

# 化粧するココロと行動についての考察

平松隆円

## 1. はじめに

化粧は、日常的な行動の1つである。それも、男女を問わずに、日本だけではなく世界中で行われている。だが、「私は化粧をしない」という者もいるだろう。果たして、本当にそうだろうか。朝起きて顔を洗う、寝ぐせの髪を整える、歯を磨く、顔にクリームを塗る、ファンデーションを塗る、口紅を塗るなど。これらすべてが化粧である。

1日の活動がはじまってから終わるまでに、顔面になにも手を加えないという者は、ほとんどいない。ひとはなにかしら、顔面に手を加えるのである。

日々の生活の中で、いや、ひとが生きていく中で行わずにはいられない化粧であるが、その研究はあまり進んでこなかった。外見という意味では、類似するものに衣服があるが、それについては家政学などを中心とした研究の蓄積がある。

なぜ、化粧はこれまで十分に研究が行われてこなかったのであろうか。果たして化粧は、研究対象として学術的意義をもち得ないのであろうか。その疑問に答えつつ、化粧におけるココロとその行動の関係について概観してみたい。

## 2. 化粧とはなにか

まず、化粧とはなにかということについて確認をしておきたい。一般に化粧とは、化粧品を用いて行う行動である。薬事法はその第2条で、ひとの身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、または皮膚もしくは毛髪を健やかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされているもので、人体に対する作用が緩和なものとして化粧品を定義している。つまり化粧とは、顔面の健康を維持

し、容貌を美しく演出するための行動である。

しかしながら、これは化粧にまつわる法的定義の1つにすぎない。有史以来行われてきた化粧のすべてを、これにまとめることはできない。実際、『広辞苑』などの国語辞書を開いてみると、化粧には顔料を塗抹して美しく装うことだけでなく、身なりをつくろい、整えるという身だしなみの意味がある。

また、化粧を意味する英語に COSMETIC があるが、その語源であるラテン語の *kosmetike* についても、*kosmetike techne* と *kommotike techne* という2つの意味がある。*kosmetike techne* とは美容術のことであり、医学の一部として健康な体を維持する技術を意味している。古代ギリシャではマッサージや清浄を保つなどの手入れで、自然に美しい肉体をつくると考えていた。また、*kommotike techne* とは化粧術のことであり、装飾的な装いの技術を意味している。この技術は、遊女や男色者のための技術であり、古代ギリシャでは見せかけ、うそ、ごまかしの美を与えるものと考えられていた。

洋の東西を問わず、化粧は美しく装うことと、身だしなみの2つの意味を含むものとして考えることができる。

## 3. 化粧の目的と機能

容貌を変えたいという強い欲求は有史以来、人々の間で、今日まで普遍的に存在する。しかしこの欲求は、人間に特有の社会的欲求と考えることができる。なぜならば、ひとは社会や文化などにより規定される美的概念に基づき、化粧を利用して自己をより美しく変容しようとしているからである。そのような欲求は、動物にはみられない。

しかしそれは、化粧がたんなる装飾として、自

分とは異なるなにかに変容させることだけを意味しているわけではない。松井 豊・山本真理子・岩男寿美子（『マーケティングリサーチ』, 1983 年）は、化粧の役割を他者への印象管理と自己補完と指摘しているが、化粧は自己の延長として、このように認めて欲しいという承認欲求や評価懸念を前提として存在し、その欲求を満たすのである。それは、決して全く異なる存在へと変身するのではなく、理想の自己へと近づける行動なのだ。

鮑戸 弘（『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）は、化粧について、対自的機能と対他的機能の2つの機能を指摘している。対自的機能とは、化粧の行動者自身の効果をめぐる化粧の機能のことであり、自己満足や気分などである。また対他的機能とは、同性か異性かにかかわらず、他者や社会を意識することによって生じる化粧の機能のことであり、個性化、美化欲求、身だしなみなどである。つまり、化粧をすることが楽しい、気分が良くなるという化粧行動の主體的な楽しみとしての側面と、男性からも女性からもきれいだと思われたいという他者からの目を意識しての自己管理の側面である。

化粧は、他者への印象を操作しようと容貌を変えるだけでなく、化粧をする者自身のココロも変える。化粧が、粧い化けると書くからといって、その行動が軽んじられてよいわけではない。化粧を行うことで、ひとは自己を理想に近づけ自信をもち、人間関係を円滑に維持しようとしている。化粧はひとが生きるために必要不可欠な行動だと言える。

#### 4. 化粧するココロと行動

化粧は誰しもが行うとは言え、その程度には差がある。これまで、化粧の動機を探るため、化粧をよく行う者とそうでない者との比較のなかで、パーソナリティといった性格特性にどのような違いがあるのかについて、主に社会心理学分野で研究が行われてきた。

当然のことながら、化粧をするのには、なんらかの効果があると期待するからである。松井 豊・山本真理子・岩男寿美子（『マーケティングリサーチ』, 1983 年）は、化粧の効果期待について調査し、

化粧をすることの喜びや満足感、他者に対して適切なイメージが呈示できる、社会適応や心の健康が得られると感じることが化粧の動機になっていると明らかにした。山本純子・加藤雪枝（『椋山女学園大学研究論集』, 1991 年）は、化粧に対する意識を調査し、化粧とはおしゃれのための重要な要素であると同時に、生活習慣の1つであることを明らかにした。笹山郁生・永松亜矢（『福岡教育大学紀要』, 1999 年）は、化粧行動を規定する要因を検討し、職業や年齢という属性の違いにより、学生はおしゃれとして、専業主婦は生活習慣としての意識が高いことを明らかにした。

また、化粧をすることに影響を与えるのは効果の期待だけではない。性格特性といったパーソナリティによって規定される部分も多い。菅原健介（『ワードマップ・セックス』, 新曜社）は他者にみられる自己への関心が低く、他者の目が気にならない者ほど化粧に対するこだわりが強く、化粧をした顔に自信がない者は、化粧への気後れや評価懸念を示し自然で地味な化粧を行うこと、その逆に化粧をした顔に自信のある者は演出的な化粧や儀礼的な化粧を行うことを指摘した。平松隆円（『繊維製品消費科学』, 2003 年・2004 年）は、化粧行動や化粧意識とそれを規定する性格特性の解明に関する一連の研究を行い、男女共通して他者からみられる自己への意識が化粧関心・化粧行動・化粧期待と関連し、男性は社会的な男らしさが、女性は社会的な女性らしさが化粧関心や化粧行動と関連することを明らかにした。また、男女には共通して、魅力向上・気分高揚、必需品・身だしなみ、効果不安の化粧意識があり、男性では魅力向上・気分高揚が、女性では魅力向上・気分高揚、必需品・身だしなみ、効果不安が化粧行動に関連することも明らかにした。さらには、男性では他者の外見に対する意識が、女性では自己や他者に対する外見への意識は化粧意識を規定していることを明らかにした。

ひとは生きていく中で、その集団の成員としてふさわしい生活様式、価値を身につける。それは化粧も同様である。それゆえ、ひとは状況に応じて一定の方法で化粧を行う。つまり、社会的な場面で化粧行動を規定する行動や判断の基準として

の化粧規範が、人々の間で存在していると考えることができる。まさにそれが、化粧に身だしなみという意味が含まれる所以である。

そこで平松隆川（『ファッションビジネス学会誌』、2010年、『繊維製品消費科学』、2013年）は、どのように化粧を行うかについて、規範という観点から検討している。例えば、公衆場面での化粧行動や社会的是非は、特定・不特定の他者の存在や状況の公私によって構造化されていること、不特定他者がいる比較的公的な場面で社会的にも化粧をしてよいと考えている者は、特定・不特定の他者の存在に関係なく化粧行動を行っていることを明らかにしている。また、同窓会に出席する、学校で授業を受ける、友人と外出するなどの社会的場面と、自分を引き立てる化粧をする、周囲の人から信用を損なわない化粧をする、伝統やしきたりに合っている化粧をするなどの化粧基準を組み合わせて分析した結果、調和、個性、同調、近接、若さ、の5つの化粧規範意識を明らかにした。

化粧に対する行動や意識は複雑であり、年齢・性別・ライフスタイル・性格特性などによって大きく異なる。また、それぞれの要因が個別に影響を与えているのではなく、要因同士も複雑に絡み合い、関連し合って影響を与えている。いわば、化粧は文化や社会によって規定される行動なのだ。そして、そのような化粧規範意識や文化、社会の産物としての化粧は、対人行動やメディアとの接触などを通じて行われる。にもかかわらず、どのような要因により、化粧の行動や意識が規定されているのかについての研究は、まだまだ十分

に行われているとは言いがたい。

ところで、化粧をするのにはなんらかの効果を期待するからといったが、具体的にはどんな効果があるのだろうか。化粧の効果に関する初期の研究は、1952年のWilbert James McKeachie（『The Journal of Social Psychology』、1952年）による、口紅が対人印象に与える効果を測定することから始まっている。その後、Judson Mills & Elliot Aronson（『Journal of Personality and Social Psychology』、1965年）が、印象が他者への説得力にどのような影響があるのかについて検討し、化粧を施した場合は施していない場合より、他者への説得がより成功すると明らかにするなど、印象形成の手掛かりとしての化粧の効果に関する研究が行われた。

日本では1965年に、鐘淵紡績(株)化粧品研究所（『BGの化粧の有無と疲労に関する実験調査報告書』、1965年）が労働科学研究所労働心理学研究室に依頼して行った、有職女性を対象とする化粧と疲労との関連についての研究が最初である。1970年代に入ると、疾病により損傷した容貌の化粧による補完と精神状態の安定に関する研究が、大学の心理学教室などで本格的に始まった。いわゆる、化粧療法に関する研究のスタートである。

化粧療法とは、化粧が個人に与える心理的な効果を利用した心理的または生理的な治療のことと定義される。しかしながら、これまでの化粧療法に関する研究を概観すると、化粧が外見改善のために用いられたというよりも、自己と他者との関係についての認知や、自己認知そのものが歪んで

**トルナーレ®** 多機能性糖液

細胞賦活

細胞保護

UVダメージ肌を保護

IWASE  
COSFA  
<http://www.cosfa.co.jp>

抗炎症作用 肌荒れ防止

製造元 株式会社 林原生物化学研究所

販売元 **岩瀬コスファ株式会社**

大阪：Tel.06-6231-3456 東京：Tel.03-6202-2345

いる症状の改善として、化粧の効果があったと考えることができる。すなわち、化粧を印象管理の方法として考える場合、ひとは現在の印象と化粧によって操作したい印象を、他者の視点で思い描く。そのプロセスを、化粧という行動を通じて意図的に行わせるのが化粧療法である。そして現在では、うつ病患者や老人性認知症患者の症状改善の手掛かりとして、化粧の活用が行われている。しかしながら、化粧療法に関する研究が相対的に多く行われているものの、問題点も少なくない。それは、主に高齢の女性や医学的な疾患がある女性を対象として行われており、対象が限定的であるということである。さらに、化粧は日常的に行われる行動であるにもかかわらず、専門的な技術者の介入を前提として行われていることである。そのような中、平松隆円（『佛教大学教育学部学会紀要』2009年・2011年）は男女大学生や妊産褥婦を対象にマニキュアを用いて検討を行い、リラクゼーション効果が認められることを明らかにしている。

だがなにも、化粧の療法という側面だけに焦点をあてずとも、日々の化粧行動でも、私たちはその効果を実感している。大坊郁夫（『感情心理学研究』1995年）は、女子大学生を対象に、素顔、ナチュラルメイク、ヘビーメイクの3パターンで、そのときの状態の不安感や積極性を測定したところ、素顔やヘビーメイクでは不安感が高く、ナチュラルメイクで不安感が低下すること、積極性は素顔やヘビーメイクで低く、ナチュラルメイクで積極性が高まることを明らかにしている。すなわち、

自己の延長として、自己の欠点を補完し理想的な自己へと近づけるナチュラルメイクでは、不安感が低下し積極的な気持ちになれるものの、素顔や自分とは全く異なる自分へと変身させてしまうようなヘビーメイクでは、不安感が高まり積極的な気持ちになれない。化粧はひとの容貌だけではなく、ココロまで変える力をもっている。

## 5. おわりに

化粧というと、一般的には顔料を塗抹する行動を想起させる。だが本来は、容貌の健康を維持し、美しく演出するための、化粧品などを用いた行動の総称なのだ。そしてそれは、女性に限定された行動ではない。男性もまた、化粧を行っている。

化粧は、単なる一過性のファッションなのではなく、また行わなくてもよい不要なものでもない。化粧は、化粧をする者の容貌を変える。だが、容貌の変化はそれをみる者だけではなく、容貌を変えた者のココロにも作用する。

化粧を行う意義は大きい。にもかかわらず、冒頭で記したように、化粧に関する研究はこれまで行われることが少なかった。その理由について心理学者のEllen Berscheid（“An overview of the psychological effects of physical attractiveness”, 1981年）は、身体的外見の真のインパクトを認めたくないという集団的意志が研究に影響し、過去そして現在も、研究や実践に影響を与え続けていると指摘する。すなわち、顔に手入れを行い、顔料を塗抹する化粧が美醜の問題と関係するために、研究が避けられてきたのである。

## グルカム、グルカメートシリーズ

メチルグルコース誘導体

湿潤作用

柔軟化作用

増粘作用

乳化剤

製造元 Lubrizol社

販売元 岩瀬コスファ株式会社

大阪：Tel.06-6231-3456 東京：Tel.03-6202-2345

IWASE  
COSFA  
<http://www.cosfa.co.jp>

純粹に化粧を対象としながらも、それが与える社会へのインパクトは、なにを美とし、なにを醜とするのか、そして美となるにはどのようにすればよいのかといったことだけに焦点が当てられてしまう。研究内容、そして研究者への批判の懸念から、研究が進展してこなかった。だが化粧は、

言うまでもなく、ひとがひととして生きていくために必要不可欠な存在なのである。

#### 参 考 文 献

- 1) 平松隆円, “化粧にみる日本文化”, 水曜社 (2009)

## Consideration on makeup behavior and personality

**Abstract** : Applying cosmetics is something we all do every day. There have been no penetrating discussions about cosmetic application being a specific reality both socially and culturally. Cosmetic application is not an abstract behavior, but instead a concrete, social, and cultural phenomenon. Also, it is a form of behavior and criteria of value that links with all elements of society, culture, and psychology, as well as a custom based on that. Personal character and social lifestyle affect the facial expression and attractiveness. And the application of cosmetics, which emphasizes that and is conducted with intent, is a result produced by society and culture, and a projected plan.

**Key words** : cosmetics, makeup, appearance, behavior, personality



Ryuen Hiramatsu

Suan Sunandha Rajabhat University  
タイ国立スアンスナンタ・ラチャバット大学

化粧心理学者

2008年化粧研究で博士(教育学)。国際日本文化研究センター、京都大学、タイ国立チュラロンコーン大学を経て、現在はタイ国立スアンスナンタ・ラチャバット大学専任講師。専門は化粧心理学・化粧文化論。主著に『化粧にみる日本文化』、『黒髪と美女の日本史』などがある。

## 特集／化粧行為, 化粧動作の研究と応用 Research and application of makeup acts

化粧するココロと行動についての考察

Consideration on makeup behavior and personality

..... タイ国立スアンスナンタ・ラチャバット大学 平松隆円 (14)

ナラティブ・アプローチによる化粧行為の分析

Analysis of applying cosmetics by narrative approach

..... 立命館大学 立命館グローバル・イノベーション研究機構 木戸彩恵 (19)

脳血流計測によるスキンケアやフェイシャルマッサージの有用性評価

Assessment of the benefits of skin care and facial massage by measuring cerebral blood flow changes

..... ノエビアグループ総合研究開発部 新素材開発グループ 川口屋 幸・新垣健太・鳥居宏右 (25)

化粧療法研究による新たな知見

New insight into cosmetic therapy

..... 資生堂 池山和幸 (33)

作業療法の視点による化粧動作の検討

Examination of the performance analysis of making up by the viewpoint of the occupational therapy

..... 首都大学東京大学院 人間健康科学研究科 作業療法科学域 石橋 裕・石井良和  
東京工科大学 医療保健学部 作業療法学科 石橋仁美 (40)

使いやすさを設計に反映する化粧用パフのデザイン

The design planning of the cosmetic puff reflect the usability

..... イノアックコーポレーション 今井由美, 信州大学 高寺政行・金 晃屋 (45)

大学生及び短期大学生における装い起因障害の実態把握

The survey of actual rate of people experienced problems caused by adornment on college students and junior college students

..... 東京未来大学 鈴木公啓, 武蔵野大学 矢澤美香子 (52)

### 〔最新研究〕

アルプスの美が贈る究極の肌感覚—エーデルワイス抽出物に関する新知見

..... DSM ニュートリションジャパン パーソナルケア部 淵端三枝,  
DSM Nutritional Products Marie-Sophie Meisinger (62)