



訪問理美容には、
利用者の
心と身体を元気にする
セラピーとしての力があり
QOLの改善に役立ちます

ほんとはすごい!!

みんなが知らない

理美容の力



訪問理美容のメイクハピネス
株式会社 はーとびーと

B病院での訪問理美容

以下は、私達の技術者(女性)が訪問したB病院での体験です。

B病院には、既に訪問理美容の業者が入っていましたが、お客様の依頼でリハビリ病棟内での訪問理美容を行うことになりました。通常、既存業者が入っている場合の依頼はお断りしているのですが、ご家族が「看護師さんが許可して下さったから、大丈夫です」とのお話でしたので、事前に、当社の技術者が場所の確認と説明のために、病院を訪ねました。

【ご利用者プロフィール】

80歳台の女性、脳梗塞後のリハビリで入院中。歩行困難、車椅子の移乗は自立、耳は少し遠いが会話に支障はない、入院前は、月に一度は必ず美容室に通い、パーマやカラーをされていたとのこと

【申込み者プロフィール】

50代の娘さん。お母様がいつも美容室できれいにされているのを見て来たとのこと。

【看護師さんとのやりとり】

施術時の注意点を伺ったが、リハビリ病棟ということもあり、特に注意事項等はなく、「いつもこの場所でやってもらっているので、後はリハビリに間に合うように、時間を守って頂ければ、それでよいです」とのこと。

彼女は、上記の看護師さんとのやりとりから、病院としては「いつもと来る理美容師が違うだけで、訪問理美容の中身は皆同じようなものだと考えている」と感じたそうです。そこで、なぜ、既存業者が入っているのに、わざわざ当社に依頼して来たのか不思議に思って、娘さんに訊いてみたそうです。

その言によれば、当初、娘さんは、担当の看護師さんに、病院で訪問理美容のカットを頼めるか相談したところ、「できるけど、うちに来ているところでやると、あんな感じよ」と、既存業者の技術レベルに不安を感じている様子で、それを見聞きした娘さんも不安になって、当社に依頼したとのことでした。



理解されていない訪問理美容の力

そこで、どうして既存業者の技術レベルに不安を感じたのかを、私なりに考えてみました。

昔から来てもらっている業者で、料金は1500円以下だそうです。普通に考えれば、問題ないのでしょうか…。ご利用者からすれば、希望した仕上がりでなくても、なかなか文句の言にくい値段です。看護師さんも、患者の方々からクレームでもあれば、業者に何かお願いすることもできるのですが、比較する基準や方法もわからないため、何も具体的な注文をつけることはできません。

ほんの一例にすぎませんが、ここで問題なのは、今の訪問理美容が、ともすると、施設や業者と言った供給サイドの理屈で提供されていることにあります。低料金であっても、利用者の立場に立ったサービスが提供されていないのではないかとということです。その原因は、私達、訪問理美容業者側にもあると考えています。

いずれにせよ、私達は、現状のこうした訪問理美容の在り方に疑問を感じております。もちろん、皆が皆、そんな業者だと言う積もりはありません。しかし、訪問理美容は、単に頭を刈って、さっぱりするだけのものではありません。

通常サロンと違って、訪問理美容には、利用者の心と身体を元気にするセラピーとしての力があり、QOLの改善に役立ちます。私達は、理美容の技術だけではなく、介助技術や利用者の方々とのコミュニケーションに不可欠な「傾聴」のスキル等の習得にも努めております。

私達は、介護に携わる施設の職員やケアマネ・ヘルパー等の方々に、これからは、訪問理美容の価格面だけでなく、利用者主体の技術・サービスと言った質的な面にも関心を持って頂きたいと思っています。

残念ながら、技術やサービスには形がありませんし目にも見えません。また、商品のように、あらかじめ在庫しておいて、必要な時に使えるものでもありません。すなわち、訪問理美容のサービスは、介護や医療のサービスと同じように、サービスの提供と消費が同時に行われるもので、それを再現したり均質化するには困難が伴います。従って、使ってみなければ、その違いは分かりません。

私達は、「お試し」の機会を様々な形で提供しております。このような思いに少しでも共感を頂けるようでしたら、是非お手伝いをさせて下さい。

どうぞ、よろしくお願いいたします。



治療としての理美容

私達は、毎日、顔を洗い、髪や肌の手入れをしています。このような理美容の行為は、髪や肌を美しく保つという表面的な効果だけでなく、心への様々な影響があることがわかって来ました。例えば、髪を切る、肌に触れる等の行為によって、安心感や心身のリラクゼーションが得られます。

また、何らかの理美容の行為を行うことにより美しくなることで、満足感や自信がもたらされ、他人からの好印象を期待したり、気持ちを高揚させたりする効果もあります。以下のページでは、理美容行為が心や身体に及ぼす効果について、「理美容の新しい力」と捉え、セラピー(治療)としての理美容について考えてみました。

理美容のセラピー的な要素に着目して、それを病院という臨床の現場に最初に持ち込んだのは、1950年代に始まった英国赤十字軍の看護師らによる活動です。健康な人でも、何らかの理美容行為によって、心が落ち着いたり、自分に自信が持てたりするのだから、病気の人にも効果があるのではないかと言う「気づき」から、それは始まりました。

日本でも、化粧心理学の分野で同様の取り組みがなされて来ました。化粧行為が人の感情や情動を活性化するとして、高齢者や抑うつ等の精神疾患を対象とした多くの研究があります。1994年には、徳島県の鳴門山上病院で、介護が必要な高齢の認知症の方への化粧により、「化粧をすることでオムツが取れた」「笑顔になりコミュニケーションができるようになった」等々の効果が報告されました。

高齢者に化粧を施すその様子はTVでも放映され、大きな反響を呼び、全国的に理美容の効果が認知されました。こうした試みは、ヘアケア、エステ、メイク、マッサージ等の理美容の現場で、広く実践的に行われています。

心と肌のつながり

1993年に発表された「神経系と免疫細胞の関係」についての論文(資生堂がハーバート医科大学と共同でマサチューセッツ総合病院内に設立した皮膚科学研究所(CBRC)における発見)によりますと、レーザー電子顕微鏡写真によって、皮膚の免疫細胞(ランゲルハンス細胞)に脳からの神経伝達物質が直接入り込んでいる状態が確認され、脳と肌の直接的なつながりが再確認されました。

お化粧の効果

- お化粧の効果を次のように並べてみました。
- ・人は化粧することにより、別の人格に変わっていく。
 - ・お化粧と人の心の動き(化粧心理)
 - ・メイク・アップに自身がつくと、不思議にその人の態度や生き方にまで自身がつく。
 - ・新しい口紅をつけた時、みんなワクワクする。
 - ・老人性痴呆症に化粧が効果的-痴呆症の女性が化粧で生き生き!

徳島県鳴門市の鳴門山上病院における看護婦グループの研究結果

これは先年発表されたものですが、入院している女性患者41人(平均年齢81.43歳)を対象に、7月～10月まで毎日20分程度お化粧をさせたところ、9割近い36人に「顔つきが明るくなる」「笑顔が増す」などの表情の変化がみられたということです。

痴呆症では、精神機能は下がっていても、感情面の機能はかなり残っているために、音楽療法やレクリエーション療法などと同様、化粧療法によって感情面を活性化させることにより、痴呆状態の進み具合をある程度遅らせるのではないかと考えられています。



理美容の心理学的研究

1909年(明治42年)、舶来の新しい学問であった心理学を一般に普及することを目的として、東京帝国大学哲学科卒の有志が「心理学的通俗懇話会」を設立しました。その栄えある第1回定期懇話会で行われた3つの講義の一つは、菅原恭造による「着物の色合いの話し」という講演でした。

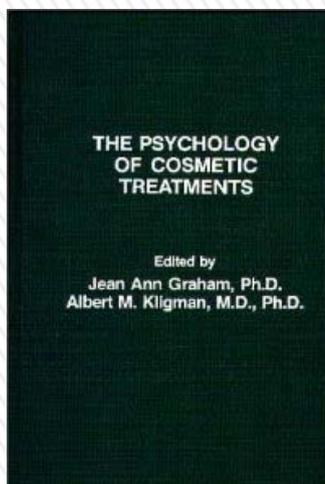
外見・装いは、日本の心理学の黎明期から興味の対象になっていたことが分かります。しかし、その興味は本格化することなく終わりました。その一番大きな理由は、理美容が浮ついた行為として硬派の研究者に避けられたことにあると言われています。

このような状況はその後長く続き、「口紅が第一印象に及ぼす効果の研究(1952年)」や「火焰状母斑に対するメイクの応用研究(1970年)」が散見される程度です。1970年代になると、日本の化粧品メーカーは、化粧を通じた社会貢献を開始しました。

例えば、1970年から、植皮の術後経過をエステティックやメイクで補うという臨床的応用が試みられました。1975年からは、老人ホームでのメイクボランティアが開始されました。

これらの試みは、化粧品メーカー自身が理美容の力を自覚して積極的に行ったというよりは、社会の要請に応える形で、あたかも陰徳を積むかの如く、そっと行われたものだったと言われています。こういった地道な取り組みを行っていた化粧品メーカーに強いインパクトを与えたのが、グラハムとクリグマンが1985年に発行した「The psychology of Cosmetic Treatments(日本語訳『化粧の心理学』)」という書籍でした。この書籍によって、メイクが容貌を好転させることで心理的に好ましい作用があるという画期的なデータが明示されたのです。

この書籍が日本の化粧品メーカーへの刺激となり、理美容を心理学的な研究対象とする取り組みが行われるようになりました。

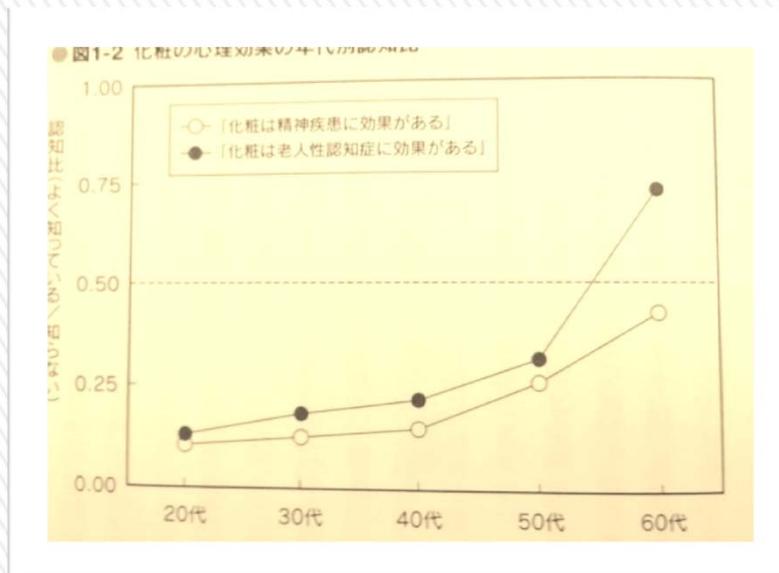


資生堂の「化粧品心理学」

理美容の心理学的研究の最初の成果が、1993年に発行された『化粧品心理学』という書籍です。この書籍はビューティーサイエンス研究所という資生堂の一組織が編んだものですが、資生堂の研究者だけでなく、大学の研究者も多数執筆し、さらには、トップモデルや現場の医師、香道の家元と、多彩な領域の人が理美容と心の関係を論じています。

この書籍の出版以降、心理学の学会では、理美容を対象とした研究は、珍しいものではなくになりました。今や大学の心理学講座では、理美容をテーマとする卒業論文はひとつの定番となっています。

このように、理美容の行為に対する視線は大きく変わり、その心理学的効用や理美容療法の取り組みが、多くの人が知るところとなりました。2009年に資生堂が実施した「化粧品とふるまいのインターネット調査」によれば、「化粧品は老人性認知症に効果がある」「化粧品は精神疾患に効果がある」ということについて、「聞いたことがある」「よく知っている」という人は、老人性認知症で63%、精神疾患で60%でした。それを年代別に比較してみると、面白いことに気付きます。



年齢を重ねる程に、理美容の効果は身近なものになっているようです。明らかに、1980年代の視線とは違います。このまなざしの変化は、外見に対する大きな意識の変化とともに生じました。

外見過剰重視の今

2,006年のNHKの番組によれば「成功のために外見を磨くことは米国のビジネスマンの常識」とのことでした。また、韓国では、「1997年の通貨危機を経て、厳しい競争社会となり、就職に備える学生等の男性の6人1人が今や美容整形をしている」とのことでした。

こうした外見重視社会が外見的な悩みを持つ人達の負担を増大させている懸念があります(例えば、あざ、やけどの跡、白斑、口唇裂口蓋列等)。目に見えない所の病気は手術して機能が回復したら、問題は残りません。しかし、目に見える所はそうは行きません。わずかな外見の違いが不利益をもたらす恐れがあります。

その一方、理美容の力は、目に見える違いを有する方に、その行為を通じて貢献することができます。これは、理美容の心理学的研究が見出したものです。理美容行為は、目に見える違いの心理的な負担を少なくするお手伝いができます。あるいは、老人性認知症や統合失調症等の外見の違いが焦点ではない精神疾患にも、その効果が期待できます。

理美容は、高齢者にささやかな心のうるおいをもたらしてくれます。これらの作用は、外見を変えるだけでなく、自意識や自尊感情等の心のありように影響してもたらされます。外見重視社会の主役になった理美容は、こうしたジレンマを抱えていますが、それでも、「癒し」や「励み」の力を多くの人達に与えています。



人間は装わずには生きられない

ちょっと難しくなりますが、理美容の行為が人間の本質に基づくものだということは、現象学の視点からも裏付けることができます。

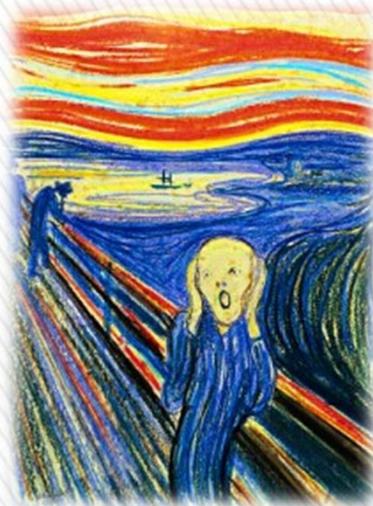
人間は、自分がどんな社会的属性で、どんな外見をし、どんな風に他人から思われていて、どんな性格であるかを正確ではなくおおよそではあっても、自分で納得の行く所で、自己把握しています。これを自画像(self-image)と言います。

自画像が壊れたり、何らかの理由で自画像を持つことができないと、不安が増大し、心理的に不安定になるだけでなく、精神的な疾患に至ったり、安定した社会生活が送れなくなったりします。イメージでしかない自我だからこそ、私達は常にその綻びを直し、崩壊しないよう保ち、修正・更新し続けなければなりません。

この自画像の維持・補修・更新をするのにとっても有意な行為は、自分の外見を確認したりつくったりすることです。例えば、自分の姿を鏡に写したり、写真や動画で確認したり、他人の言動から自分がどう思われているかを探ったり確認したり、社会的な地位を改めて自覚する等々です。

とりわけ、自分の姿かたちをつくるヘアスタイルやメイク、ファッションの効果は大きいものがあります。私達は、自ずと、TPOに合わせて、服装や髪形、メイクを使い分けていますが、そうした外見の違いによって、自分のしぐさや言葉遣いが違っていることに気付く方も多いことと思います。

このように、外見が自画像をつくったり、補強したり確認したりする大きな手段になるのは、外見をつくったりすることで、自画像が補強・修正・確認できるからです。それをうまく応用しようというのが、私達が目指す治療(セラピー)としての訪問理美容です。



良く生きる方法

先に述べた自画像の修正や補強は、いつも必ず成功するとは限りません。人生の中には、人との別れや事故に合う等々、様々なことを契機に、自画像が大きな危機に曝される時があります。

その中でも、誰にでも起きる危機は「加齢」です。しわ、たるみ、シミ、くすみ、白髪、薄毛等の加齢のサインにある日突然気が付いて、啞然としたという人も多いと思います。そして、アンチエイジング(抗老化)を始めたという人も少なくないでしょう。

アンチエイジングを始めれば、ひとまず安心感が得られるので、多くの人がアンチエイジングをするようになりました。その根底にある考え方は、「若さ」が美の必須条件で、少しでも若々しい外見でいられる時間を延長しようと言うものです。

しかし、いつまでも、若々しい外見で居続けることはできず、いつか必ず限界に達して、そこから脱落せざるを得ません。さらに、若々しい外見でいる時間を引き延ばせば引き延ばすほど、後で転落したショックが大きくなります。

時間に支配されている生き物である人間にとって、加齢は自然現象であって、本来は問題では無かったはずで、若さに執着し、加齢を問題にする限り、齢を重ねれば重ねるほど、安心と幸せは遠ざかって行きます。

ですから、今こそ、発想の転換が必要です。それは、加齢を否定するのではなく、加齢を前提にした「美しさ」を考えることです。こうした考え方は、「スロービューティー」とも、呼ばれています。

それは、人それぞれ、年齢それぞれの美しさを求め、人生の歩みに沿った「美」を積み重ねていくことです。そして、それを本質的な視点から捉え直してみると、すなわち、それは、「良く生きる」ことを目的とした生き方や人生に他なりません。



認知症と化粧アクティビティ

ハナさん(仮称、82歳、軽度脳血管性認知症)は、ある高齢者向け施設に入居して間もない女性でした。本来は社会的で明るい人柄ですが、知人のいない慣れない環境にまだ戸惑っています。

「何をするのにもおっくうな感じがしてならない」と、介護スタッフにこぼしていました。「お化粧に行ってみるといいですよ」と介護スタッフから勧められて、ハナさんは化粧アクティビティ(活動)に参加し始めました。

アクティビティに参加したハナさんは、脳梗塞のための後遺症のために、顔の左右で表情が歪むことと、顔面に広がるシミ(老人斑)が気になると言い、シミを指しては、「目立ちますでしょ、顔を見るのも嫌なんです」と嘆いていました。

よく相談した上で、ハナさんには、コンシーラー(シミ、くすみ隠し)と複数の色合いのファンデーションを重ねて使う等、丹念に肌の色づくりをする化粧をして見ました。化粧後、メガネをかけて、しげしげとご自分の顔を見つめていたハナさん、よほど、自分の化粧した顔が気に入ったのでしょう。

次回からは、この化粧アクティビティの常連の一人に加わりました。アクティビティから自室へ戻る間、「若い人達(スタッフ)から、よく冷やかされるのよ」と、にこやかに話してくれました。

ベッド横のカレンダーにも、「忘れないように」と、化粧の日には印を付けるようになりました。やがて、化粧に通い慣れて来ると、今度は周囲の友人にも呼びかけ、連れだって参加するようになりました。また、その頃、一時帰宅した際には、コンパクトを持ち歩いていたとのことでした。

ハナさんの場合、長らく中断していた化粧を再開したことで、自分自身の容貌や身だしなみを整えることに、改めて興味を持つようになり、それを続けているうちに、自己イメージ(自画像)の回復にもつながったようでした。



なぜ認知症に化粧アクティビティが良いのか？

様々な介護・医療の現場において、認知症を含む要介護の高齢者に、理美容の行為が行われています。例えば、誕生日等の催しや外出時等、特別なハレの日だけにお化粧をする所もあれば、定期的な訪問理美容サービスの一環として行っている所もあり、その活動の様子は多様です。

一見すると、ただの気晴らしや気休めのように思われるかも知れませんが、確かに、レクリエーション目的で行われるアクティビティも少なくありませんが、専門の技術者が、介護の現場等で行う化粧は、それが意識されているかどうかは別にして、心理的ケアや化粧セラピーとしての役割を担っているはずで

化粧そのものがメディア(媒体)として、機能しているとも言えるでしょう。一般に、化粧等の理美容アクティビティには、次のようなメリットがあるとされています。

- ① 美容や化粧は、日常的なものなので、抵抗感がない。
- ② 視覚や触覚、嗅覚等の五感に結びつく、心地よい刺激が多い。
- ③ 実施が比較的容易で、参加者、実施者ともにあまり負担が無い。
- ④ 実施の前後、あるいは、その過程での変化が顕著で効果を実感しやすく、それをきっかけに、参加者と周囲の人達との間でやりとりがしやすく、関係性も深まる。
- ⑤ アクティビティ後の日常生活の場面における変化、例えば、身だしなみをきちんとするようになる等々の変化が生じることが多い。

また、化粧等の理美容アクティビティには、次のような効用があるとされています。

- ① 活性化した快い感覚を得られるという自己効用
- ② 対人的交流を活性化させる社会的効用
- ③ 自信回復や積極性の向上



化粧アクティビティの実際

化粧アクティビティでは、一般に、他の方が化粧をする方法(他者化粧)で進めます。何度か他者化粧を経験した後に、みずから化粧をする場合もありますが、ほとんどの参加者がこの他社化粧を好みます。

他者化粧では、実施者と参加者のやりとりも重要なことです。一人当たり10分から15分かけて会話を楽しみ、様子を観察し、参加者に不安を与えないように化粧をしています。

次に、化粧アクティビティの手順を示します。

①観る

最初に、顔と肌の状態、健康状態、洗顔等のケアの状況を目や手指で確認します。参加者自身が答えられない場合にはスタッフ間で確認しておきます。どのような化粧をしたのか、今日の予定は何かあるのか等、化粧と参加者の生活を結びつけるようなやりとりを交わしながら、進めて行きます。

②整える

スキンケアで肌の状態を整えます。施設内の空調で荒れやすい肌に保湿ケアをするとともに、顔面の傷やシミ、アザ等にも配慮します。

③隠す(モノトーンメイク)

肌の色を整え、眉を描きます。この段階では、シミやくまの濃さをコンシーラで和らげ、まばらな眉毛に手を加えるだけで、持ち味の顔の造りが整えられ、身だしなみのある印象になります。皆に共通しているのは、アイブロウ(眉墨)とコンシーラ(シミ・くすみ隠し)を好む点です。⇒カバーメイク

④見せる

口紅を選んでつけ、頬紅を付けるカラーメイクの段階です。色とりどりの口紅の中から好みの一本を選ぶことは、参加者にとって、とても魅力的な作業と言えます。アクティビティの山場に当たる場面です、お互いのやりとりが最も交わされる楽しいひと時です。

⑤確かめる

化粧後の段階です。ほお紅を塗り終えたら、ケープ等はずし、手鏡を渡します。この時に何か一言、実施者からほめ言葉をかけるようにします。終了後は、アクティビティが終了した他のスタッフにも伝えておきます。

これは次の理由によります。

- スタッフが参加者に「素敵ですよ」等と声を掛けると社会的効果が持続します。
- せっかくだから「買い物に行ってみましょう」「パジャマも着替えましょう」等他の活動へ促しやすくなります。
- さらに、洗顔が行き届かない、肌が荒れる等のトラブルを回避できます。

化粧アクティビティの留意点

化粧アクティビティが、認知症患者に対して良い効果を及ぼすことは分かって来ましたが、普段メイク等しない男性にはあまり効果がありません。また、認知症の女性でも、症状が進み、鏡に写った自分が誰なのか理解できない場合には、なかなか効果が見られません。

化粧をした時に鏡を見て、自分自身の変化に気づくことを「セルフ・フィードバック」と言いますが、認知症の進んだ場合には、それができなくなってしまうのです。このような場合は、マニキュア等、鏡を使わずに自分を確認できる化粧品を使って、アクティビティを行います。

化粧は、自分自身を意識する一方で、非常に社会的な営みですから、自分自身の外見上の変化の過程や結果について、鏡を通じて自らを把握する「鏡像認知」が可能となり、その心理的社会的効果について測定することができます。

また、認知症や方麻痺等の身体的障害を抱えている方にとっては、使いやすく、安全で、中身を誤認しにくいパッケージにすること等も、大事な留意点です。化粧容器や用具も自分で簡単に扱えるものの方が、セルフケアの習慣として生活に取り入れやすいと言えます。

安全性については、良い香りや感触のものは、口に運んでしまうこともあるため、できるだけ、安全で無害なものを選びましょう。施設等で、多くの方が共有する前提となる場合は、衛生面の配慮をすることも大事です。特に、肌に触れるスポンジやブラシ等、化粧用具の抗菌性や洗浄しやすさ等は大切です。

化粧は、視覚的な効果を分かち合えるアクティビティです。自分自身のあり方に注意を払い、様々なおしゃれの中から、自分自身の生活になじむものを選び、長く楽しむ。あるいは、普段はしないような装いを楽しむ。

それは、特別なことではなく、できることから、装う習慣を「再び」始めるものです。おしゃれを巡るやりとりを含めた過程そのものを、認知症を抱えたご本人も、その周囲の方も共に楽しめるのが、化粧アクティビティの醍醐味と言えます。



むすび

ここまで、理美容の持つ力について、その歴史や事例を交えて、紹介して来ました。

理美容の行為によって高齢者の介護の度合いが軽減したり、認知症の方に表情や笑顔が生まれたりすること、障がいがあっても本来の自分らしさを取り戻し、自信を持って人前に出られるようになること。また、高齢者でも、化粧アクティビティに参加すること等で、もっと若々しくステキに輝けること等。

このように理美容の行為によって、時には人生が大きく変わったり、心まで豊かになったりすることが、ご理解頂けたでしょうか。

私達、訪問理美容のメイクハピネスでは、当初から、新たな「理美容の力」に着目して、理美容の根源的価値である心への作用とその波及効果を、心理学の領域を中心に探究・学習して来ました。しかし、その効果の検証は始まったばかりで、新たな「理美容の力」の活用も十分ではありません。

海外に目を向けると、フランスでは、医療の現場だけでなく、介護施設やホスピス等で、人間としての尊厳を保ちながら、心地よく生きることを支援するために、ソシオエステティックというセラピー(治療)が広く普及しています。私達は、フランスのように、日本中で、介護する側とされる側のケア、高齢者施設やホスピスでのケア、病気完治後の心のケアと社会復帰支援等、様々な場面における「理美容の力」、とりわけ、その中でも、セラピーとしての「訪問理美容」の普及を目標にしています。

セラピーとしての訪問理美容の普及には、その効果について、より明確で具体的なエビデンス(科学的根拠)が必要です。「なぜ、理美容の行為が人の気持ちをポジティブにするのか」「どのようなメカニズムで、心理的効果があるのか」等について検証を重ね、理論構築していくことも必要となります。

また今後は、一企業の枠を超えた連携や社会的認知の向上も不可欠となって来ます。それは、私達の現場での活動はもちろんのこと、理美容行為を受けるご本人の納得とご家族や医療・介護に関わる様々な関係者の理解が、その効果の根本にあるからです。

現在の私達の活動は、まだまだ不十分です。ぜひ、これをご覧になった皆様のご意見や実現に向けたご助言・ご支援を、心よりお待ちしております。

訪問理美容サービスのメイクハピネス
株式会社はーとびーと・代表 赤神直樹