

心理・社会的発達と化粧行為の関連の検討 ——ライフ・ステージによる化粧意識の相違と老年期の化粧

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

Psychological research on cosmetic behaviour/consciousness has been conducted primarily within the framework of social psychology. However, psychology does not focus sufficiently on the possible transfer of cosmetic behaviour/consciousness to an individual's specific cohort and age. The purpose of this study was to understand the transforming role of cosmetic behaviour/consciousness using questionnaire and qualitative research methods. In the first experiment, 90 participants (age range, 20–80 years) were asked to rate daily cosmetic use on a scale and report their cosmetic assumptions, their identity and gender identity. In the second experiment, 20 participants (age range, 20–70 years) participated in a semi-structured interview using the Schedule for the Evaluation of Individual Quality of Life. The data showed that cosmetic behaviour/consciousness in elderly women does not lead to general beauty consciousness and/or anti-aging consciousness from the perspective of life-span developmental psychology. Rather, social and common-sense dignity was emphasised. This attitude is expected to lead to deeper self-understanding and attractiveness due to cosmetic behaviour.

1. 緒言

化粧行為の対象は幼少期から老年期まで幅広い年齢に拡大する傾向にある。特に老年期の化粧についてはQOL（生活の質）の向上などといった目的から一定の成果をあげており、多くのボランティア等が活動を支えている状況がある。そうした活動の中では、「美しさ」や「抗齢（アンチエイジング）」など、実年齢よりも見た目を若く操作することが追及される。

活動の学術的根拠の一つとなる、化粧に関する心理学的研究は主に社会心理学分野において進められてきた。たとえば、宇山・鈴木・互(1990)¹⁾の研究では、実際に化粧を施した上で、その時の心理的变化が検討されている。宇山ら(1990)の研究からは、「積極性の上昇」「リラクゼーション」「対外的な気分の高揚」「対自的な気分の高揚」「安心」の5つの効用があることが明らかになっている。また、山本(2000)²⁾は、「顔の印象と対人的印象」において、外見の操作に焦点をあて、外見情報が他者との関係性の初期段階に与える影響や、外見の特徴が自他に与える影響をまとめている。そして、外見を通じた印象管理プロセスと管理に対する敏感さ、個人差について議論を展開した。その一方で、化粧をする個人の年齢やコホートに特徴的な化粧の意識や行為が変容していくという発達心理学的な検討はまだ充分ではない。現時点では、年齢段階が上がるに伴い化粧

の意識が段階的に変化していくことが研究されている（たとえば、阿部, 2001)³⁾にすぎず、化粧の役割が「質」的に変容することについて十分に議論がなされていない。

一方で、エイジング概念や老年期の化粧は確実に普及している。特に実践的な心理支援やマーケティングの観点からの介入は枚挙に遑がない。そうした文脈のなかでは、魅力の低下や美容・装いに関する関心の低下が単純に問題とされ、「ステキ」に元気になることを目指した介入がおこなわれる。こうした動向のなかで、発達と化粧の連関を巡る問題は基礎的な課題といえる。

生涯発達心理学の第一人者であるエリクソンは、老年期の発達における課題を自我の統合としている。老年期には人生のあらゆる心理社会的要素を体制化していくことが課題になり、自己の内的な特性と向き合うことが求められるようになる。つまり、より個別性の観点が強くなる老年期に単に多くの人から若々しく見えることを目指す現在の老年期の化粧の理解そのものを当てはめることが適切でない可能性がある。

そのため、本研究では生涯発達の視点に基づき、心理・社会的発達と化粧行為の関連の検討をおこなった。その際、時間の経過と共に宛先（となる他者や環境システム）との関係が変容すること、発達に伴い自身の身体性とそれを表現する仕方が変容することを考慮に入れ、20代から80代までの女性を対象とした質問紙調査と項目自己生成型QOL尺度を取り入れたインタビュー調査を実施した。

2. 調査

2.1. 質問紙調査

2.1.1. 調査協力者

調査協力者は、20歳から86歳までの女性90名（平均年齢54.00歳、標準偏差25.28歳であった）。うち、本調査で



An examination of socio-cultural development and cosmetic behaviour/consciousness: Cosmetic assumptions among different life-stages and cosmetic behavior/consciousness in elderly women

Ayae Kido

Ritsumeikan Global Innovation Research Organization, Ritsumeikan University

は、便宜的に20代から40代までの調査協力者を若年群(34名、平均年齢23.61歳、標準偏差7.54歳)、50代以上の調査協力者を中高年群(56名、平均年齢71.73歳、標準偏差10.77歳)と定義した。

2. 1. 2. 調査方法

全調査協力者に対し、本研究の趣旨・内容・調査協力者の権利に関する説明をおこなったうえで、質問紙への回答を求めた。中高年群の質問紙調査では、郵送にて質問紙を回収する手続きをとった。全体として120部を配布したうち、中高年群の質問紙回収率は46.7%であった。

2. 1. 3. 質問項目

質問項目は、①日常的に行っているメイクアップに関する項目として、化粧に関する一般的な質問4項目(化粧の頻度(選択形式／6段階)、濃さ(選択形式／4段階)、嗜好性(選択形式／5段階)、生活環境(選択形式／4段階))と②化粧に対する意識12項目(選択形式／5段階)(山田、2012⁴⁾)を参考とした)を用いた。また、③アイデンティティに関わる質問項目として、自己の斉一性、一貫した自己感、自己に対する信頼の感覚、自己肯定的な自己受容の感覚を表す項目から構成されている藤村(2008)⁵⁾のアイデンティティ尺度7項目(選択形式／5段階)と、性別に対してどの程度のアイデンティティ感覚を持っているのか、その強さについて測定する尺度である佐々木・尾崎(2007)⁶⁾のジェンダー・アイデンティティ尺度7項目(選択形式／5段階)を用いた。

2. 1. 4. 分析方法

調査協力者を便宜的に若年群、中高年群に分け、質問項目①③については、*t*検定を用いて両群の平均の差の比較の検討をおこなった。質問項目②については、各項目の平均を算出した上でグラフ化した。

2. 2. インタビュー調査

2. 2. 1. 調査協力者

インタビュー調査協力者は若年群13名(20代9名、30代2名、40代2名)、中高年群7名(50代2名、60代3名、70代2名)の計20名であった。質問紙調査時に追跡調査への協力が可能と回答した調査協力者に個別にアポイントをとり、個別に1度ずつインタビューをおこなった。インタビュー時間は、最短約1時間から最長約4時間程度であった。インタビューの実施は、調査協力者が指定した場所を調査場所として選定し、個別に実施した。いずれのインタビューにおいても個人情報の保護管理に了承を得た上で録音の許可をとり、許可を得た上で会話内容をICレコーダーに録音した。

2. 2. 2. 調査方法

項目自己生成型QOL尺度であるSEIQOL-DW (Schedule for the Evaluation of Individual Quality of Life—a Direct Weighting procedure for Quality of Life Domains) 日本語版実施マニュアル(大生・中島、2007⁷⁾)に準じる形式で半構造化インタビューを実施した。

SEIQOL-DWを用いたインタビュー調査の手続きは、以下のとおりである。まず、調査協力者が現時点で日常的なメイクアップをする際に、最も大切だと考えることについて領域・項目(Cue)を5つ挙げてもらう。このとき調査者はCueの定義や具体的な内容を聞き取る。もしCueを5つ列举出来ない場合は、マニュアルに付随する項目リストを例示する。次に、各CueにおけるLevel(充足度)をアナログの視覚尺度(Visual Analog Scale: VAS)を用いて評価してもらう。この際、初めにメイクアップ後の状態について評価してもらい、次いでメイクアップ前の状態について評価してもらう。そして、先ほど挙げた各CueのWeight(相対的重要度)を、円グラフを使って示す。最後に、各CueのLevelとWeightを掛け合わせ、SEIQOLの指標(index)を算出する。QOL indexは0から100の間で算出され、数値が高くなるほどQOLが高いと判断される。

2. 2. 3. 分析方法

SEIQOL-DWのQOL indexの算出

調査協力者が評価したQOLをSEIQOL-DWのマニュアルに基づき、QOL indexとして数値化した。次にQOLに関連する領域として構成されたCueに焦点をあて、年代別にQOLを構成するCueがどのような領域により構成されているかを検討した。メイクアップ前と後のCueのLevelの違いを比較することで、メイクアップによるQOLの変容を記述するよう試みた。

KJ法によるモデル化

調査協力者がメイクアップをする際に重要視するCueの領域を質的に把握するために、異質のデータや情報を統合することによって新しい発想とアイデアを生む方法論(川喜田、1970)⁸⁾であるKJ法を使用し、データの整理をおこなった。

KJ法実施にあたっては、調査協力者のCueから100(1人につきCueは5つ)のラベルを作成した。年代別のデータの分散が分かるようにカードを色分けし、KJ法の手順(川喜田、1970)に従い分析を実施した。

3. 結 果

3. 1. 質問紙調査結果

質問項目① 日常的に行っている化粧(メイクアップ)についての項目

頻度、濃さ、嗜好性、環境の各項目について、調査協力

者が日常的に行っているメイクアップの統計的差異について t 検定を用いて検討した。

メイクアップの頻度 若年群と中高年群のメイクアップの頻度の平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分散を仮定しない) をおこなったところ、 $t(88)=1.05, p=0.30$ であり、若年群と中高年群のメイクアップの頻度に差異は認められなかった。

メイクアップの濃さ 若年群と中高年群のメイクアップの濃さの平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分散を仮定する) をおこなったところ、 $t(88)=2.22, p=0.03$ であり、若年群と中高年群のメイクアップの濃さの差異が認められた。

メイクアップ嗜好性 若年群と中高年群のメイクアップ嗜好性の平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分散を仮定する) をおこなったところ、 $t(88)=2.02, p=0.05$ であり、若年群と中高年群のメイクアップの指向性の差異が認められた。

メイクアップ環境 若年群と中高年群のメイクアップ環境の平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分散を仮定する) をおこなったところ、 $t(88)=0.93, p=0.35$ であり、若年群と中高年群のメイクアップの環境の差異が認められなかった。

t 検定の結果、若年群と中高年群のメイクアップの頻度と環境には、差異が認められなかった。一方で、濃さと嗜好性については、若年群と中高年群に差異が認められた。具体的には、中高年群のメイクアップはより薄く、

メイクアップがあまり好きではないと評価されていた。

この結果から、若年女性と中高年女性のメイクアップ頻度と環境は同様でありつつも、中高年女性の方がメイクアップは薄く、嗜好性は低くなる傾向があることが明らかになった。

質問項目② 化粧に対する意識についての項目

化粧に対する意識については、各質問項目の平均を算出した上でグラフ化した (図 1)。

全体的な回答傾向として、大きな差は認められなかったため、両群の差が 0.5 ポイント以上ある項目のみについて言及する。中高年群の平均値が若年群の平均値よりも 0.5 ポイント以上上回っていた項目は、「②化粧をすると心が落ち着く (中高年群 3.30, 若年群 2.80)」であった。反対に、中高年群の平均値が若年群の平均値よりも 0.5 ポイント以上下回っていた項目は「③化粧をすると気持ちが引き締まる (中高年群 3.52, 若年群 4.17)」、「⑤化粧をして男性から魅力的だと思われたい (中高年群 2.55, 若年群 3.34)」であった。

質問項目③ アイデンティティおよびジェンダー・アイデンティティ尺度項目

若年群と中高年群のアイデンティティ尺度の平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分散を仮定する) をおこなったところ、 $t(78)=5.51, p=0.00$ であり、若年群と中高年群のアイデンティティ項目回答傾向に強い差異が認められた。同様にジェンダー・アイデンティティ尺度の平均の差が統計的に有意かを確かめるために、有意水準 5% で両側検定の t 検定 (等分

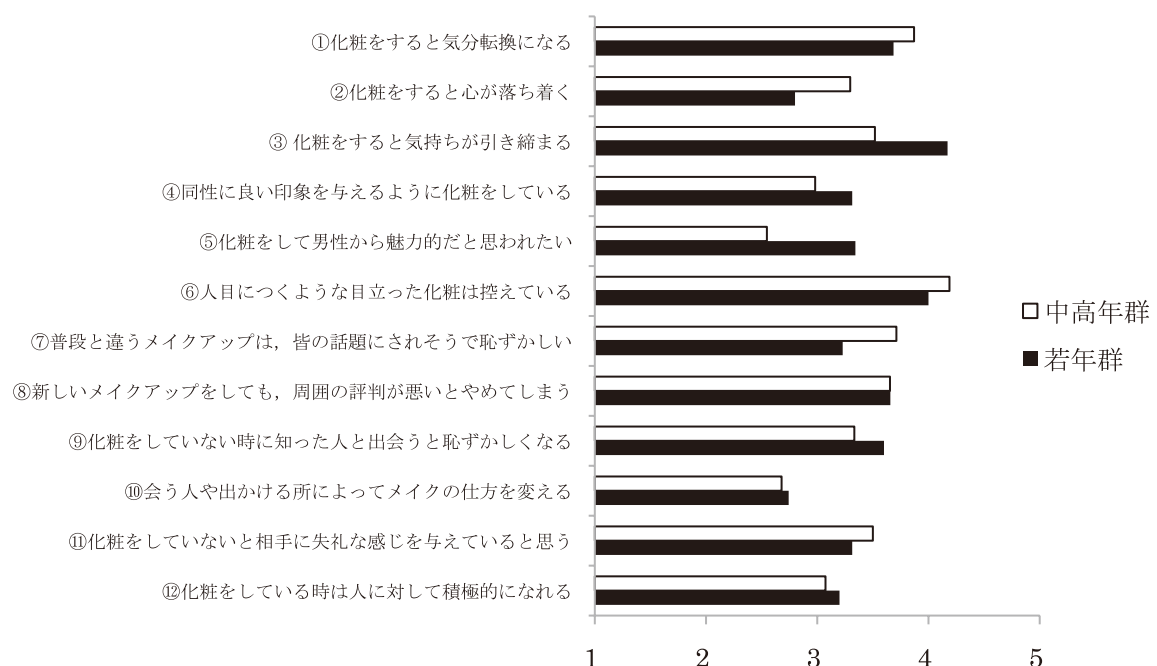


図 1 化粧に対する意識

散を仮定しない)をおこなったところ、 $t(78) = 3.55$, $p=0.00$ であり、若年群と中高年群のジェンダー・アイデンティティ項目回答傾向に強い差異が認められた。

いずれの尺度においても、共通して中高年女性が若年女性よりもよりアイデンティティ受容の感覚が強いことを示す結果となった。

3. 2. インタビュー調査結果

3. 2. 1. メイクアップによるQOL indexの変化

若年群のメイクアップ前のQOL index値の平均は27.27 ($SD=13.18$), メイクアップ後のQOL index値の平均は69.33 ($SD=8.23$)であった。メイクアップ前に比較し、メイクアップ後には平均で42.06ポイントQOL値が上昇していた。これに対して、中高年群のメイクアップ前のQOL index値の平均は33.55 ($SD=22.78$), メイクアップ後のQOL index値の平均は60.80 ($SD=20.16$)であった。メイクアップ前に比較し、メイクアップ後には平均で27.25ポイントQOL値が上昇していた。

若年群と中高年群のメイクアップに関するQOL index値を比較すると、中高年群は若年群に比べてメイクアップ前のQOL値は6.28高く、メイクアップ後のQOL値は8.53低かった。中高年群のメイクアップ前後の変化は、若年群と比較して、14.81ポイント小さかった。

なお、QOL indexで算出した数値について、母数が少ないことから統計的検定は実施しなかった。

3. 2. 2. KJ法分析結果

調査協力者がメイクアップをする際に重要視するCueの領域から、計100枚のカードが作成された。これらをカテゴリとして編成した結果、第1段階で41カテゴリとなり、第2段階で19カテゴリ、第3段階で11カテゴリ、第4段階で6カテゴリとなった。第4段階でこれ以上まとめようのない最大カテゴリになったと判断し、編成は第4段階で終了した。なお、第4段階で生成したデータのまとまりを「グループ」、第3段階で生成したデータのまとまりを「大カテゴリ」、第2段階で生成したデータのまとまりを「中カテゴリ」、第1段階で生成されたデータのまとまりを「小カテゴリ」と表現した。以下では、グループを【 】、大カテゴリを《 》で示し、説明を加える。

第4段階で抽出されたグループは【美しく可愛く見えるよう顔立ちを補正し、楽しくモチベーションを上げる】、【周囲との調和をとり関係性になじむ】、【他人に見せる若々しく新たな顔をつくり、自信と高揚感を高める】、【不快感や負担のない健康的で自然な表情やスタイルをつくる】、【質の良い化粧品を使い、肌状態を整えてきちんとした清潔感のある身だしなみに仕上げる】、【社会的・常識的な品格ある女性らしい魅力】の6つであった。

これらの結果を図解化したものが図2である。図解の縦軸が、個人と関係性を、横軸が幼さと成熟を、右上がりの斜め軸が社会的ベースと生理的ベースを、左上がりの斜め軸が可愛らしい魅力と品格ある魅力とをそれぞれ示している。

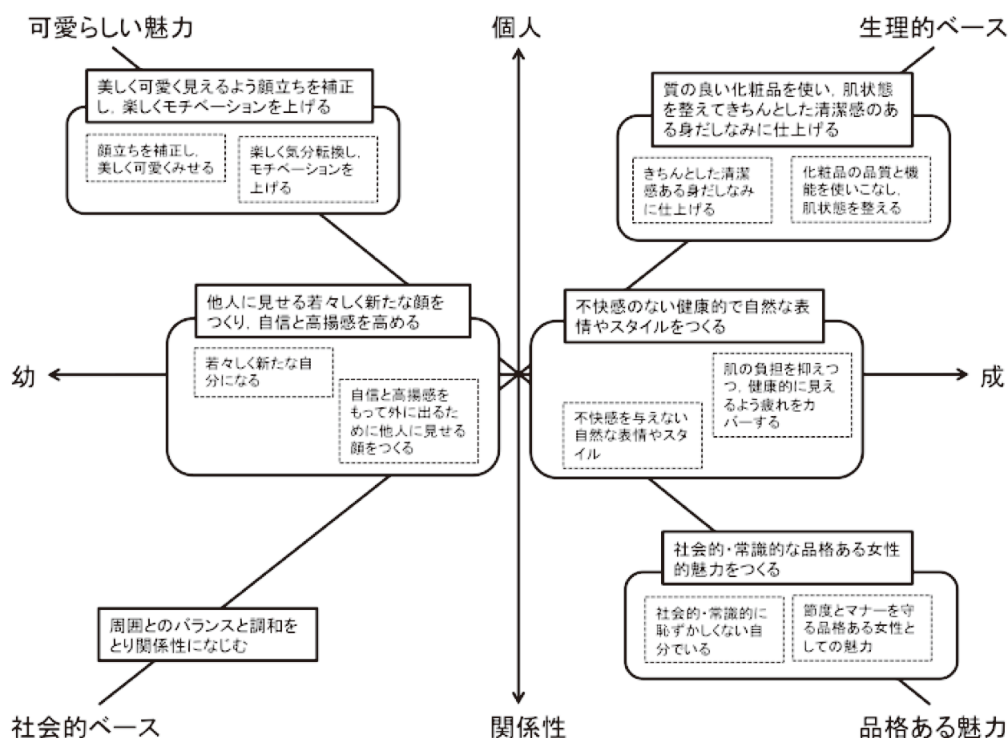


図2 KJ法図解

また、メイクアップをする際に重要視する Cue の領域として挙げられた語りを KJ 法を用いて整理するにあたり、どのようなラベルを付けてまとめたか、どの年齢層の調査協力者が回答していたかを表 1 にまとめた。なお、カテゴリーによっては下位カテゴリーがそのまま、より大きなカテゴリーとなっているものもある。以下、それぞれのグループ毎の内容について説明する。

【美しく可愛く見えるよう顔立ちを補正し、楽しくモチベーションを上げる】 このグループでは、《顔立ちを補正し、美しく可愛くみせる》ことが重視され、《楽しく気分転換し、モチベーションを上げる》ものとしてメイクアップが認識されていた。年代別にみると、20代から30代の調査協力者の Cue から編成されていた。見た目をよりきれいに可愛らしく見せることで気分転換、モチベーションの向上ができると認識されていた。

【周囲との調和をとり関係性になじむ】 このグループは、20代の調査協力者の Cue のみから編成されていた。周囲との調和をはかること、場所や装いと調和や風潮が重視されていた。このグループでは、社会的関係性を築くためのベースとしてメイクアップが捉えられていた。

【他人に見せる若々しく新たな顔をつくり、自信と高揚感を高める】 このグループでは、《若々しく新たな自分になる》という自己の更新と、《自信と高揚感をもって外に出るために他人に見せる顔をつくる》という他者に対峙するための顔づくりが重視されていた。メイクアップにより、他人に見せる顔をつくりあげ、外出先への心理的スイッチングが行われることが分かる。なお、このグループは全ての年代の調査協力者の Cue により編成されていた。

【不快感や負担のない健康的で自然な表情やスタイルをつくる】 このグループは、メイクアップにより自然で健康的なイメージをつくり上げることが重視されていた。《不快感を与えない自然な表情やスタイル》に仕上げるという意識と、《肌の負担を抑えつつ、健康的に見えるよう疲れをカバーする》という疲れを見せないようにしようとする意識と、メイクアップを通した自分自身のモニタリングが行われているようである。このグループもまた全ての年代の調査協力者の Cue により編成されていた。

【質の良い化粧品を使い、肌状態を整えてきちんとした清潔感のある身だしなみに仕上げる】 このグループは、《きちんとした清潔感ある身だしなみに仕上げる》ために、化粧品の品質と機能を使いこなし、肌状態を整える》ことが重視されていた。全ての年代の調査協力者が Cue を挙げており、化粧品の品質と機能については、香り・値段・保湿・日焼け対策が内容として含まれていた。スキンケアを含む化粧により生理的なベースを整え、そして清潔感ある身だしなみに仕上げるという意識があるよう

である。このグループには、全ての年代の調査協力者が Cue を挙げていたが、小カテゴリーの「身だしなみ」に20代の調査協力者が5名 Cue を挙げていたことが特徴的であった。

【社会的・常識的な品格ある女性らしい魅力】 このグループは、40代以上の調査協力者の Cue により編成されていた。《節度とマナーを守る品格ある女性としての魅力》として TPO を意識すること、《社会的・常識的に恥ずかしくない自分である》ために、社会生活のなかでの仮面、感情を出さないよう、節度を保つためにメイクアップが使用されていることがわかる。

4. 考察

本研究では、心理・社会的発達と化粧行為の関連を検討することを目的とし、20代から80代の女性を対象とした調査研究を実施した。生涯発達を通じた化粧行為の変容を軸に、以下のようにまとめることができる。

4. 1. 日常生活におけるメイクアップ

質問紙調査の結果から、日常生活におけるメイクアップの頻度や環境についての認識は、若年群も中高年群も大きく変わらないことが明らかになった。しかし、メイクアップの濃さはやや薄く、メイクアップに対する嗜好性もやや低いことが明らかになった。また、インタビュー調査におけるメイクアップに関する QOL index 値を若年群と中高年群で比較したところ、中高年群は若年群に比べてメイクアップ前の QOL 値が高く、メイクアップ後の QOL 値は低く見積もられていた。中高年群のメイクアップ前後の変化は、若年群と比較して、より小さいことが明らかになった。

これらを総合して捉えると、年齢を重ねることで、メイクアップに対してより控えめな認識をもつようになること、メイクアップもより薄くなる傾向があることが分かる。

4. 2. メイクアップをする際に重要視する Cue の領域

インタビュー調査の結果から、女性が自己のプレゼンテーション方略を熟達化させ、「女の子」から「女性」へと発達していく過程を捉えることができた。また、従来のアンチエイジングの観点から捉えた場合に、老年期になるにつれ若々しさが重視されるようになると予想されたが、必ずしもそのような結果にはつながらなかった。本研究の結果からは、どの年齢にも普遍的にアンチエイジングに対する意識があり、若々しくいたい私という考え方を20代女性もが持っていることが明らかになった。

KJ 法による分析の結果は老年期に近づくにつれて、メイクアップが品格ある大人の女性としての魅力を示すために行われる行為となるという結論を導いた。

若年女性にとっては、美しさや可愛らしさを求めるため

表1 KJ法グループ編成の手順と内訳

グループ	大カテゴリー	中カテゴリー	小カテゴリー	年代別回答数
美しく可愛くみ せるよう顔立 ちを補正し、 楽しくモチ ベーションを 上げる	顔立ちを補正し美しく可愛くみ せる	美しく可愛くみせる	可愛くなる	20代・・・2
			美しくみせる	20代・・・1 30代・・・1
		ポイントメイクによる顔立ちの 補正	ポイントメイク 顔立ちの補正	20代・・・3 20代・・・2
		楽しく気分転換し、モチベ－ ションを上げる	楽しく気分転換	20代・・・2
			モチベーションを上げる 時間	20代・・・3 20代・・・1
周囲との調和 をとり関係性 になじむ	周囲との調和をとり関係性に なじむ	周囲との調和をとり関係性に なじむ	調和とバランス	20代・・・2
			関係性になじませる	20代・・・3
		風潮	風潮	20代・・・1
他人に見せる 若々しく新た な顔をつくり、 自信と高揚感 を高める	若々しく新たな自分になる	若々しく新たな自分になる	新しい自分になる	20代・・・2 60代以上・・・1
			若々しさ	20代・・・1 30代・・・1 60代以上・・・1
		自信と高揚感をもって外に出 るために他人に見せる顔をつ くる	褒められて自信をもつ	20代・・・1 60代以上・・・1
			自己高揚感	50代・・・1
		他人に見せるための顔を作 り、外に出るためのスイッチ ングをする	化粧をした顔が他人にみ せる顔	20代・・・1 60代以上・・・1
			外に出るためのスイッ チング	20代・・・1 40代・・・1 60代以上・・・1
			不快感を与えない	40代・・・1 60代以上・・・2
			自然な仕上がり	30代・・・2 40代・・・1
		スタイル・表情の表出	スタイル	40代・・・1 60代以上・・・1
			表情	60代以上・・・1
不快感や負担 のない健康的 で自然な表情 やスタイル	不快感を与えない自然な表情 やスタイル	不快感を与えない自然な仕上 がり	不快感を与えない	40代・・・1 60代以上・・・2
			自然な仕上がり	30代・・・2 40代・・・1
		スタイル・表情の表出	スタイル	40代・・・1 60代以上・・・1
			表情	60代以上・・・1
		肌の負担を抑えつつ、健康的 に見えるよう疲れをカバーする	肌への負担	20代・・・1 30代・・・2
			気持悪さ	20代・・・1
		健康的に見えるために疲れを カバーする	健康的 疲れのカバー	50代・・・2 20代・・・2 30代・・・1
			モニタリング	50代・・・1
		化粧品の品質と機能を使いこ なし、肌状態を整える	化粧品の性質	30代・・・1 40代・・・1
			値段	20代・・・1 60代以上・・・1
質の良い化粧 品を使い、肌 状態を整えて きちんとした 清潔感のある 身だしなみに 仕上げる	化粧品の品質と機能を使いこ なし、肌状態を整える	化粧品の品質と機能	化粧品の性質	30代・・・1 40代・・・1
			値段	20代・・・1 60代以上・・・1
			保湿	40代・・・1
			日焼け対策	30代・・・1
		肌の状態を整える	肌の質感	20代・・・2 40代・・・1 60代以上・・・3
			肌の状態	20代・・・3 60代以上・・・1
		きちんとした清潔感ある身だし なみに仕上げる	清潔感	20代・・・1 50代・・・1 60代以上・・・1
			身だしなみ	20代・・・5 30代・・・1 40代・・・1 60代以上・・・2
		きちんとした印象の仕上がり	きちんとした印象	20代・・・1 40代・・・1
			仕上がり	20代・・・2
社会的・常識 的な品格ある 女性らしい魅 力	節度とマナーを守る品格ある 女性としての魅力	TPOを守り、社会生活におけ る節度とマナーを保つ	TPO	40代・・・1 60代以上・・・1
			社会生活における節度と	50代・・・1 60代以上・・・1
		品格ある女性らしさでより魅力 的になる	品格のある女性らしさ	60代以上・・・2
			より魅力的に印象アップ	50代・・・2 60代以上・・・2
		社会的・常識的に恥ずかしくな い自分である	社会的な常識	50代・・・1 60代以上・・・1
		社会的・常識的に恥ずかしくな い自分である	恥ずかしくない自分でい る	50代・・・1 60代以上・・・1

に自己を補正するメイクアップが重視されるのに対し、老年期には成熟した関係性をつくるためのメイクアップが重視される。こうした化粧意識の発達の変容は、質問紙調査におけるアイデンティティ尺度およびジェンダー・アイデンティティ尺度項目への回答傾向が若年群よりも中高年群がより受容的であったという結果とも一致する。年齢を重ねるにつれ、社会的・常識的な品格ある女性らしい魅力が求められるようになるのは、自我同一性を確立したうえで心理社会的な自我の統合を目指した自分らしさを求める化粧行為がおこなわれているためだと考えられた。

5. 総 括

本研究の結果から、生涯発達の視点から捉えた場合に、老年期女性にとって化粧行為は必ずしも一般的な美しさやアンチエイジングに関連する意識に結びついていると言えないことが明らかになった。老年期には、むしろ社会的・常識的な品格ある女性らしい魅力を発揮することが重視される。このような意識を重視した上で、化粧をケアに応用することは、化粧を介した自己理解の深化と魅力の深化の実現につながり、化粧の意義の深い理解にもつながるだろう。

今後は、本研究から導き出した生涯発達を通じた化粧行為の変容過程に関する仮説モデルを精緻化していきたい。そのために、30代から50代の調査協力者を増やし、更なる調査研究をおこないたい。

謝 辞

本研究遂行にあたり、ご助成頂いた公益財団法人コスメトロジー研究振興財団に心から感謝申し上げます。また、調査にご協力下さった立命館大学衣笠総合研究機構客員研究員の石川真理子氏と立命館大学文学部サトウタツヤ教授にお礼申し上げます。

(引用文献)

- 1) 宇山侑男, 鈴木ゆかり, 互惠子, : 日本化粧品学会誌, 14, 163-168, 1990.
- 2) 山本真理子, : 日本化粧品技術者会誌, 34, 351 - 358.
- 3) 阿部恒之, : ストレスと化粧の社会生理心理学, フレグランスジャーナル社, 2001.
- 4) 山田雅子, : 埼玉女子短期大学紀要, 25, 111 - 126, 2012.
- 5) 藤村和久, : 大阪樟蔭女子大学人間科学研究紀要, 8, 211 - 220, 2009.
- 6) 佐々木掌子, 尾崎幸謙, : パーソナリティ研究, 15, 251-265, 2007.
- 7) 大生定義・中島孝(監訳). 個人の生活の質評価法 (SEIQOL) 生活の質ドメインを直接的に重みづけする方法 (SEIQOL—DW) 実施マニュアル日本語版(暫定版), 2007.
- 8) 川喜田二郎, : 問題解決学—KJ法ワークブック, 講談社, 1970.