
身体メディアとしての美容・化粧行動に及ぼす 理想の女性像と自意識，他者意識の影響

—女子大学生による予備的検討—

谷口俊治 石井梨瑚

In this study, women's beauty and makeup behavior was regarded as one of bodily media for both general and heterosexual interpersonal communication. Underlying factors for the behavior were supposed to be ideal image as a woman, self-consciousness and another person-consciousness. Relating indices of beauty and makeup behavior were thoughts and attitudes with regard to beauty and makeup activities, possession of cosmetic items, and some experience reports of time, frequency, and money used regarding beauty and makeup behaviors. The assessment of satisfaction level of face and body traits were applied as well. This study investigated descriptive traits of those variables and their effects upon the beauty and makeup behavior based on female university students' questionnaire data. The result showed that the most important factor of ideal women image was "social soundness" and the next was "appearance beauty" and some other factors were also extracted. The appearance beauty correlated positively to some beauty and makeup indices including the experience reports, and negatively to satisfaction level of face and body traits. Public personal consciousness and another person-consciousness correlated to those beauty and makeup behavior. Multi-regression analysis revealed that appearance beauty intention decides beauty and makeup behavior directly and internal another person-consciousness underlies it. This suggests that beauty and makeup behavior was basically affected by one's attention or interest in "how another person recognizes me".

Keywords: beautifulness, ideal women image, bodily media, beauty and makeup behavior, self-consciousness, another person-consciousness.

問題と目的

社会的存在としての人間およびコミュニケーションの役割

人間は、一人では生きていくことができない、いわば社会的存在である。発達の側面からも、出生直後から生存自体に母親などの他者の存在が無くしてはならない。その後も、二足歩行をし、言語

を習得し、さまざまな生活習慣を身に付けて一人の人間として成長発達を続けていくためには他者の存在が必要である。Stevens & Price (2000 小山他訳 2011) によれば、健全な精神・身体発達のためには他者との間で愛着関係を形成することが不可欠である。母親あるいはそれに代わる人を信頼し、愛することが、家族、友人あるいはその他の人々との安定した人間関係に一般化していく。これは、人は他者との信頼関係によってはじめて、自身の快適な生存が実現できることを意味

している。それと同時に、他方では他者と自己との人間関係には序列関係が生じ、時には勝者となりあるいは敗者となることも学ぶ。なお、不適応行動は、人間関係における愛着形成の失敗と序列における敗北が深刻かつ長期に亘ることによって生じるとされている。

このように、人間は安定した他者との関わりなしでは生きていくことができない。この他者との関わりは、人間同士の情報の交換すなわちコミュニケーションによって支えられている。人間が他の生物、とりわけ近縁種である他の類人猿と決定的に異なるのが言語によって支えられたコミュニケーションの質と量の豊富さである。このコミュニケーション能力の進化が人間の独自性の一つであり、文化と文明の進展を支えて来た (Sterelny, 2012 田中他訳 2013)。

人間が交換する情報—心性

対人関係のコミュニケーションでやりとりされる情報は、根源的にはそれぞれの人の心性 (mentality) であると考えることができる。心性は、基本的に身体現象と意識現象として表現される。身体現象は、表情や行為などのように他者から観察できる外部のものと、外部からは直接観察しにくい、あるいは観察できないものがある。外部から観察することができる身体現象の大部分は身体そのものとその行動に表れる。身体の中でも、対人関係でもっとも多く心性が表出されるのが顔面である。また、体型や行動ほど明確ではないが注意深く観察すれば感知できるものとして、皮膚の色の変化や発汗、呼吸あるいは震えといったものもある。さらに、外部からは直接観察できないが、身体内部でもさまざまな変化が生じている。これらを捉えるためには、特定の測定技術が必要とされる。生理心理的指標がそれであり、脳波を始めとするさまざまな電気的変化や生化学的変化を測定することが可能である。一方、意識現象は身体現象とは異なり、他者が直接にその現象を感知す

ることができない。意識は、感覚、知覚、感情、思考などとして捉えられるが、これらは言語反応などで間接的に測定することが可能である。意識については多くの議論がされているが、その現象を実在する一種の物理現象とする考え方もある (Chalmers, 1996 林訳 2001)。心性は、意識現象と身体現象に表出されるすべてを含むものであり、それらの総合はその人の人格全体と考えることができる。

これらの人間の心性のコミュニケーションにおける特有のメディアは言語である。人間は、進化の過程で声帯が形成されたことで多様な発声が可能となり、それが言語を生み、他者への伝達情報の質を精緻化し、また量を増大した。このような言語能力の発達によって、人間は徐々に高度な認知能力を発達させ、時間および空間認識を精緻化し、抽象概念を獲得し、さらにはメタ認知能力を進化させた。メタ認知能力はある認識を俯瞰する認識能力を意味する。それによって現前にある事象の認識ばかりでなく、未来の、あるいは想像、仮定される事象を扱うことが可能となった。さらに文字の発明は、情報伝達の時空間的な制約をより一層緩和し、また情報のより確実な保存と累積を可能にした。これによって、経験に基づく知識・技術・文化を次世代に伝達することができるようになった。これが教育である。一方で、言語の獲得は、この世の中のさまざまな事象、人間の行動、個人の意識についての認識をも深めることになった。それが哲学を原点とするさまざまな科学的知識を進展させ、また、神話・伝承を始めとする文化・芸術活動をもたらした (Gazzaniga, 2008 柴田訳 2010; 北村・大坪, 2012; Pinker, 1997 椋田訳; Pinker, 1997 山下訳; Sterelny, 2012 田中他訳 2013)。

対人関係においても、この認知能力の獲得は他者との関わり方に変化をもたらした。眼前の他者についての直接的な認識に加えて、それを抽象化することで眼前にいらなくてもその他者に関する認

識を保持し、他者に伝達できるようにもなった。この言語化された対人認知過程が人間関係に大きな影響を与えていることは事実である。一方で、人間は言語以外のメディアを捨て去ったわけではなく、言語の獲得までに用いていたと推測されるメディアによって今なお人間のコミュニケーションが行われていることは、多くの研究で指摘されている (Patterson, 1983 工藤監訳 1995 など)。人間は、味覚、嗅覚、皮膚感覚などでもさまざまな情報を受け取り処理している。また、音声言語にしても、言語そのものの以外の成分、たとえば、音の強弱、高低、テンポ、イントネーションなどからも情報を得ることができる。視覚については、他者の身体的特徴、表情、動作、行動を捉えることができる。これらの多様な非言語情報をやりとりするメディアは、ホモ・サピエンスとして種分化する以前の種がコミュニケーションの手段として用いてきたものだと考えられる。

これらは、それぞれの進化段階にある種が、個体の生存あるいは種の保存のための適応方略として利用していたものであり、そこでやりとりすることができる情報は、言語が処理する情報よりも未分化、未発達なものである。しかし、それぞれの種の進化レベルとしては必要なものであり、それらの多くは生きることに不可欠な情報である。つまり、快・不快、食、および繁殖に関わる情報である。現在の人間は、言語のテキストの意味に重点を置きながらもこれらの非言語メディアを並行して用いつつ他者との間でコミュニケーションを行っているが、このことは、人間が他の種と比較してきわめて高度な認知機能を持ちつつも、同時に他の種と同様の情報とメディアを生存と繁殖方略のために利用していることを示している。本研究は、このような非言語メディアの内、身体メディアに焦点を当て、さらに女性の美容・化粧行動を具体的な研究対象としてその実態や規定要因を探ろうとするものである。

美容・化粧行動の意義

女性が美容に関心、注意を向ける目的は二つあると考えられる。一つは、自身の生存に関わるものであり、相手が男性か女性かにかかわらず、他者との関係をよりポジティブかつ安定したものにすることを目的としている。その基本は、他者から嫌われないようにするばかりでなく、より好かれるようにして、その人間関係から何らかの利益を得ようとするものである。もう一つは、繁殖欲求に基づくもので、自身の子孫を残すのにより有利な相手を選ぶことを目的とするものである。これらの目的は、基本的に男性と女性に共通のものであるはずだが、それにもかかわらず女性の方が美容と化粧により多くの関心とエネルギーを注いでいる理由は、より根源的な両性の違いにあると考えられる。本研究では、その違いが繁殖活動におけるそれぞれの性の役割の違いにあると考え、その視点に留意しながら美容と化粧行動の意義を検討することにする。

女性(女性性)は男性(男性性)と異性に対する接近方略が異なる。男性が積極的に女性に接近することが多いのに対して、女性は受け身であることが多い。この違いをもたらしているのは、それぞれの性の養育労力の違いであるとする考えがある。一人の子どもを産み育てるにあたって、男性の役割は卵子を受精させるための僅かな時間とエネルギーで完了するのに対し、女性は近年まで、約10ヶ月(280日)の妊娠期間と少なくとも出産後の数ヶ月の授乳期間、さらには子どもが幼児期の間多くのエネルギーを育児に注いできた。さらに、複数の子どもの養育にあたる場合は長期に亘って多くの労力が必要とされてきた(Thornhill & Palmer, 2000 望月訳 2006)。

したがって、男性と女性それぞれの異性選択の自由度は男性の方が多く、妊娠と育児期間に拘束される女性は少なくなる。そのために相対的に人数の多い男性は、少ない女性を巡って競争的にならざるを得ない。男性は常に女性を探し、さらに

受精の機会を見出す努力が必要になる。これに比べて、女性の場合は男性ほど積極的に繁殖の相手を探す必要性が少なくなる。もちろん、女性も自分の繁殖に有利な相手を自ら探しだす努力が必要ではあるが、男性に比べるとその頻度が少なくまた浅いものになる。じっとしていても男性を惹きつけることが可能であり、したがって自ら探索しなくとも待っているだけでも良いことになる。この方が無駄なエネルギーを使うことも無く効率的であり、女性はより多くの男性を惹きつけて、その中から有能な男性を選択するのがより適応的な方略となる。男性にしても女性にしても、異性に対する魅力は、両者の関係の初期段階においてその身体的特徴が他の要因に比べてより重視されることが知られている (Walster, Aronson, Abrahams, & Rottman, 1966)。特に相貌は、人間にとって重要な身体的特徴の要素だと考えることができる。一般的に、化粧をし、美容に関心を持つのは男性よりも女性に多い理由の一つは、上で述べたように女性の方が男性を惹きつけるために自身の身体的な魅力を高める必要があるためだと考えられる。もっとも、この美容と化粧の目的は若い女性にとって特に重要性が高く、年齢とともに本来的な意義は変化していくことも指摘されている (大坊, 2001)。

進化論 (Darwin, 1859 渡辺訳 2009) 的視点に基づけば、性選択はホモ・サピエンスに至る系統発生のプロセスで働いていた原理であるが、女性の美しさの構成要素の内、身体的な美しさは進化生物学的視点からその意義を見出すことができる。自然選択は、環境の変化に応じたより適応的な形質を持った個体が生存率を高め、世代交代を繰り返す中でその形質を持った個体が他の形質を持った個体に比べて出現率が優勢となることを意味している。一方、性選択の内、性間選択は男性と女性それぞれの役割機能にふさわしい形質が特化するために生じる。男性は狩猟採取の能力に長けた形質を持つ個体が女性に選ばれることが多

かったために、女性に比較してより強い筋力と競争能力を持つ身体的・行動的特徴が選択された。女性は、妊娠の可能性が高く、出産後に子どもへの授乳と養護の能力の高い特徴が選択された。性内選択は、この性間選択に見られる形質をより多く持つ個体が選択されることを意味する。これによって、男性とは異なる女性に特有の形質がより顕著になった (Coyne, 2009 塩原訳 2010; Dawkins, 2009 垂水訳 2009)。なお, Sterelny & Griffiths (1999 太田他訳 2009) は、進化心理学はこのようなダーウィンのアルゴリズムとしての心的モジュールの特徴を明らかにしようとするものだとしている。

このように、身体的特徴は男性にとっても女性にとっても魅力の一要因であると考えられる。男性は、女性特有の形質を美しいと評価し、そのような特質を持つ女性を選択してきた。女性は、そのような特質が男性を惹きつける美しさであることを認識し、意図的にその美しさを強調する努力をするようになった。これが美容・化粧行動となり、また着装行動にも表れるようになったと考えられる。美しさの詳細な特徴については、身体のさまざまな部位の特徴分析が行われている (Barash, 2009 越智訳 2013; 越智, 2013)。

身体的美しさの評価要素

美しいという言葉は、人間がある対象について持つ印象評価を表している。評価は、人間、事物、自然に関わるあらゆる現象について行われる。その中には個人の意識表象さえも含まれることがある。すなわち、美しさは主観的印象であり、評価対象のどのような特性が美しいという評価をもたらすのかを一意に定義することは困難であるが、ある対象の特性が評価者にポジティブな感情を喚起し、評価者をして評価対象に接近したいという欲求を形成する場合に、その対象の特性を美しいものだと定義することができる。したがって、美しさは評価者と対象との関係性によって異なり、多様性を持つ。しかしながら、この評価は一般的

な正規確率分布に従うものであり、多くの人が美しいと感じる特性を記述することは可能である。このような美しさの評価基準は、先にも述べたように人間に生得的に内在するものであり、美しいとされるさまざまな身体的特徴には進化生物学的な意味があることが明らかにされている (Etcoff, 1999 木村 訳 2000; Barash & Lipton, 2009 越智 訳 2013)。また、大坊 (2001) は顔面および化粧行動を中心に個別の部位の美しさの特徴をまとめている。以下に、これまでに指摘されている身体的美しさに関わる項目を挙げる。

胴部そのものの魅力は、男性では体格の良さや背の高さなどの頑強さを表現する特性が指摘されている。女性では、胸部の大きさとウエスト、ヒップの比率 (WHR) であるが、これは繁殖能力を意味しているとされる。左右対称性は、両性に共通して好まれる特徴であり、健康を表現しているとされる。また、人種と文化によって異なるが、肌の色や滑らかさなどにも美しいとされる特徴がある。一方、相貌はもっとも多くの魅力に関する情報を発信しており、顔の輪郭、目、鼻、口および歯などそれぞれの形状や配置などが魅力の決定因となっている。胴部の特徴が被服によって隠され、直接的に他者の目に触れることが少ないのに対して、他者との対面状況では、基本的に顔面は覆われることが無いために、顔面に表れたメンタリティは他者に直接伝わり、特にそこで表出される情報は、相互の人間関係を基本的に方向づける重要な役割を担っている。しかしこれとても、化粧によってその特徴を意図的に変化させることが可能である。

ここで、美容・化粧行動が具体的にどのような行為を意味しているのかについて概観する。現代では、美容・化粧に関する商業活動の中でコマースを主として多様な情報がマスメディアで大量に扱われている。その情報を概観することで、多くの人々が美しさをどのような美容・化粧行動に求めているかを知ることができる。一般に、多

くの女性は上で述べたような顔の部位の特質に注意を払っていると考えて良い。それぞれに関する美容・化粧方法があるが、特に目については、一重、奥二重、左右のバランス、大きさ、位置などの細部が問題となることもある。個別の例を挙げるなら、一重を人工的に二重にするアイプチ、アイライナーや付け睫毛により目の特質をより美しくするなどの行為が行われている。

一方、胸部についても少なからぬ関心が向けられており、大きさ、バランスなどの矯正用の下着が使われている。また、体重・スタイルに関しては、いわゆるダイエットが最大の関心事項となっていることは、これに関する情報が氾濫し、活発な商業活動が行われていることから明らかである。体重そのものばかりでなく、体型のバランスも重視されている。たとえば、部分痩せが注意を引いていることはそれをよく表している。これは現代のファッション雑誌で、モデルの身長・体重を掲載するようになったことによると考えられる。このように、美容・化粧行動は、頭部の髪、顔から皮膚、手足、胴部に至るまでそれぞれ細部に亘っており、ダイエット、整形、マッサージ、化粧道具などについても多様な方法、サービス、製品があり、活発な産業を成している。

理想の女性像と自意識および他者意識

身体的魅力の起源と現代に至る展開について、コーネル (1993) は、系統発生段階の対応順に、すべての生物に認められるのが本能的段階と生態学的段階であるとし、人類独自のものとして、人間化の段階、文明化段階および永続的段階を設定した。最初の2段階が、自然・性選択的な生存・生殖能力、身体器官の機能性、適応能力、性的二形性が身体的魅力を決定しているのに対して、後の3段階では、健康性などの生殖能力、経済的能力、社会的能力、そして (社会規範としての) 道徳的・美的価値、さらに神話、ステレオタイプ、習慣と伝統などの文化的要素によって身体的魅力

が規定されるようになったとしている。このようにして発展してきた身体的魅力の規定因は、それぞれの段階において、初期段階の身体的特徴が適応的な妥当性を失いながらも、その美しさとしての価値を維持してきたのであり、それは、人間の認知機能や社会機構の発達により支えられたものであるとされる。以上の5段階の身体的魅力の決定因は、現代の人間において、文化や個人の多様性に対応してさまざまな形で影響をしていると考えることができる。

精神分析学では、対人関係に関する不適応問題を扱っており、特に性的要因が人間関係を規定する根源的要因の一つだとされる。人間以外の動物の性行動メカニズムは人間に比べてシンプルである。たとえば発情期があり、その行動メカニズムも比較的単純である。しかし、人間の場合は発情期が隠され、性動因単独で行動が規定されることは稀であり、認知的要因が大きく行動決定に関与している。Spielrein (1912入江他訳1991)は、異性関係について生物学的な視点に依拠しつつ人間特有の認知的プロセスを精神分析的に考察し、異性間の根源的欲求が個人の生活（生存）とも深く関わり、同時に他者との人間関係のあり方にも決定的な影響をもたらしていることを指摘した。Harding (1955樋口他訳1985)は、女性性についてさらに深くその根源的特性を描出し、背景にある生物学的欲求がどのように社会文化的に表現されるかを考察した。

ユングは異性選択に関わる欲求を元型 (archetype) の概念を導入して記述した。男女にはそれぞれに必要な異性のタイプが決まっており、男性の中の女性的元型をアニマ、女性の中の男性的元型をアニムスと称した。異性の人間関係は、基本的に一方が求める元型を他方が持っているか、両者の欲求が一致するか否かなどによって決定されると考えられる。一方で、アニマ、アニムスは、それぞれ同一の性別の中にも存在すると考えられる。女性についてはアニマが、男性の中

のそれはアニムスであり、それがそれぞれの人間像を形成している。この人間像が実現されているか、実現しようとしているかはさまざまであるが、一部はその個人の理想像の形成に影響を与えていると考えられる。以上のようなことから、人間においては、他者との関係とりわけ異性選択のプロセスにおいては、他の霊長類と比べてその行動メカニズムが複雑化し、多様化していることは明らかである。

本研究の理論枠は、精神分析的な元型論に基づくものではないが、本人が必ずしも意識することのできない何らかの人間像を実現しようとする根源的欲求の存在を前提としている。女性にあっては自身が理想とする女性像となる。理想の女性像には理想の男性像と共通する要素と共に、女性特有の要素があると考えられる。それは、行動的特性と身体的特性ばかりでなく、認知的特性あるいは上でも述べたように文化的特性も含むと考えられる。しかしながら、本論が扱う美容・化粧行動は主として身体的特性に関わるものである。女性の場合は美しさはその重要な特性であり、各人がどのような理想の女性像を持っているかによって、美容・化粧行動のあり方も影響を受けると考えられる。

一般に、自分自身も他者も含めて、人間のどの側面に注意を注ぎ、どのように認識を形成しているかはさまざまである。身体的美しさについても、それをどの程度重視しているのか、それがどのように自身あるいは他者に関する認知を形成しているかについても同様である。したがって、ある個人の身体的美しさに関するさまざまな側面の認知的評価が彼女自身の美容・化粧行動に影響を与えていると考えられる。自分自身に関する認知（自意識）は、身体的特徴や行動などの外見的な側面に関するものもあれば、感情や思考などの内面的な側面に関するものもある（上瀬, 2001）。また、他者に関する認知（他者意識）についても、他者の身体的特徴や行動などの外見的特徴に注意を向

けることもあれば、他者が何を感じ、何を考えているかを推測しようとする認知機能もある(戸田, 2001)。その中には、他者から自分がどのように見られているかに関する認知も含まれている。このような認知スタイルの性差について、Baron-Cohen (2002) の Empathizing—Systemizing モデルは、女性は男性よりも人間の心的状態と行為の間の因果関係認知 (Empathizing) が優位であり、他者の思考や感情を推測すると共にその行動を予測する生得的な傾向があるとしている。

柳澤・安永・青柳・野口 (2014) は、他者、特に異性に対する意識と共に自意識が化粧行動に影響していることを明らかにした。平松・牛田 (2004b) は、平松・牛田 (2004a) で抽出された化粧意識の因子と化粧行動との関係性に基いて女子大学生の化粧意識と自意識の関連について分析を行い、公的自意識と外的他者意識の影響を見出している。Miller & Cox (1982) は公的自意識が高いほど化粧頻度が高いことを示している。また、平松・牛田 (2007) は、生活場面での化粧意識について、私的自意識と内的他者意識が影響要因となっていることを示した。さらに、天野 (2015) は、具体的な生活場面において個別の化粧行動が自意識および他者意識の違いによってどのように異なるかを詳細に分析している。これらの自己および他者に関する認知における注意の向け方が、美容・化粧行動のあり方に影響を及ぼしていると考えられる。すなわち、自身の外見的特徴に注意を向けている者は他者についても同様にその外見的特徴に注意を向けていると考えられるが、美容・化粧行動にもそれなりの注意を向け、具体的な行動も伴うことが予測される。

本研究の目的

本研究は、以上の論点を問題設定の基本的枠組みとして、女性、特に女子大学生の美容・化粧行動の分析を試みるものである。まず、彼女らがどのような理想の女性像を持っているのか、その中

で特に身体的特徴の美しさがどのように位置づけられるのか、さらにその具体的特性はどのようなものなのかを明らかにする。次に、その理想の女性像と彼女らの美容と化粧品に対する意識と態度、実際の行動、および自身の身体的特徴に関する満足度との関係を明らかにする。最後に、彼女らの自意識、他者意識を含めて、これらの諸要因が美容・化粧行動にどのように影響しているのかを検討することが本研究の目的である。

方法

調査協力者

調査協力者は、椋山女学園大学文化情報学部の女子学生であり、1年生が75名 (69.4%)、3年生が30名 (27.8%)、その他が3名 (2.8%) の計108名で、平均年齢は19.6才 ($SD=1.01$, $n=108$) であった。

質問紙調査票

調査票のフェイス項目は、調査対象者の学年と年齢である。理想の女性像は、宗宮 (2011) およびポーラ文化研究所 (2012) を参考にし、それに新たな項目を加えた30項目である。各特性の重要度を、全く重要でない (1)～非常に重要である (7) の7段階で評価を求めた。自意識については、菅原 (1984) の自意識尺度を用いた。同尺度は、公的自意識11項目と私的自意識10項目の計21項目からなり、全く当てはまらない (1)～非常に当てはまる (7) の7段階で評価を求めた。他者意識については、辻 (1993) の他者意識尺度を用いた。同尺度は、内的他者意識7項目、外的他者意識4項目、空想的他者意識4項目の計15項目からなり、全くちがう (1)～全くそうだ (5) の5段階で評価を求めた。また、自身の美容に対する意識や態度に関して11項目を挙げ、全く当てはまらない (1)～非常に当てはまる (7) の7段階で

評価を求めた。さらに、美容・化粧に関する実際の行動経験に関する3項目について具体的な数値の記入を求めた。使用している化粧品については、15種類を挙げて選択を求めた。身体満足度に関しては、身体に関する満足度11項目について、全く満足でない(1)～非常に満足である(7)の7段階で評価を求めた。

手続き

調査は、平成24年9月24日に大学の講義時間を利用して行われた。平均回答時間は約15分であった。

分析の手順

調査票のデータはSPSS (SPSS for Windows, 17.0, 19.0) で処理した。質問項目の大半が未記入のものとは不自然な回答が多いものは除外したが、一部に欠損値が含まれているケースは分析の対象とした。

結果と考察

理想の女性像

理想の女性像に関する記述統計を Table 1 に示す。項目の大半が一般的にポジティブな表現であるため、全体に中間点の4.00よりも重要性が高く評価されている。“胸が大きい”、“身長が低い”、“ふくよかである”が4.00以下の評価であるが、これらの項目は、女性の理想像に反すると評価されていると考えられる。相対的に重要度が高く評価されているのは、対人関係や内面に關わる項目であり、平均値5.95以上の14項目の内、“健康的”以外はすべてそれに関連している。一方、4.44～5.91の13項目の内、“仕事でバリバリ働いている”、“シャキッとした雰囲気”、“ふんわりした雰囲気”以外の10項目は身体的、外見的な内容である。理想の女性像として重要な要素は、身体的、

外見的なものよりも内面的、対人的なものであることが示されている。

理想とする女性像の評価の認知構造を明らかにするために、因子分析(主成分分析、プロマックス回転)を行った。30項目の内、16項目の $M+SD$ は評価尺度の最大値7を超えており、天井効果があることが示されているが、これらを因子分析から排除すると理想の女性像として全体に重視されている項目が失われることになるため、因子分析の対象に含めることにした。なお、すべての項目で床効果は見られなかった。2～6因子解を求めて因子の解釈可能性を検討した結果、5因子解が妥当であると判断した。

最終的な解を求めるために、最初の因子解に基づいてあらためて項目の精査を行った。分析対象とした項目は、最大因子負荷量の基準を0.514以上とし、かつ2番目に大きい因子負荷量との差が0.178以上ある項目とした。最大因子負荷量の基準が0.489以下で、かつ2番目に大きい因子負荷量との差が0.108以下の項目は分析対象から除外した。除外した項目は、“話すのが上手”、“服装が流行を意識している”、“身長が高い”、“シャキッとした雰囲気”、“感謝の気持ちがいっつもある”、“人に優しい”である。この結果、理想の女性像の評価要因として5要因が抽出された(Table 2)。第1因子は社会的健全性、第2因子は身体的美しさ、第3因子は小柄豊満、第4因子は自立性、第5因子は温厚さを意味すると解釈できる。なお、第3因子については、“個性が出たファッション”以外は平均値が4.0以下のネガティブな評価となっている。Table 3に因子間の相関係数を示す。小柄豊満と自立性および温厚さとの間には相関が見られないが、それ以外の因子間には相互に弱い相関がある。なお、これらの各因子得点を算出し、後の分析で用いた。

美容に関する意識と行動

美容に対する意識と態度を問う11項目について

Table 1 理想の女性像に関する記述統計

評価項目	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>M - SD</i>	<i>M + SD</i>	Min	Max
マナーがいい	108	6.54	.729	5.81	7.27	4	7
気が利く	108	6.41	.907	5.50	7.31	2	7
言葉使いが綺麗	107	6.40	.823	5.58	7.22	3	7
人に優しい	108	6.40	.853	5.55	7.25	3	7
人の話をよく聞く	108	6.38	.806	5.57	7.19	4	7
話すのが上手	108	6.35	.857	5.49	7.21	3	7
立ち居振る舞いが綺麗	108	6.24	.885	5.36	7.13	4	7
感謝の気持ちがいつもある	107	6.23	.957	5.28	7.19	3	7
自分のしたい事をしている	108	6.19	1.018	5.18	7.21	3	7
健康的	108	6.15	1.040	5.11	7.19	1	7
精神的に強い	108	6.15	1.057	5.09	7.21	3	7
凛としている	107	6.07	1.003	5.06	7.07	3	7
いつも微笑んでいる	108	5.98	1.136	4.85	7.12	2	7
穏やかな雰囲気	107	5.95	1.059	4.89	7.01	3	7
姿勢がいい	108	5.91	1.124	4.78	7.03	2	7
スタイルがいい	108	5.89	1.044	4.84	6.93	2	7
歩き方が綺麗	108	5.85	1.237	4.62	7.09	1	7
化粧が上手い	108	5.82	1.003	4.82	6.83	2	7
髪が綺麗	108	5.81	1.015	4.80	6.83	2	7
顔のパーツが整っている	108	5.54	1.377	4.16	6.91	1	7
仕事でバリバリ働いている	108	5.46	1.226	4.24	6.69	1	7
シャキッとした雰囲気	108	5.44	1.088	4.35	6.52	3	7
ふんわりした雰囲気	108	5.37	1.280	4.09	6.65	1	7
服装が、流行を意識している	108	4.99	1.249	3.74	6.24	2	7
痩せている	107	4.87	1.304	3.57	6.17	2	7
個性が出たファッション	108	4.51	1.384	3.13	5.89	1	7
身長が高い	108	4.44	1.363	3.08	5.81	1	7
胸が大きい	106	3.91	1.503	2.40	5.41	1	7
身長が低い	108	3.69	1.287	2.40	4.97	1	7
ふくよかである	107	3.55	1.354	2.20	4.91	1	7

て、項目の分類をするために因子分析（主成分分析、プロマックス回転）を行った。“コンプレックスを改善することができるのなら実行したいと思う”の $M+SD$ は評価尺度の最大値7を超えていた。また、この質問項目は美容と直接関係あると回答者に捉えられていたかに疑問がある。2因子解を求めたところ、相対的に最大因子負荷量が小さかったのが、“特別な美容ケアをしている（エステなど）” (.436) と “コンプレックスは化粧や服装などでカバーできるものだと思う” (.371) であり、また、これらの項目の最大因子の負荷量

と第2因子の負荷量との差は他の項目のそれより相対的に小さく、それぞれ .155 と .110 であった。その他の項目の最大因子負荷量は .566～.952 であり、もう一方の因子負荷量との差は .347～1.130 であった。これらのことに基づき、先に述べた3項目を分析から除外して求めた因子分析結果と記述統計を Table 4 に示す。第1因子は美容志向性、第2因子は食事運動態度であると解釈できる。なお、両因子間には中程度の相関が見られる ($r = .534, p < .001, n = 107$)。これらの因子得点を算出して後の分析で用いた。

Table 2 理想の女性像の因子分析結果

理想の女性像	因子				
	1	2	3	4	5
マナーがいい	.910	.039	-.207	-.001	-.032
立ち居振る舞いが綺麗	.900	-.056	.118	-.038	-.007
姿勢がいい	.755	.103	.220	.024	-.405
言葉使いが綺麗	.748	.160	-.206	-.086	.149
気が利く	.684	-.024	-.109	.105	.265
歩き方が綺麗	.684	.019	.466	-.054	-.045
人の話をよく聞く	.601	-.074	-.015	.313	.103
健康的	.546	-.137	.238	-.080	.346
凛としている	.536	.157	-.262	.077	.177
スタイルがいい	.069	.849	.081	-.069	-.116
顔のパーツが整っている	-.057	.776	.014	.160	-.018
化粧が上手い	.011	.755	-.191	-.154	.293
髪が綺麗	.214	.712	.098	-.306	.014
痩せている	-.047	.606	.099	.222	.109
身長が低い	-.112	-.007	.733	.055	.101
胸が大きい	-.121	.411	.661	.062	-.046
ふくよかである	.102	-.342	.565	-.306	.231
個性が出たファッション	-.091	.115	.542	.319	.183
仕事でバリバリ働いている	-.157	-.039	.124	.848	.047
精神的に強い	.435	-.098	-.015	.684	-.082
自分のしたい事をしている	.301	-.040	-.095	.629	.043
穏やかな雰囲気	.240	.026	-.057	-.019	.713
ふんわりした雰囲気	-.101	.068	.388	.079	.667
いつも微笑んでいる	.076	.066	.317	.046	.515

Table 3 理想の女性像の因子間の相関係数

	社会的健全性	身体的美しさ	小柄豊満	自立性
身体的美しさ	.312**			
小柄豊満	.215*	.220*		
自立性	.337***	.282**	.124	
温厚さ	.334***	.206*	.065	.285**

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

普段の化粧にかかる時間は0~60分で平均20.3分 ($SD = 12.8$ 分, $n = 106$)、美容にかかる1ヶ月の金額は、0~40,000円で平均6,778円 ($SD = 7,607$ 円, $n = 96$)であった。美容院に行く回数は1~8ヶ月に1度で平均2.76ヶ月に1度 ($SD = 1.50$ ヶ月, $n = 106$)、使っている化粧品の種類は0~15種類で平均8.60種類 ($SD = 3.39$ 種類, $n = 108$)である。これら4個の項目変数を美容・化粧行動の指標と

見なし、背景因子を確認するために因子分析（主成分分析、バリマックス回転）を行ったところ、1因子構造が得られた。因子負荷量の絶対値は.621~.819であり、美容院に行く回数（何ヶ月に1度美容院に行くか）のみマイナスとなった。この因子は、実際の美容・化粧行動をよく反映した指標と見なすことができるが、先に美容に関する意識・態度の評価項目について抽出した美容志向

Table 4 美容に関する意識・態度の因子分析結果と記述統計

質問項目	因子		<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>
	1	2			
美容に対してとても関心がある	.933	-.075	5.13	1.49	107
美容に対して毎日していることがある	.888	.007	4.65	1.81	107
理想の女性像を持っている	.828	-.095	5.07	1.68	107
美しくなるための努力をしている	.668	.235	4.07	1.46	107
栄養とバランスを考えて食事をしている	-.127	.958	3.55	1.56	107
食事の量と時間を考えて食事をしている	-.132	.949	3.64	1.63	107
食事を摂る際に美容を気にしている	.250	.703	3.23	1.63	107
美容のために運動を心がけている	.161	.686	3.58	1.63	107

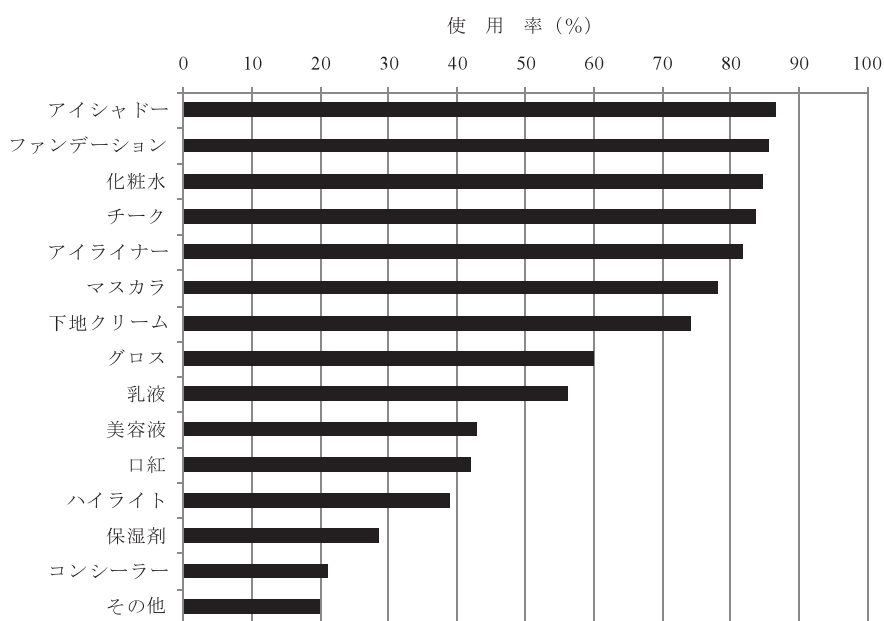


Figure 1 普段使用している化粧品

性因子との間には中程度の相関があり ($r = .502$, $p < .001$, $n = 93$)、食事運動態度因子との間には弱い相関があった ($r = .283$, $p < .01$, $n = 93$)。これらは、美容に関する意識 (志向性) が高いほど実際の美容・化粧行動も活発であることを示している。

Figure 1に普段使用している化粧品の百分率を示す。アイシャドー、ファンデーション、化粧水、チーク、アイライナーは80%以上が使用しており、多くがこれらの化粧品を使っていることが示

されている。それに続くのが、マスカラ、下地クリーム、グロス (60%以上) である。口紅が40%程度と少ないが、化粧をする学生の内、半数以下は口紅を使わず、グロスだけを使用しているためだと考えられる。40%以下は、ハイライト、保湿剤、コンシーラーなどであるが、これらを使うためにはやや専門的な知識が必要なために使用率が低くなっていると考えられる。

Table 5 身体満足度の因子分析結果と記述統計

身体部位	因子		M	SD	n
	1	2			
眉毛	.825	.028	3.16	1.61	107
歯並び	.814	-.222	3.46	1.79	107
口	.793	.065	3.32	1.62	107
髪	.791	-.141	3.44	1.65	107
鼻	.746	.047	3.09	1.58	107
肌	.608	.072	2.97	1.76	107
目	.606	.166	3.41	1.87	107
胸部	.568	.012	3.03	1.63	107
身長	.545	.168	3.62	1.77	107
爪	.401	.188	3.22	1.60	107
体重	-.125	.933	2.27	1.23	107
足	-.131	.914	2.21	1.26	107
スタイル (バランス)	.017	.898	2.41	1.34	107
腕	.196	.645	2.78	1.56	107
全体	.254	.519	2.77	1.44	107

Table 6 理想の女性像と美容・化粧の意識、態度、行動および身体満足度との相関係数

	理想の女性像の因子				
	社会的健全性	身体的美しさ	小柄豊満	自立性	温厚さ
美容・化粧の意識、態度、行動の因子					
美容志向性	.198*	.359**	.134	.159	.342**
食事運動態度	-.022	.059	.151	-.017	.326**
美容・化粧行動	.136	.272*	.154	.070	.250*
身体満足度の因子					
個別特徴満足	.011	-.287**	-.007	-.238*	-.144
体躯満足	-.106	-.368**	.049	-.155	-.117

* $p < .05$, ** $p < .01$

身体満足度

各項目の評価は、全体に“満足でない”から“やや満足でない”という評価が多かった。その中でも特に満足度が低かったのは、足、体重、スタイル (バランス) の3つであった。

身体満足度に関する項目について、背景要因を検討するために因子分析 (主成分分析、プロマックス回転) を行い、2因子解を求めた。第1因子は、顔の部位が多く、それ以外には胸部と身長および爪が含まれており、個別特徴満足とした。第2因子は、体重、足・腕の太さ、スタイル (バランス)、および全体が含まれており、体躯満足とした。

Table 5にその結果と記述統計を示す。なお、両因子間には中程度の相関が見られる ($r = .549$, $p < .001$, $n = 107$)。また、各因子の得点を算出し、美容志向性因子と食事運動態度因子および美容・化粧行動指標因子との相関を求めたが、いずれの因子との間にも有意な相関は見られなかった。

理想の女性像と美容・化粧に関する意識、態度、行動および身体満足度との関連

Table 6に、理想の女性像の因子と、美容・化粧の意識、態度、行動および身体満足度の各因子との相関係数を示す。理想の女性像として身体的

美しさを重視するほど美容志向性が高く、身体についての満足度が低くなっており、実際の美容・化粧行動が行われている。しかし、食事運動態度因子との間に相関は見られず、これらの背景動機は異なるものであると考えられる。なお、理想の女性像の温厚さは、美容志向性と食事運動態度および美容・化粧行動のいずれとの間にも弱い相関があり、共通する背景動機があることが推測される。

自意識尺度と他者意識尺度

はじめに、本研究で得られた自意識尺度の測定項目についてあらためて因子分析（主成分分析、バリマックス法、2因子）を行ったところ、ある項目のいずれかの因子に対する最大負荷量が他の項目に比べて小さい項目が、公的自意識と内的自意識の測定尺度項目でそれぞれ一つずつ（-.185、-.099）あった。これらはいずれも各尺度で一つだけある反転項目であり、回答者が質問項目の意味を誤解した可能性があると考えられる。そこでこれら2項目を除外して因子分析を行ったところ、菅原（1984）の通り明確な2因子構造を示すことを確認した。また、これに基づいて因子得点を算出した。なお、この2項目を除外した後に再計算した結果、両因子に対する最大負荷量は.599～.862となった。公的自意識とは、自分の外見や自分と他者との関係についての行動など、外から見える自己の側面に注意を向ける程度の個人差を示すものであり、私的自意識とは、自分の内面・気分など、外からは見えない自己の側面に注意を向ける個人差の程度を示すもの（菅原, 1984）とされている。

他者意識尺度についてもあらためて因子分析（主成分分析、バリマックス法、3因子）を行い、辻（1993）と同じ明確な3因子構造を示すことを確認した。なお、“人の体型やスタイルなどに関心がある”のみが、外的他者意識因子と空想的他者意識因子のいずれにも高い負荷量（.491、.420）

を示し、他の最大因子負荷量（.614～.839）に比べて小さかったが、各因子にそれなりの負荷量があるのでこのまま尺度項目として残した。また、後の分析で用いるために因子得点を算出した。内的他者意識とは、他者の気持ちや感情などの内面情報を敏感にキャッチし、理解しようとする意識や関心のことを言う。一方、他者の化粧や服装、体型、スタイルなど外面に現れた特徴への注意や関心を外的他者意識と言う。これらはいずれも現前する他者に直接的に向けられるものであるが、現前しない他者に対してもあるイメージを持つことが可能であり、これは現実の拘束を受けないために内面や外面への意識の分化は行われぬものである。このような他者意識を空想的他者意識と言う（辻, 1993）。

Table 7に、自意識尺度と他者意識尺度間の相関係数を示す。公的自意識は他者意識の3尺度のいずれとも弱い正の相関を示している。これは、公的自意識つまり自己の外見的側面に注意を向ける人は、他者についてもその内面であれ外見であれ、またその他者が現前にいようがいまいが、自分に対するのと同じように何らかの注意を向けていることを示している。一方、私的自意識については内的他者意識との間にもみ弱い正の相関があるが、これは自身の内面に注意を向ける人は他者の内面にも注意を向けていることを示している。

Table 7 自意識尺度と他者意識尺度間の相関係数

	公的自意識	私的自意識
内的他者意識	.233*	.344***
外的他者意識	.257**	-.093
空想的他者意識	.230*	.029

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

自意識・他者意識尺度と理想の女性像との関連

Table 8に、自意識尺度および他者意識尺度と理想の女性像の各因子との相関係数を示す。公的

Table 8 自意識・他者意識尺度と理想の女性像との相関係数

	理想の女性像の因子				
	社会的健全性	身体的美しさ	小柄豊満	自立性	温厚さ
自意識尺度					
公的自意識	.199*	.255*	.081	-.062	.233*
私的自意識	.096	-.094	.230*	.087	.224*
他者意識尺度					
内的他者意識	.027	.128	.125	.073	.076
外的他者意識	-.003	.284**	.034	-.108	.127
空想的他者意識	.147	.266**	.093	.068	.209*

* $p < .05$, ** $p < .01$

自意識、外的他者意識および空想的他者意識と理想の女性像の身体的美しさ因子との間に弱い正の相関がある。これは、自分の外見や他者に対する行動に注意を向ける人ほど、また、現前に他者がいるかいないかにかかわらず、他者の外面に現れた特徴への注意や関心を向けやすい人ほど、外見的美しさを重視することを意味する。また、温厚さと公的自意識、内的自意識および空想的他者意識との間に弱い正の相関がある。自分の外見や他者に対する行動に注意を向ける人ほど、また、現前にいない他者の外面に現れた特徴に注意や関心を向けやすい人ほど、温厚さを重視することを意味する。と同時に、自分の内面に注意を向ける人も温厚さを重視していることを意味する。公的自意識と社会的健全性因子との間に弱い正の相関があるが、これは、自分の外見や他者に対する行動に注意を向ける人ほど、社会的健全性を重視することを意味する。また、私的自意識と小柄豊満因子の間に正の相関があるが、これは、自分の内面に注意を向ける人ほど、小柄な豊満さを重視することを意味する。小柄豊満因子は私的自意識との間にのみ正の相関を示していたが、この小柄豊満因子に高い負荷量を持つ、“身長が低い”、“胸が大きい”、“ふくよかである”の評価項目は、特に身体的特徴を表すものである。しかし、その背後には何らかの内面的特徴の評価が含まれていると考えられる。一方、温厚さは身体的特徴および内

面的特徴共に穏やかさを表す特性であるが、公的自意識と私的自意識の両者との間にある弱い相関はこれを反映したものだと考えられる。また空想的他者意識との間にも弱い相関があり、他者の存在についての意識との関連が推測される。

自意識・他者意識尺度、美容・化粧に関する意識と行動および身体満足度との関連

Table 9に、自意識・他者意識尺度と美容・化粧に関する意識、態度、行動および身体満足度の各因子との相関係数を示す。美容志向性は公的自意識、外的他者意識、および空想的他者意識と弱い正の相関を示しており、これらは自他共に外面に注意が向いていることが美容・化粧への関心と関係していることを示している。食事運動態度は、公的自意識と外的他者意識の両者と弱い相関があるが、それよりも私的自意識との相関の方が相対的に強い相関を示しており、自身の内面についての意識が高いほど食事と運動への配慮が大きいことが示されている。実際の美容・化粧行動については、公的自意識、内的他者意識および空想的他者意識との間に弱い相関がある。これは、自身の外面を意識する程度が高いほど、自分が他者にどのように思われているのか、あるいはそのような他者の存在を意識していることを意味していると考えられる。身体満足度の因子の内、個別特徴満足度についてはいずれの尺度との間にも有意な相

Table 9 自意識・他者意識尺度と美容・化粧品に関する意識、態度、行動および身体満足度の各因子との相関係数

	美容・化粧品に関する意識、態度、行動因子			身体満足度の因子	
	美容志向性	食事運動態度	美容・化粧品行動	個別特徴満足	体躯満足
自意識尺度					
公的自意識	.274**	.209*	.243*	-.111	-.224*
私的自意識	.157	.390***	.118	.062	.035
他者意識尺度					
内的他者意識	.186	.149	.298**	-.031	-.169
外的他者意識	.251**	.225*	.139	-.011	-.096
空想的他者意識	.288**	.174	.251*	-.147	-.178

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

関は見られないが、体躯満足度と公的自意識との間には弱い相関がある。これは、自分の外面に注意を向けているほど自分の身体全体についての満足度が低くなっていることを示している。

各要因の美容・化粧品行動決定因としての寄与率

理想の女性像、美容・化粧の意識・態度、および自意識と他者意識の各要因が美容・化粧品行動の決定にどの程度寄与しているのかを検討するために回帰分析を行った。その結果、理想の女性像については、身体的美しさと温厚さ因子が有意であったので、この2要因を説明変数としてあらためて美容・化粧品行動を従属変数とする回帰分析を行ったところ、それぞれ有意であった ($\beta = .220$, $t = 2.06$, $p < .05$; $\beta = .190$, $t = 1.78$, $p < .10$; $R^2 = .107$)。美容志向性と食事運動態度については、前者のみが有意であった。この変数のみを説明変数とした結果も有意であった ($\beta = .502$, $t = 5.53$, $p < .001$; $R^2 = .252$)。自意識と他者意識については、内的他者意識と空想的他者意識が有意であったため、これらのみを説明変数としてあらためて美容・化粧品行動を従属変数として回帰分析を行ったところ、それぞれ有意であった ($\beta = .299$, $t = 3.08$, $p < .01$; $\beta = .252$, $t = 2.59$, $p < .05$; $R^2 = .152$)。

これらの結果に基づき、身体的美しさ、温厚さ、美容志向性、内的他者意識および空想的他者意識

を説明変数とし、美容・化粧品行動を従属変数として回帰分析を行ったところ、美容志向性と内的他者意識が有意であったため、この2因子を説明変数とし、美容・化粧品行動を従属変数として回帰分析を行ったところ有意な結果が得られた ($\beta = .461$, $t = 5.10$, $p < .001$; $\beta = .218$, $t = 2.41$, $p < .05$; $R^2 = .295$)。これは、美容・化粧品行動が美容志向性という意図によって喚起されており、その意図の背景として他者の内面に対して注意が向いていることを示している。

討 論

女子大学生が抱く理想の女性像は、社会的健全性因子の構成項目の多くが重要視されていた。このことには、対人関係場面において不快感を与えない綺麗な言動が女性の美しさとしてもっとも大きな意味を持っていることが示されている。これとは別の因子として抽出されたのが温厚さであるが、これも他者に与える影響を含んでいると考えられる。一方で、身体的側面すなわち美容・化粧品行動に関わる身体的美しさも理想の女性像を構成する一因子であることが示された。また、仕事などへの取り組み姿勢に関わる自立性の因子も抽出され、これも理想の女性像を構成する側面であることが示された。なお、理想の女性像としてはネ

ガティブに評価されるものとして、小柄豊満と命名した因子に表される小柄で胸が大きくふくよかなという身体的特徴があった。美容・化粧への関心は理想の女性像の構成因子で示された身体的美しさを重視するほど高く、また実際の美容・化粧行動にもつながっているが、その一方で身体的美しさを重視するほど身体満足度が低くなるのは、自身の身体的美しさに関する要求水準が高いことが原因だと考えられる。

自意識および他者意識との関連については、理想の女性像として身体的美しさを重視するほど、漠然とした存在ではあるが他者の存在を意識しており、また自意識および他者意識共に外見的側面に注意が向いているのは、美容・化粧が身体的すなわち外見的特徴を直接的に表すものであるためだと考えられる。自意識と他者意識共に、外見への注意の多さが美容・化粧に関する志向性および態度とも関連していることについては、理想の女性像の身体的美しさを重視が背景にあると考えられる。しかし、実際の美容・化粧行動については、公的自意識との間には関連があるが、外的他者意識との間には関連が見られず、内的小および空想的他者意識との間に関連があることから、自分が他者からどのように見られているのかに注意が向いていることが大きな規程因になっていることが示唆される。なお、温厚さが自意識の内面的な部分とも関係しているのは、それが人の雰囲気に関わる側面であるためと考えられる。また、食事運動態度と私的自意識の関連の高さは、自身の身体への健康に対する注意・関心が背景にあるためと考えられる。

重回帰分析で示されたように、実際の美容・化粧行動の背景に美容志向性という意図を伴うことは当然のことと考えられるが、背景にある個人の認知特性として内的小他者意識と関連していることは、相手がどのように自分を見ているかが重要な決定因になっていることを示唆していると考えられる。その一方で、理想の女性像の一つである身

体的美しさを重視することは、自他共に外見に注意を向けることにつながるにしても、自分が他者にどのように見られているかに注意が向くことによって、より強く実際の美容・化粧行動が決定されていると考えられる。

本論文では、理想の女性像の構成要素を分析し、社会的健全性などの因子と共に、身体的美しさの因子を抽出した。今回の論文では、この身体的美しさに焦点を当て、美容・化粧行動との関係分析を行った。しかし、理想の女性像あるいは美しさには、身体的な要素と共により高次の心的機能の要素が含まれていることは、本研究の理想の女性像の分析で抽出された5因子の内の3因子が対人関係や自身の生き方に関するものであったことが示している。身体的美しさにせよ、より高次の心的機能に基づく美しさにせよ、この美しいという感情評価は人間の生得的な機能によって生じると考えられる (Etcoff, 1999 木村訳 2000)。この機能の一部は、生存あるいは繁殖に関わる他の種と共通するものでありながら、人間に特有の機能構造からなる生物学的メカニズムでもある。人間の場合は、これに加えて一人ひとりの個性に特有のものがあり、これが人間の多様な個人差をもたらしている。前者は、本能的次元としての身体的魅力を規定する美しさであり、人々に共有されているが、表層的、一時的、初期的に作用し、また一過的である。これに対して、後者はより高い次元の知性、理性、人間性を包括した人格的魅力のようなもので、より強い持続的な行動規程要因だと考えられる。

本研究の今後の展開としては、理想の女性像あるいは女性の美しさを規定する要因について、身体的美しさと共に、人間に特有の高次の心的機能、すなわち、自尊心や自己受容性などの自己評価、および他者との関係性のあり方の認識を含めて検討することが課題となる。さらに、このような理想像あるいは美しさに関する認識様態が、さまざまな日常生活における問題への適応方略に対して

どのような影響をもたらしているのかを明らかにすることで、女性の生き方に関する生態学的な理解を深めることができると考える。

文 献

- 天野怜美・齊藤勇 (2015). 女子大生の化粧行動と意識の関連性について 立正大学心理学研究年報, **6**, 101-110.
(Amano, S., & Saito, I. (2015). Relationship between self-consciousness/other-consciousness and makeup of female students. *The Journal of Psychology Ritssho University*, **6**, 101-110.)
- Barash, D. P. & Lipton, J. E. (2009). *How women got their curves and other just-so stories*. Columbia University Press.
(バラシュ, D. P.・リプトン, J. E. 越智典子 (訳) (2013). 女性の曲線美はなぜ生まれたか—進化論で読む女性の体— 白揚社)
- Baron-Cohen, S. (2002). The extreme male brain theory of autism, *Trends in Cognitive Science*, **6**, 248-254.
- Chalmers, D. J. (1996). *The conscious mind: In search of a fundamental theory*. Oxford University Press.
(チャーマーズ, D. J. 林一 (訳) (2001). 意識する心—脳と精神の根本理論を求めて— 白揚社)
- Coyne, J. A. (2009). *Why evolution is true*. Viking Penguin.
(コイン, J. A. 塩原通緒 (訳) (2010). 進化のなぜを解明する 日経BP社)
- 大坊郁夫 (2001). 化粧行動の社会心理学—化粧する人間のこころと行動— 高木修 (監修) シリーズ21世紀の社会心理学9 北大路書房.
(Daibo, I.)
- Darwin, C. (1859/1964). *On the origin of species by means of natural selection./On the origin of species by Charles Darwin. A facsimile of the first edition*. Harvard University Press.
(ダーウィン, C. 渡辺政隆 (訳) (2009). 種の起源(上・下) 光文社)
- Dawkins, R. (2009). *The greatest show on earth: The evidence for evolution*. Free Press.
(ドーキンス, R. 垂水雄二 (訳) (2009). 進化の存在証明 早川書房)
- Etcoff, N. (1999). *Survival of the prettiest: The science of beauty*. New York: Doubleday.
(エトコフ, N. 木村博江 (訳) (2000). なぜ美人ばかりが得をするのか 草思社)
- Gazzaniga, M. S. (2008). *Human: The science behind what makes your brain unique*. Harper Collins Publishers.
(ガザニガ, M. S. 柴田裕之 (訳) (2010). 人間らしさとはなにか? —人間のユニークさを明かす科学の最新線単行本— インターシフト)
- Harding, M. E. (1955). *Woman's Mysteries, Ancient and modern: A psychological interpretation of the feminine principle as portrayed in myth, story, and dreams*. Pantheon.
- (ハーディング, M. E. 樋口和彦・武田憲道 (訳) (1985). 女性の神秘—月の神話と女性原理— 創元社)
- 平松隆円・牛田聡子 (2004a) 化粧に関する研究 (第3報)—大学生の化粧意識の構造解明と化粧行動との関連性— 繊維製品消費科学, **45**, 837-846.
(Hiramatsu, R. Ushida, S. (2004a). Study on makeup part 3: Relevance to the structure elucidation of university students' makeup consciousness, and makeup behavior. *Journal of the Japan Research Association for Textile End-Uses*, **45**, 837-846.)
- 平松隆円・牛田聡子 (2004b). 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.
(Hiramatsu, R. Ushida, S. (2004b). Study on makeup part 4: Factors of individual difference in which specifies university students' makeup consciousness. *Journal of the Japan Research Association for Textile End-Uses*, **45**, 847-854.)
- 平松隆円・牛田好美 (2007). 化粧規範に関する研究—化粧を施す生活場面とそれを規定する化粧意識と個人差要因— 繊維製品消費科学, **48**, 843-852.
(Hiramatsu, R. Ushida, Y. (2007). Study on makeup norm: Makeup consciousness and factors of individual difference which specifies makeup behaviors for life scenes. *Journal of the Japan Research Association for Textile End-Uses*, **48**, 843-852.)
- 北村英哉・大坪庸介 (2012). 進化と感情から解き明かす社会心理学 有斐閣
(Kitamura, H., & Ohtsubo, Y.)
- コーネル ロテム・小川俊樹 (1993). 身体的魅力とその決定要因—好みの理論的考察— 筑波大学心理学研究, **15**, 219-224.
(Kowner, R., & Ogawa, T. (1993). Toward a theory of universal determinants of physical attractiveness preferences. *Tsukuba Psychological Research*, **15**, 219-224.)
- Miller, L. C., & Cox, CL. (1982). For appearances' sake: Public self-consciousness and makeup use. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **8**, 748-751.
- 越智啓太 (2013). 美人の正体—外見的魅力をめぐる心理学— 実務教育出版
(Ochi, K.)
- Patterson, M. L. (1983). *Nonverbal behavior: A functional perspective*. Springer-Verlag.
(パターソン, M. L. 工藤力 (監訳) (1995). 非言語コミュニケーションの基礎理論 誠信書房)
- Pinker, S. (1997). *How the Mind Works*. W. W. Norton & Company.
(ピンカー, S. 椋田直子 (訳) (2013). 心の仕組み(上) 筑摩書房)
(ピンカー, S. 山下篤子 (訳) (2013). 心の仕組み(下) 筑摩書房)
- ポーラ文化研究所 (2012). 女性の化粧行動・意識に関する実態調査 スキンケア・メイク篇, 2010 東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センター

- (Pola Research Institute of Beauty and Culture)
- Spielrein, S. (1912). Die Destruktion als Ursache des Werdens. *Jahrbuch für psychoanalytische und psychopathologische Forschungen*, 4, 465-503.
(シュピールライン, S. 生成の原因としての破壊
カロテヌート, A. 入江良平・村本詔司・小川捷之(訳)
(1991). 秘密のシンメトリー—ユング/シュピール
ライン/フロイト— みすず書房 pp. 363-413.)
- 宗宮沙織 (2011). 女子大学生の化粧行動の実態と背景動機—個人特性による検討— 平成23年度相山女学園大学文化情報学部文化情報学科卒業研究.
(Sohmiya, S.)
- Sterelny, K. & Griffiths, P. E. (1999). *Sex and death: An introduction to philosophy of biology*. The University of Chicago Press.
(太田紘史・大塚淳・田中泉吏・中尾央・西村正秀・藤川直也(訳)(2009). セックス・アンド・デス—生物学の哲学への招待— 春秋社)
- Sterelny, K. (2012). *The evolved apprentice: How evolution made humans unique*. MIT Press.
(ステレルニー, K. 田中泉吏・中尾央・源河亨・菅原裕輝(訳)(2013). 進化の弟子—ヒトは学んで人になった— 勁草書房)
- Stevens, A., & Price, J. S. (2000). *Evolutionary psychiatry: A new beginning*. 2nd ed. London: Psychology Press.
(ステイーヴンズ, A.・ブライス, J. S. 小山毅・高畑圭輔・豊嶋良一(訳)(2011). 進化精神医学:—ダーウィンとユングが解き明かす心の病— 世論時報社)
- 菅原健介 (1984). 自意識尺度 (self-consciousness scale) 日本語版作成の試み 心理学研究, 55, 184-188.
(Sugawara, K. (1984). An attempting to construct the self-consciousness scale for Japanese. *The Japanese Journal of Psychology*, 55, 184-188.)
- Thornhill, R. & Palmer, C. T. (2000). *A natural history of rape: Biological bases of sexual coercion*. Massachusetts Institute of Technology.
(ソーンヒル, R.・パーマー, C. T. 望月弘子(訳)(2006). 人はなぜレイプするのか—進化生物学が解き明かす— 青灯社)
- 戸田弘二 (2001). 共感性・他者意識 吉田富二雄(編) 心理尺度集Ⅱ—人間と社会のつながりをとらえる (対人関係・価値観)— サイエンス社 118-137.
(Toda, K.)
- 辻平治郎 (1993). 自己意識と他者意識 北大路書房
(Tsuji, H.)
- 上瀬由美子 (2001). 自己への関心 山本真理子(編) 心理尺度集Ⅰ—人間の内面を探る (自己・個人内過程)— サイエンス社 pp. 44-63.
(Kamise, Y.)
- Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508-516.
- 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.
(Yanagisawa, Y., Yasunaga, A., Aoyagi, H., & Noguchi, K.

(2014). The Relationship between the Purpose of Makeup Behavior and Self-Consciousness in Japanese Women. *Journal of Bunka Gakuen University. The humanities and social sciences*, 22, 27-34.)

付記

本論文は、第2著者が文化情報学部文化情報学
科平成24年度卒業研究として提出した“女性の
自己意識と悩みが美容に関する意識と行動に及ぼ
す影響”を元にして、問題と目的を再構成し、あ
らためて分析と考察を行ったものである。

たにぐち・しゅんじ/文化情報学部教授

E-mail hanari@tanshn@sugiyama-u.ac.jp

いしい・りこ/文化情報学部文化情報学科平成24年度卒
業生