

uno

世の男性の「自信」をスキンケアで後押しするunoが新プロジェクト
「肌ウーノプロジェクト～肌からはじめるonly 1～」始動！
第一弾は”就活最適化個性”に陥る学生に、本来の個性を見つめなおすコンテンツや
肌から自分らしさを！を提案するイベントも開催予定

株式会社ファイントゥデイ（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（ウーノ）」は、スキンケアを通して前向きな変化を得られることで、いつもの自分より自信が持て自分らしい個性を發揮できる、そのきっかけづくりをしたいという思いから、10月2日（月）より「肌ウーノプロジェクト～肌からはじめる only 1～」を始動いたします。本プロジェクトのスタートとなる10月は、プロジェクト第一弾として、新社会人への期待と不安を抱く内定者の皆さんに焦点をあて、アクションを実施いたします。

特設サイト：https://brand.finetoday.com/jp/uno/hada_project/



商品は左から、ウーノ クリームパーフェクション f、ウーノ バイタルクリームパーフェクション a（医薬部外品）、ウーノ スキンバリアローション f（医薬部外品）、ウーノ スキンバリアエマルジョン f（医薬部外品）

表現の幅がひろがるオンリーワン＝“個性”肌を通して応援します

目まぐるしいスピードで世の中が変化していく中、昨今では「多様性」「ダイバーシティ」という言葉に代表されるように様々な形で自分らしさの表現の幅が広がってきています。しかしその一方で、先行きが見えにくい未来への不安を抱え、「自分らしさが分からない」「自分だけの個性として胸をはれるものが見つからない」といった迷いから自信を持ちきれない人たちがいるのも事実です。

こうしたリアルな声を背景に、uno はスキンケアを通して自分らしい個性を發揮できるための後押しをする、全ての男性に向けた取り組みとして「肌ウーノプロジェクト～肌からはじめる only 1～」を始動いたします。長年男性の肌研究を積み重ねスキンケアによって肌が上向きになることで気持ちに変化が起こることを体現してきた uno。情報があふれ判断基準があいまいになりがちな今だからこそ肌がひとつの軸になると考え、肌が上向きになることで、いつもの自分よりも自信を持てる、自分らしい強みや個性を發揮できる、そんなきっかけづくりをサポートします。

▼肌ウーノプロジェクト～肌からはじめる only 1～ 第一弾について

・「個性」への向き合い度が高い就活生への意識調査 ～ 彼らが陥る就活に最適化された「個性」のトラップとは？

今回、本プロジェクトのスタートとして、自分自身と正面から向き合い、他者へ自己表現をしていく「就活」にフォーカスを当てた「就活と個性に関する意識調査」を実施しました。意外にも、本当の意味で自分の個性の発揮に悩むのは、内定後や就職後だと答える人が多いことが明らかに。その理由を紐解いてみると、就活のために本来の個性や強みを多少背伸びした表現で企業へアピールをしていた人の7割以上が就職活動中にアピールしていた個性や強みとのギャップに悩んでいるという実態が見えてきました。

このように、本来の個性があるにも関わらず、就活で戦うための理想論に引っ張られ、本来の個性から多少背伸びして自己表現をした「就活最適化個性」が存在することが分かっています。第一弾では、意識調査で内定者独特の就活最適化個性から生まれる「個性」のトラップに陥る内定者の皆さんに向けて、本来の個性や自分らしさを発揮してもらうためのアクションを順次実施します。

< 調査概要 >

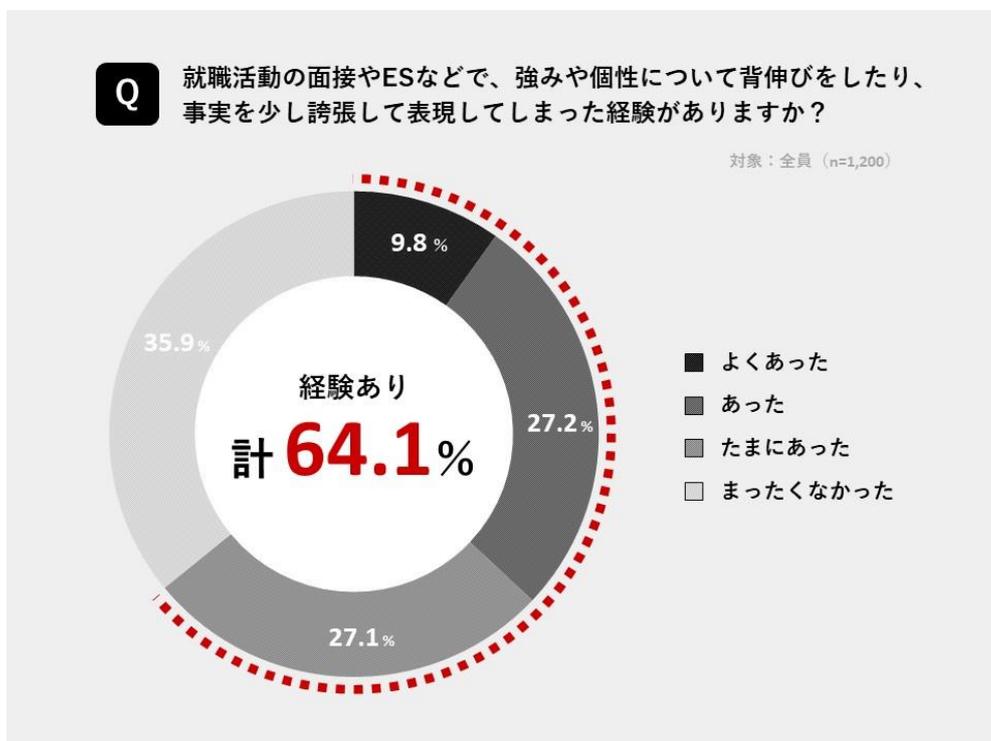
調査内容：就活と個性に関する意識調査

調査期間：2023/9/6～9/8

調査対象：就活を控えている／就活中／就活を経験したことがある 19～26歳の男子学生 300名
就活を経験したことがある スキンケアをしている 19～29歳の社会人男性 450名
就活を経験したことがある スキンケアをしていない 19～29歳の社会人男性 450名

調査機関：株式会社ネオマーケティング

調査手法：インターネット



・みんなの就活デジャヴ～就活時に陥りがちな就活最適化個性を解説～

本来の素敵な個性があるのに、それを活かさず企業が求めている人物像や理想論に引っ張られ、背伸びをしてしまうことで生まれる「就活最適化個性」。就職活動を頑張ってきたからこそ共感できる、「就活デジャヴ」を面白くも納得度の高いタッチのイラストで解説します。新社会人として新たな一歩を踏み出す内定者の皆さんに、就職活動中の思い出を振り返りながら、就職活動では活かさなかった／表現できなかった個性や自分らしさを見つめ直すきっかけにして欲しいという想いのもと制作しました。

また、uno 公式 X (Twitter) では、「ウーノ クリームパーフェクション f」と「ウーノ スキンモイスチャー-3D マスク f」が当たるキャンペーンも実施します。

uno

みんなの就活デジャヴ

～就活時に陥りがちな就活最適化個性を解説～



<応募概要>

応募方法： uno (ウーノ) 公式 X (@uno_official) または、ライブドアニュース公式 X (@livedoornews) の該当ポストをリポスト

※uno (ウーノ) の公式 X アカウント (@uno_official) のフォローは必須条件となります。

※該当ポストはツリー形式で6種あります。好きなキャラクターの紹介ポストを選んでください。

応募期間： 2023年10月2日(月) 10:00 ~2023年10月16日(月) 23:59

※応募規約等の詳細は、該当ポストをご確認ください

※詳しくは uno (ウーノ) 公式 X (Twitter) の該当ポストをご確認ください。

・プロジェクトキックオフイベント【肌ウーノプロジェクト presents 肌から自分らしさを！(仮)】を開催

今後、来年春の入社を控える内定者学生を対象に、「就活最適化個性」から脱却し、肌で自信をつける方法をレクチャーするイベント「肌ウーノプロジェクト presents 肌から自分らしさを！(仮)」を開催予定です。イベントでは、就職活動中に囚われも培った「就活最適化個性」の存在で自分を見失いがちな今、その最適化個性から脱却するための Tips や、肌を通して自信へとつながるスキンケアの実践と共に、新社会人になる皆さんが個性を生かして活躍の場を広げられるようなコンテンツを計画しています。

また、若年層就職活動の専門家である株式会社ワンキャリアの寺口浩大氏にも登壇いただき、「就活最適化個性」についての解説や、社会人に向けて自信をつけるためのポイントを内定者に向けてアドバイス頂く予定です。

ブランド誕生以来 uno がお約束してきた、「いい肌が、自分らしさを見つける第一歩である」ということを、さらに実感いただけるよう、肌ウーノプロジェクトを通して、自分らしさや個性を探るすべての男性がスキンケアをきっかけに自分らしさに自信を持ち活躍の場をひろげていただけるよう後押しを行ってまいります。

【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。

▼「肌ウーノプロジェクト～肌からはじめる only 1～」 特設サイト：

https://brand.finetoday.com/jp/uno/hada_project/

▼uno（ウーノ）ブランドサイト：

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

▼uno（ウーノ）公式 X（Twitter）：

https://twitter.com/uno_official

▼uno（ウーノ）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/>