

SDGs特別賞			
広告主名	マイナビ	期間	2024.4～現在
施策名	座ってイイッスPROJECT	地域	全国
施策に該当する ゴールナンバーに○	1・2・3・4・5・6・7・8・9・10・11・12・13・14・15・16・17	媒体	テレビ/ SNS / 店頭
1. 課題策定までのストーリー（社会課題をどう捉えたのか）		2. SDGs目標達成につながる広告制作物や施策内容	
「レジ＝立ち仕事」 過剰なお客様主義の“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。韓国ではレジにイスを置くことを努力義務として行政が指導している。 本プロジェクトで行った調査では、座っての接客が許されているアルバイトはわずか23%。立ちっぱなしで働くことで「集中力が落ちミスが起きた」「笑顔で接客できない」など支障が多く発生。反面、雇用主が座って接客しても「いいと思っている」は73%にのぼり、お客さん視点でも8割近くが「気にならない」と回答。 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。		レジスタッフ専用イスを開発&全国導入 「座って働く」姿で賛否を問いかけ！ 業務中でも「立ったり座ったりしやすい」、イスを自由に動かせるスペースも取らない「軽くてコンパクト」、そしてお客さんからも好印象となるよう「姿勢よく座れる」デザイン性を重視。 働き手・雇用主双方と関わりの深いリレーションを活かし、「人材確保や定着につながっていく」ことを示しながら、数多くのアルバイト求人企業への導入を推進した。世の中との合意形成を実現しながら、「座れるアルバイト」を次々に社会に実装していった。情報設計では、 ①「座って働いても良い」という空気感を生み出し、実態をソーシャルボイスで拡散。 ②イス導入が「人材確保や定着につながっていく」ことを示し、求人ページを提案。 ③コスト面でも導入ハードルを下げ、「座れるアルバイト」の導入現場を数多く実現。 プロジェクトが広がるほど、実際にレジで見かける人が増え、社会合意の輪も広がるという好循環を作った。	
3. 成果や反響（社会に対するインパクト、社外からの評価、社内からの反応などをご記入ください）		企業導入数242社に！（2025.03現在） TV・SNS・Webで大反響！NHKも特集！ 厚生省も実態調査&先進事例として紹介！	
ドン・キホーテ、ダイエー、Tomod's、ららぽーと、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。 TV、新聞、雑誌、ウェブなど200件以上の露出獲得。さらに現状での取材依頼も80件以上と、継続的にメディアからの関心を寄せられている。特設サイトに設置したご意見ボックスには400件以上、X上で数万RTを超える投稿を含む4万件以上のSNSポストが発生。賛同するポストや、自分の勤務先でも導入を望むポストなど、生活者の声が大きくなっていった。 これらの波は行政にもおよび、厚生労働省が座りっぱなし問題の実態把握に向け動き出し、「立ち作業の負担軽減対策の取組事例」として紹介されるなど、新たなルールの制定にも期待ができる状況となっている。			
自由表記			
■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用でき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。		■妊婦・腰痛持ちも・ハンディキャップの人も！ 「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。	