青木・小原・三沢 (2024). 容装心理学研究, 3(1), 41-45.

[短報]

女子大学生における化粧の心理的効用 [1,2]

ー化粧頻度による比較ー

青木多寿子　岡山大学・小原理子　おかやま信用金庫・三沢良　岡山大学

Psychological Utility of Makeup Among Female University Students: A Comparison Based on the Frequency of Makeup

Tazuko AOKI (Okayama University), Riko OHARA (Okayama Shinkin Bank) and Ryo MISAWA (Okayama University)

This study examined the differences in the perceived psychological utility of makeup and self-consciousness among female university students based on the frequency of their makeup use. The survey yielded valid responses from 129 female university students. These respondents were divided into two groups: high-frequency (N = 67) and low-frequency (N = 62) groups. For each variable, we compared the scores of the two groups. Resultingly, we found that the scores of the high-frequency group were higher than those of the low-frequency group for perceived utility of makeup, mitigation of interpersonal anxiety ("lack of confidence"), and public self-consciousness. These findings were consistent with those of previous studies. Based on the results, we discussed the use of makeup as a strategy for self-evaluation maintenance and emotion regulation among modern female students.

Keywords: makeup, psychological utility, self-consciousness, female university students

Instagram など写真投稿型の SNS が普及し，若年者を取り巻く社会環境は自他の容姿へ関心が向きやすいものへ変化している。総務省（2022）によれば，SNS 利用者の Instagram の利用率は，日本語版がリリースされた翌年の 2015 年で 14.3%, 以後増加の一途をたどり, 2021 年には 48.5%に達した。特に 2021 年時の Instagram 利用率は, 10 代で 72.3%, 20 代で 78.6%を占めていた。Instagram では写真や動画を共有し，視覚的な情報を中心にコミュニケーションが交わされるため，自他の容姿を目にする機会が増える。こうした変化に伴い，若年者では他者から見られる容姿を気にする傾向が強くなっている可能性が予想される。

内閣府（2019）が 13～29 歳の若年者を対象にした調査では，自分についての誇りを尋ねる項目のうち，「容姿」に「誇りを持っている」という回答は 31.9%と最も低かった。つまり, 7 割弱の若年者が「容姿」に誇りを持てていない。また，悩みや心配事について「容姿のこと」を「心配」または「どちらかといえば心配」とする回答は 54.7%と半数を占めた。同様の質問を尋ねた 10 年前の調査（内閣府, 2014）では 50.3%であり，容姿を心配する若年者は微増している。

一方，若年者の化粧行動にも変化がみられる。ポーラ文化研究所（2018）が 2015～2018 年にかけて実施した調査によれば，10 代後半（9 割が学生）の化粧率 [3] は 4 年間で 16.6%と大幅に増加し，2018 年には 71.3%に及んでいる。近年では，低価格な化粧品が多く販売されており，学生が購入しやすくなっていることも，こうした化粧率の増加の一因と考えられる。自己の容姿を気にする傾向の高まりとともに，それを整える化粧行動が若年者の中で増加している。

---

1 本研究は，日本教育心理学会第 65 回総会で発表された。

2 Corresponding author: Tazuko AOKI (aokit@okayama-u.ac.jp) and Ryo MISAWA (misawa-r@okayama-u.ac.jp), Graduate School of Education, Okayama University

化粧は様々な心理的効用をもつことが，既往研究で示されてきた（九島, 2020）。特に，自信や生活満足感を向上する効果は一貫して見出されている（大坊, 1996）。また，対人積極性の向上（遠藤他, 2007）や対人不安の軽減（余語他, 1990）などの効果も報告されている。こうした化粧の心理的効用を期待することが，化粧行動を行う動機となり，その頻度や入念さを促すことが示唆されている（松井他, 1983）。

しかし，化粧の心理的効用に関する研究の多くは，冒頭で述べた Instagram などの写真投稿型SNSが普及する2015年以前に行われている。コロナ禍でデジタル化が一気に進み，写真型SNSを通して他者の容姿を目にする機会が増大する大きな社会環境の変化を経験した現在の若年者を対象として，改めて化粧の心理的効用に関する検討を行うことは有意義と考えられる。

そこで本研究では，若年者の中でも，一般的に化粧が禁止されている高校生活から解放され，容姿や化粧への関心が高まる女子大学生を対象に調査を実施する。その際，化粧を毎日する群とそうでない群を設け，その特徴について比較検討を行う。この2群を設けたのは，外出しない休日を含めて毎日化粧をするのは，インスタグラム等の影響をうけて，必要以上に容姿に敏感になっている可能性を想定したからである。そして具体的には，以下の2つの観点から，この2群の違いを検討する。

第1に，化粧の心理的効用の認知的側面と感情的側面に着目する。認知的側面は，松井他（1983）などで検討されてきた化粧に期待する望ましい成果の認知的評価（化粧の効用認知）である。感情的側面は，余語他（1990）などで検討されてきた化粧後の感情状態である。感情状態は，肯定的な気分と否定的な気分に加え，対人場面の積極性に関わる対人不安の改善度を取り上げる。

第2に，多くの既往研究で検討されてきた個人特性である自己意識に着目する。自己意識には，他者に見られる自分の振る舞いや容姿など外的側面に注意を向ける公的自己意識と，自分の感情や思考など内的側面に注意を向ける私的自己意識がある（押見, 1992）。特に公的自己意識は化粧行動との関連が見出されており（遠藤他, 2007），現在の若年者では強く意識されていることが予想される。

方　法

調査の対象者と実施手続き

2022年10月に岡山県内の女子大学生を対象に質問紙調査を実施した。大学の講義での依頼と個別依頼を通じて, 129名（平均年齢19.6歳, *SD*=1.92）の有効回答が得られた。

調査内容

化粧の頻度　化粧を「毎日する」,「時々する」,「しない」の3択で回答を求めた。この回答を基に，化粧を毎日する群とそうでない群の群分けを行った。まず「毎日する」の67名(51.94%)を化粧頻度高群とした。次に「時々する」は59名（45.74%),「しない」は3名（2.33%）であった。ところで女子大生の場合，運動部等，化粧が不要な活動に積極的な学生が一部いることが想定できる。しかしこのような場合，化粧をしないからといって，それは化粧の効用を認めていない，というよりは，機会や必要が無いからだと考えた。そこで本稿では，現在の女子大生の実態を把握するためにも,「しない」人は削除せず，両者を一括した62名（48.06%)を，化粧頻度高群に対して化粧頻度低群とした。

化粧の効用認知　既往研究の調査項目を基に，一部表現を修正した15項目を使用した。野澤・沢崎（2007）に準じて「ストレス解消性」4項目,「消極的自己呈示」3項目,「変身によるゆとり」2項目,「積極的自己呈示」3項目を構成した。また，化粧のマナーに関する認識として, 柳澤他（2014）の項目の表現を一部修正し,「マナー」3項目を作成して使用した。「あてはまらない : 1」から「よくあてはまる : 4」の4件法で回答を求めた。

化粧後の感情状態　野澤・沢崎（2007）が化粧後の感情状態の測定に用いた 15 項目を使用した。快感情を表わす 9 項目を肯定的な気分, 不快感情を表わす6項目を否定的な気分として構成した。化粧をした際に「その気分にならない : 1」から「その気分になる : 4」の4件法で回答を求めた。

化粧後の対人不安　早稲田シャイネス尺度（鈴木他, 1997）の「緊張」5項目と「自信のなさ」5 項目について，化粧後の改善度を問う形式に表現を変更して使用した。化粧をした場合に「改善されない : 1」から「改善される : 5」

の 5 件法で回答を求めた。

自己意識　自己意識尺度（押見他, 1986）を使用した。公的自己意識と私的自己意識を各 9 項目で測定する下位尺度で構成される。「あてはまらない : 1」から「よくあてはまる : 4」の 4 件法で回答を求めた。

倫理的配慮

質問紙の表紙に回答の匿名性の保護，学術的な研究目的に限定した使用などの事項を明記し，依頼時に口頭でも説明した。また質問紙に研究協力の承諾を確認する回答欄を設け，これに承諾した対象者のみが回答した。

結　果

各尺度について信頼性係数（α）を確認[4]した上で，項目平均（回答値の合計を項目数で割った値）を尺度得点として算出し，以下で報告する分析に使用した。なお，化粧の効用認知については，全項目を集約した効用認知全体の得点も算出した。各変数の信頼性係数と記述統計量を Table 1 に示す。なお，統計解析には JASP (Version 0.18)を使用した。

化粧頻度の群別に各変数の記述統計量を算出し，対応のない *t* 検定により群間の平均値の差を吟味した（Table 2）。その結果，化粧の効用認知の全て（ts =2.90~7.22, p<.001~.01），対人不安の「自信のなさ」の改善度（t =2.00, p<.05），公的自己意識（t=3.83, p<.001）に，化粧頻度の群間で有意な差が見出された。いずれについても，化粧頻度高群が化粧頻度低群よりも高い得点を示した。なお，私的自己意識，化粧後の感情状態（肯定的な気分，否定的な気分），対人不安の「緊張」の改善度は群間に差がみられなかった。

Table 1　各変数の信頼性係数と記述統計量

変数	項目数	α	*Mean*	*SD*
化粧の効用認知				
効用認知全体	15	.89	2.40	0.62
ストレス解消性	4	.72	2.02	0.75
消極的自己呈示	3	.82	2.35	0.83
変身によるゆとり	2	―	2.40	0.79
積極的自己呈示	3	.75	2.61	0.77
マナー	3	.83	2.75	0.90
化粧後の感情状態				
肯定的な気分	9	.88	2.59	0.61
否定的な気分	6	.73	1.44	0.45
対人不安の改善度				
「緊張」の改善度	5	.87	2.43	1.02
劣等感の改善度	8	.84	2.16	0.73
自己意識				
公的自己意識	9	.82	2.99	0.53
私的自己意識	9	.76	2.95	0.51

考　察

まず，化粧後の肯定的な気分には，化粧頻度の高群と低群で違いがみられなかったことについて指摘しておきたい。つまり，化粧頻度に関わらず，化粧をすること自体に伴う快感情や高揚感は共通に感じられている。しかし，対人場面での積極性に関連する「自信のなさ」を緩和できるという感覚は，前述の通り，化粧をよく行う人に顕著に経験されている。これを踏まえると，現代の女子学生では，他者と積極的な交流を念頭に，自己評価の維持や感情の調整を図る手段として，化粧を活用している実態が推察される。この点に関しては，今後，既往研究（遠藤他, 2007）で測定されてきた他者との会話や交流の様式など，対人的な積極性の行動指標を利用して精査する必要がある。

次に，化粧頻度による比較の結果から，化粧をよく行う女子大学生の特徴として，以下の点が見出された。まず，化粧をすることで得られる望ましい成果を高く評価している（化粧の効用認知）。さらに，化粧をした後に「自信」の上昇を実感している（「自信のなさ」の改善度）。そして，他者から見られる自分の姿を気にする傾向が高い（公的自己意識）。これらの特徴は既往研究の知見でも示唆されてきた点であるが，現在の女子大学生においても，改めて確認されたといえる。つまり，2015 年以前に行われた研究から現在に至るまで，社会環境の変化は生じているが，化粧の心理的効用は一貫して認められ, その知見は写真型 SNS が普及した後も頑健なものと考えられる。

本研究では若年者を取り巻く社会環境の変化を念頭に置き，現在の女子大学生における化粧の心理的効用について検討した。しかし，Instagram 等の SNS の利用実態そのものの把握は行っていない。この点は本研究の制限であり，写真や動画の投稿・閲覧の頻度等の SNS 利用と化粧行動，および心理的効用に関する諸変数と

Table 2 化粧頻度の群別の記述統計量と *t* 検定の結果

変数	化粧頻度高群 *N*=67		化粧頻度低群 *N*=62		*t* (127)	*d*
	Mean	*SD*	*Mean*	*SD*		
化粧の効用認知						
効用認知全体	2.67	0.61	2.11	0.50	**5.73 *****	**1.01**
ストレス解消性	2.25	0.79	1.77	0.61	**3.88 *****	**0.68**
消極的自己呈示	2.59	0.88	2.10	0.68	**3.56 *****	**0.63**
変身によるゆとり	2.63	0.81	2.15	0.70	**3.53 *****	**0.62**
積極的自己呈示	2.79	0.77	2.41	0.72	**2.90 ****	**0.51**
マナー	3.22	0.68	2.25	0.85	**7.22 *****	**1.27**
化粧後の感情状態						
肯定的な気分	2.63	0.66	2.54	0.55	0.90	0.16
否定的な気分	1.39	0.43	1.49	0.47	1.29	0.23
対人不安の改善度						
「緊張」の改善度	2.54	1.10	2.31	0.91	1.32	0.23
「自信のなさ」の改善度	3.05	0.90	2.68	1.16	**2.00 ***	**0.35**
自己意識						
公的自己意識	3.15	0.53	2.81	0.47	**3.83 *****	**0.68**
私的自己意識	2.97	0.54	2.93	0.47	0.43	0.08

$^{*}p<.05$, $^{**}p<.01$, $^{***}p<.001$

の関連を検証することは今後の重要な検討課題である。こうした関連を吟味することで，社会環境の変化の影響を考慮しつつ，若年者にとっての化粧の心理的効用をより明確に議論することが可能になる。

また，本研究では化粧が一般的に禁止されていた高校時代と一変して，毎日化粧をするようになった女子大生の特徴を明らかにすることを主な目的としたため，化粧頻度を簡易な自己申告形式の回答選択肢で判別した。これに関し，化粧への積極性を表す既往研究では，化粧行動の指標に関して，普段使用している化粧品の種類数を化粧度として測定している（遠藤他, 2007; 松井他, 1983）。本研究の知見は，化粧行動の実態をより精緻に把握する指標を用いて補強する必要がある。また，参加者を増やして，部活動やサークル，バイトなどの日常活動，購読雑誌等との関連が検討できれば，化粧が解禁された女子大生達の化粧行動，化粧への認知の形成について，新たな知見も得られるのではなかろうか。

最後に，本研究の実施時期は新型コロナ感染症対策のためにマスク着用が常態化していた時期であった。このマスク着用の習慣が化粧頻度に及ぼす影響，またコロナ禍における対人交流機会の減少が対人不安等に影響していた可能性は否めない。近年，鈴木・矢澤（2021）は，コロナ禍でのマスク着用による化粧行動の減少が，化粧の心理的効用（肯定的感情）を低減し，それが化粧満足度の低下に媒介されて，生活満足度も低下させるという一連の影響モデルを検証している。各種の感染対策や行動制限が緩和された現在，感染リスクの低いとされる状況においてもマスク着用を続けるマスク依存や，コロナ禍で希薄化した対人関係の再構築の問題も議論されている。鈴木・矢澤（2021）の知見を踏まえ，今後のポスト・コロナ時代における化粧行動の研究には，感染症対策とそれに付随する社会生活上の変化を考慮した検討が求められるといえよう。

利益相反

本論文に開示すべき利益相反事項はない。

注

3 ポーラ文化研究所（2018）の調査での正確な表記は「メーク率」である。本研究では「化粧」として主に「メーク」を念頭に検討しており，用語統一を図るため，ここでは「メーク率」を「化粧率」と表記している。

4 「変身によるゆとり」の 2 項目間には，正の相関（r=.39）があることを確認した。

引用文献

大坊郁夫 (1996). 化粧心理学の動向 大坊郁夫・神山 進（編著） 被服と化粧の社会心理学 北大路書房 pp.28-46.

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, *18*, 17-31

九島紀子 (2020). メイクアップ 鈴木公哲（編著）装いの心理学：整え飾るこころと行動 北大路書房 pp.14-27.

松井 豊・山本真理子・岩男寿美子 (1983). 化粧の心理的効用 マーケッティング・リサーチ, *21*, 30-41.

内閣府 (2009). 第 8 回世界青年意識調査

内閣府(2019). 我が国と諸外国の若者の意識に関する調査（平成 30 年度）

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.

押見輝男(1992). 自分を見つめる自分：自己フォーカスの社会心理学 サイエンス社

押見輝男・渡辺浪二・石川直弘 (1985). 自己意識尺度の検討 立教大学心理学科研究年報, *28*, 1-15.

ポーラ文化研究所 (2018). 変化する 10 代後半の化粧行動（No.144）

鈴木公啓・矢澤美香子 (2021). コロナ禍のマスク着用に伴う化粧行動の変化はどのような心理的影響を及ぼすか 容装心理学研究, 1, 5-12.

鈴木裕子・山口 創・根建金男 (1997). シャイネス尺度(Waseda Shyness Scale)の作成とその信頼性・妥当性の検討 カウンセリング研究, 30, 245-254.

柳澤 唯・安永明智・青柳 宏・野口京子 (2014). 女性における化粧行動の目的と自意識の関連 文化学園大学紀要.人文・社会科学研究, 22, 27-34.

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.

本研究では，女子大学生における化粧頻度が，化粧の心理的効用および自己意識にもたらす違いを検討した。質問紙調査により女子大学生 129 名から有効回答が得られた。その回答者を化粧頻度の高群（N=67）と低群（N=62）に分け，各変数の得点を比較した。その結果，化粧の効用認知，対人不安の「自信のなさ」の改善度，公的自己意識について，化粧頻度高群が化粧頻度低群よりも高い得点を示した。これらは既往研究とも整合する知見であった。得られた結果に基づき，現代の女子学生における自己評価の維持や感情調整の手段としての化粧の活用について議論した。

キーワード：化粧，心理的効用，自己意識，女子大学生

― 2023. 9. 28 受稿，2024. 3. 14 受理 ―