

〈イベントレポート〉UNLICS（アンリクス）×かがわ縁結び支援センター 第一印象を磨く“さりげない身だしなみ美容のコツ”を伝授！

婚活男性向け実践型セミナーを開催

～美しくなりたいと思う全ての男性が、当たり前スキンケアやメイクを楽しめる世の中へ～



花王の化粧品ブランド「UNLICS（アンリクス）」は、香川県が設置する「かがわ縁結び支援センター（EN-MUSU かがわ）」と共に、男性向けの美容セミナーを2024年11月2日（土）に香川県社会福祉総合センターにて開催いたしました。

今回のセミナーでは、独身者の出会いと結婚をサポートする「かがわ縁結び支援センター（EN-MUSU かがわ）」に登録している婚活中の独身男性17名に向けて、第一印象を磨くさりげない身だしなみ美容をテーマにしたセミナーを実施。花王メイクアップアーティストが講師となり、実演と実践を交えながら、相手に好印象を与えるスキンケア・メイクアップを伝授しました。

UNLICSは、「HUNGRY FOR BEAUTY.」をブランドスローガンに、男性ならではの肌悩みや肌特徴に合わせて設計したアイテムを通じて、好奇心の赴くままに美を追求する男性を今後も応援してまいります。

UNLICS ブランドサイト・公式オンラインショップ <https://unlics.jp>

実施背景と想い

「なぜ男子は、堂々と化粧直しができないのか。」という1人の新入社員の想いから始まったUNLICSは、男性の肌悩みに寄り添うとともに、自然と湧き出る“美的好奇心”を刺激する幅広いアイテムを提案。昨年より、美容への関心が高い男性が参加するコミュニティイベントや、美容系専門学校でのメンズメイク体験会などを実施しています。

〈メンズメイク体験会の様子〉

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000122.000072864.html>

今回は、美容を通じて「第一印象を、好印象な出会いに変える」きっかけを提供したいという想いから、独身者の出会いと結婚をサポートする「かがわ縁結び支援センター（EN-MUSU かがわ）」と共にセミナーを開催しました。婚活中の男性の多くが「相手に好印象を与えたい」と思いながらも、何からすれば良いのか悩んでいるのではないのでしょうか。そこで、ス

スキンケアやメイクを通じて外見を磨くということとは一体どういうことなのか？清潔感を手に入れ、好印象を与えるにはどんなことが必要なのか？そもそも清潔感とは何なのか？という疑問を紐解いていながら、自分の現状をしっかりと把握したうえで、納得感のあるレクチャーの構成を検討し実施しました。今後も UNLICS は、印象を良くしたい、美しくなりたいと思う全ての男性が、当たり前スキンケアやメイクを楽しめる世の中になることを願い、活動を続けてまいります。

イベント当日の様子

【好印象を叶える“清潔感”とは？スキンケア・メイクで磨く顔印象】

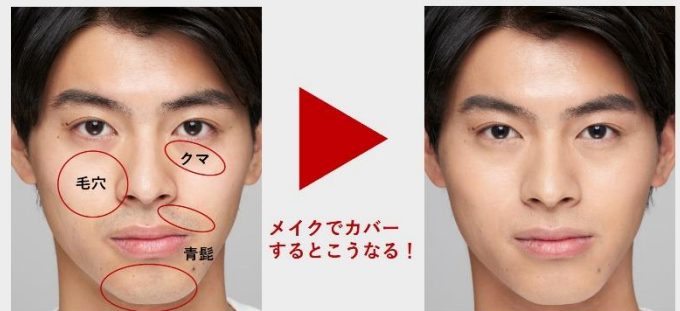
花王株式会社ビューティリサーチ&クリエイションセンターのメイクアップアーティスト・三国屋陽介が登壇し、女性が男性に対して求める“清潔感”とは何なのか、なぜ“清潔感”が必要なのかを解説しました。三国屋から「清潔感＝好印象」と定義したうえで、「髪型や服装など、清潔感を構成する要素は様々ありますが、初対面の相手と出会ったときに最初に見るのは顔であることが多い。相手に好印象を与えるためには、スキンケアやメイクアップを通じて顔の肌の綺麗さを手に入れることが非常に大切です。」と説明しました。



【メイクによる清潔感の演出】

例えば…

- ・クマが目立つ⇒疲れてる？飲みすぎた？夜更かしした？
- ・青髭が目立つ⇒ずぼらなのかな？ちょっと老けて見える？
- ・毛穴が目立つ⇒ちゃんと顔洗ってる？脂っこいもの好きかな？



※仕上がりがイメージ

【実際にチャレンジ！相手に好印象を与えるスキンケア・メイク】

スキンケアやメイクの実践前に、まずは自身の顔や肌の状態を確認する時間を設け、改善すべき肌悩みやカバーしたい箇所をレクチャー。次に「アクアハグウォーター」（化粧水）と「セラム me」（乳液状美容液）を使ってスキンケアを行いました「仕上がりに影響がでるため、メイクの前にスキンケアで肌の状態を整えておくことがとても重要です。」と三国屋より説明。

続いて「インプレスカラーウェア バーサトルベージュ」（化粧下地）を使ってベースメイクに挑戦。使用する量や塗っていく順番など、押さえるべきポイントを丁寧に解説しました。ほとんどの参加者がメイクは未経験ということもあり、講師のサポートを受けながら恐る恐る肌に塗っていき、ベースメイクによる自身の見た目の変化に驚き、満足されている様子でした。ベースメイクが仕上がったら、最後にアイブロウマスカラを使って眉の毛流れを整えて“清潔感アップメイク”の完成。全体の流れが終了した後も、「クマをカバーしたい」「眉毛を描き足したい」といった個別の悩みにお応えしていききました。

UNLICS マーケティング担当の李は「今回は初めての体験が多く難しく感じたかもしれませんが、まずは挑戦してみて変化を体感するということが大切。今日をきっかけに美容に取り組み、ぜひ今後の良い出会いにつなげていただきたいです。」と伝え、セミナーを締めくくりました。

スキンケア・メイクの実践ステップ

化粧水を塗る

肌に水分や保湿成分を補うために使用します。肌の内側（角層）まで浸透し、水分を補い、透明感のあるみずみずしい素肌に保ちます。洗顔後すぐに塗布するのがポイントです。



美容液／乳液を塗る

美容液：ニキビやシミを予防*したり、テカりを防いだりするなど、目的に応じてケアできるアイテムです。*医薬部外品
乳液：肌の水分蒸発を防ぎ、なめらかに整えます。



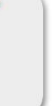
化粧下地を塗る

あとで使用するファンデーションなどのノリや持ちをよくしてくれるアイテムです。毛穴や色ムラをカバーする効果もあるので、化粧下地だけでも肌が美しく仕上がります。



眉を整える

第一印象を大きく変える眉。眉毛をすっきりきれいに整えることで、清潔感もアップします。まずは自然な「眉のバランス」を知ることが大切です。



<当日の様子>



商品詳細

アクアハグウォーター

180ml 3,080 円 /

レフィル 160ml 2,640 円

まるで肌とつながるおいがハグしたように、みずみずしく透明感のあるやわらかな肌へ導く化粧水。



セラム me

5 種 40ml 各 3,850 円

(01・02・03 化粧品 / 04・05 医薬部外品)

04 (販売名：UL ミルクセラム a) 肌あれ・あれ性。ニキビを防ぐ。

05 (販売名：UL ミルクセラム b) メラニンの生成を抑え、シミ・ソバカスを防ぐ

肌悩みに合わせて選べる 5 種の実用美容液。油性成分と水溶性成分をバランスよく配合することで、べたつき感や閉塞感なく、うるおいを閉じ込めて肌をなめらかに整えます。



インプレスカラーウェア

4 種 22g 各 3,080 円

4 色のカラーラインナップで、肌に色や質感を加えることで「繊冷肌※」を演出し、なりたい肌印象を叶えるメイクアップベース。くすみを飛ばして繊細なツヤと透明感を演出するブルー、毛穴や色ムラをナチュラルに色で補整してくれるベージュ、赤みやニキビ跡をマットにぼかせるグリーン、髭やクマの青さを中和するオレンジの 4 色展開。

※メイクアップ効果による



担当者・参加者の声

■ 参加者

・普段は洗顔、化粧水、乳液しか使っていないが、化粧下地を加えるだけでこんなにも自分の印象が変わるということが体感できた。これからも自分磨きを頑張っていきたい。

(20 代)

・これまでスキンケアやベースメイクをする機会がなかったが、スキンケアだけでも印象が変わって見た目に差が出ると感じた。大事な場面でメイクもしたいと思った。(30 代)

・プロから実践形式で教わることができ、我流のケアの見直しになって良かった。(30 代)

・今まではなんとなく BB クリームなどを使用していたので、量の調整等とても参考になった。自然に感じが良くなるように日々ケアしていきたい。(20 代)



■ メイクアップアーティスト 三国屋陽介

今回、「清潔感＝好印象」を表現しました。メイクが世間的にボーダレスなものになってきたとはいえ、多くの男性にとってスキンケアで肌の清潔感を保つことはできても、メイクでプラスすることはハードルが高く挑戦しにくい現状があります。ただ、今回ご参加いただいた皆様のように、非常に簡単な工程で、大きく印象が変化する。そのことに驚いて、メイクを始められる方も多く、清潔感をプラスするメイクであれば技術的なハードルは低い方だと思います。さらに、今回のようなメイクは周囲からバレにくいいため、精神的なハードルも低いと言えます。メイクにご興味のある方は、“清潔感メイク”から始めてみてはいかがでしょうか。



■ UNLICS マーケティング担当 李 賢世

UNLICS では「誰もが、好奇心の赴くままに、美を求め、美を語り合える社会を目指す。」というブランドフィロソフィーのもと、美容を通じて男性を後押しできるようなイベントを企画・実施してまいりました。今回は「婚活中の男性」に焦点を当て、“異性との出会い”という非常に大切な場面かつ参加者にとって自分事化しやすいテーマを設定し、レクチャーする内容を考案しました。スキンケアやメイクは未経験という参加者も多かったのですが、メモを取りながら熱心に聞いてくださる方や積極的に質問をしてくださる方もいっしょり、大変嬉しく思うとともに参加者の皆様にとって有意義な時間をご提供できたのではないかと感じています。今後も今回のようなイベントや SNS での発信などを通じて、男性にとって身近でありながらも信頼感のあるブランドとなれるよう活動してまいります。



かがわ縁結び支援センター（EN-MUSU かがわ）について

香川県が2016年10月より設置している「かがわ縁結び支援センター（EN-MUSU かがわ）」では、結婚を希望する独身者の出会いと結婚をサポートするため、マッチング、イベント、セミナーなどの結婚支援を活発に行っています。これまでに2,683組のカップルが誕生し、220組の方から成婚報告を受けています。

(2024年10月末現在)

- ・縁結びマッチング会員数 928名 (男性 559名 女性 369名)
- ・イベントユーザー登録数 2,810名 (男性 1,304名 女性 1,506名)
- ・カップル数 マッチング 2,277組 イベント 406組
- ・成婚報告数 マッチング 203組 イベント 17組

EN-MUSU かがわ WEB サイト：<https://www.ems-kagawa.jp/>

お問い合わせ先：k-enmusubi@kagawa-swc.or.jp

所在地：高松市番町一丁目10番35号 香川県社会福祉総合センター1F

電話：087-862-1711 閉所日：毎週金曜・祝日・年末年始



【花王 ビューティリサーチ&クリエーションセンターについて】

花王 化粧品事業部門の中で、科学的エビデンスや生活者リサーチ、美容トレンドに基づき、Kao Beauty Brands の全ブランドの基礎となる美容情報や技術を開発。Kao Beauty Brands のサイトでは、美容の情報も発信・監修しています。

【美容の情報はこちら】

Kao Beauty Brands の各種サイトでは、メイクやスキンケアなどに関する美容情報を公開しています。

きれいのレシピ | Kao Beauty Brands - Play Park (kao-kirei.com)

<https://www.kaobeautybrands.com/jp/beauty-station/advice/>