

Title	同性友人関係におけるパーソナリティの類似性認知が魅力判断に与える効果：パーソナリティ特性次元と対人魅力次元による検討
Author(s)	谷口, 淳一; 大坊, 郁夫
Citation	対人社会心理学研究. 2 P.51-P.64
Issue Date	2002
Text Version	publisher
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/5124">https://doi.org/10.18910/5124</a>
DOI	10.18910/5124
rights	
Note	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

Osaka University

# 同性友人関係におけるパーソナリティの類似性認知が魅力判断に与える効果<sup>1)</sup>

## - パーソナリティ特性次元と対人魅力次元による検討 -

谷口 淳一(大阪大学大学院人間科学研究科)

大坊 郁夫(大阪大学大学院人間科学研究科)

本研究は、同性友人関係におけるパーソナリティの類似性認知が友人に対する魅力判断に与える効果に関して、社会的望ましき効果との影響力の比較、親密さの程度による影響力の相違、自己受容の程度による影響力の相違に関して検討を行なった。大学生 184 名(女性 134 名、男性 49 名、不明1名)が、(1)自己および友人のパーソナリティ特性、(2)友人に対する魅力判断、(3)親密さ、(4)自己受容、(5)一般的なパーソナリティの類似性認知からなる尺度に回答した。その結果、全般的には社会的望ましき要因は類似性認知よりも効果が大きい、パーソナリティ特性次元および対人魅力次元の組み合わせによっては類似性認知の効果が大きい場合も示された。また、親密さの程度および親密さの成分の相違によって類似性認知の効果は異なっていた。しかし、自己受容の程度の相違に関しては、予想されたような類似性認知の効果の相違はみられなかった。

キーワード: パーソナリティの類似性認知、社会的望ましき、親密さ、友人関係、自己受容

### 問題

われわれは決して一人では生きていけない。日々の生活の中で何かを感じ、何かを考え、何らかの行動をするというプロセスをとってみても、そこに他者が関与しないことはあり得ないだろう。つまり、親密な関係を形成し、それを維持していくことは、生きていく上で非常に重要なことであるといえる。

社会心理学の領域においても恋愛関係や友人関係、家族関係といった親密な関係に関する研究は主要なテーマとなってきており、多くの研究が蓄積されつつある。そのような親密な関係研究の基礎となっているのは、対人魅力に関する研究である。親密な関係研究は比較的新しい研究といえるが、対人魅力研究は比較的歴史のある研究といえる。対人魅力に関してはこれまで多くの研究がなされてきたが、その中心を担ってきたのは、Byrne と彼の共同研究者たちによって行われてきた類似性魅力仮説に関する一連の研究(e.g., Byrne, 1971)といえるだろう。Byrne は、数多くの実験的研究を行い、二者間の態度が類似しているほど対人魅力が増大することを示している。その理由として彼は、類似した他者が妥当性付与(consensual validation)を行なう存在として働き、刺激世界の解釈において論理的で正確でありたいという動機(effectance motive)に対して報酬となるからであるとしている。

しかし、態度の類似性と魅力にはある程度一貫した関連がみられるが、パーソナリティの類似性と魅力の関連については、これまで一貫した結果を見出していない

(中村、1984)。Tesser(1969)は、パーソナリティ特性の類似性と好ましきのどちらも対人魅力と有意な相関があるが、好ましきは類似性より重要な要因であることを明らかにしている。Stalling(1970)や McLaughlin(1970)でも同様の結果を得ている。また、Palmer & Byrne(1970)は支配的 - 服従的の特性に関して実験を行い、類似性の効果がみられたものの、服従的な被験者にとっても服従的パーソナリティよりも支配的パーソナリティの人物の方が好まれたことより、社会的望ましきの効果についても確認している。Seyfried & Hendrick(1973)は、養護的 - 求護的の次元において同様の結果を得ている。パーソナリティの類似性と魅力の関連を検討したこれまでの研究を概観すると、パーソナリティに関しては類似性も対人魅力に対して効果を持っているが、社会的望ましきの方が魅力に与える効果が大きいといえる(奥田、1997)。

また、対人魅力の次元によって類似性と社会的望ましきの効果は異なるといえる。蘭・小窪(1978)の実験では、課題達成次元においては類似性より社会的望ましきの効果が大きいものの、親和次元においては類似性と社会的望ましきの効果は同程度であったことを報告している。Hendrick & Brown(1971)は、向性次元のパーソナリティについて検討を行っており、好意度やリーダーとしての適性などについては社会的望ましきの効果の方が大きい、信頼性や正直さなどの評定では類似性の効果が大きいという結果を得ている。本邦では中里・井上・田中(1975)が追試を行い、同様の結果を確認している。また、中村(1984)も追試を行っているが、パーティなどで

同席することやリーダーとしての適性については外向的な人が好まれ、長期の友人としての信頼性や一緒にいて気が休まる友人としては内向的な人が好まれるという結果を得ている。この結果に関して中村(1984)は、魅力判断次元における特性情報の適切さ要因の重要性に関して示唆している。このことから考えると、対人魅力の次元だけでなく、パーソナリティ特性の次元によっても類似性と社会的望ましさの効果が異なるといえる。

ここまで対人魅力の規定因として類似性がある程度の効果をもつことについて述べてきたが、どれも未知の他者に対する魅力を扱った初対面場面における研究の結果である。このような他者との類似性の認知は、対人関係の発展に持続的な影響を与え、親密な関係においても類似性の認知は魅力の規定因となっているのであろうか。親密な関係におけるパーソナリティ認知においては、想定類似性傾向が存在することが Fiedler, Warrington, & Blaisdell(1952)などによって指摘されており、親密な関係においても類似性の認知が魅力と関連していることが示唆されてきた。しかし、今川(1989)が指摘するように想定された類似性が、好意の形成や友人選択に先行する類似情報の結果として生じたものであるとはいえない。今川(1989)は、中学生の対人関係について追跡的研究を行った大橋・鹿内・吉田・林・津村・平林・坂西・廣岡・中村(1982)の研究の結果から、類似性の認知と相手への好意が相互促進的な機能をもっておらず、パーソナリティ認知による相手への好意度は類似性の認知よりも評価的判断によって規定されるとしている。また、友人になる可能性のある者への期待から理想化傾向を示すことを示唆する研究もある(今川・岩淵,1981; 今川, 1984)。このように親密な関係においても初対面場面と同様に、相手に対する魅力において類似性の認知よりも社会的望ましさの効果が大きいことが予想されるが、さらに、パーソナリティ特性や対人魅力次元によってその効果の大きさは異なると考えられる。本研究の第一の目的は、親密な関係においても初対面場面と同様に類似性認知よりも社会的望ましさの効果の効果が大きいのかどうか、またその効果はパーソナリティ特性の次元や魅力次元によって相違があるのかを検討することである。

二者関係の親密化過程に関してはこれまで多くの理論モデルが提唱されてきた(e.g., Murstein, 1977、Levinger & Snoek, 1972)。どの理論も関係の進展をいくつかの段階に分けて、それぞれの段階で親密化に寄与する要因が異なるという特徴がみられる(戸田, 1996)。戸田(1996)はこれらの理論の共通点を整理すると親密化過程は3段階に分けることができるとしている。それは、(1)知り合った初期の段階:相手の外見的特徴や物理的  
近接、社会文化的背景に関する要因、(2)関係の進展す

る中期の段階:価値観や態度等のさまざまな特性に関する類似性の要因、(3)関係の深まった後期の段階:欲求の相補性や役割分担に関するペアリングの適合性の要因である。類似性に注目すると、初期の段階から中期の段階にかけて非常に重要な要因となっているが、後期の段階になると相補性や役割分担の重要性が高まり、類似性の重要度は低下するといえる。つまり、親密な関係にある他者との類似性の認知と、その他者に対する魅力との関連は、親密化過程の段階によって異なることが予想される。そこで、本研究の第2の目的は、親密さの程度によって、他者とのパーソナリティの類似性の認知と、その他者に対する魅力判断との関連に相違があるかを検討することである。

ところで、対人関係の形成過程を扱う上で、親密さの程度についての操作的定義と測定は重要な問題であろう(今川, 1989)。親密さについて被調査者に内省させ、量的に表現させる方法が一般的であるが、親密化の過程について十分に自覚しているとは考えにくく、関係が発展しつつある段階での親密さの程度については、内省的な方法は必ずしも適切ではないといえる(今川, 1989)。また、二者間の関係の長さという時間的指標で親密さの程度を測定する方法も考えられるが、マンネリで続いている関係や硬直化した関係など、長く続いている関係であっても親密さをともなわない関係もあり(遠矢, 1996)、関係の長さだけで親密さの程度を測定するのは、やはり不充分であるといえる。そこで本研究では対人的な親密さの程度の指標として、Berscheid, Snyder, & Omoto(1989)によって作成されたRCI(Relationship Closeness Inventory)を使用する。RCIは、相互依存性の程度を関係の親密さとして捉えた Kelly, Berscheid, Christensen, Harvey, Huston, Levinger, McClintock, Peplau, & Peterson(1983)の考えにもとづき、親密さを(1)お互いに影響を及ぼしあう頻度(frequency)、(2)お互いに及ぼしあう影響の強さ(strength)、(3)二人で行なう行動の多様性(diversity)、(4)二人の間で、上記三つの行動が続いている長さ(duration)という4つの行動指標で測定しようとするものである(久保, 1993)。

また、パーソナリティの類似性と魅力との関連に影響を与えると考えられてきた要因として、自己受容の程度という個人差要因が考えられる。Fielder *et al*(1952)は、想定類似性が現実類似性より好意度と関連が深く、また好意を持っている他者に対してはそうでない他者よりも理想とするパーソナリティに類似していると知覚されることも明らかにした。Thompson & Nishimura(1952)や McKenna, Hofstaetter, & O'Connor(1956)においては、友人のパーソナリティが現実の自己よりも理想のパーソナリティとの類似性の方が高いことを示している。こ

のことから、現実と理想のパーソナリティの差が小さい自己受容的な人は類似する他者に対して好意的であるが、自己受容でない人は類似する他者に対して好意的でないと考えられる。しかし、Griffitt(1966, 1969)は実験によって、このような仮説に関して検証したが、仮説は支持されていない。自己受容度がパーソナリティの類似性の認知と魅力との関連に与える効果に関しては、明確に予測を支持するような結果はこれまで得られていない。さらに、親密な関係の中で魅力の多次元性を考慮した上で自己受容の程度が魅力判断に与える効果に関して検討した研究はこれまで見当たらない。そこで本研究の第3の目的としては、親密な関係において自己受容の程度がパーソナリティの類似性の認知と魅力の関係を規定しているのかを検討することである。

## 方法

### 調査対象者

北海道および京都にある2つの大学の学生を対象に、講義時に一斉に実施した。調査対象者は184名(男性49名、女性134名、不明1名)。平均年齢は男性20.84歳( $SD=1.77$ )、女性20.05歳( $SD=1.03$ )。

### 質問紙の構成

同性の友人・知人を1人想定させ、その人物および自分自身について回答を求めた。質問項目は以下の通り。

**(1)自己および友人のパーソナリティ特性** パーソナリティ特性の測定には以下の3尺度を使用した。想定した同性友人の回答を推測させたのち、自分自身についても回答を求めた。

**親和動機:** EPPS パーソナリティ検査(肥田野・岩原・岩脇・杉村・福原, 1970)から、親和(Affiliation)尺度の9項目を使用した。“非常によく当てはまる～全く当てはまらない”までの7段階で回答を求めた。

**印象評定:** 松井・山本(1985)の19項目の尺度のうち、因子構造を考慮して11項目を抽出し、これに「服のセンスがよい」という1項目を加えた12項目を使用した。松井・山本(1985)の検討から本尺度は、“家庭的印象”、“美しさ”、“活発さ”、“しっかりさ”の4因子から構成されることが分かっている。回答は“当てはまる～当てはまらない”までの5段階で求めた。

**対人関係性:** 高井(1999)の対人関係性尺度より5項目を抜粋して使用した。対人関係性尺度は“閉鎖性・防衛性”、“ありのままの自己”、“他者依拠”、“他者依拠”、“他者受容”、“自己優先”の5因子よりなるが、本研究では各因子より1項目ずつ使用した。回答は“よく当てはまる～全く当てはまらない”までの5段階で求めた。

**(2)友人に対する魅力の測定** 大坊(1982)のIAS(対人魅力評定尺度)と Rubin(1973)の愛測定尺度(Love

Scale)から12項目を使用した。IASは5つの下位尺度、31項目から構成されるが、本研究では下位尺度ごとに1～2項目を抽出して合計9項目を使用した。5つの下位尺度と項目内容は、「信頼性」(“何か問題が起こったときにもこの人はそれをうまく解決できる人だ”、“この人の仕事を立派にやり遂げる能力には信頼がおける”)、「外見」(“この人の身だしなみはいいと思う”、“この人の容貌はそれほど良くない”(逆転))、「親和性」(“この人に話を合わせるのは難しいだろう”(逆転)、“この人は何ごとにもよく順応できる人だ”)、「願望の対象」(“私の知っている人の中でもこの人は最も好ましい人物だ”、“私自身もこの人のようなタイプの人物になりたい”)、「共同作業」(“この人は仕事をする段になると決まって怠ける人だ”(逆転))である。また、愛測定尺度からは、「好意の期待」(“この人に何かを打ち掛けてもらったとてうれしい”)、「発展可能性」(“この人と仲良くやっていけるだろう”)、「時間共有」(“この人と長い時間を一緒に過ごすことはできない”(逆転))の3項目を使用した。回答は、“非常にそう思う～非常にそう思わない”までの5段階で求めた。

**(3)親密さの測定** Berscheid, Snyder, & Omoto(1989)によって作成され、本邦では大坊(1992)や久保(1991, 1993)によって検討されているRCI(Relationship Closeness Inventory)を使用した。本研究では、久保(1993)の使用した尺度に一部、修正、追加を行ったものを用いた。想定させた同性友人との相互作用について以下の項目に回答を求めた。接触頻度として、週単位で会う頻度と電話の頻度を、接触時間の指標として、1回あたりに過ごす時間と1回あたりの通話時間を尋ねた。ただし、最近の携帯電話の普及を考慮に入れ、電話には携帯電話を含むことを付記した。多様性として、久保(1993)による行動の多様性17項目と、話題の多様性14項目を用いた。最近1ヶ月の間に、想定した同性友人との間で行ったことのある行動 および話したことのある話題にすべて 印をつけるよう求めた。関係の強さとしては、友人との関係が被調査者の生活、および考え方に与える影響の強さの2項目を“非常に影響を受けている～全く影響を受けていない”までの7段階で尋ねた。さらに心的疲労感として、友人との会話での疲労感について“全く疲れない～非常に疲れる”までの7段階で尋ねた。関係の長さとしては友人と知り合ってから期間を尋ねた。

**(4)自己受容の測定** 梶田(1988)の自己評価意識尺度について上田(1993)が因子分析を行った結果、自己評価因子に含まれた9項目を使用した。現在の自分の状態が当てはまるかどうかを各項目に対し(はいいいえ)で回答させ、同時にそのような自分に対してどう感じるかを“問題なくよいと思う～非常に良くないと思う”の5段階で求めた。後者の自己評価に対するメタレベル肯定度

(上田, 1996)を本研究では自己受容度とした。

**(5) パーソナリティの類似性認知の測定** 総合的なパーソナリティの類似性の認知を測定するため、“この人のパーソナリティは私のパーソナリティと似ている”という項目に“非常にそう思う～非常にそう思わない”までの5段階で回答を求めた。

## 結果

### 類似性と望ましさの対人魅力への影響の検討

**(1) 対人魅力評定の下位尺度得点の算出** IASの下位尺度ごとに平均値を算出した。1項目のみの次元は、その1項目の得点をその次元の得点とした。また、Rubin(1973)の愛測定尺度の中から使用した3項目は、各項目の得点をそのままその次元の得点とした。

**(2) 各次元の自己評定得点、他者評定得点の算出** 各パーソナリティ特性次元について既存の研究に従い、合成変数を作成した。1項目のみの次元は、その1項目の得点をその次元の得点とした。得点は自己評定、他者評定ごとにそれぞれ算出した。

**(3) 類似度の算出** パーソナリティ特性次元ごとの自己評定と他者評定の差の絶対値を、その次元の類似度とし

て算出した。

**(4) 重回帰分析** 類似性および望ましさに対人魅力の各次元に与える影響について検討するため、対人魅力の各次元に対してパーソナリティ次元ごとに類似度と他者評定(望ましさ)を説明変数とした重回帰分析(forward selection 法)を行った(以下の統計分析は、PC-SAS を用いて行った)。なお、男女別に分析を行ったところ、男女で異なる傾向が見出されたので、本論文では男女別の結果を報告することとする(Table 1, Table 2を参照)。

親和動機について女性では、親和性、願望の対象、好意の期待、時間共有において他者評定においてのみの正の有意な回帰がみられた。共同作業、発展可能性においては類似性の標準偏回帰係数(以下と略記)が有意であり、共同作業では負の回帰が、発展可能性では正の回帰がみられた。外見においては他者評定の正の有意な回帰がみられ、類似性の負の回帰が有意傾向を示していた。説明変数として他者評定のみのモデルに類似性を投入することで 2.2% ( $p < .10$ )の説明力の増加がみられた。すなわち、外見については類似性と望ましさとともに効果を有しているといえる。ただし、類似性については負の効果である。男性では、親和性、好意の期待

Table 1 女性において類似度と望ましさの認知を説明変数とした重回帰分析(標準偏回帰係数)

		信頼性	外見	親和性	願望の対象	共同作業	好意の期待	発展可能性	時間共有
親和動機	類似性認知	-.105	-.148 †			-.196 †		.188	-.063
	他者評定	.107	.280 **	.289 **	.265 **	.069	.258 **		.244 **
	R <sup>2</sup>	.021	.094 **	.084 **	.070 **	.014 †	.066 **	.034 *	.061 *
閉鎖性・防衛性	類似性認知	-.098	.100	-.138		.100		.204 *	
	他者評定	-.120	-.153 †	-.237 **	-.215 *		.099	-.108	
	R <sup>2</sup>	.029	.027	.089 **	.046 *	.010	.010	.044 †	
ありのままの自己	類似性認知		-.062		.132		-.079	.137	
	他者評定		-.063	.067		-.106		-.129	-.093
	R <sup>2</sup>		.008	.005	.017	.011	.006	.036	.009
他者依拠	類似性認知				-.067	.071	-.136		
	他者評定	-.256 **		-.237 **		-.096		-.079	-.123
	R <sup>2</sup>	.065 **		.056 **	.005	.008	.019	.006	.015
他者受容	類似性認知		.101		-.068		-.136		
	他者評定	.078	.091	.234 **	.169 †	.089	.068	.185 *	.219 *
	R <sup>2</sup>	.006	.020	.055 **	.031	.008	.022	.034 *	.048 *
自己優先	類似性認知						-.125		.060 ***
	他者評定	-.119		-.338 ***	-.256 **	-.146	-.157 †	-.166 †	-.316 ***
	R <sup>2</sup>	.014		.115 ***	.065 **	.021	.031	.028 †	.112 ***
家庭的印象	類似性認知	-.102		-.208 *			-.099		-.088
	他者評定	.076	.133	.191 *	.199 *	.087	.117	.206 *	.175 †
	R <sup>2</sup>	.019	.018	.093 **	.039 *	.008	.027	.042 *	.043 †
活発さ	類似性認知	-.065	.131	-.107			-.066	.177 †	.090
	他者評定	.161 †	.079	.285 **	.179 *		.153	.108	.163 †
	R <sup>2</sup>	.038 †	.016	.115 ***	.032 *		.035	.029	.024
しっかりさ	類似性認知		.077	-.065	.083	.139			.087
	他者評定	.340 ***		.110	.077	.138	.101	.062	
	R <sup>2</sup>	.115 ***	.006	.020	.010	.029	.010	.004	.008
美しさ	類似性認知			-.123		.138	-.121	-.152 †	-.100
	他者評定	.063	.295 ***		.075	.078	.068		
	R <sup>2</sup>	.004	.087 ***	.015	.006	.019	.024	.023 †	.010

注1) \*\*\*  $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$ , †  $p < .10$  注2) forward selection法を使用した。

注3) 類似性認知の度合いは値が大きいほど類似度が高くなるように変換した。

Table 2 男性において類似度と望ましさの認知を説明変数とした重回帰分析(標準偏回帰係数)

		信頼性	外見	親和性	願望の対象	共同作業	好意の期待	発展可能性	時間共有
親和動機	類似性認知				.286 †	.143			.201
	他者評定	.293 †	.127	.355 *	.281 †		.625 ***	.475 **	.323 *
	R <sup>2</sup>	.086 †	.016	.126 *	.224 **	.020	.391 ***	.225 **	.196 *
閉鎖性・防衛性	類似性認知	.204	-.178			-.211		-.142	
	他者評定	-.418 **		-.203		.127		.158	
	R <sup>2</sup>	.159 *	.032	.041		.043		.030	
ありのままの自己	類似性認知	.127		.305 *	.332 *	-.144	.147	-.158	
	他者評定	.132	-.144	-.306 *	-.243 †	-.129		-.142	-.162
	R <sup>2</sup>	.036	.021	.172 *	.157 *	.040	.022	.049	.026
他者依拠	類似性認知		.164		.445 **	.190			
	他者評定	.204		.111	-.227	-.259	.161	.110	
	R <sup>2</sup>	.042	.027	.012	.152 *	.056	.026	.012	
他者受容	類似性認知				.319 *	.215			
	他者評定	.332 *	.437 **	.192	.212		.199	.263 †	.231
	R <sup>2</sup>	.110 *	.191 **	.037	.216 **	.046	.040	.069 †	.054
自己優先	類似性認知	-.178	-.112	-.125	.189				.182
	他者評定								-.160
	R <sup>2</sup>	.032	.012	.016	.036				.087
家庭的印象	類似性認知	.170		.215	.208			-.177	.105
	他者評定	.159	.351 *	.265 *	.196			.236	
	R <sup>2</sup>	.086	.123 *	.182 *	.129 †			.039	.011
活発さ	類似性認知					-.264 †		-.104	-.243
	他者評定	.222	.262 †	.491 ***	.294 *			.113	.177
	R <sup>2</sup>	.049	.069 †	.241 ***	.086 *	.070 †		.025	.096
しっかりさ	類似性認知			-.207			-.152	-.182	-.267 †
	他者評定	.168		-.157	.149	.211	-.118	-.123	.171
	R <sup>2</sup>	.028		.065	.022	.045	.036	.047	.103 †
美しさ	類似性認知	-.113		-.172			-.227	-.264 †	-.305 *
	他者評定		.473 **		.139				
	R <sup>2</sup>	.013	.223 **	.030	.019		.052	.070 †	.093 *

注1) \*\*\* $p<.001$ , \*\* $p<.01$ , \* $p<.05$ , † $p<.10$  注2)forward selection法を使用した。

注3) 類似性認知の度合いは値が大きいほど類似度が高くなるように変換した。

発展可能性、時間共有において他者評定のみの が有意であり、また信頼性では他者評定の が有意傾向を示しており、どれも正の回帰が認められた。願望の対象では、説明変数として類似性のみのモデルに他者評定を投入することで、6.7%( $p<.10$ )の説明力の増加がみられ、類似性と他者評定の が有意傾向を示し、正の回帰が認められた。すなわち、願望の対象については類似性と望ましさとともに効果を有していたことになる。

閉鎖性・防衛性について女性では親和性、願望の対象において他者評定のみが負の有意な回帰を示しており、外見で他者評定のみの 係数が有意傾向となっていた。また、発展可能性については類似性のみが正の有意な回帰を示していた。男性では、信頼性において他者評定のみが負の有意な回帰を示していた。

ありのままの自己について男性では、親和性において他者評定と類似性の がともに有意であり、他者評定は負の回帰を、類似性は正の回帰を示している。説明変数として他者評定のみのモデルに類似性を投入することで9.3%( $p<.05$ )の説明力の増加がみられた。また、願望の対象において類似性が正の有意な回帰を示しており、他者評定の は有意傾向を示していた。説明変数として類

似性のみのモデルに他者評定を投入することで5.9%( $p<.10$ )の説明力の増加がみられた。すなわち、親和性および願望の対象においては類似性と望ましさとともに効果を有しているといえる。ただし、他者評定が負の回帰を示していたことから、ありのままの自己でないほど望ましさは高いといえる。

他者依拠について女性では、信頼性と親和性において他者評定のみが有意な負の回帰を示していた。男性では、願望の対象において類似性のみが有意な正の回帰を示していた。

他者受容について女性では、親和性、発展可能性、時間共有において他者評定のみが有意な正の回帰を示しており、願望の対象では他者評定のみの が有意傾向を示した。男性では、信頼性、外見において他者評定のみが有意な正の回帰を示しており、発展可能性では他者評定のみの が有意傾向を示した。また願望の対象では、類似性のみが正の有意な回帰を示していた。

自己優先について女性では、親和性、願望の対象、時間共有において有意な負の回帰を示しており、好意の期待、発展可能性では他者評定のみの が有意傾向を示していた。

家庭的印象について女性では、願望の対象、発展可能性において他者評定のみが有意な正の回帰を示しており、時間共有では他者評定のみが有意傾向を示していた。親和性において類似性と他者評定の がともに有意となっており、類似性は負の回帰を、他者評定は正の回帰を示していた。説明変数として類似性のみモデルに他者評定を投入することで 3.6% ( $p < .05$ ) の説明力の増加がみられた。すなわち、家庭的印象においては他者が望ましく、自分と非類似であるほど親和性が高くなるといえる。男性では、外見において他者評定のみが有意な正の回帰を示していた。

活発さについて女性では、親和性、願望の対象において他者評定のみが有意な正の回帰を示しており、信頼性、時間共有において他者評定のみが有意傾向を示していた。また、発展可能性では類似性のみが有意傾向を示しており、正の回帰がみられた。男性では、親和性、願望の対象において他者評定のみが有意な正の回帰を示しており、外見では他者評定のみが有意傾向を示していた。また、共同作業では類似性のみが有意傾向を示しており、正の回帰が認められた。

しっかしさについて女性では、信頼性において他者評定のみが有意な正の回帰を示していた。男性では、時間共有において類似性のみが有意傾向を示しており、負の回帰がみられた。

美しさについて女性では、外見において他者評定のみが有意な正の回帰を示していた。また、発展可能性において類似性のみが有意傾向を示しており、負の回帰がみられた。男性では、外見において女性と同様に他者評定のみが有意な正の回帰を示していた。また類

似性のみが時間共有において有意で、発展可能性において有意傾向を示しており、ともに負の回帰がみられた。

### 親密さと類似性の対人魅力への効果の検討

(1) 親密さを構成する成分 久保(1993)と同様の手続きで親密さを構成する成分を求めた。まず、生活に与える影響、考え方に与える影響、会話での疲労感の3項目を除いた行動特性7項目を、7段階尺度に変換した。7段階尺度とraw dataとの対応についてはTable 3に示した。次に、行動の多様性と話題の多様性の和を2で除したものを多様性の指標とした。また、生活に与える影響と考え方に与える影響の和を2で除したものを関係の強さの指標とした。久保(1993)では、接触頻度として二人だけで会う回数と電話で話す頻度の合計を2で除したものを、接触時間として1回あたりに過ごす時間と1回あたりの通話時間の和を2で除したものをそれぞれ使用しているが、本研究では、直接会うことと電話で話すことをより独立なものと考え、それぞれ個別に扱うこととした。以上より求めた行動特性8項目(関係の長さ、会う頻度、過ごす時間、通話頻度、通話時間、多様性、関係の強さ、心的疲労感)についての主成分分析を行った。久保(1993)において男女で異なる主成分が得られることが確認されているため、本研究でも男女別に分析を行った。男女とも、固有値 1.0 以上の主成分を選択した。

女性では、3つの主成分が得られた(Table 4 参照)。第1主成分は、関係の長さ、通話時間、過ごす時間に正の高い負荷を示しており、会う頻度に負の高い負荷を示していた。この成分は、比較的知り合ってから期間が長く、現在ではあまり会う機会は少ないが、会うと長時間一緒

Table 3 変換後の各尺度値に対する raw data の領域

尺度値	関係の長さ(月)	会う頻度(回/週)	過ごす時間(分/回)	通話頻度(回/週)	通話時間(分/回)	行動多様性	話題多様性
1	0-4	0-0.14	0-24.4	0-0.14	0-2.5	0	0
2	5-16	0.15-0.57	24.5-97.9	0.15-0.57	2.6-10.0	1	1
3	17-36	0.58-1.28	98.0-220.4	0.58-1.28	10.1-22.5	2-3	2
4	37-64	1.29-2.28	220.5-391.8	1.29-2.28	22.6-40.0	4-5	3-4
5	65-100	2.29-3.57	391.9-612.2	2.29-3.57	40.1-62.5	6-8	5-7
6	101-144	3.58-5.14	612.3-881.6	3.58-5.14	62.6-90.0	9-12	8-10
7	141-	5.15-7.00	881.7-1200	5.15-7.00	90.1-	13-17	11-14

Table 4 主成分表(女性)

	Prin1	Prin2	Prin3
関係の長さ	.526	.096	.060
会う頻度	-.563	.033	.142
過ごす時間	.375	.498	.052
通話頻度	-.179	-.296	.652
通話時間	.381	-.106	.509
多様性	-.203	.549	.332
関係の強さ	-.167	.546	.195
心的疲労感	-.139	.209	-.375
固有値	2.072	1.318	1.226

Table 5 主成分表(男性)

	Prin1	Prin2	Prin3	Prin4
関係の長さ	-.426	.361	.408	-.090
会う頻度	.584	-.077	-.050	.378
過ごす時間	-.104	.522	-.268	.257
通話頻度	.415	-.139	.466	.219
通話時間	-.006	.037	.729	-.059
多様性	.313	.598	-.001	-.001
関係の強さ	.374	.432	.026	-.380
心的疲労感	.237	-.163	-.098	-.766
固有値	1.892	1.487	1.399	1.067

に過ごし、長電話もするような、旧友のような関係性を示す成分と考えられ、久保(1993)においてもみられた成分なので、久保(1993)と同様に「安定成分」と命名した。

第2主成分は、多様性、関係の強さ、過ごす時間に正の高い負荷を示しており、現在2人で長い時間を過ごして幅広く活動したり会話したりして、相手からの影響も強い、現在進行中の友人関係と考えられ、久保(1993)においてもみられた成分なので、久保(1993)と同様に「現在進行成分」と命名した。

第3主成分は、通話頻度、通話時間、多様性に正の高い負荷を示しており、心的疲労感に負の高い負荷を示している。この成分は、通話頻度や通話時間がともに高く、電話を通じて共有時間が多く、話す話題も豊富であり、また会話での疲労感も少なく、電話で繋がっている関係性を示す成分と考えられるので、「電話成分」と命名した。

男性では、4つの主成分が得られた(Table 5参照)。第1主成分は、会う頻度、通話頻度、多様性、関係の強さが正の高い負荷を、関係の長さに負の高い負荷を示した。この成分は、知り合ってから期間は比較的短い、直

接会ったり、電話で話したりする頻度が多く、相手からの影響も強く受けており、幅広い関わりを持っている、現在進行中の交友関係であると考えられる。この成分は、久保(1993)でもみられた成分であり、久保(1993)と同様に「現在進行成分」と命名した。

第2主成分は、多様性、過ごす時間、関係の強さ、関係の長さに正の高い負荷を示していた。この成分は、会うと2人でいろいろなことや会話をしながら長時間一緒に過ごし、相手から受ける影響も強く、知り合ってから期間が比較的長い、旧友のような関係性を示す成分と考えられ、久保(1993)においてもみられた成分なので、久保(1993)と同様に「安定成分」と命名した。

第3主成分は、通話時間、通話頻度、関係の長さに正の高い負荷を示していた。この成分は、比較的知り合ってから期間が長く、通話頻度、通話時間もに多いことから、電話で繋がっている関係性を示す成分と考えられる。そこで、「電話成分」と命名した。

第4主成分は、会う回数に正の高い負荷を示しており、心的疲労感、関係の強さに負の高い負荷を示している。

Table 6 女性における親密さと類似度、各条件の魅力判断の平均値(標準偏差)

		「安定成分」			「現在進行成分」			「電話成分」		
		低	中	高	低	中	高	低	中	高
信頼性	類似	3.57 (1.03)	3.68 (0.93)	4.00 (0.69)	3.88 (0.74)	3.84 (0.80)	3.60 (1.08)	3.73 (1.00)	3.66 (0.90)	3.95 (0.74)
	非類似	3.45 (1.04)	3.43 (0.97)	3.56 (0.77)	3.58 (0.73)	3.33 (0.86)	3.56 (1.19)	3.58 (1.03)	3.68 (0.83)	3.25 (0.90)
外見	類似	4.07 (0.86)	4.16 (0.69)	4.37 (0.69)	3.92 (0.87)	4.21 (0.67)	4.48 (0.59)	4.27 (0.81)	4.00 (0.90)	4.39 (0.74)
	非類似	3.75 (0.79)	3.98 (0.78)	3.59 (0.80)	3.95 (0.60)	3.67 (0.87)	3.78 (0.86)	3.71 (0.77)	3.68 (0.83)	3.88 (0.84)
親和性	類似	3.78 (0.78)	4.06 (0.68)	3.96 (0.68)	3.83 (0.65)	3.79 (0.71)	4.10 (0.76)	3.79 (0.76)	4.04 (0.67)	3.94 (0.70)
	非類似	3.74 (0.89)	3.54 (0.90)	4.00 (0.45)	3.82 (0.67)	3.98 (0.79)	3.28 (0.84)	3.55 (0.90)	3.82 (0.58)	3.82 (0.88)
願望の 対象	類似	3.54 (0.88)	3.82 (1.03)	4.02 (0.71)	3.50 (0.88)	3.87 (0.85)	4.04 (0.84)	3.69 (1.04)	3.84 (0.77)	3.89 (0.81)
	非類似	2.89 (0.89)	3.33 (0.75)	3.41 (0.40)	3.34 (0.76)	3.11 (0.75)	3.21 (0.73)	2.92 (0.84)	3.38 (0.86)	3.33 (0.49)
共同作業	類似	4.22 (0.85)	4.32 (0.95)	4.27 (0.78)	4.25 (0.79)	4.47 (0.77)	4.12 (0.93)	4.08 (1.04)	4.24 (0.88)	4.53 (0.70)
	非類似	4.15 (1.09)	4.00 (1.04)	3.71 (0.92)	4.42 (0.77)	3.83 (1.11)	3.67 (1.03)	2.92 (0.84)	4.18 (1.13)	3.79 (0.98)
好意の 期待	類似	4.30 (0.82)	4.67 (0.59)	4.50 (0.76)	4.22 (0.95)	4.37 (0.68)	4.80 (0.41)	4.42 (0.93)	4.50 (0.66)	4.53 (0.61)
	非類似	4.28 (0.96)	4.30 (0.88)	4.53 (0.52)	4.44 (0.70)	4.30 (0.98)	4.33 (0.77)	4.35 (1.06)	4.35 (0.70)	4.36 (0.73)
発展 可能性	類似	4.48 (0.73)	4.37 (1.01)	4.88 (0.33)	4.21 (1.02)	4.84 (0.37)	4.80 (0.41)	4.38 (0.97)	4.68 (0.63)	4.79 (0.42)
	非類似	4.10 (1.02)	4.48 (0.79)	4.59 (0.51)	4.42 (0.77)	4.30 (0.88)	4.44 (0.86)	3.89 (0.99)	4.41 (0.80)	4.75 (0.44)
時間共有	類似	4.26 (0.75)	4.26 (0.93)	4.50 (0.58)	4.04 (0.95)	4.53 (0.37)	4.52 (0.59)	4.08 (0.83)	4.56 (0.58)	4.42 (0.77)
	非類似	4.05 (1.19)	4.43 (0.90)	4.53 (0.62)	4.63 (0.60)	4.30 (0.88)	4.00 (1.24)	3.79 (1.23)	4.59 (0.62)	4.58 (0.72)



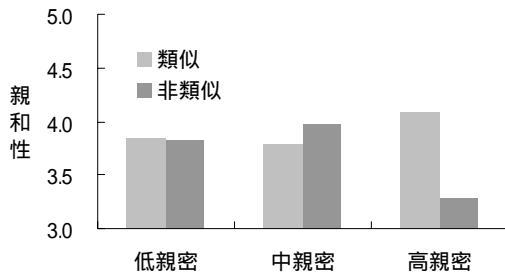


Figure 1 女性「現在進行成分」の親密さ、類似度と親和性の魅力判断との関係(平均値)

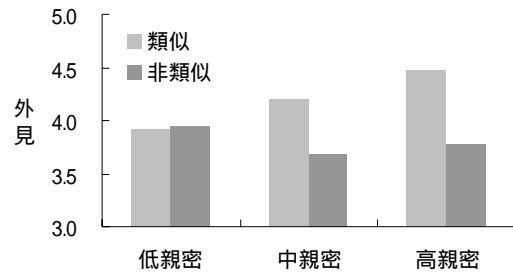


Figure 3 女性「現在進行成分」の親密さ、類似度と外見の魅力判断との関係(平均値)

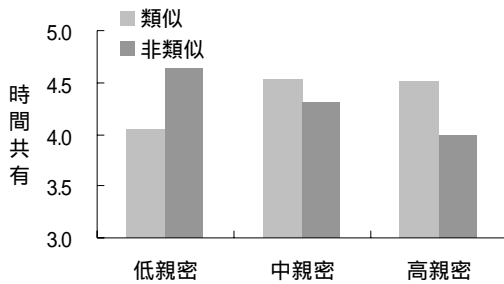


Figure 2 女性「現在進行成分」の親密さ、類似度と時間共有の魅力判断との関係(平均値)

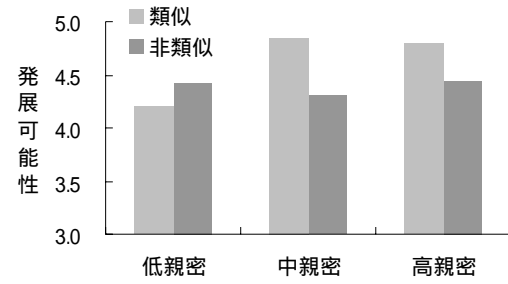


Figure 4 女性「現在進行成分」の親密さ、類似度と発展可能性の魅力判断との関係(平均値)

この成分は、会う回数は多いが、相手から受ける影響が弱く、特に会話での疲労感が少なく、あまり大切な友人とは思わないが、一緒にいて気楽な関係性を示す成分と考えられる。そこで、「気楽さ成分」と命名した。

**(2)親密さ、類似性条件の対人魅力得点の比較** 親密さの程度によるパーソナリティの類似性と対人魅力との関連を検討するために、親密さと類似性を独立変数、対人魅力の各次元を従属変数とする分散分析を行った。まず、男女ごとに各主成分得点の分布をもとに、親密さの程度を高・中・低の3群に分けた。全般的なパーソナリティの類似性を尋ねた1項目をもとに、被調査者を類似群と非類似群の2群に分けた。よって、男女、親密さの各主成分、対人魅力の各次元ごとに、親密さ(3)×類似性(2)を要因とする2要因分散分析を行った(Table 6、Table 7 参照)。

女性の「安定成分」では、願望の対象と発展可能性において親密さの主効果が有意であった( $F=4.28, p<.05$ 、 $F=3.95, p<.05$ )。多重比較(LSD法:以下も同様)の結果、親密さ高群の方が低群よりも願望の対象として友人を高く評価し、また親密さ高群は中群と低群よりも発展可能性として友人を高く評価していた( $p<.05$ )。また、類似性の主効果が外見( $F=9.51, p<.01$ )、願望の対象( $F=16.33, p<.001$ )において有意であり、共同作業( $F=3.48, p<.10$ )には有意傾向がみられた。類似群は非類似群よりも外見、願望の対象、共同作業の相手として友人を高く評価していた。

女性の「現在進行成分」では、親和性( $F=5.08, p<.01$ )と時間共有( $F=4.98, p<.01$ )において交互作用が有意であった。単純主効果検定の結果、親和性では親密さ高群のみにおいて類似性の効果がみられ( $p<.01$ )、類似群の方が非類似群よりも友人の親和性を高く評価していた(Figure 1)。時間共有では、親密さ低群と高群に類似性の効果がみられ( $p<.05$ )、親密さ高群では類似群の方が、親密さ低群では非類似群の方が時間共有の相手として友人を高く評価していた(Figure 2)。発展可能性においては、親密さの主効果( $F=2.43, p<.10$ )と交互作用( $F=2.80, p<.10$ )が有意傾向であった。親密さの主効果に関して多重比較を行った結果、親密さ高群の方が低群よりも発展可能性について友人を高く評価していた( $p<.05$ )。また、交互作用に関して単純主効果検定を行ったところ、親密さ中群においてのみ類似性の効果がみられ( $p<.05$ )、類似群の方が非類似群よりも発展可能性に関して友人を高く評価していた(Figure 4)。外見においては、類似性の主効果が有意であり( $F=8.85, p<.01$ )、交互作用に有意傾向があった( $F=2.73, p<.10$ )。交互作用に関して単純主効果の検定を行ったところ、親密さ中群( $p<.05$ )、高群( $p<.01$ )において類似性の効果がみられ、類似群は非類似群よりも友人の外見を高く評価していた(Figure 3)。また、類似性の主効果が願望の対象で有意であり( $F=15.89, p<.001$ )、信頼性( $F=3.06, p<.10$ )、共同作業( $F=3.56, p<.10$ )において有意傾向であった。

女性の「電話成分」については、発展可能性

Table 7 男性における親密さと類似度、各条件の魅力判断の平均値(標準偏差)

		「現在進行成分」			「安定成分」			「電話成分」			「気楽さ成分」		
		低	中	高	低	中	高	低	中	高	低	中	高
信頼性	類似	3.29 (0.49)	3.21 (0.81)	3.63 (0.58)	3.11 (0.60)	3.63 (0.74)	3.50 (0.35)	3.75 (0.27)	3.50 (0.84)	3.10 (0.57)	3.30 (0.45)	3.44 (0.58)	3.38 (0.83)
	非類似	2.89 (1.19)	3.81 (0.92)	3.19 (0.53)	3.36 (0.94)	3.07 (1.02)	3.36 (1.05)	3.15 (0.88)	3.00 (1.06)	3.92 (0.86)	3.73 (0.82)	3.08 (1.07)	2.81 (0.96)
外見	類似	3.43 (0.73)	3.50 (0.91)	3.69 (0.75)	3.44 (0.81)	3.56 (0.86)	3.70 (0.67)	4.25 (0.69)	3.08 (0.38)	3.40 (0.74)	3.90 (0.74)	3.28 (0.62)	3.63 (0.92)
	非類似	3.00 (1.12)	4.06 (0.73)	3.88 (0.44)	3.64 (0.69)	3.36 (1.25)	3.77 (0.88)	3.30 (0.86)	3.50 (1.00)	4.33 (0.61)	3.95 (0.69)	3.00 (1.10)	3.63 (0.95)
親和性	類似	3.57 (0.84)	3.79 (0.49)	4.06 (0.73)	3.61 (0.55)	3.94 (0.82)	4.00 (0.79)	4.08 (0.74)	3.83 (0.41)	3.65 (0.82)	4.10 (0.89)	3.78 (0.71)	3.69 (0.59)
	非類似	3.11 (0.89)	3.75 (1.00)	3.13 (0.92)	3.50 (0.91)	2.79 (1.04)	3.55 (0.85)	2.90 (0.94)	3.39 (0.89)	3.92 (0.80)	3.41 (1.04)	3.08 (0.86)	3.38 (0.95)
願望の 対象	類似	2.93 (0.73)	3.64 (0.75)	3.19 (0.37)	3.17 (0.83)	3.13 (0.52)	3.60 (0.55)	3.17 (0.41)	3.25 (0.52)	3.30 (0.89)	3.00 (0.35)	3.50 (0.50)	3.13 (0.92)
	非類似	3.06 (0.58)	3.50 (0.76)	2.81 (0.75)	3.36 (0.48)	3.36 (0.48)	2.82 (0.90)	2.95 (0.72)	2.94 (0.53)	3.67 (0.82)	3.36 (0.71)	2.92 (0.86)	2.94 (0.62)
共同作業	類似	3.71 (1.25)	3.57 (1.62)	3.25 (1.04)	3.78 (1.20)	3.13 (1.55)	3.60 (0.89)	3.83 (1.17)	3.00 (1.10)	3.60 (1.43)	2.80 (1.48)	3.56 (1.01)	3.88 (1.36)
	非類似	3.78 (1.64)	4.13 (0.83)	3.38 (1.30)	3.86 (0.69)	3.43 (1.72)	3.91 (1.38)	3.70 (1.49)	3.33 (1.32)	4.50 (0.55)	3.91 (1.22)	4.00 (1.55)	3.38 (1.30)
好意の 期待	類似	3.43 (0.98)	4.33 (0.52)	4.13 (0.83)	3.56 (0.88)	4.14 (0.69)	4.40 (0.89)	3.83 (0.75)	4.40 (0.89)	3.80 (0.92)	4.00 (0.71)	4.13 (0.83)	3.75 (1.04)
	非類似	3.67 (1.00)	3.63 (0.92)	3.75 (1.04)	3.14 (0.90)	4.14 (0.69)	3.73 (1.01)	3.80 (0.92)	3.33 (1.00)	4.00 (0.89)	3.73 (0.79)	3.67 (0.82)	3.63 (1.30)
発展 可能性	類似	4.00 (0.82)	4.57 (0.53)	4.25 (0.46)	4.00 (0.71)	4.25 (0.46)	4.80 (0.45)	4.17 (0.41)	4.17 (0.41)	4.40 (0.84)	4.20 (0.45)	4.33 (0.71)	4.25 (0.71)
	非類似	4.11 (0.78)	4.38 (0.52)	4.13 (1.13)	3.71 (0.95)	4.57 (0.53)	4.27 (0.79)	4.30 (0.82)	4.11 (0.93)	4.17 (0.75)	4.00 (1.00)	4.33 (0.82)	4.38 (0.52)
時間共有	類似	4.43 (0.79)	4.57 (0.53)	3.88 (1.25)	4.00 (1.32)	4.38 (0.52)	4.60 (0.55)	4.67 (0.52)	3.50 (1.22)	4.50 (0.71)	3.80 (1.64)	4.33 (0.71)	4.50 (0.53)
	非類似	4.38 (0.52)	4.63 (0.52)	4.13 (0.99)	4.17 (0.75)	4.43 (0.79)	4.45 (0.69)	4.44 (0.73)	4.22 (0.83)	4.50 (0.55)	4.30 (0.67)	4.33 (0.82)	4.50 (0.76)

( $F=8.06, p<.001$ )と時間共有( $F=7.62, p<.001$ )において親密さの主効果が有意であった。多重比較を行った結果、親密さ低群が高群、中群よりも発展可能性と時間共有に関して友人を低く評価していた( $p<.05$ )。また、類似性の主効果が外見( $F=10.33, p<.01$ )、願望の対象( $F=16.79, p<.001$ )、発展可能性( $F=3.95, p<.05$ )で有意であり、信頼性( $F=3.00, p<.10$ )、共同作業( $F=3.20, p<.10$ )で有意傾向であった。

男性の「現在進行成分」では、願望の対象で親密さの主効果が有意であった( $F=3.69, p<.05$ )。多重比較を行った結果、親密さ中群が低群、高群よりも願望の対象として友人を評価していた。また、外見で親密さの主効果に有意な傾向があった( $F=2.92, p<.10$ )。多重比較の結果、親密さ低群が中群、高群よりも友人の外見の評価が低くなっていた。また、親和性で類似性の主効果に有意な傾向があった( $F=3.98, p<.10$ )。すなわち、類似群の方が非類似群よりも友人の親和性を評価していた。

男性の「安定成分」では、好意の期待、発展可能性において親密さの主効果が有意であった( $F=3.59, p<.05$ 、

$F=3.50, p<.05$ )。多重比較の結果、親密さ中群は低群よりも好意の期待の評価が高く、親密さ高群、中群は低群よりも発展可能性の評価が高くなっていた。また、親和性で類似性の主効果が有意であった( $F=5.18, p<.05$ )。願望の対象では交互作用に有意傾向がみられた( $F=2.47, p<.10$ )。単純主効果検定の結果、親密さ高群のみに類似性の影響があり( $p<.05$ )、類似群の方が非類似群よりも願望の対象として友人を評価していた。

男性の「電話成分」では、時間共有において親密さの主効果に有意傾向があった( $F=2.94, p<.10$ )。多重比較の結果、親密さ中群が低群よりも時間共有に関して友人を評価していなかった( $p<.05$ )。また、信頼性と外見において交互作用が有意であった( $F=3.61, p<.05$ 、 $F=5.95, p<.01$ )。単純主効果検定の結果、信頼性では親密さ高群のみで類似性の有意傾向がみられ( $p<.10$ )、非類似群の方が類似群よりも友人の信頼性を高く評価していた。外見については、親密さ低群、高群で類似性の影響があり( $p<.05$ )、親密さ低群では、類似群の方が非類似群よりも友人の外見を高く評価していたが、親密さ高群

Table 8 性別、自己受容度、類似度別の  
魅力判断の平均値(標準偏差)

		女性		男性	
		自己受容 低	自己受容 高	自己受容 低	自己受容 高
信頼性	類似	3.76 (0.91)	3.76 (0.88)	3.30 (0.59)	3.46 (0.69)
	非類似	3.47 (0.77)	3.53 (1.04)	3.12 (1.13)	3.55 (0.72)
外見	類似	4.20 (0.73)	4.18 (0.77)	3.35 (0.85)	3.71 (0.69)
	非類似	3.79 (0.85)	3.74 (0.83)	3.32 (1.13)	3.80 (0.67)
親和性	類似	3.81 (0.81)	3.99 (0.71)	3.90 (0.84)	3.75 (0.58)
	非類似	3.74 (0.77)	3.78 (0.85)	3.41 (0.87)	3.25 (1.18)
願望の 対象	類似	3.90 (0.76)	3.69 (0.98)	3.15 (0.63)	3.33 (0.72)
	非類似	3.07 (0.76)	3.33 (0.70)	3.09 (0.96)	3.00 (0.53)
共同作業	類似	4.31 (0.87)	4.22 (0.80)	4.00 (1.15)	3.08 (1.24)
	非類似	3.83 (1.04)	4.12 (1.01)	3.59 (1.42)	4.00 (1.15)
好意の 期待	類似	4.60 (0.69)	4.35 (0.77)	3.78 (0.97)	4.08 (0.79)
	非類似	4.18 (0.90)	4.52 (0.72)	3.59 (1.06)	3.80 (0.92)
発展 可能性	類似	4.63 (0.65)	4.56 (0.84)	4.20 (0.79)	4.33 (0.49)
	非類似	4.10 (1.01)	4.62 (0.49)	4.24 (0.66)	4.10 (0.99)
時間共有	類似	4.26 (0.70)	4.39 (0.84)	4.10 (1.29)	4.42 (0.51)
	非類似	4.10 (1.14)	4.53 (0.66)	4.25 (0.86)	4.30 (0.82)

では逆の傾向を示していた。さらに、親和性では類似性の主効果 ( $F=3.46, p<.10$ ) と交互作用 ( $F=2.99, p<.10$ ) に有意傾向があった。単純主効果検定の結果、親密さ低群のみで類似性の効果がみられ ( $p<.01$ )、類似群の方が非類似群よりも親和性に関して友人を高く評価していた。

男性の「気楽さ成分」では、外見において親密さの主効果が有意であった ( $F=3.36, p<.05$ )。多重比較の結果、親密さ低群の方が中群よりも友人の外見を高く評価していた ( $p<.05$ )。また、親和性において類似性の主効果が有意であった ( $F=4.54, p<.05$ )。

#### 自己受容と類似性の対人魅力への効果の検討

自己受容度の高低によって類似性が対人魅力に与える効果が異なるかを検討するために、自己受容度と類似度、性別を独立変数、対人魅力の各次元を従属変数とする分散分析を行った (Table 8 参照)。自己受容度に関しては、9項目の自己評価に対するメタレベル肯定度の合計値を自己受容度得点とし、その得点をもとに被験者を

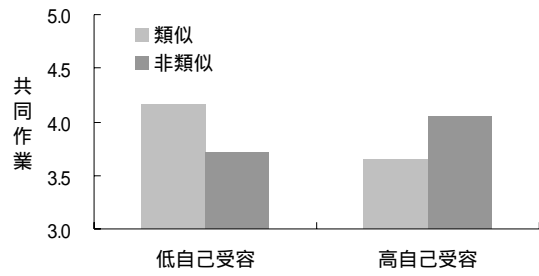


Figure 5 類似度と自己受容度別の共同作業  
の魅力判断(平均値)

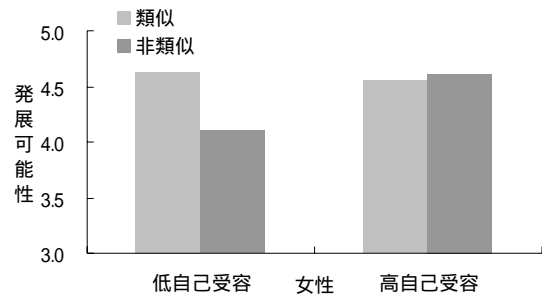


Figure 6 女性における類似度、自己受容度別の  
発展可能性の魅力判断(平均値)

2群に分け、自己受容高群、低群とした。3元配置分散分析の結果、共同作業において類似度×自己受容度の交互作用が有意であった ( $F=4.21, p<.05$ )。単純主効果検定を行ったところ、自己受容高群でも低群でも類似度の効果に有意傾向がみられ ( $p<.10$ )、自己受容高群では非類似群の方が類似群よりも共同作業の相手として友人を高く評価しており、逆に自己受容低群では類似群の方が非類似群よりも友人を共同作業の相手として高く評価していた (Figure 5)。性別の主効果が有意だったのは、外見 ( $F=9.99, p<.01$ )、願望の対象 ( $F=5.80, p<.05$ )、共同作業 ( $F=7.04, p<.01$ )、好意の期待 ( $F=17.11, p<.001$ ) であり、信頼性 ( $F=3.44, p<.10$ )、親和性 ( $F=3.49, p<.10$ )、発展可能性 ( $F=3.12, p<.10$ ) では性別の主効果に有意傾向がみられた。どの対人魅力次元でも、男性よりも女性の方が友人を高く評価していた。また、時間共有では自己受容の主効果に有意傾向がみられ ( $F=3.70, p<.10$ )、自己受容高群の方が低群よりも友人を時間共有の相手として高く評価していた。さらに、発展可能性において自己受容度×類似度×性別の2次の交互作用に有意傾向がみられた ( $F=2.77, p<.10$ )。単純・単純主効果検定では、女性の自己受容低群で類似性の効果がみられ ( $p<.05$ )、類似群の方が非類似群よりも発展可能性において友人を高く評価していた (Figure 6)。さらに、類似性の主効果が有意だったのは、外見 ( $F=6.37, p<.05$ )、願望の対象 ( $F=16.24, p<.001$ ) であり、親和性では類似性の主効果に有意傾向がみられた ( $F=3.62, p<.10$ )。

## 考察

### 類似性の認知と社会的望ましさが同性友人に対する魅力に及ぼす影響

対人魅力のどの次元でも、またパーソナリティ特性の各次元でも全般的に、また男女ともに、他者評定の方が類似性の認知よりも標準偏回帰係数が大きく有意になっている場合が多かった。つまり、総合的にみると同性友人に対して社会的望ましさを感じていることが、自分と似ていると感じていることよりもその友人に対する魅力につながっていた。しかし、魅力の各次元およびパーソナリティ特性の各次元を個別にみると、類似性の認知の効果が大きい場合や、類似性の認知と社会的望ましさが同等に効果を与えている場合、また類似性の認知が負の効果を持している場合もみられた。さらに、男性と女性では類似性および社会的望ましさの影響の仕方が異なっていた。ただし、本研究では男性の被調査者数が若干少なかつたため、男性の結果は十分に一般化し難い可能性もある。したがって、女性の結果について中心的に考察し、さらに男性の結果についても考察を加えたい。

女性では、発展可能性の魅力次元において、パーソナリティの類似性のみが効果を有するパターンが多くみられた。パーソナリティの類似性の標準偏回帰係数が親和動機、閉鎖性・防衛性で有意に、活発さ、美しさで有意傾向になっていたが、美しさでは負の回帰がみられており、非類似性の認知が発展可能性の魅力判断に効果を与えていたといえる。女性における美しさの評定では、他者評定の方が自己評定よりも有意に高くなっており( $t=5.82, p<.001$ )、友人の方が自分よりも、自己の美しさを高く評定していると認知していることがわかる。そして、その傾向が強い人ほど友人との発展可能性の魅力判断、つまり「この人と仲良くやっていけるだろう」ということについて肯定的であるといえる。親和動機、閉鎖性・防衛性、活発さでは友人との類似性を認知しているほど、その友人との友人との発展可能性の魅力判断について肯定的であるといえ、同時に親和動機・閉鎖性・防衛性、活発さに関しては社会的望ましさよりも類似性認知の効果の方が発展可能性に影響を与えていると考えられる。ただし、発展可能性の魅力判断に対して他のパーソナリティ特性次元をみると、他者受容、自己優先、家庭的印象では社会的望ましさの効果のみがみられた。また、類似性の効果がみられたパーソナリティ特性次元について他の魅力判断次元をみてみると、閉鎖性・防衛性では、外見、親和性、願望の対象の魅力判断において、また活発さでは、信頼性、親和性、願望の対象、時間共有で社会的望ましさの効果のみがみられた。さらに、親和動機では、共同作業において類似性認知の負の効果(非類似性の効果)がみられ、親和性、願望の対象、好意の期待、時間共有

で社会的望ましさの効果のみがみられており、外見では社会的望ましさの効果とパーソナリティの非類似性の効果がともにみられていた。つまり、親和動機、閉鎖性・防衛性、活発さのパーソナリティ特性次元における類似性の認知が、発展可能性の魅力判断次元に対して効果を持っていたが、発展可能性の魅力判断次元にはどのパーソナリティ特性次元の類似性でも効果があるというわけではない。また、親和動機、閉鎖性・防衛性、活発さのパーソナリティ特性次元における類似性の認知についてもどの魅力判断次元にも一様の効果があったわけではない。パーソナリティの類似性認知が同性友人の魅力判断に対して効果を持つのは、パーソナリティ特性次元と魅力判断次元の組み合わせに限定されるといえる。また、その組み合わせをみても、社会的望ましさの効果のみが魅力判断に効果を持つ場合か、類似性の認知も社会的望ましさも効果を持たない場合がほとんどであった。ここから考えると、パーソナリティの類似性認知が魅力判断に効果を与えることは非常に特定のであると考えられる。

男性では、魅力判断に対して類似性認知のみの効果がみられたのは、他者依拠と他者受容における願望の対象の魅力判断であった。また、活発さにおける共同作業、美しさにおける発展可能性と時間共有、しっかしさにおける時間共有の魅力判断においては類似性認知の負の効果がみられ、類似性を認知しているほど魅力判断は否定的になっていた。さらに、親和動機における願望の対象、ありのままの自己における外見と親和性の魅力判断では類似性の認知と社会的望ましさとともに効果を持っていた。女性に比べると男性では、友人との類似性の認知が魅力判断に効果をもつ場合が多かったが、全体的には女性と同様、社会的望ましさの効果のみか、類似性の認知も社会的望ましさも魅力判断に効果を持たない場合が多く、類似性の認知の魅力判断への効果はやはり男性においても特定のなものと見える。

本研究の結果は、類似性の認知よりも社会的望ましさの方が魅力判断において効果大きいという従来の研究からの知見と概ね一致するものであった。また、魅力判断次元において類似性の認知や社会的望ましさの効果が異なるという結果も、Hendrick & Brown(1971)や中里・井上・田中(1975)、蘭・小窪(1978)、中村(1984)などの従来の研究結果と一致していた。蘭・小窪(1978)では魅力判断次元を親和性次元と課題達成次元から検討している。本研究で使用した魅力判断次元を親和性次元と課題達成次元にあえて分けるならば、項目内容から考慮して親和性、願望の対象、好意の期待、発展可能性、時間共有は親和性次元、信頼性、共同作業は課題達成次元と考えられる。本研究で類似性認知の効果が比較のみられたのは、女性では発展可能性、男性では願望の

対象の魅力判断次元であった。これらの次元はいずれも親和性次元に含まれ、課題達成次元では社会的望ましさの効果が大きい。親和性次元では類似性も社会的望ましさと同程度の効果があったという蘭・小窪(1978)の結果と一致している。蘭・小窪(1978)は、親和次元は情緒の安定を志向したものであり、特性の類似性は二者の方向づけの一致をもたらやすく二者間の情緒の安定が容易であるため、親和次元では類似性の効果が作用するが、課題達成次元は能力志向的なものであり、社会的望ましさの要因と密接に関連する次元であると考えられるため、課題達成次元では社会的望ましさの効果が顕著になるとしている。未知の他者に対する魅力判断を行なわせた蘭・小窪(1976)とは異なり、すでに親密な関係にある友人に対する魅力判断を行なわせた本研究でも同様の結果を得たことより、類似性と魅力判断次元に関する蘭・小窪(1976)の見解は、親密な関係においてもほぼ適用可能であると言える。

また、向性次元の類似性について検討した中村(1984)では8尺度の魅力判断次元のうち、4尺度で類似性の効果がみられているが、本研究ではどの類似性次元においても使用した8尺度の魅力判断次元のうち多くても2尺度の類似性効果しかみられなかった。本研究と中村(1984)の結果の相違から、親密な関係においては類似性の効果が弱いとは断言できないが、その可能性を示唆しているといえる。

本研究では、類似性の効果がパーソナリティ特性次元と魅力判断次元の組み合わせによる特定のなものであるとの結果を得た。それぞれの組み合わせにおいて類似性の効果が生じた理由については、本研究の結果からは推測しかねるが、今川(1989)は、重要でない特性における類似性は関係の発展や持続においては促進要因になりにくいということが予想されると述べており、特性の重要性を考慮に入れることで、親密な関係においてどのようなパーソナリティ特性の類似性が魅力判断のどの次元に効果を持つかについて説明できるかもしれない。

また男性の被調査者数が少なかったことから、本研究では男女を個別に分析し、性差については検討していないが、分析結果にはいくつかの男女の結果の相違がみられる。女性と男性とでは、重視される類似性の種類が異なっているのも明白な事実であり(中村,1999)、パーソナリティの類似性認知の魅力判断への効果に関しては、今後性差を考慮に入れた検討が必要であろう。

#### 親密さの程度の相違に伴う類似性の効果の違い

本研究では親密さの程度を行動指標で測定し、主成分分析を行なうことで親密さを単次元ではなく、多次元で捉えることとした。分析の結果、女性では「安定成分」「現在進行成分」「電話成分」の3成分、男性では「現在進

行成分」「安定成分」「電話成分」「気楽さ成分」の3成分が得られ、それらの主成分を使い、親密さの程度によって魅力判断に与える類似性の効果が異なるかを検討した。

女性では、類似性と親密性の有意な交互作用効果がみられたのは、「現在進行成分」のみであった。外見では、親密さの中群、高群で、親和性では高群のみで、発展可能性では中群のみで類似群の方が非類似群よりも友人を高く評価していた。また、時間共有においては親密さ高群では類似群の方が、親密さ低群では非類似群の方が友人を高く評価していた。「現在進行成分」の親密さが高い関係とは、現在2人で長い時間を過ごして幅広く活動や会話をし、相手からの影響も強い関係である。このような関係においては、パーソナリティの類似性認知が友人に対する魅力判断を規定しているといえる。しかし、「現在進行成分」の親密さの程度が低い関係では、パーソナリティの類似性認知は魅力判断に影響していないが、非類似性を認知しているほど友人の魅力が高く評価している。戸田(1996)で述べられているような親密化過程の段階では、類似性の認知が重要なのは中期の段階であるとされてきた。「現在進行成分」で表される親密さは、従来考えられてきた親密化過程の中期段階と後期段階を識別できないと考えられるため、「現在進行成分」の親密さ高群が、親密化過程の中期段階に当てはまると考えると、本研究の結果は予想されたとおりの結果であるといえる。また、「安定成分」では類似性と親密さの有意な交互作用効果はみられず、願望の対象と発展可能性の魅力判断次元において親密さの主効果がみられた。「安定成分」の親密さが高い関係では、会うと2人でいるような活動や会話をしながら長時間一緒に過ごし、相手から受ける影響も強く、知り合ってから期間が比較的長いといえる。つまり「安定成分」の親密さ高群とは従来の親密化過程の後期段階に当てはまると考えられる。「安定成分」の親密さの程度が高まることは類似性の認知が魅力判断に与える効果に影響していなかったことは、親密化過程の中期段階から後期段階にかけては、類似性の要因は重要でなくなるという従来の見解と一致しているといえる。また、これらの結果は、従来考えられてきた親密さの概念が「現在進行成分」と「安定成分」を統合したものである可能性を示唆しているといえる。

男性では、「電話成分」の親密さで有意な交互作用効果がみられていた。信頼性の魅力判断で、親密さ高群において非類似群の方が類似群よりも友人を高く評価しており、親和性の魅力判断では、親密さ低群において類似群の方が非類似群よりも友人を高く評価していた。また、外見の魅力判断において、親密さ低群では非類似群の方が、親密さ高群では類似群の方が友人を高く評価していた。「電話成分」の親密さの程度が高い関係では、比

較的知り合ってから期間が長く、通話頻度、通話時間がともに長い。長電話できるほどの関係では、友人との非類似性を認知しているほど信頼性や外見を高く評価しているが、あまり電話しないような関係では、類似性を認知しているほど外見や親和性を高く評価しているといえる。長電話をするような関係では、非類似な他者からの情報は新鮮で情報価値が高いため、友人に対する信頼性や外見の評価が高くなると考えられるが、男性の被調査者数が少ないため、明確な議論は避けたい。また、男性では「現在進行成分」において交互作用効果が見られなかったが、それが性差によるものかどうかについては同様の理由でここでは言及を控えたい。

### 自己受容と類似性が魅力判断に及ぼす影響

自己受容度の高低によって類似性が対人魅力に与える効果が異なるかを検討した。分析の結果、共同作業の魅力判断において類似性×自己受容の有意な交互作用効果がみられ、発展可能性の魅力判断において類似性×自己受容×性別の2次の交互作用に有意傾向がみられた。つまり、自己受容度が高い人は友人のパーソナリティと自分が似ていないと認知している人のほうが共同作業の相手として友人を高く評価しており、自己受容度が低い人は友人のパーソナリティと自分が似ていると認知している人のほうが友人を高く評価していた。また、自己受容度の低い女性は、友人が自分と似ていると認知しているほど発展可能性において友人を高く評価していた。これらは予想と反する結果であった。ただし、魅力判断次元を全体的にみると、交互作用効果はほとんどみられず、同性友人の魅力判断においては自己受容の効果はあまりみられなかったといえる。共同作業や発展可能性において自己受容が低い人が共同作業の相手としてパーソナリティの類似している友人を高く評価しているという結果については、自己受容が低い人は自分に自信が持てないため、共同作業や発展可能性といった将来の相互作用相手の選択において自分とパーソナリティの類似した他者を高く評価したと考えられる。

最後に、本研究の問題点および今後の課題について述べる。まず、男性の被調査者数が少なかったために、男女別に分析せざるを得ず、性差に関して検討できなかったことがあげられる。男女を個別に行なった分析をみた限り、類似性の効果に関して性差があることが予想され、今後性差に関して積極的に検討する必要があるだろう。また、同性友人に対して異性の友人との関係についてもさらに比較することも重要であろう。さらに本研究で使用したパーソナリティ特性が多くの次元を包含した内容であったとは言い難い。パーソナリティ特性次元について精緻に取り上げることによって、親密な関係におい

てパーソナリティの類似性認知が同性友人の魅力判断に与える影響についてより詳細かつ明確に検討できると考えられる。

### 引用文献

- 蘭 千壽・小窪輝吉 1978 魅力形成に及ぼす社会的望ましさの効果 実験社会心理学研究, 18, 75-81.
- Berscheid, E., Snyder, M., & Omoto, A. M. 1989 The relationship closeness inventory: Assessing the closeness of interpersonal relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 792-807.
- Byrne, D. 1971 *The attraction paradigm*. Academic Press.
- 大坊郁夫 1982 異性間のコミュニケーションと対人魅力 日本心理学会第46回大会発表論文集, 431.
- 大坊郁夫 1992 親密な関係における行動特性の検討. 日本グループ・ダイナミクス学会第40回大会発表論文集, 59-60.
- Fiedler, F. E., Warrington, W. G., & Blaisdell, F. J. 1952 Unconscious attitudes as correlates of sociometric choice in a social group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 790-796.
- Griffitt, W. 1966 Interpersonal attraction as a function of self-concept and personality similarity-dissimilarity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 4, 581-584.
- Griffitt, W. 1969 Personality similarity and self-concept as determinants of interpersonal attraction. *Journal of Social Psychology*, 78, 137-146.
- Hendrick, C., & Brown, S. R. 1971 Introversion, extraversion, and interpersonal attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 20, 31-36.
- 肥田野直・岩原信九郎・岩脇三良・杉村 健・福原真知子 1970 EPPS 性格検査手引き 日本文化科学社
- 今川民雄 1984 パーソナリティ認知の追跡的研究 - パーソナリティ認知構造の安定性について - 対人行動学研究, 3, 1-11.
- 今川民雄 1989 対人関係の形成過程 大坊郁夫・安藤清志・池田謙一(編) 社会心理学パースペクティブ1 - 個人から他者へ 第14章第2節 誠信書房 Pp. 350-360.
- 今川民雄・岩淵次郎 1981 対人認知過程の構造について - 好意的2人関係の因子分析的研究 実験社会心理学研究, 21, 41-51.
- 梶田叡一 1988 自己意識の心理学(第二版) 東京大学出版会
- Kelly, H. H., Berscheid, E., Christensen, A., Harvey, J. H., Huston, T. L., Levinger, G., McClintock, E., Peplau, L. A., & Peterson, D. R. 1983 *Close relationships*. New York: Freeman.
- 久保真人 1991 親密な関係とその行動特性 大阪教育大学紀要 第 部門, 39, 265-270.
- 久保真人 1993 行動特性からみた関係の親密さ - RCI の妥当性と限界 - 実験社会心理学研究, 33, 1-10.
- Levinger, G., & Snoek, D. J. 1972 *Attraction in relationship: A new look at interpersonal attraction*. General Learning Press.
- 松井 豊・山本真理子 1985 異性交際の対象選択に及ぼす外見的印象と自己評価の影響 社会心理学研究, 1, 9-14.
- McKenna, H. V., Hofstetter, P. R., & O'Connor, J. P.

- 1956 The concepts of the ideal-self and of the friend. *Journal of Personality*, **24**, 262-271.
- Mclaughlin, B. 1970 Similarity, recall, and appraisal of others. *Journal of Personality*, **38**, 106-116.
- Murstein, B. I. 1977 The stimulus-value-role(SVR) theory of dyadic relationships. In S. Duck (Ed.), *Theory and practice of interpersonal attraction*. Academic Press. pp.105-127
- 中村雅彦 1984 性格の類似性が対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **23**, 139-145.
- 中村雅彦 1999 友人関係のコミュニケーション 諸井克英・中村雅彦・和田 実(著) 1999 親しさが伝わるコミュニケーション - 出会い・深まり・別れ - 4 章 金子書房 pp.116-149.
- 中里浩明・井上 徹・田中国夫 1975 人格類似性と対人魅力 - 向性と欲求の次元 心理学研究, **46**, 109-117.
- 大橋正夫・鹿内啓子・吉田俊和・林 文俊・津村俊充・平林進・坂西友秀・廣岡秀一・中村雅彦 1982 中学生の対人関係に関する追跡的研究 名古屋大学教育学部紀要(教育心理学科), **29**, 1-100.
- 奥田秀宇 1997 人をひきつける心 サイエンス社
- Palmer, J., & Byrne, D. 1970 Attraction toward dominant and submissive strangers: Similarity versus complementarity. *Journal of Experimental Research in Personality*, **4**, 108-115.
- Rubin, Z. 1973 *Liking and loving: An invitation to social psychology*. Holt, Rinehart, & Winston.
- Seyfried, B. A., & Hendrick, C. 1973 Need similarity and complementarity in interpersonal attraction. *Sociometry*, **36**, 207-220.
- Stalling, R. S. 1970 Personality similarity and evaluative meaning as conditioners of attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, **14**, 77-82.
- 高井範子 1999 対人関係性の視点による生き方態度の発達の研究 教育心理学研究, **47**, 317-327
- Tesser, A. 1969 Trait similarity and trait evaluation as correlates of attraction. *Psychonomic Science*, **15**, 319-320.
- Thompson, W. R., & Nishimura, R. 1952 Some determinants of friendship. *Journal of Personality*, **20**, 305-314.
- 戸田弘二 1996 恋愛関係の成立と進展 大坊郁夫・奥田秀宇(編) 親密な対人関係の科学 第 5 章 誠信書房 pp.117-147.
- 遠矢幸子 1996 友人関係の特性と展開 大坊郁夫・奥田秀宇(編) 親密な対人関係の科学 第 4 章 誠信書房 pp.90-116.
- 上田琢哉 1996 自己受容概念の再検討 - 自己評価の低い人の“上手なあきらめ”として - 心理学研究, **67**, 327-332

## 註

1) 本論文は塩飽範子さん(2000 年度対人社会心理学講座卒業生)と共同で行った研究の結果を再分析して検討したものである。調査実施にご協力いただきました北星学園大学鹿内啓子教授、京都光華女子大学石盛真徳専任講師に感謝の意を表します。

## The effect of personality similarity upon interpersonal attraction in same-sex friendship

- An examination from personality trait dimensions and interpersonal attraction dimensions-

Junichi TANIGUCHI (*Graduate School of Human Sciences, Osaka University*)

Ikuo DAIBO (*Graduate School of Human Sciences, Osaka University*)

This study clarified the effect of perceiving personality similarity upon interpersonal attraction (personality similarity effect) in same-sex friendships, by comparing the effect of personality similarity with that of social desirability, examining the level of personality similarity effect by levels of intimacy and self-acceptance. The participants were 184 undergraduates (134 females, 49 males, and 1 unknown). They were asked to imagine a same-sex friend and evaluate (1) personality traits of themselves and their friends, (2) attraction judgment on their friends, (3) the intimacy of relationships between them and their friends, (4) self-acceptance, (5) the perception of personality similarity between them and their friends. The main findings were as follows: First, the effect of social desirability was generally stronger than that of personality similarity, but for dyads with some combinations of personality trait dimensions and interpersonal attraction dimensions, personality similarity effect was stronger than that of social desirability. Second, personality similarity effect was influenced by the level and component of intimacy. Third, personality similarity effect was not influenced by the level of self-acceptance.

Keywords: personality similarity, social desirability, intimacy, friendship, self-acceptance