

資料1

「クオリティメディア宣言」

デジタル環境では日々、多種多様なメディアコンテンツが誕生し流通しています。信用して良いか疑問を感じるコンテンツが数多ある一方で、コンテンツの信頼性を少しでも高めたり、受け手の心にしっかり届くように、手間ひまとコストをかけ取材編集を行っているメディアも多くあります。

それらのメディアを私達は「クオリティメディア」と呼ぶことにいたしました。私達「クオリティメディアコンソーシアム」はコンテンツ価値を訴求すると共に広告価値をとことん追求することを宣言いたします。

デジタルメディアはプラットフォームを媒介し情報提供が容易になりました。ユーザーもその利便性から生活メディアとして活用しています。ただ、デジタルプラットフォームに流れる情報は千差万別、玉石混交で利用者の自己責任の情報価値判断に委ねられているのが現状です。

「クオリティメディアコンソーシアム」は良質なメディアのネットワークであることを担保します。

「クオリティメディアコンソーシアム」は広告が良質なメディアに掲載されることの価値を追求し、広告効果を高めていきます

「クオリティメディアコンソーシアム」はメディアと生活者双方に有益で、健全なインターネット環境の創出に寄与していきます。

インターネットの膨大な情報量の中で、共鳴し信頼できるコンテンツに出会うことは簡単ではありません。しかし「クオリティメディア」はその築きあげたメディアブランドの信頼の力でユーザーを集めることができます。そして、広告コンテンツにつなげることができます。

広告は本来、受け手に新しい情報機会を提供します。しかし、広告の届け方によっては、雑音と感じられてしまう危険性があります。受け手の心に土足で入るような広告は雑音になるのではないのでしょうか？広告は信頼され安全な場であるメディアコンテンツに囲まれてこそ、心を動かすことができます。

広告への共感を生み出すメディアの「コンテンツクオリティ」は大切であると信じます。プラットフォーム広告とは一線を画し、ユーザー心理に受容され、心理的変容を促すことを価値とします。

私達「クオリティメディアコンソーシアム」は混沌として、不信の感情に満ちたインターネットメディア環境において、ユーザーの情報への信頼と広告への共感を確実に得られるコンテンツメディア集団を目指します。こうした時代であるからこそ、人の心に刺さるメディア広告を追求し、デジタル情報空間の信頼性を構築していきたいと考えます。

私達の提供するクオリティメディア・アドネットワーク「MediaString」とはクオリティコンテンツと、質の高い広告と、生活者の「調和のとれた共鳴」を意味します。広告の受け手である生活者がコンテンツへ求める期待と広告の受容性を第一義に考えます。

これが私達の「クオリティメディア宣言」です。

2023年10月

「クオリティメディアコンソーシアム」参加社一同

「クオリティメディアコンソーシアム」参加メディア（順不同）

株式会社東洋経済新報社

株式会社朝日新聞社

株式会社読売新聞東京本社

株式会社日本経済新聞社

株式会社西日本新聞社

株式会社講談社

株式会社集英社

株式会社毎日新聞社

株式会社産経デジタル

株式会社北海道新聞社

株式会社中日新聞社

株式会社時事通信社

株式会社ダイヤモンド社

株式会社プレジデント社

リンクタイズ株式会社

株式会社インプレス

株式会社オレンジページ

株式会社光文社

株式会社文藝春秋

株式会社日本ビジネスプレス

株式会社メディアジーン

朝日放送テレビ株式会社

株式会社J-WAVE

株式会社小学館

株式会社マガジンハウス

株式会社CCCメディアハウス

株式会社フジテレビジョン

株式会社テレビ東京コミュニケーションズ

株式会社TBSテレビ

一般社団法人共同通信社

