

<ジーコム独自調査レポート No.101>

福岡県居住者のプレミアムフライデーに関する調査 結果報告書

2017年3月

調査概要

1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

3. 調査時期

平成29年2月15日（水）～2月20日（月）

4. 調査規模

558サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	224	40.1
女性	334	59.9
全体	558	100.0

■年齢	件数	構成比(%)
20代	65	11.6
30代	105	18.8
40代	127	22.8
50代	125	22.4
60代以上	136	24.4
全体	558	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	164	29.4
公務員	22	3.9
団体職員	11	2.0
会社役員	9	1.6
派遣社員・契約社員	33	5.9
商工自営	15	2.7
農林漁業	2	0.4
自営手伝い	5	0.9
自由業(医師・弁護士・税理士等)	9	1.6
学生	8	1.4
パートアルバイト	87	15.6
専業主婦(主夫)	133	23.8
無職	52	9.3
その他	8	1.4
全体	558	100.0

■世帯年収	件数	構成比(%)
200万円未満	72	13.1
200～300万円未満	79	14.4
300～400万円未満	82	14.9
400～500万円未満	72	13.1
500～600万円未満	71	12.9
600～700万円未満	52	9.5
700～800万円未満	37	6.7
800～900万円未満	29	5.3
900～1000万円未満	24	4.4
1000～1500万円未満	25	4.5
1500万円以上	7	1.3
全体	550	100.0

* 学生を除く

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

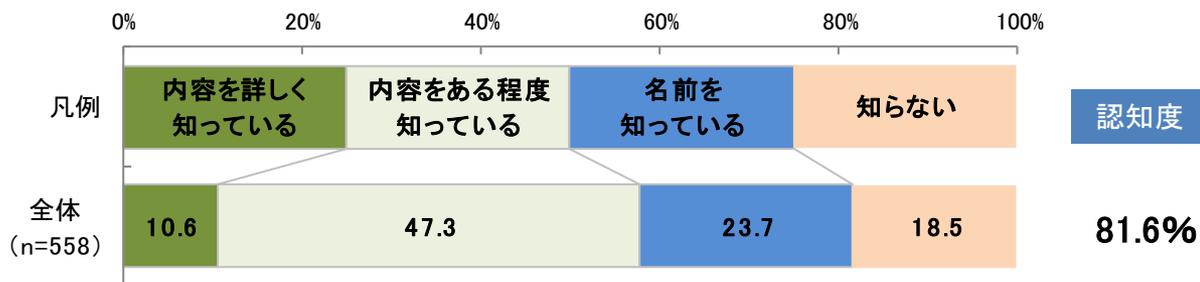
1. プレミアムフライデーの認知

プレミアムフライデー実施前の認知度は8割以上。20代の認知度はやや低いが、名称は広く知られているといえる。

2月24日（金）に始まったプレミアムフライデーについて、「内容を詳しく知っている」「内容をある程度知っている」「名前を知っている」を合わせた認知度の割合は81.6%である。

- ・性別や職種別で、認知度に大きな差は見られない。
- ・年代別に見ると、20代の認知度は他の年代に比べて低くなっている。

◆プレミアムフライデーの認知【単一回答】



		調査数	内容を詳しく知っている【%】	内容をある程度知っている【%】	名前を知っている【%】	知らない【%】	認知度【%】
全体		558	10.6	47.3	23.7	18.5	81.6
性別	男性	224	16.1	50.4	18.3	15.2	84.8
	女性	334	6.9	45.2	27.2	20.7	79.3
年代別	20代	65	6.2	41.5	23.1	29.2	70.8
	30代	105	15.2	41.0	23.8	20.0	80.0
	40代	127	10.2	49.6	27.6	12.6	87.4
	50代	125	9.6	52.0	21.6	16.8	83.2
	60代以上	136	10.3	48.5	22.1	19.1	80.9
職種別	有職者	278	14.4	48.9	21.2	15.5	84.5
	専業主婦・パート・アルバイト・学生・無職	280	6.8	45.7	26.1	21.4	78.6

* 認知度：
「内容を詳しく知っている」+
「内容をある程度知っている」+
「名前を知っている」

2. プレミアムフライデーの過ごし方 *勤務者限定

プレミアムフライデーの過ごし方は「自宅で過ごす」がおよそ6割でトップ。その他の行動では、女性や20代で消費に積極的な傾向が見られる。

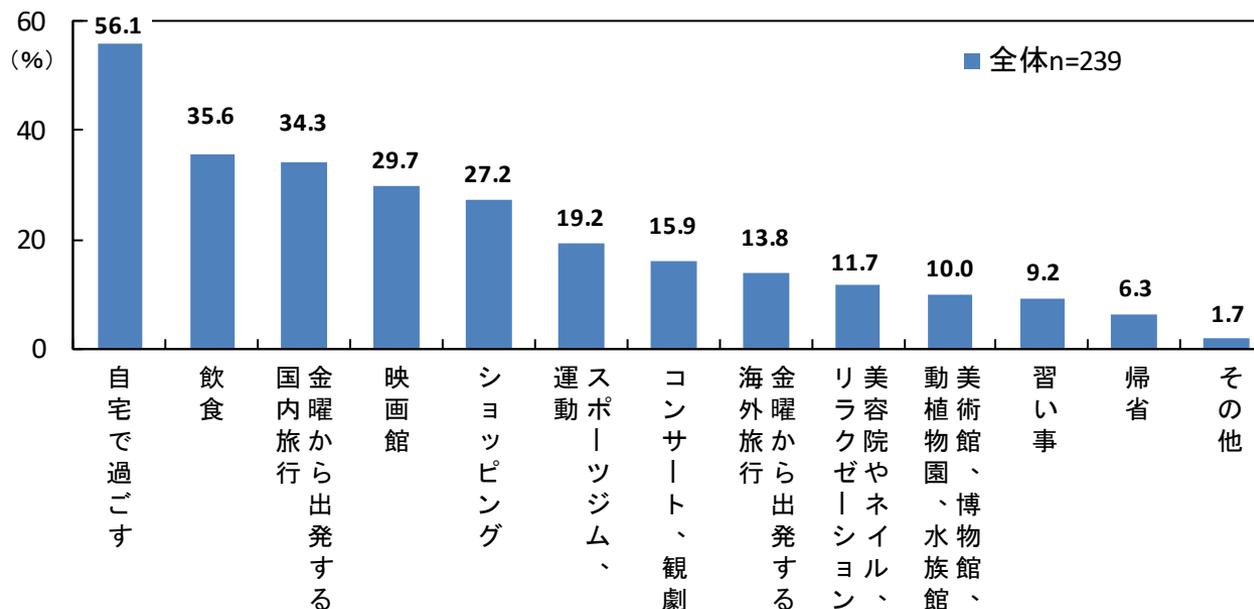
勤務者（会社員・会社役員・公務員・団体職員・派遣社員・契約社員）に対して、職場でプレミアムフライデーが実施された場合の過ごし方を聞いたところ、「自宅で過ごす」の割合が56.1%で最も高く、次いで「飲食」35.6%、「金曜から出発する国内旅行」34.3%の順である。

・性別に見ると、多くの項目で女性は男性に比べて割合が高い。

・年代別に見ると、20代は「自宅で過ごす」の割合が他の年代に比べて低く、「飲食」「金曜から出発する国内旅行」「スポーツジム、運動」「美容院やネイル、リラクゼーション」の割合が高い。

◆プレミアムフライデーの過ごし方【複数回答】

* 勤務者（会社員・会社役員・公務員・団体職員・派遣社員・契約社員）限定



◆プレミアムフライデーの過ごし方【複数回答】
 * 勤務者（会社員・会社役員・公務員・団体職員・派遣社員・契約社員）限定

															【%】
		調査数	自宅で過ごす	飲食	国内旅行 金曜から出発する	映画館	ショッピング	スポーツジム、 運動	コンサート、 観劇	海外旅行 金曜から出発する	美容院やネイル、 リラクゼーション	美術館、博物館、 動物園、水族館、	習い事	帰省	その他
全体		239	56.1	35.6	34.3	29.7	27.2	19.2	15.9	13.8	11.7	10.0	9.2	6.3	1.7
性別	男性	152	58.6	30.9	30.9	26.3	19.7	19.1	12.5	8.6	2.6	6.6	5.3	3.9	2.6
	女性	87	51.7	43.7	40.2	35.6	40.2	19.5	21.8	23.0	27.6	16.1	16.1	10.3	-
年代別	20代	26	38.5	46.2	53.8	30.8	30.8	30.8	15.4	15.4	23.1	3.8	15.4	7.7	-
	30代	62	54.8	33.9	37.1	29.0	29.0	21.0	22.6	22.6	9.7	14.5	8.1	8.1	1.6
	40代	73	54.8	41.1	30.1	28.8	27.4	15.1	12.3	9.6	9.6	8.2	6.8	2.7	2.7
	50代	60	65.0	26.7	30.0	33.3	25.0	20.0	13.3	10.0	15.0	10.0	10.0	8.3	1.7
	60代以上	18	61.1	33.3	27.8	22.2	22.2	11.1	16.7	11.1	-	11.1	11.1	5.6	-

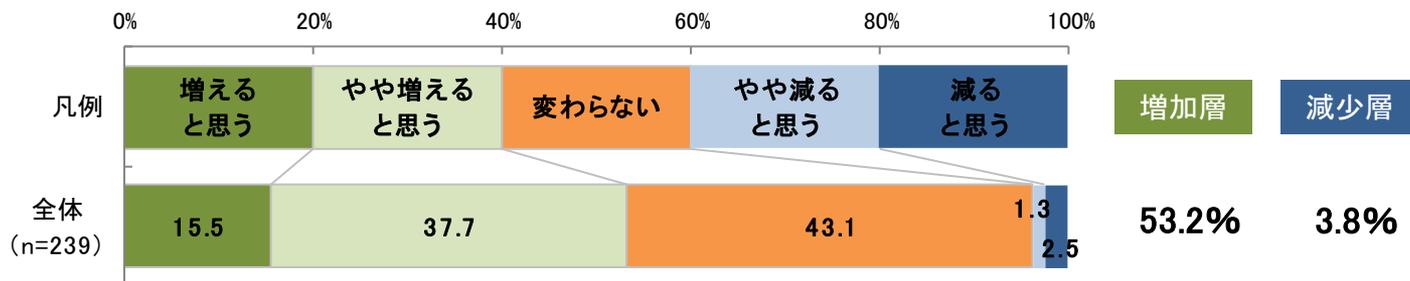
3. プレミアムフライデー実施による月間消費金額の変化 * 勤務者限定

職場でプレミアムフライデーが実施された場合、過半数が月間消費金額は増えると思う。実施が進めば、消費拡大が見込まれる。

プレミアムフライデーが実施された場合の1か月の消費金額の変化については、「増えると思う」「やや増えると思う」を合わせた増加層の割合が53.2%、「減ると思う」「やや減ると思う」を合わせた減少層の割合が3.8%である。

・性別や年代別で、大きな差は見られない。

◆プレミアムフライデー実施による月間消費金額の変化【単一回答】
* 勤務者（会社員・会社役員・公務員・団体職員・派遣社員・契約社員）限定



	調査数	【%】					【%】		
		と増えると思う	とやや増えると思う	変わらない	とやや減ると思う	と減ると思う	増加層	減少層	
全体	239	15.5	37.7	43.1	1.3	2.5	53.2	3.8	
性別	男性	152	16.4	34.9	45.4	1.3	2.0	51.3	3.3
	女性	87	13.8	42.5	39.1	1.1	3.4	56.3	4.6
年代別	20代	26	26.9	34.6	34.6	3.8	-	61.5	3.8
	30代	62	14.5	35.5	40.3	3.2	6.5	50.0	9.7
	40代	73	12.3	46.6	38.4	-	2.7	58.9	2.7
	50代	60	15.0	33.3	51.7	-	-	48.3	-
	60代	18	16.7	27.8	55.6	-	-	44.5	-

* 増加層：
「増えると思う」+「やや増えると思う」
減少層：
「減ると思う」+「やや減ると思う」

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL : <https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail : inq@gcom-net.co.jp