

年齢による化粧行動と自意識

八田 武俊⁽¹⁾ (hatta@u-gifu-ms.ac.jp)

八田 純子⁽²⁾・岩原 昭彦⁽³⁾・永原 直子⁽⁴⁾・伊藤 恵美⁽⁵⁾

[⁽¹⁾ 岐阜医療科学大学・⁽²⁾ 愛知学院大学・⁽³⁾ 和歌山県立医科大学・⁽⁴⁾ 大阪健康福祉短期大学・⁽⁵⁾ 名古屋大学]

The influences of age on the self-consciousness and cosmetic behavior of Japanese females

Taketoshi Hatta⁽¹⁾, Junko Hatta⁽²⁾, Akihiko Iwahara⁽³⁾, Naoko Nagahara⁽⁴⁾, Emi Ito⁽⁵⁾

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

⁽²⁾ Graduate School of Psychology and Physical Sciences, Aichigakuin University, Japan

⁽³⁾ School of Health and Nursing Sciences, Wakayama Medical University, Japan

⁽⁴⁾ Department of Psychology, Osaka Health and Welfare Junior College, Japan

⁽⁵⁾ Department of Occupational Therapy, School of Health, Nagoya University, Japan

Abstract

The variations of self-consciousness and cosmetic behavior that accompanied with age were examined. One hundred thirty two female students participated as young group that ranged 17 to 19 years old. Two hundred five healthy community dwellers participated in this survey as a part of cohort study, 132 females who ranged from 39 to 64 years old were regarded as middle group and 73 females who ranged from 65 to 91 years old were regarded as upper-middle group. Public and private self-consciousness and three cosmetic behaviors in four situations of the three age groups were compared. The results indicated that the score of public self-consciousness was higher in young group than middle and upper-middle groups, and private self-consciousness was higher in young group than middle group. As for the cosmetic behaviors, the young group showed less make-up rates than middle and upper-middle groups in their home whereas they showed more skin-care behavior in the situation where they were conscious of being gazed at by the others. Therefore, it was considered that the variation of cosmetic behaviors that accompanied with age was not explained by self-consciousness but other factors.

Key words

cosmetic behavior, skin-care, make-up, self-consciousness, age

1. はじめに

女性の多くは、家族以外の他者から遮断された家から他者の視線にふれる環境へと出る際にさまざまな化粧を施す。こうした化粧行動は女性に限ったことではない。近年、男性用化粧品や、そうした広告を目にする機会が増えており、洗顔後に化粧水をつける、洗顔フォームで顔を洗う、まゆ毛を整えるなどの化粧行動は若い男性を中心に頻繁にみられる行為となった。少し前まで、化粧行動は女性に特有の行為であるという印象が強かったと思われるが、もはや化粧行動は男女を問わず多くのひとにとって、欠かせない日常的行為であるといえる。

化粧行動は素肌の手入れや健康の保持を目的とするスキンケア、外見を美しく見せるためのメーキャップ、さらに香水などの気分変容や自己イメージの向上を目的としたフレグランスに大別される。その中でも、スキンケアとメーキャップに関する心理学的研究が多く行われており、これまで、女性を対象に化粧行動を促す心理的要因や化粧行動による心理的効果が示されている。特に自意識は化粧行動を促す心理的要因としてもっとも注目され、それは年齢と

ともに変化することが知られている（菅原・山本・松井、1986）。そこで、本研究では、年齢にともなう自意識と化粧行動の変化について検討することとした。また、これまで化粧行動に関する研究のほとんどが女性を対象としたものであったが、本研究では、若年男性の化粧行動についても検討した。

多くの女性は化粧行動によって生じる効果を期待し、それによって化粧行動に動機づけられる。化粧行動の効果について、松井・山本・岩男（1983）は化粧行動自体が持つ満足感、対人的効用、心の健康を挙げている。化粧行動自体が持つ満足感とは化粧行動が変身願望を充足させ、ストレスの解消に役立つことを指しており、化粧することによって生じる自己満足感を指す。つぎに対人的効用とは、外見的欠陥の補償や評価の向上、周囲への同調や社会的役割への適応を促すことを指す。心の健康とは、伝統的役割に基づくアイデンティティの自覚など、個人に自信や精神的な安定感をもたらすことを意味している。ただし、この研究における化粧行動はおもにメーキャップを対象にしていることから、上記の効果はメーキャップの効果として考えられる。

化粧の効用に対する期待がメーキャップを促す一方で、個人特性もメーキャップに影響することが指摘されてい

る。たとえば、大坊（1991）は347名の女子学生を対象とした調査において、社会的スキルが高い人ほどメーキャップを施しやすいことを示している。個人特性として最も顕著なパーソナリティ特性との関連についても、大坊（1991）は対人不安が高い人ほどメーキャップをしないことを明らかにしている。メーキャップとの関連について、公的自意識はこれまで最も注目されてきたパーソナリティ特性であり、いくつかの研究においてそれらの関連性が示唆されている。たとえば、Miller and Cox（1982）は42名の女子学生を対象とした実験において、公的自意識が高い人ほどメーキャップを施しやすいことを示している。また、八田・岩原・唐沢・八田（2007）は39～91歳の女性を対象とした研究において、友人のような特定の他者と会う状況において、公的自意識が高い人ほどメーキャップを施す傾向が浮き彫りとなることを示唆している。これらのことは、公的自意識がメーキャップを促すことを意味している。

一方、スキンケアの効果として、阿部（2001）は肌の健康維持・増進を挙げている。彼は首都圏在住の20～60歳代女性500名を対象に郵送調査を行い、スキンケアとメーキャップをする理由について調べたところ、スキンケアとメーキャップで外見的效果への期待について差はないが、スキンケアはメーキャップよりも肌の健康維持を目的に実施されていることが明らかになった。このことは肌の健康維持や増進といった目的がスキンケアにおいて特徴的であることを表している。また、阿部（2001）はスキンケアにはリラクゼーションのような感情調整効果があることを示しており、メーキャップに比べて、スキンケアには個人内的な効果が期待される。

スキンケアと個人特性の関連を明確に示した研究は少ないが、松井ら（1983）は、スキンケア用品を多く所有している人ほど内向的な傾向が見られることを指摘している。また、公的自意識ほど明確ではないが、私的自意識の高さはスキンケア行為との関連が指摘されており（阿部，2002；阿部・日比野，1997）、私的自意識が高い人は感情状態やストレス状態など自己の内面に注意を向けやすいため、リラクゼーションのような個人内的効果を期待して、スキンケアを行いやすいと考えられる。実際、八田ら（2007）は友人との会合において、私的自意識が高い人ほどスキンケアを行いやすいことを示している。これらのことは、公的・私的自意識が化粧行動に影響することを意味している。

ところで、この自意識は年齢によって変化することが指摘されている。菅原ら（1986）は、15～49歳までの男女1500人以上を対象に自意識に関する調査を行ったところ、私的自意識は15～23歳くらいまでにかけて高まり、その後は、ほぼ安定する傾向がある。つまり、成人以降は年を重ねても私的自意識に変化は生じにくいと考えられる。一方で、公的自意識は15歳を過ぎたあたりから徐々に低下していく様子を示している。それゆえ、加齢に伴い公的自意識は低下すると考えられる。

一方、化粧行動と年齢の関係について、60歳代までを対象にしたデータはあるが、それ以上の高齢女性を対象にし

た研究は少ない。永尾（1983）は化粧に対するイメージについて調べたところ、10歳代までは「美しく見せたい」ために化粧する人が多いのに対して、20歳代以降では「気分が引き締まる」「エチケットとして」といった認知から化粧をする人が多くみられることを示している。こうした傾向は30歳代以降で顕著となり、40歳代後半では「肌にとっての薬」という認知も増えてくる（永尾，1983）。このことは、10歳代までの化粧行動が対人的効用を期待したものであるのに対して、20歳代以降の化粧行動は個人内的効果を期待した化粧行動であると考えられる。

このような化粧行動に対する意識の変化は自意識に対する変化と類似している。つまり、公的自意識と対人的効用を期待する化粧行動はともに10歳代がピークで、20歳代を過ぎると低下する傾向にあり、私的自意識と個人内的効用を期待する化粧行動は20歳代以降に高まり安定する傾向にある。それゆえ、10歳代の若年女性は中高年女性よりも公的自意識が高く（仮説1）、私的自意識が低いら（仮説2）。また、若年女性は中高年女性よりもメーキャップをする人の割合が多く（仮説3）、スキンケアをする人の割合が少ないと予想される（仮説4）。

さらに、本研究ではこれらの仮説検証以外に若年男性の化粧行動についても探索的に検討する。具体的には、スキンケアとして洗顔フォームと洗顔ペーパー、化粧水の使用、メーキャップとして眉毛の手入れやファンデーションの使用に関する経験を調べる。

2. 方法

2.1 参加者

本研究における中高年齢者の対象者は北海道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、自意識特性尺度に関する項目すべてに回答し、化粧行動に関するすべての項目に回答した女性205名であった。彼女らは、日常生活を自律して送ることができており、Clock Drawing検査、見当識検査、単語および散文、展望に関する記憶検査で正常域に属していることから健康成人と認められる。これらの対象者の年齢は39～91歳で、平均年齢は61.52歳であった。また、本研究では39～64歳を中年年齢群、65～91歳を高年齢群とした（表1）。次に、若年年齢者の対象は、中高年齢者同様、自意識に関する項目と化粧行動に関する項目すべてに回答した20歳以下の大学1年生226名のうち的女性123名と男性103名であった。これらの対象者の年齢は17～19歳で、平均年齢は18.09歳であった。

表1：各年齢群における人数、平均年齢、標準偏差

	若年齢群	中年年齢群	高年齢群
人数	123	132	73
平均年齢	18.11	56.18	71.18
標準偏差	0.31	6.15	5.37

2.2 手続き

中高年齢者に関する調査は、2006年7月中旬から末にかけて、住民健診希望者に調査票を郵送し、8月4日の検診当日に回答した調査票を回収する方法で実施された。なお、調査票への回答は任意であり、調査への参加に同意できる人のみ持参するように伝えた。若年齢者に関する調査は、講義後の時間に一齐に配布し、回答する方法で実施された。その際、調査への参加に同意できない場合は回答しなくてよいことを伝えた。

2.3 質問項目

本調査では菅原 (1984) による自意識特性尺度を構成する21項目について測定した。この尺度は公的自意識を測定するための11項目、私的自意識を測定するための10項目からなる。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、高齢者を対象に含むため、従来の7件法ではなく、「あてはまらない」「どちらでもない」「あてはまる」の3件法で回答を求めた。こうした回答方法の単純化について、菅原ら (1986) は1986年の調査において「はい」「いいえ」の2件法で回答を求めている。

本調査では、化粧行動について測定するため、「特別な用事がないとき」「買い物へ出かけるとき」「友人と会うとき」「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、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に対して「する」「しない」の2件法で回答を求めた。

中高年齢者を対象とした調査票には他にも複数の項目が含まれていたが、本調査では検討しないため省略する。一方、若年齢者を対象とする調査では、女性だけでなく男性にも洗顔フォームや洗顔ペーパー、化粧水、ファンデーション、眉毛の手入れについて「いつもしている」「特別なときにしている」「していない」のいずれかに回答するよう求めた。

3. 結果

3.1 私的・公的自意識と年齢

年齢と私的・公的自意識得点との関係について調べるために、これらを変数とする相関分析を行なったところ、年齢は両自意識得点と負の相関関係にあることが示された (表2)。

また、若年齢群、中年年齢群、高年齢群からなる年齢要因を独立変数、両自意識得点を従属変数とする分散分析を行

表2：年齢と私的・公的自意識得点の相関係数

	1	2	3
1. 年齢			
2. 公的自意識	-.486**		
3. 私的自意識	-.120*	.441**	

なったところ、年齢要因の主効果が公的自意識得点 ($F(2, 325) = 54.03, p < .01$)、私的自意識得点 ($F(2, 325) = 4.60, p < .05$) とともに有意であった。下位検定の結果、表3に示したように、若年齢群は中年年齢群、高年齢群よりも公的自意識得点が高く ($ps < .01$)、中年年齢群よりも私的自意識得点が高かった ($p < .01$)。私的自意識得点について若年齢群と高年齢群に有意な差はなく、両自意識得点について中年年齢群と高年齢群に有意な差はなかった。これらのことは、10代の若者は中高年齢者よりも総じて自意識が高いことを示している。ただし、私的自意識については、ある程度年齢が高くなると回復する傾向にある。

表3：私的・公的自意識に関する各年齢群の平均と標準偏差

	若年齢群	中年年齢群	高年齢群
公的自意識	2.44 (0.36)	1.97 (0.35)	1.96 (0.47)
私的自意識	2.29 (0.38)	2.13 (0.37)	2.21 (0.49)

3.2 年齢と化粧行動

3.2.1 特別な用事がない状況

特別な用事がない状況における各化粧行動の有無に関する回答と年齢要因について χ^2 検定を行なったところ、基礎化粧に関して年齢要因との連関が有意傾向で、下地化粧と仕上げ化粧に関して、年齢要因による比率の差が認められた。そこで、ライアン法によって年齢条件間の比率の差について検定したところ、下地化粧について若年齢群と中・高年齢群の差は有意であり、中年年齢群と高年齢群の差は有意でなかった。仕上げ化粧に関して、各年齢群間の差が有意であった (表4)。

3.2.2 友人との会合状況

友人と会う状況における各化粧行動の有無に関する回答

表4：用事がない状況で各化粧行動について「する」と回答した年齢群ごとの人数と割合

	弱年齢群	中年年齢群	高年齢群	χ^2 値	p
基礎化粧	118 (95.9%)	120 (90.9%)	64 (87.7%)	4.70	p = .096
下地化粧	11 (8.9%)	70 (53.0%)	47 (64.4%)	77.39	p < .01
仕上げ化粧	9 (7.3%)	68 (51.5%)	49 (67.1%)	85.29	p < .01

表5：友人との会合状況で各化粧行動について「する」と回答した年齢群ごとの人数と割合

	弱年齢群	中年年齢群	高年齢群	χ^2 値	<i>p</i>
基礎化粧	122 (99.2%)	127 (96.2%)	67 (91.8%)	7.14	<i>p</i> < .05
下地化粧	86 (69.9%)	112 (84.8%)	60 (82.2%)	9.15	<i>p</i> < .05
仕上げ化粧	89 (72.4%)	115 (87.1%)	62 (84.9%)	9.95	<i>p</i> < .01

と年齢要因について χ^2 検定を行なったところ、全ての化粧行動に関して年齢要因による比率の差が認められた。下位検定の結果、基礎化粧について若年齢群と高年齢群の差が有意であり、中年年齢群と若・高年齢群の差は有意でなかった。また、下地化粧と仕上げ化粧について中年年齢群と若年齢群の差が有意であったが、高年齢群と若・中年年齢群の差は有意でなかった（表5）。

3.2.3 買い物状況

買い物へ行く状況における各化粧行動の有無に関する回答と年齢要因について χ^2 検定を行なったところ、全ての化粧行動に関して年齢要因による比率の差が認められた。下位検定の結果、基礎化粧と下地化粧について若年齢群と高年齢群の差が有意であり、中年年齢群と若・高年齢群の差は有意でなかった。また、仕上げ化粧について若年齢群と中・

高年齢群の差が有意であったが、中年年齢群と高年齢群の差は有意でなかった（表6）。

3.2.4 儀礼的状況

法事や結婚式などの儀礼的状況における各化粧行動の有無に関する回答と年齢要因について χ^2 検定を行なったところ、下地化粧と仕上げ化粧に関して年齢要因による比率の差が認められた。下位検定の結果、下地・仕上げ化粧ともに若年齢群と中・高年齢群の差が有意であったが、中年年齢群と高年齢群の差は有意でなかった（表7）。

3.3 男性の化粧行動

男性の化粧行動について調べるために、洗顔、洗顔ペーパー、化粧水、眉を整える、ファンデーションに関する度数を求めた（表8）。その結果、洗顔フォームをいつも使用

表6：買い物状況で各化粧行動について「する」と回答した年齢群ごとの人数と割合

	弱年齢群	中年年齢群	高年齢群	χ^2 値	<i>p</i>
基礎化粧	121 (98.4%)	125 (94.7%)	66 (90.4%)	6.35	<i>p</i> < .05
下地化粧	72 (58.5%)	102 (77.3%)	57 (78.1%)	13.37	<i>p</i> < .01
仕上げ化粧	72 (58.5%)	104 (78.8%)	58 (79.5%)	15.79	<i>p</i> < .01

表7：法事・結婚式で各化粧行動について「する」と回答した年齢群ごとの人数と割合

	弱年齢群	中年年齢群	高年齢群	χ^2 値	<i>p</i>
基礎化粧	121 (98.4%)	131 (99.2%)	72 (98.6%)	.42	<i>p</i> = .81
下地化粧	93 (75.6%)	130 (98.5%)	68 (93.2%)	35.13	<i>p</i> < .01
仕上げ化粧	99 (80.5%)	130 (98.5%)	69 (94.5%)	26.34	<i>p</i> < .01

表8：若年齢男性の化粧行動

	いつもする	特別なときする	しない	χ^2 値	<i>p</i>
洗顔フォーム	79 (76.7%)	11 (10.6%)	13 (12.5%)	87.2	<i>p</i> < .01
洗顔ペーパー	6 (5.8%)	30 (29.1%)	67 (64.4%)	55.01	<i>p</i> < .01
化粧水	15 (14.6%)	13 (12.5%)	75 (72.1%)	72.31	<i>p</i> < .01
眉を整える	19 (18.4%)	59 (56.7%)	25 (24.0%)	27.12	<i>p</i> < .01
ファンデーション	0 (0%)	2 (1.9%)	101 (97.1%)		

する人は、特別なとき使用する、または使用しない人よりも有意に多かった ($ps < .01$)。洗顔ペーパーについては、使用しない、特別なとき使用する、いつも使用するという順に多かった ($ps < .01$)。化粧水について、使用しない人は、特別なとき、またはいつも使用する人よりも有意に多かった ($ps < .01$)。眉を整えるという行為について、特別なとき使用する人はいつも使用する人、または使用しない人よりも多かった ($ps < .01$)。ファンデーションについて、いつも使用すると回答した人がいなかったため、検定は行わないが、使用しないと回答した人は特別なとき使用すると回答した人より明らかに多かった。

4. 考察

本研究では、年齢による自意識の変化と化粧行動の関係について検討することが目的であった。年齢と私的・公的自意識得点を要因とする相関分析の結果は、年齢が若いほど、私的・公的自意識ともに高いことを示している。両自意識のうち、年齢と公的自意識との関係が強いことから、年齢が若いほど公的自意識は高いことが示唆された。また、両自意識得点について年齢要因の主効果が有意であった。若年齢群は中・高年齢群に比べて公的自意識得点が高い (仮説1を支持)、私的自意識得点についても中年年齢群より高かった (仮説2を不支持)。このことは私的・公的問わず自意識の高さは青年期の象徴であることを示唆している。公的自意識については年齢とともに低下することが示され、先行研究と同様の結果が得られた。一方、私的自意識は20歳代以降に高まり安定する傾向にあることが指摘されてきた。しかし、本研究において、私的自意識得点は中年年齢群よりも若年齢群において高く、若年齢群と高年齢群で有意差がないことから、私的自意識は青年期において高く、成人後期に一度低下した後、老年期に若干上昇すると思われる。その原因として、多くの女性は成人期から老年期にかけて家事や育児に追われるため、自己に関心が向きにくいことが挙げられる。ただし、そうした時期に一区切りがついたとき、自己への関心が高まると思われる。

つぎに、年齢による化粧行動の違いについて、特別な用事がない状況、友人との会合状況、買い物へ行く状況、法事・結婚式に出る儀礼的状況における基礎、下地、仕上げ化粧行動を測定した。特別な用事がない状況において、若年齢群は中高年齢群よりも下地化粧や仕上げ化粧などのメーキャップをすると回答した人の割合が少なく、基礎化粧に関して年齢による比率の差は示されなかった。友人との会合状況では、若年齢群は高年齢群よりも基礎化粧をすると回答した割合が多かった。また、若年齢群は中年年齢群よりも下地化粧や仕上げ化粧によるメーキャップをすると回答した割合が少なかった。買い物へ行く状況において、若年齢群は高年齢群よりも基礎化粧をすると回答した人が多く、下地化粧をすると回答した割合が少なかった。また、若年齢群は中・高年齢群よりも仕上げ化粧をすると回答した割合が少なかった。最後に、儀礼的な状況において、若

年齢群は中・高年齢群よりも下地、仕上げ化粧によるメーキャップをすると回答した割合が少なかった。これらの結果から、若年齢群と中・高年齢群には化粧行動に関して大きな違いがあり、他者と直接的な相互作用が期待されない普段の状況において、若年齢者は中・高年齢者よりもメーキャップをせず (仮説3を不支持)、家族以外の対人相互作用が期待される状況では基礎化粧を施すことが示された (仮説4を不支持)。

若年齢群が中・高年齢群よりもメーキャップを施さない原因について、本研究における若年齢群は高校を卒業したばかりの10代女性であったことが挙げられる。10代女性にとってメーキャップによる化粧行動はかなり特別な化粧行動であるのに対して、中・高年齢女性は普段状況でも半数以上の女性がメーキャップを施し、友人との会合や買い物など他者との相互作用が期待される場面では8割以上がメーキャップすると回答している。このことは、中高年女性がこうした化粧行動を日常的な習慣行動としてしていると考えられる。永尾 (1983) は、年齢による化粧品イメージについて、40代以降の女性は化粧品に対して習慣として使うものというイメージを強く持ち始めることを示している。それゆえ、若年齢群は中・高年齢群よりも公的自意識は高いが、メーキャップ行動をする割合が少ないと考えられる。次に、若年齢群が高年齢群よりもスキンケアを施す原因として、若年齢群にとってスキンケアが主な化粧行動であり、高年齢群に比べて習慣化していると考えられる。ただし、ほとんどすべての年代と状況でスキンケアを行うと回答した女性は9割以上いることから、スキンケアは年齢や状況に関わらず女性にとって基本的な化粧行動であるといえる。

本研究の結果は、年代による自意識や化粧行動の違いを明らかにしている点において興味深い。年代による自意識の違いが化粧行動に及ぼす影響を示していない。つまり、青年期に相当する若年齢群は成人後期や老年期に相当する中・高年齢群よりも公的自意識が高いものの、公的自意識と関連が強いと仮定されたメーキャップをする人の割合が少なかった。また、若年齢群は中年年齢群とくらべて私的自意識が高いものの、私的自意識と関連が強いと仮定されたスキンケアをする割合について中年年齢群と差はなく、高年齢群との間においてのみ差が見られた。これらのことは年代による化粧行動の違いは自意識以外の要因によって説明されるべきと思われる。

本研究では、若年男性の化粧行動についても実態を調査した。まず、スキンケア用品として洗顔フォームや洗顔ペーパー、化粧水の使用について調べた。その結果、洗顔フォームをいつも使う、または特別なとき使うと回答した人が9割近くいることが示された。また、洗顔ペーパーや化粧水について使用しないと回答した人はもっとも多かったが、逆に使用者が約3割いることも明らかにされた。洗顔行為は男性も日常的に行うことが多いため、洗顔フォームやペーパーの使用は驚かないが、化粧水は洗顔行為のあとに使用されるもので、その利用者が3割いることは興味

深い。女性を対象とした研究では、スキンケアの効用として、肌の健康維持や、リラクゼーションが挙げられているが、男性の使用目的についても女性と同様であるかどうかを調べることは今後の課題であり、そのことは現代の青年期男性の心理を理解することにもつながると思われる。次に、ファンデーションや眉を整えるといったメーキャップについて、さすがに日常的にファンデーションを使用していると回答した人はいなかったが、特別なときに使用すると回答した人が2名いた。眉を整える行為は現代の青年期男性の多くに見られ、実際、7割以上がこの化粧行為をすると回答していたことから、かなり定着していると思われる。今後は化粧をする男性の心理や化粧行動やその動機などに関する性差について検討することにも意義があるだろう。

謝辞

本研究は平成18年度科学研究費補助金基盤(B)「中高年者の高次脳機能と筋運動機能及び生活習慣との関連に関する神経心理学的研究：研究代表者八田武志」による研究の一部である。

引用文献

- 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.
- 阿部恒之 (2002) ストレスと化粧の社会生理心理学 フレグランスジャーナル社.
- 阿部恒之・日比野嵩 (1997) 化粧がもたらすいやしとはげみー効用のしくみを考える クレアボー, 11, 2-6.
- 大坊郁夫 (1991) 外見印象管理と社会的スキル 日本グループダイナミクス学会第39回大会発表論文集, 115-116.
- 八田武俊・岩原昭彦・唐沢かおり・八田武志 (2007) 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— 人間環境学研究, 5(1), 45-49.
- 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.
- Miller, L., & Cox, C. L. (1982) For appearance sake; Public self-consciousness and makeup use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- 永尾松夫 (1983) 女性における化粧意識 化粧文化, 8, 133-144.
- 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.

(受稿：2009年4月30日 受理：2009年5月22日)