

ITmedia ビジネスオンライン メディアガイド

2021年7月5日更新

ITmedia ビジネスオンラインとは

ビジネスパーソンの「業務上の課題」を解決するメディア



企業の環境変化に直面するビジネスパーソンがキャッチすべき業界・経済動向、業務上の課題を解決するヒントを提供。

- (1) 経営者・総務・人事・営業・マーケターなど「職種」に特化したコーナー
- (2) 金融・小売など「業種」に特化したコーナー
- (3) 働き方改革やテレワークへの対応といった、部署・職種をまたぐ「課題」にフォーカスしたコーナーを擁し、各領域でのデジタル活用の可能性も探ります。



月間約2,314万PV／約697万UB
メルマガ購読数約10万件

※2021年1月実績



経営層、経営企画、人事・総務、財務、営業、
事業企画、商品企画・開発、マーケティング など



- ・ 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

読者ターゲット

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



ユーザー企業に勤務

76%

業務関連職（LOB）

68%

新規プロジェクト
に関与

70%

製品導入に
に関与

65%

係長以上の
役職者

71%

- ・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
- ・人材育成／人材マネジメント
- ・新製品・サービスの開発
- ・従業員の働き方

が勤め先での課題上位

- ・DX事例
- ・データ活用ビジネス
- ・ロボットや人工知能などの最新事例
- ・セキュリティ対策

が関心事項上位

正解が分からぬ世界で、少し先の未来を見通す

正解が分からぬ——新型コロナウイルスが全世界で猛威を振るった2020年、誰しもそう感じたのではないでしょか。外出自粛により、ビジネスモデルが崩壊した企業もあれば、巣ごもり需要の恩恵を受け、業績好調の企業もあったでしょう。オフィスの風景も様変わりし、「テレワーク」「脱はんこ」といった言葉もよく耳にしました。

コロナ襲来から1年、依然として先行きは不透明です。コロナが終息すれば、リアルの世界に客足は元に戻るのか。急成長した「デジタル消費」が一層加速するのか。これからもテレワークをはじめ、場所にとらわれない働き方が当たり前になるのか。それともオフィスへの回帰の流れがやって来るのか。誰も正解を知らない状況は続きます。

こうした悩みを抱えるビジネスパーソンに向け、ITmedia ビジネスオンラインは、少し先の未来を予感させ、課題解決につながる情報を伝えていきます。好調な企業、失敗した企業への取材を通じ、戦略・ビジネスモデルのヒントを探ったり、社員の働き方への不満を解消するノウハウを紹介したり——。ビジネスパーソンが業務上の課題を解決できるように促す、そんな誌面作りを心掛けて参ります。

ITmedia ビジネスオンライン 編集長 片渕陽平

メディア概要

メディア内の各“専門誌”がそれぞれ抱える「ターゲット読者」のデジタル活用を推進

企業の環境変化、経済の先行きに対し、企業の“中の人”はどう取り組むべきか——キーパーソンとなる人々の在り方を、総務、人事、マーケターなど**職種別**に取り上げます。いずれの職種でも“ITの活用”を意識したコンテンツをそろえ、旧態依然とした姿からの脱皮を手助けします。

さらに、働き方改革やテレワークへの対応など、部署・職種を問わず横断的に取り組むべき“課題”や、金融業界のデジタル活用といった**業種別**のテーマには特集を設け、最新事情を追っていきます。

職種別コーナー

職種

総務



攻める総務

人事



戦略人事の時代

マーケター



マーケティング・シンカ論

財務



フィンテックで変わる財務

経営



トップインタビュー

課題別コーナー

特集

働き方



#SHIFT

テレワーク



日本を変える「テレワーク」

金融業界向け



金融機関のデジタル活用

小売り業界向け



リテール大革命

TOPICS

ITmedia ビジネスオンライン、総務・人事会員 増加中

ITmediaビジネスオンラインは昨年から、総務・人事のコンテンツにも注力。2020年12月以降、リモートワークやサテライトオフィスの導入といった就労環境の改革、いわば“守りのDX”に携わる、総務・人事職の会員登録数が急増しています。

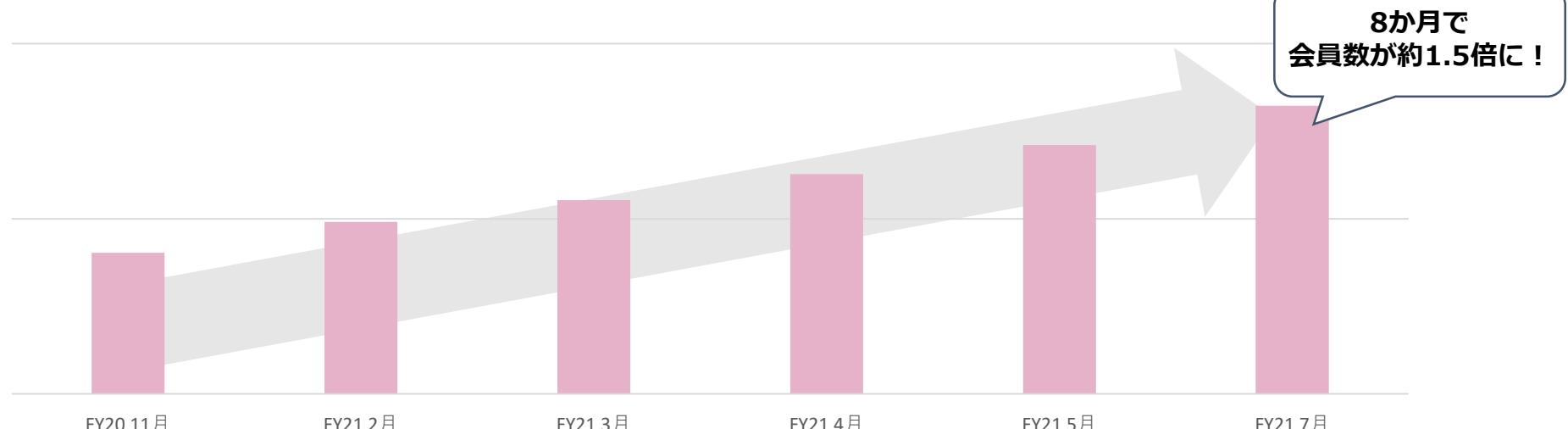
記事の全文を読むために会員登録をする読者、つまり自ら積極的に情報収集を行っているアクティブな読者といえます。業務改善などに関心があるフレッシュなリードになり得るのです。

バックオフィスのDXを進めるに当たっては、他部署との連携が必須。プロダクトアウトの思考になりがちなIT部門と、現場のニーズを橋渡しをする役割が総務・人事には求められています。

総合ビジネスメディア「ITmedia ビジネスオンライン」に集まる総務・人事IDは、トレンドに敏感な読者です。

同時に、バックオフィスのDXを進めたいと考えているIT部門層も多数抱えているため、双方の動きに影響を与えられるのが弊誌の強みです。

■ITmedia ビジネスオンライン総務・人事の累積会員数（※増加数ではありません）



※会員全体向けのメルマガであるITmedia ビジネスオンライン通信（毎週月～金曜日配信）は約10万通配信しています。

Copyright © ITmedia Inc.

職種別コーナー：総務

攻める総務

社員の働く環境、経営の意思決定に関わる総務部門。働き方改革の実現、BCP（事業継続計画）策定など、会社が一丸となって環境の変化に対応するためには、会社の業務全体を把握する能力や社内を横断するコミュニケーション能力を有する総務が必要です。しかし「緊急性は高いが、重要ではない」定常的な業務に追われ、「それどころではない」総務も少なくありません。ITを巧みに使い、従来の業務を省力化しながら、攻めに転じる——そんな総務の在り方を考えます。

——ITを活用し“攻め”の姿勢に転じる総務部門へ

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/soumu/index.html>

▼コンテンツ例



✓ オフィス変革

出社率50%のオフィス施工例 コロナ禍で失われた「偶発的なコミュニケーション」を促すレイアウト

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/26/news026.html>

✓ 業務フローの効率化

創業83年の製造業が大改革——東京本社は90%以上テレワーク、「紙・はんこ文化」からの脱却！ その秘訣とは？

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/10/news033.html>

✓ 社内コラボレーション

社員120人が原則テレワーク、「在宅勤務を語ろうチャット」で不安解消 ピクスタ流の働き方

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/04/news016.html>

✓ 株式管理

実現間近か、株主総会の“完全”オンライン化 最大の課題は「場所」の定義

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/17/news011.html>

✓ 福利厚生・BCP

職場近くの飲食店を“社食化” ジャパンネットHD、出社・対面重視のコロナ共存策

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/15/news010.html>

職種別コーナー：人事



戦略人事の時代

変化に強い人材を雇用し、自社の成長に必要な人材を見抜き、ポテンシャルのある人材の能力を伸ばし、既存の人材に新たな可能性を見いだす——。令和の時代を勝ち抜くために、人事はどのような取り組みで企業の成長に貢献できるのでしょうか。変化の時代にあるべき人事の姿を可視化するとともに、人事分野でのIT活用の可能性を見出します。

——これから的人事部門のあるべき姿とは

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/jinji/index.html>

▼コンテンツ例

✓ 採用

なぜ面接評価はアテにならない？ 離職率をはじき出すAIがすごい
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/05/news029.html>

✓ 育成

内定辞退が減少、時間や金銭面も効率化！ ユナイテッドアローズが挑むオンライン研修の舞台裏
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/01/news147.html>

✓ 労務

「半休」の代わりに「中抜け時間」、在宅勤務の「働きすぎ」防止策も導入……テレワークに積極的な企業に学ぶ
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/01/news124.html>

✓ 人事制度

OKR・ノーレイティング——話題の目標設定・評価手法を、単発的に導入してもダメな理由見直しポイントは？
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/10/news104.html>

✓ 組織開発

「テレワークで相談しにくい」を解消！ 助け合える組織風土を作る“3つの行動”
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/25/news124.html>

Copyright © ITmedia Inc.

職種別コーナー：営業・マーケター

マーケティング・シンカ論

—進化・深化するマーケティング事情を追う

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/marketer/index.html>

キャッシュレス決済、無人店舗などが当たり前になり、これまで以上に膨大な顧客データが生まれる近未来。AI技術などを駆使しデータを分析できれば、顧客の嗜好を深く知り、より的確なマーケティングが可能になるかもしれません。マーケターや営業担当者の常識を変える、進化・深化するマーケティング事情を取り上げます。

マーケティング・シンカ論

ホーム サイト方 デレワーク 小売 金融 財務 総務 人事 マーケ 経営

2020年1月号

駅ナカ販売機が最大39.5%の売り上げアップ！ 陳列商品を提案するAIがすごい

「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

記事一覧 セールス捷速 質問エンゲージメント データ駆動 売上向上 商品開発

事例

【事例】
Instagramのコロミ活用で売り上げ400%爆！『リトルドッグドリーム』、熱狂を生むSNS戦略とは？

【事例】
「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

【事例】
駅ナカ自販機が最大39.5%の売り上げアップ！ 陳列商品を提案するAIがすごい

【事例】
「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

【事例】
駅ナカ自販機が最大39.5%の売り上げアップ！ 陳列商品を提案するAIがすごい

【事例】
「[日経]が直営店市場に起こした“大逆転”とは？ ライオンがシカれた競争マーケティングのアドバイス」

さあ、Chromebook

詳しくはこち

chromebook

Special

DX企業で「ボンジイ管理導入」が進む理由とは？ ここからくる「データの活用」とは？

もっと詳しく

【IT】Web会議「ZOOM」が急激に需要急増！ 何が起こった？

【IT】DX導入のDX「オラクルデータベース」を活用するデータマテリアルズとは？

もっと詳しく

【IT】「みんなの電子書籍」が電子書籍市場で躍進！ なぜ？ 何が起こった？

【IT】オフィス設備のDX「導入」で、なぜDX化が進む？ 何が起こった？

もっと詳しく

【IT】「ZOOM」が急激に需要急増！ 何が起こった？

【IT】AIを活用してDX化！ なぜ？ 何が起こった？

もっと詳しく

【IT】「ZOOM」が急激に需要急増！ 何が起こった？

▼掲載コンテンツ

✓ セールス連携

「新人の案件獲得数が5倍以上」 営業人材の育成を支える“セールスティック”と“スキルの可視化”

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2012/17/news051.html>

✓ 顧客エンゲージメント

カスタマーサクセス立ち上げ、どうしてつまづいた？ “3つの失敗”から学ぶ心得
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/15/news025.html>

http://www.bu.edu/abs/abs.htm, BOSTON, MA 02130, 617/552-1111, 111, WWW.BU.EDU/ABS/

▼ テーマ戦略 SEA CRMOの

SFA・CRMの「そして誰も入力しなかった」を防ぐ！ インリードセールスとデータ活用の重要性

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/25/news07.html>

✓ 元上向左

駅ナカ自販機が最大39.5%の売り上げノック！ 陳列商品を提案するAIかすこと

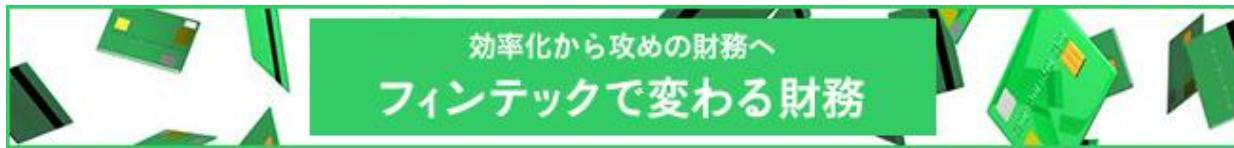
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/02/news024.html>

✓ 商品開発

初週売り上げ、過去最高！ 翼例のロングスカートが生まれたワケ ヤフーと三越伊勢丹が見抜いた「隠れた欲求」

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2007/22/news005.html>

職種別コーナー：財務



——効率化から攻めの財務へ

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/features/fintechfinance/>

銀行APIの開放、クラウド会計の普及など、企業の財務が変革を迎えてる。「経理の生産性をどう上げるか」「ガバナンスを高めるためにクラウドを活用できないか」——。企業がフィンテックを活用する方法を探る。

※ターゲット読者：企業の決済・会計・財務業務担当者、フィンテック新規事業担当者



▼コンテンツ掲載



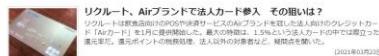
- ✓ コロナで「減損先送り」が“合法的な粉飾決算”とならないために
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2005/15/news024.html>



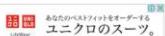
- ✓ 個人事業主の開業手続き書類を無料で作成 「マネーフォワード開業届」提供
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2012/24/news121.html>

銀行APIの開放、クラウド会計の普及など、企業の財務が変革を迎えてる。「経理の生産性をどう上げるか」「ガバナンスを高めるためにクラウドを活用できないか」——。企業がフィンテックを活用する方法を探る。

新着記事

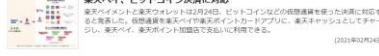


- ✓ コンカー、経費精算の次は請求書のデジタル化へ 「デジタルインボイス構想」掲げる
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/10/news107.html>



- ✓ 内部留保がコロナ禍の防波堤に 企業財務の変化と意味合い
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/27/news019.html>

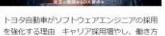
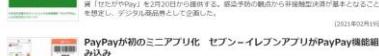
新着記事



<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/10/news107.html>

商品券の代わりにコード決済『せたがやPay』スタート 30%還元で導入実績急増

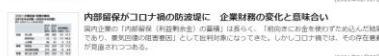
新着記事



<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/01/news019.html>

PayPay初のミニタブ化 セブンイレブンアリババがPayPay機器組み込み

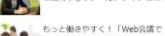
新着記事



<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/01/news019.html>

内部留保がコロナ禍の防波堤に 企業財務の変化と意味合い

新着記事



<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/01/news019.html>

PayPayユーザー数3500万人突破 日本の人口の3割に

新着記事



<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/01/news019.html>

Copyright © ITmedia Inc.

職種別コーナー：経営

トップインタビュー 会社を強くする

—会社を強くする 経営者が語る組織論

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/topinterview/index.html>

経営者は孤独だ——。時には組織を変えるために、批判を恐れずに果斷な決断が求められる。“一流の経営層”は組織を変えるマネジメントをするためにどんな行動を取ったのか？ 「会社を強くする」ための組織論に迫る。



▼掲載コンテンツ

- ✓ 星野リゾート星野佳路代表が語る「コロナでリストラしてはいけない」納得理由
——“近場旅行”のニーズを掘り起こし「生き残る」

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2009/11/news026.html>

- ✓ サツドラ富山浩樹社長が語る「ウィズコロナ時代のチェーンストア戦略」

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2010/23/news013.html>

- ✓ ワークマン土屋哲雄専務に聞く 「4000億円の空白市場」をいかにして切り開いたのか

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/01/news011.html>

- ✓ 焼肉への業態転換を図るワタミ 清水邦晃社長が語るアフターコロナでの勝算

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2011/04/news092.html>

- ✓ 「プリコネ」大ヒットの舞台裏 一度たたんだコンテンツを復活させたCygamesの手腕とは

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/18/news121.html>

課題別コーナー：働き方

#SHIFT

仕事の当たり前を「シフト」する

——「働き方 改革・生産性向上」に特化

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/hashshift/index.html>

「働き方改革」や「生産性革命」といった政府の大号令によって、多くの日本企業がその実現に取り組んでいます。ただし数年前から日本でも価値観の多様化とともに、働き方の自由度は広がっています。そうした世の中では、今まで“当たり前”だと思われていた仕事のやり方が大きく変わります。これからビジネスパーソンは何を考え、どのように行動していくべきなのでしょうか。また、そのとき企業に求められる役割はどのように変わっていくのでしょうか。



The screenshot shows the homepage of the #SHIFT website. At the top, there is a large banner with the #SHIFT logo and the tagline "仕事の当たり前を「シフト」する". Below the banner, there is a navigation bar with links to Home, 働き方 (Workplace), テレワーク (Telework), 小売 (Retail), 金融 (Finance), 財務 (Finance), 総務 (General Affairs), 人事 (Human Resources), マーケ (Marketing), and 経営 (Management). The main content area features several news articles and advertisements. One article on the left is titled "アフターコロナ 仕事はどう変わる? 2007年からオンライン商談を導入しているSansanが話す「極意」" and includes a photo of a woman wearing a headset. Another article on the right is titled "box さあ、Chromebook" and includes a photo of a Chromebook. There are also sections for "Newspaper Articles" and "Special". At the bottom, there is a "Workplace" section with a photo of a person and a "JTBが三重地所・JALらと業務提携 オーダーメイド型「ワークーションプログラム」を発売" section with a photo of a landscape.

▼掲載コンテンツ

✓ 働き方

パソナの淡路島移転 移住した副社長が感じた“思った以上のポテンシャル”とは
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/15/news039.html>

“ガチガチに縛る”時代の終焉 カシオ計算機が「全社員の副業」「シニア世代の兼業」を解禁したワケ
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/10/news011.html>

ワーケーションを成功させるには？ 企業がしっかり進めるべき「4つのステップ」
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2009/01/news010.html>

✓ 組織マネジメント

3000人規模の納会をオンラインで DMM.comが考える新しい社内交流
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2012/24/news036.html>

男性社員の育休取得をアップさせる環境づくり、3つのポイント
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/02/news012.html>

いま注目の自律分散型組織「ティール組織」とは何か？
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/23/news008.html>

ジョブ型への移行、オフィス半減 富士通・平松常務に聞く「真のDX企業へと脱皮する要点」
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2008/19/news019.html>

課題別コーナー：テレワーク



労働人口の減少を背景に、政府が推進する「働き方改革」の1つとして注目を集めているテレワーク。ワークライフバランスの実現、人材の確保、BCP（事業継続計画）の推進などさまざまなメリットがうたわれる一方で、導入を進めたものの効果が上がらないと悩む企業も多い。テレワークを導入する際に考えるべきポイントは何か。また、テレワークを活用した新しい働き方は日本をどう変えていくのか。さまざまな事例から「テレワークの現在と未来」を考える。

——形だけで終わらせないテレワーク導入ノウハウ

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/features/telework/>

▼掲載コンテンツ

リモートだと「部下の仕事ぶりが見えない」問題を解決する、人事評価・賃金制度の作り方

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/01/news018.html>

テレワーク率95%をキープ！ “全員原則テレワーク企業”が導入した「Uber手当」「Zoom飲み会代」

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/26/news024.html>

「電話応対のために出社」をなくす、SaaS活用術

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2102/03/news010.html>

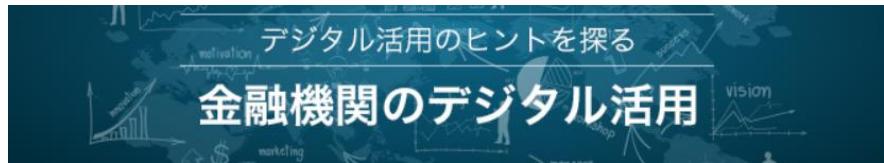
2万人超“全員テレワーク”を実現、VPNのパンクを回避したLIXIL

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2012/23/news041.html>

テレワーク時代に急浮上、新しいセキュリティの考え方「ゼロトラスト」って何だ？

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2008/10/news007.html>

課題別コーナー：金融業界向け



——金融業界デジタル化の波をどう生き抜く？

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/features/finance/>

金融業界にデジタル化の波が押し寄せてきている。「ブロックチェーンへの対応はどうするのか」「データをいかに再構築するのか」「店舗運営をどう効率化するのか」——。新たなテクノロジーを活用し、厳しい競争に勝つヒントを提示する。



▼掲載コンテンツ

崩れる金融事業モデル、その先にあるもの JAMP大原氏に聞く
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/16/news012.html>

FFGのみんなの銀行、地銀傘下で全国狙う スマホ専業銀行の勝算
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/14/news096.html>

デジタル通貨実現への道 日銀キーマンが語るCBDCの今
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2011/25/news030.html>

なぜ地場証券がIFAへ業態転換？ 進む金融の水平分業
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/17/news054.html>

地銀の再編は“数の減少”にあらず？ プライドを捨てて強み生かせるか
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2011/12/news098.html>



課題別コーナー：小売り業界向け



—店舗を変えるテクノロジー—

<https://www.itmedia.co.jp/business/subtop/features/retailtech/>

新型コロナの影響が続く中、大打撃を受けている流通・小売業界。従業員と顧客の接触機会を減らしたり、店舗運営を省力化したり、といった対応も求められる。無人店舗、キャッシュレス決済、遠隔操作ロボット——など、テクノロジーは流通・小売業界をどう変えるのか。企業の先進事例を交えながら、リテールテックの現状をお伝えする。

リテール大革命
店舗を変えるテクノロジー

ITmedia ビジネス
ONLINE

ホーム 働き方 テレワーク 小売 金融 財務 営業 人事 マーケ 経営

石角晶とめぐる、即席リテ
「小ささいものに注目されると、米国ス
パー・マーケット市場で進むテクノロジ化」

石井伸一郎(イトーヨーカドー)
ファミマ、無人決済
の店舗をオープン
大井町駅前にて
大井町マラソンの役割とは

コロナ禍で「AI」
駆動力の販売が最大
39.5%の売り上げア
ップ！ 陣列商品を
提案するAIがすごい

30社超・AIレコメンド・アリテ...
5秒で身体をスキャン、ぴったり下着
提案、ワコールがすごいすぎるデジタル
店舗を作る理由

小売業が広告配信のプラットフォーマーに オンラインと
リアル店舗のデータを融合した「リテールメディア」成功の鍵は？

Special

ドライバー不足・長時間労働を解決せよ！ 「AI配車システム」×「ゼンリン住宅地図」で進化する配達業者

新着記事

東京駅とECを融合！
そこが、西武 非接触で商品説明から決済まで完結する
「メディア型OMOストア」を出店

池袋ミラーワールド：
DNPが「ハーチャルショッピング」を展開 アパートで新
しいまと出店

「安打ったのは『食事をする相手』：
「在宅でいたくなご飯」が売り上げの柱に？ 変わる外
食・中食トレンド

▼掲載コンテンツ

無人レジとロボットの導入は、ファミリーマートの店舗をどう変えるのか？ 責任者に聞いた

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/11/news042.html>

駅ナカ自販機が最大39.5%の売り上げアップ！ 陳列商品を提案するAIがすごい

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2103/02/news024.html>

“広すぎる”売り場、アプリで案内時間を40%削減——カインズ流、IT変革の全貌

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/06/news072.html>

「売らなくてもいい」「体験の場を提供」 4カ月で560万の“接点”を生んだ店
「b8ta」はリテールの価値を変えるか

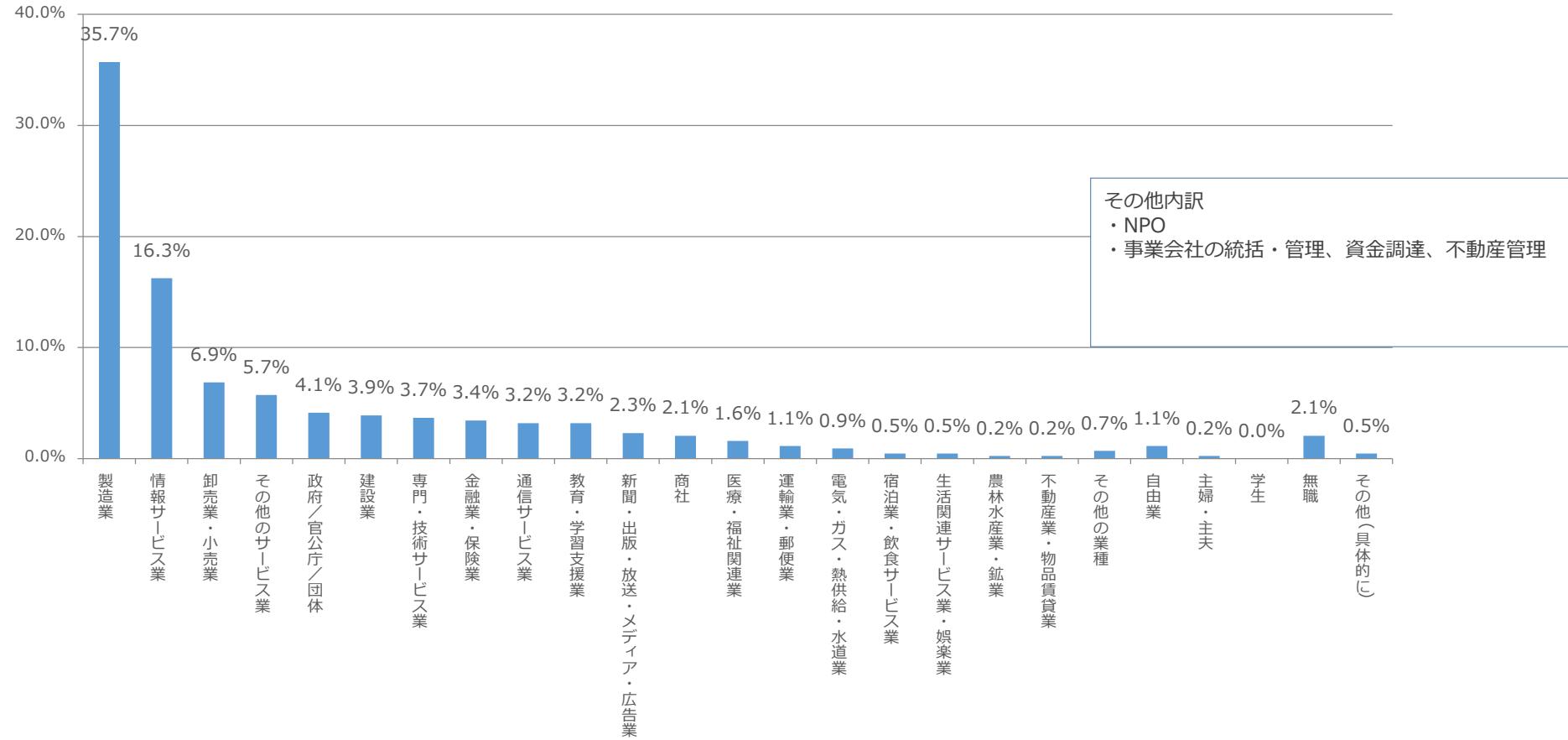
<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/2101/02/news005.html>

価格がコロコロ変わる！ ビックカメラが「電子棚札」を導入したら何が見えてきたのか

<https://www.itmedia.co.jp/business/articles/1910/08/news017.html>

読者属性 - 業種

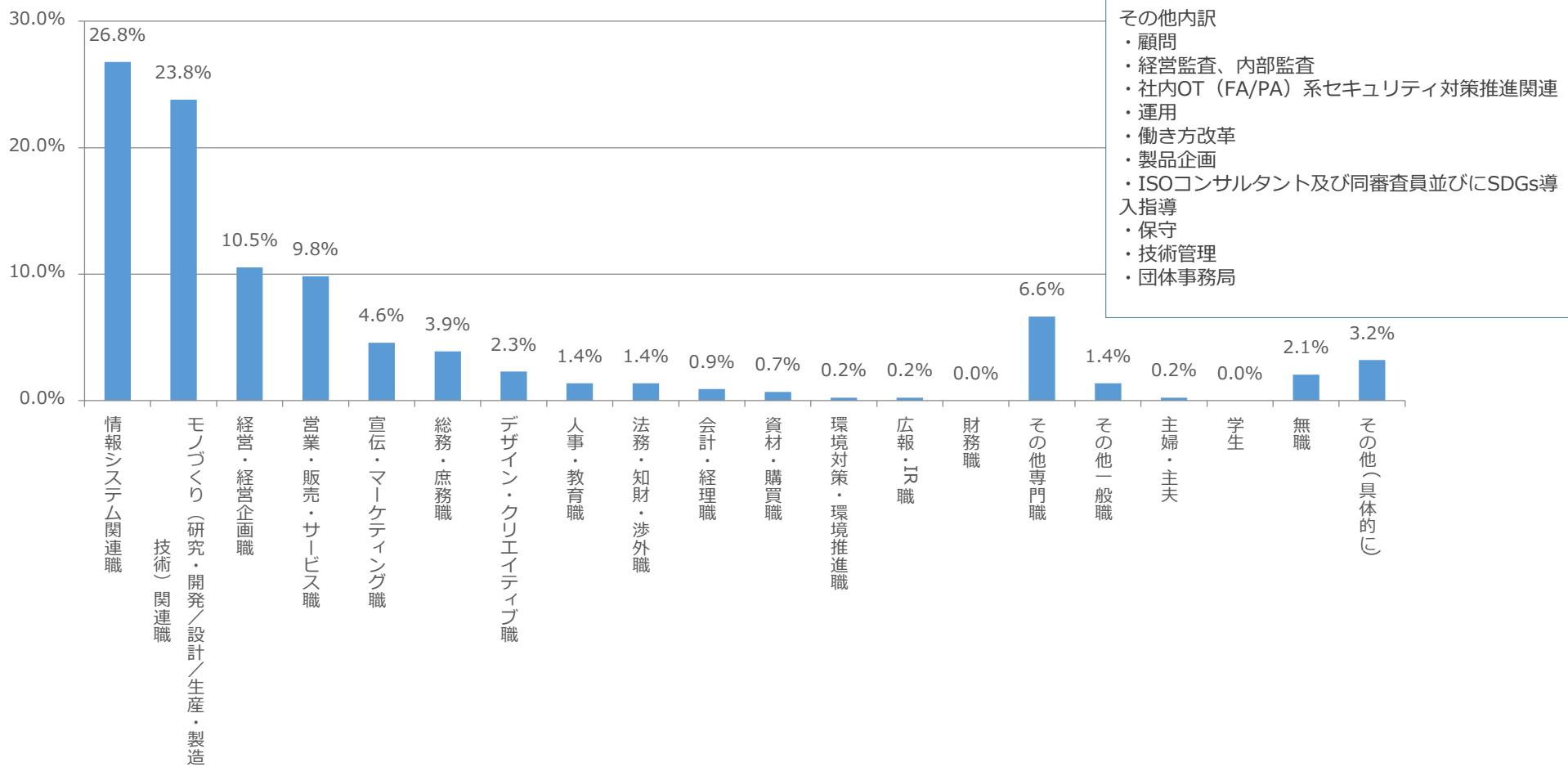
あなたのお勤め先の業種にあてはまるものをお選びください。



(n=437)

読者属性 - 職種

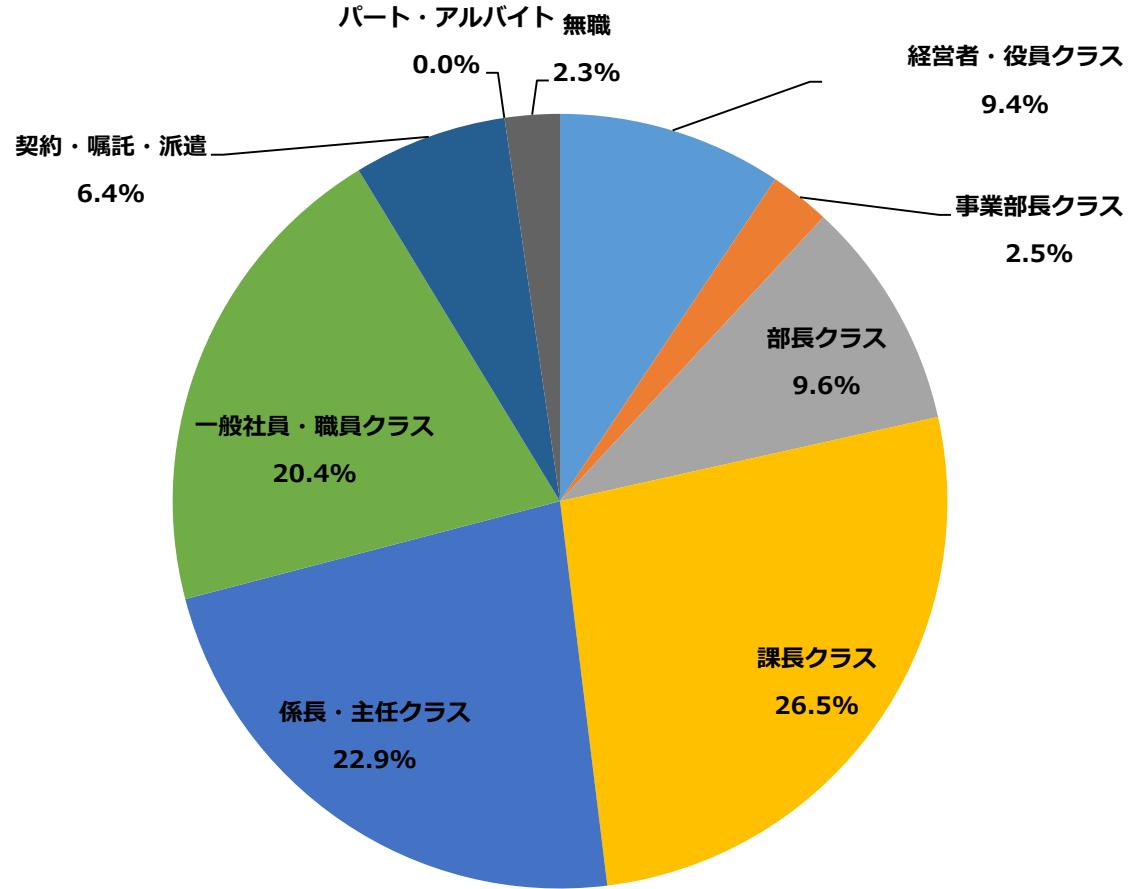
あなたの職種にあてはまるものをお選びください。



(n=437)

読者属性 - 役職

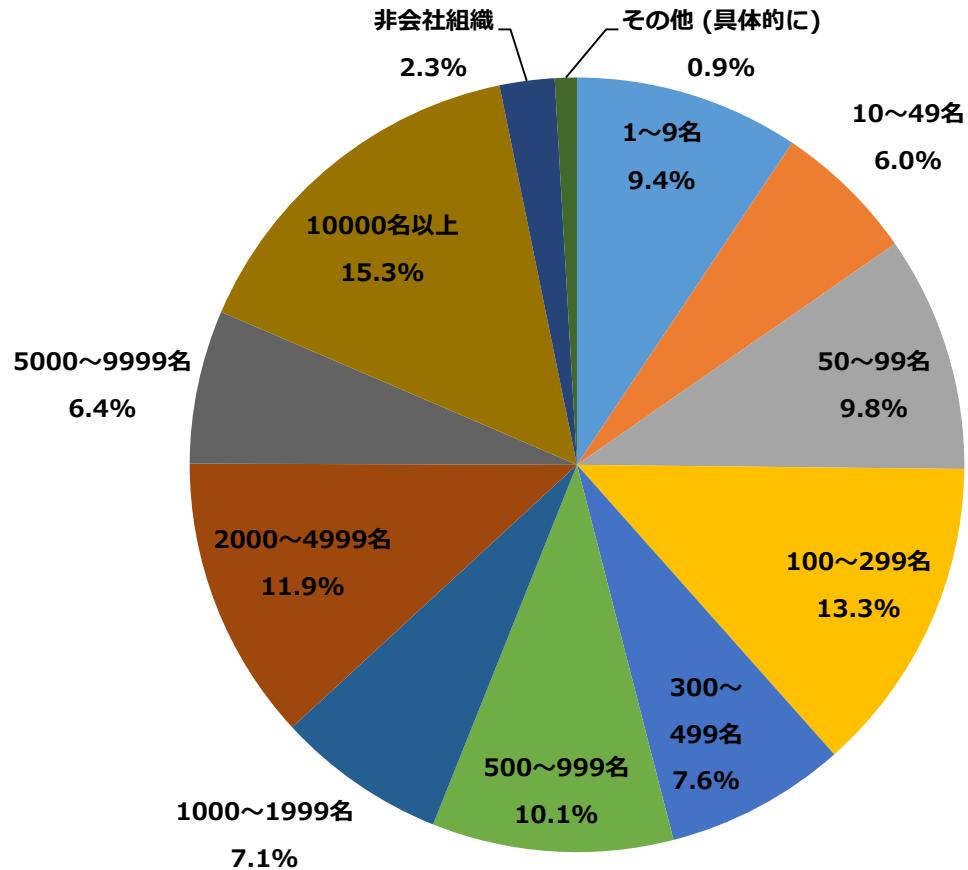
あなたの役職は次のどれにあてはまりますか？ 最も近いものをお選びください。



(n=437)

読者属性 -従業員規模

あなたのお勤め先の従業員数にあてはまるものをお選びください。



(n=437)

広告メニュー

記事企画「Special」

アイティメディアの記事企画「Special」

編集者が、商品・サービス情報を読者に分かりやすく伝える編集記事風のオリジナル広告記事を企画・制作するメニューの総称です。企業やブランドイメージの向上、商材の認知拡大、採用活動など様々な目的に合わせたフォーマットで実施できます。メディアに貴社コンテンツが掲載され続けることで、読者との継続的なコミュニケーション接点をご提供します。

@IT Special

①IT > ②IT Special > 「日本企業はDX不戦敗」というにはまだ早い、一步踏み出ことから世界は変わる

3日間の「ハッカソン」体験が逆転をもたらす

「日本企業はDX不戦敗」というにはまだ早い、一步踏み出ことから世界は変わる

素早くマーケットに製品やサービスを投入し、改善していくために、企業には素早い意思決定と実行力が求められる。意思決定と製品やサービスの形に「具体化する」ことを支えるのによるシステムの開発。改善サイクルをビジネススピードに合わせて構築することは、企業にとって不可欠の要素だ。このように言われ始めて久しい、製品、サービスの開発スピード向上のために、それを支える情報基盤の進化スピードが同じく最優先の課題だとして、組織全体でビジネスと情報基盤の変革、そしてそれを使う人、組織の改革に取り組んでいる企業とできていない企業の二極化が進んでいる。ではできていない企業はどうすればいいのか。GitHub Verified Partnerであるゼンアーキテクツ CTOの三宅和之氏と、日本マイクロソフト Senior Audience Product Marketing Manager - Developer Relationsの横井羽衣子氏が、その背景と変化のヒントについて語り合った。

© 2021年01月27日 10時0分 公開 [PR/ @IT]

印刷 16 Share B! 0

ビジネスとシステム開発にスピード感が求められる理由とは

—アプリケーションやシステムをより短期間で構築したり、改善サイクルを回したりするが求められる背景について教えてください。

横井氏 技術環境と事業環境のどちらも素早く変化する今の時代において、先行する企業はリスクを取って新しい製品やサービスを市場に投入しています。つまり、いかにスピード感を持つかが、競争優位性を得る上で重要な鍵になってきていますよね。

加えて、市場が成長し始めると、事業スケールの幾何級数的な増大にシステムが対応していく必要があります。システム負荷が増大するタイミングは読みづらいですし、手動で対応するにはどうしても限界があります。逆に、突然繁忙期が終わったときなど、システムの構成を戻す必要があります。こうした場合にフレキシブルに対応できるシステムが、超高速で変化していく時代に求められるのです。

つまり、競争優位の鍵となるスピード感を持つこと、そして急拡大する事業スケールに対応する組織体制を用意しておくこと2つが背景にあり、短期間でアプリケーションやシステムを構築、改善するサイクルを構成する必要が出てきたといえるでしょう。

関連リンク

Model Changer
ニューノーマル時代に成長し続ける
企業の実践例

Microsoft Azure Virtual Training Days
イノベーションや課題解決のために、
Azureの活用方法をご紹介

1日のワークショップ
3日間のハッカソンが変える
Azure Light-up Hackathon Workshop
Azure イマージョン ワークショップ

お問い合わせは下記のアドレスまで
azurelightup@microsoft.com



日本マイクロソフトの横井羽衣子氏（左）とゼンアーキテクツの三宅和之氏（右）

ITmedia ビジネスオンライン Special -当社タイアップ記事広告の特徴

アウェアネス向上やリード獲得など様々なタイプのタイアップ記事メニューをご用意。プロモーション目的に沿ったコンテンツ構成とのシナジーにより、キャンペーン実現を目指します。

豊富なタイアップ記事メニュー



- 行動履歴ターゲティングタイアップ記事
- PV保証タイアップ記事
- メール配信型タイアップ記事
- リード提供型タイアップ記事
- 再誘導・追加誘導プラン
- ミドルページ



目的に合わせたコンテンツ構成



- 認者インタビュー
- 調査系記事
- 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
- 企業導入事例
- 採用情報 など

NEW!

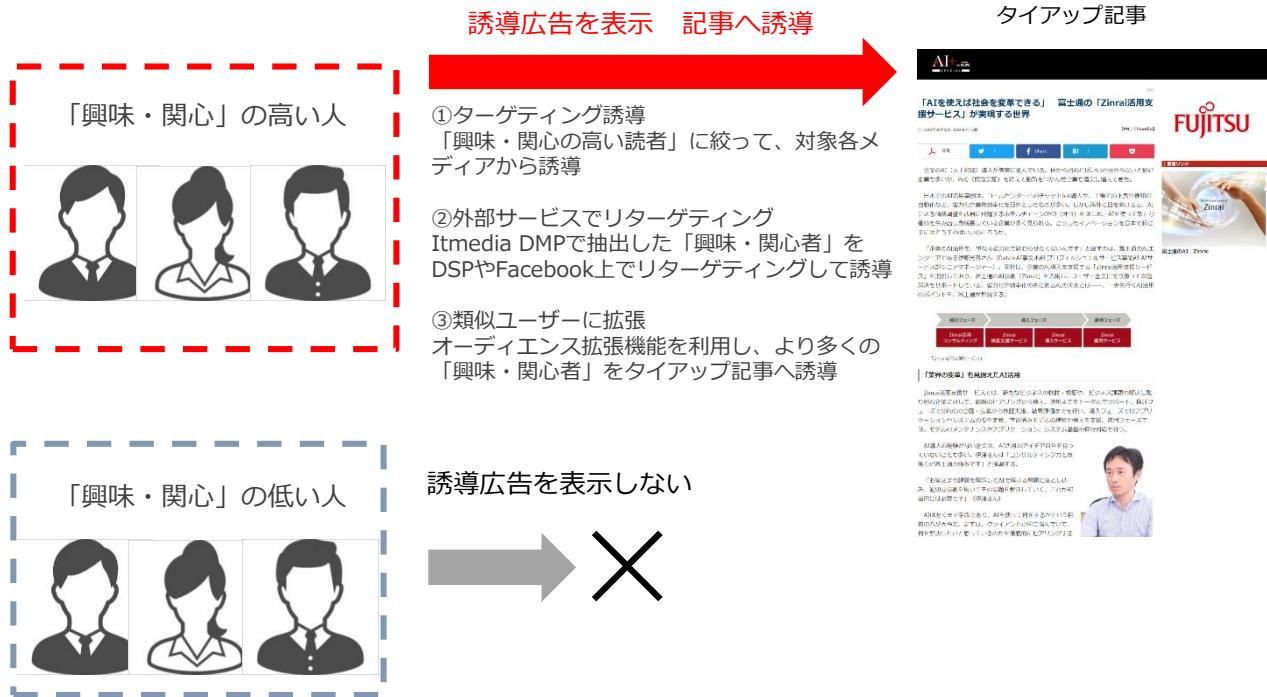
行動履歴ターゲティングタイアップ記事

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・関心が高い人」だけをタイアップへ誘導

実施料金

¥ 1,900,000～

（税別、Gross）



□ 「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。

広告仕様

保証形態	PV保証
保証PV	10,000PV～
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）
記事掲載	コンテンツ掲載費含む 閲覧レポート (PV, UB, 閲覧企業等) @IT/ITmedia エンタープライズ/ ITmedia News/ITmedia ビジネス オンライン いずれか

・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。

NEW!

行動履歴ターゲティングタイアップ記事

保証PV・価格

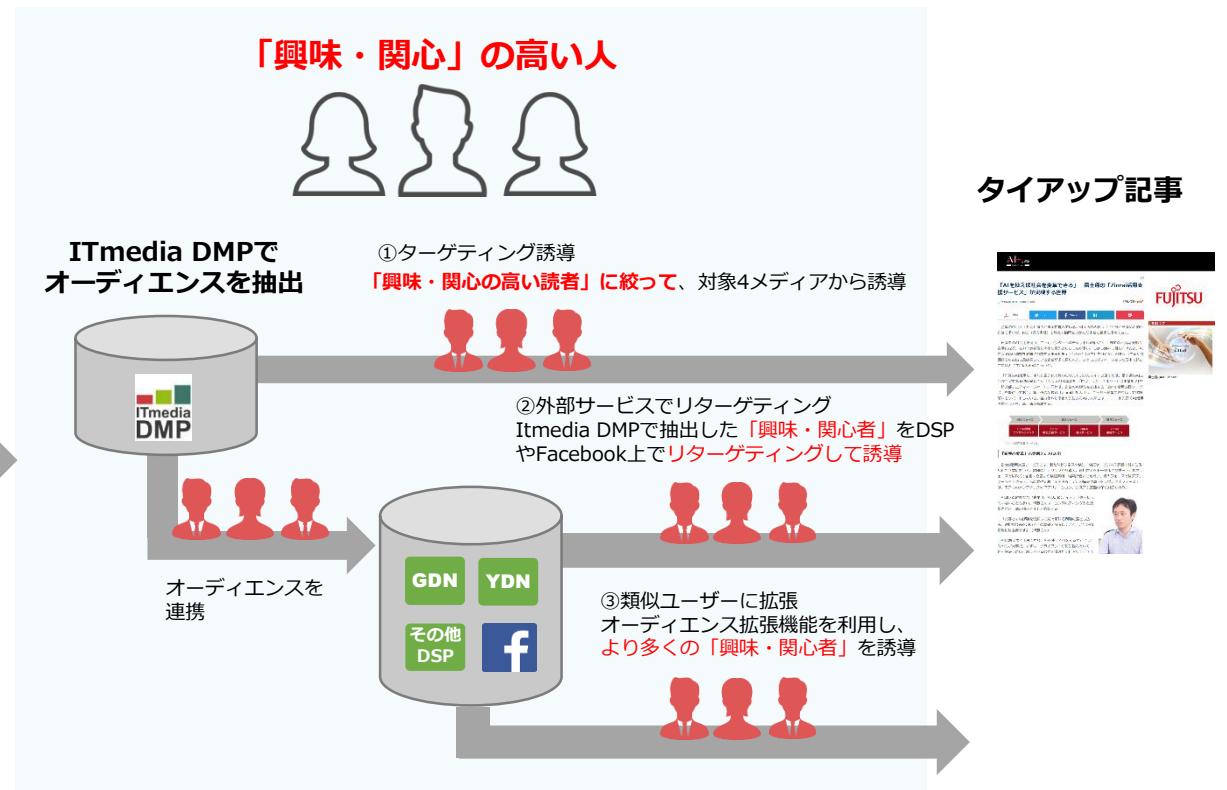
PV保証数	3,000PV	4,000PV	5,000PV	10,000PV	15,000PV	20,000PV	30,000PV	50,000PV
価格	1,500,000円	1,600,000円	1,700,000円	1,900,000円	2,500,000円	3,000,000円	4,000,000円	6,000,000円

配信の仕組み

セグメントを指定

読者の記事閲覧履歴を利用し、「興味・関心の高い読者」を抽出します

例) セキュリティに関連する
キーワードを含む記事の読者



ITmedia ビジネスオンラインSpecial (PV保証タイアップ記事)

幅広い認知拡大に重きをおいたPV保証型のタイアップ記事

各媒体TOP/記事面など
タイアップ記事専用誘導枠



タイアップ記事



実施料金

10,000PV ¥1,400,000
(税別、Gross)

広告仕様

保証形態	PV保証
保証PV	10,000
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) コンテンツ掲載費含む 閲覧レポート (PV, UB, 閲覧企業等)

記事揭載

ITmedia ビジネスオンライン

- ・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。
 - ・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。
 - ・期間保証型のタイアップ商品もございます。詳細はお問い合わせください。

ITmedia ビジネスオンラインフレッシュサマリEXPRESS (メール配信型タイアップ記事)

貴社の新製品・新サービスの情報をいち早く&わかりやすく読者にメールでお届け

フレッシュサマリ EXPRESSとは、ITmedia ビジネスオンライン編集部が、貴社の新製品・新サービスに関する情報を独自の視点を交えてわかりやすく解説するタイアップ記事広告を制作し、その内容をHTMLメールに載せて、直接読者の手元にお届けするサービスです。

このようなクライアント様におすすめです

- 認知されていない製品・サービスの訴求を効果的に行いたい
- 自社のリリース情報を、新鮮なうちに、メディアの読者に届けたい
- 記事タイアップなどでデジタルプロモーションを行いたいが、予算がかけられないので、まずはトライアルで実施してみたい

HTMLメール配信ならではのメリット

- Webサイト掲載と同等の視認性を維持しつつ、仕事時間に閲覧されやすいメール形式で配信
- 情報量があふれる中で、読者の手元に残る形で情報を届けることができる

ITmedia ビジネスオンラインフレッシュサマリEXPRESS (メール配信型タイアップ記事)

リリース要点まとめ

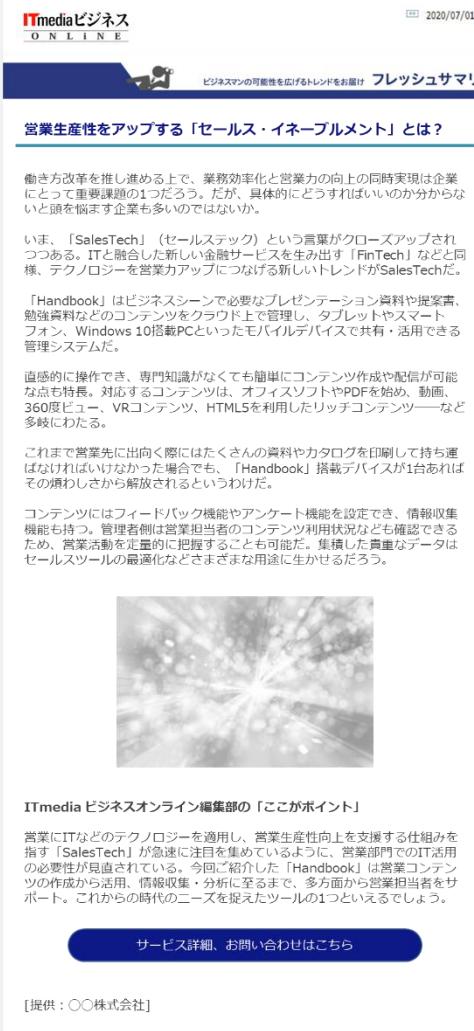
通常のニュース記事の形で製品・サービス紹介をプレスリリースや商品資料をもとに掲載

文字数：500文字程度
図版：1点まで

編集部の視点

読者にとってポイントとなる部分を編集部の視点を加えてまとめます。

文字数：200字程度



配信メールイメージ

各メディアの メールマガジン会員 に向けて配信

ITmedia
ビジネスオンライン通信

配信数：約86,000通
配信日：月・火・木・金

アーカイブとして メディア上にも掲載



※掲載のみで
誘導はございません

実施料金

¥ 900,000

(税別、Gross)

広告仕様

提供内容

- 簡易タイアップ記事 1本制作
- 製品情報の要約 (500文字程度)
- 編集部の解説 (200文字程度)
- 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

- 取材無しが前提の簡易タイアップです。掲載を希望する商材の他、製品情報などで強調したいポイントがある場合は予めお知らせください
- 資料ご提供後、約3営業日で掲載内容をご確認いただきテキストファイルをお送りいたします。初校のお戻しは「ファクトチェック」のみとさせていただきます。
- 配信日は他社様案件の状況により、ご要望に沿えない場合がございます。あらかじめご了承下さい。
- 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。

ITmedia ビジネスオンラインフレッシュサマリEXPRESS
(メール配信型タイアップ記事)

編集部が注目している以下のトピック、テーマに関連する製品・サービスを主な対象といたします

ビジネスソリューション系商材

Web会議 テレビ会議

電子帳票

プリンター 複合機

人事 ソリューション

会計
ソリューション

BI / BA

マーケティングトレンド系商材

不動産

マネー

ビジネススクール

英会話

身だしなみ家電

フィットネス



ITmedia ビジネスオンラインフレッシュサマリEXPRESS (メール配信型タイアップ記事)

お申し込み

コンテンツ、HTMLメール制作に必要な以下的情報をご提供下さい。

- ・新製品情報（プレスリリース、製品資料）
- ・画像（1点）
- ・リンク先URL、リンクテキスト（3点以内、うち1点はリンクボタンとして設置）

製品情報などで強調したいポイントがある場合はあらかじめお知らせください。リリース要点まとめの文字数は500字程度となります。

情報ご提供

約3営業日

初校提出・内容確認

資料ご提供後、約3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。
初校のお戻しは提出の翌営業日、**ファクトチェックのみ**とさせていただきます。
(お戻し等のやりとり含め3営業日程いただきます)

約3営業日

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

約6営業日

配信・アーカイブ掲載

配信後、レポート（配信数、開封率、クリック数、CTR）とアーカイブ掲載のURLをご連絡させていただきます。

ITmedia ビジネスオンラインフレッシュサマリEXPRESS (メール配信型タイアップ記事)

コンテンツ制作について

- ・ 本商品は簡易タイアップのため、取材無しが前提となります。プレスリリースや製品資料をベースに編集部が要点をまとめます。
- ・ 基本的にはP.3に記載されたトピック・テーマに沿った商材に限らせていただきます。それ以外の場合にはお申込み前に営業担当へお問い合わせください。
- ・ 新商品、新サービスの告知以外の場合は事前に内容を確認させていただく場合がございます。詳しくは営業担当へお問い合わせください。
- ・ ニュース情報と編集部の視点はそれぞれで構成されます。編集部視点を交えてニュース記事全体を執筆するという場合は記事タイアップをご選択ください。
- ・ HTMLメール、アーカイブ掲載ページ内にはPR表記、クレジット表記を入れさせていただきます。
- ・ 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、追加費用（30,000円）が発生する場合がございます。

HTMLメールについて

- ・ 下記メールで表示確認を行っております。
 - ・ Windowsメール
 - ・ Outlook 2016以降
 - ・ Thunderbird
 - ・ Gmail for Web/iPhone/Android
- ・ 上記は表示を保証するものではなく、メール受信者のOSやメール環境により、異なった体裁で表示される事がございます。表示不具合が発生した場合の補償は致しかねますので、予めご了承ください。
- ・ システムの仕様により、予告なく原稿仕様が変更になる場合がございます。予めご了承下さい。
- ・ レポート項目は、配信数／クリック数／CTR／開封率です。
- ・ 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、制作コンテンツと関連リンクURLを掲載したテキストメールを配信します。

ITmedia ビジネスオンライン リード提供型タイアップ

タイアップ掲載期間中に、貴社オリジナルのアンケートもあわせて
実施いただくことで、閲覧者のリード／アンケート情報の獲得が可能

回答後ページ



エンジニア職種採用中！
業界別求人情報を見る

Accenture Technology

アンケートを送信しました。
ご協力ありがとうございました。

回答および
回答者個人情報
想定50件

アンケート回答後
次ページへ



※アンケートの特典付与を実施の条件とさせて頂きます。読者用特典は弊社側で用意致します。
※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）
※アンケートの設問は貴社にてご用意下さい。設問10問以内。
※ Special (記事部分) のレポート内容はPV、UB、滞在時間、記事を閲覧した企業の属性、企業名（一部抜粋）
※回答後ページについてのレポートは致しません。
※アンケート回答者個人情報の件数および属性を保証するものではありません。

実施料金

¥ 2,000,000

(税別、Gross)

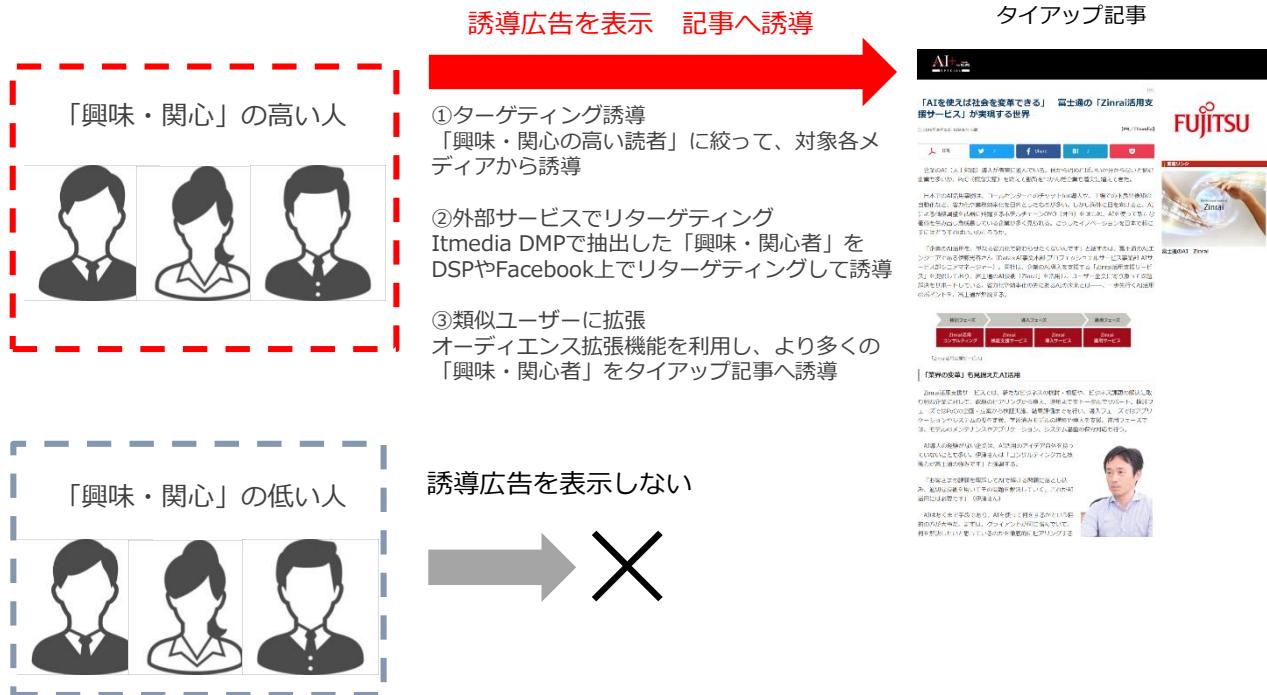
広告仕様

保証形態	期間保証
掲載期間	1カ月間
メニュー	タイアップ記事 1本制作 約2000～3000字、図版1,2点（取材あり） アンケートフォーム制作 プロファイル獲得（想定50件） 閲覧レポート（PV, UB, 閲覧企業等）
記事掲載	ITmedia ビジネスオンライン
誘導枠	ITmedia ビジネスオンライン トップリンク（1カ月間） サイドリンク（1カ月間） 記事下リンク（2週間） スマホリンク（2週間） ITmedia ビジネスオンライン通信 PR版 1回 ※アンケート誘導用

Copyright © ITmedia Inc.

再誘導プラン（行動履歴ターゲティング）

掲載有効期限が終了したタイアップ記事へ再度追加で読者誘導を実施し
制作したコンテンツをフル活用することが可能に



□ 「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

5,000PV～：@150円

5万PV～：@110円

(税別、Gross)

広告仕様

保証形態 PV保証

保証PV 5,000PV以上から任意

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

- 既存コンテンツへの追加誘導
- 閲覧レポート (PV, UB, 閲覧企業等)

対象広告記事の掲載媒体

@IT/ITmedia エンタープライズ/
ITmedia News/ITmedia ビジネス
オンライン いずれか

・料金は追加誘導「のみ」の価格となります。広告記事の制作費は含まれていません。

・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。

ITmedia ビジネスオンライン再誘導プラン (PV保証)

掲載有効期限が終了したタイアップ記事へ再度追加で読者誘導を実施し
制作したコンテンツをフル活用することが可能に

各媒体TOP/記事面など
タイアップ記事専用誘導枠



タイアップ記事

本記事では、ビデオトークの概要について紹介するとともに、非対面が主流となる時代でも価値のある顧客体験を創出するためのカギを解説する。

コミュニケーションの中心が「対面」から「リモート」へシフトした

「コロナ禍が到来する以前、企業と顧客との関係は対面が主流でした」と話すのは、同社でビデオトークの立ち上げから運営を経て、現在はエバンジェリストを務める岩塹治氏（ビジネスマッチセイ・サービス部・マッセージサービスエバンジェリスト）。岩塹氏の所属するビジネスマッチセイ・サービス部は、「企業と顧客のコミュニケーションをいかに効率化できるか」（岩塙氏）をテーマに事業を展開しており、デジタルマーケティング事業やデータ＆アナリティクス事業と並んで同社の主力事業の一つを担当する部署だ。

実施料金

10,000PV～
@140円

(税別、Gross)

広告仕様

保証形態 PV保証

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

- 既存コンテンツへの追加誘導
- 閲覧レポート (PV, UB, 閲覧企業等)

対象広告記事の掲載媒体
ITmedia ビジネスオンライン

・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。

・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)

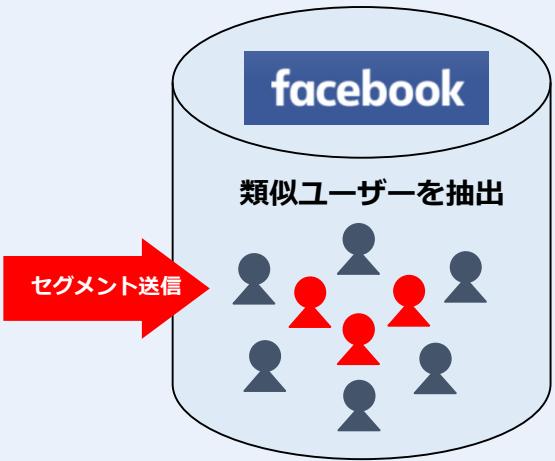
・誘導広告は保証PV達成次第、掲載を停止いたしますが、最低1週間は掲載を保証いたします。

・期間保証型の追加誘導商品もございます。詳細はお問い合わせください。

Facebook拡張誘導プラン（オプション）

タイアップ記事へFacebookから希望のターゲット条件の読者を追加誘導

専門性の高いITmedia DMPのセグメントをFacebookに送信し、
新たなターゲットをタイアップへ誘導



1. ITmediaDMPから、
興味のある人を抽出

セグメント送信



3. Facebookにタイアップ
誘導広告を掲載
(Facebook Audience Network含む※1)



4. 新たなターゲットを
タイアップへ誘導

※1 : Facebook Audience Networkとは、Facebook社が厳しい審査を行い、審査基準に合格したサイトのみに広告が配信されるアドネットワークです。審査基準は、Facebookのサイトをご確認ください。 (<https://developers.facebook.com/docs/audience-network/policy>)

【ご注意事項】

- ・PVの集計は、Facebookの計測結果とさせていただきます。
- ・誘導広告の原稿・スペース・仕様は当社にお任せいただきます。
- ・誘導広告は保証PVを達成次第、停止させていただきます。
- ・セグメントは自由に条件指定できますが、Facebook連携後、最小サイズに満たない場合はセグメントの見直しをお願いする場合がございます。
- ・実施対象メディアは@IT、ITmedia エンタープライズ、ITmedia NEWS、ITmedia ビジネスオンライン

ご提供価格 1,000PV保証 50万円 (税別/net)

ミドルページ

▼掲載イメージ（スタンダードプラン）



- ・タイアップ記事の制作・掲載を併せてご発注頂くことが前提の商品です。記事メニュー・本数についてはお問合せください。
- ・ミドルページのみでのご実施はできません。ページの掲載・誘導を併せてご実施ください。
- ・@IT、ITmedia エンタープライズ、ITmedia NEWS、ITmedia ビジネスオンラインで実施可能

記事広告のオプションとして特設サイトを制作
貴社記事の格納とともに、ブランド戦略にも活用できるページを運営します

料金プラン

ミドルページ（テンプレート）：¥400,000
テンプレートを活用して作成するプランです

+

維持更新費 **：¥100,000／1カ月間**

ミドルページ（カスタマイズ）：¥1,000,000～
デザインを自由にカスタマイズ可能
詳細はお問い合わせください

+

維持更新費 **：¥150,000／1カ月間**

オーディエンスターゲティングバナー



専門性の高いコンテンツの閲覧履歴から
特定される読者の関心事項と、アイティ
メディアIDの登録情報やIPアドレスに
紐付く企業情報を掛け合わせたターゲ
ティングバナー



※ご指定の条件で最低実施impに満たない場合は、条件面や掲載期間についてご相談させていただきます。

オーディエンスターゲティングレクタングル

- 各メディアのファーストビューにレクタングルバナーを配信
- 最低実施10,000imp～/imp単価3.0円/実施価格¥300,000～ imp消化期間目安 1か月間～
- 入稿サイズ：左右 300pixel × 天地 250pixel（または天地 300pixel）150KB 未満

オーディエンスターゲティングビルボード

- グローバルナビゲーション直下に大型サイズのバナーを表示
- 最低実施50,000imp～/imp単価6.0円/実施価格¥300,000～ imp消化期間目安 2週間～
- 入稿サイズ：左右 970pixel × 天地 250pixel 150KB 未満

オーディエンスターゲティングインリード

- 記事読了後の読者に自然な流れで違和感なく広告を表示させることが可能
- 最低実施50,000imp～/imp単価6.0円/実施価格¥300,000～ imp消化期間目安 2週間～
- 入稿サイズ：左右 640pixel × 天地 300pixel 150KB 未満

掲載面

ITmedia TOP、ITmedia NEWS、ITmedia ビジネスオンライン、ITmedia エンタープライズ、ITmedia エグゼクティブ、ITmedia マーケティング、@IT、TechTarget、キーマンズネット、MONOist、EE Times Japan、EDN Japan、スマートジャパン、BUILT

ターゲティング条件

行動ターゲティング

特定のキーワードを含むコンテンツに接触

特定のURLに接触

特定のキーワードが付与されたコンテンツに接触 等

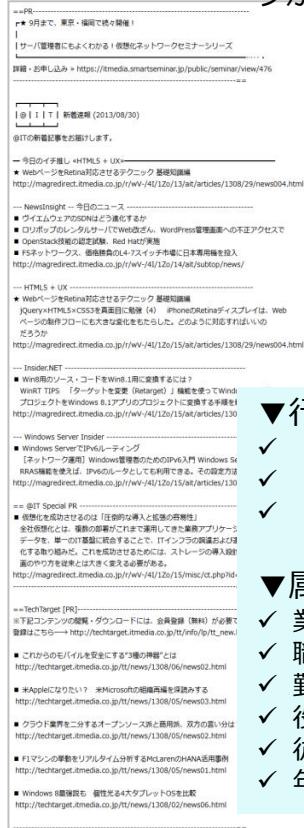
属性ターゲティング

業種 職種(会員のみ) 役職(会員のみ) 従業員規模 等

ITmedia ビジネスオンラインターゲティングメール



ITmedia ビジネスオンライン通信 メルマガが取得者でオプトインの許諾を得ているユーザーに対し1社独占広告を配信。従来のアイティメディアID会員の属性データに加え「ITmedia DMP」に蓄積されている読者の行動データとも掛け合わせてより精度の高いターゲティングが可能



▼行動データ

- ✓ 特定のキーワードに関わるコンテンツに接触
- ✓ 特定のURLに接触
- ✓ 特定のメディア、特集に接触 など

▼属性データ

- ✓ 業種
- ✓ 職種
- ✓ 勤務地
- ✓ 役職
- ✓ 従業員数
- ✓ 年商規模

価格

価格 : 130,000円（税別）～／1配信
配信可能日 : 平日 ※配信時間は選択できません

費目	料金	備考
基本料金	50,000円	テキストメール形式
メール配信料金	80円@1通	
セグメント フィールド利用料	・3フィールド以内は無料 ・4フィールド以上から1項目追加につき+2万円	

原稿規定

- ・ 件名 : 全角30文字以内
- ・ 本文 : 全角38文字（半角76文字）以内×100行以内
- ・ 入稿締切日 : 3営業日前の18時まで
- ・ クリックカウント : あり
- ・ URLリンク数 : 20本まで
- ・ ※入稿方法、使用禁止文字などは入稿基準をご覧ください。

※リンクURLは配信時にクリックカウント用URLに変更されますので予めご了承ください。

ITmedia ビジネスオンライン通信 Special版メール

読者に直接アプローチできる一社独占型のメール広告
セミナー集客やキャンペーンサイトへの誘導に効果的です

実施料金

¥ 400,000

(税別、Gross)



広告仕様

配信数	約91,000通
配信日	毎週 月～金曜
原稿仕様	表題 : 全角30文字以内 本文 : 全角38文字以内×100行以内 入稿締切日 : 3営業日前の18時まで クリックカウント : あり URLリンク数 : 20本まで ※入稿方法、使用禁止文字などは 入稿基準をご覧ください。

※リンクURLは配信時にクリックカウント用URLに変更されますので
予めご了承ください。

ITmedia ビジネスオンライン バナー広告、メールマガジン広告

ITmedia ビジネスオンラインのその他バナー広告商品、メールマガジン広告商品情報、広告仕様一覧、媒体規定・入稿基準につきましては
アイティメディア広告料金表を御覧ください。

<https://go.itmedia.co.jp/l/291242/2019-03-27/3npslm>

The screenshot displays the ITmedia Business Online homepage with several advertisement examples:

- Top Ad:** A large banner for JR東「ツアーフィール踊り子」, featuring a woman in a traditional Japanese outfit and text about travel packages.
- Second Ad:** A banner for PayPay銀行, advertising the start of services.
- Third Ad:** A banner for JTB, featuring a landscape and text about travel packages.
- Fourth Ad:** A banner for Cisco Webex, advertising a free webinar.
- Special Section:** Headlines include "漫画面で分かる「ゼロトラスト」 専門家が優しく解説" and "ネットワーク自動化を成功させるには? JALインフォテックがAPCを選んだ理由".
- Category Banners:** Examples include "放める経営" (Business Management), "#SHIFT", "戦略人事の時代", "日本を変える「テレワーク」", "マーケティング・シンカ論", "金融機関のデジタル活用", and "販売網のデジタル活用".
- Newsletter Examples:** Headlines include "ショッピング用の格付け――「日本の法」と相性が悪い?", "楽天証券のマネーフリッジ、米国株対応 New!", "ダイソー、ナチュラルテイストの商品を集めたセレクトショップ展開 New!", "経営危機を救ったヒネスモデルが沖縄から全国に拡大中 重い購入法、人... New!", and "副業のほうか本業より収入が多い 5人に1人 New!".
- ITmedia 媒体企画:** Headlines include "手取るグローバルEC戦略へ REXX、10年規...の全社テクニカルヒューランド" and "顧客の忠告を「おのづか」で販売 MSA(日本...の顧客満足度システム)は本拠地をどう変える?".

記事広告の想定スケジュール・ご注意事項

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。

▼タイアップ記事



※「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”的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	
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／VE スポンサーブラン	
	受託セミナー	企画費、運営費 ・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% その他、実費の発生するものは外部委託先のキャンセルポリシーに則り、実費分を請求 ・会場費 ・弊社運営委託費 ・その他、ご提案をカスタマイズしたことにより発生する費用	受託セミナー	
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	
	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	
	カスタムリサーチ	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%	カスタムリサーチ	

アイテイメディア株式会社

営業本部

- E-Mail : sales@ml.itmedia.co.jp
- Tel : 03-6893-2246/2247/2248
- Office : 〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-12
紀尾井町ビル 12F/13F (受付: 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。