



はじめてみませんか？ プレミアムフライデー

商務・サービスグループ
消費・流通政策課
(03-3501-1708)

1. プレミアムフライデーとは？

月末の金曜日、日常よりも少し豊か(プレミアム)な時間を過ごそうという取組です。国民一人ひとりが「幸せや楽しさを感じられる体験(買物や家族との外食、観光等)や、そのための時間の創出を促すことで、

消費喚起

や

働き方改革

に繋げていくことを目的として官民連携で取り組んでいます。

【実施方針】

- 実施時期：毎月月末金曜日（実施内容・方法は各者が任意に設定）
- 実施主体：主役は「国民」一人ひとり
- 対象地域：日本全国、各地

でも、忙しい月末に早帰りなんて、むずかしいな…



でも、イベントをしてもお客さんは来てくれるかしら…

できることからはじめてみませんか？



例えば

ノー残業デー
(15時退社にこだわらない早帰り)
や
振替プレミアムフライデー
(業務の比較的少ない日に実施)
はいかがでしょうか？

全社員一斉でなく
交代での取組
(社員の半分は月末金曜日、
残り方は他の曜日に)
はいかがでしょうか？

週末の販促チラシに
ロゴマークと一緒に
お勧め商品をのせてみる
はいかがでしょうか？



プレミアムフライデー推進事務局や経済産業省のHPでは、更に詳しい情報を紹介しています。

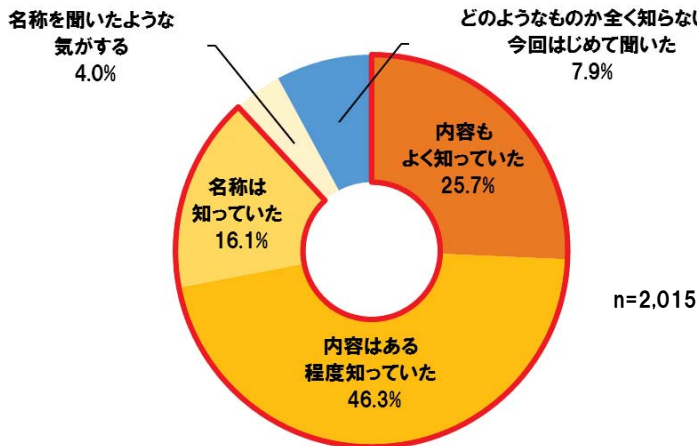
<https://premium-friday.com/>

http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/service/premium-friday/index.html

2. 着実に浸透してきています、プレミアムフライデー！

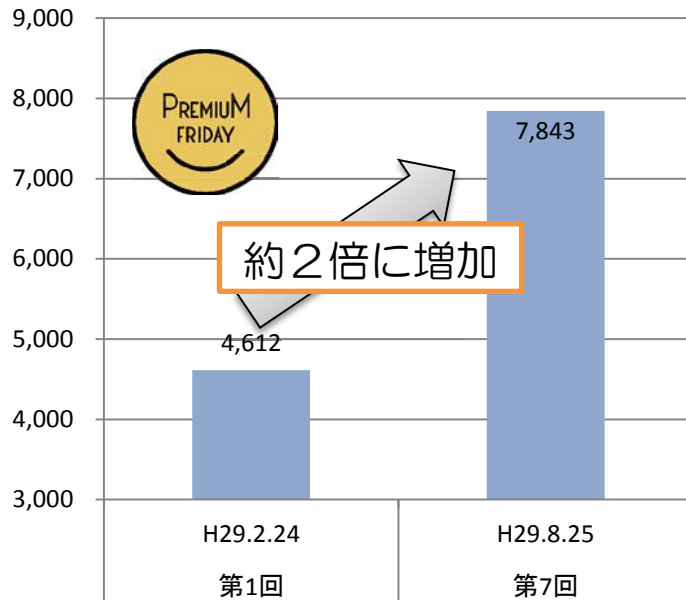
既に約9割の方が知っている等、高い認知度があるほか、ロゴマークの申請件数や早期退社に取り組んでいる企業数も着実に増加しています。

Q.あなたは、『プレミアムフライデー』をご存知でしたか？



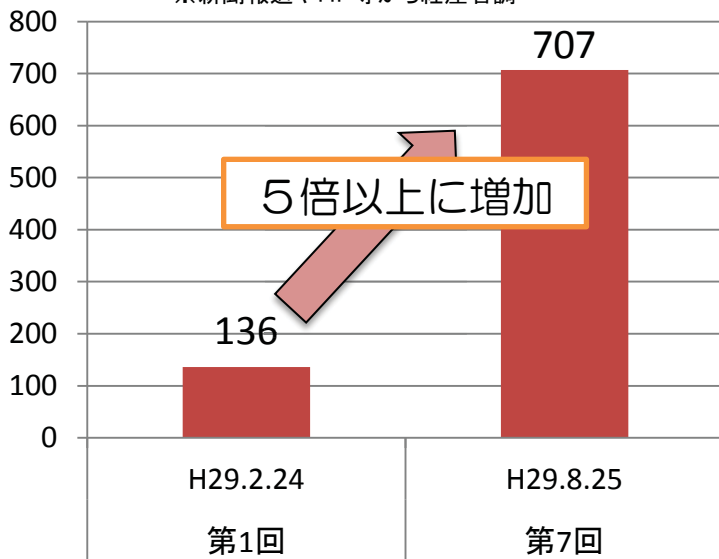
プレミアムフライデー推進事務局アンケート調査より

ロゴマーク申請件数の推移



早期退社取組企業数の推移

※新聞報道やHP等から経産省調べ



プレミアムフライデー
に取り組んでいる企業
は結構ありますね。
では、効果について
見てみましょう！

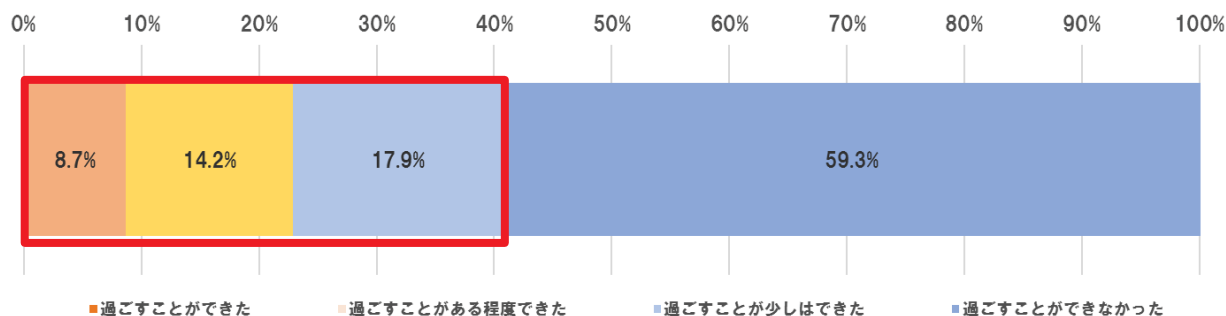


3. プレミアムフライデー取組の効果

4割以上の方が「普段の週末にはできない過ごし方」が出来たと肯定的に回答しています。

Q.あなたはプレミアムフライデーに、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？

n=2,015



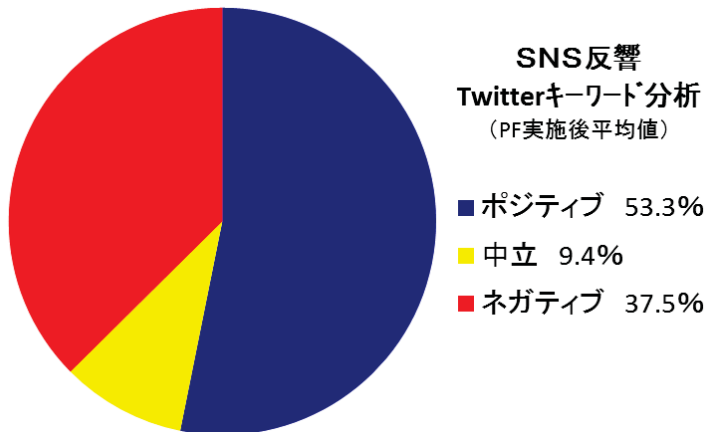
■ 過ごすことができた

■ 過ごすことがある程度できた

■ 過ごすことが少しはできた

■ 過ごすことができなかった

プレミアムフライデー推進事務局アンケート調査より



プレミアムフライデー推進事務局による調査

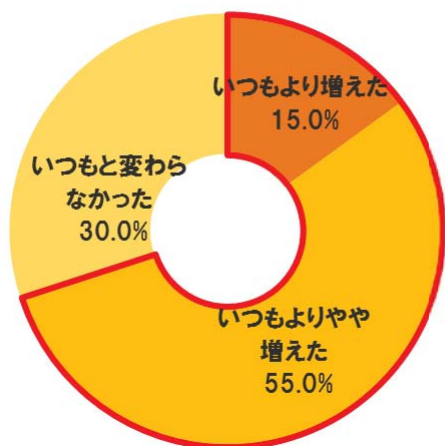
有意義な週末の
過ごし方に繋がっている
という意見も意外に多いし、
SNS上では好意的な反応
が多いですね！



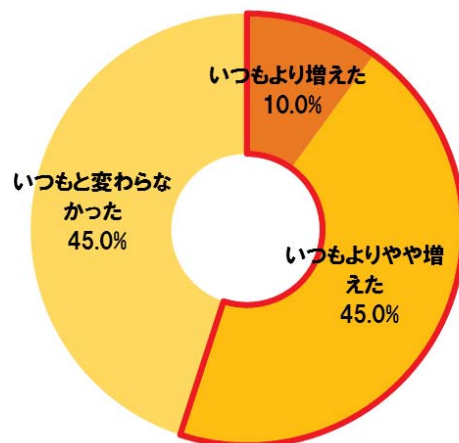
3.(1)消費喚起について

販促・プロモーションを実施したとする企業はまだ限られているものの、実施した7割の企業では来客数が増加、また、半数以上の企業で売り上げが増加しているという結果もあり。「プレミアムフライデー」が販売、さらには消費喚起に繋がる可能性がうかがえます。

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。



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。



※いずれもプレミアムフライデー推進事務局による企業へのアンケート調査より回答のあった267社中、「販促・プロモーションを実施」したと回答した20社

【具体的な効果に関する声】

■ 飲食事業 A 社

通常の金曜日と比較して、**プレミアムフライデーは売上が平均20%増加。**

■ 洋菓子販売事業 B 社

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、高めの価格設定ながらも**スタート時と比較して**およそ2倍となるなど好調。**

■ クレジットカード事業 C 社

プレミアムフライデーの売上は前週比350%（4～7月平均）。また、**キャンペーンには約18万人が登録。**

■ レンタル事業 D 社

前期と比べ、**月末最終金曜のレンタル売上が5%以上伸張。**

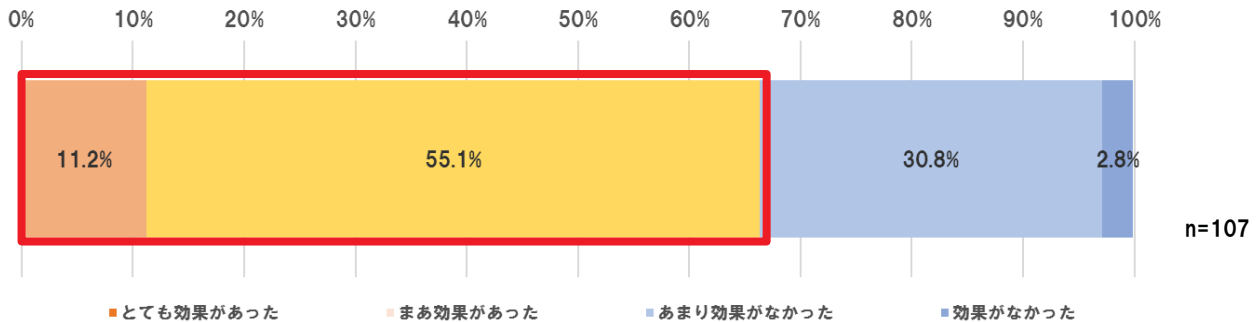
■ 日本百貨店協会

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」というお客様の声が増加。**

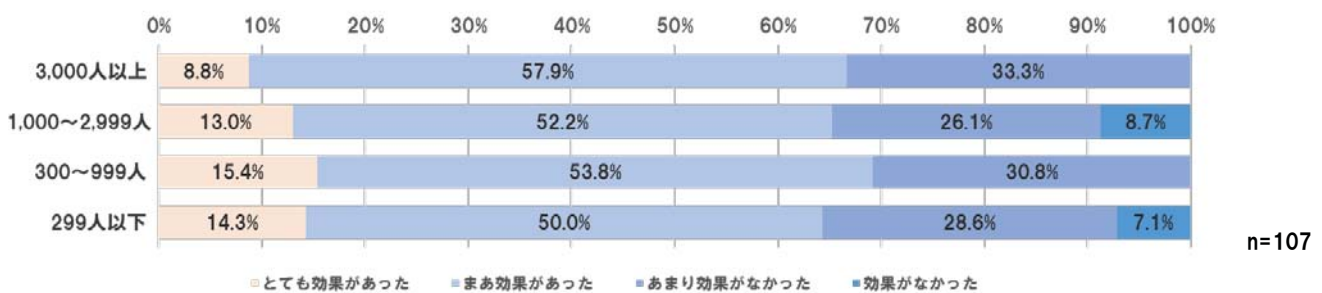
3.(2)働き方改革について

「プレミアムフライデー」を契機とした働き方改革に関する施策を進めている企業では、企業規模の大小に関係なく、7割弱の企業において“一定の効果”を感じています。

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？



従業員数別の実施効果



いずれもプレミアムフライデー推進事務局アンケート調査より

【具体的な工夫事例や効果】

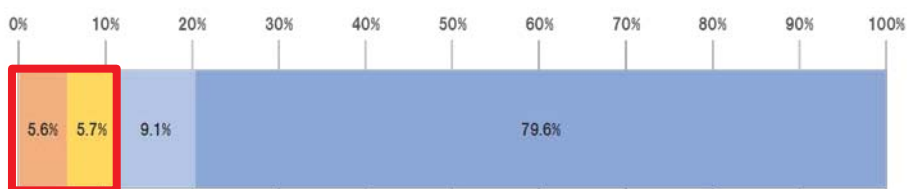
- 電気通信事業 E 社
月末金曜日に限定せず、毎月好きな日に午後3時退社が出来る制度を導入。
- クレジットカード事業 F 社
早期退社実施日を振り替え可能とすることで、取得率99.6%を達成。
- 販売業 G 社
社員をグループ分けし、グループ毎に実施することで早期退社を実施。
- 薬品製造販売業 H 社
プレミアムフライデーに向けて計画的に業務・休暇スケジュールを組み、働き方や業務プロセスを見直す意識が高まった。



参加できた人が11%と、まだ少ないからこそ、取り組める余地が多いかもね！

1ヶ月頑張ったご褒美として、あなたも参加してみませんか？
プレミアムフライデー！！

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？



■ 「プレミアムフライデー」に合わせて、会社が早く帰ることを推奨していたので、通常よりも早く退社した
 □ 会社が早く帰ることを推奨していたわけではないが、通常よりも早く退社した
 ■ 「プレミアムフライデー」に合わせて、会社は早く帰ることを推奨していたが、通常と変わらない時間に退社した/通常よりも遅く退社した
 □ 会社が早く帰ることを推奨していたわけではないが、通常と変わらない時間に退社した/通常よりも遅く退社した

プレミアムフライデー推進事務局アンケート調査より

