

メイクリアップの心理的効果と印象変化について

The Psychological Effect and the Change of Impression for MAKE REUP

山口 遊子 スタイルプレゼンター

Yuko YAMAGUCHI Style Presenter

Keywords: MAKE REUP, Make Up Lesson, Underwear, Body Line, Morphological Analysis

1. はじめに

近年、社会における女性の活躍が期待される中、企業においても家庭においても中高年の女性が担う役割は大きい。しかしながら、中高年の女性は更年期に自身の心身の変化に加え環境の変化、家族の問題などを抱えることも少なくない。厚生労働省の患者調査による平成23年の更年期障害の患者数は約10万5千人と報告されており、実際には医療機関を訪れてはいないものの、なんらかの症状や問題を抱えている中高年の女性は多いと考えられる。また外観も大きく変貌を遂げる時期でもあり、株式会社ワコールの調査（2013）によると、特に40代から顔の美しさの衰えを強く感じはじめ、自身の体型への満足度も40代が不満を感じるピークとなっている[1]。

そこで、顔とボディラインという外観に対して、メイクスキルを向上させ、インナーを上手に使いこなしてスタイルアップし、自身の現在の魅力を引き出し自覚することで、いまいちどポジティブな気持ちになれるのではないかと考える。

メイクアップが心理に及ぼす効果については、過去の研究において、スキンケアが鎮静作用があるのに対し、メイクアップは意欲の向上につながるような作用を担う可能性が示唆されている[2]。中高年の女性を対象とした研究では、軽度の抑うつ状態にある更年期女性を対象として、メイクレッスンを重ねた後に抑うつ症状が軽減されたという報告はあるものの[3]、一般的な健康成人女性を対象として、自身のメイクスキルを向上させて得られる効果についての報告はない。

インナーに関しては、ガードルによる血液の循環などの研究[4]、25歳～39歳の女性を対象とした意識調査によって下着の補整には気合といった心理効果があることは報告されている[5]ものの、中高年の女性を対象に快適な着心地と補整力を兼ね備えた最新のスムージングインナーを用いた効果についての研究はみられない。

本研究は、外観を顔とボディラインの両面から捉え、その両面から「メイクリアップ (MAKE REUP)」と称するアプローチを行う。メイクテクニックを教授し、メイクスキルを向上させ、快適にボディラインを整えてくれるインナーを活用した時、中高年の女性の心理に及ぼす効果について明らかにする。また、女性の外観印象がどのように変化するかについても可視化を試みる。

2. メイクリアップ

外観が変われば内面が変わり行動も変わる。メイクスキル

を向上させ、インナーを上手に使いこなしてスタイルアップし、自身の現在の魅力を引き出し自覚することで、いまいちどポジティブになることをメイクリアップと名付けた（商標第5722810号）。特に外観の変貌が大きい中高年の女性に向け、メイクリアップを喚起することで、ポジティブに年齢を重ねていける女性が増えることを期待する。

3. 実験方法

メイクリアップの心理的効果と印象変化を調査するため、44歳～53歳の女性13名（平均年齢48.9歳、フルタイム勤務3名、パート8名、専業主婦2名）を被験者とし、メイクリアップ前と後に実験を行った。以下、メイクリアップ前の実験をビフォア実験 (before)、メイクリアップ後の実験をアフター実験 (after) とする。

ビフォア実験では、通常行っているメイクと自身のインナーを着用した写真撮影とインタビューを行い、メイクレッスンを重ねたのち、アフター実験では自身が心地よいと感じるバージョンアップメイクとスムージングインナーを着用してインタビューと写真撮影を行った。

3.1 ビフォアアンケート

実験を開始する前に、独自に作成した25項目のメイクに関するアンケートを行った。さらに「女性の加齢意識と生活スタイルに関する調査」[1]より抜粋した22項目のインナーやボディに関するアンケートを実施した。

3.2 ビフォア実験

被験者は個室にてノーメイクから通常のメイクを施し、自身の服装でメイクやインナーに関するインタビューを受け、その様子をビデオ撮影した。その後、インナーの効果などを調査するため、Tシャツ、レギンスを着用して、正面、横、後の写真撮影を実施した。また、身体に合ったインナーを提供するため、店頭でお客様のフィッティングを担当するワコールのビューティーアドバイザーが採寸を行った。

3.3 メイクレッスン

まず、被験者に習得するメイクを体感してもらうため、自身の通常メイクに施術者がリタッチする機会を1度設けた。

(図1)



図1 通常メイクのリタッチ風景

4. 結果

ビフォアアンケート、アフターアンケートからは、以前よりもメイクを楽しんでいる様子、提供されたインナーを快適と感じていることがわかった。

ビフォア実験のインタビューとアフター実験のインタビューを解析し、形容詞の使い方の分類を図3、接続語の使い方の分類を図4に示した。

4.1 アンケート

メイクに使用した化粧品の数による化粧度[6]は、ビフォア実験時の通常メイクによる被験者13名の平均は10であった。アフター実験時のバージョンアップメイクでは19に増加し、またその時点での通常メイクの化粧度も17に増加していた。

実験前と比較した場合、13名全員が以前よりも「メイクが楽しくなった」、「興味が増した」、「気分がアがるようになった」という項目に“あてはまる”，ないしは“ややあてはまる”と回答した。

体型の悩みに関しては、それらに関する質問10項目を“あてはまる4点，やや当てはまる3点，あまりあてはまらない2点，あてはまらない1点”で点数化すると，最も点数の低いものが29点，最も高いものが39点，平均が35.1点と，なにかしら体型に関する悩みを抱えていることが見て取れる結果となった。また，現在の体型への満足度は“非常に不満”が1名，“不満”が6名，“やや不満”が4名，“やや満足”が2名であった。また，現在の体型のメリットの質問の中の「好きな服を着られる」「服が似合う」「服を着こなせる」といった項目に対し，50代は各項目に数名は肯定的な回答があるものの，40代は全ての項目において7名全員が否定的な回答であった。

提供した下着に関しては，ブラジャーによって「バストのフォルムが美しくなったと思う」，キャミシエイパーによって「姿勢が良くなった気がする」，機能性ボトムによって「おなか引込んだ気がする」「ヒップが上がったような気がする」という項目に13名全員が“あてはまる”，“ややあてはまる”と回答した。機能性ボトムに関しては，ビフォアアンケートで，全員が「機能性ボトムは苦しいと思う」という項目に，“あてはまる”，ないしは“ややあてはまる”と回答していたのに対し，アフターアンケートで，提供されたボトムに関しては全員が苦しくない，やや苦しくないと回答している。また「下着を使ってボディラインを整えたいと思う」と

いう項目には，5名が“あてはまる”7名が“ややあてはまる”1名が“あまりあてはまらない”と回答していた。

4.2 形容詞

分類の結果，13名全員がアフター実験のインタビューではポジティブな形容詞が増加していた。13名の平均値は，ビフォアインタビューでは22.1%であったポジティブな形容詞が，アフターインタビューでは72.1%に増加していた。過去のネガティブな心情や行動を表すために使われてはいるが，現在はポジティブへと変化したものを含むと81.9%と約3.7倍に増加した。ネガティブな形容詞は，ビフォアインタビューでは58.9%であったが，アフターインタビューでは11%に減少した。

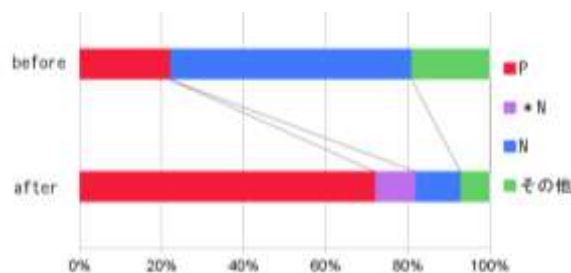


図3 インタビューにおける形容詞の変化

(P:ポジティブ N:ネガティブ *N:ネガティブから現在はポジティブ)

また，ビフォアインタビューでは，特にメイクに関する質問に対して「特にない」「自信がない」「こだわりはない」といったように「ない」が多用されており，下着に関しては「苦しい」「きつい」などが多用されていた。

アフターインタビューでは「いい」「楽しい」「前向きな」「嬉しい」といったポジティブな感情を表す言葉が多用されていた。

4.3 接続語

接続語の使い方においても13名全員がアフター実験のインタビューではポジティブな使い方が増加した。13名の平均値は，ビフォアインタビューでポジティブな心情や行動からポジティブな心情や行動へ変化へと繋がったものは6.5%からアフターインタビューでは26.4%と約4.1倍に増加した。ネガティブからポジティブな変化へと繋がったものは11.6%から19.8%に増加。最終的に接続語の使い方がポジティブな心情や行動へ変化へと繋がっていたものは18.1%であったが，アフター実験では46.2%に増加した。ポジティブからネガティブな変化へと繋がったものは7.2%から2.3%に減少した。ネガティブからネガティブな変化へと繋がったものは18%から2.9%と約1.8割に減少し，最終的に接続語の使い方がネガティブな心情や行動へ変化へと繋がっていたものは25.2%であったが，アフター実験では5.2%に減少した。

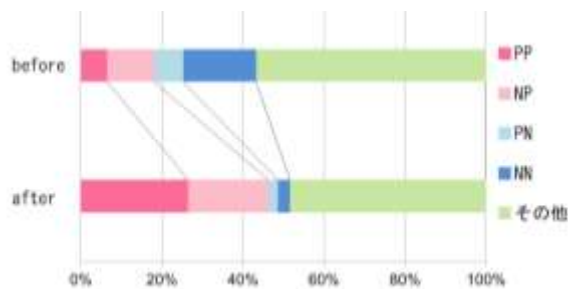


図4 インタビューにおける接続語の変化

(PP: ポジティブからポジティブ NP: ネガティブからポジティブ
PN: ポジティブからネガティブ NN: ネガティブからネガティブ)

5. 考察

メイクレッスンを経たのち、通常メイクの化粧度が大幅に増加したことからも、メイクを学び新しいメイクアップアイテムと出会うことで普段のメイクにも取り入れて行く前向きな行動が伺える。実際、アンケートにおいても13名全員が普段のメイクも変化したと回答していることから、学んだことによって自分の顔に「合う、合わない」ないしは、「取り入れる、取り入れない」といった取捨選択が生まれたと考えられる。また、ビフォーインタビューでは「ない」が多用されていたように、質問をされても特にメイクのこだわりがなく、あまり具体的に答えられないようであったが、それは化粧がなんとなく習慣化しているだけで、今の年齢に合うメイクを積極的に取り入れようという姿勢や機会がなかったからと思われる。実際にその機会を得てみると、アフターインタビューでは明るく雄弁に語っていることから、改めてこの年齢になって自分の顔と向き合うことの意義が感じられる。

下着に関しては、アンケートからも提供された全てのインナーに満足する声が多かったものの「下着を使ってボディラインを整えたいと思う」の回答やインタビューからも積極的に取り入れたいと思うアイテムがそれぞれ違うと思われる。それは、体型の差、それをどう受け止めているか、また普段着用する洋服のスタイルによる違いから生まれるものと考えられる。また、40代の体型に対する不満が50代よりも高く、ワコールの調査[1]にも合致する結果となった。それは、40代になって体型の変化が大きく現れ始めることからの戸惑いが不満へと繋がり、年齢を重ねていくにつれ「この歳にしたら、まあいいか」といったような受け入れへと変化していくように思われる。

しかしながら、被験者の体型を機能性ボトムのサイズから見ると、ウェスト64が8名、70が3名、82が2名と、どちらかというとスリムな体型の者が多い集団であることから単純に“やせている”“太っている”“ということだけが体型への不満ではなく、むしろバストやヒップ、おなかといったパーツごとの不満であることがわかる。よって、自身の悩み、気になるところに対して上手く下着を取り入れることは、ファッションをより楽しむためにも有効ではないかと考える。

6. まとめ

本研究を通して、メイクアップが中高年の女性の気分を

ポジティブに変えることが示唆された。メイクスキルを向上させ、下着を上手に使いこなすことは、気持ちの変化のみならず他、者からの印象も変わり、また、化粧という行為を通して自律神経や脳への効果も期待される[7]。今日、中高年の女性に対する化粧品やメイク法下着の情報は溢れており、本研究で提供した下着のように、進化したアイテムも多くみられるが、なかなか積極的な行動へと繋がる現実がある。これからは、外面のためにキレイを求めるといよりも、ポジティブな気持ちといった内面に繋がる手段としてメイクリアップを発信し、いまいち自分の外観と向き合えるような機会を作っていく必要があると考える。また中高年の女性が元気になり、おしゃれを楽しむことによって個人消費が伸び、経済の活性化にも繋がると考えられる。「女性が輝く社会」の実現のためにもメイクリアップを喚起していきたい。

参考文献

- [1] 株式会社ワコール・菅原謙介・鈴木公啓：女性の加齢意識と生活スタイルに関する調査－女性のエイジングと下着の心理的研究－，2013。
- [2] 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，pp176-183，2002。
- [3] 高野ルリ子・互惠子：化粧で開かれる扉－化粧の効果とその関与要因及び作業療法との接点－ 作業療法ジャーナル，43，1，pp.32-36，2009。
- [4] 山崎博子・綿貫茂喜：整容下着を着用した時の整理変化 生理人類学会第27回大会予稿集，11(2)，p.129，1992
- [5] 菅原謙介：下着の社会心理学，朝日新聞出版，pp.45-61，2010
- [6] 大坊郁夫：化粧行動の社会心理学，北大路書房，p.103，2001
- [7] 資生堂ビューティーソリューション開発センター，日経BP社，pp208-215，2010