

同志社大学

2020年度 卒業論文

論題：女子大学生に痩せ願望を引き起こす社会的要因についての研究

社会学部社会学科
学籍番号：1109171095
氏名：山田菜月
指導教員：立木茂雄
(本文の総文字数：21269字)

要旨

論題：女子大学生に痩せ願望を引き起こす社会的要因についての研究

学籍番号：11091171095

氏名：山田菜月

自身が習うクラシックバレエから体型にこだわりを持ち、ダイエットをした経験がある。また、友人とダイエット話になることや、ダイエット情報を見聞きする機会も多いことから、女子大学生の「痩せ」の価値観に関心を持った。筆者が行った調査では、体型不満に関する質問の結果から、7・8割が体型不満を抱えていることがわかった。私たちはなぜ「痩せ」について考えるのだろうか。

先行研究を踏まえて調査を行った結果、女子大学生の痩せ願望、体型不満やこだわりを説明する要素を明らかにすることができた。筆者の立てた仮説である、「対人関係による直接的な他者意識、マス・メディアや SNS のダイエットアカウントを通じた間接的な他者意識、自身の身体に対しての自己評価が、女子大学生の痩せ願望に影響を及ぼす。」を一部実証する結果となった。また、本研究で焦点を当てた2つの SNS の影響も、関係性を検討することができた。重回帰分析の結果からは、痩せ願望のうち、体型不満とダイエット行動に影響を与えるものは異なることがわかった。

キーワード：痩せ願望、他者意識、身体的自己評価

目次

1	はじめに	1
1.1	研究の背景	1
1.2	先行研究	2
1.2.1	痩せ願望・体型不満に関する研究	2
	(1) バレエの痩身について	2
	(2) 痩せ願望を引き起こす要因	2
1.2.2	メディアについて	4
	(1) SNS でのつながり	4
	(2) SNS の影響	4
1.3	目的・意義	5
2	方法	5
2.1	仮説	5
2.2	調査方法	6
2.2.1	調査概要	6
2.2.2	調査項目	6
	(1) 従属変数	7
	(2) 独立変数	7
2.3	分析方法	11
2	結果	11
3.1	回答者の属性	11
3.2	度数分布	12
3.3	相関分析	14
3.4	重回帰分析	16
4	考察	21
4.1	度数分布の結果	21
4.2	相関分析の結果	21
4.3	重回帰分析の結果	23
5	結論	24

1 はじめに

1.1 研究の背景

自身が習うクラシックバレエがきっかけで、「身体の線が細い方が美しい」という考え方をしてきた。そのため、体型には常に強いこだわりを持ち、体型は、踊りをより美しく見せるための1つの要素だという認識をしている。舞台前になると、より一層体型に意識とこだわりを持ち、体重を落とし引き締め、身体を絞るダイエットをした経験がある。実際、周りの友人との話や、ダイエット特集のテレビ番組を見ていると、女性のダイエット行動の長期化・習慣化の問題が現状として見られると感じる。

大学生になり、ダイエットをしている時、Instagramで「ダイエットアカウント」が多数あることを知った。それは、いわゆる「インスタ映え」を求める投稿とは全く違うInstagramのアカウントの形である。2020年1月18日現在では、「#ダイエット」と検索すると、920万件がヒット、「#ダイエット記録」と検索すると、110万件がヒットした。他にも、「#ダイエットアカウント」「#ダイエット生活」「#食事記録」など、ハッシュタグをつけてあらゆるダイエットに関する言葉が検索結果として上がっている。これらは、ダイエットアカウントの投稿のハッシュタグについていることがほとんどである。また、バレエ関係者だけでなく、大学にも痩せ願望を抱く女性がいて、友人と、食事や運動、筋トレと言ったダイエット話になることも多い。このようなことがきっかけとなり、女性はなぜ自分の体型を気にして、痩せ願望を抱くのか疑問を持つようになった。

そもそも、女性の痩せにはどのような現状があるのだろうか。痩せ志向の現状について作田由衣子・齋藤美穂(2012)は、体型の認知と体型の理想に関して、女性・男性関わらず、自分の体型を正確に認知していることは同様であるが、理想体型においては、女性が男性に比べて著しく細いことを示している。

これまで、体型不満や痩せ願望について、様々な研究がなされてきたが、それらは、本人の自己意識、また、摂食障害や摂食行動異常といった食行動異常に関するものがほとんどである。痩身に対して、健康問題の危険性から考察している論文は見られるが、実際の痩身を求める者の対人的認知に焦点を当てているものは少ない。

前川智子(2005)は、他者からの「体型に関する指摘」を経験することは、「痩せに関する価値観」と関連しているとしている。また、「体型に関する指摘」は直接「体型に関する不満」に影響を与えているとしている。そして、「痩せ願望」に対しては、「痩せに対する価値観」、 「メディアの影響」「友人の痩せ志向」が影響力を持っていることを指摘している。

本研究では、痩せ願望を引き起こす要因として、対人関係の他者意識を直接的な他者意識、間接的な他者意識の2つに分けて考察することとする。直接的な他者意識には、他者からの否定的評価の恐れからの痩せ願望の意識、家族や友人の痩せ願望や異性意識を挙げる。間接的な他者意識には、テレビ、TwitterやInstagramのダイエットアカウントから受ける影響を挙げることにする。また、自身の体型に対してのこだわりについても検討することで、多角的に女子大学の痩せ願望を引き起こす要因について研究する。

1.2 先行研究

1.2.1 痩せ願望・体型不満に関する研究

(1) バレエの痩身について

300年も前に身体加工法が確立したバレエでは、創始期から身体つきが論じられている。1760年代、舞踊を職業としたいなら、まず考えるべきは肉体的な条件である、とノヴェールが述べている。上・下肢は長く、中でも下肢は身長の上半分以上が理想であり、真っ直ぐに伸びたのが良いとされている。バレリーナにみられる痩身傾向としては、1840年代、1900年、1950年、2000年と痩せの傾向は高まっている。日本学術会議文化人類学・民俗学研究連絡委員会（2005）による『舞踊と身体表現』では、バレエ体型の特徴は痩身で、この傾向は加速の傾向があるとしている。バレエダンサーは、平均女性と比べると、著しい痩身ゾーンにあることも示されている。バレエでは、肉体レベルの基礎構造ができて初めて技や表現が可能となること、そして、ラインの確保、跳躍技や男性によるリフト、ヒロインの天上性・清浄性の演出が、ふくよかさの拒否に繋がっているのだと指摘されている。

(2) 痩せ願望を引き起こす要因

仮屋園昭彦（1997）によると、痩せ願望自体は男性でも認められるが、痩せ願望に影響を及ぼすものに違いがあると示している。男性の痩せ願望の場合、痩せ願望に影響を及ぼすのは、体型の認知、身体満足度、容姿の重視度の3つのうち体型の認知のみであるのに対し、女性の痩せ願望の場合、体型の認知、身体満足度、重視度の全てが影響を与えているのである。

また、馬場安希・菅原健介（2000）の大学生を対象とした調査においても、「ダイエット経験率」、「痩せたいという意識」は、男性よりも女性の方が高いことが明らかになっていると示されている。実際、女性のダイエットの目的は「体型の維持」よりも「よりスリムになること」であり、痩身へのこだわり、つまり痩せ願望が示されている。このように、痩せ願望は男女ともにみられるものだと理解できる反面、女性の痩せ願望の実態は、男性の痩せ願望の実態よりも、強く奥深いことが十分に考えられる。そのため、女性に焦点を当てて痩せ願望を引き起こす要因を研究することが必要であると感ずる。

馬場・菅原（2000）によると、痩せ願望の強さは、主に「身体的な肥満から痩身願望に至るルート」、「自己顕示欲求から発する痩身願望」、「自己不全感から発する痩身願望」の3つによって高められるとしている。まず、「身体的な肥満から痩身願望に至るルート」では、純粋な運動機能や健康上の理由から痩せたいと思う過程であると推測できるとしている。次に、「自己顕示欲求から発する痩身願望」では、「女性としての魅力をアピールしたい」という自己顕示性と今は太っている（BMIが高い）という要因が加わり、痩せれば良いことがあるというメリット感が高まって、痩身願望に結びつくと考えられている。最後に「自己不全感から発する痩身願望」では、自尊感情が低い人に、今は太っている（BMIが高い）という要因が加わると、「今の体型のせいで自分は幸せになれない」というデメリット感が高まって、痩身願望に結びつくとしている。考察のまとめとして、女子青年の多様な欲求を「痩身」という1つの単純な手段を用いて満たそうとしているのだと論じている。しかし、馬場・菅原（2000）の研究において、女性の痩身のこだわりについては深く調査されているが、親子関係や友人関係などの影響といった、対人関係の中での他者意識を考察した結論はあげられていない。

鈴木幹子、伊藤裕子(2002)は、異性意識の高まりは、異性への関心とともに、異性から見られる性であるという認知なのだを示している。その異性意識の高まり、異性からどのように見られているかという意識の強さが、女性の痩せ願望や摂食障害傾向を高めるのだと指摘している。したがって、本論においても、「異性から見られている自分」という意識を持つことが痩せ願望に影響を与えるのか検討したい。

前川(2005)は、1005名の女子大学生を対象に質問紙調査を実施した。質問紙調査では、食行動と態度、身体状況、親の養育行動と体型に関する指摘、やせに対する価値観、メディアの影響、家族や友人のやせ志向を測定している。分析の結果、「やせ願望」に対しては「やせに対する価値観」、「メディアの影響」、「友人のやせ志向」が説明力を持っていたとしている。ここで筆者は、「やせ願望」に影響を与えるものとしてあげられているものの中でも「メディアの影響」に注目した。前川(2005)は、テレビや雑誌でのダイエット特集への敏感さ、紹介されたダイエット法を試すといった「メディアの影響」によっても体重・体型へのこだわりが説明されたとしている。しかし、<メディアの影響>の項目には、「雑誌でやせるための特集をしているページは必ず読む」、「雑誌に載っているやせる方法を試したことがある」、「テレビでやせるための特集をしていたら見る」、「テレビで特集していたやせる方法を試したことがある」の4つのみであり、これではメディアの影響を図るのには不十分であると考えられる。メディア媒体としては、テレビ、雑誌、インターネットなどをあげており、これらのメディアから、やせに関する膨大な情報があふれていること、そしてこれからさらに増え続けることを指摘している。したがって、メディアの影響をさらに掘り下げて考察する必要性を感じた。テレビ、雑誌、インターネットにこだわらず、SNSのうち、TwitterやInstagramに着目することによって、今日のメディア媒体からも相互に考察できると考える。

田中励子(1997)は、瘦身づくり現象をとらえ、瘦身を規定する諸要因を分析し、社会的脈絡を検討している。この研究の調査方法として、女子短期大学の学生9名に2年余にわたってフィールドワークを行っている。フィールドワークは、3段階に踏んで進められている。第1に、現在の自分の身体像について描いてもらい、自分の瘦身づくりに関するアンケート調査を行っている。第2に、女子大学生の活動の中に参加し、参与観察法によって、経験の共有と普通の会話から知り得たことを研究の資料としている。第3に、9人の女子学生に対するライフ・ヒストリー調査を聞き取りによって行っている。その研究結果を次のように述べている。瘦身づくりを規定する要因は、健康観(死生観)、食事観(食事の仕方や栄養についての考え方)、服装観(衣服やファッションを通した外観の表し方)、審美観といった身体のあり方に密接な関連を持つ価値観とともに、ジェンダー(文化的・社会的につくられた性)意識といった5つであると論じている。また、ふくよかな女らしい女性の身体の嫌悪し、瘦身は、社会からの女性の容姿に対する要求への適応現象であり、マス・メディアが幼いころから痩せている女性が美しいという価値観を刷り込んでいることで、社会にとって望ましいとされる身体として価値づけられた社会的身体といえるとしている。また、意図的な瘦身づくりは、身体をつくりかえる行為として、現代の「身体変工」とであると考察している。

田崎慎治(2007)は、痩せ願望は、現在の体型に対してのボディ・イメージよりも細い体型を理想とするために起こるのだと述べている。自尊感情を支える重要な要因は、自己評価であると述べ、身体領域に対する自己評価が痩せ願望に強い影響を及ぼしていると仮定し、健全な大学生女子を対象に、自尊感情を構成する自己評価や自己受容と、痩せ願望および食

行動との関連を検討している。その中で、自尊感情尺度、身体的自己評価尺度、精神的自己評価尺度、自己受容測定尺度、楽観主義尺度が用いられた。田崎（2007）が作成した、身体的自己評価尺度は、個人の体型に関する自己評価を測定する目的で作成されており、共分散分析の結果として、身体領域に対する自己評価によって痩せ願望が強まり、抑制的な摂食が多くなることが明らかになったと述べている。また、考察では、摂食障害の予防についても、示唆しており、外見のこだわりを少なくすることが摂食障害の予防につながるとの結論で締めくくられている。身体的自己評価が痩せ願望に影響を与えていることが分かったが、他者との間の「痩せ」を媒介した関わりについては、触れられていない。本研究では、田崎（2007）の身体的自己評価尺度に加えて、他者との関わりや、他者からの影響力についても併せて考察することとする。

1.2.2 メディアについて

(1) SNS でのつながり

高谷邦彦（2017）は、2010 年前後からケータイからスマホへというシフトが急速に進み、若者たちのコミュニケーションのスタイルも大きく変容したとしている。そして、インターネットは〈つながり〉を生み出すメディアであるとし、〈つながり〉を 2 種類に分類している。1 つは、見知らぬ人々との出会いによるつながりであり、もう 1 つは、既存の友人関係を維持するためのつながりであると述べている。インターネットがもたらした恩恵の一つは、見知らぬ人々との出会いによるつながりであると言われているとしているが、女子学生の多くは、未知のユーザとの接触を「怖い」あるいは「気持ち悪い」と感じていることを指摘している。Instagram の利用調査結果では、学生たちから「怖い」や、「嫌な思いをした」というネガティブな意見はほとんど聞かれず、むしろ「いろいろな写真を見ることができて楽しい」といったポジティブな意見の例が挙げられている。高谷（2017）が述べていることから、見知らぬ人々とのつながりには、ネガティブな意見があることが読み取れるが、これは実際に個々人間でやりとりをする場合であり、「フォロー」のみ、「投稿を見る」のみでの関係、つまり筆者が研究しようとしている間接的な関係の場合には、どのような意見になるかは想定できないと言える。

(2) SNS の影響

橋本聖子・宮岡佳子・鈴木眞理・加茂登志（2018）は、SNS の利用頻度が高いと、食行動異常が高くなり、ボディイメージのずれの度合いが高くなるという仮説を立て、摂食障害と SNS の新たな知見を得たとしている。調査対象者は、20～30 代の女性摂食障害患者 42 名を患者群（平均年齢 25.3 歳）とし、一般女子大学生 143 名を一般群として（平均 20.4 歳）質問紙調査を行っている。質問紙には、フェイスシートによる調査、メディアの影響尺度には、前川（2005）のメディアの影響尺度の「テレビ」を「SNS」に改変している。また、食行動の異常度を測定する尺度、自尊感情を測定する尺度、ボディイメージと、その歪みを測定する尺度から引用している。結果として、一般群の方が SNS を利用する傾向があることがわかった。一方、患者群の方が SNS で他人の写真の体型が気になると回答している。これを踏まえて、自分の体型をどう認知しているか、患者群、一般群をそれぞれ 3 群にわけ、中でも患者群の「自分が実際よりも太っているという認知が高い群」は、ボディイメージの障害が強い群であると論じ

られている。また、この群は、体重を減らすことに関心があり、SNS の中でもブログをよく使っていたことが明らかにされている。考察として、痩せや体型へのこだわりが強い摂食障害患者ほど、食生活やダイエットに関する記事、摂食障害者の日記や闘病記といった種類のブログを読んでいる可能性が示唆されている。

1.3 目的・意義

本研究では、先行研究を踏まえた上で、女子大学生の痩せ願望に影響すると考えられる他者意識に視点を当てた。その上で、他者意識を、直接的な他者意識と間接的な他者意識の2つにわけて、研究することとする。直接的な他者意識には、他者からの否定的評価の恐れ、家族・友人の痩せ願望、異性意識をあげ、間接的な他者意識には、放送メディア（テレビ）と、SNS の中でもダイエットにまつわるアカウントや投稿が多い Instagram と Twitter からの影響を取り入れる。また、上記の2つの他者意識の観点に加えて、自身の体型へのこだわりや価値観を表す、身体に対しての自己評価を取り入れることとする。以上、直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的な自己評価と、女子大学生の痩せ願望との関連を研究していく。先行研究からも読み取れるように、これまでの研究では、対人関係、つまり本研究での直接的な他者意識を取り上げているものがほとんどであり、メディアからの影響に関しての言及は、あいまいな表現で締めくくられているものが多い。そこで、間接的な他者意識だと考えられる Instagram と Twitter を含めることで、これまでの研究では明らかにされていない部分まで同時に考察することが可能である。身体に対しての自己評価については、女子大学生の身体へのこだわり・価値観について研究することができる。

したがって、本研究ではリサーチクエスチョンを、「直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体に対しての自己評価が、女子大学生の痩せ願望とどのように関連しているのか。」とし、研究調査を行う。

2.方法

2.1 仮説

先行研究を踏まえて仮説立てを行った。本研究で筆者が立てた仮説は、「対人関係による直接的な他者意識、マス・メディアや SNS のダイエットアカウントを通じた間接的な他者意識、自身の身体に対しての自己評価が、女子大学生の痩せ願望に影響を及ぼす。」であり、図で表すと以下（図1）のようになる。

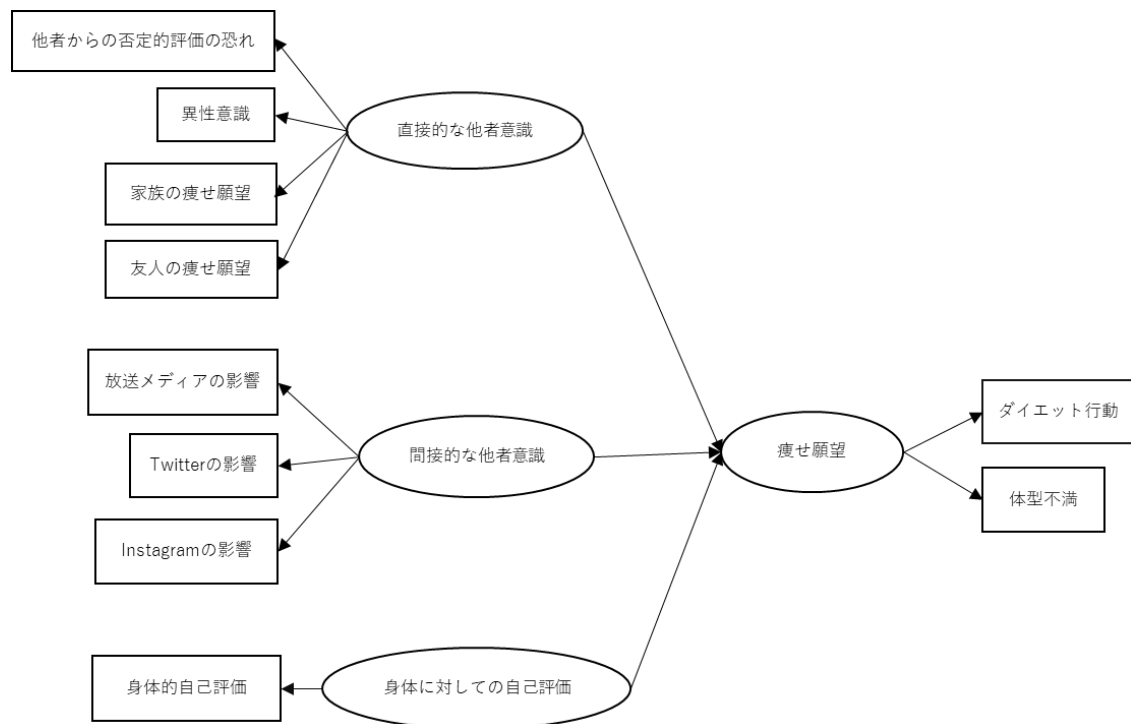


図1 リサーチデザイン

2.2 調査方法

2.2.1 調査概要

本研究での調査対象者は、同志社大学生、同志社女子大学生を中心とした女子大学生である。この調査を行うにあたり、無料のアンケートツールである Google フォームを用いてアンケートを作成した。Google フォームでの回答には、回答期限の制限を設け、2020年10月初旬から中旬にかけて実施した。この期間中、スマートフォンで個別に連絡をして回答の協力を得た。また、自身のInstagramアカウントのプロフィールにアンケートURLを記載し、ストーリーズ機能を用いてアンケートへの回答の協力を求め、幅広い女子大学生からの回答が得られるように工夫をした。この方法により、合計200回答を集め、有効fは200票であった。なお、アンケートには、調査の趣旨・得られたデータの使用目的はもちろん、個人が特定されたり個人情報漏洩したりすることはないことを明記した。こうして得られたデータはすべて、統計解析ソフト IBM SPSS バージョン26で数値化して処理を行い、相関分析を行ったのち、重回帰分析を行った。

2.2.2 調査項目

Google フォームでの調査項目で分析に用いた従属変数は、痩せ願望である。この痩せ願望の意識と行動について探るため、体型不満、ダイエット行動の2つを尺度として用いて質問項目を作成し、集計を行った。この2つの項目から、女子大学生の痩せに対する心理的な

面と、実際の行動を読み取ることが可能であると考えた。

独立変数は、直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体に対する自己評価である。まず、直接的な他者意識を測るために、他者からの否定的評価の恐れ、家族の痩せ願望、友人の痩せ願望、異性意識について、それぞれ質問項目を作成した。次に、間接的な他者意識を測るために、放送メディアの影響、Twitter の影響、Instagram の影響について、それぞれ質問項目を作成した。身体に対する自己評価については、田崎 (2007) の身体的自己評価尺度を用いることとした。以下の (1) 従属変数、(2) 独立変数において、項目についての詳しい説明を行う。

(1) 従属変数

従属変数を「痩せ願望」とし、「体型不満」と「ダイエット行動」についての質問項目を作成し回答を集めることで、痩せに対する意識や価値観、また実際の行動を探ることを可能とした。馬場・菅原(1998)の大学生を対象とした調査においても、「ダイエット経験率」、 「痩せたいという意識」は、男性よりも女性の方が高いことが明らかであると示されている。また、実際、女性のダイエットの目的は「よりスリムになること」であり、瘦身へのこだわり、つまり痩せ願望が示されているため、意識や価値観に関する質問項目だけでなく、「ダイエット行動」についても質問項目を作成した。ダイエット行動に関する項目は、「体重を落とすための食事制限をしている」などの全 5 項目からなり、日常生活の様々な場面で考えられるダイエット行動を質問項目とした。

(2) 独立変数

まず、直接的な他者意識について、「他者からの否定的評価の恐れ」9項目、「家族の痩せ願望」3項目、「友人の痩せ願望」4項目、「異性意識」5項目を尋ねた。次に、間接的な他者意識について、「放送メディアの影響」4項目、「Twitter の影響」6項目、「Instagram の影響」6項目について尋ねた。数々の SNS の中から、最も痩せやダイエットと関連していると思われる Twitter と Instagram を挙げ、自身で尺度を作成した。身体に対する自己評価については、「身体的自己評価尺度」9項目を尋ねた。筆者が女子大学生の他者意識を 2 つに分けて尺度を作成した理由としては、先行研究で多く見られた、対人関係による他者意識だけでは不十分だと感じたからである。家族や友人をはじめとする私生活で直接関わりを持たない、いわばネット上での小さな繋がりや情報からの影響も、十分に調査し考察する必要性を感じている。「直接的な他者意識」では、家族や友人、私生活の中で関わりを持つ人からの影響を十分に網羅し、「間接的な他者意識」では、メディアや SNS といった、情報社会に生きる女子大学生の繋がりや関わり、関係性を考察することができる質問項目となっている。

直接的な他者意識から詳しく説明をしていく。まず「他者からの否定的評価の恐れ」に関する項目には、笹川智子ら (2004) による研究「他者からの否定的評価に対する社会的不安測定尺度 (FNE) 短縮版作成の試み—項目反応理論による検討—」より引用した。例として、「誰かと話しているとき、その人が自分のことをどう思っているか心配だ」などの質問項目を尋ねた。

「家族の痩せ願望」,「友人の痩せ願望」に関する項目には,前川(2005)による研究「青年期女子の体重・体型へのこだわりに影響を及ぼす要因—親の養育行動と社会的要因からの検討」から引用した.前川(2005)は,「体重・体型のこだわり」,「社会的要因」,「養育行動」の3つに項目を分類しており,その中でも「社会的要因」の中から,「家族のやせ志向」,「友人のやせ志向」を利用した.例として,「家族はやせることを話題にする」や「中学・高校時代に「ダイエットごっこ」(友達同士で競争しながら体重を減らすようなこと)が流行っていた」などの質問がある.

「異性意識」に関する項目には,鈴木・伊藤(2002)の「女子青年における女性性受容と摂食障害傾向—自尊感情,身体満足度,異性意識を媒介として—」より,「異性意識」に関する質問5項目を引用した.例として,「異性に強い関心がある」などの質問である.

「放送メディアの影響」に関する項目には,前川(2005)による研究「青年期女子の体重・体型へのこだわりに影響を及ぼす要因—親の養育行動と社会的要因からの検討」から引用した.例として,「テレビでやせるための特集をしていたら見る」などの質問がある.

ここでのメディアは,マス・メディアに特定されており,ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)の項目は作成されていないことが指摘できる.そのため,ダイエットに関する投稿や情報が多い, Twitter と Instagram についても質問項目を作成し,より多角的に間接的な他者意識について分析・研究できるようにした.「Twitterの影響」,「Instagramの影響」は,前川(2005)の「メディアの影響」を参考とし,以下それぞれ6項目を作成した.例として「Instagramからの影響」を挙げる.「Instagramのダイエットアカウントについて知っている,または見たことがある」,「Instagramのダイエットアカウントを1つでもフォローしている」,「Instagramのダイエットアカウントを作成したことがある」,「Instagramのダイエットアカウントに自身のダイエット記録を投稿している(ストーリー機能も含む)」,「Instagramのダイエットアカウントでやせるための特集(食事や運動に関連すること)ページは必ず読む」,「Instagramダイエットアカウントに載っていたやせる方法を試したことがある」の全6項目である.「Twitterの影響」も同様のものとした.

「身体的自己評価」には,田崎慎治(2007)による研究「女子大学生における痩せ願望と自己評価および自己受容の関連」より,「身体的自己評価尺度」を引用した.現在の体型や,自身の体型をどのように考え捉えているのかを明らかにできる質問項目である.例として,「自分の体重について考えると,不快な気分になる」などがある.

これらすべての項目は,ともに同じ回答形式で回答を集めた.回答形式は「とても強く思う(とてもよく当てはまる)」,「どちらかといえばそう思う(どちらかといえば当てはまる)」,「どちらともいえない」,「どちらかといえばそう思わない(どちらかといえば当てはまらない)」,「まったくそう思わない(まったく当てはまらない)」の5件法で行った.最後に,フェイスシートを尋ねる項目を3つ設け,「性別」,「年齢」,「学年」を尋ねた.性別は男性,女性,その他の選択制,学年は大学1年生,大学2年生,大学3年生,大学4年生の選択制と,その他(回答式),年齢は,半角数字で年齢を回答する形式である.

表1 他者からの否定的評価の恐れを測る項目

-
- 1 私の欠点に気づくのではないかと心配だ
 - 2 自分の欠点を見つけられるのではないかと心配だ
 - 3 誰かと話しているとき、その人が自分のことをどう思っているか心配だ
 - 4 他の人が私のことを価値がないと思うのではないかと心配だ
 - 5 私の友達が自分のことをどう思っているかあれこれ考えてしまう
 - 6 他の人が自分のことを認めてくれなくても、あまり気にならない
 - 7 自分が良ければ、それでいい
 - 8 他の人からの自分の評価が気になる
 - 9 自分がどんな印象を与えているのか気になる
-

表2 家族の痩せ願望を測る項目

-
- 10 家族で現在やせようとしている人がいる
 - 11 家族はやせることを話題にする
 - 12 家族にやせるためにスポーツクラブに通っている人がいる
-

表3 友人の痩せ願望を測る項目

-
- 13 友人で現在やせようとしている人がいる
 - 14 友人はやせることを話題にする
 - 15 友人にやせるためにスポーツクラブに通っている人がいる
 - 16 中学・高校時代に「ダイエットごっこ」（友達同士で競争しながら体重を減らすようなこと）が流行っていた
-

表4 異性意識を測る項目

-
- 17 異性に強い関心がある
 - 18 異性の存在はとても気になる
 - 19 異性から見た自分の体型を気にする
 - 20 異性がそばにいるとドキドキする
 - 21 いつも異性に見られているような気がする
-

表5 放送メディアの影響を測る項目

22	テレビで特集していたやせる方法を試したことがある
23	テレビでやせるための特集をしていたら、ダイエット意欲がわく
24	テレビでやせるための特集をしていたら、リアルタイムで見る
25	テレビでやせるための特集をしていたら、録画する

表6 Instagramの影響を測る項目

26	Instagramのダイエットアカウントについて知っている
27	Instagramのダイエットアカウントを1つでもフォローしている
28	Instagramにのっていたやせる方法を試したことがある
29	Instagramでやせるための特集（食事や運動に関連すること）ページを見る
30	Instagramのダイエットアカウントを作成したことがある
31	Instagramのダイエットアカウントに自身のダイエット記録を投稿している（ストーリー機能を含む）

表7 Twitterの影響を測る項目

32	Twitterのダイエットアカウントについて知っている
33	Twitterのダイエットアカウントを1つでもフォローしている
34	Twitterにのっていたやせる方法を試したことがある
35	Twitterでやせるための特集（食事や運動に関連すること）ページを見る
36	Twitterのダイエットアカウントを作成したことがある
37	Twitterのダイエットアカウントに自身のダイエット記録を投稿している

表8 身体的自己評価を測る項目

38	私は鏡を見たときの自分の見え方が好きだ
39	自分の体重について考えると、不快な気分になる
40	今の体型のせいで、いきいきしていない
41	自分の太ももについて考えると、非常に不快な気分になる
42	今の体型のせいで幸せになれないのだと思う
43	私の外見（体型）は私をイライラさせる
44	自分の体型について、できれば変えたいと思うところがたくさんある
45	もっと体型がよくなればいいのと思う
46	今より痩せられたら自分に自信がもてると思う

表 9 体型不満を測る項目

47	自分がもっと細かったらいいのと思う
48	今より痩せられたらなにかいいことがあると思う
49	自分がもっと太っていけばと思う

表 10 ダイエット行動を測る項目

50	体重を落とすための食事制限をしている
51	体重を落とすための運動をしている
52	体重を落とすためにジム通いをしている
53	体重を落とすためのトレーニンググッズを購入したことがある
54	体重を落とすために、サプリメントやダイエット食品を購入したことがある

2.3 分析方法

それぞれの回答について、「他者からの否定的評価への恐れ」「家族の痩せ願望」「友人の痩せ願望」「異性意識」4尺度を、「とてもよく当てはまる」あるいは「とてもそう思う」を5点、「どちらかといえば当てはまる」あるいは「どちらかといえばそう思う」を4点、「どちらともいえない」を3点、「どちらかといえば当てはまらない」あるいは「どちらかといえばそう思わない」を2点、「まったく当てはまらない」あるいは「まったくそう思わない」を1点とした。逆転項目は「とてもよく当てはまる」あるいは「とてもそう思う」を1点、「どちらかといえば当てはまる」あるいは「どちらかといえばそう思う」を2点、「どちらともいえない」を3点、「どちらかといえば当てはまらない」あるいは「どちらかといえばそう思わない」を4点、「まったく当てはまらない」あるいは「まったくそう思わない」を5点として扱い、その点数をそれぞれの尺度ごとに足し合わせた合計得点を、それぞれの尺度の得点とした。上記の作業を行った後、統計処理には SPSS Statistics バージョン 26 を用いて、相関分析と重回帰分析の2通りの方法を行い、仮説を検証していく。

3. 結果

3.1 回答者の属性

回答は同志社大学生、同志社女子大学生を中心とした19歳から24歳の女性（その他を含む）から得ることができた。回答者の内訳は以下の通りである。女性が198人（99.0%）、その他が2人（1.0%）であった。その他が2人（1.0%）の回答であったが、男性の回答は0人（0%）のため、本研究の内容に対して、その他も有効回答として扱うことができると判断した。以上200名の学年の内訳は、大学4年生が93人（46.5%）、大学3年生が31人（15.5%）、大学2年生が36人（18.0%）、大学1年生が34人（17.0%）、その他が6人（3.0%）であった。その他6人（3.0%）は、専門学生との回答があり、女子大学生と同じ年齢層であったことから、有効回答として扱うことができると判断した。

3.2 度数分布

女子大学生の痩せ願望の実態を明らかにするため、度数分布表を作成した。「体型不満」についての質問項目の回答結果をグラフ化すると、図2のようになった。

「自分をもっと細かったらいいのと思う」は「とてもよく当てはまる」が54.5%、「どちらかといえば当てはまる」が19.5%、「どちらともいえない」が8.5%、「どちらかといえば当てはまらない」が8.0%、「まったく当てはまらない」が9.5%であった。「とてもよく当てはまる」が54.5%でもっとも多い回答、「どちらかといえば当てはまる」が19.5%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計が74%である。

「今より痩せられたらなにかいいことがあると思う」という質問は、「とてもよく当てはまる」が51.0%、「どちらかといえば当てはまる」が21.5%、「どちらともいえない」が8.5%、「どちらかといえば当てはまらない」が9.5%、「まったく当てはまらない」が9.5%であった。「とてもよく当てはまる」が51.0%でもっとも多い回答、「どちらかといえば当てはまる」が21.5%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計が72.5%である。この2つの質問ともに、自身の体型に対しての満足度の低さが確認できる。

また、逆の質問として、「自分をもっと太っていれどと思う」という質問に関しては、「とてもよく当てはまる」が1.0%、「どちらかといえば当てはまる」が4.5%、「どちらともいえない」が7.0%、「どちらかといえば当てはまらない」が5.5%、「まったく当てはまらない」が82.0%という結果であった。「まったく当てはまらない」が82.0%でもっとも多い回答、「どちらかといえば当てはまらない」が5.5%で次に多い回答となっていた。82%は、有効回答200名のうち、164人を占めている。

これらの回答結果から、自身の体型についての不満度は、全体の70%・80%を占めているという結果が得られたと言える。

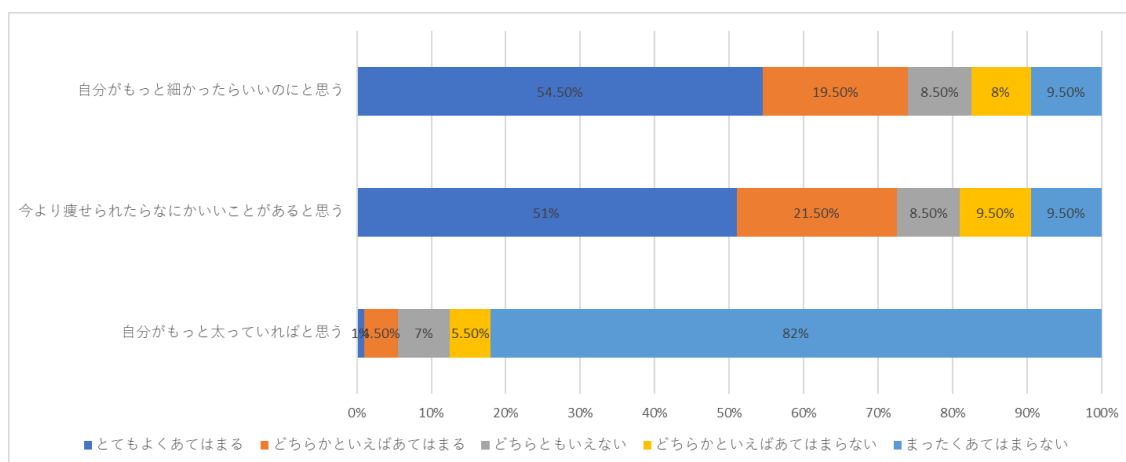


図2 度数分布 体型不満 (N = 200)

同様に、ダイエット行動についても図3に表す。

「体重を落とすための食事制限をしている」は「とてもよく当てはまる」が17.0%、「どちらかといえば当てはまる」が31.5%、「どちらともいえない」が14.0%、「どちらかといえば当てはまらない」が19.0%、「まったく当てはまらない」が18.5%であった。「どちらかといえば当てはまる」が31.5%でもっとも多い回答、「どちらかといえば当てはまらない」が19.0%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計は48.5%である。

「体重を落とすための運動をしている」は「とてもよく当てはまる」が24.5%、「どちらかといえば当てはまる」が29.5%、「どちらともいえない」が12.0%、「どちらかといえば当てはまらない」が15.0%、「まったく当てはまらない」が19.0%であった。「どちらかといえば当てはまる」が29.5%でもっとも多い回答、「とてもよく当てはまる」が24.5%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計は54%である。

「体重を落とすためにジム通いをしている」は「とてもよく当てはまる」が5.5%、「どちらかといえば当てはまる」が2.5%、「どちらともいえない」が1.5%、「どちらかといえば当てはまらない」が4.5%、「まったく当てはまらない」が86.0%であった。「まったく当てはまらない」が86.0%でもっとも多い回答、「とてもよく当てはまる」が5.5%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計は、8.0%である。

「体重を落とすためのトレーニンググッズを購入したことがある」は「とてもよく当てはまる」が23.0%、「どちらかといえば当てはまる」が18.5%、「どちらともいえない」が5.0%、「どちらかといえば当てはまらない」が7.5%、「まったく当てはまらない」が46.0%であった。「まったく当てはまらない」が46.0%でもっとも多い回答、「とてもよく当てはまる」が23.0%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計は、41.5%である。

「体重を落とすためにサプリメントやダイエット食品を購入したことがある」は「とてもよく当てはまる」が28.0%、「どちらかといえば当てはまる」が19.0%、「どちらともいえない」が2.5%、「どちらかといえば当てはまらない」が3.5%、「まったく当てはまらない」が47.0%であった。「まったく当てはまらない」が47.0%でもっとも多い回答、「とてもよく当てはまる」が28.0%で次に多い回答となっていた。「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計は、47.0%である。

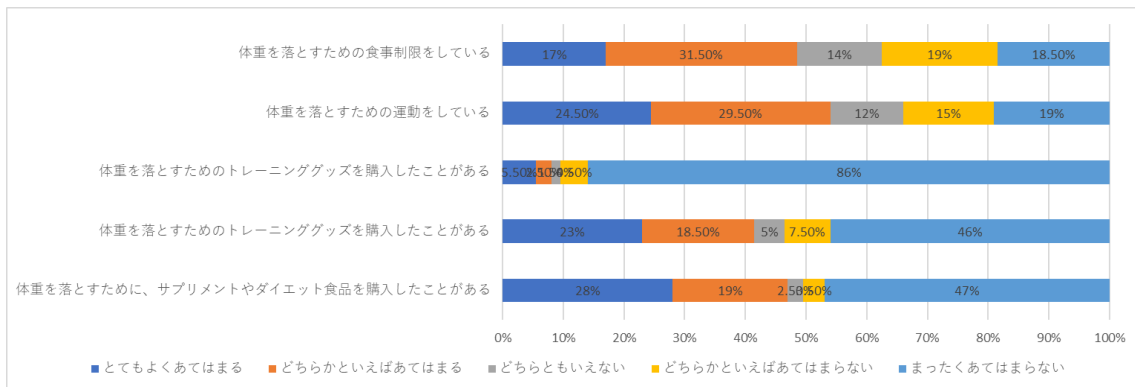


図3 度数分布 ダイエット行動 (N=200)

体型不満の項目と比較してみると、ダイエット行動を実際に行っているかというこの項目への回答結果は、「とてもよく当てはまる」・「どちらかといえば当てはまる」の合計が、40%前後がほとんどであるという結果が読み取れる。自身の体型に満足していなくても、実際に行動に移すかどうかという点については、また違ってくるのではないかと考えられるが、後の考察の項目で詳しく検討することとする。

3.3 相関分析

表 11 各変数間の相関分析

		直接的な他者意識	間接的な他者意識	身体に対する自己評価	痩せ願望
直接的な他者意識	Pearsonの相関係数	1	.425**	.545**	.363**
	度数	199	199	199	199
間接的な他者意識	Pearsonの相関係数		1	.478**	.608**
	度数		200	200	200
身体に対する自己評価	Pearsonの相関係数			1	.603**
	度数			200	200
痩せ願望	Pearsonの相関係数				1
	度数				200

**相関係数は1%水準で有意（両側）です。

従属変数の痩せ願望と、独立変数である直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体に対する自己評価の2変数間の分散分析を行った結果、表11のような結果が見られた。直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体的自己評価ともに、痩せ願望との相関が見られ、それぞれ1%水準と高い有意確率で得ることができた。また、直接的な他者意識は.363であるのに対し、間接的な他者意識は.608、身体的自己評価的は.603であったことから、間接的な他者意識、身体的自己評価、直接的な他者意識の順に、女子大学生の痩せ願望の高さに強く影響することがわかった。また、直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的自己評価もそれぞれ正の相関関係を持っていることがわかった。

続いて、痩せ願望と、直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体的自己評価のそれぞれの下位概念（直接的な他者意識4つ、間接的な他者意識3つ、身体的自己評価1つ）の合計

9つの変数を用いて、二変数間の分散分析を行った結果が表 12 である。

表 12 従属変数と独立変数の下位概念の相関分析

		痩せ願望
他者からの否定的評価の恐れ	Pearsonの相関係数	.196**
	度数	200
家族のやせ願望	Pearsonの相関係数	.229**
	度数	200
友人のやせ願望	Pearsonの相関係数	.222**
	度数	200
異性意識	Pearsonの相関係数	.299**
	度数	199
放送メディアの影響	Pearsonの相関係数	.508**
	度数	200
Twitterの影響	Pearsonの相関係数	.468**
	度数	200
Instagramの影響	Pearsonの相関係数	.540**
	度数	200
身体的自己評価	Pearsonの相関係数	.603**
	度数	200

**相関係数は1%水準で有意（両側）です。

どの下位概念も、痩せ願望と正の相関関係があることがわかった。高い有意確率を確認できた中でも、特に身体的自己評価と Instagram の影響が、痩せ願望を高めていることがわかった。まず、女子大生の自分自身の体型についてのこだわりや、自身の体型に対して抱く感情を測る身体的自己評価は、相関係数が.603 であった。次に高かった Instagram の影響は相関係数.540 であり、同じく SNS に関する項目である Twitter の影響.468 を上回り、女子大学生の痩せ願望を高めていることがわかった。

以上の結果から、痩せ願望の下位概念（体型不満とダイエット行動）と、上記の独立変数の下位概念との分析を行ってみることで、正の相関を示した従属変数の中でも、体型不満とダイエット行動のどちらと強い関係性が見られるのか明らかにすることとした。以下の表 13 が表したものである。

表 13 従属変数の下位概念と独立変数の下位概念の相関分析

		体型不満	ダイエット行動
他者からの否定的評価の恐れ	Pearsonの相関係数	.220**	0.124
	度数	200	200
家族のやせ願望	Pearsonの相関係数	0.127	.225**
	度数	200	200
友人のやせ願望	Pearsonの相関係数	0.04	.269**
	度数	200	200
異性意識	Pearsonの相関係数	.229**	.255**
	度数	199	199
放送メディアの影響	Pearsonの相関係数	.234**	.529**
	度数	200	200
Twitterの影響	Pearsonの相関係数	.227**	.479**
	度数	200	200
Instagramの影響	Pearsonの相関係数	0.113	.646**
	度数	200	200
身体的自己評価	Pearsonの相関係数	.662**	.391**
	度数	200	200

**相関係数は1%水準で有意（両側）です。

表 13 から読み取ることができるように、独立変数の下位概念が、それぞれ従属変数の痩せ願望に影響していたが、「体型不満」と「ダイエット行動」の2つに関しては、それぞれが全く別に影響していることがわかった。

まず、「体型不満」の結果から確認する。「他者からの否定的評価の恐れ」、「異性意識」、「放送メディアの影響」、「Twitterの影響」、「身体的自己評価尺度」は、1%水準で有意であった。一方、「家族の痩せ願望」、「友人の痩せ願望」、「Instagramの影響」は、有意ではなかった。中でも、「身体的自己評価尺度」が最も強い影響を与えていることがわかった。

つぎに、「ダイエット行動」の結果を確認する。「家族の痩せ願望」、「友人の痩せ願望」、「異性意識」、「放送メディアの影響」、「Twitterの影響」、「Instagramの影響」、「身体的自己評価尺度」は、1%水準で有意であった。一方、「他者からの否定的評価の恐れ」は、有意ではなかった。中でも、「Instagramの影響」が最も強い影響を与えていることがわかった。

以上の結果をもとに、直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的自己評価のどの要素が、どの痩せ願望を高めるのか、重回帰分析を行うことで検討していくこととする。

3.4 重回帰分析

直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的自己評価の下位概念を独立変数とし、体型不満とダイエット行動を従属変数として、重回帰分析を行った。

はじめに、直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的自己評価の下位概念8つを独立変数とし、体型不満を従属変数とした。「とても強くそう思う（とてもよく当てはまる）」を5点～「まったくそう思わない（まったく当てはまらない）」を1点としていて、得点が高

いほど、体型不満が高いということを表すものである。この結果は、表 14 である。

表 14 重回帰分析 従属変数：体型不満

	体型不満		
	非標準化係数	標準誤差	標準化係数 (β)
他者からの否定的評価の恐れ	-0.035	0.033	-0.066
家族の痩せ願望	0.072	0.056	0.07
友人の痩せ願望	-0.141	0.05	-0.166***
異性意識	0.011	0.046	0.015
放送メディアの影響	-0.008	0.054	-0.011
Twitterの影響	0.008	0.027	0.02
Instagramの影響	-0.049	0.028	-0.122*
身体的自己評価	0.298	0.026	0.767***
(定数)			
調整済みR2		0.466	
N=199			
***p<1%, **p<5%, p<10%			

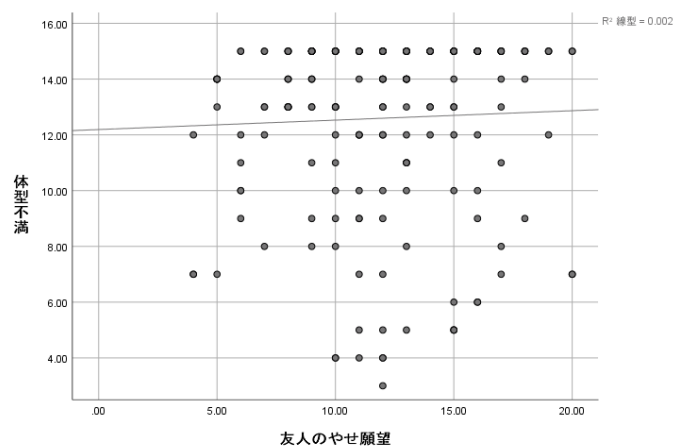


図 4 友人の痩せ願望と体型不満の散布図

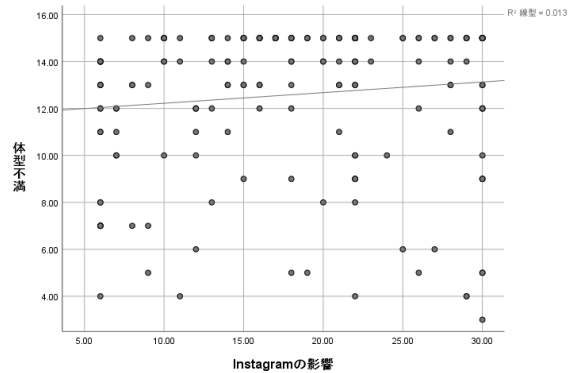


図5 Instagramの影響と体型不満の散布図

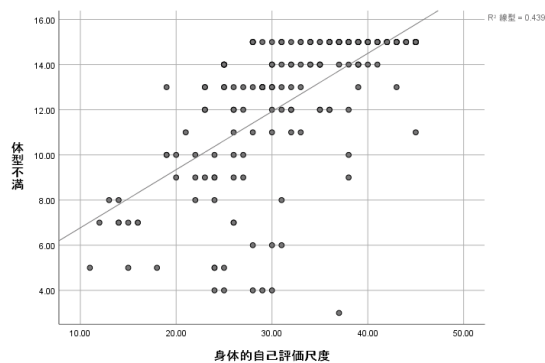


図6 身体的自己評価と体型不満の散布図

従属変数を体型不満とした重回帰分析の結果、調整済み R2 乗値は 0.466 であった。そして、「友人の痩せ願望」、「身体的自己評価尺度」がどちらも 1%水準で有意であり、「Instagram の影響」が 10%水準で有意であった。そして標準化係数は、「友人の痩せ願望」が-0.166、「身体的自己評価尺度」が 0.767、「Instagram の影響」が-0.122 で、「身体的自己評価尺度」が体型不満に対して、最も強い影響を与えていることがわかった。「友人の痩せ願望」、「Instagram の影響」が高まると、自身の体型不満はマイナスであり低くなるということが明らかとなった。一方、「他者からの否定的評価の恐れ」、「家族の痩せ願望」、「異性意識」、「放送メディアの影響」、「Twitter の影響」は、有意ではなかった。

次に、直接的な他者意識・間接的な他者意識・身体的自己評価の下位概念 8 つを独立変数とし、ダイエット行動を従属変数とした。「とても強くそう思う (とてもよく当てはまる)」を 5 点～「まったくそう思わない (まったく当てはまらない)」を 1 点としていて、得点が高いほど、実際にダイエット行動を行うということを表すものである。この結果は、表 15 である。

表 15 重回帰分析 従属変数：ダイエット行動

	ダイエット行動		
	非標準化係数	標準誤差	標準化係数(β)
他者からの否定的評価の恐れ	-0.057	0.053	-0.065
家族の痩せ願望	0.15	0.092	0.09
友人の痩せ願望	0.027	0.081	0.02
異性意識	-0.017	0.074	-0.014
放送メディアの影響	0.163	0.088	0.134*
Twitterの影響	0.092	0.043	0.137**
Instagramの影響	0.291	0.045	0.448***
身体的自己評価	0.081	0.042	0.128*
(定数)			
調整済みR2	0.469		
N=199			
***p<1%, **p<5%, *p<10%			

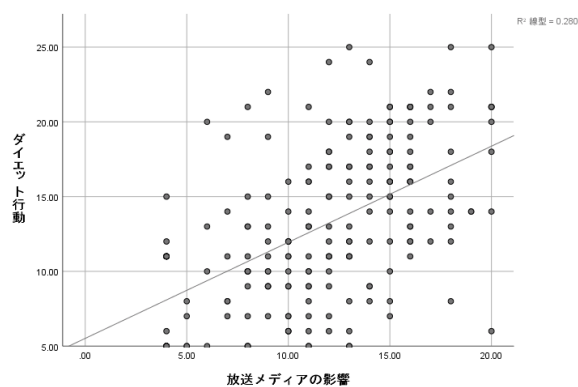


図7 放送メディアの影響とダイエット行動の散布図

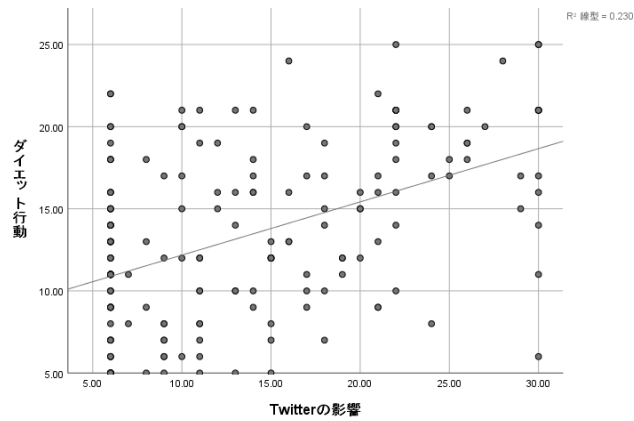


図8 Twitterの影響とダイエット行動の散布図

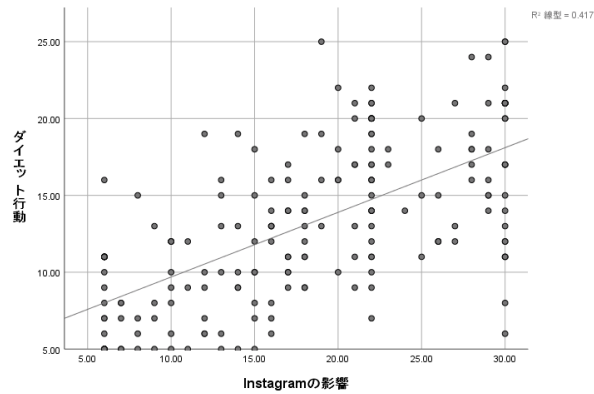


図9 Instagramの影響とダイエット行動の散布図

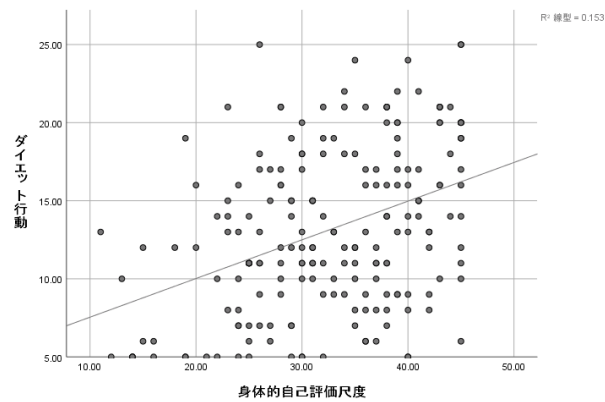


図10 身体的自己評価とダイエット行動の散布図

従属変数をダイエット行動とした重回帰分析の結果、調整済み R2 乗値は 0.469 であった。「Instagramの影響」が1%水準で有意であった。また、「Twitterの影響」が5%水準で

有意であり、「放送メディアの影響」と「身体的自己評価」がどちらも 10%水準で有意であった。そして標準化係数は、「Instagram の影響」が 0.448, 「Twitter の影響」が 0.137, 「放送メディアの影響」が 0.134, 「身体的自己評価」が 0.128 であった。ダイエット行動に対して、「Instagram の影響」が強い影響を与えていることがわかった。一方、「他者からの否定的評価の恐れ」, 「家族の痩せ願望」, 「友人の痩せ願望」, 「異性意識」は、有意ではなかった。

4. 考察

4.1 度数分布の考察

体型不満とダイエット行動についての度数分布表を作成した結果を考察していく。まず、体型不満(図1)に関して、とてもよくあてはまる、どちらかといえばあてはまる(逆転項目も含む)が、70%から 80%台であることが明らかとなった。この結果から、女子大学生の過半数が、自身の体型に十分に満足していないことが読み取れる。また、現在の体型から理想の体型に関してのこだわりも、検討できるかもしれない。今回、質問項目の中に、回答者の身長・体重をはじめ、身長や体重のバランスで痩せや肥満を表す BMI (Body Mass Index) を尋ねることはしなかった。それは、先行研究をもとに、女子大学生が日頃関わりを持つ人や、情報社会に生きる中で利用するツール、または自身の価値観や考え方から、痩せ願望が生まれるのだと考えたからである。しかし、この体型不満の結果を見ると、BMI 値では、肥満ではなくても、さらに自身の体型を追求したいという回答者も多数含まれると考えることができた。したがって、身長・体重・BMI などをフェイスシートで尋ねることで、さらに深く考察ができると考える。

続いて、ダイエット行動(図2)に関して考察すると、体型不満とは異なり、質問項目によってかなりのばらつきがあることが明らかとなった。ダイエット行動に関して、5つの質問項目を設けたが、ダイエット行動を考えた時、一般的に考えられるであろう、食事制限と運動について尋ねた項目は、とてもよくあてはまる、どちらかといえばあてはまるが約 50%前後であった。一方、同じく運動を行うための施設である、スポーツジムを利用している人は少なく、まったくあてはまらないが 86%を占めていた。大学生がダイエットのために、スポーツジムに通う確率はかなり低く、自分自身でできる運動やトレーニングを行っていることが考えられる。残りの 2 問は、ダイエットのための商品購入についての質問であった。この 2 問とも共通して、まったくあてはまらないが 46%・47%を占めており、購入したことのある人、ない人が半数ずつであることから、自身のダイエットへの目的やダイエット状況に応じて、必要だと感じる人が、必要な商品を購入しているのではないかと考えることができるだろう。

4.2 相関分析の考察

まず 1 つ目の概念同士の相関分析では、直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体的自己評価共に、痩せ願望と正の相関関係を持っていることがわかった。この結果から、「対人関係による直接的な他者意識, マス・メディアや SNS のダイエットアカウントを通じた間接的な他者意識, 自身の持つ身体的自己評価が, 女子大学生の痩せ願望に影響を及ぼす。」という仮説を実証する結果が示されたと言える。

さらに、その中で数値として比べると、直接的な他者意識は.363, 間接的な他者意識は.608, 身体的自己評価は.603であったことから、間接的な他者意識、身体的自己評価、直接的な他者意識の順に、女子大学生の痩せ願望の高さに強く影響することがわかった。この結果から、これまで多数の先行研究によって考察されてきた、直接関わりを持つ他者との関わりだけでなく、前川（2005）の、テレビや雑誌でのダイエット特集への敏感さ、紹介されたダイエット法を試すといった「メディアの影響」によっても体重・体型へのこだわりが説明されたという内容に、筆者が付け加えた、SNSの影響も加えて、ネット上の繋がりやネットからの影響など、間接的な他者意識が、痩せ願望を高めることに大きな影響を与えているのだと言える。

また、痩せ願望は、自身の体型に関するこだわりとも考えることができると考えるため、身体に対しての自己評価が実際に影響を与えるということも、自分自身を客観的に評価し、さらに良くなりたいという想いの強さが、痩せ願望の高さに繋がっていると理解できる。

一方、これまで多数の先行研究でも取り上げられてきた、他者との直接的な関わりを表す直接的な他者意識と痩せ願望にも、正の相関関係が見られた。これは、これまでの先行研究の結果と同様の結果を示したと言える。

次に、直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体に対しての自己評価の、それぞれの下位概念尺度である 8 つと、痩せ願望の二変数間の相関分析を行った結果では、直接的な他者意識の中では、「異性意識」、間接的な他者意識の中では「Instagram の影響」、そして「身体的自己評価尺度」が、他の変数より、重要であることが明らかとなった。このような結果となった理由として、1 つずつ考察していく。

まず、「異性意識」に関しては、鈴木・伊藤（2001）と同様な結果が見られたと言えるだろう。鈴木・伊藤（2001）によると、青年期女子は男子に好かれるようにというプレッシャーが最大になる時期であり、男子から批判されたことが原因となり、ダイエット行動に走るのだと考察している。本研究での結果からも、異性意識の関心が痩せ願望に影響を与えていることが明らかとなった。

次に、間接的な他者意識の中でも「Instagram の影響」に関して、放送メディアや Twitter や Instagram といった SNS の利用頻度が高いとされる女子大学生だからこその、情報入手やインフルエンサーからの影響力の高さが考えられる。実際に、先行研究で紹介した、前川（2005）の論文では、テレビや雑誌でのダイエット特集への敏感さや、紹介されたダイエット法を試すという「メディアの影響」から体重・体型へのこだわりが示されている。前川（2005）のメディアの影響をもとに、仮説を立て下位概念を加えて作成し、回答を集めた結果として、前川（2005）と同様に、SNS も加えた下位概念が、痩せ願望への正の相関が実証されたと言える。

最後に、身体的自己評価においては、田崎（2007）が示している、自己評価と痩せ願望の関係について、身体領域に関する自己評価が体型不満感に影響を及ぼし、痩せ願望が強まるという結果と同様であった。これは、女子大学生が抱いている体型へのこだわりや、もっとよくなりたいたい・よく見せたいという感情の現れが、身体的自己評価尺度の高まり、そして、痩せ願望へと繋がっているのだと考えられる。

3 つ目の相関分析（表 13）は、従属変数・独立変数ともに下位概念を用いて行った。結果として、体型不満を最も強めるものが身体的自己評価であり、ダイエット行動を最も強

めているものが Instagram の影響である。体型不満を最も強くするものが身体的自己評価だということについて考えられることは、体型不満、つまり自身の体型に関する感情やこだわりには、他者からの意見ではない、自分自身だからこそそれぞれの感情や想いの表れであるということである。田崎 (2007) の結果では、ある時点で社会的要因が高まったときに、「体重・体型へのこだわり」が高まるという個人内の因果関係を示すには至っていない。つまり、体型のこだわりを促進する要因であることを示す際に、実際の体重や体質など、素質の部分も考慮して考えることで、より身体的自己評価の細部が見えてくるだろうと考えた。

次に、ダイエット行動を最も促進させることが Instagram の影響だということについて考えられることは、この論文のはじめに述べたとおり、日頃増え続ける痩せに関する情報量の多さが考えられる。SNS のダイエットアカウントでは、ダイエットのための食事の摂り方や食事内容、また身体の高々な部位を鍛えるトレーニングなどが、多数のアカウントによって更新され続けている。スマートフォンでの利用者が多く、目につきやすい情報かつ手軽に試すことができるという点から、ダイエット行動に促しているのだと考えられる。前川 (2005) は、今日メディアによるダイエットや、やせに関する膨大な情報が氾濫しており、今後も増え続けることが予想されるとしている。また、日本では、食行動不適応とメディアの影響についてはあまり研究がなされていないことを指摘した上で、様々なメディア媒体が、早期から子どもにも影響を及ぼすものの可能性についても、指摘・検討の余地を述べている。本研究の結果からも、同様の考察を指摘することが断言できるだろう。そして、ますますメディアからの「痩せ」についての考察の必要性を見出すことができたと考えられる。

筆者が実際に Instagram のダイエットアカウントを検索したところ、大学生だけでなく、中高生のダイエットアカウント (ダイエットの日々の記録など) も見られた。ますます、低年齢化していることは明らかだが、SNS がダイエットの行き過ぎを促進させることはあってはならないと、考えさせられる一面とも言えるだろう。

4.3 重回帰分析の考察

「体型不満」を従属変数とした重回帰分析の結果 (表 15)、「身体的自己評価尺度」が高いほど、体型不満が高まることが分かった。また、「友人の痩せ願望」と「Instagram の影響」が高いほど、体型不満が低くなることが分かった。

このような結果となった理由としては、女子大学生が体型不満を抱くのは、自分自身の現状の体重や体型に対してのこだわりや価値観が影響を与えていると考えられる。馬場・菅原 (2000) の研究でも、「賞賛獲得欲求」が働き、痩せることに対して、「メリット感」によって、やせ願望を促進していることが示されていた。このことから、質問項目「46 もっと体型がよくなればいいのと思う・47 今より痩せられたら自分に自信が持てると思う」のように、体型不満に関しても、今より体型がよくなることに対しての「メリット感」が見られる結果だと考えられる。

Instagram の影響の結果に関しては、相関分析で有意な結果は見られなかったが、重回帰分析では、体型不満に負の影響を及ぼすという結果が有意に出た。その理由としては、Instagram は従属変数に対してマイナスの効果を持っており、身体自己評価は体型不満に対

して、プラスの効果を持っている。そして、Instagram と身体的自己評価はプラスの相関を持っている。このことから、Instagram でダイエット情報を見ている人は身体的自己評価が高い、または、身体的自己評価が高い人が Instagram でダイエット情報を見ていることが考えられる。つまり、上記で述べたプラスの効果と、マイナスの効果が打ち消し合って、相関分析では、体型不満と Instagram の関係性が見られなかったのだと考えられる。また、友人の痩せ願望が高くなる（または高い状態）であれば、体型不満は低くなる（または低い状態）であるという結果に関しては、体型不満＝自身の体型へのこだわり、という認識や考え方を抱く者が多いということが考えられる。友人の体型不満やダイエットについての話を聞いていても、自分自身が体型不満を感じる場面は、その時ではないことが考えられるのである。むしろ、自分に対しての肯定感を憶えさせる出来事の1つであることも考察できる。友人と比べてみたときの自分を、どのように評価するかは、自分の感情・価値観・その時の身体の状態など、様々なことが考えられる。そのため、この結果からは、友人が痩せたいという想いが強いから、自身の体型不満が強くなるということは、結果に表れなかったと理解できる。この点に関しては、インタビュー調査なども踏まえて考察すべきだと考えられる。

「ダイエット行動」を従属変数とした重回帰分析の結果(表 15)、「放送メディアの影響」、「Instagram の影響」、「Twitter の影響」、「身体的自己評価尺度」の得点が高いほど、ダイエット行動が高まることが分かった。このような結果になった理由としては、身の回りに溢れ常に入ってくる情報に感化されていること、そして、自身の体型を変化させたいという感情が、実際の行動へと結びついているのだと考えられる。放送メディアでは、テレビを挙げているが、テレビではバラエティー番組における、芸能人やインフルエンサーのダイエット特集をはじめ、朝の情報番組でも健康や〇〇太り解消などというように、特集が組まれることが多い。SNS では、自分自身がフォローしているアカウントはもちろん、ダイエットアカウントをフォローしていなくても、「おすすめ」として出てくることから、目に入りやすいのだと考えられる。様々な情報が、女子大学生のダイエット行動意欲に関係しているのだと考察できる。自分自身の体型に関してのこだわりを、日頃目にしている情報に掻き立てられているのだと考えることができる。また、体型不満と同じく影響を与えていた「身体的自己評価尺度」は、自身の体重・体型を変化させたい想いが実際に行動に向いているものであると理解できる。努力や改善によって、自身の体型を変化させようとしているのだと考えられる。

5. 結論

本研究では、「直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体的自己評価が、女子大学生の痩せ願望とどのように関連しているのか。」を明らかにするため、Google フォームを用いてアンケートを作成し回答を集めた。そして得られたデータを、統計解析ソフト IBM SPSS バージョン 26 で数値化して処理を行い、相関分析と重回帰分析を行った。

まず相関分析の結果と考察を述べる。まず痩せ願望と、独立変数との 2 変数間の相関分析の結果、直接的な他者意識、間接的な他者意識、身体に対しての自己評価ともに痩せ願望との相関が見られ、1%水準と高い有意確率を得ることができた。この結果から、「対人関係による直接的な他者意識、マス・メディアや SNS のダイエットアカウントを通じた間接的な

他者意識、自身の持つ身体的自己評価が、女子大学生の痩せ願望に影響を及ぼす。」という仮説を実証する結果が示された。

続いて、重回帰分析の結果と考察を述べる。直接的な他者意識・間接的な他者意識・自己評価の下位概念を独立変数とし、体型不満とダイエット行動を従属変数として、重回帰分析を行った。「体型不満」と独立変数の下位概念の重回帰分析の結果、「友人の痩せ願望」、「身体的自己評価」がどちらも 1%水準で有意であり、「Instagram の影響」が 10%水準で有意であった。身体的自己評価に関しては、自身の体型へのこだわりはもちろん、痩せに対してのメリット感の視点を考察することができた。一方、「友人の痩せ願望」、「Instagram の影響」が負の影響を及ぼすという結果が見られたことについては、さらに多くのサンプル数を集めて検討すること、さらに質問項目を練り直して考察したい結果となった。

「ダイエット行動」と独立変数の下位概念の重回帰分析の結果、「Instagram の影響」が 1%水準で有意、「Twitter の影響」が 5%水準で有意、「放送メディアの影響」と「身体的自己評価」がどちらも 10%水準で有意であった。女子大学生のダイエット行動が、自身の体型へのこだわりと、テレビやスマートフォンなど、自身の情報に入りやすい媒体からの情報に感化されていることが考察できた。

本研究において、痩せ願望の高まりに最も影響を与える要因は「身体に対しての自己評価」の得点の高さ、つまり体型へのこだわりであることが明らかになった。また、「間接的な他者意識」、「直接的な他者意識」の順に、痩せ願望に影響を与えていることが考察できた。この結果から、痩せ願望の高まりには、特に自分自身に対しての理想やこだわり、そして理想に近づくための情報収集が関係していると考えられる。この結果と同時に、過度な痩せ願望には注意が必要であることも十分に理解する必要がある。

女子大学生を対象に調査・考察を行ったが、年齢制限なく調査を行った場合、本研究とはまた異なる結果となるかもしれない。質的調査をも加えて行うことで、より詳しい研究となるだろう。以上を今後の展望とする。

謝辞

最後に、本論文執筆にあたって、ご指導して下さった立木先生、お力添えを頂いた TA の川見さん、そして、調査に快く協力して下さった女子大学生の皆様に、心から感謝とお礼申し上げます。ありがとうございました。

《参考文献》

- 馬場安希・菅原健介, 2000, 「女子青年における瘦身願望についての研究」『教育心理学研究』48(3):267-274.
- 橋本聖子・宮岡佳子・鈴木真理・加茂登志子, 2018, 「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)と食行動およびボディイメージとの関連についての研究:女性摂食障害患者と女子大学生の比較検討を通じて」『跡見学園女子大学文学部紀要』53:265-276.
- 仮屋園昭彦, 1997, 「青年期の瘦身願望を規定する要因に関する研究」『鹿児島大学教育学部研究紀要教育科学編』49:259-269.
- 前川智子, 2005, 「青年期女子の体重・体型へのこだわりに影響を及ぼす要因—親の養育行動と社会的要因からの検討」『パーソナリティ研究』13:129-142.
- 日本学術会議文化人類学・民俗学研究連絡委員会, 2005, 『舞踊と身体表現』日本学術協力財団.
- 作田由衣子・齋藤美穂, 2012, 「大学生の体型の認知と瘦身願望における性差の検討-知覚と印象認知の観点から-」『対人社会心理学研究』12, 121-128.
- 笹川智子・金井嘉宏・村中泰子・鈴木伸一・嶋田洋徳・坂野雄二, 2004, 「他者からの否定的評価に対する社会的不安測定尺度(FNE)短縮版作成の試み:項目反応理論による検討」『行動療法研究』30(2):87-98.
- 鈴木幹子・伊藤裕子, 2001, 「女子青年における女性受容と摂食障害傾向—自尊感情, 身体満足度, 異性意識を媒介として—」『青年心理学研究』13:31-46.
- 高谷邦彦, 2017, 「ソーシャルメディアは新しいつながりを生んでいるのか?:女子学生の利用実態」『名古屋短期大学研究紀要』55:13-27.
- 田中励子, 1997, 「若い女性の瘦身づくりに関する社会学的考察:女子学生9人の事例を通して」『体育学研究』41(5):328-339.
- 田崎慎治, 2007, 「女子大学生における痩せ願望と自己評価および自己受容の関連」『広島大学大学院教育学研究科紀要』56:39-47.