

# カワイイは1つじゃない！

～私たちが考えるジェンダーレスパッケージ～

## 【アブストラクト】

本研究では、先行研究の調査を基にジェンダーレス社会を実現するための課題を設定し、関連情報を収集・分析して社会に提案する方法を検討した。商品購入時の第一印象となるパッケージに焦点を当て、今あるシンプルなデザインのジェンダーレスパッケージでは不十分と感じ、可愛いものやかっこいいものが好きな人が自由に商品を選べる雰囲気を持つパッケージを考えた。具体的には、既存のコスメのパッケージをジェンダーレスに改良し、企業に提案することを目標とした。従来のデザインを内側にし、外側はシンプルかつ実用的なミラー加工にすることで、男女ともに買いやすい商品を目指した。これにより、性別に関係なく商品を手にとることができ、ジェンダーレス社会の形成に寄与することを目指した。また、ジェンダー平等が注目される中で改善が進まない原因として、無意識の偏見(アンコンシャス・バイアス)があり、無意識の偏見は他人を苦しめ、生き方の選択肢を狭めることにつながるため、ジェンダーに関する無意識の偏見に気づく機会を提供することが重要であると考えた。本研究を通じて、一人ひとりの意識改革がジェンダー平等の実現につながると確信している。

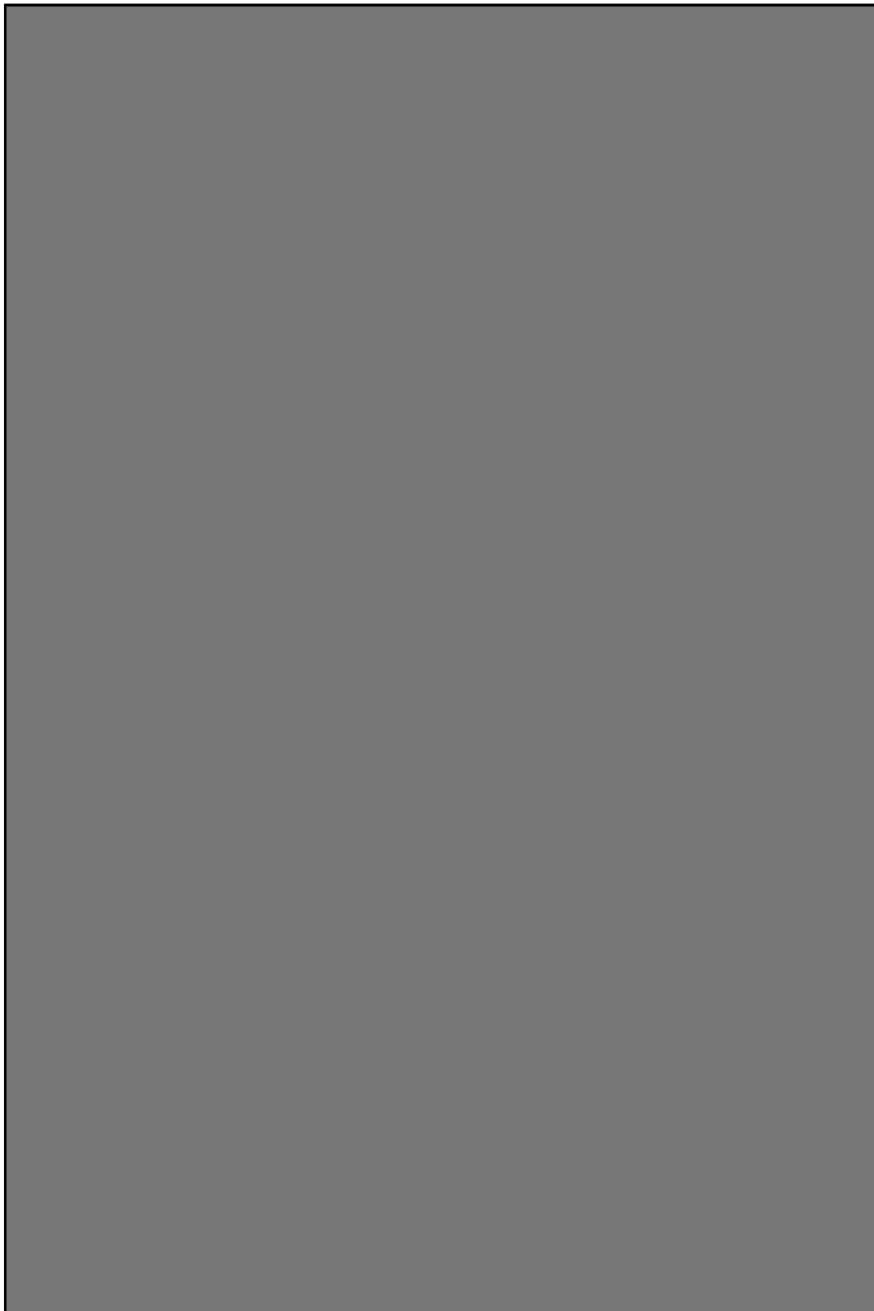
【キーワード】固定概念・ジェンダー・パッケージ・偏見・無意識

## 目次

第一章、研究背景 .....	2
1.1・・・日本の現状 .....	2
1.2・・・班での話し合いの経過 .....	3
1.3・・・自身の探究に関する考え .....	3
第二章、研究方法とその理由 .....	4
2.1・・・研究方法 .....	4
2.2・・・研究方法の理由 .....	4
第三章、研究過程 .....	5
3.1・・・先行研究と課題設定 .....	5
3.2・・・研究過程 .....	6
第四章、考察 .....	8
4.1.1・・・班としての考察 .....	8
4.1.2・・・個人の考察 .....	8
4.2・・・今後の課題 .....	9
おわりに .....	9
参考文献 .....	9
資料一覧 .....	10

現在日本ではSDGsの5番「ジェンダー平等を実現しよう」という目標への取り組みが遅れていることが課題となっている。2023年のジェンダーギャップ指数が過去最低順位となる146カ国中125位を記録し、分野別に見ると政治が世界最低クラスの138位となり、男女格差が埋まっていないことが示されている。

最近では様々な場面で女性の社会進出を促す政策を行う動きが見られる。左の新聞記事は、政治分野



における男女格差是正をめざした超党派の議員連盟が具体的な方針をまとめたものである。この政策は議連が今提案している段階であるため、各党がどこまで賛成するかは不透明だと述べられている。しかしこの政策は既に他の国では導入されているということを日本政府は念頭に置いて検討していくべきである。

朝日新聞 2024/5/18 5:00

また、政府はジェンダー平等な社会を上げるため、女性と女児の権利の尊重・脆弱な状況の改善、女性の能力発揮のための基盤の整備、政治、経済、公共分野への女性の参画とリーダーシップ向上の3つを基本原則として掲げている。上記の政策案に加え、ジェンダー不平等などにより家庭や学校、職場で孤立に悩む女性に社会とつながるきっかけを見つけてもらえるように市内に常設の居場所を開設したという記事が左記である。それから、調査していく中で女性の社会進出はポジティブ・アクション、女性に対する暴力の根絶、

育MEN(イクメン)プロジェクト、女性応援ポータルサイトなどの取り組みによって増加していることがわかった。

河北新報 2024/6/7 5:00

私たちは日本の現状を踏まえ、課題に対して自分たちの探究活動を通してジェンダーに関する意識改革を行いたいと考えた。

日本が行っているジェンダーレス社会を実現するための政策について調査を進めていく中で、最近ジェンダーレスパッケージが導入されている企業が増えていることを知った。

企業はパッケージによって購入者の対象を性別・年齢などで限定させていることが多いが、ジェンダーレスパッケージとはより多くの人を対象に、男女による違いを生まないようなシンプルなデザインにして売り出すことである。これにより、女性は可愛いデザインで男性はかっこいいデザインというような無意識に定着している固定概念に新しい風を吹かせることができるのである。

しかし、ここで私たちは疑問に思うことがあった。それは女性・男性それぞれを対象に売り出していた商品を男女どちらも使いやすくするためにシンプルなデザインにするだけでは物足りないように感じたからだ。可愛いものが好きな人、かっこいいものが好きな人がそれぞれ好きなように商品を選び取れる雰囲気を持つパッケージを作りたいと考えた。

はっきりと分けられた男女のイメージを取り壊し、好きなものを自由に表現できる世の中に少しでも近づけることを最終的な目標とした。

### 1.3・・・自身の探究に関する考え

ジェンダー問題は人々の意識にどれだけ働きかけられるかが重要であり、私たち学生のみだけではどうにもならないかもしれないが、探究活動をしていく中で多くの人を巻き込み、より多くの人目に止まり、ジェンダーについて改めて考えてもらえるような、画期的なパッケージを制作していきたいと思う。

また、なぜ私たちがジェンダー平等や偏見についての探究をしようと考えた理由は、自身の偏見によりイメージを決めつけられるという経験(例:髪染め・ピアスをしている人は頭が悪い、一軍二軍とカテゴライズして関わる人を限定する、など)を踏まえて、その人の性格に直接影響していないところで勝手に決めつけるのはおかしい、このような偏見で溢れている世界を変えたい、という思いがあったからである。

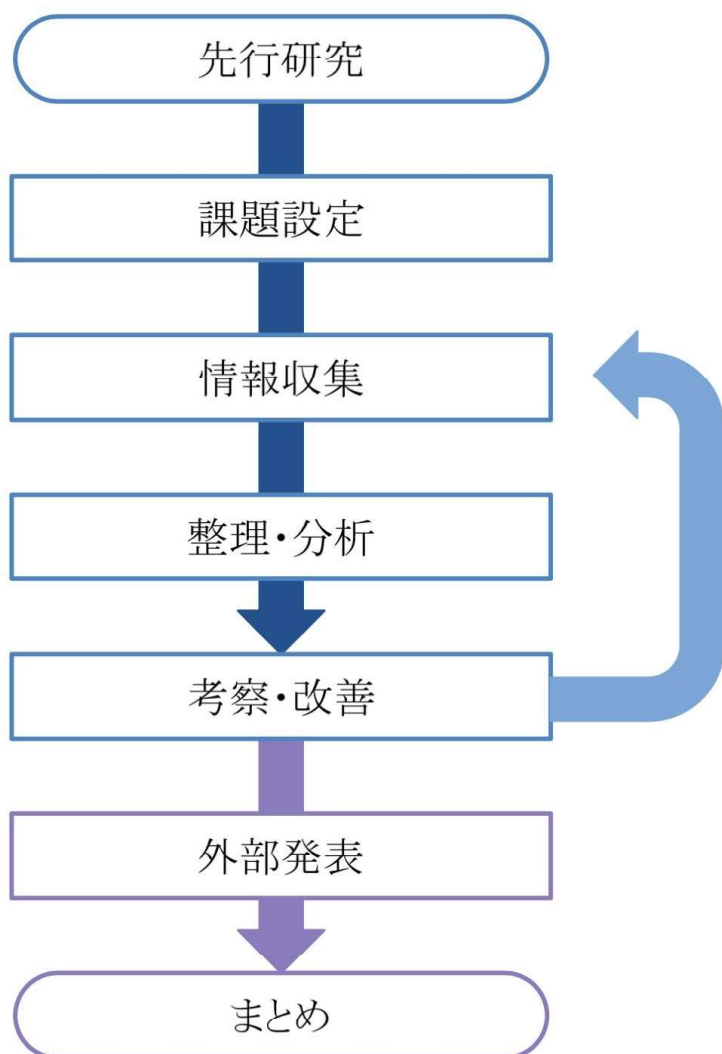
そのため周りの目を気にせず自分の好きなものを自由に表現できる世界にしていきたいと強く思う。

無意識の偏見は、その人自身が気づかない限りなくならないため、「もしかしたら今無意識に偏見によって物事を見てたかもしれない…」と気づくタイミングを増やしていけたらいいと考えた。

また日本の現状から、女性が社会に対して積極的な行動を取れるようにするための取り組みが未だ不十分であるように感じるため、より多くの人々が問題意識を持つ必要があると思う。

### 2.1・・・研究方法

本研究では、はじめに先行研究を調査し、そこから課題設定、関連する情報収集、整理・分析してどのような方法で社会に提案できるかを検討・改善し、必要な場合に再度新たに情報収集を行い、整理して、外部発表という形で自分たちの意見を発表できる機会を設け、発表後今までの活動を振り返り、まとめるという流れ研究を行った。



## 2.2・・・研究方法の理由

ジェンダー問題について探究していく方法としては“解決策やアイデアを発想して、提案する”「アイデア提案型」が合っていると思い上記のようなサイクルに至った。

この探究活動は課題に対して、いかに効果×実現可能性の高いアイデアを発想できるか、そして多くの人々を納得させられる提案として伝えることができるかがカギとなり、最終的には外部発表だけでなく企業に直接提案プレゼンを行うなどのアウトプットの形式を取れるようにしていきたいと考えた。

## 3.1・・・先行研究と課題設定

### I.先行研究

※現状を表すため一部紹介



表1: 「女の子」という言葉から思い浮かぶ言葉

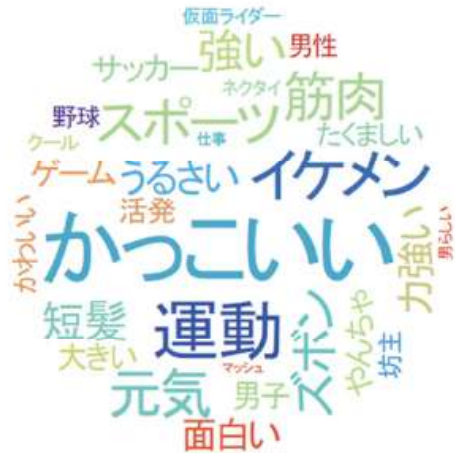


表2: 「男の子」という言葉から思い浮かぶ言葉

(※1)公益財団法人プラン・インターナショナル・ジャパン【日本の高校生のジェンダーステレオタイプ】

※回答が多かったものを大きく表示している。

15歳～18歳までの2000人(女の子、男の子、男女以外の多様な性自認の子どもを含むすべてのジェンダー)を対象に「女の子」「男の子」という言葉から思い浮かぶ言葉を尋ね、ワードクラウドを作成した。女の子は外見に関するイメージが強い一方、男の子は強さや活発さを表す言葉が目立っている。



(※2)株式会社ナリス化粧品

(右:アクメディカ薬用フェイスパウダークリア▷左:アクメディカ薬用フェイスパウダークリアN)

「女の子のためのアクネケア」からのコンセプトを変更し、性別を超え使用できるような商品にするためにパッケージのジェンダーレス化を実施。

2021年9月10日より右のパッケージから左のパッケージに移行したところ、売上がパッケージ改装前より3倍伸びたことが報告されている。

## II. 課題設定

私たちは「カワイイは1つじゃない！」を探究のテーマに設定している。

その理由として、「カワイイ」という言葉は主に女性が使うものだという認識が強く、今の社会であればはっきりと男女の差がでる言葉である。しかし、そもそも「カワイイ」という言葉には明確な定義があるわけではなく直感で感じるものだ。そこで、私たちは「カワイイ」という言葉に、心がときめく・明るい気持ちになると意味付けし、女性が思う「カワイイ」だけではないという、固定概念が取り払われた世界を示すため、このテーマに設定した。

そして私たちの探究における課題は、無意識に定着してしまっている固定概念をなくしていくことだと考えた。先行研究(※1)より、現段階で男女のイメージに大きく違いがあることがわかるため、この課題をクリアしなければテーマ設定の際に思い描いた世界に近づくことはできない。そこで、私たちは探究活動を通して人々が無意識に持っている固定概念に気づききっかけを作ろうと研究を進めた。

### 3.2・・・外部発表までの流れ

課題解決に近づくために、まず初めに偏見が顕著に現れる場面と具体的な行動について考えた。

第一案として、子供を対象としたジェンダーレスの実現を検討した。具体的には、おもちゃを選ぶときに、男の子は仮面ライダーやプラレール、女の子はプリキュアや人形といった具合に、小さい頃は疑問に思わなかったが、自然と根付いている考えがあったように感じる。他にもランドセルの色も男女で系統が分かれているように思う。それは、男の子は青や黒、女の子は赤系や紫などを選ぶことが多かったからである。そこで私たちは、子供が選ぶものは、素直に子供が好きなものである場合と、周囲の環境や大人に勧められて選んでいる場合があると考えた。大人の考えが子供に影響し、男女のイメージが小さい頃から勝手に浸透していった可能性があると考え、対象を子供に絞るべきではないと判断した。

次に、第二案を考える前に、第一案を踏まえて大人を対象に偏見が現れやすい場面について検討した。偏見によるものかどうかを抜きにして、第一印象で決める機会がある場面として、商品購入が挙げられる。商品を購入する際には様々な判断基準があるが、その中には無意識の思い込みが含まれているのではないかと考えた。

以上のことから、第二案として商品購入における第一印象、つまりパッケージに注目した。

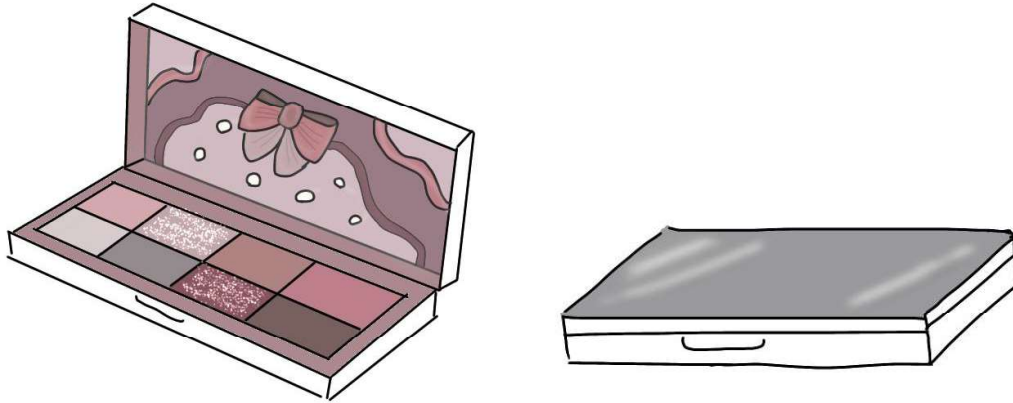
現在、「パケ買い」という言葉があるように、パッケージの印象が購入の決め手となることが増えている。また、「商品」では範囲が広すぎるため、偏見が顕著に現れやすい「コスメ」に焦点を当てた。コスメを選んだ理由としては、最近では男性もメイクをする人が増えている一方で、女性用コスメが多く出回っている現状があるからである。

そして、『1.2・・・班での話し合いの経過』でも述べたように、今あるジェンダーレスパッケージの形式を可愛いものが好きな人、カッコいいものが好きな人がそれぞれ好きなように商品を選び取れる雰囲気を持つパッケージへと改良しようと考えた。

私たちは新たにコスメから作るのではなく、今あるコスメのパッケージを改良し、企業に提案することを目標とした。ジェンダーレスパッケージにする上で、消費者だけではなく販売者にも利益がなければならない。先行研究より、ジェンダーレスパッケージに改装したところ売上が伸びたことが報告されている。(※2)

よりシンプルなデザインにすることで、消費者の対象が増えることがわかった。

しかし、誰でも買いやすくするためにシンプルなパッケージにするだけでは、従来の女性を対象とした可愛いデザインを購入したい人が不満を抱くかもしれないと考え、私たちは従来の外側のデザインを内側にし、外側はシンプルかつ実用的なミラー加工に変えるというデザインを考えた。(下:一例としてデザインしたもの ※内側のデザインはイメージ)



パッケージは商品の第一印象を決める役割を担っているため、外側にデザインが施されていることが多い。

見た目の抵抗感をなくし、その上で従来のデザインも楽しめるような工夫をしたのが上記のパッケージである。このように変更することにより、男女ともに買いやすい商品ができ、性別関係なく商品を手にとることができる、そして、私たちが考えたパッケージによって男性と女性の中に生まれた壁をなくし、商品購入でない場面においてもジェンダーレス社会を形成する新たな概念が世の中に浸透していく、というプロセスを思い描いた。

探究をしていく中で、デザインを専門とする大学の教授に協力していただいた。女子のみで活動しているため、どうしても女性目線の意見に傾きがちであるからだ。新たな視点や専門的なアドバイスをいただき、ジェンダー平等をどのような方法で実現していくべきかを必死で考え、このパッケージ制作にたどり着いた。

修学旅行の際には、大阪女学院大学の方と意見交流をしながら学校でのジェンダーレスに向けての取り組みを紹介していただいた。授業では、誰にでもジェンダーレスの概念が伝わるように自作の絵本を制作して発表するという行っていた。絵本の内容は、私たちが最初に考えていた子どものおもちゃについてのことが扱われていた。さらに女子大にすることで社会に出たときに積極的に発言できるようにするなど、個性を尊重することと女性の社会進出の関係について学ぶことができた。

マイプロジェクトアワードでは、宮城県内に住む同年代の人だけではなく多くの大人の方々と交流することができた。ただ発表するだけではなく、質疑応答の際に多角的な意見や共感が得られ、より自分たちの探究について考えを深めることができた。最も得られてよかった成果は自分たちのルーツを明確にすることだ。自分たちのルーツを具体的に示すことで、聞き手に説得力のある発表をすることができると指摘され、この探究に至った経緯は大凡確認していたが、具体的ではなかったことに気付かされた。そして全国選抜の準備期間に改めて「なぜ私たちがこの探究を始めたのか」を再確認することができた。書類選考から、発表まで準備に多くの時間をかけて行ったが、改めて自分たちの探究を見つめ直すことのできる有意義な時間だった。

## 7

これまでの探究を通して、一番困難だったことは人々の心理を知ることだ。人の心情はその人自身しか理解できないため、他人が完璧に理解できるはずがない。だからこそジェンダーに関する考え方に正解はなく、社会規範の中で様々な正解が存在すると考えられる。その複数の正解がそれぞれが尊重される世界であるためには自分と違う考えを素直に受け止め、ときには共感し、ときには議論していくことが必要だと感じた。

大阪女学院大学・短期大学の  
ミッションステートメントの冒  
頭には、「本学は、キリスト教に  
基づく教育共同体」と記されて  
います。一人ひとりが、自ら選  
び、行動し、自ら責任を引き受  
ける、まことの自由をもった人  
格として存在する。本学が学生  
の個性を大切にするのは、それ  
ぞれが神様から授かった賜物  
に気づけるように。その気づき  
や成長が他者を理解する力と  
なり、世界全体の平和にも続く  
と願っているからなのです。も  
ちろん個々のもつ賜物も、物事  
の本質を理解してこそ発揮で  
きます。世界の諸問題を受け止  
め、問題意識をもち、考えを深  
める本学独自の教育は、こうし  
た想いを礎に受け継がれてい  
ます。

一人ひとりの賜物を、  
光輝かせる教育

大阪女学院大学の授業内容についての資料

#### 4.1.1・・・班としての考察

私たちが考えたジェンダーレスパッケージによって今の現状が大きく変わり、すぐに偏見のない世界になることはないかもしれない。しかし、だからといってなにもしないと少しも改善していかないと考え、これまで探究してきた。ジェンダー平等がこれほどまで注目されている中で、現状が改善されない理由として、誰もが持っている『アンコンシャス・バイアス』(無意識の偏見)が原因だと考える。これは他人に影響されてなくなるものではなく、自らが気づいて改善しようと意識していかなければいけない。無意識の偏見は他人を苦しめたり、生き方の選択肢を狭めてしまうことにつながる。そのため、多くの人がジェンダーに関する無意識の偏見に気づけるようにパッケージとしてアピールするという方法は良案だったと思う。今ある思い込みが他人を傷つけてしまうものではないかを自覚し、一人ひとりの改善していこうという積み重ねがジェンダー平等の実現につながると考える。

#### 4.1.2・・・個人の考察

ジェンダー問題は非常に曖昧な点が多く、探究を進める中で考えなければならないことが多くあった。そのため、普段から自分が偏見によって決めつけていないかを気にする機会が増えた。私は、男女それぞれの固定概念をなくすために、男女の差を埋める「何か」が必要だと感じた。その「何か」として、はじめは男女どちらにも当てはまる、例えば色で言うと「白」のようなものがあれば、女性が男性の考えにいきなり賛成することに抵抗がある場合(逆も然り)、中間の概念があることにより、男女どちらの考えにも賛成しやすくなるのではないかと考えた。「女性だから、男性だからと決めつけられた世界では息苦しい人たちもいるかもしれない。けれど、中間ってなんだろう。」これは、マイプロジェクトアワードに参加した際にもらったコメントである。はじめに考えていたように中間の概念があれば話は早いのだが、そもそも中間をどのように決めるのが問題となる。誰かの判断基準で中間を決定することは、概念の押し付けになってしまうだろう。世の中の全員が納得できる基準を設定することは難しいが、解決方法を考える人が今後増えていけば、より多くの視点や考え方から新たな解決方法が見つかるかもしれない。したがって、私たちがしてきたように、ジェンダーについて考える機会を増やしていくことが現段階でできる最も良い方法であると考え

#### 4.2・・・今後の課題

今後の課題としては、本探究で詳しく調査していなかったが、パッケージデザインが消費者にどのように受け入れられているかを定量的に評価するため、市場調査を行うことが必要だと感じた。より具体的にジェンダーレスパッケージ導入前後の売上データや消費者の意識調査を通じて、効果を検証し、改善点を見つけることが重要だと考えた。