

～ 4月28日(金)第3回「プレミアムフライデー」実態調査 ～

公式ロゴマークの申請数が約7,000件に。地方にもじわりと浸透

# 早期退社に取り組む企業は着々と増加 第1回「プレミアムフライデー」から3倍以上に拡大

早帰りした人の退社時間が、第1回・第2回目より更に前倒し傾向に  
過ごし方のトップ3は、「外食」、「家でゆっくり過ごした」、「国内旅行」

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、4月28日(金)第3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3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。

【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着々と増加。 第1回「プレミアムフライデー」から3倍以上の拡大。
	2	早期退社取り組み 企業の内訳	早期退社取り組み企業トップ3は、変わらず「製造業、IT、建設・不動産」。 規模別では、100人未満の企業が約半数まで伸長。
	3	ロゴ申請数	公式ロゴマークの申請数が約7,000件に。 地方にもじわりと広がる「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、社会の期待が依然と高い結果に。
	2	一般人参加状況	早帰りした人の退社時間が、第1回・第2回目より更に前倒し傾向。 87.2%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	過ごし方のトップ3は、「外食」、「家でゆっくり過ごした」、「国内旅行」。 世代ごとに「旅行」、「買い物」、「スポーツ」、「映画・音楽鑑賞」の特徴も。
	4	実施意向	過半数の人が、「新しい体験を楽しみたい」と回答。 「プレミアムフライデー」に対する期待感はず変わりません。
	5	今後の改善点	初回から引き続き、「プレミアムフライデー」に参加するため、 経営層や管理職の意識改革が求められる結果に。

【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

E-mail: info\_pf@ozma.co.jp

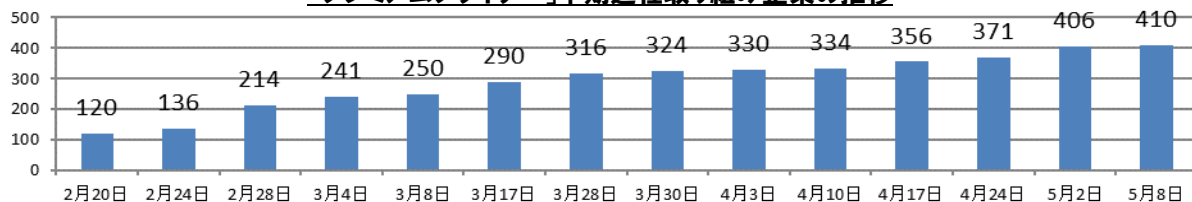
# ①「プレミアムフライデー」企業実態調査 結果

## 【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着々と増加。  
第1回「プレミアムフライデー」から3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、第2回「プレミアムフライデー」(3/31実施)以降も着々と拡大し、**第1回「プレミアムフライデー」(2/24実施)から3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



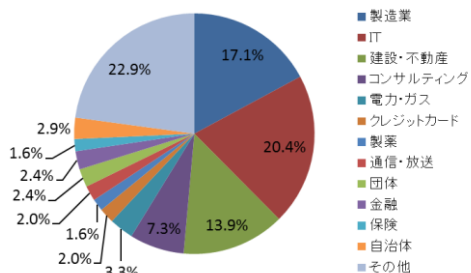
業種	早期退社に取り組む主な企業
IT	伊藤忠テクノソリューションズ、日立ソリューションズ、NDソフト、ソフトバンクテクノロジーズ、全研本社
クレジットカード	ジャックス、UCカード、三井住友カード、オリコカード、JCB
金融	飛騨信用金庫、東邦銀行、北都銀行、清水銀行、香川証券、三井住友銀行、朝日信用金庫
建設・不動産	大和ハウス工業、タマホーム、清水建設、大京グループ、戸田建設、ヒューリック、大日本コンサルタント、レオパレス21、日建設計総合研究所、大和不動産鑑定
自治体	水見市、福井県庁、福井市、堺市、松阪市、静岡市、和歌山県庁、北海道庁、神奈川県庁、下関市、鳥取県庁
製造業	三菱製鋼、三菱自動車、日産自動車、コマツ、ヤマハ発動機、安川電機、小糸製作所、サントリーHD、アサヒグループHD、森永製菓、はごろもフーズ、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、王子HD、日立ハイテクノロジーズ、リコー、三井化学
製薬	アステラス製薬、塩野義製薬、ファイザー、アストラゼネカ
団体	日本航空機操縦士協会、日本農業機械化協会、日本印刷産業連合会
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、西部ガス、ネクスト、日本テクノ、広島ガス
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、大和リース、芙蓉総合リース、島根電工、東京急行電鉄、ストライプインターナショナル、TKC、ダスキン

## 【早期退社取り組み企業の内訳】

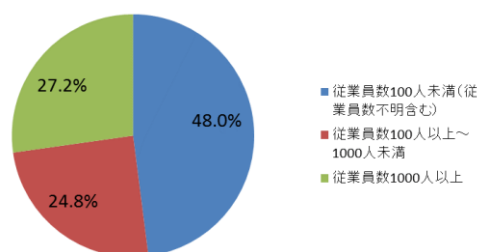
**早期退社取り組み企業トップ3は、変わらず「製造業、IT、建設・不動産」。**  
**規模別では、100人未満の企業が約半数まで伸長。**

早期退社取り組み企業246社※2(5/8時点)を業種別で見ると、前回に引き続き**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。  
また、従業員の規模別で見ると**従業員100人未満の企業が約半数を占め、1,000人未満の企業と合わせると7割を超えました。**このような中小規模の企業の取り組みも拡大したことで、大企業のみではなく社会全体へ広がっていることが見受けられます。

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)



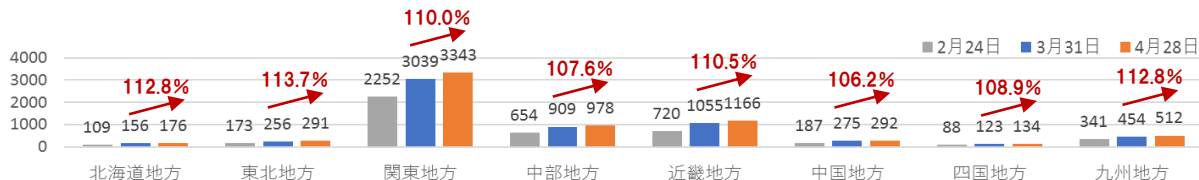
※1 早期退社取り組み企業は、HP & プレスリリース、新聞報道などで対外公表された企業を経済産業省が集計。  
※2 静岡市のプレミアムフライデー協力宣言企業164社については、対象外としています。

## 「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約7,000件に。  
地方にじわりと広がる「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、4月28日時点で6,892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、北海道地方・東北地方・九州地方で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
Flying Tiger Copenhagen (Zebra Japan株式会社)	親子でお仕事体験ができる『Premium Job Day』を実施。店舗の営業時間中にスタッフと実際にレジや接客や品だしなどのお仕事を体験。終了後に、店舗で使用可能な紙幣2000円分を支給。(実施時間:16時~17時30分対象店舗:吉祥寺、ららぽーとTOKYO-BAY、アメリカ村、イオンモール広島府中※開催店舗は今後増加予定。)
プリティストスポーツ セールスジャパン株式会社	市原ゴルフクラブにて、ハーブ(9ホール)プレーのナイターゴルフを楽しんでいたが『きらきらGOLF』を実施。同イベントは、16時に品川駅周辺より専用バスで移動。
株式会社海遊館	夜の海遊館の見所案内&バックヤードも体験できる『プレミアムフライデー・ナイトツアー』を開催。月に1回の特別な夜のツアーです。見所をピックアップして飼育員とマリニメイトが案内し、バックヤードも見学できます。また、4月はカマール担当の飼育員が同行し、イルカについての説明も行います。
ぐんまちゃん家	「プレミアムフライデー」にぐんまちゃん家〜月末金曜日はぐんまちゃん家でちよと豊かに、〜を実施。群馬の地酒や地ビールの飲み比べセットを特別価格で提供。加えて、群馬の食材を使ったサイドメニューをご用意。

企業名	実施内容
株式会社エスキース	「花金をもう一度!」をコンセプトに、プレミアムフライデー「Crank Friday Nightディスコイベント」を実施。80年代、90年代のミュージックを中心に「花金」を感じられ、ウェディングのプロデューサー集団Crank Weddingが、光と音の空間で演出する、飲み放題・食べ放題・踊り放題のライブパフォーマンス。
「access STAGE vol.2」(access STAGE実行委員会)	「サナギ 新宿」にて、「ちよい飲み」しながら演劇を「ちよい観」する、新感覚の演劇イベント「access STAGE vol.2」を開催。本イベントでは、「個性溢れる3劇団が各20分の演目をオムニバス形式にて上演。また、江戸時代の歌舞伎観劇のように「飲み物を飲みながら舞台を楽しむ」というスタイルを取り入れています。
関西エアポート株式会社	開空展望ホール「Sky View」では、「わくわく開空見学プラン」の特別号を開催。通常のツアーでは「バスからの車窓見学」と「降車ポイントでの見学」各30分の合計60分ですが、今回は90分の特別ツアーを予定しています。加えて、同日よりS7(エスセブン)航空が関西=ウラジオストク線を週2便新規就航しますので、同機の着陸も運が良ければご覧いただけるかもしれません。

## ②「プレミアムフライデー」一般人実態調査結果

### 調査概要

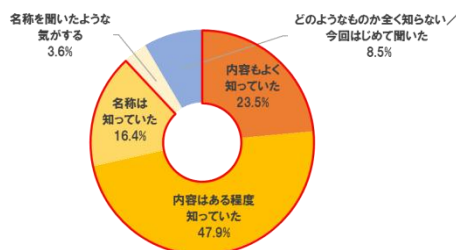
- 調査対象 全国(47都道府県)の20~50代有職者(有効回答数2,015人)  
※正規の社員・職員のほか、非正規社員も含める  
※全国の有職者(勤め人)の都道府県別の性・年代構成をベースに、サンプルを割付
- 調査方法 インターネットアンケート調査
- 調査主体 プレミアムフライデー推進協議会事務局
- 調査期間 2017年5月6日(土)~7日(日)

### 「プレミアムフライデー」への認知・理解度

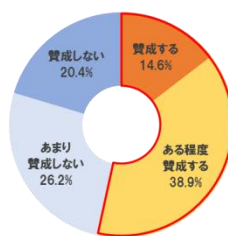
「プレミアムフライデー」の認知率は、約90%。  
調査対象者の過半数が賛成で、社会の期待が依然と高い結果に。

87.8%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(53.5%)の人が、賛成すると回答。**3回目を迎えた「プレミアムフライデー」ですが、社会の期待が依然として高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  
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

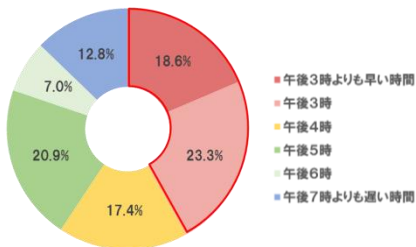
## 「プレミアムフライデー」の参加状況

早帰りした人の退社時間が、第1回・第2回より更に前倒し傾向。  
87.2%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41.9%が午後3時までに退社する結果となり、前回の37.3%を上まわりました。また、**参加者の87.2%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。**

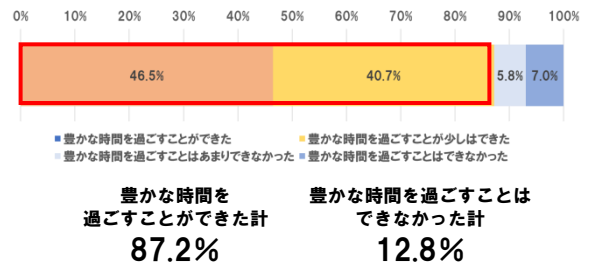
### Q.「プレミアムフライデー」の日、何時頃、退社しましたか？(SA)

n=86(「プレミアムフライデー」参加者)



### 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=86(「プレミアムフライデー」参加者)



## 「プレミアムフライデー」の参加内容

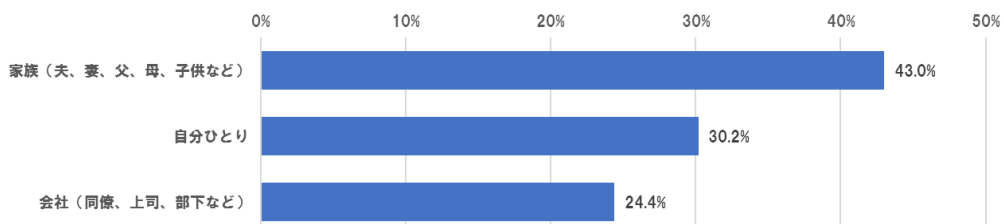
過ごし方のトップ3は、「**外出**」、「**家でゆっくり過ごした**」、「**国内旅行**」。  
世代ごとに「**旅行**」、「**買い物**」、「**スポーツ**」、「**映画・音楽鑑賞**」の特徴も。

「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、半数の人が「**外出・お酒を飲みに行った**」と回答し、第2回に引き続きトップ。次いで「**家でゆっくり過ごした**」、「**国内旅行**」となりました。また、20代は「**国内旅行**」、30代は「**買い物・ショッピング**」、40代は「**スポーツを楽しんだ**」、50代は「**映画鑑賞・音楽鑑賞**」と、**過ごし方に世代ごとの特徴が**ていることもわかりました。なお、第3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**43.0%**と前回に引き続き1位となりました。

### 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=86(「プレミアムフライデー」参加者)

全体	20代	30代	40代	50代					
外出した・お酒を飲みに行った	50.0%	外出した・お酒を飲みに行った	68.0%	外出した・お酒を飲みに行った	61.5%	外出した・お酒を飲みに行った	42.9%	家でゆっくり過ごした(テレビを見た、ビデオ鑑賞、ホームパーティ、読書等)	52.4%
家でゆっくり過ごした(テレビを見た、ビデオ鑑賞、ホームパーティ、読書等)	32.6%	家でゆっくり過ごした(テレビを見た、ビデオ鑑賞、ホームパーティ、読書等)	20.0%	家でゆっくり過ごした(テレビを見た、ビデオ鑑賞、ホームパーティ、読書等)	26.9%	家でゆっくり過ごした(テレビを見た、ビデオ鑑賞、ホームパーティ、読書等)	35.7%	外出した・お酒を飲みに行った	19.0%
国内旅行	10.5%	国内旅行		買い物・ショッピング(化粧品・ファッション関連・食料品等)	11.5%	スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ジムなどのフィットネスやゴルフ、社交ダンスなども含む)	14.3%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	9.5%
映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	7.0%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	12.0%	海外旅行	7.7%	買い物・ショッピング(化粧品・ファッション関連・食料品等)		買い物・ショッピング(化粧品・ファッション関連・食料品等)	
スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ジムなどのフィットネスやゴルフ、社交ダンスなども含む)		スポーツを楽しんだ(スポーツクラブ・ジムなどのフィットネスやゴルフ、社交ダンスなども含む)		国内旅行		国内旅行	7.1%	国内旅行	4.8%
				海外旅行				買い物・観劇	
								美容院・理髪店に行った	

### 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=86(「プレミアムフライデー」参加者)



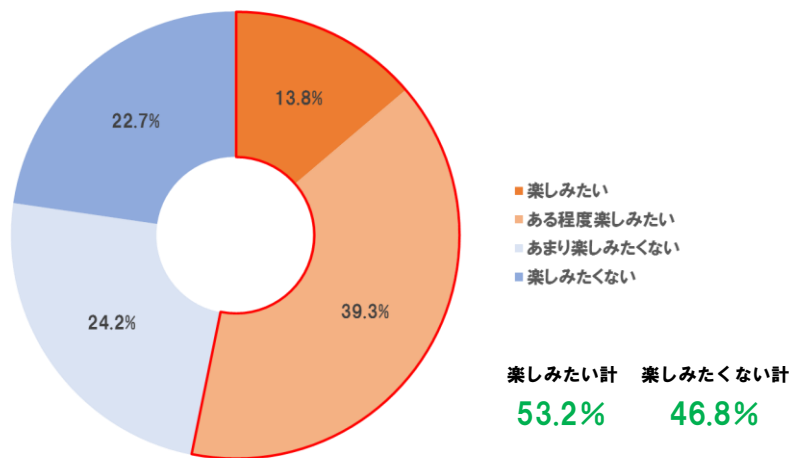
## 【「プレミアムフライデー」実施意向】

過半数の人が、「新しい体験を楽しみたい」と回答。  
「プレミアムフライデー」に対する期待感が変わらず。

「『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**53.2%**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依然として多い**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】

初回から引き続き、「プレミアムフライデー」に参加するため、**経営層や管理職の意識改革が求められる結果に。**

「**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**55.7%**となり、**第2回(56.6%)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**」(36.2%)、「**勤務する社員の働き方の改革**」(33.4%)となり、引き続き**経営層や管理職の意識改革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)

