

対人魅力におけるタトゥーの影響について

石田 欧介

(有馬 淑子ゼミ)

1. 目的

本論文の目的は、日本では一般的でないタトゥーが対象人物に対してどのような印象を与えるかを検討することである。タトゥーが与える印象についてはネガティブなものが多いと想定される。そこで、本研究ではタトゥーを全面的に視認できるものではなく、身体の一部にわずかに視認できるものとし、同じ人物写真上になるべく強調しないよう加工したうえで、印象形成におけるタトゥーの影響を検討する実験を行った。注意深く見なければ気づかない刺激とすることでタトゥーに気づいていなくても影響を及ぼす潜在的な認知であるかを検討する。また、本研究では、本におけるタトゥーの認識をより明確にし、タトゥーに対する新たな視点を得ることを目的とした議論を行う。

1.1.1 日本におけるタトゥーの現状

近年グローバル化が進み訪日外国人観光客の数は年々上昇している。2013年頃を目前に右肩上がり続けており、コロナ禍を除き毎年のように日本に多くの外国人観光客が訪れている。日本とは違った価値観や文化を持つ訪日外国人観光客とはそれらの違いによって問題が起こる可能性がある。その一つとして例に挙げられるのが身体の装飾に関することである。ヨーロッパ諸国やアメリカ、アフリカ諸国の国々ではタトゥーを体に入れることは一般的であるが、日本ではおよそ2%ほどしかタトゥーをいれておらず一般的なものではないと思われる。このように日本では一般的でないタトゥーを入れた人物が銭湯や温泉等の入浴施設を利用する際に問題となることがある。

観光庁(2015)によると全国のホテル、旅館約600施設を対象にした調査によると入れ墨がある人物に対する入浴を拒否している施設が約56%、

拒否していない施設が31%、シール等で隠す等の条件付きで許可している施設が約13%と過半数が入れ墨のある人物、すなわちタトゥーの入っている人物は入浴が許可されていない状況にある。また、入浴を拒否する経緯について59%が風紀、衛生面により自主的に判断しているが59%、業界、地元事業者での申し合わせが約13%、警察、自治体等の要請、指導によるものが約9%となっている。これらの結果からも日本ではタトゥーが一般的に許容されているのではなく、風紀の観点からもネガティブなイメージを持たれていることが分かる。また、岡林、工藤、熊谷(2017)の女子大学生276名を対象とした調査では「タトゥーにおけるネガティブなイメージはタトゥーが将来増加すると思う層も増加しないと思う層も、また、各身体装飾の採用経験の有無に関わらず、確固としてある」ことが示唆された。さらに「公共空間での他者の身体装飾への抵抗感のうち、タトゥーのみが公的自意識と関連することが明らかとなっている」。このようにタトゥーをファッションとして捉えていると思われる若者世代でもタトゥーに対するネガティブなイメージを持たれていることが分かる。

1.1.2 日本におけるタトゥーの歴史

ではどうして日本ではタトゥーがネガティブなイメージを持たれるようになったのだろうか。その点を検討するために、日本におけるタトゥーの歴史を振り返る。

弥生時代、倭人について記した「魏志倭人伝」には身体に入れ墨を施すことについての文献がありこれは現在確認されている日本の入れ墨に関する最古の記述である。その他にも顔に入れ墨と思しき線が刻まれた人物はにわが出土する例もある。このような刺青やタトゥーを入れる習慣は、日本だけでなく、オセアニア・アジア・アフリカ

などに広く見出され、身体に刻まれた紋様が部族における社会的地位などを示していたことが考察されてきた。APOCALIPT (2023) がそれが歴史上のいずれかの時点でネガティブなイメージが付与されたものと思われる。

日本では、江戸時代になると犯罪の抑止を図る目的として入れ墨刑が用いられるようになり、そのようなことから江戸の後期頃には罰としての「入れ墨」(烙印)と「彫り物」(芸術表現)として呼称を分け意味を区別していた。

明治時代では入れ墨刑は廃止され、大久保一翁が発した布告によって装飾用途の入れ墨を入れる行為を禁止した。入れ墨を入れる行為は警察によって厳しく取り締まられた。

終戦後の1960年代以降は娯楽の中心であった映画が入れ墨と「ヤクザ」の結びつきを描いたことで大衆の中で入れ墨＝ヤクザのイメージが形成されたとされる。

藤岡 (2017) では、外国人旅行者のタトゥーと公衆浴場の利用について九州地方の居住者348名に対して調査を実施し、タトゥーへの印象は年代による差が大きく、50代以上では「怖い」「不快」と感じるものが多い一方で40代以下の世代では「ルールが守られていれば構わない」という意見もあった。このことから高齢化社会の日本においてはタトゥーに対してネガティブなイメージを持つものは多いと思われる。

このように元々は罪人に彫られていたこと、そして映画というメディアにおいて入れ墨とヤクザとの結びつきが示されたことによる大衆のイメージの形成がタトゥーにネガティブなイメージを持たせる原因となったと考えられる。1960年代生まれの人間で考えると2023年現在では60歳ほどであるため人口の約30%を占める日本という国においてタトゥーの偏見が残っていることは仕方がないことといえるだろう一方で、若者世代を中心に、身体装飾を用いたコミュニケーションの手段として、消えるタトゥーシールなどを気軽に用いられるようになった(松嶋, 2020)。現在の若者にとって、タトゥーはどの程度人物の印象形成にネガティブな影響を与えるのだろうか。

1.2 印象形成

初対面の人物や未知の人物に対して、人はその相手の人物の断片的な情報を手掛かりに相手に関しての全体的な印象を形成する。この一連の段階を印象形成という。人物の印象形成の手がかりとしては、顔の表情や声、身振り手振りなどの動作などが挙げられる。例えば、就職活動における履歴書のプロフィール写真であったり、面接での表情や喋り方など人生を左右する重要な場面においても印象形成は重要な要素となりうる。辛島 (2022) の調査でも面接の場面で笑顔の表情が面接採用者に良い影響をもたらすことが示されている。

また、顔や動作に関するもののほかにも服装やアクセサリーも印象形成の要素となる。山本 (2000) の調査では2人の人物にそれぞれ2パターンの服装を着せ、外見の印象を変化させ18個の形容詞対を基にその人物の印象の違いを調査したところ同一の人物でありながら外見を操作することでその人物の印象を変化させることができた。その他にも山本 (2000) では疑似の就職面接場面を作り出しどのような人物が採用されやすいかの検討を行った際、仕事の中身に適した特性を持ち合わせた候補者と外見がより魅力的な候補者を比較し、後者の外見がより魅力的な候補者の方が採用されやすいという結果が示された。

また、永野、小嶋 (1989) が行った調査では服装の上下、種類によって印象形成の過程が違っていることが示唆されている。「個人的親しみやすさ」の次元において上の衣服は強く影響を与えており、下の衣服に比べて「女性らしさ」を表すことがパーソナリティの印象形成に寄与しているとしている。

「活動性」においては下の衣服が強い影響を与えていることが示されており、ズボンやミニスカートやジーパンといった服装は活発であるという印象の形成に寄与していると示されている。また、上の衣服に関して暖色は「活動的である」という印象に大きく寄与し、反対に寒色は「活動的でない」という印象に寄与していることも示されている。

これらのことから、印象形成には身体上の装飾による影響が及ぼされると考えられる。

1.3 本研究の目的：

対人認知に対する潜在的影響

認知者に気づかれにくいわずかな変化も対人認知に影響することが示されている。例えば、佐藤・児守・青木・小林（2009）は、人物写真画像を加工して、コントラストを変化させることにより、個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさの対人認知が変化することを示している。この研究は、気が付かれにくい写真加工が対人認知に影響すること、すなわち、対人認知における潜在的影響の存在が示唆される。この研究結果を受けて、佐藤（2020）は、同じ顔写真を加工して、ピアスをつけた・あるいはつけない男女写真に対する対人認知を検討している。その結果、ピアスをつけた写真の方が個人的親しみやすさが高い結果が示されている。この認知には性差が示されていた。ピアスをつけた男性顔の親しみやすさは高く、女性よりも男性の方が親しみやすい顔と認知されていた。回答者の性別の違いでは有意な影響は見られなかった。しかし、これらの研究では、その写真加工に気がついていなかかったかの操作チェックは行われていない。

そこで、本研究では、ピアスに並んで、気がつきにくい、上の世代には好まれないタトゥーを刺激に使うこととした。また、先行研究で影響が見出されている性差も検討する。

さらに、写真加工の存在に気がついていなかかったかをチェックする従属変数を導入した。その際に、タトゥーに気がついていましたか、とダイレクトに聞くと、そこで実験意図が明らかになってしまう。そこで、本研究では、対人認知を測定したのちに、写真のどこを見て判断したか、3点までクリックさせる手続きを導入した。また、最後に、写真で特に気がついた点を自由記述で記述させる設問を設けた。自由記述でタトゥーに触れていた、または、写真上でタトゥーの上をクリックしていた場合は、タトゥーに気がついていたと想定しうる。この写真加工に気がついていなかかったかの要因については、人数的に気がつく実験参加者は少ないと予想されたため、探索的な検討として、気がついていなかかった参加者のみを対象にした分析を行なった。

タトゥーと関連することが想定しうる対人認知

軸として、本研究では活動性の要因に注目している。そこで、写真刺激として、は、力強い胸を張るポーズ（ガッツ）と何かに気がついて手を打ち合わせている（ひらめき）である。この2種類の写真は、タトゥー有無の要因を個人の繰り返し要因として提示するために設定された。順序効果を相殺するために、合計で4種類の質問紙が用意された。タトゥー刺激は、それぞれの写真の腕に小さくつける・つけないの刺激が写真加工により、準備された。

1.4 従属変数：対人認知及び交際意図

対人認知としては、先行研究に従い親和性（個人的親しみやすさ）・活動性・社会的望ましさの対人認知における3次元に及ぼす影響を検討する。写真上に注目した場所をクリックする手続きの後に、対象人物と付き合いたいと思うかどうか。例えばタトゥーをしている人は友人としてなら付き合っても良いが、親友としてならどうか、恋人してならどうか、仕事仲間としてどうか、といった行動面において影響するかどうかを検討する質問項目を設定したのちに、最後に写真を見ながら写真について気がついた点があれば記述するように求めた。

2. 方法

2.1 実験参加者

大学生 32名（男性 17名、女性 13名、その他 2名）
平均年齢 20.4歳
実施日時 2023年6月23日～2023年7月21日

なお今回は女性の数が少ないため、その他も女性としてカウントすることとした。

今回の実験の当初の収集データは65名であったが回答の不備や未完成の回答のあったデータ33名は除外した。また、ヒートマップは全てのデータを使用した。仮説の検討は、不備のあったデータを除いた16名を用いる。

2.2 手続き

2.2.1 Web質問紙としてはOnline Survey Software Qualtrics Survey Solutions システムを

対人魅力におけるタトゥーの影響について

利用し、チャット上に質問紙のリンクを送信し、回答を求めた。回答者には印象形成の調査という名目で回答を行ってもらった。この際写真の人物にはタトゥーがあることは名言しなかったが、この調査において「2人の人物の写真を見てもらうこと」そして「人物写真をよく見てから回答」してもらおうよう促した。本研究のデータは統計的に処理され、個人的な情報が外部に漏らされることはなく、答えたくない質問には答えなくてよいと説明し回答を行ってもらった。

質問はタトゥー有りの人物写真もしくはタトゥーなしの人物写真を評価させたあとに、タトゥーなしの人物写真もしくはタトゥー有りの人物写真を評価させた。これら人物の登場のパターンは4つある。以下にその4つのパターンを示す。

- パターン1. (ガッツ・タトゥーあり)
→ (ひらめき・タトゥーなし)
- パターン2. (ガッツ・タトゥーなし)
→ (ひらめき・タトゥーあり)
- パターン3. (ひらめき・タトゥーあり)
→ (ガッツ・タトゥーなし)
- パターン4. (ひらめき・タトゥーなし)
→ (ガッツ・タトゥーあり)

評価の内容は10個の形容詞対を7件法で評価させるものである。10個の形容詞対は佐藤ら(2009)を参考に作成した。測定項目は、表1の因子分析負荷量表に示す。

無気力—意欲的
心の狭い—心の広い
近づきがたい—人懐っこい
感じの悪い—感じの良い
軽率な—慎重な
無責任な—責任感のある
自信のない—自信のある
知的でない—知的な
不誠実な—誠実な
冷たい—暖かい

これら評価の後にもう一度人物写真を見るよう促し、その人物のどこを見て印象を判断したのか

その根拠となる箇所(表情や服装など)に最大3か所クリックをさせた。

この後人物写真について、気軽な友人として、仕事仲間として、あるいは親友や恋人として、どの程度の間柄まで親しくできるかについて(1. 関わりたくない、2. どちらかといえば関わりたくない、3. どちらでもない、4. どちらかといえば関わりたい、5. 関わりたい)の5件法で回答させた。

2.2.2 刺激材料

人物写真としては、男性の同じ写真を用いて、AガッツポーズとBひらめきポーズを、著作権フリー素材サイトから選んだ(PhotoAC)。この写真は、それぞれの写真の腕に、タトゥーの画像を貼り付け加工した。結果4種類の刺激が用意された。画像を図1から図4に示す。



図1 ガッツ・タトゥーなし



図2 ひらめき・タトゥーなし



図3 ガッツ・タトゥーあり



図4 ひらめき・タトゥーあり

2.3 実験計画及び仮説

実験計画

被検者内要因 3 要因

- (1) タトゥー要因 2 水準 (あり・なし)

被検者間要因

- (2) 性別要因 2 水準 (男性・女性)
 (3) 従属変数 対人認知
 (4) 対人認知 活動性・親和性
 (5) 交際意図 友人として・親友や恋人として・
 仕事仲間として付き合いたいと
 考えるか

なお、本研究は混合モデルを用いることを想定して、一人の実験参加者に繰り返し要因として

A→BまたはB→Aの順に写真を提示した。うち、半数の実験参加者はAにタトゥーがあり、半数にはBにタトゥーがある条件であった。写真ABはタトゥー有無写真の順序効果を相殺するためのカウンターバランス要因として設定された。混合モデル分析においては、参加者IDをランダム要因として設定した。混合モデルに用いるために、各従属変数から全体平均を引く中心化の措置を行った。

仮説1

性別及びタトゥー有無要因により対人認知に差が見いだされるだろう

仮説2

仮説1の効果には、タトゥー認知有無により影響が見いだされるだろう

3. 結果

3.6 記述統計

本研究で使用した対人認知、交際意図、親和性因子、活動性因子の平均値、中央値、最頻値、最大値、最小値を表1～表4に示す。

表1 対人認知の記述統計1

記述統計

記述統計 ▼

	無気力-意欲的	心の狭い-心の広い	近づきたい-人なつこい	感じの悪い-良い	軽率な-慎重な
妥当	64	64	62	64	63
欠損値	0	0	2	0	1
平均値	6.375	5.438	5.484	6.016	3.698
標準偏差	0.882	1.435	1.544	1.091	1.710
最小値	4.000	1.000	2.000	3.000	1.000
最大値	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000

表2 対人認知の記述統計2

	無責任な-責任感のある	自信のない-自信のある	知的でない-知的な	不誠実な-誠実な	冷たい-暖かい
	64	63	64	63	63
	0	1	0	1	1
	4.156	5.810	4.750	5.317	5.873
	1.606	1.435	1.563	1.330	1.301
	1.000	1.000	1.000	1.000	2.000
	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000

対人魅力におけるタトゥーの影響について

表3 交際意図の記述統計

記述統計	気軽な友人として	仕事仲間として	親友や恋人として
妥当	63	63	63
欠損値	1	1	1
平均値	3.794	3.635	3.048
標準偏差	1.095	1.195	1.288
最小値	1.000	1.000	1.000
最大値	5.000	5.000	5.000

表4 親和性因子、活動性因子の記述統計

記述統計	親和性	活動性
妥当	64	64
欠損値	0	0
平均値	5.746	4.605
標準偏差	0.959	1.090
最小値	3.000	1.000
最大値	7.000	7.000

表5

因子負荷量 ▼

	因子1	因子2	独自性
感じの悪い-良い	0.848	-0.139	0.232
冷たい-暖かい	0.799	-0.134	0.317
近づきたい-人なつこい	0.754	-0.024	0.427
心の狭い-心の広い	0.711	0.105	0.501
不誠実な-誠実な	0.600	0.469	0.489
無気力-意欲的	0.574	0.051	0.675
自信のない-自信のある	0.282	0.004	0.921
軽率な-慎重な	-0.199	0.837	0.218
知的でない-知的な	0.148	0.656	0.572
無責任な-責任感のある	-0.004	0.816	0.333

表1では最大値7で平均して5~6の数値であったが「軽率な-慎重な」の値は3.698と低い数値であった。

表2では「無責任な-責任感のある」と「知的でない-知的」の値が他と比べて低い数値となった。

表3では最大値5で平均して値が3ほどに収まる結果となり特に気軽な友人としてはその他2項目に比べて高い結果となった。

表4では親和性の値が活動性の値に比べてより高い結果となった。

3.1 対人認知項目の因子分析

対人認知項目の質問について因子分析を行った。スクリー基準と平行分析から、2因子解を想定して因子分析（最小残差法・オブリンミン回転）を行ったところ、単純構造が得られた。第1因子の寄与率は33%、第2因子の寄与率は21%であった。結果を表5に示す。

因子1は表1のまでの6つであり、因子2はまでの4つである。

表1の第1因子を 親和性因子 第2因子を活動性因子と解釈して、それぞれの合計得点を項目数で割った値をそれぞれ、親和性得点・活動性得点と命名した。また、因子間相関は-.12、累積因子寄与率は.53であった。本研究で用いたJASP分析ソフトの混合モデルにおいては従属変数が1つしか指定できないため、この2つの指標にそれぞれについて仮説1の写真要因とタトゥー要因の影響が見出されるかについて検討を行う。

3.2 仮説1の検討

対人認知に対する性別及びタトゥー条件の影響

従属変数として、活動性得点・親和性得点から全体平均を引いた中心化得点を用いて、線形混合モデル分析を行なった。固定効果は、タトゥー条件と性別要因、変量効果は実験参加者IDである。分析の結果、いずれの影響も認められなかった。また、友人として・仕事仲間として・親友として付き合いたいかの交際意図得点に対しても同様に混合モデルによる分析を行なったが、いずれの影響も認められなかった。よって、本研究の仮説1

は支持されなかった。そこで、次に、索的検討として、タトゥーに気がついていなかかったかによる影響を吟味する。

3.3 タトゥー認知

実際に実験参加者が写真のどこを注目していたかをヒートマップで図5～図8に示す。

図5では実験参加者は主に顔に注目していた。続いて、腕、拳、肩、二の腕付近に注目していた。この図5にはタトゥーはないため実験参加者がタトゥーに関して気づくことはなく写真で一番特徴的であると思われる顔に注目している。腕時計をしている場所とタトゥーの位置は同じであるが、腕時計に注目する人物はヒートマップ上でいなかった。

図6でも同様に顔に注目が集まっている。それ以外の部分では手のみであり図6においては顔以外に実験参加者が注視するべきと思われた場所は存在しなかった。

図7では図5と同様に顔に多くの注目が集まっているが、図5とは違って後ろの背景部分に注目が向いていることや肘の内側部分にも注目が向いていることなどの違いがみられる。また、胸元にも注

目が向いている。そしてタトゥーの位置にも注目が向いていることから一部タトゥーと気づいた、もしくは不自然な感覚を覚えたものと思われる。

図8でも顔以外への注目が増えている。タトゥーなしの図6に比べ、手部分への注目が増えていることや一部肩や背中部分への注目があり、右腕のタトゥーにも気づいたと思われる実験参加者もいる。

タトゥーなしの写真では顔とその他少しの部分にしか注目が向かなかったが、タトゥーありの写真ではタトゥーなしの写真に比べてより多くの箇所に注目しやすいという状況が生まれた。

タトゥーに気がついていなかかったかの判断基準は下記の通りとした。

自由記述において、タトゥーに言及していた、あるいは、写真上のクリックで一度でも下記の範囲にクリックがあった場合を気がついていたとする。

ガッツポーズ X541-549 Y201-214 を同時に満たすクリックが一つ以上。

ひらめきポーズ X129-155 Y387-408 を同時に満たすクリックが一つ以上。



図5 ガッツ・タトゥーなし



図6 ひらめき・タトゥーなし



図7 ガッツ・タトゥーあり



図8 ひらめき・タトゥーあり

3.4 タトゥーに気がついていなかった

実験参加者の結果

タトゥーに気がついていなかったかを3.2方法に示した基準により選定したところ、6名の実験参加者がタトゥーの写真加工ポイントをクリック、あるいは、自由記述でタトゥーに触れていた。気がついていない実験参加者が少数であったため、タトゥー認知を独立変数として導入するのではなく、タトゥーに気がついていない実験参加者は実験計画に乗らないデータとして削除する扱いとする分析を行う。上記の分析において、比較的に影響が強かった要因は、活動性認知に対する性別とタトゥー条件の交互効果である ($F(1, 60) = 2.52, p = .12$)。この結果について、タトゥーに気がついていなかった実験参加者のみで分析した結果、活動性認知に対する性別とタトゥー条件の交互効果が有意に認められた ($F(1, 24) = 5.59, p = .027$)。結果を表6に示す。男性はタトゥーがある場合に活動性を低く認知するが、女性そのほかはタトゥーがある場合に活動性を高く認知していた。

そのほかの要因あるいは従属変数については有意な効果は認められなかった。

3.5 T検定の結果

3.4の結果から男性はタトゥーのある方が活動性認知が低くなるのかを検討する探索的な分析としてT検定を行う。事後検定の結果を表6に示す。各セル間に有意な平均値の差は見出されなかった。

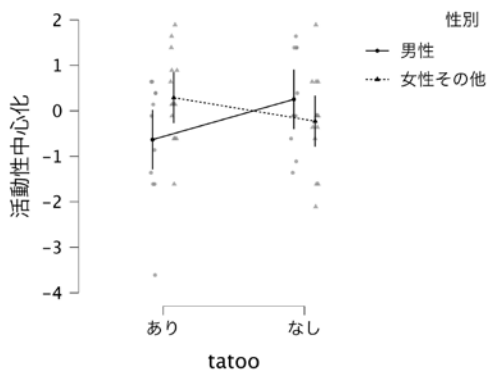


図6 活動性認知得点に対する、タトゥー要因と性別の効果

4. 考察

本研究の目的は、タトゥーが人物の印象形成においてどのように印象形成に影響を及ぼすかを検討するものであった。またこの調査では注意深く見なければ気づかない刺激とし、タトゥーに気づいていなくても影響を及ぼす潜在的な認知であるか、また、これら研究を通じて日本におけるタトゥーの認識を明確にし、タトゥーに対する新たな視点を得る事を目的としていた。

本研究の結果、仮説を支持する結果は見いだされなかったが、タトゥーに気が付いていない実験参加者に絞った場合にのみ、活動性認知に対する性別とタトゥー条件の交互効果が有意に認められた。この結果は、写真加工の影響は、その加工に気がついていない場合のみ影響する、潜在的な効果であることを示唆している。ただし、本研究のデータ数は少ないため、明確な結論を得ることはできない。

仮説1は性別及びタトゥー有無要因により対人認知に差が見いだされるだろうというものであった。結果としてはいずれの影響も認められなかった。また、佐藤(2020)の研究では回答者の性別による影響は見受けられなかったが、本研究においてもその影響は見受けられなかった。また、友人として、仕事仲間として、親友や恋人として付き合いたいかの交際意図に関しても分析を行ったがいずれの影響も認められなかった。タトゥー有無要因で対人認知に差が見いだされなかった要因と

表6 事後検定の結果

事後比較- 性別 * tatoo		平均値差	標準誤差	t	Pホルム
男性 あり	女性その他 あり	-0.923	0.429	-2.151	0.219
	男性 なし	-0.886	0.461	-1.923	0.302
女性その他 あり	女性その他 なし	-0.406	0.429	-0.947	0.805
	男性 なし	0.036	0.429	0.085	0.933
男性 なし	女性その他 なし	0.517	0.395	1.309	0.787
	女性その他 なし	0.480	0.429	1.120	0.805

して考えられるのは写真の問題である。今回タトゥーによる差を見いだしたかったが写真の男性は表情が豊かで感情が読み取りやすく目につきやすいものと思われ、結果的にタトゥーから実験参加者の意識をそらしたのではないだろうか。これまでの引用文献でも表情やその他別の要因が印象形成に与える影響は知られており、タトゥーの有無による差を見出す際にはより無表情な写真が求められるのではないだろうか。ヒートマップでも多くの実験参加者が顔部分に注目しておりタトゥーがあると自由回答で答えた人数も少なく視線が顔、ひいては表情に集中したと思われる。また、交際意図要因に関しても同様のことが言えるだろう。

一方で、探索的検討として、タトゥーに気が付いていなかった実験参加者に絞って結果を分析したところ、活動性認知に対する性別とタトゥー条件の交互作用効果が認められた。男性はタトゥーがある場合に活動性を低く認知するが、女性その他はタトゥーがある場合に活動性を高く認知していた。調査人数が少なく、事後検定の結果が有意でなかったため、明確な結論は出せないが、交互効果が示された理由を考察をするならば活動性因子の要素がより男らしいものであるからだと思われる、異性としての魅力を感じ取ることに繋がった可能性が考えられる。例えば、プランインターナショナル（2022）では日本の高校生 2000 人を対象としたジェンダーに基づく固定観念・偏見に関する調査を行い、高校生が持つ男性のイメージとしては活発や元気、クールなど活動性因子と近い印象を持っておりそういったジェンダーに基づいた印象がこの結果に結びついたのではないかと考える。また、日本におけるタトゥーのイメージはヤクザと結びつきがあることから男性的なイメージをより持たれやすく活動性を高く認知したのではないだろうか。しかしながらその他の要因では有意な効果は認められなかったことや、人数の少なさなどこれら今後の調査において改善すべき課題である。

人物の印象形成におけるタトゥーの存在はどのように影響するのかは今回の実験では未知数な部分が多く印象形成の調査において対象の要因以外の存在をくらす方法の模索が課題として見つ

かった。また日本という国におけるタトゥーの異質さを加味してもタトゥーに気づく実験参加者が少なかったことから、より質問紙等の注意書きや写真の選定など実験参加者が分かりやすい環境づくりも必要だと思われる。

引用文献

- APOCALIPT (2023) トライバルタトゥーの歴史、デザインについて、(<http://www.apocaript.com/about.html>), 2024 年 1 月 9 日閲覧
- PhotoAC (<https://www.photo-ac.com/>)
- 入れ墨—Wikipedia, (<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%85%A5%E3%82%8C%E5%A2%A8%E3%81%AE%E6%AD%B4%E5%8F%B2>), 2023 年 12 月 20 日閲覧
- 岡村誠士, 工藤雅人, 熊谷伸子 (2018) : 女子大学生における他者の身体装飾への意識～タトゥーとピアスを中心として～, 繊維製品消費科学, 59 巻, 7 号 pp.544-548
- 辛島光彦 (2022) : オンライン面接時の被面接者の顔表情が面接者の印象に与える影響に関する研究, 人間中心設計, 18 巻, 2 号, pp2-6
- 観光庁 (2015) : 入れ墨 (タトゥー) がある方に対する入浴可否のアンケート結果について, (https://www.mlit.go.jp/kankochu/topics05_000160.html), 2023 年 12 月 20 日閲覧
- 松嶋冴衣 (2020) 消えるタトゥーを装う—現代身体装飾の文化人類学的考察. 東北人類学論壇 Tohoku Anthropological Exchange 19:44-65
- 佐藤慈, 児守啓史, 青木直和, 小林裕幸 (2009) : 顔写真の明るさとコントラストが印象形成に与える影響, 映像情報メディア学会誌, 63 巻, 11 号, pp1637-1644
- 佐藤唯一 (2020) : 印象形成におけるピアスが与える影響について, 京都先端科学大学, pp76-81
- 永野光郎, 小嶋外弘 (1989) : 服装特徴と印象形成—手がかりの優位性の検討—, 繊維製品消費科学, 31 巻, 6 号, pp289-292
- 日本政府観光局 (2023) : 訪日外客統計, (<https://www.jnto.go.jp/statistics/data/visitors-statistics>), 2023 年 12 月 13 日閲覧

対人魅力におけるタトゥーの影響について

- 藤岡美香子 (2017) : 訪日外国人旅行者の快適な日本体験のための環境整備に関する考察—入れ墨 (タトゥー) がある人の公衆浴場利用の観点から, 東海大学経営学部, pp.11-22
- ブランインターナショナル (2022) : 性別にとらわれず自由に生きるために「日本の高校生のジェンダーステレオタイプ意識調査」, pp08
- 山本真理子 (2000) : 顔の印象と対人的影響, 日本化粧品技術者会誌, 34 巻 4 号, pp351-353