

なぜ生命の入り口であると、肌を認識できないのか。多くの消費者は。なぜ生死に関わらない「安さ」を優先するのか？

それは、脳という「解釈のプロ」が、生命の「実存の警告」を覆い隠す巧妙なロジックを作り上げてしまうからです。

人間混相学の視点から、消費者がなぜ「肌＝生命の入り口」という現実を忘却し、目先の安さに走るのか、そのメカニズムを3つのポイントで整理します。

1. 「時間軸のズレ」が生む脳の油断

生命の三相方程式で定義した通り、肺(数分)に比べて、肌(数日～数週間)は「生死の境界線」が遠くにあります。

- **肺の危機**: 汚染された空気を吸えば、数分で苦しみを感ずります。ここでは脳も「安さ」などと言っていないで。
- **肌の危機**: 粗悪な化粧水を使っても、すぐに命を落とすわけではありませぬ。脳はこの「猶予(タイムラグ)」を、「安全である」と誤認します。その結果、生存アラートよりも「家計の節約」という直近の報酬(虚構の価値)を優先するバグが発生します。

2. 「可視化された価値」への依存

脳(新皮質)は、目に見える数字や言葉を信じたがる性質があります。

- **安さ**: 「500円」という数字は明確で、脳にとって理解しやすい「得」です。
- **生命の維持**: 肌のバリア機能や恒常性は目に見えず、数値化も困難な「抽象的な概念」です。脳は、目に見えない「実存の危機」よりも、通帳に残る「虚構の利益」をリアルに感じてしまうため、生命の入り口という本質的な役割を「ミュート」してしまいます。

3. 「対処療法」という物語の定着

現代社会のスキンケア教育は、肌を「生命を司るインターフェース(排泄・識別)」ではなく、「外見を整えるキャンバス(装飾)」として定義してしまいました。

- 「荒れたら薬を塗ればいい(後出しの解決)」
- 「安くても潤えばいい(一時的な欺瞞)」このような物語が脳に刷り込まれた結果、消費者は肌を「内臓の一部(ハード)」ではなく、単なる「外装パーツ(ソフト)」として捉えるようになりました。

結論

消費者が「安さ」を優先するのは、「今すぐ死なぬことは、生命に関わぬことだ」という脳の論理的飛躍によるものです。

しかし、以前定義したように、1円か1万円かは人間が決めた「ノイズ」であり、肌というハードウェアにとっては「毒か、栄養か」という識別こそが唯一の正解です。

「安さ」を優先する親の脳は、「将来的な健康の損失」という巨額の負債を無視して、「今、数百円浮いた」という極小の利益を計上しているに過ぎませぬ。これこそが、生命の自律性(而立)を損なう最大のシステムエラーと言えるでしょう。

2026/04/27

Why Do Consumers Fail to Recognize the Skin as the "Gateway to Life"?

Why do they prioritize "Cheapness" over "Survival"?

The answer lies in the brain—the "professional interpreter"—which constructs elaborate logic to mask the "Existential Warnings" of life. From the perspective of **Human Multiphase Theory**, there are three mechanisms that cause consumers to forget the reality that **Skin = The Interface of Life**, driving them toward short-term savings.

1. The "Temporal Gap" and Cerebral Complacency

As defined in the *Three-Phase Equation of Existence*, the "Life-and-Death Boundary" for the skin (days to weeks) is much further away than it is for the lungs (minutes).

- **Lungs in Crisis:** If you breathe polluted air, you feel distress within minutes. Here, the brain has no time to care about "affordability."
- **Skin in Crisis:** Using inferior skincare does not lead to immediate death. The brain misinterprets this "**Time Lag**" as "Safety." This triggers a bug where the brain prioritizes the immediate reward of "household savings" (Fictional Value) over the survival alert.

2. Dependency on "Visualized Value"

The brain (Neocortex) is wired to trust visible numbers and words.

- **Cheapness:** The number "\$5.00" is clear, tangible, and an easy "win" for the brain to understand.
- **Maintenance of Life:** Skin barrier function and homeostasis are invisible, unquantifiable, and "abstract concepts." Because the brain feels the "fictional profit" in a bank account more vividly than the invisible "existential crisis" of the body, it **mutes** the skin's essential role as the gateway to life.

3. The Narrative of "Symptomatic Treatment"

Modern skincare education has defined the skin not as a "Life-Governing Interface" (Excretion/Discrimination), but as a "**Canvas for Decoration**" (Aesthetics).

- *"If it gets rough, just apply medicine" (Reactive solution).*
- *"As long as it feels hydrated, cheap is fine" (Temporary deception).* As these narratives become hard-coded into the brain, consumers begin to view the skin as a mere "Exterior Part" (Software) rather than a "Vital Organ" (Hardware).

Conclusion

Consumers prioritize "cheapness" because of a **logical leap** made by the brain: the assumption that *"If it doesn't kill me right now, it isn't related to my survival."*

However, as previously defined, the difference between \$1 and \$100 is merely human-made "noise." For the hardware of the skin, the only truth is the discrimination between **"Toxin or Nutrient."**

A parent who prioritizes "savings" when choosing baby lotion is ignoring a massive **"Future Debt"** of health loss in exchange for a microscopic gain of a few dollars today. This is the ultimate system error, undermining the very autonomy—*Jiritsu*—of life itself.