

マズロー＝ウイilson欲求理論が含意するもの (Ⅲ：最終回)

肥田日出生

要旨

最終回の本稿では二つのテーマを扱う。その第一は、自己実現欲求が最終段階で表面化する論理的な根拠を見出すことである。マズローはそれが充足されると人は至高体験を得るとし、ウイilsonはその内容はリアルな意味(価値)の奔流であるとしたことが、前稿(Ⅰ)で示された。さらに前稿(Ⅱ)の考察を通して我々は、マズロー＝ウイilson理論における欲求充足緊急性の大小は、詰まるところその不充足による苦痛解消の難易度知識(認識)と最も大きな関連を持っている、ということを見出した。

そこで第一のテーマは、リアルな意味(価値)の奔流を得るのが最も困難であるのを人は知っている——ということの論証となる。本稿では、価値をリアルに感じるのが物理的イメージ世界では構造的に困難であること、及び、人はその知識を持っていることを示す。

テーマの第二は、至高体験の具体的内容を把握することである。本稿ではそれを、リアルな意味(価値)の奔流がなった時に得られる喜びが、至高と言えるほどの内容を持っているかという観点から考察する。その結果、自己価値感(肯定的な自己価値意識)と自己実現欲求よりも低次の欲求とは循環的累積的に相互作用していく性質のものであることを見出す。

累積的上昇運動は物理的イメージ世界でも生じるが、そこでは上限がある。他方、純イメージ世界では上限がなく、そこで生じる際限なき上昇の心理感覚が至高体験の実体である。そして純イメージ世界が与える効果の視点から、TDL(東京ディズニーランド)のいわゆる「一人勝ち」と、昨今の「テーマレストラン」隆盛の構造は解明されうる。

目次

はじめに

1. 意味と価値

1-1. 「意味」から「価値」へ

註 この論文もまた、話し言葉で書かれる。我々が最も理解しやすい言葉は、日々会話で用いているものである。それが、日々の活きた感覚に最も沿っているからである。近代日本でも、コミュニケーション効率の増大を求めて、書き言葉を話し言葉に近づける運動がなされてきた。その結果、文語文は「である」調に変わってきた。

けれども、「である」調の文体は、まだ、我々の話し言葉と一致したものではない。いわゆる言文一致の運動は、「です、ます」調でもってはじめて完成すると思われる。

もちろん、文章に求められるのはコミュニケーション効率の良さだけではない。美しさ、品格などが一定水準以下でないことも必要にされるだろう。意味伝達の効率はよくても、どぎつさなどがあって不快感を与えるような場合は、その文体は避けられるであろう。

けれども、日本語の話し言葉が「である」調よりも大きく下品であるとは、筆者には感じられない。むしろ、まるやかで心地よい場合も少なくないと思う。そうしたこともあって、本稿もまた筆者は話し言葉で書き、今後も出来る限りそう努めていくつもりである。

- 1-2. 「価値」の構造
- 1-3. 価値概念のもつ論理的汎用性
2. 二つのイメージ世界と価値意識
 - 2-1. 物理的イメージ世界と純イメージ世界
 - 2-2. 存在意識に付与される価値意識
 - 2-3. 存在の無常意識は価値の無常意識に直結
 - 2-4. 無常を浮上さすは永続性希求
 - 2-5. ウイルソンの「リアル」
 - 2-6. リアルな価値賞味は構造的に至難
3. 至高体験の内容
 - 3-1. 至高体験を与えるとしたら
 - 3-2. 物理的イメージ世界での自己価値感の役割
 - 3-2-1. 生理的欲求と自己価値感
 - 3-2-2. 安全欲求と自己価値感
 - 3-2-3. 愛情欲求と自己価値感
 - 3-2-4. 尊敬欲求と自己価値感
 - 3-3. 四欲求の充足が自己価値感欲求を充足・強化する側面
 - 3-3-1. 生理的欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化
 - 3-3-2. 安全欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化
 - 3-3-3. 所属と愛の欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化
 - 3-3-4. 承認と尊敬の欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化
 - 3-4. 自己価値感の循環的累積的働きと上限
 - 3-5. 至高体験の実体 — 上限なき世界 —
4. 古典的宗教開祖が提供したもの
 - 4-1. 釈尊が与えた打開策
 - 4-2. イエスが与えた打開策
5. 欲求段階理論の含意が提供するマーケティング知識
 - 5-1. 東京ディズニーランド「一人勝ち」の構造
 - 5-1-1. 園外事物を視界に入れさせない政策
 - 5-1-2. 内部の純イメージ世界誘発装置を完全化する政策
 - 5-1-3. イメージ世界転換を円滑にする政策
 - 5-1-4. 他遊園地の凋落プロセス
 - 5-2. テーマレストランの隆盛
6. 展 望

はじめに

本稿での主要課題は二つあります。

第一は、自己実現欲求が最終段階のものになる論理的な根拠を見出すことです。

前稿（Ⅱ）の考察を通して我々は、マズロー＝ウイルソン欲求理論における欲求充足緊急性の大小は、詰まるところその不充足による苦痛解消の

難易度知識（認識）と最も大きな関連を持っている、ということを見出しました。そこで次の問題は、最後の自己実現欲求の充足が最も困難だという知識を、人は持っているかどうかとなります。その内容考察が本稿（Ⅲ）の最初の課題です。

第二は、自己実現がなった時に得られるとされる、至高の喜びの内容は何かです。それは具体的に何を他を圧するが如き喜びといえそうなのか、を探索します。

1. 意味と価値

1-1. 「意味」から「価値」へ

前稿（Ⅰ）で考察したように、ウイilsonは、マズローのいう自己実現から得られる至高体験の内容は「新しい意味の奔流」であるとししました。マズローは、結果的にそれを認めました。

マズローの言う自己実現欲求とは「自己（に関する理想のイメージ）を実現したい」という欲求でした。だがウイilsonとの交流を通して、この欲求の中味は「奔流のごとくに押し寄せる（自己をも含めた世界に関する）新しい意味を味わいたい」という欲求だということになったわけです。

ですからこれはむしろ意味賞味欲求とでも言うべきかもしれない。愛情を受けたいというのを愛情欲求と縮めて言い、尊敬を受けたいという欲求を尊敬欲求というのなら、意味の奔流を味わいたいという欲求は、意味欲求といってもいいでしょう。その方が主旨に近いし、どのみち説明を必要とする簡略な名称というのであれば、それでも十分いいはずです。

ではありますが自己実現欲求という語のすべてをそれに置き換えることは今となっては困難です。マズローの提示した第五段階の自己実現という用語はすでにあまりに有名となり、一般人の日常用語にすらなっています。全面的に入れ替えたなら何について言っているのかわからなくなる。そうした中で本稿では出来る範囲で内容を示す用語を用いることにします⁽¹⁾。

(1) 前稿（Ⅰ）で述べたように、ウイilsonの指摘が歯切れの悪い方法でもってなされたこともその一因であった。彼は、自己実現欲求の実質的中身が、意味賞味欲求だったのを明かす際に、師匠の学説を正面切って修正するようなかたちではしなかったのである。

「意味」はウイilsonによってマズロー欲求理論に追加された新しいキーワードです。彼は著書『至高体験』の序論において、人の意識を燃え立たせるものを「新しさ (newness)」とか「意味 (meaning)」という語で表現してきました。

そしてウイilsonはさらに第一部に入ると冒頭で、次のようにしてその「意味」を「価値 (values)」という語に置き換えています。

「マズローによれば、精神的健康は目的意識によって燃え立たされた意志にもとづく。……(中略)……マズロー心理学では、(精神的健康についての問題の) 中心は価値感覚 (the sense of values) であり、何が価値あるものか (what is worthwhile) という問いへの人間的反応にあるとされる」⁽²⁾

以後彼は、価値の語をおもに使いながら思考を展開していきます。我々はまず、これらの言葉の意味を明確にしておかねばなりません。以後の思考に明晰さを失わないためにです。

意味を価値と言ひ換えられたのは、基本的には同じ意味内容の言葉だということであると同時に、その方が以後の論述、思考に都合がいいからでしょう。二つの単語の間には、ニュアンスにおける相異があるのです。

「意味」には感じるものというニュアンスがある。英語の sense という語が、感覚と意味

(2) ウイilson, コリン著, 由良君美, 四方田剛己訳 (1979)『至高体験—自己実現のための心理学—』, 河出書房新社, (Wilson, Colin (1972), *New Pathways in Psychology: Maslow & the Post-Freudian Revolution*, Victor Gollancz Ltd., London) p. 46

もっとも彼は序章で、一度だけ価値という語を用いている。「現実の記憶は意味感覚とそれにもなう価値をもたらす (Real memory brings a sense of meaning and values with it. 原著書, p. 29)」がそれである。しかし、主に用いられているのは「意味」である。

(meaning)という二つの訳語の系列を持っているのが、それを象徴しています。また、感じるのですから、それを感ずる「主体」の雰囲気も含んでいます。

価値では感覚的なニュアンスは少なくなっています。そして感じる主体から離れた、独立した存在というニュアンスが比較的強い。一定の有用性(usefulness)を持った独立の存在という印象を我々に与えるわけです。その結果、意味より物的で論理的な風采をもつことになっています。

1-2. 「価値」の構造

そもそも価値とはどんな構造の単語でしょうか。この言葉は、学術書で頻繁に使われるだけでなく、今日では日常語にもなっている。にもかかわらず、その意味構造をきちんと説明している例に筆者は出会ったことがありません。このあたりはマズロー＝ウイilson理論におけるキーワード「自己実現」に似たところがあります。

この概念の構造を筆者は次のように捉えます。

われわれは、日常、存在する事物を認識して暮らしています。その際、事物に対して、「只存在する」と認知するにとどまらず、それらが「大切だ」「大切でない」とか「いいものだ」「悪いものだ」とかいった感情・感概を伴わせて認識します。

親が子を認識する際には、「存在している」と受信すると同時に「大切なもの」という感情を伴わせている。対照的に、我が子を執拗にいじめるよその「いじめっ子」には「悪いもの」「存在しない方がいいもの」という感情を伴わせて認知します。

価値という語は、その感情部分に対応している言語です。そして我々はそれを価値という言葉で表現するとき、一つの物体のようなものをイメージしています。おそらくそれは認知物に付加され

ている「重り」のようなイメージです。こういうものが認知した存在物にくっついているようにイメージしている。

我々は大切さの感情を物質に投影して認識しているのです。投影とはすなわち比喩です。価値とはそういう性格の比喩的な概念です。

1-3. 価値概念のもつ論理的汎用性

ウイilsonがそうしてきたように、本来「大切さ」という人の感情は「意味」という言葉でも表現することが出来ます。それをさらに物的なニュアンスを持った価値という言葉でもって比喩表現するのは、相応の有用性があったからにちがいない。

おもりに重さがあります。重さという数値には、プラスとマイナスとを明確に考えることが出来ます。それに投影すれば「大切さ」の感情にも、プラスとマイナスを無理なくイメージすることが出来るようになります。

「大切さ」の感情は、通常はある存在を肯定的に感じる感概だけに対応しています。これにプラス、マイナスのニュアンスを付け加えるのは、やってやれないことはない。しかし肯定的なものをプラスの「大切さ」として、その反対を「マイナスの大切さ」とすると、我々の言語感覚には抵抗が生じます。

ウイilsonは、『至高体験』序章では「意味」とか「新しさ」という語を用いてきました。これについても「マイナスの意味」とか、「マイナスの新しさ(すなわち、古さ)」といった表現を付加すれば、言語ニュアンス上の苦しさに伴うでしょう。

それを重りのようなものに投影すればスムーズに表現できる。マイナスの大切さを「マイナスの価値」とする。そうして、ある存在(の大切さ)を否定的に感じる感情に対応させる。

それが論理展開を効率的にすることは少なくないようです。

アドルフ・ヒトラーは、かつてドイツでナチス党を主導して膨大な数の人間を虐殺させました。彼は自分のしたことに関して「その価値は500年後にわかる」と述べたと伝えられている。しかし、現時点では彼に対して「あんな人間は存在しない方が良かった」とか、「生まれてこない方が良かった」という気持ちを抱いている人が、世界の多数派でしょう。

これを「ヒトラーという存在に対して人々は、マイナスの価値意識を抱いている」と表現しておくことが出来ます。

現状の社会に対しても否定的な全体観を持つ心理状態があります。そうした心理は「こんな社会は存在しない方がいい」と能動的に考えるように展開することもあり得ます。さらにその結果、存在自体を破壊しようという方向に自らの意識や行為が向かうことも起きます。

サリン事件を起こした新興教団の教祖には、そうした意識があったと指摘されています。その場合彼は「社会に対してマイナスの価値を付与して」認識していた、と表現することも出来るわけです。これは彼の社会意識を、一般人と同一の尺度に乗せて表示することを可能にします。

それと同じ物差しの上でゼロの価値を考えることも出来る。いわゆる虚無状態の意識をそれに対応させることができます。何ものをも大切に思えなくなった状態であり、かといって同時に、積極的に存在しない方がいいとも思えなくなった意識状態です⁽³⁾。

(3) ロシアの近代作家、ツルゲーネフ (Ivan S. Turgenev, 1808-1883) の『父と子』という小説には、価値意識がゼロになった人間 (貴族の青年) が詳細に描写されている。ニヒルというのはロシア語である。

以上のように、価値という単語は「意味」や「新しさ」よりも論理展開の上では有用性が高いのです。ウイルソンはある時点から自明であるかのようにことわりなくキーワードを変えています。その点を明確に掴むことが、論旨の明晰な理解のために必要と思われます。

2. 二つのイメージ世界と価値意識

2-1. 物理的イメージ世界と純イメージ世界

さて、大筋に立ち返りましょう。ここで本稿 (I) でウイルソン議論の構造を明確化するために導入した二つのイメージ世界の概念を援用します。「物理的イメージ世界」と「純イメージ世界」がそれです。

前者の主旨は「(五感で認知できる) 物理的世界とイメージとが照応されるような」意識世界であり、我々が日々現実社会において抱いているような世界です。後者は「物理的世界からの残像を起点にしたり、それと照応したりすることのない」意識世界で、説話や神話の世界はその例です。

我々が日常住んでいる意識世界は、物理的イメージ世界です。マズロー＝ウイルソン欲求理論における初めの四段階の欲求は、主としてこの意識世界で発露し充足される欲求です。

ところが最後の自己実現欲求が充足されるのは純イメージ世界に意識の重心が移った時点においてです。至高体験もそこで得られるものです。このイメージ世界での価値 (意味) がリアル (実在的) に感じられた時、その体験が起きるとというのがウイルソンによって証されたことでした。

欲求段階論を正確に理解するのに、これは大切なポイントです。それをふまえて次の考察に進みます。

2-2. 存在意識に付与される価値意識

さて、価値という概念を考察して明確になった、価値意識は存在意識に付与されているもの、という事実について考えてみましょう。それはそのまま価値意識の一属性を示しています。価値意識は存在（実在）意識を前提としているということがそれです。そして、そのことは我々が現実社会の中で抱く価値意識に重大な特性をもたらしています。

我々の意識は通常、物理的イメージ世界に住んでいます。物理的イメージ世界では、存在するものはみな変化し、消滅します。それをみて我々は存在に対して無常で「空」である、という認識を基底に持っていきます。

我々が抱く「自己存在」に対するイメージについても同じです。人のイメージの大部分は通常、生まれて成長する過程での我々の認知経験からできあがっていきます。それはほとんど五感によって形成されます。五感以外で認知できるものももし存在しているとしても、認知できないのでイメージ形成のもとにはなりがたいのです。

人間の肉体は五感に映ずる物的存在の一つです。それが百年もすれば死んで消滅するという現象を、我々は幼い時から体験認識していく。5歳の時祖父が死んだ、10歳の時祖母が死んだ、等々です。

葬式が終わったらもう再び、祖父母が自分の前に現れることはありません。会いたくても会えない。こうした認知経験が積み重なって、知識として一般化される。自分という存在も必ず死んで消滅する、という意識ができあがっていきます。青春期になるとこれはほとんど確信になっています。

そしてその意識は物質世界全般にもつながっていきます。動物も死ぬ、草木も必ず枯れ果てる……と一般化するわけです。そういう普遍的な存在意

識が人の心の中では、取り除きたいものとして定着しております⁽⁴⁾。これが我々の物理的イメージ世界の状態です。

2-3. 存在の無常意識は価値の無常意識に直結

価値イメージ自体は純イメージ世界に属するものです。我々の五感には物質は映じますが、そこに付与された価値は写りません。価値意識とはそういう性格のものであります。

前述の通り我々の意識は通常、物理的イメージ世界にすんでいます。価値意識はその中で物事に付加され混じって存在している。そのことが価値意識に無視できない特性を与えます。物的実在については「消滅するもの」というイメージが我々の意識に定着しています。すると、それに付加されている価値についても消滅するものという思いを抱かざるを得なくなるのです。

自己存在に関する価値意識も例外ではありません。自分は必ず消滅する。消滅したら、自己に関する、意味・価値も当然消滅する——こうなります。

2-4. 無常を浮上さすは永続性希求

無常であることが強く意識されるのは、我々の心の奥深くに永続性を希求する意識があるからです。それが「真に存在するものとは永続するもの」という思いを形成する。それとの対照で、無常なる事物に対しては我々は「はかない」ものという感覚を抱くことになっています。そうして存在の実在度とでも表現すべき意識を我々に与えていま

(4) 日本ではその意識が「無常」などの単語と共にとりわけ深く浸透している。それは哲学的認識を越えて、美観にまで及んでいる。「わび、さび、あわれ」がそれである。消滅するのが不可避であるから、事物は根底的に「わびしい」「さびしい」「あわれ」なのである。

す。

日常用語的に言えば、永続しないものは「詰まるところは完全な」実在とは言えないのではないかとこのようにもなるでしょうか。時は永遠に流れるのであるから、その中で一時的に現れたものなどは、結局は無と似たようなものではないか、という思いです。

分数で分母が無限大であれば、分子は、億・兆単位のものでも有限である限り、結局はゼロに収束する。我々がこういう数学知識を理解できる（感覚的に納得できる）ということも、それを支持しています。

仏教でいう「空」もそれに対応しています。我々は存在を認知する。しかし、ものみな変化し消滅する。他方で時は無限に流れる。ならば、我々が今存在と認識しているものは、真の意味での存在なのか。そうかといって一時的にでも存在していたのだから無ではない。それは「空」とでも言うべきものだ——と。我々日本人が日常いう「空しい」という語もそういう感慨を秘めています。

2-5. ウイルソンの「リアル」

前稿（Ⅰ）で示しましたように、ウイルソンが到達した見解の主旨は「純イメージ世界がリアル（実在的）に感じられることは、人間にはあり得るのであって、それこそが至高の幸福感の源」というものでした。

ウイルソンはここでもリアルというキーワードを自明なもののごとくに使っていますが、このリアルは実在度が100%に感じられる状態をいっているのです。人間の心情においては、それは事物の永続性に対応しています。永続すると（主観的に）意識できた時、それは厳密な意味での実在度が完全になる。出来ない時にはウイルソンのいう意味でのリアルではないのです。

事物が消滅する物理的イメージ世界では、価値意識もまたそういう存在に付与されるものですから、同じく「リアルでない」ものとなります。

2-6. リアルな価値賞味は構造的に至難

ウイルソンの考える「リアル」なものは物理的イメージ世界には存在しがたいものなのです。そこで事物をリアルに感じるのは至難の業となるほかありません。

前稿（Ⅱ）で概観したように、生理的欲求、安全欲求、愛情欲求、尊敬欲求はその充足がほとんど構造的に不可能というようなものではありません。食物を食したり、安全を確保したり、他者との愛情ある交流をもったり、尊敬を受けたりすることは、簡単でないところを含んでいるとはいえ、構造的に不可能というのではない。

だが、物理的イメージ世界において価値をウイルソンのいうリアルなものとして感じ取るということは、我々の意識の成り立ちからして構造的に不可能なことなのです。

これで第一の課題は解かれます。我々は、日頃リアルな価値を賞味することの不可能さを認識し、知識としてわきまえています。その知識の故に、我々はその欲求を潜在意識の奥深くに追いやっているのです。だからそれは、他の欲求があらかた充足された後に（多くの場合怖ず怖ずと）表面化してくることになる。マズローが自己実現欲求を最終（第五）段階の欲求だとしたことについては、こうしたところに妥当性をみいだせるわけです⁽⁵⁾。

(5) もちろん彼のアプローチは現象学的であるが故に、こうした欲求順序も現象として多く観察されることを根拠としているわけである。

3. 至高体験の内容

残されたもう一つの課題は、それが充足されると喜びが「至高」のものとなる理由です。至高を文字通りに解すると、他のいかなる体験よりも喜びが大きい、となります。それをそのまま論証しようとしめると、他の全ての喜びと比較しなければならない。それは不可能ですから、次善の策をとらねばなりません。それは「至高といわれるほどに深く大きな」喜びでありそうという観点から、その内容を解明していくことでしょう。

3-1. 至高体験を与えるとしたら

そこでウイルソンに立ち返ります。彼によれば、価値イメージをリアル（実在的）に感じる道は、純イメージ世界を心に形成し、それに意識を集中させるというものでした。そうすれば純イメージ世界がリアルになり、そこでの価値イメージもリアルになる可能性が出る——彼の発見が含意するところはこれでした。

前述のように我々の心の奥には永遠の意識が埋め込まれていますので、リアルになっている間の価値は永続するものとなっていることになるでしょう。

であればまた、その時の純イメージ世界での存在も永続するものとなっているはずですが、少なくとも、諸行無常という意識はないし、生じて来ない。純イメージ世界は現実の物理的イメージ世界と照応関係にありませんから、網膜に映ずる現実像によってイメージを修正されることがありません。

これが至高といえるほどの喜びを人の心にもたらすとしたら、その理由の一つには、通常の（物理的）イメージ世界では不可能であるのが常識で

あったことが、実現されたことに見出されるでしょう。それは奇跡を体験した時の驚きを伴った喜びに通じるところのものです。通常の物理的イメージ世界に意識をおいている間は、価値がリアルに感じられることなど構造的にあり得ません。ところが、何かの契機で純イメージ世界に意識が移り、そこで精神を集中したらそれが体験できてしまったということなのです。

マズローは、理想とするセルフイメージが実現できた時、その体験は予期せぬ形でやってくると見ました。それが彼のいう至高体験の主たる説明でした。マズローのいう至高体験に関しては、奇跡体験の喜びは有効な説明要因になっていそうにみえます。

ところがウイルソンは、それは意図的にでも実現できることだと見ました。意図的ですから、体験するのは突然の、驚きをもったものとなる度合いは比較的小さくなる。だが、彼はそうした場合にも至高体験は得られるといっています。そうであるならば、それはどのような仕組みで来るのでしょうか。

3-2. 物理的イメージ世界での自己価値感の役割

それを探求するには次の作業が必要になります。

まず、用語の定義です。ここからの考察においては価値意識の中でもとりわけ自分に関する肯定的な価値意識に重点が置かれます。この意識は自己価値肯定意識ともいえますが、より短く自己価値感と称することにします。

その上で次に、純イメージ世界での自己価値感と物理的イメージ世界における自己価値感との関係に目を注ぎます。前述のようにそれは、純イメージ世界ではリアルになりえ、物理的イメージ世界では（無常意識のために）なりえないということでした。

自己価値感とは物理的イメージ世界においてはリアルになり得ないことを我々は知っています。にもかかわらず、人は一定の肯定的な自己価値感を持つのを切望する。それが意識にないと生きることで自体が困難になるからです。

それを包括的に言えば次のようになる。すなわち自己存在は、自己の行為の主体です。主体に価値が認められなければ、それが行う行為に価値を認めるのが困難になる。そうなれば、行為する時に意欲が湧きにくくなります。行為全般を、生きることということも出来るならば、生きる意欲が湧かなくなるということになる。

では実際に、自己価値感とはそれほど広範囲かつ根底的に人の意識に関わっているのか。それをマズロー＝ウイルソンの理論における五段階欲求の、自己実現欲求以前のものについて具体的に考察してみます。

3-2-1. 生理的欲求と自己価値感

マズロー＝ウイルソンの理論では生理的欲求は身体的で低次な欲求とされています。生理的という語を文字通りとれば、それは肉体発のものとなり、自己価値感によって影響を受けるとは考えにくいでしょう。

だが、現実とはそうでないところを含んでいそうです。食欲を例に考えてみます。

我々は、可愛い我が子のような、深く愛する存在を失った時などに、ものが食べられなくなるという例を観察します。自ら体験することもある。

愛する存在は、自らの存在価値を肯定的に意識するための大きな要因になっています。人は愛すると、その対象と心理的に同化します。対象と自分が重なってしまう。他方、愛するというのは、その対象を大切に思う（プラスの価値意識を持つ）ことをも大いに含んでいます。そこで人は対象を

大切に思うことによって、実は自分という存在に関するプラスの価値発信をもしているわけです。

愛するものを失うというのは、自分の存在価値を肯定したいという欲求を補償してくれていた大きな要素を失うことに直結しています（すると、一時的にその欲求は発露しにくくなる）。

それが食欲を失うことに通じています。「意識的に飲み込まないと、飲み込めない状態になった」という回想談を筆者は複数の人から聞いたことがあります。また、食べられなくなって死んでいった人もいます。周囲の人がその兆候に気づいて、無理矢理食べさせることでもって危機を回避した例もあります。

また、現代日本には、自己価値感が極度に希薄になった人がいます。「引きこもり人間」と通常称されている人はそれにあたります。彼らは結果的に、自己存在の意味（価値）を、肯定的にも否定的にも感じられなくなった状態にいます。

こうした時、人はいわゆる「無気力」になります。物事に強い意志が抱けない。すると外からの心理的抵抗要因が小さなものであっても、彼にとっては大きな心理的傷を与えやすくなります。それを避けるために彼は、ほとんど常時「ひきこもる」しかなくなるのです。

引きこもる人々は通常、食事はするようです。だが、食べる意欲が湧かない人も、日本には少なからず存在します。伝えられるところでは嘔むのが面倒で食べる気がしない、という人もいます。それで朝から、お茶とかコーヒーとかを飲んで食事としている。その結果、周期的に栄養失調で倒れて病院に担ぎ込まれます。

生理的な欲求という言葉は、それが精神からではなく、全面的に肉体発、肉体起源の欲求であるというニュアンスで今日受け取られています。食欲も、そういう生理的な欲求だと受け取られてき

ました。しかし以上の例にみるように、食欲でさえもその深いところでは実体は異なっていた。自己価値感に、深いところで支えられていたのです。

3-2-2. 安全欲求と自己価値感

同じ生理的欲求でも、安全欲求になると自己価値感に支えられている様子がかなり分かり易くなってきます。

もし、自己存在価値肯定の意識がまったくなかったら、そもそも人が、自己を保全し安全を得ようという欲求を持つことはありえないでしょう。一定の自己価値感があるからこそ、我々はそれを保全しようと意欲する。そして、自己価値感にプラスの値が高いほど、安全の欲求は強くなるでしょう。このように自己価値感とは安全欲求発露の条件になっているのです。

そのことは、自己価値感が希薄な時の人間心理を想起したらさらに納得できるでしょう。多くの人とはそれが薄いときには、自己を保全しようという意欲が希薄になっていた——という体験をもっているはずです。

自暴自棄はその甚だしいケースとして位置づけられます。それは自己保全欲求がゼロになった状態とみることができる。そしてその真因は、自己価値感がゼロ以下になったことにあるでしょう。

もちろん、そういう人にも反射的に保全を図ると観察されるような行為が現れることがあります。それが本能的な自己保全行動と解釈されることは多いようです。しかし、自己価値感が希薄であっても、比較的濃厚な人と同じような反射的保全行動をとるものかどうか、は現場での確認の余地があるのではないかと思います。

3-2-3. 愛情欲求と自己価値感

マズロー＝ウイルソン理論が高次とする精神的

欲求では、その発露に自己価値感が前提条件になっているさまが、ますます認識しやすくなります。

第三段階の愛情欲求は、自己価値感が一定水準に充足されていないと発露しがたいものです。黒澤明監督の映画作品『赤ひげ』には、過酷な生育環境の中で、愛情をほとんど受けないで育った少女「おとよ」に関する挿話が、克明に描かれています。彼女には愛情欲求がほとんどなくなっています。若き医師が根気よく愛を注ぐことでもって自己価値感を蘇生させていく。その結果、少女の愛情欲求が医師に対し奔流となって発露する——という物語です⁽⁶⁾。

作家や創作者の洞察が証するだけではありません。かかる事態は、我々が生活の中で数多く観察できることです。

3-2-4. 尊敬欲求と自己価値感

第四段階の尊敬欲求になると、事態はさらに明白であるように見えます。尊敬を受けるというのは、自己の存在価値を肯定するというメッセージを多分に含んだものを受信することでもあるからです。

自己価値感が全くなかった場合、人はそういうメッセージを欲するのでしょうか。このように考えると、尊敬欲求も発露するためには、自己価値感が必須の条件となっていることがわかります。

以上に見たように、自己存在価値肯定の意識はマズロー＝ウイルソン欲求理論における、他の四つの欲求段階のすべてが発露するための、前提条件になっています。自己価値感が人の欲求（発露）に関与する範囲は、かくも広く普遍的だったわけです。

(6) 原作は山本周五郎『赤ひげ診療譚』であるが、山本はこの少女の挿話については詳細な描写をしていない。

3-3. 四欲求の充足が自己価値感欲求を 充足・強化する側面

自己価値感が多段階の欲求に関与するのは、その発露条件としてだけではありません。マズローは、各欲求はその充足によって他の欲求充足を代償する面もある、という考えを示しています。

代償充足であっても一定の充足はなされます。充足されれば当該欲求は強化されます。欲求のそうした（代償）充足と強化は自己価値感欲求に対しても及ぶと推察されます。そこで次に、そういうことが具体的に見出せるかどうかを、再び他の欲求段階を対象に考察してみます。

3-3-1. 生理的欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化

食欲の充足が価値肯定欲求を代償し、その意識を促進する面は、通常気付かれにくいのですが存在するようです。美味しい食物を食べるということは、自分に相応の快樂を与えることでもあります。それはその方法でもって、自分を大切な（価値ある）ものとして扱うことにつながっています。

それは最近よく耳にされるようになった「自分へのご褒美としてこれこれのものを買う」という言葉の意味するところにも通じるものがあります。それを通して、我々は自己価値感欲求を充足し強化しているわけです。

3-3-2. 安全欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化

安全欲求の充足が、自己価値感欲求の充足を代償し、その意識を強化する面はどうか。

人は身の安全を確保し安全欲求が充足されると、そのことによって自分を大切に出来たことをも実感するでしょう。それは自己価値感欲求を充足していることにつながっています。そうしてその意識は強化されるわけです。

3-3-3. 所属と愛の欲求充足と自己価値感欲求の 充足・強化

第三段階の欲求についてはここでは「愛情欲求」と簡略化しないで、本来の「所属と愛の欲求」として考察します。

まず「所属」から。

我々が何処かの集団に所属できたとします。すると、最低限自分にその成員資格の面で存在価値を認められたことを感じるでしょう。集団は所属を認めたということによって我々に対して「あなたという存在は自分たちから見て価値があるのですよ」という信号を発信していることになる。この信号を受信することによって、我々は自己存在価値肯定の欲求を代償し補強することになります⁽⁷⁾。

次に「愛」の方です。

愛とは深遠なところを多大に持つ概念ですが、それが「相手を大切だと思ふ意識」を最低限含めていることには間違いがないでしょう。

フランシスコ・ザビエルをはじめとするイエズス会宣教師が日本に彼らのキリスト教を布教しようとしたのは戦国時代です。その時、キリスト教のキーワードである「愛」をどう説明するかが問題となった。難問であったが、結局相手を「大切に思うこと」と説明したと伝えられております。

(7) 我々は特定の集団に所属を認められることによってさらに、集団の成員と心理的・精神的に交流することが出来る。コミュニケーションには、相手の存在を否定するような情報を発信し合うようなものもあるが、所属が認められた集団でのコミュニケーションでは、互いに相手の存在を肯定的に扱うような情報を主として発信し合うのが通常である。

このような交流の中にあることによって、人は、自らの存在を意味ある、価値有るという信号を受信し続けることが出来る。それが自己価値感欲求を充足し、補強してくれるのである。

愛情欲求という場合の愛は、「愛する」という能動的な側面と「愛される」という受動的な側面との両方に対する欲求でしょうが、どちらかといえば後者に重点のあるものでしょう。そして愛という感情の核心が上記イエズス会士の教えたところにあるならば、それは人間が互いに相手の存在を肯定的に扱うような交流を産むことになるでしょう⁽⁸⁾。

人はこのように扱われることを通してやはり、自分の存在に意味（価値）を付加した気持ちになれる。こうして自己価値感欲求を充足する。またそれを通して結果的に、自己価値感欲求は強化されます。

3-3-4. 承認と尊敬の欲求充足と自己価値感欲求の充足・強化

他欲求の充足による自己価値感欲求の充足と強化は、マズローのいうところの高次段階の欲求に進むほど、容易にうかがわれるようになってきます。マズローが「自己実現欲求」に次ぎ高次だとして、第四段階におくのが「承認と尊敬の（を受けたいという）欲求」でした。

この段階の欲求についてもここでは「尊敬欲求」というふうに簡略化せず、本来の「承認と尊敬の欲求」として検討しましょう。

まず「承認」です。

これは前項の「所属と愛の欲求」における「所属」に共通するところを多大に持っています。他者に承認されるということは、自分が存在価値有るという信号を、他者から明白に受け取っていることにもなる。故に人は他者に承認されることによって、自己価値感欲求をも充足します。そしてそれがこの欲求を強化することにもなるのも、こ

れまでの欲求と同じです。

次に「尊敬」です。

尊敬を受けるというのは「あなたは価値ある存在」という信号を、さらにもっと直裁的な形で受け取っていることにもなるでしょう。故に人は他者に尊敬されると、より直接的に自己価値感欲求を充足し、それを強化します。

その点他の欲求と同じですが、とりわけ尊敬感情は、相手を価値ある存在だと思ふ意識を多大に含めています。自己価値感欲求が姿を変えたものと見たくなるほどに、重なったところの多いものといえるでしょう。

3-4. 自己価値感の循環的累積的働きと上限

以上で、物理的イメージ世界における自己価値感の根底的かつ普遍的な働きが浮上してきました。それはより低次の段階の諸欲求に自ら関与しつつ、それらと循環的累積的に作用し合う性質の心理要素だったのです。

すなわちそれは、まず他の低次の欲求が発露する前提条件となって、その発露を促し助けます。発露した低次欲求が充足されると、マズローの言う代償が自己価値肯定欲求の方にもなされます。するとそれがこんどは自己価値感を強化する。さらに、強化された自己価値感低次欲求の全てにわたってその発露を従来以上に強く促します。

かくして物理的イメージ世界においても、こういう循環運動が諸要素の間に起きることが明らかになりました。運動は一定期間においては、諸要素が一つの方向に進んで行くという意味で累積的になるでしょう。つまり、自己価値肯定意識がプラスに向かうならば他の低次欲求の強さもプラスに向かい続けます。マイナスに向かえば、他の低次欲求もマイナスに向かう運動を続けるでしょう。

本稿における我々の関心の重点はプラス方向の

(8) 「もてなす」というのは相手への肯定的な扱いをさらに明白、濃厚に示す行為である。

運動状況にあります。ともあれ物理的イメージ世界においてもこの種の心理内運動が、起きうるといのは留意に値します。

しかし、その世界では上昇する価値意識に対して、鉄の天井を形成するものがあります。無常感がそれです。累積的上昇をいい気になって続けておきますと、ある時突然それが働く。「そんなものは死んだら消滅する、詰まるところはゼロなものだよ」という思いの声が降ってきます。するとそれまでに増幅強化されてきた価値肯定意識は粉碎され、下降運動に転じることになる。これが物理的イメージ世界での常態だったのです。

3-5. 至高体験の実体 — 上限なき世界 —

その運動に上限が無いものになりうる世界が純イメージ世界である — 以上の考察はこのことも同時に浮上させてくれます。ここでは諸物（イメージ上の）は消滅を余儀なくされませんので価値意識は際限なく上昇しえます。他の欲求要素も正の循環的因果運動に参加して上昇する。そしてついにはウイルソンのいうリアル（実在的）に感じられるところにまでいかれる。このとき同時にこの世界の全てが実在的（に感じられるよう）になっています。ポパーのいう第三世界的な状況が実現されているわけです。

この実在感に満ちたイメージ世界に向かって自己価値感を含む諸イメージ要素が障害なき上昇を続けるプロセス — ここに起きるのがウイルソンの「意味の奔流」の実体だったのです。そしてこの中に意識を住まわせているときに、我々の精神にはその全（欲求）領域での活性化が起きるにちがいない。この活性感が当人も驚くような、いまだもって体験したことがなかった崇高で精神的な快感をもたらす。至高体験の中味はこれだったのです。

マズローは実は、人が自己の理想イメージを実現した時、その意識は突然、純イメージ世界に住処を換えることが起きうるといことをみていたのです。すると精神の活性化がひき続いて起きる — このことを結果的な現象のレベルで洞察していたのです。

彼はその時の精神の高揚感こそが人間に至高体験を与えると断じた。精神の高みに向かってどんどんと高揚していくのですから、文字通りの至高感覚なのでしょう。彼の場合、それは当人も予想できない現象として突発的に起きるので「それに驚く」と論じたわけです。

他方、ウイルソンはその精神状況を意図的に実現することも出来ると考えました。まず初めに純イメージ世界に入ってしまう。意志の力でそれを行う。さらに意志を働かせて、その世界に精神を集中する。ある一点に焦点を当てて集中する。すると突然それがリアル（実在感を持つよう）に感じられる時が来る。そうするとまるでビッグバンのように、他のイメージ要素も次々に実在感を持ってくる — こう考えたのです。

が、いずれにせよ純イメージ世界で全欲求要素が相互に循環的作用を開始し、上向きの累積的運動を続けていく — それが至高体験の中身だったわけです。ウイルソンはそれを意図的にも引き起こすことが出来るという側面にも目を開かせました。そしてマズローが結果的にそれを認めたのは、本シリーズの冒頭から繰り返しているとおりです。

しかし人間精神が、かくも高みに高揚することができることを、初めて示したのはマズローでした。こうして心理学に至高体験という考察領域を付け加えました。ウイルソンは、それを人間は意志の力でもって意図的に起こしうる、と論じることで、人間に備わっている想像力の偉大なる特性をうたいあげたのです。

さてここまで来ると、我々はすでに宗教の領域にも足を踏み入れています。マズロー＝ウイリソン理論の含意するところはそこまでの射程距離を持っていたのです。以下若干それをかいま見ておきましょう。

4. 古典的宗教開祖が提供したもの

人間が生きていく過程には様々な苦しみがあります。その苦しみを根底的なところから、普遍的にもたらすものがある。根底的であることは最も打開困難であることに通常つながっています。

長期に渡って広く普及し存続してきた宗教の教えの中核には、それへの打開策が位置しています。多くの人々が時を超えてそれを学び、学んだ知識を用いて困難を打開してきたわけです。

これまでの考察から推しはかれるように、苦しみが由来する源は物理的イメージ世界において自己価値感を持つことの困難さです。たとえば自己価値感が弱いと諸欲求も弱くなり、一般的にはいわゆる精神活力が低下する。活力が弱いと、些細なことにも傷つき易くなり、苦しみが絶えまなく創出されるようになります。

あるいは、別の全般的な面からいうと自己価値感が肯定的に意識できないと、人は憂鬱になります。この度合いが進むと鬱病になる。その逃げ場のない辛さは、そこに引き込まれた多くのひとが自殺を図ることからも推察できます。

反対に、自己価値感を強くもてた時には、我々の意識は壮快になります。鬱の反対である躁状態にはいる。その最高の段階が、純イメージ世界のものごとがリアル（実在的）に感じられた時である、というのがマズロー＝ウイリソンの理論の含意でした。

しかし多くの人の意識は物理的イメージ世界に

しか居住の体験がないのが通常です。その世界で、常時傷ついたり鬱状態に移行したりする危険と共に暮らしています。

自己価値感を持つことの困難さの裏にあるものは存在への無常感です。それが苦しみのさらなる源になっている。

いわゆる世界宗教は、その存在の無常感に対して画期的な対処策を提供してきています。その代表は仏教とキリスト教でしょう。両者の開祖は共に「死んでおしまい」という意識が価値意識に及ぼす破壊力——これが人生問題の根底に横たわるものと洞察していました。そして、各々有効な方策を人類に提供しましたが、その打開策は絵のような対照をなしています。

4-1. 釈尊が与えた打開策

釈尊（シャカ）は、五感で経験認知できる世界のなかで打開策を探求しました。そして開眼した教えは次のようなものです。

——人間の精神に生じる苦悶は、すべて事物が無常で消滅を余儀なくされていることを背景にしている。そしてその苦悶は、永続への期待を抱くことから生じている。煩惱・不安も同じである。

ならば、その期待を自己の心から消滅させてしまえばいい。それには実在が無常であるということ、心の奥に深く深く植え込めば（それが「悟り」である）いい。その悟りを得れば煩惱から解脱でき、涅槃の境地に至ることができる。

だが、それを心に実現するのは容易ではない。俗世の雑事から離れて出家し、悟りを得るために集中的に修行をすることによってそれは可能になる——これが基本理論です。

釈尊はその修行の手順をも編み出し、教え指導しました。釈尊の提示したこの打開策が多くの人の心の琴線に触れました。多数の弟子ができ、信

徒も急速に増えて広く人類世界に普及し続けてきています。

4-2. イエスが与えた打開策

釈尊は五感で認知できる世界、いわゆる経験界における経験的な事象を基盤に探求を進め、結論を出していきました。だから、彼の方法は、実質的には宗教的というより哲学に近いものでありました。

対照的にイエスは五感で認知できない世界、すなわち純イメージ世界での、打開の道を教えました。要旨は次のごとくです。

— この世に、永続するものはある。それは霊的存在である。霊とは五感（その代表は視覚）では認知できない意識体である。

永続する霊の完全体は、万物を創造した創造主の霊である。こういう存在がこの世界には実在する。この方は永遠の過去から、永遠の未来にわたって、変わることなく存続する。

人間は被造物であるが、肉体と霊からなっている。人の霊は被造霊であるから、創られた時点という存在の出発点がある。だから、過去においては永遠ということはない。

けれども、人の霊は将来的には永続する。しかも、人の意識は究極的には肉体（脳神経系）にではなく、霊体の方にある。いうなれば霊は意識のメモリーであり本体である。そして、肉体が循環運動を停止すると、霊はそれから抜け出して存続する。だから、生前の意識も霊の中で存続する。その意味で、人間は将来的には永続する——と。

聖書によればイエスは、それを証明する手だてをも施しました。その一つが、一般に奇跡と呼ばれること（より正確には「しるし」）を行ってみせることでした。具体的には病人を癒し、足萎えを立たせ、一言で嵐をしずめ、死人を蘇らせ、自

らも殺された後復活して多数の人々にその姿を見せた、等のことが聖書に記録されています。

イエスの打開策は、霊界という肉眼では見えない世界、純イメージ世界を提供してこれに実在感を抱かせることにありました。それは一般人にとって奇想天外そのものの世界でしたので、奇跡で証することは宣教のための必須条件だったはずで

す。奇跡の結果それ自体は物理的イメージ世界の事象です。だがそれは通常では生じ得ない現象です。人々はそれを見ると、見えない世界に対する力と共に洞察力のようなものをイエスに感じざるを得ない。そこで彼の語る見えない世界の法則にもリアリティを感じていくことになるのです。

神学的論議の領域に入りすぎるきらいがありますが、イエスは聖霊というもう一つの手だても施しています⁽⁹⁾。

ともあれ奇跡の源にせよ聖霊の働きにせよ、人間にとっては肉眼では見えない純イメージ世界のものです。イエスは始めから終わりまでその世界の論理を展開し、かつ、その世界のものであって証明も行ったわけです。

なお、イエスがこの世にいなかった後にその教えを宣べ伝える弟子たちにも、同じくしるし

(9) 聖霊とは創造主から出た創造主と同質の創造霊、と聖書ではされている。だからそれは創造主の意識を持っていて、その影響を受けると人々の意識は創造主の意識と類似したものになっていく道理になっている。

他方、イエス自身は自分が語る言葉、教える言葉は、創造主の思いを受けてそのまま語った言葉であるという。すると聖霊の影響を受けると、イエスの教え、即ち創造主からの教えにリアリティが感じられるようになり、納得できるということになる。

イエスは自分が復活して天に昇った後、このような働きをする聖霊を送ると約束している。そして、聖書にはその通りのが起きたと記録されている。（新約聖書「使徒行伝」2章1～13節）

（奇跡）が伴ったとも聖書に記されています。こうして、教えに確信を抱く人々の輪が持続的に広がっていった。その動きが今日に至っていることになります。

前述のように積尊は、物理的イメージ世界の中だけで打開策を編み出していきました。その意味で両者は絵のような対照をなしているわけです。

けれども両者とも提供した打開策は、人間が永続するというイメージを持ってないことからくる苦しみに対するものでありました。彼らの教えが広く長く受け入れられてきたということは逆に、無常意識というものが人心に苦悶をあたえる最終的な源になっていることを、示唆しているようにもみえます。

5. 欲求段階理論の含意が提供する

マーケティング知識

人間意識の最深部の状況がそうであるならば、それはマーケティング事象にも新しい理解を示唆してくれるように思われます。マーケティングの正否は顧客満足（customer satisfaction: CS）のいかに詰まるところは依存しています。苦しみの打開は満足をもたらす、根底的な苦しみの打開は深い満足をもたらします。

そうであれば、その打開策を含む要素を持つマーケティングが長期的には競争上の優位を占めていくことになるでしょう。

その主たる活動領域は、商品政策、とりわけサービス財に関するそれ、と広告メッセージ政策であると思われれます。ここではサービスマーケティングの商品政策事例を考察してみます。

5-1. 東京ディズニーランド「一人勝ち」の構造

人は物理的イメージ世界に意識をおいている限

り、価値肯定意識を破壊される危機に常時瀕しています。しかし純イメージ世界に意図的に住処を移すことによって、無常感に刺されない価値肯定意識を持つことが出来る。マズロー＝ウィルソン理論が秘めるこの命題は、東京ディズニーランド（TDL）が提供するサービス財の本質を明かすようにみえます。来客を終日純イメージ世界に留まり続けさせていけば、その世界が「リアル」に感じられていく可能性が生じる。TDL サービスの焦点は、来客の心の内でこの可能性を現実のものとするにおかれていそうなのです。

昨今、関東地域での遊園地業界における優勝劣敗の動きが日に日に顕著な対照を見せてきています。神奈川県戸塚の横浜ドリームランドや東京浅草花やしきなどが客足を減少させて閉鎖や会社更生に追い込まれ、その一方で TDL の来訪者が増大の一途をたどっています。よく言われるところの「一人勝ち」現象が如実に現れています。

なぜこんな現象が生じるか？ そのテーマを扱う TDL 関係の書物が多数出版され、その理由が論じられています。だが感性的にも深く追体験できるものに筆者は出会っていません。しかし、純イメージ世界提供度の差異、という観点から光を当ててみると、その構造が浮上してきます。

TDL が提供するのが日常の物理的現実から離れたファンタジーの世界であることは広く認知されています。この世界を純イメージ世界のひとつと把握すべきと筆者は考える。ミッキーマウスやミニーマウスを初めとする諸アトラクションにちりばめられた架空のキャラクターが、そのための仕掛けです。この仕掛けの大きかりさ、内容の豊富さにおいて TDL が他に勝っていること——これは容易に観察されるところです。

しかし、TDL は同時に、来園者の心に形成した純イメージ世界をメンテナンスする政策におい

でも卓越したものを持っています。

筆者がゼミナール指導を通して探求したところによれば、東京ディズニーランドでは来客の心に形成した純イメージ世界を、維持するに有効と思える仕組みを徹底させているのです⁽¹⁰⁾。これらは表面に現れにくい、隠れた要素です。

5-1-1. 園外事物を視界に入れさせない政策

純イメージ世界維持政策の第一グループは、遊園地外の事物が入園者の目に入ることがないようにするものです。ミッキーマウスや白雪姫などのキャラクターは、来客の心中に純イメージ世界を誘発しますが、園内にいる途中で来客の意識を日常の物理的イメージ世界に戻らせてしまったら効果は急減します。それを避けねばならない。

そのためにとられている政策の第一は、観覧車を設置しないことです。観覧車は大きな水車風の輪の諸箇所に人が入って座れる箱をつるし、静かに回す装置です。それによって高いところからの眺めをゆっくり楽しませるという遊園地の定番です。

TDLでは敢えてこれを設置していない。来園者（TDLではゲストと呼んでいる。以下この語を用いる）の目にビジネスのオフィスビルやマンションなどのある外部の世界が入らないようにするためです。目に入ればゲストの意識に日常の物理的イメージ世界が混入してくる。観覧車をおかないことによってそれを回避しているわけです。

第二は、遊園地の周囲の壁を、外界が見えない高さにするという方策です。いかなるエリアに行っ

ても、いかなるアトラクション乗り物に乗っても外界は見えないようにしている。その意図は、観覧車をおかないことと同じです。

5-1-2. 内部の純イメージ世界誘発装置を

完全化する政策

政策の第二グループは、外部から視覚的に遮断された遊園地内部でのものです。

その第一はゴミ、塵を徹底して存在なくするという政策です。従業員（キャストと呼ばれる。以下この語を用いる）には、遊園地内の全ての箇所に、常時くまなく目を当てさせています。そして、ゴミが出たら即座に拾い上げてしまいます。

ゴミは日常の物理的世界にはつきものです。したがって、これを目にする、ゲストの意識には日常の物理的イメージ世界が混入してくるのです。そうした事態は絶対に起こさないで、純イメージ世界に浸りきらせる。そういう意図を持った政策と解されます。

第二は、ゲストの間で喧嘩などいさかいが起きたら、その場面を瞬時になくしてしまうという政策です。巡回キャストが、当事者を準備された部屋に即座に移動させそこで解決を図ります。

喧嘩を目にすると、ゲストは恐怖感を抱きます。恐怖感は日常の物理的イメージ世界につきまとうものです。そこには、自分はいずれ死んで消滅するというイメージも含まれています。ゲストの意識にそのイメージ世界を混入させないための政策とみられます。

第三は、工事中の場所が見えるアトラクションは、全て休止させるという政策です。TDL遊園地では、建物やアトラクション施設などを美化したり、更新するためにしばしば工事をいたします。その際、他のアトラクションの乗り物から工事現場が見えることがある。そうした場合、そのアト

(10) 明治学院大学経済学部肥田ゼミナール24期生（2002年3月卒業）の中の、ディズニーランド実証研究グループの調査指導の中で、それを見だしていくことが出来た。グループメンバーは、秋葉陽児、木村大輔、芹田奈々江、平林和哉、安武理英の五君であった。

ラクションは惜しみなく閉鎖してしまいます。

その意図も純イメージ世界の維持にあります。人が工事している姿が目に入れば、ゲストの意識にはまちがいなく、日常の物理的イメージ世界が混入してくる。それを徹底して避けるための一政策と解されます。

第四は、キャスト（従業員）の姿勢に関するものです。彼らには、「もてなし (courtesy)」の語をサービスのキーワードとして徹底自覚させています。もてなしというのは、あなたは存在価値を持つのですよ、というメッセージを多大に発信する行為です。

働く全てのものがもてなしの徹底した姿勢を持って対してくれる、という世界は物理的イメージ世界にはありません。ゲストはキャストのサービスにその姿勢を明確に見るたびごとに、その遊園地を純イメージ世界のものとして意識していく。もちろんそれを通して、自己の存在価値を肯定したいという欲求に一定の充足を与えられもする、これも間違いありません⁽¹¹⁾。

第五は、上記四政策よりもさらに気付かれにくい方策です。アトラクション数を一日では回りきれない多さに保つ、というのがそれです。

ゲストが来園した日に全ての施設を回り終えると「これだけで全部か」ということになる。するとその施設全体を冷めた目で距離を置いて概観す

るようになります。そうすると、人の意識は日常の物理的イメージ世界に引き戻されやすいのです。

閉園時になってもまだ未体験のものがある、という状態は、全く別の気分ゲストを留めます。未体験要素の存在がゲストの意識を依然として遊園地の提供する純イメージ世界に浸りきってさせることになるのです。

2001年9月4日に新しく追加されたディズニーシーの主旨もそこにあるでしょう。TDLでは、繰り返し来園するいわゆるリピーターの比率が9割を遙かに超えています⁽¹²⁾。来園頻度が増しても、一日では回りきれなかった未体験アトラクションが依然残るようにする決定的な方策は、もう一つ隣接させて同規模の遊園地を作ることです。ディズニーシーは、その方策の延長上に必然的に浮かんでくる施設だったわけです。

5-1-3. イメージ世界転換を円滑にする政策

第三のグループは、遊園地外部に対する政策です。

グループといってもその内容は一つです。

それは遊園地に向かってつづく外部の道にほどこされています。まず、舞浜駅で下車したゲストが駅を出ると、非日常的な形の植え込みと異国風デザインのランプが目にはいるようにされています。

そしてアーチをくぐります。すると、メルヘンの雰囲気や漂わせられた柵やランプで飾られた橋を渡るようになっていきます。そして、遊園地の入り口近くに来ますと、人の流れが消えて、心を躍らせて

(11) ただし、昨今キャストの「もてなし」姿勢低下傾向が指摘されるようになってきている。具体例としては、キャスト間での私語続行が散見されることが増えている。このことは、現場で観察されるだけでなく、インターネット上でも指摘されつつある。なお、大阪にオープンされたユニバーサルスタジオジャパンでは、このキャスト間の私語が多めで、それ故の失望感、サービス品質の低さもゲストによって評されている。「もてなされ感」がゲストにとっていかに重要かを、これらは物語っていると解される。

(12) 2000年までの時点で新遊園地への累計入園者数は約2億5000万人。それまでの年間平均入園者数は、約1600万人。累計入園者数に占めるリピーター（反復入園者）比率は98%を数えている。（TDL統計による）

るような音楽が耳に入るようにされています。

これらほみな、物理的イメージ世界から純イメージ世界への意識の切り替えをスムーズにするための政策です。園内に展開されるイメージ世界への急激な意識転換を強いると、対応しきれないゲストもです。すると彼らは園内でもしばらくの間、日常の物理的イメージ世界が抜けきらない状態であることになる。そうした人を出さないための方策と解されます。

5-1-4. 他遊園地の凋落プロセス

遊園地の主要な心理サービス機能が、そこにいる間は純イメージ世界に意識を留まらせる点にある、という観点から他の遊園地の凋落過程を認識することも出来ます。

浅草花やしき、横浜ドリームランドなども、純イメージ世界提供の機能を果たしてきました。その水準が東京ディズニーランドに及ばない施設であるにしても、長期にわたって多くの来園者を集め営業を続けてきました。

ところが、1983年4月15日にTDLが開業して状況が変化し始めました。TDLは純イメージ世界を、前述のような徹底ぶりでもって提供し始めました。人々はそこへの来園を繰り返すにつれて、諸要素の高い水準を体験学習していきました。

彼らの欲求水準は徐々に高まります。その結果従来の遊園地が提供する水準がもの足りなくなっていくます。具体的には、そこで形成させてくれる純イメージ世界の不完全さが気になって見えてくるわけです。

こうして、次回に行きたくなくなる遊園地がTDLに移行していきます。あるときその人数が加速度的に上昇し始める。併行して旧遊園地への来園者が加速度的な減少を開始します。今日の盛衰対照はそれが表面化した結果だと理解できます。

5-2. テーマレストランの隆盛

飽食の時代が進むほど、人々の純イメージ世界志向は高まります。そうした観点からでなければ説明が困難な現象がレストラン業界にも発生しています。

テレビ番組「マネーの虎」の出演者でもあるYというベンチャービジネスマンは、東京地域で一見奇想天外な様式のレストランを考案し開業しています。

その一つ「アルカトラズ」は牢獄風レストランです。店内は牢獄のようになっていて、お客は入り口で手錠をかけられる。そして、店員に牢屋の一室につれていかれます。そこは本当に鉄格子の檻になっていますが、それが食事ルームなのです。客は牢獄の中で食事をするわけです。この店はテレビでも紹介され、話題になりました。

これが、大ヒットしている。Y氏は同じコンセプトの店を東京の他の街でも展開した。これがまたヒットした。こうなると、それを模倣する店が出現するのが日本の常であります。そしてそれら模倣店もまた好収益を上げていると伝えられています。

Y氏は、同じコンセプトで他業態の店も出しています。その一つ「遊郭 Dining『性』・SAGA」は、昔の遊郭風レストランで、その一室に案内して客に食事をさせる。これも成功です。

「SAYAN」という店もある。業態はジャングル・レストランとっていいでしょう。ジャングルでは湿気も多いし、動物で危険でもあります。人々は、木と木を結んで空中に作った小屋のようなどころで暮らしたりします。客は、そういう作りの空中ルームのようなどころに案内されて、食事をします。

ルームに上る階段は狭く、天井も低い。直立し

たら頭を打ちます。店の入り口から案内されてルームに至るまでの通路には、水たまりまで作ってあって、気を付けて歩かないとそこにはまります。実際、はまって靴が濡れたと怒っている客も出ます。それでも成功している。

なぜでしょうか？ 人々は、なぜそんなところにわざわざ来て食事をするのか？ マズロー＝ウイルソン理論の含意がその理由を明かしてくれます。

これらの店は共通して、現代東京人の心に未体験の純イメージ世界を触発します。犯罪で手錠をかけられ獄中に入るという体験は、ほとんどの人にはないでしょう。イメージだけの世界です。あやしげな遊郭の一室で食事をするのも、戦前にはともかく今は不可能です。ジャングル生活も、現代の東京人には体験できない。それは物理的イメージ世界とは対応していない意識世界なのです。

来店者の多くは、会社帰りのビジネスマンです。彼らは店の入り口までは物理的イメージ世界に意識をおいています。だが店内に入ると純イメージ世界を心の中に誘発されるのです。それは店内に入っても純イメージ世界と共にしばらく併存するでしょう。

けれども、人々はそこで仲間と飲み食いを楽しみます。食欲を充たします。するとその充足が自己価値肯定意識を高め、純イメージ世界のリアリティを徐々に高めるのです。自己価値肯定の意識も基本的に純イメージ世界に属するものです。来客は店内で飲み食いしている間は、日常の物理的イメージ世界におけるよりも遙かに価値意識を破壊する要因の少ない世界にいることになる。それが彼らの価値肯定意識をのびのびと開放するのです。

するとさらに食欲や愛情欲求が増し、来店者の意識は活性化します。こうして彼らは、同じ飲食をしても、他の店では得られないような精神の活

性を得るわけです。それが職場で疲れた彼らの精神の癒しにも通じます。この癒しが忘れられず、一度体験した客はまたやってくる人が多いのです⁽¹³⁾。

6. 展 望

以上がマズロー＝ウイルソン理論が含意するところの構図です。それが明らかになると同時に、我々の時代に浮上する一社会問題の構造もみえてきました。仕組みが明らかになったいま、出現する問題を打開する手法の開発とその運用の巧拙が実践的には重要課題となります。

飢えの心配を打破すれば、飽食の時代が進展します。それにつれて、我々の内にある無常意識が自己価値感を保つのをますます困難にしていきます。放っておけば生きる意欲は全般的に希薄になっていくのです。

作家・堺屋太一氏は、世の中の潮流を洞察する感性と、社会的な対策を考案・実施していく実践力のある人です。氏の提唱で、現在氏自ら会長を務める「イベント学会」が5年前（1998年3月）に立ちあげられました。そして2003年度の5周

(13) 純イメージ世界誘発タイプのレストランは、他にも多数出現するに至っている。それを指すに「テーマレストラン」という用語も生まれている。この単語の原型はテーマパークであって、TDLの特性を示す言葉として当初生まれた。

テーマパークは日本語英語であって、本来の英語にはない。公園を一貫した独自のコンセプト（理念、テーマ）でもってつくるというのが、日本人には特異なことだったのであろう。従来我が国で公園といえはほとんどが、ブランコ、シーソー、滑り台、砂場、鉄棒、芝生のある立ち入り禁止スペース、ベンチなどを定番的に取りそろえたものであった。どこに行ってもその定番があった。そこには日本の役所の「形だけをまねる」という発想方式が絵のように現れている。

年記念大会における会長講演でもって、日本にイベントを盛んにする必要を氏は力説しました。

イベント（日本語では催事とされる）とは、個々の現場において人々に純イメージ世界を誘発する仕掛け、という面を色濃く持っています。これを盛んにすることは、飽食時代の心理問題を打開する手法の一つとして適合していることになるわけです。

氏は国士的な志でそれを先頭に立って推し進めようとしています。マーケティング実践者の観点からすれば需要に対応することが課題となります。国民の意識に純イメージ世界誘発の仕掛けに対するニーズが増大してくるのなら、情報流通手段としてのイベントへの効力は上昇します。さすれば広告戦略におけるメディアプランニングにも変化が生じるでしょう。メディアミックスにおけるイベントの地位は上昇し、中核的な位置に向かって移動を開始するでしょう⁽¹⁴⁾。

また欲求段階説の含意は、教育手法に対しても示唆を与えます。教育とは知識を提供するだけでなく、それを吸収する側の精神活性度を高めるこ

とをも含むとするならば、自己価値感を高揚させる仕組みは「教育力」造成のための最後の柱となるでしょう。実際、過去において競争上優位にたってきた機関は、この点での仕掛けも優越してきたように観察されます。

国立大学の独立行政法人化を契機に、大学間競争も突然激化を開始しました。当面、競争局面は看護、福祉、情報処理、法律など実学色彩の濃厚な知識提供の施設と人材取りそろえに集中しています。だがこの競争が一段落した後に、諸大学が直面する課題はまさにこの最後の柱の構築に集中していくでしょう。

(完)

参考文献

- 日本マーケティング協会編（2001）『マーケティング・ベーシックス〈第二版〉』同文館
- マズロー、A.H.著、小口忠彦訳（1987）『[改訂新版]人間性の心理学——モチベーションとパーソナリティ——』産能大学出版部、(Maslow, Abraham H. (1970), *Motivation and Personality*, second edition, Harper & Row)
- ウィルソン、コリン著、由良君美、四方田剛己訳（1979）『至高体験——自己実現のための心理学——』河出書房新社、(Wilson, Colin (1972), *New Pathways in Psychology: Maslow & the Post-Freudian Revolution*, Victor Gollancz Ltd., London)
- 、中村保男訳（1988）『アウトサイダー』、集英社、(Wilson, Colin (1956), *The Outsider*, Victor Gollancz Ltd., London)
- オルポート、G.W.著、今田恵監訳、星野命、入谷敏男、今田寛訳（1968）『人格心理学』(上)(下)、誠信書房 (Allport, Gordon W. (1961), *Pattern and Growth in Personality*, Holt, Rinehart and Wilson)
- リーヒー、T.H.著、宇津木保訳（1986）『心理学史』誠信書房、(Leahey, Thomas Hardy (1980), *A history of Psychology: main currents in psychological thought*)

(14) イベントというものが広告戦略において果たす役割は、従来より我が国では大きかったと推察される。食品・薬品を製造販売するOグループは的確な広告戦略でもって知られている。そこにおいてかつて宣伝部長を努めていたT氏は、すでに十年以上前に、イベントが果たす効果の大きさを体験的に告白していた。氏の広告戦略に関する能力や判断実績は、グループ内における発言力・決定権をも高め、広告業界でT天皇と呼ばれてもいた。その彼が「イベントは効く」と一度ならず述懐していた。

そうであれば、これまで他の広告主が気付いていないだけとなるだろう。にもかかわらず（イベントなしで）一応の広告成果を出すことが出来てきた。それが今後は、イベントを重視したメディアプランニングを作成しないと、従来水準の広告成果が得られなくなる。21世紀がそういう時代になる可能性は高い。

- ワレン, H. C. 著, 谷田部達郎訳 (1951) 『心理学史』
創元社, (Warren, Howard C. (1920), *A History
of the Association Psychology*, Charles
Scriber's Sons)
- ブッダ著, 中村元訳 (1978) 『ブッダの真理のことば・
感興のことば』岩波書店
- (1980) 『ブッダ最後の旅』岩波書店
- (1984) 『ブッダのことば』岩波書店
- (1986) 『悪魔との対話』岩波書店
- The Holy Bible, The Gideons International, 1977
- The Ryrie Study Bible, Moody Press, Chicago,
1976
- 『舊新約聖書』日本聖書協会
- 『聖書』日本聖書協会
- 『聖書・新改訳』いのちのことば社
- 『聖書・新共同訳』日本聖書協会
- ウエーバー, マックス著, 池田昭訳 (1974) 『アジア
宗教の救済理論』勁草書房
- カルヴァン, ジャン著, 渡辺信夫訳 (1956) 『信仰の
手引き』新教出版社
- 富本健輔 (1984) 『神を背に立つ改革者ルターとカル
ヴァン』清水書院
- 日本基督改革派教会大会出版委員会編 (1994) 『ウエ
ストミンスター信仰基準』新教出版社
- 渡辺信夫 (1968) 『カルヴァン』清水書院

(2003年12月3日経済学会受理)