

接近回避志向と化粧意識・化粧行動との関連性¹⁾

The approach-avoidance tendencies related
with cosmetic attitudes and behavior.

笹山 郁生

Ikuo SASAYAMA

(教育心理学講座)

(平成26年9月30日受理)

要 約

女子大学生 308 名（最終的モデルの分析では 276 名）を調査対象者として、個人の利得接近／損失回避志向が化粧に対する意識や実際の化粧行動にどのように影響しているのかについて検討した。その結果、利得接近志向が高くなるほど、「おしゃれとしての化粧」「習慣としての化粧」といった意識が高くなり、それらの意識が高くなるほど、実際の化粧行動をよりすること、損失回避志向が高くなるほど、「化粧初心者」といった意識が高くなり、その意識が高くなるほど、化粧行動をしなくなることが示された。結果に基づき、本研究の問題点について考察した。

キーワード：化粧行動, 化粧意識, 制御焦点理論, 利得接近志向, 損失回避志向

化粧は、特に女性にとって有効な自己提示の一方略であり、実際、多くの女性が化粧する。化粧をすることによって、多くの女性は、自分の見せたい姿を表現したり、見せたくない姿を隠したりする。このように、化粧のはたらきには、「見せる」と「隠す」が存在する（村澤, 2001）。村澤によると、「隠す」化粧とは、「自己の欠点や弱点をカムフラージュすることを意味」するのに対して、「見せる」化粧とは、「たとえば、頬紅で血色のよい健康さを出したり、アイライナー、アイカラー、シャドー、マスカラなどで目を美しく魅力的にすること」などがあてはまる。

この「見せる」と「隠す」という2種類の化粧のはたらきは、化粧には、自分の美しさをより引き立たせるための化粧と、自分の欠点を目立たなくさせるための化粧があることを示している。た

とえば、松井・山本・岩男（1983）では、化粧の心理的効用の一部として、「外見的评价の上昇」や「外見の欠陥の補償」があげられているが、これらも「見せる」化粧と「隠す」化粧によって得られる心理的効用と考えることができるだろう。また、菅原・岩男・松井（1985；菅原, 1988より引用）は、化粧への考え方から、女性を「メイク無関心派」（化粧にこだわりのない人々）、「メイク気おくれ派」（化粧した顔に自信がなく、自然で目立たない化粧以外はいやだという人々）、「メイク演出派」（化粧した顔にも素顔にも自信があり、会う相手やでかける所に応じてさまざまな化粧をして楽しむ人々）、「メイク防衛派」（化粧した顔には自信があるが、素顔に自信がなく、自分の素顔の欠点を化粧で補おうとする人々）に分けられると述べているが、ここにあげられている

¹⁾ 本研究は、平成25年度福岡教育大学初等教育教員養成課程教育心理学選修卒業生の宅島彩未さんが卒業研究のために収集したデータを用いている。

「メイク演出派」は「見せる」化粧, 「メイク防衛派」は「隠す」化粧に重点を置いた化粧であるとも考えられる。

このように, 多くの女性は, 自分をよりよく見せたり, 自分の欠点を隠したりするために化粧をすることを考えられるが, これらの行動は, Higgins (1998) の提唱する制御焦点理論 (regulatory focus theory) と対応しているように思われる。Higgins の制御焦点理論では, 人々は快に接近し不快を回避する快樂原則に則って行動するが, その際, 利得の存在に接近し, 利得の不在を回避するように自己の行動をコントロールする促進焦点 (promotion focus) と, 損失の不在に接近し, 損失の存在を回避するように自己の行動をコントロールする予防焦点 (prevention focus) という質的に異なる2種類の自己制御システムが働いていると考える。人々は, これらの自己制御システムを用いて自己の行動をコントロールするのだが, 「見せる」ための化粧とは, 自分を美しく見せることによって, いかに自分の理想, すなわち利得に近づくかという利得接近行動であるのに対して, 「隠す」ための化粧とは, 自分の外見的欠点という損失から自分自身を遠ざける損失回避行動であるとも考えられることも可能であろう。

この利得接近/損失回避志向には個人差のあることも知られている。たとえば, Lockwood, Jordan, & Kunda (2002) は, 利得接近や損失回避に対する個人の目標志向性の強さを測定する促進予防焦点尺度 (Promotion/prevention focus scale: 以下, PPFs とする) を開発している。この尺度は, 「肯定的な結果や成功などといった利得について頻繁に考えたり, それらを獲得したいと強く思ったりする傾向を測定する」利得接近志向尺度と, 「否定的な結果や失敗などといった損失について頻繁に考えたり, それらを防ぎたいと強く思ったりする傾向を測定する」損失回避志向尺度という2つの下位尺度から構成されている (尾崎・唐沢, 2011)。

このような志向性の個人差は, 化粧行動にも影響すると思われる。すなわち, 利得接近志向が高い個人は「見せる」化粧を好むのに対して, 損失回避志向が高い個人は「隠す」化粧を好む可能性が考えられる。そこで, 本研究では, このような個人の持つ利得接近/損失回避志向が, 化粧行動とどのように関連するのかについて検討すること

を目的とする。

ところで, 笹山・永松 (1999) は, さまざまな性格特性と化粧に対する意識や態度, 実際の化粧行動との関連について調べた結果, 「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」が存在する可能性を示している。そこで, 本研究でもこの考え方にしたがって, 個人の持つ利得接近/損失回避志向の高さが, 化粧に対して異なる意識を生起させ, それらの意識が実際の化粧行動に影響を及ぼすというプロセスが存在するかどうかについて検討することを目的とする。

なお, 本研究では, 化粧行動全般ではなく, アイメイクに限定して調査を行う。これは, アイメイクに限定することにより, 個人の実際の化粧行動の特徴を, 具体的かつ詳細に把握することが可能であると考えたためである。²⁾

方法

調査協力者 福岡県内の3つの大学 (共学の国立大学1校と私立の女子大学2校) の女子大学生308名であった。なお, 30歳以上の協力者1名と, 今までに化粧をしたことがないと回答した7名を除外した300名 (18~25歳, 平均年齢20.25歳) を分析対象とした。

調査期間 2013年10月上旬から11月中旬であった。

質問票の構成 ①日常の化粧行動 素顔の目の満足度 (5件法), 今までに化粧したことがあるか (はい/いいえの2件法), 初めて化粧した年齢, 1週間のうち化粧をする日数, 外出時のアイメイクの程度 (5件法), 1回の化粧時間, 1ヶ月に化粧品にかかる金額, 化粧後の目の満足度 (5件法), 化粧による変化の自己認知 (5件法), 16のアイメイクに関する化粧品や化粧道具の使用頻度 (3件法) 等についてたずねた。

②実際の化粧方法 i) アイブロー: 使用色 (自由記述), 眉の手入れの程度と化粧後の眉の太さと長さ (各5件法), 化粧後の眉の形 (5種類のテンプレートから1つを選択, その他の眉の場合は具体的に記入させた), ii) アイライナー: 使用色 (自由記述), アイラインの描き方 (目の形

²⁾ ただし, 本稿では, 具体的なアイメイク方法の差異等については検討していない。

のテンプレートに、普段自分が描くようにアイラインを描かせた)、iii) アイシャドウ:使用色(その他を含む11の選択肢からあてはまるものすべてを選択)、アイシャドウの濃さ(5件法)、iv) まつげ:使用色(自由記述)、まつげの長さおよびボリューム(各5件法)等についてたずねた。

③**最低限の化粧行動** 外出する際の最低限の化粧の程度を知るために、「何の予定もない休日に、近所のコンビニへ行く時」の化粧について質問した。具体的設問は、化粧時間や前述した16のアイメイクに関する化粧品や化粧道具の使用頻度(3件法)であった。

④**化粧意識** 遠藤(2011)、飛田(1996)、野澤・沢崎(2007)、笹山・永松(1999)を参考に、化粧に対する意識をたずねる44項目を作成した。「全くあてはまらない」から「とてもあてはまる」までの7件法で回答を求めた。

⑤**自己提示意図** 遠藤(2011)を参考に、調査対象者がどのようなイメージを他者に与えたいと思っているかを問う10項目について、7件法で回答を求めた。

⑥**性格特性項目** Lockwood, Jordan, & Kunda(2002)によるPPFSの邦訳版(尾崎・唐沢, 2011; 16項目7件法)とRosenberg(1965)の自尊心尺度の邦訳版(山本・松井・山成, 1982; 10項目7件法)への回答を求めた。

なお、本稿では、これらの質問項目のうち、①日常の化粧行動、④化粧意識、⑥PPFSのみを利用した。

手続き 調査は、5つの講義の最初あるいは最後の20分間に集団で実施した。なお、共学の大学では、研究の概略を説明した上で、女性にのみ調査への協力を依頼した。

結 果

尺度の構成 ①**化粧行動** 日常の化粧行動に関する4項目と16のアイメイクに関する化粧品や化粧道具の使用頻度について主成分分析を実施した。なお、化粧行動の1指標として参加者に回答を求めた「1ヶ月に化粧品にかかる金額」については、無回答者数が56名(分析対象者の18.67%)と多かったため、分析から除外した。

負荷量.40以下の項目を除外していった結果、最終的に、第1主成分に高く負荷していた指標は、日常の化粧行動に関する3項目と8つのアイメイクに関する化粧品や化粧道具であった(表1)。しかしながら、これら11項目を用いた確認

表1 各化粧行動についての主成分分析

化粧行動項目	第1主成分
外出するときにアイメイクをしますか	.69
リキッドアイライナー	.59
カラーコンタクト	.56
マスカラ	.56
つけまつげ(上まぶた用)	.52
ハイライト	.52
パウダーアイブロウ	.51
1週間のうち、化粧するのは何日くらいですか	.51
ビューラー	.48
1回の化粧にかかる時間	.48
縁ありコンタクト	.43
	寄与率 (%) 28.74

的因子分析の結果からは、十分な適合度が得られなかった($\chi^2_{(44)}=355.83$, GFI=.79, AGFI=.69, CFI=.55, RMSEA=.16, AIC=399.83)。

②**化粧意識** 最尤法PROMAX回転による因子分析の結果、最終的に24項目4因子からなる因子を抽出した(表2)。因子分析の結果、「おしゃれ感覚で化粧をしている」「化粧が好きである」「他人の化粧や雑誌の化粧のページは必ず見て参考にしている」など10項目で負荷の高かった第I因子を『おしゃれとしての化粧』因子、「化粧をしているときの方が積極的になれる」「化粧をすると引け目を感じなくなる」「化粧をすると自信が出る」など8項目で負荷の高かった第II因子を『自信を持つための化粧』因子、「化粧が上手く出来ない」「化粧のやり方がよく分からない」「自分にあった化粧品をまだ見つけていない」の3項目で負荷の高かった第III因子を『化粧初心者』因子、「気が向いたときにだけ化粧をする」「化粧は毎日の習慣である」「遅刻してでも化粧はする」の3項目で負荷の高かった第IV因子を『習慣としての化粧』因子とそれぞれ命名した。この4因子解について確認的因子分析を実施したものの、十分な適合度は得られなかった($\chi^2_{(246)}=652.69$, GFI=.84, AGFI=.80, CFI=.88, RMSEA=.08, AIC=760.69)。

③**促進予防焦点尺度(PPFS)** 最尤法PROMAX回転による因子分析の結果、先行研究と同様の2因子を抽出した(表3)。この2因子解について確認的因子分析を実施したものの、十分な適合度は得られなかった($\chi^2_{(103)}=410.28$, GFI=.84, AGFI=.79, CFI=.77, RMSEA=.10, AIC=476.28)。

利得接近/損失回避志向と化粧意識・化粧行動の関連 前述したように、本研究で測定した各尺度は、確認的因子分析の結果、十分な適合度が得られなかった。そこで、利得接近/損失回避志向と

表2 化粧意識の因子パターン

	第I因子	第II因子	第III因子	第IV因子
『おしゃれとしての化粧』				
おしゃれ感覚で化粧をしている	.95	-.25	-.12	.01
化粧が好きである	.75	-.08	-.17	.08
他人の化粧や雑誌の化粧のページは必ず見て参考にしている	.69	-.10	.11	.00
大人の女性に見られたいから化粧をする	.69	.00	.13	-.07
周りの人にきれいだと思われたいから化粧をする	.62	.17	.21	.02
化粧をしたときの異性の反応が気になる	.60	.23	.09	-.18
化粧をするとチャームポイントを強調できると思う	.60	.13	-.17	-.09
化粧をする年頃だと思う	.55	.04	.07	.04
化粧は女性の身だしなみだと思う	.41	.06	.10	.17
化粧をしても効果がないと思う	-.41	-.08	.16	-.13
『自信を持つための化粧』				
化粧をしているときの方が積極的になれる	.00	.82	-.02	.04
化粧をすると引け目を感じなくなる	.01	.77	-.08	.00
化粧をすると自信が出る	.14	.73	.00	.02
化粧をすると素顔とは違う自分になれる	.05	.68	-.02	-.01
化粧をすると顔や表情が変わって見えて面白い	.16	.64	-.01	-.07
化粧をして今の悪い状況から遠ざかりたいと思う	-.02	.58	.21	.08
化粧のノリが悪いと一日中気分が悪い	-.02	.52	-.09	.03
化粧により肌荒れや炎症を起こしたことがある	-.14	.42	-.03	-.06
『化粧初心者』				
化粧が上手く出来ない	.11	-.06	.86	.01
化粧のやり方がよく分からない	-.09	-.01	.83	.03
自分にあった化粧品をまだ見つけていない	.14	.03	.56	-.05
『習慣としての化粧』				
気が向いたときにだけ化粧をする	.12	.07	.01	-.88
化粧は毎日の習慣である	.12	.00	.02	.84
遅刻してでも化粧はする	.07	.19	-.07	.49
因子抽出後の負荷量平方和	8.19	1.91	.97	1.01
寄与率 (%)	34.14	7.95	4.05	4.21
因子間相関	第I因子	.70	-.36	.58
	第II因子		-.20	.56
	第III因子			-.38

表3 促進予防焦点尺度の因子パターン

	第I因子	第II因子
『損失回避志向』		
私にとっては、利益を得ることよりも、損失を避けることの方が大事だ。	.71	-.22
怖れている悪い出来事が自分にふりかかってくる様子を、よく想像する。	.71	-.08
どうやったら失敗を防げるかについて、よく考える。	.63	.00
自分の責任や役割を果たせないのではないかと、よく心配になる。	.63	-.03
私はたいてい、悪い出来事を避けることに意識を集中している。	.59	-.08
学校での私は、学業での失敗を避けることを目指している。	.58	.16
自分が将来そうなってしまったら嫌だと思う自分像について、よく考えることがある。	.58	.08
目標とする成績をとれないのではないかと、よく心配になる。	.51	.20
『利得接近志向』		
私はたいてい、将来自分が成し遂げたいことに意識を集中している。	-.16	.73
私は“自分の理想”を最優先し、自分の希望や願い・大志をかなえようと努力するタイプだと思う。	-.12	.66
将来どんな人間になりたいかについて、よく考える。	.01	.60
私はたいてい、人生においていい成果をあげることに意識を集中している。	-.01	.58
どうやったら自分の目標や希望をかなえられるか、よく想像することがある。	.06	.54
学校での私は、学業で自分の理想をかなえることを目指している。	.14	.54
どうやったらいい成績がとれるかについて、よく考える。	.29	.47
こうなったらいいなと願っていることがかなう様子をよく想像する。	-.08	.46
因子抽出後の負荷量平方和	4.02	2.00
寄与率 (%)	25.13	12.52
因子間相関		.33

表4 合成得点間の相関係数

	おしゃれ	自信	初心者	習慣	損失回避	利得接近
化粧行動	.60 ***	.47 ***	-.33 ***	.55 ***	.00 <i>n. s.</i>	.07 <i>n. s.</i>
おしゃれとしての化粧		.63 ***	-.25 ***	.52 ***	.13 *	.37 ***
自信を持つための化粧			-.13 *	.50 ***	.19 **	.25 ***
化粧初心者				-.28 ***	.18 **	-.10 <i>n. s.</i>
習慣としての化粧					-.06 <i>n. s.</i>	.19 **
損失回避志向						.32 ***

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

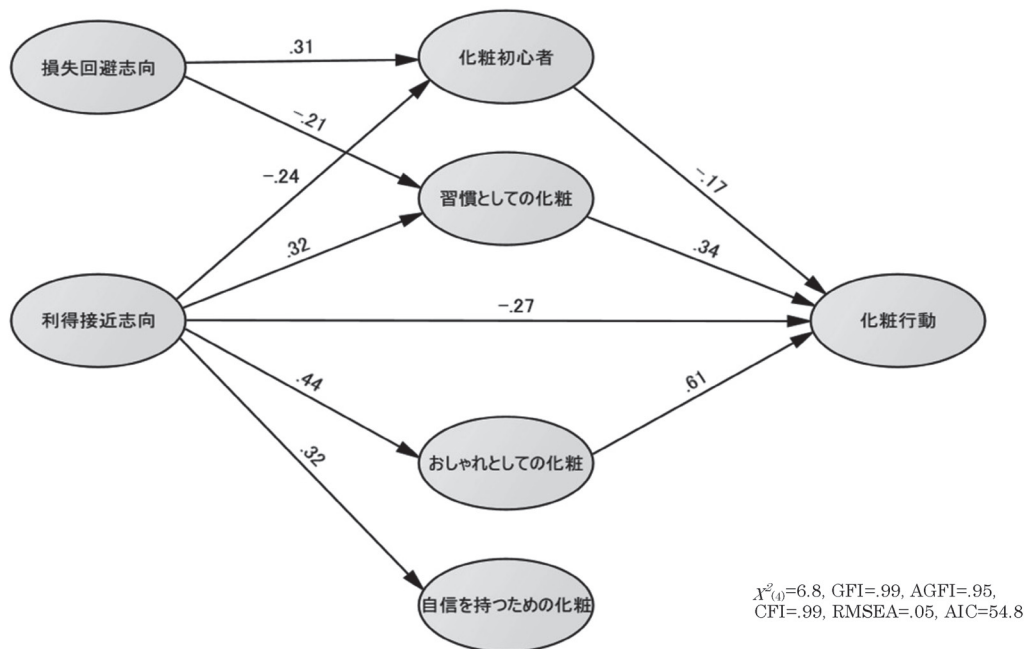


図1 利得接近／損失回避志向と化粧意識・化粧行動の関連（標準化係数）

化粧意識・化粧行動の関連を検討するために実施する共分散構造分析では、観測変数として各尺度の合成得点を用いることにした。なお、以下の分析については、合成得点を算出するのに必要なすべての設問に回答していた調査対象者276名のデータを用いた。

合成得点を算出するにあたり、化粧行動については、主成分分析の結果負荷の高かった11項目のz得点を算出し、その合計点を「化粧行動」得点とした($\alpha = .74$)。その他の変数については、抽出した因子ごとに評定値を単純加算して合成得点を算出し、「おしゃれとしての化粧」得点($\alpha = .87$)、「自信を持つための化粧」得点($\alpha = .86$)、「化粧初心者」得点($\alpha = .79$)、「習慣としての化粧」

得点($\alpha = .82$)、「損失回避志向」得点($\alpha = .83$)、「利得接近志向」得点($\alpha = .80$)とした。これら各得点間の相関係数を算出し、その結果を表4に示した。

次に、これらの合成得点を用いた共分散構造分析を実施し、その結果を図1に示した。なお、表4に示した単相関分析の結果、化粧意識の因子間相関とPPFSの因子間相関がそれぞれ高かったため、共分散構造分析に際しては、これらの因子間に共分散を設定した。共分散構造分析の結果、図1に示したモデルは、比較的良好な適合度を示していた($\chi^2(4) = 6.8$, $GFI = .99$, $AGFI = .95$, $CFI = .99$, $RMSEA = .05$, $AIC = 54.8$)。図1より、利得接近志向が高くなるほど、「おしゃれとして

の化粧 ($\beta=.44$)」「習慣としての化粧 ($\beta=.33$)」といった意識が高くなり、それらの意識が高くなるほど、化粧行動をよりすることが示された（「おしゃれとしての化粧 ($\beta=.61$)」「習慣としての化粧 ($\beta=.34$)」)。また、損失回避志向が高くなるほど、「習慣としての化粧 ($\beta=-.22$)」という意識は低くなるのに対して、「化粧初心者 ($\beta=.31$)」という意識が高くなり、「化粧初心者」という意識が高くなるほど、化粧行動をしなくなることが示された ($\beta=-.17$)。さらに、利得接近志向と化粧行動との直接的なパスが有意となり、利得接近志向が高まるほど、化粧行動をしなくなることが明らかになった ($\beta=-.27$)。

考 察

本研究の結果より、利得接近志向が高くなるほど、「おしゃれとしての化粧」「習慣としての化粧」といった化粧意識が高くなり、それらの意識が高くなるほど、実際の化粧行動をよりすることが示された。また、損失回避志向が高くなるほど、「化粧初心者」という意識が高まり、そのような意識が高まると、実際の化粧行動もしなくなることが示された。これらの結果は、利得接近志向が高いほど、化粧に関するさまざまな意識が高まり、それらの意識が化粧行動を促進するのに対して、損失回避志向が高いほど、化粧に対して消極的な意識を持つようになり、それらの意識が化粧行動を抑制するとまとめることができるだろう。

このように、本研究の結果から、利得接近志向が高くなるほど、「おしゃれとしての化粧」という「見せる」化粧と関連する化粧意識が高まることは明らかになったものの、損失回避志向が高くなるほど、「隠す」化粧と関連する化粧意識が高まるという結果は得られなかった。このことの原因としては、以下のことが考えられる。

損失回避志向と「隠す」化粧意識との関連が明確に認められなかった第1の理由として、本研究で用いた化粧意識に関する質問項目が、「隠す」化粧とはあまり関連していなかった可能性があげられる。本研究では、質問項目を作成する際に、「化粧をすると顔の欠点をカバーできると思う」や「化粧をして今の悪い状況から遠ざかりたいと思う」「化粧をすると引け目を感じなくなる」など、「隠す」化粧や損失回避志向と関連しそうな項目も準備した。これらの項目のいくつかは「自信を持つための化粧」因子に含まれている。しかしながら、

表2や表4に示したように、この「自信を持つための化粧」因子は、「おしゃれとしての化粧」因子と大変高い相関を示している。このことは、本研究の調査協力者にとって、「自信を持つための化粧」という意識と「おしゃれとしての化粧」という意識の間には、それほど明確な違いがなかったことを意味している。そのため、「自信を持つための化粧」という化粧意識は、損失回避志向や化粧行動と有意な関連を示さなかったのであろう。したがって、「隠す」化粧と関連する化粧意識を測定可能な質問項目を用いれば、損失回避志向とそれらの項目との間に有意な関連が認められるようになるかもしれない。

損失回避志向と「隠す」化粧意識との関連が明確に認められなかった第2の理由として、調査協力者の年齢があげられる。本研究の調査協力者は、大学生の中でも比較的低学年の学生であった（平均年齢20.25歳）。前述した菅原（1988）の化粧タイプによる分類では、「見せる」化粧と考えられる「メイク演出派」は、OLや若い女性を中心なのに対して、「隠す」化粧と考えられる「メイク防衛派」は、有職主婦や中年女性を中心とされている。このことから、今回の調査協力者であった女子大学生の場合には、「隠す」化粧は主流ではない可能性も考えられる。

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人が多いことを報告している。前述の菅原（1988）にしたがうと、個性の表現として化粧を重要視する人は「メイク演出派」、必要がなければ化粧はしたくない人は「メイク気おくれ派」か「メイク無関心派」に分類することが可能だろう。本研究の結果では、損失回避志向が高くなるほど、「化粧初心者」という意識が高くなるのに対して、「習慣としての化粧」という意識は低くなっていた。これらの結果は、損失回避志向の高い個人は、大学生という「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」（笹山・永松，1999）な年代の間は、化粧をしなかったり、化粧の仕方が分からないといった「メイク無関心派」や「メイク気おくれ派」に分類されるが、社会人となり、仕事や立場上、化粧をしなければならなくなることによって、化粧スキルが上達すると、「メイク防衛派」として、より積極的に自分の欠点を「隠す」化粧をするようになることを示唆しているのかもしれない。あるいは、同じ大学生でも、就職活動に臨むために、

いわゆる「就活メイク」をしなければならなくなる上級生に対して調査を実施した場合には、自分の理想を追求するというよりは、自分の欠点をカバーするために化粧するという意識が、特に損失回避志向の高い個人には、強く生起するようになるかもしれない。

損失回避志向と「隠す」化粧意識との関連が明確に認められなかった第3の理由として、本研究で扱った化粧行動が、化粧の量を指標としていたことがあげられる。もし、「見せる」化粧が多く化粧品を使用し、時間をかけて行う化粧であるのに対して、「隠す」化粧が、それほど多くの化粧品や化粧時間をかけずに済む化粧であるならば、今回の研究で用いた化粧の量という指標では、「隠す」化粧の特徴を十分測定できていなかった可能性が考えられる。

本研究では、笹山・永松（1999）にしたがって、利得接近／損失回避志向の高さが、化粧に対して異なる意識を生起させ、それらの意識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た。表4に示したように、利得接近／損失回避志向性と化粧行動の間には有意な単相関は認められなかったものの、図1に示したように、共分散構造分析の結果、利得接近志向と化粧行動の間には、直接的な有意な負のパス ($\beta = -.27$) が認められた。このパスを外した場合、モデルの適合度は極端に下がることより ($\chi^2_{(5)} = 23.4$, GFI = .98, AGFI = .87, CFI = .97, RMSEA = .12, AIC = 69.4), 本研究のモデルには、このパスが必要と考えられる。しかしながら、利得接近志向が高くなるほど化粧行動をしなくなるというこのパスにどのような意味があるのかということや、他のデータを用いた場合、このパスが再度有意になるのかといったことについては、現段階では判断できない。この点については、再度、データを収集して検証することが必要だろう。

本研究の結果より、少なくとも、利得接近志向が高くなるほど、「おしゃれとしての化粧」という「見せる」化粧を意識するようになり、そのような意識が実際の化粧行動を増やすことが示された。今後は、「見せる」化粧と「隠す」化粧について、実際の具体的な化粧行動に基づいて検討していくことも重要であると思われる。

引用文献

- 遠藤健治 (2011). 化粧による自己呈示 教育人間科学部紀要 (青山学院大学), 2, 101-122.
- 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.
- Higgins, E. T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol.30. New York: Academic Press. Pp.1-46.
- Lockwood, P., Jordan, C. H., & Kunda, Z. (2002). Motivation by positive or negative role models: Regulatory focus determines who will best inspire us. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 854-864.
- 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.
- 村澤博人 (2001). 装いと変身の化粧 高木修 (監修)・大坊郁夫 (編) 化粧行動の社会心理学: 化粧する人間のこころと行動 (シリーズ 21 世紀の社会心理学 9) 北大路書房 Pp.64-75.
- 野澤桂子・沢崎達夫 (2007). 対人恐怖傾向と化粧の効用意識との関係 目白大学心理学研究, 3, 95-108.
- 尾崎由佳・唐沢かおり (2011). 自己に対する評価と接近回避志向の関係性: 制御焦点理論に基づく検討 心理学研究, 82, 450-458.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- 笹山郁生・永松亜矢 (1999). 化粧行動を規定する諸要因の関連性の検討 福岡教育大学紀要, 48(4), 241-251.
- 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.
- 菅原健介 (1988). 化粧 詫摩武俊・清水弘司 (編) ワードマップ セックス 新曜社 Pp.118-123.
- 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.

