

キャリア女性の化粧行為

名古屋工業大学 男女共同参画推進センター
特任准教授 乙部 由子

1 目的

本報告の目的は、キャリア女性の化粧行為・意識を明らかにすることである。キャリア女性の定義は、内閣府が定義する指導的地位（法人・団体等における課長相当職以上の者、大学講師以上、医師等）にある女性とする。

これまで女性の化粧行為・意識に関する研究は、客観性のある科学的データを求めるという点において、心理学、生理学、社会心理学が中心であった。科学的データを得るために行う実験調査の被験者は、大部分が大学生、それも女子大学生である。いいかえれば女子大学生の行為等をもって女性の化粧行為・意識としたといっても過言ではない。また、別の視点からの研究では、化粧行為について、古代から現代までの歴史を調べるものが多く、それは、歴史学、文学、及び社会学のなかでは文化研究という位置づけのものであった。さらに現代社会という枠組みでも考えると、化粧に関するコマーシャル、マーケティング等マスメディアという視点からの研究が多数行われていた。

これらの分野における研究結果の大半は、女性の化粧行為が、広くいえば「身だしなみとしての化粧」であり、そこに個人的な動機としての自己満足、自己実現等や社会的な行為として、対人関係上のもの（交友関係、親子関係等）をからめて考えていたといえる。

本報告では、個人や社会という視点だけでなく、個人的ではあるものの、社会から評価されたカテゴリーであるキャリアを形成した女性の化粧行為を考察する。

2 方法

先行研究の結果を踏まえた質問用紙を作成し、聞き取り調査を行う。調査方法は、半構造化された面接方式による。調査対象者は、東海地域に本社、支社のある事業所に勤務し、指導的地位にある女性とする。聞き取り時間は、1時間から1時間半である。その際、年齢は特に考慮しないこととする。調査対象とキャリア女性は、できるだけ産業分野、職種の偏りがないように心がける。

3 結果

予備調査の結果から考えられる結論は、女性自身の個人的な動機以上に、どのような産業、職種で働くのかということが化粧行為・意識を形成する大きな要因であった。本調査の結果は、ポスター発表時に詳細を提示する。

4 結論

予備調査の結果から明らかになったこととして、キャリア女性の化粧行為は、個人的意識もさることながら、どのような産業で働き、どのような職種であるかが大きな要因だと提示した。また、メイクアップ用品というよりも、スキンケア用品への関心は高く、ある程度のポリシー、こだわりをもっていることも明確になった。これまで明らかにされなかったキャリア女性の詳細な化粧行為・意識の実態が示されることは、キャリア女性の新たなモデル像を提唱できると考える。

文献

- 木戸彩恵、2015『化粧を語る・化粧で語る』ナカニシヤ出版。
谷本奈穂、2008『美容整形と化粧の社会学』新曜社。
平松隆円、2009『化粧にみる日本文化』水曜社 ほか。