

【6月30日(火)~7月3日(金)開催】
花王ビオレ、X Corp. Japan、しるしが登壇！
Mimi Beauty 主催マーケティングイベント
「Beauty Meets for Business Vol. 9～美容マーケティングの今とこれから～」

株式会社 Mimi Beauty (所在地：東京都渋谷区、代表取締役社長：黒川 涼子) が運営する美容メディア「Mimi Beauty」は、美容マーケティングの最前線で活躍する方々をお招きして実施する無料マーケティングイベント「Beauty Meets for Business Vol. 9～美容マーケティングの今とこれから～」を、2026年6月30日(火)から7月3日(金)の4日間連続で開催いたします。

第9回目となる今回は、花王株式会社 ヘルス&ビューティケア事業部門 スキンケア事業部 フェイスグループ 谷 将輝氏、X Corp. Japan 株式会社 Sr. Client Partner 森田 友理恵氏と Sr. Research Analyst 三浦 優菜氏、しるし株式会社 EC パートナー事業本部 Amazon チームマネージャー 吉原 香奈氏を各回のゲストにお招きします。

お申し込みページ：https://go.trenders.co.jp/260630_0703_mimibeautywebinar

～美容マーケティングの今とこれから～
Beauty Meets for Business Vol.9

 谷 将輝氏 花王株式会社 ヘルス&ビューティケア事業部門 スキンケア事業部 フェイスグループ	 三浦 優菜氏 X Corp. Japan 株式会社 Marketing Insights & Analytics Sr. Research Analyst	 森田 友理恵氏 X Corp. Japan 株式会社 Large Client Solutions CPG Vertical Sr. Client Partner	 吉原 香奈氏 しるし株式会社 ECパートナー事業本部 Amazonチームマネージャー	 Mimi Beauty 株式会社Mimi Beauty SNS美容メディア
---	--	--	--	--

無料ウェビナー 2026.6.30 Tue ▶ 7.3 Fri 12:00-13:00 Zoom開催

応募締め切り 2026.6.24 Wed

◆「Beauty Meets for Business」とは

Mimi Beauty は、これまでも美容マーケティングのプロとして様々な視点から分析・研究しつづけることで、本質的な“美容×SNS マーケティング”にこだわったソリューション提供をしてきました。そんな Mimi Beauty が主催する「Beauty Meets for Business」は、化粧品メーカー、流通、プラットフォームなど、美容マーケティングの最前線で活躍する方々をお招きし、Mimi Beauty が掲げるコンセプト「美容でときめく世界を、一緒に」をテーマに、美容×SNS マーケティングトレンドを解説するマーケティングイベントです。

◆「コミュニティマーケティング」・「ビオレ『角栓崩壊』バズと美容オタク」・「変化し続ける X の最新活用方法」・「購入に繋がる広告」をテーマに最新の美容×SNS マーケティングをお届け

今回は、直近で大きなトレンドとなった「角栓崩壊」で話題のビオレを担当する花王株式会社 ヘルス&ビューティケア事業部門 スキンケア事業部 フェイスグループ 谷 将輝氏、SNS プラットフォーム「X」を展開する X Corp. Japan 株式会社 Sr. Client Partner 森田 友理恵氏と Sr. Research Analyst 三浦 優菜氏、EC モール運用のプロフェッショナルであるしるし株式会社 EC パートナー事業本部 Amazon チームマネージャー 吉原 香奈氏と、豪華なゲストをお迎えして最新の「美容×SNS マーケティング」をお届けいたします。各回、多様なテーマとゲストを迎えて実施する本イベントは、美容商材のマーケティング、SNS マーケティングに携わる方には必見です。

■こんな方におすすめ

- ・コミュニティを活用して自社ブランドをもっと美容好きに広げたい
- ・直近のバズトレンドの背景が知りたい
- ・自社商品を定期的にバズらせる確率をあげたい
- ・Xの変化についていけない、最新のXの機能や使いこなし方を知りたい
- ・SNSの認知広告が売上に繋がっているのか知りたい

ウェビナー概要

イベント名：Beauty Meets for Business Vol. 9～美容マーケティングの今とこれから～

開催日時：2026年6月30日（火）～7月3日（金） 12:00～13:00

開催形式：Zoomによるウェビナー形式

参加費：無料

お申し込みページ：https://go.trenders.co.jp/260630_0703_mimibeautywebinar

セミナー詳細：<https://mimitv.co.jp/lp/202607/beautymeetsforbusiness/>

お申し込み締め切り：2026年6月24日（水）23:59

<DAY 1・6/30（火）> Mimi Beauty 独自のコミュニティから学ぶ、美容コミュニティマーケティング最前線

登壇者：中谷 友里（Mimi Beauty）

～美容マーケティングの今とこれから～
Beauty Meets for Business Vol.9

Mimi Beauty独自のコミュニティから学ぶ、
**美容コミュニティ
マーケティング最前線**

DAY1

Mimi Beauty
中谷 友里
株式会社Mimi Beauty 取締役

無料ウェビナー 2026.6.30 Tue 12:00-13:00 Zoom開催

応募
締め切り
2026
6.24 Wed

コミュニティマーケティングは、単なるファンづくりにとどまらず、インサイトの発見、ブランド理解の醸成、話題化の起点づくりまで担う取り組みへと進化しています。特に美容領域では、熱量の高いユーザーの存在が、話題化や情報の広がり方に大きく影響します。本ウェビナーでは、Mimi Beauty が形成してきた美容オタクコミュニティを事例に、最新の美容コミュニティマーケティングについて解説します。約5万人規模の会員基盤と約300名のコアコミュニティを有する Mimi Beauty が、コミュニティをどのように育て、どのようにマーケティングに落とし込んでいくのかなど、これからのコミュニティ活用のヒントをお届けします。

<DAY2・7/1 (水)>ビオレ「角栓崩壊」バズを徹底解剖～美容オタクを起点にヒットを生むマーケティング戦略

登壇者：谷 将輝氏（花王株式会社 ヘルス&ビューティケア事業部門 スキンケア事業部 フェイスグループ）、中谷 友里（Mimi Beauty）

ビオレの「角栓崩壊」バズは、単なる偶然のバズではありません。本ウェビナーでは、「角栓崩壊」バズの記憶も新しい、ビオレの「連鎖する」バズの設計と美容オタクの活用について、ビオレフェイスグループのご担当者にお伺いしていきます。ビオレ商品のヒットの背景にある緻密な戦略を、実際の SNS 発話や事例をもとにご紹介します。

<DAY3・7/2 (木)>どうする？2026年、これからのX戦略

登壇者：森田 友理恵氏（X Corp. Japan 株式会社 Large Client Solutions CPG Vertical Sr. Client Partner）、三浦 優菜氏（X Corp. Japan 株式会社 Marketing Insights & Analytics Sr. Research Analyst）、遠藤 梨奈（Mimi Beauty）

X を取り巻く環境はこれまでにないほど変化しています。アルゴリズムや広告、Grok の展開など日々変化
 する中、2026 年に向けて企業は X をどのように活用していくべきなのでしょう。本ウェビナーでは、Grok
 の進化による情報流通の変化、インプレッション獲得が検索行動や話題化に与える影響、X ならではのグロー
 バルな会話の可能性など、これからの X 戦略を考えるうえで重要なポイントを整理します。X 活用を続ける
 べきか迷っている方、ブランディングにおける X の役割を改めて整理したい方におすすめの内容です。

<DAY 4・7/3 (金)> SNS 認知広告は「購買」に繋がるのか？事例から学ぶ「売れるブランド」のヒント

登壇者：吉原 香奈氏（しるし株式会社 EC パートナー事業本部 Amazon チームマネージャー）、遠藤 梨奈（Mimi
 Beauty）

~美容マーケティングの今とこれから~
 Beauty Meets for Business Vol.9

SNS 認知広告は「購買」に繋がるのか？
 事例から学ぶ
 「売れるブランド」のヒント

DAY4

無料ウェビナー 2026.7.3 Fri 12:00-13:00 Zoom開催 応募締め切り 2026.6.24 Wed

Mimi Beauty 遠藤 梨奈
 株式会社 Mimi Beauty
 エグゼクティブマネージャー

ShiRuShi 吉原 香奈氏
 しるし株式会社
 EC パートナー事業本部
 Amazon チームマネージャー

美容商材の EC 市場は拡大を続けており、Amazon においても Beauty 領域の存在感が高まっています。その
 背景には、生活者が商品を知り、「ほしい」と感じてから実際に購入するまでの行動、つまり購買ジャーニー
 の変化があります。では、SNS 広告は本当に購買に繋がっているのでしょうか。また、生活者の背中を押す「購
 入の一手」はどこにあるのでしょうか。本ウェビナーでは、Amazon 運用支援のプロフェッショナルであるし
 るし社と Mimi Beauty が、SNS 広告や EC 上での購買行動に関する事例をもとに、いま「売れるブランド」に
 共通するポイントを解説します。認知で終わらせず、購買に繋げるための SNS 広告・EC 活用のヒントをお届
 けします。

◆ Mimi Beautyについて

「Mimi Beauty」は「美容でときめく世界を、一緒に」をコンセプトに掲げ、SNS に特化したメディア運営
 を行っています。美容情報の発信にとどまらず、美容にまつわる様々な体験をユーザーに提供することで、ユ
 ーザーとともに進化し、ともに作りあげるメディアへと進化してまいります。それにより、すべての人々が
 “美の変化”を楽しめるきっかけを創出することを目指します。

Mimi Beauty サイト URL：<https://mimitv.co.jp/>

Mimi Beauty 公式 X (旧 Twitter) アカウント (@MimiBeauty)：<https://x.com/@MimiBeauty>

Mimi Beauty 公式 Instagram アカウント (@mimi_beauty.official)：https://www.instagram.com/mimi_beauty.official/

Mimi Beauty 公式 YouTube アカウント (@Mimi_Beauty1)：https://www.youtube.com/@Mimi_Beauty1

Mimi Beauty 公式 TikTok アカウント (@mimibeauty_official1)：https://www.tiktok.com/@mimibeauty_official1

■本リリースに掲載している商品またはサービスなどの名称は、各社の商標または登録商標です。

■このリリースに関するお問い合わせや資料・取材をご希望の方は下記までご連絡ください■

株式会社 Mimi Beauty 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：遠藤（えんどう）・尾辻（おつじ）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp