

日中大学生の化粧意識と化粧行動

孫 曉強¹⁾・木 藤 恒 夫²⁾

要 約

本研究では、質問紙調査により日中大学生の化粧意識と化粧行動の実態を調べ、さらに化粧意識と化粧行動との関連を検討した。155名の日本人大学生と154名の中国人大学生を対象として、化粧意識の3因子(「魅力向上・気分高揚」, 「身だしなみ・必需品」, 「効果不安」)と16項目の化粧行動について調査を行った。その結果、化粧意識において女子は日本が中国よりも高く、男子は日本が中国よりも低かった。化粧行動においては、日本の女子と中国の男子は皮膚のケアといった項目に、中国の女子はケアと共に魅力向上のための項目に頻度が高かった。日本の男子は全般的に化粧頻度が低かった。化粧意識と化粧行動との関係においては、両国の女子ともに3因子において相関が認められた。ただし、「魅力向上・気分高揚」では、男女とも日本では正、中国では負の相関が見られた。このことは、日本と中国はそれぞれの文化や社会が異なるため、化粧のとらえ方にもそれらの影響が及んでいることを示唆する。

キーワード：化粧意識, 化粧行動, 日中国際比較, 大学生

問題と目的

現代では、化粧は身だしなみとして欠かすことのできないものとなっており、多くの人々が日常的に行っている。しかし、化粧に対する意識や化粧行動の程度は、性別や年齢といった生物学上の差異のほか、人種や国家に象徴される文化、伝統、経済といった様々な要因の影響も受ける。

広辞苑第五版による化粧の辞書的な定義は、顔を中心として表面に化粧料を塗り、美化することである。ただし、このような装飾的な機能だけでなく、あたかも塗り薬のように、皮膚を保護するといった目的にも化粧は利用されてきた。化粧に相当する外来語としては、いくつかの単語があり、それはメイク、メーキャップ、メイクアップなどである。大坊(2001)は化粧を広義に、身体変工、色調生成、塗彩の3つに分類している。さらに、安部(2002)は化粧を施す部分をフェイス、ボディ、ヘアに、また、化粧品の種類を

スキンケア、メイク(可逆、不可逆)、フレグランスに分けた。村澤(2001)は、化粧の働きは基本的には「隠す」と「見せる」という2つの要素からなっていると述べている。前者は、他人に見せたくない欠点をカバーすることである。それに対して、後者は自分が強調したい部分あるいは期待されるイメージを呈示することである。

化粧の歴史は、古くは古代エジプトや古代ギリシャの時代に遡ることができる(Paquet, 1997)。あるいは、化粧の起源はそれ以前であり、約7万年前には「魔除け」として顔に赤色の物質を塗るということが行われていたとも言われている。古くは、祭礼といった儀式で神官が化粧を利用し、貴族は君主の歡心を買う手段としても用いてきた。

李(2000)によれば、中国の化粧の歴史は古く、紀元前21世紀ごろまで遡ることができる。この時代は、化粧品は高価であり、主として宮廷に属する女性が白粉と紅を使った化粧をしていた。化粧の庶民化、化粧

1) 久留米大学大学院心理学研究科前期博士課程

2) 久留米大学文学部心理学科

の隆盛は国家の経済力と深い関係があり、経済が発展した唐の時代に一つのピークを迎えた。その後、唐王朝の滅亡に連れて国力が弱くなり、化粧文化も下火になった。

日本における化粧の歴史は、現代のようなおしゃれを意識した化粧の始まりは飛鳥時代と見なされている(山村, 2016)。その当時、日本から中国に遣隋使や遣唐使が派遣され、様々な文化が伝えられ、その一つに大陸の化粧文化もあった。平安時代になると、いわゆる日本文化が芽生えるようになり、日本独自の化粧様式が見られるようになった。江戸時代は町人文化が栄え、化粧は一般庶民に爆発的に広がった。明治時代になると、様々な西洋文化が入ってきて、生活環境の変化とともに化粧のスタイルも変化した。

化粧の機能に関しては、近代あるいは現代では、単に他者に見せる対他的な機能だけではなく、化粧行為をする自分自身への対自的な機能にも関心が向けられている。村澤(2001)は、外見ではなく、内面を表現するツールとして化粧を行っている人も少なくないと述べている。また化粧の心理的意味は、日常から解放する変身と自己を改善する手入れの2種類に分類されたり(大坊, 2001)、化粧は社会的積極性に影響するものであるとも指摘されている(大坊, 1995)。

第一執筆者は中国人であり、日本に来て、改めて中国人と日本人の習慣や文化に基づく意識と行動における多くの違いに気づいた。その具体的なものの一つが化粧に関する意識と行動であった。

化粧意識や化粧行動を考える場合、文化との関わりを考慮せざるをえない。氏家・遠藤(2012)は「自己と文化は互いに影響しあうと言える。文化は心の外だけではなく、心の中にも存在し、同じ時間・空間に暮らす人々に共有・世帯間の継承、また時間を超えていくものである。しかし、自己は文化から一方的に影響を受けるのみならず、文化に対して主体的に働きかけもする」と述べている。自己の意識や行為のひとつの現れとしての化粧についても、このことは当てはまるであろう。例えば、儒教の祖である孔子は身体髪膚、受之父母不敢毀傷孝之始也(身体髪膚、これを父母に受く。敢て毀傷せざるは孝の始なり。)"e(と述べている。つまり、身体と髪と皮膚、すなわち身体のすべては親から受けたもので、これを傷つけないように努めるのが孝行の始まりである、という意味である。しかし、現在では、髪を切ったり、染めたりすることは一般的であり、整形やタトゥーなども珍しくないことである。したがって、日本人と中国人はそれぞれの文化の

もとで、それぞれの文化の影響を受けつつ、暮らしている。そして、新しい化粧文化を作りつつあるとも言えよう。

現在の中国では、化粧を毎日する女性の割合は27%であり、場所や相手といった状況によっては化粧をする女性は59%である(香港貿發局, 2016)。それに対して日本では、約60%の女性はほぼ毎日化粧していると報告されている(リサーチバンク, 2013)。これらの調査では、日常的に化粧をしている日本女性の割合は中国女性のおよそ2倍である。この違いは、日本と中国の経済的な事情とともに、日本人と中国人における化粧を含めた文化観の違いに起因するとも考えられる。

本研究では、学則(化粧制限)や社会通念(化粧要請)が比較的に自由である大学生を対象にして、中国と日本における化粧意識と化粧行動を比較検討する。

方 法

調査参加者

中国吉林省長春市にある大学の大学生154名(男性73名, 女性81名, 年齢平均 19.4 ± 0.55 歳)と日本福岡県久留米市にある大学の大学生155名(男性71名, 女性84名, 平均年齢 18.9 ± 1.02 歳)を対象として、化粧意識と化粧行動について質問紙調査を実施した。

質問紙

化粧意識に関しては、平松・牛田(2004)が作成した化粧意識尺度を使用した。本尺度は、「魅力向上・気分高揚(15項目)」「身だしなみ・必需品(7項目)」「効果不安(4項目)」の3因子、全26項目からなっており、それぞれの質問項目に、回答者はどの程度自分にあてはまるのかについて、「当てはまらない(1)」から「当てはまる(5)」までの5件法で回答するものである。中国人学生に対しては、第一執筆者が翻訳したものを使用した(付録1を参照)。

化粧行動に関しては、平松・牛田(2004)が作成した質問紙を参考にして、男女で共通する化粧行動を考慮して16項目のみを用いた。頻度評定は、1週間に何日行っているのかを「していない(0)」から「毎日している(7)」の8件法で回答を求めた。中国人学生に対しては、第一執筆者が翻訳したものを使用した。

調査時期

2017年9月に調査を実施した。

手続き

中国と日本の調査ともに、質問紙を授業中に配布、

回収した。

結 果

化粧意識における因子ごとの日中大学生の平均得点を図1，図2，図3に示した。

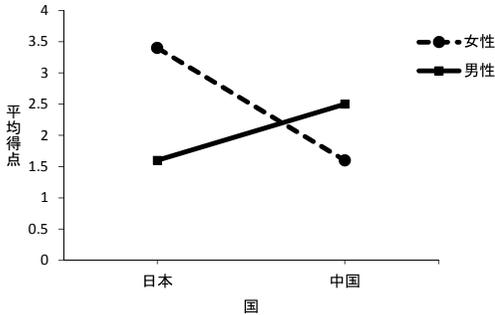


図1 日中大学生の化粧意識（「魅力向上・気分高揚」）

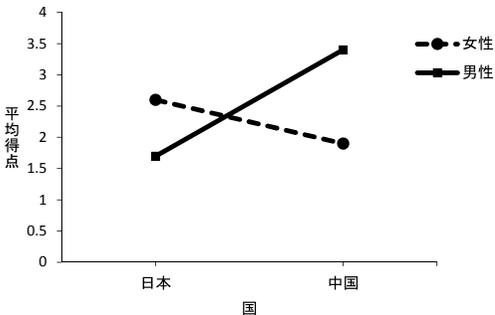


図2 日中大学生の化粧意識（「身だしなみ・必需品」）

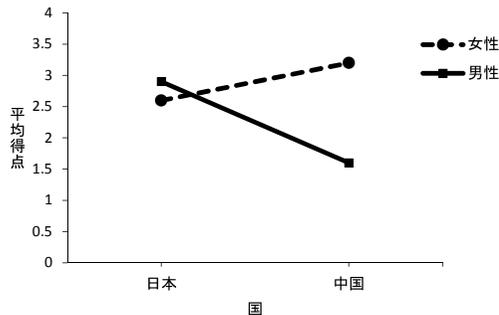


図3 日中大学生の化粧意識（「効果不安」）

因子ごとに国別と性別による2（日本，中国）×2（女性，男性）の2要因分散分析を行った。

「魅力向上・気分高揚」因子については，国別の主効果が有意 ($F(1,305)=31.97, p<.01$) であり，日本人学生の方が中国人学生よりも得点が高かった。性別の主効果も有意 ($F(1,305)=44.09, p<.01$) であり，女性は男性よりも得点が高かった。また，交互作用も認められ ($F(1,305)=369.08, p<.01$)，女子は日本が中国よりも得点が高く，男子は日本が中国よりも得点が低かった。

「身だしなみ・必需品」因子については，国別の主効果が有意 ($F(1,305)=64.02, p<.01$) であり，中国人学生は日本人学生よりも得点が高かった。性別の主効果も有意 ($F(1,305)=21.19, p<.01$) であり，男性は女性よりも得点が高かった。また，交互作用も認められ ($F(1,305)=467.53, p<.01$)，女子は日本が中国よりも得点が高く，男子は日本が中国よりも得点が低かった。

「効果不安」因子については，国別の主効果が有意 ($F(1,305)=21.33, p<.01$) であり，中国人学生は日本人学生よりも得点が高かった。性別の主効果も有意 ($F(1,305)=72.21, p<.01$) であり，女性は男性よりも得点が高かった。また，交互作用も認められ ($F(1,305)=150.55, p<.01$)，女子は中国が日本よりも得点が高く，男子は中国が日本よりも得点が低かった。

化粧行動に関しては，調査後のデータを検討する際に日本語版と中国語版で用いた語句の意味を吟味した結果，項目8（日本語：顔クレンジング，中国語：洁面）と項目12（日本語：頭皮クレンジング，中国語：头皮清洁）を分析から除外した。

化粧行動における日中大学生の平均得点と標準偏差を表1に示した。

化粧行動における国と性による差異について，行動項目ごとに国と性を要因とする2要因分散分析で検討した（表2）。

「エクステンション」を除く13項目で国と性による主効果が認められた。国に関しては，日本人学生の方が中国人学生よりも頻度が高いものが4項目であり，逆に，中国人学生が日本人学生よりも傾向が高いものが9項目あった。性に関しては，「髪トリートメント」「エクステンション」「オイルコントロール」は男性が女性よりも高頻度の傾向が見られたが，その他は，女性が男性よりも高頻度であった。「ピアス/イヤリング」「エクステンション」「オイルコントロール」を除

表1 日中大学生の化粧行動（日数/週）

	日 本		中 国		日 本		中 国	
	女子		男子		女子		男子	
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
顔保湿 (面部保湿)	5.2	2.62	1.8	2.77	3.1	1.21	1.0	1.18
ベースメイク (底妝)	4.2	2.94	0.1	0.33	6.1	2.12	0.0	0.00
髪トリートメント (头发护理)	5.1	2.69	2.2	2.84	3.3	1.06	7.0	0.46
唇保湿 (唇部保湿)	3.8	3.10	0.8	1.90	0.1	0.59	0.0	0.00
UV予防 (防晒)	4.0	2.71	0.4	1.10	6.7	0.99	4.0	1.68
香水 (香水)	0.8	1.60	1.0	1.92	2.7	2.48	1.6	2.15
マニキュア (涂指甲)	1.1	2.10	0.1	0.69	0.4	0.91	0.0	0.00
アイメイク (眼妝)	3.5	3.03	0.0	0.00	5.1	2.51	0.0	0.00
ピアス/イヤリング (耳环)	2.3	2.90	0.3	1.36	3.3	3.34	2.3	3.13
手・足・肘・膝保湿 (手脚肘膝保湿)	2.4	2.56	0.7	1.80	0.1	0.46	0.0	0.00
アイトリートメント (眼部护理)	0.2	1.00	0.1	0.89	1.5	1.51	0.0	0.23
エクステンション (接发)	0.1	0.69	0.0	0.00	0.1	0.44	0.0	0.00
整眉 (修眉)	1.7	1.80	1.3	1.91	2.8	1.84	1.0	1.12
オイルコントロール (控油)	0.3	1.16	0.2	0.90	3.1	2.32	2.4	2.03

表2 化粧行動における国と性による差異

	主効果		交互作用
	国	性	
顔保湿 (面部保湿)	日>中**	女>男**	*
ベースメイク (底妝)	日<中**	女>男**	**
髪トリートメント (头发护理)	日<中**	女<男†	**
唇保湿 (唇部保湿)	日>中**	女>男**	**
UV予防 (防晒)	日<中**	女>男**	*
香水 (香水)	日<中**	女>男*	**
マニキュア (涂指甲)	日>中**	女>男**	*
アイメイク (眼妝)	日<中**	女>男**	**
ピアス/イヤリング (耳环)	日<中**	女>男**	n.s.
手・足・肘・膝保湿 (手・足・肘・膝的保湿)	日>中**	女>男**	**
アイトリートメント (眼部护理)	日<中**	女>男**	**
エクステンション (接发)	n.s.	女>男†	n.s.
整眉 (修眉)	日<中*	女>男**	**
オイルコントロール (控油)	日<中**	女>男†	n.s.

** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

表3 日中大学生の化粧意識と化粧行動の相関

	魅力向上・気分高揚		身だしなみ・必需品		効果不安	
	日本	中国	日本	中国	日本	中国
女子	0.42**	- 0.71**	0.33**	0.46**	- 0.39**	0.68**
男子	0.38**	- 0.26*	0.14	- 0.11	- 0.17	- 0.06

** $p < .01$, * $p < .05$

く11項目で交互作用が認められた。

今回の調査項目では、日本の女子大学生は、「顔保湿」「髪トリートメント」「UV予防」といった肌や髪
の保護を高頻度に行っていた。中国の女子大学生は、「UV予防」といった肌の保護のほか、「ベースメイク」
「アイメイク」といった飾る化粧も重視していた。男子

については、両国ともに、全体的に頻度は低かった。

化粧意識と化粧行動の関係として、14の化粧行動項目の平均得点と3因子の化粧意識得点との相関係数を表3に示した。

女子では、両国ともに3因子において相関が認められた。ただし、「魅力向上・気分高揚」では、日本では

正、中国では負の相関であった。「効果不安」では逆のパターンであった。男子では、「魅力向上・気分高揚」においてのみ、日本では正、中国では負の相関が認められた。つまり、中国の大学生は化粧意識が高いほど化粧しないということである。

また、化粧意識の因子ごとに、日本の女子大学生における化粧意識と化粧行動についての散布図を図4、

図5、図6に示した。

同様に、中国の女子大学生における化粧意識と化粧行動についての散布図を図7、図8、図9に示した。

日本の男子大学生における「魅力向上・気分高揚」因子と化粧行動についての散布図を関係の散布図を図10に示した。

同様に、中国の男子大学生における「魅力向上・気

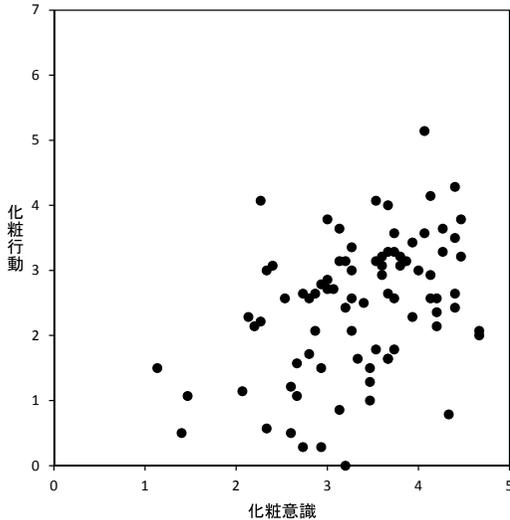


図4 日本女子大学生の化粧意識（「魅力向上・気分高揚」）と化粧行動の散布図

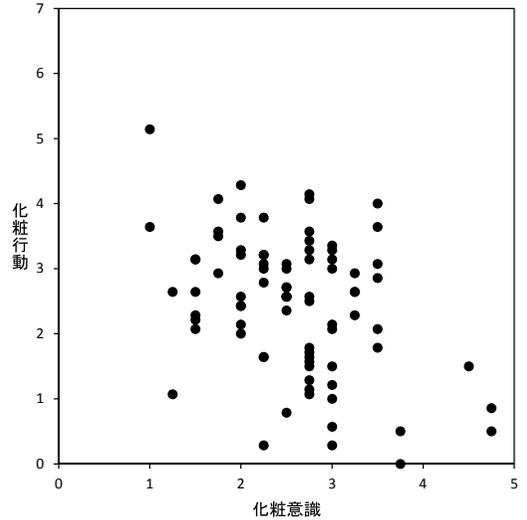


図6 日本女子大学生の化粧意識（「効果不安」）と化粧行動の散布図

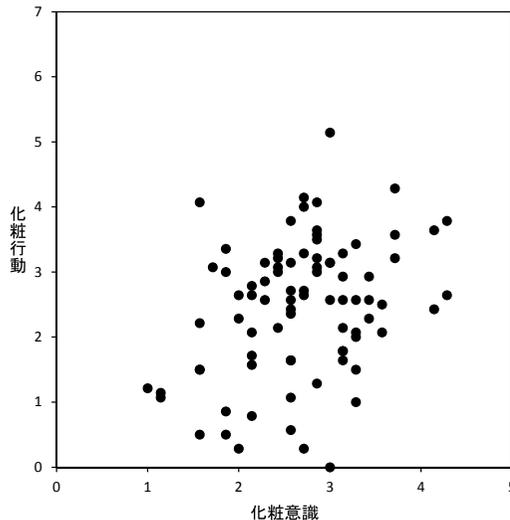


図5 日本女子大学生の化粧意識（「身だしなみ・必需品」）と化粧行動の散布図

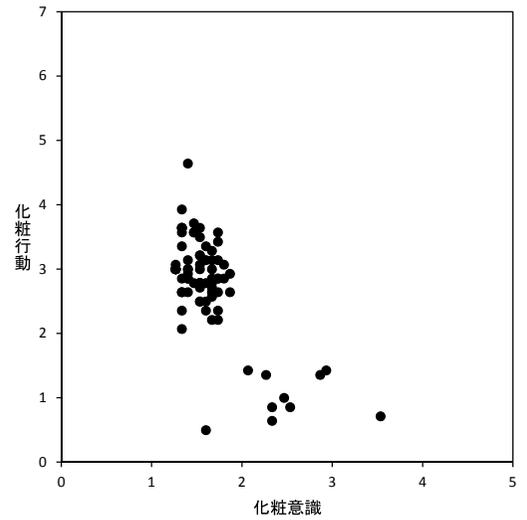


図7 中国女子大学生の化粧意識（「魅力向上・気分高揚」）と化粧行動の散布図

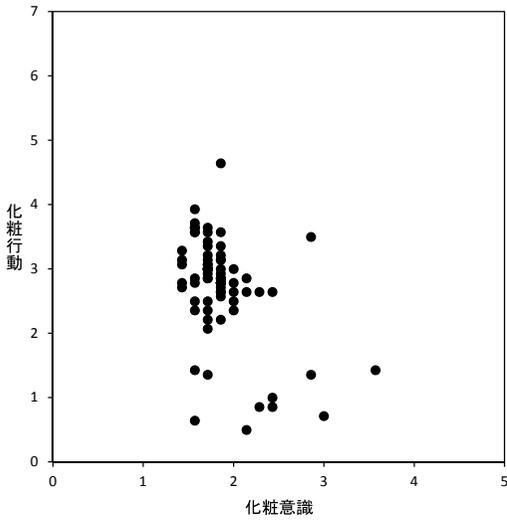


図8 中国女子大学生の化粧意識（「身だしなみ・必需品」）と化粧行動の散布図

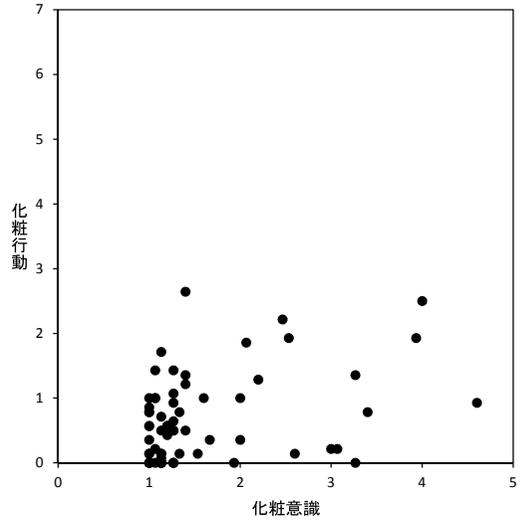


図10 日本男子大学生の化粧意識（「魅力向上・気分高揚」）と化粧行動の散布図

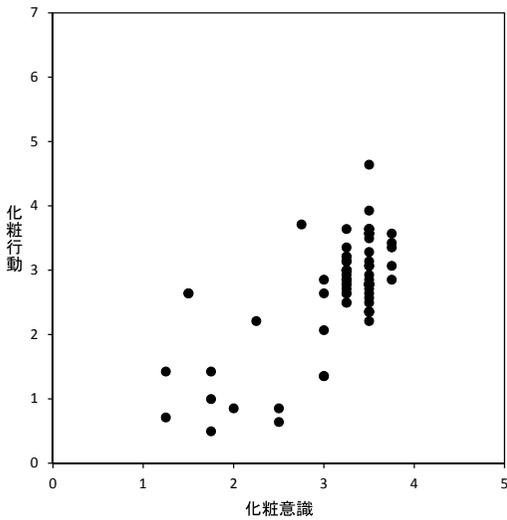


図9 中国女子大学生の化粧意識（「効果不安」）と化粧行動の散布図

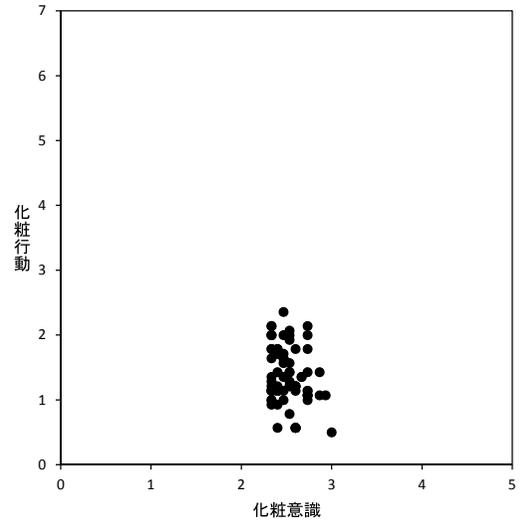


図11 中国男子大学生の化粧意識（「魅力向上・気分高揚」）と化粧行動の散布図

分高揚」因子と化粧行動についての散布図を図11に示した。

考 察

化粧意識について

化粧に対して、日本の女子大学生と中国の男子大学

生は化粧効果のポジティブな面を捉えている。日本は化粧の先進国として、化粧品の種類が多く、品質が高く、価格が幅広いため、いかなる階層の人でも化粧品を購入する機会が多い。最近では、若い女性がネット上で「美サギ女子」「整形メイク」「詐欺メイク」などの言葉を使うこともある。これらの言葉は、化粧の前後で見違えるほどに化粧のスキルが上達していること

に起因する。また、化粧はマナーの一部だと捉える人も多く、化粧をすることが好きではないにもかかわらず、化粧をする人もいる。中国では、男性向けの化粧品市場が急速に広がりつつあり、男性が使う化粧品の選択肢の増加に伴ない、化粧をする男性が増えつつある。また、男性が装うことが徐々に受容されるようになり、化粧意識の上昇につながっていると考えられる。一方、日本の男子大学生と中国の女子大学生は比較的化粧効果のネガティブな面を捉えている。この理由として、中国の女子大学生は、人工的ではない自然の美を重視する傾向があり、化粧をする学生は学業に勤勉ではないと考えることもあり、化粧をする女子学生の割合が日本より少ないと思われる。日本の男子に関しては、男は外見を装わないという伝統的な意識が反映したと考えられる。

化粧行動について

女子大生に関しては、日中の学生がともに頻度高く行う化粧行動は肌の保護であった。さらに中国の女子大生は、日本の女子大生に比べて、一部の飾る化粧行動の頻度が高かった。現代中国の若い女性が外見的な化粧に積極的であると読み取ることができる。日本と比較すると、中国の化粧文化は発展途上であり、中国女性の化粧スキルや化粧スタイルは未熟である。そのため、練習の意味を含めて、飾る化粧への関心が高いのでないだろうか。

化粧意識と化粧行動との関係について

ポジティブな化粧意識が高いと化粧行動も高いと思われるがちである。確かに、日本の女子大学生（「魅力向上・気分高揚」, 「身だしなみ・必需品」）や男子大学生（「魅力向上・気分高揚」）では化粧の意識と行動に正の相関関係が認められた。また、ネガティブな化粧意識である「効果不安」と化粧行動には、日本の女子大学生において負の相関関係が認められた。一方、中国の女子大学生では、「身だしなみ・必需品」因子と化粧行動には正の相関が認められたが、「魅力向上・気分高揚」因子と化粧行動には負の相関関係、「効果不安」因子とは正の相関関係が認められた。中国の男子大学生でも「魅力向上・気分高揚」因子と化粧行動に負の相関関係が認められた。

加藤・石原・大木（2010）は、化粧の意識と行動に不一致がある場合、化粧の心理的な効果が得られ難いと指摘した。今回の調査結果を見ると、化粧文化の発展途上にある中国の大学生には、部分的にこの不一致が見られた。したがって、化粧による心理的な効果を

十分には得られていないことが示唆される。

本研究の課題としては、調査参加者数がそれほど多くなく、また、地方都市という共通点があるとはいえ、日本と中国のひとつずつの大学での調査のため、普遍性の検討が不十分であった。今後、これらの課題に応えた上で、さらに、両国の文化や経済の側面を考慮した検討を進める必要がある。

引用文献

- 安部恒之（2002）. 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
- 平松隆円・牛田聡子（2004）. 化粧に関する研究（第3報）—大学生の化粧意識の構造解明と化粧行動との関連性— 繊維製品消費科学, 45, 53-62.
- 香港貿發局（2016）. 中国女性対化粧品の需求特征. 香港貿發局. Retrieved from <http://economists-pick-research.hktdc.com/business-news/article/> 研究文章 / 中国女性対化粧品の需求特征 /tp/sc/1/1X000000/1X0A5LZA.htm (March 22, 2016)
- 加藤孝央・石原俊一・大木桃代（2010）. 女子大学生における化粧認知及び行動と心理的健康の関連性 生活科学研究, 32, 81-89.
- 村澤博人（2001）. 装いと変身の化粧 高木修（監修）・大坊郁夫（編） 化粧行動の社会心理学：化粧する人間のこころと行動 北大路書房
- Paquet, D. (1997). *Une histoire de la beauté: Miroir, mon beau miroir*. Gallimard. (パケ, D. 石井美樹子（監修）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）
- リサーチバンク（2013）. 化粧に関する調査。化粧をする理由「身だしなみとして当たり前だから」. Lifemedia. Retrieved from http://research.lifemedia.jp/2013/10/131023_makeup.html
- 李秀蓮（2000）. 中国化粧史概説 中国紡織出版社
- 大坊郁夫（1995）. 自己意識と化粧行動 感情心理学研究, 3, 35.
- 大坊郁夫（2001）. 化粧行動の社会心理学—化粧する人間のこころと行動 北大路書房
- 氏家達夫・遠藤利彦（2012）. 社会・文化に生きる人間 新曜社
- 山村博美（2016）. 化粧の日本史：美意識の移りかわり 吉川弘文館

Makeup consciousness and makeup behavior in Japanese and Chinese university students

XIAOQIANG SUN (*Graduate School of Psychology, Kurume University*)

TSUNEO KITO (*Department of Psychology, Faculty of Literature, Kurume University*)

Abstract

In this study, we investigated the actual situation of makeup consciousness and makeup behaviors of Japanese and Chinese university students by questionnaire survey and further examined the relationship between the makeup consciousness and the makeup behaviors. We investigated the three factors of makeup consciousness: “improvement in charm and feeling upsurge”, “necessaries and appearance”, and “effect uneasiness”, and 16 items of makeup behaviors for 155 Japanese university students and 154 Chinese university students. As a result, Japanese female students were higher in makeup consciousness than Chinese, Japanese male students were lower than Chinese. In makeup behaviors, Japanese female and Chinese male students showed frequently for the categorized items such as skin care, Chinese female students showed frequently for the items for improving charm along with care. Japanese male students generally showed low makeup frequency. In the relationship between the makeup consciousness and the makeup behavior, correlations were found in three factors for both female. However, in “improvement in charm and feeling upsurge”, Japanese students showed positive and Chinese students showed negative correlations. As a reason, since Japan and China have different cultures and societies, it seems that their influence is also spreading on the way of makeup is caught.

Keywords: makeup consciousness, makeup behavior, comparison between Japan and China, undergraduate students

付録1 平松・牛田(2004)による化粧意識尺度の日本語版と中国語版

1. 自分らしい化粧をしたい(想化适合自己、有自己特色的妆容)
2. 化粧をすることで注目されたい(想通过化妆来受到注目)
3. 若いときは化粧をしないほうがきれいだと思う(认为年轻的时候不化妆更漂亮)
4. 化粧はおしゃれの一部だと思う(认为化妆是时尚的一部分)
5. いろいろな化粧を試してみたい(想尝试各种各样的妆容)
6. 化粧をして人にいい印象を与えたい(想通过化妆给人们好的印象)
7. 化粧をする必要がない(没有化妆的必要)
8. 化粧で自分のイメージを変えたい(想通过化妆改变自己的印象)
9. 化粧のノリが悪いと一日中気分が悪い(妆容不服帖的话,一天中都很不舒服)
10. 化粧をすると気分転換になる(一化妆的话,可以转换心情)
11. 化粧をせずに知人に会うと恥ずかしい(不化妆的话,和认识的人见面会很害羞)
12. 化粧をすると気分が良い(化妆的话心情会好)
13. 化粧で顔や体の欠点をカバーしたい(通过化妆可以遮盖脸和身体的缺点)
14. 化粧をして周りの人にきれい/かっこいいと思われたい(化妆后,想要让周围的人认为自己很漂亮/很帅)
15. 化粧をしないと相手に失礼だと思う(认为如果不化妆的话,对对方来说是不礼貌的)
16. 化粧によって肌を守りたい(想要通过化妆保护肌肤)
17. 学生のうちは化粧をするべきでない(学生时期不应该化妆)
18. 普段と違う化粧は恥ずかしい(化了和平时不一样的妆,很害羞)
19. 化粧は自分によって必需品である(化妆对于自己来说是必需品)
20. 会う人や場所によって化粧を変える(根据要见面的人和场所,会改变妆容)
21. 化粧をせずに他人に見劣りしたくない(即使不化妆,也不想比别人逊色)
22. 化粧をすると自信が持てる(一化妆就很有自信)
23. 化粧をしても効果がないと思う(认为即使化妆了,也没有效果)
24. 化粧が好きだ(喜欢化妆)
25. 化粧をしなくても平気だ(即使不化妆也没关系)
26. 化粧することが楽しい(觉得化妆很有意思)