

～ 3月31日(金)第2回「プレミアムフライデー」実態調査 ～

地方にもじわりと浸透がはじまる「プレミアムフライデー」  
「プレミアムフライデー」早期退社取り組み企業が、  
第1回「プレミアムフライデー」から2倍以上に拡大

早帰りした人の退社時間が、第1回目に比べて前倒し傾向に  
調査対象者の過半数が、「『プレミアムフライデー』を通じて、新しい体験を楽しみたい」と回答

2017年2月24日(金)から始まった「月末の金曜日は、早めに仕事を終えて豊か・幸せに過ごす」という新しいアクション「プレミアムフライデー」。プレミアムフライデー推進協議会事務局は、第2回「プレミアムフライデー」の実施状況に関するアンケート調査を行いました。

第2回目を終えた「プレミアムフライデー」に関する一般の方と企業の動向を同時に把握した調査となります。今後の取材の情報としてお役立ていただければ幸いです。

3月は、年度末や悪天候の影響もあり参加が限定的でしたが、4月はゴールデンウィークとも重なるため、「プレミアムゴールデンウィーク(プレミアムフライデー + ゴールデンウィーク)」と題した特別企画を実施し、「ちょっと豊かな月末金曜日」を楽しんでいただけるよう努めて参ります。

【発表内容サマリー】

企業実態調査	1	早期退社 取り組み企業数	早期退社に取り組む企業は増加傾向。 第1回「プレミアムフライデー」から2倍以上に拡大。
	2	早期退社取り組み 企業の内訳	早期退社に取り組む企業の上位3位は、製造業、IT、建設・不動産。 大企業だけではなく、中小企業への広がりも。
	3	ロゴ申請数	公式ロゴマークの申請数が6,000件を突破。 地方にもじわりと浸透がはじまる「プレミアムフライデー」。
一般人実態調査	1	認知・理解度	「プレミアムフライデー」の認知率は、約90%。 調査対象者の過半数が賛成で、社会の高い期待が明らかに。
	2	一般人参加状況	早帰りした人の退社時間が、第1回時に比べて前倒し傾向。 85.9%の人が「豊かな時間を過ごすことができた」と回答。
	3	参加内容	「外食・お酒を飲みに行った」が、第1回の「家でゆっくり過ごした」を抜きトップ。 世代ごとに「スポーツ」、「旅行」、「買い物」などの特徴も。
	4	実施意向	第1回調査時と変わらず過半数の人が、 「『プレミアムフライデー』を通じて、新しい体験を楽しみたい」と回答。
	5	今後の改善点	「プレミアムフライデー」に参加するために必要なことは、 第1回と同様に「勤務する会社の経営層の意識改革」がトップに。

【本リリースに関する報道関係の方からのお問い合わせ先】

プレミアムフライデー推進協議会事務局 PR担当: ハウサヤマ、杉山、宮田、久保木(オズマピーアール)  
TEL:03-4531-0208 FAX:03-3265-5135

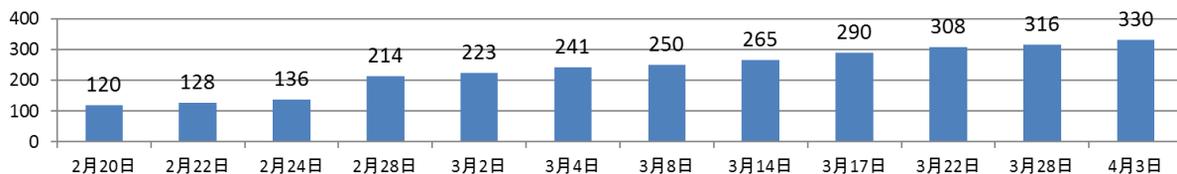
# ①「プレミアムフライデー」企業実態調査 結果

## 【早期退社取り組み企業の推移】

**早期退社に取り組む企業は増加傾向。  
第1回「プレミアムフライデー」から2倍以上に拡大。**

「プレミアムフライデー」に**早期退社に取り組む企業※1は増加傾向**にあり、第1回「プレミアムフライデー」(2/24実施)から**2倍以上に拡大**しています。

「プレミアムフライデー」早期退社取り組み企業の推移



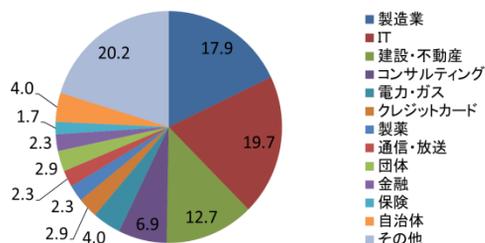
業種	早期退社に取り組む主な企業
IT	伊藤忠テクノソリューションズ、日立ソリューションズ、NDソフト、ソフトバンクテクノロジーズ、全研本社
クレジットカード	ジャックス、UCカード、三井住友カード、オリコカード、JCB
金融	飛騨信用組合、東邦銀行、北都銀行、香川証券
建設・不動産	大和ハウス工業、清水建設、大京グループ、戸田建設、ヒューリック、タマホーム
製造業	三菱製鋼、三菱自動車、日産自動車、コマツ、安川電機、アサヒグループHD、サントリーHD、森永製菓、コダック ジャパン、トリンプ・インターナショナル・ジャパン、ユニ・チャーム、コナミHD、日本特殊陶業、リコー
製薬	アステラス製薬、塩野義製薬、ファイザー
通信・放送	USEN、ソフトバンクグループ
電気・ガス	九州電力、関西電力、東京ガス、ネクスト、日本テクノ
保険	損保ジャパン日本興亜ひまわり生命保険、あいおいニッセイ同和損害保険
その他	住友商事、野村HD、芙蓉総合リース、島根電工、ストライプインターナショナル、TKC、東京急行電鉄

## 【早期退社取り組み企業の内訳】

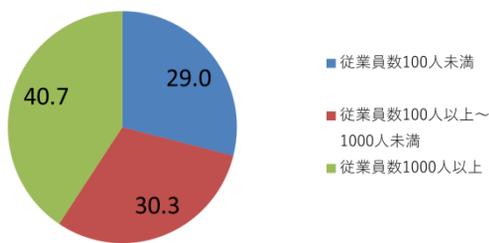
**早期退社に取り組む企業の上位3位は、製造業、IT、建設・不動産。  
大企業だけではなく、中小企業への広がりも。**

早期退社取り組み企業173社※2(4月3日時点)を業種別で見ると、**製造業、IT、建設・不動産の上位3業種で約半数を占める結果**となりました。BtoBの取引形態の企業で導入し易いという背景があるものと考えられます。また、従業員の規模別で見ると、**従業員数の多い企業で導入されている傾向にあります**が、**従業員100人未満の企業も3割を占めている**状況です。このような小規模の企業は、IT等のベンチャー企業が多く、プレミアムフライデーの早期退社に取り組むことでワーク・ライフ・バランスに配慮した企業であることのPR効果を意識していると推察しています。

早期退社取り組み企業の内訳(業種別)



早期退社取り組み企業の内訳(規模別)



※1 早期退社導入企業は、HP & プレスリリース、新聞報道などで对外公表された企業を経済産業省が集計。  
※2 静岡市のプレミアムフライデー協力宣言企業157社については、対象外としています。

【「プレミアムフライデー」公式ロゴマークの申請数について】

公式ロゴマークの申請数が6,000件を突破。  
地方にもじわりと浸透がはじまる「プレミアムフライデー」。

「プレミアムフライデー」公式ロゴマークの申請数は、3月31日時点で6,267件となりました。関東地方で多く申請されている傾向にありますが、伸び率を見ると、九州地方以外のエリアは関東地方を上まわっており、じわりじわりと地方にも浸透してきています。

「プレミアムフライデー」公式ロゴマークの申請数推移



企業名	実施内容
岩村田商店街 (長野県佐久市)	特別な週末は『着付け教室』や信州の機織り体験やお得な体験が出来るよう、商店街全体で盛り上げ、地元イオンとも連携し街の活性化・消費喚起に寄与することを図る。
宮コン実行委員会 (栃木県宇都宮市)	プレミアム宮コンを開催。「プレミアムフライデー」にちなみプレミアムな出会いの創出のため企画。普段の宮コンとは違い、結婚に繋がるよう少人数制で細やかなサポート。
仙台中心部商店街 (宮城県仙台市)	東北随一の歩行者通行量を持つ商店街を会場として、作り手や起業を目指す方々が、自らの経験を活かしプレミアムなグッズを制作。それらを集めたマルシェを実施することで、作り手とお客様が新たなコミュニケーションを産み、地域の活性化・消費喚起を目指す。
有限会社まきの (船橋市広域連携)	千葉県内で地方と都市を連携した「プレミアムフライデー」を企画。地方で生産された食材や、それらを使用した加工食品にポイントを付与。商品を購入し貯めたポイントは、連携地方の道の駅・産直場・ファーム・地方のプレミアムフライデー商店などで利用でき、地産地消だけでなく地方創生も目指す。

企業名	実施内容
株式会社安川電機 (福岡県北九州市)	「半休制度」などを積極的に活用出来るように月末金曜は早い退社を推奨。加えて、普段出来ない体験として、社内陸上部による「健康づくりランニング教室」を開催。また、地域と連携し「プレミアムフライデー」を盛り上げるため、会社最寄りの公園にて、「プレミアムかき小屋 & 屋台村」を実施。
関西電力株式会社	15時以降の会議設定の原則禁止や休暇・フレックスタイム制度を活用した早期退社を推進する「健康推進デー」を設定。対象は発電所の交替勤務者を除いた従業員で約20,900人を予定。
和歌山県庁	毎週水曜日に行なっていたノー残業デーを「プレミアムフライデー」を契機に金曜日に移行。また、夕方に会議や打ち合せを入れないよう推奨もあわせて実施。
岡山市 (表町エリア連携)	『ミナ表町』と表し、「大人が愉しめる街、表町」をテーマに賑わい創出に取り組む。「プレミアムフライデー」には、「表町の老舗映画館の名物館長とワインソムリエで選ぶ映画に合うワインを楽しむプレミアムバル」や新生活に向けて「新しい自分への変身」をテーマとしたワークショップを実施。

② 「プレミアムフライデー」一般人実態調査 結果

調査概要

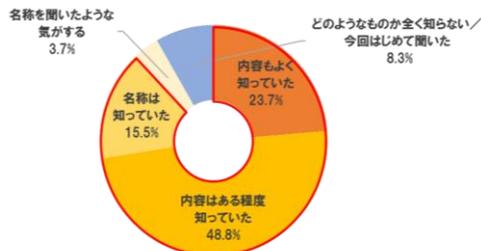
- 調査対象 全国(47都道府県)の20～50代有職者(有効回答数2,015人)  
※正規の社員・職員のほか、非正規社員も含める  
※全国の有職者(勤め人)の都道府県別の性・年代構成をベースに、サンプルを割付
- 調査方法 インターネットアンケート調査
- 調査主体 プレミアムフライデー推進協議会事務局
- 調査期間 2017年4月1日(土)～2日(日)

【「プレミアムフライデー」への認知・理解度】

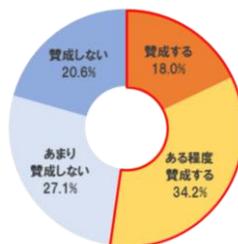
「プレミアムフライデー」の認知率は、約90%。  
調査対象者の過半数が賛成で、社会の高い期待が明らかに。

88%の人が「プレミアムフライデー」について知っており、半数以上(52.3%)の人が、賛成すると回答。  
2月から始まった「プレミアムフライデー」に対する、社会の高い期待がうかがえます。

Q.あなたは、「プレミアムフライデー」をご存知でしたか？(SA) n=2,015(全体)



あなたは、「プレミアムフライデー」についてどのように思いますか？(SA) n=2,015(全体)



※小数点第2位以下を四捨五入しているため、全体の%が100%と異なります

## 【「プレミアムフライデー」の参加状況】

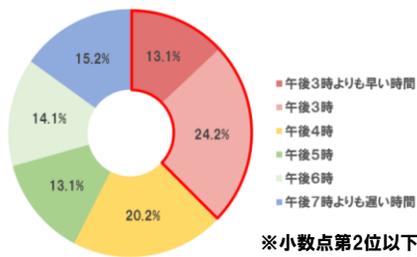
**早帰りした人の退社時間が、第1回時に比べて前倒し傾向。  
85.9%の人が「豊かな時間を過ごすことができた」と回答。**

「プレミアムフライデー」当日、参加者の37.3%が午後3時までに退社する結果となり、前回の25.5%を大きく上まりました。なお、**早帰りした人の退社時間を見ると、第1回「プレミアムフライデー」に比べ、前倒し傾向にあることが明らかになりました。**

また、**参加者の85.9%が「豊かな時間を過ごすことができた/少しはできた」と回答し、「プレミアムフライデー」が豊かな時間を過ごす一助になっていることがうかがえます。**

### Q.「プレミアムフライデー」の日、何時頃、退社しましたか？(SA)

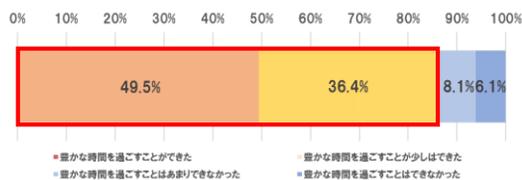
n=99(「プレミアムフライデー」参加者)



※小数点第2位以下を四捨五入しているため、全体の%が100%と異なります

### Q.「プレミアムフライデー」の日に普段とは異なる豊かな時間を過ごすことができましたか？(SA)

n=99(「プレミアムフライデー」参加者)



豊かな時間を  
過ごすことができた計  
**85.9%**

豊かな時間を過ごすことは  
できなかった計  
**14.1%**

※小数点第2位以下を四捨五入しているため、全体の%が100%と異なります

## 【「プレミアムフライデー」の参加内容】

**「外食・お酒を飲みに行った」が、第1回の「家でゆっくり過ごした」を抜きトップ。  
世代ごとに「スポーツ」、「旅行」、「買い物」などの特徴も。**

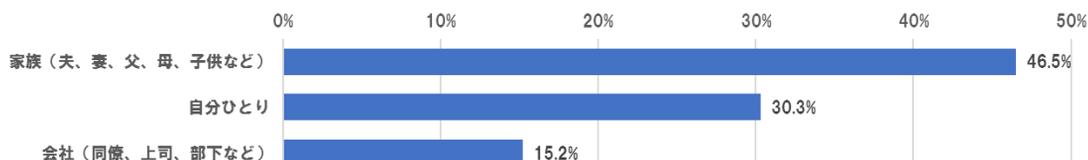
「プレミアムフライデー」の具体的な過ごし方を聞いたところ「外食・お酒を飲みに行った」が、第1回トップだった**「家でゆっくり過ごした」を抜き、トップとなりました。**また、20代は「スポーツを楽しんだ」、30代は「国内旅行」と「旅行・帰省」、40代・50代は「買い物・ショッピング」など、過ごし方に**世代ごとの特徴がでている**こともわかりました。なお、第2回「プレミアムフライデー」当日は、「家族」と過ごしたと回答した人が46.5%と半数近くにのぼり、多くの方が「プレミアムフライデー」に家族との豊かな時間を過ごしたことがうかがえます。

### Q.「プレミアムフライデー」の日、どのような過ごし方をしましたか？(MA) n=99(「プレミアムフライデー」参加者)

全体	20代	30代	40代	50代					
外食した・お酒を飲みに行った	47.5%	外食した・お酒を飲みに行った	55.6%	外食した・お酒を飲みに行った	43.3%	外食した・お酒を飲みに行った	47.6%	家でゆっくり過ごした	52.4%
家でゆっくり過ごした	33.3%	家でゆっくり過ごした	22.2%	家でゆっくり過ごした	33.3%	家でゆっくり過ごした	28.6%	外食した・お酒を飲みに行った	42.9%
買い物・ショッピング (化粧品・ファッション関連・食品等)	11.1%	スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ヨガも含む)	14.8%	国内旅行	13.3%	買い物・ショッピング (化粧品・ファッション関連・食品等)	14.3%	買い物・ショッピング (化粧品・ファッション関連・食品等)	14.3%
国内旅行	9.1%	国内旅行	14.8%	旅行・帰省	10.0%	近場へ出かける	9.5%	近場へ出かける	9.5%
旅行・帰省	8.1%	旅行・帰省	14.8%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	6.7%	国内旅行	4.8%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	4.8%
近場へ出かける	8.1%	買い物・ショッピング (化粧品・ファッション関連・食品等)	11.1%	近場へ出かける	6.7%	スポーツ観戦(TV除く)	4.8%	スポーツ観戦(TV除く)	4.8%
スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ヨガも含む)	6.1%	美容院・理髪店に行った	7.4%	スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ヨガも含む)	6.7%	スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ヨガも含む)	4.8%	スポーツ観戦(TV除く)	4.8%
映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	5.1%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	7.4%	ドライブ	3.3%	ドライブ	4.0%	ドライブ	4.0%
スポーツ観戦(TV除く)	4.0%	近場へ出かける	7.4%	海外旅行	3.3%	海外旅行	4.0%	海外旅行	4.0%
ドライブ	4.0%	スポーツ観戦(TV除く)	7.4%	近場の行事スポーツに出かけた (テーマパーク・美術館・博物館等)	3.3%	近場の行事スポーツに出かけた (テーマパーク・美術館・博物館等)	4.0%	近場の行事スポーツに出かけた (テーマパーク・美術館・博物館等)	4.0%
美容院・理髪店に行った	4.0%	ドライブ	7.4%	スポーツ観戦(TV除く)	3.3%	スポーツ観戦(TV除く)	4.0%	スポーツ観戦(TV除く)	4.0%

### Q.「プレミアムフライデー」の日、どなたと過ごしましたか？(MA)

n=99(「プレミアムフライデー」参加者)



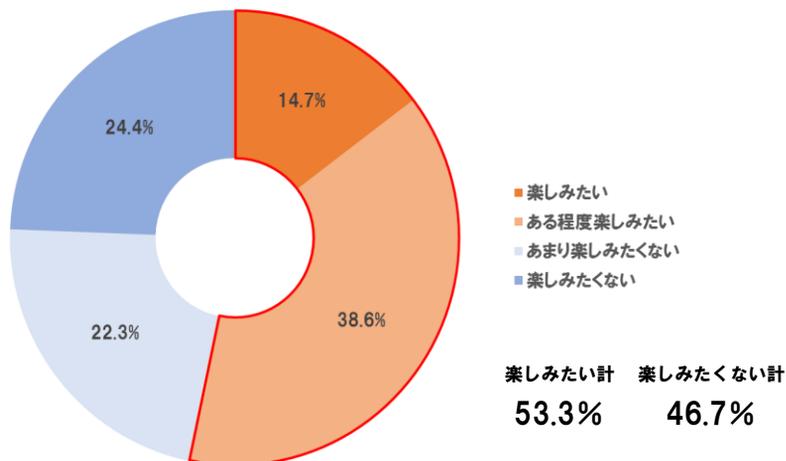
## 【「プレミアムフライデー」実施意向】

第1回調査時と変わらず過半数の人が、「『プレミアムフライデー』を通じて、新しい体験を楽しみたい」と回答。

「『プレミアムフライデー』を通じて、新しい体験を楽しみたい」と回答した人は53.3%となり、半数を超える結果となりました。「プレミアムフライデー」に早く帰り、新しい体験を楽しみたいという意向を持っている人が多いことがうかがえます。

Q.あなたは、「プレミアムフライデー」を通じて、新しい体験を楽しみたいと思いますか？（SA）

n=2,015(全体)

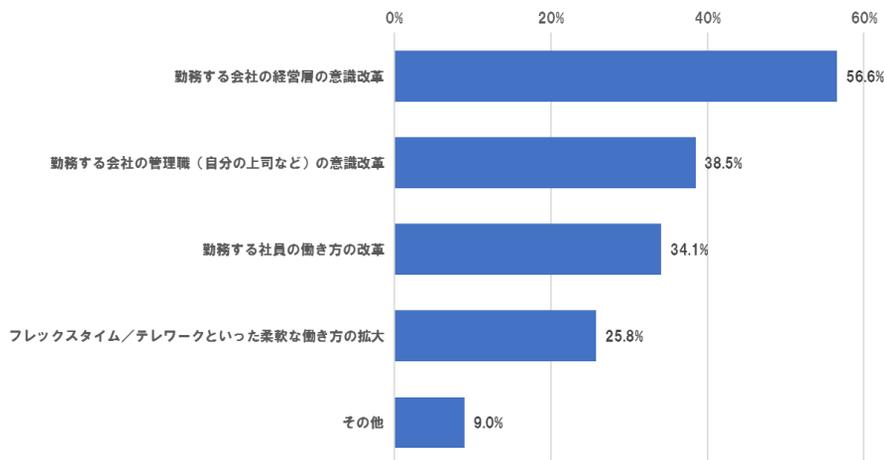


## 【「プレミアムフライデー」実施に向けた今後の改善点】

「プレミアムフライデー」に参加するために必要なことは、第1回と同様に「勤務する会社の経営層の意識改革」がトップに。

「プレミアムフライデー」に参加するために必要なことについては、「勤務する会社の経営層の意識改革」が56.6%となり、第1回調査時(53.3%)に引き続きトップ。次いで、「勤務する会社の管理職の意識改革(38.5%)」、「勤務する社員の働き方の改革(34.1%)」となり、経営層や管理職の意識変化が求められている実態が明らかになりました。

Q.「プレミアムフライデー」に参加できるようになるためには、どのようなことが必要ですか？（MA） n=2,015(全体)



## 【参考情報：プレミアムフライデーについて】

### ■「プレミアムフライデー」ネーミングについて

「（給料日後のため）もともと消費が伸びている傾向にあった月末の最終金曜日のイベントであること」、そして「豊かなコト体験をイメージできること」。それらを集約する名称として、「プレミアムフライデー」は誕生しました。プレミアムというワードは、すでに日本の様々な商品、サービス、活動に使われているため、一般の方々にもイメージしやすく、馴染みやすい。それに加え、ゴージャスではない「本当の意味の豊かさ」を表現できると考えました。「プレミアム×フライデー」は、そのシンプルな組み合わせで、現在の日本に金曜日から始まる新しい豊かさを表現しています。

### ■「プレミアムフライデー」公式ロゴマークについて

- ・「PREMIUM FRIDAY」の「P」と「M」、「プレミアムフライデー」の「プ」と「ム」を目に見立て、「プレミアムフライデー」で盛り上がる笑顔をデザイン。ロゴマークにキャラクター性を付加し、親しみの持てるロゴとしました。
- ・「プレミアムフライデー」の文字がマークと一体化した使いやすいデザイン。
- ・企業・団体が最適なマークを選択できるよう英文、和文の2タイプのロゴを用意。
- ・背景カラーも状況に応じて活用できるように、様々なバリエーションを用意。
- ・デザインも各社・各団体がカスタマイズできるようにしました。



英文ロゴマーク(メイン)

和文ロゴマーク

### ■「プレミアムフライデー」公式WEBサイト(URL: <https://premium-friday.go.jp/>) 4月6日時点



#### ナビゲーター&PRムービー紹介

注目企業・団体の「プレミアムフライデー」に関する実施情報やプレスリリースをご紹介します。

#### 取り組み紹介

注目企業・団体の「プレミアムフライデー」に関する実施情報やプレスリリースをご紹介します。  
※随時アップデートします。

#### コンセプト紹介

「2.5日旅」や「午後パー」といった事例をもとに「プレミアムフライデー」のコンセプトを紹介。



#### コンセプト紹介

「2.5日旅」や「午後パー」といった事例をもとに「プレミアムフライデー」のコンセプトを紹介。

#### ロゴマーク使用申請 & 申請企業・団体一覧

「プレミアムフライデー」のロゴマーク使用申請を行えます。また、ロゴマークを申請いただいた企業・団体名を紹介します。  
※随時アップデートします。

#### ポスタージェネレーター

申請企業・団体が、ロゴマークを使用したオリジナルポスターを簡単に作れるツール。

#### 「プレミアムフライデー」カレンダー & 「プレミアムフライデー」フェイス

2017年の「プレミアムフライデー」の日程をご確認いただけます。また、ご自身のお顔にロゴマークをスタンプできるツールもご用意  
ご要望・お問い合わせフォーム

「プレミアムフライデー」に関するご意見やご要望などをお送りいただけます。