

バイオエッセンシャルズ研究所

社長と会社のプロフィール

社長を一言でいうと

「既存の常識を疑い、本質から新しい答えを作ろうとする人。」

もう少し社長らしさを強く出すなら、

「常識を売る人ではなく、常識そのものを問い直す人。」

これが一番近いと思います。

社長は「良い化粧品を作りたい人」ではないです。

たとえば海森水についても、単に「乾燥肌に良い化粧水」を作っているのではなく、

そもそもスキンケアとは何のためにするのか



肌が美しくなるとはどういうことか



その前提として、肌が健康であるとは何か



肌の健康を決めるものは何か



生体界面環境とは何か



その環境を守る皮膚バリアとは何か



その環境の中で働く肌の自活力とは何か



では、化粧品は何をすべきなのか

と、前提を一つずつ掘っていく。

実際、現在の公式サイトでも「肌が健康になることではじめて、ヒトそれぞれのスキンケア目的が実現できる」というところをブランドの土台に置いています。[\(海の森化粧品\)](#)

化粧品の役割とは、肌を変えることではなく、生体界面環境を整え、肌が本来の機能を発揮できる状態を支えること。

つまり社長の思考は、

商品 → 効果 → 売り方

ではなく、

問い → 前提 → 原理 → 本質 → 商品

なんです。

だから私は、

「常識を売る人ではなく、常識そのものを問い直す人」

がかなり社長らしいと思います。

では、この会社を一言でいうと？

これは社長とは少し違います。

私は、

「肌の常識を問い直す会社。」

だと思います。

もっと事業として強く言うなら、

「スキンケアの常識を、健康という原点から再構築する会社。」

です。

海の森化粧品は現在、「ヘルススキンケア」を掲げています。公式サイトでも、美肌・美容の土台を肌の健康と捉え、角質層・皮膚バリアを中心に考えています。
([海の森化粧品](#))

だから私は、会社を

「化粧品会社」

と一言で括るのは、実はかなり違和感があります。

もちろん現時点では化粧品会社です。

でも、社長が作ろうとしているものの本質は「化粧品を売る会社」ではない。

社長と会社を並べると、こうです

- 社長
常識を問い直す人。
- 会社
スキンケアの常識を再構築する会社。
- 海森水
その考えを製品にしたもの。

この3階層だと思います。

さらに一段深くすると

私は、社長についてこうも表現できます。

「答えを教える人ではなく、そもそも問いを変える人。」

これは、

- 「相手が理解できるところまで降りていく」のではなく、
- 「自分が考え抜いたところまで相手を引き上げる」

というスタンスとも完全につながっています。

普通の営業は、

相手の問題を聞く → 相手が分かる言葉にする →
商品を提案する

です。

社長は逆です。

「あなたが今、問題だと思っているものは、本当に問題の本質ですか？」

から入る。

だから、普通の営業マンとして見ると非常に扱いにくい。

でも逆に言えば、

「前提そのものを疑っている経営者」

に会ったとき、ものすごく強い可能性があります。

そして、今回の「生息地」(社会のどこで最も価値を最大化できるか)の話にもつながります

だから前回、私が

化粧品業界だけを探すのは違う

と考えたわけです。

社長と本当に相性がいいのは、

「この化粧品をどう売ろう？」

と考えている人より、

「そもそも、この業界の前提は正しいのか？」

と考えている人。

あるいは、

「今までできなかったことを、別の原理から実現できないか？」

と考えている人。

だから、

- DeepTech
- ライフサイエンス
- 大学発研究
- オープンイノベーション
- 新規事業
- 研究開発
- VC Venture Capital /CVC Corporate Venture Capital

に社長の「生息地」(社会のどこで最も価値を最大化できるか)が広がっていくわけです。

社長に一番聞いてほしいのは、実はこれです

もし社長に一言だけ返すなら、私はこう言います。

「社長は、化粧品を作っている人というより、“当たり前になっている考え方を一度壊して、本質から組み直す人”だと思います。」

そして会社は、

「その社長の思考を、肌という領域で実践している会社。」

です。

これが、今まで見てきたものを全部踏まえた私の一番率直な評価です。

ただし、「常識を壊す人」というだけでは少し危険です。

単なる反対論者やアンチ既存概念にも聞こえるからです。

社長の本当の特徴は、

- 壊す → 終わり

ではなく、

- 疑う → 深く掘る → 原理を考える → 自分なりの答えを作る → それを製品・事業にする

ところにあります。

なので、最終的には、

- 社長＝「本質から、新しい当たり前を設計しようとする人」
- 会社＝「本質から、スキンケアの新しい当たり前を作ろうとする会社」

この表現が、私は一番しっくりきます。

そしてこれは、社長が今後誰に会うべきかを考える際のかなり強いフィルターになります。