# PEEK-A-BOO

ヘアサロン9店舗の全スタッフのコミュニケーション基盤に。LINEのような操作感がスタッフに馴染み、勉強会の写真や教育動画を共有してスキルアップに役立てています。

代表取締役社長　川島 修身さん
CIO/STYLIST　矢﨑 洋さん

peek-a-boo

**目的・効果**

従業員間の連絡｜LINEとの連絡
ノウハウ共有｜導入のしやすさ

**主な活用機能**

トーク　グループ　掲示板　アンケート

**都心部に9店舗を展開するヘアサロンPEEK-A-BOOは、約300名の社員が使うオフィシャルのコミュニケーションツールとしてLINE WORKSを導入しました。LINEと似た操作性や親しみやすさから、ITの活用にあまり慣れていないスタッフにも短期間で浸透。業務情報の迅速な共有や、新入社員向けの教育用動画の配信などに活用され、個人LINEを業務に連絡に用いるシャドーITを効果的に防ぐことにもつながりました。同社の川島さんと矢﨑さんに、LINE WORKSの具体的な活用シーンと導入効果をお話しいただきました。**

### 御社の事業内容をご紹介ください。

**川島さん：**

PEEK-A-BOOは、20世紀のヘアスタイルに革命を起こしたロンドンのヘア・ドレッサー、ヴィダルサスーンの活動に参加した私の叔父が、1977 年に東京・表参道にオープンしたPEEK-A-BOO 川島文夫美容室を出発点とするヘアサロンです。現在都心部の9店舗を運営し、サロンワークのほかに国内外の美容師にカット技術を教える講習会なども行っています。

### 以前はどのような課題に直面していましたか。

**川島さん：**

当社では本社・店舗あわせて約300名の社員が働いています。スタッフどうしの業務情報の伝達や、本社からの通達などの周知に、以前からグループウェアのようなコミュニケーションツールを活用したいと考えていました。しかし美容師は概してITリテラシーがあまり高くないため、運用しても十分に活用されないのではないかと、導入をためらってきました。

**矢﨑さん：**
社内でお互いの予定を共有することもできず、業務効率化を妨げる要因となっていました。その一方で、個人LINEを使ってスタッフどうしで連絡をし合う実態が見られるようになり、秘匿すべき情報を友人に誤送信してしまうといったシャドーITのリスクを防ぐことも、会社にとって重要な課題となりつつありました。

## 課題解決の手段としてLINE WORKSを選ばれた理由と、運用開始までの経緯をお聞かせください。

**川島さん：**
2020年にコロナ禍となり、緊急事態宣言下で1カ月の休業を余儀なくされました。そのとき、自宅待機しているスタッフを孤立させず、離れていてもコミュニケーションを図れるようにするために、注目したのがLINE WORKSでした。大半のスタッフがプライベートで使い慣れているLINEとUIが似ているLINE WORKSなら、ITツールが苦手なスタッフでもスムーズに浸透することが期待されたからです。

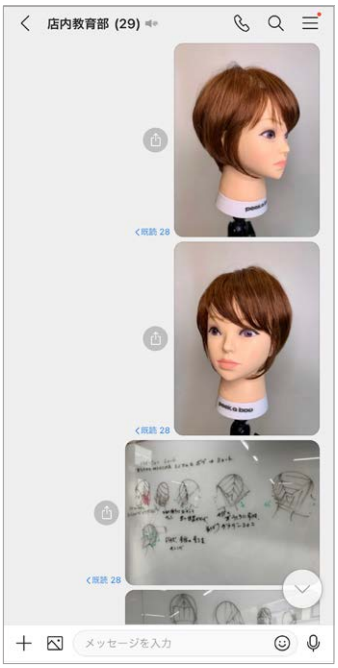
また、LINE WORKSなら動画のアーカイブも手軽にできるので、サロンのさまざまな技術を解説するコンテンツを共有することで教育に役立てられそうであることと、将来的にお客様と直接コンタクトをとるためのツールとしても活用できる可能性を考えて導入を決定しました。全社員にアカウントを付与し、2020年6月に運用を開始しました。

その際、チャットのやり取りを管理者がチェックできることを伝え、業務連絡にしか用いないルールを徹底。トラブルを早期発見できるよう管理画面のモニタリング機能でNGワードも設定し、必要なセキュリティ体制を敷くことができました。

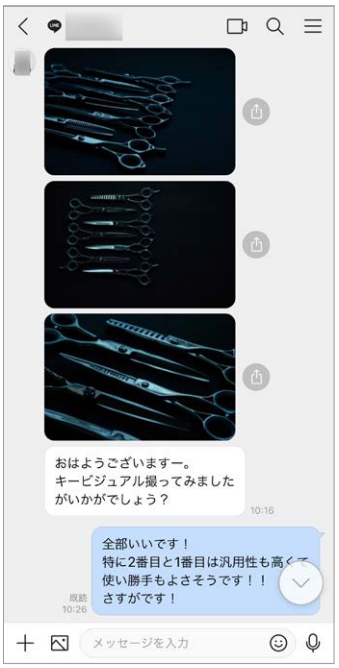
## LINE WORKSの具体的な活用シーンと導入効果をお聞かせください。

**川島さん：**
LINE WORKSの大きな魅力は、手軽にグループをつくってスピーディに情報をシェアできることです。組織図に基づいた部署ごとのグループのほか、社外で開催するカット講習の講師役を務めるスタッフのグループ、毎日の検温報告のグループなど、これまでに約140ものグループがつくられています。グループ分けすることで必要なだけ情報が必要なメンバーに素早く届くようになるうえ、誰が既読になったかが一目でわかるので、未読のメンバーだけに個別に対応できるのも便利です。

**矢﨑さん：**
ホームページやSNS、その他のメディアを使ったプロモーションを企画・管理している私は、外部のライターや編集者、コンサルタントや広告代理店の担当者など社外のLINE WORKSやLINEと外部トーク連携でつながって情報をやり取りできるようになりました。原稿や画像のやり取りがスムーズに行え、説明資料もノートにリッチテキストを使ったり画像を貼り付けたりして見やすく作成できるので、プロモーション活動が以前より円滑に行えるようになったと感じています。




スタイリングの資料なども画像で素早く共有




外部トーク連携で社外の関係者ともスムーズに情報や素材データを交換。
コメントが気軽にでき、モチベーションアップにも。

**川島さん：**
店舗ごとに共有すべき情報は、各店のグループトークルームのフォルダやノートに保存、全社で共有すべき情報は掲示板に掲載することで、社員が必要な情報にすぐにアクセスできるようになりました。ヘアスタイルなどのシーズンごとのトレンドを伝える情報をアップし、全店舗の足並みを揃えるといったことにも活用。以前はスタッフを集め、スライドを投影して説明していましたが、掲示板を使えば同じことをより手軽に行えます。スタッフの貴重な時間を移動等に使わずに済みます。

動画をアーカイブして教育に役立てる取り組みにも着手しています。コロナの影響で入社時期が遅くなった2020年度と2021年度の新入社員に向け、カットやシャンプー、ヘッドスパなどの勉強用動画を製作して掲示板に投稿し、それを見ながら学習することで、待機期間中の時間を有効に使ってもらいました。

**矢﨑さん：**
一部の店舗では、カラーリング剤など備品の保管場所を説明する店舗内の動画をつくってグループで共有することで、自宅待機中の新入社員のフォローをしていました。動画による説明は店舗の様子をリアルに伝えるのに効果的です。比較的若い世代ほど、こうしたツールを自在に使いこなすなど、創意工夫が活発です。

## ほかにどのような機能を活用されていますか。

**川島さん：**
会社に対する多様な声を拾い上げるため、「社長がなんでも答えてくれる目安箱」と称して、アンケート機能で社員から意見を集めました。その意見に対し、私がビデオ通話でラジオパーソナリティーのようなノリでコメントをするといった催しを行ったことがあります。

全社員に伝えたい情報は掲示板にアップして確実に周知。表示タイプを「アルバム型」に設定することでビジュアルも伝わりやすい。

**矢﨑さん：**

オンラインでのミーティングにはZoomを使いますが、ちょっとしたオンライン飲み会を開いたりするときには、LINE WORKSのビデオ通話を活用しています。LINE WORKSは社員間の親睦を深めることにも貢献してくれています。

## LINE WORKSの活用を、今後どのように発展させたいとお考えですか。

**川島さん：**

導入から1年あまりたち、業務連絡にLINE WORKSを使う習慣が全社員にすっかり定着しました。アフターコロナにおいても社内コミュニケーションに不可欠な手段として、これまで以上に活用が進むことが期待されます。また、技術指導の模様を動画で配信することで、多くの社員がいつでも学べる環境を整えていくつもりです。

今後はAPI連携やBotを活用して、お客様とのタッチポイントにLINE WORKSを利用する方法も模索したいと思っています。

※掲載している内容、所属やお役職は取材を実施した2021年9月当時のものです。

**提供元**

**WORKS MOBILE**

ワークスモバイルジャパン株式会社
東京都渋谷区神宮前 1-5-8 神宮前タワービルディング 11階
line.worksmobile.com

**販売パートナー**