

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定着するか 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

ープレミアムフライデーに関する実態調査ー

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。

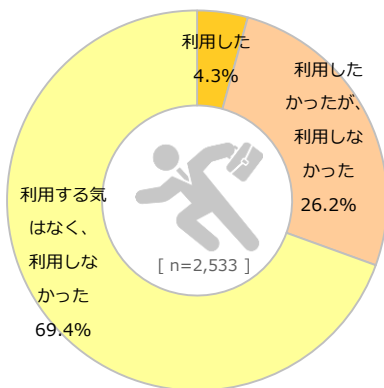
そこで本調査では、2月のプレミアムフライデーの利用有無や満足度、利用方法のほか、非利用者の利用できなかった理由、次回となる4月のプレミアムフライデーの利用意向などについて聴取を行い、その実態を明らかにしました。

◆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>

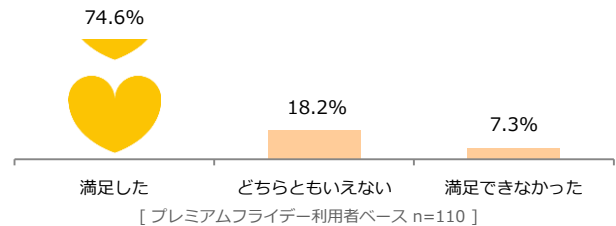
■調査結果 (一部抜粋)

- ✓ 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>

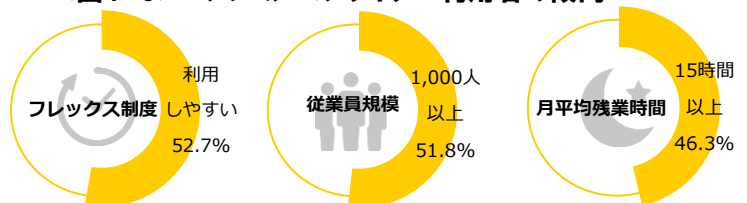
<図1-1> プレミアムフライデーの利用状況



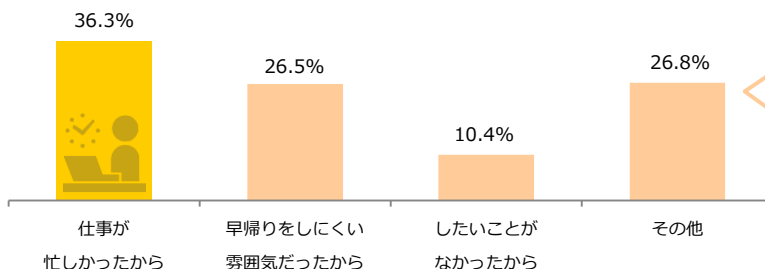
<図1-2> プレミアムフライデー利用者の満足度



<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

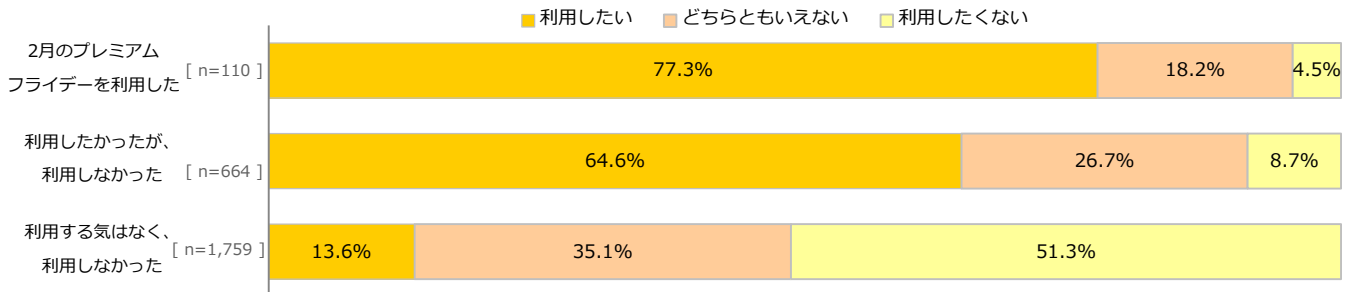
会社・職場環境

- ✓ 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

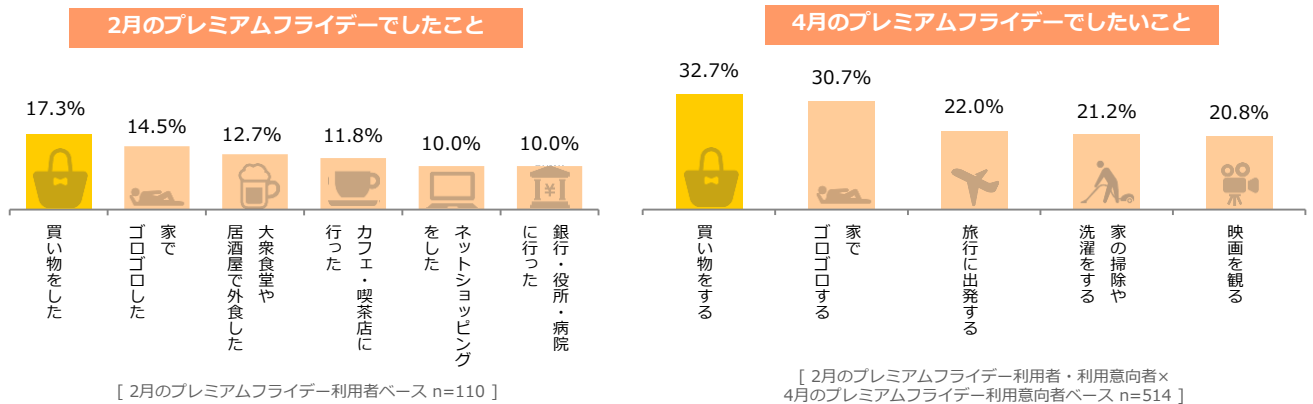
業務内容

- ✓ 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でしたこと／4月のプレミアムフライデーでしたいこと 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カ月の平均残業時間 (SA)
- ☐ 平日午後の半休取得ですること (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でしたいこと (MA)
- ☐ 1カ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でしたこと (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 お問い合わせ : 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…」