

外見から推定される男性の魅力

川 名 好 裕*¹

要 旨 : Three hundred forty-four young female students rated the interpersonal attraction of 40 different various male pictures. They also rated the degree of desires to be the friend, the lover, the sex partner and the marriage partner. Factor analysis extracted 4 different kind of attraction, which are the beauty attraction, the healthy attraction, the interpersonal attraction, and the social attraction. Making these 4 different attraction factors as independent variables, and the degrees of desired relationships with the male picture stimuli as the dependent variables, the stepwise multiple regression analysis were conducted. The standardized multiple regression coefficients showed the importance of the kind of attraction determining the degree of desired relationships (Friend, lover, sexual partner, marriage partner). The beauty attraction is most valued in love and sexual relationships. The social attraction is most valued in the marriage relationship. The interpersonal attraction is valued most in the friend relationship. The kinds of attraction are valued differently according to the kind of desired relationships.

キーワード : 外見の魅力、男性魅力、美的魅力、健康的魅力、社会的魅力、对人的魅力、
関係希望

序 論

個人のもつ顔や外見の特徴は、視覚的に一瞬にして認知され、他者から最も容易にアクセス可能な個人特性である (Dion, Berscheid, Walster, 1972)。外見から推定されるものはその美醜だけでなく、外見的特性からさまざまな内面的魅力を推定することができる。人は美しいものを良いものと判断しがちだし、良い外見を持つ個人が対人相互作用場面において様々な利益を享受している可能性は古くから指摘されてきた。(What is beautiful is good stereotype; Dion, et al., 1972; Eagly, Ashmore, Makhijani, & Longo, 1991; Feingold, 1992; Langlois, Kalakanis, Rubenstein, Larson, Hallam, & Smoot, 2000)、

* 1 立正大学心理学部教授

実際、高い外見的魅力を持つ個人は、より良い社会的評価を受け易く、職場では優遇されやすいことも指摘されている。刑事被告人であればその多くの犯罪の量刑は軽減される (Downs & Lyons, 1991; Frieze, Olson, & Russell, 1991)。しかし、詐欺のような犯罪では、逆に外見的美しさは量刑に不利に働くようである。また高い外見的魅力がもたらす利益は、本人のみならず、その交際相手や、個人が行う作業内容の評価についてさえ波及するようである (Hamermesh & Parker, 2005; Landy & Sigall, 1974; Sigall & Landy, 1973)。

外見的魅力が最も直接的にその効力を大きく発揮する対人相互作用場面は、Buss (1999) が指摘するように、親密な関係性を求める異性との対人関係 (以後、異性関係) であろう。外見的魅力の高い男性 (または女性) が女性 (または男性) からより好ましいパートナーとして評価される可能性があることは、誰もが経験的に容易に理解し得る事象であろう。異性関係における外見的魅力の重要性は、心理学的研究の様々なアプローチから支持されてきた。例えば、Koestner & Wheeler (1988) や Rajcecki, Bledsoe, & Rasumussen (1991) は、異性の交際相手を募集している個人広告 (新聞等のメディアに掲載される個人的メッセージ) の内容を分析するフィールド調査において、男性の3人に1人、女性の7人に1人が応募者に美しい外見を求めていることを報告している。また、Buss (1989) は、異性に求める魅力特性の調査を33カ国37文化圏の10,047人に対して行い、外見的魅力の重要度が性別や文化にかかわらず普遍的に評価されることを明らかにした。実験研究においては、Walster, Aronson, Abrahams, & Rottmann (1966) が大学の新生を対象に、初対面の異性の印象評定に影響を及ぼす変数を検討し、外見的魅力がダンスパーティのパートナーに対する好印象の度合と高い正の相関を示すことを明らかにしている (同様の実験研究のレビューとして、奥田, 1990を参照のこと)。

異性関係において外見が重要な魅力となる可能性は、進化心理学的見地からもその蓋然性が主張されている。Buss (1999, pp.118-119) によれば、美しい顔は概して平均的であり (Langlois & Roggman, 1990; Rhodes, Halberstadt, Jeffery, & Palermo, 2005)、高い左右対称性を持つことから (Halberstadt & Rhodes, 2000; Rhodes, Sumich, & Byatt, 1999)、生物としての奇異性が低く、それゆえ健全な個体であることのシグナルとして機能し得る。パートナー選択の一つの目的がより良い種の保存にあるとすれば、健全な個体がより魅力的であると認知されるためのメカニズムは、生態学的に必要な不可欠な情報処理機構となる。この立場と一致して、異性の外見的魅力の評価が文化的、民族的に普遍的であり (Cunningham, Roberts, Barbee, & Wu, 1995; Langlois, Ritter, Roggman, & Vaughn, 1991)、生後数ヶ月の乳児でさえ美しい顔を好むといった知見も報告されている (Langlois, et al., 1991)。これらの結果は、美しい外見を好む我々の態度が、先天的に獲得された情報処理メカニズムの産物である可能性を示唆している。より最近の神経科学的研究では、男性観察者にとって美しい女性の顔刺激は、食物などの一次的欲求に関わる刺激に反応する脳部位と同じ部位 (主に側坐核) を賦活させることも明らかにされている (Aharon, Etcoff, Ariely, Chabris, O' Connor, & Breiter, 2001)。

様々なアプローチを用いた実証研究や進化心理学的考察が異性関係における外見的魅力の重要性を支持する一方で、この見解に対する否定的な証拠も少なからず存在している。例えば Powers (1971) は、1939年から1967年の間に行われた異性の対人魅力に関する古典的な六つの研究についてメタ分析を行った結果、分析対象となった14の魅力特性のうち、“良い外見”の相対的重要度は男性回答者で12番目、女性回答者で13番目という極めて低い位置づけとなっていたことを報告している。また、Li, Bailey,

Kenrick, & Linsenmeier (2002) は、Buss (1989) が行った大規模調査について言及し、確かに文化圏に関わらず外見的魅力の重要性評価は一貫しているものの、その相対的順位は他の魅力特性と比較して必ずしも高くないことを指摘している。

こうした見かけ上の矛盾を解消するため、何人かの研究者は、異性関係における外見的魅力の要因は、交際期間や親密度等の他要因と密接に相互作用する可能性を考慮する必要があると主張している (Huston & Levinger, 1978; Li, et al., 2002; Murstein, 1976)。例えば Murstein (1976) は、外見的魅力が重要となるのは、親密な異性関係が構築される前かその直後に限定されるため、結婚等の長期的なパートナー選択においては影響力が低くなるものと予想している。Li et al. (2002) もまた、Murstein とは別の視点から外見的魅力の重要性に制約が生じる可能性を指摘している。彼らによれば、パートナー選択における魅力特性の重要度は、必須要素と理想要素に分類される。必須要素はパートナー選択における閾値となり、この水準を下回る異性は選択肢から除外される。一方で必須要素を一定の水準で満たす異性がパートナーとして選択されるか否かは、知性や創造性といった付加的に望まれる理想要素によって決定されるという。

外見的魅力の重要性が異性との関係性 (例えば、恋愛対象か結婚対象か) や持続期間等、他の要因と相互作用するという議論を考慮し、川名 (印刷中) は、3種の異なる異性関係において、魅力特性の相対的重要度を包括的に記述する試みを行なっている。調査は、性的関係、恋愛関係、結婚関係を構築・維持する際に、特定の魅力項目 (例えば、“経済力がある”、“身体的魅力がある”等) をどの程度重視するかについて、5件法で評定するよう回答者に求めたものであった。魅力項目については、外見的要因に加え、社会的地位に関する項目や、性格あるいは性の相性に関する項目まで多岐に渡った。因子分析の結果、異性に求める魅力の因子構造は、円満な異性関係を構築・維持するための豊かな精神性を表す“精神的魅力”、異性関係を物質的に豊かにする経済性と実利性を表す“実利的魅力”、美しい外見や性の相性を表す“快楽的魅力”の3因子から構成されることが明らかにされた。さらに川名 (印刷中) は、性的、恋愛、結婚という三つの異なる関係性において、上述の因子分析から得られた平均因子得点を男女別に算出し、魅力項目の相対的重要性に関するプロフィールを作成している。これによれば、性的関係、恋愛関係、結婚関係と、男女相互のコミットメント量が増加するにつれて、精神的魅力や実利的魅力の相対的重要性は増加する一方で、対照的に快楽的魅力の重要性は減少する傾向にあることを明らかにした。また、外見的魅力に相当すると考えられる快楽的魅力因子の因子得点は、回答者が性的関係にある相手に求める魅力を尋ねられた場合にのみ、平均因子得点をわずかに上回ったものの (すなわち、他の要因と比較して重視する傾向が認められたが)、恋愛関係および結婚関係を想定した質問では、男女いずれの回答者についても、平均因子得点を下回ることが明らかにされた。これらの結果は、外見的魅力の重要性が関係性の種類と相互作用するという Li et al. (2002) 他の立場と一致する一方で、恋愛や結婚といった通常の異性関係において、外見的魅力の重要性が著しく低く評価されており、Walster et al. (1966) に代表される実験研究とは矛盾する点も含んでいる。

川名 (印刷中) を含め、外見的魅力の重要度が高く評価されていない先行研究では、実験または調査場面において異性関係における魅力の重要度が尋ねられる際、対象となる具体的な異性は提示されていない。これに対し、Walster et al. (1966) に代表される実験研究や一部の調査研究 (e.g., 松井・山本, 1985) では、評価対象となる異性が実物として存在するか写真刺激として提示されている。評価対象を

特定しない研究手法は、重要となる魅力の評定時に想起する異性を参加者が各々自由に設定するため、各回答者の個別エピソードに基づく態度を記述可能にするという効果的側面を含む反面、いくつかの問題点も含まれているようである (Strohmetz, 2008)。

第一の問題は、魅力の重要度の評定の対象となる異性を具体的に提示しないことにより、どのような異性を想定して (あるいは想定せずに) 質問項目への回答が行われるかについて、完全に参加者に依存している点にある。このことは、参加者間の回答の分散を不当に増大させるだけでなく、自身の態度と一般的な異性関係に関する知識 (例えば、「結婚相手と恋愛相手は異なる価値基準で選択すべき」といった俗説的見解) を混同させる可能性を含んでいる。

第二の問題は、異性関係における魅力項目の重要度を直接尋ねることにより、項目によっては、公的自己意識や評価懸念等のバイアスが混入する点にある。特に、対象が特定されていない抽象的な状況において、外見の魅力の重要性を顕在的に主張することについては、評価懸念が大きく影響をおよぼすものと容易に予想できる (すなわち、「外見でパートナーを選択すると明言することは、調査者に精神性の稚拙さを疑われるかもしれない」というような懸念や、外見の美しさで人を判断することに対する道徳的懸念など)。

そこで本研究は、これら二つの問題点を考慮した新たな調査手法を用いて、異性関係における対人魅力因子を記述することを目的とした。この目的のために、本研究では女性回答者に対し、男性のバストアップ写真を提示し、1) 写真の男性からどのような外見の魅力や内面的魅力が推定されるか、項目がどの程度当てはまるか (魅力項目)、2) この男性と性的関係、友人関係、恋愛関係、結婚関係をどの程度構築したいと考えるか (関係希望項目)、の2点について別々に回答するよう求めた。魅力項目の回答については、主因子法バリマックス回転による因子分析を行い、各因子間の直交性を前提に因子得点を算出した。その後、この因子得点を説明変数、関係構築の希望度合を基準変数とした重回帰分析が関係性の種類ごとに行われた。この手法の利点は、第一に、魅力項目の評定対象となる男性について参加者間の分散を統制可能にする点にある。また第二の利点は、魅力項目と関係希望項目の回答を分離して求めることにより、魅力の重要度の評定に際してこれまで混入していたと考えられる公的自己意識や評価懸念の影響を最低限に抑制することができる点にある。

方 法

被調査者と調査時期：首都圏の女子大学生 (平均年齢18.72歳、SD = 1.14) を対象にアンケート調査を実施した。調査実施期間は2008年～2009年であった。データ分析に使用した有効回答数は、344名であった。

男性バストアップ写真の選定と提示：インターネット上に散見される様々な男性写真の中から、それらの外見から推定される美的魅力、健康的魅力、体型といった物理的魅力の他、明るさや優しさ、親しみ易さ等の対人的魅力や、頭の良さや真面目さなどの社会的魅力、地位や貧富を推定させるような外観などの様々な観点について、可能なかぎり多岐に渡るよう配慮した写真を多数集め、そこから男性写真40種類を選定した。

調査方法と調査内容：調査は講義時間を利用した個別自記入形式で行われた。調査開始前に、口頭により、自由意志にもとづく回答であることの同意を得た。回答はいずれも無記名で行われ、質問紙の配布、

教示、記入、回収を含めた全実施時間は約20分程であった。

調査内容：本調査のアンケート用紙を、付表1に示す。左上の写真の添付部分には40種類の男性写真のうち1つが印刷されている。本調査は、三つのパートから構成された。第一のパートは、回答者のプロフィールと好みの男性のタイプを1. かっこいい人、2. かわいい人、3. 面白い人のいずれかで回答する様求めた問1から構成された。男性のバストアップ写真は、インクジェットプリンタでカラー印刷され、第一パートと第二パートの間の左側に高さ4cm、幅3cmの大ききで提示された。一人の回答者につき1種類の写真刺激がランダムに割り当てられた。各写真刺激に対する回答者数の割り当ては、10名前後であり、平均8.6人であった。第二のパートは、外見的魅力（下位尺度として美的魅力項目、健康魅力項目、性的魅力項目がある）に関する20項目（問2～問20、例：健康的な、きれいな、セクシーな）、内面的魅力に関しては、Big Five 性格測定尺度の各尺度からそれぞれ5項目を選んだ5×5=25項目（問21～問46、例：親しみのある、温和な、頭がいい）、および実利的魅力に関する5項目（問47～問51、例：お金持ちの、社会的地位が高そう）から構成された。回答者は魅力に関する各項目について、写真の男性がどの程度当てはまるかを、「1. 全く当てはまらない」から「7. 非常に当てはまる」の7件法（中間は「4. どちらでもない」）で回答するよう求められた。第三パートは関係希望に関する4項目で構成され、「この人物を友達にしたいと思いますか？（問52）」、「この人物を恋人にしたいと思いますか？（問53）」、「この人物を性的相手にしたいと思いますか？（問54）」、「この人物を結婚相手にしたいと思いますか？（問55）」の各質問について、第二パートと同様の7件法で回答するよう回答者に求めた。

結 果

第二パートの項目に対する344名の回答について、主因子法・バリマックス回転による因子分析を行い、固有値の推移と解釈可能性の観点から4因子を抽出した（Table 1. 魅力項目の因子負荷量）。4因子の累積寄与率は44.78%であった。

第1因子に負荷量が高い項目は、「育ちがいい」、「好ましい職業の人」、「お金持ちの」等で川名（印刷中）では経済性、生活安定性を約束するような特性なので実利的魅力と名付けたものの他に、Big Fiveの精神開放性の尺度（頭のよさ、計画性、独創性など）や誠実性の尺度が含まれていることから、人間社会に貢献し、社会的に評価される特性であることから、社会的魅力因子と名付けた。第2因子に負荷量が高い項目は、「親しみのある」、「おらかな」、「穏和な」といったBig Fiveの調和性尺度と、「明るい」、「社交的な」等の外向性とが一緒になった因子であり対人的場面で多くの人から好意的に評価される因子であることから、対人的魅力因子と名付けた。これら2因子については、評価対象となる具体的異性を提示せず、異性の魅力の重要度を評価した川名（印刷中）においてもほぼ同様の因子が認められ、そこでは、相手に対する配慮、思いやりを示す特性であったので精神的魅力と命名していたが内容的にはこの対人的魅力に相当する因子である。第3因子に負荷量が高い項目は、「美しい」、「きれいな」、「セクシー」、「かっこいい」、「おしゃれな」等であったので、美的魅力因子と解釈できる。「セクシーさ」のような因子は男性が女性を判断するときには、性的魅力として美的魅力とは独立してくるものであるが、女性が男性を判断するときには、性的魅力に属すると思われる項目は、美的魅力（セクシー、エロチックなど）や健康的魅力（筋骨たくましい、肉感的など）に分散して性的魅力として独立

付表 1

表1. 使用されたアンケート用紙

人物の印象評定アンケート

大学名() 年齢() 写真番号:20
 授業名() 性別 男・女

次の質問にお答えて、当てはまるものに○をつけて下さい。

問1 あなたの好きな男性のタイプは？ 1. カッコいい人 2. かわいい人 3. 面白い人

写真の人物について、あなたの思うところの数字に○をつけて下さい。



| | | | | | | |
|-----------------------|---------------------|---------------------------|---|---------------------|-------------------|--------------------------------------|
| 全く 当ては まらな い | 当 ては まら ない | やや 当て はま らな い | ど ち ら と も い え な い | やや 当て はま る | 当 ては ま る | 非 常 に 当 て は ま る |
|-----------------------|---------------------|---------------------------|---|---------------------|-------------------|--------------------------------------|

| | | | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 問2 健康的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問3 きれいな | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問4 セクシー | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問5 背が高い | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問6 顔色がいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問7 美しい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問8 エロチック | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問9 太っている | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問10 清潔な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問11 おしゃれな | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問12 筋骨たくましい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問13 痩せている | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問14 若々しい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問15 上品な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問16 肉感的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問17 日に焼けた肌 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問18 かわいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問19 カッコいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問20 色白な肌 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問21 親しみのある | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問22 計画性のある | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問23 前向きな | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問24 穏和な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問25 頭がいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問26 自信にあふれた | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問27 親切な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問28 独断的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問29 強気な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問30 素直な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問31 独立した | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問32 楽観的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問33 誠実な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問34 進歩的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問35 明るい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問36 おおらかな | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問37 社交的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問38 几帳面な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問39 話好きな | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問40 勤勉な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問41 活動的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問42 がんばり屋の | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問43 好奇心が強い | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問44 真面目な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問45 めげない | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問46 積極的な | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問47 お金持ちの | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問48 社会的地位が高そう | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問49 好ましい職業の人 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問50 育ちがいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問51 家柄がいい | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| この人物をあなたの | | | | | | | |
| 問52 友達にしたいと思いますか？ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問53 恋人にしたいと思いますか？ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問54 性的相手にしたいと思いますか？ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 問55 結婚相手にしたいと思いますか？ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

ご協力ありがとうございました

Table 1. 魅力項目の因子負荷量 (主因子法・バリマックス回転)

| 命名因子名 | 社会的魅力 | 対人的魅力 | 美的魅力 | 健康的魅力 |
|---------|----------|----------|----------|----------|
| 評定魅力項目 | 因子 1 | 因子 2 | 因子 3 | 因子 4 |
| 頭がいい | 0.7682 | 0.1122 | 0.0485 | 0.1012 |
| 育ちがいい | 0.7115 | 0.1364 | 0.1006 | - 0.0293 |
| 家柄がいい | 0.7053 | 0.0492 | 0.0749 | - 0.0279 |
| 高い社会的地位 | 0.7020 | - 0.1540 | 0.0916 | 0.2298 |
| 真面目な | 0.6679 | 0.3814 | - 0.1081 | - 0.0983 |
| 勤勉な | 0.6575 | 0.2387 | - 0.1331 | - 0.0875 |
| 好ましい職業 | 0.6155 | 0.1968 | 0.1123 | 0.1541 |
| 計画性のある | 0.5927 | 0.1021 | 0.0236 | 0.1566 |
| 上品な | 0.5908 | 0.1034 | 0.3826 | 0.0072 |
| お金持ちの | 0.5423 | - 0.2244 | 0.2357 | 0.1425 |
| 誠実な | 0.5398 | 0.5551 | - 0.0757 | - 0.0602 |
| 几帳面な | 0.5327 | 0.1059 | 0.0789 | - 0.1202 |
| 進歩的な | 0.5029 | 0.3400 | 0.1273 | 0.2163 |
| 独立した | 0.4925 | 0.0313 | - 0.0313 | 0.3157 |
| 独創的な | 0.3601 | 0.1207 | 0.0899 | 0.1867 |
| 親しみのある | 0.1941 | 0.7209 | 0.0763 | 0.0179 |
| おおらかな | 0.2476 | 0.7030 | - 0.0219 | - 0.0702 |
| 穏和な | 0.2827 | 0.6878 | - 0.1112 | - 0.1191 |
| 明るい | - 0.0183 | 0.6822 | 0.1282 | 0.3872 |
| 素直な | 0.1572 | 0.6547 | 0.1283 | 0.0114 |
| がんばり屋の | 0.3194 | 0.6162 | 0.0144 | 0.1757 |
| 前向きな | 0.1279 | 0.6059 | 0.0082 | 0.3612 |
| 親切な | 0.3392 | 0.6015 | 0.0048 | - 0.0759 |
| 社交的な | 0.0163 | 0.5158 | 0.1433 | 0.2302 |
| 好奇心が強い | 0.0371 | 0.4903 | 0.1144 | 0.3759 |
| 楽観的な | - 0.2496 | 0.4463 | 0.0593 | 0.1705 |
| めげない | 0.1794 | 0.3948 | 0.0611 | 0.3445 |
| 話好きな | - 0.2591 | 0.3797 | 0.0105 | 0.1891 |
| 美しい | 0.1194 | 0.0724 | 0.7748 | 0.0940 |
| きれいな | 0.1531 | 0.1676 | 0.7745 | 0.1015 |
| セクシー | 0.0940 | - 0.1265 | 0.6960 | 0.3188 |
| かっこいい | 0.2313 | 0.1506 | 0.6831 | 0.2849 |
| おしゃれな | 0.2488 | 0.1313 | 0.5942 | 0.2582 |
| 若々しい | - 0.0702 | 0.2881 | 0.5806 | 0.1214 |
| 痩せている | - 0.0159 | - 0.0152 | 0.5446 | - 0.1918 |
| 清潔な | 0.4042 | 0.3172 | 0.4369 | - 0.0111 |
| かわいい | 0.0436 | 0.4548 | 0.4838 | - 0.0261 |
| 色白な肌 | 0.0490 | - 0.0346 | 0.4186 | - 0.5434 |
| エロチック | 0.0722 | - 0.1643 | 0.3585 | 0.2653 |
| 背が高い | 0.2868 | 0.0144 | 0.2809 | 0.1239 |
| 太っている | 0.1034 | 0.0465 | - 0.4412 | 0.1563 |
| 強気な | 0.0887 | - 0.1213 | 0.2547 | 0.6844 |
| 日に焼けた肌 | - 0.1122 | 0.0719 | - 0.1747 | 0.6558 |
| 活動的な | - 0.0292 | 0.4984 | 0.1541 | 0.5440 |
| 筋骨たくましい | 0.2331 | 0.2243 | 0.1287 | 0.5398 |
| 積極的な | - 0.0906 | 0.3125 | 0.1775 | 0.5327 |
| 肉感的な | 0.1311 | 0.1507 | 0.0454 | 0.4761 |
| 顔色がいい | 0.1079 | 0.3558 | 0.1045 | 0.4454 |
| 健康的な | 0.1727 | 0.4637 | - 0.0153 | 0.4173 |
| 自信にあふれた | 0.1601 | - 0.0086 | 0.1726 | 0.3660 |

してこないようである。第4因子に負荷量が高い項目は、「強気な」、「日に焼けた」、「活動的な」、「筋骨たくましい」、「積極的な」など、身体的な頑強さと健康さを示しているので健康的魅力因子と解釈できる。上述の川名(印刷中)では、3因子解が採用されており、魅力項目の対応から推定すれば、本研究における第3因子と第4因子は、川名(印刷中)において快樂の魅力というのにおおよそ対応している。本研究における第3および第4因子は、いずれも外見的魅力に関係するものであるが、第4因子が男性特有の外見的魅力項目であるのに対し、第3因子は性別にかかわらず用いられる美的側面を表した魅力項目であると考えられた。したがって、本研究における第3因子は美的魅力、第4因子は健康的魅力とそれぞれ命名された。

この因子分析結果に基づき各回答者の因子得点を算出し、同一回答者が写真男性と友人、恋愛、性的、結婚というそれぞれの関係性を希望する程度との相関関係を検討した。魅力項目に関する四つの因子得点を説明変数、関係性希望の程度を基準変数とした段階的重回帰分析(増減法)を4種類の関係性ごとに実施したところ、Table 2. 段階的重回帰分析の結果が得られた。表中の標準偏回帰係数がそれぞれの魅力の関係性希望への影響力の大きさを示す指標となり魅力の重要性と解釈することができる。

友達関係については、美的魅力、对人的魅力、社会的魅力、健康的魅力、の順に重視されている。累積説明率(修正済み決定係数)は、35%であり、説明率の検定結果は0.1%水準で有意であった($F(4,339) = 47.08, p < .001$)。

恋人関係については、美的魅力、社会的魅力、对人的魅力、健康的魅力の順に重視されて、社会的魅力の相対的重要度が友達関係より上昇している。累積説明率(修正済み決定係数)は、30%であり、説明率の検定結果は0.1%水準で有意であった($F(4,339) = 37.82, p < .001$)。

性的関係については、美的魅力、健康的魅力、对人的魅力、社会的魅力の順で、美的、健康的という外見的魅力が对人的、社会的という内面的魅力より重視されている。累積説明率(修正済み決定係数)は、28%であり、説明率の検定結果は0.1%水準で有意であった($F(4,339) = 35.01, p < .001$)。

結婚関係については、様相が一転し、社会的魅力、对人的魅力、健康的魅力、美的魅力という順序になり、性的関係とは逆に社会的、对人的という内面的魅力が、健康的、美的魅力という外見的魅力より重視されている。累積説明率(修正済み決定係数)は、21%であり、説明率の検定結果は0.1%水準で有意であった($F(4,339) = 23.39, p < .001$)。なお、4種類の魅力因子得点による標準偏回帰係数はいずれも、すべての関係性に有意であった。

Fig. 1 男性魅力の重要度は、Table 2の標準偏回帰係数の結果を総合比較するためにグラフ化したものである。グラフから明らかなように、美的魅力の標準偏回帰係数は、友達関係、恋人関係、性的関係と増加して頂点に達した後、結婚関係で急激に減少している。社会的魅力は、友人関係、恋人関係から結婚関係へと増加してゆくのが分かる。对人的魅力は、友人関係で最も重視されるが、結婚関係、恋愛関係、性的関係と減少してゆく。健康的魅力については、4つの異性関係での変動は、ほとんどない結果であった。寄与率は低いが有意な影響力をもっていた。

考 察

異性関係の魅力特性を特定することを試みた先行研究において、外見的魅力の重要性をめぐる議論が続けられてきた。Walster et al. (1966) に代表される実験研究や進化心理学的理論がその重要性を主

Table 2. 段階的重回帰分析の結果

[重回帰式] 目的変数 = 友達希望

| 説明変数名 | 偏回帰係数 | 標準偏回帰係数 | F 値 | P 値 | 判定 | T 値 | 標準誤差 | 偏相関 | 単相関 |
|---------|-------------------------|---------|---------|--------|------|---------|--------|--------|--------|
| 美的魅力 | 0.7423 | 0.3838 | 77.5999 | 0.0000 | [**] | 8.8091 | 0.0843 | 0.4316 | 0.3927 |
| 对人的魅力 | 0.7064 | 0.3681 | 71.3279 | 0.0000 | [**] | 8.4456 | 0.0836 | 0.4169 | 0.3797 |
| 社会的魅力 | 0.3972 | 0.2075 | 22.6882 | 0.0000 | [**] | 4.7632 | 0.0834 | 0.2505 | 0.2255 |
| 健康的魅力 | 0.2551 | 0.1298 | 8.8622 | 0.0031 | [**] | 2.9769 | 0.0857 | 0.1596 | 0.1533 |
| 定数項 | 3.7994 | | | | | 47.6130 | 0.0798 | | |
| 修正済決定係数 | R ² = 0.3496 | | | | | | | | |

[重回帰式] 目的変数 = 恋人希望

| 説明変数名 | 偏回帰係数 | 標準偏回帰係数 | F 値 | P 値 | 判定 | T 値 | 標準誤差 | 偏相関 | 単相関 |
|---------|-------------------------|---------|---------|--------|------|---------|--------|--------|--------|
| 美的魅力 | 0.7078 | 0.4329 | 91.7586 | 0.0000 | [**] | 9.5791 | 0.0739 | 0.4615 | 0.4424 |
| 社会的魅力 | 0.3691 | 0.2281 | 25.4726 | 0.0000 | [**] | 5.0470 | 0.0731 | 0.2644 | 0.2412 |
| 对人的魅力 | 0.2820 | 0.1738 | 14.7842 | 0.0001 | [**] | 3.8450 | 0.0733 | 0.2044 | 0.1872 |
| 健康的魅力 | 0.2704 | 0.1627 | 12.9512 | 0.0004 | [**] | 3.5988 | 0.0751 | 0.1918 | 0.1817 |
| 定数項 | 2.3459 | | | | | 33.5258 | 0.0700 | | |
| 修正済決定係数 | R ² = 0.3004 | | | | | | | | |

[重回帰式] 目的変数 = 性的希望

| 説明変数名 | 偏回帰係数 | 標準偏回帰係数 | F 値 | P 値 | 判定 | T 値 | 標準誤差 | 偏相関 | 単相関 |
|---------|-------------------------|---------|----------|--------|------|---------|--------|--------|--------|
| 美的魅力 | 0.6921 | 0.4579 | 100.3128 | 0.0000 | [**] | 10.0156 | 0.0691 | 0.4778 | 0.4661 |
| 健康的魅力 | 0.2635 | 0.1715 | 14.0601 | 0.0002 | [**] | 3.7497 | 0.0703 | 0.1996 | 0.1903 |
| 对人的魅力 | 0.2227 | 0.1485 | 10.5434 | 0.0013 | [**] | 3.2471 | 0.0686 | 0.1737 | 0.1597 |
| 社会的魅力 | 0.2154 | 0.1440 | 9.9169 | 0.0018 | [**] | 3.1491 | 0.0684 | 0.1686 | 0.1568 |
| 定数項 | 2.0814 | | | | | 31.8057 | 0.0654 | | |
| 修正済決定係数 | R ² = 0.2840 | | | | | | | | |

[重回帰式] 目的変数 = 結婚希望

| 説明変数名 | 偏回帰係数 | 標準偏回帰係数 | F 値 | P 値 | 判定 | T 値 | 標準誤差 | 偏相関 | 単相関 |
|---------|-------------------------|---------|---------|--------|------|---------|--------|--------|--------|
| 社会的魅力 | 0.4478 | 0.2954 | 37.7103 | 0.0000 | [**] | 6.1409 | 0.0729 | 0.3164 | 0.3055 |
| 对人的魅力 | 0.3256 | 0.2142 | 19.8180 | 0.0000 | [**] | 4.4517 | 0.0731 | 0.2350 | 0.2297 |
| 健康的魅力 | 0.3001 | 0.1928 | 16.0420 | 0.0001 | [**] | 4.0053 | 0.0749 | 0.2126 | 0.2058 |
| 美的魅力 | 0.2866 | 0.1871 | 15.1312 | 0.0001 | [**] | 3.8899 | 0.0737 | 0.2067 | 0.1989 |
| 定数項 | 2.0843 | | | | | 29.8702 | 0.0698 | | |
| 修正済決定係数 | R ² = 0.2071 | | | | | | | | |

張する一方で、Li et al. (2002) や川名 (印刷中) といった質問紙調査を用いた研究では主に、美的魅力の重要性については、むしろ否定的な証拠が蓄積されていた。本研究では、この矛盾が、実験が調査かという方法論上の相違というよりはむしろ、評価対象となる特定の異性が視覚的に提示されているか否かという手続き上の相違にあると考え、従来の質問紙調査法に男性のバストアップ写真を提示し、魅力項目の評価と関係性の希望度合を別々に評定させた後、それらの相関関係を記述する手法を開発・採

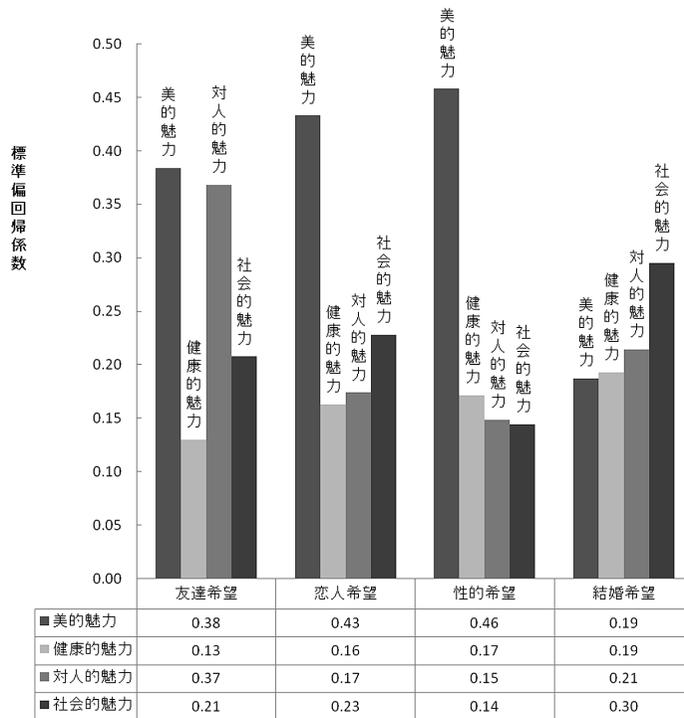


Fig. 1 男性魅力の重要度

用した。この手法のもう一つの利点は、外見的魅力の評定を要請しているが、それらの関係希望への重要性を直接きいていないので社会的望ましさ等のバイアスを最低限に抑制できる点にある。

344名の女子大学生に対する調査の結果、男性写真の魅力は、美的魅力、健康的魅力、对人的魅力、社会的魅力の4因子から構成されることが明らかにされた。この因子分析に基づく魅力因子得点を説明変数とし、友人、恋愛、性的、結婚関係を構築する希望度合を基準変数とした重回帰分析の結果、全ての関係性において、全ての魅力因子が関係希望度合を予測可能であることが示唆された。

写真男性との関係性と魅力因子の関数としてプロットされた標準偏回帰係数のパターンからも明らかのように (Fig. 1)、本研究では、友達、恋人、性的という三つの関係性において、美的魅力が関係希望度合に対する最も高い説明率を示した。このことは、あり得る四つの異性関係のうちの一つ (友人関係、恋人関係、性的関係) において、外見の美的魅力が最も重要な要因となる可能性を示唆している。その一方で、美的魅力は、結婚関係の希望においては最も低い説明率を示した。このことは、川名 (印刷中) や Li et al. (2002) の指摘と一致して、例え評価の手がかりが外見に限定されている場合でさえ、美的魅力の重要性は、異性との関係性の種類と明確な交互作用を示すことを示していると考えられる。

異性関係においては、恋愛や性的関係などの快樂原理が支配する関係では、美的魅力が重視され、結婚のような生活・生存原理が働く関係では、物質的幸福を約束、実現するであろう社会的魅力のようなものが重視されているようである。美的魅力が友人関係でも重視される理由は、恋人関係や性的関係で重視される美的魅力を、そうした関係に至る前段階と解釈される友人段階で事前に確保するためであろうと推察される。これを「魅力の準備仮説」と名付けたい。

本研究の実施以前の作業仮説では、友人関係や性的関係のような短期的関係よりも、恋愛や結婚といった長期的関係においては、当人間のカップルの幸福を実現するためにも、精神的幸福を約束するような対人的魅力や、その物質的幸福を約束するような社会的魅力が重視されるであろうと予測した。社会的魅力については、結婚関係で最も重視される魅力として位置づけられていたが、対人的魅力が結婚関係や恋愛関係では友人関係ほど重視されなかったのは、意外な結果であった。結婚相手に社会的魅力のみ重視して、美的魅力や対人的魅力を軽視して結婚するならば、結婚後の不満や不和を生む種があるのかもしれない。やはり、バランスのとれた魅力評価というものが恋愛でも結婚でも幸福の実現のためには重要となってくるのであろう。

本研究で用いられた手続きの性質上、外見の美的魅力が最も高い説明率を示し、美的魅力がもたらす光背効果によって、他の魅力因子（対人的魅力や社会的魅力）が有意な説明率を示したとする可能性は、直感的に想起される批判であろう。しかしながら、因子間の直交性を仮定した因子分析法と因子得点（尺度得点ではなく）を説明変数に用いていることから、他の魅力因子が有意な説明率を持つことを、光背効果で説明することは困難である。また、既に述べたように、美的魅力は結婚関係の構築希望度合に対しては、最も低い説明率を示しており、評価の手がかりが外見のみであったことから、もっとも高い説明率が生じたとする指摘は必ずしも当てはまっていない。

従来から外見的魅力というと、この研究で言う美的魅力のことを指していた。しかし、本研究から明らかにされたように、外見から推定される魅力は、美的魅力や性的魅力や健康的魅力のような外見的魅力の他に、明るさや親しみやすさといった対人的魅力や、誠実さや有能さといった社会的魅力などの内面的魅力も推定する材料を提供するのである。確かに、対人的魅力や社会的魅力のような内面的魅力は、通り一遍の外見から推定するより、相手とのコミュニケーションや共行動などという社会的相互作用（つきあい）を介して、次第に認識されるものではある。しかし、人は相手とのつきあいが始まる以前から、その人物の風貌、外見からその人の内面的魅力を推定し始めているのである。つきあいがなくても外見から推定された内面的魅力を前提に相手の全体的魅力が評価され、それらの外的、内的魅力を媒介にして、友人関係、恋人関係、性的交渉関係、結婚関係の望ましさが判定されているのであろう。もちろん、現実世界では、コミュニケーションや相手との交流行動を介して、相手の内面的属性がより一層分かるようになり、相手の総合的魅力が評価されるようになることは言うまでもない。

本研究は、魅力の種類を美的魅力と健康的魅力という外見的魅力と、対人的魅力と社会的魅力という内面的魅力に限定して、それらの総合的魅力が友人関係、恋人関係、性的関係、結婚関係の望ましさどのように影響するかを示した。重回帰分析の累積的寄与率は、20%～35%と、それほど高いものではない。このことは、異性の魅力というものがその他の個人的好みの要因や、相手からの認知や選択可能性、さらにはコミュニケーションや共行動といった相互作用要因など様々な要因の影響を受けて決定されるものであることを暗示している。逆に言うならば、外見的情報から得られる魅力の説明率がその程度であると解釈することもできる。

本研究で得られた結果は、異性関係の魅力特定しようとする質問紙調査研究が内包する潜在的問題を改善し、同テーマに関する実験研究と質問紙研究の橋渡しともなる重要な知見となると考えられる。しかしながら、本研究で用いられた手法についても、異性の対人魅力に関する実験研究の多くがそうであるように、見知らぬ異性を外見のような僅かな手がかりにのみに基づいて評価するという行為につい

ては、生態学的妥当性が低いとする欠点も当然ながら含まれている。従って今後は、各手法の利点と欠点を把握しつつ、それらの研究から得られた知見の相違について考察し、包括的な議論を行うことが望まれると考えられる。

引用文献

- Aharon, I., Etcoff, N., Ariely, D., Chabris, C. F., O'Connor, E., & Breiter, H. C. (2001). Beautiful faces have variable reward value: fMRI and behavioral evidence. *Neuron*, 32, 537-551.
- Buss, D. M. (1999). *Evolutionary Psychology*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Buss, D. M. (1989). Sex differences in human mate preferences: Evolutionary hypotheses tested in 37 cultures. *Behavioral and Brain Sciences*, 12, 1-49.
- Cunningham, M. R., Roberts, A. R., Barbee, A. P., & Wu, C. (1995). "Their ideas of beauty are, on the whole, the same as ours": Consistency and variability in the cross-cultural perception of female. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 261-279.
- Dion, K., Berscheid, E., Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Downs, A. C., & Lyons, P. M. (1991). Natural observations of the links between attractiveness and initial legal judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 541-547.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is beautiful is good, but...: A meta-analytic review of research on the physical attractiveness stereotype. *Psychological Bulletin*, 110, 109-128.
- Frieze, I. H., Olson, J. E., & Russell, J. (1991). Attractiveness and income for men and women in management. *Journal of Applied Social Psychology*, 21, 1039-1057.
- Feingold, A. (1992). Good-looking people are not what we think. *Psychological Bulletin*, 111, 304-341.
- Hamermesh, D. S., & Parker, A. (2005). Beauty in the classroom: Instructors' pulchritude and putative pedagogical productivity. *Economics of Education Review*, 4, 1174-1194.
- Koestner, R., & Wheeler, L. (1988). Self-presentation in personal advertisements: The influence of implicit notions of attraction and role expectations. *Journal of Social and Personal Relationships*, 5, 149-160.
- Li, N. P., Bailey, J. M., Kenrick, D. T., & Linsenmeier, J. A. W. (2002). The necessities and luxuries of mate preferences: Testing the tradeoffs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 947-955.
- 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*, 29, 299-304.
- Langlois, J. H., Ritter, J. M., Roggman, L. A., & Vaughn, L. S. (1991). Facial diversity and infant preferences for attractive faces. *Developmental Psychology*, 27, 79-84.
- Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000).

Maxims or myths of beauty? A meta-analytic and theoretical review. *Psychological Bulletin*, 126, 390-423.

松井豊・山本真理子 (1985). 異性交際の対象に及ぼす外見的印象と自己評価の影響 社会心理学研究、1、9 - 14.

Powers, E. A. (1971). Thirty years of research on ideal mate characteristics: What do we know? *International Journal of Sociology of the Family*, 1, 207-215.

Rajecki, D. W., Bledsoe, S. B., & Rasmussen, J. L. (1991). Successful personal ads: Gender differences and similarities in offers, stipulations, and outcomes. *Basic and Applied Social Psychology*, 12, 457-469.

Sigall, H., & Landy, D. (1973). Radiating beauty: effects of having a physically attractive partner on person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 28, 218-224.

Strohmetz, D. B. (2008). Research artifacts and the social psychology of psychological experiments. *Social and Personality Psychology Compass*, 2, 861-877.

Walster, E. Aronson, V., Abrahams, D., & Rottmann, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508-516.