

目的 化粧品や化粧方法は流行と共に多様化しており、女性が自分自身をアピールしたり個性を表現する上で化粧は被服と同等に重要であると思われる。本研究では現代の女性の化粧に対する意識を自己概念や被服に関する意識、行動と合わせて調査し、化粧の価値、社会生活における役割などを明らかにすることを目的とした。

方法 東海三県の18～22歳の学生 180名、18～50歳代の有職女性（OL） 199名、専業主婦 133名の計 512名を対象に平成元年 5～6月、配票留置調査法によるアンケート調査を行った。調査内容は化粧に対する意識と被服行動に関して各々30項目、自己概念に関して20項目の質問を設定した。これらの結果を単純集計し、因子分析、正準相関分析、クラスター分析によって女性の化粧に対する意識と行動、被服行動や自己概念との関連を検討した。

結果 女性の化粧に対する意識と行動の調査結果から因子分析によって6因子を抽出した。学生、OL、主婦の三者間で共通な因子は「習慣的化粧」「他者意識」「堅実さ」であり、学生固有の因子は「化粧重視」「個性重視」、OL固有の因子は「他者追従」であった。同様に被服行動については「ファッション重視」「堅実さ」「他者追従」「購買意欲」の各因子が共通しており、「無頓着」「慎重性」の因子は主婦に固有であった。クラスター分析の結果、学生は3グループ、OLは4グループ、主婦は2グループの各々差異のある集団に分かれた。三者をそれぞれまとめると学生は他人を意識し化粧では好みや流行を追い、ファッションを重視する。OLは自己概念ではあまり堅実でなく習慣的に化粧をし、ファッションを重視している。主婦は化粧については他人をあまり意識しないが衣服購買時は慎重である人が大半であるという傾向がみられた。