

女性における化粧行動の目的と自意識の関連

柳澤 唯* 安永明智** 青柳 宏*** 野口京子****

The Relationship between the Purpose of Makeup Behavior and Self-Consciousness in Japanese Women

Yui Yanagisawa, Akitomo Yasunaga, Hiroshi Aoyagi and Kyoko Noguchi

要 旨 本研究では、青年期から高齢期までの女性を対象に、インターネットによる質問紙調査法を用いて、女性の化粧行動の目的（気持ちの切り替え、リラクゼーション、身だしなみ、同性への意識・同調、異性への意識・魅力向上）と公的及び私的自意識の関連について検討することを目的とした。また、化粧行動の目的や自意識と個人の基本的属性（年齢、職業の有無、婚姻状況、1ヶ月間に自由に使える金額）の関連についても検討を行った。

本研究の結果から、以下のことが明らかとなった。①年齢が若いほど、同性や他者を意識して化粧を行う傾向が強く、逆に年齢が上がるにつれリラクゼーションを目的に化粧をする傾向にある、②未婚女性は、異性への意識や魅力向上を目的として化粧を行う傾向が強い、③化粧をする目的には、公的自意識が関連する。特に、身だしなみ、同性への意識・同調、異性への意識・魅力向上などの他者から見られる自分を意識することに関連する目的に対して公的自意識は強い関連を示す、④私的自意識は、気持ちの切り替えなど自分の内面に関連する目的と強く関連する。本研究の結果は、化粧を行う目的は、年齢、婚姻状況などの基本的属性や自意識から影響を受けることが示唆された。

キーワード インターネット調査 化粧行動 自意識

目的

古来より、化粧は人々の生活に密接に関わっており、現代社会においても、女性を中心に、若者から高齢者までの多くの人々が日常的に化粧を行っている。そして、化粧は、人々の生活の質（Quality of life; QOL）の増進に対して大きな効用を持っている。先行研究では、化粧は、気を引き締め、適切な対人行動を生む快い緊張感を作り出すことや（松井・山本・岩男、1983）、生活に対する満足感や自信を高めること（余語・浜・津田・鈴木・互、1990）、短期的な気分を改善し、副交感神経を優位にすること、不安の軽減効果や主観的幸福感などの長期的な心理的安寧をもたらすことなどが明らかにされている（中幡・吉田、2007）。

このように、化粧行動は人々の健康、特に心理的側面に対して好ましい影響を与えることが報告されているが、人々が化粧を行う目的は様々である。例えば、都内の美容室9店に来店した女性客673名を対象とした質問紙調査研究では（松井ら、1983）、化粧をする目的として、「人に良

* 本学助手 健康心理学 ** 本学准教授 健康心理学 *** 本学教授 臨床心理学 **** 本学教授 健康心理学

い印象を与えるため」「肌の色などの欠点をカバーするため」「男性から魅力的に思われるため」「仕事や立場上しなければならないため」などが報告されている。また、笹山・永松（1999）は、女性が化粧を施す目的は、「必需品としての化粧」「身だしなみのための化粧」「他者に見せるための化粧」の3つに分類できると指摘している。

一方で、人々の化粧行動の実施やその関心の程度に影響を与える要因についても多くの研究で検討されている。そして、先行研究の結果から、性別や年齢などの基本的属性の他に、自意識は、化粧の実施や関心の高低を規定する重要な要因となることが明らかにされている。自意識とは、自分自身への注意の向けやすさに関する性格特性であり、自分の外見や他者に対する行動など、外から見える自己の側面に対する注意を向ける程度の「公的自意識」、自分の内面や気分など、外から見えない自分の側面に注意を向ける程度の「私的自意識」から構成される。化粧と自意識の関連を検討した研究では、公的自意識の高い女性は公的自意識の低い女性に比べて化粧の実施頻度が高いこと（Miller and Cox, 1982）、女性の化粧意識には、男性からの視線が気になるなどの公的自意識が強く関連すること（平松・牛田, 2004a）が報告されている。

このように多くの先行研究から、人々が化粧を行う目的は多様であること、また化粧行動の実施や関心には個人が持つ公的、私的自意識が関連することが示唆されている。しかし、この分野における研究では、実践的研究は多くあるものの、幅広い年齢層を包括的に含んだ量的データを用いた研究は少なく、さらに化粧行動の目的別に自意識との関連を検討した研究は存在しない。そこで本研究では、青年期から高齢期までの女性を対象に、インターネットによる質問紙調査法を用いて、女性の化粧行動の目的と自意識の関連について検討することを目的とした。また、化粧行動の目的や自意識と個人の基本的属性（年齢、職業の有無、婚姻状況、1ヶ月間に自由に使える金額）の関連についても分析した。本研究で設定した仮説は以下の通りである。化粧の目的によって、公的、私的自意識の関連の程度は異なってくる。具体的には、他者を意識する目的で化粧を行っている女性は公的自意識が高い、一方、自分の内面を意識した目的で化粧を行っている女性は私的自意識が高い。

方法

1. 対象者と調査手続き

平成24年7月に、楽天リサーチ株式会社（東京都品川区）に依頼し、化粧と心理的健康に関するインターネット調査を行った。調査は、全国の登録されているネットモニターより、女性のみを対象とし、若年層から高齢者層までの各年代が50名ずつになるように、回収目標数を300に設定して実施した。回収されたサンプルから、日頃化粧を全く行っていないと回答した36名を除外し、分析を実施した。最終的な分析対象者は、20歳から78歳の女性264名であった。内訳は、20歳代41名（15.5%）、30歳代48名（18.2%）、40歳代46名（17.4%）、50歳代40名（17.4%）、60歳代47名（17.8%）、70歳代42名（15.9%）であった。

2. 調査内容

(1) 基本的属性

対象者の基本的属性として、満年齢、婚姻状況（既婚 = 1, 未婚・離婚・死別 = 0）、職業（有職 = 1, 無職 = 0）、1ヶ月間に自由に使える金額について尋ねた。

(2) 化粧行動の目的

化粧行動の目的に関しては、先行研究を検討したところ、適切な尺度が無かったため、自ら作成した尺度を使用した。尺度の作成に当たっては、はじめに予備研究の結果と先行研究を参考に化粧行動の目的に関連する質問を33項目選定した。そして、相関分析を実施し内容の類似性の高い質問項目を削除した後、因子分析（最尤法・プロマックス回転）による統計的処理を実施した。そして、最終的に5因子18項目の化粧行動の目的尺度を作成した（質問項目の内容については表1を参照）。本尺度は、気持ちの切り替え（4項目；4点から20点）、リラクセーション（5項目；5点から25点）、身だしなみ（3項目；3点から15点）、同性への意識・同調（3項目；3点から15点）、異性への意識・魅力向上（3項目；3点から15点）から構成されており、それぞれの項目に対して、「当てはまる」「やや当てはまる」「どちらともいえない」「あまり当てはまらない」「当てはまらない」の5件法で回答を求めた。各因子の合計得点が高いほど、その目的を強く意識して化粧を行っていることを表す。

表1 化粧行動の目的の質問項目

	1	2	3	4	5
第1因子：気持ちの切り替え					
やる気が出るから	0.717				
気持ちが引き締まるから	0.600				
積極的になれるから	0.503				
気持ちの切り替えができるから	0.485				
第2因子：リラクセーション					
くつろげるから		-0.922			
リラックスできるから		-0.919			
穏やかになれるから		-0.645			
気持ちが落ち着くから		-0.605			
自分の顔を触るのが気持ちいいから		-0.588			
第3因子：身だしなみ					
外出できるから			0.563		
身だしなみだから			0.502		
人に会えるから			0.411		
第4因子：同性への意識・同調					
同性の目が気になるから				0.892	
同性に良い印象を与えたいから				0.658	
友人や同僚がしているから				0.476	
第5因子：異性への意識・魅力向上					
男性の目が気になるから					0.821
男性に良い印象を与えられるから					0.804
男性に魅力をアピールできるから					0.793

(3) 自意識尺度

自意識の評価については、菅原（1984）による自意識尺度を用いた。この尺度は、公的自意識に関する 11 項目と私的自意識に関する 10 項目の全 21 項目から構成されており、それぞれの項目に対して「非常に当てはまる」「当てはまる」「やや当てはまる」「どちらともいえない」「やや当てはまらない」「当てはまらない」「全く当てはまらない」の 7 件法で回答を求めた。それぞれの得点が高いほど、公的及び私的自意識が高いことを表す。

3. 分析方法

連続変数は平均値及び標準偏差，離散変数は度数及び割合（%）を求めた。対象者の基本的属性と化粧行動の目的及び自意識の関係については、相関分析を用いて分析した。さらに、化粧行動の目的に関連する要因を抽出するために、化粧行動の目的の 5 つの下位因子を従属変数，基本的属性（年齢，職業，婚姻状況，1 ヶ月間に自由に使える金額）と公的及び私的自意識を独立変数とした重回帰分析を行った。すべての分析は、Statistical Package for Social Science 16.0 (SPSS Inc., Chicago, IL) を用いて実施し，5% 未満を有意水準として採用した。

結果

1. 対象者の特徴

対象者の平均年齢は， 49.0 ± 16.2 歳，既婚者は 66.7%，有職者は 50.3%，1 ヶ月間に自由に使える平均金額は $37,364 \pm 48,061$ 円であった。

2. 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の相関関係

対象者の基本的属性と化粧行動の目的及び自意識の相関関係を表 2 に示す。年齢は，化粧行動の目的のリラクセーション ($r = .28$) との間に統計学的に有意な正の相関関係が，同性への意識・同調 ($r = -.15$)，異性への意識・魅力向上 ($r = -.25$)，公的自意識 ($r = -.25$) との間に負の有意な相関関係が認められた。また，婚姻状況は，異性への意識・魅力向上 ($r = -.19$)，公的自意識 ($r = -.18$)，私的自意識 ($r = -.17$) との間に有意な負の相関関係が，1 ヶ月間に自由に使える金額とは，化粧行動の目的の気持ちの切り替え ($r = .13$)，リラクセーション ($r = .14$)，身だしなみ ($r = .13$)，異性への意識・魅力向上 ($r = .18$) との間に有意な正の相関関係が示された。一方，職業の有無と化粧行動の目的の全ての下位因子及び公的，私的自意識の間には統計学的に有意な相関関係は示されなかった。

3. 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の関連

化粧行動の目的に関連する要因を抽出するために，化粧行動の目的の 5 つの下位因子を従属変数，基本的属性（年齢，職業の有無，婚姻状況，1 ヶ月間に自由に使える金額）と公的及び私的自意識を独立変数とした重回帰分析を行った（表 3）。分析の結果，化粧行動の目的の気持ちの切り替えの統計学的に有意な説明変数は，年齢 ($\beta = .14$)，職業の有無 ($\beta = -.12$)，1 ヶ月間に自

表2 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の相関関係

	気持ちの切り替え	リラクゼーション	身だしなみ	同性への意識・同調	異性への意識・魅力向上
年齢	0.060	0.278 **	0.068	-0.154 *	-0.252 **
職業	-0.111	-0.119	-0.095	-0.052	0.108
婚姻状況	-0.042	0.065	-0.013	-0.102	-0.188 **
自由に使える金額	0.130 *	0.135 *	0.126 *	0.118	0.176 *

** : $p < 0.01$; * : $p < 0.05$
 数値 : 相関係数

表2 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の相関関係 (続き)

	公的自意識	私的自意識
年齢	-0.252 **	-0.109
職業	0.068	0.035
婚姻状況	-0.179 **	-0.165 **
自由に使える金額	0.029	-0.044

** : $p < 0.01$; * : $p < 0.05$
 数値 : 相関係数

表3 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の関連

	気持ちの切り替え			リラクゼーション			身だしなみ		
	β	t 値	p 値	β	t 値	p 値	β	t 値	p 値
基本的属性									
年齢	0.14	2.24	0.03 *	0.33	5.03	0.00 **	0.16	2.62	0.01 **
職業	-0.12	-2.10	0.04 *	-0.05	-0.72	0.47	-0.09	-1.61	0.11
婚姻状況	0.00	-0.05	0.96	0.01	0.22	0.83	0.03	0.55	0.59
自由に使える金額	0.16	2.89	0.00 **	0.15	2.66	0.01 **	0.15	2.75	0.01 **
自意識									
公的自意識	0.34	5.54	0.00 **	0.21	3.09	0.00 **	0.43	6.95	0.00 **
私的自意識	0.23	3.80	0.00 **	0.09	1.46	0.15	0.17	2.84	0.00 **
R^2		0.27			0.17			0.29	

** : $p < 0.01$; * : $p < 0.05$

表3 対象者の基本的属性と化粧の目的及び自意識の関連 (続き)

	同性への意識・同調			異性への意識・魅力向上		
	β	t 値	p 値	β	t 値	p 値
基本的属性						
年齢	-0.08	-1.27	0.20	-0.13	-2.12	0.04 *
職業	-0.14	-2.36	0.02 *	-0.01	-0.14	0.89
婚姻状況	0.00	-0.01	0.99	-0.06	-1.04	0.30
自由に使える金額	0.13	2.47	0.01 **	0.15	2.71	0.01 **
自意識						
公的自意識	0.42	6.87	0.00 **	0.40	6.34	0.00 **
私的自意識	0.13	2.24	0.03 *	-0.04	-0.67	0.50
R^2		0.29			0.24	

** : $p < 0.01$; * : $p < 0.05$

由に使える金額 ($\beta = .16$), 公的自意識 ($\beta = .34$), 私的自意識 ($\beta = .23$) であった。また, リラクゼーションには, 年齢 ($\beta = .33$), 1ヶ月間に自由に使える金額 ($\beta = .15$), 公的自意識 ($\beta = .21$) が, 身だしなみには, 年齢 ($\beta = .16$), 1ヶ月間に自由に使える金額 ($\beta = .15$), 公的自意識 ($\beta = .43$), 私的自意識 ($\beta = .17$) が, 同性への意識・同調には, 職業の有無 ($\beta = -.14$), 1ヶ月間に自由に使える金額 ($\beta = .13$), 公的自意識 ($\beta = .42$), 私的自意識 ($\beta = .13$) が, 異性への意識・魅力向上には, 年齢 ($\beta = .13$), 1ヶ月間に自由に使える金額 ($\beta = .15$), 公的自意識 ($\beta = .40$) が, それぞれ統計学的に有意な関連要因として抽出された。

考察

本研究は, 女性が化粧を行う目的 (「気持ちの切り替え」「リラクゼーション」「身だしなみ」「同性への意識・同調」「異性への意識・魅力向上」) と基本的属性及び自意識の関連を分析, 検討することを目的とした。

相関分析の結果から, 年齢が若い女性ほど同性への意識や同調, そして異性への意識や魅力向上を目的として化粧を施していることが明らかになった。また, 未婚の女性では, 異性への意識・魅力向上を目的に化粧をする傾向が見られた。庄山・石川・栃原・中川 (2004) は, 女子学生の化粧をする目的について, 異性の気を引きたいということが挙げられていること, そしてその割合は高齢女性の2倍以上になっていることを指摘している。同様に, 宇山・鈴木・互 (1990) の研究においても, 化粧行動によって「人に会いたくなる」「積極的になる」という回答は, 20歳代に多くみられたことが報告されている。本研究の結果や先行研究の知見から, 女性は年齢が若いほど, 男性への印象を良くするためや魅力をアピールすることを目的に化粧を行う傾向が強いことが確認できる。未婚女性においても, 異性への意識・魅力向上に関して, 同様の傾向が見られたのは, 年齢が若い女性ほど, 未婚者が多く含まれていることが理由であると考えられる。それに対して, 年齢が高い女性や既婚の女性は, 男性へ魅力をアピールする機会や必要性も少なくなることが考えられ, また子どものいる家庭では忙しさから化粧に時間をかける余裕も減ってくることから, 異性への意識・魅力向上を目的に化粧することは少なくなってくるのだろう。また, 年齢が若い女性ほど同性への意識・同調を目的に化粧を行っている傾向が高かったことは, 相関分析の結果からも示されているように, 年齢が低くなるにつれて公的自意識が高いことが関連していると考えられる。公的自意識, つまりは他者から見られる自分を意識する傾向の高いことが, 異性の目を気にするだけでなく, 同性に関しても同調を意識するような化粧を行っていると思われる。また青年期は, アイデンティティの確立を模索している時期であり, 自分というものがまだ不安定で, 精神的にも金銭的にも完全には自立できていない場合が多い。そのような世代だからこそ, 周囲に合わせたい, 浮きたくない, 良く思われたいという気持ちが強く, 同性への意識や同調が高くなることも考えられる。

一方, 年齢と化粧の目的のリラクゼーションには正の統計学的有意な相関関係が示され, 年齢が高くなるほどリラクゼーションを目的に化粧を行っていることが明らかとなった。宇山ら (1990) は, 首都圏在住の20歳代から60歳代までの女性を対象に化粧をした時の気持ちと年齢

との関係を検討した結果、「落ち着く」などのリラクゼーションに関する効果は、高齢世代の回答に多くみられたことを報告している。また、大坊（2001）は様々な研究を概観し、若い女性にとっておしゃれのための特別なアイテムだった化粧が、年齢とともに習慣的な行為へと変化し、化粧をした顔が「いつもの顔」となるため、化粧をすることによって自分に戻れたと感じると述べている。これによって不安感や違和感が解消し、リラクゼーションを感じるという。本研究の結果と合わせてみても、このような効果を得られることを経験的に認知している年代が、リラクゼーションを目的に化粧を行っていると考えられる。

また、女性が1ヶ月間に自由に使える金額は、同性への意識・同調以外の、化粧行動の目的の気持ちの切り替え、リラクゼーション、身だしなみ、異性への意識・魅力向上との間に有意な正の相関関係が認められた。結果から、弱い相関関係ではあるが、自由に使える金額が多いほど、これらの目的を意識して化粧が行われていることが明らかにされた。この結果は、自由に使える金額が多い人ほど、他人との社会的接触や多様な場所に外出する機会も多いことが考えられ、それに応じた目的で化粧をすることも多くなることが理由のひとつとして考えられる。

またそれぞれの化粧行動の目的に対する公的、私的自意識の関連を、重回帰分析を用いて検討した。基本的属性を独立変数として投入した場合でも、公的自意識は、気持ちの切り替え、リラクゼーション、身だしなみ、同性への意識・同調、異性への意識・魅力向上のすべての化粧の目的において統計学的に有意な関連が認められた。特に、身だしなみ、同性への意識・同調、異性への意識・魅力向上の3つに対しては、公的自意識の標準偏回帰係数（ β ）は、0.4以上の強い関連を示した。化粧行動や服飾行動に関して、公的自意識、すなわち他者から見られる自己を意識する傾向の強い者は、他者への魅力や流行性を意識する傾向が強いことが指摘されている（神山、1996）。また、化粧意識と自意識の関連を検討した平松・牛田（2004b）の研究においても、公的自意識の高い者ほど、他者に対する高い意識を持って化粧を行っていることが報告されている。このようなことから、公的自意識の高い女性は、化粧をする際に、他者を意識した目的で化粧を行う傾向が強いことが示された。一方で、私的自意識は、公的自意識と比較すると、それぞれの目的への寄与は少なかったものの、気持ちの切り替え、身だしなみ、同性への意識・同調に対して有意な関連を示した。神山（1996）は、自己の内面的側面に注意を向けやすい傾向である私的自意識は、被服選択時に生起する感情に関連することを指摘している。本研究の結果においても、気持ちの切り替えに対して、私的自意識は比較的強い関連を示しており（ $\beta = .23$ ）、化粧においても気持ちを切り替えるといった自分の内面的側面の感情に関係の深い目的に対して影響を与えるのではないかとということが示唆された。以上のことから、本研究の仮説は支持された。

結論

本研究では、青年期から高齢期までの女性に化粧の目的と自意識の関連についてインターネットによる質問紙調査法により検討を行った。

本研究の結論は、以下の通りである。①年齢が若いほど、他者を意識して化粧を行う傾向が強く、逆に年齢が上がるにつれリラクゼーションを目的に化粧をする傾向にある、②未婚女性は、

異性への意識や魅力向上を目的として化粧を行う傾向が強い、③化粧をする目的には、公的自意識が関連する。特に、身だしなみ、同性への意識・同調、異性への意識・魅力向上などの他者から見られる自分を意識することに関連する目的に対して公的自意識は強い関連を示す、④私的自意識は、気持ちの切り替えなど自分の内面に関連する目的と強く関連する。

注：本論文は、平成24年度文化学園大学大学院国際文化研究科の修士論文の一部をまとめ直したものである。

引用文献

- 平松隆円・牛田聡子（2004a）. 化粧に関する研究（第4報）——大学生の化粧意識とそれを規定する個人差要因—— 繊維製品消費科学, 45, 63-70.
- 平松隆円・牛田聡子（2004b）. 化粧に関する研究（第3報）——大学生の化粧意識の構造説明と化粧行動との関連性—— 繊維製品消費科学, 45, 53-62.
- Lynn Carol Miller & Cathryn Leigh Cox（1982）. For appearances' sake: Public self - consciousness and makeup use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- 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
- 中幡美絵・吉田寿美子（2007）. 化粧は高齢女性を元気にする——A町化粧教室の実践—— 仙台大学大学院スポーツ科学研究科修士論文集, 8, 211-219.
- 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, 241-251.
- 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.
- 庄山茂子・石川麻梨・栃原裕・中川早苗（2004）. 高齢女性の化粧行動に関する研究——女子学生との比較—— 人間と生活環境, 11, 73-81.
- 神山進（1996）. 被服心理学の動向 高木修（監修）被服と化粧の社会心理学 北大路書房 p. 10.
- 大坊郁夫（2001）. 化粧による自己表現 高木修（監修）化粧行動の社会心理学 北大路書房 pp. 105-107.
- 宇山悠男・鈴木ゆかり・互惠子（1990）. メーキャップの心理的有用性 香粧会誌, 14, 163-168.
- 余語真夫・浜治世・津田兼六・鈴木ゆかり・互惠子（1990）. 女性の精神的健康に与える化粧の効用 健康心理学研究, 3, 28-32.