

# 提案処方を積極発信

テクノビューティ  
ーサプライ社長 遠藤真人



①今年上半期は前年同期  
比微減で推移している。〇

EM受注の中心は高付加価値のスキンケア商品。ここ最近の市場を牽引してきたドラッグストアなど店頭向け高価格帯シャンプーは競合が激化し新たな差別化が求められている。

②現在、自社WEBサイ

トで提案処方の情報発信を開始しており、今後も定期的に処方事例を紹介していく。当社は、肌に優しく宝石のような見た目の弱酸性透明石鹸や、水を使わずプラスチック容器が不要で、髪と全身を洗えるSDGs

訴求も可能な固形ヘアシャンプーなど、他社とは異なる特殊な処方や手数をかけた製品作りを強みにしている。これらのことは、クライアントが商品をPRする上での説得力に貢献できると考えている。