

<PR アワードグランプリ 2024 エントリーシート>

【エントリー名】 アルバイトの立ちっぱなし問題解決を目指す「座ってイイッス PROJECT」

【事業主体】 株式会社マイナビ

【実施期間】 2024年3月～継続中

エントリー案件に関わるキーワードがあれば✓してください。✓の有無や数は評価に関係ありません。（複数可）

- コーポレート・コミュニケーション コーポレートブランド インターナルコミュニケーション リスクコミュニケーション マーケティング・コミュニケーション
 新商品コミュニケーション ロングセラーコミュニケーション ソーシャルグッド グローバル 新手法開発 自社コンテンツ開発（著作）

パブリックリレーションズとしての視点： Why Public Relations ?

【アルバイトの働き方改革の一環として、アルバイトの「立ちっぱなし問題」に着目】

カスハラが社会問題化する中で、暗黙の慣習としての「レジの立ちっぱなし問題」の解決こそが既存のカルチャーを疑い、働く人へ寛容な社会を生み出していくためのきっかけであることに着目。働き手・雇用主双方と関わり深い求人メディアである「マイナビバイト」として何が出来るかを考え、働き方改革の一環として、「立ちっぱなし問題」の解決を目指し、座って働ける価値観を世の中に広めるプロジェクトを通して、働き手にとっては快適なアルバイト環境を、雇用主にとっては人材確保や定着のきっかけを提供することを目指した。

【「座って働くアルバイト」に対する合意形成を生む為の設計】

座って働くアルバイトに対して企業や社会に許容してもらうべく、合意形成を生み出すための情報設計を行った

- ①「座って働いてもいい」という空気を生み出す為、調査を通じて「従業員」と「雇用主」双方が「座って働いていいと思っている」という本音をもっている実態を顕在化
- ②「マイナビバイトチェア」の職場導入が「人材確保や定着につながる」ことを示しながら、調査結果を後ろ盾として企業に「座れるアルバイト」の導入を提案
- ③導入のハードルを下げる：コンパクトで設置しやすい椅子を開発し、「座れるアルバイト環境」を生み出す為の受け皿として提供し、賛同ハードルを下げた

解決すべき課題： Challenges

【従業員に対する理不尽なクレーム】日本ではカスハラが社会問題化

近年、日本において「カスタマーハラスメント」が深刻化し、社会問題となっていた。おもてなし精神が時に「過剰なお客様第一思考」を生んでしまう傾向のある日本社会において、職場におけるこれまでの「当たり前」を変える気づきを与え、働く人を尊重する世の中の空気を生み出すことが必要だった。

【座っての接客が許されているアルバイトはわずか2割…「レジ＝立ち仕事」この「当たり前」によって業務上の問題が発生していた】

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。プロジェクトによる事前調査では、座っての接客が許されているアルバイトはわずか23.3%に留まっていることが判明。一方で、アルバイトの6割以上が「接客中に座りたいと思ったことがある」と回答。さらに、立ちっぱなしで働いていることで、「集中力が落ちてミスが起きた」「笑顔で接客できない」「会話が雑になった」といった業務上の支障が多く出ていることや、生理の時や体調不良の時、あるいは怪我をしているときなど、立ちっぱなしでいることによって潜在的に辛さを感じている人々が多数いることが明らかになりました。そこで私たちは、暗黙の慣習としての「レジの立ちっぱなし問題」の解決こそが既存のカルチャーを疑い、働く人へ寛容な社会を生み出していくためのきっかけになると考え、「座って働く価値観」を浸透することで、働き手にとっては快適なアルバイト環境を、雇用主にとっては人材確保や定着のきっかけを提供することを目指した。

課題解決のための戦略： Strategy & Research

【「レジ＝立ち仕事」という暗黙の了解に対する「雇用主」と「従業員」それぞれの本音を可視化。】

本当は皆、「座って働いても良いと思っているのでは」という仮説のもと、従業員と雇用主の本音を明らかにするための調査を実施。調査によると、雇用主がイスに座って接客をしても「いいと思っている」割合は73.3%にのぼり、お客さん視点でも、イスに座って接客をされることについて8割近くが「気にならない、問題はない」と回答。また、座ることを許可しない理由については25.6%が「なんとなく」と回答。その他にも「特に理由はないけれど、変えるきっかけがない／他店舗が変えていないから」といった回答も多く得られました。調査を通じて、仮説の通り多くの人々が「座って働いても良いのでは」と考えていることや、「立ちっぱなしで働いていること」は明確な理由のない暗黙の了解に過ぎないことが明らかになった。そこで、調査を通じて明らかになったこれらの本音・実態を後ろ盾としながら「座れるアルバイト」という新たな常識を提案することによって、世の中に立ちっぱなし問題の不毛さに対する気づきを生み出すことを狙った。

課題解決のための独創性あるアイデア： Idea

【座って働きやすい『マイナビバイトチェア』を椅子メーカーと共同開発し、企業による導入を推進】

「立ちっぱなし問題」を手軽に解決していける受け皿として、業務中でも動きやすいように「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」デザインであることを重視して、座って働きやすい椅子を独自に開発。働き手・雇用主双方と関わり深い求人メディアである「マイナビバイト」の発信力とリレーションを活かしつつ、「マイナビバイトチェア」の職場導入が「人材確保や定着につながる」ことを示しながら、明らかにした調査結果と共に提案を行うことによって多くの企業との合意形成を実現し、「座れるアルバイト」を次々に社会に実装していった。

活動内容の専門性または完成度： Execution

【『マイナビバイトチェア』を実店舗で試験導入しテレビ番組の取材を誘致 導入を通じて得られた従業員によるポジティブな生の声を次々にメディアに提供】

2024年3月～約1カ月間、6社35店舗で試験導入を実施。プロジェクト始動兼調査リリースの配信と同時に、テレビ番組を中心としたメディアによる取材を誘致。報道を通じてローンチタイミングからプロジェクトを話題化させた。また、実際に椅子を試験導入した企業の従業員へアンケートも実施。7割以上の「今後も座って働きたい」という回答や、「身体的負担が軽減した」「接客サービスが向上した」といったポジティブな生の声をメディアに提示し、更なる露出拡大の機会を生み出した。

【「座れるアルバイト」と「立ちっぱなし問題」に関するSNS上での議論を活性化】

SNS上で生活者による前向きな意見を引き出すことで、企業による椅子導入を後押しするという狙いのもと、「座って働くこと」に関する調査の結果を、社会性の高い話題との親和性が高く、SNS上において高い拡散効果を持つライブドアニュースのXアカウントから投下し公開。人々に気づきを与え、デジタル上で議論を活性化させるきっかけを作った。多くの容認する声を可視化することで企業によるイス導入の追い風を生み出した。また、SNS上における議論の活性化をファクトとしてメディアに提示し、更なるメディア露出の拡大や取材の獲得に繋がった。

▶Xタイアップ記事：<https://x.com/livedoornews/status/1775013361379594337?s=46>

【「座って働けるアルバイト」の是非を人々に問いかけるプロジェクト動画広告の公開】

動画広告では、生活者の等身大の姿を描いた。日常のささやかな変化として、でも、ちょっとうれしい社会の変化として、共感が得られる表現に徹した。実際に、このイスを目撃した生活者のリアルな反応を、淡々とした親子の会話で伝えた。店頭やウェブサイトでは、「その立ち仕事、座ってできるかも？」というコピーで問いかけ、働く人にもオーナーにも考えさせるきっかけを作った。

▶プロジェクト動画：<https://youtu.be/s6zAFIbPdeg>

目標に対する直接的・間接的な成果・評価： Results

【メディアからの取り上げ NHK・キー局含め8番組で紹介】

7月末時点で、200件以上の露出獲得。そのうちテレビでもNHK・キー局含め8番組で紹介された。

【世の中の変化「座れるアルバイト」を100社以上で導入！厚生労働省も動きだし、「座って働く」が新しい常識として定着に向かって進んでいる】

9月末時点で120社以上での「マイナビバイトチェア」導入を予定しているのに加えて、350社以上から購入を希望する問い合わせがありました。特設サイトに設置したご意見ボックスに一般の方から寄せられた賛同の意見は、400件以上集まり、X上で数万RTを超える投稿、4万件以上のSNSポストが。プロジェクトに賛同するポストや、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ることで、さらに「立ちっぱなし問題」の解消に向けた動きが増えるというポジティブな循環が生まれている。さらにプロジェクト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ており、今後、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。