

現代女性の美人観における外見と内面の分析

——女子短大生が抱く美しさの構造——

Values of Beauty: A Study of Outward Appearance and Inner Attitudes
—An Investigation into the Views of Students at a Women's Junior College—

山田 雅子
YAMADA Masako

The purpose of this research was to discern Japanese young women's sense of values regarding beauty. In particular, it focused on their descriptions of beauty in terms of attractiveness from both physical and mental (attitudinal) aspects.

The results showed that outward appearance was an indispensable factor when female students referred to a woman as a "BEAUTY" (*bijin*). On the other hand, they valued the "inner woman" more highly than appearance if they considered her to be "BEAUTIFUL" (*utsukushi*). Nuances inherent in the two Japanese terms were expressed in this distinction.

For outward physical attractiveness, students considered pleasing facial features and a graceful figure *sine qua non*, whereas other characteristics —dress, makeup, neatness, for example— while external, were seen as reflecting inner attitudes. Furthermore, we confirmed that these contemporary young women actually prized quite traditional Japanese values: namely, kindheartedness, gentleness, and a compassionate personality.

1. 緒言

日本女性の美しさは、昨今俄に注目されるようになった。少なくとも、以前より注目度が増したということは否定し得ないであろう。その流れを押し進めたものの一つには、2006年と2007年のミス・ユニバース世界大会における日本人女性の躍進がある。颯爽と、そして堂々と舞台を

歩く姿が幾度もテレビで報じられ、その度に日本女性の存在を見直す賞賛の言葉が聞かれた。更には、その後もNHKをはじめ各局で特集番組が編成される等（例えば、2008年9月NHK放送の「私はこうして“世界一”の美女をつくる」）、当該大会への関心は飛躍的に高まった。世界に迫る日本女性の美しさというトピックは、今や限られた世界で探られるものではなく、広く共有されるものとなってきている。

注目されるのみならず、日本の女性達自身が「美しさ」に注目するようになったといえる側面もある。ミス・ユニバースでの快挙にやや先行して、シャンプーのコマーシャルでは、「アジアン・ビューティー」や「内面の輝き」といったフレーズが用いられ、その後、別のシャンプーのキャッチコピーとして「日本の女性は美しい」という言葉が盛んに繰り返されるようになった。それらのメッセージを受け取るのは、それらの商品のターゲットである幅広い年齢層の女性達に他ならない。「きれい」や「かわいい」といった普段多用される言葉、いわば普段使いの言葉ではなく、「美しさ」「美人」「美」という、やや特別な表現が日常場面にまで進出してきたともいえる。

だが、ミス・ユニバースの日本代表やコマーシャルの女性像が示すのは、旧来の楚々とした、心優しく従順な日本女性ではない。そこにあるのは、自信に満ち、生き生きと目を輝かせ、強さをまとった女性の姿である。ミス・ユニバース・ジャパンにおいてナショナル・ディレクターを務めるフランス人のイネス・リグロン氏は、「健康的な美しさ」「知性」「強さ」「コミュニケーション能力」を日本代表に求め、舞台の上では自分自身の理想や自信が溢れ出るように表現するよう指導したという（朝日新聞2007年6月21日朝刊）。このような世界基準の価値観が加わってこそ、日本代表は世界の舞台においても注目される存在になったと考えられる。逆にいえば、日本女性が世界に注目されるためには、日本と世界の美的価値観の乖離が埋められる必要があったのである。

村澤（1992）がアメリカ製バービーと和製バービーとの違いを挙げて指摘したように、アメリカの少女達は成熟した大人を目指し、日本の少女達はかわいさこそ求めるべきものという美意識を抱いて大人になる。見る側の評価もこのこととまさに対応しており、日本国内のミスコンテストの受賞者は世界大会の日本代表と明らかにイメージを異にする（朝日新聞2007年6月21日朝刊）。国内では美しさの構造が「かわいい」という方向に大きく傾いた状況であったといえる。だが、今やそうした「かわいさ」だけを礼賛する情報一色ではない。眞嶋（2005）は「美のグローバル化」と表現しているが、「西洋人から承認」される美しさがここ数年でその存在感を強め、非常にインパクトのある形で日本に紹介されたといえるであろう。

では、こうした情報に接した若い女性達の意識はこれに呼応して変化しているのであろうか。

山田（2007）では、美しさにおいて内面を最も重視するという女子学生達の意識が明らかとなった。顔やプロポーション・スタイルといった要素よりも、肌に関する内容や自分らしさに関する記述が多く挙げられる等、価値観の転換、或いは新しい価値観の導入が感じられる結果でもあったといえる。だが、最も多く挙げられた「内面」は一つのまとまりとして表現されるのみであり、その理解について読み取ることは出来なかった。そこで本研究においては、外見と内面という二つの側面に注目し、女子学生達の美人観についてより深く探ることとした。

2. 調査目的

「美人」や「美しい」といった表現が指し示すものから現代の若い女性が持つ美しさのイメージ構造を探ることを目的とした。特に、外見と内面という二つの側面に焦点を絞り、それぞれが指し示すものから女子学生達の価値観の特徴抽出を図った。

3. 調査方法

3.1. 実施時期

2008年4月

3.2. 対象者

女子短期大学に在籍する女子学生 180名¹（1、2年生混合）

3.3. 調査内容

(1) 「美人」という表現に関する項目

- ・「美人」とはどのようなことか（自由回答、複数回答可）

質問：美人とはどのような人のことを指しますか。自分なりの考えを書いてください。

- ・「美人」という場合における注目要素（外見／内面から選択）

¹ 美や美しさについて授業を行う前の段階で調査を行った。

質問：あなたがある人を「美人」と言う場合、外見と内面のどちらを重視しますか。

- ・その他（人物に関する補足項目）

質問：①あなたが美人だと思う有名人を1人挙げてください。

②現在あなたが目指している（お手本にしている）有名人を一人挙げてください。

(2) 「美しい」という表現に関する項目

- ・「美しい」という場合における注目要素（外見／内面から選択）

質問：あなたがある人を「美しい」と言う場合、外見と内面のどちらを重視しますか。

- ・外見が美しいとはどういうことか。

質問：外見が美しいということはどのようなことでしょうか。自分なりの考えを答えてください。

- ・内面が美しいとはどういうことか。

質問：内面が美しいということはどのようなことでしょうか。自分なりの考えを答えてください。

4. 結果及び考察

4.1. 「美人」「美しい」という各表現における外見と内面

誰かを「美人」という場合と「美しい」という場合のそれぞれにおいて、外見と内面のどちらを重視するかを尋ねた。外見と内面のどちらかを選択させる形式をとったところ、「美人」の場合は外見重視が9割弱、「美しい」という場合には6割強が内面重視という結果となった。二項検定を行ったところ、統計的にも当該の偏りは有意であると認められた（何れも0.1%水準）。

更に、両表現に対する選択結果をクロスさせ、度数と割合をまとめた結果をTable 1に示す。尚、一部データ欠損や外見と内面の両者を回答したデータが見られたため、当該表における合計度数は3.2.において示した対象者の総数と異なる。

ユールの関連係数は0.737であり、これら2項目の関連性の強いことが明らかとなった。すなわち、表現に伴って外見重視、内面重視の姿勢に変化が生じ易く、「美人」と外見、「美しい」と内面を対応させて捉えている場合が多かったといえる。

倉持ら（1993）が行った20～60代の男女を対象とした調査においては、「美人」という表現に

対して、「顔形・容姿が整っている」「生まれながらに造形美のある人」といった回答が多く挙げられたとされる。一方の「美しい」という表現においては、「生き方、考え方が好ましいひと」「知性教養が感じられるひと」「言葉遣いや立ち居振る舞いが美しいひと」などが多数の回答を占めたという。本調査においても当該傾向を示す結果が得られており、倉持（1993）が指摘する通り、「美人」は「目鼻立ちやプロポーションといった形に対するあこがれや理想」、つまり外見的な要素が主な尺度となっており、「美しい」という表現では「生き方やものの考え方といった内面的なことや自分との関わりあいといった直接的なこと」、総じて内面的な要素が重視されているといえる。しかしながら、「美しい」という表現に対しては、外見重視が 35.8%、内面重視が 64.2% (Table 1 参照) であり、内面重視が過半数を占めているとはいえ、全体の約 3 分の 1 は外見重視に傾いていることも事実である。「美人」については統一的な見方がなされる一方、「美しい」という表現においてこのような見解のばらつきのあることが、現代の若い女性の特徴の一つである可能性もある。

Table 1 各表現における外見と内面の重視割合

		「美しい」					
		外見		内面		合計	
「美人」	外見	46	(26.14%)	107	(60.80%)	153	(86.93%)
	内面	17	(9.66%)	6	(3.41%)	23	(13.07%)
	合計	63	(35.80%)	113	(64.20%)	176	(100.00%)

4.2. 「美人」とはどういうことか

「美人」とはどういうことなのか、自分の考えを自由に回答するよう求めた（複数回答可）。Table 2 は各回答を分類した結果である。度数を示した欄の括弧内は、各回答数を有効回答者数（本項目では 180 名）で除算した割合である。尚、4.1. に示した結果に基づき、「美人」や「美しい」といった表現に対する外見／内面重視の回答によって対象者を分類し、回答の違いを分析したが、何れの群も類似した結果となった。以降、本稿では全体の分析のみ紹介することとする。

「美人」という言葉が表現するものとして、顔とプロポーションに関する内容が最も多く回答された。この結果は前項で「美人」という表現において重視される要素が外見に大きく傾いていることと符合する。また、山田（2007）における「どのような人が美しいと思うか」という質問の

回答結果と比較すると、内面の位置づけに顕著な違いを指摘することができる。既述の通り、前調査では内面に関する回答が最多であり、2位以降の項目とも大きな開きがあった。当該の差は「美しい」という表現と「美人」という表現との違いに起因すると捉えることもできる。4.1項の結果と同様に、「美しい」においては内面が最重要であり、「美人」においては外見が重視されることをこの結果から読み取ることもできよう。

Table 2 「美人」とは 上位11項目

順位	分類	度数
1	顔（顔が整っている、顔立ちがきれい、他）	82 (45.6%)
1	プロポーション（スタイルが良い、細い、背が高い、モデル体型、他）	82 (45.6%)
3	外見と内面（外見も内面も美しい、内面も外見もきれい、他）	41 (22.8%)
4	肌（肌がきれい、色白、化粧が薄くても肌がきれい、他）	29 (16.1%)
5	努力（きれいであろうと努力している、常に自分磨きをしている、他）	19 (10.6%)
6	オーラ（オーラがある、オーラが出ている、他）	15 (8.3%)
7	目（目が大きい、目がぱっちりしている、目がきらきらしている、他）	12 (6.7%)
8	笑顔（いつも笑顔、笑顔がかわいい、笑顔が素敵、他）	11 (6.1%)
9	仕草・所作（仕草や話し方が女性らしい、立ち居振る舞いが美しい、他）	10 (5.6%)
9	性格が良い（性格が良い、誰からも愛されるような性格、他）	10 (5.6%)
9	清潔感（清潔感がある、清潔、他）	10 (5.6%)

更に本調査では、「顔」や「プロポーション」といった外見的要素に次いで、外見と内面の両方が揃っていることが挙げられた。頻度は「顔」「プロポーション」の半数ではあるが、外見的要素のみではなく、内面的要素と両方が揃っていて初めて「美人」と捉えている回答者も多かったといえる。しかし、内面に関わる要素に単独で言及した回答は5位の「努力」や9位の「性格が良い」等の項目であり、その比率は決して高いとはいえない。つまり、「美人」と表現するにあたっては内面的要素も重要であるが、それは外見的な魅力の上で更に求められるものであると考えられる。その逆、すなわち、内面的な魅力が際立っている場合であっても、外見的魅力に乏しいとすれば「美人」という表現はあまり用いられないことが推測される。

美しい人ほど好ましい性格を推定される傾向にあること、いわゆる「美は良ステレオタイプ (Beauty is good stereotype)」の存在を示した実験は日本においてもあるが (小野寺, 1989)、

一方で、「美女」の性格として「冷たい」「プライドが高い」「わがまま」等、好ましくない特性がイメージされたとの結果を示すものもある（小野寺, 1994）。これらの研究を踏まえれば、外見が魅力的でも内面的には好ましくないと推測されるが故に、外見と内面を組み合わせた上で「美人」の条件に挙げる回答者が多かったことも考えられる。

更に、美人だと思える有名人として主に挙げられた人物、及び現在の手本として主に回答された人物は次の Table 3、4 の通りである。尚、「美人」に関する有効回答数は 179 件、「現在の手本」に関する有効回答数は 153 件であった。各表の括弧内の数値はそれぞれの有効回答数を分母とした割合を示している。

Table 3 「美人」上位回答

順位	人物	度数	割合
1	松嶋菜々子	22	(12.3%)
2	竹内結子	14	(7.8%)
2	香里奈	14	(7.8%)
4	藤原紀香	12	(6.7%)
5	黒木瞳	10	(5.6%)

Table 4 「現在の手本」上位回答

順位	人物	度数	割合
1	なし	11	(7.2%)
2	香里奈	10	(6.5%)
3	田中美保	7	(4.6%)
3	安室奈美恵	7	(4.6%)
5	藤井リナ	6	(3.9%)

前調査（山田, 2007）における「美しいと思う有名人」と比較すると、重複する人物が見られる一方、一部では大きな入れ替わりがあるといえる。「美しい」という表現と「美人」の違いは考慮する必要があるが、何よりもテレビコマーシャルやドラマ等の出演頻度や話題性が大きく関与していることが推測される。松井（2001）が「女性から好かれる有名人」について言及しているように、美しいということだけでなく、「演じた役の性格が投影されて社会的に望ましい性格をイメージ」されやすいという側面もあると考えられる。

「現在の手本」としては「美人」として挙げられた人物よりも若い年齢層の人物が選ばれており、モデルの存在が目立っている。当該傾向は山田（2007）においても同様であり、ファッションやメイク法、ライフスタイルに至るまで、若い女性達をガイドする役目をファッションモデルが果たす場合が多いといえる。

4.3. 「外見が美しい」とはどういうことか

「外見が美しい」とはどういうことなのか、自分の考えを自由に回答するよう求めた（複数回

答可)。Table 5 は各回答を分類した結果である。度数の欄における括弧内の数値は、各分類の度数を有効回答者数（本項目では 179 名）で除算した割合である。

プロポーションに関する記述が最も多く、全回答者の約 6 割が言及した結果となった。中でも、「スタイルが良い」といった包括的な回答が大半を占め、次いで足の長さや身体の細さを指摘した回答が目立った。プロポーションの次に回答数の多かった顔については、「顔立ちが整っている」といった回答が殆どで、その他、「小顔」のように、顔の小ささに関わる意見も見られた。上位 2 項目において特筆すべきことは、プロポーションやスタイルといった身体全体のバランスが非常に大きな影響力を持っているということである。この傾向は既に山田（2007）において見られており、現代の若い女性は顔立ち以上にプロポーションを外見的美しさの要件として挙げ易いことが捉えられる。現在手本とする人物を尋ねた質問において、モデルが比較的多く挙げられたことから、プロポーションを重視する若年女性の姿勢が窺われる（4.2.項 Table 4 参照）。

Table 5 「外見が美しい」とは 上位 10 項目

順位	分類	度数	割合
1	プロポーション（スタイルが良い、足が長い、背が高い、他）	107	(59.8%)
2	顔（顔が整っている、目鼻立ちがきれい、顔が小さい、他）	81	(45.3%)
3	肌（肌がきれい、色白、美白、美肌、他）	40	(22.3%)
4	メイク（化粧が上手、自分にあったメイクをしている、他）	28	(15.6%)
5	身だしなみ（身だしなみ/身なりがきちんとしている、他）	20	(11.2%)
6	清潔感（清潔感がある、清潔、他）	19	(10.6%)
7	髪（髪がきれい、髪がさらさら、髪がツヤツヤ、他）	17	(9.5%)
8	目（目が大きい、目がぱっちりしている、目力がある、他）	16	(8.9%)
9	姿勢（姿勢が良い、背筋がピンとしている、他）	14	(7.8%)
10	笑顔（笑顔が素敵、いつも笑顔、他）	12	(6.7%)

また、3 位の肌については、「肌がきれい」という記述が大半を占めたが、「色白」のように肌の色の白さを挙げる回答も多く見られた。肌が上位に挙がるのは山田（2007）とも共通しているが、当該調査では「内面」に続き、2 番目に多く「肌」に関する言及がなされていた。このことと比較するとその存在感は非常に弱まっていると言わざるを得ない。前調査において指摘された「面」重視の姿勢はここにはなく、ラインで描かれる美しさに注目する「線」重視の見方が優勢

であることは明らかである。

更に、4位以降の項目にも特徴が捉えられる。上位3項目（プロポーション、顔、肌）は生まれながらに持つものが多分に関わる要素であるが、8位の「目」を除いて、4位以降は心掛け次第で変化の生じる要素が挙げられているといえる。すなわち、自らの意思で管理できる外見的要素である。ここからは、努力や心構えといった内面的要素の反映として外見の一部を捉えていることが推測される。

4.4. 「内面が美しい」とはどういうことか

更に、内面の美しさについても同様に自由回答を求めた（複数回答可）。上位10項目はTable 6に示す通りである。度数の欄の括弧内の数値は、各分類の度数を有効回答者数（本項目では179名）で除算した割合を示す。

Table 6 「内面が美しい」とは 上位10項目

順位	分類	度数	割合
1	思いやりがある（思いやりがある、人の気持ちを考えることできる、他）	51	(28.5%)
2	優しい（優しい、誰にでも優しい、いつも優しい、他）	49	(27.4%)
3	気配りできる（気配りできる、周囲に気を使える、気が利く、他）	25	(14.0%)
4	性格が良い（性格が良い、誰からも好かれるような性格、他）	20	(11.2%)
5	自分の意見・考えがある（自分の意見がある、自分の考えを持っている、他）	18	(10.1%)
6	純粹（心がきれい、性格が純粹、ピュア、他）	13	(7.3%)
7	笑顔（いつも笑顔、笑顔が似合う、笑顔を絶やさないと、他）	12	(6.7%)
7	努力している（努力している、何かに頑張っている、他）	12	(6.7%)
9	常識がある（常識がある、常識的な心を持つ、他）	11	(6.1%)
9	平等（誰に対しても平等、誰にでも同じように接する、他）	11	(6.1%)

山田（2007）においては、「どんな人を美しいと思いますか」という質問に対し、「内面がきれい」等、内面に関する回答が最多という結果が得られたが、それは「内面」について言及されたのみであり、その意味するところは非常に曖昧で判然としなかった。しかし、本調査において回答された項目の総数は485件であり、他の「美人」や「外見の美しさ」の回答数と比べても極端に少ないとは言えない。回答の集中度は比較的低いのが、先の調査において見られたような内面の

美しさの曖昧性は、考える場さえ与えられれば解消されるものであると推測される。

性格は内面的要素の一つであるといえるが、性格の魅力の一つとして社会的望ましさがしばしば指摘される。井上(1982)によれば、社会的望ましさ(感情的価値)は、「理想の人物」や「リーダーとして選びたい」等、価値判断を伴う魅力に特に影響を与えるとされる。具体的には、「外交的」「社交的」「ユーモアがある」といった<明るさ>、「やさしい」「協調性がある」「思いやりがある」といった<思いやり>、「生き生きしている」「積極的な」「意欲がある」といった<バイタリティ>が挙げられているが(松井, 2001; 松井, 1993)、本調査で得られた上位項目はまさに<思いやり>の分類に含まれるものといえる。これより、若い女性にとっての「内面の美しさ」とは、性格上の社会的望ましさとはほぼ同義であること、中でも対人的な温かさや細やかさを含む協調的な特性が重視されていることが分かる。こうした特性は伝統的な日本の道徳的価値観を反映したものといえよう。第5位の「自分の意見・考えがある」、第7位の「努力している」等は、昨今世界に通じる美として示されるようになったイメージに繋がる可能性があるが、全体としては伝統的な日本人の美德の反映を読み取ることができる。

5. 総合考察

本研究では、今を生きる女子学生達が持つ美人観の抽出を図った。本調査、及び本調査と前調査の比較から見えてくることは、外見重視を忌避する姿勢である。

前調査(山田, 2007)においては、顔やプロポーションといった「線」で描かれる美しさから、肌に表される「面」の美しさへと、女子学生の目線がシフトしていることが指摘された。本調査で外見の美しさについて記述させた結果においても、肌に関する内容が最も多く挙げられているならば矛盾するところは全くないのであるが、実際のそれは顔やプロポーションといった要素が圧倒的な影響力を持つことを示すものであった(4.3.項参照)。回答者の違いや質問の違いは考慮しなければならないが、これほどの差異が生じる背景には、外見的要素への注目に対する心理的抵抗があるものと考えられる。前調査のように、「外見」について答えるという強制がない場合は、顔やプロポーションといった要素に触れることを避けた上で意見が示された可能性もある。

外見の魅力が持つプラスの影響を示す研究は多い(例えば Dion, Bersheid, & Walster, 1972; Landy & Sigall, 1974; 松井・塚田, 1982)。つまり、外見的に魅力的な人を好むという研究には枚挙に暇がない。だが、日本においては「見かけより心」「顔じゃない心だよ」という考え方あり、

外見の魅力に偏重することを戒める価値観がある(村澤, 1992)。美的価値観を探るにあたっては、外見に対する言及が忌避されることを想定した上で質問を構成する必要がある。また、外見を重視する姿勢に対するタブー視そのものについても、いつから主に誰を介して獲得された価値観なのか、現在はどうのような考えでいるのか等、より具体的に探っていくべきといえる。

山田(2007)において曖昧にしか抽出されなかった内面の美しさについては、社会的に望ましい性格特性の中でも他者への思いやりや優しさとして捉えられていることが明らかとなった(4.4項参照)。ここで注目されるのは他者に対する視線である。ルッドとレノン(2004)は、アメリカ人女性42人を対象としたインタビュー調査において、美は内面的特徴と表面的外見との両者からなるとの回答を得たとしているが、外見に関わる特定の身体的特徴よりも、むしろ、健康や人格、活力、自己受容、成熟度、出産のような特徴が強調されたという。内面的特徴が挙げられた回答としては、「ユーモアはある種の活力」といった表現や、「自分が美しいんだという自尊心を、人生においてものごとを成し遂げてきたという自尊心を、また1つの目標を持ち、どこに向かって進んでいるかを把握しているという自尊心を持たなければならない」といった表現が紹介されている。こうした言葉からは、外向的性格や自尊心、努力、自立的態度が内面的に重視されていることが分かる。ここには、他者への視線よりも自分自身に対する注目が読み取れる。

冒頭では、このアメリカでの調査結果にも通じるような女性像が日本でも盛んに紹介される状況になったことを指摘したが、19、20歳の日本女性達が示した内面の美しさは伝統的な日本の価値観を反映したものであり、状況の変化による明らかな影響を把握することはできなかった。

更に、手本としている対象に同世代の日本人モデルが多いことから、新しい価値観に関わる情報摂取は受動的にのみ行われており、積極的に新しい価値基準が内在化されている状況ではないことが推測される。すなわち、ロールモデルとして世界基準の新しい女性像は取り込まれていない可能性が高い。ただ、この結果には対象者の世代が関わっていることも考えられる。ミス・ユニバースの栄冠を手に入れた日本人女性達が示したような、「自信」や「強さ」といったイメージは、更に年長の世代において受容されている可能性もある。他世代に対する同様の調査、或いは、同年代の学生に対する複数年の継続調査は、情報の変化に伴う美的価値観の変化の抽出に有用であるといえる。

美しさには、黄金比やシンメトリーのような普遍的美がある一方、時代やファッション等の文化を反映した社会的美もある(大坊, 1997)。我々が美しいと感じる際の基準には生得的基盤があるともされているが(Langlois, Ritter, Roggman, & Vaughn, 1991; Cross & Cross, 1971)、文化によって形作られている部分が多分にあることは否定し得ない。個人が持つ価値観とは文化がも

たらず一つの結果でもあり、新たな文化を作る要素ともなり得る。だが、我々はそのことに殆ど意識を向けないでいる。本調査で得られたものは女子学生という一群の価値観ではあるが、これらとの比較を通じて自らの価値観に目を向けさせること、自らの価値観に気づかせることが、美しさに対するより豊かな捉え方を導く一助となるものと考ええる。

6. まとめ

女子学生達の美人観の特徴としては以下の点が挙げられる。

- ・ 「美人」は外見、「美しい」では内面が重要な要素として理解されている。
- ・ 外見の美しさのポイントは顔やプロポーションが中心であるが、態度や心掛けを表す要素も考慮している（メイク、身だしなみ等）。
- ・ 内面の美しさは社会的望ましさとはほぼ同義で捉えられており、特に協調性が関わる要素が重視されている。
- ・ ロールモデルは同年代の日本人ファッションモデルである場合が多く、美的価値観における大きな転換は生じていない可能性が高い。

参考文献

朝日新聞 2007年6月21日 朝刊

Cross, J. F. & Cross, J. (1971) Age, sex, race, and the perception of facial beauty. *Developmental Psychology*, Vol. 5, pp. 433-439.

大坊 郁夫 (1997) 魅力の心理学 ポーラ文化研究所

Dion, K., Bersheid, E., & Walster, E. (1972) What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 24, pp. 285-290.

井上 徹 (1982) 対人魅力における類似性と感情的価値 大谷女子大学教育学会誌, 第6号, pp. 30-45.

倉持 喜久子 (1993) 美しい人と美人 資生堂ビューティーサイエンス研究所(編) 化粧心理学 化粧と心のサイエンス (pp. 175-183) フレグランスジャーナル社

Landy, D. & Sigall, H. (1974) Beauty is talent: Task evaluation as a function of the

performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 29, pp. 299-304.

Langlois, J. H., Ritter, J. M., Roggman, L. A., & Vaughn, L. S. (1991) Facial diversity and infant preference for attractive faces. *Developmental Psychology*, Vol. 27, pp. 79-84.

眞嶋 亜有 (2005) アジアン・ビューティーというパラドックス—美のグローバル化の歴史と近未来— 日本顔学会誌, 第5巻, 第1号, pp. 7-11.

松井 豊 (2001) 親密な対人関係の形成と発展 高木 修 (監), 土田 昭司 (編) 対人行動の社会心理学 (pp. 94-107) 北大路書房

松井 豊 (1993) 恋ごろの科学 サイエンス社

村澤 博人 (1992) 顔の文化誌 東書選書

小野寺 孝義 (1989) 美人タイプと美人ステレオタイプに関する研究 東海女子短期大学紀要, 第15号, pp. 113-122.

小野寺 孝義 (1994) 身体的魅力ステレオタイプの内容分析 東海女子短期大学紀要, 第20号, pp. 105-111.

N.A. ルッド・S.J. レノン (2004) 女性たちの外見管理と社会的勢力 K. K. P. ジョンソン・S. J. レノン (編), 高木 修・神山 進・井上 和子 (監訳) 外見とパワー (pp. 171-195) 北大路書房

山田 雅子 (2007) 女子短大生に見る現代女性の美人観 埼玉女子短期大学紀要, 第18号, pp. 213-226.