

ヘアメイクアップを施した顔から推測される性格と 対人魅力との関係¹

中川登紀子 放送大学

Relationship between the personality inferred from hair makeup and interpersonal attractiveness

Tokiko NAKAGAWA (The Open University of Japan)

Experiments were conducted to clarify the inferred personality from the average face of Japanese women with hair and makeup and the relationship between personality and attractiveness. The results of the experiments indicated that faces with standard, and natural colors were estimated as having high agreeableness, conscientiousness, emotional stability, and interpersonal attractiveness. In contrast, faces with non-standard colors were estimated as having high extraversion and openness but low interpersonal attractiveness. The validity of the similarity, complementarity, personal desirability, and social desirability theories of personality was examined for the interpersonal attractiveness of faces with hair and makeup applied. The personal desirability and social desirability theories were supported for agreeableness, conscientiousness, and emotional stability, although none of the theories were supported for extraversion and openness.

Keywords: hair color, makeup, interpersonal attractiveness, big five

日常的に化粧する人は多い。特に女性は、化粧をする、髪を染めるなどの化粧行動を重視している(鈴木・神山, 2003)。化粧をする動機について、例えば石田(1993)や村澤(1992)は、化粧をする目的には欠点や弱点を「隠す」ことと、自分自身をより魅力的に「見せる」ことの2つがあると述べている。また飛田(1996)は注目されたい・きれいになりたいといった「自己顕示と魅力性」、積極的になれる・自信をもって外を歩けるなどの「積極性や自信の獲得」、身だしなみのための「伝統的性役割観」、肌を守る・欠点をカバーするなどの「肌の保護と欠点のカバー」の4つの因子から構成されることを示した。このように、欠点をカバーし、より魅力的・積極的に見せることが化粧の大きな目的となっている。

ところで「化粧」は、狭義ではスキンケアとメイクアップを指すことが多いが、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法

律で化粧品が「人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪を健やかに保つために、(中略)使用されることが目的とされる物(後略)。」と定義(厚生労働省, 2014)されているように、広義ではヘアケアやヘアカラーリングなども含まれる。本研究では、狭義の化粧をメイクアップ、メイクアップに髪の色を含めた化粧をヘアメイクアップと呼び区別する。またヘアメイクアップを施した顔のことを「ヘアメイクアップ顔」と呼ぶ。

ヘアメイクアップ顔からの性格の推測

ヘアメイクアップは自身をより魅力的に見せる手段として利用されるが、実際にヘアメイクアップを行うことで観察者が受け取る印象は変わるのだろうか。

これまで、様々な文脈において髪色の違いやメイクアップの有無が第一印象に与える影響について研究が行われてきた。例えば、ヒッチハイク(Guéguen & Lamy, 2009)やレストラン

¹ 放送大学大学院人間科学プログラムの森津太子教授には研究の進め方及び論文執筆について有益な助言をいただきました。

(Guéguen, 2012; Guéguen & Celine, 2011), ナイトクラブ(Swami & Barrett, 2011), 採用(Cox & Glick, 1986; Kyle & Mahler, 1996)といった特定の文脈での実験や、雑誌の表紙モデル(Rich & Cash, 1993)や FTE(London Financial Times Stock Exchange)の CEO(Takeda, Helms & Romanova, 2006)を対象とした調査において、髪色の違いやメイクアップの有無で魅力や推測される能力を比較する研究が行われている。欧米人をモデルとして起用したこれらの研究を総合すると、ブロンドの髪の人やメイクアップをした人は、男性が女性の魅力を判断する文脈では魅力的だと判断されやすく、ブラウンなどの髪の人やメイクアップをしていない人は職務能力を判断する文脈で評価されやすいことが多い。このように文脈によって相応しいヘアカラーやメイクアップは変化すると考えられる。

文脈に相応しいヘアメイクアップ選択の手掛かりになり得るものとしてヘアメイクアップ顔から推測される性格が考えられる。性格は「外向性」「協調性」「勤勉性」「情緒安定性」「開放性」の 5 因子に集約できるが(Big Five; Goldberg, 1990, 1992), 人は見知らぬ他者を見てこれらの特性を推測することがある。性格の推測は偶然よりも正確であり(Ambady, Hallahan, & Rosenthal, 1995; Borkenau & Liebler, 1992), それは顔の画像のみを提示した場合にも当てはまる(Little & Perrett, 2007; Penton-Voak, Pound, Little & Perrett, 2006)。また性格の推測は他者と一致する傾向があるとされている(Albright et al., 1997; Kenny, Albright, Malloy & Kashy, 1994)。そしてそれらは、様々な文脈において重要な判断材料となる可能性が高い。例えば、職場では勤勉性が(Costa, 1996; Ozer & Benet-Martinez, 2006), 教育機関では協調性・勤勉性・開放性が重視され(Poropat, 2009), パーティで話したりリーダーとして選ぶ対象としては外向性が求められる(Hendrick & Brown, 1971; 中里・井上・田中, 1975)。求められる性格特性に近い外見を持つ人のほうがそうでない人よりより良い待遇を得られるといった可能性も十分に考えられる。

ヘアメイクアップは顔の容貌に変化を与えることができるため、顔から推測される性格にも影響を与えると考えられる。実際にメイクアップの有無や髪の色、ヘアスタイルなども含む様々な身体的な特徴と推測される性格特

性との関連が調査されている(Borkenau & Liebler, 1992)。これは欧米人を対象とした調査であり、またヘアメイクアップの特徴を詳細に調査したものではないが、日本人を対象とした研究でヘアメイクアップが顔から推測される性格や対人魅力にどのように影響を及ぼすのかを明らかにすることができれば、ヘアメイクアップを行う本人が文脈に応じて戦術的にヘアメイクアップを使い分けることができるはずである。

観察者の性格と対人魅力

ヘアメイクアップが戦術的に性格の演出に利用できるのであれば、特定の相手と良好な関係を築くためにヘアメイクアップを利用することもできると考えられる。対人魅力には自分に似た性格を好むという類似説、自分にない性格を好むという相補説、誰からも好まれる性格を好むとする社会的望ましき説があるが(蘭・小窪, 1978; 中里他, 1975), ヘアメイクアップ顔の魅力にはこれらの3つのうちのどの説が当てはまるのであろうか。あるいは被服行動では理想の自己に近い被服が好まれるとされているように(藤原, 1987; 山中, 2006), 理想の自己に近い性格が推測されるヘアメイクアップ顔が魅力的だと判断されるのであろうか(本研究ではこれを社会的望ましき説と対比させて「個人的望ましき説」と呼ぶ)。

これまで Big Five 理論を用いて性格の類似説や社会的望ましき説の妥当性を検証した研究が行われており、記述文による人物描写を用いた実験では、外向性(Hendrick & Brown, 1971; 中里・井上・田中, 1975)・協調性(戸塚・狩野・上北, 2011)・勤勉性(戸塚, 2017)・情緒安定性(戸塚・上北・狩野, 2011)・開放性(戸塚, 2016)が高い人物が魅力を高めやすいという社会的望ましき説が支持される一方で、外向性・協調性・勤勉性・開放性については類似性が魅力を高める効果も示されている(松木・松本, 2021; 戸塚・狩野・上北, 2011)。ヘアメイクアップ顔について、観察者の性格と対人魅力との関係を明らかにすることができれば、人間関係をより円滑に築くためのヘアメイクアップを利用できるようになると考えられる。

本研究の目的

以上より、本研究では、(a)ヘアメイクアップ

が顔から推測される性格や対人魅力に及ぼす影響の検証, (b)ヘアメイクアップ顔の対人魅力について, 類似説・相補説・社会的望ましき説・個人的望ましき説の妥当性の検証を行う。これらの検証を通じ, 戦術的に性格を演出したり, 人間関係を円滑に築いたりするためのヘアメイクアップを明らかにすることを目的とする。

ヘアメイクアップには, 主に色・形・質感(光沢感など)の3つの要素があるが, 本研究ではヘアメイクアップの中でも比較的变化が知覚しやすく, また外見に大きく影響を与えらる色を取り上げる。さらに, 色が関係するヘアメイクアップにはファンデーション, アイカラー, リップカラー, チーク, ヘアカラーなどがあるが, 華やかな色が使われやすく色の变化が知覚されやすいと考えられるアイメイク, 口紅, ヘアカラーを取り上げる。また, ヘアメイクアップの利用者である女性の視点から観察者の性格とヘアメイクアップ顔の対人魅力との関係を明らかにするため, 女性を対象とする。

実験 1

実験 1 では, ヘアカラー・リップカラー・アイカラーのうち, いずれか1箇所の色を変更した実験刺激を用い, ヘアメイクアップ顔から推測させる性格, およびその性格と対人魅力との関係を検証する。

なお本実験は放送大学研究倫理委員会の承認を得て行った(通知番号 2020-38)。

方法

参加者 日本語を母語とする 20 歳以上の女性を対象とし, クラウドソーシングシステム(株式会社クラウドワークス)を通じて参加者の募集を行った。ヘアメイクアップの識別が困難な小さい画面での回答を避けるため, パソコンまたはタブレット端末で, また薄明視・暗所視やナイトモード等によるディスプレイの色温度の影響を極力避けるため, 7:00~16:00 に回答することを条件とした。150 名の回答者のうち, スマートフォンで実施した 10 名, IMC 設問 (Instructional manipulation check; 三浦・小林, 2016)に正しく反応できなかった 9 名を除く 131 名(20代 29 名, 30代 43 名, 40代 40 名, 50代 17 名, 60代 2 名)のデータを分析に用いた。

実験刺激 自然光下で撮影した 20~40 代の日本人女性 20 名の正面顔から平均顔を作成し(図 1A), 顔全体にシャープ化処理を行い, 髪型を合成し, ベースラインとした(図 1B)。ベースラインの毛髪部分をブラック(実験刺激番号 H1, 以下同), 低明度ブラウン(H2), 中明度レッド(H3), 中明度ゴールド(H4), 中明度アッシュ(H5), 高明度レッド(H6), 高明度ゴールド(H7), 高明度アッシュ(H8)に変化させたヘアカラー実験刺激 8 種を作成した。同様に, ベースラインの口唇部をレッド(L1), オレンジ(L2), ピンクベージュ(L3), ベージュ(L4), ショッキングピンク(L5), ブラウン(L6)に変化させたリップカラー実験刺激 6 種, および眼瞼部を高明度暖色(E1), 高明度寒色(E2), 中明度暖色(E3), 中明度寒色(E4), 低明度暖色(E5), 低明度寒色(E6)に変化させたアイカラー実験刺激 6 種をそれぞれ作成した。こうして生成した合計 20 種の実験刺激を本実験に用いた(20 種の実験刺激は表 1 参照)。

質問項目 ①性格に関する項目: Big Five 性格特性を 10 項目で測定する TIPI-J(小塩・阿部・カトローニ, 2012)を改変して用いた²。この尺度は, 実験刺激から推測される性格の測定に加え, 類似説・相補説の検証のための実験参加者の現在の性格の測定, 個人的望ましき説の検証のための実験参加者の理想の性格の測定にも用いた。ヘアメイクアップ顔と性格との関係を明確化するため, 神経症傾向に関する項目は神経症傾向が小さくなるほど得点が高くなるように逆転処理を行い, 情緒安定性として分析を行った。②対人魅力に関する項目: 人物に対する好意を測定する項目として「この女性が好き」, また色に対する好みを測定する項目として「このヘア(またはリップ・アイ)カラーが好き」を, それぞれ「全く当てはまらない」から「非常にあてはまる」までの 7 段階の Likert 尺度を用いて回答を得た。

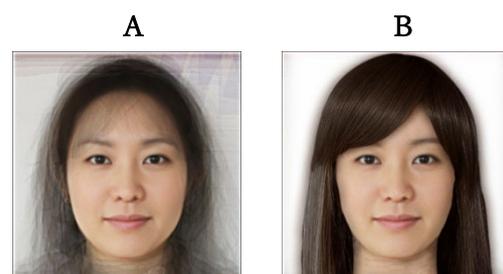


図 1 平均顔 (A) とベースライン (B)

手続き 本実験は2020年10月12~17日にオンラインで行われた。はじめに実験参加者自身の現在の性格および理想の性格について回答を得た。次に画面中央に注視点を1000ms, 続いて400ピクセル四方のベースライン(図1B)を1500ms提示し, ベースラインから推測される性格および好意について任意で回答を得た。さらに20種の実験刺激についても同様に注視点を1000ms, 400ピクセル四方の刺激を1500ms提示した後, 実験刺激から推測される性格および好意について回答を得た。最後にIMC設問を提示し実験終了とした。20種の実験刺激はランダムな順序で提示した。

結果

ヘアメイクアップ顔から推測される性格
ヘアカラー・リップカラー・アイカラーいずれか1箇所の色を変化させたヘアメイクアップ顔から観察者がどのような性格を推測するのかを分析するために, 実験刺激毎にBig Five各因子それぞれの平均値を求めた。その結果, 中—高明度のヘアカラー実験刺激(H3, H4, H6, H7, H8)や寒色のアイカラー実験刺激(E2, E4, E5)やショッキングピンク(L5)・ブラウン(L6)のリップカラー実験刺激は外向性や開放性が高い傾向が見られ(それぞれ4.43—5.84, 4.27—5.25), 低明度を中心としたヘアカラー実験刺激(H1, H2, H5)やベージュ系・レッド系のリップカラー実験刺激(L1, L2, L3, L4), 暖色系のアイカラー(E1, E3, E5)は協調性・勤勉性・情緒安定性が高い傾向にあった(それぞれ4.85—5.41, 4.81—5.27, 4.60—5.06)。

このように明度や色の寒暖など共通の特徴を持つヘアメイクアップは推測される性格の特徴も共通する傾向が見られたため, クラスタ分析により推測される性格からのヘアメイクアップ顔の分類を試みた。20種の実験刺激のBig Five各因子それぞれの平均値を用い, ウォード法で階層クラスタ分析を行った結果, クラスタ間距離を基準として4つのクラスタに分類され, 便宜上第1群, 第2群, 第3群, 第4群と名付けた。表1に各群のBig Five各因子と好意の平均点, 標準偏差を示した。

第1群と第2群, 第3群と第4群はクラスタ間距離が近く, 第1群・第2群は協調性, 勤勉性, 情緒安定性が高い実験刺激が, 第3群・

第4群は外向性及び開放性が高い実験刺激が分類された。第1群は第2群より外向性がやや高く, 第4群は第3群より外向性や開放性が高く勤勉性が低い実験刺激が分類された。好意は第1群・第2群が高く, 第3群・第4群は低かった。

第1群には低明度ブラウンのヘアカラーや鮮やかなレッド系のリップカラーといった, 近年日本人女性がよく用いる色が分類された(以下, 定番色と呼ぶ)。第2群は黒髪や彩度の低いベージュ系リップカラー, 暖色のアイカラーなど素髪・素顔に近い色やナチュラルメイクで用いられる色が多く分類された(以下, 自然色と呼ぶ)。第3群はリップカラー実験刺激およびアイカラー実験刺激のみが分類され, ブラウンやショッキングピンクのリップカラー, 寒色のアイカラーが含まれた。第4群はヘアカラー実験刺激のみが分類され, 中—高明度のヘアカラーが分類された。第3群・第4群に分類された色は第1群・第2群と比べて使用頻度が低い色であった(以下, 非定番色という)。

以上から, 推測される性格を基にヘアメイクアップ顔のクラスタ分析を行った結果, 協調性や勤勉性, 情緒安定性が高く推測される定番色・自然色を含むヘアメイクアップ顔と, 外向性や開放性が高く推測される非定番色を含むヘアメイクアップ顔に大きく分けることができることが明らかとなった。さらに前者は外向性がやや高い定番色ヘアメイクアップと外向性が低い自然色ヘアメイクアップに, 後者は勤勉性がやや高い非定番色メイクアップと外向性や開放性が最も高い非定番色ヘアカラーに分類することができた。好意は定番色・自然色を含むヘアメイクアップ顔で高く, 非定番色を含むヘアメイクアップ顔で低かった。

観察者の性格と対人魅力 前項の分析では, 協調性や勤勉性, 情緒安定性が高いヘアメイクアップ顔の対人魅力が高く評価される傾向が示唆された。では, 観察者の性格とヘアメイクアップ顔の対人魅力にはどのような関係があるのだろうか。類似説, 相補説, 個人的望ましき説, 社会的望ましき説の4つの説のうちのどれが当てはまるのかを検証するため, 観察者の性格とヘアメイクアップ顔から推測される性格との関係性を調べた。好意の高いヘアメイクアップ顔から推測される性格が観察者の現在

表 1 ヘアメイクアップ顔から推測される性格の平均値 (上段) と標準偏差 (下段) (実験 1)

| | | 実験刺激 | | | E | A | C | N | O | 好意 |
|-------|---|---|---|---|---|---|--|------|------|------|
| 第 1 群 |  |  |  | | 4.30 | 5.14 | 5.07 | 4.99 | 3.86 | 4.66 |
| | H2 | L1 | L2 | | 0.84 | 0.68 | 0.67 | 0.67 | 0.72 | 0.98 |
| 第 2 群 |  |  |  |  |  |  |  | | | |
| | H1 | H5 | L3 | L4 | E1 | E3 | E5 | | | |
| 第 3 群 |  |  |  |  |  | | | | | |
| | L5 | L6 | E2 | E4 | E6 | | | | | |
| 第 4 群 |  |  |  |  |  | | | | | |
| | H3 | H4 | H6 | H7 | H8 | | | | | |
| | | | | | 4.63 | 4.05 | 4.51 | 4.30 | 4.36 | 3.48 |
| | | | | | 0.73 | 0.80 | 0.71 | 0.66 | 0.66 | 0.94 |
| | | | | | 5.49 | 3.92 | 3.68 | 4.07 | 5.02 | 3.59 |
| | | | | | 0.67 | 0.71 | 0.67 | 0.62 | 0.68 | 0.92 |

注 E: 外向性, A: 協調性, C: 勤勉性, N: 情緒安定性, O: 開放性。画像の下の番号は実験刺激番号。

の性格に近いほど対人魅力が高く評価されれば類似説が、現在の性格と離れるほど対人魅力が高く評価されれば相補説が、また理想の性格に近いほど対人魅力が高く評価されれば個人的望ましき説が支持される。観察者の性格に関わらず外向性・協調性・勤勉性・情緒安定性・開放性が高く推測されるヘアメイクアップ顔の好意が高い場合は社会的望ましき説の可能性を考慮することができる。

類似説と相補説の妥当性を確認するため、観察者の現在の性格に近い(あるいは現在の性格と離れた)性格が推測されるヘアメイクアップ顔ほど好意が高く評価されるか確認した。まず Big Five 各因子それぞれについて、ある実験参加者がある実験刺激を見て推測した性格と当該実験参加者の現在の性格の差の絶対値を求め、これを「相違度」とした。次にそれぞれの実験刺激について実験参加者間で相違度・好意の相関係数を求めた。その結果、外向性の相関係数は $rs=-.216\sim.115$ であり、このうち有意な負の相関が確認された実験刺激は 4 つ(H5, L2, E4, E5)であった。同様に、協調性($rs=-.462\sim.095$)は 8 つ(H4, H6, H7, H8, L5, E2, E4, E6)、勤勉性($rs=-.277\sim.085$)は 4 つ(H6, H8, E4, E6)、開放性($rs=-.285\sim.038$)は 8 つ(H2, L2, L3, L4, E1, E2, E4,

E5)であった。情緒安定性($rs=-.056\sim.259$)は有意な正の相関関係が観察された実験刺激が 5 つあり(L3, L5, E3, E4, E5)、他は有意な相関関係は確認されなかった。いずれの性格因子も半数以上の実験刺激で観察者の現在の性格との相違度と好意との間に相関関係が見いだされなかったことから、類似説および相補説は妥当ではないと考えられる。

個人的望ましき説の妥当性を確認するため、観察者の理想の性格に近い性格が推測されるヘアメイクアップ顔ほど好意が高く評価されるかを確認した。実験参加者の理想の性格とヘアメイクアップ顔から推測される性格との相違度を求め、実験参加者間で相違度・好意間の相関係数を求めた。その結果、協調性についてはすべての実験刺激において相違度・好意との間に有意な負の相関関係があり($rs=-.586\sim-.182$, $ps<.05$ または $ps<.01$)、勤勉性も L1($r=-.155$, ns)を除きすべて有意な負の相関($rs=-.409\sim-.173$, $ps<.05$ または $ps<.01$)が、また情緒安定性についても H1, H5, H7, H8, L4 の 5 つ($rs=-.148\sim.039$, ns)を除いて有意な負の相関($rs=-.322\sim-.181$, $ps<.05$ または $ps<.01$)が認められた。一方、外向性($rs=-.305\sim.071$)や開放性($rs=-.323\sim-.023$)については相違度と好意の間に有意な負の相関

関係が認められた実験刺激はそれぞれ 6 つ(H2, L1, L2, E1, E3, E5), 8 つ(H2, H7, L2, L3, L4, E1, E3, E4)に留まり, 他は有意な相関関係が認められなかった。次に実験刺激間で性格の相違度・好意間の相関係数を求めたところ, 協調性($r=-.975, p<.01$), 勤勉性($r=-.823, p<.01$), 情緒安定性($r=-.946, p<.01$)について相違度・好意間に有意な負の相関が確認されたものの, 外向性($r=.586, p<.01$), 開放性($r=.787, p<.01$)については相違度・好意間に有意な正の相関が確認された。協調性・勤勉性・情緒安定性については, 観察者間・実験刺激間共に理想の性格との相違度が大きいほど好意が低くなることが確認されたことから, 個人的望ましき説は支持された。一方, 外向性と開放性については, 観察者間では半数以上の実験刺激で相違度・好意間に相関関係は確認されず, また実験刺激間では正の相関関係が確認されたため, 個人的望ましき説は支持されなかった。

社会的望ましき説の妥当性を確認するため, 観察者の性格に関わらず性格因子が高く推測されるヘアメイクアップ顔ほど好意も高く評価されるか確認した。ヘアメイクアップ顔から推測される性格と好意との実験参加者間での相関係数を求めた結果, 協調性はすべての実験刺激において($r_s=.269\sim.665$, すべて $p_s<.01$), また勤勉性($r_s=.085\sim.473$)は H1, L2, E3, 情緒安定性($r_s=.127\sim.454$)は H1, H5, L2 を除くすべての実験刺激において好意と有意な正の相関が観察されたが, 外向性($r_s=-.284\sim.273$)および開放性($r_s=-.191\sim.379$)は有意な正の相関が示された実験刺激はそれぞれ 5 つ(H2, L1, L3, E1, E3), 8 つ(H1, H2, L1, L2, L3, L4, E1, E3)に留まり, 外向性は H6 と L5 で, また開放性は H6 と H8 でそれぞれ負の相関が確認された。次に実験刺激間で性格と好意との相関係数を求めたところ, 協調性($r=.970, p<.01$), 勤勉性($r=.803, p<.01$), 情緒安定性($r=.934, p<.01$)は性格・好意間に有意な正の相関が確認されたものの, 外向性($r=-.758, p<.01$), 開放性($r=-.825, p<.01$)については有意な負の相関が確認された。協調性・勤勉性・情緒安定性については, 観察者間・実験刺激間で共に性格と好意との間に正の相関関係が見いだされたことから, 社会的望ましき説は支持された。一方, 外向性と開放性については観察者間で性格・好意間に正の相関関係が見いだされた

実験刺激は半数以下に留まり, また実験刺激間では負の相関関係が確認されたことから, 社会的望ましき説は支持されなかった。

以上から, ベースラインのヘアカラー・リップカラー・アイカラーのうちいずれか 1 箇所のみを変更した実験刺激を用いた本実験では, 個人的望ましき説および社会的望ましき説が部分的に支持された。すなわち協調性・勤勉性・情緒安定性については個人的望ましき説・社会的望ましき説ともに支持されたが, 外向性・開放性についてはいずれの説も支持されなかった。個人的望ましき説の基準となる観察者の理想の自己の評定値が協調性(6.21), 勤勉性(5.57), 情緒安定性(5.87)において非常に高く, 協調性・勤勉性・情緒安定性が高いほど対人魅力が高いとする社会的望ましき説の基準とほぼ重なることが, 両説が同時に支持された要因であると考えられる。

実験 2

実験 1 では, 定番色や自然色から成るヘアメイクアップ顔は協調性や勤勉性, 情緒安定性が高く推測され, 対人魅力が高いこと, また反対に非定番色を含むヘアメイクアップ顔は外向性や開放性が高く評価され, 対人魅力が低いことが明らかとなった。観察者の性格とヘアメイクアップ顔の対人魅力との関係性については協調性・勤勉性・情緒安定性において個人的望ましき説・社会的望ましき説が支持された。

ただしこれらはベースラインからヘアカラー・リップカラー・アイカラーのいずれか 1 箇所のみを変更した実験刺激を用いた結果である。実際のヘアメイクアップは色の組み合わせで成り立っている。そこで実験 2 では, ヘアカラー・リップカラー・アイカラーの 3 箇所全ての色を変更した実験刺激を用いる。実験 1 で用いたヘアカラー・リップカラー・アイカラーそれぞれから各群 1 色ずつ代表色を選定し, それらの組み合わせによる実験刺激を用いて実験 1 の結果が追認されるか確認を行う。

なお本実験は放送大学研究倫理委員会の承認を得て行った(通知番号 2021-29)。

方法

参加者 実験 1 と同様, 20 歳以上の日本語を母語とする女性を対象とし, クラウドソーシ

グシステム(株式会社クラウドワークス)を通じて参加者の募集を行った。ただし実験1に参加した者は本実験の対象から除外した。実験1と同様の理由でパソコンまたはタブレット端末にて7:00~16:00に回答することを条件とした。130名の回答者のうち、時間外に回答した1名、IMC設問に正しく反応できなかった1名、2回以上回答を行った1名を除く有効回答127名(20代25名, 30代42名, 40代38名, 50代21名, 60代1名)のデータを分析に用いた。

実験刺激 ベースラインは実験1と同じものを用いた(図1B)。実験1で分類されたクラスター(表1)を基に、各群からヘアカラー・リップカラー・アイカラーそれぞれの代表色を選出した。選出にあたっては、各群の性格の平均値に最も近い色(差の二乗和がもっとも小さい色)を基準とした。その結果、ヘアカラーは第1群から低明度ブラウン(H2)、第2群から中明度アッシュ(H5)、第4群から高明度アッシュ(H8)を、リップカラーは第1群からレッド(L1)、第2群からピンクベージュ(L3)、第3群からショッキングピンク(L5)を、アイカラーは第2群から高明度暖色(E1)、第3群から中明度寒色(E4)をそれぞれ選出した。ヘアカラー3種、リップカラー3種、アイカラー2種の組み合わせにより合計18種の実験刺激を本実験に用いた。以下、例えば第1群のヘアカラー・第2群のリップカラー・第3群のアイカラーによる組み合わせは”123”のように、ヘアカラー・リップカラー・アイカラーの順に実験1で分類されたクラスターの番号の並びで表す。

質問項目 ①性格に関する項目:実験1と同じくTIPI-J(小塩・阿部・カトローニ, 2012)を改変して用い、質問方法や逆転処理項目は実験1にならなかった。②対人魅力に関する項目:好意を測定する項目である「この女性が好き」の1項目に絞り込み、「全く当てはまらない」から「非常にあてはまる」までの7段階のLikert尺度を用いて回答を得た。

なお実験2では、このほかにも、「若々しい」「女性的である」など9項目について実験刺激を評定させたが、本論文では報告しない。

手続き 本実験は2021年7月16~27日にオンラインで実験1と同様の手続きにて行った。ただし、実験参加者の性格の後と18種それぞれの実験刺激の好意の後に本論文では報告し

ない9項目の評定を行っている。

結果

ヘアメイクアップ顔から推測される性格
ヘアカラー・リップカラー・アイカラーの3箇所全ての色を変更した実験刺激から観察者がどのような性格を推測するのかをBig Five各因子の平均値から分析した。自然色・定番色を多く含む実験刺激(112, 122, 212, 222, 232)は協調性・勤勉性・情緒安定性が高く(それぞれ4.90—5.41, 4.87—5.10, 4.77—4.93)が高く、非定番色を含む実験刺激(113, 123, 132, 133, 213, 223, 233, 412, 413, 422, 423, 432, 433)は開放性が比較的高かった(4.09—4.80)。また非定番色ヘアカラーを含む実験刺激(412, 413, 422, 423, 432, 433; 3.41—3.93)は他の実験刺激(4.10—5.10)より勤勉性が低かった。

このように定番色・自然色を中心としたヘアメイクアップと非定番色を含むヘアメイクアップとで推測される性格の特徴が異なる傾向が見られたため、実験1と同様にクラスター分析により推測される性格からのヘアメイクアップ顔の分類を試みた。18種の実験刺激のBig Five各因子それぞれの平均値を用い、ウォード法による階層クラスター分析を行った結果、クラスター間距離を基準として4つのクラスターに分類され、便宜上第1'群, 第2'群, 第3'群, 第4'群と名付けた。表2には各群のBig Five各因子および好意の平均点とそれらの標準偏差を示した。

実験1と同様、第1'群と第2'群, 第3'群と第4'群はそれぞれクラスター間距離が近く、第1'群・第2'群には協調性、勤勉性、情緒安定性が高い実験刺激が、第3'群・第4'群には外向性及び開放性が高い実験刺激がそれぞれ分類された。また第1'群は第2'群と比べて外向性が高い実験刺激が分類され、第4'群は第3'群と比較して外向性や開放性が高く協調性や勤勉性が低い実験刺激が分類された。好意は第1'群・第2'群で高く、次いで第3'群が高く、第4'群が最も低かった。

第1'群・第2'群に分類されたヘアメイクアップ顔の5つのうち4つ(112, 212, 122, 222)は、実験1で第1群・第2群に分類された定番色や自然色の組み合わせによるものであった。第1'群と第2'群との違いはリップカラーの彩度であり、

第1'群に彩度が高いL1やL5のリップカラーを含む実験刺激が、第2'群に彩度が低いL3のリップカラーを含む実験刺激がそれぞれ分類された。第3'群に分類されたヘアメイクアップ顔は、すべて実験1で第3群・第4群に分類された非定番色を1箇所含むヘアメイクアップ顔であり、第4'群はヘアカラーのみが非定番色である412を除きすべて非定番色を2箇所以上含むヘアメイクアップ顔であった。

これらの結果から、ヘアカラー・リップカラー・アイカラーの3箇所全ての色を変更した実験刺激でも、実験1と同様に、協調性や勤勉性、情緒安定性が高い定番色・自然色から成るヘアメイクアップ顔と、外向性や開放性が高い非定番色を含むヘアメイクアップ顔に大きく分類できることが明らかとなった。さらに前者は外向性がやや高い高彩度リップカラーを含むヘアメイクアップ顔と外向性が低い低彩度リップカラーを含むヘアメイクアップ顔に、後者は協調性や勤勉性がやや高い非定番色を1箇所含むヘアメイクアップ顔と外向性や開放性が最も高い非定番色を2箇所以上含むヘアメイクアップ顔に分類することができた。好意は定番色・自然色から成るヘアメイクアップ顔が高く、非定番色を多く含むほど低くなることが示唆され

た。

観察者の性格と対人魅力 ヘアメイクアップ顔から推測される性格について、ヘアカラー・リップカラー・アイカラー3箇所すべてを変更したヘアメイクアップ顔でも協調性や勤勉性、情緒安定性が高いヘアメイクアップ顔の対人魅力が高く評価される傾向が示されたが、観察者の性格とヘアメイクアップ顔の対人魅力にはどのような関係があるのだろうか。類似説、相補説、個人的望ましき説、社会的望ましき説の妥当性を検証するため、実験1と同様の方法で観察者の性格とヘアメイクアップ顔から推測される性格との関係性を調べた。

類似説や相補説の妥当性を確認するため、実験参加者間で現在の性格との相違度と好意との相関係数を求めた。その結果、協調性については全ての実験刺激で相違度・好意間に有意な負の相関が確認されたものの($r_s = -.506 \sim -.193$, $p_s < .05$ または $p_s < .01$)、外向性($r_s = -.280 \sim -.008$)、勤勉性($r_s = -.327 \sim .209$)、開放性($r_s = -.329 \sim .056$)については有意な負の相関が確認された実験刺激数はそれぞれ5つ(123, 132, 133, 222, 223)、7つ(133, 223, 412, 422, 423, 432, 433)、3つ(222, 423, 433)に留まり、情緒安定性($r_s = -.104 \sim -.119$, ns)は全ての実験刺激で有意な相関は確認でき

表 2 ヘアメイクアップ顔から推測される性格の平均値 (上段) と標準偏差 (下段) (実験 2)

| 実験刺激 | | E | A | C | N | O | 好意 |
|------|--|------|------|------|------|------|------|
| 第1'群 |  | 4.32 | 5.03 | 5.02 | 4.83 | 4.00 | 4.63 |
| | 112 212 232 | 0.74 | 0.67 | 0.60 | 0.56 | 0.69 | 1.20 |
| 第2'群 |  | 3.38 | 5.28 | 4.98 | 4.62 | 3.53 | 4.76 |
| | 122 222 | 0.90 | 0.74 | 0.67 | 0.72 | 0.83 | 1.01 |
| 第3'群 |  | 4.55 | 4.43 | 4.41 | 4.50 | 4.20 | 4.00 |
| | 113 123 132 213 223 422 | 0.57 | 0.73 | 0.70 | 0.61 | 0.52 | 0.93 |
| 第4'群 |  | 5.26 | 3.88 | 3.82 | 4.30 | 4.61 | 3.54 |
| | 133 233 412 413 423 432 433 | 0.69 | 0.77 | 0.79 | 0.63 | 0.66 | 0.92 |

注 E: 外向性, A: 協調性, C: 勤勉性, N: 情緒安定性, O: 開放性。

なかった。協調性について実験刺激間で相違度・好意間の相関係数を求めたところ、有意な負の相関が確認された($r=-.951, p<.01$)。観察者間・実験刺激間共に現在の性格との相違度が大きいほど好意が低くなることが確認された。協調性については類似説が支持されたものの、外向性・勤勉性・情緒安定性・開放性については半数以上の実験刺激で相違度・好意間に相関関係が確認できなかったことから類似説および相補説は指示されなかった。

個人的望ましき説の妥当性を確認するため、実験刺激間で理想の性格との相違度と好意との相関係数を求めた。その結果、協調性において全ての実験刺激で相違度・好意間に有意な負の相関が確認されたほか($rs=-.659\sim-.382$, すべて $ps<.01$)、勤勉性は 212, 232, 222($rs=-.132\sim-.050$, ns)を除く全ての実験刺激で($rs=-.552\sim-.180$, $ps<.05$ または $ps<.01$)、情緒安定性は 212 および 232($rs=-.144\sim.064$, ns)を除くすべての実験刺激で($rs=-.397\sim-.180$, $ps<.05$ または $ps<.01$)それぞれ有意な負の相関が確認された。一方、外向性($rs=-.259\sim.168$)は 122 および 222 で、また開放性($rs=-.329\sim.056$)は 222 のみで有意な負の相関が確認された他は有意な相関は確認できなかった。次に実験刺激間で相違度・好意間の相関係数を求めたところ、協調性($r=-.990$, $p<.01$)、勤勉性($r=-.929$, $p<.01$)、情緒安定性($r=-.891$, $p<.01$)について相違度・好意間に有意な負の相関が確認されたものの、外向性($r=.177$, ns)は有意な相関関係は確認できず、開放性($r=.817$, $p<.01$)は正の相関関係が確認された。協調性・勤勉性・情緒安定性については、観察者間・実験刺激間共に理想の性格との相違度が大きいほど好意が低くなることが確認されたことから、個人的望ましき説は支持された。一方、外向性と開放性については理想の性格との相違度と好意の間に観察者間・実験刺激間を通じてほとんど負の相関関係は確認されなかったため、個人的望ましき説は支持されなかった。

社会的望ましき説の妥当性を確認するため、ヘアメイクアップ顔から推測される性格と好意との実験参加者間での相関係数を求めた。その結果、協調性($rs=.324\sim.738$, すべて $ps<.01$)および勤勉性($rs=.208\sim.750$, $ps<.05$ または $ps<.01$)についてはすべての実験刺激において、また情緒安定性についても 212($r=.170$, ns)を除くすべ

ての実験刺激において($rs=.229\sim.529$, $ps<.01$)有意な正の相関関係が見いだされたが、外向性($rs=-.382\sim.215$)は 222 で好意との正の相関が確認されたものの 11 の実験刺激(112, 113, 132, 133, 233, 412, 413, 422, 423, 432, 433)で有意な負の相関が確認され、開放性も 232, 122, 222 のみで有意な正の相関関係が見いだされたものの他の実験刺激では有意な相関は確認されなかった。次に実験刺激間で性格と好意との相関係数を求めたところ、協調性($r=.992$, $p<.01$)、勤勉性($r=.946$, $p<.01$)、情緒安定性($r=.868$, $p<.01$)は性格・好意間に有意な正の相関が確認されたものの、外向性($r=-.861$, $p<.01$)、開放性($r=-.885$, $p<.01$)については性格・好意間に有意な負の相関が確認された。協調性・勤勉性・情緒安定性については、観察者間・実験刺激間で共に性格と好意との間に正の相関関係が見いだされたことから、社会的望ましき説は支持された。一方、外向性と開放性については観察者間・実験刺激間で性格・好意間に正の相関関係がほとんど見いだされなかったことから、社会的望ましき説は妥当ではないと考えられる。

以上から、ヘアカラー・リップカラー・アイカラーの3箇所全ての色を変更した実験刺激を用いた実験2では、協調性は類似説・個人的望ましき説・社会的望ましき説が、勤勉性および情緒安定性は個人的望ましき説・社会的望ましき説が支持され、外向性および開放性についてはいずれの説も支持されなかった。協調性について個人的望ましき説・社会的望ましき説に加えて類似説も支持されたことは実験1とは異なる結果であるが、この理由として実験2の参加者の現在の自己での協調性の評定値が5.20とやや高く、類似説の基準が個人的望ましき説の基準により近かったためと考えられる。相関係数の絶対値は現在の性格との相違度・好意間($rs=-.506\sim-.193$)よりも理想の性格との相違度・好意間($rs=-.659\sim-.382$)や協調性・好意間($rs=.324\sim.738$)のほうが大きいことから、協調性についても勤勉性・情緒安定性と同様に類似説よりも個人的望ましき説・社会的望ましき説がより妥当性が高いと考えられる。

総合考察

本研究から、ヘアメイクアップ顔を推測される性格でクラスター分析を行ったところ、定番

色や自然色から成り協調性・勤勉性・情緒安定性が高く推測されるヘアメイクアップ顔と、非定番色を含み外向性・開放性が高く推測されるヘアメイクアップ顔とに大きく分類されることが示された。前者はさらに定番色を中心とした外向性がやや高いヘアメイクアップ顔(第1群・第1'群)と、自然色を中心とした外向性の低いヘアメイクアップ顔(第2群・第2'群)に、また後者は非定番色を2箇所以上含むヘアメイクアップや非定番色ヘアカラーを含む外向性や開放性が特に高く勤勉性が低いヘアメイクアップ顔(第4群・第4'群)と、非定番色を1箇所のみ含む勤勉性がやや高いヘアメイクアップ顔(第3群・第3'群)にそれぞれ分類することができた。これらの結果はベースラインからヘアカラー・リップカラー・アイカラーのいずれか1箇所みの色を変化させた実験1、及び3箇所全ての色を同時に変化させた実験2で同様に示された。

本研究で用いた実験刺激のうち第2群および第2'群は最も素顔・素髪に近いヘアメイクアップであり、第1群(第1'群)、第3群(第3'群)、第4群(第4'群)の順に素髪・素顔からかけ離れた日常的に目にする機会の少ないヘアメイクアップとなる。素顔・素髪に近いヘアメイクアップ顔ほど協調性や勤勉性、対人魅力が高くなり、外向性や開放性が低くなる傾向が見られることから、人は素顔・素髪との隔たりから性格や魅力を判断している可能性が考えられる。顔の印象研究では典型的・平均的な顔は対人魅力や信頼性が評価されやすいとされているが(例えば Rhodes, 2006 ; Sofer, Dotsch, Wigboldus, & Todorov, 2015 ; 三枝・渡邊, 2015), ヘアメイクアップが顔の典型性や平均性に影響を与えるのであれば対人魅力や推測される性格に影響を与えることも十分に考えられる。

観察者の性格とヘアメイクアップ顔の対人魅力との関係について、性格の類似説、相補説、個人的望ましき説、社会的望ましき説の妥当性を検証したところ、協調性・勤勉性・情緒安定性については、性格の個人的望ましき説及び社会的望ましき説が妥当であることが示唆されたが、外向性や開放性についてはいずれの説にも当てはまらなかった。これらの結果も、実験1及び実験2でほぼ同様に示された。

本研究では外向性や開放性が高く推測され

るヘアメイクアップ顔ほど対人魅力が高いという結果とはならなかったが、これは外向性(Hendrick & Brown, 1971; 中里他, 1975)や開放性(戸塚, 2016)が高い人物の方が対人魅力も高い傾向にあるとするこれまでの研究とは異なる結果である。この理由として、次の2つの理由が考えられる。

1つ目は先述のヘアメイクアップが顔の典型性や平均性に与える影響である。顔の典型性や平均性を低下させると考えられる非定番色を使用したヘアメイクアップで外向性・開放性が高く推測されるならば、対人魅力と、外向性・開放性とは両立しにくい可能性がある。これが外向性と開放性が対人魅力と正の相関関係が見いだされなかった原因であると考えられる。

もう1つの理由は、そもそも外向性や開放性が必ずしも対人魅力を高める要素になるわけではないということである。例えば水野(2003)によって、外向性には「快活的外向」「友好的外向」「主張的外向」の3つの因子があり、好意感情に結び付くのは友好的外向のみであることが示されている。非定番色を含むヘアメイクアップ顔の外向性の高さが主張性や快活性の高さに起因するものであるならば、外向性の高さがヘアメイクアップ顔の魅力に寄与しない可能性も十分に考えられる。このように、外向性や開放性が高く評価されたとしても、その外向性や開放性が魅力を上げる因子でなかったことがもう1つの原因として考えられる。以上で挙げた2つの仮説、すなわち典型性および外向性・開放性と対人魅力との関係については、今後さらなる検証が必要である。

本研究では日本人女性の平均顔を用い、ヘアメイクアップの代表色の性格や印象と対人魅力との関係を調査したが、実際には、ヘアメイクアップの色の組み合わせは無数である。さらにヘアメイクアップには色以外にも形や質感といった別の要素もあり、ヘアメイクアップを行う顔も千差万別である。近年の顔の印象研究ではこのような多様性に対処するためにデータ駆動型アプローチがとられている(中村, 2021 ; Todorov & Oh, 2021)。データ駆動型アプローチは、印象の決定要因についての仮説を設定せず、多数の実験刺激を用いてどのような特徴が印象に寄与しているのか計算論的にモデル化する手法である。今後は、このようなアプ

ローチを採り入れるなどして、より幅広いヘアメイクアップのバリエーションへの対応を進めていくことで、ヘアメイクアップから推測される性格と対人魅力に関する体系的な理論が構築できると考えられる。

注

2 本実験では、原著者からの許諾を得て、TIPI-J を次のように改変し使用した。前後関係等を考慮し、教示文は「以下のそれぞれの項目は、現在のあなた自身(先ほど写真の女性)にどのくらい当てはまりますか。もっとも適切なものを選んでください。」「あなた自身にとっての理想的な性格を考えたとき、以下のそれぞれの項目はどのくらい当てはまりますか。もっとも適切なものを選んでください。」とし、各質問項目の「と思う」は省略して用いた。また実験参加者自身の性格及び 20 種の実験刺激に対して繰り返し質問を行うことから 10 項目の質問項目は都度ランダムな順序で提示した。尺度使用マニュアル (http://jspp.gr.jp/doc/manual_TIPI-J.pdf) では順序変更等を行った場合には妥当性は保証しないとされているが、本実験で得られたデータを基に行った因子分析や、小塩他(2012)で報告されている各項目の平均値、項目間の相関係数等との比較から、尺度の妥当性を大きく損なうものではなかったと判断した。

利益相反

本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

引用文献

- Albright, L., Malloy, T. E., Dong, Q., Kenny, D. A., Fang, X., Winqvist, L., & Yu, D. (1997). Cross-cultural consensus in personality judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72, 558-569.
- Ambady, N., Hallahan, M., & Rosenthal, R. (1995). On judging and being judged accurately in zero-acquaintance situations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 518-529.
- Borkenau, P., & Liebler, A. (1992). Trait inferences -

- sources of validity at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 645-657.
- 蘭千寿・小窪輝吉 (1978). 魅力形成に及ぼす社会的望ましさの効果—自己評価・判断次元との関連において— 実験社会心理学研究, 18, 75-81.
- Costa, P. T. (1996). Work and personality: Use of the NEO-PI-R in industrial/organisational psychology. *Applied Psychology*, 45, 225-241.
- Cox, C. L., & Glick, W. H. (1986). Resume evaluations and cosmetics use: When more is not better. *Sex Roles*, 14, 51-58.
- 藤原康晴 (1987). 女子大生の好きな被服のイメージと自己概念との関連性 日本家政学会誌, 38, 593-598.
- Goldberg, L. (1990). An alternative "Description of Personality": The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- Goldberg, L. (1992). The development of markers for the big-five factor structure. *Psychological Assessment*, 4, 26-42.
- Guéguen, N. (2012). Hair color and wages: Waitresses with blond hair have more fun. *The Journal of Socio-Economics*, 41, 370-372.
- Guéguen, N., & Celine, J. (2011). Enhanced female attractiveness with use of cosmetics and male tipping behavior in restaurants. *Journal of Cosmetic Science*, 62, 283-290.
- Guéguen, N., & Lamy, L. (2009). Hitchhiking women's hair color. *Perceptual and Motor Skills*, 109, 941-948.
- Hendrick, C., & Brown, S. R. (1971). Introversion, extraversion, and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 20, 31-36.
- 飛田操 (1996). 化粧の個人的効果と対人的効果に関する実証的研究 *Cosmetology*, 4, 145-157.
- 石田香里 (1993). 現象学から見た化粧 資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 化粧心理学 (pp.281-289) フレグランスジャーナル社
- Kenny, D. A., Albright, L., Malloy, T. E., & Kashy, D. A. (1994). Consensus in interpersonal perception: acquaintance and the big five. *Psychological Bulletin*, 116, 245-258.
- 厚生労働省 (2014). 医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律(旧薬事法) 昭和 35 年 8 月 10 日法律第 145 号, 2 条 3 項.
- Kyle, D. J., & Mahler, H. I. M. (1996). The effects of hair color and cosmetic use on perceptions of a female's ability. *Psychology of Women Quarterly*, 20, 447-455.
- Little, A. C., & Perrett, D. I. (2007). Using composite images to assess accuracy in personality

- attribution to faces. *British Journal of Psychology*, 98, 111-126.
- 松木祐馬・松本芳之 (2021). 性格の類似性が対人魅力評価に及ぼす影響—被評価者に顕著な性格特性に着目して— パーソナリティ研究, 29, 141-143.
- 三浦麻子・小林哲郎 (2016). オンライン調査における努力の最小限化(Satisfice)傾向の比較—IMC 違反率を指標として— メディア・情報・コミュニケーション研究, 1, 27-42.
- 水野邦夫 (2003). 対人場面における好意的感情と外向性の関連性について—外向性は「好ましい性格」か? 聖泉論叢, 11, 13-25.
- 村澤博人 (1992). 顔の文化誌 東京書籍.
- 中里浩明・井上徹・田中国夫 (1975). 人格類似性と対人魅力—向性と欲求の次元— 心理学研究, 46, 109-117.
- 中村航洋 (2021). 心理学における顔印象研究の動向と展望 エモーション・スタディーズ, 6, 20-27.
- 小塩真司・阿部晋吾・カトローニ ピノ (2012). 日本語版 Ten Item Personality Inventory(TIPI-J)作成の試み パーソナリティ研究, 21, 40-55.
- Ozer, D., & Benet-Martinez, V. (2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annual Review of Psychology*, 57, 401-421.
- Penton-Voak, I. S., Pound, N., Little, A. C., & Perrett, D. I. (2006). Personality judgments from natural and composite facial images: More evidence for a "kernel of truth" in social perception. *Social Cognition*, 24, 607-640.
- Poropat, A. E. (2009). A meta-analysis of the five-factor model of personality and academic performance. *Psychological Bulletin*, 135, 322-338.
- Rich, M. K., & Cash, T. F. (1993). The American image of beauty: Media representations of hair color for four decades. *Sex Roles*, 29, 113-124.
- Rhodes, G. (2006). The evolutionary psychology of facial beauty. *Annual Review of Psychology*, 57, 199-226.
- 三枝千尋・渡邊克巳 (2015). 顔の魅力の知覚映像情報メディア学会誌, 69, 848-852.
- 鈴木理紗・神山進 (2003). 被服による自己呈示に関する研究—「被服によって呈示したい自己」および「自己呈示に係わる被服行動」— 繊維製品消費科学, 44, 652-665.
- Sofer, C., Dotsch, R., Wigboldus, D. H. J., & Todorov, A. (2015). What is typical is good: The influence of face typicality on perceived trustworthiness. *Psychological Science*, 26, 39-47.
- Swami, V., & Barrett, S. (2011). British men's hair color preferences: An assessment of courtship solicitation and stimulus ratings. *Scandinavian Journal of Psychology*, 52, 595-600.
- Takeda, M. B., Helms, M. M., & Romanova, N. (2006). Hair color stereotyping and CEO selection in the United Kingdom. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 13, 85-99.
- Torodov, A., & Oh, D. W. (2021). The structure and perceptual basis of social judgments from faces. *Advance in Experimental Social Psychology*, 63, 189-245.
- 戸塚唯氏 (2017). 誠実性の類似が対人魅力に及ぼす効果—Big Five 性格理論の枠組みを用いて— 千葉科学大学紀要, 9, 35-41.
- 戸塚唯氏 (2016). 開放性の類似が対人魅力に及ぼす効果—Big Five 性格理論の枠組みを用いて— 千葉科学大学紀要, 10, 33-41.
- 戸塚唯氏・狩野勉・上北彰 (2011). 調和性の類似が対人魅力に及ぼす効果—Big Five 性格理論の枠組みを用いて— 国際教育研究所紀要, 22, 31-41.
- 戸塚唯氏・上北彰・狩野勉 (2011). 情緒不安定性の類似が対人魅力に及ぼす効果—Big Five 性格理論の枠組みを用いて— 千葉科学大学紀要, 4, 45-53.
- 山中大子 (2006). 恋愛と被服行動に関する研究—被服による自己形成と他者との関わり— 繊維製品消費科学, 47, 640-645.

本研究では、ヘアメイクアップを施した日本人女性の平均顔から推測される性格、およびその性格と対人魅力との関係を明らかにするために実験を行った。その結果、定番色や自然色のヘアメイクアップを施した顔は協調性・勤勉性・情緒安定性が高く推測され好意も高い一方で、非定番色を含むヘアメイクアップを施した顔は外向性・開放性が高く推測され、好意は低かった。ヘアメイクアップを施した顔の対人魅力について、性格の類似説・相補説・個人的望ましき説・社会的望ましき説の妥当性を検証したところ、協調性・勤勉性・情緒安定性については個人的望ましき説と社会的望ましき説が支持されたが、外向性・開放性についてはいずれの説も支持されなかった。

キーワード：ヘアカラー、化粧、対人魅力、ビッグ・ファイブ