心理・社会的発達と化粧行為の関連

老年期化粧の検討から

○木戸彩恵

(¹立命館大学立命館グローバルイノベーション研究機構)

キーワード：老年期・化粧・抗齢（アンチエイジング）

Psycho-Social Development and Make-up Behavior: Examination of elderly persons

Ayae KIDO*

(Ritsumeikan Global Innovation Research Organization, Ritsumeikan University)

Key Words: Elderly persons, Make-up, Anti-Aging

目 的

近年、化粧行為の対象は幼児から高齢者まで幅広い年齢に拡大する傾向にある。特に老年期の化粧については Quality of Life (生活の質) の向上など、一定の成果を挙げており、多くのボランティア等がその活動を支援している。そうした活動の中では、「美しさ」や「抗齢（アンチエイジング）」など、実年齢よりも見た目を若く操作することが迫られている。

だが、生涯発達心理学の理論から捉えた場合に、例えば一般的には、加齢（エイジング）を「避けるべき」または「予防すべき」過程として捉える傾向があるが、こうした傾向は加齢とともに変化する我々自身の人生に感ずる意味や象徴性など、高齢者にとって重要な心理的側面を無視するということにもなる。この矛盾に理論的な解決法を示してくれるのがエリクソンの生涯発達理論である。理論的には「自身の見た目」という自我が重視されなくなる老年期に化粧はどのような意味をもつのだろうか？アンチエイジングという非現実的なゴールは高齢者自身の目にどのように映り、認識されるのだろうか？老年期の女性は、誰の何のために化粧をするのだろうか？

発達と化粧行為の連関を巡る問題は基礎的な課題であるものの、化粧研究が未だ解決できていない課題である。化粧に関する心理学の研究は主に社会心理学分野において進められてきた。そのため、個人の年齢やコホートに特有の化粧の意識や行為が変容していくという発達心理学的な知見はまだ十分に積み上げられてはいない。現時点では、年齢段階が上がるに伴って自己呈示手段としての化粧の意識が段階的に変化していくことが研究されている（阿部, 2001 など）にすぎず、化粧の役割の変化の質について議論がなされていない。

一方で、エイジング概念の普及や高齢者の化粧は確実に普及している。特に実践的な心理支援やマーケティングの観点からこの分野に多くの介入がなされている。そうした研究においては、魅力の低下や美容・装いに関する関心の低下が単純に問題であるとされ（資生堂ビューティーソリューション開発センター, 2010）、「ステキ」に元気になることを目指した介入が行われている。こうした事実に基づく、生涯発達と化粧の関係性を質的に問うことの重要性は確実に増しているといえるだろう。それは、発達の捉えた場合に、より個性性という観点が強くなると考えられるからである。

生涯発達心理学の第一人者であるエリクソンは、老年期の発達における課題を自我の統合としており、高齢期には人生のあらゆる心理社会的要素を体制化していくことが課題になり、自己の内的な特性と向き合うことが求められるようになると述べている。これはつまり、単に多くの人から若々しく見えることを目指す現在の老年期の化粧の理解そのものが当事者にとってはフィットしない可能性を示唆しているといえる。

このように長期化する化粧と人の関わりを捉えるためには、発達の問題を取り残すわけにはいかない。本発表では、自発

的に化粧をする高齢者にとって化粧行為がいかなる意味をもつかを明らかにする。

方 法

老年期の女性 50 名を調査対象とし、化粧意識についての質問紙調査を実施する。初めに、化粧をしている時／していない時の自己の定義についてそれぞれ自由回答形式で回答を求め、次いで、化粧行為の重要度をマグニチュード推定法により回答を求める。同時に、老年期の女性には化粧行為と QoL の関わりを問う調査への協力を依頼する。

結 果・考察

結果から、化粧をしている時の方が、化粧をしていない時に比して自己の定義がより社会的に位置が明白になっていること、化粧が老年期の QoL 向上に寄与することが明らかになった。Levinson (1978 南沢 1992) は、ライフサイクルの心理学 (The seasons of man's life) のなかで、成人の発達に学際性を求めるべきであると主張しているし、さらに、細江 (2011) も、人間研究における他分野の研究の共同はもとより、心理学や社会心理学がその人間生活の全体像に接近しないことで細分化したことの自覚は求められるところであろうと主張している。これらの指摘は、社会的存在としての個人の生のアクチュアリティを捉える研究の観点が心理学に欠如しているという事実によるものと考えられる。

美容やファッションおしゃれの分野では、60 歳前後の年代以降に向けた商品・情報・サービスが少ないことが現状だと述べている。さらに言えば、サービスがあったとしてもアンチエイジングが目的となっていることが多い。老年期をアンチエイジングを増大するかたちで捉え、より若々しく見えることのみを追求するのではなく、盲目的にアンチエイジングが目指される現状を批判的に捉えなおすこと。そして、個人の人生や精神性を反映するオーダーメイドの化粧という新たな可能性を開くことが、何より重要であると確信する。

引用文献

- 阿部恒之 (2001) ストレスと化粧の社会生理心理学. 東京: フレグランスジャーナル社.
- 細江達郎 (2011) 社会の時間. 日本発達心理学会 (編) 発達科学ハンドブック 3 時間と人間. 東京: 新曜社 pp. 174-195.
- Levinson, D. J. (1978) The seasons of a man's life. NY: Random House Publishing Group
- (レビンソン, D. J. 南 博 (訳) (1992) ライフサイクルの心理学 (上・下). 東京: 講談社)
- 資生堂ビューティーソリューション開発センター (2010). 化粧セラピー—心と身体を元気にする新しいいちから. 東京: 日経 BP 社