

ファッション雑誌による女子大生への影響と 時代の変化

—2016年から2020年の『an・an』と『non-no』から—

本研究では女子大生を対象に、どのようにファッション雑誌がライフスタイルなどに影響を与えているかを明らかにすることを目的とした。また、これまで変化し続けてきたファッションの流行の変化や歴史を辿りながら、ファッション雑誌がどのように変化をしてきたかを明らかにしていく。具体的には、ファッション雑誌『an・an』と『non-no』を比較しながら、2016年から2020年までのキャッチコピーや特集、表紙をまとめることで、年代ごとの流行の変化や読者の関心の変化などをつかんでいった。女子大生を対象にファッション雑誌についての関心等のアンケート調査を行うことで、ファッション雑誌の読者の心理や関心を分析していくこととする。

2016年から2020年のファッション雑誌『an・an』と『non-no』の2誌を選定した理由として、まず1つ目は、これらの2誌は10代後半から30代まで幅広い年齢をターゲットとしており、多くの女子大生が読んでいるため分析するのに適していると考えたためである。2つ目は、これらの2誌は日本で初めてファッション雑誌が創刊された1970年頃から発売されており、長い歴史があるため、時代の変化の影響や人々に与えた影響をより分析できると考えたからである。

2016年から2020年の『an・an』の傾向として、主にライフスタイルを取り扱っており、表紙にはジャニーズが多く登場していることが明らかとなった。2016年から2020年の『non-no』では、「大学生」という単語を多用していることから、女子大学生を対象にしていることが大きな特徴であると明らかになった。また、『non-no』ではファッションやメイクなどの特集を取り扱っており、ストレッチの仕方や占いなどライフスタイルの特集が多い『an・an』との大きな違いがあるといえる。

女子大生を対象を絞ったアンケート調査から、2つのことが明らかになった。まず1つ目は、ファッション雑誌を読む女子大生は多数存在していることである。2つ目は、大人の女性向けである『an・an』より女子大生向けである『non-no』の方が読んだことある人が多いことである。これは、『non-no』のように身近に感じるような現実感のあるモデルも関係しており、『an・an』より、『non-no』を読んだことがある女子大生が多いという結果から、身近に感じる専属モデルや特集などが女子大生に影響を与えているのではないかと考える。