

「Go To商店街」事業について

2020年9月

経済産業省 中小企業庁

経営支援部商業課

1. 事業概要

- 本事業は、3密対策等の感染拡大防止対策を徹底しながら、商店街がイベント等を実施することにより、周辺地域で暮らす消費者や生産者等が「地元」や「商店街」の良さを再認識するきっかけとなる取組を支援するもの。

対象事業者

商店街等（中小小売業・サービス業のグループ等）
※商店街、飲食店街、温泉組合 等

事業内容

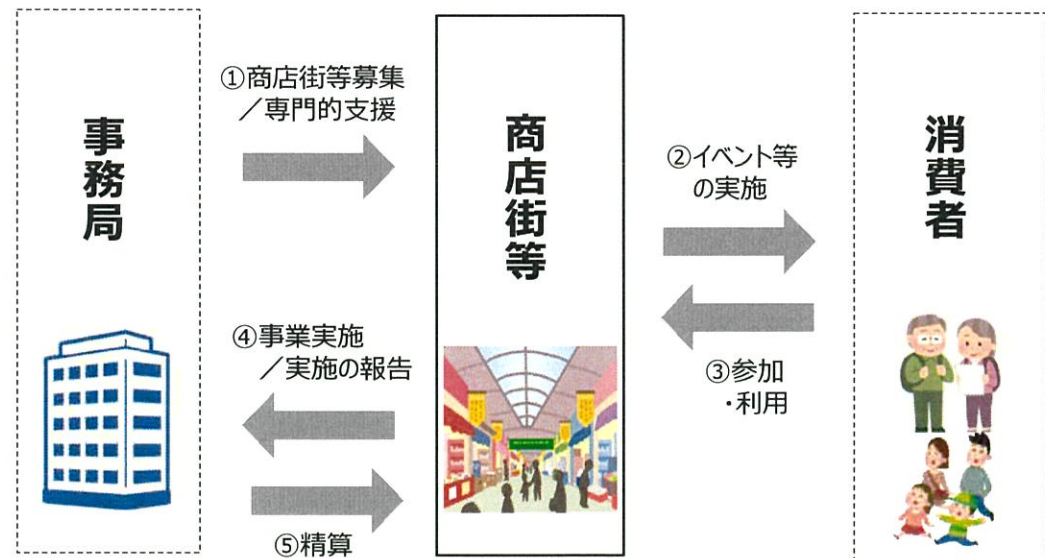
- ・ 消費者や生産者が、地元や商店街の良さを再認識するきっかけとなるような商店街イベント等の実施（オンラインを活用したイベント実施も含む）
- ・ 地域の良さを再発見を促すような、新たな商材の開発やプロモーションの製作

上限額

1商店街等あたり300万円

※連携による事業実施の場合、最大500万円上乗せ

事業スキーム



2. 具体的な事業イメージ

各地域の事情に合わせて、商店街等がイベント等の取組を実施。

地域の消費者・生産者等のニーズを熟知する取組

(例)

- 販促やイベント認知を兼ねたオンライン・アンケート実施
- 地域の生産者や消費者に呼びかけてのフリーマーケット実施
- 消費者・生産者等の生声を反映したタウン誌の発行



地元や商店街の良さを再認識してもらう取組

(例)

- 地域住民や生産者等のふれあいの場を創出するための集客イベント実施
- デジタル技術を活用したオンライン予約の導入や、共同デリバリーサービスの実施等の新たな協業モデルの実証
- オンラインイベントやメディアを通じた地域の魅力発信（例えば、地域で頑張るエッセンシャル・ワーカーのことを知ってもらうイベント、子供達やアーティストの発表の場を用意するイベント、商店街内の個性的な店主を紹介するサイトの作成など。）

成果を次につなげる取組

(例)

- ホームページやタウン誌を活用した取組成果の公表
- アンケートを活用したニーズの継続的な掘り起こし
- 成功した実証的取組やメディア活動の継続化



商店街HP

<Go To商店街における感染症対策>

- オンラインの活用や、来訪場所・時間帯の分散誘導等による接触機会の縮小



オンラインの活用

- 消毒液の設置、マスク着用の周知等の開催条件に則った感染症対策の徹底
- オンライン予約制や、住居エリア別販促品配布等を通じた、参加者把握の実施

- 商店街内部の企画会議等での、オンライン会議の積極活用



オンライン会議の実施

3. 「Go To商店街」事業におけるコロナ対策①

感染症対策として、以下の対応を行いながら事業を進めることとしたい。

1. 開催条件

- イベントを実施する商店街等に対して、以下の項目を義務付け
 - ・ **基本的対処方針（新型コロナウイルス感染症対策本部決定）等の遵守**
 - ・ 商店街ガイドライン・業種別ガイドライン等を踏まえた**感染防止対策の徹底**
 - ・ 参加者への**チラシやポスター掲示等を通じた感染防止対策の周知徹底**

【商店街ガイドライン（商店街における感染症防止対策に向けた基本的な方針）（抜粋）】

特定都道府県以外の都道府県を所在とする商店街におけるイベントの実施については、各都道府県知事のイベント開催制限の方針に反しない形であれば、「新しい生活様式」の実践や、適切な感染防止対策を講じること等の条件を満たすことにより可能である。ただし、当面の間、全国的又は広域的な人の移動が見込まれるものや参加者の把握が困難なものについては、中止を含めて慎重に検討すること。また、規模要件（人数上限）に関しては、各都道府県知事のイベント開催制限の方針に準じること。

～イベント実施時の感染防止対策（抜粋）～

消毒液の設置／受付等の電子化／ソーシャルディスタンス／集客の分散化／参加者への感染防止対策の呼びかけ／適正なスタッフ管理

2. 感染症対策の実施方法

① 契約時

商店街等が、上記「1. 開催条件」を遵守する旨の**宣誓書を提出することが契約条件**

→ 宣誓書に従わなかった場合、**契約違反**となる仕組みを構築

② イベント開催時

・ 感染症対策として遵守すべき事項をまとめた「**Go To商店街事業 実施マニュアル（仮称）（※）**」を事務局が作成し、**参加商店街等に周知**

※感染症の専門医指導のもと、基本的対処方針や商店街ガイドライン等を商店主にも理解しやすい形に編集して参加商店街等へ提供

※参加者に対して接触確認アプリ（COCOA）に加え各地域及び施設運営者による通知サービス等のダウンロードを促進、イベント実施時マスク着用率100%とすべく、商店街等がマスク未着用者に対してマスクの配布を実施する等、より具体的な事項を記載

・ 上記に加え、**事務局**が、商店街等に対して**感染防止対策に関するランダムチェックを実施**

※商店街等が、

- ・ 来街客に対して、イベントの宣伝チラシ等を活用してマスク着用の依頼などを行っているかどうか、
- ・ イベントスタッフに対して、手指消毒の徹底や、発熱等の症状がある場合に自宅待機すること等のルールを周知徹底しているかどうか、
- ・ 手指消毒剤を設置し、会場の清掃、消毒、換気を徹底的に実施しているかどうか、
等をチェック。

→ 宣誓書の内容に従っていない事実が判明した場合、**契約破棄**とし、イベントは中止

③ イベント開催後

感染防止対策に関する**実施内容報告の徹底**

3. 「Go To商店街」事業におけるコロナ対策②

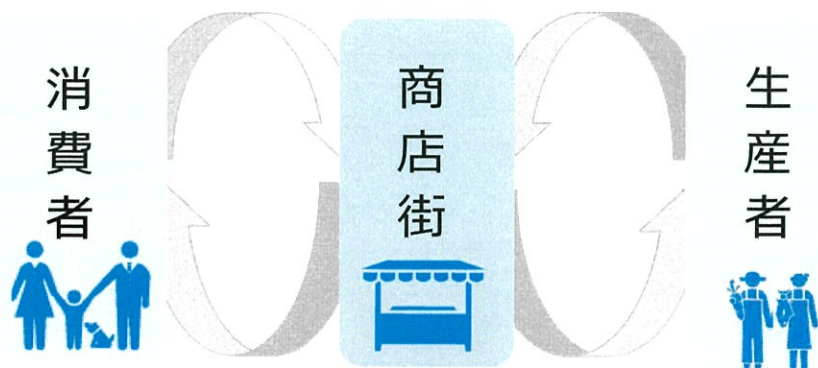
- 本事業の実施に先立ち、感染状況とその評価について、各都道府県に対して確認を行い、問題がないとの確証が得られることが不可欠。
- それを前提に、10月中旬以降から、商店街等の募集開始を目指すこととしたい。
- 業界団体に確認したところ、商店街におけるイベント実施によるクラスター発生の事例はこれまでにない。事業実施期間中も、ガイドラインに従い、必要な感染症対策は徹底遵守。
- なお、いったん開始が決定された事業であっても、感染状況を踏まえ、都道府県から商店街等におけるイベント開催の自粛要請が発出された場合、自粛要請期間内に開催予定の商店街等におけるイベントについては、中止を含め、適切な対応を求めることとしたい。

(参考)「Go To商店街」による支援の考え方

以下のような、地域の絆とそのための商店街の役割を意識して、事業を設計。

1. 本来の狙い

各地域で、消費者や生産者との接点を持つ商店街が、率先して「地元」の良さの発信や、地域社会の価値を見直すきっかけとなる取組を行い、地域に活気を取り戻していくことを通じて、商店街の活性化につなげたい。



- 【活動原則】
- ① 暮らしの安全・安心に積極的に貢献
 - ② 地域住民が真に求める商品・サービスの提供
 - ③ 地域コミュニティ・人と人とのつながりの構築

2. コロナ渦を意識した取組のポイント

- 常連化・・・感染対策に強い、安心して暮らせる街を目指し、**顧客の常連化を通じ、消費者との強い絆を回復**
- 平準化・・・消費者ニーズを汲み取りつつ、曜日差・季節差など**需要を平準化することで、供給側の負担を軽減**
- 短縮化・・・全国的な市場を介せず、**商店街が、消費者と生産者とを直接つなぐ場・機会を増やすハブに**

3. 「Go To商店街」事業の設計 (事業の進め方)

- **消費者と生産者の双方のニーズや課題を知る**
→ 取材、アンケート調査等
- **消費者と生産者をつなぐ機会を企画 (感染対策前提)**
→ イベント開催、景品等
- **実施成果をレビューし、成果を次につなげる**
→ レポート作成・公表