

視点(995)

感性のメカニズムとは!!

人間力(他の動物とは異なる人間固有の特性から創出されるパワー=自然界ではエネルギー)は、次の「3つの格」から形成されます。



この中で、品格は「特定の人(人間)が醸し出す独特の外見」であり、人格は「特定の人(人間)が持つ独特の才能」であり、感格は「特定の人(人間)が持つ独特の感性」です。

この人間力のうち、第3の格である「感格」(感性の格)について述べさせていただきます(六車流:流通理論)。

感格は感性という言葉で表現されます。感性(sensibility)が豊かとか乏しいという言葉がよく使われます。辞書によれば、「感性とは、物事を深く感じる働き」とか「感性とは、外界からの刺激を受け止める感覚的能力」とか「感性は感受性である」となっています。私は感性を「年齢見識感性」「時流解明感性」「スタイル感受感性」「知覚享受感性」の4つに分類しました。

(1) 年齢見識感性

人間は成熟化に向かう途中において、色々な成長プロセスを歩みます。その成長プロセス単位で、人間は同じ物事を体験しても、感じることや感じることから派生する行動が異なります。この感じることの違いの人間力を「年齢見識感性」と呼び、この感じる差を「感性格差」と言います。20代と50代では、嗜好性や行動や感じ方が異なります。この年齢や世代間の異なるものを他の世代が本質を見抜くことも、年齢見識感性と言います。感性と年齢別の思考・行動の特性は異なる概念です。

(2) 時流解明感性

時代の流れの本質や時代の潮目を読むことを時流と言います。時流は、時代背景の中で起こる様々な現象を創出します。その創出された現象の本質を理解し見抜き、解明する人間力を「時流解明感性」と呼び、この感じる差を「感性格差」と言います。世の中は刻々と変化し、ダーウィンの進化論の中では、「生き残った生物(動物や植物)は強いから生き残ったのではなく、変化に対応したから生き残った」という理論があります。世の中の政治・経済・文化・流通・小売…等のマクロの現象の変化と潮目を読み、次の手を打てる人が時流解明感性の高い人と言うことができます。

(3) スタイル感受感性

ファッション性やオシャレ性、かっこよさを感じ、人に美的感性と上質なライフスタイルを形で表現する力を「スタイル感受感性」と呼び、この感じる差を「感性格差」と言います。我々流通業界において、ファッション性や上質なライフスタイル性は、非常に大切な事柄です。他の人からの異質性(カスタマイズ化)と人との同質性(ライフスタイル化)は、スタイル感受感性が基になります。

(4) 知覚享受感性

世の中の現象の内容をメカニズムで見抜き、原因と結果の解明、原因と結果から派生する要因の究明、さらに体系化することにより、すべての起こった現象を因数分解する力を「知覚享受感性」と呼び、この感じる差を「感性格差」と言います。同じ現象を見たり聞いたりしても、人によって感じ方が異なります。より本質論(必要十分条件の解明や、相関関係のある解明、論理の飛躍のない解明)ができる人を知覚享受感性が高い人と呼びます。

上記の感性は、他の人間がなかなか理解できない分野ですので、感性が高すぎると「狂人」や「変人」と思われることがあります。本質的な感性を狂人や変人ではなく超能力者と認めてもらうためには、「3人の賢者」に理解してもらう必要があります。この3人を「偉大なる第三者」と呼びます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六^む車^{ぐるま}秀之