



Osaka Gakuin University Repository

Title	「主婦イメージ」の変容 －主婦雑誌『VERY』の分析から－ The Change in the Image of Housewife － Based on an Analysis of the Women's Magazine VERY －
Author(s)	中山 麻耶 (Maya Nakayama)
Citation	大阪学院大学 人文自然論叢 (THE BULLETIN OF THE CULTURAL AND NATURAL SCIENCES IN OSAKA GAKUIN UNIVERSITY), 87 : 15-29
Issue Date	2023.12.31
Resource Type	Article/ 論説
Resource Version	
URL	
Right	
Additional Information	

「主婦イメージ」の変容 －主婦雑誌『VERY』の分析から－

中山 麻 耶

The Change in the Image of Housewife － Based on an Analysis of the Women's Magazine *VERY*－

Maya Nakayama

1 問題の所在

本稿では女性雑誌に取り上げられる主婦に関するファッション等の記事を資料として、1990年代から「主婦」はどのように記述されてきたかを分析することによって、現代主婦イメージの変容を明らかにする。

社会における「主婦」の役割は、今もなお議論が続いている。女性の活躍や社会進出が社会的目標として掲げられる一方で、依然として女性に介護や家事、育児といった家庭内労働が期待される日本社会では、家庭と仕事の両立は難しい。例えば女性が「主婦」となる根拠にあげられる性別役割分業という考えは常に議論的である。特に近年は、内閣府が行う「男女共同参画社会に関する世論調査」の平成24年調査において性別役割分業への支持が増加したことをきっかけに再注目されている。昭和54年の調査開始以降、「夫は外で働き、妻は家庭を守るべきである」という考え方に対する支持は弱まる傾向にあり、女性の社会進出を推進する中での平成24年調査における支持の増加は話題となった。中でも20代において賛成の増加が大きく、若年層における性別役割分業意識の変化が指摘された。しかし2014年に内閣府によって行われた「女性の活躍推進に関する世論調査」においては再び賛否が逆転し、性別役割分業意識に対し否定的な傾向がみられるという反対の結果が出ている。賛否の入れ替わりが調査ごとに起きているため、性別役割分業への支持はまだ確固たるものとはいえず、さらなる分析が必要とされている。

性別役割分業についての議論が高まると同時に、若年層の女性の間で専業主婦への志向が増加しているという指摘もされている（白河 2014）。専業主婦志向の増加については

1990年代後半にも議論がなされており、1998年厚生白書で指摘された「経済は夫、妻は家事と趣味を兼ねた仕事」、いわゆる「夫は仕事と家庭、妻は家事と趣味的仕事」という、小倉千加子という「新・新・性別分業」に基づくものであった（小倉 2003）。こうした状況を石崎裕子（2004）は、働く主婦の増加を社会的背景にもち、家庭と仕事の両立の難しさが明らかになる時代だと指摘しており、現在の専業主婦志向とは「仕事と家庭の両立」を目指したときに「専業主婦になる方がまし・ならざるを得ない」ジェンダー状況が存在することの反映であるという。1990年代以降の専業主婦志向はまさに、働く主婦の増加を社会背景に持ち、その両立の難しさが明らかとなる時代においてであった。性別役割意識が残る日本で女性が働くことは、男性社会で「男性と同等な労働」かつ主婦役割を担うことを意味しがちだが、そうではなく「料理や家事などをこなしつつ、お花など趣味も楽しむちょっとゆとりある生活」（日本経済新聞2005.5.10夕刊）を過ごしたいという思いがあった。さらに1990年代の専業主婦志向と現在が異なる点は、1990年代には「出産後も仕事を続ける」ことを希望していた四年制大学の女子学生において、結婚後、あるいは出産後に仕事を辞めることを希望する専業主婦志向の増加だ（片桐 2014）。90年代にみられた「専業主婦になる方がまし・ならざるを得ない」というジェンダー状況がさらに進行していると考えられる。

女性が仕事よりも家庭を選択するという現象は、日本だけでなく海外でも議論されている。女性の社会進出がすすめられるなかで、性別役割分業の支持が突然増加することも、北欧を除く先進諸国では1990年代にすでに現れたことであり決して日本のみのことではない。専業主婦志向に関しても例えばアメリカでは高階層の女性が「家庭で家族との時間を大切にしたい」と、退職して専業主婦となる流れがある（Matcher 2013）。またその背後にある、既婚女性を職場から押し出して家庭に引っ張り込む社会構造の研究もすすめられており（Stone 2007）、女性が働き続けることの難しさをいかにして乗り越えるかは大変重要な議題だ。

仕事と家庭の両立の困難さゆえに専業主婦志向が高まっている一方で、男性が経済の責任を負担するような近代家族的な男性稼得者モデルは、現代において経済的に安定した家族モデルとはいえない。不況や終身雇用制の崩壊、離婚の増加といった社会の変化があり、女性が経済的不安定に直面して改めて就職先を探しても、労働市場から一時退職した専業主婦の再就職は難しい（田村 2001）。仕事を辞めてからのブランクや、子どもを持つ場合は勤務時間の問題があるため正社員として就職する事は非常に困難であり、貧困に陥るリスクが高いことは明らかだ。このような社会背景の中で安定して専業主婦であり続けることは、多くの場合限られた高収入の世帯のみとなっている。

「専業主婦」はいつからか「憧れの地位」となっている。かつてのような男性稼得者モデルが機能せず妻の収入も求められながらも、女性として家庭内労働も期待される現代では、主婦労働がもつ「所帯くさい」というイメージが問い直されている。本稿では主婦雑

誌で表象される主婦について、1990年代からの約20年においての変化を分析することで、主婦イメージがどのように変容したのかを明らかにする。最後に分析から得た知見をもとに、主婦イメージに着目した際に専業主婦志向が何を意味するかを提示する。

本稿では、女性雑誌に取り上げられる主婦に関するファッション等の記事を資料として、1990年代から近年にかけて主婦はどのように記述されてきたか、主婦イメージの変容を明らかにするものである。ファッションはこの数十年だけでも大きく流行が変化しているため、ここでは写真等のビジュアルイメージを用いず、どのような記述がされるかを扱う。これによりファッションの流行に左右されない分析が可能となると考える。

女性に関心を持った研究では雑誌の分析が広く行われ、その有効性が認められてきた。雑誌は発行された時代や社会を反映した、読者が目指すべき生き方や考え方を提示するといわれる。中でも女性誌は、男性向けメディアが多い中で明確に女性をターゲットとしたメディアであり、その時代の女性のジェンダー秩序の構成を明らかにすることが可能なものであるといえる（木村 2010）。

女性雑誌における主婦や女性の分析としては、木村涼子は近代的ジェンダー秩序を受け入れるプロセスについての研究として、1920年代に大衆化がすすんだ「商業婦人誌」というマスメディアから、女性自身の自発性を引き出す形での『第二の自然』の合意形成のメカニズムを分析し（木村 2010）、落合恵美子は女性雑誌の掲載写真からビジュアルイメージとしての女性表現の分析を行い、女性が演じる性役割の変容を明らかにした（落合 2000）。2000年から話題となった「新・専業主婦志向」に対しては、石崎裕子（2004）が主婦雑誌に描かれる「幸福な専業主婦」という像とその理想の崩壊を提示した。ここでは若い女性たちが仕事と結婚生活の両立を目指しても、家庭内でのジェンダー役割負担の大きさと、男性的労働からの脱落により、「専業主婦になる方がまし、専業主婦にならざるをえない」ジェンダー状況が明らかにされている。

本研究では女性の社会進出が進む1990年代からの主婦イメージの変化を検討するにあたり、女性誌の分析を行う。これにより2000年頃から変化した主婦に関する社会的な議論を経て、表象される主婦イメージがどのように変容しているのかについての新たな知見が得られると考える。本研究では性役割が明確に分担されと考えられる「家族」や「家庭」について扱うため、女性雑誌の中でも既婚女性向けの主婦雑誌の分析を通じて、女性に課せられる主婦役割について、その受容と再生産という問題にアプローチを行う。

2 分 析

2-1 主婦雑誌『VERY』

本研究では家庭内の役割が多く期待される未就学児の母世代である、30代既婚女性を対象とした『VERY』を用いる。『VERY』は近年の専業主婦志向の増加や性役割分業の支

持の変化に先立つ1995年に創刊され、継続して現在も発行されている月刊誌であり、変容を追う本研究の資料として非常に適している。

『VERY』は光文社より1995年から月間で、現在も継続して発行されている。30代の既婚女性を対象としており、雑誌不況と言われる近年でも発行部数は安定して30万部を超えており（社団法人日本雑誌協会）、成功した雑誌のビジネスモデルとして取り上げられることも多い（『AERA』2010年4月26日号「結婚と仕事 不器用世代が願う『新・寿退社』」等）。

創刊当初、『VERY』は女子短大生や大学生を対象としたコンサバ系雑誌「JJ」の元読者を対象として発行された。そのため、大卒および短大卒の高学歴でバブル期に華やかな生活を送り、大卒で高学歴・高収入の男性と結婚し、専業主婦として優雅な暮らしを送っている女性を読者イメージに据えている。例えば読者モデルとして誌面に載る諸井清花さん（28歳 東京都品川区）のプロフィールは「カリタス女子短大卒業。’98年ご主人と出会う。’99年ご結婚。’01年長男の創真くん誕生。現在育児に奮闘中」で「ご主人は商社マン」、濱美奈子さん（35歳 東京都板橋区）は「’88年日本エアシステム入社。先輩の紹介で出会ったご主人と、’95年ご結婚。会社退社と同時にアロマセラピーの仕事始める」「ご主人は医師」といったものだ（『妻として』必要なファッション』2002年12月号）。有名女子大を卒業し大手銀行の事務や客室乗務員を経て、パイロットや大手銀行員、商社マン、医師の高収入の夫を持つ彼女たちは「高収入夫と専業主婦」を絵にかいたような主婦たちだ。1995年に30代という彼女たちの年齢から考えても、高度成長時代の価値観を内面化した親を持ち、バブル経済という好景気の時代に青春を謳歌した世代を対象としており、当時では30代とは思えない華やかさが売りだ。

創刊号の1995年7月号は「私たちの着る服がない」をキャッチコピーとし、当時の主婦向け雑誌ではあまり見られない、主婦ということを読者に忘れさせるような生活感の無さを押し出したものだった。これまで主婦を対象としたファッションといえば地味なものばかりが目立つ中、『VERY』に出てくる女性たちはハイブランドのワンピースを着こなし、顔にはばっちり化粧を施し、エレガントな巻き髪を揺らした華やかな姿を見せている。

こうしたファッションに身を包む女性たちは、ほとんどがプロのモデルではない。かつて学生時代に、「JJ」誌面上で街頭スナップ等をきっかけとして読者モデルとして活躍していた女性や、街角でのスナップなどが多い。また誌面でも読者モデルのファッションやライフスタイルをリアルな「実録」として紹介する企画が多数ある¹⁾。このように芸能人と一般人の間にいる彼女たちが誌面を飾ることで、読者は雑誌の中で描かれる華やかな世界を比較的身近なもののように感じさせられる。

1) 2002年7月号「実例・ジョージズの送り迎え服」、2003年1月号「実例ママクロ服あったかバージョン」、2003年7月号「実例・屋外ファミリーイベントの服」等多数。

30代の主婦を対象とした『VERY』ではあるが、これまでの主婦雑誌のような料理や収納などの記事が多い暮らしの情報誌というよりも、前述のように30代女性を対象とした華やかなファッションが誌面の多くを占める一般的な女性誌だ。『VERY』はそうしたファッションの中に「母」「妻」「嫁」をテーマにしたファッションの特集や美容記事、コラムがあるところが特徴である。例えば「母」としては毎年3月か4月に特集が組まれる入園式や入学式に向けたファッション、「妻」としては夫との結婚記念日ファッション、「嫁」としては新年の挨拶ファッションなど多岐に渡る。その他、もちろんファッションだけでなくインテリアや料理、旅行や家族の健康に関する記事などが掲載される。

『VERY』に登場する女性たちは結婚して子どもをもち、さらには高収入の夫のもとで専業主婦として家庭内労働のみに専念できる、いわゆる「勝ち組」の主婦であることがほとんどだ。主婦として生活を送りながら、自らのお洒落に手を抜くこともなく優雅に暮らす彼女たちは、結婚を拒否し雇用不安に悩む「クロワッサン症候群」といわれる女性たちとは正反対の位置にいる。彼女たちは結婚にも自己実現にも成功した「勝ち組」の女性であり、「女性として」進むべきライフコースの教科書のようにもみえる。

しかしこうした裕福な専業主婦は購買者層の主婦の一部に過ぎない。子育てをしながら働く主婦が増加し、現実の世界から乖離した華やかな暮らしをする『VERY』に表象される女性たちは批判もされるが、主婦雑誌での売上げの高さが物語る通り多くの若い主婦たちから支持を受けており、影響力の大きさは否定しがたい。

またこの『VERY』は女子大学生向けの『JJ』、卒業して働くようになったら『CLASSY』、結婚して子どもが生まれたら『VERY』、4代になり子どもの手が離れたら『STORY』というように、出版社の光文社は登場するモデルを年齢に応じて移行させる姉妹誌の流れにある。つまり特定の年齢層だけに購買層を定めているのではなく、生涯にわたったライフスタイルのお手本となるような提案をしているという点も重要だ。女性としてのお手本を提示する『VERY』は、主婦イメージを形作る雑誌として最たるものだと考えられる。

2-2 分析方法

本研究では雑誌を資料として主婦役割を検討するにあたり、雑誌に掲載される記事を用いてどのような記述がされているかを具体的に分析することで、詳細な記述を目指す。これにより社会から期待される主婦イメージを明らかにする。

分析には『VERY』の創刊号1995年7月号から2014年6月号までの19年間を用いて、記事のタイトルおよびサブタイトルからキーワードをひろい、内容と照らし合わせた上で分類を行う。頻出するテーマとして「母」「妻」「嫁」「主婦」「仕事」への分類が可能であったが、「母としての服」や「妻としての服」といった役割に基づいた服ではなく、「女性」としての主婦がどのような服を身に着けるのかについて、「主婦」から考える。またファッ

ション以外のライフスタイルを考えるものとして「仕事」に関する記事を対象とする。

3 主婦は美しいか

3-1 主婦だけど美しく

『VERY』は主婦雑誌だが、あくまでも基盤は30代女性向けファッション誌であるため、30代女性全般を対象とした様々なファッションを提案している。その中でも他の30代女性ファッション誌と差異化される要素として「いかに主婦っぽさをなくすか」という課題がたびたび挙げられる。そこでは、「主婦だから」「母だから」という制限の中で、いかにその制限を感じさせないようなおしゃれができるかが、美しい女性の秘訣であるということが記述される。

創刊号では主婦としての服も、「主婦だけど」の服も特集されていない。「あの頃おしゃれだったいまの30代のために」というキャッチコピーのもとで、子どもがいるとは思えない、独身女性のような華やかな服装が紹介される。そこではタイトスカートやハイヒールなど、決して実用的ではない服装が並ぶ。

しかし想定読者層の主婦に寄せた変化が徐々に表れる。創刊から2年後の「OL時代のブランドが着こなしの要です」(1997年12月号)では、サブタイトルに「『主婦っぽい』と思われたくないから」とつけ、独身OL時代に着ていたブランドでも主婦が着られる服がある、こうしたブランドの服を身に着けることで、主婦っぽさを出さないと記述される。2001年からはそうした「主婦っぽさを見せない」ということに焦点をおいたファッション記事が増加しており、「『生活感』を見せないファッション」(2001年10月号)「『主婦だけのお嬢さん』のためのコーディネート」(2001年11月号)、「『肩書は主婦』なのに、それを言うとお嬢さんのはなぜ？」(2001年11月号)「『主婦でもお嬢さん』へア」「生活感を見せない」トップ読者はやっぱり『白』！」(2002年2月号)といった記事が相次いで登場し、その後も「ママだって女だよ♥」(2004年10月号)「“ママだって女”なモデル3人の流行に負けない『ツヤ』の秘訣」(2004年11月号)と続く。

これらの記事では、主婦は母として妻として、家族のために様々な用事をこなすため、自分自身に投資する時間が無いことに多く触れる。主婦は子どもや夫が第1であるため、自分に投資できる時間がなく、自身のオシャレに無頓着になってしまうという。服装だけでなく髪型や肌、体型にも時間を割くことができない主婦へ、時間がなくても華やかな髪型、華やかに見せるアイテムといったものを紹介する。

2006年にはこうした「主婦だけど」の記事がピークに達する。1月号の「もう一度考えたい『幸せそうに見える』ファッション」では、「知らぬうちに、生活感があふれて老けたなんて、間違っても思われたくないですね。」「生活感は隠して!」「友達にはただのいい奥さんではなく、トレンド感のあるオシャレな人って思われたい。」といった言葉が並

ぶ。主婦であっても、生活感をみせず所帯やつれのない美しさを求め、周囲からは「その余裕こそ『幸せそう』に見えるはず」だという。

また2月号の「“独身同世代”から見たオシャレで羨ましい主婦像とは？」という記事では、小見出しに「もし私たちがオシャレをあきらめてしまったら、現役の独身友達にはとてもかないませんよね。彼女たちが見て『こんな結婚だったらしてみたい!』」と思わせる」という記述がある。さらに「子育てに忙しくても、自分らしさと華やかさをキープ」「結婚しても流行に敏感」「独身っぽい雰囲気」「子どもと一緒にでも余裕を感じさせるスタイリング」といった言葉が並んでいる。時間に追われていないような余裕から、周囲からうらやまれる「幸せな主婦イメージ」が生まれるという。

ここまで「主婦だけど」という言葉で主婦イメージからいかにして解放されるかをおしゃれのポイントとする「私」をみてきた。しかし2006年になると、主婦イメージから解放されることで逆説的に「幸せな主婦」になるという記述があらわれる。これまで否定的に描かれていた主婦イメージと、私のオシャレに揺れが生じる。2006年は「母として」の服装が減少して一人の女性としてのファッション記事が増加していたが、実は「一人の女性として美しくあることで、幸せな主婦になれる」という、主婦役割への回帰という転換が起きていることが分かる。実際に2000年代末から増加する「主婦だからこそ美しい」という記述を以下では整理する。

3-2 主婦だから美しい

ここまで、「主婦だけど」女らしさを忘れない美しい女性、という主婦イメージをみてきた。その一方で2000年代後半、特に2008年頃からは、「主婦だけど」美しい主婦イメージに加えて、「主婦だから」「家庭があるから」「家族から愛されるから」美しい女性、という主婦イメージが現れる。

まず2005年に「ママだから美しい」という言葉が誌面に現れる。2005年2月号の巻頭特集において、「みんな輝いているのは“ママ”だから 紹介します！VERY世代の『スーパーマザー』たち」(2005年2月号)と題して、大々的に「ママだからこそ」が取り上げられる。この特集では、「あの人の“ママの姿”見せてもらいました」「読者10人の『ママだからこそできる生活』」「おなじみVERY“ママモデル”の1日を追跡!」といった記事が掲載され、モデルや読者モデルたちの普段の「ママ服」、ママとして奮闘する日常生活が紹介され、こうした生活を送る彼女たちが生き生きと輝く姿を見せている。

2008年には「必要とされる幸せ。 演じることを楽しんでますか?」(2008年1月号)という記事で、妻、母、嫁、女という役割を求められること、必要とされることが、女性・主婦の幸せだといわれる。また2012年には「主婦って、なんてイイ女」(2012年12月号)で、独身OLの色っぽさを肯定しながら、以下のように主婦の色っぽさを語る。「今の主婦って、疲れた生活とは無縁。地に足のついた生活の中に色気を宿しているんです。

生活感があるからこそ、おしゃれの手を抜かない!」。これまでいかに消すかが課題となった主婦の「生活感」が、ここでは「生活感があるからこそ」の色気が宿ると述べている。

同年9月号「イラストレーターおおたうにさんのオシャレ小物注意報!」(2008年9月号)では、「そもそも、お母さんはカッコイイ」とおおたは述べる。自分のことよりも子どもや家族のことだけを考えていることが、昔はおしゃれができない言い訳にされていたが、現代の主婦たちは「あのころの数倍の速さで考え動き、磨きながら、あの頃よりゆったりと優雅に振る舞って」みせるという。日々の中にきらめきを見出す姿勢がお洒落であり、彼女たちの「視線はいつも家族のところ。その強さが、カッコイイのだ」とする。生活に苦勞してあくせくするのも、家事を放り投げるのでもなく、生活を賢く切り盛りすることで余裕をもち、おしゃれを上手にやりくりし、自分に没頭するのではなく家族を優先するという姿勢がカッコイイという。

こうした「主婦だから美しい」という記述は、2013年7月号でより詳しい記述がされる。「はじめまして。VERY 読者の皆さんへ」(2013年7月号)という記事で、スタイリストの辻直子はVERY 読者には独身女性とは違う女らしさがあると述べる。それは「パートナーや子供という絶対的なものを持っている」ことよる「母性」や余裕から生まれるものだという。これは独身女性にはないまろやかなもので、攻撃的すぎないものともいう。ここでは独身女性とは異なり、愛情に溢れる家庭があるからこそその美しさに注目している。

同じ号の「子だくさんママの真実」(2013年7月号)という別の記事でも、主婦だからこそその美しさ、なかでも母親だからこそその美しさが語られる。

「“子だくさん”なママって、家事や育児に追われて大変そう、生活に疲れてそう、なんてもはや時代錯誤。最近の子だくさんママは、しっかり子育てしながらちゃっかりいい女も楽しむ、一歩先ゆくママなのです。」

生活感を周りにみせないことに力を注いでいたころとは異なり、家庭内の負担が大きな子だくさんの母でさえも、「だからこそ」の美しさがあるのだと主張している。夫や子どもの存在、また彼らとの愛情あふれる家庭からこそ主婦の幸せは生まれ、それによって主婦は美しくなるという。この愛情あふれる家庭こそ2000年代後半から注目されている「主婦だからこそ」の美しさの正体である。

2005年から「主婦だからこそ」は誌面に登場し、2009年以降急速に記事が増加していく。それ以前の主婦イメージというものは、たとえおしゃれで素敵なお主婦であっても「主婦だけど美しい」という言葉から推測される通り、主婦は本来美しくない、所帯やつれや生活感といったマイナスな認識に基づくものであったといえる。それが2008年からの主婦

は愛情に溢れる家族をもつことで美しくなれる、「主婦だからこそ」美しいと肯定的に捉えられるようになっていく。独身女性の美しさに主婦が憧れていた時代から、独身女性に主婦が憧れられる時代となる。結婚、夫、子ども、家庭といったものが主婦の女性らしさの足を引っ張るものではなく、女性らしさを形作るというイメージの転換が起きているといえよう。

描かれる主婦イメージは家族のために自分の時間を費やし「生活感にあふれた」女性から、家族からの愛と、家族への愛に満ち溢れた幸福感に包まれた女性となった。

4 主婦と仕事

近年の『VERY』ではたとえ家庭人であっても自分自身としての生活の充実が幸福に必要な条件だという。自分自身の生活として趣味や仕事に関する記事が多くあるが、中でも仕事に関する記事は内容に大きな変化が見られる。この20年間で女性の社会進出をめぐる状況は大きく変化した。雑誌に表れる主婦イメージにはどのような変化があったのか、本節では働く主婦に関する記事から検討する。

1990年代にVERY上で読者モデルとして取り上げられる主婦たちは、「高所得夫と裕福な専業主婦の妻」というイメージであった。短期大学や四年制大学を卒業した後、数年間大手企業の事務や客室乗務員といった仕事に就き、高所得の男性との結婚を機に寿退社。専業主婦として、趣味のお稽古や料理、オシャレを楽しむ主婦イメージが描かれた。当時の女性が目指すべき正解の主婦イメージは、専業主婦として悠々自適に暮らす姿だった。

1990年代では専業主婦に関する記述が多くを占めており、主婦が働くことに関する特集が組まれたことはなかったが、2000年に入ると初めて「働く主婦イメージ」が明確に提示されるようになる。2000年10月号から始まる「趣味から始めた仕事—私の場合」という連載企画が、最初の「主婦の仕事」の特集だ。この記事では、趣味として始めたお稽古事をきっかけに、近所の人や友人などを対象に特注で何かを作る、または教室を開講して収入を得ている読者を紹介している。その職種は様々で、料理教室や陶器の絵付け、調香師やドライフラワーデザイナーなど多岐に渡っている。彼女たちの一日のスケジュールをみると、夫や子どもを送り出し、家事を終わらせてから夫や子どもが帰るまでの時間に行っていることが多い。掲載されている1カ月の収支をみると、多くがほとんど利益を出しておらず、受講料や商品代金は、材料費や教室の室料に使われている。ここでは主婦が仕事をもつと言っても、子どもが手を離れたことにより空いた時間で行われ、仕事内容は自身の趣味の延長であり、収入にこだわったものではないということが分かる。

「趣味からはじめる仕事」は読者の関心が高く、2005年の4月号までの約5年間連載が続き、「『短期レッスンで何か身につけたい!』お稽古ガイド」(2003年4月号)、「お役立ち“お稽古通信講座”ガイド」(2003年8月号)「サロネーゼ『私のお稽古事』」(2007年3

月号)といった、お稽古に関する特集も組まれる。「趣味から始めた仕事—私の場合」が2005年4月号で終わると、翌月の5月号から新たに「ミセスCEO」という連載が開始する。この連載では、これまでの趣味から始めた知人の間での教室や受注販売から対象を拡張し、会社やお店を立ち上げた主婦たちが紹介される。これもまた長期で連載され、2009年6月号で終了した後も、「ミセスCEO」と冠した記事が掲載されるほどであった²⁾。

この連載期間中の2007年1月号で初めて、主婦の仕事服に関する特集が組まれる。巻頭特集「age28~37私の“オシャレ”履歴書」の中で「キャリアも自分らしいスタイルの一部です」と題して、読者モデルのキャリア服(仕事服)を紹介する。創刊から17年経って初めての記事であるが、その後も仕事の服は特集されることが少なく、1995年から2005年までは0件、2005年から2010年まででも、「お仕事ママの2WAYジャケット」(2008年3月号)「働くVERY世代は“はったり”ウェア」(2009年1月号)「ミセスCEOたちのhigh & low ファッション」(2009年6月号)「働くミセスに利くのはレイヤード風」(2010年10月号)など、年間1~2件しか取り上げられていない。

2008年からは誌面で取り上げられる「主婦の仕事」の形態が大きく変化する。「30歳主婦からのハローワーク」(2008年7月号)では、これまで大きく取り上げられてきた「趣味の仕事」ではなく、パートタイム労働や派遣社員、正社員といった仕事が記載される。この記事では読者たちが実際にどのような経緯で仕事を再開したのか、パートタイム、派遣社員、正社員といった雇用形態別に経験談を語る。「ストレスフリーな働き方を見つけたら、『ママっていつも笑ってる!』」(2012年7月号)では、再就職のきっかけ、職探しの手段、就職試験の対策と内容、そして実際に主婦として家庭と仕事をどのように両立させているかを細かく記述する。

このような主婦の再就職に関する記事は2010年代に入ると増加していく。「主婦歴がキャリアになる時代」(2011年3月号)「先輩ワーキングママが教える産後復帰完全マニュアル」(2011年4月号)「復職じゃなく再就職!『面接の達ママ』の極意」(2011年12月号)などのように、主婦の再就職を促す記事から、実際に再就職をした人の体験談、再就職をするために必要なことなど、具体的なハウツーに関する記述が目立つようになる。また、より自分に合った職業や高収入の職業を選別するため、「好きを仕事にする方法」(2014年7月号)や「私、妊娠中にコレ始めました!」(2014年7月号)などでは、資格取得の流れや、人気の資格などが紹介されている。

このように主婦が働くことに関する記事が増加し、読者の注目も高まる一方で、やはり仕事は女性にとって補助的な要素にすぎないという考えもみられる。

2) 2009年6月号「ミセスCEOたちのhigh & low ファッション」、2009年12月号「ミセスCEO番外編 急増中!『おうちでジュエリーブランド始めました!』」、2011年1月号「ミセスCEOに聞く、開運パワースポット」など、ミセスCEOは読者の憧れであり、仕事のみならずファッションやライフスタイルにまで及ぶ。

家事労働の外注に関して、2008年12月号でベビーシッターや家事代行サービスについての特集もあるが、これらは心の余裕を生むための特別なものに過ぎず、すべてを任せて仕事に打ち込めるというものではない。それよりも顕著なものが、2009年3月号の「『家族が一番、仕事が二番』の私たち」という記事だ。ここでは正社員やパート、企業家の主婦たちが、仕事と家庭について語っている。「“仕事が二番”というのは仕事をおろそかにするという意味ではありません。家族の幸せなくして仕事はうまくいかない。家族優先なのは主婦の本能なのです。」という見出しのとおり、仕事をして改めて主婦の仕事の大切さを実感した、家族の大切さをかみしめているといった発言がある。同号では「私が仕事を続けてよかったと思える理由」と題し、約50年間帝国ホテルの客室係を務めた女性の体験談が掲載されている。彼女は働く女性へ自身の経験をもとにエールを送っているが、ここでも女性は「主婦」が本分であり、「働かせてもらっている」という意識が述べられる。

同じ年には「『家族がいちばん』のお仕事図鑑」(2009年7月号)という記事もあり、あくまでも既婚女性たちにとっては家事労働が第1であり、やりくりして空いた時間に自分の仕事を「家庭内労働に支障が出ない程度に」やる、ということが望ましい様だ。例えば「共働き夫婦の『あとは〇〇だけごはん』」(2010年2月号)では、「ここまで準備をしておけば、帰宅が遅れた日だって大丈夫！」という記述がある。つまり、仕事が忙しくとも出来合いのものや外食ですます、というのではなく、いつも通り主婦が手作りの料理をするという前提に立っている。

以上、主婦と仕事についての記事を見てきた。この19年間で区別すると、主婦が働くということについての記事が掲載されない1990年代、趣味や自己実現の域を出ない仕事の2000年代、より現実的なパートタイム労働や派遣社員についての記述がされる2008年以降に分けられるだろう。さらにいうと2011年ごろからはより具体的に再就職をすすめる、面接対策や履歴所の書き方にまで記事が組まれる。読者アンケートの結果を集計が掲載された「働くママの幸せな時間」(2013年9月号)では、10年前までは読者の3割ほどしか働く主婦はいなかったが、2008年ごろから変化があり、現在は過半数が仕事をしているという。読者アンケートは記事に影響を与えており、働く主婦を巡る意識と記事が密接に連動していることが分かる。

主婦の社会進出は性役割を肯定する層からすれば、家族の崩壊につながるものだと批判がされるものであった。専業主婦論争やバックラッシュの時代、専業主婦批判には働く主婦が、それに対する専業主婦擁護には専業主婦がその論争に加わっていた。そのため専業主婦と働く主婦は対立関係に位置づけられ、二極化が起きていた。『VERY』もこうした状況を認めており、「働くママの幸せな時間」(2013年9月号)では「両者はVSですらあった」と明記している。VERY編集部はこの時期を「お仕事ママと専業主婦の二極化(2003年～2007年)」としており、専業主婦が働く主婦や働くことに対して距離を置いていたことが分かる。両者は価値観も行動パターンもネットワークも異なり、相いれない関係

であった。2008年から2012年には「子育てライフスタイルに合わせて、行き来すればいいだけじゃん!!」という考えのもと専業主婦と働く主婦との間に「VERYのママたちが」橋渡しをし、2013年からは両者を融合させた「家族がいちばん、仕事は2番」という新しい「働く主婦イメージ」を作り出したとまとめている。

家庭を肯定する『VERY』では主婦の社会進出は、外で輝いているからこそ家でも輝くことができるとして、好意的態度をとっている。一見矛盾してみえるが、あくまで主婦の一番の役割は家庭での主婦業とし、これを全うしたうえですすめられることとしている。主婦の社会進出は主婦のためのものではなく、家庭のためのものにすぎない。

5 強調される「家族愛」

以上、2000年代後半からVERY誌面上に表れる主婦イメージが大きく変化してきていることが分かった。一人の女性としてのオシャレでも、「主婦っぽさ」をいかに排除するかが焦点であった初期と反対に、「主婦だからこそ」をキーワードに、愛情に満ちた余裕のある美しさが焦点となる。初期には家事の合間に趣味の派生としてやっていた仕事も、生活感あふれるパートタイム労働や派遣社員といったものが取り上げられるようになる。

こうした中にもう一つの変化として、家庭重視を強調する姿勢が見られる。前節までに述べたように、雑誌に描かれる主婦のおしゃれや美しさは、「主婦にとって家族が一番であるため、幸せな家族のためにオシャレをする。家族からの愛に満たされているから、女性として美しくなれる」というように、家族があつてこそそのものとしている。主婦にとっての仕事も、自己実現を通し満たされることで家族も幸せになるという。

特に2000年代後半の変化以降、こうした「家族」や「家族愛」、「賢い妻」といった家族イメージに触れる記事が顕著になってくる。例えばそれは2008年4月号から始まった連載「家族のコトバ」や、7月号の「家族の“絆”は旅で深まる！」(2008年7月号)で紹介する家族の絆を深めるような旅のプラン、「アスリート妻の『内助の功』LIFE」(2008年7月号)という夫の成功を支える妻の話などがある。同時期から増加する、女性の社会進出に関する記事とは一見矛盾したものに見えるが、女性の解放を全て「家族のため」という文脈で読み替えていると考えられないだろうか。

社会的に女性の自立や社会進出がすすめられる中、これまで女性の解放とは対立的に描かれていた「家庭重視」の文脈に巧みに取り込み、「家族のための自立」「家族のための社会進出」「家族のためのオシャレ」と読み替えていっているとはいえないだろうか。家庭重視の専業主婦雑誌が、解放された女性の欲望を語るために、逆説的により強い家庭重視の姿勢をとったと考えられる。

男女共同参画社会基本法が制定されて女性の社会進出や自立が勧められる中、家庭役割を担わされる女性は家庭重視の社会進出をどのように併存させたか。女性の自己実現が家

族のためだと論理を転換させたことで、併存が可能となったと考えられる。女性の自立を促すことが家族重視を強化しているという逆説的な現象が起きている。

6 編集の戦略

これまでメディアにあらわれる変化を見てきたが、製作者の意図にも目を向けよう。ここで見てきた変化は、雑誌不況で廃刊になる雑誌が相次ぐ中で読者獲得のために意図的に行われた変革であるといえる。

「主婦だけど」から「主婦だからこそ」への転換や主婦の仕事に関する記述の変化には、2008年に光文社初の女性編集長として就任した今尾朝子の影響が特に大きい。今尾は就任当初、アパレルメーカーから「主婦やお母さんのイメージが付くからやめて欲しい」と、衣装の貸し出しを何軒も断られたという。しかし「主婦の方々は主婦っていうことに誇りを持っているし、肯定されたい（中略）感じを受けた」と、社会における主婦イメージの低さと当事者である主婦とのギャップを指摘する。読者の声を積極的に取り入れようと試みる『VERY』が、社会を反映するだけでなく発信源として大きく働いている。

また創刊当初の読者対象である専業主婦は減少したことから、働く主婦へも目配りを行っている。ここでキーワードとなるのが前述した「家族がいちばん、仕事が2番」「外で輝くからこそ家で輝ける」といったものだ。これらの変革は実際に読者からの支持を受けており、雑誌不況の中で人気を獲得できているといえる。

7 議 論

以上、主婦雑誌『VERY』の分析から、主婦であることをマイナスに表現する「主婦だけど」という言葉から「主婦だからこそ」というプラスへの転換、女性が働くことには「家庭のため」という言い訳が必要とされていること、これらの根幹にある「家族愛の強調」をみてきた。

性役割分業の支持が高まり、女性の専業主婦志向が高まっているというが、実際に女性は専業主婦になっているのか。国立社会保障・人口問題研究所による2011年の調査では、仕事に就いている女性のうち約60%が出産を機に離職しており、ケアの市場化が進まない日本では産後しばらくの期間だけでも専業主婦になる女性は多い。

しかし実際に継続して専業主婦を続ける女性はあまり多くない。総務省による「平成24年度版労働力調査」では未子年齢0－3歳の子どもがいる母親の労働力率は42.9%と、未就学児がいる育児中の女性でも約半数が働いているという結果が出ている。実態としては大きく専業主婦が増加したというわけでもない。「(専業主婦に)なれるならなりたいが、現実的に考えてならない」という意見が大部分だ(筒井 2015)。意識と実態とは必ずしも

一致していない。

共働き世帯数が片働き世帯数（男性雇用者と無業の妻からなる世帯数）と逆転した1997年以降、その差は徐々に拡大している。社会経済的地位が高い専業主婦も限られたものとなり、所得の低い非正規であっても、多くの主婦が働く社会となった。『VERY』のターゲット層である専業主婦とは異なる共働き主婦の増加は、『VERY』の編集方針に大きく影響を与えている。2007年までは働く主婦と距離を置いていた『VERY』が、主婦業に専念する理想的な専業主婦とは対立する働く主婦をいかに読者層に取り込むか。その解答として生まれたのが、「家庭を情緒的側面から守る」という共通する主婦役割が前面に押し出された主婦イメージだろう。

家事労働を負担させられる女性が働いた場合、家事と労働の二重役割が課せられることは間違いない。女性の家庭内役割期待が大きく、家庭と仕事の両立が困難であるという実態が現在も継続しており（荻原 2006）、共働き家庭であっても性役割意識により女性の方が家庭内労働の責任は大きいままだ（Hammer, Allen, & Grigsby 1997）。さらに育児休暇の取得や再就職の困難さ、女性の賃金の低さというマイナスの面が目につく日本の女性雇用の状況では、女性がすすんで労働市場へ参入するメリットが決して多くはないと考えられる。小倉千賀子（2003）が「やっぱり結婚はいいと思わせる効果に関して、『VERY』以上の雑誌はない」と述べる通り、『VERY』に表象される主婦たちはいつも美しく輝いているように映る。これは主婦イメージが変化し、例え専業主婦ではなく働いていても、夫や子育てに悩みがあっても、『VERY』に表象される主婦イメージが愛にあふれた姿であれば変わらないだろう。

主婦をめぐる意識が変化する中、主婦雑誌に表れる主婦イメージは社会情勢に合わせて変化してきた。若い女性たちが専業主婦を選択せざるを得ないようなジェンダーをめぐる状況は、雑誌に描かれ続けている。この雑誌に表象される主婦が支持される限り、女性の専業主婦志向は終わらず、男女間の格差是正や女性の社会進出は果たされないだろう。「家庭のために」ではなく「私のために」輝く主婦は、どのように描かれることができるだろうか。「私のために」輝きながら家庭を守るためには何が必要か。改めて女性たちが自分自身に問い直す時期に来ているのかもしれない。

参考文献

朝日新聞出版、『AERA』2010年4月26日号。

光文社、『VERY』1995年7月号－2014年6月号。

Hammer, L.B., Allen, E., & Grigsby, T.D. 1997. "Work-family conflict in dual-career couples; Within individual and crossover effects of work and family." *Journal of Vocational Behavior* 50, 185-203.

石崎裕子, 2004, 「女性雑誌『VERY』にみる幸福な専業主婦像」『国立女性教育会館研究紀

要』8, 61-70.

片桐新自, 2014, 『不透明社会の中の若者たち』 関西大学出版部.

木村涼子, 2010, 『〈主婦〉の誕生－婦人雑誌と女性たちの近代』 吉川弘文館.

Matchar, Emily, 2013, *Homeward Bound*, FREE PRESS IMPRINT.

落合恵美子, 2000, 『近代家族の曲がり角』 角川書店.

萩原久美子, 2006, 『迷走する両立支援－いま, 子どもをもってはたらくということ』 太郎次郎社エディタス.

小倉千加子, 2003, 『結婚の条件』 朝日新聞社.

白河桃子, 2014, 『専業主婦になりたい女たち』 ポプラ新書.

Stone, Pamela, 2007, *Opting Out? : Why Women Really Quit Careers and Head Home*, University of California Press.

田村真理子, 2001, 「専業主婦と起業」『日本労働研究雑誌』 No.493.

筒井淳也, 2015, 『仕事と家族－日本はなぜ働きづらく, 産みにくいのか』 中公新書.

内閣府男女共同参画局, 2013, 『男女共同参画白書平成25年版』.

——, 2014, 『男女共同参画白書平成26年版』.

(2023年11月30日受理)