

〈イベントレポート〉UNLICS（アンリクス）  
**婚活男性向け「第一印象をアップする美容セミナー」第二弾**  
**とちぎ結婚支援センターと共催**

～「好印象な自分でありたい」と思う男性の気持ちをメイクで後押しする、実践型セミナー～

UNLICS

VERY MATCHING!

とちぎ結婚支援センター



花王の化粧品ブランド「UNLICS（アンリクス）」は、栃木県が設置・運営する「とちぎ結婚支援センター」と共に、男性向け美容セミナーを2025年3月9日（日）に宇都宮交流拠点施設「ライトキューブ宇都宮」にて開催しました。

今回のセミナーでは、出会いと結婚をサポートする「とちぎ結婚支援センター」に登録している20代から40代の独身男性19名に向けて、「第一印象を磨くさりげない身だしなみ美容」をテーマに実施。花王の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 ブランドサイト・公式オンラインショップ <https://unlics.jp>

### UNLICS と、とちぎ婚活支援センターが男性向け美容セミナーでタッグ

#### 実施背景と想い

婚活において、第一印象は大きな鍵を握ります。しかし、男性向けに特化したスキンケアやメイクといった「身だしなみを整える具体的な方法」を学ぶ機会は少なく、「メイクをしていると気づかれるのではないか」という不安や、「何をすれば良いのか分からない」といった悩みを抱えている方が多いのが現状です。

今回、UNLICSでは、「第一印象を磨きたい。けれど、何をどうしたら効果的なのかよく分からない」——そんな婚活男性の悩みを美容の面からサポートすべく、出会いと結婚の支援を目的とする「とちぎ結婚支援センター」と共に、美容の知識を共有するセミナーを実施しました。とちぎ結婚支援センターでは、成婚に向けて会員一人ひとりに寄り添った支援を手がけられており、今回のセミナーも「会員の前向きな一歩のために」とご快諾いただきました。

今後もUNLICSでは、「好印象な自分でありたい」と思う全ての男性が、当たり前前に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。

## UNLICS（アンリクス） — 男性が自由に美容を楽しめる世界へ

UNLICS は、「男性だって美しくなりたい」という想いを後押しするために誕生した花王のメンズコスメブランドです。きっかけは、男性社員の「なぜ男子は堂々と化粧直しができないのか？」という素朴な疑問。そこから、美容初心者から上級者まで幅広く使えるブランドを目指し、スキンケアからベースメイクまで多彩なアイテムを展開。それに加えてこれまで、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まいりました。

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や取り組みを通じて、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。



### とちぎ結婚支援センター ベリーマッチング

栃木県が運営する、「とちぎ結婚支援センター ベリーマッチング」は、結婚を希望する独身者の出会いと成婚をサポートする公的な支援機関です。

マッチングシステムの提供、婚活イベントの開催、セミナーの実施などを通じて、理想のパートナーとの出会いを支援しています。安心して活動できる環境を整え、2017年の開所以来、300組以上のカップルの成婚を後押ししてきました。

VERY MATCHING!

とちぎ結婚支援センター

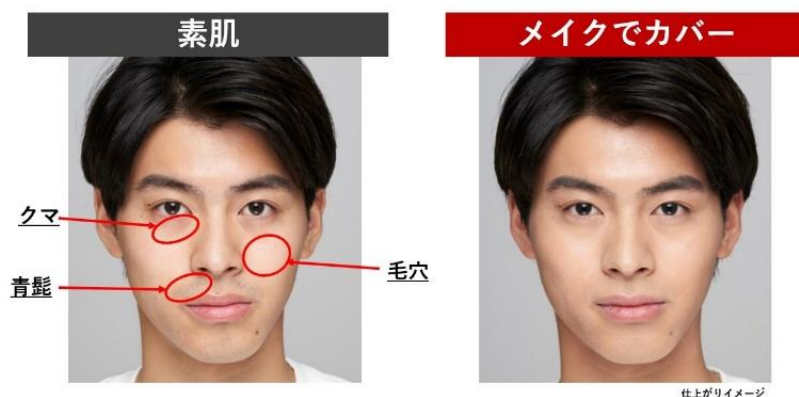


## イベント当日の様子

### 【好印象を作るには！清潔感における「肌」の重要性】

セミナーではまず、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のメイクアップアーティスト・三国屋陽介が登場。「清潔感＝好印象」と定義し、第一印象を左右する要素について解説しました。

花王が実施した社内アンケートでは、女性が男性の清潔感を評価する際、最も重要視する要素として「肌が綺麗であること（28%）」が1位にランクイン。続いて「服装が整っていること（24%）」「髪型が整っていること（19%）」と続き、顔の印象が第一印象に大きな影響を与えることが明らかになりました。こうしたデータをもとに、清潔感を構成する要素としては「髪型」「服装」「爪」「ムダ毛」「匂い」に加え、「肌の綺麗さ」が不可欠であるということ、そしてそのためには、スキンケアやメイクが重要であることをお話ししました。



仕上がりイメージ

## 【スキンケアやメイクの効果を知る】

肌は睡眠不足や食生活、紫外線、気温・湿度など様々な要因で変化します。そのため、スキンケアの目的は、肌バランスを整え、健やかな状態を保つことにあると解説しました。しかし、どれだけケアをしても完全には防げないクマや毛穴、髭の青みなどの悩みには、メイクで補うことが効果的です。「スキンケアは今と未来の自分への投資、メイクは超即効性の身だしなみツール」として、日常に取り入れることで、より自信を持って婚活に臨めることを参加者に伝えました。

## 【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】

セミナーでは、事前アンケートで収集した肌悩みと、当日測定した肌の水分量・油分量のデータをもとに、それぞれの参加者に合ったスキンケア・メイクの方法をレクチャーしました。自分の肌状態を客観的に知ること、適切なケアの重要性を実感した様子の参加者。自身の肌の見た目が変化していくことを楽しみつつ、真剣に取り組む姿が見られました。

ベースメイクのセッションでは、HowTo動画を視聴しながら、講師が半顔を仕上げるデモンストレーションを実施。もう半顔は参加者自ら仕上げる形式で行い、翌日から自分ひとりでも再現できる実践的なスキルを身につけました。参加者は自身の肌の見た目が変わっていくことを楽しみながら、美容のスキルを習得していました。

## スキンケア・メイクの実践ステップ

### 化粧水を塗る ※洗顔後

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、テカリなどを予防したり、ハリ感を与えたり、目的に応じてケアできるアイテムです。  
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

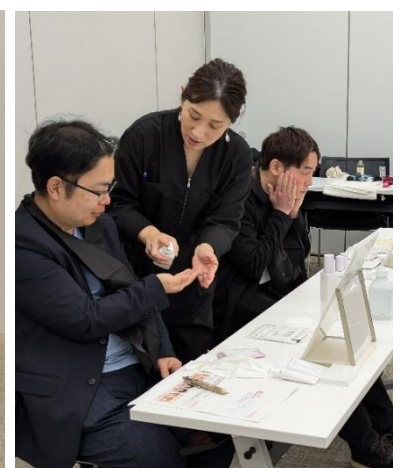
あとで使用するファンデーションなどのノリや持ちをよくしてくれるアイテムです。毛穴や色ムラをカバーする効果もあるので、化粧下地だけでも肌が美しく仕上がります。

### フェイスパウダーをつける

ベースメイクの仕上げとして使うアイテムです。先に塗った化粧下地などの密着度をアップし、化粧持ちを良くします。皮脂を吸着し、テカリを防止する効果も。



## <当日の様子>





## 商品詳細

### アクアハグウォーター

180ml 3,080 円 (税込) / レフィル 160ml 2,640 円 (税込)  
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 (税込)

(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 (税込)

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



### カラーレスコントゥアパウダー(マットパウダー/グロウパウダー)

マットパウダー/グロウパウダー 各 7.5g 3,960 円 (税込)

自然に顔のメリハリを引き立て、映える顔印象※へ。

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。

※メイクアップ効果による



## 担当者・参加者の声

### ■ 参加者

・今までになかった経験で、新しいことにもチャレンジしてみようという気持ちになった。メイクをする前とした後での違いに驚き、自分でも実践していきたいと思った。(20代)

・普段は化粧水、BB クリームをなんとなく顔につけていただけだったが、より効果的な正しい使用方法を知ることができた。意識を変えて取り組みば、自分も変わると感じることができた。(30代)

・すべてが勉強になった。普段見慣れている自分の顔が化粧をすることで変わっていくのがおもしろかった。身だしなみを整えることで気持ちが前向きになり、男性も気軽に化粧をできるということで、敷居が下がった。(40代)



### ■ メイクアップアーティスト 三国屋陽介

今回のセミナー開催にあたって最も意識したことは、受講者の方に寄り添ったパーソナルな美容提案でした。マッチングイベントなどの限られた時間での異性との接点においては、清潔感のある身だしなみの重要性が非常に高いと感じております。当初は『清潔感 = 好印象』をテーマにしてセミナー内容を組んでおりましたが、それだけでは押し付けに近い形になってしまうと考え、今回は事前アンケートや肌測定で受講者のお悩みや肌状態を把握し、それに応じたパーソナルなスキンケア&メイク提案をさせていただきました。結果として、実施後のアンケートでは「自信が持てた」「前向きになれた」などの声があり、『異性とのマッチング』というシーンの範疇だけには収まらない心の変化を読み取ることができました。これを受け、今後もその方にとっての好印象と一緒に考え、様々な生活シーンでの『自信』や『前向きさ』を高める助力ができるようなセミナーにしていきたいと思っております。



#### 【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/>