

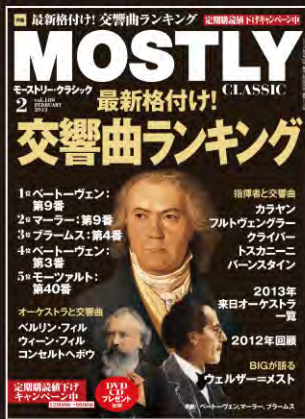
クラシック音楽を極めるための月刊情報誌

MOSTLY CLASSIC

クラシック音楽の楽しさを、より立体的に、より多角的に伝える新しいスタイルのナビゲーション・マガジン「モーストリー・クラシック」

“MOSTLY CLASSIC”
A new type of navigating magazine which multidimensionally brings you the joy of classical music.

媒体資料
MEDIA DATA



「MOSTLY CLASSIC」は「毎号特集主義」

1つのテーマを、美しい写真と読みやすい文章で解説し、クラシック音楽ファンの初心者からベテランまで、感性を刺激する誌面を提供しています。また、新譜、国内外のコンサート、音楽番組、関連書籍、オーディオ機器などクラシック音楽関連の最新情報が紹介されています。演奏家へのインタビューや、海外の音楽ニュースも好評を博しています。クラシック音楽の幅広い情報を一冊にした「MOSTLY CLASSIC」はファンのご要望にこたえるメディアとして高く評価されています。

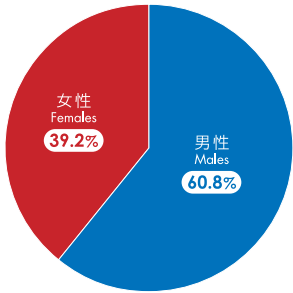
読者プロフィール [1]

READER'S PROFILE [1]

「MOSTLY CLASSIC」の読者は生活にゆとりがある〈社会のリーダー〉〈消費のリーダー〉が主な読者です。

Readers of "Mostly Classic" are leaders in society and primary consumers.

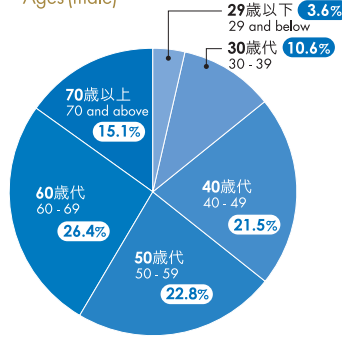
読者の性別構成 Readers by gender



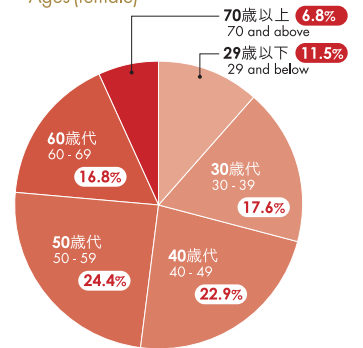
平均年齢 Average age

男性 **54.56**歳
males 54.56
女性 **48.36**歳
females 48.36

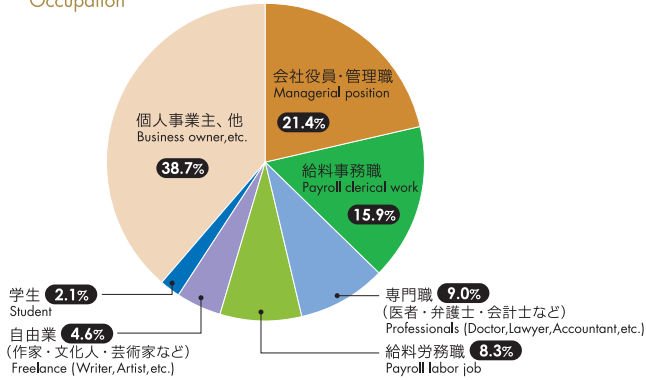
男性の年齢構成 Ages (male)



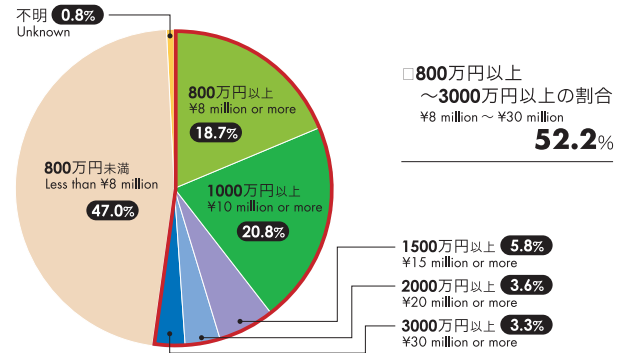
女性の年齢構成 Ages (female)



読者の職業構成 Occupation



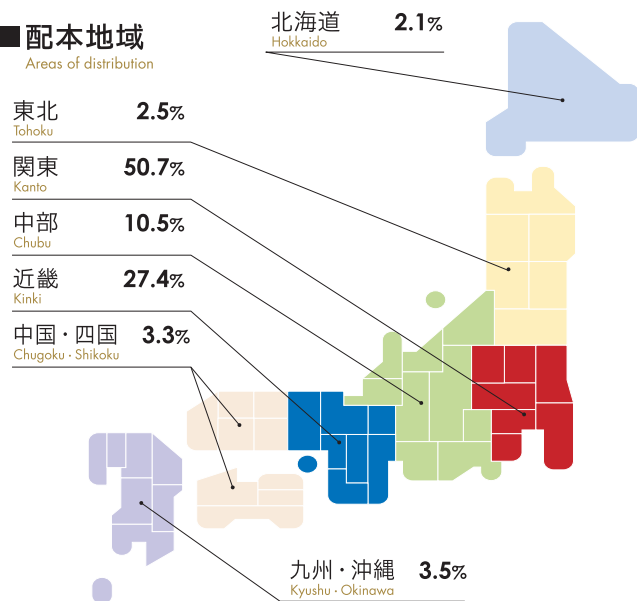
世帯収入 Annual household income



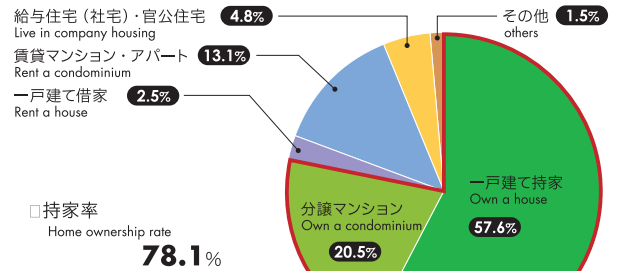
首都圏への配布が5割、近畿圏を含めると8割近い数が大都市圏に配本されています。

About 50% of this magazine is distributed in Tokyo metropolitan area (80% when it includes Kinki metropolitan area).

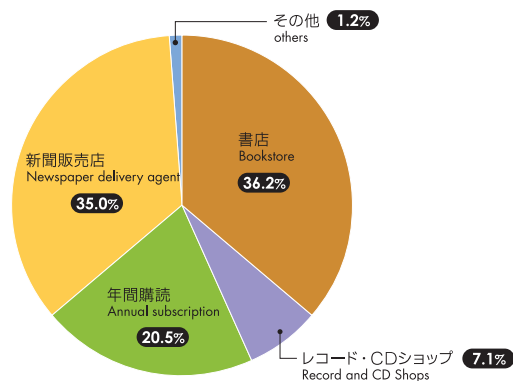
配本地域 Areas of distribution



現在の住居 Housing



本の購買場所 Book-purchase locations



読者プロフィール [2]

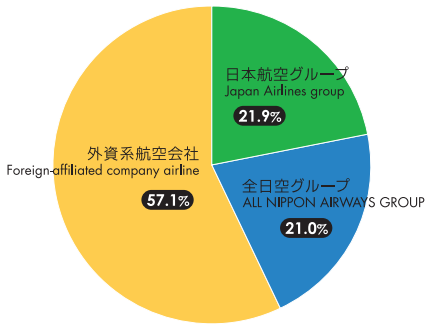
READER'S PROFILE [2]

多くの読者が豊かな生活を送り海外旅行、金融商品に興味を示しています。

A lot of readers lead a high-quality life and take interest in traveling abroad and in financial dealings.

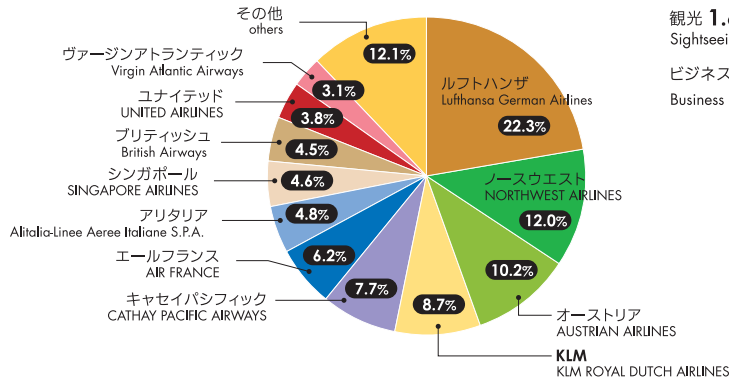
よく利用する航空会社

The airline which they often use



よく利用する外資系航空会社

Foreign-affiliated company airline which they often use



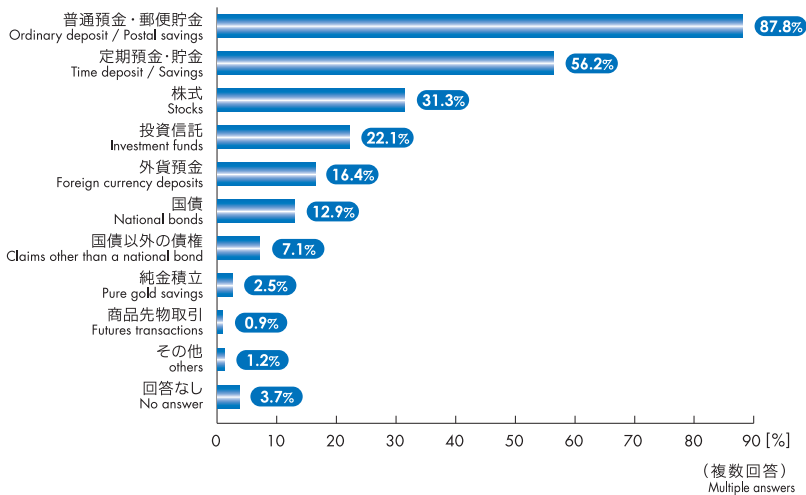
海外旅行 (1年平均)

Foreign travel (yearly average)

観光 **1.65**回
Sightseeing 1.65 times
ビジネス **3.11**回
Business 3.11 times

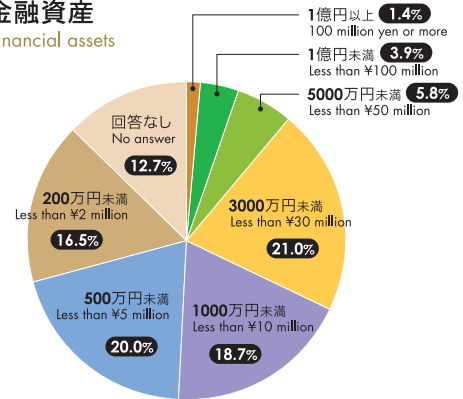
利用している金融商品

Financial investments



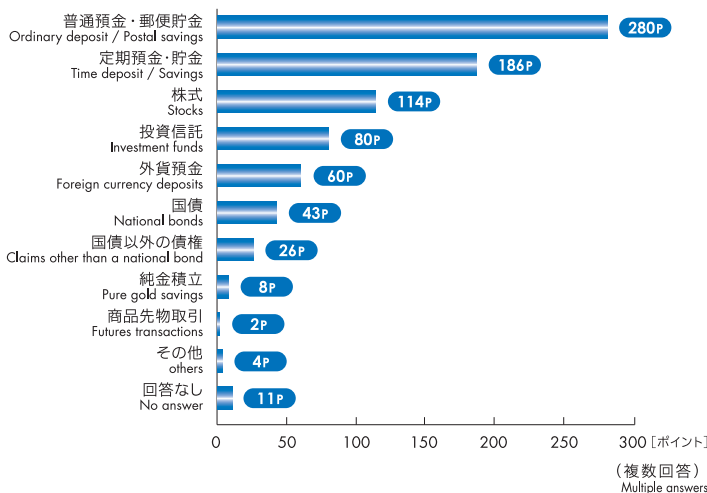
金融資産

Financial assets



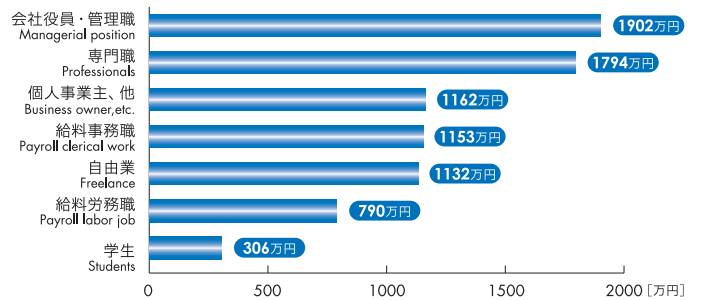
会社役員、管理職、専門職、個人事業主などが利用している金融商品

Financial investments of member of the Board of Directors, the individual business proprietor, etc.



職業別金融商品の平均金額

The average amount of money in financial dealings by occupation



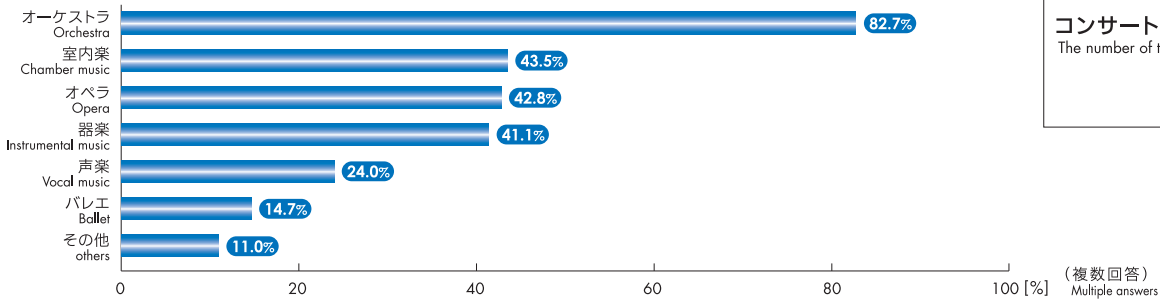
読者のライフスタイル [1]

READER'S LIFESTYLE [1]

音楽に関する意識調査 How do you enjoy classical music?

よく出かけるコンサート

attend concerts

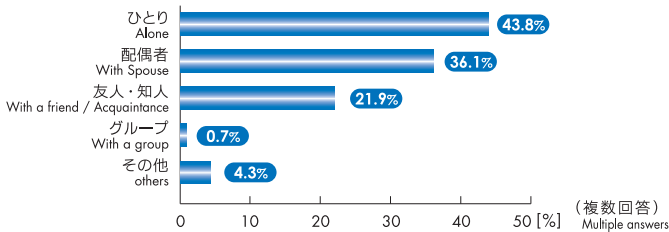


コンサートに行く回数
The number of times attending to a concert
年平均 **13.68**回
Average 13.68 times

(複数回答)
Multiple answers

コンサートへは誰と行く

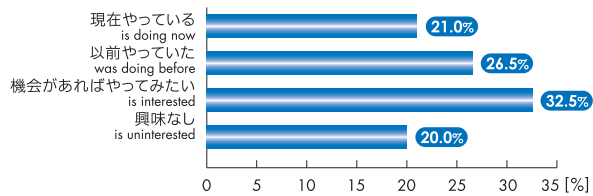
With whom attends concerts



(複数回答)
Multiple answers

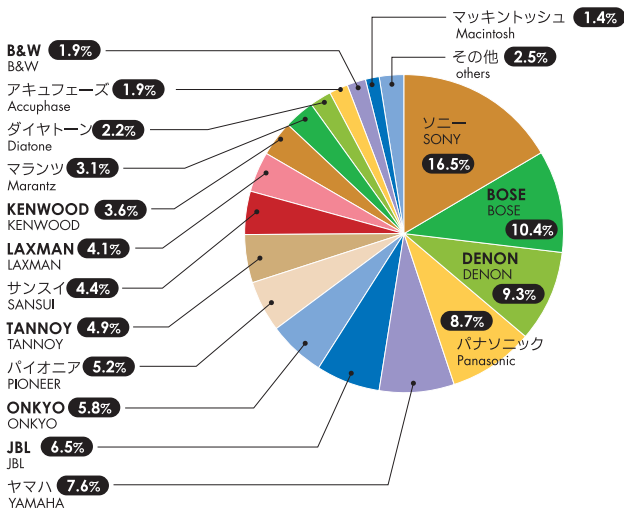
楽器などの演奏活動について

performance activities



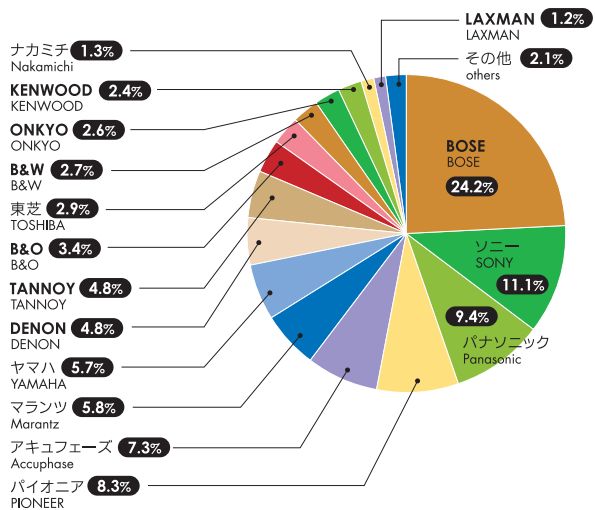
現在所有しているAV機器メーカー

Presently owned AV equipment brands



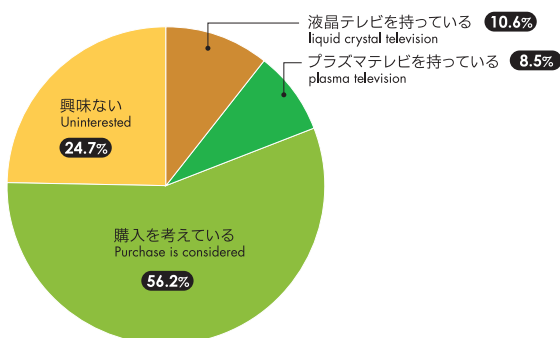
将来欲しいAV機器メーカー

AV equipment brands seen needed in the future



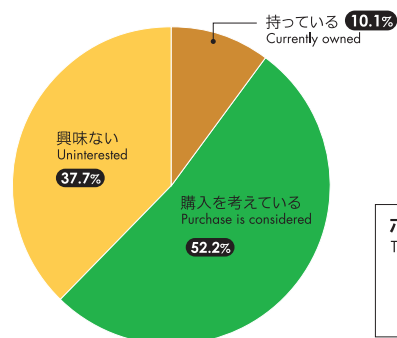
液晶テレビ、プラズマテレビについて

Users of a liquid crystal television and plasma television



ホームシアターについて

Home theater



ホームシアターシステムの総額
The total cost of a home theater system
平均 **94.78**万円
Average 947,800 yen

読者のライフスタイル [2]

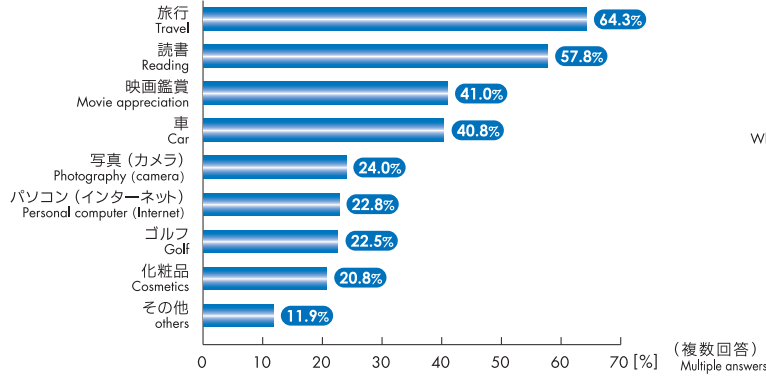
READER'S LIFESTYLE [2]

質の高さと価値を見極めることのできる優れた選択眼を持つハイグレードな読者。

The readers have an eye for the high quality and the value of the culture.

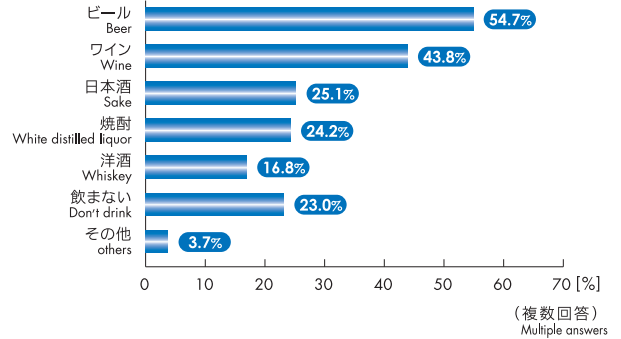
■ 趣味および興味のあるもの (音楽以外)

Hobbies and interests



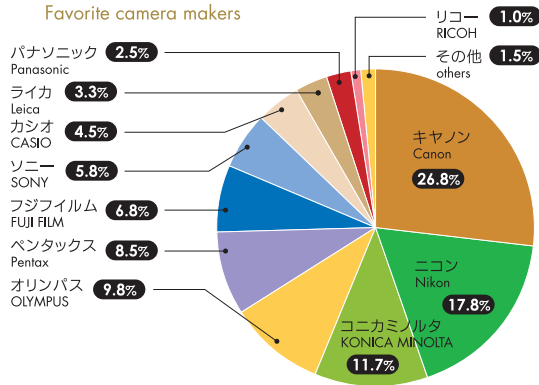
■ よく飲まれるお酒の種類

Kind of alcohol consumed



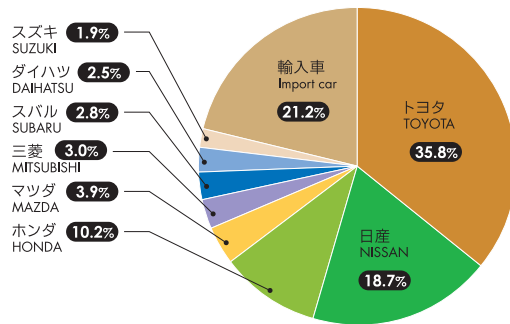
■ 愛用のカメラメーカー

Favorite camera makers



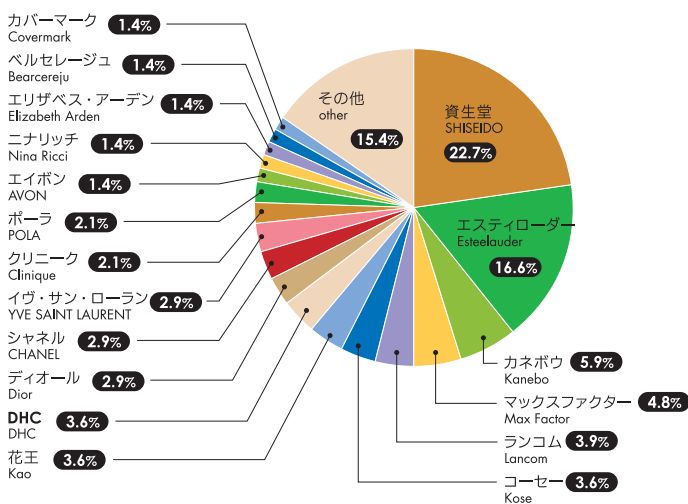
■ 所有している自動車メーカー (車の所有台数は平均1.27台)

Owned automobiles (average number possessed=1.27)



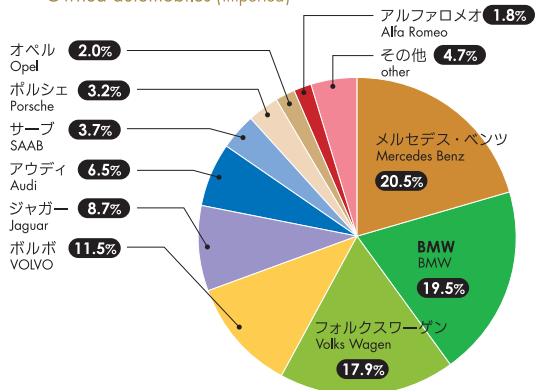
■ 愛用している化粧品メーカー (女性)

Favorite cosmetic brands (women)



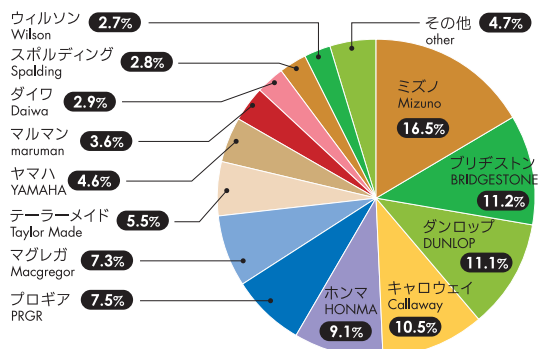
■ 所有している輸入自動車メーカー

Owned automobiles (imported)



■ 愛用のゴルフメーカー

Preferred golf equipment brands

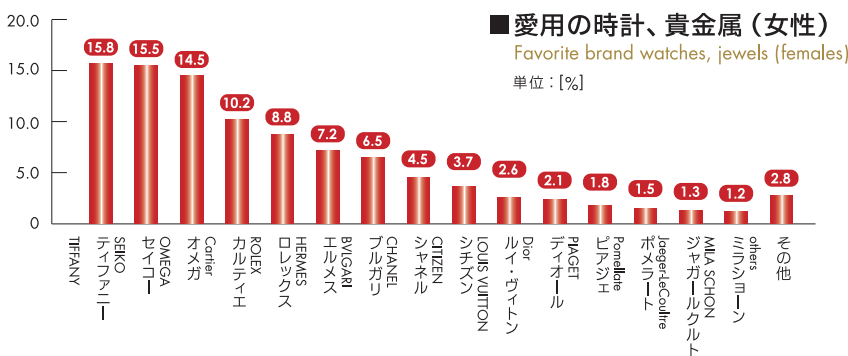
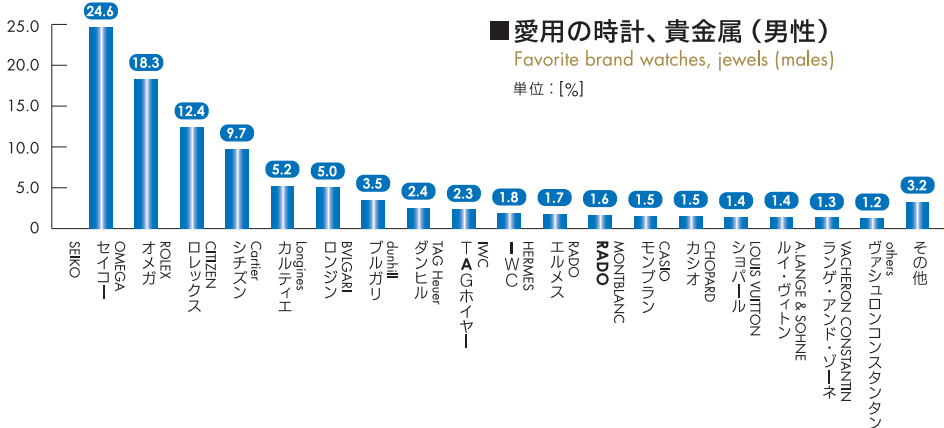
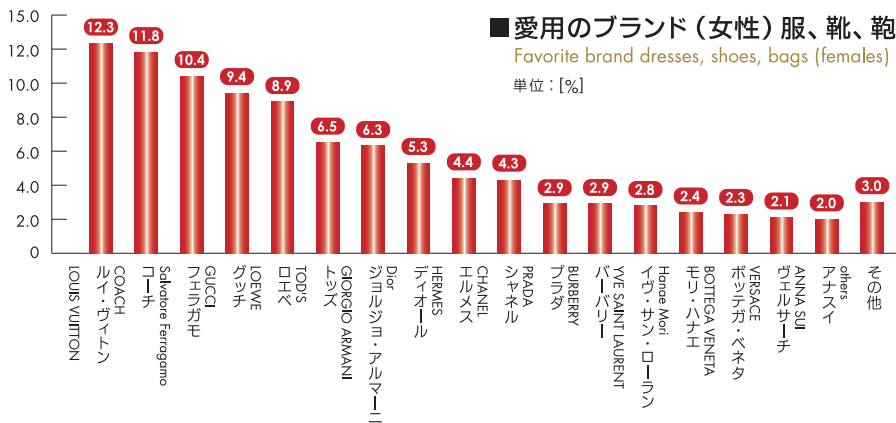
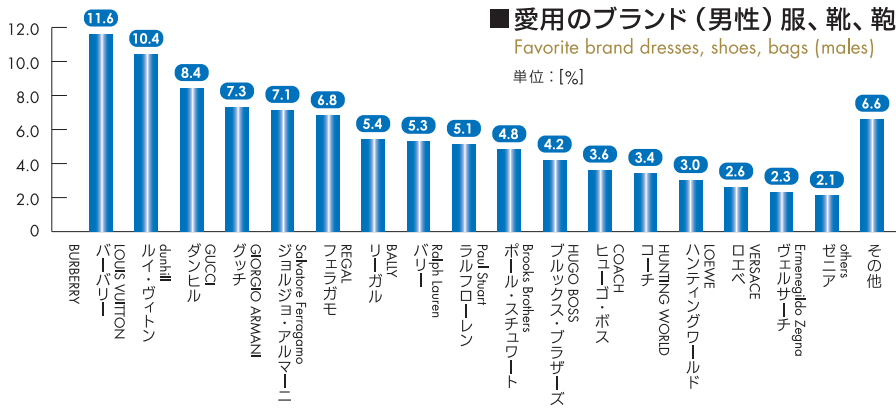


読者のライフスタイル [3]

READER'S LIFESTYLE [3]

時計や貴金属などブランド商品、高額商品にも高い関心を持っています。

Highly interest in expensive brand goods like watches and jewels.



購入したいブランド(男性)

Brands he wants to buy

| | | | |
|---------------------|-------|-------------------|------|
| ルイ・ヴィトン | 16.6% | ランバン | 4.2% |
| LOUIS VUITTON | 16.6% | LANVIN | 4.2% |
| ダンヒル | 10.5% | ロエベ | 4.0% |
| dunhill | 10.5% | LOEWE | 4.0% |
| バーリー | 8.7% | ゼニア | 3.9% |
| BALLY | 8.7% | Ermenegildo Zegna | 3.9% |
| エルメス | 7.3% | カルティエ | 3.4% |
| HERMES | 7.3% | Cartier | 3.4% |
| アルマーニ | 7.1% | ヴェルサーチ | 3.0% |
| GIORGIO ARMANI | 7.1% | VERSACE | 3.0% |
| グッチ | 6.8% | コーチ | 2.8% |
| GUCCI | 6.8% | COACH | 2.8% |
| フェラガモ | 6.5% | トコミ | 2.4% |
| Salvatore Ferragamo | 6.5% | TUMI | 2.4% |
| ラルフローレン | 5.1% | その他 | 2.9% |
| Ralph Lauren | 5.1% | others | 2.9% |
| バーバリー | 4.8% | | |
| BURBERRY | 4.8% | | |

購入したいブランド(女性)

Brands she wants to buy

| | | | |
|---------------------|-------|-------------------|------|
| エルメス | 20.4% | コーチ | 5.6% |
| HERMES | 20.4% | COACH | 5.6% |
| シャネル | 12.3% | トッズ | 5.3% |
| CHANEL | 12.3% | TOD'S | 5.3% |
| ルイ・ヴィトン | 10.5% | ロエベ | 5.1% |
| LOUIS VUITTON | 10.5% | LOEWE | 5.1% |
| ディオール | 9.7% | イヴ・サン・ローラン | 3.9% |
| Dior | 9.7% | YVE SAINT LAURENT | 3.9% |
| グッチ | 9.3% | ジェニー | 2.4% |
| GUCCI | 9.3% | Jenny | 2.4% |
| バーバリー | 6.8% | その他 | 2.9% |
| BURBERRY | 6.8% | others | 2.9% |
| フェラガモ | 5.8% | | |
| Salvatore Ferragamo | 5.8% | | |

購入したい時計、貴金属(男性)

Watches, jewels he wants to buy

| | | | |
|-----------------|-------|---------------------|------|
| ロレックス | 25.9% | IWC | 2.3% |
| ROLEX | 25.9% | IWC | 2.3% |
| オメガ | 15.8% | ラング・アンド・ソフネ | 1.8% |
| OMEGA | 15.8% | A.LANGE & SOHNE | 1.8% |
| カルティエ | 13.9% | エルメス | 1.7% |
| Cartier | 13.9% | HERMES | 1.7% |
| セイコー | 9.4% | ヴァン・クロノスタント | 1.6% |
| SEIKO | 9.4% | VACHERON CONSTANTIN | 1.6% |
| ブルガリ | 9.1% | パネライ | 1.5% |
| BVLGARI | 9.1% | PANERAI | 1.5% |
| フランクミュラー | 5.0% | ブランパン | 1.4% |
| FRANCK MULLER | 5.0% | BLANCPAIN | 1.4% |
| シチズン | 3.9% | ノモス | 1.4% |
| CITIZEN | 3.9% | NOMOS | 1.4% |
| オーデマピゲ | 2.5% | その他 | 2.8% |
| Audemars Piguet | 2.5% | others | 2.8% |

購入したい時計、貴金属(女性)

Watches, jewels she wants to buy

| | | | |
|--------------------|-------|------------------|------|
| カルティエ | 20.4% | IWC | 1.8% |
| Cartier | 20.4% | IWC | 1.8% |
| ブルガリ | 13.0% | エルメス | 1.7% |
| BVLGARI | 13.0% | HERMES | 1.7% |
| ティファニー | 11.1% | セイコー | 1.6% |
| TIFFANY | 11.1% | SEIKO | 1.6% |
| シャネル | 9.7% | ルイ・ヴィトン | 1.5% |
| CHANEL | 9.7% | LOUIS VUITTON | 1.5% |
| ロレックス | 9.3% | ディオール | 1.5% |
| ROLEX | 9.3% | Dior | 1.5% |
| シヨパール | 7.4% | ピアジェ | 1.4% |
| CHOPARD | 7.4% | PIAGET | 1.4% |
| ヴァン・クレフ&アペル | 5.5% | ポメレート | 1.4% |
| Van Cleef & Arpels | 5.5% | Pomellato | 1.4% |
| ショーメ | 3.7% | ジャガー・コプリ | 1.3% |
| CHAUMET | 3.7% | Jaeger-LeCoultre | 1.3% |
| オメガ | 3.7% | その他 | 4.0% |
| OMEGA | 3.7% | others | 4.0% |

掲載広告料金

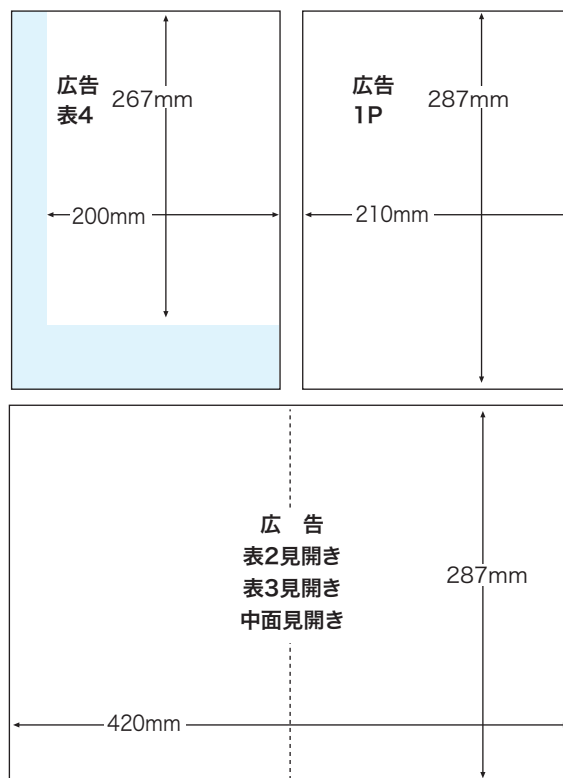
●媒体概要 発行部数:10万部 発行:産経新聞社 発売:日本工業新聞社 発売日:毎月20日
判型:A4変型・無線綴じ 頁数:180頁 定価:1030円 販売場所:書店・レコード店ほか

本誌広告料金 (料金は税別です)

| スペース | 掲載料(円) | 原稿サイズ(天地mm×左右mm) |
|-----------|-----------|------------------|
| 表4 | 1,000,000 | 267×200 |
| 表2見開き | 1,800,000 | 287×420 |
| 表3見開き | 1,700,000 | 287×420 |
| 中面見開き | 1,600,000 | 287×420 |
| カラー 1P | 800,000 | 287×210 |
| モノクロ 1P | 600,000 | 287×210 |
| カラー 1/4P | 250,000 | 65×184 |
| モノクロ 1/4P | 150,000 | 65×184 |
| ハガキ(1C) | 1,000,000 | — |

- タイアップ広告の制作料金は、1頁あたり30万円となります。
※広告会社手数料の対象にはなりません。
※著名人の起用や、特別な撮影、取材(遠隔地など)については別途実費をいただきます。
- ハガキは、1頁以上の広告との併載を条件とさせていただきます。
- 綴じ部分にかからないよう、原稿内容を内側に7ミリ程度収めてください。

本誌広告スペース

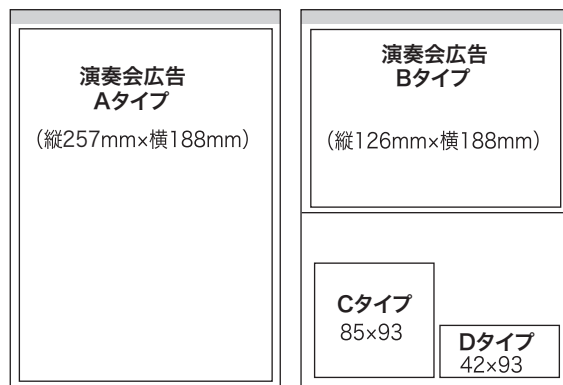


演奏会広告料金 (料金は税別です)

| スペース | 掲載料(円) | 原稿サイズ(天地mm×左右mm) |
|------------|---------|------------------|
| 演奏会広告 Aタイプ | 600,000 | 257×188 |
| 演奏会広告 Bタイプ | 300,000 | 126×188 |
| 演奏会広告 Cタイプ | 50,000 | 85×93 |
| 演奏会広告 Dタイプ | 25,000 | 42×93 |

- 演奏会広告は弊社にて制作いたします。(広告料金に制作費は含まれています)
- 演奏会広告は原則として公演開催順の掲載となります。

演奏会広告スペース



広告のご出稿について

広告制作について

- 原稿はデータにてお願い致します。
- データ入稿(MO)の場合は仕様書とカラーカンパを添付の上、入稿願います。
- 断ち切り原稿は、社名、ロゴ、コピーなどを正寸より天地5mm以上、左右8mm~10mm内側にレイアウトして下さい。

広告の審査基準について

- 広告の審査基準は、「産経新聞広告審査基準」に準拠します。
又、広告掲載の可否権はすべて弊誌にあります。

広告原稿の審査基準について

- 広告原稿の入稿締め切り日は、原則として掲載号の前月の20日とします。
ただし、土・日・祝祭日の場合はその前日とします。
- 原稿流用の場合は、最新号を含めた過去3号までの版が使用できます。

広告のお申込み・お問い合わせは
産経新聞社 モーストリー・クラシック編集室 広告担当
〒100-8077 東京都千代田区大手町1-7-2
産経新聞社11階

TEL: 03-3275-8328
FAX: 03-3275-8391