

《原著論文》

化粧品リスク懸念尺度の作成と妥当性の検討

Development of Apprehension-about-Makeup-Risk Scale and Examination of Scale Validity

板垣美穂 諸井克英*
(Miho ITAGAKI) (Katsuhide MOROI)

Abstract : The purpose of the present study was to develop the scale to measure the apprehension felt in making up among female adolescents. Items of the Perceived-Fashion-Risk Scale developed by Kouyama & Takagi (1987) were revised for apprehension about makeup risk. The Apprehension-about-Makeup-Risk Scale composed of 38 items were administered to female undergraduates ($N = 253$). They also rated several scales for examining scale validity. A series of principal component analyses (with promax rotations) were executed. Apprehension for makeup risk was shown to consist of four components; namely, self-expression, quality and performance, deviance from makeup norms, and fashionability. Those components were significantly correlated with makeup consciousness (Hiramatsu & Ushida, 2004) and exposure to female fashion magazines (Moroi, Hanataka, & Odori, 2010). The significance of research in apprehension about makeup risk was discussed.

Key words : makeup, apprehension, fashion

I. 問題

進化論的立場から人間行動の観察を体系的に試みた Morris (1977) によれば、古代エジプトの時代から顔の化粧品に細かな注意が払われていた。彼は、化粧品のもつ「ディスプレイ」機能や「属性」伝達機能を指摘した。つまり、素顔への装飾である化粧品は、古くから営まれている長い歴史をもつ対人的行動なのである。例えば、「多くの重要な信号を送る」女性の目には、古代エジプトの時代から、かなり手の込んだアイ・メイクが施された。古代ギリシャ以後いったん「娼婦」文化に押しやられるが、20世紀初頭にはアイ・メイクが復活する (Morris, 2004)。平松 (2009) は、化粧のこのような歴史性に関する興味深い作業を試みた。彼は、①基層化粧品時代

(自然条件からの肌の防御, 宗教的行為, 社会的属性), ②伝統化粧品時代 (地域・社会による美意識の分化), ③モダン化粧品時代 (技術の進展, 自己表現手段) という枠組みを用いてわが国の化粧文化の変遷を分析した。

本研究では、化粧行動を支える心理学的メカニズムの実証的解明を試みる。この分野の先駆的取り組みとして、松井・山本・岩男 (1983) による東京都内の美容院来店女性を対象にした研究を挙げることができる。彼らは、化粧中の満足, 対人的効用, 心の健康という観点から化粧の効用の解明に取り組んだ。近年では、わが国において化粧に関する多くの実証的研究が発表されている (大坊, 2001 参照)。例えば、遠藤・森川・箕輪・結城 (2007) は、ナチュラルメイクをしている女子大学生を対象に、化粧の程度とパーソナルスペースとの関係を実験的に検討した。素顔にされた者はパーソナルスペースが広がり、ヘビーメイクを施された者は狭くなり、化粧が対人的積極性を促進することが示された。遠藤らの研

同志社女子大学大学院生活科学研究科
生活デザイン専攻

*同志社女子大学生生活科学部

究知見は化粧の対人的効用を表している。

ところで、本研究では、被服行動研究の文脈で神山・高木 (1987 a, b) が研究対象としたファッション・リスクの知覚を化粧行動研究に応用する。Robertson (1970) によれば、購買状況における知覚されたリスクは、製品の性能に関係した機能的リスクと、製品が幸福感や自己概念を高めるかに関係した心理社会的リスクに大別される。このようなリスクの抱き方には個人差が存在し、それが様々な仕方で消費行動の差異をもたらすことになる。この考えに基づき、神山・高木は被服に関するリスク知覚を測定する尺度を開発した。

化粧に関する意識や行動についても、化粧に伴うリスクの知覚が存在すると考えられる。つまり、化粧の場合にも、Robertson (1970) が指摘する機能的リスクと心理社会的リスクに関する知覚が存在するはずである。例えば、野澤・沢崎 (2007) は、女子大学生で対人恐怖傾向が高い者が化粧の積極的自己呈示効用や肯定的気分上昇効用を認めない傾向を見出した。このような知見は、Robertson (1970) の心理社会的リスクに対応している。本研究では、化粧リスク懸念を測定できるように、神山・高木 (1987 a, b) が開発したファッション・リスク評定尺度項目を修正した。その上で化粧リスク知覚の基本的構造の解明を行い、Robertson のリスクの2側面と対応させる。なお、もともと Robertson や神山・高木は、「商品購入時」のリスク懸念を問題にしているが、本研究では、「化粧行動を思い浮かべた時に予想される化粧効果性に伴う懸念」と定義した。

目的 I : 化粧リスク懸念は、機能的リスクと心理社会的リスクの2側面から構成される。

本研究で作成した化粧リスク懸念尺度の妥当性を次の3つの観点から検討する。①化粧意識、②自尊心、③女性ファッション誌への接触傾向。平松・牛田 (2004) は、化粧意識を測定する尺度を作成し、男女大学生に実施した。主成分分析により「魅力向上・気分高揚」、「必需品・身だしなみ」、「効果不安」の3主成分が抽出された。

目的 II-a : 化粧リスク懸念は、化粧意識との関連を示す。

化粧リスク懸念は、化粧品の選択や化粧行動に自信があれば生じにくいはずである。その選択や行動の基底にある自分に対する全体的な肯定的評価 (Rosenberg, 1979) の存在は、化粧リスク懸念を抑えることになる。

目的 II-b : 化粧リスク懸念は、自尊心と負の関連を示す。

諸井・花高・尾鳥 (2010) は、サブカルチャーの枠組み (伊奈, 1999) から、女子大学生の女性ファッション誌接触傾向を測定した。女性ファッション誌は被服情報だけでなく、最新化粧品やその効用などの情報も含まれている。したがって、化粧リスク懸念の抱かれ方によって女性ファッション誌への接触傾向にも差異が生じると予想される。

目的 II-c : 化粧リスク懸念と女性ファッション誌接触傾向との間には弁別的関係がある。

これら4つの目的のために、女子大学生を対象として質問紙調査を行った。

II. 方法

調査対象および調査の実施

同志社女子大学での社会心理学関係の講義を利用して、質問紙調査を実施した (2010年6月7日)。回答にあたっては匿名性を保証した。また、質問紙実施後に調査目的と研究上の意義を簡潔に説明した。

青年期の範囲を逸脱している者 (25歳以上) を除き、各尺度に完全回答した女子学生 253 名を分析対象とした (1年生 216 名, 2年生 20 名, 3年生 14 名, 4年生 3 名)。回答者の平均年齢は 18.55 歳 ($SD = .82$, 18~22 歳) であった。

質問紙の構成

質問紙は、回答者の基本属性に加え、①女性ファッション誌接触傾向尺度、②化粧意識尺度、③日常の化粧度に関する設問、④化粧リスク懸念尺度、⑤自尊心尺度から構成されている。

(1) 女性ファッション誌接触傾向尺度

回答者が女性ファッション誌に対する日常的な接触傾向を調べるために、諸井・花高・尾鳥 (2010) の女性ファッション誌接触傾向尺度を用いた。しかしながら、女性ファッション誌では発刊・廃刊がひんばんにあるため、諸井らが測定した時点と今回の調査時点では雑誌項目の追加・削除する必要がある。そこで、インターネットを用いて公刊の確認を行い、さらに、同様な嗜好の雑誌を追加することにした。2011年5月時点で廃刊となっていた雑誌 (「Cawaii!」, 「SAY」, 「STYLE」, 「BOAO」, 「PINKY」, 「LUCi」) を削除し、新たに創刊されている雑誌 (「BAILA」, 「GINZA」, 「小悪魔 ageha」, 「EDGE STYLE」, 「FUDGE」, 「Soup.」, 「CHOKi CHOKi girls」) を追加した。その結果、全部で 38 誌が対象となった。

この6ヵ月の間にそれぞれの雑誌を回答者がどのくらい読んだかを尋ねた(買ったときと同じくらい読んでいるときには「立ち読み」も含めるように教示)。各雑誌について、4点尺度で回答させた(「4. 必ず読んだ」, 「3. たいてい読んだ」, 「2. ときどきしか読まなかった」, 「1. まったく読まなかった」)。

(2) 化粧意識尺度

回答者の日常の化粧意識を測定するために、平松・牛田(2004)が作成した化粧意識尺度を用いた。この尺度は、34項目から構成され、平松・牛田は主成分分析によって「魅力向上・気分高揚」, 「必需品・見出しなみ」, 「効果不安」の3主成分を抽出した。

この6ヵ月の生活を振り返らせ、回答者の気持ちや態度にあてはまる程度を4点尺度で回答させた(「4. かなりあてはまる」, 「3. どちらかといえばあてはまる」, 「2. どちらかといえばあてはまらない」, 「1. ほとんどあてはまらない」)。

(3) 日常の化粧度

回答者の日常生活での化粧行動について尋ねた。「大学に行くときの化粧」と「休みの日に遊びに行くときの化粧」それぞれに4点尺度で回答させた(「4. 必ず化粧をする」, 「3. どちらかといえば化粧をする」, 「2. どちらかといえば化粧をしない」, 「1. ほとんど化粧をしない」)。

(4) 化粧リスク懸念尺度

神山・高木(1987 a, b)は、衣服購入の際に生じるリスク(経済的, 社会的, 心理的, 機能的, 身体的, 時間的)の知覚を測定するために、38項目から成るファッション・リスク評定尺度を作成した。神山・高木は、成人男女を対象に尺度を実施し、因子分析によって5因子を得た(「ふさわしさ(後の研究では服装規範からの逸脱と命名)」, 「品質・性能」, 「着こなし」, 「自己顕示」, 「流行性」)。本研究では、化粧リスク懸念を表すようにこれらの項目を改変した(Table 1-b, Appendix 1参照)。

この6ヵ月の生活を振り返らせ、各項目に対して、回答者自身が化粧をしたときの様子にあてはまる程度を4点尺度で評定させた(「4. かなり心配になる」, 「3. どちらかといえば心配になる」, 「2. どちらかといえば心配にならない」, 「1. ほとんど心配にならない」)。

(5) 自尊心尺度

自分に対する全体的な肯定的評価の程度を測定するために、Rosenberg(1979)の自尊心尺度を用いた。先行研究(諸井, 1995)で既に使用した10項目それぞれに

ついて、「この6ヵ月」という基準で回答者にあてはまる程度を4点尺度で回答させた(「4. かなりあてはまる」~「1. ほとんどあてはまらない」)。

なお、女性ファッション誌接触傾向尺度(4頁)、化粧意識尺度(4頁)、化粧リスク懸念尺度(5頁)では、評定順の効果を相殺するために、評定用紙をそれぞれ頁単位でランダムに並び替えた。自尊心尺度では項目順の異なる2種類の評定用紙を用いた。

Ⅲ. 結果

日常の化粧度

「大学に行くとき」と「休みの日に遊びに行くとき」の化粧度評定の平均はそれぞれ3.37 ($SD = .76, N = 253$), 3.59 ($SD = .73, N = 253$)であり、尺度中性得点(2.5)よりも有意に高かった(ともに $p < .001$)。また、「大学」よりも「遊び」に行くほうが化粧を行っていた($p < .001$)。2測度間のピアソン相関は高かったので($r = .65, p < .001$)、平均値を化粧度とした($m = 3.48, SD = .68$)。

尺度の検討

(1) 化粧意識尺度および化粧リスク懸念尺度

これら2つの尺度については、以下の手順で主成分分析を行った。すべての尺度項目について、平均値の偏り($1.5 < m < 3.5$)と標準偏差値($SD > .60$)のチェックを行い、不適切な項目を除去した。その上で、主成分構造を同定するために、主成分分析(プロマックス回転($k = 3$))を行った。主成分固有値 ≥ 1.00 を満たす解をすべて求め、プロマックス回転後の負荷量 $|.40|$ を基準に妥当な主成分解を同定した。①特定主成分の負荷量が十分に大きく($\geq|.40|$)、②他主成分への負荷が小さい($<|.40|$)という基準に一致しない項目を除き再度分析を行い、明確な負荷パターンが得られるまで、このことを反復した。最終的には、各分析で回帰法によって主成分得点を算出し、これらの得点を後の分析で用いた。

①化粧意識尺度

項目水準で見ると、2項目(cos_b_9, cos_c_3)が「平均値 $>3.5, SD < .60$ 」であり、1項目(cos_d_4)が「 ≈ 3.5 」であった。これら3項目を除く31項目を対象に主成分分析を実施した。2~8主成分分解が可能であったが、抽出主成分が解釈可能で同一主成分への負荷が比較的確であった3主成分解を採用した(Table 1-a)。それぞれ、「必要性」, 「イメージの変化」, 「身だしなみ」と名づけた。

化粧リスク懸念尺度の作成と妥当性の検討

Table 1-a 化粧意識尺度に関する主成分分析（プロマックス回転（ $k=3$ ））の結果：プロマックス回転後の主成分負荷量

	当該主成分負荷量		当該主成分負荷量	
[I. 必要性]			[II. イメージの変化]	
cos_b_4 若い時は化粧をしないほうが綺麗だと思う。		-.79	cos_d_1 流行の化粧をしたい。	.79
cos_a_4 化粧をする必要はないと思う。		-.75	cos_d_2 いろいろな化粧を試みたい。	.75
cos_a_1 学生のうちは化粧をするべきでない。		-.72	cos_b_8 化粧をすると気分転換になる。	.71
cos_a_7 化粧は自分にとって必需品である。		.70	cos_c_8 化粧で自分のイメージを変えたい。	.71
cos_d_6 化粧をしなくても平気だ。		-.69	cos_c_4 会う人や場所によって化粧を変えるべきである。	.63
cos_b_1 化粧をしても効果が無いと思う。		-.66	cos_d_3 化粧をすると気分が良い。	.62
cos_b_7 化粧は毎日の習慣である。		.61	cos_c_1 化粧をして人にいい印象を与えたい。	.44
cos_b_6 化粧をせずに知人に会うと恥ずかしい。		.45	cos_c_2 化粧をすると自信がもてる。	.43
cos_c_7 化粧は面倒だ。		-.41	cos_c_5 化粧をすることで注目されたい。	.42
			[III. 身だしなみ]	
	II	III	cos_c_6 普段と違う化粧は恥ずかしい。	.88
[主成分間相関]	I	.54	cos_a_8 化粧をしないと相手に失礼だと思う。	.68
	II	.45	cos_a_5 改まった場所ではきちんと化粧をしないと、おかしい。	.49
			cos_a_3 化粧をしないと他人に見劣りすると思う。	.42

N = 253

初期主成分固有値 > 1.434；初期説明率 50.00%

Table 1-b 化粧リスク懸念尺度に関する主成分分析（プロマックス回転（ $k=3$ ））の結果：プロマックス回転後の主成分負荷量

	当該主成分負荷量		当該主成分負荷量	
[I. 自己顕示懸念]			[III. 化粧規範からの逸脱懸念]	
cos_ris_b_2 趣味やセンスが悪いと思われるのではないか。	.84		cos_ris_b_8 大胆すぎるのではないか。	.78
cos_ris_a_6 人から変な目でみられるのではないか。	.83		cos_ris_d_3 派手すぎるのではないか。	.69
cos_ris_a_5 流行に鈍感だと思われるのではないか。	.78		cos_ris_c_6 実用性に欠けるのではないか。	.54
cos_ris_b_3 慎みがないと思われるのではないか。	.70		cos_ris_c_7 全体のフィーリングが悪くなるのではないか。	.54
cos_ris_b_1 個性を発揮することができないのではないか。	.64		cos_ris_d_7 分不相応なのではないか。	.50
cos_ris_b_7 すぐ流行遅れになってしまうのではないか。	.63		cos_ris_c_3 化粧をしていく場所にふさわしくないのではないか。	.48
cos_ris_a_1 愚かに思われるのではないか。	.62		[IV. 流行性懸念]	
cos_ris_a_4 自分を引き立てることができないのではないか。	.58		cos_ris_e_1 それだけのお金をかける値打ちがないのではないか。	.82
cos_ris_a_8 自分には似合わないのではないか。	.56		cos_ris_e_4 すぐ、あきがくるのではないか。	.67
cos_ris_d_1 野暮ったく見えるのではないか。	.55		cos_ris_e_6 顔つきに、合わなくなるのではないか。	.61
cos_ris_c_4 顔立ちが悪く見えるのではないか。	.41		cos_ris_e_2 自分の年齢には合わないのではないか。	.60
[II. 品質・性能懸念]			cos_ris_e_7 ワンパターンの化粧になるのではないか。	.53
cos_ris_c_1 化粧くずれが、目立ちやすいのではないか。	.86			
cos_ris_a_7 化粧くずれが、しやすいのではないか。	.84			
cos_ris_b_4 汗で化粧くずれしやすいのではないか。	.82		[主成分間相関]	I .37 .49 .49
cos_ris_e_5 化粧のノリが、悪いのではないか。	.72			II .22 .33
cos_ris_d_5 すぐに化粧直しをしないといけないのではないか。	.63			III .39

N = 253

初期主成分固有値 > 1.298；初期説明率 56.27%

②化粧リスク懸念尺度

項目水準の検討により不適であった3項目（ ≈ 1.5 ；cos_ris_a_2, cos_ris_d_2, cos_ris_d_6）を除く35項目を対象に主成分分析を行い、2~7主成分を求めた。主成分パターンが明確であった4主成分を求めた（Table 1-b）。それぞれ「自己顕示懸念」、「品質・性能懸念」、「化粧規範からの逸脱懸念」、「流行性懸念」と命名した。

(2) 女性ファッション誌接触傾向尺度

この尺度では、予備的に項目水準の検討をすると、大半の項目が平均値が低かった（つまり、回答者によって購読雑誌がかなり分散している）、以下のようにした。標準偏差値（SD > .40）の基準を設定しチェックを行った。その結果、10項目が不適切であった（SD < .40：fa_a_9, fa_a_10, fa_b_2, fa_b_3, fa_b_10, fa_c_1, fa_c_5, fa_d_4, fa_d_6, fa_d_7）。

Table 1-c 女性ファッション誌接触傾向尺度に関する主成分分析（プロマックス回転 ($k=3$)）の結果：回転後の負荷量

	当該主成分負荷量		当該主成分負荷量
[I. カジュアル中心志向]		[III. ギャル系]	
fa_c_10 Soup. (スープ)	.70	fa_d_5 JELLY (ジェリー)	.79
fa_b_8 with (ウィズ)	.70	fa_a_7 egg (エッグ)	.74
fa_c_4 mina (ミーナ)	.66	fa_a_6 Popteen (ポップティーン)	.72
fa_b_7 MORE (モア)	.63	fa_d_3 BLEND (ブレンダ)	.57
fa_a_4 non-no (ノンノ)	.62	fa_c_8 SCawaii! (エスカワイイ)	.52
fa_b_5 mini (ミニ)	.62	fa_c_3 KERA (ケラ)	.51
fa_b_9 steady. (ステディ)	.58	fa_b_1 小悪魔 ageha (アゲハ)	.46
fa_c_7 spring (スプリング)	.55	[IV. コンサバ・エレガンス系・ストリート・カジュアル]	
fa_a_5 anan (アンアン)	.46	fa_c_2 FUDGE (ファッジ)	.70
fa_a_2 CUTie (キューティー)	.44	fa_d_1 CHOKiCHOKigirls (チョキチキガールズ)	.68
[II. お姉系・カジュアル]		fa_b_6 SEDA (セダ)	.64
fa_d_2 JJ (ジェイジェイ)	.82	fa_b_4 JILLE (ジル)	.60
fa_a_8 CanCam (キャンキャン)	.74		
fa_c_9 ViVi (ヴィヴィ)	.74		
fa_a_3 sweet (スウィート)	.73	[主成分間相関]	I .09 -.08 .28
fa_d_8 Ray (レイ)	.70		II .32 -.19
			III -.03

$N = 253$

初期固有値>1.377；初期説明率 50.73%

残りの 28 項目を対象に主成分分析（プロマックス回転 ($k=3$)）を行った。2~7 主成分解が算出できたが、負荷量パターンが解釈可能であった 4 主成分解について、上述の 2 尺度と同じ手順で分析を繰り返した (Table 1-c)。それぞれ、「カジュアル中心志向」、「お姉系・カジュアル」、「ギャル系」、「コンサバ・エレガンス系・ストリート・カジュアル」とした。

(3) 自尊心尺度

先の (1) の尺度と同様に行った項目水準の検討で適切な結果を示した 10 項目を対象に主成分分析を行い、未回転主成分負荷量を検討した。先行研究（諸井, 1995）と同様に、1 項目の負荷が低かった ($< |.40|$ 、「私は、もっと自分を尊敬できたらと思う。）。残りの 9 項目で再度分析を行うと、良好な結果が得られたので（負荷量：.65~.76；説明率：50.89%）、主成分得点を算出し、自尊心得点とした。

化粧リスク懸念と化粧意識との関係—正準相関分析—

化粧リスク懸念 4 主成分得点と化粧意識 3 主成分得点を対象として、正準相関分析を試みた。第 II 軸までの正準相関係数が有意であった (Table 2)。第 I 正準変量については、化粧意識の「必要性」が化粧リスクでの「自己顕示懸念」や「流行性懸念」を抑制することを示している。第 II 正準変量を見ると、「イメージの変化」と「身だしなみ」が「自己顕示懸念」や「品質・性能懸念」

Table 2 化粧意識と化粧リスク懸念との関係—正準相関分析—

	〈正準負荷量〉	
	I	II
[化粧意識]		
必要性	.94	.27
イメージの変化	.39	.86
身だしなみ	.13	.72
[化粧リスク懸念]		
自己顕示懸念	-.47	.76
品質・性能懸念	.39	.86
化粧規範からの逸脱懸念	-.32	.55
流行性懸念	-.69	.49
[正準相関 $p = .001$]	.41	.35

$N = 253$

III 軸 .34 $p = .072$

を喚起する。

日常の化粧度

化粧リスク、自尊心、および化粧度との関係を見るために、ピアソン相関を求めた (Table 3)。なお、自尊心と化粧度とは無関係であった。自尊心が高い者が、「自己顕示懸念」、「品質・性能懸念」、「流行性懸念」の点でリスク懸念をもたないことを示す有意な負の相関があった。また、化粧度が高い者は、「品質・性能懸念」を抱く有意な傾向が認められた。

Table 3 化粧リスク懸念, 自尊心および化粧度の関係—ピアソン相関係数—

	自尊心	化粧度
自己顕示懸念	-.28 a	-.05
品質・性能懸念	-.13 c	.20 b
化粧規範からの逸脱懸念	.02	-.05
流行性懸念	-.17 b	-.11
自尊心	****	.00

N = 253

a: $p < .001$; b: $p < .01$; c: $p < .05$

Table 4 女性ファッション誌接触傾向におよぼす化粧リスク, 自尊心, および化粧度の影響—重回帰分析(ステップワイズ法)の結果—

説明変数: 自尊心, 化粧度, 自己顕示懸念, 品質・性能懸念, 化粧規範からの逸脱懸念, 流行性懸念

従属変数: カジュアル中心志向	
自己顕示懸念	$\beta = .34$ a $R^2 = .12$ a
従属変数: お姉系・カジュアル	
品質・性能懸念	$\beta = .12$ d
化粧規範からの逸脱懸念	$\beta = .16$ c
化粧度	$\beta = .14$ c $R^2 = .07$ a
従属変数: ギャル系	
化粧度	$\beta = .17$ b
化粧規範からの逸脱懸念	$\beta = .16$ c $R^2 = .05$ c

N = 253

ステップワイズ法 (投入基準 $p < .05$; 除去基準 $p > .10$)

a: $p < .001$; b: $p < .01$; c: $p < .05$; d: $p < .10$

β : 標準化偏回帰係数; R^2 : 説明率

* コンサバ・エレガンス系・ストリート・カジュアルを従属変数とした場合には有意な変数はない。

女性ファッション誌接触傾向と化粧リスク懸念

化粧リスク懸念が女性ファッション誌接触傾向におよぼす影響を重回帰分析(ステップワイズ法: 投入基準 $p < .05$; 除去基準 $p > .10$)を用いて検討した(Table 4)。なお, 説明変数には自尊心得点や化粧度を加えた。化粧リスクの側面によってどのような女性ファッション誌をチェックするかが異なっていた。つまり, 次の影響関係が得られた。「自己顕示懸念→カジュアル中心志向」, 「品質・性能懸念→お姉系・カジュアル」, 「化粧規範からの逸脱懸念→お姉系・カジュアルおよびギャル系」。また, 自尊心の有意な影響はなかったが, 化粧度は,

「お姉系・カジュアル」と「ギャル系」雑誌への接触を有意に高めた。

IV. 考 察

本研究は, 化粧リスク懸念尺度の作成を中心にして, 先に述べた4つの主要目的のために行われた。

神山・高木(1987 a, b)のファッション・リスク評定尺度を改変して化粧リスク懸念を測定したが, 主成分分析により4主成分が抽出された。これらは, 内容的に神山・高木が見出した5因子とほぼ対応していた。本研究の4主成分のうち「自己顕示懸念」, 「化粧規範からの逸脱懸念」, および「流行性懸念」は, Robertson(1970)の心理社会的リスクといえ, 「品質・性能懸念」は機能的リスクにあたる。したがって, 目的Iについては, 化粧の場合にも, 神山・高木が扱った被服と同様に Robertsonが述べるリスク懸念が存在するといえよう。

ところで, ファッション・リスク評定尺度については, 40代女性を対象にしたり(中村, 2007), くつろぎ着と外出着に限定すると(神山・高木, 1988), 異なる因子構成が認められた。回答者数が若干少数であるが佐々木・菅佐原・田中(2000)も神山・高木(1987 a, b)が得た因子を再現していない。したがって, 本研究で対象とした化粧リスク懸念についても, 今後, 化粧の細部を加味したり(例えば, アイ・メイクに限定), 回答者の属性を考慮することが必要である。

次に本研究で作成した化粧リスク懸念尺度の妥当性の検討結果を検討する。

まず, 目的II-aについて述べる。本研究では, 平松・牛田(2004)による化粧意識尺度を用いて3主成分を得た(「必要性」, 「イメージ変化」, 「身だしなみ」)。平松・牛田の項目構成とは異なる3主成分であるが, 男女大学生を対象とした平松・牛田と異なり, 本研究の回答者は女子大学生であることによると思われる。化粧リスク懸念と化粧意識の対応を見るために行った正準相関分析では, 有意な2つの軸が見出された。第I軸は化粧の必要性の高まりが「自己顕示懸念」や「流行性懸念」を抑え, 第II軸は, 化粧によるイメージ変化や身だしなみという対人関係意識の高まりが「自己顕示懸念」や「品質・性能懸念」を生じる。これらの関係は, 化粧リスク懸念尺度の併存的妥当性を示すといえる。

次に目的II-bであるが, 自尊心は, 「自己顕示懸念」, 「品質・性能懸念」, および「流行性懸念」と有意な負の相関を見せたが, 「化粧規範からの逸脱懸念」と

は無関係であった。自己に対する肯定的評価は、他者からの逸脱を気につけないと予想されるが、なぜ「化粧規範からの逸脱懸念」で有意な相関が認められないかは今後検討すべきであろう。

最後に、化粧リスク懸念と女性ファッション誌接触傾向との間の弁別的関係についての目的Ⅱ-cの結果を論じる。本研究では、諸井ら(2010)による女性ファッション誌接触傾向尺度の項目を追加・削除して新たに実施した。諸井らとは若干異なる4主成分が抽出された(「カジュアル中心志向」, 「お姉系・カジュアル」, 「ギャル系」, 「コンサバ・エレガンス系・ストリート・カジュアル」)。

これらの4主成分それぞれを従属変数とする重回帰分析によって、化粧リスク懸念との弁別的関係を調べた。「自己顕示懸念→カジュアル中心志向」, 「品質・性能懸念・化粧規範からの逸脱懸念→お姉系・カジュアル」, 「化粧規範からの逸脱懸念→ギャル系」という有意なパスが確認された。これらは、化粧リスク懸念の抱き方によって接触する女性ファッション誌が異なることを示している。しかし、本研究で抽出された4つの化粧リスク懸念のうち、流行性懸念は雑誌接触への動機づけとならなかった。神山・高木(1988)は、くつろぎ着と外出着を対象として流行採用タイプとファッション・リスク懸念との関係を検討し、「革新者」が「後期追随者」に比べリスク知覚が低いことを見出した。したがって、本研究でとりわけ流行性懸念と女性ファッション誌接触傾向との有意な関連がなかったことは神山・高木の知見と一致しない。

以上見たように、化粧リスク懸念尺度の作成と妥当性を検討した本研究の結果は神山・高木(1987a, b)によるファッション・リスク概念を化粧にも適用可能であることを示している。しかしながら、抽出された化粧リスク懸念の4側面の安定性をさらに確認するとともに、他の心理的諸変数とのこれら4側面の弁別的関係を詳細に今後も検討すべきであろう。例えば、村澤(2001)によれば、化粧の機能は、①欠点や弱点をカムフラージュする「隠す」機能と、②新たな自己を表現する「見せる」機能から、構成される。女性ファッション誌への接触などはとくに②に関わる。先述した遠藤ら(2007)の知見は①の問題といえる。したがって、2つの機能における失敗懸念として化粧リスク懸念を捉えることも有意義であると考えられる。

(付記)

- (1) 本研究は、第1著者の板垣美穂(生活科学研究科生活デザイン専攻1年)が第2著者の下で卒業研究(同志社女子大学・生活科学部人間生活学科2010年度)のために収集したデータに基づいている。
- (2) データの統計的解析にあたって、IBM SPSS Statistics version 19.0.0.1 for Windows を利用した。

V. 引用文献

- 大坊郁夫(編) 2001『化粧行動の社会心理学－化粧する人間のこころと行動－』北大路書房
- 遠藤健治・森川ひとみ・箕輪りる・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(青山学院大学心理学会) 7, 17-31.
- 平松隆円 2009『化粧にみる日本文化－だれのためによそおうのか?－』水曜社
- 平松隆円・牛田聡子 2004 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.
- 伊奈正人 1999『サブカルチャーの社会学』世界思想社
- 神山 進・高木 修 1987a ファッション・リスクに関する研究(第1報)－‘知覚されたファッション・リスク’の構造－ 日本衣服学会誌 31(1), 32-39.
- 神山 進・高木 修 1987b ファッション・リスクに関する研究(第2報)－ファッション・リスクの知覚に影響する個人的要因－ 日本衣服学会誌 31(1), 40-46.
- 神山 進・高木 修 1988 流行志向性とファッション・リスクの知覚 日本衣服学会誌 32(1), 22-30.
- 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(輿論科学協会) 21, 30-41.
- 諸井克英 1995 成人女性における電話による社会的支援と心理学的健康 社会心理学研究 11, 51-62
- 諸井克英・花高亜紀・尾島智美 2010 女子大学生におけるサブカルチャーに関する社会心理学的研究(I)－恋愛観、被服志向性、女性ファッション誌接触傾向の関連－ 同志社女子大学学術研究年報 61, 91-102.

- Morris, D. 1977 *Manwatching*. Jonathan Cape Ltd. 藤田 統 (訳) 『マンウォッチング』 2007 小学館文庫
- Morris, D. 2004 *The naked woman*. Jonathan Cape Ltd. 常磐新平 (訳) 『ウーマンウォッチング』 2007 小学館
- 村澤博人 2001 装いと変身の化粧 大坊郁夫 (編) 『化粧行動の社会心理学－化粧する人間のこころと行動－』 北大路書房 64-75.
- 中村浩美 2007 40代女性のファッション・リスクに関する一考察 日本衣服学会誌 **51(1)**, 25-36.
- 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.
- Robertson, T. S. 1970 *Consumer behavior*. Scott, Foresman and Company. 河村豊次 (訳) 『消費者行動の科学』 1973 ミネルヴァ書房
- Rosenberg, M. 1979 *Conceiving the self*. Basic Books.
- 佐々木輝美世・菅佐原智恵・田中由香里 2000 被服購買行動に関する研究－ファッション・リスクについて－ 昭和学院短期大学生活科学誌 **11**, 34-40.

(2011年11月9日受理)

Appendix 1 化粧リスク懸念尺度における残余項目

cos_ris_a_2	表情をつくりにくいのではないか。
cos_ris_a_3	化粧の仕方が難しいのではないか。
cos_ris_b_5	手持ちの服と組み合わせにくいのではないか。
cos_ris_b_6	自分の品位が損なわれるのではないか。
cos_ris_c_2	化粧した後で後悔するのではないか。
cos_ris_c_5	自分の地位や立場にふさわしくないのではないか。
cos_ris_d_2	化粧品のブランド名が知られていないのではないか。
cos_ris_d_4	肌触りが悪くなるのではないか。
cos_ris_d_6	同じ化粧を多くの人がしているのではないか。
cos_ris_d_8	手入れや取り扱いが、難しいのではないか。
cos_ris_e_3	化粧品の質が、悪いのではないか。
