

「ぽっちゃり」ブームについての一考察

鈴木 由加里*

The boom of “Potchari” —Has the image of obesity changed in Japanese culture?

Yukari SUZUKI*

Abstract

In the magazine for fat young ladies, using the term Potchari, it provides the information of trendy clothings and accessories. In Japanese, the fat young woman is described as “Potchari joshi”. The term potchari (or pocha-kawa) includes the sense that fat and cute. “Potchari joshi” or “Pocha-kawa joshi” has come to be taken up in the media. It is also often reported as “Potchari boom”. In Japanese culture, obesity is not in the beauty standard of women. Potchari does not have the meaning of obesity. It is a word for affirming their bodies. Overweight women use it for accepting themselves. Apparently, the standards of beauty has become diversified. However obesity is considered as predictor of health risks. TV programs and books are indicating many discourses on health risk of obesity. We are always receiving the message that we must to lose weight for our own health. We think “Potchari” is cute, but that it is not healthy.

1 「太め」は個性の一つとして市民権を得たのか

視覚中心主義の社会において、「美しさ」は人間の評価を決めるための主要な価値基準である。特に女性にとって「美しくあること」は、社会的に「女性」としての価値を認められるための必要条件であり、自己肯定感に大きな影響を与えるものである。「美しさ」が価値を持つ社会において、「美しくなりたい」ということは自然な感情であり、その実践の実践は楽しいこととされている。

しかし、「美しくなければならない」という社会的なメッセージが抑圧的なものであること、それが女性たちの自己肯定感に影響を与えていることも事実である。それ故フェミニズムの文脈においては、「美しさを求めなければ女性として幸せになれない」という「美の神話」の解体が目指されてきた。女性は政治的社会的権利を手にはしているが、社会におけるあらゆる場面で「美しさ」という基準を理由に自己肯定感が持てないようになっているのである。

例えば、若い女性に過剰な価値付けをする日

*駒沢女子大学 非常勤講師

本の社会においては、いくら社会的な成功を収めたり、収入があつたりしても、それが年齢を重ねた中年女性ならば「女性としての価値」という別の基準によって、価値の低い存在とみなされてしまうのである。

このような「美の神話」の一つに「肥満」¹という問題がある。美の基準には、「顔の形が整っていること」「肌がキレイであること」など様々な基準が存在しているが、「痩せている／太っている」という基準は女性たちに大きな影響を与えてきた。体重過多＝太っている、ということは、女性を価値付ける美の基準からははずれているのだ。

欧米のフェミニストたちは、この「太っているは美しくない」価値観によって、女性が体重にこだわり過剰なダイエットに走ることを批判してきた²。この価値観によって、女性たちは実際の体重が何キロであろうとも、「十分には痩せていない」という意識とともに低い自己認識をもってしてしまうのである。また、自己認識や自己肯定感が得られないということだけではなく、アメリカをはじめとする肥満大国では、太っていることによって就職機会を失ったり、昇進ができなかったり、という経済的不利益を生じさせるものになっている³。

日本においては、肥満によって経済的不利益が生じるほどの差別的状況はまだみられないが、太ることを恐れた20代の女性たちの痩せすぎが問題視されている。平成15年（2003）の『国民栄養調査』（厚生労働省）では、昭和57年（1982年）から平成14年（2002年）の二十年で、女性の低体重⁴者は、20歳代、30歳代では2.0倍になっていることが報告された。平成26年の『国民健康・栄養調査』においても、20代女性の低体重傾向は変わっておらず、若い女性の痩せ傾向を指摘することができる。

平成15年度の調査結果から、女性の低体重は

女性自身の健康問題もさることながら、低体重の女性が低出生体重の子どもを産む可能性があることが指摘されていた。このことからわかることは、日本の社会においては、若い女性は、美的な存在としてあることと、産むことにふさわしい「健康」な身体であることを求められていると言うことである⁵。理想とされる二つの女性のあり方が、ひとりの女性の中で交差していると言えるだろう。それ故、若い女性たちは自分の身体と向き合う時に混乱を覚え、身体や容貌についての悩みを抱えることになる。矛盾した二つの要求は、場合によっては女性にとってマイナスに作用し、極端な低栄養・低体重（いわゆる「激やせ」）状態や拒食症などの摂食障害などにも影響を与えていると考えることができる。

一方で、ここ数年「太め」を「ぽっちゃり」と言い換えて、「肥満した女性」がメディアで取り上げられるようになってきている。「ぽっちゃりブーム」という言葉で報道されることも多い。このような現象を見る限り、痩せた身体のみが美しいとされている価値観が揺らいでいるかのように思われる。しかし、日本において、多様な身体のあり方は認められるようになったと言えるのか、「ぽっちゃり」も個性の一つとして認められるようになったのか、その受容状況について検討をしてみたいと思う。

2 欧米の「太め」事情

「肥満」した女性が社会的に低く扱われること、特に「美しさ」の領域において、存在しないものとして扱われていることに異議を唱えるムーブメントが、目立って欧米のメディアで取り上げられるようになったのは1990年代のことである。

まず、その先駆けとなったのは1979年に発足した *BBW Magazine* である。BBW とは、Big

Beautiful Woman の略であり、「大柄な美女」あるいは「太め美人」というニュアンスの言葉である。キャロル・ショウ (Carole Shaw) によって作られた言葉であり、この言葉を冠した雑誌 *BBW Magazine* を創刊した。「太った女性」向けのファッション情報提供だけでなく、ファッションショーを主催し「太った女性たち」のコミュニティ作りをした。自己肯定できず社会に埋もれた「大柄な」女性たちに役立つ情報を与え、肯定的な自己意識をもつための理論を提供していたのである。しかし、その後は雑誌ビジネスのなかで勝ち抜くことができず、*BBW Magazine* という商標ごとポルノ雑誌『ハスラー』で有名な LFP (Larry Flynt Publications) に雑誌を売った。LFP, Inc. は、従来の方針のままに雑誌を作ったが、結局1990年代の雑誌競争に勝てず、1990年代後半に廃刊となった。その後元のスタッフによって *BBW Magazine* の商標が買い戻され、Aeon Publishing Company, Inc. から新たに雑誌として創刊されることになったが、インターネットの時代において雑誌媒体が商業利益を上げるのは難しく、結局 web 誌を経て、現在は過去の記事を提供するにとどまっている。

一方、*BBW magazine* が打ち出した社会的に不当に扱われている「太った女性たち」をエンパワーメントする思想は、アイデンティティ・ポリティクスの一つとして、fat acceptance movement を生み出していった。fat acceptance movement とは、社会における肥満者に対する偏見を取り除き、肥満者を解放することを目的とする運動である。この運動は、アメリカだけでなくフランスでも行われていた⁶。

「太っている人」への差別が一番はっきりと現れているのは、ファッション業界である。*BBW magazine* が作られた当時、女性向けの大きなサイズの服は、デザイン性に乏しく、最新の流行

やセンスの良さからかけ離れたものであった。「肥満者用」の服はもちろん作られてはいたが、ファッションなデザインのものはいくつもなく、標準サイズより大きい女性たちは、既製服で気軽にファッションブルに装うことはできなかったのである。それ故 fat acceptance movement の流れのなかで、「太った人用」のファッション情報やファッションブランドが要求されるようになった。ムーブメントの当事者たちが、ファッションブランドをたちあげたり、「プラスサイズモデル」を使ったファッションショーを行ったりしたのである。「プラスサイズモデル」とは、モデルが着るサイズ、アメリカ基準の 2、4、6 以上のサイズの服を着る体格のモデルを指す言葉である。この時代を象徴するような「プラスサイズモデル」にケイト・ディロン (Kate Dillon) がいる。彼女は、最初は 6 という普通サイズのファッションモデルとしてデビューしたが、摂食障害によってモデルを一度やめ、それからサイズ 14 のプラスサイズモデルになった。アメリカ版『ヴォーグ』誌に初めて登場した「プラスサイズモデル」である。この他、グッチの広告キャンペーンにも起用されている。

90年代、ファッション業界は、「政治的に正しく」多様性に目を向けていることを示すために、プラスサイズモデルにオートクチュールを着せてランウェイを歩かせた。現在では、世界の有名都市で開かれるファッションウィークには、必ず「プラスサイズ」のファッションショーが含まれる。ファッション雑誌は、「プラスサイズモデル」を使ったグラビアを載せるようになり、プラスサイズモデルの専門エージェンシーが作られている。この背景にあるのは、2000年代になり、アパレル産業の「プラスサイズ」市場が急成長を遂げたという経済的要因である。ちなみに、米国内の民間の市場調査機関

によれば、2014年4月までの一年間で、「プラスサイズ」市場では175億ドルの売り上げがあり、「プラスサイズ」服の市場は拡大傾向にある。アパレル業界は、「プラスサイズ」の女性たちの要求を無視しては、利益を得られないのだ。

しかしながら、ファッションのメインストリームは、あいかわらず「痩せた人用」の服であり、「プラスサイズ」のファッションショーはアリバイとして行われているに過ぎない。ファッション業界が発するメッセージは、「細くなければ私たちの服を着る資格はない」から「細くなければ私たちの本当に美しい服を着る資格はない」というものに変わっただけなのである。

例えば、「プラスサイズ」ではないモデルたちの「摂食障害」や「激やせ」問題は、繰り返し報告されている。2000年代の初めに、「痩せた」女性ばかりがメディアに登場することが摂食障害を招いており、ファッション業界にも一因があるという批判を受け、あまりに「痩せすぎたモデル」の使用を禁止することを自粛したが、「痩せたモデル」が重用されているのは現在でも変わってはいない⁷。いまだに摂食障害に悩む女性たちや体を壊してやめていくモデルたちが証明するように、「痩せていること」が礼賛される価値観をファッション業界は作り続けているのである。

2007年には、ミラノのファッションウィークにあわせて、フランスのモデルで拒食症のイザベル・カーロのヌードを使った拒食症防止キャンペーン用のポスターがつけられた。このポスターは、病的に痩せた裸体という見る人にとってはショッキングなものであり、特に拒食症の患者を商業目的のポスターにつかうことの倫理的問題が論議された。イタリアやフランスの広告監視機構はこのポスターの使用を禁止したり、使用中止の勧告をしたりといった対策をとった⁸が、当時のイタリアの保健相は拒食症に対する

啓発キャンペーンとして評価した。ファッション業界は、自分たちが作り出すファッションが、相変わらず「痩せている」ことを美の第一基準にしており、その影響力を自覚しているということなのである。

「プラスサイズモデル」についても賛否両論ある。2009年にカール・ラガーフェルドは、ドイツの『フォーカス』誌のweb版で、「誰も丸い（太った）女は見たくないのだ」と述べた⁹。これは、ドイツの有名な女性誌 *Brigitte* 誌で飢餓状態であるかのように見える「痩せたモデル」たちについての議論が展開されていたことを受けての発言である。ファッションは、夢とイリュージョンの世界なので、誰も現実の女性の姿を見たくはないと思っているということである。

映画『プラダを着た悪魔』(2006米)の中に、「ランウエイ」(主人公が編集アシスタントとして働く架空のファッション誌)においてある服は、サイズ2と4¹⁰しかないという台詞が出てくるが、メインストリートのファッションにおいて、「プラスサイズ」は肯定的に評価されていないことを示すものとして考えられる。

また、“*Fat Sex The Naked Truth*”の著者であるレベッカ・ジェーン・ワインシュタインは、無名のファッションデザイナーのチャレンジ番組「*Project Runway*」¹¹に出演するデザイナーたちが、リアルな「太った女性」モデルを嫌たことを指摘している。この番組は、デザイナーが様々な課題に挑戦するものだ。そのチャレンジ課題の一つに一般視聴者のモデルを募った“real-size model”があり、これに参加したデザイナーによる「肥満」ハラスメントが問題になったことがある。

「肥満者」の権利運動が存在しているアメリカではあるが、「プラスサイズ」の女性たちがモデルサイズの女性たちと同じように美的な存

在になったとはまだ言えないのである。

3 日本の「ぽっちゃり」受容について

現在の日本社会において、「ぽっちゃり」女子がブームであるとメディアなどで取り上げられている。「ぽっちゃり」した女性アナウンサーやタレントの人気や「ぽっちゃり」女性向けのファッションブランドやファッション誌が人気であることが報告されている。

この「ぽっちゃり」という言葉で形容されている人たちの体型は、丸顔であったり、胸のサイズが大きかったりというレベルのものから、身長150センチ台で80キロ、100キロ近くのレベルまで幅がある。

その理由を「ぽっちゃり」の基準が男性と女性とで異なるからだとする説もある。しかし、男女というよりは従来の「少し肉付きがよくデブというほどでもない」という意味で考える人と「太め」「肥満」への肯定的評価を示す言葉として考える人によって、その対象範囲が変わるからだと考えることが出来るだろう。現代では「ぽっちゃり」という言葉は、かなり広範囲にわたる体型を指し示すものになっている。

現代の社会では、性別や年齢、体型を問わず、それぞれのあり方にしがって、「見た目」をキレイに保つことが価値のあることとされている¹²。ファッション業界は、「美しく装いたい」という人々のニーズに応じているいろいろな体型にあった衣服を販売するようになった。それまでファッションの対象外とされていた「体重過多」の女性たちのためのファッションナブルな衣服が販売されるようになったのである。

このような流れの中で、メディアは「ぽっちゃり」という言葉によって、「太った」身体に対するマイナスイメージの是正を図っているのである¹³。

アパレル業界では、大手通販会社のニッセン

が、大きめサイズ専門のブランド「スマイルランド」を2002年に立ち上げている。元々ニッセンは、通販で多様なサイズ展開をしていたが、このブランドは、豊富なサイズをセールスポイントにした「ぽっちゃり」女性に特化したデザインブランドである。ニッセンは、通販だけでなく、2009年に兵庫県尼崎市の複合商業施設に「COCOE」（2013年10月9日から「あまがさきキューズモール」に施設名変更）初店舗をオープンさせている。現在では、兵庫、宮城をはじめとして、東京、埼玉、千葉、大阪に店舗展開しており、「ぽっちゃり」女性にとって買い物をしやすい空間を演出している。

通販という販売形態は、買い物の最中にサイズを販売員に知られたり、買い物をしている姿を誰かに見られ「デブのくせにおしゃれをしようと思っている」といった嘲笑的な視線を受けたりすることはない。現在100億ドルを超える売り上げを誇るアメリカの「プラスサイズ」市場もインターネットを通じた通販が大きな割合を占めている。日本でも、2008年に通販会社のセシルが、ビッグサイズの「ブランパ」を投入し、それ以後インターネット通販で、「大きいサイズ」の女性服を扱うショップが増えている。

そして、「ぽっちゃり」女子向けのファッション雑誌も創刊されるようになった。有名出版社の女性誌が次々と休刊・廃刊していく中で、最初は「ぽっちゃり」女子向けのファッションムック本であった（2013年）ぶんか社の『la farfa（ラファーファ）』は2014年に隔月刊誌になった。この雑誌は、「太め」の女性が参考にできるファッション情報がほしいというニーズにこたえるものである。欧米の「ぽっちゃり」系の市場に比べれば、規模は小さいが、日本の若い女性たちが痩せなければ着られる服がない、若い世代が年齢相応のスタイルを楽しむことはできないという状況ではなくなっていると言える。

また、10代の女性たちに影響を与える「少女漫画」の世界でも、「ぽっちゃり」女子をヒロインにすえた『ぽちゃまに』（平間要 白泉社『花とゆめ』2011年24号から掲載開始）が出版されている。従来少女漫画といわれる分野において、「肥満」や「ダイエット」をテーマにした作品は多い。拒食症におちいる女の子を描いた大島弓子の『ダイエット』（角川書店 1989）や、デブのOLのコンプレックスにまつわる物語を描いた安野モヨコの『脂肪と言う名の服を着て』（祥伝社 2002）など名作もある。この『ぽちゃまに』は、高校生が主人公のオーソドックスな「普通の女の子」が恋をするストーリー漫画の構成をとっている。ヒロインが、複雑な親子関係に悩みダイエットと過食を繰り返したり、太っていることのどうしようもないコンプレックスと「デブ」に対するシビアな社会的扱いを描いていたりするものではない。「ぽっちゃり」マニアな男子高校生との恋愛模様が多少セクシャルな接触を含めて描かれている。

『ぽちゃまに』のような作品には賛否両論あり、いままでになかった「ぽっちゃり」女子が恋愛漫画のヒロインになっていることをストレートに評価するものと、タイトルが示しているような「ぽっちゃり」マニアで触りたがる男子という設定の安易さを批判する論である。

少女漫画の定型としての恋愛物は、ヒロインは普通の女の子であるけれども、その唯一無二性を愛するヒーローがいるというところにポイントがあるのだが、『ぽちゃまに』のヒーローは、最初から「ぽっちゃり」マニアという設定なので、ヒロイン本人より「ぽっちゃり」という属性にのみ惹かれている。つまり、ヒロインのフェティッシュな部分が目立ってしまうのだ。

実際の社会において、「太っている人」は、「太っている」ということにすでに与えられているキャラクターを通して評価されることが多い。

「太っている」ということについての言説の中には当然肯定的なイメージのものがある。例えば、「やわらかい」「優しい感じ」「包容力がある」「おっとりしている」「おおらか」などといったイメージである。これは、あくまでも勝手に社会が「太っている」ということを価値づけているだけで、実際の「太っている人」からアンケートデータをとって導き出したといった特性ではない。このような定型化されたイメージによって造形されるヒロインのリアリティのなさが『ぽちゃまに』に見られるのだ。

このような定型化された「太め」「ぽっちゃり」イメージは、実際の人物にも適用されることが多い。「太っている人」は、通常の人格に加えて「太ってもいる人」と見られるのではなく、「太った人」に与えられている既存の性格づけに基づいた扱いを社会で受けることが多い。反対に何をしてもどのようなことができたとしても、「太っている」ということを評価軸にして判断がくだされてしまうのである。

雑誌に「ぽっちゃり」な読者モデルが可愛らしく登場し、テレビなどのマスメディアで、「ぽっちゃり」した女性タレントが活躍するという状況は、「太っている」ことに対する肯定的イメージを構成することに役立っているといえるだろう。彼女たちがテレビで活躍する姿は、太った身体＝醜いという既存のイメージをパワフルで可愛いというイメージに変える。言い換えれば、彼女たちの姿を見慣れることによって、太った身体フォルムへの一方的なイメージの押しつけを解消する働きをしていると考えられる。

しかし、「太め」「ぽっちゃり」が受け入れられるのは、このような既存の「太め」イメージやテレビで活躍する芸能人の「太め」キャラが演じている「明るい」イメージを演じることができたときだけである。「ぽっちゃり」「マシユマロ女子」という語感が示す、「太っていても」

可愛い感じ、時には自分の体重をネタにした自虐ギャグも言うことができる「明るさ」を演出することで、社会の中で認められる存在になるのである。

「ぽっちゃり」という言葉が浸透しながらも、「デブ」という相手を傷つける破壊力のある言葉が消えないのは、それぞれの意味作用が異なるからである。体重過多を表現する言葉として、「ぽっちゃり」はそれを肯定し、「デブ」はそれを否定するものである。「デブ」という言葉が暴力性を帯びるのは、体重が多いということを示すだけでなく、「太っている」ことに結びつけられたマイナスの価値付けを理由に相手を否定しきる力をもっているからである。相手の人間性、社会でまっとうに扱われる権利を否定するという意味が「デブ」という罵倒語に込められているのである。

4 「ぽっちゃり」と「健康」問題

アメリカでの「プラスサイズ」モデルは、多様な身体が存在することを内外に示し美のイメージを変化させるという文脈で肯定的に評価されてきた。しかし、一方で、彼女たちの姿は不健康の象徴であるという批判もまた存在している。ファッションモデルとして、彼女たちの姿がメディアに現れるということは、その身体を維持しているであろう「不健康な食生活」や「だらしない生活」「運動習慣のなさ」などを肯定するのと同じであるという言説である。彼女たちの肥満した姿は不健康の象徴なのである。「プラスサイズ」モデルが、美しく自信に満ちていることによって、「太っている」ことが肯定的なものになることを恐れるのは、「肥満」が健康ではないということを主張したい人たちである。

健康言説¹⁴において、体重過多の状態は肯定されることはない。体重過多な状態は、「ぽっ

ちゃり」であろうと「デブ」であろうと否定され、改善されるべきものとされている。

医学的な言説からすれば、「肥満」は生活習慣病の疾病要因である。日本では、メタボリックシンドロームという言葉が社会に浸透するにつれて、「肥満」に対する否定が強化されていった。厚生労働省の説明によると、メタボリックシンドロームは、内臓脂肪症候群のことであり、「内臓脂肪型肥満を共通の要因として高血糖、脂質異常、高血圧が引き起こされる状態で、それぞれが重複した場合は命にかかわる病気を招く」¹⁵ものとされている。

2006年に、厚生労働省から、「平成16年 国民健康・栄養調査結果」で「メタボリックシンドローム（内臓脂肪症候群）の状況を中心に」が出され、「肥満は不健康」であるという言説が社会的に共有されるようになる。さらに、2008年4月から始まる特定健診制度（糖尿病等の生活習慣病に関する健康診査）は、40歳から74歳までの公的医療保険加入者全員を検診対象とし、BMI値と腹囲の数値および血糖値、血圧、脂質、喫煙などの生活習慣から危険度を区分し、クラスにあった保健指導を受けさせるというものである。その受診率や保健指導実施率の達成度によって、各自治体や保険組合の後期高齢者医療制度の財務負担の増減を設定しているので、そのような組織を通して、「体重過多」は社会的な問題として管理されていくようになっていった。

この制度が導入されたときに、大いに注目されたのが腹囲による肥満認定、「メタボ診断」である。2008年の段階では、腹囲の基準値は、男性85cm、女性90cmであった。しかし、その後メタボリックシンドロームを判定する診断基準の正当性が内外の研究成果から批判され、腹囲測定値はメタボ診断において、必須ではなくなっている。男性の腹囲の基準値より女性のそれが

大きい理由や数値がどのような統計データのもとに算定されたのかなど疑問が提示されたためである。実際には、痩せていても高コレステロール値や高血糖値を示す人もおり、生活習慣病の危険度については、腹囲という目に見える簡単な指標だけで対応することはできないだろう。生活習慣病を正しく予防するためには、個々人の年齢、性別、生活などの細かい要因を勘案血糖値、血圧、コレステロール値などの検査を行い、総合的に判断するような時間とコストのかかる検診が必要になると考えられている。

この腹囲の基準値によるメタボ診断は、現在でもとても大きな効力を持っている。医療の現場を離れた「健康言説」において、「体重過多」を「肥満」と認定する際の指標として言及されることが多い。この腹囲の基準値は、不健康な身体のある方を図る物差しとして社会に与えられ、それを様々なレベルの健康言説が利用し、「肥満は不健康である」という一元的イメージが定着したのである。健康不安をあおるTV番組、減量のためのダイエット情報やサービス、健康食品など健康にまつわる言説において、「肥満は不健康」なのである。

個人の幸福な生活という観点からすれば、「健康」は望ましいものである。将来の疾病を防止するための検診と生活習慣の改善指導は、将来の健康のために必要なものだ。しかし、「健康」を維持し、将来の疾病を予防するというのであれば、「肥満」以外にも対策をとらねばならないことはたくさんある。個人の生活習慣で問題視されている喫煙は、社会的に禁煙を推進する方向で対策を立てられているが、個人の嗜好品としての存在価値を否定されるところまでにはいたっていない。公共の場所での喫煙や飲食店での分煙が推奨されているが、喫煙所の設置がなされており、当人が健康被害を承知で喫煙する権利、いわゆる「愚行権」が認められて

いるといえよう。

これに対して健康言説は、「肥満」に対してあまりに不寛容である。生活習慣病を予防し健康を維持するためには、「肥満」以外の要因に対しても対策が必要であるにもかかわらず、「体重管理」に特化した対策が健康言説で繰り返されるのは、「肥満」が体重測定やボディパーツの測定によって判断でき、不健康の象徴としてとても分かりやすいものだからである。肥満を解消することによって、健康を手に入れられるという自助努力の健康論とも結びつきやすい。

健康情報番組などのメディアで流される健康不安を煽る言説は、その不安を解消するものとして様々な個人でできる手段をセットで提示する。健康の維持は、自分の責任でなんとかするものであるという論理がそこには存在している。

しかし、実際には健康の維持のためには、自分で出来る範囲のことだけでは十分ではない。

例えば、ストレスの多い生活環境であれば、血圧はすぐに高くなる。私生活や職場環境によって、ストレスが高まっているからといって、簡単に人生を変える選択をすることは難しい。特に仕事関連のストレスは仕事を辞めればなくなるだろうが、収入がなくなれば生活ができなくなる。

社会的な対策として、生活習慣病の危険因子をなくすのであれば、たばこ産業の廃止や高カロリー低栄養なジャンクフードの製造販売禁止、ストレスの多い職場環境の企業に対する罰則付き業務改善命令など社会のシステムを大幅に改善しなければならない。

このような対策が必要であるにもかかわらず、健康を維持することは個人の責任であるという論理を社会に浸透させ、個々人に国家が設定した健康の基準を目指す努力を強制するのである。

現在40代後半から50代前半にかけての世代は男女を問わず、小中高においては、「肥満児」

対策ということで身体管理への意識をたたき込まれ¹⁶、中年期である現在、生活習慣病予防のために、国や勤め先から身体管理を要求されて、「健康維持は個人の責任」という論理がすり込まれ続けている。

書店で40代以上を対象にしたダイエット本が売れるのは、この世代にはそれだけ身体管理の規範が身に染みついているからであり、ダイエットに馴染んでいるからであると言えよう。しかも、この世代がもっている体重管理の思想が、子ども世代に伝えられ、そこで「体重は自分の意思で管理されるべきもの」という信仰が再生産されるのである。

日本社会では20世紀の後半から、飽食の時代と言われ続けている。メディアではグルメ情報が絶えず取り上げられ、安価で高カロリーな食品があふれる社会では、肥満にいたることはたやすい。

一方で、「痩せていること」という価値基準は強固に存在し続けている。女優やモデルという「美しさ」が問題にされる職業では、スリムであることが第一条件であり、一流ブランドの広告のイメージキャラクターは、大部分が従来痩せすぎと言われるくらいスリムなモデルたちである。

肥満に誘導しながら、痩せていることを理想としている矛盾した社会でありながら、太ることは自己責任であるとする倫理を押しつけることが問題なのである。

このような倫理観においては、「太っている」「肥満」という状態にあることは、美的なことだけでなく、「太るまでの過程」と「太っている状態であること」ことから類推される「努力の足りなさ」という倫理的な面からも、否定的に評価されるのである。

「太るまでの過程」から想像されるのは、食べ過ぎや運動不足である。「食べ過ぎる」とい

うことは、自分の食欲がコントロールできないということであり、だらしのないメンタリティの持ち主であるという想像にいたる。更に言えば「運動不足」であり、怠け者で動作が鈍いというマイナスイメージももたらされるのである。

「太っている状態」に対しては、自分の身体をコントロールできてないことに対する「自己責任論」からの懲罰的視線が社会と個々人のメンタリティの中に存在しているのである。生活習慣病予防のための生活指導において、医療者が「肥満」していることを咎め、生活指導ではなく、訓導を施すような態度をとることがあるということも報告されている。「健康」という観点からすれば、「肥満」は絶対悪であるということから、医療的な指導より道徳的な裁断が先に立ってしまうのだろうが、医療者という権威のある専門家からの懲罰的な視線によって、男女というジェンダーの違いを問わずに、体重管理をしなければならない、「不健康な」「みっともない身体」の持ち主という自己嫌悪への道が開かれることになる。

若くて可愛い「ぽっちゃり」女子も年齢を重ねれば生活習慣病予備軍となり、「健康言説」に取り込まれるだろう。「ぽっちゃり」という言葉によってもたらされる「ありのままの身体」に対する肯定感は、健康言説の中で無効化されてしまうのである。テレビで「ぽちゃかわいい」タレントが活躍し、一般の「ぽっちゃり」な女性がファッションブルに装うことで、従来の美の基準が揺るがされ、新たな美のありかたを社会が受け入れることが期待される。しかし、「肥満」についての健康言説は、常に再生産され強固なものであるために、「ぽっちゃり」を評価する新しい美の基準を確実なものにするのは難しいと考えられる。

【注】

- 1 本稿では、「肥満」という言葉を医学的意味だけでなく、文化的意味においても使用している。
また、「太っている」基準の社会的な設定と「太っている」という自己意識は連動していないことも指摘しておきたい。標準体重以下であっても、「太っている」という意識を持つ女性は多い。たいていの女性たちはどのような体重であれ、「少しは太っている」「体重を落とす必要がある」と感じていることに問題がある。このような実際と身体イメージのずれが生じてしまうことの原因のひとつに「痩せている」ことが「美しいことである」という美の基準があるといえよう。
- 2 心理療法のスージー・オーバックは、摂食障害と肥満の問題についての分析を1970年代から行っている。この摂食障害との関連で、過剰なダイエットを女性に強要する社会のあり方が批判的に分析されている。
- 3 古郡鞆子「肥満が雇用・賃金・生産性に与える影響と体重差別」『大原社会問題研究所雑誌』no. 647/648 2012/09/10 pp. 48-58を参照
- 4 低体重とは、BMI<18.5のことである。肥満度の判定は、BMI (Body Mass Index) を用いて行われる。BMIは「体重kg/(身長m)²」から算出され、 $18.5 \leq \text{BMI} < 25$ が普通体重(正常)、 $\text{BMI} \geq 25$ が肥満とされている。2011年に日本肥満学会によって $\text{BMI} \geq 35$ が「高度肥満」と定義され、診断や治療の対象になっている。WHO(世界保健機構)はBMI値 ≥ 30 を「肥満」としている。
- 5 女性たちは、年齢を問わず、常に矛盾したあるべき身体イメージの影響下にあると考
えられる。中年期以降の女性たちは、加齢による体型の変化をそのままにしておくことは許されない。「美しさ」という観点からすれば、若い時と同じ体型、同じサイズであることは価値のあることである。加えて「健康」維持のためには「痩せている」ことは好ましいことであり、いずれにせよ、自分の体重や体型過多やをあるがままにしておくことは、社会における存在価値を低下させることになるのである。
- 6 Anne Zamberlan (1950-1999) は、フランスでの fat acceptance (la size acceptance) の代表者である。モデルから映画出演までこなした。
デザイナーのエドモンド・プブルルは、太った女性専門のブランドを2000年代に立ち上げている。オリジナルブランドを店舗とインターネットで販売している。
46eplus.com
<http://www1.46etplus.com/fr/> (2014/10/20閲覧)
- 7 2000年に英国医学会の要請により、英国のファッション誌、広告代理店、モデル事務所などに「痩せすぎ」モデルを使用することを自粛した。(朝日新聞 2006年6月23日朝刊)
- 8 この写真は、イタリアの写真家オリヴィエロ・トスカーニによって撮影された。
イザベル・カーロは、2010年に死去しているが、死因は公開されていない。
- 9 Focus on Web 2009/10/11
http://www.focus.de/panorama/boulevard/mode-karl-lagerfeld-verteidigt-duenne-models_aid_443856.html (2014/10/21閲覧)
- 10 サイズ2、4は日本で言えば、およそ5号、7号くらいのイメージである。

- 11 「プロジェクトランウェイ/NY デザイナーバトル」は、アメリカのケーブル局 Bravo 製作のリアリティ番組で、日本では WOWOW で2006年から放送されている。
- 12 昨今「見た目重視」という価値観は、若い女性だけのものではない。おしゃれを楽しむという趣味が、年齢性別を問わず広がっている。言い換えれば、幾つになってもどのような体型になっても、「キレイ」になるという努力から降りられないということでもある。老齢になっても、体型が崩れても見た目を重視する価値観に支配されていることから逃れることができず、「キレイ」になる努力を続けさせられてしまうということも指摘しておきたい。
- 13 社会的な差別状況を改善する一環として言葉を変えろということ、社会運動における手法の一つである。アメリカでは体重過多の太った女性たちへの差別をなくし、女性たちへのエンパワーメントを目的としたムーブメントの中で、BBW という言葉が作られた。しかし、現在では、エンパワーメントのために作ったタームである BBW が、本来の意味から外れてポルノグラフィックなニュアンスの肥満した女性の性的身体表現する言葉として流通している。
- 14 ここで言う「健康言説」は、医学における肥満についての研究から政府の健康増進計画だけでなく、「健康」のための様々な商品やサービス、情報などすべてを含むものである。
- 15 厚生労働省「メタボリックシンドロームを予防しよう」
<http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/metabo02/> (2014/10/21閲覧)
- 16 生まれた瞬間から体重や身長が測定され記録に残される。義務教育など教育機関で行

われる健康診断によって示される数値によって、私たちは自分の身体と向き合うことになる。ここでも体重の管理は重視されている。高度経済成長期には、「肥満児」対策が課題になる。食生活の向上、受験勉強やテレビの普及による運動不足がその原因とされ、その解消については各学校の課題になっている。新聞などのメディアでは、1960年代半ばになると「肥満児」が目立って増えていることについての記事や各学校の取り組みなどが報告されている。ちなみに、朝日新聞・文部省（現文部科学省）の主催による、「健康優良児」の表彰や健康優良校の表彰が行われていた。

【参考文献】

- 岡田正彦『人はなぜ太るのか 肥満を科学する』岩波書店 2006
- 佐藤純一他『健康論の誘惑』文化書房博文社 2000
- 畑中三応子『ファッションフード、あります。はやりの食べ物クロニクル 1970-2010』紀伊國屋書店 2023
- 畑中三応子『体にいい食べ物はなぜコロコロと変わるのか』ベストセラーズ 2014
- 古郡嗣子『肥満の経済学』角川学芸出版 2010
- ロード、デボラ L.『キレイならいいのか?』栗原泉訳 亜紀書房 2012
- ロミ&ジャン・フェクサス『でぶ大全』高遠弘美 訳 作品社 2005
- Campos, Paul *Obesity Myth Why America's Obsession With Weight Is Hazardous To Your Health* Gotham Books 2004
- Edut, Ophelia (Editor) *Body Outlaws : Rewriting the Rules of Beauty and Body Image (Live Girls)* Seal Press 2004
- Gilman, Sander L. *Fat A Cultural History of*

- Obesity* Polity Press 2008
- Gilman, Sander L. *Fat Boys A Slim Book*
University of Nebraska Press 2004
- Harding, Kate Kirby, Marianne *Lessons from
The Fat-O-Sphere Quit dieting and declare a
truce with your body* Penguin Group 2009
- Weinstein, Rebecca Jane *Fat sex The Naked
Truth* CreateSpace 2012
- Zamberlan, Anne *Mon corps en désaccord* J'ai
Lu 1999
- Zamberlan, Anne *Coup de gueule contre la
grossophobie* Ramsay 1994

【参考論文】

- 古郡 鞆子「肥満が雇用・賃金・生産性に与える
影響と体重差別」『大原社会問題研究所雑誌』
no.647/648 2012/09/10 pp. 48-58

【参考サイト】

- BBW Past& Present—BBW Magazine
<http://www.bbwmagazine.com/bbw-past-present/>
- OECD <http://www.oecd.org/health/obesity-update.htm>
“OECD Obesity Update 2014”
「la farfa 花咲けぽちゃカワ女子」<http://lafarfa.jp/>
- Vogue com
<http://www.vogue.com/865509/a-life-in-full/>
“Kate Dillon : A Life in Full” by Sally Singer
(2010/03/15)