

化粧における「身体」

—〈素肌〉の社会的構成—

上 谷 香 陽

1 はじめに—化粧と「素肌」—

化粧と言う言葉は現在、かなり広い意味で使用されている。それはたとえば、眉を描いたり、アイシャドウやマスカラを塗ったり、口紅を塗ったりすることのみを指すのではない。顔の肌に注目し化粧品⁽¹⁾を用いて働きかける、他の様々な行為も、化粧の一環とみなされている。いわゆる「スキンケア」——洗顔料で汚れや余分な皮脂を除去し、化粧水や乳液で水分や油分の補給をする——や、「ベースメイク」——日焼け止めで紫外線を防ぎ、ファンデーションで肌のきめを整えつやを与え、コンシーラーでしみやくすみを補正するなど——と言われる行為である。こうした一連の行為のどれかに関わりながら、わたしたちは毎日自分の顔の肌をさわり、見る。そして自分の肌がどんな状態か感じたり、発見したり、点検したりしているのである。

たとえば、洗顔の後の肌は「つっぱっ」たり、「さっぱり」したり、「しっとり」したりするかもしれない。化粧水をつけた後の肌が「あぶらっぽ」かったり、「かさかさ」したりする場合もあるだろう。鏡を見て、顔色の悪さや目の下の「くま」を発見したり、「しみ」や「そばかす」ができていないかどうか点検したりするかもしれない。もちろん、どんなことを感じるか、見出すか、気にするかは、人によって異なるだろう。しかし一連の化粧行為の中で、顔の肌はいつも中心に置かれている。何もしていない肌＝「素肌」を出発点として、それをどう活かし、修正し、引き立てる

かが常に問われているのである。

「素肌」に注目し、それに働きかけるということは、現在日本社会で行われている化粧においては、自明のことになっているようだ。しかしそのような化粧の成立には歴史的経緯がある。日本の化粧において「素肌」が注目されるようになったのは、それほど昔のことではないのである。

2 「素肌」と近代社会

日本の化粧で「素肌」が注目されるようになったのは、明治時代以降のことである。

それ以前は、そもそも化粧⁽²⁾をすること自体が、身分の高い一部の人々（男性も含む）に限られていた。決して「女性」一般が行うものではなかったのだ。化粧とは、そもそも、身分、階層、年齢、職業、また既婚・未婚の別を示すものであった。化粧における身体観も現在とは異なっていた。たとえば、化粧の仕上げなどに使うパウダーを、現在でも白粉（おしろい）と呼ぶことがある。今ではたいていの場合、ベージュ色をしているが、かつて白粉は文字どおり白色だった。「絵巻」や「浮世絵」には、しばしば顔を白く塗った人々が登場する。江戸時代まで、顔の肌に塗られていたのは、白粉——それには鉛など、顔の肌にとっては有害な成分も含まれていた——あるいはそれに紅を混ぜたものだったという。また、眉を剃り落としたり、歯を黒く染めたり（お歯黒）することも広く行われていた。これらは、もともとの身体の色や形を、異なる色や形に置き換える行為であ

る。かつて化粧とは、顔の外面を彩ることだったのである。

江戸時代も19世紀の初め頃になると、白粉ののりをよくするためにどのように顔の色を白くするかが話題にのぼるようになる。1813年に出版された『都風俗化粧伝』には、悪血を防ぎ、顔につやを出し、にきびやそばかすなどを治すようにせよ、などと書かれている。これは現在まで通じるような、肌それ自体への注目と言える。しかしここでも力点は、あくまで外面の出来ぐあいにあった。「素肌」をどう活かし、修正し、引き立てるかという問いは、まだたてられていなかったのである⁽³⁾。

ところが明治になると、お歯黒や眉剃りは公式に禁止される⁽⁴⁾。またこの時期は、洗顔や歯磨きなど、他の生活習慣にも変化が起きていた。石鹸や歯ブラシや歯磨き粉が輸入され、国内でも開発されるようになり、朝晩の洗顔と歯磨きが奨励された。日々の生活において、健康や衛生が重視されるようになったのだ。この一連の流れの中で化粧の意味も変化していく。たとえば、明治20年(1887年)頃から、白粉に含まれる鉛の体への悪影響が取りざたされるようになり⁽⁵⁾、無鉛の白粉の開発が始まった。ようやく明治30年代半ば以降に、品質のよい製品が出揃うようになったという。この明治30年～40年代以降、大正、昭和の初期にかけての時期は、日本の近代社会化が一段と押し進められた時期と重なっている。

日清戦争(1894年)、日露戦争(1904年)を経、日本において、産業社会化、資本主義経済化が進行した。都市化が進み、新しい生活スタイル(「近代家族」⁽⁶⁾的生活スタイル)を享受できる裕福な層が出てくる。都市には様々な娯楽施設——ミルクホール、ビアホール、カフェ、映画館(活動写真館)、劇場——が立てられた。今日「デパート」と呼ばれる百貨店が次々と誕生したのも明治40年代以降のことである(神野(1994)、初田(1999)、宮野(2002))。

百貨店は単に「もの」を売り買いするための場

所ではなかった。まず、百貨店は「買い物」を一つの娯楽に仕立てた。人々は、商品をただ眺めるということを楽しむようになった。百貨店とは「家族」——とりわけ母親とその子供——で楽しむ博覧会⁽⁷⁾の役目を担った。屋上には遊園地のような庭園がつくられ、食堂も開設された。また、百貨店は「文化」の発信地の役割も担った。美術展や音楽会など文化的催しがしばしば開かれた。神野(1994)によれば、今日わたしたちが「趣味がいい」「趣味がわるい」という意味で使う「趣味(taste)」という言葉の流行にも、百貨店(三越)が一役買っていたという。

またこの頃、まさにこの百貨店を楽しむことができる「家族」の妻(母)(あるいはその前身としての「女学生」)向けの雑誌が発行され始める。大正時代に入るとこの雑誌の中で、化粧が一つのテーマとして浮上してくる⁽⁸⁾(川村1994)。身分、階層、年齢、職業、また既婚・未婚の別を示すものであった化粧が、「女性」一般の問題として語られるようになるのだ。明治30年～40年代に発行された——たとえば『女学世界』『婦人世界』『婦女界』のような——雑誌のタイトルに示される「女学(生)」「婦人」「婦女」とは、実際は都市部の、裕福な、肉体労働を必要のない、妻や母や娘たちであった。このような人々の生活スタイルや価値観が、「女性」一般のものとして捉えられるようになったのである。ここで「女性」は、一定のやり方で「身体」を管理し加工することを要請される。逆に言えば、身体を一定のやり方で管理し加工することをとおして、その担い手である「女性」なるものがある種の実在として出現したのである。

百貨店やマスメディアは、今日の日本においても、化粧をめぐる意味創出の主たる媒介であり続けている⁽⁹⁾。そうした構図は、明治から大正、昭和の初期にかけての日本の近代社会化とともに形作られていったのだと言えるだろう。化粧における「素肌」の登場は、このような社会、歴史の変化と深く関連しているのである。

明治30年代後半「美顔術 (hygienic facial culture)」が流行した。これは、顔の汚れを除去し、血行を促進することによって、肌のきめをこまやかにし、しわ・しみをなくすというものである。何かを塗る前の、「素肌」の美しさ、「素肌」の手入れという発想がみられるようになったのだ。これと同時に、そうした肌の上に施す化粧についても、「生まれたままの美しさ」や「健康的美しさ」を活かすことが重視されるようになった。おしろいや口紅をごく薄く塗ることが奨励された。また眉を濃くし、かつ美しく手入れするべきだなどとも言われるようになったという。

現在も引き継がれているこのような化粧のあり方は、「自然な」身体に注目し、手入れし、管理するという発想が生まれたことと深く関連している。たしかに人間の顔の皮膚は時代を超えて存在するかもしれないが、それは必ずしも「素肌」と呼びうるものではなかった。「素肌を活かした化粧」という、現在まで脈々と続く化粧のあり方は、日本の近代社会化と密接な関係があるのだ。

3 「素肌」を発見する

「べつに心配することはない。あなたはまったく正常だ。異常な人間などもともといないのだ。ただあなたには問題がある。誰にでも問題はあなのだ。」

(S・ヒース＝川口喬一監訳 (2000) 『セクシュアリティ』 p.1)

1章でも述べたように、日本語で現在化粧という言葉の指し示す範囲は広い。また一口に化粧の仕方といっても、何をどうするかの内容は多岐にわたり、細分化されている。日常行われている化粧の仕方は人により様々、まさに千差万別であろう。他方、化粧が化粧品という道具(商品)を使って行われるとすれば、どんな化粧をするかはどんな化粧品を使うかに規定されている。「素肌を活かす」ために何をすればよいのか、何

ができるかということも、そのためにどんな商品が使用可能かに依存している。現在日本において、わたしたちは、この種の商品に関わる情報には事欠かないようにみえる。特にマスメディアが出版する雑誌の化粧関連ページは、その主要な媒体になっていると言ってよいだろう。いわゆる「女性誌」⁽¹⁰⁾の化粧関連ページは、化粧品という商品のいわば広告塔の役割を担っている。

ここでは、多種多様な化粧品とその効用が紹介されている。このような紹介は、読み手が自分の肌に行えばよいのかのインストラクションを与えている。インストラクションは、どのような化粧品や化粧道具を選んだらよいか、またそれをどのように使ったらよいかを指示する。と同時に、読み手に対して、直接的間接的に、各人の「素肌」の状態の見極め方を教えるのである。これらのインストラクションに従う、つまり実際に化粧をするという観点で商品を品定めすることによって、わたしたちは「自分の肌」の「自然な状態」について様々なことを「知る」ことができる。

化粧品をめぐるインストラクションに従うということは、紹介文や写真や図像を読んだり見たりしながら、それらを参照して「自分自身の肌」を一定のやり方で「見る(=識別し、差異化し、分節化する)」ことである。そのようにして識別された「素肌」は絶えず手入れされ、点検され、修正されるべき対象となることによって、あたかも化粧をすることは独立に、またそれに先行して存在していたものとして立ち現れてくるのだ。

3-1 あなたの問題は何か

化粧の基礎段階である「スキンケア」や「ベースメイク」においては、まず「素肌」の状態を見極めることが出発点となる。「素肌」の状態にはさまざまな類型がある。たとえば「皮脂の分泌状態」に関しては「ドライ」「オイリー」「ノーマル」「コンビ」など、「色むら」に関しては「しみ」「くま」「毛穴の広がり」「にきび」など、といった具合である。インストラクションは、「ト

ラブルは何ですか」→「そのトラブルはこうして直しなさい」という方向で進む。たとえば、「ドライ」「オイリー」「ノーマル」「コンビ」などは、「皮脂の分泌」の「過剰」と「過小」を基準とした分類である。このことに象徴されるように、ここで話題になっているのはわたしたちの肌の「欠点」は何かということだ。「自分の肌」の状態を見極めるといことは、すなわち「欠点」を把握することである。それができて初めて、次にどう対処したらよいかを考えることが可能になる。

「色むら」についても同様である。まず、「色むら」があるのかどうかを見極め、さらにその種類を同定しなければならない。たとえば、「くま」なら「青くま」か「茶くま」か、「毛穴」なら「丸い」ものか「(たるみによって)楕円形(あるいは涙形)」になっているものか、という具合である。「素肌」は常に、「マイナス点」はいくつあるかという減点法で分類される。仮に「くま」なしと判断されたとしても、それは「プラス」がついたというよりは、「マイナス」がつかなかったことを意味するにすぎない。

わたしたちには一見、非常に多くの選択肢が与えられている。しかしそれらはいくまで「どれを塗るか」「どこに塗るか」という選択肢であって、「何も塗らない」という選択肢はないようである。なぜならば、「トラブル」皆無の肌などないからだ。記事にはしばしば「読者代表」が登場する。この人たちは「トラブルを抱えた肌を持つ人」の代表／表象 (representation) である。そのことによってわたしたちは、「トラブル」を抱えているのが「自分」だけではないことを知る。「自分の肌」の状態もまた、有限の「肌のトラブル」の種類の一つにすぎないのだ。

一方この「トラブル」は、必ずや解決されるであろうものだ。わたしたちは皆「解決可能なトラブル」を抱えている。その解決法は、おびただしい商品の数々によって具体化される。これらの商品は単独だけでなく、さまざまな組み合わせでも用いられる。「トラブル」の種類や組み合わせ

は「人それぞれ」であるように、その解決法=必要な商品の組み合わせも「人それぞれ」なのである。

3-2 「肌のトラブル」の普遍性

肌の「トラブル」がいかんにして生じるのかは、しばしば皮膚の構造図(断面図)等を用いて説明される。このような図によって、たとえば、「しみ」などの色素沈澱の原因となる「メラニン」生成の仕組みが解説される。色素沈澱は、紫外線などによる刺激を受け、皮膚の「基底層」にある「メラノサイト(色素細胞)」のメラニン生成が活発になることによって起きるといふ。このような皮膚の構造は普遍的なものであり、老若男女すべての「人」にあてはまるようにみえる。3-1でみたような、「皮脂の分泌」や「色むら」には個人差がある。しかし皮膚の構造図によれば、そのような差は程度問題であって、原理的には誰の肌でも皮脂は分泌され、「メラニン」は生成される。そのような肌の働きは、人間に共通というわけである。

その一方で、顔の皮膚についてのこのような「科学的」説明は、たとえば生物の教科書における説明とは異なっていよう。わたしたちの顔の皮膚は確かに、日光に当たれば「メラニン」が生成され、絶えず皮脂を分泌するかもしれない。しかし顔の皮膚の幾多の働きのうち、なぜ「メラニンの生成」や「皮脂の分泌」がとりわけ注目されるのだろうか。そもそもこのような働きに注目できるのは、「化粧による補正が少なく済む肌」や「化粧崩れしない肌」を「あるべき素肌」とみなした場合のみなのではないだろうか。この皮膚の構造図(断面図)は暗黙のうちに特定の「該当者」——化粧することを前提にし、一定の化粧品との関連で「自分自身の肌」を「見(=識別し、差異化し、分節化し)」ている人——を指定しているのである。

皮膚の構造図(断面図)による説明は、加齢による肌の変化を警告する。たとえば紫外線という

刺激による「メラニンの生成」は、一回限りではなく、日常の生活で紫外線が当たる度に人々の顔の皮膚の下で繰り返して起こる。この繰り返しによって、「しみ」の原因となる色素沈澱が起きるのだ。ここでは、「素肌」の内側で繰り返し起きているが肉眼では見えない変化が、図を通して可視化される。その上で、やがて——「30代」「40代」になれば——皮膚の内側の変化が皮膚の表面に顕在化するだろうと、警告が発せられるのである。

すでに述べたように、このような警告が「警告」たりうるのは、顔の皮膚に関して一定の状態をよしとする前提を立てた場合に限られる。しかしこうした「変化」は「加齢」という、より一般的な——顔の肌への紫外線の影響を気にする人だけでなく、気にしない人にもあてはまりうる——現象として示される。「素肌」の「トラブル」の内容は人それぞれ異なりうるが、「素肌」に何らかの「トラブル」が起こること自体は普遍的なことである。加齢が一因であるとするれば、それは必然的なことでもあるのだ。

ひとたびこのような「警告」に「応答」できたならば、わたしたちは「自分の肌」に「トラブル」があるということを、主観的な思い込みではなく、客観的な事実として取り扱うことが可能になる。たとえば、頬の上のほうがうっすら「黒く」見えるのは、光の加減やもとの皮膚の色ではなく、「しみ」の「できかけ」の可能性がある。「素肌」を手入れし、管理することには、加齢による肌の変化の徴候をいち早く察知し、その進行を遅らせようとする配慮が含まれている。このような配慮の中で、わたしたちはかつて持っていた「はず」の「トラブル」のない〈素肌〉を指向する。そしてこの〈素肌〉との関連において、現に今鏡に映っている「トラブル」に満ちた「素肌」が、ある種の実在性を帯びて立ち現れてくるのである。

4 実在する「素肌」

以上をふまれば、「素肌」とは、化粧することとは独立に、またそれに先行して存在する対象ではない。むしろ化粧することをおして、一定の道具（化粧品）との関連において初めて分節化される「対象」である。顔の皮膚に向けた／における化粧という行為は、その効果として「素肌」と「化粧した肌」（「自然」と「文化」）という二分法を産出する。他方、この二分法は、現在の日本社会における化粧という行為を成立させる要件になっている。自分の肌に対してどの化粧品をどのように使用すればよいのかを見極めるためには、「素肌」と「化粧した肌」という二分法をフルに活用する必要があるのだ。「素肌」の状態を見極められなければ、そもそも肌は何をしてよいのかさえわからないのである。

ただし、「素肌」の状態を見極められないことが、化粧をめぐるインスタレーションに「従っていない」ことを直ちに帰結するわけではない。なぜならば、そもそも自分の「素肌」の状態を見極めようと試みる時点ですでに、インスタレーションが発する問い——「あなたの肌はどのタイプか」——に取り組んでしまっているからである。

ここで改めて注目したいのは、「肌のトラブル」と「商品」は循環関係にあるということだ。たとえば、ここでは単に、人の顔の皮膚には「しみ」ができる可能性があるという「事実」が示されているわけではない。より重要なのは、「しみ」があるということ自体ではなく、それが「隠せる」ということであり、そのための手段あるいは「道具＝化粧品＝商品」が存在するということだ。逆に言えば、そうした「道具＝化粧品＝商品」で隠せるものこそ、ここで「しみ」と呼ぶにふさわしいものなのだ。ここで「しみ」とは、それを消す「商品」との関連で可視化される「素肌」の状態＝「欠点」である。

一方人間の肌の状態は決して静的なものではない。それは、光の加減、湿度や温度、時間の経過

によって刻一刻と変化する。蛍光灯の光のもとで「あるべき肌」に見えたとしても、太陽の光にさらされたとき、肌はまた異なる見え方をするかもしれない。あるいは時間の経過とともに、再び皮脂が分泌され、血行が悪くなり、「化粧くずれ」や「くすみ」を引き起こすかもしれない。もっと長期的な体調の変化や加齢による肌の変化に対応する必要もあるかもしれない。もちろん、あらゆる「トラブル」には必ず「解決法」が示されているだろう。しかし、肌の状態が常に変化している限り、その「解答」はあくまで暫定的なものにすぎないことになる。肌の状態が刻一刻と変化する中でわたしたちがかろうじて確認できるのは、「化粧前の自分の肌」と「化粧後の自分の肌」との差異のみである。

「あるべき肌」の姿は、思いのほかぼやけている。おびただしい数の商品の効用から、わたしたちは「あるべき肌」の状態について様々なことを知ることができる。わたしたちがめざすべき「肌」は、化粧後のモデルの肌として視覚的に与えられている。にもかかわらず「あるべき肌」がどのようなものなのかを、確定することにはいくつもの困難が伴っている。そもそもわたしたちがめざすのは、化粧を行う時点でもうすでに失われてしまった〈素肌〉、紫外線をあび、新陳代謝がにぶり、ストレスを抱え込む「以前」の〈素肌〉——それゆえもはや実際に見ることはできない——である。その上肌の状態は、身体の内的外的要因によって常に変化しているのだ。

その意味で、化粧後のモデルの肌として可視化される「あるべき肌」でさえ、暫定的な「解答」にすぎないと言えるだろう。たしかにわたしたちは、化粧をめぐるインストラクションに従い実際に化粧する中で、「化粧後のモデルの肌」を参照するだろう。しかしわたしたちは、化粧をとおして自分の顔の外面に「モデルの肌」をつくり上げようとしているのではない。あくまで自分の「素肌」の「トラブル」を解決し、「本来」の〈素肌〉を復元しようとしているのだ。かつて持っていた

「はず」の「トラブル」のない〈素肌〉の存在は、化粧すること、化粧について語ることの中で常に前提とされ、そうした行為を可能にする要件になっている。ただしそのような〈素肌〉の復元作業に明確な終わりはないのである。

わたしたちは、間違っているかもしれない可能性に常にさらされつつ、鏡に向かい合うことになる。常に自分の肌を点検し、手入れし、修正する。そうした無限運動の中で、「トラブル」に満ちた「素肌」は御し難い対象として、確かに目の前に実在するのである。

5 「素肌」を持つ人

これまで繰り返し述べてきたように、「素肌」を持つ人と顔の「皮膚」を持つ人は、同義ではない。「素肌」を持ちうる人は限定されている。「素肌」なるものが、化粧品を使って化粧することとの関連で現れてくる限りにおいて、わたしたちは「素肌」を持つのは「女性」であると言うことができるかもしれない。仮に「近頃は男性も化粧をするようになった」という言い方が有意味であるとすれば、「化粧する人＝素肌を持つ人＝女性」「化粧しない人＝素肌を持たない人＝男性」という二分法は有効であるのだろう。

2章でもみたとおり、化粧をするかしないかを女性か男性かと言う性別に結びつけるということは、日本では明治に入ってから行われるようになったようである。かつて化粧をするかしないかは、女性か男性かではなく、どんな身分か、階層か、年齢か、職業か、あるいは既婚か未婚かの別、などの基準によって決められていた。現在のような、化粧をする人には「女性」一般が当てはまりうる——このことは、全ての女性が「実際に」化粧をするということと同義ではない——などという発想はなかった。これは「化粧」に限ったことではなく、そもそも何かをするかしないかを、「女性」か「男性」かで二分するという発想自体がなかったのだと言いうる。

化粧が「女性」一般の問題として語られるようになるのは、日本が近代社会化を進め、「近代国家」あるいは「国民国家」を形成する時期にあたる。この時期「女性」とは、「(十全な市民としての)国民」すなわち「男性」の分節化を可能にする差異として、生活の様々な場面で相補的な関係に置かれた。「男性ではない者」「男性のしないことをする者」として有徴化された「女性」を対立項に置くことにより、「男性」なるものの輪郭を際立たせるといふしくみが成立したのである。この分類法は、あらゆる人を二分するが、それゆえに非常に抽象度が高いものでもある。貧富の差や職業の違いや生活スタイルの違いなどよりも、「女性」か「男性」かの違いが優位になるためには、二つの性別の存在が人々の直感や実感のレベルまで深く浸透しなければならないだろう。「女性」や「男性」の存在を、もはやそうしたことを問うまでもなく自明なことにすること、そのためのさまざまな「制度」や「装置」⁽¹¹⁾を同時に生み出す必要があっただろう。

化粧における「素肌」の誕生は、化粧なるものを(男性ではなく)「女性」に占有させることとパラレルに起こっている。この意味で「素肌」とは、「女性」を身体レベルで有徴化させる装置として機能してきたと言えるのではないか。この装置は、産業社会化、資本主義経済化が進展する中で作動し続け、ある種の「身体」の実在性を産出してきた。一定のやり方で化粧することをおして、わたしたちは自分の顔の肌が一定のあり方をしているということを、日々確認し実感する。むろんそうした「素肌」は、化粧との関わりにおいてのみ実在として現れてくる。しかし、ひとたびそうした「身体」を見出してしまったならば、それを消すことは困難になるだろう。すなわち、たとえ化粧をやめたとしても、「くま」を見なくなる、ということにはならないかもしれないのである。

6 おわりに

以上のように考えるならば、化粧を、単に女性に割り当てられた規範としてではなく、「素肌」を媒介に「女性」なるものそれ自体を産出する装置として捉えることができるだろう。これまで繰り返し述べてきたように、現在わたしたちがいわゆる「化粧」として自明視していることからは、日本の近代社会化と密接に関わっている、いわば「近代化粧」なのである。日本の近代社会化の初期の段階で、化粧は、「男性一般」に対する「女性一般」という非常に抽象的な分類を、個々人の身体を通して具現する装置として機能し始めたと考えられる。このような構図は、21世紀の現在においても、基本的には変わっていないように思われる。

化粧をめぐる様々なインストラクションをとおして浮き彫りにされる「女性像」は、「彼女」の「素肌」がどんな「トラブル」を抱えているか、いかにして「トラブル」が解消できるかの具体性に比べて、あまりに漠然としており抽象的である。インストラクションが向けられた「該当者」としての「女性」とは、肌への配慮を怠らないという一点さえ満たしていれば、職業の有無、就業の形態、年齢、収入の額、資産の額、職場や住まいの場所、ケアが必要な家族の有無などはほとんど問題にならないかのようなものである。実のところ、化粧をとおしてそのような「女性」を体現しようとする人、あるいはそうできる人が、実際にどれだけのいるのかということには、疑問の余地がある。女性の年収が200万円台を推移しているとすれば⁽¹²⁾、定期的に化粧品を購入できるほどの余裕があるのは、ごく一部の高額所得者か、家族と同居している若年層などに限定されるであろう。

しかしながらこのことは、単に、化粧をめぐる様々な意味を発信するメーカーやマスメディアや小売店の、女性に対するイメージが貧困だという問題には還元できないのではないかと思われる。むしろ、化粧をめぐる「イメージ」と「実際」と

の乖離は、日本の近代社会化を支えてきた「女性（男性）一般」とは何なのかを相対化する契機になるのではないかと考える。「女性一般」というきわめて抽象的な存在が想像できる、さらには、具体的な個人々の身体をとおしてその実在が確認できるとしたら、それはいかにしてなのか。「女性」とは何なのか、「男性」とは何なのか。ここに、社会学的な問題の所在があると考えるのである。

注

- (1) 薬事法第2条第3項によれば、化粧品とは、「人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚もしくは毛髪をすこやかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう」とある。
- (2) 春山（1998）によれば、化粧という言葉は平安時代からあり、「けそう」あるいは「けしょう」と読まれていたという。ただ決まった書き方があったわけではなく、「仮相」とか「仮粧」などとも書かれていた。「化粧」に統一されたのは明治時代以降のことである。また佐山＝高橋（1982）によれば、化粧には「けしょう」と「けわい」の二通りの読みがあり、「けわい」は「けしょう」を含む身だしなみの意があったという。この意味での「けわい」は鎌倉時代頃に出現し、明治になると使われなくなったという。
- (3) この点については内田（1999）も参照。
- (4) 明治元年には公卿男子に対し、また明治3年には華族に対し、「華族自今元服之輩齒ヲ染メ眉ヲ掃候儀止被仰出候事」という太政官布告が出された。ポーラ文化研究所（1985：60）によれば、化粧風俗について公式に禁止令を出した国は他に例がないという。
- (5) きっかけは明治20年歌舞伎役者福助が天覧歌舞伎の最中に、体の震えが止まらなくなり舞台の途中で退場したという出来事であった。この症状が鉛白粉による慢性鉛中毒と診断されたのである。
- (6) 落合の定義によれば、「近代家族」とは、「(1) 家内領域と公共領域との分離 (2) 家族構成員相互の強い情緒的關係 (3) 子供中心主義 (4) 男は公共領域・女は家内領域と言う性別分業 (5) 家族の集団性の強化 (6) 社交の衰退とプライバシーの成立 (7) 非親族の排除 (8) 核家族」（落合1997：103）という特徴を持つ。
- (7) 文字どおりの博覧会もたびたび開かれた（宮野2002）。また、子供も顧客としてとりこむべく、「児童（こども）博覧会」なるものも開かれた。（初田1999）。
- (8) ここで化粧は、太り過ぎややせ過ぎを防ぐことを含む、「健康美」「肉体美」をめざす身体加工としての「美容」の一環として取り上げられている。
- (9) この点については三田村（2005）も参照。
- (10) 従来の年代別、ライフスタイル別の雑誌の他に、1990年代後半から「美容専門誌」が発行されるようになった。たとえば「VoCE」（講談社）「美的」（小学館）「MAQUIA」（集英社）がそれぞれ、14万部前後発行されている（マガジデータ2005）。また、インターネットによる「口コミサイト」（たとえば@cosme（アットコスメ）<http://www.cosme.net/>）も有力な媒介の一つである。
- (11) 中心的な制度、装置が「近代家族」であろう。この点については牟田（1996）も参照。
- (12) 井上・江原編（2005）p.89 図39-1による。

文 献

- C・リチャード＝石山彰監修／ポーラ文化研究所 訳（1982）『メイクアップの歴史—西洋化粧品文化の流れ—』ポーラ文化研究所
- 春山行夫（1988）『化粧—おしゃれの文化史1—』平凡社
- 初田亨（1999）『百貨店の誕生—都市文化の近代—』ちくま学芸文庫

- S・ヒース = 川口喬一監訳 (2000) 『セクシュアリティ——性のテロリズム——』 勁草書房
- 井上輝子・江原由美子編 (2005) 『女性のデータブック第4版』 有斐閣
- 神野由紀 (1994) 『趣味の誕生——百貨店がつくったテイスト——』 勁草書房
- 川村邦光 (1994) 『オトメの身体——女の近代とセクシュアリティ——』 紀伊国屋書店
- 三田村蒔子 (2005) 『夢と欲望のコスメ戦争』 新潮新書
- 宮野力哉 (2002) 『絵とき 百貨店「文化誌」』 日本経済新聞社
- 村田孝子編 (2003) 『近代の女性美——ハイカラモダン・化粧・髪型——』 ポーラ文化研究所
- 牟田和恵 (1996) 『戦略としての家族——近代日本の国民国家形成と女性——』 新曜社
- 落合恵美子 (1997) 『[新版]21世紀家族へ』 有斐閣選書
- ポーラ文化研究所編 (1985) 『眉の文化史』 ポーラ文化研究所
- ポーラ文化研究所編 (1986) 『モダン化粧史——粧いの80年——』 ポーラ文化研究所
- ポーラ文化研究所編 (1989) 『日本の化粧——道具と心模様——』 ポーラ文化研究所
- 斉藤美奈子 (2000) 『モダンガール論——女の子には出世の道が二つある——』 マガジンハウス
- 佐山半七丸 = 高橋雅夫校注 (1982) 『都風俗化粧伝』 東洋文庫
- 内田隆三 (1999) 「言説としての肌」『生きられる社会』 新書館 pp.77-101