

なぜ「トラブルには効く」という視点に焦点を合わせて スキンケア製品を選ぶのか？

結局、広告の影響力が絶大で、短期的な解決策への欲求が非常に強いからです。広告はシンプルで魅力的な解決策を提示し、すぐに結果が出るように見せかけるので、多くのお客様が飛びついてしまいます。人間は、目に見える短期的な効果に弱いものです。

一方、肌トラブルを解消するためには、肌トラブルの根本原因を理解し、それに基づいたスキンケアを選ぶことが重要です。トラブルに効くスキンケア製品を使っているのに、その肌トラブルがなかなか改善しないのは、トラブルに効くスキンケア製品ではないからです。トラブルを改善するためには、そのトラブルが起きるメカニズムや原因を把握し、それに対応しているスキンケア製品を使わない限り、トラブルは繰り返します。これを理解しない限り、トラブル改善は難しいのです。

例えば、乾燥肌なら、まず乾燥肌とはどんな肌かを理解することが重要です。乾燥肌は水分が蒸発して肌がしぼんだ状態です。問題は「水分が少なくなった肌」ではなく「水分が蒸発した肌」です。乾燥肌対応のスキンケア製品としては、化粧水・乳液・クリーム・美容液などの保湿化粧品があります。化粧水で水分を与え、乳液・クリーム・美容液などの油分でフタをして水分を閉じ込めます。このやり方は一時的に乾燥肌を解消しますが、しばらくすると肌は再び乾燥します。

問題は「水分の蒸発」であり、それを防ぐために乳液・クリーム・美容液などの油分は油膜を張りますが、その油膜は洗顔料を使った洗顔で取り除かれます。元々肌には、水分蒸散や異物侵入を防ぐバリアとしての働きがあり、乾燥肌の方の肌はこの皮膚バリア機能が低下しています。だから、乾燥肌を元通りの乾燥しない肌、バリア機能のある肌に戻すには、皮膚バリアの修復・強化が必要です。それにはリノール酸含有の製品が有効です。これを理解することで、長期的に見て肌の健康を保つことができます。

このようなことをお客様が自分で勉強するのは難しいため、スキンケアコンサルティングが必要ですが、実際には売り場では単に商品を売るだけになっています。そこで、パーソナライズされたアプローチが重要です。お客様一人一人の悩みやニーズ「なりたい肌」、現在行っているスキンケアをしっかりとヒアリングし、その上で現在のスキンケアではお客様の悩みやニーズ「なりたい肌」を実現できないことを説明し、適切な解決策を提案します。これにより、お客様との信頼関係を築き、購入意欲を引き出すことができます。

「なぜ？」と言われれば、広告の影響と、短期的な解決策への欲求、適切な解決策を提案する販売スタッフがいないことが主な原因でしょう。