

化粧が対人印象に及ぼす影響

—顔形態とメイクの差異による印象操作の実証的研究—

九島紀子*・齊藤 勇**

The Effects of Makeup on People's Impressions

Noriko KUSHIMA* and Isamu SAITO*

This study examined the effects of makeup and facial features when forming impressions of people. The dimensions of maturity and sexual dimorphism were applied as criteria for women's facial features and makeup. In a preliminary study, a prototype face was made and four types of faces were prepared by arranging the prototype face's parts to make faces of different maturity and sexuality. In Study 1, based on a prepared prototype face, face illustrations with four types of makeup were prepared. Examination of the impressions of these faces showed that makeup influenced impressions. In Study 2, facial features in the preliminary study and makeup in Study 1 were combined to examine the effects on interpersonal impressions. The results showed that makeup that resembled the prototype were highly evaluated in terms of personality, intelligence and femininity. Immature and feminine makeup created younger impressions, while masculine type makeup created an intelligent impression. Different impressions were projected according to makeup, suggesting that interpersonal impression management was possible through use of makeup.

key words: makeup, facial features, interpersonal impression, maturity, sexuality

問 題

本研究は、化粧¹⁾が対人印象に及ぼす影響について検討することを目的とする。化粧は外見的印象に強く影響することが知られており、広く社会生活で使用されている。また、そのことは心理学的にも明らかにされている (Cox & Glick, 1986; Graham & Furnham, 1981; 津田・余語・浜, 1989; Workman & Johnson, 1991)。従来の外見に関する心理学的研究から、外見的魅力の高い人は様々な対人的、社会的場面で高い評価を受けることが明らかにされている (Dion, Berscheid, & Walster, 1972; 小野寺, 1989)。特

に女性においてこの傾向が顕著であるとされている (蛭川, 1993)。その際の女性の顔の魅力の主な手がかかりは、1. 造形美 (黄金率・平均など) 2. 幼児性 3. 女性性であることが明らかにされており (Cunningham, 1986; 大坊, 2001)、メイクにより、女性度の強調や、幼稚度の強調をすることで魅力が上昇することも明らかにされている (蛭川・山口, 1993; 伊師・行場・蒲池・向田・赤松, 2001a; 伊師・行場・蒲池・向田・赤松, 2001b)。このように、従来の化粧と対人印象に関する研究は、化粧をすること、という大きな枠組みで化粧を捉え、それが対人魅力を高めるかどうかを検討されてきている。その

* 立正大学大学院心理学研究科心理学専攻
4-2-16 Osaki Shinagawa-ku, Tokyo 141-8602, Japan
e-mail: ricokushima@gmail.com

** 立正大学
4-2-16 Osaki Shinagawa-ku, Tokyo 141-8602, Japan

結果, 多くの研究は, 化粧が対人魅力を高めること (Cox & Glick, 1986; Graham & Furnham, 1981; 津田他, 1989; Workman & Johnson, 1991) を明らかにしているが, 一方で化粧によっては対人魅力を下げることがあることを, 大坊 (1998) は指摘している。ただし, これまでの化粧と印象に関わる研究においては, 例えば, 化粧をしているかしていないか, 濃いか薄いか, 化粧品の使用アイテム数が多いか少ないか, また, セルフメイクかプロによるメイクか, などであり, さらに, 化粧を施される顔に関しても, 魅力的かそうでないか, 平均的な顔か, といった大まかな基準であった。このように, これまでは化粧トータルで対人印象への影響が研究され, 使用されてきた顔刺激, および, 施されてきた化粧の基準があまり具体的でなかったということが, 対人印象に関する化粧の効果が明確に示されない一因になっていると考えられる。

そこで本研究では, 具体的な顔とメイクの基準を設定し, メイクと対人印象との関係を研究していくことを目的とする。顔と化粧の基準が作成されることで, それらの印象や魅力への影響を, より明確な形で検討することが可能となり, また, 現実の化粧に応用可能なものになると考えられる。それにより, 現実の生活で「A型の顔には, aのメイクをすると〇〇の印象を与えることができる」といったように, メイクによる印象形成の可能性が実現することが期待できる。本研究ではこの目的に沿い, まず予備調査において基準となる顔イラストを作成した。これに続き研究1では, メイクの基準を作成し, メイクによる対人印象への影響を検討した。次に, 研究2では, 4つの顔形態と, そこへ4種類のメイクを施し, 対人印象および対人関係への影響を検討することとした。

顔とメイクの形態印象モデル

従来の顔認知研究から, 顔認識の際に用いられる重要な情報として, 全体的配置情報と, 他の顔との類似性が重要であると指摘されている (遠藤, 1993)。全体的配置情報に関しては, Cabeza, Bruce, Kato, & Oda (1999) が, 目・鼻・口の一つ一つのパーツよりもパーツ配置の方が, 重要であることを明らかにしている。他の顔との類似性の情報に関しては, Valentine & Bruce (1986a, 1986b) や Valentine (1991) が, プロトタイプ仮説を提唱し, 効率のよい顔の識別や認識を行うために, とくに, 顔の原型との比較情報が利用されるとした。さらに, 認識された顔形態と印象に関連があることが明らかにされているが (阿部・大川・高野, 2008; 高野・阿部, 1997; Takano, Abe, & Kobayashi, 1996; 鈴木, 1993), 特に, 成熟と性別に関する顔印象が, 対人関係において重要な影響を与えることが指摘されている (根ヶ山, 1993; 鳥居, 2001)。

以上から本研究では, 顔とメイクの印象形態の指標として, まず, プロトタイプ仮説を踏まえ原型顔が作成された。次いで, 従来の研究 (根ヶ山, 1993; 鳥居, 2001) において重要とされている2つの次元, 成熟性 (幼稚的もしくは成熟的) と, 性的二型性 (男性的もしくは女性的) の2次元を取り上げ, 4つの印象の顔が作成された。それらは, 顔とメイクの形態印象モデルとして, 成熟性 (幼稚もしくは成熟) の顔特徴をY軸にとり, 成熟軸とし, 性的二型性 (男性的もしくは女性的) の顔特徴をX軸にとり, 性別軸とした (Figure 1)。この2つの軸の座標上では, 第1象限に幼稚的・男性的な特徴の顔, 第2象限に幼稚的・女性的な特徴の顔, 第3象限に成熟的・女性的な特徴の顔, 第4象限に成熟的・男性的な特徴の顔が置かれ, 原点に原型の顔基

1) 化粧とは, 広義には, 身体加工 (髪を切るなど), 色調生成 (刺青など), 塗彩 (メイクアップなど) に分類される (村澤, 2001)。本研究では, 上記の塗彩 (メイクアップ) のみを取り上げる。村澤 (2001) によると, メイクアップとは, ファンデーション, アイブロー, アイカラー, アイライン, マスカラ, チークカラー, リップカラーなどを用いて, 顔の形や色を変化させることである。以上を踏まえて本研究では, 化粧を狭義のメイクアップと定義し, メイクと表記する。ただし, 先行研究および一般的な化粧について言及する際には, 化粧と表記する。

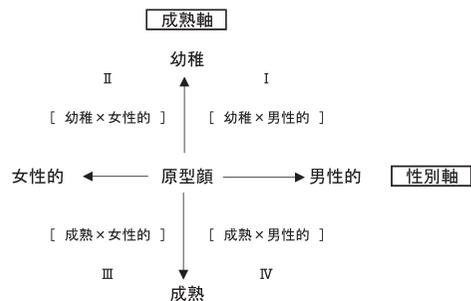


Figure 1 顔とメイクの形態印象モデル

準が置かれた。本研究で使用される顔刺激およびメイク刺激は、このモデルを基に作成した。また、印象評価においてもこのモデルが用いられた。

予備研究

目的

顔形態の基準を作成する。Cabeza et al. (1999) により、目鼻口の一つ一つのパーツよりもパーツ配置の方が重要であることが明らかになっているため、同一の顔パーツで、配置の差異のみにより仮定した成熟・性別特徴の異なる印象の顔を形成することができるかを検討する。

顔形態刺激作成

1. **原型顔の作成** 化粧が現実場面で、女性により多く用いられていること、また、化粧の対人印象への効果が女性の方が強く見られることなどから、本研究では、女性の顔への化粧の効果に限定して実証的研究を行った。このため作成された顔刺激は全て女性顔であり、はじめに、Paquet (1997) や夏目・齋藤 (2005)、西島 (2007) を参考に、基準となる原型顔をイラストにて作成した (Figure 2)。ただし、顔の縦横比に関しては、横幅 1 に対して顔高 1.2, 1.35, 1.4 (14), 1.6 (18) などの平均値、白銀比、黄金比と諸説あり、明確な基準が示されてきていないため、本研究において次のように基準を定めた。まず、日本人の平均顔写真²⁾の計測を行い、その縦横比を算出したところ、その比率は顔幅 1 に対して顔高 1.35 であった。次に、この数値の確認のため、実測により縦横比を算出することとした。2010 年 12 月から 2011 年 11 月の間に都内メイクスタジオにてメイクレッスンを受講した 20 代女性 22 名 ($M=27.32$ 歳・ $SD=2.85$) の顔高と顔幅を計測し、顔の縦横比の平均を算出した。その結果、20 代女性の顔縦横比の平均は、顔幅 1 に対して顔高 1.35 であった。以上から、顔幅 1 に対して顔高 1.35 に設定することとした。

各顔パーツの作成条件は以下の通りである。

①顔の輪郭に関して、顔の縦横比は、顔の横幅 1 に対して顔の縦の長さ (生え際から顎まで) を 1.35

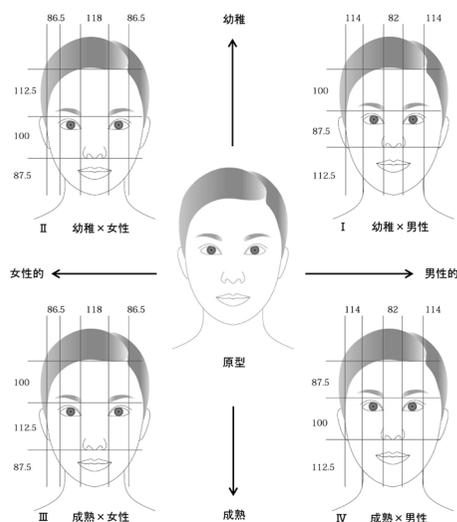


Figure 2 顔刺激

Table 1 顔の縦横比平均

	最小値	最大値	M	SD
顔高 $n=22$	18.00	21.00	19.66	.73
顔幅 $n=22$	13.50	15.50	14.48	.55
縦横比 $n=22$	1.20	1.60	1.35	.08

とした (Table 1)。顔の縦バランスは、顔の長さを均等 3 分割にし、上部は生え際から眉頭底辺まで、中央部は眉頭底辺から小鼻下部まで、下部は小鼻下部から顎先になるように設定し (夏目・齋藤, 2005; 西島, 2007; Paquet, 1997)。顔の横バランスは、顔の横幅を均等 5 分割し、目の横幅、目と目の間の距離、目尻から生え際までの長さが同一になるように設定した (夏目・齋藤, 2005; 西島, 2007)。

②眉に関して、眉頭の位置は目頭の延長線上、眉山の位置は外側の白目の延長線上、眉尻の位置は小鼻と目尻を繋いだ延長線上とした。眉と目の距離は、目の縦幅と同一とした (夏目・齋藤, 2005; 西島, 2007)。眉の角度は、眉頭を起点に 10 度上昇させた (西島, 2007)。

③目に関して、縦横比は、縦幅 1 に対して横幅 3 (顔の横幅の 5 分の 1) とした (夏目・齋藤, 2005; 西島, 2007)。

④鼻に関して、鼻の底辺位置は、顔 (3 分割) 中央

²⁾ <http://www.businessinsider.com/faces-of-tomorrow-2011-2?op=1>
<http://womanhealth-lab.com/old/experts/exmukaida/index.html>

部底辺とし、小鼻の横幅は、目と目の間の長さと同様(顔の横幅の5分の1)とした(夏目・齋藤, 2005; 西島, 2007)。

⑤口に関して、口角位置は、顔下部(小鼻下部から顎先)の上から3分の1部分とした。唇の縦横比は、縦幅1に対して横幅3とした。上唇と下唇の厚さのバランスは、上唇1に対して下唇1.5とした(西島, 2007)。

2. 成熟・性別特徴を踏まえた4つの顔の作成
 上記で作成された原型顔を基準に、成熟・性別の顔特徴を、顔パーツの形を変形させることなく、顔面上のパーツ配置の移動操作のみで以下の4つの形態の顔を作成する(Figure 2)。原型顔の顔上部・中央部・下部、および目と目の間・目尻と生え際のそれぞれの長さを100%として、その割合の増減により、パーツの配置バランスを変えた。作成された4つの顔は、先のモデルに従って、第1象限に幼稚的×男性的な顔(以降、幼男と表記)、第2象限に幼稚的×女性的な顔(以降、幼女と表記)、第3象限に大人の×女性的な顔(以降、成女と表記)、第4象限に大人の×男性的な顔(以降、成男と表記)が配置された。

方法

調査方法 集合形式の質問紙調査を実施した。

対象者 大学生159名(男性48名、女性111名、 $M=19.63$ 歳・ $SD=1.45$)であった。

刺激 事前に作成された顔刺激5つ(原型・幼女・幼男・成女・成男)のイラストを各縦450ミリ

×横300ミリのサイズとし、調査用紙上部に5つの顔刺激を横並びに貼付けて提示した。なお、刺激顔の並び順による印象変化の影響を考慮し、5通りの刺激パターン³⁾を用意した。原型顔を中央に設定し、その他4つの顔は、それぞれ1回はすべての位置に配置されるように組み合わせた。

評価項目

1. 形態評価 顔のパーツ配置の差異が、顔の形態に関する印象に違いを生じさせるかを検討するため、形態評価項目として以下の11項目を設定した。まず鈴木(1993)の形態印象評価用語40語から、顔のバランスやパーツの大きさを尋ねる10項目(顔の大きさ、顔の長さ、顔の横幅、額の広さ、頬の大きさ、顎の大きさ、眉のボリューム、目の大きさ、鼻の大きさ、口の大きさ、パーツの集中度)を選出した。さらに鈴木(1993)の形態印象の因子構造の一つである、顔の長さを尋ねる1項目を加えた。それぞれの顔刺激に対し、これら11項目についての程度あてはまるかを、対象者に5件法(例: 1. 小さい-5. 大きい)で評価を求めた。

2. 印象評価 対人印象を評価する項目は、以下の24項目とした。まず、鈴木(1993)の印象評価用語より、4つの下位尺度ごとに、負荷量の高い上位4項目、計16項目(あたたかい、人がよさそう、おおらか、やさしい、知的な、都会的な、上品な、活発な、ダイナミック、しっかりした、男性的、若々しい、子供っぽい、かわいい、老けた)を選出した。続いて、阿部(2008)の人格印象評価用語より、上記の16項目と重複しない以下の5項目、キュート、フレッシュ、クール、シャープ、女性的*)を選出した(*阿部(2008)では「女らしい」であるが、上記、鈴木(1993)の「男性的」に合わせ、「女性的」へと変更した。)。さらに、Takano et al. (1996)の魅力評価用語より、2項目(エレガント、フェミニン)、川名(2012)の外見の魅力評価より、1項目(美しい)を選出し、計24項目とした。これら24項目が、それぞれの顔刺激に対し、どの程度あてはまるかを、対象者に5件法(例: 1. 若々しくない-5. 若々しい)で評価を求めた。

3. 関係性希望評価 該当する顔の人とどのような対人関係を築きたいと思うかを評価する項目は、川名(2012)の関係性希望を問う質問項目に、恋人として望まれるかどうかを問う質問項目を追加し、

³⁾ 5通りの刺激パターンは、原型顔を5つの顔の中央に配置し、その他4つの顔がそれぞれ1回ずつ異なる位置に配置されるように作成した。その5通りの刺激パターンの並び順による印象評価へ影響を検討するため、項目ごとに5通りの刺激パターンを独立変数、5つの顔それぞれを従属変数とした一元配置の分散分析を行った。その結果、項目の中には、5通りの刺激パターン間で印象に差が有意であったものもいくつかみられた。例えば、原型顔における顔の大きさを問う項目では、最大の平均値は、成女・成男・原型・幼女・幼男の並び順で、2.91($SD=.64$)、最小の平均値は、幼男・幼女・原型・成女・成男の並び順で、2.36($SD=.78$)であった($F(4, 158)=3.02$, $p<.05$)。ただし、有意差がみられた刺激パターン間においても特定の顔の順位と差の方向が一致しているものはなかった。このため、本研究では、顔刺激の提示順序が印象に影響を与えているとはいえないと判断した。

本研究では、予備研究で作成された原型顔に、上記の成熟と性別の特徴を踏まえたメイクを施す。

メイク顔刺激作成条件

メイクには、幾何学的錯視や色の錯視の効果が随所に応用されており、大きさの錯視、対比の錯視、陰影による錯視などがある(高野, 2001)。本研究でも、このメイクの錯視効果を利用し、同一の顔を異なる印象へと操作する。なお、本研究では変数を限定するため、カラーは使用せず、各メイクは、白黒の明度の違いにより作成された。先行研究(阿部・高野, 2007; 阿部・佐藤・遠藤, 2009; 佐藤・阿部, 2008)においても、カラーを使わず、グレースケールでのアイシャドーの濃さ、位置、範囲により、目の大きさの知覚に及ぼすアイシャドーの効果が検討され、アイシャドーが濃くなるにつれて奥行き感と大きさが拡大することなどを明らかにされている。以上から、本研究では、モノトーンによる線とグラデーションにより、メイクの位置、範囲、濃さの差異を表現する。

メイクの作成条件は以下の通りであった。

1. ハイ/ローライトの作成 ハイライトとは、実際の肌の色よりも肌の色を明るく見せるためのメイクで、ローライトとは、実際の肌の色よりも肌の色を暗く見せるためのメイクである。本研究では、ハイ/ローライトを作成するために、グレーカラー濃度のパーセンテージの違いにより肌色を変えた。予備研究で作成した4つの顔を、それぞれ縦3分割、横幅5分割にし、原型顔の長さを100%とした場合と比較した。原型顔より長い場合には、ハイライトに見立ててグレー度0%、原型顔と同じ場合には、基本の肌色に見立ててグレー度5%とし、原型顔より短い場合には、グレー度15%とした(Figure 4)。

2. アイブローの作成 アイブローとは、眉の形を整えたり描いたりするメイクのことであり、本研究ではアイブローの作成に際し、原型顔の眉間の幅

を100%とし、Figure 4の通り、幼女顔、成女顔の眉間は118%に広げ、幼男顔、成男顔の眉間は82%に狭めた。

3. チークの作成 チーク(頬紅)とは、頬に赤みを入れるメイクのことであり、本研究では白黒の明度差により作成された。Figure 4のように、4つの顔それぞれの顔の長さを3分割にした時の中央部下線と横幅5分割にした時の目尻を通る線が交差した点を、それぞれチークの底辺中央とする。また、幼稚顔は顔中央部下線と平行にチーク入れ、大人顔は底辺中央起点から75度の角度を付けてチークを入れた。なお、幼稚顔用チークの明度を10%上げた。

4. アイメイクの作成 アイメイクとは、アイシャドー、アイライン、マスカラなどによって行われる目(周辺)のメイクのことであり、本研究では、アイメイクを作成するために、予備研究の4つの顔形態それぞれの目の位置を原型顔と比較し、男性顔アイメイクは、目と目の間を狭くするように目頭側に、女性顔アイメイクは、目と目の間を広くするように、目尻側にアイシャドー、アイライン、長めのまつ毛を入れた。また、予備研究4つの顔それぞれの目の位置を原型顔と比較し、幼女顔アイメイクは、目の位置を低く見せるため下まぶたに、成男顔アイメイクは、目の位置を高く見せるために上まぶたにアイシャドーと、長めのまつ毛を入れた。

5. リップの作成 リップとは、唇に色を付けたり艶を出すためのメイクのことであり、本研究では白黒の明度差により作成された。本研究では、リップを作成するために予備研究の4つの顔それぞれの口の位置を原型顔と比較し、女性顔リップメイクは、口の位置を低く見せるため唇の下側にハイライトを入れ唇の山を潰し、男性顔リップメイクは、口の位置を高く見せるため唇の上側にハイライトを入れ、唇の山を鋭角にした。また、幼稚顔リップメイクはリップの明度を10%上げた。

予備調査—メイク顔刺激の妥当性の確認—

目的・方法 作成したメイク顔刺激の妥当性を検討するために、集合形式の質問紙調査を実施した。

対象者 大学生158名(男性55名、女性103名、 $M=19.43 \cdot SD=1.92$)であった。

調査表 予備研究1で作成された原型顔以外の顔刺激4つを、A4サイズ用紙横向き上段に横並びに

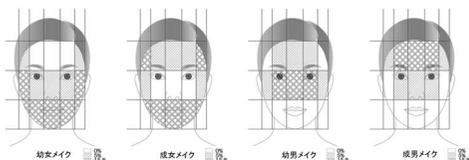


Figure 4 ハイ/ローライトの作成条件

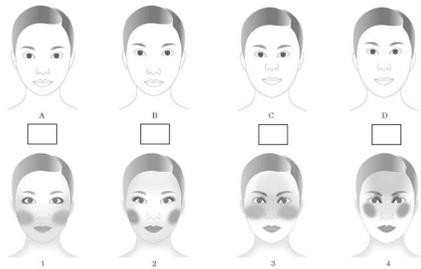


Figure 5 研究1 予備調査 提示刺激

Table 2 4つのメイク顔と4つの顔刺激との対応関係

	幼女	成女	幼男	成男
1 原型×幼女 m	96	62	17	12
n(%)	(51.3)	(33.2)	(9.1)	(6.4)
2 原型×成女 m	63	99	12	13
n(%)	(33.7)	(52.9)	(6.4)	(7.0)
3 原型×幼男 m	14	14	88	71
n(%)	(7.5)	(7.5)	(47.1)	(38.0)
4 原型×成男 m	14	19	66	88
n(%)	(7.5)	(10.2)	(35.3)	(47.1)
χ^2	101.62**	114.24**	94.86**	83.73**
df	3	3	3	3

ライオンの名義水準を用いた多重比較 (有意水準 $\alpha = .05$) ** $p < .01$

1>2** 2>1** 3>1** 4>1**
 1>3** 2>3** 3>2** 4>2**
 1>4** 2>4** 3-4 ns 4-3 ns

貼り付け、作成したメイク顔刺激4つを下段に横並びに貼り付けた (すべて各縦700ミリ×横400ミリのサイズ) (Figure 5)。

手続き 調査対象者に上段の4つの顔刺激に近い印象のものを下段の4つのメイク顔からそれぞれ1つ選択し、その数字をボックス内に記すように求めた。

結果 作成した4つのメイクが仮定した印象を与えているかを確認するために、予備研究1で作成された4つの顔とどの程度印象が近いのかについてカイ二乗検定を行った (Table 2)。その結果、研究1で作成された幼女メイク刺激の印象は、予備研究で作成された4つの刺激顔の中で、最も幼女顔刺激に近いと判断された。同様に、成女メイクは成女顔と、幼男メイクは幼男顔と、成男メイクは成男顔と、それぞれ他の顔刺激に比べて印象が近いと判断された。以上から4つのメイクは、それぞれ仮定した印

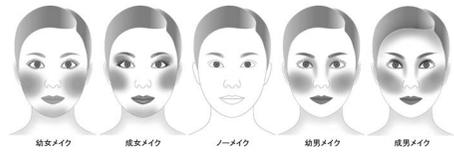


Figure 6 研究1 提示刺激

象を作り出していることが明らかにされた。また、すべてのメイク刺激がそれぞれ、チャンスレベルである25%を超えて対応する顔との印象が近いと選択されたことから、刺激としての妥当性があると判断した。

方法

調査方法 集合形式の質問紙調査を実施した。

対象者 大学生163名 (男性48名, 女性114名, $M=19.46$ 歳・ $SD=.88$) であった。

顔刺激 原型顔に幼女メイク・幼男メイク・成女メイク・成男メイクを施したものと原型顔のノーメイクの計5つの顔刺激を、各縦700ミリ×横400ミリのサイズにし、A4サイズ用紙横向き中央部に5つを横並びに貼付し、クリアファイルに入れて提示した (Figure 6)。なお、刺激顔の並び順による印象変化の影響を考慮し、5通りの刺激パターン⁴⁾を用意した。ノーメイク顔を中央に設定し、その他4つメイク顔は、それぞれ1回はすべての位置に配置されるように組み合わせた。

評価項目 予備研究と同様に、形態評価の11項目、印象評価の24項目、関係性希望評価の3項目

⁴⁾ 5通りの刺激パターンは、原型ノーメイク顔を5つの顔の中央に配置し、その他4つのメイク顔がそれぞれ1回ずつ異なる位置に配置されるように作成した。その5通りの刺激パターンの並び順による印象評価へ影響を検討するため、項目ごとに5通りの刺激パターンを独立変数、5つの顔それぞれを従属変数とした一元配置の分散分析を行った。その結果、項目の中には、5通りの刺激パターン間で印象に差が有意であったものもいくつかみられた。例えば、原型ノーメイク顔における頬の大きさを問う項目では、最大の平均値は、成女メイク・成男メイク・原型・幼女メイク・幼男メイクの並び順で、3.13 ($SD=.66$)、最少の平均値は、幼女メイク・成女メイク・原型・幼男メイク・成男メイクの並び順で、2.7 ($SD=.53$) であった ($F(4, 161)=2.44, p<.05$)。ただし、有意差がみられた刺激パターン間においても特定の顔の順位と差の方向が一致しているものはなかった。このため、本研究では、顔刺激の提示順序が印象に影響を与えているとはいえないと判断した。

Table 4 メイクによる印象評価の違い

原型	原型	幼女 m	成女 m	幼男 m	成男 m	F 検定	下位検定	
人柄	M	3.14	4.36	3.74	2.95	2.06	F(4, 644)=255.56***	幼女 m>成女 m 原型 幼男 m 成男 m 成女 m>原型 幼男 m 成男 m 原型>成男 m 幼男 m>成男 m
	SD	.80	.63	.66	.81	.73		
	n	162	162	162	162	162		
若さ	M	3.23	3.57	3.15	2.49	1.83	F(4, 628)=76.41***	幼女 m>原型 成女 m 幼男 m 原型 原型>幼男 m 成男 m 成女 m>幼男 m 成男 m 幼男 m>成男 m
	SD	.86	.78	.75	.72	.66		
	n	158	158	158	158	158		
知性	M	2.63	3.14	3.61	3.57	3.40	F(4, 640)=48.27***	成女 m>幼女 m 原型 幼男 m>幼女 m 原型 成男 m>原型 幼女 m>原型
	SD	.65	.79	.68	.75	.84		
	n	161	161	161	161	161		
女性性	M	2.83	4.38	4.11	3.25	2.82	F(4, 644)=132.77***	幼女 m>成女 m 幼男 m 原型 成男 m 成女 m>幼男 m 原型 成男 m 幼男 m>原型 成男 m
	SD	.89	.72	.80	1.03	1.09		
	n	162	162	162	162	162		

*** $p<.001$ (幼女 m; 幼女メイク, 成女 m; 成女メイク, 幼男 m; 幼男メイク, 成男 m; 成男メイク 以降の図表中ではメイクを m と表記する。)

構造が見出された。第1因子に負荷量の高い項目は、人がよさそう、おおらか、あたたかい、優しい、という人柄の良さのイメージが表された因子と解釈され、“人柄”因子と命名された。第2因子に負荷量の高い項目は、老けた(*), 若々しい, フレッシュ, 幼稚っぽい, という若さの特徴のイメージが表された因子と解釈され、“若さ”因子と命名された(*逆転項目)。第3因子に負荷量の高い項目は、しっかりした, 知的な, シャープ, エレガント, 上品さ, という知的な女性のイメージが表された因子と解釈され、“知性”因子と命名された。第4因子に負荷量の高い項目は、女性的, 男性的(*), であり, 女性の特徴のイメージが表された因子と解釈され、“女性性”因子と命名された。

4つのメイクの特徴が、それぞれどのような印象を与えているのかを検討するため、各因子について、負荷量が.40以上の項目の回答を単純加算し項目数で割る形で、メイク印象に関する「人柄」「若さ」「知性」「女性性」の尺度得点を算出し、一要因の分散分析を行った(Table 4)。その結果、4つの尺度得点すべてにおいて5つの顔刺激の主効果が有意であった。メイクごとに見ていくと、幼女メイクは、人柄の良さ、若さ、女性性の特徴を最も高めるが、知性的な特徴を最も下げることが示された。成女メイクは、知性と女性性、および人柄の良さの特

徴を高めるが、若さの特徴を低くすることが示された。幼男メイクは、知性と女性性の特徴を高めるが、人柄の良さや若さの特徴を下げることを示された。成男メイクは、知性的な特徴を高めるが、人柄の良さや若さの特徴を最も下げること、および、女性性の特徴はノーメイクと変わらないことが示された。以上から、本研究で作成された4つのメイクは、それぞれ仮定された異なる印象特徴を与えることができることが確認された。

研究 2

目的

研究2では、形態の異なった顔に異なったメイクを施すことによる対人印象に与える影響について、検討する。成熟・性別特徴を踏まえた顔とメイクの組み合わせを作成し、それらメイク顔が、それぞれどのような印象を与えるかを検討していく。

刺激作成 予備研究で作成された顔形態と研究1で作成したメイクを組み合わせ、次の16種類の顔イラストを作成した。幼女顔に対して、成女、幼男、成男、原型メイクの計4種類のメイク、成女顔に対しては、幼女、幼男、成男、原型メイクの計4種類のメイク、幼男顔に対しては、幼女、成女、成男、原型メイクの計4種類のメイク、成男顔に対しては、幼女、成女、幼男、原型メイクの計4種類の



Figure 8 研究2 提示刺激: 幼女顔ベース

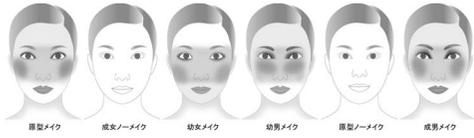


Figure 9 研究2 提示刺激: 成女顔ベース

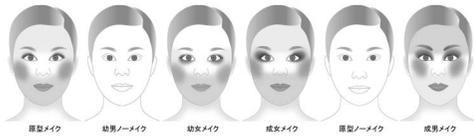


Figure 10 研究2 提示刺激: 幼男顔ベース

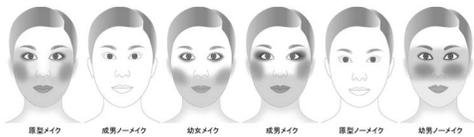


Figure 11 研究2 提示刺激: 成男顔ベース

メイクから成る、合計 16 種類のメイク顔である。ただし、顔刺激は女性顔とし、メイクの作成条件は、研究 1 に準じた。

方法

集合形式の質問紙調査を実施した。

対象者 都内私立大学の大学生 915 名 (男性 634 名, 女性 279 名, 不明 2 名, $M=19.68$ 歳・ $SD=1.39$) であった。

顔刺激 顔刺激は Figures 8~11 のように、4 つの顔形態ごとにパターン分けをした。各パターンは、それぞれ 4 種類のメイク顔とベースとなる顔のノーメイク顔、および原型ノーメイク顔の 6 つの顔刺激を 1 セットとした。それぞれの顔刺激は、縦 700 ミリ×横 400 ミリのサイズとし、A4 サイズ用紙横向き中央部に 6 つを横並びに貼付し、クリアファイルに入れて提示した。なお、提示順序については、顔刺激が過多であることと、予備研究および研究 1 において提示順序による印象への影響は小さいと判断したため、Figure 通りの提示順とした。

評価項目 予備研究、研究 1 と同様、形態評価 11 項目、印象評価 24 項目、関係性希望評価 3 項目を 6 つの刺激顔にそれぞれどの程度あてはまるのかを 5 件法で求めた。

手続き 顔刺激数が過多なため、調査実施にいたっては、4 つの顔形態ごとのパターンの内、対象者にそのいずれかのパターンをランダムに配布した。各パターンの対象者数の内訳は、幼女顔刺激の回答者 232 名 (男性 164 名, 女性 67 名, 不明 1 名, $M=19.71$ 歳・ $SD=1.39$)、成女顔刺激の回答者 232 名 (男性 154 名, 女性 78 名, $M=19.66$ 歳・ $SD=1.34$)、幼男顔刺激の回答者 228 名 (男性 157 名, 女性 70 名, 不明 1 名, $M=19.65$ 歳・ $SD=1.40$)、成男顔刺激の回答者 223 名 (男性 159 名, 女性 64 名, $M=19.73$ 歳・ $SD=1.45$) であった。対象者には、クリアファイルに入った顔刺激を見ながら、別紙の質問項目を評定するように求めた。

結果

成熟・性別軸によるメイク印象の分類 4 つの顔形態におけるそれぞれ 4 つのメイクが、成熟、性別の特徴により仮定された印象を与えていることを確認するため、数量化Ⅲ類に基づく双対尺度法を行った。なお、4 つのベース顔におけるそれぞれのノーメイク顔と原型ノーメイク顔を含めた 6 つの顔で分析をすると、ノーメイク顔は男性的な印象を与え、メイクをしている 4 つの顔が女性的な印象を与えていたことから、メイクの有無による印象は、性別軸により分類できる可能性が示唆された。つまりメイクの有無により次元が異なることが示唆されたため、メイクありの 4 つの顔のみで分析を行った。

その結果、4 つすべての顔形態の全メイクにおいて、仮定された成熟、性別の特徴の印象を与えていることが確認できた。ただし、紙面の関係上、結果の布置図は、幼女ベース以外は割愛する。顔形態ごとに結果を見ていくと、幼女ベース顔の結果、第 1 象限に幼男メイク、第 2 象限に原型メイク、第 3 象限に成女メイク、第 4 象限に成男メイクがプロットされた (Figure 12)。成女ベース顔の結果、第 1 象限に幼男メイク、第 2 象限に幼女メイク、第 3 象限に原型メイク、第 4 象限に成男メイクがプロットされた。幼男ベース顔の結果、第 1 象限に成男メイク第 2 象限に幼女メイク、第 3 象限に原型メイク、第 4 象限には成女メイクがプロットされた。成男ベース

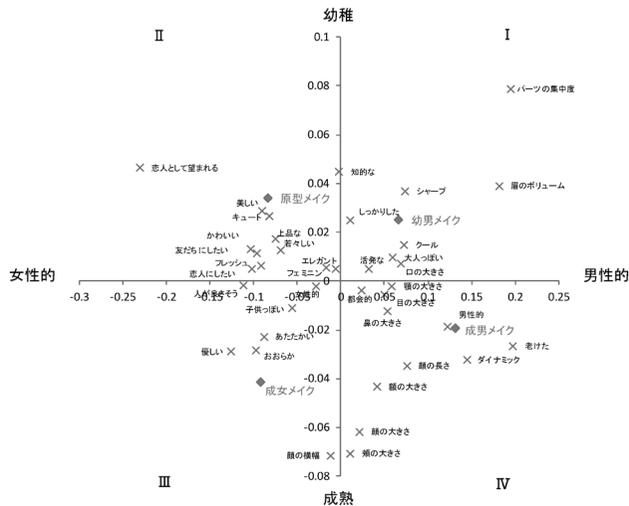


Figure 12 幼女ベース・4つのメイクとイメージ（形態評価・印象評価、関係性希望評価）の布置図

顔の結果，第1象限に幼男メイク，第2象限に幼女メイク，第3象限に原型メイク，第4象限に成女メイクがプロットされた。以上から，縦軸が成熟軸，横軸が性別軸と解釈され，作成された4つの顔形態への各々のメイクが，仮定された成熟軸・性別軸によって分類できることが明らかになった。

メイクによる印象の違い メイクによる印象評価の違いを検討するため，4つの顔形態におけるそれぞれのメイク顔への印象評価について，研究1と同様の手続きで「人柄」「若さ」「知性」「女性性」の尺度得点を算出し分散分析を行った。以下，顔形態ごとに，分散分析の結果を示す。

幼女顔 幼女顔形態において，6つの顔刺激の主効果は有意であり ($F(5, 1070)=143.579, p<.001$)，4つの顔印象尺度の主効果も有意であった ($F(3, 642)=51.525, p<.001$)。また顔と印象の交互作用も有意であった ($F(15, 3210)=60.514, p<.001$)。記述統計と下位検定の結果は Table 5 に示す。ベースとなる幼女ノーメイク顔（幼女）と各メイクを比較していくと，原型メイクは，人柄，若さ，知性，女性性のすべての特徴を高めることが示された。成女メイクは，人柄，知性，女性性の特徴を高めることが示された。幼男メイクは，知性と女性性の特徴を高めるが，人柄の良さの特徴を下げることを示された。成男メイクは，知性と女性性の特徴を高めるが，人柄の良さと若さの特徴を下げることを示された。また，4つのすべてのメイクにおいて，メイクをする

ことで女性性の印象を高めることが明らかになった。

成女顔 成女顔形態において，6つの顔刺激の主効果は有意であり ($F(5, 1070)=49.030, p<.001$)，4つの顔印象尺度の主効果も有意であった ($F(3, 642)=67.964, p<.001$)。また顔と印象の交互作用も有意であった ($F(15, 3210)=86.560, p<.001$)。記述統計と下位検定の結果は Table 6 に示す。ベースとなる成女ノーメイク顔（成女）と各メイクを比較していくと，原型メイクは，知性，女性性の特徴を高めることが示された。幼女メイクは，人柄，女性性の特徴を高めることが示された。幼男メイクは，知性と女性性の特徴を高めるが，人柄の良さと若さの特徴を下げることを示された。成男メイクは，知性と女性性の特徴を高めるが，人柄の良さと若さの特徴を下げることを示された。また，4つのすべてのメイクにおいて，メイクをすることで女性性の印象を高めることが明らかになった。

幼男顔 幼男顔形態において，6つの顔刺激の主効果は有意であり ($F(5, 1040)=45.855, p<.001$)，4つの顔印象尺度の主効果も有意であった ($F(3, 624)=57.403, p<.001$)。また顔と印象の交互作用も有意であった ($F(15, 3120)=84.745, p<.001$)。記述統計と下位検定の結果は Table 7 に示す。ベースとなる幼男ノーメイク顔（幼男）と各メイクを比較していくと，原型メイクは，人柄，知性，女性性の特徴を高めるが，若さの特徴を下げることを示された。幼女

Table 5 幼女顔のメイクによる印象評価の違い

子女	原型	子女	原型 m	大女 m	子男 m	大男 m	F 検定	下位検定
人柄	M	2.99	3.26	3.70	3.76	2.86	2.56	F(5, 1125)=90.79*** 大女 m>子女 子男 m 原型 大男 m 原型 m>子女 子男 m 原型 大男 m 子女>子男 m 原型 大男 m 子男 m>大男 m 原型>大男 m
	SD	.89	.86	.76	.80	.69	.82	
	n	226	226	226	226	226	226	
若さ	M	2.67	3.12	3.44	3.34	2.80	2.50	F(5, 1005)=61.32*** 原型 m>子女 子男 m 原型 大男 m 大女 m>子男 m 原型 大男 m 子女>子男 m 原型 大男 m 子男 m>大男 m
	SD	.74	.78	.71	.79	.69	.74	
	n	222	222	222	222	222	222	
知性	M	2.93	2.93	3.75	3.20	3.13	3.27	F(5, 1125)=90.79*** 原型 m>大男 m 大女 m 子男 m 子女 原型 大男 m>子男 m 子女 原型 大女 m>子女 原型 子男 m>子女 原型
	SD	.70	.71	.66	.68	.60	.67	
	n	223	223	223	223	223	223	
女性性	M	2.21	2.91	4.12	3.96	3.56	3.52	F(5, 1120)=161.09*** 原型 m>子男 m 大男 m 子女 原型 大女 m>子男 m 大男 m 子女 原型 子男 m>子女 原型 大男 m>子女 原型 子女>原型
	SD	.87	.65	.75	1.26	.80	.88	
	n	225	225	225	225	225	225	

***p<.001

Table 6 成女顔のメイクによる印象評価の違い

大女	原型	大女	原型 m	子女 m	子男 m	大男 m	F 検定	下位検定
人柄	M	3.17	3.23	3.40	3.52	2.86	2.74	F(5, 1110)=36.81*** 子女 m>大女 原型 子男 m 大男 m 原型 m>子男 m 大男 m 大女>子男 m 大男 m 原型>子男 m 大男 m
	SD	.87	.87	.86	.87	.69	.80	
	n	223	223	223	223	223	223	
若さ	M	3.07	3.03	2.91	3.04	2.60	2.39	F(5, 1115)=37.68*** 原型>子男 m 大男 m 子女 m>子男 m 大男 m 大女>子男 m 大男 m 原型 m>子男 m>大男 m 子男 m>大男 m
	SD	.78	.79	.78	.81	.72	.70	
	n	224	224	224	224	224	224	
知性	M	2.88	2.94	3.54	3.00	3.40	3.55	F(5, 1130)=56.62*** 大男 m>子男 m 子女 m 大女 原型 原型 m>子男 m 子女 m 大女 原型 子男 m>子女 m 大女 原型
	SD	.65	.67	.70	.75	.70	.78	
	n	227	227	227	227	227	227	
女性性	M	2.52	2.54	3.97	3.89	3.56	3.60	F(5, 1120)=161.09*** 原型 m>大男 m 子男 m 大女 原型 子女 m>大男 m 子男 m 大女 原型 大男 m>大女 原型 子男 m>大女 原型
	SD	.95	.97	.78	.82	.91	.94	
	n	228	228	228	228	228	228	

***p<.001

メイクは、女性性の特徴を高めるが、若さの特徴を下げる事が示された。成女メイクは、知性と女性性の特徴を高めるが、人柄の良さや若さの特徴を下げる事が示された。成男メイクは、知性と女性性の特徴を高めるが、人柄の良さや若さの特徴を下げる事が示された。また、4つのすべてのメイクにおいて、メイクをすることで女性性の印象を高める事が明らかになった。

成男顔 成男顔形態において、6つの顔刺激の主効果は有意であり (F(5, 1030)=37.958, p<.001), 4つの顔印象尺度の主効果も有意であった (F(3, 618)=58.537, p<.001)。また顔と印象の交互作用も有意であった (F(15, 3090)=68.276, p<.001)。記述統計と下位検定の結果は Table 8 に示す。ベースとなる成男ノーメイク顔 (成男) と各メイクを比較していくと、原型メイクは、知性、女性性の特徴を高める

Table 7 幼男顔のメイクによる印象評価の違い

子男	原型	子男	原型 m	子女 m	大女 m	大男 m	F 検定	下位検定
人柄	M 3.05 SD .84 n 223	3.28 .80 223	3.55 .89 223	3.49 .91 223	2.91 .76 223	2.37 .83 223	F(5, 1110)=78.39***	原型 m>子男 子女 m>原型 子男>原型 原型>大男 m 大女 m>大男 m
若さ	M 3.17 SD .81 n 219	3.28 .80 219	2.80 .81 219	2.93 .80 219	2.39 .68 219	2.06 .76 219	F(5, 1090)=97.50***	子男>原型 原型>子女 m 子女 m>大女 m 原型 m>大女 m 大女 m>大男 m
知性	M 3.01 SD .71 n 219	2.96 .65 219	3.39 .72 219	3.01 .68 219	3.20 .68 219	3.24 .79 219	F(5, 1090)=17.53***	原型 m>大女 m 大男 m>子女 m 大女 m>子女 m
女性性	M 2.66 SD .98 n 225	2.66 .95 225	3.73 .84 225	3.73 .92 225	3.58 .93 225	3.37 1.04 225	F(5, 1120)=74.48***	原型 m>大男 m 子女 m>大男 m 大女 m>大男 m 大男 m>子男 原型

***p<.001

Table 8 成男顔のメイクによる印象評価の違い

大男	原型	大男	原型 m	子女 m	大女 m	子男 m	F 検定	下位検定
人柄	M 3.20 SD .69 n 218	3.18 .69 218	3.41 .81 218	3.40 .77 218	2.98 .76 218	2.80 .85 218	F(5, 1085)=25.66***	原型 m>大男 子女 m>大男 原型>大女 m 大男>子男 m
若さ	M 3.60 SD .79 n 216	3.13 .75 216	2.58 .73 216	2.79 .70 216	2.40 .66 216	2.28 .79 216	F(5, 1075)=115.25***	原型>大男 大男>子女 m 子女 m>原型 m 原型 m>大女 m
知性	M 3.11 SD .61 n 218	3.11 .60 218	3.44 .69 218	3.33 .63 218	3.27 .61 218	2.84 .70 218	F(5, 1085)=30.07***	原型 m>大女 m 子女 m>原型 大女 m>子男 m 原型>子男 m
女性性	M 2.92 SD 1.04 n 218	2.37 .83 218	3.42 .98 218	3.53 .94 218	3.49 .95 218	2.97 1.07 218	F(5, 1085)=54.31***	子女 m>子男 m 大女 m>子男 m 原型 m>子男 m 子男 m>大男 原型>大男

***p<.001

が、若さの特徴を下げる事が示された。幼女メイクは、女人柄、知性、女性性の特徴を高めるが、若さの特徴を下げる事が示された。成女メイクは、女性性の特徴を高めるが、若さの特徴を下げる事が示された。幼男メイクは、女性性の特徴を高めるが、人柄の良さ、若さ、知性の特徴を下げる事が示された。また、原型メイクを除く3つのメイクにおいて、メイクをすることで女性性の印象が最も高

められ、原型メイクでは人柄の印象を高めることが明らかになった。

メイクによる関係性希望の違い 顔とメイクの違いにより、その人とのような関係を持ちたいのかを検討するため、4つの顔形態それぞれにおける6つの顔刺激に対し、(1)恋人にしたい(男性のみが回答)、(2)友達にしたい、(3)恋人として望まれる(女性のみが回答)の項目ごとに分散分析を行った。

Table 9 幼女ベース顔のメイクによる関係性希望の違い

幼女	原型	幼女	原型 m	成女 m	幼男 m	成男 m	F 検定	下位検定
友だちにしたい	M 2.85 SD 1.26 n 227	3.28 1.29 227	4.11 1.05 227	3.87 1.22 227	3.14 1.20 227	2.74 1.30 227	F(5, 1130)=67.29***	原型 m>幼女 幼男 m 原型 成男 m 成女 m>幼女 幼男 m 原型 成男 m 幼女>原型 成男 幼男 m>成男
恋人にしたい	M 2.13 SD 1.15 n 163	2.35 1.16 163	3.88 1.16 163	3.62 1.26 163	2.80 1.23 163	2.62 1.26 163	F(5, 810)=74.80***	原型 m>幼男 m 成男 m 幼女 原型 成女 m>幼男 m 成男 m 幼女 原型 幼男 m>成男 m 幼女 原型 成男 m>原型
恋人として望まれる	M 2.06 SD .87 n 64	2.77 1.15 64	4.30 1.03 64	3.84 1.25 64	2.72 1.16 64	1.87 .98 64	F(5, 315)=61.61***	原型 m>幼女 幼男 m 原型 成男 m 成女 m>幼女 幼男 m 原型 成男 m 幼女>原型 成男 m 幼男 m>原型 成男 m

*** $p<.001$

Table 10 成女ベース顔のメイクによる関係性希望の違い

成女	原型	成女	原型 m	幼女 m	幼男 m	成男 m	F 検定	下位検定
友だちにしたい	M 3.11 SD 1.20 n 230	3.22 1.17 230	3.61 1.21 230	3.46 1.33 230	3.11 1.19 230	2.97 1.22 230	F(5, 1145)=14.26***	原型 m>成女 幼男 m 原型 成男 m 幼女 m>幼男 m 原型 成男 m
恋人にしたい	M 2.19 SD 1.20 n 150	2.35 1.28 150	3.23 1.46 150	2.97 1.49 150	2.69 1.31 150	2.53 1.35 150	F(5, 745)=20.85***	原型 m>幼男 m 成男 m 成女 原型 幼女 m>成男 m 成女 原型 幼男 m>原型
恋人として望まれる	M 2.73 SD 1.15 n 79	2.81 1.12 79	3.85 1.17 79	3.57 1.22 79	2.84 1.11 79	2.68 1.27 79	F(5, 390)=16.86***	原型 m>幼男 m 成女 原型 成男 m 幼女 m>幼男 m 成女 原型 成男 m

*** $p<.001$

その結果、Tables 9～12 に示す通り、4 つすべての顔形態において、6 つの顔刺激の主効果は有意であった。メイクの違いにより、それぞれ異なる関係性希望を得られた。成男顔を除く 3 つの顔形態で、原型メイク顔が最も友人・恋人としての関係を強く希望され、次いで幼女メイクも強く希望された。成男顔では、幼女メイクが最も強く友人・恋人としての関係を希望された。また、男性的であると評価をされる傾向のあるノーメイク顔、および男性特徴を用いたメイクは、恋人、友達を問わず関係を望まなかった。

以上から、本研究で作成された 4 つの顔形態のすべてでメイクにより、成熟性別の特徴を踏まえた異なる印象を与えることが明らかにされた。また、本研究により作成されたメイクパターンから、メイクによる印象操作が可能となることが示された。

考 察

本研究は、メイクが対人印象に及ぼす影響について検討することを目的とした。予備研究では女性顔の基準を作成し、研究 1 ではメイクを作成し、それらメイクの印象について検討した。研究 2 では顔とメイクの組み合わせを作成し、それらの印象と関係性希望に及ぼす影響を検討した。その結果、メイクの違いにより異なる印象を与え、異なる関係性希望が得られることが明らかにされた。

本研究では、顔とメイクの形態印象モデルとして、成熟性と、性的二型性の 2 次元を取り上げ、それを基に女性の顔刺激を作成し、印象評価を行った。その結果、本研究で作成されたすべての顔刺激は、仮定された成熟軸・性別軸によって分類できることが明らかにされた。

メイクの印象の違いについては、ベースとなる顔形態にかかわらず、原型顔（黄金律を含む均整の取

Table 11 幼男ベース顔のメイクによる関係性希望の違い

幼男	原型	幼男	原型 m	幼女 m	成女 m	成男 m	F 検定	下位検定
友だちにしたい	M	3.13	3.27	3.59	3.41	2.91	F(5, 1115)=44.29***	原型 m>幼男 幼女 m>成女 m 幼男>成女 m 原型>成男 m 成女 m>成男 m
	SD	1.18	1.16	1.26	1.24	1.16		
	n	224	224	224	224	224		
恋人にしたい	M	2.28	2.32	3.00	2.82	2.32	F(5, 770)=23.16***	原型 m>幼男 幼女 m>幼男 幼男>成男 m 成女 m>成男 m
	SD	1.18	1.15	1.41	1.37	1.22		
	n	155	155	155	155	155		
恋人として望まれる	M	2.80	2.57	3.68	3.42	2.86	F(5, 340)=26.41***	原型 m>成女 m 幼女 m>原型 成女 m>成男 m 原型>成男 m 幼男>成男 m
	SD	1.22	1.06	1.25	1.30	1.18		
	n	69	69	69	69	69		

*** $p<.001$

Table 12 成男ベース顔のメイクによる関係性希望の違い

成男	原型	成男	原型 m	幼女 m	成女 m	幼男 m	F 検定	下位検定
友だちにしたい	M	3.45	3.06	3.35	3.39	2.87	F(5, 1090)=34.69***	原型>成男 幼女 m>成男 原型 m>成男 成男>幼男 m 成女 m>幼男 m
	SD	1.14	1.11	1.25	1.24	1.18		
	n	219	219	219	219	219		
恋人にしたい	M	2.68	2.10	2.72	2.90	2.46	F(5, 775)=21.65***	幼女 m>成女 m 原型 m>成男 原型>成男 成女 m>成男
	SD	1.28	1.04	1.33	1.39	1.24		
	n	156	156	156	156	156		
恋人として望まれる	M	3.48	2.32	3.43	3.56	2.65	F(5, 310)=41.01***	幼女 m>成女 m 原型>成女 m 原型 m>成女 m 成女 m>幼男 m 成男>幼男 m
	SD	1.31	.93	1.33	1.24	1.05		
	n	63	63	63	63	63		

*** $p<.001$

れた顔)に近づけるための原型メイクをすることで、人柄の良さ、知性、女性性の特徴の印象評価が高くなることが明らかになった。これは、黄金率や平均が、普遍的美であるという見解(大坊, 1997)を支持した。また、幼女メイクが、人柄の良さ、若さ、女性性の特徴の印象を高めることが明らかになった。これは、メイクにより、女性度の強調や、幼さを強調をすることで魅力が上昇する知見(蛭川・山口, 1993; 伊師他 2001a, 2001b)を支持した。その他、成女メイクは、女性性を高め、幼男メイクは、女性顔形態へメイクをした場合には、知性、女性性を高め、成男メイクは、知性の印象を高めることが明らかになった。一方、メイクをすることで印象評価を下げることも明らかになった。成女メイク

は、男性顔形態へメイクをした場合には、若さの印象を下げ、幼男メイクは、ベースとなる顔形態にかかわらず、人柄の良さの印象を下げる事が明らかになった。成男メイクは、ベースとなる顔形態にかかわらず、人柄の良さ、若さの印象を下げる事が明らかになった。これらのことから、メイクをする際には、ベースとなる顔形態によって、異なる印象が生じることが明らかにされた。

関係性希望に関しては、原型メイクと幼女メイクが、友達や恋人として望まれることが示された。この2つのメイクは、女性の顔の魅力の手がかり(Cunningham, 1986; 大坊, 2001)の、「造形美(黄金率・平均)」「幼児性」「女性性」の顔特徴を持つ顔であり、この特徴を持つ顔は、友達や恋人として

の関係を希望される (Cunningham et al., 1995; 小野寺, 1989) ということを追認した。一方で, 男性的であると評価をされる傾向のあったノーメイク顔, および男性特徴を用いたメイクは, 恋人, 友達を問わず関係をあまり望まれなかった。このことから, メイクの違いによって, 他者から希望される関係性に違いが生じることが示された。

以上から, メイク次第では外見の魅力や客観的評価を下げてしまう可能性があるという, 大坊 (1998) の「化粧の両面効果」を支持した。つまり, 従来の研究では不明確であった「どのような顔に」「どのようなメイクをすると」「どのような印象になるのか」が本研究で作成された顔とメイクの基準により明らかにされたものと推察される。

本研究は, 顔とメイクの基準, また, それらの形態印象指標を作成するという性質上, それぞれの作成条件は簡潔であることが必要であると考え, 顔とメイクを構成する要因に制限を設けた。そのため, 実際の人間の顔やメイクの要因をすべては取り入れておらず, 顔やメイク印象に対する現実世界との乖離があることは否めない。今後, 今回取り入れなかった顔の構成要因やメイクの構成要素も取り入れ, 実際に人物に対してメイクを施し, より実証的に研究を進展させていきたい。また, 実験操作においても, 本研究では刺激顔を1つずつ提示せず, 複数の顔刺激を並列により同時に提示したが, その提示方法の妥当性も検討が必要である。さらに研究2に関しては, パターンごとに対象者が異なったため, すべての刺激顔の横断的比較ができていない。この点に関しても今後の課題としていきたい。以上の課題を踏まえ, 今後の研究においては, 本研究で作成された顔とメイクの形態印象指標の, 実用化へ向けての精度をさらに高めていきたい。それにより, メイクによる対人印象形成の可能性が広がり, 日常生活場面, 社会的場面, 臨床場面などへの応用が期待される。

引用文献

- 阿部恒之・大川 恵・高野ルリ子 2008 容姿の印象形成に及ぼす過般化の影響—顔だちまっぶの理論的基盤に関する実験的検討— 日本顔学会誌, 8, 87-96.
- 阿部恒之・佐藤智穂・遠藤光男 2009 目の大きさ知覚に及ぼすアイシャドウの効果—まぶたの陰影の位置・範囲・濃さを操作した実験的検討— 日本顔学会誌, 9, 111-118.
- 阿部恒之・高野ルリ子 2007 色彩と容貌印象の心理学的関連 日本化粧品学会誌 31, 157-162.
- BUSINESS INSIDER 2011 What The Average Person Looks Like In Every Country BUSINESS INSIDER (2011年2月10日) <<http://www.businessinsider.com/faces-of-tomorrow-2011-2?op=1#ixzz3FL5AUS92>>
- Cabeza, R., Bruce, V., Kato, T., & Oda, M. 1999 The prototype effect in face recognition: Extension and limits. *Memory & Cognition*, 27, 139-151.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. 1986 Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14, 51-58.
- Cunningham, M. R. 1986 Measuring the physical in physical attractiveness: Quasi-Experiments on the sociobiology of female facial beauty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 925-935.
- Cunningham, M. R., Roberts, A. R., Barbee, A. P., Perri, B., & Cheng-Huan, W. 1995 Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours: Consistency and variability in the cross-cultural perception of female physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 261-279.
- 大坊郁夫 1997 美のこれから 魅力の心理学 ポーラ文化研究所
- 大坊郁夫 1998 対人関係における化粧の相対的効果 日本心理学会第62回大会論文集, 33.
- 大坊郁夫 2001 美しさの社会性 大坊郁夫(編) 高木修(監) 化粧行動の社会心理学 北大路書房 pp. 34-46.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. 1972 What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- 遠藤光男 1993 顔の認識過程 吉川左紀子・益谷真・中村 真(編) 顔と心—顔の心理学入門—サイエンス社 pp. 170-196.
- Graham, J. A., & Furnham, A. F. 1981 Sexual differences in attractiveness ratings of day/night cosmetic use. *Cosmetic Technology*, 3, 36-42.
- 原島 博・馬場悠男 1996 人の顔を変えたのは何か 河出書房新社
- 蛭川 立 1993 顔の魅力と進化 吉川左紀子・益谷真・中村 真(編) 顔と心—顔の心理学入門—サイエンス社 pp. 46-65.
- 蛭川 立・山口真美 1993 性差の強調が顔の成熟および魅力の認知に与える影響 日本心理学会第57回論文集 779.
- 伊師華江・行場次朗・蒲池みゆき・向田 茂・赤松茂 2001a 女性化ならびに幼稚化変形を施した顔の

- 魅力度の分析 電子情報通信学会総合大会講演論文集, 518-519.
- 伊師華江・行場次朗・蒲池みゆき・向田 茂・赤松茂 2001b 成顔に対する男性と女性の魅力度評価の相違点: 女性化と幼稚化変形に対する偏好性を指標として 電子情報通信学会技術研究報告. HIP, **101**, 37, 17-22.
- 川名好裕 2012 化粧と笑顔による魅力変化 立正大学心理学研究年報, **3**, 19-32.
- 宮永美知代 2009 美女の骨格—名画に隠された秘密—青春出版社
- 村澤博人 2001 化粧の文化誌 大坊郁夫(編) 高木修(監) 化粧行動の社会心理学 北大路書房 pp. 48-63.
- 夏目幸恵・齋藤房枝 2005 ヘア・メイク研究 文化服装学院研究論集, **5**, 91-95.
- 根ヶ山光一 1993 顔から成熟を知る 吉川左紀子・益谷 真・中村 真(編) 顔と心—顔の心理学入門—サイエンス社 pp. 88-99.
- 西島 悦 2007 ゴールデンバランス 美人メイク入門扶桑社
- 西田正秋 2007 顔の形の美しさ—人体美学の研究より—青娥書房
- 越智啓太 2013 美人の正体—外見的魅力をめぐる心理学—実務教育出版
- 小野寺孝義 1989 美人タイプと美人ステレオタイプに関する研究 東海女子短期大学紀要, **15**, 113-122.
- Paquet, D. 1997 Miroir mon beau miroir Une histoire de la beaut?. (ドミニクパケ 石井美樹子(監) 木村恵一(訳) 1999 美女の歴史—美容術と化粧術の5000年史 創元社)
- 佐藤智穂・阿部恒之 2008 アイシャドーが目のおおきさ知覚に及ぼす影響 日本顔学会誌, **8**, 170.
- 鈴木ゆかり 1993 顔の形態と印象の関係 資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 化粧心理学 フレグナンスジャーナル社 pp. 124-133.
- Takano, R., Abe, T., & Kobayashi, N. 1996 Relationship between facial feature and perceived facial image for application to image creation using cosmetics. *Proceeding of 70th Anniversary Conference on Color Materials*, 188-191.
- 高野ルリ子 2001 メーキャップのサイエンス 大坊郁夫(編) 高木 修(監) 化粧行動の社会心理学 北大路書房 pp. 90-101.
- 高野ルリ子・阿部恒之 1997 顔の印象評価における形態的背景 日本心理学第61回大会発表論文集, 707.
- 高橋 翠 2011 社会的手がかりと「男らしさ」が男性顔の魅力に与える影響: 女性評定者側の要因による調整効果に着目して 電子情報通信学会技術研究報告, **111**, 27-31.
- 鳥居さくら 2001 化粧する人間のこころと行動 大坊郁夫(編) 高木 修(監) 化粧行動の社会心理学 北大路書房 pp. 12-21.
- 津田兼六・余語真夫・浜 治世 1989 化粧と表情による容貌印象の変化 関西心理学会第101回大会発表論文集, 80.
- Valentine, T., & Bruce, V. 1986a Recognizing familiar faces: The role of distinctiveness and familiarity. *Canadian Journal of Psychology*, **40**, 300-305.
- Valentine, T., & Bruce, V. 1986b The effects of distinctiveness in recognising and classifying faces. *Perception*, **15**, 525-535.
- Valentine, T. 1991 A unified account of the effects of distinctiveness, inversion, and race in face recognition. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology Section A: Human Experimental Psychology*, **43**, 161-204.
- Workman, J. E., & Johnson, K. K. P. 1991 The role of cosmetics in impression formation. *Clothing and Textiles Research Journal*, **10**, 63-67.
- ウーマンヘルス研究所 2005 各年代の平均顔の写真 ウーマンヘルス研究所 <<http://womanhealthlab.com/old/experts/exmukaida/index.html>>
- 山口真美 2010 美人は得をするか「顔」学入門集英社
- Zebrowitz, L. 1997 Reading Faces: Window To The Soul? (レズリー・A. ゼブロウィッツ 羽田節子・中尾ゆかり(訳) 1999 顔を読む—顔学への招待 大修館書店)

(受稿: 2014.7.16; 受理: 2014.12.16)