

日本におけるリピーター獲得戦略の課題

「肌トラブルの症状」は皮膚が「何か問題がある」と知らせてくれているサインです。例えば、赤みや乾燥、かゆみ、ニキビなどは、外部からの刺激や内部の問題に対する皮膚の反応です。これらの症状を通じて、皮膚が「注意して」というメッセージを送っています。単なる表面的な問題ではなく、根本的な原因を見つけて対処することが重要です。

しかし、多くのスキンケア企業は、次のように解説します：

- **赤み**: アレルギー反応か炎症のサイン。だから、抗炎症成分を使う。
- **乾燥**: 水分や油分不足のサイン。だから、保湿クリームやオイルを使う。
- **かゆみ**: 刺激やアレルギー、乾燥が原因。だから、敏感肌用の製品を選ぶ。
- **ニキビ**: 毛穴に皮脂が詰まり、細菌が繁殖しているサイン。だから、抗菌成分で細菌の繁殖を抑える。

この説明はわかりやすそうに見えても、症状解消の対処療法です。即効性や見た目の改善を重視する消費者にはそれでいいですが、症状を繰り返したくない消費者には、企業は科学的根拠に基づいた正確な情報を提供する必要があります。

●科学的根拠に基づいた説明

「肌トラブルの症状」について、科学的根拠に基づいて正確に、簡潔に説明すると、次のようになります：

- **赤み**: 皮膚バリアが壊れ、異物が侵入して炎症やアレルギー反応を引き起こす。だから、皮膚バリアを修復して異物の侵入を防ぐ。
- **乾燥**: 皮膚バリアが壊れ、水分が蒸散する。だから、皮膚バリアを修復して水分の蒸散を防ぐ。
- **かゆみ**: 皮膚バリアが壊れ、皮膚が刺激を受けるか、アレルギーや乾燥が原因。だから、皮膚バリアを修復して異物侵入や水分蒸散を防ぐ。
- **ニキビ**: 皮膚バリアが壊れ、角質肥厚で毛穴が詰まり、細菌が繁殖して炎症を起こす。だから、皮膚バリアを修復して角質肥厚を解消し、皮脂排泄をスムーズにする。

日本のスキンケア企業は消費者に対して簡潔でわかりやすい説明を選ぶ傾向があります。それは、消費者が即効性や見た目の改善を重視し、深い科学的説明を求める割合が少ないためです。そのため、企業は詳細な科学的説明よりも、消費者の満足度やブランドイメージの向上を優先しています。しかし、このような戦略は、短期的には経済的メリットを得ることができるかもしれませんが、長期的にはリピーターを獲得することにはならず、むしろ経営的にはマイナスとなります。これは、健康志向の消費者が増えている日本のスキンケアマーケットにおける、スキンケア企業戦略の課題です。

Challenges in Customer Retention Strategies in Japan

The symptoms of skin troubles are signs that the skin is indicating there is a problem. For example, redness, dryness, itching, and acne are reactions of the skin to external stimuli or internal problems. Through these symptoms, the skin sends a message of “pay attention.” It is important to identify and address the root causes rather than just surface issues.

However, many skincare companies explain these issues as follows:

- **Redness:** A sign of an allergic reaction or inflammation. Thus, use products with anti-inflammatory ingredients.
- **Dryness:** A sign of a lack of moisture or oil. Therefore, use moisturizers or oils to hydrate.
- **Itching:** Often caused by irritation, allergies, or dryness. Thus, choose products for sensitive skin.
- **Acne:** A sign that pores are clogged with sebum, leading to bacterial growth and inflammation. Therefore, use antibacterial products to control bacterial proliferation.

This explanation may seem straightforward, but it is merely a palliative treatment for symptoms. While it may work for consumers who prioritize immediate results and appearance improvement, companies need to provide scientifically grounded and accurate information for consumers who do not want to repeatedly experience the same symptoms.

Scientific Explanation

To explain “the symptoms of skin troubles” accurately and concisely based on scientific evidence, it can be described as follows:

- **Redness:** The skin barrier is damaged, allowing foreign substances to penetrate and causing inflammation or allergic reactions. Therefore, repair the skin barrier to prevent the invasion of foreign substances.
- **Dryness:** The skin barrier is damaged, causing moisture to evaporate. Therefore, repair the skin barrier to prevent moisture loss.
- **Itching:** The skin barrier is damaged, leading to skin irritation or being caused by allergies or dryness. Therefore, repair the skin barrier to prevent foreign substance invasion and moisture evaporation.
- **Acne:** The skin barrier is damaged, causing hyperkeratosis that clogs pores, leading to bacterial growth and inflammation. Therefore, repair the skin barrier to alleviate hyperkeratosis and smooth the excretion of sebum.

Japanese skincare companies tend to choose simple and easy-to-understand explanations for consumers. This is because consumers prioritize immediate results and appearance improvement, and the percentage of those seeking in-depth scientific explanations is low. As a result, companies prioritize consumer satisfaction and brand image enhancement over detailed scientific explanations. However, while this strategy may bring short-term economic benefits, it does not lead to long-term customer retention and may actually have negative effects on business in the long run. This is a challenge in the strategies of skincare companies in the Japanese skincare market, where health-conscious consumers are increasing.