

## 原著論文

## 化粧品使用に関する態度と健康増進ライフスタイルとの関連性

吉田和枝<sup>1§</sup>, 曾山小織<sup>1</sup>, 米田昌代<sup>1</sup>, 長谷川昇<sup>2</sup>, 松野智香子<sup>3</sup>,那波潤美<sup>3</sup>

## 要 旨

目的：化粧による健康被害が多いことを踏まえ、化粧品使用の際の健康に関する態度の実態を知るとともに、健康増進ライフスタイルとの関連性を探ることである。方法：web アンケート調査で、20～59歳の女性1600人に日本語版HPLP II尺度の質問と化粧品使用の際の態度を質問した。結果と考察：化粧している人は1397人であり、化粧品の成分を見ない人66.0%、毛染めでパッチテスト行わない人88.0%、肌に合わないと思ってもすぐに使用をやめない人29.6%などであった。健康面で望ましい化粧品使用の態度をとっているか否かの2群にわけてHPLP II尺度の合計点を有意確率5%でt検定した結果、HPLP II尺度の総合計点が高い人のほうが、化粧においても健康面で望ましい態度をとっているという結果となった。健康増進のライフスタイル構築の上昇のために化粧面でも健康・安全に使用するための啓発の必要性が示唆された。

キーワード 化粧, 化粧品使用, 健康, 安全, 日本語版 HPLP II

## 1. はじめに

化粧品は薬事法の定義によると、「化粧は人の身体を清潔にし、美化し、魅力を増し、容貌を変え、又は皮膚若しくは毛髪をすこやかに保つために、身体に塗擦、散布その他これらに類似する方法で使用されることが目的とされている物で、人体に対する作用が緩和なものをいう」とある。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、古今東西にわたりなされてきたが、20世紀後半に「化粧療法」という新しい領域が生まれ注目されるようになり<sup>1)</sup>、容貌の補完が行われた結果、抑うつや低減やQOL向上に効果があったとする結果や、認知症患者や高齢者に情動的な活性効果が認められた報告もある<sup>2-4)</sup>。看護や介護の場でも、化粧をケアの一つとして取り入れるようなところも出てきている。

一方で、化粧による皮膚などの健康に問題が生じているケースがある。消費生活年報2020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<sup>5)</sup>では、商品等分類で化粧品の危害件数は健康食品に次いで第2位である。化粧品の危害情報は性別では女性が80%占めている。本研究を開始した当時の(消

費生活年報2016版)では、第1位であった<sup>6)</sup>。化粧品は基準を満たし品質管理がなされた商品であっても、それを使用する人の体質は各自異なり、時にトラブルを引き起こすことがある。化粧品を用いる場合において、食物等と同様に健康を意識した適切な態度は重要である。

本研究は、生活の中の一般的な女性の化粧品使用の際の健康に関する態度の実態を知るとともに、化粧による皮膚などの健康被害が多いことを踏まえて、その化粧品使用の態度と健康増進ライフスタイルの関連性を探ることを目的とした。これに関する先行研究は見当たらない。

## 2. 研究方法

## 2.1 本研究における用語の操作的定義

本研究での「化粧をしている人」とは基礎化粧およびファンデーション、口紅、アイライン、眉墨、毛染めなど、これらの一つでも行っている人とした。

## 2.2 研究デザインと調査期間・調査方法

研究デザインは量的横断研究、調査期間は2016年5月、調査方法は化粧品使用に際しての健康面からみた態度の実態および日常における健康増進ライフスタイルの実態について20～59

<sup>1</sup>石川県立看護大学 <sup>2</sup>同志社女子大学看護学部  
<sup>3</sup>修文大学看護学部 <sup>§</sup>責任著者

歳の女性に対して Web アンケート調査をおこなった。各年代を 400 人とし全国都道府県別層化抽出法（人口比例割り当法）で合計 1600 名に達した段階で調査を終了した。

### 2.3 調査内容

調査内容は、1600 人の属性および化粧をしていますかについて「はい」「いいえ」の 2 択で質問した。「化粧をしている」とした人に対して、行っている化粧の種類を、各々について「する」「しない」の 2 択で質問した。また、「基礎化粧」「ファンデーション」「アイラインや口紅などのメイクアップ」について、肌に「全く良くないと思う」「あまり良くないと思う」「良いと思う」「とても良いと思う」の 4 項目から 1 つを選択回答とした。

化粧品使用における健康面での安全な態度について各質問を行った。項目は「化粧品の成分表示を意識して見えますか」「成分の効果や役割の意味を分かりますか」「化粧品の開封後の期限を気にして使いますか」「化粧品の保管場所を気にしますか」「化粧は必ず落として寝ますか」「日焼けクリームは帰宅後すぐに落としますか」「ブツブツができたり、肌の調子がおかしい時はその化粧をやめようと思えますか」、また、知識面として「アレルギーとは、どういうことか知っていますか」「抗体を知っていますか」「化粧品被害を知っていますか」「PL 法を知っていますか」である。毛染めは「染める前に使用上の注意事項の説明書をきちんと読みますか」「事前にパッチテストをしますか」「毛染めの液は頭皮につけないように気を付けていますか」「毛染め液を洗い落とす時など絶対に目に入らないように気を付けていますか」である。「全くない（しない）」に 1 点「あまりない（しない）」に 2 点「時々ある（する）」に 3 点「いつもある（する）」に 4 点とし、4 項目から 1 つを回答とし、数値を点数化した。

「知っている化粧被害（トラブル）は何ですか」を自由記述（複数記述可）とした。

健康を増進するライフスタイルの測定を行うために「日本語版 HPLP II 尺度（日本語版健康増進ライフスタイルプロフィール）」<sup>7)</sup>を使用した。日本語版 HPLP II は、英語原版「Health-Promoting Lifestyle Profile II (HPLP II)」<sup>8)</sup>を基として魏らが開発したもので健康増進行動を問う 6 つの下位尺度「健康意識」「精神成長」「身体運動」「人間関係」「栄養」「ストレス管理」からなる全 52 項目で構成されている。4 件法で「全くない（し

ない）」に 1 点、「あまり（しない）」2 点、「時々ある（する）」3 点、「いつもある（する）」に 4 点を与え、単純加算得点の平均点が高いほど良好なライフスタイルであることを示す。

### 2.4 分析方法

分析方法は、属性、化粧をしているか否か、化粧品の肌への影響の認識面、化粧品使用における健康面での態度について単純記述統計をおこなった。また、「化粧をしている人」群と「化粧をしていない人」群の間に、属性による差の有無を Pearson の  $\chi^2$  検定で分析した。さらに、どのセルが有意な関連に寄与しているかの確認のために、調査済み残差を算出した。また、化粧品使用における健康についての態度の 4 件法を用いた質問項目の回答を、「ない（しない）方向」（「全くない（しない）」と「あまりない（しない）」を合わせた）と、「ある（する）方向」（「時々ある（する）」と「いつもある（する）」を合わせた）の 2 群に分けて、健康増進ライフスタイル HPLP II 合計点の平均点に差があるかをみるために  $t$  検定を行った。有意水準は 5% とした。分析には SPSS 統計ソフト ver.23 を使用した。「知っている化粧被害の自由記述」については、項目毎に記述回数をカウントした。

### 2.5 倫理的配慮

対象者には、本研究の調査の目的や調査内容、方法、問合わせ先、調査の協力は自由意思であることや、不参加による不利益はないこと、調査の目的以外にデータを利用しない事、匿名性等の個人情報保護等の倫理的配慮のありかたについて文書で説明し、web 調査での返信をもって同意が得られたものとした。石川県立看護大学倫理委員会の審査を受け承認（看大第 766 号）を得たのち調査を開始した。

なお、日本語版 HPLP II 尺度使用においては作成者の使用許諾を得てから行った。

## 3. 研究結果

### 3.1 回答状況

Web アンケート調査で設定していた 20～59 歳の女性が各年代 400 人に達した時点で調査を終了した。結果、1600 人の有効回答を得た。

### 3.2 「化粧している人」と「化粧していない人」の人数割合

回答のあった1600人の内1397人(87.3%)が「化粧をしている人」で、「化粧していない人」は203人(12.7%)であった(表1)。

### 3.3 「化粧をしている人」群と「化粧をしていない人」群の属性

「化粧をしている人」群と「化粧をしていない人」群の属性は表1に示したとおりであるが、2群の属性における有意の差の有無を見るために

pearsonの $\chi^2$ 検定を行ったところ、年齢に有意な差があった( $\chi^2 = 19.696$ ,  $df = 3$ ,  $p < .001$ )。調整済み残差に表れているように、「化粧している人」は50代に多く、「化粧をしていない人」は20代に多いことが示された。年齢以外の属性については両群による有意の差はいずれもなかった。

表1 「化粧をしている人」群と「化粧をしていない人」群の群別属性

n = 1600

対象の属性	化粧している人 1397人(87.3%)		化粧をしていない人 203人(12.7%)		検定 <sup>1)</sup>
	人(%)	調整済 残差	人(%)	調整済 残差	
年代	20~29(歳)	331 (23.7)	-3.2	69 (34.0)	.001
	30~39	342 (24.5)	-1.3	58 (28.5)	
	40~49	353 (25.2)	0.7	47 (23.2)	
	50~59	371 (26.6)	3.8	29 (14.3)	
職業	事務職	395 (28.3)		43 (21.2)	ns
	販売・営業・接客業	218 (15.6)		34 (16.8)	
	医療職	88 (6.3)		9 (4.4)	
	農業・漁業	4 (0.3)		1 (0.4)	
	その他	202 (14.5)		43 (21.2)	
	無職	489 (35.0)		73 (36.0)	
配偶者の有無	いる	687 (49.2)		89 (43.8)	ns
	いない	710 (50.8)		114 (56.2)	
子の有無	いる	571 (40.9)		73 (36.0)	ns
	いない	826 (59.1)		130 (64.0)	
アレルギーの有無	有り	483 (34.6)		67 (33.0)	ns
	無し	914 (65.4)		136 (67.0)	
(アレルギーの種類) 複数回答あり					
植物	有り	354 (25.3)		46 (22.7)	ns
	無し	1043 (74.7)		157 (77.3)	
動物	有り	77 (5.5)		17 (8.4)	ns
	無し	1320 (94.5)		186 (91.6)	
食物	有り	108 (7.7)		22 (10.8)	ns
	無し	1289 (92.3)		181 (89.2)	
金属	有り	90 (6.4)		14 (6.9)	ns
	無し	1307 (93.6)		189 (93.6)	
薬品	有り	73 (5.2)		7 (3.4)	ns
	無し	1324 (94.8)		196 (96.6)	
その他	有り	74 (5.3)		10 (4.9)	ns
	無し	1323 (94.7)		193 (95.1)	

<sup>1)</sup>pearsonの $\chi^2$ 検定 ns: not significant

### 3.4 「化粧をしている人」1397人を対象とした調査結果

#### (1) 行っている顔化粧の種類と化粧品への影響の認識

「化粧をしている人」1397人が使用している顔化粧の種類（複数回答有）は、「基礎化粧」は1397人（100%）、「ファンデーション」が1075人（77%）で、「アイラインや口紅、頬紅、眉墨などメーキャップ」は1114人（80%）であった（表2）。

「基礎化粧は肌に良いと思いますか」について「とても良いと思う」「良いと思う」の良いと思う方向に答えた人は合わせて1202人（86.0%）であった。また、ファンデーションを塗っている人1075人のうち、「ファンデーションは肌に良いと思いますか」に対して「あまり良くない・全く良くない」と良くないと思う方向に答えた人は合わせて855人（79.5%）であった。「アイラインや口紅のメーキャップは肌に良いと思いますか」に対して「あまり良くない・全く良くない」と良くない方

向に答えた人は970人（87.1%）であった（表2）。

#### (2) 「毛染めをしている人」の人数割合

化粧をしている人1397人の内「毛染めをしている人」は846人（60.6%）であった（表3）。毛染めをしているか否かの人数と年代との関係性を見るとpearsonの $\chi^2$ 検定で有意の差があり（ $p < .001$ ），調整済み残差から、「毛染めをしている人」は40代・50代に多く、「毛染めをしていない人」は20代・30代に多かったことが示された。毛染めの場所と年代の関係でpearsonの $\chi^2$ 検定で有意の差があり（ $p < .001$ ）、「美容院」は20代・30代に多く、「自分でする」は40代・50代に多いことが示された（表3）。

#### (3) 化粧品使用に際する態度に関する各項目の結果

「化粧している人」において「化粧品の成分表示を意識して見るか」は、見ない人が922人（66.0%）であった。「成分の効果や役割の意味を分かりますか」は、わからない人が985人（70.5%）であった。「化粧品の開封後の期限を気にして使

表2 化粧をしている人の化粧の種類と肌への影響の認識

行っている人数	行っている化粧の種類(複数回答有)		
	基礎化粧	ファンデーション	アイライン・口紅など
行っている人数	1397人	1075人	1114人
肌への影響の認識	人(%)	人(%)	人(%)
肌にとっても良いと思う	161(11.5)	10(1.0)	10(0.9)
肌に良いと思う	1041(74.5)	210(19.5)	134(12.0)
肌にあまり良くないと思う	183(13.1)	755(70.2)	849(76.2)
肌に全く良くないと思う	12(0.9)	100(9.3)	121(10.9)

表3 化粧している人の毛染めをしているか否かの人数と毛染めの場所の年代別関係

n=1397

項目	人数	年代								検定 <sup>1)</sup>
		20~29歳	調整済	30~39歳	調整済	40~49歳	調整済	50~59歳	調整済	
毛染めしていない人	551 (39.4)	171 (51.7)	5.2	178 (52.0)	5.5	119 (33.7)	-2.5	83 (22.4)	-7.9	.000
毛染めしている人	846 (60.6)	160 (48.3)	-5.2	164 (48.0)	-5.5	234 (66.3)	2.5	288 (77.6)	7.9	
毛染めしている場所										
美容院	379 (44.8)	105 (65.6)	5.9	102 (62.2)	5.0	88 (37.6)	-2.6	84 (29.2)	-6.6	.000
自宅	293 (34.6)	23 (14.4)	-6.0	41 (25.0)	-2.9	95 (40.6)	2.3	134 (46.5)	5.2	
美容院・自宅両方	174 (20.6)	32 (20.0)	-0.2	21 (12.8)	-2.7	51 (21.8)	0.5	70 (24.3)	1.9	

<sup>1)</sup>pearsonの $\chi^2$ 検定

いますか」気にしない人は846人(60.6%)であった。「化粧品の保管場所を気にしますか」は、気にしないが887人(63.5%)であった。「化粧は必ず落として寝ますか」は、必ず落として寝るが1301人(93.1%)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、落としていないが923人(66.1%)であった。「ブツブツができ

たり、何か肌の調子がおかしい時は化粧をやめますか」は、やめる人が984人(70.4%)であった(表4)。

毛染めをしている人において、毛染めに関して「含まれている物質や使用方法の説明書を読まない人」は156人(33.4%)であった。また「染める前のパッチテストを行う人」は103人(12.1%)

表4 化粧品使用につき健康に関わる態度や知識と HPLP II の総得点との関係

n = 1397

質問調査項目 (態度面)	群 (2分割)	人数 (%)	HPLP II 総得点	t検定			効果量 r
				t値	d f	p値	
化粧品の成分表を意識して見る	見ない	922(66.0)	119.72	9.434	1395	.000	0.11
	見る	475(34.0)	130.12				
成分の効果や役割の意味がわかる	わからない	985(70.5)	119.74	10.487	1395	.000	0.27
	わかる	412(29.5)	131.67				
化粧品の開封後の期限を気にして使う	気にしない	846(60.6)	119.54	8.784	1395	.000	0.23
	気にする	551(39.4)	128.97				
化粧品の保管場所を気にする	気にしない	887(63.5)	119.32	8.654	1395	.000	0.23
	気にする	510(36.5)	129.25				
化粧は必ず寝る前に落とす	落とさない	96 (6.9)	116.15	3.604	1395	.000	0.10
	落とす	1301(93.1)	123.78				
日焼けクリームは帰宅後すぐに落とす	落とさない	923(66.1)	121.40	4.847	1395	.000	0.16
	落とす	474(33.9)	126.87				
ブツブツができたり、肌の調子がおかしい時はその化粧をやめる	やめない	413(29.6)	118.80	5.414	1395	.000	0.14
	やめる	984(70.4)	125.13				
毛染め <sup>1)</sup> について							
含まれている物質や使用方法の説明書を読む	読まない	156(33.4)	119.21	2.941	465	.003	0.14
	読む	311(66.6)	124.68				
毛染めの前にパッチテストする	しない	743(88.0)	122.44	5.761	844	.000	0.19
	する	103(12.1)	134.09				
毛染め液は頭皮に着けないように気を付ける	気にしない	357(42.2)	121.10	3.523	844	.000	0.12
	気を付ける	489(57.8)	125.87				
毛染め液が絶対に目に入らないように気を付ける	気にしない	80(9.5)	119.84	1.933	844	ns .054	0.07
	気を付ける	766(90.5)	124.28				
質問調査項目 (知識面)							
アレルギーはどのようなことか知っている	知らない	379(27.1)	117.67	6.423	1395	.000	0.17
	知っている	1018(72.9)	125.24				
抗体を知っている	知らない	555(39.7)	118.06	8.018	1395	.000	0.21
	知っている	842(60.3)	126.69				
化粧品被害を知っている	知らない	515(39.7)	119.70	5.096	1395	.000	0.14
	知っている	882(63.1)	125.34				
PL法ってどんな法律か知っている	知らない	1062(76.0)	121.82	4.793	1395	.000	0.13
	知っている	335(24.0)	127.82				

<sup>1)</sup>化粧をしている人の中で毛染めをしている人を指す

ns: not significant

しかいなかった。また「染料を頭皮に着けないように気をつけていますか」は、気を付けるが489人(57.8%)であり、「毛染め液が絶対に目に入らないように気をつけていますか」は、気を付けているが766(90.5%)であった(表4)。

「アレルギー知っていますか」は、知っている1018人(72.9%),「抗体を知っていますか」は、知っているが842人(60.3%),「化粧品被害を知っていますか」は、知っているが882人(63.1%),「PL法を知っていますか」は、知っているが335人(24.0%)であった(表4)。

また、アレルギーを知っているか否かと抗体を知っているか否かとの間には $\chi^2$ 検定で有意の差があった( $p<.001$ ) (表5)。アレルギーを知っているか否かと毛染めのパッチテストをしているか否かの間には $\chi^2$ 検定で有意の差はなかった(表5)。

#### (4) 「化粧品をしている人」の化粧品使用に際する態度とHPLP II総得点との関係

化粧品をしている人全員1397人の健康増進ライフスタイルHPLP IIの総得点(各下位尺度の平均点の総和)の平均値は123.26(SD20.125)であり正規分布を示した。

(3)で述べた各項目の回答を表4に示したように2分割(2群)にし、これらに日本語版健康増進ライフスタイルHPLP IIの合計点に有意の差があるかについて有意確率5%で $t$ 検定をおこなった。

「化粧品の成分表示を意識してみる」では「見ない」群の日本語版HPLP II合計点は130.12で「見る」群は119.72であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があり( $t=9.434$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )、「見る」人のほうがHPLP IIの合計点が高かった。

「成分の効果や役割の意味がわかる」では「わからない」群のHPLP II合計点は119.74で「わかる」群は131.67であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があり( $t=10.487$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )「わかる」群のほうがHPLP IIの合計点が高かった。

「化粧品の開封後の期限を気にして使う」では「気にしない」群のHPLP II合計平均点は119.74で「気にする」群は128.97であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があった( $t=8.784$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )。「化粧品の保管場所を気にする」では「気にしない」群のHPLP II合計点は119.82で「気にする」群は129.25であ

た。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があり( $t=8.654$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )、「化粧品は必ず寝る前に落とす」では「落とさない」群のHPLP II合計点は116.15で「落とす」群は123.78であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があった( $t=3.604$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )。

「日焼け止めクリームは帰宅後すぐに落とす」では「落とさない」群のHPLP II合計点は121.40で「落とす」群は126.87であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があった( $t=4.847$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )。「ブツブツができたり、肌の調子がおかしい時は化粧をやめる」では「やめない」群のHPLP II合計点は118.80で「やめる」群は125.13であった。両群の間にはHPLP IIの合計点に有意の差があった( $t=5.414$ ,  $df=1395$ ,  $p<.001$ )。有意の差があったものの、表4でも示しているように全体的に大きな効果量は出ていない。

また、「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」の質問項目とHPLP II尺度の質問項目の一つである「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 $\chi^2$ 検定で有意の関係性があった( $p<.001$ ) (表6)。

「化粧品被害で知っている人は何を知っていますか」の自由記述(複数記述可)では、記載数が1058件あった。最も記載数が多かったのは美白化粧の白斑の被害の603件であり、68%の人が記していた。次いで石鹸での小麦アレルギーの記述は104件であり11.8%の人が記していた。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(表7)。

## 4. 考察

### 4.1 「化粧品をしている人」と「化粧品をしていない人」の属性

「化粧品をしている人」は50代に多く、「化粧品をしていない人」は20代に多かった(表1)。本研究では、「なぜ化粧品をしていますか」「なぜ化粧品をしないですか」の質問は行っていないため、化粧品しているか否かの要因は明らかではないが、「化

表5 「アレルギーを知っていますか」と「抗体を知っていますか」および「毛染めパッチテストしていますか」の関係

化粧している人 n=1397		抗体知っていますか			検定 <sup>1)</sup>
		知らない(人)	知っている(人)	合計(人)	
アレルギーを知っていますか	知らない	314	65	379	.001
	知っている	241	777	1018	
	計	555	842	1397	
毛染めしている人(美容室も含む) n=846		アレルギーを知っていますか			
		知らない(人)	知っている(人)	合計(人)	
毛染パッチテストしていますか	していない	197	546	743	ns
	している	26	77	103	
	計	223	623	846	

<sup>1)</sup>  $\chi^2$ 検定 Fisherの直接法 ns: not significant

表6 「食品のラベル確かめる」と化粧品に対する態度との関係

化粧している人 n=1397		食品ラベルを確かめますか			検定 <sup>1)</sup>
		確かめない(人)	確かめる(人)	合計(人)	
化粧品の成分表を意識して見る	見ない	396	526	922	.001
	見ます	70	405	475	
	計	466	931	1397	
化粧している人 n=1397		食品ラベルを確かめますか			
		確かめない(人)	確かめる(人)	合計(人)	
化粧品の開封後の期限を気にして使う	気にしない	337	509	846	.001
	気にする	129	422	551	
	計	466	931	1397	
化粧している人 n=1397		食品ラベルを確かめますか			
		確かめない(人)	確かめる(人)	合計(人)	
化粧品保管場所気にする	気にしない	545	342	887	.001
	気にする	124	386	510	
	計	669	728	1397	
毛染めする人で美容室に行かない人 n=467		食品ラベルを確かめますか			
		確かめない(人)	確かめる(人)	合計(人)	
染める前に説明書をきちんと読む	読まない	73	83	156	.001
	読む	79	232	311	
	計	152	315	467	

<sup>1)</sup> pearsonの $\chi^2$ 検定

表7 化粧被害(トラブル)で知っている項目(自由記載 複数記述可) 記載者数 882人 記載数 1058件

項目	記載数	項目	記載数	項目	記載数
白斑	603	ブツブツ	16	ただれ	2
小麦アレルギー-石鹸	104	赤くなる	14	黒ずみ	2
肌荒れ	75	まだら	8	鉛	2
かぶれ	68	炎症	8	化粧やけ	1
シミ	36	黒皮症	7	眼のかぶれ	1
湿疹、発疹	30	吹き出物	5	眼の炎症	1
アレルギー	23	色素沈着	3	むくみ	1
かゆみ	21	発がん物質	4	ねずみ講	1
腫れ	18	ヘアカラーアレルギー	3	マルチ商法	1

粧をしている人」に50代が多かったのは、表1に示したように毛染めをしている人が50代に多いことが要因の一つと考えられる。

化粧する理由や化粧の効果については先行研究<sup>9-13)</sup>は多く、化粧が及ぼす、自信度、満足度が増加する心理的効果、対人関係におけるメリットやストレス緩和など生理的効果を掲げている。化粧するか否かにおいては、今回の研究で職業、既婚、独身、子の有無、アレルギーの有無などによる有意の差がなかったことを考えると、化粧するか否かは家族構成や職業などの背景よりも、先行研究からも上記の個人の化粧に見出す効果や嗜好による傾向が強いことが考えられた。

#### 4.2 「化粧をしている人」は化粧品が肌に良くないという思いを持つ人が多いことについて

化粧をしていながらもファンデーション、アイラインや口紅などはいずれも肌に良くないという認識を持つ人が多く約8割も存在した(表2)。今回の研究ではなぜ肌に良くないかと思うかの理由は質問していないため情報がなく明らかにできていないが、肌によくないと思っても4.1に前述した先行研究を参考にすると肌に良くないというデメリットはあるものの、それ以上に美的な面において自分自身に対してや対人関係においての化粧の心理的効用などの、メリットを見いだしていると考えられる。

また、肌に良くない思いながらも、その化粧をするのは、矛盾な行為ともいえるが、肌に良くないと思うが、その危険度は非常に低いという認識もあるのではないかと推察する。

#### 4.3 化粧品使用に際しての健康に関する態度(行動や知識)について

化粧は心理的、精神面での健康にメリットを及ぼす側面は非常に重要であるが、化学物質を直接素肌に塗り付ける行為であり、そのため化粧品は人体に安全でなくてはならない。これらの安全を保障するために種々の規制があり、使用してはならない物質の種類や超えてはならない基準値が定められている。しかし、規制の基準を守られていても、人によっては肌に合わずトラブルを起こす場合がある。今まで問題なく使用していたが、体調の変化でトラブルが発生することもある。アレルギーが強く出た場合は皮膚トラブルのみにとどまらず全身症状が危険となる可能性も考えられる。これらのことを念頭におき、化粧品使用は健康の

面から安全につながるようなトラブル防止に心がけておく点がある<sup>14)</sup>。

化粧品の成分を意識し、主要な成分の効果や役割をある程度理解しているほうが安全につながる。また化粧品の期限は明示されていないがまた食物のように腐敗はしないが、長期おいておくと紫外線や熱などでの変質も考えられる。化粧を洗い落とさないこともトラブルにつながり、紫外線吸収剤を含むような日焼け止めクリームは、長時間使用することでその紫外線吸収剤の化学反応が肌に害を与える場合がある。毛染めは特に酸化染毛剤についてはそれに対する抗体ができアレルギーを引き起こす場合がある。比較的アレルギーを起こしにくいとされる物質でも、人によってはアレルギー反応をおこす場合がある。化粧品の使用中にもしも皮膚に異常を感じた時には直ちに使用は止めるべきであり、症状がひどい場合、長引く場合、判断できにくい場合などは医師の診察を受けるのが適切である。これらの安全については、商品使用に際しての注意書きがついているものが多い。

化粧使用の際の態度については表4に示した通りだが、「化粧品の成分表示を意識して見るか」では、見ない人が66.0%、「成分の効果や役割の意味を分かりますか」は、わからない人70.5%であった。製造会社は使用した材料を網羅するべきという規制があり、表示しているが、消費者にとっては非常に小さな字であり見えづらいし、見てもわからないことが多い。またその効用もわかりやすく消費者を意識した表示の在り方が必要と思われる。

「何か肌の調子がおかしい時は化粧をやめますか」では、やめないとした人は29.6%であった。肌に合わない化粧品を使い続けることで皮膚トラブルを引き起こすことが多い。「肌に合わない時は使用をおやめください」などの文言は商品に記載されていることが多いが、表示を見ない人も多いことから、化粧品使用に関する何らかの啓発は必要と考えられる。

化粧品の開封後の期限や保管場所なども、気にしない人はいずれも60%以上であったが、化粧品は一度に多く使用しないことが多いため、比較的長期間同じ商品を使用することが多い。雑菌混入や、紫外線や熱で変質する可能性もあり、ある程度の意識は必要と考えられる。最近では、ごく一部に使用期間を決めて表示している商品もある。



「化粧品は必ず落として寝ます」人は、93.1%であった。基礎化粧品を除いて使用している化粧品（ファンデーション・アイライン・口紅など）は肌に良くない方向に答えた人が約80%いたが（表2）、寝る前に化粧を落とすことが、肌への悪い影響を防ぐにつながると考えているのではないかと推察する。

毛染めに関して、「毛染めの前に使用説明書をきちんと読む人」は66.6%であった。また「染める前のパッチテストを行う人」は12.1%しかいなかった。アレルギーに関する化粧品トラブルは深刻な状況になるケースもありアレルギーの知識はトラブル防止のために必要な知識である。化粧品において特に染毛剤のアレルギーによるトラブルは厚生労働省や消費者庁も注意を呼び掛けている<sup>15)</sup>。一般的に中高年になるに従い徐々に白髪は増加してくるが、20代30代に比べて40代50代となるほど多く毛染めしている人が多く、自宅で行う人も多いという結果であったが（表3）、一人暮らしの人などは突然強いアレルギー反応が出た場合の緊急措置なども考慮するとアレルギーの抗原抗体の基本的な知識が必要であり、事前のパッチテストの施行は必要である。

「アレルギーを知っている人」は「抗体を知っている人」が多いという傾向であった（表5）。しかし、記述統計でみると、アレルギーを知っていると答えた人1018人の内、241人（23.7%）が抗体を知らないと答えている（表5）。このように抗体を知らないと答えている人が同時にアレルギーを知っていると答えている場合、かゆみや腫れや発赤などの症状のみを考えて、アレルギーが引き起こされる機序はよく知らない可能性がある。抗原・抗体の知識がなければ機序の理解はできない。アレルギーの機序をある程度知って、化粧品トラブル予防行動ができることが健康生活には必要である。わかりやすい説明をもって、毛染めのパッチテストの必要性なども理解されるような啓発活動も必要である。

#### 4.4 化粧品使用に際しての健康に関する態度（行動や知識）とおよびHPLP IIとの関係

化粧品を使用する際の態度と健康増進ライフスタイル尺度HPLP IIとの関係において、健康上の化粧品トラブル防止につながる態度に答えている人のほうが、HPLP IIの総合点数が全般的に高いという結果となった。効果量は小が多く、大きな差を付けているとまでは言いきれないが、日常ライ

フスタイルにおいて、より健康に心がけた生活をしている人のほうが、化粧品行動においても、健康面に注意を払っている傾向があると解釈できる（表4）。日本語版HPLP II尺度の開発者の先行研究<sup>7)</sup>の対象は幅広い年齢・多様な職業・学歴（某大学夜間部学生、某医療サービス機関の職員、健康教室の参加者）であり、日本語版HPLP II尺度を使用した他の論文の対象も中高年女性<sup>16)</sup>、40～74歳の男女<sup>17)</sup>、40～70代の男女<sup>18)</sup>等であった。今回の対象である20～59歳の女性と比較できる研究はみられなかったことから、本調査の対象者がHPLP II尺度の平均点が高い集団とも低い集団ともいえない。先行研究のHPLP II尺度の平均点は本調査と比較しても大きくかけはなれたものではなかったが今回比較できなかったため、今後は類似の対象の研究が期待される。

日常ライフスタイルにおいて、消費者行動という観点から、食品購入時に食品のラベル（産地、原料、日付、保管方法）をみて注意を払う行為と化粧品においても成分や効能を見て注意を払う行為とは類似の行為であることが言える。「食料品のラベルを気にするか否か」と「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」の間で関連がみられた（表6）。これらを考えると、健康増進ライフスタイルは、単独のことがらに対しての健康志向の行為があつて単にそれらの総和で成り立っているのではなく、例えば、食品の産地や原料や日付ラベルを見る態度が身についてきたならば、自然と化粧品のラベルも気にする態度につながるなどして複合相互的に影響しあつて健康志向の態度が高まっていく可能性もあるのではないかとと思われる。そのように考えると逆に化粧品を通して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るため、今後さらなる研究を進める必要があると考える。

#### 4.5 化粧品被害について

美白化粧品の白斑や小麦アレルギー石鹸のトラブルは深刻なケースであり、マスコミでも大きく取り上げられたことで知る人が多かったと考えられる。PL法（Product Liability：製造物責任）について、知らないが76.0%であった（表4）。化粧品メーカーは多くの規制を遵守しながら製品を送りだしていると考えられるが、当初、想定できなかったことが起こる可能性があり、化粧品消費者の態

度としては、肌に異常を感じれば直ちにやめることが重要であり、また、何らかのトラブルが出た場合、メーカーに情報をフィードバックすることで、より良い製品が作られるにつながると考えられる。成分表の表示や注意喚起する事項も、消費者を意識した表示の在り方が必要と思われるが、これらもフィードバックしていく必要があるだろう。

#### 4.6 化粧品に関する身近な啓発活動の推奨

化粧品使用について望ましい態度をとっている人はそうでない人よりも日本語版健康増進ライフスタイル HPLP II 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、逆に安全な化粧品使用に関する啓発を行い、健康面に留意するようになれば、また、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などがある中、食育や他の保健指導と同様に化粧品消費者保健指導も重要であると考えられる。様々な健康レベルに置かれている人々を対象とする看護職の活動の一つとして、地域で身近な啓発活動として化粧品に関してもワークショップ等開催していくことが推奨される。

#### 本研究の限界と今後の課題

対象者を女性のみ限定したが、今後は男性の基礎化粧品や毛染めの増加を鑑み男性も対象にするべきである。筆者らは、試みに学生にワークショップ「化粧品と健康について考える機会提供と化粧品被害予防の啓発活動」<sup>19)</sup>を開催したが、今後も化粧品に関する啓発活動の効果を検証しながら、ヘルスプロモーションに少しでもつなげていくことに努力していきたい。

#### 5. 結語

化粧品による皮膚などの健康被害が多いことを踏まえ、化粧品使用の際の健康に関する態度の実態および、健康増進ライフスタイルとの関連性を調査した結果、

1. 調査した 20～59 歳の女性 1600 人中、化粧品している人は 1397 人 (87.3%) であった。
2. 化粧品をしている人でファンデーション、アイラインや口紅などはいずれも肌に良くないという認識を持つ人が約 8 割であった。
3. 化粧品している人で、化粧品の成分を見ない人 66.0%、毛染めでパッチテストを行わない人 88.0%、肌に合わないと思ってもすぐ

に使用をやめない人 29.6% などであった。

4. 化粧品使用について健康面で望ましい態度をとっている人のほうが、そうでない人よりも HPLP II 尺度の総合計点が有意に高かった。

化粧品による皮膚などの健康トラブルを減少させ、健康増進のライフスタイルの向上を図るために、化粧品使用において健康・安全に使用するための啓発の必要性が示唆された。

(本研究は科学研究費助成事業 学術研究基金助成金 挑戦的萌芽研究, 研究課題番号 26560023 研究代表者 吉田和枝) の助成を受けたものである。

#### 利益相反

なし

#### 引用文献

- 1) J.A. Graham: Cosmetic therapy for the elderly. J. Soc. Cosmet. Chem., 35, 133-145, 1984.
- 2) 土井裕和: 化粧品がもつ自尊心昂揚効果に関する発達脳科学的研究. コスメトロジー研究 振興財団, 2010.
- 3) 永友雅子: 痴呆老人の快の感情表出を促す援助 日常生活援助に化粧品行為を取り入れて. 精神科看護, 25 (8), 47-51, 1998.
- 4) 大西久美, 加藤重子, 鈴木和恵: 介護老人保健施設に入所している高齢者への化粧品効果. 日本認知症ケア学会誌, 8(2), 326, 2009.
- 5) PIO-NETにみる危害・危険情報—全国のデータから消費生活年報2020. 独立行政法人国民生活センター編, 42-45, 2020.
- 6) PIO-NETにみる危害・危険情報と医療機関ネットワークの情報 消費生活年報2016. 独立行政法人国民生活センター編, 44-48, 2016.
- 7) 魏長年, 米満弘之, 原田幸一, 他2名: 日本語版健康増進ライフスタイルプロフィール. 日本衛生学雑誌, 5 (4), 597-606, 2000.
- 8) Walker SN, Sechrist KR, Pender NJ. The healthpromoting life-style profile: Development and psychometric characteristics. Nursing Research., 36, 76-81, 1987.
- 9) 吉田和枝, 米田昌代, 長谷川昇, 他1名: 化粧品に対する意識と化粧品行動についての調査. 第9回看護実践学会学術集会講演集, 80-81, 2015.
- 10) 森地恵理子, 広瀬統, 中田悟: メイクアップの心理的効果と生体防御機能に及ぼす影響. 日本福祉大学

情報社会科学論文集, 第9巻, 111-116, 2006.

- 11) 松井豊, 山本真理子, 岩男寿美子: 化粧の心理的効用. マーケティングリサーチ, 21, 30-41, 1983.
- 12) 高橋良子, 堀洋道, 岩男征機: 化粧の心理学的効果に関する基礎研究. 教育相談研究, 38, 33-41, 2000.
- 13) 余語真夫, 浜治世, 津田兼六, 他1名: 女性の精神的健康に与える化粧の効用. 健康心理学研究, 3, 28-32, 1990.
- 14) 化学製品PL相談センター編: 化学製品による事故を防ぐために 月次活動報告書 アクティビティーノート 連載シリーズ①. 日本化学工業協会, 2016.
- 15) 厚生労働省: 平成27年 毛染めによる皮膚障害.  
<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000124268.html>(accessed 2020/6/5)
- 16) 日下知子: 中高年女性のヘルスプロモーション行動に関する研究 —日本語版健康増進ライフスタイルプロフィールと背景因子との関連—. 川崎医療福祉学会誌, 18(2), 295-305, 2019.
- 17) 井本知江, 山田和子, 森岡郁晴: 保険者別特定健診受診の有無と健康増進ライフスタイル, ヘルスリテラシー, ソーシャル・キャピタルとの関連. 日本公衆衛生雑誌, 66(6), 295-305, 2019.
- 18) 井本知江, 中井あい, 山田和子, 他1名: 日本における40代から70代の性別, 年代別, 健康増進ライフスタイル, ヘルスリテラシーの現状, 厚生指標, 67(2), 15-22, 2020.
- 19) 吉田和枝, 松野智香子, 小澤雪絵, 他4人: 化粧と健康について考える機会提供と化粧品被害の予防活動の効果. 看護理工会・看護実践会・国際リンパ浮腫フレームワーク・ジャパン研協会抄集, 5回・11回・7回, 98, 2017.

## Relationships between Health Attitudes When Using Cosmetics and Health-promoting Lifestyles

Kazue YOSHIDA, Saori SOYAMA, Masayo YONEDA, Noboru HASEGAWA,  
Chikako MATSUNO, Masumi NAWA

### Abstract

Objective: To clarify health attitudes when using cosmetics and their relationships with health-promoting lifestyles, in consideration of the high prevalence of health problems caused by makeup. Methods: A web questionnaire survey was conducted, involving 1,600 females aged 20 to 59. The questionnaire consisted of the Japanese-version HPLP II and questions to evaluate attitudes when using cosmetics. Results and Discussion: There were 1,397 respondents applying makeup. The rates for main items were as follows: not confirming ingredients in cosmetics: 66.0%; skipping patch tests for hair dye: 88.0%; and not immediately discontinuing the use of cosmetics that harm one's skin: 29.6%. The t-test to compare the respondents' attitudes when using cosmetics based on their total HPLP II scores, with the significance level set at 5%, revealed that those with higher total HPLP II scores had more favorable health attitudes when wearing makeup. The results suggest the necessity of raising awareness of healthy and safe use of cosmetics as a basis for developing health-promoting lifestyles.

Keywords cosmetics, using cosmetics, health, safety, The Japanese-version HPLP II