

# “かわいい” に対する行動科学的アプローチ

入戸野 宏

広島大学大学院総合科学研究科

## A behavioral science approach to “kawaii”

Hiroshi NITTONO

*Graduate School of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University  
Higashi-Hiroshima 739-8521, Japan*

**Abstract:** “Kawaii,” which is often translated into English as *cute*, is regarded as a key concept characterizing modern Japanese culture. Many books and articles are published on this subject; however, these discussions are mostly based in humanities or social sciences. This paper provides the basic data and a framework for research on the concept of “kawaii” from a behavioral science perspective. First, I describe the dictionary meaning and history of “kawaii.” Second, I investigate its frequency and familiarity in the Japanese language corpus: “kawaii” is used less often than “utsukushii” or “kirei” (both of which mean *beautiful*) in the written language, but is rated as being the most familiar among the three. Third, a total of 685 Japanese university students between 18 and 22 years of age answered three questionnaires, the results of which suggest the following: (1) the word “kawaii” has connotations of helpless, weak, small, loose, slow, lightweight, approachable, and familiar; (2) female students tend to apply “kawaii” to a wider range of objects (including adults and artifacts) more often than male students; (3) almost all female students find human babies “kawaii,” whereas about 20% of male students do not; (4) about 90% of male and female students find animals “kawaii;” (5) both male

and female students are fond of and are interested in “kawaii” objects and believe that “kawaii” objects make them feel good and comforted; and, despite the above, (6) “kawaii” is rarely used as a standard of value for judging things. On the basis of these findings and in the light of past research, I propose a two-layer model of “kawaii” as a starting point for future empirical research. This model postulates that the base of “kawaii” is a positive emotion related to social motivation for protecting and nurturing others, which originally stems from affection toward babies and infants. In addition, it assumes that this culture-independent, biological nature has been amplified and expanded by the characteristics of Japanese culture, such as “amae” (behavior or motivation to gain others’ love and acceptance) and “chizimi shikou” (orientation toward downsizing). I also discuss unsolved problems and future directions for a behavioral science approach to “kawaii.”

**Key words:** cuteness, emotion, cognition, baby schema, cultural differences

## 1. はじめに

“かわいい”が日本文化の特徴であるといわれて久しい(注1)。ハローキティのようなキャラクターは世代を超えて愛され、ポケモン(ポケットモンスター)を初めとするアニメは世界中で放送されている。また、身の回りにはかわいいグッズがあふれており、子どもや女性だけでなく、老人や男性にとっても身近な存在である。さらに、営利企業にかぎらず公共団体も、広報のためのマスクットキャラクターをこぞって作り、その多くは“かわいい”と形容されることを狙っている。平成21年2月には、外務省がファッション分野における若手リーダー3名に“カワイイ大使”(ポップカルチャー発信使)を委嘱した(外務省, 2009)。“かわいい”は国策として利用されるまでに至っている。

このような“かわいい”文化が日本で誕生・発展した経緯については、これまでも数多くの考察が行われてきた(古賀, 2009; 増淵, 1987, 1994; 荷宮・大塚, 1993; 大塚, 1989; 島村, 1991; 山根, 1986, 1991; 四方田, 2006; 外国人による紹介として, Belson & Bremner, 2004 酒井訳 2004; Kinsella, 1995)。これらの著作は、主に印象や直感、定性的な分析に基づく人文・社会科学的な研究であり、日本の特殊性を強調した文化論になっている。しかし、文化的な現象であったとしても、個人にとっての“かわいい”は、第一に心理的・感情的な体験である。感情であるかぎり、その背景には生物学的基盤が存在する。日本における“かわいい”文化の隆盛は、そのような通文化的な基調が、日本文化の特徴によって増幅・拡張されたものではないか。また、これだけ“かわいい”が普及している現状を見ると、かわいいものを見たり持ったりすることには、その行動を強化するポジティブな効果があるのではないか。そのような視点から、“かわいいとは何か”、“かわいいと何がよいのか”について実証的に検討した例はほとんどない。

本論文では、“かわいい”を理解し“かわいい”の効用を明らかにするための方法を、行動科学の視点から提案する。まず、2節では、“かわいい”という語の意味と歴史を日本語辞典によって確認す

る。3節では、“かわいい”という語の使用頻度と親密度を日本語データベースに基づいて明らかにする(調査1)。続く4-6節では、日本の男女大学生延べ685名を対象とした“かわいい”に関する3つの質問紙調査の結果を報告する。調査2(4節)では“かわいい”という語に対するイメージについて、調査3(5節)ではかわいいと思う対象について、調査4(6節)では“かわいい”に関する行動と意識について尋ねた。7節では、“かわいい”に関するこれまでの行動科学的知見を概観し、生物学的基盤と文化的規定の二層構造からなる“かわいい”のモデルを提案する。最後の8節では、本論文の内容をまとめ、今後の検討課題について述べる。

## 2. “かわいい”の意味

“かわいい”の辞書的意味については、類書でも詳しく述べられている(増淵, 1994; 四方田, 2006)。ここでは、包括的な記載で定評のある“日本国語大辞典第二版”(日本国語大辞典第二版編集委員会・小学館国語辞典編集部, 2000)から抜粋することにより、その意味と歴史を確認しておきたい。用例は除き、語義のみを引用する。

かわい・い【可愛】(「かわゆい」の変化した語)  
 (1) あわれで、人の同情をさそうようなさまである。かわいそうだ。ふびんだ。いたわしい。(2) 心がひかれて、放っておけない、大切にしたいという気持である。深く愛し、大事にしたいさまである。いとしい。(3) 愛すべきさまである。かわいらしい。(4) (若い女性や子どもの、顔や姿が)愛らしく、魅力がある。(5) (子どものように)邪心がなく、殊勝なさまである。いじらしい。(6) (物や形が)好ましく小さい。また、小さくて美しい。(7) とるに足らない。あわれむべきさまである。やや侮蔑を含んでいう。

かわゆ・い【可愛】(「かわはゆし(顔映)」の変化した語)

(1) きまりがわるい。はずかしい。(2) (物をまともに見ていられない意から)あわれで、人の同情をさそうようなさまである。かわいそうだ。ふび

んだ。気の毒だ。いじらしい。(3) (女, 子どもなど) 愛らしい。愛らしく感じられる。また, 甘えの気持をこめて愛人などをいとしいと思うさまにいう。かわいい。(4) 小さくて, やさしく扱ってやりたい気持を起こさせるさまである。好ましく小さい。かわいい。かわいらしい。

かわ-はゆ・し【顔映】(「顔(かお)映(は)ゆし」の変化した語)

はずかしい。良心がとがめて顔が赤らむようだ。

このように“かわいい(かわゆい)”は, もともと“気がひける”, “恥ずかしい”という意味であり, 語源である“かわはゆし”に現れているように, 感情状態を表す言葉であった。中世(鎌倉時代から安土桃山時代)には“見るに忍びない”の意から気の毒で不憫という意味で用いられた。中世後半に, 女・子どもなど弱者への憐れみの気持ちから発した情愛の念を示す意が派生し, 近世(江戸時代)になると“かわいい”という変化形が生じた。近世後半では不憫の意は消失して, 愛らしいの意のみとなり, さらに愛すべき小さいさまという属性形容詞の用法も出現した。原則的に目上の者が目下の者に抱く情愛を示す表現であり, 目下の者から目上の者への情愛を示すには“いとしい”が用いられた。

“かわいい”が持っていた不憫と愛らしいという2つの意味は, 中世末から近世初頭に成立した2つの語に分担された。“かわいい”に様態を表す接尾語“そう”(…の様子だ)がついた“かわいそう”は, 不憫なさまのみを指して使われる。他方, “かわい”に“らしい”(…としての特徴をよくそなえている, いかにも…の様子である)という接尾語がついた“かわいらしい”は, 愛らしいさまのみを表して使われる。

さらに, 時代をさかのぼると, “うつくしい”という語が, 現在の“かわいい”に相当していた。平安時代の宮廷女房である清少納言は“枕草子”(996年頃)において“うつくしきもの, 瓜にかきたるちごの顔。”という書き出しで, 愛らしく思えるものを列記している(三巻本151段; 池田・岸上・秋山, 1958)。途中で“なにもなにも, ちひさきも

のはみなうつくし。”と書いているが, ここで“うつくしい”と表現されている16の対象の多くは, 子どもや小動物の具体的なしぐさやふるまい(たとえば, おかっぱ頭の幼女が目を髪が覆うのを手でかきやりもしないで首をかしげて何かを見ている様子)であり, 静物は6つだけである(瓜にかかれた幼児の顔, 人形の道具, 池から取り上げた小さな蓮の浮葉, 小さな葵の葉, 鳥の卵, 瑠璃の壺)。

うつくし・い【美・愛】

(1) (古くは, 妻, 子, 孫, 老母などの肉親に対するいつくしみをこめた愛情についていったが, 次第に意味が広がって, 一般に慈愛の心についていう) かわいい。いとしい。愛らしい。(2) (幼少の者, 小さい物などに対して, やや観賞的によく多い) 様子が, いかにもかわいらしい。愛らしく美しい。可憐である。(3) (美一般を表わし, 自然物などにもいう。室町期の「いつくし」に近い) 美麗である。きれいだ。みごとである。立派だ。(4) (不足や欠点, 残余や汚れ, 心残りなどのないのにいう) ちゃんとしている。きちんとしている。(イ) ちゃんとしていて申し分ない。きちんと整っていて結構だ。(ロ) 残余や汚れがなく, きれいさっぱりとしている。(5) 人の行為や態度, また, 文章, 音色などが好ましい感じである。(6) 新しい。新鮮である。

“うつくしい”は, 上代(奈良時代)では, 人に対する愛情を表わしたが, 平安時代になると, それが人の様子にも使われるようになり, 情意性と美的判断の入り交じった語になった。優位の立場から目下に抱く肉親のないし肉体的な愛情という原義は残っていて, 身近に愛撫できるような人や物に対して使われた。中世の末頃になると, 人間以外の自然美や人工美, きらびやかな美にも用いられるようになり, 明治には抽象的な美, そして美一般を表わすようになったという。

以上見てきたように, 言葉の意味は時代によって移り変わる。現代では, 目上の者から目下の者への愛情のこもった気持ちを表すという“かわいい”の原義はゆらぎ, 年配の人に対しても肯定的

な意味で使われるようになってきている（小原, 2000, 2006）。また、女性ファッション誌における“かわいい”は、対象とする読者層によって使い方が異なるようである（古賀, 2009; 四方田, 2006）。これに関連して、“かわいい”のニュアンスを十分に表現する語は外国語にはないといわれる（増淵, 1994; 四方田, 2006）。英語ではcuteがあてられることが多いが（Kinsella, 1995）, “kawaii”がそのまま使われることもある（Wikipedia, 2009）。“かわいい”と“cute”の意味の違いについては7節で再考する。

### 3. 調査1：日本語データベースにおける“かわいい”

“かわいい”という語は日常的に見聞きするが、実際にはどの程度使用され、どのくらいなじみのある言葉なのだろうか。NTT データベースシリーズ“日本語の語彙特性”から単語頻度（word frequency; 天野・近藤, 2000）と単語親密度（word familiarity; 天野・近藤, 1999）の2つのデータベースを検索し、類義語である“美しい”、“きれい”、“かっこいい”と比較した。

単語頻度データベースは、1985年から1998年までの14年間に、朝日新聞東京本社から発行された朝刊および夕刊の記事（地方版、投書欄や連載小説、1987年以前の学芸面、1992年以前の日曜版およびスポーツ面、テレビ・ラジオ番組欄、株式欄、広告、文章の形態をとらない表や見出しは除く）を対象とし、コンピュータプログラムを用いて自動的に単語の出現回数を数えたものである。

4つの単語の14年間の出現回数は、多い順に“美しい／うつくしい”（8094）, “きれい（だ）／綺麗（だ）”（6147）, “かわいい／可愛い”（2263）, “かっこいい／かっこ良い”（273）であった。表記別にみると、ひらがなの“かわいい”（1864）は、漢字の“可愛い”（399）よりも4倍以上多く使われている。“可愛い”は1988年までは年に1回使われるか使われないかであったが、1989年以降に使用が増えている。類語の“かわいらしい／可愛らしい”（326）はそれほど多く使われていない。また、“かわいい／可愛い”という語の相対使用頻度

を調べるために、“かわいい／可愛い”の出現回数を“美しい／うつくしい”の出現回数で割った値を年ごとに算出した。すると、1988年が最大（33.6%）であり、最初の1985年（18.4%）を除くと1998年まで22-33%の間で安定していた。これらのことから、公の書き言葉としては、“かわいい”よりも“美しい”や“きれい”の方が圧倒的に多く使われており、その使用頻度が近年になって増えているわけでもないことが分かった。

それでは、実際の印象はどうだろうか。単語親密度データベースには、音声または文字で提示された約7万語に対して、約30名の男女（18-29歳）がなじみがあると感じる程度（1：低-7：高）を評定したときの平均値が収められている。単語親密度は、使用頻度・遭遇頻度・意味理解度・既知度などに関連する語彙特性である。実験は1995-1997年に行われた。音声に対する親密度は、カワイイ（6.438）、カッコイイ（6.375）、ウツクシイ（6.281）、キレイ（6.125）の順であり、文字に対する親密度は、“かわいい”（6.625）が最も高く、“かっこいい”と“美しい”が同点（6.531）, “綺麗”（5.906）, “奇麗”（5.156）は漢字表記のため低かった。最高点は7点なので、どの単語も高く評価されているが、数値上は“かわいい”が最も高くなっている。

これらの結果から、“かわいい”は公の印刷物に頻繁に登場するわけではないが、日常的にはきわめてなじみのある言葉であるといえる。増淵（1994）は、限られた対象にしか使えない上級価値・A級概念である“美しい”と対比させて、“かわいい”を幅広く使える大衆的中級価値・B級概念——積極的でなく、そこそこで、無難な概念——と位置づけた。“かわいい”は公的ではなく私的な概念であると考えると、この調査結果も理解できる。

### 4. 調査2：“かわいい”という語に対するイメージ

調査2では、調査1で取り上げた3つの単語“かわいい”、“きれい”、“かっこいい”について、日本大学生を対象に、SD（semantic differential）法を用いてイメージを調査した。“美しい”はSD法

でよく用いられる基本的な形容語であるため、対象から外した。また、近年“かわいい”に関連して“萌え”という俗語が使われる（四方田, 2006）。“萌え”とは、本来は“芽が出る”という意味だが、漫画やアニメのキャラクターやその一部分の要素に対して抱く恋情に似た気持ちをさす言葉であり、キャラクターに関する不十分な情報を個人的に補う行為であるともいわれる（堀田, 2005）。今回は、“かわいい”と“萌え”のイメージの違いも検討した。

これに加えて、以下の質問紙調査では、“かわいい”に関連した男女差（生物学的な性だけではなく、社会文化的な性役割も含む）についても検討する。一般に、“かわいい”は女性的な感性であるといわれる（古賀, 2009; 増淵, 1987, 1994; 大塚, 1989; 山根, 1986, 1991; 四方田, 2006）。この伝統は、先に引用した“枕草子”のように、幼いもの小さいものを“うつくしい”と記した平安時代の宮廷女房たちにさかのぼる。しかし、“かわいい”に関する性差について実証的に検討した研究は少ない。かわいいと感じられるものの特徴を明らかにする実験研究を行った前田（1983, 1984, 1985）は、小学生から大学生までの女子学生を対象とした。また、“かわいい”という語の用法や意味を調べた井上（1995）と小原（2000, 2006）も、女子大学生を対象とした。以下に紹介する3つの質問紙調査では、大学生の男女約半数ずつに回答を求め、回答者が報告した性別に基づいて性差の検討を行った。

### 対象者

広島大学の教養教育科目（心理学）の授業を受講した192名に回答を求めた。このうち、同意が得られ、回答に不備がなく、22歳以下で、留学生でない169名（男性71名、女性98名）を分析対象とした。年齢は18-21歳で、平均年齢に性差はなかった（男性18.6歳、女性18.8歳）。調査は2008年7月上旬に実施した。

### 質問紙

“かわいい”、“きれい”、“かっこいい”という3つの単語から受ける印象について、13個の形容語対（以下、評定項目とよぶ）を用いて5段階で評

定させた。同様に“萌え”についても印象評定させた。単語の評定順序は参加者間でランダムにした。評定項目は、回答順に、“醜い-美しい\*”、“重い\*-軽い”、“小さい-大きい\*”、“好き\*-嫌い”、“速い\*-遅い”、“親しみにくい-親しみやすい\*”、“騒がしい\*-静かな”、“興味がない-興味がある\*”、“身近な\*-疎遠な”、“弱い-強い\*”、“緊張した\*-緩んだ”、“良い\*-悪い”、“頼もしい\*-頼りない”であった。これらの項目は、羽生（2007）を参考にして選定した。各項目の段階には、“たいへん-どちらかといえば-どちらともいえない-どちらかといえば-たいへん”というラベルをつけた。

### 分析

評定項目のうち、質や量が高い語（上で\*をつけた語）を5、反対を1として、1から5の得点を割り当て、それぞれの単語に対する評定の平均値を求めた。13個の評定項目を縮約して解釈しやすくするために、507（= 169名×3単語 [萌えを除く]）のデータを用いて、相関行列に基づく主成分分析（回転なし）を行った。固有値が1以上の主成分を抽出し、主成分負荷量に基づいて評定項目をグループに分けた。因子分析ではなく、主成分分析を行ったのは、それぞれの評価項目の背後に仮定される潜在因子ではなく、項目同士の関係に興味があったからである。

まず、性別による効果を見るために、それぞれの評定項目について性別×単語（かわいい、きれい、かっこいい）の分散分析を行った。また、“かわいい”と“萌え”を比較するために、性別×単語（かわいい、萌え）の分散分析を行った。単語間の平均評定値の差の検定には、対応のあるt検定（両側検定）を用いた。このとき、全体の有意水準を $p = .05$ とし、Bonferroni法により比較ごとの有意水準を調整した。今回は、52回（13項目×4単語対）の比較を行うので、 $p$ 値が0.001以下（= .05 / 52）のときに有意差があると見なした。以下の調査3, 4においても同様に、比較の数に応じて有意水準を調整した上で差の有無を判定した。特に断りのないかぎり、本文中には修正前の $p$ 値を示す。

## 結果と考察

Table 1に、主成分分析の結果を示す。3つの主成分が得られた。第1主成分は、“頼もしい”、“強い”、“大きい”、“緊張した”、“速い”、“重い”といった評定項目の負荷量が高く、対象の性質に関連している。第2主成分は“好き”、“良い”、“興味がある”といった評定項目の負荷量が高く、対象についての個人的評価に関連している。第3主成分は“騒がしい”だけであった。累積分散説明率は56.1%と低く、分類できない評定項目として“親しみやすい”、“身近な”、“美しい”が残った。

項目ごとに性別×単語の分散分析を行ったところ、性別の主効果はひとつもなく、性別×単語の交互作用が“親しみにくい－親しみやすい”でのみ得られた、 $F(2, 334) = 3.43, p = .035$ , Greenhouse-Geisser  $\epsilon = .976$ 。単語間の平均評定値の多重比較を男女別に行ったところ、男性は、“かわいい” (3.92) を“きれい” (3.27) や“かっこいい” (3.32) よりも親しみやすいと評定していたが、女性は、“かわいい (3.83)”と“きれい” (3.55) の間に差がなく、どちらも“かっこいい” (3.14) よりも親しみやすいと評定していた。これは“きれい”という単語に対する性差であり、“かわいい”に対する性差ではないため、以下では男女をプールした結

果を報告する。

Figure 1Aに3つの単語に対する平均評定値を示す。主成分分析の結果に基づいて評定項目の順序を並び換えたところ、3語の関係が類似したパターンを示すいくつかのグループに分かれた。

3つの単語の相対的な特徴は、以下のようにまとめられる。“かわいい”は、頼りなく、弱く、小さく、緩んで、遅く、軽いといった性質をもち、親しみやすく身近である。“きれい”は、静かで美しい。“かっこいい”は、頼もしく、強く、大きく、速いといった性質をもっている。“悪い－良い”や“興味がない－興味がある”の項目には差がなかった。

Figure 1Bに、“かわいい”と“萌え”の比較を示す。対象の性質に関しては類似しており、頼りない・緩んだ・遅いといった点はより強調されている。しかし、個人的評価にかかわる項目では、嫌い・悪い・興味がないという方向へ平均評定値が移動している。また、より騒がしく、親しみにくく、疎遠であり、美しさも低い。このことから、“萌え”はあまりよい印象を持たれていないことが分かる。“かわいい”に比べて、“萌え”は歴史が浅く、現在でもサブカルチャーにとどまっていることが原因と思われる。

これまでに、かわいいと感じられる対象の性質はさまざまに表現されてきた。前田 (1983, 1984, 1985) は実験研究を通じて、かわいいという印象を与えるのは、刺激が持つ“小ささ”、“丸さ”、“軽さ”、“白さ・透明さ”、“やわらかさ”といった特性であり、特に“小ささ”と“丸さ”が基本になると提案した。島村 (1991) は、“小さい”、“白い (パステルカラーを含む)”、“丸い (丸みをおびた)”、“やわらかい (ふわふわした感じ)”の4つを挙げている。増淵 (1994) は、小さい (物理的・心理的)、幼い (年齢・未熟さ・素朴・単純)、若い、甘え、丸みをおびている、色彩 (暖色・中間色・白・パステルカラーなど) を挙げ、その多くは相対的なものだとしている。古賀 (2009) は、2000-2006年に松本章氏が女子大生を対象に行った調査を引用し、“かわいいの素”は、丸い (形)、明るい (色)、柔らかい (感触)、あたたかい (温度)、小さい (大きさ)、弱々しい (構造)、なめらか (語感)

Table 1. 3つの主成分の分散説明率と主成分負荷量 (調査2)

	主成分		
	1 (26.3%)	2 (19.5%)	3 (10.3%)
頼もしい	0.84	0.07	0.14
強い	0.84	0.03	0.21
大きい	0.76	0.07	0.07
緊張した	0.67	-0.17	-0.29
速い	0.62	-0.03	0.32
重い	0.57	-0.04	0.01
好き	0.05	0.82	-0.07
良い	0.17	0.75	-0.08
興味がある	0.12	0.72	0.10
騒がしい	-0.03	-0.27	0.70
親しみやすい	-0.33	0.53	0.41
身近な	-0.34	0.38	0.46
美しい	0.11	0.49	-0.45

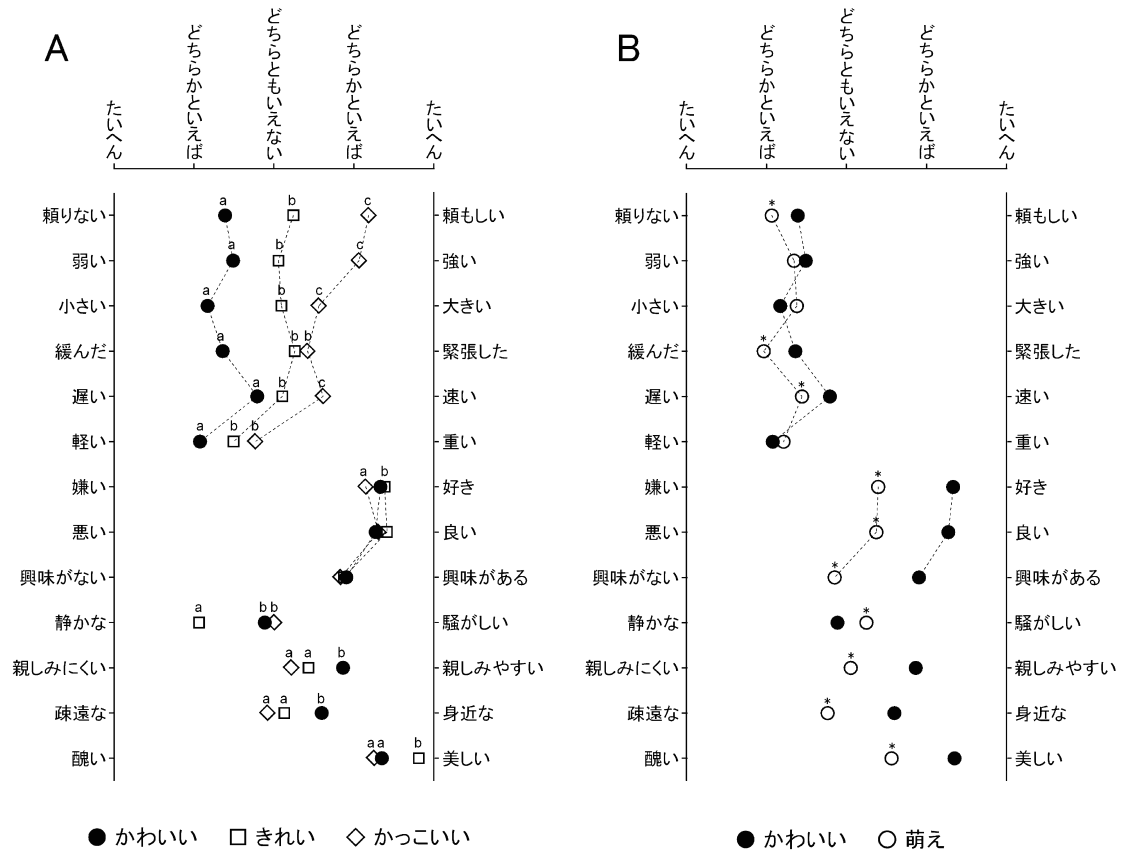


Figure 1. 単語に対するイメージ (調査2, N=169).

A. 異なる文字がついた平均値間に有意差がある. B. \*がついた項目は平均値に有意差がある.

であると述べている。今回の“かわいい”という語に対するイメージ調査でも、これらの知見と一致する結果が得られた。しかし、興味や良悪、好意に関する項目の平均評定値は、“きれい”や“かっこいい”との間に差がなく、“かわいい”に対する個人的評価が特別に高いわけではないことが示された。

### 5. 調査3：“かわいい”と思う対象

調査2では、“かわいい”という語に対するイメージを尋ねたが、大学生はどのような対象に対してかわいいと感じるのだろうか。また、それに性差はあるのだろうか。かわいいと感じられる対象の代表例として、幼児と動物がある。正確には、生後1ヶ月までを新生児、生後1年までを乳児、1歳から小学校に入るまでを幼児とよぶが、本論文では細かく区別せず、“幼児”、“赤ちゃん”、“子ども”をほぼ同義として用いる。この他に、大人の女性

や老人など子ども以外の人間に対しても（小原, 2000, 2006）、凶形などの無生物に対しても（前田, 1983, 1984, 1985）、かわいいと感じる人がいることが報告されている。そこで、調査3では、これら4つの対象についてかわいいと思うかどうかを尋ねた。

#### 対象者

調査2と同じ授業の受講生197名に回答を求めた。調査2と同じ基準で対象者を選出した後、以下に述べる方法で質問の内容を理解していなかった者を除外し、最終的に153名（男性66名、女性87名）のデータを分析に用いた。年齢は18-22歳で、平均年齢に性差はなかった（男性18.9歳、女性18.8歳）。調査は2008年7月中旬に実施した。

#### 質問紙

“あなたは〇〇に対し、‘かわいい’と思うことはありますか？”と問い、“ある／ない”の2件法で

回答させた。〇〇には、“人間の赤ちゃん”、“動物”、“子ども以外の人間”、“身の回りにある物”を入れた。回答の順序は、参加者間でランダムにした。また、“ある”と答えた人には、具体的にどんなときかを回答してもらい、質問の内容を理解していたかを確認した。

### 分析

“ある”と答えたが具体例を記入していない人や具体例が適切でない人（たとえば、身の回りにある物に対して“犬”や“ペット”と答えた人）は分析から除外した。4つの対象ごとに“ある”と答えた割合（%）を男女別に算出した。回答の割合が性別によって異なるかを、対象ごとにFisherの直接確率法を用いて検定した（4回の検定、比較ごとの有意水準  $p = .0125$ ）。また、4つの対象の間で回答の割合に差があるかを、男女別にCochranのQ検定を用いて検定した（2回の検定、比較ごとの有意水準  $p = .025$ ）。対応のあるデータの下位検定にはMcNemarの検定を用いた（6回の検定、比較ごとの有意水準  $p = .008$ ）。これらの検定法は、森・吉田（1990）を参考にした。

### 結果と考察

Figure 2に、4つの対象について“かわいいと思うことがある”と答えた割合を示す。全体として、女性は男性に比べて割合が高い。特に、赤ちゃんと動物に対しては1-2名を除く全員がかわいいと思うと答えている。Fisherの直接確率法を行ったところ、すべての対象について、“か

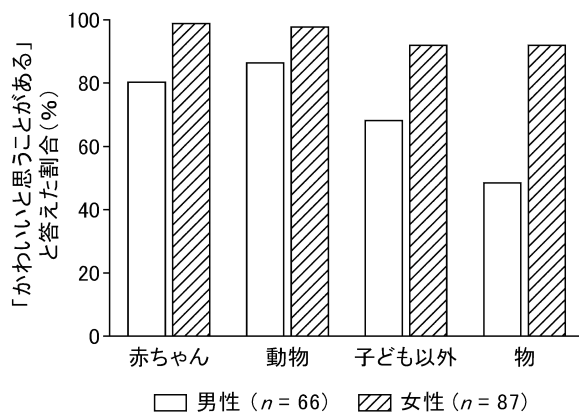


Figure 2. かわいいと思う対象（調査3）

わいと思うことがある”と答える割合が、男性よりも女性で有意に高かった ( $p < .01$ )。また、CochranのQ検定を行ったところ、男性でも女性でも、“かわいいと思うことがある”と答える割合に対象による差が認められた（男性： $Q = 31.49$ ,  $df = 3$ ,  $p < .001$ ; 女性： $Q = 11.90$ ,  $df = 3$ ,  $p = .008$ ）。下位検定の結果、男性では、赤ちゃん > 身の回りにある物、動物 > 子ども以外の人間、動物 > 身の回りにある物という対で有意差が認められた ( $p < .005$ )。しかし、女性では有意差のある対はなかった ( $p > .03$ )。個人ごとの回答を見ると、かわいいと思う対象がひとつもない人は、男性に2名（3%）、女性に1名（1%）いた。身の回りにある物だけかわいいと思う人はいなかった。

これらの結果は、以下のようにまとめられる。(1) かわいいと思う体験は対象の差こそあれ大学生で一般に認められる。(2) 女性の方が男性よりも幅広い対象をかわいいと思うことが多い。(3) ほとんどの女性は赤ちゃんをかわいいと思うが、男性の約2割はかわいいと思わない。(4) 約9割の男女が動物をかわいいと思う。(5) かわいい対象は基本的に生物であるが、生物に対してかわいいと思う人は無生物に対してもかわいいと思うことがある。

調査2において“かわいい”という語のイメージには性差がなかったが、調査3においてかわいいと思う体験をする人の割合は女性の方が高かった。この結果は、“かわいい”は女性的な感性であるという社会通念と一致する。海外の研究においても、幼児に対する興味は、子どもから老人まで一貫して女性の方が高い (Maestripieri & Pelka, 2002)。しかし、幼児に対する反応の性差は、生物学的に規定されたものではなく、社会文化的な要因の影響を大きく受ける (Berman, 1980)。これに加えて、調査3の結果を解釈するときには、社会的望ましさの影響を考慮する必要がある。赤ちゃんをかわいいと思うことは、特に女性にとって社会的に望ましい態度とされる。その他の対象であっても、“かわいいと思う”と答える方が“思わない”と答えるよりも、社会的な評価（たとえば女性らしさ）は高くなるだろう。そのため、女性において“はい”と答える割合が高くなった可能



性がある。

## 6. 調査4：“かわいい”に関する行動と意識

調査2では“かわいい”という語に対するイメージについて、調査3ではかわいいと思う対象について検討した。それでは、日本人大学生は、日常生活において出会うかわいいものに対してどのような態度をとり、どのように行動しているのだろうか。調査4では、これらの項目について内省的に答えてもらうとともに、“かわいい”に関連した性差や年齢差、文化差についての信念を尋ねた。

### 対象者

調査2、3とは異なる広島大学の教養教育科目の受講生に回答を求めた。調査は2009年1月と4月の2回に分けて実施し、質問紙を計380枚配布した。調査2、3と同じ基準で対象者を選出し、計363名（男性173名、女性190名）のデータを分析に用いた。年齢は18-22歳で、平均年齢に性差はなかった（男性18.7歳、女性18.6歳）。

### 質問紙

“ふだんのあなたの行動と意識について教えてください”という教示の下で、Table 2に示す13項目について、1：全くあてはまらない-5：とても

あてはまる のいずれかで回答させた。1-9まではかわいいものに対する態度と行動を尋ねる質問、10-13は“かわいい”に関連した信念を尋ねる質問であり、いずれも独自に作成した。

### 分析

項目ごとに男女別の平均評定値を求め、対応のない検定（両側検定）を用いて性差を検討した。有意水準は  $p = .0038 (= .05/13)$  とした。Cohen (1988) の  $d$  を用いて性差の効果を示した。この値は、群をプールして求めた標準偏差で平均値の差を割ったものであるが、目安として、 $d = 0.2$  は効果量小（見た目では差が分からない）、 $d = 0.5$  は効果量中（見た目でも差が分かる）、 $d = 0.8$  は効果量大（2群のデータの約半分が重なっていない）といわれている。

### 結果と考察

点数の範囲は1から5までであり、中間が3である。4を超える高い評価を得た項目、4前後のやや高い評価を得た項目、3前後の項目に分けて結果を整理する。

かわいいものに対する態度と行動について、かわいいものに対する興味（質問1）や好意（質問2）は非常に高く、かわいいものによって気分がよくなる（質問6）／癒される（質問7）と強く考えていることが分かる。かわいいものに対して敏感で

Table 2. “かわいい”に関する行動と意識（調査4）

質問項目	男性 ( $n = 173$ )		女性 ( $n = 190$ )		$d$	$p$
	$M$	$SD$	$M$	$SD$		
1. “かわいい”もの(人、動物、デザインなど)に興味がある	4.01	1.00	4.48	0.69	0.56	.000 *
2. “かわいい”ものが好きである	4.00	1.03	4.49	0.73	0.55	.000 *
3. “かわいい”ものに敏感である	3.23	1.14	3.62	0.94	0.37	.000 *
4. “かわいい”ものには注意を引きつけられる	3.71	1.04	4.19	0.83	0.51	.000 *
5. “かわいい”ものに出会うとワクワクする	3.59	1.14	4.01	0.98	0.40	.000 *
6. “かわいい”ものに接すると気分がよくなる	4.06	0.89	4.23	0.75	0.20	.052
7. “かわいい”ものが身の回りにあると癒される	3.90	1.01	4.36	0.74	0.53	.000 *
8. “かわいい”という言葉をよく使う	2.69	1.26	3.87	1.05	1.03	.000 *
9. “かわいい／かわいくない”という基準で物事を判断することが多い	2.51	1.14	2.84	1.06	0.30	.005
10. “かわいさ”に対する反応には男女差があると思う	4.45	0.87	4.32	0.78	0.16	.135
11. “かわいさ”に対する反応には年齢差があると思う	4.15	0.94	4.08	0.91	0.07	.530
12. “かわいさ”は日本文化に特徴的な価値観だと思う	2.39	1.10	2.58	0.94	0.18	.084
13. 対象(子ども、動物、デザイン、女性など)が異なっても、“かわいい”と表現されるものには共通点があると思う	3.28	1.17	3.43	0.93	0.14	.178

Note. 1: 全くあてはまらない-5: とてもあてはまる

\* 男女の平均評定値に有意差あり(調整後  $p < .05$ )

ある（質問3）／注意を引きつけられる（質問4）／わくわくする（質問5）といった項目もやや高く評定されている。男女ともに高得点であった気分がよくなる（質問6）を除けば、これらの項目は女性の方が得点が高い。性差の効果量が最も大きかったのは、かわいいという言葉をよく使う（質問8）という項目である。男性の平均値は中間の3を下回るが、女性の平均値は4に近い。このような傾向は、女性の方が男性よりも幅広い対象をかわいいと感じると答えた調査3の結果と一致する。

これに対して、意外だったのは、“かわいい／かわいくない”という基準で物事を判断することが多い（質問9）という項目に対する回答である。平均評定値は低く、男女ともに3を切っている。それぞれの評定選択肢の回答割合は、女性で(1) 9.5%, (2) 30.5%, (3) 32.6%, (4) 21.1%, (5) 6.3%, 男性で(1) 20.8%, (2) 33.5%, (3) 23.7%, (4) 17.3%, (5) 4.6%であった。これまでに書かれた“かわいい”文化に関する著作では、ほぼ例外なく、“かわいい”は女性（特に少女）にとって重要な価値基準であると論じられてきた（古賀, 2009; 増淵, 1987, 1994; 大塚, 1989; 山根, 1986, 1991; 四方田, 2006）。中森明夫の“おしゃれ泥棒”（1988）に描かれたように、バブル経済期には（少なくとも一部の）少女の価値観の中心に“かわいい”があった。しかし、今回の調査では、“かわいい”を価値基準にする人が多数派でないことが示された。この傾向が、地方大学生というサンプルの特殊性によるものなのか、時代精神の変化によるものなのかは明らかでない。質問紙への回答と実際の行動とが一致していないこともあるだろう。また、この質問項目に含まれる“物事”という語が多義的であったことも、評定値を低くした原因の一つかもしれない。この質問への回答と、かわいいものに対する興味・好意の高さ（質問1, 2）とは一見矛盾する。しかし、3節で述べたように、回答者が“かわいい”を私的な概念と考えているとすれば、公の判断基準としては使わないと回答したことは理解できる。“かわいい”という価値観がどのような場面で顕著に現れてくるかについては、今後の調査研究が必要である。

“かわいい”に関する信念を尋ねた項目では、か

わいさに対する反応には男女差（質問10）も年齢差（質問11）もあると答えている。どのような年齢で反応が大きくなるかについては尋ねなかったが、おそらく暦年齢だけでなく、自分に子どもができたらといった社会的役割の変化もイメージしているであろう。他方、かわいさは日本文化に特徴的な価値観である（質問12）という項目では、男女ともに平均評定値が3を下回った。この結果は、“かわいい”ではなく“かわいさ”について聞いたために生じたのかもしれない。次節で述べるように、子どもや動物をかわいいと思うことは通文化的な現象であり、日本文化の特徴ではない。日本文化の特殊性は、幼いもの小さいものに対して私的な価値を認め、“かわいい”の適用範囲を広げてきたことにある。“かわいい”の研究では、この通文化性と文化的特殊性を分けて考察することが望ましい。

“かわいい”と表現されるものに共通点があるか（質問13）という項目については、平均評定値が3付近であった。それぞれの評定選択肢の回答割合は、女性で(1) 1.1%, (2) 18.4%, (3) 26.3%, (4) 45.3%, (5) 8.9%, 男性で(1) 9.2%, (2) 16.2%, (3) 26.0%, (4) 34.7%, (5) 13.9%であった。調査3で明らかになったように、“かわいい”はさまざまな対象に使われるが、話者は必ずしも共通性を意識して使っているわけではないようである。生物に対する“かわいい”と無生物に対する“かわいい”を同じ次元で語れるかについては、次節で改めて考察する。

“かわいい”に関する信念を尋ねたすべての項目（質問10-13）では、平均評定値に性差が認められなかった。この傾向は、“かわいい”という語に対するイメージを尋ねた調査2の結果と似ている。“かわいい”という概念の理解に性差はないが、態度と行動のレベルでは女性の方がより積極的で敏感であることを示している。

## 7. “かわいい”の二層モデル

“かわいい”は日常的に幅広く使われる言葉であるため、その全体像を理解するのは容易ではない。2節で述べたように“かわいい”の語義は時代

によって変遷する。また、同時代であっても何をかわいいと思うかは集団によって変わり、女性ファッション誌のように“かわいい”を再定義して読者に提示することさえある(古賀, 2009; 四方田, 2006)。そのため、かわいいと感じられる対象を集めて、そこに共通する一般的特徴から“かわいい”を理解しようとするのは難しい。この節では、“かわいい”に関連したこれまでの行動科学的知見をまとめ、今後の実証研究の出発点となるモデルを提案する。

“かわいい”のような日常語を理解するにはどのような方法が有効だろうか。一つの手がかりとして、九鬼周造の“‘いき’の構造”(1930/2003)に注目してみる。九鬼によると、“いき”は他言語に完全に翻訳できない民族的色彩の著しい語である。そのため、“いき”と感じられるもの(“いき”の客観的表現)を研究対象としてその一般的な特徴を調べるだけでは、風土と文化に根差した民族的特殊性の把握に失敗するとともに、意識現象としての“いき”の説明が抽象的・形相的になってしまうと論じた。

“かわいい”についても同じことがいえる。我々は、生活の中である具体的な対象(たとえば、子どもや動物)を通じて“かわいい”を体験する。このとき意識される“かわいい”こそが原点であり、我々が知りたいものである。しかし、その対象を分析して抽出される“小ささ”や“丸さ”という特徴は、“かわいい”という意識現象の説明にはなっていない。“かわいい”は、文化や歴史によって規定されつつも、最終的には個人の主観的な体験である。同じ対象であっても、人が変われば、また同一人でも時間が経てば、かわいいと感じられなくなることもある。そのため、対象の性質の中に“かわいい”の要素を見つけるといった試みは不十分にならざるを得ない。“かわいい”を理解するには、それを意識的・感情的体験としてとらえることが欠かせない。

さて、“いき”の内包的構造として、九鬼は3つの徴表をあげている。第1の徴表は異性に対する“媚態”であり、これが“いき”の基調をなす。第2の徴表は“意気地”，第3の徴表は“諦め”である。この2つは民族的・歴史的色彩が強く、前者は江

戸文化の道徳的理想主義、後者は仏教的人生観に基づく非現実性を背景としている。アリストテレスの用語を借りれば、“媚態”は質料因(事物の材料)、“意気地”と“諦め”は形相因(事物の本質)となる。これらをまとめて、“いき”は、“垢抜けて(諦)、張りのある(意気地)、色っぽさ(媚態)”と定義された。

この分析が興味深いのは、民族的色彩が著しい“いき”という現象を解明するために、その基調を異性との関係・交渉という通文化的・生物学的現象に求め、それが民族的・歴史的な規定を受けて“いき”の存在が完成したと説明した点である。このような読みは表面的で、九鬼の本意ではないかもしれない。しかし、文化的色彩の強い日常語を、生物学的基盤と文化的規定の二層構造として分析する手法は、“かわいい”を理解するときにも有効に思える。ここで“いき”を取り上げたのは、その概念と対比させて“かわいい”の特徴を明らかにしたいからではない。九鬼が“いき”を材料として行った分析を“かわいい”にも適用してみようというのである。以下では、この手法を用いて、“かわいい”の二層モデルを提案してみたい。

“いき”は異性との関係・交渉を基調としていたが、“かわいい”も社会的な動機——主に幼児に対する愛情——を基調としていられる。“かわいい”の基調に愛情をおくことは、語義の上からも正統である。幼児に対する反応に、文化や種を超えた共通性があることは、ベビースキーマ(Kindchenschema)というテーマで海外でも研究されてきた。ベビースキーマとは、オーストリアの動物行動学者Konrad Lorenzが1943年の論文で提唱した概念である(Lorenz, 1943, 1965 丘・日高訳1989)。英語では、baby schema, babyishness, babyinessなどと訳され、人間や動物の幼体が持っている身体的特徴をさす。前田(1983)によれば、(1)身体に比して大きな頭、(2)前に張り出た額をともなう高い上頭部、(3)顔の中央よりやや下に位置する大きな眼、(4)短くてふとい四肢、(5)全体に丸みのある体型、(6)やわらかい体表面、(7)丸みをもつ豊頬、といった特徴である。このような特徴を持った生物や模型はかわいらしく(愛らしく)感じられ、周囲の個体の攻撃を抑制し、接

近・養育・保護などの行動を受けやすくなると考えられている (Eible-Eibesfeld, 1970 日高・久保訳 1974; Zebrowitz, 1997 羽田・中尾訳 1999). Lorenz は、ベビースキーマに対する反応は、遺伝的にプログラムされた内因性のプロセス (生得的解発機構) によるものであり、刺激が持つ要素的な特徴によって生じると提案した。

ベビースキーマに関する実証研究は1960年代に始まった。幼児の線画や写真を用いた実験において、上記のような特徴を含んだ刺激はかわいい (cute) と評価されることが報告されている (Alley, 1981; Hildebrandt & Fitzgerald, 1979; Hückstedt, 1965; 前田, 1983). また、かわいいと評価された幼児は長く見つめられ (Hildebrandt & Fitzgerald, 1978), 母親から愛情を持った働きかけ (笑顔や発話, アイコンタクト) を受けることが多い (Hildebrandt & Fitzgerald, 1981; Langlois, Ritter, Casey, & Sawin, 1995). ベビースキーマを含む顔や体型は、見ている人の守りたい/面倒をみたいという動機を高め (Alley, 1983a, b; Glocker, Langleben, Ruparel, Loughhead, Gur, & Sachser, 2009a), 怒りを抑制する可能性も示唆されている (Mischkulnig, 1989). さらに、大人の顔であってもベビースキーマが多く含まれていれば援助行動を受けやすくなるという報告もある (Keating, Randall, Kendrick, & Gutshall, 2003).

ベビースキーマに関する研究は、最近になって再び増えてきた。ベビースキーマを持つ刺激 (幼児顔) は、もたない刺激 (成人顔) に比べて注意を引きつけ (Brosch, Sander, Pourtois, & Scherer, 2008; Brosch, Sander, & Scherer, 2007), 刺激提示後約130 msという早い時期から情動的な判断に関係する脳部位 (内側眼窩前頭皮質) において特異的な反応を生じさせる (Kringelbach, Lehtonen, Squire, Harvey, Craske, Holliday, Green, Aziz, Hansen, Cornelissen, & Stein, 2008). 画像処理によってベビースキーマを強調した幼児顔は、減らした幼児顔に比べて、脳の報酬系 (側坐核) や顔処理にかかわる部位 (紡錘状回) などを強く活動させる (Glocker, Langleben, Ruparel, Loughhead, Valdez, Griffin, Sachser, & Gur, 2009b). 2枚の写真に含まれるベビースキーマのわずかな

差を弁別する能力は、男性よりも女性で高く、特に女性ホルモンが多い時期 (閉経後よりも閉経前) や状況 (避妊薬服用) において正確になる (Lobmaier, Sprengelmeyer, Wiffen, & Perrett, 2010; Sprengelmeyer, Perrett, Fagan, Cornwell, Lobmaier, Sprengelmeyer, Aasheim, Black, Cameron, Crow, Milne, Rhodes, & Young, 2009). 幼児の顔を見ると扁桃体と紡錘状回の活動が上昇するが、童顔の成人男性の顔に対しても同じような活動が認められる (Zebrowitz, Luevano, Bronstad, & Aharon, 2009). これらの脳科学的・生物学的な研究に加えて、幼い動物の写真を見ることでその後の作業が慎重になるといった行動科学的な研究もある (Sherman, Haidt, & Coan, 2009). また、工学の立場から、複雑な機械を親しみやすくしたり、製品の感性的価値を高めたりするために、“かわいい” を利用しようという提案もなされている (Cheok, Fernando, Merritt, & Zhang, 2008; Ohkura & Aoto, 2008).

ここで英語の“cute”と日本語の“かわいい”の違いについて触れておきたい。“小学館ランダムハウス英和大辞典第二版” (小学館ランダムハウス英和大辞典第二版編集委員会, 1994) によれば、cuteはacute (鋭い, 激しい) の頭音消失異形であり、語義は鋭く胸をさすように“かわいい”ということからきている。ベビースキーマの研究では、cutenessは幼児の身体的魅力 (infant physical attractiveness) と同義で用いられる (Hildebrandt & Fitzgerald, 1983; Karraker & Stern, 1990). かわいさの知覚 (perception of cuteness) という表現に現われるように、cuteには認知的な意味合いが強い。これに対し、Lorenzがベビースキーマに対して生じる心理状態を表わすのに使った形容詞は、“herzig”である (他にも“niedlich”と“süß”が並記されている。Lorenz, 1943, p. 274). これは南ドイツで日常的に使われていた表現で、現在ではあまり使われないということだが、“Herz (心)”からきており、胸に抱き締めるといった行為に関連している。こちらの方がより情緒的で、日本語の“かわいい”の語感に近いように思える。

以上のように、“かわいい”の基調として、幼児に対する感情的反応を考えることができる。それ

では、“かわいい”の日本的な特徴は何であろうか。ある文化において、特定の生物学的反応が注目されるのは、それを許容したり重視したりする価値観があるからである。日本において“かわいい”文化が発展・普及した原因として、ここでは“甘え”（土居, 1971, 2001）とよばれる愛されることへの期待と、“縮み志向”（李, 1982）とよばれる小さいものを愛する価値観に注目したい。詳細な検討は他所で行うとして、以下では中心となるアイデアを簡単に紹介する。

“甘え”とは、周囲からの容認や愛を期待する行動や欲求である。“甘え”の視点からすると、海外（特に英語圏）におけるベビースキーマの研究は表面的である。ベビースキーマは保護・養育反応を解発させる刺激なので、そこには“強い保護者→弱い幼児”という一方向性しか想定されない。しかし、“甘え”の概念になじんだ日本人は、保護の対象となる幼児の側にも感情移入することができる。そうすることで、観察者が対象者を保護するという表面的な関係性だけでなく、観察者自身も他の誰かに保護されている／されてきたという関係性が意識に上り、かわいいと思う自分とかわいいと思われる自分からなる重層的な構造が生まれる。これに関連して、日本で行われた子どものかわいさに関する研究は、子どもだけでなく、子どもを取り巻く環境にも注目してきた（荒川, 1984; Koyama, Takahashi, & Mori, 2006）。これは海外の研究にはあまり見られない特徴である。前述のように、Lorenz（1943）は、ベビースキーマに対する反応は刺激そのものが持つ要素的な特徴によって生じると考えた。これに対して、2節で紹介した“枕草子”でも、対象そのものというより、むしろ幼児や小動物がある特定の状況や観察者との関わりのなかで見せるしぐさやふるまいを指して“うつくしい”と表現している例が多い。日本の“かわいい”は関係性の中で理解するのが適しているのかもしれない。

他方、日本人の“縮み志向”（李, 1982）は、“かわいい”の対象を生物から無生物・人工物へと拡大するのに貢献したと考えられる。日本人は、韓国人や中国人に比べて、物（特に、手のひらで触れられるような小さい物）に対する愛着が強いと

いう。日本語の“かわいい”は幼児とは直接関係ない対象にも使われる。前田（1983, 1984, 1985）は、女子学生を対象にして、かわいい（論文中では“可愛い”）と感じられる刺激の特徴を明らかにしようとした。幼児の横顔輪郭線（1983実験Ⅰ）、幼児を表す形容語（1983実験Ⅱ）、一般的な形容語（1983実験Ⅲ, 1984実験Ⅱ）、幼児顔の線画（1984年実験Ⅰ）、無意味図形・幾何学図形（1984実験Ⅲ・Ⅳ, 1985実験Ⅰ・Ⅴ）、無意味綴り（1985実験Ⅳ）、手触りの異なる布（1985実験Ⅵ）といった刺激を用いた研究結果に基づき、“かわいい”という印象の形成には視覚情報が優位であり、特に“小ささ”と“丸さ”という刺激特性が基本にあると考察した。そして、ベビースキーマは幼児に関連しているからではなく、これらの刺激特性を具現しているためにかawaiiと感じられると提案した。

“かわいい”にとって、ベビースキーマは中心概念なのか事例にすぎないのかは重要な問題である。著者の知るかぎり、海外の研究において、このような問題が提起されたことはない。cuteは幼児らしさ（ベビースキーマ）に関連づけられてきた。ミッキーマウス（Gould, 1979）やテディベア（Hinde & Barden, 1985）、車やロボットのイラスト（Pittenger, Shaw, & Mark, 1979; Pittenger, & Todd, 1983）といった人工物についても、ベビースキーマを持つものは幼いと知覚され、それが魅力につながると仮定されている。日本の“かわいい”文化について考察したKinsella（1995）も、“かわいい”は本質的に“子どもらしい（childlike）”を意味すると述べている。

幼児や幼さから完全に切り放された“かわいい”は存在するのだろうか。小さくて丸い刺激であれば、何でもかわいいと感じられるのだろうか。確かに、ヒトは角がある物よりも丸みをおびた物を好む（Bar & Neta, 2006）。それはヒトが角がある物体に対して脅威を感じやすいことに関連しているという（Bar & Neta, 2007）。検証されていないが、大きい物よりも小さい物の方が脅威を感じることは少ないだろう。すると、自分にとって脅威とならないものがかわいいと感じられるのだろうか。“かわいい”という語の用法を検討した井上（1995）が指摘したように、ある対象をかawaiiと感じる

ためには適度な距離が必要である。自分に危害が及びそうになると途端にかわいいとは感じられなくなる。このように、脅威や害を与えないことは、かわいいと感じるための必要条件のようである。しかし、それは十分条件ではないだろう。安全であるだけでは、“かわいい”と他のポジティブ感情や中性感情との区別がつかないからである。たとえば、食欲をそそる料理の写真は快であり害はないが、かわいいという感情は起こらない。しかし、同じ食品でも、お菓子やデザートの中にはかわいいと表現できるものもある。そのような対象に共通して感じられるのは、しばらく眺めていたいという観賞欲求ではないだろうか。

このように考えると、“かわいい”とは、幼児に対する愛情から派生して、意識主体にとって害がなく緊張を感じさせず、保護したいというポジティブな感情を喚起させる対象をさす形容詞であると定義できる。ここでいう保護とは、上から下への関係だけでなく、その状態を維持してほしい／見守りたいという気持ちも含む。このように保護の概念を“見守り”や“共存”にまで広げれば、年配の人に対して“かわいい”という表現を肯定的に使うことも（小原, 2000, 2006）、養育の必要のない無生物に対して“かわいい”と感ずることも（前田, 1983, 1984, 1985）、同じ次元で説明できる。この広い意味での保護したいという欲求こそが、他のポジティブ感情と“かわいい”を区別する核になると思われる。

## 8. おわりに

本論文では、まず4つの調査に基づいて“かわいい”の概念を整理した。得られた結果をまとめると、次のようになる。“かわいい”は、公の書き言葉としての頻度は高くないが、日常的で親しみのある大衆表現であり、日本人大学生の多くが経験している。動物に対しては男女とも約9割がかわ

いいと思う。語のイメージとしては、“きれい”や“かっこいい”と比べて、頼りなく、弱く、小さく、緩んで、遅く、軽いといった性質をもち、親しみやすく身近である。大学生にとって、かわいいものに対する興味や好意は高く、かわいいものによって気分が良くなり癒されるといった考えも強い。しかし、物事の判断基準としてはあまり使われず、“きれい”や“かっこいい”と比べて、好き／良い／興味があるというイメージが強いわけではない。“かわいい”という語のイメージや“かわいい”に関する一般的な信念には性差がないが、態度と行動のレベルでは女性の方がより積極的で敏感であり、男性よりも幅広い対象をかわいいと思うことが多い。赤ちゃんに対してほとんどの女性はかわいいと思うが、男性の約2割はかわいいと思わない。

次に、これらの知見と、関連する先行研究を統合させて、“かわいい”の二層モデルを提案した。すなわち、“かわいい”の基調には、保護や見守りといった社会的動機に関連したポジティブ感情があり、それは幼児に対する愛情から派生している。そして、この生物学的な基盤は、日本文化の特徴によってその適用範囲が広げられ、現在の“かわいい”文化の隆盛につながっている。

今後は、このモデルを出発点として、行動科学的な実証研究を進めていきたい。具体的には、(1) 幼児に対する“かわいい”と無生物・人工物に対する“かわいい”が連続体上にあるかを主観・行動・生理指標を用いて明らかにする、(2) “かわいい”という感情と他のポジティブ感情との違いが保護したいという欲求の有無にあるかを検討する、(3) かわいいものに接することによって生じる行動の変化を確認する、(4) かわいいと感じる対象の範囲やかわいいものに対する態度や行動が文化によって異なるかを調査する、といった研究テーマが考えられる。

## 謝辞

調査2と3は田中久美子さん（広島大学総合科学部平成20年度卒業生）が卒論研究で行った調査を再分析したものである。Peter Ullsperger先生（ド

イツ連邦労働安全保健研究所）にはドイツ語の用法について、磯部智加衣先生（広島大学）、金井嘉宏先生（広島大学）、松田いづみ先生（科学警

察研究所)には統計分析と草稿の内容についての助言を受けた。本研究の一部は、放送文化基金の

平成20年度助成を受けて行った。ここに記して感謝する。

<sup>1</sup>本論文では、“かわいさ”ではなく、形容詞である“かわいい”を引用符付きで名詞として用いる。語の成り立ちからも現代における使用頻度からも“かわいい”の

方が根源的であり、他の論者も“かわいい”を用いているからである。

## 注

## 引用文献

- Alley, T. R. (1981). Head shape and the perception of cuteness. *Developmental Psychology*, **17**, 650-654.
- Alley, T. R. (1983a). Growth-produced changes in body shape and size as determinants of perceived age and adult caregiving. *Child Development*, **54**, 241-248.
- Alley, T. R. (1983b). Infantile head shape as an elicitor of adult protection. *Merrill-Palmer Quarterly*, **29**, 411-427.
- 天野成昭・近藤公久(編著)(1999). 単語親密度 (NTTデータベースシリーズ日本語の語彙特性 第1巻) 三省堂
- 天野成昭・近藤公久(編著)(2000). 頻度 (NTTデータベースシリーズ日本語の語彙特性 第7巻) 三省堂
- 荒川志津代 (1984). 子どものかわいさ—子ども写真を用いた実験的研究— 家政学雑誌, **35**, 354-363.
- Bar, M., & Neta, M. (2006). Humans prefer curved visual objects. *Psychological Science*, **17**, 645-648.
- Bar, M., & Neta, M. (2007). Visual elements of subjective preference modulate amygdala activation. *Neuropsychologia*, **45**, 2191- 2200.
- Belson, K., & Bremner, B. (2004). *Hello Kitty: The remarkable story of Sanrio and the billion dollar feline phenomenon*. Singapore: Wiley. (ベルソン, K., & プレム, B. 酒井泰介(訳)(2004). 巨額を稼ぎ出すハローキティの生態 東洋経済新報社)
- Berman, P. W. (1980). Are women more responsive than men to the young? A review of developmental and situational variables. *Psychological Bulletin*, **88**, 668-695.
- Brosch, T., Sander, D., Pourtois, G., & Scherer, K. R. (2008). Beyond fear: Rapid spatial orienting toward positive emotional stimuli. *Psychological Science*, **19**, 362-370.
- Brosch, T. B., Sander, D., & Scherer, K. R. (2007). That baby caught my eye... Attention capture by infant faces. *Emotion*, **7**, 685-689.
- Cheok, A. D., Fernando, O. N. N., Merritt, T., & Zhang, C. (2008). Introduction to Kawaii engineering: Analysis of cute interactive systems. *Proceedings of the DIS Workshop on Designing Cute Interactive Media, Cape Town, South Africa (February 24, 2008)*, 4-6.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. 2nd ed. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- 土居健郎(1971). 「甘え」の構造 弘文堂
- 土居健郎(2001). 続「甘え」の構造 弘文堂
- Eibl-Eibesfeldt, I. (1970). *Liebe und Haß: Zur Naturgeschichte elementarer Verhaltensweisen*. München: Piper. (アイブル=アイベスフェルト, I. 日高敏隆・久保和彦(訳)(1974) 愛と憎しみ: 人間の基本行動様式とその自然誌 みすず書房)
- 外務省 (2009). プレスリリース: ポップカルチャー発信使 (ファッション分野) の委嘱 外務省 2009年2月25日 [http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/21/2/188512\\_1092.html](http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/21/2/188512_1092.html) (2009年8月20日)
- Glocker, M. L., Langleben, D. D., Ruparel, K., Loughhead, J. W., Gur, R. C., & Sachser, N. (2009a). Baby schema in infant faces induces cuteness perception and motivation for caretaking in adults. *Ethology*, **115**, 257-263.
- Glocker, M. L., Langleben, D. D., Ruparel, K., Loughhead, J. W., Valdez, J. N., Griffin, M. D., Sachser, N., & Gur, R. C. (2009b). Baby schema modulates the brain reward system in nulliparous women. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, **106**, 9115-9119.
- Gould, S. J. (1979). Mickey Mouse meets Konrad Lorenz. *Natural History*, **88**, 30-36.
- 羽生和紀 (2007). SD法による意味の測定 石原治(編) 心理学基礎実験と質問紙法 培風館 pp. 67-71.
- Hildebrandt, K. A., & Fitzgerald, H. E. (1978). Adults' responses to infants varying in perceived cuteness.

- Behavioural Processes*, **3**, 159-172.
- Hildebrandt, K. A., & Fitzgerald, H. E. (1979). Facial feature determinants of perceived infant attractiveness. *Infant Behavior and Development*, **2**, 329-339.
- Hildebrandt, K. A., & Fitzgerald, H. E. (1981). Mothers' responses to infant physical appearance. *Infant Mental Health Journal*, **2**, 56-61.
- Hildebrandt, K. A., & Fitzgerald, H. E. (1983). The infant's physical attractiveness: Its effect on bonding and attachment. *Infant Mental Health Journal*, **4**, 1-12.
- Hinde, R. A., & Barden, L. A. (1985). The evolution of the teddy bear. *Animal Behaviour*, **33**, 1371-1373.
- 堀田純司 (2005). 萌え萌えジャパン 講談社
- Hückstedt, B. (1965). Experimentelle Untersuchungen zum "Kindchenschema" [Experimental studies on the baby schema]. *Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte Psychologie*, **12**, 421-450.
- 池田亀鑑・岸上慎二・秋山虔(校注) (1958). 枕草子・紫式部日記 (日本古典文学大系19) 岩波書店
- 井上博文 (1995). 若年層女性における形容詞「かわいい」の意味の記述 佐賀大國文, **23**, 182-202.
- Karraker, K. H., & Stern, M. (1990). Infants' physical attractiveness and facial expression: Effects on adults' perceptions. *Basic and Applied Social Psychology*, **11**, 371-385.
- Keating, C. F., Randall, D. W., Kendrick, T., & Gutshall, K. A. (2003). Do babyfaced adults receive more help? The (cross-cultural) case of the lost resume. *Journal of Nonverbal Behavior*, **27**, 89-109.
- Kinsella, S. (1995). Cuties in Japan. In L. Skov & B. Moeran (Eds.), *Women, media and consumption in Japan*. Richmond: Curzon Press. pp. 220-254.
- 古賀令子 (2009). 「かわいい」の帝国: モードとメディアと女の子たち 青土社
- 小原一馬 (2000). 「かわいいおばあちゃん」- 女子大生の「かわいい」の語法に見られる, ライフコース最終期に関する社会の葛藤する価値観の止揚- 教育・社会・文化 (京都大学大学院教育学研究科研究紀要), **7**, 25-43.
- 小原一馬 (2006). 「かわいいおばあちゃん」稲垣恭子 (編) 子ども・学校・社会-教育と文化の社会学 世界思想社 pp. 154-191.
- Koyama, R., Takahashi, Y., & Mori, K. (2006). Assessing the cuteness of children: Significant factors and gender differences. *Social Behavior and Personality*, **34**, 1087-1100.
- Kringelbach, M. L., Lehtonen, A., Squire, S., Harvey, A. G., Craske, M. G., Holliday, I. E., Green, A. L., Aziz, T. Z., Hansen, P. C., Cornelissen, P. L., & Stein, A. (2008). A specific and rapid neural signature for parental instinct. *PLoS One*, **3**, e1664.
- 九鬼周造 (1930/2003). 「いき」の構造-藤田正勝全注 積 講談社学術文庫
- Langlois, J. H., Ritter, J. M., Casey, R. J., & Sawin, D. B. (1995). Infant attractiveness predicts maternal behaviors and attitudes. *Developmental Psychology*, **31**, 464-472.
- 李 御寧 (1982). 「縮み」志向の日本人 学生社
- Lobmaier, J. S., Sprengelmeyer, R., Wiffen, B., & Perrett, D. I. (2010). Female and male responses to cuteness, age and emotion in infant faces. *Evolution and Human Behavior*, **31**, 16-21.
- Lorenz, K. (1943). Die angeborenen Formen möglicher Erfahrung [Innate forms of potential experience]. *Zeitschrift für Tierpsychologie*, **5**, 233-409.
- Lorenz, K. (1965). *Über tierisches und menschliches Verhalten*. München: Piper (ローレンツ, K. 丘直通・日高敏隆(訳)(1989). 動物行動学II 思索社)
- 前田實子 (1983). Baby-schema に関する実験的考察-母性心性の解発刺激を中心に- 武庫川女子大学幼児教育研究所紀要, **2**, 4-42.
- 前田實子 (1984). Baby-schema に関する実験的考察II-「可愛らしさ」の諸要因について- 武庫川女子大学幼児教育研究所紀要, **3**, 4-50.
- 前田實子 (1985). Baby-schema に関する実験的考察III-「丸さ」の分析を中心に- 武庫川女子大学幼児教育研究所紀要, **4**, 4-42.
- Maestripieri, D., & Pelka, S. (2002). Sex differences in interest in infants across the lifespan: A biological adaptation for parenting? *Human Nature*, **13**, 327-344.
- 増淵宗一 (1987). リカちゃんの少女フシギ学 新潮社
- 増淵宗一 (1994). かわいい症候群 日本放送出版協会
- Mischkulnig, M. (1989). Kindchenschema und Ärgerreduktion [Babyishness and anger reduction]. *Zeitschrift für Experimentelle und Angewandte*



- Psychologie*, **36**, 567-578.
- 森敏昭・吉田寿夫(編著)(1990). 心理学のためのデータ解析テクニカルブック 北大路書房
- 中森明夫(1988). オシャレ泥棒 マガジンハウス
- 日本国語大辞典第二版編集委員会・小学館国語辞典編集部(編)(2000). 日本国語大辞典第二版 小学館
- 荷宮和子・大塚英志(1993). クマの時代：消費社会をさまよう者の「救い」とは 光文社
- Ohkura, M., & Aoto, T. (2008). Systematic study for “Kawaii” products. *Proceedings of the DIS Workshop on Designing Cute Interactive Media, Cape Town, South Africa (February 24, 2008)*, 11-14.
- 大塚英志(1989). 少女民俗学：世紀末の神話をつむぐ「巫女の末裔」 光文社
- Pittenger, J. B., Shaw, R. E., & Mark, L. S. (1979). Perceptual information for the age level of faces as a higher order invariant of growth. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, **5**, 478-493.
- Pittenger, J. B., & Todd, J. T. (1983). Perception of growth from changes in body proportions. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, **9**, 945-954.
- Sherman, G. D., Haidt, J., & Coan, J. A. (2009). Viewing cute images increases behavioral carefulness. *Emotion*, **9**, 282-286.
- 島村麻里(1991). ファンシーの研究：「かわいい」がヒト、モノ、カネを支配する ネスコ
- 小学館ランダムハウス英和大辞典第二版編集委員会(1994). 小学館ランダムハウス英和大辞典第二版 小学館
- Sprenghelmeyer, R., Perrett, D. I., Fagan, E. C., Cornwell, R. E., Lobmaier, J. S., Sprenghelmeyer, A., Aasheim, H. B., Black, I. M., Cameron, L. M., Crow, S., Milne, N., Rhodes, E. C., & Young, A. W. (2009). The cutest little baby face: A hormonal link to sensitivity to cuteness in infant faces. *Psychological Science*, **20**, 149-154.
- Wikipedia (2009). *Cuteness in Japanese culture*. <http://en.wikipedia.org/wiki/Kawaii> (2009年9月18日)
- 山根一眞(1986). 変体少女文字の研究：文字の向うに少女が見える 講談社
- 山根一眞(1991). ギャルの構造 世界文化社
- 四方田犬彦(2006). 「かわいい」論 筑摩書房
- Zebrowitz, L. A. (1997). *Reading faces: Window to the soul?* Boulder, CO: Westview Press (ゼブロウイツ, L. A. 羽田節子・中尾ゆかり(訳)(1999) 顔を読む：顔学への招待 大修館書店)
- Zebrowitz, L. A., Luevano, V. X., Bronstad, P. M., & Aharon, I. (2009). Neural activation to babyfaced men matches activation to babies. *Social Neuroscience*, **4**, 1-10.