

シワができると認識されていない部位のシワに着目 「散在シワ」による肌やその人の印象への影響を発見 お手入れにより印象の改善へ

ポーラ・オルビスグループの研究・開発・生産を担うポーラ化成工業株式会社(本社:神奈川県横浜市、社長:片桐崇行)では、顔画像を用いた印象評価試験^{※1}により、顔のシワができると認識されていない部位にできるシワである「散在シワ」が肌やその人の印象に影響を及ぼすことを明らかにしました。

※1 調査期間: 2025 年 3 月 19 日～24 日、解析期間:2025 年 4 月 1 日～7 月 25 日

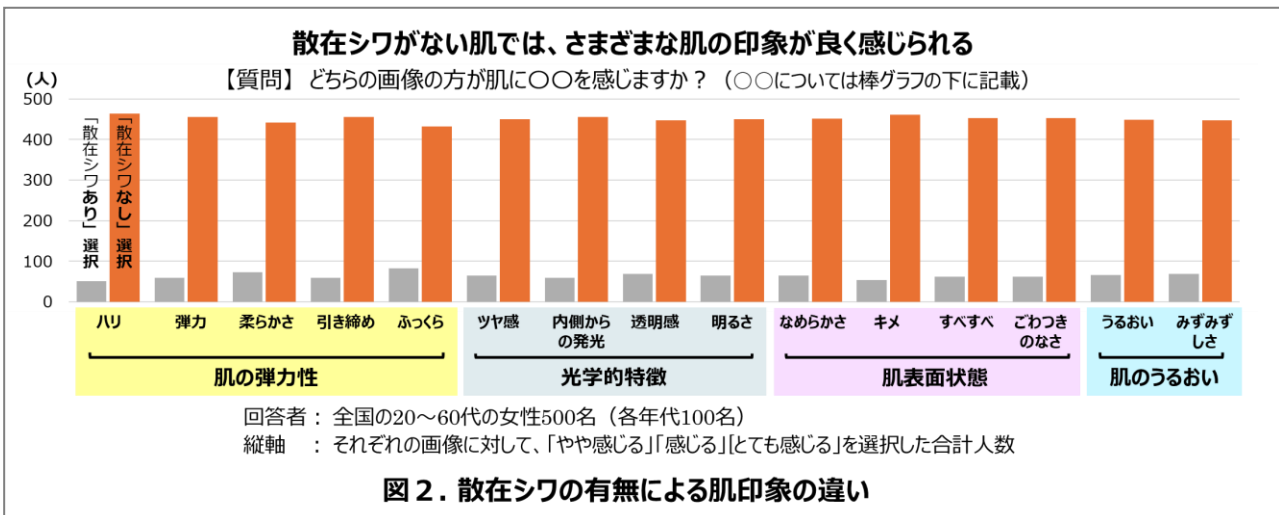
自覚しづらい、顔のさまざまな部位にできる「散在シワ」

ポーラ化成工業では、これまでに、シワができる部位にもかかわらず、シワができると認識されていない部位が顔に多く存在することを確認してきました(補足資料 1)。

このような部位にできるシワを「散在シワ」と名付け、今回、散在シワが肌の印象や人物印象に与える影響を調べました。

「散在シワ」の有無は、肌印象や人物印象に影響する

散在シワのある画像とない画像(図 1)を並べて日本人女性 500 名に提示し、“ハリを感じる”などの肌の印象について、どちらの画像がより当てはまるか選んでいただきました(補足資料 2)。その結果、評価したすべての印象において、散在シワのない画像を選んだ人の方が多く、肌印象が良く感じられる結果となりました(図 2)。顔全体に細かく分布する散在シワの有無は、シワの形成との関連が深い「弾力性」や「うるおい」系の項目だけに留まらず、さまざまな肌印象にも影響を及ぼすことが示唆されました。さらに、“積極的な”などの人物印象についても、評価したすべての印象においても同様の結果となりました(補足資料 3)。



目尻やほうれい線などの目立ちやすいシワは、人の印象に影響を与えることが既に明らかとなっています^{※2}。本研究ではさらに、本人が自覚しづらい「散在シワ」もさまざまな印象に影響を及ぼす可能性が明らかとなったことから、肌のお手入れなどによる散在シワの改善を通して、肌やその人の印象が変わると考えられます。

ポーラ化成工業はシワ改善研究のパイオニアとして、今後もシワについての研究や調査を進めてまいります。

※2 参考リリース:「印象調査で表情の効果を新発見:マスクフリー生活を表情豊かに」(2023 年 6 月 26 日)

https://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20230626.pdf

【補足資料 1】 散在シワとは

ポーラ化成工業では、2024 年から散在シワに関する調査を開始しました^{※3}。シワを気にしている男女 5,349 名による試験では、シワができる 15 の顔部位のうち、ほうれい線、額、目尻は半数以上の方にシワができる部位として認識されていました。眉間も 3 割以上の方に認識されました。ところが、残り 11 部位については、シワができると認識している方が 3 割未満と、シワができる部位であることが知られていない結果となりました。

※3 参考リリース:「顔の多くの部位がシワができるとは思われていないことが明らかに」
(2024 年 10 月 3 日) https://www.pola-rm.co.jp/pdf/release_20241003_1.pdf

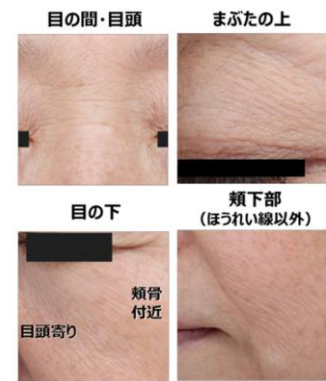


図3. 散在シワの例 (実際の写真)

【補足資料 2】 調査方法

■ 評価用画像の作成

評価用画像は、数人の顔画像から架空の人物画像を作成し、散在シワを付与した“散在シワあり”と、“散在シワなし”の画像を作成しました(図 4)。散在シワは実在の人物から抽出したものを使用しました。散在シワ以外の影響を除外するため、シミや毛穴などのその他の肌の要素を除去しました。

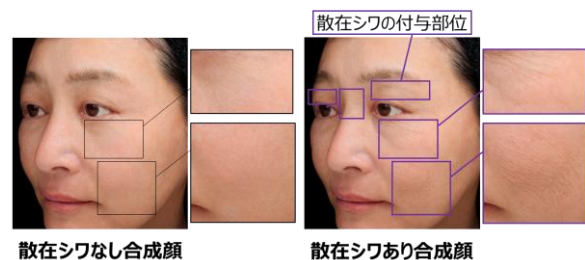


図4. 評価用画像の作成

■ 評価者

全国の 20~60 代の日本人女性 500 名(各年代 100 名)

■ 評価方法

Web アンケートにて、パソコン画面上に“散在シワあり”と“散在シワなし”の画像をペアで左右に提示し、評価項目について、「左の画像の方がとても感じる」～「右の画像の方がとても感じる」の中から最も当てはまるものを 1 つ選んでいただきました(図 5)。

左右の画像を見比べ、
各印象について最も当てはまる回答を選択



図5. 評価方法

■ 評価項目

< 肌印象 >

肌印象は、肌の弾力性、光学的特徴、肌表面状態、肌の潤いに関する 15 印象を設定しました(表 1)。

表 1. 設定した肌印象

ハリを感じる	弾力を感じる	柔らかさを感じる
引き締まって見える	ふつくとしている	ツヤ感を感じる
内側から発光しているように感じる	透明感があるように見える	明るさを感じる
なめらかさを感じる	キメが整っている	すべすべしている
ごわつきが目立たない	うるおいを感じる	みずみずしさを感じる

< 人物印象 >

人物印象は、その人に対する印象を形成する判断基準^{※4}の 15 印象を設定しました(表 2)。

表 2. 設定した人物印象

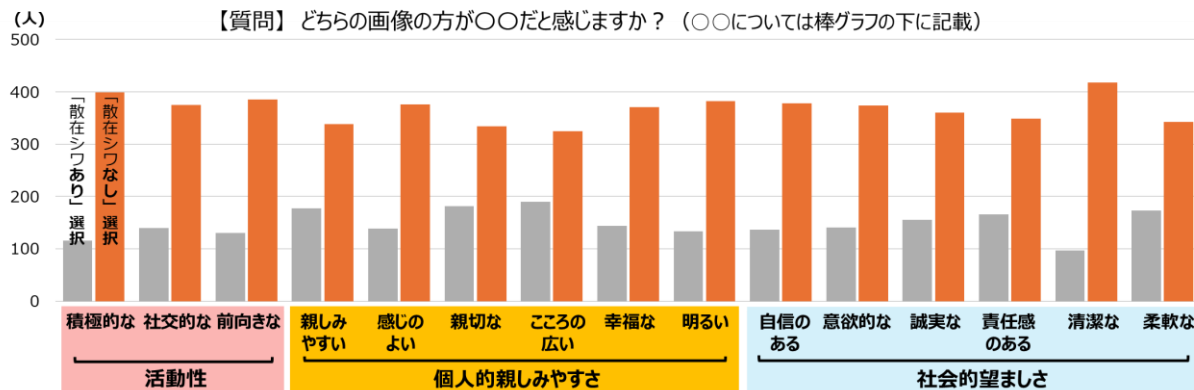
積極的な	社交的な	前向きな
親しみやすい	感じのよい	親切的な
こころの広い	幸福な	明るい
自信のある	意欲的な	誠実な
責任感のある	清潔な	柔軟な

※4 対人認知構造を構成するとされる 3 要素(活動性、個人的親しみやすさ、社会的望ましさ)から抜粋、改変して使用(参考文献: 林文俊(1978)対人認知構造の基本次元についての一考察:名古屋大学教育学部紀要(教育心理学), vol.25, pp.233-247)

【補足資料3】 散在シワの人物印象への影響

散在シワの有無による、人物印象の違いを図6に示します。活動性、個人的親しみやすさ、社会的望ましさに関するどの印象においても、散在シワのない画像を選んだ人の方が多い結果となりました。この結果から、散在シワを改善すると、これらの印象に影響を与えることが示唆されました。

散在シワは、さまざまな人物印象にも影響する



回答者：全国の20～60代の女性500名（各年代100名）

縦軸：それぞれの画像に対して、「やや感じる」「感じる」「とても感じる」を選択した合計人数

図6. 散在シワの有無による人物印象の違い