

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 23 日現在

機関番号：33942

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2014～2016

課題番号：26560023

研究課題名（和文）化粧行動と保健行動の関連性とヘルスプロモーションに向けての研究

研究課題名（英文）Relation between cosmetic behavior and health behavior and attempts at health promotion

研究代表者

吉田 和枝（YOSHIDA, Kazue）

修文大学・看護学部・教授（移行）

研究者番号：50353032

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,700,000円

研究成果の概要（和文）：化粧品は、人々の皮膚を保護し、美的感覚の欲求を満たすために、他の人とのコミュニケーションツールとして使用されてきた。しかし、化粧品による健康被害も報告されている。本研究では、化粧品の選択と購入、使用、保存等の過程において、どのように健康への意識と態度が組み入れられているかを明らかにすることを目的とした。化粧品の健康面の安全面に注意を払っている人は、注意を払わなかった人よりもHPLP（健康増進ライフスタイルプロファイル）のスコアが有意に高かった。さらに、「化粧と健康」教室を開催したが、健全な賢い化粧品消費者になるという意識が高まった。化粧品消費者教育は必要であることが示唆された。

研究成果の概要（英文）：Cosmetics have been used to communicate, protect the skin, and satisfy the aesthetic sense. However, damage to health due to the use of cosmetics has also been reported. This study aimed to clarify how health consciousness and attitudes are incorporated into the processes of selection, purchase, use, and preservation, among others, of cosmetics. Those paying attention to the health aspect of cosmetic products had significantly higher Health Promotion Lifestyle Profile (HPLP) scores compared with those not paying attention to their health. Furthermore, holding a session on “cosmetics and health” heightened awareness about the necessity of becoming a healthy, smart cosmetic consumer. The study suggested that consumer education about cosmetics is crucial.

研究分野：看護学

キーワード：化粧 健康 被害 安全 HPLP ワークショップ

1. 研究開始当初の背景

多くの人々にとって化粧は日常生活の一部となっている。化粧は肌の保護や人の美的感覚に対する欲求を満足させ、他人とのコミュニケーションツールとしてなされ続けている。しかしながら化粧による健康被害が生じているケースも多く報告されている。

消費生活年報 2016 版によると全国消費生活情報ネットワークシステム (PIO-NET: パイオネット) の情報では、危害情報の商品等分類別件数では化粧品は昨年度より件数は減少したものの依然として危害件数は 2011 年から第 1 位である。年代別においても 10 代～80 歳の各年代ですべて化粧品は上位 10 位に入っている。また危害内容別で皮膚障害をみると化粧品によるものが第 1 位である。

化学・薬理学的分野以外における化粧に関する研究を見ると、化粧の自尊心昂揚効果に対する研究があり、また化粧関心や化粧行動、異性への化粧期待に関する構造などの研究などがなされてきている。また化粧材料や化粧方法、美的感覚の変化等々の化粧文化や歴史的研究がなされてきている。また、化粧の副次的効果ともいえるべき研究報告も近年なされてきている。容貌の補完が行われた結果、抑うつや軽減や QOL の向上の効果が見られたという結果や認知症患者や高齢者対象では情動的な活性効果が認められた報告もある。

本研究は、生活の中での一般的な人間の化粧行動の実態を知るとともに、化粧による健康被害が多いことを踏まえて、その化粧行動の一連の過程で化粧を行う人の健康意識、保健行動がどのように組み込まれているのかの関連を探るものである。また化粧品消費者という視点も持つものである。

2. 研究の目的

(1) 化粧に関する意識や態度を明らかにするとともに化粧行動と保健行動との関連性を明らかにする。

(2) ヘルスプロモーションにむけて (1) の実態を踏まえながら、化粧に関する消費者教育 (啓発活動) と位置づけて「化粧と健康について考える会」のワークショップのプログラム案を作成・試行し短期評価を行う。

3. 研究の方法

(1) 化粧に対する意識と態度について質的研究方法で半構成的面接調査を行った。質問項目: 基本項目 (年齢、職業)、化粧目的、化粧品購買時の選択 (値段、パッケージ等) について、化粧時間、化粧に係る年間費用、自分が思う化粧の効用、化粧に関する安全性の意識、化粧品に関する基本的な知識等である。データ分析方法は発話データを項目ごとに分類し内容分析を行った。

で得られた結果を参考にして、化粧の基本的な成分やアレルギーの知識の程度や、皮膚と化粧に関する保健行動の実態を全

国的規模で量的研究として Web アンケート調査を行った。記述統計と、健康増進ライフスタイルと化粧行動との関連性を明らかにするために、HPLP 尺度 (健康増進ライフスタイルプロフィール: 4 段階のリッカート尺度で 6 つの下位尺度を持つ総 52 項目の質問から成る) を使用し T 検定を行った。

尺度の項目以外の質問は主に化粧と健康面での安全面に関連した質問で、同じく 4 段階で行った。分析には SPSS 統計ソフトを使用した。

(2)(1) の調査結果を踏まえて、啓発活動「化粧と健康について考えよう」ワークショップ開催

小グループ制で「化粧と健康に関して考えよう」と題してヘルスプロモーションにつながるプログラム展開を行った。グループディスカッションと講義の混合型の形式で行い、評価は開催前後のアンケートで行った。

研究倫理: 研究協力の自由の確保や個人情報保護等々の倫理について (1) の研究は石川県立看護大学倫理委員会の承認を得て、(2) の研究は修文大学倫理委員会の承認を得て行った。

なお、いずれの研究段階でも化粧品会社等の関係性はなく利益相反はない。また、ワークショップ、web 調査等において化粧品メーカーの固有名詞は扱わないこととした。

4. 研究成果

(1) 聞き取り調査

対象者は全員女性で年齢及び人数は合計 17 人であり 20 代～30 代 6 人、40 代～50 代 7 人、60 代以上が 4 人であった。学生 3 人、有職者 11 人、無職 3 人であった。

調査対象者全員は、何らかの化粧を行い、かつ化粧の必要性を感じていた。化粧時間は 5-15 分が多く化粧費用は年間 1 万円～3 万円であった。若い年代が「可愛く見られたい」、「きれいに見えるように」という人を引き付けたい傾向があった。

一方、70 歳以上の人の中には「孫たちに嫌われたくない」、「汚く見られたくない」、「むげに扱われないようにするため」と他人から無視されないようにと、やや消極的な理由であった。しかし、人との交流を望んでいるからこそこの理由であり、その化粧行動は積極的行動につながっていると考えられる。

化粧する時に「今日は化粧ののりが悪いとか肌の状態を何気なく見ています」、「油でてかてかする時やかかさかするときがありますが睡眠? 食べ物? 何か関係しているんでしょうね」など、化粧行動は自分の肌の乾燥状態や顔色の状態に気づききっかけとなっており、健康状態を客観的に観察していることにつながっていることが考えられた。

化粧は直接肌に化学物質を塗りつけるも

のであるが、「成分ですか。見ませんね。字も小さいし、カタカナばかりだし読む気もしない」「美肌、すべすべ、自然、うるおい補給、弱酸とかそういうのは化粧品を買うときにシールなんか書いてあるのは影響受けますね。成分？見ませんね」「食べ物は含まれているものは一応見ます。」「食べ物の表示で産地は良く見ます。国内しか買わない主義なので」対象者は食品に関しては、ある程度の安全面での意識をもって購買しているとのことであったが、化粧品に関してはあまり安全性に神経を使っておらず、ほとんどその成分の特徴を知っていなかった。日本においての化粧品メーカーへの信頼度は高く安心している様子がうかがえた。

毛染めについては、自分でする、美容室でするなどさまざまであったが、両者ともセルフテストはしていない人がほとんどであり、成分よってのアレルギーについては意識が低かった。

キャッチコピー的文言の影響「しっとり」「リフトアップ」「うるおい」「美白」等々は目に付くが、成分などの記載については「まったく見ない」「字が小さすぎ」「見てもわからない」等々でほとんどの人が気にしていなかった。

また、化粧品被害については多少知っていたがその原因は知らない人が多く、「気の毒ですね。わたしは多分そういうことはないと思います。理由ですか？ないけど多分大丈夫」自分は被害者になる可能性はほとんどないと漠然と考えている傾向があった。

(1) web アンケート調査

上記の聞き取り調査結果を参考にして、都道府県別層化抽出法(女性人口比例割り当法)web アンケート調査を行った。女性 1600 名の回答を得た。その内、基礎化粧品(化粧水、乳液、クリーム等)含めてそれ以上の化粧品をする人 1397 人を対象として分析した。

年齢は 20~50 代であり、20 代 331 人、30 代 342 人、40 歳代 353 人、50 歳代が 371 人であった。職業は事務職 28.3%販売・営業・接客業 15.6%、医療職(医師、看護師、その他)6.3%、農業・漁業 0.3%その他 14.5%、無職 35.0%であった。

アレルギーの既往を持つ人は 1397 人の内 483 人(34.6%)であった。そのうちアレルゲンは植物 73.3%、動物 15.9%、食物 22.4%、金属 18.6%、薬品 15.1%であった(複数のアレルギーを持つ人も存在する)。

「化粧品の成分表示を意識して見ているか」の質問では、見る人が 475 人(34%)見ない人が 922 人(66%)であった。「成分の効果や役割の意味を分かりますか」わかる人は 412 人(29%)、わからない人が 985 人(71%)であった。「化粧品の開封後の期限を気にして使いますか」気にするが 551 人(39%)で気にしない人は 846 人(61%)であった。「化粧品の保管場所を気にしますか」は、気にするが

510 人(37%)で気にしないが 887 人(63%)であった。「化粧品は必ず落として寝ますか」は、必ず落として寝るが 1301 人(93%)でそうでない人は 96 人(7%)であった。「日焼けクリームは帰宅後すぐに落としますか」は、すぐに落とすが 474 人(34%)、落としていないが 923 人(66%)であった。「プツプツができたり、何か肌の調子がおかしい時は化粧をやめようと思えますか」やめる人が 984 人(70%)、やめようと思えないが 413 人(30%)アレルギーはどういうことか知っていますか」は、知っている 1018 人(73%)、知らないが 379 人(27%)、「抗体を知っていますか」は、知っているが 842 人(60%)、知らないが 555 人(40%)、「化粧品被害を知っていますか」は、知っているが 882 人(63%)、知らないが 515 人(37%)であった。「化粧品被害で知っている人は何を知っていますか」の記述では美白化粧の白斑の被害を 50%の人が記しており、次いで石鹸での小麦アレルギーを 9%の人が記していた。その他は、黒皮症、発がん物質、かぶれ、湿疹、しみ、ただれ、腫れ、プツプツ、じんましん、かゆみ、色素沈着、黒ずみ、アレルギー、鉛、呼吸困難などの記述があった。また健康に関する被害だけではなく、マルチ商法、ねずみ講などの化粧品商法での被害の記述があった。

「毛染めをしている人」は 1397 人中 846 人で年代別では 20 歳代 160 人、30 歳代 164 人、40 歳代 234 人、50 歳代 288 人であった。

「毛染めは美容院でする」人が 379 人、「自分でする人」が 293 人、「美容室と自分でする場合もある両方の人」が 174 人であった。

「毛染めの説明を美容師から受けている人」は 37%、「含まれている物質や使用方法の説明書を見る人」は 33%であった。また「染める前のセルフテストを行う人」は 12%しかいなかった。また「染料を頭皮までつけていますか。」はつけないが 57%つけるが 43%であり、「洗い落とす時に絶対に目に入らないように気を付けていますか」に対して気を付けているが 91%、気を付けていない人が 9%であった。

「製造物責任：PL 法(Product Liability)について知っていますか」は知っているが 335 人、知らないが 1062 人であった。

化粧品の身体への健康安全面に何らかの注意を払っている人や関連知識がある人とそうでない人との間で HPLP(日本語版健康増進ライフスタイルプロフィール尺度)の得点平均数に差があるかどうかについて T 検定を行った。

「化粧品の成分表示を意識するか否か」

($t=9.434, df=1395, p<.001$),

化粧品の保管場所に注意するか否か

($t=8.654, df=1395, p<.001$),

化粧品は必ず落として眠るか否か

($t=3.604, df=1395, p<.001$),

「肌の調子が悪い時は化粧をやめてみようとするかやめようと思わないか」

($t = 5.414, df1395, p < .001$)
「アレルギーの知識の有無」
($t = 6.423, df1395, p < .001$)
毛染めをしている人対象に、「セルフテストを行うか否か」
($t = 5.761, df = 844, p < .001$)であり化粧品
の健康面での安全面に注意を払っている人
や関連知識がある人のほうがそうでない人
よりも HPLP 得点が有意に高く、総合的に
健康的なライフスタイルを送っていること
が示唆された。

また、毛染めをしている人としていない人
とでは HPLP 総合得点では有意の差はな
かったが、下位尺度である人間関係に
関しての平均得点では有意の差があった。

「化粧品成分表示を意識して見ているか
否か」、「化粧品開封後の期限を気にする
か否か」、「化粧品の保管場所を気にする
か否か」の項目ごとに「食料品のラベルを
確認するか否か」との間で関係性を見た
が、化粧品成分、化粧品使用期限、
化粧品保管場所を気にするか否かと「
食料品のラベルを気にするか否か」の
間には、いずれも pearson のカイ 2 乗
検定で (いずれも $p < 0.01$) 有意の
関係性があった。

(2) 啓発活動「化粧品と健康について考
えてみよう」のワークショップのプログラ
ム案の試作と試行および評価

化粧品の使用の際に健康面での安全に
配慮する必要があり、その啓発を行う
目的でワークショップを開催しプロ
グラムを試行した。研究デザインは
介入前後の比較研究である。

看護系大学でワークショップへの参加
を成績とは無関係であることを伝え
希望者を募った。参加者は女性看護
大学生 1 年生で 52 名であった。開
催は平日の教室で 2 日間に分けて行
った。一回所要時間は約 2 時間であ
った。テーブルを囲んでグループ (7-8
人) ごとにすわり、1 グループに一人
のファシリテーター (研究者) を配
置した。

ワークショップのプログラムは混合形
式であり、講義、グループディスカ
ッション、および実験観察とした。
グループディスカッションではいく
つかのテーマを提示した。(化粧品と
こころの健康、高齢者の化粧品など)
また、講義内容は (化粧品文化、皮
膚の構造、化粧品とアレルギー反応、
化粧品被害とその事例、賢い化粧品
消費者とは) とした。実験観察内
容は、携帯型水分計やデジタル顕微
鏡および PH 測定器を使用して学生
自身が自分の腕や顔の皮膚の状態を
見たり、乾燥状態のチェックや化粧
液の PH 観察を行った。評価方法は
開催前後のアンケートでおこなった。

参加者 52 人がおこなったことのある
化粧品は化粧水 51 人、乳液 49 人、
クリーム 40 人、ボディミルク 38
人、香水 (オーデオロン) 28 人、
ファンデーション 50 人、口紅 45
人、ほほ紅 43 人、アイライン 38
人、アイブロウ 34

人、アイシャドウ 41 人、マスカラ
37 人、まつ毛のエクステ 5 人、
まつ毛カーラ 34 人、カラーコン
タクトレンズ 20 人であった。

基礎化粧品を始めたのは最小 6 歳、
最大 18 歳、平均 14.53 歳 (SD.2.984)
であった。また、ファンデーション
や口紅、アイライン等の化粧品を
始めたのは最小 14 歳 最大 18 歳、
平均 16.41 歳 (SD.1.292) であ
った。

化粧品にかかる年間費用はまだ
化粧品をして一年経ていないので
わからない人もいたが、最頻値は
1 万円くらいでこずかいからが多
かった。最高値は 3 万円 4 人であり、
全員アルバイトからの出費であ
った。

開催前アンケート

「皮膚の状態を観察をしていますか。」
に対してよく観察している方に答
えたものが 69.2% でしていない
方が 30.8% であった。「化粧品
とこころの健康の関係について考
えたことがありますか」に対して
考えたことがある人は 13.5% であ
った。「化粧品と健康に関する
安全に興味がありますか」に
対して興味がある方に答えた
人が 65.4% であった。「化粧品
被害について知っていますか」
に対して 3 種類以上知っている
人が 1.9%、2 種類知っている
人は 7.7%、1 種類知っている
人は 26.9%、一つも知らない
人は 63.5% であった。「化粧品
被害にあったらどう対処すれば
よいか知っていますか」に
対して、知らない 55.8%、
ほとんど知らない 44.2% であ
った。知識として「紫外線防
止の化粧品表示 SPF や PT」に
ついて知っていますかに対して
正しく知っている 3.8%、
大体わかるが 46.2% であ
った。知らないが 50.0% であ
った。

開催後のアンケート

ワークショップ終了直後と、再度
思い起こしてもらう目的で 1 月
後のアンケートもおこなった。

「皮膚の状態を観察し気に留めて
いますか」「化粧品紫外線防
止の表示の意味が解りましたか」
「化粧品とこころの健康につ
いて興味を持ちましたか」「
化粧品被害について何か知
りましたか」「化粧品と健康
面の安全について興味を持
ちましたか」「化粧品の仕事
とは関係あると思いましたか」
化粧品被害に会った時の
対処方法を知りましたか」
質問のすべてに対して全員
が「ほぼそう思う」、「
そう思う」や「わかった」
「興味を持った」「知
った」等、直前のアンケート
よりも知識や興味や認識が
向上している方向に答えて
いた。

アンケートの自由記載欄では「
化粧品は美しく見せるか化粧
方法ばかり気にして健康に
関わるとは思っていなかつ
た。今回化粧品と健康の
関係も大事だと思った」
「化粧品は安全ではないもの
もあるかもしれないので、
初めて使うものはテスト
をしてから使おうと思
った」「異常なものが
出たら、すぐ使うこと
をやめることが大事だ」
「成分をみることに
した」「皮膚に問題
症状が出たらすぐに
化粧品をやめてひど
い状態になる前に

皮膚科受診することにする」「化粧と心は思っていたよりもつながりがあるとおもった」「SPFの意味がわかったので、知らない人に教えてあげようと思う」「被害が出たら消費者センターとかに連絡して次なる被害者がでないように対処したい」「患者さんの化粧は色がわからなくなるからよくないと看護の授業で教えてもらったが、それもあるけれど化粧は患者や高齢者を元気にさせるという面もある可能性があるので両方考えていきたい」「化粧品が体に及ぼす影響についてわかったので今後選ぶとき、使うとき考えるようにしたい」「化粧被害は自分には起こらないと考えていたが怖いなあと思った」「賢い化粧消費者になろうと思いました。成分についても見ようと思いますが、表示の字が小さすぎるし見てもわからないし、インターネットでしらべてみます。」「ヘアカラーは徐々に抗体ができアレルギー症状がでることがあってびっくりしました。気をつけないといけない」等々の記載があった。

また一か月後のアンケートでプログラムの各項目が役に立ったかどうかの質問で全員が「とても役に立った」72%、「役に立った」28%であり、全員から役に立つ方向の回答が得られた。また、知識面での質問9項目×形式において正解者が95%であった。

企画に対しての評価では、1.楽しかったですか?の質問に、「とても楽しかった」5%、「楽しかった」95%であった。2.講習会の所要時間は良かったですか?に「ちょうどよかった」が77%、「よかった」が15%、「長すぎた」が4%であった。講義だけでなく混合形式は良かったですか?「とてもよかった」が95%、「よかった」が5%であった。

企画に対しての自由記載では、「皆と話し合いができて良かった」「化粧の話をもっと話合おうことがなかったので楽しかった」「いろいろ器械を使って肌の様子が観察できて科学した気がして楽しかった」「退屈せずに刺激になった」等々の記述があった。

消費者庁の調べで化粧における皮膚の障害等の危害が多い現状を踏まえて、化粧と健康について考えてもらう機会を持ったことは、開催後のアンケートの結果から知識や認識の面で効果があったと評価ができた。ただ、短期評価にとどまっており今後の行動変容は未知である。

全国調査から化粧について望ましい行動をとっている人のHPLP総合得点が有意に高いという関係がわかったことにより、逆に化粧を通してそこから健康面に留意するようになれば、他の面でも健康に留意する行動につながる可能性も示唆された。化粧品による皮膚障害が多い中、食育や他の保健指導と同様に化粧消費者教育も重要である。消費者庁や国民生活センターなどもアピールしているが、地域で身近な啓発活動としてワークショップ等開催していくことは意義あ

ることであると考えられた。

本研究の限界と今後の課題

今回は対象者を女性のみ限定したが、今後は男性の基礎化粧や毛染めの増加を鑑みると男性も対象にしていくべきである。またワークショップは幅広い年代を対象とし、長期的評価も行うことが求められよう。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 件)

〔学会発表〕(計 1 件)

吉田和枝、米田昌代、長谷川昇、曾山小織、化粧に対する意識と化粧行動についての調査、第9回看護実践学会学術集会、2015年9月12日、石川県地場産業振興センター

〔図書〕(計 件)

〔産業財産権〕

出願状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

6. 研究組織

(1) 研究代表者

吉田 和枝 (YOSHIDA Kazue)
修文大学・看護学部・教授(移行)
研究者番号：50353032

(2) 研究分担者

()
研究者番号：

(3) 連携研究者

米田 昌代 (YONEDA Masayo)
石川県立看護大学 看護学部 准教授
研究者番号：80326082

長谷川 昇 (HASEGAWA Noboru)
石川県立看護大学 看護学部 教授
研究者番号：10156317

曾山 小織 (SOYAMA Saori)
石川県立看護大学 看護学部 助教
研究者番号：10405061

(4)研究協力者

()