

## はじめに

化粧は、日常的な行動の一つである。それも、男女を問わずにおこなわれる。日本だけではなく、世界中で化粧はおこなわれる。

男女を問わずに、と書いた。しかし、「私は化粧をしない」という者もいるだろう。はたして、本当にそうだろうか。朝起きて顔を洗う、寝ぐせの髪を整える、歯を磨く、顔にクリームを塗る、ファンデーションを塗る、口紅を塗る、など。これらすべてが化粧である。

一日の活動がはじまってから終わるまでに、顔面に何も手を加えないという者は、ほとんどいないだろう。人は何かしら、顔面に手を加えるのである。

### 研究対象とその意義

化粧について語られるなかで、それが社会的にも文化的にも特別なリアリティであることについて、深く語られてはこなかった。

なぜ、人は化粧をするのか。

基本となることは、日々の生活を過ごすうえで自信をもちたい、他者と積極的にかかわりたい、自分を他者に伝えたいというおもしろいである。

あるがままの自分を、他者に伝えることは非常に難しく、また同様に、他者の情報を正確に読み取ることも難しい。場合によっては、意図しない情報を伝え、また受容することも少なくない。だからこそ、容易に伝達される情報を利用して、伝えたいものを強調し、また隠しもする。

この場合、容易に伝達される情報とは、化粧によって表現される外見情報である。やさしい、かわいい、明るい、など。これらのイメージは、操作された個人の魅力の情報として、他者に伝達される。

魅力とは、たんに個人的な嗜好のあらわれではない。人が何かを魅力的に美的に感じるのは、それを人が理解しうるような生活が、それらのうちに存在しているからである。

たとえば、農民の生活には労働が何よりも重要であり、その労働をとまなう生活の結果、がっちりとした、健康的なイメージが魅力となる。

そのため、貴族の生活のような、たおやかな色白さは魅力とはならない。しかしながら他方、貴族のように肉体労働が生活の中心ではない者にとって、健康的な頬の紅色や艶をもつ肌よりも、蒼白な肌のほうが華奢なイメージとして好まれる。

人が何に魅力を感じ、なぜそれを化粧により操作するのか。化粧は、社会や文化と無関係ではない。

また、魅力としての外見情報は他者だけではなく、自己にもフィードバックする。他者を意識するとき、できるだけよい自分をあらわしたいという気持ち働く。

顔は、個人のセルフ・イメージを代表し、そしてセルフ・イメージはアイデンティティとも深く関連している。そのため、化粧は肯定的な自己表現の手段・技法として有益である。また、自分と他者との関係性をとり



図2 稲こきする農婦・天秤棒で荷を担ぐ農夫

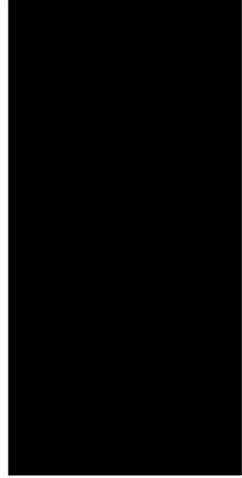


図1 維新前の日本の衣服

もつ役割を果たす。

アイデンティティは個としての自分のみではなく、「〇〇」としての自分」といった社会や他者との関係性のなかでも発達する。

ひとは顔を作ることによって自分を（別のだれかとして）偽装するのではなく——もちろんそういうケースもしばしばあるが——、むしろまずは、顔を作ることによって自分自身を作る。顔と人称の深いかかわりはそこに根ざしている

（鷲田清一 一九九八 『顔の現象学』 講談社、九五頁）

素顔を覆い隠すほどに、とまではいかなくとも、化粧をほどこした顔は素顔ではなく仮面と考える者は少なくない。しかしながら、そもそもありのままの自分の顔としての素顔とは、存在するのだろうか。

私の前に存在する顔は、まぎれもなくその人物を象徴している。

顔は人間の手形に違ひない。其人には其顔より外にありやうがない

（高村光太郎 一九五七『手形』『高村光太郎全集・九』筑摩書房、二五三頁）

彫刻家であり詩人の高村光太郎は、一九四〇年に発表した『手形』のなかで、人間の顔は各人の「らしさ」をあらわす手形に違ひないとのべている。

ほかに、一八世紀の鍋島藩士の山本常朝つねともは武士としての心得についての見解を「武士道」という用語で説明した『葉隠はがくれ』（一九〇六、丁酉社）で、明治の思想家の福沢諭吉は『福翁百話ふくおう』（二八九七、時事新報社）で、大正・昭和の哲学者の和辻哲郎は『面とペルソナ』（一九三七、岩波書店）で同様の指摘をしているが、これらは心の作用や状態に顔が離れがたく強く結びついていることを意味している。

外見の魅力は社会からの反応に影響し、これがつぎに、個人の性格の発達に影響する。すなわち、心の作用が顔にあらわれる。そして、顔も心に作用をもたらし、顔が心にあらわれる。

「将来は、何々になりたい」や「何々のようにはなりたくない」といった自己のあり方は、人が現在の時点ですべて自分をどのようにみせるかを決める重要な要素となり、「みせる自分」が「本当の自分」として内面化する。内面が外面を規定し、外面が内面を規定する。「みせる自分」をつくる化粧は、心と無関係ではない。

人を意味する「Person（パーソン）」という言葉の意味に容姿や仮面があり、また仮面を意味する「persona（ペルソナ）」には人の意味がある。これは、誰もが、いつでも、どこでも、多かれ少なかれ意識してある役割を演じているという事実、また自分自身を知るのは、この役割を演じているときだという事実を物語っている。

化粧は、抽象的なものではなく、具体的な社会的、文化的現象の一つである。また、社会や文化や心理のあらゆるものと関連している行動の形式や価値基準、それにもとづく習慣でもある。

人間の個人的性格と社会的な生活は、表情や魅力に関係する。そして、それらを強調し、意図的に操作をおこなう化粧は、その社会や文化がつくりだす一つの結果であり、投影図でもある。そして、人は社会や文化を通じて自己の外面がどのようにあるべきかを学習し、行動する。

化粧が、その社会、その文化の所産である事実は、化粧を対象とする研究がたんなる興味本位のものではなく、社会や文化の将来の発展を見通すうえに価値ある課題であることをしめしている。

「文化」——かりにこれを、「culture」としてとらえるならば、その語源は、ラテン語の動詞「colere」にたどりつく。

「気をつける」「心を煩わす」「世話をする」「守る」「養育する」「耕す」「住む」と、「colere」の土地を耕すという意味が動植物の世話や育成となり、やがて人間の心の養成すなわち人格の陶冶や修養、また教養という意味になっていく。そして、「colere」に語源をもつ「cultivated（教化された）」が、「enlightened（啓蒙された）」「polished（礼儀正し）」「refined（洗練された）」、そして「educated（教育された）」と同義に扱われていく。

左右田喜一郎、桑木巖翼、土田杏村、田辺元などの大正文化主義者たちは、「文化」を主体としての人格の完成、すなわち人格ある人としてのすべての能力を自由に発達せしめることと主張している。

文化には、人間としての主体性の発見を思想の表象だけにとどまらせず、実践の形態である身体性へと読み深めていく意味が含まれている。その意味で、化粧について考察することは、価値あることとして、その意義が十分に認められる。にもかかわらず、従来その認識が軽んじられてきた。

本書の目的が、これまで深く語られることのなかった化粧を社会的・文化的な特別のリァリティとして、その人間としての主体性の発見であり、解明であることとみなおして考察することにあるとするならば、その研究方法は、社会学、歴史学、考古学、民俗学、教育学、医学、化学、心理学など、じつに広汎な領域にまたがることを意味している。いわば、それ自身が研究対象として、孤立して存在する学問領域ではない。

化粧の考察には、総合的な見地が必要である。そのため、化粧の「構造」的研究と「動態」的研究という研究域・研究軸を設定したい。

「構造」的研究とは、時間の流れにあっても比較的変わらない性格をもちつづけている「心理・行動」の側面に焦点をあてた研究である。また「動態」的研究とは、時系列的な変化を繰り返す「文化・風俗」の側面に焦点をあてた研究である。

この両側面から研究をおこなうことにより、化粧の全体像を把握しながら、化粧についての詳細な分析を試みたい。

なお、化粧は、特定の気候的生活環境・地理的生活環境をはじめとする必然的な制約をもって発生し、そこに社会や文化の影響を受け、世界中に分布している。そのため、ある特定の一群の社会現象、文化現象として化粧を抽出し分析する必要がある、それにより、その社会・文化の系統や性格を知ることができる。

そこで、本書では広く世界の社会や文化を対象とするのではなく、日本に限定して化粧を考察する。

## 研究史

これまで、化粧について、どのような研究がおこなわれてきたのだろうか。

化粧についての先行研究は、日本はもちろんのこと、世界的にもほとんど存在しない。その理由について心理学者のエレン・バーキッド (Ellen Berscheid) は、『An overview of the psychological effects of physical attractiveness』(一九八一、University of Michigan Press)で、身体的外見の真のインパクトを認めたくないという集団的意志が研究に影響し、過去そして現在も、研究や実践に影響を与えつづけていると指摘する。

身体的外見、すなわち「顔」に手入れをおこない、顔料を塗抹する化粧が、美醜びしゅうの問題と関係する以上、それを対象に研究をおこなうことが避けられてきた。

純粋に、顔や化粧を対象としながらも、それが与える社会へのインパクトは「何を美とし何を醜とするのか」、そして「美となるにはどのようなようにすればよいのか」といったことだけに焦点があてられてしまう。研究内容、そして研究者への批判の懸念から、研究が往々にして進展してこなかった。

しかしながら、少ないながらもいくつかの興味や関心から一九五〇年代以降、研究がおこなわれている。それら化粧に関する学問的研究の関心や興味をおおまかに分類すると、一、化粧行動の理解に関する研究、二、化粧の心理的・生理的效果に関する研究、三、化粧品・化粧方法の歴史的研究、の三つとなる。これらの主だった研究を、順にみていくことにしよう。

#### 化粧行動の理解に関する研究

化粧行動そのものを理解しようとする研究は、主に社会心理学分野において女性を対象に研究がおこなわれている。化粧の動機を探るため、化粧をよくおこなう者とそうでない者との比較のなかで、パーソナリティといった性格特性にどのような違いがあるのかについて研究がおこなわれた。

当然のことながら、化粧をするのは、何らかの効果があると期待するからである。

松井豊・山本真理子・岩男寿美子は、化粧の効果期待について調査した「化粧の心理的効用」(一九八三、『マーケティングリサーチ』)で、化粧をすることの喜びや満足感、他者に対して適切なイメージが呈示できる、社会適応や心の健康が得られると感ずることが化粧の動機になっているとあきらかにした。山本純子・加藤雪

枝は、化粧に対する意識を調査した「化粧に対する意識と被服行動」(一九九一、『椋山女学園大学研究論集』)で、化粧とはおしゃれのための重要な要素であると同時に生活習慣の一つであることをあきらかにした。笹山郁生・永松亜矢は、化粧行動を規定する要因を検討した「化粧行動を規定する諸要因の関連性の検討」(一九九九、『福岡教育大学紀要』)で、職業や年齢という属性の違いにより、学生はおしゃれとして、専業主婦は生活習慣としての意識が高いことをあきらかにした。

また、化粧をすることに影響を与えるのは効果の期待だけではない。性格特性といった、個人差要因によって規定される部分も多い。

リン・ミラーとキャサリン・ロックス (Lynn Carol Miller & Cathryn Leigh Cox) は、自分自身の内面と外面への注意の向けやすさである自意識と化粧行動について検討した「For appearance's sake: Public Self-consciousness and makeup use」(一九八二、『*Personality and Social Psychology Bulletin*』)で、自己の外面への関心の高さが化粧と関連していることを明らかにした。トーマス・キャッシュとジョン・リッシとリーズ・チャップマン (Thomas Cash, John Rissi & Rees Chapman) は、男女それぞれがどのように行動すべきかについての社会からの期待である性役割と化粧行動を検討した「Not just another pretty face: Sex roles, locus of control, and cosmetic use」(一九八五、『*Personality and Social Psychology Bulletin*』)で、社会的な性役割である女らしさや物事の結果を自分でコントロールできる意識の高さが化粧行動と関連していることをあきらかにした。

菅原健介は「化粧」(一九八八、『ワードエップ・セックス』新曜社)で、他者にみられる自己への関心が低い者ほど化粧に対するこだわりが強いこと、化粧をした顔に自信がない者は、化粧への気後れや評価懸念をしめし自然で地味な化粧をおこなうこと、その逆に化粧をした顔に自信のある者は演出的な化粧や儀礼的な化粧をおこなうことを指摘している。大坊郁夫は、対人関係を円滑におこなうことのできる社会的スキルと化粧との

関連を検討した「外見的印象管理と社会的スキル」(一九九一、『日本グループ・ダイナミクス学会第三九回大会発表論文集』)で、化粧をよくおこなう者ほど対人関係に積極的にかつ適応的であることをあきらかにした。

化粧に対する行動や意識は複雑であり、年齢、性別、ライフスタイル、性格特性などによって大きく異なる。また、それぞれの要因が個別に影響を与えているのではなく、要因同士も複雑に絡み合い、関連しあって影響を与えている。にもかかわらず、どのような要因により、化粧の行動や意識が規定されているのかについての研究は、まだまだ十分におこなわれているとはいえない。

このほかに、文化史家の米澤泉は『電車の中で化粧する女たち』(二〇〇六、KKベストセラーズ)で、哲学者の石田かおりは『化粧せずには生きられない人間の歴史』(二〇〇〇、講談社)で哲学的視点から、動物学者であるデズモンド・モリス(Desmond Morris)は『Man watching』(邦題：マンウォッチング、一九七七、Jonathan Cape)や『The Naked Woman』(邦題：ウーマンウォッチング、二〇〇四、Jonathan Cape)で動物行動学の視点から、化粧をする理由について論じることを試みている。

### 化粧の心理的・生理的效果に関する研究

化粧の効果に関する初期の研究は、一九五二年のウィルバート・マッキーチ(Wilbert James McKeachie)による「Lipstick as a determinant of first impressions of personality: an experiment for the general psychological course」(一九五二、*The Journal of Social Psychology*)である。化粧の心理的・生理的效果に関する研究は、口紅が対人印象に与える効果を測定することからはじまっている。

その後、ジャドソン・ミルズとエリオット・アロンソン(Judson Mills & Elliot Aronson)は「印象が他者へ

の説得力にどのような影響があるのかについて検討した「Opinion change as a function of the communicator's attractiveness and desire to influence」(一九六五、*Journal of Personality and Social Psychology*)で、化粧をほどこした場合はほどこしていない場合より、他者への説得がより成功すると指摘するなど、印象管理の手がかりとしての化粧の効果に関する研究が、わずかにおこなわれた。

日本では一九六五年に、労働科学研究所が『B Gの化粧の有無と疲労に関する実験調査報告書』(一九六五、労働科学研究所)をまとめている。

これは、鐘淵紡績株式会社化粧品研究所が労働科学研究所労働心理学研究室に依頼しておこなった、有職女性を対象とする化粧と疲労との関連についての研究の報告書である。

一九七〇年代に入ると、慶應義塾大学が植皮の術後状態の化粧により補完を試みる研究を、一九八〇年代には岩手医科大学・オリリー学術部・東北新生園が疾病により損傷した外見の化粧による補完と精神状態の安定に関する研究を、同志社大学・京都府立大学・資生堂が精神分裂病(統合失調症)やうつ病に対する化粧の臨床心理学的効果の研究などをおこない、大学の心理学教室などで本格的な化粧研究がはじまった。

一九八五年には、ジーン・グラハムとアルバート・クリッグマン(Jean Ann Graham, Albert Montgomery Kligman)によって、世界で最初の化粧行動に関する専門書『*The Psychology of Cosmetic Treatments*』(邦題：化粧の心理学、一九八五、Praeger)が出版された。化粧行動に関する最初の専門書が、そのタイトルに示されるように「治療」に関するものであったことは興味深い。

この本は、一九八三年九月二〇日に「化粧による外見修正は心理学的な幸福にいかにか効果があるか」を統一テーマとして、ペンシルヴァニア医科大学皮膚科学教室と皮膚科財団の援助のもと、ペンシルヴァニア医科大学で開催された化粧の心理学に関するシンポジウムの報告書でもある。

ジーン・グラハムらは、一九七八年にオックスフォード大学において、化粧品によって外見を良くみせることは心理学的効用を生むということを中心課題に、経験的研究に対して理論的構成を提供した文献的考察によって、化粧の研究をスタートさせていた。その集大成として、シンポジウムが開催された。

このシンポジウムは化粧を主たるテーマにしていたという点だけではなく、社会学者、心理学者、化粧品学者、皮膚科学者、形成外科医が一堂に会して開催されたという点で、医学と化粧学の連合において大きな意味をもつものとなった。

化粧品を使用することによりどのような恩恵が得られるかはほとんど知られていなかった。いくつかの独立した研究はあったが、化粧品使用の心理学的側面をそれ自体学問的研究分野として系統的にしかも完全に取り扱った研究はまったく行なわれていなかった。我々は化粧品の数多くの心理学的有用性を証明するための研究を、オックスフォード大学（英国）とペンシルヴァニア大学（米国）でこれまで行なってきた。皮膚の老化の問題にも焦点を当て、顔がやや魅力に欠ける、あるいは日焼けしすぎたり、傷が残っているなどによって引き起こされる種々の問題に対処するために「COSMETIC THERAPY」（化粧療法）の概念を導入した

(Graham, J.A. 一九八七「化粧品の心理学」『資生堂インフォメーションレター』六二〇〇二『資生堂』一頁)

ジーン・グラハムはシンポジウムが開催された当時を、化粧を用いた治療方法として化粧療法の概念を導入したと回想している。

化粧を用いた治療法であり、化粧が心理学的な過程を介して心理・生理的な治療効果をもたらすことを期待して行われるもの

(宇山悦男・阿部恒之 一九九八 「化粧療法の概観と展望」『フレグランスジャーナル』二六(一)』

フレグランスジャーナル社、九九〜一〇一頁)

化粧療法とは、化粧が個人に与える心理的な効果を利用した心理的または生理的な治療のことと定義される。この定義にしたがうならば、ジーン・グラハムの導入した化粧療法に関する研究の萌芽は、一九七〇年の火焰状母斑かえんぼはんに対して、「カバーマーク」という化粧品を用いて外見を改善しようと試みた研究である「*Decorative Behandlung beim Naevus flammeus*」(一九七〇、*Cosmetologica*)に求めることができる。

「カバーマーク」とは、一九二八年にリディア・オリリー(Lydia O'Leary)により、医学的に消しにくいアザ、傷痕しょうこん、皮膚の変色を隠すことにより、精神的な安らぎを与えることを目的に開発された化粧品である。

化粧療法の臨牀的な試みとしては、一九七〇年代からイギリスの赤十字病院で患者の社会復帰の一環として、「カモフラージュメイク」とよばれる損傷した外貌を回復させる手段として、化粧が採用されていた。また、一九八九年より、アメリカにおけるがん患者などの容貌や容姿に配慮することを目的に、パーソナル・ケア・プロダクト・カウンシル財団(The Personal Care Products Council Foundation)によって「The Look Good... Feel Better Program」(<http://www.lookgoodfeelbetter.org/> 二〇〇七年九月三日確認)が展開された。

このプログラムには、アメリカがん協会(American Cancer Society)や全米コスメトロジー協会(National Cosmetology Association)が協力している。大手化粧品メーカーの寄付により化粧品が無料で提供され、ボランティアのメイクアップアーティストによって、がん治療において化学療法の影響で脱毛してしまった際の工

夫や化粧のアドバイスをおこなうのである。二〇〇八年には、その活動はカナダ、デンマーク、シンガポール、オーストラリア、南アフリカなど世界一八カ国にまで広がっている。

日本では一九八八年ごろから、かづきれいこ（本名・内田嘉壽子）が、リハビリメイクをはじめている。リハビリメイクとは、身体機能に損傷を負った人が社会に戻る前にリハビリテーションをおこなうように、外貌に損傷を負った人が社会に踏み出すために習得する技術とされる。

リハビリメイクの目的は、傷やアザを隠すことではありません。「隠せる」という自信を持つことで、自分の顔を受け入れ、堂々と元気に生きていく力をつけること。いわば、社会復帰の支援なんです

（読売新聞社 二〇〇五 『読売新聞』六月一四日）

このリハビリメイクをもとに、二〇〇四年四月に東京女子医科大学付属女性生涯健康センターに「リハビリメイク外来」が開設された。そして、大阪市立大学付属病院形成外科、日本医科大学付属病院形成外科・美容外科でも化粧が医療に導入され、化粧が医療現場で積極的に活用されつつある。

これらの研究結果や実践を概観すると、化粧が外見改善のために用いられたというよりも、自己と社会の関係についての認知や、自己認知そのものがゆがんでいる症状の改善として、化粧の効果があったと考えることができる。

このほかに、松井豊が「化粧の心理学」（一九九〇、『衣生活研究』）で、化粧とコミュニケーションをとる相手との物理的距離であるパーソナルスペースに関する研究をおこなない、余語真夫が「情動と身体兆候パターン…喜び、悲しみ、怒り、恐れ、羞恥について」（一九九四、『文化学年報』）で、化粧と状態不安の低減に関する研

究をおこなった。そして、土居泰子・中内敏子・矢野保子が「老人病院における化粧の効果」(一九九四、『月刊福祉』)で、うつ病患者や老人性認知症患者の症状改善の手がかりとして、化粧を活用する臨床的研究をおこなった。

また、化粧のリラクゼーション効果に関する研究として、平田忠・阿部恒之・丸山欣也による「美粧行為の心理的效果に関する研究」(一)問題・一般的方法と行動観察の結果」(一九八六、『日本心理学会第五〇回大会発表論文集』)、互恵子・岡崎晴子による「エステティックシステムの生理心理学的効果」事例研究」(一九九三、『化粧心理学』)、化粧と心のサイエンス」フレグランスジャーナル社)、阿部恒之による「スキンケアへの期待の変遷と心理学的効果」容貌の演出・肌の健康・リラクゼーション」(二〇〇一、『化粧行動の社会心理学』北大路書房)などがある。

リラクゼーションに関連して、化粧の重要な要素の一つである香りに注目した研究もある。芳香精製油を塗ったり飲んだりする民間療法としてのアロマセラピーが、若者のあいだで人気であるが、心理学的研究ではアロマロジーとして、香りを利用した健康増進や快適性の向上を目的とした研究がおこなわれている。

たとえば、小森照久・藤原良一・谷田正弘・野村純一の柑橘系香料を用いて、うつ症改善を試みた「香りによるうつ病治療の試み」科学的検証と臨床応用」(一九九五、『日本神経精神薬理学雑誌』)や、庄司健・菊地晶夫・小森照久による不眠傾向のある者への調合香料の効果に関する「健常人の不眠傾向に対する香りの影響」(一九九六、『日本味と白学会誌』)、中野良樹・畑山俊輝・菊池明夫による香りによる快・不快感が心的作用に及ぼす効果に関する「香りによる快・不快感が心的作用に及ぼす効果」(一九九七、『感情心理学研究』)などの研究がある。

このように、化粧療法に関する研究が相対的に多くおこなわれているものの、問題点も少なくない。とりわ

け問題なのは、化粧療法に対する学問的な知見の蓄積がないまま、その効果を期待して子測的に実践されていることである。

その方略が根拠（理論）にもとづいて一定の治療目標を設定し、特定の対象者にある特定の手段をもって介入した場合に一定の成果（目標達成）が期待でき、さらにある程度それを持続させることが可能であるという、いわば治療のためのストーリーをもつ必要がある

（伊波和恵 一九九九「高齢者と「化粧療法」研究に関する考察および展望」『フレグランスジャーナル』二七（九）  
フレグランスジャーナル社、五二〜五三頁）

社会心理学者である伊波和恵は、化粧療法を医学・福祉分野に導入するには、理論と実践の更なる知見の蓄積を必要とすることを指摘している。

このような状況にあつて、心理学と化粧品関係の研究者が集まって『化粧心理学・化粧と心のサイエンス』（一九九三、フレグランスジャーナル社）が出版されたことは意義深い。これは、一九九一年に東北大学で開催された日本心理学会第五回大会における資生堂ビューティーサイエンス研究所ヒューマンサイエンスグループが開催したワークショップ「化粧心理学のパラダイム」の報告をもとに執筆された。

このワークショップは、生理心理学、認知心理学、社会心理学、臨床心理学などでおこなわれていた化粧に関する研究を相互に結びつけること、また多くの心理学者に化粧研究を紹介するという目的のもと開催された。

これをきっかけに、社会心理学者を中心として、高木修・大坊郁夫・神山進により『被服と化粧の社会心理学』（一九九六、北大路書房）が、大坊郁夫により『魅力の心理学』（一九九七、ポラ文化研究所）が、高木修・

大坊郁夫により『化粧行動の社会心理学』（二〇〇一、北大路書房）が出版されるなど、少しずつではあるが、化粧に関する研究が体系的に論じられはじめている。

### 化粧品・化粧方法の歴史的研究

化粧の起源は、人類の誕生にまでさかのぼることできるといわれるほど古く、長いものである。にもかかわらず、日本だけをみた場合でも、化粧の歴史に関する書物はあまりにも少ない。

主だったものは、風俗史家である江馬務の『装身と化粧』（一九七六、中央公論社）、歴史学者である久下司の『ものと人間の文化史 化粧』（一九七〇、法政大学出版局）、『日本化粧史考』（一九五三、黒龍堂）、『国文学上より見たる詳説日本化粧文化史の研究』（一九九三、ビューティービジネス社）、詩人でありながらも博物誌に精通していた春山行夫の『おしゃれの文化史』（一九七六―一九七八、平凡社）、風俗史家である高橋雅夫の『化粧ものがたり 赤・白・黒の世界』（一九九七、雄山閣）、化粧文化研究者である村澤博人の『美人進化論』（一九八七、東京書籍）、『顔の文化誌』（一九九二、東京書籍）などである。

これらの多くは、中国や西洋の化粧史研究に重きが置かれ、日本の化粧史がその付随でしかないこと、「結髪」「紅」「齒黒」といった個々の化粧品を対象にそれが使用されていた時代、製造されていた場所、エピソードなどを紹介する辞典的解説にとどまるものとなっている。そのため、化粧の歴史的な必然性や流動性については語られていないのもとより、ある化粧がその社会や文化において人々に採用された理由について注目した研究は、ほとんどされていない。

このような、従来の化粧に関する歴史研究が学問的にかたよったものとなった背景には、化粧そのものを主

だった関心としておこなわれた研究がほとんどなかったこと、また化粧の歴史的な研究が歴史学だけではなく、考古学、民俗学、国文学など多岐にわたるものであるにもかかわらず、旧態依然として学際研究・共同研究がおこなわれてこなかったという問題がある。

これまで、化粧品や化粧法の歴史については主に化粧品メーカーが社史としてまとめてきた。

たとえば、一八二五年に紅の製造卸業として創業し、江戸時代から今日まで続く化粧品メーカーである伊勢半は『紅・伊勢半百七十年史』（一九九八、ゆまに書房）を、一八七二年に洋風調剤薬局として創業した資生堂は『資生堂社史・資生堂と銀座のあゆみ八十五年』（一九五七、資生堂）、『資生堂百年史』（一九七二、資生堂）、『創ってきたもの伝えてゆくもの・資生堂文化の一二〇年』（一九九三、資生堂）を、一八八七年に洋小間物商として創業した花王石鹸は『花王石鹸五十年史』（一九四〇、花王石鹸）、『花王石鹸七十年史』（一九六〇、花王石鹸）、『花王石鹸八十年史』（一九七一、花王石鹸）、『花王史二〇〇年（一八九〇年—一九九〇年）』を、一九二七年に香水輸入販売業として創業したマンダムは『マンダム五十年史』（一九七八、マンダム）を、一九〇三年に化粧品卸業で創業したクラブコスメチックスは『クラブコスメチックス八十年史・創業中山太陽堂』（一九八三、クラブコスメチックス）などをまとめている。

これらは、一社の企業としての歴史をまとめているだけではなく、その企業が主力としてきた化粧品の歴史、社会や消費者との関係などがまとめられており、非常に興味深い。だが、やはりその中心が、各企業の経営史であり、主力製品の開発史であり、化粧の歴史を体系的にまとめているとはいえない。

そのようななかで、一企業の枠を超えて、化粧の文化史がまとめられようと試みられたこともあった。

「化粧文化」という言葉がある。むろんこれは、化粧の文化という意味で用いられる、化粧と文化の合成語であり、珍しくはない。しかしながら、これが化粧に専門的にかかわる者だけではなく、広く一般に知られる

ようになったのは、化粧品メーカーであるポーラ化粧品本舗が一九七六年に文化研究所を設立すると同時に、「化粧と文化研究会」を立ち上げ、化粧に関連する各学問分野の研究成果をもとに研究をはじめ、その成果の発表の場として機関誌『化粧文化』（一九七五—二〇〇五、ポーラ文化研究所）を発行したことに由来しているといわれる。

従来であれば、化粧品メーカーの研究とは化学的なものが中心であり、またその成果は企業内のみでの公開であった。たとえ外部に公開されたとしても、その内容は広報程度であった。また、多くの企業から発信される情報は、自社製品の消費者に対する広告宣伝の場であった。

だが、この『化粧文化』からは自社製品の広告が一切省かれ、さらには隣接領域からの成果を加味して発表するなど、学術的に価値あるものとなっていた。そして、それは専門家だけを購読者として対象とするのではなく、一般に向けて書店で販売された。

にもかかわらず、『化粧文化』は二〇〇五年の通巻四五号で休刊となっている。この休刊には、化粧を対象とする研究の蓄積が少ないこと、またさまざまな専門領域の研究者が学際的に化粧を対象として研究をおこなっておらず、研究成果を横断的に活用することが難しい現実を理由としてあげることができる。

このほかにも、浮世絵を素材に歴史学者である陶智子すずは『江戸美人の化粧術』（二〇〇五、講談社）で、川柳を素材に江戸庶民文化研究者の渡辺信一郎は『江戸の化粧』（二〇〇二、平凡社）で、江戸時代の化粧品や化粧法について論じている。

これらは当時の、庶民生活に深く関係していた浮世絵や川柳を素材としており、庶民文化を知るうえで貴重な示唆を与えている。

また、東宝の映画脚本家であった廣澤栄は『黒髪と化粧の昭和史』（一九九三、岩波書店）で、マーケティ

ングに従事していた三田村路子<sup>ふきこ</sup>は『夢と欲望のユスメ戦争』(二〇〇五、新潮社)で、自らの体験をふまえるかたちで化粧についてまとめている。

これらは、史料にもとづく調査だけでは知ることのできない、時代の雰囲気や著者の体験にもとづき論じている点で、それ自体が貴重な史料となっている。

### 本書の構成

ここで、本書の構成をのべておきたい。

第一章では、化粧の語義や語源をたどり、化粧という言葉がいつから使われるようになったかをのべていきたい。そして、化粧という言葉がしめす行動は、どのようなものかを見ていきたい。

また、化粧の目的や機能についてもべる。この章において、化粧というものの意義について理解を深め、化粧とはどのようなものであるかを確認しておきたい。

第二章では、対象を日本に限定し、化粧の文化的変遷を再構成していく。ここでは、化粧に用いる道具や顔料または方法ではなく、化粧とそれをおこなう者との関係性、社会や文化における化粧の位置づけなどに注目し、新たな角度から化粧の変遷をとらえ直したい。

レイモンド・ウィリアムズ (Raymond Williams) は、著書『THE LONG REVOLUTION』(邦題:長い革命、一九六一、Chatto and Windus) のなかで、「感情の構造」という語により文化を新しく定義づけようと試みている。レイモンド・ウィリアムズによれば、どんな時代もある特定の生活感覚、ある特定の抽象的な「色彩」をもっており、そこにある「感情の構造」がその時代の「文化」である。文化が日常生活に意味を与えるもの

であるならば、化粧を分析することで、それぞれの時代における化粧にはどのような意味があったのか、またどのような文化生産のプロセスが存在したのかをあきらかにすることができようであろう。

ここでは、第一章で確認した化粧の意味や目的を参考にし、政治史の時期区分が援用され語られてきた従来化粧の歴史的考察とは異なる新たな時期区分を提案し、再構成することを通じて化粧を動態的に理解し、新たな「化粧史」の立ち上げを試みたい。

第三章では、第二章で再構成した化粧の変遷をふまえたうえで、現在の若者の化粧を対象とすることで「化粧行動」や「化粧意識」を中心に考察する。とりわけ男性と女性といった男女の違いや、性格特性といった個人差要因が、どのように化粧と関連しているのかを統計的手法を用いて考察することで、化粧を構造的に理解することを目指したい。

これまででは、化粧を俯瞰的にとらえることで、日本における化粧について「文化的」に考察してきた。第三章では、統計的な手法を用いることにより、現在の化粧を切り取ったかたちで、「心理的」な分析をおこなうこととする。

最後に、本書の記述の注意事項をあげておく。

引用文における漢字や仮名の旧字体については、現在一般に使用されている漢字に適宜改めた。翻刻されたものについては、基本的に原文通り引用するが、句読点などがない場合は、読みやすさを考慮し、それらをおぎなった。また、二字以上にわたる繰り返し記号は、ワードプロセッサソフトに該当する記号がないため使用せず、その音にあたる文字を用いた。

また、引用文中に、現代では差別・偏見ととられる不適切な表現がある。しかし、あくまで歴史的な史料

として、そのまま用いている。

実施したアンケート調査は、すべて四年制私立大学の学生を対象に、学生たちを集まってもらい、会場で一斉に回答してもらった。その場合、倫理的配慮として、調査票に研究の目的を明記し、調査への回答は任意であり、無記名で個人が特定されないことを事前に口頭で説明した。