

設立趣旨書

1 趣旨

- 化粧品は薬事法の下で、「体を清潔にしたり、見た目を美しくしたりする目的で、皮膚等に塗布等するもので、作用の緩和なものをいう。」と定義されているが、消費者はこの定義以上の効果、特にシミ、シワの解消という、より積極的な効果を期待している。
- このような背景のもと、化粧品メーカーは化粧品の機能向上を日々行っているが、化粧品販売の現場では、効果、モノの良さを訴求し、消費者に対して「販売」が優先され、「商品の押しつけ」が目立った結果、対面販売からの「客ばなれ」が加速化したのも事実である。
- 対面販売から離れた消費者は、各種通信販売や量販店での化粧品購入に移行した。この「自分で化粧品を選択して購入する」という行為においては、テレビ、雑誌、インターネットなどの情報に頼ることになった。特に「口コミ」という他者の使用レポートは、十分な知識のない消費者から情報提供であり、「情報不足」、「情報の不正確性」、「偏り」、が多々存在し、これらの情報を元にして、自分に適した化粧品の選択は不可能であることは言うまでもない。
- この不十分な情報により購入された化粧品は、メーカーの意図する使用が行われず、また間違った使用により、様々なトラブルが生じている。このトラブルは消費者にとって不利益であり、また化粧品メーカーにしても顧客満足の不達成という結果として現れてしまう。
- 化粧品に関しては「化粧品」というモノが先に目立ってしまうが、実際は「使い方」が最も重要である。化粧品については、「皮膚に関する知識」や「使い方という技術」といった「情報」、「教育」というソフト面が「主」であり、商品としての化粧品というハード面は「従」である。この順序が間違っているとえられてはいけない。自分の生活スタイル、肌の状態、年齢によって様々な工夫が必要であり、このことを十分に理解した上で、化粧品の購入に至ることが求められる。
- 特に「化粧品の使い方」については、季節、体調など様々な要素により工夫が求められるが、このことを単に講義しても深い理解は得られにくい。この課題を解決するためには「コーチング」という手法が有力である。スポーツ選手の育成において一定以上の成果が得られている「コーチング」は、単に答えを提示するのではなく、「共に考え、共に答えを出す、共に向上する」というこの手法が、スキンケアにも大いに役立つと考えられる。
- コーチングにより、自分に合った化粧品の使用方法に気づき、自分に合ったスキンケアの方法を見つけるられるようになり、最終的に「使い方」についての「知識」や「技術」の理解を深め、化粧品に頼るのではなく、自分自身に合った化粧品やその手入れの方法を身につけ、化粧品の誤使用に起因するトラブルや想定されていないマイナス要因を排除し、より良い美容を進めることが可能となる。
- 化粧品の正しい使用が行われないうえに様々なトラブルが生じており、「コーチング」という方法を使って、化粧品に関する「知識」や「技術」を向上させることで、困っている女性の助けになると思い、NPO 法人設立を申請するに至りました。

2 申請に至るまでの経過

- 2009年9月 勉強会始動
- 2010年4月 法人設立の準備開始
- 2010年5月 代表者の同志を募る
- 2010年6月 スキンケアコーチング協会発足

平成23年5月31日

特定非営利活動法人スキンケアコーチング協会