日常的な化粧はクリエイティブな行為か？

化粧に対する意識・行動と主観的幸福感、自意識との関連

○三枝千尋^{1,2}・福永恭子^{1,*}・渡邊克巳²

(¹花王株式会社・²早稲田大学理工学術院基幹理工学部)

キーワード: facial makeup, little-c creativity, self-consciousness

Is your daily facial makeup a creative act?

Chihiro SAEGUSA¹, Kyoko FUKUNAGA¹ and Katsumi WATANABE^{2,*}

(¹Kao Corporation, ²Waseda University)

Key Words: facial makeup, little-c creativity, self-consciousness

目 的

化粧が心理面に及ぼす効果がこれまでに検討されてきた。化粧はスキンケアとメイクとから構成されるが、メイクのみを考えても、身だしなみとして行われるメイク、求める印象を積極的に表現するメイクなど多様であり、メイクアップアーティストによる身体表現芸術としてのメイクも存在する。一方で芸術的な創作行為は、メンタルヘルスにポジティブな効果をもたらすとされ (Leckey, 2011)、日常生活における活動であっても創造的な活動をするときには幸福で活動的な気分になることが報告されている (Silvia et al., 2014)。

そこで本研究ではメイクが持つ創造的な側面に着目し、一般女性の日常的なメイク行動に対する意識が、メイク行動中の感情や主観的幸福感とどのように関わるかを検討した。またメイク行動に対する意識と個々の心理特性との関連を検討するため、先行研究において化粧行動との関連が指摘されている自意識についても検討を行った。

方 法

【調査対象者】事前のスクリーニングにおいて、週4日以上ベースメイク化粧料を使用する、かつ、化粧に対する興味が7段階尺度のうち「4:どちらともいえない」～「7:非常に興味がある」と回答した25～34歳の日本在住女性344名に対してWeb調査への回答を依頼し、218名から有効回答を得た。

【調査期間】2017年9月29日～10月3日

【調査項目】日常的な化粧に対する意識と行動: 日常的なメイク行動がクリエイティブな活動であると思うかを7段階尺度で評価させ、その理由について自由記述で回答させた。化粧行動の指標として、スキンケア化粧品3アイテム、メイクアップ化粧品13アイテムの使用頻度を聴取した。また、メイク時に想起される感情について化粧版感情評価尺度12項目 (河島・引間, 2013) を用いて聴取したほか、化粧の目的を記述した25項目、化粧における工夫や遊び心に関する8項目についてそれぞれ7段階尺度で回答させた。自意識尺度・主観的幸福感: 自意識尺度26項目 (菅原, 1984)、主観的幸福感尺度12項目 (伊藤・相良, 2003) を用いた。

結 果

日常的なメイク行動を、ややクリエイティブ～非常にクリエイティブであるとした回答者は全体の41.7%、どちらともいえないのは30.7%、ややクリエイティブではない～全くクリエイティブではないとした回答者は27.5%であった。この回答に基づき調査参加者を3群に分け、他の項目に対する回答の比較を行った。自由記述内容をKHCoderを用いて対応分析した結果、メイクをクリエイティブだと捉える群は「表現」「プロデュース」、メイクをクリエイティブではないと捉える群は「身だしなみ」といったワードを用いていた。

メイク中の感情に対する分散分析の結果、メイクをクリエ

イティブだと捉える群は「夢中になる」「わくわくした」など8項目の感情をメイク中に強く感じる事がわかった (回答者群の主効果 $F(2, 215)=6.25, p=.002$; 感情種類との交互作用 $F(6.06, 651.08)=2.78, p=.011$)。メイクの目的25項目に対する因子分析によって抽出した5因子 (「対人効果」、「変身」、「気分高揚」、「保護」、「身だしなみ」) の各下位尺度得点を群間比較したところ、メイクをクリエイティブだと捉える群は全ての因子に対してよりあてはまると回答していた (回答者群の主効果 $F(2, 215)=21.24, p<.001$)。化粧における工夫や遊び心に関する8項目についても同様に、メイクをクリエイティブだと捉える群は全ての項目について他群よりもよりあてはまると回答した ($F(2, 217)=17.46, p<.001$)。化粧アイテムの使用頻度に対する χ^2 検定の結果、メイクをクリエイティブだと捉える群では口紅の使用頻度が高い回答者の割合が高いことがわかった ($\chi^2(10)=22.49, p=.013$)。

先行研究において公的自意識に寄与するとされる11項目および私的自意識に寄与するとされる10項目の平均得点を算出し、群間比較を行った結果、メイクをクリエイティブだと捉える群は他群と比較して私的自意識得点が有意に高いことがわかった ($H(2)=17.83, p<.001$)。一方、公的自意識得点には群間の有意な差は見られなかった。また、メイクをクリエイティブだと捉える群は、メイクをクリエイティブではないと捉える群と比較して主観的幸福感得点が有意に高かった ($H(2)=7.92, p=.019$)。

考 察

日常的なメイク行為をクリエイティブであると捉える者はメイク行動中にポジティブな感情をより強く感じており、主観的な幸福感も高かった。これらの結果は先行研究に基づく仮説と一致している。

引用文献

- Leckey, J. (2011). The therapeutic effectiveness of creative activities on mental well-being: a systematic review of the literature. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 18, 501-509.
- Silvia, P. J., Beaty, R. E., Nusbaum, E. C., Eddington, K. M., Levin-Aspensson, H., & Kwapi, T. R. (2014). Everyday creativity in daily life: An experience-sampling study of "little c" creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 8(2), 183-188.
- 伊藤裕子・相良順子 (2003). 主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討. *心理学研究*, 74, 3, 276-281.
- 河島三幸・引間理恵 (2013). 化粧版感情評価尺度の開発. 第77回日本心理学会発表論文集, 863.
- 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, 3, 184-188.