

特集

＜セラピーメーカーキャップ活動 飛躍のとき＞

1. はじめに

「化粧」には、肌を美しく整え、その人なりの魅力を引き出すだけでなく、QOL（Quality of Life）を改善する効果もあることが、数々の先行研究から明らかになってきています。長きにわたり、化粧品、美容技術、商品開発の研究を積み重ねてきた資生堂はこのたび、「セラピーメーカーキャップ活動」への本格的な取り組みを開始しました。

私たちが考えるセラピーメーカーキャップ活動とは、「外観上の悩みを持つ患者さまに対してメーカーキャップを行うことで、社会参画を支援する活動」のことです。店頭では出会えないような肌や心に深い悩みをもつ患者さまに、これまでに培われてきた独自の美容ソフトと商品の提供を通じて、肌も心もより美しくなっていくことで、QOL向上のサポートを目指しています。

この特集では、まず実際にセラピーメーカーキャップ活動に関わってくださっている先生方に、医療機関におけるセラピーメーカーキャップ活動への取り組みについてうかがいました。次に、資生堂セラピーメーカーキャップ活動の拠点として、本年2006年6月21日に開設いたしました「ソーシャルビューティーケアセンター」をご紹介します。さらには、セラピーメーカーキャップ活動で使用するパーフェクトカバーファンデーションの、患者さまへの紹介方法（パーフェクトカバーファンデーション取扱店への紹介方法・医療機関での販売方法）について、ご案内いたします。

2. 医療機関におけるセラピーメーカーキャップ活動への取り組み

資生堂では、セラピーメーカーキャップ活動を推進していくために、医療機関との関わりが必須であると考えております。ここでは、それぞれ違う立場からセラピーメーカーキャップ活動に取り組んでいらっしゃる先生方3名より、医療機関のセラピーメーカーキャップ活動への関わり方の現状と課題、そして今後の展望についてお話をうかがいました。

くらた医院・倉田荘太郎先生には、セラピーメーカーキャップをご自分の病院で実施していらっしゃる立場から、東京労災病院・渡邊彰二先生には、セラピーメーカーキャップを紹介していらっしゃる立場から、そして東京慈恵会医科大学病院・上出良一先生には両先生のお話をふまえ、セラピーメーカーキャップ活動の現状と展望について総括していただきました。

2-1. セラピーメーカーキャップを実施している医療機関から

（くらた医院 院長 倉田荘太郎先生）

——セラピーメーカーキャップ活動を始められた時期ときっかけを教えてください。

倉田先生 約4年前、看護師である妻がメディカルメイクアップの講習を受けたのがきっかけです。あざややけどの患者さまと接する機会が多かったことから、そのような患者さまへのメーカーキャップに興味を持ったようです。そのことから、私も患者さまへのセラピーメーカーキャップの必要性を再認識するようになりました。

——現在のセラピーメーカーキャップ活動状況と、診療においてセラピーメーカーキャップ活動がしめるウェイトを教えてください。

倉田先生 月数名単位のあざや傷の患者さまに対して、妻を中心に各スタッフが指導を行って

います。ほかに、しみやレーザー治療途中の患者さまのカバー用として用いたり、希望があれば同じ人に何度も指導したりしています。そのような患者さまを含めると、月に数十名の患者さまに対して行っていることになります。いずれにしても、「セラピーメーカーキャップ」というより「ふつうにメーカーキャップを楽しむ」という感覚で行っています。このように、気軽に相談できる体制になってからは、患者さまの総数はかなり増えてきています。

——セラピーメーカーキャップ活動を行っている中で、苦労したことは何ですか。

倉田先生 この活動には人、場所、時間が必要ですが、収益性が低いのが実情ですので、医療機関側のキャパシティが問題となります。あざ治療が保険診療であるのに対して、化粧指導は自由診療なので、患者さまの負担を考えて料金設定を低くすると、患者さまが多いほど医療機関の経営面は苦しくなります。当院の場合は、指導1回につき1時間ほどで1050円という料金設定をしていますので、収益性は高いとは言えません。そういう点で、行政や企業などのサポートがあるといいと思います。

——逆に、よかったことはありますか。

倉田先生 ほとんどすべての患者さまから、「こんなにいい方法があったのか」と一様に喜ばれることです。パーフェクトカバー ファンデーションは、薄づきながら強力なカバー力を持った商品として、厚塗りを嫌がる男性や若い方からの評判が特によいのですが、それを知らない患者さまが多い。治療や診断のために病院を訪れて、そのとき初めて知る患者さまもおられます。こういった商品や活動が世に知られていないのは、患者さまにとって不利益だと思います。

——セラピーメーカーキャップ活動を行う際に、気をつけていることはありますか。

倉田先生 あざややけどの患者さまの場合、患者さまの精神的負担が重いことがあります。そのような患者さまと接する際には、腫れ物にさわるといふような過剰な反応をするのではなく、同じ目線に立って接しながら、対応を一緒に考えるようにしています。指導にあたるスタッフへの教育としては、化粧手技はもちろんのこと、セラピーメーカーキャップの本質的な意味についての教育も行っています。

また当院では、専用の化粧部屋を作り、ゆったり落ち着いて相談できるスペースの確保にも配慮しています。



写真1 くらた医院施術室



写真2 くらた医院教育風景

——くらた医院における、今後のセラピーメーカーキャップ活動の展開を教えてください。

倉田先生 先ほども述べましたが、セラピーメーカーキャップは社会的認知度がまだまだ低いので、広報活動に力を入れて行きたいと思っています。パーフェクトカバーは「資生堂の商品」

ということで安心感があるので、資生堂が幅広く宣伝を行うことで、もっと広まっていくと思います。また、地域でセラピーメーカーシップ活動を行える医療機関の提携拡大を目指し、知り合いの先生方にはどんどん声をかけて、商品を紹介しています。各地域の「核」となるような医療機関を増やすことで、このような活動が地域に浸透し、患者さまの疑問にすぐに対応できる体制を整えていきたいと考えています。

原疾患や肌状態によっては、メーカーシップを控えて治療を行った方がよい場合もありますので、化粧指導を受ける前に一度専門医に診察してもらうのが理想です。その方が患者さまも納得、安心してセラピーメーカーシップを受けられると思います。

——最後になりましたが、倉田先生にとってセラピーメーカーシップとは何ですか。

倉田先生 私は形成外科出身ですので、若い頃はやはりオペやレーザー照射など治療を中心に考えていました。しかし患者さまにとって、治療のみを行って「はいここまでです」と言われても、「尻切れとんぼ」に感じてしまうわけです。患者さまとしては、最後までフォローしてほしい。治療後のケアの視点が欠けていました。そういった点で、セラピーメーカーシップは患者さまが望んでいたケアの最終章と位置づけています。快適な日常生活を送るために、オペやレーザー照射などの治療と同等の価値があると思います。

旧来、「化粧なんて医療ではない」と考える先生は多く、医療機関でメーカーシップを行うなんてとんでもないという風潮がありました。一般の患者さまの社会通念としても、そのような考えが多かったと思います。先日、大分合同新聞（2006年7月26日朝刊）ほか、テレビ・ラジオで取り上げられましたが、それをご覧になってお問い合わせくださる患者さまも多数おられ

ました。このように、地道な広報活動を通じて、セラピーメーカーシップを社会全体に普及していきたいと考えています。

——ありがとうございました。

倉田荘太郎先生プロフィール

大阪大学医学部附属病院皮膚科形成外科、兵庫県立こども病院形成外科、大分医科大学皮膚科形成外科に勤務後、ウィスコンシン大学霊長類研究所（米国）招聘研究員。大分医科大学医学部講師（形成外科診療班主任）就任後、1999年形成外科皮膚科美容外科くらた医院（別府）を開設。2000年毛髪科学研究室開設。診療科目は形成外科・皮膚科・美容外科・美容皮膚科・メディカルメイクなど。診療の傍ら、セラピーメーカーシップ活動の普及に尽力。日本臨床毛髪学会（理事・会長）、日本臨床皮膚外科学会（理事）。

くらた医院ホームページ

<http://www.kurata-clinic.com/>

2-2. セラピーメーカーシップを紹介している医療機関から

（東京労災病院 形成外科部長

渡邊彰二先生）

——どのような患者さまにセラピーメーカーシップをすすめていますか。

渡邊先生 先天性のあざ、血管腫、扁平母斑、太田母斑など、あざの患者さまです。あざ患者さまの治療としてレーザー照射を行っていますが、治療の合間に紫外線防御を行わないと、色素沈着を起こしてしまいます。そのような患者さまに対してはサンスクリーン剤の使用を推奨していますが、通常のサンスクリーン剤は汗に弱く、持ちが悪い。そうかといって1日に何度も塗り直すとなると、特にお子さま*1の場合は使用が煩雑になります。そこで当院では、「落

*註1 東京労災病院形成外科は患児が多い。

落ちない日焼け止め」として、パーフェクトカバー ファンデーションをすすめています。レーザー治療直後だと皮がむけやすくなっているのですが、治療後1週間くらいから使用してもらっています。パーフェクトカバー ファンデーションには、「色をカバーする」という特徴もあるので、なおよいと思います。

——パーフェクトカバー ファンデーションと言うと、「色を隠す」商品として考えていたのですが、「日焼け止め効果」に注目されていたというのは、驚きです。

渡邊先生 落ちない日焼け止めとしての意味は大きいです。これまではレーザー治療というと、色素沈着を嫌がって、日焼けしやすい夏場の治療を避ける傾向がありました。夏に治療ができないから冬に治療するとなると、お子さまの場合は受験を控えていたりして、日常生活に支障を来す場合があります。でも、落ちないパーフェクトカバー ファンデーションができたおかげで、夏場でも治療が行えるようになりました。

当初、治療が奏効せず、色が消えない患者さまへの最終手段として、カバー用ファンデーションを紹介していました。しかし、紹介する時点で患者さまはもう疲れ果てているんです。また、セラピーメーカーキャップを紹介するということは、「医療のギブアップ」を意味するという側面もありました。先日、私が調査した結果(表1)、実際そのように治療抵抗性の患者さまは、患者さま全体のうちたったの1割に過ぎませんでした。

そのような患者さまに無理してすすめるよりも、治療の有効な残りの患者さまに、治療の途中でパーフェクトカバー ファンデーションを使用していただく方が、よほど前向きですね。

——パーフェクトカバー ファンデーションをすすめたときの患者さまの反応は、どのようなのですか。

	Exce lent	Good	Partial Response	Poor (fair)	Total	SR 満足度	
Focal	3	4		2	1	10	70%
Seg- mental	4	16		3	3	26	77%
SWS	0	1		4	0	5	20%
Total	7	21		9	4	41	
Rate	17%	51%		22%	10%		

表1 治療成績(顔面)

渡邊先生 2つに分かれます。「え、そういういいものがあるの?」というポジティブな反応を示す方と、「えー…レーザーはもうだめなんですか?」というがっかりした表情を見せる方の2つです。後者の方には、なぜそれを使う必要があるのか説明すると、納得されます。

——渡邊先生にとって、セラピーメーカーキャップとはどのような位置づけですか?

渡邊先生 パートナーです。治療のクオリティを、より高くするためのパートナーですね。

——渡邊先生の患者さまはお子さまが多いですが、小児科・皮膚科など他科との連携や協力体制はいかがですか。

渡邊先生 欧米のように、患者さまを前に多くの医師が集まって、方針を決めるというような体制が整っている医療機関は、日本ではあまりないですし、当院の連携も十分ではありません。ただ、当院の場合は、小児科医と出身大学が同じなので、何かあればすぐに連絡できます。また、皮膚科とはこれと言って特別な関連を持ってはいませんが、隣ですので声はかけやすいです。

——現在、患者さまをソーシャルビューティーケアセンターにご紹介いただけていますが、紹介にあたって困ったことはありませんか。

渡邊先生 困ったことは特にありません。患者さまにソーシャルビューティーケアセンターの

紹介状リーフレットを渡し、「センターへ電話予約して行ってください」と伝えるだけでよいので、手続きは楽です。ソーシャルビューティーケアセンターの名称、母体、所在、いずれもお母さま方に大好評ですね。

——ありがとうございます。渡邊先生はソーシャルビューティーケアセンターに見学に行かれたそうですが、印象はいかがでしたか。また、患者さまのご感想はどうですか。

渡邊先生 私も患者さまの印象も、「きれい」で「丁寧」というのが一致した印象です。

——ソーシャルビューティーケアセンター、ビューティーセラピストを始めとして、資生堂への要望はありますか。

渡邊先生 資生堂は大きな会社ですから、東京だけでなく全国でソーシャルビューティーケアセンターと同じレベルのことができると思います。それはやはり資生堂でないとできないことじゃないかと思うんですよ。九州にいても北海道にいても、同じセラピーメーカーの指導ができるのは、資生堂のように人的パワーを備えた会社でないと難しいでしょう。

——ありがとうございました。

渡邊彰二先生プロフィール

1988年昭和大学医学部、1992年昭和大学大学院医学研究科卒業。1995年～1997年ボストン小児病院形成外科研究員、ハーバード大学細胞生物学教室研究員。医学博士、形成外科認定専門医。千葉大学・昭和大学・近畿大学形成外科非常勤講師。専門分野は形成外科・頭蓋顎顔面外科・血管腫・血管奇形。

渡邊先生のホームページ

<http://members.jcom.home.ne.jp/0148177101/index.html>

2-3. セラピーメーカーキャップ活動の現状と展望について

(東京慈恵会医科大学病院 皮膚科教授
上出良一先生)

——慈恵会医科大学病院におけるセラピーメーカーキャップ活動について教えてください。

上出先生 1年ほど前、皮膚科の特殊外来として、医療の少し外側から患者さまを支援することを目的に、スキンケア外来というものを開設しました。通常の外来診療は忙しく、患者さまのお話をゆっくり聴くことや、スキンケア・メーカーキャップ指導まで手が回らないというのが現状でした。そこで、専門職のスキルを使って患者さまのQOL向上のために何かできないかということで開設したのが、スキンケア外来です。スキンケア外来のプログラムの1つに、セラピーメーカーキャップがあるという位置づけです。

当院では、色調異常の患者さまへのメーカーキャップのみならず、アトピー性皮膚炎や尋常性乾癬など、皮膚に病的変化や炎症のある方を対象にセラピーメーカーキャップを行っています。色調だけなら表皮に異常はないので、病院外にメーカーキャップを委託することも可能ですが、皮膚炎症性疾患の患者さまの場合、メーカーキャップをしてもよい肌状態であるか医師が正確に診断してからのほうが、患者さまも安心してメーカーキャップを受けられます。また炎症性疾患の患者さまの中には、化粧をしてはいけないと思い込んでしまっている、もしくは化粧はしてみたけどなんとなくやめているという方がいます。そのような患者さまの意識改革として、メンタル面も含めてサポートしています。

スキンケア外来では、普通の人を美しくする、美しい人をより美しくする手前の段階として、疾患のある方がより美容的なものを楽しめるよう、正しい洗顔の仕方など日常なことから指導を行っています。スキンケアがきちんとできれば、炎症治療にも役立つという側面があります。セラピーメーカーキャップの実際の取り組みと

しては、静かで個別的な環境を整え、患者さま1人あたり2時間という時間設定のもと行っています。

——費用設定は、どのようなものでしょうか。

上出先生 費用は再診料のみです。まず医師が診察・治療をした上で、患者さまの皮膚のコンディションを見てから行うものであり、収益は考えていません。病院における社会貢献活動といったところでしょうか。この活動は、長い目で見て病院の品格が上がる活動だと思いますので、施術場所を提供するだけで、収益性は度外視しています。

——セラピーメーカーシップ活動で、苦労したことは何ですか？

上出先生 患者さま自身、セラピーメーカーシップがどのようなものか知らないので、紹介をしたものの施術する段になって、予約をキャンセルされる方がいます。また、実際に施術を受けられても、「治療に来たのに化粧品でごまかされた」と不満をもらす方もいます。このような患者さまに対しては、薬物治療を何回か行いながら人間関係を築き、理解してもらえよう努めています。このような活動が、今後皮膚科で一般的に提供すべきことと認識されれば、患者さまも予備知識を持って施術に臨むことができるようになるのではないのでしょうか。

あとは医師の問題ですね。大学病院の場合、医師の経験年数にばらつきがありますが、若く経験の浅い医師の場合、どのようなタイミングで患者さまにメーカーシップをすすめるべきか判断できないということがあります。患者さまにセラピーメーカーシップを紹介する時期について、今後セラピーメーカーシップ導入までのクリニカルパスのような流れを作ることができればいいと思っています。

——セラピーメーカーシップにおける、看護師との連携状況について教えてください。

上出先生 医師・看護師間で、話し合いを通じて日々の診療をすすめています。看護師は外来の受付業務で多忙のため、せっかく看護師としての専門的知識があっても、外来においてはクラークのような役割しか果たせていないというのが現状です。看護師自身がセラピーメーカーシップを行う必要はないと思いますが、医師から患者さまに説明する際に、看護師がサポートしたり、指導が終わった時点で患者さまからのフィードバックを得たりすることは、看護師として重要な役割だと思います。

——倉田先生、渡邊先生のセラピーメーカーシップへの取り組みに対して、どのように思われましたか。

上出先生 両先生とも、患者さまの悩みにきちんと向き合っていると感じました。個人病院では特にそうだと思いますが、このような活動は病院の収益性が上がらないものです。しかし、時代の流れから言って、こういう場所こそ患者さまから必要とされていると思います。また形成外科医としてのお立場から、手術が重要というのは当然ですが、セラピーメーカーシップという次のステップに注目されたというのは、非常に意味のあることだと思います。

——上出先生にとって、セラピーメーカーシップとは何ですか。

上出先生 治療が、マイナスをゼロにすることとするならば、セラピーメーカーシップはさらに一押ししてゼロをプラスにすることです。アトピー性皮膚炎の患者さまの中には、先に述べたように、メーカーシップすることをためらってしまう方がいます。そのような患者さまに対して、治療を通じて後ろ向きの悪循環を断ち切り、患者さまが前進するためのはずみをつけるのがセラピーメーカーシップです。

——セラピーメーカーシップ活動の、課題と展望について教えてください。

上出先生 セラピーメーカーシップは、心のケアが特に重要です。メーカーシップを行っても、1回の指導だけでは患者さまに根づかず、すぐに元のメーカーシップに戻ってしまうことがあります。このように気持ちが追いついていない患者さまに、セラピーメーカーシップで教わったエッセンスを消化・吸収してもらい、継続的に続けてもらえるようにすることが今後の課題です。そのためには、患者さまの話を「傾聴」することが重要です。傾聴を通じて、患者さまの中で気持ちが再構築され、話しているうちに思考が前向きになり、行動がポジティブに変容するというのが理想です。

心のケアを行う専門職として、臨床心理士にセラピーメーカーシップチームに入ってもらうのもいいかもしれません。しかし臨床心理士でなくても、医師やセラピーメーカーシップに携わる方々が、できる範囲で話を聴くだけで、患者さまはものすごく救われると思います。ビューティーセラピストも、メーカーシップ技術で表面的に患者さまを美しくするだけでなく、根底にある患者さまの気持ちを受け止め、化粧をする喜びを伝えることが、この活動の意義だと思えます。

——ありがとうございました。

上出良一先生プロフィール

1973年東京慈恵会医科大学卒業、同皮膚科研修医。同形成外科研修医、同皮膚科助手、同皮膚科講師を務めた後、1981年より2年間ニューヨーク大学皮膚科研究員ならびにカリフォルニア大学サンディエゴ校皮膚科研究員として光線過敏症の研究に従事。1987年東京慈恵会医科大学皮膚科助教授。2005年より東京慈恵会医科大学皮膚科教授。専門分野は光皮膚科学・皮膚アレルギー・皮膚悪性腫瘍。日本皮膚科学会（代議員）、日本研究皮膚科学会（評議員）、日本光医学・光生物学会（理事）、日本皮膚外科学会（評議員）。



写真3 上出先生近影



写真4 スキンケア外来

3. ソーシャルビューティーケアセンターのご紹介

資生堂では、1990年代のはじめから医療機関と連携をとりながら、地道にセラピーメーカーシップ活動に取り組んでまいりました。その活動の中から、患者さまのニーズにおこたえできるような美容技術の蓄積及びメーカーシップ商品の開発をすすめてきました。そして、これまで培われてきた技術を、より多くの患者さまにお伝えするため、セラピーメーカーシップ活動の拠点として、2006年6月21日、資生堂創業の地「銀座」に、「ソーシャルビューティーケアセンター」を開設しました。

ソーシャルビューティーケアセンターでは、チーフビューティーセラピストの大城をはじめ、専門のビューティーセラピスト5名が、患者さまの肌を拝見し、悩みを伺いながら、おひとりおひとりに適した化粧品を選び、ご自身でお使いいただけるようになるまでアドバイスを行っております。完全予約制・利用料無料で、

患者さまのプライバシーが確保された空間にて
メーキャップを実施いたします。

セラピーメーキャップで対象としております
のは、あざ（太田母斑・血管腫など）や濃いシミ、
白斑など、肌の色調に何らかの悩みを抱えて
いる方で、肌の状態が安定している方です。
カバー用ファンデーション「パーフェクトカバ
ー」の使用方法はもとより、その方にふさわし
い他の化粧品の使用方法をアドバイスいたしま
す。また、目元や口元を含めてトータルに仕上
げ、患者さまの魅力を引き出す方法をお伝えし
ます。ご希望があれば、パーフェクトカバー
ファンデーションの販売も行っております。た
だし、パーフェクトカバー以外の商品について
は、販売しておりません。

ソーシャルビューティーケアセンターへの紹
介方法は、次項でご案内いたします。



写真5 ソーシャルビューティーケアセンター施術室

ソーシャルビューティーケアセンター連絡先
〒104-0061 東京都中央区銀座7-5-5
銀座並木通り 資生堂本社内
TEL：03-3289-2262
FAX：03-3289-2263
運営日：火～土曜日（日・月・祝日休み）
11：00～19：00
※ご予約は祝日を除く火曜から金曜の11時～18時
<http://www.shiseido.co.jp/sbcc/>

4. パーフェクトカバー ファンデーションの患 者さまへの紹介方法

患者さまにパーフェクトカバー商品をご紹介
いただく方法には、店頭へ患者さまをご案内す
る方法と、医療機関で販売する方法の2つがご
ざいます。それぞれについて、詳しくご紹介い
たします。

4-1. パーフェクトカバー ファンデーション取 扱店に患者さまを紹介する方法について

2006年10月21日より、セラピーメーキャップ
活動の趣旨に賛同した、全国の厳選された資生
堂化粧品取扱店・デパートなどで、パーフェク
トカバー ファンデーションの販売を開始いた
しました。パーフェクトカバー取扱店では、メ
ーキャップを行うためのプライバシーが確保さ
れたスペースにおいて、パーフェクトカバー商
品の使用方法をご案内するとともに、患者さま
の悩みに合わせたカウンセリングとアフターフ
ォローを行っております。パーフェクトカバー
商品のお試し、カウンセリングを希望される患
者さまに、是非ご紹介ください。

患者さまを円滑にご紹介いただくために、患
者さまにお渡しいただく「ソーシャルビューテ
ィーケアセンター紹介状」「パーフェクトカバ
ー ファンデーション紹介状」を、それぞれご
用意いたしました。資生堂では、セラピーメ
ーキャップを希望される患者さまの悩みにじっ
くり向き合い、ていねいなカウンセリングを行
いたいと考え、お電話による事前予約を必須と
させていただいております。紹介状には、カウ
ンセリングの予約方法について、ご紹介してい
ます。

「ソーシャルビューティーケアセンター紹介
状」には、センターの地図、予約のための電話
番号、受付時間などを記載しております。また、
「パーフェクトカバー ファンデーション紹介
状」には、近隣のパーフェクトカバー ファン
デーション取扱店のリストを添付しております
ので、患者さまにはセットでお渡しください。

次頁に、「パーフェクトカバー ファンデーション紹介状」の見本を掲載しておりますので、ご参照ください。

なお、取扱店に関しましては、インターネットでもご紹介しておりますので、そちらもご覧ください*2。

<http://www.shiseido.co.jp/pc/>

紹介状ご用命の際には、同封しておりますFAX用紙にて、資生堂学術室宛ご依頼ください。

4-2. パーフェクトカバー ファンデーションを医療機関で販売する方法について

パーフェクトカバーファンデーションシリーズ（白斑用VV・青あざ用OT・赤あざ用PS）を、ご自身の病院で販売希望される場合、資生堂と本商品に関する取引契約（ソーシャルビューティーケア契約）を結んでいただきます。契約の概要について、ご案内いたします。

本商品は、患者さまおひとりおひとりの状態によって、色選びや使用方法が異なるため、先生方あるいは医療スタッフの方々に正しい指導方法を修得いただくことが、重要なポイントとなります。そのため契約に際しては、患者さまへのパーフェクトカバー ファンデーション使用法指導に関する講習を受講いただいております。患者さまの社会参画支援を目的とした商品であることをご理解のうえ、販売をご検討いただけますと幸いです。

主なお取引条件

- ソーシャルビューティーケア契約を締結した医療機関および店舗のみ取り扱うことができます。
- 1個より発注できます。
- FAXで注文し、資生堂の指定する口座へお振込いただきます。入金確認後3営業日以内に発送いたします。

（振込手数料は医療機関、送料は資生堂での負

*註2 近隣のパーフェクトカバー ファンデーション取扱店リストを同封いたしました。

担といたします。)

5. おわりに

セラピーメーカーキャップ活動は、ソーシャルビューティーケアセンターを拠点に、いま新たな一歩を踏み出したところです。このセラピーメーカーキャップ活動を着実に根づかせるためには、医療機関の先生方のご協力が不可欠です。本稿をご覧になった先生方が、日常の診療に少しでもセラピーメーカーキャップ活動を取り入れていただき、患者さまのQOLの向上に寄与できれば、まことに幸いです。

また学術室では、セラピーメーカーキャップ活動に関する情報発信ならびに広報活動を継続的に行っていくことで、「医療」と「美容」の融合をより一層強化していきたいと考えています。今後は、肌の色調の悩みだけでなく、さらに多様な肌悩みをもつ方々のニーズにおこたえしていけるよう、活動を推進してまいりますので、先生方のご意見・ご要望を是非お寄せください。

<お問い合わせ先>

セラピーメーカーキャップ活動、パーフェクトカバー ファンデーションの医療機関での販売に関するお問い合わせは、資生堂学術室までお願いいたします。

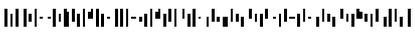
〒105-8310 東京都港区東新橋1-6-2

TEL：03-6218-5465

FAX：03-6218-5489

<http://www.shiseido.co.jp/doctor/>

パーフェクトカバー ファンデーション紹介状 (見本)

<p style="text-align: center;">POST CARD</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>料金受取人払</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px;"> <p>銀座局承認</p> <p style="font-size: 24px; font-weight: bold;">7473</p> </div> <p>差出有効期間 平成20年9月 24日まで 切手不要</p> </div> <div style="text-align: center;"> <p style="font-size: 24px; font-weight: bold;">1058790</p> <p style="font-size: 24px; font-weight: bold;">368</p> </div> </div> <p style="text-align: center;">(受取人)</p> <p style="text-align: center;">東京都港区東新橋1丁目6番2号</p> <p style="text-align: center;">資生堂 R&D企画部 学術室 PCアンケート事務局 宛</p> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>	<p style="text-align: right;">年 月 日</p> <p>パーフェクトカバー取扱店 殿</p> <p style="text-align: center;">パーフェクトカバー ファンデーション紹介状</p> <p>当院にて、患者さまに下記の商品を紹介しましたので、 使用方法のご案内をお願いいたします。</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">商品名</th> <th style="width: 15%;">希望小売価格 (税抜)</th> <th style="width: 25%;">紹介に○</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3">パーフェクトカバー ファンデーション</td> <td>VV</td> <td>3,000円</td> </tr> <tr> <td>OT</td> <td>2,500円</td> </tr> <tr> <td>PS</td> <td>2,500円</td> </tr> </tbody> </table> <p><ご要望></p> <hr/> <hr/> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 20px;"> <p>医療機関名：</p> <p>医師名：</p> </div>	商品名	希望小売価格 (税抜)	紹介に○	パーフェクトカバー ファンデーション	VV	3,000円	OT	2,500円	PS	2,500円
商品名	希望小売価格 (税抜)	紹介に○									
パーフェクトカバー ファンデーション	VV	3,000円									
	OT	2,500円									
	PS	2,500円									

<p style="text-align: center;">患者さま (お客さま) へ</p> <p>パーフェクトカバー取扱店では専門の教育を受けた者が接客させていただきます。 カウンセリングは無料です。</p> <p>お電話でご予約のうえ、お越しください。</p> <p>お近くのパーフェクトカバー取扱店は、 別紙のリストでご確認ください。 ホームページでも取扱店をご案内しています。 http://www.shiseido.co.jp/pc</p> <p style="text-align: center;"><アンケートご協力のお願い></p> <p>ご案内した商品、ご紹介方法について、ご感想をお聞かせください。 いただいたアンケートは、いま以上にご満足いただけるよう、貴重なご意見として活用させていただきます。 ご協力をお願いいたします。</p> <p>お手数をおかけしますが、このカードの右半分を切り取って郵便ポストへご投函ください。 よろしくをお願いいたします。</p> <p style="text-align: center; margin-top: 20px;">このアンケートに関するお問合せ先 資生堂 R&D企画部 学術室 PCアンケート事務局 電話：03-6218-5465 (9時～17時/土・日・祝日を除く)</p>	<p style="text-align: center;">【アンケート】</p> <p style="text-align: right;">ご来店日： 年 月 日</p> <p>ご紹介を受けた医療機関： _____</p> <p>ご紹介いただいた取扱店： _____</p> <p>ご紹介を受けた商品： VV OT PS (○をお願いいたします)</p> <p>あてはまるものに<input checked="" type="checkbox"/>をお願いいたします</p> <p>①商品はいかがでしたか カバー力：□よい □ふつう □わるい 仕上りの自然さ：□よい □ふつう □わるい 使いやすさ：□よい □ふつう □わるい</p> <p>②パーフェクトカバーを使ったお化粧方法は役に立つ内容でしたか □はい □いいえ 理由：</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>その他、お感じになったこと、お気づきになったことなど、何でも結構ですのでお知らせください。</p> </div> <p style="text-align: center; margin-top: 10px;">ご協力ありがとうございました。</p>
---	--

ご用命の際には、同封しておりますFAX用紙にて、資生堂学術室宛ご依頼ください。