



2020年10月15日
株式会社 MimiTV

MimiTV、宣伝会議と共同で、美容領域における SNS のクチコミ×店頭 連動プロモーション研究会を発足

初回の研究会に、ココカラファイン、ドン・キホーテ、PLAZA など計 4 社も参加

美容メディア「MimiTV」を運営する株式会社 MimiTV（所在地：東京都渋谷区、代表：黒川涼子）は、株式会社宣伝会議（所在地：東京都港区）と共同で、美容領域における「SNS のクチコミ×店頭」の連動プロモーションを考える研究会を発足いたしました。

MimiTV はコスメの新商品情報をはじめ、メイクやヘアアレンジのハウツーなどを発信する美容メディアです。Twitter をはじめとした SNS のフォロワー／登録者の合計は 114 万人を超える※など、SNS に特化したメディア運営をおこなっております。また、ライフスタイルストア「PLAZA」との共同キャンペーンの開催など、流通企業と連携した施策にも積極的に取り組んでまいりました。

※Twitter・Instagram・YouTube・TikTok・LINE の合計／2020年10月14日現在

この度 MimiTV が宣伝会議と共同で発足させたのは、美容領域における「SNS のクチコミ×店頭」の連動プロモーションを考える研究会です。10月6日（火）に開催した初回の研究会には、美容関連商材を扱う流通企業として、ココカラファイン、ドン・キホーテ、PLAZA など計 4 社も参加。MimiTV、宣伝会議とともに、「SNS のクチコミ×店頭」の連動プロモーションについてのディスカッションや、事例の共有をおこないました。

さらに、11月4日（水）には、初回の研究会でなされた議論を美容メーカーの担当者様向けに発表する報告会も実施いたします（報告会の詳細は、2 ページ目をご覧ください）。

◆ 研究会発足の背景

近年、「SNS で話題となったコスメが店頭で売り切れる」という事象が多く発生するなど、美容領域のプロモーションにおいて SNS のクチコミが持つ重要性は急速に大きくなっています。特に 2020 年は、新型コロナウイルスの感染拡大によって生活者のライフスタイルが大きく変化。「SNS を見てコスメを買う」という流れはさらに加速していくものと考えられ、多くの美容メーカーが SNS を活用したプロモーションに、あらためて力を入れ始めています。

しかし、「SNS のクチコミ」と「店頭」の結びつきが強くなる一方で、それらを連動させたプロモーションについては業界全体で取り組みが不足しているのが現状です。

そこで、SNS に強みを持つ MimiTV が「SNS のクチコミ×店頭」の連動プロモーションについての議論を発展させ、業界全体で新たな取り組みを増やすきっかけとして、宣伝会議と共同で研究会を発足しました。

◆ 報告会概要

10 月 6 日（火）に開催した初回の研究会の内容について、以下の日程で報告会を実施いたします。

日程	2020 年 11 月 4 日（水） 14：00～15：30
場所	オンラインにて実施
内容	<p><第 1 部> MimiTV より「ユーザートレンドと美容マーケティングにおける SNS クチコミの重要性」</p> <p><第 2 部> トークセッション「SNS のクチコミと店頭プロモーションの連携」</p> <p><第 3 部> MimiTV より「化粧品の『評判』は SNS で形成される!? キーワードは『○○』と『○○』」</p>
参加方法	下記 URL よりお申込みが必要です
URL	https://www.sendenkaigi.com/event/mimi11/

◆ MimiTV について

「MimiTV」は「美容で自信が付いて、幸せが溢れる世界」をビジョンに掲げ、SNS に特化したメディア運営をおこなっています。コスメの新商品情報をはじめ、メイクやヘアアレンジのハウツーなどを発信することで「メイクを楽しむ人を増やすこと」を目指してまいります。

MimiTV サイト URL：<https://mimitv.jp/>

■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 MimiTV 東京都渋谷区東 3-16-3 エフ・ニッセイ恵比寿ビル 8F

担当：岩田（いわた）・中谷（なかたに）

お問い合わせメールアドレス info@mimitv.co.jp