

## メンズビューティー市場をけん引してきた uno が導いた“メンズ

## ヘアケアの答え” 男性特有の「ガシガシ洗い」さえも味方に！

uno 初「4D ヘアケアシリーズ」 2月 10 日発売

未来まで見据えた新発想で “今も、未来もキマる髪へ”

過半数以上<sup>\*1</sup> が未来の髪に不安を抱える一方で、未来の髪のため

のケアをしている男性はわずか 3割弱<sup>\*2</sup>！

株式会社ファイントゥディ（本社：東京都港区、代表取締役 社長 兼 CEO 小森哲郎）は、ブランド誕生以来、メンズビューティーケアを通して男性の新たな魅力を引き出す伴走者として、市場に新たな価値と常識を生み出してきた uno から、次なる常識を生み出す一手として、男性シャンプー市場に新たな提案をします。着目したのは、シャンプー時に頭皮をガシガシ洗ってしまうなど男性特有の「ガシガシ悪習慣」。uno が導き出した最適解は、そんな“クセ”までも味方にする新発想の 4D ヘアケアシリーズ - 「ウーノ オールインワンシャンプー」「ウーノ 薬用スカルプエッセンス」。2026 年 2 月 10 日より amazon にて先行発売、続く 2 月 26 日より全国に順次展開いたします。



### 【SUMMARY】

- unoブランド初、ヘアケアシリーズ誕生 - 2月10日Amazonにて先行発売\*、同月26日より全国に順次展開
- 「ガシガシ洗い」など物理ダメージを与えてしまう男性の変えられない“クセ”に着目し、その“クセ”を味方に変える新発想の4Dヘアケアシリーズ「ウーノ オールインワンシャンプー」「ウーノ 薬用スカルプエッセンス\*」同時発売

\* 「ウーノ 薬用スカルプエッセンス」は、2月10日より予約受付の開始

## 【独自調査で明らかに！- 男性が悪習慣だと理解しつつも変えられない“クセ”と、未来の髪への漠然とした不安】

### 男性の「ガシガシ悪習慣」-シャンプー時間において「ガシガシ洗い」をするクセが変えられない

- 調査によると、男性の4人に1人<sup>※1</sup>が髪や頭皮に物理ダメージを与える「ガシガシ洗い」を習慣化していることが判明。そのうち約7割<sup>※3</sup>が「悪習慣だとわかっているながら、行動を変えられない」という、男性の実態が明らかに。

### ヘアスタイルを大事にするがゆえに抱く、未来の髪への不安意識。一方で、未来の髪へのケアは空白状態に

- 過半数以上<sup>※1</sup>の男性が「未来の髪」に不安を抱いていることが判明。その一方で、未来の髪に不安がある男性のうち74.7%<sup>※2</sup>が未来の髪のためのケアをできていないと回答。
- 背景には、未来の髪のための発毛・育毛ケアは「自分にはまだ早い」（42.4%）、「人に知られたくない」（22.6%）<sup>※4</sup>と考える心理的抵抗感。不安があるにもかかわらず、未来の髪のケアを避けてしまう要因に。

### **【unoが導いたメンズヘアケアの答え、それは今と、未来までも見据えた「4Dヘアケアシリーズ」。】**

- 「オールインワンシャンプー」は「シャンプー」「トリートメント」「スカルプ」「ベースデザイン」の4つの機能を1本に集約し、今はもちろん未来までも見据えた4D設計を採用。この設計により、毎日の洗髪を、今の髪だけでなく、未来の髪を健やかに保つ時間へと進化。
- unoがこだわりぬいた「4Dバウンス泡」で、男性特有のガシガシ洗いなどによって発生する物理ダメージを軽減しながら、1度ですっきり洗い上げる。
- さらに毛髪成長サイクルに働きかける5種の有効成分+22種のサポート成分配合した「薬用スカルプエッセンス」で、男性の気になる頭皮・髪悩みへとアプローチ。

## 【開発背景】

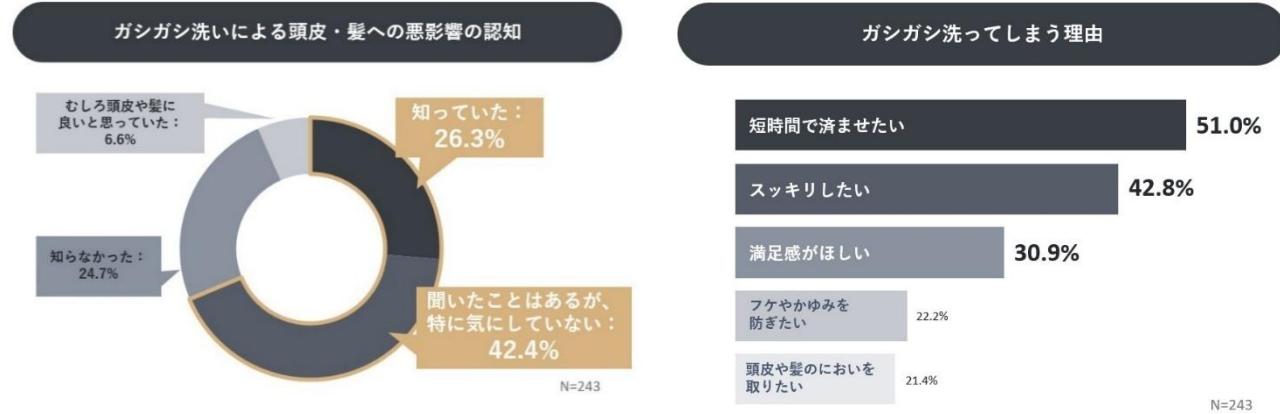
### **■男性特有の、頭髪に対する「ガシガシ」悪習慣**

シャンプー時間においては、4人に1人<sup>※1</sup>が「ガシガシ洗い」。頭髪にとって良くないことだと知りつつも約7割<sup>※3</sup>が行動を変えられない

におい、フケやかゆみ、頭皮のベタつき、スタイリング剤の残り、など男性に多くみられがちな頭髪悩みは、清潔感を保とうとする意識の高さの裏返しとも言えます。一方で、その意識が、髪や頭皮に必要以上の力をかけてしまうなど、日常において物理的な負荷を与えてしまう「ガシガシ悪習慣」につながっているケースも少なくありません。

その代表的な例が、シャンプー時に髪や頭皮を強い力でこすって洗う、いわゆる「ガシガシ洗い」です。実際にunoが独自に行った意識調査でも、4人に1人（23.1%）<sup>※1</sup>が「ガシガシ洗い」を行っていることが判明しました。また、そのうち約7割（68.7%）<sup>※3</sup>は、頭皮や髪に悪影響がある可能性

があると理解しながらも、続けていることがわかっています。洗髪行為を「短時間で済ませたい」(51.0%)「スッキリしたい」(42.8%)<sup>※3</sup>といった気持ちに抗えず、良くないとわかっていても行動を変えられない——そんな男性の悪習慣の実態が明らかになりました。

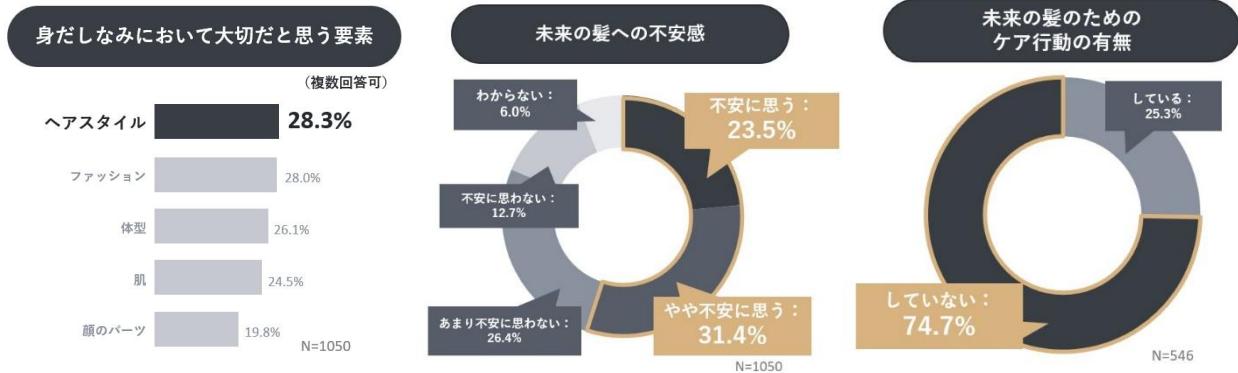


## ■男性の未来の髪へのケアに対する意識と行動のギャップ

### ①髪を大切に思っているからこそ「未来の髪」への不安。一方で7割超<sup>※2</sup>の男性が未来の髪ケアは空白状態

女性のみならず、実は男性にとってもヘアスタイルは、身だしなみの印象を左右する重要な要素であり、日々のモチベーションにも大きく関わっています。実際に調査でも身だしなみにおいて大切な要素としてファッショングや体型を抑えヘアスタイルが1位<sup>※1</sup>となっています。ヘアスタイルが大事だからこそ、多くの男性は、髪の将来の状態に対して不安を抱いている様子。調査でも、過半数以上<sup>※1</sup>の男性が「未来の髪」への不安感があると回答しています。

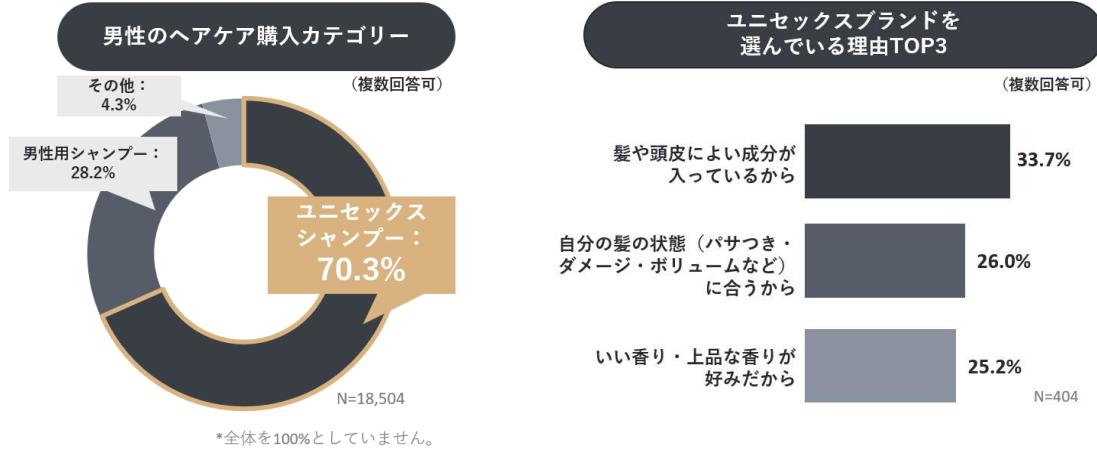
一方で、そんな未来の髪に不安を抱いている男性のうち74.7%<sup>※2</sup>が未来の髪のためのケアを「できていない」と回答。未来の髪への不安を抱える意識と、実際のケア行動にある大きなギャップの存在が明らかになりました。



### ②未来の髪への不安とは裏腹に、“今の髪への最適化”の観点でシャンプーを選ぶ男性

男性の多くが「未来の髪」に対する不安を感じている一方で、シャンプー選択においては今の髪や頭皮の状態に合っているかどうかを重視して選択していることが分かりました。男性に多くみられるがちな頭髪悩みや、ガシガシ悪習慣など特有の“クセ”がある中で、実際の購買行動を見てみると、男性の約7割がユニセックスブランドの商品を自分で購入しており、男性用の商品を購入している人は3

割以下<sup>※6</sup>という結果に。ユニセックスシャンプーを選ぶ理由としては、ユニセックスの商品はトレンドをとらえた成分にこだわっているイメージがあるからか「髪や頭皮によい成分が入っているから」といった回答や、「自分の髪の状態に合うから」「いい香り・上品な香りが好みだから」<sup>※5</sup>などが目立ち、現在の快適さや嗜好を重視した“今の髪への最適化”的観点で選択していることがうかがえます。

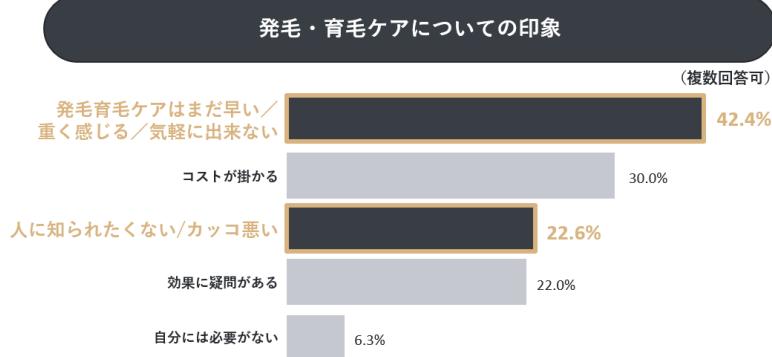


## ■ 「発毛・育毛ケア」など“未来のためのケア”自体を行うことに対する抵抗感も

男性が「未来の髪」に向けたケアに踏み出せない背景のひとつには、未来の髪のためのケア、例えば発毛・育毛ケアに対するある種の固定化されたイメージがあります。実際に、未来の髪に不安を感じているにもかかわらず対策を行っていない男性を対象に発毛・育毛ケアに対する印象を調査したところ、「発毛育毛ケアはまだ早い/重く感じる/気軽に出来ない」(42.4%)、「人に知られたくない/カッコ悪い」(22.6%)<sup>※4</sup>といった回答が見られました。未来の髪と向き合うこと自体に心理的なハードルを感じ、無意識のうちに避けてしまっている傾向にあるとも言えます。また、効果への疑問や気軽さといった点においても、選ぶ基準が見いだせていない、いわば「未来のためのケア迷子」状態に。

未来の髪に対する不安は確かに存在している一方で、心理的な抵抗感から、向き合うべき「未来の髪のためのケア」から逃避している現状が浮き彫りになりました。

### —— 未来の髪に不安がある方への質問 ——



\* 20~40代で未来の髪に不安はあるが、対策はしていないと回答した人 N=363

変えられない「ガシガシ洗い」や、未来の髪に不安を感じながらも、ケアをすることに対する複雑な思いから実際のケア行動には踏み出せていない——uno の独自調査から、そんな男性の実態が明らかになりました。だからこそ uno は、男性の意識や行動を変えるのではなく、いつもの洗髪の中で、今はもちろん未来の髪まで考えたケア設計を追求しました。

1992 年にヘアスタイリングから始まり、男性の魅力を引き出すという使命のもとメンズビューティー市場をけん引してきた uno。2026 年、新たに「今も、未来もキマる髪へ」と導く新発想の「4D ヘアケアシリーズ」を提案します。

#### 【商品特徴】

#### ■uno が導いたヘアケアの答え。4D ヘアケアシリーズ「ウーノ オールインワンシャンプー」「ウーノ 薬用スカルプエッセンス」

##### - 未来の髪まで見据えた“4D 設計”

メンズシャンプー市場において「シャンプー」と「トリートメント」機能を兼ね備えた 2in1 が主流の中、uno はそこに「スカルプケア」と「ベースデザイン」機能を加えた 4 つの機能を 1 本に集約した 4in1 と、こだわりの 4D バウンス泡との融合で、未来の髪までも見据えた 4D 設計を実現しました。この設計により、毎日の洗髪を、今の髪だけでなく、未来の髪までも健やかに保つための時間へと進化させます。手軽さと本格ケアを両立させると同時に、そのハイスペックな機能を「洗練されたカッコよさ」としてパッケージデザインへも昇華することで、未来の髪ケアにも向き合うモチベーションを刺激。洗うだけで「今も未来もキマる髪」へと導く。それが、uno が提案する新しいメンズヘアケアです。

#### 「ウーノ オールインワンシャンプー」

##### ■今も未来もカッコいい髪でいるための 4 つの機能でトータルケア

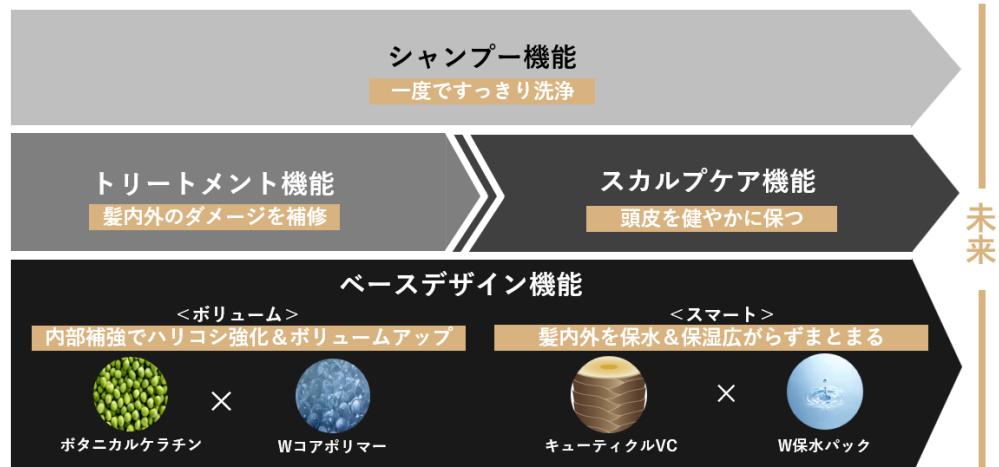
- ① 「シャンプー」：日常的に蓄積する皮脂や汚れやスタイリング剤を落とし清潔な状態へ
- ② 「トリートメント」：ダメージを受けた髪の内外にアプローチし、指通りの良いコンディションへ
- ③ 「スカルプケア」：頭皮を健やかに保ち、頭皮環境を整える
- ④ 「ベースデザイン」：洗うことで髪の形状や質感を整え、スタイリングがしやすい状態へ

また「ベースデザイン」には、仕上がりを髪質や悩みに合わせて選べる「ボリューム」と「スマート」の 2 タイプを展開。

「ボリューム」は、ボタニカルケラチン<sup>※7</sup>と W コアポリマー<sup>※8</sup>を配合。髪表面のダメージを補修しながら被膜を形成。柔軟性のあるハリ・コシを与え、根元からふんわり立ち上がる、軽やかなボリューム感を実現します。

「スマート」は、キューティクル VC<sup>※9</sup>と W 保水パック<sup>※10</sup>を配合。キューティクルを整え手触りをケア。また、保水成分<sup>※11</sup>を髪内部へ浸透させ、広がりを抑制。うるおいとツヤのある、なめらかでまとまりの良い質感へ導きます。

## ウーノ オールインワンシャンプー 4つの機能／選べる仕上がり



### ■uno こだわりの「4D バウンス泡」が物理ダメージを軽減 - カギは「後発発泡ジェルポリマー」

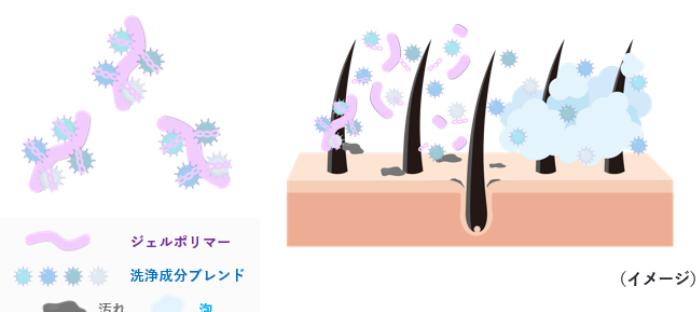
uno は、洗髪の中心にある「泡」を進化させることで、ガシガシ悪習慣から来る物理ダメージを軽減する新たなアプローチを導き出しました。uno が徹底的にこだわったのは“速度”“密度”“量”“持続性”的 4 つの角度から設計された後発発泡ジェルポリマーを有する「4D バウンス泡」。瞬時に濃密な泡が立ち上がって髪全体を包み込み、ガシガシ洗いによる摩擦ダメージを軽減します。さらに、汗や皮脂、スタイリング剤などに反応することで、洗っている間に次から次へと新たな泡を生む「後発発泡ジェルポリマー」によって、洗い流す最後まで泡が持続。きめ細かく濃密な泡が髪 1 本 1 本に密着し、毛穴まわりの微細な汚れまでアプローチすることで、1 度ですっきり洗い上げます。



従来の泡は「汚れ」を取り込むことで  
へたりやすくなる



後発発泡ジェルポリマーが、「汚れ」に反応。  
連結している洗浄成分を解放することで、次々に発泡。



## 「ウーノ 薬用スカルプエッセンス」

### 毛髪成長サイクルにアプローチ、5種の有効成分+22種のサポート成分配合

「uno 薬用スカルプエッセンス」は、5種の有効成分と22種のサポート成分を組み合わせ、髪が生まれ成長に寄与する毛根と頭皮血行に着目し段階的に作用、発毛・育毛を促進。また合わせて髪の生育土壌である頭皮環境も整える設計を実現し、“発毛の促進”“抜け毛の予防”“かゆみ”“フケ”といった、男性の気になる悩みへとアプローチ。毎日のケアで頭皮を健やかに保ちながら、uno ならではのスカルプケアを実現します。

5種の有効成分		
パンテニル エチルエーテル	センブリエキス	グリチルリチン酸ジカリウム
毛根にアプローチして 毛生促進・発毛促進	ニコチン酸アミド	イソプロピルメチルフェノール
育毛・発毛促進、抜け毛予防		
+ 22種のサポート成分		
14種のアミノ酸	加水分解ケラチン	7種の自然由来成分
ニンジンエキス、ショウキョウエキス、シャクヤクエキス、チャエキス(1)、ローズマリーエキス、ヨクイニンエキス、ローヤルゼリーエキス、加水分解ケラチン液、L-イソロイシン、L-バリン、L-フェニルアラニン、L-アスパラギン酸、L-アラニン、L-アルギニン、L-セリン、L-ヒスチジン、L-プロリン、グリシン、乳酸ナトリウム液、L-スレオニン、L-ピロリドンカルボン酸、DL-ピロリドンカルボン酸ナトリウム液(保湿剤)		

### 商品概要・ブランド概要

商品			
商品名	ウーノ オールインワンシャンプー ボリューム	ウーノ オールインワンシャンプー スマート	ウーノ 薬用スカルプエッセンス (販売名: ウーノ SC ローション)
商品特長	【今も未来もキマる髪へ】		
	-へたりやすい髪- ハリ・コシ強化&ボリューム アップ	-ぱさつき広がる髪- 手触りしなやか&まとまる	-今と未来の4つの髪悩みに- 発毛促進・抜け毛予防・かゆみ・ フケ
	4in1 機能でトータルケア こだわりの4D バウンス泡		
香り	心地よくナチュラルなシトラスグリーンティーの香り		

容量	本体：480mL 詰め替え：400mL	本体：480mL 詰め替え：400mL	本体：150mL
発売日	先行発売： 2026年2月10日よりamazonにて先行発売* 全国発売： 2026年2月26日より全国順次展開 *「ウーノ 薬用スカルプエッセンス」は、2月10日より予約受付の開始		
価格	オープン価格		

【調査概要①】調査内容：ヘアケアに関する意識調査 - ※1に対応

調査機関：株式会社インテージ 調査方法：webアンケート調査、調査期間：2025年10月1日～2025年10月2日、調査対象：全国/20-59歳/男性（世代ごとに均等割りつけ）、総計回答者数：1050名(各設問につき回答者数が異なるため、グラフ内もしくは注釈にて記載)

※2 調査対象：未来の髪に不安があると回答した男性、総計回答者数：546名

※3 調査対象：力強くガシガシ洗うと回答した男性／回答者数：243名

※4 調査対象：将来の髪へ不安があり、対策をしていない20-40代男性／回答者数：363名

※5 調査対象：ユニセックスシャンプーを「家族と共に用いているから」以外の理由で使っていると答えた男性／回答者数：404名

#### 【調査概要②】

※6 総計購入者数：18,504人、集計期間：2025年6月1日～2025年6月30日、調査対象：25歳～49歳／男性

#### 【商品関連】

※7 ボタニカルケラチン：加水分解エンドウタンパク

※8 Wコアポリマー：(メタクリル酸グリセリルアミドエチル／メタクリル酸ステアリル)コポリマー、加水分解水添デンプン

※9 キューティクルVC：テトラヘキシルデカン酸アスクルビル

※10 W保水パック：水溶性コラーゲン、加水分解ヒアルロン酸

※11 保水成分：水溶性コラーゲン、加水分解ヒアルロン酸

#### 【unoとは】

1992年、世の若き男性へと向けて、新たなブランドが誕生した。ブランドの名は、イタリア語で「1」を表す“uno”。彼らを1番かっこいい男性に導いていくという想いと共に始まったブランドは、かつての「何事もTOPであれというナンバー1志向」から、イマを象徴するかのような「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ナリー1志向」まで、つねに、世の中の流れに寄り添い、若者たちとともに成長を続けてきました。誰でも簡単に、いま以上に見た目と心が変わることを楽しめる、そんな体験へと誘う“メンズデザインブランド”。それが“uno”です。

#### ▼uno 「4Dヘアケアシリーズ」特設サイト：

[https://brand.finetoday.com/jp/uno/feature/allinone\\_shampoo/](https://brand.finetoday.com/jp/uno/feature/allinone_shampoo/)

特設サイトでは、男性のクセを味方にする「ウーノ オールインワンシャンプー」のテクノロジーや、スマートとボリューム2種の違いなど、「今も、未来もキマる髪」へ導く4Dヘアケアシリーズのヒミツを詳しくチェックできるコンテンツをご用意しています。

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

▼uno 公式X(旧Twitter)：[https://x.com/uno\\_official](https://x.com/uno_official)

▼uno 公式Instagram：[https://www.instagram.com/uno\\_mens\\_official/](https://www.instagram.com/uno_mens_official/)

▼ファイントゥディ 企業情報：<https://www.finetoday.com/jp/>