



Title	化粧行為からみるコミュニティ参与：対話的手法を用いて
Author(s)	坂口, 恵利佳
Citation	日本学報. 2019, 38, p. 70-99
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/85154
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

【卒業論文】

化粧行為からみるコミュニティ参与

—対話的手法を用いて—

坂口 恵利佳

はじめに

本研究では、化粧をめぐる行為と意識の多様性を明らかにし、個人の化粧に対する、集団（コミュニティ）の影響を検討する。そのため、国公立大学に通う女性9人を対象にインタビュー調査を行い、分析した。

1章では、先行研究と本研究の目的を述べる。化粧行為に関する先行研究は幅広いが、中でも、化粧史、化粧心理学、フェミニズムに焦点を当てる。2章以降では、国公立女子大生へのインタビュー結果を分析し、考察を加える。2章では、インタビュー対象者（以下、対象者と称する）の化粧行為の実態と化粧意識をポーラ文化研究所のアンケート調査と比較し、分析する。それによって、同年代の女性全体の傾向と比較した場合、対象者の立ち位置をある程度明らかにすることができる。3章では、インタビューの語りをもとに、対象者の化粧行為と化粧意識について分析し、4章では、就職活動時および社会人としての化粧規範について検討する。就職活動を行う学生が触れるメディアにおいて、どのように化粧が言及されているか確認し、そこで語られる化粧と実際に社会人女性が行う化粧の相違を確認する。そして、そのような

化粧規範の意味と化粧の意味について検討する。

ここでいくつか本文中で用いる語の定義をしておく。「化粧」は顔に施すメイクアップを指す。「メーク」「メイク」は「化粧」と同義で用いる。本文中では原則として、「化粧」を用いるが、例外として、引用文献やインタビューにおいては「メーク」「メイク」が用いられた場合、そのまま引用する。前述に従い「ナチュラルメーク」の表記を用いる。これは派手でなく、自然に見えるように（厚化粧に見えないように）作り込まれた、健康的で清潔な印象を与えることを目指した化粧方法をいう。「化粧意識」は、化粧行為にともなう心理を指す。「化粧規範」は化粧について、こうあるべきと決められていることを指す。「コミュニティ」は、複数人の人の集まり全てを指すこととする。そのため、学校での友人関係や社会も「コミュニティ」と称する。「コミュニティ」と「周囲の人間関係」を同じ文脈で使用した場合、「コミュニティ」は、「周囲の人間関係」を内包した、それより大きな集団を指す。学校全体と自分の友人の対応関係がその例である。「ルール」は「規則」と同義で用いる。明文化された決まり事を指す語であり、本稿もそれに従う。ルールは罰則をともなうことが多い。「規範」はル

ールがコミュニティの構成員に内在化された、価値基準やあるべき理想形を指す。ルールと規範が重なる場合もある。

1. 先行研究の問題と本研究の目的

(1) 先行研究レビューによる明らかにすべき問題の所在

化粧研究は、多岐にわたる分野で行われてきた。そこで、本稿では文化という点から研究史を検討する。日本において化粧を文化として研究し始めたのは、1976年に設立されたポーラ文化研究所であるとされている。1980年代から、大坊や村澤などの多くの研究者が、既存の心理学のフレームから化粧心理学という分野を定義し、化粧意識や化粧のもたらす効果を明らかにしてきた。松井ら[1983]は、化粧は「変身願望」、「創造的楽しみ」、「周囲への同調」、「社会的役割の適合」が目的であるという。南[1991]は、化粧の通過儀礼としての役割に触れ、村澤[2001]は、欠点を「隠す」と自己表現して「見せる」ことが化粧の二大機能であると述べた。大坊[2004]は、化粧を社会的スキルとみなし、その心理的な働きは、「自己満足感と対人的な効用といえる役割遂行」、「自己呈示を通じてなされる自尊心の向上」、「他者からの評価向上による満足感」であるという。遠藤[2011]は自己呈示機能に注目し、阿部ら[2011]は、化粧の高揚と鎮静の作用が公私の切り替えに寄与していると示唆した。その他、様々な研究があるが、化粧の目的は対目的動機と対他動機に分けられ、その機能は欠点を隠すことと自己表現であるとまとめられる。

図1 化粧行為の目的・効果マトリックス

化粧心理学の研究や化粧分野研究の流れ

を受け、2005年には化粧文化研究者ネットワーク¹が活動を開始し、企業と協同して化粧を多角的な視点から研究しようと試みている。

これら一連の研究は、化粧の効用や化粧意識のポジティブな面を明らかにすることに寄与する一方、量的研究や文献研究の手法を取るものが多く、化粧行為の多様性や両義性を明らかにするには不十分であった。

図2 多様性検討に対する量的研究への限界

1980年代から、フェミニズムにおいて女性の美は、男性社会によって作られた性的役割であり、それを求めるのは抑圧であると化粧のネガティブな面が指摘されてきた(フリードマン[1994]、ナオミ[1994])。

「美しくあれ」という規範を社会問題として取り上げる著作は、2000年代初め頃から見られるようになる。例えば、石井[2003]は、美しい人ばかりが得をしているという不平等な感覚のある社会を「肉体不平等社会」と呼び、鈴木[2006]は、女性は美しさを目指すべきであるという「キレイ・イデオロギー」[鈴木 2006: 11]の苦しさに注目した。

化粧は、本来、どのような条件下で行うかによって同一人物においても捉え方が変わるものであり、また行為者ごとに実践の仕方の異なる個人的な体験である。それ故、化粧を良いもの、悪いものとして分けられれば実態が見えなくなってしまう。そこで、本研究では校則と社会規範の間にいる大学生を対象に、化粧行為の実態と化粧意識を明らかにし、化粧規範の意味について検討することを目的としたインタビュー調査を行う。化粧を個別具体的な体験として扱うことで、多様な化粧観を得られれば、「女性が化粧をすることは当たり前」という社会の圧力に対し、より自分らしくあることに貢献できるのではなかろうか。

(2)本研究の目的

本研究の目的は、高校の校則(「化粧はしてはならないもの」と社会人の規範(「化粧はしてはならないもの」)の間で揺れる大学生である彼女らの言葉を拾い上げ、(1)そのような人達の化粧行為の実態と化粧意識、(2)どのようにして「化粧をすることが当たり前だ」という価値観が形成されていくのかの2点を明らかにし、(3)化粧規範の意味について検討することである。

木戸[2015]は化粧行為の当事者が抱く実感に即した知見を得る必要性から質的研究の重要性を主張し、ナラティブアプローチによる研究を試みた。他者との関係において化粧を捉えるのではなく、自己と化粧を行う場(「宛先」との媒介になりうる「対話的」なものとして化粧を捉え、化粧(する・しない)の選択について、インタビューを行っているが、化粧しない選択や行為者の心理面にあまり踏み込んでいない。本稿では、化粧の場合によって、行為者にとって両義的なものと捉え、化粧(する・しない)の選択を行う状況と、選択にともなう心理的变化に注目した。木戸の指摘に賛同し、インタビューによる質的調査を試みたものではあるが、以上の点で異なる。

インタビュー形式と対象者の属性概要は以下の通りである。

表1 インタビュー概要

対象者は、2017年現在、国公立大学に通っている。「する／しない」「好き／好きでない」といった化粧行為に対するスタンスが不安定な人が7人、明確に「する」「好き」と答えた人が2人であった。この2人は予備調査時に化粧行為に対する葛藤はないと答えて

おり、高校時に、普段から化粧を行っていたため、前の7人と少し属性が異なる。とはいえ、校則(「化粧はしてはならないもの」と社会人規範(「化粧はしてはならないもの」)の間にいる大学生という点では同じである。より多面的に女子大学生の化粧行為の実態を明らかにできると考えたため、この2人も分析に加えている。次章では、インタビュー結果を集計し、先行するアンケート調査との比較を交えて分析する。

2. インタビュー分析(数値から)

(1)同年代女性とインタビュー対象者の比較

ポーラ文化研究所は、2007年から2017年現在まで、「女性の化粧行動・意識に関する実態調査」(以下、ポーラ調査)を行っている。これらと著者が行ったインタビュー調査のデータを比較し、同年代の女性と比べた対象者全体の特徴を確認する。

2008年から2012年までの調査項目にある「メイクを行うことへの好意度」を経年比較し、2008年の調査から「メイクを行っている理由」「目指すメイクイメージ」²を、2017年の調査から化粧習慣についてのデータを抽出し、比較していく。

ポーラ調査は、調査会社を通して、インターネットを介して行ったアンケート調査³であり、首都圏在住の15~64歳の女性1500人が対象である。性別、年齢以外の情報が不明な状態で得たサンプルから更に無作為抽出を行うことで、首都圏の女性の化粧行為・意識を調査できている。首都圏外であっても、国内であれば、同じメディアや商品に接している可能性が高いため、この調査結果を、国内全体の女性の化粧行為傾向とみなしてもさほど問題はない。本研究の調査はサンプリング方法も数もポーラ調査と異なるため、そ

インタビュー	調査時期	調査内容	年代	性別	職業	化粧は好きか	化粧の 得意 苦手	化粧の 理由 目的	化粧の 道具 用品	化粧の 場所 時間	化粧の 回数 頻度	化粧の 効果 満足度
M.M	2017.6.29	112.02	女性	1995	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
A.N	2017.7.6	101.31	女性	1996	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
R.N	2017.7.13	144.12	スカイフ	1997	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
Y.O	2017.7.18	115.20	スカイフ	1997	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
H.Y	2017.7.18	045.20	女性	1995	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
E.K	2017.8.21	149.58	女性	1995	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
Y.A	2017.9.12	115.37	女性	1994	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
M.S	2017.10.6	079.06	女性	1995	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧
M.I	2017.10.18	111.33	女性	1994	学生	化粧は好き	なし	化粧は好き	化粧	化粧	化粧	化粧

表1 インタビュー概要

のまま対応させて比較することは困難だ。しかし、上記の理由から、これらと比較することによって、化粧行為における対象者の国内の女性の中での立ち位置に対し、示唆が得られるのである。以下、特に断らない限り表の出典はすべてこのポーラ調査である。

答えた人が6人、「嫌い」と答えた人が1人だった。ポーラ調査の「やや好きである」と「あまり好きではない」のどちらかを、答えるときの気分で選択する人たちといえよう。

表3 普段メイク実施理由

[1]化粧意識

化粧への好意度は、年代・職業別で分け、「非常に好きである」「やや好きである」「あまり好きではない」「非常に好きではない」の項目ごとに割合を出し、前者2項を「メイクが好きの人」残りの2項を「メイクが好きではない人」と分けている。対象者の年代と一致する20～24歳のデータと対象者のデータを比較する。

表2 化粧好意度

表2のデータを見ると、過半数が「メイクが好きの人」である。しかし、この分類では、化粧が好きなきも嫌いなときもある人の割合はわからない。

対象者は、「好き」と答えた人が1人、「好きでも嫌いでもないが面倒」「好きなきも嫌いなときがあり、場合によって変わる」と

表3より、「自信をもちたい」と「周りから良く思われたい」割合が低いことから、対象者は同年代の女性と比べ、他者をあまり気にしない傾向があるといえる。「周りから外れたい」割合に差がなく、「個性を表現したい」割合よりも「TPOに合わせるため」と「仕事や業務に必要」の割合が高いことから、化粧の第一義を身だしなみと捉えていることがわかる。化粧の肌の保護の役割は意識していない。「周りから良く思われたい」と「気持ちを変えたい」と「イメージチェンジしたい」の割合から化粧を戦略的に自己呈示の道具として用いてはいないといえる。

[2]化粧習慣

2017年調査とインタビュー結果を比較する。

表4 化粧頻度

化粧頻度について、ポーラ調査は毎日、ほぼ毎日、ときどきメークする人を合わせて88%としている。その基準に従うと対象者の約9割が化粧していることになり、ほぼ一致する。

表5 化粧にかかる時間

化粧にかかる時間は、対象者が少し短い、どちらも15分前後の化粧時間の人が最多である。

表6 化粧時アイテム使用率

全体的にポーラ調査よりもアイテム使用率が低い。対象者のアイテム使用率が、ポーラ調査の使用率を超えたのは、2項目で、「口紅」と「フェイスパウダー」である。使用率が50%を超えたアイテムは、多い順に「口紅」「アイブロー」「アイシャドウ」「チークカラー」「フェイスパウダー」「ファンデーション」「アイライナー」である。「フェイスカラー」「コントロールカラー」などの使用率も低いことから、肌を作り込んでない。対象者は基本的なアイテムを使い、特別な化粧をしていないといえる。

化粧品の購入場所としては、対象者のほぼ全員がドラッグストアで化粧品を購入している。ドラッグストアで売られる化粧品は、一般に「プチプラコスメ」と呼ばれる1000～2000円の商品がほとんどである。「化粧品にお金かけるくらいなら趣味に使いたい」という発言もあり、化粧品にコストをかけたくないのだと推察する。

(2)インタビュー対象者の化粧環境と意識

[1]化粧習慣を形成する環境

松井ら[1983]は、友人などの重要他者か

らのフィードバックが化粧行動を規定すると指摘した。友人や恋人と化粧行為の関係については先行研究が見られるが、家族の化粧との関係を調査したものは少なく、この点については3章で詳しく見ることとし、ここでは大学での人間関係についてのみ述べる。大学では、学科の友人・サークルや部活の仲間と過ごす人が多く、学科を越えた付き合いや、高校時代の友人との頻繁な交流はなかった。また、対象者が属していると感じているコミュニティにおいて、「化粧する人が多い」と答えた人と、「化粧しない人が多い」と答えた人、また「人による」と答えた人はそれぞれ同じ割合であった。それぞれの環境で、素颜でも「許容される」と答えた人は5名いる。それは、普段基本的に化粧しないと答えた人が多かった。また、「人による」と答えた人(2名)は、仲のよい人や人間関係の構築できている人であれば素颜で大丈夫だと思ふと述べた。周りが化粧しているかどうかよりも、素颜でいても許容されるかどうか、すなわち、素颜でいることが不利益にならないかが化粧行為に影響するといえる。

[2]化粧意識

○他者のまなざし

他者の目を気にするかどうかの問いに対しては、「気にしない」と答える人が半数をこえた。同様に、素颜を見られても構わないと答えた人も半数をこえている。よって、対象者はあまり他者の目を気にしておらず、また、素颜の状態にあまり抵抗がないとわかる。

○化粧しなければならない感覚

対象者のうち、約8割が大学生は化粧をするものだと思っていた。しかし、実際に行うかには個人差があった。対象者のうち約7割の人が「化粧しなければならない空気」を感じており、そのうちの約7割が「それを感じ

ると化粧が嫌になる」と答えている。「化粧しなければならぬ空気」を感じた対象者は全員、就職活動を経験しており、日常の大学生活やアルバイト時よりも就職活動においてその空気を強く感じたと答えた。

ここまでインタビュー結果を数値化し、対象者の現在の化粧行為の特徴をみてきた。同年代の女性と比較して、対象者全体としては化粧頻度に差はないが、かける時間が少し少ない。基本的なアイテムを使用し、無難に、見ている人が化粧をしているなど感じさせる程度の化粧を目的に化粧をする。化粧は好きなときと嫌いなときがあるが、基本的には面倒だと感じている。対目的というより、対外的に化粧を行っている。化粧しないと選択するのは「しなくていい言い訳」が成立するときのみである。化粧行為に心理的負荷がかかる人が多い。化粧方法にこだわりはなく、必要に応じて主に道具の使い方をインターネットで検索して学ぶ。周囲の人間の影響で、化粧を始めた人が多い。家族の化粧行為のうち、ネガティブな面が受け継がれやすい可能性があった。素顔の状態にあまり抵抗はなく、所属コミュニティで、素顔でいることが不利益にならない場合、化粧(する・しない)をそのときの気分で選択できていた。多くの人が化粧しなければならぬ空気を感じており、全体の半数がそれに対して抵抗感を示していた。その空気は就職活動において強く認識されるものである。

対象者は、大学生になったら化粧するものだと思っているが、実際の行為には個人差が見られる。このような差を生んだ原因について考察する。

(3)化粧行為をする／しない選択

表7 化粧を始めた時期

表8 高校時の化粧行為

そのために、化粧を始めた時期および高校における化粧をめぐる環境についてたずねた(表7, 8)。就職活動をした5人全員が就職活動時に「化粧していない人は周りにいなかった」と答えている。「これから就職活動をするとしたら化粧するか」と学部2年の2人に聞いたところ、「すると思う」と答えた。行った化粧について、就活メークと呼ばれるナチュラルで健康的に見せることを意識した無難な化粧を行ったのが3人、普段通りの化粧をしたのが2人であった。普段通りの化粧をした人は、自分の化粧を「薄い化粧」「派手でない」と思っており、行った化粧は就活メークと差がない。遠藤[2011]は、就職時の外見がイラスト等で指示され、マニュアル化されており、就職活動を行う人の間で化粧行為に差はないのではないかと予想した。また、「学生という身分でありながら社会人としての行動規範に従う意識が強く反映されている」と指摘している。本調査の結果は遠藤[2011]の指摘と一致する。

以上の結果は、化粧(する・しない)のスタンス切り替えには、校則と就職活動の影響があることを示している。高校時に化粧をした人たちは、校則で化粧が禁止されていないか、周りがしていたため、化粧した。化粧行為が当然だと考えており、抵抗はない。化粧をしなかった人たちは、校則が厳しいか、緩くても校則を守ろうとするタイプであった。大学は、化粧が校則で禁止されておらず、するか否かを自分の意志で選択できる状態である。対象者のうち、就職活動をした人全てが、それまで化粧をしていなくても化粧した。「化粧しなければならぬ空気」が就職活動にあると答えた人は多く、「化粧しないことで、常識のわかっていない人間だと思われるのではないか」という発言もあった。片瀬[1997]は、業績志向の強い女子学生ほど、化粧やファッションに関心が高いという傾向があるという。彼女たちは、自分の評価を下

げないために化粧を行っていると考えられる。

3. インタビュー分析(語りから)

この章では、インタビューの語りから、対象者の化粧行為を〈校則と化粧〉〈所属コミュニティと化粧〉〈就職活動と化粧〉〈見られ、語られる顔〉に分けて分析する。

(1)校則と化粧

[1]校則の理不尽性

M.M.の高校は自由な校風だったが、「身なりについてはものすごく厳格」だったという。冬場のタイツすら禁止されていた。校長が変わり、服装規定が更に厳格になると、バレーボール大会や学祭などの特別な日の化粧も禁止されていった。M.M.は化粧など、自身を飾ることに興味がなかったが、校則については不満があった。「なんでストッキングだけなんだよ、なんでタイツ駄目なんだよ」と思ったが、担任から「まあ俺もさぞかし寒いだろう、つらいだろうと思うけど、そう決まっちゃったもんだから、仕方ないから従ってくれ、すまん」と言われ、それ以上何も言えなくなった。雪の降る地域の子が、何度も先生に訴えたが、防寒具は許可されなかった。

S.N.の学校の校則は緩く、厳しい先生もあまりいなかったため、「ヤンキーたち」は化粧していた。「校則で決まっていることをきちんと守る子は多かった」ようで、彼女もその1人である。だが、校則については「なんだそれ」と思っていた。

ルールで決まっているというのかわからなくはないんだけど、じゃあ、なんでそんなルールなの？って聞いたときに、「ありのままの姿が美しい」みたいな返事をさ

れると、「はー？」って思う(笑)。なんなんだ、「ありのままの姿」って。それなら、明日から、髪を1メートルに伸ばして来てやろうかって思う。髪を「ありのまま」はいけないのか。お前のいう「ありのまま」は、お前の好きな「ありのまま」だろうって感じがする。

と在るべき姿の押し付けに憤るが、それを学校側に対して言わなかった。成績のことを考えると言いづらく、そもそも「あんまり言えるようなタイプではなかったかもしれない」という。「子供の頃は先生イコール絶対って子供」であり、抵抗することへのハードル自体が高かった。

[2]制限の中での身だしなみ

M.M.の学校の生徒は大人しい人が多く、校則に露骨に反発する人はいなかったが、隠れて校則違反する人はいた。M.M.は、「“ばれなきゃいいや”を、ばれるまで隠すのも面倒だったから、ずっとしてなかった」と述べた。隠れて校則違反する人たちは、見つからぬように不自然な動きになるため、すぐ見つかり、指導(「説教」)された。それについて、M.M.は「本当にあれは面倒だった」という。彼女は常に校則や服装規定を守り続けたため、「どうしてもわざわざ怒られるようなことをするんだろう」と不思議がっていた面が強く、その中には、叱られる人々への蔑みがあったと思うと語った。隠れて違反する人だけでなく、許可されている黒のヘアピンをバツの形に重ね付けするなど、規則の範囲内でお洒落をする人もいた。そういう人たちに対しては、M.M.は「怒られないし、通人っぽくていい」と好ましく思っていた。

E.K.の高校は、校則が厳格で化粧も禁止だったが、周りは隠れて化粧していたという。彼女は、中3の修学旅行のときに同じ部屋に泊まった、いつも一緒にいるグループではない子の化粧を見て、化粧に興味を持った。日

常的に、マスカラなどの「ばれない程度の化粧なら、みんなしてた」ようだ。人によっては、ファンデーションやアイシャドウまで塗っていた。「普通に、『今日はちょっと化粧してるー』みたいな、うーんぎりぎりって。そんな感じだったよ(笑)」と語った。グループを越えて、化粧に興味のある人はお互いに意識しあっていたらしい。そのような中で、E.K.は化粧に興味はあったが、実際には、あまり化粧をしなかった。通学に時間がかかり、化粧する余裕がないこと、徒歩通学のため化粧しても通学途中で落ちることが理由として挙げられた。すなわち、化粧するメリットより、化粧しないことで得られるメリットの方が彼女にとっては大きいものだった。

[3]校則で化粧が禁止されていない場合

M.S.とM.U.は、校則の服装規定がなく、全体として化粧を行う人が多い学校に通っていた。自身も化粧を行う人が多いグループに所属していたという。

M.S.は、「茶色に染めたい！ピアスいっぱい開けたい！みたいな感じだった。(略)周りもしてたし、周りより華美にしたかった」と述べた。また、赤、ピンク、紫、青など、様々な色の“なんちゃって制服”を所持していた。外見に非常に気を遣っていた様子がうかがえる。

M.U.の高校は、服装規定がなかったが、部活ごとに制限がある場合があった。M.U.がマネージャーをしていた部活も染髪は禁止されていた。彼女は髪を染めはしなかったが、ずっとパーマを当てていたという。化粧は、顔色をよくする程度に行っていた。友人には、クラスで目立つタイプの、明るい運動部の子が多く、化粧をしていた子が多かったという。学校終わりに友人と食事するときに、友人同士で化粧をし合うこともあった。また、「(高校生になって)一気に(化粧)する子が増えて、(略)ちょっとマスカラ塗ってみたいとか、してる子が多かったから、校則が厳しくっても

自然としていたかもしれない」と述べた。

R.S.とY.A.の学校も服装規定がない。R.S.の学校は、フルメイクをする人もいれば、しない人もいる状況だった。彼女は生徒会や演劇部に所属し、普段から化粧をしない真面目そうな人たちと一緒にいたため、化粧しなかった。Y.A.の学校は、全体として素朴な人が多く、外見より中身で勝負する雰囲気であり、例外的に軽音部の人化粧するくらいだったという。

対象者は、化粧禁止の校則がある場合、学校で化粧せず、校則がないと周りの環境に合わせて化粧(する・しない)を選択していた。対象者の中で校則を守る人は、反発するメリットがないため守るか(M.M./Y.O./H.Y./E.K.)、自分に不利益があることを恐れて守るか(S.N)であった。違反しても、「ばれない程度」に行っていた。また、M.M.の発言から、校則を守っている人は、校則を守らない人を下に見る場合があるといえる。

服装規定が厳しければ、基本的には化粧しないこと、個人の化粧行為には学校全体の雰囲気よりも自分の周囲の人間(特に友人)の方が大きく影響することがいえる。廣岡・横矢[2006]は、良好な友人関係が、規範意識にネガティブな影響を与えることを指摘している。化粧行為においても、友人関係がそのような影響を与えた可能性がある。

校則がない状態での化粧行為はどのようなものか。所属コミュニティに焦点を当て、インタビューをみていく。

(2)所属コミュニティと化粧

[1]家族の影響

就学以前に関わりの深いコミュニティは、家族である。ここでは、家族の化粧行為が対象者にどのような影響を与えたかみていく。

まず、家族の化粧行為を見て、興味を持つ

た人の語りである。

S.N.は姉の化粧について、「整形？みたいな」「派手な化粧はしないけど、そんな顔だっけ、みたいな」仕上がりで、「当たり前にお姉さんの顔は違った」と笑いながら述べた。「すごいな、塗り絵みたいだな」と思う反面、「めんどくさそうだなと思ったことはあるかもしれない」という。S.N.は化粧を「顔面工作」だといい、作品を作る楽しみがあると述べていた。姉の化粧を「塗り絵」と表現したことから、彼女の化粧観は小さい頃に見た姉の“変身”に由来するといえる。

M.S.は小さい頃、母親の「リカちゃん人形」だったという。

ダンスを習っていたから、その発表会のときには、化粧するんだよ。化粧品とかも家に揃ってるの。で、お母さんが(略)「あれ着なさい」「これ着なさい」って、リカちゃん人形にするみたいに色々着せてくるんだけど、そういうときに、たまに、マスカラだけしなさいとか言われることがあって。マスカラだけしたら可愛いから、しなさいって。だから、化粧するきっかけは、お母さんが与えてくれたと思う。

母親が結構化粧品を使わせてくれるなど、彼女の周りには化粧する環境が整っていた。しかし、自主的に化粧したきっかけには、母親より周りの友人の影響が大きかったと述べた。

M.U.は、「ママがすごい(化粧)好きで、元々。そこで、私も好きになった感じがある」と述べた。彼女は、化粧は楽しいもので、気持ちの切り替えに使うものだと言っており、その化粧観は母親の影響である。

ママのしてることに、ただただ興味がすごいあって、おもしろいなー[強調]と想ってた(笑)。顔がすごく変わるわけじゃないんだけど。ママは、お仕事をずとして

る人なの。ママが、仕事に行くときに、化粧して、気持ちを切り替えているのを見ていたから、化粧が私にとってオンとオフの切り替えだっていうのは、そこから来ているのかもしれない。憧れというか、いいなー私もしたいなっていう気持ち。

彼女は、幼少期から、母親の化粧道具に興味を示して勝手に遊んだり、パレエの発表会や母親との外出時に、口紅だけ塗ってもらったり、子供用化粧品を使って母親の真似をしたりしていたらしい。

R.S.は化粧する母親や身近な大人を見て、大人は化粧するものなのだったという。

大人になったら全員化粧しなきゃいけないっていう印象でした。お母さんを見て、そう思っていたので。でも、大学に入ってから、理系の女性の教授を見たら、全然化粧とかしてなくて、なんでだろうって思ってた。ギャップはありました。(略)お母さんは、病院勤めをしているんです。私が会ったとき、院長さんは50代60代のおばあさんだったんですけど、すごくちゃんと化粧して、綺麗にしていたので、こういうおばあちゃんになりたいなーと思っていました(笑)。憧れ？尊敬？そんな感じです。お医者さんってだけですごくいいと思うんですけど、そういう人が綺麗にしていたら、かっこいいな……って思います。こういうおばあちゃんになりたい。

Y.O.の母は、父が、化粧が薄い人が好みと言っていたのもあり、あまり化粧を濃くせず、あくまで「マナー程度に」行う。ただ、外出時には必ず化粧しているようだ。Y.O.はアルバイト以外では普段あまり化粧をしないが、化粧はマナーだという認識を持っており、それは母親の化粧行為を見た印象から来ている可能性がある。アルバイト先の塾でスーツを着るときには「やっぱりしなないと顔が浮

く」から化粧すると述べた。そこには、入学式のために化粧品を買いに行った際に、母親から「スーツ着るときとかに、なんも化粧してなかったら顔子供っぽいのに服だけ大人っぽいから変やから」と言われたことが影響している。

母親の化粧行為を見ても、化粧にあまり興味を持たなかった人もいた。

H.Y.の母親はあまり化粧せず、H.Y.も濃い化粧はしない。

母親は、介護の仕事をしていて、化粧はあんまりしない。そこまで他人に顔を見せるような職ではないから。顔にファンデ塗って……眉毛も書いてないんじゃないかな、あの人。何してるんだろ。リップ塗って～くらいしか見ないんだけど。(略)ほんとに整える程度。でも、名古屋で看護師してるおばちゃんは、かなり化粧する人なの。だからこの差は面白いな～と思って(笑)。で、そのおばちゃんからは、「はるかちゃん、ちゃんとしなきゃ駄目だよー」みたいなことを言われる。はい……って言うしかない。

H.Y.の母親と叔母は、双子の姉妹である。年の離れた姉妹よりも、生育環境に重なる部分が多いが、化粧行為にかなりの差がある。周囲の人間関係だけでなく、職業や居住地域も化粧行為に影響していると考えられるが、詳細は明らかでない。

Y.A.の母は「ばっちり化粧する人」で、昔に「1日2回の化粧直し」が当然とされる観光業で働いていたことが原因だろうという。妹もかなり作り込んだ化粧をしている。そのような環境にいるが、「ケバくなるのは好きじゃない」ため、彼女の化粧は薄い。

家族の化粧行為を見て、化粧に対して負のイメージを持った人もいた。M.M.は母親の

化粧を見て、化粧は面倒なものだと思った。彼女は現在化粧しない状態を基本スタイルとしている。

うちの母親は化粧大嫌いだったから……(苦笑)。(略)ずっと、「めんどくせーめんどうくせー」って、ほんとに、ずーっと[強調]言ってたから、そうかぁ大変だなぁって思いつつ、ずーっと見てた。

家族の化粧行為は、子供の化粧観やどのような化粧をするかに影響を与える。家族が肯定的に化粧している場合、子供の“化粧に対する抵抗感”を低めることに貢献する。

家族の影響によって、個人の化粧観の基盤が作られるが、3章(1)で見たように、その後の所属コミュニティの影響によって変化していく。

[2][3]では、大学時代に注目する。

[2]化粧による自己呈示

M.M.は、友人に勧められ、稀に化粧するようになった。勧められた際、「化粧してないとめられるよ」と言われ、恐ろしいと感じたという。しかし、「められる」実感はなく、一か月ほどで面倒になり、現在化粧はしていない。実感がなかった理由に、普段関わるコミュニティの性質を挙げた。彼女は、普段、文芸系サークル、研究室、アルバイト先の人たちと関わっている。どのコミュニティにも化粧する女性は存在するが、「化粧をしなければならないという義務意識は全くない。それぞれの人の中であって、私が感じていないのかもしれないけど」と言う。化粧の有無や外見によって、あからさまに態度を変える人もいないと述べた。加えて、それらのコミュニティに、彼女が「外見によって気を引きたいと思う人がいない」ことも原因である。

他者から好印象を得るために、容貌を変化させる必要が無い場合、化粧しないのである。

これと同じような内容が R.S.の語りにもある。彼女は普段学校で化粧しない。友人とは「自分の学科の奴らにおしゃれ感出しても、何の意味もない」と話しているらしい。「おしゃれ感」を出すときは「自分をよく見せたいとき」であり、彼女にとっては学会やシンポジウムである。学会で化粧している場合としていない場合とでは、対応の差を感じると語る。

少々不細工な顔でも化粧したら……なんていうんですかね、「女の子感」はでるのかなって思います。(略)学会とかに行ったときに、何も化粧してなくて、研究ばかりしてるんだらうなって女性と、化粧して、見た目に気を使っているんだなっていう人とを比べると、みんなの対応の仕方が違う感じがして……。与える印象が違う気がします。(間)人によるのかもしれないですけど、やっぱり可愛い女の子の方が男ウケするらしくて(笑)。(略)化粧しなくても普通に話してくれはと思うんですけど、私は、最初に残る印象をちゃんとしときたいなって思うので……。化粧した方が、すっぴんよりましなのかなっていう感覚はある。

E.K.は「人のために何かできないか考えるタイプの人間」であり、化粧も他人を不快にさせないために行う。

自分のすっぴんを見せるよりも、化粧した状態を人に見せた方が、いい気持ちになってくれるかなって思うから、化粧する。お目汚しをしないように。「人により良く思われたい」と、「人に不快な思いをさせたくない」気持ちとはどちらもある。極論を言えば、「不快な思いをさせたくない」のは「よく思われたい」からだよね。自己肯定感が低いからなのかなあ。

と語り、化粧は自己の価値を高める手段であるという。

M.S.には外見を飾ることで、中身が評価されなかった経験がある。大学1年の頃は、比較的派手な外見であり、周りから「威圧的」「怖い」と言われていた。そのときは、「外見で判断されてるのかなって、すごく思ってしまった」し、「そんなこと、思われたくない!」と思ったという。年を重ねるにつれ、落ち着いた雰囲気気の服装になり、化粧もナチュラルになった。それにともなって怖いと言われることは減ったようである。

他者に対してではなく、自分の中の自分に向けた自己呈示もある。S.N.は、その日の気分や行く場所に対して「在りたい自分の姿」を実現するための道具として化粧を用いる。作品の観客としての他者は存在するが、他者のための化粧ではない。ゆえに、化粧後の顔を「見せたいと思うときはあんまりない」し、「外に出るときのレスポンス(化粧後に対する反応)でも“仮想レスポンス”で結構満足しちゃうことがあって。どう見られてんのかなって。なんかごっついの来たぞ!みたいな。(略)そうだね。そっちのが楽しそう。非日常ばくて」というのである。

[3]化粧をすることが当たり前とされるコミュニティについて

対象者のほとんどが、自分のいるコミュニティでは素顔でいても許容されるというが、そうではないコミュニティの存在が示唆された。

E.K.の所属する学部は、女子の多くが身だしなみを整え、流行の服を着て、ばっちり化粧している。彼女は、その中で化粧していないと、周りから「当たり前のことができない人」だと思われたいか怖いと述べた。

化粧する理由は3つある。単純に、自分の顔がブスで嫌だから。ちゃんと化粧して学校行くときの状態と、すっぴんが全然違

うと思われるのも嫌。あと、「化粧もせずに大学来てるのマジありえねえ」みたいに思われるのが嫌だから。この大学にはそんなには思わないと思うけど、やっぱり、場所によってはそういう考えがあると思うの。大学の子に言われたことはないけど、面と向かって言わないものだし。学部の特徴もあってか、派手な子が多いし、みんなちゃんと綺麗にしてきてるから……そういう中で、すっぴんで授業を受けてたら、「なんだあいつ」ってたぶんなる。普通に仲良くしてくれるとは思って、心の中で、化粧もせず大学来てるって笑われてるんじゃないかなって思う。(略)彼女らにとっては、ある程度化粧して、学校に来るっていうのは当たり前のことだと思うんだよ。その当たり前のことをやってない。宿題やってないみたいな！！トイレはトイレですでしょ？って話。いや、私も想像しているだけだから、実際に彼女らがどう思うを抱えて生きてるのは、わからないけど……。そういう人種の人達だろうなって思ってる。だから、そういう人たちに「化粧してないーこいつ」って思われるのは恥ずかしい。何を思われるかわからないから、すっぴんのときは会いたくないなあって思う。

だから、E.K.はすっぴんのときはマスクをして下を向いて「雑草の気持ちで」歩くのである。

M.U.は大学生ならば化粧をすることが当たり前だと考え、実践している。彼女は化粧をしない人を見て、「軽蔑とかじゃなくて、ただただ疑問」に思う。化粧することによって、「世界が変わる」し、「阪大が全てじゃないよー、これが普通じゃないよー」と思う。彼女は、化粧や服装の洗練度や身だしなみ意識(「女子のレベル」)について、阪大は他の大学、例えば、女子大や同志社大学といった私立大学などと比べると下だという。素顔の人

が多いし、見て驚くような服装の人もある。そのような人を見ると、「今はいいけど、大学卒業した後、社会人になってしまえば、その子たちと生きていかなきゃいけないから、ここだけでぬくぬくしていたら駄目だろうな、大丈夫かなって思う」のである。それを自覚しているならよいが、阪大のような環境を当たり前だと思っているなら心配になるという。

やっぱり化粧していないと、「キラキラ」してるって言われるような種類の子たちから、ちょっと下に見られる。「大丈夫？何この人たち？[眉を皺める]」みたいな感じがあるのかなって思う。私の高校のときの友達に、女子大の子も、私大の子も結構いるけど、その子たちから「あー、やっぱり阪大だからね(笑)[呆れた調子]」って感じで、すごく下に見られる。(略)入学してすぐの頃、それぞれの学校にどんな人がいるかって話になったときに、「本当に、化粧していない子とか全然してないことかいっぱいいるよ」って話をしたら、「ええ？！」みたいな反応をされた。服についても「え、これどこで買ったの？みたいな服を着てる子がいる」って話したら、「え？」って。その印象だけで、下に見られるっていうのが実際にあった。阪大内ってそういうのがないけど、社会に出ると、最初の印象で、そういう風に見られてしまうんじゃないかって思う。

M.M.は「キラキラ」人たちの集団に混ざろうとするならば、素顔ではいられないと語った。

化粧しないで、「キラキラ」した人に混じるなんて、むりむりむりむり[早口]。(略)化粧しても、しなくても、顔がそんなに変わらないっていうのは、そうなんだけれど……。化粧していれば、一応やるだけやっ

会で協同するため」、「認められるため」には、妥協が必要な場合もあると述べた。

世の中に化粧することが当たり前だと考えている人が少なくないことは事実であろう。それは特に働く場面で意識される。対象者のうち、就職活動を行った人は全員化粧しており、マナーとして化粧をすることが求められていると感じていた。就職活動における化粧行為を対象者はどのように考えているのだろうか。

(3)就職活動と化粧

[1]化粧しなければならない意識

S.N.は、就職活動にあたって、初めて“化粧しなければならない”圧力を感じた。

「化粧しなさい」とは今まで、そんなに言われたことはないかな。でも、就活で、化粧しないって言ったら、親から怒られると思う。「あんた就職がかかっているのに、何言ってるの」って。実際、化粧しないと就職に影響があるような気がしているし。面接とかしたね。やらなきゃいけないんだろなぁと思って、やったよ。「すげえ、うぜー」と思いながら。「化粧しない 就活」でググって、まっ危険だよっていうご意見をいっぱい見て、ぬぁぁみみたいな[顔をしかめる]。しなきゃいけないんだ、しなきゃいけないならやりたくないなって。(略)やらないと、どうせ変な感じで受け取られるんだよな、多分。少なくとも、就活っていう特殊な場では。あそこはまさに、(略)I am formalを出しにいくところだから。そこで化粧をしないということは、女の場合、強烈なメッセージになるんだろうな。そういう風に受け取られるっていう言説を色んな所で見て、うぁぁ！って。ふんっ[何かを投げる仕草]って思いながら、顔には出さない。

そして、そこでしないと選択するのは「最後の勇気な気がする」と述べた。就職活動について「気持ち悪い文化だな！もう！誰が考えたんだよ、人間をなんだと思ってるんだ！」といい、化粧については、「猛烈にうっとうしい。嫌いだよ。誰の顔が失礼なんだよって思う。私の素肌が失礼ってか、え？って。そこのおっさんを見てみなよ！もっと失礼じゃないか！」と語った。S.N.は、どのような気持ちで化粧していたとしても、化粧をすれば、「(化粧するってことは)可愛いと思ってもらいたくてあなたはしてるんでしょ？」という文脈に入れられてしまうという。株式会社資生堂のCM¹⁰⁾を例に出し、「無神経なものには殺意を感じる」と怒りをあらわにした。

CMは、「私たちもう可愛いって言ってもらえないんだよ(泣)」って感じのテンションで始まるんだよ。「今からイイ女にならなくちゃ、もうあなたたちに価値はないの！」みたいな、化粧品会社のやるかそれってようなCM。「可愛くなければ価値はないから、新たな価値を生み出さなければいけない」ってメッセージを強烈に感じる。(略)私の気持ちは可愛いと思ってもらいたいかも、まずそこも選択だし、全ては選択であると思うのに、「可愛いと思ってもらいたい自分」も「どうでもいいと思う自分」もどっちも大事にされるべきなのに、「可愛い」を選ばなければならない風潮がある。化粧することを選んだときに「あなた自身が選んだのね」っていう扱いをされる。例えばそれが仮に選ばされた状況であったとしても「選んだんでしょ？」って。

資生堂はCMについて「大人になることを前向きにとらえてもらい、そうした女性たちを応援するという気持ちで作りました。」とコメントしている。

就職活動で化粧しなければならぬというメッセージは「就活コミュニティ」においても共有されていくようである。R.S.は、大学生向けの、就職幹旋会社が資金提供し、学生がスタッフとなって運営するカフェでアルバイトをしていたことがあり、当時の様子を振り返った。

去年そういうカフェでバイトしていて、就活生をいっぱい見ていたんですよ。その人たちが、みんなちゃんと化粧しているし、そういうコミュニティで就活の化粧の仕方とかも流れて来たから、普通にしなきゃいけないんだなって認識はありました。だから、やれって言われる前に、やるのかなって思います。知ってるし！みたいな。逆にそういう場所で自分だけしてなかったら嫌なんで。目立つじゃないですか。女の子ばかりの中で目立つのは嫌。みんな同じ女なのに……ね。

「みんながやっていることをやっていない」と目立つ。ここには、化粧しないことが後の就職に悪い影響を与えるのではないかという不安が存在する。

就職活動で化粧する動機は、悪い印象を与えないようにしようというものだけではない。M.U.は面接時に、自分の好きな化粧ではなく、面接官に好印象を持たれるだろうと思った化粧をしていった。

私、赤が好きなんだけど、就活の面接には、赤リップは合わないから、真っ赤な口紅は絶対に付けないようにしたりした。可愛らしい印象で、かつ、はっきりした印象に見せるために、ちょっとピンクっぽさがある、ちょっと強めの赤くらいにしておいた。(略)テレビの影響なのかもしれないけど、やっぱりおじさんが好きなのって、女子アナとかだろうと思って、面接のときは、あいう化粧を意識していたかな。女子ア

ナメイクみたいな、あまり濃くなくて、血色を足すくらいの色味の、おじさんの好きそうな化粧。[17]

E.K.も「第一印象をちょっとでも良くすべきかなぁ」と思い化粧していた。ただ、「手抜きで行ったら、何にでも手を抜きそうなやつって思われそう」とも述べていることから、やはり危機管理意識がみられる。その危機感とは次の2人のいう社会像に繋がる。

[2]化粧行為と評価

Y.A.と M.U.は化粧をしている方が“上”に見られるという。

なんで社会では化粧すべきってなっているんだろうね。そっちの方が女の人は綺麗に見えるからかな。綺麗な方が有利だから。何事も。わかんないけど。社会にはそういう昔の考えが、なかなか根強く残ってるよね。綺麗な人が優遇されるんでしょねえ！(笑)。そこに納得していけばいいけど、納得して行かない人は辛いよね。やりたくないけど、やらなきゃみたいな。やりたいと思っていても、苦しいのに(笑)。でも、多分、「化粧が自由です」ってなっても綺麗な方が上になるじゃない。化粧して、綺麗な女の人と化粧してない人だったら、化粧してる女の方が綺麗に見えるでしょ。

“上”、みたいな感じで女の人が思っちゃう。綺麗になりたいものだし、女の人って。(略)同レベルの人がいた場合には、化粧した方がいいな一ってなるから、女の方はきっと化粧したがる。している方がまともに見えるから。身なりが整っているように見えるから。仕事ができるか、できないかに関わらず、できそうって思える。[Y.A.]

会社に入って、すごく化粧してる子と、全くしてない子がいたら、実力としては、してない子の方がかなりあったとしても

多分、化粧してる方が優先的に選ばれる。社会ってそういうもの。やっぱり見た目って大事じゃない。第一印象って、すごく大事。勉強できて賢いのに、社会で生きていく上で賢いのに、どっちかってなったときに選ばれなくなることがあるかもしれない。そういう挫折のようなものを与えてしまふんじゃないかっていうのがちょっと気にかかる(笑)。(M.U.)

2人とも、化粧をすることで、綺麗になり、身なりが整って見えたり、好印象を与えられるため、化粧している方が評価されるのではないかと語る。

Y.A.は化粧しなければならぬ「苦しさ」について上記に加え、「(化粧は)楽しいっちゃ楽しい。義務になったときにしんどくなるだろうとは思ってる」と語った。楽しみを感じながらも義務とされる苦しさはS.N.の語りにも見られた。

S.N.は就職活動や社会で化粧しなければ失礼だとされる風潮に憤り、その風潮は自分の手に負えない何か大きなものであるという。

化粧に面白さはあるし、好きなようにしたらいいのになって思う。そういう圧力に対して、私が思うのは、身体のイメージ、男性だとか女性だとかはそもそも“そのもの”があるわけじゃなくて、“漠然とあるもの”に寄せていっているような気がする。常に作っているだけなのに、それがまるで初めからそうだったようになっていくのか……うまく言えない。ありのままの……なにが“ありのまま”だよ、みたいな“ありのまま”。(略)極端な話、“ありのまま”ってなんじゃいって。そういうことを言ってる、お前みたいな男が、ちょっとムダ毛処理してない女に文句をいうんだらうって勝手に思ったり(笑)。(略)非常にこう……ウザッ!!でも、多くの人にとっては

そういうのが重要なんだろうなあ。実際、私だってそこに則っているところはあるし、それって今この時点で作られたものじゃないんだろうから、私の時間軸で扱われるレベルではないんじゃないか。でかい幽霊みたいな。戦えない。戦えるかなあ。戦ってる人がいっぱいいるのは知ってるんだけど。戦ってる人を周りを見ながら、うーん……みたいな[顔をしかめる]。

S.N.の語りにはジェンダー批判の要素が見られる。何故かわからないけれど社会にある、作られた「ありのまま」「当たり前」に強い違和感がある。しかし、「戦う」のではなく、彼女もまた、就職するために化粧したのである。

以上のようにそれぞれの語りを見ていくと、化粧は“みんなが当たり前”に大人になったらすもの”ではないことがわかる。各人が、周りの状況、人間関係、自分の価値観など様々な要因を考慮し、化粧行為へのスタンスを決定している。当たり前とされるものを受け入れられなかった人には葛藤があり、受け入れられたとしても楽しんで実践できるかは別問題である。コミュニティの切り替え時には新たな規範を獲得する必要があり、そのときに葛藤が生じやすい。

また、インタビューから対象者が他者を意識していることもわかる。2章でみたように、対象者のほとんどは、「自分は他者の目を気にしていない」と答えた。確かに、対象者は、他者の行動や発言を直接的に受けて、自分の行動を決めてはいない。しかし、語りを見ていくと、最終的な決断がどうであれ、周りを見て、自分の立ち位置を確認しているのである。このような結果は、顔が人から“見られている”と意識している状態を意識しない”ほど、見られることが当たり前になっている状況を示している。上記部分にも、“見られる顔”についての言及は見られるが、更にその

観点でインタビューをみていく。

(4)見られる顔

Y.A.は、母親と妹から、化粧について「いつも薄い薄いわね」と言われ、不快になるという。

M.S.は、母親から、特定の化粧法を勧められずとも、「そういう化粧の仕方は好きじゃないとかはあった」という。その場合、「あ、そうなん？て。じゃあこれはどう？」と柔軟に対応しているようだ。

R.S.は、大学入学時に突然母親から「あんたもうおばさんなんだから化粧しないといけなよ」と言われ、化粧するようになった。また、大学で化粧していると、友人から「いや、なんで化粧してるんだよ(笑)」「今日気合い入れてるなー」という反応をされるという。

H.Y.は、素顔で大学に行くと、周りは「別に(いいんじゃない)って感じてくれる」ものの、男友達から「多少はしといた方がいいんじゃない？」といった反応を受けるという。強要するのではなく、「女子の集団にいるなら、多少は女子らしくしておいた方がいいのではないか」ということのような。また、恋人から、「(身だしなみは)ちゃんとしてくれた方が嬉しい」「頑張ってくれてる感が嬉しい」と言われるという。恋人はアイドル好きで、女の子は可愛らしくいるものだと思っているのではないかと分析し、時々頑張るが、「普通にすっぴんさすけど。めんどくさいから」と語った。

M.U.は高校のときの恋人から、「すっぴんの方がいいのに」と言われたり、今の恋人から「その口の色あんま好きじゃない、とか、目の色好きじゃないとか言われる」が、「私がしたいからしてる」と言い切る。

親密な相手以外からも、顔は見られる。

R.S.は、1人で遊びに行くときは店員に見られてもいように化粧していく。沖縄の繁華街は限られており、遊びに行くところが限

られる。そのため、店員と客の関係ではあるが、顔を覚えられやすいからである。友人と居るときは、「その子しか見てないと思うからそんなにしない」という。

H.Y.は男友達が、他の女子に対して「化粧濃い」と言うのを聞くことがあるという。

E.K.は容姿で「アリカナシか」が決められると述べた。中学や高校時代は化粧できず、素顔でいるしかない。「素で顔がいい子」が人気になる状態を「肌で見て感じて来て」「それが市場なんだ」と思ったという。見た目が良いと、「それだけで需要が生まれるし、価値がある」ことであり、顔を形づくることは、自分の価値を上げることになる。そうすれば、「好意」を持ってもらえ、酷い扱いを受けず、友人や恋人ができるだけでなく、「何かあったときに手を差し伸べてくれるかも」しれない。見た目のせいで酷い扱いを受ける状態は、「人格を持った人間」の扱いはされておらず、「人権が無い」。「人権がある状態」でも、友人と恋人ではレベルが違う。「相手が恋愛対象の男の人なら、恋人にしたいというラインにたどり着くように頑張らなきゃいけない」と思う。「男だけで集まったらこの女性がアリカナシかみたいな話とか、絶対していると思う」し、そのときに、ナシと言われることは、「女性としての全てを否定されることになる」。化粧することで「自分の顔のレベルをちょっとでも上げる」と、「ナシって言う人物がちょっと減る」、つまり「多少人権は増える」。そう、彼女は言うのである。

E.K.の言葉は重い。今までフェミニズムの分野で指摘されてきた“客体としての女”“美の神話”そのものだからである。“女”として評価されるためには綺麗でいなければならない。“素の自分”を認めてもらうことは難しい。Y.A.とH.Y.のいうように、安心して素顔を見せられるのは、心を許した相手だけなのかもしれない。

Y.A.は、化粧途中を見せることについて、

「今は友達だったら全く抵抗ないよ〜。合宿とか旅行とかでさんざん過程見せているからかしら(笑)」という。

H.Y.は基本的に仲が良い相手以外には素顔を見られたくないという。

ものすごく仲が良かったら、もう、すっぴんでも別にいい。知り合いじゃなくても、気にしない。“知り合い”から“すごく仲がいい”までの間の人達。その人達に対して、すっぴんでるのは、ちょっと無理。厳しいゾーン。で、すごく仲良くなったら、もう別にすっぴんでもいいやってなる。(略)仲がよければ、ちゃんといいところは見せれるし、全部素も見られてるし、こういう人間だってわかれてるから、いいかな(笑)。よく見せようとかは、もういいやってなる(笑)。知ってるでしょ！って(笑)。

人間関係が構築されていれば、欠点を隠す必要も、よく見せようとする必要もないのである。

以上では、時期を大きく3つに分け、化粧に関する個人の体験と感情を、インタビューに基づいて分析した。校則で化粧が禁止され、化粧はしないことが普通とされた“高校時代”。校則がなくなり、所属コミュニティの影響を受け、社会にある化粧規範に触れながら、自分なりの化粧行為へのスタンスを選択できる“大学時代”。そして、社会人として、化粧することが当然とされ、しなければ評価が下がる可能性のある“就職活動期”である。

顔は様々な人から見られ、評価されている。評価には個人の好みも多く反映されているだろうが、“社会に求められている顔”の基準もあるのではないかと。

次章では、化粧は社会人のマナーであるという規範がどのように獲得・実践されているのか確認した後、改めて化粧規範の意味について検討する。

4. 就活を経て社会人へ

(1)就職活動における化粧規範

対象者たちは、就職活動において“化粧しなければならぬ空気”を強く感じていた。S.N.はそれに抵抗を感じ、「化粧しない、就活でググって、まっ危険だよっていうご意見をいっぱい見て」、したくないと思いながらも化粧をして面接に臨んだと述べた。対象者のほとんどは、化粧に関する情報を、インターネットから得ている。近年の就職活動では、就職活動を行う学生(以下、就活生)は、就職活動を始める前に、マイナビやリクナビといった就活支援ポータルサイト¹⁴に登録し、情報を得るのが主流である。よって、S.N.のように就職活動におけるマナーで悩んだ場合、インターネット上で検索して得た情報に従うものと考えられる。また、所謂“就活本”¹⁵も就活生の情報源である。

就活生が実際に目にする可能性の高いメディアとしてインターネットおよび就活本を取り上げ、化粧について言及されている箇所を抽出し、就職活動における化粧言説を確認する。

[1]インターネット上にみられる化粧言説¹⁴
検索エンジン Google にて、「就活 マナー」「就活 メイク」「就活 化粧」「就活 メーク」の検索ワードを用いた。以下では「就活 マナー」と「就活 メイク」¹⁵の検索結果上位 10 件を詳しくみていく。(2017 年 12 月現在)

≪「就活 マナー」の検索結果≫¹⁶

①「恥をかかないための就活マナー」¹⁷

②「先輩 500 人が迷った就活マナー：礼儀作法・言葉遣い」

③「先輩 500 人が迷った就活マナー：身だしなみ」¹⁸

- ④「社会人と接する「最低限のマナー」面接敬語 電話 メール」¹⁹⁾
- ⑤「2014.10.02 絶対コレだけは抑えたい就職面接16のマナー」²⁰⁾
- ⑥「就活マナー」²¹⁾
- ⑦「就活マナー「下らない」批判に社会人も賛同「ノックは2回でいいよ」「マナーしか気にしない面接官はいない 2015.3.14」」²²⁾
- ⑧「就活マナー60秒講座「これだけは押さえておきたい」厳選問題20選(三択クイズ)」²³⁾
- ⑨「就活マナーコラムまとめ」
- ⑩「就活マナー」²⁴⁾

上記ウェブページから、化粧に関する箇所を抽出する。

- ①:「厚化粧でもノーメイクでもなく健康的で自然なメイク」。
- ③:「女性はノーメイクを避け、濃すぎないナチュラルメイクを目指しましょう」。
- ④:「ノーメイクだと不健康に見られがち」だから化粧する必要があるが、「派手なメイクはNG」であり、ナチュラルで健康的に見えるメイクを勧める。
- ⑥:「やりすぎはもちろん、スッピンもNG! 清潔・上品・控えめに見えるメイクが基本」。
- ⑩:「メイクの濃さや使用している色から、TPOをわきまえているかどうか」がわかる。

≪「就活 メイク」の検索結果≫²⁵⁾

- ①「就活メイク」²⁶⁾
- ②「2016.01.11 就活メイクが分からない人向け! 完全版就活メイク講座」, NAVER まとめ
- ③「キレイを引き出す就活メイクのポイント | 就活応援! 好印象メイク」²⁷⁾
- ④「就活メイクの大原則-女子学生のための就活メイク講座」²⁸⁾
- ⑤「2017.11.20 就活メイクの定番ナチュラルメイク〜面接好印象の化粧方法」²⁹⁾
- ⑥「普通の化粧とは違う『就活メイク』の基

- 本。女子就活生が気をつけるべき事は?」³⁰⁾
- ⑦「プロが教える就活メイクのポイント」³¹⁾
- ⑧「就活メイクの豆知識& 企業の本音」³²⁾
- ⑨「2017.10.31 女子学生の就活メイク・お化粧, 何が正解なの?」³³⁾
- ⑩「就活メイクの豆知識& 企業の本音」

上記ウェブページから、化粧に関する箇所を抽出する。

- ①:就職活動で中身をよりアピールする方法として「自分プレゼンメイク」を提唱。ナチュラルメイクが基本。
- ③:面接官に好印象を与える「自然」で「健康的」な化粧を勧める。「きちんとした社会人に見えるように」化粧する必要がある。
- ④:薄すぎず、厚塗りすぎない化粧を勧める。業界によって、アピールすべき印象には違いがある。
- ⑤:世代の違う面接官から好印象を得るために、ナチュラルメイクで清潔感を出すことが重要。社会人のマナーとして、TPOに応じた化粧をすべき。
- ⑥:「就活に挑む女子学生は、メイクをすべき」。「周囲に不快感を与えないため」に、「社会人にとってメイクは身だしなみの一部」とされるから。化粧で自己演出できるのは、「女性ならではの特権」だから、楽しみつつ取り組んで欲しい。
- ⑦:「就活時にメイクをするのは社会人としてのマナーや身だしなみの一つ」。
- ⑨:「就職活動で企業の人事に好印象を与えて内定に近づくためには、見た目の印象をよくすることが第一歩であるといっても過言では」なく、そのために化粧が欠かせない。「清潔感」「信頼感」「知的な印象」を与えるための化粧が「就活メイク」であり、「社会人になると必然的にメイクをして出社することになるため、その練習と捉えるよう勧める。「ノーメイク」「濃すぎるメイク」「薄すぎるメイク」は厳禁。女性はメイクをすることがマナーであるから、ノーメイクは「人

事に失礼」。

[2] “就活本”にみられる化粧言説

2017年12月に大阪大学豊中キャンパス生協書籍ショップにて販売された就職活動関連の書籍を調査した。大学内の書店であれば、大学生が購入する可能性の高い書籍が置かれているだろうと判断したためである。インタビュー対象者には、大阪大学の学生が多い。そのため、ここでは大阪大学の書店のみ取り上げる。

面接やマナーに関する書籍²⁾は26冊あり、化粧についての言及があるものはそのうちの10冊、すなわち1/3以上だった。『簡単！面接練習帳〈2019年度版〉 - ようこそ面接室へ』などの、ナチュラルメイクを勧めるものが4冊。『面接&エントリーシート一問一答 〈(2019年度版)〉』などの、濃い化粧はよくないとするものが2冊。『要点マスター！面接&エントリーシート マイナビ 2019 オフィシャル就活BOOK』などの、派手な化粧もノーメイクもタブーとするものが4冊だった。

このように、就活生が目にする可能性の高いメディアで、「社会人女性は化粧することがマナーであり、社会人になる身として、就職活動においても化粧すべき」という言説が繰り返されている。行うべき化粧は、清潔感を重視した、派手でないナチュラルメイクであり、好印象を与える効果があるという。これらを何度も目にすることで、就活生に化粧しなければならないという意識が浸透していくのである。注目すべきはマナーであると言われながら、しなければならないと明言され、しなければ「失礼」だとされていることである。マナーと言えば、電車で席を譲る、道に落ちているゴミを拾う、公共の場で大声で騒がないなど様々ある。どれも、行えばプラスだが、行わなくても制裁が加えられることはない。本来、マナーは他者への配慮の表

れであり、守らなければならないものではない。しかし、就職活動において面接官に「失礼」と思われることは不採用に繋がる。このことは、就活生にとっての暗黙知化された規範だといえよう。すなわち、化粧はマナーではなく、ルールなのである。

こうして獲得された化粧規範は、社会人になった後、どのように引き継がれていくのだろうか。

(2)働く女性の化粧行為・意識

ポーラ調査[2012]から、働く女性の化粧行為についてみていく。ポーラ調査では自宅外で働く女性をOLと表記していたため、以下でもそれに則る。

表9 「OL」と「学生」の化粧行為・意識

表9からそれぞれの化粧行為と意識を見ても、OLは、学生より化粧頻度が高く、“化粧しなければならない”意識も高い。メイクをしなければならない意識を持つ人は93.8%が毎日実行しており、どちらでもよいとする人でも66%が化粧を毎日実行している。職場で化粧しなければならない圧力がある場合、その圧力が化粧頻度に大きく影響にする。ところがメイク理由についての回答には大きな差が見えにくい(表10)。OLの方が割合は高いが、身だしなみとして化粧を捉える人がいずれも50%台と高い。学生の方がよりよく見せようと、積極的に化粧する意識が高いようである。化粧を“しなければならない”という意識が高まるにつれて、楽しんで化粧しようという意識は低くなるのではない。この結果はS.N.やY.A.の発言と重なる。以上の結果から、働く女性の40%以上が職場において化粧しなければならない圧力を感じている。基本的に「身だしなみ」意識から化粧を行っており、就職活動を経て獲得された化粧規範が社会人になっても、ほ

ば維持されていることがわかる。

(3) 考察

1980～90年代のフェミニズムにおいて、化粧の抑圧的な面が指摘され、2000年前後から、外見至上主義の観点から容貌で優劣をつける社会が批判されてきたが、変わらず化粧はしなければならないものとされる。その規範を維持することで恩恵を受けるのは、化粧品会社と労働力を求める企業である。その結果、化粧品が売れる。対象者の中には、プライベートでは化粧しないが、社会では化粧しなければならないと感じ、化粧した人がいた。そのような人達は化粧しなくてよいならず、化粧品を使わなくなる。企業は、化粧規範によって、見た目から、“しなければならない”という理由だけで、規律に従うことのできる労働者を判別できる。この場合、女性にとっての化粧は、男性にとってのネクタイと同じようなものだろうか。男女雇用機会均等法の影響もあり、「容姿端麗」を採用の条件に明示する会社はないが、そのような意識があることは天野ら[1995]のレポートや、ネットメディアが行った、人事へのインタビューで示されているし、就活生の間で“顔採用”を行う企業についての噂がまことしやかに囁かれる現状がある。“美の神話”は根深い。

“化粧は身だしなみである”という意識が強ければ、強いずとも、化粧が行われたと考えられる。先行研究にあったように、自己表現意識が高まるにつれて、化粧行為が多様化し、“決めなくても皆わかってたもの”が崩れていったのではないかと。特に、ファッションは時代によって移り変わりが激しい。概して、新しいものに対して、初めからそれに慣れ親しんでこなかった人は抵抗感を持ちやすい。そのような人々たちから「変な奴」と思われるために、“無難”な基準が決められるのである。新しいものに抵抗があるのは、

上の世代の人が多いため、その人たちの感覚を基準に“あるべき姿”が決められる。すなわち、世代間感覚の乖離が進むにつれて、化粧行為がルール化されていったと考えられる。“しなければならない”から、する。それを続けていくうちに、するのが当たり前になり、今度はしていない人を不思議な目でみるようになる。そうして、上から下へと規範が再生産されていくのである。

Y.A.やM.U.などの語りには、化粧をすることが当たり前のコミュニティでは、化粧をしているか否かで、“上”か“下”かが決まるとあった。化粧は、女性間のマウンティングツールなのである。化粧がルールになれば、化粧していない人はルールを守っていない存在になる。大学時代よりも、社会に出た後の方が、化粧していない人を見下す傾向が強まると推測できる。

“化粧すること”だけでなく、“どのような化粧をするか”が決められていることも重要である。化粧が自己表現のためのものであるなら、どのような化粧をしてもいいはずだ。しかし、そうではない。凹凸も肌荒れもなく、厚塗りした感じもない肌。自然な太さに整えられた眉。マスカラ、アイライン、ブラウンのシャドウなどを用いて、派手すぎないが、目力を出した目元。薔薇色の頬。濃すぎず、血色がよく見える程度に引かれた口紅。これが正解なのである。正解を決めれば、皆同じような顔になりかねない。社会は“自分らしい”人を求めているのである。

おわりに

本研究は、インタビュー調査によって、校則(「化粧はしてはならないもの」)と社会人規範(「化粧はしなくてはいけないもの」)の間で揺れる人の言葉を拾い上げ、(1)そのような人達の化粧行為の実態と化粧意識、(2)どのようにして「化粧をすることが当たり前だ」

という価値観が形成されていくのかの2点を明らかにし、(3)化粧規範の意味について検討することが目的であった。

(1)については2章と3章で、(2)については3章と4章で、(3)については4章で扱った。

(1)について。対象者は国公立大学に通う20代女性である。同年代の女性と比較して、化粧頻度に差はなく、最低限の化粧を行っている。化粧品はあまり買わない。化粧は好きなどときと嫌いなときがあるが、基本的には面倒だと感じている。対外的に化粧を行っており、周囲の人間の影響で化粧を始めた人が多い。家族の化粧行為のうち、ネガティブな面が受け継がれやすい傾向があった。素顔の状態にそれほど抵抗がなく、所属コミュニティにおいて、素顔でいることが不利益にならない場合、化粧(する・しない)をそのときの気分で選択できていた。多くの人が「化粧しなければならない圧力」を感じており、全体の半数がそれに対して抵抗感を示していた。その圧力は就職活動において強く認識されるものであった。[2章]

(2)について。対象者は、所属コミュニティの規範と社会規範の兼ね合いの中、自身の化粧行為を選択していた。各人の体験とそれに伴う心理変化については、3章を詳しくみてもらいたい。化粧意識は、家族の化粧行為が基盤となり、その後の所属コミュニティの影響で徐々に形づくられていくものであった。高校時代は、服装規定が厳しければ基本的には化粧せず過ごす、学校全体の雰囲気よりも自分の周囲の人間(特に友人)の方が化粧行為に大きく影響する。化粧行為が当たり前のコミュニティでは、化粧していないだけで評価が下がる場合があった。重視されるのは、どのような化粧をしているかではなく、化粧をしているかどうかである。それは就職活動において強く意識されるものだった。就職活動では、化粧しなければならないということに抵抗を覚える人であっても、不利益回避の

ために、化粧していた。顔は人から見られ、評価されることが当たり前になっていた。[3章]

就職活動時に、メディアを通して「社会に求められている顔」がナチュラルメイクした顔であることが提示され、就活生はそれらを繰り返し見ることで、化粧規範を獲得していく。獲得された化粧規範は社会人になっても維持される傾向がある。[4章]

(3)について。化粧の第一義は自己表現だと言われているが、むしろ身だしなみに回帰している。また、様々なメディアで「社会人は化粧しなければならない」と明記されており、マナーよりもルールといった方が実態に近い。社会人としての化粧規範は、消費者維持のための言説だと考えられ、企業が効率的に労働者を選別することにも貢献しているといえる。「正しい顔」が決められることで、そうでない人の評価が下がる。

化粧それ自体は、悪いものではない。技術を磨けば、化粧することで、なりたい自分に近づくことができる。しかし、社会人としての化粧規範は型が決められており、そこから外れるということは、自分の評価を下げることである。そこに、「自分らしさ」は求められていない。それを受け入れ、納得することができれば、葛藤が生じる。化粧行為はダブルスタンダード状態なのだ。校則で禁止していたにも関わらず、社会人になればすることが当然とされる。自己表現といいつつ、求められる「正しい顔」がある。

今後、化粧規範はどうなっていくのだろうか。一度、定着した価値観は変化し難いが、ふとした瞬間に変わることもある。ハフポスト日本版のブログ編集者である井土は、一か月、職場でもプライベートでも化粧せずに過ごす実験を行った。彼女は、男女問わず、仕事では化粧しなければならないし、するのが普通だという意識があることや、自分が化粧行為について非常に無自覚であったことに気付く。実験の結果、「(人)そんなに他人の

こと、興味ない」し、「気づいていた人も、特に気にしていない」ことがわかったという。彼女は、初め素顔で過ごすことを怖れていたが、徐々に慣れていく。彼女の実験は、職場であっても、よい人間関係が築ければ、化粧せずとも、評価が下がらない可能性を示唆する。2017年2月には、朝日新聞が「お化粧は義務なのでしょうか」の投書³⁶に対して寄せられた、さまざまな投書をもとに、特集³⁷を組んだ。SNS上では、懐風館高校の女子生徒の染髪裁判³⁸を機に校則や身だしなみの規範についての議論が盛んに行われた。2017年12月3日には、朝日新聞大阪本社にて、化粧の意味を捉えなおそうという趣旨のトークイベント³⁹が行われた。このように化粧や外見について考える機会が増えていけば、化粧規範が個人レベルの意識変化に始まり、緩和されていく可能性は十分にあるといえよう。

本研究には限界がある。インタビュー対象とした9人は全員国公立大学に通っているため、私立大学などの状況はわからない。対象者のうち、複数人が「私大の子はきちんと化粧して身だしなみに気を遣っているし、自分たちと比べて派手だ」という発言をしている。私立大学に通う女子大生にもさまざまな人がおり、化粧行為にも多様性があるはずであるが、彼女たちは私立女子大生に対して共通のイメージを持っているのである。このようなイメージと実態の相違点や、何によってそのイメージが作られるのかは、現段階で明らかではない。また、対象者の中に、私立女子大生や「自分とは違う存在」を指して「キラキラした子」という言葉を用いている者が複数いた。資生堂のCMにも「キラキラした後輩」というフレーズがある。「キラキラ」が、どのように用いられ、どのようなステレオタイプを表すのか、いつ頃から用いられているのかなども合わせて調査する必要がある。

社会に求められている顔としてナチュラル

ルメイクを挙げたが、名大社のウェブページにあるように⁴⁰、業種ごとに求められる化粧が異なるのかについて検証ができていない。キャビンアテンダントは使用する口紅の色など、化粧にも明確な規定があるという。就業規則でどのように化粧が決められているのかわかれば、より細かい“求められている顔”を知ることができる。インタビューからは、化粧に慣れると、化粧への抵抗感が薄まる傾向が見られた。対象者が社会人として化粧を続けていくうちに葛藤がなくなる可能性がある。職場の雰囲気によっては化粧しなくなる可能性もある。また、年齢が上がるにつれて、“化粧しなければならぬ圧力”が弱まる可能性がある。対象者が社会人になってどのように化粧規範と向き合っていくのかについては継続調査が必要である。

インタビュー中に、男性の化粧について言及があった。化粧品会社も男性用化粧品に力を入れつつある。化粧を自己表現のための道具とするならば、対象を女性に絞ってはならない。男性の化粧は重要なテーマであり、さらなる研究が求められる。

“自分らしさ”と、似たような意味で使われる言葉に“個性”“独自性”“本当の自分”などが挙げられよう。それらは、他者とは違う、場面が違っても、一貫した、その人独自の部分を指すとされる。また、現代人は、“自分らしさ”よりも、場面や人によってキャラクターを使い分け、なるべく周囲との衝突を避けて生きることを重視するといわれている。人より目立たず、人並みに。インタビューの中にも、このような意識が垣間見られた。とはいえ、就職活動の面接では様々な質問を通して「あなたはどんな人間ですか」と問われる。普段と一転して、“自分らしさ”が求められるのである。しかし、面接時の容姿はマニュアル化されている。肉体すら、“自分らしく”あることを許されない現状で、一体何を問うというのか。この永遠の課題に一石を投じることができれば幸いである。

注

¹ ポーラ文化研究所を設立した村澤博人(元ポーラ文化研究所長、元韓流女子大学教授、日本顔学会元副会長)の呼びかけで 2005 年に活動開始。世話役の 1 人に資生堂ビューティクリエーション研究センターの高野ルリ子がいる。年 4 回研究会を東京と大阪で交互に開催しており、東京開催の場合は株式会社資生堂の事業所で行われる。

² 2007 年と 2008 年の調査にある 2 項目。

³ 2017 年調査のみ、アンケートモニター 1,941,000 人のうち 34,432 人にメールで調査を依頼し、回答者 2,301 のうち、調査対象として 1,800 人を無作為抽出していると明記している。2017 年 9 月にポーラ文化研究所にて研究員にアンケート調査について聞くと、全部調査会社を通してのため、年齢と性別以外は明らかでないという返答があった。そのため、2017 年調査以前も同様の調査法だと思われる。

⁴ 15～19 歳、20～24 歳、25～29 歳、30～34 歳、35～39 歳、40～44 歳、50～54 歳、55～59 歳、60～64 歳

⁵ 高校生、大学生・専門学校生、有職者、専業主婦。この分け方があるのは 2010 年まで。

⁶ 全ての年の調査で 20～24 歳は 150 人ずつ。

⁷ プチはフランス語で「小さい」という意味のプチと「価格」を表すプライスを合わせた造語「プチプライス」の略。

⁸ 通販などで売られている、制服のように見える制服ではない服装。シャツ、ブレザー、リボンタイ、プリーツスカート、カーディガンなど、制服に採用されているアイテムを含む。カラフルなものも多い。

⁹ 「検索エンジン Google で検索して」という意味。

¹⁰ 株式会社資生堂の自社ブランドである、インテグレート CM。2016 年 10 月公開の「生き方が、これからの顔になる」篇を指している。25 歳の誕生日を女友達が祝う場面で「今日からあんたは女の子じゃない」「もうチャホヤされないし ほめてもくれない 下にはキラキラした後輩 週末ごとにアップされる結婚式の写真 白いタキシード 着る(一元カレ) このままじゃやばい[強調] なんで?いつからこうなった?カワイイという武器はもはやこの手には」と字幕付きで台詞が進んだあと、「ない!」「カワイイをアップデートで

きる女になるか[手を上に向ける]、このままステイか[手を下の位置で留める]」と続き、登場人物 3 人ともが、アップデートを選択するという内容。この CM には「がんばってるを顔に出さない」篇という第一段があり、職場のデスクで食事を摂りつつ仕事する女性に対し、男性上司が「今日も頑張ってるね(略)(がんばりが)顔に出ているうちはプロじゃない」と言う。第一弾はセクハラ・パワハラではないかという批判を受け、放送中止となった。

¹¹ 就職活動に関する情報を共有したり、就職活動に関するイベントが行われたりする場を指す。

¹² 求人情報などの情報を提供し、企業と就職活動する人を繋ぐプラットフォーム。

¹³ エントリーシートの書き方や面接対策など、就職活動における常識やコツを提示するもの。紀伊国屋書店では本の分類に「就職・資格」を設けており、そこに置かれるような本を総称して言う。

¹⁴ 引用文献には、web ページの本文から引用箇所のあるもののみ掲載

¹⁵ 「就活 化粧」「就活 メイク」の検索結果の大半が「就活 メイク」の検索結果と同じだったため、「就活 メイク」のみ注目する。

¹⁶ ②③は関連するページであり、④⑤は同じ内容のリンク違いだった。このうち、トップページに「身だしなみ」項目があるものは、①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿だった。就活支援ポータルサイトが発信している情報がほとんどである。本文を示す。

¹⁷ 「恥をかかないための就活マナー」、マイナビ 2018

¹⁸ <https://job.mynavi.jp/conts/2018/manner/>, 最終閲覧 2017. 12. 4

¹⁹ 「先輩 500 人が迷った就活マナー:身だしなみ」, キャリタス就活 2018, <https://job.career-tasu.jp/2018/guide/more/manner/03.html>, 最終閲覧 2017. 12. 4

²⁰ 「社会人と接する「最低限のマナー」面接 敬語 電話 メール」, リクナビ 18,

<https://job.rikunabi.com/2018/contents/article/edit-manner-index7/u/>, 最終閲覧 2017. 12. 4

²¹ 「絶対コレだけは抑えたい就職面接 16 のマナー

2014.10.02, NAVER まとめ,
<https://matome.naver.jp/odai/2137117753759585101>, 最終閲覧 2017.12.4

²¹ 「就活マナー」, AOKI, https://www.aoki-style.com/static/recruit/magazine/pc/manner/m_08/, 最終閲覧 2017.12.4

²² 「就活マナー「下らない」批判に社会人も賛同「ノックは2回でいいよ」マナーしか気にしない面接官はいない」2015.3.14, キャリコネニュース,
<https://news.careerconnection.jp/?p=6666>, 最終閲覧 2017.12.4

²³ 「就活マナー60秒講座「これだけは押さえておきたい」厳選問題20選(三択クイズ)」, Jobweb,
<https://www.jobweb.jp/post/a-26782>, 最終閲覧 2017.12.4

²⁴ 「就活マナー」, Rakuten みんな就,
<https://www.nikki.ne.jp/magazine/archive/category/>, 最終閲覧 2017.12.4

²⁵ ①②に同じマイナビのサイトが出た。これは、①との連携サイトであり、②は③④の引用まとめだった。

²⁶ 「就活メイク」, 資生堂, <http://shukatsu-beauty.shiseido.co.jp/>, 最終閲覧 2017.12.4

²⁷ 「キレイを引き出す就活メイクのポイント | 就活応援! 好印象メイク」, 花王ソフィーナ,
<http://www.sofina.co.jp/makeup/shukatsu/>, 最終閲覧 2017.12.4

²⁸ 「就活メイクの大原則-女子学生のための就活メイク講座」, 名大社,
http://www.meidaisha.co.jp/shinsotsu_howto/makeup/, 最終閲覧 2017.12.4

²⁹ 「就活メイクの定番ナチュラルメイク〜面接好印象の化粧方法」2017.11.20, ゼロワンマガジン, 株式会社そと,
<https://01intern.com/magazine/archives/2598>, 最終閲覧 2017.12.4

³⁰ 「普通の化粧とは違う『就活メイク』の基本。女子就活生が気をつけるべき事は?」, 就活SWOT, 株式会社エイリスト,
<https://swot.jp/shinsotsu/18407/>, 最終閲覧 2017.12.4

³¹ 「プロが教える就活メイクのポイント」, リクナビ,
<https://job.rikunabi.com/contents/howto/4412/>, 最終閲覧 2017.12.4

³² 「就活メイクの豆知識& 企業の本音」, マイナビ2018,
<https://job.mynavi.jp/conts/2018/tok/p/8897/>, 最終閲覧 2017.12.4

³³ 「女子学生の就活メイク・お化粧, 何が正解なの?」2017.10.31, インターンシップガイド, 株式会社 futurelabo,
https://internshipguide.jp/columns/view/shukatsu_makeup, 最終閲覧 2017.12.4

³⁴ これに限定した理由は、就活生は面接官に合う場面での身だしなみについて悩むと想定したから。

³⁵ 「(声)お化粧は義務なのですか」『朝日新聞』2017年2月21日

³⁶ 特集は2回組まれ、その後も同年7月まで、断続的に化粧に関する投書が掲載された。

³⁷ 2017年10月27日, 大阪府羽曳野市の府立懐風館高校3年の女子生徒が、生まれつき茶色の頭髪を黒染めするよう強要され不登校になったとして府に約220万円の損害賠償を求めた裁判。

³⁸ 「働く女子を応援!」のコンセプトで女性向けの記事を発信する、朝日新聞女子組の6周年記念イベント。「化粧ってなんのためにするの?」は第2部の題目であり、女装専門店の経営者兼メイクアップアーティスト IMA と前掲の井土が出演した。

³⁹ 個性的/一般的, 堅実/柔軟のマトリックス表上に、アパレルや金融などの業種がどの位置にあるか示されている。

図表

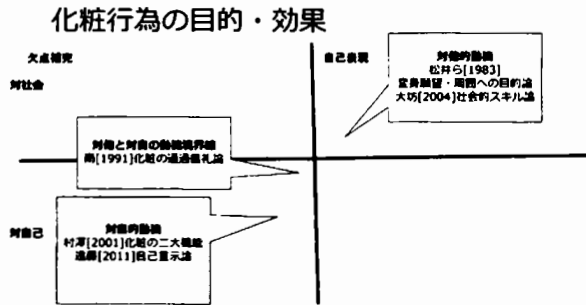


図1 化粧行為の目的・効果マトリックス

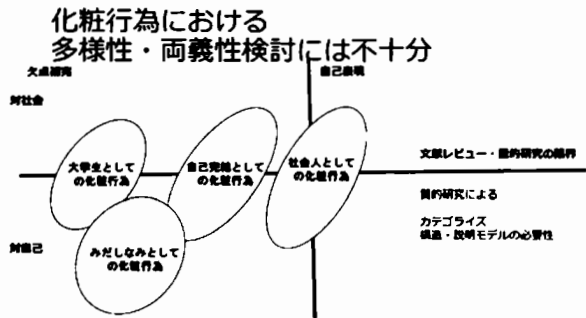


図2 多様性検討に対する量的研究への限界

調査年	非常に好きである	やや好きである	あまり好きではない	非常に好きではない	メークが好きな人	メークが好きなでない人
2008年	22.7	44	22.7	10.7	66.7	33.3
2009年	30.7	42	20	7.3	72.7	27.3
2010年	19.3	48	24.7	8	67.3	32.7
2011年	22	50.7	20	7.3	72.7	27.3
2012年	19.3	42.7	28	10	62	38
平均	22.8	45.48	23.08	8.66	68.28	31.74

表2 化粧好意度

	20～24歳(%)	対象者(%)	差(%)
自信をもちたい	68.3	<u>55.6</u>	<u>(-12.7)</u>
TPOに合わせるため	61.8	<u>77.8</u>	<u>(+16)</u>
周りから良く思われたい	58.5	22.2	<u>(-36.3)</u>
紫外線から肌を守りたい	52	0	0
気持ちを表えたい	48.8	33.3	<u>(-15.5)</u>
仕事や業務に必要	36.6	<u>55.6</u>	<u>(+19)</u>
イメージチェンジしたい	30.9	33.3	(+2.4)
外気・乾燥から肌を守りたい	26	0	<u>(-26.0)</u>
個性を表現したい	26	33.3	(+7.3)
周りから外れたくない	22.8	22.2	(-0.6)
その他	3.3	0	(-3.3)
特になし	0	0	0

表3 普段メイク実施理由

	毎日メイクを行っている	ほぼ毎日メイクを行っている	ときどきメイクを行っている	ふだんの生活でメイクを行ったことはあるが、朝夜はまったく行っていない	今まで特別な時にしかメイクをしたことがない	今までメイク自体をまったく行ったことがない
20～24歳(%)	24.7	38	25.3	3.3	6	2.7
対象者(%)	22.2	44.4	22.2	0	11.1	0

表4 化粧頻度

	1～5分	6～10分	11～15分	16～20分	21～30分	31分以上	平均(分)
20～24歳(%)	9.8	13.6	<u>28</u>	<u>20.5</u>	<u>18.9</u>	9.1	<u>20.1</u>
対象者(%)	0	<u>33.3</u>	<u>33.3</u>	<u>22.2</u>	0	11.1	<u>16.1</u>

表5 化粧にかかる時間

	20～24歳(%)	対象者(%)
アイシャドー	90.2	66.7
チークカラー	87.9	66.7
アイブロー	84.1	77.8
ファンデーション	83.3	55.6
口紅	83.3	100
アイライナー	83.3	55.6
マスカラ	81.8	44.4
アンダーメーク(下地)	74.2	33.3
フェイスパウダー	61.4	66.7
リップグロス	61.4	0
BBクリーム	56.1	44.4
コンシーラー	52.3	0
リップライナー	38.6	0
フェイスカラー	32.6	0
コントロールカラー	31.1	11.1
その他のベースメイク	6.8	0
その他のポイントメイク	3	11.1

表6 化粧時アイテム使用率

	高校以前	高校	大学	就活
M.M.	×	×	×	就活しなかった
S.N.	×	×	△	○
R.S.	×	×	△	就活するなら○
Y.O.	×	×	バイト時○	就活するなら○
H.Y.	×	×	○	就活しなかった
E.K.	×	△	○	○
Y.A.	×	×	○	○
M.S.	△	○	○	○
M.U.	△	○	○	○

×：日常的に化粧していない，△：たまに化粧する，○：日常的に化粧する

表7 化粧を始めた時期

	比例の服装状況	生徒の化粧行為	所属コミュニティの化粧行為	自分の化粧行為
MM	ある。 美しい。	×	×	×
SN	ある。美しいが、 化粧は不良少女。	△(ギョルのみ)	×	×
KN	いい。私服。 校則全体も美しい。	△	×	×
YO	ある。 一応、化粧禁止。	△	×	×
HY	ある。 美しい。化粧禁止。	△	×	×
EK	ある。 美しい。	○(バレない程度に)	○	△(学校で)
YA	ない。	×(特急部など例外あり)	×	×
MS	ない。 校則全体も美しい。	○	○	○
MT	ない。 校則全体が厳しい。 部活で制限あり。	○	○	○(部活動)

×：日常的に化粧していない，△：たまに化粧する，○：日常的に化粧する

表8 高校時の化粧行為

	OL	学生
平均年齢(歳)	38.1	19.1
毎日／ほぼ毎日化粧(%)	77.8	60.5
しなければならない意識(%)	42.4	23.5

表9 「OL」と「学生」の化粧行為・意識

	OL(勤務先で)	学生(学校で)
	理由	理由
1	身だしなみとして マークするのが 普通だから	身だしなみとして マークするのが 普通だから
2	きちんとした印象に みせるため	きちんとした印象に みせるため
3	マークしていないのは 恥ずかしいから	自分の気になるところを カバーするため
4	自分の気になるところを カバーするため	自分の気になるところを 補正するため
5	自分の気になるところを 補正するため	自分の顔がより魅力的に みえるように
6	いきいきとした印象に みせるため	マークしていないのは 恥ずかしいから
7	自分の顔がより魅力的に みえるように	いきいきとした印象に みせるため 服などと合わせて イメージアップをはかため

表10 「OL」と「学生」のメイク理由

引用文献

- 阿部恒之, 高野ルリ子 2011 「化粧と感情の心理学的研究概観」『におい・かおり環境学会誌 42 巻 5 号』
- 天野龍一, G ニュート 1995 『なんてったって男社会なのだ: コネ・差別・セクハラ・虫の四大掟』講談社
- 石井政之 2003 『肉体不平等: ひとはなぜ美しくなりたいのか?』[平凡社新書: 182] 平凡社
- ウルフ, ナオミ(曾田和子) 1994 『美の陰謀: 女たちの見えない敵』TBS ブリタニカ
- 遠藤健治 2011 「化粧による自己呈示」『教育人間科学部紀要 2』青山学院大学
- 大坊郁夫 2004 「粧うことと癒すこと」『心の科学 117』
- 片瀬一男 1997 「美貌という戦略--女子大学生の就職活動における業績性と女性性」『社会学年報 (26)』
- 木戸彩恵 2015 『化粧を語る・化粧で語る 社会・文化的文脈と個人の関係性』ナカニシヤ出版
- 鈴木由加里 2006 『女は見た目が 10 割: 誰のために化粧をするのか』[平凡社新書: 333] 平凡社
- 廣岡秀一・横矢祥代 2006 「小学生・中学生・高校生の規範意識と関連する要因の分析」『三重大学教育学部研究紀要 (教育科学) 57』
- フリードマン, リタ(常田景子) 1994 『美しさという神話』新宿書房
- 松井豊・山本真理子・岩尾寿美子 1983 「化粧の心理的効用」『マーケティング・リサーチ 21』
- 南博 1991 『化粧とゆらぐ性』ネスコ: 文藝春秋
- 村澤博人 2001 「「化粧」という文化」『サティア (44)』

引用アンケート調査

- ポーラ文化研究所 化粧と生活の調査レポート
- No.100 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
メーク篇 2007 2007.11.15
- No.106 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
メーク篇 2008 2009.2.13
- No.117 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
スキンケア・メーク篇 2010 2010.9.29
- No.112 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
スキンケア・メーク篇 2009 2009.7.8
- No.120 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
スキンケア・メーク篇 2011 2011.9.28
- No.123 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
メーク篇 2012 2012.9.26
- No.141 女性の化粧行動・意識に関する実態調査
メーク篇 2017 2017.11.20