことが多いもの。しかし、企業が長年立脚してきたビジネスのコアロジックを支え続けている重要資産でもあります。COBOLのようなレガシー資産をどう維持するのか、あるいはどう変えていくのか——ここには経営観点と技術観点、両方に基づく主体的判断と、無理のないロードマップ、手段が求められます。

本タイアップ企画では、「ただ刷新すればよい」といった誤解を解き、「既存の強みを生かす」「さらに強みを際立たせる」ための方法論を紹介。読者動向に基づく客観的な情報とともに、貴社のソリューションを訴求します。

企画の狙い

本企画のターゲットは、経営層（CIO、CTO）、または開発/テスト、運用、セキュリティなどに関わるITエンジニアです（訴求商材の内容や性質に応じて、対象読者に応じた企画になるよう調整します）。

一般的に、製品の訴求は「提供企業の目線でのメッセージアウト」になりがちです。そこでメディア編集部が中立的な視点でタイアップ記事を制作することで、客観的で説得力のある内容にします。

読者がいま抱えている課題や悩みを深掘りできるので、読者の関心に合った納得感が高い内容にできます。貴社ソリューションは読者の課題解決にどのように役立つかを伝えて、導入検討につながる情報を提供します。

タイアップ記事案：テーマ例

仮題：レガシーコードに向き合う前に知っておきたい、今どきのモダナイゼーション手法

訴求商材例：コード解析ツール、コード生成AI、マイグレーションツール、SIerのモダナイゼーション支援サービスなど

対象読者：レガシー資産のモダナイゼーションに関わるITエンジニア、IT部門、プロジェクトマネジャー、および経営層（CIO、CTO）

導入

開発・保守作業の効率向上やコスト削減を考えるうえでは「レガシー資産のモダナイゼーション」は常に課題に挙がる。障害のリスクを考えるとモダナイゼーションは後回しにされがちだ。

現状を可視化して、どれを現状維持し、どれをモダナイズするのか——コード解析やアプリの可視化、AIによる開発支援といった、技術の進歩によって、これらの課題に光明が見えてきた。人材不足でもモダナイゼーションを実現し、開発スピードを速める手法とは。

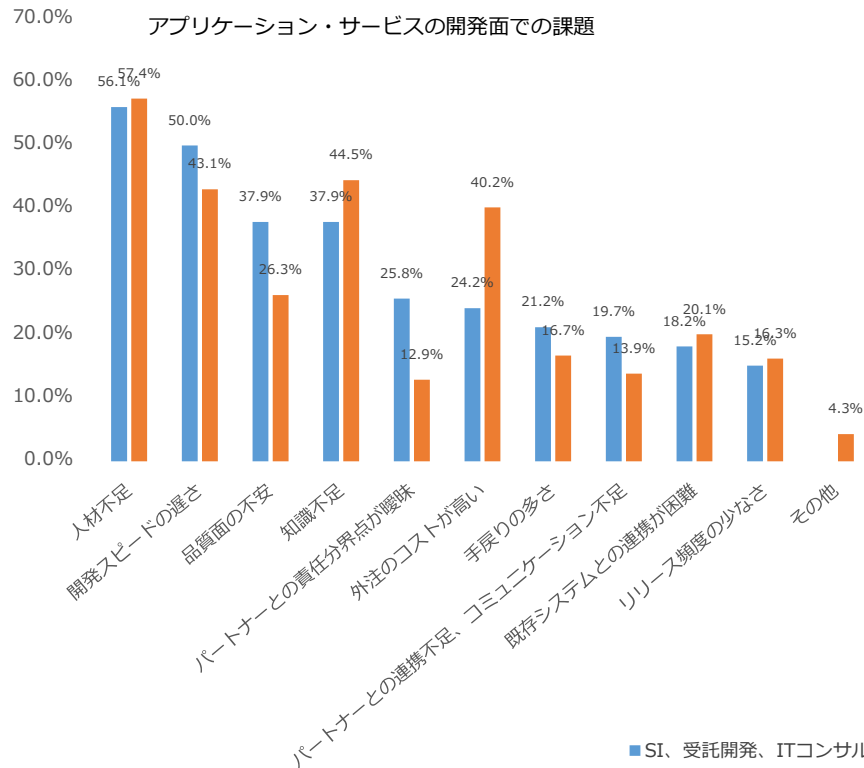
読者の課題意識・調査からの裏付け（例）

- ・ 読者調査では、アプリケーション開発の代表的な課題に「人材不足」「開発スピードの遅さ」が挙がる
- ・ システム開発に関する注目キーワードの上位に「AI」「ローコード/ノーコード開発」が占める
- ・ システム開発におけるAIのユースケース1位は「コーディング」（12.7%）。個人利用か組織的導入かは不明だが、注目度の高さはうかがえる

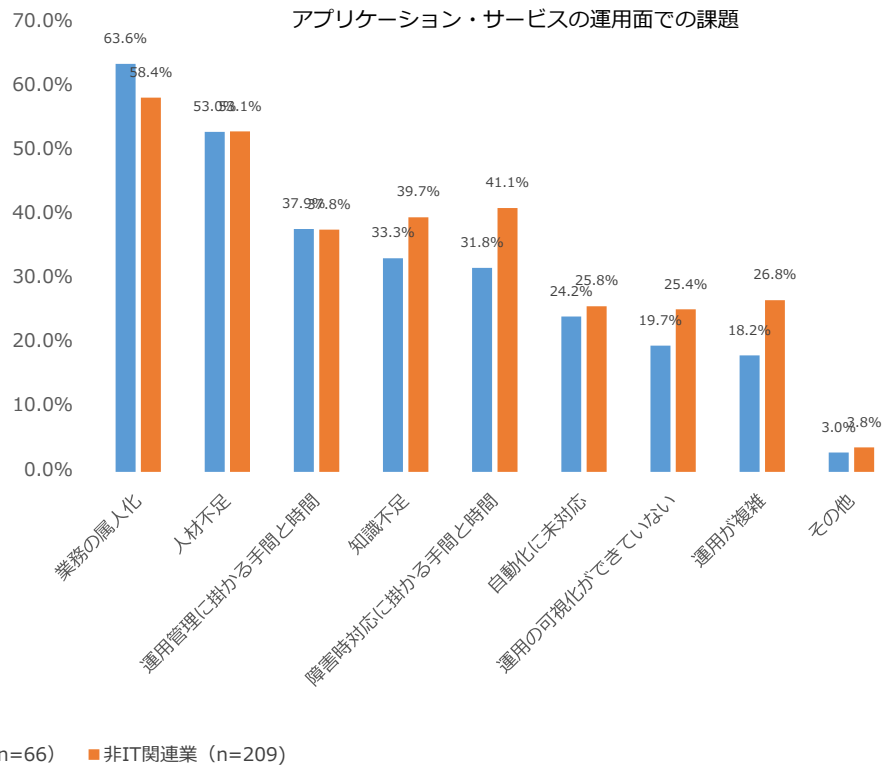
製品・ソリューションの紹介

【読者動向】 業界別・アプリケーション・サービスの開発・運用における課題

アプリケーション・サービスの開発面での課題



アプリケーション・サービスの運用面での課題



【読者動向】 システム開発に関する注目トピックス／キーワード

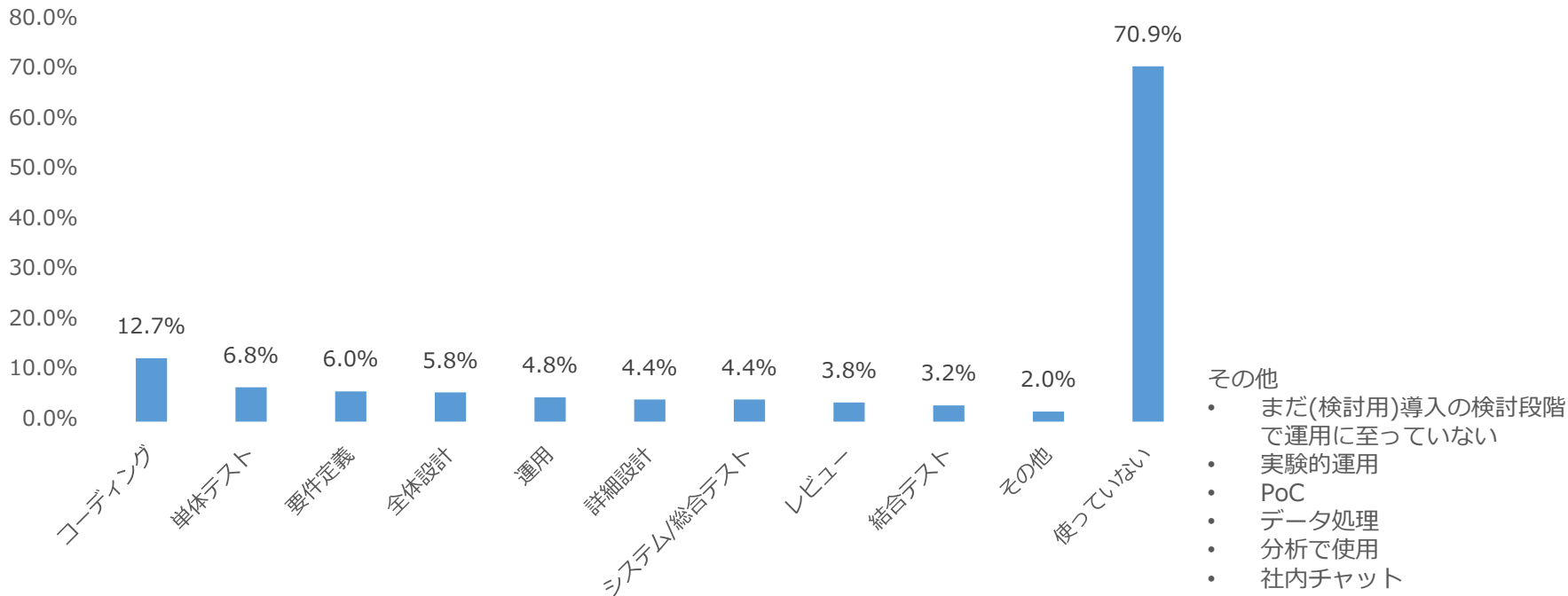
n=498

	2024年		対昨年	2023年	
1位	人工知能・機械学習	32.5%	-1.0%	人工知能・機械学習	33.5%
2位	ノーコード開発	24.3%	3.6%	ローコード開発	23.9%
3位	ローコード開発	22.1%	-1.8%	ノーコード開発	20.7%
4位	オープンソースソフトウェアの活用	17.9%	0.7%	DevOps	17.4%
5位	テストの自動化/TDD（テスト駆動開発）	16.3%	-0.7%	オープンソースソフトウェアの活用	17.2%
6位	DevOps	14.7%	-2.7%	テストの自動化/TDD（テスト駆動開発）	17.0%
7位	IoTソリューション	12.9%	-3.4%	UX（ユーザーエクスペリエンス）/UI（ユーザーインターフェイス）設計/ユーザビリティ向上	16.4%
8位	UX（ユーザーエクスペリエンス）/UI（ユーザーインターフェイス）設計/ユーザビリティ向上	11.2%	-5.2%	IoTソリューション	16.2%
9位	ビッグデータ解析/BI/データサイエンティスト	10.8%	-2.5%	ビッグデータ解析/BI/データサイエンティスト	13.3%
10位	情報共有/コラボレーション/ソーシャルコーディング	10.2%	-0.4%	Infrastructure as Codeによる開発環境の構築自動化	12.3%

【読者動向】 開発運用プロセスにおけるAI利用

n=498

AIを開発運用プロセスのどの部分で使っていますか。（複数選択可）



関連編集記事

• アプリモダナイゼーションの市況

- [モダナイゼーション、デジタルイノベーションへの投資が拡大 IDCが2028年までの国内ITサービス市場予測を発表：年間平均成長率は4.8%](#)
- [「基幹システムのモダナイゼーション」が追い込み期に突入 IDC：3年後には7割の基幹システムがクラウドに移行](#)

• アプリモダナイゼーションの事例

- [北國銀行が新勘定系システムをAzureとGoogle Cloudのデュアル構成で構築、「単一クラウドへの依存はITガバナンス上許されない」](#)
- [明治がAWSのツールを使ってメインフレームから完全脱却 経緯を詳しく説明](#)

• コード解析／変換、アプリモダナイゼーションの手法

- [メインフレームのモダナイゼーションでは何が起こるのか、Googleがアンチパターンを解説：リフト&シフトは万能ではない](#)
- [ソフトウェア開発の強化に向けたAI導入のヒント](#)
- [「レガシーコードの解析」「単体テストの生成」はAIにお任せ KPMGがジェネレーティブAI活用に関する提言を発表：顕在化していない課題も](#)
- [IBM、生成AI基盤モデル追加で「watsonx」を強化 何が変わるのか：「watsonx.governance」のテクニカルレビューも同時に発表](#)
- [「COBOL製OLTP」をマイクロサービス化するサービス 日立製作所が金融機関などに提供開始：一括変換以外でモダナイゼーションする方法とは](#)

タイアップ記事例

NTTドコモが巨大レガシーシステムをクラウドネイティブ化できた理由

NTTドコモは、ITサービス基盤のソースコード探検的スタックを用いたレガシーシステムをマイクロサービスに分解し、コンテナ基盤で再構築した。このようにモダライゼーションを進めたのが、今回の記事の中心であった。

DX（デジタルトランスフォーメーション）の実現が経営課題となる中で、企業はレガシー化したシステムをモダナイズさせる取り組みを加速させている。だが、これを開けてみれば従来のレガシーシステムのアーキテクチャを愛することなくクラウドに移し替えるだけで、インフラのモダナイズができたとするケースもある。

通信大手事業者のNTTドコモは、同社の大規模なレガシーシステムについて、「付加価値をもたらさないモダナイズ」を避けるため、システムを移し替えるのではなく、マイクロサービスに分解し、コンテナ基盤の上で再構築する「クラウドネイティブ化」を進めた。

本稿では、2021年12月にオンラインで開催されたOpenShiftのユーザー、パートナー、技術者などが集まったイベント「OpenShift Commons Gathering」で、NTTドコモの担当者が出したモダナイズのいざきと成功のポイントも伝えます。

大規模レガシーシステムのクラウドネイティブ化で重要な「7点セット」とは

NTTドコモは、1999年から継承してきた「モード1」「モード2」の急激なモダライゼーションによるレガシーシステムのクラウドネイティブ化に取り組んだ。NTTドコモの企業戦略はレガシーシステムの状況をこう語る。

「モード1の急激なモダライゼーションはシステム上で、サービス1つを見て『画面改訂600、仕業書約8000ページ、ソースコード約50万ステップ』という規模です。10年以上わたって改訂を繰り返してきていたが、迅速なセキュリティ対策の実施や継続的なコスト削減が課題でした。またユーザービリティ向上、運用業務の効率化といった課題も発生していましたが、システムに複雑な依存関係は分散しており改訂が難しい状況でした。」（末原氏）

IPA（情報処理推進機構）が発表している「ソフトウェア開発者データ集2020」によりますと、約50万ステップのシステムを再構築するにはおよそ30万5000人時（60人月）の工数が必要となる。大きく作り替えるのは非常に困難なケースだ。NTTドコモはそれでも「ビジネスルール管理システム」を活用してレガシー

NTTドコモ 末原 隆夫

レッドハット株式会社様

NTTドコモが大規模レガシーシステムのクラウドネイティブ化に踏み切った事例を紹介するセミナーレポート。

<https://atmarkit.itmedia.co.jp/ait/articles/2205/25/news001.html>

既存資産を否定するから「強み」を見失う クレディセゾンに学ぶDXのヒント

DXの取り組みを進めている企業は増えているが「新たな価値を生み出す」ことを目指すのではなく、成果を挙げている企業は限定的だ。既存資産を生かしてDXに取り組んでいるクレディセゾンの小野氏に、企業におけるDXの進め方や組織文化を変えさせるヒントを聞いた。

社会全体でデジタル化の取り組みが進む中、企業にはデジタルの力で強みを伸ばし、新しいビジネス価値を創造するDX（デジタルトランスフォーメーション）の取り組みが求められている。多くの企業がDXの実現を掲げて取り組みを進めているが、成果を挙げている企業は限定的だ。

特に目立つのは「デジタル推進室」のような新事業創出の専門部署を立ち上げたものの「既存ビジネスと連携できずにPoC（概念検証）で終わってしまう」ケースだ。経営層が「新しい価値を生み出す」という言葉を曲解して既存業務を否定するスタンスを取ってしまう従業員への反響に遭い倒れもある。

こうした状況でどうすればDXを推進できるのか。成果につなげた実体験を持つクレディセゾン 取締役兼専務執行役員CTO（最高技術責任者）兼CIO（最高情報責任者）の小野和博氏に、DX推進の現実的なアプローチや組織文化を変えさせるヒントを聞いた。

巨大な強みを持つ伝統的企業はモード2をうまく取り込めない

「既存の強みを伸ばすとともに、新しいビジネス価値を創造する」上で、小野氏が実践したのはカートナーが2015年に提唱した「ハイモダリティ」のアプローチだ。

ハイモダリティとは「安定性、堅牢（けんろう）性を重視するモード1」のビジネス/システム領域と「スピードや柔軟性を重視するモード2」のビジネス/システム領域を両立させる考え方。

企業経営者やITシステム担当者にはハイモダリティの考え方は浸透しており、実践企業も増えつつある。小野氏はデータ連携プラットフォーム「DataSpider Servista」の開発者としてベンチャー企業を経営し、その後、データ転送ツール「HULFT」を扱う子会社併合システムズとクレディセゾンで、金融、決済などのサービス開発や経営に携わってきた経験を持つ。いわば、モード2とモード1の両領域に身を置きマネジメントしてきた立場だ。

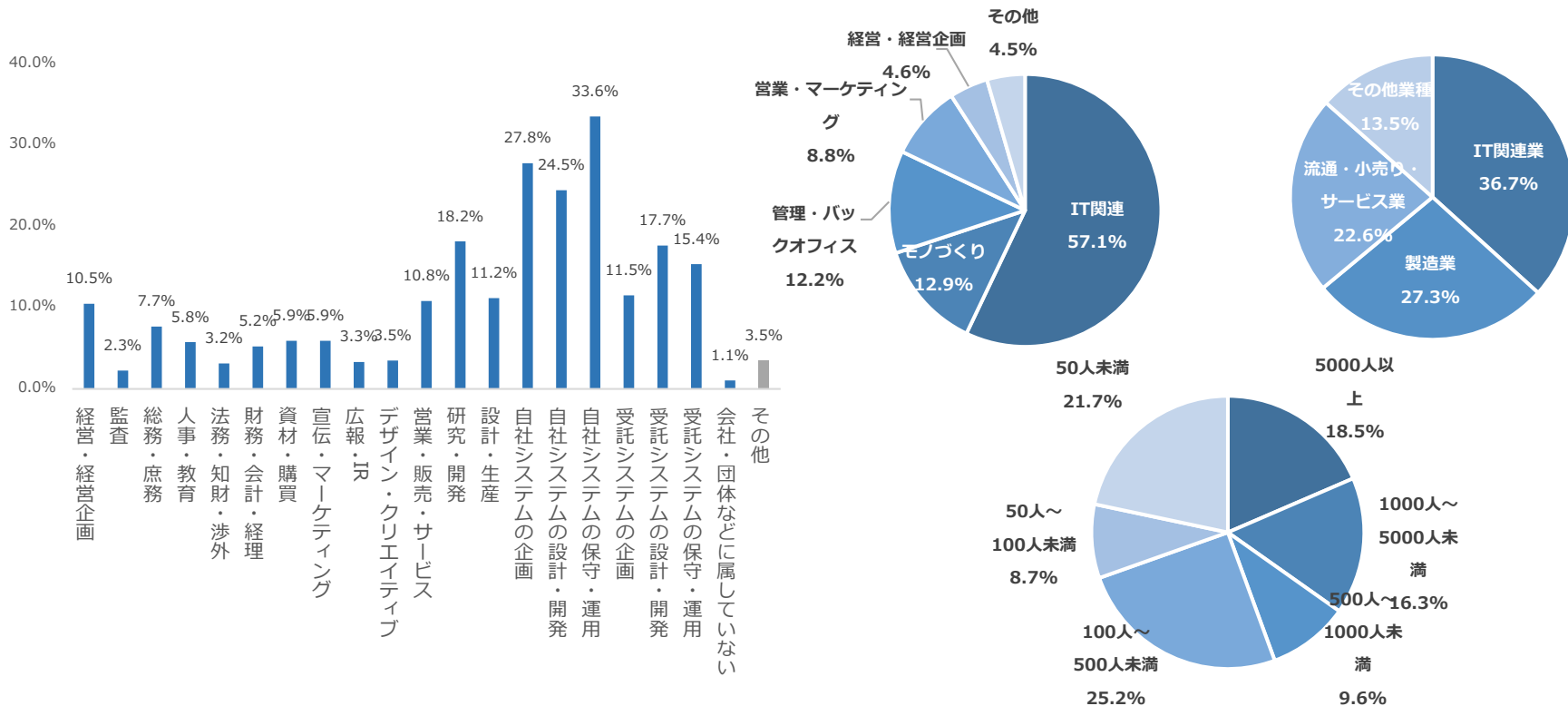
SB C&S株式会社様、VEIウェア株式会社様

DX推進の現実的なアプローチや組織文化を変革させるヒントを紹介する、クレディセゾンの事例インタビュー記事。

<https://atmarkit.itmedia.co.jp/ait/articles/2112/28/news003.html>

@IT読者属性

@IT読者は、自社システムの保守運用に携わる人が全体の1/3以上を占めます



広告メニュー

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、効率的な読者の閲覧を獲得します。

詳細なレポートニング

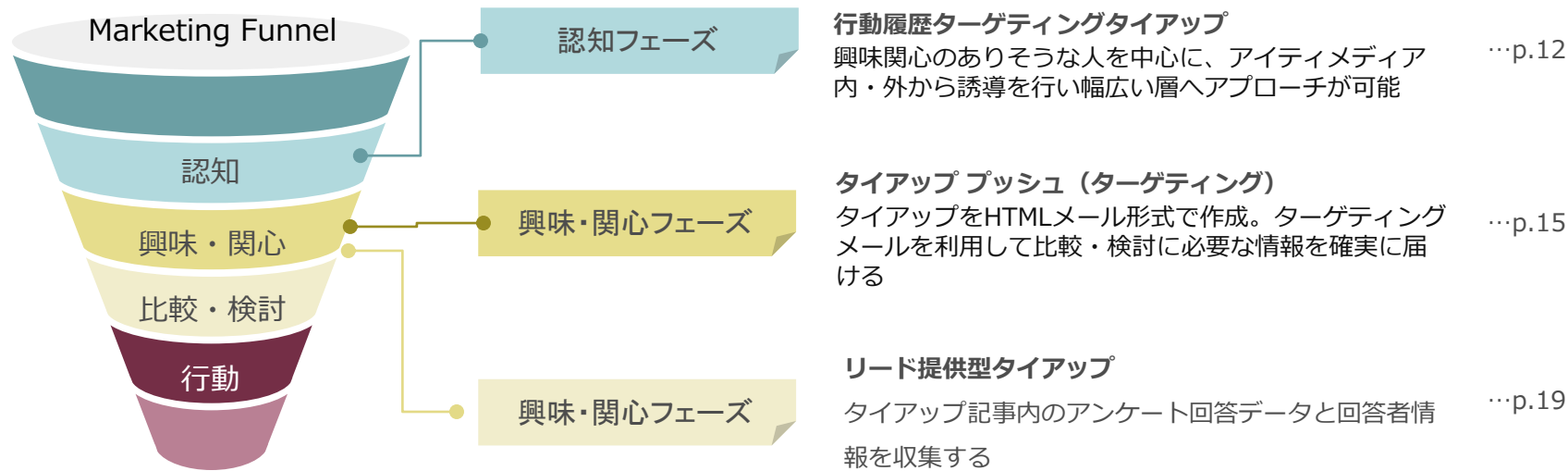


掲載期間終了後には閲覧レポートをご提供しますので、キャンペーンを適正に評価し、次回施策への活用が可能です。

タイアップ記事広告メニュー

マーケティングファネルのフェーズ別に商品をご用意

タイアップ記事広告を実施する際に、もう迷う必要はありません。アイティメディアでは効果の最大化をめざし、マーケティングファネルのフェーズ毎に最適化された商品を用意しています。



行動履歴ターゲティングタイアップ

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記事広告

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します。

「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、アイティメディアを訪れたことのない、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。

◆ 関心キーワード (or条件)

- COBOL
- レガシーシステム
- モダン化イノベーション



誘導広告を表示
記事へ誘導



誘導広告を
表示しない



提供価格（グロス税別）

¥ 1,900,000

メニュー

保証形態	PV保証
保証PV	10,000PV
掲載期間	最短1週間～保証PV達成次 第終了

仕様
タイアップ記事 1本制作・掲載
取材あり
3000~4000字、図版3点以内

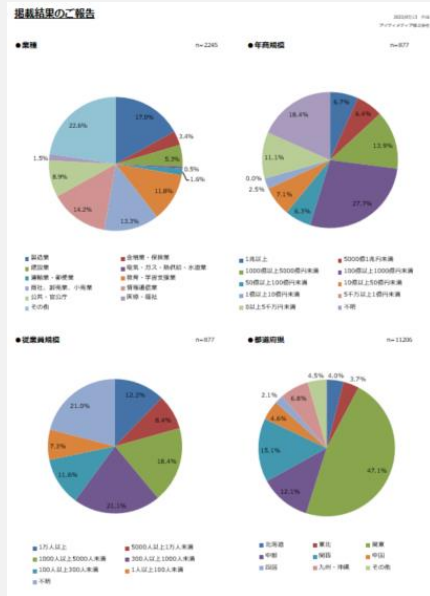
レポート あり (PV,UB,閲覧企業 等)

- ・ 本商品はオーディエンス拡張配信および、外部出稿を利用します。外部出稿先の指定はお請けできません
- ・ キーワードは自由に選定可能ですが、当社内でのUB数が規定値を下回る場合、調整をお願いします
- ・ 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

タイアップ記事の掲載レポート

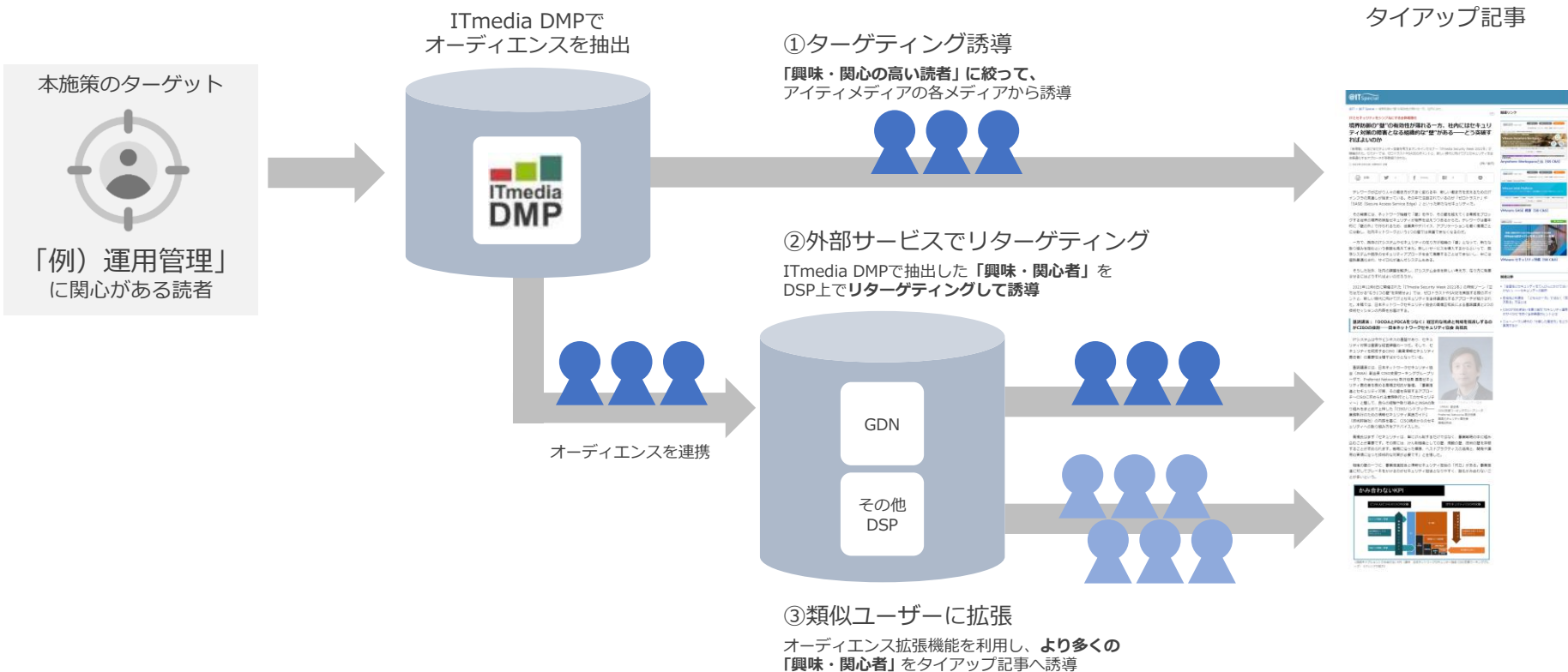
次回施策への参考となる、詳細な掲載レポートをご提出。

- 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 *



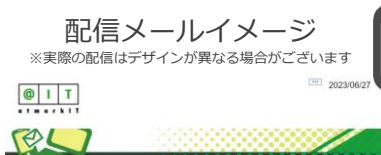
行動履歴ターゲティングタイアップ誘導イメージ

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



『情シス、プロジェクトマネージャ職』プッシュ型記事配信 (タイアッププッシュ)

CIO・マネージャ、情シス、プロジェクトマネージャを対象に、タイアップ記事をHTMLメール形式でプッシュ配信



スマホ感覚でPC交換 キットिंगを楽にする「ゼロタッチ」とは

PC管理といえば、従来は社員の要望に見合うスペックのPCを会社が選定し、標準機として社員に配布。管理するのが一般的だった。そうしたPCのOS設定やアプリインストールなどの作業はITスタッフが担当していた。企業によっては別部門のITに問い合わせるケースもある。

しかし、今日のように働き方が多様化する、PCの機種や用途が多岐にわたり、これまでやり方では対応しきれなくなっている。PC準備に時間がかかって業務が滞る。社員からのオンラインでの問い合わせ対応に追われる。テレワークで利用中のPCにセキュリティアップデートを適用させる……担当者の業務は増えるばかりだ。

PC管理を楽にしたい日々の業務が成り立たなくなるとも過言ではない。そうした中、PC管理を根本から見直す仕組みとして注目されているのが、クラウドを利用した「ゼロタッチ展開」（以下、ゼロタッチ）だ。



PC展開、管理を巡る課題

柔軟な働き方をサポートしつつ、担当者の負担を軽減

ゼロタッチを使うとPC利用に必要な初期設定や手続は自動的に実施され、社員はIDとパスワードを入力するだけですぐにPCを利用できるようになる。社員はPCの力を借りることなく、スマホの機種変更のように、簡単にPCのセットアップや切り替えが可能になる。

新入社員など入社員の社員向けにPCを用意する場合もゼロタッチは有効だ。ゼロタッチ設定をしたPCを社員の自宅に配送するだけで、社員は届いたPCに自分のユーザーアカウントを設定し、業務に必要なアプリケーションなどを準備できる。

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いたします



100万人を超える
アイティメディアID会員向け
ターゲティングメールで配信

メルマガ対象メルマガ
アイティメディア横断ターゲティングメール

配信日：月～金
※ターゲティング条件ごとの在庫は営業担当へお問い合わせください。

最大配信数
20万通/回

メディア上にも掲載



※掲載のみで誘導は別費用となります

提供価格（グロス税別）

¥1,500,000

メニュー

保研態	配信数保証
保証数	15,000通配信
提供期間	アーカイブ掲載あり
仕様	タイアップ記事 1本制作 2000字程度、図版3点以内 取材あり 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、業種（※）、職種（※）、役職（※）従業員数（※）、年商（※）、地域（※）、勤務先（※） ※印は「配信/開封」のレポートとなります
配信対象	ITmedia ID会員で職種が 社内情報システム（CIO・マネージャ）・社内情報システム（開発・運用管理）・プロジェクトマネージャ
	<ul style="list-style-type: none"> HTMLメールで配信するため、レイアウトなどに制限事項がございます。予めご了承ください 配信日は状況により ご要望に沿えない場合がございます 取材後、約6営業日で掲載内容を確認いただくテキストファイルをお送りいたします アーカイブ掲載ページへの誘導も別途承ります

タイアップ プッシュレポート

ITmedia ID会員情報を活かし、配信・開封それぞれについてデモグラ情報をレポート

- 配信数
- 開封数/率
- クリック数/率

- 業種、職種、役職、従業員規模、年商規模、地域、企業名上位150件 (配信した会員)
- 業種、職種、役職、従業員規模、年商規模、地域、企業名上位150件 (開封した会員)

配信結果のご報告

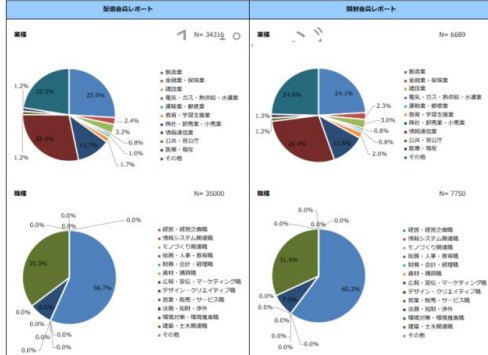
2024/01/23 06:00
アドレス: sample@sample.com

クライアント名: sample 様
配信日: 2024/01/01(月)

メールタイトル	配信数	開封数	クリック数
※開封した件以外の件数は配信済み、配信済みの件数は「配信した件数」です	35,000	7,756	153
		開封率	CTR
		22.2%	0.44%

レポート受取時期: 2024年1月1日 ~ 2024年1月31日
対象システム: 配信済み、開封済み、クリック済み、開封済み、クリック済み
※開封済みの件数は配信済みから一定期間経過後のデータとなりますが、配信開始時点のデータとなります

■開封した会員レポート



配信結果のご報告

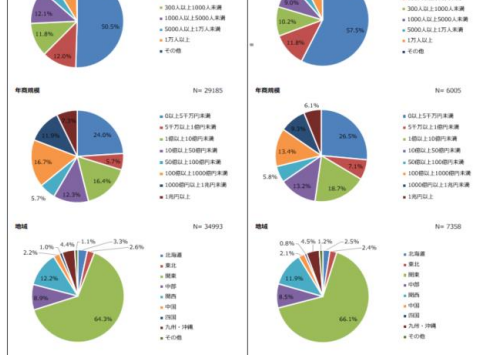
2024/01/23 06:00
アドレス: sample@sample.com

クライアント名: sample 様
配信日: 2024/01/01(月)

メールタイトル	配信数	開封数	クリック数
※開封した件以外の件数は配信済み、配信済みの件数は「配信した件数」です	35,000	7,756	153
		開封率	CTR
		22.2%	0.44%

レポート受取時期: 2024年1月1日 ~ 2024年1月31日
対象システム: 配信済み、開封済み、クリック済み、開封済み、クリック済み
※開封済みの件数は配信済みから一定期間経過後のデータとなりますが、配信開始時点のデータとなります

■開封した会員レポート



配信結果のご報告

2024/01/23 06:00
アドレス: sample@sample.com

※開封済みの件数は配信済みから一定期間経過後のデータとなります

No.	業種名称	No.	業種名称	No.	業種名称
1	情報系 (株)	51	ソフトウェア (株)	101	建設業 (株)
2	ITサービス (株)	52	印刷 (株)	102	建設業 (株)
3	業種 (株)	53	コンピュータ (株)	103	建設業 (株)
4	ソフトウェア (株)	54	建設業 (株)	104	建設業 (株)
5	業種 (株)	55	業種 (株)	105	建設業 (株)
6	(株) 業種 (株)	56	コンピュータ (株)	106	建設業 (株)
7	ソフトウェア (株)	57	ソフトウェア (株)	107	建設業 (株)
8	ソフトウェア (株)	58	業種 (株)	108	建設業 (株)
9	業種 (株)	59	業種 (株)	109	建設業 (株)
10	業種 (株)	60	業種 (株)	110	建設業 (株)
11	業種 (株)	61	業種 (株)	111	建設業 (株)
12	業種 (株)	62	業種 (株)	112	建設業 (株)
13	業種 (株)	63	業種 (株)	113	建設業 (株)
14	業種 (株)	64	業種 (株)	114	建設業 (株)
15	業種 (株)	65	業種 (株)	115	建設業 (株)
16	業種 (株)	66	業種 (株)	116	建設業 (株)
17	業種 (株)	67	業種 (株)	117	建設業 (株)
18	業種 (株)	68	業種 (株)	118	建設業 (株)
19	業種 (株)	69	業種 (株)	119	建設業 (株)
20	業種 (株)	70	業種 (株)	120	建設業 (株)
21	業種 (株)	71	業種 (株)	121	建設業 (株)
22	業種 (株)	72	業種 (株)	122	建設業 (株)
23	業種 (株)	73	業種 (株)	123	建設業 (株)
24	業種 (株)	74	業種 (株)	124	建設業 (株)
25	業種 (株)	75	業種 (株)	125	建設業 (株)
26	業種 (株)	76	業種 (株)	126	建設業 (株)
27	業種 (株)	77	業種 (株)	127	建設業 (株)
28	業種 (株)	78	業種 (株)	128	建設業 (株)
29	業種 (株)	79	業種 (株)	129	建設業 (株)
30	業種 (株)	80	業種 (株)	130	建設業 (株)
31	業種 (株)	81	業種 (株)	131	建設業 (株)
32	業種 (株)	82	業種 (株)	132	建設業 (株)
33	業種 (株)	83	業種 (株)	133	建設業 (株)
34	業種 (株)	84	業種 (株)	134	建設業 (株)
35	業種 (株)	85	業種 (株)	135	建設業 (株)
36	業種 (株)	86	業種 (株)	136	建設業 (株)
37	業種 (株)	87	業種 (株)	137	建設業 (株)
38	業種 (株)	88	業種 (株)	138	建設業 (株)
39	業種 (株)	89	業種 (株)	139	建設業 (株)
40	業種 (株)	90	業種 (株)	140	建設業 (株)
41	業種 (株)	91	業種 (株)	141	建設業 (株)
42	業種 (株)	92	業種 (株)	142	建設業 (株)
43	業種 (株)	93	業種 (株)	143	建設業 (株)
44	業種 (株)	94	業種 (株)	144	建設業 (株)
45	業種 (株)	95	業種 (株)	145	建設業 (株)
46	業種 (株)	96	業種 (株)	146	建設業 (株)
47	業種 (株)	97	業種 (株)	147	建設業 (株)
48	業種 (株)	98	業種 (株)	148	建設業 (株)
49	業種 (株)	99	業種 (株)	149	建設業 (株)
50	業種 (株)	100	業種 (株)	150	建設業 (株)

タイアップ プッシュ制作スケジュール

情報をご提供しメール配信までは約4〜6週間かかります

お申し込み

通常のタイアップ記事広告同様、取材を行います。
取材内容を元に、2000文字程度で記事を作成いたします。

取材

- ・記事タイトルは全角30文字まで（編集部が作成いたしますが、修正の際は文字数にご注意ください）
- ・画像は計3点まで
- ・関連リンクとして3点まで掲載が可能（うち1点はリンクボタンとして設置）

通常は5〜6営業日で初校（テキスト）をお送りさせていただきます。

校正作業

校正は最大3回まで（初校・再校・念校）とさせていただきます。
校正回数が増える場合は10万円（ネット）／回の費用が発生します。
また、校正回数に応じてスケジュールが変わります。詳細スケジュールは営業担当までお問い合わせください。

HTMLメール配信準備

校了原稿をもとに、HTMLメールを作成します。
※ メーラーの設定でHTML形式メールを受信していない読者にはテキスト形式メールが表示されます

配信・アーカイブ掲載

配信後、レポートとアーカイブ掲載のURLをご連絡させていただきます。
※ メーラーの設定でHTML形式メールを受信していない読者にはテキスト形式メールが表示されます

タイアップ プッシュ注意事項

タイアップをHTMLメールで配信するため、タイアップ記事制作時の制限事項がございます。
原稿作成時に制限内で納まるよう作成いたしますが、校正段階での修正依頼を頂いた際にご要望にお応え出来ない場合がございます
あらかじめご了承ください。

●ブロックについて

- ・記事は複数のブロックによって構成されます。
- ・ブロックは「タイトル（見出し）+テキスト+写真（画像）」の3点セットが1ブロックとなります
- ・ブロックの数は、2~4ブロックの構成となります（4ブロックを超える事は出来ません）
- ・ブロックは必ず「タイトル（見出し）→テキスト→写真（画像）」の順に掲載され順番を変更する事は出来ません

●各種制限事項

- ・タイトルは全角30文字までとなります（メールタイトルとしても利用する為）
- ・文字数は約2000文字以内となります（見出し含む）
- ・記事内テキストの装飾は出来ません（太字・下線・リンクなど）
- ・写真（画像）は、最大3点までとなります
- ・関連リンクは最大3点まで掲載いただけます（うち1つはリンクボタンとして設置いたします）

リード提供型タイアップ

@IT / ITmedia エンタープライズ記事広告に、アンケート回答と回答者情報を付加してご提供

アウェアネス施策と併せて読者の声や回答者情報を取得したいという、お客様のニーズにお応えします

Point 1



タイアップ記事はログイン不要で読める全文が公開された形式で掲載。貴社ブランドや製品、技術情報への認知・理解促進ができます。

Point 2



アンケートは本文最下部に設定されるため、読者が記事を読んで何を考えたかがわかります。アンケートにより読者の課題を浮き彫りにします。

Point 3



回答者の個人情報を併せてレポートニングします。狙い通りのターゲットに読まれているかが可視化されます。

展開イメージ

@IT/ITmedia エンタープライズのサイト上とメールマガジンで、タイアップ記事ページに読者を誘導
読者がタイアップ記事の下部にあるアンケートに回答することで、読者の回答情報および個人情報をリードとしてご提供します

タイアップ記事の閲覧

タイアップ記事3,000PV保証

アンケート回答

リード化

想定リード数50件

キャンペーンにつき
想定リード数100件

メディア上の誘導広告



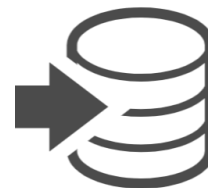
一社独占型メール



タイアップ記事（全文）



回答後ページ



アンケートについて

- フォームについて
 - 製品の導入状況や今後の予定、現在抱えている課題などを聞くフォームを制作します
- フォーム仕様
 - 設問タイプ：シングルアンサー、マルチアンサー、テキストボックス
 - 必須回答/任意回答：設定可能
 - 設問数：10問以内
 - 各問の選択肢：10設問以内
- 設問の制作
 - アンケートの設問は貴社にてご用意下さい
- インセンティブ
 - 回答促進のためのインセンティブとして、Amazonギフトカードが料金に含まれています。（読者用特典の用意および当選作業、配布は弊社が致します）
- 回答情報取得
 - 獲得したリードは管理サイトからダウンロードすることができます。（日次更新）

アンケート

1 このアンケートに関連する製品/サービスについて、あなたの立場を1つお選びください。（必須）

- 社社の導入を決定する立場
- 自社の導入を検討する立場
- フループ企業に提案・販売する立場
- その他顧客に提案・販売する立場
- 導入や提案・販売には関与しない

2 このアンケートの目的目的を1つお選びください。（必須）

- 新製品の製品/サービス導入の検討・比較のため
- 導入済み製品/サービスの改善・運用効率化のため
- 社風、製品情報収集

3 このアンケートに関連する製品/サービスの自社または顧客への導入予定時期を1つお選びください。（必須）

- 3か月以内
- 6か月以内
- 1年以内
- 1年以上先
- 時期は未定だが、導入を検討中
- 情報収集/調査段階

4 このアンケートに関連する製品/サービスの導入手段について、あてはまるものを1つお選びください。（必須）

- すでに導入手段を計上済み
- これから導入手段を申請
- 未定

個人情報の取り扱いに関して

以下「個人情報取り扱いに関するご案内」に掲載いたしました個人情報は、AIメディアが取得し、統計を算出したうえで提供いたします。
個人情報取り扱いに関するご案内をよりお読みください。同意の上、ご利用ください。

掲載に関して、以下の事項に同意されたものとみなします。

(1) 個人情報の提供
AIメディアが本サービスにご登録いただいた個人情報は、ご所属会社と提供いたします。利用目的が範囲内において、ご所属企業へ提供される場合があります。なお、企業情報の変更が行われる場合は、更新後の情報が再提供されることとなります。

(2) 提供する個人情報の範囲

AIメディアが株式会社 [アイトメディア](#) によって提供されています。
個人情報は、株式会社 [アイトメディア](#) 株式会社 [アイトメディア](#) の [プライバシーポリシー](#) によって提供されます。

- 個人情報の取り扱いに関する説明を確認し、同意する

同意して回答する

個人情報取り扱いについての項目です。
貴社個人情報取り扱いURLにリンクさせます。

リード提供型タイアップ

タイアップ記事

掲載メディアを@ITまたはITmedia エンタープライズからご指定ください。

タイアップ記事3,000PV保証

約2000~3000字、図版2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）
- 最短1週間～保証PV達成次第終了
- 誘導広告のスペースや原稿内容は当社に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、掲載を停止いたしますが、最低1週間は掲載を保証いたします
- 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

アンケート

アンケートフォーム制作

アンケート回答・リード獲得施策（想定100件）

【特典】

@ITの場合

- @IT通信 Special版メール（1本）およびインセンティブ配布

ITmdia エンタープライズの場合

- ITmedia エンタープライズ メールマガジンSpecial版メール（1本）およびインセンティブ配布

※本プランは回答促進のため読者へのインセンティブ付与を実施の必須条件となります。インセンティブ用意・配布は当社に一任いただきます

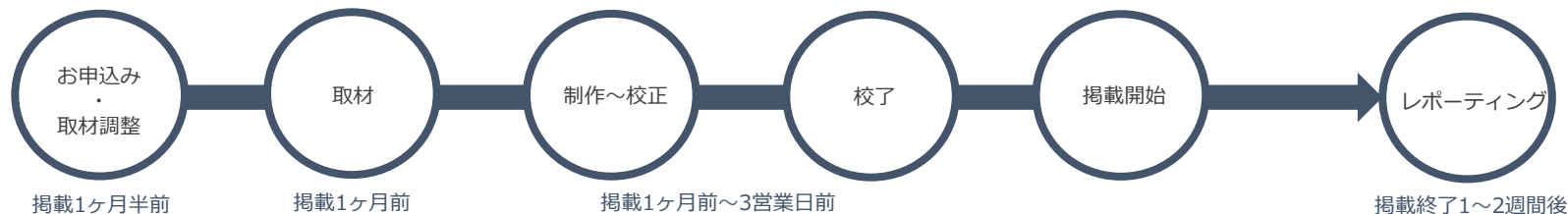
提供価格（グロス税別）

¥ 1,950,000

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、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	申込み金額の半額消費まで：広告料金（リード料金）の50% / 申込み金額の半額消費以降：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	ABML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%	ABMLレポート、ABML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、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.