

第1章 輝きに満ちたモノ

愛するものがたくさんあるのはよいことだ。なぜならそのようなものは真の強さを与えてくれて、多くを愛する者は多くをおこない、多くをなし遂げられるうえに、愛を込めておこなわれることはうまくいくからである。

——フィンセント・ファン・ゴッホ

愛の心理を扱った本はたくさんあるが、本書はほかとは一線を画している。本書が扱うのは「モノに対する愛」だ。そこには、手放すのが耐えられないモノや、するのが大好きなコトなど、膨大な選択肢からなんらかの理由で選り出されたモノたちが含まれる。たとえば一四万品目以上の商品を在庫しているウォルマートへ買い物に行って一時間も店内を歩けば、私たちの先祖が一生のうちに遭遇したモノの何倍もの商品の前を通り過ぎることになるだろう。とはいえ、ウォルマートも、アマゾンと比べればちっぽけな店だ。なにしろアマゾンは二億品目を超える商品を販売しているのだ。こうした膨大な数の商品に加えて、母国とか自分の手作りの品など、売買されないモノに対しても、私たちは愛を抱く。

するコトについても、莫大な選択肢がある。この選択肢のリストには、読書、音楽鑑賞、ゲーディングといった定番から、犬の毛を刈ってパンダのように整える「グーミング」*や、ダクトテープで服を作るとか、「ヌードリング」(素手で魚を捕まえること)、牛の鳴きまねコンテストといった、なぜ人気があるのか理解しがたいような活動に至るまで、さまざまなコトが含まれる。これらの膨大なモノやコトのなかで、私たちが愛するのはほんのわずかだ。

二〇二一年、個人向け製品に消費者の関心を引きつけるために、広告主は七五五〇億ドルを支出した^①。これほど巨額の広告費を要した一因は、広告主が消費者とモノとのあいだに新たな関係を築かせようとしていたからだ。何も手を打たなければ、消費者はモノに対して軽い興味やちょっとした好奇心くらいは抱いても、情熱や強い関心を抱くことはない。だからこれから見ていくとおり、人がモノを愛するときには、じつはかなり妙なことが起きているのだ。

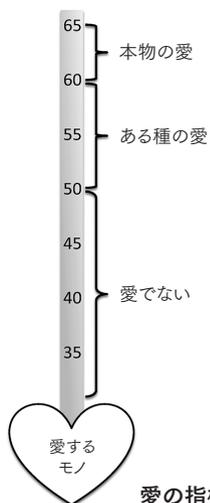
最も広く愛されるモノとは何だろう。私は三〇年以上にわたり、どんなモノを愛しているかと人々に尋ねてきた。そしてその結果、頻繁^{ひんぱん}に出てくる答えがいくつかあるのに気づいた。トップに来るのは、「自然」や「自然の中の活動(山でのハイキングなど)」だ。どんな立場や意見をもっている人も、たいいてい自然を愛している。右寄りのハンターも、左寄りのバックパッカーも、この点では一致する。そして比喩的な意味で、自然も私たちを愛してくれる。自然の中で過ごしたり、あるいは鉢植えの植物を眺めたりするだけでも、幸福度が高まるということを示した科学的な研究は枚挙にいとまがない^②。神を愛する人やペットを愛する人は、自然を愛する人と比べれば少ないが、その主たる理由は、誰もが神を信じるわけではないし、ペットを飼っていない人もいるからだ(自分で飼っていない

ても、愛玩動物を愛するという人はかなりいるが)。神への愛やペットへの愛は、人への愛とモノへの愛の中間に位置する。この点については、のちほどまた触れる。自然以外に広く愛されているモノとしては、スポーツやアート、家、車、携帯電話、服などがある。

しかし、これらの広く愛されているモノが明らかにするのは、モノへの愛の一部にすぎない。「地球上の誰にでも、その人にぴったりの愛するパートナーがどこかに必ず存在する」というロマンチックな考え方があがるが、モノへの愛についても同様のことが言える。たいていのモノにはそれを愛する人がいて、私はそのことにしょっちゅう驚かされる。じつに多様なものに、それを愛するコレクターがいる。手錠、芸術的な装飾の施された便座、アスファルト、葉巻^{タバコ}に巻かれたラベル^{ラベル}、葬具、歯科用器具、コンドームケース、生理用品のディスプレイ、飛行機の嘔吐袋など、ありとあらゆるものにコレクターがいるのだ。こんなコレクターの一人が、オスカー賞俳優のトム・ハンクスだ。彼は撮影のないときには年代物のタイプライターを探し回っている。コレクションだけでなく、ほかにもいろいろと変わった趣味を愛する人たちがいる。アップル社の共同創業者のステイヴ・ウォズニアックは暇があればセグウェイに乗ってポロに興じるし、グーグルの共同創業者のセルゲイ・ブリンは空中ぶらんこに乗ってストレスを解消する。愛するものがあまりにも実用的すぎて、驚かされることもある。たとえばウィンストン・チャーチルがレンガ積みにも秀でていたことはご存じだろうか。彼は二年を費やして、先祖から伝わる家を自分の手で建て直して増築し、この仕事をきっかけとして合同建

*そう、こういう言葉があるのだ。

モノへの愛の診断テスト		まったくそう 思わない	強く そう思う
1.	これに対する私の感情および評価は全体としてきわめてポジティブである。	1	2 3 4 5
2.	これは自分が強く求めているものだと感じる。	1	2 3 4 5
3.	これにたくさんの時間、エネルギー、お金を費やすのが苦でない。	1	2 3 4 5
4.	過去にこれとかかわったことがある。	1	2 3 4 5
5.	これに対して自然な相性のよさを感じる。	1	2 3 4 5
6.	これを楽しむ自分がいる。	1	2 3 4 5
7.	これに感情的な結びつきを感じる。	1	2 3 4 5
8.	これとかかわることは、私がどんな人間かを真に示す。	1	2 3 4 5
9.	これは私がなりたい自分になるのを助けてくれる。	1	2 3 4 5
10.	これは私の生活をより有意義なものにしてくれる。	1	2 3 4 5
11.	私はしばしばこれについて考えている。	1	2 3 4 5
12.	これは今後長らく私の生活の一部となるだろう。	1	2 3 4 5
13.	これを失ったら、私は強い喪失感を覚えるだろう。	1	2 3 4 5
合計スコア			



愛の指標メーターのスコア判定

あなたが愛するのはどんなモノか？ 自分が何かを愛しているかどうかを知りたければ、「モノへの愛の診断テスト」をやってみてほしい。私と、私がよく一緒に仕事をするミシガン大学ロス経営大学院のラジーヴ・バトラとリック・バゴッツィの三人で何年もかけて開発した苦心の作で、査読のある一流科学ジャーナルに発表したものだ^③。

まず、愛する物が活動を選ぶ。人間以外なら何でもよい。それを念頭に置いて次の一三個の項目を読み、各項目についてどのくらい自分にあてはまるかを表す数字を選ぶ。1は「まったくそう思わない」、5は「強くそう思う」を表す。最後にスコアを合計する。

◆スコア判定

愛するモノと愛さないモノとの境界線をどこに引くべきかについては、いくらか恣意的な部分があ

モノへの愛の診断テスト

築労働者組合の徒弟証を取得したと言われている。それから、ノルウェーの森がある。と言ってもあの有名な曲とは無関係で、ノルウェーで暖炉にくべる木材のことだ。二〇一三年、ノルウェーで『全国薪ナイト』という一二時間のテレビ番組が放映された。番組ではまず暖炉の焚き火の愛好家たちが薪の割り方や組み方について語り合い、それから暖炉の炎の映像が八時間にわたって生放送された。番組を視聴したノルウェー国民は二割近くに達した。

る。とはいえスコアの意味がわかるように、「愛の指標メーター」におよその境目を設けた。

六〇点以上なら、その愛は本物だ。五〇点から五九点は本物の愛と愛でないものとのあいだのグレーゾーンで、ある種の愛である。四九点以下は愛でない。

本物だが違う愛

人がモノを愛せるということは、ほとんどの人には自明に感じられるが、そう思わない人もいる。たとえば一九八八年、このテーマの研究を先駆けたテレンス・シンプとトマス・マッデン⁴は、人が何かを愛すると言う場合、それは単なる比喩であって本当の愛ではないと主張した。

だが、モノへの愛が本物の愛であることを示すエビデンスは本書の随所にあふれている。それでも、モノへの愛が人への愛と同じだということにはならない。人への愛にはいろいろなタイプがある。恋愛、プラトニックな愛、家族愛、兄弟愛、のぼせあがった愛、片思いの愛などだ。それぞれが特定のタイプの人間関係と結びついていることに気づいてほしい。たとえば恋愛関係には性的欲望が伴うのに対し、家族愛にはそれがない。どの愛も、それぞれの状況に応じていくらか形が変わる。そして、モノへの愛は、人への愛とは違う。というのは、モノへの愛は物や活動との関係によって形づくられるからだ。

こうした違いを論じる場合、私はしばしばモノへの愛と人への愛を対比させる「比較」のアプローチを用いる。また、モノへの愛を生み出す心理プロセスや、人への愛に深く根差したこのプロセスの起源についても論じる。結果として、私たちと他者との関係について多く語ることになる。私の主たる目標は、読者がモノへの愛について理解するのを助けることだが、人との関係について理解する助けにもなれたら、さらにうれしく思う。

無条件の愛？

人がモノを愛するというのは確かだが、英語の「love」という言葉は何かをすばらしいと思ったときにも使われる。たとえば「その髪型いいね」という意味で「I love your haircut」と言ったりする。「love」という言葉をこのように使うのは、「提喻」という比喩的表現だ。ここでは部分を表す語で全体を表している。たとえば「nice wheels」（「いい車輪」＝部分）や「nice car」（「いい車」＝全体）を指したり、「Get your butt over here」（「ここに尻を持ってこよう」＝部分）や「Get yourself over here」（「ここに来い」＝全体）を意味したりする。逆に、全体を表す語で部分を表す提喻もあり、「すばらしい」という意味で「love」という言葉を使うのはこれにあたる。「love」（全体）という言葉で「すばらしい」という認識（loveの一部分）を表しているからだ。

私たちはしばしばこんなふうに「love」という言葉を使う。このことは、「すばらしい」という認識が「愛」の重要な一面だという証拠である。だからこそ、愛には不可解な点が多いとはいえ、人が自分の愛するモノについて語りだすときにはお決まりのことが起きる。愛する対象の美点を挙げ始めるのだ。たとえば、ランニングは爽快で健康的だとか、テスラは加速がすごいなど語る。私の研

⑤ 究では、愛の対象が何であるかにかかわらず、私が話を聞いた人たちの九四・五パーセントでこれが起きていた。そのうちの一人は、大好きなシーフード料理が「死んで天国に行っても出てきそう」なほどだと言った。

何かを愛するようになると、親がわが子の才能を大げさに言うのと同じ調子で、愛するモノの美点を大げさに言いがちだ。この点で、モノへの愛は人への恋愛のアプローチとかなり似ている。デート行動に関する一九八八年の研究によれば、人が新しい相手と恋に落ちるとき、この新たな恋愛をもたらす最大の要素は、相手がまさに非の打ちどころのないすばらしい人だという信念である。この研究をしたバーナード・マースタインは、恋愛のこのような側面のことを、男性の場合は「ジャック・アームストロング因子」(一九三〇年代のラジオドラマに登場した完全無欠なヒーローに由来)、女性の場合は「マドンナ因子」(「ライク・ア・ヴァージン」のマドンナではなく、キリストの母である聖母マリアに由来)と呼んだ。もちろん、そんなにすばらしい人間など現実にはなかなかいるわけではない。だから新たな恋に落ちたときの熱狂がだんだん薄らぐにつれ、相手の欠点を受け入れるとともに美点を誇張することによって愛を持続させるようになる。

愛する人の長所を誇張することには、大きなメリットがある。最も幸せな夫婦とは、相手を最もありのままに受け止める夫婦ではなく、相手について最大限のポジティブな幻想を保っている夫婦だ。⑦ 実際、幸せな結婚生活を営む人は、配偶者本人の自己評価よりも配偶者を高く評価している傾向がある。同様に、暮らしの中でモノの美点を誇張すると、そのモノに対する満足感が高まる。

おそらくさらに驚くべきことに、モノについてポジティブな幻想を抱くと、そのモノがすばらしいと感じられるだけでなく、そのモノから得られる快楽も増大する。たとえば誰かに安物のワインを飲ませてから、それがじつは高価なものだと告げれば、相手はたいいそのワインがすばらしくおいしかったと言う。このようにワインを飲んだあとで情報が与えられた場合、ワインのおいしさについての感想を偽っていると容易に推測できる。これに対し、神経科学者が脳スキャンを用いておこなった実験で、ワインを飲む前の期待が高ければ高いほど、実際に飲んだときにおいしいと感じることが確認されている。⑧ この効果が見られるのは、ワインだけではなく、マンガ本でも同じことが起きる。あらかじめおもしろそうだと思う場合、そうでない場合よりもおもしろく感じられるのだ。⑨

人はすばらしいと思うモノを愛する。このことから、無条件の愛というものが存在するのかわからない問題が出てくる。私はある講演で、これについて語ったことがある。講演のあとで、重度の知的障害をもつ弟がいるという男性に声をかけられた。男性は、見方によっては弟は「すばらしい」とは言えないかもしれないが、それでも「愛情に満ちた心優しい人間」で、「いとしくてたまらない存在」だと言った。男性は弟をたいそう愛していた。このことから、愛は対象の「すばらしさ」とは無関係だと言えるだろうか。まあ、そうかもしれない。

まず注目したいのは、この男性が弟のことを愛情に満ちた人間だと強調したことである。弟にはすばらしい特質がいくつかあると心から思っていて、弟を愛する理由としてそれらを挙げたのだ。さらに二人の関係には、すばらしさの認識以外に、無条件の愛という要素がおそらく存在していただろう。著名な恋愛研究者のロバート・スタンバーグは、このような愛の側面を「覚悟」と呼ぶ。欠点も含めて相手のすべてを愛そうという覚悟だ。こうした誰かを愛するという覚悟は、「恩寵」という宗教的

概念と密接に結びついている。恩寵とは、いかに美点を欠く者に対しても神が与えてくれる愛のことだ。一八世紀の随筆家ジョセフ・ジュベール曰く、「思いやりとは、人をその人が値する以上に愛することである」。他者との生活、とりわけ家庭生活を円満に送るには、こうした無条件の愛がよほどたくさん必要だろう。そして本書で私が訴えていくように、モノへの愛には当然のこととして、そのモノが与えてくれる実利にもとづいて認められる「価値」以上にそれを大切だと思ふ気持ちが伴う。

しかしこれは、人への愛とモノへの愛とのあいだでよく見られる相違の一つにすぎない。私たちの寛容の度合いは、人よりもモノに対する場合のほうがはるかに低い。人は自分の愛してきたモノに大きな欠点があると思いはじめると、以前と同じように愛し続けることはほぼない（完全に切り捨てるのは難しいと感じる程度の熱意が残る場合もあるかもしれないが）。もつとも、私たちが完璧なモノしか愛さないというわけではない。ただ、欠点を目の当たりにした場合、人の欠点よりもモノの欠点のほうが許容しがたいのだ。モノへの愛が無条件の愛であることはめったにない。

例外らしきものが一つあるが、皮肉にもそれによって私の論点がさらに裏づけられる。人は自分の愛する人と関係するモノならば、欠点があっても愛することがある。たとえばわが子の描いた絵なら、それが傑作でなくても親はそれを愛する。近所の子どもの描いた絵と比べて、わが子の描いた絵に対する愛がどれほど大きいか、考えてみてほしい。完璧でない絵に対する親の愛は、たとえて言うなら月の光が太陽の光の反射であるように、完璧でないわが子に対する無条件の愛のエネルギーが反射されたものなのだ。そうは言っても、親は冷蔵庫にはわが子の描いたすべての絵を誇らしげに貼りつけるかもしれないが、スクラップブックに残す絵、すなわち真に愛する絵は、特によく描けている絵だ。

つまりモノに対するこのような愛も、質に関する評価と無縁なわけではない。さらには、購入したモノについては、とりわけ欠点に対する許容度が下がる。たとえば私がインタビュールしたある男性は、MP3プレイヤーを初めて所有したときにはそれを愛したが、もつと高性能の新製品が発売されると、すぐさま自分のMP3プレイヤーへの愛が消えた。壊れたわけではなく、相変わらず喜んで使っていたが、自分のよりもすぐれたモノが存在すると知るだけで、それに対する愛が弱まってしまったのだ。

つまり、人はきわめて高価で最上位モデルの製品しか愛さないということなのだろうか。私の財布にとつてはありがたいことに、答えはノーだ。人は自分がある製品を愛するかどうかを判断する場合、それが掘り出し物だと感じれば、多少の欠点には目をつぶる。しかし特価品であっても、それを愛するには全体としてすぐれた品質であることが通常は必須条件となる。おもしろいことに、愛する贅沢品についてインタビュールをすると、不満が出てくるとすれば購入価格に関するものだけだ。そしてそのような不満が口にされてもすぐに、それはとてもしばらしいので、そのブランドに対して支払ったお金は一セントたりとも無駄ではなかったという言葉が続く。ここでも、値段に関するコメントはじつは不満と自慢が半々であり、これほど法外な値段を要求するのはその製品が素晴らしいからに違いないという、さりげない自慢なのだ。

人への愛は確固たる欲求であるのに対し、モノへの愛はそのモノが「なければならぬ」というよりは「あつてうれしい」といった程度の思いである。これはおそらく、人類が進化してきた過程の大半において、暮らしの中でモノが重大な役割を担うことがなかったからだろう。ニコラス・クリスタキ

スは著書『ブループリント』（鬼澤忍・塩原通緒訳、ニューズピックス）において、初期の人類について「集団の全員が所有物を持つていなければ、嫌でも平等になる」と述べている。モノを愛する心理的欲求は人を愛する心理的欲求とは違い、愛の対象となるモノについては選り好みができる。特定のモノに固執する必要はないのだ。

消費者は、自分の愛するモノがほぼ完璧であることを求める。そして企業はそのことに気づいている。「昔とは作りが違う」と言えば、従来は昔と比べて現代の品物が粗雑に作られているという意味だったが、今の文脈ではこの言い回しが逆の意味をもつ。一九八〇年代以来、企業がより満足度の高い製品を、さらには愛されるに値する製品を作ろうと努めてきたおかげで、製品の品質は概して大幅に向上しているのだ。

モノへの愛は、何かを見てすばらしいと感じたときに始まることが多い。しかし、単にすばらしいと思うだけで親密なつながりを感じるには至らない場合、その気持ちは愛ではない。つまり、愛は何かがすばらしいと感じることから始まるかもしれないが、それがすべてではない。モノへの愛とはどんなものを理解することが重要である。というのは、私たちが愛するモノには実用的な価値をはるかに超えた重要性があるからだ。

愛は深遠

何かを「好き」(like) だということは、単に「愛する」(love) ことの薄められたバージョンなのだろうか。確かに「好き」という言葉がそのような意味で使われることもある。しかし多くの場合、「好き」と「愛する」のあいだにはそれよりもはるかに興味深い違いがある。たとえば恋人を「好き」という場合、その気持ちは友人に対する「好き」よりも少し程度が高いだけだが、恋人を「愛する」という場合、その気持ちは友人を「愛する」気持ちよりもはるかに強力だ^①。つまり論理的に考えて、「愛する」が単に「好き」のもっと強力なバージョンだということはあり得ない。

人が愛するモノについて語る場合と単に好きなモノについて語る場合にどんなことを言うかを比較したところ、興味深いパターンが見つかった。あるモノが自分のアイデンティティを表現するのを助けてくれるか、あるいは暮らしをもっと有意義なものにしてくれることによって、自分という人間の最も奥深い部分に結びついている場合、そのモノを真に愛していると言う確率が、それ以外のモノの場合と比べておよそ四倍になるのだ^②。愛したことがある人なら誰でも知っているとおり、愛とは深く、豊かな経験である。そうした意味深い経験をもたらすには、単にすぐれた特質を備えているだけでは足りない。愛にはもっと深い結びつきが必要だ。自然、神、ペット、スポーツ、アート、住まい、車、スマホ、服など、とりわけたくさんの人に愛されているモノについて改めて考えると、これらはみな多くの人にとって生きるうえでの意義や目的意識に寄与するモノであることがわかる。

私は「エクストリーム・クーパーニング」を愛する女性（キャシーと呼ぶことにする）にインタビューしたことがある^③。エクストリーム・クーパーニングとは、クーパーンを駆使して極限まで割引を追求する、いわばオリンピック級の買い物ゲームだ。愛好者は、クーパーンで複数の割引が同時に適用できる商品を探し、さらにそうした商品を組み合わせる割引を積み上げる。そして次々にクーパーンを繰り返す

して値引きさせ、たとえばキャッシュの場合、「三〇ドル払うだけで五〇〇ドル相当の商品を持って店を出ていく」ことができたりする。エクストリーム・クープニング愛好者からなるかなり大きなコミュニティが存在し、『エクストリーム・クープニング』などのテレビ番組や参加者自身のウェブサイトを通じて連帯している。アメリカンフットボールの名選手トム・ブレイディがアメリカンフットボールを愛するのと同じように、会計士のキャッシュはエクストリーム・クープニングという消費者スポーツを愛し、ブレイディに劣らぬ意志の強さで勝利を目指す。ただし、彼女の行動には思いがけないひねりがある。特に大きな割引が受けられる商品の多くは、紙おむつ、せっけん、化粧品、制汗剤といったパーソナルケア用品だ。キャッシュは格別な魅力的なチャンスに遭遇すると、制限個数いっぱいまで商品を購入し、それを薬物リハビリ施設に持参する。そして施設に入所している女性たちにケア用品を差し入れるのだ。「入所者のなかには路上生活者だった人がたくさんいます。だからこういった品物をもたらすのは、彼女たちにとって大きな意味があるんです」。エクストリーム・クープニングで手に入れた商品を寄付するという最後のひねりが、そうでなければ純然たる消費主義的活動にすぎない彼女の行動に深い意義を与える。そして有意義なことをしているという感覚と、さらには達成感と喜びをもたらしてくれるからこそ、キャッシュはエクストリーム・クープニングを心から愛するのだ。

研究のためのインタビューを始めてすぐに出会った「サラ」も同様の例だ。彼女は耳を覆うイヤーマフを愛していると言った⁽¹⁾。私が説明を求めると、サラは自分のイヤーマフのどんな点が好きかについて、ありがちな列挙を始めた。「役に立つし、温かくておしゃれだし、かなりオーソドックスだから流行に左右されません。冬のあいだは毎日つけているので、ずいぶん長い時間をイヤーマフと一緒に過ごすことになりました」。しかし、こんなふうに語ったにもかかわらず、自分のイヤーマフについてちょっと思いを巡らせたら考えが変わったらしく、結局のところ愛しているわけではないと言った。なぜ？「ただのイヤーマフですから」と彼女は答えた。自分の生活に意義を与えてくれると感じられる「家族とか友人とか……ほかの人に報いてくれるような」ものとは結びついていないのだという。

本章の初めのほうで、モノを真に愛することは不可能だと主張する研究者がわずかながらいると述べた。科学者ではないが私の研究に関心をもつ人からも、同じ考えを聞かされることがある。私はそれに對し、自然を愛することは可能だと思いかと尋ねる。すると誰もが自然は例外だと言う。はい、自然を愛することはできます、と答えるのだ。さらに話を続けると、こういう人たちはたいして、信仰心のある人は神を愛することができ、愛国者は国を愛することができる⁽²⁾と認める。ただ、スマホのような「小さなモノ」を真に愛することはできないという点は譲らない。この考えは間違っているが、ある事実を明らかにしてくれる。人への愛は非常に意義深い経験である。モノへの愛を信じない人たちが自然や神や国への愛はあり得ると認めるのは、これらを愛することにもまた大きな意義があると思えるからだ。しかし人がスマホを愛するなどと言われると、愛が汚^{けが}され貶^{おとし}められているように感じる人もいる。それでも本書で繰り返し明らかにしていくとおり、人はさまざまな方法で、スマホのように本来は実用的なモノに、実用的な価値を超えた意義を与えるのだ。