

# 化粧の消費と身体規範の転換 ——現代カイロの化粧をめぐる世代間の衝突

お茶の水女子大学大学院博士後期課程

鳥山 純子

This study aims at revealing the ways how the make-up culture in contemporary Cairo shapes and reshapes female body in the region. By considering make-up as an everyday practice that curves the notion of body and the consumer act that shapes the story of self, the study seeks a platform to examine bodily practice, make-up in particular, that connects the individual reasoning with the social situation. Female body in the Middle East has a history of being an icon for its cultural essence. Female body or the absence of female body from the public was considered to be the proof of the "suppression of women by men" that represents the area's backwardness. As such, symbolic, as well as physical absence of female body has gathered the academic attention, and many studies were conducted on veiling. However, by closely examining the previous studies, it became apparent that they have common problems: relying solely on ideologies such as Islam and patriarchy, and the bias of viewing female bodies that only considers its sexuality. Such cognitive framework places make-up as oppose to veiling, that prevents to understand the current phenomenon in which more and more women wear heavy make-up and Islamic veiling at the same time. Instead of deploying problematic frameworks from the past, the study examines the phenomenon by grounding on the empirical data gathered by the author from the interviews and participant observations.

The findings from the life history of female teachers in their 20's working in outskirts of Cairo indicate that those women did not problematized their make-up activities, despite the fact that they have been reported as a "social problem" in many mass medias. They were well recognized the negative connotation of make-up, and they were well aware of the Islamic logic that believed to condemn the act of make-up. But they did not relate those negative discourses to their own behaviors. Instead, they and their parents both recognized make-up as a sign of progressed and wealthier lifestyle that those women have acquired through succeeding in the school education. It suggests that they have embodied a particular modernization ideology that had been advocated by the government to mobilize its citizens and represented act of make-up as a sign of modernity.

## 1. はじめに

エジプトにおいて化粧は、女性の道徳的価値を否定的に表象するアイコンであるという側面をもつ<sup>1</sup>。「化粧が濃い」、「化粧が好き」という言い回しは、現在、多くの文脈において、女性の否定的評価として男女を問わず使われている。過去10年間の間にエジプト、特に都市部では女性イスラーム教徒のベールの着用率が飛躍的に増え、ほとんどのイスラーム教徒女性がベールを被っている現在の現象をみる限り、「化粧＝不道徳の証」とみる言説は、イスラーム原理主義の浸透とも共犯関係を築きながら、女性の身体を覆い隠す方向にますます力を強めているようにも見える。その一方、同じ10年の間に化粧産業はめざましい成長を遂げ、ショッピングモールで一番目立つよい区画を占めている店には決まって海外ブランドを扱う高級化粧品店が含まれている。そしてそうした化粧品店は、反社会的、反イスラーム的というバッシングを受けているようにも見えないのである。本研究は、一見矛盾するようにも見える



Make-up as an Arena for Inter-generation Conflict in Contemporary Cairo: A Case Study on Consuming Make-up and the Transformation of the Body Norm.

Junko Toriyama  
Ph.D. Student, Ochanomizu University

化粧という行為に関する社会現象に着目して化粧を多角的に考察することから、エジプトにおける女性身体をアリーナに争われる政治を解きほぐし、現在のエジプトにおける社会状況の一端を明るみに出す試みである。

## 2. 中東における女性身体の隠蔽という言説

エジプトでは現代の都市部においても化粧を不道徳さや墮落の兆候とみなす見解が根強く存在する。女性同士の会話では、嫁姑、姉妹とその兄弟の配偶者、もしくは娘の嫁ぎ先の女性親族など、ある程度近い女性姻族に対して否定的なものいいをする際に「不適切な化粧」がしばしば言及される。通常は「化粧のやり過ぎ」や「大げさなやり方」、また化粧に必要な以上の労力や金銭が費やされることが非難の対象となる。一方日常会話においては「化粧をしない」、もしくは「やり方が下手」であることに対して非難の矛先が向けられることもある。この二つの言説の違いは、前者が公の場での化粧が問われるのに対して、後者が夫との夫婦生活において行われる化粧が問われるという違いがある。公の場における化粧には、不道徳、ふしだら、妻・母役割の放棄という否定的な意味合いが付される一方、夫婦の寝室という場における化粧には、妻役割を積極的に担うとい

<sup>1</sup> 2003年～2004年にかけて女性ツアーガイドを対象に行った調査では、観光産業に従事する男性たちがもつ彼女たちへの否定的評価の根拠として、定型文のように「飲酒、喫煙、(濃い)化粧」が挙げられた。

う肯定的な意味合いが付されているのである。いずれの場合においても化粧は女性の美しさや魅力を強調する行為であるという認識は共通し、まさにこの認識のために化粧は問題化されてきたといえるだろう。

その前提とされてきたのが、女性身体は隠蔽されるべきものである、という女性身体理解である。報告者が過去に行った先行研究の検討からは、この理解には、女性身体をセクシュアリティとの関連においてのみ理解しようとする傾向が存在することが明らかになった〔鳥山2010〕<sup>2)</sup>。女性の身体加工行為の一つである化粧は、美しさ、すなわち性的魅力を増長させるための性的行為だという理解があるために、不道徳さやふしだらさ、また生殖行為としての夫婦生活といった事柄との関連づけが成立する。化粧は性的行為である以上、それは特定の場で、特定の関係をもつ人との間のみ行われる行為であるべきだ、という理解が導かれることは想像に難くない。イスラームにおいては婚外交渉が絶対的な禁止事項であるため〔大塚2000〕<sup>2)</sup>、性的交渉が許される夫に対してのものであれば化粧はむしろ推奨される行為であるが、性的交渉が許されない不特定多数の相手に対しての行為とみなされれば、非難の対象となるのである。また、美しく着飾ることが妻・母役割の放棄とみなされることには、そもそも性的な存在（性的欲求が強く、男性を誘惑する力をもつ女性〔Mernissi1975〕<sup>3)</sup>）としての女性の欲望以上に、妻・母としての社会的任務を重視する、19世紀後半以降の近代化言説の影響を指摘することができるだろう〔シャクリー 2009〕<sup>4)</sup>。

### 3. 化粧という行為の変化

#### （産業統計・美容産業従事者とのインタビューから）

上記のような理由から、未婚、とりわけ若い女性の行う化粧に対しては否定的な評価が下される風潮があった。しかし近年、10代、もしくはさらに若い女兒も、高級化粧品店においては重要なターゲットとなっているという〔化粧品輸入販売会社Aマーケティング部長、Mona氏とのインタビュー、2006年8月〕。また2007年から2008年にかけて私立学校で行った調査では、10代後半の女子生徒が学校から禁止されていたにもかかわらず化粧をして登校し、教師たちとの間でトラブルを起こすケースも実際に目にする事ができた。化粧・衛生（コスメティックアンドトイレタリー）産業は近年のエジプトにおいて最も急激な成長を遂げている産業の一つである。1997から2005の成長率は、ドル換算にして約160パーセント、2005年度には31億4千390万エジプトポンドの売り上げを計上した〔Euromonitor2006〕<sup>5)</sup>。そのなかでも「カラー・コスメテ

ィック」の4つのカテゴリー（facial make-up、eye make-up、lip products、nail products）の製品売上高は、3億6千890万エジプトポンドと「化粧・衛生部門」全体の売り上げの11.7パーセントを占めている〔Ibid〕。

過去10年の間に、カイロにおける化粧品販売の様式も大きな変化を遂げた。かつてエジプト都市部で化粧品販売を主に担っていた薬局、行商に加え、海外ブランドを扱う化粧品専門店や2.5ポンドショップ、そしてダイレクトセリングとよばれる訪問販売が2000年前後から登場した。なかでも高級輸入化粧品店は、近年相次いでオープンした大型モールの一等地に必ずといっていいほど店舗を出し、ディスプレイやポスターなどによって、直接の消費者だけでない幅広い人々に情報を発信する工夫を行っている。その一つがセルフアクセスカウンターと呼ばれるディスプレイの導入である〔前出Mona氏とのインタビュー、2006年8月〕。セルフアクセスカウンターとは商品のサンプルを自由に手に取って試することができる商品陳列台のことを指す。通常こうした台は販促用品の一つとして、化粧品製造販売会社から直接送られ、商品の配置からポスター、電飾にいたるまで、製造元で監修される。コンセプトを管理することにつながり、消費者が世界中のどこでも共通の情報を受け取ることができるようデザインされているという。また、それまで商品はガラスで覆われた陳列ケースに並べられることが普通だったエジプトにおいて、商品をだれに断りもせず自分で手に取り試することができるという新しいショッピングスタイルを紹介した点で画期的なものだったという。こうした店舗様式やダイレクトセリングには、店舗やカタログを通じて情報発信をするという共通点がある。そこで発信される情報には、化粧品知識や、化粧のやり方だけでなく、商品イメージが含まれ、それは特定のライフスタイルと深く関与することにより、特定のライフスタイルや女性の人生設計、またはアイデンティティを提唱する効果をもっている。化粧専門店において、化粧を「美しくなるという女性の本能に従った自然の行為」、「自分らしさの表現」、「自分を幸せにする方法」として位置づけていたのはその一例である。化粧品専門販売店のAでは、化粧とは女性が自分に自信をもつことをうながす道具であり、すなわち女性の社会進出における重要な道具である、また化粧はいつもと違う自分を演出する道具ともなりえるもので、そうした意味ではセクシーな自分を演出する効果があることも否定できないものとして捉えていた。つまりA社では化粧の効用として性的な状況における利用価値を肯定しつつも、化粧と性との直接的なつながりを否定した見解を発信していたのだが、ダイレクトセリングを行うB社<sup>3)</sup>、

<sup>2)</sup> この分析については、コスメトロジー研究振興財団発行『研究業績 中間報告集第20号』において概要を報告した。

<sup>3)</sup> B社とは、2006年8月、2007年2月にインタビューを行った。

また化粧品製造販売を行うC社<sup>4</sup>でも同様の回答を得たことから、この傾向がエジプトの化粧産業における主流であると考えられることができるだろう。

#### 4. ライフスタイルの指標としての化粧と教育 (20代女性教師のライフヒストリーから)

エジプトでは長年、化粧とセクシュアリティが緊密に関係づけられてきた点については上述した。しかし化粧はセクシュアリティに限られず、社会的地位、自己形成、ライフステージ、美的価値観、地域性、また化粧品の流通や製造といった幅広い個人的・社会的状況が反映される場である。そのため、化粧の考察では、化粧がもつ多面的な性格を捉えた研究こそが必要とされるはずである。極度な単純化を避け、化粧のもつ多面的意味付けを明らかにするため、本研究ではライフヒストリーの執筆から、エンドユーザーとしての女性たちが化粧にどのような意味を見出し、生産し、実践しているのかを考察した。既存の理論をあらかじめ想定しそれを足掛かりにするのではなく、語りの中で現れる枠組みにそって様々な要素に目配りをしながら化粧を描写することから、より実相に近い理解を得ることを目的とした。ライフヒストリー執筆には、筆者が過去(2007年～2008年)に行った現地調査から得られたデータと、2010年に行った2回の追加調査のデータを用いた。対象としたのは、初回調査時にカイロ郊外の私立学校に勤務していたDという20代女性教師である。紙面の制約上ライフヒストリー全体の掲載がかなわないため、以下にその考察部分の要約を記す。なおライフヒストリーは中東学会年報に投稿予定である。

Dのライフヒストリーから見えてきたのは、Dは自分自身をクバル(*kbar*)として語っていたことである。そしてクバルとは通常「大きな」あるいは「大人」という日本語訳が当てられるアラビア語の単語だが、Dのライフヒストリーを通してこの概念について考察したところ、何をもちて彼女がクバルだと考えていたかという問いに答える上で、化粧を含めた大学での経験というもの大きな意味を持つことが見えてきた。「大人」と訳される概念でありながら、実は女性が自分自身をクバルという概念を用いて表現することはそれほど一般的ではない。日常生活でも、また現地の日常生活について扱った民族誌でも、女性がクバルという概念を用いて自分自身のアイデンティティを語るという場面に筆者はあまりでくわしたことがない。Dは初めから自分は他人とは異なる、より進歩的な考え方をする人物として自分自身を提示していたのだが、そんな彼女が自分自身を表現する上で用いたのが、クバルという概念だった。そして彼女がそのアイデンティティを特に

強調したのが、大学入試について語る時、職業選択について語る時、化粧規範について語る時だった。

前述したとおり、エジプトでは一般的に、未婚の若い女性の化粧は、社会的にあまり好意的に受け取られない。しかし大学生となると話は別で、女子大生は化粧をしても許される存在とみなされている。そしてDのライフヒストリーでは、化粧が解禁されるこの大学への入学こそが、自分をクバルとみなす契機となっていたことがうかがえたのである。しかしクバルは単純にライフステージを基準にした概念でもない。Dにとって契機となったのは、大学入学であり高校卒業ではない。そして大学入学はエジプト社会において、少なくともイデオロギー上は、社会での成功を約束される特別な地位を付されることが意味されるのである。さらにDにとって、大学時代に友人とショッピングモールに出かけたりしながらすごした時間は彼女のそれまでの価値観を変化させた経験であり、「特別な自分」に許されたライフスタイルとして、その後の彼女の進路選択にも大きく影響を与えた経験となっていることが明らかになった。つまり自分をクバルとして提示することには、一定の年齢以上の人物であると同時に、大学生・大学卒という特権を手にし、そこで消費主義的なライフスタイルを享受することができるにたる人物である、という意味が含まれていたわけである。

こうした文脈において、化粧は彼女にとって豊かで進んだライフスタイルの最も顕著な指標の一つであった。このように、化粧に豊かさや進歩、そして個人のアチーブメントを表す意味が付加されているのだが、これが単なる階級指標と異なるのは、その豊かさや進歩といったものを手にできる条件が個人の財力にあるのではなく、大学進学という学校教育における成功によると考えられている点である。Dは両親ともが公務員として勤務していた家庭、つまりエジプト都市部における下層中産階級と位置付けられうる家庭出身の女性であるが、彼女がクバルという地位を手に入れたのは、出自とは無関係の学業における成功によってであった。この点において、Dにとって化粧とは自分自身の努力によって手に入れた成果としての豊かで進んだライフスタイルの象徴となっている。

Dは、化粧について両親と衝突したことはないという。母親は自分では化粧をせず、Dに化粧の必要はないと意見することはあるが、Dが化粧をすることにあからさまな反対は唱えていない。学校教育を受けることによる生活の向上という図式は、D独自のものではなく、エジプト政府が提唱し社会に広く浸透していることから[Starrett1998]<sup>6)</sup>、同様の論理は親の世代にも共有されていると考えられる。そのため、化粧と女性の道徳性を結びつけるような価値観

<sup>4</sup> C社とは、2008年1月と2月にインタビューを行った。

をいまだ保持している母親も、面とむかって娘の化粧に反対することは難しいと感じていることがうかがえた。

## 5. 結論

本研究の目的は、現代エジプトの都市部に化粧という現象を、身体規範の転換という観点から分析することであった。身体に関する理論的發展のなかで、身体を規範や権力構造を反映する社会的構築物とする見地から、身体を語る際対象となる現象を特定の社会的文脈に据えて考察することの重要性が訴えられてきた。化粧という身体加工を扱う研究でも、現地の社会的文脈を理解したうえで現地の文脈に則して現象を理解することが重要である。そこで本研究では、個々の身体加工とそこで行われる意味づけというミクロな現象を、グローバルな市場や商品生産の技術、また当該社会の政治・経済政策の変化といったマクロな諸相と関連させて考察した。その結果見えてきたのは、グローバル化に大きく影響されて進む市場の発展や商業施設の発展といった都市空間の変化と、女性の生き方に関するイデオロギー間の政治とが交差しながら変化する姿であった。そうした構図において、化粧に関する考え方は現在20代の女性にとっては、現在自分が置かれている社会的位置を示す裕福さや進歩という指標の一つとして機能していたことが明らかになった。しかしそれが世代間衝突を生み出すものにはなっておらず、むしろ親世代との間にもある程度のコンセンサスが形成されていたことから、指標は20代という当事者世代に限られて保持されているものではなく、その親の世代にもある程度共有されていたということができよう。20代女性がそうした化粧観を保持する一方、社会には化粧を性的なもの結び付けて否定的なものとな

す言説もいまだ根強く存在する。このことから、それぞれの化粧観はいまだ異なるイデオロギーを結び付けられて存在していることが推測されるが、化粧観の間、もしくはイデオロギー間に交渉が実際に起こっているかどうかは観察することができなかった。これについては今後の課題としたい。

### (引用文献)

- 1) 鳥山純子「中東研究における女性身体の処遇—『交渉』を鍵とした研究動向分析—」『人間文化創成科学論叢』第12巻, 2009
- 2) 大塚和夫「第5章 ジェンダー—消し去られる身体」『近代・イスラームの人類学』東京大学出版会, pp.99 - 126, 2000
- 3) Mernissi, Fatima. *Beyond the Veil: Male-Female Dynamics in Modern Muslim Society*. London: Al Saqi Books. p.41, 1975.
- 4) シャクリー、アムニア著 宮原麻子訳「教育を受けた母、構造化された遊び——九世紀から二〇世紀初頭のエジプトにおける育児」『「女性をつくりかえる」という思想—中東におけるフェミニズムと近代性』ライラ・アブールゴド編, 明石書店, pp.230-316, 2009
- 5) Euromonitor. "Egypt: Sales of Cosmetics and Toiletries (Value)," in *Consumer Middle East 2007*. London: Euromonitor International, p.215, 2006.
- 6) Starrett, Gregory. *Putting Islam to Work: Education, Politics, and Religious Transformation in Egypt*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press 1998.