

ブランドエクスペリエンス			A.コーポレート・団体
広告主名	マイナビ	期間	2024年4月3日 ～ 現在
コーポレート・団体ブランド名	マイナビバイト	地域	全国
施策名	座ってイイッスPROJECT	使用媒体	テレビ/ SNS / 店頭
1. 施策を行った背景や課題 「レジ＝立ち仕事」 過剰なお客様第一思考の“当たり前”を変える。 日本では当たり前となっているレジの立ち仕事。しかし、海外では座っているのが当たり前だ。調査をしてみると、座っての接客が許されているアルバイトは23.3%に留まっていることが判明。この暗黙の慣習「レジの立ちっぱなし問題」を変えていくことによって、カルチャーを疑い、働く人へ寛容な社会をつくることを目指した。 2. 解決方法（SOLUTION） 座って働く光景をシンボルに、世の中に賛否を問いかけ！ レジスタッフ専用イスを開発&全国導入 レジスタッフが使いやすい最適化されたチェアを開発。バイト求人を出す多くの企業と連携しながら「座れるアルバイト」の導入を推進した。レジの人が“立っていない”という見慣れない光景をシンボルとして可視化し、実態調査データとともにSNSでの議論活性化を図った。 ■次の“フツウ”を目指した、利便性の高いイスデザイン 省スペース&ちょい掛けしやすさ&低コストで、全国店舗で導入しやすいイスデザイン。実用性高く“使える”ものを目指し、日本最大のバイプイスメーカー・SANKIに企画持ち込み実現させた。 3. 結果 企業導入数242社に！（2025.03現在） TV・SNS・Webニュースで大きな反響！NHKも特集！ 厚生省も実態調査に乗り出し先進事例として紹介！ ドン・キホーテ、ダイエー、Tomod's、ららばーと、ABC-MARTなど数多くの企業で導入が進む。予想を超える反響にライン生産が追いつかず。ニュースやSNSの反響を受け、厚生労働省が実態調査および「立ち作業の負担軽減対策の取組事例紹介」として発信していくことに。 4. 企画のポイント 100の言葉よりも、1の解決案。 あたらしい“ふつう”が、社会に風穴を開ける。 ■プロトタイプではなく、社会実装。 企画当初から実際の店舗で使えるイスを実現させるべく、イスメーカーを巻き込みながら、安全性も担保しつつ最短で制作していった。 ■「座って働ける」を、新しいバイト選びの項目に。 現代価値観にアップデートされた新しい選択肢を、ブランド自ら作り出していくことで、マイナビバイトの価値向上に繋げた。 ■雇用主/労働者を対立関係にしない。 強い言葉で提言し煽るのではなく、少しずつ導入し世の中ごと化しながら、寛容の輪を広げていける情報設計を行なっていった。			

supported by マイナビバイト

座ってイッス PROJECT

バイトにも、働き方改革を。



課題: 「レジ=立ち仕事」は 過剰な“おもてなし”だった

日本ではあたりまえとなっているレジの立ち仕事。しかし、海外では座っているのが当たり前。韓国ではレジにイスを置くことが努力義務として行政が指導している。レジの店員が座ることにに対して、客の約8割が「なんとも思わない」と答えている一方で、「座って接客ができるアルバイト」は23.3%しかない。阻害しているのは、座って接客したらサボって見えるかもしれない、という不安だった。働く未来を考えるマイナビは、隠れた慣習を変え、寛容な社会の実現を目指した。

アイデア: レジ専用イスを独自開発！ 立ちっぱなし問題を社会ごと化。

私たちは、レジでちょい掛けできるイスを開発した。すぐ立ち上げられるハイチェア型、省スペースでミニマムなデザイン。すぐに導入できるコスト感を意識した。立ちっぱなし問題解決のひとつのシンボルを作り、マイナビバイト掲載パートナー企業に多数導入、そして賛否を問うた。多くの議論を巻き起こすことに成功し、社会課題として広く話題になった。

成果: ニュース&SNSで大反響！ 導入企業&問い合わせ多数！ そして厚労省までも動かす。

プロジェクト公開後、TV・新聞・Web ニュースで話題に。80件を超える取材や、SNSの投稿が数万 RT と多くの反響を獲得。150社を超える導入問い合わせも来ている。さらにプロジェクトの波は行政にも届く。厚労省はレジの立ちっぱなし問題について実態把握に動き出しており、そのルールが変わろうとしている。



@l_tkst
大賛成です〜!!!!
本格導入&他店にも広がって欲しい〜!!!
👍 58 🗨️ 8,290 🍷 2.9万 📁 425

@sasakitoshinao
座りやすい椅子を新たに開発し、普及しつつある。とても良い流れ。
👍 5 🗨️ 79 🍷 319 📁 12

