

HJ健康食品新聞(11月10日発行)の1面トップに
抗糖化新ブランド「iL-ViTALiTE」
立ち上げの記事が掲載されました。

話題の焦点

抗糖化商品のみを取り
扱うイル・ヴィタリテ(東
京都新宿区、☎03・5
337・1431)は、
若年層向けの抗糖化ブラ
ンド「イル・ヴィタリ
テ」を立ち上げた。10代
後半〜20代の女性をター
ゲットにした比較的低価
格アイテムをラインアッ
プし、抗糖化のさらなる
市場開拓に乗り出す。第
1弾商品は来年春に発売

予定で、クリニックの販
売も視野に入れたマーケ
ティングを検討中だ。
新ブランド「イル・ウ
ィタリテ」は「生命力」
を意味するフランス語
「ビタリテ」が由来で、

生命力のあるイキイキと
した生活をサポートす
る。これまで抗糖化市場
のメインターゲットは、
40代以上の女性で、平均
商品価格も1万〜3万円
前後と高額であったが、
イル・ヴィタリテは、ス

新ブランド第1弾はス
イル・ヴィタリテは、ス
キンケア商品となり、ソ
新ブランド第1弾はス
イル・ヴィタリテは、ス
キンケア商品となり、ソ

パッケージやコンセプト
などさまざまな意見を取
り入れている。
同社は、これまで抗糖
化をコンセプトにしたサ
プリメント「Premi
um LURAX(プレ
ミアムラクス)」を

特に「プレミアム
ラクス」は、前年比14
0%の売り上げを記録
し、化粧品・コスメ業界
内から注目を集めた。ま
た、アメリカオールラポ
ーは初の抗糖化シャンプー
・コンディショナーとし
て話題となった。
同社は、今後、若い世
代に向けた抗糖化訴求商
品をセカンドブランドか
ら発売し、さらなるブラ
ンド強化を狙う。

抗糖化新ブランド誕生

——「イル・ヴィタリテ」——

若年層向けの設定で拡販図る

キンケアに興味を持ち
はじめた10代、20代の女
性、男性の顧客も視野に
入れたブランドづくりを
目指すため、価格帯を1
集し、使用感や機能性、

1万以下、平均2000
円〜5000円に抑え
商品開発を目指す。その
ため、流通コストを徹底
的に抑えた流通などを検
討中だ。

「モイスチャーローシ
ン」「モイストキープシ
エル」を発売し、幅広い
抗糖化商品を市場に提案
してきた。

「モイスチャーローシ
ン」「モイストキープシ
エル」を発売し、幅広い
抗糖化商品を市場に提案
してきた。