

# マズローの欲求5段階説による愛着感情の考察

A research about attachment feelings with Maslow's hierarchy of needs

keywords : 愛着感情、人工知能、感性工学、自己実現

名古屋工業大学 建築・デザイン工学科 研究生 鈴木領馬

指導教員 / 須藤 正時 准教授

## はじめに

世の中の多くの人は、「愛着」のあるモノをいくつか持っているだろう。筆者もCASIOの「DATEBANK [注1]」という80年代に流行した腕時計をいくつも集めており、ほぼ毎日欠かさず装着している。価格の割に細部までしっかり作られている精密さと、防水機能も備えているためタフで気軽に使えるところが好きだ。近年の腕時計にはないデザインで、必要ではないが計算機を搭載しているのも好きなポイントである。DATEBANKは当時、先進的な腕時計として注目され、いわばスマートウォッチのようなものとして流行した。1985年に公開された映画「Back to the Future [注2]」で主人公のマーティが装着していたということも筆者の愛着に関して大きく影響している。

上記は筆者の一例だが、このようにモノに対して特別な感情を抱く「愛着」とは何なのだろうか。広辞苑によれば、愛着とは「人や物への思いを断ち切れないこと」と記されている。確かに、愛着の対象のことを思うと独占欲や執着心を感じるものである。「愛着」はデザインのみならず様々な分野で何気なく使われる言葉であるが、その定義は曖昧で、証明しようとも漠然としているように感じる。エモーショナルな要素であるために完全に解明することは難しいが、モノの入れ替わりが活発に行われる現代において、愛着はモノと人との関わりの中でひとつの重要な要素なのではないかと考える。そこで、本研究では過去から未来へのデザインのあり方とともに愛着感情の変遷を分析することで、消費活動を分析し、モノと人間の関係が今後どうなるかを予測することを目的とする。

ここでは、アメリカの心理学者であるアブラハム・マズロー [注3] の「欲求5段階説」にしたがって消費者の消費行動、愛着感情を読み解いていくこととする。マズローによれば、「人間は自己実現に向かって常に成長し続ける生き物」であり、低階級の欲求が満たされると、より高次の階級の欲求を欲するものと言われている。(図1)

## 神武景気による大量生産の時代

### (生理的欲求から安全欲求へ)

戦後の高度経済成長期、日本人は悲惨な戦争の爪痕から生きるための衣・食・住を求めて、なんとしてでも人並み

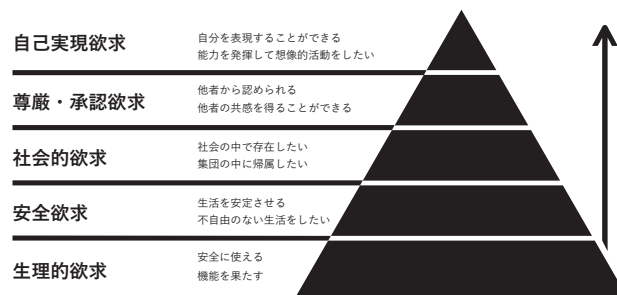


図1. マズローの欲求5段階説

の生活を手に入れようと必死に働いた。一面焼け野原で全て失われた戦後間もない時期は、安心して日常生活を送れる「生理的欲求」を願う時代だった。ゼロから始められた日本のものづくりは、めまぐるしいほどのスピードで発達・浸透した。

憧れの家電といわれた、白黒テレビ・冷蔵庫・洗濯機の「三種の神器」がこの世に出現し、それらを手に入ると、3C(カラーテレビ・クーラー・カー)に代表される「新・三種の神器」が人々の求める生活の豊かさの目標となった。このように戦後の約20年間で日本は戦前以上の生活水準を取り戻し「もはや戦後ではない」日本の景気回復を成し遂げた。当時はモノに対して「使用価値」を求める傾向が強く、生産者は消費者のニーズを次々と追求し、現代の生活の基礎となる部分に大いに貢献した。また新しいモノを作れば素直に売れる時代であり、消費者は商品をどんどん買い込んで押し入れに入れ込む物潮の時代であった。「地球家族 - 世界30か国の普通の暮らし [注4]」を見るとその状況は一目瞭然である。狭い国土の中で無数のモノに囲まれながら生活している我々は、世界の他国と比較しても、「大量生産・大量消費」が顕著に現れていることが読み取れる。戦後の高度経済成長により、不自由なく、安定した日常生活を送ることができるよう「安全欲求」が満たされ、人々の生活を豊かにすることが叶った。

## 感性工学の出現 (社会的欲求)

しかし、このような経済成長を遂げ生活必需品への物欲

が消化されるようになると、人々はモノに対して「付加価値」を求めようになった。他者の中に存在する自分として「社会的欲求」を求めようになったのである。70年代以降、構築された生活様式の中でバブル景気の兆しが見え始めると、消費者は多品種少量生産・個性的消費をするようになった。これは高度経済成長期には生活の利便性を求めて消費活動が行われていたことが、次第に自己表示・差異表示を求めようになったことが所以とされる。経済の循環が潤い、国民一人当たりの所得も増え続けた結果、消費者の需要は「必需品」から「ブランド思考」に変遷していった。その結果、バブル経済期にはモノの機能性に加えてそのものが持つ特別感や唯一性を重視する傾向が現れた。その後のものづくりでは、生産者は消費者の「感性」に応えるものづくりが求められるようになり、1990年代の製品開発、特に自動車の開発においては消費者の持つ感性を調査し、その感性に沿った良質な製品開発プロセスを取り入れることが広まった。「感性工学」と呼ばれるこの手法は、「人間が持つ感性やイメージを具体的にものとして実現するために設計レベルへ翻訳する技術」[1]と定義されている。作れば売れる生産者と消費者の関係は、消費者の望みを叶えるために生産するという形へ変遷する。例を挙げると、「○○のようなモノが欲しい」という消費者の要望に対して、カラーやスタイリング、形態、機能まで分析し、最終的に設計できる技術レベルのところまで変換していくのである。感性工学の出現によって、デザインの重要性はより世の中に浸透していくことになった。消費者の社会的欲求を満たすためにはデザイン思考が必要不可欠になったともいえる。

## ロングライフデザインの特徴

ロングライフデザインとは、絶え間なく新しいものが生まれるデザインの世界において、時代や流行などの一過性の制限を超えて長く使用者に愛されるデザインのことを指す。ロングライフデザインの特徴について調査した論文[2]では、長く愛されるデザインを持つものは審美性・簡潔性・重厚性の3つのイメージ因子から構成されると言われている。先に述べた感性工学においても消費者に長く愛される商品を作るためには欠かせない因子といえるだろう。ここであげる審美性因子とはそのものが同類の他商品と比べて美しさに優れているかどうかを指し、消費者の価値観としてモノに美しさ・デザインの質が求められていることがわかる。また、審美性因子に加えて操作のシンプルさや、そのものを見て用途が明快に理解できる簡潔性因子を備えたものが消費者からの評価を得る傾向にある。対して重厚性因子ではそれらの商品の特徴に替え、伝統工芸品

などに見られる、そのものが有する歴史や技術が評価の値としてあげられる。この重厚性因子の評価を高く持つモノは、所有者の心を満たす使用価値や所有満足感をもつ傾向がある。そしてこれらのイメージ3因子に加え、商品自体が持つ機能性や使用感、および愛着感もロングライフデザイン商品の重要な構成要素になる。秀でた商品は消費者に快適な使用感や愛着感を提供し、長く愛されるモノとなる。ロングライフデザインには人の感情に触れる要素が重要であることが明らかにされている。

## 現代人の考える愛着を持つもの（尊厳・承認欲求）

「モノへの愛着の分析」を調査した論文[3]では、現代の若年層が愛着を抱く対象となるモノは「携帯電話」と結果が出ている。回答の中には写真やぬいぐるみ、手紙なども挙げられているが、携帯電話は群を抜いて支持を得た。その理由として、近年の携帯電話・スマートフォンは「自分の感覚や知的機能の一部として機能する道具」[3]であり他のモノと代替することが困難なために固着も強くなる可能性を述べている。

人がモノへ愛着を持つ理由として、モノは所有者にとって単なる物体ではなく、手放しがたい特別なものとして存在し、それらは所有者自身や身近な他者を擬人化して捉えることがある。モノは本来持つ機能的な意味・役割のためだけに存在している訳ではないということが言えるだろう。また、不特定多数のユーザーが存在するSNS上では、それらに付属するサービスにより現代人の承認欲求を満たすことができる。気軽に自分の思考を短い文章でつぶやくことができる機能をメインとした「Twitter」や、写真や動画などをメインで投稿する「Instagram」を例にあげると、他者が自分と共感してくれる”いいね！機能”は自分の存在意義を再確認するということと、他者に評価され認められたいと願う「承認欲求」を満たすという面で実は現代人の価値観にとっても深く通づるところがある。デザインに対して思考の理解や知識が高まったこともあり、人々は差異表示に留まらず他者から見て評価されるものや他者が羨望するモノ（こと）を手に入れることを欲求として持つようになった。

## AI、ロボットが果たす社会的存在とは（自己実現欲求）

人工知能（以下、AI）や人型ロボットの技術進化が進み、それらはますます私たちの生活に身近なものになりつつある。これらが開発される主な目的は、いうまでもなく利便性を追求した結果である。人間が考え、動くことに変わってAIやロボットが機能してくれたら、という謂わば人間のエゴとも言える。映画の世界ではAIやロボットが共存

する世界をよく描かれることがあるが、2013年に公開された「her／世界で一つの彼女〔注5〕」では、人間とAIを搭載するオペレーションシステム（以下、OS）との親密な関係が実にリアルに描かれている。映画の舞台はAIやロボットが社会で普遍的なものとして認められている近い未来だが、主人公オセドアが手紙の代筆をプロフェッショナルとして生業にしているところは、他者とのつながりを変わず大切にしているようで興味深いところである。ここで描かれるOS（サマンサ）が果たす機能は、メールの送受信、データ処理、娯楽の付き合い、ユーザーの分析、そして日常会話であった。元々生活を楽にするための“道具”に過ぎなかったサマンサだったが、そこで生まれる日常会話や彼女のシステムが持つ人間性を通して、2人の関係は「人と道具の関係」を超越し、「人間としての信頼関係」を築くまでになった。冷静に考えてみれば、もし家具家電が全て人工知能とリンクすることができたら、現代人はAIに依存する生活に慣れてしまうだろう。今でもAI搭載スピーカーシステムやスマート家電は異常なほど自然に、新鮮なものとして生活の中に取り込まれてきている。技術革新は驚きと否定から始まりながらも、自然と生活に定着してきていることを実感する。しかも、3Dプリンターや3Dスキャナー、ものづくりカフェなどの登場により人々の創造心は高まってきている。写真や動画の世界もスマートフォンの登場により身近になり、それぞれがクリエイター時代を楽しんでいる時代が到来してきている。今後、人工知能が所有者を分析し、モノと人間の間に信頼関係が生まれAIが自己実現の新たな手助けになるとしたら、現代人は間違いなくAIに対して「道具」としてではない新しい愛着の感情を抱くであろう。

## おわりに

これからの未来、人々が愛着の対象として描くモノは今までのものとは違って来るかもしれない。人がモノに愛着を抱く条件として、「機能的条件」「情緒的条件」「自己表現性」「記憶に関わる条件」が考えられている。それらをモノから享受するとき、人は必ずとモノを擬人化している。愛着を抱くモノの種類には性差があるが、今後AIなどの技術がさらに発達していけば、ユーザーを認識し寄り添う「モノ」は、「機能的条件」「情緒的条件」「自己表現性」に秀でるものとなり、人々の生活に安らぎと充実感をもたらしてくれるかもしれない。5段階欲求に従えば我々は新たに「自己実現欲求」を欲するところまですでに到達しているのだ。これまでの歴史の中で人類は、生活を営み、社会を創り、自己を認識した。今後はAI、ロボットの存在が自分を表現するツールとして存在し、人々はそれに人間的

な信頼関係を築くことになり得るだろう。しかしそこには人間が存在意義の根源とする「他者との繋がり」がある。いつの時代になっても、人間を支えるものを大切にしておくことが必要である。

---

## 【参考文献と注釈】

- [1] 感性工学とその手法／長町三生(1993)
- [2] ロングライフ商品のデザイン特性について／長井崇ら(1997)
- [3] モノへの愛着の分析／木野和代ら(2006)

### 〔注1〕 DATEBANK

1984年にカシオ計算機が開発・発売した腕時計のブランド。元々計算機の販売メーカーだったカシオが1983年に最初の電子手帳を発売し、その翌年に作られた。腕時計の時計機能以外に、電話番号や電子メールアドレスを記録・貯蔵するメモリー機能が付いている。機種によっては電話帳メモ機能、スケジュール機能、URLメモ機能、など10件～最大300件（国内モデル）など機種によって記憶できる件数と内容が異なった。

### 〔注2〕 Back to the Future

1985年にアメリカで公開されたSF映画。アメリカのカリフォルニア州に住む高校生マーティ・マクフライが、科学者であり親友のエメット・ブラウン博士（通称ドク）を手伝ってスポーツタイプの乗用車デロリアンDMC-12を改造してタイムマシンを開発し、トリップ先の未来を全3部作で描く。

### 〔注3〕 アブラハム・マズロー（Abraham Harold Maslow）

20世紀にアメリカで活躍した心理学者。人間性心理学の最も重要な生みの親とされており、精神病理の理解を目的とする精神分析と、人間と動物を区別しない行動主義心理学から人間の自己実現についての研究を遺した。

### 〔注4〕 地球家族－世界30か国のふつうの暮らし

1994年に出版された、世界の平均的家族の持ち物と暮らしについて納めた写真集。高級車を4台もつクウェート。1頭のロバしかもたず毎日40分かけて水をくみに行くアルバニア。自家用飛行機2台と4頭の馬をもち今日を楽しむアイスランド。2週間も食べられなくてもすべて神様が決めることというインド、生きていることが成功の印というグアテマラは驚くほど物が少ない。テレビも飛行機も見ることがなくても仏に守られているかのように静かに暮らすブータン。物質文明の先端で信仰生活になぐさめを得ているアメリカ。環境や人口といった地球がかかえる問題を考えると子供の未来が不安だというドイツ。物が溢れる日本。家の中の物を全部家の前に出して写真を撮るという大胆にして空想的な実験の成果を納めている。

### 〔注5〕 her／世界で一つの彼女

2013年に公開されたアメリカのSF恋愛映画。コンピュータのオペレーティングシステム（人格を持つ最新の人工知能型OS）のサマンサに恋をする男、オセドアを描いた物語である。