

アイリスト8タイプ診断 × 経営分析

「300名の向き不向き」を、配属と採用の根拠に。

スタッフが3分で楽しく答えられる診断を入口に、タイプ×店舗実績（売上・リピート・定着）の相関を本部で分析する仕組みのご提案です。診断そのものではなく、御社の規模だからこそ貯まるデータ資産を作ります。

lorraine-brow-demo.pages.dev

動くデモを公開しています（診断・本部ダッシュボード・セキュリティ設計）

スマホ・PC対応

ねらい

- **配属**：住宅街型に聞き上手を、新店に盛り上げ役を。配属で数字が変わる
- **採用**：いないタイプ・辞めやすいタイプから、次に採るべき人物像を逆算する
- **定着**：離職が集中するタイプに「役割の更新」を設計し失わない
- **検証**：毎期データを貯め、タイプの妥当性を自社データで更新

仕組みの全体像

01 診断（スタッフ）

24問・3分。シェアしたくなる結果カード

02 本部ダッシュボード

タイプ×売上・リピート・定着、立地適合、欠けている役割

03 セキュリティ

個人情報と回答の分離、n<5非表示、権限4階層、監査ログ

アイリスト8タイプ

受信 or 発信

技巧 or 情緒

深耕 or 開拓

丁寧な職人肌

THE ARTISAN

手元の精度で、静かに信頼を積み上げる人。

凝り性な研究肌

THE SEEKER

新しい技術を、誰よりも先に試したい人。

まろやかな聞き上手

THE LISTENER

施術より先に、心をほどいてしまう人。

気配りの世話役

THE CARETAKER

新人が辞めない店を、静かにつくっている人。

理詰めの目利き

THE STRATEGIST

「似合う」を、理屈で説明できる人。

教えたがりの指南役

THE MENTOR

自分の技術を、人に渡すことに喜びがある人。

華やかな演出家

THE PERFORMER

施術ではなく「体験」を売っている人。

巻き込む盛り上げ役

THE CATALYST

人も店も、動かしてしまう人。

※ 性格一般ではなく「サロンの数字に効く行動軸」で設計。タイプ名・質問文は御社の言葉に合わせて調整します。

本部で見えるもの（デモ画面より）

分析	わかること	使いどころ
タイプ別の実績	月売上・リピート率・客単価・新規→指名転換・在籍を平均と分布で比較	「強みの出方」の把握
立地 × タイプの適合	駅前／商業施設／住宅街ごとに、どのタイプが平均を上回るか	配属・異動の判断材料
店舗ポートフォリオ	各店のタイプ構成と「欠けている役割」、離職率との関係	補充採用・新店のメンバー編成
定着リスク／採用ペルソナ	離職が集中するタイプと、次に採るべき人物像	採用計画・定着施策

「正直に答えても大丈夫」を、 仕組みで約束する。

300名の本音が集まるかどうかは、セキュリティ設計で決まります。守るためだけでなく、**回答率と回答の質を上げるための設計**です。

データ設計の原則

- **個人情報と回答を分離**：名簿DBと匿名IDのみの回答DBに分け、突合キーは本部の限られた権限だけ（2名承認）
- **5名未満は表示しない**：店長・エリアMgrは集計のみ。「うちの店の誰か」が特定できない
- **評価・選考には使わない**と明文化：利用目的を配属・育成・チーム編成に限定し、同意画面と社内規程に明記
- **国内リージョン**・保存時／通信時の暗号化・既存アカウントでのSSO・本部は多要素認証
- **監査ログ**：誰が・いつ・誰のデータを・何のために見たかを全件記録。個票閲覧・書き出しは自動通知
- **保持期間**：退職後は一定期間で個人データを自動削除。統計用は匿名化して保持

権限マトリクス

ロール	自分の結果	自店集計	自店個票	全社	突合
スタッフ本人	✓	—	—	—	—
店長	✓	n≥5	—	—	—
エリアMgr	✓	n≥5	—	—	—
本部（限定）	✓	✓	✓	✓	2名承認
開発・保守	—	—	—	匿名	—

進め方（3フェーズ）

PHASE 1 約1ヶ月

診断の設計と公開

8タイプ・質問文を御社の言葉に合わせて調整。数店舗でパイロット→全店展開。結果カードの配信まで。

PHASE 2 約1～2ヶ月

実績データとの接続

POS／予約システムの売上・リピート・在籍データを安全に接続。本部ダッシュボードを本番化。権限・監査ログ整備。

PHASE 3 継続

検証と運用

四半期ごとにタイプ×実績を再集計し、配属・採用の仮説を検証。タイプ定義そのものを自社データで磨く。

正直にお伝えしておきたいこと

相関は因果ではありません。盛り上げ役の売上が高いのは、繁華街に配属されやすいからかもしれない。だからこの仕組みは断定するのではなく、**n数と範囲を必ず画面に出し、仮説を立てて検証し続ける道具**として設計します。また、適性検査を採用の可否に直結させることは法的にもリスクが大きいため、**用途は配属・育成・チーム編成に限定**することを前提にしています。MBTI自体には学術的な批判もあります。私たちが売るのは「当たる診断」ではなく、**300名のデータで当てにいく仕組み**です。

担当

合同会社STORKE 荒木 悠希（開発・顧問ファシリテーター）

美容サロン向けに、勤怠・シフト・研修・顧客ダッシュボード等の業務アプリを複数開発・運用中。まずはデモをお試しいただき、30分ほどお話しできれば幸いです。