

女子青年における容姿に対する劣等感への化粧効果の認識に関する発達心理学的研究

和光大学現代人間学部

高坂 康雅

The purpose of this study is to examine the effect of make-up on reduce inferiority feelings in appearance among female adolescents. In study 1, 288 university students completed a questionnaire about reasons to make-up, frequency of using cosmetics and make-up sets, feelings after make-up, and inferiority feelings in appearance. Structural Equation Modeling (SEM) indicated that inferiority feelings were enhanced directly and indirectly by “For covering up their defects in appearance”, but were weakened by “For becoming their spirits aloft”.

In Study2, 1,000 females (age 16–30) completed a questionnaire of the same contents in study 1 on web. SEM indicated that inferiority feelings were enhanced directly and indirectly by “For enhancing the evaluations from others” among 16–18 females and “For manners” among 19–30 females, but were weakened by “For becoming their spirits aloft”, too.

1. 緒言

青年期は生涯の中で最も劣等感を感じやすい時期であり、特に女子青年は、青年期を通して、容姿・容貌に対する劣等感を抱いていることが明らかにされている¹⁾。劣等感を低減させる方法のひとつとして、劣っていると感じられる部分・側面に対して直接的に働きかけ、その部分・側面を改善・向上させようとする「補償」が用いられることが指摘されており、高坂²⁾は、成人を対象とした調査で、劣等感が解消した方法として「直接的な努力(補償)」が用いられていたことを明らかにしている。また、宮城³⁾は、化粧は自我の主張や虚栄に役立つため、劣等感の克服に用いられるのは当然であると述べている。松井・山本・岩男⁴⁾も、化粧の効果のひとつとして「外見的欠点の補償」をあげており、また、化粧が外見的な欠点の補償のような即時的な効用だけでなく、対人的な積極性や自信というような持続的な効用をもつことも指摘している。

これまでの化粧に関する心理学的な研究は、①化粧行動の動機・理由・意識に関する研究、②化粧品の消費行動・使用頻度に関する研究、③化粧の効果に関する研究、の3領域にまとめられる。①化粧行動の動機・理由・意識に関する研究としては、上方・田頭⁵⁾は、大学生女子が化粧をする理由として、「変わる楽しさ」、「魅力の呈示」、「積極性の向上」、「リラクゼーション」、「肌の美しさ」の5因子を抽出している。また②化粧品の消費行動・使用頻度に関する研究としては、飛田⁶⁾が12種類の化粧品の使用頻度

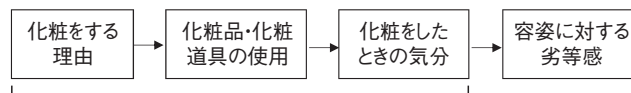


Fig. 1 本研究の仮説モデル

を「ふだんの時」と「デートなどの時」で比較検討している。③化粧の効果に関する研究では、松井ら⁴⁾のほかに、宇山・鈴木・互⁷⁾が20～50代の女性を対象とした調査から、「積極性の向上」、「リラクゼーション」、「気分の高揚(対外)」、「気分の高揚(対自)」、「安心」の5因子を抽出している。

このように化粧に関する心理学的な研究は、主に3つの領域でその知見を蓄積してきている。しかし、化粧をすることが容姿に対する劣等感に及ぼす影響・効果について直接的に検討した研究は行われていない。また、調査ごとに対象者の年齢範囲や属性が異なっているため、単純に結果を比較検討することが困難である。さらに、研究によって“化粧”の定義(何をもって“化粧”とするか)が異なっていたり、化粧の定義が明確にされていないものも少なくない。

これらの問題意識のもと、本研究では、女子青年において化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。なお、本研究における化粧とは、“顔の全体、または一部に、『つける』、『塗る』、『描く』という行為によって、見た目の変化が生じる行為”とした。また、化粧行動には、①化粧をする理由、②化粧品・化粧道具の使用、③化粧をしたときの気分、が含まれるものとする(Fig. 1)。

2. 研究1

2.1. 目的

研究1では、大学生を対象に、大学生の化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を明らかにすることを目的とした。



Developmental Psychological Study of Effects of Make-Up for Inferiority Feelings in Appearance among Female Adolescents

Yasumasa Kosaka

Wako University, Faculty of Human Sciences

2.2. 方法

2.2.1. 調査対象者

東京都内の大学生 288 名（男子 143 名，女子 143 名，不明 2 名；平均年齢 19.6 歳，標準偏差 2.9 歳）を調査対象者とした。

2.2.2. 調査内容

年齢，性別，学年に続き，以下の(1)～(4)への回答を求めた。

(1)容姿に対する劣等感項目

高坂^{8,9)}を参考に独自に 5 項目を作成した。「あなたにどの程度あてはまりますか」という教示のもと，「全くあてはまらない」（1 点）から「とてもあてはまる」（5 点）の 5 件法で回答を求めた。

(2)化粧品・化粧道具の使用頻度項目

大学生が一般的に使用していると考えられる 18 種類の化粧品・化粧道具について，1 週間の使用頻度を「使用しない」（1 点）から「毎日」（5 点）の 5 件法で回答を求めた。

(3)化粧をする理由項目

事前に行った予備調査で得られた 7 カテゴリーについて 5 項目ずつを独自に作成した。「あなたが普段，化粧をする理由に，どの程度あてはまりますか」という教示のもと，「全くあてはまらない」（1 点）から「とてもあてはまる」（5 点）で回答を求めた。

(4)化粧をしたときの気分

事前に行った予備調査で得られた 6 カテゴリーについて 5 項目ずつを独自に作成した。「あなたは，化粧を行った後，どのような気分になりますか」という教示のもと，

「全くあてはまらない」（1 点）から「とてもあてはまる」（5 点）の 5 件法で回答を求めた。

2.2.3. 調査時期・手続き・倫理的配慮

2015 年 7 月に，講義時間の一部を用いて，集団で調査を実施し，その場で調査用紙を回収した。その際，無記名であるため誰がどのように回答したか把握されないこと，調査への協力は任意であり，拒否することができること，調査を拒否しても一切の不利益は生じないこと，などを紙面および口頭で伝え，そのうえで回答した場合，調査への協力に同意したとみなした。

2.3. 結果

2.3.1. 化粧品・化粧道具の使用頻度と分析対象者の選定

18 種類の化粧品・化粧道具の使用頻度への回答の和を算出し，男女別の分布を Table 1 に示した。その結果，1 週間で 18 種類の化粧品・化粧道具を 1 日以上使用している者（使用頻度への回答の和 ≥ 19 ）は，男性 5 名，女性 111 名であった。

対象者全体のうち，化粧をしている男性が少数であったため，これ以降は，化粧品・化粧道具を使用している女性 111 名のみを分析対象者とする事とした。

2.3.2. 容姿に対する劣等感の主成分分析と得点化

容姿に対する劣等感項目 5 項目について主成分分析を行ったところ，5 項目すべてが第 1 成分に高い負荷量を示した（Table 2）。次に α 係数を算出したところ，.94 と高い内的一貫性が確認された。

そこで，5 項目の平均を算出し，「容姿に対する劣等感」得点（以下，劣等感得点）とした。

Table 1 化粧品・化粧道具の使用頻度の男女別分布

	18点	19～36点	37～54点	55～72点	73点以上	合計
男性	130名 (96.3%)	5名 (3.7%)	0名 (0.0%)	0名 (0.0%)	0名 (0.0%)	135名 (100.0%)
女性	29名 (20.7%)	50名 (35.7%)	48名 (34.3%)	13名 (9.3%)	0名 (0.0%)	140名 (100.0%)
合計	159名 (57.8%)	55名 (20.0%)	48名 (17.5%)	13名 (4.7%)	0名 (0.0%)	275名 (100.0%)

Table 2 容姿に対する劣等感項目の主成分分析結果

項目内容	第1成分	平均 (SD)
2 自分の顔は他の人より魅力的ではない	.95	3.65 (1.07)
1 自分の顔は他の人と比べてかわいくない／カッコよくない	.94	3.59 (1.07)
3 他の人と比べて自分の顔は見劣りしている	.92	3.53 (1.11)
4 周りの人の顔を見ていると自分の顔に自信がなくなる	.86	3.60 (1.16)
5 今の自分の顔は、自分が求めているものには及んでいない	.82	3.62 (1.14)
寄与率(%)	81.0	
α 係数	.94	

N=111

2. 3. 3. 化粧をする理由項目の因子分析と得点化

化粧をする理由項目 35 項目について重みづけのない最小 2 乗法による因子分析を行ったところ、固有値 1.0 以上で 8 因子が抽出された。そこで、因子数を 8 から減らしながら、重みづけのない最小 2 乗法・promax 回転による因子分析を繰り返し行ったところ、因子の解釈可能性などから 5 因子解が最適であると判断された (Table 3)。

第 1 因子は「化粧をすることで、人にかわいい/かっこいいと思われたいから」など、他者からの評価をあげるた

めに化粧をしていると解釈されたため、「他者評価の上昇」と命名した。第 2 因子は「化粧をすることが、日常化しているから」など、毎日の習慣や他者と会うときのマナーとして化粧をしていると解釈されたため、「習慣・マナー」と命名した。第 3 因子は「化粧をすると、気合が入る」など、気持ちを高めるために化粧をしていると解釈されたため、「気分の高揚」と命名した。第 4 因子は「友人がいつも化粧をしているから」など、周りの人が化粧をしているため、自分も化粧をしていると解釈されたため、「周囲からの影

Table 3 化粧をする理由項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	F4	F5	平均 (SD)
第1因子「他者評価の上昇」($\alpha=.93$)						
26 化粧をすることで、人にかわいい/かっこいいと思われたいから	.87	-.01	-.01	.04	-.06	3.61(1.10)
11 化粧をすることで、かわいくなりたいたから	.84	-.04	.06	-.13	.07	3.88(0.97)
33 人に綺麗だと思われたいから	.79	.02	.05	-.07	-.05	3.55(1.10)
4 化粧をすることで、綺麗になりたいから	.77	-.10	.03	-.16	.14	3.94(0.94)
5 化粧をすることで、他人によく思われたいから	.75	.01	-.04	-.04	.01	3.42(1.00)
12 化粧をすることで、印象をよくするため	.74	.03	-.10	-.07	.21	3.85(0.94)
32 化粧をすることで、理想の自分に近づくため	.59	-.21	.13	.18	.13	3.08(1.23)
18 おしゃれがしたいから	.58	.24	.21	-.03	-.14	3.78(1.16)
19 化粧をすることで、女性/男性らしく見せることができるから	.52	.03	.08	.28	-.09	3.65(1.05)
31 化粧をすると、自信がつくため	.49	.00	.44	.13	-.07	3.09(1.20)
25 化粧をすることで、雰囲気を変えたいから	.48	-.01	.35	.21	-.12	3.41(1.22)
第2因子「習慣・マナー」($\alpha=.91$)						
13 化粧をすることが、日常化しているから	-.05	.88	.02	-.09	.09	3.02(1.26)
20 普段から化粧をしているから	-.02	.85	.01	.00	.04	3.09(1.25)
6 化粧をすることが、習慣になっているから	.02	.82	.17	-.10	-.03	3.13(1.22)
29 化粧をするのが当たり前だから	-.16	.77	.07	.07	.11	2.74(1.22)
27 化粧をすることが、一日の生活サイクルに入っているから	-.02	.70	.14	.15	.03	2.86(1.24)
1 化粧をすることが、マナーだと思うから	.11	.69	-.09	-.10	-.21	3.35(1.18)
8 身だしなみのため	.50	.59	-.23	-.11	-.17	3.88(0.84)
22 化粧はしなくてはならないと思うから	-.15	.53	-.01	.31	-.08	2.60(1.21)
34 化粧をしないと落ち着かないから	-.11	.41	.11	.22	.37	2.41(1.23)
第3因子「気分の高揚」($\alpha=.91$)						
24 化粧をすると、気合が入るから	.11	.06	.86	.06	-.20	3.22(1.27)
17 化粧をすると、モチベーションがあがるから	.22	.14	.71	-.14	.03	3.40(1.21)
10 化粧をすることで、気持ちを明るくするため	.23	-.01	.65	-.05	.12	3.32(1.20)
3 化粧をすることで、気持ちを切り替えるため	.19	-.03	.64	-.14	.06	3.56(1.21)
7 周りの人が化粧をしているから	.40	.11	-.510	.506	-.13	2.88(1.11)
16 化粧をすると、血色をよく見せることができるから	.14	.04	.26	.17	.16	3.52(1.25)
21 友人に化粧をすすめられたから	-.20	-.16	.13	.75	-.07	1.97(1.00)
第4因子「周囲からの影響」($\alpha=.66$)						
35 友人がいつも化粧をしているから	-.13	.09	-.19	.66	.21	2.07(1.03)
28 化粧をしていると、周りの人に褒めてもらえるから	.26	-.08	.10	.61	-.02	2.36(1.07)
14 化粧をしないと、周りから浮いてしまうから	-.05	.14	-.09	.48	.18	2.35(1.08)
第5因子「欠点の隠匿」($\alpha=.76$)						
9 素顔に自信がないから	.21	.11	-.13	-.05	.68	3.27(1.33)
2 化粧をすることで、コンプレックスを隠すため	.30	-.06	.02	-.10	.65	3.47(1.22)
23 化粧をすることで、欠点をカバーすることができるから	.22	-.13	.05	.13	.63	3.46(1.17)
30 肌が荒れているから	-.17	-.06	-.03	.07	.52	2.70(1.31)
15 他人に会うから	.04	.26	-.02	.04	.30	3.74(0.98)
因子間相関						
第1因子「他者評価の上昇」	-	.48	.60	.24	.44	
第2因子「習慣・マナー」		-	.47	.49	.39	
第3因子「気分の高揚」			-	.36	.45	
第4因子「周囲からの影響」				-	.20	
第5因子「欠点の隠匿」					-	

N=110

注. 7「周りの人が化粧をしているから」は、第3因子への負荷量と第4因子への負荷量が僅差であること、また、この項目を除いた4項目(24, 17, 10, 3)で α 係数を算出した方が α 係数の値が高かったことから、この項目を第3因子の項目には含めなかった。

響」と命名した。第5因子は「素顔に自信がないから」など、自分の容姿の欠点やコンプレックスを感じている箇所を隠すために化粧をしていると解釈されたため、「欠点の隠匿」と命名した。

各因子に.40以上の負荷量を示した項目について α 係数を算出したところ、「他者評価の上昇」が.93,「習慣・マナー」が.91,「周囲からの影響」が.66,「欠点の隠匿」が.76とある程度の内的一貫性が確認された。そこで、それぞれに.40以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。「気分の高揚」については、項目番号7「周りの人が化粧をしているから」の負荷量が第4因子「周囲からの影響」と僅差であり、この項目を含めた5項目で算出した α 係数(.81)よりも、この項目を除いた4項目(項目番号24, 17, 10, 3)で算出した α 係数(.91)を算出した方が、高い値を示したことから、項目番号7を除いた4項目の平均を算出し、得点とした。

2.3.4. 化粧品・化粧道具の使用頻度の因子分析と得点化

化粧品・化粧道具の使用頻度18項目について、重みづけのない最小2乗法による因子分析を行ったところ、固有値1.0以上で5因子が抽出された。そこで、因子数を5か

ら減らしながら、重みづけのない最小2乗法・promax回転による因子分析を繰り返し行ったところ、因子の解釈可能性などから、3因子解が最適であると判断された(Table 4)。

第1因子は「化粧下地」など基礎的な化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「デイリーメイク」と命名した。第2因子は「ハイライト」など、陰影をつけたり強調したりする化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「陰影メイク」と命名した。第3因子は「アイライナー」など目元を強調する化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「目強調メイク」と命名した。

各因子に.40以上の負荷量を示した項目の α 係数を算出したところ、「デイリーメイク」が.78,「陰影メイク」が.80,「目強調メイク」が.65とある程度の内的一貫性が確認された。

そこで、各因子に.40以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。

2.3.5. 化粧をしたときの気分項目の因子分析と得点化

化粧をしたときの気分項目30項目について、重みづけのない最小2乗法による因子分析を行ったところ、固有値

Table 4 化粧品・化粧道具の使用頻度項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	平均 (SD)
第1因子「デイリー・メイク」($\alpha=.78$)				
1 化粧下地	.77	.07	-.26	3.37(1.49)
3 ファンデーション	.69	-.15	-.09	3.11(1.53)
7 アイシャドウ	.67	.09	.09	2.72(1.53)
15 チーク	.57	.13	.03	2.88(1.53)
5 マスカラ	.47	-.01	.26	2.41(1.44)
14 口紅	.41	.16	-.04	2.19(1.49)
13 リップグロス	.32	-.09	.05	1.96(1.31)
12 色付きリップクリーム	.31	-.13	-.19	2.56(1.63)
第2因子「陰影メイク」($\alpha=.80$)				
17 ハイライト	.06	.83	-.03	1.49(1.13)
16 ノーズシャドウ	-.01	.74	.14	1.41(1.02)
18 シェーディング	-.16	.66	.02	1.22(0.77)
2 コンシーラー	.26	.395	-.08	1.57(1.19)
11 カラーコンタクト	-.12	.38	.31	1.47(1.12)
4 フェイスパウダー	.35	.36	-.14	2.48(1.58)
第3因子「目強調メイク」($\alpha=.65$)				
6 アイライナー	.33	-.11	.65	2.62(1.51)
10 二重まぶた化粧品	-.11	-.04	.58	1.48(1.16)
9 つけまつげ	-.24	.17	.52	1.18(0.65)
8 アイブロウ	.35	-.02	.47	2.80(1.68)
因子間相関				
第1因子「デイリー・メイク」	-	.39	.36	
第2因子「陰影メイク」		-	.40	
第3因子「目強調メイク」			-	

N=111

1.0以上で5因子が抽出された。そこで、因子数を5から減らしながら、重みづけのない最小2乗法・promax回転による因子分析を行ったところ、因子の解釈可能性などから、4因子解が最適であると判断された(Table 5)。

第1因子は、「楽しい気分になる」など、化粧をすることでポジティブで活力に満ちた気分になることを表していると考えられるため、「快活的気分」と命名した。第2因子は「かわいく/かっこよくなった気がする」など、化粧をすることで、自分の容姿に自信がもてたように感じられること

を表していると考えられるため、「自信」と命名した。第3因子は「変ではないか気になる」など、化粧が自分に合っているかを気にしていることを表していると考えられるため、「不安・懸念」と命名した。第4因子は「落ち着く」など、化粧をすることで気持ちが安定することを表していると考えられるため、「安心」と命名した。

各因子に.40以上の負荷量を示している項目の α 係数を算出したところ、「快活的気分」が.95、「自信」が.93、「不安・懸念」が.87、「安心」が.76と十分な内の一貫性を示したこ

Table 5 化粧をしたときの気分項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	F4	平均(SD)
第1因子「快活的気分」($\alpha=.95$)					
13 楽しい気分になる	.93	.10	-.05	-.15	2.94(1.11)
25 気分が高まる	.82	.19	-.04	-.12	2.89(1.15)
7 嬉しい気持ちになる	.75	.12	.07	-.10	2.77(1.03)
10 気持ちが安らぐ	.68	-.23	.09	.38	2.48(1.03)
14 自分が少し好きになる	.67	.26	-.20	-.09	2.63(1.12)
21 活動的になる	.66	.22	-.11	.01	2.76(1.12)
26 前向きになる	.66	.23	-.17	.04	2.86(1.20)
9 人に会いたくなる	.64	.09	-.05	.01	2.85(1.17)
11 性格が変わった気がする	.59	-.17	.31	.16	2.24(0.89)
28 気が楽になる	.58	-.24	-.05	.55	2.51(1.06)
5 新しい自分が見られたと思う	.57	.08	.21	.11	2.66(1.05)
17 違う自分になれた気がする	.54	.28	.14	-.03	2.65(1.05)
27 外出したくなる	.50	.27	-.09	.02	3.12(1.22)
第2因子「自信」($\alpha=.93$)					
8 かわいく/かっこよくなった気がする	.04	.76	.05	-.03	3.24(1.09)
20 綺麗になったと思う	.12	.75	-.05	-.04	3.07(1.01)
2 自信がつく	.20	.61	.16	.04	3.36(1.10)
15 モチベーションが上がる	.25	.59	-.01	.06	3.25(1.20)
23 印象が変わった気がする	.00	.58	.12	.16	3.18(1.13)
3 やる気がでる	.29	.56	.02	.15	3.22(1.09)
19 気が引き締まる	.22	.52	.06	.10	3.09(1.16)
1 明るい気分になる	.13	.52	.01	.29	3.41(1.13)
第3因子「不安・懸念」($\alpha=.87$)					
6 変ではないか気になる	-.06	.15	.87	-.21	3.27(1.13)
18 化粧が自分に合っているか気になる	.20	-.05	.87	-.20	3.22(1.16)
24 上手くいっているかどうか不安になる	-.10	.05	.82	.01	3.07(1.13)
30 他人の評価が気になる	.17	-.08	.68	.02	3.18(1.26)
12 欠点をカバーできているか気になる	-.38	.09	.67	.30	2.99(1.16)
第4因子「安心」($\alpha=.76$)					
16 落ち着く	.10	.00	-.11	.74	2.65(1.18)
22 人前に出ても恥ずかしくない	-.26	.35	-.18	.59	3.19(1.11)
4 安心できる	.24	.14	.00	.56	3.06(1.18)
29 素颜よりも大きく変化したと思う	-.08	.16	.13	.53	2.66(1.17)
因子間相関					
第1因子「快活的気分」	-	.66	.26	.58	
第2因子「自信」		-	.21	.47	
第3因子「不安・懸念」			-	.27	
第4因子「安心」				-	

N=108

とから、各因子に.40以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。

2.3.6. 化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響

化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を検討するため、仮説モデル (Fig. 1) に従って、化粧をする理由5得点を第1水準に、化粧品・化粧道具の使用頻度3得点を第2水準に、化粧をしたときの気分4得点を第3水準に、劣等感得点を第4水準としたモデルを作成し、それぞれに対して直接効果を設定して、共分散構造分析を行った。その後、有意にならなかったパス・共変動を削除しながら、繰り返し共分散構造分析を行い、すべてのパス・共変動が有意になったモデルを採用した (Fig. 2)。このモデルの適合指標はGFI=.934, AGFI=.853, CFI=.978, RMSEA=.060

であった。なお、それぞれの得点における劣等感得点への総合効果を Table 6 に示した。

まず、「欠点の隠匿」得点は、直接的に劣等感得点に正の影響を示し、また、「不安・懸念」得点を媒介として正の影響を示しており、最も容姿に対する劣等感を高めている理由であった。「他者評価の上昇」得点と「周囲からの影響」得点は、媒介する得点によって、劣等感得点に正の影響も負の影響も与えていたが、Table 2 より、それらの影響が相殺され、これらの理由は劣等感得点にはほとんど影響を及ぼしていないことが示された。「習慣・マナー」得点は、「不安・懸念」得点を媒介として、劣等感得点に負の影響を示した。

「気分の高揚」得点は、「自信」得点を媒介として、劣等感

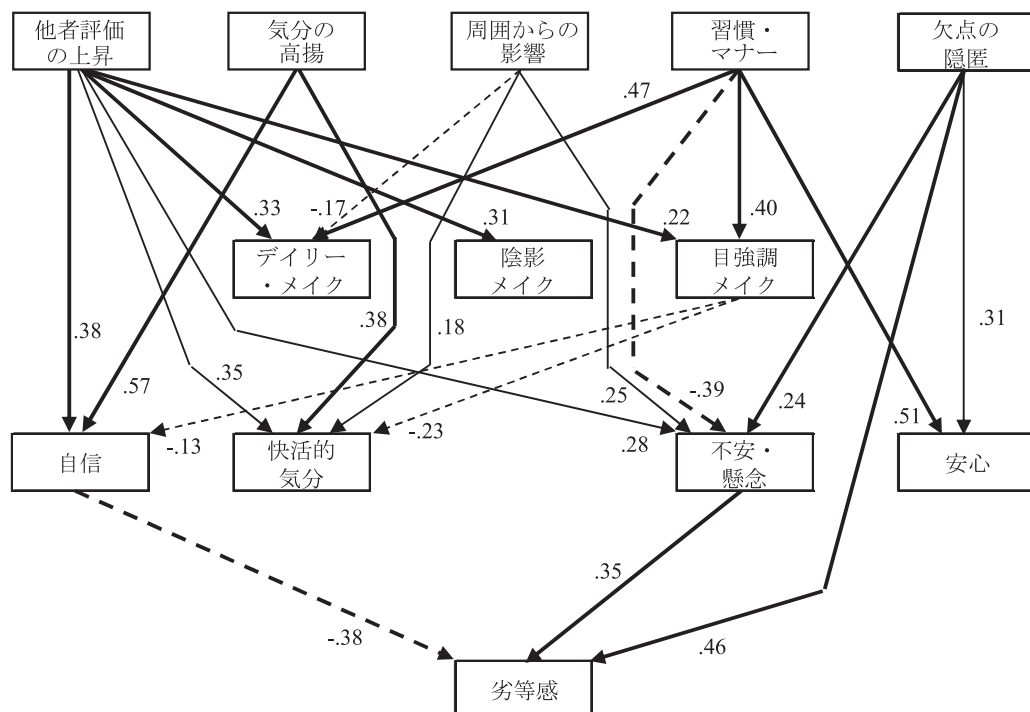


Fig. 2 化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響

Table 6 各得点の劣等感得点に対する総合効果(標準化済)

	劣等感
理由・動機	
他者評価の上昇	-.04
習慣・マナー	-.12
気分の高揚	-.22
周囲からの影響	.09
欠点の隠匿	.54
メイク	
デイリー・メイク	-
陰影メイク	-
目強調メイク	.05
気分	
快活的気分	-
自信	-.38
不安・懸念	.35
安心	-

得点に負の影響を示した。

3. 研究2

3.1. 目的

研究1では大学生が対象であったため、より年齢範囲を広げて検討することにより、各年代の特徴が明らかになると考えられる。そこで、研究2では、16歳から30歳の未婚女性を対象として、再度、化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を明らかにすることを目的とする。

3.2. 方法

3.2.1. 調査対象者・実施方法

16歳から30歳の未婚で子どもがおらず、化粧品・化粧道具の使用頻度18項目のうち、少なくとも1項目に1「使用しない」以外の回答をした女性1,000名を調査対象者とした。

調査は、株式会社クロス・マーケティングに依頼をして、2015年8月にweb調査を実施した。対象者は16～18歳、19～22歳、23～27歳、28～30歳の4年齢群についてそれぞれ250名を割り付けた。それぞれの年齢群の職業分布をTable 7に示す。

3.2.2. 調査内容

調査内容は、年齢、性別、職業、婚姻経験、結婚の有無に加え、研究1で用いた(1)容姿に対する劣等感項目5項目、(2)化粧品・化粧道具の使用頻度項目18項目、(3)化粧をする理由項目35項目、(4)化粧をしたときの気分項目30項目を使用した。教示文、選択肢も同様であった。

3.3. 結果

3.3.1. 容姿に対する劣等感項目の主成分分析と得点化

容姿に対する劣等感項目5項目について主成分分析を行ったところ、5項目すべてが第1成分に高い負荷量を示した(Table 8)。また、5項目で α 係数を算出したところ、.94と十分な内的一貫性も確認された。

そこで、5項目の平均を算出し、「容姿に対する劣等感」得点(以下、劣等感得点)をとした。

3.3.2. 化粧をする理由項目の因子分析と得点化

化粧をする理由項目35項目について、最尤法による因子分析を行ったところ、固有値1.0以上で6因子が抽出された。そこで、因子数を6から減らしながら、最尤法・promax回転による因子分析を行ったところ、5因子が最適であると判断された(Table 9)。

第1因子は、「人に綺麗だと思われたいから」など、他者からの評価をあげるために化粧をしていると解釈され、研

Table 7 研究2の調査対象者の年齢群ごとの職業分布

職業	16～18歳	19～22歳	23～27歳	28～30歳	合計
会社勤務 (一般社員)	3 (1.2%)	27 (10.8%)	82 (32.8%)	103 (41.2%)	215 (21.5%)
公務員・教職員・ 非営利団体職員	0 (0.0%)	1 (0.4%)	19 (7.6%)	10 (4.0%)	30 (3.0%)
派遣社員・ 契約社員	0 (0.0%)	6 (2.4%)	19 (7.6%)	23 (9.2%)	48 (4.8%)
自営業 (商工サービス)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	5 (2.0%)	5 (0.5%)
SOHO	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (0.4%)	3 (1.2%)	4 (0.4%)
専門職(弁護士・ 税理士等・医療関係)	0 (0.0%)	1 (0.4%)	5 (2.0%)	10 (4.0%)	16 (1.6%)
パート・アルバイト	4 (1.6%)	34 (13.6%)	56 (22.4%)	54 (21.6%)	148 (14.8%)
学生	236 (94.4%)	155 (62.0%)	26 (10.4%)	7 (2.8%)	424 (42.4%)
無職	6 (2.4%)	25 (10.0%)	37 (14.8%)	30 (12.0%)	98 (9.8%)
その他	1 (0.4%)	1 (0.4%)	5 (2.0%)	5 (2.0%)	12 (1.2%)
合計	250 (100.0%)	250 (100.0%)	250 (100.0%)	250 (100.0%)	1000 (100.0%)

注、「その他」には上記の職業や会社勤務(管理職)、会社経営(経営者・役員)、農林漁場は含まれない

究1での第1因子と同様の内容であると考えられるため、「他者評価の上昇」と命名した。ただし、研究2の場合、「他者評価の上昇」のなかには、「化粧をすることで、欠点をカバーすることができるから」、「化粧をすることで、コンプレックスを隠すため」など、研究1の第5因子「欠点の隠匿」に関わる内容が含まれていた。第2因子は、「化粧をする

Table 8 容姿に対する劣等感項目の主成分分析結果

項目内容	第1成分	平均 (SD)
2 自分の顔は他の人より魅力的ではない	.95	3.55 (1.16)
3 他の人と比べて自分の顔は見劣りしている	.94	3.50 (1.18)
1 自分の顔は、他の人と比べてかわいくない	.92	3.58 (1.13)
4 周りの人の顔を見ていて、自分の顔に自信がなくなる	.91	3.56 (1.19)
5 今の自分の顔は、自分が求めているものには及んでいない	.78	3.69 (1.10)
寄与率(%)	81.6	
α 係数	.94	

Table 9 化粧をする理由項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	F4	F5	平均 (SD)
第1因子「他者評価の上昇」($\alpha=.95$)						
11 人に綺麗だと思われたいから	.98	.04	-.14	-.07	-.02	3.49(1.17)
1 化粧をすることで人にかわいいと思われたい	.96	-.01	-.14	-.09	-.02	3.53(1.13)
6 化粧をすることで、かわいくなりたいから	.95	-.02	-.12	-.02	-.01	3.61(1.17)
16 化粧をすることで、綺麗になりたいから	.95	-.01	-.05	-.01	-.04	3.54(1.15)
20 化粧をすることで、他人に良く思われたいから	.75	-.01	-.03	.01	.19	3.28(1.17)
27 化粧をすることで、理想の自分に近づくため	.63	.01	.22	-.01	.05	3.26(1.16)
30 おしゃれがしたいから	.57	-.01	.25	.01	.01	3.36(1.17)
32 化粧をすることで、女性らしく見せることができるから	.55	.02	.15	.19	.02	3.39(1.14)
24 化粧をすることで、印象を良くするため	.49	-.12	.13	.48	-.11	3.62(1.06)
15 化粧をすることで、欠点をカバーすることができるから	.48	.07	.06	.18	.01	3.44(1.14)
34 化粧をすると自信がつくため	.47	.07	.43	-.07	-.01	3.23(1.17)
10 化粧をすることで、コンプレックスを隠すため	.47	.04	.04	.11	.03	3.34(1.21)
5 素颜に自信がないから	.39	.01	-.05	.25	.05	3.35(1.22)
第2因子「習慣」($\alpha=.94$)						
12 化粧することが習慣になっているから	.01	.97	-.04	-.01	-.04	3.08(1.26)
2 化粧することが日常化しているから	.11	.91	-.10	.02	-.14	3.13(1.27)
7 普段から化粧をしているから	.03	.91	-.02	.00	-.03	3.04(1.24)
21 化粧することが、1日の生活サイクルに入っているから	-.10	.79	.12	-.02	.10	2.88(1.21)
17 化粧するのが当たり前だから	-.06	.76	-.07	.25	.00	3.08(1.21)
33 化粧をしないと落ち着かないから	.03	.39	.24	.06	.15	2.81(1.23)
第3因子「気分の高揚」($\alpha=.91$)						
8 化粧するとモチベーションが上がるから	.06	-.02	.88	-.05	-.04	3.29(1.19)
18 化粧をすることで、気持ちを切り替えるため	-.07	-.07	.86	.13	-.02	3.28(1.15)
3 化粧すると気合が入るから	.07	.00	.79	.01	-.08	3.35(1.18)
13 化粧をすることで気持ちを明るくするため	.10	.03	.75	.04	-.01	3.29(1.17)
35 化粧をすることで、雰囲気を変えたいから	.395	-.03	.42	-.01	.04	3.25(1.11)
26 化粧をすると、血色を良く見せることができるから	.16	.05	.30	.26	.08	3.22(1.14)
第4因子「マナー」($\alpha=.83$)						
28 身だしなみのため	.08	.06	.05	.74	-.13	3.69(1.05)
25 化粧することが、マナーだと思うから	-.09	.12	.08	.71	-.02	3.44(1.11)
23 他人に会うから	.24	-.05	.04	.67	-.16	3.69(1.17)
31 化粧をしなくてはならないと思うから	-.02	.18	-.08	.60	.16	3.26(1.16)
14 化粧をしないと、周りから浮いてしまうから	-.16	.00	-.04	.49	.45	2.99(1.19)
第5因子「周囲からの影響」($\alpha=.73$)						
4 友人がいつも化粧をしているから	.09	-.07	-.06	.04	.75	2.74(1.20)
29 友人に化粧をすすめられたから	.01	-.02	.03	-.22	.75	2.32(1.15)
22 周りの人が化粧をしているから	-.02	-.07	-.15	.47	.61	3.04(1.17)
9 化粧していると周りの人から褒めてもらえるから	.21	.12	.32	-.33	.41	2.59(1.12)
19 肌が荒れているから	.11	.08	.01	.06	.26	2.78(1.20)
因子間相関						
第1因子「他者評価の上昇」	—	.45	.74	.50	.31	
第2因子「習慣」		—	.55	.59	.42	
第3因子「気分の高揚」			—	.44	.31	
第4因子「マナー」				—	.37	
第5因子「周囲からの影響」					—	

ことが習慣になっているから」など、日常的な習慣として化粧をしていると解釈され、研究1の第2因子のうち、「習慣」に関わる項目だけで独立した因子を構成したと考えられるため、「習慣」と命名した。第3因子は「化粧をするとモチベーションが上がるから」など、気持ちを高めるために化粧をしていると解釈され、研究1の第3因子と同様の内容であると考えられるため、「気分の高揚」と命名した。第4因子は、「身だしなみのため」など、他者と会う際のマナーとして化粧をしていると考えられ、研究1の第2因子のうち、「マナー」に関わる項目だけで独立した因子を構成したと考えられるため、「マナー」と命名した。第5因子は、「友人がいつも化粧をしているから」など、周りの人が化粧をしているため、自分も化粧をしていると解釈され、研究1の第4因子と同様の内容であると考えられるため、「周囲からの影響」と命名した。

各因子に.40以上の負荷量を示した項目の α 係数を算出したところ、「他者評価の上昇」が.95,「習慣」が.94,「気分の高揚」が.91,「マナー」が.83,「周囲からの影響」が.73と、十分な内的一貫性が確認された。

そこで、各因子に以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。

3.3.3. 化粧品・化粧道具の使用頻度の因子分析と得点化

化粧品・化粧道具の使用頻度18項目について最尤法による因子分析を行ったところ、固有値1.0以上で4因子が抽出された。そこで因子数を4に指定して最尤法・promax回転による因子分析を行ったところ、解釈可能な4因子が抽出された(Table 10)。

第1因子は「アイライナー」など、比較的使用頻度の高い目元に用いる化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「デイリー目元メイク」と命名した。第2因子は「ノーズシャドウ」など、陰影をつけたたり強調したりする化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「陰影メイク」と命名した。第3因子は「化粧下地」など、基礎的な化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「デイリーメイク」と命名した。第4因子は「二重まぶた化粧品」など、目元を強調する化粧品・化粧道具が高い負荷量を示したことから、「目元強調メイク」と命名した。

各因子に.40以上の負荷量を示した項目の α 係数を算出

Table 10 化粧品・化粧道具の使用頻度項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	F4	平均 (SD)
第1因子「デイリー目元メイク」($\alpha=.84$)					
6 アイライナー	.92	-.07	-.12	.09	2.55(1.50)
7 アイシャドウ	.81	-.01	.06	-.08	2.78(1.47)
5 マスカラ	.72	-.02	-.03	.06	2.42(1.43)
8 アイブロー	.49	.01	.24	.02	2.84(1.61)
第2因子「陰影メイク」($\alpha=.82$)					
16 ノーズシャドウ	.02	.88	-.13	.00	1.38(0.96)
17 ハイライト	.02	.84	-.04	-.09	1.53(1.08)
18 シェーディング	-.08	.69	-.01	.19	1.26(0.79)
4 フェイスパウダー	.17	.33	.28	-.14	2.32(1.53)
13 リップグロス	.07	.23	.22	.11	1.88(1.27)
第3因子「デイリーメイク」($\alpha=.74$)					
1 化粧下地	-.09	-.13	.82	.05	2.83(1.57)
3 ファンデーション	.09	-.12	.67	.04	2.94(1.49)
15 チーク	.29	.10	.46	-.13	2.88(1.48)
14 口紅	.14	.11	.35	.05	2.16(1.39)
2 コンシーラー	-.07	.32	.34	.00	1.80(1.29)
12 色付きリップクリーム	-.10	.17	.19	.10	2.00(1.40)
第4因子「目元強調メイク」($\alpha=.60$)					
10 二重まぶた化粧品	.02	-.09	.03	.57	1.44(1.07)
9 つけまつげ	.04	.23	.02	.49	1.25(0.78)
11 カラーコンタクト	.06	.15	.01	.46	1.36(0.91)
因子間相関					
第1因子「デイリー目元メイク」	—	.50	.70	.23	
第2因子「陰影メイク」		—	.42	.58	
第3因子「デイリーメイク」			—	.09	
第4因子「目元強調メイク」				—	

したところ、「デイリー目元メイク」が.84,「陰影メイク」が.82,「デイリーメイク」が.74,「目元強調メイク」が.60と、ある程度の内的一貫性が確認された。

そこで、各因子に.40以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。

3.3.4. 化粧をしたときの気分項目の因子分析と得点化

化粧をしたときの気分項目 30 項目について、最尤法による因子分析を行ったところ、固有値 1.0 以上で 4 因子が抽出された。そこで、因子数を 4 に指定して、最尤法・promax 回転による因子分析を行ったところ、解釈可能な

4 因子が抽出された (Table 11)。

第 1 因子は「明るい気分になる」など、化粧をすることでポジティブで活力に満ちた気分になることを表していると考えられるため、「快活的気分」と命名した。第 2 因子は「性格が変わった気がする」など、普段とは異なる自分になった気持ちになれることを表していると考えられるため、「変化の実感」と命名した。第 3 因子は「上手くいっているかどうか不安になる」など、化粧が自分に合っているかを気にしていることを表していると考えられるため、「不安・懸念」と命名した。第 4 因子は「落ち着く」など、化粧をすること

Table 11 化粧をしたときの気分項目の因子パターン

項目内容	F1	F2	F3	F4	平均(SD)
第1因子「快活的気分」($\alpha=.97$)					
1 明るい気分になる	.97	-.23	.08	-.03	3.51(1.05)
2 自信がつく	.95	-.17	.05	-.04	3.48(1.08)
3 やる気がでる	.89	-.18	.02	.10	3.35(1.11)
15 モチベーションが上がる	.86	-.03	-.04	.06	3.31(1.13)
8 かわいくなった気がする	.81	.21	.00	-.26	3.33(1.10)
26 前向きになる	.72	.09	-.03	.14	3.19(1.12)
25 気分が高まる	.69	.16	.02	.07	3.18(1.11)
20 綺麗になったと思う	.65	.33	-.09	-.12	3.16(1.14)
19 気が引き締まる	.64	-.02	.00	.19	3.26(1.11)
27 外出したくなる	.63	.10	-.04	.11	3.26(1.15)
14 自分が少し好きになる	.61	.29	-.04	-.02	3.11(1.11)
22 人前に出ても恥ずかしくない	.57	-.04	-.09	.21	3.35(1.12)
13 楽しい気分になる	.57	.28	.03	.02	3.17(1.12)
7 嬉しい気持ちになる	.52	.33	.05	.00	3.11(1.09)
21 活動的になる	.48	.31	-.14	.16	3.03(1.15)
9 人に会いたくなる	.43	.41	-.06	-.02	3.01(1.17)
23 印象が変わった気がする	.42	.41	.05	.00	3.16(1.10)
第2因子「変化の実感」($\alpha=.86$)					
11 性格が変わった気がする	-.22	.85	-.02	.17	2.63(1.13)
17 違う自分になった気がする	.09	.74	.09	-.02	2.97(1.14)
5 新しい自分がみられたと思う	.15	.68	.09	-.06	2.97(1.11)
29 素颜よりも大きく変化したと思う	.05	.58	.03	.19	2.89(1.16)
第3因子「不安・懸念」($\alpha=.86$)					
24 上手くいっているかどうか不安になる	-.02	-.02	.85	-.01	3.35(1.12)
6 変ではないか気になる	-.14	-.01	.85	-.05	3.34(1.09)
18 化粧が自分に合っているか気になる	.06	-.01	.79	.02	3.38(1.10)
30 他人の評価が気になる	.11	.25	.56	-.07	3.20(1.11)
12 欠点をカバーできているか気になる	.05	.06	.51	.22	3.36(1.12)
第4因子「安心」($\alpha=.89$)					
16 落ち着く	.01	.06	-.05	.81	2.88(1.11)
10 気持ちが安らぐ	.01	.30	-.04	.65	2.80(1.10)
28 気が楽になる	.09	.18	.04	.64	2.97(1.11)
4 安心できる	.38	-.20	.14	.54	3.33(1.11)
因子間相関					
第1因子「快活的気分」	—	.75	.37	.68	
第2因子「変化の実感」		—	.40	.63	
第3因子「不安・懸念」			—	.30	
第4因子「安心」				—	

で気持ちが安定することを表していると考えられるため、「安心」と命名した。

各項目に.40以上の負荷量を示している項目の α 係数を算出したところ、「快活的気分」が.97,「変化の実感」が.86,「不安・懸念」が.86,「安心」が.89と、十分な内的一貫性を示した。

そこで、各項目に.40以上の負荷量を示した項目の平均を算出し、各得点とした。

3.3.5. 年齢群による諸得点の比較

化粧をする理由5得点、化粧品・化粧道具の使用頻度4得点、化粧をしたときの気分4得点、劣等感得点について、年齢群(4:16～18歳,19～22歳,23～27歳,28～30歳)を要因とした1要因分散分析を行った。その結果、化粧をする理由の「習慣」得点,「気分の高揚」得点,「マナー」得点,化粧品・化粧道具の使用頻度の「デイリー目元メイク」得点,「デイリーメイク」得点,「目元強調メイク」得点,化粧をしたときの気分の「安心」得点,「不安・懸念」得点,劣等感得点において、要因の効果が有意であった(Table 12)。

そこで、多重比較(Tukey法)を行ったところ,「習慣」得点,「マナー」得点,「デイリー目元メイク」得点では、16～18歳が他の年齢群よりも得点が低かった。「気分の高揚」得点では16～18歳よりも19～22歳の方が高かった。「デイリーメイク」得点では、16～18歳は他の年齢群よりも得点が低く、また、19～22歳は28～30歳よりも得点が低かった。「目元強調メイク」得点では、16～18歳,19～22歳が他の2つの年齢群よりも得点が高かった。「安心」得点では16～18歳よりも23～27歳や28～30歳の方が得点が高かった。「不安・懸念」得点では、16～18歳が他の年齢群よりも得点が高かった。劣等感得点では、16～18歳の方が28～30歳よりも得点が高かった。

3.3.6. 年齢群ごとの諸変数間の相関

4つの年齢群ごとに、化粧をする理由5得点、化粧品・化粧道具の使用頻度4得点、化粧をしたときの気分4得点、劣等感得点の相関を算出した(Table 13)。

その結果、4年齢群のうち1群のみが有意になっていた、あるいは、有意になっていなかった箇所をカウントしたところ、16～18歳は9ヶ所、19～22歳は3ヶ所、23～27歳は2ヶ所、28～30歳は2ヶ所となっており、16～18歳の諸変数の関連は、他の年齢群とは異なる可能性が示唆された。

3.3.7. 化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響

化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を検討するため、研究1と同様のモデルを作成し、16～18歳と19～30歳の2群における多母集団同時分析を行った。2群双方のモデルにおいて有意にならなかったパス・共変動を削除し、繰り返し共分散構造分析を行い、すべてのパス・共変動がいずれかのモデルにおいて有意になった時点で、そのモデルを採用した(Fig. 3, Fig. 4)。採用したモデルの適合度指標は、GFI=.986, AGFI=.959, CFI=.996, RMSEA=.020であった。なお、各モデルにおけるそれぞれの得点の劣等感得点への総合効果をTable 14に示した。

まず、「他者評価の上昇」得点は、「快活的気分」得点を媒介として劣等感得点に負の影響を及ぼしていた一方,「不安・懸念」得点を媒介として劣等感得点に正の影響を及ぼしていた。特に16歳～18歳については、直接的に正の影響がみられ、また,「安心」得点を媒介として劣等感得点に正の影響を及ぼしており、全体として劣等感得点に正の影響を示していた。

「習慣」得点は,「不安・懸念」得点を媒介として劣等感得点に正の影響を示し、また,「周囲からの影響」得点は「快

Table 12 年齢群を要因とした諸変数の1要因分散分析結果

	全体 1000名	A.16～18歳 250名	B.19～22歳 250名	C.23～27歳 250名	D.28～30歳 250名	F値 (df=3,996)	多重比較 (Tukey法)
他者評価の上昇	3.43(0.92)	3.42(0.94)	3.51(0.89)	3.33(0.91)	3.43(0.92)	1.74	
化粧理由 習慣	3.04(1.11)	2.48(1.11)	3.24(1.06)	3.17(1.06)	3.28(1.04)	31.21***	A<C・B・D
気分の高揚	3.29(0.99)	3.18(1.01)	3.42(1.00)	3.22(0.99)	3.35(0.96)	3.14*	A<B
マナー	3.41(0.86)	3.00(0.90)	3.49(0.79)	3.53(0.85)	3.62(0.76)	28.23***	A<B・C・D
周囲からの影響	2.67(0.86)	2.61(0.88)	2.76(0.86)	2.66(0.85)	2.67(0.85)	1.43	
化粧品道具 デイリー目元	2.65(1.23)	2.07(1.06)	2.81(1.24)	2.74(1.21)	2.97(1.24)	28.12***	A<C・B・D
陰影	1.39(0.82)	1.32(0.68)	1.47(0.96)	1.39(0.78)	1.39(0.84)	1.41	
デイリー	2.88(1.23)	2.36(1.20)	2.89(1.20)	3.08(1.21)	3.19(1.15)	24.02***	A<B<D, A<C
目元強調	1.35(0.69)	1.44(0.69)	1.44(0.80)	1.27(0.63)	1.26(0.61)	5.28**	D・C<A・B
化粧後気分 快活的気分	3.23(0.90)	3.22(0.91)	3.29(0.92)	3.14(0.89)	3.28(0.88)	1.58	
変化の実感	2.86(0.97)	2.93(0.95)	2.91(1.01)	2.75(0.96)	2.86(0.96)	1.88	
安心	3.00(0.96)	2.86(0.98)	3.10(0.95)	2.93(0.92)	3.09(0.96)	3.85**	A<D・B
不安・懸念	3.33(0.89)	3.51(0.89)	3.28(0.92)	3.24(0.85)	3.27(0.86)	4.92**	C・D・B<A
劣等感	3.58(1.04)	3.74(1.06)	3.58(0.96)	3.57(1.00)	3.42(1.11)	3.89**	D<A

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

「快活の気分」得点を媒介として劣等感得点に負の影響を示したが、いずれも劣等感得点に及ぼす全体的な影響は極めて小さかった。「気分の高揚」得点は、「快活の気分」得点を媒介として劣等感得点に負の影響を及ぼしていた。

「マナー」得点は、「快活の気分」得点や「不安・懸念」得点を媒介として劣等感得点に正の影響を及ぼしていた。特に19～30歳では、「マナー」得点の劣等感得点に及ぼす全体的な影響が大きかった。

なお、化粧品・化粧道具の使用頻度は、化粧をする理由や化粧をしたときの気分、劣等感とはいずれも関連を示さなかった。

4. 考 察

本研究の目的は、化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響を明らかにすることであった。研究1では大学生女子を対象として調査を実施し、「欠点の隠匿」を理由として

Table 13 年齢群ごとの諸変数の関連

		化粧道具				化粧理由				化粧後気分				劣等感	
		デイリー 目元	陰影	デイリー	目元 強調	他者評価 の上昇	習慣	気分の 高揚	マナー	周囲から の影響	快活の 気分	変化の 実感	安心		不安・ 懸念
化粧道具	デイリー 目元	A	—	.49***	.65***	.31***	.24***	.50***	.37***	.23***	.27***	.18**	.37***	.11†	.08
		B	—	.40***	.59***	.32***	.29***	.45***	.28***	.20**	.13*	.26***	.21**	.25***	.03
		C	—	.30***	.57***	.29***	.40***	.46***	.33***	.27***	.24***	.29***	.23***	.13*	-.06
		D	—	.36***	.55***	.33***	.30***	.34***	.30***	.13*	.18**	.33***	.31***	.13*	-.09
	陰影	A	—	.33***	.41***	.03	.24***	.09	.03	.01	.08	.14*	.19***	-.01	.03
		B	—	.26***	.59***	.19**	.24***	.20**	.15*	.14*	.19**	.23***	.21**	.10	.02
		C	—	.24***	.44***	.23***	.14*	.18**	.09	.19**	.18**	.22***	.19**	.17**	-.08
		D	—	.18**	.55***	.13*	.09	.14*	.04	.19**	.20**	.26***	.33***	.02	-.11†
	デイリー	A		—	.15*	.17**	.53***	.21**	.37***	.21**	.17**	.10	.29***	.07	.09
		B		—	.20**	.22***	.41***	.26***	.23***	.21**	.25***	.23***	.29***	.07	.03
		C		—	.15*	.24***	.40***	.18**	.27**	.16*	.21**	.14*	.16*	.02	-.15*
		D		—	.15*	.27***	.39***	.25***	.20**	.26***	.27***	.29***	.33***	.15*	.02
	目元 強調	A			—	.14*	.27***	.15*	.06	.11†	.12*	.19**	.25***	.03	.09
		B			—	.17**	.12†	.15*	.00	.16*	.16*	.25***	.15*	.09	.01
		C			—	.20**	.18**	.19**	.08	.18**	.18**	.25***	.19**	.07	-.03
		D			—	.17**	.18**	.17**	.11†	.17**	.17**	.21**	.14*	.03	-.06
他者評価 の上昇	A				—	.34***	.76***	.48***	.39***	.74***	.62***	.52***	.03	.07	
	B				—	.58***	.76***	.61***	.40***	.73***	.58***	.62***	.51***	.15*	
	C				—	.57***	.81***	.57***	.39***	.70***	.53***	.57***	.49***	.10	
	D				—	.49***	.78***	.61***	.36***	.76***	.54***	.55***	.50***	.09	
習慣	A					—	.39***	.56***	.40***	.31***	.32***	.52***	.46***	.16**	
	B					—	.56***	.59***	.36***	.50***	.36***	.54***	.22**	.04	
	C					—	.56***	.66***	.42***	.42***	.32***	.48***	.21**	.05	
	D					—	.49***	.52***	.32***	.42***	.30***	.51***	.21**	.02	
化粧理由 気分の 高揚	A						—	.39***	.40***	.31***	.32***	.52***	.23***	.04	
	B						—	.49***	.32***	.80***	.60***	.68***	.32***	.08	
	C						—	.46***	.34***	.74***	.52***	.59***	.40***	-.02	
	D						—	.50***	.35***	.82***	.62***	.62***	.38***	-.02	
マナー	A							—	.56***	.33***	.32***	.45***	.36***	.12†	
	B							—	.48***	.42***	.28***	.47***	.50***	.25***	
	C							—	.36***	.32***	.21**	.36***	.32***	.25***	
	D							—	.29***	.45***	.30***	.42***	.39***	.19**	
周囲から の影響	A								—	.35***	.38***	.38***	.26***	.00	
	B								—	.41***	.46***	.45***	.45***	.09	
	C								—	.37***	.45***	.47***	.39***	.03	
	D								—	.39***	.54***	.44***	.28***	.06	
化粧後気分 快活の 気分	A									—	.77***	.75***	.34***	-.03	
	B									—	.78***	.79***	.41***	-.02	
	C									—	.79***	.77***	.52***	-.08	
	D									—	.76***	.75***	.45***	.09	
化粧後気分 変化の 実感	A										—	.71***	.42***	.09	
	B										—	.64***	.46***	.01	
	C										—	.74***	.47***	-.04	
	D										—	.70***	.50***	.09	
化粧後気分 安心	A											—	.29***	.06	
	B											—	.41***	.12†	
	C											—	.54***	-.01	
	D											—	.42***	.00	
化粧後気分 不安・ 懸念	A												—	.43***	
	B												—	.35***	
	C												—	.34***	
	D												—	.36***	

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

注. Aは16～18歳, Bは19～22歳, Cは23～27歳, Dは28～30歳を意味している。また, 4年齢群において1群または2群においてのみ有意になっていた, あるいは有意にはなっていない場合の箇所網掛けをした。なお, 有意傾向は「有意にはなっていない」として扱った。

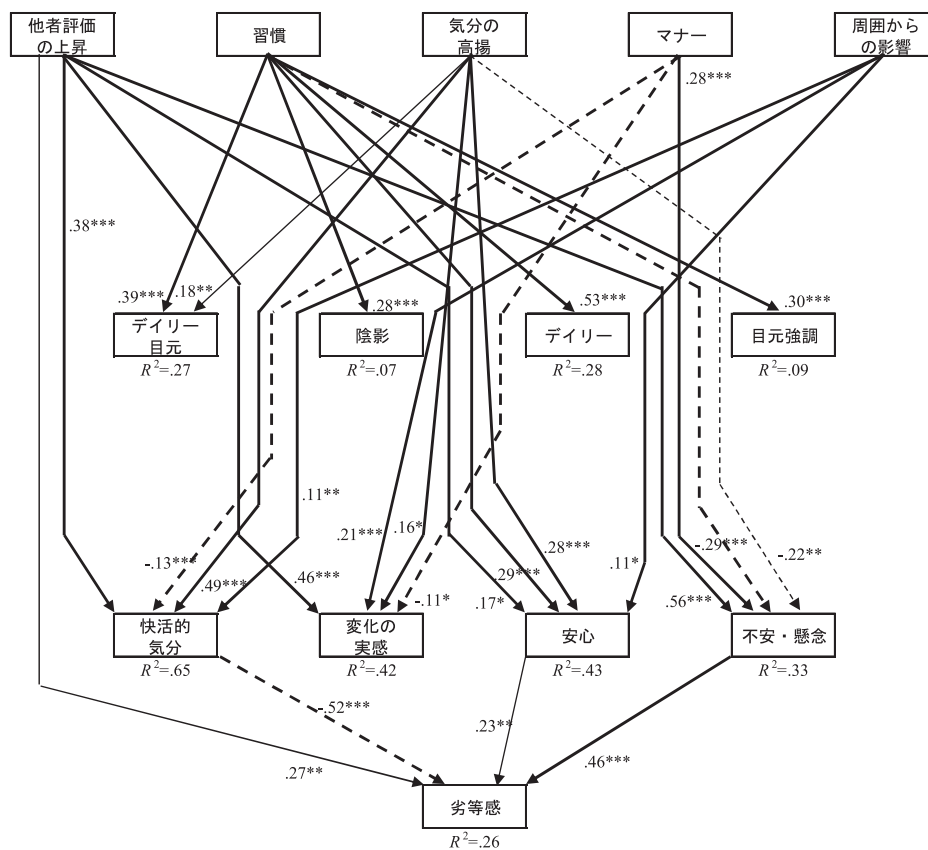


Fig. 3 化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響(16～18歳)

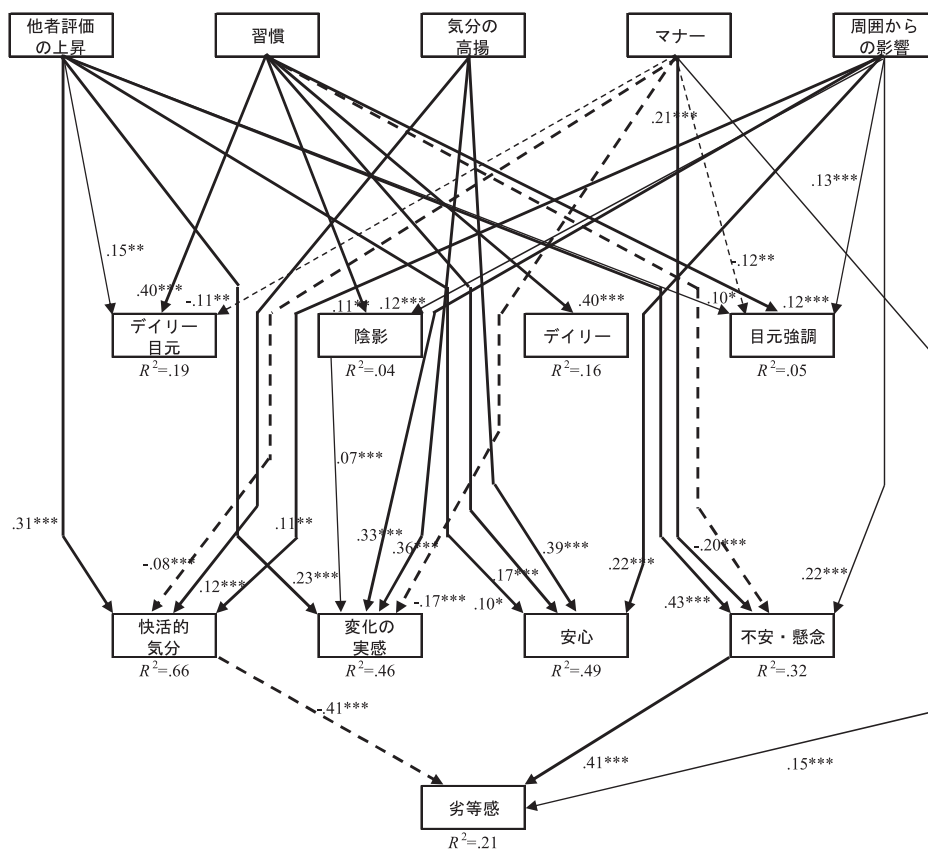


Fig. 4 化粧行動が容姿に対する劣等感に及ぼす影響(19～22歳)

Table 14 2年年齢群における劣等感得点に対する総合効果 (標準化済)

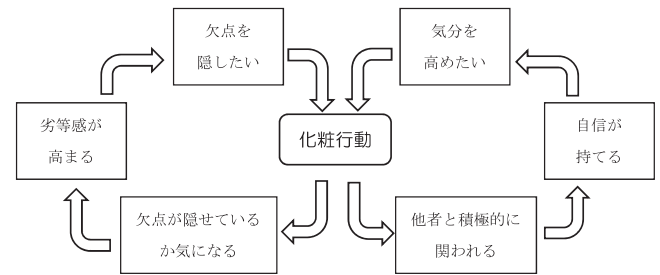
	16～18歳	19～30歳
他者評価の上昇	.36	.15
化粧理由 習慣	-.06	-.07
気分の高揚	-.29	-.22
マナー	.09	.26
周囲からの影響	.00	.05
化粧道具 デイリー目元	—	—
陰影	.00	.00
デイリー	—	—
目元強調	—	—
化粧後気分 快活的气氛	-.52	-.41
変化の実感	—	—
安心	.23	.06
不安・懸念	.46	.41

化粧をすることで、容姿に対する劣等感は強まる一方、「気分の高揚」を理由として化粧をすることで、容姿に対する劣等感は低減することが明らかにされた。また、研究2では、16～30歳の女性を対象として調査を実施し、「他者評価の上昇」(内容としては「欠点の隠匿」も含む；特に16～18歳)や「マナー」(特に19～30歳)を理由として化粧をすることで、容姿に対する劣等感は強まる一方、「気分の高揚」を理由として化粧をすることで、容姿に対する劣等感は低減することが明らかにされた。

菅原¹⁰⁾は、気分を高めたいと思って化粧をすると、実際に気分が高まったように思える“自己の社会的アイデンティティの自覚”について論じている。研究1においても研究2においても、「気分の高揚」が容姿に対する劣等感を低減させていたことから、他者の目を意識せずに、まずは自分が化粧を楽しむ、化粧をすることで気持ちを高揚させようという思いが、結果として劣等感を低減させることにつながると考えられる。

一方、研究1の「欠点の隠匿」や研究2の「他者評価の上昇」、「マナー」は、他者を意識した化粧をする理由であると考えられる。高坂・佐藤¹¹⁾は、青年期における劣等感の規定因モデルを提唱している。そのうち、対自的側面にあたる自己評価の基準について、他者視点優位な自己評価を行うほど、劣等感が強まるとしている。本研究で劣等感を強める理由となっていた「欠点の隠匿」や「他者評価の上昇」、「マナー」はいずれも他者からの視点を意識した理由であり、高坂・佐藤¹¹⁾の他者視点優位に該当すると考えられる。

以上から、化粧をすることによって、容姿の欠点をなくす・隠すという“一次補償”はほとんど生じることなく、“一次補償”のツールとして化粧を用いると、かえって劣等感は強くなってしまふ可能性が示唆された。むしろ、気分を高める、気持ちを明るくするなど気分を高揚させるための



化粧による劣等感増加ループ

化粧による劣等感減少ループ

Fig. 5 化粧による劣等感増加ループと劣等感減少ループ

ツールとして化粧をすることで、他者と積極的に関われるようになり、自信がもてる(劣等感が低減する)ようになると考えられる (Fig. 5)。

(引用文献)

- 1) 高坂康雅, : 自己の重要領域からみた青年期における劣等感の発達的变化, 教育心理学研究, 56, 218-229, 2008.
- 2) 高坂康雅, : 青年期における容姿・容貌に対する劣等感の解決に関する検討, 日本青年心理学会第16回大会発表論文集, 58-61, 2008.
- 3) 宮城音弥, : 劣等感 その本体と克服, 東京書籍, 1979.
- 4) 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.
- 5) 上方美紀, 田頭穂積, : 女子大学生の化粧行動と自己意識との関連性, 教育相談センター年報, 10, 121-132, 2002.
- 6) 飛田 操, : 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, 1996.
- 7) 宇山侑男, 鈴木ゆかり, 互 恵子, : メーキャップの心理的有効性, 日本香粧品科学会誌, 14, 163-168, 1990.
- 8) 高坂康雅, 青年期における容姿・容貌に対する劣性を認知したときに生じる感情の発達的变化, 青年心理学研究, 20, 41-53, 2008.
- 9) 高坂康雅, 青年期における容姿・容貌に対する劣性を認知したときに生じる感情と反応行動との関連, 教育心理学研究, 57, 1-12, 2009.
- 10) 菅原健介, 化粧による自己表現, 高木 修監, 大坊郁夫編, : 化粧行動の社会心理学, 北大路書房, 102-113, 2001.
- 11) 高坂康雅, 佐藤有耕, : 青年期における劣等感の規定因モデルの構築, 筑波大学心理学研究, 37, 77-86, 2009.