



Love for all Love Life Luxe



londgroup\_staff



londgroup



<https://www.lond.jp/>



Lond sustainable magazine  
 2026.04.01 発行 印刷：大川印刷  
 制作：トップ広告社  
 Printed in Japan  
 ©Lond Group 2026

# Lond Sustainable Magazine

VOL.07  
2026.APRIL

美容業界初のアイドル結成!



LonDays

神ビジュースタッフの眼福グラビア♥

感情の言語化

自分の心に素直に  
**ジャーナリング**

自分の機嫌は自分で取る!  
ヨガやピラティス感覚で  
**オンラインセラピー**  
を取り入れよう

共同代表対談

6人共同代表だから生まれた  
**ウェルビーイング経営**

平成アイテムみんな持ってる?  
**Y2K大特集!**

崩れない前髪で自己肯定感を爆上げ!  
**前髪ヘアカタログ**

明るい未来をつくる  
**ソーラーシェアリング**

Well-Being  
— 自分にとってのウェルビーイング発見 —

Lond Sustainable Magazineは

美容室をきっかけに、

これからの社会や暮らしについて考えるための雑誌です。

美容室は滞在時間が長い場所。

その時間の中で、新しい価値観に出会ったり、社会課題について知ったりする

きっかけを届けられるのではないかな。そんな思いから、この雑誌は生まれました。

誌面の前半では、Londスタッフも登場するエンターテインメント企画を。

後半では、ウェルビーイングや環境、社会の未来など、

これからの時代に大切なテーマを紹介しています。

この雑誌は販売を目的としたものではなく、

Londの美容室で過ごす時間の中で

自由に手に取って楽しんでいただくための一冊です。

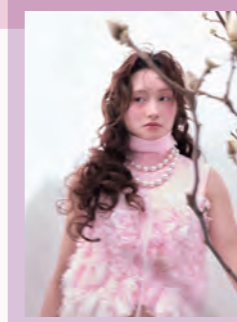
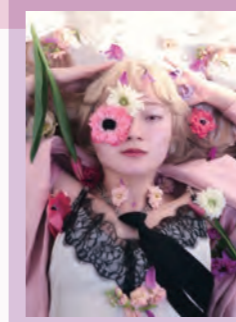
美容室で過ごす時間が、少し楽しく、少し豊かになる。

そんなきっかけになれば嬉しいです。

7 Vol.

2026 APRIL

Well-Being



Lond SUSTAINABLE MAGAZINE

INDEX

サステナブルマガジン WEB版



間違い探しの 答えも ココから

## Londの魅力余すことなく伝えたい! Londの内側に迫る♡

- 03 **編集長 石田吉信のコラム**  
《ウェルビーイング》これからの時代のキーワードであり、みちしるべ。  
前代未聞の3連覇がかかるバLondール!
- 05 **Lond '26 Spring/Summer トレンド 《Release》**  
様々な模様を写す魔法のアイテム=生花でウェルビーイングを表現  
衝撃デビュー! 神ビジュスタッフの眼福グラビア♡
- 07 **2025Lond大忘年会 間違い探しゲーム**  
大好評! 超難関間違い探し第3弾!  
目指せ300店舗!
- 08 **2025年度 Lond AWARD 発表**  
6人共同代表だから、生まれたウェルビーイング経営 共同代表対談
- 09 **美容師アイドルグループ LonDaysデビュー**  
目指すは世界! creativeを追求し続ける
- 13 **Lond group 全国MAP**  
崩れない前髪で自己肯定感を爆上げ! 前髪命! 絶対崩したくないっ
- 15 **共同経営とウェルビーイング**  
今、一番可愛いのはコレ! 前髪はこれで決まり!
- 19 **2025年美容コンテスト 受賞作品**  
QOLを上げる!! Jewelion
- 21 **2000年代が帰ってきた! Y2K特集**  
ComeBack2000年代! 平成item持ってる?
- 23 **2026年最新版カタログ**  
暖かなお・も・て・な・し
- 25 **女性リーダーのバッグの中身**  
(心も体も大満足)我慢≠ダイエット!
- 27 **29 全国方言大全集**  
31 麻辣湯

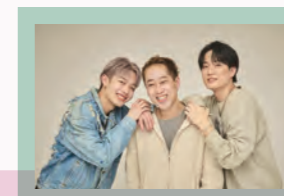
## すべての人が心身ともに健やかに、自分らしく生きられる社会へ

- 33 **Londの心地よい空間**  
ウェルビーイングをデザインする
- 35 **Lond新スリープテックヘアケア 《Organ》発売**  
夜を整え、髪を整える処方
- 37 **運動によるウェルネス Lond社内メンターアカデミー**  
健康の為だけでなく、心と仕事を整える
- 41 **まごびさんの ハッピーカラフル防災**  
「人生のハッピー度」を上げるセルフケア
- 43 **オンラインカウンセリングを 日々の選択に**  
自分の機嫌は自分で取る!
- 47 **ジャーナリングについて**  
自分の心に素直に「感情の言語化」
- 49 **更年期ヘルスケア アドバイザー**  
頑張りすぎちゃう女性の味方!
- 51 **電力発電を売りとする ソーラーシェアリング**  
人がつながり、大地が息を吹き返す。
- 55 **気象科学者 江守正多さん取材**  
希望を感じる3つのニュース
- 56 **メディアリテラシーについて**  
問いかける心を持ち続ける
- 57 **2026年気候変動トレンド**  
Media is Hope
- 58 **オススメ 気候変動マンガ、アニメ、映画**  
Media is Hope
- 59 **みんな電力**  
再生可能エネルギー
- 61 **平和へと繋がる リッチバターシリーズ**  
Lond店舗&全国バラエティショップで販売中!
- 63 **HOPE原料 アフリカシアバターについて**  
あなたの美しさが遠い国の未来を創る!
- 65 **楽天ビューティー LGBTQ+**  
自分らしさ「LGBTQ+って何だろう?」
- 67 **平和を“続けられるもの”にするために**  
中村 涼香氏「企画や経験から平和を考えさせる」
- 69 **人と環境に優しいプロダクト**  
EAN/s(エアンス)
- 71 **質感再整 プラントプレックス ホームケアライン**  
EAN/s(エアンス)
- 73 **アルミチューブリサイクルで 文化の継承**  
タカラベルモント

- regular
- 01 サステナブルマガジンについて
- Lond CSR
- 75 シャンプー量り売り
- Lond CSR
- 77 I Know IBD
- Lond CSR
- 78 ボランティアカット/Lond Media
- 海外Londより
- 78 ジャカルタ日本人美容師紹介
- Lond 共同代表 石田 吉信
- 81 編集後記
- 82 理念・トップコミットメント

- editors
- 編集
- 石田 吉信・松尾 優希
- 能村 彩依莉・永井 えいき(Lond)
- 小林 春菜(株式会社トップ広告社)
- グラビアフォトグラファー
- 佐久間 健
- 表紙撮影
- 山野 俊貴(Lond)
- 取材・ライター
- 石田 吉信(サステナページ)
- デザイナー
- 島崎 雅直(株式会社トップ広告社)

印刷・製本  
株式会社 大川印刷  
(© @ohkawaprinting)



# COLUMN

編集長 石田吉信のコラム



## 《ウェルビーイング》という言葉聞いたことはありますか？

Lond Sustainable Magazineの「sustainable」(＝持続可能な)という言葉も、ここ数年でようやく浸透してきたように感じますが、最近よく耳にするのが「ウェルビーイング」です。しかしこちらは、サステナブルとは違って簡単に直訳できる言葉がありません。単純に言えば「well」(良い)「being」(状態)ですが、そんな説明だけでは収まりきらない言葉です。今年、サステナブルマガジンのテーマに掲げた《ウェルビーイング》は、これからの時代のキーワードであり、ひとつの道しるべになると確信しています。

人生は長く、あと何十年先のことなど誰にもわかりません。その中で、自分にとって幸福とは何か。豊かさとは何か。それを知るためには、まず「自己理解」が必要だと気づきます。

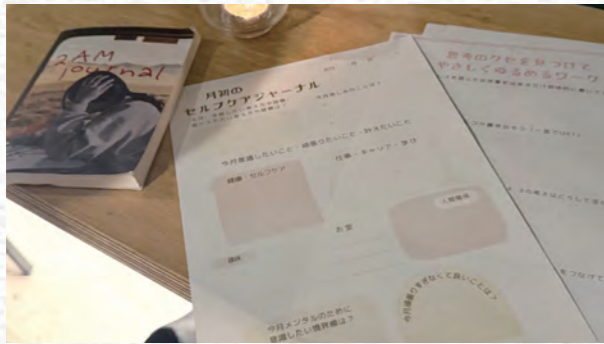
しかし、私たちは一人では生きていけません。人や社会、そして地球という大きな自然の中で生かされています。だからこそ、自分や身近な人だけでなく、社会全体のウェルビーイングについても考えていく必要があります。

自分以外に対して無関心でいられることはあっても、無関係ではられない。それが、生きるということなのだと思います。

## Journaling ジャーナリング

僕は本誌を創る上で、「ウェルビーイングというのはどういう意味なのか?」ということを知るためのジャーニーをしてきた。

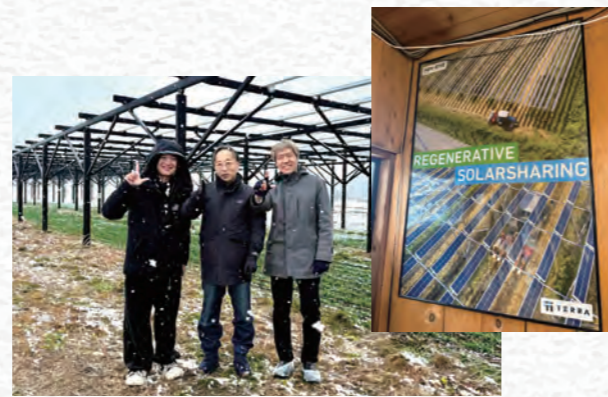
その中で今回オンラインカウンセリング普及に努めるマイメンタルケアさん、小槻さんとの出会いによって「ジャーナリング」という術を覚えた。スマホに文字を打つと、ノートに文字を書くということが歴然と違うことを目の当たりにした。ペンを持ち、ノートに対峙した時に溢れ出す言葉の数に、止めどなく進む筆に、心躍ったのはとてもエキサイティングな経験になった。



## Solar sharing ソーラーシェアリング

また、\*プラネタリーウェルビーイング(Planetary Well-being)について長く試行錯誤してきた自分にとって、「ソーラーシェアリング」「ペロブスカイト太陽電池」これらの取り組みを進める東さんとの出会いは、私たちが生きる未来の地球に、明るい陽射しを感じさせてくれるものだった。(でも、取材日はまさかの雪、、、というのも後年良き思い出として語り継げるのだろうと思った。貴重な東さんと江守さんとの3ショット)

\*プラネタリーウェルビーイング(Planetary Well-being)とは、人間一人ひとりの心身の健康や幸福を、地球の健全さ(環境)と切り離さず、相互依存のシステムとして捉える概念。地球環境の限界(プラネタリー・バウンダリー)を守りながら、持続可能で幸福な社会を実現することを目指す、SDGsのその先を見据えた新しい指針でもある。



## Fitness 運動習慣

また、ゆいなさんとの出会いによって「運動」の大切さにも気づかされた。今年から習慣にした瞑想。そして、Londの部活動への参加。みんなでスポーツをすることで生まれる絆や熱狂は、日常のしがらみや葛藤を一時的に忘れさせてくれる。そして日常に戻ったとき、より多くのひらめきやエネルギーを与えてくれる。そこには、確かな心地よさがあった。



## 社会問題の解決について

自分ひとりでは大きなことはできない。しかし、多くの人が関わってくれたチームワークによって、目の前の人を喜ばせる美容製品をつくることができた。そして同時に、この製品を通じて、シアバターという原料生産の仕事を生み出し、ブルキナファソでテロの影響を受けた女性や子どもたちの生活に喜びを届けることができた。これは、確かな一歩だと思っている。大きな社会問題である「格差資本主義社会」の中で、「顔の見える原料」という考え方には、その分断を少しでも和らげるメッセージが含まれていると信じている。作り手と使う人がつながるコミュニケーション。それもまた、ウェルビーイングの大切な実践のひとつだと思う。

そして、ウェルビーイングを語るうえで大切なキーワードのひとつが、「Meaning(意味づけ)」である。自分がしている仕事に意味を見出せること。やりがいを見つけられること。達成感を感じられること。

その中で、3年かけて完成した「リッチバターシリーズ」は、私にとって象徴的なプロジェクトになった。Lond Sustainable Magazine Vol.5ではアフリカのシアバターについて紹介し、Vol.6では、ポーダレス・ブルキナファソ代表の原口さん、そして全国流通を実現してくださった(株)賢人代表の山本さんとのクロストークを掲載した。完成までの3年間を走り切った、その執念について語った。

そして今回のVol.7では、2026年1月16日に全国のバラエティショップで発売がスタートした「これから」について掲載することができた。

このプロジェクトは、私が追い求めてきたCSV(Creating Shared Value＝共通価値の創造) 社会的価値と経済的価値の両立という、サステナビリティの本質を実現するための、大きな一歩だと感じている。



## 大切な仲間が存在



そして何より、今回の共同代表クロストークでウェルビーイングをテーマに語る中で、改めて気づいたことがある。学生時代から共に歩んできた共同代表たちと経営をし、笑顔にあふれる時間も、苦しい時間も、共に支え合ってきたこと。心理的安全性の高いコミュニケーションの中で、一人ひとりが自己実現を重ねながら成長していること。それこそが、私にとって何よりの幸福なのだと、改めて感じた。

このウェルビーイングを理解する旅の中で、よく語られる考え方に「ヘドニック・ウェルビーイング」と「ユーダイモニック・ウェルビーイング」がある。

ヘドニックとは、喜びや快楽、心地よさなど「気分の良さ」による幸福である。美味しい食事や楽しい時間など、日常の中にある小さな幸せだ。一方、ユーダイモニックとは「意味」や「目的」を感じながら生きる幸福である。自分の仕事や人生に意味を見出し、誰かや社会の役に立っていると感じられる状態。ウェルビーイングとは、この二つがバランスよく満たされている状態なのだと思う。

そして私は、後者の「意味」を見つけながら生きることに、人の幸福の深さがあるのだと感じている。

あなたやわたしたちにとって幸福とは何でしょうか。豊かさとは何でしょうか。やりがいとは何でしょうか。社会とのつながりや、心身の健康。そういったことを、ふと立ち止まって考えてみる時間も、きっと大切なのだと思います。この雑誌が、そんな小さな「気づき」のきっかけになれば嬉しいです。日々の暮らしの中で、少しだけ視点が広がるような。

## マーティン・セリグマン

ウェルビーイング研究を語るうえで欠かせない研究者の一人が、ポジティブ心理学の創始者であり、ペンシルベニア大学教授のマーティン・セリグマンです。セリグマンはもともと、うつ病の研究で知られる心理学者でした。しかし、「人はどうすれば不幸から回復するのか」だけでなく、「人はどうすればよりよく生きられるのか」という問いへと研究の軸を移し、ポジティブ心理学という新しい分野を切り拓きました。

彼が提唱した代表的な理論が「PERMA(パーマ)」です。これは、人のウェルビーイングを構成する5つの要素を示したもので、

- P**ositive Emotion(ポジティブ感情)
- E**ngagement(何かに没頭している状態)
- R**elationship(人との良好な関係)
- M**eaning(人生の意味や目的)
- A**ccomplishment(達成)

の5つから成り立っています。これらがバランスよく満たされているとき、人は「幸せな状態＝ウェルビーイング」に近づくと考えられています。



株式会社 Lond Holdings  
代表取締役 /  
サステナ経営上級アドバイザー

編集長  
石田 吉信

@londgroupishida



# Release

内側から解放された美のエネルギーが

周りへと広がっていく。

放たれた揺らぎが周囲を振るわせ、

豊かさが倍音のように響いていく。

光も影も包み込んで一つのわたしとなる。



Lond Trend Creative Teamが  
「ウェルビーイング」をコンセプトに  
Lond 2026 Spring/Summer  
トレンドビジュアルを制作

マガジンの表紙、裏表紙にもご注目ください



## Hair

やわらかさ×エッジ感。  
ブロード×ブラウンでつくる、  
透明感と奥行きのあるニュアンスヘア。  
光によって表情を変えるデザイン。

Camera/山野俊貴  
@yamano.jp



Hair/千琴  
@chikoto\_lond



## Make

シルバershadowで透明感を演出し、  
赤リップで血色をプラス。  
モデルさんの切れ長な目元をやわらかく補正し、  
やさしい女性像に。

Make/千純  
@chii\_lond



## Hair

ロングヘアに無造作なカールで動きを出し、  
遊び心を加えることで、  
無邪気さと女性らしさを演出。

## Make

艶と透明感をベースに、  
血色感をプラス。  
内側からにじむような、ヘルシーで華やかな印象に。

Camera/山野俊貴  
@yamano.jp



Hair/木坂桃歌  
@lond\_kiiii



Make/池田優希  
@yuuki\_lond



## Fasion

異素材をレイヤードすることで立体感を出し、  
淡色トーンで統一することで世界観に統一感を持たせた。  
足元までピンクでまとめ、可愛らしさをプラス。  
シアー素材やレース、ニュアンスカラーなど、  
今季トレンドを取り入れ、  
やわらかさの中に芯のある存在感を演出。

Fashion/秦亜樹奈  
@akina\_shin\_



Flower Collaboration  
花店 七月花壇



6つの  
間違いを  
探せ

# 2025.12.14 Year end Party

2025.12.14銀座で行われたLond group忘年会!  
Lond AWARDを始め1年の締めくりに相応しい大盛況のPARTYでした!



《 間違い探しクイズ! 上下の写真で間違いが6つ隠れています 》



※間違い探しの答えは正解は目次のQRからWEB版へ



Ballon d'Or  
2025  
Lond

BaLond'Or (パロンドール)  
年間最優秀賞

山野 俊貴

Lond un Maison./Lond re Maison. 代表



Instagram  
@yamano.jp



山野俊貴YouTube  
原宿美容師山野のAIアートちゃんねる

3年連続で年間最優秀社員に選んでいただき、素直に感無量です。

昨年は、原宿1号店「Lond un Maison.」がオープンして2期目に突入し、オープンからわずか1年3ヶ月で2号店「Lond re Maison.」を出店することができました。

原宿Maison.チームがどうすれば成長できるのかを毎日考え、行動し、悩み続ける。その繰り返しの中で、僕自身も美容師としての夢であるクリエイティブの世界に全力で向き合いました。本当に、美容師という仕事と真正面から向き合い続けた1年間でした。

2023年から結果が出始めたクリエイティブの分野では、2025年にロレアル カラートロフィー日本大会で3位という結果を残すことができました。

毎年何かしらの賞をいただけていることは、振り返れば嬉しいことです。しかしその瞬間は、日本一しか見ていなかったからこそ、悔しさの方が強く、コンテスト会場で涙を流しました。

その涙は、自分が本気で挑んできた証であり、努力してきた過程の重みを自分自身に教えてくれるものでした。

そして、今年もまた勝負が始まります。

原宿Maison.チームのさらなる成長を追求すると同時に、個人としては、今年こそ日本一を目指して戦います。

結果がすべてだと信じて努力する。その過程にこそ、本当の意味があると信じています。

今年も自分に負けず、努力し、嬉し涙を流せる一年にします。



Rising star  
2025  
Lond

※スタイリストデビュー1年半以内のスタイリストに贈られる賞

ライジングスター賞 最優秀賞新人賞

Kai Lond jenerous 柏  
エグゼクティブスタイリスト



@lond\_kai

素敵な賞をありがとうございます!

デビューしたら絶対に獲ると決めていたので、表彰して頂いた時は本当に嬉しかったです。コツコツ頑張ってきて良かったと心の底から思います。特別なことは何も必要なくて、凡事徹底が大切だということを改めて実感しました。

そして、最高の環境をつくって下さる代表方、いつもヘルプしてくれるアシスタント、大切な髪のお任せ頂いているお客様、関わって下さる全ての方に感謝の気持ちでいっぱいです。こんなに楽しく働かせて頂き、本当に恵まれているなど感じる日々です。

これからも初心と感謝を忘れず、継続力を武器にコツコツ頑張ります。沢山のスタッフ・お客様に愛される美容師になりたいと思います。お任せ頂くお客様に限らず、私と関わって下さる全ての方をhappyにできれば嬉しいです。

今後ともよろしくお願いたします!



Best salon  
2025  
Lond

最優秀賞店舗賞

武井 俊樹 Lond espoir 錦糸町  
店長



@toshiki.lond

この度、最優秀店舗賞を受賞できたことを、大変嬉しく、そして誇りに思っております。

4年前、Lond espoirのオープンと同時に「必ずこの賞を獲る」という目標を掲げました。その目標に向かって、スタッフ全員が同じ志を持ち、それぞれが日々成長を積み重ねてきました。今回の受賞は、一人の力ではなく、チーム全員の努力の結晶だと感じています。

また、日頃より支えてくださっているお客様、関係者の皆様の存在なくしては成し得なかった結果です。心より感謝申し上げます。2月28日には川崎にてFCとして独立という新たな挑戦が始まります。Lond groupの一員として、理念である「従業員第一主義」を川崎の地でも体現し、より強いチームづくりを追求してまいります。この受賞を通過点とし、美容を通じてより多くの幸せを生み出せる組織へと進化し続けます。

本当にありがとうございました。

# LonDays

The sky's the limit.  
—ここから始める—

8人で奏でる最高のチームワーク!!

「美容師 × アイドル」

僕たちにしか作れない新たなカルチャー★

日々を彩る  
会えるアイドル

＼眼福♥万歳／

美容業界初のアイドル集団!?

神ビジュ美容師たちの  
SPECIAL グラ・ビ・ア!

Make up : miyu @miu\_ch / yuri @yurikudan213 / hao @hao\_lond / miu @jikumarumi



美容師では見せないココだけの秘密の素顔♥



**Member no\_001**



## エイキ

所属店舗 Lond garnet  
 誕生日 05/23  
 MBTI ESTP(起業家)  
 ラブタイプ診断 敏腕マネージャー  
 血液型 B型  
 趣味 サウナ ご飯  
 得意技術 ハッシュカット  
 (ハイレイヤーカット)

*message*  
 『僕が大事にしているのは、常に誰かを笑わせていられているか?です  
 楽しいことをしたり  
 面白いことを言ったり  
 たくさんしゃべったり  
 常にみんなを元気づけて輪を明るくする存在でいたいと思っています!  
 みんなと笑っている事は生きる活力になって本当に素敵で幸せなことだから、自分はスターでアイドルでアーティストであれるよう日々一人でも多くの人を笑顔にしていきたいです。』

@lond\_eiki

**Member no\_002**



## リョウマ

所属店舗 Lond re Maison.  
 誕生日 08/16  
 MBTI ENTJ(指揮官)  
 ラブタイプ診断 敏腕マネージャー  
 血液型 O型  
 趣味 アニメ鑑賞  
 得意技術 メンズ韓国ヘア

*message*  
 『夢は僕の周りの人を生涯全力で楽しませること、だからこそ理想は誰よりも有名になりたい!  
 努力をしている人はみんなが応援をしたくなってしまう。  
 だからこそ、誰よりも努力して自分が好きな自分で入れるように頑張りたい!  
 今やれることは単純!誰よりも努力、誰よりも有名になる!  
 ただそれだけを目標に毎日頑張るだけです!』

@chi\_chi\_ryoma

**Member no\_003**



## タクミ

所属店舗 Lond Lily  
 誕生日 05/31  
 MBTI ENFJ(主人公)  
 ラブタイプ診断 不思議生命体 FARO  
 血液型 AB型  
 趣味 料理  
 得意技術 レイヤーカット

*message*  
 『僕が大事にしているのは、ユーモアと自分のセンスです。美容師として技術があるのは当たり前。その中で「この人にお願したい」と思ってもらえる理由は、人としての空気感や魅力だと思っています。だからサロンではユーモアを忘れず、お客様が自然と笑顔になれる時間を大切にしています。  
 流行を取り入れつつも、自分なりの感覚を通して表現することも意識しています。「なんかこの人、他と違うよね」「センスいいな」と思ってもらえる存在でいたい。そして、お客様にとって「かっこよくてオシャレだな」と思ってもらえる美容師でありたいと思っています。ユーモアとセンスを大事にしながら、自分らしい美容師であり続けたいです。』

@lond\_takumi

**Member no\_004**



## メメ

所属店舗 Lond avenir  
 誕生日 11/05  
 MBTI ENFJ(主人公)  
 ラブタイプ診断 敏腕マネージャー  
 血液型 A型  
 趣味 筋トレ  
 得意技術 骨格診断レイヤーカット

*message*  
 『誰かを輝かせることが、僕の仕事。美容師としてお客様の「可愛い」や「綺麗」を引き出すこと。  
 髪が変わると、気持ちも人生も少し前向きになる。  
 その瞬間に立ち会えるのが、僕の誇り。でも、輝くのはお客様だけじゃない。自分自身も、夢や挑戦を止めない。  
 美容師として成長し続け、輝き続ける。  
 人を輝かせながら、自分の人生も全力で楽しむ。それが、僕のアイドルの美学』

@shin\_m\_lond

**Member no\_005**



## コウキ

所属店舗 Lond Homme  
 誕生日 01/19  
 MBTI ENTJ(指揮官)  
 ラブタイプ診断 敏腕マネージャー  
 血液型 B型  
 趣味 バイク乗って旅!  
 得意技術 メンズカット

*message*  
 『カッコイイが好き!美容師もプライベートも。仕事で大事にしているのは、「技術でお客様の自信とカッコよさを引き出すこと」。カッコイイ髪型になれば、人は前向きになりやすくなり、行動も変わる。美容師はそのきっかけを創る仕事だと思っています。  
 だからこそ技術にはとことんこだわり、目の前のお客様に本気で向き合い続けたい。そして自分に関わる全ての人を幸せにしたい。  
 「自分自身がカッコよくいることを、人生のスタンダードに。」  
 僕は、皆さんがそんな自分と出会えるきっかけを創れる最高の美容師であり続けたい!これからはメンズ美容の可能性をもっと広げ、Londのメンズサロンが業界のスタンダードになる未来を創っていきます。』

@lond.koki

**Member no\_006**



## ユウタ

所属店舗 Lond Rouge  
 誕生日 12/04  
 MBTI ISFP(冒険家)  
 ラブタイプ診断 ちゃっかりうさぎ  
 血液型 O型  
 趣味 韓国アイドル 美容  
 得意技術 髪質改善 / 似合わせレイヤーカット

*message*  
 『No.1 かつ Onlyone でありたい。  
 眉目秀麗、才色兼備でありたい。  
 外見も内面もスキルも磨き続けて、みんなに愛される存在でいたい。  
 僕の人となりで、メロさ全開で、全人類を虜にしていきたい。  
 僕が僕以外か、僕か。』

@u\_0xx

**Member no\_007**



## ハヤト

所属店舗 Reel  
 誕生日 07/08  
 MBTI INTP(論理学者)  
 ラブタイプ診断 忠犬ハチ公  
 血液型 A型  
 趣味 アニメ  
 得意技術 縮毛矯正

*message*  
 『僕が大事にしているのは、居心地のいい空間と本当に意味のある髪です。  
 美容室はただ髪を整える場所ではなく、「ここに来ると気分が上がる」と思える場所であるべきだと思っています。  
 だからこそ、お客様が自然体でいられる空気感大切にしています。技術では特に縮毛矯正の髪にこだわっています。  
 髪が綺麗になるだけで、朝の準備が楽になったり、自信が持てたり、日常が少し変わる。その小さな変化が、結果的に「モチベーション」や「自分を好きになる」ことにも繋がると考えています。  
 技術、空間、雰囲気。  
 すべてを通して、お客様の日常を少し良くできる美容師であり続けたいです。』

@hayato\_78

**Member no\_008**



(研修生)

## しょういちろう

所属店舗 Lond merry  
 誕生日 11/14  
 MBTI ESFJ(領事)  
 ラブタイプ診断 溺愛系  
 血液型 A型  
 趣味 トレーニング  
 得意技術 レイヤー、顔周リカット

*message*  
 『【LONDAYS 唯一の研修生】  
 僕が大事にしていることは  
 挑戦する気持ちと忘れず成長し続けることです。  
 美容師として研修生としても自分を高めていきたいと思っています!  
 たえ辛い事があっても笑えるくらい余裕の心は持ってたい。  
 常に前向きに挑戦し続ける人、美容師でありたい。  
 そして研修生卒業してアイドルに早くなる様に頑張ります笑』

@lond\_shoichiro1114



これからの僕たちはこちらの TikTok から成長を見守ってください!

最終的に曲を作りMVも撮りたい! あなたのフォロー、いいね、ガロンデイスの未来を作ります。応援の声がロンデイスを前に進ませます。是非推しメン見つけてください! 箱推しも是非♡

TikTok QR Code

@londays0217

**＼チェキプレゼント企画／**

推しの投票をしてくれた中から抽選で、その推しのチェキをプレゼントします(期間はTikTokで発表)  
 また投票数を半年で中間ランキング、1年で年間人気ランキングを発表します! 1位に輝いたメンバーは何かステキなプレゼント!是非推しを1位にしよう!

応募フォーム QR Code

Sendai / Niigata

- Reve by Lond**

宮城県仙台市青葉区中央3-3-18  
新庄ビル2F
- 髪質改善 ANFINI**

宮城県仙台市青葉区中央3-1-21  
USビル19 4F D
- Lond naitre**

新潟県新潟市中央区東大通2-3-20
- Lond Cheri**

宮城県仙台市青葉区中央2-6-33  
第6陸奥駅前ビル7F
- Hello by Sea**

宮城県仙台市青葉区一番町3-4-4  
インテックスビルB1F
- Lond ideal**

新潟県新潟市中央区南万代町1-6  
南万代テラス新潟万代B棟1F-2

Hokkaido

- Lond RiseL**

北海道札幌市中央区北3条西2丁目1-1 F

Tokyo / Yokohama / Saitama / Chiba

- Lond**

東京都中央区銀座2-8-19  
FPG links GINZA 2F(銀座aビル)
- Lond fille**

東京都中央区銀座7-5-5  
長谷第一ビル4F
- Lond rouge**

東京都中央区銀座7-5-5  
長谷第一ビル4F
- Lond Lily**

東京都中央区銀座1-4-3  
カルチュアラン銀座7F
- 髪質改善サロン R'eel**

東京都中央区銀座1-6-16  
銀座1616ビル6F
- Lond omotesando**

東京都渋谷区神宮前4-26-12  
カワノビル表参道3F
- Lond vallee**

東京都渋谷区神宮前6-18-6  
神宮前SRビル6F
- Lond Printemps**

東京都渋谷区恵比寿西1-10-8  
本間ビル6F
- Lond un Maison.**

東京都渋谷区神宮前4-26-2  
dot. harajuku 5 3F
- Lond re Maison.**

東京都渋谷区神宮前3-21-10  
フィールドワンビル3F
- Lond BOY**

東京都豊島区西池袋1-17-20  
ティスモ原宿4F
- Lond Homme men's salon**

東京都豊島区西池袋2-36-10  
ACN池袋ビル6F
- Lond aventus**

東京都豊島区西池袋2-36-10  
ACN池袋ビル8F
- Lond soleil**

東京都豊島区西池袋2-36-10  
ACN池袋ビル7F
- Lond rose**

東京都豊島区南池袋2-29-12  
メトロシティ南池袋6F B
- Lond garnet**

東京都豊島区南池袋2-29-12  
メトロシティ南池袋6F A
- Lond Loire**

東京都江東区豊洲3-12-5  
エムスタイル1F
- Lond blanche**

東京都豊島区太田1-22-11  
近藤ビル1F
- Lond espoir**

東京都豊島区錦糸1-10-15  
マキュリー錦糸1F
- Lond polaire**

東京都足立区千住2-32 マスタビル1F
- Lond avenir**

東京都足立区千住旭町35-17  
クレール北千住3F
- Lond charme**

東京都武蔵野市吉祥寺本町2-18-8  
KOMORI BLD.2F
- Lond leglise**

東京都立川市曙町2-10-12-2F
- Lond hot lip**

東京都立川市曙町2-14-10  
MaruyaSankaku Build 2F
- Lond partir**

埼玉県さいたま市大宮区桜木町1-188-1  
大宮ニヂェビル3F
- Lond fleur**

埼玉県さいたま市大宮区宮町1-99-3  
LH大宮ビル4F
- Lond merry**

埼玉県さいたま市大宮区下町2-12-1  
AXIS大宮イースト4F
- Lond Gloire**

埼玉県さいたま市大宮区仲町2-81-2  
PRIME AXIS OMIYA Annex 2F
- Lond azur**

神奈川県横浜市西区岡野1-12-15  
ML横浜ビルディング5F
- Lond ciel**

神奈川県横浜市西区岡野1-12-15  
ML横浜ビルディング7F
- Lond chloe**

神奈川県横浜市南区南幸2-12-5  
城勤ビル6F
- Lond clair**

神奈川県横浜市磯子区駅前本町15-5  
十五番館201
- Lond generous**

千葉県柏市柏3-1-4 飯田ビル
- Lond aimer**

千葉県柏市あけぼの1丁目1番3号  
村上学園センタービル1F
- Sea by Lond**

東京都新宿区新宿3-28-16  
新宿コルネビル7F
- Loom.by Sea**

東京都新宿区新宿3-28-16  
新宿コルネビル4F
- Sea shinjyuku**

東京都新宿区西新宿1-15-9  
VINTAGE1 6F
- Lond enika**

埼玉県さいたま市大宮区大門町3-198-19
- Lond profil**

埼玉県さいたま市浦和区高砂2-2-2  
BAIGYOKU.Sビル2F
- GLROW**

埼玉県さいたま市大宮区大門町3-197-1B
- GLROW OMIYA ANNEX**

埼玉県さいたま市大宮区宮町1-37 2-B
- キッズ専門サロン  
CHOKKIN'S by Lond**

東京都江東区有明2-1-8 有明ガーデン4F
- アイサロン  
Grand oeil by Lond**

東京都中央区銀座1-5-15  
GINZA MIYAKO BLDG.3F
- アイサロン  
Grand oeil toujours**

東京都中央区銀座6-4-7 GO WEST 3F
- アイサロン  
Grand oeil eclat**

東京都中央区銀座1-5-15  
GINZA MIYAKO BLDG.4F

Lond Salon Map

目指せ300店舗!!  
Lond Group 全国マップ

Nagoya / Aichi / Gifu / Mie

- six by ginza Lond**

愛知県名古屋市中村区名駅2-42-12
- Ma cherie by Lond**

愛知県名古屋市中村区金山1-2-1  
金山スクエアビル7F
- Lond Alexia**

愛知県名古屋市中区金山1-13-18  
ベルデマレビル8F
- elle by Lond**

岐阜県関市市3-38番地3号
- Puamelia**

愛知県名古屋市中村区名駅4-13-6  
トラスト名駅ビル7F
- メンズパーマ特化サロン  
Lond LOGAN**

愛知県名古屋市中村区名駅2丁目40-4  
RBLDG 5F
- Lond damaskRose**

愛知県名古屋市中村区名駅3-18-22  
N.soleil 3F
- Lond bla-ma**

岐阜県岐阜市正木北町5-11
- Lond GULLMAN**

愛知県名古屋市中村区名駅4-13-10  
第2茗荷ビル4F
- Lond castillo**

三重県四日市市安島2-2-17
- Lond jeloud**

愛知県名古屋市中村区名駅3-26-21  
tomiビル2F
- Lond Clan**

愛知県岡崎市鴨田南町5番地8 2F
- Lond robin**

愛知県名古屋市中区栄3-7-4  
TOSHIN.SAKURAビル7F
- Lond Luna**

岐阜県岐阜市宇佐東町1番6-2号
- Lond Sol**

三重県四日市市清水町1-16

Osaka / Kobe / Kyoto

- Lond strada**

大阪府大阪市中央区南船場4-10-5  
SOHO5F-B
- Lond ambre**

京都府京都市下京区高倉通四家下高材木町217  
リソビル高倉3F
- Lond one**

兵庫県神戸市中央区元町通1-4-12
- Lond luce**

大阪府大阪市中央区南船場3-8-14  
ACN心斎橋Garden7F

Fukuoka / Kumamoto

- Lond Bloom**

福岡県福岡市中央区大名2-1-35  
モンドレー大名ガーデン4F
- Lond Melia**

福岡県福岡市中央区大名1-3-54  
MGH大名相屋町ビル2F 202
- Lond ulu**

熊本県熊本市中央区手取本町4-17  
サムライビル4F
- hearts. 熊本**

熊本県熊本市中央区下通1-3-1  
NADELビル4F
- Lond Le'a**

福岡県福岡市中央区大名1-3-6  
FLAPS 2F
- Lond Lupinus**

福岡県福岡市中央区大名1-3-54  
MGH大名相屋町ビル2F 202
- Role 博多**

福岡県福岡市博多区博多駅前3-11-18  
HAKATABAL 10F
- Lond Mirror**

福岡県福岡市博多区博多駅前3-11-18  
HAKATA BAL 9F
- Lond mare**

福岡県福岡市中央区大名2-1-18  
BROOM福岡天神大名4F
- Aster 天神大名**

福岡県福岡市中央区大名2-8-19 7F

Overseas

- Lond by cielsowal Sudirman**

RUKO SAHID OFFICE BUTIK H, 5F  
KOMPLEK SAHID JAYA JALAN JENDOSUDIRMAN  
LV.86, Karet Tengsin, Tanahabang, Kota Jakarta  
Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10220
- Lond by Cielsowal Radio Dalam**

Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kota Jakarta Selatan,  
Kec. Kby. Baru, Gandaria Utara 12140
- Lond by cielsowal Cikarang 2号店**

Ruko fresno delta mas, Jl. Ganesha Boulevard No.22,  
Hegarmukti, Kec. Cikarang  
Pusat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530
- Lond by Cielsowal Barber**

Jl. Radio Dalam Raya No.6, Sukamahi, Kec.  
Gandaria Utara, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12140
- Lond by cielsowal Cikarang**

Commercial Lot Sector 1 No. 6, Sukamahi, Kec.  
Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530  
Le Premier Kota Deltamas Hotel LG Kota Deltamas,
- Lond by cielsowal Ho Chi Minh**

17 Đường Số 16, Thảo Điền, Thủ Đức,  
Hồ Chí Minh 70000

## 「6人共同代表だから、生まれたウェルビーイング経営」

なぜLondは、6人代表なのか。

なぜ、友人同士で13年続いているのか。

なぜ、拡大しながら関係性が壊れないのか。

その答えを一言で表すなら、

「ウェルビーイング」なのかもしれない。



**石田:**今回、「共同経営のウェルビーイング」というテーマでクロストークしたいと思う。

そもそもウェルビーイングって、あんまり聞き慣れない言葉だと思うからある程度説明すると、

ウェルビーイングとは、身体的・精神的・社会的に満たされた状態が「継続している」こと。単に病気ではない、という話ではなく、人生の質そのものを高めていくという考え方。

WHOでも提唱され、SDGsにも含まれている概念。実は、日本の第六期 環境省基本方針の最上位概念にも掲げられています。

ただ、日本語にぴったり当てはまる直訳がない。だからこそ、僕らなりに表現していくしかないと思う。

**斉藤:**要するに俺ってことでしょ？笑

**石田:**そう、ミスターウェルビーイング(笑)。

**斉藤:**心も体も健康ってことだね。

**吉田:**そしてただ健康っていうだけじゃない、ってことだね。

**石田:**そうそう。そこに「幸福感」やそれぞれの価値観の「豊かさ」が入る。さらに社会とのつながり。人間関係やコミュニケーション、メンターの存在なども含まれる。

今回のテーマの「ウェルビーイング」。Londは1人代表ではなく6人共同代表(みずほは現在ジャカルタで不在ですが)なわけだけど、この共同代表体制そのものが、どんなウェルビーイングを生み出しているのか、そこを今日は探してみたいと思います。

**吉田:**6人共同経営ゆえのウェルビーイングは大いにあるでしょうね。いろんな場面で当てはまりそう。

**石田:**例えばスタッフの離職。やっぱり心が痛むじゃないですか。一人オーナーならまた違う感じ方になると思う。Londでは今、主にノリ(甲斐)が離職案件に向き合ってくれているけれど、創業13年の間にはいろんな形があったよね。僕とシンタローの二人で話をしに行ったこともある。

**斉藤:**あったね、懐かしい。元気かな(笑)。

**石田:**それぞれ自分に合うスタッフと向き合ってきたよね。

**吉田:**そうだね。僕らは学生時代に出会って、もう22年。単なるビジネスパートナーとは少し違う関係性がある。

**長岡:**心理的安全性は高いよね。

**吉田:**高いと思う。国や世論が推進するウェルビーイングって、つまりどういうこと？会社がそういう環境を創出しなきゃいけない時代になってきているってこと？

**石田:**まあ、努力目標ということかな。でもLondにおいては元々そこにコミットしていると思う。

「従業員第一主義」、「物心両面の幸福の追求」という理念。それはつまり、スタッフのウェルビーイングを実現するということとイコールだと思うんだよね。

**斉藤:**でもさ、国や企業が推奨する前に、そもそも個人個人みんな「そうありたい」と思ってるよね。

**甲斐:**思ってる。でもなれないから悩む。多分その原因って人間関係が多いのかな。だから一緒に取り組みましょう、って話になるんだと思う。

**吉田:**ウェルビーイングって、個人ごとに物差しが違うよね。福利厚生にしても求めるものは違う。だからまず「足るを知る」ことが必要だと思う。求めすぎるとQOLは落ちる可能性がある。でも一方で、理想を持たないと努力もしなくなる。その距離を埋める努力をやめてしまうかもしれない。

**石田:**それは同感だね。そして、熱中できるもの、目指すものがあるとウェルビーイングは高まると思う。年収700~800万円を超えると幸福度の上昇は緩やかになる、というエビデンスもあるけれど、やっぱり仕事で「目標を持ち、それを達成していくこと」また、「自分がその仕事をする意味を見つけること」はウェルビーイングにとってすごく重要だと思う。

Londは初期から「美容業界年商1位」という高いビジョンを掲げ、一つずつ達成してきた。そういう意味では、僕らはもともとかなりウェルビーイングな集団なのかもしれない。

### 共同代表それぞれのウェルビーイング

**吉田:**シンタローって、自己肯定感の塊じゃない？自己肯定感のシャトーブリアン(笑)。外から見ても、本当にウェルビーイングもQOLも高いと思うんだよね。さっき「みんなそうなりたい」って話をしたけど、どうやったらそうなる？

**斉藤:**この間ちょうど甲斐くんにも話したんだけど、やっぱり自己肯定感が高いと思う。前向きだし、明るいし。……まあ、このビジュアル持てれば、そうなるでしょっていうのはあるけど(笑)。

**吉田:**でもさ、いわゆる「イケメン」でも自信がない子ってたくさんいるじゃない。シンタローも見えてきてるでしょ？見た目の舞台の上では大差がないのに、差が出るのはやっぱり「心」だと思うんだよね。それは何なんだろう？

**斉藤:**元も子もないけど、生まれつき明るっていう前提はあると思う。ただ、それだけじゃなくて、社会に出てからはわりとずっと結果を出し続けてきた。「こうなりたい」「こうやりたい」って思って、成功体験を少しずつ積み上げてきた。見た目で得する部分もあったかもしれないけど、努力してハードルを越えてきたことが、自分の自己肯定感に上積みされていった感覚はある。

**吉田:**特にこの業界だからね。

**斉藤:**そう。だからこそ努力して結果を出してきた。それで「やっば俺やれんじゃん、天才じゃん」ってなる(笑)。

それと、矢印が常に自分に向いているんだよね。良いことも悪いことも全部自分。周りのせいにはしない。それが意外と精神衛生上いい気がしてる。周りを気にしすぎないっていうのは大きいかもしれない。

**石田:**ここ数年、シンタローは「リーダーのメンタリティ」が大事だって幹部にもよく言ってるよね。

**斉藤:**うん。よく言うのは「まず自分を大切にしろ」ってこと。自分の精神状態をどうやったらいい状態に保てるのか。それを考えて、工夫して、努力する必要がある。

**吉田:**“てめえの機嫌はてめえで取れ”ってやつね(笑)。

ヒロなんかは、自他ともに認める“ミスター風”じゃない？

※風とは「風が止んで海や湖の水面が穏やかになった状態のこと」

**甲斐:**自も認めてる(笑)。

**吉田:**ヒロって、感情の波をあまり表に出さないよね。シンタローとは対照的。でも俺、ヒロもかなりウェルビーイング高いと思うんだよ。好きなゴルフして、好きな服着て、好きな車乗って、好きな二次会行って……

**長岡:**いや、そんなに二次会好きじゃないし、ちゃんと仕事してるから(笑)。

**吉田:**(笑)じゃあヒロにとって、何がウェルビーイングを上げてるの？

**長岡:**日頃あんまり“不満”を感じてないっていうのはあるかも。

**吉田:**ストレスがないってこと？

**長岡:**いや、それとは違う。ストレスはある。でも感情の起伏は少ないと思う。

**斉藤:**一番安定してるよね。

**長岡:**自分なりに気は使ってるよ。それがストレスでもあるけど、さっきシンタローが言ってたみたいに、最終的には自分次第だと思ってる。だから、そこまで大きな不満はないかな。

**石田:**自己受容が進んでる感じするよね。自分のスタイルやペースをちゃんと掴んで生きてる。

**吉田:**ノリはどう？憧れとかってある？

**甲斐:**あんまりないかな。でも逆に言うと、何にでも適応して変化できるというか、何でも楽しめちゃうタイプ。

**吉田:**人に合わせることが出来る天才だよな。  
**甲斐:**でも、それを本当に心から楽しいと思ってやってる。  
**吉田:**世の中って、ノリみたいに“合わせながら生きる人”の方が多いと思うんだよな。でも、それを楽しめなくて不満を抱えている人が多い。ノリそういうスタイルなのに楽しめている。そこにウェルビーイングの秘訣がありそう。  
**甲斐:**たぶん自分と違うタイプの人、価値観が違う人と出会っても全部学びだと感じて楽しめちゃうんだよな。  
**長岡:**マキトの話聞いてて思うけど、俺は甲斐君みたいなことをちょっとストレス感じながらやってるかも。  
**齊藤:**それでいうとなんかマキトもマキトでそこを上手いことやってるイメージだけだ。合わせることもできるし、自分出すこともできるしって言う  
**吉田:**え、天才じゃん(笑)。  
**齊藤:**俺は逆に、自分が楽しめないとダメだからさ。マキトみたいに、合わせながら空気を自分色に持っていくのはすごいと思う。  
**吉田:**単純に、人が好きなんだと思う。ノリみたいに違う価値観に触れるのが楽しいというより、そもそも人と会ってるのが好き。  
**齊藤:**コミュカお化けだよな。代表のコミュニケーションって、だいたいマキト発信じゃない？旅行もそう。マキトが決めて、甲斐くんが予約して、俺らは行くだけ(笑)。  
**甲斐:**いいチームワークだよな(笑)ヒロは現地で美味しい店を探すのが強いし。“せっかくならもっと楽しもう”ってタイプ。  
**吉田:**ノブはどう？ウェルビーイング。  
**石田:**最近は瞑想かな。今年は毎朝瞑想から始めてる。でも正直、ウェルビーイングってまだ完全に理解できてない。だからこそ、雑誌のテーマに掲げたところもある。この一冊を作る中で、自分自

身が体感したいと思ってる。  
 2016年頃からサステナビリティに向き合ってきて、2022年に戦争が起きたとき、自分のウェルネスはかなり崩れたんだよな。  
**齊藤:**崩れてたね。  
**石田:**崩壊してた。モチベーションも暗かった。合宿のときにマキトが苦言を呈してくれて、あの時は衝撃だったけど、目が覚めた。このままじゃいけないと思えた。そういう気づきをもらえるのも共同経営ならではのなんだと思う。  
**吉田:**酔っ払ってただけだね(笑)。  
**齊藤:**車止めて吐いてたよな(笑)。  
**石田:**まあ、いろいろ助け合いながら立ち直ってきた実感はあるね。  
 俺らは会社の仕事を役割分担して、わりとそれぞれが「やりたいこと」「得意なこと」をやっているじゃない？  
 このスタイル自体が、ウェルビーイングなチームの形なのかなと思うんだけど、どうかな？  
**吉田:**まさにそうだと思う。もし一人オーナーだったら、今みたいなウェルビーイングな状態ではいられないよね。財務も見ると、離職の対応もするし、全部背負うわけでしょ。俺が一人でやってたら、たぶん赤字だよ(笑)。  
**石田:**集客、求人、教育、材料の仕入れ、外部との交渉、経営者同士の付き合い……。全部一人でやるって、本当に大変だよな。  
**吉田:**考えられない。  
**齊藤:**俺も無理だな。それは本当に尊敬する。一人オーナーってすごいよね。  
**石田:**本当にすごいと思う。それで多店舗展開までしてるって、想像を超えてる。

**吉田:**だからバックオフィススタッフが増えるんだろうね。  
**石田:**でも僕らは、得意なこととやりたいことがそれぞれ違う。これってほぼ奇跡に近いよね。多少オーバーラップはあるけど、うまく分かれている。なんでこうなったんだろう。  
**甲斐:**たまたまじゃない？立候補みたいな感じだったよね。「自分はこれやりたい」「これ向いてる」って、それぞれ自然に決まっていた感じ。  
**石田:**みずほも、年に何回かジャカルタから帰ってくるけど、6人になるとまた空気が変わるよね。さらにいいムードが流れる。  
**齊藤:**いじられキャラが一人増えて、甲斐くんの仕事が減る(笑)。  
**甲斐:**ちょっと休めるんだよな(笑)。  
**吉田:**みずほって、独特の“ゆるさ”があるよね。6人のときよりも、場がまるやかになる。よりバランスが取れる感じがする。

これからのLondについて

**石田:**終盤だけど。これからのLondのウェルビーイングについて。最初に話した「従業員の物心両面の幸福の追求」。これはスタッフのウェルビーイングをつくることとイコールだと思っています。業界年商1位を目指していく中で、僕たちのスタンスは変わらないよね？  
**齊藤:**変わらないでしょう。  
**石田:**規模が大きくなると、目の届かないスタッフも出てくる。そこにどう向き合うか。  
**甲斐:**全員面談は続けたい。年に二回は必ずやる。「この規模で本当にやれるの？」って言われても、やれる形をつくっていく。  
 一同:すごい、さすがっす!

**石田:**ユーモアも大事にしたいよね。2026年は400人規模で大運動会をやる。  
 一同:楽しそう。  
**石田:**Londらしいユーモアとウェルネスが重なる企画だと思ってる。それもまたウェルビーイングの一つだよな。  
**吉田:**俺たち、NOユーモア、NOビジネスだからね。  
**長岡:**間違いない。でも怪我は心配(笑)。  
**石田:**代表6人、全力50m走とかね(笑)。  
**長岡:**肉離れしたらウェルネス損なうよ(笑)。  
**吉田:**今年のスローガンは「ONE MORE」。去年のクラフトマンシップもそうだけど、スローガンってその年だけのものじゃない。Londが脈々と体現していきたい精神を言語化しているもの。もう一回挑戦する、もう一回トライする。その姿勢をトップが持ち続けることが大事だと思う。  
**石田:**成長心、向上心。それが僕らのウェルビーイングだよな。  
**吉田:**うん。本当にそう。

ジャカルタより

**石田:**みずほにとってウェルビーイングって？  
**小林:**自分の機嫌を自分で取る。運動や本とか家族で過ごすとか。良いことも大変なことも共有できる代表たちがいること。自分たちと同じ方向へついて来てくれるスタッフがいること、自分の周りの人たちが素敵に楽しそうに過ごしてる姿をみるることかな。やっぱみんなが話してるのをみるの好きだからね。

**石田 吉信** @londgroupishida  
 主にサステナビリティ、CSRを担当。Lond sustainable magazineの編集長。趣味はボーカーと音楽ライブに行くこと  
 INFP/仲介者

**吉田 牧人** @makito1031  
 商材の取引き、内装デザイン、Londのブランディングを担当。セミナー講師としても全国を飛び回る。趣味はゴルフとランニング  
 ISFP/冒険者

**長岡 宏晃** @lond.nagaoka  
 スタッフ教育・技術統括・アカデミー運営やカリキュラム、マニュアルの管理  
 趣味はゴルフと二次会  
 ENTJ/指揮官

**甲斐 紀行** @kai\_noriyuki  
 人材育成・メンター部署・アイラッシュ統括を担当。趣味はランニングと展示会  
 ENFJ/主人公

**齊藤 信太郎** @shintaro3110  
 財務、戦略、店舗開発を担当。趣味はサーフィンとバイクツーリング  
 ENTJ/指揮官

**小林 瑞歩** @mizuho\_kobayashi  
 ジャカルタ在住、海外事業を担当。趣味はランニングとナシコレン  
 INFJ/提唱者

Lond オリジナル **LIVEスタンプ** できました!

徹底 凡事 正解だ 選んだ道が 人生で 本気で 前回の人生 支援維持 裏返し! かんたん semangat

ご購入はこちらから!

スタンプID:33246748 イラストレーター:shio @lond.shio.8128

対談の様子が観たい方は是非YouTubeをご覧ください。

銀座の社長チャンネル

**ウェルビーイング** 共同経営の **実は満身創痍?** **ストレスじゃないの? 自己肯定感を保つには?**



昨年挑んだ、L'Oréal Professionnel「Style & Colour Trophy」結果は、日本3位。世界一を本気で目指す美容師だけが立てるこのコンテストは、僕の憧れる場所でした。実は一昨年、日本代表に選ばれながらも、結果は残せませんでした。何も掴めなかった悔しさだけが残り、自分の未熟さを痛感しました。だからこそ、昨年はリベンジでした。すべてをぶつけて、すべてを賭けて挑んだ結果が、日本3位。嬉しさよりも先に込み上げたのは、正直、悔しさでした。本気で日本一を狙っていたから。本気で、自分なら行けると信じていたから。でも同時に、確かに世界へ続く道の上に、自分は立てていると実感できました。

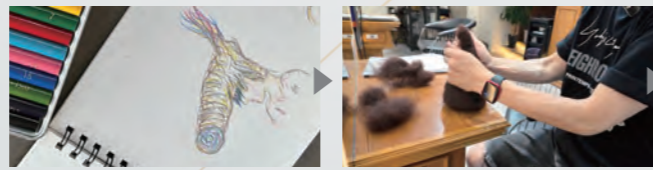


さらに、Behindthechair.com主催「ONE SHOT HAIR AWARDS」HAIR CUT部門で世界TOP50にノミネート。自分の作品が、Japanとして世界に刻まれた瞬間でした。まだ全然届いていないけれど、確実に近づいているのも事実。日本一から世界一を獲るまで、挑戦をやめない自分でありたいと思います。

**山野 俊貴**  
Lond un Maison./  
Lond re Maison.代表  
Instagram  
@yamano.jp

Behind the Scenes

L'Oréal Professionnel 「Style & Colour Trophy」の作品が出来上がるまで



まず最初に、頭の中に思い描いているイメージをスケッチブックにデッサンする。



次に、そのイメージを形にするため、すき毛を使ってビッグヘアの主となるパーツを制作する。



その後、それを一度ウィッグにざっくりと取り付け、全体のバランスやシルエットを確認する。



イメージが見えてきたら、円錐の底面にぴったり合うサイズの発泡スチロールを用意し、土台として馴染むようブラウンのカラーグレーで染める。



次に、その土台に貼り付けていくエクステンションをデザインカラーする。



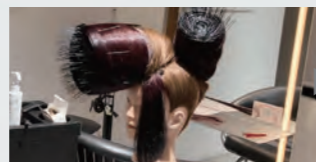
カラーしたエクステを、先ほど作った土台の上に円を描くように配置しながら貼り付けていく。



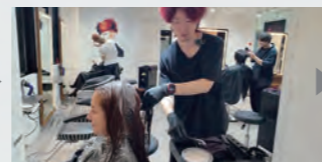
ネジピンで固定しながらボンドで接着し、立体的な構造を作っていく。



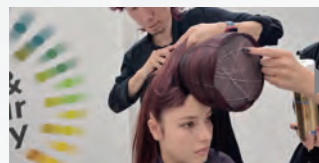
ベースが完成したら、先ほど作ったすき毛のベースの周りに、すき毛が見えないようエクステの毛を巻き付けて仕上げる。



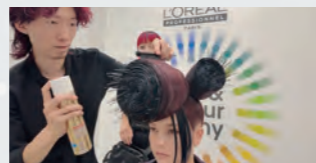
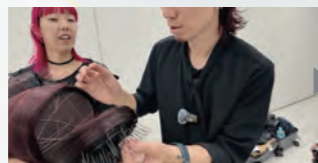
完成したパーツを再びウィッグに装着し、最終的なイメージの着地点を確認する。



そして最後に、実際のモデルと同じヘアカラーを施術する。



当日にモデルをヘアセットし、作品として完成させる

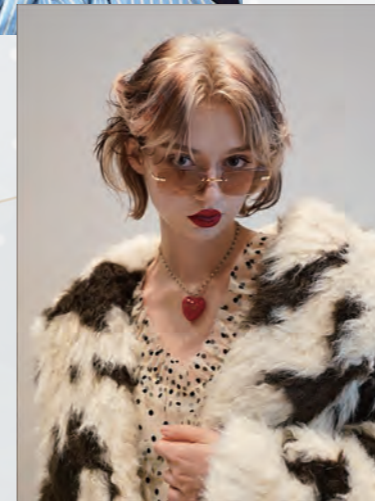


制作の舞台裏本編はyoutubeで!



Before

After



ミルボン主催のDAコンテストでは、「次に流行るトレンドを予測し、スタイルを打ち出す」ことをテーマに、モデルさんのビフォーアフターでの劇的な変化と「似合わせ」を意識して挑戦しました。出場者数は過去最多の500人。その中から初出場審査員賞に選んでいただき、とても嬉しかったです。

Dコンテストは一昨年にも挑戦しており、今回は101匹わんちゃんのクルエラをテーマに制作しました。グランプリを目指していたからこそ、優秀賞という結果はとても悔しかったですが、自分の表現したいことを100%の力で発揮できたのは今回が初めてで、それが何より嬉しかったです。今年もたくさんのコンテストに挑戦し、グランプリを目指して全力で頑張ります!

**木坂 桃歌**  
Lond un Maison.店長  
Instagram  
@lond\_kiiiiii



自分の好きな漫画×和テイストの世界観を詰め込んで作った作品なので、グランプリという光栄な賞をいただく事ができて本当に嬉しいです!今まで撮影やコンテストに連れて行って作品のヘルプやメイクに入らせてくださった代表の山野さんや、深夜まで一緒にデザインや衣装を考えたり練習したお店のスタッフ、沢山の学びのあるLondという環境や、クリエイションが大好きな周りの人達のおかげで得る事の出来た賞です。

特に嬉しかったのが、お客様がお祝いの言葉やおめでとうとプレゼントをくださった事です!地元の友人や家族と一緒に喜んでくれて東京で美容師頑張ってるねと応援してくれてより励みになりました。これからも技術と感性を磨き続け、美容を通して多くの方に喜んでいただける美容師になります!

**Akina**  
Lond un Maison.  
トップスタイリスト  
Instagram  
@akina\_shin



Lond un Maison.



Lond re Maison.

Lond un Maison. / Lond re Maison.

山野俊貴が代表を務める2店舗

Lond groupの原宿エリアを代表するMaison TEAM(2店舗)は、サロンスタイル・リアルトレンド・クリエイティブなど、すべてのジャンルの撮影を通してヘアデザインと誠心誠意向き合うことを理念としている。その理念を共有する強い志を持つメンバーとともに、10店舗・スタッフ100名のチームへと成長することを目指している。



Instagram  
@lond\_maison\_official

前髪は、風に勝てるのか。

# 強風ドライヤー 耐久テスト



絶対! 前髪命 崩したくない!!

テクスチャ別部門

エントリー選手はこちら!

オイル

バーム

やわらかめスプレー

ハードスプレー

風を当てたらどうなった?

3

2

1

一瞬で前髪がバラバラに...!

前髪がバラバラになって束になってしまった

耐えたとはいえず前髪バラバラに...

ホールド力で前髪を完全にキープ

前髪が崩れるとウェルビーイングがちょっと落ちちゃうかも...  
そこで! 絶対前髪が崩れない方法を探してみました。



実験者  
Lond garnet店長  
永井えいき  
@lond\_eiki



スプレー時間部門

3秒噴射仕上げ

5秒噴射仕上げ

10秒噴射仕上げ

30秒噴射仕上げ

一瞬で崩壊。

耐えた?

前髪、消える。

分け目誕生

揺れるが、戻る。

崩れない前髪完成

でも割れる。。

いや、流れた。

スプレー距離部門

至近距離

15センチ前後

高しすぎ

長距離

割れる

ちよつといい

耐えない

結果

“守る”つもりが事故。

揺れても戻る。

ただの香り。

スプレーが一点集中。局所的に固まり、パキッと分裂。

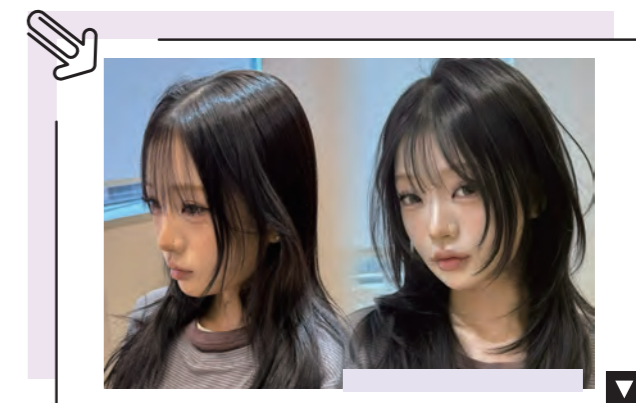
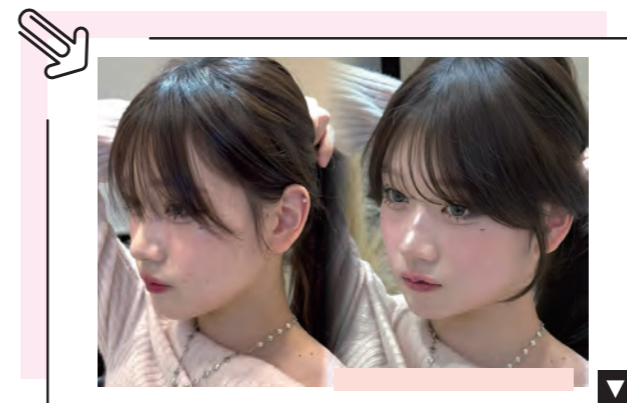
均一に広がり、薄く・広く・強く固定。

ミストが拡散しすぎてほぼついてない。

# 前髪はコレで決まり

## 2026年最新版カタログ!

### 顔まわりカットでここまで垢抜けるビフォーアフター小顔術



- |  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>EFFECT(効果)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・目元強調</li> <li>・頬の余白カバー</li> <li>・フェイスライン補正</li> <li>・横顔がシャープに見える</li> </ul> <p>= 甘すぎない小顔バランス。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>DESIGN(設計ポイント)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・透け感のある薄め前髪で抜け感をつくる</li> <li>・黒目外から流れるバング設計</li> <li>・あごラインに沿う顔まわりで輪郭を包む</li> <li>・タイトめ仕上げで今っぽい質感</li> </ul> <p>重くしない、でもスカスカにしない。<br/>この“ちょうどいい薄さ”が鍵。</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>STYLING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前髪はストレートアイロンで軽く丸み</li> <li>・顔まわりは毛先リバース</li> <li>・軽めオイルを毛先中心に</li> </ul> <p>作り込みすぎないのが正解。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>FOR YOU</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・前髪で雰囲気を変えたい</li> <li>・目を大きく見せたい</li> <li>・輪郭を自然に補正したい</li> <li>・可愛いけど大人っぽくしたい</li> </ul> | <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>EFFECT(効果)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・頬骨カバー</li> <li>・エラぼかし</li> <li>・面長緩和</li> <li>・横顔が盛れる</li> </ul> <p>= 小顔補正、完成。</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>DESIGN(設計ポイント)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リップラインから入れるレイヤーでくびれ誕生</li> <li>・前髪とつなげて輪郭を自然に包む</li> <li>・ワンカールで動く、抜ける、盛れる</li> </ul> <p>重さは残さず、削りすぎないのが今っぽい。</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>STYLING</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・口に向かって内巻きワンカール</li> <li>・オイルは毛先を掴む感じでつける</li> <li>・クシでとがして完成</li> </ul> <p><input checked="" type="checkbox"/> <b>FOR YOU</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・顔を小さく見せたい</li> <li>・輪郭を自然にカバーしたい</li> <li>・重めロングに飽きた</li> <li>・伸ばしかけて変化がほしい</li> <li>・簡単に可愛くなりたい</li> </ul> |
|--|--|--|---|

### 雰囲気が激変! 長さ別での似合わせ3パターン

<p><b>01.</b></p> <p>▶ 大人美人を演出。</p>	<p><b>02.</b></p> <p>▶ 迷ったらこれ。</p>	<p><b>03.</b></p> <p>▶ 一番“盛れる”長さ。</p>
-------------------------------------	------------------------------------	---------------------------------------

**鼻先～顎ライン**

メリット

- ・色気が出る
- ・大人っぽい
- ・タイトにしても映える
- ・ポニーテールが一気に垢抜ける

似合う人

- ・大人世代
- ・ロング派
- ・派手に変えたくない人
- ・上品に見せたい人

**目尻～耳たぶ(王道)**

メリット

- ・頬骨カバー
- ・エラぼかし
- ・横顔補正
- ・バランス最強

似合う人

- ・丸顔
- ・骨格カバーしたい人
- ・ロング派
- ・結ぶことが多い人
- ・万人向け

**目尻～頬上(短め)**

メリット

- ・目元強調
- ・小顔効果が強い
- ・韓国っぽい抜け感
- ・軽さが出る

似合う人

- ・面長
- ・おでこ広め
- ・前髪あり派
- ・可愛い寄りにしたい人

**NO. 01.**

**前髪なし・大人センター**

印象: 色気・知的・クール  
顔型: 面長/大人見せ  
作り方: 顔まわりにレイヤー、根元立ち上げ  
スタイリング: 32mmリバース+オイル少量  
強み: 縦ラインで小顔効果



**NO. 03.**

**シースルー前髪**

印象: 清楚 × 大人  
顔型: 顔型選ばない  
作り方: 透け感ほどよく  
スタイリング: ワンカール+軽固定  
強み: 失敗しにくい



**NO. 02.**

**ぱつんアイドル前髪**

印象: アイドル感・抜け感  
顔型: シャープ顔  
作り方: 束強め、隙間多め  
スタイリング: 束感オイル+軽スプレー  
強み: 目力アップ



**NO. 04.**

**シースルー流し**

印象: 透明感・万人受け  
顔型: 万能  
スタイリング: 内巻き+柔らかめスプレー  
強み: 男子ウケ安定



**NO. 06.**

**2WAY バング**

印象: 万能・上品  
顔型: 迷ってる人  
スタイリング: 下ろす/分ける両対応  
強み: 印象チェンジ可



**NO. 05.**

**長め流し前髪**

印象: 可愛い・フェミニン  
顔型: 丸顔/柔らか顔  
スタイリング: 丸く内巻き+軽束  
強み: 優しげアップ



### Jewelion(ジュエリオン)

「ストレート、カール、ウェーブの3WAYで使用でき、マイナスイオンが髪へのダメージを軽減します。260gという軽さや、40分の連続使用が可能なバッテリー性能も◎」



## Lond Lily(銀座)代表 中野千帆のバッグの中身!

『直せる』という安心感がウェルビーイングを向上させる新アイテム★



折り畳み傘よりもコンパクトなサイズ感なので、A4が入る大きいバッグでなくても余裕の持ち運びができます◎

正直雨の日や、風の強い日、湿度の高い夏場やマスクをしている日など、どんなに朝からお家でスタイリングを頑張っても夜まで綺麗な状態を保つのは美容師の私たちでもほとんど難しいです。

ジュエリオンは(コードが無い)というだけでお出かけ先でもコンセントを気にせずにお直しできることと、持ち運べる重さなのに通常のストレートアイロン同様に髪を傷めにくい高機能なところがとっても気に入っています。

マイナスイオンの効果で持ち運び可能とは思えないくらいツヤツヤの仕上がりになるのにも驚きました。



持ち運び用のアイロンによくある

プレートが小さすぎて部分用にししか使えない

毛量が多い・クセが出てきてしまう

全体のお直しには物足りない

といったお悩みに手の届くアイテムです。

1分の手間も惜しい朝のお出かけ準備にも、気を取り直して機嫌良く過ごしたい午後にも、大事な会食、デートにも。ただの美容家電ではなく、働く女性のための、小さな安心。きっとQOLを高めてくれるアイテムになると感じます。サロンでのヘアスタイリングでも重宝しています。



今回の表紙にもなっているLond 2026 Spring&Summerトレンド撮影でも大活躍。ロケなどのコンセントがないところでも使えてとても重宝されました。

豊富な経験と知識を合わせ持ち、お客様1人1人の髪質を見極めてダメージレスを最優先に考えた薬剤の選定をしています。毎日のスタイリング方法などもパーソナルなライフスタイルを汲み取ったご提案に高く定評を頂いております。こだわりやお悩み、初めての方も遠慮なくなんでもご相談くださいませ♪



Lond Lily代表  
中野千帆



Instagram  
@chiho\_0822



# 2000年代が帰ってきた!!

# Y2K 特集

# 平成アイテム持ってる?

Londスタッフのアンケートでは「シール帳」「コンデジ」「たまごっち」「NINTENDO DS / 3DS」「ルーズソックス」「写ルンです」「ガラケー」「プロフ帳」「ウォークマン」「ハンドスピナー」「交換日記」などなど、平成を象徴するファッション・文具・ガジェットがたくさん!!  
そこで、今回は「シール帳」と「コンパクトデジタルカメラ」に焦点を当てて、スタッフの私物をチェックしてみました!

すぎトバインダーが韓国のシールショップのメリンクのもので、イチゴとメリンクの組み合わせがかわいすぎる  
こだわりトごちゃごちゃ貼らないで雰囲気とか色味とかを合わせて貼ってます♡びっしりなページもつくってきたい

Lond Lily 銀座店  
のの  
@lond\_nonond

こだわり部分▶  
クリアのシール帳にして、貼ったシールが見えるのがこだわりでお気に入りです  
好きな部分▶  
最近ハマってるキティちゃんのキーホルダーを沢山付けてるところです

Lond azur 横浜店  
ami  
@kuma\_ami

こだわり部分▶  
貼らずに綺麗に残しておく  
好き部分▶  
集めるワクワク感!

Lond charm 吉祥寺店  
eriko  
@eriko\_lond

とにかく可愛いと思ったその衝動だけでシールを買って、貼ってシール帳が可愛いで埋まっていくのが、テンション上がります!!

ANFINI 仙台店  
村田 さくら  
@sakura\_lond

この時代はiPhoneほど画質が良くないおかげで肌とかの粗が写らないところがいい! 笑

Lond 表参道店  
chinami  
@chinami\_lond

今の時代はスマートフォンで簡単に写真が撮れるため、デジタルカメラを使う機会は少なくなっています。そんな中で、あえてデジタルカメラを使い、少し懐かしくてエモーショナルな雰囲気の写真を撮りたいと思い、今回使用しました!

Lond fleur 大宮  
yuuki  
@yuuchi\_lond

動画を特化したコンデジで持ち運びしやすい軽さ、サイズがモニターがどちらからでも確認できるので映りを確認しながら撮れるのも気に入ってる。

Lond generous 柏店  
丸蔵 小春  
@lond\_koharu

ヒトを撮ることが結構好きなのでハイチーズ! よりも名前呼んで振り返った瞬間とか、今最高に楽しい! って瞬間にシャッター切ることが多いです。その方がより自然で素敵な表情が撮れる気がします... たぶん。好きな部分は、スマホだと高画質すぎるし、デジカメのフラッシュついた写真の質感がすごく好きです!

Lond printemps 恵比寿店  
佐野 佳佑  
@keisuke\_hair

昔のチェキみたいに全部プリントしなくていいし、「これ残したいな」って思った瞬間だけ形にできるのが好きです!

Lond homme 池袋店  
軸丸 みう  
@jikumarumiu

肌の補正もしてくれるので綺麗に撮れるのも好きポイントです

鏡のある空間で室内でも抜けて見えるように撮影した1枚、顔周りのレイヤーが可愛い!

Lond paritir 大宮  
紺野 絢三  
@lond\_kozo

Lond fille 銀座  
momo  
@momo\_lond

# 全国

# 方言大全集

全国に店舗を展開中のLondlは、スタッフの出身地もさまざま。ご当地ならではの接客にも自信があります。郷土を感じる温かいおもてなしは、更なるウェルビーイングにつながるのではないのでしょうか。そこで、社内アンケートで集まったリアルな方言を厳選してまとめました。同じ日本語なのに、県をまたぐとまるで外国語!「いずい」「ごじゃっぺ」「よだきい」…あなたはいくつわかりましたか?

## 北海道



- 【わや】めちやくちや
- 【じよっぴんかる】鍵をかける
- 【うるかす】水につける
- 【おだつ】調子に乗る
- 【しばれる】すごく寒い
- 【あずましい】居心地がよい



使ってみよう!  
かわいい方言

あずましい空間ですね  
(北海道)

意味：居心地がいい

【使えるシーン】  
初回来店のお客様や改装・模様替え後  
シャンプー後のリラックスタイム

【例文】  
「この席あずましいですよ〜」

【効果】  
空間づくりに対して温度をのせられる。  
美容室は“技術”だけでなく  
“居場所”を売っている場所だからこそ◎

ちよっきりですね  
(北海道など)

意味：ちょうどいい

【使えるシーン】  
前髪の長さ確認・カラーの明るさ決定  
仕上がりチェック

【例文】  
「前髪この長さ、ちよっきりですね〜」

【効果】  
“正解”を押しつける感じがなくなる。  
やわらかく、共有しているニュアンスに。  
お客様が「うん、それ!」って言いやすい。

## 東北



- 【いずい】(宮城) じっくりこない・違和感がある
- 【めんこい】(東北全般) かわいい
- 【さすけね】(福島) 大丈夫・問題ない
- 【しゃっけえ】(東北) 冷たい
- 【うだでえ】(津軽) すこい・大変
- 【おしょうしな】(山形) ありがたい
- 【黒血】(東北) かさぶた・内出血



何問わかるかな?

## 方言クイズ

Q1 **ばり** (福岡)  
A とても  
B 少し  
C 怒る  
ばり美味しい!

Q2 **なおす** (関西)  
A 直す  
B 片付ける  
C 捨てる  
このスリットなおして〜

Q3 **めんこい**  
A 怖い  
B 可愛い  
C 面白い

Q4 **いずい** (北海道・東北)  
A かわい  
B 違和感がある  
C 寒い  
なんかこの靴いずい。

Q5 **なんしよーと?** (埼玉)  
A どこへ行くの?  
B 何してるの?  
C 何食べるの?

【答え】Q1:B Q2:B Q3:A Q4:B Q5:B



使ってみよう!  
かわいい方言

だんだん〜!  
(山陰地方)

意味：ありがとう

【使えるシーン】  
お会計後や次回予約をいただいた時  
口コミを書いてくれた時

【例文】  
「だんだん〜! またお待ちしております!」

【効果】  
最後の印象がやわらかく残る。  
“接客用ありがとう”から  
“人としてのありがとう”に変わる。

## 関東

- 【ごじゃっぺ】(茨城) いい加減・適当
- 【だいじ?】(栃木) 大丈夫?
- 【おっぺす】(埼玉) 押す
- 【ゆわく】(埼玉) 髪を結ぶ



誰も取らないやつ

- 【なおす】(関西) 片付ける
- 【いけず】(京都) 意地悪
- 【食べさし】(関西) 食べかけ
- 【遠慮のかたまり】最後の1個
- 【せやける】イラッと



## 関西

## 沖縄

- 【ちゆらかーぎー】美人・きれいな顔
- 【でーじ】とても



## 九州

- 【よだきい】(宮崎) めんどくさい
- 【たいぎい】(熊本) だるい・めんどくさい
- 【ビンタ】(鹿児島) 頭
- 【こまめる】(福岡) 両替する
- 【くらす】(福岡) 殴る・叩くのニュアンス





「ちゃんと食べて、ちゃんと整う。」  
「食べる=負担」ではなく  
食べることで心も体も健康に。それが

# 麻辣湯

麻辣湯 × ダイエット

—我慢しない。動かない。でも、ちゃんと痩せる。—

## ダイエットが続かない理由

- ・ 食べる量を減らすのがつらい
- ・ 運動は正直、苦手
- ・ 頑張るほどリバウンドする

「足す・減らす」ダイエットはもう終わり。

## こんな女性におすすめ

- ・ ダイエット中でも外食したい
- ・ 夜ごはんを軽くしたい
- ・ 冷え・むくみが気になる
- ・ 数字より“体調”を整えたい

運動が苦手でも食べるのが好きでもダイエットはできる!!

選び方ひとつで、満足できる!!

## スープ中心の料理

油を使った料理よりカロリーの調整がしやすい。

① 胃が物理的に満たされやすい  
スープと具材で胃の容量が先に満たされるため食べ過ぎを防ぎやすい。

② 温かさで満足感が上がる  
温かいスープは副交感神経を刺激し「もう十分食べた」という感覚が出やすい。

③ 辛味で食欲をコントロールしやすい  
麻辣の刺激で味の満足度が高くなり量を食わなくても満足しやすい。

麻辣湯は  
ウェルネスフード。

ダイエット=我慢×



## 麻辣湯 × 美容効果マップ

- ・ 白きくらげ → 美肌
- ・ ほうれん草 → 鉄分
- ・ 豆腐 → たんぱく質

「食べる美容点滴」

## 「麻辣湯食べた日の夜どうなる?」

- ・ 代謝UP
- ・ むくみにくい
- ・ 罪悪感ゼロ

## 麻辣湯が “女性向けダイエット食”な理由

### なぜ満足できるのか

- ・ スープ+野菜で噛む量が多い
- ・ 温かいから満腹中枢が働きやすい
- ・ 「ちゃんと食べた感」が残る

空腹ストレスが少ない=続く

### 運動しなくてもOK

- ・ 唐辛子・花椒の香りで代謝スイッチON
- ・ 温かいスープで内臓から巡る
- ・ 食後も体が冷えにくい

「動く代わりに、巡らせる」

### ウェルネス視点で食トレ

- ・ 野菜・きのこ・豆製品中心
- ・ 食物繊維で腸内環境をサポート
- ・ 薬膳スープで自律神経にやさしい

## 初心者向け麻辣湯マニュアル — 辛すぎない・重くならない・ちゃんと美味しい —

### STEP 1 | まず知っておくこと

麻辣湯(マーラータン)は  
→「自分で具材を選べるスープ料理」  
・ 油料理ではない  
・ 野菜・きのこ・豆製品が主役  
・ スープで満足感が出やすい  
= 調整次第でかなりヘルシー&ウェルネス

### STEP 2 | 初心者におすすめのスープ選び

おすすめ  
・ 白湯(パイタン)系  
・ 薬膳ベース  
・ 辛さ:0~1(ピリ辛未満)

「麻辣=激辛」は誤解。  
香りを楽しむスープだと思おう◎  
辛い得意な方には麻辣スープ!!  
最初は辛さ控えめからチャレンジ!!

### STEP 3 | 失敗しないトッピング黄金バランス

初心者は3カテゴリから選ぶのがコツ。  
野菜・きのこ(全体の50%)  
・ 白菜  
・ 青梗菜  
・ きくらげ  
・ えのき  
→食物繊維で満腹感&腸活  
たんぱく質(20~30%)  
・ 豆腐  
・ 湯葉  
・ 鶏むね  
・ 白身魚  
→脂質少なめ・代謝サポート

主食系(少量でOK)

・ 春雨  
・ 板春雨  
→入れすぎないのが“軽く仕上げる”コツ

### STEP 4 | 初心者が避けたほうが良い具材

- ・ 揚げ湯葉
- ・ ラード系団子
- ・ ソーセージ
- ・ チーズ系
- 一気に重く&高カロリー

### STEP 5 | 量の目安

多くの店はg単位で計量。  
初心者目安:300~400g  
・ 野菜多めなら400gでもOK  
「欲張らない」=食後も軽く、翌日もラク

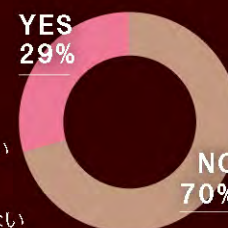
### STEP 6 | 食べ方でウェルネス度UP

・ まず野菜から食べる  
・ スープは全部飲まなくてOK  
・ よく噛む(特にきくらげ)  
血糖値の急上昇を防ぎ、満足感UP

## Londのスタッフに聞いてみた

### 麻辣湯を食べたことが ありますか?

- 回答者の約7割が未経験・よく知らない
- 麻辣湯は「まだ伸びしろが大きい食」
- 「流行っている=みんな知っている」ではない



## 人気トッピング傾向

### きくらげが圧倒的トップ

● 経験者は歯ごたえ・さっぱり・野菜・食感を好む傾向  
● 脂っこさより「食感 × ヘルシー感」  
● きくらげ=低カロリー・食物繊維・満腹感  
次に人気なトッピングは「ブロッコリー」「えび」「かに団子」「卵」「チンゲンサイ」「じゃがいも」「チーズ(チーズボール、モッツアレラ)」など。

### 人気トッピング

野菜系:きくらげ、チンゲンサイ、白菜、青梗菜 / たんぱく系:卵、うずら、鶏肉、肉団子、えび、かに団子 / その他:ブロッコリー、あげパン、チーズ、トポギ、豆腐の皮など  
個性的回答も少数あり(例:「コンドローチン」「唐辛子増量ヨシヨシ」など)。



Lond Lily のの

TikTokで流れてきたことをきっかけにミーハー心で食べてみたところ麻辣湯にハマりました。お気に入りのお店は定番の 楊国福麻辣湯。辛いものは強くないので基本は1辛、頑張っても1.5辛でスープは麻辣スープを選びます。お餅・ブロッコリー・蟹団子は必ず入れつつ、毎回少しずつトッピングを変えて楽しむ派。野菜が多く量も調整できるのでヘルシーに感じますが、量り売りなので具材を取りすぎると高級麻辣湯になるのが初心者の落とし穴です。



Lond hot lip 北原翔

麻辣湯にハマったきっかけは、元カノに連れて行かれたことや担々麺を頼んだのに間違えて麻辣湯が出てきたことなど偶然から。お気に入りには 楊国福麻辣湯と 大上海麻辣湯。麻辣スープの2辛を選び、蟹味増入り魚団子、きくらげ、銀きくらげ、山くらげ、乾燥ゆば、イカ、板春雨、白菜などトッピングは毎回ほぼ固定。辛いもの好きでも5辛は味が分からなくなるほど辛く、翌日お腹が大変になるので注意が必要です。



Lond espoir あやか

同期に連れて行ってもらったのがきっかけで麻辣湯を知り、最初は辛さが苦手でしたが通ううちに美味しさに気づきハマりました。お気に入りは錦糸町南口にある 緑苑。普段は中辛を選び、じゃがいもとトポギは必ず入れる定番トッピングで、卵は煮卵とうずらを気分で変えます。ストレスが溜まった時の発散として食べることも多く、春雨麺なので夜遅くても罪悪感が少ないのも魅力。初心者は辛さを攻めすぎないことが大切です。





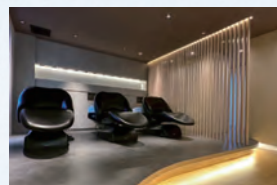
— ウェルビーイングをデザインする —  
**Londの居心地の良い空間**



お客様の椅子は全店、座り心地の上質さと抜け感を兼ね備えたタカラベルモント「HARP」を採用。視線が抜け、空間を広く見せる設計が、心の余白を生み出します。

エントランス、天井、ミラー、ヘリ。Lond groupの内装は、直線で主張するのではなく、アールを基調に設計されています。角を立てない。圧迫感をつくらない。ハードさではなく、柔らかさを空間の軸にする。それは、訪れる人の緊張をほぐし、自然体でいられる時間をつくるための選択です。

身体を預けれるシャンプー台



シャンプー台は、フルフラット設計の「YUME」を全店に導入。身体を預けた瞬間に力が抜ける感覚は、単なる設備ではなく、体験そのものです。1時間横になっていても疲れないと言われているヘッドスパ用に作られたものです。どちらもクオリティもプライスも最高水準のものをご用意しています。

目的別の照明を配置



照明にもこだわりがあります。セット面のミラーには、肌が美しく見える調光を。頭上からは、ヘアカラーが正確に、美しく見える光を。目的に応じて光を分けることで、「きれい」を最大化しています。



もうひとつの前提。Londには、地下テナントの店舗がひとつもありません。自然光が入ること。それは、空間の明るさだけでなく、人の気持ちを整える重要な要素だからです。

私たちは、技術だけでなく、空間そのものがウェルビーイングをつくると考えています。Londの空間は、「きれいになる場所」である前に、「自分を整える場所」でありたいと思ってデザインしています。



吉田 牧人

商材の取引、内装デザイン、Londのブランディングを担当。セミナー講師としても全国を飛び回る。趣味はゴルフとランニング ISFP/冒険者



@makito1031

Lond omotesando Renewal



**「シャンプー量り売り」の設備**  
おしゃれなシャンプーバーをすることで存在感を出し、お客様へのアピールを図っています。

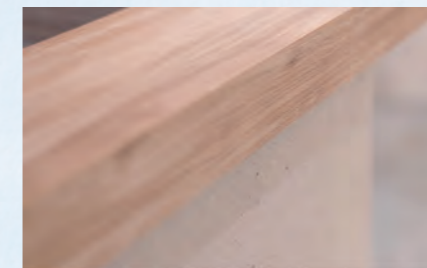


**リサイクルボード[SOLIDO]**  
火力発電所で発生する石灰灰のほか、使用済み紙カップやコーヒー豆かすなど多岐にわたる廃棄物を配合し、セメントを含めると90%超が再生材料由来で作られています。

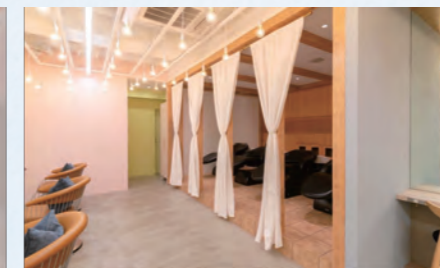


**レセプションカウンター**  
木の上の部分は裁断で板が真っ直ぐにならず、廃材にされることも多いと聞き敢えてこの部分を選びました。

Lond azur



**レセプションカウンター**  
産業廃棄物として捨てられるホタテ貝の貝殻をカウンター下の骨材として使用。一般的には廃棄されていた貝殻が、現在では再生利用資源として脚光を浴びつつあります。



**漆喰壁**  
多孔質の表面がさまざまな効力を持つ漆喰壁を部分的に採用しました。汚れたときに紙やすりで削れば汚れが取れるのも良いところです。

【漆喰壁のちから】

調湿
湿度調節機能に優れ、乾燥や結露を防ぎます。
ホルムアルデヒド
ホルムアルデヒドなどの有機化学物を吸収。発散を抑制します。
消臭
家の中の嫌な生活臭を消臭します。悪臭を吸着・分解し、空気をクリーンにします。
吸音
土壁の粒子が話し声・掃除機・足音などの生活音の音漏れ・反射音を吸収、軽減します。
防火
天然の土や砂が主成分の漆喰は特に防火性が高く建築基準法で不燃材料に認定されています。
蓄熱
土壁は温まりにくい反面保温力が高く、暖房効果が上がります。

Lond espoir



Lond polaire



グレーに見える壁は全て貝殻モルタルを使っています。「レセプションの下左官の際に、本来は産業廃棄物として捨てられるホタテ貝の貝殻を骨材として使用。ホタテもカキも、身をむいた後の貝殻は、水産加工場や家庭からゴミとして捨てられるのが一般的でした。それが今、「再生利用資源」として脚光を浴びつつあります。」北千住のLond polaireも同様で、グレーに見える部分は貝殻モルタルを使っています。

サステナブルな内装について



Lond groupは環境に優しい電気を使っています。



「みんな電力」は、再生可能エネルギーを使用しています。テナントごとに電力会社を変えられないビルは管理会社やビルオーナーに提案をしてビルごとに変えられないか交渉をしております。過去には銀座のビルを1棟「みんな電力」との契約に切り替えられた実績があります。 <https://minden.co.jp>



変えられるテナントは全て「みんな電力」に変更し、再生可能エネルギーを使用しています。テナントごとに電力会社を変えられないビルは管理会社やビルオーナーに提案をしてビルごとに変えられないか交渉をしております。過去には銀座のビルを1棟「みんな電力」との契約に切り替えられた実績があります。 <https://minden.co.jp>

# Organ.

2026年、Londは新しく  
夜にふさわしいシャンプーをつくりました。  
ただ洗うのではなく、一日の終わりに、呼吸を深くする時間へ。  
Organは、スリープテックという新しい選択。  
眠りから、美しさを整えるヘアケアです。

それは、美しさを奏でる。



奏でる時間”にしたいと思いました。  
円を描くやさしい動きは、  
鍵盤を弾くようなリズム。  
洗うのではなく、整える。  
夜を、自分のために調律する。  
それが、Organという名前の意味です。



## Noctis organ — Tune the Night.

NOCTISはラテン語で「夜」。  
モロッコの空気に着想を得たオリエンタル・ウッディの香り。  
ペパーミントとシナモンが呼吸をひらき、ダマスクローズが心をゆるめる。  
オリバナムとサンダルウッドが、静かに夜を深くする。  
香りそのものが、眠りのスイッチになるように。

### 『香り』

Top: Peppermint Tea / Cinnamon  
Middle: Damask Rose  
Base: Olibanum / Musk / Sandalwood

ウェルビーイングとは、特別なことではない。  
日々の中で、少しずつ整えていくこと。  
Organは、その日のダメージをリセットし、  
明日へ向かうためのヘアケアです。

# Organ. Shampoo



夜を整え、髪を整える処方。

### 04 洗浄バランスの最適解

しっかり落とすのに、強すぎない。  
スルホン酸系を軸に、  
アミノ酸系・ベタイン系・サルコシン系をブレンド。

- ▶ 皮脂やスタイリング剤をクリアに
- ▶ きしまない、なめらかな洗い上がり
- ▶ 幅広い髪質にフィットする処方

### 01 高濃度ヘマチン配合

— 未来の髪を守る、アンチエイジング設計  
Organの核となる成分は、高濃度ヘマチン。

- ・ 残留アルカリを除去
- ・ 褪色を防ぐ
- ・ 活性酸素をケア
- ・ ハリ・コシを与える

サロンワークと相性の良い、プロ仕様の補修成分。  
ダメージを“その場で直す”のではなく、  
ダメージを蓄積させない設計。  
年齢とともに変化する髪へ、  
エイジングケア視点からアプローチします。

- ▶ カラー毛・ブリーチ毛との相性が高い
- ▶ 頭皮環境の健やかさもサポート

### 02 頭皮まで視野に入れた処方

カンゾウ根エキス配合。

- ▶ 乾燥や敏感さに配慮
- ▶ ヘアケア+スカルプケアのハイブリッド設計

### 03 金属汚れをリセット

EDTA-2Na 配合。

- ▶ 水道水由来の金属イオンを除去
- ▶ きしみ・ゴワつきを抑制
- ▶ カラーのくすみを防ぐ

素髪の軽さを引き出します。

### 05 CMC 補修 × 保水設計

セラミドNG  
コレステロール  
フィトステロール  
脂肪酸  
髪内部のCMC構造を整え、  
ダメージ毛を土台からケア。  
さらに、  
ヒアルロン酸  
加水分解コラーゲン  
アルガンオイル

- ▶ 潤い
- ▶ ツヤ
- ▶ 軽やかなまとまり

洗い上がりから“整う質感”へ。

# 「運動は“健康のため”だけじゃない。」

## 心と仕事を整える、ウェルビーイングの基礎

講師：宇野唯奈さん



Lond月例会とLond社内メンターアカデミーにて、  
実際に座学と実践していただきました。



「運動は健康のためにやるもの」——そう思っている人ほど、忙しさの中で後回しにしてしまいます。  
けれど実は、運動の価値は“健康維持”にとどまりません。  
疲労回復、メンタル安定、集中力・記憶力・創造性・ストレス耐性の向上など、仕事と日常の質を底上げするウェルビーイングの基

礎になります。

フィットネストレーナーとして10年のキャリアを持ち、企業向け研修やレッスンも行う宇野唯奈さんに、「運動の本当のメリット」と「続けるための考え方」を、データと体験を交えて語っていただきました。

### 1 | 運動習慣がある日本人は「3割」しかない

「最近、定期的に運動していますか？」

厚生労働省の定義では、週2回・1回30分以上の運動を1年以上継続している人を「運動習慣あり」としています。

この基準で見ると、2023年時点で日本の運動習慣者は約3割にとどまります。

なぜ、ここまで少ないのでしょうか。

調査で最も多い理由は「時間がない」「忙しい」です。しかし宇野さんは、根本的な理由は別にあるといいます。

「本当の運動の価値を、まだ十分に理解できていないことです」

健康のために運動が必要だと分かっている、今は大きな不満がない。緊急性がない。だからこそ忙しいと後回しになります。

### 日本における運動習慣者の割合

The proportion of people with regular exercise habits in Japan



### 2 | 身体的健康：疲労回復から美容まで

疲れているときほど「軽く動く」が回復を早めます

疲れているときは横になりたくなりますが、軽い運動が回復を助けることがあります。これを「アクティブレスト（積極的休養）」といいます。

体を動かすと血流が良くなり、老廃物が体外へ排出されやすくなります。その結果、疲労が抜けやすくなります。

疲労の度合いにもよりますが、完全に止まるより軽く動くほうが効果的な場合があります。

筋肉は30代以降、年1%ずつ減っていきます

筋トレというと「ムキムキになりたくない」という声もありますが、問題は筋肉不足そのものです。

筋肉量は、特別なトレーニングをしなくても30代以降、年間約1%ずつ減少するといわれています。

筋力不足は、

- ・肩こり
- ・首こり
- ・猫背
- ・巻き肩

などの原因になります。

体を支える筋肉が弱いと血流が悪くなり、コリや痛みにつながります。背中や腕の筋肉が弱いと姿勢も崩れやすくなります。

美容面にも効果があります

運動は肌にも関係します。

筋肉量が増えると基礎代謝が上がり、肌のターンオーバー（肌の生まれ変わり）が整いやすくなります。

また、血流改善により

- ・むくみ予防
- ・便秘改善
- ・血色アップ

にもつながります。

スキンケアやエステに加えて運動を取り入れることは、美容の土台づくりにもなります。

### 3 | 予防：免疫、生活習慣病、そしてロコモ

体温が1℃上がると免疫は高まります

体温が上がると免疫細胞が活発になります。入浴が推奨されるのも同じ理由です。運動も体を温める有効な方法です。

毎日10分の運動でもリスクは下げられます

厚生労働省のガイドラインでは、毎日10分の軽い運動（ウォーキングや自転車など）でも、死亡リスクや生活習慣病の発症リスクを下げられるとされています。

ロコモは若い世代にも関係します

ロコモ（ロコモティブシンドローム）は、関節・骨・筋肉の衰えによって日常生活が困難になる状態です。

高齢者の問題と思われがちですが、若い世代でも予備軍になり得ます。

### 簡易テスト

高さ40cm程度の椅子に座ったまま、

- ・両手を胸の前で組みます
  - ・片足を浮かせます
  - ・反動を使わずに片脚で立ち上がり、3秒キープします
- 立てない、ぐらつく、浮かせた足がついてしまう場合は、筋力低下のサインかもしれません。

### 予防③：ロコモティブシンドロームの予防

ロコモ＝関節や骨、筋肉などの「運動器」が衰えることで、自分ひとりで日常生活を送ることが難しくなる状態

- ・ロコモ予備軍：全国で4700万人
- ・若い人にも身近な問題



※ロコモティブシンドロームの定義は、厚生労働省「高齢者の自立と生活機能の維持に関する調査報告書」に基づいています。

4 | 心の健康:運動はメンタルケアにも有効です

コロナ禍以降、孤独感や不安が増え、うつリスクも上がりました。メンタル不調は気づきにくく、

- ・イライラしやすい
- ・休日に何もしたくない
- ・寝つけない
- ・疲れが抜けない

といった形で現れます。

企業の視点では、

- ・仕事を休む「アブセンティズム」
- ・出勤しているが生産性が下がる「プレゼンティズム」が問題になります。

メンタル不調による社会的損失は年間約7.6兆円ともいわれています。

運動には、メンタルを整える効果が期待されています。

- ・週2時間以上運動した人は、1年後のうつリスクが約半分だったという研究があります
- ・抗うつ薬やセラピーに近い効果が示される場合もあります
- ・運動で回復した人は再発しにくい傾向もあります

運動は、メンタルケアにおける有効な手段の一つです。

1週間に運動を2時間以上しているグループは  
1年後に抑うつになるリスクが約半分



厚生労働省健康調査, 2011

運動は ...



不安障害やうつ病の  
リスクを減らす



治療する段階として  
抗うつ剤やセラピーに  
匹敵する効果がある



運動でうつ病を回復した人は  
再発の可能性も低い

アンソニー・パンセン (2022)「運動」RUNMARK

5 | 仕事のパフォーマンスも変わります

運動は、集中力・記憶力・創造性・ストレス耐性に影響します。

① 集中力

脳の前頭前野という部分は、注意力や判断力を担っています。運動によって血流が良くなると、この部分が働きやすくなります。また、やる気や集中に関わる脳内物質(ドーパミンやノルアドレナリン)が活性化し、集中状態に入りやすくなります。

② 記憶力

記憶を司る「海馬」という部分が刺激されます。運動により分泌されるBDNFという物質が、神経同士のつながりを強め、記憶が定着しやすくなります。

③ 創造性

運動中や運動後は、リラックスしながら集中している状態になりやすく、アイデアが浮かびやすくなります。歩きながら考えると、座っているときよりアイデアが増えたという研究もあります。スティーブ・ジョブズが歩きながら会議を行っていたのも有名です。

④ ストレス耐性

運動中は一時的にストレスホルモン(コルチゾール)が分泌されますが、運動後は急速に下がります。この繰り返しにより、ストレスを感じても回復しやすい状態がつけられます。「ストレスを感じない」ではなく、「ストレスに振り回されにくくなる」ということです。

6 | 続けやすい入口は「ストレッチ」です

誰でも、どこでも始めやすいのがストレッチです。

動的ストレッチ

体を動かしながら行います。筋肉が温まり、朝や仕事前に適しています。

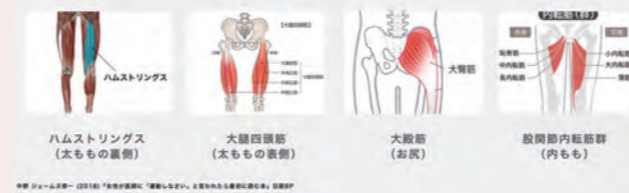
静的ストレッチ

反動を使わずゆっくり伸ばします。副交感神経が優位になり、寝る前におすすめです。

特に硬くなりやすい筋肉は次の4つです。

- ・ハムストリングス(太もも裏)
- ・大腿四頭筋(太もも前)
- ・臀部(お尻)
- ・内転筋(内もも)

一般的に硬くなりやすいと言われている「4つの筋肉」



時間がない方は、まずこの4つを意識するのがおすすめです。

まとめ

運動は未来のための保険ではなく、今日の疲れを抜き、心を整え、仕事の質を上げるための手段です。いきなり完璧を目指す必要はありません。ストレッチやウォーキングから小さく始めることで、体と心が整う感覚を実感できます。その感覚が、習慣化への第一歩になります。



また、Lond社内メンターアカデミーでもストレッチとメディテーションを導入させていただきました。

Lond社内外でメンターアカデミーをしていますが、社内では、まず自分自身の心を整える考え方を伝え、様々な方法で訓練しております。

人は日々、多くの経験をし、それに対して沢山の感情を抱きます。その出来事の向き合い方で、感情の動きは変わり、思考も変化し、その結果、未来が大きく変化します。

だからこそ、自分の内面を自分自身で整え、コントロールして、自分の幸せを自分で見つけていけるよう、一緒に学んでいけたらと毎月行っております。

そして、このメンタルケアフィットネスで、心の健康の新しいアプローチの一つとして、メンターアカデミーでも取り入れていこう

と思い、今回一緒にいただきました。

実際にやってみて、指先から、呼吸から、体の細部一つ一つまでと向き合い、そして日々の小さなことへの感謝までも感じ、体がほぐれていくスッキリさと同時に、心が満たされていく温かさを感じる時間でした。

個人的には、これを朝礼などの時間に、5分でも10分でも取り入れるだけでも、個人やチームワークの向上に繋がるものになると期待感を抱きながら、とても充実した時間を過ごさせていただきました。



Lond Holdings 代表取締役  
Lond社内メンターアカデミー主催

甲斐 紀行



Instagram : @kai\_noriyuki



講師  
宇野 唯奈  
合同会社 SoWell 代表  
フィットネストラナーとしてNIKEオフィシャルトレーナーとして活動。  
ピラティス・ヨガ・トレーニング・ストレッチ・ランニングなど幅広い分野において、「メンタルケアとしてのフィットネス」のアプローチが特徴のセッションを提供。様々な企業で社内向けセッションも担当し、社員の健康促進や、女性特有の心身の悩みに寄り添う、フィットネスを通じた女性のエンパワーメントにも取り組む。



Instagram :  
@yuinauno



Official  
Website



合同会社 SoWell

「社員の健康が、企業を強くする」  
オフィスで気軽に参加できるフィットネスレッスンを軸に、運動習慣づくりと社内コミュニケーションを同時に実現。さらに、働く人が知っておくべき健康課題に関する講演などを通じて、心身のコンディショニングを包括的にサポートします。社員の5人に1人が抱えていると言われるメンタルストレス。日常に溶け込む健康習慣が、離職防止と生産性向上につながり、企業の成長を後押しします。

# 防災は、もしものためだけじゃない

「人生のハッピー度」を上げるセルフケアだった

## 防災＝不安・重い・ダサい。

そんなイメージをひっくり返すのが、「HAPPY・カラフルな防災を届ける人」まこびさん

地震や災害は、起きるか起きないかわからない。でも、防災を考え始めると、日常の質が少しずつ変わっていく。

- ・ 家の中を見直す
- ・ 本当に必要なものを選ぶ
- ・ 大切な人との時間を意識する

それは「もしも」に備えるだけでなく、「今の自分を大切にすること」につながっていく。完璧じゃなくていい。全部やらなくていい。防災は、未来の自分を信じるためのセルフラブ。

## 防災士とは？何を学ぶ資格？

ウェルビーイングというテーマの中で、「防災」は「安心」というキーワードの中で欠かせないものだと思っていました。防災士は取得過程で何を学ぶのですか？

まこびさん：災害発生の仕組みや過去の災害の歴史、避難所運営のポイントなど、防災にまつわる情報を幅広く網羅的に学びます。AEDの使い方も含まれています。

石田：AEDは、サロンでも講習をやったほうがいいと感じつつ、なかなか動けていなくて…

まこびさん：AEDは1台の価格が高いため、全店導入は難しい場合もあります。ただ、AEDの検索サイトで「近くにどこが設置しているか」は調べられます。まずはその場所をスタッフ全員が把握しているだけでも、十分に意味があります。ぜひ、講習もやりましょう！

## きっかけは、陸前高田での一言

石田：最初に防災士を取ろうと思ったきっかけは何だったのですか？

まこびさん：大学1年生のときに陸前高田へボランティアに行き、お祭りがきっかけで通い続けるうちに、現地の方々と深くつながるようになりました。ある日、311の話になり、どう逃げたか、誰を亡くしたかという体験を聞きました。普段は語られていなかった話でした。そのとき、ある方が私の目を見て言ったんです。

「まこちゃん、地震が来たらちゃんと逃げなきゃだめだよ」

その言葉が強く刺さりました。テレビの向こうの誰かではなく、大好きな人が

私に向けてくれた言葉。何も備えないまま東京で暮らして、もし自分に何かあったら顔向けできない。そう思ったことが、防災を始めたきっかけです。

## 「堅苦しい防災」をハッピーにする理由

まこびさん：防災は堅苦しく、重たい印象があるからこそ、人が離れてしまう。だから私は、明るく、楽しく、ハッピーに伝えたいと思っています。

石田：会社名に入ってる「カラフル防災」ってどういう意味なんですか？

まこびさん：同じ「備え」でも、住む場所や暮らし方が違えば必要なものは変わります。

茅ヶ崎のアパート2階に住む私と、都心のタワマン上層階に住み、ペットがいて、パートナーが外国人で、潔癖でコミュニケーションが苦手な人では、必要な備えはまったく違う。

双子でも違うと思っています。「1人ひとりの個性に合わせた防災」それがカラフル防災です。



## パーソナル防災セッション

石田：パーソナルな講義もされているんですね。

まこびさん：はい。まず「あなたはどのような人ですか？」と一緒に棚卸しするところから始めます。住む場所、家族構成、働き方、好きなもの、大切にしている価値観。さらに、すでに家にあるものも確認します。全部を買い足すのではなく、あるものを活かす。そのうえで不足分を整理し、優先順位を決めます。1か月の「宿題タイム」を設け、本人に実行してもらい、再チェックする。行動まで落とし込む、サンドイッチ形式のセッションです。



## 命を守るための優先順位

石田：あれもこれも備えるのはちょっと大変だな…と思ったりするのですが、優先順位をつけるとしたらどんな考え方がありますか？

まこびさん：はい。何がないと人は生きられないかの目安を示す「サバイバル3の法則」があります。

- ・ 3分：空気がない
- ・ 3時間：体温保持ができない
- ・ 3日：水がない
- ・ 3週間：食料がない

この順番で考えると、防寒対策の優先度が高いと分かります。あったかい靴下やカイロなどはとても手軽で有効です。

石田：カセットコンロは？

まこびさん：家に備えるなら、おすすめNo.1です！

## 防災リュックは「カテゴリー」で考える

リュックはスペースが限られています。だから「カテゴリー」で整理して考えようと伝えています。

- ・ 寝具（寒さ・背中への痛み対策）
- ・ トイレ関連
- ・ 日常必需品（メガネ・薬など）
- ・ 暑さ寒さ対策
- ・ 移動時対策（ライト・雨具など）

寝泊まりする時に何がないと困るかな？を想像しながら準備をすることが大切です。

## 気候変動と災害はつながっている

地球温暖化が進み気温や海水温が高まることで、台風や大雨の被害が拡大したり、天然のサンゴ礁が白化・死滅することで高潮や沿岸の浸水リスクも高まる。避難時に猛暑が重なれば、被害は掛け算になる。自然災害を止めることは難しくても、被害を減らすには気候変動対策が不可欠。

## ハザードマップは「凡例」を見る

ハザードマップは地震・津波など災害ごとに違います。まず色を見る。線の意味を見る。凡例を読む。眺めるだけでなく、意味を理解することが重要です。

**茅ヶ崎 津波ハザードマップ**  
新しくなりました

**チェックすべき 新ハザードマップのポイント**

- 1 津波がくる予想エリアが拡大
- 2 避難する場所が見やすくなった
- 3 避難すべきエリアの線がひかれた
- 4 何分で津波がくる？が示された

**新しい地図の色の意味はこちら**

6.0m以上	6.0m未満
5.0m以上	5.0m未満
4.0m以上	4.0m未満
3.0m以上	3.0m未満
2.0m以上	2.0m未満
1.0m以上	1.0m未満
0.5m以上	0.5m未満
0.3m以上	0.3m未満
0.2m以上	0.2m未満
0.1m以上	0.1m未満
0.0m以上	0.0m未満

**① 津波がくる予想エリアが拡大**  
旧：海岸線沿いのかなり海に近いエリアしか水が来ないとされていたのが  
新：海から少し離れたエリアにも、津波が予想されるところが増えた

**② 避難する場所が見やすくなった**  
旧：津波の時に避難する場所（赤丸や黒丸の数字を地図上で探して、また別の紙でその建物名を探さなきゃで見づらかったんだけど・・・  
新：1ページで見やすくなりました！！これは地球に感謝

**③ 避難すべきエリアの線がひかれた**  
【避難対象地域】の線がひかれた！紫の斜線～海岸のエリアから、逃げようね

避難水位の目安  
・30cm：もう避難手遅れ  
・1m：津波巻き込まれたら死亡率ほぼ100%  
・6m：2回の層楼以上

避難対象地域 この線  
津波ここまで浸水するよ～のエリアより念のためちょっと広めに線がひかれてる

防災アプリ Yahoo! 防災速報 NERV 防災

## 防災は、未来の自分へのラブレター

もし何も起きなかったとしても、防災をした時間は無駄にならない。家が整い、気持ちが良い、人生の安心度が上がる。防災は、怖いからやるものではなく、大切に生きたいからやるもの。今日、ひとつ。できるところから始めてみよう。



Coloful Bosai Creation代表  
古島 真子(まこび)  
@MAKOPI\_TO\_BOSAI





## Flow

サービス利用の流れ  
(セラピーまでの流れ)



<https://mymental-care.com/>

### Step 1

相談したいことや、セラピストに求めることについての短いアンケートに答える  
↓  
アンケート解答後に、自分のニーズに合ったセラピストが表示される



### Step 2

プロフィールを見て気になるセラピストをクリック。メッセージからセラピストと日程を調整してセッションを予約。



### Step 3

セッション開始前にブランケットや飲み物などを用意して、自分がリラックスできる空間を作ろう



### Step 4

セラピーに参加しよう！(初回は15分無料)気に入ったら次の予定を立てよう。別のセラピストとのマッチも可能です。



## ヨガやピラティスのようにオンラインカウンセリングを取り入れよう



### 小槻 みのり

株式会社すたてら 代表取締役  
カリフォルニア州公認心理カウンセラー  
Associate Marriage and Family Therapist (AMFT)  
Associate Professional Clinical Counselor (APCC)  
の資格を持つ。



Instagram  
@minoriozoki

**石田:** このオンラインカウンセリングを立ち上げようと思った経緯を教えてください。留学時のカルチャーショックがきっかけだったと伺っていますが、どんな気づきがあったのでしょうか。

**小槻さん:** きっかけは大きく二つあります。一つは、私自身がカウンセリングを体験したこと。もう一つは、学び、現場に立つ中で、日本と海外でのカウンセリングの受けられ方の違いを強く感じたことです。

私は、成長の過程で「感情は外に出さないもの」「悩みは自分で抱えるもの」という価値観の中で育ちました。誰かに本音を話したり、弱さを見せたりする選択肢を持たないまま大人になり、心の違和感を言葉にする経験がほとんどなかったんです。

大学で心理学を学ぶ中で、初めて自分自身と向き合う必要に迫られ、カウンセリングを受ける機会がありました。正直、もっと重く特別な場所だと思っていましたが、実際は想像以上にフラットで、安心できる時間でした。海外では、カウンセリングやセラピーが「問題を抱えた人のためのもの」ではなく、自分の状態を整えるためのセルフケアとして自然に受け入れられている。その空気感に、大きな衝撃を受けました。

その後、臨床心理学を学び、カウンセラーとして現場に立つ中で、カウンセリングに来る人たちは決して弱い人ではなく、「自分の人生をより良くしたい」と前向きに向き合っている人たちだと実感しました。一方、日本では今も「心のケアは特別なもの」「限界になってから行く場所」というイメージが根強く残っています。だからこそ、もっと日常に近い形で、もっと安全に、自分のペースで心と向き合える場をつくりたいと思いました。オンラインという形を選んだのは、場所や人目に縛られず、安心できる環境で受けられること、そして全国どこにいても自分に合うカウンセラーと出会う可能性を広げたかったからです。

日本では外見や体のケアは当たり前になりつつありますが、内面に時間やお金をかけることには、まだ戸惑いがある人が多いと感じています。「これくらいなら我慢できる」と後回しにされがちな心のケアを、ヨガやピラティスのように、人生を整えるための選

択肢の一つとして根付かせたい。このオンラインカウンセリングは、誰かが限界になる前に、少し立ち止まって自分を見つめ直す場所でありたいと思っています。

**石田:** サービスは、始めてどれくらいになりますか

**小槻さん:** 2024年4月にスタートして、今年で2年目です。

**石田:** 登録されているセラピストさんたちと、サービス改善のための意見交換なども行っているのですか？

**小槻さん:** はい。毎週1回、セラピスト同士で意見交換の場を設けています。クライアント対応で迷ったときの相談や、システムをどうすればもっと使いやすくなるか、どういうコンテンツがあれば一歩踏み出しやすくなるか、といった話をしています。現場の声をもとに、サービスをアップデートし続けています。

**石田:** 以前お聞きした、強い自殺念慮がある方などは別の支援先につなぐ仕組みについても、その考え方を教えてください。

**小槻さん:** オンラインでできるケアには限界があります。診断や薬が必要な方、強い自殺・他害念慮がある方、18歳未満の方については、より適切な医療や地域支援につなぐことを大切にしています。私自身もセラピストということもあり、お金の為に留めることはせず、その人にとって一番安全で現実的なケアを届けることが、カウンセラーとしての責任だと考えています。この線引きは、マイメンタルケアに登録してくださっているセラピストからも信頼されている部分です。

また、セラピストの負担を守ることも重視していて、深夜に個別の緊急メッセージが届くような設計にはせず、定形のやり取りに限定することで、ワークライフバランスを保てる仕組みにしています。その分、採用基準はかなり厳しく、応募300~500人に対し、採用は10~20人ほど。年に数回、慎重に採用しています。

**石田:** 利用者側がチェックリストで選ぶ仕組みは、セラピストとのマッチングを助けるためなのですね。



**小槻さん:**はい、マイメンタルケアの特徴は、料金や得意分野の幅があること。2,000円~12,000円まで幅があり、家族問題・不安・キャリア・トラウマなど、対応できるテーマも本当にさまざまです。だからこそマッチングを通して、「自分が続けられる価格帯」と「今話したいテーマ」に合うセラピストを見つけられる仕組みにしています。たくさんの選択肢の中から、“この人なら話せそう”と思えるひとりに出会ってほしい、という願いがあります。

また、最初のセッションで「ここに書いてありましたよね」と自然に会話を始めやすくなるのも大きなポイントです。話すのが苦手な人にとって、チェックリストは大切な入り口になります。

**石田:**何を話せばいいかわからず、選べない人も多そうですね。セラピストの選び方にコツはありますか？

**小槻さん:**一番大切なのは、セラピストとの信頼関係です。最初のきっかけは、本当に何でもいい。失恋や人間関係の悩みでもいいし、話していくうちに自然と深いテーマに移っていきます。「この人なら話せそう」と感じることで、そして少しでも自分と向き合ってみたいという気持ちがあること。それだけで十分だと思っています。

**石田:**感覚的には、税理士や弁護士のような「専属の専門家」に近いですね。

「心と向き合うことが、当たり前になる社会へ。」

**石田:**これからどんな進展を目指していきたいか、ビジョンを教えてください。

**小槻さん:**正直、数字はあまり追いかけていません。

よくあるスタートアップのように「ここまでにいくら達成」という目標もなく、私がやりたいのは、カウンセリングや心のケアが、当たり前のセルフケアになる社会をつくることです。

これはすごく個人的なジャーニーから始まっています。

今は外見を磨くことは当たり前の時代ですが、内面と向き合うことは、まだ特別なこととして捉えられがちです。私自身、もっと早く心のケアに出会っていたら、つらいところまで行かずに済んだかもしれない、と思うことがあります。

だから、誰かが限界になるまで待つのではなく、サウナやヨガ、ピラティスに行く感覚で、カウンセリングや内面磨きが日常に組み込まれていく社会になってほしい。

ただ、それは時間のかかる文化づくりだと思っています。

日本は集団を大切にすることで、「自分と向き合うこと」が自分勝手に見られる場面もある。それでも、実際にカウンセリングを通じて人生が変わった、仕事や人間関係に良い影響があった、という声を聞くたびに、価値は必ず伝わっていくと感じています。

もう一つの大きなテーマは、心理職の価値を正しく届けることです。心の悩みは「無料で聞いてもらうもの」という意識が強い一方で、本当に危機的や人のための支援は電話が繋がるまで数時間待ちという現実があります。だからこそ、千円でも二千円でもいいから、自分のために時間とお金を使って話すことに価値を感じられる社会であってほしい。普段から自分に投資する文化が広がれば、本当に命の支援が必要な人には、最後のセーフティネットがきちんと届く。

それが結果的に、心理業界全体の底上げにもつながると信じています。

**石田:**最後の質問ですが小槻さんにとって、ウェルビーイングとはどういう意味だと思いますか？

小槻さん:私にとってウェルビーイングは、「自分の選択にハッピーでいられること」だと思います。

誰かが決めた基準に当てはまることではなく、自分が何を大切にしたいのか、どんな状態だと心地いいのかを理解して、その感覚に少しずつ自分を合わせていくこと。そのプロセス全体がウェルビーイングだと感じています。

「“悩みがなくても”受けていい時間だった。」

USER VOICE

**miyuさん:**オンラインカウンセリングは、定期的に自分を見つめ直せる時間です。私は月に2回、2週間に1回のペースで受けています。週末の朝に時間を取ることが多く、「最近どうでした？」という一言から始まるのが、すごく自然で助かっています。

最初は、はっきりした悩みがあったというより、「今の状況をどう受け止めたらいいかわからない」という感覚でした。人は変えられないのに、どうしてもモヤモヤしてしまう。そんな時に自分の考え方をどう整えればいいのか。その話からスタートしました。

半年ほど続けていますが、話題はどんどん変わっています。仕事の人間関係のこともあれば、家族のこと、時には推し活の話だけの回もあります。本当に何でも話していいんだ、という安心感があります。印象的なのは、ただ話を聞いてもらうだけでなく、「どこが一番しんどかったと思いますか？」と丁寧に問い返してくれること。自分では気づかなかった思考の癖や感情の背景を、一緒に言葉にしてくれます。

「もしかしたら、こういう見方もできるかもしれませんね」と、新しい視点をそっと差し出してくれるので、感情が整理されていく感覚があります。

ジャーナリングもしていますが、セラピーは全く別物だと感じています。書くことは自分のペースでできる一方で、セラピーでは会話の中で思いがけない本音が出てくる。「あ、それ今まで一回も考えたことなかったな」と、自分では掘り下げられなかったところまで、一緒にたどり着けるのは対話ならではの感覚だと思います。オンラインだからこそ続けられている面も大きいです。移動の負

担がなく、セラピストとすごく仲良くなっているのも、もうすっぴんメガネバジャマ(笑)とかでもリラックスした状態で受けられる。日常でしんどかったことはメモしておいて、次の回で話す。その積み重ねが、私にとってのセルフケアのリズムになっています。2週間に一回のその時間がいつも楽しみになってます。

最近、推し活の話から「自分が何に心地よさを感じるのか」を言語化できたこともありました。そこから人との関係性や価値観までつながっていった。「あ、こういうタイプの人や関係性が自分には大事なんだな」と腑に落ちたんです。

どんな話題からでも、自己理解につながっていく。それが、オンラインカウンセリングを続けている一番の理由かもしれません。

**石田:**miyuさんにとって、ウェルビーイングとはどういう意味だと思いますか？

**miyuさん:**私にとってウェルビーイングは、「自分の機嫌を自分で取れている状態」かもしれません。

以前は、気分が落ち込んだり自己嫌悪に入ったりすると、そのまま引きずってしまうことが多かったんです。でも今は、セラピーで話す、友達と会う、ゆっくり休む、お花を買う、ネイルをする——そうやって自分のために時間やお金を使っているという実感があるだけで、「ちゃんと自分を大切にしている」と思えるようになりました。

“ビーイング” (being) って、ずっと一定ではなくて、揺れるものだと思います。だからこそ、崩れ切る前に自分を立て直せる“選択肢”を知って、持てているか大事。

周りはコントロールできなくても、自分の機嫌や状態には少し働きかけられる。その感覚を持てているとき、私は「いま、ウェル(well)だな」と感じます。



小槻 みのり

カリフォルニア州認定セラピスト (Associate Marriage & Family Therapist)  
株式会社Statera 代表取締役 / My Mental Care 創業者

カリフォルニア州認定セラピストとしての臨床経験を基盤に、アジアでメンタルヘルス事業を展開。2024年、日本にてオンラインカウンセリングプラットフォーム「My Mental Care」をローンチし、アジア圏における心理支援のアクセシビリティ向上と、文化・社会背景を踏まえた支援体制の構築に取り組んでいる。経営と臨床を両立しながら、セラピーを“特別なもの”から“日常の選択肢”へと再定義することを志す。ビジョンは、メンタルヘルスを社会にとって自然で、洗練された文化へと昇華させること。



Podcast : 『今日もなんとか生き延びたい』

社会や人間関係、そして自分自身のこと。つい考えすぎてしまう Miyu と Yuhi が、今日を生き延びるためにモヤモヤや本音をシェアするPodcast。働き方、友情、恋愛、ADHD、自己理解など、リスナーのみなさんのお便りをきっかけに、ふたりの視点で“ちょっと呼吸がしやすくなるヒント”を一緒に見つけています。毎週月曜日に配信中。



Miyu

「きょうのび」の声が低い方。エシカル・サステナブルを軸にしたライフスタイルを発信しながら、モデル、講演、PR、イベントプロデュースなど活動中。仕事をする上でポリシーは「100年後の未来に残ってほしい」と思えるかどうかであり、地球環境や社会に配慮した事業にのみ関わることにこだわりを持っている。Podcastを収録している六本木のコミュニティカフェ「um(アム)」にてコミュニティマネージャーも務めている。

# 今話題の ジャーナリングって？

日記とはどう違うの？



## 01 日記とジャーナルの違い

小槻さん:日記とジャーナリングは、どちらも紙に書くものですが、目的の置き方が違うのかなと感じています。日記にもさまざまな種類や目的がありますが、一般的には、形式が決まった日記帳に習慣的に書き続けることで、出来事やその時の思考を「記録」していくプロセスだと思います。

ジャーナリングは、白紙のノートや質問が用意されたノートに、感情や思考を自由に書き出していくものです。「今どう思っているか」「なぜそう感じたか」という気持ちや考えを棚卸しし、整理しながら、自分を理解していく「自己探究のプロセス」なのかなと思っています。

## 02 ジャーナルの効果

このようにジャーナリングは、感情をそのまま書き出してよい場所(エクスプレッシブ・ライティング)で、感情の言語化に効果的です。(言葉になっていないネガティブな感情は怒りとして表れやすく、人間関係の摩擦につながることもありますよね)

しかし、感情が言語化されるだけでも、自分の中で腑に落ちて理解が進みます。さらに、日常で関わる人に対して自分のニーズを適切に伝えられるようになり、よりヘルシーな人間関係を築くことにもつながるのではないかと思います。



### こんな方におすすめ

- ・自分の気持ちをうまく言語化できない
- ・過去の出来事や家族との関係を整理したい
- ・セルフケアとして書く習慣を取り入れたい
- ・カウンセリングに興味はあるけど、まずは自分で向き合ってみたい
- ・自己理解をもっと深めたい
- ・カウンセリングでスラスラ話せるよう事前に整理したい

**ガイドッドジャーナルとは？**  
 ガイドッドジャーナルとは、用意された質問に答えていくことで、自分の内側を言語化しやすくしてくれるノートのこと。白紙に自由に書く日記とは違い、質問があることで心の深いところまで自然と導かれていきます。  
 「ジャーナリングって何を書けばいいかわからない…」という人でも、無理なく始めやすい方法です。

My Mental Careのガイドッドジャーナルは、オンラインカウンセリングを運営している私たちがつくった、「書くカウンセリング」  
 実際のカウンセリングでも扱うような、心の奥にそっと触れ、向き合えるような質問を100個収録しました。



オススメジャーナリングノート  
**2AM journal**  
 【仕様】  
 サイズ: B6  
 ページ数: 140ページ  
 仕様: ガイドッド(質問入り)ジャーナル  
 購入ページ [tiktok](#)  
 



マイメンタルケアさんはこのようなジャーナリングシートを配ってジャーナリングナイトを開催しています



本誌編集長の石田も参加してきました。まず文字を書くということを最近していなかったので、スマホで文字を打つ、ではなく、紙に文字を書く、ほうが発想が脳みそから湧いて来る感覚にトキメキを覚えました。また、ジャーナリングナイトで売っていたノートがポーカー好きの石田にハマリ(最近サイコロ柄も好き)購入。愛用しています。

**開催場所**  
**um cafe**  
 毎月第1水曜日夜に開催  
 東京都港区六本木4-10-11 1F  
  
 @UMTOKYO

## 「わたしたち更年期ヘルスケアアドバイザーの資格取りました」



**中野 千帆**  
なかの ちほ  
Lond Lily銀座 代表  
エグゼクティブスタイリスト  
@chiho\_0822

お客様一人ひとりの「なりたい」と「似合う」を大切に、ヘアを通して人生に寄り添うことを大切にしています。



**石畑 結華**  
いしばた ゆいか  
Lond fleur大宮 店長  
エグゼクティブスタイリスト  
@yuika.ishibata

やわらかく丁寧なカウンセリングで、女性のライフステージに寄り添った提案を心がけています。



この度、私たちは  
更年期ヘルスケアアドバイザー資格を  
取得いたしました。

### 更年期ヘルスケアアドバイザーとは？

更年期は、閉経前後約10年間を指し、女性ホルモン(エストロゲン)のゆらぎによって心身にさまざまな変化が起こる時期です。

- ・急なほてりや発汗
- ・イライラや不安感
- ・眠りの質の低下
- ・抜け毛や髪質の変化
- ・肌の乾燥やたるみ

これらは「気のせい」ではなく、ホルモンバランスの変化が関係していることもあります。

更年期ヘルスケアアドバイザーは、

- ・正しい知識を持ち
  - ・医療と美容の橋渡し役となり
  - ・女性が自分の体を理解できるようサポートする
- そんな存在です。

私たちは美容のプロであると同時に、女性の体の変化を理解するパートナーでありたいと考えています。

「もしかして、更年期かも？」

そんなふう感じたことがあっても、実際に医療機関を受診できていない女性は約7割にのぼるといわれています。

なんとなく不調が続く。

気分の浮き沈みや、眠りの浅さ、体のほてり。

でも「まだ大丈夫かな」「これくらい普通かな」と、自分のことは後回しにしてしまう。

女性の体は、ライフステージとともにゆるやかに変化していきます。

その変化は自然なこと。でも、ひとりで抱えなくていいものでもあります。

正しい知識を知ること。安心して話せる場所があること。

それだけで、心は少し軽くなるものです。

ヘルスケアアドバイザーとして、がんばりすぎてしまう女性たちが、自分の体とやさしく向き合えるきっかけを届けていきたいと思っています。

### 何ができる？「ホルモン検査のこと」

最近では、美容室でできるホルモン検査キットも登場しています。後頭部付近の髪の毛を10本ほど採取し、美容室専売の検査キットに貼り付けて送るだけ。

- ・エストロゲンの状態
- ・更年期リスクの傾向
- ・体のゆらぎのサイン

を客観的に知ることが可能です。

(検査結果は約二週間ほどでお客様のメールに直接送られます。)

私たちが目にすることはございません。)



「なんとなく不調」

「最近、髪が変わってきた気がする」

その背景にホルモンの影響があるのかを知ることで、ヘアケアや生活習慣の見直しがよりの確になります。

私たちは検査のご案内や、結果をもとにした生活・美容アドバイスを行うことができます。

※医療行為や診断は行いませんが、必要に応じて医療機関受診の目安もお伝えします。

### 美容室は「まちの保健室」

美容室は、定期的に通う場所。だからこそ私たちは、髪だけでなく「心と体の変化」にも気づける存在でありたい。

こんな時にぜひご相談ください。

- ・最近、抜け毛が増えた気がする
- ・白髪の増え方が急に変わった
- ・気分が落ち込みやすい
- ・夜ぐっすり眠れない
- ・誰かにちょっと聞いてほしい

特別な相談でなくて大丈夫です。カットやカラーの合間に、「最近ちょっとね」と話せる場所。

それが、私たちの目指す“まちの保健室”としての美容室です。これからも、女性が年齢を重ねることを前向きに楽しめるように。美容を通して、一生寄り添える存在でありたいと思っています。どうぞお気軽にお声がけください。

### 詳細はこちら

美容室はまちの保健室®  
<https://healthcare-at-salon.studio.site>



3/1全社員会議では、Lond Lily代表 中野千帆の紹介により一般社団法人 東京産婦人科医会理事 宮益坂メリーレディークリニック院長 長岡 美樹先生に

## SRHR

Sexual and Reproductive Health and Rights  
セクシャル・リプロダクティブ・ヘルス/ライツ

### 性と生殖に関する 健康と権利

プレコンセプションケア

- \*からだについて
- \*こころについて
- \*未来のために大事なこと
- \*子どもを持ちたい人の基礎知識

について講義いただきました



### スタッフの感想

・男ですが、パートナーや大切な人、また家族など、何か手助けできるとき知識としてあるととても良いなと改めて感じました。助けられることは少ないし、共感を得ることはとても難しいと思いますが、改めて女性を大切にしようと思いました。

・私自身も元々生理が重く、3年前駅のホームで倒れてしまい救急搬送されてから毎日薬を飲んで今もずっと生理を止めています！でもやっぱり男性だけでなく、生理が軽い女性からの心無い言葉も受けたことがあり悩む時期もあったので今回のような機会を設けていただけて本当に良かったです。

いつか将来は、男性女性関係なくお互いを尊重し合える考え方を私自身も広めて行きたいという気持ちが個人的にあります！とても貴重で素敵な機会でした！ありがとうございました！

・男性の店長に、月経の時のお手洗いのタイミングや回数理解が得られなくてデリカシーの無いことを言われたりで不快な思いをしていたので今回の会が本当に有難かったです。少しでも女性の月経などに対する理解が深まっていたら嬉しいと思います。貴重な経験をありがとうございました。

・婦人科に付き添いに行った時、意外と恥ずかしい気持ちになったのですが、大切なことなので自分の中の意識が変わりました！パートナーの体調しっかりケアしたいと思います！ありがとうございました！

・周りに男のスタッフしかいなくて甘えとか思われそうとかであまり自分からはいいだせないから、今回の月例会の内容で少しでも知ってくれたりするだけでも嬉しいし、どうしてもメンタルが不安定で自分でもどうにもできなくて辛いけど少しは仕方ないと思えてよかった。

・昨日はありがとうございました！女性の生理で今まで知らない事なども聞いて女性の気持ちが少しは分かったと思います。自分の周りの中で生理痛で悩んでる子がいましたら是非、先生の事をご紹介したいと思いました！

## 「電気をつくる」じゃない。 人がつながり、大地が息を吹き返す。ソーラーシェアリングという希望

東光弘さん × 江守正多さん × 石田吉信



### 畑と太陽光が共存する風景。木漏れ日のような光が、作物と人の暮らしを支える。

畑の上に太陽光。だけど、これは“発電設備”の話だけではなく耕作放棄地が畑に戻り、虫が増え、鳥が戻る。売上の一部が地域へ還元、人が集まり、物語が生まれる。自然エネルギーを、もう一度「ハッピーな文化」にするために。

耕作放棄地は増え続け、農業の平均年齢は約70歳。だからこそ「続けられる仕組み」が必要になる。

「CO2が減った」だけで終わらせない。  
生物多様性も、ゴミも、地域のお金の循環も。

**石田:** 東さんのソーラーシェアリングは、「畑の上に太陽光」以上の世界観がありますよね。

**東さん:** セットで考えています。“CO2が減った”だけではありません。オーガニックにして、30by30\*の観点で生物多様性も回復させる。リサイクルも最初から「ゴミが出ない設計」に

する。最初の設計思想がすべてを決めるのです。

**石田:** 現場で実際に変化はありましたか。

**東さん:** 耕作放棄地だった場所を畑に戻し、不耕起栽培で農業を使わない畑を増やしました。そうしたらキジが増えました。虫が増え、カエルが増え、それを食べる鳥が増え、猛禽類も戻ってきます。これは“設備”ではなく、地域のレジリエンスを育てる仕事だと思っています。

**石田:** ソーラーシェアリングの下が“木漏れ日みたいになる”という話を聞きますが、農作物にどう効くのでしょうか。

**東さん:** プラスになるものが多いです。自然界に“完全な野原”は実は少なく、高木・中木・低木があって、その下で植物は生きてきました。だから夏場、土中で育つ野菜は、ソーラーシェアリングの下の方が収量が良いものが多いのです。

\*30by30とは  
2030年までに世界の陸域・海域の30%を保全するという国際目標。生物多様性の損失を止めるため、各国が取り組みを進めています。

**石田:** 江守さんはソーラーシェアリングを実際見て、何を感しましたか？

**江守さん:** 道沿いの左右に次々にソーラーシェアリングが現れる景色が印象的でした。こんな景色が日本中に広がればよいと僕は思ったのですが、人によっては景観が変わることへの違和感を感じるのだろうなど。これが当たり前になるには時間がかかるのかもしれませんが、着実に広がってほしいです。



売上の一部(例:2%)を地域へ還元。  
プロジェクトのお金が地域で循環する設計。

日本の農業は、“不利なルール”で戦っている。



**石田:** 農業の現実について、率直に教えてください。

**東さん:** 農業は社会に絶対に必要な営みです。しかし日本はかなり厳しい構造にあります。食料自給率は約38%。そして広義での農業の助成金率も38%です。

**石田:** 100の収入があれば38が助成金ということですか。

**東さん:** そうです。ただ韓国は60%、アメリカは80%、EUは90%を超える国もあります。

多くの国では食料は公共インフラとして守られています。その中で日本は低い保護率で世界価格競争をしている。だから農家は“無理ゲー”なのです。

農業従事者の平均年齢は約70歳。

農地は約440万ヘクタール、その約1割が耕作放棄地。このままでは産業が衰退するだけでなく、食の安全保障が揺らぎます。

世界では穀倉地帯の収量が落ち、中国は輸入国に転じ、オーストラリアは干ばつ、ウクライナは戦争。

外部環境は不安定なのに、国内の担い手は減っています。



**江守さん:** 法人の大規模化は進みそうですね。

**東さん:** 大規模化は進みます。ただ基盤整備が整う30~40%の農地に限られます。

分散した土地は空洞化します。そこにソーラーシェアリングを入れていきたいのです。

**石田:** 農家の経済的にはどう変わりますか。

**東さん:** “すごくうまくいっている農家”でも1ヘクタール純利益は約50万円。10ヘクタールで500万円。そこに1ヘクタール50~60万円の売電収益が加われば倍になります。500万が1000万になると、継承の現実味が変わります。農業を“ジャガイモ何キロ取っていくら”だけで見ない方がいい。

**私は「農村経営業」という捉え方を提案しています。**

**人が集うことも収穫(ハーベスト)と捉える。**

**電気ができてマネタイズされるのも“畑の実り”と言っていい。**土の中で炭素が固定化され、それがクレジット化されるなら、それも農業の価値になり得ます。

固定観念に縛られない組み合わせで広げたいのです。

## 0と1は違う

最初は1500㎡、資本金90万円。志を一つにする市民たちによるほぼ手作りの発電所でした。



## 「匝瑳第一市民発電所」の詳細はこちら

- 設備容量35.07kW(面積/約832㎡)
- 地目/農地(ソーラーシェアリングにて農業委員会許可済み)
- 栽培作物/大豆
- 2014年6月21日/工事建設開始
- 2014年9月4日/設備完成
- 2014年9月17日/系統接続工事終了
- 2014年9月29日/系統接続・発電開始(無事終了)
- パネルオーナー制度による市民共同発電所(2015年3月31日募集終了)
- 災害時・停電時は、地域に電力を開放します。
- 見学歓迎!どうぞお問合せ下さい。



その実績から、城南信用金庫から2億2千万円を調達。3万2000平方メートルもの土地を再生、事業規模は3億円へ。

## 応援は、知ることから始まる。

**江守さん:**ソーラーシェアリングに希望を感じます。応援したいと思った人は、何をすればいいでしょうか？

**東さん:**まずは知ることです。派手なことではありませんが、ここが一番大事です。「知るエネなくして省エネなし、省エネなくして再エネなし」。エネルギーを知らなければ選べません。選べなければ社会は変わりません。

**石田:**最近金の価格が上がったとか、円安とか、不安のニュースが多いですね。でも究極、金は食べられません。気候変動が進めば「食」の価値はもっと上がる。その危機感は、もっと共有されてもいいと思います。

**東さん:**まさにそうです。食とエネルギーは生活の土台です。ソーラーシェアリングは、その二つを一緒に守る仕組みでもあります。電気をつくることが畑を守ることに繋が

る。それは環境対策であり、同時に安全保障でもあります。

**石田:**ウェルビーイングに欠かせませんね。

**東さん:**はい。ソーラーシェアリングは発電設備を置くという話だけではありません。畑があり、作物があり、人が集まる。そこに電気がある。すべてがセットです。

そして私は、電気は人と人をつなぐ「メディア」だと思っています。ただのエネルギーではありません。電気を媒介にして、環境の情報も、人も、エシカルな選択や価値観も行き交う。発電というより、つながりを生んでいる感覚なのです。

例えば「この畑の上でつくられた電気です」とか、「ここは農業を使っています」といった物語が伝わると、人の見方は変わります。再エネは本来、そういう文化的なものだったはずなんです。



**江守さん:**東さんは、この先どんな未来を描いていますか？

**東さん:**指数関数的に伸びていく未来だと考えています。ただ量の目標よりも、文化をつくるというイメージを強く持っています。そして強いDNAをつくっていききたい。以前は「ウイルス経営」と言っていましたが、今は「ミトコンドリア経営」です。私たちがどこかの企業と組むと、その企業のサステナビリティが元気になる。そんな増え方を設計したいのです。

**石田:**ちなみに、ソーラーシェアリングがどれくらい広がれば、日本の電力はどの程度まかなえるのでしょうか？

**東さん:**日本の農地は約440万ヘクタールあります。そのうち、仮に17%程度にソーラーシェアリングを設置できれば、日本の電力需要は理論上まかなえる規模になります。

**石田:**17%で、ですか？

**東さん:**はい。全部を太陽光にする必要はありません。農業と両立しながら、一部を活用するだけで十分に可能性がある。それだけポテンシャルがあるということです。

**石田:**2025年、カーボンニュートラルに向けた電源構成は、ソーラーシェアリングの登場によってかなり変わるのではないのでしょうか？

**東さん:**正直に言うと、世の中は少し「ぬるい」と思ってい

ます。2030年とか2050年とか言っていますが、本気でやれば、もっと早くできるはずなんです。

技術はもうあります。資金もあります。人材もいます。足りないのは覚悟だけです。

エネルギー問題は、構造的に不可能な課題ではありません。むしろ、やると決めれば加速的に進みます。指数関数的に伸びる世界なので、スイッチが入れば一気に変わる。

2050年をゴールにしているようでは遅い。本気で取り組めば、もっと前倒しできると私は思っています。

**石田:**東さんの話を聞いていると、「そうやっていくのだからうな」という自然な希望が湧いてきます。

**東さん:**再エネは金儲けの道具ではありません。ハッピーになるためのツールです。本当はずっと、おしゃれなものだったはずなんです。でも一時期、利益優先のメガソーラーで嫌われてしまった。だからもう一度、自然エネルギーを文化に戻したい。

私は早く再エネ100%の社会をつくってしまっ、それから映画を撮るとか、小説を書くとか、そういうことに戻りたい。再エネはずっと主役である必要はありません。当たり前になって、いつか「そういえば昔、転換期があったよね」と思い出になるくらいいいのです。

**石田:**江守さんから見て、東さんってどんな存在ですか？

**江守さん:**東さんは、僕のヒーローの一人です。プレゼンテーションもしっかりしていて、言葉がわかりやすい。だから人の見方が変わるんだと思います。

## 「太陽光は、次のステージへ」



**石田:**今日、現場を見ていて印象的だったのが「ペロプスカイト太陽電池」です。これまでのシリコン太陽光とは、何が違うのでしょうか？

**東さん:**簡単に言うと、軽い・曲がる・曇りに強い。今のシリコンは効率が20%超えですが、ペロプスカイトは現状15%前後。ただし、曇りの日の発電量が多いので、年間では差が縮まっています。研究室レベルでは30%近い数字も出ています。

軽くて曲がるということは、建物の壁面、曲面、都市の隙間、これまで難しかった場所にも貼れる可能性がある。太陽光が「巨大な設備」から、「街に溶け込む存在」に変わるかもしれない。今の太陽光発電は「設備」としての顔が強かった。でもペロプスカイトは、デザインと共存できる可能性がある。もし都市のビルが自然に発電し、鉄道沿いの壁が発電し、畑の上でも木漏れ日のように発電するならエネルギーは「特別なもの」じゃなくなる。ペロプスカイトのような技術が進めば、山を削る必要も減り、都市の中で自然に発電できるようになるかもしれない。

—2026年、千葉大で商用発電所がローンチされるペロプスカイトは、新しい希望。来年からの展開に、大きな期待が集まっています。なんと取材させていただいた2026.2.7はあいにくの大雪。それでもペロプスカイト太陽電池は発電しているとのこと。シリコンの太陽光パネルと構造が違い発電できるとのことでした。



## 東光弘

有機農産物流通に20年間従事。  
2014年市民エネルギーちば(株)設立。営農型に特化した自社発電/EPC事業開始。  
2021年「(株)TERRA」設立。同年環境大臣表彰【大賞】受賞。千葉県匝瑳市/環境省脱炭素先行地域に参加。2023年営農型ペロプスカイト太陽電に関する特許を取得。積水化学工業(株)と共同実証試験開始。「ソーラーシェアリング」で始める新しい農業/農文協】発刊予定。  
2025年「(株)TERRA INTERNATIONAL」設立。



<https://www.energy-chiba.com>



東京大学 未来ビジョン研究センター教授

## 江守 正多

1997年に東京大学大学院総合文化研究科を修了。博士(学術)。同年より国立環境研究所に勤務。同研究所地球システム副領域長等を経て、2022年より東京大学未来ビジョン研究センター教授。専門は気候科学。気候変動に関する政府間パネル(IPCC)第5次・第6次評価報告書主執筆者。



<https://x.com/seitaemori>

## 希望を感じた3つの気候変動ニュース

### ① 再エネが石炭火力を上回った(2025年上半期)

#### 「再エネは“主役”になり始めている」

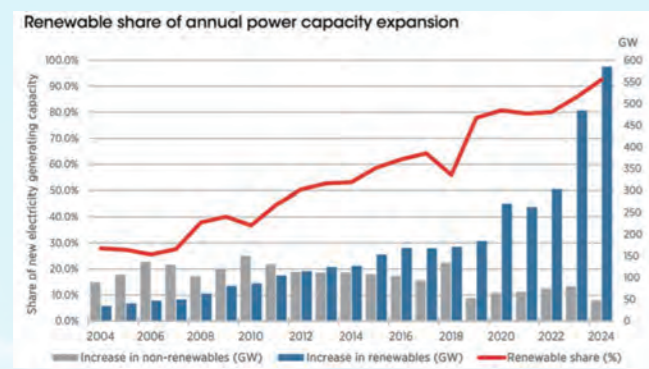
2025年上半期、世界の電源構成において再生可能エネルギーが石炭火力を上回ったという報道がありました。これは一つの象徴的な出来事です。ただし、重要なのは“石炭を超えた”という単発のニュース以上に、その背景にあるトレンドです。世界のエネルギー需要は途上国を中心に増え続けています。増えていく需要をまず再エネで賄い、さらにその伸びが需要増を上回れば、化石燃料は自然と減っていく構造になります。この流れが続けば、理論上は再エネ100%へと近づいていく。「転換が始まっているかもしれない」ということ自体が、私は希望だと思っています。

### ② 2024年、新設発電の90%以上が再エネ

(出典：国際再生可能エネルギー機関 IRENA)

#### 「世界は“新しく作る電源”をほぼ再エネにしている」

2024年、世界で新設された発電設備容量の9割以上が再生可能エネルギーでした。つまり今、世界では「これから作る発電所はほぼ再エネ」という判断が主流になっています。もちろん、中国の製品が大きな割合を占めているという注意点はあります。しかしそれでも、途上国を含めて「新規投資は再エネ」という方向に大きく舵が切られている事実は重要です。エネルギー転換は理想論ではなく、経済合理性を伴う現実的な選択になりつつある。それがこのデータの意味です。

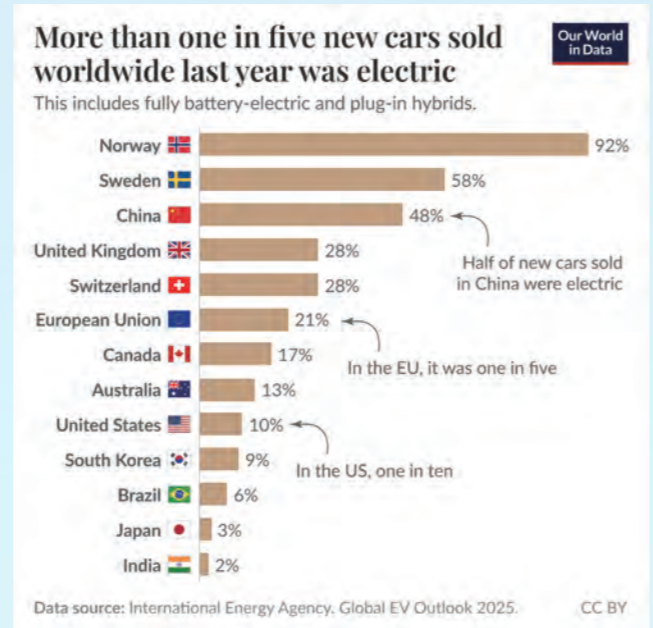


https://www.irena.org/-/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2022/Apr/IRENA\_RE\_Capacity\_Highlights\_2022.pdf

### ③ EVは世界で約20~25%、日本は約2%

#### 「日本だけが遅れている？ EVのリアル」

世界の新車販売のうち、約20~25%はすでに電気自動車(EV)です。一方、日本は3%。私たちは、世界の変化を実感しにくい場所にいます。EVは家で充電できます。もし家庭に太陽光発電があれば、再エネ100%で走ることも可能です。技術的にはすでに実現可能な未来です。日本の自動車産業の移行や政策のスピードが影響している面もありますが、世界の流れは明確です。数年でさらに割合は伸びるでしょう。「まだほとんど普及していない」という印象は、日本の特殊事情によるものかもしれません。



https://ourworldindata.org/data-insights/what-share-of-new-cars-in-your-country-is-electric



東京大学 未来ビジョン研究センター教授  
江守 正多

1997年に東京大学大学院総合文化研究科を修了。博士(学術)。同年より国立環境研究所に勤務。同研究所地球システム副領域長等を経て、2022年より東京大学未来ビジョン研究センター教授。専門は気候科学。気候変動に関する政府間パネル(IPCC)第5次・第6次評価報告書主執筆者。

## 誤情報にウェルビーイングが惑わされないために

### メディアリテラシーとは何か

#### フェイクニュース時代をどう生きるか

石田:江守さんは、科学的根拠のない誤情報に対して訂正されたりする発信をされていますよね。そもそも「メディアリテラシー」という言葉自体を知らない人も多くですし、「エコチェンバー現象」もあまり知られていないのではないかと考えています。誤情報に振り回されてウェルビーイングを失わないために解説していただけたらと思って取材させていただきました。

#### エコチェンバー現象(Echo Chamber)

意味:自分と似た意見や価値観の情報ばかりが繰り返し表示され、同じ考えが強化されていく現象。  
なぜ起きる?:SNSやYouTubeのアルゴリズムが、過去の閲覧・いいね履歴をもとに「好みに合う情報」を優先表示するため。  
問題点:異なる意見に触れにくくなり、偏った見方や誤情報を信じやすくなる。

#### 若い世代のほうがネットリテラシーは高い?

江守:若い人の方が、高齢の人よりもネットリテラシーがある、という話にはよく聞きます。例えば、YouTubeやSNSは一度見始めると似たような動画がリコメンドされ続けますよね。若い人はその仕組みを理解していて、「そういうものだ」と思っている。でも高齢の方はその仕組みを知らず、出てくる情報をそのまま信じてしまうケースがある。50~60代の方が、YouTubeやSNS経由の情報をきっかけに急に強い意見を持ち、家族と対立する——そんな問題も実際に起きています。

#### フェイクニュースは気候変動だけではない

そうですね。「日本の社会保障はほとんど外国人が使っている」など、事実と異なる言説も拡散します。では、何を信頼すればいいのか。基本はやはり公式情報、公的機関の発信です。シンクタンクも一つですが、シンクタンクにも立場があります。例えば企業系のシンクタンクもありますから、一概には言えません。最近は「大手メディアこそ信用できない」という価値観もあります。「マスコミ」「オールドメディア」といった言葉もありますよね。しかし実際には、大手メディアは一次情報を取材して報道しています。バイアスはゼロではありませんが、ソース不明のネット情報より、信頼できる割合は圧倒的に高い。まずは「一次情報を取材しているメディアを基本的に信頼する」という認識を持つことが重要だと思います。

#### タイトルだけで信じていないか

江守:多くの人は「自分が信じたい情報」を信じます。信じたい情報が出てきたら、それ以上ソースを確認しない。タイトルだけで判断してしまう。どこが発信しているのかわからない。これはメディアリテラシーが低い状態です。まずは「本当かな?」と一度立ち止まること。特に、人に伝える前には確認したほうがよいです。

#### 気候変動の懐疑論は今どうか

石田:気候変動の懐疑論は今も多いのでしょうか。  
江守:20年前は、専門外の大学教授が懐疑論を語り、肩書きゆえに信じられるということがありました。でも今は、そうした積極的な発信はかなり減っています。社会調査では、  
・7割は人間活動による温暖化を認識  
・2割は「わからない」  
・強い否定は1割程度という傾向です。

#### すべてをチェックするのは不可能

石田:社会課題が多すぎて、全部ファクトチェックするのは難しいと感じます。  
江守:確かにそれは難しいです。結局は「誰を信頼するか」という判断になります。この分野はこの人、と暫定的に決める。ただし、一時的に、ということですと盲信するのも危険だと思います。

#### ウェルビーイングとメディアリテラシー

石田:情報過多で何が本当かわからなくなることは、ウェルビーイングを損なう要因でもあると思います。  
江守:重要なのは「クリティカルであること」=批判的精神を持ち続けること。この人を信じる、と決めても、常に「自分はバイアス(偏見)を持っているかもしれない」という意識を持つ。違う意見に触れたとき、自分の意見を擁護できるか一度考える。必要なら軌道修正する。それが健全なリテラシーだと思います。

#### まとめ

- ・見たものをすぐ信じない
  - ・発信元を確認する
  - ・一次情報を重視する
  - ・妄信しない
  - ・自分のバイアスを意識する
  - ・クリティカル(批判的)であり続ける
- 簡単ではありません。でも、情報時代を生きる基礎体力として、大切な姿勢だと思います。

# WE ARE MEDIA IS HOPE



MEDIA IS HOPEとは

MEDIA IS HOPEは気候変動報道を応援しています。

## 2026トレンド

気候変動は、選挙の争点にならない。そして大国の大統領が気候変動を否定する。そんな2026年を生きる私たちですが、変化は着実に起きている。そしてみんなが感じている気候変動に対する不安は、世界の多くの人たちが同じ気持ちでいます。(89%プロジェクト参照)そして、気候変動対策は我慢じゃない。気候変動対策は私たちの生活をより良いものにしてくれる。そんな希望をみなさんに伝えたい。そう思って私たちは活動しています。2025年には世紀の大転換が起きました。それは私たちが長年頼ってきた石炭火力発電を再生可能エネルギーが上回ったこと。私たちはエネルギー革命の時代に生きています。昔はどこでもタバコが吸えました。オフィスでも飛行機でも。でも今は完全なる分煙社会です。そう、社会はこれまでも変化してきました。気候変動は深刻化する。だけど私たちは解決策を持っています。2026年は「実行のフェーズ」。気候変動が嘘か本当か、気候変動対策は経済的な合理性があるかどうか。そんな議論は過去のものになりました。私たちはいかにして、気候変動を正しく理解し、気候変動対策を着実に進めていけるのか。あなたの賛同と、あなたの応援が必要です。さあ、私たちと一緒に次の社会へ踏み出しましょう。

- 2026年は、あなた次第でこれまでの常識が変わる
- ・エネルギー革命時代の突入
  - ・プラスチックはケミカルリサイクルで劣化なし
  - ・国産のエネルギー、ペロブスカイト太陽電池、まもなく?!
  - ・イベント・アトリビューションで天気予報が変わる
  - ・ソリューション・ジャーナリズムの到来



## 89%プロジェクト

**大丈夫。  
あなたと、わたし  
みんなおなじ気持ちです。**



「89パーセントプロジェクト」：気候変動問題に取り組むジャーナリスト組織「COVERING CLIMATE NOW (CCNOW)」が主導するメディアキャンペーン。自国の政府により強力な気候変動対策を求めている人の割合は80%台に上るが、自らを少数派と認識して行動を起こさない「認識のずれ」を解消するため、「数字の裏側」にいる人々に焦点を当てている。科学誌『ネイチャー・クライメート・チェンジ』に24年に掲載された論文によると、125カ国の約13万人を対象に実施した調査で、自国政府に気候変動対策を求める割合は89%に達していた。しかし、多くの人は周囲が気候行動に積極的ではないと誤解していると、同論文は指摘している。国連開発計画（UNDP）と英オックスフォード大学が主導し、77カ国・地域の約7万4,000人に実施した気候意識調査「ピープルズ・クライメート・ポート2024」でも、「あなたの国は気候変動への取り組みを強めるべきか、弱めるべきか」との設問で、80%の人が「強めるべき」と回答した。



## おすすめ アニメ・漫画

2



3



1. 気候変動と生活のAI化が進んだ2045年を舞台に描いた、近未来SF漫画。少年ジャンプ+での公開後、SNSで多くの人が感想を投稿し口コミで話題となり、3000件を超えるコメントが寄せられるほどの反響を呼んだ作品。新しい視点でこれからの未来に想いを馳せることができる。
2. 地球温暖化の影響で荒廃した2100年の世界を舞台に、タイムワープで未来に飛ばされた少女サラと主人公のタカラが、温暖化に蝕まれた世界を共に旅する冒険物語。その未来を変えるためのヒントが盛りだくさん。
3. 約46億年前の地球誕生から、時代ごとに変化する海中の様子と、生きものたちの物語を壮大なスケールで描き出した作品。どれだけ長い歴史があって現代があるのかというストーリーを体感することで奇跡的な星であるかを再認識することができる。

## DONATION

ご寄付について

「MEDIA IS HOPE」は100%寄付と助成金で成り立っています。「MEDIA IS HOPE」にご寄付いただくと直接的なメディア支援につながります。「もっと気候変動のことを知ってもらいたい」「もっとみんなで気候変動解決に向けた話しがしたい」そう感じているみなさんにおすすめです。単発寄付、継続寄付がお選びいただけます。メディアではない私たちだからこそできることがある。そう思っています。



なんと、LOND共同代表の石田さんも  
マンスリーサポーターです。  
本当にありがとうございます!!



株式会社LOND HOLDINGS  
代表 石田 貴信さん

- 3,000円のご寄付が30人分集まると  
メディア関係者50人以上が参加する、メディア向け勉強会を開催!  
気候変動に関する報道数の増加に繋がります。
- 5,000円のご寄付が50人分集まると  
気候変動に関する記事の制作サポート!  
10,000~50万のリーチ数が見込まれ、  
多くの人の行動変容に繋がります。
- 10,000円のご寄付が250人分集まると  
気候変動に関する動画の制作サポート!  
100万~500万のリーチ数が見込まれ、メディアと視聴者・読者が  
協働し気候変動を解決していく社会の一歩となります。

みんなの想いをつなげていく、  
みんな電力の再生可能エネルギー。

私たちは、電力の生産者が分かり、  
そのストーリーを感じることができる、  
「顔の見える電力」を提供しています。

本当の豊かさを未来につなげよう。  
そう思ったみんなで“楽しく”電気をつくり、  
それを感じたみんなが“自由”に電気を選ぶ。

そんな持続可能な未来に、  
みんなで変えていきたいと想っています。

世界中の電力に、顔が見える安心と、  
選べる自由と楽しさを。

みんな電力

## お家の電気を環境にやさしくしませんか？ 再生可能エネルギーに切り替えるという選択。

### 再生可能エネルギーって？

従来の石油や石炭、天然ガスなどの化石エネルギーは、温暖化の原因となる CO2 を排出します。また、地球上の限られた資源であり、再生不可能なエネルギーのため、使い続けられ枯渇してしまう可能性があります。一方、再生可能エネルギーとは、太陽光や風力、地熱など自然界に常に存在し、**持続的に利用できるエネルギーのこと**です。メリットとして、「**枯渇しない**」「**CO2 を排出しない**」「**エネルギー自給率の向上**」が挙げられます。

メリット 01 枯渇しない

メリット 02 CO2 を排出しない

メリット 03 エネルギー自給率の向上

再生可能エネルギーの例



再エネ切り替えてめんどくさそう...

お金もかかるんでしょ？

### Q&A

再エネって実際どうなの？よくある疑問にお答えします！

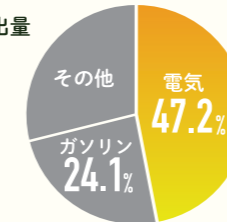
- |                          |  |
|--------------------------|--|
| Q1 再エネって高いんじゃない？         | A. 利用料金はほとんど変わりません。<br><small>※契約内容や使用状況によります。</small>         |
| Q2 設備工事は必要なの？            | A. 必要ありません。今までと同じ設備で使えます。                                      |
| Q3 アパートやマンションでも大丈夫？      | A. 切り替えられます。<br><small>※電気料金を管理組合などにお支払いの方はご契約いただけません。</small> |
| Q4 停電のリスクが高まることはある？      | A. これまでと変わりません。  |
| Q5 もし契約した電力会社が倒産したらどうなる？ | A. 電気は止まることはないのご安心ください。<br>改めて電力会社を選びます。                       |

## みんな電力の再生可能エネルギーはここが違う！

### 特徴 01 再生可能エネルギー100%だからCO2排出量0

家庭から排出されるCO2のうち、約半分が電気によるものです。再生可能エネルギーはCO2を排出しないので、お家の電気を今までの電気から再生可能エネルギーのプランに変えるだけで、CO2の削減に貢献できます。

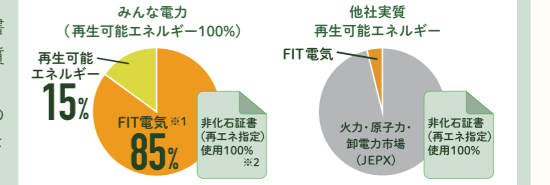
家庭からのCO2排出量  
(2022年度)



出典：温室効果ガスインベントリオフィス・  
全国地球温暖化防止活動推進センターウェブサイトより

みんな電力の再生可能エネルギーは、火力を含む電源を非化石証書でカーボンオフセットした「実質再生可能エネルギー」ではなく、日本各地の再生可能エネルギーの発電所から仕入れた電気で構成されています。

みんな電力のプレミアム100プラン(2024年計画値)と他社比較



### 特徴 02 みんな電力の再生可能エネルギーは「顔の見える電力」

誰がどこでどんな思いで作ったのか、そのストーリーを知るといつものお買い物も少し楽しくなったり、作った方を応援している気持ちになりませんか？そんな体験を電気で実現しているのがみんな電力の「顔の見える電力」。WEB サイトでは、発電者さんのストーリーを公開しています。



あつぎ市民発電所

飛風力発電所

みつばち発電所

### 特徴 03 電気料金の一部を応援金として、好きな発電所に届けられる！

電気料金は変わらずに毎月100円を、お好きな発電所に届けることができます！応援を続けると素敵な特典がもらえる発電所も。電気を使う人と作る人をつなげるサービスです。



おひるねみかん ODAWARA 発電所  
おひるねみかんジュース

福島あまぎ発電所  
米と麺の甘酒

バイオガスパワープラント伊賀  
伊賀の新米

## みんな電力の申し込みは簡単5分で完了！



申し込みはこちらから！

※1 FIT 電気も、再生可能エネルギーも、どちらも再エネ発電所でつくられた電気です。そのうち、国の固定価格買取制度のもとで買取られる電気を「FIT 電気」と呼び、再生可能エネルギーとは区別して扱われています。太陽光、風力、水力、地熱、バイオマスの再生可能エネルギー電源を用いて発電され、固定価格買取制度 (FIT) によって電気事業者に買取られた電気のことであり、この電気は火力電源などを含めた全国平均の電気の CO2 排出量をもった電気として扱われます。当社がこの電気を調達する費用の一部は、当社のお客様意外の方も含め、電気をご使用の全ての皆様から集めた賦課金により賄われています。

※2 再生可能エネルギー由来の電気に、再生可能エネルギー指定の非化石証書の環境価値を組み合わせることで、再生可能エネルギー 100%の電気を供給いたします。また、CO2 排出量もゼロとなります。インバランス発生や修繕、事故、系統からの出力抑制依頼などやむを得ない場合には、再生可能エネルギー比率が 100% とならないこともあります。その場合でも再生可能エネルギー指定の非化石証書により CO2 排出係数ゼロの電気を供給いたします。

電気事業者別排出係数 (特定排出者の温室効果ガス排出量算定用) - R4 年度実績 - R5.12.22 環境省・経済産業省公表 (基礎排出係数) 0.000151(t-CO2/kWh) (調整後排出係数) 0.000000 (t-CO2/kWh)

※基礎排出係数は基礎排出量の算定に、調整後排出係数は調整後排出量の算定に用います。



Londサロン&全国の  
(Loft・ハンズ・PLAZA・アインズ&トルベなど)  
バラエティショップで **販売中!**



天然の保湿成分  
シアバターのカ

**ステアリン酸**  
乾燥・摩擦から髪や肌を守るバリアの役割と、自然なツヤを与えます。

**オレイン酸**  
肌馴染みに優れ、まとまりのあるスタイリングしやすい髪に導きます。

**保湿**  
高い保湿力で乾燥対策！髪の水分を保持してパサつきを防ぎます。

**保護**  
ドライヤーやヘアアイロンの熱から髪を守るバリア効果があります。

**補修**  
カラー・パーマ・ドライヤーの熱や紫外線などから受けたダメージをやさしく補修します。

「軽さ」と「しっとり感」の理想的なバランス

未精製では香りのクセが強いシアバターを、本来の保湿力を残しながら、香りを丁寧に整える精製と質感を左右する配合比率にこだわり、3年間をかけて理想的なバランスの「軽さ」と「しっとり感」にたどり着きました。

ブルキナファソ産  
「アフリカシアバター」

西アフリカ産のシアの木の果実の種子から採れる天然の植物性油脂「シアバター」は、高い保湿力と肌なじみの良さから、スキンケア、ヘアケア、リップケアなどに広く使われる万能バームです。ステアリン酸とオレイン酸のバランスが特徴で、とにかく**高保湿力!**

なかでもブルキナファソ産シアバターは現地女性が代々受け継いだ伝統製法で丁寧に作られ、高い保湿力・浸透性・安定性を兼ね備えた**高品質原料**。現地女性の就労支援にもつながる連携のもと、産地や製造過程が明確なトレーサビリティの高い「顔の見える原料」として、**SDGs対応原料**ブルキナファソ産「アフリカシアバター」を採用しました。

100% HOPE 「顔の見える原料」  
アフリカシアバター配合

貧困解決、平和へと繋がるビューティープロダクト

ロンド GINZA with ミラボーテ  
リッチバターバーム  
40g 2,090円(税込)

**濃密保湿、ツヤ感、スタイルキープ**

- 指先の体温で溶かして、高保湿なオイルへ
- 手ぐしで簡単にスタイリング
- スタイリングしながらうるツヤチャージ
- スタイル崩れにくい
- 髪、手、ボディにも使えるマルチバーム
- 可憐なフリージアの香り

ロンド GINZA with ミラボーテ  
リッチバター美容液 (洗い流さないタイプ)  
145ml 2,090円(税込)

**濃密保湿、ツヤ感、ダメージ補修**

- 髪全体になじませやすい、ミルク状美容液
- 深いうるおいとまとまりある髪へ
- 光沢のあるツヤを与え、そしてキープ
- 塗布するだけで内部集中浸透
- 乾燥知らずの集中保湿へ美容液
- ドライヤーや、ヘアアイロン熱や紫外線から守る
- 可憐なフリージアの香り

《保湿成分》

バオバブオイル

アフリカ産の「生命の木」バオバブの種子から採れる希少なオイル

効果  
・リノール酸・オレイン酸などの多価不飽和脂肪酸が豊富で髪に柔軟性を与える。  
・紫外線や乾燥による酸化ダメージを防ぎ、シヤと弾力を維持。  
・頭皮の保湿にも優れ、フケ・かゆみ防止にも有効。

特徴  
・油膜が軽く、重たくならないサラッとした使用感。  
・「サハラ」の保湿源」とも呼ばれるほどの長時間うるおい保持力。

アボカドオイル

アボカド果実から得られる高栄養オイル。

効果  
・ビタミンA・D・E・レシチン・フィトステロールが豊富で、抗酸化・補修・保湿効果を併せ持つ。  
・ダメージ毛に浸透しやすく、髪内部の柔軟性を回復。  
・熱や紫外線から髪を守る天然プロテクト作用。

特徴  
・やや重めのオイルで、バオバブと組み合わせると軽やかさ+まとまりのバランスが取れる。  
・カラー毛や乾燥毛に特に効果的。  
□ 動物性原料、パラベン、合成着色料、サルフェート、不使用



あなたの美しさが  
遠い国の未来を創る。

### リッチシアバターが届いた先にある未来

リッチシアバターシリーズには、「アフリカシアバター」が取り扱うシアバターが高配合されています。シアバターは保湿力の高いオイルとして日本でも広く知られていますが、みなさんはこのシアバターを「誰」が作っているか、ご存じでしょうか。

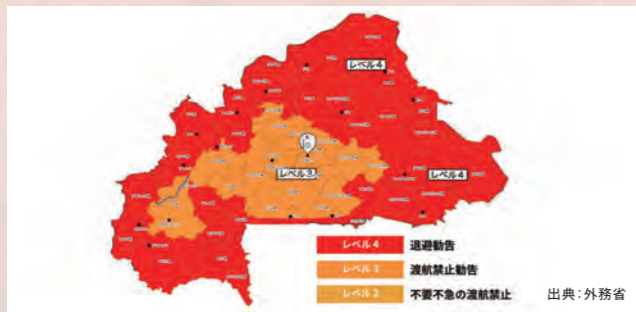
今回は、生産地のブルキナファソやその国が抱える社会課題に触れながら、誰が作り、その商品がお客さまに届いた先にどんな未来が待っているのか、現地の景色と共にお届けします。

### アフリカのブルキナファソってどんな国？

アフリカシアバターの原料は、アフリカのブルキナファソで作られています。サハラ砂漠の南に位置する、暑く乾燥した国です。海のない内陸国で、北にマリやニジェール、南にコートジボワールやガーナが隣接しています。

内陸国の特徴のひとつは、港がないため経済的なハンデを常に抱えていることです。ブルキナファソは世界最貧国のひとつであり、人口の43%が極度の貧困に直面していると言われています。そしてその影響は「貧困の連鎖」として、次世代にまで及んでしまうのです。

さらに2019年以降は過激派によるテロが急増し、治安悪化に伴うクーデターによって軍事政権となりました。安全を求めて故郷を追われた国内避難民は、ピーク時に200万人を突破。現在も解決すべき大きな社会課題のひとつとなっています。



### 仕事が減る人や仕事を失う人も

こうした現状から、仕事を失う人々も少なくありません。そんな人々に「仕事を作りたい」と考え「アフリカシアバター」を始めました。シアバターは、アフリカの一部に自生するシアの木から採れる植物性オイルです。日本でも化粧品原料として活用されます。現地では伝統的に女性がシアバターを作る文化があり、女性が現金収入を得られる機会です。その工程は何世代も継承されてきた手作業のものづくりです。

私たちは、あえてこの伝統的な製法にこだわっています。工業的な製造(未加工の種の輸出)は価格変動の影響を受けやすい一方、現地で加工し付加価値を高めることは、女性たちの収入安定に直結するからです。当初は自社工場での直接雇用も検討しましたが、すでに治安悪化の影響で需要が減少していた既存の女性組合が存在したため、そこからシアバターを希望価格で直接買い取る形からスタートしました。



### Londさん・賢人さんとともに

その最初のお客さまが、本誌を発行するLondさんでした。2023年、オリジナル製品「リランス1.2 トリートメント」への配合が実現。さらに、女性たちの仕事を増やそうと構想されたのが、今回の「リッチシアバター」シリーズです。

ヘアケア専門メーカーの賢人さんと3年もの月日をかけて開発し、高品質なラインナップがついに完成しました。特に高配合のヘアバームは、350個がお客さまに届くごとに、現地の女性一人の1ヶ月の生活を支えられる設計になっています。

### シアバターが届けば届くほど

貧困や治安悪化といった、目を背けたい課題がそこにあるのは事実です。しかし、ブルキナファソの人々は驚くほど朴訥で真面目、そして優しさに満ちています。最後に、現地でシアバター製造を支える女性組合のメンバーをご紹介します。



マルセリン51才です。夫はおらず、子どもが6人います。2010年頃にこの組合に参加しました。それまでは、家で洋服を作り、その服を販売していました。  
Q1. 女性組合で得た収入は何に使っていますか？  
A1. 収入は子どもたちの教育に使っています。  
Q2. あなたの夢はなんですか？  
A2. 夢は…子どもたちが教育を受けられ、子どもたちがいい仕事に就くことです。子どもたちに安定したい未来があることが私の夢です。80歳まで働きたいです。



バジミ36才です。夫と子どもが5人います。2022年に組合に参加しました。北部出身ですが、治安が悪くなり避難しました。避難前は牧畜をしていました。  
Q1. 女性組合で得た収入は何に使っていますか？  
A1. 収入は子どもたちに使っています。最も重要なことは学校や病院です。家畜も買えるようになりました。  
Q2. あなたの夢はなんですか？  
A2. 私の夢は、この組合でしっかりと働くことです。故郷にもし平和が戻ったら…まだわかりませんが故郷に帰りたいとも思っています。

### 人にも、環境にも、いい

このシアバターが支えているのは、女性たちの生活だけではありません。水も電気も限られた時代から受け継がれた伝統製法は、現地の暮らしに根ざした極めて環境負荷の低い、ものづくりでもあります。美容業界の課題として語られるバーム油も同じ植物性オイルですが環境への影響は大きく異なります。効率を優先するアブラヤシに対し、シアはサバンナに自生する木。実を結ぶまでに20年を要する

ためプランテーション(単一栽培)には向かず、人々は自然のリズムに委ね、この木を大切に守り共生してきました。その伝統的な製造工程は、驚くほどクリーンです。例えば1kgあたりの水の使用量は、バーム油の約5,000ℓに対し、わずか数ℓ。さらに、搾油後の残渣(さんざ)を燃料として再利用するなど、現地の知恵が詰まった循環が、今も当たり前のように守られているのです。

### 原料を変える、それだけで未来が変わる

私たちが使うすべてのものには「原料」があります。それはものづくりの根源ですが、今の産業構造では、遠い国で製造に携わる人々の「顔」を知ることは容易ではありません。

社会には、誰かを幸せにする原料もあれば、不幸にするものもある。もし選べるのなら、誰かの幸せを紡ぎ、環境を守れるものを選びたい。その選択こそが未来を変える大きな一歩になると信じています。私たちは「顔が見える原料」を通じ、女性たちの仕事を創り、子どもたちが平和に暮らせる社会を目指しています。今の化粧品業界では、これは決して当たり前ではありません。私たちの挑戦は大海の一滴かもしれませんが、変革には誰かが海に飛び込む「ファーストベンギン」になる勇気が必要です。

Londさん、賢人さんと共に、私たちはその一歩を踏み出しました。微力であっても、無力ではない。ぜひこの製品を手に取り、私たちの仲間になっていただけたら嬉しいです。



### ボーダレス・ブルキナファソ

西アフリカブルキナファソの社会問題を解決するため、2022年12月創業。2023年1月アフリカシアバターを開始。女性の雇用創出を目的にシアバターを原料として仕入製造販売の事業などを展開している。

公式WEBサイト



africa-shea-butter.com

Instagram



@africa-shea-butter

# "自分らしさ"

## LGBTQ+って何だろう?の話

### Lond × 楽天ビューティが考える「LGBTQ+フレンドリー」

美容室は、お客様が「もっと素敵になりたい」と願い、スタッフがその想いを全力でサポートする場所です。そんな大切な空間を、もっと誰もが安心して、自分らしく輝ける場所にできたら――。Londでは、「楽天ビューティ LGBTQ+フレンドリーサロン」の考え方に賛同し、すべてのお客様が心地よく過ごせるお店づくりを大切にしています。この特集では、多様性が重視される今の時代に生きる私たちが、美容室という身近な場所から考えたい「自分らしさ」を大切にするための豆知識をお届けします。



LGBTという言葉は、少しずつ社会に広がってきました。「LGBTQ+」という言葉は聞いたことがある。でも、「Q」や「+」については、よく知らないという方も多いのではないのでしょうか。「Q」や「+」は、実は私たち一人ひとりにも関係する、大切な考え方です。

## 知っているようで、実は知らない「Q+」

- L レズビアン** 女性を好きになる女性
- G ゲイ** 男性を好きになる男性
- B バイセクシュアル** 性別に関わらず惹かれる人
- T トランスジェンダー** 出生時に割り当てられた性別とは異なる性生きる人

## Q クエスチョニングってなに?

「Q」は、クエスチョニング(Questioning)を指します。自分の性別や、誰を好きになるのかといった性のあり方について、明確でない、決まっていない、またはあえて固定したくない状態を表す言葉です。

- ✔ まだ答えが出ていなくてもいい
- ✔ 途中で変わってもいい
- ✔ 無理にラベルを貼らなくてもいい

「Q」は、「わからないままでいい」という、とてもやさしい選択肢です。

## + プラスに込められた意味ってなに?

「+」は、今ある言葉や枠だけでは言い表せない、多様な性のあり方すべてを含んでいます。例えば、誰にも恋愛感情を抱かない方や、男性・女性のどちらにも当てはまらないと感じる方など、その在り方は本当にさまざまです。

人の数だけ、生き方があります。そのグラデーションを尊重する想いが、この「+」に込められています。



## 知っておきたい「カミングアウト」と「アウティング」

LGBTQ+について考えるうえで、ぜひ知っておいてほしいのが「カミングアウト」と「アウティング」です。性的話はデリケート。少しの知識があるだけで、あなたは誰かの大切な安心を守る存在になれます。



### 信頼の証「カミングアウト」

「カミングアウト」とは、自分の性のあり方を、信頼する相手に打ち明けることです。それは、とても勇気のいる行動であり、同時に「信頼している」という気持ちの表れでもあります。もし誰かからカミングアウトされたら、まずは「話してくれてありがとう」と、その気持ちを受け止めてください。**無理に踏み込まず、相手のペースを尊重することが大切です。**

### 絶対 NG! 「アウティング」

「アウティング」とは、本人の許可なく、その人の性のあり方を他の人に伝えてしまうことです。たとえ悪気がなくても、相手の心を深く傷つけてしまう可能性があります。無理に踏み込まず、相手のペースを尊重することが大切です。**カミングアウトされた内容は、「自分だけに話された話」として大切に心の中にしまっておきましょう。**



## 「フレンドリー」= 決めつけない

LGBTQ+フレンドリーとは、特別な知識を完璧に身につけることではありません。それは、「決めつけない」「押し付けない」という相手を尊重する姿勢のことです。こうした配慮は、LGBTQ+の人だけでなく、すべての人が自分らしくいられるためのものです。

### Let's try it!

できていますか?ほんの少しの配慮  
基本のチェックリスト

- ✔ 外見だけで性別を決めつけていない
- ✔ 「男らしく/女らしく」を基準にしていない
- ✔ 恋愛や家族の話は、相手が話すまで待っている
- ✔ 「彼女/彼氏」ではなく「パートナー」という言葉を選んでいる

### Londは、「自分らしさ」に戻る場所。

美容室は、誰かの期待に合わせる場所ではなく、本当の「なりたい自分」に戻れる場所でありたい。Londでは、性別や見た目といった枠にとらわれず、一人ひとりの「好き」や「心地よさ」に寄り添うことを、これからも大切にしていきます。



## Rakuten BEAUTY

楽天ビューティは、楽天グループが提供する美容サロン検索・予約サービス。多様性を尊重し、誰もが安心して利用できる美容体験を目指し、美容サロン向けに「LGBTQ+フレンドリーサロン 虎の巻」を公開しています。





「平和」という名前の仕事は、存在しない。それでも、その領域に挑み続ける人がいる。中村涼香さんは、目を引く企画や体験を通して、人々が「平和」について立ち止まる瞬間をつくってきた。冒頭に登場する、渋谷の街に広がるキノコ雲は、ARによって可視化された街中企画展示のひとつだ。2025年。

彼女は「平和」を語るのではなく、生活者の声を拾い、可視化する展示に挑んだ。

対話者：石田吉信  
語り手：中村涼香（ボーダレスファウンデーション 理事）



日常に溶け込む平和とは

石田：中村さんの企画で、一番大切にしていることは何ですか。  
中村：「日常に溶け込むこと」です。誰かを責めるための表現ではなくて、ふらっと歩いている途中に、何かが目に入る。その瞬間に“思い出す”“少し考える”。その入口をつくりたいんです。

考えない自由と、考え続ける責任

石田：平和は重いテーマです。距離を取りたくなる人もいますよね。  
中村：そうですね。でも、考えることをやめてしまえば、平和を手放すことにもつながってしまう。だから距離を置きすぎることはできない。一方で、「考えない人」を責めることもできない。この矛盾は、いまはもう受け入れています。

「解決できない」領域を、どう続けるか

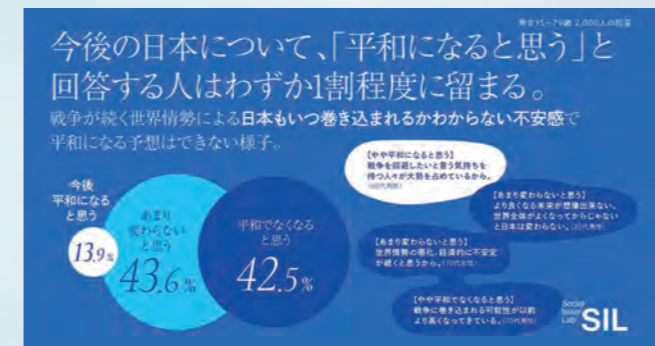
石田：社会課題は「解決型」が評価されがちです。平和は違いますよね。  
中村：そうですね。スタートアップなどの営利企業であれば、売上、株価などの一般化されている指標を用いることができます。ソーシャルビジネスでは、この指標を一部適用しながら、同時に社会課題の解決に貢献できているかどうかの「社会的インパクト」を重視します。ここで言う「社会的インパクト」とは定量化されており、客観的にそうであると説明できるものが好まれますが、

数ある社会課題の中には、解決できているかどうかを明確に定量化できないものもあります。私が扱っている領域には、定量化できる明確な答えがなかなかありません。また、国連から『SDGsのためのヤングリーダーズ』\*17名に選出されました。それを受けて2025年、終戦80年という節目に国連もアジェンダとして必要だと思ってくれたのかなと思います。

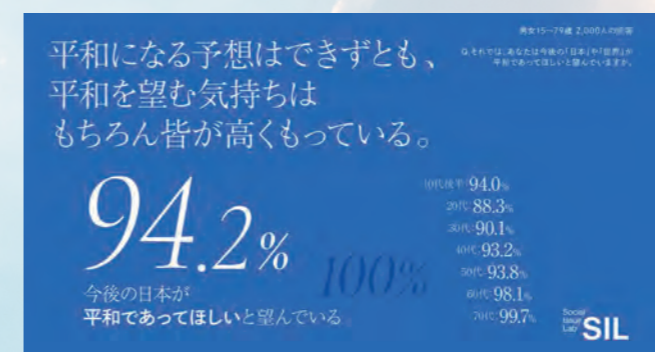
\*国連ユース・オフィスは2年ごとに、世界が直面している喫緊の課題の解決を促進し、そのリーダーシップによってSDGs達成に貢献する17名の卓越した若きチェンジャーを選出します。同イニシアチブは開始以来、世界中の数百万の若者たちに影響を与え、行動を促し、若者主導のイノベーションやコラボレーションを拡大させてきました。今年初めの公募呼びかけに対し、150カ国超から3万3,000件を超える応募がありました。世界のあらゆる地域から選出された「2025年SDGsのためのヤングリーダーズ」は16歳から33歳までの若者たちで、アーティスト、団体創設者、コミュニティー活動家、アスリート、医師、平和構築者、起業家、科学者など、国連が中核に据える持続可能な開発、人権、平和と安全のあらゆる分野で活動を行っています。（国連連合広報センターより）  
[https://www.unic.or.jp/news\\_press/info/53062/](https://www.unic.or.jp/news_press/info/53062/)

石田：平和活動は「社会をどう変えたか」も語りにくいですよね。  
中村：確かに、説明しづらいです。でも、これまでの積み重ねがあったからこそ、社会の中に「核は良くないよね」という暗黙の了解が育ってきたとも思います。私は、その暗黙の了解を壊さず、次の世代につないでいく仕事をしている感覚です。早く事業として雇用を生み出し、アクティビストを増やしていきたいと思っています。

希望が失われている社会で  
石田：「へいわのつくりかた展」のアンケートで、「今後、平和になると思う人が1割程度」という結果が出たのは衝撃でした。  
中村：大きな問題だと思いました。戦争が続く世界で、希望そのものが枯渇しかけている。希望がなければ、「社会は変えられる」というモチベーションもなくなってしまう。だから私は、希望を“つくる側”に回る人が必要だと思っています。



対立を生まない問いのつくり方  
石田：平和の世論調査は、二択で対立を生みがちですね。  
中村：そこを変えたくて、「平和になってほしいと思いますか?」という問いを「へいわのつくりかた展」で設けました。結果は94.2%。核兵器が要る・要らないの前に、きっとみんな「平和がいい」と考えている。その前提を可視化するだけで、議論の空気は変わると感じました。



中村涼香 | アクション年表(時系列)

2024年 秋 | 東京・渋谷  
AR平和表現「KNOW NUKES」  
スマホをかざすとキノコ雲が立ち上がるAR体験を公開。核の脅威を「遠い歴史」ではなく、今・ここで起こり得る現実として提示。若年層を中心に大きな反響を呼ぶ。

2024年 冬~2025年 | 東京ほか  
あたらしいげんぱく展  
被爆の記憶を「現在の問い」として提示する移動型の平和展示。被爆地に行かなくても、都市の日常で“偶然出会う”構造を設計。

来場者は20~30代が中心と、従来届きにくかった層へ接続。



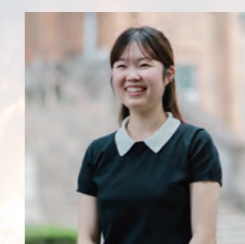
AR平和表現「KNOW NUKES」 あたらしいげんぱく展

2025年 春  
へいわのつくりかた調査「平和ボケしていないわたしたち」  
全国の一般生活者 約2,000人 を対象に実施。  
人々の平和に対する考えを客観的に可視化することで、日常のなかで遠いテーマになっている人であっても、多くの人が自身にも関係する事柄として平和について知り、考える「総量」を社会に増やすきっかけを届けます。  
<https://socialissuelab.com/peace>

2025年 夏 | 東京・日比谷  
へいわのつくりかた展  
調査結果を体験型展示として再構成。データを“読む”のではなく“語りたくなる”導線を設計。NYAA (Next Young Artist Award) 最優秀賞 受賞。



2025年~  
ボーダレスファウンデーション 理事 就任  
展示・調査・教育を横断し、平和を「続けられる社会の仕組み」へ翻訳。活動をウェルビーイングと接続する役割を担う。



中村 涼香  
2000年長崎県生まれ。祖母が被爆者の被爆3世。被爆地の外でのアクションをさらに広げるために東京を拠点とした「KNOW NUKES TOKYO」を設立し、核兵器禁止条約を推進。企画展の開催や平和学習を通して、核兵器のない平和な世界を目指し2025年よりNPO法人ボーダレスファウンデーションに参画。

《寄付で応援する》  
NPO法人  
ボーダレスファウンデーション



EAN/s

自分の心やカラダの小さな変化にも丁寧に向き合う。

自然と向き合う人に敬意を持ち、こちよく暮らす。

わたしのため。自然のため。誰かのため。

選び、使う意思が、わたしを、地球を、こちよく変えていく。

EAN/s のコンセプト

E EARTH エシカル 地球

A ACORD アコード 調和

N NATURAL ナチュラル 自然

S PLURAL プルータル 複数形



エアンスは、ヴィーガン協会の  
厳しい基準に沿って製造しました

Vegan (ヴィーガン) とはイギリス発祥の考え方で、動物性のものを一切口にしない、身につけないライフスタイルを送る人や、GMO \*1 原料を使用せず、動物性の原材料を一切含まないプロダクトのことを指します。

それぞれ、動物愛護、環境保護、健康のためなど、ヴィーガンを選択する人の理由は様々です。

エアンスは、動物由来成分フリーの証明である英国ヴィーガン協会(The Vegan Society) 認証取得済み製品です。

エアンスは、人や環境にやさしい容器や印刷技術を使用しています



バイオマスプラスチック

サトウキビを原料とした植物性プラスチックを採用し、容器の製造サイクルにてCO2排出量を削減することができる、環境にやさしい容器です。



ベジタブルインク

再生可能な大豆油、亜麻仁油、桐油、ヤシ油、パーム油等植物由来の油、及びそれらを主体とした廃止食用油等をリサイクルした再生油を原料とした、地球にやさしいインクを使用しています。



OUTBATHMILK

毛髪表面を整え、美しい熱と形状記憶効果を高める



エアンス ザ サロン  
ヒートケアアウトバスミルク

容量:30g  
希望小売価格:1,400円(税抜)  
サロン価格:910円(税抜)

容量:100g  
希望小売価格:3,600円(税抜)  
サロン価格:2,340円(税抜)



エアンス ザ サロン  
ヒートケアインバスミルク

容量:500g  
希望小売価格:1,400円(税抜)  
サロン価格:910円(税抜)

容量:200g  
希望小売価格:3,600円(税抜)  
サロン価格:2,340円(税抜)

容量:500g  
希望小売価格:7,200円(税抜)  
サロン価格:4,680円(税抜)



エアンス ザ サロン  
ミルク専用カートリッジ

希望小売価格:1,200円(税抜)  
サロン価格:960円(税抜)

※詰め替え品を初回購入する際は同時購入が必要です。



INBATHMILK

うねりの原因となるダメージホールを補修

使用方法 | 毎日のケアにご使用ください



シャンプー



水洗



ヒートケアインバスミルク塗布



コーミング



水洗



タオルドライ



ヒートケアアウトバスミルク塗布



ドライヤー

優雅で品のあるユリとジャスミンの香り

TOP



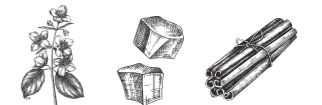
ベルガモット マンダリンオレンジ グリーンノート

MIDDLE



ホワイトリリー ローズ スズラン ジャスミン

BASE



ムスク アンバー サンドルウッド

※イラストはイメージです。

植物由来成分でダメージ補修しながら  
毛髪に強度を生み出すシャンプー



エアンス ザ サロン  
スムーズシャンプー

容量:250ml  
希望小売価格:3,600円(税抜)  
容量:500ml(詰替え用パウチ)  
希望小売価格:5,400円(税抜)

植物由来成分でダメージによる空洞を埋め  
毛髪に柔軟性を生み出すトリートメント



エアンス ザ サロン  
モイストシャンプー

容量:250ml  
希望小売価格:3,600円(税抜)  
容量:500ml(詰替え用パウチ)  
希望小売価格:5,400円(税抜)



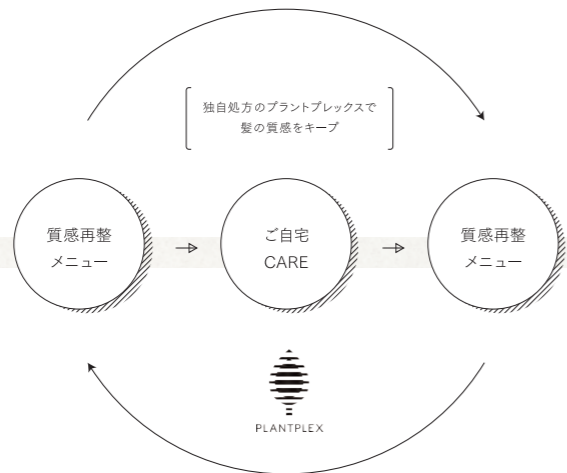
エアンス ザ サロン  
スムーズマスク

容量:170g  
希望小売価格:2,700円(税抜)  
容量:500g(詰替え用パウチ)  
希望小売価格:6,200円(税抜)



エアンス ザ サロン  
モイストマスク

容量:170g  
希望小売価格:2,700円(税抜)  
容量:500g(詰替え用パウチ)  
希望小売価格:6,200円(税抜)



独自のプラントプレックスで  
髪質感をキープ

質感再整  
メニュー

ご自宅  
CARE

質感再整  
メニュー

PLANT PLEX

トリートメントの  
浸透力を高める新発想の  
水トリートメント



エアンス ザ サロン  
ウォータートリートメント

容量:200ml  
希望小売価格:2,700円(税抜)  
容量:400ml  
希望小売価格:4,000円(税抜)

週に一度の  
スペシャルケア



エアンス ザ サロン  
ウィークリーマスク

容量:50g  
希望小売価格:1,400円(税抜)

種々のハーブの香りをギュッと詰め込んだ  
心癒されるハーブミックスの香り

TOP



ユーカリ レモン ペパーミント

MIDDLE



ラベンダー ゼラニウム ローズマリー

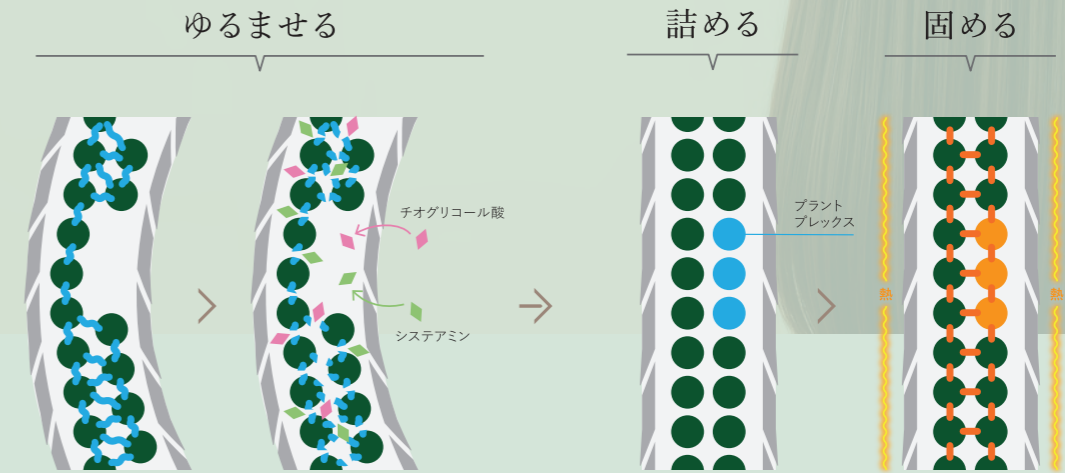
BASE



ウッディ ムスク ※イラストはイメージです。

ヒートケアポテンツァとは

- うねり・クセを軽減させるトリートメントメニュー
- カラーと同時に施術が可能で施術時間が短い
- エイジング毛やハイダメージ毛の方にも高い効果



ノンアルカリのトリートメントクリームに配合された  
[システアミン]<sup>※1</sup>[チオグリコール酸]<sup>※2</sup>2種類のセット成分が浸透。  
毛髪内を補修しながらも捻じれた結合をゆるませる。

結合を解いた状態はケア成分の浸透を高め  
適切な場所に留まりやすい環境を作る。  
[プラントプレックス]<sup>※3</sup>が  
毛髪内部に浸透し、空洞を補修し架橋をつくる。

※1 システアミンHCl ※2 チオグリコール酸アンモニウム  
※3 プラントプレックス・・・トステア(毛髪強化成分)アミノエチルチオコハク酸ジアンモニウムと加水分解ダイズタンパク(毛髪補修成分)を組み合わせたオリジナル処方

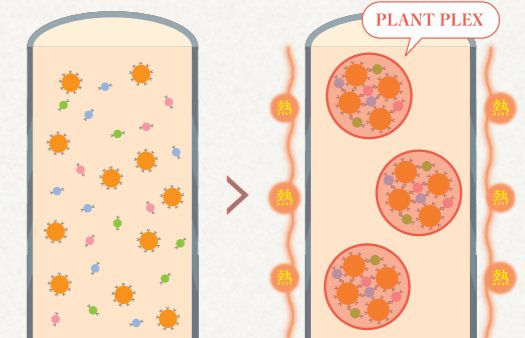
プラントプレックス  
PLANT PLEXとは【トステア】と【植物由来成分】を組み合わせたオリジナルプレックス成分



**トステア** (毛髪強化成分)  
アミノエチルチオコハク酸ジアンモニウム  
毛髪内のアミノ基やアミノ酸と結合しやすく  
熱により、形状を記憶させる成分。  
ヘアカラーのpHに影響が少ないため  
退色が大幅に軽減される。



**植物由来成分** (毛髪補修成分)  
加水分解野菜タンパク・加水分解ダイズタンパク  
植物由来のタンパク質を配合。  
ハリコシ・保湿を与えることで  
毛髪に強度と潤いを与える。



植物由来成分とトステアが結合することで  
大幅な毛髪強度の向上、形状記憶の効力を高める

# 美しい未来へ

タカラベルモントが描く  
サステナブルストーリー



使用済ヘアカラーチューブが 工芸品「ORIZARA」へ

## ヘアサロンから始まる、未来への循環。

ヘアサロンの定番メニューの一つであるヘアカラー。美しいヘアカラーを楽しむ一方で、使い終わったカラー剤のアルミチューブが大量に排出されています。実はこれ、美容業界が長年抱えている大きな環境課題の一つなのです。この課題解決の一步として、美容と医療の専門メーカーであるタカラベルモントを含めた3社が共同で、廃棄予定のアルミチューブを活用した工芸品「ORIZARA」を開発しました。このプロジェクトが生まれた背景や込められた想いをご紹介します。

## 大阪・関西万博をきっかけに生まれた、業界を動かす挑戦。工芸品「ORIZARA」



(写真中央)金森合金 24代目 高下 裕子さん  
(写真右)読売新聞大阪本社 役員室幹事 吉田 光一さん

ヘアサロンで使われている椅子やシャンプー台、そしてヘアカラー剤などを世界中で展開しているタカラベルモント。2025年に開催された大阪・関西万博への出展をきっかけに、読売新聞社 そして石川県の老舗鋳造メーカー・金森合金の3社が出会い、今回の取り組みが始まりました。金森合金は、2024年能登半島地震で出たアルミ素材を再利用する活動を行っており、そこから「美容業界で使われるヘアカラー剤のアルミチューブも活かせるのでは？」という発想が生まれました。こうして3社の想いが重なり、廃棄されるはずだったアルミチューブから工芸品を作るプロジェクトが動き出しました。

美しい人生を、かなえよう。



タカラベルモント株式会社 サステナブル推進室  
中山 健太郎

理美容機器の設計・開発を担当後、  
2023年よりサステナビリティ推進プロジェクトの  
リーダーを務め、2025年4月に同室の室長に就任。



## 20のアイデアから生まれた「お皿」という選択

「ORIZARA」の開発は、タカラベルモント開発本部のデザイナーチームによるアイデア出しから始まりました。お香立て、アイスクリーム用スプーンなど約20ものアイデアが出そろい、試作品も実際に制作。約3~4ヶ月の開発期間を経て、最終的に「お皿」という形にたどり着きました。「捨てられてしまったものにもう一度命を宿す」。そう考えた時、その場限りの便利なものは、また捨てられる運命が来ると思うんです。工芸品は50年、100年と使われることで価値が高まる。そういう長く愛され続けるものを作りたかった」と中山さんは語ります。



## 「ヘアカラー剤のアルミチューブ」リサイクルの現状

ヘアサロンでヘアカラーを楽しむ際、使い終わった「カラー剤のアルミチューブ」がその後どうなるかご存じでしょうか。実は、日本国内で年間約1,500トン\*ものチューブが生産されていますが、その回収率はわずか6%\*程度に留まっています。大部分が資源として活かされることなく、埋立処分されているのが現状です。リサイクルが難しい最大の理由は、チューブ内に残る「薬剤」です。ヘアカラーに使われる薬剤は化学薬品に分類されるため、使用済みのアルミチューブは「産業廃棄物」として扱われます。そのため、回収や運搬には専門の免許を持つ業者が必要となり、ジュース缶などの一般的なアルミ缶のように気軽にリサイクルができないのです。現在は環境意識の高い一部のサロンがボランティアベースで取り組んでいる状況ですが、業界全体で回収する仕組みを確立するには、行政との連携が不可欠です。この「使い終わったら捨てられる」という当たり前を変え、大切な資源を循環させる仕組みを業界のスタンダードにしていくことが、今まさに求められています。

\* タカラベルモントによる推計

## 江戸時代から受け継がれた技術が、素材に命を吹き込む

今回のプロジェクトの課題の1つは、工芸品としての美しさを保ちつつ、再生したアルミを「お皿」として安全に使える品質にすることでした。ヘアカラーに使われるアルミチューブは、不純物が金属に残ってしまうため、国の安全基準（JIS規格）をクリアするのは非常に困難です。そこで力を発揮したのが、江戸時代に創業した金森合金が300年以上受け継いできた「砂型鋳造」と高度な金属精錬の技術でした。800度を超える高温で素材を溶かし、不純物を丹念に取り除きながら、成分を細かく調整する試行錯誤を繰り返し、ようやく完成に至りました。



## その循環は、ヘアサロンから広がる可能性がある

「ORIZARA」はヘアカラー剤のアルミチューブを循環させる未来への第一歩です。しかし、その仕組みを広げるには、まだ大きなハードルがあります。それでも中山さんが可能性を感じているのが、全国にあるヘアサロンの存在です。サロンにはあらゆる職業やパーソナリティを持つお客様が通い、美容師との会話の中で生まれる声は、社会を動かす力になり得るといいます。この輪が広がり、社会が少しずつ変わること、この想いに共感してくれる企業などと手を組み、いつかヘアサロンで回収したものがまたサロンに形を変えて帰ってくる—そんな循環が実現するかもしれません。その第一歩は、意外と身近なところにあります。「まずは身の回りのヘアスプレー缶なども『資源かもしれない』という視点で見ただけだと嬉しいですね」と中山さんは話します。

4月1日より金森合金社の販売サイトにて販売開始!



## 万博で広がった「Re:bonis」ワークショップの輪

大阪・関西万博ではORIZARAの展示・販売に加えて、タカラベルモントの合皮端材を活用した活動である「Re:bonis(リボニス)」の体験型ワークショップも開催され、多くの方にご参加いただきました。このワークショップは、自社工場美容室の椅子を作る際に出るレザーの端切れに、新しい価値を与えるアップサイクルの取り組みです。参加者は好みの色や質感のレザーを選び、自分だけのオリジナルポーチを作成。廃棄される素材から、世界で一つの特別なポーチに変わる素敵な循環を体験していただきました。





## 『量り売りのシャンプーを買いに来るだけのお客様もいらっしゃいます』

Lond group 2025年 年間販売量1位店舗(112店舗販売) 三重県四日市市 Lond castillo代表・佐次田隆志(通称:さっしー)

**石田:**まずさ、さっしー。カスティーヨって、オープンして今どれくらい経ったっけ？

**佐次田:**この春で3年半ですね。オープン当初から、量り売りはずっとやっています。

**石田:**オープンからって、結構早いよね。進め方としては、やっぱりさっしーが先陣切っていった感じ？

**佐次田:**そうですね。僕、名古屋店のLond jeloud時代から量り売りをかなり売っていたんです。そして、表参道店を見た量り売りブースの雰囲気がすごく良くて、「これは出店したら四日市でもやりたいな」と思ったのがきっかけでした。

**石田:**量り売りブースってオシャレだね。



**佐次田:**そうなんです。カスティーヨでも、お客様の目に一番入りやすい場所に量り売りを置いて、自社シャンプーの成分や使い心地を、シャンプー台で実際に体験してもらってから始めました。それと同時に、この商品がどう社会貢献につながっているのか、背景の部分も、根付くまでは本当にずっと伝えていました。内装の中に量り売りの仕掛けがあるので、会計の時に話題になることも多いですね。見た目がハマチン高配合で茶色いので「コーヒーみたい」と興味を持たれて、そこから説明に入ることもあります。

**石田:**最初にかなり丁寧に導入したんだね。

**佐次田:**そうですね。でも、割と早い段階で、何も言わなくてもお客様が自然とボトルを持ってきてくださるようになりました。

**石田:**それ、理想的だね。売るというより、生活の中に入ってる感じ。

**佐次田:**まさにそうで、「売っている」という感覚はあまりないですね。お客様が「また使いたい」と思って、容器を持参してくださる。施術がなくても、シャンプーだけ買いに来られる方も本当に多いです。

**石田:**それって、四日市という地域性もあると思う？

**佐次田:**あると思います。都心だと、わざわざシャンプーだけを買うに行くことって、あまりないですよ。四日市は車社会なので、容器を持ってくること自体が負担になりにくい。美容室が「施術を受けるだけの場所」じゃなくて、街の中のひとつの拠点みたいな

存在になっている感覚があります。

**石田:**なるほどね。スタッフへの教育は、どうやってきたの？

**佐次田:**最初の半年くらいは、僕がプレイヤーとして徹底的に話していました。それをみんなが聞いて、見て、自然に覚えていった感じですね。改めてマニュアルとして説明したことはあまりないですが、今では全員が当たり前伝えられるようになっています。

**石田:**背中を見せてきた感じだ。

**佐次田:**そうですね。新人には必ず一度使わせます。家で使って、自分で良さを感じてから伝えなさい、というスタンスです。

**石田:**量り売りのサイズ感って、どれくらいが多い？

**佐次田:**平均だと600mlくらいですね。量り売りになってからは、大きいサイズをまとめて買われる方が増えました。僕のお客様だと、2リットルや4リットルを買う方もいます。少量を頻繁に買うというより、「しばらく買わなくていい量」を一度で買う方が多い印象です。



**石田:**量り売りに対するスタッフの意識は、もう完全に根付いてる？

**佐次田:**完全に根付いています。年末の表彰で「脱プラ賞(量り売り)」があるんですが、毎年カスティーヨのスタッフが上位に入っています。誰か一人が売っているというより、文化として浸透している感じですね。

**石田:**素晴らしいね。カスティーヨのチームづくりで、特に大事にしていることは？

**佐次田:**凡事徹底です。カップをきれいに洗う、刷毛をきれいにする、シャンプー台を常に清潔に保つ、ゴミを溜めない。それをルールじゃなく、モラルとして全員が自然にやっています。

**石田:**確かに、店に行くと床に髪の毛一本落ちてないよね。

**佐次田:**あとは全員接客。自分が担当していないお客様にも、必ず声をかける。「こんにちは」「ありがとうございました」が、店内で自然に飛び交っています。

朝礼も毎日やります。掃除を終えてから、予約状況や前日の改善点を必ず共有します。朝礼が終わるまでシャッターは開けません。

**石田:**チームイベントも多い？

**佐次田:**バーベキューは、暖かい時期はほぼ毎月ですね。営業を

早めに切り上げて、店の敷地内でやります。あとは、みんなで伊勢神宮に行ったり、テーマパークに行ったりもします。



**石田:**やっぱり愛情があるね。数字面もかなり強いよね。

**佐次田:**そうですね。おかげさまで今年2店舗目出店も決まりました。去年は年間来店客数が約1万4千人。スタイリスト6人で、全員の平均リターン率はグループでもトップクラスだと思います。口コミも3年で2,500件ほどいただき、評価は4.8以上です。

**石田:**口コミの中で多い声は？

**佐次田:**「スタッフの雰囲気がいい」「仲が良さそう」「空気感がいい」。スタイリストだけでなく、アシスタントへの評価が多いのも特徴ですね。

**石田:**最後に、誌面で一番伝えたいことは？

**佐次田:**量り売りを通して、脱プラスチックにちゃんと貢献できているということ。それが伝われば、それで十分嬉しいです。

**石田:**2025年だけでも300mlボトル換算でカスティーヨだけでも374本分も削減できているから素晴らしいよ。ありがとう。

Lond castillo 代表  
佐次田 隆志2019年 Lond jeloudに入社  
2022年9月 自身が代表を務めるLond castilloを  
三重県四日市市に初出店  
2026年 2店舗目となるLond Sol 出店Instagram  
@34\_daHOT PEPPER  
Beauty



## 「I know IBDプロジェクト」のモザイクアートに協力

### 渋谷駅構内へ大型モザイクアートを掲出

本プロジェクトにより、「IBDを理解する日」である5月19日にあわせて、患者さんへの応援の気持ちを伝えるモザイクアートが制作されました。株式会社Londも協力企業として写真を提供しています。このモザイクアートを使用した全長22mの大型交通広告が、2025年6月30日～7月6日の1週間、渋谷駅構内で掲出されました。

広告やモザイクアートをはじめとする全てのビジュアルには、実際の協力企業店舗の方々の写真が使われています。プロジェクトの立ち上げから3年を経て、一人ひとりの想いが力強く重なり、業種や業態を越えてIBD患者さんを支える輪が広がっている様子を表現しています。



製薬会社のアッヴィ合同会社が主催するプロジェクトです。趣旨に賛同いただける協力企業・協力店を募り、IBD患者さんに対して、施設・店舗内トイレの貸し出しを行います。また、本プロジェクトのステッカー・店舗内に掲出し、IBD患者さんへの支援・理解の可視化につなげます。さらに、協力企業・協力店の従業員を対象にIBDに関する教育資料の配布などを行い、社会全体での疾患認知と理解を広げていきます。様々な企業・店舗の賛同を得て協力者の輪を広げていくことで、トイレの問題だけでなく、IBD患者さんを取り巻く見えない壁を解消し、希望あふれる日常の実現を目指します。

### プロジェクト協力の背景

IBDは主に指定難病である潰瘍性大腸炎とクローン病<sup>※2</sup>があり、主な症状である下痢や腹痛により、トイレの回数の増加<sup>※3,4</sup>や、食事の制限<sup>※5</sup>など患者さんの日常生活にさまざまな影響を及ぼすこともある疾患です。本プロジェクトの目的は、「見えない壁」ともいえる、社会が気づいていないIBD患者さんを取り巻くさまざまな課題を明らかにし、その解消に取り組み、さらにはIBDを正しく認知し理解する人が一人でも多く増えることで、社会全体のIBDについての理解を高めることです。

株式会社LONDは、美容室という日常生活に密着した場を社会の公器と位置づけ、社会課題の解決や啓発活動に積極的に取り組んでまいりました。本プロジェクトには、そういった活動の一環として賛同し、サロンでのスタッフ・お客様への啓発活動やIBDの方々へのトイレの提供を行っています。



※1 難病情報センター潰瘍性大腸炎(指定難病97) <https://www.nanbyou.or.jp/entry/62> (2025年4月1日閲覧)  
 ※2 難病情報センタークローン病(指定難病96) <https://www.nanbyou.or.jp/entry/81> (2025年4月1日閲覧)  
 ※3 Rubin DT, et al. Inflamm Bowel Dis. 27,1942-1953(2021)  
 ※4 Hibi T, et al. Inflamm Intest Dis. 5:27-35 (2020)  
 ※5 Matsumoto T, et al.: J Crohns Colitis. 9,477-482 (2015)



## ボランティアカット Volunteer Cut

Lond groupでは2つの児童養護施設へ定期的にボランティアカットに行っています。美容の力、魅力を子どもたちに少しでも伝えられたら、社会には温かい眼差しがあるんだということを伝えられたらと想い誠心誠意子どもたちと対話させていただいています。また、「40 for 1bottle」というプロジェクトで、40量り売りが売れるたびに児童養護施設の子供たちへLondオリジナルシャンプー・トリートメントをプレゼントしています。

## Lond media

## 美容師が社会問題をインスタで発信!

「1人の100歩より、100人の1歩」をテーマに、環境問題・人権問題・持続可能な社会へのアクションについてInstagramで発信しています。Londの取り組みや、誰もが関わる身近な問題を知ってもらおうと、少しずつ世界を変えていくムーブメントを起こしたいと考えています。

web版

## Lond SUSTAINABLE MAGAZINE

3つの柱をテーマに投稿中!

環境 人権

サステナビリティ

Instagram

@lond\_media



editorial staff



Lond  
@lond\_noa



Lond generous  
@lond\_kai



Lond Lily  
@lond\_nonond



Lond omotesando  
@lond\_yui\_rry\_



Lond merry  
@halca\_31



Lond group CEO  
@londgroupishida



## 「人が人の役に立つことは、実はもっとシンプルで簡単だ」

こんにちは!Lond代表の小林です。

僕自身、あっという間にジャカルタへ来て8年になりました。そしてそろそろ4年を迎える山崎くん。彼は渡尼当初から自分の意思で孤児院出向きカットさせていただき活動をしていました。そんな彼にこの活動を続けての変化や思いを聞いてみました。



ジャカルタに来て、もうすぐ4年になります。

これまでに7カ所の孤児院を訪問し、延べ12回のボランティアカットを行ってきました。実はこれももともとは、少し自分本位の想いから始まった夢でした。

「自分の人生に箔をつけたい」「自分のスキルでやりがいを感じたい」「かっこいい生き方をしてみたい」そんな主体的な憧れが、出発点でした。しかし今では、この活動は「自分のため」だけではなく、「スタッフや誰かと共に積み重ねるもの」へと変化しています。

14年前、インドネシアに留学したときに「将来インドネシアで美容師として働き、そのスキルで現地の人の役に立ちたい」という気持ちが出来ました。この想いは、変わらぬものとして今も自分の中にあります。

なぜ変わらないのかというと、たぶん自分自身が「挑戦すること」に面白さを感じているからだと思います。この「挑戦し続けたい」という軸は、これからもたぶん変わらないのだと思います。

一方で、変わったものもあります。

それは「誰かのために動くこと」への捉え方です。

活動を始めた当初は、孤児院でのボランティアなんて、準備も覚悟も必要な「大それたこと」だと思い込んでいました。それも海外だと尚更です。「きっと苦労するに違いない」というバイアスがかかっていた。

しかし、経験を重ねる中で気づいたのは、「人が人の役に立つことは、実はもっとシンプルで簡単だ」ということです。

言葉が完璧に通じなくても、住む環境や境遇が違って、ハサミ一本で誰かを笑顔にできる。ほんの些細なアクションが、驚くほどダイレクトに誰かの力になる。取り組む前に抱いていた不安や「難しそう」という感覚には、実は何の意味もなかったのだと、身をもって知りました。

ここ数年でサステナブルという言葉を目にする事は多いです。そして自分の場合、それは特別なことではなく「続けること」かと思っています。

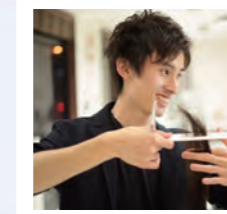
サステナブルという言葉を知ると、大きな社会課題やSDGsを思い浮かべる方も多いかもしれません。しかし私がこの活動を通して感じているのは、サステナブルとは「特別な誰かがする大きなこと」ではなく、「自分ができることを、主体的に、無理なく続けること」ではないかと思っています。

ハードルが高いと思わず、できることから始める。

そして、最も重要なのは楽しみながら続ける。

スタッフはたぶんそんなわたしの姿を見て賛同してくれ、そして活動も少しずつ広がっていきました。今では、この活動を通して数えきれない経験を得ています。もしこの記事を読んでもくださった方が、「自分にも何かできるかもしれない」と少しでも感じてくださったなら、これ以上うれしいことはありません。挑戦は、思っているより難しくありません。

そして誰かのために動くことは、たぶん想像しているよりずっと身近なことです。自分のスキルを活かし、とりあえず始めること。それもまた、それぞれができる持続可能な社会への確かな一歩だと信じています。



山崎 南

グルノーブル美容専門学校出身  
好きなインドネシア料理:テンベゴレン

Instagram  
@lond.yamazaki



次のスタッフは、2025年の8月に日本の本社の方からジャカルタへ渡尼してきた金城可花。そろそろ半年経つので色々質問してみました。

### 1. ジャカルタの街を見て、最初に思ったこと

初めてジャカルタの街を見たとき、「思っていたより、かなり都会だな」というのが正直な感想でした。東京よりも高いビルが立ち並び、一見すると大都市。でも少し路地に入ると、屋台が並び、鶏やヤギが普通に歩いているローカルな景色が広がっています。

都会とローカルが自然に混ざり合っていて、今まで見たことのない、不思議で魅力的な街だなと思いました。



### 2. 日本とのギャップ【生活】

一番の違いは、住環境です。日本の家賃と同じくらいの価格でプール・サウナ・ジム付きの家に住めています。毎朝出勤前に「おはようございます、奥様」と言われる生活は、日本ではなかなか経験できません(笑)通勤は基本15分ほど歩きますが、時間がないときは配車アプリでバイクを利用します。約4kmで180円ほど。逆に、タクシーで日本円1,000円を超えると「高い…」と感じてしまい、もう日本でタクシーに乗れなくなりました(笑)



### 3. 日本とのギャップ【仕事】

正直、仕事面でのギャップはそこまでありません。ローカルスタッフも日本人スタイリストから指導を受けてきたため、仕事がやりづらさを感じることはいくつかあります。

また、日本では「忙しいとご飯が食べられない」「先輩が残っていると帰りづらい」そんな空気がありましたが、こちらのスタッフはどんなに忙しくてもきちんとご飯だけはちゃんと食べてます(笑)周りに気を遣って無理に残ることもありません。その分、気持的にとても楽に仕事できています。

### 4. スタッフとのコミュニケーション

ローカルスタッフとは、基本的にインドネシア語で話しています。まだ勉強中なので、正直半分以上は聞き取れていません(笑)全然会話は分かってないのに、話しかけてくれるのはいい国民性だなと思います。明るくて親しみやすく、言葉が通じなくても理解しようとしてくれます。とても素直な子が多く、言葉の壁で強いストレスを感じることはほとんどありません。

ただ、技術や指導は「伝わらないと意味がない」ので、語学の勉強は続けていきたいと思っています。

### 5. お客様の層と仕事

日本にいた頃は、学生~30代前半の女性が中心でしたが、今は0歳から60代まで、老若男女すべての層を担当しています。

インドネシア生活に慣れていない方もいれば、来たばかりで不安を抱えている方も多く、「ここでも安心して任せてもらえる美容師」でいられるよう心がけています。

### 6. インドネシア人の素敵だと思うところ

初めての海外生活で、不安しかなかった私ですが、本当に親切で助けてくれる人が多い国だなと感じています。困っている人を見ると、「どうにかしよう」としてくれる人が多いです。

言葉も分からないまま来た私ですが、現地の人に助けられながら、なんとか生活できています。そのたびに「私、日本にいたときこんなに外国人に優しくできていたかな?」と考えさせられます。宗教上お酒が飲めない人が多いのに、飲んでいる時と同じくらいテンションが高くて、人生を楽しむのが上手だなと思います。

### 7. 来てみて良かった?

心から、来てよかったと思っています。

東京で働いていた頃はお客様も多く、同期や同僚もいて、刺激が多くキラキラしていたなと思います。でも今は、何も分からない場所で集客・接客・施術を試行錯誤する中で、美容師としても、人としても成長していると実感します。日本人以外のお客様も担当できるようになり、言語や髪質など、学ぶことは本当に多いです。

### 8. これから海外に行ってみたい人へ

不安なことは、だいたいなんとかなります。それより、実際に住んで、体験して、違う文化や価値観に触れられることの方が大きいと思います。正直、インドネシアは英語もインドネシア語も完璧じゃなくても暮らせます(笑)ハードルは、思っているより低いと思います。私自身、VISA・渡航費・家の契約などは会社がサポートしてくれました。

「なんでインドネシア?」「なんで海外?」と聞かれますが、答えはなんとなくです(笑)20代のうちに、日本以外で働いてみたかった。それだけででした。

だから、あれこれ考えすぎず「行ってみようかな」で来て、その中で自分なりの楽しさを見つけていくのも一つの人生経験だと思います。「インドネシアに異動します」と言うのと「どこ?インド?」って聞かれたこともあります(笑)でも、みんなが知っている国じゃないからこそ、自分自身の面白さや経験値になると思っています。海外に少しでも興味があるなら、考えすぎず、一歩踏み出してほしいです。



金城 可花

琉美インターナショナルカレッジ出身  
好きなインドネシア料理:サテタイチャン・ミーアヤム

Instagram  
@kahana\_lond



## 前半エンタメパート編集



松尾 優希  
Lond fleur 大宮



@yuuchi\_lond

今回サステナブルマガジンの制作に携わらせていただきました！  
平成時代に流行していたシール帳やデジタルカメラをテーマに、懐かしさを感じてもらいながらも、今の世代の方にも楽しんでいただけるような内容を意識して特集を制作しました！また、タイトルの写真も特集内容が一目で伝わるように、シール帳やデジタルカメラなどの要素を入れて、テーマが分かりやすい構成にしています！  
今回このような制作に携わらせていただき、企画や構成を考える難しさや楽しさを改めて感じることができ、とても勉強になりました！  
まだまだ勉強中ではありますが、自分なりに考えながら制作しましたので、お時間ある際にご覧いただけたら嬉しいです。

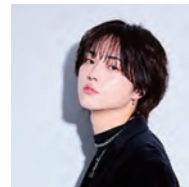


能村 彩依莉  
Lond generous 柏



@lond\_airi

今回この年間誌の編集に携わらせていただき、とても嬉しく思います。  
私は全国の方言を紹介するページや、麻辣湯の特集ページの制作しました。  
方言の企画では、地域ごとに異なる言葉の面白さを感じながら、誰でも楽しく読めるページになるよう工夫しました。また麻辣湯の特集では、実際に店舗に足を運んだり、スタッフの方にアンケートを取るなど、よりリアルな魅力を伝えられるよう意識して制作しました。  
大人から子どもまで楽しめる内容を考えることの難しさも感じましたが、その分やりがいも大きく、とても貴重な経験となりました。



永井 えいき  
Lond garnet 池袋



@lond\_eiki

今回の誌面は年間誌ということもあり、皆様に楽しく読んでいただけるよう、さまざまな企画や構成を考えながら制作しました。  
読者の視点で物事を考えることは想像以上に難しく、とても頭を使う時間でもありましたが、その想像力はサロンワークにおいてお客様の体験や想いに寄り添うことにも通じるものだと、改めて感じる機会となりました。  
今回の誌面では、前髪・顔まわりのスタイル提案に加え、前髪が崩れないための検証やスタイリングの違いなど、読み応えのある内容やバリエーションを意識して構成しました。  
読んでくださる方にとって、前髪を少し楽しんでいただけるきっかけになれば嬉しく思います！

また、グラビア撮影やロンドイズの撮影もとても楽しい時間でした。  
この企画を通して、社内の良い風土や仲の良さを僕も改めて感じることができましたし、それが読んでくださる皆様にも伝わるようなコンテンツになっていれば幸いです。そして今後も、皆様に関わっていただけるような企画や発信を続けていきたいと思っています。

この雑誌を通して、ウェルネスやウェルビーイングというテーマ、そしてこれまで、そしてこれからの社会について考えるきっかけになるとともに、私たちロンドグループの魅力や大切にしている想いが少しでも伝われば嬉しく思います。

## 後半サステナパート編集

今年もなんとか校了を迎えられました。毎年ワガママを聞いてくださるトップ広告社デザイナーの島崎さんと、サステナマガジンに彩りを与えてくれる小林さんにまず感謝します。そして、環境パートで去年に引き続き東さんと江守さんをつないでくださりステキな記事をプロデュースしていただいたMedia is Hope代表の西田さんとユカさんに心から感謝申し上げます。そしてたくさんのご協力をくださったそれぞれのプロフェッショナルの方々へ感謝申し上げます。また、今回マガジン制作に携わってくれたエイキ、ユウキ、アイリ、本当にありがとう！！

今回石田は前半にコラムを書かせていただいたので、編集後記は短めに書きますが、この雑誌は前年からの自分の総決算として、自分の中で作品として、ミュージシャンがフルアルバムを制作するような気持ちで挑み、現段階での自分の最大限を形にしています。  
ご来店するすべての方へ届くとは思っていませんが、この最後の編集後記まで読んでいただいたあなた様が一つでも気づきがあり

行動変容につながったら最高、Londって面白い会社だなと思っていただけなら幸いと思っております。  
よろしければ感想を石田のインスタDMかlondgroup@lond.jpに送っていただけたら励みになります(販売物でないのになかなか効果測定ができない存在感の不安定さはあるのです苦笑)  
あと、今回のグラビアページでLonDays(ロンドイズ)という美容師アイドルグループも爆誕させたので、人気投票やTikTokのフォロー、いいね、などで応援くださると幸いです(しょういちろうを応援して研修生から正規メンバーに上げていただけたら幸いです)  
最終的には曲を作りMVを撮影するところまで持っていただけたらプロデューサー冥利に尽きます。  
すみません結局長くなりました、ありがとうございました。  
(最後にひとつ、Londから初めてLINEスタンプ販売スタートしたので是非使ってってくださいませ)



@londgroupishida  
石田のInstagram



WEB版サステナブルマガジン  
バックナンバーも読めます



対談動画  
対談を動画で観る

株式会社 Lond Holdings  
代表取締役/  
サステナ経営上級アドバイザー  
編集長

石田 吉信



## Lond group フィロソフィー

### Love For All 全ての人、物、事に愛を

サロン名である『Lond(ロンド)』とは楽曲形式のひとつ。  
主題の旋律に対し、異なる旋律が定期的に繰り返される形式のこと。  
Lond groupの愛をもって世界を豊かにしていきます。

また、『Lond』の『L』には、『Love,Life,Luxe』という意味も含まれており、  
“愛を持ってお客様の人生に贅沢をご提供する”  
という使命を持ってお迎えしようという理念でございます。

#### ＜ 経営理念 ＞

Love Life Luxe 愛を持って  
より素晴らしい人生をより豊かに  
我々Londは、従業員の  
物心両面の幸福を  
追求する事を経営の軸とする

#### ＜ 経営指針 ＞

利益の最大化を達成できる会社  
ステークホルダーの  
幸福の最大限の追求  
夢を与え続けられる会社  
明るい会社

#### ＜ 行動指針 ＞

勇気 情熱 希望を持ち、  
未来を切り拓く人  
愛し、愛される人  
明るく素直で  
向上心のある人

### トップコミットメント

我々Lond groupは美容業界の革命のために立ち上がりました。美容業界の離職率の高さ、それは仕事に対する満足度の低さ、不安感、組織のあり方、様々な問題があるのではないかと思います。

Lond groupでは、「全従業員の物心両面の幸福の追求」という経営理念のもと、美容師の経済的な豊かさ、仕事に対するやりがいや誇り、そして美容師のサステナビリティに向き合っていき、それらの問題を解決し、人を大切に作る業界に変革させていくために、強い気持ちを持って業界トップシェアのリーディングカンパニーを目指していきます。

また、未来のトップカンパニーを常にイメージし、美容業界の間口を広げるべく、社会に目を向け、先進的にCSRに取り組み、業界に広がっていきます。

美容師という仕事はお客様の毛先を整えるだけの仕事ではなく、髪型を美しく、かわいく、かつよくしたり、パーソナルなコミュニケーションをすることにより、明日からの自信や活力を与え、勇気付けられる素晴らしい仕事だと心から思っております。

全ての人が、Lond groupのどのサロンでも最高の美容室体験ができるように、会社は、社員一人ひとりを大切に、社員満足度を上げ、そして先進的な教育カリキュラムを提供し、社員は、Lond groupの行動指針にあるような素直で明るく向上心を持ち、勇気、情熱、希望を持ち未来を切り拓いていく人材のごとく、どうしたらお客様が美容室を通じてもっと喜んでいただけるか、どうしたらもっと楽しく、そして、リラックスできるか、お客様へのより良いおもてなしを学び、実践していき、経営陣と現場が一丸となって全てのステークホルダーの最大限の幸福の追求をしていくことがLond groupの経営方針でございます。

Love For All~全ての人、物、事に愛を~  
という企業理念通り、我々のステークホルダーが増えれば増えるほどに世界には愛が広がります。  
そして、LondのLに込めた(Love,Life,Luxe)という想い、【愛を持って、関わる人の人生や生活を、より豊かにしていこう】これと一緒に叶えていける同士をこれからもたくさん巻き込み、まずは美容師から、お客様、世界へと愛の手を広げていきます。