

A woman with dark hair is shown in profile, facing left. She is set against a vibrant, abstract background featuring swirling patterns in yellow, blue, pink, and purple. In the foreground, there are stylized flowers in shades of red, orange, and yellow. The overall composition is artistic and colorful.

『anan』の旅特集にみる 女性の価値観とライフスタイルの変遷

跡見学園女子大学 元永ゼミ 小林莉菜

目次

1. 『anan』とは？
2. 問題意識
3. 研究目的
4. 研究方法
5. 先行研究
6. 各年代の旅特集の調査
7. 旅特集の変化の背景
8. 旅の意味と女性像の変化
9. まとめ

1. 『anan』とは・・・

- 1970年にフランスの女性誌『ELLE』の日本版として創刊。
- 当時の女性誌は「結婚」や「家庭」を前提としていたのに対し、『anan』は、働く未婚女性を想定読者とした新しいタイプの女性誌として登場。

洋服は作る→買う

- 型紙がついていない
- 性別役割分業に囚われない特集（例：旅、仕事、恋愛、SEX…）
- 写真と余白を活かした誌面構成 など

►新しい女性の生き方を提示した

2. 問題意識

自由で自立した女性像



創刊当時の『anan』は新しい女性誌だったが、現在の『anan』が担っている役割は変化したのではないか？

3. 研究目的

『anan』の旅特集に注目し、その意味や役割が時代を経てどのように変化してきたのか？

- ①旅特集の時代ごとの変化
- ②女性の価値観やライフスタイル関係
- ③旅特集を通じて提示された女性像と各年代の社会背景との関係

4. 研究方法

調査対象：1970年3月20日号～2025年7月23日号の『anan』 旅特集

分析する項目：(1)旅の目的・テーマ
(2)誌面構成や表現方法
(3)表紙に表れる人物表象



各年代の社会背景と照らし合わせ『anan』が提示してきた女性像と旅特集の関係を調査する

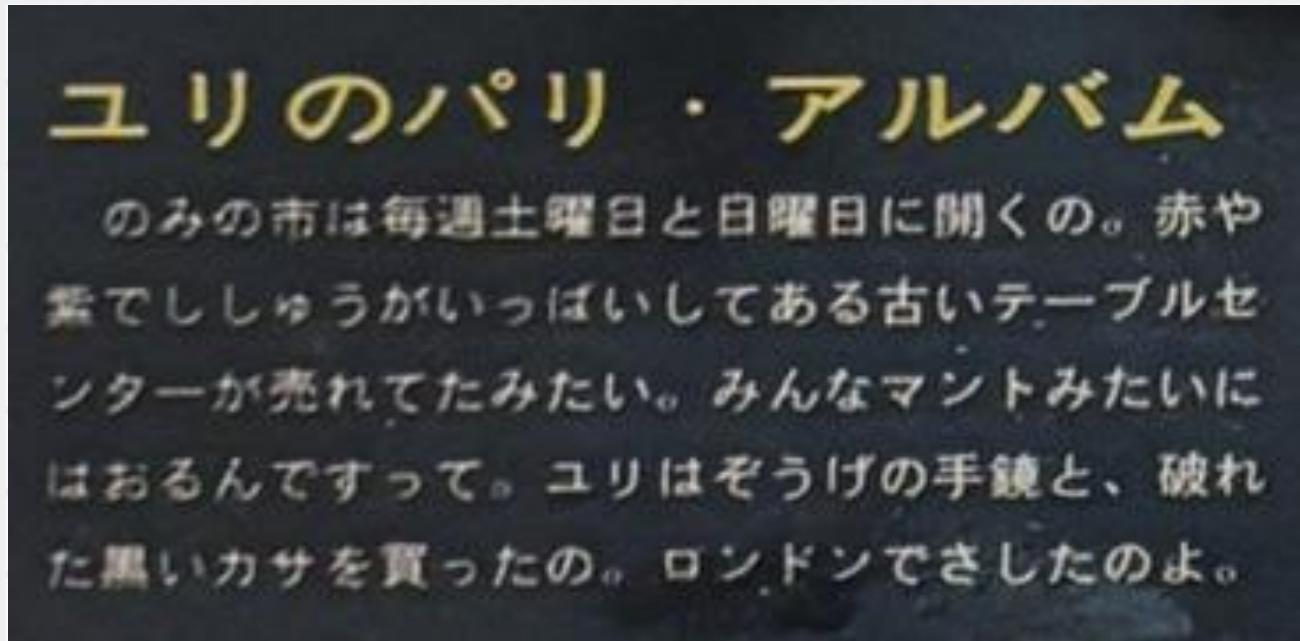
5. 先行研究

- ・『anan』創刊期は、自由で自立した女性像を提示した雑誌として評価されてきた。
- ・1970年代の「アンノン族現象」や旅を通じた女性の主体性に注目した研究が多い。
- ・一方で、1980年代以降～現代までを通して旅特集の変化を継続的に分析した研究は少ない。

► 本研究では、創刊期から2020年代までを一貫して分析する

6. 旅特集の調査（1970年代）

- モデルが旅の案内役として登場し、街を歩き、感じたことを語る構成が特徴であった。



1970年3月20日号

6. 旅特集の調査（1970年代）

- 読者は、観光情報を得るのではなく、モデルと「一緒に旅をする」感覚を持つ。
 - ▶ 旅 = 女性が世界へ踏み出す行為
 - ▶ 自由で主体的な女性像を象徴

6. 旅特集の調査（1980年代）

- ・円高やバブル経済を背景に海外旅行が身近なものとして描かれる。
- ・「格安海外旅行」「自分へのご褒美旅」など旅を消費行動として捉える特集が増加した。
- ・パリやハワイなど、ブランド性の高い旅先が強調され、旅は自己演出の手段として提示されている。

▶ 旅 = 消費・自己演出・ステータス
▶ 洗練されたライフスタイルを選ぶ女性像



1984年11月2日号

6. 旅特集の調査（1990年代）

- ・バブル経済崩壊後の社会状況を背景に、価値観が内向きへと変化していく。
- ・「ひとり旅」や「目的別の旅」など、自分のペースで過ごす旅が多く取り上げられ、観光よりも心の充実が重視される。
- ・お金をかけず、自分と向き合う時間としての旅が描かれている。

▶ 旅=癒し・自分と向き合う時間
▶ 心の充足を重視する女性像

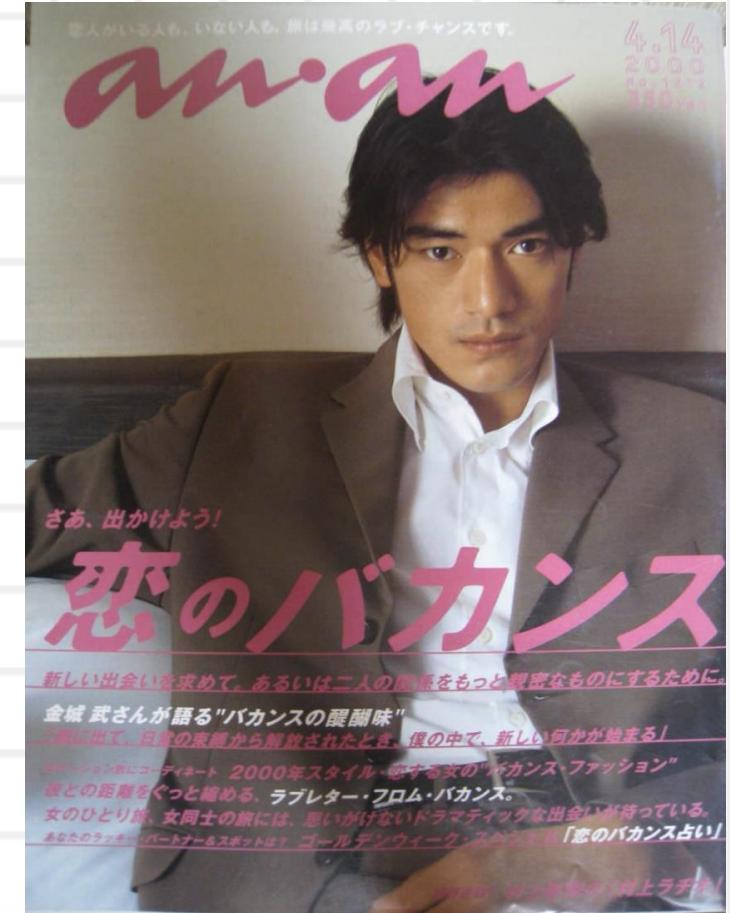


1990年4月13日号

6. 旅特集の調査（2000年代）

- 旅先での「出会い」や「恋愛」が重要なテーマとして扱われるようになる。
- 旅は、非日常の中で新しい人間関係や感情を得る場として描かれ、恋のきっかけを期待する企画が多く見られる。
- 旅先での体験が、個人の感情や人生の転機と結びつけられている。

- ▶ 旅 = 感情と向き合う体験の場
- ▶ 他者との関係を通して自分を見つめ直す女性像



2000年4月14日号

6. 旅特集の調査（2010年代）

- ・「開運」や「スピリチュアル」といった要素が前面に押し出されるようになる。
 - ・吉方位旅行や、温泉・神社・京都などが定番化し、心身を整えることが旅の目的として強調される。
- ▶ 旅=心身を整える・回復する行為
▶ 自分を整えることを主体的に選ぶ女性像



2015年4月1日号

6. 旅特集の調査（2020年代）

- ・「推し旅」という新しい旅の形が登場する。
- ・ライブやイベントへの遠征が、旅として肯定的に描かれ、観光地よりも感情の高まりや余韻が重視される。
- ・旅は、好きな存在に会いに行き、感情を共有するプロセスとして捉えられている。

- ▶ 旅 = 感情を満たし、共有する行為
- ▶ 自分を肯定し、感情を共有する女性像



2023年10月25日号

7. 旅特集の変化の背景① 経済状況と女性のライフスタイル

- 1970年代：高度経済成長期にあたり、旅は「憧れ」や「理想」として描かれる
- 1980年代：円高やバブル経済を背景に可処分所得が増加し、海外旅行が「消費行動」の一部として定着していく
- 1990年代以降：バブル崩壊後の経済不安の中で無理のない支出や「癒し」、「回復」が重視される

▶ 経済状況の変化が、旅の意味を変えてきた

7. 旅特集の変化の背景② メディア環境の変化

① 1970年代：編集主導の時代

- ・雑誌が理想の世界観を提示
- ・旅＝物語を追体験する装置

③ 1990年代以降：デジタル化

- ・ネット普及で情報の独占が崩壊
- ・雑誌＝情報 → 文脈・感情の編集へ

② 1980年代：消費・演出の時代

- ・旅＝ステータス・自己演出
- ・雑誌＝「なりたい自分」を選ばせる

④ 2010年代以降：SNS時代

- ・読者が発信主体に
- ・旅＝共有される体験・感情のシェア
- ・雑誌＝共感をつなぐメディア

►編集主導から感情を文脈化するメディアへと変化した

7. 旅特集の変化の背景③ 推し文化・ファン文化

- 2010年以降、推し活が生活の一部として定着
- ライブやイベントへの遠征は、感情的価値の高い体験として認識される
- 『anan』においても特定の人物や作品を軸にした特集や表紙が増加し、「推し旅」という形で旅が肯定的に描かれている。

▶ 推し旅は、現代的な自己肯定の形

8. 旅の意味と女性像の変化

時代	旅の特徴	旅の意味	女性像
1970年代	モデルが案内役／海外志向	自由・自立の象徴	世界へ踏み出す女性 自由で主体的
1980年代	海外旅行の一般化／消費志向	消費・自己演出	洗練された自立した女性
1990年代	ひとり旅／目的別の旅	癒し・内省	心の充足を重視する女性
2000年代	出会い・恋愛／感情体験	感情に向き合う	関係性の中で自己を見直す女性
2010年代	開運・スピリチュアル	心身を整える	自分を整える女性
2020年代	推し旅／遠征	感情共有・自己肯定	自己肯定し、感情を共有する女性

『anan』の旅特集は、時代ごとに女性の価値観や生き方の変化を反映してきた。

9. まとめ

- 1970年の創刊号から2020年代に至るまでの『anan』の旅特集を対象に分析を行った。
 - その結果、旅特集は、単なる観光情報ではなく、各時代の女性の価値観やライフスタイルを反映する重要なメディア表現であった。
 - 『anan』の旅特集における旅は、「移動」ではなく、女性が自分自身と向き合い、感情を更新する行為として位置づけられてきた。
- 現代の『anan』は創刊期と同様の役割だったが、その表れ方は時代とともに変化してきた！

ご清聴ありがとうございました