

uno

メンズビューティーケアブランド uno（ウーノ）が、 東大生向けに「uno 就活メイクレッスン」開催

～ 「好印象」も強みに、自信を持って自分らしい就活をするためのメイク方法をレクチャー ～

ファイントゥデイ（本社：東京都港区、代表取締役 社長 兼 CEO 小森哲郎）が展開する、若者を大人へと導くメンズビューティーケアブランド「uno」は、就職活動をはじめ・始めている東京大学の男子学生向けに「uno 就活メイクレッスン」を、2023年3月23日（木）にオンラインにて開催しました。



メンズビューティーケアブランドの「uno」は、スキンケアやメイクによる身だしなみケアを通じて、まだ気づいていない新たな魅力を引き出し、若者を大人へと導くメンズブランドとして、一人一人の自己実現をサポートしています。

就職活動は学生からビジネスパーソンになる、大人への第一歩です。今回の「uno 就活メイクレッスン」は、東京大学の美容サークル「BUT PROJECT」とコラボレーションし実現。「BUT PROJECT」は、2023年にメンズビューティープロダクション「Soft Drink（ソフトドリンク）」と東京大学の学生が共同で設立。「BUT PROJECT」が、就職活動をはじめ・始めている東京大学の現役男子学生111名に美容に関するアンケート調査を実施したところ、メイクに挑戦してみたいけれど「機会がない」、「やり方が分からない」などの声があることが分かりました。そこで、「好印象」も強みの1つにして自分らしく自信を持って就職活動に取り組んでいただくためのきっかけづくりとして、スキンケアやメイクを通じて一人一人の新たな魅力を引き出すサポートをする「uno 就活メイクレッスン」を開催いたしました。参加した東京大学の学生の満足度は100%となり、「男性メイクの基本などについて学ぶことができて有意義だった」「メイクを始めてみようと思うきっかけになった」「大学3年の就活が始まりだすこの時期に学べて良かった」などの声が寄せられました。

【「uno 就活メイクレッスン」レポート】

■就職活動における第一印象や身だしなみの重要性とは？

uno が 2017 年に新卒採用の面接官として関わった 20 代～70 代の男女 645 人に実施した調査によると、「面接での第一印象は選考に影響しますか？」という質問に対して、95.5%が「影響する」と回答しました*1。さらに、uno が 2020 年に全国 20-60 代男女会社員 800 人に対して実施した調査では、「就活で好印象を得るために身だしなみは重要ですか？」という質問に対して、86.6%が「重要である」と回答しました*2。これらの結果を踏まえた、就職活動における第一印象や身だしなみの重要性についてメイクレッスン前にご紹介しました。

*1 当社調べ 2017 年 2 月 N=645 20 代～70 代男女 web アンケート調査

*2 当社調べ 2020 年 10 月 N=800 20 代～60 代男女会社員 web アンケート調査

■uno 流：面接前日～当日までの好印象 3 STEP

就職活動での好印象をつくる 3 ステップについて、ヘアメイクアップアーティストの中村潤氏から具体的な方法をレクチャーしました。

【好印象 STEP 1：面接前日のシートマスクで、自分史上最高肌へ】

面接前の肌準備は前日から始まっています。肌のコンディションを整えるシートマスク「ウーノ スキンモイスター 3D マスク」は、シートマスク市場では珍しい男性の肌に特化したアイテム。男性の骨格を考慮して設計された、あご下まで包み込む大判の 3D シートマスクを実際に中村氏が着用しながら使用方法をレクチャー。



中村氏からは「男性は髭剃りをするため、あご下も乾燥しやすいですが、そういった部分までしっかりケアできる大判のシートマスク。週に 1 回使うことを推奨しています。できれば、就活本番の 2～3 週間前から週に 1 回使用して、コンディション整えてもらえると良いと思います」とのアドバイスがありました。

【好印象 STEP 2：面接当日の BB クリームで、速攻肌悩みカバー】

面接当日は、サッと顔にひと塗りで肌悩みを速攻でカバーできる BB クリームを使用することで、肌印象を良くすることができます。今回のレクチャーでは、「ウーノ フェイスカラークリエイター（ナチュラル）」を使用。



中村氏からは「uno の BB クリームは、顔の赤みや目のクマ、青ひげなどを隠して肌印象をアップさせることができます。ファンデーションやコンシーラーよりもカバー感が自然で、誰が使っても失敗しにくいのが特徴です」との紹介がありました。使い方として、「まず手の甲や指に、米粒 1 粒くらいを出します。あまり沢山出さないのがコツ。つける手順は、両頬から乗せるのがおすすめ。第一印象は、両頬の印象に左右されるので、メイクが初めてであれば、両頬からはじめてみるとそれだけで印象が変わります。そのあと、鼻や顎、額などにも塗ってください。BB クリームは透明感が出るうえに、ファンデーションと違ってメイクした感がないので、面接でもオススメです」とのアドバイスがありました。

参加者からも、「毛穴が隠れて良い」「肌の印象が明るくなった」などのコメントがありました。

【好印象 STEP 3：面接当日のアイブロウで、速攻眉バランス補正】

面接当日の仕上げは、第一印象において大切な眉のバランスを補正するアイブロウです。「ウーノ バランスクリエイター」を使用しました。中村氏からは「眉は表情筋と関係のあるパーツ。眉が見えないとその人がどういう気持ちなのか伝わりづらくなります。眉が隠れているのがダメな時代ではないですが、眉が見えていると、面接においてもコミュニケーションがしやすくなります」とのコメントがありました。使い方として、「まず 2mm ほど芯を出します。uno のアイブロウは涙型になっているので、1 本ずつ足したい時には細いほう、全体的に濃くしたい時には太いほうを使うと良いです。まず、まず毛流れを最初に整えると



足りない部分が分かります。全体に書く必要はなく、足りないところに書くだけでも第一印象はアップします。練習は必要ですので、就活当日にやるのではなく、事前に練習して自分なりのベストを見つけるのがポイントです」とアドバイスしました。



肌のコンディションを整えるシートマスクでのスキンケア、肌悩みを速攻でカバーできる BB クリームでの肌印象アップ、最後の仕上げとして眉をキリッと整えるアイブ로우で、就活に向けたメイクは完成です。

■「uno 就活メイクレッスン」に参加した東京大学学生のコメント

レッスンに参加した学生からは、

- 「メイクへの抵抗感がなくなりました！」
- 「メイクのハードルが下がり、良い商品を知る良い機会であったので、とても有意義でした。ありがとうございました。」
- 「美容へのハードルが高くならずに楽しく参加できました！」
- 「大学3年の就活が始まりだすこの時期に良い企画だと思いました！」
- 「メイクに関する基本的な知識が何もない位置から丁寧に教えてくださったのがとてもわかりやすかったです。メイクを始めてみようと思うきっかけになりました！とても楽しかったです。ありがとうございました！」
- 「男性メイクの基本などについて学ぶことができたため、有意義でした。ありがとうございます。」

などのご意見が寄せられました。

■東京大学「BUT PROJECT」代表 阪上新さんコメント

東大男子は、勉強のイメージが強く、周囲からの偏見で美容意識に挑戦しにくい風潮を感じていました。そこで立ち上げたのが、美容サークル「BUT PROJECT」です。逆説の“BUT”をアルファベットのまま読み上げると“beauty”に聞こえることから発想を得て、東大男子に対する偏見に対して“BUT(東大男子も美容を楽しんで良い)”という想いを込めて立ち上げました。

今回のレッスンのきっかけとなったのは、実際に東大男子 111 名に実施したアンケート調査です。美容やメイクに挑戦してみたいけれど、「友達でやっている人がいない」、「機会がない」、「やり方が分からない」という声が多く、需要があると感じました。また、どういう機会があったら挑戦してみようと思うかと聞いたら、「体験できる機会があったら」という声が多く、今回 uno の協力をいただき初開催となりました。参加者からの満足度も高く、今後も「BUT PROJECT」としてさまざまな取り組みにチャレンジしていきたいと考えています。

■使用アイテム

商品名：ウーノ スキンモイスター 3D マスク

うるおい不足で硬くゴワつきがちな男の肌を柔らかく、
モチモチな肌に導く立体 3D 形状のシートマスク

価格：オープン価格

商品ページ：https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/skin_moisture_3dmask/



商品名：ウーノ フェイスカラークリエイター (ナチュラル)

男性特有の肌悩みを速攻カバー、男性用 BB クリーム

価格：オープン価格

商品ページ：https://brand.finetoday.com/jp/uno/feature/face_color_creator/



商品名：ウーノ バランスクリエイター

眉バランスを速攻補正。カンタン理想眉に。男性用アイブロウ

価格：オープン価格

商品ページ：https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/balance_creator/



【uno とは】

1992 年、世の若き男性へと向けて、イタリア語で 1 を表す“uno”が誕生。かつての「何事でも常にトップであれというナンバー1 志向」から、イマドキの「それぞれの暮らしの中で最も自分らしく輝くべきというオンリー 1 志向」まで、常に世の中の流れに寄り添い、若者たちと共に成長を続けてきました。

ブランドミッションは「メンズビューティーケアを通じて、まだ気づいていない新たな魅力を引き出す。自分探しに格闘する若者を大人に一步引き上げ、自己実現のサポートをする」。そんな自分の進むべき方向性を指し示してくれる案内人、それが“uno”です。

▼uno 就活スキンケア&メイク 特設サイト：

https://brand.finetoday.com/jp/uno/feature/job_hunting/

▼uno 公式 Twitter：

https://twitter.com/uno_official

▼uno 公式 Instagram：

https://www.instagram.com/uno_mens_official/

▼ファイントゥデイ 企業情報：

<https://www.finetoday.com/jp/>