

女性雑誌にみられる「働くこと」の意味づけの変容

橋本 嘉代*

Tripolarization in Definition of Labor drawn from Women's Magazines

HASHIMOTO Kayo

Abstract

From the 1950s to the 1980s, only a few articles about married women's paid work were featured in Japanese women's magazines. After the 1990s, however, these articles began appearing these magazines as a major topic. This study analyzed the tripolarization in definition of labor drawn from women's magazines at the end of the 1990s. The first type of magazines targeted married women whose household incomes were low, and thus, looking for part-time jobs to improve their household economic situation. The second type of magazines targeted full-time housewives, whose household incomes were high and who drew their success as instructors of their specialized hobbies. The third type of magazines targeted career women engaged in full-time jobs earning high incomes. It is difficult to obtain full-time job for married women having small children, but part-time jobs are frequently bored and lowly paid. Women's magazines published during this period focused on various role models that women were able to aspire to and model themselves after.

Keyword : Gap-widening Society, Women's Paid Work, Life Course, Work-Life Balance, Women's Magazine

1 序論

日本においては戦後の高度経済成長期に専業主婦世帯が増加し、1980年代末までは共働き世帯よりも専業主婦世帯が主流であったが、1990年代に入ると両者の比率は拮抗し、1997年以降は共働き世帯が主流となっている。1990年代に日本経済が不安定化し、コスト削減のための非正規雇用が受け皿となったこと、終身雇用・年功序列型賃金体系の崩壊により専業主婦でいることのリスクが高まったこと、男女雇用機会均等法施行後に社会に出た女性が増えたことなどが背景として挙げられる。これらの社会的な背景を反映し、日本で女性を対象として発行されている雑誌のなかでも既婚女性が働くという状況を設定した記事が、徐々に増加した。そのなかで「働くこと」の意味づけに多様化がみられるようになった。これは、女性間の格差と対応しているといえる。本論文では、女性雑誌における「働くこと」の意味づけをめぐる分極化について、格差の視点から分析を行う。

分析に際しては、同じ年代の女性を対象とする複数の雑誌における言説を比較する方法をとる。複数の雑誌を分析対象とする目的は「言説の存在の法則、つまり諸々の言表を前にして、他の言表ではなく、まさしくそれらの言表を可能にしたものは何か」(Foucault 1968=1999: 80-81)を問うためである。赤川(2009: 53-6)はフーコーの議論をふまえ、特定の内容や語り方をふくんだ言説がどのように生産・流通・消費され変容していくか、その変容を促した社会的・政治的・歴史的条件は何かを説くために言説分析が有効であると述べている。本論文

キーワード：格差社会、女性労働、ライフコース、ワークライフ・バランス、女性雑誌

*平成21年度生 ジェンダー学際研究専攻

で「働くこと」をめぐるメディアの言説の出現や変容が起こった時期と、それを促したものとしての「格差の拡大」の影響を確認することには、意義があるといえるだろう。

2 先行研究の検討

井上（2008）は、1990年代以降に新創刊された女性雑誌の特徴として「30代以上をターゲットとするものが多いこと」と「女性が働くことを視野に入れた雑誌が多いこと」という2点をあげている。さらに井上は、働くことをめぐるジェンダー問題の重点は、どのような地位や待遇で、どのような仕事に就くかに移ったとし、働くことをめぐる女性間格差の問題が浮上したことも指摘している。雑誌に描かれる「働くこと」の意味づけの多様化と、その背景にある格差の問題に注目することは、筆者の問題意識と一致する。

日本において格差が拡大し、一億総中流意識の神話が崩れつつあると橋木（1998：2）が指摘し、格差社会論が盛んになり始めたのも1998年であるが、妙木（2009）は、この時期に女性のなかで「対立」が起こり、1950年代から2000年代までの間に六次にわたる主婦論争が起きたと論じている。そのなかで第五次主婦論争（専業主婦論争）は「専業主婦たちのストレスや悩みが論点として成立した時期」である1998年から始まったとし、「専業主婦の階層分解」という歴史的背景が存在するという。

また、1998年の「厚生白書」は、若い女性にみられる新しい形の専業主婦志向の存在を言及している¹⁾。結婚後のライフコースについて、従来の「男は仕事、女は家事」という性別役割分業から、「男は仕事、女は仕事と家事」という二重負担の役割分業を経て、「男は仕事と家事、女は家事と趣味（的仕事）」という新しい分業志向を持つ女性が現れたという指摘である（平成10年版「厚生白書」第1編 第1部 第1章 第2節）。ここで引用されている研究の代表者である小倉千加子は、夫に十分な収入があるなら趣味と実益を兼ねた『新しい働き方』を見つかる権利があり、夫は妻の才能に対して理解を向け、家事にも協力的であってほしいという未婚女性の本音を探り出し「新専業主婦志向」と名付けた。その後、小倉は結婚の条件は、女性の学歴に応じて「生存」「依存」「保存」の3つに分かれると述べている（小倉 2003：30-39）。生存とは、結婚しなければ生活できない高校卒業者、依存とは、夫に扶養されることの特権を生かして育児や趣味を楽しもうとする短大卒業者、保存とは、結婚によって自分の生活を変えないことを望む大学卒業者、というカテゴリーごとに結婚に求めるものが異なる、という説である。後述するが、これらは、雑誌に描かれる、30代の女性が働く際の背景と一致する。

1990年代末は女性が働くことをめぐる諸問題がメディアで盛んに取り上げられ始めた時期であると尾嶋（2000）も述べているが、尾嶋は経済的な事情の影響にも目配りをしつつも、経済決定論にすべてを委ねることを否定し、性別役割分業意識が就業行動に与える影響のほうを、より重視している。しかし、バブル期以降の不況下において、経済主導的に働き方の戦略を選ばざるを得ない女性が増加した結果、女性雑誌は、彼女たちが選んだライフコースを正当化するために、それぞれの階層に対し異なるメッセージを発信し、そのなかに性別役割分業のあり方も含み込まれる形だったのではないかと筆者は考える。

3 研究方法

30代女性を対象にした複数の雑誌のなかで「働くこと」というテーマがいかに扱われているかを比較分析し、その背後に存在する女性間の格差についての検討を行う。まず、歴史的な変遷を概観し、記事内容が多様化し始めた時点（1998年～1999年）については、記事の登場人物のプロフィールや語りをもとにその共通点と差異を確認する。詳細な分析の対象とした雑誌は、5節で詳しく紹介するが、1990年代半ばに創刊された4誌を含む計6誌である。30代女性に焦点を絞る理由は、現在、日本においては20代の女性にとっては「なぜ働くか」という問いが成り立たず、働かないことが逸脱行為とされる²⁾ほど、働くことが当然の行為となっているのに対し、女性の30～34歳層はもっとも労働力が低い年代であるためだ。日本では、第一子の出産を機に7割の女性が退職しており「働く」「働かない」をめぐる、さまざまな判断が下される。働かずに専業主婦でいたり、家計補助を考慮せずに好きな仕事をするという選択肢もあるが、それが可能か否かには経済力がかかわってくることを本研究では重視する。

4 背景

4-1 30代女性を対象とする雑誌における「働くこと」の歴史的変遷

日本においては、戦後から1970年代前半までは「婦人四誌」(『主婦の友』『主婦と生活』『婦人倶楽部』『婦人生活』)が女性雑誌の中心をなしていたが、井上(1980)によると、これらの雑誌には女性の職業に関する記事がほとんど存在せず、芸能人や評論家以外の職業女性が紙面に登場することも稀であった。また、これらの雑誌の方針は、女性の第一目標は結婚と家庭の維持であり、そのため、主婦の役割遂行に役立つ実用的知識を提供することが最も重要な雑誌の使命と見なす方針が強固であった(竹下1979)。よって、1975年頃までは「働くこと」というテーマの記事が女性雑誌において取り上げられることがほとんどなかったといつてよい。

1970年代末から80年代初めにかけては、仕事・結婚・家庭などに対するフェミニズム的な言説が女性雑誌に登場したが、その後保守化し、消えてしまったというのが一般的な理解である、と坂本(2000)が述べるように、働くことに関する記事が取り上げられたこともあるが、一過性にすぎず定着しなかった。井上は「ウーマン・リブはもちあげられ半ば評価され、擲擧されて終わった」と評している(井上1980)。

1980年代後半に入ると、男女雇用機会均等法の影響や好景気による人材不足も追い風となり女性の就業に関する雑誌での言及は再び増えた。当時、30代女性の多くが読んでいた雑誌の「働くこと」に関する記事の一覧は表1の通りである。この時期の『主婦の友』は、20年以上使ってきた「結婚したら『主婦の友』」という有名なキャッチコピーを手放し、1989年に「ハイクオリティな生活誌」にリニューアルしたばかりで、趣味の延長線上で仕事を持つことを理想像として描いていた。デザイナーの夫が妻の趣味の編み物を生かした仕事のために空き物件を見つけて起業の準備を支援する(『主婦の友』1992年7月号)など、経済力のある夫が道楽として趣味的仕事を楽しむ自由を妻に与える図式が目立つ。1990年創刊の『すてきな奥さん』でも、「好きなことじゃなければ始められないし、長続きもしません。」(1991年10月号)と特集冒頭に書かれている。紹介される職種はショップオーナー、料理研究家、図書館司書、タウン誌編集などである。1998年の「厚生白書」で言及された独身女性の「趣味的仕事」志向は1980年代後半から1990年代初頭において、ごく一般的な主婦を対象とする雑誌でも描かれていたのである。

表1 80年代後半～90年代初頭の主婦向け雑誌の「働くこと」に関する記事のタイトル

雑誌名	出版社名	号	記事タイトル
『SOPHIA』	講談社	86年4月号	「HOW TO 主婦の再就職」
『婦人公論』	婦人公論社	87年10月号	「主婦の再就職 成功へのコツ」
『主婦と生活』	主婦と生活社	88年8月号	「私にぴったりの仕事、こうして見つけた！ 成功するミセスの再就職実例集」
『主婦の友』	主婦の友社	89年2月号	「主婦が再就職を決意するとき」
『主婦の友』	主婦の友社	89年6月号	「主婦が職場に戻るとき 再就職って、ほんとうにむずかしいの？」
『主婦と生活』	主婦と生活社	89年5月号	「もう1度、働き始めたミセスたち」
『主婦と生活』	主婦と生活社	89年8月号	「自分にピッタリの仕事ってどこで見つけたらいいの？」
『クロワッサン』	マガジンハウス	89年8月25日号	「成功への階段を1歩ふみだした私たち 10年間の子育てを経て再就職。生活にハリが出た。」
『クロワッサン』	マガジンハウス	89年9月10日号	「会社人間じゃなく、パートでもなくて自宅のできる仕事を見つけた人たち。」
『すてきな奥さん』	主婦と生活社	91年3月号	「“主婦の目”を生かせると人気の仕事徹底研究」
『主婦の友』	主婦の友社	91年10月号	「主婦が社会に出る条件」
『すてきな奥さん』	主婦と生活社	91年10月号	「私がお店を始めるまでのいくつかの小さな試み」
『主婦の友』	主婦の友社	92年7月号	「主婦ならではの豊かな仕事のやり方が素敵！」

4-2 1995～96年の新雑誌創刊の背景

1995年から1996年の2年間に、30代の女性を対象とする新しい雑誌が続々と創刊されたが、この背景を確認しておきたい。雑誌の創刊点数が最も多く、雑誌の時代といわれた1980年代は、男性や若い女性向けの雑誌が勢いを持っていたが、主婦は雑誌を読まないといわれていた（『出版指標 年報 1983』）。しかし、90年代に入ると状況は一変する。バブル崩壊後の1993年頃から、30代向け女性雑誌が節約特集に特化し、各誌50万部以上という高い売上げを記録するようになった。特に『すてきな奥さん』は、全国の読者が表紙や誌面に登場し、節約法などの知恵を教え合うという編集方針が人気を集め、競合誌『おはよう奥さん』の新規参入や、老舗誌『主婦の友』の同方面への路線変更を促した。『主婦の友』の1993年のリニューアルは、同社の社史に「『主婦の友』という名前だけを残した創刊といってもよい」とつづられているほどの大きな路線変更だったが、リニューアル後数か月で、それ以前の4倍の部数を売り上げるようになったという。これらの生活情報誌における節約へのこだわりは「すて奥」とは（モノを）「捨てられない奥さん」のことが（『uno!』1997年1月号）などと他誌でもしばしば揶揄されるほど徹底していた。しかしながら、80年代の女子大生ブームの頃に『JJ』『Can・Cam』などのファッション誌に読者モデルとして登場していたような女性たちは、専業主婦でありながらも、節約よりも消費に興味を示し、既存誌には食指を動かさなかった。『VERY』創刊号（1995年7月号）の第1特集が「ニュートラ、ハマトラ、サーファー（中略）——あの頃おしゃれだったいまの30代のために／私たちの着る服がない！」であることから、その傾向はうかがえる。なお、彼女たちの消費を実現可能にするうえで、高収入の夫が存在したことも重要である。

また、90年代半ばに30代を迎えた女性たちが男女雇用機会均等法施行後に働き始めた世代であることも、新たなニーズを呼び起こした要因として見落とせない。彼女たちは30代になっても独身あるいは子ども無しの共働きで仕事を続けることが多く、その生活形態や興味・関心は、専業主婦とは全く異なっていた。そのため、20代のキャリア女性向けの『Oggi』（小学館）を読んできた30代の女性に向けて、同社は『Muffin』（1988年～2003年）という主婦向け雑誌とは別に、仕事を持つ30代女性向けの『Domani』を1996年12月に創刊した。これらの新創刊の背景には、節約を最優先目標として掲げる雑誌は広告主に対するアピール力が弱いため、消費を美德とし購買力を持つ層に支持される雑誌を必要とする経営的な思惑もあったと思われる。

1980年代後半から1990年代初頭までは、表1のように、同じ年代向けの雑誌に描かれる「働くこと」のテーマには差異がみられなかったが、この時期に新雑誌が加わったことにより、雑誌間の差異が際立ってきた。その詳細は次節で検討する。

5 結果

5-1 雑誌カテゴリごとの学歴・年収の格差

日本雑誌協会の「JMPA読者構成データ」（2002年調べ。一部欠損あり）で30代女性が含まれる部分を見ると、読者の世帯年収や学歴は以下の3パターンに分かれる。

1. 世帯年収が500万円未満で、最終学歴は高校卒業が最多＝生活実用情報誌と一部の女性ミドルエイジ誌（例：『おはよう奥さん』『主婦の友』『すてきな奥さん』『Como』）
2. 世帯年収は700万円以上で、最終学歴は短大・高専卒業が最多＝ほとんどの女性ミドルエイジ誌（例：『VERY』『La vie de 30ans』）
3. 本人収入が300万～500万円前後で最終学歴は大学卒業が最多＝30代の読者を含むヤングアダルト誌（例：『Domani』『日経ウーマン』）

このように、読者の学歴・収入の差異は「生活実用情報誌」「女性ミドルエイジ誌」「女性ヤングアダルト誌」というJMPAによる3分類に、ほぼ対応している。これをふまえ、次に、1990年代後半に30代女性を対象として発行されていた雑誌の中から、就労に関する記事を扱っている雑誌をいくつか選び、それらの描かれ方について分析を行うこととする。分析対象誌を選ぶ際、①一般人が登場し、自らの仕事について詳細に語る記事を1999

表2 分析対象誌の候補となった雑誌の一覧

分類 (JMPA)	雑誌名	創刊年	発行部数	記事化	30代対象	既婚者対象
生活実用情報誌	『ESSE』	1981	53.3万部	×	×	○
	『おはよう奥さん』	1995	55.3万部	○	△	○
	『saita』	1995	80.0万部	×	△	○
	『サンキュ!』	1996	35.0万部	×	△	○
	『主婦の友』	1917	37.8万部	○	△	○
	『すてきな奥さん』	1990	57.0万部	○	△	○
女性ミドルエイジ誌	『VERY』	1995	29.3万部	○	○	○
	『Grazia』	1996	15.0万部	×	○	○
	『Como』	1990	20.0万部	×	△	○
	『La vie de 30ans』	1996	26.1万部	○	○	○
	『LEE』	1983	38.0万部	×	△	○
女性ヤングアダルト誌	『日経ウーマン』	1988	18.0万部	○	△	×
	『Domani』	1996	20.0万部	○	○	○

各誌の部数は『雑誌新聞総かたろぐ1999年版』に記載された、1998年4月～99年3月の発行部数。『ESSE』『主婦の友』は日本ABC協会調べ、それ以外は公称部数。読者の年齢や未既婚は、JMPA読者構成データ (http://www.j-magazine.or.jp/data_002/) を参考にしている。

年に2本以上掲載している ②1990年代から2000年代に至るまで、中心的な読者が30代である ③読者の半数以上が既婚者 という条件で、明らかに該当しない項目を含む雑誌を除いた結果、『おはよう奥さん』『主婦の友』『すてきな奥さん』『VERY』『La Vie de 30ans』『Domani』の6誌が残った(表2参照)。

5-2 分析対象誌の記事のタイトルにみられる格差

表3に示したタイトルをみると『主婦の友』『おはよう奥さん』は「子どもが小さくても」「資格がなくても」など「持たざる者」としての自己定義から出発しており、主婦であることに肯定的な意味合いが込められていたバブル経済期(表1)とはかなり異なる。

表3 分析対象誌の「働くこと」に関する記事のタイトル(1998～1999年)

雑誌名	号	記事タイトル
主婦の友	98年5月号	「子どもが小さくても 資格がなくても 30才をすぎても『そ・れ・で・も 自分に合った仕事は見つかる!』」
	98年6月号	「お金、やりがい、ほしい 家事、育児もたいせつ 『それでも働く 主婦の友』」
	99年2月号	「子どもの心配、家事との両立、時間のやりくり、悩みながら解決した 『自分にも子どもにも 経済的にも やっぱり働いて、よかった!』」
	99年7月号	「子どもが小さくても、資格がなくても、家にいても、家事・趣味・特技がこの手でお金になった!」
すてきな奥さん	98年3月号	「応援します! 働きたい気持ち/大特集『主婦の仕事の見つけ方』」
	99年11月号	「やりくり上手に! 貯金増! ローン返済/私の『パート』デビューでうちの家計のココが変わった! 体験談」
おはよう奥さん	99年3月号	「子どもが小さくても、実家が遠くても、それほど夫の協力がなくても/今年こそ『私の時間』を作ってお金にするゾ!」
	99年11月号	「子どもが小さくても、夫の協力がなくても、家にいながらも/『私の時間』がこうしてお金になった! 仕事になった! そして生活にハリが持てた!」
VERY	98年1月号～10月号	連載「VERY世代がはじめたサロン」
La Vie de 30ans	99年4月号	「“自分らしく生きる”というキャリアを身につけた女性たち」
	99年11月号	「30代に必要なのはプロデューサー感覚/『セルフプロデュース』に成功してなりたいたい自分になる」
Domani	98年1月号	「いつまで働く? 2人目はいつ産む? 『ワーキングマザーたちのポジティブ人生設計』」
	99年1月号	「NY、パリ、東京・・・の働く母たちを密着取材! 『ワーキングマザーの24時間は、こんなに大変・・・でも、こんなに幸せ』」

また、『VERY』のタイトルにある「サロン」とは自宅で稽古事の教室を開いてレッスン料をとるという形で趣味的仕事を行うことをさす。『La Vie de 30ans』に登場する女性たちには一部、企業に属するキャリア女性が含まれるが趣味を本格的に極めて本を上梓したイラストレーターやフードコーディネーター、器ショップや花屋のオーナーなどが中心で、これらも趣味的仕事といえるものである。彼女たちはそれらを通じて収入を得ているが、利益を得ることを重視しておらず、好きなことを仕事に結びつけられたこと自体に価値を置いている。『Domani』に登場する女性たちは、企業に所属し、キャリアを積み重ねてきた女性たちが多い。「人生設計」「こんなに大変」など、子育てをしながら働くことを一大決心のもとに周到な計画を立てて進めるべき行動として位置付けていることから、事例の女性が育児との両立が困難な仕事に就いていることがうかがえる。

5-3 分析対象誌の記事登場人物の語りにみられる格差

1998年、1999年の対象誌の記事のなかに「働く読者」として登場する人物が語る「働く動機」や「働くことで得たもの」も、一部重複するが、5-1の結果と同様に雑誌群ごとに三つの傾向に分類することが可能である。具体的には ①「育児ストレス」「家計補助」(『主婦の友』『すてきな奥さん』『おはよう奥さん』)、②「趣味活用」「豊かさの誇示」(『VERY』『La Vie de 30ans』) ③「社会的地位向上」「社会貢献」(『La Vie de 30ans』『Domani』) というパターンである。

1990年代初頭には、記事の冒頭で「働くことが当然となり、その理由も『自分のために』といういま、パートで働くことにも、やりがい、おもしろさを求める時代」(『主婦の友』1992年6月号)と、働くことの目的を読者共通のものとしてひとくくりにしていた『主婦の友』だが、1990年代末の記事では「外に出たい、自分の時間

表4 分析対象誌の概要と、事例として記事中に登場する女性の仕事の内容

雑誌名	創刊年月	読者の年齢 (ボリュームゾーン)	読者の最終学歴	読者の世帯年収	誌面に事例として登場する女性の詳細 (98～99年)	
					職 種	収入
主婦の友 (主婦の友社)	1917.2.	27～32歳 (44.3%)、 33～38歳 (30.0%)	高校卒 (44.8%)	300～500万円 (36.3%)	コンビニレジ、ファミリーレストランのウェイストレス、ガス検診員、ヤクルト製品配達など、生活に密着した身近な仕事	月収8万円以下 (パート)
すてきな奥さん (主婦と生活社)	1990.4.	24～29歳 (33.8%)、 30～35歳 (30.6%)	高校卒 (40.1%)	300万円未満 (49.5%)	ファミリーレストラン、スーパー、パン屋でのパートなどの現実的な職種	月収8万円以下 (パート)
おはよう奥さん (学習研究社)	1995.6.	30～32歳 (21.5%)、 27～29歳 (20.5%)	高校卒 (48.0%)	300～500万円 (37.0%)	とんかつ屋、牛乳代の集金、地域新聞の配達、事務などのパートや、校正や組みひも作りなどの在宅ワーク	月収2～8万円 (パート、在宅ワーク)
VERY (光文社)	1995.6.	27～32歳 (44.3%)、 33～38歳 (33.0%)	短大・専門学校 (49.7%)	1200～1500万円 (25%)	夫の駐在や本人の短期留学などで欧米で学んできた家事や趣味に関する稽古事を「サロン」形式で教える趣味的仕事	稽古事の謝礼として、材料費+α程度
La Vie de 30ans (アシェット婦人画報社)	1995.10.	30～32歳 (34.1%)、 33～35歳 (17.3%)	短大・専門学校 (45.5%)	700～1200万円 (22.2%)	外資系企業の専門職、投資信託会社経営者なども含まれるが、主流はフードコーディネーター、フラワーコーディネーターなどの趣味的仕事	記述なし
Domani (小学館)	1996.12.	平均年齢 33.2歳	データなし	612万円 (平均) ※未婚有職者 41.8%を含む	福利厚生が充実した大企業、外資系企業の正社員、在宅勤務が可能なフリーランスの専門職 (デザイナーなど)	記述なし

読者データはJMPAマガジンデータ、『Domani』創刊号をもとに筆者作成。誌面に事例として登場する女性の職業の詳細は、筆者が記事をもとにまとめたもの

がほしい、あるいは家計が苦しくて・・・働きに出たきっかけは、人それぞれ」(『主婦の友』1999年2月号)と書かれているように、さまざまな状況を想定していることが明らかである。『主婦の友』『すてきな奥さん』は、この時期、1990年代初頭のように興味や社会進出、成功欲求が働く動機として語られることが減り、育児ストレスが再就職のきっかけ、という事例が多い。また、それと並んで多いのが家計補助という動機である。仕事を選ぶ際の条件としては仕事内容への興味よりも、育児との関連での働きやすさ(勤務の曜日・時間帯、休みやすさ)をあげる人が多い。働くことで得られたものとしては「イライラが減った」「子どもにゆとりを持って接することが出来るように」など、子供と向き合う育児のストレスからの解放を語る事例が目立つ。また、「マンション購入にこぎつけた」などの経済的なメリットも複数の人物によって語られている。後発誌『おはよう奥さん』については、90年代初頭との比較はできないが、雑誌名や記事のタイトル、誌面のレイアウトなども含め、『すてきな奥さん』に追随している。『すてきな～』との相違点は、育児ストレス解消という動機が語られず、「稼ぐ」という言葉が頻出している点である。

『VERY』は“シロガネーゼ”という1998年の流行語にみられるように、当時、港区白金などの高級住宅地に住み、夫の経済力が高い専業主婦の消費に関する情報提供が主たる編集方針であった。そのため、仕事らしきものが扱われるのは「VERY世代がはじめたサロン」という連載のみである。趣味で続けてきた習い事が達達し、留学や夫の駐在に同行して海外でも学んだことで箔が付き、知人に乞われて自宅で「サロン」を開くというのが定番のパターンである。また、ほとんどが自宅を会場にしているため、レッスン料を安価に設定している。「作品や料理を認めてくれた」といった評価への喜び、教室を通じての出会いなど、精神的なメリットが重視さ

表5 分析対象誌の誌面における登場人物の代表的な語り(1998~1999年)

雑誌名	誌面の登場人物の代表的な語り		
	働く動機	仕事選びの条件、続けるための工夫	働くことで得たもの
主婦の友	①家計補助「少しでも住宅ローン分、稼がないと」「繰り上げ返済したい」「主人の会社が倒産」②育児ストレス回避「育児から離れたい」「どなりちらしたり子どもに手が出てしまうことも」	①家事・育児優先「長女の帰宅時間に家にいられる」「学校、保育園が休みの日に休める」②消去法「子どもが幼稚園に行っている間に働くとなると接客しかない」「子どものカゼでの欠勤を考慮し、週3日で午前中のみ」「ここ以外は不採用」	①家計改善「マンションの購入にこぎつけた」「生活も家計もリフレッシュ」②育児ストレス軽減「イライラが減った」「子どもにゆとりを持って接することができるように」「子どもを保育園に預けて職場復帰したとき、解放されたようなほっとした気分」
すてきな奥さん	①家計補助「夫の転職で減収になり、社宅を出たので住居費の負担増」「主人の会社が倒産」②育児ストレス回避「育児から離れたい」「どなりちらしたり子どもに手が出てしまうことも」	①家事・育児優先「子どもの夏休みに長期休暇が取れる」「子どもをいつでも“おかえり”と迎えてあげたい」②通いやすさ「家から近い」「徒歩圏内」③収入に上限設定「扶養の範囲内」「府営住宅の所得制限基準内」	①家計改善「赤字解消」「欲しかった家電を次々購入」「外食も可能に」②充実感「やりがい」「成長」③行動範囲・人間関係の拡大「世界が広がった」
おはよう奥さん	①家計補助「マンションのローン返済」「幼稚園の月謝」②余暇の金銭化「ボーっとしている時間ももったいない」	①家事・育児優先「在宅でできる」「子どもにさびしい思いをさせずに済む」「子どもが小さいうちは外で働くわけにもいかず、必然的に在宅ワークに」②通いやすさ「近所」③興味「好きなケーキ作り」	①家計補助「生活費の足し」「幼稚園代」「帰省代」②充実感「外へ出て働くことは刺激的」「生活にメリハリ」
VERY	趣味・特技の活用「自宅で何かしたい」「妊娠中の気晴らしに始めた趣味だが『そろそろ教えてもいい』とお墨付きをもらった」「友人たちの強い希望で」	①家事・育児優先「子どもが幼稚園に行っている間」「幼稚園の行事に合わせてやりくりしながら」②興味「子どもの頃から好きだった」	①充実感「作品を認めてくれた」「料理を評価してもらえた」②人間関係の拡大「教室を通じて出会いがあった」
La Vie de 30ans	①趣味・特技の活用「いつかこういう器を扱うお店をやってみたいなと思うようになって」②キャリア追求「最初から30歳ぐらいで会社を起こそうと決めていた」③社会貢献「投資によって多くの人が社会参加できるしくみを作りたい」	興味「花のことを考えているとワクワクして、一晩中寝なくてもいいと思う自分がいた」「自分の好きな道を貫き通すという性格」	①充実感「お店を持ったことで確実に自分の世界が広がった」「30代だからこそ責任のある仕事もできる」②人間関係の拡大「この仕事を始めてから、知り合う人の幅が広がった」
Domani	①キャリア追求「やりがい」「充実感」「可能性に挑戦」「働く女性を応援したい」②社会貢献「〇〇の普及に貢献したい」	①興味「自分の頭に浮かんだデザインが形になっていく充実感」「中学時代から興味」②生活形態の改造「夫が会社を辞めて夫婦で共同経営し、子連れ出勤を可能に」「実母が上京し、育児を手伝う」「実家の近くに転居」	充実感「和の文化を教えるやりがい」「デザインが形になっていく充実感」「人生の目標」

れ、採算は度外視されている。同誌は自宅で稽古事を教える人々を「サロンエーゼ」と呼び、レッスンが開ける広さ、雰囲気、調度品などを備えたスペースを持ち、海外駐在経験から想起される経済的な豊かさや社会的地位、欧米仕込みのインテリアやテーブルコーディネートのセンスも含め、羨望すべき対象と位置づける。読者層を「年収1500万円以上の家庭に育った女性」(『新聞雑誌総かたろぐ』1999年版)とする『La Vie de 30ans』は、読者の属性がフルタイム勤務4割、専業主婦3割(JMAP読者構成データ)であるため、99年4月号の特集の前半は企業に勤めるキャリアウーマン、後半は趣味的仕事をする女性が登場するという具合に、両者を意識した構成になっている。いわば『Domani』と『VERY』の編集方針が同居している形だ。4月号では専業主婦である読者に配慮し「主婦でいることは仕事をするのと同じぐらい意義のあることだと思います」と、フラワーコーディネーターの仕事をしていながら肩書きが「主婦」になっている女性が語ったり、キャリア女性が登場する場合も「昇りつめるだけの人生より、バランスのとれた生き方にひかれる」(アパレル企業マーケティングスーパーバイザー)というプライベート重視のコメントを多く掲載している。11月号では趣味を生かした仕事をするを「セルフプロデュース」と位置づけ、登場人物に「やはり夢はずっと持ち続けることが大切ですね」(器ショップ経営者)、「今」を幸せにするには、どうしたらいいかを考える」(料理本を出版した広告代理店社員)などと語らせている。

『Domani』においては、働く動機が語られず、仕事選びの条件として興味のみをあげるケースが多いのが大きな特徴である。新卒時から就業継続している登場人物が多いため、彼女たちにとって働くことは自明であり、働くか否かではなく、いかに働き続け、キャリアを追求していくかが関心事となるからであろう。仕事を通じての社会貢献を人生の目標と位置づけている語りも多い。

6 考察・結論

本研究で明らかになった「働くこと」の意味づけをめぐる分極化を以下にまとめる。

第一に、世帯収入が低いことが想定される女性を対象とする雑誌においては、家計補助のために働く女性が事例として誌面に登場する。学歴や職歴が低く子どもが小さいことなどの事情から低待遇のパートタイマーとして働く場合、仕事自体に魅力を持てる場合が少ない。そこで、雑誌のなかでは仕事内容にはあまり言及せず、外に出ることが育児ストレスの解消につながったという側面や、収入増によりマイホーム取得の夢が近づいた、といった部分のみにふれる肯定的な意味づけが行われている。低待遇の内職などであっても、自宅にいて子どもをみながら仕事ができることのメリットが強調され、夫が家事をしない場合には、専業主婦時代に身につけた家事を効率的にこなす工夫によって時間の使い方が上手になったという具合に、美談仕立てでまとめられる。

第二に、夫が高収入で本人のキャリア志向が低い女性が読者として想定されている場合、自宅で習い事の教室を開き、趣味の延長線上で仕事をする「趣味的仕事」が理想として描かれる。雑誌が伝えるのは、自宅開業への具体的な準備などの実用情報ではなく「いつかは私も・・・」と漠然と夢を抱かせるメッセージである。このパターンにおいては、フルタイム勤務は不自由が多くストレスフルなものとして否定的に語られる。また、石崎(2004)が指摘したように、幸福な専業主婦の地位を脅かす離婚に関する記事を扱うことも、タブー視されている。

最後のパターンは、大手企業の正社員や独立して働く専門職の女性向けを対象にしたものである。雑誌が読者代表として選んだ女性たちは、仕事をライフワーク的なものと位置づけており、そこに結婚・出産という経験をプラスするという考え方が共通しているため、結婚や出産が働き続ける上での障壁となるという視点からの語りが多い。産んだあとも、社会人として働く限りは甘えない覚悟が必要である(『Domani』1998年2月号)と述べるなど、男性論理に迎合して自分を納得させつつ後に続く女性や会社の反応を意識しているような発言も散見される。しかし、同じ人物は「この苦勞をまた、と思うと第2子出産は気が遠くなる」とも語っており、日本で企業に属しながら子どもを産み育てることの困難が垣間見える。また、主に妻のみがタイムマネジメント術を磨くことが仕事と育児の両立を可能にするという考え方が前提で女性の二重役割が肯定されている語りも多い。

雇用が正規/非正規に二極化し、その双方のデメリットに魅力を感じない女性が、第三の選択としてバブル期に流行した「趣味的仕事」を恵まれた階層の専業主婦の特権として理想化した。これにより、働くことの意味づけの三極化が起こったといえる。この部分を記述したことは本研究の意義といえるだろう。この変容を促す社会

的・政治的条件としては、日本経済の悪化とグローバル競争の激化、そして、それに対応し企業の人件費削減のために行われた労働者派遣法の改正（1996年、1999年）が考えられる。また、歴史的条件として、1980年代に起こった20代女性向けの雑誌の細分化の影響も大きい。80年代に『JJ』を読んでいた女性たちが30代を迎えた頃、元『JJ』モデルで出産後6年ぶりに仕事を再開する黒田知永子を表紙に据えた『VERY』が創刊された事例が代表的である。この世代の女性たちは若い頃に全盛を極めた雑誌文化を愛好する傾向が強く、2000年代には40代を迎えた彼女たちのための雑誌が相次いで創刊された。

なお、今後の課題としては、女性雑誌というメディア全般の特徴と関連づけた、より深い考察が求められる。本研究では、異なる階層を持つ女性を対象とした異なる雑誌において、女性たちをとりまく現状を肯定的にとらえ、幸福な女性の代表として描くためのやや強引な「正当化」が行われていることを発見したが、概して、女性雑誌においては専業主婦という立場の不安定さや既婚女性の劣悪な就労条件、仕事と家事・育児の両立が女性のみへの責任とされる不平等への批判などが行われず、「派遣は主婦にとって働きやすい形」「扶養の範囲でマイペースで働く」といった形で、女性にとって不平等なことすらポジティブに描かれてきた。これは、あらゆる社会階層／ライフコース下にいる女性のさまざまな生き方を肯定的に描き、応援することで「快」を与えるサービスを有償で提供するという女性雑誌の特性によるといえる。しかしながら、女性雑誌のメッセージがジェンダー不平等な状況に置かれた女性たちを励まし鼓舞する一方で、彼女たちを取り巻く格差社会の現状を肯定する方向にも働く点は否めないであろう。

【引用文献】

- 赤川学, 2009, 「言説分析は、社会調査の手法たりえるか」『社会と調査』3: 52-8.
- Foucault, Michel, 1968, "Roucault, Michel, 1968," Esprit, 371:850-74. (=1999, 石田英敬訳「『エスプリ』誌 質問への回答」『ミシェル・フーコー思想集成Ⅲ』筑摩書房, 70-99)
- 井上輝子, 1980 『女性学とその周辺』勁草書房.
- , 2008, NHK放送文化研究所編, 「マスメディアにおけるジェンダー表象の変遷」『現代社会とメディア・家族・世代』新曜社.
- 石崎裕子, 2004, 「女性雑誌『VERY』にみる幸福な専業主婦像」『国立女性教育会館紀要』国立女性教育会館.
- 妙木忍, 2009, 『女性同士の争いはなぜ起こるのか 主婦論争の誕生と終焉』青土社.
- 小倉千加子, 2003, 『結婚の条件』朝日新聞社.
- 尾嶋史章, 2000, 「『理念』から『日常』へ ——変容する性別役割分業意識」盛山和夫編, 『日本の階層システム 4 ジェンダー・市場・家族』
- 坂本佳鶴恵, 2000, 「消費社会の政治学 1970年代女性雑誌の分析をつうじて」宮島喬編, 『講座社会学 7 文化』東京大学出版会.
- 橘木俊詔, 1998, 『日本の経済格差』岩波書店.
- 竹下俊郎, 1979, 「ニューファミリー誌の『虚実』——新創刊ブームをふりかえって」『出版ニュース』1979年9月中旬号.

【資料】

- 『出版指標 年報 1983』
- 『JMPAマガジンデータ2007』
- 『雑誌新聞総かたろぐ』1999年版、2000年版
- 「『女性の未婚率上昇に関連する意識についての調査研究』報告書」平成9年度厚生科学研究, 研究代表者: 小倉千加子.

【注】

- 1) 厚生白書(平成10年版)に掲載されているが、出典は平成9年度厚生科学研究「女性の未婚率上昇に関連する意識についての調査研究」である。
- 2) 内閣府の調査(2002年)によるとニートの男女比率はほぼ半々。玄田有史は「家事手伝いもニートに含める」としている。ただし、既婚の場合、34歳以下でもニートとみなされない。