

女性の指の形がその持ち主の対人印象に及ぼす影響^{1,2}

——指の細さと長さの観点から——

成瀬 さくら 神戸学院大学心理学研究科 毛 新華 神戸学院大学心理学部
中村 珍晴 合同会社 Exvision

The influence of the shape of a woman's fingers on the interpersonal impressions of their owner:
From the point view of finger thinness and length

Sakura Naruse (*Graduate School of Psychology, Kobe Gakuin University*)

Xinhua Mao (*Department of Psychology, Kobe Gakuin University*)

Takaharu Nakamura (*Exvision Lcc*)

対人印象を形成する要素の一つとして、外見が挙げられる。パーツモデルの存在や、容姿を評価されることは女性の方が多い点を踏まえ、本研究では、女性の指の形が対人印象に与える影響を明らかにすることを目的とした。大学生 125 名（男性 50 名、女性 75 名；平均年齢 19.4 歳、 $SD = 1.42$ ）を対象に、質問紙による調査を行った。指の形を評価する項目に因子分析を行った結果、「優美性」、「親近性」、「明瞭性」の 3 因子が得られた。指の細さと長さを独立変数に、因子分析で得られた 3 因子のそれぞれを従属変数とした参加者内の 2 要因の分散分析を行った。その結果、相対的に、指の細い人、指の長い人は、弱さを中心とした女性的な優美性を持っており、他者と親しみやすく、そして目立っていると認知されやすいことが示唆され、指にもステレオタイプが存在することが明らかとなった。このため、指の形の操作により、好ましい自己を演出することが可能と推測される。

Key words: female finger shape, interpersonal impression, thinness, length

キーワード：女性の指の形、対人印象、細さ、長さ

Kobe Gakuin University Journal of Psychology
2023, Vol.6, No.1, pp.11-20

問題と目的

我々は日常生活において絶え間なく他者と関わりをもっている。その関わりの中で、時として相手の断片的な情報を使用して、相手の全体像を推測している。このようなことは対人印象の形成であり、さ

まざまな対人場面において、他者と円滑な関係を構築するのに大きな役割を果たしている。

対人印象の形成に、極めて重要な要素の一つとして外見が挙げられる。実際は外見と性格との間には客観的な関連性は認められないのにも関わらず、人々は主観的に両者になんらかの関係性があると捉えてしまう。いわゆる「暗黙の性格観」という理論がある。この理論をもとに、林（1978）は、人々が相貌特徴と性格特性の間に暗黙のうちに仮定している関連性を明らかにした。同じ理論から、山本（2000）は、はっきりとした根拠がなくても、外見的な印象がその人の内面的な特性や将来の人生のあり方などと一定のかたちで結びつけて考えられやすく、その人に関す

1 本研究は第 1 著者が 2021 年度神戸学院大学心理学部に提出した卒業論文を加筆・修正したものである。

2 本論文の執筆にあたりご助言をくださった、神戸学院大学心理学部の清水寛之先生、村井佳比子先生、山口大学教育学部の長谷和久先生、中国・河南大学の王璋先生に心より感謝申し上げます。

る不正確な先入観になりやすいと述べている。

さらに、垣内 (1996) は、対人魅力の研究の文脈から、外見的な魅力と性格の社会的望ましさととの間に正の相関が存在するという信念である「美人ステレオタイプ」に言及している。この「美人ステレオタイプ」は外見に関する「暗黙の性格観」の一種であり、美人度の高さは、性格の良さや社会的成功 (Dion et al., 1972), そして他者からの好意 (Walster et al., 1966) にプラスの評価をもたらす。その一方で、顔の魅力の低さはレポートの出来栄えにマイナスの評価を増幅する (Landy & Sigall, 1974)。また、美しい人は好ましい属性を持つ (小野寺, 1989), 高い道德基準を備えている (Klebl et al., 2023; Tsukiura & Cabeza, 2011), 親密な関係にある相手として望まれる (川西, 1993), などの結果が明らかとなっており、いずれも古典的な研究の結果と一致し、美人ステレオタイプの頑健性を裏付けている。

美しさを活かし、商業の観点からは、これまでに美人モデルを起用し、服をはじめとする商品の宣伝が行われてきた。最近では、商品がより良く見えるようにとの意図から、美しいパーツ (身体部位) を用いて宣伝・広告を行う、パーツモデルの起用が現れ始めている (ジャズ, n.d.)。パーツモデルとは、手や足、目など、体の一部分だけの美しさを特徴として用いられるモデルのことを指す。その代表として、手の美しさに焦点を当てた「手タレント」というジャンルがある。そのジャンルでは、細くて長い指のある手の画像が多く用いられ、手に関係する商品をよく見せようとしている (ジャズ, n.d.)。

指の対人印象に関する先行研究が多くない中、神山他 (1988) の研究が挙げられる。その研究では、身体部位に関する暗黙裡のパーソナリティ特性を身体特徴別に検討している中で、「指の細い」および「指の太い」という身体特徴に対して印象評価が行われた。その結果、「指の細い」人に関しては「感じの良い」印象が抱かれ、「指の太い」人に対しては「気長な」という印象を抱かれることが明らかとなった。このことより、指の形は指の持ち主への対人印象に影響を与える可能性があると考えられる。

しかし、神山他 (1988) の研究では、語句のみの提示により指の印象評価を求めているため、評価者にとって指をビジュアル的にとらえることができない上、指の持ち主に対する印象を構造的に捉えることができていなかった。そこで本研究では、実際の指画像を刺激として提示し、より多くの評価用単語対を用いてデータを収集し、指の持ち主への印象を構造的に理解するように試みる。

また、前述した神山他 (1988) では、「細い—太い」という指の横幅にフォーカスしている。しかし、指の形を決めるには、横幅 (細さ) だけではなく、縦幅 (長さ) による影響も考慮する必要がある。そこで本研究では、細さと長さの違う指を比較して指の

持ち主への対人印象の違いを検討する。加えて、上記に言及したパーツモデルについて、採用されるモデルの性別は、男性よりも女性の方が多くみられる。なぜなら、パーツモデルは、ハンドケアやネイルケア用品、ネイルサロン、宝飾品 (指輪やブレスレットなど)、腕時計など、対象者を女性とする広告に起用されることが多いためである。女性のパーツモデルが必要とされる場面が多いという事実は、女性を対象とする評価が行われる場面が多いと言い換えることができる。これらのことを踏まえた上で、本研究においては女性の指に限定して検討を行う。

指の細さや長さを通してその持ち主に対する印象に関する研究が絶対的に不足している中、体の横幅および縦幅、つまり体重と身長における対人印象に関する先行研究の知見が、指の持ち主の対人印象に有益な示唆を与えると考えられる。なぜなら、指の細さと長さはおおむね体の横幅および縦幅に比例すると考えられるからである。

体の横幅、つまり体重の観点から、山本・原 (2006) は、太っている人が「セルフコントロールができない」、「仕事の適性が欠けている」などと思われがちな「肥満ステレオタイプ」の存在を明らかにした。また、佐名・五十嵐 (2014) の研究では、BMI28 以上の人は肥満でだらしないと判断される傾向にあることが示唆された。

一方、体の縦幅、つまり身長の観点から、山本・原 (2006) は、欧米の先行研究を複数レビューし、身長に関するステレオタイプが存在する可能性が指摘されていることを報告している。例えば、Roberts & Herman (1986) は、身長が高い人に対して、指導力がある、信頼感がある、社会的地位が高いなどのステレオタイプを持っていることを明らかにしている。また、身長の高い人は低い人よりも初任給が有意に高いこと (Keys, 1980; the U. S. news and world report, 1977), 高い職位を与えられやすいこと (Farb, 1978; Kurtz, 1969) など、社会的影響の違いが報告されている。また、配偶者選択の場面においても、身長は重要な要素の一つとして挙げられている (鈴木他, 2018)。

さらに、体重と身長の両方の観点から、女性が理想とする体型は、ファッションモデルから受ける影響も大きく、細くて高いモデル体型を好む傾向がある (菅原他, 2018)。鈴木 (2012) は多くの研究を概観し、若年女性の約 9 割が瘦身願望を有していて、約 6 割が瘦身希求行動 (ダイエットなど) を経験していると指摘している。また、男性の、女性に対しての理想体型においても、痩せているが 85.7%, 普通が 14.3% であり、太めの型を望む人はいなく、ほとんどが痩せ型の女性を理想としている (金本他, 1999)。身長の観点からは、ファッションモデルについて、海外のショーモデルの身長は最低でも 175cm ほど必要とされており、日本国内のショーモデルで

も、170cm 以上が一定基準と言われている（キャリアガーデン編集部，n.d.）。このように見ると，女性の体型において痩身，かつ高身長が好まれているといえる。

指は身体の一部であるため，上記に挙げた体重や身長に対する印象が持つ影響は指にもあてはまる可能性があり，太い指よりある程度細い指，短い指よりある程度長い指の持ち主に良い印象が持たれるのではないかと推測できる。

以上のことから，本研究では，女性の指の形がその持ち主の対人印象に及ぼす影響を調べることを目的とする。具体的には，指の太さと長さの異なる画像を刺激として提示し，対人印象評価尺度を用いてその持ち主の対人印象の回答データを収集する。

そこで，本研究では，細さ，長さの異なる指から捉えられた対人印象の構造を解明することを第1の目的とする。次に，指の細さ，長さの違いがもたらす持ち主の印象について，素点による合成得点を利用して明らかにすることを第2の目的とする。

方法

調査対象者

関西圏の私立大学に在籍している学生 125 名（男性 50 名，女性 75 名；平均年齢 19.4 歳， $SD = 1.42$ ）を対象とした。

調査期間

本調査は 2021 年 4 月 16 日から 2021 年 5 月 15 日の間に実施した。

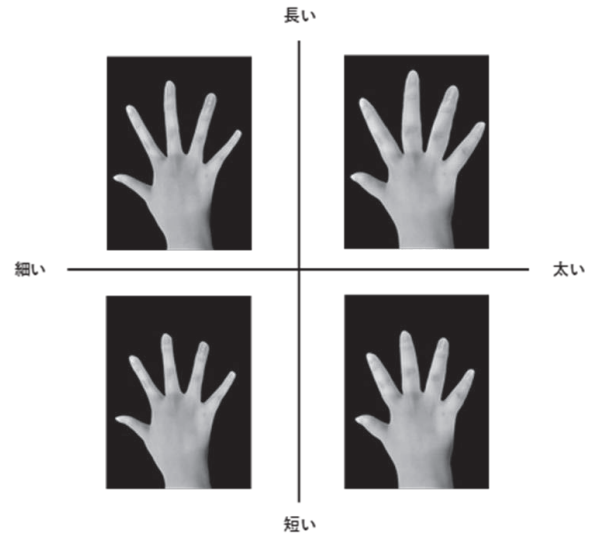
調査手続き

本調査は，SD 法を用いた選択形式の質問紙調査により実施した。質問紙は Google Forms を用いて作成した。大学の授業内および SNS を通して QR コードを配布し，回答者は各自スマートフォンなどの電子端末で読み取り回答をさせた。冒頭に，質問項目に回答しなくても不利益はないこと，回答は自由であること，回答した結果は匿名でありプライバシーが侵害されないことを確認する同意文を掲載した。質問紙の内容に関しては，初めに年齢と性別を問い，次いで 4 種類の画像を順に提示し，それぞれの画像に 9 個の形容詞対（後述）で回答を求めた。教示は，「次の画像の指を持つ女性の人物像として，どのような印象を抱きますか？」であった。

刺激

指の形を比較する本研究の目的を実現するために，細さと長さの次元に基づき，両者において対照的に位置する 4 種類の画像を刺激として作成した。具体的には，女性の指の写真を基に加工を行い，細くて長い指，細くて短い指，太くて長い指，太くて短い

Figure 1
調査に使用した指の画像



指の 4 種の画像（Figure 1）を作成した。なお，細さ，長さ共に 2 割程度の伸縮を目安とした。加工には，Snow Corporation が提供するスマートフォンアプリである Snow およびウェブサービスである removebg を用いた。また，指以外の他の要因が指に対する評価に影響を及ぼすことを防ぐために，すべての写真は手首から上を写し，爪にはマニキュアやネイルは施さず，背景を黒色に統一した。

調査項目（尺度）の選定

各画像に対する印象を SD 法の尺度を用いて測定した。尺度を構成する項目の内容的妥当性を得るため，対人印象評価を中心とする先行研究において用いられた形容詞対を参考にした。参考にした研究は，平均顔を用いた髪色印象評価（中川，2019），髪型の外見の印象評価（金子・門脇，2001），顔の印象評価（山本，2000），化粧の対人印象評価（九島・齊藤，2015）であった。これらの研究から，指の形を通してその持ち主の印象を問うのに適切な評価語を，心理学を専攻する学部生および教員 1 名ずつで選定を行った。その

Table 1
調査に用いた形容詞対

1. 派手な—地味な
2. 男性的な—女性的な
3. 神経質でない—神経質である
4. 気が強い—おとなしい
5. 感じが良い—感じが悪い
6. 簡素な—華やかな
7. 繊細な—大胆な
8. とっつきにくい—とっつきやすい
9. 好き—嫌い

結果、指の持ち主の対人印象評価の尺度案として、Table 1 に示す 9 項目の形容詞対が選定された。形容詞対は両極に配置し、それぞれの項目に、「当てはまる (1)」、「やや当てはまる (2)」、「どちらでもない (3)」、「やや当てはまる (4)」、「当てはまる (5)」の 5 件法を用いて回答を求めた。

結果

対人印象評価尺度の因子構造と信頼性の検討

まず、指の持ち主の対人印象評価尺度 9 項目について、刺激ごとにその得点分布を確認したところ、細くて長い指条件における「男性的な—女性的な」、太くて長い指条件における「繊細な—大胆な」、という二つの項目で得点分布の偏り（平均値が 4.0 を超える）が見られた。しかしながら、偏りが見られた項目は特定の画像に現れており、かつ画像間の対人印象を測定する上で不可欠なものであると考えられる。そこで、ここでは項目を除外せず、すべての項目を以降の分析対象とした。

本研究では、4 つの刺激に対して、同じ 9 つの評価項目を用いてデータを収集した。そこで、一人の参加者から得られた 4 つの刺激ごとの対人印象評価尺度の評定値をそれぞれ独立したものとみなし、それらを込みにした素点を用いて探索的因子分析（最尤法、斜交回転）を行った^{3,4}。固有値の変化は、3.34, 1.70, 1.33…というものであり、3 因子構造が妥当であると考えられた。最終的な因子パターンと因子間相関を Table 2 に示す。なお、3 因子で 9 項目の全分散を説明する割合は 71.39% であった。第 1 因子は 4 項目で構成されており、「繊細な—大胆な」、「神経質でない—神経質である」、「男性的な—女性的な」、「気が強い—おとなしい」など、女性的および上品で可憐な様を連想させる内容の項目が高い負荷量を示していた。そこでこれらの項目を「優美性」因子と命名した。第 2 因子は 3 項目で構成されており、「とっつきにくい—とっつきやすい」、「感じが良い—感じが悪い」、「好き—嫌い」など、親近感や感じの良さに関する内容の項目が高い負荷量を示していた。そこでこれらの項目を「親近性」因子と命名した。第 3 因子は 2 項目で構成されており、「派手な—地味な」、「簡素

な—華やかな」など、目立ち度に関する内容の項目が高い負荷量を示していた。そこでこれらの項目を「明瞭性」因子と命名した。なお、同じ項目の 4 つの刺激から得られた平均値を用いて因子分析も行った。その結果、因子の順序が若干異なるものの、因子の構成項目が上記の因子分析の結果と同等であった。

そして、Cronbach の α 係数を用いて各因子の内的整合性を検討したところ、第 1 因子「優美性」因子は .774、第 2 因子「親近性」因子は .746、第 3 因子「明瞭性」因子は .638 であった。また、指の形の 4 条件における各因子の Cronbach の α 係数は以下の通りである。細くて長い指条件では、「優美性」因子は .562、「親近性」因子は .736、「明瞭性」因子は .507 であり、細くて短い指条件では、「優美性」因子は .468、「親近性」因子は .691、「明瞭性」因子は .659 であった。また、太くて長い指条件では、「優美性」因子は .645、「親近性」因子は .650、「明瞭性」因子は .616 であり、太くて短い指条件では、「優美性」因子は .556、「親近性」因子は .748、「明瞭性」因子は .676 であった。細くて長い指における「優美性」因子、「明瞭性」因子、細くて短い指における「優美性」因子、太くて短い指における「優美性」因子においては高い値とは言い難い。しかし、本研究において条件間の比較を実現するために、これらの因子が必要なものであったため、以降の分析に使用することにした。

指の持ち主の対人印象における指の細さ・長さの効果

指の形がその持ち主にどのような対人印象をもたらすかを調べるために、対人印象評価尺度の各因子の素点による合成得点を目的変数、指の形（細さと長さ）を説明変数とした参加者内の 2 要因の分散分析を行った。その結果を Table 3 に示す。

第 1 因子「優美性」においては、細さの主効果 ($F(1, 124) = 375.81, p < .001, \eta^2 = .38$) と長さの主効果 ($F(1, 124) = 48.76, p < .001, \eta^2 = .03$) がそれぞれ有意となった。細い指 ($M = 3.59, SD = 0.78$) の方が太い指 ($M = 2.37, SD = 0.79$) よりも優美性の得点が有意に高かった。長い指 ($M = 3.15, SD = 1.16$) の方が短い指 ($M = 2.81, SD = 0.76$) よりも優美性の得点が有意に高かった。また、細さと長さの交互作用 ($F(1, 124) = 124.84, p < .001, \eta^2 = .12$) も有意となった。交互作用が有意であったため、単純主効果の検定を行った。その結果を Figure 2 に示す。細い指における長さの単純主効果 ($F(1, 248) = 171.70, p < .001, \eta^2 = .43$)、太い指における長さの単純主効果 ($F(1, 248) = 20.29, p < .001, \eta^2 = .05$) がそれぞれ有意であった。細い指における長い指 ($M = 4.10, SD = 0.58$) の方が短い指 ($M = 3.08, SD = 0.61$) よりも優美性の得点が有意に高かった。また、太い指における短い指 ($M = 2.55, SD = 0.81$) の方が長い指 ($M = 2.19, SD = 0.73$) よりも優美性の得点が有意に高かった。また、長い指における細さの単純主効果 ($F(1, 248) = 469.81, p < .001, \eta^2 = .68$)、短い指に

3 観測値を 4 倍にしたデータ使用の問題性を判断するため、KMO と Bartlett の球面性検定を行った。その結果、KMO = 0.763, $p < .001$ であった。基準の KMO > 0.7 、かつ Bartlett の検定が有意であることの条件を満たしていたため、問題がないと判断された。

4 最尤法およびプロマックス回転は 1990 年代以降主流となる探索的な因子分析の方法であるため、これらの手法を優先的に採用した。なお、近年浸透されつつ最大残差法を用いた因子分析も行った結果、最大残差法からも最尤法と同じ項目で構成された因子を得た。つまり、本研究の因子分析の結果には頑健性を有するといえる。

Table 2

対人印象評価尺度の因子分析結果 (Promax 回転後の因子パターン)

項目	F1:優美性	F2:親近性	F3:明瞭性	共通性	平均値	標準偏差
繊細な—大胆な*	-.816	-.021	-.006	.686	3.22	1.34
神経質でない—神経質である	.783	-.306	.159	.477	2.72	1.21
男性的な—女性的な	.678	.070	.087	.530	3.33	1.35
気が強い—おとなしい	.601	.054	-.464	.598	3.10	1.25
とっつきにくい—とっつきやすい	-.330	.746	-.045	.396	3.22	1.12
感じが良い—感じが悪い*	-.225	-.696	.002	.710	2.75	1.10
好き—嫌い*	-.212	-.681	-.149	.689	2.94	1.15
派手な—地味な*	.029	-.004	-.714	.509	3.46	1.05
簡素な—華やかな	.208	.048	.642	.476	2.53	1.05
因子寄与	2.772	2.251	1.201			
因子間相関						
	F1	.558	.036			
	F2		-.032			

注 *は逆転項目

Table 3

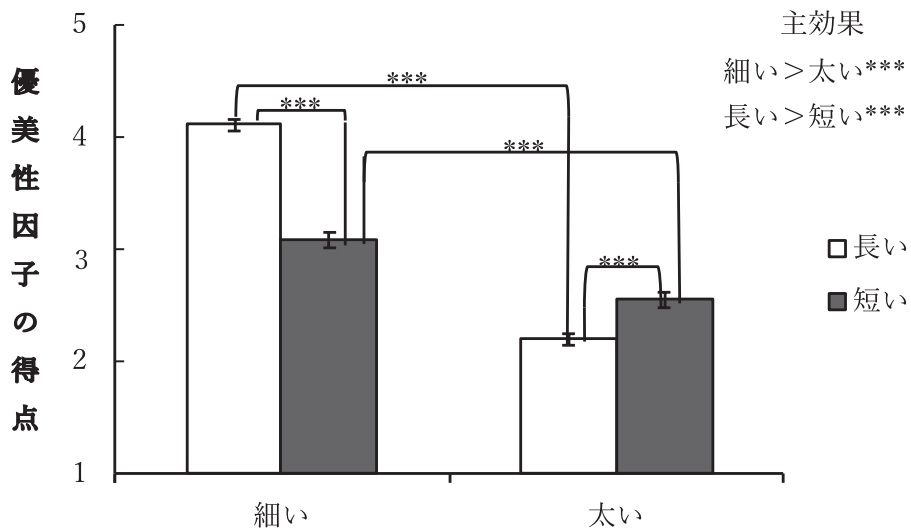
細さと長さによる各条件の得点と2要因分散分析結果

細さ	細い		太い		F値		交互作用
	長い	短い	長い	短い	長さ	長さ	
優美性因子	4.10(0.58)	3.08(0.61)	2.19(0.73)	2.55(0.81)	375.80 ***	48.76 ***	124.84 ***
親近性因子	3.69(0.74)	3.53(0.74)	2.80(0.79)	2.68(0.94)	153.90 ***	5.22 *	0.15
明瞭性因子	2.94(0.85)	2.42(0.74)	2.54(0.89)	2.23(0.96)	11.96 ***	43.18 ***	3.73 †

注 *** $p < .001$, * $p < .05$, † $p < .10$ ()の中は標準偏差を表す

Figure 2

指の細さと長さによる「優美性」因子の単純主効果



注 *** $p < .001$, エラーバーは標準誤差を表す

おける細さの単純主効果 ($F(1, 248) = 36.72, p < .001, \eta^2 = .12$) がそれぞれ有意であった。長い指における細い指 ($M = 4.10, SD = 0.58$) の方が太い指 ($M = 2.19, SD = 0.73$) よりも優美性の得点が有意に高かった。また、短い指における細い指 ($M = 3.08, SD = 0.61$) の方が太い指 ($M = 2.55, SD = 0.81$) よりも優美性の得点が有意に高かった。

第 2 因子「親近性」においては、細さの主効果 ($F(1, 124) = 153.85, p < .001, \eta^2 = .22$) と長さの主効果 ($F(1, 124) = 5.22, p < .05, \eta^2 = .01$) がそれぞれ有意となった。細い指 ($M = 3.61, SD = 0.74$) の方が太い指 ($M = 2.74, SD = 0.87$) よりも親近性の得点が有意に高かった。また、長い指 ($M = 3.25, SD = 0.88$) の方が短い指 ($M = 3.10, SD = 0.94$) よりも親近性の得点が有意に高かった。しかし二つの要因の交互作用は認められなかった ($F(1, 124) = 0.15, n.s., \eta^2 = .00$)。

第 3 因子「明瞭性」においては、細さの主効果 ($F(1, 124) = 11.96, p < .001, \eta^2 = .03$) と長さの主効果 ($F(1, 124) = 43.18, p < .001, \eta^2 = .05$) が有意となった。細い指 ($M = 2.68, SD = 0.84$) の方が太い指 ($M = 2.38, SD = 0.93$) よりも明瞭性の得点が有意に高かった。また、長い指 ($M = 2.74, SD = 0.89$) の方が短い指 ($M = 2.32, SD = 0.86$) よりも明瞭性の得点が高かった。交互作用に有意傾向 ($F(1, 124) = 3.73, p < .10, \eta^2 = .00$) が認められたため、単純主効果の検定を行った。その結果を Figure 3 に示す。細い指における長さの単純主効果 ($F(1, 248) = 38.91, p < .001, \eta^2 = .10$)、太い指における長さの単純主効果 ($F(1, 248) = 13.79, p < .001, \eta^2 = .03$) にそれぞれ有意差が認められた。細い指における長い指 ($M = 2.94, SD = 0.85$) の方が短い指 ($M = 2.42, SD = 0.74$) よ

りも明瞭性の得点が有意に高かった。また、太い指における長い指 ($M = 2.54, SD = 0.89$) の方が短い指 ($M = 2.23, SD = 0.96$) よりも明瞭性の得点が有意に高かった。また、長い指における細さの単純主効果 ($F(1, 248) = 15.63, p < .001, \eta^2 = .05$) が有意であり、短い指における細さの単純主効果 ($F(1, 248) = 3.45, p < .10, \eta^2 = .01$) に有意傾向が認められた。長い指における細い指 ($M = 2.94, SD = 0.85$) の方が太い指 ($M = 2.54, SD = 0.89$) よりも明瞭性の得点が有意に高かった。また、短い指における細い指 ($M = 2.42, SD = 0.74$) の方が太い指 ($M = 2.23, SD = 0.96$) よりも明瞭性の得点が有意傾向的に高かった。

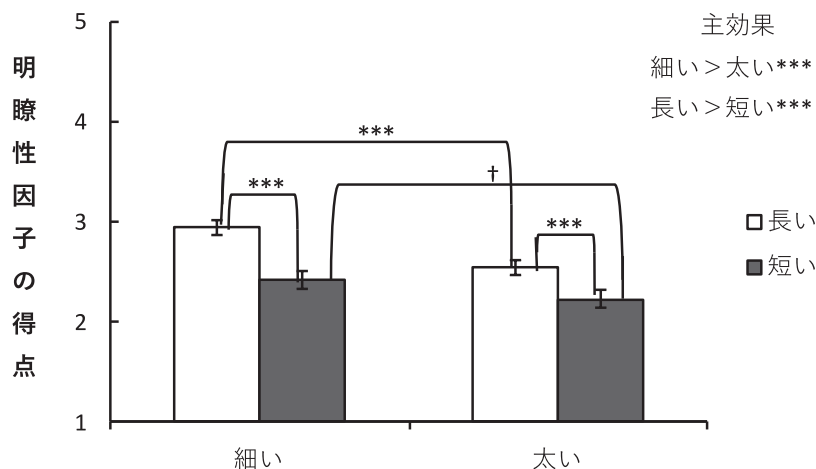
考 察

本研究は、女性の指の形がその持ち主の対人印象に及ぼす影響を明らかにすることを目的とした。その目的を実現するために、まず、因子分析を用いて対人印象評価尺度の構造を明らかにした。また、指の形の違いが対人印象評価尺度因子に及ぼす影響を検討した。

印象評価尺度の因子構造の検討

Osgood et al. (1957) は、印象評価研究において用いられる SD (Semantic Differential) 法において、多くの印象評価に当てはまる EPA 構造を提唱している。EPA 構造とは、印象評価尺度に表れる評価性 (Evaluation) 因子、力量性 (Potency) 因子、活動性 (Activity) 因子の 3 因子構造のことを指す。3 因子の項目構成として、評価性因子に「好き-嫌い」「良い-悪い」などの項目、力量性因子に「強い-弱い」「硬い-柔らかい」などの項目、活動性因子に「派手な-地味な」「動的な-静的な」などの項目となってい

Figure 3
指の細さと長さによる「明瞭性」因子の単純主効果



注 *** $p < .001$, † $p < .10$, エラーバーは標準誤差を表す

る。評価性因子は対象の価値を評価し、力量性因子と活動性因子はともに対象の性質を評価している(片平他, 2018)。

本研究では、指の持ち主の対人印象を評価する尺度に対して因子分析を行った結果、3因子構造が得られた。3因子のそれぞれを、可憐さや弱さの評価を基本とする「優美性」因子、感じの良さの評価を基本とする「親近性」因子、目立ち度の評価を基本とする「明瞭性」因子と命名した。本研究で得られた3因子をOsgood et al. (1957)のEPA構造と照らし合わせると、その類似性がみられた。具体的に、第1因子である「優美性」因子はEPA構造の力量性因子と、第2因子である「親近性」因子はEPA構造の評価性因子と、第3因子である「明瞭性」因子はEPA構造の活動性因子とそれぞれ対応している。このように考えると、本研究で得られた指とその持ち主の対人印象を評価する尺度は先行研究と理論的に一致し、印象評価尺度として要素が備えており、妥当性を有するものと考えられる。また、指の持ち主に対する対人印象評価に関する研究がほとんどない中、本研究で得られた尺度は、はじめてその印象を構造的に理解するのに貢献しているといえよう。

指の形がその持ち主の対人印象評価因子に及ぼす影響の検討

指の形(細さと長さ)がその持ち主の対人印象に及ぼす影響を明らかにするために、対人印象評価尺度の各因子を目的変数に、指の形(細さと長さ)を説明変数とした参加者内の2要因の分散分析を行った。以下、因子ごとに得られた結果について考察する。

まず、「優美性」因子を従属変数とした場合、太い指よりも細い指、短い指よりも長い指の持ち主の方が優美性の得点が有意に高かった。河内(2002)は人間の体型を表す言葉を使って印象評定を行った。その結果、痩せている体型を表す一連の言葉のうち、「弱々しい」という印象に関連する言葉が多かった。このことから、痩せている、つまり体の横幅が狭いことが、弱いと認知される可能性がある。また、李他(2017)は人間の体ではなく、文字の太さの変化による印象評価を検討した。その結果、セミ・ボールドとエクストラ・ボールドといった横幅の広い字体は深い、重い、男性的で、比較的力のある印象と評価される傾向がある。これに対して、レギュラーという細い字体は浅い、軽い、女性的で上品と評価されている。上記のいずれの研究においても、細いことは弱さの評価を高めていることを示唆している。このように考えると、細い指の持ち主の方が「繊細な」「女性的」「おとなしい」といった用語とのつながりが強く、結果的に「優美性」因子の得点を高めたと考えられる。なお、このような考察は細さの主効果だけではなく、長い指における細さの単純主効果、そして短い指における細さの単純主効果のそれ

ぞれにもいえることになる。

一方、身長の見方から、山本(1995)は、刺激人物の身長を操作し、身長の違いによる印象の変化を検討した。その結果、刺激人物が男性の場合には見られないが、女性の場合のみ、身長が高い条件において、「やさしい」という評価の得点が高かった。本研究の参加者に対して、「女性の指」と予め教示しているため、上記の身長の印象評価が指にも当てはまる可能性が考えられる。また、「やさしさ」は力量性における「弱さ」の傾向と類似していることと合わせて考えると、長い指の持ち主の方が「女性的」、「おとなしい」などの印象とのつながりが強く、「優美性」因子の得点が高くなったと推測される。このような考察は長さの主効果だけではなく、細い指における長さの単純主効果にもいえることとなる。

しかし、本研究の太い指における長さの単純主効果では、長い指よりも短い指の持ち主の方が「優美性」の得点が高くなっている。このような結果となったのは、ベビースキーマが関係している可能性があると考えられる。ベビースキーマとは、Lorenz(1943)が提唱した概念である。それによると、幼い個体を持つ短くて太い四肢や、全体に丸みのある体型などに対して、観察者の「非力で助けが必要とされる」感情を喚起させる特徴のことである。このような知見を踏まえると、太くて長い指と対照的に太くて短い指はポチャポチャした小さいものとなっている。このよう指の持ち主に対して、ベビースキーマの効果が生じている可能性がある。そのため、無力という「弱さ」の認知が引き起こされ、優美性の得点が高くなったのではないかと推測される。

「親近性」因子を従属変数とした場合、太い指よりも細い指、短い指よりも長い指の持ち主の方が親近性の得点が有意に高かった。Singh(1993)によると、ウエストが細い方が魅力的だとポジティブに評価されている。また、日本人女性は痩せていることを良しとする価値観が根強い(山田, 2014; 志渡他, 2004)。逆に、太い体型がだらしないなどネガティブな評価につながる(佐名・五十嵐, 2014; 山本・原, 2006)。一方、身長の見方からは、問題部分で先行研究をレビューしたように、身長が高い人に、指導力がある、信頼感がある、社会的地位が高いなど、ポジティブな印象が持たれやすい(Roberts & Herman, 1986)。以上のことから、細身の体に対しても、高身長に対しても、感じの良さの次元での評価では「良い」方向になっている。体型や身長に対する印象が持つ影響が指にあてはまる可能性を考えれば、太い指よりも細い指、短い指よりも長い指の持ち主にポジティブな印象が持たれることにつながる。本研究の「親近性」因子は、「とっつきやすい」、「感じが良い」、など、評価対象に対するポジティブさを反映する項目によって構成されているため、細い指、そして長い指の持ち主に対して、この因子での得点が高

くなっていると考えられる。

「明瞭性」因子を従属変数とした場合、太い指よりも細い指、短い指よりも長い指の持ち主の方が明瞭性の得点が有意に高かった。また、単純主効果の検定の結果には、細い指における長い指が短い指より、太い指における長い指が短い指より、そして、長い指における細い指が太い指よりも、その持ち主の明瞭性の得点が有意に高かった。また、短い指における細い指が太い指よりも、その持ち主の明瞭性の得点が有意傾向的に高かった。「明瞭性」因子では、主効果、単純主効果ともに、指の細い方、そして長い方の持ち主を「派手」や「華やか」と評価する傾向があった。

日本では、痩身で高身長モデルがファッション誌やテレビをはじめとする多様なメディアによって大きく取り上げられており（池上・川西, 2004, 2005; 佐々木, 2012）、モデル体型が好まれる傾向がある（菅原他, 2018）。モデルはいつもスポットライトを浴びて、周囲の拍手喝采を受けている存在となっている。そのため、モデルのような体型の持ち主に対して、華やかで派手な存在というイメージが形成されやすい。また、形に関する先行研究（増田, 2006）では、縦横比が大きいほど、「にぎやか」が代表項目となる「活動的」因子の得点が高くなっている。この知見を指に当てはめると、細くて長い指には、その持ち主が目立つイメージが形成されやすいと推測される。

指が体の一部であることを考えると、身が細くて背の高いイメージを指にあてはめた際、細い指、長い指も存在感を有しており、その持ち主に「派手」や「華やか」といった評価が高くなり、「明瞭性」の因子での得点が高くなったと考えられる。

本研究では、各要因の単純主効果にバラツキがあったため、一律した結論をまとめることが難しいところがある。一方で、指の細さと長さの主効果の結果から以下のことがいえる。すなわち、細さの観点からは、太い指より細い指の持ち主が、長さの観点からは、短い指より長い指の持ち主が、3つの因子ともに得点が高くなっている。因子の内容に照らし合わせると、指の細い人、指の長い人は、弱さを中心とした女性的な優美性を持っており、他者と親しみやすく、そして目立っていると認知されやすい。

指の形とその持ち主の内面的特性との間には、もともと関係があるわけではない。しかしながら、本研究の検討を通して、指の形の違いによってその持ち主に異なる印象を抱かれることが明らかとなった。このような結果を踏まえると、指にも「指ステレオタイプ」が存在する可能性が推論される。指は、その細さと長さにおいて、それぞれ身体の横幅（体重）と縦幅（身長）と対応している。そのため、体重と身長を中心とした体型ステレオタイプの知見は、指の形がもたらす持ち主の対人印象に関する考察に用

いることができた。このように考えると、本研究で推論している「指ステレオタイプ」は体型ステレオタイプの一つの枝分かれかもしれない。もしこの推論が成立するならば、指の形の操作により、好ましい自己を演出することが可能と考えられる。また、指ステレオタイプは漫画やアニメにおける人物の描写に利用されること、前述したハンドケアやネイルケア用品、ネイルサロン、宝飾品（指輪やブレスレットなど）、腕時計をはじめとする指や手に関わる装飾品をより美しく見せることが可能と思われる。

本研究の限界と今後の展望

本研究では、異なる形の指を呈示して、「指を持つ人物」への対人印象を評価させた。これまでの研究では、例えば、身長への対人印象評価には、身長と人物そのものが一体となっているため、評価も一体となっている。これに対して、本研究では、指を提示して、指を持つ人物に対して評価させた。この手続きには、「指」と「指の持ち主」への評価は身長の評価のように自然と一体にならない可能性がある。そのため、本研究の評価者は「指の持ち主」ではなく、「指」そのものに対して評価を行う可能性が捨てきれない。今後、指とその持ち主が一体である刺激の呈示を工夫する必要があるかもしれない。

また、指が細ければ細いほど、長ければ長いほど良いというわけではなく、細すぎる、または、長すぎる指は、グロテスクな印象を与えとも思われ、「限度」があると考えられる。については、長さや細さを段階的に提示し、印象変化について検討する必要性が挙げられる。並びに、本研究では調査に用いた GoogleForms の使用上、指の刺激画像の提示順序が全調査対象者とも同じであった。提示のカウンターバランスを用いた方が提示順序の効果を抑えることにつながり、より適切な結果が得られると考えられるため、今後の改善点としたい。

さらに、本研究では女性の指に限定して検討を行ったが、性別が異なると手の特徴も異なると思われる。そのため、今後の研究においては、男性の指に関しても検討を行う必要があると思われる。

加えて、本研究では爪の色や長さ、形を同一のものとした。しかしながら、爪をひっくるめて、「指」と認識する者も少なくない。そのため、爪タイプの違いによって印象が左右される可能性が考えられる。これらのことを踏まえて、今後の研究では、手続きに関する再構成の検討や、画像内の爪タイプを考慮した上で、各指タイプに対する印象との関係性を検討する必要がある。

並びに、本研究では、第3因子「明瞭性因子」の負荷項目数が2であった。本研究の目的は構造内容を解明することであったため削除を行わなかった。しかしながら、構造上不安定であることは否めない

ため、今後の研究においては、尺度項目およびサンプル数の増加を図り、より安定した因子構造を持つ尺度開発に努める必要があると考えられる。

また、本研究では、各刺激素材に対して2割程度を目安に伸縮加工を行った。しかし、形態学的根拠を得るために、何割伸縮することが細い、太い、長い、短いと感ずるのか、国立研究開発法人産業技術総合研究所(AIST)が発表している、日本人の指の細さと長さの平均が記載された寸法データを基にした事前調査を行うことでより正確な結果を得ることができると思われる。さらに、実験のマニピュレーションチェックとして、伸縮加工した細さ・長さの倍率が、参加者に正しく認知されたかをチェックする項目を設ける改善が必要と考えられる。

なお、本研究では、女性の指を提示し、参加者に評価してもらった。しかし、指が特定の性別のものである以上、回答者の性別によって、指の持つ人物像に形成した印象が異なる可能性が十分に考えられる。今後の「指と指の持ち主の対人印象の形成」に関する研究の精緻化に向けて、こうした「対人印象」の性差にも着目して検討する必要性が考えられる。

利益相反

本論文に関して、開示すべき利益相反関連事項はない。

引用文献

- Dion, K., Berscheid, E., & Walster(Hatfield), E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285–290.
- Farb, B. (1978). *Humankind*. Houghton Mifflin Harcourt.
- 林 文俊 (1978). 相貌と性格の仮定された関連性3——漫画の登場人物を刺激材料として—— 名古屋大学教育學部紀要, 25, 41–55.
- 池上 知子・川西 千弘 (2004). テレビ広告に登場するモデルが身体意識に及ぼす影響 日本心理学会第68回大会発表論文集, 1259.
- 池上 知子・川西 千弘 (2005). 商品広告のもたらす副次的効果について 日本心理学会第69回大会発表論文集, 252.
- ジャズ (n.d.) トップページ Retrieved from <https://www.jazz-model.co.jp/partsmode.html> (2022年10月16日)
- 垣内 理希 (1996). 美人ステレオタイプは存在するのか 社会心理学研究, 12, 54–63.
- 神山 進・牛田 聡子・舛田 庸 (1988). 身体に関する暗黙裡のパーソナリティ理論 繊維製品消費科学, 29, 540–548.
- 金本 めぐみ・横沢 民男・金本 益男 (1999). 身体に対する相互認知に関する研究 上智大学体育,

- 32, 1–10.
- 金子 智栄子・門脇 幹夫 (2001). 外見の印象——髪型が性格のイメージに及ぼす影響—— 文京学院大学研究紀要, 3, 1–11.
- 片平 建史・武藤 和仁・橋本 翔・飛谷 謙介・長田 典子 (2018). SD法を用いた感性の測定における評価の階層性——EPA構造の評価性因子の多義性に注目して—— 日本感性工学会論文誌, 17, 453–463.
- 川西 千弘 (1993). 対人認知における顔の影響 心理学研究, 64, 263–270.
- 河内 まき子 (2002). 人間の形態特性とそれが与える印象 計測と制御, 41, 717–722.
- Keys, R. (1980). *The height of your life*. Little, Brown.
- Klebl, C., Rhee, J. J., Greenaway, K. H., Luo, Y., & Bastian, B. (2023). Physical attractiveness biases judgments pertaining to the moral domain of purity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 49, 282–295.
- Kurtz, D. L. (1969). Physical appearance and status: Important variables in sales recruiting. *Personal Journal*, 48, 981–983.
- 九島 紀子・齊藤 勇 (2015). 化粧が対人印象に及ぼす影響——顔形態とメイクの差異による印象操作の実証的研究—— 応用心理学研究, 41, 39–55.
- キャリアガーデン編集部 (n.d.) モデルの仕事 Retrieved from <https://careergarden.jp/model/shinchou/> (2022年10月12日)
- Landy, D., & Sigall, H. (1974). Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 299–304.
- 李志炯・崔庭瑞・小山 慎一・日比野 治雄 (2017). 文字の太さによる印象の変化——明朝体・ゴシック体のひらがなとカタカナを中心に—— デザイン学研究, 63, 101–108.
- Lorenz, K. (1943). Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung [The innate forms of potential experience]. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, 5, 235–409.
- 増田 裕介・小島 康輔・小方 博之 (2006). 製品設計における系統的意匠性向上法の研究 精密工学会学術講演会講演論文集2006年度春季大会抄録集, 5–6.
- 中川 登紀子 (2019). 平均顔を用いた髪色印象評価の性別・年代別傾向分析 日本色彩学会誌, 43, 90–93.
- 小野寺孝義 (1989). 美人タイプと美人ステレオタイプに関する研究 東海女子短期大学紀要, 15, 113–122.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. (1957). *The measurement of meaning*. University Illinois

- Press.
- Roberts, J. V., & Herman, C. P. (1986). The psychology of height: An empirical review. In Herman, C. P., Zanna, M. P., & Higgins, E. T.(Eds.) *Physical appearance, stigma and social behavior: The Ontario Symposium vol.3.* (pp.113–140). Routledge.
- 佐名 龍太・五十嵐 祐 (2014). 体型情報の変化が対人印象評定に及ぼす影響 名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要 心理発達科学, 61, 47–56.
- 佐々木 孝侍 (2012). ファッション誌と痩身志向——モデルに対する憧憬と親近感及び読書傾向の視座からの実証的検討—— マス・コミュニケーション研究, 80, 231–248.
- 志渡 晃一・森田 勲・竹内 夕紀子・佐藤 陽香・山田 耕平 (2004). 本学学生における体型意識の性差に関する研究 北海道医療大学看護福祉学部紀要, 11, 79–85.
- Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness; Role of waist-to-hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 293–307.
- 菅原 徹・山口 遊子・宮崎 正己・岸本 泰蔵・上家 倫子・黒野 寛馬 (2018). 女性の体型と姿勢の関係が美的印象に及ぼす影響 日本感性工学会論文誌, 17, 499–505.
- 鈴木 翔・須藤 康介・寺田 悠希・小黒 恵 (2018). 学歴・収入・容姿が成婚と配偶者選択行動に与える影響——結婚相談サービスに内包されたメカニズム—— 理論と方法, 33, 167–181.
- 鈴木 公啓 (2012). 痩身願望および痩身希求行動の規定要因——印象管理の観点から—— 心理学研究, 83, 389–397.
- Tsukiura, T., & Cabeza, R. (2011). Remembering beauty: Roles of orbitofrontal and hippocampal regions in successful memory encoding of attractive faces. *Neuroimage*, 54, 653–660.
- U. S. news and world report(1977). (March) 68
- Walster, E., Aronson, V., Abrahams, D., Rottman, L. (1966). Importance of physical attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 508–516.
- 山田 雅子 (2014). 外見の美しさと内面の美しさ——外見/内面の重視と美しさの捉え方の特徴—— 埼玉女子短期大学研究紀要, 30, 95–108.
- 山本 真理子 (1995). 身長のステレオタイプは存在するか——身長が対人印象にあたえる影響について—— 筑波大学心理学研究, 17, 123–134.
- 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, 351–358.
- 山本 真理子・原 奈津子 (2006). 他者を知る——対人認知の心理学—— サイエンス社

—2023.8.24 受稿 2023.11.15 受理—