

日豪女性雑誌比較

—女性誌の占める位置に注目して—

早 川 治 子

A Comparison of Japanese Women's Magazines and Australian Magazines

— Position of Women's Magazine —

Haruko Hayakawa

The objectives of this study are to clarify and compare the position of women's magazines in Japan and Australia in circulation, readership and contents. The results show that Japanese women's magazines are mainly read by woman whereas in Australia readers are mixed.

1. はじめに

メディアによる情報提供は提供者側の一方的な提出というよりも受け手側の要求に沿った、または提供者、受給者の相互の作業である。とくに雑誌にあっては読者の嗜好に応じた紙面作りというのは情報提供者の重要な課題であろう。雑誌は読者に買ってもらえなければ意味がないのである。

オーストラリアのメディア状況は英語圏ということで英、米と区別されず、個別に取り上げられにくい。この国のメディア状況、とくに雑誌の状況は女性誌である“The Australian Women's Weekly”「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」が国民的雑誌として位置づけられている点特徴的である。本研究の最終目的とするところは豪・日の女性誌

のヒロイン像をジェンダーの視点から内容分析し比較検討することであるが、本稿はその第1段階として豪・日女性誌の発行数、読者層、内容の概要の特徴を比較分析し、その位置づけを探りたい。

1-1. オーストラリア全般について

オーストラリアは日本の約20倍の国土（日本37.8万平方キロ：オーストラリア774.1万平方キロ）に日本の約6分の1（日本12,687万人：オーストラリア1,916万人）の人々の暮らす国である。国土の大部分は乾燥したサバンナ砂漠に占められている。しかしほとんどの人々は沿岸の都市部に住んでいる。映画「クロコダイルダンディー」のようなカンガルー、コアラ、ワニ、サバンナ砂漠、熱帯雨林という特徴的なオーストラリアが存在するのは事実であるが、人々が日常的にワニと住めるわけもなく、人口の三分二が集中的に住む沿岸の都市部でほとんどの経済・文化活動が行われているのが現状である。例えばオーストラリア第一の都市であるシドニーでの生活は1ドルが90円を上下する現在、物価は東京よりも高く、多くの似通った都市生活とさほど変わらないというのが実感である。

1-2. オーストラリアのメディア

オーストラリアではほとんどの家庭にテレビ、ラジオ、電話が普及しているが、新聞の普及状態は59.6%と低いのが特徴的である。また宇野一平によれば「新聞の発行部数が減少傾向にあるのに対して、雑誌の購読者数は増加している。今日では雑誌の購読者数が新聞のそれより多」（『オーストラリア』「電通広告年鑑 '00 '01」）ということである。

MPA (Magazine Publishers of Australia) HPによれば

オーストラリア人は世界でも最も雑誌をよく買う国民であり、2004

年、2005年に売れた ABC (Audit (公査) Bureau (機構) of Circulations (部数)) 協会に所属する雑誌の総数は2億2700万冊近く、これは14歳以上の人すべてが13.6冊の雑誌を平均して買ったことになる。これは ABC 協会に所属する雑誌 (154種) のみであるから、それ以外を加えると3億以上に上る。90パーセントの雑誌は店売りであり、これはカナダ・アメリカの雑誌の85パーセントが予約購買であることと対照的である。

ということである。

たしかに道ばたのスタンド、またはケミスト (=ドラッグストア) で雑誌を求める姿はよく目にするものである。また

オーストラリア人は10億5000万ドルを2005年度に ABC の雑誌に費やしており、これは2003年、2004年度より4.6%増加しており、これは映画に消費する金額、ビデオゲーム、ゲームソフトに消費する量よりも、ビデオ、DVD に消費する量よりも多い。(MPA)

ということである。

このような雑誌愛読国であるオーストラリアにおいて女性誌はどのような位置を持ち、どのような特徴を持っているのであろうか。また、これに比して日本の女性誌はどのような特徴を持っているのであろうか。

2. 先行研究および本研究の位置づけ

日本と海外の女性雑誌の比較の先行研究としては井上輝子+女性雑誌研究会 (1989)、諸橋泰樹 (1993)、東京女性財団 (1998) 等の日・米・メキシコ比較研究が詳細なものであるが、対象雑誌の発行年度 (1986年) からすでに20年近くたっている。また、オーストラリアはその対象とされていなかった。

オーストラリアにおける女性誌の研究としては代表的雑誌である

“The Australian Women’s Weekly”を歴史的に研究した“Who was That Woman?” (Sheridan, ’02)があるが、日本との比較によるオーストラリアの女性雑誌の現況研究は前例がないと言っていいであろう。

3. 統計資料について

雑誌資料の分析を行う際、問題となるのが、使用する統計資料である。ABC協会はほとんどの調査結果を協会メンバーにしか公開していない。そのため直接閲覧できた資料以外は、ABCの資料に基づいてMPAリサーチが作製した資料、同じくABCの資料に基づいて「電通広告年鑑 ’00 ’01」に掲載された資料をオーストラリア側の資料として使用した。日本側の資料としては直接閲覧できる日本雑誌協会のHPと、同じく日本雑誌協会出版の「マガジンデータ」、電通がABC協会の資料を基に作成した「電通広告年鑑 ’00 ’01」の資料を使用した。

調査対象は調査資料によって異なる。日本ABC協会のものは協会加入雑誌社の雑誌、54社135誌（『平成16年度事業報告』、日本ABC協会、平成17年3月31日現在）である。日本雑誌協会は「日本を代表する」雑誌649誌（2003）である。

部数は当該期間による平均部数（1号あたり）であるが、基本的には出版社側の報告による発行数に基づくもの、印刷証明付きのもの、調査員によって調べられた発行部数に基づくものがある。

以下個々の資料について説明する。日本雑誌協会発行の今回使用した「マガジンデータ」は01年度のもので、出版社の出した発行部数に基づくものであるが、02年度からは印刷証明がついたものがほとんどになっている。ABC協会のレポートは協会によると2種ある。発行社の報告部数をそのまま掲載する「発行社レポート」と、公査員が発行社を訪問して調査・確認した部数を掲載する「公査レポート」がある。しかし一般に

はABC協会のもは公査員が確認した部数であるとされている。結果、ABC協会の部数は最も実態に近いとされている。しかしABC公査レポートの難点は漫画・コミック誌が査察を受け入れてないため掲載されていないことである。「電通広告年鑑 '00 '01」はABCの調査に基づいたものである。出版年鑑もABCの調査の報告を使っている。資料により「印刷部数」、「販売部数」という名称を使っているものもあり、その場合はその用語をそのまま使用した。

4. 分類について

雑誌のジャンルの分類基準も多様である。一言に「女性誌」といっても「ヤング誌」、「ミセス誌」、「ティーン誌」と読者の読者年代別に区切るもの、また「生活情報誌」を女性誌の範疇に入れるもの、独立させるものと様々である。また、コミック誌を雑誌の範疇に入れるか入れないかで雑誌の占有率、概要は大きく変わる。

例えば電通のオーストラリア資料は主要雑誌をおおまかに11類（A. 女性誌、B. 子供誌、C. 家庭・園芸誌、D. ハウス誌、E. 生活情報誌、F. コンピュータ誌、G. ビジネス誌、H. スポーツ誌、I. 自動車誌、J. 男性誌、K. 一般誌）に分類している。MPAは14種（1. 女性誌、2. ファッション・ライフスタイル、3. 健康・育児、4. 住宅・家庭、5. 趣味・手芸・その他、6. 食べ物・娯楽、7. スポーツ、8. 自動車、9. 男性誌・ライフスタイル、10. 時事・ビジネス、11. コンピューター、12. 若者・音楽、13. 児童誌、14. その他）に分類している。

一方日本雑誌協会は雑誌を大きくAからHの8種（A. 男女共通一般社会人対象誌、B. 男性向け主にヤング対象誌、C. 男女共通・情報誌、D. 女性ティーンズ誌、E. 女性ヤング対象誌、F. 女性向け実用誌、G. マタニティ・育児期の女性対象誌、H. 児童・生徒対象誌）に分類

した後、さらにAを総合月刊誌（例えば文藝春秋など）、総合週刊誌（例えば週刊文春など）、写真週刊誌（例えばFRIDAYなど）に下位区分し、その数は34類に上る。詳しくは表2のサブジャンルを参照してほしい。

これらはそれぞれの国情、実用性を考慮に入れた分類なのであるが、本稿では基本的にはそれぞれの統計資料の用いた分類を用い、細分化または合体化が必要な時には適宜明示した。

5. 女性誌のイメージについて

女性誌の分類は4で述べたようなものであるが、女性誌とはいったいどのようなものを指すのであろうか。女性誌と一般に言われるものを比較すると以下のようなイメージが浮かびあがる。まず①有名女性、またはモデルが表紙に上半身以上のアップで写っていること。反対に体全体、または無名の大学生などは総合誌男性誌に多い表紙である。②内部にもグラビアが多いこと。このグラビアも女性の体を見せる、または想像させるためのものではなく、ファッションを見せるものが多いこと。③ファッション、美容のページが多いこと。つまり有名人のアップが写った、ファッション、美容で構成されたグラビアの多い雑誌を典型的な女性誌とイメージしている。「non-no」、「with」、「more」のような女性ファッション誌である。この他に④有名女性の自己開示：告白、インタビューで構成された「婦人公論」「クロワッサン」、または⑤他者による自己開示：ゴシップなどで構成された「女性自身」、「女性セブン」のようなゴシップ誌も女性誌と考えられる。オーストラリアにおいてもこの傾向は同じで、「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」、「New Idea」「ニューアイデア」などもこの基準を満たしている。しかしながら、日本雑誌協会の分類で女性誌の下位区分の生活情報誌とされた「暮しの手帖」、「ESSE」などは女性誌の特徴とともに情報誌の特徴も有している。つま

り、前者は一般的に「女性の興味の対象」と考えられるものに対する情報を提供するものであるのに対し、後者は一般的に「女性の仕事」と考えられるものに対する情報を提供しているのである。

今回は上述のように基本的にはそれぞれの統計資料の用いた分類に従ったが、必要な場合は女性誌の範疇から生活情報誌を分離し、区別した。

6. 雑誌の概要

ここでは女性誌の占有率、読者層に絞って、その概要を見る。

6-1. 女性誌の占有率

では、女性誌がどれぐらい多く読まれているのであろうか。日・豪を比較する。

表1はABCの調査に基づいたMPAの雑誌占有率である。

表1：雑誌ジャンル別占有率（オーストラリア）

MPAリサーチHP (2006/01)
(Source ABC June 2004 - June 2005) より早川作成

雑誌分類	雑誌数	販売部数
女性誌 Major Women's	12	56.50%
ファッション・ライフスタイル Fashion/Lifestyle	9	4.70%
健康・育児 Health/Parenting	4	1.00%
住宅・庭 Home & Garden	15	4.70%
趣味・手芸・その他 General Interest/Craft/Other	24	4.90%
食べ物・娯楽 Food & Entertaining	11	4.40%
スポーツ Sport	17	2.40%
自動車 Motor	24	2.20%
男性誌・ライフスタイル Men's Interest/Lifestyle	8	5.70%
時事・ビジネス Current Affairs/Business	6	5.30%
コンピューター Computers	8	1.50%
若者・音楽 Youth/Music	5	2.30%
児童誌 Kids	7	2.40%
その他 Miscellaneous Interest	4	2.00%
Total	154	100.00%

日豪女性雑誌比較
—女性誌の占める位置に注目して—

表 2 : 雑誌ジャンル別占有率 (日本)

日本雑誌協会HP.06/1/19より早川作成

ジャンル	サブジャンル	種別	発行部数	占有率
A 男女共通・一般 社会人対象誌	総合月刊誌	273	35,911,922	31.6%
	総合週刊誌			
	写真週刊誌			
	文芸・歴史誌			
	健康・住宅誌			
	趣味・教養誌			
	ビジネス・マネー誌			
	スポーツ・ゴルフ誌			
	旅行・レジャー誌			
	科学誌			
	アウトドア誌			
	芸術誌			
パソコン誌				
B 男性向け、主に ヤング対象誌	男性ヤング誌	125	32,937,410	29.0%
	少年コミック誌			
	男性向けコミック誌			
	男性ヤングアダルト誌			
	モノ・トレンド誌			
自動車・オートバイ誌				
C 男女共通・情報誌	タウン誌	45	10,032,557	8.8%
	TV・FM 情報誌			
D 女性ティーンズ 対象誌	映画・音楽情報誌	29	6,164,215	5.4%
	女性ティーンズ誌			
E 女性ヤング対象誌	少女コミック誌	79	12,657,736	11.1%
	女性ヤング誌			
	女性ヤングアダルト誌			
F 女性向け実用誌	女性ヤングアダルトコミック誌	57	11,182,326	9.8%
	女性週刊誌			
	ミセス誌			
	生活情報誌			
G マタニティ・育児 期の女性対象誌	ミセス向けコミック誌	6	878,817	0.8%
	マタニティ・育児誌			
(女性誌小計)		171	30,883,094	27.2%
H 児童・生徒対象誌	児童誌	35	3,948,406	3.5%
	学年誌			
計		649	113,713,389	100.0%

以上のようにABCによって査察された女性誌（12種）が第1位、56.5%の圧倒的な数値を示し、第2位の男性誌5.7%を大きく引き離している。

それでは日本の状況はどうであろうか。表2は日本雑誌協会に報告のある雑誌649誌113,713,389冊のジャンル別占有率である。

このうち日本雑誌協会の分類で女性誌の範疇に入るD「女性ティーンズ対象誌」、E「女性ヤング対象誌」、F「女性向け実用誌」（ここには「生活情報誌」が入っている）、G「マタニティ・育児期の女性対象誌」の171誌、総数30,883,094冊の占める割合は27.2%である。日本はオーストラリアと比して女性誌の占有率が低いことが分かる。

では、オーストラリアの女性誌とは具体的にどのような雑誌なのだろうか。個別にオーストラリアの雑誌の上位10位までを見ると、表3のようであり、上位3位までと10位を女性誌が占めている。（女性誌には*を付した。）

表3：雑誌購買数上位10まで

(Top 100 Magazine circulation (ABC 05年1月～6月)) より早川作成

順位	雑誌名	購買数
1	*オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー (The Australian Women's Weekly)	640,136
2	*ウーマンズデイ (Woman's Day)	515,776
3	*ニューアイデア (New Idea)	408,116
4	リーダーズダイジェスト (Reader's Digest)	354,042
5	ザッツライフ (That's Life)	345,704
6	スーパーフードアイデアズ (Super Food Ideas)	340,289
7	TV ウィーク (TV Week)	286,590
8	ベターホームズアンドガーデنز (Better Homes and Gardens)	271,338
9	テイク5 (Take 5)	252,548
10	*コスモポリタン (Cosmopolitan)	231,272

1位、「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」、2位、「ウーマンズデイ」(Woman's Day)、3位、「ニューアイデア」は女性誌である。「コスモポリタン」(Cosmopolitan)は全体では10位、女性誌のみでは4

日豪女性雑誌比較
—女性誌の占める位置に注目して—

位に位置する。ちなみに時事をあつかう“Reader’s Digest”「リーダーズダイジェスト」は4位で“Time”「タイム」は33位である。

同じく日本も日本雑誌協会の雑誌の発行部数を上位20位まで見ると表4のようである。

表4：雑誌上位20位まで（日本）（日本雑誌協会）

日本雑誌協会HP.06/1/19より早川作成

順位	雑誌名	発行部数
1	週刊少年ジャンプ	2,953,750
2	週刊少年マガジン	2,365,306
3	*日刊ゲンダイ	1,682,000
4	月刊ザテレビジョン	1,102,792
5	コロコロコミック	1,085,000
6	週刊ヤングジャンプ	1,081,459
7	週刊少年サンデー	1,068,265
8	ちゃお	1,033,333
9	ヤングマガジン	1,012,209
10	月刊少年マガジン	1,009,167
11	ビッグコミックオリジナル	958,958
12	きょうの料理	856,900
13	週刊文春	805,052
14	週刊新潮	761,472
15	週刊ザテレビジョン	744,535
16	週刊現代	717,756
17	週刊ポスト	683,333
18	MORE	680,833
19	家の光	660,125
20	TVガイド	637,350

*日本雑誌協会の分類に従ったが、日刊紙に入れるべきだと考える。

漫画・コミック誌が上位11位の8種までを占めている。女性誌と「日本雑誌協会」が分類したものは12位に「きょうの料理」、18位に「MORE」、19位に「家の光」が入っているのみである。「きょうの料理」はテレビの料理番組のテキストであり、「家の光」は農協により農村用に郵送予約購読される生活情報誌であり、書店、図書館で一般的に目に触れるものではない。両者とも特殊な雑誌で、ここで典型的な女性誌と呼べるのは

「MORE」のみである。

資料を変えてABC公査レポートの発表から日本の上位に入る雑誌を見る。販売部数の10万部以上のものを上位から64誌を順に並べると表5のようになる。

表5：雑誌上位64位まで（日本）（ABC）

「雑誌販売部数」（ABC公査レポート「雑誌平均販売部数」（'99.7～12月）
「電通広告年鑑'00, '01」）より早川作成

順位	雑誌名	販売部数 '99.7-12	順位	雑誌名	販売部数 '99.7-12
1	家の光	888,332	33	*婦人公論	194,385
2	月刊ザテレビジョン	850,381	34	Tokai Walker	186,205
3	ザテレビジョン	772,997	35	Kyushu Walker	177,212
4	*non-no	752,067	36	Goods Press	177,042
5	週刊ポスト	746,052	37	CD で一た	174,898
6	週刊現代	722,586	38	Yahoo Internet Guide	173,949
7	週刊文春	615,405	39	Newtype	170,039
8	*with	586,846	40	週刊アスキー	166,199
9	*女性セブン	539,702	41	日経クリック	163,873
10	週刊新潮	511,040	42	FINE BOYS	161,768
11	*CanCam	470,223	43	CAR トップ	161,192
12	文藝春秋	460,001	44	週刊実話	157,863
13	*女性自身	453,307	45	DOS/V USER	153,671
14	週刊プレイボーイ	425,163	46	週刊 Gallop	149,481
15	ESSE	419,992	47	WinkUp	148,967
16	*週刊女性	397,532	48	日経ベスト PC	146,122
17	Kansai Walker	358,997	49	日経ネットナビ	145,093
18	週刊大衆	350,047	50	BIG tomorrow	137,199
19	週刊宝石	335,049	51	ナショナルジオグラフィック	133,162
20	週刊朝日	331,008	52	あちゃら	125,922
21	日経ビジネス	319,359	53	週刊ダイヤモンド	125,727
22	日経パソコン	303,040	54	日経エンターテイメント	125,203
23	週刊アサヒ芸能	299,584	55	ビデオ&DVD で一た	124,820
24	Zipper	255,132	56	Newsweek 日本版	122,310
25	*ポップティーン	237,500	57	SAPIO	120,079
26	プレジデント	228,679	58	Tarzan	114,234
27	*主婦の友	215,916	59	月刊アスキー	110,713
28	BOON	212,801	60	特選街	110,655
29	Tokyo Walker	212,774	61	COOL TRANS	107,981
30	NUMBER	203,233	62	ASAHI パソコン	107,039
31	Allbatross-view	195,590	63	Windows Start	106,619
32	日経 PC 2 1	195,423	64	PC USER	103,575

ABC公査レポートは漫画を扱わない。そのためトップは「家の光」、その次にテレビ案内の類である「月刊ザテレビジョン」、「ザテレビジョン」が続き、女性ヤング誌である「non-no」が4位、その後時事・経済を扱う総合週刊誌である「週刊ポスト」、「週刊現代」、「週刊文春」が5, 6, 7位を占め、女性誌の「with」が8位、「女性セブン」が9位である¹⁾。

典型的な女性誌（*印をつけたもの）が上位を占めているがその占有率は10位までで26.9%、20位までは少し上がって32.7%を占めるが、62位までとなると20.9%の占有率となる。「家の光」、「ESSE」を女性誌の範疇に入れて換算しても、その占有率は10位までで39.6%、20位までは少し上がって41.0%を占めるが、62位までとなると28.0%の占有率となる。コミック誌が抜けたことにより女性誌の占有率もかなり上がるのであるが、比較するとオーストラリアの女性誌の占有率：56.5%が突出しているといつてよいであろう。これはアメリカ、カナダの第1位の雑誌が「リーダーズ・ダイジェスト」であること（「電通広告年鑑'00, '01」p.265、p.271）イギリスの女性誌が発行部数を落としていること（「電通広告年鑑'00, '01」p.285）と比較してもその強さは特徴的である。

一方日本では「週刊ポスト」のような総合誌は「リーダーズ・ダイジェスト」ほどの強さを示さないが、その占有率は10位まででは37.1%を示し、女性誌と拮抗する。

つまりオーストラリアの雑誌の購買状況の特徴的なことは日本・アメリカで言う総合月刊誌、(時事・政治記事)、例えば「リーダーズ・ダイジェスト」「文芸春秋」、「中央公論」のようなもの、また前述の記事に三面記事的なものを加えた総合週刊誌「タイム」「週刊文春」、「週刊ポスト」、「週刊現代」の類が種類も少なく、女性誌ほど強くないことである。表4のMPAの調査でも時事、ビジネスは5.30%で、女性誌の占有率の10分の1に満たない。

6-2. 読者層

オーストラリアの女性誌の読者層の特徴的なことは読者層が女性のみに限られていないことである。MPAのHPにあるRoy Morganの調査によると表6のような結果が出ている。

表6：性別読者層調査（オーストラリア）

Roy Morgan読者調査（04,7-05,6）、MPAより早川作成

順位	雑誌名	読者層	
		男性	女性
1	*オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー (The Australian Women's Weekly)	24.5%	75.5%
2	*ウーマンズデイ (Woman's Day)	20.8%	79.2%
3	*ニューアイデア (New Idea)	22.6%	77.4%
4	ベターホームズアンドガーデنز (Better Homes and Gardens)	27.8%	72.2%
5	ザッツライフ (That's Life)	24.5%	76.0%
6	TVウィーク (TV Week)	42.3%	57.7%
7	リーダーズダイジェスト(Reader's Digest)	45.4%	54.6%
8	*コスモポリタン (Cosmopolitan)	21.0%	79.0%
9	オーストラリアン・グッド・テイスト (Australian Good Taste)	23.8%	76.2%
10	スーパーフードアイデアズ (Super Food Ideas)	14.7%	85.3%

「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」は四分の一が男性読者である。「ウーマンズデイ」五分の一、「ニューアイデア」は五分の一以上が男性である。

以下の表7は表5のABCの調査上位10位までに「日本雑誌協会」の読者層分析を付加したものである。

表7：性別読者層調査（日本）

日本雑誌協会05年1月HPより作成

順位	雑誌名	読者層	
		男性	女性
1	家の光	19%	81%
2	月刊ザテレビジョン	52%	48%
3	ザテレビジョン	53%	47%
4	*non-no	0%	100%
5	週刊ポスト	85%	15%
6	週刊現代	77%	23%
7	週刊文春	52%	48%
8	*with	0%	100%
9	*女性セブン	調査なし	
10	週刊新潮	60%	40%

日本の典型的な女性誌においてほとんどの読者が女性である。いわゆる典型的な女性誌の「non-no」, 「with」ともに女性読者が100%である。この表には掲載していないが、「日本雑誌協会」の調査に性別の掲載されているものに限っていえば他の典型的な女性誌においても傾向は似ている。例えば「COSMOPOLITAN」は100%、「婦人公論」は99.1%、「VERY」は95.5%、「クロワッサン」は90.3%を女性が占める。しかし第1位の「家の光」の女性読者は81%と比較的低い。他の同じような傾向を示すものもある。例えば、「ESSE」は90.3%、「暮らしの手帖」は80.0%が女性読者である。これらが生活情報誌であるためと考えられるが、同じく「生活情報誌」に区分されている。「主婦の友」は100%が女性読者、「LEE」も100%、「レタスクラブ」は99%が女性である。

反対に総合週刊誌の類は「週刊ポスト」は男性が85%、「週刊現代」は77%、「週刊文春」は52%のように個々に比率は違うが男女の読者が混在している。

オーストラリアの総合誌、「リーダースダイジェスト」も女性読者が半数以上を占め、やはり混在していると言えよう。

この傾向は両国の男性誌にも見られる。例えば FHM は “Australia's

leading men's magazine”と銘打ち、そのHPでは“photos of the world's sexiest women”を掲載している。つまり典型的な男性誌なのであるが、その読者の17%が女性である。RALPHも男性誌であるが、18.5%が女性読者である。日本でセクシーなグラビアアイドルの入ったもので統計のあるものを見ると「penthouse」が4.0%の女性読者、総合誌の範疇に入っている「プレイボーイ」が8.0%の女性読者である。またファッション誌の傾向の強い、「men's non-no」18.0%、「Hot Dog Press」14.0%、「POPEPE」17.1%、「ASAYAN」23.0%、「BRUTUS」24.6%である。つまりpenthouse以外の雑誌はオーストラリア、日本ともに男女が読む傾向にあると言って良いであろう。

オーストラリア、日本ともに総合誌、男性誌では男女の読者が混在するのであるが、女性誌においては異なった傾向を示し、日本の女性誌は女性専用であるが、オーストラリアの女性誌の読者は男女混在している。

7. 記事の相違の概観

男性読者が20%以上を占めるオーストラリアの女性誌、ほとんどの読者が女性の日本の女性誌、その違いはどこからきているのだろうか。ここではそれぞれの雑誌の内容の概要を分析して、その違いを探る。

7-1. 日本の雑誌

今回はABC協会の調査に基づき女性誌の中ではもっとも販売部数の多い「non-no」、ゴシップの多い「女性セブン」、日・オーストラリアで出版されている「COSMOPOLITAN」、「生活情報誌」のなかでは「家の光」、「ESSE」、主張の強い「婦人公論」、「クロワッサン」を取り上げた。総合誌のなかでは比較的女性読者が多い「週刊文春」を見た。以下、その大きさ、値段、分類、編集長のメッセージ等を記す。

日豪女性雑誌比較
—女性誌の占める位置に注目して—

表8：女性誌（日本）概観

雑誌名	大きさ	値段	発行部数 (万部)	発行周期	分類	編集長のメッセージ
週刊文春	B 5	300	81.0	週刊	総合週刊誌	強力な取材陣による数々のスクープと、一流の執筆人による小説やエッセイ。家族で安心して読める日本を代表する総合週刊誌です。
家の光	A B	600	77.5	月刊	生活情報誌	農村向けの唯一の家庭雑誌。
ESSE	A 3変型	500	60.0	月刊	女性誌(生活情報誌)	主婦の暮らしを360度サポートし、役立つ、得する、楽しい内容満載の生活情報誌。わかりやすく、信頼性の高い紙面づくりを目指す。
婦人公論	A 5	550	27.5	月2回	ミセス誌	内面・外面ともに自らを高めたいと願う女性のための総合誌。
クワッサン	L	360	34.0	月2回	ミセス誌	30歳代から40歳代の、知的好奇心が旺盛な女性を応援する生活情報誌。
コスモポリタン	A 5変型	520	11.0	月刊	女性誌(女性ヤングアダルト)	バラバラと見るだけじゃコスモの面白さはわかりません。じっくり読んでください。恋愛・仕事・体・こころの事など働く女性が知りたい旬の話題やステキな人の生き方や考え方などをタイムリーにお届けします。
non-no	A 4変型	420	64.0	月2回	女性誌(女性ヤング誌)	ファッション、ビューティーをはじめ、若い女性のライフスタイルに欠かせない情報を届ける。明快でいいねいな切り口で、20歳を中心とした多数の読者の圧倒的な支持を得ている。
女性セブン	A B変型	320	58.3	週刊	女性週刊誌	料理、ファッション、ヘア・メイク、マネー、インテリア、生活用品などさまざまな実用記事をカラー・活版紙面でワイドに特集。セブンは「女性の元気」応援誌。

(「マガジンデータ2003」より作成) *当該期間(02.1-12)による平均発行部数(印刷部数)申告による

7-2. オーストラリアの雑誌

発行数1位の「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」、2位の「ウーマンズ デイ」、3位の「ニュー アイデア」、日本とオーストラリアで出版されている「コスモポリタン」、総合誌としては「リーダース ダイジェスト」を扱う。

表9：女性誌（オーストラリア）概観

雑誌名	大きさ	値段	発行 周期	内容
The Australian Women's Weekly	A 4	5.7	月刊	一般女性の興味
Woman's Day	A 4	3.6	週刊	一般女性の興味
New Idea	A 4 +	3.6	週刊	*ゴシップ記事
Cosmopolitan	A 4	6.2	月刊	女性のライフスタイル
Reader's Digest	A 5	3.0	月刊	総合誌

HP MPA および "Who Was That Woman" より作成

7-3. 言及テーマについて

それぞれの雑誌でどのようなテーマに言及されているかを調べた。そのテーマの記事があれば○、とくに多いものは◎とした。テーマはA：社会性を持つもの、B：美容・ファッションのような自分に関するもの、C：家事、娯楽、D：読者参加型のもの大きく分けた。個々に掲げた以外のテーマもあったが、出現傾向に差がないものは割愛した。

日豪女性雑誌比較
—女性誌の占める位置に注目して—

表10：雑誌の言及テーマ

テーマ分類	言及テーマ一覧	日本							オーストラリア				総合誌	百及雑誌数	
		総合誌	生活情報誌	女性誌					女性誌			総合誌			
		週刊文春 02/06	家の光 02/06	ESSE 02/06	婦人公論 07/04	クロワッサン 09/04	コスモポリタン non-no	女性セブン	The Australian Women's Weekly 04/07	Cosmopolitan 06/04	Woman's Day 06/04	New Idea 06/04	Reader's Digest 01/06		
A	有名人の体験談・意見インタビュー	○	○	○	◎	◎	◎	○	◎	◎	◎	○		15	
	ゴシップ	○					○	◎	◎	◎	◎	○	○	11	
	社会問題	○	○						○	○			○	4	
	時事	○							○				○	3	
B	美容			○	○	○	○	○	○	○	○	○		9	
	健康	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	7	
	ファッション				○	○	◎	○	○	○	○	○		8	
	セックス	○					○		◎					4	
	恋愛・結婚				○					○				2	
	職業						○			○				2	
C	料理・家事		○	◎	○	○	○	○	◎	○	○	◎	○	12	
	裁縫		○						○					2	
	ガーデニング		○						○					2	
	育児		○						○					2	
	家計		○	◎								○		4	
	旅行		○						○				○	3	
D	小説	○	○		○				○					3	
	読者の広場・手紙			○	◎	○			○	○	○	○		8	
	体験談(読者)		○		◎							○		4	
	占い						○	○	○	○	○	○		6	
	懸賞		○						○					2	
言及分野総計		7	12	6	9	5	5	7	7	15	10	8	10	6	100

このように見ると女性誌の言及テーマの3大特徴はAでは有名人、Bでは美容・ファッション、Cでは料理ということであろう。両国ともに量の差はあれ、ほとんどの女性誌がこの3つをカバーしていた。またオーストラリアの女性誌の特徴はゴシップ記事の多いことである。日本の女性誌は、有名人のインタビュー記事が多い。これは選んだ雑誌の傾向

にもよる。例えば販売数の高い「女性自身」、「週刊女性」をも入れればゴシップがかなり多い傾向になることが想定できる。またDでは占いの多いことも女性誌の特徴と言える。

総合誌においてはDがなく、「週刊文春」、「リーダース ダイジェスト」ともにこのセクションのテーマには言及していない。

個々の雑誌の特徴を見ると、日本で第4位の「non-no」はほとんどカタログ誌の様相を呈している。ほとんどのページが最新流行のファッションナブルなモデルで占められ、それぞれの衣服の値段が明記されている。

反対に「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」はファッションに割いているのは数ページのみでまんべんなく言及テーマをカバーしている。総合誌のテーマである社会、時事のみならず、家事の中でも裁縫・育児・カーデニングと目配りよく、総数15のテーマに言及している。このような傾向はやはり販売部数の多い「家の光」にも言えることではあるが、「家の光」には女性誌の特徴である美容・ファッションが欠けている。

また、両誌の外観から来るイメージもかなり異なる。「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」の表紙はニコール・キッドマン、オーストラリア出身のデンマーク王妃メアリーというセレブを使い、ファッションナブルな印象を与える。ところが「家の光」は加藤登紀子、都はるみが表紙である。外観から見ると「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」は「non-no」に近い。

内容もトップ記事が「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」の場合は「トムと私 (ニコール・キッドマン)」というインタビューであるが、「家の光」は「じいじとばあばの子育て力」と堅実である。

8. まとめ

以上両国の女性誌を比較してきたが、オーストラリアで女性誌が多く読まれる理由は「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」に限らず、その広範囲なテーマ選択にある。とくに「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」はそのソフトなゴシップ、時事、社会問題をも含めた目配りのよさはファッションナブルな構成と相まって人気を得ていると考えられる。店売り雑誌の多いオーストラリアにあって、「オーストラリアン ウィメンズ ウィークリー」は予約購買による通信販売では第2位 (Subscribe HP) を占めている。自宅のリビングに置いておいても安心な家族全員で読める雑誌なのである。反対に日本の女性誌をみると、「non-no」はファッション、「ESSE」は家計、「婦人公論」、「クロワッサン」、「コスモポリタン」は有名人の体験談、「女性セブン」はゴシップと、それぞれの特化した編集方針が浮かび上がる。

【注】

- i 日本雑誌協会の発表では18位であった「MORE」の出版社：集英社はABC協会のメンバーであるが、この資料には「MORE」の部数が掲載されていない。この原因は不明である。

【参考文献】

- 井上輝子+女性雑誌研究会『女性雑誌を解説する』1989 垣内出版
『電通広告年鑑 '00 '01』2000 電通
東京女性財団『「ことば」に見る女性』1998 東京女性財団
『マガジンデータ』2003 日本雑誌協会
諸橋泰樹『雑誌文化の中の女性学』1993 明石書店

Sheridan, Susan *Who was that woman? The Australian Women's Weekly in the Post War* 2002 UNSW Press

Halls Magazine Reports : <http://www.hallsreports.com>

Isubscribe : <http://www.isubscribe.com.au/comments.cfm>

国際 ABC 連盟 : <http://www.ifabc.org/welcome.asp>

日本 ABC 協会 : <http://www.jabc.or.jp>

日本外務省 : <http://www.mofa.go.jp/mofaj/area/index.html>

日本雑誌協会 : <http://www.j-magazine.or.jp>

Magazine Publishers of Australia : <http://www.magazines.org.au>

在日オーストラリア大使館 : <http://www.australia.or.jp/>