

化粧の個人的効果と対人的効果に関する実証的研究

福島大学 教育学部

飛田 操

The purpose of this study was to examine the intrapersonal effects and interpersonal effect of use of cosmetics. In study 1, twenty hundred and forty-one undergraduates completed a questionnaire that was composed of questions about everyday usage of cosmetics, reasons of using of cosmetics. In study 2, effects of wearing lipstick on self-image were examined. Twenty-nine female undergraduates participated the experiment, and wear lipstick. And they rated impression about themselves. As the result of experiment, wearing lipstick influenced the rating of self-images. In study 3, 20 male and 20 female rated the effects of lipsticks use upon likability. Results indicated the positive effects of lipsticks use were varied with the rater's sex. Also, there were few correspondence between the rated likability and self-rating likability. In study 4, effects of full makeups on self-image were examined.

1 緒言

これまで、化粧行動に関しては、「化粧品消費行動や化粧行動の動機・理由に関する研究」のほか、「化粧による主観的な状態の変化や自己イメージの変化に焦点をあてた研究」、「化粧による第三者からみた対人印象や対人魅力の変化に焦点をあてた研究」など、さまざまな側面からの心理学的な研究がなされてきたといえよう（鈴木（1）、岩男・菅原・松井（2）、松井・山本・岩男（3）、山本・加藤（4））。本研究は、これらのうち、特に、化粧行動の動機・理由の構造を解明し、化粧による自己イメージの変化と他者からの評価とのあいだの対応を検討することを目的としている。

2 第一研究

2.1 目的

本研究の目的は、（1）大学生女子の化粧品使用の実態を明らかにし、（2）女性が化粧をする理由、あるいは、化粧をしない理由をどのようにとらえているのか、その構造を分析し、あわせて、（3）男性は「女性が化粧をする理由」をどのように認知しているか、その構造を分析することにある。

2.2 方法

【調査対象者と調査方法】本研究は、質問紙法調査による。質問紙は、東北地方の国立大学で心理学関連の授業を受講する教育学部の大学2・3・4年生に対して、授業中一斉に施行された。ここでは、男性105名、女性136名の計241名（平均年齢：20.55才）の有効回答を分析の対象とした。

【調査内容】質問紙は、年齢、性別等を問うフェイス・シートの他、「化粧品使用の実態（女性のみ）」、「化粧をしない理由（化粧をしない女性のみ）」、「化粧をする理由（化粧をする女性のみ）」、「女性が化粧をする理由についての

An empirical study of intrapersonal effect and interpersonal effects of use of cosmetics.

Misao Hida

Faculty of Education
Fukushima University



表1 化粧品使用者の割合

| | ふだんの時 | | | デートなどの時 | | |
|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 時々 つかう | つかわ ない | つかわ ない | 時々 つかう | つかわ ない | つかわ ない |
| リップ・クリーム | 48.5 | 35.3 | 16.2 | 48.9 | 31.1 | 20.0 |
| 口紅 | 47.8 | 31.6 | 20.6 | 59.3 | 28.1 | 12.6 |
| ファンデーション | 52.2 | 25.7 | 22.1 | 63.7 | 22.2 | 14.1 |
| 香水、オーデコロン | 10.3 | 35.3 | 54.4 | 14.1 | 40.7 | 45.2 |
| マニキュア | 7.4 | 36.8 | 55.9 | 8.9 | 34.8 | 56.3 |
| アイシャドー | 13.2 | 18.4 | 68.4 | 20.7 | 23.0 | 56.3 |
| 眉墨 | 14.7 | 9.6 | 75.7 | 18.5 | 7.4 | 74.1 |
| マスカラ | 2.2 | 10.3 | 87.5 | 5.2 | 8.9 | 85.9 |
| 頬紅 | 2.9 | 5.9 | 91.2 | 5.2 | 4.4 | 90.4 |
| アイライナー | 1.5 | 3.7 | 94.9 | 2.2 | 5.9 | 91.9 |
| ペディキュア | 0.7 | 10.3 | 89.0 | 2.2 | 9.6 | 88.1 |
| つけまつげ | 0 | 0 | 100 | 0 | 0 | 100 |

推測（男性のみ）」から構成されている。また、今回は報告しないが、「自己の顔や身体に対するイメージ（全員）」、「パーソナリティ特性として「自尊心と外向性評定（全員）」が含まれている。「化粧品使用の実態」は、表1に示した12種の化粧品のそれぞれについて、その使用頻度を「つかう」、「時々つかう」、「つかわない」の3つの回答肢からひとつを選んで回答させるものである。ここでは、状況や目的のちがいによる化粧品使用のちがいを検討するために、回答者の「ふだん」時の化粧品使用と、「デートや合コン」時の化粧品使用のふたつの場面のそれぞれに回答させている。

「化粧をしない理由」に関しては、化粧をしない女性に、その理由を表2に示した19項目のそれぞれに対して「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」までの5段階尺度上に評定させるものである。また、「化粧をする理由」に関しては、化粧をする女性に対して、その理由を表3に示した20項目のそれぞれに対して「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」までの5段階尺度上に評定させるものである。この項目の作成

にあたり、岡崎⁵⁾を参照した。さらに、「女性が化粧をする理由についての推測」に関しては、表3と同じ20項目のそれぞれに対して、「どうして女性はお化粧をするのか、その理由として最もあてはまると思われるところを「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」までの5段階尺度上に男性にチェックさせるものである。

2.3 結果

【化粧品利用について】表1に、136名の女性に対しての化粧品を使用する割合を14種の化粧品のそれぞれについて、日常時での使用割合と、デートや合コン場面での使用割合ごとに示した。

【化粧をしない理由について】化粧をしない理由に関する因子分析の結果、あまり明白ではないが固有値1以上で5因子が抽出された（表2）。第一因子は、「化粧をしたときの女性の反応が気になるから」「化粧をしたときの男性の反応が気になるから」「化粧をすると自分自身が意識過剰になってしまうから」などの項目に高い負荷を示している。この因子は他者からの評価や反応に対する評価懸念や意識に関わる因子と考えられ、ここ

表2 化粧をしない理由の因子分析の結果

| 項目 | 因子 | | | | | | h2 |
|-----------------------------|------|------|------|------|------|-----|----|
| | | | | | | | |
| 7 化粧をしたときの女性の反応が気になるから | .93 | -.05 | .09 | .08 | -.15 | .90 | |
| 6 化粧をしたときの男性の反応が気になるから | .86 | -.03 | .06 | .17 | -.00 | .77 | |
| 5 化粧をすると自分自身が意識過剰になってしまうから | .57 | -.06 | -.09 | .04 | .15 | .36 | |
| 3 化粧品が高いから | .53 | .48 | -.01 | .09 | .15 | .54 | |
| 2 化粧のやり方がよくわからないから | .52 | .33 | .24 | -.01 | .08 | .45 | |
| 14 化粧をしても、見せる相手がいないから | .44 | .11 | .44 | -.11 | .03 | .41 | |
| 12 学生のうちは化粧などすべきでないと考えているから | .33 | .15 | .32 | .09 | .19 | .28 | |
| 1 化粧するのが面倒だから | .06 | .72 | .19 | .06 | -.02 | .56 | |
| 19 ただなんとなく | .05 | .71 | -.05 | -.12 | -.10 | .53 | |
| 17 化粧をおとすのが面倒だから | .30 | .60 | .06 | .09 | .40 | .63 | |
| 8 親や友人から化粧をすることに反対されているから | .23 | -.40 | .05 | .07 | -.14 | .23 | |
| 11 周りや友だちがあまり化粧をしないから | -.12 | -.01 | .97 | .08 | -.02 | .97 | |
| 15 化粧をしている人を見ると嫌な気分になるから | .17 | -.00 | .26 | .17 | .13 | .14 | |
| 18 スポーツや運動などですぐ化粧がおちてしまうから | .13 | -.03 | .10 | .84 | -.20 | .77 | |
| 9 化粧をしていないときの方が、気持ちがいいから | -.11 | .25 | -.17 | .51 | .35 | .49 | |
| 4 化粧をしても効果がないから | .14 | -.16 | .12 | .43 | .16 | .27 | |
| 16 化粧をすると息苦しい感じになるから | .03 | .13 | .05 | .11 | .65 | .46 | |
| 13 化粧により肌荒れや炎症をおこしたことがあるから | .09 | -.25 | .14 | -.21 | .61 | .51 | |
| 10 自分の素肌に自信があるから | .03 | .27 | -.01 | .20 | .36 | .24 | |

ではこれを「評価懸念」の因子と呼ぶことにする。第二因子は、「化粧をするのが面倒だから」「ただ何となく」「化粧を落とすのが面倒だから」といった化粧をすることや化粧を落とすことにかかわる心理的コストに焦点があてられており、「心理的コスト」の因子と呼ぶことにする。第三因子は、「周りや友だちがあまり化粧をしていないから」だけに高い負荷を示している。周囲からの影響性に関わる因子と考えられるが、1項目だけであり、この因子の解釈は保留したい。第四因子は、「スポーツや運動などですぐ化粧がおちてしまうから」「化粧をしていないときの方が、気持ちがいいから」「化粧をしても効果がないから」の3項目に高い負荷を示しており、化粧の効果性についての認知や評価を示していると考えられる。ここではこれを「効果のなさ」の因子と呼ぶことにする。第五因子は、「化粧をすると息苦しい感じになるから」「化粧により肌荒れや炎症を

おこしたことがあるから」に高い負荷を示している。「化粧のマイナス効果」に関する因子と考えられよう。

【化粧する理由について】化粧をする理由に対する因子分析の結果、固有値1以上で4因子が抽出された(表3)。第一因子は、「異性の人から注目されたいから」「同性の人から注目されたいから」「男性から魅力的だと思われたいから」「他の同性の人に見劣りしたくないから」「きれいになりたいから」に高い正の負荷を示しており「自己顕示と魅力性」に関わるものであるといえよう。第二因子は、「化粧をすると積極的な気分になれるから」「化粧をすると自信を持って外を歩けるから」「化粧をすると自分のストレスが解消できるから」「化粧には自分の顔を創造する楽しさがあるから」「素顔の自分とは違う自分になりたいから」に高い負荷を示しており、「積極性や自信の獲得」に関わる因子であると考えられる。第三因

表3 化粧する理由の因子分析の結果

| 項目 | 因子 | | | | h2 |
|-----------------------------|------|------|------|------|-----|
| | I | II | III | IV | |
| 15 異性の人から注目されたいから | .89 | .21 | -.12 | .07 | .86 |
| 16 同性の人から注目されたいから | .81 | .24 | -.17 | .05 | .75 |
| 4 男性から魅力的だと思われたいから | .79 | .19 | -.01 | -.20 | .70 |
| 14 他の同性の人に見劣りしたくないから | .71 | .30 | -.10 | .05 | .60 |
| 1 周りの人からきれいだと思われたいから | .71 | .17 | .02 | -.27 | .66 |
| 2 きれいになりたいから | .55 | .14 | -.02 | -.57 | .65 |
| 7 化粧をすると積極的な気分になれるから | .14 | .79 | -.12 | .10 | .67 |
| 8 化粧をすると自信を持って外を歩けるから | .32 | .67 | .09 | -.14 | .57 |
| 9 化粧をすると自分のストレスが解消できるから | .08 | .66 | -.23 | .01 | .50 |
| 6 化粧には自分の顔を創造する楽しさがあるから | .22 | .64 | -.18 | -.27 | .56 |
| 20 化粧をすると気分転換になるから | .03 | .56 | -.30 | -.37 | .54 |
| 5 素顔のじぶんとは違う自分になりたいから | .36 | .47 | -.09 | -.17 | .38 |
| 19 化粧は女性のみだしなみだから | .04 | .21 | -.76 | -.19 | .67 |
| 11 女性は美しく装い、女らしくふるまうものだから | .24 | .16 | -.65 | -.08 | .51 |
| 18 化粧をすると自分の気持ちが引き締まるから | -.07 | .42 | -.53 | -.24 | .52 |
| 13 仕事や立場上、化粧が必要だから | .34 | .06 | -.43 | .30 | .39 |
| 17 化粧によって自分の肌を守るため | -.02 | -.07 | -.24 | -.44 | .26 |
| 10 化粧で肌の色やくすみなどの欠点がカバーできるから | .09 | .20 | .02 | -.37 | .18 |
| 12 周りや友人がみんな化粧をしているから | .38 | -.08 | .22 | -.01 | .20 |
| 3 自分の顔や肌を触っていると気持ちがいいから | .14 | .25 | -.21 | .07 | .13 |

子は、「化粧は女性のみだしなみだから」「女性は美しく装い、女らしくふるまうものだから」「化粧をすると自分の気持ちが引き締まるから」に高い負荷を示しており、「伝統的性役割観」を示していると考えられる。さらに、第四因子は、「化粧によって自分の肌を守るため」「化粧で肌の色やくすみなどの欠点がカバーできるから」にやや高い負荷を示し「肌の保護と欠点のカバー」に関する因子であるといえよう。

【男性が推定した「女性が化粧する理由」について】

男性が評定した「女性が化粧する理由」に関する因子分析の結果、固有値1以上で4因子が抽出された(表4)。第一因子は、「周りの人からきれいだと思われたいから」「男性から魅力的だと思わ

れたいから」「きれいになりたいから」「化粧で肌の色やくすみなどの欠点がカバーできるから」「異性の人から注目されたいから」に高い正の負荷を示している。これらは、美しくまた魅力的に評価されたいとする欲求に関連する因子であると考えられよう。第二因子は、「化粧をすると積極的な気分になれるから」「化粧には自分の顔を想像する楽しさがあるから」「素顔の自分とは違う自分になりたいから」「化粧をすると自分のストレスが解消できるから」に高い正の負荷を示しており、ポジティブな方向への気分の変化に関する因子であると考えられる。ここでは、これを「気分変化」の因子と呼ぶ。第三因子は、「女性は美しく装い、女らしくふるまうものだから」「他の同性の人に見劣りしたくないから」「化粧をすると自

表4 男性が評定した「女性が化粧する理由」の因子分析の結果

| 項目 | 因子 | | | | | h ² |
|-----------------------------|------|------|------|------|-----|----------------|
| | | | | | | |
| 1 周りの人からきれいだと思われたいから | .89 | .10 | .15 | .03 | .82 | |
| 4 男性から魅力的だと思われたいから | .83 | .02 | .19 | .08 | .73 | |
| 2 きれいになりたいから | .74 | .11 | .02 | -.08 | .57 | |
| 10 化粧で肌の色やくすみなどの欠点がカバーできるから | .64 | .08 | .19 | .35 | .57 | |
| 15 異性の人から注目されたいから | .58 | .01 | .40 | -.06 | .50 | |
| 7 化粧をすると積極的な気分になれるから | .20 | .71 | .04 | .13 | .57 | |
| 6 化粧には自分の顔を創造する楽しさがあるから | .09 | .69 | -.01 | .15 | .51 | |
| 5 素顔のじぶんとは違う自分になりたいから | .24 | .63 | -.00 | .14 | .47 | |
| 9 化粧をすると自分のストレスが解消できるから | -.30 | .62 | .39 | .11 | .64 | |
| 3 自分の顔や肌を触っていると気持ちがいいから | -.08 | .37 | .04 | -.22 | .19 | |
| 11 女性は美しく装い、女らしくふるまうものだから | .19 | -.04 | .64 | .18 | .47 | |
| 14 他の同性の人に見劣りしたくないから | .40 | .11 | .58 | .02 | .51 | |
| 8 化粧をすると自信を持って外を歩けるから | .17 | .43 | .56 | -.10 | .54 | |
| 12 周りや友人がみんな化粧をしているから | .15 | -.07 | .52 | .16 | .32 | |
| 19 化粧は女性のみだしなみだから | .04 | -.03 | .49 | .43 | .43 | |
| 20 化粧をすると気分転換になるから | -.16 | .14 | .44 | .34 | .35 | |
| 16 同性の人から注目されたいから | .11 | .14 | .39 | .03 | .18 | |
| 17 化粧によって自分の肌を守るため | .07 | .01 | .04 | .67 | .45 | |
| 18 化粧をすると自分の気持ちが引き締まるから | -.09 | .49 | .25 | .60 | .67 | |
| 13 仕事や立場上、化粧が必要だから | .08 | .21 | .27 | .45 | .33 | |

信を持って外を歩けるから」「周りや友人がみんな化粧をしているから」「化粧は女性のみだしなみだから」に高い正の負荷を示しており、伝統的女性役割の追従や周囲への同調傾向を示していると考えられ、これを「同調」因子と呼ぶことにする。そして、第四因子は、「化粧によって自分の肌を守るため」「化粧をすると自分の気持ちが引き締まるから」に高い正の負荷を示しているが、「保護」に関わる因子と考えられるが、解釈は不可能である。

2.4 考察

Cashら(6)は、ファンデーション、マスカラ、口紅といった15種の化粧品の使用頻度が、「授業に出席する」、「同性の友人と買い物に行く」

「ディナーでのデート」などの12の状況や場面で異なるかどうかを検討している。本研究では、「ふだんの」時よりも「デートや合コン」時に化粧品を使用するものの割合が増加するとは言いえないことが示された。また、「ときどき使う」を合わせると8割近くの女性が、「リップ・クリーム」「口紅」「ファンデーション」の3種を使用していること、さらに、「香水、オーデコロン」と「マニキュア」は「ときどき使う」と回答するものの割合が多く、状況やその時の気分などの要因によって使用に変動がある可能性があることがそれぞれ示されているといえよう。

本研究では、これまで比較的研究の関心がもたれていなかった「化粧しない理由」の構造を分析した。「化粧しない理由」には、他者からの評価

を懸念することや、化粧にともなうコストやマイナスの効果が存在することが示された。さらに、女性が評定した「化粧する理由」と、男性が評定した「女性が化粧する理由」の構造をそれぞれ分析し、このふたつに若干異なる構造が存在することが示された。この問題については、今後さらに検討する必要がある。

3 第二研究

3.1 目的

Cox & Glick (7) は、メイクアップした女性の写真は、していないときの写真よりも、より魅力的で、女性的で、そして、セクシーであると第三者により評定されていたことを示している。

また、Miller & Cox (8) は、公的自己意識 (Public Self-Consciousness : PSC) と化粧品使用との関連を検討し、公的自己意識の高い女性は、低い女性と比べてメイクアップをよくしており、また、メイクアップによって自分の容姿の魅力が上昇するとみなしていること、そして、実際に第三者からも公的自己意識の高い女性の方が低い女性よりも魅力的であると評定される傾向があることを示している。

一方で、Cashら (9) は、自己評価に関しては、化粧により自分の顔や全体的な容姿に対する満足度が上昇するとみなしてはいるが、ただし、第三者からの評定に関しては、男性は、同一の女性が化粧をしていないときよりも化粧をしているときにより魅力的であると評定したが、女性が評定すると、化粧しているときと化粧をしていないときの魅力に違いがみられないこと、すなわち、第三者からの評定には性差が存在することを示している。さらに、Hamid⁽¹⁰⁾ も、口紅、アイシャドーなどのメイクアップをしているときとしていないときの対象人物の女性に対する魅力を検討するなかで、同性である女性は、メイクアップしているかしていないかにかかわらず対象人物の女性の魅力を一定に評価しているのに対して、男性は、メイ

クアップしていないときよりもメイクアップしているときの方がその女性は魅力的であるとみなす傾向があることを示している。

このように、化粧により、自己評価や自己イメージは変化すること、ただし、第三者が評定した化粧による魅力の向上効果は、男性だけにみられ、女性においてはみられない可能性の存在が示唆されているといえよう。

第二研究においては、化粧による自己イメージの変化を検討する。第一研究の結果では、「リップ・クリーム」、「ファンデーション」、「口紅」が本調査対象者たちの基礎的な化粧品であることが示された。ここでは、これらのうち、特にその使用による印象の変化が大きいと考えられる「口紅」に焦点をあて、「口紅」使用が、自己の印象やイメージ評価に及ぼす効果を検討すること。

3.2 方法

【実験参加者】 国立F大学の女子学生29名が個別に本実験に参加した。ただし、欠損値があるため、分析によっては人数が異なることがある。

【実験手続き】 実験参加者を個別に実験室に入室させた後、「女性に特徴的と思われる心理学的行動である「化粧」のなかから、特に口紅に焦点をあて、その口紅の効果を検討するものである」と説明した。次に、年齢等を問うフェイス・シートへの記入を求めた後、口紅をしていない状態で、着席した実験参加者の顔のアップをビデオ・カメラで撮影した。ビデオ・カメラから椅子の中心までの距離は、2メートル50センチであった。このとき、なるべく緊張していない自然な状態での顔や表情を撮影するため、日常的な会話が実験者とのあいだで行われた。撮影時間は、実験参加者によって異なり、ほぼ1分半から3分であった。

次に、撮影したビデオを、着席した実験参加者から2メートル10センチの距離から29インチ・モニターに再生し、実験参加者は、この録画された自分の顔や表情をみながら、その印象を「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」までの

5段階尺度上に評定した。この時、「なるべく客観的に印象を評定して欲しい。考えすぎるとわからなくなるので、直感的に評定して欲しい」旨の指示を行った。

この後、実験者参加者は口紅をつけて、上と同様の手続きを繰り返した。口紅は2種類あり、K社の中価格帯ブランドに属するオレンジ1色とピンク系1色であった（以下、それぞれをオレンジとピンクと略記）。順序効果を相殺するため、実験参加者のうち半数はオレンジ→ピンクの順に口紅をつけ、半数はピンク→オレンジの順に口紅をつけた。

3.3 結果

表5に示した16項目の形容詞それぞれの印象評定の平均に対して、一要因分散分析を行った。「好ましい」、「理性的な」「冷たい」「感情的な」「知的な」「おちついた」の6項目に対しては、有意な主効果は認められず、自己の印象評定に及ぼす口紅使用の効果は認められなかった。これに対し、「情熱的な」「美しい」「派手な」「激しい」「穏やかな」「地味な」「醜い」「暖かい」「やさしい」「洗

表5 口紅の使用による印象（平均）

| | 口紅無し | オレンジ | ピンク | F |
|-------|------|------|------|-----------|
| 好ましい | 2.93 | 3.04 | 2.86 | 0.25 |
| 理性的な | 2.41 | 2.70 | 2.67 | 1.90 |
| 情熱的な | 2.17 | 3.03 | 3.34 | 14.29**** |
| 美しい | 2.07 | 2.69 | 2.76 | 11.18**** |
| 冷たい | 2.44 | 2.24 | 2.10 | 1.40 |
| 派手な | 1.93 | 3.13 | 3.31 | 22.98**** |
| 感情的な | 3.14 | 3.24 | 3.24 | 0.15 |
| 激しい | 2.21 | 2.79 | 3.00 | 4.24* |
| 穏やかな | 3.55 | 2.62 | 2.66 | 11.96**** |
| 地味な | 3.07 | 2.14 | 2.21 | 13.59**** |
| 醜い | 3.17 | 2.86 | 2.83 | 3.40* |
| 知的な | 2.41 | 2.69 | 2.79 | 2.30 |
| 暖かい | 3.55 | 3.24 | 2.90 | 4.79* |
| やさしい | 3.41 | 2.93 | 2.97 | 3.23* |
| おちついた | 2.56 | 2.55 | 2.66 | 0.09 |
| 洗練された | 2.14 | 2.62 | 2.72 | 5.02** |

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

練された」の10項目に対しては有意な主効果が認められている。Newman-Kuels法による多重比較の結果は、これらの効果は、いずれも「口紅無し」条件といずれか一方あるいは双方の「口紅使用」条件とのあいだに有意差が存在すること、二種類の口紅のあいだの効果には有意差が認められないことをそれぞれ示している。

3.4 考察

口紅の使用により、自己イメージが変化する側面と、自己イメージの変化がもたらされない側面が、ともに存在することが示された。特に、口紅使用により、「暖かさ」や「やさしさ」は減少するが、「洗練された」「激しさ」「情熱的な」「美しさ」が上昇するという結果は興味深い。今後、自己イメージの変化と第三者からの印象や魅力の変化と対応するのかどうかについての検討が必要であろう。

4 第三研究

4.1 目的

第二研究により、口紅の使用による自己イメージの変化の特徴が明らかになった。そして、自己イメージの変化と第三者からの印象や魅力の変化とが対応するのかどうかについての検討が必要なが示された。

第三研究の目的は、口紅使用の有無による第三者からの印象や魅力の変化を明らかにし、口紅の使用による自己イメージの変化が、これら第三者からの印象や魅力の評定と対応するのかどうかを明らかにすることにある。

4.2 方法

【刺激人物】 刺激人物は、第二研究に参加した実験参加者のうちの5名の「口紅無し」「オレンジ口紅条件」「ピンク口紅条件」の3種類のビデオについて、それぞれ30秒ずつに編集したものである。刺激人物（5名）×口紅条件（無し、オレン

表6 Aさんについての自己評定と第三者評定

| | 口紅無し | | | ピンク | | | オレンジ | | |
|--------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 |
| 好ましい | 2 | 3.30 | 3.55 | 2 | 3.20 | 3.45 | 4 | 3.30 | 3.40 |
| 理性的な | 3 | 3.45 | 3.25 | 2 | 3.50 | 3.45 | 3 | 3.25 | 3.55 |
| 情熱的な | 1 | 2.60 | 2.70 | 2 | 3.25 | 3.25 | 4 | 3.20 | 3.05 |
| 美しい | 2 | 3.25 | 3.40 | 2 | 3.60 | 3.50 | 3 | 3.50 | 3.60 |
| かわいらしい | - | 3.00 | 3.20 | - | 3.15 | 2.80 | - | 3.15 | 2.80 |
| 冷たい | 4 | 3.10 | 2.85 | 2 | 2.70 | 2.90 | 2 | 3.15 | 2.85 |
| 派手な | 2 | 2.60 | 2.20 | 2 | 3.25 | 3.05 | 2 | 3.10 | 2.45 |
| 感情的な | 2 | 3.00 | 2.50 | 2 | 3.20 | 3.30 | 2 | 3.30 | 2.60 |
| 激しい | 1 | 2.85 | 2.50 | 2 | 2.85 | 3.05 | 1 | 3.15 | 2.35 |
| 穏やかな | 4 | 3.10 | 3.30 | 2 | 3.10 | 2.90 | 4 | 2.90 | 3.00 |
| 地味な | 3 | 2.90 | 3.05 | 2 | 2.30 | 2.55 | 2 | 2.30 | 2.75 |
| 知的な | 1 | 3.30 | 3.95 | 2 | 3.60 | 3.80 | 2 | 3.55 | 3.90 |
| 暖かい | 4 | 2.85 | 3.30 | 4 | 3.20 | 3.25 | 4 | 3.00 | 3.40 |
| 優しい | 4 | 3.15 | 3.35 | 3 | 3.10 | 3.15 | 4 | 3.20 | 3.30 |
| 清楚な | - | 3.15 | 3.65 | - | 3.15 | 3.15 | - | 3.25 | 3.35 |
| 大人っぽい | - | 3.30 | 3.45 | - | 3.70 | 4.05 | - | 3.95 | 3.70 |
| 子どもっぽい | - | 2.55 | 2.50 | - | 2.40 | 2.20 | - | 2.05 | 2.35 |
| 洗練された | 1 | 2.65 | 2.90 | 3 | 3.20 | 3.60 | 2 | 3.25 | 3.50 |
| 落ち着いた | 4 | 3.25 | 3.70 | 4 | 3.40 | 3.50 | 4 | 3.40 | 3.60 |

ジ、ピンクの3種類)の計15のビデオのリストが、口紅の使用による順序効果を相殺するようなかたちで作成された。

【実験参加者】 国立F大学、および、同大学院の学生40名(男20名・女20名)。いずれも刺激人物と未知、もしくは、キャンパスで顔を見たことがあるという程度の関係にある。

【実験手続き】 実験参加者は、実験室に入室後、「第一印象の実験であること、素直に評定してほしいこと」等の教示を受け、ビデオに映った刺激人物の印象や魅力について、19項目の形容詞上で評定した。評定は、「非常にあてはまる」から「全くあてはまらない」の5段階評定とし、「非常にあてはまる」を5点とし、「全くあてはまらない」を1点として得点化した。ここで用いられた形容詞は、「好ましい」「理性的な」「情熱的な」「美しい」「かわいらしい」「冷たい」「派手な」「感情的な」「激しい」「穏やかな」「地味な」「知的な」

「暖かい」「優しい」「清楚な」「大人っぽい」「子どもっぽい」「洗練された」「落ち着いた」であった。

4.3 結果

表6~10に第二研究において得られた自己評定の値と、第三研究において得られた第三者による評定の平均を男女別に示した。ここでは、特に、好ましさと美しさの評定に関する結果に焦点をあてて記述する。

刺激人物Aに関しては(表6)、本人は、オレンジの口紅の使用により好ましさと美しさが上昇したとみなしている。第三者の評定においても男女とも口紅の使用は美しさの向上をもたらしたとみなしているが、口紅の種類による違いは認められていない。好ましさに関しては、第三者による口紅使用の有無による評定には有意な違いは認められていない。

表7 Bさんについての自己評定と第三者評定

| | 口紅無し | | | ピンク | | | オレンジ | | |
|--------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 |
| 好ましい | 4 | 3.70 | 4.00 | 2 | 3.15 | 3.65 | 3 | 3.30 | 3.65 |
| 理性的な | 3 | 3.15 | 2.90 | 3 | 2.95 | 2.75 | 3 | 2.90 | 2.85 |
| 情熱的な | 3 | 3.00 | 2.50 | 3 | 2.70 | 2.80 | 4 | 2.80 | 3.05 |
| 美しい | 3 | 2.95 | 2.85 | 3 | 2.85 | 2.95 | 3 | 3.00 | 2.90 |
| かわいらしい | - | 4.20 | 4.20 | - | 3.85 | 4.20 | - | 4.00 | 4.20 |
| 冷たい | 2 | 1.60 | 1.70 | 3 | 1.65 | 1.90 | 2 | 1.60 | 1.85 |
| 派手な | 2 | 1.65 | 1.75 | 3 | 2.40 | 2.50 | 4 | 2.55 | 2.25 |
| 感情的な | 4 | 2.65 | 2.35 | 3 | 2.85 | 2.75 | 4 | 2.60 | 2.45 |
| 激しい | 3 | 2.05 | 1.85 | 3 | 2.15 | 2.45 | 3 | 2.10 | 2.45 |
| 穏やかな | 4 | 4.10 | 4.05 | 4 | 3.90 | 3.60 | 3 | 4.00 | 3.70 |
| 地味な | 3 | 3.40 | 3.30 | 5 | 2.95 | 2.75 | 3 | 3.00 | 2.85 |
| 知的な | 2 | 3.35 | 3.10 | 3 | 2.95 | 3.00 | 2 | 3.10 | 3.00 |
| 暖かい | 4 | 4.45 | 4.15 | 4 | 3.85 | 4.10 | 4 | 4.05 | 4.10 |
| 優しい | 4 | 4.45 | 4.20 | 4 | 3.95 | 4.10 | 3 | 4.15 | 3.95 |
| 清楚な | - | 3.75 | 3.70 | - | 3.20 | 3.55 | - | 3.50 | 3.45 |
| 大人っぽい | - | 1.90 | 2.05 | - | 1.85 | 2.25 | - | 1.85 | 2.15 |
| 子どもっぽい | - | 4.40 | 4.00 | - | 4.20 | 3.75 | - | 4.30 | 3.70 |
| 洗練された | 2 | 2.75 | 2.65 | 3 | 2.70 | 2.70 | 3 | 2.80 | 2.75 |
| 落ち着いた | 2 | 3.15 | 3.55 | 3 | 2.60 | 3.10 | 2 | 3.10 | 2.90 |

表8 Cさんについての自己評定と第三者評定

| | 口紅無し | | | ピンク | | | オレンジ | | |
|--------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 |
| 好ましい | 4 | 2.60 | 3.05 | 4 | 3.00 | 2.70 | 5 | 2.75 | 3.35 |
| 理性的な | 3 | 3.05 | 3.05 | 4 | 3.30 | 2.70 | 3 | 3.15 | 2.95 |
| 情熱的な | 4 | 3.15 | 3.20 | 4 | 3.50 | 3.70 | 4 | 3.60 | 3.55 |
| 美しい | 3 | 2.90 | 2.95 | 4 | 3.10 | 3.05 | 4 | 3.05 | 3.35 |
| かわいらしい | - | 2.65 | 2.70 | - | 2.50 | 2.70 | - | 2.65 | 2.85 |
| 冷たい | 1 | 2.60 | 2.85 | 1 | 2.85 | 2.95 | 1 | 2.90 | 2.75 |
| 派手な | 2 | 3.00 | 2.35 | 4 | 3.30 | 3.65 | 3 | 3.75 | 3.45 |
| 感情的な | 4 | 3.35 | 3.00 | 4 | 3.40 | 3.50 | 5 | 3.50 | 3.50 |
| 激しい | 2 | 3.10 | 3.05 | 4 | 3.20 | 3.35 | 4 | 3.25 | 3.30 |
| 穏やかな | 5 | 2.45 | 2.60 | 3 | 2.65 | 2.45 | 4 | 2.60 | 2.70 |
| 地味な | 3 | 2.55 | 2.60 | 3 | 2.10 | 2.30 | 1 | 2.25 | 2.40 |
| 知的な | 3 | 2.90 | 3.15 | 4 | 3.15 | 3.10 | 4 | 3.05 | 3.55 |
| 暖かい | 4 | 2.80 | 3.00 | 4 | 2.95 | 2.90 | 4 | 3.10 | 3.05 |
| 優しい | 4 | 3.20 | 3.00 | 4 | 3.20 | 2.80 | 4 | 3.10 | 3.00 |
| 清楚な | - | 2.95 | 2.85 | - | 2.80 | 2.65 | - | 2.80 | 3.10 |
| 大人っぽい | - | 3.70 | 3.45 | - | 4.00 | 3.40 | - | 4.05 | 3.85 |
| 子どもっぽい | - | 2.45 | 2.55 | - | 2.00 | 2.15 | - | 1.90 | 2.15 |
| 洗練された | 3 | 2.75 | 2.85 | 4 | 3.00 | 2.45 | 2 | 3.00 | 3.15 |
| 落ち着いた | 4 | 2.90 | 3.15 | 2 | 3.15 | 2.55 | 3 | 2.85 | 3.05 |

表9 Dさんについての自己評定と第三者評定

| | 口紅無し | | | ピンク | | | オレンジ | | |
|--------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 |
| 好ましい | 3 | 3.65 | 3.95 | 4 | 4.00 | 3.95 | 2 | 3.95 | 4.35 |
| 理性的な | 2 | 3.45 | 3.50 | 1 | 3.50 | 3.50 | 2 | 3.35 | 3.65 |
| 情熱的な | 3 | 2.65 | 2.65 | 4 | 3.10 | 2.95 | 2 | 3.15 | 2.60 |
| 美しい | 2 | 3.15 | 3.35 | 2 | 3.65 | 3.55 | 3 | 3.80 | 3.45 |
| かわいらしい | - | 3.80 | 3.95 | - | 3.70 | 4.00 | - | 3.75 | 4.05 |
| 冷たい | 2 | 1.80 | 1.70 | 1 | 1.65 | 1.65 | 1 | 1.80 | 1.60 |
| 派手な | 1 | 2.10 | 1.95 | 4 | 2.55 | 2.25 | 3 | 2.40 | 1.95 |
| 感情的な | 3 | 2.60 | 2.30 | 4 | 2.95 | 2.50 | 4 | 2.80 | 2.15 |
| 激しい | 1 | 2.05 | 1.90 | 3 | 2.20 | 2.20 | 3 | 2.40 | 1.65 |
| 穏やかな | 3 | 4.00 | 4.10 | 2 | 3.90 | 3.60 | 4 | 3.95 | 4.15 |
| 地味な | 4 | 3.30 | 2.95 | 2 | 2.55 | 2.45 | 2 | 2.75 | 2.80 |
| 知的な | 2 | 3.30 | 3.35 | 2 | 3.40 | 3.65 | 2 | 3.50 | 3.90 |
| 暖かい | 2 | 4.15 | 4.30 | 2 | 4.25 | 4.20 | 4 | 4.20 | 4.30 |
| 優しい | 2 | 4.15 | 4.30 | 2 | 4.30 | 4.25 | 3 | 4.40 | 4.30 |
| 清楚な | - | 3.45 | 4.05 | - | 3.60 | 3.65 | - | 3.60 | 4.15 |
| 大人っぽい | - | 2.95 | 2.80 | - | 3.30 | 3.45 | - | 3.30 | 3.30 |
| 子どもっぽい | - | 3.25 | 3.40 | - | 2.65 | 2.75 | - | 3.00 | 2.80 |
| 洗練された | 1 | 2.90 | 3.25 | 3 | 3.40 | 3.70 | 3 | 3.20 | 3.40 |
| 落ち着いた | 1 | 3.05 | 3.80 | 2 | 3.40 | 3.85 | 2 | 3.45 | 3.75 |

表10 Eさんについての自己評定と第三者評定

| | 口紅無し | | | ピンク | | | オレンジ | | |
|--------|------|------|------|-----|------|------|------|------|------|
| | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 | 自己 | 男性 | 女性 |
| 好ましい | 3 | 3.20 | 3.65 | 2 | 2.75 | 3.40 | 2 | 3.15 | 3.60 |
| 理性的な | 3 | 3.20 | 3.05 | 2 | 2.95 | 3.25 | 2 | 3.05 | 3.20 |
| 情熱的な | 3 | 3.05 | 2.85 | 3 | 3.05 | 3.10 | 3 | 2.55 | 2.95 |
| 美しい | 2 | 2.75 | 2.90 | 2 | 2.75 | 2.85 | 2 | 2.90 | 2.70 |
| かわいらしい | - | 3.55 | 3.40 | - | 3.15 | 3.15 | - | 3.35 | 3.45 |
| 冷たい | 2 | 1.85 | 1.75 | 4 | 2.00 | 1.95 | 3 | 1.95 | 1.90 |
| 派手な | 2 | 2.00 | 1.80 | 4 | 2.95 | 2.75 | 3 | 2.25 | 2.25 |
| 感情的な | 2 | 2.60 | 2.25 | 3 | 3.25 | 2.85 | 2 | 2.60 | 2.40 |
| 激しい | 2 | 2.35 | 1.85 | 4 | 2.80 | 2.65 | 3 | 2.05 | 2.10 |
| 穏やかな | 4 | 3.85 | 3.80 | 3 | 3.10 | 3.35 | 3 | 4.10 | 3.70 |
| 地味な | 3 | 3.45 | 3.35 | 2 | 2.65 | 2.60 | 2 | 3.45 | 3.00 |
| 知的な | 2 | 3.00 | 3.35 | 2 | 2.70 | 3.10 | 2 | 2.95 | 3.30 |
| 暖かい | 3 | 3.85 | 3.85 | 3 | 3.65 | 3.70 | 3 | 4.00 | 3.90 |
| 優しい | 3 | 3.90 | 3.95 | 3 | 3.60 | 3.40 | 3 | 4.20 | 3.95 |
| 清楚な | - | 3.15 | 3.10 | - | 2.60 | 2.80 | - | 3.20 | 3.05 |
| 大人っぽい | - | 2.65 | 2.95 | - | 2.95 | 2.90 | - | 2.75 | 2.90 |
| 子どもっぽい | - | 3.65 | 2.95 | - | 3.10 | 2.80 | - | 3.40 | 2.90 |
| 洗練された | 3 | 2.85 | 2.75 | 2 | 2.55 | 2.75 | 2 | 2.70 | 2.95 |
| 落ち着いた | 4 | 3.65 | 3.65 | 2 | 2.95 | 3.45 | 3 | 3.85 | 3.85 |

刺激人物Bに関しては（表7）、本人は、口紅の使用により好ましさが低下したとみなしており、特に、ピンクにおいてこの傾向が強い。第三者の評定においても口紅の使用による好ましさの低下が認められているが、口紅の種類による違いは示されていない。美しさに関しての自己評定には変化がなく、また、第三者による評定においても口紅の有無による美しさの違いは認められていない。刺激人物Cは（表8）、オレンジの使用により好ましさが上昇したとみなしている。第三者による評定においては、男性はピンクの使用により好ましさが上昇したとしているのに対し、女性は、オレンジの使用により好ましさが上昇したとみなしているというように、第三者の性によって口紅のもたらす向上効果が異なることが示されている。美しさに関しては、自己評価では、美しさの向上効果が認められているが、第三者による評定では、有意に近い向上効果しか示されていない。

刺激人物Dに関しては（表9）、本人はピンクにより好ましさが上昇し、オレンジにより低下したとみなしている。ただし、第三者による評定では、ピンクでは好ましさの向上は認められず、オレンジによる好ましさの向上効果が示されている。美しさに関しては、本人は、オレンジの使用により向上したとみなしている。第三者評定で

は、女性は、口紅の使用による違いを示していないが、男性は、口紅の使用により美しさが向上したとみなしている。

刺激人物Eに関しては（表10）、本人は、口紅の使用により好ましさが低下したとみなしていることが示されており、第三者による評定においてもピンクの使用により好ましさが低下したことが示されている。また、好ましさの評定に男女差が認められており、男性よりも女性が好ましさを高く評定していることが示されている。美しさにおいては、自己評価においても第三者評価においても口紅の使用による印象の変化がみられていない。

4.4 考察

口紅の使用により、第三者からの好ましさや美しさの評定が上昇する女性と、上昇しない女性とがともに存在することが示された。また、この魅力の向上効果は、評定する性によっても異なる可能性があること、そして、第三者が評定した魅力の変化は本人の自己評価の変化とが必ずしも対応するとは限らないことがそれぞれ明らかになったといえよう。これらの結果は、「似合う」「似合わない」という評価基準とも関連するものと思われる。さらに検討が必要であろう。

表11 実験で使用した化粧品

| 実験参加者 | | | |
|----------|-------|--------|--------|
| | X | Y | Z |
| ファンデーション | ブラウン系 | オークル系 | オークル系 |
| フェイス・カラー | ピーチ系 | オーキッド系 | オーキッド系 |
| アイ・カラー | ブラウン系 | ブラウン系 | イエロー系 |
| | イエロー系 | イエロー系 | ブラック系 |
| | —— | —— | ピンク系 |
| マスカラ | マルーン | モレル | アクア |
| アイ・ライナー | ブラウン系 | ブラウン系 | ブラック系 |
| 口紅 | オレンジ系 | レッド系 | ローズ系 |

5 第四研究

5.1 目的

第二研究において、口紅の使用により自己イメージが変化すること、そして、第三研究により、この自己イメージの変化と第三者からの印象の評定とが必ずしも対応するとは限らないことが示された。ただし、この二つの研究は、口紅の使用だけに焦点をあてていた。そこで、第四研究においては、フル・メイクアップによる自己イメージの変化について検討する。

5.2 方法

【実験参加者】 日頃は、ほとんど化粧をしていないと回答した国立F大学の女子学生1年生3名が実験に参加した。

【実験手続き】 実験室に入室後、個別に、日頃の化粧品使用の頻度、ふつうの自分の顔のイメー

ジを評定させた。次に、アマチュアの大学院生女子の指導のもとで、化粧をし、正面からはぼ1分間ビデオで撮影した。次に、再生されたビデオをみながら、自分の顔のイメージを評定した。

5.3 結果

【実験参加者について】 実験参加者Xは、19才で、ふだんの生活においては、リップ・クリーム、口紅、ファンデーション、アイシャドーをときどき使用している。実験参加者Yは、19才でありふだん、リップ・クリーム、口紅、マニキュア、オーデコロンを使用している。そして、実験参加者Zは、19才であり、ふだん時においては、リップ・クリームだけの使用である。

【メイク・アップによる自己イメージの変化について】 表11に使用した化粧品を、表12に化粧による自己評定の変化を示した。3名ともフル・メイクアップにより「大人っぽい」「情熱的な」

表12 フル・メイク・アップによる印象評定の変化

| | 実験参加者X | | 実験参加者Y | | 実験参加者Z | |
|--------|--------|-----|--------|-----|--------|-----|
| | 化粧前 | 化粧後 | 化粧前 | 化粧後 | 化粧前 | 化粧後 |
| 好ましい | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 理性的な | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 情熱的な | 1 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 美しい | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| かわいらしい | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 |
| 冷たい | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| 派手な | 1 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 |
| 感情的な | 1 | 3 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| 激しい | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 穏やかな | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 地味な | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 知的な | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 3 |
| 暖かい | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 優しい | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 清楚な | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 大人っぽい | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 |
| 子どもっぽい | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 | 2 |
| 洗練された | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 落ちついた | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |

「派手な」「激しい」の評定が増加し、「子どもっぽい」の評定が低減している。

XとZは、ともに、化粧により「美しさ」は上昇しているとみなしている。ただし、「好ましき」に関しては、Xは上昇したと、Zは低下したとそれぞれみなしている。Yは、化粧により「かわいらしさ」や「知的さ」が上昇したとみなしているが、「美しさ」や「好ましき」の変化ないとみなしている。

5.4 考察

フル・メイクアップによる自己イメージの変化を検討したところ、化粧が、「大人っぽさ」の上昇と「子どもっぽさ」の減少をもたらしたとみなしていることが明らかになった。ただし、化粧による好ましきや美しさの向上効果は、参加者によって異なることが示されており、今後、この参加者による効果の違いを明らかにするための検討が必要であろう。

引用文献

- 1) 鈴木ゆかり：顔の形態と印象の関係化粧心理学、フレグランス・ジャーナル、124-133 1993
- 2) 岩男寿美子・菅原健介・松井豊：化粧の心理的効用（IV）日本社会心理学会第26回大会発表論文集、102-103 1985
- 3) 松井豊・山本真理子・岩男寿美子：化粧の心理的効用、マーケティング・リサーチ、21 30-41 1983
- 4) 山本純子・加藤雪枝：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 1991
- 5) 岡崎晶子：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 1993
- 6) Cash, T. F., Rissi, J., & Chapman, R. 1985 Not just another pretty face: Sex roles, locus of control, and cosmetics use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11 246-257 1985
- 7) Cox, C. L., & Glick, W. H. Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14 51-58 1986
- 8) Miller, L. C., & Cox, C. L. For appearances' sake: Public self-consciousness and make-up use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8 748-751 1982
- 9) Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. Effects of cosmetics use on the physical attractiveness and body image of American college woman. *Journal of Social Psychology*, 129 349-355 1989
- 10) Hamid, P. N. Some effects of dress cues on observational accuracy, a perceptual estimate, and impression formation. *The Journal of Social Psychology*, 56 279-289 1972

【付記】 本研究の遂行にあたり、櫻庭恵理、佐藤いずみ、飛田瑞穂、片岡由佳、酒井千晶、岡崎晶子、坂下雪音、武藤はる佳の各氏の協力を得ました。記して感謝いたします。