

化粧に対する意識の地域差

—— 佐賀県と大阪府のグループ比較 ——

永柄真澄, 杉本国子, 玉置育子

Regional Variations in Attitudes to Make-up:
comparison of group results from Saga and Osaka

Masumi NAGAE Kuniko SUGIMOTO Yasuko TAMAKI

1. はじめに

化粧の歴史は古く、人類が化粧をしなかった時期は無かったといっても過言ではない。化粧を行う理由は様々であり、自らがその共同体の一員であることを示すためのものであったり、呪術的な意味を備えていたり、化粧で自らの体を守る“護符”のようなものもあれば、公家や貴族などの特権階級のみが社会的地位を示すために行なってきたなど様々である。また、現代社会でも稚児の白粉のように宗教行事における化粧は非日常を作り出す一要因ともなっている。また、「美しくなるために化粧をする」という理由はよく耳にするかもしれないが、時代ごとによって求められる美は大きく異なり、化粧を行う背後にはその時代の意識や思想が大きく関連しており、時代と共に大きく変容している。

そんな我々の生活にとって関係の深い化粧を旧通産省のデータを参考にしてみると、拡大の一端を辿っていることを顕著に知ることができる。通産省（現・経済産業省）の生産動態統計調査（化粧品月報）では、1966年に1141億円だった化粧品出荷金額は、以降ほぼ直線的に増大し、1985年には1兆円を越えている。金銭価値の変動を差し引いても、化粧がいつそう身近な習慣として広く定着し、暮らしの中に占める比重が大きくなっていったことが伺える。阿部恒之は、(2001年⁽¹⁾) 近代以降の化粧の歴史は「定着・深化」の過程であると述べている。

現代日本においても化粧品産業の発展はめざましく、日々私たちが触れる情報の中にもたくさんの化粧や美容の情報があふれている。情報が溢れる現代社会における化粧環境を米澤泉は『電車の中で化粧をする女たち—コスメフリークというおたくたち—⁽²⁾』の中で次のように述べている。

現代社会において、どんな化粧品を選ぶか、その選んだ化粧で自分にどんな化粧をするのか、顔をどのように演出するのかセンスが問われる。まさに化粧は自分を表現するための一手段であるという。そして、その際に施される化粧の技術も問われ、化粧の技術が上手なことは褒め言葉でもある。化粧は“趣味”の域を超え、“教養”に達している。

また、現代社会では、化粧は教養だけではなく、医療の現場で用いられることもあることがメディアを通じて徐々に浸透し始めてきている。その一つに、痣や傷をカバーする為の「カモフラージュメイク」。その「カモフラージュメイク」がビューティー的な要素を加え「セラピーメイク」や「ビューティーセラピー」と称されるようになって医療現場で行われたり、高齢者や肢体障害者へのメイクボランティアが盛んに行なわれるなど現場での活動が盛んになってきている。

化粧は余剰行為と軽くあしらわれていた時期からアカデミズムの場で「化粧文化」として、医療の現場で「化粧療法」として、その可能性を追求され始めたのである。このような状況をふまえると化粧は学問として黎明期を迎えたといっていだろう。

もちろん、本研究の筆者たちも化粧を文化としてとらえ、その化粧の可能性を問いただしていることは言うまでもない。これまでの化粧に対する意識調査としては、化粧の開始理由や頻繁に使用する化粧品目などの行為内容や化粧に関する意識について、世代差、加齢変化が見られるとの研究報告などポーラ文化研究所を筆頭に知ることができる。しかし、これまでの研究は首都圏で行われたものが主要である。時代の流れを知る上で首都圏の女性の化粧に対する意識調査は無視できないことは言うまでもないが、本学が所在している佐賀の地における化粧に対する意識調査はこれまで行われたことは一切無い。また、化粧に関する基礎的な知識の意識調査や地域比較についての研究は少ない。今後研究を進めていく上で佐賀での化粧に対する意識の調査および分析が必要である。今回の調査では、化粧の知識、意識を調査し、地域における差はどれくらいあるのかを明らかにしていくこととする。

2. 方法

(1) 調査内容

佐賀県近郊の女子短大生100名（佐賀女子短期大学，子ども学科1年生66名・人間生活学科1年生34名）を対象に質問紙法によるアンケート調査を行い，18歳から28歳までの回答を得た（平均年齢18.90歳，標準偏差1.52歳）。調査内容は年齢・性別・配偶者の有無・同居家族の人数，化粧に対するイメージについて1項目，化粧の習慣について21項目，化粧にかかわる用語の知識について8項目，化粧を人から習ったことがあるかどうかの経験について2項目である。化粧に対するイメージは，化粧のイメージを表す8つの選択肢の中から1者選択の回答を得た。化粧の習慣では，始めた時期やきっかけ，現在の化粧頻度，化粧品目別の使用頻度などについて回答し，化粧にかかわる用語の知識は知っている程度について3段階に評価をした。また，地域比較対象として，同内容調査を大阪府近郊の女子大生100名（大阪樟蔭女子大学学芸学部被服学科2年生40名，近畿大学法学部・経済学部・商学部2年生60名）に行い，18歳から22歳までの回答を得た（平均年齢19.37歳，標準偏差0.81歳）。

(2) 分析方法

化粧に対するイメージについては，永尾松夫による先行研究「女性の生活意識・行動と化粧意

化粧に対する意識の地域差 (永柄真澄, 杉本国子, 玉置育子)

識・行動に関する調査研究⁽³⁾ (1983年5月)における「年齢と化粧品認識」についての調査を参考に項目を設定し、佐賀県近郊の女子学生と大阪府近郊の女子学生の結果についてどのような差が見られるか比較分析を行った。

化粧の頻度についても、同様に佐賀県グループと大阪府グループの結果の比較を行い、さらに猪又美栄子・石垣理子・大塚祐子 (2005年7月)の昭和女子大学生における「首都圏女子の衣服・化粧に対する意識⁽⁴⁾」調査の化粧頻度の項目とも比較分析を行った。

化粧に関わる用語の知識に関する8項目については、項目ごとにどのような差がみられるか分析を行った。

また、化粧を始めた時期やきっかけ、化粧を習った場所や相手についての回答により、今回の調査対象者の生活の背景などを推測していった。

3. 結果

(1) 「化粧」に対するイメージ

「化粧」に対するイメージについて一番近いと感じるものを、習慣として使うもの、夢を与えてくれるもの、自己満足を得るもの、美しさの必需品、衣服と同じようなもの、アクセサリのようなもの、肌にとって薬のようなもの、まったく不要なもの、の8項目の中から選択してもらい、結果は (Table. 1) (Fig. 1) の様になった。

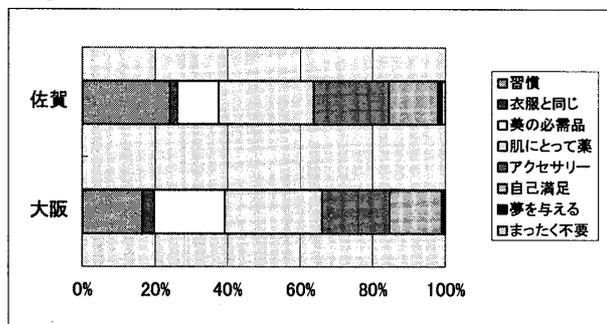
「まったく不要な物」だとする「非好意的イメージ」は佐賀県グループ1.0%、大阪府グループ0.0%で、どちらのグループも好意的なイメージの人が多い。その中でも「習慣として使うもの」「衣服と同じようなもの」「肌にとって薬のようなもの」というように、生活習慣的なイメージで捉えている人の割合が佐賀県グループは計52.1%、大阪府グループは計46.4%であった。

(Table. 1) 化粧品イメージの地域比較 | 2007

イメージ	佐賀 (n=96)	大阪 (n=97)
習慣として使うもの	24.0	16.5
衣服と同じようなもの	2.1	3.1
美しさの必需品	11.5	19.6
肌にとって薬のようなもの	26.0	26.8
アクセサリのようなもの	20.8	18.6
自己満足を与えるもの	13.6	14.4
夢を与えてくれるもの	1.0	1.0
まったく不要なもの	1.0	0.0

単位：%

(Fig. 1) 化粧品イメージの地域比較 | 2007



(2) 「化粧」の習慣ときっかけ

「化粧」の習慣について、「する・しない」の2者選択をし、する人はその頻度について「毎する」「時々する」「特別な時にする」の3者から選択をした。

ここでの「化粧」についてはメイクアップだけではなく基礎化粧も含め「化粧」としたが、佐

賀県グループでは「する」(85.0%)が「しない」(15.0%)に対し5倍以上をしめた。しかし、「する」と答えた人の中で、その頻度については「毎日」(36.5%)に対し、「時々」(37.4%),「特別な時に」(11.1%)となり、習慣として日常的に行っている人は半数以下であった。

化粧の頻度については、猪又美栄子ほか(2005)の昭和女子大学生における「首都圏女子の衣服・化粧に対する意識⁽⁴⁾」調査とも比較してみた。「いつもしている」と「ほとんどしている」を合わせると81.3%が日常的に化粧をしていることになり、これは3つのグループの中でその値が最も高く、佐賀県グループの結果とは大きく異なっている。

きっかけについては「いつ頃からしているか」その年齢を記入し、「何がきっかけで始めたか」は「親のすすめ」「友達のすすめ」「TVや雑誌の情報を見て」などの9項目から選択した。また、しない人はその理由を10項目の中から選択した。化粧を始めた年齢は、平均年齢は16.7歳、最低年齢12.0歳で、18歳以下の短期大学に入学前にすでに始めた人が96.2%を占めている。

大阪府グループでは、する(88.90%)が「しない」(11.1%)に対し8倍以上をしめた。「する」と答えた人の中で、その頻度については「毎日」(72.9%)に対し、「時々」(15.0%),「特別な時に」(1.0%)となり、習慣として日常的に行っている人の割合が高く、佐賀県グループとの差異が顕著であった。化粧を始めた年齢は、平均年齢は15.87歳、最低年齢12歳で、18歳以下の短期大学に入学前にすでに始めた人の割合は91.0%であった。

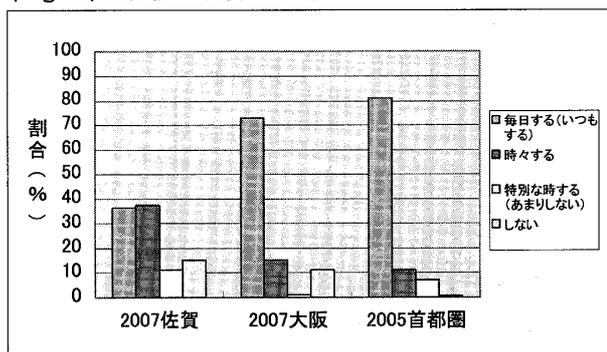
化粧を始めたきっかけについては、9項目の選択肢を設定したが佐賀県グループでは6項目に回答が集まった「親」「兄弟姉妹」「友達」など、身近な人からのすすめで始めた人が計47.4%と多く、「TV・雑誌などの情報を見て」が30.8%、その他(高校卒業を機に、アルバイト先の要請、なんとなく)が20.5%、「習い事の練習や発表会」が1.3%という結果であった。佐賀県グループの学生は、身近な情報に影響されて化粧を始める人がほとんどである。(Table. 3)

(Table. 2) 化粧の頻度

	2007佐賀	2007大阪	2005首都圏
n (人)	84	89	112
毎日する(いつもする)	36.5	72.9	81.3
時々する	37.4	15.0	11.0
特別な時する(あまりしない)	11.1	1.0	7.0
しない	15.0	11.1	0.7

単位：%

(Fig. 2) 化粧の頻度の地域比較



(Table. 3) 化粧のきっかけ

2007

きっかけ	佐賀(n=78)	大阪(n=83)
親のすすめ	3.8	8.4
兄弟姉妹のすすめ	6.4	6.0
友達のすすめ	37.2	31.3
恋人のすすめ	0	1.2
TV・雑誌の情報	30.8	34.9
芸能人へのあこがれ	0	0
発表会など	1.3	2.4
化粧教室	0	0
その他	20.5	15.8

単位：%

化粧に対する意識の地域差 (永柄真澄, 杉本国子, 玉置育子)

また、化粧しない理由は11項目の選択肢中、「面倒だから」「仕方がわからない」がそれぞれ26.7%、「肌荒れする」「その他」がそれぞれ13.3%、「息苦しい」「気になる」「好きでない」がそれぞれ6.7%で、という回答であった。(Table. 4)

大阪府グループでは化粧を始めたきっかけについては、9項目の選択肢中7項目に回答があった。「親」「兄弟姉妹」「友達」「恋人」など、身近な人からのすすめで始めた人は同様に計46.9%と多く、「TV・雑誌などの情報を見て」が34.9%、その他(肌トラブルを隠すため、高校卒業を機に、なんとなく)が15.7%、「習い事の練習や発表会」が2.4%という結果であった。(Table. 3) また、化粧しない理由は11項目の選択肢中、「面倒だから」が60.0%、「肌荒れする」「仕方がわからない」がそれぞれ20.0%であった。(Table. 4)

(Table. 4) 化粧しないわけ 2007

しないわけ	佐賀 (n=15)	大阪 (n=10)
面倒	26.7	60.0
すぐ落ちる	0.0	0.0
効果がない	0.0	0.0
息苦しい	6.7	0.0
肌荒れする	13.3	20.0
香りがいや	0.0	0.0
反応が気になる	0.0	0.0
顔が気になる	6.7	0.0
化粧した顔が好きでない	6.7	0.0
仕方がわからない	26.7	20.0
その他	13.3	0.0

単位：%

(3) 化粧に関する知識

化粧や顔に関わる用語についての調査では、8つの項目について「知っている」「聞いたことがある」「知らない」の3つのレベルで回答を得たが、項目により大きな差が見られた。

佐賀県グループの「眉毛」「まつ毛」といった日常よく使用する顔の用語を知っている人はそれぞれ98.0%、99.0%と高いのに対し、「眉丘骨」(40.0%)「ほうれい線」(16.2%)「アイホール」(45.0%)などの用語を知る人は半数より低く、「ハイライト」は55.0%、「フェイスライン」は60.6%である。(Table. 5) (Fig. 3)

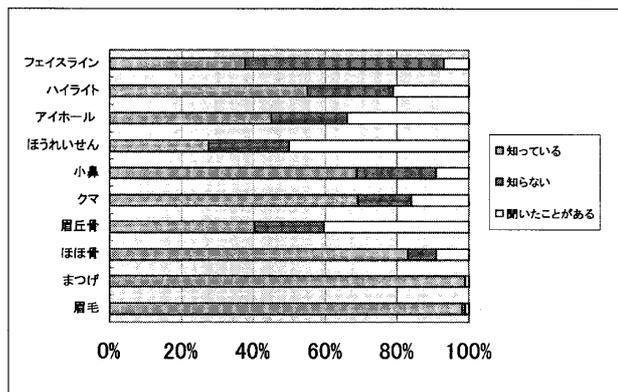
大阪府グループでは「眉毛」「まつ毛」といった日常よく使用する顔の用語を知っている人はどちらも100.0%で「眉丘骨」(34.3

(Table. 5) 顔の用語についての知識 2007佐賀

	n(人)	知っている	知らない	聞いたことがある
眉毛	100	98.0	1.0	1.0
まつげ	100	99.0	0.0	1.0
ほほ骨	100	83.0	8.0	9.0
眉丘骨	99	40.4	19.2	40.4
クマ	100	69.0	15.0	16.0
小鼻	99	68.7	22.2	9.1
ほうれいせん	99	16.2	13.1	29.3
アイホール	100	45.0	21.0	34.0
ハイライト	100	55.0	24.0	21.0
フェイスライン	99	60.6	88.9	11.1

単位：%

(Fig. 3) 顔の用語についての知識 2007佐賀



%)「ほうれい線」(22.0%)などの用語を知る人は半数より低いが、「アイホール」、「ハイライト」、「フェイスライン」などプロもよく使う専門用語はそれぞれ、76.8%、82.0%、83.0%と高く、佐賀県グループの結果と差が見られた。

(Table. 6) (Fig. 4)

化粧を人に習った経験については、佐賀県グループで「ある」と答えた人は37.6%、大阪府グループで37.0%とどちらも半数以下であった。(Table. 7)

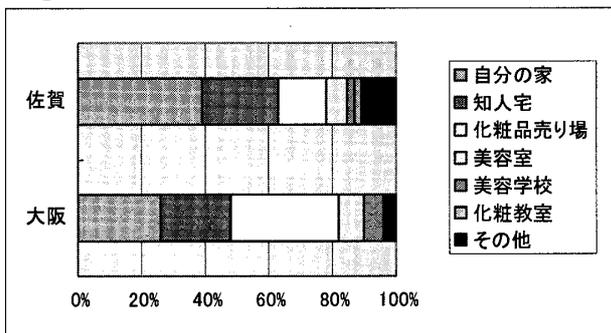
習った場所は佐賀県グループが自宅や知人宅など身近な場所が63.0%、なのに対して、大阪府グループでは自宅や知人宅計48.0%、化粧品の売り場や美容室、美容学校などを合わせる計48.0%とほぼ同じ割合になる。(Table. 8) (Fig. 5)

(Table. 7) 化粧を習った経験 2007

	佐賀 (n=93)	大阪 (n=100)
ある	35	37.0
ない	58	63.0

単位：%

(Fig. 5) 化粧を習った場所 2007



また、習った人(相手)は佐賀県グループは家族や友人といった身近な人の割合が計69.8%と高いのに対し、美容師や化粧品コーナーのアドバイザー(美容部員)などの専門家と答えた人は30.2%であった。大阪府グループでは、家族や友人といった身近な人が計49.1%、美容師や化粧品コーナーのアドバイザー(美容部員)などの専門家と答えた人は49.2%とほぼ同じ割合であった。(Table. 9) (Fig. 6)

(Table. 6) 顔の用語についての知識

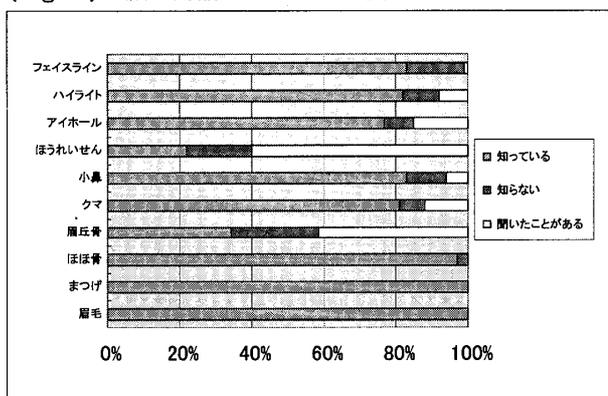
2007大阪

	n(人)	知っている	知らない	聞いたことがある
眉毛	100	100.0	0.0	0.0
まつげ	100	100.0	0.0	0.0
ほほ骨	99	97.0	3.0	0.0
眉丘骨	99	34.3	24.2	41.5
クマ	100	81.0	7.0	12.0
小鼻	99	83.0	11.0	6.0
ほうれいせん	99	22.0	18.0	60.0
アイホール	99	76.8	8.1	15.1
ハイライト	100	82.0	10.0	8.0
フェイスライン	99	83.0	16.0	1.0

単位：%

(Fig. 4) 顔の用語についての知識

2007大阪



(Table. 8) 化粧を習った場所 2007

	佐賀 (n=46)	大阪 (n=50)
化粧品売り場	15.2	34
自分の家	39.1	26.0
知人宅	23.9	22.0
美容室	6.5	8.0
美容学校	2.2	6.0
化粧品教室	2.2	0.0
その他	10.9	4.0

単位：%

化粧に対する意識の地域差（永柄真澄，杉本国子，玉置育子）

(Table. 9) 化粧を習った人

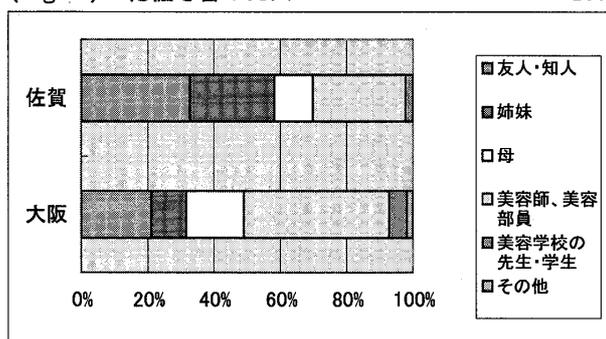
2007

	佐賀 (n=57)	大阪 (n=43)
友人・知人	21.1	32.6
姉妹	10.5	25.6
母	17.5	11.6
美容師、美容部員	43.9	27.9
美容学校の先生・学生	5.3	2.3
その他	1.8	0

単位：%

(Fig. 6) 化粧を習った人

2007



4. 考察

本調査の学生は比較的低年齢～佐賀県グループ（平均年齢16.7歳），大阪府グループ（平均年齢15.9歳）から「化粧行為」を行っている。しかし，それが日常習慣的な行為には至っているかどうかについては，地域差がみられた。

佐賀県グループでは，実際に化粧を「毎日」している人は36.5%と半数以下であるが，大阪府グループでは72.9%の人が，首都圏では81.3%の人が「毎日」（＝習慣として）日常的に行っている。

大坊郁夫は『しぐさのコミュニケーション⁽⁵⁾』の中で，化粧のきっかけ（動機）について次のように述べている。

化粧の基本的な動機は，他者との円滑な関係を促進する手がかりとして，他者に自分を「このように認めて欲しい」という承認を期待する表れであり，自分がどう見られているか気になること（評価概念）の表れである。このことは，化粧することで，自尊心を維持し，対人的な関係の円滑さをはかるために，自分の所属する文化の基準と連動しながら行われる「印象の操作」という側面は大きいと考えられる。化粧は場面や対人関係に関連しながらもコミュニケーションとしての大きな意味を持っているといえる。

本調査でも，「親」「兄弟姉妹」「友達」「恋人」など身近な人からのすすめで化粧を始めた若者は佐賀県グループ47.4%，大阪府グループ46.9%と多く，「化粧」は自分の生活する場面や対人関係で，承認を期待するためのコミュニケーションとしての意味を持っているようである。

永尾(1983⁽⁶⁾)は女性のライフステージによって変わる化粧品に対する期待について次のようにも触れていた。二十歳前の女性にとって，化粧品はアクセサリーの様なもので，化粧してもしなくてもいいものである。これは若さのために化粧の必要がないともいえるが，社会に出る前の人が多く，社会に対して，自分はこういう人であるというアイデンティティの形成がされてないからであろう。佐賀県近郊の調査対象学生は，1年生ということもあり，社会人の経験はほとんどなく，就職活動もしていない。卒業し社会人となる時がくれば，「化粧」行為は意識だけでなく行動レベルまで，習慣化・日常化されるのではないだろうか。

今回の調査では「化粧」を「習慣的なもの」として意識はするものの，日常行動レベルまでは変化していない地方都市佐賀県在住の学生の姿が浮き彫りとなった。しかし，ここで大阪府近郊

や首都圏の同世代の学生は、卒業年度をむかえていないにも関わらず比較的早く習慣化して取り入れている人が多いことから、居住地域が化粧意識に与える影響も大きいと考えられる。

この違いは化粧に関する情報や環境がどの程度身近にあるかということが影響していると考えられる。化粧や美容情報は、地方都市圏でもある程度得ることはできる。しかし、プロや専門家から情報を入手する機会は、大都市圏に比べ少ないといえる。佐賀県グループで化粧や顔に関わる用語についての調査で「知っている」という回答が高くなかった「眉丘骨」「ほうれい線」「アイホール」「ハイライト」「フェイスマスク」らの用語は美容のプロや専門家が使用する用語である。

地方都市学生は、化粧法などの美容情報は専門家に習うよりは、同世代や身近な情報から得ており、流行やコミュニケーションとして気楽に体験するにとどまっている。それに比べ大都市圏の学生は身近に専門的な化粧に関する情報や環境があり、習慣として身に付けようとする意識も高くなるのではないかと予想できる。

5. 終わりに

今回の調査では、居住地域のことなる2つのグループを比較検討することで化粧意識の地域差を推定するにとどまる結果となった。

本研究で得られたデータを元に調査地を増やすことにより、地域差がどのように生じるのかを探りたい。

また、地域差という安易な言葉だけで片付けるのではなく、これらの得られたデータをふまえながら化粧史を振り返り、化粧が個人に及ぼす影響、社会が個人に及ぼす化粧の影響などの相互関係も探りたいと考えている。

1990年代以降に社会全体が「自然志向」、「健康志向」への傾向になったといわれている。時代を表す言葉の一つとして「自然」や「健康」という言葉がキーワードとなっているが、これらのキーワードと化粧に関する意識や化粧行動とどのよう関連しているのか、また影響を与えているのかも興味深い。

今後、永柄、杉本、玉置の3人でさらにデータを収集し、化粧に対する意識調査研究をすすめる、杉本が所属する佐賀大学大学院医科学系研究科において統計分析した論文を発表していく予定である。

注

- (1) 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社、2001）
- (2) 米澤泉『電車の中で化粧をする女たち—コスメフリークというおたくたち』（ワニブックス、2006）
- (3) 永尾松夫「女性における化粧意識」『化粧文化』（ポーラ文化研究所、1983）
- (4) 猪又美栄子・石垣理子・大塚祐子「首都圏女子の衣服・化粧に対する意識」（昭和女子大学近代文化研究所、2005）
- (5) 大坊郁夫『しぐさのコミュニケーション』（サイエンス社、1998）

参考文献

- ・富川栄「メーキャップストーリー」『化粧心理学』（フレグランスジャーナル社、1993）