

化粧・美容意識についての日仏文化比較研究 —日仏大学生へのアンケート調査の結果から—

大阪大学言語学博士、ナント大学言語科学科博士課程

石丸 久美子

The aim of this study is to analyze the difference between French and Japanese university students regarding beauty consciousness.

A survey on makeup, skincare practices, and beauty consciousness was conducted in France in January 2007, and again in Japan from June to July 2007.

The subject group consisted of 126 French (18-22 years old, Average: 19.3 years old) and 123 Japanese (18-24 years old, Average: 19.1 years old) female university students.

Quite unexpectedly, some common denominators were found for the two countries: The most important makeup item for them is mascara. Other kinds of eye makeup are also important for both. French and Japanese students admire many of the same cosmetics brands, and their expenditure on cosmetics is approximately the same.

However, there were also differences between answers of two countries. 70% of French students like getting a tan and 90% of Japanese students dislike it. The cosmetics they use the most on a daily basis are perfume for French students and mascara for Japanese students. Among skincare products, moisturizing products (lip balm, cream) are important for French students, but cleansing products are more important for Japanese students. The French students' predominant criteria for cosmetic selection are quality and effect, and for Japanese are ease-of-use and packaging or colour. Concerning advertising copy aimed at a certain country's women (e.g., "This product is made for Japanese women"), most French students were unfavorable toward it (e.g., "strange", "ridiculous", "discriminatory", "unpleasant"), and the majority of Japanese students were positive about it (e.g., "good", "safe", "happy").

1. 緒言

近年、化粧文化研究が本格的な学問分野の対象となり、いくつもの研究が出てきているが、研究内容としては、その史的考察を行ったものが多く、化粧観や美意識についての研究はいまだに少ないと言わざるを得ない。特に、これらを実地調査した研究は、村澤、大坊、趙 (2005)¹⁾等の他には殆ど無いと言えるだろう。

筆者は、今まで、日仏の化粧品広告言説 (ディスクール) を考察し、その内部に構築された、理想の「女性美」や化粧・美容意識を分析してきた²⁾。フランスは、日本と同様に、大手化粧品メーカー/ブランドを多く持つ、化粧品大国である。ゆえに、本研究では、化粧・美容についての意識が国によってどう異なるのかということの問題提起とし、社会・文化が大きく異なる、日本とフランスという二国における化粧・美容意識を比較考察することを目指したい。特に、これまで、日仏の学生の化粧・美容意識を現状調査した研究は見られないことから意義のある調査だと考える。

また同時に、筆者の化粧品広告言説に関する先行研究結

果と、今回、実際に日本とフランスで行った実地調査の結果がいかに関連しているかについても考察したい。

2. アンケート調査

2.1 研究目的

日仏の女子大学生を対象として、アンケート調査を行い、両国の学生の化粧・美容意識の共通・相違点を見ていく。

2.2 調査方法

自らの化粧習慣、意識についての調査項目と共に、日仏両国間での相互印象に関する調査項目を作成し、選択式、自由記述式併用で回答をしてもらった。

アンケートは、フランス (ナント市) では、2007年1月に、日本 (京都市) では2007年6~7月に、質問用紙を配布、回収し、実施した。

2.3 調査対象者

フランス人女子学生 ナント大学、オデンシア経営高等専門学校 (グランゼコール)、テュノン国際学校 (観光・ホテル学)、ヨーロッパ商業高等専門学校 (グランゼコール) 126名 (年齢: 18-22歳、平均19.3歳)

日本人女子学生 京都外国語大学 123名 (年齢: 18-24歳、平均19.1歳)

2.4 質問項目

質問事項は以下の通りである。



A Comparative Study on Beauty Consciousness of Japanese and French University Students

Kumiko ISHIMARU

Ph.D. (Language and Culture), Osaka University, Postgraduate, Faculty of Language Sciences, Nantes University

年齢：.....歳

学年（分野を詳しく教えてください）：.....

（フランス人学生に対して）日本滞在 / （日本人学生に対して）フランス滞在経験はありますか。 ある ない

滞在日数：.....

1. 美容について

1. 日焼けは好きですか。以下から選択してください。

大変好き。 どちらかといえば好き。 どちらでもない。 どちらかといえば嫌い。 全く好きではない。嫌い。

2. 化粧品について

1. 普段の化粧品には、どの化粧品を使いますか（複数回答可）。

ファンデーション パウダー アイシャドー アイライナー

マスカラ アイブローペンシル・パウダー チーク 口紅 グロス マニキュア 香水 その他（ ）

2. あなたにとって、最も重要な化粧品は何ですか。一つだけ選んでください。

ファンデーション パウダー アイシャドー アイライナー

マスカラ アイブローペンシル・パウダー チーク 口紅 グロス マニキュア 香水 その他（ ）

3. 普段、顔のお手入れに、どの基礎化粧品を使いますか（複数回答可）。

石鹸 化粧落とし、洗顔料 化粧水 乳液 クリーム ゴマージュ / ピーリング（角質対策用品） パック / マスク

保湿リップ その他（ ）

4. 夜はどのように、どんな化粧品を使って洗顔しますか。

5. 朝はどうですか。

6. 好きな化粧品メーカー / ブランド名を挙げてください（複数回答可）。またその理由を述べてください。

メーカー / ブランド名：

理由：

7. 憧れの化粧品メーカー / ブランド名を挙げてください（複数回答可）。またその理由を述べてください。

メーカー / ブランド名：

理由：

8. 化粧品購入に、月に、また年にいくら出費しますか。

月に 円 年に 円

9. （フランス人学生に対して）日本女性の美容と化粧品について、どのような印象を持っていますか。また、日本メーカー / ブランドの化粧品についてはどうですか。

日本女性について：

日本メーカー / ブランドの化粧品について：

（日本人学生に対して）フランス女性の美容と化粧品について、どのような印象を持っていますか。また、フランスメーカー / ブランドの化粧品についてはどうですか。

フランス女性について：

フランスメーカー / ブランドの化粧品について：

10. （フランス人学生に対して）日本の化粧品広告には、製品が日本女性のために作られたという、次のような表現がよくあります。「この製品は、日本女性の肌に合わせたテストをしています。」（Dior）、「日本とアジアの消費者の肌ニーズに合わせて処方・開発」（LANCÔME PARIS）もし、このような表現がフランス人女性に向けにあったら、どのように思いますか。

（日本人学生に対して）次の文は化粧品広告からの抜粋です。「この製品は、日本女性の肌に合わせたテストをしています。」（Dior）、「日本とアジアの消費者の肌ニーズに合わせて処方・開発」（LANCÔME PARIS）これらについてどう思いますか。

3. 結果と考察

3.1 日焼けについて (Fig.1)

日焼けについては、筆者の先行研究³⁾によると、日仏化粧品広告で大きな違いが見られ、フランス広告では、日

焼け止めを使いつつも日光浴をすることを勧めるのに対し、日本広告では日光浴を勧める言説は皆無であった。この文化的差異を証明するように、日焼けの好き嫌いについての質問では、フランス人学生が、「どちらかといえば好き。」49 回答、「大変好き。」41 回答で、約 7 割が好きと答えた

のに対し、日本人学生は、「まったく好きではない。嫌い。」82 回答、「どちらかといえば嫌い。」29 回答で、約 9 割が好きではない、嫌いと回答した。

3.2 普段の化粧について (Fig. 2)

「普段の化粧には、どの化粧品を使いますか。」という質問については、フランス人学生の回答で一番多かったのが、「香水」であったのに対し、日本人学生の回答は、「マスカラ」であった。これは、昨今のマスカラ人気⁴⁾を証明するものといえる。香水がフランスでは重要な位置を占める化粧品であるというのは、筆者の先行研究⁵⁾の調査で、フランスでは香水の広告数が第1位であったということに一致している。「マスカラ」と「アイライナー」は二国共々で3位以内に入っており、日仏両国でアイメイクが重要視されていること、さらに、日本では「アイシャドー」もフランス以上に多く用いられていることが分かった。フランスにおけるアイシャドーの使用が日本より少ないのは、フランス人は一般的に日本人よりも彫りの深い顔で、必要性を感じないためかもしれない。日仏での違いとしては、「マニキュア」がフランスでは第4位に多かったのに対し、日本では、第10位であった。また、「ファンデーション」が日本では第3位だったのが、フランスでは、第5位、「アイブローペンシル・パウダー」が日本では第5位だったが、フランスでは、最下位の第12位であった。また、チークも日本でより多く用いられていた。つまり、フランスでは、香水、爪の化粧、お手入れが日本より重視されており、日本では、ファンデーションを使うこと、アイブローを使い、眉を整えること、チークを入れることがフランスより重視されていることが分かる。そして全体として日本の学生の方が、多くの化粧品を使い、フルメイクをしていることがグラフから読み取れる。

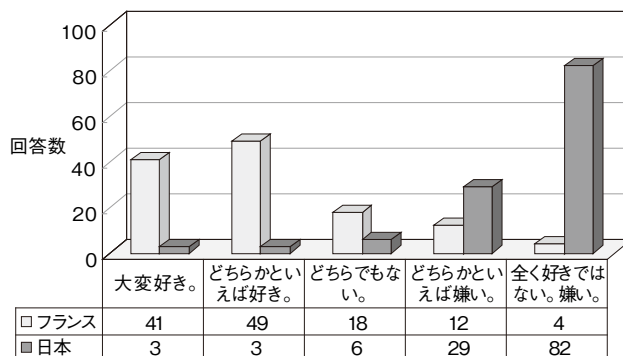


Fig. 1 日焼けについて

3.3 最も重要な化粧品 (Fig. 3)

では、日仏各国の学生にとって、最も重要な化粧品とは何であろうか。「あなたにとって、最も重要な化粧品は何ですか。」という質問に答えてもらった。その結果、日仏両国で、「マスカラ」が第1位に選ばれた。次に興味深いことは、第2位に、フランスでは、前章で最も使われる化粧品という結果だった、「香水」が挙げたのに対して、日本では前章で第2位だった「アイライナー」を抜いて、第2位「ファンデーション」、第3位「アイブロー」という結果になったことであろう。香水は日本では第5位であり、香水を付けることが、日本人とは比較にならないほど、フランス人にとっては重要な行為であることが証明され、日本では、フランス以上に、ファンデーションを塗ることが重要と考えられていることが明らかになった。

3.4 普段使う基礎化粧品 (Fig. 4)

では、普段の顔のお手入れには、どのような基礎化粧品が多く用いられ、重要と考えられているのだろうか。回答としては、第1位がフランスでは「保湿リップ」で、日本

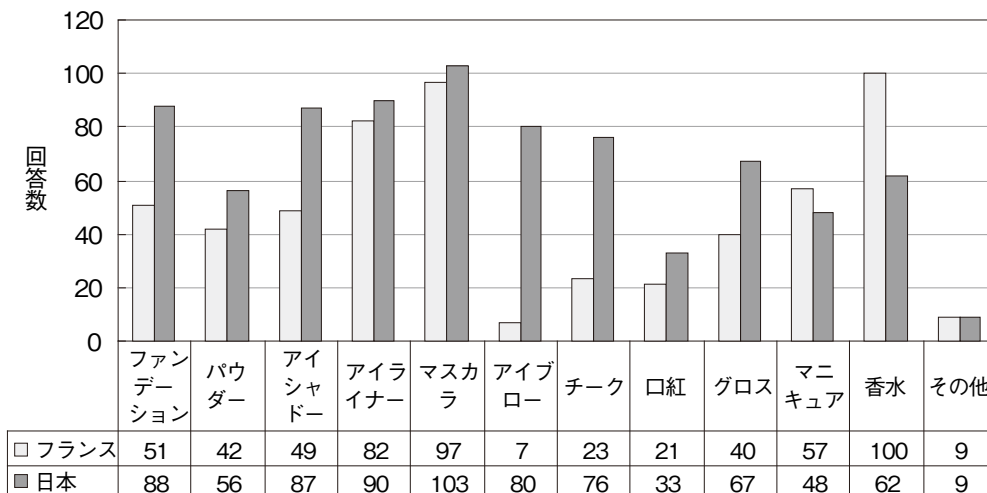


Fig. 2 普段の化粧に使う化粧品

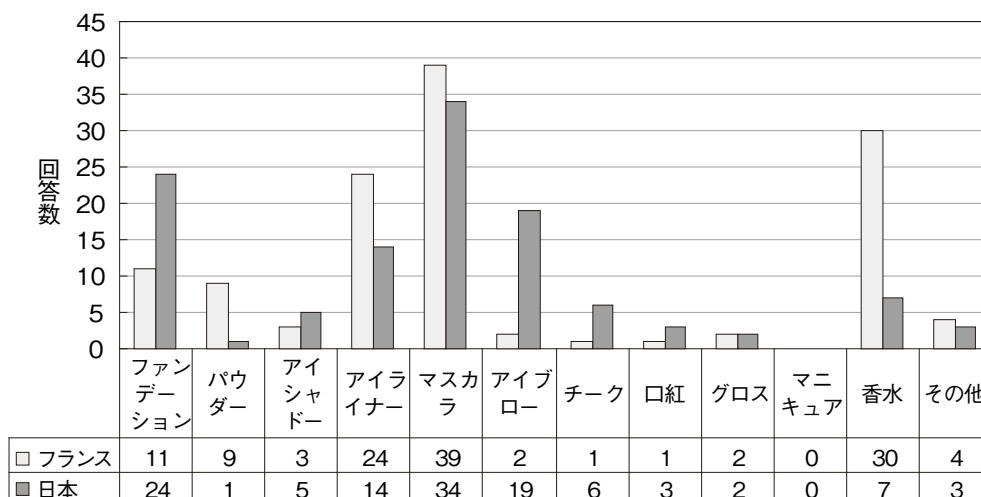


Fig. 3 最も重要な化粧品

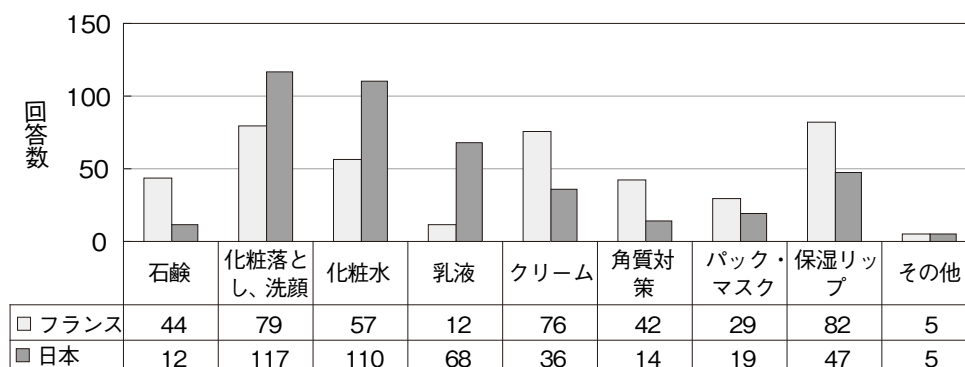


Fig. 4 普段使う基礎化粧品

では「化粧落とし、洗顔料」であった。また、フランスでは第3位だった「クリーム」が日本では第5位であり、日本では第3位だった「乳液」がフランスでは第8位という結果からも、フランスでは日本よりも保湿ケアがより重要と考えられていることが分かる。これは、やはり、フランスの方が乾燥した気候であることによるであろう。そして、日本では、「洗顔」、「化粧水」、「乳液」が基礎化粧品セットとして使用されていることが分かる。その他としては、「ゴマージュ/ピーリング(角質対策用品)」がフランスでより多く用いられていた。「化粧落とし、洗顔料」を使う人の割合が日本の方が多く、「石鹸」を使うのがフランスの方が多いのは、上記で触れたように、日本人学生の方がファンデーションを使う人が多いことによるのではなかろうか。

3.5 夜のお手入れ

夜はどのような化粧品を使って洗顔をするか質問をした所、「化粧落とし、クレンジングを使う」と答えた人は日仏共ほぼ同数であったが、「洗顔料を使う」と答えたのは、日本の方が多かった。「ローション、化粧水を使って」という回答は、フランスの方が多かったが、これは、フラン

スでは、日本に多い保湿タイプの化粧水よりも、クレンジングの役割をしたり、汚れを落としたりするタイプの化粧水が大変人気であり、それを使っている人が多いことによる。「乳液をつける」と述べたのが日本で12回答だったのに対して、フランスではわずか1回答であり、「クリームを使う」と答えた人がフランスでは日本の3倍近くになった。この結果も上記で述べた通り、フランス人学生は、より高い保湿力を好むことからであろう。また、フランスに特徴的なこととして、gantと呼ばれる、(顔や体を洗うための) タオル地の袋状のグローブを使うという2回答があった。

3.6 朝のお手入れ

朝のお手入れも傾向としては夜とほぼ同じであった。しかし、水、ぬるま湯で洗うという回答が日本の方がフランスの倍近くであった。逆にローション、化粧水を使う人がフランスで多かったが、これも前章で述べたような、汚れ落としをする化粧水を使う人が多いためであろう。また、フランスではグローブを使って洗うという回答がやはり4回答、シャワージェルでというのが1回答あったが、これは、朝、お風呂に入るか、シャワーを浴びる人が多いこと

によると思われる。

3.7 好きな化粧品

「好きな化粧品メーカー/ブランド名を挙げてください。またその理由を述べてください。」という質問に対しての結果は、全体として、フランスでは、スーパーで買える手軽な価格のメーカー/ブランドが多く、日本では逆に百貨店で買うようなより高価なメーカー/ブランドが多く挙げられていた。

フランスでは、第3位までのすべてがスーパーで売っているものであった。(日本では決して安くはないフランス大手メーカー L'Oréal もスーパーで売っている。価格も自国のものであるからか、日本より随分と安価である。)そして、第4位は、薬局で売っているブランド Avène、第5位は、フランス中に独立店舗を持ち、非常に手頃な価格で自社製品を売っている、Yves Rocher であった。このように、フランスでは、上位は、割と手頃な価格のメーカー/ブランドであり、高価なブランドとしては、やっと第6位で Lancôme が挙がった。これに対して、日本では、KATE、マジョリカ・マジョルカやメイベリン等は手頃な価格帯のブランドであるが、それ以外は高いブランドが多く挙がっていた。

フランスでは、上で述べた Avène の他、La Roche Posay、Neutrogena という薬局ブランドも挙がっていたのが特徴的である。

フランス

NIVEA* 44 (回答)、L'Oréal* 27、Gemey-Maybelline* 19、Avène+ 14、Yves Rocher 13、Lancôme 9、La Roche Posay+ 8、Evian* 7、Dior 6、Mixa* 6、Neutrogena+ 6、Sephora 6、特になし 5、Garnier* 5、Agnès b 5、Bourjois* 5、Chanel 4、Clarins 4、Guerlain 4... [以下省略]
*スーパーで販売 + 薬局で販売

日本

資生堂 29、特になし 13、KATE 11、アナスイ 9、マジョリカ・マジョルカ 8、メイベリン 8、ランコム 8、マキアージュ 7、RMK 6、REVUE 5、Chanel 5、Dior 5、KOSE 4、PAUL & JOE 4、MAC 4...

次に、以上のようなメーカー/ブランドを選んだ理由としては、フランス人学生の回答では、第1に「品質が良い」、第2に「価格」、第3が「効果」となっていた。これに対し、日本人学生は、第1に「価格」、第2に「使いやすい」、第3に「色がきれい」と述べていた。このように、フランスでは、品質・効果といった質的なことに価値が置かれているのに対して、日本ではむしろ、使い易さと見た目の美しさ(第3位「色がきれい」、第4位「パッケージ、見た目、デザインが好き」、第5位「かわいい」といった実用・利便性や美に価値が重かれていることが明らかになった。

フランス

品質が良い 34 (回答)、価格 (高すぎない、安い、手頃) 28、効果、保湿力、肌が美しくなる 22、よい製品、ブランドだから 8、安心、信頼、信用、安全 5、肌に合っているから 5、品質と価格が見合っている 5...

日本

価格 (高くない、手ごろ、安い) 17、使いやすい 10、色がきれい 9、肌に合う 8、パッケージ、見た目、デザインが好き 8、かわいい 7、発色がいい、きれい 5、ファンデがいい 5...

3.8 憧れの化粧品

前章で実際に使っていると思われる、好きな化粧品について述べてもらったが、次の質問としては、「憧れの化粧品メーカー/ブランド名を挙げてください。またその理由を述べてください。」として、実際には使っていないとも憧れを持っているメーカー/ブランド名とその理由を挙げてもらった。結果としては、日仏共、第1、2位は同じ結果で、フランスのブランド、Chanel と Dior であった。日本では第3位でようやく国産の資生堂、マキアージュが挙げられていた。

理由としては、日仏共、「高価」、「高級」ということが上位に挙がっていた。しかし、フランス人が「質が良いから」を第1位に挙げ、重視しているのに対し、日本人は、「かわいい」、「見た目、パッケージ」、「色がきれい」と見た目を重視した回答をしていたのが興味深い。この回答は前章の調査項目の答えと共通しており、日本人とフランス人の化粧品に対する評価基準が異なることが証明されたといえよう。

フランス

Chanel 40 (回答)、Dior 35、特になし 12、Lancôme 10、Yves Saint Laurent 8、Guerlain 5、L'Oréal 5、Clarins 4、Shiseido 4...

日本

シャネル 31、ディオール 17、マキアージュ 7、特になし 9、ランコム 8、アナスイ 6、RMK 5、Yves Saint Laurent 4...

理由:

フランス

質が良い 21 (回答)、豪華さ 15、高価 11、有名、評判 9、高級ブランド、高級品 9、効果、肌に良い 5、美しい広告、広告の影響 4、美、美しい 4、良い香り 2、良い製品 2、美を象徴するから 2...

日本

高価 10、かわいい 10、高級感 5、見た目、パッケージ 5、色がきれい 4、何となく 3、品質 3、大人な感じ、大人っぽい 3、かっこいい 2、きれい 2、よさそう 2、使いやすい、使いやすい 2、好きだから、好み 2、広告、CMの女優さんがキレイ 2...

3.9 化粧品購入費

日仏の学生は、それぞれ化粧品購入にどれほどの出費をしているのかという疑問から、これについての調査項目を設けた。

結果は、1か月の出費は、日本人学生の方が概して多く、フランス人学生の倍近くを化粧品に使うことを示していたが、1年での出費額を比較すると、日仏でほぼ同じであること、学生によって出費に大きな違いがあり、2～4倍あるいはそれ以上の差があることが分かった。

フランス：月に
5ユーロ（約800円）18（回答）、10ユーロ（約1,600円）15、20ユーロ（約3,200円）11、15ユーロ（約2,400円）9、30ユーロ（約4,800円）7、40ユーロ（約6,400円）5...

最低0ユーロ（0円）3、最高60ユーロ（約9,600円）3

日本：月に
3,000円17、2,000円13、5,000円10、1,000円9、10,000円7、20,000円3...

最低0円4、最高70,000円1

フランス：年に
50ユーロ（約8,000円）13、100ユーロ（約16,000円）9、120ユーロ（約19,200円）7、200ユーロ（約32,000円）7、30ユーロ（約4,800円）6、150ユーロ（約24,000円）5...

最低0ユーロ（0円）1、最高700ユーロ（約112,000円）2

日本：年に
10,000円11、30,000円9、5,000円8、20,000円8、15,000円5...

最低3,000円1、最高150,000円1、すごい額1

注：1ユーロ=160円で計算した。また、例えば5,000～10,000円というように幅があった回答は、最低金額5,000円と最高金額10,000円の両方を回答として集計した。

3.10 日仏の美容と化粧に関する相互印象

ところで、日仏の学生は、互いの国の女性の化粧や美容について、どのような印象を持っているのであろうか。また、化粧品メーカー/ブランドについてはどうであろうか。

3.10.1 日本女性、日本の化粧品についての印象

フランス人学生の回答は、矛盾していると同時に、伝統的なステレオタイプであった。まず、「ナチュラル、地味」が第1位でありながら、第2に「濃い化粧」と挙げられていたのは、普通の日本人女性は化粧が薄いのに対し、芸妓や「コギャル」、「ギャル」等の濃い化粧を想像することによると思われる。「芸者」の「伝統的な化粧」、つまり、「白い肌」に「赤い口紅」と「アイライナー」というステレオタイプが見事に挙げられている。同時に、現代女性のイメージとしては、「念入りにお手入れしている」、「「白く」見

えることを好む」、「化粧（品）が好き」、「西洋人に似ようとする」と鋭い指摘といえる回答があった。

日本の化粧品については、無回答も多く、「Shiseido」という答えがあったものの、大半が「知らない」という回答であった。また、「どれが日本製か知らない。」という回答があったのも興味深い。

日本女性の美容と化粧について：

ナチュラル、地味、シンプル、薄化粧 29（回答）、濃い化粧、地味でない、派手 19、白い肌、パウダー 22、赤い口紅 16、アイライナー、目の上を黒くする 14、念入りにお手入れしている、お風呂場で長時間過ごす、沢山の化粧品を使う 12、美しい、お洒落 12、頬紅 7、清らか、端正、ピュア 7、肌を明るくみせようとする、「白く」見えることを好む 6、芸者 6、伝統的な化粧、美 5、化粧品、化粧が好き 5、美しい、綺麗な、すべすべな肌 5、西洋人に似ようとする、西洋的にしようとする 4...

日本の化粧品メーカー/ブランドについて：

知らない 49、Shiseido 10、良い、質が良い、信頼 5、どれが日本製か知らない 2...

3.10.2 フランス女性、フランスの化粧品についての印象

本章では、日本人学生のフランス女性、化粧品に対するイメージについて言及したい。学生らがフランス人女性に持っている印象は、第1位が「美しい、綺麗、カワイイ」で、その次に、「薄化粧」あるいは「ノーメイク」であることが分かった。

フランスの化粧品については、好きな化粧品にフランスのメーカー/ブランドのものを挙げている人が多かったにもかかわらず、意外にも「分からない、知らない」という回答が第1位であった。次に、「高価、高そう」、「高級」とあり、第4位に「香り、匂いがきつい」とあったことは注目に値するであろう。

フランス人女性の美容と化粧について：

美しい、綺麗、素敵、美人、カワイイ 27（回答）、薄化粧、ナチュラル、自然 24、ノーメイク、すっぴん、何もしなさそう 9、特にない、分からない 8、お洒落（に敏感）6、アイメイク 4、顔がはっきりしていそう、顔が濃い 3、化粧に興味がないさそう 3、濃い化粧 3、おしゃれに厳しそう、手を抜かない、こだわりがありそう 3、肌が白い 3、美容対策していそう、気をつけていそう 3、自分にあった化粧の仕方をしていそう 3...

フランスメーカー/ブランドの化粧品について：

分からない、知らない 16、高価、高そう 10、高級 9、香り、匂いがきつい 7、おしゃれ 5、良い匂い 3、ランコム 3、良さそう、良い 3、美しい、きれい 3、濃い 3、Dior 3...

3.11 日本人向け化粧品広告言説について

筆者の先行研究⁶⁾によると、日本広告には、「日本女性の肌」、「日本の素肌」、「日本の」、「日本」、「日本人の女性」といった表現が用いられ、その化粧品が日本女性のために製造されたこと、その化粧品メーカーが日本女性の肌に特化した研究を行なっていることを示す言説(ディスクール)が多く見られた。この種の言説はフランスの広告には皆無であった。そこで、これらの言説について、どのような意見、印象を持つのかを日仏学生に質問した。フランス人学生に対しては、もしこのような言説がフランス人女性向けにあったらどのように思うかという質問を設定した。集計にあたっては、肯定・否定、賛成(あるいは理解する)・反対(あるいは疑問視する)のどちらの意見かという点に着目した。

3.11.1 フランス人学生の回答

フランス人学生においては、否定的に受け取るという意見が49回答で大半を占めていた。その理由として述べられていたのは、「変、滑稽」というものが最も多かった。次に、「差別的表現である、差別されているように感じる」というものがあり、そして、「不快、不愉快、いらだたせる、侮辱されたように感じる、被害を受けたように感じる」という意見が続いた。また、「驚きだ」、「偏狭な印象」、「すべての人の肌は異なり、それは出身地や文化によらない。どの国の人も同じ肌!むしろ、年齢によって違いがある。」という意見も見られた。肯定的意見は、計8回答で、その理由は、「品質により高い信用・信頼がおける、良い商品を買うのだと確信できる。」というものや、「面白い」、「良いアイデア」、「興味を引かれるかもしれない。」というものがあり、また、黒人学生2人が、「良いと思う。民族カテゴリーに合わせているのが興味を引く。」、「効果的」と答えていたのが興味深い。

賛成・反対意見としても、やはり、反対、疑問を感じるという意見が多く、28回答で、その大半が「フランス人女性の肌は多様だ。」という理由からであった。これは、フランス人は、多様なルーツを持った国民であり、肌の色も人により異なるということだろう。その他は、「フランス人女性の肌が他の国の人の肌と違うとは思わないから。」というものがあつた。そして、賛成、あるいは理解できるとした回答は11回答あり、その殆どが、「確かに、皆、肌が違うのは事実。」という内容のものであつた。

3.11.2 日本人学生の回答

フランス人学生の回答と日本人学生の回答は、非常に対照的であり、日本では、肯定的、好意的に受け取るという答えが45回答で多数であった。その理由としては、「良いと思う」というのが一番多く、次に、「安心感がある」と

いう答えがあつた。そして、次に、フランス人学生と正反対の捉えられ方がなされている、「日本人、アジア人のために作ってくれてうれしい。ありがとう。」という意見があつたのが特徴的であつた。その他には、「買って、使ってみたい。」、「国籍、人種、肌の色によって違うと思うから。日本人とフランス人は肌質が違うから。」、「外資系は肌があれやすい/きつい/合わなかったから。」という意見が続いた。また、「何も思わない。別に。」という意見が日本人学生では7回答あつた。このような答えはフランス人学生では、唯一、「分からない。」という1回答があつた。日本でも否定的に受け取るという回答も少数だが、4回答あつた。これらは、「「テスト」と言われると若干不安。」、「どれだけ肌に悪いものを使っているのか。」という理由からであつた。

賛成か、反対かについては、反対、疑問を感じるというのが12回答で、「本当かどうか分からない。信用性が無い。」というものが多く、次に、「それよりも日本メーカーの方が信用できる。」という答えが続いたのも印象的であつた。そして、賛成は7回答で、「ヨーロッパとアジアではやはり違うのだな。」と思つたという意見、「日本人女性が美容に関心を持っていることを良く分かっている。」、「欲しくなりそう。」、「是非(日本向け処方・開発を)してほしい。」、「もっと日本人にあつたのを作って欲しい。」という、更なる期待をするような感想が見られ、これはフランスとは全く違う現象であつた。

4. 総括

以上、日仏の女子大学生に対するアンケート調査の結果から、日仏における化粧・美容意識の共通・相違点を分析し、また、互いの国の化粧についてのイメージという異文化間考察を行った。日仏という大きく社会・文化の違う二国で調査したことにより、互いの国の特性がよりはっきりと浮かび上がってきたと思われる。

結果としては、日仏で意外にも共通点があることが明らかになった(「マスカラ」、アイメークの重要性。憧れの化粧品。化粧品への出費)。また逆に、それぞれの社会・文化的差異、化粧・美容に対する意識、考え方の違いも顕著に現れていた(日焼けの好き嫌い:仏・約7割は好き、日・約9割は嫌い。普段使う化粧品第1位:仏・香水、日・マスカラ。基礎化粧品:仏・保湿ケア重視、日・化粧落としと洗顔重視。化粧品評価基準:仏・品質、効果、日・実用性、見た目の美しさ。日本人向け広告言説について:仏・否定的、日・肯定的)。

また、今回の調査によって、筆者の先行研究である化粧品広告言説(ディスクール)の研究結果をさらに裏付けることができたと思う。

今回の調査を踏まえ、今後も、異文化比較を通じた化粧文

化研究をより多角的視点から行っていければと考えている。

謝 辞

本研究を行うにあたって、アンケート調査実施にご協力頂きました、ナント大学、田中丈史助教授、同大学院生 / 日本語講師三枝大修氏、中津匡哉氏、同大学院生 / スペイン語講師 Ana-María Guerrero 氏、京都外国語大学、中山智子講師に厚く御礼を申し上げます。また、本研究に対して助成を頂きました財団法人コスメトロジー研究振興財団に深く感謝致します。

(参考文献)

1) 村澤博人、大坊郁夫、趙鏞珍、「日本人と韓国人の化粧観の国際比較研究—男女学生のアンケート調査から」、『コスメトロジー研究報告』Vol. 13、財団法人コスメト

ロジー研究振興財団、2005。

2) 石丸久美子、『日仏化粧品広告の比較研究—ディスカール分析の観点から』、大阪大学大学院言語文化研究科博士学位論文、関西学院大学出版会、学位論文オンデマンド出版、2007a。石丸久美子、「化粧・美容意識についての日仏比較研究—日仏化粧品広告ディスカール分析」、『研究業績中間報告集』第16号、財団法人コスメトロジー研究振興財団、2007b。

3) 同上、2007b。

4) SHIMIZU, Kaho, “The eyes have it but will mascara boom continue?”, The Japan Times, Tuesday, March 1, 2005. <http://search.japantimes.co.jp/cgi-bin/n20050301f1.html> (2008年1月現在。)

5) 前出、2007b。

6) 同上。