

男性化粧に対する現代人の意識とその社会的背景

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2021-01-27 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 川野, 佐江子, 徳迫, 栞, 沢辺, 祐馬, 日比野, 英子 メールアドレス: 所属:
URL	https://osaka-shoin.repo.nii.ac.jp/records/4489

男性化粧に対する現代人の意識とその社会的背景

学芸学部 化粧ファッション学科
人間科学研究科 化粧ファッション学専攻
株式会社阪神メタリックス
京都橋大学

川野 佐江子
徳迫 栞
沢辺 祐馬
日比野 英子

要旨：本研究は、社会学的アプローチと心理学的アプローチによって、近年の男性化粧が受け入れられている状況について検討するものである。男性化粧をとりまく環境が変わる現代、この男性化粧の受容の背景には、どのような現代人の意識や社会背景があるのだろうか。本研究では、男性モデルに男性性強調化粧と女性性強調化粧を施術し、男女平等意識が男性化粧顔への評価にどのように関わるのかも調査した。その結果、男女平等意識の高い人に男性性強調化粧顔を「社会的に好ましい顔」と評価する傾向が高いことが見られた。この実験結果から、男性性強調化粧顔を「メイクアップした顔」ではなく「整えられた顔と身体」として捉えることで、現代の「男性化粧」の分析がジェンダー論の視点だけでは限界があることを提示する。そして、現代の男性化粧が置かれている状況は、性差の問題ではなく、デジタルによって「整えられた顔と身体」が「生身の身体」より優位であるという現代的身体観が、重要な背景であることを考察した。

キーワード：化粧、男性化粧、平等主義的性役割態度、社会的望ましさ、整えられた顔と身体

はじめに

本研究は、現代人の男性化粧に対する意識について、心理学と社会学の手法を用いて検討するものである。まずⅠで、日本の男性化粧史の概略を確認する。次に、1990年代以降の男性化粧が、「男らしさ」の変容との関係で分析されることが多いことを指摘し、ジェンダー論での男性化粧の分析が、性平等志向や性の多様性への意識が高まりつつある現代においてどれくらい有効なのか、という問いを提示する。それにあたりⅡでは、現代人の化粧意識についての検討の一環として、大学生男女を対象として、男性の化粧顔への評価を実験的に行って分析を試みた。特に男女の平等主義的性役割態度によって、男性が化粧をする行為や男性の化粧顔への評価が変わってくるのではないかという視点も含めて、実験的に検討を試みる。

Ⅲでは、Ⅱでの結果を踏まえ、現代人にとっての男性化粧について、性差の問題を越えて、「整えられた顔と身体」が社会的優位性を持つという現代的身体観の視点から検証を試みる。

Ⅰ 男性化粧の研究

1. 日本における男性化粧の歴史的概略

日本における男性化粧の歴史的変遷は、次の様な例が挙げられる。古代では「丹塗り」といういわゆる「赤化粧」の風習が知られており、出土する埴輪にはこの丹塗りや入れ墨が見られる。また『日本書紀』に「兄(ホノスセリノミコト)、犢鼻を著け、赭を以ちて掌に塗り面に塗り¹⁾、其の弟(ホノオリノミコト)に告して曰さく、『吾身を汚すこと此の如し。永に汝の俳優²⁾者為らむ』とあり、兄が禪を着け赤土を掌や顔に塗り、弟に「永久にあなたの服従者となります」と言ったとされている。古代の日本では、こうした呪術的な意味での赤化粧のほか、『魏志倭人伝』に「男子は大小と無く、皆黥面文身す」入れ墨文化についての記述が残る。しかしこの入れ墨文化は、大陸系渡来人からなる大和政権によって蛮行として禁止されていくことも知られている。

この後、平安時代になると、貴族文化の中に男性の白化粧の記述が見られるようになる。

・『枕草子』「舎人の顔のきぬにあらわれ、まことにくろきに、しろき物いきつかぬ所は…」

・『平家物語 第九卷・忠度最期』「ふりあふぎ給へるうちかぶとより見いれたれば、かねぐる也。」

・『義経記 卷七・判官北国落の事』「末をば細く刈りなして、高く結いあげて、薄化粧に御眉細く作り、御装束は匂ふ色に花やうを引重ねて…」

これらは、平安から鎌倉時代にかけての公家を中心とした文化に男性の化粧があったことが分かる史料である。その後公家社会から武家社会になり、都から離れた鎌倉に幕府を開いた東国武士たちは化粧文化を継承しなかったが、京都室町に幕府を開いた足利氏は武士であっても白粉・お歯黒など、公家の化粧文化を取り入れた記録がある。室町時代に続く戦国時代末期には、今川義元が出陣の際にお歯黒と公家風の化粧であったことはよく知られており、また『太閤記』での豊臣秀吉も「例の作り鬚に眉作らせ鉄黒なり」と、化粧を施していたことが分かる。こうした白粉を塗り、眉を描き、歯を黒く染めるといふ公家文化の男性化粧は、明治時代に入るまで宮中で続くことになる。

一方、江戸時代では町人文化の中にも男性化粧の記録が残る。『半日閑話』（新場老漁（大田南畝）著、1768～1822）では、「近來男子の風俗甚異にして、髪は本多とて中剃りを大きくして…（中略）…眉は三日月とて細くぬく。」という記載があり、当時、男性の間で様々な新しい髪型だけでなく細眉に整えることが流行していたことが分かる記録である。当時の町人文化における男性化粧は、このように髪型や眉に集中しているが、公家の化粧のような白粉やお歯黒は見ることがない。公家以外で白粉を使った化粧を施すのは女性か男娼の男性であった。

明治時代になると、欧米の文化や思想・制度が流入し、それまでの日本の慣習を見直す動きが見られる。その中には、洋装化や髪型の自由を定めた政令の他、お歯黒への政令も発布された。まず、1868年（明治元年）1月6日の令により「公卿の涅齒、点眉は古制にあらざるを以て必ずしも循守せざるを咎めず」と布告されたが、実際には、公家の中でお歯黒や点眉をやめる動きにはならなかった。さらに1871年（明治3年）にも同様の令が出されたが、これも効果がなかった。1874年（明治6年）3月3日には太政官布告によって「皇太后、皇后、御黛、遠鉄漿被廢候旨御仰出候事」と発表され、やっと皇族の女性達がお歯黒をやめることになり、これ以降お歯黒の習慣は日本の化粧文化から消滅していくことになる。

明治以降の男性化粧は、「古き日本」の伝統である白粉、眉ぞり、お歯黒が否定され、新たに欧米風の鬚やモミアゲ、ヘアスタイルと言った顔周りの手入れが中心となっていく。特に富国強兵を国策とした明治政府では、成人男性の身体的特徴でもある鬚が、威厳や地位のシンボルとして軍人や政治家などによって盛んに利用された。また、南（1985）によると、1900年代（明治30年代）以降はハイカラの流行とともに美しい鬚をたくわえることが紳士の身だしなみとされ、エリート象徴として大学生のあいだでも鬚を伸ばすことが流行した。このように、明治維新後の近代化西欧化の中で、男性の化粧というと、鬚やヘアスタイルの問題となり、それは清潔や衛生の観念とも結びついて受容されていく。しかし、いわゆる女性が行うようなメイクアップは、男性から距離を置くようになるばかりでなく、むしろタブー視されていくことになる。

こうした男性の「メイクアップ」が再び注目されるのは、1980年代だと村澤は述べる。村澤（2000）によると「1970年代までの日本の男性の化粧とは、当時の男性化粧品が物語っているように、頭髪とひげの手入れを中心としたもの」であったが、「80年代に入るところから、従来とは異なるメイクアップ^(ママ)が音楽の世界で展開されるようになる」と指摘されている。エンターテインメントの世界では、男性演者や歌手に化粧が行われなかったことはない。しかし80年代の音楽シーンでのメイクは、「自らのもつ男性性が消去」（村澤2000）された男の顔を作り出し、「メディアを通して、従来と違った男性像が日常的に目に入ってくるように」（村澤2000）させたことがそれ以前のエンターテインメントの化粧とは異なっていた³⁾とされている。そしてこうした状況下、1984年にコーセー（当時は小林コーセー）が男性のナチュラルメイクアップ商品を発表する。若い男性だけでなく中年男性もこのメイクアップを施し、当時のメディアでも話題性が高かった。しかし結局、2年ほどでこの男性メイクアップは市場から消え、その後はスキンケアなど基礎化粧品が男性化粧の大きなウエイトとなっていく。

なぜ80年代の男性メイクアップ商品が定着しなかったかについて村澤は、一つには従来の男性性を保持したい層から男性が化粧をすること自体が拒否されたこと、二つには、従来の男性中心社会に対して疑問を持つ層からこの男性メイクが作り出す「眉がキリリと濃く、日焼けした肌」という従来型男性像が拒否されたこと、という二方向からの理由を挙げている。この村澤の考察については、本論Ⅲにて再び触れることと

する。

いずれにしても、明治以降80年代バブル経済期までの日本の男性化粧は、従来型の「男性らしさ」とどう折り合いを付けるかという点が着目され、語られてきたことが分かる。

2. 1990年代以降の男性化粧文化

2.1. アスリートの化粧

男性の化粧行為が特別なことではなくなるきっかけとして、石田（2005）は1993年のプロサッカー「Jリーグ」の発足を挙げている。それまでのスポーツ選手とは異なり、Jリーガーたちは髪の色やスタイルにこだわり、眉を整え白い歯や華やかなファッションを見せ、男性用エステティックサロンのCMに起用されるなど、一般男性にとっての外見の美のモデルだったと言えるだろう。男性が自分の外見に投資することが好ましいこととして受容されていく過程において、アスリートが介在しているのは興味深い。なぜなら、これまでスポーツはホモフォビアかつミソジニーを前提とするホモソーシャルな“男性同士の絆”（セジウィック2001）を基盤にもつものとして語られてきており、そのアスリートたちの間で「外見を飾る」という“男らしくない”行為が広まるということは、その装飾行為がもはや女性や同性愛者だけの行為ではない、むしろ「カッコいい男」は外見を飾るものだ、という強いメッセージをもたらすからだ。

川野（2012）によると、80年代後半から世界的に活躍するプロスポーツやオリンピックのアスリートの身体装飾には、タトゥー、ピアス、眉剃りなどが見られるが、一方で、インターハイや高校野球のような学校教育の場でのスポーツ大会では、そもそもこうした身体装飾自体が校則違反とされていることが多いと述べられている。その中で1990年代後半から見かけるようになったのが、高校球児の眉作りである。高校野球は他の高校スポーツよりもメディアの注目も高く、眉剃りをした球児たちもメディア露出が多くなる。高校生の眉作りというと、不良文化における眉剃りを連想させることもあり、2004年11月26日、日本高校野球連盟主は、野球部員が眉毛にそり込みを入れたり、髪を茶色に染めたりすることを禁止するように高校へ通達した。この背景には、高校野球のテレビ中継を見た視聴者から、一部選手の姿へのクレームが日本高校野球連盟に相次いだという理由もあったという。

しかし、こうした世代間の軋轢はありながらも、若い世代を中心に、男性が眉や肌を整え、脱毛にいそし

む、という行為がスポーツ選手を通して特殊なことではなくなり、むしろ好ましい男性像として一般化していったのである。

2.2. 「男らしさ」の変容と男性化粧の議論

1990年代以降の男性化粧について検討するとき、こうしたアスリートからの影響のほか、バブル経済後の経済停滞期以降の「男らしさ」の変容と関連させた先行研究が主流な議論となってくる。1987年施行の雇用機会均等法によって女性の社会進出がとりあえず制度上は整備されはじめ、女性が自立した経済力を得られるようになり「女性の時代」と呼ばれた1990年代以降について村澤（2000）は、従来の男性像は崩壊し、男性は中性化しその過程の中で化粧行為は男女平等化していったと説明する。また、前田（2009）は、「戦時モード」では男女の役割区別が際立ち男性化粧は否定され、「平時モード」では男女の役割区別が曖昧になり男性化粧が流行ると述べる。石田（2005）は「メトロセクシャル」⁴⁾という新しい男性像を示すキーワードを用い、性別に関わらず外見の美への執着することへ警鐘を鳴らす。

こうした従来の男らしさの変容が、男性化粧の受容を促した、という議論は、確かに歴史学的には説得的な一面を持つだろう。しかし、化粧の概念に、メイクアップだけでなく、スキンケア、髪型、鬚などの身繕いが含まれる⁵⁾ことを思い起こせば、男性から化粧行為が途絶えた時代は無かったことが分かる。つまり「男らしさ」が変容したことで男性化粧が受容されるようになった、という論理は、化粧の何が新たに男性に受容されるようになったのか、を整理しておかなければならない。

この点について、男性化粧の先行研究の多くは、メイクアップ、ネイル、脱毛、エステティックサロンでの施術など、女性特有の行為とされていた化粧行為を男性が行うようになると、それを男性化粧の変化であると述べている。つまり、“女性的行為”を男性が行うことが話題になるのであり、換言すれば、ア prioriのうちに女性的行為と男性的行為を区別しながら化粧行為を検討している、ということになっている。しかし、繰り返すことになるが、歴史的・地域的に化粧を俯瞰すれば、男性はこれまでも“女性的化粧”を行ってきたことが知られている⁶⁾。そもそも、メイクアップという化粧行為を“女性的行為”であると見なしたのは、実は近代以降の西欧的価値観なのである。

北山（1991）が述べるように、西欧での市民革命以

降、つまり近代以降、身分制度が撤廃され、職業選択、移動など、人間は法の下に平等・自由となったが、唯一よそおいにおけるジェンダー差だけは、むしろ強化されてきた。男は男のよそおい、女は女のよそおい、と言うふうに、身につけるものでは男女差が明確になっている一方、近年は性の平等についてジェンダー、セクシュアリティの両方から課題となっており、その多様性を認め合うことが世界の共通認識として醸成しつつある。

このように性に対する社会の対応が一つの岐路にある中、よそおいのあり方、とりわけ化粧のあり方が、これまでの研究のように「男らしさ・女らしさへの社会的意識の変容」との関係だけで論じることが可能なのだろうか。つまり、男性化粧は、「男らしさ」の変容を追うだけで論じ切れるのだろうか。

こうした男性化粧研究の新たな分析軸を模索する中で、本研究では、心理学の方法で男女平等意識の在り様によって、男性化粧への評価が変わるのだろうか、と言う実験と考察を行った。その内容は次のIIの通りである。

II 現代の大学生の男性化粧への評価の実験

本研究では、現代人における化粧意識についての検討の一環として、大学生男女を対象として、男性の化粧顔への評価を実験的に行って、結果を分析した。特に男女の平等についての意識の在り様によって、男性が化粧をする行為や男性の化粧顔への評価が変わってくるのではないかという視点も含めて、検討する。

1. 目的

男女の大学生に男性の化粧顔の写真に対する印象評価を行わせ、同一人物の素顔と化粧顔との評価の差および化粧デザインによる評価の差を検討する。また、化粧顔評価と平等主義的性役割態度との関係を検討するために、被験者の平等主義的性役割態度の測定を行った。「男女平等意識の高い人の方が低い人よりも男性の化粧顔をより好意的に評価する」という仮説を検証する。

2. 方法

• 対象

大学生 191 名（男子 47 名、女子 144 名、平均年齢 20.1 歳 標準偏差 0.95）

• 質問紙

①特性形容詞尺度

刺激の顔写真への評価の測定のために、林（1978）によって作成された本尺度を用いた。本尺度は、「積極

的な」「かわいらしい」「社交的な」「親しみのある」などの形容詞 20 項目から構成されており、各項目について「非常に当てはまる 5 点」から「まったく当てはまらない 1 点」までの 5 件法によって回答を求めるものである。

②平等主義的性役割態度スケール短縮版

鈴木（1991）によって作成された、男女の性役割態度における平等志向性あるいは伝統志向性のレベルを客観的に測定する評価尺度である平等主義的性役割態度スケール（SESRA）40 項目の短縮版 SESRA=S（鈴木、1994）を用いて現代の大学生男女の性役割態度を測定する。鈴木によると、「性役割とは、男女にそれぞれふさわしいとみなされる行動やパーソナリティに関する社会的期待・規範およびそれらに基づく行動を意味する。性役割態度は、性役割に対して、一貫して好意的もしくは非好意的に反応する学習した傾向である。」本尺度は 15 項目から構成され、回答は 5 段階（全然そう思わない 1 点、全くその通りだと思う 5 点）で求め、項目の合計得点を尺度得点（15 - 75 点）とする。本尺度では高得点ほど性役割に対して平等志向的な態度を示し、低得点ほど伝統志向的な態度を示しているとみなされる。

• 刺激写真の作成

化粧を施した男性の顔の主観的評価を測定するために、評価の対象とする男性の顔写真を作成した。男子大学生 3 名をモデルとして、それぞれの素顔、女性性強調化粧顔（女性化粧顔）、男性性強調化粧顔（男性化粧顔）の 3 種の化粧条件の顔写真（肩から上）、合計 9 枚を撮影した。撮影の際には、化粧以外の要因を統制するために、3 名とも着衣は白のワイシャツとし、顔に影が生じることを防ぐために前髪が額にかからないよう整え、表情は真顔に統一した（図 1）。

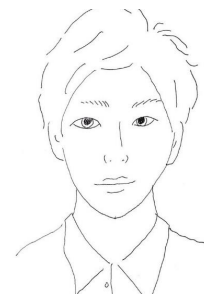


図 1 素顔のイメージ

化粧のデザインについては化粧学を専攻する大学院生が担当し、化粧施術と写真撮影を行った。化粧デザインの内容は次のとおりである。

①女性性強調化粧(図2):化粧水、乳液、薬用リップクリーム(無色)を使用後、全体のイメージは、やわらかさ、曲線などに配慮して制作した。ベースメイクはモデルの素肌よりやや明るめのファンデーションを使用し、頬には血色の良さを表現する程度のチークをいれた。また鼻先、顎にもチークを軽くいれて顔全体の統一感を出した。眉はなだらかなアーチ型、または平行に描いた。アイメイクは全体に丸くし、たれ目を強調した。ブラウンのアイシャドウで自然なグラデーションを作った後、アイラインをやや長めに引いた。ビューラーでまつげを上げた後、上下まつ毛にマスカラを使用した。なおアイライン、マスカラの色はダークブラウンやブラウンを使用した。リップは血色良く、リップラインを正確に描き、最後に必要個所に軽くハイライトをのせた。

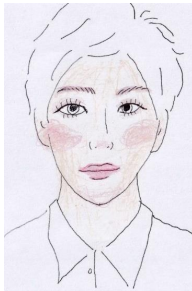


図2 ①女性性強調化粧のデザインイメージ

②男性性強調化粧(図3):化粧水、乳液、薬用リップクリーム(無色)を使用した後、全体のイメージは、はっきりとした印象、直線、凹凸感をつけることに配慮した。ベースメイクは、モデルの素肌の色に近い色のファンデーションを使用し、ファンデーションの濃淡とフェイスシャドウを軽く入れることで顔の凹凸感を出した。またノーズシャドウは顔立ちを際立たせるよう眉頭にわずかに濃く入れた。眉は平行、またはつり眉にデザインした。アイメイクはシャープな印象にした。アイラインは上のまつ毛の間を埋める程度もしくはわずかに跳ね上げさせて描き、そして下まつ毛にも目じり側3分の1程度の部分に描いた。アイシャドウはアイラインをほかす程度に施した。リップは自然な発色になるようベージュ系で色味を調整した。



図3 ②男性性強調化粧のデザインイメージ

撮影時に用いた装置は以下のとおりである。

撮影装置:

カメラ (Canon 社製 EOS Kiss X9)

レンズ (Canon 社製 EF-S18-55mm F4-5.6 IS STM)

照明器具 (LPL クールライト CL-2280 L18845)

3. 手続き

大学の講義の後、受講生に実験への協力を求め、279名が了承したが、不備の在った回答を除くと最終的に統計的分析の対象となったのは191名であった。

顔写真への印象評価のための特性形容詞尺度と平等主義的性役割態度スケール短縮版の質問紙を配布し、年齢と性別を記入してもらった後、「これからスクリーンに9枚の写真を写します。1枚ずつの写真の印象について、配布した質問紙の20項目がどのくらい当てはまるか、1から5の数字を丸で囲んで評価してください。」と教示を与え回答を求めた。ランダムな順序で9枚の刺激写真を各々30秒提示し、各写真の提示の後1分間の回答時間を設けた。9枚の写真への評価の後、平等主義的性役割態度スケール短縮版への回答を求めた。

4. 結果

得られたデータは IBM SPSS Statistics 24 によって分析された。

4.1. 特性形容詞尺度の因子分析

9枚の顔写真への印象評価の結果について、各写真評価結果毎に、主因子法・プロマックス回転による因子分析を行った。9つのすべての因子分析の結果から、「社会的望ましさ」「個人的親しみ」「力本性」と命名できる3因子が共通して見出された。

それぞれの因子において、9枚の写真への評価に共通して高い因子負荷量を示した項目を抽出し、それぞれの下位尺度項目とした。「社会的望ましさ」においては「慎重な」「落ち着いたある」「分別のある」の3項

目、「個人的親しみやすさ」においては「かわいらしい」「人懐っこい」「感じの良い」「人のよい」「親しみやすい」「心の広い」「親切的な」の7項目、「力本性」においては「自信のある」「堂々とした」「意欲的な」「積極的」「社交的」の5項目が、それぞれの下位尺度項目とされた。3名のモデルの9枚の刺激写真についての印象評価の結果を、各化粧条件毎に、「社会的望ましさ」「個人的親しみやすさ」「力本性」のそれぞれの評価の平均値を算出して粗点とした。

4.2. 平等主義的性役割態度スケール短縮版による高低群の設定

平等主義的性役割態度スケール短縮版への回答結果から、15項目への評価得点の合計点を算出し、その平均値を求めたところ 38.94 (SD=6.71) であった。この平均値より低い平等主義的性役割態度得点を示した対象者を低群 (N=96)、平均値より高い平等主義的性役割態度得点を示した対象者を高群 (N=95) として、2群の平均値 (M1=33.69 (SD=3.8)、M2=44.25 (SD=4.45)) を t 検定により比較したところ、0.1%水準で有意な差が認められた。

4.3. 化粧条件と平等主義的性役割態度による2要因(混合計画)の分散分析の結果

印象評価の3尺度得点を粗点として、化粧条件による評価の違い、平等主義的性役割態度による評価の違い、性差による評価の違いについて検討する。表1は各群の3つの化粧条件における3つの尺度における評価の平均と標準偏差を表したものである。

「社会的望ましさ」「個人的親しみやすさ」「力本性」の3次元のそれぞれについて、化粧条件と平等主義的性役割態度の高低各群においてどのようなちがいがみられるか、2要因(混合計画)の分散分析を行った。

4.3.1. 「社会的望ましさ」の評価における化粧条件と平等主義的性役割態度の2要因の分析

化粧条件および平等主義的性役割態度の違いによって社会的望ましさの評価に差が生じるか否かの検討を2元配置(混合計画)の分散分析(化粧条件(3)×平等主義的性役割態度の高低群(2))によって行った。

その結果、被験者内効果である化粧条件の主効果については、0.1%水準で有意であった (F(2,378) = 142.97, p < .01)。また、交互作用(化粧条件×平等主義的性役割態度)については、5%水準で有意であった (F(2,378) = 4.017, p < .05)。被験者間効果である平等主義的性役割態度の高低群間には有意な差は見られなかった (F(1,189) = 600, p = .440)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較の結果、男性化粧顔は素颜 (p < .01) および女性化粧顔 (p < .01) よりも有意に社会的に望ましく、素颜は女性化粧顔よりも有意に社会的に望ましい (p < .01) と評価されたことが分かった。図4に2群による「社会的望ましさ」の評価を表す。「社会的望ましさ」は男性化粧顔 > 素颜 > 女性化粧顔という順位であり、これは平等主義的性役割態度の高い人に顕著な傾向である。

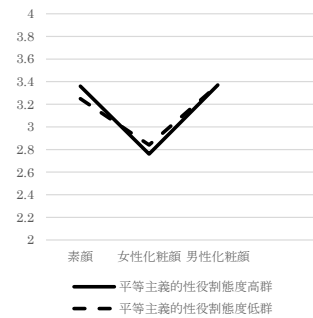


図4 平等主義的性役割態度2群による顔の「社会的親しみやすさ」の評価

表1 平等主義的性役割態度2群による顔の印象評価の平均と標準偏差

平等主義的性役割態度	高群			低群			
	化粧条件	素颜	女性化粧顔	男性化粧顔	素颜	女性化粧顔	男性化粧顔
社会的望ましさ		3.36 (.046)	2.76 (.052)	3.47 (.044)	3.25 (.052)	2.84 (.058)	3.37 (.050)
個人的親しみやすさ		3.03 (.044)	3.43 (.045)	3.11 (.041)	3.04 (.044)	3.38 (.051)	3.04 (.046)
力本性		3.14 (.046)	3.49 (.043)	3.52 (.043)	3.09 (.051)	3.40 (.048)	3.39 (.049)

4.3.2. 「個人的親しみやすさ」の評価における化粧条件と平等主義的性役割態度の2要因の分析

化粧条件と平等主義的性役割態度の違いによって「個人的親しみやすさ」の評価に差が生じるか否かを検討するために、化粧条件(3)×平等主義的性役割態度の高低群(2)の2元配置(混合計画)の分散分析を行った。その結果、化粧条件の主効果は有意であり(F(2,378)=85.55,p<.01)、平等主義的性役割態度の群間の主効果は有意ではなかった(F(1,189)=0.602,p=.439)。交互作用も有意ではなかった(F(2,378)=.785,p=.452)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較を行った結果、女性化粧顔は素顔(p<.01)および男性化粧顔(p<.01)よりも有意に高かった。図5.に2群による「個人的親しみやすさ」の評価結果を表す。平等主義的性役割態度の高低に関係なく、女性化粧顔が最も個人的に親しみやすいと評価されたことがわかった。

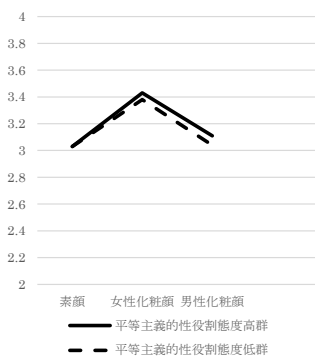


図5 平等主義的性役割態度2群による顔の「個人的親しみやすさ」の評価

4.3.3. 「力本性」の評価における化粧条件と平等主義的性役割態度の2要因の分析

化粧条件と平等主義的性役割態度の違いによって「力本性」の評価に差が生じるか否かを検討するために、化粧条件(3)×平等主義的性役割態度の高低群(2)の2元配置(混合計画)の分散分析を行った。その結果、化粧条件の主効果が有意(F(2,378)=59.87,p<.01)

であり、平等主義的性役割態度の主効果には有意傾向(F(1,189)=2.74,p<.10)が見られた。交互作用には有意差は見られなかった(F(2,378)=.689,p=.503)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較を行ったところ、男性化粧顔は素顔よりも有意に高く(p<.01)、女性化粧顔も素顔より有意に高い(p<.01)ことが分かった。男性化粧顔と女性化粧顔の間には有意な差は見い出されなかった。図6.に2群による「力本性」の評価結果を示す。素顔より女性性・男性性を強調した化粧顔のほうが力本性を高く評価され、この傾向は性役割態度の平等志向の高い人のほうが比較的強い傾向が見いだされた。

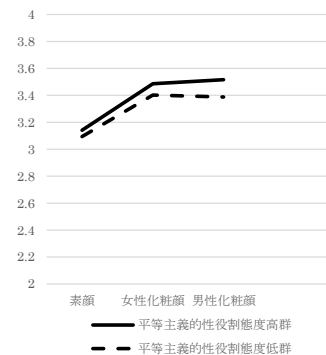


図6 平等主義的性役割態度2群による顔の「力本性」の評価

4.4. 化粧条件と性差による2要因の分散分析の結果

表2.は、男女別に「社会的望ましさ」「個人的親しみやすさ」「力本性」の評価結果の平均と標準偏差を表したものである。これらの評価における化粧条件と性差の2要因について、2元配置(混合計画)の分散分析を行って検討した。

4.4.1. 「社会的望ましさ」の評価における化粧条件と性差の2要因の分析

化粧条件と性差の違いによって「社会的望ましさ」の評価に差が生じるか否かを検討するために、化粧条件(3)×性差2群(2)の2元配置(混合計画)の分散

表2 性別2群による顔の印象評価結果の平均と標準偏差

性別	男性			女性			
	化粧条件	素颜	女性化粧顔	男性化粧顔	素颜	女性化粧顔	男性化粧顔
社会的望ましさ		3.21(.069)	2.85(.078)	3.27(.066)	3.35(.040)	2.78(.044)	3.48(.038)
個人的親しみやすさ		3.02(.058)	3.30(.067)	3.03(.062)	3.04(.033)	3.44(.038)	3.10(.035)
力本性		3.16(.069)	3.43(.069)	3.36(.069)	3.11(.039)	3.45(.037)	3.49(.037)

分析を行った。その結果、化粧条件の主効果が有意であり ($F(2,378)=88.921, p<.01$)、性差の主効果は有意ではなかった ($F(1,189)=2.024, p=.156$)。交互作用は有意であった ($F(2,378)=5.558, p<.01$)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較を行った結果、男性化粧顔は素顔 ($p<.05$) および女性化粧顔 ($p<.01$) より有意に高く、女性化粧顔は素顔 ($p<.01$) および男性化粧顔 ($p<.01$) より有意に低く、素顔は女性化粧顔 ($p<.01$) より有意に高くかつ男性化粧顔 ($p<.05$) より有意に低いことが見いだされた。図7.に男女の2群による「社会的望ましさ」の評価を表した。社会的望ましさは男性化粧顔が最も高く、次に素顔、女性化粧顔が一番低く評価されており、この傾向は女性の被験者に比較的強く見られた。

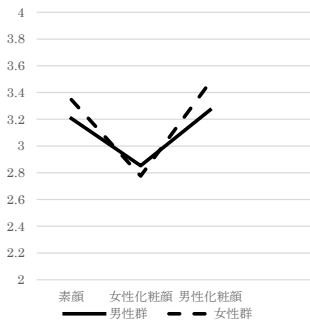


図7 男女各群による顔の「社会的望ましさ」の評価

4.4.2. 「個人的親しみやすさ」の評価における化粧条件と性差の2要因の分析

「個人的親しみやすさ」の評価が化粧条件と性差から受ける影響を分析するために、化粧条件 (3) × 性差 2 群 (2) の 2 元配置 (混合計画) の分散分析を行った。その結果、化粧条件の主効果は有意であり ($F(2,378)=56.215, p<.01$)、性差の主効果は有意ではなかった ($F(1,189)=1.575, p=.211$)。交互作用は有意ではなかった ($F(2,378)=1.491, p=.227$)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較を行ったところ、女性化粧顔は素顔 ($p<.01$) および男性化粧顔 ($p<.01$) よりも有意に高く、男性化粧顔と素顔との間には有意な差はみられなかった。図8.に男女2群による「個人的親しみやすさ」の評価結果をあらわした。男女両群によって、女性化粧顔が素顔と男性化粧よりも高く評価されている。

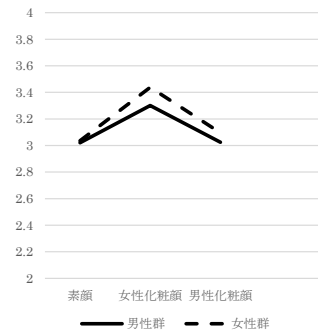


図8 男女各群による顔の「個人的親しみやすさ」の評価

4.4.3. 「力本性」の評価における化粧条件と性差の2要因の分析

「力本性」の評価が化粧条件と性差から受ける影響を分析するために、化粧条件 (3) × 性差 2 群 (2) の 2 元配置 (混合計画) の分散分析を行った。その結果、化粧条件の主効果が有意であり ($F(2,378)=37.80, p<.01$)、性差の主効果は有意ではなかった ($F(1,189)=.256, p=.614$)。交互作用には有意な傾向が見られた ($F(2,378)=2.728, p<.10$)。化粧条件の主効果について、Bonferroni法による多重比較を行った結果、男性化粧顔が素顔より有意に高く ($p<.01$)、女性化粧顔も素顔より有意に高く ($p<.01$)、男性化粧顔と女性化粧顔には有意な差はみられなかった。図9.に男女2群による「力本性」の評価結果を表す。「力本性」の評価については、素顔より化粧した顔のほうが、化粧デザインにはかかわらず高く評価され、この傾向は女性被験者に比較的強く見られた。

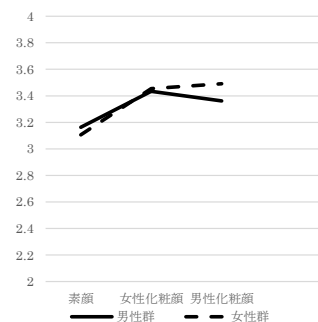


図9 男女各群による顔の「力本性」の評価

5. IIの考察

本実験の結果からは、素顔、女性化粧顔、男性化粧顔に対する評価が有意に異なることが見いだされたが、その評価において、平等主義的性役割態度尺度によって測定された性の平等志向性の影響は弱いながら部分的に見られた。「社会的望ましさ」の評価では、男性化

粧顔>素颜>女性化粧顔の順に高かった。男性化粧顔はもっとも「慎重な」「落ち着いたある」「分別のある」印象を与え、女性化粧顔は最もこれらの印象が低くなることが分かった。この結果は伝統的な性意識に親和的である。しかしながら、本実験では、性の平等志向性の高い人にこのような特徴が強い傾向が見られた。「性の平等意識の高い人のほうが低い人より、男性の化粧顔を好意的に評価する。」という仮説を支持しているとも解釈できるが、女性化粧顔への低い評価からは、平等志向性の高い人も化粧デザインについてはむしろ伝統的・保守的なものかもしれない。「個人的親しみやすさ」の評価では、女性化粧顔>男性化粧顔=素颜という結果であった。性の平等志向性には関係なく、高低両群に対して女性化粧顔は「かわいらしい」「人懐っこい」「感じの良い」印象を与えたことが分かった。「力本性」の評価では、男性化粧顔=女性化粧顔>素颜という結果であり、性の平等志向が高い人のほうがこの傾向が強いことが分かった。素颜より化粧を施した顔のほうが「自信のある」「堂々とした」「積極的な」印象を与えた。性の平等志向の高い人のほうが比較的強くこの傾向を示していることから、若干弱いながらも仮説を支持している結果と考えられる。

性差による顔の印象評価に違いも検討した。「社会的望ましさ」の評価では、化粧条件においては男性化粧顔>素颜>女性化粧顔という順で高くなり、女性にこの傾向が強く見られた。「個人的親しみやすさ」の評価では、女性化粧顔>男性化粧顔=素颜の順で高く、性差はみられなかった。「力本性」の評価では、男性化粧顔=女性化粧顔>素颜という順で高く、性差は有意ではなかった。全般に性差はほとんど見られず、大学生は男子も女子も化粧顔について好意的な印象を持っていることが分かった。

以上の本実験の結果については、女性研究協力者数(144名)が男性研究協力者数(47名)よりかなり多いことの影響を否めないと考えられ、男女のバランスを整えて再度検討する必要があると考えられる。

Ⅲ 総合考察—男性化粧と身体への関心

1. ジェンダー論からの考察の限界

Ⅱの実験結果は、Ⅰで提示した「男性化粧は、「男らしさ」の変容を追うだけで、論じ切れるのだろうか。」について、ある程度の示唆を与えているだろう。つまり、平等主義的性役割態度の高い人が、「社会的望ましさ」や「力本性」など従来の「男らしさ」に親和的な顔として刺激②男性性強調化粧顔を好意的に評価し

た、ということは、性役割が平等な社会であるべきだと理解はしていても、顔の問題になると、社会的に望ましい顔には男性性が強調された「男らしい」顔を選ぶ、という矛盾が起こっているからである。この点が、単純に「従来型男らしさが薄れた社会だから、男性も“女性のように”⁷⁾化粧をする」とは言い切れない結果を表している。

また、ここで着目したいのはⅡの実験で使用された②男性性強調化粧顔が、いわゆる「メイクアップをした顔」と認識されていたのか、という点である。実験では刺激写真が化粧顔なのかどうかは敢えて被験者に伝えていない。そこで考えられるのが、②男性性強調化粧顔は、「メイクアップをした顔」ではなく「手入れされ整えられた男性顔」として評価されたのではないか、という点である。「メイクアップをした顔」と「手入れされ整えられた男性顔」は、広義の意味ではどちらも「化粧顔」である。しかし、今回の実験では、後者の「整えられた顔」という意味で「社会的にのぞましい」と評価されたのではないだろうか。

というのは、大学生世代にとって男性が顔を整える(スキンケアをする、眉を整える等)ことは、すでに一般化しており、日常において違和感がないと考えられるからである。花王株式会社の調査⁸⁾によると「化粧水、乳液、美容液のいずれかを使っている20代男性は48%」であり、顔を整えるその理由は「人から評価されたい」「きれいでありたい」「若々しくありたい」であった。また、ニベア花王株式会社(ニベア花王NIVEAMEN 調べ)の「世界5か国・ビジネスと男性スキンケアに関する意識調査」⁹⁾では、日本国内の男性の化粧水の使用率が20代で45%、50代で18%となり、若い世代ほど化粧を実践していることがわかり、世代間格差が鮮明になっている。そして、ビジネスの現場で男性のスキンケア(顔)に対する意識が高まっているかの質問には、「非常にそう思う」「そう思う」との回答は50代が44%に対し20代では68%だった。

このように、若い世代を中心にすでに化粧によって手入れがなされ「整えられた顔」が当たり前になっている現在、もはや化粧は男だから女だからという問題からではなく、人間としての行為のひとつ、つまり「文明化行為」(エリアス2010)であることを踏まえて検討する必要があるはずなのである。

2. 「整えられた顔と身体」の社会的優位性

近代以降の西欧国家では、衛生学による国家統治が進められ、清潔と健康は個人の身体的問題だけでなく、

国家の制度の中に組み込まれていった（フーコー 1979=2007）。その過程で、清潔で健康な身体は美的身体として可視化されていく¹⁰⁾。こうした中、洗顔、洗髪、髭剃り、脱毛、入浴、香水などの衛生行為は、化粧における重要かつ基本的なコンテンツになり、とくに近代以降メイクアップから離脱していった男性化粧の主眼は、こうした清潔であることに向けられていった¹¹⁾。放置すればそのまま野生状態になってしまう生身の身体の外側を衛生的に管理し、同時に動物とは一線を画す人間らしい理性をもってその肉体とその情動を〈文明化〉させる。そうして外見と内面の両方から「社会的に望ましい」身体に整えていくのである。

そしてその清潔で健康な身体は、近年 SNS など高度に発達した視覚情報メディアの中で大量に消費されている。例えば I で指摘したアスリートたちの外見や、男性アイドル、K-POP のアーティストなどは、装飾性だけでなく、清潔感、健康的、という現代人にとって魅力的なキーワードを想起させるだろう。SNS を操る若い世代ほど、こうした「整えられた顔と身体」に接する機会が多く、これら顔や身体が、若い世代にとってのデフォルトになっていると考えられる。

そしてこうした最近の「整えられた顔と身体」には、とりわけ画像編集技術が大きく関わってくる。この画像編集技術は、近年のスマートフォンなどのカメラに標準搭載され、そこで撮影された顔や身体の画像からは、本来ヒトの皮膚が持っているはずのシミ、しわ、毛穴などが消去され、美しく肌理が整えられている。さらに専用の画像編集アプリを使用すれば、顔のパーツの大きさ、バランス、配置、色も変更でき、年齢や性別さえも変更することが可能だ。

しかしこのように、恣意的で好きなように「整えられた顔と身体」を表出することが日常的になると、人々の関心はむしろ生身のリアルな身体に向けられてもいく。例えば、健康志向の強化や筋肉への着目、体験型ビジネス（旅行の体験オプション、博物館等での体験展示、結婚式などプライベートイベントのデザイン、フェスなどライブコンサート等）、ヒーリング等、身体感覚の覚醒を目指すような動きや商品が市場を彩っている。またほかにも、ハイヒールなど不健康な靴を強要される女性の慣習を拒んだ 2019 年の「#KuToo」運動、女性のノーメイク出勤を肯定的に捉える人が 81% であるという調査¹²⁾の発表など、人工的に作り上げられた審美的身体からの離脱の動きが見えている。

このように、一方では人為的に加工編集された「整えられた顔と身体」モデルが大量に提示され、一方で

は生身の身体への執着も強く残している現代社会で、化粧はバーチャル「整えられた顔」とリアル「生身の顔」を繋ぐ身近なツールとして再評価されているのだと考えられる。これまでの化粧の歴史を振り返ると、化粧が否定されてきた理由は、化粧がバーチャルな顔（嘘の顔・真実でない顔）を作るから、と言う倫理的なものであった。しかしデジタル技術が性別越境も可能とさせる「整えられた」バーチャルな顔を作り出し、それが人々の目指すべきモデルとなった現在、化粧は「生身の」リアルな顔をデジタル風へと橋渡しする装置であるといえるだろう。

おわりに

これまでの議論を踏まえると、II の心理学実験で刺激②男性性強調化粧顔が、平等主義的性役割態度の高低にかかわらず「社会的望ましさ」「力本性」の評価が高かった結果からの社会的考察は次の 2 点である。1 点目は、男性化粧研究における方法論についてである。男性化粧はこれまで、「男らしさ」の変容との関係性で論じられることが多かったが、実験結果からは単純に「従来型男らしさが薄れた社会だから、男性も“女性のように”化粧をする」とは言い切れず、ジェンダー視点とは別の分析軸の必要性を提示したことがあげられる。2 点目は、1 点目を受け、男性化粧をジェンダー論と一旦切り離して考察すると、現代人にとっての化粧の姿を確認できる点である。それは、近年人々が目指すモデルが、デジタル技術による「整えられた」バーチャルな顔になっており、その結果化粧はリアルな生身の顔を無機質なデジタルへと繋ぐ装置となったという点である。今やリアルであることを消去した顔作りが化粧の役目となり、しかし化粧で作られた顔もカメラに納まることでさらに加工編集される運命にある。何重にも編集が重ねられた顔や身体はどこへ行き着くのだろうか。こうした中、男性化粧への現代人の意識は、社会において性平等意識に左右されるのではなく、身体観の変容に影響されるようになったと考えられるのである。

最後に、II の実験の刺激写真に協力していただいた男子大学生 3 名の方々に感謝申し上げます。

注

- 1) 以下、本論における下線はすべて著者による。
- 2) 「わざおぎ」と読む。「わざ」とは呪術的な身体動作で、「おぎ」は神霊を招（お）ぐこと、つまり呪術的な憑依行動に巧みな人、巫的要素が強い人を

いい、漢字の「俳優」をあてた。ここでは特に、兄は永遠にその弟の偉大な神霊力に完全に支配されることを認めた、とういことになる。

- 3) 村澤は、80年代の音楽シーンにおける男性メイクが、一般社会における男性化粧への受容促進に影響を与えたと述べているが、ステージメイクとしての男性化粧は、80年代より以前、60年代のヒッピーカルチャーにあるボディ・ペインティングや、70年代にデビューしたデヴィッド・ボウイやKISSなどにも見られていた。特に、ボウイの化粧は、パフォーマンスもセクシュアリティもカウンターカルチャーの文脈で評価されることが多い。
- 4) 石田 (2005)「若くて高収入で都市部に住み、女性的ファッションセンスや文化的趣味をもつ(異性愛者の)男性。エステに通う男性など。近年アメリカで新しい市場層として注目されている。作家のマーク・シン普森による造語。都市住民(メトロポリタン)と異性愛者(ヘテロセクシュアル)の合成語。」
- 5) もちろん、文化人類学的な視座からタトゥーや瘢痕などの身体加工も化粧行為に含まれる。
- 6) 封建制度下の貴族文化では、男性も白粉や紅で化粧し、つけほくろ、ハイヒール、ウィッグの使用などが知られている。
- 7) 「女性のように」には、「女性のような行動」と「女性のような顔」の2つの意味を含む。
- 8) 花王株式会社 生活者研究センター「20代男性の美容意識と実態」(2014)、調査期間：2011年5月～6月、10月、調査対象：首都圏在住の20代男性、回答者数：20代男性1,032人、調査方法：インタビュー調査、インターネット調査
- 9) 調査期間 2019年10月21日(土)～23日(月)、調査対象 男性(年齢：20～59歳)、調査エリア 日本・中国・アメリカ・イギリス・フランス、調査サンプル数 日本400名(各世代100名) 中国・アメリカ・イギリス・フランス各100名、調査機関 楽天インサイト株式会社
- 10) 国策として推奨された健康な身体は美的身体としてイデオロギー化し、衛生学的ユートピア思想や優生学的思想を生むことになる。このことは川野・松下(2020)に述べられている。
- 11) 『メイクアップの歴史』には、1705年イギリスのチェスターフィールド伯爵が当時イギリスよりも不衛生とされていたパリに留学中の息子へ出した父親の手紙が示されている。その内容は、「最高の

理髪師に整髪させること、歯、手、爪を常に清潔にさせ、口臭、汚れた手は無教養に見えるので注意するように」と人格と清潔を結びつけたものだった。

- 12) 「社会人2000人に聞いた、ノーメイク実態調査」、調査時期：2020年1月、調査対象：全国の企業に勤める22～65歳の男女、調査手法：インターネット調査

引用文献

- 林文俊, 1978, 「対人認知行動の基本次元についての一考察」『名古屋大学教育学部紀要(教育心理学会)』25: 233-247.
- 鈴木淳子, 1991, 「平等主義的性役割態度: SESRA(英語版)の信頼性と妥当性の検討および日米女性の比較」, 『社会心理学研究』6: 80-87.
- , 1994, 「平等主義的性役割態度スケール短縮版(SESRA=S)の作成」『The Japanese Journal of Psychology』65(1): 34-41.
- 南博, 1985, 「男性化粧考」『化粧文化』13: 14-26.
- 村澤博人, 2000, 「20世紀の男性化粧から」『化粧文化』40: 46-52.
- 前田和男, 2009, 『男はなぜ化粧をしたがるのか』集英社.
- 石田かおり, 2005, 「岐路に立つ「メトロセクシュアル」—現在の日本の男性の化粧表現に見られる問題点と解決案—」『駒澤女子大学研究紀要』12: 1-13.
- セジウィック, E.K. (上原早苗他訳), 1985=2001, 『男同士の絆—イギリス文学とホモソーシャルな欲望—』名古屋大学出版会.
- 川野佐江子, 2012, 「変容する「男性身体」——プロレスラーの身体装飾に着目して」『大阪樟蔭女子大学研究紀要』2: 125-136.
- フーコー, M. (中島ひかる訳), 1979=2007, 「十八世紀における健康政策」『フーコー・コレクション—6生政治・統治』, ちくま学芸文庫.
- 川野佐江子・松下友季栄, 2020, 「近代社会と「健康の可視化」——生政治に基づく身体への近代的まなざし」『大阪樟蔭女子大学研究紀要』10: 129-139.
- 北山晴一, 1991, 『おしゃれの社会史』朝日選書.
- 株式会社富士経済東京マーケティング本部第二部, 2019, 『化粧品マーケティング要覧2019』, 富士経済.
- エリアス, N. (赤井慧爾他訳), 1969 = 2010, 『文明化の過程』法政大学出版.

Modern People's Awareness of Men's Makeup and Its Social Background

Faculty of Liberal Arts, Department of Beauty and Fashion Studies
Saeko KAWANO

Osaka Shoin Women's University
Graduate school of Human Sciences, Division in Beauty and Fashion Studies
Shiori TOKUSAKO

HANSHIN METALICS CORP
Yuma SAWABE

Kyoto Tachibana University
Eiko HIBINO

Abstract

This paper describes the current acceptance situation of men's makeup through sociological and psychological approaches. In this study, at first, through psychology, we treated men's models with masculine and feminine makeup and investigated how gender equality is related to the evaluation of men's makeup. And this result of the experiment from psychology, it was found that people with a high awareness of gender equality tended to evaluate the masculine-emphasized makeup face as a "face of social desirability". From the results of this experiment, when this masculine-emphasized makeup face is regarded as a "completed face and body" instead of a "cosmetic face", it can present that the analysis of modern "men's makeup" from the gender theory has limits. And it suggests that the situation of modern men's makeup is not placed on a problem of distinction of sex and gender, but has a background of the contemporary perspective of the body that digitally "completed face and body" are superior to "living face and body".

Keywords: Makeup, Men's Makeup, the Scale of Egalitarian Sex Role Attitudes (SESRA), Social Desirability, Completed Face and Body