

女子学生の化粧に関わる意識 —ファッション行動との関連—

Studies on the consciousness structure of female college students on
their making up
-From the standpoint of the relation with their fashion behaviors-

岡田明子¹⁾、熊谷伸子²⁾、芳住邦雄¹⁾

Akiko OKADA¹⁾, Shinko KUMAGAI²⁾, Kunio YOSHIZUMI¹⁾

E-mail : yosizumi@s1.kyoritsu-wu.ac.jp

和文要旨

多様な価値感を有する女子学生による化粧への意識構造および化粧品を選択判断基準に関してファッション行動の観点から検討した。調査対象者は、関東圏に在住する18歳から22歳までの女子大学生および女子短期大学生320名である。質問紙による集合調査法によって実施した。質問内容は、ファッション行動、化粧に対する意識、化粧をする際に重点をおく部位、化粧を変える条件、化粧品アイテムの使用頻度、化粧品を選ぶ基準により構成されていた。ファッション行動を主成分分析することにより第1主成分として流行追随意識、第2主成分として個性的選択意識が抽出された。主成分分析において求められた2つの要因と化粧の理由との関係を検討した。化粧をする理由においては、「自信がつく」「習慣として」「普段の顔よりかえたい」「ファッションとして」に関して流行追随意識が、また、「礼儀として」「ファッションとして」に関して個性的選択意識が影響することが判った。念入りに化粧する部位および化粧を変える条件においても、ファッション行動との関連があることが判明した。さらに、化粧品アイテムの使用頻度、化粧品の選択基準について考察を加えた。

キーワード：女子学生、化粧、意識構造、化粧品、ファッション行動、主成分分析

Keywords : female college student, consciousness structure, making up, cosmetics, fashion behavior, factor analysis

1. 緒言

性別を問わず人の外貌において、顔は最も重要な他者に対する印象要因である。特に若い女性にとって顔の価値は極めて大きい。その印象を技術によって形づくれる化粧は、女性の美意識の顕在化に欠かせないものである。一方では、化粧は個々の価値意識によって大きく影響を受ける。多様な価値感の下にある女子学生にとって、化粧とはいかなる存在か、また、化粧品をどのような判断基準で選択するかは、化粧品メーカーはもとより、顔学における化粧に関わる基礎的理解においても重要課題と言える。

これまでにも化粧について社会心理学的な見地

から、広範な分野にわたって、検討がなされてきた。そのバックグラウンドとして化粧について数多く刊行されている著書が挙げられる [1]-[26]。それはおおむね5種類のジャンルから構成されていると言える。第1は、社会心理学的観点からとりまとめられたものである [1]-[4]。第2は、ハウ・ツーものとしての化粧技術にかかわるものである [5]-[9]。第3は、歴史について書かれたものである [10]-[15]。第4は、化粧とその価値、現代社会の問題についてとりまとめられてものである [16]-[21]。第5は、皮膚や化粧品について科学的に書かれたものである [22]-[26]。

平松らの化粧に関する一連の研究 [27]-[32] で

¹⁾ 共立女子大学大学院家政学研究科、Graduate School of Home Economics, Kyoritsu Women's University

²⁾ 文化女子大学服装学部、Faculty of Fashion Science, Bunka Women's University