

メイクが対人のコミュニケーションに与える効果を検証

魅力発揮メイクは、初対面の相手の興味・関心を喚起することを確認

株式会社ポーラ(本社：東京都品川区、社長：横手喜一)は、顔立ちや肌の色を活かし、本人のなりたいイメージに近づける「魅力発揮メイク」は、初対面の相手に自身への興味・関心を喚起し、ポジティブな感情を発生させやすいなどの効果があることを、メイク効果測定により確認しました。

これまで、メイクの効果は様々なアプローチで検証されてきました。例えば、メイクは、外見だけではなく、内面（こころやからだ）にも働きかけ、幸福感の向上や免疫力まで高まるという検証結果※1があります。一方、メイクを含めた化粧や美容については、「身だしなみを整えること」と捉えている女性が多いためという調査結果※2もあり、日々のルーチンとしてメイクをしている女性が多いことが分かっています。

※1：1995年日本化粧品技術者会誌 vo129 ※2：2017年ポーラ文化研究所調べ N=1800

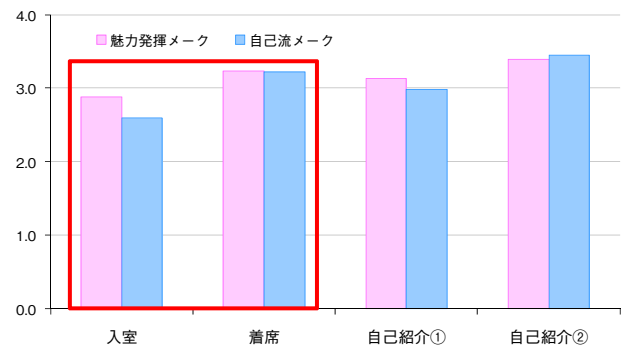
今回、新たな試みとして、普段自身で行なっているパターン化された「自己流メイク」とその人の顔立ちや肌の色を活かしながら自身のなりたいイメージに近づける「魅力発揮メイク」では、初対面の相手にそれぞれどのような感情の変化を起こすのか、メイクの差を伏せたままランダムに対面させることで検証しました。その結果、「魅力発揮メイク」の方が「自己流メイク」よりも、初対面の相手に「自身への興味・関心を喚起する」可能性があること、さらに、初対面の相手にポジティブな感情を抱かせるだけではなく、ネガティブな感情の発生を抑制する効果があることを確認しました。これらの結果から、メイクにより、初対面のコミュニケーションで相手に自身への興味を持たせ、さらにポジティブな感情を想起させることで、より円滑な対人コミュニケーションが図れる可能性を新たに見出しました。ポーラは、この調査結果の検証をさらに進めるとともに、この研究の成果を今後のメイクに関するサービスの開発、店頭での提案に活かしていく予定です。

■メイク別表情解析 合成変数 (sad,angry,disgusted)

感情：合成変数(sad,angry,disgusted)				
	入室	着席	自己紹介①	自己紹介②
全体	2.7272	3.2239	3.0495	3.4226
魅力発揮メイク	2.8763	3.2280	3.1282	3.3969
自己流メイク	2.5994	3.2203	2.9820	3.4447

魅力発揮メイク：n=4、自己流メイク：n=4

(sad,angry,disgustedの合成変数の評価で覚醒レベルが高まったと推定)



魅力発揮メイク群では、入室・着席フェーズの中で評価者に覚醒レベルが高まる傾向が認められました。この結果から、普段の自己流メイクよりも魅力発揮メイクの方が、初対面の相手に対して「自身への興味・関心を喚起する一助となっている」可能性を指摘できます。

■メイク別・感情の発生傾向 (VAS法)

赤字：ポジティブ感情 青字：ネガティブ感情

メイク	N数	はつらつとした	緊張した	楽しい	自信がない	前向きな	いらいらした	リラックスした	悲観した	うれしい	だるい	新しいことにチャレンジしたい	無関心な	安心した	人としやべりたい
		mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm	mm
魅力発揮メイク	4	50.6	22.0	59.3	19.9	61.7	5.0	55.5	6.8	51.1	3.8	51.1	15.6	62.4	44.4
自己流メイク	4	37.1	27.2	36.6	25.6	57.4	8.4	54.1	11.3	43.4	11.8	41.5	23.4	47.0	39.1

魅力発揮メイク群と自己流メイク群との間で、評価者の感情の発生に差が認められることが分かりました。

【報道関係の問い合わせ先】

株式会社 ポーラ 宣伝部 TEL 03-3494-7119 / FAX 03-3494-6198 〒141-8523 品川区西五反田2-2-3

<魅力発揮メイク>

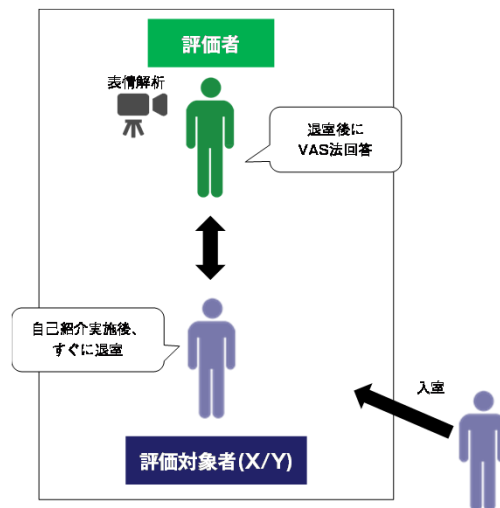
その人の顔立ちや肌の色を活かすアイテムやカラーを使用し、本人のなりたいイメージに近づけ魅力を引き出す。①肌の色ムラをなくす、②血色を感じるフェイスカラーの使用、③眉は左右対称に描くなど、相手に不安感を与えないように施した。今回の検証においては、メイクはポーラのメイクアップアーティストが施した。

<検証方法>

評価対象者を、X（魅力発揮メイク群）と、Y（自己流メイク群）に分け、その差を伏せたまま評価者にランダムに対面し、自己紹介を実施。

自己紹介の内容による感情変化の影響を極力排除するためX/Yが実験室に入室してから評価者の対面に着席するまでの評価者の表情に着目した。

評価者がX/Yと対面した際の様子を表情解析技術で解析、さらに、評価者がX/Y1名ごとにどのような印象を受け、どんな感情が生まれたかを主観的感情評価（VAS法）にて解析。



《評価試験 実施概要》

期間：2017年11月27日、29日の2日間にわたり実施

評価者 8名

- ・性別：女性
- ・年齢：30代4名／40代4名
- ・週に5日以上メイクをしている

評価対象者 8名

- ・性別：女性
- ・年齢：30代4名・40代4名・週に5日以上メイクをしている

※評価対象者8名を、X（魅力発揮メイク群：4名）とY（自己流メイク群：4名）に分け、Xはポーラのメイクアップアーティストがメイクを施し、Yは自身でメイクを施した。

*主観的感情評価（VAS法とは）

ある感情について、100mmの線の左端を「全くない」、右端を「これ以上ないレベル」とした場合、その瞬間における自身の該当感情の程度を表すところに印を付けてもらう評価方法。

*表情解析とは

顔の筋肉の動きから、その人がどのような感情を抱いているかを分類する学問（FACS理論）がベースになっている評価方法。主にテレビCMやWeb動画のクリエイティブ評価に活用されることが多く、対人コミュニケーションにおける化粧の効果に関する調査で使用したのは今回が初めて。

（株式会社インテージの表情解析技術により解析・測定）