

研究指導 木谷 耕平 准教授

化粧行動と主観的幸福感

—若者を対象としたアンケート調査より—

弓田 明佳音

1. はじめに

化粧行動は長期にわたって行われてきた。久下[1]によると、日本人の脂粉¹による化粧法の歴史は長い。隋や唐の時代に発達した化粧法が、朝鮮半島を経て、渡来するひとびとによって伝えられ、そこで初めてその優れた化粧法を知り、模したのが始まりという。

(株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー調べ[2]によると、2022年下期において、メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用を年代別にみると、男女ともに20代がもっとも高いことがわかる(図 1)。

このように化粧は私たちの生活に深くかかわっている。

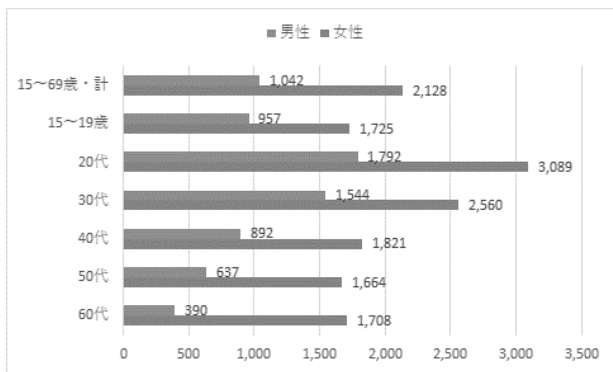


図 1 メイクアイテムに使う1カ月あたりの費用(円)

出典:(株)リクルート ホットペッパービューティーアカデミー調べ[2]より筆者作成

2. 先行研究

そもそも人はなぜ化粧をするのだろうか。この問いに対して、人は外見に対する不安があり、化粧をすることによってその不安を緩和し、幸福感が高くなるという研究がある。

Qi[3]は中国の14歳から54歳の人を対象にアンケート調査を行い、そのうち男性が149名、女性が153名であった。その結果、外見に対する不安の程度が高いほど化粧行動の頻度が高くなること、化粧をすることによって主観的幸福感が向上することがわかった。他方、金・大坊[4]は日本人女子大学生340名と韓国人女子大学生174名を対象にアンケート調査を行った。その結果、両国ともに素顔に満足してい

ないと化粧を入念にすること、日本においては化粧行動のうちアイメイクのみが主観的幸福感の向上に貢献することがわかった。

3. 研究目的および新規性

先行研究Qi[3]および金・大坊[4]より、外見に対する不安を化粧行動によって緩和させ、主観的幸福感を向上させていることがわかった。しかし、Qi[3]は中国でのデータであること、金・大坊[4]は女子大学生のみのデータであり、また、データが古いことが問題点として挙げられる。

そこで、現在の日本において、短大生および大学生の男女を対象にアンケート調査を行い、化粧行動が外見に対する不安を和らげ、幸福感の向上につながっているのかを明らかにすることを本研究の目的とする。

3.1 本研究の言葉の定義

本研究における主観的幸福感および外見不安は、Qi[3]を参考に以下のように定義する。

主観的幸福感とは、個人が自らの長期的な感情経験や人生経験に基づいて、一定の価値基準にしたがって得られる包括的な心理的経験であり、身体の内外の価値に対する肯定的で快い認知評価のようなものである。

外見不安とは、自分の外見が他人の美に対する要求を満たさず、自分自身について否定的なコメントを生み出し、人々が感情的な不安状態に陥るという個人の期待を指す。

化粧行動および化粧とは、化粧品やその他の装飾品、道具を使用することを指し、目標の外観状態に応じて、適切な手順や方法を選択することである。

4. 調査および研究方法

4.1 調査の概要

方法:アンケート(Googleフォームを使用)
対象:本校の学生および会津大学の学生
期間:2022年11月30日～2023年1月31日
有効回答件数:132件

4.2 調査項目

本分析の中心となる化粧行動、外見不安、幸福感

¹ 紅やおしろい。化粧。

については高坂[5]と大阪大学[6]を参考に以下のように調査した。

外見不安は以下の5項目を用いて測定する。質問項目は「自分の顔は他の人と比べてかわいくない/かっこよくない」、「自分の顔は他の人より魅力的ではない」、「ほかの人と比べて自分の顔は見劣りしている」、「周りの人の顔を見ていると自分の顔に自信がなくなる」、「今の自分の顔は、自分が求めているものには及んでいない」であり、それぞれに“まったくあてはまらない、とてもあてはまる”を両端にとった5件法で回答を求めた。

次に化粧については「あなたは化粧をしますか」との問いに“する(たまにも含む)、しない”の2件法で回答を求めた。そして、“しない”を選択した回答者には「化粧に対して、以下のうちあてはまるものを教えてください」との問いに“化粧をしてみたい、化粧をしたくない”の2件法で尋ねた。

“化粧をする(たまにも含む)”と“化粧をしてみたい”を選択した回答者には、化粧品・化粧道具の使用頻度について18項目(「化粧下地」、「コンシーラー」など)を一週間の使用頻度として“使用したくない(使用したくない)、毎日(毎日でも使用したい)”を両端にとった5件法で回答を求めた。

また、化粧をする(したい)理由と化粧を行った後、どのような気分になるか(なると思うか)についても尋ねた。

最後に、化粧をする(したい)を選択した回答者と化粧をしたくないと選択した回答者の双方に、幸福感について「全体として、あなたは普段どの程度幸福だと感じていますか」との問いに“非常に不幸、非常に幸福”を両端にとった11件法で尋ねた。

以上が本研究の調査項目である。なお、これらの調査項目のうち、化粧をしてみたいかどうか、化粧品・道具の使用頻度、化粧をする理由、化粧後の気分の変化については、本研究の主たる目的とは直接的な関係がないため、以下では言及しない。

5. 分析方法

外見不安に関する質問5項目の回答をそれぞれ足し合わせた得点を外見不安(最高25点)とし、幸福感との相関を、散布図を用いて分析した。

6. 分析結果

6.1 記述統計

今回使用したデータの概要は以下のとおりである(表 1)。女性の割合が高いが、これは短大からの回答が中心となったためだと考えられる。しかし、男性の割合は全体の3割であり、先行研究と比べても極端に低いとは言えない。

表 1 記述統計

	サンプル数	平均	分散
女性	88		
男性	44		
年齢	132	19.337	0.590
幸福感	132	7.053	4.631
外見不安	132	16.568	35.698
化粧をする	89		
化粧をしない	43		

次に、男女別の外見不安を比較すると以下のとおりである(表 2)。女性の方が男性に比べ、外見不安が高いことがわかる。

表 2 外見不安(男女別)

	サンプル数	平均	分散
女性	88	17.591	31.693
男性	44	14.523	38.209

化粧をする人としらない人の外見不安を比較すると、化粧をする人の方がより外見に対する不安が高いことがわかる(表 3)。これは、先行研究で示された、外見不安がある人は化粧をし、それによって幸福度が上がるという関係と整合的である。

表 3 外見不安(化粧の有無)

	サンプル数	平均	分散
化粧する	89	17.135	32.663
化粧しない	43	15.395	40.816

また、化粧をする人としらない人の幸福感を比較すると化粧をしない人の方がより幸福感が高いことがわかる(表 4)。化粧をしない人は表 3より、外見不安が低く、そのために幸福感が高いと考えられる。

表 4 幸福感(化粧の有無)

	サンプル数	平均	分散
化粧する	89	6.899	4.842
化粧しない	43	7.372	4.144

6.2 散布図による分析

外見不安を横軸、幸福感を縦軸に二つの相関を散布図としてあらわした(図 2)。二つの相関係数よりt値とp値をそれぞれ求めたものが表 5である。これより、全体の外見不安と幸福感には統計的に有意な負の関係があることがわかる。

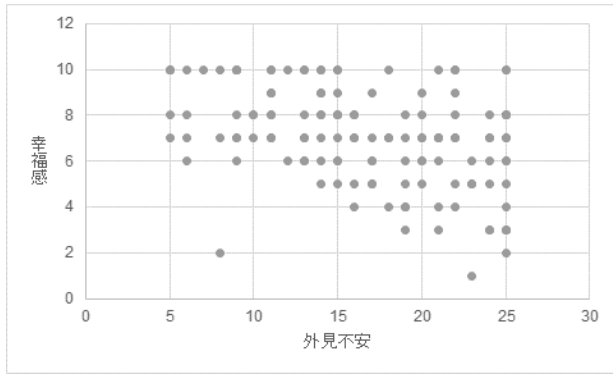


図 2 外見不安と幸福感(全体)

表 5 外見不安と幸福感の相関(全体)

相関係数	-0.408
標本数	132
t値	5.093
自由度	130
p値	0.000001

また、化粧をする人の外見不安と幸福感の散布図および相関は以下のとおりである(図 3)(表 6)。これより、化粧をする人の外見不安と幸福感には統計的に負の関係があり、その大きさは全体の結果(表 5)とほとんど変わらないことがわかる。

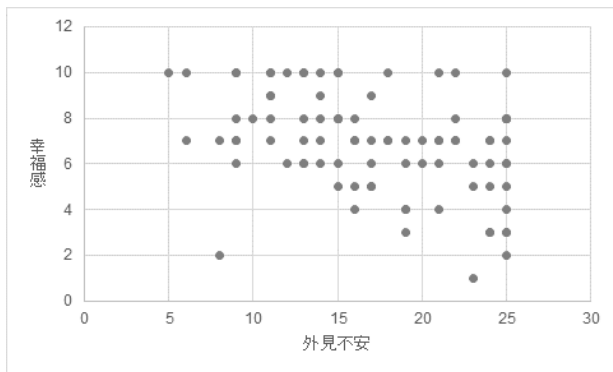


図 3 外見不安と幸福感(化粧をする人)

表 6 外見不安と幸福感の相関(化粧をする人)

相関係数	-0.396
標本数	89
t値	4.017
自由度	87
p値	0.000125

また、化粧をしない人の外見不安と幸福感の散布図および相関は以下のとおりである(図 4)(表 7)。これより、化粧をする人の外見不安と幸福感の相関はやはり統計的に負の関係で有意となり、その大きさは前掲の表 5、表 6と大きな違いがないことがわかる。

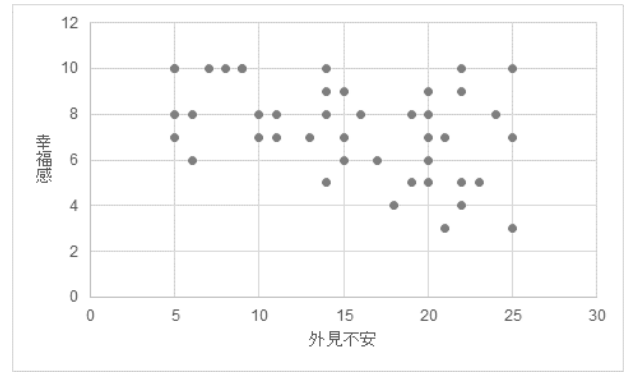


図 4 外見不安と幸福感(化粧をしない人)

表 7 外見不安と幸福感(化粧をしない人)

相関係数	-0.413
標本数	43
t値	2.641
自由度	41
p値	0.011633

7. 考察

前節の分析より、化粧の有無によって外見不安と幸福感の関係に違いは見られなかった。もし先行研究で示されたように、外見不安の高い人が化粧によって外見不安を和らげ、その結果、幸福感が上がるならば、前節の分析では、化粧をする人では外見不安と幸福感の間に負の相関は見られないはずである。しかし、そのような結果は示されなかった。その理由を以下で考察する。

もっとも大きな理由として、化粧の有無にかかわらず、前節の散布図および相関が本来の外見についての関係を表しているのということが考えられる。本研究では化粧の有無に分けて外見不安を尋ねてはいない。したがって、回答者が素顔の状態を想定して外見不安に対する質問に回答した可能性がある。その場合、化粧による緩和効果は観察できないはずである。今回の調査では尋ねていないが、それを確認する方法としては、素顔と化粧後の双方で外見不安を尋ねることが考えられる。

もう一つの理由として、今回の調査対象者である学生は外見不安を完全に補うほどの化粧をしていない可能性が考えられる。つまり、素顔と化粧後の外見にそれほどギャップがないのではないか。これに対しては、調査において、化粧によって自分の外見がどのくらい変わるのかという質問項目をくわえておけば対処できたかもしれない。

8. 今後の課題

本研究では化粧の有無で外見不安と幸福感の関係がどのように変わるのかを調査したが、実際は化粧をする人のほとんどが女性であり、化粧をしない人

のほとんどが男性であったため、性別による影響が大きかったことが懸念される。そのため、化粧をしない女性と化粧をする男性のサンプル数を増やす必要がある。また、全体のサンプル数を見ても本研究では先行研究のサンプル数に満たず、偏りが出てしまったと推測されるため、サンプル数の拡大が必要である。

くわえて、前節に挙げたとおり、外見不安と幸福感について、本研究では一般的に尋ねたが、化粧前後の双方で回答を求める必要がある。

最後に、本研究は関連の有無によって分析を行ったが、先行研究ではより洗練された統計分析の手法を用いていた。分析の手法を改善することもまた、今後の課題とする。

9. むすび

本研究では先行研究をもとに、化粧行動がもたらす外見不安と幸福感の関係について分析した。その結果、外見不安と幸福感には統計的に負の関係があったが、化粧の有無によっての違いは見られなかった。

化粧行動と幸福感に関する実証研究は数が少ない。その点において、本研究の意義は大きいと考える。今後、このテーマに関する研究の進展が期待される。

謝辞

本研究において、ご多忙の中、アンケートの回答にご協力してくださいました皆様に、あらためて厚く御礼申し上げます。

参考文献

- [1] 久下司, ものと人間の文化史・化粧, 法政大学出版局, 1970
- [2] 株式会社リクルート ホットペッパービューティーアカデミー, 美容センサス 2022 年夏季下期 資料編 (詳細版) <美容意識・購買行動編>, https://hba.beauty.hotpepper.jp/wp/wp-content/uploads/2022/12/census_fullreport_cosme_202212.pdf (参照: 2023-02-09)
- [3] Qi Pengfei, “The Influence of Contemporary College Students’ Makeup Behavior on Subjective Well-Being: The Intermediary Role of Appearance Anxiety”, *American Journal of Applied Psychology*, Vol. 10, No. 1, pp. 16-20, 2021
- [4] 金聡希, 大坊郁夫, “大学生における化粧行動と主観的幸福感に関する日韓比較研究”, 大阪大学大学院人間科学研究科対人社会心理学研究室, 対人社会心理研究, No. 11, pp. 89-100, 2011
- [5] 高坂康雅, “女子青年における容姿に対する劣等感への化粧効果の認識に関する発達心理学的研究”, *コスモロジー研究報告*, Vol. 25, No. 25, pp. 138-151, 2017

- [6] 大阪大学 社会経済研究所, 暮らしの好みと満足度についてのアンケート, https://www.iser.osaka-u.ac.jp/survey_data/doc/japan/questionnaire/japanese/2022QuestionnaireJAPAN_new.pdf (参照: 2022-11-29)