

uno

#強みを1つ増やすなら

## 人気テレビプロデューサー佐久間宣行さんや、就活専門家とともに uno（ウーノ）が、就活「好印象」セミナー実施！

～自分らしい就活をするためのスキンケア・メイク方法についてもレクチャー～

ファイントゥデイ資生堂（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、今年30周年を迎えたメンズブランド「uno（ウーノ）」は、就職活動をはじめ・始めている全ての方を対象に「#強みを1つ増やすなら 就活「好印象」セミナー」を、2022年11月27日（日）にオンラインにて実施しました。



早い企業では本採用のエントリーが開始されるなど、就職活動が本格化してくるこの季節。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。今年30周年を迎えたunoは、スキンケア商品やメンズメイク商品など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きました。大人のビジネスパーソンにとって印象は大切な要素の一つですが、大人への第一歩となる就職活動においても「好印象」が強みになることがunoの調査データ※1から明らかになっています。「好印象」という強みを増やし、自分らしく就活に取り組んでいただくために、unoが新たな魅力を引き出すサポートをするべく、就活「好印象」セミナーを開催いたしました。

本セミナーには、テレビ東京で話題の番組を数多くプロデュース・演出し、メディアの第一線で活躍されているテレビプロデューサーの佐久間宣行さんと、就活生や新社会人向け媒体に8年以上携わり、就活の実情や就活生のトレンドを熟知されているマイナビ学生の窓口マガジン編集長の高谷理佳さんが登壇。ご自身のご経験や昨今の就活事情を基に、お二人独自の目線で、面接官が見ているポイントや「好印象」について語っていただきました。

また、uno担当者より「好印象」への近道の一つであるスキンケアやメイク方法について解説。実際のタッチアップの仕上がりを見て、その印象の違いに参加者から驚きの声が上がりました。

※1 2017年1月～2月 uno 調べ

## 【#強みを1つ増やすなら 就活「好印象」セミナー】レポート】

### ■採用担当者は就活生のどこを見ている？最近の就活事情と、キーとなる“好印象”について



テレビ東京で長年プロデューサーを務められていた佐久間さん。採用担当として就活生と接することもあったそうです。そんな佐久間さんに、事前に就活生に聞いた印象に関する質問で最も多かったのが「採用担当者は就活生のどこを見ているの？」でした。

佐久間さんからは「まずは“自分に自信を持っているかどうか”と“一緒に働きたいと思える人柄かどうか”の二つですね。そこでいうと相手に好印象を与えるというのは“自分の言葉に自信を持っているかどうか”だと思います。

実際のところ、自分に自信を持っていて人なんてなかなかいないので、自分の良さを自分の言葉で説明できるまで考えたかどうか、ということが重要で、面接官をやっていて印象に残る人はそういう人ですね。面接では全く自分に興味のない人に興味を持ってもらうにはどうしたらいいか考えるといい。」とコメント。

マイナビ学生の窓口マガジン編集長の高谷理佳さんからは、「面接は短い時間の中で判断されるので、話の内容だけでなく、話し方、ふるまい、身だしなみなど、トータルから感じる印象が重要な要素です。相手がどんな風に思うのか客観的な視点を大事にして、自分が伝えたいことがこの言葉選び、表情、話し方で説得力があるのか、といった視点で振り返ることで改善点が見えやすくなるのでは。印象は自分の価値をどう伝えるかのツールの一つとして意識するといいと思います」とアドバイスを送りました。



お二人のお話から、就職活動において自分の魅力を伝えるために、好印象は一つの強みになることはもちろんのこと、自分の自信となって就活でのパフォーマンスに寄与する可能性があることもわかりました。

### ■“好印象”を強みにして自分らしい就活をするコツ

#### 佐久間さん流自己プロデュース術

数々の大手企業から内定を獲得した佐久間さん。その佐久間さんに、ご自身の就活の時や、面接官をして見つけた面接官に好印象を与えるコツを3つ教えていただきました。

#### ① 自分のキャラクターを決める

自分が打ち出したいキャラクターをまずは決めておいて、それを受ける企業に合わせて短くまとめておくこと。例えばマスコミと銀行では求められるものが違うので、自分が持っている要素の中で相手にとってプラスになることを1, 2行で説明できるようにする。

#### ② “自分のテンション”を見つける

自分の本当のテンションで話せるようにする練習をする。相手にこの人嘘ついていないなと思ってもらえるテンションは自分にとってどれなのかを友達に見てもらうのもよい。借りてきたしゃべり方ではおもしろくないし、自分の無理のないナチュラルテンションを見つけるのが好印象につながる秘訣。

#### ③ 相手を知る

面接の段階ごとに、面接官が見るポイントは違う。例えば一次面接の面接官はだいたい現場の人なので、大きなビジョンだけを話すのではなく、面接官が自分の部下として同僚として好感を持てるかが大事。面接のフェーズに合わせて話す内容を変え、今回話さなきゃいけない相手が誰なのかを見極める。

また、就活生から事前に募集した印象に関する質問に、さらに佐久間さんと高谷さんが答えてくれるコーナーも。「初対面の人と接する時、相手のどのようなところを見ているか？またどのようなところに気を遣っているか？」という質問に対し、佐久間さんは「仕事だった場合は、僕はこの仕事に本気で臨んでますということを伝えるようにしている。就職面接をする場合には、ここに本気で準備して来て臨んできているのかなという、準備してるからこそ伝わってくる自信の部分を見る」、高谷さんは「最初に目がいくのは、お顔の表情と身だしなみ。どれだけ準備してきたかが第一印象で伝わってくるポイント。面接の場合、自分自身は話しやすい空気感づくりを意識している」とお答えいただくなど、貴重なお話を聞くことができました。

## ■実演！uno でつくる“好印象”

好印象であることは、就活において大切なひとつのキーポイントであることから、好印象への近道の一つであるスキンケア・メンズメイクのポイントを就活生向けに実演を交えて分かりやすくレクチャーしました。

ヘアメイクアップアーティストが uno のスキンケア・メンズメイクアイテムを使いながら、解説を交えてデモンストレーションを実施しました。キャリア教育支援 NPO 法人エンカレッジのメンターにも登場いただき、就活生の目線でコメントをいただきました。



最初に紹介したのは、勝負前のスペシャルケアとしてお肌にうるおいを与える、9月に発売したばかりの「ウーノ スキンモイスチャー3D マスク（シートマスク）」。

「立体構造のシートマスクは実は珍しく、男性の顔の凹凸にもしっかりフィットするほか、髭剃りによる乾燥ダメージを受けやすい顎までしっかり覆うことのできる大判の3Dシートマスク。成分も構造も、男性のために特別に設計されたマスクで、面接の前の日等に使っていただけるといいと思います」というヘアメイクアップアーティストからのアドバイスに、実際に体験したメンターからも「開きやすい構造なので、時間のない朝でも使いやすいそうです」というコメントも。

シートマスクで保湿した後は、そのうるおいが逃げるのを防ぐためにオールインワンタイプのクリームを使用します。オールインワンシリーズは累計出荷数 1,300 万個<sup>※2</sup>を突破していて、uno のスキンケアアイテムの代名詞的存在です。ひとつで化粧水・乳液・美容液・クリーム・マスクの役割を担ってくれるので、自己分析や企業分析、面接の練習と、忙しい就活生には嬉しい商品です。

「べとべとしすぎるのが苦手な男性にも、ジェル状のみずみずしいテクスチャーはうるおいを与えつつ、さっぱりと仕上がるので男性の肌によいバランスで作られています」というヘアメイクアップアーティストからの説明があり、実際に肌に塗布したメンターは「何を使ったらよいかわからない人がこれさえ使えばよい、というのがうれしいですね」と感想を述べていました。

実は佐久間さんも1年前から実際にスキンケアを初めたそう。「芸人さんの間でもスキンケアをしている人が増えてきていたりして、僕自身もまさに uno のスキンケアを使っています。スキンケアを続けることって意味があるなと実感しています。30代からやっておけばよかった！」と語りました。

※2 累計出荷数 2016年9月～2022年8月 ファイントゥデイ資生堂調べ

スキンケアによる肌の土台作りが完成した後は、好印象を与えるポイントとして大きな役割を果たす、肌作りについて。「ウーノ フェイスカラークリエイター (ナチュラル)」は肌に色がつくことに抵抗がある男性の気持ちに配慮して、チューブから出したときは白いクリームが、肌に塗布して指でのばしていくとだんだん肌に馴染む色に変化します。

ヘアメイクアップアーティストから紹介された使い方のコツは、全体的に使う場合は両頬・鼻筋・額・あご先、の“5点置き”。また、頬の赤みや青ひげ、目のクマなどカバーしたい箇所への部分的な使用や、全体に使った後に気になる部分への重ね付けも OK。

参加していたメンターからは「オンライン面接だと顔が暗くなりがちなので、1本で顔のトーンアップができるならぜひ就活生に取り入れてみて欲しいなと思いました」とのコメントをいただきました。

肌が続いて、眉・唇も重要なポイントとして紹介。眉はマスクをしていても見えるので、対面での面接でもぜひ気を付けてほしいポイント。男性の眉は、生まれ持った形を活かすようにして隙間を埋めるだけでも凛々しい印象になります。初心者でも扱いやすい「ウーノ バランスクリエイター」で、整えた眉の仕上がりを見た参加者からは「眉って大事ですねー！」と感動の声が上がりました。



最後に「ウーノ オールインワンリップクリエイター」を活用し仕上げます。唇に塗るとグレーから血色感ある自然な色に変化して健康的な印象になり、この様子を見ていた参加者からは驚きの声が上がりました。

「口紅のような色味のリップでは抵抗感がありますが、(グレーなら) 男性でも保湿ケアの延長で使いやすい」と、ヘアメイクアップアーティストからもお墨付きのコメントをいただきました。



仕上がりを見たメンターは「短時間で明るく自信のある印象に変わって驚きました。男性がメイクで印象を変えられるという観点がないのかもしれないですが、ぜひ就活生にはやってみてほしいです」と、難しい技術がなくとも手軽に好印象を作ることができることを体感し、驚きの声が上がりました。

## ■終わりに

最後に佐久間さん、高谷さんから就職活動を始め・始めている皆さんへの応援のコメントをいただきました。

佐久間さん「就職活動は一番最初に社会に向き合わなければいけない機会、しかも選ばれなければならぬことで心がすり減らされることがたくさんあると思います。でも自分の魅力や自分のやりたいことを見つめなおす機会でもあって、そこをどれだけ本気でやるかで自分の人生が変わっていくはずで。」

高谷さん「就活は不安や緊張を感じるシーンがたくさんあると思いますが、一方で自分と向き合っただけの本気で考える貴重な機会にもできると思うので、ポジティブな気持ちで進んで欲しいです。応援しています！」



参加した方々からは「スキンケアの観点からも就活準備をしたいと感じた」「就活を印象と内面の両方から前向きに取り組もうと、明るい気持ちになりました」「就活だけでなく日常でも活かせるお話が聞けた」などの感想が寄せられました。

配信動画は、以下より閲覧が可能です。

<https://www.youtube.com/watch?v=Cq9PS53gek4>

## ■登壇者情報

### 佐久間宣行／テレビプロデューサー



新卒でテレビ東京に入社。テレビ東京退社後も『ゴッドタン』や『あちこちオーダー』など演出、プロデューサーは継続。さらに Netflix「トークサバイバー」はランキング1位を獲得、会社員時代の経験をもとに書いたビジネス書「ずるい仕事術」は13万部を突破。

### 高谷理佳／マイナビ学生の窓口マガジン編集長



就活生や新社会人向け媒体に8年以上携わり、時代に合わせて変化する就職活動や就活生のトレンドをリサーチ。中でも『身だしなみ特集』については長年担当し、ビジネスシーンにおけるファッションやヘア・メイク・身だしなみに関する情報を発信し続けている。

## ■使用アイテム

商品名：ウーノ スキンモイスタチャー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/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/skin_moisture_3dmask/)



商 品 名：ウーノ クリームパーフェクション a

1品で肌のテカリもカサつきも W ケアするオールインワンクリーム

価 格：オープン価格

商品ページ：[https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/cream\\_perfection/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/cream_perfection/)



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/](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/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/balance_creator/)



商 品 名：ウーノ オールインワンリップクリエイター

速攻、これ1本で男の唇悩みをカバー。

カサつき、縦ジワ、血色の悪さをカバーできる男性用リップクリーム

価 格：オープン価格

商品ページ：[https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/all\\_in\\_one\\_lip\\_creator/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/products/all_in_one_lip_creator/)



## 【uno (ウーノ) 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 (ウーノ)”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ながら若者たちと共に成長を続け、2022年で30周年を迎えました。

ブランドミッションは「グルーミングを通じて、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 (ウーノ) ブランドサイト：

<https://brand.finetoday.com/jp/uno/>

▼uno (ウーノ) 公式 Twitter：

[https://twitter.com/uno\\_official](https://twitter.com/uno_official)

▼uno (ウーノ) 公式 Instagram：

[https://www.instagram.com/uno\\_mens\\_official/](https://www.instagram.com/uno_mens_official/)

▼ファイントゥデイ資生堂 企業情報：

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