

「プレミアムフライデー」について

平成29年6月
経済産業省
商務流通保安グループ

1. プレミアムフライデーとは

- 価値のある商品・サービスに対し適正な対価が支払われることで、**デフレ的な傾向を変える**とともに、**個人が「生活の豊かさ」や「幸せ」につながる、充実感や満足感を実感**できる生活スタイルへと変革。
- 「働き方改革」とも連動し、ノー残業デーの徹底や有休取得やフレックス制度の活用等により、取組参加の環境作りを後押し。

プレミアムフライデーとは、「月末金曜は、ちょっと豊かに」過ごす取組

国民一人一人が、「特別な人（家族、友人など）」と、「特別な時間」を過ごすことで、生活における「豊かさ」「幸せ」につながる、充実感や満足感を感じることができる体験や時間を創出する取組

【実施方針】

※これまで4回（2・3・4・5月）実施しており、今後も「月末」の「金曜日」に実施。次回は6月30日（金）

（1）初回実施：平成29年2月24日（金）

（2）実施主体：買物・観光・ボランティア・家族との時間など、「生活の豊かさ」や「幸せ」を感じられるような、付随する商品・サービス、イベントなどを地域・コミュニティ・企業等で検討

（3）対象地域・業種：全国各地で実施

（5）統一ロゴマーク

【使用イメージ】

※官民からなるプレミアムフライデー推進協議会事務局
ホームページで企業等の取組も紹介
<https://premium-friday.com/>

（4）事例の普及・横展開

※表彰制度も検討



2. 企業のプレミアムフライデーの取組例・実施イメージ

- 個人が「プレミアム（豊かさ、満足感、楽しさ）」と感じる時間の過ごし方は、消費する商品・サービスの価格の高低に関わらず多種多様。

例) : ショッピング、外食、旅行、ボランティア、家族との時間、地域イベント……

【実施イメージ】



家族との
時間

週末旅行



ライブ



イメージ①：普段よりも少し豊かにお買い物

【ショッピング等】

- ◆ 月末金曜は仕事を早めに切り上げてお買い物
- ◆ 自治体の物産館を巡り、地域の名産品を購入（被災地の物産購入で被災地支援にも）等

イメージ②：金曜夕方は食べて・飲んで楽しむ！

【外食】

- ◆ 家族や恋人・友人とホテルやレストランでちょっと贅沢
- ◆ 食べ歩き・飲み歩きイベントへ参加 等

イメージ③：金曜午後から旅行に出発！

【旅行】

- ◆ 金曜午後出発で2泊3日旅行で国内・海外旅行
- ◆ 旅行先の大自然や食事を満喫（温泉、グランピング、森林浴、離島訪問、釣り、海水浴……）等

2. 企業のプレミアムフライデーの取組例・実施イメージ

イメージ④：金曜午後は自分を磨く！

【自分磨き】

例えば・・・

- ◆ 週末の自分をみがきを金曜午後に前倒し（英会話、資格取得、セミナー参加・・・）
- ◆ 知識・人脈の幅を拡げて今後に活かす（異業種交流、官民交流の勉強会、研修参加・・・）
- ◆ 出身地域や学校の訪問、同窓会開催（経験を活かして母校で学生に講義も）
- ◆ エステやネイルサロンで「美」を磨く/ボランティアで「心」を磨く 等

イメージ⑤：地域の魅力を再発見！

【地域】

例えば・・・

- ◆ 地元の工場見学、まちなみ探訪ツアー（意外と知らない地域の「技」や地元の名所を再発見）
- ◆ 商店街の名店巡り
- ◆ 地域コミュニティ活動・イベント参加（「街コン」イベント、地域のお祭り・・・）等

イメージ⑥：金曜午後はスポーツでリフレッシュ！

【スポーツ】

例えば・・・

- ◆ 体を動かし/汗を流して心身をリフレッシュ（ランニング、ジム、ヨガ、フットサル・・・）
- ◆ 「やってみたかった」スポーツに挑戦（スカイダイビング、乗馬、ボルダリング・・・）
- ◆ スポーツ観戦でストレス解消 等

イメージ⑦：音楽・芸術などの「文化」にふれる

【カルチャー】

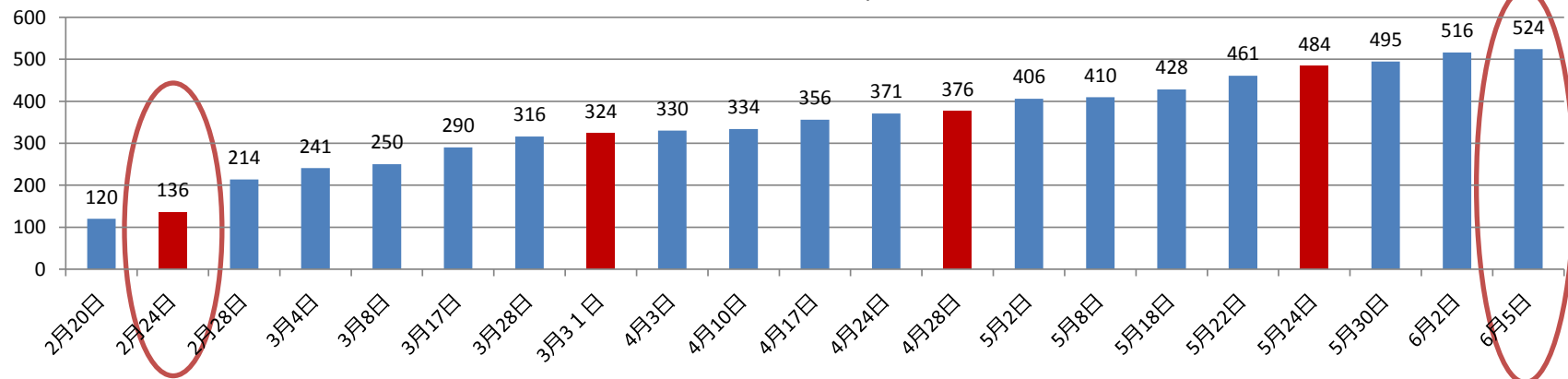
例えば・・・

- ◆ 映画・音楽（コンサート、ライブ、ミュージカルなど）や美術・絵画（美術館等）を堪能
- ◆ 「伝統文化」（座禅、落語、寄席、歌舞伎、茶道、生け花、日本舞踊、着付け）を体感・体験

3. プレミアムフライデーの現状・効果

- 事務局実施の調査では、直近（本年5月）で**認知度・理解度は87.8%**
（昨年12月は約63%、昨年10月は約37%）
- ロゴマークの申請件数は、**7,306件**（6/2時点）。（初回時点から70%以上増加）
- プレミアムフライデーを契機に、早期退社に取り組む企業は**524社**（6/5時点）。
（初回時点（136社）の約4倍と着実に増加）

早期退社実施企業数の推移



業種	主な企業・団体
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、JBCCホールディングス
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、静岡銀行、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、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	氷見市、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、コマツ、ヤマハ発動機、安川電機、小糸製作所、サントリー、アサヒグループHD、森永製菓、はごろもフーズ、コダック、トリンプ、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、静岡放送
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、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、東急電鉄、ストライプインターナショナル、静岡新聞社、静岡鉄道、TKC(税理士事務所)、ダスキン

3. プレミアムフライデーの現状・効果

- イベント等を実施した企業では、**売上増**を実現している企業も。
- 早期退社の取組も各社で工夫を凝らしながら実践。

<プレミアムフライデーの売上等効果> ※2月の第1回実施例

- ・イトーヨーカ堂：売上高15～20%増（通常の日曜日平均比）
- ・阪急阪神百貨店うめだ本店：15時以降の売上高が2割増（前年比）
- ・アクアパーク品川：午後5時以降入場のナイトチケット販売数19%増（前の金曜日比）
- ・百貨店業界は軒並み前年月末金曜日比で売上増
 - 大丸・松坂屋 17.0%増
 - 高島屋 6.0%増
 - そごう・西武 5.6%増
 - 三越伊勢丹 0.7%増

【早期退社の取組例（東京都 クレジット会社 従業員数:約2700人）】

○実施内容

- ・平日の1日（原則、最終金曜日）を指定し、15時の退社を基本とする取組の導入。
（所定労働時間との差は勤務免除、有給扱い）

○早期退社実現に向けた取組

- ・早期退社実施日を、最終金曜日以外の平日にも振替可能とする
- ・社内における働き方改革、生産性向上に向けた意識、機運醸成（特に、経営層の理解とリーダーシップの下、管理職による声掛け、社員の取組状況把握などを実施）

○効果

- ・実施日を振替可能とする柔軟な対応を図ることで、2～3月の取得率99.6%を達成

（参考）社員の声

- ・「15時退社できるよう仕事の段取りを意識するようになった」
- ・「比較的空いている平日に買い物することができた」