

## 成分主義の限界——皮膚の自活力を無視した設計思想

肌には、本来、美しく健やかであらうとする自活力が備わっています。にもかかわらず、市場にある多くのスキンケア製品のコンセプトは、その自活力を活かすどころか、まるで無視しているかのように見えます。なぜ、このような一見自明な事実が世に広く知られず、その方向へと市場が進んでいったのでしょうか。

肌には健やかさを保つための優れた自己回復機能（バリア機能、ターンオーバー、皮脂分泌など）が備わっています。それにもかかわらず、多くのスキンケア製品が「保湿成分」「美容成分」を「与える」ことに焦点を当てているのは、いくつかの理由が考えられます。

### 1. 「与える」ことによる即効性と訴求力

「〇〇成分を補う」「〇〇エキ스가浸透する」といったコンセプトは、「これを使えば良くなる」という直接的な効果を消費者にイメージさせやすく、強い訴求力を持っています。肌の自活力を引き出すことは、継続的なケアと生活習慣の改善が必要であり、効果を実感するまでに時間がかかるため、短期間で結果を求める市場のニーズとは合致しにくいのです。

### 2. 科学の進歩と商業的成功

近年の皮膚科学の進歩により、様々な有効成分が発見され、その効果を科学的に証明できるようになりました。これにより、「特定の成分が肌に良い影響を与える」という論理が構築され、製品開発の基盤となりました。この「成分主義」は、製品に独自性を持たせ、競合他社との差別化を図るためのマーケティング手法として非常に有効だったため、市場全体がその方向に進んでいったと言えます。

### 3. 消費者の心理とマーケティング

多くの人は、肌のトラブルを「何か足りないからだ」と考えがちです。乾燥すれば「保湿が足りない」、シミができれば「美白成分が足りない」といったように、「足し算」の思考に陥りやすい傾向があります。

企業側もこの心理を利用し、「あなたの肌には〇〇が不足しています」「これを補うことで理想の肌に近づけます」といったメッセージを発信することで、消費者の購買意欲を刺激してきました。この手法は、自活力を活かす「引き算」の美容法よりも、より直接的に製品の必要性を訴えることができます。

### 4. 複雑な現代社会の肌環境

現代人の肌は、ストレス、睡眠不足、不規則な生活、大気汚染など、自活力だけでは対応しきれないほど複雑な環境にさらされています。このような状況下では、単に肌の力を信じるだけでなく、外部から必要なサポートを与えるという考え方が現実的であると捉えられています。多くのスキンケア製品は、この「外部からのサポート」という役割を担うことで、消費者の課題を解決しようとしています。

このように、市場が「与える美容」へと進んだ背景には、即効性へのニーズ、科学の商業利用、消費者の心理、そして現代社会の環境といった複数の要因が複雑に絡み合っています。

従来「肌トラブル」とされてきた現象は、単なる症状の羅列ではなく、皮膚の多層的なバリア恒常性の破綻や偏りの表れと捉えるべきです。

この視点に立てば、対処療法的な「成分主義」は一時的な効果には有効でも、肌の自活力や恒常性を支えるには限界があり、再考が求められます。

これからのスキンケアには、肌の恒常性を理解し、それを支援する設計思想こそが、倫理的かつ科学的な基盤として必要です。

市場は、肌の力を信じ、引き出す方向へと再構築されるべきです。

## **The Limits of Ingredient-Centric Thinking — A Design Philosophy That Overlooks the Skin's Innate Vitality**

The skin inherently possesses a self-sustaining capacity to remain healthy and beautiful. Yet many skincare products on the market appear to disregard this natural vitality altogether. Why has this seemingly obvious truth remained largely unrecognized, and why has the industry moved so decisively in the opposite direction?

The skin is equipped with sophisticated self-repair mechanisms—such as barrier function, cellular turnover, and sebum production—that help maintain its health. Despite this, many skincare products focus on “adding” moisture or active ingredients, rather than supporting the skin’s own regenerative processes. Several factors help explain this trend:

### **1. Immediate Results and Market Appeal**

Concepts like “replenishing ingredients” or “penetrating extracts” offer consumers a clear and compelling promise: “Use this, and your skin will improve.” In contrast, activating the skin’s own vitality requires consistent care and lifestyle adjustments, with results that take time. This slower path doesn’t align well with a market driven by quick fixes and instant gratification.

### **2. Scientific Advancement and Commercial Success**

Recent progress in dermatological science has led to the discovery of numerous active ingredients with measurable effects. This has fueled a logic of “targeted ingredients for targeted outcomes,” forming the foundation of modern product development. Ingredient-centric thinking has proven highly effective for differentiation and branding, pushing the entire market in that direction.

### **3. Consumer Psychology and Marketing**

Many consumers interpret skin issues as signs of deficiency: dryness means “not enough moisture,” dark spots mean “not enough brightening agents.” This additive mindset is easy to exploit. Brands have responded with messages like “Your skin lacks X” or “Add Y to achieve ideal skin,” stimulating demand through perceived need. Compared to approaches that support the skin’s own functions, this strategy offers a more direct and persuasive rationale for product use.

### **4. The Complex Realities of Modern Skin**

Today’s skin is exposed to stress, sleep deprivation, pollution, and irregular lifestyles—conditions that can overwhelm its natural defenses. In this context, external support is often seen as not just helpful, but necessary. Many skincare products aim to fulfill this role, offering solutions to challenges that the skin alone may struggle to overcome.

Taken together, the rise of “additive skincare” reflects a complex interplay of consumer expectations, scientific commercialization, psychological framing, and environmental pressures.

Skin troubles should not be viewed as a mere collection of symptoms, but as visible signs of disruption or imbalance within the skin’s multi-layered homeostasis system.

From this perspective, ingredient-centric approaches may offer short-term relief, but they fall short in supporting the skin’s innate vitality and long-term balance.

What’s needed now is a shift toward design philosophies that understand and reinforce skin homeostasis—this is the ethical and scientific foundation for the future of skincare.

The market must evolve toward solutions that trust in the skin’s own strength and help unlock its regenerative potential.