

セルフモニタリングと化粧意識

遠 藤 健 治

化粧には、紫外線の遮蔽や保湿といった保健的機能の他に、頭部を中心とした「見え」を整えたり、長時間鏡で自分の顔を見たり、自他の手で接触したりすること等による心理的効用があると指摘されている（飽戸，1982；松井・山本・岩男，1983；廣田，1984；Cash，1988；松井，1990a，1990b，1990c；春木，1993；余語，1993；大坊，2001）。実際に化粧をしている人たちが、どのような効用を意識しているかは、一連の因子分析的研究から概観が得られる。宇山・鈴木・互（1990）は、168名の女性にメイクアップした時の気持ちを尋ね、化粧意識の因子構造を検討した。その結果、①人に会いたくなる、何かしたくなる、外に出たくなる、自信が出る等の項目で因子負荷量の高い「積極性の上昇」因子、②くつろぐ、リラックスする、穏やかになる、やさしくなる等の「リラクセーション」因子、③表情が明るくなる、やる気が出る等の「気分の高揚（対外）」因子、④晴れ晴れする、うれしい、自分が好きになる、楽しい等の「気分の高揚（対自）」因子、⑤安心する、恥ずかしくないの「安心」因子の5因子が抽出された。杉山・小林（1996）は女子大学生、20代OL、学生の母親を対象として化粧に対する意識を調査し、①化粧をして他人に良い印象を与えたい、化粧をして他人から自分のことをおしゃれと思われたい、化粧によって男性から魅力的と思われたい等の項目で因子負荷量が高い「自己のおしゃれ表現性」因子、②出かける場所・時・相手によって化粧の仕方を変える、服装によって化粧を変える、の「化粧のTPO性」因子、③初対面の場合第一印象を顔の表情で判断する、外見の良い人は日常の生活や仕事の面で得をすることが多い、の「外見重視性」因子、④化粧が上手と他人から言われるのは嫌

だ、で負荷量が高い「化粧行動に対する干渉」因子、の4因子を抽出している。飛田（1996）は国立大学教育学部に所属する女子学生136名に「化粧をする理由」に関する質問紙調査を行い、①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等で因子負荷量が高い「自己顕示と魅力性」因子、②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等の「積極性や自信の獲得」因子、③化粧は女性の身だしなみだから、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等の「伝統的性役割観」因子、④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、の「肌の保護と欠点のカバー」因子の4因子を抽出した。笹山・永松（1999）は、女子大学生281名を対象に化粧に対する意識調査を行い、①化粧をする必要はないと思う（逆転項目）、化粧は自分にとって必需品である、化粧が好きである等で因子負荷量の高い「必需品としての化粧」因子、②化粧は女性の身だしなみだと思う、改まった席に出る時にはきちんとした化粧をしていないとおかしい、化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う等の「身だしなみとしての化粧」因子、③他人に見劣りしたくない、周りの人にきれいだと思われたい等の「他者に見せるための化粧」因子の3因子を抽出している。上方・田頭（2002）は76名の女子大学生を対象に、化粧したいと思う場面について調査したところ、①合コンに出席する、異性の友人と遊びに行く、フォーマルな場に出席する、などの項目からなる「対人場面」因子、②近所のスーパーに買い物に行く、一人で家にいる、の項目からなる「非対人場面」因子の2因子を抽出している。野澤・沢崎（2007）は、化粧の効用認知に関して、女子短大生51名に質問紙調査を行った結果、①化粧品の色や香りを楽しむ、創造する楽しさを感じる、ストレス解消になる等の「化粧行為自体の持つストレス解消性」因子、②引け目を感じなくなる、他人に見劣りがしなくなる等の「化粧による消極的自己呈示」因子、③素颜とは違う自分になる、気持ち

にゆとりを持つことができる等の「変身によるゆとり」因子、④自信が持てるようになる、積極的な気分になる、周囲から魅力的な人と思われる等の「化粧による積極的自己呈示」因子の4因子を抽出した。この他にも同様の因子分析的研究はなされているが、以上の所見をまとめてみると、自覚されている化粧の心理的効用は、化粧行為そのものがもたらす対自的効用と、他者に見られることを前提とした対他者の効用に大別され、後者はさらに、自分が集団の中で劣っていないこと・異質ではないことを示す消極的な対他機能と、自分が魅力的であること・注目に値することを示す積極的な対他機能に分類できるようである。これは Tedeschi & Norman (1985) による自己呈示の分類の、否定的な印象を与えることを防ぐために行う防衛的自己呈示 *defensive self-presentation* と、他者に特定の印象を与えることを目的とする主張的自己呈示 *assertive self-presentation* に該当すると考えられる。

対自的機能をさらに細かく検討すると、まず、変身したり自分の顔を創造したりといった化粧行為そのものからもたらされる遊戯性・快適感・満足感・高揚感があげられる。Theberge & Kernaleguen (1979) は、101名の女性(25～59歳)に、化粧の重要度および自分の顔と身体の様々な部分についての満足度を調査した。その結果、化粧を重要と認識するほど、また使用する化粧品が多いほど、顔と身体への満足度が高いという相関関係が認められ、化粧は自分の表出される部分への満足度を高める機能を持つものと示唆された。Cash & Cash (1982) は、42名の女子学生に普段の化粧をしている自分と化粧をしていない自分を想定させ、自信の程度を測定したところ、化粧をしている時の方が有意に自信が高いことが示された。さらに Cash *et al.*, (1989) は38名の女子大学生を対象にし、化粧をした顔と化粧を落とした顔を写真に撮り、それらを自己評価させたところ、化粧をしたときの方が化粧を落としたときより、自分の顔と全体的な外見についての満足度が有意に高かった。春木(1993)は女子大学生を対象として、化粧をしたときおよび化粧を除去したときの気分や自己評価を検討した結果、化粧経験のない女子学生は、化粧をすると気分が活動

的・女性的になり、自信も増していたと報告している。余語・津田・浜・鈴木・互 (1990) も、素顔、自分で化粧を施す、メイクアップアーティストにより化粧を施されるという異なる化粧条件の下で化粧の感情効果を測定し、素顔と化粧条件を比較すると、化粧条件の方が、自信と満足感が増加し、不安が低下していたという結果を得ている。Diener, Wolsic, & Fujita (1995) は大学生を対象として、身体的魅力の程度が、主観的な幸福感に影響を及ぼすかどうかを検討した。両者の間の相関は低いものであったが、化粧や宝石、服装、ヘアスタイリング等で飾った場合に相関は高くなり、それらを取り除いたときにその効果は減少した。通常、化粧は鏡に映った自分に対して施されるため、自分の化粧顔の第一の批評家は自分自身である。他者の評価を待つまでもなく、顔が変容していくプロセスを楽しんだり、化粧の結果（美しく整えられた顔や気になる欠点が覆い隠された顔）を自ら知覚したりすることによりこのような気分的高揚や自信・自尊心の向上がもたらされるのであろう。自己の容貌の自信が、自分自身への評価に強い影響力を持っているわけである（山本・松井・山成, 1982）。「私、素敵」「私、元気」という肯定的自己評価である。また、自己に意識を集中させるために被験者に鏡を見せるという実験手続きがあるように、鏡を長時間見るにより自己意識が高揚したり、自己が明確化されたりするという効用も考えられる。Cash (1988) によれば、化粧と身繕いは自己イメージ（ボディ・イメージ、自己知覚、気分状態）を管理、統制する機能を持つという。

上記実験例の被験者は女子大学生が多く採用されているが、化粧の心理的効用は若い女性に対してだけでなく、高齢者や何らかのハンディキャップを負った人に対しても検討がなされており、伊波・浜 (2000) や堤谷ら (2008) は化粧が高齢者のライフスタイルや QOL、免疫機能に及ぼすポジティブな影響を確認している。また、Wright, Martin, Flynn, & Gunter (1970) は、様々な顔の傷を持つ 42 名の女子大学生に対して、化粧の専門家によりスキンケアやメイクアップ正しい仕方を教示した後、3 ヶ月にわたり、正しい化粧を毎日してもらった。その手続きの前後で彼女たちに MMPI への回答を求め、抑うつ

(D) 尺度と精神衰弱 (Pt) 尺度での変動を検討したところ、2回の測定の平均値間にいずれも有意差が認められ、抑うつ値も精神衰弱の値も軽減されていた。日本でも重松ら (1982) はらい患者のリハビリテーションに、浜・日比野・藤田 (1990) は鬱病患者に、菅 (1995) は重度な顔面トラブルである太田母斑を保持する女性に、萩尾ら (2005) は青年の唇裂患者に化粧を施す心理的效果を検討している。外見的ハンディキャップの遮蔽による不快や不安の低減として機能するものであろう。言い換えれば、ハンディキャップにより損なわれた自己イメージを恢復する効果が期待される。

視覚的效果ばかりではなく、皮膚マッサージによるリラクゼーション効果も指摘され、堀川ら (1984) は、美容師のマッサージが安らぎの効果を持つことを、GSRを測定することによって確認している。平松 (2007) はスキンケアには、ほっとする、ゆったり、落ち着く、安らぎなどの「やすらぎ」の感情調整作用と、さわやか、メリハリ、ひんやり冷たい、元気になるなどの「はずみ」の感情調整作用があることを示しているが、この感情調整作用も皮膚への接触という要因が関連していることが窺われる。

一方、対他機能としては、まず所属集団内で期待されるレベルの化粧行為を行う (つまり社会的役割を遂行する) ことにより集団帰属意識や We 意識が形成されたり、協調的人間関係が維持されたりする、といった集団所属を円滑に促進する機能があげられる。高校生の時は化粧をしていなかったが、大学に入学すると周りの女子学生が皆化粧をしているので自分でもするようになったという事例は多い。また、大学でも学部学科によりメイクが濃いか薄いかのレベルが異なり、自分の所属する学部学科のメイクレベルにあわせていくこともしばしば観察するところである。

また、集団に所属するとはいっても、その中に埋没するのではなく、許容範囲内で自分らしい化粧をすることにより社会的存在としての自己を確立することができる (個性化、自己実現としての機能といえる)。

外見とりわけ身体的魅力 Physical attractiveness は第一印象形成時に最も重

要な役割を果たす (Berscheid & Walster, 1974)。Dion, Berscheid, & Walster (1972) は、性別にかかわらず、身体的魅力の高い人は社会的に望ましいパーソナリティを持っており、職業上の地位や配偶者・親としての能力等が高く見積もられるという、“美しい者はよい”ステレオタイプを持っていることを示した。Friedrich, Preikschas, & Agthe (2007) は、20代前半の男女に、同年代で成功した男女について、その成功した理由を何に帰属するかを調べた。その結果、女性は魅力的な女性と魅力的ではない男性の成功を、能力よりも運によって説明した。しかし対象が魅力的ではない女性と魅力的な男性の場合は、運よりも能力に帰属していた。一方、男性は、魅力的な女性と魅力的ではない男性の場合は運よりも能力に帰属し、魅力的ではない女性と魅力的な男性の場合は能力よりも運に帰属していた。要するに、魅力的な異性は有能と評価されるわけである。Feingold (1990) によれば、とりわけ女性の身体的魅力は社会的行動にも強い影響力を持っている。外見が優れていれば、他者からの承認、受容、援助、好意的評価、好意的行動等が期待される。たとえば Harrell (1978) は、身体的魅力が援助行動に及ぼす影響をフィールド実験で確認した。大学生くらいの年齢の女性が、通りがかりの男性にある建物への道順を尋ね、教えるのにどの程度の時間を費やすかを見た。このとき、女性は身体的魅力の程度に関し2つの条件を設定し、1つの条件では、髪をきれいにとかし、化粧をし、きちんとしたパンツスーツを着て、別の条件では髪はぼさぼさで化粧をせず、食べ物の染みのついたしわくちゃな服を着ていた。また、道を尋ねるとき自分の名前を名乗る条件と名乗らない条件も加えた。道順を教えるのに費やした時間は、外見が魅力的なときは平均 80.83 秒、外見が魅力的ではないときは 66.14 秒となり、魅力的であるときの方がより多くの時間を費やして情報を提供していた（名前の開示との関係では、外見が魅力的で名乗っていたときは平均 92.04 秒を費やしたのに対し、外見が魅力的ではなく名前も名乗っていないときは 47.50 秒であった）。Wilson (1978) も同様のフィールド実験をおこない、身体的魅力が援助行動の喚起に効果的であることを確認し、West & Brown (1975) は緊急度が高いときに身体的魅力の高い要請者の方がより多くの援助

を受けていたことを報告している。また Stillman & Hensley (1980) は、食堂の6名のウェイトレスが髪に花を飾ったときと飾らなかったときとで、チップの量に違いが出るかをフィールド実験した。その結果、花を飾ったときの方が、一人あたり平均0.26ドル多くチップをもらっていたという。Jacob, Gueguen, Boulbry, & Ardiccioni (2009) もレストランでウェイトレスにきれいに化粧をさせたところ、男性客からのチップが増えたという結果を得ている。

対自的機能を述べたときにあげた「美しく整えられた顔や気になる欠点が覆い隠された顔」はそのまま他者にも向けられる。他者からの受容や賞賛、望ましい待遇が見込まれるのであれば（見下されたり拒否されたりしないと予想されるならば）、自信や自尊心が向上する、社会的積極性が促進される、情緒が安定する、評価懸念から解放され対人不安が軽減されるといった効果が期待されよう。Cash & Cash (1982) は女子学生に、普段の化粧をしている自分と化粧をしていない自分を想定させ、様々な状況にいるとき、どの程度その場から逃げたり回避したりしたいかを尋ねたところ、化粧をしていない場合の方が有意に回避したいという傾向が強かった。岩男・菅原・松井 (1985) は首都圏の18～44歳の女性500名を対象として、化粧の効用意識を調査した。その結果「化粧をしている時は人に対して積極的になれる」という化粧による対人積極性の増加は、約半数の回答者が認めており、特に化粧度が高い人の高低率が高くなっている。続けて松井・岩男・菅原 (1985) はメイク化粧をよくする人は家庭外の能動的活動に充実感を感じ、基礎化粧をよくする人は身近な人間関係に充実感を感じていたと報告し、これらの結果から化粧が間接的に生活上の充実感に結びつくことを示唆するものと考察している。宇山・鈴木・互 (1990) は、若い世代ほど、メイキャップにより積極性が上昇すると感じ、年代が高くなるにつれてリラックスし安心すると感じていたと報告している。また高橋・堀・岩男 (2000) は、一般女性において、化粧習慣により精神的健康度や社会的スキルが異なることを示した。どんな場面でもよく化粧をし、化粧に対する好意や肯定度、期待が高い「コスメフリーク型」は社会的スキルが高く、対人的緊張が低く、精神的に非常に健康であった。また、ファンデーションや口紅

などの基本的なメイクとスキンケア程度の平均的な化粧を行うが、化粧への関心や期待は高くない「化粧義務型」も精神的健康度や社会的スキルが高く、反対に、どんな場面でも化粧をせず、化粧に対する嫌悪感・マイナスイメージを持っている「化粧否定型」が精神的健康度、社会的スキルともに低いという結果となった。

対人的な積極性は行動指標でも捉えることができ、余語（1993）は、20～50代の女性を被験者として、素顔条件と化粧条件を設定して、面接場面で被験者が面接者を直視する量を測定したところ、いずれの年代においても素顔条件よりも化粧条件で直視量が増加する傾向が観察されたと報告している。大坊（1995）は、女子大学生22名にノーメイク、ヘビーメイク、ナチュラルメイクタイプの異なる化粧を施した後、3分間の意見を発話してもらい、その発話文字数を測定したところ、ナチュラルメイク条件で最も多く、次いでヘビーメイク条件となり、ノーメイク条件では最も発話文字数が少なかったという結果を得ている。岩男・松井（1984）は、パーソナルスペースを対人積極性の指標として銀座路上で実験を行い、メイキャップアーティストによる化粧の後に内向的な人ほど対人距離を縮まる傾向を見いだしている。遠藤・森川・箕輪・結城（2007）も同様のパーソナルスペース測定実験を被験者の所属キャンパス内で行った。この場合、実験者に化粧を施された顔を知人にみられる可能性が高く、対人的には岩男・松井（1984）よりも負荷のかかる条件であったが、入念な化粧を施されると対人距離が縮まることが観察された。

さて化粧には上記のような対自己的効用と対他効用があるとしても、現実の社会では化粧に対する意識や態度、行動に個人差が存在する。それには自己意識や性格特性といった個人内要因と個人の置かれている外的要因の影響が考えられる。

個人の内的特性としては公的自己意識がしばしば検討されている。菅原・岩男・松井（1985）は、「化粧していないと相手に失礼」「化粧していないと人に会うのは恥ずかしい」という意識に基づく化粧を「防衛的メイク（守りのメイ

ク)」、「同性に良い印象を与えるようにメイクする」「会う人や出かける場所によってメイクの仕方を変える」という意識に基づく化粧を「演出的メイク(攻めのメイク)」と分類しているが、これは人から非難されることを回避し、自分にとって望ましい対応を他者から引き出すことを目的とする印象管理に基づく行動パターンである。この印象管理に公的自己意識が重大な影響を及ぼしていると考えられているわけである(山本, 2000)。Miller & Cox (1982) は、42名の女子大学生に、自己意識と化粧に関する質問への回答を求め、両者の関係を検討したところ、「化粧は私の外見を強調してくれると感じている」および「私は化粧をしている時の方が、他人との相互関係がスムーズに進むと感じている」への回答と公的自己意識の間に有意な相関が認められた。同様に、公的自己意識の強い女性ほど化粧の利用度が高い(Cash & Cash, 1982)、化粧・美容への関心へ公的自己意識が寄与する(大坊・小西, 1993)、「美人は得をする」という意識および「普段と違うメイクは恥ずかしい」という意識は公的自己意識とそれぞれ関連が見られる(笹山・永松, 1999)、公的自己意識が化粧意識・化粧行動・異性への化粧期待に影響を与える(平松・牛田, 2003)、公的自己意識と「必需品・みだしなみ」意識との間に有意な相関がある(平松・牛田, 2004)といった結果が得られており、公的自己意識は一つの重要な影響要因のようである。

公的自己意識と同様に、自分が他者からどう見られるかに関心を寄せる傾向としてセルフモニタリングがあげられる。セルフモニタリングは、個人が自分を他者に呈示する方法を、どの程度統制しようとするかに関する個人特性である(Gangestad & Snyder, 1985)。セルフモニタリングの高い者は、社会的に受け容れられる方法で行動したが、自分を他者がどう考えているのかに関心を払い、自分の行動が適切であるかどうかを示す他者のサインに敏感になっており(Day, Unckless, Schleicher, & Hiller, 2002)、その他者のサインを基にして、自己呈示表出を調整し、状況に適した行動をとろうとするわけである(Snyder, 1974)。実際に自分の行動を周りにあわせて調整するプロセスが含まれている点でも公的自己意識とは異なる概念である。Davis & Lennon (1985)

は、セルフモニタリング傾向の高い人（高セルフモニター）の女性は、仲間の承認が得られやすい服装を選択する傾向があることを指摘しているが、これを化粧に敷衍すれば、防衛的自己呈示に向かい、自分が集団の中で劣っていないこと・異質ではないことを示すために、同調的な化粧意識が強くなると予想される。また、高セルフモニターは低セルフモニターよりも、取り入りや自己宣伝を魅力的なイメージを演出するために効果的に使用する（Turnley, & Bolino, 2001）という報告もあり、これに従うなら、主張的自己呈示の可能性もある。Cash & Wunderle（1987）は化粧とセルフモニタリング傾向との関連を調べ、セルフモニタリングの下位尺度の内「外向性」得点が高い女子学生ほど、化粧品をよく使っているとし、セルフモニタリングの一部が化粧行動と関連することを示している（ただし、同調的な化粧行動に導く、「他者志向性」との関連は検出されなかった）。

個人の置かれている外的要因としては家庭環境や職業が大きく関わるものであろう。また、とりわけ青年期の男女にとっては、恋愛対象のような重要他者がいるかどうかとも化粧意識に影響を及ぼす可能性がある。Leary & Kowalski（1990）は自己呈示を動機づける要因として、次の3つをあげている。①目標への関連性の高さ、②望ましい結果に対する価値の高さ、③現在の印象と望ましい印象との不一致の有無の3点であるが、恋愛対象の存在はそのすべてに関わり、強く自己呈示を動機づけられていると言えよう。したがって恋愛対象者には魅力的な自己呈示をする必要がある。身体的魅力の異性選択に及ぼす影響の研究では、まず Walster, Aronson, Abrahams, & Rottmann（1966）の有名なコンピュータダンス実験があげられるであろう。パーティのときに組んだダンスのパートナーともう一度デートをしたいと思うかどうかに、相手の内的特性は一切関係なく、唯一の決定因は相手の身体的魅力であった。以後、同種の研究が続き、大学生を対象とした調査では、男性にとって身体的魅力は異性の魅力の重要な決定因であり、デートの相手を選択する際に重要な影響を及ぼす（Stroebe, Insko, Thompson, & Layton, 1971）、女性は男性の身体的魅力に比較

的関心を持たないのに対して、男性は女性の外見に引きつけられていると見なしている (Lerner, Karabenich, & Stuart, 1973), 実験である女性と面談した男性被験者は、2~4週間後、その女性の身体的魅力が高い方が低い方より、しばしばその相手のことを思い浮かべ、彼女への好意をより高く評価し、その外見も詳しく覚えている傾向があった (Kleck & Rubinstein, 1975), 身体的魅力が高いほど女性らしく見られ、好意度も高かった (Lucker, Beane, & Helmreich, 1981), 年齢や人種を通して、配偶者選択に男性は相手の若さと身体的魅力を重視することが一貫して見られる (Sprecher, Sullivan, & Hatfield, 1994), 配偶者選択の際、男性にとっては身体的魅力が、女性にとっては地位と財産が、そして両者にとって情け深さと知性が必要要件であった (Li, Bailey, Kenrick, & Linsenmeier, 2002), といった研究例が累積されている。身体的魅力が優れている人は、異性との交際、デート回数が多いという報告もある (Krebs & Adinolfi, 1975; Reis, Nezlek, & Wheeler, 1980; Nezlek & Perri, 1982)。身体的魅力が優れていれば、様々な異性、さらに優れた特性を持つ異性と知り合う機会が多くなるわけである。さらに、Sigall, & Landy (1973) の古典的研究では、身体的に魅力的な女性の隣にいる時の方が、男性はより好感が持たれ、より親しみやすく、自信に満ちていると評価されることが示されている。魅力的な本人のハロー効果ばかりでなく、身体的魅力は随伴者の威光としても働くのである。

化粧は、身体的魅力に直接関わる自己呈示のための操作である。化粧が身体的魅力を増強することは先験的にも予想されるが、以下のような実証研究によっても裏付けられている。女性にメイクを施すことによって、男性からも女性からも、身体的魅力が高く評価されたのみならず、性格特性もより高く評価された (Graham & Jouhar, 1981), 女性に、化粧をしたり眼鏡をかけさせたりして何種類かの写真を撮り、それを被験者に魅力の程度を評定させたところ、化粧や眼鏡の効果が見られ、とりわけ男性被験者では、化粧をして眼鏡をかけない条件を化粧をしないで眼鏡をかけている条件よりも著しく高く評価していた (Hamid, 1972), 化粧品を多く使用する女性の方が女性性が高い (Cash, Rissi,

& Chapman, 1985), 服装や化粧, ヘアスタイリング等で外見を強調することによって, 身体的魅力についてより高く評価されると示唆される (Brown, Cash, & Noles, 1986), 女子大学生の化粧をした顔と化粧を落とした顔を写真に撮り, それらを別の男女大学生に呈示し身体的魅力の程度を評定させたところ, 男性評定者では化粧をした顔の方が魅力度評定値が有意に高かった (Cash, Dawson, Davis, Bowen & Galumbeck, 1989) と, 確かに化粧をすることにより, 身体的魅力を高めることが期待できるものである。

本稿では, 20歳前後の男女を対象として, 恋愛対象者の存在の有無およびセルフモニタリング傾向と化粧意識の関連について検討した結果を報告する。

仮説としてまとめると, (1) セルフモニタリング傾向の高い個人は, 自分の装い行動が状況に適切かどうか (他者に受容されるか, 他者から高く評価されるか) に関心をもつため, 周りにあわせて化粧をする, および, 自分をより良く見せるために化粧をするという意識が高い, (2) 恋人もしくは片想いといった恋愛対象者がいる個人は, それらの人には自分をより魅力的 (身体的魅力が高い) と評価されたいと動機づけられているので, 自分が魅力的であることを呈示 (自己宣伝) するための有用なツールである化粧に対して (認知的な協和状態を保つため) より積極的, 肯定的な意識を持つ, (3) 女性は男性よりも日常的にメイクアップを施しているので, 化粧に対して肯定的な意識を持つ, と予想される。

なお本稿は, 上記内容の一部を本学青山スタンダード科目「自己理解」の講義で紹介し, データも授業の一環として採ったものであるので, 結果を学内誌に掲載し, 受講生へフィードバックし, さらに関連情報を追加提供することを目的としている。

方 法

手続き 大学生に実在の異性を1名想起させ, Rubin (1974) の Love scale に回答させた (恋人がいる人は恋人を, 恋人の関係ではないが自分が想いをかけている相手がいる人はその片想いの人を, 現在どちらもいない人は一番親しい

異性友人をそれぞれ想起するように教示した。また、恋人および片想いの場合は、同性の相手でも良い旨を補足した)。2週間後、同じ対象にセルフモニタリング測定尺度への回答を求め、さらに1週間後化粧意識調査項目への回答を求めた。質問紙の実施は、授業の内容と同期しているため、同一日内での実施とはしていない。回答そのものは無記名であるが、回答結果の提出にあたっては学生に割り振られたID番号の一部を記入させ、それによってデータ間の対応をとった。また、受講生は各質問紙の回答を授業時間内で採点し、自分の傾向についての概観を得ている。

被調査者 本学2008年度青山スタンダード科目「自己理解(総合科目)」を受講する大学生の男女387名。内訳は、女性226名、男性161名。ほぼ1・2年生から構成される。ただし質問紙ごとに欠席等による欠損データがあり、3つの測定すべてにデータがそろっている人数は250名(女性157名、男性93名)となる。処理ごとに対応のとれるデータを採用するため、対象データ数には違いが生じている。

尺度 セルフモニタリング傾向の測定には、現在、3種類の測度が用いられている。すなわち、オリジナルのSnyder(1974)、それを改訂したLennox & Wolfe(1984)、およびBriggs, Cheek, & Buss(1980)のものである。Lennox & Wolfe(1984)はSnyder(1974)を改変して2つの因子に集約できる尺度を開発した。すなわちSensitivity to the expressive behavior of others(他者の表出行動への感受性)の因子とAbility to modify self-presentation(自己呈示を修正する能力)の因子である。しかし彼らの使用している項目は“I have the ability...”, “I can usually...”, “I am often able to...”, “it’s easy for me...”といった表現をとっており、状況に合わせて「報酬の獲得(Leary & Kowalski, 1990)」に働くような、戦略的にもしくは自発的に自己の行動をコントロールできる能力を測定している面が強い。2つの因子が相関し、合計点としてまとめることができるのも、ともに「報酬の獲得」に働くような能力を測定していることよって可能性がある。しかし、自己呈示が「損失の減少(Leary & Kowalski, 1990)」としても機能するのであれば、防衛的に他者にあわせる傾向を捉える

必要があろう。Briggs, Cheek, & Buss (1980) では Acting (演技性: 話したり演じたりするのが上手・好き), Extraversion (外向性: 自己説明), Other-Directedness (他者指向性: 自分の行動を他の人にあわせるように変えようとする) の3因子を抽出し, 他者指向性と外向性との間では有意な相関が認められず, 各因子の得点の方が合計点よりも適当であると示唆している。各因子と他のパーソナリティ傾向との関連を見てみると, 「他者指向性」は, 公的自己意識, 私的自己意識, シャイネスや自尊心(負)と相関がある。「外向性」は, シャイネスと負の, 自尊心とは正の相関が得られている。「演技性」はシャイネスと負の, 私的自己意識とは正の相関が得られている。「他者指向性」は, セルフモニタリングの重要な構成概念であると思われる。したがって, 本稿では Briggs, Cheek, & Buss (1980) をもとに21項目を使用した(訳文は, Buss (1986 大淵訳 1991) の訳者による)。評定はそれぞれ「あてはまる」から「あてはまらない」までの5段階で行った。

化粧意識の測定にも多くの尺度があげられるが, 前述のように笹山・永松(1999)のものは, 対自的な機能に関する意識の「必需品としての化粧」因子, 対他機能のうち消極的自己呈示に対応する「身だしなみとしての化粧」因子, 対他機能のうち主張的自己呈示に対応する「他者に見せるための化粧」因子の3因子を抽出しており, 化粧の機能がよく分離できることから, これを採用することとした。ただし, 複数の因子にまたがるような項目等を削除し, 表2に示す15項目を使用した。評定はそれぞれ「あてはまる」から「あてはまらない」までの5段階で行った。

結 果

(1) セルフモニタリング傾向について, 回答の「あてはまらない」を1～「あてはまる」を5点と得点化した後(逆転項目は逆の得点化を行った), 男女こみにした387名分のデータをもとに主因子法(バリマックス回転)による因子分析を行い, スクリー基準により3因子を抽出した(表1)。

表1. セルフモニタリング因子分析

項目	第Ⅰ因子	第Ⅱ因子	第Ⅲ因子
私は、ジェスチャーとか即興を必要とするゲームはうまくできたことはない	.670	.234	-.119
パーティーでは、私はもっぱら人の話や冗談を聞く側である	.595	.099	.090
人づきあいが苦手で、思ったように自分が表現できない	.588	.172	.110
私は、人に好かれるようにふるまうのが得意な方ではない	.580	.224	.148
人の集まりは気づまりで、私はめだつことはないし、まためだちたくもない	.433	.033	-.001
私は、必ずしも、見たとおりの人間ではない	-.243	.121	.068
自分をエンタテイナーだと思ったことがある	.262	.631	-.129
ほとんど知らない話題であっても、即席でスピーチができる	.226	.611	-.131
たぶん上手な俳優になれるだろう	.120	.561	.072
集団の席で、私が注目の的になることはほとんどない	.433	.458	-.252
たぶん、自分を印象づけたり人を楽しませるために演技しているように思う	-.031	.447	.433
私は、相手や場面にに応じて行動を変えるのが苦手である	.350	.376	.090
つきあう人や場面によって、まったく別人のようにふるまうことがある	-.292	.368	.265
正しい目的のためなら、人の目を見つめて真面目な顔で嘘をいうことができる	-.017	.358	.147
人から好かれたり人とうまくやっていくために期待通りにふるまうことが多い	.212	.071	.607
実際は楽しくないのに、楽しそうなふりをするのがよくある	-.168	.077	.561
人を喜ばせたり歓心をかうために自分の意見・行動をかえることはないだろう	.058	.053	.527
本当は嫌いな人であっても、友好的なふりをする事ができると思う	.177	.137	.502
どのようにしたらよいか自信が持てない場面では人の行動を手がかりにする	-.019	-.112	.413
パーティー等で人から好かれるような事をしたりいったりしようとは思わない	.323	.144	.391
私の行動には、たいてい、自分の本当の感情や態度や信念が表れている	-.154	-.059	.358

第Ⅰ因子は「私は、ジェスチャーとか即興を必要とするゲームはうまくできたことはない」「パーティーでは、私はもっぱら人の話や冗談を聞く側である」「人づきあいが苦手で、思ったように自分が表現できない」等の項目で因子負

荷量が高く、(いずれも逆転項目であるが)「外向性」の因子であろう。第Ⅱ因子は「自分をエンタテイナーだと思ったことがある」「ほとんど知らない話題であっても、即席でスピーチができる」「たぶん上手な俳優になれるだろう」等で因子負荷量が高く「演技性」の因子、第Ⅲ因子は「人から好かれたり人とうまくやっていくために期待通りにふるまうことが多い」「実際は楽しくないのに、楽しそうなふりをするのがよくある」「人を喜ばせたり歓心をかうために自分の意見・行動をかえることはないだろう(逆転項目)」等で負荷量が高く「他者指向性」の因子である。

次に、「外向性」因子、「他者指向性」因子、「演技性」因子の各因子得点を推定し(Anderson-Rubin 法)、想定対象者群ごとに平均値を求めた。その結果、外向性因子では、恋人想起群(女性.17, 男性.15)がもっとも因子得点は高く、以下、友人想起群(女性.08, 男性-.18)、片思い想起群(女性.01, 男性-.48)の順となり、群間では恋人想起群が片思い想起群より有意に高得点となった($F_{(2,282)}=3.448, p<.05$)。性別については女性の方が男性よりも得点は高い($F_{(1,282)}=4.666, p<.05$)。とりわけ片思い男性の外向性得点の低さが際だっている。演技性因子でも、得点の高さは恋人想起群(女性-.11, 男性.20)、友人想起群(女性-.16, 男性.03)、片思い想起群(女性-.22, 男性.02)の順だが、群間に有意差はない。性差は検出されており、女性の方が男性より得点が低い($F_{(1,282)}=3.973, p<.05$)。他者指向性因子では、平均値は恋人想起群(女性.11, 男性-.02)、友人想起群(女性.12, 男性.17)、片思い想起群(女性.16, 男性.17)となっており、性別および想起対象者による有意差は認められない。

(2) 化粧意識について、回答の「あてはまらない」を1～「あてはまる」を5点と得点化した後(逆転項目は逆の得点化を行った)、男女こみにした377名分のデータをもとに主因子法(バリマックス回転)による因子分析を行い、スクリー基準により3因子を抽出した(男女別々に因子分析を行っても同様の因子構造を示すため、ここでは男女をこみにした場合の結果のみを示す)。表2に因子負荷量行列を示す。

表 2. 化粧意識因子分析

項目	第Ⅰ因子	第Ⅱ因子	第Ⅲ因子
化粧は自分にとって必需品である	.813	.204	.236
化粧をする必要はないと思う(*)	.757	.186	.236
化粧をしていないときに知人に会うと恥ずかしい	.679	.237	.287
化粧が好きである	.669	.320	.186
化粧をしても効果がないと思う(*)	.505	.220	.106
化粧をする年頃だと思う	.444	.337	.278
若いときは、化粧をしない方がきれいだと思う(*)	.307	.034	.080
周りの人にきれいだと思われたい	.293	.818	.080
他人に見劣りしたくない	.219	.699	.131
化粧をしたときの異性の反応が気になる	.231	.505	.164
化粧のノリが悪いと一日中気分が悪い	.410	.426	.195
大人に見られたい	.015	.279	.134
化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う	.186	.132	.681
化粧は身だしなみだと思う	.377	.260	.624
改まった席に出る時にはきちんとした化粧をしていないとおかしい	.295	.267	.539

第Ⅰ因子は「化粧は自分にとって必需品である」「化粧をする必要はないと思う(逆転項目)」「化粧をしていないときに知人に会うと恥ずかしい」等の項目で因子負荷量が高く、「必需品としての化粧」の因子であろう。第Ⅱ因子は「周りの人にきれいだと思われたい」「他人に見劣りしたくない」「化粧をしたときの異性の反応が気になる」等で因子負荷量が高く「他者に見せるための化粧」の因子、第Ⅲ因子は「化粧をしないと相手に失礼な感じを与えると思う」「化粧は身だしなみだと思う」「改まった席に出る時にはきちんとした化粧をしていないとおかしい」で負荷量が高く「身だしなみとしての化粧」の因子である。「若いときは、化粧をしない方がきれいだと思う(逆転項目)」と「大人に見られたい」の2つの項目はいずれの因子でも負荷量が低かった。これらの項目を除いて再度因子分析する処理もあり得るが、今回は他の項目の収まりが良いので、このままとする。

セルフモニタリングと同様に、「必需品としての化粧」因子、「他者に見せるための化粧」因子、「身だしなみとしての化粧」因子の各因子得点を推定し、

想定対象者群ごとに平均値を求めた。その結果、必需品因子では、恋人想起群 (女性.41, 男性-.56), 友人想起群 (女性.17, 男性-.44), 片想い想起群 (女性.23, 男性-.23) の順となり, 群間の差はない。性別については女性の方が男性よりも得点は高い ($F_{(1,283)}=36.423, p<.001$)。見せる因子では, 恋人想起群 (女性.21, 男性.13), 友人想起群 (女性.08, 男性-.52), 片想い想起群 (女性.16, 男性-.14) の順となり, 恋人想起群が友人想起群より有意に高得点となった ($F_{(2,283)}=4.123, p<.05$)。性別についても有意差が得られ, 女性の方が男性よりも得点が高い ($F_{(1,283)}=7.430, p<.01$)。身だしなみ因子では, 平均値は恋人想起群 (女性.10, 男性.10), 友人想起群 (女性-.19, 男性-.19), 片想い想起群 (女性.17, 男性.23) となっており, 恋人想起群および片想い想起群が友人想起群より有意に高得点となった ($F_{(2,283)}=4.221, p<.05$)。性差は認められない。

(3) 上記で求めたセルフモニタリング3因子と化粧意識の3因子との関係を検討するため, 性別と想起対象の組み合わせごとに正準相関分析を行った。その結果を表3に示す。

表3. 正準相関分析結果

	女性・恋人	女性・友人	女性・片想い	男性・恋人	男性・友人	男性・片想い
正準相関係数	.52*	n.s.	n.s.	.74**	n.s.	.72**
必需品因子	0.89			0.93		-0.77
見せる因子	0.79			0.39		0.66
身だしなみ因子	0.12			-0.43		0.15
外向性因子	0.06			0.29		0.12
演技性因子	0.33			-0.31		0.97
他者指向性因子	0.93			0.83		0.2

* $p<.05$ ** $p<.01$ それぞれ第1正準相関係数のみ有意

女性・恋人想起群では有意な正準相関係数が得られ, 化粧意識の「必需品」「見せる」とセルフモニタリングの「他者指向性」で標準化正準係数が高くなっている。男性・恋人想起群でも有意な関係が見られ, 化粧意識の「必需品」とセルフモニタリングの「他者指向性」で係数が高く, 男性・片想い想起群で

は、化粧意識の「必需品」(負)「見せる」とセルフモニタリングの「演技性」で係数が高くなっている。女性・友人想起群、女性・片想い想起群および男性・友人想起群では有意な結果は得られていない。

(4) 性別、想起対象、セルフモニタリング傾向を説明変数、化粧意識を目的変数として数量化理論Ⅰ類を適用し、各説明変数が化粧意識にどのように影響を及ぼすかを検討した。セルフモニタリングについては、各因子得点が-.50未満を低群、.50以上を高群、その間を中間群とカテゴリー化し投入データとした。結果を表4に示す。

表4. 数量化理論Ⅰ類の結果

説明変数	カテゴリー	人数	カテゴリースコア		
			必需品因子	見せる因子	身だしなみ因子
性別	女性	180	.26	.12	.00
	男性	109	-.44	-.20	.00
対象	恋人	98	.04	.16	.11
	友人	116	-.08	-.16	-.20
	片想い	75	.08	.05	.17
外向性因子	低群	75	-.03	-.12	.17
	中間群	133	.11	-.04	-.18
	高群	81	-.14	.17	.14
演技性因子	低群	88	.06	-.01	-.17
	中間群	139	-.07	-.05	.13
	高群	62	.06	.14	-.06
他者指向性因子	低群	57	-.25	-.21	-.01
	中間群	147	.06	.01	-.05
	高群	85	.07	.13	.10
定数項			.01	.01	.01

「必需品としての化粧」意識では、性別のレンジが最も大きく、女性であれば必需品と意識し男性であればそのような意識は低い。次いでセルフモニタリングの「他者指向性」では、自分を他者にあわせようとしない低群の人たちは化粧を必需品とは考えない。また「外向性」では中間群が必需品という意識を

高めるのに対し高群はその意識を逆に低める方向となっている。想起対象や「演技性」の寄与は大きくない。

「見せるための化粧」意識には多くの説明変数が寄与している。まず性別では、女性であれば化粧は他者に見せるためと意識し男性であればそのような意識は低い。想起対象では、恋人であれば見せる意識が高くなり友人であれば見せる意識は低くなる（片想いはその中間）。セルフモニタリングの「外向性」では高群であれば見せる意識を高め、低群であればその意識を低める。「演技性」の寄与はあまり大きくないものの高群であれば見せる意識が高まる傾向は認められる。「他者指向性」では、高群であれば見せる意識を高め、低群では低めている。図1に、性別×想起対象×他者指向性の群ごとの「他者に見せるための化粧」意識の平均因子得点を示す。

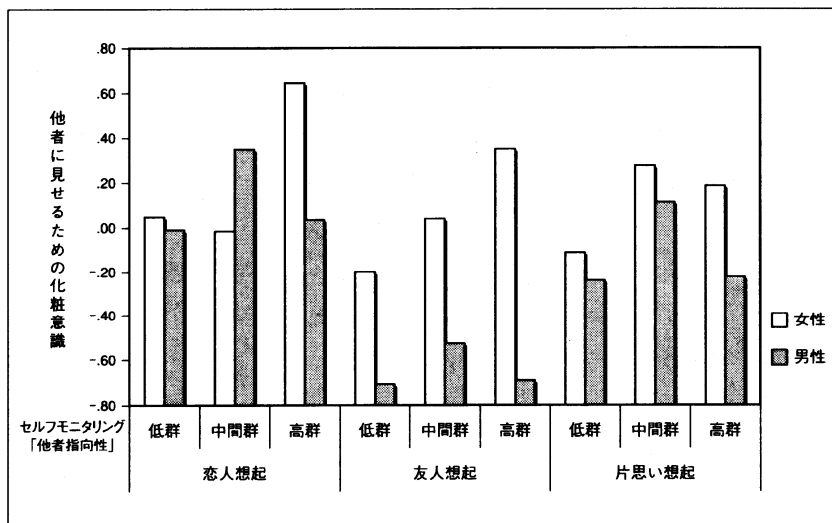


図1. 性別、想起対象、他者指向性と「他者に見せるための化粧」意識

「身だしなみとしての化粧」意識では、性差は検出されなかった。性別は化粧を身だしなみと考えるかどうかに影響しない。想起対象では、恋人および片想いの人がいる場合は身だしなみと考え、友人の場合は身だしなみと考えない

方向へ寄与している。セルフモニタリングの「外向性」では高群と低群では身だしなみ意識が高まり、中間群では低まる傾向が見られ、反対に「演技性」では中間群であれば身だしなみ意識が高まり、低群であれば身だしなみ意識が低くなる。「他者指向性」の寄与は小さいが、高群であれば身だしなみ意識が高まる傾向は認められる。

考 察

(1) セルフモニタリングの因子構造

セルフモニタリングの回答結果を因子分析したところ、「外向性」「演技性」「他者指向性」の3因子が抽出された。これは Briggs, Cheek, & Buss (1980) と類似した因子構造である。自己呈示との関連で、とりわけ本報告のように外見をどのように装うのかという意識との関連でセルフモニタリングを検討するのであれば、自分の行動を他の人にあわせるように変えようとする「他者指向性」の傾向を捉えることは重要である。しかし一方で、Lennox & Wolfe (1984) の主張する「他者の表出行動への感受性」が低ければ自分の装いの適否は認識されず、また「自己呈示を修正する能力」が低ければ、周囲にあわせて装うとしても実際にはあわせることはできない。当然これらの「能力」の測定も重要であろう。各因子を対照すると、「外向性」は外的・社会的事柄への関心が高く社交的であることを示す(岩淵・田中・中里, 1982) もので、「他者の表出行動への感受性」のみならず、対人積極性も含意されている。さらに「外向性」を構成する項目はすべて逆転項目であり、「～できたことはない」「～自分が表現できない」「～得意な方ではない」という項目で測定される特性は、「他者の表出行動への感受性」を構成する「～できる」という項目で測定されるものとは異なると推測される。また「演技性」も「自己呈示を修正する能力」を基礎としているが、さらに他者を操作することへの動機付けが背景にある。下位の因子内容は微妙に異なり、Briggs, *et al* (1980) は、合計点としてセルフモニタリング傾向を統合することを放棄している。セルフモニタリングを扱った研究では、高モニター、低モニターと一括して特徴を記述することが多い

が、概念の構成の仕方によっては、下位因子での記述の方が適当であることも考えられる。さらに検討すべき課題であろう。

下位の因子を個別に見ていくと、「外向性」因子では、恋人想起群が片想い想起群より有意に因子得点が高く、女性の方が男性よりも因子得点が高かった。群の中では片想い想起・男性群の外向性得点の低さが顕著であった。水野・橋本（1993）は、恋愛とセルフモニタリング傾向との関連を調べたところ、外向性の高い人は低い人より、現在の恋人とのデート数が多い、過去の交際人数が多い、気になる異性が多い、愛情得点が高いなど、恋愛に対して積極的であることが窺われる、としている。恋愛関係を構築するには、多少なりとも、相手の自分に対する好印象を高めるという操作が必要である。また、対人魅力の分野では、類似性、返報性、社会的交換、社会的強化、エクィティ等の概念・理論が主張されているが、いずれにおいてもバランスのとれた円滑な相互作用により関係が成立・維持されている点は共通項であろう。自己表現が消極的であれば、それに見合う程度の関係しか形成されないことになる。片想い想起・男性群が「人づきあいが苦手で、思ったように自分が表現できない」「人に好かれるようにふるまうのが得意な方ではない」「人の集まりは気づまりで、私はめだつことはないし、まためだたくもない」という傾向を強く持っていたことから、解釈の方向は逆になるが、その外向性の低さが恋心の対象を「片想いの人」に留めているとも考えられる。

「演技性」因子では想起対象者間の有意差はない。性差については、女性の方が男性より因子得点が低かった。男性が高いということではなく、女性の方が他者を喜ばせるために演技をしたりせず、人前で流暢に話すことも得意とはしないようである。もしも恋愛関係において、女性が男性の求愛プレゼンテーションを受ける側であると仮定すると（すなわち愛情を告白すること、冗談を言って相手を楽しませること、ロマンチックな環境を提供することが男性に期待されているならば）、女性は演技する必要はない。別の解釈としては、若い女性の潔癖な人間観の反映として、相手にあわせた自己表現の使い分けに嫌悪を感じていることも窺える。好ましい人格特性として「誠実さ」「信頼できる」

が重視されるという所見 (Anderson, 1968; 齋藤, 1985; 豊田, 2004) と併せると、カメレオンの自己呈示に対する否定的な態度が形成されている可能性も示唆される。

「他者指向性」因子では、性別および想起対象者による有意差は認められなかった。水野・橋本 (1993) は、他者志向性の高い者の方が、相手のペースにあわせた行動がとれるために、異性との接触になれていない環境にあっても、異性と知り合うことが比較的容易であるかもしれないと述べているが、本報告では恋人想起群の方が片思い想起群や友人想起群よりも他者指向性が高いという結果は得られなかった。むしろ、すべての群を通して他者指向性が高い傾向が見られ、他者や状況に関心を払い、それらにあわせて行動しようとしている様子が窺える。現代の若者は様々な場面で「空気を読む」ことを要求され、周囲から逸脱した言動をとると「KY (空気を読めない)」とラベリングされてしまうのであれば、恋人の有無に関わらず、他者にあわせようという傾向を共通して持っていると思われる。

(2) 化粧意識の因子構造

化粧意識を因子分析した結果、笹山・永松 (1999) と類似した「必需品としての化粧」「身だしなみとしての化粧」「他者に見せるための化粧」の3因子が抽出された。化粧の心理的機能、効用として「必需品としての化粧」は対自的な機能に対応し、「身だしなみとしての化粧」は対他機能のうち消極的自己呈示に、「他者に見せるための化粧」は対他機能のうち主張的自己呈示に対応するものであろう。男女ともに、装うときに「自分らしいか」「人から変に思われないか」「人から素敵と思われるか」という意識が働き、そのどれを重視するかが個人で異なり、その線形結合的な結果から、それぞれの化粧や着装が決定されているとモデル化できる。

因子ごとに見ていくと、「必需品としての化粧」因子得点では、想起対象者による差はない。性別については女性の方が男性よりも得点が高かった。スキンケアは男性一般にもあてはまるが、メイクアップする男性は少数派であろう

ことから、当然と思われる結果である。

「他者に見せるための化粧」因子では、恋人想起群の因子得点が友人想起群の因子得点より有意に高得点となり、性別については、女性の方が男性よりも有意に得点が高かった。恋愛関係では身体的魅力の要因が大きく働くので、恋人に、よりきれいに見られたいという意識は高いが、友人関係では外見よりもパーソナリティが重視されるので、友人に外見をよく見せたいという意識は低いであろう。Daly, Hogg, Sacks, Smith, & Zimring (1983) は、配偶者や同性の親友など関係の確立した人の前では、これから関係をつくる途中にある人の前でより、身なりを整えることは少ないと述べているが、大学1・2年生にとって恋人はこれから関係を確立する途中にある人であるので、身なりを整えることは重要視される。性差に関しては、「必需品としての化粧」と同様、メイクアップの相違が反映されたものと思われる。

「身だしなみとしての化粧」因子では、恋人想起群および片思い想起群が友人想起群より有意に高得点となり、かつ性差は認められていない。各群の因子得点は0点を境に正負に分かれており、男女ともに恋人想起群および片思い想起群は身だしなみとして化粧を捉えているのに対し、友人想起群は、身だしなみとしての意識が低いという対照的な位置づけとなっている。恋する相手がいない学生は、周囲の人間とは（異性であろうと友人関係であれば）化粧なしでつきあえるため、外見を繕う必要性はあまり感じない。本人にとって、化粧をしないと失礼だと配慮すべき相手はまだ存在しないのである。猪又・石垣・大塚 (2005) によれば、大学生より中高年の方が、化粧をする理由として「礼儀・身だしなみ」を選ぶ比率が高くなっている。年を重ねる過程で、自分を社会的役割の中に位置づけ、社会生活を送る上で外見を管理する必要性を意識するようになるのである。一方、恋人想起群および片思い想起群の男女は、恋する相手がいることで「きちんとしていないと失礼だ」「だらしない人間に見られたくない」という意識が高まり、それが他の人に対しても般化されるのであろう。恋する相手のいる人は、その相手を通して、それ以外の他者への配慮を身につけるわけである。恋愛は、青年の社会化を促進する対人経験と捉えるこ

ともできるようである。

(3) セルフモニタリングと化粧意識の関係

セルフモニタリングの3因子と化粧意識の3因子との関係を検討するため、性別と想起対象の組み合わせごとに正準相関分析を行ったところ、有意な正準相関係数が得られた組み合わせと、有意な正準相関係数が得られなかった組み合わせがあった。恋人を想起した群は、男女ともに有意な正準相関係数が得られ、女性ではセルフモニタリングの「他者指向性」と化粧意識の「必需品」「他者に見せるため」との関係が、男性ではセルフモニタリングの「他者指向性」と化粧意識の「必需品」との関係が示されたのに対し、友人を想起した群では男女ともに有意な正準相関係数は得られていない。やはり、恋人を想起する人においては、他人に合わせようとする傾向が、化粧を必需品とする意識と結びつくようである。「他者に見せるため」が女性でのみ高い値となっているのは、メイクアップとの親和度が男女で異なるためであろう。一方、他者に自分の言動をあわせようとする人ほど、化粧を身だしなみと考える傾向が強いのではないかと予想されたが、「他者指向性」と「身だしなみ」との関係は見いだされなかった。

また男性・片思い想起群で、セルフモニタリングの「演技性」と化粧意識の「必需品」との間で負の高い係数、「他者に見せるため」とで正の高い係数が得られているのは興味深い。彼らにとって、化粧は必需品ではなく、演技の一つと捉えているのかもしれない。

(4) 化粧意識の説明モデル

性別、想起対象、セルフモニタリング傾向が化粧意識にどのように影響を及ぼすかを検討するため数量化理論Ⅰ類を適用したところ、「必需品としての化粧」意識は、性別の寄与が最も大きかった。女性であれば必需品という意識は高く、男性であればそのような意識は低いということで、日常の化粧行動の違いがそのまま反映したものであろう。セルフモニタリングの「他者指向性」の

寄与がそれに続き、自分を他者にあわせる傾向の高い人たちは化粧を必需品と考え、他者に合わせようという傾向の低い人たちは化粧を必需品とは考えない。「必需品としての化粧」意識は、必ずしも他者から評価されることを前提としていないが、大学1・2年生であれば仲間集団に同調する過程で化粧行動を習得する可能性は高い。社会化の過程で取り込んだ化粧が自己認識と結びついたものと考えられる。また恋人の有無は、化粧を必需品と考える程度に影響していなかった。「必需品としての化粧」意識は、日常的に化粧をしている自己を受容しているかどうかに関わるものであるので、他者に見られることを想定したとしてもそれはむしろ他者一般であり、恋人の有無とは異なる要因から形成された態度であろう。

「見せるための化粧」意識には、性別、想起対象、セルフモニタリング傾向のすべてが寄与していた。まず性別では、女性であれば化粧は他者に見せるためと意識し男性であればそのような意識は低い。先に概観したように、男性がデートの相手や配偶者を選択する際に重視するのが身体的魅力であるならば、女性は自分の顔を美しく装おうと動機づけられることになる。一方、女性がデート相手を選択する際に、相手の身体的魅力が影響する程度は男性の場合ほど一貫した傾向ではなく、配偶者選択の場合は身体的魅力より情け深さや誠実さ、社会的地位、財産の方を重視することから、男性が自分の顔を繕おうとする動機は女性よりは低いものになると解釈される。また山口・加藤・赤松(1996)によれば、顔の特徴から性別を判断する際、男らしいと評価される顔は眉と目の距離が短い、口が大きい、顔が長い、眉が長いといった特徴があり、これらは構造的特徴と言えるようなものが多く、化粧で印象を変容させる効果はあまり大きいとは言えない。それに対して女らしいと評価される顔は上唇が薄い、眉山の位置が外側にある、頬の面積が大きい、眉の面積が小さい、眉が下がっているといった特徴をもっており、メイクアップによって変容可能な特徴が多い。すなわち男性ならば男らしく見える、女性ならば女らしく見えるということを魅力の一つと捉えるならば、男性にとって化粧は魅力を伝えるためにはあまり有効な手段ではなく、女性にとっては魅力を強調する有効な手

段であると言えよう。さらに、女性は男性に比べて表情の解読能力に優れているという所見(二塚・尾田, 2004)もあり、女性の方がより顔の状態に注意を払っているため、自身の顔の管理も重要視している可能性もある。これらの要因により、日常生活上でのメイクアップ採用が、男女で異なると考えられる。

想起対象による影響も検出され、恋人を想起した人は「他者に見せるための化粧」意識が高く、友人を想起した人は「他者に見せるための化粧」意識は低かった。恋人がいる個人は、相手から自分を魅力的と評価されたいと動機づけられているので、化粧によって自分の魅力を強調しようという意識が高くなると予想されたが、その仮説を支持する結果である。

セルフモニタリングでは、「外向性」と「他者指向性」の高い人は「他者に見せるための化粧」意識が高く、低い人はその意識が低かった。Cash & Wunderle (1987) はセルフモニタリングの下位尺度の「外向性」得点が高い女子学生ほど化粧品をよく使っていると報告しているが、それと通底する結果であろう。また「演技性」の寄与はあまり大きくないものの高い人は「他者に見せるための化粧」意識が高くなる傾向が認められた。セルフモニタリングの高い人は、自分の外見が他者から高く評価されるかに関心をもつため、自分をより良く見せるために化粧をするという意識が高いと考えられたが、3つの下位因子において、ほぼその方向での検証が得られたと言えよう。

「身だしなみとしての化粧」意識で最も顕著な特徴は、性差が見られない点である。身だしなみは、他者を一個の人格として尊重し不快感を与えないように配慮する態度の反映であるので、本人の性別によって規定されるのではなく、本人がどの程度社会化されているかに依存すると思われる。想起対象では、恋愛対象者がいる人は身だしなみと考え、友人を想起した人は身だしなみと考えないという結果が得られたが、これも自分の顔を公的・社会的視認物として管理すべきだという認識を個人がどの程度持っているかによっていると考えられる。恋愛対象者のいない人は、自分の顔によって自分の評価が影響を受ける経験が少ないため、自分の顔を私的なものであると認識する傾向が高いであろう。セルフモニタリングでは、わずかではあるが、「他者指向性」得点

の高い人は身だしなみ意識が高くなる傾向が認められた。他者にあわせる方向に、自分の顔を管理しようとするのであろう。

文 献

- 鮑戸弘 (1982). 化粧意識と化粧行為の研究 鮑戸弘・鈴木裕久・田崎篤郎・嶋田智光(編) 経済心理学—マーケティングと広告のための心理学 朝倉書店, 85-95.
- Anderson, N. H. (1968). Likableness rating of 555 personality-trait words. *Journal of Personality and Social Psychology*, 9, 272-279.
- Berscheid, E., & Walster, E. (1974). Physical attractiveness. *Advances in Experimental Social Psychology*, 7, 158-216.
- Briggs, S. R., Cheek, J. M., & Buss, A. H. (1980). An Analysis of the Self-Monitoring Scale. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 679-686.
- Brown, T. A., Cash, T. F., & Noles, S. W. (1986). Perceptions of physical attractiveness among college students: Selected determinants and methodological matters. *Journal of Social Psychology*, 126, 305-316.
- Buss, A. H. (1986). *Social Behavior and Personality*. Lawrence Erlbaum Associates (大淵憲一 監訳 (1991). 対人行動とパーソナリティ 北大路書房)
- Cash, T. F. (1988). The Psychology of cosmetics: A research bibliography. *Perceptual and Motor Skills*, 66, 455-460.
- Cash, T. F., & Cash, D. W. (1982). Women's use of cosmetics: Psychosocial correlates and consequences. *International Journal of Cosmetic Science*, 4, 1-14.
- Cash, T. F., Dawson, K., Davis, P., Bowen, M., & Galumbeck, C. (1989). Effects of Cosmetics Use on the Physical Attractiveness and Body Image of American College Women. *Journal of Social Psychology*, 129, 349-355.
- 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.
- Cash, T. F., & Wunderle, J. M. (1987). Self-monitoring and cosmetics use among college women. *Journal of Social Behavior and Personality*, 2, 563-566.
- 大坊郁夫 (1995). 化粧行動と自己意識 日本感情心理学会第3回大会予稿集, 14.
- 大坊郁夫 (2001). 化粧の心理的・社会的意義 日本化粧品科学会誌, 25, 256-262.
- 大坊郁夫・小西啓史 (1993). 化粧行動スタイルと社会的スキル 日本応用心理学会第60回大会発表論文集, 270-271.
- Daly, J. A., Hogg, E., Sacks, D., Smith, M., & Zimring, L. (1983). Sex and relationship affect social self-grooming. *Journal of Nonverbal Behavior*, 7, 183-189.
- Davis, L. L., & Lennon, S. J. (1985). Self-monitoring, fashion opinion leadership, and attitudes toward clothing. In Solomon, M. (Ed) *The Psychology of Fashion*. Lexington Books, 177-182.
- Day, D., Unckless, A., Schleicher, D. & Hiller, N. (2002). Self-monitoring personality at work: A meta-analytic investigation of construct validity. *Journal of Applied Psychology*, 87, 390-401.

- Dermer, M., & Thiel, D. L. (1975). When beauty may fail. *Journal of Personality and Social Psychology*, **31**, 1168-1176.
- Diener, E., Wolsic, B., & Fujita, F. (1995). Physical attractiveness and subjective well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, **69**, 120-129.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What Is Beautiful Is Good. *Journal of Personality and Social Psychology*, **24**, 285-290.
- 遠藤健治・森川ひとみ・箕輪りゑ・結城智津子 (2007). 対人積極性に及ぼす化粧の効果 青山心理学研究, **7**, 17-31.
- Feingold, A. (1990). Gender Differences in Effects of Physical Attractiveness on Romantic Attraction: A Comparison Across Five Research Paradigms. *Journal of Personality and Social Psychology*, **59**, 981-993.
- Friedrich, F., Preikschas, S., & Agthe, M. (2007). Ability, luck, and looks: An evolutionary look at achievement ascriptions and the sexual attribution bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, **92**, 775-788.
- 二塚亜実・尾田政臣 (2004). 顔面表情の表出と認知に関する実験的研究: 性別と非言語的表出性の効果について 電子情報通信学会技術研究報告. HIP, ヒューマン情報処理, **104**, 93-98.
- Gangestad, W., & Snyder, M. (1985). To carve nature at its joints: On the existence of discrete classes in personality. *Psychological Review*, **92**, 317-349.
- Graham, J. A., & Jouhar, A. J. (1981). The effects of cosmetics on person perception. *International Journal of Cosmetic Science*, **3**, 199-210.
- 萩尾藤江・日比野英子・楠本健司・国吉京子・山本一郎・木村タミー・余語真夫 (2005). 青年唇裂患者に対する化粧の心理的效果と課題 日本口蓋裂学会雑誌, **30**, 223.
- 浜治代・日比野英子・藤田裕子 (1990). 化粧による情動活性化の試み 日本心理学会第54回大会発表論文集, 714.
- Hamid, P. N. (1972). Some effects of dress cues on observational accuracy, a perceptual estimate, and impression formation. *Journal of Social Psychology*, **86**, 279.
- Harrell, W. A. (1978). Physical Attractiveness, Self-disclosure, and Helping Behavior. *Journal of Social Psychology*, **104**, 15-17.
- 春木豊 (1993). 化粧が意識性に及ぼす効果の研究 コスメトロジー研究報告, **1**, 27-39.
- 飛田操 (1996). 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.
- 平松隆円 (2007). スキンケアによる感情調整作用に関する研究 繊維製品消費科学, **48**, 750-757.
- 平松隆円・牛田聡子 (2003). 化粧に関する研究(第2報)―大学生の化粧関心・化粧行動・異性への化粧期待と個人差要因― 繊維製品消費科学, **44**, 693-699.
- 平松隆円・牛田聡子 (2004). 化粧に関する研究(第4報)―大学生の化粧意識とそれを規定する個人差要因― 繊維製品消費科学, **45**, 847-854.
- 廣田君美 (1984). 心理学から見た化粧品品の有用性について フレグランス・ジャーナル, **64**, 27-31.
- 堀川寿夫・黒田節子・角田一博・湯浅正治 (1984). GSR による化粧の安らぎ効果測定法研究 日本化粧品技術者会誌, **18**, 26-31.

- 伊波和恵・浜治世 (2000). 高齢女性と化粧-化粧の臨床心理学的適用の方法および実践-
繊維機械学会誌, 53, 222-228.
- 猪又美栄子・石垣理子・大塚祐子 (2005). 首都圏女子の衣服・化粧に対する意識-大学生
と高齢者の比較- 学苑(昭和女子大学環境文化紀要), 777, 145-151.
- 岩淵千明・田中国夫・中里浩明 (1982). セルフ・モニタリング尺度に関する研究 心理学
研究, 53, 54-57.
- 岩男寿美子・菅原健介・松井豊 (1985). 化粧の心理的効用(IV)-化粧行動と化粧意識 日
本社会心理学会第26回大会発表論文集, 102-103.
- 岩男寿美子・松井豊 (1984). 化粧の心理的効用(III)-化粧後の心理的变化 日本社会心理
学会第25回大会発表論文集, 128-129.
- Jacob, C., Gueguen, N., Boulbry, G., & Ardiccioni, R. (2009). Waitress' facial cosmetics and
tipping: a field experiment. *International Journal of Hospitality Management* (In
Press)
- 菅千帆子 (1995). 化粧が心身の健康に与える影響 化粧文化, 32, 62-74.
- Kleck, R., & Rubinstein, C. (1975). Physical attractiveness, perceived attitude similarity,
and interpersonal attraction in an opposite-sex encounter. *Journal of Personality and
Social Psychology*, 31, 107-114.
- Krebs, D., & Adinolfi, A. A. (1975). Physical attractiveness, social relations, and personal-
ity style. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 245-253.
- Learly, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A Literature review and
two component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- Lennox, R. D., & Wolfe, R. N. (1984). Revision of the Self-Monitoring Scale. *Journal of
Personality and Social Psychology*, 46, 1349-1364.
- Lerner, D., Karabenich, J. A., & Stuart, J. L. (1973). Relationships among physical
attractiveness, body attitudes, and self-concept in male and female college students.
Journal of Psychology, 85, 119-121.
- Li, N. P., Bailey, J. M., Kenrick, D. T., & Linsenmeier, J. A. W. (2002). The Necessities and
Luxuries of Mate Preferences: Testing the Tradeoffs. *Journal of Personality and Social
Psychology*, 82, 947-955.
- Lucker, G. W., Beane, W. E., & Helmreich, R. L. (1981). The Strength of the Halo Effect
in Physical Attractiveness Research. *Journal of Psychology*, 107, 1981
- 松井豊 (1990a). 化粧の心理学① 衣生活研究, 17(1), 38-41.
- 松井豊 (1990b). 化粧の心理学② 衣生活研究, 17(2), 34-37.
- 松井豊 (1990c). 化粧の心理学③ 衣生活研究, 17(3), 31-35.
- 松井豊・岩男寿美子・菅原健介 (1985). 化粧の心理的効用(V)-生きがい, 充実感との関
係から 日本社会心理学会第26回大会発表論文集, 104-105.
- 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. C., & Cox, C. L. (1982). For Appearances' Sake; Public Self-Consciousness and
Makeup Use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 748-751.
- 水野邦夫・橋本幸 (1993). 大学生の恋愛とセルフ・モニタリング能力の関連性 日本教育
心理学会総会発表論文集, 35, 135.

- Nezlek, J., & Perri, M. (1982). Physical Attractiveness in Social Interaction: II. Why Does Appearance Affect Social Experience? *Journal of Personality and Social Psychology*, **43**, 979-996.
- 野澤桂子・沢崎達夫 (2007). 対人恐怖傾向と化粧の効用意識との関連 目白大学心理学研究, **3**, 95-108.
- Reis, H. T., Nezlek, J., & Wheeler, L. (1980). Physical attractiveness in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, **38**, 604-617.
- Rubin, Z. (1970). Measurement of Romantic Love. *Journal of Personality and social Psychology*, **16**, 265-273.
- 齋藤勇 (1985). 好きと嫌いの人間関係—対人感情の心理学入門 エイデル研究社.
- 笹山郁生・永松垂矢 (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, **48**(第4分冊), 241-251.
- Sigall, H., & Landy, D. (1973). Radiating Beauty: Effects of Having a Physically Attractive Partner on Person Perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, **28**, 218-224.
- 重松剛・宮原幹夫・片岡俊紀・昆宰一・堀恵二・伊崎正勝・横田篤三 (1982). らい患者のリハビリテーションにおける化粧品の心理学的効果 日本化粧品科学会誌, **6**, 181-187.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, **30**, 526-537.
- Sprecher, S., Sullivan, Q., & Hatfield, E. (1994). Mate Selection Preferences: Gender Differences Examined in a National Sample. *Journal of Personality and Social Psychology*, **66**, 1074-1080.
- Stillman, J. W., & Hensley, W. E. (1980). She wore a flower in her hair: The effect of ornamentation on nonverbal communication. *Journal of Applied Communication Research*, **8**, 31-39.
- Stroebe, W., Insko, C. A., Thompson, V. D., & Layton, B. D. (1971). Effects of physical attractiveness, attitude similarity, and sex on various aspects of interpersonal attraction. *Journal of Personality & Social Psychology*, **18**, 79-91.
- 菅原健介・岩男寿美子・松井豊 (1985). 化粧の心理的効用(VI) 日本社会心理学会第26回大会発表論文集, 106-107.
- 杉山真理・小林茂雄 (1996). 女子大学生・母親・女子社員間の化粧の心理的効果 繊維機械学会誌, **49**, 205-211.
- 高橋良子・堀洋道・岩男征樹 (2000). 化粧の心理学的効果に関する基礎研究: 化粧習慣と精神的健康度との関係について 教育相談研究 (筑波大学教育研究科カウンセリングコース), **38**, 33-41.
- Tedeschi, J. T., & Norman, N. (1985). Social Power, self-presentation and the self. Schlenker, B. R. (Ed.) *The self and social life*. McGraw-Hill.
- Theberge, L., & Kernalguen, A. (1979). Importance of cosmetics related to aspects of the self. *Perceptual and Motor Skills*, **48**, 827-830.
- 豊田弘司 (2004). 大学生における好かれる男性及び女性の特性—評定尺度による検討—教育実践総合センター研究紀要 (奈良教育大学教育学部), **13**, 1-6.
- Turnley, W. H., & Bolino, M. C. (2001). Achieving desired images while avoiding

- undesired images. *Journal of Applied Psychology*, 86, 351-360.
- 堤谷めぐみ・小川奈美子・若林紋・加藤裕子・川名はつ子・辻内琢也・町田和彦 (2008). 化粧やネイルケアが高齢者のライフスタイルやQOLと免疫能の向上に及ぼす影響 コスメトロジー研究報告, 16, 76-86.
- 上方美紀・田頭穂積 (2002). 女子大学生の化粧行動と自己意識との関連性 広島文教女子大学教育相談センター, 10, 121-132.
- 宇山侑男・鈴木ゆかり・互惠子 (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.
- Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottmann, L. (1966). Importance of Physical Attractiveness in Dating Behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508-516.
- West, S. G., & Brown, T. J. (1975). Physical attractiveness, the severity of the emergency and helping: a field experiment and interpersonal simulation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, 531-538.
- Wilson, D. W. (1978). Helping behavior and physical attractiveness. *Journal of Social Psychology*, 104, 313-314.
- Wright, E. T., Martin, R., Flynn, C., & Gunter, R. (1970). Some Psychological Effects of Cosmetics. *Perceptual and Motor Skills*, 30, 12-14.
- 山口真美・加藤隆・赤松茂 (1996). 顔の感性情報と物理的特徴との関連について—年齢／性の情報を中心に— 電子情報通信学会論文誌 A 基礎・境界, 79, 279-287.
- 山本真理子 (2000). 顔の印象と对人的影響 日本化粧品技術者会誌, 34, 351-358.
- 山本真理子・松井豊・山成由紀子 (1982). 認知された自己の諸側面の構造 教育心理学研究, 30, 64-68.
- 余語真夫・浜治世・津田兼六・鈴木ゆかり・互惠子 (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.
- 余語真夫 (1993). 感情および容貌印象に与える影響 資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 化粧心理学 フレグナンスジャーナル社, 268-275.