

化粧行動を規定する諸要因の関連性の検討¹⁾

Attitudes, opinions, and personality traits related with cosmetic behavior.

笹山 郁生
(Ikuo SASAYAMA)
(第四部心理科)

永松 亜矢²⁾
(Aya NAGAMATSU)
(小倉興産株式会社)

(平成10年9月10日受理)

女子大学生 281 名を分析対象として、化粧行動を規定する諸要因の関連性を検討するために質問紙調査を実施した。その結果、化粧行動は主に「化粧への関心」と「化粧の習慣」という2つの化粧行動についての態度で説明され、それらはそれぞれ異なった化粧に対する意識や性格特性と関連することが明らかになった。また顕示欲求は、化粧行動との間には直接的な関連は認められないものの、化粧に対する様々な意識や態度と関連しているという点で、化粧行動を規定する重要な性格特性であることが示された。これらの結果より、個人の性格特性によって化粧に対する意識が変化し、それらの意識が化粧行動を規定するというプロセスの存在が考察された。

現代女性にとって、化粧は自己提示のための重要な手段のひとつである。しかし、大学生の中には化粧をしている者もいればしていない者も存在する。大学生という時期は、高校生までや大学卒業後と比べると、化粧をするかどうかの選択が本人の自由意志にゆだねられている部分が大い。また大学生と社会人とは、化粧をするものの目的が異なっていることも考えられる。

この点について岡崎(1993)は、18~24歳の人は周囲から見た魅力の上昇や、顔を創造する楽しみを目的として化粧を行ない、肌を保護するために化粧するという意識は低いものに対して、25~34歳の人は、化粧によって対人関係を活発化させる効果を意識してはいるが、それ以上に仕事や立場上化粧しなければならなかったり、肌を保護しなければならなかったりということが化粧の目的となっていることを明らかにしている。また山本・加藤(1991)は、学生は個性の表現として化粧を重要視する一方で、必要がなければ化粧はしたくないという人が多いのに対して、社会人では、社会における自分を意識し、周囲の他人に同調しながらも、個性の表現のために化粧を重要と考えており、化粧をする目的としては、相対的に社会的な要因の効果が強いと報告している。

これらの研究からも明らかなように、社会人の

場合には、仕事や立場上の「化粧しなければならない」といった意識や社会的規範による圧力といった、自分自身が化粧することが好きかどうかということ以外の要因が、化粧行動を規定している可能性が考えられる。また高校生では一般的に化粧することが公認されていないため、化粧をしたくても「してはいけない」といった意識や規範が働いてしまう可能性も考えられる。これらの人々と比べて女子大学生は、比較的、社会的規範による圧力を受けることがなく、化粧するかどうかを自分自身の考えに基づいて自由に選択することが可能である。したがって女子大学生を調査対象者とすることによって、化粧行動を規定する心理的要因の影響を、より直接的に検討することができるものと思われる。

それでは、どのような心理的要因が化粧行動と関連しているのだろうか。この点についてまず考えられることは、各個人の性格特性である。例えば、顕示欲求が強い人ほど化粧をよく行い、化粧のもつ他者への影響力を高く評価すること(松井・山本・岩男, 1983)、外向的な人はよく化粧をしている(松井他, 1983; 岩男・菅原・松井, 1985)のに対して、内向的な人は基礎化粧にウエイトをおいており(松井他, 1983; 岩男・菅原・松井, 1985)、内向的な人が化粧をすると積極的になること(岩

1)本研究の研究計画を検討する際に、聖心女子大学の松井豊先生(現筑波大学)と福岡大学の飛田操先生に貴重な御助言を頂きました。また調査の実施にあたっては、福岡教育大学の横山正幸先生と岡直樹先生、江戸川大学の菅原健介先生、お茶の水女子大学の坂元章先生、東洋大学の北村英哉先生と久保ゆかり先生、川村学園女子大学の中村真先生、浅井義弘先生、松井洋先生、常磐大学の片山美由紀先生、昭和女子大学の清水裕先生にご協力いただきました。心から感謝いたします。

2)平成9年度福岡教育大学教育学部小学校教員養成課程教育学・教育心理学専修卒業

男・松井, 1984), 公的自己意識の高い女性ほど状況に関わらず化粧する傾向にあり(Cash & Cash, 1982), また化粧をすることで対人関係が円滑に進むという考えをもっていること(Miller & Cox, 1982), 私的自己意識の高い女性ほど化粧をすること(松井他, 1985), 化粧品多数使用者の方が女性性が高く, 性役割観はやや自由であること(Cash, Rissi, & Chapman, 1985), 化粧品多数使用者は内的統制型であること(Cash et al., 1985), 化粧をする人ほど対人不安が低く, 逆に自尊心は高いこと(大坊, 1991)など, 化粧行動と関連する性格特性についての研究は数多い。

しかしながら従来の研究では, これらの性格特性の中で, どの特性が化粧行動と最も密接に関連しているのかについては充分検討されていない。また化粧行動と性格特性との関連性については, その結果が一貫していない例も見受けられる。例えば公的自己意識に関しては, 松井他(1985)ではその関連性が認められておらず, また女性性に関しても, 松井他(1983)では化粧をするから自分の女性性を受容するといった直接的な関係は見られないことが明らかにされている。

このように化粧をする人の性格特性については必ずしも一貫した傾向が認められないが, このことの原因としては, 個人がどのような性格なのかによって化粧に対する意識が異なってくる可能性

が考えられる。この点に関して菅原・岩男・松井(1985)は, 公的自己意識の高さは化粧に対する様々な態度を媒介しており, その態度の中には化粧に対する不安感なども含まれているため, 必ずしも化粧行動との間に直接的な関連性は認められないものの, 化粧をよくするか否かに関わらず, 公的自己意識の高い人はとにかく化粧に対してさまざまな関心と効用を認めていると述べている。

この考え方に基づくと, ある個人の性格特性が化粧に対する意識や態度に様々な影響を及ぼし, それらの意識や態度が化粧行動を規定しているというプロセスの存在を仮定することができる。すなわち, 性格特性の違いが化粧に対してそれぞれ異なる意識を生起させ, それが化粧行動にそれぞれ影響しているというプロセスを仮定することによって, 性格特性と化粧行動との関連性についての先行研究間の不一致を説明できるものと考えられる。

それでは, 化粧に対する意識にはどのようなものがあり, またそれらの意識は化粧をする人としていない人との間でどのように異なっているのだろうか。この点について次に検討する。

松井他(1983)は, 化粧をすることによって得られる様々な心理的効用をモデル図にまとめている(Figure 1)。Figure 1によると, 化粧には「変身願望の充足」や「創造の楽しみ」, 「化粧自体

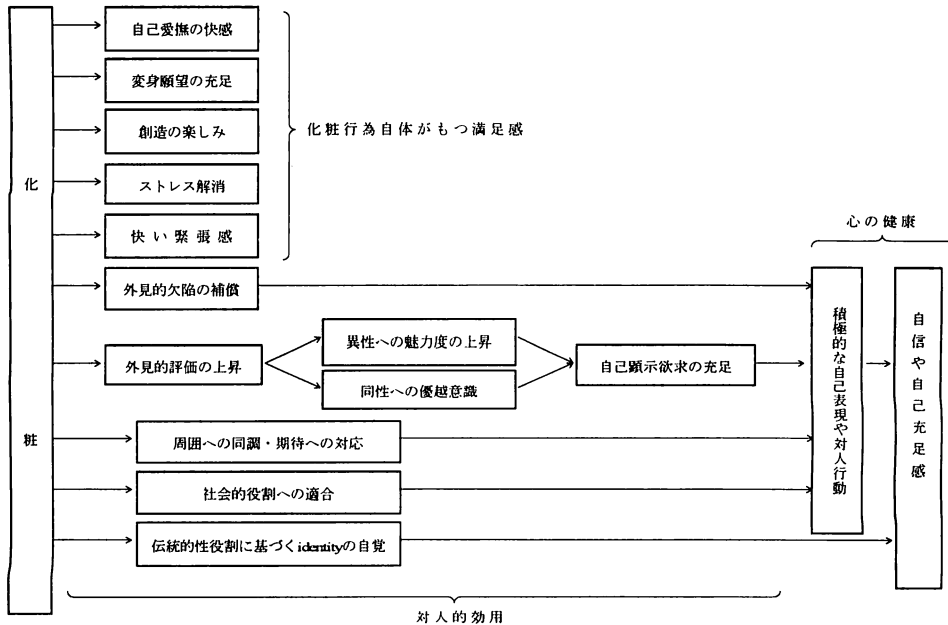


Figure 1 松井・山本・岩男(1983)による化粧の心理的効用のモデル図

による自己愛撫の快感」や「ストレス解消」などの『化粧行為自体がもつ満足感』, 「外見的欠陥の補償」や「外見的評価の上昇」などからくる「自己顕示欲求の充足」「周囲への同調・期待への対応」や「社会的役割への適合」「伝統的性役割に基づくidentityの自覚」などの『対人的効用』, さらにこれらを土台とし「積極性や自信の獲得」につながる『心の健康』といった3つの効用が存在することなどが化粧の効用としてあげられている。

しかし松井他(1983)の研究は, 化粧に興味があり化粧行動を頻繁に行う人々を対象にしたものである。したがってFigure 1に示された化粧の心理的効用とは化粧する人の意識とも考えられ, 化粧をする人はこのような化粧の心理的効用を認めているからこそ化粧をしているとも考えられる。

これに対して従来の研究では, 化粧をしない人の化粧に対する意識についての研究は多くない。そのような中で, 飛田(1996)は女子大学生を被験者として『化粧をする理由』『化粧をしない理由』についての調査を行っている。この研究では, 『化粧をする理由』として「自己顕示と魅力性」「積極性や自信の獲得」「伝統的性役割観」「肌の保護と欠点のカバー」の4因子が, また『化粧をしない理由』として「他者からの評価懸念」「化粧にともなう心理的コスト」「マイナスの効果」「効果のなさ」の4因子がそれぞれ抽出されている。この飛田の研究で用いられた具体的項目と松井他のモデル図(Figure 1)とを比較すると, 『化粧をする理由』については, 両者の間でほぼ一致した結果になっているものの, 『化粧をしない理由』については, 飛田の研究で抽出された因子に対応するものが松井のモデル図の中には見られない。すなわち, 飛田の研究において明らかにされた『化粧をしない理由』からは, 「マイナスの効果」や「効果のなさ」といった化粧の心理的効用自体を認めていないと思われるものや, 「他者からの評価懸念」や「化粧にともなう心理的コスト」のように, 化粧をする人とは異なる意識が存在しているようにも思われる。

このように, 化粧をする人としらない人とは化粧に対して異なる意識が存在していると考えられるが, この意識の違いの原因として, 前述した個人の性格特性の違いを考えることも可能だろう。すなわち, ある個人の性格特性の違いは化粧行動と直接的に結びつくのではなく, 化粧に対する意識や態度に影響を及ぼしており, それらの意識や態度が化粧をするかどうかを決定しているというプロセスの存在を仮定することによって, 性格特

性と化粧行動との関連が必ずしも一貫していないという先行研究の結果をある程度は説明できるものと考えられる。

そこで本研究では, 女子大学生を調査対象者として, 個人の性格特性の違いが化粧についての異なる意識を生起させ, その意識の違いが化粧をするかどうかといった化粧行動に影響を及ぼすというプロセスを仮定して, これら諸要因が実際の化粧行動にどのように関連しているのかについて検討することを目的とする。

また化粧行動に影響を与える要因としては, 各個人の心理的要因だけではなく, 大学の雰囲気や自由に使える金額などといった社会的要因の影響も考えられる。さらに, 身近な人の化粧行動や化粧に対する意識が調査対象者自身の化粧行動に影響を与えている可能性もある。つまり, 周囲の友人や母親, 姉妹などが頻繁に化粧をしていたり, 化粧への関心が高ければ, 自然と化粧に対する様々な情報を得たり, 化粧に対してより親しみを感じたりするようになるので, 結果的により化粧行動をするようになるのではないかとも思われる。このように調査対象者の様々な基本的属性も, 化粧行動に少なからず影響を与えていると考えられる。

そこで本研究では, 個人の性格特性や個人を取り巻く社会的要因の違いが化粧について異なる意識を生起させ, その意識の違いが実際の化粧行動に影響を及ぼすというプロセスを仮定して, これら諸要因の関連性について検討することを目的とする。

方法

調査対象者 本研究では7大学の女子学生295名に対して調査を実施した。7大学の内訳は, 福岡県内の国立大学1校と関東地方の国私立大学6校(共学4校, 女子大学3校)であった。なおこれらの調査対象者の中から, 年齢が19~24歳までの281名(平均年齢20.6歳)を分析に用いた。

調査期間 1997年10月下旬から11月中旬であった。

質問紙の構成 ①調査対象者の基本的属性: 大学・学部名, 性別, 年齢, 恋人の有無, 兄弟姉妹の有無についてたずねた。また, 初めて化粧をした年齢, 月に自由になる金額については自由記述させ, 母親の化粧頻度については, 「必ずする」「時々する」「ほとんどしない」の3つの選択肢からひとつを選択させた。

②化粧品の実態: 11種のメーキャップ化粧品のそれぞれについて, その使用頻度を「使う」「時々使う」「使わない」の3つの選択肢からひ

とつ選択させた。また、一週間に化粧をする日数、化粧にかかる時間、月に化粧品にかかることのできる最大の金額については自由記述させ、外出時の化粧頻度については「必ずする」「時々する」「ほとんどしない」の3つの選択肢からひとつを選択させた。

③化粧に対する意識・態度：a.化粧に対する意識22項目、b.化粧のメリット・デメリットに対する意識18項目、c.化粧に対する態度23項目の計63項目に対して、aとbは「非常にそう思う」から「全くそう思わない」までの7件法で、cは「よくあてはまる」から「全くあてはまらない」までの7件法でそれぞれ評定させた。これらの項目は、化粧をする理由・しない理由について自由記述法でたずねた予備調査の結果、ならびに松井・山本・岩男（1983）、岩男・菅原・松井（1985）、山本・加藤（1991）、飛田（1996）を参考に作成した。

④性格特性：本研究では、性別役割意識（伊藤、1978のM-H-F scaleの中の個人的評価と女性役割期待）、自己意識（菅原、1984より10項目を抽出）、自尊心（山本・松井・山成、1982）、顕示欲求（EPPS性格検査）、社会的外向性（Y-G性格検査）、特性不安（清水・今榮、1981によるSTATE-TRAIT ANXIETY INVENTORYの中の特性尺度）、Locus of Control（鎌原・樋口・清水、1982）の7つの性格特性について調査した。

手続き 調査は、講義時間中に集団で実施、または講義時間内に質問紙を配布し、簡単な説明を加えて持ち帰らせ、個別に回答させた後回収するという2つの方法で実施した。

結果

本研究における多変量解析では、欠損値を平均値に置き換えて分析を実施し、また主成分分析と因子分析の解釈にあたっては、負荷量 .35以上をその基準とした。

調査対象者の選択 本研究の調査対象者は女子大学生に限定したが、年齢に大きなばらつきがあった（18歳～34歳）ため、調査対象者の年齢の下限を飛田（1996）にしたがって19歳、上限を岡崎（1993）にしたがって24歳とした。そしてこの基準をもとに抽出した281名を分析対象とした。

化粧度の検討 本研究では、調査対象者が実際にどの程度化粧行動をしているかということ、化粧度（松井他、1983）という指標であらわした。化粧度算出にあたっては、まず11種の化粧品の使用実態についての回答に対して主成分分析を実施した。その結果「リップクリーム」の負荷量が低

かった（.161）ので、この項目を除外して再度主成分分析を行ない、その一次元性を確認（寄与率33.8%）するとともに、主成分得点を算出した。

次にこの主成分得点と一週間に化粧をする日数（ $r=.579$ ）、一回の化粧にかかる時間（ $r=.603$ ）、月に化粧品にかかることのできる最大の金額（ $r=.424$ ）、外出時の化粧頻度（ $r=.375$ ）との相関を算出したところ、1%水準でいずれも高い正の相関が認められた。そこでこれら4項目も化粧度の側面をあらわす項目であると考え、これらの項目も加えて再度主成分分析を実施した（Table 1）。その結果、一次元性が確認された（寄与率33.4%）ので、この主成分分析によって算出した主成分得点を「化粧度」得点とした。

Table 1 化粧度についての主成分分析

質問項目	第1主成分
あなたは外出するときに化粧をしますか	.763
一週間のうち、化粧をするのは何日ぐらいですか	.742
アイシャドウ	.693
マスカラ	.691
ファンデーション	.582
眉を整えること（眉墨）	.581
アイライナー	.578
口紅	.576
ベディキュア	.531
化粧品にかかることのできる金額は、 月に最大でいくらぐらいですか	.510
香水	.478
マニキュア	.431
一回の化粧にかかる時間はどのぐらいですか	.393
頬紅	.359
固有値	4.674
寄与率 (%)	33.389

化粧度の大学間の比較 調査を実施した各大学により、前述の「化粧度」得点に違いがあるかどうかを検討するにあたり、まず「化粧度」得点の平均値と標準偏差を算出してTable 2に示した。

Table 2 化粧度の大学別平均値と標準偏差

大学	N	平均値	標準偏差
1（共学）	71	-.439	.896
2（女子大）	53	.358	.893
3（女子大）	45	.293	.946
4（女子大）	25	.103	1.117
5（共学）	31	-.032	1.112
6（共学）	34	-.089	.905
7（共学）	22	.020	1.069

次に化粧度が大学によって異なっているかを調べるために、一要因分散分析を実施した。その結果、主効果が有意（ $F_{(6,274)} = 4.463; p < .001$ ）であったので、Scheffe法による多重比較を行ったところ、5%水準で最も「化粧度」得点の高かった2つの女子大学（大学2、3）と最も「化粧度」得点の低かった1大学（大学1）との間に有意差が認められた。そこで、最も「化粧度」得点の平均値が高かった2大学を3、中間の4大学を2、最も低かった1大学を1と尺度化し、以後の分析で用いることにした。

化粧に対する意識の構造 化粧に対する意識に関する22の質問項目の構造について検討するために、主因子法による因子分析を実施した。固有値減少率と解釈可能性から因子数を3に決定し、varimax回転を実施したところ、「化粧をすると自分自身が自意識過剰になってしまう」「自分の素肌に自信がある」「一般に、何とんでも美人は得をと思う」「みんな、同じような化粧をすると個性がなくなって見える」「普段と違うメイクは皆の話題にされそうで恥ずかしい」の5項目はいずれの因子においても因子負荷量が低かった。そこでこれらの項目を除外して再度因子分析を行ない、最終的な結果をTable 3に示した（累積寄与率54.6%）。

因子分析の結果、「化粧をする必要はないと思う」「化粧は自分にとって必需品である」など8項目で負荷の高かった第Ⅰ因子を「必需品としての化粧」因子、「化粧は女性の身だしなみだと思う」「化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う」など9項目で負荷の高かった第Ⅱ因子を「身だしなみとしての化粧」因子、「他人に見劣りしたくない」「周りの人にきれいだと思われない」など6項目で負荷の高かった第Ⅲ因子を「他者に見せるための化粧」因子とそれぞれ命名した。さらに因子得点を算出し、それぞれ「必需品としての化粧」得点、「身だしなみとしての化粧」得点、「他者に見せるための化粧」得点として、以後の分析で用いることにした。また因子分析の結果、いずれの因子にも負荷の低かった5項目につ

いては、各調査対象者の評定値をz得点化し、以後の分析で用いることにした。

化粧のメリット・デメリットに対する意識の構造

化粧のメリット・デメリットに対する意識に関する18の質問項目の構造を検討するために、主因子法による因子分析を実施した。固有値減少率と解釈可能性から因子数を2に決定し、varimax回転を実施したところ、「化粧をしたら肌を守ることができる」の項目は、いずれの因子においても因子負荷量が低かった。そこでこの項目を除外して再度因子分析を行い、その結果をTable 4に示した（累積寄与率47.1%）。

因子分析の結果、「化粧をすると顔や表情が変わって見えて面白い」「化粧をすると気持ちがしゃんとする」など13項目で負荷の高かった第Ⅰ因子を「化粧の持つ心理的効用」因子、「化粧をするのが面倒である」「化粧をしていないときのほうが気持ちいい」など6項目で負荷の高かった第Ⅱ因子を「心理的コスト」因子とそれぞれ命名した。さらに因子得点を算出し、「化粧の持つ心理的効用」得点、「心理的コスト」得点として、以後の分析で用いることにした。また因子分析の結果、いずれの因子にも負荷の低かった1項目については評定値をz得点化し、以後の分析で用いることにした。

化粧に対する態度の構造 化粧に対する態度に関する23の質問項目の構造について検討するために主因子法による因子分析を実施した。固有値減少率と解釈可能性から因子数を4に決定し、varimax

Table 3 化粧に対する意識についての因子分析：varimax 回転後の因子負荷量

質問項目	第Ⅰ因子	第Ⅱ因子	第Ⅲ因子
化粧をする必要はないと思う	-.709	-.289	-.177
学生のうちは化粧などするべきでないと考えている	-.641	-.033	-.059
化粧は自分にとって必需品である	.616	.416	.389
化粧をしても効果がないと思う	-.554	-.180	-.137
化粧が好きである	.518	.445	.214
若いときは、化粧をしない方がきれいだと思う	-.481	-.090	.007
化粧をしていないときに知人に会うと恥ずかしい	.470	.347	.393
化粧は女性の身だしなみだと思う	.267	.725	.214
改まった席にでるときにはきちんとした化粧をしていないとおかしい	.189	.575	.144
化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う	.252	.574	.144
化粧をする年頃だと思う	.301	.547	.135
女性はおしゃれを楽しまなくては損だと思う	.362	.453	.287
大人の女性に見られたいと思う	.013	.406	.249
他人に見劣りしたくない	.160	.106	.832
周りの人にきれいだと思われない	.140	.322	.621
化粧のノリが悪いと一日中気分が悪い	.283	.242	.459
化粧をしたときの異性の反応が気になる	-.071	.389	.407
固有値	6.415	1.680	1.194
寄与率 (%)	37.737	9.882	7.023
累積寄与率 (%)	37.737	47.619	54.642
因子名	「必需品としての化粧」	「身だしなみとしての化粧」	「他者に見せるための化粧」

Table 4 化粧のメリット・デメリットに対する意識についての因子分析：

varimax 回転後の因子負荷量			
質 問 項 目	第Ⅰ因子	第Ⅱ因子	
化粧をすると顔や表情が変わって見えて面白い	.707	-.007	
化粧をすると気持ちがしゃんとする	.695	-.308	
化粧をしているときの方が積極的になれる	.688	-.343	
化粧をすると気分転換になる	.680	-.095	
化粧をすると素顔とは違う自分になれる	.653	.031	
化粧をすると女らしい気分になる	.637	-.087	
化粧をするとストレス解消になる	.617	-.172	
化粧は創作する楽しさを感じる	.577	.010	
化粧中、自分の顔や肌を触っていて気持ちいい	.562	-.230	
化粧をしているときの方が気持ちにゆとりができる	.545	-.502	
化粧をすると肌の色等の欠点をカバーすることができる	.439	-.029	
化粧をしていると立居振舞がエレガントになる	.435	-.038	
化粧をするのが面倒である	-.232	.754	
化粧をしていないときの方が気持ちいい	-.178	.532	
化粧を落とすのが面倒である	.114	.517	
化粧くずれを気にするのが面倒である	.030	.487	
化粧をしていないと落ち着かない	.423	-.430	
固 有 値	5.937	2.065	
寄 与 率 (%)	34.925	12.147	
累積寄与率 (%)	34.925	47.072	
因 子 名	「化粧の持つ心理的効用」		「心理的コスト」

回転を実施したところ、「テレビをよく見る」「眉が薄い」「親や友人、恋人が化粧をすることに反対している」「化粧をしている友人が多い」「アルバイトの都合上化粧をすることが多い」「化粧をしても見せる相手がいない」「新しいメイキャップをしても周囲の評判が悪いと止めてしまう」「できるだけ自然に見える化粧をしている」「化粧品は高いと思う」の9項目がいずれの因子においても因子負荷量が低かった。そこでこれらの項目を除外して再度因子分析を行い、最終的な結果をTable5に示した(累積寄与率61.6%)。

因子分析の結果、「化粧は毎日の習慣である」「遅刻してでも化粧はする」など4項目で負荷の高かった第Ⅰ因子を「化粧の習慣」因子、「他人の化粧や雑誌の化粧のページは必ず見て参考になっている」「会う人や出かけるところによってメイクの仕方を変えている」など6項目で負荷の高かった第Ⅱ因子を「化粧への関心」因子、「化粧のやり方がよく分からない」「自分に合った化粧品をまだ見つけていない」など3項目で負荷の高かった第Ⅲ因子を「試行錯誤(初心者)」因子、「肌が弱い」「化粧により肌荒れや炎症を起こしたこ

Table 5 化粧に対する態度についての因子分析：varimax 回転後の因子負荷量

質 問 項 目	第Ⅰ因子	第Ⅱ因子	第Ⅲ因子	第Ⅳ因子
化粧は毎日の習慣である	.829	.253	-.171	-.019
遅刻してでも化粧はする	.757	.236	-.070	-.011
気が向いたときにだけ化粧をする	-.731	-.026	.146	-.006
普段家にいるときも化粧をしている	.392	.151	-.071	-.007
おしゃれ感覚で化粧をしている	.168	.646	-.177	-.022
他人の化粧や雑誌の化粧のページは必ず見て参考になっている	.159	.644	.024	.002
会う人や出かけるところによってメイクの仕方を変えている	.052	.593	-.183	.132
友人同士で化粧に対する話題がよくでる	.163	.568	-.019	-.041
自分の個性をいかすような化粧を心がけている	.148	.493	-.394	.127
化粧直しをするほうである	.304	.415	-.208	.118
化粧のやり方がよく分からない	-.253	-.296	.648	-.019
自分にあった化粧品をまだ見つけていない	-.104	-.047	.632	.040
肌が弱い	-.015	.032	-.022	.793
化粧により肌荒れや炎症を起こしたことがある	-.002	.052	.021	.674
固 有 値	4.219	1.720	1.455	1.230
寄 与 率 (%)	30.132	12.283	10.395	8.784
累積寄与率 (%)	30.132	42.415	52.811	61.595
因 子 名	「化粧の習慣」		「化粧への関心」	「試行錯誤(初心者)」
				「敏感肌」

とがある」の2項目で負荷の高かった第IV因子を「敏感肌」因子とそれぞれ命名した。さらに因子得点を算出し、「化粧の習慣」得点、「化粧への関心」得点、「試行錯誤（初心者）」得点、「敏感肌」得点として、以後の分析に用いることにした。また因子分析の結果、いずれの因子にも負荷の低かった9項目については、評定値をz得点化し、以後の分析で用いることにした。

性格特性尺度の得点化 本研究で用いた各性格特性尺度については、先行研究にしたがって下位尺度の存在するものについては因子分析、下位尺度の存在しないものについては主成分分析を実施し、それぞれの因子得点、あるいは主成分得点を算出して、これらの性格特性得点とした。各性格特性得点は、点数が高くなるほどその性格特性傾向が強くなるように（Locus of Control尺度では内的統制傾向が強くなるように）得点を算出した。なおこれらの分析の結果、自尊心と特性不安においてそれぞれ1項目、Locus of Controlにおいて6項目の主成分負荷量が低かったため、これらの尺度では、負荷量の低かった項目を除外して再度分析を実施し、一次元性を確認した後に主成分得点を算出した。

またM-H-F scaleの得点算出にあたっては、伊藤（1978）にしたがって、男性性受容得点、女性性受容得点、人間性受容得点、男性性期待得点、女性性期待得点、人間性期待得点の6つの得点を算出し、その数値を標準化したものを以後の分析で用いることにした。

化粧度と化粧に対する意識・態度ならびに性格特性との関連 化粧度がどのような要因と関連しているのかを検討するために、まず「化粧度」得点を基準変数、前述の因子分析ならびに主成分分析の結果算出した各尺度得点とz得点、ならびに基本的属性に関する12変数の計49変数を説明変数として、変数増減法（変数投入時のF値の有意確率；.010以下、変数除去時のF値の有意確率；.050以上）による重回帰分析を実施した。なお基本的属性に関する12変数のうち、年齢、初めて化粧をした年齢、月に自由になる金額、母親の化粧頻度、の4変数については評定値をz得点化したものを、また恋人の有無については、「いる」場合を1としたダミー変数を、兄弟姉妹の有無については、各カテゴリー（兄・弟・姉・妹・いない）に○をつけていた場合を1とした計5つのダミー変数を、大学の種類については「女子大」を1としたダミー変数をそれぞれ投入した。また大学別の化粧度の高低については、前述した値をそのまま投入し

た。

さらにこの重回帰分析の結果、化粧度と関連の認められた各変数を基準変数、その他の変数を説明変数とする重回帰分析についても同様の手続きで実施した。なお本研究では、調査対象者の基本的属性や性格特性が、化粧に対する意識や態度を規定し、この意識や態度が化粧度を規定しているというプロセスの存在を仮定しているため、化粧に対する意識を基準変数とする重回帰分析では、基本的属性についての12変数と性格特性についての13変数の計25変数のみを投入した。なおこれらの重回帰分析の結果をまとめてFigure 2に示した。

Figure 2より、化粧度は化粧に対する意識によって直接規定されているのではなく、「化粧への関心」「化粧の習慣」「初心者（試行錯誤）」といった3つの化粧に対する態度で説明されることが示された。さらにこれらの態度は、様々な化粧に対する意識や性格特性と関連していることが明らかになった。なおこれらの結果については以下のように整理した。

「化粧への関心」という態度は、「化粧をすると気持ちがしゃんとする」など化粧の持つ心理的効用と関連（ $\beta = .454$ ）しており、この意識はさらに私的自己意識（ $\beta = .193$ ）、顕示欲求（ $\beta = .298$ ）などの性格特性と関連していた。

「化粧の習慣」という態度は「化粧は自分にとって必需品である」という意識と関連（ $\beta = .381$ ）しており、この意識は女性性を受容していることと関連（ $\beta = .180$ ）していた。また「化粧の習慣」は「化粧は女性の身だしなみだと思ふ」といった意識とも関連（ $\beta = .266$ ）しており、この意識は社会的外向性と関連（ $\beta = .223$ ）していた。

最後に「試行錯誤」する態度は、心理的コストの感じやすさと関連（ $\beta = .378$ ）していたが、この心理的コストを生じさせるような性格特性や基本的属性については、今回の調査で用いた変数からは明らかにされなかった。

またFigure 2より、顕示欲求がほとんどの意識と関連していることから、化粧に対する多くの意識に顕示欲求が影響を与えていることが示された。

考 察

化粧に対する意識や態度 本研究では、化粧に対する意識として「必需品としての化粧」「身だしなみとしての化粧」「他者に見せるための化粧」の3因子を、化粧のメリット・デメリットに対する意識として「化粧の持つ心理的効用」と「心理的コスト」の2因子を、化粧に対する態度として

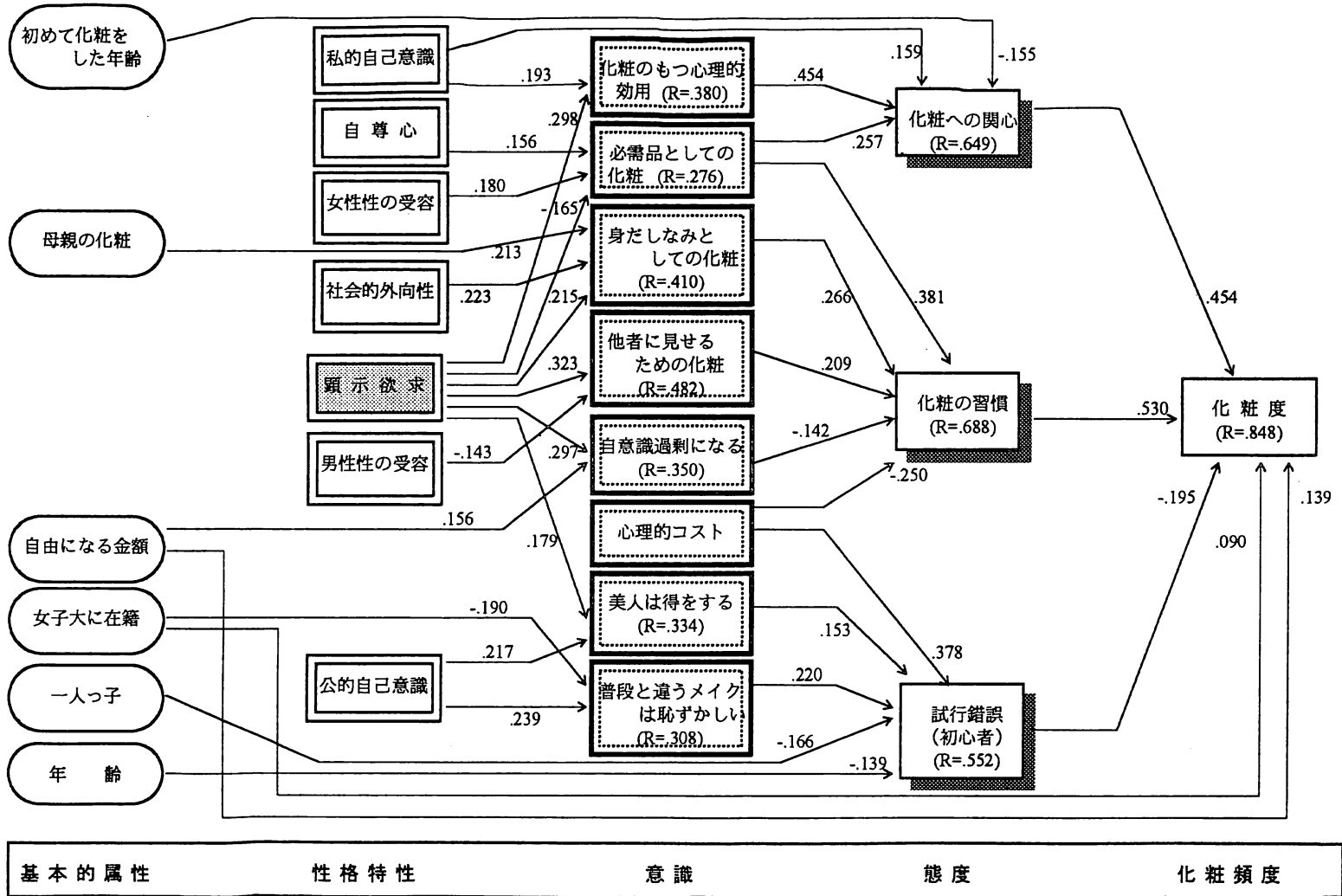


Figure 2 化粧度を規定する諸要因の関連性 (重回帰分析の結果)

「化粧の習慣」「化粧への関心」「試行錯誤（初心者）」「敏感肌」の4因子をそれぞれ抽出した。これら各因子は、松井・山本・岩男（1983）、飛田（1996）、山本・加藤（1991）等の研究で議論されている化粧についての意識とほぼ対応したものと考えられる。

化粧度と化粧に対する意識・態度ならびに性格特性との関連 分析結果をまとめたFigure 2より、化粧度は「化粧への関心」「化粧の習慣」「試行錯誤（初心者）」という3つの化粧に対する態度と、月に自由になる金額、女子大在籍という基本的属性で説明されていた。つまり、化粧に対する関心が高い人や、化粧が習慣化している人は化粧をよくするが、化粧のやり方や自分にあった化粧品が分からずに試行錯誤している初心者は、あまり化粧をしていない。また基本的属性に関しては、自由になる金額が多い人や女子大学に在籍している人ほど化粧をよくしていた。しかし標準偏回帰係数を細かく検討すると、「化粧への関心」「化粧の習慣」以外ではその値がそれほど大きくないことから、その人物がどのような環境にいるのかといった社会的要因よりも、化粧に関するこの2つの態度が化粧行動をより直接的に規定しているものと思われる。

また化粧に対する態度は、それぞれ異なった化粧に対する意識や性格特性で説明されることが示された。以下では、それぞれの関連性について検討していくことにする。

まず「化粧への関心」は、化粧のもつ心理的効用と関連しており、この意識はさらに私的自己意識と関連していた。つまり、化粧への関心が高い女性は化粧の持つ心理的効用を認めており、その効果を有効に利用するために化粧をしていると考えられる。この結果は、化粧への関心が高い人は積極的な気分を得るために化粧をするという岡崎（1993）の研究結果と対応したものである。

また本研究では、私的自己意識が高い人ほど化粧の持つ心理的効用を認めていた。化粧の持つ心理的効用とは、松井他（1983）によると、「創造の楽しみ」「変身願望の充足」「ストレス解消」などの『化粧行為自体がもつ満足感』をあらわす意識であるが、私的自己意識の高い人は自己の内面によせる関心が大きいため、化粧をすることによって変化する自分自身に対してより注意を向けやすく、化粧の心理的効用に気づきやすいためではないかと考えられる。

さらに初めてきちんとした化粧をした時の年齢が若い人ほど、化粧に対する関心が高くなること

も示された。この点については、早い時期から化粧をしているとそれだけ化粧に関する情報が必要になってくるために関心が高くなったり、逆に化粧に対する関心がそもそも高い人ほど化粧を初める年齢も早くなるといった関連が考えられる。

次に「化粧の習慣」は、化粧は必需品である、化粧は身だしなみである、他者に見せるために化粧をしている、といった意識と関連していた。つまり、化粧はなくてはならない必需品であると感じていたり、仕事や立場上の身だしなみとして、また他人からの評価を気にして化粧をしている人は、化粧の習慣化といった態度を持っているために化粧をしていると考えられる。この結果は、女性の化粧は他者の目を意識する習慣的なものであるという山本・加藤（1991）の研究結果とほぼ対応している。また化粧の習慣は、化粧をすると自意識過剰になる、心理的コストを感じるといった意識とは負の関連が見られた。つまり、化粧をすると必要以上に自意識過剰になってしまう人や、化粧に対して心理的コストを感じている人は、化粧を習慣化しようという意識がないために化粧しないものと考えられる。

さらにこれらの意識のうち、「必需品としての化粧」は自尊心や女性性の受容と関連があった。つまり、自尊心が高い人は美しくない自分を見られたくないという意識が働くために化粧を必要と感じ、また女性であることを受け入れている人は、女である以上女らしくなければならぬという意識が働くために化粧を必要だと感じているのではないかと考えられる。

「身だしなみとしての化粧」は社会的外向性や母親の化粧と関連があった。この結果より、外向的な人ほど化粧を身だしなみだと感じており、化粧をしないことは失礼であり、大人の女性に見られるようにきちんと化粧をしようとする姿勢がうかがえる。また、普段から化粧をよくしている母親を持つ人は、母親が化粧をしている姿をいつも見ているために、女性として化粧をすることが最低限のルールであるというような意識が、自然と身についているのではないかと考えられる。

「他者に見せるための化粧」は、男性性の受容と負の関連が見られた。この結果より、他人を意識した化粧とは、女らしくありたいためというよりは、男っぽく見られたくないための化粧であると考えられる。

最後に「試行錯誤」という態度は、心理的コストの感じやすさ、美人は得をするという意識、普段と違ったメイクは恥ずかしいという意識と関連

していた。これらの結果より、化粧をすることに心理的コストを感じていたり、普段と違うメイクは恥ずかしいと思っている人は、まだ化粧のやり方や自分にどんな化粧品が合っているのかが分からずに試行錯誤している初心者であるために、あまり化粧をしていないものと考えられる。

これらの意識のうち、美人は得をするという意識と普段と違うメイクは恥ずかしいという意識は公的自己意識とそれぞれ関連が見られた。この結果からは、他人から見られる自己に注意を向けやすい人ほど、いつもと違う化粧をすると周囲の人がその新しい化粧について何か思っているのではないかと感じ、恥ずかしくなるのではないかとということが考えられる。さらに、共学の大学に在籍しているほうが、普段と違うメイクを恥ずかしいと感じることも示された。この結果からは、男性の目がある時は、いつもと違う自分を見られていることを特に恥ずかしいと感じるような意識の働くことが考えられる。逆に、女性だけの時に普段と違うメイクをした時は、恥ずかしさというよりは、何か厳しい評価をされているのではないかと不安感の生起する可能性も考えられる。

また、試行錯誤は年齢と負の関連があった。つまり、年齢が高くなるほど試行錯誤することは減り、化粧に慣れてきているのではないかと考えられる。このことは、試行錯誤している初心者も、化粧に慣れてくれば、「化粧への関心」や「化粧の習慣」といった態度を形成していく可能性のあることを示唆している。

このように、化粧に対する態度は、様々な化粧に対する意識や性格特性と複雑に関連していることが明らかになり、その関連性は様々な先行研究とそれぞれ対応するものであることが示された。

顕示欲求の重要性 本研究の結果、顕示欲求と化粧度との間には直接的な関連性は認められず、また化粧度と顕示欲求との間の単相関係数も大変低い値 ($r = .082$) であった。しかし、Figure 2に示したように、顕示欲求は化粧に対する様々な意識と関連していることが明らかになった。

これらの関連について具体的に検討すると、顕示欲求は「身だしなみとしての化粧」「他者に見せるための化粧」「化粧をすると自意識過剰になる」といった意識とは正の関連が、また「必需品としての化粧」という意識とは負の関連がそれぞれ認められた。さらにFigure 2からは、顕示欲求が高い個人が、他者に自分を見せるために化粧をするといった意識を持った場合には化粧するが、化粧をすると自分自身が自意識過剰になっ

たという意識を持つと逆に化粧はしなくなるというプロセスや、顕示欲求の低い個人が化粧はしなくてはならないという意識を持つと化粧をするというプロセスのあることが明らかにされている。すなわちこれらの結果は、顕示欲求の高い個人や低い個人が、化粧についてどのような意識を持つのかによって、化粧をしたりしなかったりすることを示している。

ところで松井他 (1983) は、顕示欲求が高い人ほど化粧をよく行い、化粧のもつ他者への影響力 (対人的効果) を高く評価していることを明らかにしている。本研究でも顕示欲求の高い人は、他者を意識した化粧をするという関連性は認められたが、顕示欲求そのものと化粧度との関連は認められておらず、この点において松井他の結果と一致していない。本研究において、顕示欲求と化粧度との間に直接的な関係が認められなかったのは、Figure 2からも明らかのように、顕示欲求が高くても結果的に化粧度が低くなるようなプロセス (顕示欲求: 高→自意識過剰になる→化粧の習慣: 低→化粧度: 低) や、逆に顕示欲求が低くても化粧度が高くなるようなプロセス (顕示欲求: 低→必需品としての化粧: 高→化粧の習慣: 高→化粧度: 高) が存在しているためと考えられる。すなわち顕示欲求は、化粧に対する様々な意識と多様な関連を示しているため、化粧度自体との単純な相関関係は認められなかったであろう。

この点について菅原他 (1985) は、顕示欲求ではなく、公的自己意識が化粧行動を規定すると思われる様々な態度に間接的な影響を与えると述べている。菅原他と本研究の結果において、化粧に対する様々な意識と関連している性格特性が異なっていたことの理由としては、公的自己意識と顕示欲求との間の相関が高いことが考えられる。実際本研究では、顕示欲求と公的自己意識との間に高い相関 ($r = .423$) が認められた。つまり、公的自己意識と顕示欲求はふたつとも類似した側面について測定している尺度であると考えられる。そのため今回の調査では、公的自己意識ではなく顕示欲求の方が、その具体的な項目内容が化粧に対する様々な意識とより関連していたために、化粧に対する意識とより関連した性格特性として結果にあらわれたものと考えられる。

まとめと今後の展望 本研究の結果より、化粧行動は性格特性によって直接的に規定されているのではなく、個人の性格特性が化粧について異なる意識や態度を生起させ、それらの意識や態度が個人の化粧行動に影響を及ぼすというプロセスの存

在が明らかになった。また、性格特性の中でも特に顕示欲求は、化粧に対する様々な意識と関連しており、顕示欲求の高い人も低い人も、異なる意識からそれぞれ化粧をしているという点で、化粧行動にとって重要な性格特性であることも示された。このことについては、例えば、顕示欲求が高い人は、目立つために他人と違った化粧をしたり、流行を取り入れたメイクをしているのに対して、顕示欲求の低い人は、他人と同じような化粧をしようと思っているので、あまり流行を追わない、自然なメイクを心がけているのではないかということも考えられる。すなわち同じ化粧といっても、顕示欲求の高低によって、その方法が異なっている可能性が考えられる。しかし、本研究では各個人が具体的にどのような化粧をしているのかにつ

いては調査していないので、この点についてはさらなる検討が必要である。さらに本研究では、心理的コストを感じやすい人の性格特性は明らかにされなかった。その理由としては、質問紙を作成する段階で、化粧をする人と関連のある性格特性の研究結果のみを参考にしたために、化粧をしない人の性格を測るような尺度を網羅できなかったことが考えられる。すなわち、化粧することに心理的コストを感じやすい人の性格特性とは、先行研究によって明らかにされている化粧をする人の性格特性とは異なるものであることを、本研究の結果は示唆している。したがって、心理的コストを感じやすい人の性格特性を明らかにしていくことも今後の課題であろう。

引用文献

- Cash, T. F. & Cash, D. W. 1982 Women's use of cosmetics: psychosocial correlates and consequences. *International Journal of Cosmetic Science*, 4, 1-14.
- Cash, T. F., Rissi, J., & Chapman, R. 1985 Not just another pretty face: sex roles, locus of control, and cosmetic use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 246-257.
- 大坊郁夫 1991 外見的印象管理と社会的スキル 日本グループ・ダイナミックス学会第 39 回大会発表論文集, 115-116.
- 飛田操 1996 化粧の個人的効果と対人的効果に関する実証的研究 コスメトロジー研究報告, 3, 145-150.
- 伊藤裕子 1978 性役割の評価に関する研究 教育心理学研究, 26, 1-11.
- 岩男寿美子・松井豊 1984 化粧の心理的効用(Ⅲ);化粧後の心理的变化 日本社会心理学会第 25 回大会発表論文集, 128-129.
- 岩男寿美子・菅原健介・松井豊 1985 化粧の心理的効用(Ⅳ);化粧行動と化粧意識 日本社会心理学会第 26 回大会発表論文集, 102-103.
- 鎌原雅彦・樋口一辰・清水直治 1982 Locus of Control 尺度の作成と信頼性, 妥当性の検討 教育心理学研究, 30, 302-307.
- 松井豊・山本真理子・岩男寿美子 1983 化粧の心理的効用 マーケティング・リサーチ, 21, 30-41.
- Miller, L.C. & Cox, C. L. 1982 For appearances' sake: public self-consciousness and makeup use. *Personality and Social Psychology*, 8, 748-751.
- 岡崎晶子 1993 化粧の心理的効用と購買行動 日本社会心理学会第 34 回大会発表論文集, 254-255.
- 清水秀美・今栄国晴 1981 STATE-TRAIT ANXIETY INVENTORY の日本語版(大学生用)の作成 教育心理学研究, 29, 62-67.
- 菅原健介 1984 自意識尺度(self-consciousness scale)日本語版作成の試み 心理学研究, 55, 184-188.
- 菅原健介・岩男寿美子・松井豊 1985 化粧の心理的効用(Ⅵ);自己呈示としての化粧行動 日本社会心理学会第 26 回大会発表論文集, 106-107.
- 山本純子・加藤雪枝 1991 化粧に対する意識と被服行動 椋山女学園大学研究論集, 22, 251-264.
- 山本真理子・松井豊・山成由紀子 1982 認知された自己の諸側面の構造 教育心理学研究, 30, 64-68.