

ジェンダーと美容医療

－ 是非論の整理 －

飯野 智子

生活福祉学科非常勤講師

1. 美容医療をどうとらえるか

近年、美容医療の普及とそれに伴う弊害が問題となっている。「プチ整形」「お化粧品感覚」などという軽やかな印象の言葉で、メディアは美容外科手術のカジュアル感を演出する。「安い、早い、少しだけ」という医療のファースト・フード化というべき現象が、ますます進んでいる。そして、美容外科手術で人生が劇的に変わるという物語が、頻繁に流されている。手術によって自分を変え幸せを手に入れようという女性が、涙ながらに訴え、手術を受け、夢を実現していく、という物語が派手な演出で展開されるテレビ番組も、珍しいものではなくなった。

美容外科手術は、小学生のような若年齢層や男性にまで、徐々にではあるが広がっている。不況によってリストラされたサラリーマンが、再就職に有利であるから手術を受けるというような話や、タレントを目指す10代前半の少女が親の勧めもあり手術を受けるというような話もメディアに流れる。また、「老いを楽しく生きる」「いつまでも若々しく」という、高齢者の前向きな生き方の一つとして、アンチ・エイジングの美容医療が取り上げられることがある。

また、カジュアル化の一方で、1998年に東大病院に美容外科が設置されたということは、美容外科のイメージを大きく変えた。大学病院の美容外科は「信頼できる医療」と受けとめられ、その権威は、手術を受ける抵抗感を緩和させる。

性別、年齢を越えて普及しつつある美容医療であるが、現在のところ、手術を受けるのは、圧倒的に女性が多い。美容医療は医療であると同時に美容産業の一部でもあり、化粧品、衣料品、装飾品、エステティック、雑誌、広告業と関連しあい、女性を取り巻く「美の強迫」の一環をなしている。

しかし、女性の「美」に関わる問題は、緊急性がなく、重要性においては生命を脅かすほどのものではなく、公共性は低いという考えがある。美容医療は、女性の「美しくなりたい」という、社会で肯定され賞揚されている価値観に沿ったものであり、手術は金銭的余裕のある人が自由意志で行なっているのだから、他人が批判すべきではないという意見もある。

生命の維持という点で必要のない手術である以上、手術を受けるには相当の「正当性」が必要で

ある。この正当性は受ける人にとっては心の拠り所であるが、批判する側にとっては、時に「病理」とも受け取られる。美容医療に対しては、肯定か否定かというような二元論の他に、その是非は問わず、消費者問題と捉え、消費者に対する保護措置の確立の必要性を主張するなど、さまざまな受け取り方がなされている。女性の位置づけも、「患者」であったり「被害者」であったり「消費者」として位置づけられる。また、「美しくなりたい」という願望に支配されている。つまり人間存在の本質には直接関わりのないつまらないことに支配されているという意味で、嘲笑の対象となつてもいる。さらに広告に対して批判力を持たない受動的で考えの浅い消費者だとも批判される。「美容産業は美しくなりたいと考える女性につけ込んでいる」という批判は至極真つ当に聞こえるが、これは、女性とは美しくなりたいものという前提を否定するものではなく、かつ女性の願望があつて始めてサービスが成り立つかのような言葉である。

美容医療は美醜を扱う医療なので、美／醜という二項対立から、捉え方も二項対立に陥りやすい。すなわち、外見／内面、成功／不成功、得／損などの対立である。あるいは身体の個人的経験の側面を重視するか、社会的面を重視するか、という捉え方もある。身体は「個人の自由」か、「社会的つながりのあるもの」という対立項である。外見／内面という対立は普遍的で絶対的のように思える。というのは、美と精神の問題は堂堂巡りに陥ってしまうからである。内面の美しさの重要性を強調し、従って美容外科手術を批判することは、単純に「内面が美しければ外面は醜くても良い」というわけではない。内面の美しさは外見に影響し、だからこそ内面が重要であるという論理もあるからである。美が客観的に計測不能である以上当然のことであるし、なにより「美」それ自体の価値を否定することは困難だからである。「醜くてもよい」ということはそもそも美／醜の判断さえ存在しないということとなる。私たちは常に美／醜の問題が構造化された社会で生きている。美／醜はどうでもいいということは、問題自体が成り立たないこととなる。

女性は、男性に比べて圧倒的に「美」の抑圧を受けている。美容医療は「女性美」「男性美」を具現化するために機能する。それでは女性学の分野において、ジェンダーと美容医療は、どのような文脈で理解されているのであろうか。リプロダクティブ・ヘルス／ライツ(セクシュアリティ、生殖に関わる健康・権利)の分野は広く女性と医療を扱い、そこには、性的な生活・避妊・中絶・妊娠・出産、性の商品化の問題まで含まれる。今日特に問題となっているのは、少子高齢社会、生殖技術の発達と生殖産業、ドメスティック・バイオレンスや児童に対する性的虐待などであろう。そのような問題とは異質であるように思われるが、美容医療が医療行為であり、また、女性の心身に深く関わるものである以上、この問題は、広くリプロダクティブ・ヘルス／ライツの分野で扱うべきものと考えられる。美容外科手術を受ける女性の身体は、ジェンダーの規範に沿った「政治的な身体」であるが、個々の女性にとっては、個人の直接体験として感覚される「個人的な身体」である。美容医療において、政治的な身体は、個人的な身体の中にどのように入り込んでくるのか。美容外科という、医療と美容産業の接点である場で、ジェンダー化された身体と個人的体験としての身体がどのように関連しているのであろうか。本稿は、このような問題を分析するための前段階として、美容医療をめぐるさまざまな主張を整理することとする。

2. 正当性と是非

美容外科手術をめぐる、手術そのものの是非を問う場合、手術を肯定する主張としては、「美」に対する積極的な価値付け（美は徳）をまず挙げることができる。「美」は喜びや幸福につながるものであり、絶対的な意味を持つという、唯美的な価値観を根拠として、手術を肯定するものである。従って、手術の受け取り方は、極力否定的な要素（危険であるなどの、手術に伴う要素から、「健康な体にメスを入れるなんて」「美にとらわれていてもいいのか」「恥ずかしい」という、心理的あるいは社会的な要素）を取り去ったものとなる。「美の強迫」が存在しようとすまいと、「美」自体の価値は変わらないという信念によっている。

次に〈美しいほうが得〉という功利的価値観からの肯定がある。得である状況がいいか悪いかという判断は留保し、その状況に合わせるしかないという考えである。上記の主張より積極性は低くなるが、「美の強迫」の存在を認めつつ、それに合わせようとするものである。現実的で切実な要求によっている。手術を受ける動機としてかなり説得力を持つと考えられる。すなわち、人間関係一般、就職、仕事などにおいて、美しいほうが有利で、美／醜は生活全てに関わる問題で、人生の成功を望むのなら、美しくなりたいのは当然という考えである。美しくなければ就けない職業があるし、美しさが人間関係を決定する場合もある。美しいというイメージのために、化粧をしたり、効果的であろうという衣服を選ぶことは普通のことである。外科手術はこの先にあるものに過ぎないというわけである。

このような外科手術の肯定論に対してなされる批判は、二つに分類される。ひとつは「得である」こと自体は認めつつ、そのような社会の価値観自体を批判の対象とし、手術を受けることは〈過剰適応〉だという主張である。手術を受けるということは、「美しいことは得である」という価値観に苦しめられているにもかかわらず、これを全面的に肯定する行為だということになる。これは、女性の人生が美によって制限されるというシステムを批判したり、功利的な選択をせざるを得ない状況を分析するというアプローチとなる。従って美容外科手術を個人の心理的な問題ではなく、社会的問題だと捉える。このような過剰適応を生み出す背景には、「顔が全てを語る」という顔を重視する考えが存在する。不特定多数の人の中で、短時間で自分の印象を問われるような現代社会では、視覚効果に訴えることが大変重要となる。そこで、例えば就職試験などの面接の場において、「やる気」を言葉や態度で短時間で伝えるのは困難だが、いかにも好感の持てる顔をしていたならば、簡単に伝わる、つまり好感度の高い顔を持つ人は有利、それならばそのような顔を手に入れようという発想が生まれる。

もう一つは、〈美しいことは「決して得ではない」〉、少なくとも手術を受けようとする人の言うようには、という主張である。確かに第一印象などの短時間の判断では外見の美は評価されるが、結局は内面が評価されるというものである。美／醜による偏見と差別は、社会の一側面であるが、構造化されているとまでは言えない、別の価値（内面）によって超えられると主張する。

しかし、「美」による階層化が存在することは確かなことである。

「美イズム、そしてその同伴者たる顔イズムは、また、美しく魅力的なもの（その定義はい

かなるものであれ) を好んで醜く魅力的でないものを忌む偏見と差別は、事実として私たちの社会の中に制度化され、『不公正』が立てこもる最後の大要塞なのである。」

「美イズムとその反対の(醜い造語をすれば)醜イズムは、ことの大小にかかわらず、私たちの社会生活のあらゆる領域にわたって、しかも多くは微妙でなかなか認識しづらいうり方で、浸透している。審美的な諸関係は、人生の機会の決定因子として、階級的、ジェンダー的、人種的諸関係と同じくらい重要な意味を持っている。ジェンダー、人種の階層と同じくらい権力性を発揮するのである。」(ボディソシアル)

美容外科は、「醜いことは不幸である」という事実かもしれないにせよ、否定したい、俗な部分の価値を全面的に認めてしまうことである。つまり、「美」に対する肯定的評価が功利的評価を生むことは否定できないにせよ、さらに高い次元の幸福や美しさ(聖の部分、精神性)があるであろう、あってほしいと願う希望を挫くものである。このような「美の功利主義」は、美は美として別な価値があるという審美的な価値観とも反する、あけすけな損得勘定である。これを受け入れることはできないという批判は、共感を得られやすいと思われる。

3. 身体加工について

美容外科手術を身体加工の側面から捉え、どのような身体加工が社会的に認められるか、加工の程度を問うアプローチがある。身体は歴史的な意味を持ち、なおかつ常に社会的に再生産されていくものである。我々の身体は加工の歴史を背負っているし、また、将来の加工の可能性を内包しているのである。若いときには耳にピアスをするということは社会的な少数者であると考え躊躇していた人が、中年を過ぎてから「若い人を見ると普通のことだ」と考え、穴をあける場合がある。美容外科手術を受けるなど考えもしなかった人が、加齢に伴うシワやシミを取りたいと考えるようになる。

どのような理由にせよ、それがジェンダーまたは女性の抑圧に関わることであれば、(人間は身体を加工してきたのだから、加工そのものは肯定される)という主張がある。どの程度の加工が社会で許容されるのか、相対的な基準しか存在しない。現在の基準では、美容外科手術は許される範囲だと考える人がいる。全ての身体加工は、強要さえされなければ、個人の意志と責任において許されるべきだという意見もある。おおよそ常識では考えられないような身体加工を好む人が少数であっても存在する。また、性同一性障害など、性別を選択する権利、性的自認に見合った身体を選択する権利は、少しずつ認められるようになっていく。そのような加工は通常、美容外科手術とは事情の異なるものとして、同じ文脈で語られることはない。しかし、外科手術という行為そのものは共通するものである。また、身体に関しては、個人の意志、権利が最大限尊重されるべきという価値観は、近代社会では共通のものである。そのような価値観からすると美容外科手術は、歴史的に見て正当化されるのみならず、近代的な権利によっても守られるべきものとなる。

4. 美容外科と「自然」

身体加工の権利の主張に対する批判としては、〈「自然」「生まれつき」「あるがまま」の身体を

肯定し、加工された身体を拒否する)という立場からのものがある。当然のことながら、「自然な身体」そのものも歴史的背景を持ち、また可塑性のある身体に他ならない。多くの身体加工が「野蛮な風習」として否定された「近代的身体」が、もっとも「自然な身体」と考えられるというアイロニーも存在する。我々の「自然な身体」観が近代的イデオロギーによって成り立っているとしても(あるいはそれゆえか)、「自然」「生まれつき」「あるがまま」の身体に価値があるという言説は魅力的であり、力を持つ。そして、「自然」の持つ圧倒的な強さから、「人工的な」「加工」には負のイメージが付与される。

特に90年代前半から美容業界の主流は、自然指向である。化粧品やボディケア商品には「自然」「癒し」商品とも名付けることのできる一大マーケットが存在する。

それでは美容医療は自然指向の流れに逆らったサービスなのであろうか。それどころかむしろ、「自然」の曖昧さは、美容外科手術の「人工」「加工」をも覆い隠してしまうと考えられる。手術を受ける人は「他人になりたい」という変身願望を持つわけではない。「まったく違った人生」「昨日の私にさようなら」という文句は、虚偽の私を捨てて、あるべきはずの私、本当の自分を見つけるという意味なのである。それはアイデンティティを「取り戻す」ことである。「本当ならば明るい性格なのに、顔のせいでそれが人に伝わらず、暗い日々を過ごす私」が、手術を受けてきれいになったことにより、本来の明るさを取り戻し、当然受け取るべき幸せを受け取るという物語である。本当の私に戻るだけなのだから、そのための手段である手術を受けることは当然、自然なこととなる。手術を受ける人は、自分の身体にマイナス評価を下す、あるいはマイナス評価の身体を内面化する。そして身体を社会的な美の基準に合わせることで、アイデンティティの修復を図る。(自己否定を手術という努力によって自己肯定に転じようとする)のである。

このような正当化に対する批判としては、たとえアイデンティティがすでに確立されたものではなく、常に作られていくものではあっても、その時々を自己を肯定せずには、一貫性が保たれず、不安定な状態になってしまうというものがある。「自分は美しくない。美しくない自分は受け入れられない」という(自己否定を問題とする)主張である。現在の自己を受け入れられないということは、潜在的には将来の自己を否定するということになり、結局そのような心理では、手術によって一時の満足感を得られても、また自分を受け入れられずに、手術を繰り返してしまうという危険性が指摘される。このような主張は、自己否定の心理そのものを問題とするので、その解決には心理カウンセリングなどの心理学的、あるいは精神医学的なアプローチが必要だという。

5. 消費者問題として

手術自体の是非は問わず、美容医療を消費者問題と捉えることもできる。美容医療という分野があり、受けたい人もいる以上、(手術を施す側と受ける側双方に責任を求め、また、業界に規制を行ない、消費者を保護する必要性)を主張する。2004年、国民生活センターは、「美容医療に関わる消費者被害の未然防止に向けて」を発行した。そこでは、全国の消費生活センターおよび国民生活センターに寄せられた「美容医療」に関する相談を分析し、被害を食い止めるための課

題を提示している。同報告書の挙げる美容医療の特徴は以下の通りである。

美容医療の特徴

- 1 緊急性がなく、多くの場合、必要性の高いものとは言えない
- 2 歴史が浅く、手術方法・効果・安全性等について確たる検証もないことが多く、一般的な手術方法が定着していない。個々の医師の判断によって方法等が委ねられている。
- 3 自由診療で、手術費用が高額となる。経済的な負担、金銭面での不満が強く、トラブルが比較的多発する傾向にある。
- 4 手術をしたことや失敗したことを他人に知られたくないため、トラブルが表面に出にくい面がある。

このような特徴を踏まえた上で、国民生活センターでは特に、広告と説明責任の問題を取り上げ、医師と関連団体に対して、改善の要求をしている。安全に劇的変化をとという誇大広告は美容医療の特徴であるが、そのような文言が、実際に患者が訪れた医療機関でも繰り返される。インフォームドコンセントの極めて不十分な状況である。同センターによると、美容医療関連の相談は年々増加しており、1997年度には357件であったものが、2003年度には856件になっている。以下、同センターの報告を検討してみよう。

相談の内容別分類(4項目複数回答)での相談件数の順位は、1「契約・解約」、2「役務品質」、3「安全・衛生」、4「価格・料金」、5「販売方法」となっている。相談上位項目構成比(複数回答)では、1「施術不良」、2「高価格・料金」、3「雑誌広告」、4「解約」、5「返金」の順である。同報告書では、医療機関と消費者間での契約・解約に関する相談が半数を超えている理由として、「費用面の説明に関し、冷静に考えられない状況下、考える時間を与えない手術など、誤認や困惑した状況下での説明」、「解約に関し、医療行為は準委任契約であり、解約は自由のはずであるが、『中途解約不可』『当日解約不可』など、説明が不足」を指摘している。また、役務品質に関する相談が半数を超えている理由としては「説明と手術後の状態の違い」「期待した内容と結果の違い」「リスク、術後の説明の不足」を挙げる。

美容医療が他の医療と大きく異なる点は、広告という手段で患者を広く募る、つまり患者を造り出しているという点である。客観的な患者は存在しないので、コンプレックスを刺激した誘導的な広告や、効果を誇大に宣伝する広告、身体への負担を最小限にしか表現しない広告が目立つのである。また、保険診療ではないので、低料金やキャンペーンをうたったものも多い。美容医療に関する問題を消費者問題と捉えると、患者の権利が保護されることが第一となり、美容医療には業界全体としての健全化を、患者には自己責任を求めることになる。実際に患者は大量の雑誌広告や折り込み広告によって美容医療の情報に触れることが多い。国民生活センターでも、『美容医療』は広告が関連する相談の割合が『他の医療サービス』に比べて高い」と指摘し、「消費者は雑誌広告を医療機関の情報源としている」が、「広告と施術内容や結果の違いに関する相談」「広告より高額」な費用を請求されたという相談が年々増加しているという。美容医療に関する広告の問題は、1 掲載誌数、ページ数、掲載医療機関数が量的に多い。 2 施術内容などに関する情報は多いが客観性の確認が難しい。 3 割安感をうたった費用広告も多いが、美容医療の

相談にある契約金額とは格差がある。4 美容医療のメリットを強調する広告が多く、適正さを欠く広告を問題とした相談もある。さらに、「施術の限界」「危険性」「副作用」「費用総額」「解約料」などの受診や契約に必要な情報が不足していることが指摘されている。

ところで、現在、「日本美容外科学会」を名乗る学会は2つある。日本形成外科学会の会員が中心となり、大学病院などが所属するものと、必ずしも形成外科学会の会員ではない開業医が中心となるものである。このような状況は手術を受けようという人に混乱を招くので、日本医学会ではどちらも認めていない。医療機関の広告は、医療法第69、70条で定められているが、これが守られていないのが、現状である。そこで、2つの「日本美容外科学会」のなかで、形成外科医が中心となっている学会と関わりのある「日本美容医療協会」では、「美容医療に関わる広告、記事等における自主規制コード」を製作した(2004年)。目的は「違法な美容医療広告、書籍広告等に名を借りた脱法的な美容医療広告および医療法の趣旨を逸脱するような記事広告を防止し、もって美容医療における社会的信用を高め、一般市民の利益を確保すること」である。ここでは、医療法を遵守すること、書籍広告に名を借りた脱法的な美容医療広告の自粛や、医療法の趣旨を逸脱するような美容医療に関わる記事や記事広告の自粛について定めている。広告では、虚偽、誇大、誤導表現、「医学的に事実と異なる記載」、「読者の不安やコンプレックスを不当に駆り立てるなど著しい誤解を与える恐れのある記載」、「提供できる医療の内容が他の医療機関に比べ優良である旨の表現を用いてはならない」としている。具体的には、書籍の字句で使用してはならない例として、次の様な例を挙げている。「切らない、腫れない、痛くない手術、私が開発した、～式(学会において認知されていないもの、ないしはすでに存在する治療法に勝手に自分の名前を冠したもの)、最新式、世界的権威、スーパー、クイック、メーキャップ感覚の手術など」。しかし、広告も規制にかからないための工夫をするし、また、大量の広告全てを取り締まることは不可能である。業界の自浄努力がどれほど実っているのか、美容医療に関する相談件数が増加している以上、疑問を抱かざるをえない。

以上、美容医療をめぐる論点を整理してきた。美容外科手術の是非、身体加工の許容範囲、美の強迫とジェンダー、業界の問題点などが主な論点となっている。現在は特に若年層が美容医療に関心を持ち、手術を受け、トラブルに悩むことが多いわけであるが、これからはアンチ・エイジングに業界が力を入れるであろうことから、中高年の患者が増大するであろうことが予想される。また、親世代の拒否観が薄まるにつれて、低年齢化も進むであろう。つまりあらゆる年齢をも巻き込んだ美の基準への過剰適応が進むことになる。社会的に作られた「美しい顔と身体」を手に入れるための手段の中で、美容外科は現在最も過激で最終的な手段だと考えられている。しかしそれが増加しているのである。構造化された「美の功利主義」、差別構造こそ問題である。そのような構造の中で、セクシュアリティつまり性的な自己のアイデンティティを形成していくこととはどういうことか、その解明のためにも、美容医療の問題をめぐる議論を正しく位置づけることは重要であると考えられる。

参考文献他

アンソニー・シノット『ボディ・ソシアル 身体と感覚の社会学』高橋勇夫訳、
筑摩書房、1997年

ナオミ・ウルフ『女たちの見えない敵 美の陰謀』曾田和子訳、TBSブリタニカ、1994年
独立行政法人国民生活センター『美容医療に関わる消費者被害の未然防止に向けて』2004年
大 博善『美容外科整形の内幕』医事業業新報社、1991年

川添裕子「美容外科手術とジェンダー」『ジェンダーで読む健康／セクシュアリティ』
根村直美編著、明石書店、2003年

塩谷信幸『美容外科の真実 メスで心は癒せるか?』講談社、2000年

末武信宏『危ない美容外科とエステ、良い美容外科とエステ』エール出版社、1989年

百束比古『間違いだらけの美容外科選び 後悔しない病院のかかり方』PHP研究所、2005年

山下柚実は『美容整形「美しさ」から「変身」へ』(文芸春秋、2001年)で、美容外科手術を
求める人々の傾向性を以下のように指摘している。

- 1 手術を「お化粧」に近い感覚で受け入れている。
- 2 「痛み」や「腫れ」といった皮膚感覚については事前にほとんど想像しない。
- 3 「美しくなる」という結果のみをイメージし、「失敗」という可能性について具体的には考
えない。
- 4 自分の中にある「美人」(あるいは理想の容姿)像に近づこうと、常に自分自身をチェック
している。
- 5 「手術を受けること」そのものが、充実感や高揚感を得る体感的なイベントになっている。

北里大学病院の美容外科で心理カウンセラーだった梶原ちおんは、美容外科手術を受ける人の
類型化を行ない、その理由を指摘する。(『きれいになりたい5つのタイプ 大学病院美容外科の
心理カウンセリングから』ネスコ、1989年)

きれいになりたい5つのタイプ

- 1 きれいになってハッピーになろう タレント指向タイプ
- 2 ぜったい、成功してみせる キャリア指向タイプ
- 3 みんなと同じようにしなくっちゃ ちょっときれいになりたいタイプ
- 4 ママの子ならきれいでなくっちゃ 女王様ママを持つタイプ
- 5 きれいになって癒されたい トラウマ解消タイプ

なぜ、美容外科手術を受けるの?

「しっくり来ない」自分を微調整

本当の私を見つけるために

「見た目勝負」の風潮

「誰もが主役」の世の中

手段があるからあきらめきれない