

プ

レミアムフライデーが2017年2月24日から始まった。月末の金曜日に、

従業員が年次有給休暇（年休）を取得するなどして早帰りし、買い物や旅行、家族とのだんらんなどができるよう、官民を挙げて企業や政府に促す取り組みだ。

期待される経済効果として、消費の喚起が指摘されている。就業時間の一部が余暇に振り替えられれば、消費拡大による経済活性化につながるかもしれない。だが、プレミアムフライデーの実施日に消費が増えても、それ以外の日に抑えられれば効果は限定的だ。

消費の底上げを恒常化させるには、労働生産性の向上が必要である。多くの従業員が不在で仕事が行わなくなったり、企業業績に悪影響が及んだりすると、経済全体では雇用・所得環境が悪化し、消費の減少を招くことになるからだ。労働時間の短縮と仕事量の維持・拡大を両立できなければ他の日の残業が増えるだけで、プレミアムフライデーは浸透しないだろう。

この点、日本の年休取得率は国際的に見ても低く、14年は47・6

数字は語る

大和総研
シニアエコノミスト
神田慶司

プレミアムフライデー 消費を喚起するには 業務の効率化が不可欠

47.6%

2014年における日本の年次有給休暇取得率

厚生労働省「就労条件総合調査」。常用労働者30人以上の民営法人が対象

%だった。20年ほど前からほとんど改善されていない。政府は年休取得の促進に取り組み、20年までに年休取得率を70%へ引き上げる目標を掲げている。

日本人はなぜ休暇を取らないのか。少し前の調査だが、郡司正人・奥田栄二「年次有給休暇の取得に関する調査」(11年6月)によると、正社員が年休を取得しにくい主な理由として、病気や急な用事への備えの他、同僚への配慮、仕事量の多さ、代替要員の不足、職場の雰囲気などが挙げられている。理由の多くは勤め先全体の課題であり、社員個人の工夫で解決することは難しい。

その意味で、官民がトップダウンで業務の効率性を組織的に高めようとしている点にこそ、プレミアムフライデーの意義がある。約4000の協賛企業・団体の中には、仕事のやり方を見直すことで、業務に支障を来すことなく従業員を早帰りさせた事例もあるだろう。そんな成功事例を共有化したり全国展開させるなどして、職場の意識を変え、柔軟かつ生産性の高い働き方を実現すべきだ。