

美男美女は得か

大阪大学社会経済研究所 大竹文雄

就職活動に備えて行う美容整形外科手術を「リクルート整形」というそうだ。不況で就職が難しい中で、美容整形を行ってでも就職先を見つけようという人も多い。読売新聞（2002年12月7日夕刊）が韓国日報のつぎのような報道を伝えている。韓国のインターネット就職情報会社が求職中の男女約5000人にアンケートしたところ、男性9.3%、女性22.3%が整形経験者だったという。整形した部位は女性の場合、「目」（58.2%）、「鼻」（17.2%）、「皮膚」（14.8%）の順であり、男性は「皮膚」が45.3%で最も多かった。また、「就職のため、容姿に投資するか」の質問にも、86.1%が肯定したという。

日本でも、比較的安くて手軽な「プチ整形」と呼ばれる美容整形を受ける大学生や再就職を目指す中高年男性が増えているという（東京新聞 2003.01.23 夕刊）。東京新聞の記事では、「美容整形で名高い都内の病院の院長は言う。『車でも性能が同じなら外装がいい方を選ぶでしょ。中高年は住宅ローンや子どもを抱えて、きれい事を言ってる場合じゃない。人と同じことをやってちゃ世の中通用しないんですよ』」という整形の経済効果を肯定するコメントと「就職問題評論家の赤池博氏はリクルート整形について『まったく無意味。内面を磨く以前に採用結果だけを求め、面接さえクリアすればいいと顔を変えている』と批判する。『外見の変化で自信を持つなど精神的な効果はある』としながらも、『リストラされた中高年は、わらにもすがら思いで整形を受けるのだろう。危険な傾向』」という批判的なコメントを掲載している。

果たしてどちらが本当なのだろうか。実際、美男美女でないと就けない職業もある。俳優、モデル、アナウンサーといった職業は、他の能力が同じであれば美男美女であるほど評価が高くなる職業であり、そういう職業に就く人の中では、美男美女ほど所得が高くなることは容易に想像できる。しかし、多くの職業では、直接その容貌が生産性に影響を与えるとは思えない。そうだとすれば、容貌と生産性が無関係な職業に就く場合に、わざわざ整形手術をしてまで、容貌を美しくすることが本当に見合うのだろうか。残念ながら美男美女がいい就職機会を得るのか、労働市場でより高い賃金を受け取るのか、昇進が早いのかといったことに関する日本における実証研究はない。

しかし、アメリカの経済学者の中には、こういうテーマまで実証的に分析してしまう人がいる。テキサス大学の Hamermesh 教授である。彼はアメリカ、カナダ、中国のデータを用いた一連の研究で、面接した人の主観的判断で「美男美女度」を計測し、その「美男美女度」が賃金に与える影響を計量経済学的に分析した。その結果、学歴や年齢などの要因をコントロールしても、「美男美女」は「不器量」な人よりも高い賃金を得

ていることを明らかにしている。また、彼はアメリカの一流ロースクールの卒業生の所得のデータを在学時の写真の「美男美女度」から説明し、能力が非常に均質で同じような職業につくグループにおいても美男美女の方がより所得が多く、その効果は卒業後の時間が経過するほど大きくなることを示した (Biddle and Hamermesh, (1998))。さらに、オランダの広告会社では重役の美男美女度が高いほど企業の付加価値が高くなること、それは収益が高いから美男美女の重役がいるわけではないことを明らかにしている。

「美人の研究が経済学になるのか」と驚く人もいるかもしれない。そもそもどうやって、「美人」の程度を測るのだろうか。「美人」に関する調査は可能なのだろうか。それに、ケインズが株式市場に「美人投票」のたとえを使ったように、「美人」の定義は人によって違うので、そのような主観的なものが、厳密な実証分析に耐えられるのだろうか。Hamermesh 教授は、美人に関する好みが人によって異なる可能性について、きちんと統計的にチェックしている。もちろん、評価が完全に一致するわけではないが、ケインズの言葉とは異なり、性や年齢を異にした評価者の美人度に関する評価は、お互いかなり相関が高いことを明らかにしている。

「美人」の経済学的研究は何か意味があるものだろうか。実は、美人が労働市場で得をしているのかどうか、得をしているとしたらどういう理由なのかを明らかにすることは、労働経済学的には極めて重要なことである。仮に、美人が労働市場で得をしていたとしよう。その理由には、経済学的に次の3つが考えられる。第一に、美男美女の生産性とは無関係に雇用主の美男美女を雇いたいという好みから高い賃金を得ているという一種の差別から発生している場合である。第二に、顧客が美男美女の従業員に相手をしてもらうことを喜ぶことから美男美女の生産性が高くなり、その結果賃金が高まる場合がある。第三に、俳優の例のように美男美女であることそのものが生産性を高める場合も存在する。

第二、第三の理由の場合は、生産性の裏付けがあるため容貌で賃金に差が生じることになんの問題もないことになる。このような場合に、容貌による採用差別や賃金差別を禁じる法律をつくることは、社会全体の生産性を引き下げることになる。極端な話、テレビ俳優を選ぶのに、容貌を理由にしてはいけない、ということになってしまう。それは、多くの人にとって不幸なことである。では、どういう政策的介入の余地があるだろう。経済学的には、容貌の差による所得の差は生まれ持った資質の差が原因であるので、機会均等の観点からの政策的な介入をすれば、「美男美女税」、「不器量補助金」ということになる (Barro(2002))。不器量な人は、このお金で「リクルート整形」をするのも自由だし、他に使うのも自由ということになる。もっとも、自己申告制にした場合、「美男美女税」の負担者数や「不器量補助金」の申請者数がどの程度になるのか、筆者にはわからない。「美男美女税負担者証明書」を発行することにすれば、大幅増収アップを見込めるかもしれない。

しかし、生産性の裏付けがない雇用主の好みによって賃金が異なってくる場合には、

容貌による賃金差別を禁止した方が、経済全体の生産性は高まる。仮に、企業間の競争が十分に高ければ、わざわざ高い賃金を支払って美人を集めているような会社は、長期的には競争力が低下して市場から退出せざるをえないはずである。そのような経営者の好みを反映できる会社は、競争がゆるい規制産業に限られることになる。

Hamermesh 教授は、「仮に雇用主の好み賃金格差の原因であれば、自営業者の所得には「美男美女度」は影響しないはずだ」、という仮説を提唱し、実際にその仮説を検証している。その結果、自営業であっても同じように「美男美女度」が賃金格差をもたらすという結果を得ており、雇用主差別仮説を棄却している。美人弁護士は訴訟弁護士に多いことも Hamermesh 教授が明らかにしているが、弁護士の仕事によって美人度の賃金への影響が異なるかについては、はっきりした結果は出ていない。今のところ「顧客差別が原因なのか」、「本当に生産性の差があるのか」、については決定的な結論は得られていない。

かつて、人材派遣会社の名簿が流出しネット上で売買された事件で、名簿にはA, B, Cという「美人ランク」がつけられていたという（中日新聞・産経新聞 1998 年 1 月 29 日朝刊）。こうしたランクの存在が、美貌が労働者の能力の一つであるということの証かもしれない。経済学者としては、そのようなランクによって、どの程度派遣料金が異なってくるのか、どのような企業や職種でランクの高い労働者への需要が高いのかを知りたいところである。そういう情報があれば、「美人」の経済分析で「画期的」な研究ができるかもしれない（^o^）。

文献

- Barro, Robert (2002) *Nothing is sacred: Economic Ideas for the New Millennium*, The MIT Press
- Biddle, Jeff E and Daniel S. Hamermesh, (1998) “Beauty, Productivity, and Discrimination: Lawyers' Looks and Lucre,” *Journal of Labor Economics*, 16(1): 172-201
- Hamermesh, Daniel S and Jeff E. Biddle (1994) “Beauty and the Labor Market,” *American Economic Review*. 84(5): 1174-94
- Hamermesh, Daniel, X. Meng, and J.Zhang (1999) “Dress for Success: Does Primping Pay?” NBER, Working Paper No.7167
- Harper, Barry(2000) “Beauty, Stature and the Labour Market: A British Cohort Study,” *Oxford Bulletin of Economics and Statistics. Special Issue*; 62(0): 771-800
- Pfann, Gerard A, et al (2000) “Business Success and Businesses' Beauty Capital” *Economics Letters*. May; 67(2): 201-07