

月例研究会（2016年9月21日）

美容〈場〉の誕生

——明治末から大正中期における
髪結の作家性（authorship）の成立

飯田 未希

本報告では明治末から大正中期にかけて都市部の髪結女性たちの社会的地位が上昇したのではないかという報告者の仮説を、同時期のメディアにおける髪結の「作家性」の認知という観点から考察した。結髪業は戦前は女性中心の職業であったが、美容業関係者以外にはこれまでほとんど研究されてこなかった。女性史では女性が自ら結う「束髪」が明治期に広がったことが注目されてきたため、明治末には髪結という職業は廃れたという見解が流通している。しかし実際には明治末には髪結が日本髪だけでなく束髪も結うことがかなり一般化していた。髪結は花街とも関係が深く賤業に近い扱いを受ける一方、女性客の間で非常に人気が高かったことも記録されている。

女性職業の社会的地位の変化については、専門職化という視点から、職業の発展を国家との関係で捉える枠組みが産婆や看護師の分析に応用されてきた。髪結も同業組合や学校などを設立し専門職化と近似したプロセスをたどるが、髪結の社会的地位の変化において着目すべきは彼女たちがメディアなど市場を通じて自らの職業的価値（象徴的・経済的）を高めることができたという点である。

髪結という職業の社会的認知という観点からすると、明治末から大正期はむしろ髪結の認知度が上がった時期と見ることができる。その一つの表れが新聞や女性雑誌などのメディアでの「髪形写真」の登場である。この時期以前の女性の髪形に関する記事は、特定の髪形の流行を風刺したり批判したりするものであり、男性記

者や知識人が女性風俗を問題化するという構図があった。これに対し、明治末頃から「新案」の髪形写真と髪形の「作者名」（髪結名）を一緒に紹介する記事が定型化し、さらに髪結自身が髪形の流行解説をするようになった。この変化は、女性の髪形の流行が紙面で取り上げる価値のあるトピックとして認知されたこと、さらに髪型は「作者」である髪結女性たちに帰属するもの（所有物）とする認識が生まれたことを示している。同時に髪結という職業自体が創造的、作家的なものとして認知されるようになり、彼女たちがメディアで髪形について語る権威を賦与されたということも示している。

髪結がこの時期にメディアで注目される存在になったのは、小間物商が髪結の女性客への影響力に着目し、髪結中心の結髪イベントを開催したことが大きい。彼女たちの人気の高さをメディアが報じ、更に同様のイベントが開催される、という髪結女性たちの経済的・象徴的価値を高める正のサイクルが生まれたのである。髪結を中心とした〈場〉が形成され、髪結の作家性という自律的な価値（象徴的価値）が場の参加者の間で形成・共有されるようになったと言えるだろう。場の参加者とは、この時期には髪結自身、小間物商（髪飾り、化粧品、髪油などを扱う）など髪結を媒介として商品を売る業者、メディア、そして女性客である。このような状況は本格的な洋風束髪（マルセルウェーブ）が流行し「美容師」が注目されるようになる大正10年頃まで続いていた。

しかし髪結女性たちはここでいなくなったわけではない。多くの髪結女性たちはウェーブ技術やパーマメント技術を学び、戦後まで生き残ったのである。現在の美容業は重層的な知識と技術を歴史的な基盤としており、「日本髪技術から西洋髪技術へ」というような単純な進歩図式で語ることはできない。日本髪と束髪を創作する髪結女性たちの人気は、西洋技術が導入され普及する過程の複雑さを示している。

（いいだ・みき 立命館大学政策科学部准教授／法政大学大原社会問題研究所元客員研究員）