

美白への憧れ

昭和時代の女性は海外旅行で日焼けした肌を誇りに思い、その肌は憧れの対象となっていた。また 2000 年代前半には 10 代、20 代の女性を中心にガングロメイクブームが起き、女性たちは自然な日差しでは飽き足らず多くの日焼けサロンが開業した。しかし現在ではそんな彼女たちの姿は見られない。それらのブームは一過性のものとして終わった。

「日本女性にとって透き通った肌は時代を通してのテーマでした。」

ポーラ文化研究所の富澤洋子さんはこのように語る。ポーラ文化研究所は国内外の化粧の文化と歴史、女性の美意識について 38 年間に渡り研究をしてきた。同研究所には約 6,500 点の化粧道具、15,000 冊の文献資料を所蔵されている。彼女たちによれば、時代によるメイク手法の変化に関わらず「白くて、潤いや質感のある肌」に対する美意識が、昔も今も日本人に DNA のように受け継がれているのだという。日本の気候は湿潤であり日射しの強い時期が続くことはなく、キメの細かい白い肌を作れる環境であることもそういった理想の肌像ができた理由の 1 つだ。

実際、日本人女性が日焼け対策に注ぐ熱意には並々ならぬものがある。夏場の外出時に化粧直しの度に日焼け止めを塗り直すのはもちろんのこと、秋が訪れ日差しが弱くなってもドラッグストアから日焼け止めコーナーが消えることはない。日本女性にとって日焼け対策はわざわざ時間をとって特別に行うものではなく日常的な習慣となっており、化粧下地やファンデーションだけでなく、カーテンや窓ガラスまで UV 効果を謳ったものが人気になっている。

「日本人は最も化粧水、美容液を潤いのために使う民族。」

このように徳野さんは語る。実際、この傾向は化粧品市場にも数字になって現れている。2013 年、矢野経済研究所が実施した調査によれば、日本における化粧用品の製品別の売り上げはスキンケア関連の商品が約 46% でダントツ。2 位のメイクアップ市場の 22% を大きく引き離している。西洋でスキンケア用品のラインナップの中心がクレンジング用なのに対し、日本は化粧水や美容液が多いことから日本人がうるおいを補うことを重視していることが見える。

① 日本のメイク日本語記事

ライター：須賀咲良、吉岡杏子

エディター：横澤樹

徳野さんは言う。「素肌の美しさを大切にする民族であることを誇りに思ってもらいたい。」
今後もどのような化粧のブームが起こっても、続いてきた日本人の美肌への憧れは消えないだろう。

編集後記

女の子にとってメイクは欠かせません。「きれいになりたい」という願いは、どのような文化や流行の中にあっても、決して変わらない女性の本質であることに、今回改めて気付かされました。この記事は、私のミタキキャンプでの初めての経験です。取材をして自分の世界がまた一つ広がることを、英語でそれを人に伝えられることを、心から嬉しく思っています。（須賀咲良）

潤ったきめ細かい肌の美しさは世界共通だと思っていたので、それが日本やアジア圏に特有であることは予想外であった。でも美しさの条件は違っても綺麗になりたいという想いは共通なのではないかと思う。ブラジル女性が丸いヒップを目指してエクササイズに励むのも、イランの女性が小さな鼻に憧れて整形手術を試みるのも根底にある綺麗になりたいという気持ちは私と変わらないと思うと違う文化に生きる彼女たちに親近感を覚えてしまう。（吉岡杏子）