

Press Release

メンズビューティーケアブランド uno（ウーノ）が、
「**SUIT SQUARE（スーツスクエア）**」と新価値を生み出す協業を開始。
テーマは【「肌」×「服」でつくる“自分らしさ”を武器に。】

- 10月25日（水）より SUIT SQUARE など全国 22 店舗にてトータルコーディネート提案を-

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、世の男性がまだ気づいていない新たな魅力をひきだすことで、自信を持って自分らしく進む姿を応援したいというブランドの想いを多くの方へ届けてまいりました。この度、この想いをさらに多くの方へと届けるべく、青山商事株式会社（本社：広島県福山市、代表取締役社長：青山理（おさむ））が展開し、今年5月に屋号変更、新たなスタートを切った「SUIT SQUARE」との協業を行う運びとなりました。「SUIT SQUARE」がこれまで行ってきたスーツのトータルコーディネートに、unoの「肌づくり」の知識と商品を掛け合わせることで、【「肌」×「服」】でつくる新たなトータルコーディネートの価値を提供してまいります。

uno × SUIT SQUARE



協業の背景

uno はこれまで、スキンケアやメイクを通して、まだ気づいていない新たな魅力を引き出し、さらに自分らしさへの気づきが自信へとつながるという想いのもと、男性の肌作りのサポートをしてきました。

昨今では、ビジネスをはじめとしたさまざまなシーンで、「自分の印象をより良く魅せるためのセルフプロデューススキル」が注目を集めており、「第一印象」での好印象付けがひとつの強みとなり得るビジネスパーソンにとっては、スーツ選びもセルフプロデュースのうちのひとつとされています。スーツ選びの中でのトータルコーディネートと言えばこれまで、スーツと目線がいきやすいワイシャツやネクタイ、ヘアスタイルを総合的に見て統一感があるか、という観点で行われてきた中で、uno が提案するのは「これからのトータルコーディネート」。【スーツをまとう自分の肌はどうだろう？】肌づくりにも目を向けることが、真のトータルコーディネートであると uno は考え、ビジネスパーソンのスーツ選びの場面においても、uno が独自に培ってきた知識や商品がその一助となればという想いから、トータルコーディネートに新たな価値を提供する【「肌」×「服」でつくる“自分らしさ”を武器に。】というビジョンのもと、スーツ専門店大手の青山商事「SUIT

SQUARE」と協業する運びとなりました。

これにより、「SUIT SQUARE TOKYO GINZA 店」をはじめとした「SUIT SQUARE」全 19 店舗と、「SUIT COMPANY」3 店舗の合計 22 店舗で真のトータルコーディネートを作り出す uno の商品もご購入いただけます。スーツ選びをきっかけに、スキンケアやメイクの新たな世界がひろがる、そんなきっかけにさせていただけるよう、共創してまいります。

<販売予定製品>

No	カテゴリー	商品名	写真
1	オールインワン	ウーノ クリームパーフェクション f	
2		ウーノ UV パーフェクションジェル a (医薬部外品)	
3		ウーノ アクネケア パーフェクションジェル f (医薬部外品) 販売名：ウーノ ACパーフェクション f	
4		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)	
5	BB クリーム	ウーノ フェイスカラークリエイター (ナチュラル) f	
6		ウーノ フェイスカラークリエイター (カバー) カラーレベル3 f	
7		ウーノ ノーカラーフェイスクリエイター f	
8	アイブロウ	ウーノ バランスクリエイター f	
9	リップ	ウーノ オールインワンリップクリエイター f	
10	シートマスク	ウーノ スキンモイスター3D マスク f	

<販売予定店舗>

【SUIT SQUARE】

札幌大通り店
ヨドバシ仙台店
TOKYO GINZA 店
新宿本店
池袋東口店
ミッテン府中店
ヨドバシ Akiba 店
町田店
グランデュオ蒲田店
大宮西口店
モラージュ菫蒲店
ららテラス武蔵小杉店
柏モディ店
神戸三宮店
西宮ガーデンズ店
ピエリ守山店
広島店
イオンモール広島府中店
エミフル MASAKI 店

【THE SUIT COMPANY】

渋谷店
名古屋栄店
LINKS UMEDA 店

店頭販売に先駆け、10月初旬に従業員向けにセミナーを実施

2社の協業の一歩として、まずはスーツ選びに迷うお客さまを店舗でサポートする店舗従業員 24名へのレクチャーや実践を行う「uno 流！特別メンズスキンケア・メイクセミナー」を、店頭販売に先駆けて10月4日（水）に開催しました。

セミナーでは、市場トレンドや男性肌の特徴などの知識を得た上で、ヘアメイクアップアーティスト中村潤氏によるスキンケアやメイクのレクチャー・実践、その後、お客さまにどのようにして「トータルコーディネート提案」を行うのかをグループでディスカッションを行いました。セミナーでの学びをさらに現場でも活かすべく、座学だけでなく自らの手で体験し、互いの考えを共有しあうことで自分ごと化をより深めることができ、トータルコーディネート提案の答えを探る機会となりました。



スーツを多用するビジネスパーソンにとって、「好印象」の意識は欠かせないもの。uno と SUIT SQUARE の協業を通して、多くの方にファッション×スキンケア×メイクの三拍子が整ったときに新たなトータルコーディネートが完成されることをお伝えしていくべく、参加した従業員たちは自身の顔にスキンケアやメイクを施しながら実感しました。

参加した店舗従業員のコメント（一部抜粋）

- 服を販売するにあたり、顔の印象をよくすることで相乗効果生まれることを体感できた。
- 男性のスキンケアやメイクへの意識が高い方だけでなく、少し気恥ずかしく思っている方々にスタッフからの体験を伝えながら提案していきたい。
- 特に眉は瞬間で印象が大きく変わることを実感。（ご案内する）メンズスタッフは自身で体験することが重要。



青山商事「SUIT SQUARE」とは

「SUIT SQUARE（スーツスクエア）」は、近年の働き方やライフスタイルの変化によるビジネスウェアの多様化に対応するため、4つのブランドを1店舗に集結した他、店舗ごとに合わせたサービスを提供するウィジェット型の店舗です。また、ネット連携による豊富な在庫とリアル店舗の接客サービスの両メリットを最大限に活かした独自のシステム「デジラボ」を導入しています。「SUIT SQUARE」のロゴマークは、4つのブランドを連想されやすい、四角（スクエア）の形をモチーフにしています。

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。

▼uno ブランドサイト：<https://brand.finetoday.com/jp/uno/>

▼uno 公式 X (Twitter)：https://twitter.com/uno_official

▼uno 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>