

# 天然志向「死海ミネラル」のパワー 普通の塩と違う 「死海塩」の啓蒙・普及

ミネラル研究所

ミネラル研究所  
(世田谷区梅丘、友部裕  
子社長、03・5451・  
3703、<http://www.mineralia.co.jp/>)は、商  
品原料の「死海ミネラ  
ル」をイスラエルから直  
輸入、日本人の嗜好に合  
わせた入浴剤や化粧品  
の開発・製造・卸販売を  
行っている。

## ◆他に類を見ない

### 死海ミネラルの成分構成

海塩・岩塩など通常のナトリウム塩とは異なり、珍しく多種類のミネラルを含有している。(※図1) 今までナトリウム塩だけだった市場では、マグネシウム他が中心の死海ミネラルには理解がほとんどない。啓蒙・普及への取り組みはまだスタート段階である。

## ◆新発想の「塩」商品

同社は、死海ミネラル独特の成



図2: バスソルト他、同社商品

分構成を活かして、年齢・性別不問の各種商品を提案・推奨している。全国の大手小売チェーン店向けに入浴剤や化粧品、温浴施設には死海ミ

ネラル塩を販売。健康・美容商品の素材として自然・天然成分の需要が高まっている今、高評価を得ている。

## ◆販売者・消費者への

### アフターフォローが重要

「説明が難しそう」という印象のミネラル。必要性は認識されているものの、実際にはミネラルの働き・利用法はあまり知られていない。そこで、商品の卸・販売と併せて死海ミネラルの成分や商品説明について分かりやすくアフターサービスする。まず死海ミネラルに興味を持つてもらうため、具体的には販売員の勉強会、お客様用の説明ツール類の提供、ユーザーへのキャンペーンなどを定期的に行っている。販売の担当者にも理解を深めてもらい、「説明したい、売りたい目玉商品」になるように取組んでいる。

商品を大事に育てる小売店のパートナーとして、販売活動をフォローしていくことも同社の大きな目標である。

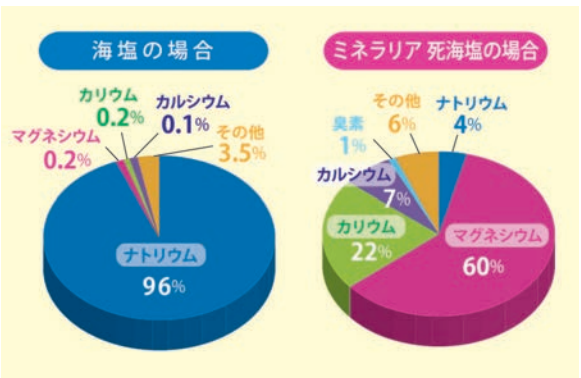


図1: 塩の成分構成の違い