

消費喚起に関するアンケート調査

報告書

平成29年7月

旭川商工会議所

目 次

I. 調査概要

1. 調査目的
2. 調査内容
3. 調査対象
4. 調査期間
5. 調査方法
6. 回収状況
7. 報告書の注意点

II. アンケート調査結果

- (1) 業種
- (2) プレミアムフライデーの認知度
- (3) プレミアムフライデーについてどのように感じているか。
- (4) プレミアムフライデーを「良い取り組み」だと思う理由
- (5) プレミアムフライデーを「必要ない」と思う理由
- (6) プレミアムフライデー向け商品等の提供の有無
- (7) プレミアムフライデー向け商品等の内容
- (8) プレミアムフライデー向け商品等の提供予定
- (9) プレミアムフライデー向け予定商品等の内容
- (10) プレミアムフライデーによる消費喚起の期待感
- (11) その他、消費喚起に必要な施策等

I. 調査概要

1. 調査目的

国が推進しているプレミアムフライデーについて、商品やサービスを提供する側の事業者を対象として同施策に対する意識や独自の取り組みを調査することにより、消費喚起に関する事業構築に向けた参考資料とすることを目的とする。

2. 調査内容

プレミアムフライデーに関する意識調査および事業者の取り組みについて

3. 調査対象

会員事業所 242 件（飲食関連の小売・サービス業、宿泊業、旅行業等）

4. 調査期間

平成 29 年 5 月～6 月

5. 調査方法

郵送配布・FAX 回収

6. 回収状況

対象事業所 242 件の内、97 件から回答があり、回収率は 40.1% となった。

なお、調査にあたっては、FAX および電話催促により回答率の向上に努めた。

7. 報告書の注意点

(1) 図表中の n とは、回答事業所数のことである。

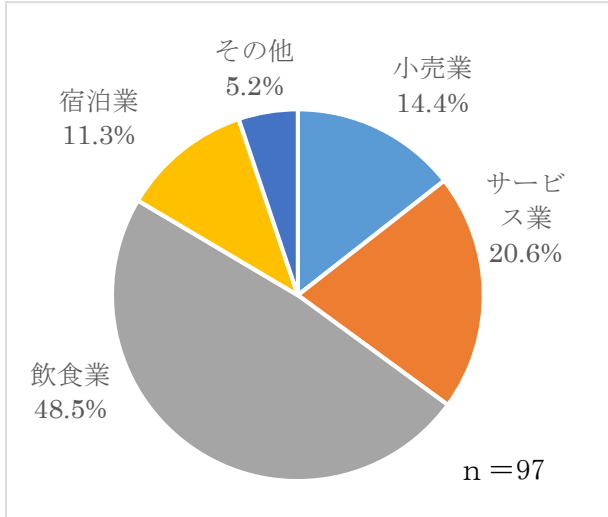
(2) 複数回答の設問の構成比は（回答数÷回答事業所数）として算出したため、各回答の構成比の合計は 100% にはならない。

(3) 百分率は小数点第 2 位を四捨五入し、小数点第 1 位まで表示した。

II. アンケート調査結果

(1) 業 種

問1 貴社の主な業種をお答えください。【回答事業所数97社】

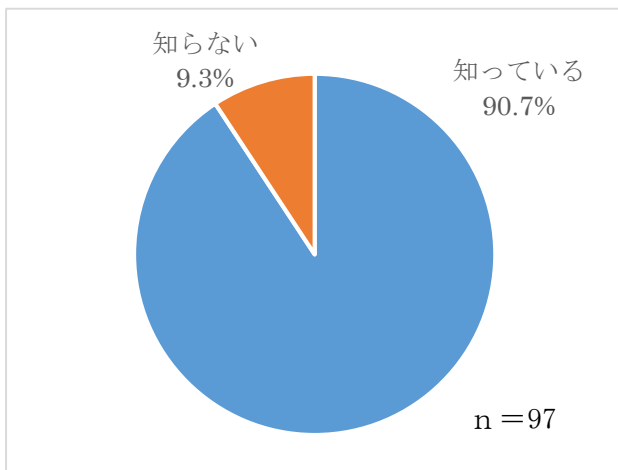


業 種	回答数	構成比
小売業	14	14.4%
サービス業	20	20.6%
飲食業	47	48.5%
宿泊業	11	11.3%
その他	5	5.2%
合計	97	100.0%

飲食業の割合が48.5%と最も高く、次いでサービス業が20.6%、小売業が14.4%となっている。

(2) プレミアムフライデーの認知度

問2 「プレミアムフライデー」についてご存知ですか。【回答事業所数97社】

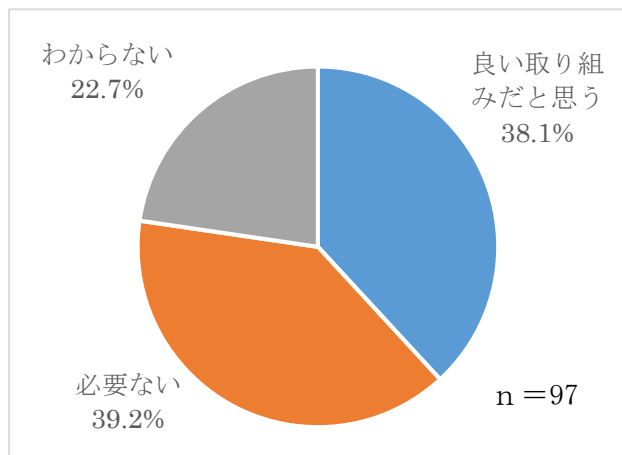


区 分	回答数	構成比
知っている	88	90.7%
知らない	9	9.3%
合計	97	100.0%

プレミアムフライデーは、回答を得た事業所の9割以上に認識されている。

(3) プレミアムフライデーについてどのように感じているか。

問3 「プレミアムフライデー」の取り組みをどのように感じていますか。【回答事業所数97社】



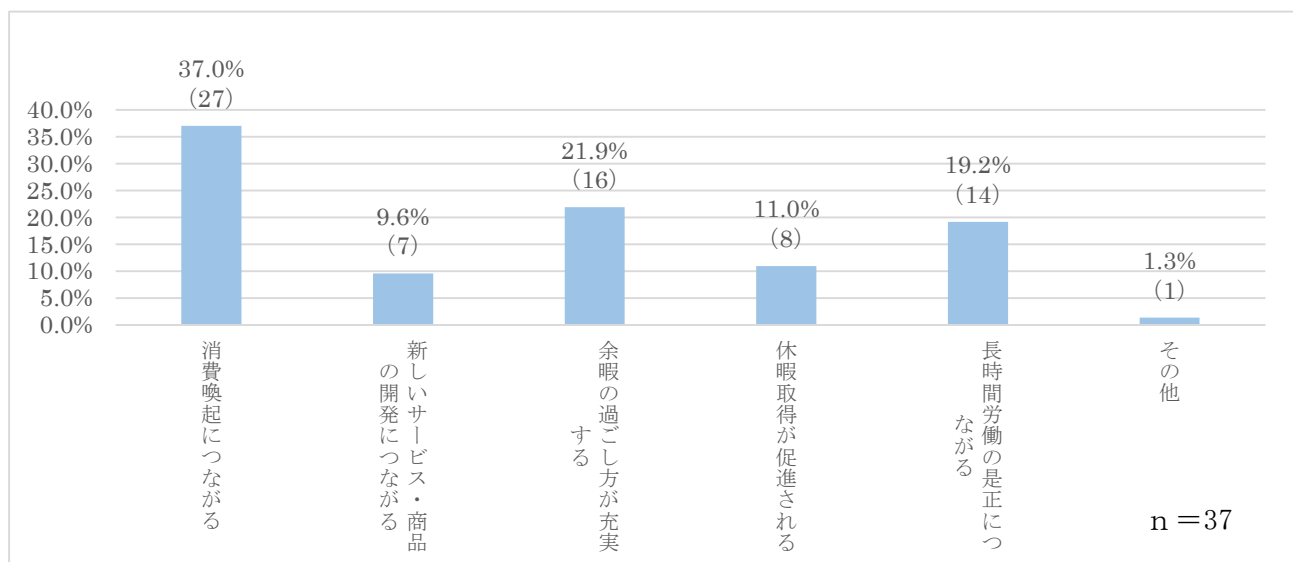
区分	回答数	構成比
良い取り組みだと思う	37	38.1%
必要ない	38	39.2%
わからない	22	22.7%
合計	97	100.0%

プレミアムフライデーの取り組みをどのように感じるか尋ねたところ、「必要ない」が39.2%、次いで「良い取り組みだと思う」が38.1%、「わからない」が22.7%となっている。

(4) プレミアムフライデーを「良い取り組み」だと思う理由

問4 問3で「良い取り組みだと思う」を選んだ理由として、あてはまるものをお答えください。

(複数回答可) 【回答事業所数37社/回答数73】

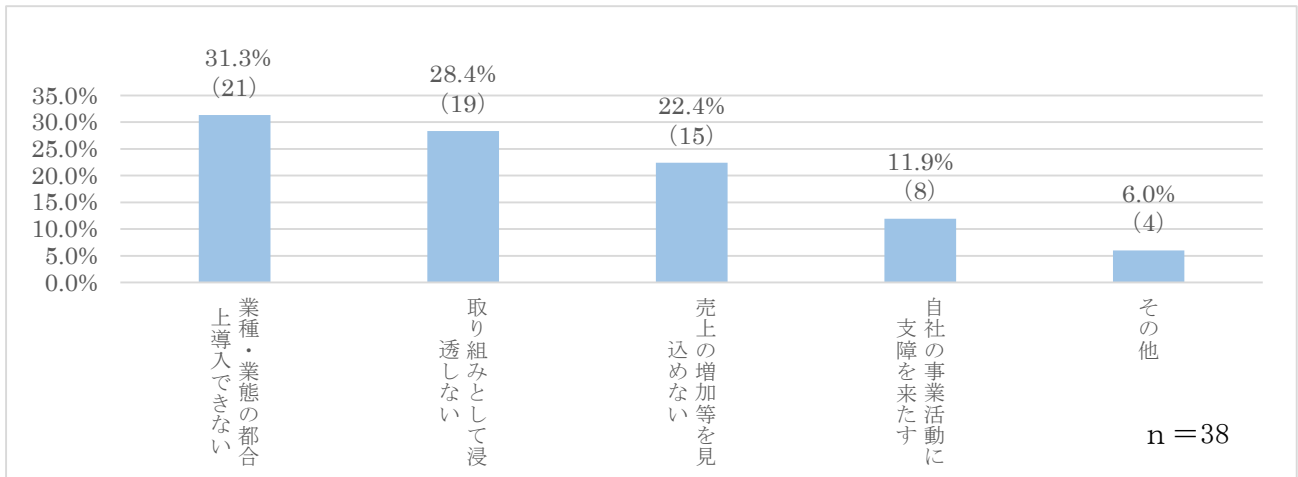


プレミアムフライデーを良い取り組みだと思う理由について、「消費喚起につながる」が37.0%と最も比率が高く、次いで「余暇の過ごし方が充実する」が21.9%、「長時間労働の是正につながる」が19.2%となっている。

(5) プレミアムフライデーを「必要ない」と思う理由

問5 問3で「必要ない」を選んだ理由として、あてはまるものをお答えください。(複数回答可)

【回答事業所数38社/回答数67】

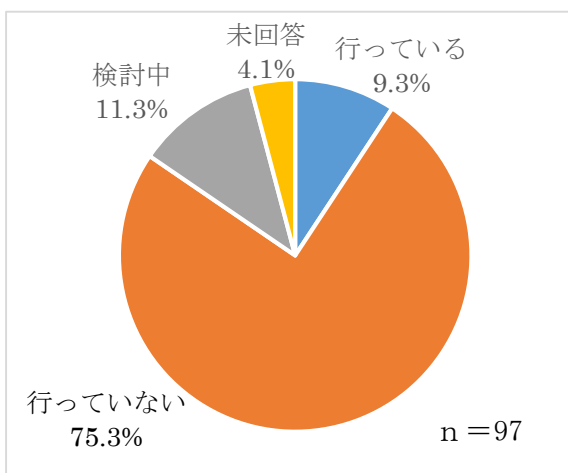


プレミアムフライデーを必要ないと思う理由については、「業種・業態の都合上導入できない」という回答が30.4%と最も比率が高く、次いで「取り組みとして浸透しない」が27.5%、「売上の増加を見込めない」が24.6%となっている。

(6) プレミアムフライデー向け商品等の提供の有無

問6 現在、プレミアムフライデーの実施に合わせ、すでに新たな商品・サービス提供を行っていますか。

【回答事業所数97社】



区分	回答数	構成比
行っている	9	9.3%
行っていない	73	75.3%
検討中	11	11.3%
未回答	4	4.1%
合計	97	100.0%

プレミアムフライデーに合わせた商品・サービス提供を行っていないという回答が75%を占めており、すでに行っているという回答は9.4%に留まった。

(7) プレミアムフライデー向け商品等の内容

問7 問6で「行っている」を選んだ場合、提供している商品・サービスをお答えください。

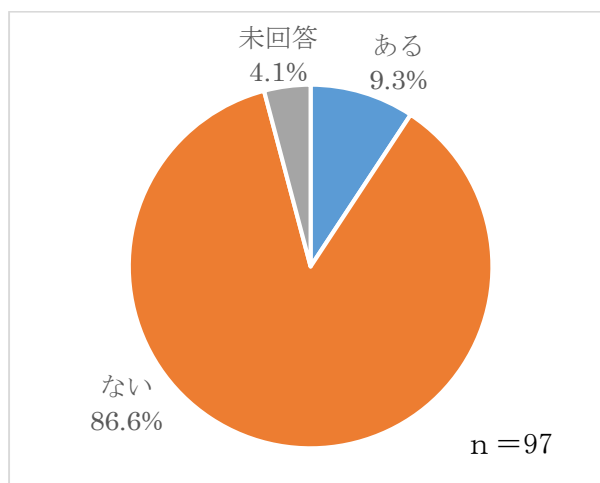
【回答事業所数97社】

- ・限定品、イベント商材等取り扱い（菓子小売業）
- ・特別セットの販売 1,080 円のを 900 円で提供（菓子小売業）
- ・生鮮、惣菜においてごちそうメニューを切り口とした商品の提供（食品スーパー）
例 マグロ赤身から中トロへ 大トロ、牛ステーキの品揃え強化
- ・ビッグフライデーというセールタイトルで毎月最終金曜日にお買得商品を提供。（総合スーパー）
- ・夕方にご来店いただくために各部からお買得商品の訴求、提案を行っている。（総合スーパー）
- ・広告紙面上、商品の提案を行っている。新サービス、新商品の開発は特別行っていない。（総合スーパー）
- ・スパにてエステ、マッサージの割引プラン導入（宿泊業）
- ・旅行代理店企画への追加参画（宿泊業）
- ・夕刻発の商品を増やしている。2.5日プランなど（旅行業）
- ・web上にて金曜日限定の宿泊プラン商品（旅行業）

(8) プレミアムフライデー向け商品等の提供予定

問8 今後、プレミアムフライデーに合わせ、新たな商品・サービス提供を行う予定がありますか。

【回答事業所数97社】



区分	回答数	構成比
ある	9	9.3%
ない	84	86.6%
未回答	4	4.1%
合計	97	100.0%

今後、プレミアムフライデーに合わせ、新たな商品・サービス提供を行う予定がないという回答が86.6%と大半を占めている。また、新たな商品・サービス提供を行う予定があるという回答は9.3%となった。

(9) プレミアムフライデー向け予定商品等の内容

問9 問8で「ある」を選んだ場合、予定している商品・サービスをお答えください。

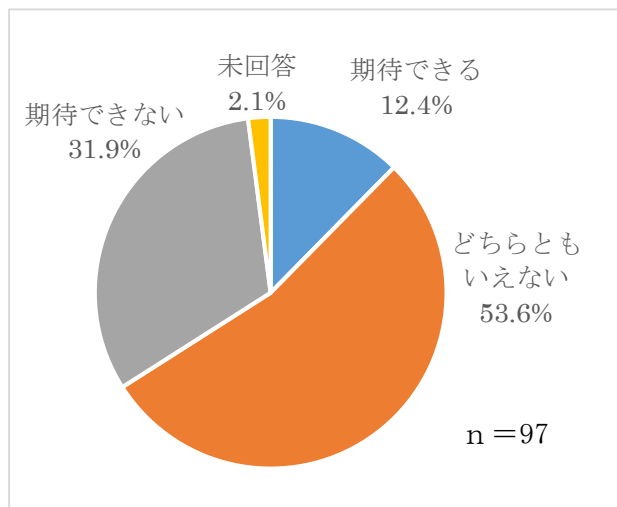
【回答事業所数10社】

- ・今までの経過を踏まえ、季節に対応したお買得商品、企画も提供していきたい。(総合スーパー)
- ・今後、さらにお客様に認知、浸透するようにショッピングセンター全体で集客を図れるように企画を計画していく。(総合スーパー)
- ・具体的な内容は未定(総合スーパー)
- ・検討中(飲食業・旅行業)
- ・プレミアムフライデー以外の平日でも4月から30分だけ割引を実施中(飲食業)
- ・随時検討(宿泊業)
- ・新たな商品提供等を検討中(旅行業)
- ・web上にて金曜日限定の宿泊プラン商品(旅行業)

(10) プレミアムフライデーによる消費喚起の期待感

問10 今後、プレミアムフライデーの実施が消費喚起につながると期待できそうですか。

【回答事業所数97社】



区分	回答数	構成比
期待できる	12	12.4%
どちらともいえない	52	53.6%
期待できない	31	31.9%
未回答	2	2.1%
合計	97	100.0%

今後、プレミアムフライデーの実施が消費喚起につながるかどうかという期待感について、「どちらともいえない」が53.6%と半数以上を占め、次いで「期待できない」が31.9%、「期待できる」が12.4%となった。

(11) その他、消費喚起に必要な施策等

問 1 1 プレミアムフライデーのほか、消費喚起策として必要だと思うことがあればお答えください。

- ・月末金曜日の3時間程度の時短勤務よりも、普段から定時に仕事を終わらせるよう努力し、残業や休日出勤を減らすことが、個人の消費にとって時間的にも精神的にも余裕を生むと思う。(小売業)
- ・給与アップ(小売業)
- ・受動喫煙防止法案を取り下げるべき(飲食業)
- ・グルメンピックの実施(飲食業)
- ・労働者等の給料の引き上げ、年金受給者の受給額の引き上げ(飲食業)
- ・プレミアム付商品券の発行、賃金アップ、物価抑制(飲食業)
- ・プレミアムフライデーと区別がはっきりしている消費喚起策であれば、どのような形式でもよいと思う。(飲食業)
- ・プレミアムフライデーは飲食業の者の労働時間が増加するしかない。サンロク街に限定した話であれば、バスの時間を12時まで延長するほうがよほど消費につながると考える。(飲食業)
- ・ハッピーマンデー制度の追加検討(連休の増加による余暇の充実、消費喚起)(宿泊業)
- ・以前行っていたプレミアム旅行券もプレミアム商品券として各自治体で販売してほしい。お徳感もあり、期限もあるので消費につながるのでは。また、プレミアムフライデーは若年層の仕事離れになりそうで、もう少し仕事に執着してほしいと思う。(宿泊業)
- ・企業誘致、国内線・国際線の定期路線拡大。最終的には人口の増加(宿泊業)
- ・旭川市内では買物公園通りに対しても緊急に対策が必要で、特に6、7、8条通に関しては若年層(高校、大学生など)参加の店舗等を展開し、若者の店舗展開による息の長い街に期待している。(旅行業)

(その他意見)

- ・旭川では何をしても期待はもてない。個店の努力には限界があるので小規模な何かをしてみてもどうかと思う。(飲食業)
- ・プレミアムフライデーは良い取り組みだと思うが、サマータイムと同様に会社全体で実行しなければ効果を得られないと思う。(サービス業)
- ・良い取り組みだと思うが、浸透・導入するにはハードルが高いと感じる。導入する企業が増えれば我々サービス業も新しいサービスプランを提案できると思う。(飲食業)
- ・消費喚起策の中小企業への波及が必要(飲食業)
- ・何をやっても効果はないと思われる。(飲食業)
- ・旭川の景気が悪すぎ、消費は低迷、金曜日午後3時までの勤務時間に出来る企業はどのくらいあるのか？まずは景気の回復が必要。(飲食業)
- ・各店舗、特に飲食関係は各々独自性を出して頑張っていると思う。今後も全国規模で行われている学会、イベント、研究大会等で旭川でアピールしていきたいと思っている。別に特別なことをしなくても、各店の特色を出せば、短期に消費喚起は難しくても、長い目で見れば結果がついてくるのが消費者心理だと思う。(飲食業)

- ・プレミアムフライデーを活用し、その消費者となる社員を抱える各事業所にとって月末の金曜日という設定でよいか疑問を感じる。(飲食業・遊技場)
- ・もともと政府が決めた大企業向けの発想であり、到底中小零細になじむ取り組みとは思えない。大企業の出先の職員が率先して行って少しでも浸透してきたら考える。(宿泊業)
- ・消費喚起策について、国などがもっと実施を呼びかけてほしい。(旅行業)
- ・利用できるマーケットが限られている。大衆の方々が参加しやすい施策が必要。(旅行業)
- ・「プレミアムフライデー」に特化したと考えるなら全国展開チェーンホテルで旭川単独でのサービスは難しい。(宿泊業)