

今日のキーワード「プレミアムフライデー」、浸透するか？（日本）

「プレミアムフライデー」は、政府と経済界による消費の拡大に向けた取り組みの一つで、毎月末の金曜日15時に退社して、個人が幸せや楽しさを感じられることを体験できるようにしようとの試みです。2月24日は最初の「プレミアムフライデー」となりました。認知度は高いものの、何もなかった人も多かったようです。休暇や早帰りが取得出来ないとの声もあるなか、「プレミアムフライデー」はどのように浸透していくのか、その動向に注目です。

ポイント1 「プレミアムフライデー」で、日常よりも少し豊かな時間を！ ロゴマークの使用申請企業・団体は約5,000社に

- 「プレミアムフライデー」とは、月末の金曜日は午後3時に退社して、様々な消費活動を行ってもらい、日常よりも少し豊かな時間を過ごしてもらおうという、政府と経済界による取り組みのことです。給料日後の月末金曜日には平均消費額が高くなる傾向にあり、「プレミアムフライデー」の導入により、ライフスタイルの変革や、デフレ的傾向を変えるきっかけとなることが期待されています。
- 経済産業省が作成した「プレミアムフライデー」のロゴマークは、約5,000社の企業・団体が使用申請をし、街中でも様々な場所で見られるようになりました（3月2日現在）。

ポイント2 認知度は88%！ ただし40%超の人が「何もなかった」

- 人材サービスの株式会社VSNが発表した「プレミアムフライデー」に関する調査結果（回答者数1,704名）によると、「プレミアムフライデー」を知っているとの回答は88%でした。性別・年代別で大きな差はなく、幅広く高い認知率となっています。
- 一方、初めての「プレミアムフライデー」をどう過ごしたかとの問いには、43.9%が何もなかったと回答しました。仕事だったとの回答は30%超で、これを除くと、食事や買い物、映画、「プレミアムフライデー」のキャンペーンを行っている店やイベントに行った、との回答はそれぞれ10%未満でした。



今後の展開 官公庁や一部企業で自主的取り組みスタート、浸透するか？

- 「プレミアムフライデー」の浸透については、一部の企業が休暇や15時退社を推奨しています。最初の「プレミアムフライデー」だった2月24日には、経済産業省で世耕経産大臣が館内放送でアナウンスし自らもカーリングに出かけたり、安倍首相が座禅をするなど、アピールに努めました。一方で、月末金曜日は業務の都合で休めないとの声や、消費やサービスの受け皿となる側では働き手の負担が増えるケースもあります。働き方改革の一端でもある「プレミアムフライデー」はどのように広がり、浸透していくのか、今後の取り組みに注目です。

こども
チェック！ 2017年2月 8日 「実質賃金」は5年ぶりにプラス（日本）
2017年2月 3日 「プレミアムフライデー」始まる！（日本）

■当資料は、情報提供を目的として、三井住友アセットマネジメントが作成したものです。特定の投資信託、生命保険、株式、債券等の売買を推奨・勧誘するものではありません。■当資料に基づいて取られた投資行動の結果については、当社は責任を負いません。■当資料の内容は作成基準日現在のものであり、将来予告なく変更されることがあります。■当資料に市場環境等についてのデータ・分析等が含まれる場合、それらは過去の実績及び将来の予想であり、今後の市場環境等を保証するものではありません。■当資料は当社が信頼性が高いと判断した情報等に基づき作成しておりますが、その正確性・完全性を保証するものではありません。■当資料にインデックス・統計資料等が記載される場合、それらの知的所有権その他の一切の権利は、その発行者および許諾者に帰属します。■当資料に掲載されている写真がある場合、写真はイメージであり、本文とは関係ない場合があります。