

イケメンを科学する

— <やさしさ>のリバース・エンジニアリングとしての配偶者選好

高橋 征仁

要旨

本研究では、現代日本における主流派イケメンとして「犬顔」を取り上げ、自己家畜化論の観点から検討していく。「犬顔」の特徴とされる大きな瞳や広い額、細い顎などの特徴は、自己家畜化による幼若化の特徴と共通しており、従順性（やさしさ）を基準とした配偶者選択によって生じた形態的特徴と考えられる。このことからすると、「犬顔」の特徴に対する女性の配偶者選好は、<やさしさ>という心理的・行動的特性を選択するためのリバース・エンジニアリング（逆行工学）にもとづく選好であり、女性の配偶者選好と男性顔の幼若化の共進化が、現在も進行していると考えられる。

そこでまず、本研究では、男性顔の幼若化と女性の選り好みの関連を明らかにするために、日本を代表するイケメン・コンテストに着目し、BEST30に選ばれた18歳の候補者について、4つの時期区分ごとに男性平均顔を作成した。そのうえで、WEB アンケートによって、男性平均顔に対する①印象評価と②恋愛相手・結婚相手としての魅力度を測定した。そしてさらに、男性平均顔に対する魅力度の違い（選り好み）を説明するための変数として、調査協力者の③結婚観・子ども観など配偶戦略についても尋ねた。

WEB アンケートの結果、①最新の男性平均顔ほど、より「新しい」と認知されるだけでなく、より「女性的」、「子どもっぽい」、「ひ弱」、「華やか」と評価される傾向があり、男性平均顔の幼若化がたんなる主観的印象ではなく、多くの人々に共有された印象評価であることが確認された。しかも、②最新の男性平均顔に対して、女性回答者の半数程度が恋人・結婚相手としての魅力を感じており、その割合は男性回答者の予想を大きく上回っていた。さらに、③このような女性回答者の選り好みは、結婚相手の身体的能力や経済力を重視する配偶戦略ではなく、長期的・審美的な配偶戦略と関連していた。

イケメンの平均顔を用いたこれらの知見を見る限り、現代日本における男性顔の幼若化は、女性の配偶者選好と関連しており、その背景には女性の配偶戦略の変化があると考えられる。最後に、女性の配偶者選好と男性顔の幼若化の共進化について、研究を進めていくうえでの課題を述べた。

1. なぜイケメンは「犬顔」なのか？—自己家畜化論の神経堤細胞仮説にもとづく検討

現在の日本では、イケメン文化が花盛りである¹⁾。顔の美しさが重要な映画やドラマ、アニメ、漫画ではもちろんのこと、顔の重要性があまり高くない音楽やスポーツ、ニュース番組、天気予報などにおいても、次々とイケメンが登場し、脚光を浴びている。20歳～30歳代の女性向け総合サイト『マイナビウーマン』によれば、こうしたイケメンの顔の特徴として、次の7つが挙げられる：①顔全体のバランスが整っている、②顔立ちがはっきりとしている、③目の印象が強い、④鼻筋が通っている、⑤肌がきれい、⑥全体的にシュッとした印象、⑦眉毛がきれいに整っている。また、モテるイケメンとして、明るく、人懐っこい「犬顔」男子を6割の女性が支持しているという（ファナチック 2021）。

この「犬顔」というのは、2000年代後半から徐々に用いられ始め、2010年代になるとイケメン顔の一つとして、「塩顔」とともに急速に市民権を得た言葉である（図1参照）。『マイナビウーマン』に

よれば、「犬顔」の特徴は、①瞳が大きく垂れ目、②太めの眉、③高くて大きめの鼻、④おでこが広い、⑤口角が上がっている、⑥ふっくらした頬、⑦シャープな顎という点にある。そして、そうした顔の特徴は、「親しみやすくまじめな性格」を表しているために、「忠犬」に譬えられるという（紅たき 2023）。実際、「犬顔」とされる男性俳優20名について、ワイヤーフレーム法によって平均顔を合成すると、図2右側のような顔になり、これら①～⑦の指摘が極めて的確であることがわかる。

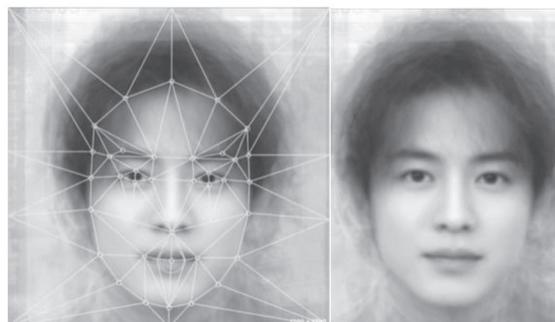


図1. Google Trendにおける「犬顔」と「塩顔」

図2. ワイヤーフレーム法による犬顔俳優平均顔

しかしながら、なぜイケメンは「犬顔」なのだろうか？「犬顔」などのイケメン言説は、マスコミや美容業界が作り出した恣意的な文化的流行の一つにすぎないのだろうか？本研究では、次の2つの理由から文化的流行説に反対し、むしろイケメン言説の直感的な鋭さを指摘しておきたい。第1に、人間の顔に対する美的感覚は、恐怖反応や道徳的感覚と同様に、速く、強く、自動的に作動するという点でヒューリスティックであり、遺伝的・生理的基盤と経験則の合成物と考えられるからである（Haidt 2011, Gigerenzer 2010、参照）。もちろん、美的感覚には文化的・個人的多様性が存在するものの、顔の平均性や対称性などの魅力に関しては、文化の違いを超えた共通性がみられ、乳児段階でも一定の美的感覚を有していることが確認されている（Rhodes 2006, Cunningham 1986, Langlois et al 1987）。ほとんどの人は、物心がついた頃には、自分の顔に何らかのコンプレックスを抱いており、それにもかかわらず、美的感覚を停止したり、変更したりすることは容易に出来ない。

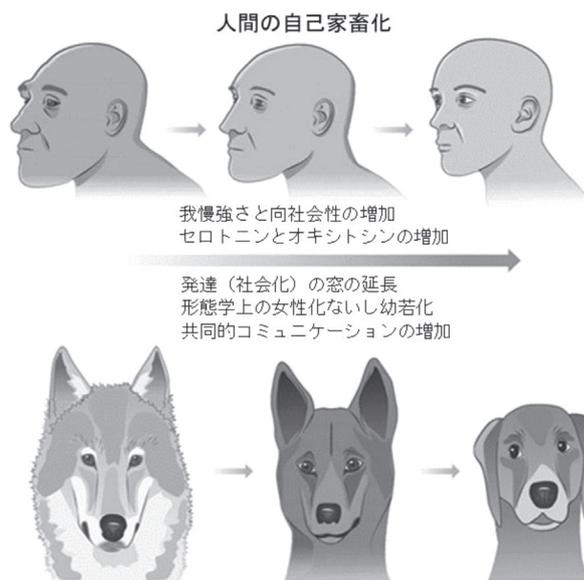


図3. 旧石器時代に集団内向社会性の増加を基準とした選択の結果、ホモ・サピエンスの進化でもイヌ科の家畜動物と同様の形態的・生理的・認知的変化が生じた（Hare 2017をもとに筆者が訳出）

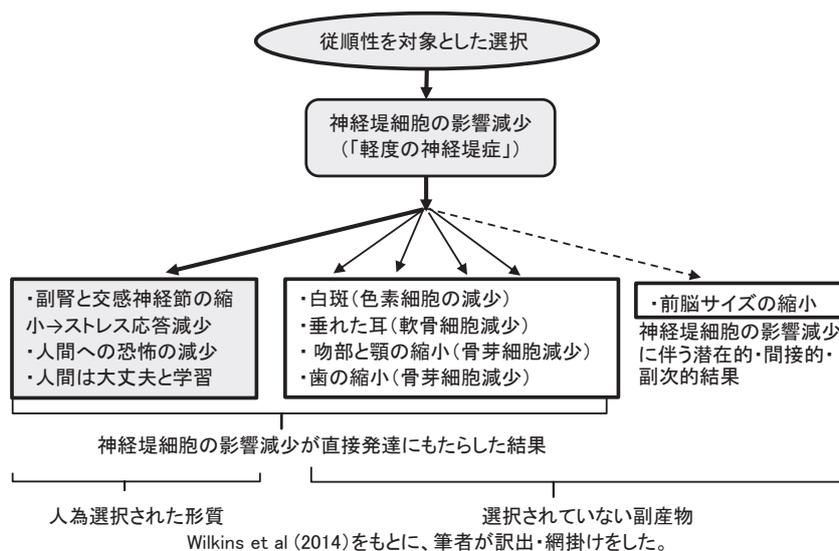


図4. 神経堤細胞仮説による家畜化症候群の説明枠組み

第2に、大きな瞳に広い額、シャープな顎といった「犬顔」の特徴が、進化生物学における「家畜化症候群」と共通している点も、美的感覚における遺伝的・生理的基盤の存在を示唆している。この「家畜化症候群」というのは、従順性の高さ（＝衝動性や攻撃性の低さ）や色素脱失、顔の平板化（眉弓・頬弓骨の低下、吻部縮小）、脳の縮小、歯の縮小、性的2型の縮小、遊び行動、学習行動などのヒトと家畜動物の共通特性を指し、その核心は形態面・生理面・心理面・行動面での幼形進化（paedomorphosis）にあるとされる（Hare 2017, Wrangham 2019, Hare & Woods 2020）。イケメンや「犬顔」をめぐる女性たちの言説は、これらの点で男性顔の幼若化の特徴を鋭く指摘しているといえる。

ただし、この家畜化症候群に関して、ヒトと様々な家畜動物の間で多くの点に及ぶ収斂進化が生じている理由は、長い間、謎であり、食生活など人間社会への並行適応として説明されることが多かった（Darwin 1868=1938、参照）。これに対して、D. ベリヤーエフ（1917-1985）は、衝動性の低い従順なキツネの選択交配を重ねるだけで、副次的に一連の家畜化症候群が発生し、まるでイヌのような形態と生理、友好性を備えたキツネが誕生することを実証した（Dugatkin and Trut 2017）。この実験結果を契機として、図3にあるように、イヌでもホモ・サピエンスでも、従順性などの向社会性の選択を重ねることで、同様の形態的・生理的・認知的変化が生じてきたと考えられている（Hare 2017, Hare & Woods 2020）。

さらに、A. ウィルキンスらは、家畜化症候群の多面性を説明できる仮説として、第4の胚葉とも呼ばれる多能性の細胞群「神経堤細胞（neural crest）」の分化や遊走による形態的・生理的变化に着目している（Wilkins et al 2014）。彼らによれば、従順な個体を配偶者選択することは、神経堤細胞の少ない個体を選択することを意味し、このことが交感神経節や副腎の縮小をもたらし、SAM軸・HPA軸のストレス応答を弱めることになる（図4網掛け部分）。他方、この神経堤細胞は、顔面の骨や軟骨、メラニン細胞などにも分化するため、それが少ない場合、発達・発生に遅延が生じ、小顔や顔の平板化（眉弓・頬骨・吻部の低下）、白い肌などの幼若化した特徴がもたらされるという（図4白色部分）。

このように従順性の選択が幼若化した形態をもたらす因果関係があるからこそ、心理的・行動的特徴である<やさしさ>と、白い肌や低い眉弓、細い顎などの形態的特徴との間に一定の意味連関が見出されてきたのだろう。このことからすると、「犬顔」などの形態に対する女性の選り好みは、副産

物としての幼形的形態から逆行して〈やさしさ〉を検出しようとするリバースエンジニアリング（逆行工学）として理解できることになる。したがって、〈やさしさ〉を基準とした配偶者選択によって男性顔は幼若化していくとともに、女性の選り好みもより幼若化した（やさしい）顔形態へと強化される共進化が進行していると考えられる。

本研究では、この自己家畜化論における神経堤細胞仮説をベースにして、男性顔の幼若化について検討していくことにしたい。たしかに、1990年代以降、顎の小型化や眉丘の低下など形態的特徴の変化にもとづいて、日本人の自己家畜化が指摘されてきた（小原1995、原島・馬場1996、尾仲編2002、池田2023参照）。しかしながら、彼らの議論の多くは、食生活や競争的環境の変化などの並行適応論に依拠していることが多く、日本人の過剰適応に警鐘を鳴らす文明論的色合いが強かった。他方、女性の選り好みや配偶環境など、従順性を基準とした配偶者選択がもつ影響の大きさを軽視したものであった。

これに対して本研究では、次のような日本の配偶環境の歴史的変化を念頭に置いている。すなわち、第2次世界大戦中には、出征した男性の3～4割が戦死し、1950年代の産児制限運動においては、妊娠の約4割が人工妊娠中絶を受けるなど、衝動性や攻撃性の高い男性が遺伝子プールから大量に排除される社会的出来事が長く続いてきた。こうした社会的出来事を通じて、男性顔の幼若化が進むとともに、女性の選り好みも〈やさしさ〉⇨幼若化した顔形態へと大きくシフトしてきたと考えられる。

そこで本研究では、男性顔の幼若化と女性の選り好みを測定するために、イケメン・コンテストの候補者を題材として、それぞれの時期の男性平均顔を作成することにした。そのうえで、WEBアンケートを行うことで、①男性平均顔の印象評価においても、幼若化の時代変化が明確に見いだせることを明らかにする。次に、②最新の男性平均顔が、女性にとって恋愛相手や結婚相手として魅力度が最も高く、幼若化した平均顔に対する女性の強い選り好みが存在することを明らかにする。そして最後に、③従順性に対する女性の選り好みの要因として、結婚観や子育て観に関する配偶戦略の影響を検討していく。

2. 研究方法

2.1. イケメン・コンテスト BEST30候補者を題材とした男性平均顔の作成

男性顔の幼若化を明らかにするために、まず本研究では、日本を代表するイケメン・コンテストに着目し、BEST30に選ばれた候補者について、一定の時期区分ごとに男性平均顔を作成した。このイケメン・コンテストは、女性読者の投票をベースに行われているものであり、その意味で、BEST30候補者は一般女性の審美眼を強く反映したものと見える。これらの厳選された候補者の平均顔を合成すれば、女性がどのようにイケメンを認知・評価しているのかを解明できる貴重な資料になると考えた。ただし、候補者の年齢によって男性平均顔の印象が変わることを避けるために、候補者の年齢は18歳に限定した。

男性平均顔の作成にあたっては、iPhone/iPad用のスマートフォンアプリ「平均顔合成ツール Average Face PRO」を用いた。図2左側の写真で示したように、このアプリでは、ワイヤーフレームを用いて顔の構造を捉え、輪郭や眉、目、鼻、口などのマーカーを自動で認識し、それぞれの距離を測定していくモーフィングアルゴリズムを用いて平均顔を作成していく（瀬山2022）。したがって、眉や目、鼻、口といった顔の主要なパーツを真正面から撮影した顔写真に関していえば、次々と写真を取り込んで自動で平均顔を作成することができる。手動でマーカーの位置をずらすこともできる

が、今回は、マーカーが明らかに誤認識している場合以外には使用していない。またこのアプリでは眼鏡を外す機能が付いていないため、眼鏡をつけている候補者は、平均顔の作成から除外している。図5の4枚の写真は、このような作成手続きにもとづいて、一定の時期区分ごとに男性平均顔を作成した結果を示している²⁾。A顔は1988～1994年の候補者52名、B顔は1995～1999年の候補者34名、C顔は2000～2009年の候補者32名、D顔は2010～2022年の候補者41名をもとにしている。元になった写真について、AI年齢推定アプリ「何歳に見えますか？(How Old Do I Look Recognition)」を用いて年齢推定を行ったところ、A顔(M=18.63, SD=1.66)、B顔(M=18.20, SD=2.01)、C顔(M=18.19, SD=1.64)、D顔(M=18.17, SD=2.39)であった。各群の推定年齢の平均値は下がっていたものの、統計的な有意差は見られなかった。

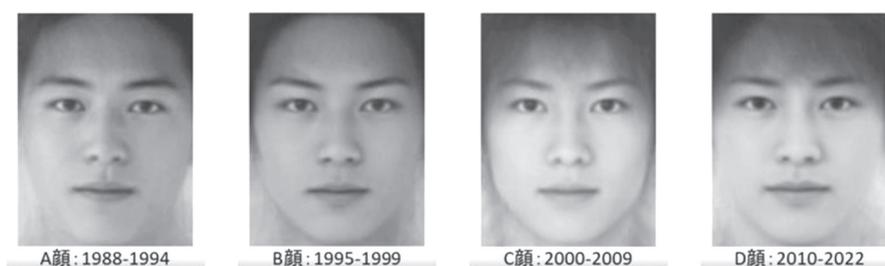


図5. イケメン・コンテストBEST30候補者平均顔の時代推移

2.2. 男性平均顔に関するアンケート調査の概要

さらに本研究では、これら4種類の男性平均顔について素材の情報を一切示さずに、写真だけを提示して、それぞれの印象評価や魅力度を尋ねるWEBアンケートを実施した。

- ①4種類の男性平均顔に対する印象評価はどのようなものであり、幼若化のような時系列的な印象変化を認知しているのか。
- ②4種類の男性平均顔は、女性協力者からみて、恋愛相手や結婚相手としてどの程度魅力度なのか。また男性協力者は、女性にとっての魅力度をどう予想するのか。
- ③調査対象者の結婚や子育てに関する配偶戦略は、魅力度やその予想にどのような影響を与えているのか。

①印象評価については、4つの男性平均顔をB顔→D顔→A顔→C顔の順に並び替えたうえで、バイポーラ尺度を用いて印象評価を測定した。測定に用いた形容詞対(左-右)は、「男性的—女性的」、「たくましい—ひ弱」、「やさしい—きびしい」、「華やか—素朴」、「活発—穏やか」、「大人っぽい—子どもっぽい」、「カッコいい—かわいい」、「古い—新しい」、「頼りになる—頼りにならない」、「子ども好き—子ども嫌い」の10項目であった(調査票での提示順)。これに対する評価は、1=「左に近い」～5=「右に近い」の5件法で尋ねた。また、4つの男性平均顔の切り替え部分では、印象評価の混乱が生じないように、③結婚観や子ども観など、配偶戦略に関する質問を挿入している。

②魅力度については、4つの男性平均顔に対して、恋愛相手や結婚相手として魅力度の順位と魅力度の得点(1-10)をつけてもらう質問を女性に行った。男性に対しては、女性が恋愛相手や結婚相手として選びそうな平均顔について予想順位をつけてもらった。なお、それぞれの質問の際には、順位付けの比較がしやすいように、上段にB顔とD顔、下段にA顔とC顔を並べた4枚一組の平均顔を1回ごとに提示している。

- ③配偶戦略としては、長期的性戦略(私はパートナーと永遠に愛し合えるような関係を築きたい、

自分にとって特別な人とできるだけ長い間愛し合う関係を築きたいと思っている、私は、残りの人生ずっと愛し合えるような男女関係を持ちたいと思っている、6件法3項目の合計点)を尋ねた。また、キャラクターイメージ(仕事ができそうな人、恋人を守ってくれそうな人、自分の周りの女性から人気がありそうな人、自分の息子にしたい人)に該当する平均顔を選択する課題も組み込んだ。

上記の調査票の作成にあたっては、WEB アンケート作成ツール Questant (クエスタント) を利用した。そして、GMO リサーチ運営の Japan Cloud Panel の登録者にアンケートを配信・回収する有料サービスを利用した。WEB アンケートは、2023年3月1日～3月6日までの6日間行われ、2653名のアクセスがあった。このうち、回答を完了した者は1695名であった。

しかしながら、WEB アンケートにおいては、回答者が効率よく報酬ポイントを稼ぐために、「サティフェイス」と呼ばれる手抜き方略を用いることが知られている(三浦・小林2015)。これに対応するために、この調査では、①回答時間が8分未満、②文章の読み飛ばしチェック(この文章を読んでいる人は必ず4を選択してください)の誤答、③魅力度順位と魅力度得点の矛盾回答、④低反応回答(10項目のうち9回以上同じ選択肢を回答)を全体で5回以上行っている、の4条件に該当する545ケース(回収票の32.2%)を分析から除外した。その結果、本稿で分析対象とするのは、表1に示した1150ケースである。

表1. 調査協力者の性別と年代

	10代後半	20代	30代	40代	50代	合計
男性	76	50	69	61	78	337
女性	155	151	168	159	183	816
全体	231	201	237	220	261	1150

3. 分析結果

3.1. ①バイポーラ尺度による男性平均顔の印象評価

最初に、前節で作成した4つの男性平均顔(図2)について、10項目のバイポーラ尺度で印象評価を行った結果について検討してみよう。表2に示したのは、10項目の印象評価について、平均顔の違い、調査協力者の性別と年代の3要因から3元配置の反復測定分析と多重比較を行った結果である(表の一部を省略)。この表2によると、ほとんどの項目において平均顔の主効果が大きく、 $B < C$ 、 $C < D$ の関係が見られた。このことは、多くの人々が最新顔のD顔について、他の顔よりも「やさしい」、「女性的」、「新しい」、「子どもっぽい」、「子ども好き」、「ひ弱」といった印象評価を行っていることを意味している。

図6では、そのうち6項目について、印象評価の時代推移をわかりやすく示すために、各平均顔に対する平均値を時代順に並び替えて示している。この図からみても、男性平均顔における幼若化という印象評価を多くの人が共有していることがわかる。時間的変化に伴うこのような変化は、若い男性に対する主観的印象や偏見では決してなく、広く共有された認知であることが明らかになった。

3.2. ②恋愛相手や結婚相手としての魅力度順位とその予想

次に、4つの男性平均顔が、恋愛相手や結婚相手としてどの程度魅力的なのかという点を検討することにしたい。図7では、恋愛相手や結婚相手として、女性の調査協力者が第1位に選んだ男性平均顔の割合を示している。この図によると、女性においては、恋愛相手としても結婚相手としても、約

表2. 平均顔の印象に関する3元配置の反復測定分散分析、およびBonferroniの多重比較の結果

バイポーラ尺度		F 値	A < B	B < C	C < D
きびしい—やさしい (R)	平均顔	180.87 ***	-	+	+
	平均顔×性別	6.30 ***			
	平均顔×年代	2.92 ***			
	平均顔×性別×年代	0.76 ns			
男性的—女性的	平均顔	127.41 ***	+	+	+
	平均顔×性別	2.70 *			
	平均顔×年代	3.71 ***			
	平均顔×性別×年代	0.95 ns			
古い—新しい	平均顔	112.95 ***	+	+	+
	平均顔×性別	5.04 **			
	平均顔×年代	5.45 ***			
	平均顔×性別×年代	0.81 ns			
大人っぽい—子どもっぽい	平均顔	93.02 ***		+	+
	平均顔×性別	1.29 ns			
	平均顔×年代	1.68 ns			
	平均顔×性別×年代	1.55 ns			
子ども嫌い—子ども好き (R)	平均顔	90.54 ***	-	+	+
	平均顔×性別	3.12 *			
	平均顔×年代	1.97 *			
	平均顔×性別×年代	0.64 ns			
素朴—華やか (R)	平均顔	87.24 ***	+	+	
	平均顔×性別	5.02 **			
	平均顔×年代	2.47 **			
	平均顔×性別×年代	0.42 ns			
たくましい—ひ弱	平均顔	67.08 ***		+	+
	平均顔×性別	0.13 ns			
	平均顔×年代	3.02 ***			
	平均顔×性別×年代	1.19 ns			
かっこいい—かわいい	平均顔	60.57 ***	-	+	+
	平均顔×性別	0.34 ns			
	平均顔×年代	4.06 ***			
	平均顔×性別×年代	0.87 ns			
頼りになる—頼りにならない	平均顔	43.26 ***	-	+	
	平均顔×性別	1.06 ns			
	平均顔×年代	2.42 **			
	平均顔×性別×年代	1.29 ns			
活発—穏やか	平均顔	16.02 ***	-		+
	平均顔×性別	6.46 ***			
	平均顔×年代	2.84 ***			
	平均顔×性別×年代	1.00 ns			

(R) は調査票において逆転して提示していた

多重比較は5%水準で有意な場合のみ±を示した

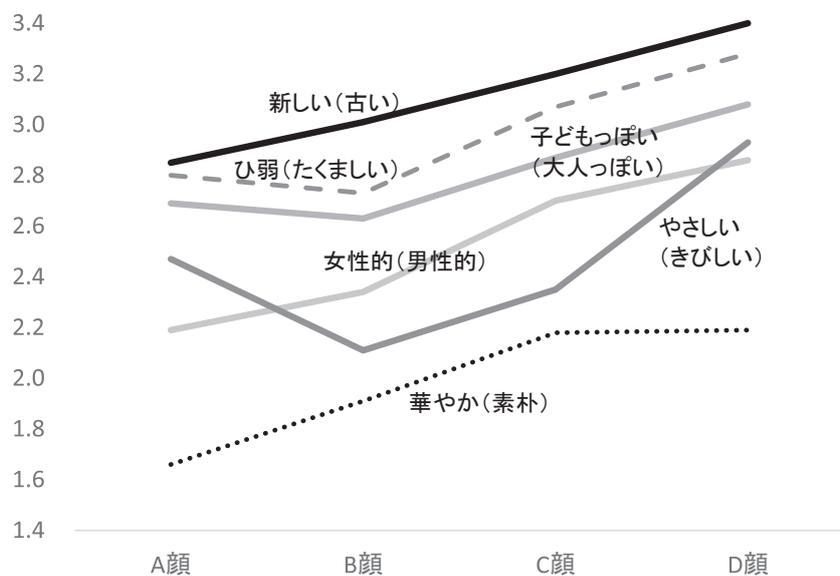


図6. 各時期の男性平均顔に対する印象評価 (バイポーラ法)

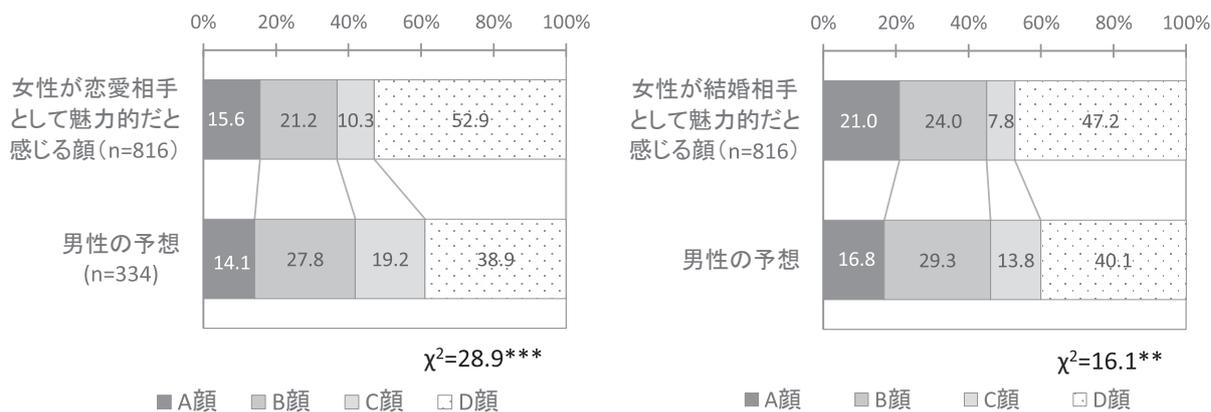


図7. 恋愛相手（左）や結婚相手（右）として最も魅力的な平均顔

半数が時期的に最も新しいD顔を第1位に選んでいる。第2位に選ばれたのは、恋愛相手としても結婚相手としてもB顔であった。これに対して、男性の予想は、全体としてみれば大きく外れていた。

3.3. ③男性平均顔の魅力に影響を与える要因の検討

さらに、イケメン平均化の魅力度得点（恋人）にどのような要因が影響しているのかについて、1

表3. 恋人としての顔魅力度得点についての重回帰分析結果（ベータ係数）

		D顔魅力度 (0-10)	B顔魅力度 (0-10)
ビッグ5	協調性 (2項目2-14)	.057 +	.038
性戦略	長期的性戦略 (3項目3-18)	.081 **	.060 +
D顔/B顔に対する評価	仕事ができそうな人 (0-1)	-.083 *	.153 ***
	恋人を守ってくれそうな人 (0-1)	.076 *	.168 ***
	自分の周りの女性から人気がありそうな人 (0-1)	.147 ***	.056 +
	自分の息子にしたい人 (0-1)	.151 ***	.156 ***
	調整済み R ²	.077 ***	.106 ***
	N	815	815

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05, + p<.10

番人気のD顔（2010-2022）と2番人気のB顔（1995-1999）を対象に、その要因を検討していく。表3は、女性協力者だけを対象に、各平均顔に対する魅力度得点を従属変数として、ビッグファイブや性戦略、各平均顔のキャラクターイメージを独立変数として重回帰分析を行った結果である。

この表3によると、協調性が高く、長期的性戦略をとる女性ほど、またD顔を「周りの女性から人気がありそう」や「自分の息子にしたい」と考えている女性ほど、D顔に高い魅力度得点を付けている。これと対照的に、B顔については、「仕事ができそう」や「恋人を守ってくれそう」と思っている人ほど、高得点を付けていることがわかる。B顔のベータ係数と比較してみると、D顔の魅力は、経済的能力や身体的能力との関連が弱く、長期的性戦略や「周囲の女性からの人気」といった審美的な配偶戦略と関連していた。このような魅力度得点の要因を考慮することで、「やさしい」、「女性的」、「ひ弱」、「子どもっぽい」と評価されるD顔の魅力と、それとほぼ正反対に「きびしい」、「男性的」、「たくましい」、「大人っぽい」とされるB顔の魅力を、配偶戦略の違いという観点から一貫して理解できることになる。

4. 結論と課題—自己家畜化論からみた男性平均顔の時代変化

以上、本研究においては、イケメン・コンテストのBEST30候補者（18歳）から、4つの時期の男性平均顔を作成した。時代ごとに、眉弓や吻部が低下し、目つきも柔らかくなっており、一見ただけで、攻撃性の低下傾向や幼若化が明らかであった。そして、それらの平均顔を用いたアンケート調査によって、次の3点を明らかにしてきた。

- ①最新の男性平均顔（D顔）ほど「やさしく」て「女性的」、「ひ弱」、「子どもっぽい」と評価される傾向があり、男性平均顔に対して、幼若化≡〈やさしさ〉という時代変化についての共通認知が存在している。
- ②最新の男性平均顔（D顔）に対して、およそ半数の女性が恋人・結婚相手としての魅力を感じており、従順性に対する女性の選り好みが明確にみられた。また、男性はそうした選り好みを十分予測できていなかった。
- ③最新の男性平均顔（D顔）の魅力度は、身体的能力や経済的能力の選好との関連が弱く、長期的性戦略や審美的志向と関連していた。これに対して1990年代後半の男性平均顔（B顔）の魅力度は、身体的能力や経済的能力の選好との関連が比較的強かった。

これらの知見は、男性の幼若化をめぐる従来の議論にとって、どのようなインプリケーションを持つのだろうか。最後にこの点に関する考察を行い、自己家畜化論の研究課題を明示することにした。

男性の幼若化に関するこれまでの先行研究においては、文化的・社会的変化に伴って、若者のパーソナリティや人間関係、行動パターンが変化するという文化的・社会的アプローチが採用されてきた（Zimbardo & Coulombe 2015、伊藤ほか2022、参照）。しかし、そうした文化的・社会的アプローチでは、若い男性にみられる形態的・生理的变化まで説明することは難しい。他方、形態的变化に着目した原島・馬場（1996）は、男性顔の顎の小型化を食生活の変化から説明する適応論的アプローチを展開してきた。しかしながら、この適応論的アプローチにおいては、形態的变化の多面性を説明できないだけでなく、生理的变化や心理的・行動的变化との関連性もうまく説明できなかった。

これに対して、本研究では、Wrangham（2019）やHare & Woods（2020）らの自己家畜化論を応用して、男性の幼若化に関する説明を試みた³⁾。すなわち、衝動性の高い個体が遺伝子プールから排除され、従順な個体同士の配偶者選択が進むことによって、形態的・生理的・心理的・行動的な面での幼若化（＝家畜化症候群）が進行するという因果図式にもとづいて議論を進めてきた。この観点からすれば、若い男性だけが幼若化しているのではなく、程度の違いこそあれ、人類全体の幼若化（家畜化）が進んでいることになる。

近代日本で最も大きい選択圧は、おそらく、第2次世界大戦において出征した男性の戦死と、1950年代における産児制限運動での人工妊娠中絶であったと考えられる。しかし1970年代以降に本格展開された恋愛結婚においても、そうした傾向は継続している可能性が高い。具体的には、③一定の時代状況において女性の配偶戦略が非競争的・審美的なものに変化することで、②〈やさしさ〉に対する女性の選り好み強化され、配偶者選択に影響を与え、①男性の間に、「幼若化」という一連の形態的・生理的・心理的变化が生じているという方向で因果関係が生じていると考えられる。このような変化は、女性の性的自律性の増大によって、男性の身体装飾が〈強さ〉ではなく、〈やさしさ〉を示す方向に強化されるプロセスとして理解することができるだろう（Prum 2017、参照）。

もちろん、本研究は、この因果図式を構成する個々の命題を操作化し、WEBアンケートにもとづいて検討したものであり、因果図式全体を証明できたわけでは決してない。また個々の命題において

も、検討しなければならない課題が山積している。そのうち、とくに重要な課題は、次の3点であろう。

第1に、4つの男性平均顔を用いて示した時代変化の形態的特徴が、一般の男性にもそのまま当てはまるのか、検討する必要があるだろう。というのも、幼若化の傾向は、ここで取り上げたような「イケメン」や「犬顔」に限定的な特徴かもしれないし、「イケメン」の概念的カテゴリーだけが時代的にシフトした可能性も考えられるからである。ただし、一般の高校生の卒業アルバムを用いた原島・馬場（1996）の幼若化傾向を見る限り、一般男性においても、男性平均顔と同様に幼若化が進行していることに疑いはない。むしろ、同じ時期の同年齢の候補者同士であれば、完全に別々の人物の平均でも、かなり類似した印象をもつ平均顔が出来上がる。これは、それぞれの時代の衝動性や「男らしさ」が平均化されるためであり、人間の顔認知がそれに敏感に反応していることによると考えられる。

第2に、実際の配偶者選択において、従順性や攻撃性がどの程度影響しているのかを検討する必要があるだろう。本研究では、〈やさしさ〉を示す男性平均顔の魅力度が高いことから、〈やさしさ〉に対する女性の選り好みが存在することを強調してきた。しかし、このことは、実際の配偶者選択において、反動的攻撃性の高い男性が避けられ、従順性の高い男性が選ばれているということを必ずしも意味しない。少なくともこれまでの結婚研究において注目されてきたのは、男性の低収入や低学歴などの社会経済的要因であった（Ghaznavi et al 2022）。したがって、男性の〈やさしさ〉がどの程度結婚に影響しているのか、また低収入や低学歴とどのように関連しているのかを検討する必要があるだろう。さらに言えば、女性の選り好みに関しても、月経周期に連動した変化が指摘されている（Penton-Voak & Perrett 2000, 坂口2009）。こうした点についても、実際の配偶者選択に及ぼす影響を理解していくことが必要であろう。

第3に、多様な対象者を調査研究に加えることで、社会的環境の変化と女性の配偶戦略の関連を明らかにする必要があるだろう。Ellis（1992）は、女性の配偶戦略の基礎を成す3要素として、①身体的暴力から自分と子どもを防衛すること、②自分と子どもを扶養できる経済力があること、③子育ての協力者としての必要性の3点を挙げていた。本研究の調査によれば、①身体的暴力や②経済力がそれほど重要でなくなれば、女性は、競争的価値ではなく審美的価値を男性に求める傾向が示唆されている。しかし、③子育て協力を求めているかといえば、必ずしもそうとは言えなかった。このような配偶戦略の時代変化のメカニズムを明らかにするためには、今後、大規模なコーホート調査や国際比較調査を企画する必要があるだろう。

いずれにしても、これらの男性の幼若化（家畜化）に関する研究課題に向き合うことは、人間の遺伝や進化をタブー視してきた従来の社会科学の慣行を打ち破り、進化学や遺伝学の知見を手掛かりに新たに社会科学を立て直していく試みにほかならない。人間と社会を取り巻く因果関係が、伝統的な学問境域の区分線に沿う形で、予め約束されているわけでは決してないだろう。私たち人間は、遺伝や進化から自由な存在では決してないし、逆に無自覚な社会的選択や意思決定が、人間の遺伝や進化に深刻な影響を与えてきた可能性も考えられる。そうした意味において、男性の幼若化（家畜化）という研究テーマは、私たち人間が今なお進化のプロセスのただ中に存在していて、その基礎の上に社会を再構成し続けていることを強烈に自覚させるテーマである。

謝辞

本稿の元になったアイデアや分析結果は、2023年度の日本顔学会や顔学オンラインサロン、青

少年問題学会において発表した。ご意見やご質問をいただいた先生方に感謝したい。なお本研究は、科学研究費補助金基盤研究（C）21K01924、ならびに統計数理研究所共同利用公募重点型研究（2024-ISMCRP-4208）にもとづく研究成果の一部である。

注

- 1) 他方、現在の日本では、外見にもとづく偏見や差別を「ルッキズム」として批判的に捉える言説も広く普及している。ただし、奇妙なことに、こうしたルッキズム批判は、イケメン（イケジョ）文化と真っ向から対立しているわけではない。というのも、ルッキズム批判の主眼は、人々を美容へと駆り立てる産業社会のあり方を問題視し、外見によって不利益を被っている人々（美男美女も含めて）を擁護することにあり、美的基準そのものを批判し、その改訂や撤回を要求しているわけではないからである（西倉・堀田2021、参照）。このような矛盾した流行が成り立つのは、一方において美的基準を資本主義やマスコミに由来する文化的抑圧と捉えながらも、他方においては魅力度が高い人々への称賛は個人的な好み（推し）の問題として解消しているためであると考えられる。イケメン文化とルッキズム批判は、いわばエンジンとラジエターの関係のように、美をめぐる人々の加熱と冷却を持続させている一面がある。
- 2) イケメン・コンテスト候補者たちの平均顔の作成や調査での利用に関しては、山口大学研究推進機構知的財産センターに照会し、合成された平均顔が「誰でもない」ものになっている以上、著作権に関して肖像権に関して問題がないことを確認している。なお、この平均顔を含めた調査研究については、山口大学「人を対象とする一般的な研究に関する審査委員会」による倫理審査を受けたのちに、調査を開始した（管理番号:2022-089-01）。なおこの研究は、高橋・染川（2023）をもとに、平均顔の素材や調査対象者を変更したうえで実施している。
- 3) Wrangham（2019）は、かつて自己家畜化論が優生学や人種差別に利用されたことへの反省として、現代社会における自己家畜化の進行について慎重な立場を示している。しかしながら、問題なのは、科学的知見を一定の道徳的・政治的見解に利用することであって、自己家畜化論そのものが問題なわけではない。現代社会の全員が同じ数の子どもをもつわけではないし、子どもをもつ者と持たない者の間に遺伝的特性の差が存在すれば、遺伝的多様性の世代間変化という意味で「進化」は続いているはずである（Zuk 2013, 参照）。

引用文献

- Cunningham, MR (1986) Measuring the Physical in Physical Attractiveness, *Journal of Personality and Social Psychology* 50(5): 925-935. doi: 10.1037/0022-3514.50.5. 925
- Darwin, C (1868) *The Variation of Animals and Plants Under Domestication*, John Murray. (= 1938永野為武・篠遠喜人訳『家畜および栽培植物の変異』白揚社)
- Ellis BJ (1992) The Evolution of Sexual Attraction. In Barkow JH, Cosmides L, & Tooby J eds. *The Adapted Mind*. Oxford University Press, pp.267-268.
- ファナチック (2021) 「イケメンの定義とは？」『マイナビウーマン (恋愛・出会い)』 (<https://woman.mynavi.jp/article/170528-7/4/> 2024年12月20日最終アクセス)
- Ghaznavi C, Sakamoto H, Yamasaki L, Nomura S, Yoneoka D, Shibuya K, et al. (2022) Salaries, degrees, and babies. *PLoS ONE* 17(4): e0266835. doi: 10.1371/journal.pone.0266835

- Gigerenzer, G (2007) *Gut Feelings*, Viking Adult. (=2010小松淳子訳『なぜ直感のほうがかうまくいくのか?』インターシフト)
- Haidt, J (2012) *The Righteous Mind*, Pantheon Books. (=2014高橋洋訳『社会はなぜ左と右にわかれるのか』)
- 原島博・馬場悠男 (1996) 『人の顔を変えたのは何か』河出書房新書.
- Hare, B (2017) *Survival of the Friendliest: Homo Sapiens Evolved via Selection for Prosociality*, *Annual Review of Psychology* 68:155-86
- Hare B and Woods V (2020) *Survival of the Friendliest*. Random House. (=2022藤原多伽夫訳『ヒトは<家畜化>して進化した』白揚社)
- 池田清彦 (2023) 『自己家畜化する日本人』祥伝社新書.
- 伊藤公雄・多賀太・大東貢生・大山治彦 (2022) 『男性危機?』晃洋書房.
- 紅たき (2023) 「犬顔とは?」『マイナビウーマン (占い・人相学)』
(<https://woman.mynavi.jp/article/230110-3/> 2024年12月20日最終アクセス).
- Langlois, JH, Roggman, LA, Casey, RJ, Ritter, JM, Rieser-Danner, LA, Jenkins, VY. (1987) *Infant Preferences for Attractive Faces*, *Developmental psychology* 23-3:363-369.
- 三浦麻子・小林哲郎 (2015) 「オンライン調査モニタのSatisficeに関する実験的研究」『社会心理学研究』 31-1:1-12.
- 西倉実季・堀田義太郎 (2021) 「外見に基づく差別とは何か」『現代思想』 49(13): 8-18.
- 小原秀雄 (1995) 『ペット化する現代人』NHKブックス.
- 尾本恵市編 (2002) 『人類の自己家畜化と現代』人文書院.
- Penton-Voak IS and Perrett DI (2000) *Female Preference for Male Faces Changes Cyclically: Further Evidence*. *Evolution and Human Behavior* 21: 39-48.
- Prum, RO (2017). *The Evolution of Beauty: How Darwin's Forgotten Theory of Mate Choice Shapes the Animal World - and Us*, Doubleday. (=2020黒沢令子訳『美の進化—性選択は人間と動物をどう変えたか』白揚社)
- Rhodes, G (2006) *The Evolutionary Psychology of Facial Beauty*, *Annual Review Psychology* 57:199-226. doi: 10.1146/annurev.psych.57.102904.190208
- 坂口菊恵 (2009) 『ナンパを科学する』東京書籍.
- 瀬山淳一郎 (2022) *Less than 5 percent* 公式ブログ
(<http://psychlab.jugem.jp/?pid=1#averagefaceJ> 2024年12月20日最終アクセス)
- 高橋征仁・染川みさと (2023) 「美男子平均顔の時代変化と女性の配偶戦略の関連についての一考察」、『異文化研究』 17 : 71-84.
- Wilkins, AS, Wrangham, RW, Fitch WT. (2014) *The “domestication syndrome” in mammals: a unified explanation based on neural crest cell behavior and genetics*. *Genetics* 197(3): 795-808.
- Wrangham, R. (2019) *The Goodness Paradox: The Strange Relationship Between Virtue and Violence in Human Evolution*. Vintage. (=2020依田卓巳訳『善と悪のパラドックス』NTT出版)
- Zimbardo P and Coulombe ND. (2015) *Man Disconnected*. Rider. (=2017高月園子訳『男子劣化社会—ネットに繋がらばなしで繋がれない』晶文社)
- Zuk M. (2013) *PALEOFANTASY: What Evolution Really Tells Us about Sex, Diet, and How We Live*. W. W. Norton & Company. (=2015渡会圭子訳『私たちは今でも進化しているのか?』文藝春秋)