

## ショートコメント vol.66 (2017年3月16日)

テーマ：プレミアムフライデーは静かなスタート  
～景気ウォッチャー調査にみる各地域での反応～

### ●プレミアムフライデーのスタート

プレミアムフライデーが2月24日にスタートし、大きな話題を集めたが、結果的には静かな滑り出しとなった。午後3時に仕事を終わられる人がまだ少ないほか、地方を中心に認知度もまだまだ低いことが、主な要因に挙げられよう。

内閣府の景気ウォッチャー調査では、景気の判断とともに、その理由（コメント）の聴取も行っているが、直近の2月調査でプレミアムフライデーへの言及（現状判断）は、総コメント1233件中、20件にとどまった。さらに、そのうち「一定の効果があった」としたものは3件と少ない。

コメントの地域別内訳は、図表1のとおりである。効果が出やすいとみられた南関東でも、コメントそのものが少なく、「一定の効果あり」もゼロであった。

関西（近畿）に至っては、コメントは1件にとどまり、しかも「期待していたほど効果はなかった」という内容であった。

### ●定着には時間がかかりそう

先行き判断でのプレミアムフライデーへの言及は42件と、現状判断の20件に比べると多いことから、一定の期待は感じられる。

図表2では、地域別のコメント数とともに、景気判断の内訳も示しているが、南関東や中国に関しては「良くなる」、「やや良くなる」の比率も高い。

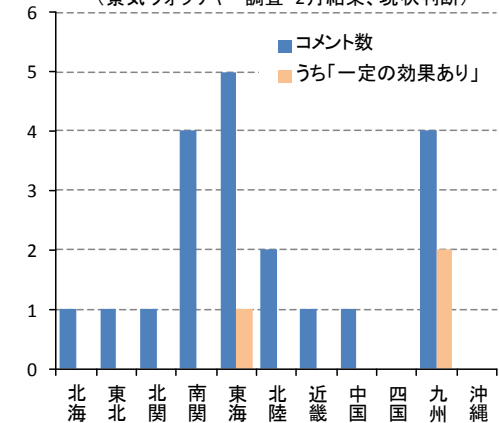
ただし、「良くなる」としたコメントでも、「(仮に)プレミアムフライデーが定着すれば、景気は良くなる」といった、期待というよりも、前提条件といったニュアンスが強いものも含まれる。結局のところ、プレミアムフライデー自体の見通しについては、依然として定かではない。

また、コメントの地域分布からも分かるように、地方圏での期待は低いままであることから、定着にはまだまだ時間がかかるとみるべきであろう。

### ●注目されるコンビニ、スーパーへの影響

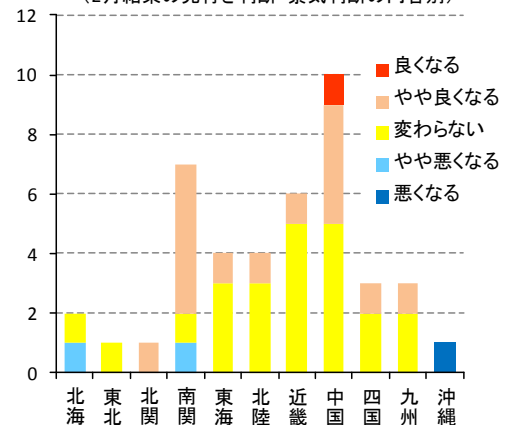
一方、当初のプレミアムフライデーの狙いからすると、百貨店や旅行関連などに効果が集まりそうなイメージである

【図表1】 プレミアムフライデー関連のコメント件数  
(景気ウォッチャー調査・2月結果、現状判断)



(出所)内閣府「景気ウォッチャー調査」

【図表2】 プレミアムフライデー関連のコメント件数  
(2月結果の先行き判断・景気判断の内容別)



(出所)内閣府「景気ウォッチャー調査」

※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。

が、意外にスーパーやコンビニからも期待の声が聞かれる（図表3）。

日常的な来店が見込める業態の方が、プレミアムフライデーに伴う販促も仕掛けやすく、3月以降の期待につながっているとみられる。

もちろん高額な買物が期待できるわけではないものの、プレミアムフライデーの限定商品などをうまくPRすることで、一定の集客が見込めそうである。

### ●今後の見通し

今後、プレミアムフライデーが定着するためには、午後3時に退社できる人が増えるだけでなく、所得環境の改善も必要となる。いずれも簡単には進まないことから、しばらくは2月に近い状況が続くこともあり得よう。

結果として、プレミアムフライデーの効果は、高額消費や旅行需要の増加といった、当初の見込みどおりには出にくいとみられる。そういった中、スーパー、コンビニでの意外な効果に注目が集まりそうである。

【図表3】

コンビニ、スーパーのプレミアムフライデー関連のコメント  
（景気ウォッチャー調査・2月結果、先行き判断）

	景気判断	地域	コメント
コンビニ	良くなる	中国	・プレミアムフライデーに期待できる。
	やや良くなる	南関東	・(前半省略)これから先、天候がどのように推移するか、プレミアムフライデーがどんな感じになるか、いろいろな不安要素もあるが、着実に見切り販売をやっていきたい。
		四国	・店舗統合の効果やプレミアムフライデー等の企画で良くなる。
スーパー	やや良くなる	南関東	・今月から始まったプレミアムフライデーを一つの起爆剤として、毎月月末の最終金曜日にちょっと良い物を客にアピールして、これを定着させたい。(後半省略)
		中国	・大きな変化は見られないが、プレミアムフライデーがどこまで定着するかによって週末の需要に変化が期待できる。ただし大都市と異なり販売業や製造業関係者が多いので、プレミアムフライデーが地元及ぼす影響はまだ少ない。
		中国	・プレミアムフライデーが浸透すれば毎月末の金曜日は忙しくなる。
		九州	・気候も良くなり、プレミアムフライデーやスポーツ等の明るいニュースが増えたと消費につながる。(後半省略)
	変わらない	近畿	・(前半省略)需要を生み出すため、プレミアムフライデーなどの各種催事による掘り起こしが重要となる。

(出所)内閣府「景気ウォッチャー調査」

※コメントは関連する部分だけを抜粋

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