

研究ノート

日本人の化粧に対する意識
— 女性の化粧義務の解消に向けて —

山下 海^{*1}, 矢野 円 郁^{*2}

The Japanese Perception of Makeup: Eliminating Mandatory Makeup for Women

YAMASHITA Umi^{*1}, YANO Madoka^{*2}

*1 神戸女学院大学大学院 人間科学研究科 人間科学専攻博士前期課程

*2 神戸女学院大学 人間科学部 心理・行動科学科 准教授

連絡先: 矢野円郁 yano@mail.kobe-c.ac.jp

Abstract

In Japanese society today, it is often said that makeup is an essential part of personal grooming for women, and some workplaces require women and only women to wear makeup. Dress codes and rules of personal grooming that apply only to women involve more than just makeup. In some workplaces, women are required to wear high heels or are prohibited from wearing glasses. These rules can have negative health effects or hamper employees' ability to work, and although there is a growing global movement to abolish such unfair dress codes for women, there are still many in Japan who consider them unavoidable and thus tolerate them. While many Japanese women wear makeup because they enjoy it, some use makeup simply because they feel it is mandatory for women. Conversely, some people are also opposed to men using makeup. In order to create a society where people decide their makeup use as they wish regardless of their gender, we need to eliminate gender stereotypes. This paper presents research on the history of makeup-related behavior and perceptions of makeup, as well as discussing what needs to be considered to build a tolerant society that is not dominated by gender stereotypes.

Keywords: makeup, gender, stereotypes, personal grooming

要 旨

現代の日本社会では、「化粧は女性の身だしなみ」といわれ、職場などで女性にのみ化粧が課されることがある。女性に対してのみ課される「身だしなみ」や服装規定は、化粧だけに限らない。仕事場で、女性のみヒールの高い靴を履かされたり、眼鏡をかけることを禁止されたりすることもある。これらの規定は、健康被害を生み、職務に支障をきたしうるものであり、世界的に、このような女性に対する理不尽な服装規定を廃止する動きが広がっているが、日本ではいまだに、「仕方がないこと」として許容する人も少なくない。化粧については、日本人女性も楽しみで行う人もいるが、女性だからしなければならないという義務感からされてのみ化粧を行う人も少なくない。逆に、男性が化粧することに対して否定的な人もいる。男女問わず化粧をしたい人がし、したくない人に強要しない社会にするためには、人々のジェンダースtereotypeをなくしていかなければならない。本稿では、化粧行動の歴史や化粧に対する意識についての研究を紹介しつつ、ジェンダースtereotypeにとらわれない寛容な社会を築くために考えるべきことを議論する。

キーワード：化粧、ジェンダー、ステレオタイプ、身だしなみ

女性の容姿に対する理不尽な要求

日本では、「化粧は女性の身だしなみ」といわれることがある。化粧をしないことは、マナー違反であり、女性なら化粧をして当然だ、このように考えている人は少なくないだろう。なぜ女性だけが素顔でいることがマナー違反とされるのであろうか。サウジアラビアやイランなどの国では、イスラム教についての解釈や理解に基づき、法律と習慣によりイスラム教徒の女性にベールの着用を義務づけているが、これに対して、ジョージ・W・ブッシュやニコラ・サルコジ、トニー・アボットなどの欧米の政治指導者は、女性が「抑圧」されていると指摘している (United Nations University, 2016)。日本では、職場などで化粧が女性にのみ課されることがあるが (毎日新聞, 2019b)、女性のみ素顔を晒すことが禁じられるならば、現代の日本社会にも女性に対する「抑圧」が存在しているといえる。化粧は、ブルカなど顔全体を覆い隠すほどのものではないが、肌に直接化学物質を塗り付けるため、ベールと異なり、健康被害をも生み出しうる。それを「身だしなみ」として、女性にのみ強要するのは理不尽といわざるをえない。人としての身だしなみではなく、「女性の身だしなみ」なるものが日本を含むさまざまな社会に存在するが、一方の性にのみ課される「身だしなみ」は必要なのか、いったい誰がそれを求めているのか、そもそも「身だしなみ」とは何か。

現代の日本社会で女性に対してのみ課される「身だしなみ」や服装規定は、化粧だけではない。仕事場で、女性のみハイヒールやパンプスなどのヒールの高い靴を履かされたり、眼鏡をかけることを禁止されたりすることがある。ヒールの靴は、外反母趾や腰痛などの健康被害をもたらす、視力の悪い人が眼鏡を着用できないことは、事故にもつながり、コンタクトレンズの着用は眼障害を引き起こしうる。また、健康被害だけでなく、職種によっては仕事自体にも支障が出うる。たとえば、服装規定が厳しい主な職種である接客業で、職務中に緊急事態などが発生した場合、ヒールのある靴を着用し、視力が悪いにもかかわらず眼鏡を着用していないという状態では、自身だけでなく客の安全を

確保する行動をすばやくとることも難しくなる。このような多くのデメリットがあるにもかかわらず、これまで、このような女性の容姿に対する理不尽な規定が当然のものとして社会で許容されてきた。女性たちは、理不尽な規定に対して苦痛や不満を感じながらも我慢をするか、仕事を辞めるしかなかった。しかし、近年の SNS (social networking service) の普及により、一個人の意見や苦痛を社会に発信することが容易になり、同じ経験や意見をもつ一般人同士が協力して社会に問題を提起することが容易になった。その結果、女性に対する理不尽な服装規定に対して疑問視する声も大きくなり、マスメディアでも取り上げられるようになり、これらの規定をなくそうという運動が世界的に広がってきた。日本でも2019年の1月、一人の女性がツイッター上で、ヒールやパンプスの強要に対する疑問を発信したことがきっかけとなり、ヒールやパンプスの着用で痛みやケガを経験した女性を中心に共感を呼び、強制をやめさせることを要望する1万9000筆近い署名が厚生労働省に届けられた (毎日新聞, 2019a)。この運動は性暴力告発の動きの際に使われたハッシュタグ「#MeToo」をかけて「#KuToo 運動」と呼ばれ、2019年「新語・流行語大賞」でトップ10に入るほどの盛り上がりとなった。これに続いて、日本では女性にだけ眼鏡の着用を禁止している企業があることも問題視されるようになり、国内外のさまざまなメディアで批判的に取り上げられるようになった (BBC, 2019; 毎日新聞, 2019c)。化粧についても、SNS 上などで、女性に対する化粧義務についての批判の声が挙げられているものの、「#KuToo 運動」のような盛り上がりはまだない。イギリスのヴァージン・アトランティック航空は、女性の客室乗務員に化粧を義務付けた社則を変更し、ノーメイクでの勤務を認めるとの新指針を発表したが (朝日新聞, 2019a)、日本では、いまだに化粧義務など服装規定の性差を「仕方がない」と容認する意見も少なくない (毎日新聞, 2019b)。

なぜ女性は、健康被害を受けてまでも、また職務に支障をきたしてまでも、容姿を美しく見せる努力をしなければならないのであろうか。容姿が良い方が好まれるのは女性だけに限ったことではなく、また日本社会に限ったことでは

なく、一般的に「美しいことは良い」というステレオタイプが存在し (Dion, Berscheid, & Walster, 1972)、身体的魅力は男女を問わず、異性に対する評価を左右する重要な要因であることが示されている (Walster, Aronson, Abrahams, & Rottman, 1966)。しかし、身体的魅力の影響の程度や作用の仕方には性差があり、男性は女性よりも身体的魅力を重視することが、繰り返し指摘されてきた (Buss, 1989; Feingold, 1991; Sprecher, Sullivan, & Hatfield, 1994, など)。近年の日本の調査でも、未婚者が結婚相手に求める条件として、女性は容姿よりも経済力や職業を重視する割合が高いが、男性はその逆であり、経済力や職業を重視する割合は極めて低く、この傾向は1992年の調査以降変化はみられない (国立社会保障・人口問題研究所, 2015)。身体的魅力の重要性の性差の存在に対する進化心理学的な説明の妥当性については、ここでは議論を省略するが、このような現状のもとでは、本意か本意かにかかわらず、女性は身体的魅力を高めるために化粧をすることになる。

化粧行動や化粧に対する意識に関する研究

日本人はいつの時代から化粧を行うようになったのであろうか。村澤 (2006) によると、日本で初めて化粧が記述された文献は『日本書紀』で、化粧は古くは魔除けや社会的地位を示すために施されていた。日本書紀に「兄の彦火酢芹命が掌と面に赤土を塗って、弟の彦火々出見命に俳優者になると告白した (神代下)」と記されているとおり、当時は男性も化粧を行っていた。また、平安時代の貴族や戦国時代の武士らは、権威を示すためや扮装のために化粧をしていた。一方、女性の化粧は、当時の儒教的な女性観を背景として、家のため、夫のために身を飾る義務として行われてきたようである。伝統的な武家階級では、化粧をしなければ、夫や親の前に出るべきではないとしつけられ、化粧をすることはいわば女性の義務とされていた。『女重宝記』(1692) に、化粧は「女のさだまれる法にして…女とむ(う)まれて八十一日もおしろいをぬらずかほ(顔)に有べからず」とあり、『新撰増補女大学』(萩原乙彦編, 1880年刊)にも「紅粉を装うのは、女の礼なり、たしなみなり。…婦人の貌修復さ

れば、君子に見えず」とある。さらに、江戸時代の代表的な女子教訓書である『女大学』では、「容貌の醜をもって才・不才を定むべからず。只女子はたしなみにあり。美ならずも端正に貌作るが女子の礼也」と謳われている。このように、男性は鬪いを有利にするために化粧を行っていたのに対し、女性の化粧は「たしなみ」として課されてきた経緯があり、その意識が現代の日本社会にも受け継がれていると考えられる。

文化比較においても、日本と西欧との化粧に対する意識の違いが示されており、西欧では、古くは男女ともに、生まれながらの自然な美しさを賞賛する声絶えず、化粧の全面否定がなされ、化粧による人工的な修正は神に対する冒瀆で忌まわしい行為であると考えられていた（村澤，2006）。現代の日本人と英語圏出身者の化粧行動に対する意識の違いを調べた研究においても、日本人は化粧を礼儀や役割として捉えているのに対し、英語圏出身者は社会人であっても、礼儀や役割として捉えることは少ないことが示されている（松本，2004）。もちろん現代の日本人女性も、礼儀や役割といった義務感のみから化粧を行っているわけではない。化粧をすることによって、自分の容姿への満足度を上昇させることができ（Cash, Dawson, Bowen, & Galumbech, 1989）、自信が高まり（余語・浜・津田・鈴木・呉，1990）、社会適応や心の健康が得られると感じる（松井・山本・岩男，1983）といったポジティブな効果もある。問題は、そういったポジティブな効果の恩恵を受けることなく、女性だからしなければならないという義務感にかられてのみ化粧を行う人も少なからずいるということである（山下・矢野，2019）。

化粧をする理由を年代別に調べた岡崎（1993）の研究では、18歳から24歳は魅力の向上や顔を創造する楽しみを目的として化粧を行っているのに対し、25歳から34歳の社会人は、仕事や立场上、化粧をしなければならないという義務感が化粧をする理由であることが報告されている。山本・加藤（1991）の研究でも、社会人女性の化粧目的が身だしなみやマナーといった社会的要因が強いこと、女子学生も個性の表現として化粧を重視しているが、必要がなければ化粧はしたくないという人が多いことが示されている。化粧には、肌への負担だ

けでなく、時間的にも金銭的にもコストがかかるため、そのコストに見合うだけのメリットが感じられなければ、必要がなければしたくないと思うのは当然のことであろう。

化粧義務とジェンダーステレオタイプ

いったい誰が、さまざまなコストのかかる化粧を「女性の身だしなみ」と考えているのだろうか。社会人の男女を対象とした山下・矢野（2019）の調査では、男女ともに、「女性は化粧をすべきだ」と考える人がおり、男性の場合、ジェンダーステレオタイプが強い人ほど、女性に化粧を義務付けるという関係が示されている。この調査で用いられたジェンダーステレオタイプの指標は、「夫は外で働き、妻は家を守るべきである」といった性別役割分業観であり、平均的には男性の方が女性よりも性別役割分業観が強い。政府の世論調査によると、2002年までは性別役割分業観を肯定する人が減少し、否定する人と同程度の割合になったが、その後は大きな変化はなく、2016年の調査では、肯定する人が女性で37.0%、男性で44.7%であった（内閣府男女共同参画局，2016，p.12）。男性が女性に化粧を義務付ける態度の背景には、「女性はこうあるべき、男性はこうあるべき」というジェンダーステレオタイプがあると考えられる。

一方、女性においては、性別役割分業観と化粧義務態度との間に相関は見られておらず、女性自身が化粧をすべきだと考える要因はまだわかっていない（山下・矢野，2019）。女性の場合、自分自身が化粧すべきという義務感と、他の女性にも強制する意識が共存しているため、ジェンダーステレオタイプ以外の要因の影響も検討する必要がある。女性自身も化粧を「身だしなみ」や「マナー」と捉える人が少なくないが、なぜそれがマナーであるのか、マナーとは何か、誰がそれを決めるのか、といった疑問を持つことなく、決められたことは必ず守るというタイプの人（ある意味、規範意識の高い人）が化粧すべきだと考えるのかもしれない。また、周囲の女性が化粧をするから自分もしなければならぬといった同調傾向の強さも化粧義務に影響している可能性がある。

ここまで、女性の化粧の義務について論じてきたが、近年、化粧を行う男性が注目を集めており、「ジェンダーレス男子」と呼ばれ、メディアでも多数紹介されている。山下・矢野（2019）の質問紙調査では、「したい人は男性も化粧をすればいいと思う」かどうかの質問に対して、53%の人が肯定したが、否定的な人も多いことが報告されている。さらに、この調査では、性別役割に関して男女平等主義的な人ほど男性の化粧を許容（肯定）することや、女性においては若い人ほど男性の化粧を許容することも報告されている。ジェンダーステレオタイプの強い人は、女性に化粧を義務付ける一方で、男性が化粧することを否定する。身だしなみやマナー（礼儀作法）というものは、人に不快感を与えないようにふるまうことであるが、一方の性が行うと不快感を与え、他方の性が行わないと不快感を与えるという化粧。そのような不快感をもつ人は、おそらく、女性が化粧をし、男性が化粧をしないという社会の中で生きてきたために、その状態を「普通」と考えているのであろうが、なぜそれが普通となったのか、普通であるべきなのかということを今一度問う必要がある。

日本人女性の化粧義務は解消可能か

2019年12月17日、世界経済フォーラム（WEF）が、各国の男女格差（ジェンダーギャップ）を調べた「男女格差報告書」を発表したが、日本の順位は過去最低となる121位であった（朝日新聞, 2019b）。先述した2016年の国内の世論調査でも、男女の地位は平等になっておらず、「男性の方が優遇されている」と感じる国民が74.2%もいた（内閣府男女共同参画局, 2016, p.8）。にもかかわらず、先述したように、「夫は外で働き、妻は家を守るべきである」といった性別役割を肯定する人は少なくない。こういったジェンダーステレオタイプの根強さが、ジェンダーギャップが縮まらない理由であろう。欧米諸国と比較して、「日本人は厳格な社会規律をおとなしく守り、その社会の既成のパターンをたえず繰り返す従順なロボットのような画一的な人種である」といわれているが（Reischauer, E. O., 1988 福島訳, 1990, p.200）、決められたことに對して、その是非をよく吟味せず、従順に従うのは日本人の傾向なのだろうか。

個人主義的なイギリス人やアメリカ人から最も遠くはなれた対極にあるのが、日本人であるとも考えられており (Dore R.P., 1990 加藤訳, 1991, p.59)、欧米人と比較すると、日本人は周囲の人に合わせる傾向も強いようである。このような文化的傾向を踏まえると、日本人は、化粧行動においても、なぜ女性は化粧をすべきで、男性は化粧をすべきでないのかということを問うことなくその慣習に従い、周囲に合わせた行動をとるため、化粧をしない女性や化粧をする男性に対して、不寛容な態度を示す人が少なくないということであろう。

男女問わず化粧をしたい人がし、したくない人に強要しない社会にするためには、ジェンダーステレオタイプをなくしていかなければならないが、どうしたら人々の意識を変えられるであろうか。社会全体の意識変容のメカニズムについては、コホート交代説 (cohort replacement theory)、社会構造説 (social structural theory)、イデオロギー習得説 (ideological learning) などが挙げられている (Brooks & Bolzendahl, 2004)。コホート交代説は、古い出生コホートが若い出生コホートに入れ替わることによって意識変容が起きるというものであり、各コホートは幼少時の経験などが異なるため、集団として意識が異なることが前提とされている。たとえば男性の化粧について、若い人ほど容認する傾向があるため (山下・矢野, 2019)、男性の化粧に不寛容な古い世代の人々が若い世代に入れ替わることによって、次第に社会全体が男性の化粧に対して寛容になっていく可能性が考えられる。また、社会構造説は、人口構成の変化に伴って社会全体意識が変容するというものであり、ジェンダーに関する意識は社会における個人の位置、特に経済的属性や家族関係に関わる属性 (婚姻や子どもの有無など) で異なるため、労働力率の変化、離婚率やひとり親世帯の増加、出生率の変化などに伴って変化していく (釜野, 2013)。最後に、イデオロギー習得説とは、ある領域における既存の考え方に沿うような考えを個人が取り入れるという見方で、たとえば権利意識という視点が普及すると、人々は、女性の権利についても受け入れるようになるということである (釜野, 2013)。権利意識の普及においては、近年、SNS が多大な効果を発揮しており、前述の「#KuToo 運動」が波及し、「メガネ禁止」などさまざまな女性に対す

る理不尽な規定が社会問題として浮上するに至った。

人々がイデオロギーを習得する主要な場として家庭や学校がある。各家庭の状況はさまざまであり、子どもの性別役割のモデルとなる父母の役割についても、平等的な家庭もあれば、そうでない家庭もある。したがって、男女平等主義的な思想を普及させるために、学校教育の果たす役割は大きい。新しいコホートがジェンダー不平等な現状を「普通」と認識してしまわないよう、人権という観点から、男女平等な社会の在り方を考えさせる教育が必要である。かつて、「女は大学に行くな」という時代があった。「女は化粧しろ（男は化粧をするな）」という時代も「かつて」となる日がくるよう、ジェンダーステレオタイプを解消する教育や研究の促進が求められる。

引用文献

- 朝日新聞 (2019a) 客室乗務員、メイク義務廃止 英航空大手、ズボンも配布へ 2019年3月6日 朝刊
- 朝日新聞 (2019b) 日本の男女格差、過去最低121位 女性閣僚の少なさ響く 2019年12月17日 夕刊
- BBC ニュース (2019) 「女性社員は「メガネ禁止」、冷たい印象だから？日本で物議」 2019年11月11日
<https://www.bbc.com/japanese/50370886> (閲覧日2019年12月17日)
- Brooks, C., & Bolzendahl, C. (2004) "The Transformation of US Gender Role Attitudes: Cohort Replacement, Social-Structural Change, and Ideological Learning", *Social Science Research*, 33, 106-133.
- Buss, D. M. (1989) Conflict between the sexes: Strategic interference and the evocation of anger and upset. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 735-747.
- Cash, T F, Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989) Effects of Cosmetics Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women. *The Journal of Social Psychology*, 129(3), 349-355.
- Dion, K. K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972) What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Dore R. P. (1990) Will the 21st century be the age of individualism? 加藤幹雄(訳)
(1991) 21世紀は個人主義の時代か—西欧の系譜と日本 サイマル出版会
- Feingold, A. (1991) Sex differences in the effects of similarity and physical attractiveness

- on opposite-sex attraction. *Basic and Applied Social Psychology*, 12, 357-367.
- 釜野さおり (2013) 1990年代以降の結婚・家族・ジェンダーに関する女性の意識の変遷：何が違って何が変わらないのか（特集 日本の結婚と出生：第14回出生動向基本調査の結果から（その1）） 人口問題研究所, 69, 1, 3-41.
- 国立社会保障・人口問題研究所 (2015) 『現代日本の結婚と出生：第15回出生動向基本調査（独身者調査ならびに夫婦調査）報告書』
- 毎日新聞 (2019a) 広がる #KuToo の声 「社会通念」変えていこう 2019年6月8日朝刊
- 毎日新聞 (2019b) #KuToo? 職場の服装規定に性差 スーツ義務/ヒール高さ指定...でも「仕方ない」3割 2019年11月18日 朝刊
- 毎日新聞 (2019c) あしたの元気になる! ハイヒールもメガネも = 小国綾子 2019年11月19日 夕刊
- 松本有里 (2004) 化粧行動に対する意識 東京女子大学心理学紀要, 1, 26-36.
- 村澤博人 (2006) 化粧の文化学 高木 修(監修) 大坊郁夫(編著) シリーズ21世紀の社会心理学 化粧行動の社会心理学 (第3版) (pp. 48-63) 北大路書房
- 内閣府男女共同参画局 (2016) 男女共同参画社会に関する世論調査 平成28年10月
<https://survey.gov-online.go.jp/h28/h28-danjo/index.html> (閲覧日2019年12月27日)
- 岡崎晶子 (1993) 化粧の心理的効用 マーケティング・リサーチ, 21, 30-41.
- Reischauer, E. O. (1988) *The Japanese today: change and continuity*. Belknap Press 福島正光(訳) (1990) ザ・ジャパニーズ・トゥデイ 文藝春秋
- Sprecher, S., Sullivan, Q., & Hatfield, E. (1994) Mate selection preferences: Gender differences examined in a national sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 1074-1080.
- United Nations University (2016) 欧米におけるイスラム教徒女性への偏見に取り組む 2016年8月12日
<https://jp.unu.edu/publications/articles/confronting-prejudice-against-muslim-women-in-the-west.html> (閲覧日2019年12月10日)
- Walster, E., Aronson, E., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966) Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508-516.
- 山本純子・加藤幸枝 (1991) 化粧に対する意識と被服行動 椋山女学園大学研究論集, 22, 251-264.
- 山下海・矢野田郁 (2019) 女性は化粧をすべきか 日本心理学会第83回大会 ポスター発表
<https://www.micenavi.jp/jpa2019/img/figure/10318.pdf> (閲覧日2019年12月27日)

余語真夫・津田兼六・浜治世・鈴木ゆかり・互恵子（1990）女性の精神的康に与える化粧の効用 健康心理学研究, 3, 28-32.