

アンノン族と1970年代の女性の旅

軍司裕吾*

本稿は、1970年代の「アンノン族」とその旅の文化について論じたものである。アンノン族とは、1970年に平凡出版社から創刊されたファッション雑誌『anan』と、次いで1971年に集英社から創刊された『non-no』から生まれたおしゃれな服を着て旅をする若い女性たちのことである。この二誌では日本全国を旅する特集が生まれ、その特集された場所を一人ないしは数名で旅をしたのがアンノン族である。1970年代、アンノン族は一つのユニークな旅文化をかたちづくり、観光産業や若い女性の旅のあり方に一定の影響を与えた。

本稿では若い女性の旅という主題が、一貫して両誌の誌面構成の主要要素のひとつであったことを示す。次に、具体的事例として『anan』が特集として取り扱った全国の観光地を整理して分析し、誌面の表象の中心に置かれていたのは、いわゆる観光地ではなく、東京を中心とした都会生活と都会性であったことを指摘した。さらには、流行としてのアンノン族の盛衰をたどり、その背景には、高度経済成長から低成長への転換という1970年代の時代の推移があることを指摘した。最後に、アンノン族が、日本における女性の旅のあり方にどのような影響を与えたと考えうるかについて述べた。

キーワード：アンノン族、旅、『anan』、『non-no』、観光、女性誌、1970年代

はじめに

1. 『anan』と『non-no』創刊の経緯
 2. 『anan』における旅特集の展開
 3. 『anan』と『non-no』が提唱した旅
 4. 「アンノン族」とは誰だったのか
 5. 「アンノン族」が求めた旅先
 6. アンノン族人気の興隆と衰退——多様なメディアへの登場と批判
 7. 「アンノン族」はいつ終わったのか
 8. 1970年代と女性の旅の変容
- まとめに代えて

はじめに

アンノン族とは、1970年代初頭に創刊されたファッション雑誌を抱え、日本各地を旅した若い女性たちのことを指す。本稿は、アンノン族が生まれたきっかけと、彼女たちがどんな旅先を選んだのか、雑誌やマスコミはどのような

* ぐんじ・ゆうご 埼玉大学大学院人文社会科学研究所博士後期課程

取り上げ方をしたのか、どういった世代や階層がアンノン族だったのかを調べ、1970年代の女性の旅文化について考察するものである。

先行研究としては、アンノン族の開始時期とグラビアで使用された写真を取り上げ、写真からメディアとしてのアンノン族を研究している原田(1984)や、アンノン族が何歳くらいの人達を中心だったのか、学歴的にはどうだったのか、自らのアンケートを基に分析した三浦(2005)がある。難波(2007)は、サブカルという観点で研究し、若者の文化について言及したうえでアンノン族は若者自らの文化と語っている。山本(2011)は新婚旅行から戦後における BG (ビジネス・ガール) からアンノン族への移り変わりとして、20代前半の女性が持つ不安のない旅、旅そのものをファッションとしてとらえたところに特徴があると論じている。

本稿では、上記のようなさまざまな先行研究の成果をふまつつも、『anan』および『non-no』の誌面における旅特集の再検討をおこない、アンノン族についていくつかの観点から再考を試みた。具体的には、まず、『anan』『non-no』全号を閲読しつつ、取り上げられた観光地の集計を実施した。そして、誌面で実際に特集された旅先と、メディアで言われているアンノン族の旅先イメージとを比較検討し、アンノン族たる当時の若い女性たちが、いったい何を求めていたのかについて考察した。また、アンノン族はどのように受容されていたのか、その受容にはどのような変化がみられるのか、その時代背景には何があったのかについて論じた。

なお、本稿で検討の対象としたのは、『anan』の1970年3月20日号から1979年12月21日号までの全248冊(増月号含む)、『non-no』の1971年6月20日号から1980年12月12日号までの全229冊である。

1. 『anan』と『non-no』創刊の経緯

『anan』の創刊

最初に、『anan』および『non-no』という雑誌が誕生した経緯を明らかにしておきたい¹。『anan』は雑誌出版社として知られていた平凡出版社(現マガジンハウス社)が創刊した。平凡出版社は、1964年から若い男性向け週刊誌として『平凡パンチ』を発売し、翌1965年8月には、別冊『平凡パンチデラックス』²を創刊、両雑誌ともファッション記事を誌面に取り入れ、若者からの支持も厚い雑誌だった。

男性向け両雑誌の成功以前から、平凡出版社は新しい女性雑誌の刊行を検討していた。女性創刊の経緯について、当時副社長であり、創刊時に『anan』総編集長を務めた清水達夫は次のように答えている。

¹ 誌名であるが筆者が両編集部へ問い合わせた結果『anan』は「創刊時より一貫して『・』を入れない小文字の『anan』。『non-no』は「小文字で『-』(ハイフン)を入れた『non-no』」が正式名称とのメール回答を得た(『anan』編集部2021年9月14日、『non-no』編集部2021年9月13日)。

² 通称「デラパン」。隔月刊誌。『平凡パンチ1964』、179頁。国立国会図書館のデータによると、『Heibon パンチ deluxe』として1969年11月10日号のNo. 25まで刊行されていた。

理由は単純なのよ。要するに、若い女性が、いま出ている雑誌では、なにかしら不満に思っている。……[中略]……女の子たちは、そういうもの[スキヤンダルなど——筆者注]ばかりじゃなくて、きれいな、ファッションの雑誌をほしがっている。といっても、月刊で出ている服飾雑誌とは、また違うんだよね。³

新しい女性誌刊行の話を決めたのは、男性向けの『『平凡パンチ』を創刊してまもなくだった』⁴という。それまで活字主体だった既存女性誌とは異なる、写真・イラストを中心としたビジュアル主体の女性向け新雑誌を平凡出版社は企画したのである⁵。その結果、試行版の発行などを経て刊行されることになったのが『anan』である。

『anan』は、フランスのファッション雑誌『ELLE』の日本版『エル・ジャポン』として構想されていたようにみえる。1967年秋のフランクフルトでのブックフェアで打診⁶、信頼関係を築いたうえで1969年2月14日、平凡出版社は『ELLE』と正式に業務提携を結んでいるのである。なぜ『ELLE』を同社が選定したかについては、「フランスーの女性週刊誌『エル』と提携して、『エル』の誇るトップ・モードをフランスと同時に日本に紹介するという狙い」⁷や「他の外国『ELLE』母国語版とは違い、『ELLE』から送られてくる素材を平凡出版社は自社発行の他誌でも自由に利用できる契約が結べたこと」⁸など、いくつかの理由があった。

しかし、『エル・ジャポン』たる新雑誌『anan』は、フランスの本誌『ELLE』をそのまま翻訳して出版するという『ELLE』日本語版ではなかった。『ELLE』の記事からは30%程度しか使用しない「エルティストの新雑誌」として、まったく独自の女性誌が構想されていたのである⁹。

「単なるモード雑誌ではない」のであればどのような雑誌になるのかと問われた副社長の清水達夫は、次のように答えている。

うまいことばがないけれども、女性の生活雑誌というか、シャレた生活雑誌というか、あるいは、流行雑誌というか……。流行というと、なにか非常に浮ついたような面があるけれども、それは、ふだんの生活に結びついた流行雑誌、という意味でね……。¹⁰

さらに具体的な編集内容について、当時の広告局長の相川新一と清水達夫は

³ 清水ほか(1970)、542頁。

⁴ 同上。

⁵ 木滑(1990)、236頁。なお本文中には「2冊作り」と記述されているが、本稿にあるように4冊発行されている。

⁶ こうした経緯については、清水ほか(1970)、541-546頁。

⁷ 出版ニュース社(1971)、84頁。

⁸ 清水ほか(1970)、542-543頁。

⁹ 赤木(2007)、106頁。清水ほか(1970)、542-554頁。

¹⁰ 清水ほか(1970)、543-545頁。以下の清水、相川、牧葉の発言の引用はすべて、この座談会での発言からとったものである。

続けて次のようなやりとりをしている。

相川 [前略]たとえば、繊維、化粧品、装飾品、帽子から靴までの女性が身につけるいっさい、これには当然、肌着も入りますね。ストッキング、靴下、ハンドバック、手袋、腕時計、全部入りますね、和装品を含めて……。ほかにどんなものが入りますか……？

清水 そうね、身に付ける以外のものでは住まいのインテリアなんかも、当然考えられるね。同時に、インテリアに付属しているんなものがあるでしょう。電気製品もあれば……。

相川 ステレオ、テレビ、冷蔵庫、クーラー、照明器具、洗濯機……みんなそうですね。

清水 若い女性が生活する環境にあるものはすべてだね。

「車なんかも入ってきますね」と続けた相川の発言の流れで、清水は本稿の文脈に関わる「旅行も入る。国内、国外を問わず」という重要な発言をしている。これを受けて当時の専務牧場金之助は、「それも重要なポイントだな」と応じた。

以上から分かるように、平凡出版社の上層部では、当初から「旅行」を、女性の「生活に結びついた流行雑誌」たる『anan』の重要な編集アイテムとして位置づけていたことが分かる。雑誌を手には街を旅して歩く若い女性雑誌へと展開する水脈を、ここに見出すことができる。

第1号の創刊日は、1970年3月3日に決定し、女の子の節句であるひな祭り強く意識するものとなった¹¹。読者の対象年齢は、20歳前後を中心にした「ミス」の雑誌とした¹²。月2回の刊行も決定した。

発売初期の『anan』の売れ行きは芳しくなかった¹³。目標部数は50万部¹⁴で、創刊号の発行部数は公称35万部¹⁵だったものの、実際はそれほど刷っておらず、25万部程度だった¹⁶。兄弟誌『平凡』の返品率が7%の時代に40%に達していた¹⁷。売れ行きが悪かった点については、『出版年鑑』が、「横文字のレイ

¹¹ 同年代の若い女性向け雑誌としては主婦の友社から『アイ』という雑誌が1970年6月に創刊されているが、1979年11月に休刊になっている。主婦の友社会社概要 <https://shufunotomo.co.jp/about/>(2021年7月27日アクセス)。結婚後は『主婦の友』結婚前には『アイ』をキャッチフレーズに「I」「EYE」を連想させる形で創刊したが豪華なわりにこれといった個性的なものがなかった(出版ニュース社(1971)、84頁)。
¹² 清水ほか(1970)、543頁。他には中原淳一が主宰した月刊『女の部屋』(東洋興産)が1971年の第5号まで発売された。及び2021年現在の対象年齢は女性25-29歳層がメインとされ(36.9%)、次いで女性20-24歳層となっている。 <https://www.zasshi-ad.com/media/woman/lifestyle/anan.html>(雑誌広告ドットコム、2021年7月15日アクセス)。

¹³ 赤木(2007)、171-172頁。

¹⁴ 清水ほか(1970)、546頁。

¹⁵ 赤木によると「実際はそれほど刷っておらず25万部と記憶しているがそれも今(2007年)となっては分からない」と述懐している(赤木洋一(2007)、92頁)。

¹⁶ 赤木(2007)、91頁。

¹⁷ 赤木(2007)、171-172頁。

アウトがやたら出てきたり、パリ・モードがそのまま日本の飛行場に降り立ったりした感じで、その場違いな誌面に、日本の読者はとまどいを覚えたのかも知れず、売れ行きもあまり芳しくなかったようだ」と指摘している¹⁸。赤木によると「雑誌の売れ行きが重い。東京でも銀座より西でしか売れていない」と編集部内で問題視され、「積もる赤字にあえいで一時は休刊も検討」をしたという¹⁹。

しかし部数は徐々に増加していった。その理由について、『出版年鑑』では次のように述べている。

次第に平凡独自のオリジナル編集を加味して軌道にのせ、号を追って読者を増やしていったのはさすがである。モデルを単に“着るモデル”としてとらえず、潑刺とした“行動するファッション・モデル”として生活の中に描いたことが、都会的な若い女性のフィーリングにミートした。²⁰

「行動するファッション・モデル」の指摘は、難波功士による「72年から始まった旅特集が『anan』『non-no』を完全に軌道にのせること」になったとの指摘とも合致しよう²¹。

三宅菊子は社内の人事異動と世代交代に注目して、以下のように述べている。

50号ごろから編集部人事異動があり外部の“タレント”に依存する部分の多かった編集方針が、ほかの部と同じように普通の社員で作っていくように変わり資材部や営業関係から生きのいい青年社員が上がってきた。それは部数をのばす雑誌への方向転換、制作費の大幅削減という意味が大きかった。²²

さらには、「皮肉なことに〔後発の一筆者注〕『non-no』の売れ行きが好調で、大型グラビア雑誌が一気に注目を集めた」²³との指摘もある。こうして、1974年の最盛期には、毎号4,000～5,000通のファンレターが舞い込み目標部数とされていた50万部が3日間で売り切れたのである²⁴。

『non-no』創刊は1971年5月で、最初は『anan』と同じ日の月2回の発刊だった。『non-no』を発行した集英社は、1970年後半までには『anan』に対抗すべく、新雑誌の企画へ入っていたと推測される²⁵。集英社は、小学館から1926年に分離した出版社で、他社の刊行した雑誌と同趣向の雑誌を後発する戦略で成功を収めていた²⁶。集英社の自社創刊の雑誌販売数は、「後追いとか、二番手、

¹⁸ 出版ニュース社(1971)、84頁。

¹⁹ 赤木(2007)、131、117頁。

²⁰ 出版ニュース社(1971)、84頁。

²¹ 難波(2007)、177頁。

²² 三宅(1977)、21-23頁。

²³ 赤木(2007)、117頁。

²⁴ 『朝日新聞』1979年5月1日朝刊。

²⁵ 赤木(2007)、202-205頁。

²⁶ 赤木(2007)、203頁。「平凡出版にとっては『平凡』には『明星』を、『週刊平凡』に『週刊明星』を、『平凡パンチ』に『週刊プレイボーイ』をぶつけ、天敵みたいな

物真似と言われるやり方²⁷」ながらもことごとく他社の先行雑誌の販売部数を上回る成績を上げていた²⁸。新雑誌制作のため、幹部級のベテラン編集者が先行雑誌の『anan』を一枚ずつ台紙に貼り、細かいまでの紙面研究を行ったという²⁹。

雑誌名の「ノンノ」とは、アイヌ語で花を表し「美しいものを感じる心を持ち、美しいものを求めて行動することは、人間の大きな生きがいである」という意味だった。同時に、新雑誌創刊とともに同社は初の女性社員編集者の定期採用に踏み切った。「国際化とウーマン・パワーが新雑誌『non-no』にとっての力だった」と集英社は述べている³⁰。

にもかかわらず、『anan』よりも保守的な路線を狙ったのが『non-no』である。「『anan』が時代の最先端を行くファッションを究めてビジュアルに表現し、ひたすら憧れをそそののに対して、『non-no』は読者が実際に身に着けてファッションナブルになれるものを徹底的に追及する編集方針」を取った³¹。『non-no』は、『anan』が特集した「レズ」や「ウーマン・リブ」等のようなメインストリームから外れる話題を雑誌に取り上げることはせず、「いずれお嫁に行くのだから、それまでに好きなことをしておきたい」という感覚で、尖り過ぎずカドがない「恋が好き」「結婚は憧れ」というテーマで保守的な若い女性に目を向けた³²。

こうして「『non-no』は創刊数か月にして『anan』の発行部数と背を並べるまで上出し、急速に成長」し³³、やがて『anan』の発行部数を上回っていくこととなった³⁴。

2. 『anan』における旅特集の展開

前節では『anan』と『non-no』の創刊の経緯について言及した。本節では『anan』と『non-no』がどのように旅特集を取りあげていったのか、それにより誌面がどう変わったかを明らかにする。

『anan』創刊号(1970年3月20号)では、さっそく「ユリと一緒にロンドン」という海外特集が生まれ、創刊第2号(1970年4月5日号)では「アフリカ」と

存在だった」(難波(2009)、46頁)。

²⁷ 森(2007)、63頁。

²⁸ 一方この集英社の新雑誌企画については、『anan』側では、「そんなには早く対抗誌は追従されない」と考えており、ただ研究されていることが脅威だったと回想している(赤木洋(2007)、202-205頁)。

²⁹ 赤木(2007)、204頁。

³⁰ 集英社社史編纂室(2017)、111頁。

³¹ 集英社社史編纂室(2017)、113頁。

³² 酒井(2017)、26頁。なお、この一文内での引用はすべて当該文献からのものである。

³³ 出版ニュース社(1972)、79頁。

³⁴ 清水(1985)、324-326頁。そのため『anan』は『non-no』と差別化を図るべく月三回の発行から週刊化へと移行する。1971年の創刊時は、発行部数は30万部だった(集英社社史編纂室(2017)、396、509頁)。

「ベニス」、そしてテーマ特集として「ヨーロッパヒッチあるき」[ママ]、「女だけの冒険旅行」が企画されている。続く1970年4月20日号は、イタリアで撮影をしており、第4号(1970年5月5日号)では旅を連想させてくれる企画が無く、第5号(1970年5月20日号)では当時イギリス領であった香港をモデルでハーフタレントの立川ユリが旅をしている。新雑誌は、「ハーフ」のタレントである立川ユリや秋川リサ、あるいはベロといった外国人モデルを起用し、ヨーロッパやアメリカ、アジア、そして日本の風景の中で彼女たちを撮影するのが特徴だった。一見するとファッション特集で、それでいておしゃれをしながら現地を案内する方法は「ファッションナブル・トラベルガイド」と言われた³⁵。

以上のように、創刊号から「海外」や「旅行」を扱った記事がみられた。しかし、創刊時の『anan』アンアン編集スタッフであった赤木洋一は、「海外での旅専門特集は、1972年1月20号からである」と当時を振り返っている。

海外のドイツ、オーストリア、ルーマニアのような特集を『ディスカバーヨーロッパ』としたのは国鉄の『ディスカバージャパン』を意識していたのは当然であり、『アンアン・ガイド&ショッピング』紙面デザインをそのまま借りてガイド頁を作った頃から旅への傾斜が強くなった。そして極め付きともいえる旅特集が1972年1月20日号の『アメリカ特集』である。³⁶

『anan』に日本の観光地が初めて登場するのは1970年7月20日号の「京都」と「軽井沢」である。しかし、現在の旅行雑誌やガイドブックのような名所旧跡を紹介し、食事が美味しい店や宿泊ホテル等を案内する内容ではなく、街をモデルが散歩したり、観光地でファッション写真を撮っていたりするだけである。つまり、創刊号から1972年までの号には、各国毎における非旅行的——観光地を案内するのではなく、モデルがおしゃれに着飾って、各国で撮影しているパターン——なファッション特集企画が多数見られている。

『anan』編集部での認識では、「アンノン族」現象をもたらすような「旅」の取り上げ方が始まったのは、創刊2年半後の1972年10月20日号である。

アンノン族という流行語を生み出したアンアンの『旅』が始まったのはS47.10.20の「津軽」から。その後、長崎・奈良・浄瑠璃寺と続いて今日まで若い女性向け国内・海外旅行のたくさんの旅を紹介した。³⁷

山本志乃の研究では「国内旅行特集の前にその前に海外旅行特集があり、観光旅行から逸脱した冒険めいた体験談があり、そして「昭和47年5月5日号の『女のひとり旅<危険体験集>』として結実したようであるが、こうした路線変更への共感はあまり得られなかったのか、同年の9月20日号から、国内

³⁵ 赤木(1970)、116頁。

³⁶ 赤木(1970)、206-207頁。

³⁷ 『anan』1979年5月5日号、244頁。本号は「さよならアンアン号」と題されていた。

の旅特集へ全面的に方向転換をする」と述べられている³⁸。原田ひとみの研究でも、旅企画が「1972年秋から、78年5月（アンアン）、80年6月（ノンノ）までの期間である」³⁹とされている。

一方、酒井順子は1972年の47号(2月20日号)の「日本の旅特集」から国内旅行が重視されるようになったと述べている⁴⁰。社会学者の難波功士も、1972年2月20号「日本の旅、アンアン流『旅ゆけば一』むかしの人達の、旅の仕方も発見しましょう」からだと論じている⁴¹。

以上のような諸解釈をふまえると、『anan』誌面上での旅行企画の展開は、段階的に把握されるのが妥当だと思われる。第一に、創刊号より、海外をロケ先として使った旅気分を読者が誌上で味わえるような編集がなされていた。第二に、日本国内についても、旅行とは関係がないものの、当初より何度も日本特集は行われている。そして、旅行と関連があるといえる最初の特集としては、1971年5月20日号の日本紀行が挙げられるのだが、この号は、モデルが旅先で撮影をしたというだけで、観光案内的な要素は含まれていなかった。

『anan』の旅特集の中身については後段の第5節であらためて論じることとするが、次の第3節で詳述する1972年9月20号では、初めて国内旅行が前面に押し出した旅行企画が、紙面の刷新、頁作りの大幅変更とともに特集されている事実が確認できる。この1972年9月20日号の前号の1972年9月5日号では、袋とじ8頁⁴²で東京特集（築地・深川・四谷・阿佐ヶ谷・お茶の水・入谷・日暮里・谷中・羽田）が組まれているが、それは東京の地域情報で構成されているにすぎない。1972年9月20日号より、編集路線の転換がみられるのである。したがって、旅行企画が本格化したのはいつかということになれば、それは、1972年9月20日号からであるとするのが妥当だろう。

3. 『anan』と『non-no』が提唱した旅

前節では、『anan』に限ってではあるが、旅に関する本格的な誌面づくりが1972年9月20号より始まったと整理できるとした。次に本節では、『anan』『non-no』が提唱した旅とはどういった形態のものであったのかを、誌面から検証してみたい。

『anan』では、創刊号から1972年9月20日号までは、海外でのファッション特集の他に、ヌード特集やウーマン・リブ特集、反体制運動、「レズビアン」といった当時としてはカウンター・カルチャー的な特集に数多く取り組んでいた。ヌード特集では、ファミリー・ヌードや珍しい妊婦ヌード、カップルでのヌード撮影、読者投稿ヌードもあった。「太ってたっていいじゃない」「ホモを救えるのは女性だけです」「ことしはレズビアンを体験してみます」といった特集や、ウーマン・リブで女性解放を提起し、フリーセックスやノーブラ運動

³⁸ 山本(2011)、69頁。

³⁹ 原田(1984)、51頁。

⁴⁰ 酒井(2017)、23頁。

⁴¹ 難波(2007)、178頁。

⁴² はさみで切り取る袋綴じ型ではなく、小振りな頁を中へ組み込むタイプである。

などを掲載し、ファッション雑誌と言いながらカウンター・カルチャー雑誌の様相も示していた。マリファナの体験記が書かれ、「レズビアン」特集では著名な歌手も実名で取り上げられた。このカウンター・カルチャー的な反体制運動は、アメリカやヨーロッパなど当時の世界の若者文化の潮流であり、それはある意味で最新の「流行」でもあったのである。

こうした『anan』に掲載されたカウンター・カルチャー現象について、北原みのは、自身の著作の中で、『anan』に出てくる女の子は、

フランス人とのハーフの父親を持ち、ファッションデザイナーのママを持つお人形の香山リカのように、パリやロンドンのファッションに詳しく近代的な価値観の両親に育てられたプリンセス。でもリカちゃんと違って、現実の女は、夜遊びもするし、マリファナだって吸うし、「結婚とSEXは関係ない」と考えるし、洋服は渋谷で買うし、一人暮らしだってするし、レズビアンにもなれちゃう。⁴³

とする行動的なお嬢様だったとしている。

しかし、『anan』1972年4月20日号では「Gパンはもうはかない」と宣言する。理由は「カゲキ派活動家、ナチスや大久保清、連合赤軍がはいていたから」だという⁴⁴。『anan』では、この1972年4月20日号から、誌面よりベトナム戦争やマリファナの記事が消え、男と女の恋愛記事が誌面に徐々に増えていくが、それは1972年2月の連合赤軍による浅間山山荘事件後の世論や社会風潮の変化を受け止めたものだったのではないかと思われる。

このように誌面上からカウンター・カルチャー的な要素が消えていくのに入れ替わるようにして、1972年9月20日号より、『anan』では本格的な旅特集が始まっているといえる。記念すべき1972年9月20日号の特集は「目的を靴一杯につめこむ、そして旅。」と題して、次の4か所の旅を伝えている。

- ★結城（茨城県）「18歳のときからちょうど半世紀、糸をくりつづけてきたお婆さんに会う。」
- ★清里（山梨県）「牛乳は、牛のお乳なんだ、ということをおぼえ出すために旅をした。」
- ★京都（京都府）「“こんにちは”を上手にいえなくて、京都まで修行に出かけた・・・」
- ★多摩（東京都）「贅沢な旅、ではないのです。贅沢ということを考えてみるために。」

モデルは山桂泰子、杏梨、志村佳子、金井左弓達であった。彼女たちは過去誌面に場していた外国人タレントやハーフタレントではない女性だった⁴⁵。ロケ地をこれまでの海外から日本へと移し、小京都と呼ばれる小さな町を舞台に

⁴³ 北原(2011)、29-30頁。

⁴⁴ 『anan』1972年4月20日号、30頁。

⁴⁵ 但し外国人モデル、ハーフモデルが完全に誌面から消えたわけではなく、時折雑誌に登場していたことには留意する必要がある。

して編集部は旅行を組んでいく誌面づくりが中心となっている⁴⁶。

旅人役となったモデルの女性は、1人か2人で、ワンピースをロングブラウス風に着こなし、パンタロンを履き、スカーフを首に巻き、夏はホットパンツやサブリナパンツを履いた。冬はブレザーやトレンチコート、ロングマフラーに毛糸の帽子を被った。誌面からは、流行のファッションに身を纏って旅へ行く女の子の意気込みが着実に伝わってくる。「アンアンは毎号のように『女友だちと出かけよう』『一人旅をしよう』と、湯布院や京都といった『オジサンにとっての熱海』とは全く違う視線で、オシャレな旅文化を提案」していた⁴⁷。このおしゃれな旅は、女の子にとっては「ハレ」の儀式であり、お洒落心を発揮する場であった⁴⁸。両誌で提唱されていた旅とは、カウンター・カルチャー色を払拭したファッション中心のおしゃれな旅であった。

4. 「アンノン族」とは誰だったのか

アンノン族という呼称を最初に使ったのは警察官だったという、当時『anan』でアート・デレクター業務をおこなっていた堀内誠一の証言がある。

『アンアン』は『ノンノ』という競争誌も出て「アンノン族」という言葉も生まれましたが、アンノン族なるものを定義したのは上野駅のお巡りさんで、何時だったか朝日新聞に家出娘の記事が載った時に、上野の交番の巡査が語った言葉でした。

「最近はや、多くなりましたよ、勘でこの娘はそうだと解るんですが、恰好は、ほらアンアンとかいう雑誌に出てくるような服の女（こ）が居るでしょうが……」。⁴⁹

堀内によると『anan』に掲載されている服を着ている女の子がいればアンノン族というわけである。

それまでも、日本にはいろいろな族が誕生していた。「太陽族」、「みゆき族」、「フーテン族」、「カミナリ族」、「ロカビリー族」（ローラー族）など、多様なユース・サブカルチャー的「族」が存在したが、「女性ジャーナリズムから一種の風俗語が生まれたのは、かつて見られなかった、画期的なことだったのである⁵⁰。

しかし、重要なのは、呼称がどう生まれたかよりも、その実態である。アンノン族とはいったい具体的に、誰なのか。社会的なカテゴリーでいうと、どのような女性たちがアンノン族だったのだろうか。

⁴⁶ 雑誌記事として全く海外取材がなくなったわけではなく時折特集はされている。海外特集では、ヨーロッパやニューヨークなどの欧米中心の記事を積極的に取り入れ、ヨーロッパ的なイメージを前面に出すようになる(山本(2011)、69頁)。

⁴⁷ 北原(2011)、5頁。

⁴⁸ 春日(1987)、140-141頁。

⁴⁹ 堀内(1979)、141頁。

⁵⁰ 尾崎他(1979)、157-158頁。

三浦展の調査によれば、団塊世代女性が10代後半から独身時代に読んでいた雑誌は、1位『non-no』(13%)、2位『anan』(12%)である⁵¹。団塊の世代とは1947年から1949年の3年間に生まれた人々を呼ぶ⁵²。三浦によれば、団塊の世代の女性たちに対して、

結婚のピークは71年。つまり23歳前後である。ということは半数くらいの女性は『アンアン』『ノンノ』の創刊時に結婚していたということになる。だから彼女たちはアンノン族になっていない。アンノン族が流行った頃には、彼女たちはもう子育て真っ盛りで、旅行どころではなかった。⁵³

と述べている。団塊世代の女性の1970年ごろの女性の結婚平均年齢は24.2歳であるし⁵⁴、結婚と同時に子育てが始まったわけではないはずだが、『anan』や『non-no』の読者は、既婚女性よりは独身女性であっただろう。

さらに三浦は学歴別雑誌購読状況についても調査している。その結果、『anan』『non-no』両誌読んでいた女性は全体の22%だったが、短大・大学の女性では、32%、高校・専門学校卒の女性では7.5%の結果がでている⁵⁵。1965年の女性の短大・大学進学率は11.3%、1970年の女性の短大・大学進学率は17.7%である⁵⁶。

学歴に関して、三浦は次のように述べた。

高学歴な女性ほど、結婚は遅れる。たとえば49年生まれの女性が大学を卒業するのは順調に行くと72年だ。それから少しして結婚するとすれば74年、75年。独身貴族のアンノン族は生活を楽しむ時間ある。⁵⁷

そして三浦は、「アンノン族」についてこう結論する。

つまり『アンアン』『ノンノ』を片手に、ショッピングをしたり、旅行へ行ったりしたアンノン族は、団塊の世代の中では、短大や・大学へ進学した一部の恵まれた女性だけだったのだ。その他の女性は、もしかすると結婚後に『アンアン』『ノンノ』を読んでいたかもしれないが、アンノン族にはなれなかったのである。実際先の「昭和4世代欲求比較調査」でも団塊世代の女性で自分たちを「アンノン族世代」と思っているのは5%ほどしかない。

⁵¹ 三浦(2005)、65-66頁。

⁵² 吉井希宥美「団塊の世代が75歳に…2025年問題が開業医に与える深刻な影響」(2021年9月9日) 幻冬舎 GOLD ONLINE : <https://gentosha-go.com/articles/-/37097>(2021年10月1日アクセス)。

⁵³ 三浦(2005)、64頁。

⁵⁴ 「厚生省全婚姻—初婚別にみた年次別夫妻の平均婚姻年齢及び夫妻の年齢差」『人口動態調査・上』。 <https://www.e-stat.go.jp/dbview?sid=0003411844> (2021年10月19日アクセス)。

⁵⁵ 三浦(2005)、66頁。

⁵⁶ 国立社会保障・人口問題研究所編『人口の動向 日本と世界 人口統計資料集2016』(2016)、17頁。

⁵⁷ 三浦(2005)、66-67頁。

だから団塊世代をアンノン族と呼ぶのは間違いである。たしかに彼女たちは、アンノン族のはしりであった。が、本当のアンノン族はもう少し若い世代の女性たちだったのだ。⁵⁸

酒井順子は、一歩踏み込んで、若い女性の職場の花、ちょっと働いたら寿結婚、腰掛就職と言われていた若い女性の「女性はこうあるべき」「独身女性の欲求を掘り起こす」という部分の開拓者が『anan』だった、と述べている⁵⁹。

『anan』の4目編集長甘糟章が指摘しているのは、そうした若い大卒独身女性の「欲求」と裏表になって存在していた「不満」についてである。

アンノン族は、高学歴、高収入化が社会で進行していたのにも関わらず、会社では補助的な役割しか与えられなかったOLたちの不満があった。その知的エネルギーと収入の多くが消費生活につき込まれていった結果だった。⁶⁰

まとめると、アンノン族とは、短大・大学へ進学して同世代の平均的結婚年齢がすぎても独身のままだった「一部の恵まれた女性」たちであり、団塊世代というよりもポスト団塊世代のより若い女性たちだった。

5. 「アンノン族」が求めた旅先

本節では、『anan』『non-no』の特集に取り上げられている観光地の掲載頻度を調べ、前節で検討したアンノン族とは誰なのかという点をふまえ、なぜ特定の地域がより頻繁に取り上げられたのかについて考えてみる。

表1は各号の目次から地域名が書いてあるものをすべて抜き出したものである⁶¹。

山本志乃によれば、『anan』の旅特集は、時に『自然』としての自然や高原、海岸特集を挟みながら街歩きを主体に主題（観光地）が選ばれ、古都や城下町といった『歴史的な情緒』『歴史としての古都』が中心である⁶²とされ、一方

⁵⁸ 三浦(2005)、66-67頁。

⁵⁹ 酒井(2017)、10-11頁。

⁶⁰ 甘糟(2005)、288-289頁。

⁶¹ 調査方法・調査対象としたのは『anan』が1972年9月20日号から1979年5月5日号、『non-no』は創刊号から1980年12月20日号までの全229冊でありそれぞれ旅特集が終わったとされる時期までを集計対象とした。特集の中で「全国ペンションガイド」「大学キャンパスガイド」「おすすめドライブガイド」のような地域分散型は除外した。計算方法は、当該特集で訪れた都道府県としてカウントした（例、「長崎、天草の旅」では、長崎県1、熊本県1。「津和野、萩、出雲の旅」では、山口1、島根1。「複数地」は、『anan』が「山陽道」「八ヶ岳（山梨・長野）」「旧中山道」「中山道」「九州横断」「瀬戸内海」「東北旅行」「東京―博多新幹線の旅」がそれぞれ1回ずつの結果となった。

『non-no』では、「西富士(1)」「瀬戸内海(1)」「四国(2)」「尾瀬(5)」「小海線(1)」「南九州(1)」「みちのく(3)」「大糸線(1)」「武蔵野(1)」「紀伊半島(1)」「南紀(1)」「富士(1)」「関西(1)」の20か所であった。

⁶² 山本(2011)、69頁。

『non-no』は、京都や奈良、鎌倉と言った「街、都会としての古都」の他、港町や東京、神奈川の都市圏が多く都会を多く連想させるものだった。山本の指摘にしたがえば、『anan』が自然や歴史の豊かな観光地を中心に上げ、『non-no』は「街」や「都会」と親近性の高い地域を特集する傾向があったということになる。しかし、この点は再考が必要であろう。というのは、以下で明らかにするように、『anan』もまた、都会という表象を押し出した旅特集を提唱していたからである。

表1. 旅特集の対象として掲載された都道府県数——総計数順、1972年9月～79年5月(『anan』)、1980年12月(『non-no』)

都道府県	anan	non-no	計	都道府県	anan	non-no	計
1.東京	20	29	49	23.三重	3	2	5
2.京都	19	27	46	23.鹿児島	4	1	5
3.長野	13	23	36	27.富山	3	1	4
4.神奈川	18	17	35	27.佐賀	2	2	4
5.北海道	12	12	24	27.熊本	2	2	4
6.石川	7	10	17	30.秋田	1	2	3
7.兵庫	8	9	17	30.岩手	2	1	3
8.奈良	3	10	13	30.埼玉	2	1	3
8.島根	5	8	13	30.栃木	1	2	3
10.長崎	7	6	13	30.高知	2	1	3
11.岐阜	4	8	12	35.宮城	2	0	2
12.山口	3	8	11	35.群馬	0	2	2
12.岡山	4	7	11	35.新潟	0	2	2
14.青森	4	5	9	35.広島	1	1	2
15.福島	2	6	8	35.鳥取	0	2	2
15.静岡	2	6	8	35.愛媛	2	0	2
15.滋賀	1	7	8	35.大分	1	1	2
18.沖縄	4	3	7	42.山形	1	0	1
19.山梨	5	1	6	42.和歌山	1	0	1
19.福井	2	4	6	42.宮崎	1	0	1
19.大阪	4	2	6	45.千葉	0	0	0
19.福岡	3	3	6	45.香川	0	0	0
23.茨城	1	4	5	45.徳島	0	0	0
23.愛知	1	4	5	複数地	8	20	28

出典：筆者作成。

原田ひとみは『anan』『non-no』が特集した観光地を3つに分類し「第一に日本の伝統をたずねる旅」として京都、奈良、小京都、宿場町、そして民謡伝説の地。第二として「自然とのふれあいを求める旅」として、北海道、信州の高原、南の島々。第三として「異国情緒を味わう旅」として、神戸、長崎、軽井沢、函館、横浜が浮かび上がるとしている⁶³。

原田の分類はひとつの見方を示すものではあるが、今回筆者が調査した結果

⁶³ 原田(1984)、56頁。

からは、取り上げられた都道府県は東京が1位、2位が京都、次いで長野、神奈川の順となり、実は東京が一番多く特集されていたということが分かる。さらに、東京のどの地域が取り上げられたかを特集のタイトルから見ていくと、『anan』『non-no』両誌で取り上げられた東京特集では、1位は「東京」という名を冠した東京全般の特集（22回）⁶⁴、2位は原宿と浅草の5回、次いで六本木4回、新宿3回の順となっている。若者に人気の街としての原宿や六本木や新宿や、洗練された伝統的観光地としての浅草、という結果である。

では、なぜ東京という大都会が多く特集されていたのだろうか。まず『non-no』の場合は創刊当時の「対象が都会向け的女子に作られていた」⁶⁵ことが挙げられ、読者が都会志向だったことが考えられる。『anan』の場合も、赤木が「銀座より西でしか売れない」⁶⁶と述べていたように、下町よりも山の手やお洒落な都会の女性が多くの読者だった。

都会中心に旅先が編集されていたことは、アンノン族が、自然の多い地方の観光先を求めていた旅人ではなかったということを示唆している。そもそも、主な読者層は東京、神奈川、そして学生の街と呼ばれている京都の大学・短大生たちだった。彼女たちは都会に憧れて上京し学生生活を楽しもうとして、そのお手本になったのが『anan』であり『non-no』であった。

都道府県ランキングで東京に次いで2位の京都にしても、観光地であるとともに大学数が多く、学生の街という側面もあった。地方から出てきた高校生にとっては、目指す街、憧れの街という意味があるだろう。1970年時点のデータでも1970年の人口は140万人を超えており⁶⁷都会の資格を十分に備えていた。また京都は、神奈川県内で最も頻繁に取り上げられた鎌倉との共通点も多い⁶⁸。両都市は、大阪や東京といった都市から日帰りで訪れることが可能な都市圏内に位置する街であり、浅草同様、洗練された伝統のイメージをもつ街でもあった。さらには、京都も鎌倉も、学者や文化人の居住地としてのイメージもあり、文と観を併せもった都会的洗練に彩られた街であったといえる。古さと新しさが混在する、都会的な歴史的観光地なのである。

1970年代当時は若者に「外国人=カッコいいというイメージ」があったことを踏まえ、『anan』の企画では、ユリやペロなど海外にもルーツを持つモデルが京都や浅草を訪れている⁶⁹。東京や京都は、外国人観光客にも人気の街であ

⁶⁴ 東京の名前を冠した特集の例には、「この秋東京で見える7人の有名デザイナーの既制服、東京のブチック [マ]」（『anan』1972年9月5日号）や「東京秋の文化地図（博物館他）」（『non-no』1974年10月5日号）などがある。

⁶⁵ 出版ニュース社(1972)、79頁。

⁶⁶ 赤木(2007)、131頁。

⁶⁷ 京都市統計ポータル推計人口時系列データ。

<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/Population/Suikei/> (2022年1月19日アクセス)。

⁶⁸ 取りあげられた都道府県頻度が4位だった神奈川では、鎌倉が17回で1位、2位が横浜と湘南の5回、次いで江ノ電の3回取り上げられている。圧倒的に鎌倉が多く、次いで横浜、そして海に近い湘南と江ノ電となっており、観光地箱根は2回しか取り上げられていない。

⁶⁹ 「YURI ET VERO 京都」『anan』(1970年7月20日号)、「ここは東京の浅草です」『anan』(1970年10月20日号)など。

り、令和になった現在でも訪日外国人観光ランキングでは上位となっている⁷⁰。

つまり、「アンノン族」とはなによりも都会の文化の表象であり、地方が取り上げられる場合にも、都会の文化を表象する自己を引き立てる書割として地方の観光地は設定され、選択されていたのである。旅をするために着飾ったのではなく、お洒落なファッションをした若い女性たちが旅していたのである。

「ディスカバー・ジャパン」の仕掛人・藤岡和賀夫の次のような指摘も、都会の流行ファッションに身を包む自分の映える場として「古都」という観光地があったことを示すものである。

その頃創刊されたばかりの女性雑誌『アンアン』や『ノンノ』は、対象読者が同じこともあって、ディスカバー・ジャパンで日本中を旅する若い女性を実に巧みに捉え、「アンノン族」と呼ばれる流行現象まで作り出したのだ。実際、京都、鎌倉、高山、津和野などの古都には、『アンアン』や『ノンノ』を手に持った若い女性が大量に押しかけた。古都そのものは、私が格別にターゲットにして訴求したポイントではない。けれど、“古い日本と新しい自分の一瞬の交錯”というディスカバー・ジャパンの表現センスに触れてみると、若い女性が流行の服装で立つ舞台として古都は絶好の舞台だったのだろう。⁷¹

地方在住者や出身者の読者にとっては、「都会」という舞台に登場するおしゃれな自分が憧れだった。高校を卒業して都会に出てきた人の憧れこそがアンノン族だったという証言もある。

「元祖アンノン族②」『昭和二十九年生まれ わが世代』に寄稿した現在絵本構成作家をしている中沢由梨子は次のように懐古している。

アンアン・ノンノが教科書だった

高校を卒業して制服を脱いだ私は、アンアン・ノンノから仕入れた情報をもとに青山通りへベルボトムのジーパンを、また銀座のみゆき通りへアンチックプリントのスカートを買いに走った。そしてそんなファッションに身をつつみ、立て看板だけが空しく立ち並ぶ虚無的なキャンパスを闊歩した。⁷²

都市出身者・在住者にとっても、地方出身・在住者にとっても、キーワードは「都会」である。その意味で、観光地の類型においてアンノン族の旅を考察することよりも、「都会」や「都市」という観点からアンノン族の旅を考察す

⁷⁰ コロナ前の観光庁訪日外国人消費動向調査 2019年統計データ「都道府県別訪問者数および消費単価【観光・レジャー目的】」によると、観光目的の訪日外国人観光客が訪れるランキングは、東京が1位、大阪が2位、京都が3位となっている。

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryoutoukei/syouthityousa.html>(2022年1月24日アクセス)。

⁷¹ 藤岡(2000)、74頁。難波もまた、「70年代に始まる国鉄(現JR)の『美しい日本と私 DISCOVER JAPAN』キャンペーンに後押しされたものであった」とは述べて、藤岡と同意見だといえる(難波(2007)、178頁)。

⁷² 中沢(1987)、231頁。中沢は高校卒業時千葉県に住んでおり「おしゃれに慣れていないコンプレックスがありました」(筆者あてメール、2021年10月3日)。

ることが重要だと思われる。

東京が取り上げられた回数が多い他の要因としては、『anan』『non-no』編集部が東京に置かれているため取材がしやすかったことも挙げられようし、長野（信州）が3位というの、東京から比較的近く、短時間で行くことが可能で、都会のファッションを引き立てる自然や高原のイメージが湧きやすい観光地である、ということが指摘できるかもしれない。

一方、北海道が5位に入っているのは、函館のような異国情緒が感じることができる都市が存在していることや、逆に、都市ファッションを際立たせる大自然があったことが重要である。夏ばかりでなく、札幌雪祭りや流氷といった冬景色を押し出した観光案内も組むことができ、季節を問わず特集に値する取材対象になりうる観光地であったことにも注目したい。東京から遠い観光地のなかで、北海道が取り上げられる回数が多くなったのは、そうした理由からではないだろうか⁷³。冬について言えば、1950年から始まった「札幌雪祭り」は、「1972年には『ようこそ札幌へ』のテーマで行われ、冬季オリンピック大会が同年に札幌市で開催されたこともあり、その名が世界に知られるようになった」⁷⁴。冬の北海道の注目度は高度成長のなかで増してきていたのである。

6. アンノン族人気の興隆と衰退——多様なメディアへの登場と批判

アンノン族は、映画や漫画などさまざまなメディアにも取り上げられるようになった。

例を挙げれば、早くも1972年8月5日に公開された松竹映画『男はつらいよ 柴又慕情』（シリーズ第9作）で、マドンナ役吉永小百合をはじめとする三人娘が北陸（福井、石川）で結婚前の最後の独身旅を楽しんでいる様子が描かれ、寅さんの「アンノン族か」という台詞が登場している⁷⁵。

藤子不二雄の漫画『さすらいくん』⁷⁶にアンノン族が登場している。「週刊誌によると…」の回で、アンノン族のために男と女の観光比率が1:10となった観光地が出てくる。「ガールハント大作戦」の回では北陸の小京都の話⁷⁷で、アンノン族らしき回が登場している。

音楽では、1976年にさだまさしが作詞作曲し自ら歌った「絵はがき坂」の中でアンノン族のことが出てきている⁷⁸。

同じ様にジーンズ着て アンアン・ノンノ抱えた
若いお嬢さん達が今 シャッターを切った

⁷³ 『anan』1974年1月20号、1977年2月20日、等。

⁷⁴ 独立行政法人国際協力機構（JICA）公益財団法人はまなす財団(2017)、59、73頁。

⁷⁵ 後述するがアンノン族が結婚する前の旅、独身時代の最後の思い出と合致している。

⁷⁶ 1973年から1981年にかけて『週刊明星』で連載。

⁷⁷ 明確な地名は書かれていないもののコマから金沢(武家屋敷通り)と見られる。

⁷⁸ 「絵はがき坂」とは、さだまさしの故郷の長崎県長崎市の「オランダ坂」を唄った曲である(ダ・ヴィンチニュース、2017年10月24日)。

[https://ddnavi.com/review/407618/a/\(2022年1月24日アクセス\)](https://ddnavi.com/review/407618/a/(2022年1月24日アクセス))。

「絵はがき坂」

もてはやされた一方、アンノン族に対しては批判もあったという。「アンノン族が大挙して観光地へ押し寄せ、あまり金を落とさないまま傍若無人な行動が目につき、受け入れ側や観光地に迷惑がられていた」という⁷⁹。休日になると地元住民から「アンノン族の一団が押しかけてきて、住宅街の小路をひっきりなしに往来する、ソフトクリームをなめながら庭先をのぞき込んだりする」という具合である⁸⁰。

元マガジンハウス社長の木滑良久は、1990年にアンノン族のことを次のように回顧している。

創刊時の『アンアン』のメインの特集であった“旅”ですが、ディスカバー・ジャパンのキャンペーンと相まって、話題はどんどん増幅される結果となって、大変うれしかったですね。ボーイフレンドのいない女のコ同士が淋しげに京都や津和野に旅立っていくことを設定して、それに伴うファッション、ライフスタイルの提案、そして店紹介などの情報提供をしていく雑誌づくりを始めたのです。いわゆる流行の始まりだった。でも、それが広がり、誰もが同じことをし出すと蔑称に変わっていく。つまり“アンノン族”という言葉が生まれたのです。旅の形は当時、大きく様変わりし、京都や奈良といった有名な観光地はより繊細に眺められるようになったのはいいけれど、『アンアン』で特集した場所へどっと女のコが繰り出して行き、その風光明媚な場所が荒らされていった。しかしディスカバー・ジャパンそして『アンアン』の仕事は大成功だったことを意味します。⁸¹

木滑は、「誰もが同じことをし出すと蔑称に変わっていく」と述べ、アンノン族もそうした流行の運命を逃れられなかったと振り返っているのである。

1970年代末にはアンノン族は求心力を失い、豊かな消費社会の悪しき流行現象として、読者対象である若い女性たちからも批判の対象になってしまっていた。たとえば、1978年12月号の雑誌『旅』では、「アンノンではイヤ」とする女子大生読者の投稿が掲載されている。

3泊4日の4人の旅だったら、2日目ごろまでは4人で一緒に回り、3日目からは個人行動。宿でそれぞれの体験を話す。これはアンノン族と呼ばれるのに多少抵抗を感じている方々に特にお勧めしたい旅の方法です。⁸²

本稿第5節で取り上げた中沢由梨子も、流行の中に自分を見失ってしまうことへの躊躇を感じた体験を次のように語っている。

⁷⁹ 千村(2001)、235-236頁。別のもう一つの批判として『anan』で紹介されたアイテムをコピーして売り出したものの全く売れず逆恨みして業界うちで批判もあったといわれる。

⁸⁰ 森(2007)、70頁。

⁸¹ 木滑(1990)、61頁。

⁸² 『旅』(1978年12月号)、221頁。

初めてのひとり旅、京都へ行った。春、渡月橋の上でなごり雪に巻かれながら、私は一種の解放感に浸っていた。長崎へ、高山へと、イラストマップを片手に市電に乗ったり、裏通りを歩いたり……。 “もう一人の私を探す旅” はアンノンが教科書だった。

そんなある年、京都の三年坂を下っていたら、むこうから上がってくる同じくらいの年かっこうの女性が、私と同じ雑誌を持っていた。気がつく。周りの女の子たちが、同じような格好で同じ店に入っていく。私はそっと雑誌をしまった。

イラストマップを片手に寺から寺、店から店へと歩く私は、いったい誰？それが私のアンノンからの卒業だった⁸³。

つまり、1978年ごろからアンノン族に対する、批判的、軽蔑的な記事が散見され始める。それは、『anan』が「さよならアンアン号」を発売した1979年の前年にあたる⁸⁴。『宝島』1979年2月号には、辛辣な批判が掲載されている。

モデルと同じカッコウをすれば、貴女だってナウな女になれますよ、とペテンにかけているのはどなたさん？あの特集（注・1978年12月20日号「嫌な女の大凶鑑」）を組んだ人、今ごろクナシリにでも飛ばされているのではないだろうか。それにしても、流行を過ぎた高価な服を、おしげもなく捨て去ることを最大の美德としている『アンアン』『ノンノ』、—まことに罪作りな雑誌である。…… [中略] …… “ファッションブル” で “翔んでる” アンノン族殿。貴女たちは、寝ても醒めても他人の視線を気にしてばかり。疲れないのですか……？⁸⁵

そして、同誌同号のコラムでは以下のように結ばれている。

以前のアンアンには、少なくともアンノン族としてひとかけらにさせてしまうようなひとかたまりの意識はなかった様に思いますし、いまの（注・1979年）の見直してみてもその様な感じはしません。アンアンやノンノは過去の栄光の残骸ともいえるパワーを少しは残して、二誌がこぜり合いしながら、最初のパワーをたね火として小さな焔を燃やしながらかしたたかに生きている。ですから、アンノン族はいても、アンアン族とノンノ族はもうありえないでしょう。⁸⁶

『朝日新聞』（1979年5月1日朝刊）では、「アンノン族まばら、若い女性鎌倉・京都にソッポ、個性の時代敏感に、仕掛けた雑誌も一新」という記事が出ており、似たようなファッションをして同じ雑誌を抱え鎌倉、京都を旅する若い女性が少なくなってきたことが指摘されている。

『読売新聞』（1980年8月12日夕刊）では、神戸異人館にアンノン族やNHKドラマの影響で大挙観光客が押し寄せ、門の外から覗かれたり、庭に入って記

⁸³ 中沢(1987)、231頁。

⁸⁴ 難波功士は、1980年にはブームは終息したとしている(難波(2007)、182頁)。

⁸⁵ KAZUNO(1979)、39頁。

⁸⁶ 藤巻(1979)、80-81頁。

念撮影をしたり、またアンノン族目当てにブティックやファッションの店、ラブホテルが建ったため、文化庁「町並み保存地区」に指定されるまでの逸話が登場している。

『読売新聞』（1983年1月28日夕刊）の「アンノン族にいや気」との記事では、「近年“アンノン族”が泊まるようになって、相部屋はいやだの、冷暖房がないだのと不満」を言われるようになったという、奈良の日吉館の田村キヨノさんのコメントが載っている。それならば宿の伝統とイメージが壊れないうちにと、1982年に日吉館は閉館したのだった。

1970年代前半は「アンノン族」については好意的に書かれているメディアが多く、後半になると批判的意見や論調が目立ってきている。次節では、アンノン族の終焉について考えてみる。

7. 「アンノン族」はいつ終わったのか

原田ひとみの研究では、「“アンアン” “ノンノ” に国内旅行の特集記事が毎月掲載されたのは1972年秋から、78年5月（アンアン）、80年6月（ノンノ）までの期間で、この時期以降、旅行記事はほとんどメインテーマとして取り上げられていないと」している⁸⁷。また、『anan』編集部自身は、1979年5月5日号で、アンノン族の終焉について語っている。同号では、これまでの『anan』を振り返り、これまで誌面に携わった人やこれまでのファッションスタイルと共に、最終ページでアンノン族について述べ、これまで特集した旅を述懐している⁸⁸。

アンアンの「旅」が始まったのは昭和47年10月20日号「津軽」から、その後「長崎」「奈良・浄瑠璃寺」と続いて今日まで、若い女性向けの国内、海外のたくさんの旅を紹介、アンノン族という流行語を生みだしました。⁸⁹

しかしながら、『anan』では、1979年5月21日号から「週末は郊外へ出よう」「〇月上旬、中旬、下旬な旅」という新連載旅企画がスタートしており、またときどきにはあるがメインとしての旅特集を行っている。『non-no』についても同様で、80年6月以降も断続的にはあるが、旅がメインの特集が

⁸⁷ 原田(1984)、51頁。

さらに「“旅”が一過性の、あるいは循環的な流行現象であることを示している」としている⁸⁷。おそらく原田は、年数の誤記か、『anan』1969年5月5日の48年5月5日号から53年5月20日号までの、毎月5月に発売した「アンアン」計12冊の5月の旅を振り返ると混同したのではないだろうか。

⁸⁸ 次号以降は、月3回の発売に変更され、編集長も変わり誌面の大幅刷新が図られている。ただし旅特集が全くなくなったわけではない。しかし、『anan』の旅特集も「彼と歩く…京都」（1977年10月5日号）や、「男と京都へ」（1983年7月8日号）、「ないしょで彼と旅行」（1984年4月27日号）のように恋愛が加わっており、旅が特集されていても完全にアンノン族の旅のスタイルとは別のテーマになっていった。

⁸⁹ 『anan』1979年5月5日号最終ページ「旅」より。

組まれている⁹⁰。その特集の仕方は、メインと同じ6頁や8頁の誌面を占めるこれまでと変化のない特集で、旅人役のモデルが各地を歩いている。両誌は、70年代末以降、旅を毎号特集するようなことは確かになくなったが、旅行関係の記事をまったく扱わなくなったわけではなく、旅の企画自体は断続的におこなわれていた。

では、なぜ1970年代末に、『anan』『non-no』の両誌面で、旅の特集のポテンシャルが失われていったのだろうか。理由はさまざまに考えられる。

たとえば、国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンとタイアップするかのように誌面作りが進められ、両者の相乗効果によって女性の旅行ブームが創られていった。しかし、ブームはいつか人に飽きられてしまい批判さえされるようになる。流行を追うことのできる豊かな社会の消費者は、見慣れた既存のものに飽きて、次の新しいものを求めていく。『読売新聞』（1979年5月1日朝刊）では「『アンノン族』まばら 『個性の時代』 敏感に」のタイトルを付したうえで、「鎌倉、京都・嵯峨野、飛騨高山などで起きているアンノン族減少は、独身貴族の彼女たちがすでに行くべきところへは行ってしまった」という指摘のほか、不況の影響も1976年ごろから現れ始め、「流行の支配力が落ちみなでんで好きな格好をし始めた」と書かれている⁹¹。経済不況によって前倒しされたともいえる流行の限界に、アンノン族も直面したのである。

旅行先が海外へシフトしたことも大きい。1976年の外貨制限持ち出し緩和（上限3000ドルまで引き上げ）、1977年の持ち出し外貨制限廃止の影響により⁹²、1972年の海外旅行者は約139万2000人だったものが1979年には約403万8000人と約2.9倍に増加している⁹³。

「見る・食べる・遊ぶ」から名前を取り1973年に創刊した『るるぶ』のように⁹⁴、実用的な旅行へ若者の関心が移っていたということもあるだろう。これまでのガイドブックが主に観光地や史跡、自然地を文章で多く説明してきたのに対し『るるぶ』は雑誌タイプの観光ガイドブックであり、紙面からもわかるように、観光地を「見る」者に対しては写真を多く使い、「食べる」ものについては店名や商品、価格について十分な説明を行い、「遊ぶ」ではレジャー面に多く紙面を割いた。『anan』『no-no』は特集で旅先の紹介はするものの、「食

⁹⁰ 以降も散発的に旅特集は継続され、1980年では、4月5日号「いにしへの女人こちを辿る。京都山科から大和初瀬へ」、5月20日号「長崎5月の中で」、6月20日号「マイアイランド、トロピカルトラベル八重山」、7月5日号「北海道さわやか夏の色」、7月20日号「心はずむペンション30」、8月5日号「実感! マイサマードライブ」、8月20日号「トワイライト・イン・横浜」、10月5日号「山口思い出の風通う町、中原中也」、11月5日号、20日号「スペイン・ポルトガル、アルファ、ブラサマジョール」、12月5日号「20歳の冒険、東京のホテル」、12月20日号「オーストリアの聖夜」など続いている。

⁹¹ 『朝日新聞』1979年5月1日朝刊。

⁹² 白幡(1996)、235-236頁。

⁹³ 運輸省『観光白書』各年度版。

⁹⁴ JTBパブリッシングHP沿革。<https://www.traicy.com/posts/2016071539389/>(2021年10月1日アクセス)。

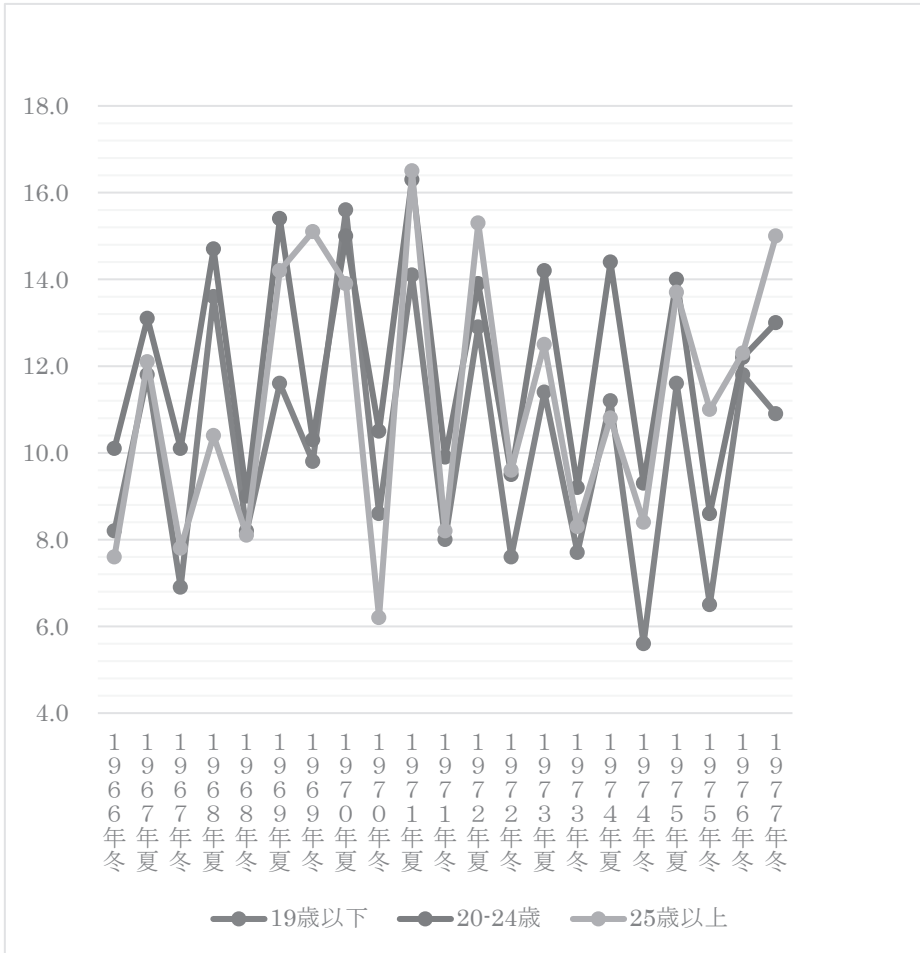
Traicy JapanHP。

<https://www.traicy.com/posts/2016071539389/>(2021年10月1日アクセス)。

べる」「遊ぶ」は多くなく、主としてモデルや観光地の写真が中心であった。

この実用志向の顕在化の背景には、1971年8月、ニクソン米大統領が米ドルの金兌換停止を宣言したことで引き起こされた「ニクソン・ショック」に始まった世界経済の先行き不安の広まりがあったといえる。その不安は1973年の「石油ショック」で決定的なものとなり、日本経済も含め、世界経済は大幅に落ち込んでいった。それはそのまま消費者の購買力にも影響を与え、旅行への支出も低下傾向を見せ始めた。

表2. ボーナスにおける独身勤労女性の旅行支出金構成比



出典：経済企画庁調査局『独身勤労者の消費生活』（1967-1978）を元に筆者が作成。

表2で確認してみよう⁹⁵。表2は、独身女性勤労者が夏と冬のボーナスからどれくらいの割合で旅行に対して支出しているかを表したものである。1971年の夏までは、年々ボーナスに占める旅行への支出が上昇していることが分か

⁹⁵ 縦軸の単位は%。29歳以下の独身勤労者を対象にした調査である。

る。

旅行についてはどの年代でも、冬ボーナスより夏ボーナスでお金を使う傾向が高いことが分かる。それは、一般的にいて、冬の旅行が夏に比べてそれほど盛んでなかったからだろう。2021年現在では、冬のレジャー、冬の旅行が盛んになっているが、当時は冬の観光はそれほど活発ではなかった。

年齢別では、年によって若干の差異は見られるものの、19歳以下の支出割合が常に低い結果となっている。これは、19歳以下は貰えるボーナス額も低く、生活費に使用し、多くのお金を旅行へ回す余裕がなかったためと考える。また1971年夏が各年代とも旅行支出がピークになっているのも1972年の「ニクソン・ショック」や1973年の「オイルショック」等による生活費への支出増大、物価上昇、買い控えなどが影響するものとみられている。

8. 1970年代と女性の旅の変容

かつては女性の一人旅は容易ではなかった。戦前においては、女性の一人旅は旅館側から敬遠され、殊に若い女性の場合ほうさんくさい者に見られ、着ていた服装で部屋の差別を受けていた。宿泊できても女中に洋服や荷物を引っ張りまわして見られたという苦情もあった⁹⁶。大正末期から昭和初期にかけては、女性が旅をすることの制約や困難さについて、文化人がたびたび投稿して訴えてもいた⁹⁷。

1960年代になっても旅先では男性にはない差別が見られ、『旅』1964年3月号で組まれた特集「ひとり旅」でも「女性が一人旅をする場合、家族が心配すること、自殺しに来たのではないかと宿に訝られ、「女の一人旅に宿は大迷惑」としたイラスト記事が載っている⁹⁸。

同年4月の雑誌『旅』の女性たちによる座談会でも「抵抗を感じるのは宿ですね。そのほかの点では、かえって気楽でいいと思います」「たとえば、お部屋の鍵がかかればいいが、鍵がないとなんとなく心配ですね」「世間が女性の一人旅に対して、偏見があるのではないかしら」「自殺でもしに来たのではないか・・・と思うのね」「どうして一人でいらっしやったのですかと、理由を聞くところが多いですね。なぜと聞いて聞くのです。男の場合はそんな理由なんか聞かないと思うのですよ」と書かれている⁹⁹。

酒井は、『anan』1972年2月20日号「アンアン流『旅行けばー』のおすすめ」において、「女性の一人旅というのは、国鉄でもポスターなんか作ってすすめているようだけど、古来よほどのことがない限り、あり得なかったものとみえて、いまでも観光地施設というのは男性用にできているんだなあ！ とくに旅館のお風呂が家族風呂とか称してひと回り小さいのは許せないし、食事というのは山の中でもノリ・サシミ・スノモノと内容格式ばかりを一応ととのえた料理を出すのも、亭主関白の悪影響だと思います」と書き、「アンノン族が

⁹⁶ JTB(1989)、120-121頁。

⁹⁷ 以下は、山本(2011)、61頁からの引用。

⁹⁸ JTB(1989)、122-123頁。

⁹⁹ JTB(1989)、122-123頁。

旅をする動機の源が、実はウーマン・リブだった」という評価をしている¹⁰⁰。

これを「ウーマン・リブ」と呼びうるのかどうかはさておくとして、当時の10代から30代の女性たちが旅の宿泊地で望んでいたことが何であったのかを明らかにしている観光調査がある（表3）ので、それをふまえて、アンノン族が女性の旅というものにどのような影響を与えたのかを考えてみたい。

表3によると、1968年の10代の女性は「宿舎の周辺を歩きたい」「テニスなど軽い運動をして過ごしたい」「宿舎の中で静かに過ごしたい」「宿舎の中の遊戯施設で遊びたい」というアクティブな結果が出ている。年齢を重ねるにつれて「宿舎の中で静かに過ごしたい（含む入浴）」「土産店を覗いて歩きたい」という希望が増えている。2年後の1970年の調査では、「土産店を覗いて歩きたい」女性は逆に年齢を重ねるにつれて減ってきており「宿舎の周辺を歩きたい」は20代が一番多く次いで30代10代の順になっている。「プール・ボート遊びなどをして過ごしたい」「宿舎の中の遊戯施設で遊びたい」は10代が一番多くなっている。「土産店を覗いて歩きたい」は逆に若いほうから多順となっている。行動的なのは10代が多いが「宿舎の周辺を歩きたい」とするのは20代が多いのは、近辺の観光をしたい女性が増えたからではないだろうか。逆に「土産店を覗いて歩きたい」とする若い女性が増えたのは購買欲が増え、周りの人に土産物を配ることが多くなってきたからではないか。「宿舎の中で静かに過ごしたい（含む入浴）」は旅先でゆっくりしたいとする旅の目的であろう。

表3. 観光旅行先で女性がしたいこと

	1968 10代	1968 20代	1968 30代	1970 10代	1970 20代	1970 30代
宿舎の周辺を歩きたい	59.5	49.2	49.4	32.3	46.5	40.8
土産店を覗いて歩きたい	29.8	33.6	34.8	30.8	17.4	12.0
プール・ボート遊びなどをして過ごしたい	24.8	16.7	12.0	20.0	11.7	7.6
テニスなど軽い運動をして過ごしたい	14.9	8.3	5.8	10.8	4.1	2.8
釣り・茸狩り・蜜柑狩りなどをする	3.3	11.7	8.8	6.2	3.8	5.7
写生・写真	14.9	19.4	10.8	29.2	10.6	8.5
宿舎の中で静かに過ごしたい（含む入浴）	19.8	40.0	52.9	12.3	33.7	56.6
宿舎の中の遊戯施設で遊びたい	43.0	27.8	13.8	20.0	19.6	12.0
麻雀・碁・将棋・トランプ	7.4	4.4	2.0	6.2	2.4	0.9
その他	4.1	3.9	3.8	7.7	3.3	2.2
D・K	-	0.3	0.3			

出典:日本観光振興協会編『観光の実態と志向』（1969、100-101頁；1971、83頁）。

こうした若い女性たちのさまざまな要望について調査がおこなわれるようになったこと自体が、観光業界が女性を重要な顧客とみなすようになってきた表われとらえることができるだろう。戦後も25年が経ち、日本の若い女性はすでに高度経済成長の「豊かな社会」の経験を経ていた。彼女たちは、高等教育修了後結婚までの独身時代の楽しみとして、身近なところでの美しい風景を愛し、友人たちと楽しく語らう時間としての旅への有効需要を持つようになっていたのである。そうした旅への需要とは、生活や物が裕福になっても心の中が満たされていないという観点からみれば、現実からの逃避でもあったが、

¹⁰⁰ 酒井(2017)、23-24頁。

観光業界からみれば経済的な需要であったことに変わりはない。旅館やホテル業界が、時代とともに変わっていく顧客の需要に応えなければならないことは、言うまでもないことだろう。

その意味で、『anan』や『non-no』が誌面上で若い女性の旅特集が成功していくことのできる環境を、旅館やホテルの観光業界は準備しつつあったといえる。そうした環境整備が進む途上で『anan』や『non-no』は創刊され、アンノン族は流行現象ともなっていく。すると逆に、流行現象となったアンノン族は、一人旅であれ、友人づれであれ、若い女性の旅の社会的認知を押し広げ、旅行業界の顧客意識をさらに変えていくことに貢献するというスパイラルが生まれた、と言えるのではないだろうか。

まとめにかえて

1970年、平凡出版社から『anan』が創刊され、それに遅れること1年、集英社から『non-no』という雑誌が発行された。本稿では、若い女性の旅という主題が、一貫して両誌の誌面構成の主要要素のひとつであったことを示した。両誌は、1972年ごろから旅企画を本格化させたが、その旅のスタイルは、若い女性がおしゃれなスタイルで全国各地を旅するというものだった。読者女性たちは北海道、信州、京都、長崎などを旅したが、彼女たちが一番求めたのは実は都会あるいは都会的洗練であったことまた、いわゆる伝統的観光地の中でも、都会的洗練を併せもつ京都や鎌倉が好まれていたことを、『anan』の誌面分析から明らかにした。誌面の表象の中心に置かれていたのは、いわゆる観光地ではなく、東京を中心とした都会生活・都会的洗練だったのである。若い女性たちが都会に憧憬を持っているのは現代でも1970年でも同じであり、その代弁を二誌は担っていたのではないだろうか。

アンノン族と呼ばれた人たちは団塊の世代の高学歴であり結婚する前の20代前半の女性が主な人たちだった。アンノン族は、本稿では論じることができなかったが、1970年から始まった国鉄の「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンとの相乗効果もあって旅の一大文化を形成した。しかしながら、1970年代末になると、この旅文化の流行は終りを迎えることになる。その背景には、高度経済成長から低成長時代への転換という1970年代の時代の推移があったことを、本稿では旅への支出の変化を示しつつ指摘した。

最後に、アンノン族が、日本における女性の旅のあり方にどのような影響を与えたと考えうるかについて述べた。アンノン族は、旅先で必ずしも歓迎されてこなかった女性たちが、単独、もしくは小グループとする旅を、彼女たちの都会への憧れを掬い上げつつ奨励した。

今後の課題としては、今回ほとんど言及できなかった「ディスカバー・ジャパン」や、同時代の旅文化である「カニ族」、当時宿泊先として大流行した「ユースホステル」について調査を行い、さらなる昭和の若者の旅について研究を継続していきたい。

参考文献

全体に渡るもの

平凡出版社『anan』平凡出版社、各号版。

集英社『non-no』集英社、各号版。

『読売新聞』。

『朝日新聞』。

『京都新聞』。

運輸省『観光白書』各年度版。

参考図書、論文、雑誌/他

赤木洋一(2004)『平凡パンチ 1964』平凡社。

赤木洋一(2007)『「アンアン」1970』平凡社。

朝倉俊一(2013)「北海道の観光地のイメージの系譜について」『第28回日本観光研究学会全国大会学術論文集』、209-212頁。

甘糟章(2005)「証言 1970-72」『文藝春秋』6月号、288-289頁。

磯貝正弘(2006)『「アンノン族」のDNAは永遠に続く』『JRガゼット NO.236』交通新聞社、19-23頁。

磯部成志(2004)「雑誌はなにを伝えているのか」『東洋大学社会学部紀要』42巻1号、75-93頁。

大阪国際児童文学館(1993)『日本児童文学大事典・第二巻』大日本図書。

太田出版(2011)「こんなところにもパンダが!」『ケトル VOL1』太田出版、6月号。

尾崎秀樹、宗武朝子(1979)『雑誌の時代—その興亡のドラマ』主婦の友社。

KAZUNO 子(1979)「どうして、二〇代の女の子がまともに読める雑誌がないんだろう。スキヤンダル、セックス。ファッション……。ワン・パターンの極致!! こんな雑誌はまとめて廃刊してもらえないのか」『宝島』JICC 出版局、2月号。

春日和夫(1998)「追想カニ族・アンノン族」『旅』9月号、138-141頁。

河出書房新社(1987)、『わが世代 昭和二十九年』河出書房。

北原みのり(2011)『アンアンのセックスできれいになれた?』朝日出版。

木滑良久(1990)「アンノン族とは切っても切れないディスカバー・ジャパン」『The Bigman』世界文化社、11月号、58-61頁。

木滑良久編集(1998)『雑誌づくりの決定的瞬間 堀内誠一の仕事』マガジンハウス。

窪村麻里子・矢部直人・倉田陽平(2012)「女性の一人旅への動機と不安」『観光情報学会第5回研究発表会』8号、1-8頁。

経済企画庁調査局(1967-1978)「独身勤労者の消費生活」経済企画庁。

国立社会保障・人口問題研究所編(2016)『人口の動向 日本と世界 人口統計資料集 2016』国立社会保障・人口問題研究所。

酒井順子(2017)『an・anの嘘』マガジンハウス。

三省堂(2002)『明治・大正・昭和の新語、流行語辞典』三省堂。

塩澤幸登(2009)『平凡パンチの時代 1964～1989』茉莉花社。

JTB(1989)、『昭和の旅』JTB。

清水達夫(1970)『『アンアン』創刊ア・レ・コ・レ…』平凡出版社『平凡通信 この10年』平凡出版社。

清水達夫(1985)『二人で一人の物語』マガジンハウス。

清水達夫・牧葉金之助・相川新一(1970)座談会 明春創刊する……エル・ジャポンとはこういう雑誌!!』、平凡出版社『平凡通信 この10年』平凡出版社。

集英社社史編纂室(1997)『集英社70年の歴史』集英社。

集英社社史編纂室(2017)『集英社90年の歴史』集英社。

出版ニュース社(1971)『出版年鑑』出版ニュース社。

出版ニュース社(1972)『出版年鑑』出版ニュース社。

城一夫、渡辺直樹(2017)『日本のファッション 明治・大正・昭和・平成』青幻社。

白幡洋三郎(1996)『旅行のススメ』中公新書。

千村典生(2001)『戦後ファッションストーリー1945-2000』平凡社。

独立行政法人国際協力機構(JICA) 公益財団法人はまなす財団(2017)「北海道観光に関する基礎調査」ファイナルレポート、59頁、73頁。

中野翠(1999)『お洋服クロニクル』中央公論社。

難波功士(2007)『族の系譜学—ユース・サブカルチャーズの戦後史』青弓社。

難波功士(2009)『創刊の社会史』ちくま新書。

日本観光振興協会編(1969、1971)『観光の実態と志向』日本観光振興協会。

日本交通公社(1978)『旅』日本交通公社、12月号。

日本統計協会(2020)『統計でみる日本2020』日本統計協会。

原田ひとみ(1984)「“アンアン” “ノンノ” の旅情報」『地理29』古今書院、50-57頁。

藤岡和賀夫(2000)『あっ、プロデューサー 風の仕事30年』求龍社。

藤子不二雄「さすらいくん」『週刊明星』(出版年確認できず。藤子不二雄④(1992)『さすらいくん』中央公論社、1巻、48-49頁、3巻158-161頁に再録)。

藤巻智美(1979)「一九七〇年のまぼろしの『アンアンへ』」『宝島』JICC 出版局、2月号。

堀内誠一(1979)『父の時代・私の時代——わがエディトリアルデザイン史』日本エディターズスクール出版部。

三浦展(2005)『団塊世代を総括する』牧野出版。

水木しげる(1994)『コミック昭和史第8巻 高度成長期以降』講談社文庫。

三宅菊子(1977)『『アンアン』と過ごした六年あまり』『総合ジャーナリズム研究』No81、77秋号、総合ジャーナリズム研究所。

向井敏(1983)『虹をつくる男たち コマーシャルの30年』文芸春秋。

森彰英(2007)『「ディスカバー・ジャパン」の時代』交通新聞社。

山田洋次監督(1972)『男はつらいよ 柴又旅情』(脚本:山田洋次・朝間義隆)松竹。

山本志乃(2011)「新婚旅行とアンノン族戦後における若い女性の旅をめぐる」『旅の文化研究所研究報告』NO.20、旅の文化研究所、61-73頁。

渡辺明日香(2016)『東京ファッションクロニクル』青幻舎。

‘Annon-zoku’ and women’s travel in 1970s Japan

Yugo GUNJI

This paper discusses the ‘Annon-zoku’ and their travel culture in the 1970s. The ‘Annon-zoku’ is a name labelled at young Japanese women who travelled alone or with friends in fashionable clothes. Those trendy young women were created and fostered by two distinctive fashion magazines, *An-an* and *Non-no*, respectively published in 1970 and 1971. The ‘Annon-zoku’ promoted a fashionable travel culture for young women, encouraging them to enjoy their women only tourism. Tourist industry also began to pay attention to these young women customers who would constitute a larger asset in their trade.

This article shows that young women's travel was one of the main features in the women’s magazines. Analyzing the Japanese tourist destination featured in *An-an*, the article points out that the focus of the magazine was not the distant tourist spots, but the urban life and its associated urbanity: Tokyo metropolitan area was the most featured tourist destination in the magazines. This article also charts the up and down of the ‘Annon-zoku’ in the 1970s, indicating that behind the scenes a downward change in Japanese economy existed. In the concluding comment, I also make a comment on the way the ‘Annon-zoku’ influenced women's travel culture in Japan.

Keywords: Annon-zoku, travel, *An-an*, *Non-no*, tourism, women's magazine, 1970s