

観光行動における消費と欲望の構造

——観光行動論 序説 (1) ——

梶本邦夫

序

何千年にもわたって人類は、生存をかけて「生産と消費」を繰り返してきた。

人類の歴史は、まさに生産と消費の歴史だといっても過言ではないだろう。すなわち、生産と消費の歴史を解き明かすことが、人類のあり様を解明する手がかりになるかもしれない。

人間の心の中に「欲望」が存在する限り生産と消費は続けられ、その成長はあくなき欲望の増殖に比例する。すなわち、生産と消費は、実は人間の欲望充足の過程だといえる。多少の異論が存在するにせよ、マズロー(Maslow)が主張するように、欲望がその充足過程で階層構造をなし高次の欲求充足に向かうという仮説には同意させられるが、低次の欲望段階にあるからといって不幸であるとは限らない。

人間の心の深層に埋没したりビドー・サトナスが、突然イドの世界に頭をもたげるが、その上空には自我の世界が現実化し、超自我へと昇華するというフロイト(Freud. S)の分析も、また親友フロイトから別離し、新たな無意識の世界を模索して「自我」を説明したユング(Jung. C)の仮説もつまるところ欲望が人間そのものの本性であることの証明だといえる。豊かになった人間の消費と欲望の向かう先が「自己実現」であったり「超自我の世界」であったとしても、生きるために日本人は生産の成果の23%を消費する。ボードリヤール(Baudrillard)は、消費の源泉である欲望は、幸福追求という人間観から派生し、すべての人間は欲求充足の原則の前に平等であるとしながらも、欲求とその充足は「記号による距離と差異化の維持」という絶対的原則に従い、「上から下への消費の全領域に渡って、社会的差

別の用具になっている」と断言する。ボードリヤールの意図の受容には寛容になれるし、そのような現実が多く存在することも事実であるが、人間の多様な価値観を画一的に規定している点には同意できない。

本論文は、表題にあるように遠い彼方にある人間の観光行動の源泉を解き明かしたいとの欲望に取り付かれた筆者の序である。人間の観光行動への欲望は、我々が商品を追い求め消費する態様と類似するが大きな差異が存在することも事実だろう。

観光行動そのものが記号の集積であり、世界のいたるところに無名の記号論者が徘徊し旅行者は記号そのものに何にでも興味を示す、とアーリーは指摘する¹⁾。まだ見ぬ彼方への旅立ちは、その行動や対象が記号化され、記号の消費が続くことはソシュールの言を引用するまでもないだろう。

本論文では、まず筆者の考える観光行動論の体系を簡単に論述し、その後、観光行動の深層にある「消費と欲望の構造」を中心に論及を進めたいと考えている。本論文がいつ終結するかは定かでないが、回を重ねるごとに観光行動論の体系化が進展することを願っている。

1. 観光行動論の研究対象と方法

観光とは「観光欲望の充足を目的とした日常空間の一時的・自発的転換行動」と定義することができる。すなわち、人々が何らかの欲望(観光欲望)を充足させるために日常空間から観光空間へ肉体的・精神的転換を一時的・自発的におこなう行為といえることができる。

ここで言う、何らかの欲望とは空間移動への心理的欲望を言い、観光欲望と表現できるが、前田は「観光欲求」と呼び、またその心理的エネルギーを「観光動機」と呼称するのが一般的だと説明している²⁾。日常空間

は、一般的に仕事や勉強、家事といったいわゆる日常生活を営む空間であり、一時的なものではなく通常反復繰り返し空間であるが、観光空間は観光欲望充足のために存在し、また創造され、日常空間とは別離した異空間だといえる。

大橋は、いわゆる「観光」に関する意味・解釈に関し主に2つに分類できるとしている。1つは「Tourism」と英語で表記されるもので、定住地から移動（旅行）し一時的に滞在するがその目的は必ずしも観光に限定されるものではないとする欧米的理解³⁾と、日本語の「観光」が、旅行、滞在、見聞、気晴らしといった意図・目的を持ち、仕事での移動は含まないとしている点に注目し、「Tourism」という用語と「観光」という用語にはニュアンスの相違があり峻別すべきだと主張される⁴⁾。

本論では、観光欲求充足のための空間移動を観光とする立場から、大橋の考察による日本語の「観光」に概念的は合致する。

このように「観光空間への移動」を学ぶ観光学研究は、居住空間の一時的・自発的転換行動の歴史（war）理論（sein）、政策（sollen）を研究対象とする学問だと考えている。

本論で議論する「観光行動論」は観光学研究の主要な分野であると同時に、古くから多くの研究者によって研究が進められてきた「消費者行動論」の成果を基礎におく学際的研究分野（interdisciplinary studies）ということができる。

観光行動論の基礎となる消費者行動論の研究対象は、消費者の欲望研究をもとに主に消費者そのものの購買動機や消費行動の解明にあると考えられるが、その際、今まで主に「商品」を念頭に置いた分析がなされてきたのではないかと考えている。

マーケティング論の体系化が進んだ戦後のアメリカにおいても、消費者がどのような過程を経て商品を選択するのか、またそれらがどのようにして流通（配給）されるのか、またそれらの機能や構造についても多くの議論がなされてきた。一方、我が国において75年以降の安定成長期には、安い労働力を求め生産地の海外移転が進展した結果、いわゆる脱工業化という社会現象が起こり、国内産業が第3次産業へとシフトしサービス産業の経営が注目されるようになった。流通産業やサービス産業への従事者が1・2次産業の従事者数を上回るようになり、そのような人材を養成するために大学の講座の中にもサービス経営論、サービス・マーケティング論などが設けられるようになった。

人間が観光を目的に空間移動を計画し、実行する観光行動は、個人の行動としてはきわめて限定的な移動となるため、それを支える様々な産業が必要になる。

空間移動の手段としての交通産業、宿泊に必要なサービスを提供するホテル・旅館や、観光の対象となる地域、施設、観光資源などの整備と開発、また、それらを全体的、部分的に企画・計画し必要な情報や便宜を提供する産業など多くの産業が一体となって人間の観光行動を可能なものにしていく。これら一連の産業の多くはサービス産業に分類されるものであるが、主に縦割り分類になっている我が国の『産業統計表』には業際の産業である「観光産業」という分類基準に基づく統計がなく、今後ますます増大する業際の中分類項目の必要性を認識する必要があるといえる。

さて、以上のような認識から、観光行動論は、このような「観光⁵⁾という無形の財を消費する人間の消費行動を解明する観光学の一分野」だと考えることができる。

2. 観光行動論の分析枠組み

筆者は観光行動論の分析枠組みを前述の産業組織論の分析枠組みに従い「歴史・理論・政策」の3分野から説明することが論理的だと考えている。

観光行動論を消費者行動論の枠組みの中の新たな学問領域と認識し、その分析枠組みを考える際に、観光行動の歴史（観光行動史）、観光行動の理論（観光行動理論）および観光行動の政策（観光行動政策）の3分野から体系化することが妥当だといえる。次に観光行動論を構成する3つの分析枠組みについて簡単に触れたいと思う。

(1) 観光行動史（観光史）

人類の観光行動がいつの時代から、どのような動機で、どのような方法でおこなわれ、現代に至っているかを解明する領域だといえる。すなわち、観光行動の起源と歴史を研究しようという領域である。例えばタウナーは観光行動の初期の段階は特権階級のみ可能であったとしており⁶⁾またフェファールは200年間続いた古代ローマ帝国のおかげで各地の観光施設が充実しイングランドのハドリアヌスの長壁からユーフラテス川まで安全に旅行できたことなどを指摘している⁷⁾。

また、同様にフェファールは13世紀から14世紀にかけて巡礼が盛んになり、ホスピス（hospice）⁸⁾がネットワーク産業として成長し、免罪旅行案内書の大量発行に

より旅行が組織化され⁹⁾ヴェネチアからパレスチナまで組織化されたツアーがおこなわれたことを指摘している。また、アドラーの研究からも我々がしばしばパンフレットなどで見るグランドツアーといわれるものの起源が、貴族や紳士階級の子弟がおこなった旅行形態として17世紀の終わりに確立されたことが明確になっている¹⁰⁾。また、たびたび引用される中国の漢時代の五経典の1つである『易経』にも「国の光を観る。もって王に資^{ひん}たる利し。国の光を観るとは、資^{ひん たつとぶ}を尚なり」¹¹⁾とあり、「王が四方をあまねく巡航し、民の風俗を観察し、また敬うべき客を温かく迎える」ことが王の務めとした。

このような観光行動の歴史は、種族・民族・地域・国によって異なることは明白で、史実に基づき正確な観光行動の歴史を調査・研究するための観光行動史(観光史)の体系化が求められる。

(2) 観光行動理論

観光行動理論は、観光行動を惹起させる人間の欲望とその構造の解明、またそれらの欲望がどのような形態をとって観光消費という現象に結びつくのか、換言すれば「観光行動における消費と欲望の構造を明確にするための様々な事象」を研究する領域だと考えられる。ここで言う様々な事象を明らかにするための目的は、いうまでもなく観光行動における消費と欲望の体系化に他ならないわけで、このことが明確になれば、いわゆる観光事業のあるべき姿、方向性が明確になると考えられる。

観光行動における様々な事象を明らかにするための分析枠組みとして、経営学における戦略構造の枠組みを借用すると、事業、競争、環境の3分野からの接近が1つの方法として有力だといえる。

観光行動に関する環境戦略には、観光行動を起こさせるための観光価値を有する資源の発掘と評価が必要である。昨今話題となっている「世界遺産」の指定は、観光資源の発掘と評価および保全の国際的基準だといえる。

また2番目の事業戦略は、そのような観光資源の価値の極大化のための戦略だと考えられる。観光資源の価値化の極大化を図るためには、交通、宿泊などの事業を含めて観光地を事業主体とした面的事業戦略が必要になるだろう。

また3番目の競争戦略においては、他の観光地との競争、協調、差別化等をどのように図るかが大きな課題になる。

このように観光行動理論は、人間の心の中に存在する

観光行動への欲望の構造を知ることから始まり、それらの欲望がどのような過程をへて充足(消費)されていくのかを明らかにすることだといえる。また、観光消費の動機と過程の解明のためにはグローバルな視点から国際的な観光消費に関する調査・研究が必要になるだろう。観光学研究の原点は、このような観光行動の解明によってより精緻な学問領域として認知されるが、我国における観光学研究が、まさしく初期の経営学研究においてH. クンツの言う**Management Jungle**であったように、**Tourism Jungle**に踏み込み、行き先を見失ったハンターのような印象を受けるのは門外漢である筆者のみではないだろう。

(3) 観光行動政策(観光政策)

観光行動政策(観光政策)は、観光市場の創造、観光資源開発、観光産業の育成などを通して観光客の満足を目的に公共団体(国、地方、各種公共団体等)、企業、観光地産業などのおこなう様々な政策を言う。

観光行動政策は、広義にはいわゆる **inbound**¹²⁾と **outbound**¹³⁾の二側面の公共的対応(公企業・私企業を問わず)だと言えるが、狭義には **inbound** を意味する場合が多いといえる¹⁴⁾。観光行動政策の基本は、まず観光対象の観光価値に注目させ、興味を喚起させ、欲望を起こさせ、観光客化させることによって、一時的に観光空間への移動を促進させるための諸政策だといえる。すなわち新たな観光資源の開発、観光資源の魅力化などへの投資と観光資源・観光地等への接近の容易性の実現、およびそれらの広報活動計画とその実行に関する政策、また実際に観光客化した市民の継続的受け入れと満足の獲得のための政策だといえる。

以上が観光行動論の枠組みであるがきわめて概説的であることから、今後随時理論の補完をおこない、観光行動論の精緻化を図ってゆきたいと考えている。

さて、本論文は序で述べたように、今後観光行動論を観光学の中の1つの学問領域として確立してゆくための第一歩だが、特に観光行動を誘発する心理的側面とその行動としての消費の概念規定を先行研究に学びながら論じてみたいと考えている。

3. 消費と欲望の構造

人間の行動は、それが意識下にあるか否かを問わず「欲望」がその動機になっていると考えている。同様に商品やサービスを求める消費者行動も、人間の欲望がそ

の根底にあると言えるが、だからといって消費者の欲求や欲望に関する調査や研究の成果が、直ちに新製品の開発とその成功に貢献しているかどうかは定かでないとする石井の考察には同意できる¹⁵⁾。「消費者に欲望があるのか」という石井の問いかけは、マーケティングそのものの既存概念への問いかけでもある。

以前に、ある大手家電メーカーの新製品開発担当者と雑談していた際に、同社がおこなった消費者調査をもとに、**100**の新製品を作り販売したとしても、成功したと判断できるのは**1**つか**2**つであるといったことを聞いたことがある。石井はこの様なたとえ話ではなく、実際に詳細な調査を行い吟味しているが、石井の問いかけに筆者は人間の欲望がいわばトランスポゾン¹⁶⁾そのもので気まぐれで変化に富み、不完全、不確実で捉えようのない代物であるという思いに駆られたが、だからといって欲望と消費の関係性が否定されるとは思えない。

ボードリヤールは主著の**1**つでもある『消費社会の神話と構造』の中で、近代社会は生産主体の社会であったが終焉し、続く現代社会は「消費」を中心とした消費社会の時代であり、消費社会は欲望と消費をキーワードとした商品の魅力に取り付かれた社会であると分析する。

あり余る商品の中で商品相互の「差異」が強調され、記号としての「商品の意味」は、他の商品との差異で決まると考えた。またこのような社会は、我々が今まで心の中で大切にしていた神への信仰や、夢や理想といった神話そのものまでも消費される「記号」となり、残るのは豊かさという幻影の中にあるのは消費社会のみで、このような消費社会に残される神話は、消費社会自身だと主張する¹⁷⁾。また、ボードリヤールは消費の定義を明らかにし、消費は生産という能動的なあり方と対立する概念だから我々の消費の対象は、物質的な物・生産物ではなく、それらが消費の対象となるためには「記号」となる必要があるという。我々は今まで様々な商品を買って、所有し、楽しみ、使用し、時には浪費や贅沢を経験してきたが、ボードリヤールはそのような行為は決して「消費」とはいえないと主張する。「記号」と「物」とに全ての欲求や企画・計画、情念と関係が抽象化されることによってこそ買われ、消費されるということになる。すなわち、消費は全体的で、体系的な観念論的行為と規定することができるという¹⁸⁾。

欲望と消費の幻影の中で、物としての商品ではなく、あらゆるものが記号化された商品によってもたらされた消費社会は、また、記号化社会とでも表現されるだろ

う。

本項では、消費者が商品やサービスを購買し消費する根底にある人間の欲望と購買行動との関連について次に考えてみたいと思う。

4. 消費者行動と購買動機

「消費者行動」(consumer behavior)は一般的に「商品やサービスの入手(購買)から使用(消費)までの行動」だと説明されているが、正確には入手の動機(購買動機)から使用した後の評価までを含むものと考えられる。また、購買動機(buying motive)については、「商品やサービスを求める買手に、行動を起こさせる内部的要因」と定義されている。しかし、その行動や要因は、意識と合理性に連動しているとは限らず、無意識にジュー、ジューという音と匂いに刺激され(sizzleという)、焼肉店に入るといった行動をとることもある。

人間行動の動機は、潜在的であれ顕在的であれ欲望に基づくものであるとする考え方が本論の立場であるが、欲望は人間と一体的なものであるが、それぞれに個性が存在する。すなわち、個人によって欲望の発現に相違があり、さらに一体となって感知される欲望の評価も個人によって異なるだろう。欲望を感知しながら抑制しようとする心情や、欲望の感知を楽しみ増長できるように願ったり努力したりする個人もある。このような人間の心の問題については、フロイト、ユング、マズローなどの心理学、特に欲望に焦点を合わせ後述したい。

5. 消費の階層性

なぜ、我々は日々商品やサービスを求め消費するのだろうか。その要因を「消費」の視点でまとめると次のようになる。

- 1) 生活消費：生きるために必要な消費
- 2) 快適消費：生活を向上させるための消費
- 3) 快楽消費：快楽を実感するための消費

(1) 「生活消費」とは、

毎日の生活、言い換えれば我々の生存に必要な物の消費を言う。先進国のような豊かな国々では、生産や流通のシステム化が完成し、近くの小売店で食料品や日用雑貨品など生活に必要な商品を簡単に入手することができる。しかし、開発途上国の中には、様々な要因で日々の

食料を確保することができず、餓死する子供たちが多くいることも事実である。生活消費は、豊かな国では余り意識されず、むしろ第二段階の「快適消費」や第三段階の「快楽消費」の一部として認識されることが多いが、貧しい国では、その確保が生存と深く関係している。生活消費とは、このように生存に欠かせない物の消費をいう。

生活消費行動を誘発する欲望の根底には、マズローのいう生存欲求が考えられ、具体的には食料品消費をあげることが出来る。

(2) 「快適消費」とは、

第1段階の生活消費が十分に充足された後に生じる消費の形態だといえる。戦後我々の生活は、収入も少なく食材や食料品も入手できず、雑穀やその代替品で飢えをしのいできたが、収入が安定し食材が比較的安易に入手できるようになると、まず食事の量や質の向上に努めるとともに住環境の充実を考えるようになる。冷・暖房に配慮し、浴室を設け、調理器具などの購入を通して快適な生活に必要な日用品や耐久品などを買求めるだろう。さらに、テレビや自家用車などのゆとり商品の充実を考え、より快適な生活を確保したいという欲望充足のために様々な商品やサービスを消費する。このような第二段階の消費は「快適消費」と表現できるだろう。

(3) 「快楽消費」とその収斂過程

快楽消費とは、動物にない人間本来の存在の意味を問い、実現したいとする欲望を充足するための消費だといえる。「人間本来の存在の意味」は個人によって異なることから、その消費形態も必ずしも一様ではない¹⁹⁾。このような快楽消費に関する考察では、堀内圭子の研究が注目される²⁰⁾。堀内はその著書で、快楽の本質を古代ギリシャ哲学、近代功利主義などにおける快楽に関する考察を紹介しながら、「快楽欲求」「快楽経験」「快楽価値」に分類し説明するとともに²¹⁾、快楽を「主観的な望ましさ」²²⁾と定義している。また、この「主観的な望ましさ」という表現の曖昧さを補完するために、プラトンのいう「欲望の満足」に近い概念だと説明している。

また快楽に関しフロム (Fromm, E) は、いくつかの分類を試みている。例えば、快楽を「高次の快楽」と「低次の快楽」、「欠如性の快楽」と「豊かな快楽」などに分類し、欲求充足を低い快楽、生産性、創造性、洞察の向上などを高い快楽としている²³⁾。

本論では、快楽消費を前述したように「人間性欲望を充足するための消費」だと定義しておきたい。人間性 (human nature) とは何かについて多くの考えが存在するが、ここでは人間性を「人間固有の精神作用とそれに伴う行動様式」と仮に定義しておこう²⁴⁾。

さて前記の人間性欲望には、フロムの指摘と類似するが、「高次の肉体的快楽」を求める欲望と「高次の精神的快楽」を求める欲望とに分類できる。

多くの先進諸国の消費は、多かれ少なかれ快楽消費の状況にあるものと考えられるが、前述したように生活消費や快適消費を求める欲望がある程度充足されると、快楽消費へと収斂する過程をとると考えている。生存に必要な食料品の消費も、本来の生存のための消費といった意味合いが封印され、むしろ快楽を求めるための消費の用具に変化する。1万円の弁当や5万円の海鮮丼に代表されるように、世界各地から取り寄せられた食材をふんだんに使って、今まで体験できなかった贅沢を体感したいという高次の肉体的快楽を求める欲望が、元来生存のための生活消費であったものを快楽消費へと収斂させていく²⁵⁾。

また一方、「高次の精神的快楽」を求める欲望に対応する形の快楽消費が存在する。この欲望は、人間の心の満足を求める欲求だといえるが、マズローの欲求階層説における「自己実現欲求」に対比されるものだといえる。芸術への関心や憧れ、いままで見たことのない海外の国々へ出かけたいという観光への欲求、自ら様々なものを作ってみたいという創造への憧れ、他の動物にないこのような高次の精神的快楽への欲望は快楽消費の典型的な態様だといえる。すなわち、飽くなき人間の欲望は、常に快楽消費へと収斂する本性を有しているといえる。

6. 「ニーズ」と「欲求」の概念とその尺度

マーケティングの基本となるニーズや欲求に関して今までどのように考えられてきたのか、その概要をごく簡単に振り返り、その後フロイトやマズローの欲望論を詳細に考えてみたいと思う。

まず「ニーズ」に関しては、しばしば人間が感じる「欠乏の状態」だと理解される場合と、欠乏状態ではなく「満足の度合い」であるとする議論とがある。

ニーズが欠乏状態を表すのか、満足の度合いなのかはある意味で表裏一体だと考えられるが尺度が異なるといえる。満足の度合いが低いということは、逆に欠乏を感

じることになるだろう。大きな欠乏状態からほとんど欠乏を感じない状態までの尺度と、大きな満足を感じている状態からほとんど満足していない状態までの尺度と様々だが、両者には尺度の相違があり比較するわけには行かない。筆者の分類による「生活消費」や一部の「快適消費」のニーズを測る尺度は、欠乏状態の尺度だと考えられるが、快適消費から快楽消費の尺度は満足度の尺度だと考えられる。

マーケティングは、欠乏状態を充足する尺度と満足度を向上させる尺度を持たなければならないが、前述のように両者は異なる尺度の中で表裏一体だと言える。

次に「欲求」に関しては「ニーズの表現」だとするのが一般的な理解だといえるが、前記したようにニーズそのものの理解に異なる尺度が存在することと、その尺度自体が「欠乏の状態」や「満足の度合い」といった曖昧で簡単な表現になっているが、これらは全て人間の欲望と深くかかわっている。すなわち、ニーズを知るためには人間の欲望そのものを知る必要があるといえる。

7. フロイトの欲望論

消費者行動や購買動機の原点には欲望が存在する。人間の心の中に潜む欲望は時には顕在し、時には潜在する。近代心理学の原点とでもいえるフロイトの欲望論を概観してみたいと考えるが、筆者は心理学を専攻しているわけではないので不十分な点も多々あるものと考えている。

(1) フロイトの意識構造論

精神分析家であり精神分析医でもあったフロイトのこの分野での業績は、誰もが認めるところであるが、小此木啓吾教授はその著で「人見知りであるフロイト、南米産の魔法の薬、コカインを始めて目や鼻の粘膜の局所麻酔薬として使用し、また、コカイン中毒者を作り出した最初の不当治療医師」だとしながらも、この偉大な精神学者フロイト、その自我の軌跡を論述されている²⁶⁾。

フロイトは人間の意識を氷山にたとえ、3層に分類し説明している。すなわち、氷山が海面から顔を出しているわずかな部分を「意識の世界」と呼び、水面下にある部分を「無意識の世界」と呼んでいるが、無意識の世界は、さらに「前意識の世界」と「無意識の世界」に分けて考えている。フロイトはこのように、人間の意識を3層に分類しているがその概要を見てみたい。

1) 無意識の世界 (unconscious)

フロイトはまず我々の意識の一番奥に「無意識の世界」が存在することを明らかにし、その重要性を説いた。この無意識の層は、通常「夢や催眠、精神分析などに寄らなければ意識されず人間行動の源泉になっている」とし、この無意識の世界の存在が、時にはなぜ私がこのような行動に出たのか自ら理解に苦しむといった現象をかもし出すこともあるという。

また、フロイトは、この無意識の世界の一番奥（深層）に存在する本能的・衝動的な欲望を「イド (id)」と読んでおり、イドは「リビドー」という性衝動とサトナスと呼ばれる破壊本能とによって構成され、これらの欲望を満たすことを唯一の目的とし、非道徳的、非論理的、抑圧された行動や観念を誘発するものだと考えられている。

このような本能的衝動は、身体における緊張の表れで、現実を無視し、ひたすら緊張の解放を目指している。フロイトは、このような欲望充足のプロセスを一次過程と呼んでいるが、この1次過程は常に快楽原則に基づき快楽のみを求める過程でもあるといえる。

2) 前意識の世界 (preconscious)

「前意識の世界」は、意識の中に存在し、思い出そうとすれば図1にあるように、海面（意識の世界）に呼び戻すことが出来る領域をいう。換言すれば、今は意識の中になが、思い出そうと努力すれば思い出せるもので、昨晚のおかずは何だったか、すぐには思い出せないが順序だって思い出そうとすれば思い出すことが出来る、そのような意識を前意識とフロイトは考えている。

3) 意識の世界 (conscious)

「意識の世界」は、我々の現実の精神的な状況の世界で、自らの考えや感情などの状況は常に十分認識されており、自分の行動や思考を自分自身でわかっている世界だといわれている。

意識の世界では、人間は絶えず社会との葛藤の中にあり、自己の衝動を抑制できる人間と、衝動を享楽する人間とに分別され、時には前者は道徳的な人間と呼ばれ、また後者は罪深い人間として評価されているとフロイトはいう。

いずれにしろ、我々が精神構造を探る時、「意識の世界」と「無意識の世界」に大きく分類されるが、フロイトは氷山の海面下の世界を前述のように「前意識」と「無意識」に分類し説明した。一方、続くフロイトの弟子ユングは、無意識の世界を「個人的意識」と「超個人的・集合的無意識」に分類し説明している²⁷⁾²⁸⁾。

(2) フロイトの「自我」と「超自我」の世界

フロイトは、意識構造を前述したように3層に分類したが、特に無意識の世界に注目し、その深層に存在する「リビドー」と呼ばれる性的本能、「サトナス」と呼ばれる破壊本能の世界を解き明かし、これらをイド(id)と呼んだ。イドは、快を求め、不快を避ける快樂原則に支配される本能的エネルギーと理解されている。イドの語源は「第3者」「よそ者」「自分の意のままにならない存在」という意味を持つが、フロイトは、このイドの世界を外界の現実や良心の統制に従わせる様な働きをしているのが「自我」(ego)だと説明する。「自我の世界」は、「現実原則」に従いまた「自己防衛本能」という精神作用の中で人格形成といった側面も持っている。

「超自我」(super ego)は、自我から分化・発達し、社会的価値やあるべき行動基準に従って、心の3要素でもあるイド、エゴを監視する第3者の役割を担っていると説明されている。

すなわち、自我が形成された後で、両親のしつけや社会的要求、文化的価値などを習得し、良心や恥の意識を醸成し、自己の行動を監視する心の働きだといえる。

「いけない」といった感情は、超自我の世界の働きで「理想原則」「理想的自己イメージ」に支配されている。この点についてマズローは、人間の行動はイド(動物的本能)と超自我(責任)の二つの意識の相互戦闘状態の中で両者を結合する働きだとフロイトの考察を説明している²⁹⁾。

一方、前出のユングは、無意識と自我は常に葛藤の状況にあるのではなくて、自我と無意識を統合した「自己」を理想と考えた。ユングによると、無意識の世界は「個人的無意識」と「集合的無意識(非個人的あるいは超個人的無意識)」の2層に分かれており、個人的無意識とは、失われた諸記憶や抑圧された(故意に忘れた)不快な諸表象、また意識に載せられるだけの強さのない感覚・知覚で夢にしばしば現れるものとしている。次に集合的無意識に関しては、我々が個人を超えて普遍的に持っている無意識で、様々な文化的に共有するイメージなどを包括するものだといえる。

ユングは当初フロイトと近い関係にあり、フロイトの創設した国際精神分析学会にも参加しフロイトの後継者と目されていたが、前記の無意識に関する考え方の相違で交流を断つこととなった。ユングは、無意識の世界こそ人間を向上させるエネルギーの源泉と考えた³⁰⁾。

次に、フロイト、ユングについて心理学の分野で活躍

したマズローの欲望論を見てみたい。

8. マズローの欲望論と Third Force Psychology

A. マズロー (Abraham Maslow) は、ブランディス大学教授として研究・教育に従事する傍らアメリカ心理学会会長として学会の発展に貢献した精神分析学者であるが、1970年6月、突然心臓発作に見舞われ他界した。

マズローの心理学は、それまでのフロイトやユングの世界から脱皮するとともに、また人間の本性を自然科学のモデルに求めるいわゆる行動主義とも異なる立場から「心とは何か」を追い求めた心理学者だといえる。すなわち、フロイト主義と行動主義によらない第3の道を主張したことから第3勢力の心理学 (Third Force Psychology) と呼ばれるようになった³¹⁾。

マズローの「第3勢力」という用語は、前述のようにフロイトや行動学派とは見解を異にする第3の考え方を意味するが、マズローはその相違を「科学は事象を正確に知ることから始まり、そのためには実証的研究が必要」という考え、人間の欲望や人間としての目標や業績・成功などの心理に焦点を合わせ、新しい人間像を追い求める勢力だと説明している。

8-1 マズローの欲求階層論とその吟味

マズローの欲求階層説はきわめて有名で、しばしば引用され議論されるが、まずマズローの欲求階層説を紹介しながら再考察を試みたい。

マズローの欲求階層

1. 生理的欲求 (physiological needs)
2. 安全欲求 (safety-security needs)
3. 所属と愛の欲求 (belongingness-love needs)
4. 自尊欲求 (esteem needs)
5. 自己実現欲求 (self-actualization needs)

(1) 「生理的欲求」と「安全欲求」の意味と同意性

マズローは人間の基本的な欲求の第1段階として、生理的欲求をあげている。生理的欲求は人間の本能的な部分とのかかわりが大きく、食欲、性欲、睡眠など生体を維持するために必要な欲求だといえる。

この欲求はフロイトの言う「無意識」の部分と重なる所がある。すなわち、日々食生活に心配のない我々の意識の表面には現れない部分という意味ではフロイトの無意識と現象として同じように思えるが、貧困や飢えに苦しむ一部の地域の人々にとってはこの欲求の充足に日常

生活の多くを費やすこととなる。フロイトの無意識と重複する部分があると述べたが、マズローの生理的欲求はフロイトの言うイドの世界とはニュアンスを異にする。フロイトのイドの世界は、制御しがたい性的欲望や破壊の欲望という人間の動物的本能の部分にすぎず、マズローの世界はむしろ消費の視点からこの問題を捉えているように思える。マズローの **Physiological needs** という表現は、むしろ **Survival needs**³²⁾とした方が現実味を帯びるようにおもえるが、マズローは常にフロイトの無意識の世界を意識しながら第3勢力としての意識を強調しているものといえる。

人間が動物として生命体を維持し、子孫を残すといった生理的欲求が充足されると、それらを安定的に維持するために恐怖や苦痛、不安や危険を回避し日々の安全を確保したいという欲求が生まれてくるのは当然である。すなわちこの安全欲求は、何気ない日常生活の営みの維持への欲求といえる。この欲求は、生理的欲求充足後芽生えるが、生理的欲求がそのために消滅するというのではなく、欲望は充足されると急激に減少するが常に維持され消滅することはない。

マズローの前記2つの欲求の異同を考えると、動物としての人間の生命維持という肉体的欲望と安心して生命維持を継続できるという精神的な欲望に分類できるが必ずしも両者を別項目で論述する必要性を感じない。

(2) 「所属と愛の欲求」と「自尊欲求」の意味と同意性

人間が動物として生きる最低の基本的欲求が充足されたとき、他者との関係に注目し始める。他者との交流、集団への帰属、相互の愛の関係によって精神的な安らぎを求める欲望が醸成される。マズローはこのような人間性への欲求を「所属と愛の欲求」として説明している。また次に4番目の欲求としてマズローは「自尊欲求」をあげている。この欲求は、社会から高い評価を得たいという欲望の1つだと理解できる。社会から高い評価を得るには、熟練や業績を上げなければならないし、基礎となる高い学歴、知識が要求される。そのような努力が報われることにより注目され、畏敬の念をもたれ尊敬されこの欲求は充足される。

筆者はなぜマズローがこの二項目を分別し考察したのか理解できないし、また分別の必要性を感じない。筆者はこの疑問の検証のための十分な論拠を持たないが、多くの心理学者がこれらの分別に疑問を感じているのではないかと考えている³³⁾。今後、マズロー学説の再考察のためには、まず5段階分類の再構築を図る必要があ

ると考えているが今後の議論としたい。さて、これら二つの欲求の同一性議論は別として、これらの欲求は人間性欲求のいわば助走段階の欲求のように思えるし、またそのように説明されるのが一般的のように思う。

しかし筆者はこの点にも大きな疑問を持っている。すなわち、今まで述べてきた4つの欲求と次に述べる自己実現欲求と連続しているとはとても思えないからである。

(3) 「自己実現欲求」の意味と再吟味

マズローのこの分野における研究の最終目標は、この自己実現欲求の解明にあったと考えても過言でないだろう³⁴⁾。前述の4欲求は、マズローにとって自己実現欲求を説明し、理解を得るために、また理論構成上論述しなければならなくなった装飾的存在だと考えている。すなわち前記したように、階層構造の論理形成にかなりの無理があり、多くの研究者から指摘を受けている背景には、4欲求は人間の身体的、精神的な欠乏状態を動機とする充足行動だといえるが、自己実現欲求はそれらとは非連続で、異次元へ解き放たれた論理的存在のように思える。すなわち、欠乏から解き放たれ、自己の精神的な成長、夢や希望の実現を目指すために努力を傾注する人間本来の「存在」への欲求で、決して欠乏から生じるものではない。

換言すれば、自己の成長や発展の機会を求め、自己独自の能力や潜在的に有している可能性を求めめる欲求で、仮に一時的に充足されてもその欲求は人間である限り無限に増殖する。すなわち、より高いレベルでの満足を達成することを求めて行動し続けるものと仮定される。

さて次に、今までの欲望に関する議論を踏まえ観光欲望の根拠についてマズロー学説と対比しながら議論を進めたい。

9. 観光欲望の根拠とマズロー学説の精緻化

日常空間から観光空間への移動³⁵⁾を求めめる観光行動の動機とその表現としての欲望は、「いい臭いがするので焼肉店に入り空腹を満たす」といった欲望の充足とは異質である。通常このような欲望は充足されると低減する（「動因低減説」）するが、観光欲望は益々増殖する。すなわち観光欲望は、欠乏の充足行動ではなく異空間への移動を通して得る様々な新たな発見・体験を動機とする精神的な感動への欲求である。人間性への欲求の行く先は、筆者の理解する「快樂消費」に他ならない。ここ

で言う快樂は、いわゆるエピクロス主義 (epicurean) ではない。エピクロス主義者は放蕩にふけることを唯一の生き方と考えているが、我々の主張する快樂とは同床異夢である。また、フロイトのいう「人間は常に快樂を求め、苦痛を逃れようとしている」といった視点とは異なるものである。

快樂は人間性欲求に対する充足行動の成果であって、生理的欲求や生存欲求などの低次の欲求概念は一切含まない。マズローの求める「自己実現欲求」は、人間が求める究極の欲望である「人間性欲求」の具体化された表現として理解できる。この点がフロイトや行動主義者と決別し第3の道を選んだマズロー学説の特質だということができる。

しかし、唯一マズローの侵した大きな矛盾は、さらにもう一步踏み込んで自己実現欲求の精緻化に取り組まなかった点だといえる。むしろ、これで全ての理論構成が終了し、自ら経営学者ではないと断りながら「完全なる経営」(「Maslow on Management」)などを著し、理論の応用に触手を向けた結果マズロー学説は頓挫し、その後の成熟の道は閉ざされたといえる。

類似した事例として、我国においても、創造性開発の先駆者であり「KJ法」の産みの親でもある川喜多教授の手法が、「問題の発見」といった側面では極めて簡易で実用的な手法として評価されたが、教授が目的とした「創造性開発」や「問題解決」等の手法とのリンクを考えなかったために、KJ法が、ただ単に「問題発見の手法」に終わってしまった。両者を並列に比較するのはいずれかに失礼になるかもしれないが、両者の共通点は理論構成の最後の重大な段階での詰め甘さを露呈した点にあると考えるが、あえたその仕事を後輩に託されたと理解する方が正しいのかもしれない。

(1) 自己実現欲求の重層構造

さて、マズローの自己実現欲求の各要素は、成長動機として16項目が並列的に説明されているが³⁶⁾、これらの要素は図1に示したように三層からなる重層構造を形成しているのではないかと考えている。

まず、コア (core) 部分には、マズローのいう「真」「善」「美」の3要素を配置することによって、自己実現欲求の中心的概念が明確になると思う。

最初の「真」という概念は、本物を見たい、触れたいといういわゆる本物志向だと理解できる。大英博物館に出かけ、またルーブル美術館に何日も通うのは、美術や歴史で学んだ幻想の世界を本物と出会い、現実化したい

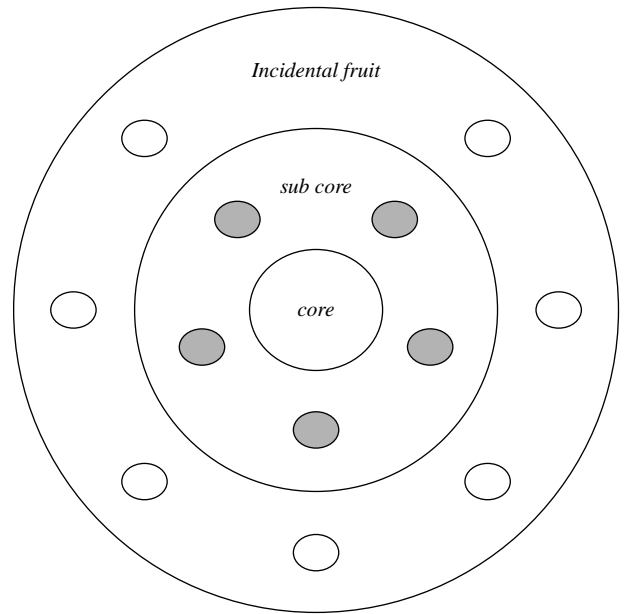


図1 自己実現欲求の重層構造

という人間本来の欲望の表れだといえる。

また2番目の「善」とは、人や動物、自然を大切に作る心、親や兄弟、友人を大切に思う心とその行動だと考えられる。

最後の「美」とは、美しいものへの憧れ、熟練された技などへの欲求だと理解できる。これらのコアとなる3要素は、人間だからこそ感じ、求める欲求・欲望であり、この3要素を追い求めることこそ人間性欲望の充足が可能になる。

コアに示された「存在価値」を追加説明し、補完する要素としてサブ・コア (sub core) を設定することができる。マズローの成長動機の中で「全体性」「躍動性」「独自性」「完全性」「完成」「正義」「単純性」等の諸要素はサブ・コアとして位置づけることができる。

最後の「付随的成果 (incidental fruit)³⁷⁾は、コアとサブ・コアの感性的成果の果実として理解できるだろう。この付随的成果には「豊富」「楽しみ」「自己充実」「意味のあること」等をあげることができる。

(2) 観光欲望の根拠

さて、最後に観光欲望 (欲求) がマズローの理論構成の中で、筆者が修正ないし追加した重層構造概念のいずれに根拠を置くものか、またそのような吟味が観光欲望の解明に有効なのかどうかを合わせ考えてみたいと思う。

まづ最初のコアの部分は、いわゆる自己実現欲求の中

心となる「意味」(meaning)「便益」(benefit)を表す部分である。「真・善・美」の3要素によって構成されるが、真は「うそ偽りのない、まこと、本物・・・」³⁸⁾といった意味合いで、観光欲望の1つである「本物との出会い」を求める欲求、写真や記事では見たが、本物をと出会いたいという高次の欲求だといえる。また、「善」には3つの意味合いがあり、1つは「正しいこと、よいこと」などを意味し、2つ目は「優れたこと、好ましいこと」などを表し、最後は「善隣、親善など仲良くする」といった意味があるという³⁹⁾。観光欲望は、まだ見ない異空間における異文化とのコミュニケーション、異文化間交流への欲望が観光行動の動機の1つとなるだろう。

最後の「美」に関しては、美しいこと、味がよいこと、ほめること、よいことなど、様々な意味以外に「知覚・感覚・情感を刺激して内的快感を引き起こすもの。「快」が生理的・個人的・偶然的・主観的であるのに対して、「美」は個人的利害関心から一応解放され、より普遍的・必然的・客観的・社会的である」とされている⁴⁰⁾。まさしく観光欲望は、知覚・感覚・情感から得られる内的快感の消費、すなわち「快楽消費」であり、あらゆる個人的利害から解放された欲望の表現だということができる。

観光欲望の中心となる観光動機は、この3つの要素に集約されるということが出来る。このような観光欲望を充足するために、サブ・コアが存在し、付随的果実がもたらされるが、これらの検討は次の機会にしたいと考えている。

10. 研究課題と展望

紙幅の関係上、観光欲望の根拠について不十分な結果になったが、本論文は観光行動論の体系化を試みるための第1段階の試論とでもいえるものである。観光行動の中心が観光動機、観光欲望によることには異論が少ないといえるが、本論文では代表的な先行研究であるフロイトやマズローの学説を吟味しながら、マズロー学説の自己実現欲求に注目し、その再構築を試みた。特にマズローの成長動機が重層構造を形成している点の発見と解明、その論理を観光欲望の構造解明と重複させながら、果たして人間はどのような動機と欲望のもとに観光行動を惹起させるのかの解明が研究課題の1つと考えている。(未完)

注

- 1) Urry J. (1989) *The Tourist Gaze, Leisure and Travel in Contemporary Societies.* The English Agency Ltd. 訳書：加太宏邦『観光のまなざし』現代社会におけるレジャーと旅行、法政大学出版会. pp. 4-5.
- 2) 前田 勇編 (1998)『現代観光学キーワード事典』学文社、p. 69. ここで観光欲求 (Tourist's Wants) および観光動機 (Tourist's Needs) において詳しく述べられているので参照されたい。
- 3) Goeldner C., Brent Ritchie J. R., McIntosh R. (2000) *'Tourism' Principle, Practices, Philosophes* Eight Edition, John & Wiley, Inc. pp. 14-15 においてゴイルドナー教授の記述は、大橋教授の論旨と一致し、仕事のための (business suppliers) 旅行も Tourism の意味に包含されており、欧米で言う Tourism という用語の内容には、必ずしも観光目的だけで旅行することに限定していない点が注目される。
- 4) 大橋昭一、渡辺 朗 (2001)『サービスと観光の経営学』同文館、pp. 126-127.
- 5) 観光とは何か (定義) については前述しているので参照されたい。
- 6) Towner J. (1988) 'Approaches to tourism history', *Annals of Tourism, Annals of Tourism Research*, 10 pp. 47-62.
- 7) Feifer M. (1985) *'Going Place'* London: Macmillan. refer to Chapter 1.
- 8) ホスピス (hospice, hospices) は、元来宗教団体などが経営する宿泊所・宿坊で多くの巡礼者が利用した。現在は末期がん患者などを対象にした患者と家族が宿泊できる病院などに併設された特別の病室・施設など。
- 9) Feifer M. (1985) *ibid.*, p. 29.
- 10) Adler J. (1989) 'Origins of sightseeing'. *Annals of Tourism Research* 16 pp. 7-29.
- 11) 高田真治、後藤基己訳 (1969)『易経』(上) 岩波文庫、pp. 204-207 に「観」についての詳しい記述がある。
- 12) 'Inbound' の意味について 'traveling towards a place rather than leaving it' (『Oxford 現代英英辞典』) とあり、本国へ帰国する、本国行きの、といった意味の和製用法で観光客の来訪 (業務) を意味するようになった。但し、1924年版 *The Concise Oxford Dictionary (2rd. edition)* にはこの用語はない。
- 13) 'Outbound' の意味は、'traveling from a place rather than arriving in it' (Oxford 同上) とあり、元来「外国行き」のといった意味が、和製用法で、日本人の海外旅行客の取扱 (業務) とした使われ方をするようになった。但し、1924年版 *The Concise Oxford Dictionary (2rd. edition)* にはこの用語はない。
- 14) Lumsdon L. (1997) *Tourism Marketing Interna-*

- tional Thomson Business Press, p. 34.
- 15) 石井淳蔵(1992)『マーケティングの神話』日本経済新聞社, pp. 36-37
 - 16) 吉成真由美『新人類の誕生』「トランスポゾン世代」は何を考えているか. TBS ブリタニカ. 1985. で筆者は、神経細胞の中には、A から B へと細胞間を異動する(トランス)細胞があり、その細胞は移動するにあたって、寄り添った以前の細胞に何の未練も残さず、新しい細胞に寄り添う。だからといって不真面目でなく、いつも真剣。このような行動をとる若者たちを新人類と述べている。(著者要約)
 - 17) Baudrillard J. (1970) *LA SOCIETE DE CONSOMMATION, Ses Mythes, Ses Structures. Edition PLANETE.*
訳書: 今村仁司・塚原 史『消費社会の神話と構造』pp. 48-50 を筆者要約。
 - 18) Baudrillard J. (1968) *LE SYSTEME DES OBJETS*
訳書: 宇波 彰『物の体系』法政大学 pp. 248-254 を筆者要約。
 - 19) マズローは自己実現欲求について、多様性(個性)と共通性の二つの側面の存在を指摘している。
Abraham H. Maslow *Toward a Psychology of Being*, Van Nostrand Reinhold Company Inc. 1968.
訳書: 上田吉一郎『完全なる人間』魂のめざすもの, 誠信書房. 1998. pp. 39-41.
 - 20) 堀内圭子(2001)『快樂消費の追究』白桃書房
 - 21) 同上書 pp. 64-65
 - 22) 同上書 p. 67
 - 23) Fromm E. (1947), *Man for Himself*, Rinehart
 - 24) 槻本邦夫「先史時代における交換と取引」『プール学院大学紀要』第28・29合併号 pp. 289-293で「人間性」の定義および人類がいつ人間性を獲得したかを論述しているので参照されたい。
 - 25) このような収斂の過程は必ずしも現代社会に限ったことではなく、周知のように古代ギリシャやローマなどの特権階級の消費にも見られた現象である。
 - 26) 小此木啓吾『フロイト』その自我の軌跡 NHK ブックス 179. 1973. pp. 11-15.
 - 27) Jung C. J (1916), *Über die Psychologie des Unbewussten*, Zürich 1916. 訳書: 高橋義孝『無意識の心理』人文書院. 1977. pp. 104-108. (この訳書の初版は1916年新潮社版『人生の午後三時』で1977年に復刻され原書の表題に忠実に『無意識の心理』と表題を改めたとする訳者の解説がある)。
 - 28) 河合隼雄『無意識の構造』中公新書(481.) 1977. 67ページ以降で「無意識の深層」を詳しく述べられているので参照されたい。
 - 29) Goble F. G (1970) *THE THIRD FORCE: The Psychology of Abraham Maslow*. Grossman Published
小口忠彦監訳『マズローの心理学』産能大学出版部に詳しい記述があるので参照されたい。
 - 30) Jung C. D (1916) *ibid.* pp. 104-109.
 - 31) Goble F. G (1970) refer to above mentioned.
 - 32) ラムズドンは筆者と近い考えでこの項を 'Survival basic needs' と表現している。
前出(14) 'Tourism Marketing' p. 37. Figure 3. 1 参照されたい。
 - 33) 例えば京都学園大学有馬教授などは両者の相違を指摘しながらも峻別する必要性は薄いと主張される。
 - 34) Goble F. G (1970) *ibid.*, 小口訳 pp. 67-68. マズローは自己実現欲求を「人がなるところのものに益々なるうとする願望、人がなることのできるものなら何にでもなるうとする願望」と述べている。
 - 35) 宮原英種、宮原和子(2001)『観光心理学を愉しむ』ナカシヤ出版 p. 28 で宮原は「日常生活から非日常的な環境への移動」と表現しているが、意味は筆者と同様である。
 - 36) Goble F. G (1970) *ibid.*, 訳書 p. 83
 - 37) この第3層を付随的成果と表記し、また *Incidental fruit* と表現したが、日本語表現や英語表記が妥当かどうかは批判を待つしかないと考えている。
 - 38) 『広辞苑』第5版による。
 - 39) 同上書
 - 40) 同上書