

報道関係各位

2017年3月15日  
株式会社クロス・マーケティング

## プレミアムフライデー一定着なるか 利用者は4%にとどまるが、次回実施への期待感もうかがえる

—プレミアムフライデーに関する実態調査—

株式会社クロス・マーケティング(本社:東京都新宿区、代表取締役社長:五十嵐 幹)は、東京都・政令指定都市がある都道府県に在住する20~69歳の有職者男女を対象に「プレミアムフライデーに関する実態調査」を実施しました。

### ■調査背景・目的

月末の金曜日の終業時間を午後3時に早めるよう企業に呼びかけ、消費の拡大と働き方を改革することを狙いとした「プレミアムフライデー」が今年の2月24日に初めて実施されました。

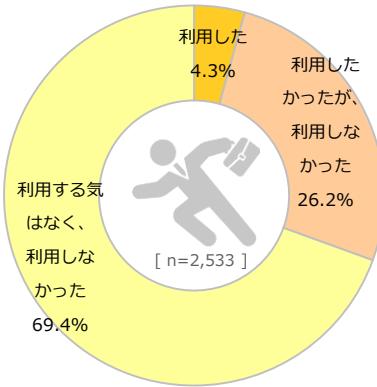
そこで本調査では、2月のプレミアムフライデーの利用有無や満足度、利用方法のほか、非利用者の利用できなかった理由、次回となる4月のプレミアムフライデーの利用意向などについて聴取を行い、その実態を明らかにしました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/workstyle/pf20170315>

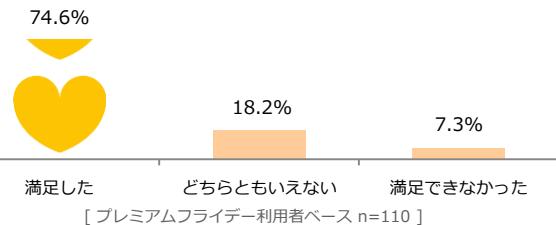
### ■調査結果（一部抜粋）

- ✓ 2月(今回)のプレミアムフライデーは「利用する気はなく、利用しなかった」が69%で最多。「利用した」は4%、「利用したかったが、利用しなかった」は26%となった。利用者は全体の1割以下だが、満足度は75%と高い。利用者の傾向として、職場のフレックス制度を取得しやすい、従業員規模が1,000人以上、月平均残業時間が15時間以上などが判明した。 <図1-1,図1-2,図1-3>
- ✓ 「利用したかったが、利用しなかった」理由では「仕事が忙しかったから」が36%で最も多く、次いで「早帰りしにくい雰囲気だったから」が27%となった。「その他」の内容では「会社で認められていない」「サービス業なのでできない」など職場環境や業務内容によって実現しにくい様子がうかがえる。 <図2>
- ✓ 今回のプレミアムフライデー利用者・利用意向者は次回の利用意向も高い(それぞれ77%、65%)が、今回利用意向が無かった人は次回の利用意向も14%と低く、プレミアムフライデー利用には消極的であるとみられる。プレミアムフライデーに今回行ったことと次回行いたいことでは、どちらも「買い物」「家でゴロゴロ」がTOP2となったが、「旅行」、「映画を観る」が次回行いたいこととして新たに挙げられており、それらに関連したサービスを打ち出すことで消費拡大の可能性が見込まれる。 <図3-1,図3-2>

<図1-1> プレミアムフライデーの利用状況



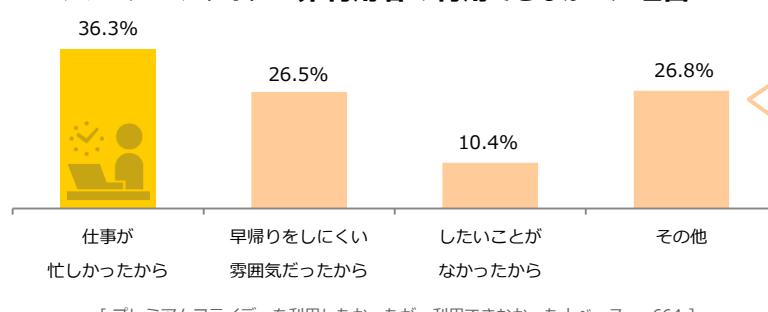
<図1-2> プレミアムフライデー利用者の満足度



<図1-3> プレミアムフライデー利用者の傾向



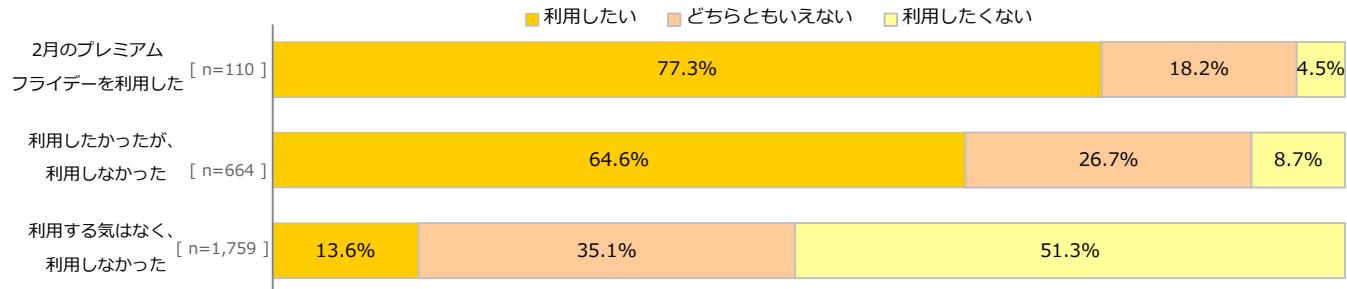
<図2> プレミアムフライデー非利用者の利用できなかった理由



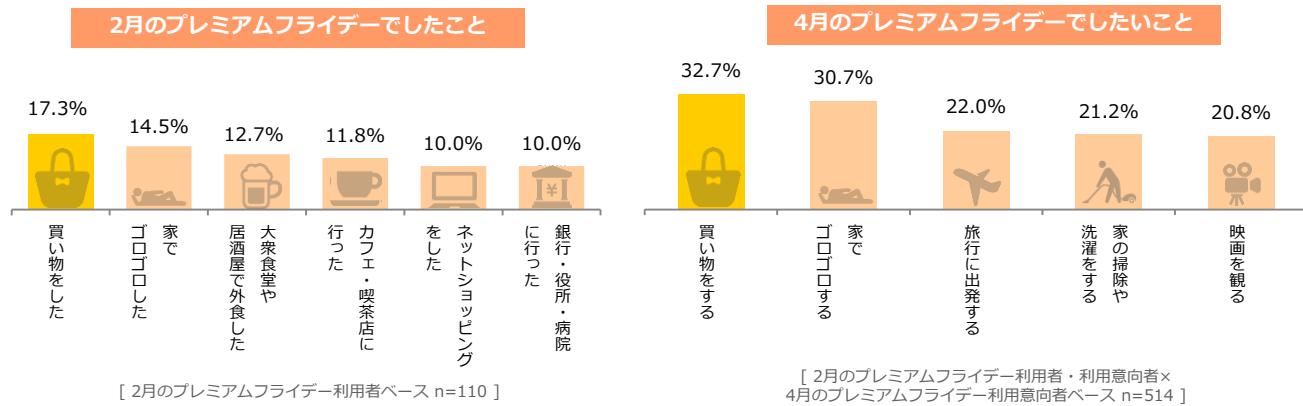
#### 「その他」の内容

- 会社・職場環境
  - ✓ 会社で認められていない
  - ✓ そもそも対象企業じゃなかったから
  - ✓ 会社でそんな空気が全くないから
  - ✓ 会社から制度についての説明がなかったから
- 業務内容
  - ✓ タイミングが合わなかった
  - ✓ サービス業なのでできない
  - ✓ 夜勤
  - ✓ 出張中

**<図3-1> 4月のプレミアムフライデー利用意向**



**<図3-2> 2月のプレミアムフライデーしたこと／4月のプレミアムフライデーしたいこと 各TOP5**



**■全調査内容**

- 属性設問 (性別・年代・職業・業種・勤務地・企業規模・所属部署・役職・未既婚・同居家族・子どもの学齢)
- フレックス制度の利用しやすさ(SA)
- 1ヶ月の平均残業時間(SA)
- 平日午後の半休取得であること(MA)
- プレミアムフライデーの認知(SA)
- プレミアムフライデーの利用有無(SA)
- 4月のプレミアムフライデー利用意向(SA)
- 4月のプレミアムフライデーしたいこと(MA)
- 1ヶ月間で自由に使える金額(SA)
- 世帯年収(SA)
- プレミアムフライデーの日の退社時間(SA)
- プレミアムフライデーしたこと(MA)
- プレミアムフライデーで使った金額(SA)
- プレミアムフライデーと一緒に過ごした人(MA)
- プレミアムフライデーの計画時期(SA)
- プレミアムフライデーの満足度(SA)
- プレミアムフライデーの非利用理由(SA)
- 職場のプレミアムフライデーの利用しやすさ(SA)

**■調査概要**

調査手法 : インターネットリサーチ  
 調査地域 : 東京都・政令指定都市がある都道府県  
 調査対象 : 20~69歳の男女、フルタイム勤務の有職者  
 調査期間 : 2017年2月25日(土)~2017年2月27日(月)  
 有効回答数 : SC 2,533サンプル／本調査 774サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

**【会社概要】**

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
 設立 : 2003年4月1日  
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275

E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp) お問い合わせ : [https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane\\_media/](https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/)

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

«例>「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると…」