



Title	社会学からひもとく美容整形と美容医療
Author(s)	谷本, 奈穂
Citation	国民生活, 20: 1-5
Issue Date	2014-03-17
URL	http://hdl.handle.net/10112/10146
Rights	ウェブ版「国民生活」2014年3月号（国民生活センター発行）より http://www.kokusen.go.jp/wko/index.html , (C)独立行政法人国民生活センター：本文は独立行政法人国民生活センターの許諾を得て作成しています。
Type	Journal Article
Textversion	publisher



1

社会学からひもとく
美容整形と美容医療

谷本 奈穂 Tanimoto Naho

関西大学総合情報学部教授

大阪大学人間科学研究科博士課程修了・博士(人間科学)。主な著書に『美容整形と化粧の社会学』(新曜社)、『恋愛の社会学』(青弓社)、編著に『メディア文化を社会学する』(世界思想社)、『博覧の世紀』(梓出版社)など。

美容整形の歴史的背景

日本において、美容整形は長くにわたってタブー視されてきました。医学には健康なからだにメスを入れることへのタブーがあるうえ、儒教の「身体髪膚これを父母に受く、敢えて毀傷せざるは孝のはじめなり」という教えが、日本では「親からもらった体に傷を付けないことが大事だ」と解釈されたことに起因するでしょう。身体は、自分以外の誰か(親)から授かったものであり、自分で勝手に加工していいものではなかったのです。万一、美容整形を受けるとするなら、それ相当の理由が必要でした。例えば「精神を病むほどに、自らの身体に劣等感を抱いた人が、それを克服するため」といったような理由です。

美容整形・美容医療の
現在— アンケート結果の概要

しかしながら、現代の日本では、美容整形は美容医療の普及とともに、広まりをみせています。「美容整形」は、美容を目的とした形成外科(あるいはその手術)を指しますが、実は俗

称です。正式には美容外科(あるいは美容外科手術)といいます。本稿では、一般的な名称の美容整形を採用し、特にメスを使用した、一重まぶたを二重まぶたにしたり、鼻筋を通したり、脂肪吸引をしたり、あるいは胸を大きくしたりする施術を指します。「美容医療」は、レーザー、注射、投薬などを通じた、メスを使わない美容のための医療的措置を指します。“プチ整形”などと呼ばれて美容整形よりも気軽に受けられるイメージを持たれています。

筆者は、2003～2005年、2011年、2013年に、合計4,225名に対するアンケート、および合計32名の整形経験者と医師に対するインタビューを実施していますが、ここでは最新の2013年の調査結果を紹介したいと思います。

調査対象者全体の属性は、男性1,030人、女性1,030人と同数、年代も20～60歳代までそれぞれ412名ずつ同数います。職業でみると、会社員が33.1%、専業主婦(主夫)が21.8%と多くなっています。世帯年収は400～599万が22.2%で最も多い結果となりました。学歴では、四年制大学卒業が36.3%と最も多く、次いで高校卒業32.4%となっています。

この調査では、美容整形ないし美容医療を受



けたいと思う人は20.9%も存在しています。特に、女性だけのデータを見ると30.8%に上っています。

また、実際にメスを伴う美容整形は40人(1.9%)、美容医療は82人(4.0%)が経験しており、どちらかを受けた人は106人(5.1%)います。女性だけでいえば89人(8.6%)が何らかの美容的な医療措置を経験しています。20人いれば1～2人いることになり、この数字はかなり高いと言えるのではないのでしょうか。

そこで、美容整形ないし美容医療を受けたいと思う人に対して、その理由を聞きました(表1)。

①美容整形・美容医療を受けたい理由

「自分が心地よくあるため」が44.1%で最も多いです。これは2013年だけではなく、2011年、2003～2005年の調査でも同様でした(2003～2005年の調査では「自己満足のため」という項目になっています)。「自己満足のため」「自分が心地よくあるため」という言い方は、近年、美容整形や美容医療の「正当な」理由として認知されているようです。これまで美容整形や美容医療の理由づけとして考えられやすかった「劣等感克服のため」=『人並み』の外見

メディアの情報を見て	35.0
すてきな同性を見て	17.4
同性からほめられたいから	9.0
同性にバカにされたくないから	2.8
若く見られたいから	31.3
かつての自分に戻りたいから	13.0
異性からほめられたいから	14.2
異性にバカにされたくないから	4.2
自分が心地よくあるため	44.1
理想の自分に近づきたいから	36.9
自分を変えたいから	28.3
「人並み」の外見になりたいから	11.4

単位(%)

表1 美容整形・美容医療を受けたい理由

男女2,060人(20～69歳)に対する調査(2013年)
※複数回答

になりたいから」は11.4%とあまり高くありません。また「異性にもてたい」という理由も考えられていましたが、同義である「異性からほめられたいから」も14.2%とさほど多くありませんでした。

②理由の差異

男女や外見の差によって、理由に違いは出るのでしょうか。美容整形や美容医療を希望するのに、「自分が心地よくあるため」という理由が多いというものの、それは男性より女性が多いのです*1。また女性は、男性より「同性からほめられたいから」と答え、逆に男性は女性より「異性からほめられたいから」という理由を挙げる傾向があります。

「外見の良さ」による差異も見られました。端的に言うと、外見をよくほめられる人のほうが、美容整形や美容医療を希望する傾向があることが分かりました*1。「外見に自信はあっても美容整形(美容医療)を受けたい人」が、かなりの数に上っていると推測できます。

③美容整形・美容医療への意識

現代の美容整形や美容医療は、女性を中心に、外見をほめられるような人まで行う、「自分の」満足や心地よさのために行われる行為であると分かりました。それは、実際の経験者のインタビューからも伺えます(下記、紹介するインタビューは2003～2005年のものであり、情報提供者はすべて女性です)。

「(美容整形に対して) マイナスからプラスというイメージの人が多くけど、私はそうじゃないと思う。…中略… 私は『もっと良くなりたい』とか『もっとこうしたい方がいい』とか『もっとこうしたら良くなれる』というのを結構考えて生きてきてるので、プラスからプラス、もっとプラスを強くしたいという



ニュアンスでやった部分がありますね。」

「男の人のためっていうより自分のためだと思う。私も男の人のためとか、彼氏がほしいからとか、そういうことは一切思ったことがない。自分のためだった。」

上記でも、これまでタブー視されてきた、美容整形あるいは美容医療が広まり、その受ける動機は、「劣等感」や「異性のため」といったものではないことが確認できました。では「自分」の心地よさや満足のためといった動機が、なぜ語られるのでしょうか。その理由をみていきましょう。

美容整形とは いかなる現象なのか

①ビフォー／アフターなき整形

美容整形については、マスメディアなどで整形前（ビフォー）と整形後（アフター）の違いについてセンセーショナルに語られることがあります。また経験者自身も、ビフォー／アフターの違いを強調する場合があります。ただし、筆者の調査では、その違いを無効化するような語りも多くみられました。

「たぶん本当に自分でしか分からない程度の差なんです。」

（右目の二重まぶた手術を受けて眼帯をかけ、その後左目を手術し眼帯をしていたときの話）

「それでね、（眼帯が）左目にいったときね、『手術したんじゃないの、おまえ』って言われたんですよ。ところが、完全に治って（眼帯を）外したら、『ああ、（整形手術）してなかったね』って言われたんです。」

このように、美容整形は、あくまで「自分」

の心地よさや満足のために行っているだけで、他者には大して分からないという語りがなされます。

②想像上の他者評価と想像上の自己像

自分のために行い、他人には変化が分からないと語る彼女たちにとって、「他者からの評価」はどのようなものになるのでしょうか。インタビューからは、他者による「実際」の言葉は重視されていないことが示されています。しかしながら、以下の発言にみられるように、実際には言われなくても「他者はこう思っている」という「想定」を彼女たちはしていることがわかります。

そして、それは同時に、「他者が実際にはこう言っているけれども、私の身体像はこうなのだ」という「想定」があることも含まれています。

「最初、（まわりの人に整形に関して）『別にやらんでいいやん』って、『そんなに変わらんのやから』って、結構言われとったけども、『やっぱり嫌や』って言うて。……みんなは『やらんでいい』って言うけど、でも決めてるから。」

筆者：誰かに外見について何か言われましたか？

「ああ、それはね、ないですね。自分で思っただけ。」





筆者：じゃあ「みんな何も思ってなかったかな」って今になって思いますか？
「思わないね（笑）。全然思わないね。」

（顔を指さしながら）

「このだからこの、このシワ……」

筆者：どこですか？

「このシワです、ここ。」

筆者：うん、ないですけど。

「いや、ある。」

筆者：見えません。

「ああ、私の中ではあるんですね。」

このように、他者からの実際の評価はさほど関係がなく、「しなくてもいいよ」という言葉は通じていません。ですが、「自分で想像した他者の評価」の存在は信じているのです。同時に自己像も、他者に「あなたはこうですよ」と言われたものを信じるのではなく、自らが想定した身体像をもっていることもみえてきます。

では、この想定を支えるものは何かを、次で考察しましょう。

③「モノ」が介入する身体

上記のような「実際の他者の言葉」よりも重視される自分の想定——自分が想定した他者評価、自分が想定した自己像——は、勝手に作られるのでしょうか。私は、そういった想定を支えるものがあると考えます。それは、メディアや化粧品といった「モノ」です。

例えば、日本の美容整形では二重まぶた手術



が人気であり、彼女たちが二重まぶたにしたい理由はさまざまに語られますが、「アイシャドウを塗りたい」ということも頻繁に語られます。

筆者：（整形して）キレイになりたいということではないんですか？

「そうじゃなくて。ちゃんと化粧したいというのもある。化粧したい（笑）。」

「アイシャドウって塗りますでしょ、それが塗れないんですよ、一重だと。それが一番きつかった。…中略… 二重の手術して終わって、目が落ち着いたときは、すごいうれしかったし、すぐシャドウをいっぱい買い込みました。」

「（整形後）極端にアイシャドウを買うようになった。一重のときは目を開けたら塗ってもあんまり意味がないじゃないですか。でも二重になったら、まぶたにちゃんと色が付くようになるから、もうアイシャドウ各色そろえるかのように買いまくった（笑）。」

彼女たちは、一重まぶたを他者に指摘されたり、何か言われたりしたわけではないと言います。むしろ外見をほめられる機会も多かったそうです。二重まぶたにしたいと思う強いモチベーションの中に、「ちゃんと化粧したい」「アイシャドウが塗れないのが一番きつかった」「整形後は化粧が楽しくなってアイシャドウの数が増えた」ということが含まれています。これらのインタビューからは、客観的な意味での他者評価や自己評価ではなく、化粧品という「モノ」に規定された身体像が伺えます。

ここではアイシャドウの例しか紹介する紙幅はありませんが、それ以外にも、「この服が着たい」「かわいいプリントシール（写真）を撮りたい」といったモチベーションもあるわけです。

これらのことから2つのことが分かります。1つには、雑誌やテレビといったメディアに登



場するモデルたちの化粧法やファッションを、自分の中の基準に置いていること。そしてもう1つには、そういった化粧やファッションのような「モノ」に合わせられる身体こそを理想的な自己像においていることです。

それは必ずしも悪いことではありません。とはいえ、「モノ」を生み出すのは現代のコマーシャルリズム（商業主義）という制度であり、彼女たちはそういった制度に浸食された身体をもっているともいえるでしょう。

④加齢・老化との関係

さて、もう1点だけ確認しておきましょう。それは美容整形や美容医療と、加齢の関係です。

これまで美容整形・美容医療というと「若い女性がきれいになるために行う」と考えられていました。2013年の調査によれば、確かに若い女性は美容整形や美容医療に関心があります。ですが、中高年層にも行いたいと考えている人がかなりいました。女性に限ったデータを提示すると、美容整形や美容医療を希望する人は、**表2**のとおりです。

確かに若い世代のほうが、相対的に割合が高くなっていますが、50～60歳代でも2割を超えており、40歳代後半は、20歳代や30歳代と変わらないくらいの割合になっています。

また、同調査におけるデータの分析^{*2}の結果からは「外見の老化を感じている」人ほど、美容整形、美容医療に関心が高いことも分かりま

	前半	後半
20歳代	37.0	47.2
30歳代	38.2	35.0
40歳代	22.3	34.0
50歳代	25.2	26.4
60歳代	21.4	

単位 (%)

表2 美容整形・美容医療の希望者の世代別割合（女性）
男女2,060人（20～69歳）に対する調査（2013年）

した。外見の老化を感じることで、美容整形や美容医療を望む要因になっているのです。

この傾向とメディアの言説は無関係ではないでしょう。筆者は別の研究^{*3}で中高年女性向け雑誌を分析したところ、「加齢」は自然で不可避な現象ではなく、医療で「治療」できるものとされていたことも確認しています。加齢する身体は、「本来」の身体ではなく、むしろ美容医療などでよみがえるのが「本来」の身体であるという書き方がなされているのです。



まとめ

以上から、美容整形や美容医療は、現代日本では相当に普及していること、そして当事者にとって「自分」のために行う行為であると認識されていることが分かりました。ただし、そのときの「自分」とは、他者の実際の言葉によって作り出される「自分」というよりも、おのれで想像する「自分」であり、おのれが想像した他者に評価される「自分」でした。また、そのような「自分」を支えるのは、モノを生み出すコマーシャルリズムであることも確認しました。さらに、加齢という現象が、美容整形や美容医療への関心に拍車をかけていることも分かりました。

人々は、他人の評価とは違っている、自己像を想定しているようです。美容整形と美容医療は、その（想定した）自己像に達するための行為といえます。施術前の身体と後の身体、どちらが「自分自身」なのかは、一概に決めることができません。しかし、施術後の身体を「自分自身」と感じるために、人々は美容整形や美容医療を受けるのかもしれない。

*1 χ^2 検定において1%水準で有意差有り

*2 重回帰分析による

*3 「ミドルエイジ女性向け雑誌における身体の「老化」イメージ」『マス・コミュニケーション研究』第83号、5～29ページ、日本マス・コミュニケーション学会編集（学文社）

参考：2003～2005年の調査については『美容整形と化粧の社会学』（新曜社）