

エルテ
化粧品

ヘアケア用品に進出



同社が販売するシャンプーや基礎化粧品

同社は主に基礎化粧品を扱っており、顧客は30〜50代の女性が中心。誰もが利用するヘア用品を投入することで、10代後半〜20代の女性や男性など幅広い層の取り込みを図る。

発売したのは「エルテ モイスチャーシャンプー」「エルテ モイスチャーコンディショナー」。ともに500ミリで通販価格は2940円（税込み）。

「肌本来の力を引き出す」という同社の基礎化粧品の発想に基づき、頭皮ケアを重視して開発、商品化した。同商品は、洗浄成分にアミノ酸系成分を使用。11種類のアミノ酸と9種類の天然植物エキスを配合した。アミノ酸は髪の毛を構成するタンパク質の主成分なので、髪や頭皮に対する刺激が低い。また、アミノ酸を外側から与

化粧品通信販売のエルテ化粧品（本社名古屋市中区泉2の5の26・泉ロイヤルビル1階、乗松吉孝社長、電話052・931・1011）は、顧客層拡大を狙い、ヘア用品市場獲得に乗り出した。頭皮ケアを重視したシャンプーとコンディショナーをこのほど発売。週1千本を販売、ブログやクチコミで話題となるなど好調な出だしを切った。初年度5万本の販売を目指すとともに、ヘアケア用品など関連商品のラインアップを充実する。

（東山麻衣子）

若年の顧客開拓狙う

シャンプー 初年度5万本販売へ 新たに投入

8月22日付け

中部経済新聞 朝刊

えることで髪の健康を促進する効果がある。

同社はこれまで顧客の要望に応じて商品群を拡充してきたが、最も需要が高かったのがシャンプーだという。

化粧品やヘアケア用品などの美容品は、同じシリーズでそろえたという人は多い。また、女性も抜け毛や薄毛など髪の悩みがあるが、男性に比べて商品やサービスが少ないという。店頭で購入しにくく、店頭に購入しにくくという面もある。

乗松社長は「シャンプーをきっかけに基礎化粧品に興味を持つ方も出てくるのでは。長く使ってもらえる商品に育てていきたい」と話している。