



性の商品化と職業スティグマ

—キャバクラに対する成人男女の意識調査から—

GEMC

Tohoku University
ISS, University of Tokyo

上瀬由美子

I. はじめに

1980年代後半より、風俗営業の一形態としてキャバクラが一般化した。近年ではキャバクラで働く女性たちが「キャバクラ嬢」¹と呼ばれ、一般的なテレビ番組や雑誌にもしばしば登場するようになった。「キャバクラ嬢」の主な仕事は、男性客の隣に座って酒を注いだり話し相手をしたりして、飲食の接待をすることである。性的サービスの色彩が低いことから、若い女性の間でキャバクラでの就労については、比較的抵抗感が低いといわれている。しかしながら最近になり、「キャバクラ嬢」が給料未払いやセクシャル・ハラスメントの被害にあうことが少なくない実態が、次第に明らかになり問題化している。

本稿ではキャバクラを性の商品化現象の一例として注目し、そこで働く女性たちが受ける被害の背景に、「キャバクラ嬢」という職業に対する社会の否定的イメージが関連している点について論考する。この目的に沿い、前半では性の商品化にかかわる職業スティグマの問題について概観するとともに、キャバクラの社会的位置づけや、それに関連する近年の社会問題について考察する。後半では、東京および静岡の成人男女を対象とした意識調査の結果をもとに、「キャバクラ嬢」やその仕事内容に対する社会的イメージ・評価を明らかにする。

II. 性の商品化と職業スティグマ

1. 性の商品化

性の商品化とは、性行為やそれに関連した事柄が、商品として売買されることを意味する。その内容は、「性行為に役立つ物材の商品化（避妊具・媚薬など）」「性行為あるいはその他の性的欲望や性幻想などを満足させるサービスの商品化（売春・性風俗産業など）」「性行為に関連する情報の商品化（ポルノグラフィーなど）」の3種に分類される（江原, 2008）。

性の商品化が現代社会において問題視されるのは、背景にジェンダー間の勢力の偏りが存在し、それが「男性が主として買う側」「女性が主として売る側」という形に現れていることにある。関連して、女性の身体や外見があたかもモノであるかのように値踏みされること、商品化に値する性としなない性にと女性性が分断されやすいこと、美の基準の創造が男性中心に行われていること等に意義申し立てがなされている。

2. 買売春と性規範のダブルスタンダード

性の商品化については、その典型的例である買売春を巡って多様な意見が提出されている。江原（2008）は、買売春が社会的に非難される背景に、次の2つの態度があるとまとめている。

ひとつは、買売春が婚姻外の性行動であることを問題視する態度である。性的行為は、経済的関係や情緒的関係の基盤を形成する婚姻制度において、重要な意味をもっている。このため、多くの社会では強弱の差はあっても、婚姻外の性的行動について社会的規制が

存在し、買売春行為は逸脱行動として位置づけられる。この視点に立つ場合には、売春側・買春側双方が問題として認識される。

もうひとつは、買売春を、女性の人権を侵害するものとして批判する態度である。近代の資本主義社会では、労働力も含めて、すべてのものを「商品化」したといわれるが、その反面、社会の構成員に基本的人権を認める民主主義を発達させてきた。現代日本でも、人間を売買して隷属的な状況におくことは、法律で禁止されている。「性」を「人格」の中心と位置づけるならば、買売春は女性の人格を売り買いすることになる。女性の意思に反して売春を強要したり、女性の親権者に金銭を渡して売春させたりする行為は、人身売買にあたり、人権を侵害している。日本では「売春防止法」により、売春やその相手方になることが禁止されている。この法律は、「売春が人としての尊厳を害し、性道徳に反し、社会の善良の風俗をみだすものである」という基本的視点に立脚している。買売春が女性の人格侵害であるとの立場に立った場合、被害者は人権を侵害された女性の側である。

これら2つの視点に立てば、買売春に関連して非難されるのは男女双方、あるいは男性側となる。しかしながら、売春をする女性に対する社会の態度は必ずしも同情的ではない。逆に、「買う側」の男性への非難が少なく、「売る側」の女性のみが非難されることも多々みられる。これには、女性のみが性的規範の堅守を求める、「性規範のダブルスタンダード」が影響している。「性規範のダブルスタンダード」は、セクシャル・ハラスメント、強姦、DVといった性に関わる様々な社会問題の背景に存在し、男女に異なる行動規範を求めるとともに、男性に都合の良い形で結果の解釈をすることに利用され、男女の勢力格差を継続させることにつながっている。

3. セックス・ワーク論

一方、売春行為を違法とすることが逆に女性を苦しめているのであり、セックス・ワークを合法化すべきであるとの意見も提出されている。

売春防止法は女性の人権を守るために作られたものだが、現実には買春側は罰せられず、売春側のみを厳しく取り締まる結果となっている。売春防止法で処罰の対象となるのは、売春の勧誘等をしたものである。しかも、売春を行う中で女性が金銭的に搾取されたり、身体的に危害を加えられたりした場合でも、売春行為そのものが違法であるが故に、人権侵害を女性が訴えにくくなる矛盾を生み出している。さらには被害女性を救済する施策を実施する側が、偏見をもって女

性達に接することを継続させ、苦境を強いものになっているとの指摘もある。セックス・ワークの合法化を求める側からは、合法化によって女性の側が客からの暴力、未払いの問題を公に訴えやすくなり、地下組織との関係も絶ちやすくなると主張している（合法化をめぐる問題点については、例えば水島, 2005参照）。また、自分の身体を用いて労働するという意味では、売春は他の労働と区別されず、なぜ売春だけが特別視されるのかとの意義申し立てもある。

さらに、セックス・ワーク合法化の意見に関連して、性を人格の中心におく考え方そのものに対する非難も提出されている。売春防止法の基本的理念の根拠には「性＝人格」論があり、それが女性を被害者として守る姿勢につながっている。しかしこの「性＝人格」論に立つと、性暴力の被害にあった女性や、売春を行った女性は、「人格を侵害された人」となる。この考え方が、逆に被害女性たちに対し、「金とひきかえにいったん自分の人権侵害をうけいれた女は、どんな目にあっても文句をいえる立場にない、という見方」（上野, 1994）を生み出すことにつながっている。

4. 職業スティグマ

さらに、性の商品化の問題に関連して本稿が焦点化するのとは、職業スティグマの問題である。Goffman (1963) によれば、スティグマとは「価値剥奪されたアイデンティティをもたらず属性であり、これをもつことで望ましくないものとして他人から蔑視や不信を受け、社会から十分に受け入れられる資格を奪うもの」である。ただし、社会の中で何がスティグマになるかは、時代や地域によって異なる。また、スティグマ化された職業は「Dirty Work」(Hughes, 1951; 1958; 1962) と表現され、当該職業の性質やそこで働く人々の心理が検討されている。Dirty Workとは、社会的に嫌悪され、受け入れられず、卑しいとみなされているために、社会の多くの成員が個人的に行わない仕事や職業のことで、個人の尊厳を貶めるシンボルとなる。

Ashforth & Kreiner (1999) は、Dirty Workを「職業威信 (prestige) の高低」と「3つの職業次元 (dimensions)」の2軸を用いて分類した。職業威信は、社会において認識されている地位の高さ (高威信・低威信) であり、文化を通じて共通部分があると指摘されている。また職業次元については以下の3つがあげられている。(1) 身体的: 廃物や死などに直接接する、汚染や危険などに影響を受ける、と考えられる職業。(2) 社会的: 病気や犯罪歴をもつ人々と直接接する、他者と隷属的な関係にある、と考えられる職業。(3) 道徳的: 罪があるとか反道徳的と考えられる職業。

また、Ashforth & Kreiner (1999) は、高威信だが職業次元で価値低下された職業についても議論している。ただし全体として価値低下は威信低下に結びつくため両者は独立ではなく、職業によっては複数の領域で価値低下されるものもあると論考されている。

5. 売春と職業スティグマ

上記のように、ある種の職業は社会においてスティグマとみなされる。金銭と引き換えに性を売買することは、前述のように「婚姻外の性行動である」「女性の人権を侵害している」と考える立場のものから非難されている。また現在の法律では、売春は違反行為であるために、反道徳的な行為と位置づけられる。このため売春に関わる仕事は、Ashforth & Kreiner (1999) の指摘した第三の道徳的な次元から、スティグマ化されやすいと考えられる。

社会的スティグマ化の対象になった人々は、偏見と差別の経験をするだけでなく、様々な心理的苦境を経験する (Crocker, Major, & Steele, 1998)。そして、職業のように、その属性が統制可能な場合には、他者から向けられる否定的評価が一層強くなることが指摘されている (Weiner, Perry, & Magnusson, 1988)。Crocker & Major (1989) は、制御可能なスティグマの苦境は個人の責任だと強く感じられるので、厳しい判断に結びつくと言っている。売春にかかわる職業に就く人々の場合も、実際には様々な状況的理由から就労を継続させているとしても、その仕事を選ぶか否かは統制可能と他者から認識されやすい。このため、就労の動機を個人の特性 (その職業が好きである、お金のためにやっている、など) に結びつけて帰属され、一層否定的な評価を付与されると予測される。「買う側」である男性より、「売る側」の女性が非難される理由のひとつには、「売春」という仕事そのものが社会的にスティグマ化され、それにかかわる人々の個人的属性に原因帰属され、価値低下が生じるためと解釈される。

III. キャバクラ就労の背景

法律で禁止されている売春の場合、「売る側」の女性への差別・偏見には、それが法律違反という逸脱行為に対する非難と、性を商品化してお金を得ることに對する非難の両者が関係している。一方、本稿が注目するキャバクラ就労 (キャバクラで「キャバクラ嬢」として働くこと) は、性風俗の一形態として社会的に認められている性の商品化活動である。本稿の第2節では、キャバクラ就労の社会的位置づけについてまとめるとともに、問題点を論考する。

1. キャバクラとは

キャバクラとは、主として男性が酒を飲み、その際に、1対1で若い女性が客の隣に座って酒を注いだり話し相手をしたりして、飲食の接待をする施設である^{2,3}。店内で性的行為は行われない。しかし、性的欲望や性幻想などを満足させるサービスを行っていることから、彼女たちは性的に商品化された存在である。

キャバクラは、風営法 (正式には「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」) に関わる施設のうち、2号営業にあたる (Table 1)。風俗営業を開始するにあたっては事前に都道府県公安委員会の許可が必要である。

ここで「接待」とは、歓楽的雰囲気醸し出す方法により客をもてなすことをいう。この際には、風営法に基づき、「他から見通しを妨げるような1メートル以上の高さのものを客室内に設置すること」は禁止されている。また、「日の出から、午前0時まで (特別な区域のみ午前1時まで) の営業」と決められている。

同じ2号営業に含まれるバー・スナックと、キャバクラの違いは以下の通りである。バー・スナックは、酒類提供飲食店営業 (許可制) である。お酒や料理を楽しむための飲食店であるため、深夜 (午後10時以降) であっても、酒類・飲食を提供できる。営業時間に規

Table 1 「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律」に関わる施設

接待飲食等営業	1号営業	キャバレー (客に接待をし、飲食とダンスをさせる)
	2号営業	バー、パブなど (客に接待をし、遊興と飲食をさせるが、ダンスはさせない)
	3号営業	ナイトクラブ (客に接待はしないが、飲食とダンスはさせる)
	4号営業	ダンスホール (客にダンスをさせるが、飲食も接待もさせない)
	5号営業	低照度飲食店 (明るさ10ルクス以下の店舗で客に飲食をさせる)
	6号営業	区画席飲食店 (広さ5平方メートル以下でしかも見通しの悪い客席で客に飲食をさせる)
遊技場	7号営業	パチンコ・マーチャン等
	8号営業	ゲームセンター等

制は無い反面、バー・スナックは、隣に座って会話を楽しむといった接待は出来ない（バーや喫茶店でも店内が暗い店や他から見えない区画席を用意した店の場合は、5号や6号の風俗営業になっていることがある。）なお、バーとスナックには明確な区別はないが、一般的にバーはアルコール類・カクテルの「飲」が主で、スナックは「食」が主とされる。これに対して、クラブ・キャバクラは、接待飲食等営業（許可制）である。飲食よりも、接待のウェイトが高い。クラブとキャバクラの違いを明確に定義することは難しいが、キャバクラの方が分かりやすい料金体系を組んでおり、一人の客に対して一人の女性が席につき、1時間単位の料金に延長料金を支払う形の接待時間制のシステムが色濃くといわれている。また、全体としてクラブの方が料金や客の年齢層が高いとされている。

前述のように、キャバクラは性的サービスの提供は行わない施設であり、この点で、性的サービスを行う性風俗特殊営業（例：個室を設け、当該個室において異性の客の性的好奇心に応じてその客に接触する役務を提供する営業など）とは異なる。なお、風俗営業と性風俗関連特殊営業とは法律上の取扱が異なる。性風俗特殊営業の場合は、届出制である。

2. キャバクラの普及と意識の変化

キャバクラは1980年代初頭に現れ、1985年に「風俗営業等の規制及び業務の適性化等に関する法律」（いわゆる「新風営法」）の施行に対応する形で一般化したといわれている。1985年の新語・流行語大賞の流行語表現賞には、「キャバクラ」が選ばれている⁴。

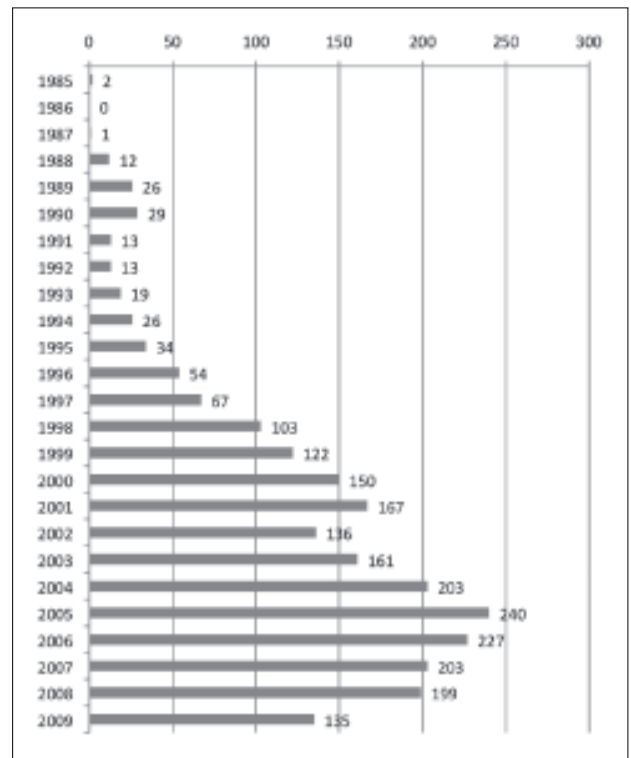
後述の調査に先立ち本稿では、キャバクラの普及を確認するために、日本で発行されている主要な雑誌を所蔵している、大宅壮一文庫の雑誌記事検索機能を用いて、「キャバクラ」をキーワードとして記事をカウントした（2009年発行分まで）。年ごとに記事数を数え、その推移をみたところ、Figure 1に示す形になった。全体として1990年代に入り、急速に記事数が増加し、2005年をピークとして記事は減少しているものの、依然として高い記事数を保っている。

その他、キャバクラの普及を象徴する近年の出来事には以下のものがある。

まず、2000年を前後して、若者がターゲットとなるマンガやテレビドラマなどで「キャバクラ嬢」やクラブホステスなどの夜のサービス業の女性が取り上げられ、話題になった（お水の花道1999年（フジテレビ系列）、女帝2007年（朝日放送系列）など）。

さらに2006年に「キャバクラ嬢」を対象にした雑誌「小悪魔ageha」（インフォレスト）が創刊され、

Figure 1 「キャバクラ」記事件数の推移



当時5万部であった部数が現在35万部となっている（毎日新聞、2008年10月18日）。発行部数の多さから「キャバクラ嬢」以外の女性も同雑誌を購入していると推測される。

一方、キャバクラの普及が、若者のキャバクラに対する態度に影響を与えているとの指摘もある。三浦（2008）は、携帯サイトに登録する15歳から22歳の男女（男性276名、女性1935名）を対象にした、携帯電話によるインターネット調査を実施した。この調査では「なりたい職業、してみたい職業」として、「歌手・ミュージシャン」「公務員」「福祉関係」など29の職業からあてはまるものを選択するよう求めた。その結果、女性回答者では、「歌手・ミュージシャン」「音楽関係」「雑貨屋」「パティシエ・お菓子屋さん・パン屋さん」が3割台で高く、続いて「ネールアーティスト」「カフェ店員」「美容師」「保育士」、そして「キャバクラ嬢・ホステス」となっていた。「キャバクラ嬢・ホステス」の選択率は22%と9位である。

三浦の調査結果はその後、「キャバクラ嬢」が若い女性があこがれる職業のひとつとなっているとして、複数の雑誌に引用されて話題となった⁵。ただし、調査対象者が携帯サイトに登録した若者に限定されていたことから、この結果を、直ちに現代の日本の若者の傾向と位置づけることには注意が必要である。

3. キャバクラ就労に関わる社会的問題

華やかな姿でメディアに登場する「キャバクラ嬢」だが、実際には他の仕事に就けないために、やむを得ず働く女性も少なくない。現在の日本では、サービス産業の中で多くの女性が劣悪な労働環境や低賃金の業種に携わらなければならない現状があり、社会問題化している。キャバクラを含む風俗業は、このようなサービス産業のひとつである。武信（2010）は、風俗産業に就く以外の手段がなかったシングルマザーの事例を挙げ、「『家族を養わなくていい』という社会常識(?)の下で、手軽に使い捨てられる女性労働者は、これらの安くて不安定な働き手に支えられるサービス産業にとって必要な存在」となっていると批判している。また、風俗産業について「『まっとうな仕事ではない』『勝手に遊びで入った職場』という偏見に阻まれて労組もなく、労働権の口の時も見えない世界」と記述している。

キャバクラ就労もその華やかな側面が報道される裏で、金銭的に搾取され、性的なハラスメントの被害を被る女性が少なくない。これを背景として、2009年12月末に、元「キャバクラ嬢」らが中心となり「キャバクラユニオン」という労働組合が結成された。結成当初には以下のような形で、複数の新聞・テレビ・雑誌で取り上げられた。

キャバクラ労組:旗揚げ セクハラ、違法な天引き・罰金…無法地帯変えたい

時間制で女性が接客する飲食店のキャバクラで働く女性労働者が22日、労働組合「キャバクラユニオン」を結成した。今や若い女性の人気職業にもランクされるが、ユニオンは「違法な天引きや罰金の無法地帯だ」と批判、キャバクラへの安易なあこがれを戒め、団結を呼び掛けている。

ユニオンは、個人加盟できるフリーター全般労組の分会として結成。分会の代表を務める20代の桜井凜さんが、勤務先のキャバクラで給与半月分の不払いがあったと相談したところ、結成のきっかけとなった。

桜井さんは体調を崩し週の勤務回数を減らすと、給与が支払われなくなった。店長からセクハラを受けたり、利用していないのに厚生費として1日3000円、ヘアメイク名目で1500円を給与から天引きされていた。

フリーター労組が、本格的に相談に取り組みと、不当な天引きのほか高額の不当な罰金制度の存在などが分かってきた。桜井さんは「賃金未払いやセク

ハラなどは『夜の世界では当たり前』と思われているがそうではない」と話す。フリーター労組の共同代表、布施えり子さんも「女性が傷つけられ、使い捨てにされている。共に声を上げよう」と呼び掛ける。
(以下略)

毎日新聞 2009年12月23日 東京(朝刊)

このキャバクラユニオンでは、2010年3月にも街頭デモを行うなどの活動を行っている(朝日新聞2010年3月24日)。ただし実際に被害にあっている「キャバクラ嬢」がどの位の数に上っているのか現状を把握するためのデータはなく、実態はまだ十分に明らかにされていない⁶。

「キャバクラ嬢」は若い女性にしかできない仕事であり、一時的な職業としての特徴が強い。しかも次の職業へ移動する際に有効なキャリアになりにくい。就労継続期間が長く年齢が上がるほど他の仕事に移動する必要性が高まる一方で、転職の門戸は狭まり移動可能性が低くなる。武信(2010)が指摘したように、「キャバクラ嬢」は「使い捨てにされる」「いつ首になるかわからない」という不安の下で就労を続けている。この現状は、同じ職場で地位向上の可能性が低く、長期的には別の職場・職種に転職せざるを得ない日本の不安定労働者全体の姿と一致する。

4. 「キャバクラ嬢」に対する社会的評価

「キャバクラ嬢」の場合「性の商品化」に関わる仕事であるという点で、他の不安定労働者の問題よりも、苦境をさらに表面化しにくくしている。

「夜の仕事だから泣き寝入りせざるを得ない」と彼女たちが考えてしまうのは、雇用が不安定なためだけでない。「性的に商品化された女性は、金銭で人格を売ることを職業にしており、価値低下された存在である。従って、どのような扱いを受けても、文句をいうべきではない」との偏見が雇用者側にあり、就労する女性たちへの差別行為を生じさせていると推察される。そして「表沙汰になった場合、非難されるのは女性の側である」と感じた女性たちが、あきらめざるを得ず、被害や差別的状況を公にしにくくなっているものと考えられる。そうだとすると、この差別的な構造は、買春春において売春をする女性の側のみが差別され被害者となる経緯と共通している。キャバクラ就労は違法ではないが、売春と同様に、そこで働く女性たちは職場での違法行為や差別を公にできない環境におかれている。

「キャバクラ嬢」に対する否定的な態度が、夜の職場に特に強くみられるのか、あるいは一般社会の中で

広くみられるのかは明らかではない。その中で、手がかりとなるものとしてSSM調査（社会階層と社会移動全国調査）がある。SSM調査は、わが国で1955年から定期的に行われている代表的な職業威信調査である、多くの職業名に対して5段階評定法で威信を尋ね、算出された職業スコアに基づいて各職業が高いものから低いものまで順位づけされている（例えば直井,1979；太郎丸,1998）。例えば1975年調査では「芸者・ダンサー」が項目に含まれ、相対的に低い威信スコアを示している。1995年調査では、この小分類は他の小分類と併せて「その他のサービス職従事者」とまとめられているが、ここでも威信スコアは低いことが示されている（SSM調査研究会,1995）。この結果は、類似の「キャバクラ嬢」についても社会的な威信が低く認知されていることを示唆するものである。ただし「キャバクラ嬢」そのものを測定しているわけではなく、また調査実施から時間が経過しているため、社会的威信の高低については改めて調査を実施する必要がある。さらに、「キャバクラ嬢」の苦境を、職業スティグマの問題としてとらえ直すためには、威信の低い他の職業と比較し、威信とは異なる職業次元で価値低下されていることを確認する必要がある。

加えて、このような「キャバクラ嬢」に対する評価は、年代によって異なる可能性がある。前述の三浦(2008)の調査では、若い女性達が「キャバクラ嬢」をやってみたくない職業として位置づけていることが指摘されている。やってみたくないという気持ちは、「キャバクラ嬢」に対する心理的な接近傾向を示すものと考えられ、対象を蔑んで回避しようとするスティグマ化の心理とは対極にある。ただし三浦の調査結果は、22歳までの若者のみを対象としたものであるため、「キャバクラ嬢」に対する心理的な接近傾向が若者に限定されるのか、あるいはそれ以上の年代のものにもみられるのかは明らかではない。従って、「キャバクラ嬢」に対する評価を検討する際には、年代の要因も分析に加えることが必要である。

IV. キャバクラ・「キャバクラ嬢」に対する成人男女の意識調査

1. 目的

これまで述べてきたように、「キャバクラ嬢」については、華やかな女性たちのメディア露出の裏で、彼女たちが差別的待遇に陥っている現状がある。そしてその背後に、「キャバクラ嬢」に対する職業スティグマの存在が推察される。ただし、「キャバクラ嬢」が

社会一般で、実際に否定的にイメージされているのか否かについては、実証データはほとんど示されていない。キャバクラ関係者だけでなく、一般の人々も「キャバクラ嬢」をスティグマ化しているのだとすれば、これは社会全体の問題として位置づける必要がある。

そこで本稿では、成人男女を対象にした調査を実施した。調査の目的は第一に、キャバクラおよび「キャバクラ嬢」に対する一般の人々の態度を明らかにすることを第一の目的とした。この目的に沿い、質問項目ではまず、キャバクラがどの程度認知されているか認知度を尋ね、併せてキャバクラに行った経験についても尋ねた。続いて、「キャバクラ嬢」の社会的評価を明らかにするために、SSM調査を参考に職業威信と接近傾向を尋ねた。その際には、他の様々な職業についても同時に尋ね、「キャバクラ嬢」に対する威信や接近傾向の位置づけを明らかにすることを試みた。ここで接近傾向とは、「その職業をどの位やってみたくないか」によって測定されるもので、その傾向が低いほど「やりたくない職業」としてスティグマ化されているものと位置づけた。スティグマを直接測定するのではなく、接近傾向という逆の形で尋ねたのは、調査票において、各種職業を並べて社会的スティグマの有無を尋ねても、回答者がそれを答えにくいと判断したためである。これらの項目に加え、「キャバクラ嬢」のイメージと、キャバクラでの仕事内容に対するイメージ（キャバクラ就労イメージ）を、をそれぞれ独自の項目で尋ね、「キャバクラ嬢」がどのように認知されているのかを明らかにすることを試みた。

本研究の第二の目的は、「キャバクラ嬢」に対する評価が年代によって異なるのか否かを明らかにすることである。前述のように、「キャバクラ嬢」については近年の華やかなメディア報道によって、同世代の若い女性を中心して肯定的なイメージが強くなっているとの指摘がある。ただしこの指摘については、それを確認するデータが十分ではなく、若い世代と他の世代の比較も行われていない。このため、本調査では若者だけでなく、広く20代から50代までの男女を対象とした調査を行い、「キャバクラ嬢」に対するイメージの差異を検討することとした。

2. 方法

本調査では、webモニターを用いたインターネット調査を実施した

(1) 調査対象者と手続き

調査会社（株式会社インテージ）に登録しているwebモニター（株）インテージ ネットモニター（Yahoo!

リサーチモニター) モニター数2009年3月時点で908,018名)から、首都圏40km圏内および浜松市近郊に居住する20歳~59歳までの男女を対象とした。調査依頼にあたっては、地域・性・年代による割付を行い、計2368名に調査依頼が発信された。回答完了数は940名であり、発信数を母数とした場合の回収率は40%である。このうち、回答に不備があったものなどをのぞいた922名(男性462名、女性460名)を有効票とし、分析対象とした。

(2) 質問項目

本調査では、基本的属性のほか、キャバクラに関する態度を多面的に測定した。分析対象となったのは以下の項目である。

1. キャバクラ認知と経験

キャバクラの存在を回答者全体がどの程度認知しているのか、どの位の人がキャバクラに行った経験があるのかを明らかにするために、以下の問いで認知と経験を尋ねた。回答は、「「キャバクラ」が何か、全く知らない」「行ったことはないが、どのような場所か知っている」「行ったことがある」の3件法である。

設問文：あなたは「キャバクラ」という遊び場について、知っていますか。最も近いところにチェックしてください。

2. 職業威信

SSM調査研究会(1995)、およびAshforth & Kreiner(1999)をもとに、威信とステイグマの程度が異なると考えられる19の職業を選出した(Table 4)。この19の職業について、以下の問いで威信を尋ね、5件法で回答を求めた⁷⁾。

設問文：以下に色々の職業名が上がっています。世間では一般的に、これらの職業を高いとか低いとかいうふうに区別するようですが、いま仮にこれらの職業を高いものから低いものへの順に5段階に分けるとしたら、これらの職業はどのように分類されるでしょうか。それぞれの職業について、「5.とても高い」「4.やや高い」「3.ふつう」「2.やや低い」「1.とても低い」のうち、ひとつにチェックしてください。また、一度も名前を聞いたことがない仕事については、「0.聞いたことがない」にチェックをしてください。

3. 接近傾向

威信の測定で用いた19の職業について、どの程度やりたいかを以下の形で尋ね接近傾向を求めた。回答は4件法である。

設問文：それでは、以下の職業について、あなたはどのくらい「やってみたい」と思いますか。「4.やってみたい」「3.やってもよい」「2.あまりやりたくない」「1.絶対やりたくない」のうち、もっとも近いところ

ひとつにチェックしてください。性別・年齢・その他の条件は考えず、実際になれるかどうかは別として「やってみたい」かどうかでお答えください。

4. 「キャバクラ嬢」イメージ

「キャバクラ嬢」のイメージとして「あたたかい」「不健康な」など24項目(Table 6)を独自に設定し、複数回答形式で回答を求めた。

設問文：あなたは「キャバクラで働く女性(キャバクラ嬢)」というと、どのような人をイメージしますか。以下の項目のうち、あなたのイメージにあてはまるもの全てにチェックしてください。

5. キャバクラ就労イメージ

「キャバクラ嬢」の仕事内容に対する考えとして、「キャバクラで働く女性の多くは、自分の仕事を楽しんでいる」「キャバクラで働けば、楽をしてたくさんのお金を稼ぐことができる」など、25項目を独自に作成し(Table 7)、4件法で回答を求めた。

設問文：「キャバクラに関する次のような考えについて、あなたはどう思いますか。それぞれの意見にあなたの考えがどの程度一致するか、「4.そう思う」「3.ややそう思う」「2.あまりそう思わない」「1.そう思わない」のうち最も近いところひとつにチェックしてください。

3. 結果

(1) キャバクラ認知と経験

キャバクラの認知と経験を男女別にみると、Table 2のようになった。男性では「行ったことがある」「行ったことはないが、どのような場所か知っている」がそれぞれ4~5割で拮抗している。対して女性では「行ったことはないが、どのような場所か知っている」が大半を占め、男性と有意に異なる傾向を示した。

年代によって回答傾向に差がみられるかを男女別に分析したところ、Table 3に示す結果となった。男性では年代による有意な回答差はみられなかった。女性では有意差がみられ、残差分析を行ったところ、5%水準で、「全く知らない」が20代と30代で少なく50代で多かった。逆に「行ったことがある」は20代と30代に多く50代で少なかった。

(2) 職業威信

各職業に対する回答を「とても高い」を5点~「とても低い」を1点と得点化し、職業ごとに威信評価の平均値を求めた(Table 4)。威信評価は「裁判官」「薬剤師」「感染症専門医」などで高く、「キャバクラ嬢」「ソープランド嬢」「ホスト」「清掃員」「ファストフード店店員」などで低かった。「キャバクラ嬢」よりも有

Table 2 キャバクラ認知と経験 (%)

	全体	男性	女性
	N	918	458
「キャバクラ」が何か、全く知らない	6.6	3.3 ↓	10.0 ↑
行ったことはないが、どのような場所か知っている	68.1	54.1 ↑	82.4 ↓
行ったことがある	25.1	42.6 ↑	7.6 ↓

$$\chi^2(2) = 54.425 \quad p < .001$$

(注) 残差分析 (5%水準) の結果、期待値より↑は割合が高いこと、↓は値が低いことを示している。

Table 3 年代別にみたキャバクラ認知と経験 (%)

	男性				年代差	女性				年代差
	20代	30代	40代	50代	χ^2 値	20代	30代	40代	50代	χ^2 値
	N	112	108	110	128		113	119	115	113
「キャバクラ」が何か、全く知らない	3.6	4.6	1.8	3.1	7.06	2.7 ↓	5.0 ↓	13.9	18.6 ↑	34.24
行ったことはないが、どのような場所か知っている	53.6	49.1	50.0	62.5		85.0	82.4	82.6	79.6	***
行ったことがある	42.9	46.3	48.2	34.4		12.4 ↑	12.6 ↑	3.5	1.8 ↓	

*** $p < .001$

(注) 残差分析 (5%水準) の結果、期待値より↑は割合が高いこと、↓は値が低いことを示している。

Table 4 各職業の威信・接近度の平均と相関 (N=918)

	威信			接近度			威信と接近度の相関	
	M	SD	キャバクラとの差	M	SD	キャバクラとの差	r	
裁判官	4.59	(0.71)	***	2.17	(1.02)	***	-0.08	*
理容・美容師	2.90	(0.67)	***	2.30	(0.86)	***	-0.24	***
薬剤師	3.80	(0.64)	***	2.87	(0.87)	***	-0.25	***
ファストフード店店員	2.23	(0.78)	***	2.16	(0.76)	***	-0.29	***
清掃員	2.03	(0.88)		2.00	(0.77)	***	-0.36	***
ホスト	2.12	(1.07)	*	1.52	(0.77)	**	-0.29	***
感染症医	3.77	(1.40)	***	2.00	(0.88)	***	-0.22	***
ホスピス看護師	3.64	(1.09)	***	2.01	(0.82)	***	-0.19	***
刑務官	3.31	(0.90)	***	1.84	(0.79)	***	-0.15	***
ホームヘルパー	3.03	(0.90)	***	2.03	(0.77)	***	-0.21	***
キャバクラ嬢	2.06	(1.05)		1.59	(0.84)		-0.33	***
自動車整備工	2.77	(0.75)	***	2.28	(0.88)	***	-0.29	***
養護学校教員	3.24	(0.73)	***	2.17	(0.78)	***	-0.24	***
家政婦	2.60	(0.72)	***	1.99	(0.75)	***	-0.24	***
俳優・女優	3.61	(0.88)	***	2.71	(1.00)	***	-0.22	***
営業・販売事務員	2.94	(0.49)	***	2.38	(0.81)	***	-0.14	***
ソープランド嬢	2.00	(1.08)	*	1.34	(0.64)	***	-0.33	***
会社のクレーム処理係	3.01	(0.79)	***	1.73	(0.76)	***	-0.17	***
守衛	2.60	(0.76)	***	2.05	(0.79)	***	-0.21	***

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

(注) 得点範囲は、威信が1~5点、接近度が1~4点。

意に平均値が低かったのは「清掃員」「ソープランド嬢」であった。その他の職業は、いずれも「キャバクラ嬢」よりも得点が有意に高かった。なお、職業全体の平均値は、 $M=2.96$ ($SD=0.39$) である。

(3) 接近傾向

接近傾向について「やってみたい」を4点～「絶対やりたくない」を1点と得点化し、職業ごとに平均値を求めたところ Table 4 に示すようになった。接近傾向は「薬剤師」「俳優・女優」で高く、「キャバクラ嬢」「ソープランド嬢」「ホスト」「クレーム処理係」「刑務官」などで低かった。「キャバクラ嬢」よりも有意に平均値が低かったのは、「清掃員」「ソープランド嬢」であり、その他の職業はすべて「キャバクラ嬢」よりも有意に接近傾向が高かった。なお、接近傾向に関する職業全体の平均値は、 $M=2.06$ ($SD=0.46$) で、尺度得点範囲と比較すると接近傾向の得点は全体としてやや「やりたくない」方向に分布していた。

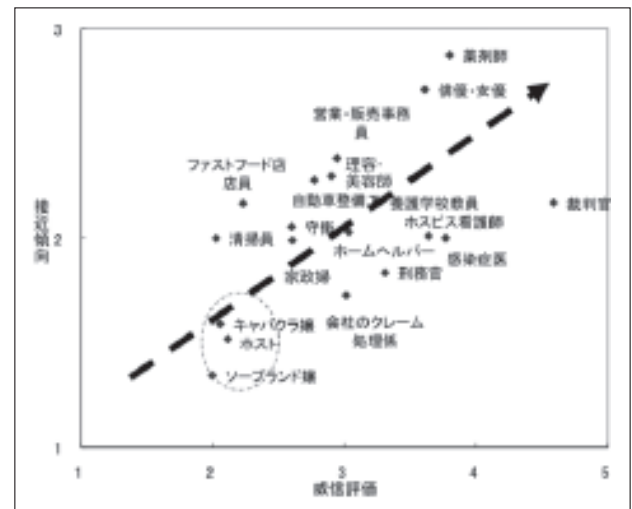
(4) 威信と接近傾向の関連

各職業の威信と接近傾向の平均値を、併せてプロットしたのが Figure 2 である。「キャバクラ嬢」は威信と接近傾向の両方が低い左下の位置に布置し、「ソープランド嬢」「ホスト」と同じグループを形成していた。

続いて、職業ごとに両得点の相関を求めたところ、全てにおいて有意な値が示され、威信の高い職業ほど接近傾向が高かった。ただし相関係数は $r=0.08 \sim 0.36$ と弱く、中でも「裁判官」、「営業・販売事務員」、「刑務官」、「クレーム処理係」、「ホスピス看護師」で低めであった。これらの職業は、威信が高いが、やりたくない職業として位置づけられる。

さらに、キャバクラの職業威信と接近傾向について評価を性×年代による2要因の分散分析を行った (Table 5)。職業威信については年代の主効果がみられ、下位検定の結果、年代が高くなるにつれて威信を低く評価することが示された。接近傾向については、年代の主効果と性×年代の交互作用が有意であった。下位検定の結果、女性のみ年代の差がみられた。男性では、年代差はみられなかった。

Figure 2 各職業の布置 (N=918)



(注) 得点範囲は、威信が1～5点、接近傾向が1～4点。

(5) 「キャバクラ嬢」イメージ

「キャバクラ嬢」に対するイメージ項目について、肯定率の平均は Table 6 に示すようになった。「若い」が半数を超えて最も多く、次いで「金遣いが荒い」「不健康な」「お金がある」が4割前後となっていた。若く、派手にお金を稼いでいるというイメージが多く共有されている。その他「スタイルが良い」「おしゃれ」「かわいい」といったイメージも25%程度みられた。一方「借金を返すために働いている」「シングルマザーが多い」「家族のために働いている」など、生活のための就労といったイメージは1～2割にとどまっていた。

各イメージについて、年代による差がみられるか男女別にカイ自乗検定を行った (Table 6)。その結果、男女ともに年代差がみられたのは「お金がある」、「スタイルがよい」であった。下位検定の結果、「お金がある」は男女とも20代が多く、50代が低かった。「スタイルが良い」は男女とも50代が少なかった。

男性のみに有意差がみられたのは、「信用できる」で、下位検定の結果、30代が多く50代が少なかった。女性のみ年代による有意差がみられたのは「かわいい」、「若い」「上昇志向が強い」、「不幸な」であった。

Table 5 「キャバクラ嬢」に対する職業威信評価と接近傾向

	全体	男性平均	男性				女性平均	女性				性主効果		年代主効果		交互作用	
			20代	30代	40代	50代		20代	30代	40代	50代	F値	下位検定	F値	下位検定	F値	下位検定
N	918	458	112	108	110	128	460	113	119	115	113						
職業威信	M 2.06	2.10	2.39	2.24	1.88	1.90	2.02	2.27	2.04	2.04	1.71	1.60		11.31		1.52	
	SD (1.05)	(1.05)	(1.20)	(1.12)	(0.89)	(0.89)	(1.06)	(1.17)	(1.05)	(1.05)	(0.87)		***	50・40<40・30<20			
接近傾向	M 1.59	1.57	1.67	1.63	1.45	1.55	1.61	2.00	1.61	1.51	1.30	0.34		11.23		4.82	
	SD (0.84)	(0.84)	(0.94)	(0.87)	(0.75)	(0.77)	(0.85)	(1.04)	(0.73)	(0.82)	(0.60)		***	50・40<40・30<20	**	女性: 50・40<40・30<20	

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

Table 6 キャバクラ嬢イメージ (%)

	全体		男					女					年代差		男女の平均値の差	
	N	男性平均	20代	30代	40代	50代	χ ² 値	女性平均	20代	30代	40代	50代	χ ² 値	χ ² 値	χ ² 値	
		443	108	103	108	124		414	110	113	99	92				
若い	857	29.1	46.3	43.7	52.8	44.4	2.26	19.6	61.8	59.3	65.7	46.7 ↓	7.86 *	12.29 ***		
金遣いが荒い		44.2	49.1	42.7	42.6	33.9	5.62	19.3	53.6	50.4	41.4	40.2	5.42	2.26		
不健康な		41.5	38.0	38.8	35.2	31.5	1.67	2.2	49.1	45.1	49.5	47.8	0.51	13.03 ***		
お金がある		37.6	33.4	47.2 ↑	40.8	21.0 ↓	20.01 ***	36.7	55.5 ↑	45.1	37.4	21.7 ↓	24.97 ***	3.60		
スタイルが良い		27.3	22.9	29.6	26.2	14.5 ↓	8.54 *	28.0	37.3	36.3	29.3	19.6 ↓	9.23 *	6.00 *		
借金を返すために働いている		26.5	45.2	25.9	27.8	19.4	2.56	52.8	26.4	25.7	24.2	40.2	7.72	2.09		
おしゃやれ		25.6	11.6	26.9	36.9	22.6	6.15	15.4	28.2	20.4	22.2	15.2	5.13	6.13 *		
かわいい		24.0	6.8	29.6	24.3	21.8	3.14	0.9	26.4	27.4	16.2	14.1 ↓	8.53 *	2.83		
信用できない		21.4	5.2	26.9	29.1 ↑	15.3 ↓	8.48 *	7.4	20.0	26.5	17.2	17.4	3.77	0.32		
シングルマザーが多い		19.7	1.5	20.4	16.5	15.3	1.26	1.5	25.5	26.5	20.2	17.4	3.26	4.51 *		
不道徳な		17.3	2	14.8	15.7	10.5	3.01	2.4	19.1	16.8	16.2	29.3	6.70	4.33 *		
結婚していない		14.5	11.4	12.0	9.3	11.3	2.05	5.0	20.9	20.4	17.2	8.7	6.54	4.65 *		
不幸な		13.1	3.1	13.9	10.7	14.5	1.61	0.4	6.4 ↓	10.6	12.1	20.7 ↑	9.98 *	0.69		
非常識な		12.4	34.5	13.9	16.5	7.3	5.08	43.0	10.9	14.2	12.1	14.1	0.73	0.14		
家族のために働いている		12.4	2	13.0	7.8	8.9	3.69	2.6	11.8	14.2	12.1	17.4	1.61	1.45		
親しみやすい		8.8	14.2	13.0	6.8	12.9	3.23	18.0	8.2	8.0	4.0	1.1	6.63	10.24 **		
上昇志向が強い		6.8	21.4	3.7	5.8	8.1	2.97	18.5	7.3	14.2 ↑	10.1	0.0 ↓	14.13 **	2.65		
癒される		4.1	40.4	8.3	2.9	6.5	4.68	42.2	2.7	0.9	0.0	0.0	5.44	19.88 ***		
かつこいい		2.7	11.6	1.9	6.8	0.8	7.82	11.5	2.7	3.5	2.0	1.1	1.41	0.22		
服従的な		2.5	13.5	2.8	3.9	1.6	4.43	10.9	2.7	1.8	4.0	3.3	1.02	0.67		
知的な		2.3	23.6	1.9	2.9	1.6	0.55	25.9	3.6	5.3	1.0	0.0	7.03	0.37		
あたたかい		1.9	10.7	4.6	1.0	4.0	2.74	12.4	0.0	0.0	1.0	1.1	2.35	8.37 **		
有能な		1.6	16.4	1.9	1.9	0.8	0.67	20.4	0.9	1.8	4.0	0.0	5.28	0.02		
この中にあてはまるものはひとつもない		6.4	7.2	4.6	9.7	8.1	2.08	4.8	1.8	3.5	8.1	8.7	6.98	1625.00		

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

(注) 残差分析 (5%水準) の結果、期待値より↑は割合が高いこと、↓は値が低いことを示している。

Table 7 キャバクラ就労イメージ

	N	全体		男性			女性			男性			女性			性主効果		年代主効果		交互作用							
		平均	SD	20代	30代	40代	50代	平均	SD	20代	30代	40代	50代	F値	下位検定	F値	下位検定	F値	下位検定	F値	下位検定						
キャバクラで働く女性の多くは、自分の仕事を楽しんでいる	M	2.48	(0.77)	2.53	(0.80)	2.43	(0.79)	2.52	(0.81)	2.31	(0.83)	2.62	(0.73)	2.52	(0.73)	2.61	(0.66)	2.46	(0.70)	2.37	(0.75)	1.69		3.51	* 50<40<30<20	0.85	
キャバクラで働く女性の多くは、自分を磨くことに努力している	M	2.54	(0.89)	2.36	(0.87)	2.70	(0.94)	2.35	(0.88)	2.34	(0.74)	2.09	(0.87)	2.74	(0.87)	2.92	(0.78)	2.56	(0.79)	2.22	(0.81)	36.05	*** 男<女	33.26	*** 50<40<30<20	3.27	* 男性:50<40<30<20 * 女性:50<40<30<20
キャバクラで働く女性の中には、学生が多い	M	2.10	(0.69)	2.09	(0.70)	2.21	(0.72)	2.13	(0.64)	2.06	(0.74)	1.98	(0.68)	2.12	(0.68)	2.17	(0.61)	2.10	(0.61)	2.08	(0.67)	0.29		1.97		0.71	
キャバクラで働く女性の中には、子育てをしながら働いている人が多い	M	2.22	(0.71)	2.14	(0.73)	2.04	(0.76)	2.17	(0.73)	2.18	(0.70)	2.18	(0.69)	2.31	(0.69)	2.30	(0.63)	2.31	(0.63)	2.30	(0.66)	11.97	*** 男<女	0.48		0.52	
キャバクラ嬢という仕事には、世間では一般的に悪いイメージがある	M	3.10	(0.77)	2.99	(0.80)	2.92	(0.83)	3.08	(0.80)	2.96	(0.77)	3.02	(0.79)	3.21	(0.72)	3.13	(0.68)	3.24	(0.74)	3.33	(0.70)	18.33	*** 男<女	1.93		0.36	
世間は、キャバクラ嬢という仕事について、偏見を持っている	M	2.95	(0.82)	2.84	(0.86)	2.86	(0.85)	2.89	(0.82)	2.77	(0.90)	2.85	(0.76)	3.06	(0.76)	3.08	(0.77)	3.04	(0.77)	3.09	(0.82)	14.97	*** 男<女	0.33		0.24	
キャバクラ嬢という仕事は、人の役にたっていると思う	M	2.23	(0.77)	2.37	(0.79)	2.56	(0.82)	2.30	(0.71)	2.31	(0.81)	2.30	(0.73)	2.08	(0.73)	2.17	(0.72)	2.08	(0.72)	1.87	(0.65)	32.99	*** 女<男	5.20	** 50<40<30<20	1.80	
キャバクラで働く女性の多くは、毎日の生活費を稼ぐためにお店で働いている	M	2.58	(0.80)	2.50	(0.82)	2.53	(0.78)	2.49	(0.81)	2.44	(0.84)	2.52	(0.77)	2.67	(0.77)	2.69	(0.78)	2.58	(0.78)	2.79	(0.67)	10.37	*** 男<女	1.28		0.46	
キャバクラで働く女性の多くは、生活のためというより、贅沢をするためにお店で働いている	M	2.68	(0.77)	2.68	(0.79)	2.64	(0.81)	2.70	(0.83)	2.77	(0.73)	2.64	(0.75)	2.68	(0.75)	2.65	(0.80)	2.73	(0.70)	2.70	(0.72)	0.02		0.74		0.23	
キャバクラで働く女性の中には、一時的なアルバイトとして仕事をしている	M	2.81	(0.69)	2.78	(0.72)	2.78	(0.70)	2.72	(0.73)	2.85	(0.72)	2.76	(0.66)	2.85	(0.66)	2.82	(0.61)	2.89	(0.66)	2.82	(0.60)	2.66		0.14		0.92	
夢を実現させるためにお金が必要なら、女性にとっ	M	2.37	(0.88)	2.40	(0.87)	2.51	(0.94)	2.34	(0.81)	2.31	(0.92)	2.41	(0.89)	2.35	(0.89)	2.54	(0.86)	2.50	(0.89)	2.31	(0.85)	0.95		5.46	** 50<40<30<20	4.50	** 女性:50<40<30<20 * 男性:50<40<30<20
てキャバクラは良い職場だと思う	M	2.45	(0.76)	2.41	(0.78)	2.54	(0.81)	2.31	(0.75)	2.54	(0.79)	2.27	(0.74)	2.49	(0.74)	2.38	(0.65)	2.71	(0.69)	2.44	(0.73)	1.78		2.49		5.94	** 女性:20<50<40<30<20 * 男性:20<50<40<30<20
キャバクラで働いているのだから、多くの女性がキャバクラで働いているのだと思う	M	2.28	(0.78)	2.22	(0.82)	2.19	(0.87)	2.15	(0.77)	2.23	(0.86)	2.29	(0.74)	2.34	(0.74)	2.35	(0.83)	2.27	(0.75)	2.32	(0.70)	5.48	*	1.16		0.07	
キャバクラで働いた女性は、居る仕事には戻れなくていい	M	2.65	(0.86)	2.56	(0.87)	2.47	(0.84)	2.62	(0.90)	2.61	(0.90)	2.54	(0.85)	2.75	(0.85)	2.74	(0.81)	2.86	(0.83)	2.73	(0.64)	9.74	*** 男<女	1.04		0.68	
キャバクラで働く女性には危険な目にあうことがある	M	2.81	(0.74)	2.72	(0.76)	2.77	(0.72)	2.79	(0.80)	2.67	(0.75)	2.65	(0.70)	2.92	(0.70)	2.91	(0.71)	2.85	(0.71)	2.95	(0.64)	15.59	*** 男<女	0.95		0.48	
キャバクラで働く女性は、お酒や不規則な生活で健康を害している	M	3.16	(0.69)	3.11	(0.73)	3.22	(0.71)	3.08	(0.75)	3.08	(0.77)	3.06	(0.63)	3.22	(0.63)	3.36	(0.58)	3.26	(0.70)	3.17	(0.62)	4.17	** 50<40<30<20	4.17	** 50<40<30<20	0.87	
キャバクラで働く女性は、仕事上のストレスなどで精神的な健康を害している	M	2.82	(0.75)	2.84	(0.78)	2.98	(0.81)	2.83	(0.80)	2.84	(0.77)	2.84	(0.71)	2.81	(0.71)	2.89	(0.75)	2.84	(0.71)	2.76	(0.69)	2.82	*	2.82	*	0.61	
キャバクラで働く女性は、普通では手にできないような高額な給料をもらっている	M	3.07	(0.78)	2.97	(0.81)	3.01	(0.85)	3.07	(0.85)	2.98	(0.82)	2.84	(0.72)	3.18	(0.72)	3.28	(0.73)	3.15	(0.73)	3.11	(0.69)	15.22	*** 男<女	2.12		0.58	
女性がキャバクラで働けば、楽をしてたくさんのお金を稼ぐことができる	M	2.39	(0.85)	2.36	(0.84)	2.37	(0.92)	2.32	(0.81)	2.40	(0.83)	2.35	(0.86)	2.43	(0.86)	2.33	(0.85)	2.48	(0.81)	2.57	(0.84)	1.71		1.06		0.81	
キャバクラで働く女性は、店側から金銭的に搾取されている	M	2.54	(0.72)	2.54	(0.77)	2.43	(0.70)	2.46	(0.84)	2.59	(0.77)	2.66	(0.67)	2.55	(0.67)	2.45	(0.64)	2.52	(0.68)	2.76	(0.67)	0.21		6.00	*** 20<30<40<50	0.55	
キャバクラで働く女性は、客を思うように操って、お金を貰っている	M	2.56	(0.75)	2.57	(0.78)	2.56	(0.78)	2.52	(0.84)	2.67	(0.72)	2.53	(0.72)	2.54	(0.72)	2.47	(0.71)	2.54	(0.64)	2.65	(0.67)	0.31		0.77		1.16	
キャバクラで働く女性には客と性的関係を結ぶことがある	M	2.54	(0.78)	2.48	(0.79)	2.56	(0.79)	2.47	(0.83)	2.53	(0.74)	2.39	(0.77)	2.59	(0.77)	2.49	(0.82)	2.64	(0.75)	2.75	(0.71)	4.90	*	0.53		2.84	*
キャバクラで働いた女性は、その後、性的サービスを提供する風俗店に勤務するようになりやすい	M	2.50	(0.78)	2.48	(0.77)	2.42	(0.82)	2.52	(0.78)	2.55	(0.77)	2.44	(0.80)	2.52	(0.80)	2.37	(0.85)	2.55	(0.81)	2.71	(0.62)	0.79		2.22		1.84	*
キャバクラで働くかどうかは本人の問題であり、他人とはやかく言えない	M	3.28	(0.76)	3.24	(0.80)	3.25	(0.83)	3.10	(0.91)	3.26	(0.75)	3.33	(0.70)	3.33	(0.70)	3.38	(0.64)	3.31	(0.72)	3.24	(0.70)	3.17		0.43		2.19	
キャバクラの多くは、営業上、様々な法律違反をしている	M	2.44	(0.74)	2.37	(0.78)	2.25	(0.80)	2.33	(0.78)	2.41	(0.77)	2.46	(0.69)	2.51	(0.69)	2.42	(0.66)	2.51	(0.66)	2.72	(0.67)	10.01	*** 男<女	4.83	** 20<30<40<40<50	0.52	

*** $p < .001$ ** $p < .01$ * $p < .05$

20代は「不幸な」が低く、30代は「上昇志向が強い」が高く、50代は「かわいい」「若い」「上昇志向が強い」が低く「不幸な」が高いとの結果になった。

(6) キャバクラ就労イメージ

キャバクラ就労のイメージ尋ねた項目の回答を、「そう思わない」を1点～「そう思う」を4点と得点化し、項目ごとの平均値を求めたところ、Table7に示す結果となった。

平均値が3点以上の項目は、「他人はとやかくいえない」「お酒や不規則な生活で健康を害している」「一般的に悪いイメージ」「普通では手にできない高額な給料」であった。それに続く形で、「世間は偏見をもっている」「精神的健康を害している」「一時的なアルバイト」「危険な目にあう」が高くなっている。反対に、得点の低い項目は、「学生が多い」「子育てをしながら働く人が多い」「人の役に立っている」「他に働ける場所がないから、キャバクラで働く」などである。

さらに、各回答について性×年代の2要因分散分析を行った（Table 7）。「自分磨きに努力」「子育てしながら」「生活費をかせぐために」など生活のための就労というイメージが女性に多い一方、「一般的に悪いイメージ」「偏見をもたれている」「客と性的関係を結ぶ」「お店は法律違反をしている」など否定的なイメージも、女性に多かった。男性では「人の役にたっている」が女性より多かった。

年代ごとにみると「自分磨きに努力」「人の役にたっている」「身体的・精神的健康を害している」といった項目で、若い世代の回答が高くなっていた。

有意な交互作用がみられた項目について、下位検定を行った結果、「自分を磨くことに努力」「仕事が気に入っているから」は男女ともに、年代による差がみられた。前者については、男性では20代のみが高く、女性では若い世代ほど肯定傾向にあった。後者については、男性では20代・40代が多層よりも高く、女性では20・50代よりも、30代が高い傾向がみられた。また、「夢の実現のために良い仕事」は女性のみで年代差がみられ、50代よりも、30代以下で高かった。全体として、肯定的なイメージは若い世代、特に女性に高いことが示唆された。

4. 考察

(1) キャバクラ・「キャバクラ嬢」に対する態度

本調査の第一の目的は、キャバクラおよび「キャバクラ嬢」に対する一般の人々の態度を明らかにすることにあつた。

キャバクラの認知と経験については、回答者全体の

9割以上がキャバクラを知っており、男性では43%が「行った事がある」と回答していた。このことから、キャバクラは日本の風俗産業として一般化し、広く知られていることが改めて確認された。

続いて「キャバクラ嬢」の評価である。19の職業を比較検討したところ、「キャバクラ嬢」の威信評価の平均値は「ソーブランド嬢」「清掃員」に続いて3番目に低かったが、これらの3職業間には有意差はみられず同程度として認知されていることが示された。また「キャバクラ嬢」と比べると威信得点は高いが、同じ風俗営業の「ホスト」も社会的威信は4番目に低くなっていた。一方、「やってみたいか否か」の形で接近傾向を尋ねた結果、「キャバクラ嬢」は「ソーブランド嬢」「ホスト」に続いて得点が低く、「やりたくない」と考えられている職業であることが示された。「ホスト」「ソーブランド嬢」以外の職業はすべて「キャバクラ嬢」より有意に「やってみたい」方向に得点が高かった。威信評価と接近傾向を併せて表示したFigure 2からは、各種職業の中でも性の商品化にかかわる3つの職業が、左下に固まって布置し、その他の職業群とは異なって認知されていることが示された。なお威信評価では「キャバクラ嬢」と有意差のなかった「清掃員」は、接近傾向は低くないため風俗業とは異なるグループに位置していた。前述のように、キャバクラは性的サービスを提供しない施設であり、このことから若い女性の就労に抵抗感がないと論考されてきた。ただし本研究の結果は、社会一般では風俗営業に関わる職業と性風俗特殊営業に関わる職業とが明確に分けられずにイメージされていることを示している。

続いて、「キャバクラ嬢」に対するイメージは、肯定率の高かったものから順に「若い」「金遣いが荒い」「不健康な」「お金がある」であった。メディアに登場する「キャバクラ嬢」は、美しく若い女性であり、派手な外見を演出し、給与が高額であることを語る人が多い。回答者の「キャバクラ嬢」イメージもそれに一致し、遊ぶお金を得るために自分を商品化している女性達と考えられていることがわかる。反面「知的な」「暖かい」といった項目の肯定率は2%に満たなかった。Fiske, et al. (2002) のステレオタイプ内容モデルでは、「知的」「暖かい」は、それぞれ「親しみやすさ」「知性」という対人認知の基本的2つの軸を代表する形容詞である。この両項目において評価が低いということは、「キャバクラ嬢」が他者からステレオタイプ化されやすく、軽蔑や哀れみの感情 (Fiske, et al. 2002) を伴って認知されやすい現状がうかがえる。この結果は、「キャバクラ嬢」が社会的地位を低く認知され、接近傾向も低かったことと対応している。

また、キャバクラ就労イメージの回答をまとめると、「給与は高額であるが、危険な職業であり、社会の偏見も強い。そこで働くことは心身ともに健康を害することにつながる」という否定的内容になっていた。一方、学費のために働く、子供のために働くなどのイメージについては「あてはまる」程度が低く、生活のために「キャバクラ嬢」を選択している女性達の存在については、全体として見過ごされていた。また項目の中で最も平均値が高かったのは「本人の問題で他人はとやかくいえない」であって、職業選択を個人の責任としてとらえ、その是非や背景にある問題については関心を持たないという心理もうかがえた。

(2) 「キャバクラ嬢」に対する態度の年代差

本調査では、キャバクラに対する態度が年代によって異なるか明らかにすることを第二の目的とした。

まず、キャバクラ認知と経験について、男性の回答には年代差はみられず、男性にとってのキャバクラは年代を問わず知られたものであることが示された。一方女性では年代差がみられ、20～30代の大半が知っているのに対し50代では「全く知らない」が2割弱みられた。また、女性の20～30代では「行ったことがある」が1割程度存在していた。ただし、この1割の女性が「キャバクラ嬢」経験者なのか、この職場には別の仕事で就労していたのか、あるいは客として来店したのかは明らかではない。

続いて、「キャバクラ嬢」の威信評価は、性別を問わず年代の主効果がみられ、年代が高くなるほど威信を低く評価することが示された。一方、接近傾向については性と年代の交互作用がみられ、女性において若年層ほど接近傾向が高いことが示された。

「キャバクラ嬢」イメージについては男女とも若年層で「お金がある」「スタイルが良い」といった肯定的なイメージが高くなっていった。また女性では複数の項目で年代差がみられ、50代は「不幸な」が高く、「若い」「上昇志向が強い」「かわいい」が低いなど否定的なイメージを持っていた。反対に20代の女性は「不幸な」が低く、30代の女性では「上昇志向が強い」など、相対的に肯定的なイメージを抱いていた。キャバクラ就労イメージをみても、20～30代は「自分を磨くことに努力している」「仕事が気に入っているから就いている」「夢の実現のために良い仕事」と、キャバクラ就労を自己実現のために良い仕事と位置づけている割合が高かった。

全体を通してみると「キャバクラ嬢」に対する社会的評価は全体としては否定的であり、20代女性に限定しても、接近傾向の平均値は2.00点で「あまりやりたくない」の位置にとどまり、「キャバクラ嬢」が

憧れの職業になっているとはいえない結果となっていた。しかしながら、若い女性たちの中には、上の年代の女性と比べて、キャバクラでの就労を「自分を磨く仕事」と位置づけ、自分を上昇させるために良い仕事と考える傾向がみられた。

V. まとめ

本稿では、近年話題になることの多い「キャバクラ嬢」を中心に、性の商品化に関連した職業スティグマについて論考してきた。

調査の結果、「キャバクラ嬢」は他の風俗営業職と共に、他の職業群とは異なる職業群として認知されており、特別視されていることが示された。またイメージの測定からも職業としてスティグマ化が生じていることが示された。このことから、「キャバクラ嬢」が置かれている苦境には、性の商品化に関わる職業全体に対し社会的地位を低く位置づける社会全体の態度が背後にあり、「夜のルール」はそれが極端に現れたものと推察される。

また人々の「キャバクラ嬢」イメージは、メディアで流される「キャバクラで華やかに働く高給の女性たち」の姿に一致したものであった。そして、健康を害しやすく危険な仕事ともみなされている一方、実際には多いはずの、シングルマザーや生活のための就労という姿はあまり顕現化されていなかった。そしてキャバクラ就労については、「本人の問題なので他人がとやかくいえない」と考える人が多かった。これらの結果から、「キャバクラ嬢」は「高給とひきかえに自らの健康や安全を脅かされても仕方ない」と考えられ、どのような背景でその仕事を行っているかは配慮されず、仕事を選んだのは個人の責任であると、考えられる傾向にあることがうかがえた。この構造は売春女性に対する偏見や差別と類似している。職業が合法か違法かにかかわらず、性の商品化に関わる仕事の場合は、就労の中で生じた被害は女性側の問題と認識されてしまいやすいといえる。

また調査では、「キャバクラ嬢」と同世代の若い女性において、「キャバクラ嬢」に対する否定的なイメージが多層に比べて低い傾向が指摘された。ここで若い女性の「キャバクラ嬢」評価が、「かわいい」「おしゃれ」という方向ではなく、「上昇志向が強い」「夢の実現にお金が必要なら良い仕事」「自分を磨いている」という方向に高いことに注意が必要である。彼女たちは、単に「キャバクラ嬢」の豊かさや外見に憧れているのではなく、「キャバクラ嬢」を自己実現した女性のモデルとみなしている。これは、自分の社会的地位

を確立するための有効な手段として、性の商品化を認めていることを意味する。しかしながら、「性の商品化」を自己実現の手段だと宣伝しているのは、その中で働く女性達をスティグマ化し、搾取している人々に他ならない。このような宣伝の中では「キャバクラ嬢」が被る現実の苦境は巧妙に隠されている。被害者となる女性を少なくするために、性の商品化について男性に都合の良い形でのみみなされている偏った報道を変えていくことが求められる。また、現在の社会では、性の商品化によって生活を確立している若い女性達が数多く存在している。性の商品化に伴う女性の被害を考える際には、それを個人の問題あるいは責任と考えるのではなく、雇用を含む社会全体の問題として位置づけることが重要である。

最後に本稿の問題点として、以下の2つをあげる。まず調査の対象者の母集団がWebモニターであり、回答者のサンプリングに偏りがある可能性がある。キャバクラに対する認知や経験、あるいは「キャバクラ嬢」に対する評価の実態については、偏りのない対象者を抽出する形で再度調査を試みる必要がある。また、本稿で示した調査には「キャバクラ嬢」自身の意識が反映されていない点も大きな問題である。本調査は、性の商品化にかかわる就労の問題を検討するための第一歩として、社会一般での「キャバクラ嬢」の社会的位置づけを調査した。しかし「キャバクラ嬢」という仕事の苦境あるいは職業スティグマを検討するためには、「キャバクラ嬢」として働く女性達自身に考えを尋ねることが不可欠である。今後は、就労の実態に加え、就労者自身の職業への態度について詳細に検討し、性の商品化にかかわる職業がかかえる問題について明らかにすることが求められる。

引用文献

- Ashforth, B. E. and Kreiner G. E. (1999) "How Can you do it?": Dirty Work and the Challenge of Constructing a Positive Identity in *Academy of Management Review*, 24, pp.413-434.
- 江原由美子 (2008) 性の商品化 江原由美子・山田昌弘 (著) ジェンダーの社会学入門 岩波書店 pp.132-141.
- Crocker, J., Major B. and Steele C. (1998) "Social stigma," in D. T. Gilbert, S. T. Fiske and G. Lindzey (eds.) *Handbook of Social Psychology* (4th ed., Vol.2). New York : McGraw-Hill. pp.504-553.
- Crocker, J. and Major B. (1989) "Social Stigma and Self-Esteem : The Self-Protective Properties of Stigma," in *Psychological Review*, 96, pp.608-630.
- Fiske, S. T. Cuddy, A. J. C., Glick P., and Xu, J. (2002) "A model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competition," in *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, pp.878-902.
- Goffman, E. (1963) *Stigma ; Notes on the Management of Spoiled Identity*, New Jersey : Prentice-Hall. (石黒毅 (訳) (1970) スティグマの社会学-烙印を押されたアイデンティティ- せりか書房)
- Hughes, E. C. (1951) "Work and the Self," in J. H. Rohrer and M. Sherif (eds.) *Social Psychology at the Crossroads: The University of Oklahoma lectures in Social Psychology*, New York: Harper & Brothers. pp.313-323.
- Hughes, E. C. (1958) *Men and Their work*, Glencoe, IL: Free Press.
- Hughes, E. C. (1962) Good People and Dirty Wwork. *Social Problems*, 10, pp.3-11.
- 直井優 (1979) 職業的地位尺度の構成 富永健一 (編) 日本の階層構造 東京大学出版会 pp.434-472.
- 太郎丸博 (1998) 職業評定値および職業威信スコアの基本的特性. 都築一治 (編) 職業評価の構造と職業威信スコア 1995年SSM調査研究会 pp.31-44.
- 三浦展 (2008) 日本溶解論 プレジデント社
- 水島希 (2005) セックスワーカーの運動 姫岡とし子・池内靖子・中川成美・岡野八代 (編著) 労働のジェンダー化-ゆらぐ労働とアイデンティティ 平凡社 pp.129-153.
- SSM調査研究会 (代表: 盛山和夫) (1995) 1995年版職業威信スコア表
<http://srdq.hus.osaka-u.ac.jp/PDF/SMM1995_r5_sukoa.pdf> (2010年9月23日)
- 武信三恵子 (2010) 武信三恵子の経済考 週刊金曜日 2010年5月21日号
- 上野千鶴子 (1994) 「セックスというお仕事」の困惑 朝日新聞 1994年6月22日 夕刊
- Weiner, B., Perry R., and Magnusson, J. (1988) "An attributional Analysis of Reactions to Stigmas," in *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, pp.738-748.

註

- 1 キャバクラで就労する女性を「キャバクラ嬢」と総称し、調査や論文に用いることは、他のサービス職で働く女性との異質性を強調し、ステレオタイプ化するメカニズムを内包する。しかし本研究ではキャバクラで働く女性たちについて、現在の社会的イメージの現状を明らかにすることを目的とするため、近年の一般化された総称をふまえ「キャバクラ嬢」と「 」つきで表記することとした。
- 2 デジタル大辞泉2009 (小学館) : 「風俗営業の一種。キャバレーとクラブの中間的形態の店」
- 3 現代用語の基礎知識 (2005) : 「『キャバレー』と『クラブ』の合成語。風俗産業の生き残り策として考え出された新しい業種。「若い」「素人」を売り物にした女性がマンツーマンで接客、「上品で明朗会計」がうたい文句。店内では、キャバクラ嬢と呼ばれる女性が客の隣に座り飲食接待する。出勤時に客と同伴したり、閉店後に客と酒を飲みに行くなどのサービスも行う。店内で性的な行為は行われない。風俗営業の中では、性的意味合いが比較的薄い業種と位置づけられている。」

- 4 同年の金賞は「分衆」。その他「イッキ・イッキ」「NTT」「パフォーマンス」「新人類」など。
- 5 • プレジデント 2007年11月 緊急報告『ジェネレーションZ』の発見 女子高生の20%『なりたい職業=キャバクラ嬢』
- 週刊新潮 2008年6月 ビッグプロジェクト 若い女性の憧れの職業は「キャバクラ嬢」だって
 - 週刊読売 2008年6月 著者からのメッセージ 三浦展『日本溶解論』プレジデント社 15~22歳女性の人気職業に「キャバクラ嬢」が入るワケは
 - 女性セブン 2008年6月 「なりたい職業」に急上昇 娘はキャバクラ嬢 母たちの本音トーク 最初は反対したけれど…、恥ずかしいことをしているのでは…心配の裏で「就職に有利かも」の声も
 - 週刊ポスト 2008年7月 世相リサーチ 「なりたい職業9位」に浮上!平成生まれ女子大生キャバ嬢の頭の中 キーワードは小悪魔 かわいくて、男にモテて、お金を持っているが人気の秘密
- 6 労働組合の中には、組織構造自体が旧来の男性中心的な型にとどまっているものも多いことが問題視されている（週刊金曜日2010年12月10日号）。職場に置けるパワハラやセクハラの問題を解消するためには、労働組合の中でのジェンダー構造にも留意し、パワーバランスの偏りを修正する取り組みが不可欠である。
- 7 本研究では「キャバクラ嬢」の社会的イメージをより明確化するため、性の商品化に関連する他の職業も測定項目として加えることが必要と考えた。加えたのは「キャバクラ嬢」と類似のサービスを男性が行う「ホスト」、および「キャバクラ嬢」より直接的な性的サービスを行う「ソープランド嬢」を項目として加えた。「ソープランド嬢」については、表現として否定的意味合いの少ない「セックスワーカー」を用いる方が学術的には適切と考える。しかし本調査対象者において「セックスワーカー」は職業名として身近ではなく、仕事の内容が理解されにくいと考えられたため、調査では「ソープランド嬢」との表現で職業の中に加え、論文においては「 」つきで表記することとした。

