

日本人中高年女性の化粧行動に関する研究 ——自意識との関係分析の結果から——

八田 武俊⁽¹⁾ (hatta@u-gifu-ms.ac.jp)

岩原 昭彦⁽²⁾・唐沢 かおり⁽³⁾・八田 武志⁽⁴⁾

〔⁽¹⁾ 岐阜医療科学大学・⁽²⁾ 樟蔭東女子短期大学・⁽³⁾ 東京大学・⁽⁴⁾ 名古屋大学〕

Cosmetic behavior of Japanese middle and upper-middle females: Analysis of the influence of their self-consciousness

Taketoshi Hatta⁽¹⁾, Akihiko Iwahara⁽²⁾, Kaori Karasawa⁽³⁾, and Takeshi Hatta⁽⁴⁾

⁽¹⁾ Department of Medical Technology, Gifu University of Medical Science, Japan

⁽²⁾ Faculty of Domestic Sciences, Shoin-Higashi Women's Junior College, Japan

⁽³⁾ Graduate School of Humanities and Sociology, The University of Tokyo, Japan

⁽⁴⁾ Graduate School of Environmental Studies, Nagoya University, Japan

Abstract

Relations between cosmetic behavior and self-consciousness were examined with middle and upper-middle community dwellers. Four hundred ninety-eight healthy community dwellers participated in this survey as a part of cohort study and they were given self-consciousness inventories, cosmetic behavior inventory, and cognitive function examination in addition to health examinations. In this study, we examined the following four hypotheses: first that the degree of both aspects of self-consciousness, public and private, is higher in females than in males in middle and upper-middle participants as similar to that of young generations, second that female participants whose self-consciousness score was high showed frequent cosmetic behavior, third that cosmetic behavior is highly shown in the situations where they kept others eye and fourth that skin-care behavior is shown more in the participants who show high private self-consciousness score due to relaxation and self-body touch factors that involved in skin-care behavior. The results confirmed first three hypotheses and fourth hypothesis was partially supported. These findings by middle and upper-middle community dwellers' behavior characteristics offer suggestions concerning the ways of nursing and rehabilitation care for aged peoples.

Key words

cosmetic behavior, middle age women, upper-middle age women, self-consciousness

1. はじめに

近年、化粧に関する心理学的研究が盛んになり、さまざまな化粧の効果が報告されている。化粧とは、スキンケアのような「ケア」、口紅を塗るなどの「メーキャップ」、香水のような「フレグランス」を含めた総称を指し、とくに、ケアとメーキャップは多くの女性が日常的に行う化粧である(阿部, 1992)。化粧がもたらす心理的効果は、自信や満足度を促進し、精神的な安寧を促す個人内的効果と外見的魅力の増加や印象管理を目的とする対人的効果に分けられる(余語・浜・津田・鈴木・互, 1990)。本研究は、これらの効果から個人特性と化粧行動の関係を検討しようとするものである。

個人の内的効果および外見的魅力の増加に関係する化粧行動は、発達心理学的に思春期以降に自己を客観化する心理的特徴の芽生えによって生じ、他者から自分がどのように見られているかについての関心が急増することに関係している。それまでは髪を解くことを嫌がったり、風呂に入

り身体を清潔にすることに両親の叱責を受けていた児童が、急に髪型を気にしたり、服装にこだわり始めるのは思春期以降である。また、自己に対する注意は個人特性として捉えることができ、それを自意識特性という(Fenigstein, Scheier, & Buss, 1975)。こうした自意識は年齢とともに変化することが示されており、10～20代において最も高まり、その後は安定したり、低下したりすることが知られている(菅原・山本・松井, 1986)。したがって、化粧行動は自己の外見的魅力についての関心が急増する時期から開始されることになり、化粧に関する研究の対象者はおもに10代半ばからとなる。

しかしながら、化粧行動により自己の外見的魅力を増加させる涙ぐましい努力は、その後の人生を通じて維持されるわけではない。おおむね配偶者を得て、子育てに寝食を忘れる40歳代から化粧行動の頻度は、外出時や知人と会う時に限定されるようになり、一般的には減少傾向を示すように思われる。このことは、化粧品を販売する会社の宣伝活動がもたらす、若年女性の化粧品にターゲットが当てられ、中高年以降に出現する例えば中高年用のシミ取り化粧品などの宣伝量に比べて圧倒的に多いことから推察できる。

一般的に、40歳代の化粧行動は減少傾向を示すものの、日本のように高度資本主義経済社会化に伴って所得格差が広がり、中高年者に裕福な階層が増加すると、中高年者を対象とする化粧行動も増加の兆しを示す。すなわち、高齢者には若年者と質的に異なった化粧行動に関心が向けられやすく、その対象者数も高齢化に伴って増加することが考えられる。たとえば、シミ取り化粧品、白髪隠し化粧品などの宣伝はその証と言える。しかし、これまで化粧行動の当事者がもっぱら若年女性である傾向が顕著であったこともあり、中高年者、たとえば40歳代以降の年代の女性を対象とした化粧行動の実態、中高年者の化粧行動と個人特性との関連などを大規模に検討する研究はほとんど見当たらない。今後、介護施設や老年者を構成員とする集団の増加が予想されるが、それら構成員の心理的特性を理解することは必要不可欠である。

そこで、本研究では、中高年女性の自意識と化粧行動の関係を明らかにすることを目的とした。自意識は公的自意識と私的自意識に分類できる(たとえば、Fenigstein, et al., 1975; 菅原, 1984など)。公的自意識とは、外見など他者から観察可能な社会的対象としての自己に注意を向けやすい特性で、私的自意識とは態度や感情など他者から観察不可能な自己の内的側面に注意を向けやすい特性である。菅原ら(1986)は、15歳から49歳の日本人を対象に自己意識について調べたところ、女性は男性よりも公的自意識が高いことを示している。また、公的自意識と私的自意識は中程度の正の相関関係にあることが示されている(Turner, Scheier, Carver, & Ickes, 1978; 押見・渡辺・石川, 1986)。それゆえ、中・高年者であっても女性は男性よりも公的・私的ともに自己意識が高いと予想される(仮説1)。

次に、女性の自意識と化粧行動の関係について、公的自意識は化粧を促すことが指摘されている(阿部, 1992; Miller & Cox, 1982)。公的自意識が高い人は、自己の外的側面に注意が向けられやすいため、外見的な魅力の増加を期待して、化粧行動に動機づけられる。とくに、公的自意識による化粧行動はメーキャップにおいて顕著であると思われる。たとえば、阿部(1992)は自己の印象管理や美しさはメーキャップによって効果的に演出されることを指摘している。また、女子大学生を対象に自意識とメーキャップとの関係について検討したMiller and Cox(1982)は、公的自意識が高い女性ほどメイクアップすることを示している。それゆえ、中・高年者を対象とした本研究においても、公的自意識が高い人ほどメーキャップをする機会が多いと予想される(仮説2)。また、公的自意識が化粧を促すのであれば、外出時や知人に会うなど他者によって注目されやすい状況ほど、化粧は頻繁であると予想される(仮説3)。

公的自意識が印象管理に効果的とされるメーキャップを促すことはこれまでも指摘されてきたが、私的自意識が化粧行動に及ぼす影響はほとんど明らかにされていない。その理由として、公的自意識との関連が強い化粧の対人的効果ばかりが注目され、個人内的な効果はほとんど知られていなかったことが挙げられる。気分の安寧や生理的な鎮

静効果などの個人内的効果は、自己の感情に対してはたらく化粧の効果であり、年を重ねるほど、こうした効果に対する期待も高い(宇山・鈴木・呉, 1990)。私的自意識が高い人は感情やストレス状態など自己の内面に注意が向けられやすいため、リラクゼーションのような感情調整を目的とした個人内的効果を期待して、化粧行動に動機づけられると考えられる。とくに、私的自意識による化粧行動はスキンケアに現れやすいと思われる。スキンケアは自己の身体接触が伴うことから、マッサージと同様にリラクゼーション効果を持つことや、スキンケアは感情の調整に効果的であることが示されている(阿部, 2001)。それゆえ、私的自意識が高いほどスキンケアをする機会が多いと予想される(仮説4)。本研究では上記の4つの仮説の検討を行った。

2. 方法

2.1 参加者

対象者は北海道Y町が主催する住民検診(2006年)の受診者のうち、本調査への参加に同意した498名で、有効回答者数は458名であった(男性144名、女性314名)であった。対象者の年齢は39~91歳で、平均年齢は63.62歳であった。表1は各年代における男女の人数を示したものである。対象者は健常成人であり、健常性の評価は、日常生活を自律している、Clock Drawing検査、見当識検査、単語および散文の直後・遅延記憶検査、展覧記憶検査で、正常域に属していること、麻痺および運動機能に関する神経心理学的障害は有していないことに基づいている。

表1:年代と性別ごとの対象者数

	男性	女性	合計
30代	2	3	5
40代	9	28	37
50代	29	87	116
60代	52	124	176
70代	39	59	98
80代	13	12	25
90代	0	1	1
合計	144	314	458

2.2 手続き

本調査は、2006年7月10日から27日までの期間に住民検診の希望者に対して調査票を郵送し、8月1日の検診当日に記入した調査票を回収する方法で行われた。回収の際、調査参加への同意として、対象者は調査票を持参するよう求められた。

2.3 質問項目

調査票において測定した項目は、第一に菅原(1984)に

表2：化粧行動に関する項目

	<基礎化粧> 洗顔・化粧水・乳液	<下地化粧> ファンデーション・白粉	<仕上げ化粧> 口紅・頬紅・眉墨
ア)特別な用事がない時	する・しない	する・しない	する・しない
イ)買い物へ出かける時	する・しない	する・しない	する・しない
ウ)友達に会う時	する・しない	する・しない	する・しない
エ)法事や結婚式の時	する・しない	する・しない	する・しない

よる自意識特性尺度であった。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項目から成り、各項目は「まったくあてはまらない」～「非常にあてはまる」の7件法で測定される。ただし、本調査では、高齢者を対象とするため回答方法を従来の7件法から3件法に単純化し、両自意識を「あてはまらない」「どちらともいえない」「あてはまる」によって測定した(付録1)。回答方法の単純化について、菅原(1986)は1986年の調査において、両自意識に関する5項目ずつを選び、各項目に対して「はい」「いいえ」の2件法で回答を求めている。また、本研究では、私的自意識尺度と公的自意識尺度のそれぞれについて、1項目でも回答した対象者を有効回答者とした。

第2の項目は化粧行動に関する項目で、表2に示したように「特別な用事がないとき」「買い物へ出かけるとき」「友達に会うとき」「法事や結婚式のとき」の各状況において、洗顔・化粧水・乳液による基礎化粧とファンデーション・白粉による下地化粧、口紅・頬紅・眉墨による仕上げ化粧を「する」と「しない」の2件法で回答を求めた。また、基礎化粧は「ケア」に相当し、下地化粧と仕上げ化粧は「メイクアップ」に相当する。

調査票には他にも複数の項目や尺度が含まれていたが、本研究では検討しないため省略する。

3. 結果

私的自意識尺度と公的自意識尺度のそれぞれについて、被験者が回答した項目について、その平均値を算出し、それらを私的自意識得点、公的自意識得点とした。

3.1 私的自意識と公的自意識における性差

私的自意識得点と公的自意識得点について、性別を要因とする分散分析を行ったところ、表3に示したように、両自意識において女性は男性よりも有意に得点が高かった($F(1, 457) = 11.64, 8.08, ps < .01$)。

表3：性別ごとの私的自意識得点と公的自意識得点

	私的自意識		公的自意識	
	平均得点	標準偏差	平均得点	標準偏差
男性	2.00	0.50	1.84	0.43
女性	2.16	0.44	1.96	0.42

3.2 状況による化粧行動

状況による化粧行動の違いを検討するため、化粧行動について各状況を条件とするコクランのQ検定を行った。分析では、全状況のすべての化粧行動に回答した女性238名を対象者とした。分析の結果、基礎、下地、仕上げすべての化粧行動について状況の効果が有意であった($Q(3) = 36.76, 170.62, 177.51, ps < .01$)。つぎに、各条件間の比較を行うために、マクニマー検定を行った。表4は各状況において化粧行動をすると回答した人数を示している。分析の結果、法事や結婚式などの儀礼的な状況では、特に用事がない状況や友人と会う状況、買物に行く状況よりも基礎化粧をすると回答した人数が多く(all $ps < .01$)、友人と会う状況では特に用事がない状況よりも基礎化粧をすると回答した人数が多かった($p < .013$)。さらに、買物に行く状況は友人と会う状況と有意な差がなく、用事がない状況と有意傾向($p = .09$)であった。

下地化粧と仕上げ化粧について、儀礼的な状況では他の3状況に比べて化粧すると回答した人数が有意に多く、さらに買物に行く状況では友人と会う状況や特に用事がない状況よりも化粧すると回答する人が多く、友人と会う状況では特に用事がない状況よりも化粧すると回答した人数が有意に多かった(all $ps < .01$)。

表4：状況による化粧行動の割合

	基礎化粧	下地化粧	仕上げ化粧
用事がない	213(89%)	136(57%)	136(57%)
買物に行く	220(92%)	183(77%)	187(79%)
友人と会う	224(94%)	197(83%)	204(86%)
法事・結婚	236(99%)	229(96%)	230(97%)

3.3 女性の自意識得点と化粧行動

本研究では、自意識と化粧行動の関連を検討するために、状況ごとに相関分析を行った。ただし、各分析において、公的・私的自意識得点の両得点が算出可能で、状況ごとに基礎、下地、仕上げのすべての化粧行動について回答した女性を対象者とした。表5は各分析において対象とした人数とそれぞれの化粧をすると回答した人数と割合である。

表5: 各状況においてそれぞれの化粧をすると回答した人数と割合

	基礎化粧	下地化粧	仕上げ化粧
用事がない(N = 254)	227(89%)	145(57%)	142(56%)
買物に行く(N = 257)	237(92%)	199(77%)	202(79%)
友人と会う(N = 260)	246(95%)	217(83%)	223(86%)
法事・結婚(N = 273)	270(99%)	262(96%)	264(97%)

相関分析の結果、特別な用事がない状況では、私的自意識と下地化粧は負の相関関係にあり ($r = -.12, p = .051$)、友人と会う状況では基礎化粧と正の相関関係にあることが示された ($r = .11, p = .079$)。次に、公的自意識は、友人と会う状況において下地化粧や仕上げ化粧と正の相関関係にあり ($r = .11, p = .081$; $r = .11, p = .086$)、買い物に行く状況では、下地化粧と正の相関関係にあることが示された ($r = .12, p = .053$)。友人に会う状況では、私的自意識が高い人ほど基礎化粧を施し、公的自意識が高い人ほど下地と仕上げ化粧をすることが示された。

4. 考察

本研究は中・高年女性の自意識と化粧行動について検討することが目的であった。これまで、10歳代から40歳代の女性を対象とした研究では、公的自意識について女性は男性よりも高いことが示されているが、本研究の結果は、50歳代以降においても女性は男性よりも公的自意識が高いことを示していた。さらに、私的自意識に関しても、女性は男性よりも高いことが示され、これらの結果は仮説1を支持するものであった。これらのことから、公的・私的にかかわらず女性は男性よりも自意識が高く、それは年を重ねにつれ、顕著になると考えられる。

つぎに、本研究では、こうした女性に顕著な自意識が化粧行動に表れると考え、女性を対象に自意識と化粧行動について検討したところ、買物や友人と会うなど他人の目に触れるような状況では、公的自意識が高い人ほど、化粧する傾向にあることが示された(仮説2を支持)。ただし、その化粧はメーキャップの中でもファンデーションなど肌を美しく見せる程度の軽いものであった。友人との会合状況では、公的自意識が高い人ほど仕上げ化粧を行う傾向が示された。こうした状況では、買物に比べて他者から個人として特定されやすい。それゆえ、公的自意識が高い人ほど、他者から注目されると感じ、外見的評価を高めるような化粧をすることを考えられる。ただし、法事や結婚式などの状況における化粧行動と公的自意識との関係は示されなかった。その理由として、大勢の他者に囲まれ、さらに個人として特定されやすい法事や結婚式などでは、ほとんどの女性が儀礼的に化粧することが挙げられる。実際、本研究の結果はそうした状況において99%の女性が基礎化粧を行い、97%の女性が仕上げ化粧を行うことを示している。

また、状況ごとに化粧行動を比較した結果、化粧をすると回答した人数は、法事や結婚式など多くの他者が存在

し、個人として特定されやすい状況において最も多く、ほとんどの女性が化粧すると回答していた。次は友人との会合状況で、他者の数は少ないものの、個人として特定されやすいため化粧に動機づけられると思われる。3番目に化粧すると回答した人が多い状況は、買物に行く状況であり、周囲に多くの他者が存在するものの、個人としては特定されにくいいため友人との会合ほど化粧に動機づけられないと思われる。とくに用事がない状況は最も少なかった。これらのことは、他者によって注目されやすい状況ほど、化粧行動に動機づけられることを示している(仮説3を支持)。

私的自意識と化粧行動の関係について、私的自意識が高い人は友人と会う状況において、基礎化粧に動機づけられやすいことが示された(仮説4を部分的に支持)。このことは、私的自意識が高いほど、友人との楽しい時間を期待して高まった興奮を調整するために、基礎化粧に取り組む傾向があると考えられる。一方で、これは下地化粧のための準備段階であり、本研究において仮定したようなリラクゼーション効果を求めた行動ではない可能性も考えられる。私的自意識と化粧行動の関連については今後、更なる検討が必要である。また、私的自意識が高い人は特別な用事がない状況では下地化粧をしない傾向が示された。おそらく、私的自意識が高い人は自己の外的側面よりも内的側面に注意が向けられやすいため、他者の目に触れる機会が少ない状況では、対人的な効果が期待されるメーキャップに動機づけられにくいと思われる。

本研究における結果は、年を重ねることで公的・私的自意識がともに女性において顕著に高くなることを示しており、中高年者の心的特性を理解するのに役立つと思われる。また、自意識という個人特性によって高齢者のリハビリテーションや介護において効果的な化粧行動が特定される可能性を示唆している点で有益である。

引用文献

- 阿部恒之 (1992). 化粧の心理学 *Fragrance Journal*, 20, 55-61.
- 阿部恒之 (2001). スキンケアへの期待の変遷と心理学的効果 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, 148-157.
- Fenigstein, A., Scheier, M. F., & Buss, A. H. (1975). Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 43, 522-527.
- Miller, L., & Cox, C. L. (1982). For appearance sake: Public self-consciousness and makeup use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- 押見輝男・渡辺浪二・石川直弘 (1986). 自己意識尺度の検討 立教大学心理学科研究年報, 28, 1-15.
- 菅原健介 (2001). 化粧行動の社会心理学: 化粧する人間のこころと行動.
- 菅原健介 (1984). 自意識尺度 (self-consciousness) 日本語

版作成の試み 心理学研究, 55, 184-188.

菅原健介・山本真理子・松井豊 (1986). Self-consciousness
の人口統計学的特徴 日本心理学会第50回大会発表論文集,
658.

Turner, R. G., Scheier, M. F., Carver, C. S., & Ickes, W. (1978).
Correlates of self-consciousness. *Journal of Personality As-
sessment*, 42, 285-289.

宇山光男・鈴木ゆかり・互恵子 (1990). メーキャップの
心理的有用性 日本化粧品科学会誌, 14, 163-168.

余語真夫・浜治世・津田兼六・鈴木ゆかり・互恵子 (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.

脚注

本研究はコスメトロジー研究振興財団（平成18～19年
度）による研究助成により実施された。

（受稿：2007年3月20日 受理：2007年5月1日）

付録1

自意識尺度

	当てはまらない	どちらともいえない	あてはまる
1. 自分が他人にどう思われているのか気になる。	1	2	3
○ 2. 世間体など気にならない。	1	2	3
3. 人に会う時、どんな風に振舞えばよいのか気になる。	1	2	3
4. 自分の発言を他人がどう受け取ったか気になる。	1	2	3
5. 人に見られていると、ついかっこうをつけてしまう。	1	2	3
6. 自分の容姿を気にするほうだ。	1	2	3
7. 自分についてのうわさに関心がある。	1	2	3
8. 人前で何かする時、自分のしぐさや容姿が気になる。	1	2	3
9. 他人からの評価を考えながら行動する。	1	2	3
10. 初対面の人に、自分の印象を悪くしないように気づかう。	1	2	3
11. 人の目に映る自分の姿に心を配る。	1	2	3
12. 自分がどんな人間か自覚しようと努めている。	1	2	3
13. その時々のお持の動きを自分自身でつかんでいたい。	1	2	3
○ 14. 自分自身の内面のことには、あまり関心がない。	1	2	3
15. 自分が本当は何をしたいのか考えながら行動する。	1	2	3
16. ふと、一歩離れた所から自分をながめてみることもある。	1	2	3
17. 自分を反省してみることが多い。	1	2	3
18. 他人を見るように自分をながめてみることもある。	1	2	3
19. しばしば、自分の心を理解しようとする。	1	2	3
20. つねに、自分自身を見つめる目を忘れないようにしている。	1	2	3
21. 気分が変わると自分自身でそれを敏感に感じ取る方だ。	1	2	3

○は逆転項目