

日 本 顔 学 会 誌
JOURNAL OF JAPANESE ACADEMY OF FACIAL STUDIES

Kaogaku

顔

学

Vol.

19

2019, No. 2

日本顔学会
Japanese Academy of Facial Studies

【巻頭言】 1p.

●化粧文化研究の深化と発展に向けて

北山晴一（化粧文化研究者ネットワーク代表／立教大学）

【特別寄稿】 3p.

●顔のドラマツルギー —レンブラントの自画像をめぐる

尾崎彰宏

【招待論文】 15p.

●顔の比較現象学

河野哲也（立教大学）

【学術論文】 23p.

●絵巻物の人物表現に関する計量的研究

絵巻物における表情認知の研究 1

宮永美知代（東京藝術大学）、前田基成

●大相撲力士の“笑顔”から検討する「ヘゲモニックな男性性」の表象

川野佐江子（大阪樟蔭女子大学）

●薄毛成人男性の好感度に影響する諸要因

髪型、衣装、頭部比率の効果

富田瑛智（大阪大学）、松本圭司、森川和則

日 本 顔 学 会 誌
JOURNAL OF JAPANESE ACADEMY OF FACIAL STUDIES
Kaogaku



化粧文化研究の深化と発展に向けて

化粧文化研究者ネットワーク代表 北山晴一

KITAYAMA Seiichi

(立教大学 名誉教授)

President of BCBR

Professor Emeritus of Rikkyo University

化粧文化研究者ネットワークの主催する研究会が2019年、50回を超えるに至った。

日本顔学会をはじめ多くの方々からの祝福の声に包まれ、6月29日、横浜に新規オープンした資生堂グローバルイノベーションセンター(S/PARK)で、記念講演会(第51回研究会)を開催、次の50回、100回に向けてリスタートを切ることができた。みなさまのご支援の賜物である。心からのお礼を申し上げたい。ご存知の方も多と思われるが、ネットワークの歩みがこれまで平坦であったわけではない。

ここに至るまでの歩みを少しばかり振り返ることをお許し願いたい。

化粧文化研究者ネットワーク(英語名: Beauty, Cosmetics and Body Representation Studies、略称: BCBR)の設立は、2005年3月。設立の目的は、「化粧および身体装飾、身体加工の研究を行う研究者による研究交流と社会的発信」で、これは、いまでも変わらない。設立呼びかけ人は、当時、大阪樟蔭女子大学教授で日本顔学会副会長でもあった村澤博人。当初の世話人は、村澤を中心に石田かおり、玉置育子、米澤泉が担い、次いで山本芳美が加わった。

設立後最初の研究会が同年6月に東京で行われ、以降、東京と大阪の会場を往き来しながら、ほぼ年に3から4回、「継続は力なり」のことばを胸に、はた目には地味に見えても、毎回、真摯に、深く、時には厳しい議論の応酬も厭わず研究活動を続けていった。

ところが、第15回研究会(2009年3月、東京)を終えてわずか3か月後の2009年6月26日、すでに闘病中であった村澤が逝去。第16回(大阪)と第17回(東京)の研究会は代表の村澤なしでの開催となった。

その後、2010年暮れから翌11年1月にかけて、世話人および会員の間で、ネットワークの再組織、再起動のための検討が行われ、その結果、新たに世話人・代表として北山晴一を加えること、事務局業務に関しても(株)資生堂の支援を得られる、などリスタートに向けての条件が整い、第18回研究会(2011年3月、大阪)から、新たな気持ちでネットワークの活動を再開し、現在に至っている。

研究会の毎回のテーマは—これは顔学会においても同様であろうが—まことに多様性溢れたものになっている。コアメンバーは変わらなくとも、テーマによって、あるいは東京、大阪の地理的条件によって、参加者のプロフィールも関心の対象も大きく動いたし、現在も動いている。

にもかかわらず、参加者の満足度(むろん知的満足度)はとても高い。なぜなら、参加することが楽しくて仕方がないからである。

そして、参加することが楽しいのは、言うまでもなく、化粧と化粧文化の研究は奥が深く謎解きの面白さに満ちているからである。

私たちはもはや化粧なしには生きていけない、時々、そんな言い方を耳にするが、おそらく私たちの遠い祖先がヒトから人間になったその頃から、化粧は人間が人間であるための不可欠の条件のひとつになったと言った方がよい。なぜなら、化粧こそが、「人間が自然から与えられた自己満足した動物的な自己から解放される第一歩」(ルイス・マンフォード『機械の神話』1966年)だったからである。

いま、私たちが「化粧」という場合は、よほどの専門家、研究者でもない限り、顔化粧を思い描くである

うが、しかし、顔だけが化粧行為の対象ではない。本来の化粧の意味は、「入浴・洗顔・洗髪・歯磨きといった日常の衛生的行為から、ひげ剃り、整髪、ヘアカット、パーマなどの、理容室や美容室で行われている行為、それにスキンケア、メーキャップ、ボディペインティング、さらには、いれずみや抜歯、植・脱毛や、エステティックサロン、美容外科で行われている（…）外科的身体変容までの、かなり広い範囲」（石田かおり『おしゃれの哲学—現象学的化粧論』1995年）にわたる。もし、そこまで言えるのであれば、衣服や着装の技術までをも含む人類に共通に存在する身体ケア、身体表象のすべてが化粧の意味内容だと考えてもよいはずではないか。

にもかかわらず、化粧は、日本でも、また世界でも、長い間まじめな研究や学問の対象とされることがまったくなかった。

そうした状況を変えたい、変えよう、そして変えたのが、1979年の『化粧文化』（ポーラ文化研究所）の創刊であり、私たちの化粧文化研究者ネットワークの設立であった。そうした活動のひとつの成果として、たとえば、大阪樟蔭女子大学大学院における化粧ファッション学専攻の設置を挙げることができよう。

今後は、これまでも協力関係にあった日本顔学会をはじめ、他の研究団体や研究機関、学会などとの連携を強めていくこと、そして、日本国内の研究をするだけでなく、化粧文化を研究する海外の研究者や機関との連携もいっそう強めていくことが必要であろう。

2020年には、日本顔学会が設立25周年を迎えると聞く。顔の研究と化粧の研究とは不即不離の関係にある。重なるメンバーも多い。ともに手を携えて、相互の研究の発展深化に向けて精進して行きたい。

『化粧文化』の創刊から40年、そして、日本における化粧学の確立を志しながら果たせなかった畏友・村澤博人が亡くなってから、この2019年6月で10年の歳月が流れた。

化粧文化研究の先達・村澤博人に感謝するとともに、化粧文化研究の更なる発展と深化を、願わくは遠からず化粧学確立の日の来ることを祈念したい。

現在の活動内容

- 定例研究会の開催（年4回。東京と大阪で交互に開催）
- 化粧文化研究および化粧文化研究者に関する情報の発信
- ホームページなどを通してのPR活動
- 化粧文化に関連する各種教育研究機関、学会等との交流活動、など

現在の運営組織（世話人会）

川添裕子（松蔭大学）、川野佐江子（大阪樟蔭女子大学）、北山晴一（立教大学、代表）、木戸彩恵（関西大学）、高野ルリ子（株式会社資生堂）、塚本陽子（メイクアップコンサルタント）、野中聖治（有限会社アイデザイン）、山本芳美（都留文科大学）、山村博美（化粧文化研究者）、米澤泉（甲南女子大学）

北山晴一 略歴：

1944年 東京都墨田区（旧・本所区）生まれ。

1968年 東京大学文学部卒、1977年東京大学大学院人文科学研究科博士課程満期退学。

1976年 パリ第3大学（国立東洋言語文化研究所）専任講師。

1987年 立教大学文学部助教授、1989年 同教授、2010年 立教大学名誉教授。

2002年～03年 モントリオール大学人類学部客員教授。

専門：社会学、社会史、比較文明学、社会デザイン学。

顔のドラマツルギー —レンブラントの自画像をめぐる

尾崎彰宏

顔はコミュニケーションの鏡

顔という言葉から、すぐに「フェイスブック」(facebook)という言葉をおこす人も少なくないだろう。「フェイスブック」は、いうまでもなく、いまや20億人の人を繋ぐソーシャルネットワークを運営する巨大IT企業名だ。巨大企業を構成する最小単位が「顔」であり、その集合体が「フェイスブック」なのである。つまり「顔」がフェイスブックになるには、顔がばらばらな状態ではダメで、顔と顔がネットワークにより繋がり、共同性をもってはじめて、「顔」が形づくられるということである。その意味で、世界最大のソーシャル・ネットワーク・システムが「顔」を看板に掲げているのはまことに興味深い。

膨大なデータや巨大なシステムに呑みこまれ、人間の存在は芥子粒ほどにも矮小化し、今にも消滅する瀬戸際にあつて、「顔」によって人間が中核となるというのはきわめて逆説的でもある。その意味で、現代にあつては薄い皮膚で蔽われた表面にすぎない「顔」こそが、人間とは何かを定義する、もっともわかりやすいIDである。

目の前にいる人を、写真と見くらべてみるとどこか違っている、という印象をもったことはないだろうか。人は片時も同じ顔をしていない。ところが、写真では表情が固定され、生き生きとした動きが消えてしまう。顔とは常に変化してやまない、定めなき形象であり、捉えたとする次の瞬間には別の顔をまとう。顔は自律的に変化するのではない。見る／見られる関係において、微妙に変わるものだ。顔はコミュニケーションの反映なのである。いや、コミュニケーションそのものである。顔は常に他者との関係によって形づくられるのだ。

美術の領域で顔をテーマにしてきたのが、「肖像」(自画像も含め、およそ人の顔をテーマにしたものを含む)である。ここでは紙幅の関係もあり、日本でもよく知られている17世紀オランダの画家レンブラント(1606～69)の自画像に焦点を絞って、「魂」が顔にどのようにあらわれるかを考えてみたい。

魂の自画像

オランダのハーグにレンブラント最後の《自画像》(図1)がある。1669年、亡くなる年に描かれたものだ。レンブラントは、仕事着姿で頭に白い帽子と赤い頭飾りをつけたまことに地味な装いで登場している。身体は画面に斜に構え、顔を少しこちらに向けている。左上から射す光で顔の左側は明るく照らしだされている。一方右側は薄い透明な影でつつまれ、目は深い影に沈んでいる。

ハーグのマウリッツハイス美術館でこの絵の前に立つたびに私は、そこを去りがい気持ちに襲われる。一度その前を離れてからきまってもう一度その絵の前に戻ってくる。この自画像のなにが見るものをひきつけてやまないのだろうか。

レンブラントの晩年の絵によくみられる細部にこだわらない、早いタッチで描くその圧倒的な力量に魅惑されるのだろうか。粗描きながら顔の特徴を的確にとらえる技量は、名人芸そのものだ。たしかにその技量は私たちに驚かすに充分だ。しかし、それだけではない。微かにアイライトの入った右目には何ものをも見ぬくような犀利な知性が宿り、影に沈みながら僅かにこちらを見てい



図1 レンブラント、自画像、1669年、マウリッツハイス美術館、ハーグ

る右目には内に秘められた静かな感情が感じられる。この柔らかな右目と影で暗くなった左目とのコントラストは絶妙である。その結果として、見るものは、レンブラントの自画像にとらえようとしてとらえきれない一人の人間の魂を感じるのである。

この時代、両目をレンブラントのように描き分ける画家は希であった。17世紀のオランダの肖像画を観察すると、目の光彩まで写実的に描かれた作品は珍しくない。その技量には驚嘆させられるものの、そのため逆に顔のイメージが固定されてしまい、見るものは、描かれた人物の内側に揺曳する感情や息づかいをとらえにくくなる憾みがある。私たちが、描かれた人物をじっと眺めながら、その人物と対話を重ねるようながすのは、その表情をとらえようとするところから始まる。その人の内面があらわれるのは表情であり、表情をよみとる上で決定的な役割を担っているのが、目である。

レンブラントの自画像は目の表情から、明るい面と暗い面が内面に渾然一体として存在していて、それが見るものに人間的な深さを感じさせる。そこに輝いている人間性は、日々の生活の忙しさにかまけ、大切なものをどこかに置き去りにしてきたような現代人の日常に揺さぶりをかける。レンブラントの視線は普段忘れてしまっていることを思い出させてくれるのだ。「人はどう生きたかではなく、こらからどう生きようとしているのか」あるいは「人生でもっとも大切なことは何なのか」といった、根源的な問いが突きつけられるのである。

私たちが魅惑するのは、この自画像が私たちの心をかき乱すと同時に、生きる勇気をも与えてくれるからだ。口元に僅かに笑みを浮かべて穏やかな表情をした、老境の画家の落ちついた面持ちは慰めにみちている。人生の山や谷などさまざまな経験を重ね、たどり着いた末の人を包みこむ温かさ、人を見下すような傲慢さとは正反対の謙虚な表情は、だれもが避けて通れない老いについて、静かに語りかけてくるようだ。その場を去りがたく感じるゆえんである。

レンブラントの自画像のように魂を感じるということは、べつのいいかたをすればそこに唯一無二の個人の存在を感じるとということにほかならない。それでは、描かれた顔に個人を見るようになるには、どのような歴史を辿ったのだろうか。

神から人間へ

古代ギリシアのアクロポリスから出土した《ペプロスの少女》(図2)を見てみよう。数多く発掘された像の中でもひととき際立っているのが、紀元前6世紀前半のこの少女である。ここで特に注目したいのが表情だ。ずっと立った落ちついた身振りの少女の顔は、口元に柔らかな微笑みを湛えている。その微笑みはアルカイクスマイルと呼ばれ、見るものは、その澄みきった微笑みに精神の明澄さを感じとる。健全な精神は健全な肉体に宿るとは、古代ギリシアのモットーであった。この少女像の穢れなき微笑みこそ、キリスト教の原罪のような、個人が未生前から背負わされた苦悩を経験する以前の幸福な時代の人間の一時を表していると考えられた。

しかし、こんにちの見方では、この奉納像の微笑みは、個としての人間の感情の発露ではなく、その時代の理想型を表象していると考えられている。つまり、少女の顔は、内面性をうかがわせる魂の窓ではなく、個人を超えた存在を映す鏡として機能していたというわけだ。18世紀の古典主義者にしてギリシア美術史の産みの親でもあるヴィンケルマンが、ギリシア美術の特質を「高貴な単純さと静謐な偉大さ」と言いあらわしたことに通じている。

リアリズムを基本におき外見と内面との一致を唱えるギリシア思想から、外見と内面との不一致を旨とするキリスト教が支配する中世ヨーロッパの顔の典型はなんといってもキリストの顔である。

古代ギリシア・ローマの神々の世界からキリスト教が圧倒的になると、描かれた顔にも大きな変化がみられる。8世紀末から



図2 ペプロスの少女、紀元前540/30頃、アクロポリス美術館、アテネ

9世紀の初頭にキリスト教布教の最北部にあたるスコットランド西岸のアイオナ島で制作された世界でもっとも美しい4福音書の装飾写本の一つに『ケルズの書』がある。この中の一葉に「キリストの捕縛」(図3)がある。兵士によって左右の手を握られ自由を奪われたキリストが正面観で描かれている。両目を大きく見開いているが、その表情からはなんら緊迫した状況は伝わってこない。キリスト教図像について知識のある人ならともかく、いきなりこの絵を見せられたら、捕縛されたキリストがやがて磔刑へといたる「受難」の始まりだとは見えない。

古代末期の《ラオコーン群像》(図4)と比較してみれば、違いは一目瞭然だろう。トロイ戦争の終局にいたる「トロイの木馬」の計略を信託によって察知したラオコーンが、秘密の露見をおそれるギリシア側に与する神々によって差し向けられた蛇によって息子ともども殺害される場面だ。古代世界とキリスト教世界とにあらわれた表情の違いはいったい何に由来しているのだろうか。



図3 キリストの捕縛『ケルズの書』9世紀 図4 ラオコーン群像、ヴァチカン美術館、ヴァチカン初期、トリニティ・カレッジダブリン

ギリシアの神々は、たしかに超人的である。しかし、オリンポスの神々の中でもっとも強大な神であったゼウスにあっても、その所業は、まるで人間と変わりがない。逆にいえば、スケールの違いはあれ、神の世界は人間の世界の鏡なのである。人間世界から超越した世界は否定されている。だからこそ、神話の世界は人間と同じ現実世界の出来事と変わるところがない。それが、古代世界と初期キリスト教の美術にあらわれた顔の違いなのである。

14世紀、イタリアに発する文化運動であるルネサンスが顔の捉え方にとって決定的な転換点となる。顔に個人の徴が刻まれるようになる。個人を描く肖像画があらわれる。そのモデルとなったのが古代のメダルや貨幣に刻まれた皇帝の肖像である。それらは、横顔で描かれていた。レオネッロ・デステを描いたピサネッロ(1394頃?~1455)の肖像(図5)を見てみよう。厳格な表情をしているレオネッロを真横から描いたものだ。宗教上の人物画ではなく、特定の個人の顔である。見開かれた目、印象深い鼻、ぎゅっと真一文字に結ばれた唇から、きわめて意志の強い、志操堅固な人物として表されていることがわかる。しかし顔の半分しか描かれていないため、どのような人なのか、あまりよくわからない。この特徴は、おそらく統治者としての社会的な地位を体現する人物としてデステを表現したからであろう。これは男性肖像ばかりに見られることではない。



図5 ピサネッロ、レオネッロ・デステの肖像、1441頃、カッラーラ美術館、ベルガモ

アレッソ・バルドヴィネッティ（1426頃～1499）の手になる《ある女性の肖像》（図6）にもデステの肖像と同じ特徴がはっきりあらわれている。ブルーの地を背景にして立つブロンドの女性は、一見ただけで忘れがたいほどの強い印象を見るものに与える。顔には微かに笑みを浮かべている。前を正視する目、高い鼻、唇の赤、ブロンドの髪、真珠飾りをついた髪を束ねるバンドなどによって、女性の華やかさと気品が醸しだされている。

ここにあげた2点の肖像は、現代のスナップ写真と同じではない。男性肖像からは、剛毅、正義など統治者としての責任を彷彿とさせる。一方、女性の肖像からは、貞節や礼節といった女性の美德が思いおこされる。宗教性から世俗性へ移行するなかで、顔に優先されるのは、個人性よりも社会性なのである。

個人の顔への決定的な一歩は、古代の横顔で描くスタイルから、4分の3正面スタイルを獲得したことに始まる。4分の3正面が採用されたもっとも印象的な作品として、初期フランドル絵画の巨匠ヤン・ファン・エイク（1395頃～1441）の手になる《ターバンを巻く自画像》（図7）がある。こちらを射貫くような視線を向ける画家の顔は道徳的な典型として描かれているわけではない。また中世に見られたように、神の聖性を人間の顔を借りて表しているわけでもない。この自画像によって試みられているのは、神の方に顔を向ける人間ではなく、鑑賞者に向けられた顔である。自画像から顔の新しいタイプが創造されていくのである。

この領域に決定的な刻印を遺したのが、ドイツ・ルネサンス最大の画家アルブレヒト・デューラー（1471～1528）である。その代表作でもある《自画像》（図8）を見てみよう。2010年から11年にかけて国立西洋美術館で「アルブレヒト・デューラー版画・素描」展が開催されるなど、この画家についての理解は、日本でもかなり浸透している。

デューラーの自画像の前に立った人がまず圧倒されるのは、正面観で堂々と自信に溢れた姿で描かれていることだ。そして両目はまっすぐ正面を見つめている。胸に当てられた右手（実際は左手）は人差し指で自身を指しており、鑑賞者におのれに注目するように促している。顔の両側には、銘文、年記、モノグラム（組み合わせ文字）が書きこまれている。それによれば、「ニュルンベルクのアルブレヒト・デューラー、自分自身を28歳の年に不滅の色彩で描いた」と記されている。

こんにちの私たちの感覚からすれば、真正面から対象を捉えるということにとくに違和感をおぼえることはあるまい。それどころか各種の証明写真などは、正面向きでなければ、逆に正確に本人を特定できないとして、不適切なもののみなされるだろう。しかし、デューラーがこの自画像を描いた時代は、正面観に対す



図6 アレッソ・バルドヴィネッティ、ある女性の肖像、ナショナル・ギャラリー、ロンドン
図7 ヤン・ファン・エイク、自画像、ナショナル・ギャラリー、ロンドン
図8 アルブレヒト・デューラー、自画像、1500年、アルテ・ピナコテーク、ミュンヘン

この自画像は、一見しただけではなんら特別の印象も残さないかもしれない。しかし、近寄ってじっくり見てみると、不思議な作品である。左手から強い光を受けて頬と背景が明るく照らし出されているのにたいして、鼻や両眼は半透明な影に覆われている。影の中から浮かびあがるレンブラントの顔に感情を読みとることはできず、ほとんど無表情といってよい。

たしかに最初はそうした印象が強い。しかし、何度かじっくり見ていくにしたがって、顔を影に覆われたレンブラントがなにも感じないで、無気力な姿で私たちの前にいるのではないことに気づく。強い光のあたった首筋やシャツに見られる絵具の盛り上がり。そしてとくに目をひくのは、搔き落とし（絵の具がまだ乾ききらないうちに絵筆の柄などを使って引っ搔くように描く技法）で、絵具層を削り取るようにしてカールのかかった頭髪を描きこんでいることだ。重ね塗りや搔き落としという技法は、見るものに迫ってくるような視覚的な効果ばかりでなく、触覚的でもあり、髪の毛や肌や衣服の物質感をつくりだしている。こうした絵画的な手法によって、無表情に見える顔の内側に、なにか激しい感情がたぎっていることを予感させるのである。

レンブラントは、顔を陰影で覆う自画像を油彩画ばかりでなく、版画でも多数制作している。光と影それに絵具の筆触という副次的な手段によって個人の内面を浮かびあがらせているのである。このように静のなかに動を表現する、もっといって目に微かにしか判別できない微から、激しい内面の動きを見るものを感じとらせる描き方は、当時のオランダにあってもきわめて斬新であった。

というのは、こうした手法は、人間の感情は行為や身振りによって誰の目にも誤解のないように適確かつ明晰に表現されなくてはならない、というイタリア・ルネサンス美術で確立された常識をくつがえすものであったからだ。たとえば、よく知られているように、レオナルド・ダ・ヴィンチ（1452～1519）の《最後の晩餐》（図11）を見ていただくとよくおわかりいただけるだろう。キリストがこの中に私を裏切るものがいると告げたとき、弟子たちに激しい動揺が走り蜂の巣をつついたような騒ぎになった。静かに運命を受けいれるキリスト、恐怖や怒り、悲しみで騒然となる使徒たち、傲然たる態度でキリストを見つめるユダが鮮やかな対照性をなすかたちで絵画化されている。そのため、人物の表情や動作の一つひとつやその組み合わせを丹念に観察することで、物語に含意されているものを深く理解できる仕掛けになっていたのである。



図10 レンブラント、自画像、1628頃、
アムステルダム国立美術館



図11 レオナルド・ダ・ヴィンチ、最後の晩餐、1490年代、
サンタ・マリア・デッラ・グラッツェ修道院、ミラノ

影から浮かびあがる天才の^{しるし}徴

顔を影で覆ってしまえば、人相の判別がつきにくくなるばかりか、なによりも表情がわかりづらくなってしまふ。たとえば逆光で撮った人の顔の写真を思いうかべてみてはどうだろうか。顔は影になってしまう。人相をあきらかにしたくない、またそうした効果をねらった場合は別だが、常識的に肖像写真としては論外だ。これは明らかに意識的である。常識をくつがえす手法を用いてレンブラントは、なにを描きだそうとしたのだろうか。つまり、影によって表情の細部を隠すことで、逆になにかを明らかにしようとしたのだろうか。

この謎を解明する貴重な証言がある。それは、1628年冬、彼のアトリエを直接訪問した人物の手になるものだ。

その訪問者とは、オランダ総督フレデリック・ヘンドリック（1574～1647）の秘書官コンスタンティン・ハイヘンス（1596～1687）である。ハイヘンスは現代でいえば宰相と財務大臣を兼任するような権限をもっており、新生オランダの国政の舵取りにも欠かせない人物であった。しかも当代きっての人文主義者で芸術にも精通しており、総督コレクションのための芸術作品の購入にかんする裁量権をも握っていた。そんなハイヘンスには、新しく誕生した国家は芸術によって他国と差別化されるべきであり、自国の芸術は古代やイタリアの芸術にも匹敵するものになってほしいという強い願望があった。彼は『自伝』のなかで、オランダで活躍していた画家を30人あまりもあげており、レンブラントも鬼才として含まれていた。

ハイヘンスによれば、レンブラントは狂気じみたほど仕事に没頭しており、そのためにおよそ若者らしくなく、まるで老人のようであったという。ハイヘンスがレンブラントを評して狂気じみたといっているのは、けっしてネガティブな意味ではなかった。「才能ある人には一種狂気じみたところがつきものだ」といっているからだ。むしろ、創造的な作品を生み出す積極的で肯定的な源泉とみなしていたのである。ハイヘンス自身メランコリー症に苦しんでいただけに、他人のなかにその特徴を素早く見てとり、その長所も理解していたのであろう。

芸術家レンブラントにとってこの気質は、みずからを天才として自覚しただけでなく、その徴として独自の作品を制作させていく駆動力ともなった。人物を描くということは、外見を描くことではなく、絶えず変化する魂を捉えることである。執拗なまでの観察力の源泉として、メランコリー気質はレンブラントにとってポジティブに作用したのである。

感情の描写

レンブラントの自画像に怒りや笑いといった直情的な感情をはっきりとあらわしているものがある。その代表的な作品が1630年に制作された4枚の版画（図12～15）である。すなわち、口を開けて叫んでいるような自画像、目を大きく見開いて驚愕している自画像、怒りをふくんだ不機嫌な顔つきをした自画像、笑う自画像である。

感情をむき出しにした自画像は、鏡のなかの自分をじかに観察して描いたもので、人物の感情表現を研究するための実験という性格ももっていた。物語画の登場人物の習作も兼ねていたのである。物語画こそがもっとも高尚な絵画とみなされており、物語画を手がけることが画家としてのステイタスを確立する道であったからだ。

レンブラントはこうした物語の場面に際会したとき自分はどのように感じ、どのように振る舞うのか、ということに独立した自画像を描きはじめる前から強い関心を持っていた。ごく初期の作品である《聖ステファノの石打ち》（図16）にすでにそうした試みが見られる。ステファノはキリスト教徒として最初の殉教者であった。群衆がステファノを殺害するために一斉に投石している。その左手の馬上の人はサウロ（のちのパウロ）である。ステファノの背後から頭上に掲げた石を打ち下ろそうとしている処刑人の右手から殉教者の方を振り返る若者（図17）が見える。この若者こそレンブラント自身である。凄惨な殉教の現場の目撃者としてなすすべもなくその場に踏みとどまっているレンブラント自身の姿である。しかし、たんなる傍観者としてではなく、恐怖と惻隠の情で顔を引きつらせるレンブラントの表情は、圧倒的な臨場感をもって見るものの注意を喚起する。



図 12 レンブラント、叫ぶ自画像、1630年



図 13 レンブラント、笑う自画像、1630年



図 14 レンブラント、顔をしかめた自画像、1630年



図 15 レンブラント、帽子をかぶり、口を開けた自画像、1630年

鑑賞者に深い感動を与えるような物語画を描くには、登場人物の性格や表情を彼らがおかれていた状況に即して適切に描き分けなければならなかった。

レンブラントは観察にもとづき自画像を描くことで、歴史的あるいは宗教的な場面に際会したとき、自分ならばどう感じるだろうか、どう振る舞うだろうか、そのとき自分はどのような顔をしているのかを実演してみたのである。そうすることで見るものが同じように事件に立ち会い、ときに主人公が直面した状況を共有することで、切羽詰まった緊迫感をじかに体験できるような瞬間を描いたのである。初期レンブラントの傑作《十字架のキリスト》(図 18) で、虚空にむかって切実な叫びをあげるキリストの怒りと悲しみのない



図 16 レンブラント、聖ステファノの石打ち、1625年、リヨン美術館



図 17 図 16 の自画像部分

交ぜになった哀切な表情は、版画に起こされたレンブラントの《自画像》(図 12) を彷彿とさせる。この内面の葛藤からくる衝迫によって、鑑賞者の心にも深い悲しみが澎湃として起こる。レンブラントは十字架に掛けられ処刑されるキリストと自画像とを重ねあわせることで、この凄惨な出来事が遠い過去の出来事というのではなく、今画家自身もその場で目撃し、キリストの苦悩に触れているのであり、また鑑賞者にも「キリストの磔刑」を現実の事件として深く体験させるのである。レンブラントが自分自身をモデルにして感情表現の研究をしていたのには必然性があったのである。

レンブラントが採用した方法は、この時代に始まったものではもちろんない。古代の著述家ホラティウス(前 65～8)の言葉がよく知られている。人は、相手が笑顔であれば微笑むし、泣き顔を見れば泣き出す。だから、私を泣かせたいと思うなら、君自身がまず悲嘆にくれていなくてはならない、というものだ。レンブラント自身、少年の頃にラテン語学校で古代の著述にまじってホラティウスにも親しんでおり、この格言を知っていたにちがいない。

自分の経験にもとづいてそれをアップデートしていくという経験主義的な発想は、レンブラントの時代にはすでに広く共有されていた。「私自身が私の書物の題材なのだ」という有名な言葉を遺したのは、フランスの思想家モンテーニュ(1533～92)である。彼は主著『エッセー』の巻頭「読者に」で右に引いた言葉を述べている。

自分の生き方や気質の特徴といったまったく私的な世界を書き連ねていくことで、何かの結論に達しようというのではなく、その絶えず変化する自己のありさまを忠実に記述しようとしたのである。それは、自己を超越した世界に真実があり、普遍的なものに価値を見いだす態度とは正反対であった。日常のなかで考え、感じることにこそ真実があるという確信である。自分の内側に耳を傾け、情念の働きやさまざまな状況に処する自分自身を観察することで、ときにはみずからが聖人のようだと考えることもあれば、またある場合にはどうしようもないくらい愚かな存在であることを思い知らされる。それがいつわらざるおのれ自身の姿であるが、そうしたありのままの現実を受け入れることからしか人間つまり、おのれを知ることはできないのである。



図 18 レンブラント、十字架のキリスト、ル・マス・ダジュネ教区教会(フランス)

このように注意深く自分を考察することで、他人をもよく判断できるようになる。人の外面にあらわれたちょっとした表情からその内的な傾向を発見できるのである。そのもっともよい例として、若きレンブラントの評価を決定づけた《銀貨 30 枚を返すユダ》(図 19)がある。銀貨 30 枚とひきかえにキリストを祭司に売り渡したユダが良心の呵責にさいなまれ、祭司長や長老に金を返す場面である。この絵のなかで鑑賞者を魅了したのは、構図でもなければ、強烈な明暗法でもない。身を激しくよじって絶望するユダの姿である。百万言を尽くしてユダの心境を説明するよりも、このユダの姿を一目見ることで、ユダの苦悩の深さがそれを見る私たちもその場に居合わせるようにまざまざと伝わってくる。

このような意味で、16 世紀の後半になると、古典の最高峰と仰がれていたキケロ(前 106～前 43)の著作を読むよりも、自分自身を研究することのほうが重要であり、研究に値したのである。つまり、こうした日常というこれまで顧みられなかった世界で活動する自己を探求することによって、はじめて知識の宝庫に到達できると信じられるようになったのである。

だが、そのためには、自分たちが経験した豊饒な世界をどのように利用するかという方法が必要となってくる。その方法こそが、新しい学なのであった。未知の世界は、自分自身の内側にあり、その情念を探求することがこれまでないがしろにされてきたという認識は、モンテーニュだけのものではない。

17 世紀にはいと、「我思うゆえに我あり」という名言を発し、自己を起点に近代思想の礎を築いたデカルト(1596～1650)に『情念論』(1649 年)という書物がある。そのなかで、古の賢人を批判している。彼らは私たちのうちに感じる情念について、ごく僅かしか語っていない。だから人間の情念という主題について筆を起さなくてはならない、というのである。

文筆家や思想家は筆の力で自己の魂の姿をさまざまに描写するのに対して、画家は自画像を描くことでみずからの魂を描きだしていくのである。

モンテーニュやデカルトが執拗なまでに探求した自己の気質や特質を、レンブラントは文章によってではなく、絵に描くことで実践したのである。陰影を極端にまで強調したり、感情表現を駆使したりすることで、目に見えない情念、つまり魂そのものを目に見えるように表出させたのである。

絵画においてもっとも大切なものは、人の情念、すなわち、魂のかたちを目に見えるように描くことである。そのことを、レンブラントの自画像はよくあらわしている。絵の目的は、何か物語の筋を伝えるとか、何かの情報を伝達するとか、あるいは何か象徴的なものを表現する、というだけではなく、人間の魂のドラマを伝えることでもある。つまり鑑賞者は、感情を通して人間の魂をまのあたりにすることで、画家と同じ体験をすることができるのである。これこそが、目に見えないものが目に見えるようになることに驚異を感じた 17 世紀という時代の革新性でもあったのである。

絵画に見られるレンブラントのこうした革新性は彼一人の功績ではない。《モナ・リザ》(図 20)を描い



図 19 レンブラント、銀貨 30 枚を返すユダ、1629 年、個人蔵



図 20 ダ・ヴィンチ、モナ・リザ、ルーヴル美術館、パリ

たダ・ヴィンチは、それまでモデルの肖似性といった外面を写しとり、人物の社会的な地位を表す公的な役割を重視した肖像画から、人物の内面性を見るものを感じさせるように描きだす方向へ大きく一步を踏み出した。

モデルの内面性を描くというのは、事物を目に見えるように描くこととは本質的に異なる。人の心そのものをかたちにあらわすことなどできない話だ。ではどうするのか。モデルに人間の奥行きを感じるかどうかはもっぱら見る側の判断によっている。見るものに、絵の中から何か掴めそうで掴めない、いわばなにか底の見えない深さをそこはかたく予感させるような表現が必要なのである。大気のある存在を感じさせない明瞭な線による描写では、目に見えるものの視覚的な情報は伝えられるが、逆に目に見えないものを伝えるには難がある。ダ・ヴィンチにとって、世界は神によって創造されたが、その創造された世界を表現するのは画家の仕事であった。逆にいえば、画家の描き方に神の創造物は左右されているともいえるのである。つまり、その意味で人間は神にも匹敵する存在となったのである。人間主義の昂まりが頂点に達した盛期ルネサンスにおいて、ダ・ヴィンチが試みた最大の事業は、目に見えない人間の内面性を絵に描くことで、神をも凌駕しようとしたのである。目に見えない、人間の感情の起伏や魂の奥深さこそが、あらゆる被造物の中で唯一神の似姿として造られた人間の尊厳の証明であった。そのための表現手段が、光と影が煙のように溶けあう「 sfumato」（ぼかし）と呼ばれる技法である。

このぼかしの技法は、大気を感じさせることで距離感を描出するものであったが、肖像に用いられることで人物の精神的な雰囲気をつくりだすのである。輪郭をあいまいにする陰影が、人物のもつ奥深さを見るものを感じさせることに役立つことをダ・ヴィンチは熟知していた。だからこそダ・ヴィンチは、肖像画を描くのであれば、曇天か、夕暮れの時間を選ぶように画家たちに忠告していたのである。

すでに述べたようにダ・ヴィンチの《最後の晩餐》の模写をおこなったレンブラントは、「顔は魂の劇場」というダ・ヴィンチの衣鉢を受け継ぎ、発展させたのである。

これまで述べてきたように、レンブラントは、けっして神の恩寵につつまれた幸福な人間としてではなく、善悪の判断の根拠を個人に求め、その結果を個人が引き受ける、というあくまで自律した個人としてそこに立ちあらわれている。いわば個人主義ともいえるもので、「公」よりも「個」にまなざしが向けられているのである。私たちと同じ地平に立つ人間の内面を表現するレンブラントの自画像は、晩年になって突然あらわれたものではない。すでに若いときから一貫して自分自身の内なる声に耳を傾けていたレンブラントは、自画像を通して人間の内面を表現しようとしていたのである。

19世紀後半からこのかた今日にいたるまで、「魂」を感じさせるレンブラントの自画像は、人間の奥深さを感性の働きに見ようとする人の心をとらえて離さないのである。

主要参考文献

- ・ 鷺田清一『顔の現象学：見られることの権利』講談社学術文庫 1998年
- ・ ジンメル「肖像画の美学」『ジンメル・コレクション』（北川東子・鈴木直訳）ちくま学芸文庫 1999年
- ・ ジンメル「顔の美的意義」『ジンメル著作集』（橋と扉）12（酒田健一・熊沢義宣・杉野正・居安正訳）白水社 2004年
- ・ 尾崎彰宏『レンブラントのコレクション』三元社 2004年
- ・ 尾崎彰宏『ゴッホが挑んだ「魂の描き方」：レンブラントを超えて』小学館ビジュアル新書 2013年
- ・ Hans Belting, *Faces: Eine Geschichte des Gesichts*, München 2013.

著者紹介



尾崎 彰 宏

氏 名：尾崎彰宏

学 歴：1979年東北大学文学部卒。

1983年東北大学大学院文学研究
科博士後期課程退学。

職 歴：1985年弘前大学教養部講師、

1998年弘前大学人文学部教授、
2000年東北大学文学研究科教授、
現在に至る。

所属学会：美術史学会、美学会、各会員。

専 門：美学・西洋美術史

顔の比較現象学

Comparative Phenomenology of Face

河野哲也

Tetsuya KONO

E-mail: tetsuyakono@rikkyo.ac.jp

和文要旨

本論は、顔と身体に関する現代哲学、とりわけ、現象学の観点から、顔が人間にとってどのような存在であり、それがどのように経験されるかについて考察する。顔の経験についての比較現象学は、一人称的な視点から、顔とそこから生じてくる人間関係や社会関係の意味関連の構造を明らかにする。人間の顔は、内臓諸器官の統合された末端であり、表情は凝縮された行動である。表情は、自分が自覚する以前に、自分の全存在を表現している。この表出の制御こそが、心や内面と呼ばれるものを生み出す。しかし人間にとって顔とは、何よりもまず他者の顔である。そして、鏡に映っている自分の顔を、ここにある自分の身体へと統合したときに、私たちは自己の全体像を得られる。私が自分の統一した像を持つには、他者の顔を自分の一部として共感する機能がなければならない。したがって、コールが指摘するように、表情によって他者とコミュニケーションすることは、自己表現や自己の感情の制御に欠かせないプロセスなのである。最終的に、レヴィナスが見出したように、他者の顔は、こちらに応答すること、コミュニケーションすることを求めており、人間の倫理的関係の基盤なのである。

キーワード：顔、身体、現象学、メルロ＝ポンティ、ジョナサン・コール、レヴィナス

Keywords : Face, Body, Phenomenology, Maurice Merleau-Ponty, Jonathan Cole, Emanuel Levinas,

1. はじめに：比較現象学という方法

本論は、顔と身体に関する現代哲学、とりわけ、現象学の観点から、顔が人間にとってどのような存在であり、それがどのように経験されるかについて考察する。

現象学とは、二〇世紀初頭に、ドイツの哲学者である E. フッサールによって創始された哲学的方法とそれに基づいた思想運動である。現象学は、主体が経験するままに世界を記述し、世界の中のさまざまな対象や事象がどのような意味を担っているかを、一人称の視点から理解しようとする方法である。そこでは、自然科学的な方法によっては見逃されてしまう個別的な経験を取り上げ、意味に満ちた「生活世界」を記述しようとする。

意味に満ちた世界とはどのようなものであろうか。たとえば、いま自分の腕にはまっているのは、

量産品の腕時計である。しかし私の時計は、私の人生の流れの中でさまざまな事物や人物、出来事と結びついていて、かけがえのない歴史を構成している。この時計が量産品にすぎないとされるのは、それらのエピソードを無視して、同種の時計との比較したときである。

私が経験するあらゆるものは、他のさまざまな事物と関連付けられて、独特の意味を帯びている。それぞれの人の経験に見出される意味関連を明らかにすることが、現象学の目的である。現象学は、人間とは身体的主体であるとする立場から、主体としての身体がどのようにして意味のあるつながりを環境とのあいだに打ち立てていくかを明らかにしようとする。

現象学は、次のような重要な特徴を持っている。まず、「意味」という自然科学では扱えないが、人間の経験にとって最も重要な側面に目を向けることである。意味とは、自然科学が扱う因果性と

は異なった物事の関連である。私はその時計を海外旅行にはいつも身につけ、空港で何度も短針を動かしてきた。そうした記憶が、私の腕時計には結びついている。それは因果的関連でなく、物語的な関連であり、行為による関連である。

また現象学は、意味世界を、あくまで当事者の一人称的な視点から捉えようとする。現象学は、多くの人に共通する意味関連を探求すると同時に、それぞれの人が住んでいる個別的な意味の世界を明らかにしようとする。そのいずれの場合にも、現象学は一人称的な視点をとる。

しかし現象学では、これまであまり意味関連の差異に注目することは少なかった。一つの主題をめぐって、複数の主体による経験とその意味関連を比較し、その間の共通性と差異を明らかにする現象学を、「比較現象学」と呼ぶことにする。これにより、個々の主体の経験における意味関連の個性、あるいは、あるグループに共通した意味関連の、他のグループと比較しての特徴を明らかにできる。

人間にとって顔は、身体の中で最も重要な、かけがえの部位である。顔は私たちの人格そのものである。自分の顔を否定されることは、自分の存在そのものを否定されたかのように感じる。以下、自分の顔を私たちがどのように経験し、それをどのように意味づけているか、その幾つかの側面を明らかにしよう。

2. 自己と顔

真の自己があるとすれば、それは、心にあるのだろうか、それとも顔にあるのだろうか。哲学は、しばしば自己の本質を心に求めてきた。その代表格は、考える心こそが最も確かな存在だと主張したデカルトである。デカルトのコギトは、近代的な自我の表現である。心理学や認知科学も、このデカルトの発想を暗黙のうちに受け継いでいる。というのも、河野が指摘したように、これらの学問では、人間のパーソナリティとは、行動の背後や個々人の内部にあり、行動や考えを決定するもの、すなわち、内面としての心を指していると考えられてきたからである [1]。

しかし考えてみるならば、「パーソナリティ」という言葉の起源であるギリシャ語の「ペルソナ」とは、もともと「仮面」を指し、そこから「他人に見えるものとしての面」「役割」を意味する

ようになった。自己とは、この意味において、まさしく顔なのである。

顔は、他の身体部位とは比較にならないほど重要な地位を占めている。顔のない「行動」や「内面」など、考えられないであろう。しかし自分の顔は、自分から直接に見ることができない。顔は外を向いており、自分の顔を見るのはむしろ他者である。自己が顔であるとするならば、それは、象徴的に、自分の存在がつねに他者へと向けられていることを表現している。

顔の表情は、一見すると偽り、繕うことのできるもの、あるいは演技することのできるものと考えられがちである。しかし実は、そうとは言えないことが指摘されている。

顔の起源を生物学的・進化論的に遡ると興味深いことが分かる。比較解剖学の三木成夫によれば、脊椎動物の構造は五億年前に生じたムカシホヤの構造に原型がある。ムカシホヤに見られる皮膚呼吸から腸管呼吸への進化、呼吸系と栄養摂取系の一本化によって顔が準備されたという [2]。

人間の顔も、呼吸と栄養摂取という内臓諸器官の統合された末端である。ここで重要なことは、私たちの顔は、体壁系と内臓系の両方の筋肉からできているのだが、内臓頭蓋と呼ばれる顔の大半は内臓筋から構成されていることである。西原が言うように、内臓筋は、腸管系を構成している筋肉であり、不随意筋である [3]。

顔が、腕などの体壁系ではなく内臓系の臓器であり、表情とは内臓筋の運動であるとすれば、顔は、内臓の一端として個体内部のありようを曝け出していると言えよう。目、鼻、咀嚼のための口、呼吸のための口といった顔の諸部分は、そもそも別の機能のために存在していた。それが顔において統合的に動いて、怒り、悲しみ、喜び、恐怖などの表情が作られる。よって、表情は、私たちの身体が組織的かつ統合的に世界に向き合っていることを表現している。表情は凝縮された行動であり、その人の振る舞い全体を予感させるのである。

3. 顔が心を可能にする

表情は、自分が自覚する以前に、自分の全存在を表現している。とするならば、私たちは、心である以前に顔として存在しているのではないか。このことを、「顔を失った」と主張する人の事例を取り上げて考察してみよう。

大平健によれば、ある統合失調症に罹った女性は、自分の困りごととして、「実は、私、顔がないんです」と訴えたと言う [4]。その中年の女性は、二十年来の病歴で、幻覚妄想はあるものの、病的体験に振り回されず、自傷他害の恐れのない患者であった。彼女は、自分の首の上に顔がついていることは認めるが、それは自分の顔ではないと言い張る。そして、この患者は、実際には表情にたいへん乏しいにもかかわらず、自分の顔がないので、「何か裸にされているようで、心が全部むき出しになってしまう」と主張する。

ここで患者の言う「顔」とは、「顔つき」あるいは「表情」と理解すべきである。「自分の（心を守る）顔（付き）が（でき）ない」ので、自分の心が全部むき出しになっていると解釈すべきなのである。そこで、医師は、その患者に化粧をするように勧めた。すると、患者は、統合失調症の女性がしばしばしがちな、余りにくっきりした化粧をして現れ、以降、「顔がない」とは訴えなくなったという。患者は、「化粧が顔（付き）の代わりになった」ので、楽になったと言う。

顔は、内臓の末端であり、不随意に自己の状態を表現してしまう。他方で、私たちは自分の表情をそれなりに制御し、感情の表出を抑制したり、演技をしたりできる。この患者のように自分の表情が制御できないのであれば、自分の顔は、他者の目にはいかに無表情に見えようとも、自己の状態をストレートに伝えてしまっているように感じるのだらう。いわば、顔は自分で制御できなければ、「自己漏洩」的な器官となるのである。

表情は、自己の状態を無自覚に伝えてしまう。このことが逆に、表情を二階の位置から利用する可能性を開く。すなわち、表情が相手に理解されるからこそ、顔をあたかも仮面のように利用して演技をしたり、役割を果たしたり、相手を欺いたりできるからである。もし私たちの表情が根本的に理解されないようなものであったら、演技や欺きは不可能となる。人類とは全く異なる顔の宇宙人が突然目の前に現れても、その宇宙人が素直に表情を表しているのか、それとも演技しているのか、どちらとも判断できないだらう。言葉の意味が定まっていないと、嘘も皮肉も言えない。なぜなら、嘘や皮肉は、安定して通用する言葉の意味を利用した二階の言語使用だからである。

私たちが「内面性」とか「内側」とか呼んでい

る心理作用は、顔（そして身体）の表情が他者に理解されることを前提として成り立っている。私たちは、言葉を音声として学ぶが、それを徐々に無音にする仕方を学び、内語として思考に利用するようになる。このように自分の発話を人に隠すようになるのは、自分の発話が他者に理解されるからである。もし私の言葉が誰にも理解されないのであれば、言葉を無音にして抑制する必要はない。同じように、表情の抑制も、表情を利用した演技や欺きも、顔が根源的に理解されてしまうからこそ意味があるのである。

したがってデカルトが言うような、あるいは、心理学や認知科学が想定しているような内面性としての心とは、実は、顔の表情の裏面なのである。人間の顔と身体は、根源的に表出的である。その表出が他者に理解されるからこそ、私たちは、それを抑制したり制御したりして隠そうとする。そして、この表出の制御こそが、「内面」を生み出すのである。「心」を生み出すのは、実は顔である。

4. 顔を見られること

デカルトのコギトとは、身体から独立した意識のことである。デカルトにとっては、意識、すなわち心とは、感覚し、認識し、思考し、記憶する能動的な働き一般のことであり、身体は外界からの興奮を伝え、心の指令を実行する器でしかない。こうしてデカルトが提示した心の概念には、真の身体性が欠けているのだが、心理学も認知科学も同じ傾向を持っているのではないだろうか。身体性認知科学では、ようやく二〇年ほど前に登場したテーマであるし、身体性の心理学はいまだにマイナーな分野である [5]。

身体がない心があったとしても、他者から見られることがない。近代的な心の概念には、「見られる」といった受動的な契機が欠落していることがしばしば指摘されてきた。近代哲学は、人間の心を、自分は眺めることはあっても、自分が眺められることがない純粋な主観として想定しがちである。しかし実際には、見られる可視的な存在であることは、私たちにとって本質的である。

フランスの現象学者、モーリス・メルロ＝ポンティが指摘したように、子どもが第一に出会う顔は、親などの他者の顔である [6]。鏡のような反射物がなければ、人間はその身体の構造上、自分の顔を見ることができない。人間にとって顔と

は、何よりもまず他者の顔である。そして、鏡に映っている自分の顔を、ここにある自分の身体へと統合したときに、私たちは自己の全体像を得ることができる。

鏡の中の自分の顔は、数ある他者の顔たち同じ種類のものである。鏡のなかの顔を自分の顔として認知するには、鏡のなからこちらを眺めてくる自分の顔がひとりの他者であると同時に、自分に属するものとしてみなすことができなければならない。その顔の中の一つを自分のものとして統合できるということは、他者の顔も、潜在的な自己の顔であり、自己の身体の一部であることを意味している。

顔一般、他者一般の中から、自己の顔が差し引かれてくることで、自己の統合的な像ができあがる。私が自分の統一した像を持つには、まずは他者の顔を自分の一部として取り込む機能——これを共感機能と呼ぶことができるだろう——がなければならない。言い換えれば、他者に共感しうる者のみが、統合的な自己像を持てるのである。見られることのないデカルト的なコギトは、統合的な自己像を持ち得ないであろう。

ミシェル・フーコーが『言葉と物』の冒頭で分析しているように、デカルトとほぼ同時代に生きたディエゴ・ヴェラスケスによる「宮廷の侍女たち」という絵画は、他者の視線と自己の存在との独特の関係を、驚くべきアイデアと手法で表現している [7]。

「宮廷の侍女たち」は、スペイン国王フェリペ IV世とマリアーナ王妃の王女と侍女たちをテーマとして描いた一六五六年の作品である。この絵の鑑賞者は、絵の前のある地点に立つと、不思議な効果を実感する。中央の少女である王女や、その周りの侍女たち、画家（ヴェラスケス本人だとされる）の視線が絵の外の一点に集中しており、その場所に鑑賞者が立つと自分が絵画の中の人物に見つめられているように感じるのである。

作中人物の視線が一点に集中することには何の不思議もない。不思議なのは、集中する視線のおかげで、鑑賞者は、あたかも自分自身が絵画の空間のなかに包み込まれたような印象を受けることである。そして、さらに絵をよく見れば、奥の鏡の中に国王と王妃の姿が描かれている。鑑賞者が立った地点は、その鏡に映った国王と王妃がいるべき場所である。王女たち画中人物は、国王と王

妃を迎えていたのだ。鑑賞者は、王と王妃として画中人物の視点を集め、その姿は絵画の奥の鏡に映っている。鑑賞者は、こうして絵画の中に取り込まれる。ヴェラスケスの絵画は、画中人物たちの視線と鏡によって絵画空間を前面へとせり出し、絵の外にいる観賞者をその内部へと誘い込む。自己の統合的な視覚像を得るには、他者の視線と鏡が必要であることをヴェラスケスは知っていた。この絵画は、自己が成立する空間を描いたものなのである。

顔は、私たちが見られる存在であることを象徴的に表現する身体部位である。他人の顔は、私の顔に視線を注ぐ。鑑賞者を絵画の中に引き込むのは、侍女たちの視線である。私がある場に参入できるのは、見られることによってなのである。森の中に入るには、木々に「見られる」必要があるのだ。

5. 不可視の笑顔：ジョナサン・コールの比較現象学

私たちは、他者の顔を眺め、他者から顔を眺められる。しかしこの相互的なやりとりは、つねにすんなりと進むわけではない。

ジョナサン・コールは、一人称の視点からさまざまな身体障害の経験を明らかにする臨床神経学者であり、メルロ＝ポンティから大きな影響を受けた現象学者である。

顔の認知と表情についての医学的研究はあるけれども、生まれつきであれ後天的であれ、顔と表情に関する障害や疾患を内側から生きるとはどういうことなのかについては、あまり論じられてこなかった。そこでコールは、『顔の科学』という著作において、視覚障害、自閉症スペクトラム、パーキンソン病、相貌失認、外観損傷、メビウス症候群（先天的な表情喪失）の人々の語りを通して、表情表出の問題が、主体にどのような影響を及ぼすかを記述し、私たちに顔というのがどういう存在なのかについて考察する [8]。

コールの著作は、さまざまな患者との対話やインタビューを通して、彼らがどのようにして自分の顔と身体を生き、他者と交流しているかを明らかにする。同じ障害や疾患であっても、それに対する捉え方や対処の仕方は個人によってさまざまであり、障害や疾患が異なって意味づけられる仕方がありありと理解できる。コールの研究は、比

較現象学の優れた見本であると言えよう。

『顔の科学』によれば、顔の表情は、「心の理論」よりもはるかに精妙なやり方で、他者の心への道、社会的存在への道を開く場所になっている。例えば、自閉症は、コミュニケーションの障害だと言われる。しかし、自閉症者はむしろ、顔を使ったやりとりをするとその複雑さと強烈さによって、ほとんど自己を乗っ取られそうに感じている。自閉症の当事者であるドナ・ウィリアムズは、他者と顔によってコミュニケーションできないのではなく、むしろそれを積極的に避けようとする。他者を見ることは、相手に情動的に従属することにつながり、自己が侵襲されて自分自信を見失い、さらにはほとんどコントロール不能な内的情動に支配されることになるからである。

自閉症者は、他者に鈍感なのではなく、その反対に、他者の顔に敏感すぎるのである。他者の顔は、ドナにとっては、あまりに多くのシグナルを出しすぎている。それに対して、言語によるやりとりの方はコントロールしやすい。ドナは、顔によるコミュニケーションが困難であるゆえに、むしろ他者を理解するのに「心の理論」を必要としているのである。

メビウス症候群は、外転神経と顔面神経に生まれつき麻痺が生じる神経性の難病である。顔面神経の麻痺は、飲食やまばたきといった顔の機能障害を生み出すことがあるが、その最大の問題は、他者の行動を理解しにくくなったり、自分の感情をうまく制御できなくなったりなど、社会的なものである。コールは、何人かの患者へのインタビューを通して、メビウス症候群の患者が感じている感情制御の困難を明らかにしていく。

人間の感情の複雑さは、顔の可動性に反映し、顔の可動性に伴って発達する。顔を豊かに動かすことは、感情を豊かに複雑にする。それは他者とのコミュニケーションや、自己表現、自己の感情の制御に欠かせないプロセスである。あるメビウス症候群の患者は、感情を「感じる」ことが難しく、感情は「思う」ものであり、「考える」ものだとインタビューに答える。表情を作れないことは、人間交流に制限をかけ、人からの誤解を受けやすくするだけではない。顔の運動がないことで、感情自体の強度が弱まってしまう傾向があり、その一方で、ときに制御できなくなるほど感情が強まってしまうこともあるという。自分の感情を

弁別することが難しくなり、感情を思考として表現するようになる。いわば、内的感情とその身体表現が、二元論的に分離してしまっているのである。

顔の経験に関する健常者と障害のある人たちの比較現象学は、他者への関係と自己の自己への関係がどのように形成されるかについての、一人称の視点からの深い了解をもたらしてくれる。

6. レヴィナスの「顔」の倫理

顔は、本質的に表出的な存在であり、表情を通じた他者との交流によって、私たちは自己形成していく。顔は、自己と他者との結節点であり、自己形成の始点である。したがって、顔は人格の核を表現するという意味において、倫理性を担った身体部位である。

エマニュエル・レヴィナスという現象学的哲学者は、何よりも人間同士の倫理性は、顔を源泉としていると主張する [9][10]。すなわち、殺人に対してどこまでも無限に抵抗してくる倫理的な力は、他者の顔のうちに、他者の目のうちに生じる全面的な「裸出性」から湧き出てくる。顔は人間が個別的な存在であることを表現しており、倫理学は顔を基礎にしてしか成り立たない。

他者の顔は、他者の尊厳に対して、こちらが応答すべきことを求めている。顔とは他者の尊厳そのものであり、「汝殺すなかれ」という原則が顔の意味そのものなのである。

レヴィナスによれば、他者の顔は、こちらに応答すること、コミュニケーションすることを求めている。他者の顔は私に何かを呼びかけている。しかし他方で私たちは、他者の呼びかけから顔を逸らし、他者を、友人や同胞、敵、外国人などといったさまざまな役割の中にカテゴライズして認識し、認識の対象として語ろうとする。顔と顔とを突き合わせることを避けて、他者を一つのテーマとして語り、扱おうとするときに、他者は顔を失っていく。そうして他者を何よりも倫理的に扱おうとする私たちの態度も失われていく。隣人であるはずの他者は、対象化され、「脱-顔化」されて、事物と同じ秩序に塗り込められていく。

しかしレヴィナスの主張に反して、人間の「脱-顔化」、言い換えれば、脱-倫理化は、顔の認識の中ですでに始まっているのではないだろうか。顔の中に、人種のステレオタイプを見出したとき、

顔を人格全体としてではなく性差を表象するだけのものとみなしたとき、障害と疾病の兆しを見つけて目を背けたとき、私たちは相手と顔を見合わせながらも、他者の尊厳に応答しない反応を開始しているのかもしれない。近年、顔の人種や性差、障害についての比較現象学が展開されている [11] [12]。レヴィナスの顔の倫理をどのように発展できるのか、この新しい動向をさらに先に進めることが求められている。

7. 終わりに：今後の課題

顔の経験についての比較現象学は、一人称的な視点から、顔とそこから生じてくる人間関係や社会関係の意味関連の構造を明らかにしてくれる。顔の比較現象学には、化粧、仮面、タトゥ、チェンジング・フェイスなど、さまざまな顔の変化によって、人間関係がどのように異なっていくのかを記述し、分析する課題がいくつも手付かずで残っている。実験心理学や神経生理学、あるいは、医学的研究も、比較現象学と連携することで互いに顔の科学を豊かに発展できるだろう。

参考文献

- [1] 河野哲也：エコロジカル・セルフ：身体とアフォーダンス，ナカニシヤ書店 (2011).
- [2] 三木成夫：生命形態の自然誌，うぶすな書院 (1989).
- [3] 西原克成：顔の科学，日本教文社 (1996).
- [4] 大平健：顔をなくした女：〈わたし〉探しの精神病理，岩波書店〈現代文庫〉(1997) .
- [5] Pfeifer, R. & Scheier, C.: 知の創成，石黒章夫・小林宏・細田耕訳，共立出版 (2001).
- [6] Merleau-Ponty, M.: 眼と精神，滝浦静雄・木田元訳，みすず書房 (1966).
- [7] Foucault, M.: 言葉と物：人文科学の考古学，渡辺一民訳，新潮社 (1974).
- [8] Cole, J.: 顔の科学，茂木健一郎・思蔵絢子訳 (2011).
- [9] Levinas, E.: 全体性と無限，合田正人訳，国文社 (1989).
- [10] Levinas, E.: 存在するとは別の仕方であるいは存在することの彼方へ，合田正人訳，朝日出版社 (1990).
- [11] Al-Saji, A.: Glued to the Image: A Critical Phenomenology of Racialization through Works of Art, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, pp.475-488 (2019.4).
- [12] Ngo, H.: *The Habits of Racism: A Phenomenology of Racism and Racialized Embodiment*, Kindle (2017).

英文要旨

This paper considers what a face is for human beings, about how it is discussed from the viewpoint of contemporary philosophy of face and body, and especially from the viewpoint of phenomenology. Comparative phenomenology of the experience of the face reveals the structure of meaning-relation in the face-experience and the social relationships that arise from it, from a first-person perspective. Facial expressions show all of one's existence before one becomes aware of them. It is the control of expression that produces what is called the mind and the interior. But for humans, the face is the face of others first and foremost. And when you integrate your face reflected in the mirror into your body here, we get a complete picture of ourselves. In order to have a unified image of myself, I must have the ability to empathize with others' faces as part of me. Therefore, as Cole points out, communicating with others through facial expressions is an essential process for controlling self-expression and emotions. Ultimately, as Levinas found, the faces of others seek to respond and communicate, and are the basis of ethical human relationships.

著者紹介



河野 哲也

著者紹介

氏名：河野哲也

1995年に慶応義塾大学より博士（哲学）。

専門は、現象学、心の哲学、倫理学。近年は環境の問題を扱った哲学を展開している。2008年より立教大学文学部教育学科・教授。

日本哲学会、日本現象学会、日本科学哲学会など多くの学会の理事や委員を務める。

絵巻物の人物表現に関する計量的研究

絵巻物における表情認知の研究 1

A quantitative study on character expressions of a picture scroll (1)

A study of the recognition of facial expressions in “Picture Scroll of Ban-Dainagon”

宮永美知代¹⁾ 前田基成²⁾

Michiyo MIYANAGA, Motonari MAEDA

E-mail: michiyo.miyanaga@gmail.com

和文要旨

本研究は、《伴大納言絵巻》の応天門炎上場面における人物表現に関する人物表現の表情に焦点を当てて統計的に調査・検討したものである。

応天門炎上の場面において、風下の庶民を、炎上する応天門から「近い」「中ほど」「遠い」という距離によって3区分した。同様に風上の官人側も「近い」「中ほど」「遠い」という距離によって3区分した。庶民側の各区分から庶民を3人ずつ、官人側の各区分から官人を3人ずつ、計18人を抽出し、輪郭線に沿って切り出し、刺激材料とした。大学生399人を対象に、①表情認知尺度、②表情印象尺度、③「何を見ていると思うか」の質問に回答を求めた。

その結果、①表情認知尺度では、火事に「近い」庶民は2因子、「中ほど」の庶民は2因子、「遠い」庶民は4因子が抽出できた。第1因子を「対人好悪印象因子」、第二因子を「活動的因子」とした。「中ほど」の庶民の第一因子を「評価因子」とした。第二因子は「活動性因子」とした。「遠い」庶民の第一因子は「評価因子」、第二因子は「活動性因子」とした。第三因子は「知的因子」とした。

官人側では「活動性因子」とともに「知的因子」が「近い」「中ほど」「遠い」側から抽出できた。

②表情認知尺度では、火事からの距離における表情認知尺度の平均尺度得点を求め、それぞれの感情を従属変数として、身分×距離の2要因を独立変数とした分散分析を行ったところ、喜び、悲しみ、驚き、怒り、嫌悪、恐れ、軽蔑の7つの感情すべてについて、身分と距離の交互作用が有意だった。官人側では火事に「近い」官人ほど喜びの表情を強く認知し、庶民側では火事に「近い」庶民ほど喜びの表情を弱く認知した。

③何を見ていると思うか、については、庶民側では火事に近いほど不愉快な場面を見ていると想像した鑑賞者の割合が高かった。官人側では火事に近い官人は愉快的な場面を見ていると想像した鑑賞者の割合が高かった。

キーワード：「伴大納言絵巻」、庶民と官人、表情認知、表情印象尺度、因子分析

Keywords : 《Picture Scroll of Ban-Dainagon》, Facial Expression Recognition, Facial Impression Recognition, Factor Analysis

はじめに

《伴大納言絵巻》は12世紀後半に作られた平安時代末期の絵巻物で、貞観8(866)年に起きた応天門の火災をめぐる大納言伴善男の陰謀と失

脚を題材とした説話をもとに作られている。歴史的史料として重要なことはいまでもないが、芸術的観点からの重要性も極めて高く、特に人物の表現と大胆な画面構成が優れているとして高く評

1) 東京藝術大学大学院美術教育(美術解剖学Ⅱ)研究室、Artistic Anatomy II Department of Art Education Faculty of Arts, Tokyo University of the Art

2) 女子美術大学大学院美術教育研究科、Joshi University of Art and Design, Graduate School of Art and Design, Department of Art Education

価されている（たとえば上野，1978；池田，1981；小松，1993など）。これまでに《伴大納言絵巻》における人物表現に関する研究はかなり行われており、登場人物の装束に関する分析（鈴木，1976）のほか、ひげや顔の向き、表情などを分析した研究（五十嵐，2010）もある。

《伴大納言絵巻》は上巻、中巻、下巻の3巻から構成されるが、中でも大勢の人物が多種多様な表現で見事に描かれている上巻の応天門炎上場面が最も有名であろう。燃え盛る応天門を挟んで、朱雀門側、会昌門側に大勢の群衆がひしめき合うように描かれている（Fig. 1）。そこに登場する人びとの姿態や表情は千差万別であり、一人ひとりの心境が巧みに表現されている（出光美術館，2001）。

この応天門炎上場面において、多くの美術史家の間では従来から、風下の朱雀門側（Fig.1の応天門より右側）の庶民と、風上の会昌門側（応天門より左側）の公卿や殿上人などの官人たちとは、まったく対照的に描かれているとされてきた。朱雀門側に描かれているのは、ほとんどが水干姿の庶民である。こちらは風下のため、迫りくる炎の恐怖にうろたえ右往左往する者、驚いてただただ呆然と立ち尽くす者、興奮と熱風で顔や手足が紅潮している者などさまざまな人びとが描かれており、群衆の恐怖と混乱の様子が迫力をもって伝わってくる。一方、会昌門側は八省院内であるため、布衣の従者をつれた衣冠姿の官人が多く、そのほか垂髪的女房や小袴姿の童なども見られる。こちらは風上ということもあり、やや落ち着いて冷静に火事を眺めている人びとが多く、いわば高みの見物といった様子である。官人たちの中には笑みを浮かべる者や火事とは反対の方向を見ている者もいて、風下側の庶民の混乱する様子とは極めて対照的であるとされる（岩波書店，1954；佐野，1997；出光美術館，2001；黒田，2001；黒田，2002；山根，2002）。つまり風上と風下、庶民と官人という対比が燃え盛る応天門を挟んだ2つの群衆の中に見られる。この対比という場面構成が、移りゆく場面を劇的に演出する重要かつ高度な芸術的特質である（黒田，2001）。また、応天門炎上場面における場面構成は、風上・風下という大きな2つの群衆の単純な対比では終わらない。風上・風下それぞれの集団でも、応天門近くの前列、中ほど、後列のそれぞれにおいて表情

が描き分けられているとされる（黒田，2001）。さらに一步進んで、風下の庶民は炎上する応天門に近づくにつれて、その恐怖と混乱による興奮の様子がだんだんと強まっていき、そこを過ぎ、反対側の風上に目を移すと、炎から離れるにつれて恐怖と混乱は次第におさまっていくという指摘もある（矢代，1998）。

このように応天門炎上場面における人物表現に関する研究は数多くなされているものの、人物の表情、とりわけ官人と庶民の顔の異同についての客観化された検討はほとんど見られない。そこで本研究は、応天門炎上場面の人物表現に関する従来の学説について、特に表情に焦点を当てて数量的・統計学的に調査・検討することを目的とする。

方法

(1) 対象

首都圏の国立総合大学の大学生1・2年生399人を対象とした。対象となった学生の所属学部は、法学部、経済学部、文学部、社会学部、工学部、理学部、農学部で、美術・美術史を専攻とする学生はいなかった。

(2) 刺激材料

《伴大納言絵巻》上巻の応天門炎上の場面において、風下の庶民側を、炎上する応天門から「近い」「中ほど」「遠い」という距離によって3つに区分した。同様に、風上の官人側も応天門から「近い」「中ほど」「遠い」という距離によって3つに区分し、計6つに区分した（Fig. 1）。風上側の各区分から庶民を3人ずつ、風下側の各区分から官人を3人ずつ、計18人を抽出し、輪郭に沿って切り抜いて刺激材料とした（Fig. 2）。刺激材料となった部分は、資料が破損していないこと、表情が見やすいこと、また池上（2008）、守屋ら（2004）を参考に、人物の身分が装束・装身具などから庶民または官人であることが判断できることなどを考慮し決定した。本場面は多くの人物が描かれているが、刺激の選択に当たっては、人物の向きや重なり、経年による劣化による損傷部分を避け選択している。

(3) 手続き

B4用紙（横置）1ページに区分ごとの3人の刺激材料をカラー印刷し、同じページに以下の3つの質問紙（表情認知尺度、表情印象尺度、「何を見ていると思うかの質問」）も印刷した。この



Fig.1 応天門炎上場面の全体の様子

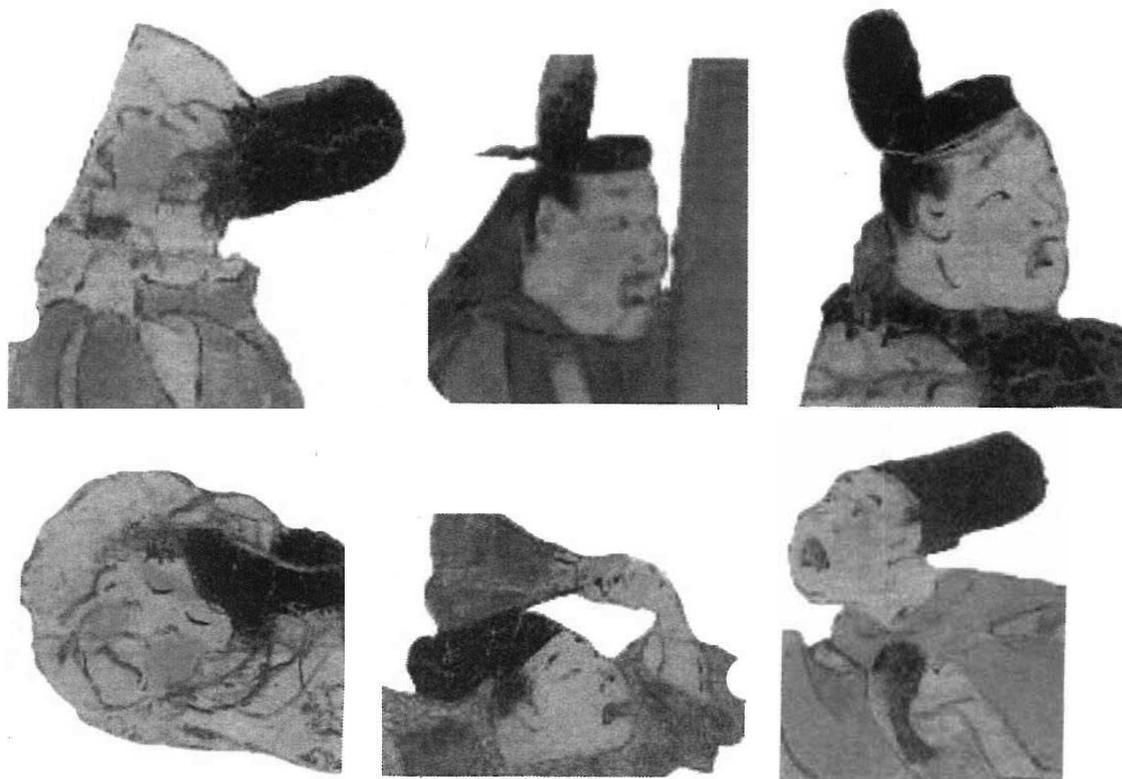


Fig.2 刺激材料の 18 例中の 6 例を示す。1 例ずつ B4、1 枚の質問用紙に掲載し回答を求めた。(上：官人、下：庶民)

ような用紙を刺激材料の数である 18 ページ分作成し、冊子にして評定者に配布した。評定者には、それらの刺激材料は「歴史上の絵画作品である」ということだけを教示した。なお、刺激材料の呈示順序（ページの順序）は、官人、庶民、応天門から「近い」「中ほど」「遠い」という距離のすべての条件をランダムにして呈示した。回答は集団で行われ、評定者が各自のペースで回答した。回答はほぼ 15～20 分で終了した。

(4) 質問紙

① 表情認知尺度：喜び、悲しみ、驚きなど 7 つの表情について、「ほとんど表れていない」(= 1) から「非常に表れている」(= 8) までの 8 件法で回答を求めた。

② 表情印象尺度：三浦 (2005) を参考に「静

かなーにぎやかな」「おとなしいー活発な」など 17 の形容詞対に関して SD 法により 7 件法で評定を求めた。

③ 何をいていると思うかの質問：「大洪水の様子をいている」「喧嘩をしている様子を見ている」「建物が燃えている様子を見ている」という 3 種類の不愉快な場面と「蹴鞠をしている様子を見ている」「神輿を担いでいる様子を見ている」「相撲の対戦の様子を見ている」という 3 種類の愉快な場面の計 6 種類の場面をランダムに提示し、その中から刺激材料の人物がいていると思われる場面を 1 つ選ぶよう回答を求めた。

結果

(1) 表情印象尺度

① 庶民側（風下側）

379 人分の有効回答を統計処理の対象とし、火事からの距離が「近い」「中ほど」「遠い」のそれぞれの区分における表情印象尺度のデータの因子分析を行った。因子分析には SPSS Version 22.0 を使用した。

なお、因子分析を行うにあたり、特に庶民と貴族の違いに顕著であるが、刺激区分ごとに書き込みの細やかさなどが異なり、それぞれ異なる評価基準で評定されるのではないかと、つまり、刺激区分ごとに異なる因子構造が抽出されるのではないかとすることが想定されたため、全ての刺激をまとめて因子分析を行うのではなく、刺激区分ごとに因子分析を行うこととした。

まず最尤法を用いた因子分析を行い、スクリー法によって因子数を決定した。次に、決定した因子数を仮定して再度因子分析（最尤法、プロマックス回転）を行った。その結果、火事に「近い」庶民は 2 因子、「中ほど」の庶民は 2 因子、「遠い」庶民は 4 因子、それぞれ抽出できた。抽出された因子のそれぞれについて、因子負荷量が 0.40 以上の項目をその因子を特徴づける項目とすると同時に、複数の因子について 0.40 以上の因子負荷量を持つ項目、どの因子に対しても 0.40 以上の因子負荷量を持たない項目を削除した。因子分析の結果を、「近い」庶民は Table 1 に、「中ほど」

の庶民は Table 2 に、「遠い」庶民は Table 3 にそれぞれ示す。なお、今回用いたプロマックス回転のような斜交回転を利用した場合、因子同士が説明している情報が重複していると仮定するため、寄与率については特に掲載していない。

「近い」庶民（Table 1）の第一因子を特徴づける項目は「感じの悪い－感じの良い」「自分勝手な－思いやりのある」「冷たい－あたたかい」など 8 項目から構成される。好意的な印象を与えるか、悪い印象を与えるかに関するもので「対人好悪印象因子」と命名した。同じく第二因子は「おとなしい－活発な」「内向的な－外向的な」「静かな－にぎやかな」など 5 項目から構成され、動きの激しさに関するもので「活動性因子」と命名した。

「中ほど」の庶民（Table 2）の第一因子を特徴づける項目は「頭の悪い－頭の良い」「知的でない－知的な」「だらしない－きちんとした」など 6 項目から構成される。印象がよいか悪いかの評価に関するもので「評価因子」と命名した。第二因子は「内向的な－外向的な」「静かな－にぎやかな」「おとなしい－活発な」など 5 項目から構成され、動きの激しさに関するもので「活動性因子」と命名した。

「遠い」庶民（Table 3）の第一因子は「感じの悪い－感じの良い」「冷たい－あたたかい」「いじわるな－親切な」など 5 項目で、印象がよいか悪いかの評価に関するもので「評価因子」と命名し

Table 1 因子分析の結果（庶民・火事に近い）

	因子 1	因子 2
感じの悪い-感じの良い	0.75	0.14
自分勝手な-思いやりのある	0.75	0.00
冷たい-あたたかい	0.69	0.24
信頼できない-信頼できる	0.68	0.04
いじわるな-親切な	0.61	0.08
知的でない-知的な	0.50	-0.21
頭の悪い-頭の良い	0.48	-0.21
だらしない-きちんとした	0.44	-0.19
おとなしい-活発な	-0.07	0.88
内向的な-外向的な	-0.01	0.81
静かな-にぎやかな	-0.15	0.79
暗い-明るい	0.10	0.56
沈んだ-うきうきした	0.12	0.47

Table 2 因子分析の結果（庶民・中ほど）

	因子 1	因子 2
頭の悪い-頭の良い	0.88	0.08
知的でない-知的な	0.86	-0.04
だらしない-きちんとした	0.69	-0.07
子供っぽい-大人っぽい	0.53	-0.12
信頼できない-信頼できる	0.51	0.07
自分勝手な-思いやりのある	0.42	0.10
内向的な-外向的な	-0.01	0.79
静かな-にぎやかな	-0.06	0.77
おとなしい-活発な	0.03	0.74
暗い-明るい	0.05	0.67
沈んだ-うきうきした	0.05	0.58

た。第二因子は「静かなーにぎやかな」「おとなしいー活発な」「内向的なー外向的な」など5項目で、動きの激しさに関するので「活動性因子」と命名した。第三因子は「頭の悪いー頭の良い」「知的でないー知的な」「だらしないーきちんとした」など5項目から構成され、知的な感じの印象に関するので「知性因子」と命名した。第四因子は「平凡なー個性的な」「覚えにくいー覚えやすい」の2項目から構成されていた。個性的で強く印象に残るかどうかに関するのので「印象因子」と命名した。

② 官人側（風上側）

庶民側と同じように、火事からの距離が「近い」「中ほど」「遠い」のそれぞれの区分における表情印象尺度のデータの因子分析を行った。その結果、火事に「近い」官人は4因子、「中ほど」の官人は3因子、「遠い」官人は3因子、それぞれ抽出できた。因子分析の結果を、「近い」官人はTable 4に、「中ほど」の官人はTable 5に、「遠い」官人はTable 6にそれぞれ示す。

「近い」官人（Table 4）の第一因子を特徴づける項目は「おとなしいー活発な」「静かなーにぎやかな」「内向的なー外向的な」など5項目である。動きの激しさに関するので「活動性因子」と命名した。第二因子は「感じの悪いー感じの良い」「自分勝手なー思いやりのある」「いじわるなー親

切な」など5項目で、印象がよいか悪いかの評価に関するのので「評価因子」と命名した。第三因子は「知的でないー知的な」「頭の悪いー頭の良い」「だらしないーきちんとした」など5項目で、知的な感じの印象に関するのので「知性因子」と命名した。第四因子は「平凡なー個性的な」「覚えにくいー覚えやすい」の2項目から構成されていた。個性的で強く印象に残るかどうかに関するのので「印象因子」と命名した。

「中ほど」の官人（Table 5）の第一因子は「感じの悪いー感じの良い」「冷たいーあたたかい」「自分勝手なー思いやりのある」など5項目から構成され、印象がよいか悪いかの評価に関するのので「評価因子」と命名した。第二因子は「頭の悪いー頭の良い」「知的でないー知的な」「だらしないーきちんとした」など5項目で、知的な感じの印象に関するのので「知性因子」と命名した。第三因子は「おとなしいー活発な」「内向的なー外向的な」「静かなーにぎやかな」など5項目で、動きの激しさに関するのので「活動性因子」と命名した。

「遠い」官人（Table 6）の第一因子は「内向的なー外向的な」「暗いー明るい」「沈んだーうきうきした」など5項目から構成され、動きの激しさに関するのので「活動性因子」と命名した。第二因子は「信頼できないー信頼できる」「知的でな

Table 3 因子分析の結果（庶民・火事から遠い）

	因子1	因子2	因子3	因子4
感じの悪い-感じの良い	0.90	0.01	0.01	0.05
冷たい-あたたかい	0.81	0.15	-0.11	0.03
いじわるな-親切的な	0.81	-0.03	-0.04	0.01
信頼できない-信頼できる	0.78	-0.08	0.12	-0.04
自分勝手な-思いやりのある	0.76	-0.08	0.03	-0.02
静かな-にぎやかな	-0.13	0.87	0.01	0.02
おとなしい-活発な	-0.07	0.86	-0.02	0.00
内向的な-外向的な	-0.03	0.81	0.03	0.00
沈んだ-うきうきした	0.04	0.77	0.01	0.06
暗い-明るい	0.18	0.75	0.01	0.02
頭の悪い-頭の良い	-0.01	0.04	0.89	-0.09
知的でない-知的な	0.05	0.00	0.85	-0.03
だらしない-きちんとした	0.14	-0.01	0.70	-0.02
子供っぽい-大人っぽい	0.16	-0.10	0.66	0.02
意志が弱い-意志が強い	0.00	0.12	0.51	0.02
平凡な-個性的な	-0.04	-0.05	0.08	0.93
覚えにくい-覚えやすい	0.06	0.03	-0.05	0.64

Table 4 因子分析の結果（官人・火事に近い）

	因子1	因子2	因子3	因子4
おとなしい-活発な	0.98	-0.08	-0.04	-0.04
静かな-にぎやかな	0.90	-0.02	-0.05	-0.05
内向的な-外向的な	0.90	0.00	-0.02	0.05
暗い-明るい	0.70	0.06	0.07	0.02
沈んだ-うきうきした	0.58	0.11	0.06	0.04
感じの悪い-感じの良い	0.05	0.86	-0.00	0.02
自分勝手な-思いやりのある	-0.05	0.84	0.03	-0.07
いじわるな-親切的な	0.04	0.80	-0.08	0.00
冷たい-あたたかい	0.11	0.79	-0.04	0.04
信頼できない-信頼できる	-0.09	0.78	0.08	0.05
知的でない-知的な	-0.00	0.01	0.89	-0.04
頭の悪い-頭の良い	0.11	-0.02	0.88	-0.06
だらしない-きちんとした	-0.07	0.12	0.64	0.03
子供っぽい-大人っぽい	-0.07	-0.06	0.51	-0.09
意志が弱い-意志が強い	0.03	-0.07	0.47	0.35
平凡な-個性的な	0.01	-0.05	-0.05	0.83
覚えにくい-覚えやすい	-0.01	0.06	-0.03	0.73

い—知的な」「自分勝手な—思いやりのある」など5項目で、印象がよいか悪いかの評価に関するので「評価因子」と命名した。第三因子は「だらしのない—きちんとした」「頭の悪い—頭の良い」「意志が弱い—意志が強い」など5項目で、知的な感じの印象に関するので「知性因子」と命名した。

③ 官人と庶民との比較

以上の因子分析の結果をまとめたものが Table 7 である。庶民のそれぞれの区分の因子構造を見てみると、どの区分にも見られるのが「活動性因子」「評価因子」の2つである。「近い」庶民の「対人好悪因子」は「評価因子」とよく似ていると考えて差し支えない。ただ「遠い」庶民にだけ「知性因子」が見られている。

これに対して官人側の因子構造を見てみると、どの区分にも「知性因子」が含まれており、これが庶民側と大きく違うところである。「知性因子」は「知的でない—知的な」「頭の悪い—頭の良い」

「だらしのない—きちんとした」などの項目によって特徴づけられ、知的な感じの印象を与えるかどうかに関する因子である。火事という状況で、どこか落ち着いた印象を与えるということだろう。このように、

応天門を挟んで庶民と官人を比較したところ、鑑賞者が受ける印象はやや異なっていた。ここまですべてをまとめると次のようにいえる。庶民も官人も同じように燃え盛る応天門を見て驚いている状況が描かれているのだが、鑑賞者は庶民よりも官人の中にどこか落ち着いているという印象を感じた。このようにいえそうである。

④ 庶民側での比較

今度は、庶民側の3つの区分を比較してみる。「近い」庶民と「中ほど」の庶民はおおむね同じ因子構造といえる。これに対して、「遠い」庶民は因子構造が少し異なっていて、「近い」と「中ほど」にはない「知性因子」と「印象因子」が含まれている。「知性因子」が認められたというこ

Table 5 因子分析の結果 (官人・中ほど)

	因子 1	因子 2	因子 3
感じの悪い-感じの良い	0.85	-0.02	0.05
冷たい-あたたかい	0.80	-0.14	0.09
自分勝手な-思いやりのある	0.79	-0.06	-0.08
いじわるな-親切的な	0.73	0.02	0.08
信頼できない-信頼できる	0.73	0.14	-0.07
頭の悪い-頭の良い	0.03	0.90	0.05
知的でない-知的な	0.02	0.87	0.01
だらしのない-きちんとした	0.05	0.80	-0.02
子供っぽい-大人っぽい	-0.01	0.61	-0.05
意志が弱い-意志が強い	-0.17	0.55	0.05
おとなしい-活発な	-0.08	-0.07	0.90
内向的な-外向的な	-0.04	0.10	0.85
静かな-にぎやかな	-0.05	-0.06	0.85
暗い-明るい	0.13	0.05	0.59
沈んだ-うきうきした	0.22	0.03	0.43

Table 6 因子分析の結果 (官人・火事から遠い)

	因子 1	因子 2	因子 3
内向的な-外向的な	0.88	-0.14	-0.07
暗い-明るい	0.80	-0.05	0.02
沈んだ-うきうきした	0.76	0.09	0.05
おとなしい-活発な	0.76	-0.04	-0.10
いじわるな-親切的な	0.64	0.06	0.08
信頼できない-信頼できる	0.22	0.82	0.03
知的でない-知的な	-0.04	0.71	0.11
自分勝手な-思いやりのある	-0.13	0.69	-0.12
感じの悪い-感じの良い	0.32	0.68	-0.04
冷たい-あたたかい	-0.26	0.65	0.02
だらしのない-きちんとした	0.06	-0.07	0.91
頭の悪い-頭の良い	-0.04	0.00	0.86
意志が弱い-意志が強い	-0.06	0.11	0.61
子供っぽい-大人っぽい	0.31	-0.12	0.40
平凡な-個性的な	-0.21	0.05	0.40

Table 7 庶民および官人の因子構造

官人			庶民		
「遠い」	「中ほど」	「近い」	「近い」	「中ほど」	「遠い」
活動性因子	評価因子	活動性因子	対人好悪因子	評価因子	評価因子
評価因子	知性因子	評価因子	活動性因子	活動性因子	活動性因子
知性因子	活動性因子	知性因子			知性因子
		印象因子			印象因子

とは、火事という状況で、火事から「遠い」庶民は「近い」庶民や「中ほど」の庶民よりもどこか落ち着いた印象を与えるということである。

また、「遠い」庶民にだけ「印象因子」が含まれており、これも「近い」庶民と「中ほど」の庶民にはない特徴である。「印象因子」は「平凡な—個性的な」「覚えにくい—覚えやすい」の2項目から構成され、個性的で強く印象に残るかどうかに関する因子である。「遠い」庶民は「近い」庶民や「中ほど」の庶民に比べて、表情がそれほど印象的ではなかったことがうかがわれる。

ここまでをまとめると次のようにいえる。同じように火事を見て驚いたり動揺したりいるのだが、鑑賞者は「遠い」庶民の中に、「近い」庶民や「中ほど」の庶民にはない、どこか落ち着いて冷静であるという印象を感じた。

⑤ 官人側での比較

次に、官人側の3つの区分を比較してみる。すると、火事に「近い」官人にだけ「印象因子」が認められている。「中ほど」の官人や「遠い」官人の表情に比べて、「近い」官人の表情は鑑賞者にとってそれほど印象的ではなかったことがうかがわれる。つまり、もともと火事を見て驚いたり動揺したりしてはいるものの、官人は庶民よりも落ち着いている印象を与えているのであるが、その中でも特に「近い」官人は「中ほど」の官人や「遠い」官人に比べて、どちらかというとき驚きや動揺の表情が乏しいと鑑賞者は感じたといえる。

(2) 表情認知尺度

庶民、官人のそれぞれについての火事からの距離における表情認知尺度の平均尺度得点はTable 8に示すとおりである。それぞれの感情を従属変数として、身分(庶民・官人)×距離(「近い」「中

ほど」「遠い)」の二要因を独立変数とした分散分析を行ったところ、喜び、悲しみ、驚き、怒り、嫌悪、恐れ、軽蔑の7つの感情すべてについて、身分と距離の交互作用が有意だった(喜び:身分の主効果 $F(1, 378)=3.91, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 756)=260.08, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=834.71, p < .05$;悲しみ:身分の主効果 $F(1, 377)=227.17, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 754)=106.25, p < .05$;交互作用 $F(2, 754)=559.82, p < .05$;驚き:身分の主効果 $F(1, 378)=157.14, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 756)=150.53, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=83.70, p < .05$;怒り:身分の主効果 $F(1, 378)=9.36, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 756)=4.40, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=274.06, p < .05$;恐れ:身分の主効果 $F(1, 377)=56.11, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 754)=63.34, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=457.23, p < .05$;嫌悪:身分の主効果 $F(1, 378)=38.44, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 756)=6.28, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=485.95, p < .05$;軽蔑:身分の主効果 $F(1, 378)=180.53, p < .05$;距離の主効果 $F(2, 756)=107.41, p < .05$;交互作用 $F(2, 756)=123.84, p < .05$)。そこで、下位検定として、それぞれの身分・感情ごとに、「近い」場合と「遠い」場合の感情得点を比較するt検定を行ったところ、次のような結果が得られた(Table 9)。

まず喜びである。喜びについては、官人側では火事に「近い」官人ほど喜びの表情を強く表出していると評価され、庶民側では火事に「近い」庶民ほど喜びの表情を弱く表出していると評価された。

次に悲しみである。悲しみについては、官人側では火事に「近い」官人ほど悲しみの表情を弱く

Table 8 表情認知尺度の得点の平均値

感情	官人			庶民		
	「遠い」	「中ほど」	「近い」	「近い」	「中ほど」	「遠い」
喜び	2.99	2.02	5.38	1.44	2.87	5.72
悲しみ	3.65	2.87	1.82	5.95	3.26	1.98
驚き	4.40	5.26	3.78	5.88	6.38	4.17
怒り	3.31	2.78	1.69	3.79	2.72	1.81
嫌悪	4.83	3.65	1.92	4.27	2.98	1.94
恐れ	3.62	3.74	1.91	5.62	3.18	2.04
軽蔑	5.21	3.82	2.40	2.89	2.80	2.78

表出していると評価され、庶民側では火事に「近い」庶民ほど悲しみの表情を強く表出していると評価された。

続いて驚きである。驚きについては、官人側では火事に「近い」官人ほど驚きの表情を弱く表出していると評価され、庶民側では火事から「近い」庶民が驚きの表情を強く表出していると評価された。

怒りについては、官人側では火事に「近い」官人ほど怒りの表情を弱く表出していると評価され、庶民側では火事に「近い」庶民ほど怒りの表情を強く表出していると評価された。

嫌悪については、官人側では火事に「近い」官人ほど嫌悪の表情を弱く表出していると評価され、庶民側では火事に「近い」庶民ほど嫌悪の表情を強く表出していると評価されていた。

恐れについては、官人側では火事に「近い」官人ほど恐れ表情を弱く表出していると評価され、庶民側では火事に「近い」庶民ほど恐れ表

情を強く表出していると評価された。

最後に軽蔑である。軽蔑については、官人側では火事に「近い」官人ほど軽蔑の表情を弱く弱く表出していると評価され、庶民側では距離による軽蔑の表情の評価の差は見られなかった。

風下の庶民側は、火事に「近い」庶民ほど、喜びの表情は弱く、悲しみ・怒り・嫌悪・恐れ表情は強く評価された。これに対して風上の官人側は、火事に「近い」官人ほど、喜びの表情は強く、悲しみ・驚き・怒り・嫌悪・恐れ・軽蔑の表情は弱く評価されたといえる。

(3) 「何を見ていると思うか」の質問

愉快的場面（蹴鞠、神輿、相撲）および不愉快的場面（大洪水、喧嘩、火事）を見ていると思った人の割合は Table 10 に示すとおりである。風下の庶民側、風上の官人側のそれぞれにおいて、「近い」場合と「遠い」場合の間に差が見られるかカイ二乗検定を用いて検証したところ、それぞれ「近い」「遠い」の区分間に有意な差が見られ

Table 9 「近い」条件「遠い」条件間の各表情得点の t 検定による比較

		「近い」 - 「遠い」	標準偏差	t 値	自由度	有意確率 (両側)
喜び	貴族	2.393	2.618	17.797	378	.000
	庶民	-4.277	2.149	-38.743	378	.000
悲しみ	貴族	-1.823	2.257	-15.728	378	.000
	庶民	3.971	2.329	33.151	377	.000
驚き	貴族	-0.623	2.713	-4.468	378	.000
	庶民	1.707	2.365	14.052	378	.000
怒り	貴族	-1.617	2.015	-15.623	378	.000
	庶民	1.976	2.129	18.074	378	.000
嫌悪	貴族	-2.902	2.414	-23.403	378	.000
	庶民	2.335	2.213	20.546	378	.000
恐れ	貴族	-1.715	2.416	-13.817	378	.000
	庶民	3.58	2.485	28.05	378	.000
軽蔑	貴族	-2.815	2.54	-21.576	378	.000
	庶民	0.111	2.652	0.813	378	0.417

註：『「近い」 - 「遠い」』の値が正ならば「近い」条件の方が得点が高いことを示す。

Table 10 不愉快的場面を見ていると思った人の割合

官人			庶民		
「遠い」	「中ほど」	「近い」	「近い」	「中ほど」	「遠い」
66.8%	71.5%	17.7%	95.3%	54.6%	14.5%

た（庶民側： $\chi^2(1) = 497.95, p < .05$, Cramer's $V = .81$ 、官人側： $\chi^2(1) = 187.10, p < .05$, Cramer's $V = .50$ ）。すなわち、庶民側では火事に近いほど不愉快な場面を見ていると想像した鑑賞者の割合が高かったといえる。

また官人側では、火事に「近い」官人は、「遠い」官人よりも愉快的場面を見ていると想像した鑑賞者の割合が高かったといえる。

考察

本研究の目的は、《伴大納言絵巻》応天門炎上場面の人物表現について、客観的・実証的な調査を行い、美術史で従来から指摘されている説を検討することであった。従来の説とは、《伴大納言絵巻》の応天門炎上の場面では、燃え盛る応天門を挟んで、風下側の庶民と風上側の官人とでは極めて対照的に描かれているというものである（岩波書店, 1995; 佐野, 1997; 山根, 2002; 出光美術館, 2001; 黒田, 2001; 黒田, 2002）。この説について本研究では表情印象尺度、表情認知尺度、「何を見ていると思うか」の質問の3つの調査結果から検討した。

燃え盛る応天門を挟んで風下の庶民側と風上の官人側を比較すると、次のようなことがうかがわれた。庶民も官人も共に火事に驚き、動揺してはいるものの、官人は庶民に比べると驚き、慌てふためく中にもどこか落ち着いているという印象を鑑賞者は感じ取った。これは庶民がいるのは風下側であり、吹き付けてくる熱風や火の粉、迫り来る炎や黒煙の影響を受けているため、官人よりも驚き・動揺の表情が強く描かれていることによると考えられる。

このことは、庶民側だけを「近い」「中ほど」「遠い」の3つに区分して検討した結果にも反映されている。表情印象尺度の因子分析の結果からは、火事から「遠い」庶民だけに「知性因子」と「印象因子」が抽出された。これは、「遠い」庶民は「近い」および「中ほど」の庶民と同じように驚き、動揺はしているものの、どこか落ち着いた、冷静な感じを与え、慌てふためく様子がどこか印象的でなかったことを示している。表情認知尺度の結果も同様の傾向を示していた。火事に「近い」庶民ほど、喜びの表情は弱く、悲しみ・怒り・嫌悪・恐れは強く認知された。さらには、「何を見ていると思うか」の質問の結果についても同

様である。火事に「近い」庶民ほど、何か不愉快な場面を見ているのだろうと想像した鑑賞者の割合は高かった。

一方、官人側は庶民側に比べると、驚き、慌てふためく感じはやや異なった様相を見せていた。表情印象尺度の因子分析の結果からは、官人側は火事からの距離に関係なく、「近い」「中ほど」「遠い」のいずれの区分でも「知性因子」と「印象因子」が抽出された。これは、応天門を挟んだ庶民に比べてどこか落ち着いた感じを与え、慌てる様子がそれほど印象的でなかったことを示している。これは、身分の高い官人には庶民に表現されている野次馬的な興奮が表現されていないことを示唆したものかもしれないし、官人と庶民の装束・装身具、特に冠と烏帽子の違いが影響したのかもしれない。また佐野(1997)が述べているように、庶民は事件に直面する驚きや高揚といった素朴な反応であるのに対し、官人はより政治的な事件対処の反応であるということに関係があるのかもしれない。つまり応天門の火災は、庶民にとっては人ごとだが、官人にとっては自分の地位や立場といった政治的ポジションに影響があるからかもしれない。

ともかく、統計学的な検討によっても、燃え盛る応天門を挟んで風下側の庶民と風上側の官人とは表情に描き分けがあるといえそうである。このことは、美術史の研究者が指摘している従来の説（岩波書店, 1995; 佐野, 1997; 山根, 2002; 出光美術館, 2001; 黒田, 2001; 黒田, 2002）と一致するものである。

また、美術史の研究者の間では、次のようなことも指摘されている。それは、庶民側でも官人側でも、応天門に近い前列、中ほど、応天門から遠い後列に描かれている人物の表情が描き分けられているということである（たとえば黒田, 2001）。この点についても、本研究では応天門からの距離に応じて「近い」「中ほど」「遠い」の3つの区分を設けて検討した。

庶民側に関しては前述のとおり、「近い」「中ほど」「遠い」と応天門から遠くなるにしたがって、驚いたり、動揺したりしている中で、落ち着きや冷静さも垣間見ることができた。

しかしながら、官人側に関しては、庶民側とはまったく反対に描かれていることが示された。すなわち、応天門に近づくにしたがって、驚き、動

揺し、慌てる中で、落ち着きや冷静さがうかがわれるという結果が得られた。表情印象尺度の結果では、応天門に「近い」官人だけに「印象因子」が抽出された。「近い」官人は驚く表情がそれほど印象的ではなかったことを示唆している。また、表情認知尺度の結果では、「近い」官人は喜びの表情が強く、悲しみ・驚き・怒り・嫌悪・恐れ・軽蔑の表情が弱かった。さらに「何を見ていると思うか」の質問の結果でも、「近い」官人だけが何か不愉快な場面を見ているのだろうと想像した鑑賞者の割合は著しく低かった。これらの結果は、庶民側とまったく反対である。

以上のことは、応天門に近い前列、中ほど、後列に描かれている人物の表情が描き分けられているという黒田（2001）の指摘を一応支持するものの、その描き分け方は庶民側と官人側とではまったく異なっているといえる。矢代（1998）は、風下の朱雀門側の群衆は、燃え盛る応天門に近づくとつれて、その恐怖と混乱による興奮の様子がだんだんと強まっていき、反対側の風上では、炎から離れるにつれて、恐怖と混乱は次第に緩んでいくと指摘している。今回の結果はこの指摘のうち、風下の庶民側ではあてはまるが、風上の官人側ではあてはまらないということになった。この結果は意外である。風下側の庶民と同様に、火事に近い官人の方が驚いているように見えるという方が、自然に思われるが、このように火事から遠ざかるにつれて驚いた表情が強く描かれたのはなぜであろうか。場面が右から左へとスクロールすることを観者に促す絵巻としてのストーリー展開と何らかの関係がありそうでもあり、今後のさらなる検討が必要である。

今回の統計学的な検討の結果は、美術史家による従来の説と概ね一致したといっていよう。官人と庶民との間の表情の異同を客観的に導き出し得たことは、一定の意義があるのではないだろうか。今後の課題としては、庶民側、官人側の人物が見ている方向をいずれかに統一するなどより

統制された条件での検討を行うことも考えられる。その一方で、《伴大納言絵巻》をはじめとする鎌倉時代の絵巻から、描かれた人物の表情の特徴を多様な方法で読み解くことも展開として興味深いことである。

引用文献

- 出光美術館編 2001 国宝伴大納言絵巻. 出光美術館.
- 五十嵐希 2010「伴大納言絵巻」の人物表現. 恵泉アカデミア. 15, 28-51.
- 池田洋子 1981 伴大納言絵詞 —その構成に関する一試論—. 名古屋造形芸術短期大学研究紀要, 4, 109-128.
- 池上良太 2008 図解 日本の装束. 新紀元社.
- 岩波書店編 1959 伴大納言絵詞 (岩波写真文庫 128). 岩波書店.
- 小松茂美編 1993 伴大納言絵巻 (コンパクト版日本の絵巻 2). 中央公論社.
- 黒田泰三 2001 伴大納言絵巻の場面構成について. 出光美術館編 国宝伴大納言絵巻, 出光美術館. 93-103.
- 黒田泰三 2002 思いっきり味わいつくす伴大納言絵巻. 小学館.
- 三浦佳世 2005 視覚と芸術をはかる: 浮世絵の視線が物語ること. 友枝敏雄 (編著) 心と社会をはかる・みる. 九州大学出版会. 68-86.
- 守屋正彦・田中義恭・伊藤嘉章・加藤寛・宮元健次監修 2004 日本美術図解事典. 東京美術.
- 佐野みどり 1997 風流 造型 物語 日本美術の構造と様態. スカイドア.
- 上野憲示 1978 伴大納言絵巻. 岩崎美術社.
- 鈴木敬三 1976 風俗について. 田中一松編 伴大納言絵巻 (新修日本絵巻物全集 5), 角川書店, 32-42.
- 山根有三 2002 伴大納言絵巻覚書—その演出と謎の人物について. 黒田日出男 (編著) 謎解き伴大納言絵巻, 小学館. 232-236.
- 矢代幸雄 1998 日本美術の再検討. 新潮社.

英文要旨

In this study, we investigated and discussed statistically the scene of going up in flames of Ohtenmon in “Picture scroll of Ban-Dainagon”, focusing on the facial expressions that were depicted on it.

In that scene, we divided common people on the leeward into 3 sections according to the distance from Ohtenmon that is going up in flames; “near”, “middle” and “far”. Similarly, we also divided officials on the windward into 3 sections. We picked a total of 18 characters up from common people side and officials side; each 3 characters from 3 groups of 2 sides. Then we cut out along the contour line, and made them as investigative materials.

We asked 399 university students to reply the questions of (1) Scale of the recognition of facial expression, (2) Scale of the impression of facial expression, (3) What do you think you are looking at.

We could summarize those results as follows;

(1) Scale of the recognition of facial expression. (A) Common people side 1) “Near” people have 2 factors. We named the first factor as “interpersonal good or bad impression factor” and the second factor as “activating factor”. 2) “Middle” people have 2 factors. We named the first factor as “evaluative factor” and the second one as “activating factor”. 3) “far” people have 4 factors. We named the first factor as “evaluative factor”, the second one as “activating factor” and the third one as “intelligent factor”.

(B) Officials side, on the official side “intelligent factor”, along with “activating factor”, could be abstracted from “near”, “middle” and “far” group.

(2) Scale of the impression of facial expression. By utilizing the “scale of the recognition of facial expression” at the distance from the fire, interactions between the social status and the distance are found to be significant as to all 7 emotions of joy, sadness, surprise, anger, hatred, fear and contempt. On the officials side, the “near”er officials are, the more strongly recognize the expression of joy. On the common people side, the “near”er common people are, the more weakly recognize the expression of joy.

(3) As to what do you think you are looking at. On the common people side, the “near”er to the fire the people are, the higher proportion of examinee imagined that the people were looking at unpleasant scene. On the officials side, the “near”er to the fire the officials are, the higher proportion of examinee imagined that officials were looking at pleasant scene.

著者紹介



宮永美知代



前田基成

著者 1

氏 名：宮永美知代

学 歴：女子美術大学芸術学部日本画専攻卒業。東京藝術大学大学院美術研究科修士課程芸術学専攻修了。同大学院博士課程中退。東京大学理学部研究生。博士（医学）

職 歴：東京医科歯科大学。新潟大学。女子美術大学非常勤講師。東京国立博物館。東京医科大学客員教授。

所属学会：美術解剖学会、日本図学会、他。

専 門：美術解剖学、人体ドローイング。

著者 2

氏 名：前田基成

学 歴：福井大学教育学部卒業。筑波大学大学院教育研究科修士課程修了。

職 歴：九州大学医学部心療内科助手。筑波大学学校教育相談研究部助手。女子美術大学芸術学部教授。国立精神・神経医療研究センター心身医学研究部客員研究員。

所属学会：日本心理学、日本心身医学会。

専 門：異常心理学、心身医学。

大相撲力士の“笑顔”から検討する 「ヘゲモニックな男性性」の表象

Consideration for The Representation of “Hegemonic Masculinity” from “Smiles” of Sumo

川野佐江子

Saeko KAWANO

E-mail: kawano.saeko@osaka-shoin.ac.jp

和文要旨

本論文の目的は、大相撲の力士たちのメディアにおける“笑顔”を調査することで、「大相撲の力士」に顕れる戦後日本の「ヘゲモニックな男性性」の変容について考察することである。

研究方法は、1956～2018年までの相撲専門雑誌846冊を用い、その表紙に掲載された力士の“笑顔”の出現率を調査し、R.W. コンネルの「ヘゲモニックな男性性」概念を援用して男性学の立場から検討を行う。

調査の結果、50年代は武士道的「やせ我慢」、60年代は女性と子ども市場に向けた“若く、美しい男性”へ価値の高まり、70年代は国際化推進と同時に逆説的に“伝統的日本”への関心、80年代は個の推奨を背景に自由な感情表現、ラブな佇まい、女性受けする美的容姿の重要性、などが各時代の「ヘゲモニックな男性性」を担保してきたことが分かった。90年代はカワイイ文化に象徴される“キャラ化”した「顔の記号化」が始まり、笑顔の裏（生身のわたし）を詮索し合わない社会の到来であったとも言えるだろう。どの力士にも“笑顔”という仮面がそこにある。2000年代以降は、形式張らない“自然体”が増加し、“大人の男”の権威性を喪失させた「屈託のない少年のような笑顔」が人気力士と結びつくことが考察された。以上のことから、「ヘゲモニックな男性性」は常に変容しており、若さと健康志向、自然志向など消費社会が増幅させる現代的欲求が下支えするものであると言える。

キーワード：大相撲、力士、ヘゲモニックな男性性、笑顔、表象

Keywords : Sumo, Sumo Wrestler, Hegemonic Masculinity, Smile, Representation

1. 研究目的

本論文の目的は、公益財団法人日本相撲協会(以下相撲協会)に所属する力士たちが雑誌媒体でどのように表象されてきたのかを調査し、そのことから「大相撲の力士」に顕れる「ヘゲモニックな男性性」をあぶり出すと同時にその変容について考察することである。とりわけ本論文では、力士たちの“笑顔”に着目する。

男性にとって感情を表出させないことが男性美とされる傾向があることは知られてきた。例え

1 ここでは「表面化する」だけではなく、「内部に潜んでいるものがむき出しになる」という含意で「顕」を使用。

ば、新渡戸稲造の『武士道』第11章克己には、「苟(いやしく)も士たるものにして情感の其面に働くは丈夫の事に非らずとし、『喜怒色に現さず』とは、強固の正確を評するの語なりき、自然の愛情を抑制し、父たるもの、其子を抱くは、威厳に害ありとし、夫たるもの其妻をキスせず」[1]という一文が見られる。ここで新渡戸は、史書『三国志』にある「喜怒不形於色」を引用し、武士とはむやみに感情を表出させないことが美德であると述べる。また、浦野によれば日本文化において笑いは武士の倫理観と共にネガティブな存在であった[2]と述べられている。

以上のように、表情とりわけ笑顔を表出させないことが是とされてきた“伝統”が、「男らしさ」や「日本らしさ」を語るのであれば、むしろ感情を顕にする場面について調査することで、男性性や日本的なるものの現状を逆照射することが可能である。したがって本論文では笑顔の表出に着目する。また、これらの男性の感情抑制可能性は、それを女性性との優位的差異化に利用してきた近代的男性優位主義ともリンクする。つまり、近代的男性性を俯瞰することにも繋がるのである。

一方近年の消費社会の傾向には、「優しい」「かわいい」など、従来女性性へ付随してきた修飾語が男性に向けられるなど、男性性そのものの変容が顕著になっている。これらを踏まえ、本論文では、大相撲の力士表象から彼らの“笑顔”の変遷を検討することで、その先にある「近代的男性性」の変遷を俯瞰することを目的とする。

2. 研究方法

まず本論では、笑顔が掲載された大相撲専門雑誌表紙の数を調査し、1年間ごとの出現率を示した(図1.)。本論での「笑顔」の抽出方法は、3名²の目視によって行った。まず資料とする当該雑誌の表紙をスキャンし、その画像を1表紙ずつパソコン画面で目視してもらう。その際、1表紙ごとに約3秒以内で目視し、そこに掲載されている力士の表情が笑顔か否かの判断を行い、そ

2 筆者の他、20代女性2名

の結果を記録した。次に、その判断に3秒以上かかった表紙は、全ての表紙の目視終了後に、再度同じ方法で笑顔か否かを判断してもらい、その判断結果を記録した。ここでさらに3秒以上判断にかかった表紙は、笑顔でないと判断した。最後に、この3名全員が笑顔だと判断した表紙の数を笑顔の数としてカウントし、1年間ごとの発刊表紙数を分母として、年間の笑顔の出現率を出した。この笑顔の出現率をさらに10年ごとに示し(図2.)、その笑顔の出現率の動向とその動向の理由を各10年間の社会状況・角界の動きから考察した。その考察には、R.W. コンネルが用いた「ヘゲモニックな男性性」概念を使用する。コンネルが『ジェンダーと権力』[3]で示した男性性理論モデルである「ヘゲモニックな男性性」「従属的男性性」「共犯的男性性」「周辺の男性性」という概念は、単数として捉えられていた「男性性」を複数形として分析することで、以降のジェンダー論とりわけ男性学に大きな影響を与えた。コンネルのモデルによると、男性性も一枚岩ではなくその内部に複数の男性性を包括し、階層化する。それら複数の男性性は、ある時は協働し、ある時は相互に葛藤しながら、総体として男性中心主義を形成し維持していくことになる。一方、コンネルの理論の曖昧さについては、熊田一雄[4]や川口遼[5]がその限界を指摘している。本論文では、コンネルの理論モデルに依拠しつつもその限界を踏まえ、「ヘゲモニックな男性性」概念を、「その

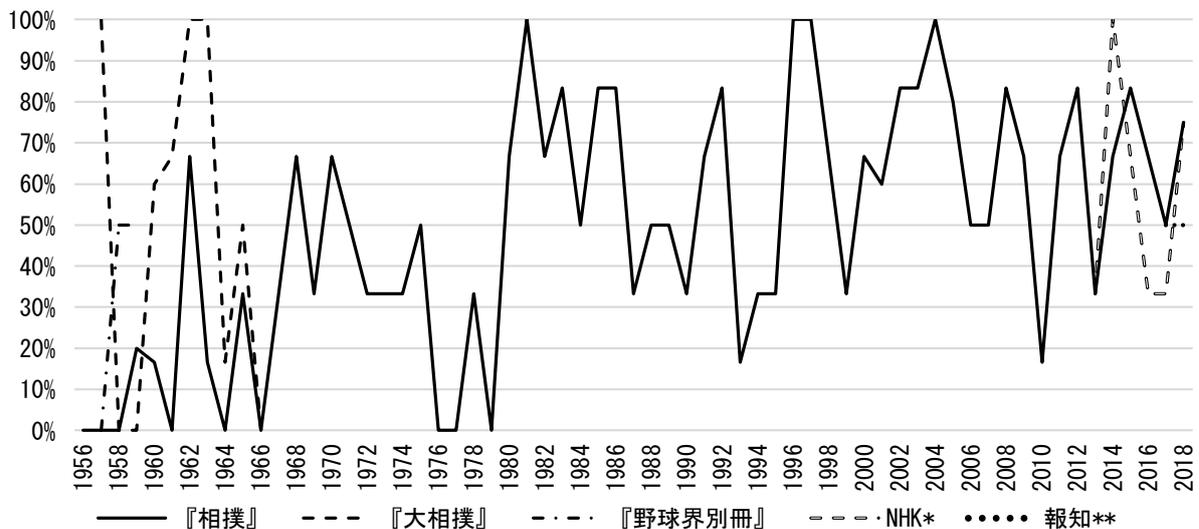


図1. 大相撲専門雑誌別・展望号・表紙 笑顔の出現率 年次推移 (* NHKGmedia『大相撲ジャーナル』から名称変更後『大相撲中継』、** スポーツ報知『大相撲ジャーナル』)

種の男性のあり方が文化的に社会全体から称賛されることによって支えられている」[6] 男性性として理解する。そしてその「ヘゲモニックな男性性」概念を援用し、大相撲の力士表象を検討する。

もちろん、各時代の人気力士の表象が、その時代の現実の男性の姿と完全に一致するものではないが、田中が「しかし男性たちは〈ヘゲモニックな男性性〉を支持することで、想像の世界で自分とはかけ離れた男性性を体験し欲求を充足することに加えて、西欧近代的家父長制の成立に加担していたのである。」[9] というように、あるいはコンネルが「マスコミの発達した社会では、主導的な男らしさは広告としてしか存在しえないのではないか」[3] というように、彼ら人気力士たちは人々とりわけ男性たちによって「良き男」の代替表象として消費されてきた [7],[8]。したがって、本研究ではメディアにおける力士の表象に着目する。また、特に専門雑誌を資料とするのは、映像メディア登場より以前か現在まで継続発行されている雑誌(『相撲』)があること、写真を多用した誌面構成であること、それらを踏まえ、経年調査が可能になること、が理由である。

以上の理由から、調査資料には、『相撲』(ペー

スボール・マガジン社 1956～2018 を 720 冊、『大相撲』(読売新聞社 1957～1966) 46 冊、『野球界別冊』(博友社 1957～1959) 12 冊、『NHK G-Media 大相撲ジャーナル』(アプリスタイル社 2014～2016) 24 冊、『NHK G-Media 大相撲中継』(毎日新聞社 2016～2018) 28 冊、『スポーツ報知大相撲ジャーナル』(アプリスタイル社 2016～2018) 16 冊、計 846 冊の表紙を使用した。これらを調査対象とした理由は、まず『相撲』は 1952 年以来現在ある相撲専門雑誌の中で最も長く刊行していることに加え、日本相撲協会の機関誌という位置づけから、大相撲の主権者側の相撲表象を経年的に調査するために、採用した。また『大相撲』(休刊中)は、『相撲』のライバル誌として戦後 56 年間発刊され、相撲協会以外からの相撲表象を知るために資料とした。『野球界別冊』(1959 年終刊)は、戦前から続く雑誌で 1950 年代の『相撲』以外の資料として採用した。『NHK G-Media 大相撲ジャーナル』は、2010 年代の相撲人気を受けて『相撲』一誌だった相撲専門雑誌界に久しぶりに新しく発刊された雑誌で、その誌面が唯一相撲中継を続けている NHK が得意とする写真記事を多用したスタイルであることから採用した。またこの雑誌はその後

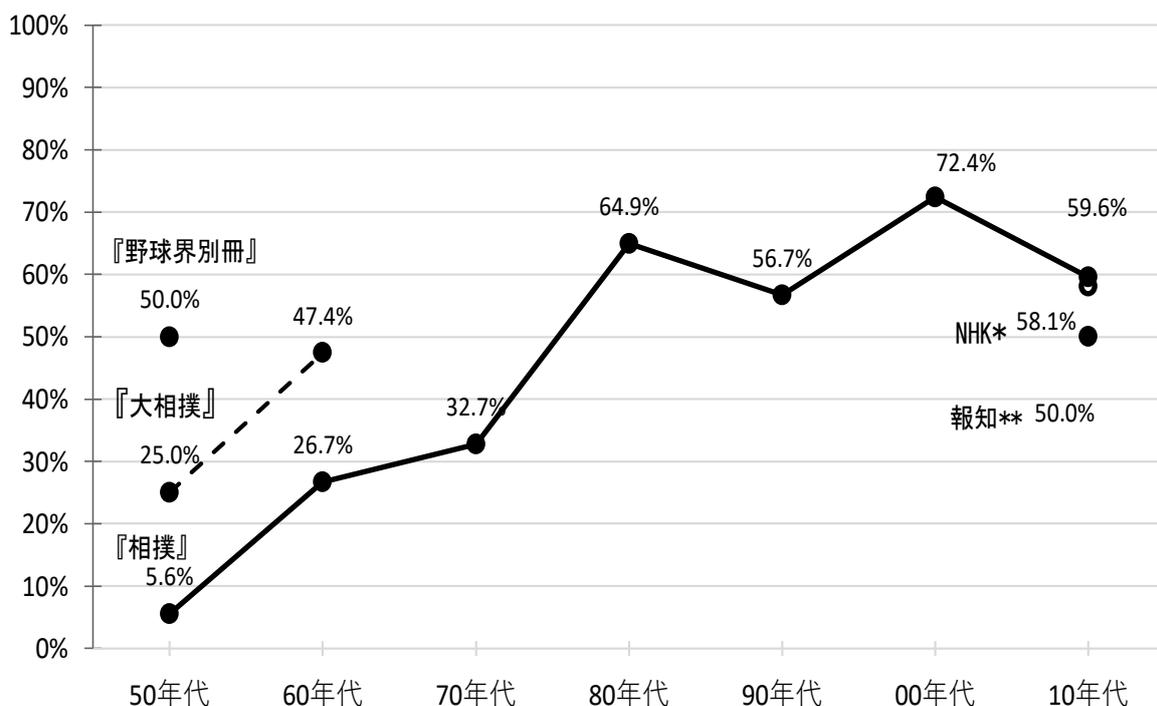


図2. 大相撲専門雑誌別・展望号・表紙 笑顔の出現率 年代毎推移 (* NHKGmedia 『大相撲ジャーナル』から名称変更後『大相撲中継』、** スポーツ報知『大相撲ジャーナル』)

出版社が変更され『NHK G-Media 大相撲中継』となり、もとの出版社はタイトルを変えて『スポーツ報知大相撲ジャーナル』を発行している。したがって、現在発行中の相撲雑誌は『相撲』、『NHK G-Media 大相撲中継』、『スポーツ報知大相撲ジャーナル』の三誌である。

そして、本論文では、相撲専門雑誌のうち“展望号”に着目する。その理由は、一般に相撲専門雑誌が、本場所直前の奇数月号を“展望号”、本場所直後となる偶数月号を、本場所を総括する“総決算号”としてそれぞれ編集されてきたという経緯にある。あえて本論文で“展望号”の表紙の顔に着目する理由は、“展望号”は間もなく開催される大相撲を盛況に興業するための広報の役割を持ち、その時々注目力士や相撲そのものへの期待や高揚感などを煽るイメージ戦略をもって編集されているからである。また、本場所後の“総決算号”の多くは、結果としてその場所の優勝力士が表紙を飾ることになり、主に祝いの場として形式化している。したがって、本論文では、より編集の恣意性が発揮されることで力士や相撲のメディアにおけるイメージ戦略が強調される“展望号”に着目し、力士の表象を考察していく。

3. 結果と考察

各雑誌展望号の笑顔の出現率は、図 1. で年次ごとに、図 2. で 10 年ごとに示した。まず、図 1. のように年ごとの笑顔の出現率はその都度大きく変化するが、これを図 2. のように 10 年単位で見ると、近年になるほど笑顔の出現率が高くなっていることが分かる。この背景には何かあるのか、以下年代を追って見ていく。

3.1. 1950 年代：戦後復興期

笑顔の出現率は、『相撲』で 5.6%なのだが、『大相撲』では 25%、『野球界別冊』では 50%となっており、その差はきわめて大きい。これは、相撲協会機関誌と一般誌との編集方針の違いであると考えられる。つまり、『相撲』で笑顔の出現率が少ないのは、当時の相撲協会理事長である時津風（元双葉山）の下、相撲協会は「相撲道」を奨励したからだと考えられる。双葉山は、戦時下の 40 年代に連勝記録を続けその「不敗神話」を国策に利用された力士でもある。敗戦後、その双葉山の下、武士道に通じる相撲道を奨励した相撲協

会は、「喜怒不形於色」という“無表情”と“礼節”を力士の権威性に求めたものと考えられる。一方、『大相撲』『野球界別冊』は権威性よりも親しみやすさや話題性を求めて笑顔が多く、『相撲』との差別化を図っているものと考えられる。

一方、各誌に共通なのは力士の描かれ方である。力士は関取の正装である大銀杏の髷を結び、背景は一色ベタ塗り、多くが 1 名での表紙である。数少ない笑顔は微笑³も多く、口角だけが上がった表情となっている。また 1953 年から NHK テレビでの大相撲中継が始まり、栃錦・若乃花の栃若時代と呼ばれる当時の相撲人気の背景には、映像、写真など視覚メディアの発達が欠かせなかったと考えられる。たとえば栃錦や若乃花の身体的特徴や表情は、視覚化されることで彼らの人間性にまで迫るような表象を形成し、戦後日本のアイデンティティ（小柄で貧しくありながら刻苦研鑽の末、力と技で成功した“小さき日本人”）を代替するような力士の物語化が進むことになる。

50 年代の笑顔の出現率の少なさは、相撲協会が推した武道としての相撲を背景に、「裸一貫」で将来の切り開くことを突きつけられた戦後日本の男性社会を表しており、こうした男性観が当時の「ヘゲモニックな男性性」であったと考えられる。

3.2. 1960 年代：高度経済成長期

笑顔の出現率は、『相撲』26.7%、『大相撲』で 47.4%となり、50 年代に比べて『相撲』で 5 倍、『大相撲』で 1.9 倍の出現率となり、明らかに 50 年代よりも増えていることが分かる。特に 1962、63 年は『大相撲』で 100%、『相撲』でも 67%という高さである。これは、柏戸と大鵬という絶大な人気を博した力士の登場によるものが大きい。彼らは 50 年代の“小さな日本人”を払拭する若さと大柄で逞しい体格と天真爛漫さを持ち、高度経済成長期の重厚長大を是とする社会風潮の中で新時代の象徴としてメディアで表象される。柏戸が無骨な男性性を表象されたのに対し、大鵬はとりわけ女性と子どもたちに絶大な人気があり、美男力士としてその顔⁴も注目された。優

3 他の笑顔と比べて目の表情には大きな変化はなく、口を閉じたまま、口角だけがほうれい線とともにわずかに上がっている表情を「微笑」とした。

4 美形力士として注目される中で、「顔と言え、いつも大鵬の顔が問題になる。白い身体に加えて、幾分目があおみをおび

勝回数を重ねる大鵬は雑誌掲載率も高くなり、彼の笑顔が表紙を飾った結果が笑顔の出現率の増加となっている。相撲専門誌のほか、女性誌、学年誌、娯楽誌など他分野の出版物での掲載、グラビア、テレビ、映画など視覚メディアでの露出は、従来型相撲ファン（従来型男性が多い）とは異なる新規相撲ファン（若い女性、子ども）を誕生させ、とりわけ60年代前半の「大鵬の笑顔」は、新しいファン層である女性と子供向けにメディア化され、荒々しさのない爽やかなイメージを創り上げるものが多い（図3）。これらのことから、従来の男性社会が「おんな子ども」として取り合わなかった層が新規市場として権力を持ちはじめ、それに従って「ヘゲモニックな男性性」も男性社会だけの支持では成立しなくなってきたことを示唆している。



図3. 相撲、1960.3.表紙と1960.9の大鵬

3.3. 1970年代：安定成長と世界経済動揺期

柏戸大鵬と入れ替わりに「現代っ子横綱」と言われた北の富士が登場し、力士の土俵外の芸能活動などが積極的にマスメディアで見られるようになるが、『相撲』の笑顔の出現率は32.7%で、前10年間からは微増程度で終わっている。これは、学生運動の鎮火やオイルショックを経た70年代後半を牽引した横綱北の湖の影響が強いと考えられる。「憎らしいほど強い」と言われた北の湖はほとんど笑顔を現すことがなく、特に1976、77、79年の笑顔は0%となっている。また、中学生のうちから相撲部屋に入門した北の湖と大学卒業後入門の輪島が競い合う構図が注目されたのは、戦後の高学歴化やそれに伴う学歴格差という社会的課題を見たからだといえる。

ていることから、白系ロシアの血がまじっているのではないかと、興味本位のウワサが随分でたようだ。しかし確証もないのに、あまりきめつけるのも、どうかと思う。まじっていてもよし、まじらなくてもよし大鵬自身には関係ないことだ。むしろまじっていた方が、人種改善のためにもよいと思うぐらいだ。」（相撲、p.60、1960.3）とされ、後に「ハーフ」であることが公表される。

また、積極的な海外巡業⁵や、高見山など外国人力士の人気は、社会の国際化を具現化させる。一方、国際化との比較としてむしろ「伝統的日本」がヘゲモニックな価値観として支持されたともいえる。たとえば、「男はだまってサッポロビール」（図4.）という広告が話題となり、戦後資本主義社会の歪みと相まって、男性性についても、角界についても、伝統回帰的方向が見られたものと考えられる。その結果、笑顔の出現率は微増だったといえる。



図4. サッポロビール広告、1970

3.4. 1980年代：バブル景気 繁栄期

80年代の笑顔の出現率は伸び続け64.7%となり、70年代の2倍ほどに増えている。80年代は女子大生ブーム、アイドルブーム、漫才ブームなどがあり、より「個性」が求められる時代であった。1987年雇用機会均等法が施行され、女性の社会進出も顕著になり、女性市場が男性市場に侵入する形で展開を始める。相撲雑誌の表紙における力士の表象も女性ファンを意識したアイドル的な「親近感」「優しさ」に加え「ユーモア」が全面に描かれるようになる。また、正装である大銀杏だけでなく、ラフな丁髷姿が多くなるのも特徴的である（図5.）。



図5. 相撲、1987.9

80年代は男性身体をどう“見せるか”を目的とした商品（化粧品、ファッション、ジム、簡易カメラなど）も登場し、村澤[10]が指摘するよ

5 1970、72、74、76年の4回ハワイ巡業を実施しており、1962、64、66年を含めると7回連続のハワイ巡業となる。なお81年にはアメリカ本土で巡業を行っている。ほか、1973年には、中国で海外公演を実施している。なお、巡業は勸進元主催であり、公演は招待を受けて相撲協会主催を指す。

う男性化粧やファッションなどが注目されるようになる。70年代の現役時代には無口で通った親方たちが、男性化粧品の広告（図6.）に登場するなど、男性美のあり方も視覚重視へと向かう。その中で、従来の巨大に太った力士とは真逆のイメージを与えられ、「端正な顔」と「男性的な筋肉質」の肉体を持った小柄の力士たち⁶が人気を博した。特に「横綱千代の富士の顔と彼のマッチョな肉体」はより視覚的であり、その結果メディアに繰り返し登場し、それに牽引される形で『相撲』の笑顔の出現率は70年代の2倍の約65%にもなったといえる。つまり従来の男性美であった「喜怒不形於色」は希薄となり、力士にとっても視覚による訴求力が重要になっていることが分かる。そしてこの「見る」側に女性が含まれていることがさらに重要である。このように、この時代の「ヘゲモニックな男性性」とは、感情を顕わにし、ラフな佇まいで女性受けする「美的容姿」であることが重要だったといえるだろう。そしてこの「美的容姿」とは、原が述べるように「称賛される身体や健康は、「理想的身体」「理想的美」として規格化され」[10]たものであり、メディア社会が創り出す表象そのものだと言えよう。具体的には、「美男子」「肉体美」「礼儀作法」「品格」というような表象である。それらの要素は、メディア化されることで、新たなファン層には分かりにくい相撲技能による力士の評価に代わって、新しい力士評価へと追加されるのである。この「美的容姿」への着目は、まさに80年代の「視覚的身体への注目」と「女性市場の拡大」を背景に、従来型の「ヘゲモニックな男性性」を変容させたタームの一つだと考えられる。

そもそもコンネルの「ヘゲモニックな男性性」概念は、「普遍的男らしさ」を示すのではなく、その時々や社会や風潮と連動することで変容する



図6. 元輪島と元貴ノ花、1981

6 横綱千代の富士のほか、大関霧島、関脇寺尾などは海外人気も高かった。

ものであり、その結果その社会のヘゲモニックな価値観を表すことにもなる。

以上のことから「美的容姿」が「ヘゲモニックな男性性」の価値へと付与されたということが80年代の力士の表象から考察でき、以降の「ヘゲモニックな男性性」の変容へ影響を与えることになったと言えるだろう。

3.5. 1990年代：平成不況 停滞期

90年代全体の笑顔の出現率は初めて、前の10年間より下がる56.7%になるが、90年代の内訳を見ると、後半では2年連続100%を超える結果もあり、必ずしも前10年間より笑顔の出現率が低くなったとはいえない。90年代は、若乃花・貴乃花（若貴）ブームで盛況となるも、彼らの引退と共に相撲人気は下降する[11]。

ところで、90年代はコギャルなど女子高生ブームの中、細眉化粧が流行する。この細眉流行について村澤は「現代の顔隠し」[12]と述べ、武士文化の美学に通底する「武士は三年に片頬」と並べ新旧の日本文化として90年代を論じる。こうした新旧の価値観が並行した時代であって、アイドル的人気の若貴はまさに新世代であったが、その師匠の父親藤島親方（初代貴ノ花）は、実兄である50年代の初代若乃花を師とする古典的男性性—『喜怒色に現さず』を継承する力士として表象されている。そしてその師匠を持った新生代である若貴は旧世代を継承する力士という役割を表象されることになる。若貴ブームとは角界の新旧並行だったと言えるだろう。幼いときからメディアで注目されてきた彼らは我々にとってまさに表象そのものである。そういう意味では、「ヘゲモニックな男性性」の、そもそもヘゲモニックを支える力の所在が不確かになってきたとも言える。

「男らしさ」とは対極的なカワイイ文化に象徴される“新しい日本文化”を背景に、90年代の相撲雑誌の表紙を宮台の述べる「社会的文脈の無関連化」[13]として読み込めば、若貴の笑顔は単なるキャラ化、まさに記号としての顔の始まりであり、笑顔の裏を詮索し合わない社会の到来であったとも言えるだろう。

3.6. 2000年代：世界金融危機

表紙の笑顔の出現率は72.4%となり、今回の

調査でのピークとなる。社会経済的には世界金融危機が生じ、20世紀までのパワーバランスが崩れ、社会と個人が不安定な構造にあることが露呈された。このように既存制度への信頼が揺らぐ中、ジェンダー構造への議論も一般化していく。その中で「草食系男子」⁷という新しい男性性が注目される。また、男性専用のスキンケアやアンチエイジング、高校球児の眉毛剃りが新聞で取り上げられる[14]など、男性の外見にまつわる市場や話題が活発になっていく。

これらの背景の下、『相撲』の表紙の笑顔の“質”も、90年代以降、記念写真のように形式張らないスナップショットのような“自然体”へと変化し、家父長制にみられる“大人の男”の権威性を喪失させた親密な「屈託のない少年のような笑顔」が人気力士と結びついていると分析できる。一人ではなく、仲間や友人など個人的な繋がりを意識させる構図も増加(図7.)し、これは番付というヒエラルキーで厳しく人間関係に序列を作ってきた相撲界にとっては大きな変化だと言える。このことから分かるのは、近代以降の「ヘゲモニックな男性性」を形成してきた強固なホモソーシャルな絆⁸[15]さえも変容してきている、ということである。

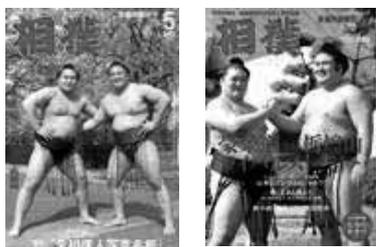


図7. 相撲、2004.5.,2009.5.

3.7. 2010年代：長期デフレ、いざなぎ景気

角界は2010年の野球賭博問題と2011年八百長問題発覚で存亡の危機と言われ相撲人気も下落する。しかし、力士の相撲以外でのテレビ出演、インターネットでの相撲中継や公式SNSでの広報活動などにより急激に人気を回復させる。

7 『日経ビジネスオンライン』での深澤真紀による連載「U35男子マーケティング図鑑」で初出。異性との恋愛に消極的であることその他、深澤は「草食男子の同性との突きあい方は、もはや男の絆としての『ホモソーシャル』の要素がとて少なくなっている。上の世代の男性がつるむのは同質性の確認が重要ですが、いまの男子は必ずしも同質性を必要としていない」(現代思想Vol. 47-2, 青土社, p. 49 (2019))と話している。

8 イヴ・K・セジウィックによる概念で、ミソジニーとホモフォビアを根底に持った男性同士の社会的関係性を指す。

またその際、女性主導による理想の男性美としての「イケメンブーム」に乗り、新時代のスター力士(例：遠藤)を登場させる。一方、双葉山や大鵬など「伝説的正統派力士」を現役横綱(白鵬)と結びつけるなど、相撲全般というより個別の力士に注目して広報する戦略を展開した。その戦略の一つとして2011年11月から相撲協会は公式Twitterを開設し、力士の日常的姿を公開するようになる。それまであまり知られてこなかった力士の生活やパーソナリティが公開される。その結果としてそれまで相撲に関心の無かった人びとも、個別の力士への親密感を増加させ新規ファンも増えたが、相撲そのものへの一般からの関心は低迷したままである。そのことは、新弟子が増えない⁹ことから明らかである。新しいメディアによって相撲よりも個別の力士が注目され、仰ぎ見る憧れよりもカジュアルさが求められる。

こうした状況で、2010年代の笑顔の出現率は2018年7月までで59.6%で推移している。70年代に比べれば倍増しているが、直近の2000年代と比較すると大きな下降である。なぜ笑顔が減ったのか。

一つには、相撲部屋での暴力事件など社会問題化するような事案があり、相撲界への厳しい目が向けられたことも要因だと考えられる。二つ目には、外国出身力士の活躍がめざましい中、かえって「日本人」を強調する動きがあるのではないだろうか。近年特に活躍がめざましいのはモンゴル出身の力士たちの中で、とりわけ横綱白鵬は実績も含め第一人者とされている。彼の言動は常に注目されるが、彼は双葉山と大鵬への敬意をよく口にする。相撲界では双葉山は「相撲の神様」、大鵬は実力品位ともに抜群の「大横綱」として伝説的存在になっている。彼ら二人と重ね合わせて自らを語る白鵬には賛否があるものの、彼らの所作や生き様などを研究し実践し、成績を残すことで、大相撲の伝統的あるいは正統的継承者として表象されることになる。つまり、40～60年代の“古き善き大相撲”を模範としたとき、自然と笑顔が減っているのではないだろうか。

一方、笑顔の出現率は減っても、その表情は形式張らないくだけた笑顔が多くなっており、「撮られる」ことへの慣れか、笑顔が急増した70年

9 若貴ブームの1992年の223人をピークに2017年では74人となっている。

代よりも崩れた表情（図8.）が多く見られるのが特徴であろう。

また興味深いのはやはり女性市場としての大相撲である。「スー女」（「相撲女子」の略）と呼ばれる女性相撲ファンへ向けて、強面よりもかわいらしさ、面白さ、親しみやすさを前面に出し、仲間、家族、友情など力士の個人的情緒へ寄り添うような表紙構成が目につくようになる（図9.）。男性性よりも、息子らしさ、夫らしさ、父親らしさが表象されていることは特筆すべき現象である。このことは、コンネルが示すように「ヘゲモニックな男性性」は必ずしも固定化されているのではないことを裏付けており、相撲界においても、力士に表象される男性性が従来型男性性ではなくなっていることを現しているものと考察される。



図8. 大相撲中継、2017.11.



図9. 大相撲ジャーナル、2015.1.

4. まとめ

以上のように、戦後の力士表象がどのようなものだったのかを、相撲専門雑誌の表紙（展望号）に表れる“笑顔”から考察してきた。結果として、近年になるほど笑顔の出現率は増えていることが明らかになった。年ごとの増減はあるものの、10年毎の編年で見た場合、特に70年代を境に80年代以降安定して60%程度を保っていることが分かる。さらに、90年代以降の「顔の記号化」は、力士の個人的情報がメディアに流布されるほどに強化されていると考えられる。つまり、我々はメディアを通して土俵の外の力士（生身の力士）を知ること、むしろそれを知らないこととして扱うということである。裏側を詮索せず、立ち入

らず、メディアに現れる表情をそのまま受け取る、という行為によって、顔はそれ以上でもそれ以下でもないものとなる。どの力士にも「笑顔」という仮面がそこにあるのだ。また、2000年代以降の表紙は、形式張らない“自然体”が増加し、“大人の男”の権威性を喪失させた親密な「屈託のない少年のような笑顔」が人気力士と結びつくことが考察された。

以上のことから、「ヘゲモニックな男性性」は常に変容しており、若さと健康志向、自然志向など消費社会が増幅させる現代的欲求が下支えするものであると言える。

男性学を中心に、男性存在の見直し傾向が生じつつある現代、力士の存在もまたそれに連動して過渡期にあると思われる。コンネルの男性性モデルにおける4つの男性性タイプは、それぞれが固定化されるものではなく、相互委に関係し合うことで流動的権力関係の構図を見せるものである。したがって「ヘゲモニックな男性性」以外の「従属的男性性」「共犯的男性性」「周辺の男性性」という側面からも検討する必要がある。また、ジェンダー権力の他、ナショナリズムや近代スポーツ文化経済からの分析も必要である。本論文では笑顔の出現率を中心に調査したが、表情の“質”にあまり踏み込めなかったのが今後の課題になる。今後も男性身体の表象について、研究を深めていくこととする。なお本論文の一部は、2018年度大阪樟蔭女子大学特別研究助成費を受けたものである。

参考文献

- [1] 新渡戸稲造：武士道，丁未出版社，pp. 135-136 (1908).
- [2] 浦野洋司：日本の文化背景に潜む笑いへのネガティブな2側面：お歯黒の歴史と武士道の残影の中で，笑い学研究，日本笑い学会，10(0)，pp. 3-10 (2003).
- [3] R. W. コンネル：ジェンダーと権力 セクシュアリティの社会学，三交社，(1993).
- [4] 熊田一雄：男らしさという病？—ポップ・カルチャーの新・男性学，風媒社，(2005).
- [5] 川口遼：R. W. コンネルの男性性理論の批判的検討—ジェンダー構造の多元性に配慮した男性性のヘゲモニー闘争の分析へ—，一橋社会科学 第6巻，(2014).

- [6] 多賀太:日本における男性学の成立と展開, 現代思想 Vol. 47-2, 青土社, p. 26 (2019).
- [7] 川野佐江子:大相撲とその力士の身体表象に関する研究—NHK テレビ番組で描かれる力士の身体性について—, 大阪樟蔭女子大学研究紀要, 第4巻, pp. 77-88 (2014).
- [8] —————:「男らしさ」と横綱柏戸の表象—柏戸の何が男性的なのか, スポーツとジェンダー研究, 第14巻, pp. 33-42 (2016).
- [9] 田中俊之:男性学の新展開, 青弓社, p. 62 (2009).
- [10] 原克:美女と機械—健康と美の大衆文化史, 河出書房新社, (2010).
- [11] 経済産業省:統計:スポーツ関連産業の動向と相撲人気の行方, http://www.meti.go.jp/statistics/toppage/report/minikaishetsu/hitokoto_kako/20160601hitokoto.html (最終更新日 2016.6.1).
- [12] 村澤博人:顔の文化誌, 講談社, (2007).
- [13] 宮台真司:IV「かわいい」の本質—成熟しないまま性になり出すことの肯定, 東浩紀編:日本的想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性, NHK ブックス, (2010).
- [14] 中村哲也:学生野球憲章とはなにか—自治から見る日本野球史, 青弓社ライブラリー, (2010).
- [15] イヴ・K・セジウィック:男同士の絆—イギリス文学とホモソーシャルな欲望—, 名古屋大学出版会, (2001).

英文要旨

The present study was undertaken to identify a transformation of “Hegemonic Masculinity” in post-war Japan. This study puts its focus on the smiling faces of sumo wrestlers on sumo magazine covers (1956~2018) and attempts to identify “Hegemonic Masculinity” as defined by R.W.Connel.

Smiles on sumo magazines represent “Hegemonic Masculinity” for each decade. The sumo wrestlers of the '50s had “modesty” as per the tenants of Bushido, or warrior code, the '60s had a new market for women and children and valued “youth and handsomeness”, the '70s had an interest in returning to “traditional Japanese values” in the face of increasing internationalization, and the '80s had free expression of emotion, casual atmospheres, and handsome appearances. The sumo of the '90s had “forced smiles” to stay marketable during the rise of kawaii culture, when genuine emotion wasn't in vogue. Each sumo wrestler had to present surface-level expressions. After 2000, informal, and natural postures of sumo wrestlers increased on sumo magazine covers, and popular sumo wrestlers became relatable with “smiles of carefree boys” and without the authority of a “mature man”.

This survey claims that “Hegemonic Masculinity” is always transforming, and is dictated by modern desires that are expanded by consumer society: such as youth-conscious, health-conscious, natural-conscious markets, etc..

著者紹介



川野 佐江子

著者 1

氏 名：川野佐江子

学 歴：立教大学大学院文学研究科比較文明学専攻
博士課程後期課程修了 博士(比較文明学)
(立教大学)

職 歴：丸善株式会社紳士アパレル MD を経て、
現在大阪樟蔭女子大学 学芸学部 化粧ファ
ッション学科 准教授

所属学会：日本社会学会、日本スポーツ社会学会、日
本スポーツとジェンダー学会、表象文化論
学会、他会員 化粧文化研究者ネットワー
ク世話人

専 門：身体表象論、ジェンダー論 (男性学)、ス
ポーツ社会学

薄毛成人男性の好感度に影響する諸要因

髪型、衣装、頭部比率の効果

Factors that influence the likability rating of thin-haired men
Hairstyle, clothing, and aspect ratio of head

富田瑛智¹⁾、松本圭司²⁾、森川和則¹⁾

Akitoshi TOMITA¹⁾, Keiji MATSUMOTO²⁾, Kazunori MORIKAWA¹⁾

E-mail: a-tomita@hus.osaka-u.ac.jp

和文要旨

薄毛男性の好感度に影響する要因として、髪長さ、服装、髪を含む頭部の縦横比率について検討した。300名の参加者が中年薄毛男性の写真を見て好感度を判断した。参加者は、髪長さ異なる3枚の写真の好感度の順位付け、3種類の服装を着た髪長さやや長い写真と短い写真の順位付けを行い、髪を含む頭部の縦横比率異なる写真から最も好感度の高い写真を選んだ。その結果、髪長さやや短い条件の時最も好感度が高いこと、髪毛が短い場合のみ服装を変化させることで好感度に影響が現れること、最も好感度が高い髪を含む頭部の縦横比率は1.5対1であることが明らかとなった。

キーワード：薄毛、男性型脱毛症、好感度、髪型、頭部縦横比率

Keywords : hair loss, male pattern baldness, likability, hairstyle, aspect ratio of head.

成人男性の外見に関する悩みの一つに髪毛の減少、薄毛や頭部の脱毛 (hair loss)、特に男性型脱毛症 (male pattern baldness[1]) がある。日本人を対象とした薄毛に関する調査では、男性の26.7%、女性の8.6%が、自分は薄毛であると回答しており、男性では平均36.3歳、女性で平均37.7歳の時点で薄毛が気になり始めるとされる[2]。将来薄毛になることを不安に感じている人々は約33.8%おり、3人に1人は薄毛に対して不安を感じているとする調査もある[3]。

男性の薄毛に関する不安は、健康的側面と社会的側面が存在する。健康面では、男性の薄毛や頭部の脱毛を自覚することが、老化、前立腺がん、心臓疾患のリスクを高める可能性がある[4]。社会的な側面としては、薄毛男性は自身または他人から、外見をもとに推測される年齢が実際よりも高く見積もられ、薄毛は外見的な魅力度を低下さ

せることがある[5]。特に日本では、薄毛による魅力度の低下は、薄毛が進行する20代から40代の男性にとって大きな不安要因になっている[6][7]。

日本の薄毛男性は、髪量の変化による外見上の好感度への影響を懸念している[6][7]。一方で、女性顔を評定させた研究では、髪の色や長さが人物の魅力度に影響を与えるとされている[8]。女性では、髪が長い場合に短い場合よりも魅力的に判断されるが、薄毛男性においても同様の結果が得られるのであろうか。薄毛男性は、薄毛の進行とともに、1本1本の髪を長く伸ばすことで、頭頂部の薄毛を補う方略をとる場合が珍しくない[7]。しかし、そのような方略が、薄毛による魅力度の低下を本当に軽減しているかは明らかでない。

男性型脱毛症の進行は、主に前頭部の生え際や

1) 大阪大学大学院人間科学研究科、Graduate School of Human Sciences, Osaka University

2) 株式会社カルヴォ、Calvo Inc.

頭頂から始まる。側頭部及び後頭部の髪の変化は薄毛が十分に進行した後とされる [9]。その結果、薄毛進行過程の髪を含めた頭部の形状は、薄毛進行前よりも見かけ上、横幅は変わらないが縦が短くなる。したがって、薄毛は、単なる髪の量の変化以外に、髪を含めた頭部全体の縦横比率の変化をもたらす。男性顔の縦横比に関する研究では、顔の内部特徴の配置、特に顔の横幅に対する眉間から上唇までの距離の比率が、男性らしさの印象に関わると指摘されている [11][12]。しかし、これらの研究は内部特徴の比率を検討しており、髪を含めた頭頂までの縦横比を検討していない。一方で、薄毛の進行は、顔の内部特徴の配置を変化させず、頭部全体の縦の長さ（顎から頭頂までの距離）を変化させる。薄毛男性の魅力や好感度においては、頭部全体の縦横比率の影響を検討する必要がある。

このように、人口のかなりの割合を占める薄毛男性の見た目、好感度に関しては様々な問題があるにもかかわらず、先行研究はほとんど存在しない。心理学分野において、顔の魅力に関する研究の大部分は女性の顔に関するものであり [8]、男性顔の魅力に関する比較的少数の研究のほとんどは男性顔の目・鼻・口や骨格由来の魅力度の研究であって [13]、男性の毛髪に関する研究は極めて少ない。しかも、わずかながら存在する薄毛男性の印象に関する研究も、薄毛によるネガティブな影響を調べたものであり [5]、薄毛男性の好感度を上げる要因を実験的に調べた先行研究はほぼ皆無に等しい [14]。

本研究では、薄毛男性の髪の長さ及び頭部縦横比率が、外見上の好感度に与える影響を検討した。調査では、薄毛男性の髪の長さが好感度に与える影響を検討するため、参加者に3種類の髪型の男性を好感度が高い順に選択してもらった。また、バストアップ写真を用いて、着用している衣服も見せることが、好感度に与える影響を検討した。衣服の特徴を増やすことで、頭部への注意が衣服へ分散し、薄毛による印象への影響が軽減されるのか検討した。そして、頭部の縦横比が異なる画像から最も好感度が高い画像を選ぶ課題によって、最適な頭部縦横比率の検討を行った。薄毛に対する意識質問紙は、自身が薄毛であることおよび、薄毛への関心が性別、年齢で異なるか、また、薄毛への関心と各写真への好意度の関連性を



図1 頭部写真好感度判断課題で用いた刺激写真の例
左から髪の長さがやや長い、やや短い、短い

検討する目的で実施した。

方法

調査対象者

インターネット調査会社に登録する300名(男性150名、女性150名)の成人であった。平均年齢は35.2歳(SD = 13.1)であり、10歳代から50歳代まで10歳刻みに30名ずつが調査に参加した。

刺激写真

30代から50代の中年薄毛男性7名の頭部写真及びバストアップ写真を用いた¹。中年男性の薄毛の程度はHamillton-NorwoodステージのIIからIII程度であった [9]。

調査課題と質問項目

顔写真好感度判断課題、バストアップ写真好感度判断課題、頭部縦横比率好感度判断課題、薄毛への関心度に関する質問紙より構成された。すべての課題はWebブラウザ上で行われた。参加者は各自PCまたはスマートフォンを利用し調査に参加した。

顔写真好感度判断課題 頭部のみが撮影された3種類の中年男性の顔写真を、好感度が高い順に選択する課題であった。3種類の写真は、髪の毛の長さが異なり、やや長い、やや短い、短い3種類であった。カット及びセットはプロの理容師により行われた。3種類の顔写真はランダム順で横に並べて提示され、横並びの写真はすべて同じモデルであった。5名のモデルの横並びの写真が用意され、参加者はすべてのモデルに対して判断を行った。モデルの提示順は参加者間でカウンターバランスされた。(図1)

1 モデル写真の撮影については大阪府理容生活衛生同業組合の協力を受けた。提供状況及び写真利用の承諾状況に基づき判断課題間でモデルが一部異なった。

バストアップ写真好感度判断課題 バストアップで撮影された6種類の中年男性の顔写真を好感度が高い順に選択する課題であった。バストアップの写真は髪の長さ2種類×衣服3種類の6パターンで構成された。髪の長さはやや長い、短いであり、衣服はa) 白いシャツ、b) 白いシャツ、ネクタイ、眼鏡、c) 白いシャツ、ネクタイ、眼鏡、ジャケットの3種類であった。衣服3種はプロのコーディネーターにより選択されたオフィスで着用しても違和感のない衣服であった。6種類の顔写真はランダム順で横に並べて提示され、並べられた写真はすべて同じモデルの写真であった。4名のモデルの横並びの写真が用意され、参加者はすべてのモデルの判断課題を行った。モデルの提示順は参加者間でカウンターバランスされた。(図2)

頭部縦横比率好感度判断課題 頭部の縦横比率が異なる5枚の写真から、最も好感度が高い画像を1つ選択する課題であった。頭部の縦横比率が異なる画像は、頭部のみが撮影された中年男性モデル5名の写真を元にして画像編集ソフトを用いて、頭部の縦横比(頭部の上端(髪を含む)から顎の先端までの距離/耳より上部の横幅の最長距離)の調整を行い作成した。縦横比の調整は、耳のすぐ上(頭部の横幅が最大)から頭部の上端(髪を含む)の領域を操作することにより変化させた。この調整部分はヘアカットにより高さを調

整可能な部位であった。画像には、縦横比が140%から164%の画像が4%刻みで作成された。それぞれの画像は、5枚ずつ、140%から156%、144%から160%、148%から164%の順に並んだ3パターンが作成された。参加者は3パターンのすべてのモデルに対して判断を行った。そのため、参加者は15回判断を行った。モデルの提示順序及び頭部比率パターンはカウンターバランスされた(図3)

薄毛への関心度に関する質問紙 自身の薄毛度合いに関する項目(自身は薄毛だと思う)、薄毛への関心に関する項目(将来、薄毛になる可能性を考える、身近な人々の薄毛が気になる、など)、薄毛への評価及び興味に関する項目(薄毛に良い印象があるかなど)を6段階(非常に当てはまらない~非常に当てはまる)で答える7項目で構成される質問項目であった。

課題はすべて顔写真好感度判断課題、バストアップ写真好感度課題、頭部縦横比率好感度判断課題、薄毛への関心度に関する質問紙の順で行われた。本調査は大阪大学大学院人間科学研究科行動学系研究倫理審査委員会の承認を受けて行われた。



図2 バストアップ写真の好感度判断課題で用いた刺激写真の例

左から髪の長さがやや長い a) シャツ、b) シャツ、眼鏡、ネクタイ、c) シャツ、眼鏡、ネクタイ、ジャケット、髪の長さが短い a), b), c)



図3 頭部縦横比率好感度判断課題で用いた刺激写真の例

左から縦横比、1.4:1, 1.44:1, 1.48:1, 1.52:1, 1.56:1を示す

結果

顔写真好感度判断課題

参加者ごとに髪の長さ (3 水準) ごとの好感度平均順序を算出し、髪の長さの平均順位に差がみられるか、また、平均順位に性別、年齢で差がみられるか分析した。髪の長さを参加者内要因とし、性別、年齢 (5 水準) を参加者間要因とした、3 要因混合計画の分散分析を行った。年齢は 10 歳刻みに切り上げて 20 歳代から 60 歳代までの 5 グループに分けて分析した。その結果、髪の長さの主効果 ($F(2, 580) = 233.32, p < .001, \eta^2_p = .45$)、髪の長さとの性別の交互作用 ($F(2, 580) = 3.02, p = .050, \eta^2_p = .01$)、髪の長さとの年齢の交互作用 ($F(8, 580) = 3.37, p < .001, \eta^2_p = .04$) が得られた。(図 4)

髪の長さとの性別の交互作用では、どちらの性別でも髪の長さの単純主効果が得られ、(男性、 $F(2, 290) = 91.84, p < .001, \eta^2_p = .39$; 女性、 $F(2, 290) = 150.29, p < .001, \eta^2_p = .50$)、どちらの性別でも、髪の長さがやや短い、短い、やや長い順に好感度の平均順位が高く選ばれていた² (男性、やや長い - やや短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .77$ 、やや長い - 短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .51$ 、やや短い - 短い $p = .007, \text{Cohen's } d = .16$;

2 顔写真好感度判断課題に用いたモデル 5 名の内 2 名はヘアカットの際に美容師がバランスと整える目的で髭と眉を少し調整されていた。しかし、髭や眉の差はわずかで影響は小さいと思われる。髭や眉の調整が行われていないモデル 3 名のみで髪の長さを要因とした分散分析を行ったところ、有意な主効果が得られ ($F(2, 598) = 164.58, p < .001, \eta^2_p = .36$)、5 名の場合と同じくやや短い、短い、やや長い順で平均順位が高く選ばれていた (やや長い - やや短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .99$ 、やや長い - 短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .68$ 、やや短い - 短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .46$)

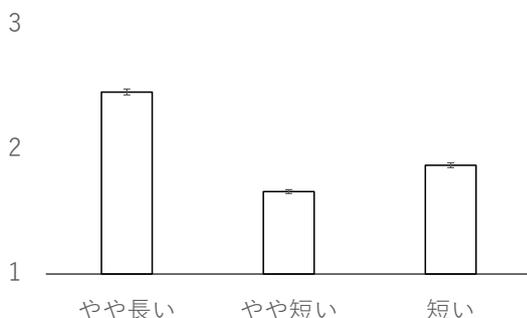


図 4 顔写真における髪の長さごとの好感度平均順位
数値が小さいほど好感度が高い。縦軸は平均順位を示す。エラーバーは標準誤差を示す

女性、やや長い - やや短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .92$ 、やや長い - 短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .57$ 、やや短い - 短い $p < .001, \text{Cohen's } d = .44$)³。また、やや短い髪の長さでのみ、性別の単純主効果が得られ ($F(2, 290) = 1.23, p = .002, \eta^2_p = .03$)、女性のほうがやや短い髪の長さを高い順位で選んでいた。

髪の長さとの年齢の交互作用では、すべての年齢層で単純主効果が得られ、(10 代 $p < .001, \eta^2_p = .38$ 、20 代 $p < .001, \eta^2_p = .62$ 、30 代 $p < .001, \eta^2_p = .63$ 、40 代 $p < .001, \eta^2_p = .50$ 、50 代 $p < .001, \eta^2_p = .30$) 50 代を除くすべての年齢層で、髪の長さがやや短い、短い、やや長い順で好感度が高く順位づけられていた。50 代では髪の長さがやや短いと短いの間のみ差が得られなかった。

バストアップ写真好感度判断課題

バストアップ写真好感度判断課題では、髪の長さ (2 水準) と衣服 (3 水準) を参加者内要因とし、性別、年齢を参加者間要因とした 4 要因混合計画の分散分析を行った。(図 5) 髪の長さの主効果 ($F(1, 290) = 299.43, p < .001, \eta^2_p = .51$) と衣服の主効果 ($F(2, 580) = 4.61, p = .010, \eta^2_p = .02$)、髪の長さとの衣服の交互作用 ($F(2, 580) = 3.34, p = .036, \eta^2_p = .01$) が得られた。また、髪の長さ×年齢×性別の二次の交互作用が得られた ($F(4, 290) = 3.18, p = .014, \eta^2_p = .04$)。

髪の長さとの衣服の交互作用が得られたため、単純主効果の検定を行ったところ、髪の長さが短い

3 多重比較における有意確率の修正は Holm 法を用いた。

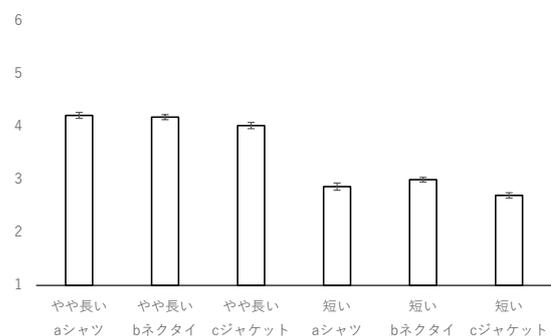


図 5 バストアップ写真における髪の長さ及び服装ごとの好感度平均順位

数値が小さいほど平均好感度順位が高い。縦軸は平均順位を示す。やや長い、短い、は髪の長さを示し、a はシャツ、b はシャツ、眼鏡、ネクタイ、c はシャツ、ネクタイ、眼鏡、ジャケットを示す。エラーバーは標準誤差を示す。

条件で、衣服の単純主効果が得られた ($F(2, 580) = 7.06, p = .001, \eta^2_p = .02$)。髪のがさが短い条件で多重比較を行った結果、b) シャツ、ネクタイ、眼鏡条件が最も好感度の順位が低く、c) シャツ、ネクタイ、眼鏡、ジャケットと a) シャツに差は得られなかった。服装条件ごとの髪のがさの効果はすべての条件で単純主効果が得られ、髪が短い条件のほうがやや長い条件よりも好感度の順位が高かった (a) シャツ条件 $F(1, 290) = 214.58, p < .001, \eta^2_p = .43$; b) シャツ、ネクタイ、眼鏡条件 $F(1, 290) = 206.18, p < .001, \eta^2_p = .42$; シャツ、ネクタイ、眼鏡、ジャケット条件 $F(1, 290) = 271.66, p < .001, \eta^2_p = .48$)。

髪のがさ×年齢×性別の二次の交互作用が得られたため、性別ごとに髪のがさ×年齢の分散分析を行ったところ、男性では、年齢の単純主効果 ($F(4, 144) = 27.21, p < .001, \eta^2_p = .43$)、髪のがさの単純主効果 ($F(1, 144) = 119.50, p < .001, \eta^2_p = .45$)、年齢×髪のがさの単純交互作用が得られた ($F(4, 144) = 2.55, p = .042, \eta^2_p = .07$)。年齢×髪のがさの交互作用について、年齢ごとに単純主効果の検定を行ったところ、すべての年齢で髪のがさの効果が、すべて、髪がやや長い条件より髪が短い条件の好感度が高かった (すべて、 $F_s(1, 29) > 9.97, p_s < .005, \eta^2_p > .26$)。年齢ごとの有意確率と効果量は 10代 ($p = .001, \eta^2_p = .31$)、20代 ($p = .004, \eta^2_p = .26$)、30代 ($p < .001, \eta^2_p = .57$)、40代 ($p < .001, \eta^2_p = .60$)、50代 ($p < .001, \eta^2_p = .48$) であり、10代、20代に比べ、30代、40代で髪が短い条件のほうが好感度が高くなる傾向にあった。女性では、髪のがさの単純主効果のみが得られ ($F(1, 144) = 248.60, p < .001, \eta^2_p = .63$)、髪が短い条件のほうがやや長い条件より好感度が高かった。

頭部縦横比率好感度判断課題

参加者ごとに、最も好感度が高いと選択された頭部縦横比率を算出した。次に、140%から164%の画像の選択率を最小二乗法により正規分布の確率密度関数への当てはめを行った。その結果、選択率の平均値は150.20%、標準偏差3.22の確率密度関数に最もよく当てはまった ($R^2 = .99$) (図6)。参加者の性別ごとに確率密度関数への当てはめを行ったところ、男性参加者では平均値150.00% (SD = 3.52) ($R^2 = .99$)、女性参加者では、150.40% (SD = 2.87) ($R^2 = .99$) で

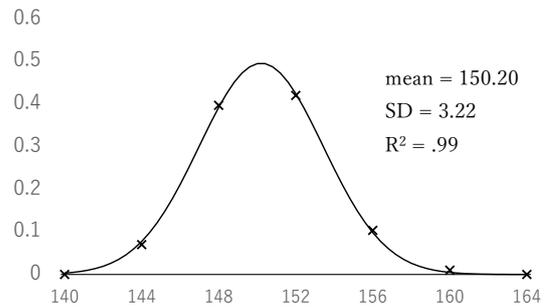


図6 頭部縦横比率判断課題における各画像の平均選択率 縦軸を平均選択率、横軸を顔の縦横比 (横を100とした時の縦の比率) を示す。

あり、ほとんど違いは見られなかった⁴。頭部比率好感度判断課題に用いた元の顔の頭部縦横比は低い順に、1.47、1.55、1.53、1.54、1.63であり、1.47の顔を除き1.50よりも比率が高かった。

薄毛への関心に関する質問項目

薄毛への関心度に関する各質問項目と性別、年齢の間の相関分析を行った。性別は男性0、女性1へと変換し分析に用いた。性別は「薄毛への自覚」($r = -.27, p < .001$)、「薄毛になる可能性への意識」($r = -.35, p < .001$)、「薄毛の人物を見かける」($r = -.13, p = .025$)、「薄毛に興味がある」($r = -.17, p = .002$)との負の相関がみられ、女性より男性でこれらの項目の得点が高かった。質問項目と年齢との間では、「薄毛への自覚」($r = .29, p < .001$)、「薄毛対策をしている」($r = .14, p = .016$)、「薄毛に良い印象」($r = .22, p < .001$)、「薄毛への興味」($r = .15, p = .012$)との間に正の相関関係が見られ、年齢の増加と共に得点が高かった。しかしながら、薄毛への関心項目と、顔写真好感度判断課題、バストアップ写真好感度判断課題及び頭部比率好感度判断課題の結果との間に有意な相関関係は見られなかった。

考察

本研究では、参加者は髪型、衣服、頭部比率の異なる薄毛男性の顔写真およびバストアップ写真に対する好感度を判断した。その結果、髪型は本研究におけるやや短い髪に最も好感度が高く評価された。やや短い髪のがさは男性よりも女性で好感度が高く順位づけられていた。また、50

4 選択された頭部比率の平均値に男女差は得られなかった ($t(298) = 0.72, p = .24, \text{Cohen's } d = .04$)

歳代では、髪の長さが「短い」と「やや短い」の間の好感度に差が見られなかった。

本研究の薄毛男性モデルの場合、参加者の性別にかかわらずやや長い髪よりもやや短い及び短い長さの髪で好感度が高かった。本研究の結果から、薄毛男性において、髪を長くする方略は、好感度に負の影響を持つことが示された。

しかし、短いほど好感度が高いとは言えず、特に女性ではやや短い髪への好感度が男性より高いなどの結果も得られた。髪の長さの多重比較における効果量を考慮すると、男性では、髪の長さが長い条件とやや短い、短い条件での好感度の差には中程度の効果が得られているが（やや長い - やや短い、やや長い - 短いの効果量は Cohen's $d = .50$ 以上）、やや短い - 短い効果量が小さかった (Cohen's $d = .16$)。対して、女性では、やや長い - やや短いの効果量が男性に比べ大きく (Cohen's $d = .92$)、さらに、やや短い - 短い効果量も小さいとは言えなかった (Cohen's $d = .44$)。つまり、男性から見ると髪の長さが短い条件とやや短い条件では印象がほとんど変わらないが、女性から見ると、やや短い髪に対する好感度が他の二つよりも高いことが示された。この結果は、特に女性から見ると、薄毛男性の髪が短いほど好ましいというわけではないことを示す。

髪を短く整えることと好感度の上昇の関連は、短い髪の頭部比率が男性性に関連する特徴を強調させたためである可能性がある。髪の量を非常に短く整えることは顔全体の中で顔下部の領域を相対的に広く見せる。男性的な顔立ちの特徴として、大きな下顎があり [15]、髪を短く整えることは、男性らしい印象に繋がる可能性がある。男性においても、男性らしい特徴を強調するよりも、女性的な特徴を合わせ持つ場合に魅力が高まることあり [13]、髪を短く整えることが男性らしさを強調し、好感度を下げていた可能性もある。加えて、髪をそり上げた場合、支配的 (dominance)、または、筋肉質である (masculinity)、規範に違反する (norm violation)、という印象が高まるとされる [13]。本研究の髪が短い条件は、剃り上げるほど短くはなかったが、髪を短く整えることが、このような印象を抱かせ、好感度を下げていた可能性もある。

衣服の好感度への効果は髪が短い場合にのみ得られ、髪がやや長い場合には衣服の効果が得られ

ず、注意を引くと考えられる特徴点数の増加に伴う薄毛による印象低下の軽減効果は得られなかった。本研究における衣装の3条件は a) シャツ、b) シャツ、眼鏡、ネクタイ、c) シャツ、眼鏡、ネクタイ、ジャケットであった。特徴数の増加という観点では b) は中程度の特徴数になるが、短い髪条件では好感度が最も低かった。短い髪条件では、ジャケットなしでシャツのみにネクタイという中途半端な服装が好感度を下げていた可能性がある。

最適頭部縦横比率を算出したところ、縦対横が 1.502 対 1 の時、最も好感度が高いという結果が得られた。本研究のモデルの元の頭部（髪を含む）の縦横比の範囲は 1.628 から 1.474 であり、本研究で得られた縦横比は決して不自然な比率ではない。顔の内部特徴 [16] や身体 [17] の最も魅力的な比率を検討した研究はいくつか存在する。例えば、男性顔では、顔の内部特徴の縦横比（顔の横幅に対する眉間から上唇までの距離）が高くなる（眉間から口までの距離が長くなる）ことは、男性的な印象を高め、攻撃性が高いなどの印象を抱かせるとされる。ただし、これらの先行研究は内部特徴の縦横比に関する研究であり、髪を含めた頭部全体に関するものではない。本研究のような、薄毛男性の頭部の最適な縦横比を検討した研究はみられない。松本 [6] によると、頭部の上端（髪を含む）から口までの距離と耳を除いた頭部の横幅最大値の比率が、1.2 対 1 の時に最も印象が良くなるとされる。松本 [6] の値は経験則に基づくものではあるが、本研究で得られた縦横比 1.5 対 1 を、頭部の上端から口までの距離と頭部の最大横幅の比率として計算し直すと、概ね 1.2 対 1 となり、松本の経験則を支持している。本研究により得られた頭部比率がどのような意味を持つのか、今後検討していく必要がある。

本研究より、男性モデルでは薄毛を髪の長さで補うことが印象にネガティブに作用することが明らかとなった。ただし、本研究で用いたやや長い髪よりも髪が長い場合にどのような印象がもたれるのかは不明である。長い場合は、ヘアスタイルを多様に変化させることが可能になる。加えて、薄毛男性は髪を短く整えることに抵抗感を持つ場合があるとされ [6][7]、薄毛男性の髪が長い場合のヘアスタイルの効果を検討することも一つの方向性である。

本研究では研究成果の生態学的妥当性と実用性を重視したため、実写モデルの写真を用いていた。そのため、厳密には写真間で統制しきれていない要因が存在した（ヒゲや眉、眼鏡の反射、顎の角度など⁵）。ヒゲや眉などの部位や、眼鏡、顔の角度は、顔の再認や印象に影響を与える場合がある[18][19][20][21]。これらの要因が、本研究における好感度判断に影響を与えていた可能性を完全には排除できていない。加えて、顔写真好感度課題では、1名のモデルで、髪短い条件が最も好感度が高いなど、モデル間で髪の長さの効果が異なる可能性も示唆された。今後は3DCGモデルなどのより統制された刺激を用いて本研究の知見を厳密に検討することも有効であろう。

本研究では中年薄毛男性のモデル写真を用いていた。そのため、本研究の結果は、少なくとも、薄毛中年男性に対して生じることは明らかである。しかしこの現象が薄毛男性に限るものなのか、薄毛でない男性でも生じるのかは明らかになっていないため今後検討すべき課題である。髪の長さ、及び頭部比率の好感度への効果が、他の年齢層、薄毛ではない成人、または女性モデルの場合でも同様に得られるのか検討することは将来の課題である。

本研究で扱ったのは、正面顔であった。男性型脱毛症は頭頂部（つむじ付近）においても進行することから、薄毛は横または後方からの印象にも影響を与えることが示唆される。日常の対人場面では、様々な角度から顔を認識する。今後は、薄毛による印象を正面方向以外からも検討する必要があるだろう。

参考文献

- [1] Inui, S., & Itami, S. (2011). Molecular basis of androgenetic alopecia: From androgen to paracrine mediators through dermal papilla. *Journal of Dermatological Science*, 61(1), 1-6.
- [2] ホットペッパービューティーアカデミー：「薄毛に関する意識調査 2018」, 株式会社リクルートライフスタイル, https://hba.beauty.hotpepper.jp/wp/wp-content/uploads/2018/10/20181011_usuge_PR.pdf (2018年10月29日)
- [3] 株式会社毛髪クリニック リープ 21: 「日本初! 「全国薄毛リスク調査 2018」結果発表」株式会社毛髪クリニック リープ 21, https://www.reve21.co.jp/files/2018/NewsRelease_20180820.pdf (2018年10月29日)
- [4] Hsu, L. M., Chung, J., & Langer, E. J. (2010). The influence of age-related cues on health and longevity. *Perspectives on Psychological Science*, 5(6), 632-648.
- [5] Cash, Thomas, F. (1990). Losing Hair, Losing Points?: The. *Journal of Applied Social Psychology*, 20(2), 154-167.
- [6] 松本圭司. (2018). ハゲを着こなす悩みを武器にして人生を変える方法, WAVE 出版
- [7] 須長史生. (1999). ハゲを生きる - 外見と男らしさの社会学 -, 勁草書房
- [8] Swami, V., Furnham, A., & Joshi, K. (2008). The influence of skin tone, hair length, and hair colour on ratings of women's physical attractiveness, health and fertility. *Scandinavian Journal of Psychology*, 49(5), 429-437.
- [9] Norwood, O. T. (1975). Male Pattern Baldness: classification and Incidence. *Southern Medical Journal*, 68(11), 1359-65.
- [10] 河内まき子・持丸正明. (2008). 日本人頭部寸法データベース 2001, 産業技術総合研究所 H16PRO-212.
- [11] Lefevre, C. E., Lewis, G. J., Perrett, D. I., & Penke, L. (2013). Telling facial metrics: facial width is associated with testosterone levels in men. *Evolution and Human Behavior*, 34(4), 273-279.
- [12] Valentine, K. A., Li, N. P., Penke, L., & Perrett, D. I. (2014). Judging a Man by the Width of His Face. *Psychological Science*, 25(3), 806-811.
- [13] DeBruine, L. M., Jones, B. C., Little, A. C., Boothroyd, L. G., Perrett, D. I., Penton-Voak,

5 好感度評定に対して、眼鏡の反射の有無を要因とした t 検定を行ったところ、反射の有無により好感度の差は得られなかった ($t(299) = 1.65, p = .12, \text{Cohen's } d = .09$)。

- I. S., ... Tiddeman, B. P. (2006). Correlated preferences for facial masculinity and ideal or actual partner's masculinity. *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, 273(1592), 1355–1360.
- [14] Mannes, A. E. (2013). Shorn Scalps and Perceptions of Male Dominance. *Social Psychological and Personality Science*, 4(2), 198–205.
- [15] Johnston, V. S. (2006). Mate choice decisions: the role of facial beauty. *Trends in Cognitive Sciences*, 10(1), 9–13.
- [16] Pallett, P. M., Link, S., & Lee, K. (2010). New “golden” ratios for facial beauty. *Vision Research*, 50(2), 149–154.
- [17] Mather, G. (2010). Head – Body Ratio as a Visual Cue for Stature in People and Sculptural Art. *Perception*, 39(10), 1390–1395.
- [18] Dixon, B. J., & Vasey, P. L. (2012). Beards augment perceptions of men's age, social status, and aggressiveness, but not attractiveness. *Behavioral Ecology*, 23(3), 481–490.
- [19] Sadr, J., Jarudi, I., & Sinha, P. (2003). The role of eyebrows in face recognition. *Perception*, 32(3), 285–293.
- [20] Leder, H., Forster, M., & Gerger, G. (2011). The glasses stereotype revisited: Effects of eyeglasses on perception, recognition, and impression of faces. *Swiss Journal of Psychology*, 70(4), 211–222.
- [21] Lyons, M. J., Campbell, R., Plante, A., Coleman, M., Kamachi, M., & Aka-matsu, S. (2000). The Noh mask effect: vertical viewpoint dependence of facial expression perception. *Proceedings of the Royal Society of London. Series B: Biological Sciences*, 267(1459), 2239–2245.

付録

表1 頭部写真好感度判断課題におけるモデル別髪の高さと幅 (mm 単位)

頭頂はモデルの眉間から顎の先端を結ぶ垂線上の髪の高さを示す。側頭は眉間のやや上部の頭部の横幅が最大になる高さの左右の髪幅の合計値を示す。絶対値が不明なモデルも存在したため、産業技術総合研究所頭部寸法データベース 2001[10]の青年層男性の平均値をもとに推定した。

	やや長い		やや短い		短い	
	頭頂	側頭	頭頂	側頭	頭頂	側頭
average	60.5	60.2	61.8	48.7	54.7	35.2
model1	88.5	63.8	76.9	49.4	66.2	34.7
model2	47.0	69.9	78.1	48.7	46.2	36.2
model4	69.1	70.4	57.7	58.9	56.8	44.1
model5	54.2	36.5	47.4	36.9	50.0	24.8
model7	43.8	60.3	48.8	49.6	54.1	35.9

表2 頭部写真における髪の高さごとのモデル別好感度平均評定順位
数値が小さいほど好感度が高い。かっこ内は標準誤差を示す。

	やや長い	やや短い	短い
average	2.46 (0.02)	1.66 (0.02)	1.87 (0.02)
model1	2.16 (0.05)	1.42 (0.04)	2.42 (0.04)
model2	2.60 (0.04)	1.32 (0.03)	2.08 (0.04)
model4	2.87 (0.02)	1.32 (0.03)	1.96 (0.02)
model5	2.27 (0.05)	1.54 (0.04)	2.20 (0.04)
model7	2.42 (0.05)	2.08 (0.04)	1.50 (0.04)

表3 バストアップ写真における髪長さ及び服装ごとのモデル別好感度平均順位

数値が小さいほど平均好感度順位が高い。やや長い、短い、は髪長さを示し、aはシャツ、bはシャツ、眼鏡、ネクタイ、cはシャツ、ネクタイ、眼鏡、ジャケットを示す。カッコ内は標準誤差を示す。

	やや長い aシャツ	やや長い bネクタイ	やや長い cジャケット	短い aシャツ	短い bネクタイ	短い cジャケット
average	4.22 (0.06)	4.18 (0.05)	4.03 (0.06)	2.87 (0.07)	3.00 (0.04)	2.70 (0.05)
model1	3.32 (0.10)	3.90 (0.09)	3.74 (0.10)	3.50 (0.11)	3.35 (0.09)	3.18 (0.09)
model4	5.01 (0.07)	4.67 (0.06)	4.18 (0.08)	2.49 (0.08)	2.61 (0.07)	2.04 (0.07)
model5	4.17 (0.10)	3.84 (0.09)	3.90 (0.09)	3.04 (0.10)	3.12 (0.08)	2.93 (0.10)
model7	4.37 (0.09)	4.32 (0.08)	4.28 (0.09)	2.45 (0.10)	2.93 (0.08)	2.65 (0.08)

表4 頭部比率判断課題におけるモデル別の最も好感度が高い頭部縦横比及びその標準偏差

	mean	SD	R ²
average	150.20	3.22	.99
model2	151.78	4.23	.99
model3	150.71	4.27	.99
model4	151.35	4.00	.99
model5	149.69	3.98	.99
model6	149.64	4.24	.99

英文要旨

The purpose of the study was to examine the variables affecting the likability rating of thin-haired men. The hair-style (hair length) (task 1), the style of clothes (task 2), and the aspect ratio of the head were tested (task 3). Three hundred adults recruited by an online survey system participated. The participants were asked to judge the order of likability of photographs in the first and second tasks. In the first task, participants were shown photographs of short (very short), middle, and long (somewhat long) haired male faces. In the second task, the participants were shown 6 types of chest-up photographs of males. These males had short or long hair and they wore either a) a business shirt, b) the business shirt, eyeglasses and a tie, or c) the business shirt, the eyeglasses, the tie, and a jacket. In the third task, participants were asked to choose the most likable photograph from arrays of faces whose head aspect ratios were systematically varied. The results demonstrated that short or middle haired males were more likable than long haired males; the type of clothes affected likability rating of short haired male; and the most likable vertical and horizontal aspect ratio of the head was 1.5.

著者紹介



富田 瑛智



松本 圭司



森川 和則

著者 1

氏 名：富田瑛智

学 歴：2008年大阪府立大学総合科学部人間科学科卒，2013年大阪大学大学院人間科学研究科博士後期課程了。博士（人間科学）。

職 歴：大阪大学大学院人間科学研究科研究員，筑波大学人間系研究員，筑波大学システム情報系助教を経て，2017年より大阪大学大学院人間科学研究科助教，現在に至る。

所属学会：日本顔学会，日本心理学会，日本認知心理学会，日本基礎心理学会 各会員

専 門：選好形成過程，顔記憶・知覚，錯視

著者 2

氏 名：松本圭司

学 歴：1995年慶應義塾大学環境情報学部環境情報学科卒，2013年神戸大学大学院経営学研究科専門職学位課程修了。経営学修士。

職 歴：三洋電機株式会社，本田技研工業株式会社，ヤンマー株式会社を経て，株式会社カルヴォ代表取締役，2018年より一般社団法人日本美 USUGE 協会代表理事，現在に至る。

所属学会：日本顔学会 会員

専 門：新規事業創出，リーダーシップ，人材育成

著者 3

氏 名：森川和則

学 歴：1983年東京大学文学部心理学科卒。1986年東京大学大学院人文科学研究科修士課程修了（心理学修士）。1993年スタンフォード大学（米国）博士課程修了。心理学博士（Ph.D.）。

職 歴：1993年カリフォルニア工科大学生物学部研究員、1996年ラトガーズ大学（米国）視覚研究所研究員、1998年ニューヨーク州立大学大学院研究助教授、1999年小樽商科大学商学部社会情報学科教授を経て、2004年大阪大学大学院人間科学研究科教授、現在に至る。

所属学会：日本顔学会、日本心理学会、日本基礎心理学会、日本認知心理学会、Association for Psychological Science 各会員

専 門：顔の知覚・認識、錯視などの研究に従事

日本顔学会会則

1995年 3月 7日 実 施
1998年10月 3日 改訂承認
2003年 2月25日 改訂承認
2004年 9月25日 改訂承認
2009年10月31日 改訂承認
2010年10月23日 改訂承認
2011年 9月23日 改訂承認
2017年 9月 9日 改訂承認

第1章 総 則

- 第1条 本会は、日本顔学会（Japanese Academy of Facial Studies 略称は J-face）と称する。
第2条 本会は、顔に関する研究の発展を期し、あわせて顔学の普及を図ることを目的とする。
第3条 本会の事務局は、(株)毎日学術フォーラム内（東京都千代田区一ツ橋 1-1-1 パレスサイドビル）に置く。

第2章 会 員

- 第4条 本会の会員は、次の通りとする。
1. 本会は個人会員、準会員、賛助会員をもって組織する。
 2. 個人会員：本会の目的に賛同する者で、理事会の承認を得たもの。
 3. 準会員：本会の目的に賛同する者で、入会時に学生であり、理事会の承認を得たもの。
 4. 賛助会員：本会の目的および事業に賛同支援する団体および機関などで、理事会の承認を得たもの。
- 第5条 本会に入会を希望するものは、入会金および年会費を添えて所定の手続きをとる。
第6条 本会の会員は、会費を納めなければならない。
第7条 2年以上会費を未納のものは、理事会の承認を経て退会させることができる。

第3章 総 会

- 第8条 本会は、個人会員からなる総会を行なう。
第9条 通常総会は、年1回会長により招集される。ただし必要に応じて会長は臨時総会を招集することができる。
総会の決定は、出席した個人会員の過半数をもって行なう。
第10条 総会は、次の事項を決定する。
1. 役員を選出
 2. 予算及び決算
 3. 事業計画
 4. 会則、そのほかの諸規定の策定および改廃
 5. そのほか、会の運営に関する重要な事項

第4章 役 員

- 第11条 本会には、次の役員を置く。
1. 会 長 1名
 2. 副 会 長 3名以内
 3. 理 事 若干名
 4. 監 事 2名
 5. 評 議 員 若干名
- 第12条 役員職務は、次の通りとする。
1. 会長は、本会を代表し、会務を総括する。
 2. 副会長は、会長を補佐し、会長に事故ある時は、その職務を代行する。
 3. 理事は、理事会を組織し、重要事項を審議すると共に、会長を補佐して会務を分掌する。
 4. 監事は、会務ならびに会計を監査する。

5. 評議員は、必要に応じて重要な事項を審議する。

第13条 役員は、個人会員のなかから選出し、その選出方法は次の通りとする。

1. 会長、副会長、理事および監事は、理事会で推薦し、総会で承認を経るものとする。

2. 評議員は、会長が理事会に諮り、これを委嘱する。

第14条 役員の任期は、2年とし、再任を妨げない。ただし、任期途中で補充された役員の任期は、残任期間とする。

第5章 役員会

第15条 会長、副会長および理事は理事会を組織し、本会の目的達成のため必要事項を審議・企画し、実務を処理する。

第16条 理事会は、構成員の3分の2以上の出席をもって成立し、議事は出席者の過半数をもって決定する。

第17条 本会に顧問を置くことができる。顧問は会長が発議し、理事会の議を経て会長が委嘱する。

第18条 監事、顧問は、理事会に出席して、意見を述べるができる。

第19条 理事会は、理事を補佐し実務を分担させるための理事補佐を若干名置くことができる。また、必要を認めるときは、理事補佐に理事会への出席を求めることができる。

第20条 評議員会は、必要に応じて会長が招集し、重要な事項を審議する。

第6章 事業

第21条 本会の目的を果たすために、次の事業を行なう。

1. 年1回以上の学術集会の開催

2. 年1回以上の顔研究に関する情報、会員の活動紹介を中心とした情報誌の発行。

3. そのほか、本会の目的を達成するために必要な事業。

第7章 会計

第22条 本会の経費は、会員からの入会金および年会費のほか寄付金そのほかをもってあてる。

第23条 本会の入会金および年会費については、別に定める。

第24条 本会の会計年度は、1月1日から12月31日までとする。

第8章 会則の変更

第25条 本会則を変更するには、理事会の議を経て総会の決議を必要とする。

附 則

1. 本会則は、1995年3月7日より実施する。

2. 本会は、学会運営事務を、(株)毎日学術フォーラム内（東京都千代田区一ツ橋1-1-1 パレスサイドビル）に委託する。

会費に関する規定

会則第22条の本会の入会金および年会費は次の通りとする。

- | | | |
|--------|------|----------------|
| 1. 入会金 | 個人会員 | 1,000円 |
| | 準会員 | 0円 |
| | 賛助会員 | 5,000円 |
| 2. 年会費 | 個人会員 | 5,000円 |
| | 準会員 | 1,000円 |
| | 賛助会員 | 1口10,000円 5口以上 |

※学会在籍年数10年以上かつ65歳以上で理事会の承認を得たものは、年会費を1000円とする。

この規定は、2017年9月9日より適用する。

日本顔学会誌投稿規定

(2002年01月20日作成)

(2007年11月30日改訂)

(2008年11月30日改訂)

(2008年12月8日改訂)

(2010年1月26日改訂)

1. 論文など、記事のカテゴリと内容

日本顔学会誌 (Journal of Japanese Academy of Facial Studies KAOGAKU) は、日本顔学会の学術的交流を幅広く支える情報交流の場を提供するものであり、学術論文をはじめ下表のようなカテゴリの記事を期待している。投稿者は投稿しようとする内容によって下記のいずれのカテゴリが適当かを判断し、ページ数、体裁などを決める。

表 日本顔学会誌の記事カテゴリと内容

カテゴリ	内容	刷り上りページ数*
学術論文	顔に関連する独創的な研究結果の報告、あるいは会員の参考となるような新しいデータ、資料の報告等をまとめたもの。	原則として 6ページ程度
研究ノート	学術論文につながる新しい着想を速報するもの。新しい工夫および研究成果を速報するもの。	原則として 3ページ程度
トピックス	顔研究にとって話題性の高い事項を速報するもの。	原則として 1ページ程度
解説論文	編集委員会から指定されたテーマについて会員に分かりやすく述べたサーベイ的な論文や論説。	原則として 6ページ程度
招待論文	編集委員会から指定された研究テーマについて詳しく述べた論文や論説。	原則として 6ページ程度
特別寄稿	上記以外の、顔研究に資する内容の解説的な論文や論説。	原則として 6ページ程度
作品コーナー	顔研究にまつわるビジュアルな作品も歓迎する。	数ページ
読者の声	学会活動/サービス等、学会全般に関する会員からの建設的な意見、提案。	原則として 数行～1ページ程度
その他	上記のカテゴリを越えた、新規な記事も歓迎する。	数ページ

※ 上記の刷り上りページ数は、編集委員会が特に認めた場合は、この限りではない。

2. 学術論文の性格についての基本方針

本学会誌は幅広い記事を期待しているが、本学会の分野横断的性格を尊重するために、特に学術論文については次のような性格を期待している。

学術論文、研究ノートは、著者（筆頭）の専門分野に向けての知見、成果を問うものであると同時に、当該専門分野に隣接する、少なくとも一つの関連分野に向けて、その波及効果、相乗的效果などを積極的に謳っているものとする。

例：「顔画像特徴抽出手法による歯科矯正治療術前評価法の研究」

3. 投稿者の資格

投稿者は原則として本会会員に限る。連名の場合は、少なくとも1名以上が会員であること。

4. 投稿原稿の条件

投稿規定第1、2項の他、原稿は以下の条件を満足すること。

- (1) 原稿の主文章は日本語または英語であること。
- (2) 内容は未発表のものであること。
内容が既発表、公知または執筆要項を守られていない場合、不掲載とする。既発表のものとは、国内、国外の学会誌、機関紙、商業誌、などに、その主要な部分が掲載されたものを意味する。ただし次のものは未発表とみなす。
 - (a) 既発表であるが、その一部を深く解析、更なる改善、または実験し、その部分にオリジナリティあるいは主張すべき点が認められるもの。
 - (b) 研究ノート欄に掲載されたものを一層充実させて学術論文として投稿したもの。
 - (c) 研究会、大会など学術講演、国際会議などにおける口頭発表論文を論文として投稿したもの。

5. 投稿手続き

原稿ならびに必要な書類を一括して日本顔学会誌編集委員会へ送付する。

6. 投稿原稿の取扱い

- (1) 投稿原稿が受理されると、Eメールまたはファックスで受領した旨が通知される。
- (2) 投稿原稿は、編集委員会が依頼した査読委員により査読され、次のいずれかに決定される。
 - (a) 掲載 (b) 条件付掲載 (c) 不掲載
- (3) 掲載が決定した場合は、その旨が投稿者に通知される。
- (4) 条件付掲載と決定した場合は、掲載条件が呈示され、再投稿が求められる。再投稿された原稿は、再査読され、条件を満たせば掲載としてその旨が投稿者に通知される。
- (5) 照会后6ヶ月以上経過して再投稿されたものは、新規の投稿原稿とみなされる。
- (6) 不掲載と決定した場合は、その理由を付して、原稿は投稿者に返送される。

7. 校正

著者校正は、初校のみとする。

8. 別刷

原稿が掲載された場合は、原則として50部以上の購入が義務付けられる。別刷は、筆者校正の際、希望部数を申し出ること。別刷料金は別に定める。

ただし、解説論文、招待論文、特別寄稿はこの限りではない。

9. 著作権

掲載した論文等の著作権は本学会に帰属する。なお、他誌への転載や学会帰属が困難な場合は、申し出により、協議する。

10. 倫理規定

論文にて使用する画像を始めとする個人情報や、本来の利用目的と異なることが無いこと。場合によっては、承諾書等の使用許可があることを論文中に明示すること。

また、各大学や研究所等の倫理委員会に研究審査を申し出て、審査に通っている論文であるならばその旨を記載し、可能であれば承諾書があることを論文中に明示すること。

以上。

第二十巻第二号の投稿の締め切りは、令和2年2月29日（土）の予定です。
詳細は、日本顔学会ホームページ (<http://www.jface.jp/jp/journal>) をご覧ください。

令和 2-3 (2020-2021) 年度 日本顔学会 役員構成

(理事／理事補佐の順に記載)

会 長	菅 沼 薫
副 会 長	橋 本 周 司・阿 部 恒 之
総 務	輿 水 大 和・青 木 義 満・今 井 健 雄・中 島 功／高 橋 翠 (学会誌兼)
会 員	原 島 博
会 計	武 川 直 樹・金 子 正 秀
学 会 誌	辻 美 千 子・渋 井 進・山 口 真 美／高 橋 翠
ニューズレター	菅 沼 薫 (会 長 兼 任)・高 野 ル リ 子・中 洲 俊 信／正 田 真 利 恵
電子広報	輿 水 大 和 (総 務 兼 任)・鈴 木 健 嗣／林 純 一 郎・富 永 将 史・藤 原 孝 幸
大 会	阿 部 恒 之 (副 会 長 兼 任)・中 島 功 (総 務 兼 任)／湯 浅 将 英
企 画	原 島 博 (会 員 兼 任)・宮 永 美 知 代・村 上 泉 子
連 携	寺 田 員 人・森 島 繁 生／瀬 尾 昌 孝 (若 手 担 当)・松 永 伸 子 (公 認 サ ー ク ル 担 当)
監 事	馬 場 悠 男・村 上 伸 一
顧 問	池 田 進・奥 田 祥 子・清 水 悌・大 坊 郁 夫・小 舘 香 椎 子・島 田 和 幸

編集後記

渋井進編集委員長から引き継がせて頂きました、新編集長の山口真美と申します。第19巻2号の発刊となりました。皆様のご協力のもと、今回も大変充実した紙面となっております。巻頭言では北山清一先生から化粧文化のお話を、特別寄稿論文では尾崎彰浩先生による美術史の観点から見た顔のお話を、そして招待論文では河野哲也先生による現象学的側面からの顔のお話を（タイムリーにも、2020年の最後のセンター入試の国語の問題に、先生のご著書が採用されております！）頂くことができました。人文社会の様々な側面から顔にかかわる言説をご紹介できたことはまたとない幸せで、会員の皆様により広い視野を提供できることができたらと思っております。実のところを申しますと、現編集システムを微修正しつつ発刊までの道のりは長く、発刊を迎えることができたのは、編集幹事の高橋翠先生と中村航洋先生、大谷智子先生、前編集委員長や副委員長のご協力のおかげです。日本顔学会誌も20年の節目を前に、こまごまとした改善が必要となっております。前編集委員長渋井先生のもとでは、大会誌と論文誌の分冊化が進められ、投稿システムも構築され、様々な改革が行われてまいりました。今後も、若手育成と支援となるような体制で編集を行うことができればと思っております。そのため新編集委員を迎え、新たな体制で編集を進めていしつつ、顔学会会員の皆様のご協力もお願いできればと思っております。最後に、本誌にご投稿いただいた皆様、査読者の先生方、ご寄稿をいただいた先生方、編集にご協力いただきました皆様、ご協力を頂きました全ての方に深く御礼を申し上げます。

(日本顔学会誌編集委員長 山口 真美)

日本顔学会編集委員会	
委 員 長	山 口 真 美
副 委 員 長	金 沢 創
委 員	渋 井 進
	辻 美 千 子
	寺 田 員 人
	中 島 功
	齋 藤 功
	宮 永 美 知 代
	富 永 将 史
	藤 原 孝 幸
幹 事	高 橋 翠
幹 事 補 佐	大 谷 智 子
	中 村 航 洋
顧 問	奥 田 祥 子
	輿 水 大 和
幹 事 顧 問	林 純 一 郎
	本 郷 仁 志
表 紙 デ ザ イ ン	宮 下 英 一

日本顔学会誌 第19巻 第2号
令和元年12月14日 印刷
令和元年12月28日 発行

顔学誌
J. Facial Studies

編集・発行 日本顔学会
(株)毎日学術フォーラム内 日本顔学会事務局
〒100-0003 東京都千代田区一ツ橋1-1-1
パレスサイドビル9F
TEL 03-6267-4550 FAX 03-6267-4555

印刷所 有限会社創文社
〒141-0031 東京都品川区西五反田1-4-1
