

## 今後のプレミアムフライデーの実施方針について

本年2月から始まったプレミアムフライデーも今月で9回目を迎えます。プレミアムフライデー推進協議会では、これまでの取組の効果を検証し、今後のプレミアムフライデーの実施に当たっての方針を以下のとおり確認いたしました。

### ◎検証

- ・ これまでの取組の結果、認知度は9割と高い水準にあり、実施している企業では、一定の効果も出てきています。
- ・ 一方で、働き方改革の浸透や消費喚起の実現に向けては、双方ともに今後更なる努力が必要であると認識しています。
- ・ 取組に関する検証については、今後も定期的にも実施していきます。

### ◎今後の展開

#### <消費喚起の取組>

- ・ 消費喚起のためのイベント実施については、これからも、月末金曜を中心に実施します。
- ・ その際、各月のテーマを早めに設定し、公表することで、消費喚起につながる取組の実施を促していきます。

#### <働き方改革>

- ・ 働き方については、企業や地域によって一律で「月末金曜15時」に実施するのは困難との声もあることから、職場や地域、個人の実情に応じた(「月末金曜」、「15時」に限らない)柔軟な取組も推奨していきます。(例えば、他の金曜日に振替等)
- ・ この取組を通じて、働き方改革の浸透の一助となれば幸いです。

上記方針の下、引き続き、プレミアムフライデーの浸透に向け、全国の企業・自治体への働きかけを進めてまいります。

～「プレミアムフライデー」半年経過時点での意識調査～

全体	約4割の人が、“普段の週末にはできない過ごし方”ができたと回答。東京含む関東よりも、九州・沖縄、近畿、中国・四国地方で“普段の週末とは違う”を過ごしかたをする傾向に。また、20代の約6割が「新しい体験を楽しみたい」と回答
働き方改革	早帰りした人は約1割に留まるも、導入企業の約7割が“働き方改革に向けた効果”を実感。また、導入企業のうち、月末金曜ではなく“違う日に振り替える”企業が4割近くに上る。中小企業でも約6割以上が効果を実感
消費喚起	一人当たりの平均支出金額は“6,969円”に。

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、全国(47都道府県)の20～50代有職者(有効回答数2,015人)および、経団連加盟企業1,536社(有効回答数267社)を対象に「プレミアムフライデー」に関するアンケート調査を行いました。

「プレミアムフライデー」における“働き方改革”と“消費喚起”の両側面に関する調査発表となります。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】

全体	1	認知・理解度	「プレミアムフライデー」の認知率は約9割と、依然として高い。
	2	参加実態	「プレミアムフライデー」に約4割以上の人が“普段の週末にはできない過ごし方”ができたと回答。また、地方でも徐々に定着の兆しが。
	3	参加意向	20代の“過半数”が「プレミアムフライデー」に賛同。若者の約6割が「プレミアムフライデー」に“新しい体験を楽しみたい”と前向き回答。
働き方改革	4	参加状況①	約1割の人が「プレミアムフライデー」に通常よりも早く退社できたと回答。また、早期退社取り組み企業数は707社と緩やかに拡大傾向。
	5	参加状況②	回答を得られた経団連企業267社のうち、約4割が働き方改革の契機として「プレミアムフライデー」を活用。さらに、その約4割が実施内容として「振替プレミアムフライデー」と回答。
	6	働き方改革効果	働き方改革の契機として「プレミアムフライデー」を活用した4割の企業のうち、約7割の企業がその“効果があった”と回答。また、従業員数300人未満の企業も6割以上が効果を実感。
	7	導入意向	回答を得られた経団連企業267社のうち、約4割が「プレミアムフライデー」にあわせて社員の参加を促す取り組みを実施したいと回答。
消費喚起	8	消費喚起効果	回答得られた経団連企業20社のうち、約7割の企業が「プレミアムフライデー」にあわせた販促・プロモーションを通じて来客数が増加。さらに半数以上の企業でも売り上げが増加。
	9	使用金額	「プレミアムフライデー」の過ごし方のトップ3は各世代共通で「家でゆっくり過ごした」「外食・お酒を飲みに行った」「買い物・ショッピング」。また、「プレミアムフライデー」の使用金額の平均は6,969円。

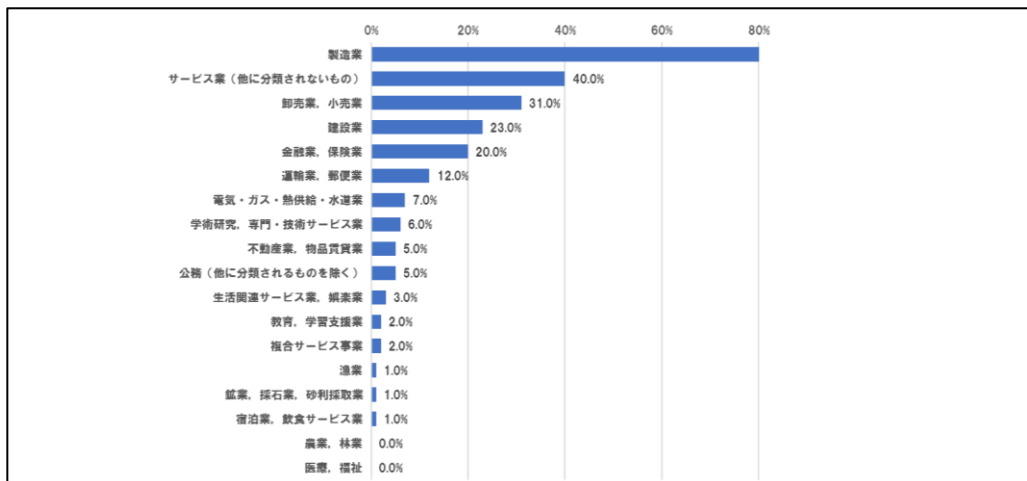
## 【調査概要】

### 一般人調査

- 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
- 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7月29日(土)～30日(日)

### 企業調査

- 調査対象 経団連加盟企業 1,536社(有効回答数267社)
- 回答企業属性



- 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7月26日(水)～8月10日(木)

## ① 全体

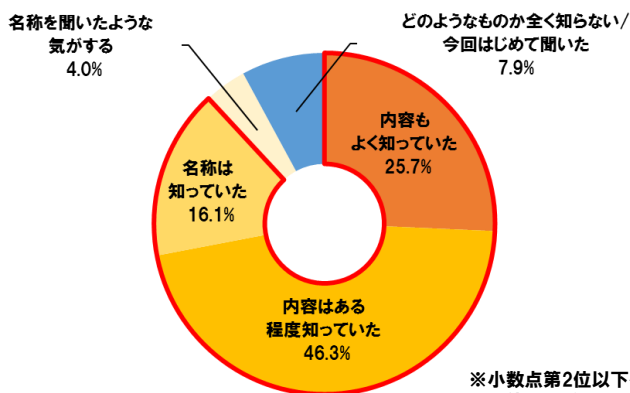
### 【「プレミアムフライデー」への認知・理解度】

「プレミアムフライデー」の認知率は約9割と、依然として高い。

88.1%の人が「プレミアムフライデー」について知っており、約7割(72%)の人が、内容まで把握しているという結果に。また、46.1%の人が「プレミアムフライデー」に“賛同する”と回答。**導入から半年経った今でも、休日とは異なる「プレミアムフライデー」に対し、社会の高い期待が明らかになった。**

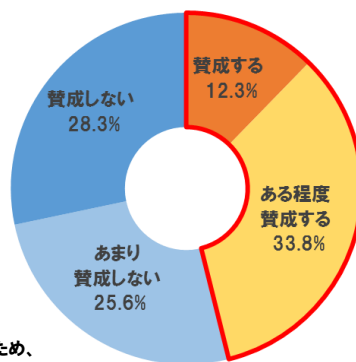
Q.あなたは、「プレミアムフライデー」をご存知でしたか？  
当てはまるものをお選びください。(SA)

n=2,015(全体)



Q.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

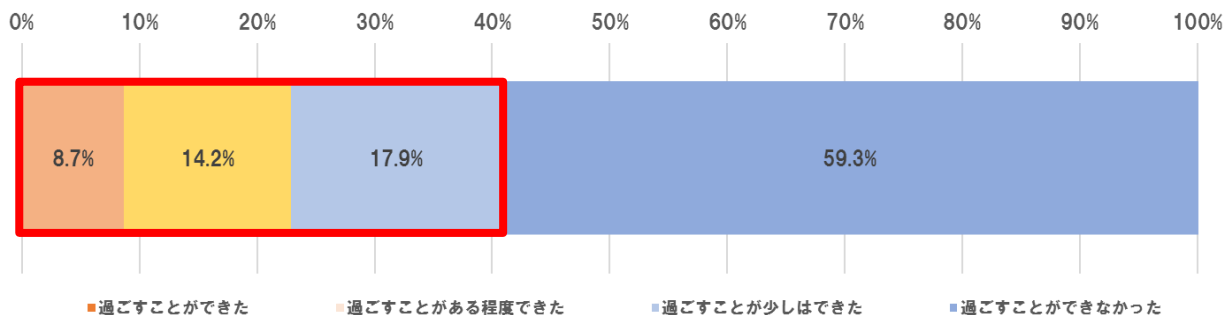
※一般人調査より抜粋

「プレミアムフライデー」に約4割以上の人が“普段の週末にはできない過ごし方”ができたと回答。また、地方でも徐々に定着の兆しが。

調査対象者の40.8%がプレミアムフライデーに“普段の週末にはできない過ごし方”ができたと回答。また、地域別では、九州・沖縄、近畿、中国・四国がトップ3となり、関東を上回る結果に。これらから、プレミアムフライデーが地方も含め豊かな時間を過ごす一助になっていると考えられる。

Q.あなたはこの日、いつもより早く帰った(退社した)かどうかに関わらず、普段の金曜も含めた週末にはできない過ごし方ができましたか？(SA)

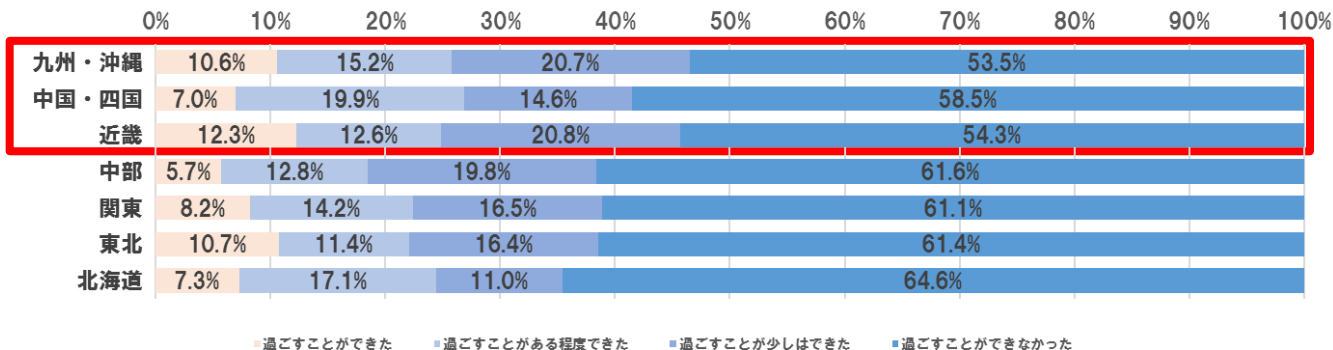
n=2,015(全体)



※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  
※一般人調査より抜粋

地域別の普段の金曜も含めた週末にはできない過ごし方ができた割合  
※上記設問より抽出

n=2,015(全体)



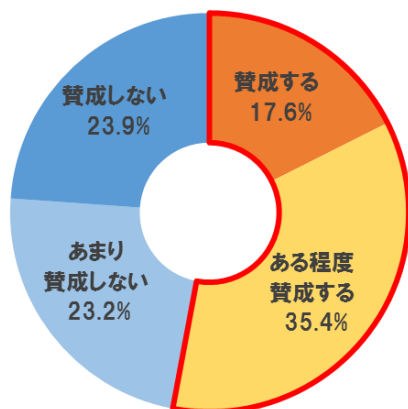
※小数点第2位以下を四捨五入しているため、全体の%が100%と異なります

20代の“過半数”が「プレミアムフライデー」に賛同。若者の約6割が「プレミアムフライデー」に“新しい体験を楽しみたい”と前向き回答。

調査対象者のうち、**20代男女の過半数(53%)**が「プレミアムフライデー」に賛成し、**今後も「プレミアムフライデー」で新しい体験を楽しみたいと約6割(62.5%)以上**の人が回答。若者の「プレミアムフライデー」に対する前向きな姿勢が明らかになった。

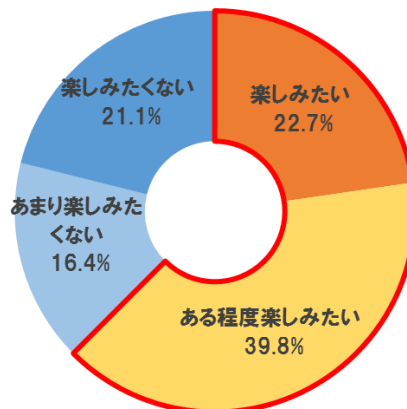
Q.あなたは、「プレミアムフライデー」についてどのように  
思いますか？(SA)

n=427(20代男女)



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

n=427(20代男女)



※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  
※一般人調査より抜粋

## ② 働き方改革

### 【「プレミアムフライデー」への参加状況①】

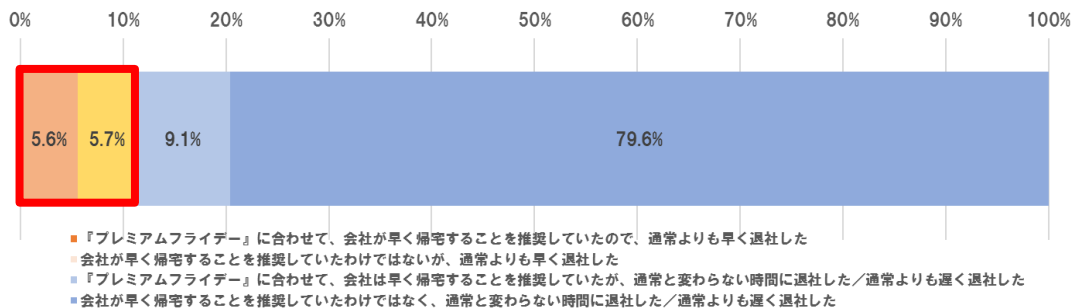
約1割の人が「プレミアムフライデー」に通常よりも早く退社できたと回答。また、早期退社取り組み企業数は707社と緩やかに拡大傾向。

**調査対象者の11.3%がプレミアムフライデーに“通常よりも早く退社することができた”と回答。**

そのうち、企業による推奨があり早期退社した人は5.6%。早期退社者全体の割合は、2月24日の初回より減少した。一方で、退社取り組み企業数(経産省調べ)は8月17日時点で707社となり、「プレミアムフライデー」初回の2月24日(136社)と比較して5倍超も増加している。

#### Q.「プレミアムフライデー」の日、通常よりも早く退社することができましたか？(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

※一般人調査より抜粋

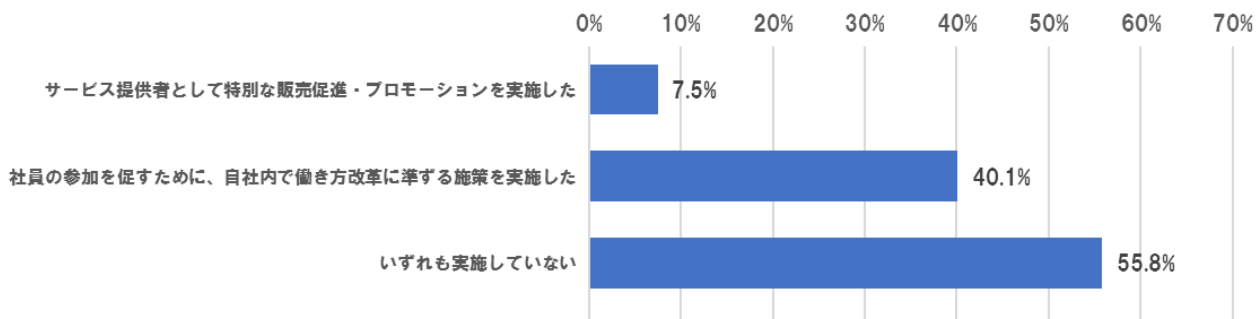
### 【「プレミアムフライデー」への参加状況②】

回答を得られた経団連企業267社のうち、約4割が働き方改革の契機として「プレミアムフライデー」を活用。さらに、その約4割が実施内容として「振替プレミアムフライデー」と回答。より柔軟な活用実態が明らかに。

調査をした企業の4割以上(40.1%)が、これまでの「プレミアムフライデー」で、働き方改革に準ずる施策を実施したと回答。また、具体的な実施内容としては、“有給取得の奨励”が最も多く約7割(72.9%)。なお、“**月末金曜日以外での「振替プレミアムフライデー」取得の促進**”が約4割(37.4%)もみられ、**月末金曜日は難しくとも、各企業の状況に応じて、早期退社を促す工夫が行われていることが明らかになった。**

#### Q.これまでの「プレミアムフライデー」にあわせて実施した内容をお知らせください。(MA)

n=267(全体)

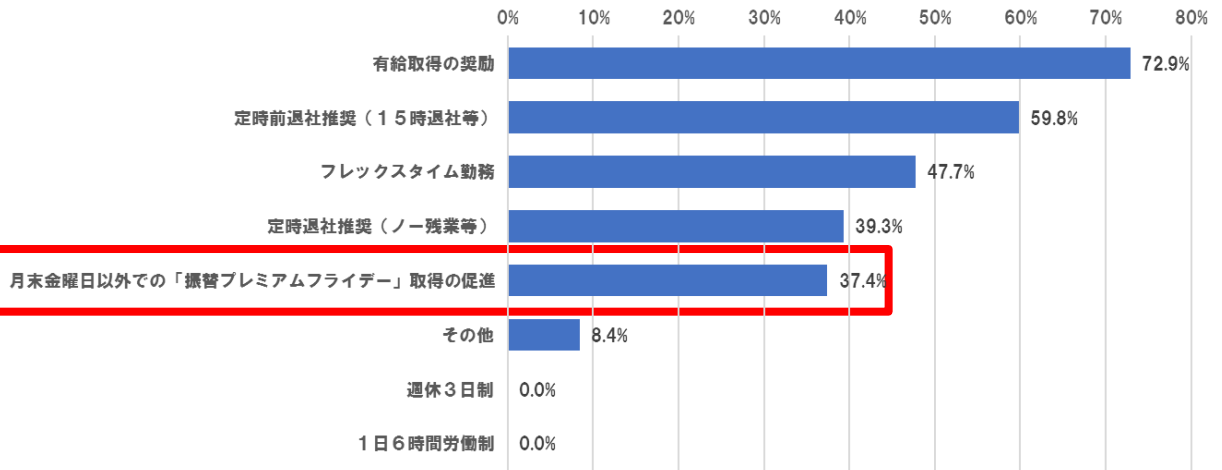


※小数点第2位以下を四捨五入しています

※企業調査より抜粋

**Q【自社内で働き方改革に準ずる施策を実施し、社員の参加を促した】とご回答頂いた方にお伺いします。  
以下のような取り組みをされましたか？(MA)**

n=107(働き方改革に準ずる施策を実施した企業)



※小数点第2位以下を四捨五入しています

※企業調査より抜粋

**<具体的に実施した“働き方改革”の取り組み事例>**

●15時帰社、全社での取り組み。 <株式会社梓設計>

●「プレミアムフライデー」を「働き方チャレンジデー」と位置づけ、毎月一度特に「働き方」を意識して実践する日とし、遅くとも15時退社を推奨。業務都合等により月末の金曜日のチャレンジが難しい場合は、同月の他の金曜日へ振り替えを可能とする。プレミアムフライデーの全社取り組みとして7月28日に「ユニバーサルマナー検定3級講習会」を開催。 <伊藤忠テクノソリューションズ株式会社>

●全社の終業時間を16時30分(50分短縮)にして、グループ合同の納涼祭をホテルにて実施し、異なる事業所間のコミュニケーションの向上を図った。関東圏の従業員のうち7割の従業員が参加。また年末の金曜日には、終業時間を30分早めて、各事業所単位で納会を開催する予定。 <株式会社タムラ製作所>

●有休取得率向上にむけた施策、取り組みを行った。具体的には、年間6日の有休取得奨励日の設定、プレミアムフライデーに合わせた午後休、時間有休の取得奨励。 <TIS株式会社>

●余暇の時間の使い方を知らせるきっかけイベントの実施。健康セミナー、TOEICセミナー、装いセミナー等。 <株式会社日立ハイテクノロジーズ>

●定例休暇(全休・半休)の取得を奨励。フレックスタイム制度活用奨励。15時以降の社内会議実施を控えることを奨励。 <株式会社フジクラ>

※企業調査より抜粋



## 【「プレミアムフライデー」の働き方改革効果】

働き方改革の契機として「プレミアムフライデー」を活用した4割の企業のうち、約7割の企業がその“効果があった”と回答。

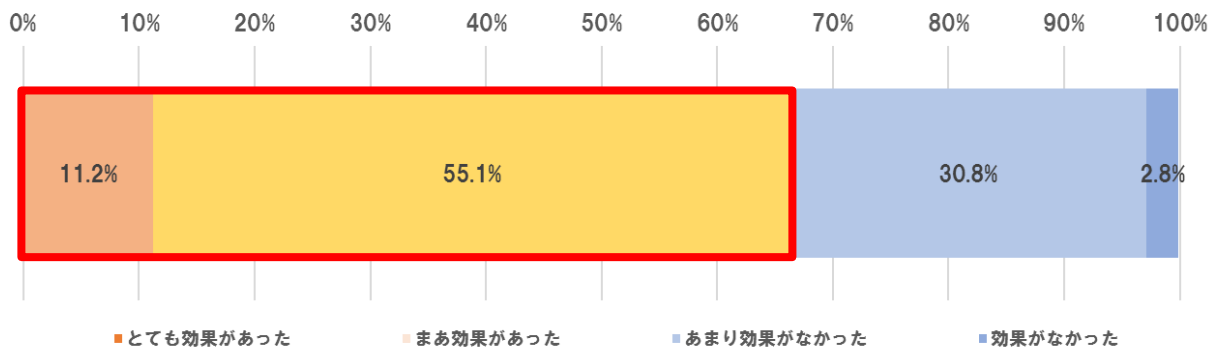
また、従業員数300人未満の企業も6割以上が効果を実感。

「プレミアムフライデー」にあわせて働き方改革の施策を実施した企業のうち、働き方改革の“効果があった”と回答した企業が66.3%。また、従業員別では、300人未満の企業でも6割以上(64.3%)が効果を認識。開始から半年が経過し、企業規模に関わらず「プレミアムフライデー」が働き方改革の一助となっていることがうかがえる。

Q.【自社内で働き方改革に準ずる施策を実施し、社員の参加を促した】とご回答頂いた方にお伺いします。

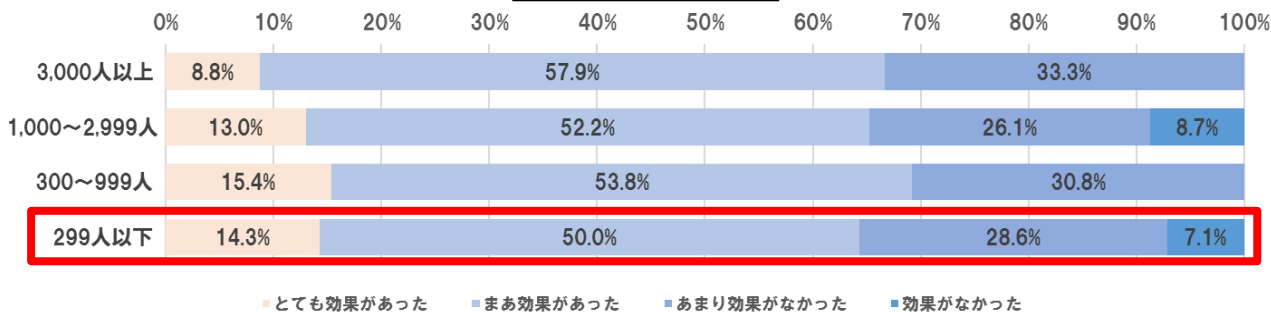
取組に効果はありましたか？(SA)

n=107(働き方改革に準ずる施策を実施した企業)



従業員数別の実施効果

n=107(働き方改革に準ずる施策を実施した企業)



※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

### <”働き方改革”の取り組み効果事例>

- 社員の中には、プレミアムフライデーに向けて計画的に業務・休暇スケジュールを組み、働き方や業務プロセスを見直す意識が高まった者も出てきており、働き方改革を促す機会の一つにはなったと考えている。 <武田薬品工業株式会社>
- 全社で実施する催し物に従業員が参加することで、部門間のコミュニケーションが活発化し、風通しの良い風土を醸成でき、業務の効率化につながると考えています。 <株式会社タムラ製作所>
- 総労働時間が削減された。合わせて約5時間の時間外労働削減につながった。 <TIS株式会社>
- プレミアムフライデーに3時で帰宅し、職場の懇親会や、家族との時間に充てたという声が複数の拠点・部署から聞かれた。プレミアムフライデーを利用した職場懇親会の様子を、社内報で紹介した。 <株式会社アジクラ>
- 他の営業日と比べ、定時退社、半休取得者が多かった。 <三井住友カード株式会社>

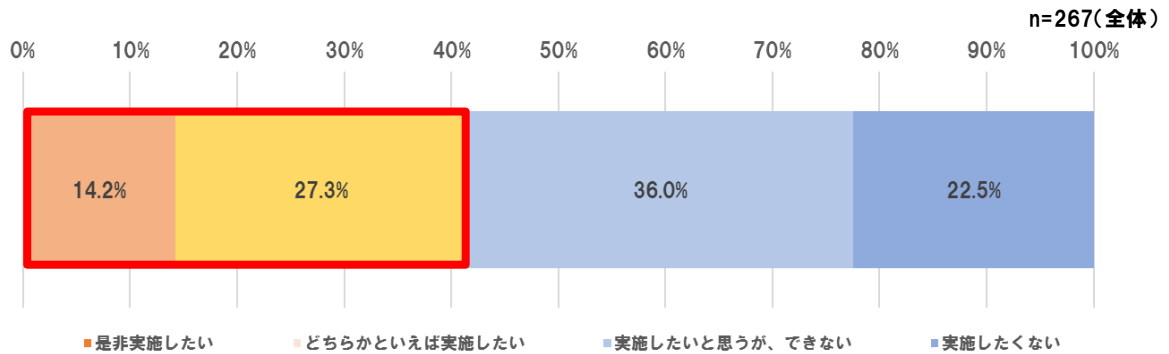


## 【「プレミアムフライデー」今後の導入意向】

回答を得られた経団連企業267社のうち、約4割が「プレミアムフライデー」にあわせて社員の参加を促す取り組みを実施したいと回答。

全体の約4割(41.5%)の企業が、次回以降「プレミアムフライデー」にあわせて“社員の参加を促す取り組み”を実施したいと回答した。

Q. 次回以降の「プレミアムフライデー」にあわせて【社員の参加を促す取り組み】を実施したいと思えますか？(SA)



※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

※企業調査より抜粋

### ③ 消費喚起

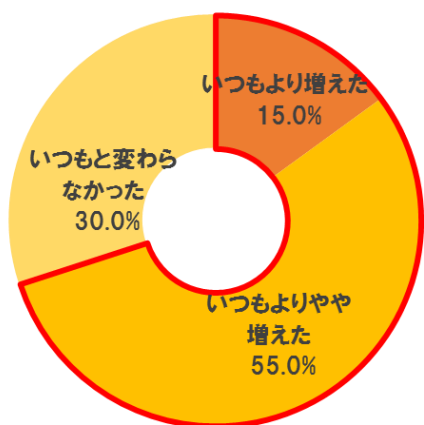
#### 【「プレミアムフライデー」の消費喚起効果】

回答を得られた経団連企業20社のうち、7割の企業が「プレミアムフライデー」にあわせた販促・プロモーションを通じて来客数が増加。さらに半数以上の企業でも売り上げが増加。

「プレミアムフライデー」に合わせ“特別な販売促進・プロモーションを実施した”と回答とした企業の7割が来客数が“増えた”と回答。さらに、**55%の企業で売り上げが増加。「プレミアムフライデー」が消費喚起の一助となり、企業の売り上げ増加に貢献していることが明らかになった。**

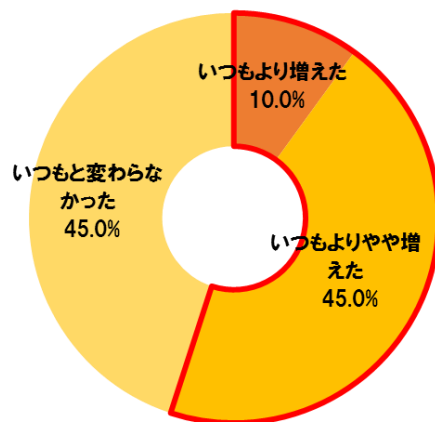
Q.「プレミアムフライデー」のイベントやキャンペーンを実施して、来店者数は増えましたか。(SA)

n=20(特別なプロモーションを実施した企業)



Q.「プレミアムフライデー」のイベントやキャンペーンを実施して、売り上げは増えましたか。(SA)

n=20(特別なプロモーションを実施した企業)



※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  
※企業調査より抜粋

【「プレミアムフライデー」での使用金額】

「プレミアムフライデー」の過ごし方のトップ3は各世代共通で「家でゆっくり過ごした」「外食・お酒を飲みに行った」「買い物・ショッピング」。また、「プレミアムフライデー」の使用金額の平均は6,969円。

「プレミアムフライデー」の具体的な過ごし方では、**各世代共通して、「家でゆっくり過ごした」「外食・お酒を飲みに行った」「買い物・ショッピング」が変わらず上位**になった。また、「プレミアムフライデー」の使用金額の平均は6,969円となった。

Q.第6回目の「プレミアムフライデー」が、7月28日(金曜日)に実施されました。

あなたは、この日、どのような過ごし方をしましたか。(MA) n=2,015(全体)

全体	20代	30代	40代	50代																																																																																																																																																																																											
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)	63.6%	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)	61.6%	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)	66.7%	外食した・お酒を飲みに行った	14.4%	外食した・お酒を飲みに行った	20.1%	外食した・お酒を飲みに行った	13.7%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.6%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.2%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.3%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.9%	国内旅行	1.4%	国内旅行	2.1%	国内旅行	1.6%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%
外食した・お酒を飲みに行った	14.4%	外食した・お酒を飲みに行った	20.1%	外食した・お酒を飲みに行った	13.7%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.6%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.2%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.3%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.9%	国内旅行	1.4%	国内旅行	2.1%	国内旅行	1.6%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%						
買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.6%	買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.1%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.2%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.3%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.9%	国内旅行	1.4%	国内旅行	2.1%	国内旅行	1.6%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%												
スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.2%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.3%	スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	2.9%	国内旅行	1.4%	国内旅行	2.1%	国内旅行	1.6%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																		
国内旅行	1.4%	国内旅行	2.1%	国内旅行	1.6%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																								
映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.9%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.1%	買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																														
買い物・勉強	1.2%	映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.6%	買い物・勉強	0.9%	ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																				
ドライブ	0.9%	ドライブ	1.6%	ドライブ	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																										
近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.7%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.9%	エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																
エステ・ネイルサロンに行った	0.6%	美容院・理髪店に行った	0.9%	海外旅行	0.9%					スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																						
				スポーツ観戦(TV除く)	0.8%					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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																												
				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)	64.2%					外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																		
				外食した・お酒を飲みに行った	12.4%					買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																								
				買い物・ショッピング (食料品・化粧品・ファッション関連等)	6.4%					スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																														
				スポーツを楽しんだ (スポーツクラブ・ジムなどでのフィットネスやゴルフ、 社交ダンスなども含む)	3.0%					国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																				
				国内旅行	1.3%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																										
				映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																
				買い物・勉強	1.1%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																						
				映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	0.9%					ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																												
				ドライブ	0.9%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																		
				近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																								
				エステ・ネイルサロンに行った	0.8%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																														
				映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.0%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																				
				買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																										
				ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																
				近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																						
				エステ・ネイルサロンに行った	0.6%					映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																												
				映画鑑賞・音楽鑑賞(コンサート等)・観劇	1.4%					買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																																		
				買い物・勉強	1.0%					ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																																								
				ドライブ	0.8%					近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																																														
				近隣の行楽スポットに出かけた(テーマパーク、美術館・博物館や温泉施設など)	0.8%					エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																																																				
				エステ・ネイルサロンに行った	0.6%																																																																																																																																																																																										

※一般調査より抜粋

## 企業の導入状況

働き方改革、販売促進ともに、「プレミアムフライデー」の効果を実感する企業が増加中

## 今後の「プレミアムフライデー」

「プレミアム“カラダ”フライデー（11/24）」、「プレミアム 年忘れフライデー（12/29）」ははじめ今後も季節に合わせた推奨テーマを発信  
引き続き月末金曜を基軸にしつつも、各企業・団体の状況に合わせた柔軟な対応も推奨  
“振替プレミアムフライデー”など含めた幅広い活用で、「プレミアムフライデー」を推進

### 企業の導入状況

#### 【ロゴ申請数と早期退社取組企業数】



2月24日から始まった「プレミアムフライデー」は10月27日で9回目を迎えます。これまでに早帰りを推奨した企業は707社（8月17日時点 経済産業省調べ）。ロゴ申請数は7,896（9月1日時点）の個人・団体となり、2月の開始時と比べ、約1.6倍に増加しています。

#### 【「プレミアムフライデー」導入企業の声】

上記の取り組みに参加した企業の中でも、「プレミアムフライデー」に創意工夫を凝らした取組を実施した企業では様々な成果・効果がありました。

働き方改革施策の取組として、ソフトバンクでは異業種交流会を実施し約100名の社員が参加。静岡市では329社が働き方改革に賛同。

また、販促・プロモーション施策の取組として、コージーコーナーでは限定スイーツを販売し、売り上げがスタート時と比較し約2倍に伸長。三井住友カードでは「プレミアムフライデー」企画を実施し、売り上げが前週比350%増。日本百貨店協会では東北の店舗で、クリアランスセールとの合同施策で予算費比165.5%を記録しました。詳しくは次ページ以降をご覧ください。



SoftBank

TSUTAYA

三井住友カード株式会社



### 今後の「プレミアムフライデー」

#### 【今後の「プレミアムフライデー」推奨テーマ】

プレミアムフライデー推進協議会では、今後も各月ごとに、季節に合わせた推奨テーマを発信していきます。

10月は「プレミアムハロウィン（10/27）」、11月は「プレミアム“カラダ”フライデー（11/24）」、12月は「プレミアム年忘れフライデー（12/29）」、そして1月は「プレミアムはじめるフライデー（1/26）」を推奨テーマとします。



プレミアム  
ハロウィン

プレミアム  
“カラダ”  
フライデー



プレミアム  
年忘れ  
フライデー

プレミアム  
はじめる  
フライデー

来年2月23日で1周年を迎える「プレミアムフライデー」。今後も月末金曜を基軸に、“振替プレミアムフライデー”などを含めた柔軟な対応で「プレミアムフライデー」を推進していきます。

## ① 株式会社銀座コージコーナー

### <実施内容>

2017年2月より、(原則として月替わりの)プレミアムフライデー限定スイーツを販売。

### <実施成果>

限定スイーツは、全国の生ケーキ取扱店舗で販売。関東を中心とした直営店舗における限定品の販売数量は、スタート時と比べておよそ2倍に伸張しており、高めの価格設定ながら、売れ行きは好調。認知度が少しずつ高まってきていると感じている。限定品単品での正確な集客効果は計りかねるが、スイーツは嗜好品で、金曜日はもともと週初めと比べて動きのいい曜日であること、給料日後の月末近くということから、自分へのご褒美や家族へのお土産等として、気軽に楽しみやすい商品と考えている。

### <今後の取組>

現在のところは、年末と重なる12月を除き、これまで同様に原則月替わりの限定スイーツを販売していく予定。ひと月頑張った月末のリラックスタイムに、いつもよりちょっと贅沢な気分を楽しんでいただけるような、ちょっとプレミアムなスイーツを開発していく。

#### 【取材に関する問い合わせ先】

銀座コージコーナー 商品企画部 広報宣伝担当 広報宣伝デザイン課 担当:林 TEL:03-5228-5744

## ② ソフトバンク株式会社

### <実施内容>

他社との交流から「新たな気づき」を得ることを目的として「プレ金交流会」を実施。7月28日のプレミアムフライデーでは、サントリーとソフトバンクで約100名の社員が参加しました。自己成長の機会を社員へ提供する活動として実施しています。

### <実施成果>

20~30代を中心に40代以上や管理職層も幅広く参加。

### <今後の取組>

プレミアムフライデーを活用して、ソフトバンク、カルビー、ヤフーの3社でプレ金交流会の実施を予定。

#### 【取材に関する問い合わせ先】

ソフトバンク 広報室 担当:飯田 TEL:03-6889-2301

## ③ 株式会社TSUTAYA

### <実施内容>

サントリーとコラボレーションをし、「ザ・プレミアム・モルツ」を店頭で購入・レンタルされた20歳以上のお客様にプレゼント。3月より一部地域で開始し、7月~8月は全国1200店舗で展開。

### <実施成果>

本施策による売上、来店数の直接的な成果は計測できないが、前期と比べ、月末最終金曜のレンタル売上が、5%以上に伸張。レンタル開始となった大型作品のタイミング等、他与件による影響も考えられますが、ホームエンターテインメントと高価格帯ビールの相性はよく、お客様には大変好評な企画だった。

#### 【取材に関する問い合わせ先】

TSUTAYA UX・MD カンパニー UX・MD 部 マーケティング TSUTAYA 販促 担当:石津 e-mail:Sotaro.Ishizu@ccc.co.jp

## ④ 日本百貨店協会

### <実施内容>

全国の百貨店では、スタート時から食関連の限定品・メニュー販売などの取組が大勢を占めているが、ここ数カ月は、百貨店独自のコト企画等、他の企画の比率も高まりつつある。

例：育児系イベント（イクメンパパ養成講座、赤ちゃんとサルサダンス大会、育児相談会）、販売員が持っている専門知識（アイテムお手入れ術、メイク技術、音楽の楽しみ方等）のレクチャー講座企画

### <実施成果>

- ① 継続的に実施している企画が、恒例イベントとして定着し「毎回楽しみにしている」という顧客の声が増加。  
例：限定商品の販売（パン・総菜・高級ブランド牛肉等）、ワイン試飲会、化粧品コーナーのプレゼントキャンペーン等
- ② クリアランスセールとプレミアムフライデーの施策で相乗効果がみられた。東北の店舗では、一部商品のイベント施策で予算比165.5%を記録。
- ③ 都内では、レストラン街14階フロアでコンサートを実施したところ、金曜日の17時以降の売上前年比が194%となった。また、コンサートは毎回常連のお客様もでき、お子様連れにも好評だった。
- ④ 企画内容別では、「限定商品」に関する取組が37%として依然として高く、「プレゼント企画」が17%、「コスメ・エステ」が12%、「セミナー・ワークショップ等」が12%と続く結果に。

### <今後の取組>

#### 【販促施策】

今後も引き続き各店にて、下記のような様々な施策を実施予定。

- ① 限定商品（特にスイーツ系）、② 呑み歩きのパル系企画、③ コスメ・エステ系企画、④ グルメ・音楽イベントやセミナー等のコト系企画、⑤ 地域と連携した取組

#### 【取材に関する問い合わせ先】

日本百貨店協会 業務・政策統括部 担当：石井健一 TEL:03-3272-1666

## ⑤ 三井住友カード株式会社

### <実施内容>

#### 【販促施策】

- ① 加盟店送客サービス「ココイコ！」のプレミアムフライデー企画。  
※当日利用にポイント優遇（2017年2月～9月）
- ② VJA・オムニカード協会共同キャンペーン「プレミアムフライデーキャンペーン」への参加。  
※毎月一定額以上の利用につき特典（2017年6月～9月）

#### 【人事施策】

- ③ プレミアムフライデー当日の定時退社、半休取得の奨励（2017年2月～）。

### <実施成果>

#### 【販促施策】

- ① プレミアムフライデー当日の売上が前週比350%となった（4～7月平均）。
- ② 8月までの累計で約18万件の会員様がキャンペーンにエントリー。

#### 【人事施策】

- ③ 他の営業日より定時退社率、半休取得率は多い傾向にある。

### <今後の取組>

#### 【販促施策】

- ① 現行施策は、9月まで実施。10～12月もプレミアムフライデー当日利用にポイントを優遇する施策を実施予定。
- ② 現行施策は、9月まで実施。

#### 【人事施策】

- ③ プレミアムフライデー当日の定時退社、半休取得を推進。

#### 【取材に関する問い合わせ先】

三井住友カード 経営企画部 担当：青井幹朗 E-Mail: aoimi@smbc-card.com Tel:03-5470-7240

## ⑥ 静岡市プレミアムフライデー官民推進協議会

### <実施内容>

経済団体、商業者、労働者団体、行政等による「静岡市プレミアムフライデー官民推進協議会」を設立し、「市民・来街者」への呼びかけ、「企業・職場」での環境づくり、「お店・施設等」でのサービス提供の3本柱を「オール静岡」で推進している。

#### 【販促施策】

まちなかの活性化を目指す企業・団体等の有志による「I Love しずおか協議会」を中心に、「人とのふれ合い」「自分磨き」など、プレミアムな時間の過ごし方を演出するサービスや商品を提供。また、毎月テーマを決めてシンボルイベントを実施。

#### 【人事施策】

静岡商工会議所や市からの働きかけに応じて、329社(8月末時点)の市内の企業が、早時退社や定時退社徹底等に取り組む「協力宣言」を実施。企業の実情に応じて、シフトの見直しや、グループを分けて早時退社するなど、業務に支障をきたさず、生産性を高めようとする工夫が生まれています。

### <実施成果>

プレミアムフライデーの取組みに賛同し、自主的(働き方改革)に取り組む協力宣言企業 ⇒ 329社(8月末)

お店や施設での特別企画 ⇒ 200企画以上

「I Love しずおか協議会」等が受入側の取組みを積極的に行っていることから、特別企画を実施する大型店、個店は静岡地区中心市街地に集まっています。

### <今後の取組>

【10月】テーマ「ハロウィンを楽しもう！」

中心市街地で行われるハロウィンイベントと連携し、シンボルイベントを実施予定。

【11月以降】

既存のイベントと連携するなどしながら、シンボルイベントを実施していく予定。

#### 【取材に関する問い合わせ先】

静岡市 経済局 商工部 商業労政課 商業・まちなか活性化係 担当:渡邊、大石 TEL:054-354-2306