

† 生存競争を生き抜くための贈答品 †

30万年前、我々人類は「ホモ・サピエンス」として他の種から独立を果たしたとされ、狩猟採集で暮らす民族は、現在でも世界各地で生活している（図1）。



図1. 狩猟採集生活

常に狩猟で獲物が捕れるとは限らず、狩猟には命の危険が常に付きまとうため、狩猟で得た獲物は同じ集落で暮らす仲間と分け合い、助け合って生活していた。

捕れた獲物を互いに分け合い贈り合う習慣の起源は石器時代の頃からだと言われている。

このような“プレゼント交換”で、お互いの生存率を高めるという戦略は、吸血鬼「ドラキュラ」のモチーフとなったとされる「ナミチスイコウモリ」も血縁関係がなくても空腹の仲間に血を口伝えて分け与えるという習性があり、血を分けてもらった側は以前に分け与えてもらった相手のことを覚えていてお返しする習性もある（図2）。

それ以外にも、カラスにもプレゼント交換でお返しする行動が確認されている（図3）。



図2. ナミチスイコウモリとドラキュラ



図3. カラスの恩返し

2008年、カナダの大学で行われた調査では自分のために使うお金が増加しても幸福度は上がらなかった一方、他人のために使うお金が増えると幸福度が上がる人が多く、“他人のためにお金を使うと幸せになれる”という結果が得られた。

ただ、相手からネダられた場合や、自分が経済的に厳しい場合にはプレゼントをあげても残念ながら幸福度は上がらなかった（図4）。

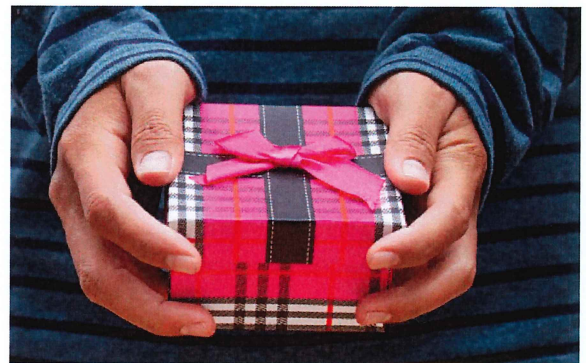


図4. 狩猟採集生活

また、幸せを感じるのには大人だけでなく子供が大人に対してモノをあげようとする行動も、年齢を問わず相手にプレゼントすると幸せを感じるということが示唆されており、大好きなお菓子をもらったときよりもお菓子を縫いぐるみにあげたときの方が笑顔が増える傾向がある（図5）。

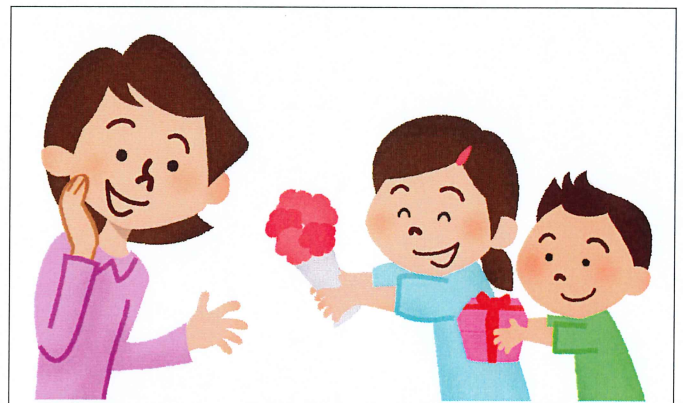


図5. 子供からのプレゼント



図6. 地球上における生存競争

この幸せな気持ちになれる相手への“プレゼント”という習慣が生み出された結果、我々人類は地球上の生存競争で生き残って来られたのである(図6)。

しかし、プレゼントを渡された側は必ずしも幸福感を感じているとは限らず、“お返ししなきゃ”と内心プレッシャーを感じるのも事実で、このような心情を「心理的負債感」(図7)と呼び、嬉しさ100%とは中々ならないのがプレゼントの難しいところ。

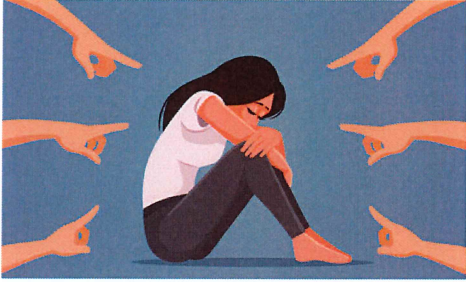


図7. 心理的負債感

プレゼントをあげる際には“相手の満足感を最大限にする”ことではなく“相手のリアクションを最大限にしたい”という視点でプレゼントを選ぶ人が多く、相手の驚く顔がみたいだけでプレゼントを選ぶと大失敗になることもある(図8)。

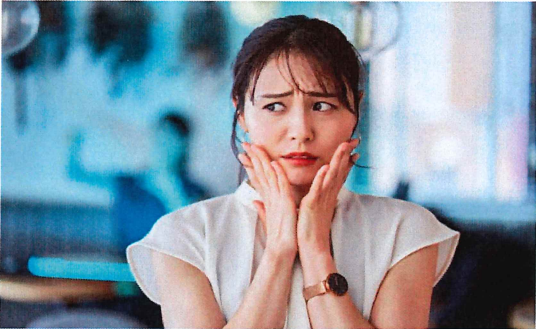


図8. プレゼントによるプレッシャー

“美味しいものを食べたい”“愛されたい”“尊敬されたい”湧き出る様々な欲求は人の行動・態度・気分を左右し欲求が満たされると幸せになり満たされないと心が不安定になる。

アメリカの心理学者マズローは、人の欲求を5段階で表したが、人はプレゼントをもらうことでどのような欲求が満たされるのであろう(図9)。また、期待していたプレゼントがもらえなかったとき

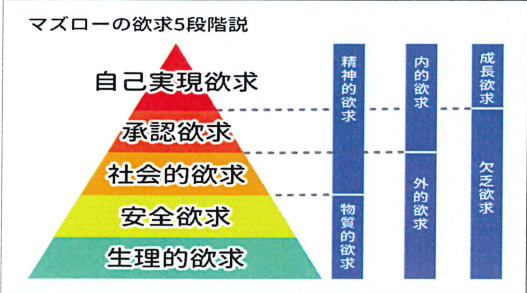


図9. マズローの欲求5段階説

人はどのような心理状態になるのであろう。

プレゼントを受け取ったとき、自分のことを想っていることを実感でき、孤独感も消え失せプレゼントに見える愛情を嬉しく感じ、ここで満たされるのは第3層の「社会的欲求・帰属意識」である。また、相手から好感をもたれていると感じ、第4層の「他者からの尊敬・承認欲求」も満たされる。プレゼントが美味しいモノであれば基本の「生理的欲求」も同時に満たされることになる。

プレゼントを渡した相手から“お返し”をもらったと同様に感じるであろうが、返礼品の方がプレゼントした以上に価値が高いと、違った感激があるかもしれない。もちろん、プレゼントはお互いの気持ちが大切であるが、手間のかかったモノや高価なモノだった場合、第4層の「尊敬欲求」がより満たされる。

それとは反対に誕生日や記念日に親しい人から何も貰えなかった場合はどうか。モノの問題ではなく誰も自分のことを気にかけていないと寂しさを感じ第3層の「愛情欲求」の危機に陥ることもある。

また、非常に高価なプレゼントを贈られたとき日本では“謙虚さ”“遠慮”が美德とされ、“相互性のルール”が根付いているため、自分に見合う価値があるか自問自答し、女性ではプレッシャーを感じ負担になることもある。

お中元やお歳暮などでも“受け取るには重い”と感じることは珍しくない。この遠慮文化は家族や友人関係でも強く影響を及ぼす。

高価なプレゼントには贈り手側の特別な意図や期待が込められていることもあり、その好意が伝わるほど受け取る側は“その気持ちに応えられるか”と悩むことになる。

現代では人間の信頼関係が希薄で複雑な傾向になってきていることから、素直に相手の“行為”を自分に対する“好意”と容認できないこともある。

“プレゼント”は“生存競争のためのツール”と今後もなるのであろうか(図10)。

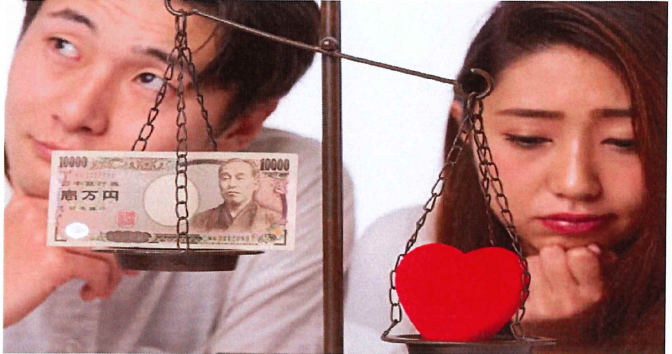


図10. プレゼントに潜む思惑