Lond

Love for all
Love Life Luxe

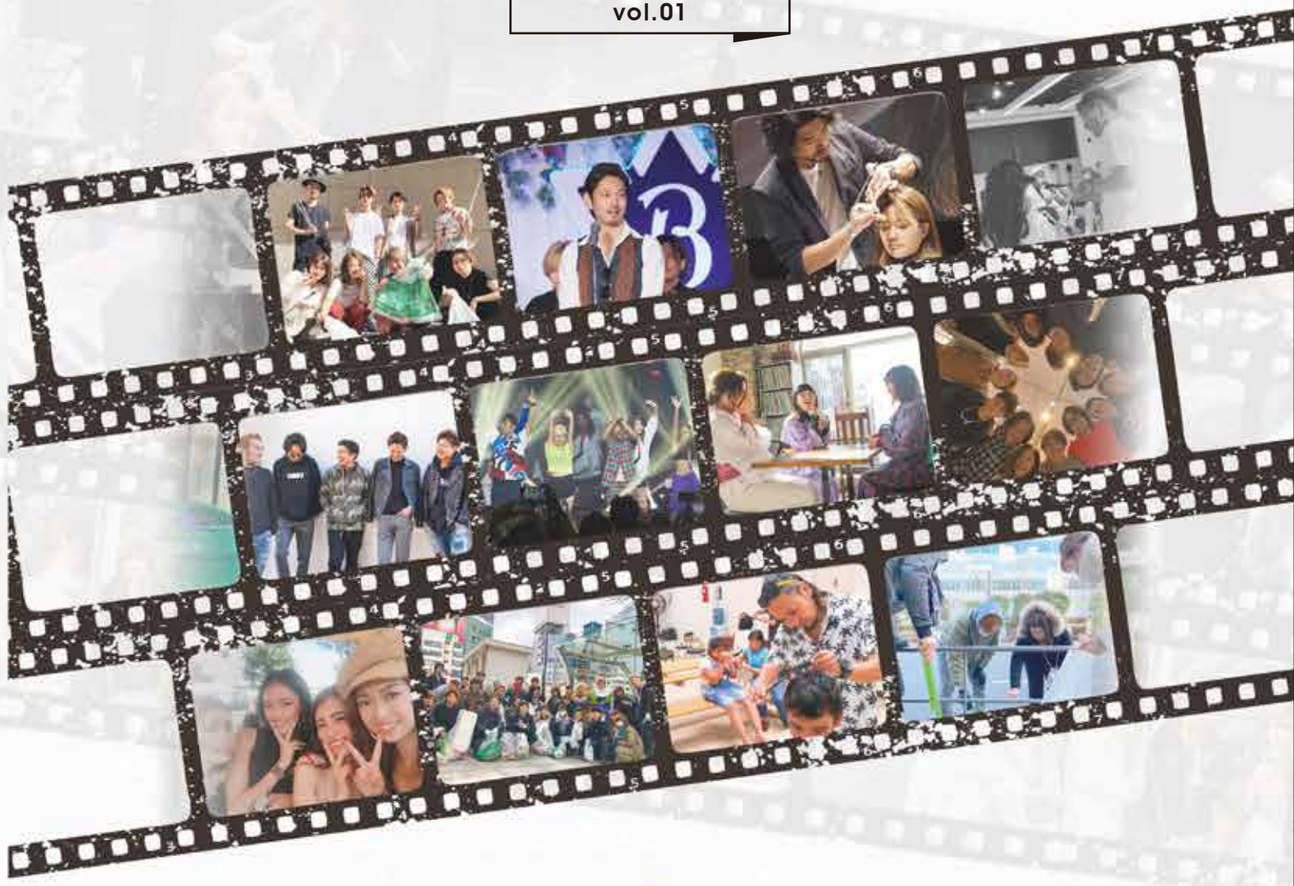
londgroup _ staff

https://www.lond.jp/

FSC 認証パルプを配合した環境対応紙を使用しています。

LOND SUSTAINABLE MAGAZINE

vol.01



Lond

INDEX

03 Lond sustainable magazine
編集長コラム

04-05 Lond がサステナビリティに取り組む理由

06 ー 脱プラスチックへの挑戦 ー
my mizu / 4ℓ for 1bottle

07 ー サロン内で出来るエコな取組み ー
みんな電力 / エコ紙

08 ー 地域貢献アクション ー
きもちいクウキ

09 ー 1人でも多くの子どもに笑顔を ー
ヘアドネーション / ボランティアカット

10 セミナー実績、雑誌掲載

11 Lond Group フィロソフィー

Lond sustainable magazine
編集長コラム

先日、後輩を連れ立って東京・広尾にある完全予約制のBarへと行った時の話である。
オーダーしたお酒が運ばれるとある事に気付いた。

グラスに敷かれたコースターは**紙でなく珪藻土素材**で、カクテルには**プラスチックではなく紙のストロー**が挿されている。

まさかその日、夜中のひっそりとしたバーカウンターを挟みバーテンダーとサステナブルな話で盛り上がるとは思いもよらなかったが、そのお陰もあってか会話は弾みいつも以上に美味しいお酒を呑めた気分になったものだ。

この話を聞くとピンとくる方も多いだろう。
サステナブル、脱プラ、ペーパーレスといった単語も同時に思い浮かべる方もいるのではないか。

海外旅行に行かれた際、お買い物をした時を思い返すと、スーパーやブランド店でもレジ袋は有料であったり、もはや袋自体が存在しないお店もあるからだ。

大手ファッション雑誌VOGUE.のイタリア版の1月号も記憶に新しい。
なんとファッション誌であるのにも関わらず写真の掲載はわずか1枚のみ。

“without traveling, shipping clothes or polluting in any way.”
（旅も、服の輸送も汚染もこれ以上いらない。）をテーマに、写真の代わりにイラストを掲載。
フォトグラファーやモデル、スタッフ、衣装をロケ地へと運ぶ為の輸送燃料の削減。
ファッションにその警鐘を鳴らしたのだ。

こういった例は現在では枚挙にいとまがない。
世間でも話題になったスターバックス社の取り組みや、ブルーボトルコーヒー、マクドナルドやセブンイレブンといった大手のコンビニやチェーン店での取り組みも同様だ。
（ex.スターバックス社は2020年末までに全世界の同社の全店舗において、使い捨てプラスチック製のストローの使用を廃止するという取り組み）
これにより日本国内のスターバックスだけでも**年間2億本**のプラスチックストローの削減になるのだという。

もう一つ例を挙げると、ナイキ社に起こった世界的不買運動をご存知だろうか？
90年代末、同社が製造委託する東南アジアの工場で**低賃金労働、児童労働、強制労働**等が発覚。これにより企業の社会的責任を問われ、前述の問題へと発展したのだ。
こういった活動の背景には地球環境保護の目的が強いのだが、そもそもサステナビリティとは直訳すると“持続可能性”である。地球環境保護のみならず、仕事の雇用や教育など人々の営みを、より良い状態で、より永く、共存し生活が営める様にというのが望ましいと考える。
その為の経営や経済活動、消費活動が、いま世界中で叫ばれているのだ。

さてさて、随分と規模の大きな話を出してしまったが、この話題は実は意外と身近なのだ。

確かにスターバックスのストローの本数を聞くと驚いてしまう。
企業の社会的責任と聞いてナイキ社の例やマクドナルドの様な世界的に有名な大企業だけが取り組めば良いのか？

いやはやそんな筈はない。
現に日本の会社のうち中小企業が90%以上である。
企業が取り組むべき課題は確かに山積みだ。

しかし**我々は選ぶ事ができる。**
そして、企業を動かすのも地球を動かすのも**我々民衆である事を忘れてはいけない。**
我々一人ひとりである事を忘れてはいけない。

実際にストローを、レジ袋を日常的に使う人が全世界で一体何人いるだろうか？

1日でも早く、全世界の全ての消費者がサステナブルな思考のもと活動をするなら地球はもっとよくなるのかもしれない。

P.S. 冒頭のBarの帰りがけにバーテンダーから聞くと、やはり平均的なバーテンダーの給与よりも随分とこのお店は良いそうだ。やはりなぁ、と思いながら談笑を終え終電へと向かったのである。

吉田 牧人

Lond 代表取締役
Lond group 6人代表の1人。ランニングとお酒と妻と子をこよなく愛しています♡
写真とは裏腹に真面目に経営しています笑。

instagram
makito1031

Londがサステナビリティに取り組む理由

2018年から、美容業界では珍しくCSR活動を積極的に行っているLondGroup。2013年に創業したまだ若い企業ながら、集客以外にも注目されている理由の1つだ。今回はCSR担当である代表取締役 石田氏に、何故CSR活動にこれほどまでに熱を注ぐのかをインタビューしてきた。

今回この取材をするにあたり、「CSR」ではなく、度々「サステナビリティ」という言葉を使っていましたが、どのような違いがあるのですか？

「CSR」は一般的には企業の社会的責任と言われますが、R=「レスポンス(反応)」と「アビリィティ(能力)」='企業としての社会への対応力' と訳すこともできます。

社会的'責任' という言葉が少し受け身なイメージを受けます！

その一方で「サステナビリティ」は'地球がこのまま続いていくためにはどうすれば良いか？' ＝持続可能性地球や環境、人の営みや全てが持続可能な生き方・暮らし方、仕事の仕方、この総称が「サステナビリティ」です。

LondGroupが現在、実際に行っている活動は、社会的'責任' というよりも、働き方・暮らしを良くするための活動なので、「サステナビリティ」という言葉を使っています！

現在、エコロジカルフットプリント(※1)が1.7と言われていますが、地球1個分で生活できるように、小さな力ではありますが環境の為に貢献していきたいと思っています。

今回の取材や、行っているセミナーでは「サステナビリティ」という言葉をメインで使用していますが、ホームページやSNSでは「CSR」という言葉を使っています。それは何故でしょうか？

実はこれは敢えて「CSR」という言葉を使っています。「サステナビリティ」よりも、「CSR」の方が認知されていて、インターネットで検索した時に多くの情報を得る事が出来ます。美容業界全体により浸透させ、多くの人にこの活動を認知をしてほしいという点で考えると、「CSR」という言葉を使っていた方が、興味を持っていただいた方の理解がより深められると思ったためです。
ソーシャルグットな事を拡散していく為に、意図的に「CSR」という言葉を使っています。これもある種サステナビリティな考え方と言えるかなと思います。

なぜ「CSR」「サステナビリティ」にここまで本気で取り組むのですか？

綺麗事だと思われるかもしませんが、自社の為ではなく、業界全体のブランディングもっというならこれからの人々の暮らしや地球環境を未来に続かせるための取り組みです。

元々、Londの代表の中にこの考えは根付いていて、企業理念にも「LOVE FOR ALL」(全ての人、物、事に愛を)とありますが、まさにそれを体現するものがこの活動です。

美容業界に限らず日本全体で「サステナビリティ」「CSR」の進捗状況はどう思いますか？

―物の裏を読む・考えるという事が圧倒的に足りないと感じます―
お金を使うという事＝その会社を応援しているという事そこまで考えてお金を使っている人がどれだけいると思いますか？

実は、サステナビリティ推進国のヨーロッパの人は購入する時に約50％の人が、考えてお金を出すと言われていて、アメリカで20％、日本はわずか3％です。

日本はこういう事を聞いても凄く遅れているなと、勉強すればするほど思います。

さらにその中でもソーシャル意識が遅れている美容業界でこの取り組みをしているので、スーパーブルーオーシャンの先駆者のような扱いをされているのだと思います。笑
僕自身もSNSでかなり積極的に発信をしたり、CSRやサステナビリティに関する会合には数多く出席をしています！会合に参加する方の多くは大企業のCSR部・サステナビリティ推進室の方は資金調達の為に勉強をしに来る方が多いように思います。その中で"中小企業の美容室経営者"がなんで居るの？と不思議な目で見られますが、ありがたいことに僕の知識と情熱に驚かれる方がほとんどです。笑

経営者で、若くて、情熱があって、知識があって、実践している。という部分に興味を持っていただき、国連や環境省の方から仕事を頂いたり、メーカー・ディーラーからセミナーの依頼を頂いたり、美容業界誌からCSRについての見開き特集を組んで頂いたり様々なお仕事を頂けるようになりました。

(※1)・・・人間の生活がどれほど自然に依存しているかをわかりやすく表すためにつくられた指標。エコロジカルフットプリントが「1」＝無駄な資源を使っていないという事。もし、世界中全員が日本人と同じ暮らしを始めたら、数値が2.8。米国人の暮らしだと地球が5.3個も必要になるともいわれている。日本のエコロジカルフットプリントの中で一番大きな要素が二酸化炭素。ピンと来ないかもしれないが、電気をこまめに消す・冷暖房を賢く使う等、省エネを意識することで改善することが出来る☆

LondGroupが見据える今後

―美容業界の' 企業社会対応力' に大きな可能性を感じています―

今後eコマース(※1)の進化により小売り業が衰退していくのではないかな？と思っています。そんな中で、美容室は今後も存続していくと思っています。「美容と健康と地域の情報」全てが揃う"社交場"として、誰でも利用できる場所にしても良いと思うし、対応力という面でもっと可能性を秘めていると思います！

SDGs(※2)の表現を借りると11番目の項目に「住み続けられる街づくり」とありますが、そこに一番貢献できるプラットフォームは美容室なのではないか？と思います！

人の営みがずっと続くために美容業界として大きく貢献できるサステナビリティだと思います。

(※1)・・・「電子商取引」であり、インターネット上で行われる商品やサービスに関する取引・決済を指す言葉。「eコマース＝ネットショッピング」

(※2)・・・SDGs(エス・ディー・ジーズ)と読む。SDGsとは「Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)」の略称。2015年9月の国連サミットで採択されたもので、国連加盟193か国が2016年から2030年の15年間で達成するために掲げた目標。

最後に一言・・・

―大企業が単発で何かを行っても意味がない。
長い将来を見据えて行うからこそ意味を成す―

本当に小さな取り組みをコツコツと継続させることが一番大切だと思っています！僕自身、色々な事を勉強して地球・世界という事を話していますが、実際に行っている取り組みは、小さな積み重ねばかりです。

・日曜日朝一のゴミ拾い活動
・今年から始める脱プラに向けた2つの取り組み
・ボランティアカット
・ヘアドネーション　(全て後ページに詳細あります！)

あと今年から、エシカルチームというものを作りました！発注している備品の精査、商品を全てエコ紙利用の紙にする、あとは水や電気の無駄遣いがないかなど、日々細かな点に気を配るスタッフを各店舗に1人設けています！

「塵も積もれば山となる」という言葉があるように、1人、また1人と' 意識をする' という習慣が出来るだけで、日本、世界は変わっていきます☆

こういった経営をしている中でスタッフからも「マイボトルかいましたー！」という言葉を聞いたり、「ビニール袋をもらわないようにしています」というSNSの発信を見かけたりしてとても嬉しく思います。

今後もLondGroup全体で「サステナビリティ」を体現していきます☆

インタビューを終えて

今回も沢山のお話を聞かせて頂きありがとうございました☆いつも本当に勉強になることばかりです。

私自身、「地球のために自分が出来る事」と言われても全くピンときませんでしたが、今日お話を伺って、今日から自分にも出来そうな事が沢山ありました！

石田 吉信

主にソーシャルブランディングとビジュアルブランディングを担当。美容業界では早い段階でCSRやサステナビリティを学び、実践を始め、その評価によりサステナビリティ関連の取材を受けたり、セミナー講師をしたりしている。国連環境計画日本協会広報にも所属。最近は環境省のプロジェクトにて社会起業家のメンタリングを行ったり活動の幅を社外にも広げている。Lond Groupのシーズントレンドを創る「Lond trend creative team」のディレクション兼フォトグラファーも担当。

londgroupishida

脱プラスチックへの挑戦 ―
mymizu / 4ℓ for 1bottle

mymizu 脱プラスチック！ ●みんなでマイボトルを持とう☆ ●全店mymizuスポット登録

今日本で年間何本のペットボトルが使用されているかご存知ですか？何と、年間252億本です。そのうち、90％は回収されていると言われていますが、約39億本は回収できずに海に流れたり、自然の中に捨てられたり環境汚染へとつながってしまっています。また、回収したペットボトルもほとんど燃やしてエネルギー転換・リサイクルされています。それは結果的に地球温暖化に繋がってしまっている現状です。

環境問題で大事とされている「3R」

RECYCLE ♻ REDUCE ♻ REUSE

リサイクル → 有効活用すること　リデュース → 減らすこと　リユース →繰り返し使用すること

とありますが、最近のソーシャルな活動している人達の共通認識として、「リデュース：減らすこと」が大切と言われています！そこでLondではまずマイボトルを持つことから始めようと思いました!毎日買っていたペットボトルをマイボトルにしたら、かなりのプラスチックが削減できます。また、お金の節約にもなります。

もし出先でお水がなくなったら･･･そんな心配も無用です！「mymizu」アプリを活用すれば、無料で給水が出来ます！また、**Londは「mymizu」給水スポットとして、全店舗を登録しています！**美容室のご利用でなくても、給水目的だけでもお気軽に足を運んで頂きたいと思っています！「mymizu」を通じてLondを知って頂ければ、こんなに嬉しい事はありません☆

自分たちの将来、そしてその先の子供達の未来のために･･･。美容業界を率先してLondから広めていきます！

「mymizu」アプリとは？

ペットボトルの使用を削減することをミッションにした、日本初の給水地を探せるアプリです。このアプリの凄い所は、世界規模の地図の中で、無料で水が汲める場所を探すことができるため、実質日本国外に住んでいる方や旅行したときでも活用する可能性があることです。主な機能は「無料で水が飲める・汲める場所を探す」「無料で水が飲める・汲める場所を追加して増やす」の二つです。アプリ内の給水所がマークされた地図を使って、給水所を探すことができます。地図はグーグルマップのような表示で日本全国、そして世界地図まで見ることができます。
※2019年9月リリース、英語と日本語に対応

4ℓ for 1ボトル

OEMシャンプーを4ℓのリフィルにして、ボトルを持参して頂いたお客様に1mℓ単位で計り売りします。
4ℓのリフィルが無くなったら児童養護施設に1ボトルシャンプーをプレゼントするという取り組みです！

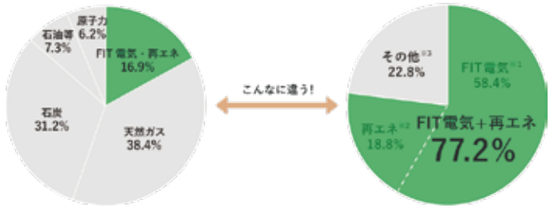
2020年の春から実施

サロン内で出来るエコな取組み ―
みんな電力 / エコ紙

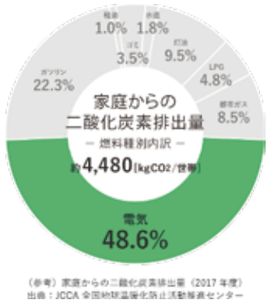
みんな電力

みんな電力とは？

日本全体の電源構成は、CO_2を排出する石炭･天然ガス･石油で75％超。ご家庭も会社も切り替え可能なみんな電力は再生可能エネルギー100％でCO_2排出量ゼロまたは、FIT+再生可能エネルギー75％の2つのプランがあります。



家庭から排出される二酸化炭素の48.6％は電気によるもの。ご家庭の電気を変えるだけで、気候変動への大きなアクションにつながります。



（参考）家庭からの二酸化炭素排出量（2017年度）
出典：JCCA 全国地球温暖化防止活動推進センター

社会貢献活動のひとつとして「再生可能エネルギー100％のサロンを目指し、Lond Groupは可能な限り再生可能エネルギーにシフトしていきます」

電力自由化になっても知らない人が多く、変える意識があまりないように思います。実際に地球温暖化ってどうなのだろうとか、考えるきっかけになれば良いでしょう。なぜ電力会社を変える必要があるのだろうか、そういう関心を持つことがすごく大事だと思います。安全で安心でサステナブルなのは再生可能エネルギーです。ただ知らない人が多いので、パワーシフト・キャンペーンを、誰にでも知って欲しいと思います。

CO_2を出さずに地球の循環の中で生まれる太陽や風力のエネルギーを増やしていくことが今、世界中で求められていることです。

再生紙使用 2020年、エシカルチームを結成しました。

本当に単純に、お店の備品の発注、在庫管理(トイレットペーパー・コピー用紙等)をする係です。エシカルグループラインを作り、全店舗の発注状況の精査を行いました。紙類は全て、再生紙・エコ紙に変更。コストが上がると思われがちですが、ほぼ通常紙と変わりません。

また、以前までは備品が段ボールに入って納品されていたのですが、環境のことを考えコンテナーにて送っていただいております。

2018年 約432枚　2019年 約800枚
のダンボールを削減することができました。

この係を設けた1番の意図は、「物を変えることよりも、大事にするため」

・備品の無駄遣いがされていないか
・電気がつけっぱなしではないか
・水を流しっぱなしにしていないか

という普段の生活で気を付けられる何気ない一つ一つをエシカルチームをはじめスタッフがきちんとチェックする。という取り組みを全店舗でスタートしたので、今年から強化していきたいと思います！

地域貢献アクション ―
きもちいクウキ

2017年5月より働かせていただくその土地に感謝を込めて、空気を気持ちよくしたいという想いから、出店している銀座、錦糸町、表参道、北千住にて毎月第二日曜日朝にゴミ拾い活動をしています。
(インスタグラム #きもちいクウキ で最新情報更新中)

銀座では中央区が開催する「(※1)まちかどクリーンデー」にも毎月参加しています。

このプロジェクトにおいては、Londのブランディングや企業イメージの為に行っている訳ではないため、単発ではなく出来るだけ遠い未来を見据えていきたいと思い、毎月活動をしています。

「働く街がいつもキレイであってほしい」「感謝の気持ち」もっと大きな願望だと「地球環境の為に何か出来る事をしたい」という思いで活動をしています。

なので、発信するハッシュタグも内部向けのものではなく、「#きもちいクウキ」と誰でも使える言葉にしています。スタート当初は自社スタッフだけでスタートしましたが、現在は、地域の他のサロンの方にもご参加いただけるようになりました!まだまだ小さな輪ですが、少しずつ広がりを実感しています。

また、この活動を通してスタッフ一人ひとりの意識の変化も見られるようになりました。日々、町を歩いていて'街にどれほどゴミが捨てられているか'気にする事はありますか?

ゴミ拾いをスタートしてから、スタッフたちがそういう部分に気付いてくれるようになり、とても嬉しく思います。ゴミを拾った経験をしたら、それとは反するポイ捨てをしなくなるというのもゴミ拾い活動の大切なポイントです。

(※1)平成17年7月より中央区が毎月10日、午前9時～開催する清掃活動。

1人でも多くの子どもに笑顔を ―
ヘアドネーション / ボランティアカット

ヘアドネーション

頭皮・頭髪に関わる何らかの病気が原因で髪の毛を失い、ウィッグを必要としている子ども達に、医療用ウィッグの原料となる毛髪を寄付すること。

※Lond Group全店、日本で初めてのヘアドネーションNPO団体JHD&C(ジャーダック)さんの賛同サロンに登録されております。(申請中のサロンもあり)

ヘアドネーション実績

2018年　計132人分
2019年　計168人分

31センチから寄付ができます。引っ張ってちぎれたりしなければ、ヘアカラー、縮毛矯正、パーマ等していても大丈夫です。

ヘアドネーションでも素敵なカットをお約束します☆
(カット料金は頂いております。)

また、ジャーダックさんが医療用ウィッグを製作するのに10万円前後かかるそうで、その支えとしてLond Group全店で募金箱も設置しております。

募金額

2018年 ¥12,757
2019年 ¥9,864

皆様のご理解ご協力誠に感謝しております。

我々の仕事の中で副産物として残る髪の毛が、誰かの笑顔になるならば、この取り組みに参加しない手はありません!これからも沢山のヘアドネーションを行っていきます。

ボランティアカット

Lond Groupでは美容の力を信じ、定期的に児童養護施設(※1)に有志でボランティアカットに行かせていただいてます。
髪型を可愛く、かっこよくすることで子ども達が自分に自信を持ったり、笑顔になる機会が増えたり、プロがカットすることで美容師という仕事、手に職というものを少しでも感じて将来の夢や目標に繋がったらと思っております。

ボランティアカット実績

埼玉県児童養護施設
2回訪問

世田谷区児童養護施設
「東京育成園」
9回訪問

杉並区児童養護施設
「東京家庭学校」
13回訪問

ボランティアカットを通じて、参加したスタッフから色々な感想が寄せられます。 ※以下、一部抜粋

お店にお子さんは沢山来てくれますが、自分の店舗ではないため、違った緊張感がありました。この子達にとってどう接してあげる事が一番喜んでもらえるだろう?と思いながらカットをしました。

サロンではお客様の求めているヘアスタイル、リラックス出来る空間を提供して幸せになってもらうのが一般的な仕事ですが、、子供となると、上手にカットするだけが正解じゃない。

その子の親しみ易い目線になって会話をしないといけない。20歳も上の大人が初対面だと、相手も戸惑ったり緊張すると思うし、ましてや大人の都合で施設に入所した子だったら大人に対してトラウマを抱いてるかもしれない。

この活動を通して、スタッフ自身も人として成長する機会を頂いています☆
一人でも多くの子どもに笑顔を与えられるように、今後も定期的にボランティアカットは継続していきます!

(※1)児童養護施設とは?
「児童養護施設は児童福祉法に定められた児童福祉施設の一つです。児童養護施設では予期できない災害や事故、親の離婚や病気、また不適切な養育を受けているなどさまざまな事情により、家族による養育が困難な2歳からおおむね18歳の子どもたちが、家庭に替わる子どもたちの家で協調性や思いやりの心を育みながら、生活しています。児童養護施設は、子どもたちの幸せと心豊かで健やかな発達を保障し、自立を支援しています。」

セミナー実績 / 雑誌掲載

2019年のセミナー　実績72本

インテンス大阪ヘアショー 2019.10

ASIA TREND COLLECTION in taipei　2019.9

napla DREAM PLUS 日本武道館　2019.6

雑誌掲載実績

- **NEXT LEADER** —— ネクストリーダー
  - 2018年 2月　「東京次世代マネジメント」
  - 2018年 3月　「いったぞ最高売上」
  - 2019年10月　「100人の壁を越える本部機能」
  - 2020年 1月　「生産性100万円時代に向けて」
- **IZANAGI** ——イザナギ
  - 2018年 11月　「Londが美容業界の未来を変える」
  - 2018年 12月　：
  - 2019年 4月　Lond連載開始（4,5,6,8,9,10月掲載）
- **PLAN** —— 美容の経営プラン
  - 2019年 7月　「人が辞めない給与、評価制度」
- **BOB** —— ボブ
  - 2019年 6月　「時短を価値に」
- **PREPPY** —— プレッピー
  - 2019年 2月　「個からサロンへ」
- **STORY** —— ストーリー
  - 2018年 3月　「胸熱男子（ダンナ含む♡）で、気持ちの"ハリ"復活」
- **ar** —— アール
  - 2019年 8月　「デートヘア企画」

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感の低さ、不安感、組織のあり方、様々に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、人を大切にす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、業界に広げていきます。

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、かっこよくしたり、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し、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、事、物に愛を～
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】これを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。