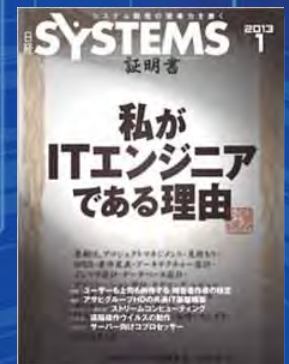




コンピュータ・ネットワーク局の雑誌

# 記事体広告制作の手引



# ●記事体広告の基本スタイル

仕上がり寸法(天地×左右)

1ページ 280mm×210mm  
見開き 280mm×420mm

基本マージン

天マージン 10mm  
地マージン 15mm  
内マージン 15mm  
外マージン 15mm

欠けると支障のあるテキスト、写真、図版、ロゴなどは、仕上がり寸法より各10mm以上内側に配置してください。  
見開き原稿の場合は、ノド(センター)から左右それぞれ5mm以上逃してください。  
文字や人物の顔写真などは、センターにかけられないようにしてください。

本文の書体は中ゴシック体が基本です。  
明朝体の書体は使えません。  
大きさは13Qとし、文字送りはツメ、  
行送りは24Q、3段組の場合の段間は7~8mm。  
段間の罫線は使えません。

対 談

美比電子商事  
流通事業本部長

日経BPソリューションズ  
ソリューション事業部長

雨後 晴蔵氏 × 白金 高子氏



Seizou  
Amenochi  
カリフォルニア大学ロサンゼルス校教育学研究科社会科学比較教育学専攻博士課程修了(Ph.D.)。専門分野は高等教育・継続教育、教育社会学。

## 企業価値を高める 戦略的ITインフラ 設備投資は成長の前提

米国を震源とするサブプライム問題は、国内景気の行方にも不透明感をもたらしているが、ITインフラへの投資の手をゆるめるわけにはいかない。ITインフラへ投資は、その企業が成長し企業価値を高める経営戦略を具現化するのが目的であり、中長期視点で求められるからだ。企業価値価値を高める戦略的IT投資についてお二人に語っていただいた。

雨後 最近の景気状況を見ていると、先が極めて読みにくいを実感しますが、白金さんは、ソリューションベンダーとして、企業のITインフラ投資について、どう考えていらっしゃいますか。

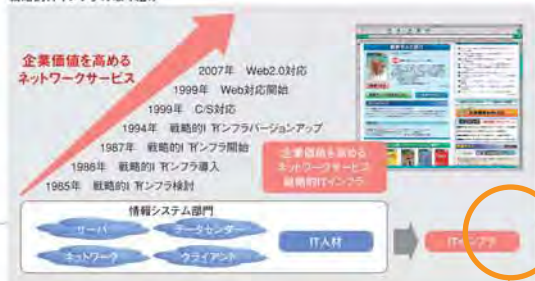
白金 変化が常態の時代です。しかもビジネスとITが密接に結びついている今日、IT抜きで競争力を強化するのは除外です。イノベーションのためのツールとしてITが必要不可欠である以上、その企業の体力を無視した過度な投資は御法度ですが、場合によってはやりをして

も投資しなければならない場面はあるでしょう。そこに戦略性が存在するわけです。

雨後 戦略性が求められることはよく分かるのですが、では、具体的にどこをどうすればいいの。その方法論で迷走する企業も少なくありません。さすがにITを経営する経営陣は、昨今はいないでしょうが、えてして形だけのCIOを置いて安心しているケースも否定できないのでは。戦略を立てているつもりで、実は情報システム部門に何もかも任せきり。経営戦略とIT投資がリンクしてない、なんてことがあります。

白金 そうしたことも含めて、私どもは上流工程のコンサルティングから、システム

戦略的ITインフラの取り組み



図版中の文字の級数は可読性を保つためサイズは10Q以上とします。  
また図版や写真のキャプションについても同様とします。



無線綴じ雑誌は、背の部分を接着剤で固めて綴じるため、ページが奥まで開きません。  
以上を考慮して デザインしてください。

カットオーバーまで、ワンストップで提供しています。当社は、この分野で50年間培った技術とノウハウを生かし、様々な形でユーザー様の問題解決を進めています。例えば、2005年に当社が手がけたある旅行会社の予約・情報提供サイト「行ってきます」では、あえてメインフレーム・コンピュータを導入、「絶対止まらない」ミッション・クリティカル環境を実現しました。

**雨後** ITは、最近ICTといわれることも増えています。やはり、かつてない以上にC、すなわちコミュニケーションの部分がシステムの中で大変大きな意味を持ちます。

**白金** ネットワークの技術の進歩は言うまでもなく日進月歩です。その中で、ベストなネットワーク環境を作るためには広範にわたるネットワークの知識と経験のみならず、業務そのものの流れ、回線、配線、サーバ、クライアントの知識までも必要とします。

情報システム担当者は、日々の業務に加えて、会社の方向性、将来を担う情報システム戦略をまで任されています。そのような状況の中で、企業が100%自力で理想的なネットワーク環境を維持し続けることは非常に難しいと思います。

我々ソリューションベンダーの役割は、経営陣や情報システム担当者の負荷を軽減し、将来を見越した環境をともに作

環境変化を察知  
嗅覚を研ぎ澄まして

り上げていくことです。しかし、ただソリューションベンダーに依頼さえすればいいというものではありません。

**雨後** そうですね。その企業のビジネス戦略に過不足なく対応できる情報システム・インフラを構築・運営していくには、経営陣や情報システム担

当者は、まず社内業務と自社の将来に必要な条件をあますことなくソリューションベンダーに伝えることが重要です。それに対し、ソリューションベンダーは依頼主の条件を満たし、その将来に寄与する環境を特定のサービスや製品に偏ることなく提示する必要があります。それがなかなかうまくいっていないケースが少なくない。

**白金** 耳の痛い話です。メーカーやベンダーの提案は主力商品やサービスに偏りがちにならざるを得ませんでした。このような背景を理由に、中立的な立場からの、コンサルティングの必要性への理解が進み、その市場も拡大してきました。私も、そうしたポジションに立ちたいと考えています。

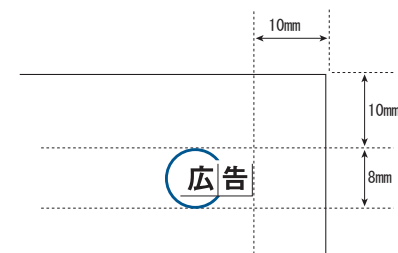
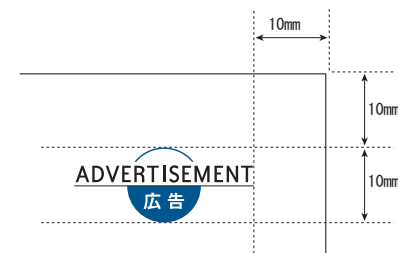
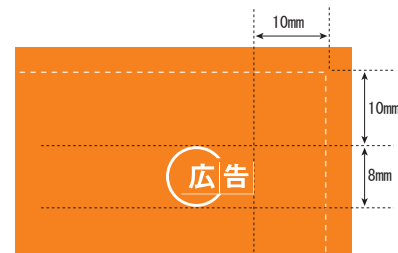
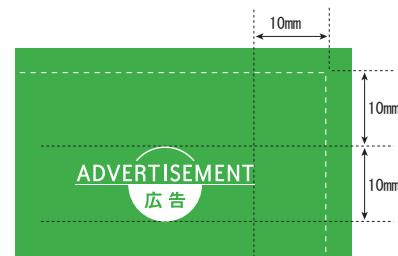
**雨後** 心強いお話ですが、いずれにせよ、ユーザー側である経営者が、嗅覚を研ぎ澄まして環境変化を敏感に察知し、戦略的なITインフラ投資を進めていく必要がありそうですね。



カリフォルニア大学ロサンゼルス校教育学研究科社会科学比較教育学専攻博士課程修了(P.h.D.)。専門分野は高等教育・継続教育、教育社会学。

ADVERTISEMENT  
広告

広告表記は必ず入れてください。広告表記には下記の2種類4パターンのおいずれかを使用してください。  
PRや広報企画の表記は使えません。広告会社制作の場合も同様です。(本表記は日経ビジネスと同様です)



※縮小・拡大、変形、色変更はしないでください。  
また、配置の指定も厳守してください。

お問い合わせ先



日経BPソリューションズ株式会社

〒108-546 東京都港区白金1-17-3

TEL 03-1234-XXXX FAX 03-1234-XXXX e-mail aabcd@xxxxx.xx.xx http://www.xxxxx.xx.xx

末尾に「お問い合わせ先」(広告主名、連絡先など)を入れてください。(ただし、対向ページが純広告の場合は不要です)

A

文末にはエンドマークを入れてください。  
(本表記は日経ビジネスと同様です)

# ●記事体広告の事例

導入した製品を入れるのも一手法です。

囲みの形でインタビュー（コメント）などを載せることで、誌面構成が立体的になります。

## CASE STUDY

美比電子商事

### 要件定義から カットオーバーまで わずか3カ月

お客様とベンダーの密着コラボが奏功



美比電子商事株式会社は、業務システムを全面刷新した。併せて通信コストの削減やグループウェア活用による業務効率化を図るため、全社ネットワークも刷新した。システムの全面刷新は、スピード経営で知られる同社トップが、新本社ビル竣工に併せて前倒ししたいと意思決定したため、要件定義からカットオーバーまで3カ月というシステム刷新から見えると非常な速い進捗となった。

美比電子商事（本社・東京都港区）は、電子部品販売を全国展開する中堅企業だ。スピード経営を第一のモットーとする同社のトップは、業界でも知られた風雲児的人物。その同社は、新本社ビル竣工に併せて、業務システムを全面刷新した。もともと同社にとって、肥大化した通信コスト削減と、社内外のスムーズな情報共有による業務効率化は恒題であったが、手つかずの状態が長年続いていた。

「情報化は、品質、コストと並んで電子部

品販売の重要な要素です。しかし、日常業務にかきつけて、ずっとそのままになっていました。こうしたのは美比電子商事流通事業部長の雨後晴夫氏だ。

そうした状況をガツリと変えたのは、本社ビルの新築。当初は、設備だけの刷新の予定だったが、竣工前3カ月の段階で、経営トップが突然、業務システムの全面刷新を決定した。それに併せて、通信コストの削減やグループウェア活用による業務効率化を図るため、全社ネットワークも刷新することになったのだ。

雨後氏は、その時の状況をこう話す。「スピーディーな決定はいのですが、具体的にどうするかはまったく決まっていなかった。そこで、同業他社から高い評判を聞いていた日経BPSソリューションズにすりあわせ相談してみることになったのです」。

作業は翌日から早速スタート。雨後氏は、社内から精鋭スタッフ3名を集めた。一方、相談を受けた日経BPSソリューションズ側も、これを非常事態と認識、やはり精鋭スタッフを3名投入することを決定した。こうして、雨後氏はプロジェクトリーダーとする合計7名の「システム全面

刷新委員会」、別名「七人の侍プロジェクト」が発足した。

雨後氏は、6名のスタッフに対し、「3カ月後のカットオーバーまで美比電子商事を自宅と思うようにと厳命した」。

#### 要件定義だけはしっかりど

いくらカットオーバーまでの期間が短いとは言え、「要件定義だけはしっかり」というのが、「七人の侍」の共通認識だった。しかし、美比電子商事のこれまでのシステム運用は、同社の経営戦略と成り行き任せの面が強かった。運用上の問題点や解決方法など基盤的なことが整理されておらず、要件定義の基礎となるものを一から作成する必要があった。作業は遅々として進まず、日程ばかり過ぎて行った。経営トップの性格を考慮すれば、竣工スケジュールには是が非でも間に合わせる必要があり、「七人の侍」には厳戒の毎日となった。しかし、それがあつた時、技術的に解消されることになる。その時のことを雨後氏は、こう語る。「前すれば通ると言うんでしょうか、コピー用紙の転回というのでしょうか、誰もが見てもみなかったような解決策を思

#### ベンダーとの密着コラボが奏功

この業務刷新プロジェクトで現場に直ったのは、我々と日経BPSソリューションズのスタッフの間でコラボレーションがあったからだと感じています。同じような状況は、軍機と一緒にいる時間、互いに力を出し合っていたので、しかも、それ以上に大きかったのは運とツキですが、人、これも実力のうちですが、

とはいえ、我々と日経BPSソリューションズのスタッフのコラボレーションの協力はそれだけではありません。お互いの強し

みを磨きつつ、システム開発を成功させたい。カットオーバーさせたいといった強い結束力があつたからだと思います。

美比電子商事  
流通事業部長  
雨後 晴夫氏

いついたのです。我々自身がぐっぐりしたくありません。それはアナログ的に要件定義を整理していくということなんです。雨後氏は続ける。「要件定義は、必要事項を細部に言い渡さないように積み立てていく、いわゆるデジタルの作業です。人間の能力を考えると、いくら優秀でも、時間短縮にはおのずと限界があります。それを突破するには、「七人の侍」のこれまでの経験とカンから離れ出されるアナログ的発想で、要件をバツバツと決めていくにはいいに思いついたのです。それは古典的SFテレビドラマ映画「スタートレック」で導入されたワープの概念を、システム構築の領域で初めて具現化したようなものです」。

こうして、新業務システムとネットワークの要件定義は急ピッチで進み、当初計画より前倒しとなった。

#### 余裕のカットオーバー前日

とはいえ、実際のシステム設計、構築工事、テストも突貫工事となった。これらの作業を順を追って進めていくには到底間に合わないため、いわゆるコンカレントエンジニアリングの手法を導入。設計し

ながら検証、構築した機材から設置工事に着手。テストも同時並行的に進めた。まさに管理の連続。毎日夜更を買いに行き会社近くのコンビニの店員ともなじみの中となった。しかし、気がついてみると、カットオーバー前日は、「七人の侍」は全員定時退社、前日の居酒屋でこじんまりと打ち上げの乾杯という全員の結果となった。現在、カットオーバーして半年。これといったトラブルもなくシステムは快調に稼働しているという。

大プロジェクトを無事やり遂げた雨後氏は、「夢のようです。こんなことが現実にあるのでしょうか。それはそれとして、あと3年で当社は創立50年です。またシステムの全面刷新を急進することになると予想しています。その時が楽しみです」。

と遠くを見つめるように語った。

お問い合わせ先

BPS

日経BPSソリューションズ株式会社  
〒100-0001 東京都千代田区丸の内1-7-3  
TEL 03-1234-XXXX FAX 03-1234-XXXX  
e-mail bps@bbs.co.jp  
http://www.bbs.co.jp

システム構成、ネットワーク構成などは、図を使用することで一目瞭然です。

明朝の書体ならびに段間の罫線は使えません。編集ページとの混同を避けるためです。

写真を大きく使うことで誌面に広がりを感じさせます。

適切な小見出しを設けることで、  
本文の流れを容易につかめます。



CN Seminar 2008 誌上報告

## 先端技術と既存技術の 適材適所で最適解 システム構築の今日的課題

日経BP社イベント推進センターは、このほど「CN Seminar 2008」を東京で開催した。当日は、百人以上を超える参加者が各セッションに関心を示した。ここでは、当日最後のマック・ワイズ氏とアラン・エル氏の特別共同講演「システム構築の今日的課題——先端技術と既存技術の適材適所で最適解」の模様を紹介する。

経済活動のグローバル化とICTは、いわば「Chicken and Egg」の関係。しかもこの二つは、世界的な好況のうねりをよそに一直線に前へ前へ突き進んでいる。ICTインフラが地球規模での24時間ビジネスをますます促し、それが、さらにバブル的なICTインフラに対するニーズを押し上げる。

そうした環境の中で、システム構築の課題は何か。マック・ワイズ氏が強調するのは、「時間軸も含めて最適解」を押し上げる。

そうした環境の中で、システム構築の課題は何か。マック・ワイズ氏が強調するのは、「時間軸も含めて最適解」を押し上げる。

### 時間軸も含めて 最適解を組み立てる

経営戦略と技術の関係を考えるシステム構築も、いつの時点で、どう判断してどこまで投資すべきかの判断も難しい。特にシステム構築が大きくなってコストと時間のスケールが大きくなっていく。だから、最近ではSaaS (Software as a Service) のような解

も注目されるけれど、では「時間軸も含めて最適解」を具体的に探るにはどうすればいいか。ワイズ氏は、その一つの解決手段として、コンサルティングの活用を挙げる。

ICTの分野は冒頭でも紹介したよう

に、技術進歩が特に速く、またカバーしなければならない範囲も多岐にわたる。企業の情報システム担当者、日々の運用業務に加え、構想から設計、実際の作業まで自社内でこなすことは難しくなってきた。こうした状況の中で、本来の情報戦略立案というコアに集中して、情報化の質を高めるためにも専門性の高い会社へのコンサルティング、アウトソーシングの依頼が実数多くなっている。

コンサルティング会社の役割は、企業の情報システム担当者、あるいは経営者、将来を見越した課題をもとに作り上げていくことだ。しかし、ただコンサルティング会社に依頼するだけではいいというものではない。過不足なく対応できるICTインフラを構築・運営していくには、情報システム担当者は、まず社内業務と自社の将来に必要な条件をある程度、コンサルティング会社に伝えることが重要だ。それに対し、コンサルティング会社は依頼主の条件を満たし、その将来に寄与する環境を特定のベンダーや製品に属することなく提示する必要がある。

### 「読者大局者手小」で 本当にいいの?

アラン・エル氏は、この日本びいき。特に面談に造詣が深く、アマチュア五段の腕前であることは、業界でも有名で一目を置かれている。このため、同氏の講演では、しばしば聞き手からの引用を伴うことが多い。

今回は「読者大局者手小」。エル氏によれば、システム構築では、そのシステムで解決しきれない場面が少なくないとする。

具体的には、中長期的にはAであるべきだが、短期的にはBが必要ということがある。AもBも実現しようとする二重投資になる。

この問題こそ、IT投資が経営マターで

あること如実に示していると言える。では、例えば2050年に勝つIT戦略とは何か。ワイズ氏と一緒に整理したアラン・エル氏は「経営とは奇からヒト、モノ、カネ。そして情報といいますが、IT投資が経営マターである以上、この4つの視点から捉えるべき」とする。2050年についても、ヒトでいえば経営陣は完全に世代交代が図られているだろうが、従業員に関しては何となく言えない。モノについては、これからますます強くなるであろう地球環境への配慮の機運の中でモノを大事にする風潮が高まり、CSRの観点からも、償却期間がとくに過ぎ



た設備を大事に使い続けることが多いとみられる。カネに関しては、円が今日の米ドルのような役割を果たしている可能性も否定しきれない。情報についてはWeb5.0の時代となっていく。こうして見てみると、「2050年は何でもありの時代」(ワイズ氏)Qだ。

ワイズ氏のこの発言を聞いてエル氏は「だからこそ、読者大局者手小局が両立しない環境に遭遇したら、時間軸を考慮した再検討を是非していただきたい。その結果、問題先送りという選択もあると思います」。

それでもその手遅れをすぐ解決できない。第三の視点で解決するしかないです。数字用語で言えば止境(アウフヘーベン)です。しかし言う易く行うは難し。でもだからこそ、システム構築の難関があるのです」と話す会場からは大きな拍手が巻き起こり、講演は終了した。



コンサルティング会社の役割は、企業の情報システム担当者の負担を軽減し、将来を見越した課題をもとに作り上げていくことだ

日経BPソリューションズ株式会社  
〒108-8647 東京都港区赤坂1-17-3  
TEL 03-1234-XXXX FAX 03-1234-XXXX  
e-mail abc@bco.co.jp http://www.bco.co.jp

本文を少なめにし、ホワイトスペースを上手に  
活用すると、誌面に開放感を与えます。

複雑な概念も、図を効果的に使用することで  
簡潔に説明できます。



## ●記事体広告の事例

記事体広告は、誌面構成や盛り込みたい内容の分量の関係で、通常は2ページ以上が一般的ですが、下記のように何回かの連載シリーズとすることで1ページでも効果を発揮できます。

規定の広告表記を入れてください。

色を敷くことなどで編集ページと差異化できます。

### セキュリティ・ドット・コム の5回シリーズ

ADVERTISEMENT  
広告

[その3]

## 紙メディアからの漏えい

情報漏えいを防ぐには、ドキュメントにプリントアウトの制限をかけたり、社外への持ち出しを制限したりといった対策が考えられるが、それだけでは十分とは言えない。最近では各ベンダーから紙メディアからの情報漏えいを防ぐ製品やソリューションが提供されている。情報漏えいを防ぐには、プリントアウトの制限と同時にネットワーク上に流れるデータの対策が必要だ。



これだけICTが駆使される時代になっ  
ていながら、実は紙メディアからの情報漏  
えいが意外に多く、また見落とされがちだ。  
いくらシステムのセキュリティを強固にして  
も、プリントアウトされた外部に持ち出され  
れば、いとも簡単に情報が流出してしまう。  
コピーやFAXなども同様だ。個人情報  
の漏えい経路の半分近くが紙媒体経路  
という調査もある。

このような経路での情報漏えいを防ぐ  
には、ドキュメントにプリントアウトの制限  
をかけたり、社外への持ち出しを制限した  
りといった対策が考えられるが、それだけ  
では十分とは言えない。最近では各ベン  
ダーから紙メディアからの情報漏えいを防ぐ  
製品やソリューションが提供されている。  
例えば、紙文書のトレーサビリティを提

供するシステムがある。誰がいつどこでど  
んな内容をプリント、コピー、FAX送信、  
スキャンしたのかを管理・追跡する。それ  
らの操作ログを印刷イメージおよびテキス  
トデータ、利用者の情報と合わせて保存  
することで、万が一情報が漏えいしても、  
その流出元や経路が即座に判明できる。

### ログ管理やFTTD活用で 対処

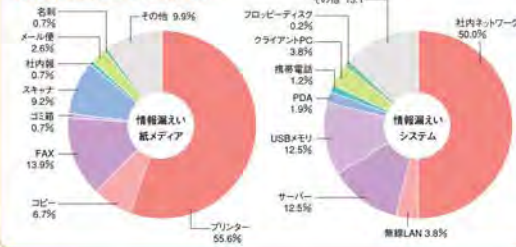
また、リアルタイムでログを監視し、テキ  
ストデータなどの中から「社外秘」など事  
前に登録しておいた機密情報に関連す  
るキーワードが検出されたら、管理者へメ  
ールで連絡する。このように管理・追跡を  
行うことで、紙文書からの情報漏えいを未  
然に防ぐことができる。

現在はプリンタや複合機もネットワー  
クにつながっているのが当たり前の時代。  
プリンタ内にスプールされているデータ、プ  
リンタに至るまでにネットワーク上に流れ  
るデータが漏えいしてしまう危険もある。  
そのような経路による情報漏えいを防ぐ  
には、まずはプリントデータの暗号化が有  
効だ。暗号化機能を搭載したプリントサ  
ーバー製品などを利用するといよ。

また、ネットワーク上でのプリンタの盗  
聴や不正な制御を防止するため、欧州や  
米国で盗聴対策として普及している直取  
型光ファイバーLAN(FTTD: Fiber To  
The Desk)を構築し、その中にプリントサ  
ーバーを接続するという解決策もある。

FTTDは、文字通りオフィスのデスクま  
で光ファイバーを導入するだけに、セキュ  
リティは大きく向上するが、それに対応し  
た共有プリンタにプリントして出さばなし  
とか、FAX送信する際の番号ミスするど  
ういったある意味「原始的」な不注意によ  
る情報漏えいが起きないように対策をと  
るべきことは言うまでもない。

紙メディアとシステムからの情報漏えい



お問い合わせ先

日経BPソリューションズ株式会社  
〒108-8646 東京都港区白金1-17-3  
TEL 03-1234-XXXX FAX 03-1234-XXXX  
e-mail abcd@xxxx.xx.xx  
http://www.xxxxx.xx.xx

エンドマークも必ず入れてください。

# より訴求力のある記事体広告を制作するために

インパクトのあるコピーやビジュアルを駆使する純広告に対して、記事体広告は、説得力のある情報を分かりやすく提供して信頼性を高めるところにその特長があります。そのための文章やデザインのポイントを以下にまとめました。

## 内容は整理して絞り込んで

記事体広告で一番大事なことは、伝えたい情報がきちんと読者に伝わることです。あれもこれもと欲張っては、焦点がぼけてしまって、結局、何も伝わらないということになりかねません。例えば、言いたいことを3つくらいのポイントに絞ると、シンプルでまとまりがよく、しかも説得力を持つことが多いものです。

## 全体タイトルや小見出しは簡潔に

その記事体広告で最も伝えたいことを一言で表現するのが全体タイトルです。シンプルかつリズムを感じさせることは全体タイトルを作る際の鉄則です。また、小見出しは、本文を読まずに文章全体を大づかみできるようにするものです。助詞の省略や体言止めなど、新聞見出しの手法が大いに参考になります。

## ビジュアルを重視

説得力のある情報を「分かりやすく」提供するには、ビジュアルを重視したデザインが不可欠です。そのためには、写真や図表はもちろんですが、何もないホワイトスペースも効果的に使いたいものです。そのためにも内容を絞り込んで文章量が多くなりすぎないといった配慮が必要です。最近の記事体広告の多くに、純広告のノウハウが見られますし、逆のことも言えます。

### 【制作上の注意】

- ◎パワーポイント、エクセル、PDFファイルなどの図表はそのままでは使用できません  
⇒印刷用データとはデータ形式が異なるため、改めてデザイン制作作業が必要となります。
- ◎ホームページの写真や図表、ロゴも粗くなり使用できません  
⇒画面ではきれいに見えていても、印刷すると粗くなったり、文字が見えにくくなります。
- ◎デジタルカメラの撮影データも画像の大きさや解像度に注意  
⇒最近のデジタルカメラは大変高機能化しており、容易に美しいプリントができますが、解像度や撮影時の照明の関係で印刷には適さない場合があります。
- ◎本文テキストをデータで校正する場合は履歴が分かるように  
⇒最近、本文テキストをデータで校正するケースが増えてきていますが、その場合は、修正箇所が分かるように履歴を残してください。

## 記事体広告の強み

### **伝**えたいことをイメージでなく文章などで具体的に

新聞や雑誌の記事の客観報道の手法を用いることで、製品・サービスの広告であれば、開発の経緯や市場への受け入れられ方など一番伝えたいことを、企業IRが目的であれば、経営姿勢やその根底にある思想や哲学を、文章やデータできめ細かく具体的に訴求できます。セミナーの講演レビューなども記事体広告に最適です。

### **事**例によって第三者の評価を提示

記事体広告の中でも、特にその本領を発揮するのが製品やサービスの導入事例紹介です。いくら良い製品・サービスでも、単に特長を説明するだけでは、競合製品・サービスに対する優位性を読者に納得してもらうことはできません。導入事例紹介であれば、コスト負担する第三者によって評価されたことを提示することになります。

### **多**彩な演出、そしてWebなどへの横展開も

単発の記事体広告だけでなく、編集記事で見られる連載のほか、タレントや有識者を起用した対談シリーズなど様々なスタイルや手法の記事体広告でも活用できます。また、Webや書籍などへ横展開することで、さらに効果的な訴求となります。ITpro (<http://itpro.nikkeibp.co.jp>)との連動企画など、多彩な広告メニューも取り揃えております。最新情報・詳細は、Nikkei BP AD Web (<http://adweb.nikkeibp.co.jp>) からご覧いただけます。