

女子大学生における化粧行動に関する研究 —化粧度に関わる諸要因の比較検討—

佐鹿里穂

キーワード：化粧行動 化粧に対する意識 公的自己意識 他者意識 女性性の受容

問題

日常的に多くの女性は化粧をしている。その理由の1つとしては、化粧をすることが現代の日本ではマナーだと認識されているからであろう。岩男(1993)は、日本人は外出をする際によく化粧をしていると述べており、これは社会的存在としての自分を意識した上での行動であり、化粧にも社会的側面があると言える。また松井・山本・岩男(1983)が指摘するように、化粧をすることによって心理的効用が得られることも化粧をする理由として挙げられる。松井他(1983)はこの心理的効用について「化粧行為自体が持つ満足感」「対人的効用」「心の健康」の3つの効用が存在すると述べている。

その一方で日常的に化粧をしない人が存在しているのも確かである。それにもかかわらず化粧をしない人に着目した先行研究は少ない。そこで本研究では、化粧の程度によってどのような違いが見られるのかについて調査するために①化粧に対する意識②性格特性③周りの影響の3点に着目する。またこれらに加え「化粧をしない理由」についても調査していくことで、一般的に化粧をすることによって心理的効用が得られる(松井他, 1983)とされているにもかかわらず、なぜ化粧をしないのかについて探っていく。

【予備調査】

目的

笹山・永松(1999)が使用している「化粧品の使用実態項目」が現代の女子大学生を対象とする今回の研究に適したものであるのかを確認するために調査を行った。

方法

調査時期 2014年7月

調査対象者 Y大学の女子学生13名(平均年齢21.54歳)

調査方法 普段使用している化粧品の種類について、1人ずつインタビュー調査を行った。

結果

現代の女子大学生は、笹山他(1999)が「化粧品の使用実態項目」として使用している化粧品

とは異なる化粧品を使用していた。よって、特によく使用されていた上位8種類の化粧品(化粧下地、ファンデーション、アイブロウ、アイシャドウ、アイライナー、マスカラ、口紅、チーク)と、最近若い女性が化粧をする際に使用するようになったと思われる3種類の化粧品(アイプチ、カラーコンタクト、つけまつげ)の計11種類を「化粧品の使用実態項目」として本調査で用いることにする。

【本調査】

目的

化粧の程度によってどのような特徴が見られるのかについて比較検討することに加え、化粧をしない理由を明らかにすることを目的とする。

方法

調査対象者 Y大学の女子学生204名のうち、回答に不備のあるものを除いた191名(平均年齢19.47歳)

調査方法 2014年12月上旬、大学の講義中に質問紙を配布、あるいは個人的に質問紙を手渡し、調査を行った。

質問紙の構成

- 1) フェイス項目 学部, 学年, 年齢
- 2) 化粧品の使用実態: 予備調査の結果をもとに作成した11項目を使用した(3件法)。
- 3) 化粧に対する意識について
①化粧に対する意識尺度: 笹山他(1999)が作成した17項目のうち「必需品としての化粧」、「身だしなみとしての化粧」からなる13項目を使用。
②化粧のメリット・デメリットに対する意識尺度: 笹山他(1999)が作成した18項目
- 4) 性格特性について
①公的自己意識尺度: 辻(1993)の8項目
②他者意識尺度: 辻(1993)の15項目
③性受容性尺度: 小出(2000)の8項目
3), 4)の各項目は4件法で回答を求めた。
- 5) 周りの影響について

A(私はよく化粧をする)またはB(私はあまり化粧をしない)のどちらかを選択してもらい、A

を選択した人には化粧をすることについて、Bを選択した人には化粧をしないことについて「母親、姉妹、友人、TV、雑誌、特に影響を受けていない、化粧をするきっかけがなかった(Bを選択した方だけの項目)、その他」の中から誰の(何の)影響を強く受けているのかについての選択回答を求めた(複数回答も可)。

6) 普段からあまり化粧をしないと思う人には、その理由を自由記述してもらった。

結果

1. 群の検出

化粧品の使用実態項目の回答に対して主成分分析を行ったところ、負荷量の低い項目が3項目あった。そこでこの3項目を除外し、再度主成分分析を行った。この結果より一元性を確認し(寄与率 52%)、主成分得点を算出した。また、この主成分得点を変数としたクラスター分析(Ward法)を行って回答者191名を分類したところ、デンドログラムを参考に3クラスターを得た。得られたクラスターを独立変数、化粧品の使用実態項目の主成分得点を従属変数とした一要因分散分析を行った。その結果、全ての群間において有意な差がみられ、第2クラスターが最も高く、第3クラスターが最も低かった。本研究では“何種類の化粧品をどのくらいの頻度で使っているのか”ということを「化粧度」という指標で表すことにし、第1クラスターを「化粧度中群」、第2クラスターを「化粧度高群」、第3クラスターを「化粧度低群」と命名した。

2. 各項目の分析

(分散分析の結果については Table1 参照)

1) 化粧に対する意識

化粧に対する意識の13項目について因子分析(最小二乗法, promax 回転)を行ったところ、いずれの因子においても因子負荷量の低い項目が2項目あった。そこでこの2項目を除く11項目で再度因子分析を行った結果、2因子が抽出された。第1因子を「身だしなみとしての化粧」、第2因子を「化粧への興味・関心」と命名した。また化粧度群を独立変数、「身だしなみとしての化粧」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められた($F(2,188)=60.59, p<.001$)。Bonferroni法($p<.05$)による多重比較を行った結果、「身だ

しなみとしての化粧」は化粧度高群において最も高くなるという結果が示された。同様に化粧度群を独立変数、「化粧への興味・関心」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められた

($F(2,188)=43.49, p<.001$)。Bonferroni法($p<.05$)による多重比較を行った結果、「化粧への興味・関心」は化粧度高群において最も高くなるという結果が示された。

2) 化粧に対するメリット・デメリット

化粧に対するメリット・デメリットの18項目について因子分析(最小二乗法, promax 回転)を行ったところ、いずれの因子においても因子負荷量の低い項目が1項目あった。そこでこの項目を除く17項目で再度因子分析を行った結果、2因子が抽出された。第1因子を「心理的効用」、第2因子を「心理的コスト」と命名した。また化粧度群を独立変数、「心理的効用」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められた

($F(2,188)=45.75, p<.001$)。Bonferroni法($p<.05$)による多重比較を行った結果、「心理的効用」は化粧度高群において最も高くなるという結果が示された。同様に化粧度群を独立変数、「心理的コスト」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められた($F(2,188)=21.90, p<.001$)。Bonferroni法($p<.05$)による多重比較を行った結果、「心理的コスト」は化粧度低群と化粧度中群において高くなるという結果が示された。

3) 公的自己意識

公的自己意識の8項目について因子分析(最小二乗法, varimax 回転)を行った結果、2因子が抽出された。第1因子を「外見への意識」、第2因子を「内面への意識」と命名した。また化粧度群を独立変数、「外見への意識」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められた

($F(2,188)=10.88, p<.001$)。Bonferroni法($p<.05$)による多重比較を行った結果、「外見への意識」は化粧度高群において最も高くなるという結果が示された。同様に化粧度群を独立変数、「内面への意識」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ、主効果が認められなかった($F(2,188)=0.85, n.s.$)。

Table1 化粧程度群×各項目の分散分析の結果 *** $p<.001$ ** $p<.01$ * $p<.05$ + $p<.10$

		a.化粧度高群(N=70)		b.化粧度中群(N=102)		c.化粧度低群(N=19)		F値	多重比較
		M	SD	M	SD	M	SD		
化粧に対する意識	身だしなみとしての化粧	0.68	0.73	-0.25	0.77	-1.19	0.45	60.59***	a>b>c
	化粧への興味・関心	0.58	0.70	-0.21	0.79	-1.00	0.59	43.49***	a>b>c
メリットデメリット	心理的効用	0.60	0.72	-0.18	0.85	-1.24	0.73	45.75***	a>b>c
	心理的コスト	-0.46	0.82	0.21	0.74	0.59	0.74	21.90***	c>b>a
公的自己意識	外見への意識	0.35	0.80	-0.14	0.90	-0.52	0.81	10.88***	a>b>c
	内面への意識	0.09	0.94	-0.08	0.93	0.10	1.04	0.85	/
他者意識	内的他者意識	0.07	0.95	-0.06	0.93	0.04	0.73	0.41	/
	外的他者意識	0.19	0.91	-0.08	0.77	-0.30	0.96	3.42*	a=b=c
	空想的他者意識	0.06	0.92	0.01	0.88	-0.28	0.69	1.13	/
性受容性	性受容	0.17	0.96	-0.11	0.84	-0.06	0.89	2.12	/

4) 他者意識

他者意識の15項目について因子分析(最小二乗法, varimax 回転)を行った結果, 3因子が抽出された。第1因子を「内的他者意識」, 第2因子を「外的他者意識」, 第3因子を「空想的他者意識」と命名した。また化粧程度群を独立変数, 「内的他者意識」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ, 主効果が認められなかった($F(2,188)=0.41, n.s.$)。同様に化粧程度群を独立変数, 「外的他者意識」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ, 主効果が認められた($F(2,188)=3.42, p<.05$)。Bonferroni 法($p<.05$)による多重比較を行った結果, 「外的他者意識」はどの化粧程度群においても同程度であるという結果が示された。さらに化粧程度群を独立変数, 「空想的他者意識」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ, 主効果が認められなかった($F(2,188)=1.13, n.s.$)。

5) 性受容性

性受容性の8項目について因子分析(最小二乗法, varimax 回転)を行ったところ, いずれの因子においても因子負荷量の低い項目が4項目あった。そこでこれらの項目を除く4項目で因子分析を行った結果, 1因子が抽出されこの因子を「性受容」と命名した。また化粧程度群を独立変数, 「性受容」の因子得点を従属変数とした一要因分散分析を行ったところ, 主効果が認められなかった($F(2,188)=2.12, n.s.$)。

3. 周りの影響について

全体の回答の中から, 化粧度高群の人と化粧度低群の人の回答をそれぞれ取り出し集計した。化粧度高群の人は化粧をすることについて, 雑誌, 母親, 友人の影響を強く受けているという回答をしている人が多かった。化粧度低群の人は化粧をしないことについて, 影響なしと回

答した人が最も多かった。

4. 化粧をしない理由について

全体の回答の中から, 化粧度低群の人の回答を取り出し集計した。その結果, 大きく分けて5つのグループに分類され, これらのグループのうち特に化粧をしない理由として多かったのは“化粧をするのが面倒である”などの項目からなる「面倒」グループであった。

考察

化粧度高群の人は, 「外見への意識」が高かったことから自分の内面よりも“外見をよりよく見せたい”“外見を変えたい”といった意識が特に強いことが推測される。この点に着目すると, 自分のコンプレックスをカバーするために化粧をしている可能性も考えられる。また, 化粧をするにあたって雑誌の影響を強く受けていた。雑誌には読者の年代や好み・系統に合ったものがあり, 種類が多様である。このことから, 自分自身に合った雑誌を選択し読むことで, 自分の求めている情報を得やすいことが考えられる。このような点がメリットとなり, 多くの人が雑誌から化粧に関する知識や情報を得ようとする傾向があるのだと推測される。

化粧度低群の人は, 心理的コストや化粧をすることを“面倒”に思う気持ちが大きく, また化粧に対して無関心であることが推測される。化粧をしないことについて周りの影響を受けていないという回答が多かったことから, 化粧に興味をなければ周りの人の化粧状況やメディアから得られる情報にも目を向けない可能性があり, このような周りの影響よりも自分自身が化粧に対してどう思っているのかということを重要視している可能性が考えられる。

引用文献 (一部)

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, 第48号, 第4分冊, 241-251