

ショートコメント vol.64 (2017年2月22日)

テーマ：プレミアムフライデーの評価は長い目で
～定着するまでには数年を要する可能性も～

●プレミアムフライデーのスタート

2月24日からプレミアムフライデーがスタートする。

これは月末の金曜日は早帰りをして、消費を楽しんでもらうという新たな試みであるが、その成否は早帰りの実現性がカギを握るといわれてきた。

ここへきて、大企業を中心に早帰りへの積極的な動きがみられることは、ポジティブな材料といえよう。月末金曜日の終日、あるいは半日の有給休暇の取得を奨励するなど、早帰りのレベルを超えた取り組みも少なくない。これらに伴い、金曜日の午後から旅行に出かける人が増えるなど、個別には目立った動きが出てきそうである。

●効果は大都市圏への集中が予想

ただし、あくまでもマクロとしての効果は、最終的には早帰りできる人の数に比例する。

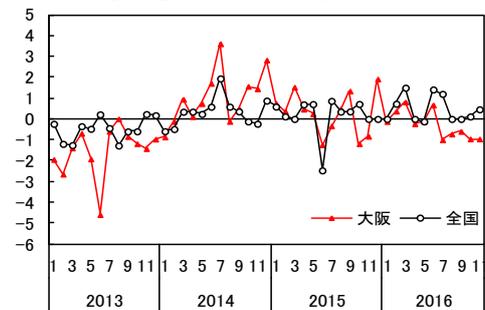
現状は、地方におけるプレミアムフライデーの知名度は低い点からも、当面は大都市圏を中心とした動きとならざるを得ない。また、大都市圏といえども、中小企業は人繰りの問題もあってなかなか早帰りは難しい。結局のところは、大都市圏の大企業を中心とした動きとなる可能性が高く、そこにインバウンドの集客が加わる形が予想される。

●反動による消費の減少に注意

一方、プレミアムフライデーの効果については、消費の純増につながるかどうかにも注目が集まる。月末の金曜日に旅行や外食を楽しむ動きが出てきたとしても、その分、ほかの日の消費が減ってしまえば意味がない。あくまでも狙いはトータルでの消費の増加であり、最終的には所得の動きがカギを握ることになる。

足元の関西の賃金動向を勘案すれば、その辺りは不安が大きいことから、プレミアムフライデー前後の消費動向にも注意が必要とみられる(図表1)。

【図表1】
(%) 【賃金】現金給与総額の推移(前年比)



(出所)厚生労働省「毎月労働統計調査」

●まずは取り組みの継続が重要

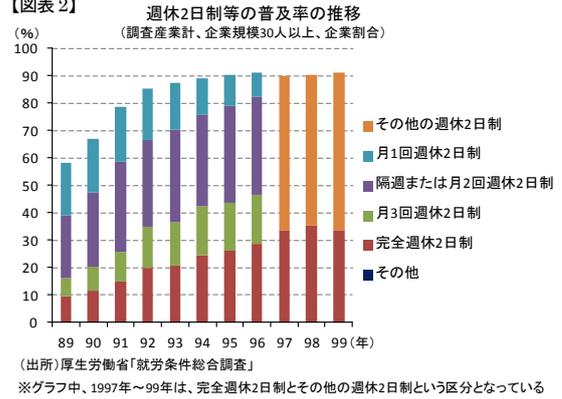
このプレミアムフライデーの効果は、働き方の変化のスピードに左右されるだけに、長い目で判断する必要がある。仮に、盛り上がり欠ける状況が数か月続き、インバウンドが集客のメインになったとしても、まずは取り組みを継続することが重要といえよう。

働き方の変化に関しては、週休2日制の導入時を振り返っても、その普及には数年を要するなど、やはり時間がかかる(図表2)。今回はそこまでの大きな変化ではないにせよ、経営環境は当時よりも厳しく、人手の余裕もないことは間違いない。

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データ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。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。

いずれにしても、まずは一定の認知を得るまで、取り組みを継続することが必要だと思われる。仮に、消費者の間にプレミアムフライデーがうまく浸透し、「月末金曜日の休みの取りやすさ」が企業イメージの上昇や、就職先としての人気上昇につながるようになれば、変化が加速することも期待されよう。

【図表2】



本件照会先:大阪本社 荒木秀之
TEL:06(4705)3635 mail:hd-araki@rri.co.jp

※本稿は情報提供が目的であり、商品取引を勧誘するものではありません。また、本稿は当社が信頼できると判断した各種データ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。なお、本稿に記載された内容は執筆時点でのものであり、今後予告なしに変更されることがあります。