

〈イベントレポート〉男性向け化粧品ブランドとしては初の共創施策。
UNLICS（アンリクス）美容系専門学校 岩崎学園
横浜 f カレッジのオープンキャンパスへ協賛し、
「メンズメイク体験会」を実施

花王の化粧品ブランド「UNLICS（アンリクス）」は、美容系専門学校の学校法人岩崎学園 横浜 f カレッジのオープンキャンパスに協賛し、メンズヘアメイク企画での商品提供のほか、6月17日（土）にメンズメイク体験会を実施いたしました。男性向け化粧品ブランドとしてのオープンキャンパスへのブランド協賛は UNLICS が初となります。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、欲望のままに美を追求する Z 世代男子を応援してまいります。



オープンキャンパスでのメンズメイク体験会の様子

公式オンラインショップ <https://unlics.jp>

実施背景と想い

昨今、性別を問わずメイクをすることが浸透してきており、“美容”に興味を持つ Z 世代男性（学生）も増えています。横浜 f カレッジでは、そういった流れを受けて、男性のメイクアップを身だしなみの一部と捉え、美容知識・技術を身に付ける目的で「メンズヘアメイク検定[®]」の学内認定を始めるなど、メンズメイクに対する取り組みを進めていました。

また、花王は 2022 年に男性向け化粧品ブランド「UNLICS」の販売を開始。Z 世代の男性に新たな提案、化粧品を通じた ESG 活動の推進に取り組むなかで、今回のオープンキャンパスでの協賛が実現いたしました。

メンズを対象としたメイクレッスンの機会はまだまだ一般的ではありません。そこで今回花王では、メンズヘアメイク企画への商品提供やメンズメイクの体験会を実施いたしました。男女関係なく学生自身がきれいになることや、さまざまな美容の商材や技術に触れる機会を増やすことで美容の仕事の楽しさを体感し、キャリア形成の一助にしてほしいと考えています。

今後も、UNLICS ではブランドパーパスである「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。」を体現する取り組みを実施してまいります。

岩崎学園のご担当者様からコメント

きっかけは、美容を志す人財のためになる協働をできないか、というお話しをいただいたことでした。お打ち合わせの際、双方の「美容」に対する思いや取り組みについて話をしていく中で、花王様の「美容の力でひとり一人の美しい未来を創造したい」という思いと、本校の「自分自身がきれいになることでもっと美容を好きになってほしい」という思いが一致し、今回の企画を実施するに至りました。今回、花王様に協賛いただき、ブランドコスメを使用しプロの技術に触れる機会をつくったことで、在校生も美容の仕事の楽しさを体感しながら知識やスキルを身に付けることができました。きれいになることは、モチベーションや自信にも繋がるため、学生たちの今後のキャリア形成にも繋がったと感じています。

〈メイクデモンストレーション〉

6月17日(土)のオープンキャンパスにて、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(以下 花王 BRCC) のメイクアップアーティストによるデモンストレーションと、メイク体験会を実施しました。当日は、約 60 名の学生にご参加いただきました。

はじめに UNLICS の担当者より、メンズメイクブランドとしての想いをご紹介しました。その後、花王 BRCC のメイクアップアーティストによるデモンストレーションを実施。UNLICS のインプレスカラーウェア(メイクアップベース)やカラーレスコントゥアパウダー(フェイスパウダー)を使い、モデルさんの“なりたいイメージ”に合わせて、メイクを施しました。

また、事前にメイクを仕上げた 2 名のモデルも登場し、会場内でミニランウェイを実施。学生さんに、メイクによる印象の変化をより近くで体感いただきました。



〈デモンストレーション モデルメイクイメージ〉



一目惚れ

インプレスカラーウェアのグリーンで頬などの赤みをカバーした後、ベージュで全体の色ムらを整えました。オレンジを頬まわりに上から重ねて優しい雰囲気を取り入れました。そして、カラーレスコントゥアパウダーのマットパウダーを使って、より毛穴が目立たないよう仕上げ、Tゾーンだけグロウパウダーを仕込みました。

使用アイテム：インプレスカラーウェア（バーサトルベージュ、タッチアップグリーン、フォギーオレンジ）、カラーレスコントゥアパウダー



※イメージ

touch me

触れたい透明感とツヤ、そしてムラのない肌をイメージ。インプレスカラーウェアのグリーンで頬などの赤みをおさえ、髭をオレンジでカバーした後、ベージュで全体の色ムラを整えました。頬の高い位置やTゾーンにブルーを使い、自然な立体感を演出。

使用アイテム：インプレスカラーウェア（アップグレードブルー、バーサトルベージュ、タッチアップグリーン、フォギーオレンジ）



※イメージ

ミュートメイク

抜け感のあるワントーンなミュートメイクで柔らかいイメージ。頬の赤みにグリーンを使用し、クマはオレンジでカバー。全体のトーンをベージュで整えつつ、ブルーでワントーン明るく仕上げました。カラーレスコントゥアパウダーのマットパウダーを全体に使用、Tゾーンだけグロウパウダーを仕込み、自然な立体感を演出。

使用アイテム：インプレスカラーウェア（アップグレードブルー、バーサトルベージュ、タッチアップグリーン、フォギーオレンジ）、カラーレスコントゥアパウダー

〈メイク体験会〉



メイクデモンストレーションに続いて、参加いただいた学生さんに UNLICS のアイテムを使ったメイクを体験していただきました。アクアハグウォーター(化粧水)とセラムme(乳液状美容液)で肌を整え、インプレスカラーウェア(メイクアップベース)とカラーレスコントゥアパウダー(フェイスパウダー)でメイクを仕上げていきました。花王 BRCC のメイクアップアーティストや横浜 f カレッジの教職員が学生さんとコミュニケーションを取りながら、お悩み相談に乗ったりメイク提案を行ったりと、大変盛り上がりを見せました。ご参加いただいた学生さんからは、「自然な感じで、良い意味であまり化粧している風に見えないので、男子でも使いやすいと思いました」や「赤みがカバーできたりするので、グリーンを使っていきい」のような声をいただきました。

使用アイテムについて



アクアハグウォーター

180ml 3,080 円 / レフィル 160ml 2,640 円

まるで肌とう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)

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「織冷肌※」を演出し、なりたいた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、毛穴や色ムら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。



カラーレスコントウアパウダー (マットパウダー/グロウパウダー)

各 7.5g 3,960 円(税込)

毛穴をぼかし、テカリを抑えるマットパウダーと、くすみを飛ばし、ツヤを出すグロウパウダー。顔のパーツによって使い分けることで、奥行のある、さりげない立体感を演出します。

担当者・参加者の声

■参加学生

- ・初心者でも簡単にできるのはいいなって。始めやすいなっていう。メイクは楽しい。
- ・下地とかあまり使ったことなく、初めて使ったんですけど、ちょっと気になってたところがちゃんとカバーされて、肌に統一感が出て綺麗になって良かったです。
- ・休みの日とか、ちょっと気合い入れたい日とかにカラーウェア使いたいです。
- ・自然な感じで血色も良くなり、テクスチャーも軽く感じて、あんまり付いてる感がなくていいと思います。

■メイクアップアーティスト

花王株式会社 ビューティリサーチ&クリエーションセンター

三国屋 陽介

少しでも皆様の将来に貢献できればと思い臨んだ今回のオープンキャンパスですが、冒頭のデモンストレーションでこれからの美容業界を牽引していくかもしれない皆さんのとても真剣な視線を受け、より身が引き締まる思いで取り組むことができました。

そしてメイク実習ではメイク未経験者や普段からメイクを楽しんでいる方、肌悩みを抱える方と様々でしたが、共通していたことは初めて使う商品に興味を持ってご自身のメイクを楽しんでくれたということです。

性別などのボーダーに囚われずに美容を楽しむ精神はすでに若者の中に育まれており、それを感じられた私自身が心躍る『メンズメイク体験会』となりました。またこのような機会があれば是非参加させてください。

【花王 ビューティリサーチ&クリエイ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/>

【学校法人岩崎学園 横浜 f カレッジについて】

学校法人岩崎学園 1927 年創立

事業内容：

・教育事業

—大学院教育・専門学校教育

情報セキュリティ大学院大学、横浜 f カレッジ、情報科学専門学校、横浜スポーツ & 医療ウェルネス専門学校（2024 年 4 月 横浜医療情報専門学校より校名変更予定）、横浜デジタルアーツ専門学校、横浜リハビリテーション専門学校、横浜保育福祉専門学校、横浜実践看護専門学校

—幼児教育

岩崎学園東戸塚保育園、岩崎学園新横浜保育園、岩崎学園新横浜第二保育園、岩崎学園品濃町放課後児童クラブ[大地]・[大空]、岩崎学園新横浜放課後児童クラブ、岩崎学園附属幼稚園、岩崎学園附属磯子幼稚園

・文化事業

岩崎博物館（ゲーテ座記念）、特定非営利活動法人 NPO 情報セキュリティフォーラム

・生涯教育

生涯学習センター、再就職支援訓練

学生・児童数：5,360 名(2023 年 5 月現在)

教職員数：676 名(2023 年 1 月現在)

学園本部：神奈川県横浜市神奈川区鶴屋町 2-17 相鉄岩崎学園ビル

HP：<https://www.iwasaki.ac.jp/index.html>