

夢を売る化粧品から、幸せを生む化粧品へ

ブランド志向の強い顧客は、一時的な美しさではなく、肌本来の健康美と持続的な美しさ、さらに日々の使用で実感できる快適さ(ライフスタイルの質の向上)を求めています。

スキンケアにおいて、使い心地や仕上がりの自然さは重要ですが、それだけではなく、長期的な美しさの維持や、肌に違和感なく馴染むことが不可欠です。

市場の多くの化粧品は「美の夢」を提供します。しかし、本当に必要なのは、素肌の健康美を保ち、美しさを持続させる化粧品へと進化することです。

化粧品とは、肌の健康美を実現し、見た目の美しさを際立たせる機能的価値と、日常生活の質を高める体験的価値を兼ね備えたものであるべきです。これこそが、多くの人々が化粧品に求める究極の価値ではないでしょうか。

しかし現実には、市場にある化粧品の多くが、まるで素肌が美しくなったかのような一時的な仕上がりを提供するに留まっています。その結果、長期的な美しさを育む機能的価値や、持続的にライフスタイルの質を高める体験的価値が不足しているのです。

つまり、消費者が化粧品に求めているのは、単なる「一瞬美しく見える」効果以上に、肌の健康美、持続する自然な美しさ、そして日々の使用で実感できる快適さなのです。

参考文献: 高い倫理性と公益性が求められる AI アシスタントとの情報作成協業 (2025 年 5 月 12 日作成)

From Selling Dreams to Creating Happiness in Skincare

Brand-conscious customers seek more than just temporary beauty—they prioritize the natural health and lasting radiance of their skin, along with daily comfort and an enhanced lifestyle experience.

In skincare, the texture and feel of a product are essential, but beyond that, long-term skin health and seamless absorption are just as crucial.

Many skincare products on the market offer the dream of beauty, yet what is truly needed is an evolution toward products that sustain the skin's natural beauty and long-term wellness.

Skincare should combine both functional value, which enhances skin health and appearance, and experiential value, which improves everyday quality of life. This is the ultimate value that people genuinely seek in skincare.

However, in reality, most products today focus on creating the illusion of immediate beauty, without truly enhancing the lasting health and radiance of the skin. As a result, they provide only a temporary boost in lifestyle quality, lacking the ability to foster sustained beauty and happiness.

Ultimately, what consumers desire is more than just a fleeting enhancement—they seek healthy, naturally radiant skin and daily comfort that contributes to a better lifestyle.

Reference: Collaboration on Information Creation with AI Assistants
Committed to High Ethical and Public Interests (Created May 12, 2025)