

## uno

## ＜就活と個性に関する意識調査＞

## 就職活動中に生まれる“就活最適化個性”とは？

## 2人に1人が内定・就職後に「個性」に悩んで迷子に

## 専門家が解説 “就職最適化個性”の落とし穴からの脱却方法

## ～個性発揮の裏に自信につながるスキンケアの影も明らかに

株式会社ファイントウデイ（本社：東京都港区、代表取締役 社長 兼 CEO：小森哲郎、以下：「ファイントウデイ」）が展開する若者を大人へと導くメンズビューティケアブランド「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発揮できる、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～」を始動します。本プロジェクトのスタートとなる10月、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いた内定者の皆さんに焦点をあてたアクションをスタートします。今回は、第一弾の取り組みの一環として、就職活動を経た若年層男性が抱える個性への悩みを明らかにするため、これから就活を控えている／就職活動中／就職活動を経験したことのある19～26歳の男子学生300名と就活を経験したことのある22～29歳の社会人男性900名の計1,200名を対象に「就活と個性に関する意識調査」を実施しました。

本調査の結果、内定後や就職後に就職活動中にアピールしていた個性を振り返り、本来の個性や強みとのギャップに悩む社会人男性が多く存在することが判明。同時に、その悩みを抱えているのは、就活のために本来の個性や強みを背伸びした表現で企業へアピールをしていた人に多いという実態も浮き彫りになりました。このような結果を受けunoでは、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表現した個性“就活最適化個性”と定義付けました。

調査により明らかになった6割以上が陥るといふ“就活最適化個性”。本調査を通して、その実態を紐解いていきます。

また、unoでは、若年層の就活事情に精通する株式会社ワンキャリアの寺口浩大氏に本調査に関するインタビューを実施し、社会に出てから個性や強みを発揮するためのポイントを解説していただいています。

## 調査結果サマリー

- 6割の若者男性が就活中にやってしまったと回答。  
社会人のあるべき姿から逆算しがちな“就活最適化個性”とは？
- “就活最適化個性”を武器に就活に挑んだ人に多い、内定後の個性迷子。  
6割以上が自分の本来の個性と向き合うべきだったと後悔。
- 本来の個性を発揮する鍵は「自信」。自信を持っている人の約8割が社会での活躍を自負。  
社会において自分本来の個性を活かして活躍している人は自信度が高い傾向に
- 個性発揮の裏に自信につながるスキンケアの意外な関係性が明らかに。  
4割以上がスキンケアで肌が変わることで「自分に自信が持てた」と実感。

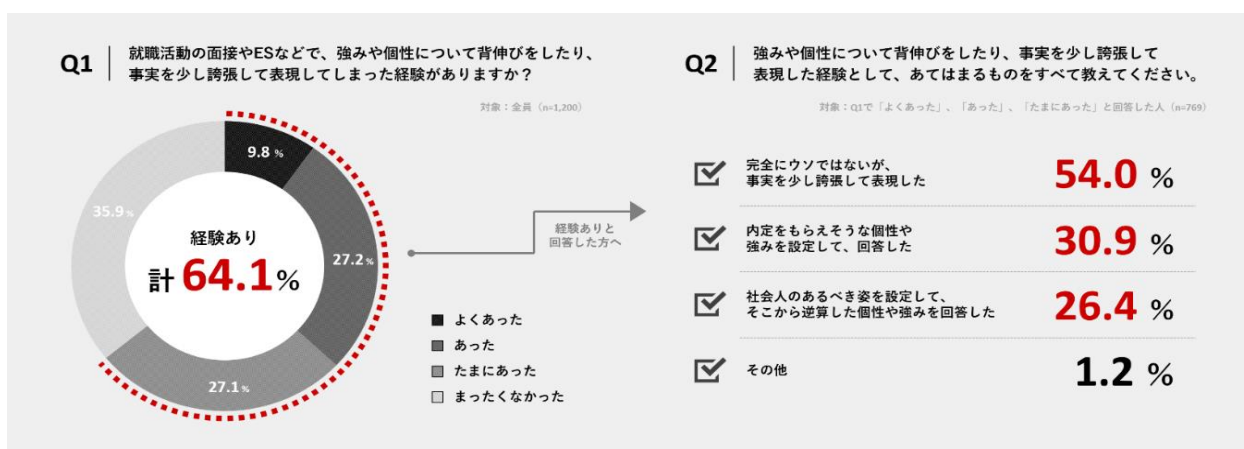
## <調査概要>

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

### 【ポイント①】

## 6割の若者男性が就活中にやってしまったと回答。 社会人のあるべき姿から逆算しがちな“就活最適化個性”とは？

19 歳～29 歳の若年層男性 1,200 名に対して、「就活の面接や ES などで強みや個性について背伸びをした、または事実を誇張してしまった経験があるかどうか」聞いたところ、「よくあった」、「あった」、「たまにあった」と回答した人を合わせると 64.1%と 6 割以上に上りました。そのうち、30.9%が「内定をもらえそうな個性や強みを設定して回答した」、26.4%が「社会人のあるべき姿を設定してそこから逆算した個性や強みを回答した」と答え、**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て作られた本来の自分とは少し異なる個性（＝“就活最適化個性”）をアピールしてしまう人の存在が明らかになりました。**



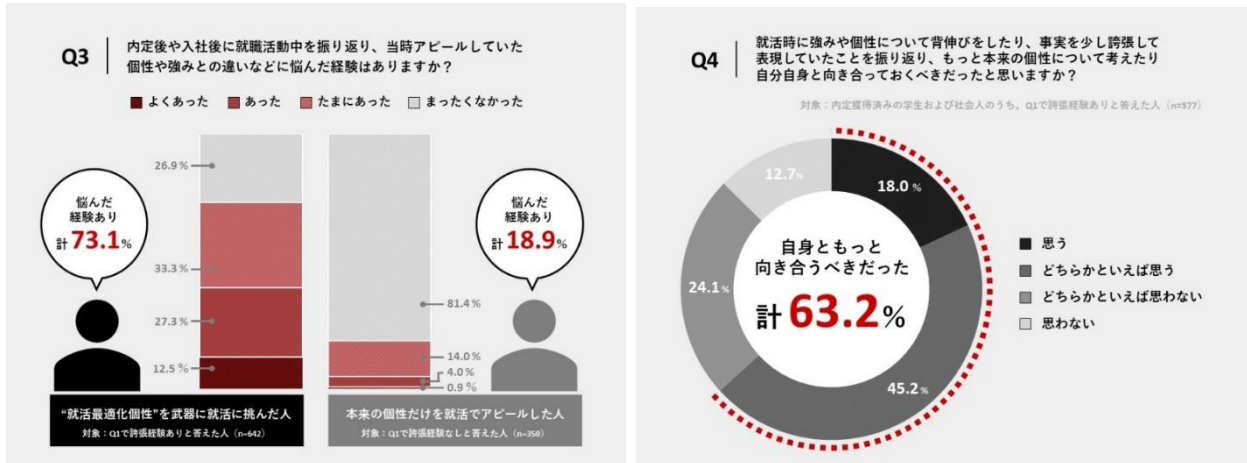
### 【ポイント②】

## “就活最適化個性”を武器に就活に挑んだ人に多い、内定後の個性迷子。 6割以上が自分の本来の個性と向き合うべきだったと後悔。

内定者および社会人男性 992 名に対して、「内定や就職後に、就職活動中にアピールしていた個性や強みを振り返り、就活でアピールしていた個性との違いなどに悩んだ経験があるか」を聞いたところ、53.9%が「よくあった」、「あった」、「たまにあった」と回答。また、“就活最適化個性”を武器に就活に挑んだと答えた 642 名のうち、73.1%が「よくあった」、「あった」、「たまにあった」と回答し、背伸びすることなく**本来の個性を武器に就活に挑んだ 350 名の回答“18.9%”という数値とは大きく差が出る結果**となりました。このことから、“就活最適化個性”の存在により、内定後や就職後に就活でアピールしていた個性と本来の個性とのギャップに悩む男性が多く存在することが分

かりました。

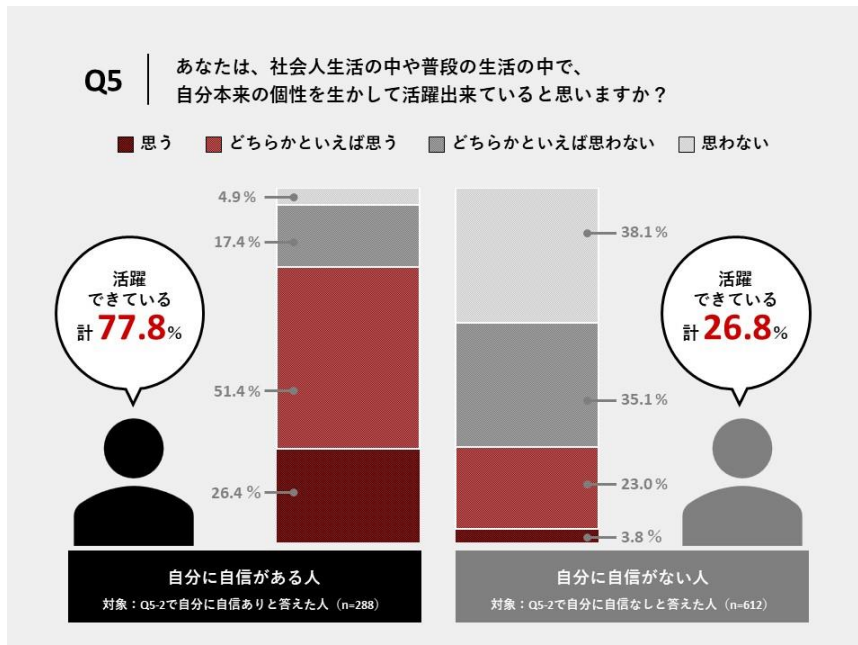
さらに、就活中に“就活最適化個性”をアピールしていた社会人男性 577 名のうち、63.2%が「就活時から本来の自分の個性に向き合っておくべきだった」と回答。就職活動を経た社会人男性が得た教訓から、就活時から本来の自分の個性と向き合うことが社会人人生において、そのギャップに悩むことなく活躍の場を広げるひとつの近道になるとも言えます。



### 【ポイント③】

**本来の個性を発揮する鍵は「自信」。自信を持っている人の約 78%が社会での活躍を自負。社会において自分本来の個性を活かして活躍している人は自信度が高い傾向に**

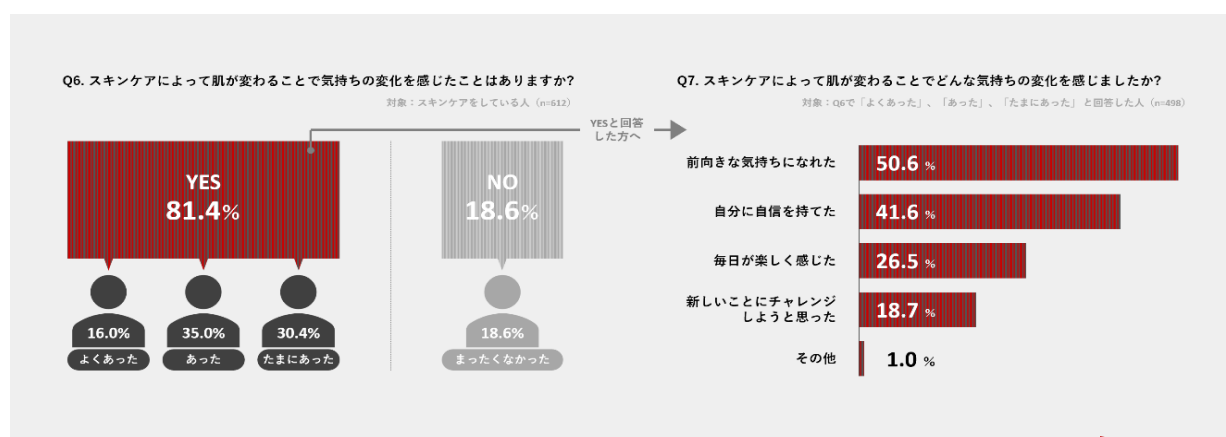
「自分に自信がある方だと思うか」という質問に対して「思う」「どちらかといえば思う」を回答した男性 288 名と、「思わない」「どちらかといえば思わない」と回答した男性 612 名に対して、さらに「自分本来の個性を活かして活躍できていると思うか」と聞いたところ、「自分に自信がある方だと思う」と回答した人のうち 77.8%が活躍できていると思うと回答した一方、「自分に自信がない方だと思う」と回答した人は 26.8%という結果となりました。社会において、自分の個性を活かして活躍をしていると感じている男性ほど、自分を信じる力が高いことが分かりました。



## 【ポイント④】

**個性発揮の裏に自信につながるスキンケアの意外な関係性が明らかに。  
4割以上がスキンケアで肌が変わること「自分に自信が持てた」と実感。**

スキンケアをしている若年層男性 612 名に「スキンケアをすることでマインドの変化を感じるか」と聞いたところ、81.4%が「思う」「どちらかといえば思う」のいずれかを回答し、**8割以上の男性がスキンケアで肌が変わること**で気持ちにまでポジティブな影響を及ぼす傾向があることが判明しました。そのうちの41.6%が「自分に自信が持てた」、50.6%が「前向きな気持ちになれる」と回答し、スキンケアによって多くの男性が前向きになり、自分への自信にもつながっていることが見受けられます。



## 近年のZ世代就活生と個性の関係性

専門家  
アドバイス

就活を行う学生と日々コミュニケーションを取り、Z世代就活の実態に精通する株式会社ワンキャリア寺口浩大氏から、最近の就活事情と“就活最適化個性”の脱却方法について解説していただきました。

**近年のZ世代就活生は、個性を見つけられず悩む人が多い！？”就活最適化個性”をアピールしがちなのは、SNSの台頭が原因のひとつ！？**

近年に限ったことではないかもしれませんが、「自分は何者なのか？」という問いは簡単に答えが出るものではありません。自分と向き合いながら、SNSなどで他人の良い面や充実した面を見ているうちに、他人との比較の中で、やりたいことがなかったり、自分自身をうまく表現できなかったり、自分の状況に焦ることもあると思います。

**企業は“就活最適化個性”を見抜いている！採用担当者が見抜いた先に求める個性とは？**

学生の多くが「面接で本音を言いづらい」という悩みを抱える一方、人事は「学生は本音で話していないかもしれない」「本音で話せるような採用がしたい」と考えています。採用担当の方々とお話していると、「すごさ」よりも「らしさ」が知りたいという声もあります。取り組みの実績の大きさに目がいきがちですが、その中で考えたことや実行したことらしさが出ると思います。

**就活中にアピールしていた“就活最適化個性”がリアリティショックを招く！？内定後に社会での活躍に不安を抱える人へのアドバイス**

リアリティショックという言葉があります。理想と現実のギャップに衝撃を受けてしまう現象ですが、入社後に思っていたよりも活躍できないことによっても生じます。様々なフィールドで今活躍している方々と話していても、多くの方が「最初は苦労した」と言っています。今のできない自分を自分で受け入れてあげて、できるために何ができるかを考えることに集中しましょう。



寺口 浩大 (てらぐち こうだい)

株式会社ワンキャリア Evangelist

兵庫県生まれ。京都大学卒業。リーマンショック直後、三井住友銀行に入行。企業再生、M&A 関連の業務に従事したのち、デロイトで人材育成支援に携わる。現在、株式会社ワンキャリアで Evangelist として活動。2021 年 6 月にリリースされた「ONE CAREER PLUS」において、はたらく人の「新しい地図」をつくるプロジェクトを進めている。

### 【「肌ウーノプロジェクト～肌からはじめる only 1～」について】

ファイントゥデイが展開する若者を大人へと導くメンズブランド「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想いから、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。

調査リリースの発信やイラストで分かりやすく“就活最適化個性”を解説する「みんなの就活デジャヴ」を皮切りに、サンプリングイベントや内定者学生向けのイベントを開催する予定です。詳細は、特設サイトをご確認ください。

**肌ウーノプロジェクト、はじまる。**  
～肌からはじめる Only 1～

自分の個性とは何か。その答えが曖昧になりやすい時代。  
男性の肌研究を積み重ねてきたunoは、スキンケアを通じて前向きな気持ちの変化を得られることで、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するプロジェクトを始動します。

肌はオレらの誇負服。  
**uno**

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)

特設サイト：[https://brand.finetoday.com/jp/uno/hada\\_project/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/hada_project/)

### 【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（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](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 企業情報：

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