

化粧が上手くいくと衝動買いしてしまうのか

1721181 徳永汐里

Key words: 化粧行動, 自尊感情, 衝動購買行動

目的

近年、化粧に関する様々な研究が行われている。化粧行動が感情に及ぼす影響について、阿部・高野(2011)は、化粧の仕上がりは不安感情に大きな影響を及ぼすことを示している。また、ポジティブな感情は衝動購買意欲を引き起こしやすいということが分かっている(清野・池尻・上淵, 2014)。本研究では今まで行われてこなかった、化粧の仕上がりによる気分の変化が衝動購買意欲に与える影響について、自尊感情とポジティブ・ネガティブ感情に焦点を当てて検討することを目的として行った。

方法

手続き 調査参加者は女子大学生・短大学生・専門学生 117 名で、Web 調査法を用い、SNS や講義中のアナウンスによって調査協力を呼びかけ回答を得た。

質問紙の構成 調査参加者は個人特性(学年、年齢)を回答し、行動条件(化粧行動・睡眠)、作用条件(良・悪)を対応させたシナリオを提示後、感情評定尺度(佐藤・安田, 2001)、自尊感情尺度(山本・松井・山成, 1982)に回答した。その後、5つの商品と値段を写真と共に提示し、購買意欲を測定するために衝動購買尺度の新奇性・希少性・必要性質問項目(清野・池尻・上淵, 2014)に回答した。

結果

尺度の分析 感情評定尺度については、すべての質問項目(16項目)を投入した探索的因子分析を行った結果、先行研究と同様のポジティブ得点($\alpha = .96$)とネガティブ得点($\alpha = .93$)が抽出された。自尊感情尺度は、先行研究と同様に α 係数を求めたところ $\alpha = .84$ の値が得られたため、この変数を合算したものを自尊感情得点とした。また、衝動購買尺度については商品ごとに測定した衝動購買意欲を1つのデータセットに統合し、信頼性を検討したところ $\alpha = .71$ の値が得られた。

気分が及ぼす影響 ポジティブ得点・ネガティブ得点を従属変数とし、作用と行動の交互作用を確認

したところポジティブ得点において交互作用は認められなかった($F(1, 113) = .02, \eta^2 = .00, n.s.$)。ネガティブ得点においては、作用と行動の交互作用が認められた($F(1, 113) = 8.18, \eta^2 = .07, p < .01$)。下位検定を行ったところ、化粧行動における良・悪作用の単純主効果($F(1, 113) = 137.6, \eta^2 = 0.70, p < .01$)と睡眠における良・悪作用の単純主効果($F(1, 113) = 52.2, \eta^2 = 0.50, p < .01$)が認められた。

自尊感情が及ぼす影響 自尊感情を従属変数とし、作用と行動の交互作用を確認したところ、交互作用が認められた($F(1, 113) = 9.43, \eta^2 = .08, p < .01$)。下位検定の結果、化粧行動における良・悪作用の単純主効果($F(1, 113) = 41.4, \eta^2 = 0.41, p < .01$)については化粧の良($M = 3.56, SD = 0.48$)、悪($M = 2.53, SD = 0.71$)に有意な差が認められたが、睡眠における良・悪作用の単純主効果($F(1, 113) = 3.56, \eta^2 = 0.06, n.s.$)では有意な結果は認められなかった。

衝動購買意欲が及ぼす影響 それぞれの商品に対する衝動購買意欲を従属変数として用い、行動及び作用を独立変数とした2要因分散分析を行ったところ、どの従属変数でも有意な効果は得られなかった。

考察

本研究では化粧の仕上がりが衝動購買意欲に与える影響について、自尊感情とポジティブ・ネガティブ感情に焦点を当てて検討することを目的とした。化粧の仕上がりは、ポジティブ感情及び自尊感情に影響を及ぼす一方で、衝動購買意欲には影響を与えなかった。また、自尊感情に与える影響については化粧の方が睡眠よりも影響が大きいことが示された。衝動購買意欲に影響を及ぼさなかった理由として、商品項目に不備があったことと調査対象者を女子学生に範囲を絞ったことが考えられる。

引用文献

- 阿部恒之・高野ルリ子(2011)化粧と感情の心理学的研究概観、*おい・かおり環境学会誌*, 338-343。
清野奨太・池尻亮介・上淵寿(2014)ポジティブ感情が衝動購買に及ぼす影響、*東京学芸大学紀要, 総合教育課学系 I*, 65, 203-210