

招待状

初開催

日本の魅力、地域の魅力をビューティに込めて！

ONLINE ジャパンメイド ビューティコレクション

美容・健康アイテムを全国からセレクトしました。2021年の新しいビジネスに向けて、この機会をぜひご活用ください。

2021.2.10(水)10:00-2.19(金)18:00

※コア期間 2021年2月17日(水)~19日(金)

会場 特設サイト内
企画 DIET&BEAUTY / Well Beauty Collections
主催 インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社
後援 独立行政法人中小企業基盤整備機構
協力 食品機能性地方連絡会
HP <https://well-beauty.jp/event>

参加登録(無料)はこちらから! ▶

🔍 [ジャパンメイドビューティ コレクション](#)



サポーター(一部抜粋)

- ・(株)アズフレイヤ
- ・(株)石垣の塩
- ・(株)えひめ飲料
- ・(一社)沖縄県健康産業協議会
- ・金秀バイオ(株)
- ・(有)グリーンフィールド
- ・(株)ケレス沖縄
- ・(一財)四国産業・技術振興センター
- ・タグボート(株)
- ・(株)ciokay
- ・ちゅらゆーな(株)
- ・(有)日本漢方医薬研究所
- ・(株)ヒューマンリソース
コミュニケーションズ
- ・ファミリー企画(株)
- ・ヘルシー Do 推進協議会
- ・(株)ポイントビュール
- ・(公財)北海道科学技術
総合振興センター
(ノーステック財団)
- ・(一社)北海道バイオ工業会
- ・室戸海洋深層水(株)

他

製品一覧(一部抜粋)

インナービューティ

食品 / ドリンク / 機能性表示食品 / サプリメント / 漢方 / ミネラルウォーター / 地域の特産品 / 食品 OEM / 原材料など

コスメティック

オーガニック化粧品 / クレンジングジェル / 乳液 / フェイスマスク / オールインワンジェル / 美肌パック / オイル / 洗顔フォーム / 化粧品 OEM / 原材料など

地域の連携プロジェクト

その他

WELLNESS OKINAWA JAPAN 認証制度 / 北海道食品機能性表示制度 (ヘルシー Do)

他



動画視聴

企業・製品検索

資料ダウンロード

出展社との交流

出展企業
追加募集中

お問合せ
インフォーマ マーケッツ ジャパン株式会社
TEL : 03-5296-1013 / FAX : 03-5296-1018 / E-mail : info@well-beauty.jp



最新「美容・健康ビジネス」の セミナーをONLINEで公開

業界キーパーソンやバイヤーが考える食品や化粧品などのトレンド、“地域発”の機能性素材、ジャパンメイドの魅力、SDGsへの潮流、これからの国内・海外販売、最新製品紹介などがテーマのセミナーを視聴できます。



西原 羽衣子

@cosme リサーチプランナー



原田 彩子

@cosme リサーチプランナー

「@cosme ベストコスメアワード 2020」 から見る生活者のいま

昨年12月1日に発表した「@cosmeベストコスメアワード2020」の受賞アイテムやクチコミ投稿傾向から、コロナ禍において人々の美容消費がどのように動いたのかなど、生活者たちの『今』を紹介いたします。



弓気田 みずほ

(株)ユジェット代表 美容コーディネーター

顧客接点づくりのニューノーマルとは？ ～新しい買物体験への取り組みをみる

「DX化」の波は販売の現場にも届いています。リモートでのコミュニケーションが一般化した中、新しい買物体験づくりの試みを、化粧品ブランド・店舗での事例を交えて解説します。



小田切 裕倫

(株)Challite 代表取締役



霊山 侑菜

ローカル PR コーディネーター

地域の素材を魅力に変えるための3つの 考え方と行動

新型コロナウイルスをはじめ、気候変動や環境問題。多様化する暮らしや働き、生活スタイルの変化。そんな時代の中で何をどう考え、実践すべきか地域の思いや資源をカタチにするヒントを元JCC*のお二人にお話しいただきます。

*JCC：(一社)ジャパン・コスメティックセンター



五十嵐 ゆうこ

流通ヘルス&ビューティコンサルタント

米国の美容・ 健康商品トレンドについて

米国の自然食健康食品「ホールフーズマーケット」などの予測から、「アップサイクル」「クリーンビューティ」といった注目のトレンドを紹介。米国の暮らしにも言及します。



マリー 秋沢

(一社)日本ニュートリションフーズ協会 代表理事/管理栄養士

2021年世界のインナービューティ トレンドと日本市場のこれから

2021年、世界のウェルネスやインナービューティトレンドの要となる社会的背景とは、①肥満や生活習慣病人口の増加②温室効果ガスによる気候変動③コロナパンデミック。

このような人々の生活や行動変容がトレンドを作っています。そのトレンドとは？



枝川 和佳子

ビオセボン・ジャパン(株) マーケティング部 部長

商品の背景や魅力を伝える ～ビオセボン・ジャパンの コミュニケーション戦略との販売手法

国内オーガニック市場の伸長と消費者の変化に応じたビオセボン店舗のコミュニケーション活動やSNSの活用を具体例を紹介。コミュニケーション戦略や販売手法のヒントに。



西根 英一

(株)ヘルスケア・ビジネスナレッジ 代表取締役社長

地域ではいま何が起きているか ～地域の美容・健康ビジネス最前線を紹介

国のヘルスケア事業や全国の自治体の健康、美容分野のプロジェクトに携わる同氏が、最新の地域の美容・健康分野の成功の取り組み事例などを紹介。またヘルスケアビジネスの鍵となる「カラダの健康」「ココロの健康」「キズナの健康」で構成される“健幸”の価値とビジネスニーズについて解説いたします。



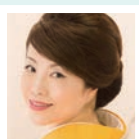
照屋 隆司

(一社)沖縄県健康産業協議会 専門コーディネーター

出展社セミナー

沖縄発！自然と伝承のインナービューティ、 科学に裏づけられた良品コレクション一挙公開！

強い紫外線と潮風の下で生き抜く沖縄の植物は、民間伝承により健康・美容に役立てられてきました。その中から、科学に裏づけられた良品を紹介し、WELLNESS OKINAWA JAPAN 認証制度のビジネスへの活用方法をご提案します。



春日 郁代

(株)ヒューマンリソースコミュニケーションズ 代表取締役

出展社セミナー

ジャパンメイドの販売戦略 世界マーケットに対応する商品づくりの法則を探る

巨大市場・中国において、日本製品への信頼感はずっと絶大ですが、中国製品ブランドが多数頭角を現し、化粧品市場は変化を見せています。中国、東南アジア、中東など、目まぐるしく変化する世界市場に向け、今こそ日本クオリティを発信していくべきです。世界は今何を求めているのか。事例と共に商品づくりの法則と販売戦略を考えます。

セミナー情報は随時
公式HPにて発表いたします

