

# MJ

無線と実験

## 媒体資料

1999年という世紀末に『MJ無線と実験』は創刊75周年を迎えることができました。

1924年(大正13年)5月にラジオの啓蒙技術誌として創刊された本誌は、

テーマをラジオ、通信、テレビ、音響と時代時代に即した内容で対応してきました。

現在はオーディオ総合技術誌として多くの読者の支持を得ています。

このたび75周年を記念して読者アンケートを実施し、2000通にせまるデータを集計したのが、

この調査結果です。これらのデータから見えてくる読者像は、理系・文系を問わず、

日本のオーディオメーカーの発展とともに歩んできた人たちであり、

音楽を洗練された機器で聴くことを何よりの楽しみとしているということです。

読者の知的レベルの高さとオーディオにかかる費用は世界でもトップクラスでしょう。

この調査資料を御社商品の宣伝戦略・広告制作上の参考にしていただければ幸いです。

MJ無線と実験編集部・広告部

創刊———大正13年5月

発行日———毎月10日

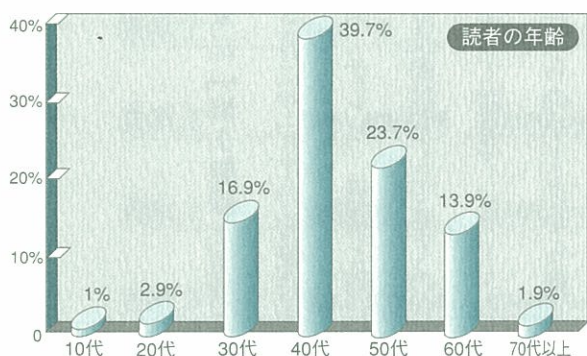
体裁———B5判270頁・無線とじ 仕上がり寸法  
[天地257mm×左右179mm]

# オーディオファイルとしての読者プロフィール

雑誌への広告出稿を考えた場合、読者像の具体的な把握が、有効なアプローチ方法を探る上で重要になります。MJ読者は、オーディオファイルとしてどんなキャラクターを持っているのでしょうか。ここでは、本誌が実施したアンケート調査の結果をもとに、想定される読者プロフィールについて解説していきます。



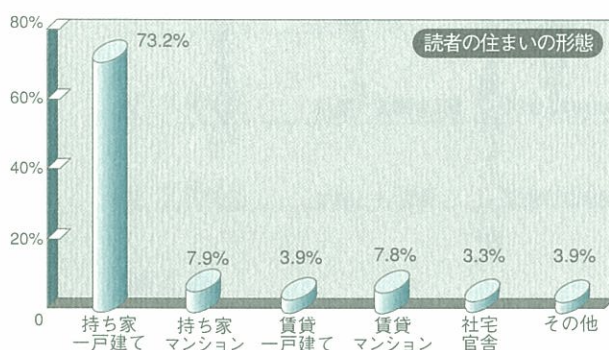
## ■年齢



### 平均年齢48.8歳。熟年世代に読まれているMJ

MJの読者は40代の人をもっとも多く、50代、30代がそれに続きます。平均年齢は48.8歳。他のオーディオ専門誌に比べて、年齢層はやや高めかもしれません。40~50代といえば、そろそろ子育てからも解放されて、悠々自適の生活へと一歩踏み出しつつある熟年世代。経済的にも少し余裕が出てきて、趣味にも本格的に取り組みはじめる人が多いとか。オーディオファイルとして見れば、リスニングルームを改築するなどして、第二のオーディオ人生をスタートさせる年代。オーディオ機器への購買意欲も十分高いといえます。

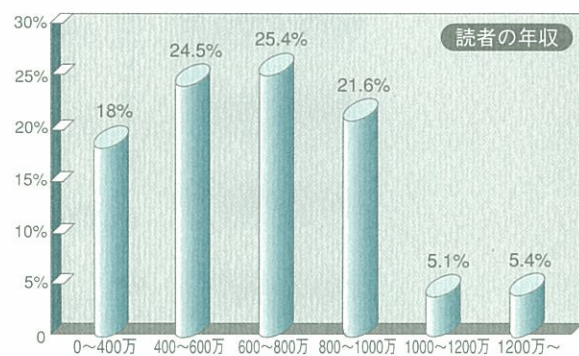
## ■住まいとリスニングルーム



### 恵まれた音響環境。オーディオへの要求も高そう

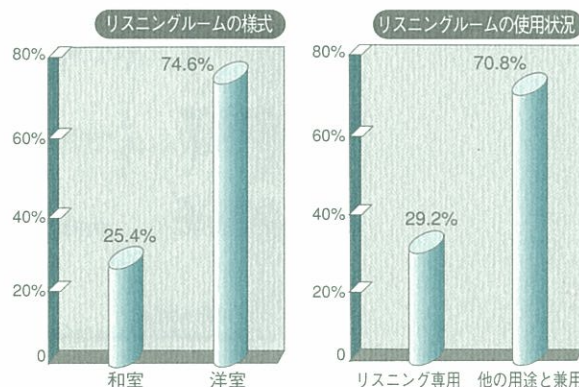
MJの読者は全体の7割が一戸建ての持ち家に住み、ほぼ3割の人が専用のリスニングルームを確保しています。オーディオファイルとして、これはかなり恵まれた環境といえます。ご近所に気兼ねなく、比較的大音量で音楽が聴けるわけですから。そうすると、アンプやスピーカーにも高出力・高品位のものを求めたくなるのが人情というもの。また、7割の人がリスニングルームとして洋室を使っており、住まいの「顔」であるリビングと兼用するケースが多そう。「安かろう悪かろう」では納得しない、オーディオ機器に対する読者の高い要求度がうかがわれます。

## ■年収



### 平均で約738万円。増加傾向にある可処分所得

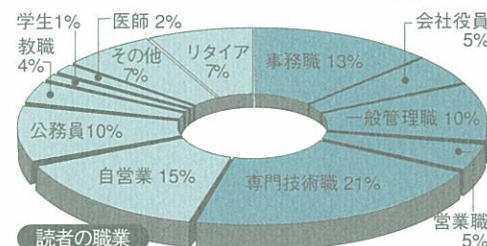
MJ読者を年収別に見れば、600万円以上800万円未満の人が25.4%ともっとも多く、400万円以上600万円未満の24.5%、800万円以上1000万円未満の21.6%がそれに続きます。平均年収は738万円。これは、首都圏の平均的なサラリーマンの年収718万円（98年住友信託銀行調べ）を上回る金額。平均48.8歳という年齢を考えれば、子供は自立する年頃であり、教育費の負担も年々軽くなっていくはず。つまり、自由に使えるお金(可処分所得)は今後少しずつ増えていくわけで、MJ読者の潜在的な購買力はかなり高いと推測できます。



### ■編集部から一言

「『HiFi 追求リスニングルームの夢』は連載400回を超える人気企画。『音響空間クリニック』も120回を数え、応募者は年々増えています。本誌の読者には、音響空間まで含めてオーディオをトータルに考える人が多いようです。取材でよく読者宅にうかがいますが、定年後にリスニングルームを改築する方が多く、それを機に高価な装置を導入する例もよく目にしますね」

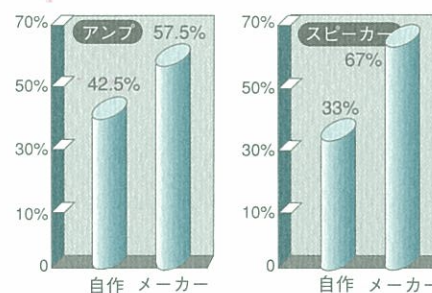
## ■職業



### エンジニアが21%。技術志向が強い

職業別に見たMJ読者の大きな特徴は、専門技術者が全体の21%も占めていること。オーディオ機器にもシビアな選択眼・批評眼を持っていることが推測できます。これはつまり、たとえ高価な機材でも、技術的に優れていれば「いいものはいい」とその価値を十分に認めるといふこと。MJの読者は、違いのわかる読者なのです。

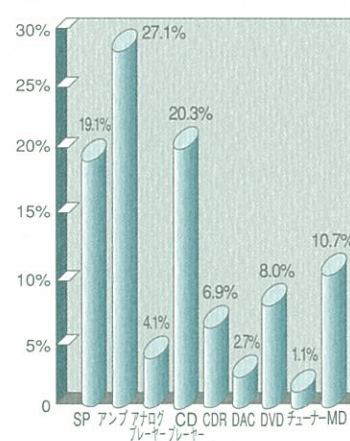
## ■使用機器の自作比率



### 意外？に多いメーカー製品

「自作派オーディオ誌」というイメージが強いMJですが、むしろ読者は6：4から7：3の割合でメーカー製品を使っているケースが多いようです。オーディオマニアは、偏った音調やひとりよがりの聴き方に陥ることを嫌いますから、ニュートラルな音を知るためのリファレンスとしてもメーカー製品を重用しているのかもしれない。

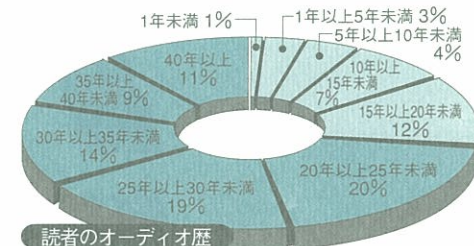
## ■いま欲しいオーディオ機器



### MJ読者は買い替えモード

アンプ、CDプレーヤー、スピーカーがいま欲しいオーディオ機器のベスト3。MDやDVDなど新しいメディアへの関心も決して低くはありませんが、むしろシステムの中核を担う装置への関心の高さがうかがわれます。アナログへの興味も失われていません。これらのことから、MJの読者には買い替え・グレードアップ志向の強いことが推察できます。高級機や往年の名機への関心も高いでしょう。

## ■オーディオ歴



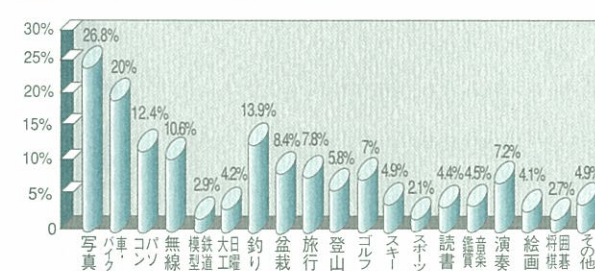
### 経験20年以上のベテランマニアたち

MJ読者の73%がオーディオ歴20年以上。1980年頃のオーディオブームを経験してきている人が多く、機器を見る目は確かで、MD世代の若者よりハイファイ志向も強そうです。この20年間に装置もグレードアップしているでしょうが、年齢的にはそろそろ一生モノの高級な装置を手に入れたいと考えているのでは？

### ■編集部から一言

「自作派といっても自作オンリーではありません。CDプレーヤー等は当然メーカー製。自作とメーカー製を聴き比べて楽しむ人もいます。読者像としては「豊富な知識と経験を生かして趣味のオーディオを生きがいにしている人」という方が近いですね」

## ■オーディオ以外の趣味



### 特徴的なモノやメカへのこだわり

オーディオ以外の趣味では写真、車・バイク、パソコンなどメカニック志向の強いのが特徴。技術職にある読者が多いせいか、モノやメカへのこだわりが感じられます。とはいえ、それぞれの数字は総じて低め。それだけ「オーディオ一途」な人が多いのでしょうか。

# MJ無線と実験 広告掲載料金表

表紙4	[4色] 1頁	天地240mm×左右169mm	¥700,000
表紙2	[4色] 1頁	天地257mm×左右179mm	¥500,000
表紙2	[4色] 見開き2頁	天地257mm×左右358mm	¥900,000
表紙3	[4色] 1頁	天地257mm×左右179mm	¥400,000
表紙3	[4色] 見開き2頁	天地257mm×左右358mm	¥700,000
カラー	[4色] 1頁	天地257mm×左右179mm	¥450,000
カラー	[4色] 見開き2頁	天地257mm×左右358mm	¥800,000
オフ前付	[1色] 1頁	天地220mm×左右150mm	¥200,000
オフ前付	[1色] 見開き2頁	天地220mm×左右150mm	¥380,000
オフ中付	[1色] 1頁	天地220mm×左右150mm	¥180,000
オフ中付	[1色] 見開き2頁	天地220mm×左右150mm	¥340,000
オフ中付	[1色] 1/2頁	天地110mm×左右150mm	¥100,000

挿込み

直接お問い合わせ下さい

広告料金に別途消費税が加算されます。

スペース指定は10%の割増料をいただきます。

原寸指定を除き、写真は4点までを基準に、5点以上の場合は1点につきカラー6,000円、モノクロ1,000円の割増料をいただきます。

ご入稿は完全版下を原則として、入稿後の修正、変更については実費をいただきます。

1頁断ち落しの場合は天地257mm×左右179mm(ただし左右ノド空き分として10mmとってください)