

With コロナ時代における
にぎわいのある街のコロナ対策のあり方
報告書

株式会社 T. I. E
國峯法律事務所
2021年3月30日

目次

第1	調査の目的	4
第2	ニューノーマルにおける「にぎわい」のあり方	4
1.	「にぎわい」の創出の要素	4
2.	コロナ流行後の社会の変化	5
3.	With コロナの社会におけるにぎわいのあり方	5
第3	ガイドラインの遵守・認証制度	7
1.	各業界ガイドライン	7
(1)	業種と作成主体	7
(2)	共通する内容	8
(3)	各業界特有の対策内容	8
(4)	ガイドラインの内容の検討	9
2.	各都道府県・市区町村において行われているコロナ対策の認定制度等	10
(1)	制度の分類	10
(2)	都道府県が行う認定制度の内容	12
(3)	市区町村が行う認定制度の内容	17
(4)	兵庫県の制度	20
(5)	認証制度についての検討	21
第4	混雑の可視化と管理・分散化	24
1	概要	24
2	企業の先進的サービス	24
(1)	NEC（ヒアリングメモ⑤）	24
(2)	株式会社バカン（ヒアリングメモ①）	24
(3)	株式会社コネクター・ジャパン（ヒアリングメモ⑥）	25
(4)	ピースポーク	26
3	混雑の可視化の推進方法	26
第5	屋外を利用した取り組み	27
1	関連する国の制度について	27
(1)	コロナ特例	27
(2)	ほこみち制度	29
2	海外事例	29
3	屋外における感染予防の基準・ガイドライン	29
第6	提言	30
1	With コロナの社会におけるにぎわいのあり方の整理	30
2	提言	31

(1) 認証制度の構築	31
(2) 混雑可視化の取り組み	31
(3) 屋外の利用	31
(別紙) ヒアリングメモリスト	33
ヒアリングメモ①	37
ヒアリングメモ②	41
ヒアリングメモ③	43
ヒアリングメモ④	45
ヒアリングメモ⑤	46
ヒアリングメモ⑥	49
ヒアリングメモ⑦	51
ヒアリングメモ⑧	55
ヒアリングメモ⑨	57
ヒアリングメモ⑩	58
ヒアリングメモ⑪	62
ヒアリングメモ⑫	65
ヒアリングメモ⑬	67
ヒアリングメモ⑭	69
ヒアリングメモ⑮	71

第1 調査の目的

神戸市では、市役所本庁舎2号館の再整備事業や、三宮の再整備事業等、神戸市内の市街地を整備する公共事業によって、よりにぎわいのあるまちづくりを行う計画が実施されている。また、2021年2月には、三宮中央通りが、歩行者利便増進道路制度（通称、「ほこみち制度」）に基づく指定を受けたところである。

しかし、強い感染力をもつ新型コロナウイルス（以下、「コロナ」という。）のまん延、そしてその再度の流行が起き、この事態がいつ完全な収束を迎えるかは現状見通しが立っていない。そのような状況下では、人が多く集まる場合は、コロナの感染源となり、また、大規模なクラスターが発生するおそれもある。

そのため、人が多く集まる場においてコロナに対する適切な対策を行うことは、市民の安全を守る観点からも、安心して人が集まることができるという観点からも、必要不可欠である。

そこで、With コロナの時代に、感染症予防のために、人が集まる場において、どのような対策を行うべきかを検討した。本書では、①ガイドライン等の基準とその遵守のための認証制度、②混雑の可視化と管理・分散化、③屋外を利用した取り組みについて述べる。

第2 ニューノーマルにおける「にぎわい」のあり方

1. 「にぎわい」の創出の要素

まず、目的となる「にぎわい」とは何かを検討する。

街づくりの文脈で用いられる「にぎわい」とは多義的な表現であるが、「人出が多く、かつ、そこで人と人の間で情報・モノ・金銭のやりとりが活発に行われること」等とされる¹。

このように、「にぎわい」には人が街へ出て活動することが重要な要素となるが、「にぎわい」の創出とは、その街へと行きたくなること、すなわち、「また来たくなる」という魅力を作ることといえる²。

そのためには、①拠点のつながりや回遊性の向上を図ることで歩き回ることが楽しくなる空間を作ること、②歩行者と様々な移動手段が共存する環境を整備し、歩行者が中心となった移動空間を作ること、③安心安全な環境の整備を行うこと、④歩行を追及し、気持ちよく動ける歩行空間を作る、といった要素が重要である。

①の「拠点のつながりや回遊性の向上」とは、様々な魅力ある文化拠点の整備を行うこと、拠点をつなぐ歩行者動線や空間を形成することで、歩き回ることが楽しくなる空

¹ 中心市街地のにぎわいの定量的評価に関する基礎的研究 http://library.jsce.or.jp/jsce/open/00039/200306_no27/pdf/15.pdf

² ヒアリングメモ⑤

間を意味するものである。②の「歩行者と様々な移動手段が共存する環境整備」とは、歩行者が中心の移動空間ということができ、交通結節機能やパーソナルモビリティなど様々な移動手段を整備することをいう。③の「安心安全な環境の整備」とは、夜間、女性一人でも安心して歩くことのできる環境のように、みんなが安心を実感する空間をつくることをいう。④の「歩行を迫及した空間整備」とは、公共空間と民間空間が連携した快適な歩行者空間の創出により、気持ちよく動ける歩行空間を整備することをいう。

特に、上記①の「拠点のつながりや回遊性の向上」における、様々な魅力ある文化拠点の整備に関して、「ここに来たら神戸！」というような、いわゆるインスタ映えするような「神戸らしさ」をアピールすることが重要である³。

また、にぎわいのうち、「人と人の中で情報・モノ・金銭のやりとりが活発に行われること」という側面については、官民連携や自治体主導での民間交流の場も重要な要素であり、それによって新たなビジネスが生まれることもある。

2. コロナ流行後の社会の変化

コロナによる影響は、コロナショック直後の混乱期を経て、混乱収束後、コロナが定着した「ニューノーマル」(With コロナ)へと移行するとされている⁴。

コロナショック直後の混乱期には、企業においても個人においても短期消費の減少等がみられる。混乱期を越えた先の「ニューノーマル」においては、消費者の健康意識の高まり、安全・安心への感度の上昇があり、動画配信サービスやEC(電子取引)は拡大するが、他方で、オンラインにはないリアル的重要性も再認識されると考えられている。リアルにおけるサービスは、消費者からして、「その場所で買う、観る」といった、リアルであることに価値が生じるような仕組みが重要と考えられている。

また、ニューノーマルにおける人の変化として、移動・対面の意義が問われるようになり、社会の変化として、人と機械の分業が加速し、あらゆるものが見える化されるという⁵。

3. With コロナの社会におけるにぎわいのあり方

上記のように、消費者の安全・安心への感度の高まりを受け、オンラインやバーチャルの重要性は増すが、他方でそれらにはないリアル的重要性が再認識される。この点に関し、コロナ禍において、子育て世代は、夫が在宅ワークで家の中にいることにより、

³ ヒアリングメモ⑦

⁴ アフターコロナ(日経クロステック) p140

⁵ ヒアリングメモ⑤

家族全員にストレスが溜まっており、動画サービス等を見るよりも、外出して気分を転換したいという気持ちが強くなるという⁶。

「にぎわい」の重要な要素は、人が街へ出て活動することであるが、コロナ流行後の社会において外出することは、外出の意義と、安全との比較衡量となる⁷。

ここでいう外出の意義というのは、外出してリアルでなければ体験・経験できないこと・モノ等である。

また、安全に関しては、事業者等がしっかりと安全管理措置を取るだけでなく、消費者が外出するための判断材料とするためにも、安全管理措置を取っていることを消費者に知らせることが重要となる。

この安全管理措置については、消費者が安心できるのは、①ガイドライン等の対策基準の遵守、②混雑管理、③屋外の利用である⁸。

①については、ガイドライン等の対策基準を遵守している店舗であることを示すような認証制度があるとよく、②については混雑の可視化をしてそれが分かる状況にすれば、消費者は混雑している箇所にはいかないという選択ができる。また、③については、屋外利用は特定の場所・道路で行われていることが記憶に残りやすく、SNS等によってもその情報は入手しやすいので、勝手に消費者に伝わっていく。

以上から、With コロナの社会においてにぎわいのある街を作るためには、街の魅力（外出の意義）を充実させるだけではなく、安全管理措置を取るのと同時に、その安全管理措置を取っていることを消費者に周知する仕組みを構築すべきである。

具体的には、

①コロナ対策の基準・ガイドラインを遵守させること、その遵守していることが分かる認証制度等の構築

②混雑の可視化を推進し、消費者が混雑状況を把握できる体制の構築

③屋外利用の推進

が仕組みとして考えられる。

以下、これらの3点に整理したうえで述べる。

⁶ ヒアリングメモ③

⁷ 飲食店の感染予防対策 消費者の7割以上がお店選びに「影響」と回答（2020年11月13日株式会社日本政策金融公庫）https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/seikatsu20_1113a.pdf

⁸ 飲食店の感染予防対策 消費者の7割以上がお店選びに「影響」と回答（2020年11月13日株式会社日本政策金融公庫）https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/seikatsu20_1113a.pdf

第3 ガイドラインの遵守・認証制度

1. 各業界ガイドライン

(1) 業種と作成主体

政府の新型コロナウイルス感染症対策本部によって、新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針が定められている⁹。

同方針においては、催物（イベント等）や、職場、飲食店等において、業種別ガイドラインの順守が求められている。

それを受けて、各業界においてコロナ対策のためのガイドラインを設定している。

ガイドラインのうち、特に人が集まる場所となる、A：劇場、観覧場、映画館、演芸場、B：カラオケ、C：食堂、レストラン、喫茶店等、D：生活必需物資供給、E：物流、運送、F：オフィス事務全般、の6業種を確認した。

これらの6業種について、以下の作成主体がガイドラインを作成していた。

	業種	作成主体
A	劇場、観覧場、映画館、演芸場	①公益社団法人全国公立文化施設協会、 ②クラシック音楽公演運営推進協議会 ③緊急事態舞台芸術ネットワーク ④一般社団法人全日本合唱連盟
B	カラオケ	⑤一般社団法人日本カラオケボックス協会連合会、
C	食堂、レストラン、喫茶店等	⑥一般社団法人 日本フードサービス協会
D	生活必需物資供給	⑦大手家電流通協会 ⑧日本書店商業組合連合会 ⑨全国商店街振興組合連合会 ⑩オール日本スーパーマーケット協会
E	物流、運送	⑪鉄道連絡会 ⑫定期航空協会・（一社）全国空港ビル事業者協会 ⑬一般社団法人 日本旅行業協会（JATA）
F	オフィス事務全般	⑭日本経済団体連合会 ⑮一般社団法人 日本ビルディング協会連合会

⁹ 「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」令和2年3月28日（令和3年4月16日変更） https://corona.go.jp/expert-meeting/pdf/kihon_h_20210416.pdf

(2) 共通する内容

業界ガイドラインの記載内容は、大きく、いずれの業界にも共通する内容と、各業界に特有の内容とに分けられる。

このうち、いずれのガイドラインにも共通する内容については、①サービス利用者ないし客に対して行うもの、②従業員に対して行うもの、③設備管理として行うもの、④経営者自身が準備・注意することに分類することができた。

それぞれの内容は、以下の表の通りである。

分類	対策内容
サービス利用者ないし客に対して行う事項	マスク着用、体調不良時の来館控え、消毒の徹底等の周知、入場時の消毒推奨、入退場で混雑しないよう管理すること等
従業員に対して行う事項	従業員の教育（感染防止策の徹底、消毒、間隔を空ける、健康管理、等）、労務管理（勤務シフトの工夫、テレワーク）等
設備管理として行う事項	消毒液の設置、マスクの準備、接触防止策（キャッシュレス決済の推奨、等）、飛沫防止（アクリル板の設置、ハンドドライヤーの停止）等
経営者自身が準備する事項	感染者が発生した場合に追跡が可能なように個人情報の適切な管理を行うこと等

(3) 各業界特有の対策内容

業界特有の対策の内容としては、概要、以下の表の通りである。

	業種	対策内容
A	劇場、観覧場、映画館、演芸場	収容人数(率)の工夫、休憩時の移動をゾーンごとに設定する、席はすべて指定席にする、半券のもぎりを自らで行うよう周知する、舞台から客席まで間隔を空ける、声援・ハイタッチを禁止する、出待ちを禁止する等
B	カラオケ	収容人数の工夫、利用者は関係の深いグループを基本とする等
C	食堂、レストラン、喫茶店等	大皿盛りを避ける、使いまわし・回し飲みを行わないよう注意喚起する

D	生活必需物資供給	キャッシュトレーの利用、立ち読みの自粛呼びかけ、買い物リストを作成し滞留時間を短縮するよう推奨、一人で精算できるセルフレジ利用の推奨、購入しない商品への接触を避ける、マイバッグへの袋詰めを自らで行うことの推奨等
E	物流、運送	混雑状況の情報提供、感染症対策を行っている事業者か確認することの推奨、感染状況に応じた旅行先の選定等
F	オフィス事務全般	会議・面接等のオンラインで行うことの検討、感染者発生と処理完了の周知等

(4) ガイドラインの内容の検討

ア コロナは、主に飛沫感染や接触感染によって感染し、①密閉空間（換気の悪い密閉空間である）、②密集場所（多くの人が密集している）、③密接場面（互いに手を伸ばしたら手が届く距離での会話や発声が行われる）という3つの条件（以下、「三密」という。）の環境で感染リスクが高まるとされている¹⁰¹¹。

このような情報を受けて、多くのガイドラインでは三密を回避するよう求めている。

また、接触感染の対策として、キャッシュレス決済の導入や、トレーによる支払を推奨する等、人と人が直接接触することを回避するような方策が定められており、人が接触する箇所は消毒するよう定められている。

さらに、飛沫感染の対策として、換気、身体的距離の確保、マスク着用の周知、アクリル板やビニールカーテンでの遮断措置を行うよう定められている。

特に換気については、例えば、クラシック音楽公演運営推進協議会等のガイドラインでは、20 m³/時以上が要求されている。しかしながら、厚生労働省による「換気の悪い密閉空間」を改善するための換気の方法の基準においては、①機械換気（空気調和設備、機械換気設備）による方法として一人あたり毎時 30 m³、②窓の開放による方法として30分に一回以上、数分間程度、窓を全開とすること等が推奨されている¹²。このように、国の基準に及ばない内容となっているのは、特に空調は追加で設備投資の費用が発生するため、事業者等が遵守しやすいもので、最低限の数値として記載がされているものであるとのこと¹³。

¹⁰ 新型コロナウイルス感染症対策本部「新型コロナウイルス感染症対策の基本的対処方針」http://www.kantei.go.jp/jp/singi/novel_coronavirus/th_siryoku/kihon_r_030409.pdf・p11

¹¹ 新型コロナウイルス感染症対策専門家会議「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000617992.pdf>

¹² 「換気の悪い密閉空間」を改善するための換気の方法 <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000618969.pdf>

¹³ クラシック音楽公演運営推進協議会担当者

イ また、業界特有の事項については、上記の三密回避とは異なる特殊な観点によるものというわけではなく、その業界特有の接触・飛沫感染の想定される場面についてリスク評価を行い、どの場所が接触・飛沫感染の可能性が高いかということの種類別に検討しているものである。

この点については、2020年5月4日の新型コロナウイルス感染症対策専門家会議において、社会にはさまざまな業種等が存在し、感染リスクはそれぞれ異なるため、業界団体等が主体となってガイドラインを作成するよう求めていることを受けてのものである¹⁴。

2. 各都道府県・市区町村において行われているコロナ対策の認定制度等

(1) 制度の分類

政府から、コロナ対策の留意事項等が通知されており、独自の認証制度を実施すること等が繰り返し連絡されている¹⁵¹⁶。

そのような動きもあり、各都道府県から事業者等に対し、ガイドラインの遵守その他のコロナ対策を行うことの要請、対策を行っている店舗等を認証する取り組みが行われている。

主な都道府県の取り組みについては以下の表の通りである。

【都道府県における認証等の制度】

都道府県	審査の有無	制度名	認定開始日	認定先	独自の基準の有無	実地調査の有無	実効性担保
東京都	無	感染防止徹底宣言ステッカー	2020.6.12	事業者	無(業界ガイドラインを要約)	事後に業界団体が見回り	指導のみ
埼玉県	無	彩の国「新しい生活様式」	2020.5.22	業界団体	無	無	-

¹⁴ 新型コロナウイルス感染症対策専門家会議「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」(2020年5月4日) <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000629000.pdf>・p10

¹⁵ 内閣官房、最新情報 <https://corona.go.jp/news/>

¹⁶ 基本的対処方針に基づく催物の開催制限、施設の使用制限等に係る留意事項等について https://corona.go.jp/news/pdf/ikoukikan_taiou_20210401_2.pdf

		式」安心宣言					
福島県	有	ふくしま感染防止対策認定店	2021.4 下旬予定	事業者（飲食店）	有	有	-
群馬県	有	ストップコロナ！対策認定制度	2020.7 末	事業者（小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育・学習支援業）	有（一部業界ガイドラインを利用）	認定前	指導、取消
山梨県	有	やまなしグリーン・ゾーン認証制度	2020.7.17	事業者（宿泊業、飲食業、ワイナリー、酒蔵）	有	認定前、認定後必要に応じて	停止、取消
沖縄県	有	感染防止対策認証制度プロジェクト	未定、2021.4.12 巡回開始	事業者（飲食店）	有（①4項目、②17項目の確認）	認定前2回	-

これらの都道府県の取り組みについては、大きく、①各事業者等が取り組みを行っていることの自主宣言を行う制度と（以下、「自主宣言制度」という。）、②都道府県が審査を行ったうえで認証を行う制度（以下、「認証制度」という。）との、2種類に分けられる。

①自主宣言制度については、東京都を始めとして、多くの都道府県にて行われている¹⁷。この制度は、事業者等の対策を促す、いわば啓発目的で行われている場合が多く、都道府県や自治体として、あまりコストをかけずに行うことができるという利点がある。ただし、この制度の場合、事業者はインターネット上でチェックリストにチェックを入れ、自分で印刷するといったものであるため、実態として対策を行っているかどうかは不明であり、対策をさせるという実効性の担保ができないという問題がある。東京都では、店舗数が多すぎて、実際の対策状況まではチェックできないためにこの制度を

¹⁷ 宮城県、山形県、福島県、茨城県、栃木県、埼玉県、新潟県、長野県、岐阜県、三重県、京都府、大阪府、兵庫県、鳥取県、山口県、香川県、福岡県、沖縄県等

採用している側面もあるとのことであり、この制度は都の「お墨付き」を意味するわけではなく、あくまでも啓発目的と整理しているとのこと¹⁸。

②認証制度については、山梨県がモデルケースであり、同様の取り組みを行っている、又は行う予定である群馬県、福島県、沖縄県からも参考にされている。

これらの制度の特徴としては、業界別ガイドラインよりも厳格な基準を設定しているものが多いこと、事前に基準を満たしているか確認するため実地調査を行うこと、実効性担保のために取消等が可能となっていることがあり、これらの特徴により、制度自体の信頼性を確保している。また、元々、①自主宣言制度を行っていたが、後に②認証制度へと移行する例もある（福島県、沖縄県）

(2) 都道府県が行う認定制度の内容

ア 山梨県（やまなしグリーン・ゾーン認証制度、ヒアリングメモ⑩）

(ア) 経緯

やまなしグリーン・ゾーン認証制度スタートの経緯は、大きな目的として、安心安全をアピールし、海外からの来客も増やそうということに狙いがあった。また、感染対策と経済を回すことの両立を図る取り組みである。

認証の対象は、飲食、宿泊、ワイナリー・酒蔵であり、コロナによって影響の大きかった業界や観光資源である業界に限っている。

2020年5月に構想プロジェクトチームを組織し、6月に専門家委員会を設置、7月には最初の認証が行われている。専門家委員会は、5名の専門家（公衆衛生・疫学、建築、施設デザイン、事業経営、旅行業）により組織した。

制度構築にあたって、国内は参考にしておらず、シンガポールのSGグリーン制度を参考にした。委託費用は1億円を計上している。

(イ) 独自の基準について

現地調査で委託をする場合、基準が明確でなければ確認ができず、事業者もどのような対策をしたらいいのか不明となるため、業界ガイドライン（飲食店についてはフードサービス協会）を参考に、専門家委員会の意見を参考に明確な基準を作成した。例えば、ガイドラインにある「定期的な換気」というのは不明確なので、「30分に1回、2方向の窓を開ける」、「換気量は30m³を確保」、等とした。

(ウ) 認証数

認証しているのは、4657件、申請済みは5524件。経済センサスを見ると、飲食・宿泊併せて5735件あるので、96%が申請を行い、81%が認定を受けている。

審査を開始した6月は申請が13件くらいだったが、認証を受けてもらうよう様々なインセンティブを付けたり補助金を出した。例えば、設備購入（アクリル、消毒液の準備）、設備工事（換気設備の工事、固定式のパーテーションの設置）について補助する

¹⁸ ヒアリングメモ⑨

制度があるため、それとの積極的な連携を図った。また、Go To EAT キャンペーンに関し、しっかりとした感染対策をしていない店を、対策している店と同列に扱うことはできないため、Go To EAT キャンペーンの対象店舗とするためには、この認証を受けていることを条件とした。さらに、2021年1月25日～2月7日にかけて山梨県では時短要請（9時まで）とその協力金交付を行ったが、協力金をもらうためには認証を受けているか認証を申請中の事業者に限ることとしたことで、2000件の申請があった。

(エ) 運用

コロナ患者が発生したときは認証の効力を一時停止し、その後、それが事業者の故意過失によることが明らかになった場合、認証を取り消すという制度設計となっているが、今のところそれらが適用した事例はない。そもそも、感染対策をしてもらうのが目的であるため、基本的にはすぐに取消したりするのではなく、改善を望む運用にしている。

コロナ陽性患者が、認証店を利用していたケースは70件あり、うち1件のみクラスターが発生した。逆に言うと、69件は利用者がいたにもかかわらずクラスターにならなかったもので、100%防げるものではないが感染リスクは大きく下げられると考えている。

クラスターになった1件は、店側は大きい部屋を用意したが、客は小さい部屋でいいという、その部屋で大人数で飲食をしたというものであり、店側に過失はなかったものである。なお、山梨県のコロナ患者は、延べ人数で約1000人（4月時点）である。

(オ) 実効性の担保

認証にあたっては、現地調査の確認しかせず、大皿提供を避けること等もお願いベースである。ただ、消費者の目を利用した取り組みを行っている。まず、認定シールには、QRコードがあり、それにアクセスすると店側の感染対策が見れるようになっており、また、利用者が、その感染症対策について県に意見を述べられる、いわば通報制度のようなものとなっており、これが実効性の担保になっている。この通報があると原則再度調査を行うが軽微なもの（マスクをあごにずらすなどしていた等）は電話で注意等を行うこととしている。

(カ) 委託先の選定基準

5月に、プロポーザルを実施し、6社が参加し、旅行会社に決まった。

委託費用は1億円を計上している。5700件を認定のために調査しているので、1施設あたり2万円弱という考えでいる。時短要請を行って協力金を支払うとなると日額4万円程度（うち負担額は2割）かかることを考えれば、相当安いと考えている。山梨県では、上記の通り2週間だけ時短を要請し協力金を支払ったが、それ以外は行っていないので、費用対効果も高いと考えている。

(キ) その他

東京都のような宣言制度は実効性が課題であると考えていた。

事業者もどうやって対策すればいいのかわからず、県に対策を見てもらいたいという考えの方も多い。また、他の県の飲食店から山梨県の基準で対策をしたいので教えて欲しいという問い合わせがあったりする。

事業者にお墨付きを与えることは県もリスクを取ることだが、それによって事業者の協力につながる。

イ 群馬県（ストップコロナ！対策認定制度、ヒアリングメモ⑧）

(ア) 概要

業界ごとに作成しているガイドライン等に基づき、感染症対策を適切に行っている店舗を県が認定する制度。

対象事業は、小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育・学習支援業のいずれかの事業を営む店舗となっているが、それ以外であっても、消費者向けの販売・サービスの提供を行っている店舗は認定対象となっている。

申請先は、店舗の運営事業者が中小・小規模事業者の場合には、申請先は群馬県産業経済部経営支援課または群馬県商工会連合会となり、大企業等の場合には、群馬県産業経済部経営支援課となる。

申請後、申請先が店舗の現地調査及び審査を実施し、基準に適合するものについてはステッカー等を配布することとなっている。

運用については山梨県のを参考にしている。本制度全体で2000万円弱の予算を付けている。

(イ) 認定基準

現地調査ではガイドラインに基づいているかどうかを判断している。このガイドラインは、県で作成したものではないが、県の事業者団体が県のガイドラインを作成している。ただし、内容については、県独自の内容というわけではなく、業界ガイドラインを要約したりほとんど同じ内容のものが多い。

(ロ) 認定数

2020年の7月から始まって約5000件を認定した。飲食店だけで見ると、2300弱認定しており、群馬県内の飲食店数は1万4000件であるので、16%程度認定している。Go To EATと直接の連携はしておらず、その点のインセンティブはない。

(ハ) 運用

コロナ感染者が出た場合には効力を停止し、認定店舗の対象要件を満たさなくなった場合等には認定の取り消しが行われることとなっているが、現在までに取り消された事業者は存在しない。なお、現在までに認定店舗でクラスターが発生したことはない。

(ニ) 実効性担保

基本的には調査当日にやっているかどうかで判断せざるを得ないため、従業員が普段からマスクをしているかといった部分は分からない。ただし、市民から意見や苦情が

寄せられた場合、個別に調査等を行う運用となっている。なお、ガイドラインを超える内容の苦情には対応できないことから、ガイドラインの内容が抽象的なものと指導しにくいという問題がある。

(カ) 委託先選定

随意契約で商工会連合会に委託し、そこから各地域の商工会に指示を出してもらっている形である。予算については、本制度全体で2000万円弱取っているもので、その中から委託費用も出している。

ウ 福島県（ふくしま感染防止対策認定店、ヒアリングメモ^⑭）

(ア) 概要

福島県では、2021年4月8日から、ふくしま感染防止対策認定店という制度を実施している。これは、昨年9月から行っていたセルフチェック形式のコロナ対策について、現地調査を行い、対策が取れていることを確認できた飲食店の店舗にオレンジのステッカー¹⁹を配布するもの。

従来、福島県ではコロナ対策のチェックリストを作成・公開し、事業者は、その対策を行っていることをチェックし、チェックリストを提出することで書面審査によって緑色のステッカー²⁰をもらうことができた。

もともと、その制度においても事後に現地調査を行って確認をすることが予定されていたため、昨年うちに1200の店舗の現地調査を行っていた。

しかしながら、最近になって、近隣県の宮城・山形で感染者が増えたため、県内の事業者の意識を引き上げ、モチベーションを上げるような対策を進めようということになった。それによって、利用する消費者にとっても安心してもらいたいということを考え、せつかく現地を調査するなら現地調査をして安心・安全だったことを周知するために始めた取り組みである。また、国から認証制度構築を行うよう事務連絡があったことも²¹、要因の1つである。

認証するのは県であるが、現地調査を第三者に委託するもの。予算について伝えることはできないとのこと。制度の構築については山梨県を参考にした。

(イ) 認定基準

現地調査は、チェックリストを満たしているかどうかを確認する。チェックリストは県の業界団体、生活衛生同業組合が共同で制作した。これは、各業界ガイドラインのい

¹⁹ 感染防止対策「認定店」に新ステッカー 福島県認証制度スタート <https://www.minyu-net.com/news/news/FM20210409-603452.php>

²⁰ 感染防止対策徹底ステッカーでPR 県が飲食店に配布 <https://www.yomiuri.co.jp/local/fukushima/news/20200912-OYTNT50142/>

²¹ 基本的対処方針に基づく催物の開催制限、施設の使用制限等に係る留意事項等について https://corona.go.jp/news/pdf/ikoukikan_taiou_20210226.pdf ・ p 9

いところをとって、分かりやすく整理したものである。このチェックリストは県立医大と連携して確認をしてもらっている。

また、県内のバーやスナックは、厳しい基準だとあてはまらない可能性が高く、その場合にやる気を削いでしまう可能性があるため、間口を広げるために構造上や施設上の基準は少し緩くしている。

(ウ) 認定数

書面審査をして緑のステッカーを配布したのは現時点までに 2600 の事業者配布している。総数としては 1 万 5000 くらいと把握している。

認定はこれから行うため、現時点では認定数は 0。今のところ目標は定めていない。ステッカーについては、GoToEAT の対象要件としている。

(エ) 運用

チェックリストに基づく対策をやっていない場合には、ステッカーの没収ということも考えているが、現時点では取消はない。また、ステッカー交付時点で、クラスターは発生していない。

時短要請や協力金の交付との連携については今のところ考えていない。その担当部署は別の部署なので、連携するのは難しいという現実もある。

(オ) 実効性担保

後になってからの現地調査を行い、ステッカーの没収を行いうるというのが実効性の担保となりうる。消費者が苦情や意見を述べるという仕組みは構築しておらず、消費者から県に連絡が来たことはないと認識している。

エ 沖縄県（感染防止対策認証制度プロジェクト、ヒアリングメモ⑬）

(ア) 概要

沖縄県では、コロナ対策を行っている店舗を県が認定する仕組みとして、「感染防止対策認証制度プロジェクト」を開始する予定である。経緯としては、感染者が増加してきたこと、それに伴い自主宣言制度よりも信頼性の高い制度を作ることが不可欠となったこと、国の通知において認証制度をすることが推奨されたことによる。本制度の構築にあたっては、山梨県を参考にした。

従来、沖縄県では、「シーサーステッカー」という、自主宣言制度を行っていたが、認証制度は、県と市の職員及び委託した業者に、現場を確認してもらったうえで、シーサーステッカーとは別のステッカー（王冠が印刷されたもの）を発行する取り組みである。なお、シーサーステッカーはそのまま有効となる。

現場調査は県内の全店舗を回る予定であり、二段階に分かれており、第 1 段階（2021 年 4 月 12 日～）は 4 項目の少し緩い基準、第 2 段階（2021 年 5 月中旬～）は 17 項目の厳しい基準となっている。第 1 段階は、市の職員と県の職員でチェックしているが、第 2 段階は委託して行う予定である。

対象となる店舗は飲食店のみを予定しているが、他の業種に拡大することも検討しているところである。

まだ予算も決まっておらず、委託先や委託の金額等はこれから定まるとのこと。

(イ) 認定基準

第1段階の緩い基準は、各業界ガイドラインを基にしたものである。第2段階の基準は宮古島市が国立感染症研究所研修のもとで作成した基準を基にしており、それを参考にして、県の感染症専門医師に見てもらいながら作成した。

2段階に分けた理由としては、県内の事業者によっては、ほとんど対策を行っていない店舗もあるようであり、いきなり厳しい基準を守らせるのではなく、最初は簡単に取り組むことができることから始めさせることで、意識の向上を図ることにあるとのこと。

基準作成の趣旨は、参考にした山梨県では、項目数が多く、対応できない事業者もいるかもしれないということで、より分かりやすく、項目数を少なくするという観点で17にした。

(ウ) 認定数

シーサーステッカーは1万前後配布しているが、本制度の認定については県内の全店を認定する予定である。

あくまでも全店舗を認定することを目標としているため、認定してもらおうインセンティブは考えておらず、県としては、「認証を受けたお店は安全ですよ」とPRすることで、積極的に取り組んでもらうことを考えている。

(エ) 運用

コロナ対策をしていなかった場合に認証を取消すということについては検討中であり、時短要請や協力金の交付の制度との連携はまだ検討していない。なお、シーサーステッカー制度は、時短要請協力金の交付を受ける要件となっており、その点は連携していた。

(オ) 実効性担保

認証後も巡回を定期的に抜き打ちで行うことで、対策を守らせる予定である。

(3) 市区町村が行う認定制度の内容

都道府県のみならず、市区町村が独自に認証制度を行っているところもあるため、以下で述べる。調査した市区町村は以下の表の通り。奏功しているのは浜松市であり、反対に、千代田区は思うようには奏功していないとのことである。

【市区町村における認証等の制度】

市区町村	審査の有無	制度名	認定開始日	認定先	独自の基準の有無	実地調査の有無	実効性担保
------	-------	-----	-------	-----	----------	---------	-------

浜松市	有	はままつ安全・安心な飲食店認証制度	2020年8月中旬	事業者(飲食店)	有	あり(ズーム可)	停止、取消
千代田区	有	千代田区新しい日常店	2020.8	事業者(飲食店)	有	あり	指導
千葉市	有	未定	未定	事業者(飲食店)	有	未定	未定

ア 浜松市 (はままつ安全・安心な飲食店認証制度、ヒアリングメモ)

(ア) 概要

はままつ安全・安心な飲食店認証制度は2020年8月中旬から認証を行い、認証した店舗に認証マークのステッカーを配布している。対象事業は飲食店のみであり、認証するのは県である。

2020年は県の職員が現地調査と認証を行っていたが、2021年から予算がついたため、委託によって行っている。委託の費用は800万円である。全体として、山梨県を参考にしている。

(イ) 認定基準

独自の認定基準を作成しており、これは山梨県を参考にしたもの。基準の作成にあたって専門家委員会等は設置していないが、浜松医療センターの医師に監修してもらっている。

認定にあたって現地調査を行うことになっているが、浜松市では店舗側が希望する場合、ZOOMによる調査も可能としている。これは感染症対策というのと、浜松市は全国で2番目に広い市であり、片道2時間かかるような店舗もあるので、移動時間の短縮も意図したものである。ZOOMによる割合としては、だいたい2~3割というところである。なお、ZOOMだと調査をしにくいということは特にない。

2020年は、他の課の職員からも応援に出てもらっていた。調査に要する時間は1件15~30分程度。

(ウ) 認定数

認証数は、2021年4月1日時点で840件(28%)。この制度を開始したときには、1500を認定の目標にしていた。

認定数増加のインセンティブとして、市が認定した店舗を積極的に利用するようPRを行っている。また、浜松市では、「さきめしはままつ」という、25%のプレミアムが付いた飲食店で利用できるチケットを販売する取り組みを行っているが、この対象店舗を認証した店舗に限っている。また、認証店舗での食事代金のレシートをスマートフォンで送ることでキャッシュバックするキャンペーンを行っている。

(エ) 運用

コロナ陽性患者が出た場合等は、認証の一時停止や取消がありうる制度となっている。現在までに、クラスターになった店舗があり、停止したものが1件あった。ただし、どれだけの要請患者が利用したか等の数字を把握していないため、クラスターになった割合は不明。

(オ) 実効性担保

1年で更新することとなっているので、その際に再度調査を行うことが実効性を担保する仕組みとなっている。

(カ) 市町村が認証制度を行う場合の課題等

県では自主宣言制度を行っていて、特に連携等はしていないが、県から浜松市での取り組みを紹介してもらっている。また、近隣の市とも連携していない。

市で行う場合には、労力やマンパワーの点が課題かと思うが、浜松市では職員がやる気をもって取り組んだので運用できているという認識。

イ 千代田区（千代田区新しい日常店）

(ア) 概要・経緯

区で作成した独自の基準を満たす飲食店を区が認証する制度。受けられる認証はクラス1とそれよりも厳格なクラス2の2種類がある。

(イ) 2つのレベルの認定基準について

本制度の特色として、クラス1とクラス2の2つのレベルで認定を行っている。これは、多くの事業者に認定を受けてもらいたいので、間口を広くしようという考えで設けた。頑張ればできるというのが必須項目（クラス1の認定を受けるための項目）、推奨項目は設備投資に費用がかかるもの（クラス2の認定を受けるために必要な項目）。

チェック項目の作成にあたっては業界ガイドラインや東京都のチェック項目を参考にした。保健所なので、一定程度専門的だという自負はあるため、基準の作成にあたって委員会を組織したり専門家に監修してもらうことはしなかった。

特に推奨項目については、通常の基準よりも厳しくしようという考えや、事業者が通常気づかない対策方法に気付きを与えるという観点もある。ただし、この認定を受けるために推奨項目記載の対策が進んだわけでもないと思うとのこと。そういう話も一定程度あると思うが、そもそもお店の人たちは感染を恐れて自主的に頑張っており、推奨項目を受けるために頑張るわけではないとのこと。また、設備投資についての補助金は都が出しているが、連系できていないため、クラス2に向けての設備投資だからといってお金がもらえるわけではない。

また、反省点として、基準の項目が多いせいで、とっつきにくいという意見があった。基準は接触感染も強く意識してしまったが、やはり、飛沫感染が多いということかと思うので、飛沫感染に特化しても良かったと思う。

クラス1クラス2は分かりにくいとの意見もあった。せめて、普通の居酒屋と最上級のホテルのような形で分けると良かったのかもしれない。

(ウ) 認証数について

認証件数は約300件程度で、クラス2が200件、クラス1が100件となっている。このようにクラス2の方が多いいというのは完全に読み違えた部分である。千代田区の飲食店の総数は約7000件あるので、認定件数は4%程度。

認証にあまりインセンティブを付けられておらず、売上につながらないという問題はあり、アピール不足かなとも思っている。

(エ) 委託について

本件の認証制度は、保健所のみでやっており、調査の委託等はしていない。

違法民泊の取り締まりを専門でやっていた部署があったが、インバウンドの激減で違法民泊自体がなくなったことで、その人員を回すことができた。調査には専門性も必要だから、委託するのは難しいとも考えたとのこと。

(オ) 東京都との関係性

東京都とは連携しておらず、その点で苦慮している。東京都からは、虹色ステッカーよりも信頼性が高い制度だと言ってくれたら嬉しいが、そのようなPRはない。

時短要請や協力金については、所管が東京都なので、そこでの連携はできてない。例えば、本制度の認定を受けていれば時短もしなくていい等とできればいいのではないか。

(カ) その他

混雑可視化と混雑管理を導入する店舗の認定についても検討している。例えば、CO2センサーを付けるとかで混雑を管理できればいいとも思う。

ウ 千葉市（名称未定）

感染対策を十分に取っている飲食店に県が“お墨付き”を与え、客に安心して利用してもらうことに狙いがある。時短要請が長引く中、今後も協力金の支給を続けるのは財源上難しく、時短要請の対象外とすることも検討しているとのこと²²。

まだ構想段階であり、具体的には何も決まっておらず、公表できる情報はないとのこと。

(4) 兵庫県の制度

(ア) 概要

兵庫県では、もともと感染防止対策を行っていることを示すポスターを貼る自主宣言制度を行っていたが²³、対処方針の中などで、すべての飲食店の見回りをし、感染防

²² <新型コロナ>飲食店に“お墨付き”導入へ 熊谷知事、初の本部会議で表明 保健所設置市とも連携 <https://www.chibanippo.co.jp/news/politics/779347>

²³ 感染防止対策宣言ポスター <https://web.pref.hyogo.lg.jp/kk42/sennngennposter.html>

止対策をできているか、時短要請に応えているかチェックをするようにとされていることを踏まえ、認証制度をスタートさせた。現状は、現地調査中であり、認証はゴールデンウィーク明けになる予定である。

制度設計として、認証した店に対し、ステッカーの配布とするか、認定証を配布するか、そういったところは現在検討中。

現地調査は、2回にわたって行い、1回目は4月7日～26日にかけて神戸市、尼崎市、西宮市、芦屋市の全店1万6000店を回り、その中で対策や時短ができていない店に対して、2回目の調査を行う予定である。2回にわたって行う理由は、対策措置を徹底するためである。この現地調査は第三者へと委託している。

予算については、現段階で確定していない。

(イ) 認定基準

認定にあたっては8つのチェック項目を満たすかどうかを判断するものとなっている。これは災害対策課において作成したものであり、完全なオリジナルではなく、国で出されているチェックポイントに、必要と思われるポイントを加えたものになっている。独自の基準ではないので、専門家からのチェックは受けていない。

チェックリスト作成の趣旨としては、ガイドラインすべてを遵守しているかどうかをチェックするのは事業者にとって負担が大きく、基本的には感染防止につながるポイントを最低限のものという整理である。

(ウ) 認定数

最低限のものであり、対策を行ってもらうことが目的であるため、全店に行ってもらう予定である

事業者に取り組んでもらうというよりも、全店の調査を行うものであるため、インセンティブというものはなく、事業者に自由にPRしてもらおうというのとどまる。

(エ) 運用

コロナ感染者が出た場合の効力停止や取消等は検討中である。

(オ) 実効性担保

その後の調査については未定である。

(5) 認証制度についての検討

ア 目的

認証制度は、都道府県や市区町村で感染防止を図るという大きな目的の他に、消費者に安心して利用してもらってお墨付きを与えるため、その反射的な効果として事業者の保護を図るといったものがある（山梨県）。

また、最近になり再度コロナがまん延しているが、コロナ患者が増加した都道府県で飲食店の認証制度を構築する都道府県が増えている（福島県、兵庫県、沖縄県）。この

場合には、消費者に安心して利用してもらうというよりも、事業者側の意識の向上、対策の徹底という点に目的がある（兵庫県、沖縄県）。

目的を明確に定めることは、基準の作成や、調査方法等、制度設計のすべてにかかわるため重要である（山梨県）。

イ 基準

基準については、多くの認証制度において独自の基準が用いられている。この理由については、ガイドラインの基準の不明確さ・分かりにくさを原因として、明確であったり分かりやすい基準としているもの（山梨県、沖縄県）、ガイドラインよりも緩い基準とするものなどの理由がある（福島県）。なお、群馬県は、県が独自の基準を作成したわけではないが、担当者によると、これは認証対象の事業が事実上すべてのサービス業を対象としていることに原因があると思われるとのこと。

上記の目的をどのように設定するかにもよるが、特に委託先を選ぶ場合であれば、調査を行う者によって判断が異ならないよう、数字を用いた明確な内容とするのが望ましい（山梨県）。そのような基準を作成している山梨県では、委託先から、認定にあたって基準の解釈に疑義が生じたといった話は聞いたことがないとのこと。

他方で、事業者インセンティブを与えるのではない限り、事業者にとって分かりやすく取り組みやすい基準とすることも観点として重要である（千代田区）。

また、消費者に安心して利用してもらうということを目的とするのであれば、医学的な監修を受けたり、科学的な裏付けのある基準であることが望ましい²⁴。

ウ 調査方法について

現地調査を行う場合、1店舗あたりおよそ15分～30分程度の時間をかけて行うとのこと（山梨県、浜松市）。

他方で、調査はZoomによって店内の状況を確認することも可能であるということであり、感染防止や、調査担当者の負担の軽減にもつながるものである（浜松市）。ただし、浜松市の場合、換気設備の換気量の基準を設けていないが、それを設ける場合には現地調査が必須となると思われる。

エ インセンティブについて

制度を広く利用してもらうことによって、感染防止対策を行う店舗が増加するため、認証を受けることのインセンティブをいかにして設けるかということは検討が必要である。ただし、兵庫県や沖縄県のように、すべての飲食店を調査し認定するという場合であれば、認証を受けるということについてのインセンティブは不要となると思われる（沖縄県）。

²⁴ ヒアリングメモ③

インセンティブの内容として、Go To EAT との連携等が考えられる。もっとも、浜松市については、市が独自に行うプレミアム付き食事券、キャッシュバックキャンペーン等と連携することでインセンティブを付与するものであり、それらの施策によって、認証割合は28%となっており、Go To EAT との連携をしていない群馬県（16%）よりも高い。他方で、インセンティブを付与できていない千代田区については、4%となっている。

また、空調等の設備工事を基準として求める場合、多額の費用がかかることから、補助金等と連携することは取り組みやすさにつながるため重要である（山梨県）。

なお、千葉市については、まだ構想段階であるが、時短要請や協力金交付との関係で、認証を受けた店舗については時短の要請を行わず、協力金を交付しないという方向性でも検討しているということであった。

オ 実効性の担保

実効性の担保について、従業員の感染リスクもあるうえ、店舗がクラスターになるということはレピュテーションにも影響があるため、設備がある以上は、きちんと対策を行うのが通常であるとのことであった（山梨県）。

他方で、消費者の目を利用した、通報制度は多くの意見・苦情が県に届くため、効果的と思われるとのことであった（山梨県）。

停止・取消としては、取り消されるかもしれないという心理的な負担を与えることは効果的ということであり、かつ、制度自体の信頼性、ひいては消費者の安心等の目的にもかかわってくることから、制度設計としては有効であるとのこと（山梨県）。ただし、実際にそのような措置を適用しては、対策を行わないという方向に舵をきる可能性もあり、そうすると本来の目的である感染防止対策を取らせることができなくなるため、運用としては可能な限り指導により改善を行うことが望まれる（山梨県）。

カ 市で認証制度を作る場合の問題点

まず、県で認証制度を行う場合には、県で構築した制度をプラットフォームとして、市が様々な上乘せの施策等でインセンティブを与えることに財源等を割けることが強みであるため、市で独自のインセンティブを構築する必要が生じるところである（山梨県）。

市で行う場合には、市をまたぐと基準が異なるという事態になってしまい、消費者や事業者（市をまたいで複数店舗出店する事業者等）が混乱する可能性もありうる。そのため、県でなくても近隣の市との連携を行うことが重要と考えられる。

千代田区の場合には、東京都との間でうまく連携が取れておらず、それによってインセンティブを付与することも困難ということであった。

第4 混雑の可視化と管理・分散化

1 概要

混雑を可視化し、それを周知することで、消費者に混雑していない箇所へと誘導することも可能と考えられる。そこで、以下、混雑の可視化について、企業の先進的なサービスを挙げる。

2 企業の先進的サービス

(1) NEC（ヒアリングメモ⑤）

情報収集にあたっては、画像解析技術が有用である。人の属性、その動きをAIによって認識することで人流等が分かり、快適なまちづくりに活かすことが可能である。

神戸の三宮地下街でも導入が進んでいるが、顔認証によって、性別、年齢を推定し空調制御のために利用することも可能である。例えば、地下街の空調はオンかオフかしかできないことが多いが、高齢女性一人しかいない場所にクーラーをガンガンに効かせるのは非合理的である。人物を検知することで、不要なランニングコストの減少につなげることが可能である。

画像解析によって、人が十分な距離を保っているかが判別することが可能である。この情報があるだけでなく、それを管理者に通知し、どこに人が集まるのかといったことが分かれば、対策することが可能である。

また、六本木におけるスマート街路灯という取り組みが行われ、(1) IoT 機器による情報の収集・提供によるまちの賑わい創出、(2) 防犯・避難誘導などによる安全・安心の確保、(3) 5G 時代・自動運転社会を支える未来のインフラ、を目的としている。具体的には、カメラやスピーカー、各種センサー、デジタルサイネージ（電子看板）などを搭載し、街や来訪者のデータを収集・利活用できる。カメラ映像をAIに活用して通行量の計測、災害時の警告発信・情報提供などの役割を担うことが目指されている。

(2) 株式会社バカン（ヒアリングメモ①）

株式会社バカンのサービスは、混雑情報や空き情報を提供するもので、既に様々な自治体の他、日本の主要8空港には既に導入されている。また、神戸市内の避難所へと導入される予定である。その他にも、各地の病院、百貨店やスーパー、避難所や投票所、ワクチン接種の会場、トイレや授乳室へと導入が進んでいる。

空き情報感知の仕組みは大きく2つあり、①手動で3種類の混雑状況（空き、やや混雑、満）を入力し地図上に表示するもの、②設置したカメラで映像を取り、その画像中の人数をAIでカウントし、人数を基に混雑状況を自動で検知するものがある。

特に会員登録等が必要となるわけではなく、グーグルマップ上に表示される。

コロナ禍では、ユーザー（消費者）はどこが混んでいるか確認し、そもそもそこに行くかどうかの判断材料になる。

自治体の導入事例としては、藤沢氏や群馬県桐生市がある。

江の島では、コロナ感染者数が一旦落ち着いた7月に、メディアにおいて「コロナ禍なのにこんなに混んでいます」と報道がされてから、また観光客が来なくなってしまった。そこで、密を避けるために、上記のカメラを利用するサービスによって混雑検知を行い、どこが混んでいてどこが空いているかの情報を提供するようになった。

その情報をもとに観光客が行動することによって混雑の分散ができ、安全な観光につながったとのこと。

また、群馬県桐生市では、コロナ禍で生活の基盤である商店街に客足が戻ってこないという課題があった。上記のサービスのうち、手動で混雑状況を発信するサービスを使うことで、密になっていないことが分かり、安心して家をでて商店街に家を足を運んでもらえるようになったとのこと。

また、桐生市の低速電動コミュニティバス「MAYU（まゆ）」について、混雑情報を見られる専用ページを用意し、そこにPCやスマートフォン等でアクセスすることで、MAYU内の混み具合を確認することが実験を行った。

また、避難所への導入も行ったため、普段からこのサービスに使いなれてもらう意味でも高齢者に普及を推進しているとのこと。

(3) 株式会社コネクター・ジャパン（ヒアリングメモ⑥）

主に、LINEを利用して、旅館・ホテルの混雑可視化や、レストランのメニューのデジタル化等を行っている。その他にも、商業施設における混雑緩和のためのサービス等を提供している。

混雑可視化については、主にホテル・旅館向けのサービスであり、ラインでその旅館等を友達に追加することで、チャットボットによる自動応答で、リアルタイムで混雑の程度が分かるものである。サービスの仕組みは、混雑率を検知したい場所にビーコンを検知するセンサーを設置し、その近辺にいくつのビーコンがあるのかを検知することで、個数に応じて設定した評価（混雑、やや混雑、空いている、等）をリアルタイムで通知することが可能である。風呂場の脱衣所や食事場所等、多くの人が集まる場所にセンサーを設置し、部屋の鍵にビーコンを設置することを推奨している。また、旅館等から事前に何時頃に混むのかを登録しておくことで、いつ頃混む予定かということも知らせることができる。

メニューのデジタル化については、レストランやホテル・旅館向けのサービスであり、また、ライン上で、約款やメニュー等をインターネット上で表示することが可能であり、各部屋や客席に新たに案内紙やメニューを置きなおしたり、消毒する必要がなくなる。

特にレストランについては、注文用の機器を導入する必要もなく、店側としてはコストを抑えることができる。

また、混雑緩和のサービスとして、商品にQRコードを付けることで、それをライン上で決済することで、決済したものが受取センターに用意されており、レジに並ぶ必要を無くすことが可能である。

LINE上で、購入を行うとQRコードが幼児され、そのQRコードを読み取らせることで、ビールを注ぐことができたり、冷蔵庫から食べ物が取れる仕組み。現在7つの駅ビルに入っている。

(4) ビースポーク

同社では独自開発の自然言語処理（人工知能）を搭載したチャットボット「Bebot」を展開している。

Bebotは、宿泊施設、駅・空港、自治体など訪日外国人が集まる施設で発生する外国語の質問やリクエストに対し、人間に代わりリアルタイムに多言語対応するチャットボットであり、観光案内、施設案内、交通案内の他に災害時の情報提供にも対応可能である。

コロナについて、正しい情報を、多言語で、リアルタイムに提供するサービスも行っている。具体的には、混雑状況に応じた交通手段や施設案内情報の提供であり、混雑していないスポットを勧めることで、混雑しているスポットからの移動を促し、混雑状況の平準化を行うことも可能である。

混雑情報の提供元は、グーグルの他、観光協会や自治体となっている。特に、自治体からの情報を基に、リアルタイムでの混雑状況の情報提供も可能である。

インターネットブラウザでチャットボットのサービスが利用でき、ユーザー側は特別なハードウェアやアプリは不要である。

現在1日の利用者は約4万人であり、元々は外国の旅行者をメインのターゲットにしていたが、日本人旅行者もターゲットとしている。

3 混雑の可視化の推進方法

混雑の可視化の推進方法としては、例えば、認証制度の項目に入れるという方法が考えられる。この点に関し、千代田区の認証制度は二段階の認定となっているが、その推奨項目として、ICTシステム等を活用し混雑の緩和を図ることを規定している。これを推奨項目とした理由は、感染対策を行っているという趣旨と少しズレるため、全ての店舗に求めることは違うと感じたためとのこと。

しかしながら、二段階の認証は分かりにくいという意見があったことから、あまり得策ではないといえる。

むしろ、混雑可視化のサービスがあることを事業者に周知し、それは店や商業施設として行ってもらうことが考えられる。

桐生市では、群馬県桐生市の商店街らでつくる市民有志団体「Sukiryu(すきりゅう)」と共同で行ったとのことであり、商店街等にそのようなサービスの存在を周知することで、推進を図るといった方法が有効と思われる。特に、桐生市では、避難所への導入も行ったため、普段から混雑可視化のサービスに使いなれてもらう意味でも高齢者に普及を推進しているとのことである。

同様に、避難所への導入が予定されている神戸市においても、いざというときのためにサービスに慣れてもらうという観点からも、普及を推進することが考えられる。

第5 屋外を利用した取り組み

1 関連する国の制度について

(1) コロナ特例

ア 制度の内容

イベントや会食等にあたって屋外を利用することは、三密の回避という観点からも有用である。

店舗がテラス席の設置のために路上の占用を行うには、道路法に基づく道路占用の許可を受ける必要があり、同許可がされるためには、「道路の敷地外に余地がないためにやむを得ないもの」といえる必要がある（無余地性の基準）。

この無余地性の基準について、通知により、地方公共団体や関係団体（協議会や民間団体を含む）が一体となって取り組む道路占用については、無余地性の基準を弾力的に判断することとされた²⁵²⁶。なお、個別店舗ごとの申請はできないため、個別店舗にわたっての規制緩和ではない。

この通知によって、「道路の構造又は交通に著しい支障を及ぼさない場所」にテラス席等を設置することが可能となっており、歩道上に設置する場合には、交通量が多い場所は3.5m以上、その他の場所は2m以上の歩行空間の確保が必要となっている。なお、占用料はテラス席を設置した場所の周辺の掃除をする場合には無料となっている。

この緩和の期間は、令和2年11月までであったが、令和3年3月31日までに延長され、現在は令和3年9月30日まで延長されている。

²⁵ 新型コロナウイルス感染症の影響に対応するための沿道飲食店等の路上利用に伴う道路占用の取扱いについて（令和2年6月5日付け国道利第5号国土交通省道路局長通知）（<https://www.mlit.go.jp/road/senyo/covid/12.pdf>）・ p 3

²⁶ テイクアウトやテラス営業などのための道路占用許可基準の緩和措置を再延長します <https://www.mlit.go.jp/road/senyo/covid/01.pdf>

全国の約 150 の自治体で特例措置の適用事例があり、占用許可件数は全国で約 360 件に上る（令和 3 年 1 月 19 日時点）²⁷

イ コロナ特例を利用した取り組み

コロナ特例を利用したテラス席の設置が各地で行われている。

例えば、横浜・関内にある桜通りでは 2020 年 7 月 15 日（第 1 回）、9 月 25 日（第 2 回）、11 月 3 日（第 3 回）に屋外で近くの飲食店のテイクアウトを利用できるようにする「かんないテラス」という催しが開催されている。なお、第 2 回は横浜メディア・ビジネスセンタービル（MBS）前の公開空地にテラス席や芝生シートを設置して行われたもので当日はテラス席に置かれたメニューの QR をスマホで読み取り注文すると、事務局のオペレーターを通じて料理が届くシステムを試験的に導入した²⁸。第 1 回及び第 3 回は、関内さくら通りの車道の一部を通行止めにして道路にテラス席を設置し、近くの飲食店のテイクアウトを利用できるようにされた²⁹。

また、佐賀市の佐賀駅付近の中央通りでは、「SAGA ナイトテラスチャレンジ」が行われた³⁰。第 1 回は、令和 2 年 5 月 22 日（金曜日）～6 月 6 日（土曜日）計 16 日間、第 2 回として、令和 2 年 9 月 18 日（金曜日）～10 月 1 日（木曜日）の計 14 日間、第 3 回として、令和 2 年 10 月 24 日（土曜日）～11 月 15 日（日曜日）の計 23 日間行われている。

ウ コロナ特例の難点

本特例によって規制が緩和されたものであるが、同規制緩和はコロナ対策の時的措置であり、今後もこの緩和が続くとは限らない。現時点では令和 3 年 9 月 30 日までとされている。

また、占用主体は自治体や関係団体であり、個別の業者が主体となる制度ではない。

加えて、行政手続き一般に言えることではあるが、手続きの煩雑さとして書面・押印・対面の手続きであり、持ち回り事前協議（道路管理者、警察、保健所）、許可制であることが難点である。

²⁷ 道路占用に関するコロナ特例について <https://www.mlit.go.jp/report/press/content/001390017.pdf>

²⁸ 「テラス席で「関内グルメ」」 <https://www.townnews.co.jp/0113/2020/10/22/547438.html>

²⁹ 「まちの道路をテラス席に。コロナ禍の飲食店を救う横浜のまちづくり「かんないテラス」 <https://ideasforgood.jp/2020/07/31/kannai-terrace/>

³⁰ <詳報>佐賀県がコロナ対策で歩道にテラス席、発案から半月でスピード実施 <https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/061700156/?ST=ppp-print>

(2) ほこみち制度

ア 内容

路上にオープンカフェを設置する場合には、道路占用許可を取得しなければならず、かつ、占用期間は最長でも5年となっている。短期的な収益が見込める事業以外は投資が進みにくいという問題があった。

そのような中、2020年11月25日施行の改正道路法によって、「歩行者利便増進道路（ほこみち）制度」がスタートしている³¹。

同制度によって、歩道等の中に、“歩行者の利便増進を図る空間”を定めて指定を受けることが可能であり、占用がより柔軟に認められるようになった。具体的には、①無余地性の基準にとらわれず歩行者の利便増進のために必要な機能を配置することができるようになった他、②占用者を幅広く公募し、民間の創意工夫を活用した空間づくりとして最長20年の占用が可能となった。

なお、御堂筋（大阪市）や大手前通り（姫路市）と並び、三宮中央通り（神戸市）も第1号として指定を受けている³²。

イ ほこみち制度の難点

期間の長期化や、個別事業者も恩恵を受けることはできるものの、指定を受けた道路に限るため、それ以外の道路においては効能がない。

2 海外事例

海外においても、屋外における取組（アメリカ各州、イギリス、リトアニア、等）は行われている。アメリカ（ニューヨーク）では、「NYC Open Restaurants Program」という取り組みが行われている。

臨時措置として、店舗沿いの道路や歩道上へのテラス席の設置を認めるもの。

日本との大きな違いは、個別事業者がオンラインでできることで、早急に屋外営業の認定を受けられるものである。

これによって、9万人の飲食経営者が失業を免れたと評価されている。

3 屋外における感染予防の基準・ガイドライン

(1) 屋外について、ガイドライン等の明確な基準は定められていない³³。

³¹ 地域を豊かにする歩行者中心の道路空間の構築 <https://www.mlit.go.jp/road/hokomichi/pdf/gaiyo.pdf>

³² https://www.mlit.go.jp/report/press/road01_hh_001413.html

³³ 厚生労働省健康局 結核感染症課

ただし、熱中症防止という文脈であるが、屋外で人と十分な距離（少なくとも2m以上）が確保できる場合には、熱中症のリスクを考慮し、マスクをはずすことを推奨する基準が出されている³⁴。

(2) 他方で、屋外での感染リスクについての研究は行われており、理化学研究所の研究結果は以下の通りである³⁵。

- ▶ 野外という条件が室内と比較して一様に感染リスクを下げるわけではない。近距離で濃度の高いエアロゾルを吸引するリスクという観点からは、微風条件では、風下にいた場合、むしろ感染リスクは高まる。
- ▶ 風が吹いた場合、無風状態と比較して、飛沫の直進性は弱まる（拡散する）。
- ▶ 野外であっても距離を取ることは重要である。マスク無しの場合1mから1.7mに離れることで、到達する飛沫量を半分にすることができる。
- ▶ マスクによる飛沫飛散の抑制効果は大きく、0.5m/sの微風状態を想定した場合、1mの距離であっても到達する飛沫量をほぼゼロにすることができる。マウスガードはマスクと比較するとその効果はやや劣るが、到達する飛沫量は数分の一にすることができる。マウスガードの場合は、1.7mの距離で到達量はゼロとなった。

このように、屋外であれば絶対安全というものでもないことから、屋外での利用については、基準の定立がある方が、事業者のリスクや、事業者の判断材料としても望ましいといえる。

第6提言

1 With コロナの社会におけるにぎわいのあり方の整理

With コロナの社会においてにぎわいのある街を作るためには、街の魅力（外出の意義）を充実させるだけではなく、安全管理措置を取るのと同時に、その安全管理措置を取っていることを消費者に周知する仕組みを構築するべきであり、行うべき事項は以下の3点であると整理した。

すなわち、①コロナ対策の基準・ガイドラインを遵守させること、その遵守していることが分かる認証制度等の構築、②混雑の可視化を推進し、消費者が混雑状況を把握できる体制の構築、③屋外利用の推進の3点である。

以下では、この3点に関して、提言を行う。

³⁴ 令和2年度の熱中症予防行動の留意点について <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000635190.pdf>

³⁵ 室内環境におけるウイルス飛沫感染の予測とその対策（2020年11月26日時点） <http://www.r-ccs.riken.jp/wp/wp-content/uploads/2021/01/20201126tsubokura.pdf>

2 提言

(1) 認証制度の構築

消費者に安心を与えるという観点から、基準を順守していることについてお墨付きを与える認証制度とすることが重要であると考えられる。

ただし、市として独自の内容を構築するということについては、県との連携や他の市と連携しない場合、消費者に混乱が生じる可能性がある。また、現在、兵庫県において、神戸市、尼崎市、西宮市、芦屋市内の飲食店を認証する制度が動き出しており、それと連携することが考えられる。

この点については、兵庫県の認証制度と連携することで、その認証を受けたものについて補助金を出すこと等でインセンティブを与えたり、住民の意見を受けつける制度を構築することで実効性の担保をすることも可能となると考えられる（山梨県）。

ただし、兵庫県の認証制度は、すべての店舗に守らせることを念頭に置いており、少し緩やかな基準となっている。仮に、今後別個の制度として構築する場合には、インセンティブや実効性の担保をどうするか念頭において制度を設計する必要があると思われる。

インセンティブを与えることについては、山梨県や浜松市の取り組みが参考になると考えられる。

(2) 混雑可視化の取り組み

消費者に安全であることを伝え、安心して外出してもらうという観点からは、施設等の混雑を可視化し、消費者が把握できる体制を構築することが重要である。

なお、混雑の可視化を認証の基準に盛り込むと、基準が複雑なものになってしまい、事業者が混乱する可能性があることから、認証制度の中の基準に盛り込むのは難しいと思われる。

そのため、認証制度とは別に、混雑可視化のサービスがあることを事業者にも周知し、それは店舗や商業施設として行ってもらうことが考えられる。

また、各店舗が異なるサービスで混雑の可視化を行う場合、消費者の利便性の観点からは、少し問題がある。そのため、同様のサービスを推進していくことが必要と思われる。例えば、神戸市の避難所への導入を予定している株式会社バカンのサービスについては、このサービスに慣れてもらうという観点でも、商店街等への導入を推進していくことが考えられる。

(3) 屋外の利用

消費者にとっての安全という観点や、にぎわいのあるまちづくりという観点や、神戸市においてはほこみち制度の指定を受けていることから、屋外を利用した取り組みがより進んでいくと思われ、さらに推進していくべきものと思われる。

ただし、屋外であっても、絶対に安全というものではなく、現在は明確な基準がないことから、この点の基準を、医学的、科学的な見地から作成することが重要と考えられる。

例えば、理化学研究所の研究では、風が吹いた場合、無風状態と比較して、飛沫の直進性は弱まる（拡散する）とされていたり、マスク無しの場合1mから1.7mに離れることで、到達する飛沫量を半分にすることができる等とされていることが参考になると思われる。

以上

(別紙) ヒアリングメモリスト

ヒアリングメモ①	〇〇氏	株式会社バカン担当者
ヒアリングメモ②	〇〇氏	株式会社ベースパーク担当者
ヒアリングメモ③	藤田洋氏	ミキハウス子育て総研株式会社代表取締役社長
ヒアリングメモ④	永田宏和氏	NPO 法人プラス・アーツ理事長

ヒ ア リ ン グ メ モ ⑤	永野善之氏	日本電気株式会社クロスインダストリーユ ニット PS ネットワーク事業推進本部上席技 術主幹
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑥	[] 氏	株式会社コネクタージャパン担当者
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑦	河野雄一郎氏	森ビル株式会社特任執行役員
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑧	キヨヅカ氏	群馬県産業経済部経営支援課担当者
ヒ ア リ ン	ソノベ氏	東京都緊急事態措置等・感染拡大防止協力金 相談センター担当者

グ メ モ ⑨		
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑩	オダギリ氏	山梨県やまなしグリーン・ゾーン推進課担当者
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑪	ヤマシタ氏	千代田区保健所生活衛生課環境衛生係（新しい日常店認証担当）
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑫	ツチダ氏	浜松市産業部観光・シティプロモーション課担当者
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑬	マツオカ氏	沖縄県保健医療部感染症対策課担当者

ヒ ア リ ン グ メ モ ⑭	モンマ氏	福島県食品生活衛生課
ヒ ア リ ン グ メ モ ⑮	ヤマモト氏	兵庫県災害対策課担当者

ヒアリングメモ①

株式会社バカン

担当者: 氏 ヒアリングメモ

2021年3月5日16時30分～

1 概要

- サービスの内容は、混雑情報や空き情報を提供するもので、既に様々な自治体の他、日本の8大空港には導入されている。また、すでに神戸市内の避難所へと導入される予定である。その他にも、各地の病院、百貨店やスーパー、避難所や投票所、ワクチン接種の会場、トイレや授乳室へと導入が進んでいる。
- 空き情報感知の仕組みは大きく2つあり、①手動で3種類の混雑状況（空き、やや混雑、満）を入力し地図上に表示するもの、②設置したカメラで映像を取り、その画像中の人数をAIでカウントし、人数を基に混雑状況を自動で検知するものがある。
- コロナ禍では、ユーザー（消費者）はどこが混んでいるか確認し、そもそもそこに行くかどうかの判断材料になる。
- にぎわいのある街とコロナとの関係では、人が滞留しないことや混雑の分散化を行うことで、密を作り出さないことを、コロナへの解決策として考えている。

2 会社について

- 株式会社バカンは、空き情報や混雑情報を提供するサービスを通じて、地域に関連する施設の利用をより安心して便利なものにするを目的とした会社である。
- 元々は、混雑情報の可視化を行うことで、利便性をもたらすという考えでサービスを始めたが、昨今は新型コロナウイルスとの関係で、「安心・安全」もサービスの目的につながった。

3 サービスの内容

- サービスの内容は、空き情報や混雑情報を提供するもの。

(1) 混雑情報

- 混雑状況については、手動で3種類の混雑状況（空き、やや混雑、満）を入力し地図上に表示するもの、②カメラで画像を取り、AIでカウントした人数を基に混雑状況を自動で検知し地図上に表示するものがある。
- ユーザー（消費者）はこのサービスを利用するにあたって、専用のアプリをダウンロードする必要はなく、インターネットブラウザで見れることから、自治体のHPに表示させたURLから、その情報を提供することが可能。

- このように、URL を用いるものであることから、メールやツイッターでその情報を送信・拡散することができるという利点がある。
- 後述のように避難所への導入も進んでいるが、高齢者の本サービスの使用については、仮にスマートフォンが使えない人がいたとしても、高齢者の家族に URL につながるQRコード等を渡しておくことで、家族が確認し、当該高齢者に電話で教えることも可能となっている。

(2) 手動入力

- 手動入力の場合、同社のデバイスや同社のシステムをインストールしたスマートフォンや PC をもって入力を行う。もっとも安価で済むという利点があるが、手動のため、その入力に依存する。ただ、カメラを設置する場合と比較して、停電によって使用できなくなるリスクがなく、設備点検（カメラの場合、体育館に設置するバイアボール等がぶつかって破損のおそれがある）の必要性がないことから、避難所への導入に適している。避難所の場合、どこにあるか、そこが開設しているか、空いているかといった情報を地図上に示すことができる。

(3) カメラでの自動検知

- ②のカメラで検知するものは、カメラと AI で人数を自動でカウントすることができ、施設の出入り口に設置し、各施設ごとに閾値（～〇人までは空、〇人まではやや混雑、等）を設定することで、自動で混雑状況をカウントすることが可能。スポーツジムや、商業施設での利用に適している。
- その他に、トイレの個室の利用状況を電子的に確認するサービスがあり、これは鍵に接触型のセンサーを用いることで、可能。
- また、パウダールームや授乳室の利用状況発信も可能であり、サーモカメラで利用状況を確認し、発信することが可能

4 自治体の導入事例

(群馬県桐生市)

- 群馬県桐生市では、コロナ禍で生活の基盤である商店街に客足が戻ってこないという課題があった。
- 上記のサービスのうち、手動で混雑状況を発信するサービスを使うことで、密になっていないことが分かり、安心して家をでて商店街に家を足を運んでもらえるようになったとのこと。
- また、避難所への導入も行ったため、普段からこのサービスに使いなれてもらう意味でも高齢者に普及を推進しているとのこと。

- この導入にあたっては、桐生市の商店街らでつくる市民有志団体「Sukiryu（すきりゅう）」と共同で行った。

(神奈川県藤沢市：江の島)

- 江の島では、コロナ感染者数が一旦落ち着いた7月に、メディアにおいて「コロナ禍なのにこんなに混んでいます」と報道がされてから、また観光客が来なくなってしまった。
- そこで、密を避けるために、上記のカメラを利用するサービスによって混雑検知を行い、どこが混んでいてどこが空いているかの情報を提供するようになった。
- その情報をもとに観光客が行動することによって混雑の分散ができ、安全な観光につながったとのこと。

(石川県加賀市・北九州市)

- 高齢者を中心とした日常でよく使用している施設の混雑を可視化してほしいという要望があった。
- そこで、温泉施設の入り口や医療機関の待合室にそれぞれカメラを設置し、自動で人数カウントを行うというサービスを提供した。
- 特に、医療機関の内科の受付が混む問題があり、それを恐れて通院しない方が多かったが、患者の方々は混んでいるから行かない、空いているから行くという判断が可能となった。

(三重県伊勢市：伊勢神宮)

- 伊勢神宮では、コロナ禍の前まで来ていた観光客が戻ってこないという課題があった。
- そこで、駅から伊勢神宮までのルートに屋外カメラを付けて人流を検知するサービスを行い、どのルートが混雑しているかの情報を提供した。
- この情報は蓄積しており、混雑する時間帯や、混雑するシーズン等の予測にもつながることから、こういった情報も今後提供していく予定である。

5 避難所への導入

- 避難所の場合、どこにあるか、開設しているか、空いているかといった情報を提供。
- 広島県、大分県、東京都多摩市、千葉県、神奈川県でも導入がされている。

6 にぎわいのある街について

- にぎわいのある街とコロナとの関係で、人が滞留しないことや混雑の分散化を行うことで、密を作り出さないことを解決策として考えている。

- 現在個人を特定できる情報は扱わないこととしているが、東京都から、特定できる情報までを明らかにすることまでをサービスの内容にし、感染者の追跡を可能とするものの要望がある。今後、そのようなサービスも検討しているところ。
- 混雑情報が分かることで、集客のためのフィードバックも可能となり、その情報を基に、隔地の活気につなげていければと思っている。

(会社 HP の URL)

<https://corp.vacan.com/>

ヒアリングメモ②

株式会社ビースポーク
担当者 氏 ヒアリングメモ

2021年3月8日 14時00分～

1. 概要

- 同社は独自開発の自然言語処理（人工知能）を搭載したチャットボット「Bebot」を展開中。
- Bebot は、外国人旅行客をメインターゲットとしたサービスであり、宿泊施設、駅・空港、自治体など訪日外国人が集まる施設で発生する外国語の質問やリクエストに対し、人間に代わりリアルタイムに多言語対応することが可能であり、観光案内、施設案内、交通案内の他に災害時の情報提供にも対応可能。
- 新型コロナウイルス感染症について、正しい情報を、多言語で、リアルタイムに提供するサービスも行っており、具体的には、混雑状況に応じた交通手段や施設案内情報の提供であり、混雑していないスポットを勧めることで、混雑しているスポットからの移動を促すことが可能
- このサービスは、ウィーン国際空港でも導入されている。
- 元々は外国の旅行者をメインのターゲットにしていたが、日本語にも対応しており、日本人旅行客にも利用されている。

2. サービス

(1) 内容

- 同社では独自開発の自然言語処理（人工知能）を搭載したチャットボット「Bebot」を展開している。
- Bebot は、宿泊施設、駅・空港、自治体など訪日外国人が集まる施設で発生する外国語の質問やリクエストに対し、人間に代わりリアルタイムに多言語対応するチャットボットであり、観光案内、施設案内、交通案内の他に災害時の情報提供にも対応可能である。
- 正確性が求められる公共機関、交通機関の他、三重県庁、富山市役所、南砺市でも導入が進んでいる。
- 3. 1 1 の震災の際には、訪日外国人が不安を感じていたことをきっかけに、そのような状況を解決するために生み出されたサービスであるから、災害や緊急時にも特に強いサービスである。

- 新型コロナウイルス感染症について、正しい情報を、多言語で、リアルタイムに提供するサービスも行っている。
- 具体的には、混雑状況に応じた交通手段や施設案内情報の提供であり、混雑していないスポットを勧めることで、混雑しているスポットからの移動を促し、混雑状況の平準化を行うことも可能である。
- 窓口業務の AI 化による業務効率化（人手不足解消）、混雑緩和（オーバーツーリズム対策）、一旅行者あたりの消費額アップ、チャット履歴から潜在ニーズの発見、「災害時用 Bebot」との連携によるリアルタイムの情報発信、「次世代移動サービス（MaaS）」との連携といったことも対応可能である。

(2) 混雑情報の取得方法

- グーグルマップと提携しており、観光スポットについてグーグルが保有する混雑情報が出てくる。時間別や、曜日別での混雑状況が分かる。
- 混雑情報の提供元は、グーグルの他、観光協会や自治体となっている。特に、自治体からの情報を基に、リアルタイムでの混雑状況の情報提供も可能である。

(3) サービスの利用方法

- インターネットブラウザでチャットボットのサービスが利用でき、ユーザー側は特別なハードウェアやアプリは不要である。
- 現在 1 日の利用者は約 4 万人であり、元々は外国の旅行者をメインのターゲットにしていたが、日本人旅行者もターゲットとしている。

3. 自治体への導入について

- 自治体向けには、オーダーメイドで機能を追加することができる

ヒアリングメモ③

ミキハウス子育て総研株式会社
代表取締役社長藤田洋氏 ヒアリングメモ

2021年3月9日10時30分～

1. 会社の概要

- 同社は、子育てと子どものいる暮らしを応援する事業会社である。
- 子育て支援住宅の認定事業を開始、分譲マンション、戸建住宅、賃貸マンションなどを有料で評価し同総研の一定基準を満たした物件に認定証を発行している。同様の事業を宿泊施設・結婚式場にも展開。さらなる波及事業として、観光地や自治体が地域全体で連携し、子育てファミリー受入れ強化に取り組む「ウェルカムファミリーの自治体」、「ウェルカムファミリーの観光地」認定事業、自社発行の子育てファミリー向け情報誌Happy-Note誌（年間100万部強の発行）を通じての情報発信等で子育てファミリーの観光交流や移住に関して地方自治体を結びつけていく活動を積極的に行っている。
- 子育てファミリー向けフリーマガジン「Happy-Note」「Happy-Note For マタニティ」「Happy-Note For mum」の発行と、0～6歳の子を持つママ・パパ向けサイトとしては日本最大級の「Happy-Note.com」の運営を行っている。

2. コロナ流行後の社会における家族の状況と外出の意識

- 子育て世代は、夫の在宅ワークで家の中にいることによって、家族全員にストレスが溜まっており、動画サービス等を見るよりも、外出して気分を転換したいという気持ちが強くなる。
- そういった家族が外出にあたって気にするのは、しっかりとした安全管理をしているかどうかであるため、どのような安全管理措置を行っているか公表されていることが重要である。そのため、サービスを提供する側は、①しっかりとした安全管理と、②その公表（伝えること）が重要と整理できる。そのため、施設のにぎわいを作り出そうとすることで、値段を下げて人をめっちゃくちゃに入れるような方策は逆効果になっている印象
- 外出することは、外出ならではの魅力と安全との衡量になる
- 外出ならではの魅力とは、リアルでなければ体験・経験できないこと・モノ等である。外食で美味しい食事をとってサービスを受けたり、最近流行っているキャンプであったり、そういったものには外出ならではの魅力があると思う。キャンプの場合には、実際に見る自然の景色はスマホの画面で見るとは異なるし、屋内からの解放感というのが大きな価値だと思う。

- にぎわいを作るというのにあたっては考え方は同じで、その街の魅力を出せばいいのではないかと。

3. 安全管理の内容

- 消費者の安心のためには、①しっかりとした安全管理措置を取っていることと、②それを伝えることが重要だということは上記の通りだが、消費者にとって伝わりやすく効果的な安全管理の例としては、やはり三密の回避だと思う。
- また、各業界のガイドラインを守っているというのも、消費者から見て安全性が分かりやすいし、効果的だと思う。ガイドラインにある、三密の回避や、飛沫が飛ばないようにする措置、換気等がきちんとしてきているというのは最も重要だと思う。
- 都道府県によっては、そのようなガイドラインを守っているということを認証している制度等があるが、それは消費者の目線から見て非常に効果的だと思う。
- それに加えて、混雑の管理をしていますということがアピールできればいいのではないかと。例えば、屋内の飲食店や宿泊施設の場合には、完全予約制にしてスペースに余裕を持たせる等は消費者にとっても分かりやすいと思う。
- 他には、混雑可視化や混雑管理のためのデジタルツールを利用するのも消費者にとって分かりやすくいいと思う。ただ、海外で行っているような来店客の個人情報の管理等については、今後進んでいくと思うし、効果的だろうと思うけど、若干の嫌悪感はあるかもしれない。そういった点は、しっかり個人情報を管理して流出のおそれがないことをアピールするのが重要と思われる
- また、屋外の利用も安全性が分かりやすいし屋外利用をしている場所というのは特定の場所・道路ということが記憶に残りやすいというえ、SNS等によってもその情報は入手しやすいので、勝手に消費者に伝わる。屋外利用は、にぎわいを創るという観点からも効果的なのではないかと。

4. 伝えることについて

- 医学的見地や科学的見地からしっかりしていることを伝えるのは重要だと思われる
- また、非接触型のシステムは重要だと思う
- 入口だけで体温計測すること以外にも、学校ではリストバンドを付けて、体温が分かる取り組み、学校とかはそういうのをやっている
- ウェルカムの感じをどう出すかは非常に難しいと思うが、しっかり対策しているので、安心してきてくださいと言えるのであればいいのではないかと
- イベントも同じく、対策していますよということをしっかり伝えるのが重要
- どこが混雑しているのかを把握して、通知・誘導を行うことも重要だと思う。

ヒアリングメモ④

NPO 法人プラス・アーツ
理事長 永田宏和氏 ヒアリングメモ

2021年3月10日 15:30～

(高齢者目線から)

- 一定の範囲ではなく、広い範囲での街づくりという観点で考えると、昨今の高齢化を前提に、高齢者の方々が過ごしやすい環境が必要ではないかと思う。
- 高齢者の過ごしやすい街という観点からは、どんどん社会のIT化が進んでいく中で、居住する高齢者の方がITやオンラインに対応できるように指導を積極的に行っていくことが重要だと思う。そうすると、高齢者が便利なITツールの利用をすることができ、情報を取得することで、リアルタイムの混雑情報等を取得することが可能となると思う。それによって、高齢者にとっても安心が生まれるのではないか。
- コロナの影響で自治会の活動も開催できていないため、IT指導によってその点の解決もできるのではないか。防災のための講演等のオンライン開催は必要だと思う。

(にぎわいのあるまちづくりについて)

- 「にぎわい」とは何かを考え、ただ単に多くの人でごった返すのではなく、適度な盛り上がりにするのが重要ではないかと思われる。IT技術とかでそういったこともできるのではないか。
- また、そもそも論としてオンラインの施策等も進められるといいのではないか
- 三密回避や消毒等は当然必要であるが、それを徹底できれば対策としては相当効果があるのではないかと思う。
- 消費者の目線としては、それらの対策がきちんとできていることが分かれば安心と考えられる。

以上

日本電気株式会社
クロスインダストリーユニット PS ネットワーク事業推進本部
上席技術主幹 永野善之氏 ヒアリングメモ

2021年3月17日 15時00分～

(概要)

- にぎわいのある街には歩行者の回遊性があることや安全性が不可欠だが、そのためにはデータの利活用が効果的である。また、データの利用によって、どこが混雑しているか、ソーシャルディスタンスが保たれているのか等も分かり、混んでいない場所へと誘導することも可能となる。

(にぎわいとは)

- 歩行者中心の魅力ある街づくりによる「豊かな空間」を発展させていくことが、にぎわいの創出につながる。
- にぎわいの創出とは、街の活性化の意味であり、街に「また来たくなる」という魅力があふれることである。そのようなにぎわいを作るためには、①拠点のつながりや回遊性の向上、②歩行者と様々な移動手段が共存する環境整備、③安心安全な環境の整備、④歩行を追及した空間整備、といった要素が重要である。
- ①の「拠点のつながりや回遊性の向上」とは、様々な魅力ある文化拠点の整備を行うこと、拠点をつなぐ歩行者動線や空間を形成することで、歩き回ることが楽しくなる空間を意味するものである。
- ②の「歩行者と様々な移動手段が共存する環境整備」とは、歩行者が中心の移動空間ということができ、交通結節機能やパーソナルモビリティなど様々な移動手段を整備することをいう。
- ③の「安心安全な環境の整備」とは、夜間、女性一人でも安心して歩くことのできる環境のよように、みんなが安心を実感する空間をつくることをいう。
- ④の「歩行を追及した空間整備」とは、公共空間と民間空間が連携した快適な歩行者空間の創出により、気持ちよく動ける歩行空間を整備することをいう。

(目的のために重要な施策)

- ICTの貢献により、情報収集、分析・状況認識、施策の実行が可能となる。
- 情報収集にあたっては、画像解析技術が有用である。人の属性、その動きを AI によって認識することで人流等が分かり、快適なまちづくりに活かすことが可能である。

- 神戸の三宮地下街でも導入が進んでいるが、顔認証によって、性別、年齢を推定し空調制御のために利用することも可能である。例えば、地下街の空調はオンかオフかしかできないことが多いが、高齢女性一人しかいない場所にクーラーをガンガンに効かせるのは非合理的である。人物を検知することで、不要なランニングコストの減少につなげることが可能である。

(ソーシャルディスタンスとの関係)

- 画像解析によって、人が十分な距離を保っているかが判別することが可能である。この情報があるだけでなく、それを管理者に通知し、どこに人が集まるのかといったことが分かれば、対策することが可能である。
- また、六本木におけるスマート街路灯という取り組みが行われ、(1)IoT 機器による情報の収集・提供によるまちの賑わい創出、(2)防犯・避難誘導などによる安全・安心の確保、(3)5G 時代・自動運転社会を支える未来のインフラ、を目的としている。具体的には、カメラやスピーカー、各種センサー、デジタルサイネージ(電子看板)などを搭載し、街や来訪者のデータを収集・利活用できる。カメラ映像を AI に活用して通行量の計測、災害時の警告発信・情報提供などの役割を担うことが目指されている。
- 混雑情報については海外でも日本でもあまり取り入れられていないが、空港や、駅では既に導入も進んでいる。
- どこが混むのかが分かれば、例えば道路を拡幅しようとなるし、他の混んでいない場所に誘導しようとなる。このように、データの利活用はコロナの特効薬というものではないが、PDC Aサイクルを回すことで対応することができることに大きな意義がある。

(コロナによる社会の変化、デジタルによるコロナ対策という観点)

- コロナによって、世界はニューノーマルの時代へと変化していく。
- まず、人の変化として、移動・対面の意義が問われるようになり、社会の変化としては、人と機械の分業が加速し、あらゆるものが見える化され、安全公平なサービスが意義を持つようになる。
- 人と機械の分業の例として、大阪府に、チャットボットを提供することで、自治体の業務が97%減ったというものがある。
- 見える化の例として、子どもがある場所を通過してそれがカメラに映ると、顔認証でその親に連絡がいくというものがある。これによって、通学の安全性が高まると思われる。また、混雑状況の可視化もこの例である。イタリアではスマートシティの基礎があり、PCR検査の結果が一時間後に公開されることで、どの箇所に罹患者がいるか等の情報共有が可能であった。

(今後のデータの利活用に向けて)

- 自治体でデータを集め、それを公開することで、IT 企業はそのデータを活かしてソフトを作ることができる。
- データの利活用による社会課題の解決の効能は大きい。ゴミ箱にセンサーを取り付けることで、収集業者が回収の必要があるのかが分かり、リソース削減等につながるという事例もある。

(消費者からの目線について)

- 監視されているというネガティブなイメージにつながる人もいるかもしれないが、それはデータのとり方にもよるし、安心・安全というポジティブな捉え方をする人もいるのではないか。また、便利で魅力的な街の価値は、やはり高いと思う。

ヒアリングメモ⑥

株式会社コネクタージャパン

担当者 氏 ヒアリングメモ

2021年3月17日 17時30分～

1 概要

- 同社の提供する「三密代官」というサービスは、主に、LINEを利用して、旅館・ホテルの混雑可視化や、レストランのメニューのデジタル化等を行っている。
- その他にも、商業施設における混雑緩和のためのサービス等を提供している。

2 ホテル・旅館向けサービス

- 旅館とホテルをターゲットにしており、ラインでその旅館等を友達に追加することで、チャットボットによる自動応答で分かる仕組みである。
- 風呂場の脱衣所の混雑率することから、カメラの設置ではなくBLEビーコンとそのセンサーを使うのが特徴である。
- 混雑率を検知したい場所に、センサーを設置し、その周辺にいくつのビーコンがあるのかを検知することで、個数に応じて設定した評価（混雑、やや混雑、空いている、等）をリアルタイムで通知することが可能である。
- また、旅館等から事前に何時頃に混むのかを登録しておくことで、いつ頃混む予定かということも知らせることができる。
- また、付随するサービスとして、ライン上で、約款やメニュー等をインターネット上で標示することが可能であり、各部屋に新たに紙を置きなおしたり、メニュー等を消毒する必要がなくなる。
- 導入コストは、例えば50部屋にビーコンを導入することで50万円程というものである。ビーコンの電池は3年持つ。

3 レストランのメニューのデジタル化

- LINE上で、レストランを友達追加することで、メニューをデジタル表示し、LINEで注文することが可能である。それにより、店側が同じメニューを何度も消毒する手間が省け、また、注文用の機器を導入する必要もなく、店側としてはコストを抑えることができる。
- 近鉄グループの駅ビルと提携しており、ビル内のレストランに導入が進んでいる。
- LINEを利用していない人や、友達追加が億劫な人については、別途メニューを用意するという対応を行っているとのこと。

4 レジに並んで混雑する

- 混雑緩和のサービスであり、商品にQRコードを付けることで、それをライン上で決済することができる。デパート等では、その決済したものが受取センターに用意されており、レジに並ぶ必要を無くすことが可能である。現在、高島屋で導入が進んでいる。

5 レストランの無人化

- LINE上で、購入を行うとQRコードが幼児され、そのQRコードを読み取らせることで、ビールを注ぐことができたり、冷蔵庫から食べ物が取れる仕組み。現在7つの駅ビルに導入されている。

ヒアリングメモ⑦

森ビル株式会社

特任執行役員 都市開発本部計画企画部 都市政策企画室

河野雄一郎氏 ヒアリングメモ

2021年3月25日10時00分～

1 オフィスにおける対策

- よくコロナを踏まえて、どういった街づくりを行うべきかという質問を受けるが、従来、コロナのみならず、感染症を踏まえた街づくりは考えてきたわけではなく、反対に、気密性等が重要な要素と考えられてきた。
- 感染症対策のみではなく、総合的に考えることが重要だと考えている。
- 例えば、今までテーマにしたことは解決したのかを考えたい。例えば、地震対策や、ヒートアイランド対策等も大きな問題であって、昨今コロナが新たな問題として加わったものの、感染症対策を何よりも最優先にするというのはおかしい。そのため、極端にコロナに振り回されないようにした方がいいと思う。
- 街づくりを考えるのにあたって、「にぎわい」を外して考えることはできないため、人が集まるなかでどう対処するかが重要だと思う。たとえば、マスクとかは個人で対策すべきであるが、受け入れる側の街や施設でどう対策・配慮するのかを考えるべきである。
- 例えば、オフィスを構えている人は、ソーシャルディスタンスの確保や、三密の回避という観点からは、倍のスペースが必要になり、空間的なゆとりが必要となる。借りるとお金がかかるから、従業員をテレワークで働かせて人を減らすことでスペースを確保しているという流れだと理解している。他方で、収益を考えない公共的な施設だったら、収益のために容積を目いっぱい使わなければならないわけでもないと考えられるため、ゆとりをもった施設にするというのは解決方法だと思う。

2 役所のオンライン化

- また、役所の体制等も見直すべきではないかと思う。住民にとって、役所に行かなければならないのは大きな負担であると同時に、人も多くて、密になるリスクも大きい。最近は順番待ちで順番が来たら通知してもらおうサービス等も出てきているし、ロボットが対応する構想があったり、非接触型のエレベーター等も登場しているようだが、そもそも市役所に行かなくて済むような体制や、パソコンで証明書類の対応等ができるようにすればいいのではないか。「来なくていい市役所」ということにしたら、多く

の人が順番待ちで密になる環境や、そもそも住民にとっての便利なサービスを提供できるのではないか。

3 屋外の積極的な利用

- 道路や公園等、屋外を積極的に利用できる街づくりがよいのではないかと思う。
- 誰も集まらない公園があるが、防犯目的という意味では、人の目があることが重要。そのため、資源の有効利用という意味でも、防犯目的という観点からも、みんなに使ってもらえる公園でなくてはならない。
- 公園を利用しやすくするというのは、この点も、オンラインで申請ができるようにしたら、よいのではないか。
- 日本では、路上の利用についての規制緩和が行われたが、アメリカ（ニューヨーク）の路面との大きな違いは、アメリカではその届出がインターネットでできることであり、それによって爆発的に利用されるようになった。日本では、どこでやるのか、みたいな点を保健所に提出しなければならず、使い勝手が悪い。

4 文化施設の利用について

- コンサートホール等の文化施設は、避難所としての利用もできる。体育館等は、よく避難所として利用されるが、場所を取れるからというだけで、避難所として想定されているわけではない。たとえば、有事の際に、お年寄りの方々等には、柔らかいソファのあるホール等を避難所として開放してもよいのではないか。地震を経験した神戸ならではの取り組みにもなりうると思う。

5 防災施設として

- 森ビルは28万食備蓄しており、新生児とか乳幼児も対応可能となっている。
- これを導入した経緯は、東日本大震災を経験して、多数の帰宅困難者がでたことで、導入することとした。区役所に負けないという自負があり、自家発電が可能である。また、非難して施設から出るよりも中にいた方が安全であるから、防災訓練はするが避難訓練はしない。市民の防災リーダーを作るという取り組みがあるが、有事の際にその人物がどこにいるかわからないから、その点に疑問を持ち、施設として防災に力を発揮できるようにした。

6 コロナ禍との関係

- コロナまん延にあたっては、密にならないことを徹底した。また、エレベーターに足あとのマークを付けて距離の確保を促したり、ジェットタオルをやめたり等、三密の回避や飛沫が飛び散らないような取り組みをきちんと行った。また、施設内で感染者

出た場合にきちんと教えてもらうようにすることで、施設内でのまん延が起らないようにした。

- 空調施設については、それをさらによくしようとするとコストもかかるため、先に述べたように、他の対策しなければならない地震対策等とのバランスが必要になると思う。

7 コロナによるビジネスインパクト

- 実感としてオフィスはさほど影響が出ていないのではないかと思うため、マスコミのミスリードではないかとも思う。コロナのせいでオフィスの稼働率は確かに減ったが、99%から97%に減るくらいの低下であると認識している。そのため、出社はしなくなったが、空室にはしないというものと思われる。
- ただし、小さいビルやホテル事業はかなり痛い打撃を受けているのではないかと思う。
- 商業施設の売上は二極化しており、商業地域のコンビニ等、人が少なくなった地域での低額商品の販売はダメージが大きいと聞いている。他方、高額商品の販売は前より売れるようになったと聞いている。その要因には、旅行に行かない代わりに高いものを買ったり、コロナ感染を防ぐために車を買う人が増えたということがあると思う。

8 今後のIT化について

- ITの進歩は目をみはるものがあり、今後もどんどん発展していこうと思っっている。テレワークに完全に切り替わることはないだろうが、テレワークを組み込んだビジネスモデルはできていこうと思う。また、オフィス内でも、テレビ会議用のスペースができるだろうし、役所もそうになっていくのではないか。

9 都市計画について

- 今後のにぎわいということを考えていくなれば、用途制限などの考え方が変わっていくのではないかと思っている。
- 例えば、テレワークの発達によって、マンションを仕事（商業）目的で借りる人も出てくるのではないか。また、製造品も工場じゃなくて3Dプリンターで作成することもできるようになれば、工業目的で借りる人も出てくると思われる。用途地域は、例えば、工業は音がでかいとか、火災で危ないという観点で工業地域という区分けにしているが、それも変わっていくし、変えていくべきではないか。

10 官民のつながりについて

- にぎわいの創出やイノベーションのためには、官民のつながりや、自治体主導での民間の交流の場というのが重要になっていくと思う。

- 例えば、市役所で民間交流の場を提供するというのは重要だと思う。役所では、何か試みをする場合に、予算との関係で目に見える成果が求められるからなかなか難しいが、中・長期的には効果が出ることも多い。
- 例えば、ポケモンゴーは、ポケモンと、グーグルが一緒のビルにいて、フェイストゥーフェイスだからこそ生まれたもの。
- 六本木のスタンドバーは、外国人ですごい人気があるが、ここは外資の金融マンが情報交換している場として機能している。

1 1 地方の開発について

- 福井の永平寺を開発、復興するというプロジェクトにコンサルタントとして入っている。
- この経験としては、にぎわいを作るためには、その場所らしさを作ることが重要であり、それが近年よく言われる「インスタ映え」という言葉だと思う。
- 「ここに来たら神戸！」というような、いわゆるインスタ映えするような神戸らしさをアピールできれば観光客は自然と増えていくし、そこをきっかけに街の魅力を伝えられる。「らしさ」については、建物、遺産や小説、歌の聖地としてでも、なんでもいい。

1 2 消費者から見た安全性について

- 消費者の安心安全という点では、きちんと対策をしているというアピールも大事になってくる。
- 虎ノ門ビジネスタワーの虎ノ門横丁は、密になる可能性があるため、入口の検温を行う他、一定の人数になるようコントロールしているが、それを周知することで、一定量の人には来ている。

ヒアリングメモ⑧

群馬県産業経済部経営支援課
担当者 キョヅカ氏 ヒアリングメモ

1 概要

- 「ストップコロナ！対策認定制度」は、業界ごとに作成しているガイドライン等に基づき、感染症対策を適切に行っている店舗を県が認定する制度。
- 対象事業は、小売業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育・学習支援業のいずれかの事業を営む店舗となっているが、それ以外であっても、消費者向けの販売・サービスの提供を行っている店舗は認定対象となっている。
- 申請先は、店舗の運営事業者が中小・小規模事業者の場合には、申請先は群馬県産業経済部経営支援課または群馬県商工会連合会となり、大企業等の場合には、群馬県産業経済部経営支援課となる。
- 申請後、申請先が店舗の現地調査及び審査を実施し、基準に適合するものについてはステッカー等を配布することとなっている。

2 認定基準

- 現地調査ではガイドラインに基づいているかどうかを判断している。このガイドラインは、県で作成したものではないが、県の事業者団体が県のガイドラインを作成している。ただし、内容については、県独自の内容というわけではなく、業界ガイドラインを要約しているものが多い。
- 独自の基準を設けていない理由については、認証対象の事業が事実上すべてのサービス業を対象としており、すべてについて基準を作れないという判断もあると思う。
- 調査に要する時間は、1店舗あたり30分程度である。

3 認定数

- R2の7月から始まって約5000件を認定した。例えば、飲食店では、2300弱、群馬県内では1万4000件であるので、16%程度。
- 認定された事業者については、ステッカーを交付すると、ポスター、のぼり旗を交付、希望する認定店舗には、群馬県の特設サイトで情報を掲載している。補助金として、ニューノーマル創出支援事業というものがあり、その要件には認定を受けていることが必要となっている。これは、新しいビジネスを行う場合に補助が出る制度。

4 運用

- コロナ感染者が出た場合には効力を停止し、認定店舗の対象要件を満たさなくなった場合等には認定の取り消しが行われることとなっているが、現在までに取り消された事業者は存在しない。なお、現在までに認定店舗でクラスターが発生したことはない。

5 実効性担保

- 基本的には調査当日にやっているかどうかで判断せざるを得ないため、従業員が普段からマスクをしているかといった部分は分からない。ただし、市民から意見や苦情が寄せられた場合、個別に調査等を行う運用となっている。
- なお、ガイドラインを超える内容の苦情には対応できないことから、ガイドラインの内容が抽象的なものだと指導しにくいという問題もある。

6 委託先について

- 経済団体の連携という趣旨から、随意契約で商工会連合会に委託し、そこから各地域の商工会に指示を出している形である。予算については、本制度全体で2000万円弱取っている中で、その中から委託費用も出している。

7 その他

- 運用については山梨県の制度を参考にした。

(参考)

https://www.pref.gunma.jp/06/g09g_00363.html

ヒアリングメモ⑨

東京都緊急事態措置等・感染拡大防止協力金相談センター

担当者 ソノベ氏 ヒアリングメモ

1. 概要

- 東京都では、感染拡大防止徹底宣言という取り組みを行っている。
- これは、事業者が実施すべき感染防止対策を掲載した業種別のチェックシートを作成し、その実施を促すもの。
- チェックシートにある感染防止対策を実施しているものとして、専用フォームから申請すると「感染防止徹底宣言ステッカー」を取得することが可能。この「感染防止徹底宣言ステッカー」を店舗等の目立つところに掲示することで、安心して利用できる施設であることを知らせることができるという仕組みである³⁶。
- この制度は都の「お墨付き」を意味するわけではなく、事業者に対して感染防止策の普及や啓発、協力を求めることに目的がある。

2. チェックシートの内容

- このチェックシートについては、都で行い、各業界ガイドラインを分かりやすく要約したものであり、このチェックシートを作成するにあたって専門家を招いた委員会等は組織されていない。

3. 実効性の担保について

- ただし、実際にそのチェックシート記載の対策をしているかは不明であり、感染防止徹底宣言ステッカー交付の際に調査はしていない。東京都では、店舗数が多すぎて、実際の対策状況まではチェックできないとしており、このような制度設計としている理由の1つには、そのような考慮もあると思われる。
- ただし、令和3年2月から、業界団体が「補助事業者」として、当該業界の店舗を見回りし、点検済みシール³⁷を配布するという取り組みが行われている³⁸。
- ただし、見回りの結果、事業者が対策を行っていない場合でも、ただシールを交付しただけであり、ステッカーが没収されたりすることはないとのこと。

³⁶ 感染防止徹底宣言ステッカー/コロナ対策リーダー

<https://www.bousai.metro.tokyo.lg.jp/taisaku/torikumi/1008262/1008420/index.html>

³⁷ 標章仕様

https://www.bousai.metro.tokyo.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/011/791/05pdf.pdf

³⁸ 団体向け新型コロナウイルス感染防止対策自主点検等支援事業（総合支援事業）の募集

<https://www.bousai.metro.tokyo.lg.jp/taisaku/torikumi/1008262/1011791/index.html>

山梨県 やまなしグリーン・ゾーン推進課
担当者 オダギリ氏 ヒアリングメモ

1 経緯、制度発足まで

- やまなしグリーン・ゾーン認証制度スタートの経緯は、大きな目的として、安心安全をアピールし、海外からの来客も増やそうということに狙いがあった。また、感染対策と経済を回すことの両立を図る取り組みである。感染症対策の周知を行うことは、自主宣言制度で足りるため、この制度の意義は消費者に安心してもらうこと、その効果として事業者の保護を図るということに意義や目的がある。
- 認証の対象は、コロナによって一番ダメージを負った業界である飲食・宿泊を対象としてスタートし、ワイナリー、酒蔵は、山梨県の重要な観光資源であり、業界団体から認証の要望があったうえ、試飲等を行っていることも考慮し、2020年10月頃に追加された。
- 2020年5月に構想しプロジェクトチームを組織し、6月に専門家委員会を設置、7月には最初の認証が行われている。現在は、県民生活部の下にグリーンゾーン推進課を置き、そこが担当部署となっている。
- プロジェクトチームは、産業、観光、福祉の部署にいる人材を集めた。
- 専門家委員会は、5名の専門家（公衆衛生・疫学、建築、施設デザイン、事業経営、旅行業）により組織した³⁹。
- 制度構築にあたって、シンガポールのSGグリーン制度を参考にしたが、あくまで参考程度である。構想を打ち出したのは国内でも最初の方だったので、日本国内は参考にしていない。

2 独自の基準について

- 認証するなら現地を確認しなければいけないということになったが、県の職員で全部を見て回ることはできないので、委託をせざるを得ない。その場合に、基準がしっかりしていないと確認ができないし、事業者もどのような対策をしたらいいのかが不明であるため、独自の基準を作成することになった。基準の作成にあたっては、業界ガイドライン（飲食店についてはフードサービス協会）を参考に、専門家委員会の意見を参考に作成した。ガイドラインではあいまいな部分があるので、誰が行っても分かるので数値を出して具体化した。
- 例えば、ガイドラインにある「定期的な換気」というのは不明確なので、「30分に1回、2方向の窓を開ける」、「換気量は30m³を確保」、等とした。

³⁹ やまなしグリーン・ゾーン認証制度専門家委員会委員名簿

<https://www.pref.yamanashi.jp/koucho/coronavirus/documents/meibo.pdf>

- ガイドラインには、地域性という観点は入っておらず、明確化というのが趣旨である。地域制が生じるなら意味はあるが、コロナの場合にはそれがあまり考えられないため、厳格にするとか明確にするとといった目的でない限り、各自治体で独自のガイドラインを作成しても意味がないと考えている。
- 本制度の基準に関して、委託先から、認定にあたって基準の解釈に疑義が生じた等という話は聞いたことがないため、明確化という観点では成功しているのではないか。
- 現地調査に要する時間は30分程度。

3 認証数

- 認証しているのは、4657件、申請は5524件。経済センサスを見ると、飲食・宿泊併せて5735件あるので、96%が申請を行い、81%が認定を受けている。
- 最初は、6月に審査を開始して、13件くらいだったが、認証を受けてもらうよう様々なインセンティブ等を付けた。
- 例えば、山梨県では、設備購入（アクリル、消毒液の準備）については、30万円を上限として交付し、換気設備を工事したり、固定式のパーティションの設置については、4分の3の金額（上限150万円）を補助する制度があるため、それとの積極的な連携を図った。
- また、Go To EAT キャンペーンに関し、対策していない店を、対策している店と同列に扱うことはできないため、Go To EAT キャンペーンに参加するためには、この認証を受けていることを条件とした。
- さらに、2020年1月25日～2月7日にかけて時短要請（9時まで）とその協力金交付を行ったが、協力金をもらうためには認証を受けているか申請したものに限ることとしたことで、2000件の申請があった。

4 運用

- 患者が発生したときは認証の効力を一時停止し、その後、故意過失によることが明らかになった場合、直ちにその認証を取り消すということとなっているが、今のところ一時停止になったものもない。また、そもそも対策してもらうのが目的であり、県側としては認証したいという考えがあるので、事業者に寄り添いながらやっている。基本的にはすぐに取消したりするのではなく、改善を望む運用にしている。停止・取消の措置があることは、取り消されるかもしれないという心理的な負担を与えることは効果的ではあると思う。また、制度自体の信頼性、ひいては消費者の安心等の目的にもかかわってくることから、制度設計としては有効であるとのこと。

- コロナ陽性患者が、認証した店を利用していたケースは70件あり、うち1件のみクラスターとなった。逆に言うと、他は69件がクラスターにならなかったため、100%防げるものではないが感染リスクは大きく下げられると考えている。
- クラスターになった1件は、店側は大きい部屋を用意したが、客は小さい部屋でいいという、その部屋で大人数で飲食をしたというものであり、店側に過失はなかったものである。知事もその出来事について、利用者に対し、店のルールに従うようにメッセージを出した。
- なお、山梨県のコロナ患者は、累計延べ数で1000人程度である。

5 実効性の担保

- 実効性の担保は、その場での確認しかせず、大皿提供を避けること等もお願いベースである。
- ただ、本制度は、消費者の目を利用した取り組みを行っている。まず、認定シールには、QRコードがあり、それにアクセスすると店側の感染対策が見れるようになっており、また、利用者が、その感染症対策について県に意見を述べられる、いわば通報制度を取っており、これが実効性の担保になっている。この通報があると原則再度調査を行うが軽微なもの（マスクをあごにずらすなどしていた等）は電話で注意等を行うこととしている。この通報制度によって、多くの意見が寄せられていることから、効果はあると思う。
- 実際には、店側も、自分の店がクラスターになるとレピュテーションに影響があるうえ、従業員にも被害が及ぶから、設備がある以上はきちんと対策措置を行うのが通常である。

6 委託先の選定基準

- 5月に、プロポーザルを実施し、6社が参加し、旅行会社に決まった。ちょうど旅行業者にとっても、仕事が少なくなったところだということで、そこに上手くハマったと考えている。
- 委託費用は1億円を計上している。5700件を認定のために調査しているので、1施設あたり2万円弱という考えでいる。
- 費用が高いか低いかということであれば、時短要請を行って協力金を支払うとなると日額4万円程度かかることを考えれば、相当安いと考えている。
- 山梨県では、上記の通り2週間だけ時短を要請し協力金を支払ったが、それ以外は行っていないので、費用対効果も高いと考えている。

7 その他、制度について

- 東京都のような宣言制度は誰でもできるし、実効性が課題であると考えていた。

- さまざまな都道府県から問い合わせをいただくが、制度の目的を明確に定めることは、基準の作成や、調査方法等、制度設計のすべてにかかわるため重要だと思う。
- 事業者もどうやって対策すればいいのかわからず、県に対策を見てもらいたいという考えの方も多し。また、他の県の飲食店から山梨県の基準で対策をしたいので教えて欲しいという問い合わせがあったりする。
- 事業者にお墨付きを与えることは県もリスクを取るということだが、それによって事業者の協力につながる。

8 市区町村での導入について

- 利用者や事業者の目線では、市をまたぐと基準が変わるということになってしまうので、都道府県という大きな枠組みの方が分かりやすいのではないかと思う。そのため、近隣の市と協同で行うのがいいのではないか。
- また、県で行えば市の負担を減らすことができるというのも強みとなる。例えば、県内の市町村は、山梨県の認証したものをプラットフォームのようにして、認証を受けた店舗に追加で補助金を交付したり（甲府市、北斗市等では払い切りで5万円）、支援金の上乗せ等行っている（北斗市等）。
- 市町村では、県で認証制度に関する労力や予算を全部負担することで、市は予算や労力等を他に使うことができる。

ヒアリングメモ⑩

千代田保健所生活衛生課環境衛生係（新しい日常店認証担当）

担当者 ヤマシタ氏ヒアリングメモ

1 概要・経緯

- 区で作成した独自の基準を満たす飲食店を区が認証する制度。認証はクラス1とそれよりも厳格なクラス2の2種類がある。
- 制度構築の経緯は、飲食店が感染源として多いという話があったので、なんとかできないかという考え。東京都でも頑張っているというのを応援するということだが、それより一歩進めた取り組みができないかということ考えた。
- 制度構築にあたっては、山梨県の制度を参考にした。

2 2つのレベルの認定基準について

- 本制度の特色として、クラス1とクラス2の2つのレベルで認定を行っている。これは、多くの事業者に認定を受けてもらいたいので、間口を狭くするのは良くないという考えもあったため、ざっくり言うと、頑張ればできるというのが必須項目（クラス1）、推奨項目は設備投資に費用がかかるもの（クラス2）。
- チェック項目の作成にあたっては業界ガイドラインや東京都のチェック項目を参考にした。保健所なので、一定程度専門的だという自負はあるため、基準の作成にあたって委員会のようなものは組織しなかった。
- 特に推奨項目については、通常の基準よりも厳しくしようという考えや、事業者が通常気づかない対策に気付きを与えるという観点もある。ただし、この認定を受けるために推奨項目に記載する対策の導入が進んだわけでもないと思う。そういう話も一定程度あると思うが、そもそもお店の人たちが感染を恐れて自主的に頑張っており、推奨項目を受けるために頑張るわけではないというイメージである。また、設備投資について補助金はあるが、制度間のリンクができていないため、クラス2に向けての設備投資だからといってお金がもらえるわけではない。
- また、反省点として、基準の項目が多いせいで、とっつきにくいという意見があった。
- 基準は接触感染も強く意識してしまったが、やはり、飛沫感染が多いということかと思うので、飛沫感染に特化しても良かったと思う。
- クラス1クラス2は分かりにくいとの意見もあった。せめて、普通の店と最上級の店とで分けると良かったのかもしれない。

3 認定数について

- 現在までの認定件数は約300件程度で、クラス2が200、クラス1が100となっている。このようにクラス2の方が多というのは完全に読み違えた部分である。
- 飲食店の総数は約7000件あるので、認定件数は4%程度。
- 認定されたところで、売上につながらないという問題はあるし、アピール不足かなとも思っている。

4 運用・実効性の担保

- 意見や苦情があったら店にいて調査することとなっていて、対策を行っていない場合には、認定を取消す運用としている。
- ただ、認証した店でクラスターが発生したりということはなく、従業員で感染者が出たということはあったが、店で感染したということはない。その観点からいうと、取り組みは成功しているといえる。

5 委託について

- 本件の認証制度は、保健所のみでやっており、調査の委託等はしていない。
- 当保健所には民泊指導課があり、違法民博の取り締まりを専門でやっていたが、インバウンドの激減で違法民泊自体がなくなり、その人員を回すことができた。ただ、人員的にはかなり厳しいが、委託をするのは費用もかかるし、調査には専門性も必要だから、難しいかなと思った。特に換気量に関しては専門性が必要と考えており、CO2の量等で判断している。
- もっとも、委託も不可能というものでもないので、山梨県は本当にうまくやっているという印象。

6 東京都との関係性

- 東京都とは連携しておらず、その点で苦慮している。
- 東京都のステッカーは自主宣言であり誰でも取得できるが、本制度は保健所がやるものなので、しっかり現場を確認することによって差別化ができていると考えている。そのため、東京都には、虹色ステッカーよりも信頼性が高い等と言ってくれたら本当は嬉しい。
- 時短要請や協力金については、所管が東京都なので、そことの連携はできてない。例えば、本制度の認定を受けていれば、協力金を支払わないが時短もしなくていい等とできればいいのではないかな。

7 その他

- 混雑可視化と混雑管理を導入する店舗の認定についても検討した。例えば、CO2センサーを付けるとかで混雑を管理できればいいと考えた。

- 基準の中では、推奨項目として、ICTシステム等を活用し混雑の緩和を図ることを規定している。これを推奨項目とした理由は、感染対策を行っているという趣旨と少しズレるため、全ての店舗に求めることは違うと感じたためとのこと。
- ただ、必須項目、推奨項目というのが分かりにくいという意見があったことから、混雑可視化のサービスがあることを事業者に周知し、それは店が独自に行ってもら方がいいかもしれない。

ヒアリングメモ⑫

浜松市役所産業部観光・シティプロモーション課

担当者 ツチダ氏 ヒアリングメモ

1 概要

- はままつ安全・安心な飲食店認証制度は2020年8月中旬から認証を行い、認証した店舗に認証マークのステッカーを配布している。
- 対象事業は飲食店のみであり、認証するのは県である。
- 2020年は県の職員が現地調査と認証を行っていたが、2021年から予算がついたため、委託によって行っている。予算は800万円である。全体として、山梨県を参考にして

いる。

2 認定基準

- 独自の認定基準を作成しており、これは山梨県を参考にしたもの。基準の作成にあたって専門家委員会等は設置していないが、浜松医療センターの先生に監修してもらっている。
- 認定にあたって現地調査を行うことになっているが、浜松市では店舗側が希望する場合、ZOOMによる調査も可能としている。これは感染症対策というのと、浜松市は全国で2番目に広い市であり、片道2時間かかるような店舗もあるので、移動時間の短縮も意図したものである。割合としては、だいたい2～3割かなというところである。なお、ズームだとわかりにくいということは特にない。換気量の基準も設けていないため、現地に行かなくても調査ができるものとなっている。
- 2020年は、他の課の職員からも応援に出てもらっていた。調査に要する時間は1件15～30分程度。

3 認定数

- 認定数は、4月1日時点で840件であり、市内の飲食店の総数は、経済センサスで約3000件なので、28%。この制度を開始したときには、1500を認定の目標にしていた。
- 認定数増加のインセンティブとして、市が認定した店舗を積極的に利用してねという周知を行っている。また、飲食店を対象としているキャンペーンとかはやっている。また、浜松市では、「さきめしはままつ」という、先払い額に25%のプレミアムが付いたチケットを販売する取り組みを行っているが、この対象店舗を認証した店舗に限っている。また、認証店舗での食事代金をスマートフォンで送ることでキャッシュバックするキャンペーンを行っている。

4 運用

- コロナ要請患者が出た場合等は、認証の一時停止や取消がありうる制度となっている。現在までに、クラスターになった店舗があり、停止したものが1件あった。ただし、どれだけの要請患者が利用したか等の数字を把握していないため、クラスターになった割合は不明
- また、静岡県では時短要請を行っていないので、その点の連系等はしていない。

5 実効性担保

- 1年で更新することとなっているので、その際に再度調査を行うことで実効性を担保する仕組みとなっている。

6 市町村がおこなう場合の苦労等

- 県では自主宣言制度を行っていて、特に連携等はしていないが、県から浜松市での取り組みを紹介してもらっている。
- また、近隣の市とも連携していない。市で行う場合には、労力やマンパワーの点が課題かと思う。

7 その他

- 浜松市では、混雑ランプとの連携を行っているが⁴⁰、このような混雑可視化について認証制度と推進しているものではない。

(URL)

はままつ安全・安心な飲食店認証制度 <https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/kanko/corona/ninnsyou.html>

⁴⁰ 混雑ランプ <https://www.city.hamamatsu.shizuoka.jp/kanko/corona/lamp.html>

ヒアリングメモ⑬

沖縄県保健医療部感染症対策課
担当者 マツオカ氏 ヒアリングメモ

1 概要

- 沖縄県では、コロナ対策を行っている店舗を県が認定する仕組みとして、「感染防止対策認証制度プロジェクト」を開始する予定である。経緯としては、感染者が増加してきたこと、それに伴い自主宣言制度よりも信頼性の高い制度を作ることが不可欠となったこと、国の通知において認証制度をすることが推奨されたことによる。本制度の構築にあたっては、山梨県を参考にした。
- 従来、沖縄県では、「シーサーステッカー」という、自主宣言制度を行っていたが、認証制度は、県と市の職員及び委託した業者に、現場を確認してもらったうえで、シーサーステッカーとは別のステッカー（王冠が印刷されたもの）を発行する取り組みである。なお、シーサーステッカーはそのまま有効となる。
- 現場調査は県内の全店舗を回る予定であり、二段階に分かれており、第1段階（2020年4月12日～）は4項目の少し緩い基準、第2段階（2020年5月中旬～）は17項目の厳しい基準となっている。第1段階は、市の職員と県の職員でチェックしているが、第2段階は委託して行う予定である。
- 対象となる店舗は飲食店のみを予定しているが、他の業種に拡大することも検討しているところである。
- まだ予算も決まっておらず、委託先や委託の金額等はこれから定まるとのこと。

2 認定基準

- 第1段階の緩い基準は、各業界ガイドラインを基にしたものである。第2段階の基準は沖縄県の宮古島市が国立感染症研究所研修のもとで作成した基準を基にしており、それを参考にして、県の感染症専門医師に見てもらいながら作成した。
- 2段階に分けた理由としては、県内の事業者によっては、ほとんど対策を行っていない店舗もあるようであり、いきなり厳しい基準を守らせるのではなく、最初は簡単に取り組むことができることから始めさせることで、意識の向上を図ることにあるとのこと。
- 基準作成の趣旨は、参考にした山梨県では、項目数が多く、対応できない事業者もいるかもしれないということで、より分かりやすく、項目数を少なくするという観点で17にした。なお、あくまで事業者に分かりやすくという観点であり、委託先に分かりやすくという観点ではないとのこと。

3 認定数

- シーサーステッカーは1万前後配布しており、認定についても全店を認定する予定である。
- あくまでも全店舗を認定することを目標としているため、認定してもらいインセンティブは考えておらず、県としては、「認証を受けたお店は安全ですよ」ということで、積極的に取り組んでもらうことを考えている。

4 運用

- コロナ対策をしていなかった場合に認証を取消すということについては検討中であり、時短要請や協力金の交付の制度との連携はまだ検討していない。なお、シーサーステッカー制度は、協力金の交付を受ける要件となっており、その点は連携していた。

5 実効性担保

- 認証後も巡回を定期的に抜き打ちで行うことで、対策を守らせる予定である。

(参考 URL)

コロナ対策は2段階クリアでステッカー交付 沖縄県、認証制度で新基準を発表
<https://ryukyushimpo.jp/news/entry-1303967.html>

福島県食品生活衛生課
担当者 モンマ氏 ヒアリングメモ

1 概要

- 福島県では、2020年4月8日から、「ふくしま感染防止対策認定店」という制度を実施している。これは、昨年9月から行っていたセルフチェック形式のコロナ対策について、現地調査を行い、対策が取れていることを確認できた飲食店の店舗にオレンジのステッカー⁴¹を配布するもの。
- 従来、福島県ではコロナ対策のチェックリストを作成・公開し、事業者は、その対策を行っていることをチェックし、チェックリストを提出することで書面審査によって緑色のステッカー⁴²をもらうことができた。
- もともと、その制度においても事後に現地調査を行って確認をすることが予定されていたため、昨年のうちに1200の店舗の現地調査を行っていた。
- しかしながら、最近になって、近隣県の宮城・山形で感染者が増えたため、県内の事業者の意識を引き上げ、モチベーションを上げるような対策を進めようということになった。それによって、利用する消費者にとっても安心してもらいたいということを考え、せっかく現地を調査するのなら現地調査をして安心・安全だったことを周知するために始めた取り組みである。また、国から認証制度構築を行うよう事務連絡があったことも⁴³、要因の1つである。
- 認証するのは県であるが、現地調査を第三者に委託するもの。予算について伝えることはできないとのこと。
- 制度の構築については山梨県を参考にした。

2 認定基準

- 現地調査は、チェックリストを満たしているかどうかを確認する。
- チェックリストは県の業界団体、生活衛生同業組合が共同で制作した。これは、各業界ガイドラインのいいところをとって、分かりやすく整理したものである。このチェックリストは県立医大と連携して確認をしてもらっている。

⁴¹ 感染防止対策「認定店」に新ステッカー 福島県認証制度スタート <https://www.minyu-net.com/news/news/FM20210409-603452.php>

⁴² 感染防止対策徹底ステッカーでPR 県が飲食店に配布 <https://www.yomiuri.co.jp/local/fukushima/news/20200912-0YTNT50142/>

⁴³ 基本的対処方針に基づく催物の開催制限、施設の使用制限等に係る留意事項等について https://corona.go.jp/news/pdf/ikoukikan_taiou_20210226.pdf ・ p 9

- また、県内のバーやスナックは、厳しい基準だとあてはまらない可能性が高く、その場合にやる気を削いでしまう可能性があるため、間口を広げるために構造上や施設上の基準は少し緩くしている。

3 認定数

- 書面審査をして緑のステッカーを配布したのは現時点までに 2600 の事業者に配布している。総数としては 1 万 5000 くらいと把握している。
- 認定はこれから行うため、現時点では認定数は 0。今のところ目標は定めていない。
- ステッカーについては、GoToEAT の対象要件としている。

4 運用

- チェックリストに基づく対策をやっていない場合には、ステッカーの没収ということも考えているが、現時点では取消はない。また、ステッカー交付時点で、クラスターは発生していない。
- 時短要請や協力金の交付との連携については今のところ考えていない。その担当部署は別の部署なので、連系するのは難しいという現実もある。

5 実効性担保

- 後になってからの現地調査を行い、ステッカーの没収を行いうるというのが実効性の担保となりうる。
- 住民が連絡するという仕組みは構築しておらず、住民から県に連絡が来たことはない。

(URL)

新型コロナウイルス感染防止対策取組ステッカー配布のお知らせ

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/21045e/shokuhin-sticker.html>

兵庫県災害対策課

担当者 ヤマモト氏 ヒアリングメモ

1 概要

- 兵庫県では、もともと感染防止対策を行っていることを示すポスターを貼る自主宣言制度を行っていたが、対処方針の中などで、すべての飲食店の見回りをし、感染防止対策をできているか、時短要請に答えているかチェックをするようにとされていることを踏まえ、認証制度をスタートさせた。現状は、現地調査中であり、認証はゴールデンウィーク明けになる予定である。
- 制度設計として、認証した店に対し、ステッカーの配布とするか、認定証を配布するか、そういったところは現在検討中。
- 現地調査は、2回にわたって行い、1回目は4月7日～26日にかけて神戸市、尼崎市、西宮市、芦屋市の飲食店1万6000店を回り、その中で対策や時短ができていない店に対して、2回目の調査を行う予定である。2回にわたって行う理由は、事業者の意識の向上を図ることと、対策措置を徹底するためである。この現地調査は第三者へと委託している。
- 予算については、現段階で確定していない。

2 認定基準

- 認定にあたっては8つのチェック項目を満たすかどうかを判断するものとなっている。これは災害対策課において作成したものであり、完全なオリジナルではなく、国で出されているチェックポイントに、必要と思われるポイントを加えたものになっている。独自の基準ではないので、専門家からのチェックは受けていない。
- チェックリスト作成の趣旨としては、ガイドラインすべてを遵守しているかどうかをチェックするのは事業者にとって負担が大きく、基本的には感染防止につながるポイントを最低限のものという整理である。

3 認定数

- 最低限のものであり、対策を行ってもらうことが目的であるため、全店に行ってもらう予定である。なお、今後、対象の市はさらに広がる予定である。
- 事業者に取り組んでもらうというよりも、全店の調査を行うものであるため、インセンティブというものはなく、事業者に自由にPRしてもらうというのとどまる。

4 運用

- コロナ感染者が出た場合の効力停止や取消等は検討中である。

5 実効性担保

- その後の調査等については未定である。

(参考 URL)

業種別ガイドライン等に基づく感染対策の徹底について（依頼）

https://web.pref.hyogo.lg.jp/governor/documents/g_kaiken20210409_07_1.pdf