

月末の金曜日の仕事を早く終えることで消費を喚起する「プレミアムフライデー（フレ金）」が24日、スタートする。百貨店や飲食店などは早帰りの人たちを呼び込むため関連商品やイベントを企画。終業時刻の繰り上げなどに取り組む企業も増えているが、人手不足などから二の足を踏む企業も多い。

プレミアムフライデーは政府と経済界が考案。業界団体などをつくる推進協議会事務局によると、22日時点で3591の企業や団体が公式ロゴマークの使用を申請した。

◇ ◇
 過ごし方は「自宅」が多数。市場調査会社のジーコム（福岡市）は23日、福岡県在住者を対象にしたプレミアムフライデー

きょう初のプレミアムフライデー 「自宅で過ごす」次いで「飲食」

ーのアンケート結果を発表した。今月15～20日にインターネット上で558人が回答。プレミアムフライデーの内容や名前を知っている人は計81・6%だった。

回答者のうち会社員や公務員などに、職場で実施された場合の過ごし方を尋ねると、複数回答で「自宅で過ごす」（56・1%）が最多。次いで「飲食」（35・6%）が多く、「金曜から出発する国内旅行」（34・3%）「映画館」（29・7%）「ショッピング」（27・2%）の順だった。

プレミアムフライデーがあった場合の1カ月間全体の消費金額は「増える」が計53・1%。ジーコムは「各職場に広がれば、全体としては消費の増加が見込めそうだ」としている。