

IV 社会経済活動との両立 （ウィズコロナ）

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

1 「感染防止対策取組書」の運用

1 取組の概要

緊急事態宣言の解除に伴い、経済活動の再開と感染防止対策の普及の両立を図るため、事業者に対して業種別ガイドラインに沿った感染防止対策の実践を促すとともに、県民に安心して店舗や施設を利用してもらえるよう、取組内容を「見える化」することを目的に、「感染防止対策取組書」の登録を開始した。

運用開始直後から、全庁体制で関連団体や店舗・施設を訪問し、登録を呼び掛けたほか、県内全域に周知チラシの配架やポスターの掲示を依頼するなど、様々な広報手段を用いて普及啓発に取り組んだ結果、延べ15万件超の事業者等が登録した。

取組書の登録は、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い終了した。

2 経過	
R2. 4. 7	神奈川県に緊急事態宣言発令
R2. 5. 25	本県の緊急事態宣言解除
R2. 5. 26	「感染防止対策取組書」の登録開始
R5. 5. 7	新型コロナウイルス感染症の5類移行 「感染防止対策取組書」の登録終了 以後、事業者が必要に応じて活用可能な取組書の様式を提供

3 取組詳細

(1) 感染防止対策取組書の概要

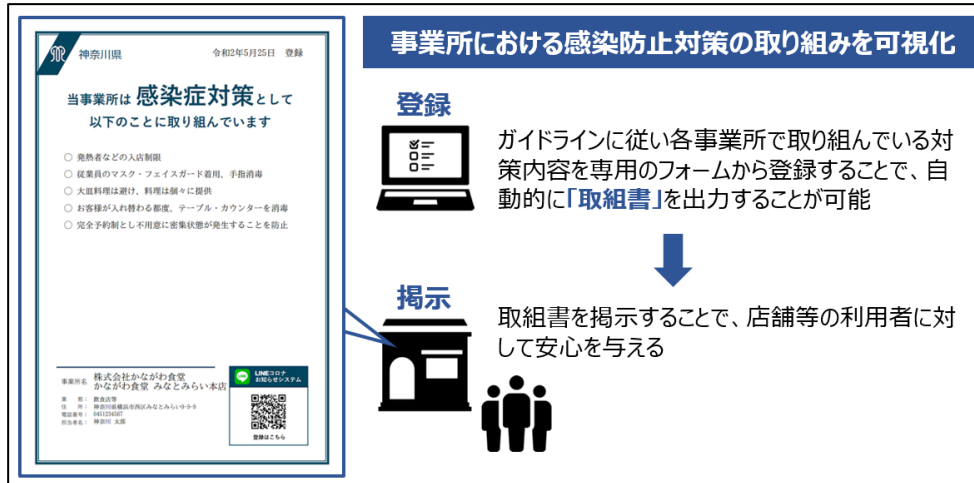
ア 導入の経緯

令和2年5月25日、本県に発令されていた緊急事態宣言が解除されるに当たり、都道府県は、感染防止策が徹底されれば一定の安全性が確保できると考えられる業種については、業種別ガイドラインの実践を徹底するよう強く促す一方で、当該ガイドラインの実践を前提に、施設の使用制限等の協力要請を緩和することとされた。

また、県民アンケート調査により、回答者の70%以上が感染防止対策の充実や、見える化を求めていることが明らかになった。

これらを踏まえ、店舗等が取り組んでいる感染防止対策を統一フォーマットで一覧化して表示し、感染防止対策に取り組む事業者の姿を「見える化」する「感染防止対策取組書」の登録を開始した。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）



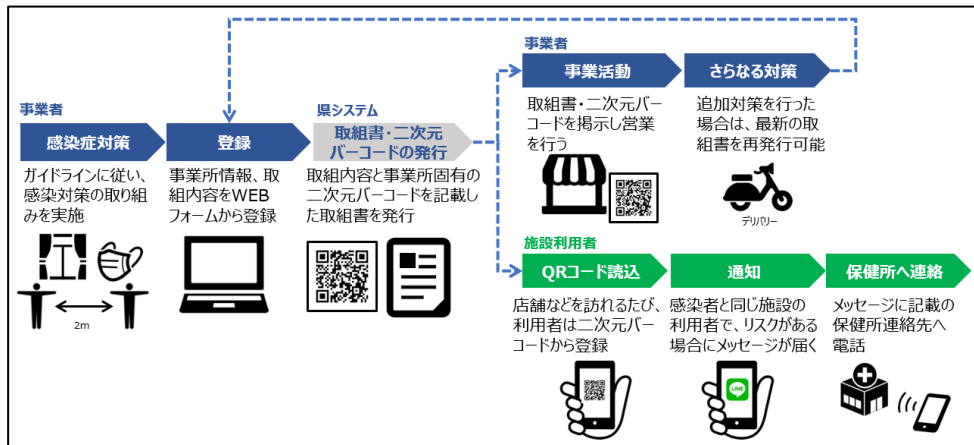
イ 発行手順

業種別ガイドラインに従い感染防止対策に取り組む事業者が、県ホームページの登録フォームから、店舗名等の事業者情報や取組内容等を登録することにより、取組内容と事業者固有の二次元バーコードが記載された取組書が発行される（二次元バーコードは、当該店舗等で陽性患者が発生した際、保健所の判断で同時時間帯に同じ場所にいた方に通知を送ることができる「LINE コロナお知らせシステム」と連動）。

事業者は、取組書及び二次元バーコードを店舗入口等の利用者から見えやすい場所に掲示し、営業を行う。

追加で感染防止対策を行う場合等は、登録フォーム上で修正し、再発行することが可能。

なお、インターネットの利用が困難な事業者に対応するため、電話による登録代行も実施した。



ウ 取組項目

事業者が登録する取組項目は、業種別ガイドラインに準拠した 36 種の業種等に係るチェックリストを県で作成し、その中から選択できるようにした。

エ 運用期間

令和2年5月26日から令和5年5月7日まで

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

オ 登録件数

令和2年度末時点	110,237件
令和3年度末時点	147,943件
令和4年度末時点	157,501件
令和5年5月7日時点	157,611件

※ 重複を含む


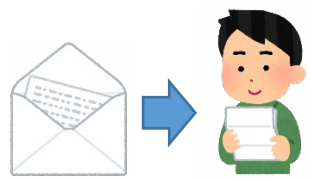
(2) 取組書の普及啓発

飲食店等の事業者及び利用者の双方に対して、取組書及び感染防止対策の実践を普及啓発するために広報を行った。

ア 事業者向け

速やかな周知のため、取組書の運用開始直後から、全庁体制で県内事業者に登録を呼び掛けたほか、特定業種にターゲットを絞った普及啓発を実施した。

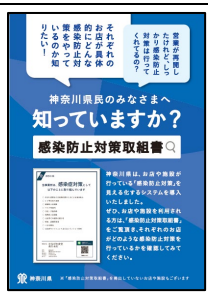
〈一例〉

事業者向けチラシの配布（令和2年6月～）	
	<p>事業者に対し、速やかな登録及び感染防止対策の実践を促すため、事業者向けのチラシを作成し、全庁の協力を得て、約2,000箇所の関係団体・企業及び約19,000店の個別店舗に訪問配布（ローラー作戦）を行った。</p>
事業者へのダイレクトメール送付（令和2年7月、11月）	
	<p>感染リスクが高いとされてきた飲食店約25,000店及び登録数が伸び悩んでいた製造業・小売業約9,700箇所に対し、ダイレクトメールの送付により登録を呼び掛けた。</p>


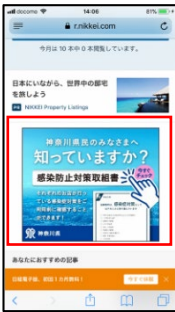
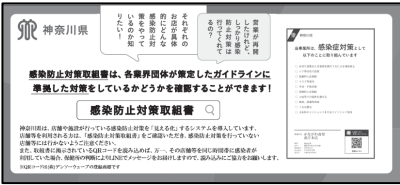
イ 県民向け

県内各所にポスターを掲出したほか、世代によって日常的に情報収集に用いる媒体が異なることに着目し、多様な広報手段を活用した重層的な広報を展開した。

〈一例〉

県民向けポスター（令和2年6月～）	
	<p>県民向けの啓発ポスター「神奈川県民のみなさまへ 知っていますか？感染防止対策取組書」を作成し、個別店舗や県内鉄道駅等、67,000箇所以上に掲示した。</p>

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

<p>【若年層向け】YouTubeでの動画配信（令和2年8月～）</p> 	<p>若年層に取組書及び感染防止対策を啓発するため、若者に人気のYouTuberを起用し、横浜中華街の飲食店で感染防止対策を行いながら食事する動画を作成し、配信した。 （8月26日の配信開始以降、約2か月で100万回再生を突破）</p>
<p>【ワーキング世代向け】日経電子版での広告掲載（令和2年7月）</p> 	<p>日経電子版に広告を記載した。 （7月1日から10日の間で70万ページビューを突破）</p>
<p>【シルバー世代向け】新聞広告（令和2年7月～8月）</p> 	<p>読売新聞、朝日新聞、毎日新聞の朝刊地域面に広告を掲載したほか、読売新聞に折り込まれるシルバー世代向けのフリーペーパーに広告記事を掲載した。 （約85万部）</p>

(3) 登録事業者へのフォロー

ア 県ホームページでの登録事業者の公表（一部業種）

登録事業者のうち、「飲食店等」、「ホテル・旅館等」、「理美容店」及び「小規模小売店舗等」の4業種の事業者について、オープンデータに同意した場合は、事業者情報と感染防止対策の取組内容を県ホームページで公表し、検索できるようにした。

イ プッシュメールの配信

登録事業者に対してプッシュメールを配信し、効果的な感染防止対策を呼び掛けたほか、アクリル板等の感染防止対策に資する物品の貸与など、県の支援施策に関する情報提供を行った。

（参考）LINE公式アカウント「神奈川県新型コロナ事業者サポート」による情報提供

飲食店等の事業者に対し、感染防止対策に係る情報提供や、疑問への回答を行うために、令和2年10月8日にLINE公式アカウント「神奈川県新型コロナ事業者サポート」を開設。

感染防止対策に係る動画や、感染防止対策に係るよくある質問及び回答の配信のほか、協力金等の県の支援施策について情報提供を行った。

※ 当アカウントは令和4年度末で運用を終了

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

(4) 5類移行に伴う取組書の登録・管理の終了

新型コロナウイルス感染症が、令和5年5月8日をもって5類に移行することに伴い、感染対策は事業者の判断に委ねられることとなり、県による登録事業者の管理は、感染防止対策に自主的に取り組む段階においては必ずしも馴染まないことから、終了することとした。

ただし、5類移行後、ただちに新型コロナウイルス感染症への対策が不要となるわけではないこと、また、引き続き感染防止対策の取組内容を施設利用者等にアピールしたい事業者がいることも想定し、5類移行後も当面の間、取組書の様式を一部変更した上で、県ホームページで提供することとした。

4 課題と対応

(1) 店舗・施設の理解

取組書は本県独自の取組であったことから、他都道府県にも店舗が所在する事業者からは、本県内の店舗のみ異なる対応をすることは難しいという意見が寄せられた。

また、取組開始直後は、取組書の掲示による感染防止対策を敬遠する層の客離れを恐れ、取組書の登録・掲示を躊躇する店舗や施設が見受けられたが、粘り強い普及啓発により、登録店舗の増加につながった。

(2) 重複登録・登録情報の更新漏れ

取組書は事業者が何度も登録することが可能な仕組みであったことから、同一事業者による重複登録が散見された。

また、登録情報に変更があった場合は、事業者が自ら修正する必要があるが、修正が適切に行われず、情報伝達が難しいケースがあったため、県ホームページやLINE公式アカウント「神奈川県新型コロナウイルス事業者サポート」等の複数の媒体で情報発信することにより、事業者に確実に情報が届くよう配慮した。

(3) 取組書の掲載箇所

取組書は、店舗や施設が行う感染防止対策の「見える化」と、それにより県民が安全・安心に店舗や施設を利用できることを目的としていたことから、利用客から見えやすい場所に掲示することを呼び掛けてきた。

しかし、取組開始から時間が経過するにつれ、取組書をはがす、見えにくい場所に掲示するなど、「見える化」の観点からは不十分なケースが確認されたことから、プッシュメール等で適切な掲示を呼び掛けるなど、アフターフォローを行った。

5 将来に向けた教訓

○ 感染防止対策に対する意識向上

事業者の自主性に任せた取組であったため、取組内容に強制力はないものの、日常的に積極的な感染防止対策に取り組むという、事業者の意識向上につながった。

また、県が提供した統一フォーマットを使用しているということが、県民に安心感を与えるとともに、安全・安心な店舗・施設の利用に寄与したものと考えられる。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

○ インセンティブ施策との連動

取組書の登録事業所数は、延べ15万件超となったが、特に飲食店については、取組書の登録が、営業時間の延長や協力金等の支給のインセンティブ施策の要件となったことで、登録の増につながった側面がある。感染防止対策の普及に当たっては、インセンティブ施策との組み合わせについても検討する必要がある。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

2 「マスク飲食実施店認証制度」の創設

1 取組の概要

令和3年4月21日、感染拡大防止と社会経済活動の両立を図るため、感染防止対策に積極的に取り組む飲食店等を県が認証する「マスク飲食実施店認証制度」を創設し、同年4月30日からは、国が導入を求めた第三者認証制度として運用することとなった。

制度開始当初より、飲食店等及び県民の双方に対して、マスク飲食をはじめとする感染防止対策の普及啓発を行ったこと、また、令和3年7月以降、認証店に対し、営業時間や酒類提供の制限を緩和したことなどから、飲食店等から多数の申請があり、県内の飲食店約40,000店の9割近くとなる約35,400店を認証した。

令和5年5月8日、新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い、当認証制度の運用は終了した。

2 経過	
R3. 3. 18	国の基本的対処方針の改定 「飲食店への見回り調査と認証制度の普及」が盛り込まれる
R3. 3. 29	国通知「飲食店における感染防止対策の徹底について」発出 見回り体制の構築と認証制度に係る取組の強化が求められる
R3. 4. 21	第31回新型コロナウイルス感染症神奈川県対策本部会議開催 「マスク飲食実施店認証制度」の創設、制度開始
R3. 4. 30	国事務連絡「飲食店における感染防止対策を徹底するための第三者認証制度の導入について」発出 「マスク飲食実施店認証制度」を第三者認証制度として運用することを決定
R3. 5. 13	委託事業者による現地確認開始
R3. 5. 26	「県民モニター」募集開始
R3. 6 下旬	くらし安全防災局見回り結果との連携開始
R3. 7. 22	神奈川県版緊急事態宣言発令
R3. 7. 30	緊急事態宣言発令
R3. 10. 1	緊急事態宣言解除、リバウンド防止期間 申請急増に伴い、委託事業者の訪問体制を強化するとともに、全庁から応援職員を動員して現地確認を実施
R3. 10 下旬	「県民モニター」の見送りを決定

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

R4. 2. 21	再委託先の訪問員による虚偽報告が判明
R5. 2. 10	国通知「マスクの着用の考え方見直し等について」発出 令和3年3月13日以降、マスクの着用は個人の判断に委ねることを基本とする方針が示される
R5. 3. 13	認証制度名称を「飲食店等感染防止対策実施店認証制度」に変更 認証条件から「マスク飲食の実践」の項目を削除
R5. 3. 31	令和4年度委託終了 以降、制度終了まで県直営で制度運用
R5. 5. 7	新型コロナウイルス感染症の5類移行に伴い制度終了

3 取組詳細

(1) 認証制度の概要

ア 制度導入の経緯

本県では、令和2年度から、感染の急所とされた飲食の場面での感染防止対策を強化するため、飲食の場面であっても、実際に飲食をする時以外はマスクを着用する「マスク飲食」を推奨してきた。

令和3年3月18日、国の基本的対処方針が改定され、飲食店への見回り調査と認証制度の普及が盛り込まれた。これに基づき、同年3月29日付けで、国から見回り体制の構築と認証制度に係る取組の強化を求める通知が発出された。

これを踏まえ、県では、感染拡大防止と社会経済活動の両立を図るため、同年4月21日、これまで取り組んできた感染防止対策取組書を発展させ、県内の飲食店等のうち、感染防止対策に積極的に取り組む店舗を認証する「マスク飲食実施店認証制度」を創設した。

同年4月23日、国の基本的対処方針が改定され、都道府県に対し、「飲食店の見回りを進めるとともに、第三者認証制度へのインセンティブ措置の付与により、同制度の確実な運用を図ること」が要請された。本県の「マスク飲食実施店認証制度」は、国が導入を求める第三者認証制度に相当するものであることから、4月30日以降、本県における第三者認証制度として運用することとした。

イ 認証手順

(7) 新規認証

認証条件とした感染防止対策を実施する飲食店等からの申請に基づき、委託事業者が現地訪問により実施内容を確認し、その確認結果を県が審査した上で、「マスク飲食実施店」として認証した。

(1) 認証店への再訪問

制度の実効性を担保するため、認証後に改めて店舗訪問（原則として1年

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

1 回以上) を行い、感染防止対策の実施状況を確認した。

ウ 認証条件（認証制度開始当初）

感染防止対策 取組書	感染防止対策取組書の掲示
	取組項目の実施
基本的な感染 防止対策	手指消毒の徹底
	アクリル板 ^(※1) の設置又は座席の間隔の確保
	換気の徹底
マスク飲食の 実施 ^(※2)	マスク飲食実施店であることを対外的に発信していること
	入店時に利用者に対して、マスク飲食実施店であること及びマスク飲食の徹底について丁寧な説明を行っていること
	マスク飲食に協力しない利用者に対して入店遠慮の働きかけを行っていること
	利用者に対してマスク飲食用マスクを配布していること
	注文用タブレット、店内放送、ディスプレイ等により利用者にマスク飲食の徹底を呼びかけていること
	注文時や料理提供時に、利用者に対して再度マスク飲食の徹底について説明を行っていること
	利用者のマスク飲食実施状況を確認していること
	マスク等なしで会話をする利用者に対し、着用を呼びかけていること
	マスク着用に協力しない利用者に対して早期退店の要請を行っていること

※1 令和4年10月31日以降「パーティション等」に変更

※2 令和5年3月13日以降「マスク飲食の実施」に係る9項目を削除

エ 認証制度の実施期間

令和3年4月21日から令和5年5月7日まで

オ 対象件数及び認証件数

(ア) 対象件数

約40,000件（平成28年度経済センサス活動調査を参考とした。）

(イ) 認証件数

令和3年度末時点 34,796件

令和4年度末時点 35,419件

令和5年5月7日時点 35,423件

(ウ) 認証店への再訪問

令和3年度 約21,000件

令和4年度 34,455件

カ 認証の取消し

制度上、認証店が認証要件を満たさなくなった場合は、認証を取り消すことができることとしていたが、再訪問時に不備等が認められた場合には、その場で是正を指導し、対応を確認することとしたため、認証の取消しに至った事例はなかった。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

(2) 飲食の場面における感染防止対策の普及啓発

飲食店等の事業者及び利用者に対し、飲食店等での感染防止対策を普及啓発するため、様々な媒体を活用した広報を行った。

〈一例〉

「マスク飲食」チラシ（令和3年5月～）	
	<p>県民向けにマスク飲食を呼び掛けるため、チラシを作成し、県や市町村の関連機関等への配架を行った。</p> <p>（約5万枚作成）</p>
YouTube 感染対策動画「飲食時の飛沫に見える化」（令和3年6月～）	
	<p>「飲食の場」における感染防止対策の重要性を伝えるため、飲食時の飛沫の飛散状況や、感染防止対策による飛散防止を特殊な方法で可視化した動画を作成し、YouTubeで配信した。</p> <p>（令和3年度末までに約50万回再生）</p>
SNS キャンペーン	
	<p>X（旧ツイッター）又はインスタグラムの県公式アカウントをフォローし、マスク飲食を実践している写真や動画を投稿した県民の中から、抽選で500名に国産の不織布マスク1年分400枚をプレゼントするキャンペーンを実施した。</p> <p>※民間企業から寄付されたマスクを活用</p>

(3) 認証店のインセンティブ

ア 県ホームページでの公表（令和3年4月から制度終了まで）

県ホームページにおいて、認証店の名称、住所、連絡先を公開した。

イ 物品の提供

(ア) マスク飲食用マスクの配布（令和3年6月から令和4年3月まで）

認証制度開始後、早期に認証された飲食店等のうち希望する認証店に対し、利用者がマスク飲食を実施するためのマスクを配布した（約13万箱分）。

(イ) 各種啓発ツールの配布（令和3年5月から制度終了まで）

希望する認証店を対象に、利用者にマスク飲食を促したり、認証店であることを対外的にアピールしたりするための啓発ツールを提供した。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

〈一例〉

<p>鏡付きポップ</p> 	<p>テーブル等に設置し、利用者にマスク飲食の実践を促すもの ※当初は県費で 6,000 個作成したが、民間企業 2 社から現物で計 30 万個の寄附を受けた （配布部数：約 295,000 個）</p>
<p>ポスター（日本語版・英語版）</p> 	<p>店舗内に掲出し、利用者にマスク飲食の実践を促すもの ※外国籍県民に向けて、英語版のポスターも作成 （配布部数：約 5,800 枚）</p>
<p>ステッカーシール</p> 	<p>アクリル板や店内の壁等に貼り、利用者にマスク飲食を促すもの ※飲食店等事業者へのアンケートに基づき作成 （配布部数：約 36,000 枚）</p>
<p>のぼり旗</p> 	<p>店舗外に設置し、認証店であることを対外的にアピールするもの ※飲食店等事業者へのアンケートに基づき作成 （配布部数：約 4,500 枚）</p>

ウ 他制度によるインセンティブ

令和 3 年 7 月 12 日以降、本制度の認証を受けていることが酒類提供や営業時間の制限緩和の要件とされたり、協力金の支給条件とされたりするなど、他制度により認証店に営業上のインセンティブが与えられた。

4 課題と対応

(1) 令和 3 年度上半期

ア 「県民モニター」の募集と実施見送り（令和 3 年 5 月～10 月）

認証制度の発足当初は、県内の飲食店等のうち 200 店舗程度を認証するとともに、特に優れた取組みを行う認証店を利用者目線で評価し、表彰することで、認証店を拡大していくことを想定し、令和 3 年 5 月 26 日より、評価を行う県

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

民モニターの募集を開始した。

しかし、国が導入を求めた第三者認証制度として運用することとしたことで、当初想定していた認証店数をはるかに超える3万店以上が認証され、認証店の拡大という当初の目的を達成したことから、令和3年10月下旬、県民モニター制度の実施を見送ることとした。

イ 暮らし安全防災局との連携による訪問業務の効率化（令和3年6月）

特措法に基づく「飲食店の見回り」については、暮らし安全防災局が基本的感染防止対策の確認を行っていたが、その内容は、当認証制度の認証条件とした感染防止対策と共通していたため、同局の見回り結果を認証業務に活用することで、効率的に業務を進めた。

(2) 令和3年度下半期

ア 申請の急増への対応に伴う県職員の動員（令和3年10月）

令和3年6月25日に、認証店へのインセンティブとして時短要請の除外を検討していることを公表して以降、申請が急増した。

また、令和3年10月1日からのリバウンド防止期間において、認証店は営業時間や酒類提供時間の制限が緩和されることとなったため、10月1日に向けてさらに申請が増加し、集中的に認証を行うことが必要となった。

これを受け、委託先の体制を強化するとともに、全庁からの職員の応援により認証を進めた。

イ 委託事業者（再委託先）による虚偽の現地確認報告（令和4年2月）

再委託先が担当した訪問業務に従事していた訪問員2名が、実際には店舗訪問をしていないにもかかわらず、75件の店舗について、現地確認を行ったと虚偽の報告をしていたこと、また、同じ再委託先が、休業中のため現地確認ができなかった店舗は「未訪問」と報告すべきところ、約170件の店舗について、「訪問済」と誤って報告していたことが明らかになった。

これを受け、委託事業者が当該再委託先の担当した全ての案件を再確認するとともに、未訪問が判明した店舗については、訪問の上、感染防止対策が徹底されていることを確認した。

(3) 令和4年度上半期

ア 「確実な訪問」のための訪問業務の見直し（令和4年4月）

前年度の虚偽報告事案を踏まえ、令和4年度は、現地確認時に、「現地訪問済証」に店舗担当者のフルネームでのサイン及び店舗印の押印を求め、「現地訪問済証」の原本を店舗に手交するとともに、県側でもその写しを保管することとした。

(4) 令和4年度下半期以降

ア 「マスクの着用」の考え方の変更に伴う対応（令和5年3月）

令和5年3月13日以降、マスクの着用は個人の判断に委ねられるようになったことに伴い、第三者認証制度において必須となっている認証条件から「マスクの着用」が削除された。これを受けて、制度名称を「飲食店等感染防止対

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

策実施店認証制度」と改めるとともに、認証条件から「マスク飲食の実施」の項目を削除した。

イ 5類移行に伴う認証制度の終了（令和5年5月）

令和5年2月10日、国から新型コロナウイルス感染症が5月8日をもって5類感染症に移行すること、また、これに伴い5月7日付けで基本的対処方針が廃止となり、当該方針に位置付けられている第三者認証制度も終了することが示された。

これを踏まえ、5月7日付けで本県の認証制度についても終了することとした。また、令和5年4月及び5月の認証制度の運用は、県直営で実施することとした。

5 将来に向けた教訓

○ 認証制度の効果

本認証制度の運用により、飲食店等における感染防止対策の実践が促進され、感染対策の急所とされていた「飲食の場」における感染リスクの軽減に貢献した。

また、適切な感染防止対策を講じた店舗を県が認証し、「見える化」することにより、県民の飲食店利用に係る不安の軽減及び経済活動の再開・維持に一定の効果があったと考える。

一方、本制度の運用には、多額の委託費用^(※)を要しただけでなく、緊急での業務発生時には全庁から職員を動員するなど、相当の人的資源を投入した。

今後、類似の制度を実施する場合には、オンラインの活用によりコスト削減を図るなど、効率的な運用を検討する必要があると考える。

※ 認証制度に係る訪問等業務委託費用（決算額）

令和3年度：約4億3,300万円 令和4年度：約8,600万円

○ 認証制度や認証条件に対する批判

長期化するコロナ禍において、徐々にウィズコロナによる社会経済活動の活性化に焦点が移るにつれ、飲食店等及び利用者の双方から、「マスク飲食やアクリル板の設置といった感染防止対策は効果がない」、「感染防止対策は社会的に緩んでおり、認証制度は形骸化している」といった批判的な意見が寄せられた。

認証制度は、飲食店等に感染拡大防止に必要な一定の対策の実施を促すための制度であり、より多くの事業者の協力が求められることから、今後、類似の制度を実施する場合には、事業者が納得感を持って取り組めるよう科学的な根拠等を示しつつ、制度の必要性を周知する必要がある。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

3 技術実証

(1) 横浜スタジアム技術実証

1 取組の概要

令和2年5月25日（金）の緊急事態宣言解除後、イベントの開催制限が無観客開催期間を経て、順次収容率及び人数上限が緩和される中、当時、収容率50%を上限とされているイベントで、その上限を超える人数であっても、現状のガイドラインで認められているものと同じレベルの感染予防環境が実現できているかを、新技術を活用しながら検証した

2 経過

R2. 5. 25	緊急事態宣言解除
R2. 6. 19	プロスポーツ等全国的移動を伴うイベントの開催制限【無観客試合】
R2. 7. 10	プロスポーツ等全国的移動を伴うイベントの開催制限 【人数上限5,000人、収容率50%】
R2. 9. 18	大規模イベント開催要件緩和検討
R2. 9. 19	プロスポーツ等全国的移動を伴うイベントの開催制限 *大声での歓声・声援等が想定されるもの 【人数上限5,000人、収容率50%】
R2. 10. 5	大規模イベント開催要件緩和検討
R2. 10. 6	大規模イベント開催要件緩和検討
R2. 10. 14	大規模イベント開催要件緩和検討
R2. 10. 15	ディー・エヌ・エー南場代表取締役会長、横浜スタジアム藤井社長、横浜 DeNA ベイスターズ木村取締役副社長が来庁、黒岩知事と会談
R2. 10. 15	新型コロナウイルス感染症対策分科会了承 内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室承認
R2. 10. 22	横浜スタジアム技術実証記者対応等の打合せ
R2. 10. 30	横浜スタジアム技術実証（1日目） 西村経済産業大臣、黒岩神奈川県知事、林市長 視察
R2. 10. 31	横浜スタジアム技術実証（2日目）
R2. 11. 1	横浜スタジアム技術実証（3日目）

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

R2. 11. 12	第15回新型コロナウイルス感染症対策分科会 横浜スタジアム技術実証（10/30～11/1）報告
------------	--

3 取組詳細

（1）横浜スタジアム技術実証

ア 目的

収容率50%上限のイベントで、上限を超える人数であっても、現状のガイドラインで想定されているものと同レベルの感染予防環境が実現できているかを検証するため、マスク着用率や人の行動等の各種データを取得、また、イベント時及びイベント前後の人の動きを調査し、感染予防対策におけるいわゆる「急所」の洗い出しや対応の示唆出しを行った。

イ 実施日

令和2年10月30日（金）～11月1日（日）

ウ 提案（8者による共同提案）

神奈川県、横浜市（協力自治体）、日本電気（株）、LINE（株）、KDDI（株）、（株）ディー・エヌ・エー、（株）横浜 DeNA ベイスターズ、（株）横浜スタジアム

<提案先> 経済産業省

令和2年10月15日 新型コロナウイルス感染症対策分科会了承

令和2年10月15日 内閣官房新型コロナウイルス感染症対策推進室承認

エ 対象イベント

プロ野球 横浜 DeNA ベイスターズ対阪神タイガース3連戦

<収容率50%上限を緩和し実施>

10月30日（金）18:00～21:42 計画 80% 実績 16,594人（51.21%）

10月31日（土）14:00～17:58 計画 90% 実績 24,537人（75.72%）

11月1日（日）14:00～17:19 計画 100% 実績 27,850人（85.95%）

* 収容人数：立見席込 34,046人、立見席・機器設置スペース除 32,402人

オ 感染防止対策

横浜スタジアムのプロ野球公式戦で、収容率50%以下で従来から実施していた感染防止対策に、今回の技術実証で取組を追加措置

(ア) マスク着用、(イ) 大声抑制、(ウ) 密集回避、(エ) 参加者把握、

(オ) 試合前後の行動管理、(カ) 入退場・エリア内の行動管理

(キ) 警備員・係員 420人～439人（収容率50%（16,000人）時：355人配置）

(ク) 規制退場、(ケ) 選手の感染対策

カ 先進技術

(ア) スーパーコンピュータ 飛沫影響（飲食・マスク着用声援）

(イ) LINE（二次元コード） 位置情報、混雑状況、追跡、アンケート

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

(ウ)携帯電波（KDDI）	人流状況
(エ)Beacon	混雑状況
(オ)高精細カメラ（NEC）	マスク着用、人流状況
(カ)COCOA	混雑状況、追跡
(キ)バックスクリーンビジョン、リボンビジョン	登録、注意喚起、人流調整
(ク)CO2 測定器	混雑状況
(ケ)風速計（毎分計測）	気流の状況（スタンド内）

キ 結果

(ア)分析結果

- a 来場者の居住エリアは、神奈川県を中心に1都3県で約95%程度であり、電車と一般道を利用する自動車、徒歩で来場している割合が95%超で、人数上限50%制限時と同傾向であることが分かった
- b 試合開始前の関内駅の混雑は、特に問題のあるものではなく、球団周辺の飲食店への立ち寄り、ナイターで15%、デーゲームで20%強だったことが分かった
なお、駅等の混雑対策には、警察や公共交通機関との事前の情報共有や連携が重要なことが示唆された
- c 試合開始前後に、入場ゲートにおける人の流れの速度が遅くなるが、滞留（数分に亘り立ち止まるような状況）は発生しないことが分かった
- d CO2濃度計測の分析により、コンコース・トイレで、時間が限定的な高濃度状態（1,000ppm以上）が見られたが、高濃度状態の継続は見られず、換気状況が良好であることが分かった
- e マスク着用率は、マスク着用率は概して高く（入場ゲート：計測上95～98%）、観客の増加に応じて上昇する傾向にあり、試合展開による影響は軽微であることが分かった
このことから、来場者が観戦ルールや技術実証の位置付けを理解し、自主的に感染予防対策をしながら参加した傾向があり、感染ルールの周知が有効である可能性が示唆された
- f 退場時における混雑は、規制退場や退場路の誘導により、退場時の混雑が平準化され、速度低下はあるが、滞留の発生は見られないことが分かった。
このことから、退場時間帯のイベントの拡充や規制退場による分散が可能であることが示唆された
- g 試合後の球場周辺の飲食店への立ち寄り、ナイターで15%程度、デーゲームで20%強であり、感染防止対策を実施している飲食店の利用を推奨する情報発信の重要性が示唆された
- h 試合後の駅構内の混雑は、規制退場や誘導の運用によって、混雑のピークが平準化（長時間化）し、前年のような混雑に至らなかったことが分かった
なお、駅等の混雑対策には、警察や公共交通機関との情報共有や連携が重要なことが示唆された
- i COCOA導入率は44%程度で全国平均の約16%を上回り、COCOAのアクティブユーザーは33%で、収容率50%の制限時の21%から向上していることが分かった
また、LINEのアカウントの導入率は13～17%、事後の体調報告率は70%程

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

度で、十分な周知により、来場者の自主的な協力が可能であることや Bluetooth を On にしてもらった啓蒙の必要性について示唆された

- j トイレ・物販拠点・退場時場面では、混雑度計測に基づく係員の誘導と待機列の整理が効果的であり、スタジアム内の換気状況は問題なし

なお、LINE Beacon の混雑状況検知は実態と乖離した可能性あり

- k スタンド内のマスク着用率は、概して高く（入場ゲート：計測上 95～ 98%）、観客の増加に応じて上昇傾向があり、試合展開による影響は軽微

15 分以上の非着用率は、2～3%で、動員数の増加に応じて減少傾向にあった

飲食時にマスクを外すことから、繰り返しの案内が有効かつ重要

- l 声援は、応援団に協力依頼し、日に日に浸透。係員による 1 回目注意・2 回目警告・3 回目退場の運用で効果を確認しており、継続実施が必要

- m 試合終了後は、横浜公園から外に出る交差点での信号待ちの集団が 1 分強～3 分強形成されるため、規制退場や警備員による適切な誘導が必須

- n 規制退場は機能しており、前年のように一挙に押し寄せることなく、駅の階段やエスカレータの規制なしで、関内駅の北口改札への分散誘導の効果もあった

- o 試合前後の周辺店舗への立ち寄り、ナイターで 15%程度、デーゲームで 20%強であり、感染防止対策をしている店舗利用の推奨が求められる

- p 来場者の居住エリアは、1 都 3 県で 95%程度、交通手段は公共交通機関と自家用車・徒歩で 95%超を占めていた

(イ) 観客の行動

- q 来場者が観戦ルールを理解したうえで、自主的に感染予防対策を実施しながら参加する傾向が見られた

- r 健康アンケートには、来場者の 13%が回答し、来場時点での体調不良者が約 4%存在（入場辞退者は 1 名）することが分かった

今後の事前の来場者スクリーニング手法の改善の必要性が見られた

- s LINE Beacon の混雑度計測・情報提供は、実態との乖離の可能性があり、効果は未検証

- t COCOAインストール率は、インセンティブ効果が一定程度存在し、かつ積みあがる傾向があった

(ロ) 技術面の課題

- u マスク着用率は、照度やカメラのスペックによる判定精度の低下を確認。タオルや帽子を被ることなどによっても判定精度の低下あり

- v COCOAの検知は、電波による検知とインセンティブ配布による件数に差分が見られ、Bluetooth を OFF にして、アクティブになっていないスマートフォンが存在している可能性が示唆された

- w LINE Beacon の実装に向けては、改善が必要

(エ) まとめ

- x 収容率 50%制限の時と同等の感染予防環境の実現に向けて、様々な工夫が実施可能であり、収容率 50%以内の制限時と同等の感染予防環境の実現は可能ではないかとの感触を得た

- y 改善可能な点・技術的課題は引き続き専門家の意見を踏まえ、継続検討する必要あり

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

4 課題と対応

(1) 意見

横浜スタジアムにおける「新型コロナウイルス感染症対策に係る大規模イベントの人数制限緩和の技術実証」の実施に係るマスコミの報道後、県に対する複数の苦情が寄せられた。（コールセンター問合せ件数 24 件）

イ 主な意見内容

- ・観客の制限を緩和してクラスターが起きたらどうするのか
- ・観客が陽性になったら、誰が責任をとるのか
- ・感染者が増えれば、疲弊している医療機関に余計な負荷がかかる
- ・「実験」とは人体実験を想像させ、賛成しかねる。中止すべき
- ・県民としては、このような実証実験は大変迷惑な話である
- ・なぜ横浜スタジアムで技術実証するのか
- ・県民として、この技術実証には否定的である
- ・オリンピックや野球などのイベントより先に、県民の健康と安全を考えるべきで、県の優先順位のつけ方を腹立たしく思っており、県民のために間違っている

これらの意見に対しては、技術実証の目的を丁寧に説明し、理解を求めた。

(2) 公表時期

新型コロナウイルス感染症対策に係る大規模イベントの人数制限緩和の技術実証については、国から、正式に決定されるまでの間、県から外部に情報を出さないよう、強く求められた。

横浜スタジアム技術実証については、共同提案者と連携して経済産業省に提案し、令和2年10月15日開催の政府の新型コロナウイルス感染症対策分科会で議論される予定だったが、これに先んじて、西村経済産業大臣（新型コロナ対策担当大臣）からコメントがあり、10月15日の朝刊等で報道された。

横浜スタジアム技術実証後の報告については、国に対して、逐次公表時期の確認を行って対応した。

(3) 体制

ア 本部体制

横浜スタジアム技術実証は、先進技術を活用した社会経済活動との両立・ウィズコロナの観点からの取組として、マスコミ対応も含め、政策局、総務局、くらし安全防災局で連携して取り組んだが、くらし安全防災局は、自然災害との複合災害が発生した際には、災害対策本部の統制部業務を優先して従事する必要があるため、より多くの実務を各部署に割り振って対応する必要があった。

そこで、令和3年度に国主導で実施されたワクチン・検査パッケージの技術実証では、国の窓口が内閣官房であったことから、くらし安全防災局で総括しつつも、スポーツイベント、遊園地、宿泊施設、飲食店と多岐にわたる個別案件について、政策局、総務局、くらし安全防災局、国際文化観光局、スポーツ局、健康医療局、産業労働局で連携して対応した。

なお、今回、行動制限措置を担った統制部で、制限緩和に向けた技術実証にも

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

対応するのは、相反する対応を同時に行わなければならない点で、遂行しにくい面もあった。

5 将来に向けた教訓

（1）本部体制

今回の新型コロナウイルス感染症対応では、くらし安全防災局が統制部として、コロナ本部会議の実質的な切り回しや行動制限の措置等を担ったが、自然災害との複合災害への対応には課題が残る。

次なる新たな感染症のまん延時には、本部体制下でも、くらし安全防災局と連携し、個別の危機事象に対処すべき部署が中心となって、全体を見ながらリードできる体制を構築する必要がある。

（2）技術実証の意義

横浜スタジアム技術実証で取り組んだ感染防止対策は、換気への促進効果があるCO₂測定器の普及、人流データの活用、高性能カメラによる体温測定、分散退場など、その後の各団体の業種別ガイドライン等にも盛り込まれて定着し、その成果は社会経済活動との両立・ウィズコロナ社会づくりに寄与した。

翌年開催された東京2020オリンピック・パラリンピックの有観客開催には残念ながら結び付かなかったが、官民で連携し、社会経済活動の再開に向けた出口戦略への道筋を示せることを実証した。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

3（2）ワクチン/検査パッケージ技術実証

1 取組の概要

感染防止対策と日常生活の回復の両立に向けて、将来の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等の下においても、感染リスクを低減させることにより、飲食やイベント、人の移動等における行動制限の緩和を可能とするため、ワクチン接種歴の確認又は事前検査、新技術の活用による3密回避、マスク着用、換気、大声抑制などを組み合わせた技術実証を行い、ワクチン/検査のオペレーションや各技術の実効性等を検証する。

2 経過

R3. 8. 5	内閣官房から技術実証の検討に係る連絡
R3. 8. 11	ワクチン/検査・新技術活用技術実証に係る国説明会（WEB） ・日産スタジアムイベントの説明
R3. 8. 16	内閣官房から日産スタジアムのライブに係る連絡
R3. 9. 7	飲食店技術実証打合せ（WEB） ・内閣官房及び農林水産省
R3. 9. 13	国と緊急事態宣言・まん延防止等重点措置適用都道府県の連携会議 ・技術実証に係る内閣官房説明 ・技術実証対象店舗（飲食店）の候補照会（9月17日期限）
R3. 9. 21	飲食店における技術実証候補事業者訪問
R3. 9. 30	内閣官房による技術実証記者発表 ・飲食店、ライブハウス、小劇場等、大規模イベント
R3. 10. 3	飲食店技術実証打合せ
R3. 10. 8	内閣官房からプロスポーツ技術実証に係る連絡
R3. 10. 12	プロスポーツ技術実証の追加実施決定 10月24日 サッカー明治安田生命J1リーグ（等々力競技場） 10月27日 サッカー天皇杯JFA第101回全日本サッカー選手権大会準々決勝（等々力競技場）
R3. 10. 14	よみうりランド遊園地技術実証に係る国説明会（WEB）
R3. 10. 15	観光分野（宿泊施設）でのワクチン/検査パッケージ技術実証実施

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

～10.31	
R3.10.16 ～12.25	大規模イベントでのワクチン/検査パッケージ技術実証実施 (日産スタジアム・等々力陸上競技場・横浜スタジアム・ニッパツ三ツ沢球技場・横浜国際プール)
R3.10.25/26	内閣官房技術実証進捗状況説明会（WEB） ・プロ野球、サッカー、観光、飲食店における技術実証の進捗を都道府県に説明
R3.10.30 ～11.14	よみうりランド遊園地でのワクチン/検査パッケージ技術実証実施
R3.11.8～14	横浜スカイビル飲食店でのワクチン/検査パッケージ技術実証実施

3 取組詳細

(1) 県内で実施されたワクチン・検査パッケージの技術実証及び内容

感染防止対策と日常生活の回復の両立に向けて、将来の緊急事態宣言やまん延防止等重点措置等においても、感染リスクを低減させることにより、飲食やイベント、人の移動等における行動制限の緩和を可能とするため、ワクチン接種歴の確認又は事前検査、新技術の活用による3密回避、マスク着用、換気、大声抑制などを組み合わせた技術実証を行い、ワクチン・検査のオペレーションや各技術の実効性等を検証した。

ア 大規模イベント（プロスポーツ）

(ア) 対象と期間

- ・ Jリーグ公式戦
令和3年10月16日、24日、27日、11月3日、20日、27日
- ・ プロ野球公式戦
令和3年10月26日
- ・ B1リーグ戦
令和3年12月25日

(イ) 実施内容

- a 「ワクチン・検査パッケージ」エリア（人数制限緩和エリア）の購入要件
 - ・ ワクチン2回目接種後14日が経過している方
 - ・ PCR検査陰性証明書を提示できる方
- b 確認書類
 - ・ ワクチン接種証明又は陰性証明書
 - (a) ワクチン接種済証又はワクチン記録証
 - (b) 陰性証明書（PCR検査・抗原検査・LAMP法・SMART AMP法）
* イベントにより陰性証明の検査種別は異なる

(ウ) 検証事項

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

- ・ワクチン接種済又は検査陰性の証明確認オペレーション
- ・「ワクチン・検査パッケージ」エリア受入れ対応オペレーション
- ・「ワクチン・検査パッケージ」エリア券売オペレーション・事前周知
- ・「ワクチン・検査パッケージ」エリアにおける感染防止対策の履行確認（マスク着用、換気、大声抑制）

<県の役割>

国主導の技術実証が、本県で実施されることへの同意

県は、感染防止対策及び実証内容を確認し、以下の意見を付し同意

- ① 今般、国主導で行われる技術実証は、本県宣言解除後の取組におけるイベント開催制限の上限を超えて行う試みであるため、国及び主催者の責任において、当該技術実証を実施すべきものとする
- ② 技術実証の結果及びその検証についての情報を県に提供すること
- ③ 技術実証が契機となって感染が発生した際には、所管の保健所が行う積極的疫学調査に対して協力すること

イ 遊園地

(ア) 対象と期間

- ・よみうりランド遊園地

令和3年10月30日（土）～11月14日（日）

(イ) 実施内容

(a) 園内滞在人数上限 20,000 人

ワクチン・検査パッケージ枠 2,000 人確保

(b) 事前告知

ホームページ等による技術実証の周知

WEB アンケートによる事前登録の協力依頼

(c) 入園時確認

WEB アンケート登録済画面

ワクチン接種証明書又は陰性証明書

(d) 入園者リスト作成

WEB アンケート登録情報から日毎の入園者リスト作成

（保健所等からの依頼があれば随時提供）

(e) 検証事項

- ・入園時のワクチン接種済又は検査陰性の証明確認オペレーション
- ・入園時の本人確認オペレーション
- ・ワクチン接種証明の持参意識・理解の確認

<県の役割>

国主導の技術実証が本県で実施されることへの同意

県は、感染防止対策及び実証内容を確認し、以下の意見を付し同意

- ① 今般、国主導で行われる技術実証は、本県宣言解除後の取組におけるイベント開催制限の上限を超えて行う試みであるため、国及び主催者の責任において、当該技術実証を実施すべきものとする
- ② 技術実証の結果及びその検証についての情報を県に提供すること
- ③ 技術実証が契機となって感染が発生した際には、所管の保健所が行う積極的疫学調査に対して協力すること

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

ウ 観光分野（宿泊施設）

(ア) 対象と期間

- ・ 芦ノ湖畔蛸川温泉龍宮殿
 - ・ 大磯プリンスホテル
 - ・ 鎌倉プリンスホテル
 - ・ ザ・プリンス箱根芦ノ湖
 - ・ 箱根仙石原プリンスホテル
 - ・ 箱根湯の花入温泉プリンスホテル
 - ・ R & B ホテル新横浜駅前
- 令和3年10月15日（金）～31日（日）

(イ) 実施内容

- (a) ワクチン接種履歴の確認や事前の検査オペレーションの検証
- (b) 事業者及び旅行者に対するアンケート調査

<県の役割>

観光庁主導の主にオペレーションの確認を行う技術実証であり、県で措置中の開催制限を超えるものではなく、国や事業者からの打診もなかったことから、県の役割は特段なし

エ 飲食店

(ア) 対象と期間

横浜スカイビル内11店舗
令和3年11月8日（月）～14日（日） デイナー時間（17時～23時）

(イ) 実施内容

- (a) マスク飲食実施店認証店における「ワクチン・検査パッケージ」の活用
- (b) 二次元コードを活用した来店者アンケート
- (c) 入店時確認内容
 - ・ ワクチン接種証明（2回接種後14日以上経過）
 - 又は
 - ・ PCR検査又はPCR検査の結果（72時間以内）

*10階特設ブースでPCR検査キット無料配布、無料PCR検査センター紹介
- (d) 客席
「確認席（予約客等）」と「一般席（一般客）」にゾーン等で区分し、「確認席（予約客等）」の客のみ、1組当たりの人数4人超可とした。
- (e) 各飲食店における協力
 - ・ 横浜スカイビル又は各飲食店のホームページ等での事前案内
 - ・ 入店時のワクチン接種証明又は検査結果の確認
 - ・ 二次元コードを活用した来店者アンケート
 - ・ 入店客数の報告
- (f) 希望店舗へのCO₂濃度測定器の設置（1,000ppm以上の場合、換気）
- (g) 希望店舗での気流シミュレーション・リスク評価・改善レイアウト提案
- (h) 検証事項
 - ・ 来店時のワクチン接種済又は検査陰性の証明確認オペレーション
 - ・ PCR検査キットの無料配布など事前検査のオペレーション

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

・来店者アンケートによるワクチン・検査パッケージへの意識確認
＜県の役割＞

- ・国（内閣官房）からの依頼で、感染防止対策をモデル的に取り組んでいるリスクの低い店舗（マスク飲食実施店認証店等）の情報提供
- ・対象店舗への技術実証の参加意思の確認及び国と連携した説明・調整
- ・参加店舗等との調整を経た技術実証実施計画の提案
- ・取材対応
- ・万一陽性者が発生した場合の対応に備えた保健所への事前説明をはじめ、開催市の担当部署への情報提供・調整

（2）ワクチン・検査パッケージの実証結果（内閣官房技術実証事務局）

- ・ワクチン/検査パッケージに賛同できると考える人が大半を占め、抵抗感を持つ人は少なかった
- ・入店前のワクチン/検査パッケージにより、その店で飲食等を行うことへの安心感・信頼感が増すと考える人が多かった
- ・検査結果通知の「陰性」での入店・入場者は、ワクチン接種証明利用者よりもかなり少なかった
- ・「安全安心を求めてチケットを購入した」「子ども連れで安心感もあり利用しやすい」という理由でワクチン/検査パッケージの座席を購入したという意見があった
- ・当日検査の実施は、来場へのハードルを下げ一方で、検査キット数やワクチン/検査パッケージに要するスタッフ数などの見通しが立ちにくいといったオペレーションの課題が挙げられた
- ・小規模店舗では、スペース上の制約から入口付近での対応が難しく、着席後の確認になるケースがあった
- ・ワクチン/検査パッケージの対象となる、子どもの年齢の確認方法が課題であり、検討が必要

4 課題と対応

（1）検査

新型コロナウイルス感染症対策本部の「新型コロナワクチン接種証明の利用に関する基本的考え方（令和3年9月9日）」では、「抗原定性検査の使用については、無症状者への使用が推奨されていないことや国の医療機器の承認を受けた製品を使用することについて留意が必要」とされており、入店当日の検査を行う際は、PCR検査又は抗原定量検査でのみ対応可能と判断した。

当日検査の実施に向けた調整では、共有スペースに当日検査ブースを用意できても、小規模店舗からブースの運営人員を手配することは困難であったこと、及び検査時間が1人当たり11分～20分要し、大人数の飛込客への対応が現実的ではなかった。

そこで、技術実証の事前案内で、木下グループPCRセンター（秋葉原店・渋谷店・池袋東口店・新宿店・新橋店・大宮店・武蔵小杉店・大宮店）の無料事前検査の紹介、11月5日～14日のスカイビル10階特設ブースでの無料のPCR検査キットの配付（来店3日前を目安とする事前検査）を行った。

（2）時間帯

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

ランチ時間帯は多くの飛込客が昼時に来店するため、「確認席（予約客等）」と「一般席（一般客）」に区分してしまうと、多くの店舗が、ランチ客を逃しかねないことを理由に技術実証への参加を見送る懸念が示された。

そこで、営業時間短縮要請の解除後で、店舗の参加メリットが薄いことから、ディナー（17時～23時）時間内で技術実証を実施することとした。

なお、技術実証の対象客は「確認席（予約客等）」に案内し、1組（テーブル）4人以内又は同居家族・2時間目安の協力要請の対象から外すことで、店舗の参加メリットを増やした。

（3）入店者リストの作成

小規模飲食店では、予めWEB等で入場チケット等を購入して来場する客の割合は多くなく、また予約なしの客に対して来店時に、氏名や連絡先を確認する人員を割く余裕がなかった。また、来店者の連絡先は、陽性者が発生した場合にHER-SYSの感染者情報と簡便に突合させて感染拡大の防止に寄与させることを目的に把握することされていたが、大規模イベントの事業者と比べ、来店者情報のデータを個々の店舗で保管する体制づくりにも難があった。

そこで、来店者本人の同意のもと、入店者の連絡先やアンケート登録の協力を依頼し、二次元コードで読み込めるアプリケーションを用意した。

なお、二次元コードで読み込んだデータの保管は、厚生労働省及び内閣官房が消極的であったことから、国の技術実証事業受託者である三菱総研が、システム開発事業者の（株）ディー・エヌ・エーに保管してもらう調整を行った。

5 将来に向けた教訓

（1）イベント等参加者情報の管理

デジタル技術の活用により、イベント等の参加者情報をHER-SYSの感染者情報と簡便に突合させ、陽性者が発生した際に保健所によるクラスター把握や積極的疫学調査に寄与させる取組として、ある程度機能する道筋が見えたが、平時から電子チケットによる入場券販売などを採用している大規模イベント事業者と比べ、小規模飲食店では来店客の情報把握やデータ保管のスキームに課題が残った。

（2）技術実証の意義

ワクチン/検査パッケージ制度は、技術実証後のまん延防止等重点措置における、披露宴や大規模イベントにおける人数上限の撤廃などで、「対象者全員検査制度」として実運用されたほか、旅行や温泉施設におけるツアー参加者等の安全安心に貢献した。

また、ワクチン/検査パッケージの技術実証は、スポーツイベント、遊園地、宿泊施設、飲食店と多岐にわたって全国各地で行われ、内閣官房をはじめ多様な関係機関との調整が必要であったことから、庁内では、政策局、総務局、くらし安全防災局、国際文化観光局、スポーツ局、健康医療局、産業労働局で連携して対応した。

大規模な災害や危機事象に対応する本部体制は、有事体制であり、平時の役割を超えて、県の組織を挙げて対応することが必要である。本取組は、本部体制の趣旨を踏まえて、部局間連携により取り組んだ好事例である。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

4 観光需要喚起策

1 取組の概要

新型コロナウイルス感染症により深刻な影響を受けた観光事業者を支援するとともに、県内の観光需要の喚起を促し地域経済を活性化させるため、県内旅行に対する割引及び、県内の飲食店や土産物店等で利用できるクーポンの付与を実施した。

令和2、3年度に、国の新型コロナウイルス感染症対応地方創生臨時交付金を活用して「地元かながわ再発見推進事業（かながわ県民割）」、令和4年度に国補助金（地域観光事業支援）を活用して「かながわ旅割」、令和4、5年度に同補助金を活用して「全国旅行支援「いざ、神奈川！」」を実施した。

2 経過

R2. 10. 8 R3. 2. 28 R3. 12. 1 R4. 1. 31	<p style="text-align: center;">【地元かながわ再発見推進事業（かながわ県民割）】</p> 令和2年度事業開始 令和2年度事業終了 令和3年度事業開始 令和3年度事業終了	Go To トラベル事業（国実施事業） R2. 7. 22～R2. 12. 27
R4. 4. 6 R4. 4. 11 R4. 5. 9 R4. 10. 10	<p style="text-align: center;">【かながわ旅割】</p> 事業開始 対象に栃木県民を追加 対象に静岡県民を追加 事業終了	
R4. 10. 11 R4. 12. 27 R5. 1. 10 R5. 6. 30 R5. 8. 31	<p style="text-align: center;">【全国旅行支援「いざ、神奈川！」】</p> 第1弾の事業開始 第1弾の事業終了 第2弾の事業開始 第2弾の事業（個人旅行分）終了 第2弾の事業（団体旅行分）終了（全事業の終了）	

※ 国は、感染状況を見極めながら Go To トラベル事業の再開時期を探っていたが、全国一律の再開判断が難しかったことから、同事業予算を分配し、都道府県事業として観光需要喚起策を実施。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

3 取組詳細

(1) 地元かながわ再発見推進事業（かながわ県民割）

- 実施期間 令和2年10月8日（木）～令和3年2月28日（日）、
令和3年12月1日（水）～令和4年1月31日（月）
※実施期間内に販売及び適用停止期間あり

- 対象者 神奈川県民

- 割引内容

＜令和2年10月8日（木）～令和3年2月28日（日）＞

対象商品	割引前の販売価格	割引額(人泊・人)	
		定番エリア (横浜・鎌倉・箱根)	再発見エリア (左記以外)
宿泊旅行	5,000円以上	1,000円	2,500円
	10,000円以上	2,500円	5,000円
	15,000円以上	5,000円	7,500円
日帰り旅行	3,000円以上	1,000円	1,500円
	5,000円以上	1,500円	2,500円
	7,000円以上	2,000円	3,500円
	10,000円以上	3,000円	5,000円

＜令和3年12月1日（水）～令和4年1月31日（月）＞

対象商品	割引前の販売価格	割引額(人泊・人)	
		定番エリア (横浜・鎌倉・箱根)	再発見エリア (左記以外)
宿泊旅行	6,000円以上	3,000円	5,000円
日帰り旅行	3,000円以上	1,500円	2,500円

- 予算額及び実績

予算額	決算額	件数
1,049,750,000円 (R2年度6月補正)	1,308,865,787円	184,587件
1,033,457,000円 (R2年度11月補正)		
執行率 62.8%		

(2) かながわ旅割

- 実施期間 令和4年4月6日（水）～同年10月10日（月）
※令和4年4月29日（金）～同年5月8日（日）の期間を除く

- 対象者 神奈川県民及び隣接県・地域ブロックの居住者

- 割引内容

対象商品	割引前の販売価格	割引額(人泊・人)	クーポン(人泊・人)
宿泊旅行	10,000円以上	5,000円	2,000円
	6,000円以上	3,000円	2,000円
日帰り旅行	3,000円以上	1,500円	1,000円

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

○ 予算額及び実績

予算額	決算額	件数
9,201,500,000 円 (R3 年度 12 月補正)	8,364,709,927 円	・旅行割引 618,157 件 ・クーポン 960,601 件
執行率 90.9%		

(3) 全国旅行支援「いざ、神奈川！」

○ 実施期間

<第1弾>令和4年10月11日（火）～同年12月27日（火）

<第2弾>令和5年1月10日（火）～同年8月31日（木）

※令和5年4月29日（土）～同年5月7日（日）の期間を除く。

※個人旅行は、令和5年6月30日で終了。団体旅行（貸切バスを利用した旅行）は、同年8月31日まで実施。

○ 対象者 神奈川県民含む47都道府県の居住者

○ 割引内容

<令和4年10月11日（火）～同年12月27日（火）>

区分	割引率	割引上限額 (1人あたり)	クーポン
宿泊旅行	旅行代金総額の 40%	交通付8,000円/泊	平日：3,000円 休日：1,000円
日帰り旅行		その他5,000円/泊 5,000円	

<令和5年1月10日（火）～同年8月31日（木）>

区分	割引率	割引上限額 (1人あたり)	クーポン
宿泊旅行	旅行代金総額の 20%	交通付5,000円/泊	平日：2,000円 休日：1,000円
日帰り旅行		その他3,000円/泊 3,000円	

○ 予算額及び実績

予算額	決算額	件数
24,173,110,000 円 (R3 年度 2 月補正)	集計中	集計中
6,351,535,000 円 (R4 年度 12 月補正)		
844,253,000 円 (R4 年度 2 月補正)		

※ かながわ旅割の残額も活用

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

4 課題と対応

(1) 観光需要の分散化

かながわ県民割においては、観光需要の分散化を図るため、県内を2つのエリアに分けて割引額に差を設けた。具体的には、定番エリアである横浜、鎌倉、箱根と再発見エリア（定番エリア以外）とに分け、割引額に最大2.5倍の差を設けることで、観光客を再発見エリアへ誘導し、観光需要の分散化を図った。

(2) クーポン使用期限の延長

かながわ旅割において、クーポンの使用期限は、割引適用の対象となる旅行期間内としていたが、使用期限が短いといった意見があった。「かながわ旅割」実施期間内での変更は混乱を生じるため変更しなかったが、「全国旅行支援「いざ、神奈川！」」において、クーポン使用期間を延長し、旅行最終日の翌日から起算して7日後（もしくは、事業終了期間のいずれか早い日まで）とすることで、クーポンの使用促進を図った。

(3) 観光需要喚起策実施後の激変緩和措置

全国旅行支援が令和5年8月末で終了したことで、（一時中断期間はあったが）令和2年10月に県民割から始まった国庫を活用した一連の観光需要喚起策が終了したこととなる。

こうした長期に渡る施策を一気に終了させることは、需要の急激な変動を生じさせる恐れがある。

そこで、全国旅行支援においては、第1弾から第2弾に移行した際、割引率が40%から20%に引き下げられ、観光需要喚起策終了後の急激な需要変動の緩和が図られた。

また、本県独自の取組として、全国旅行支援後においても、県内の観光需要の回復を後押しするとともに、県内周遊を促すプロモーションの一環として、県単独予算により、鉄道事業者と連携した企画切符の割引キャンペーン「鉄道を活用した周遊観光促進事業」（令和5年10月販売開始）を実施することで、需要の急激な変動の緩和を図った。

(4) 「感染しない！させない！旅行者のための感染防止サポートブック」の周知

本県が作成した「感染しない！させない！旅行者のための感染防止サポートブック」を支援対象事業者や利用者に周知することで、感染防止対策に努めた。

5 将来に向けた教訓

(1) 観光需要喚起策の意義

観光業は宿泊施設や観光関係施設のみならず、周辺の土産物販売店や交通事業者、宿泊施設への食材、リネン、清掃などを提供する事業者など、多くの関係事業者が関わっており、雇用面も含め地域経済にとって重要なものである。

こうした観点から、感染症拡大防止への配慮をしつつ、観光需要を喚起していくことは、単なる宿泊施設や観光施設への個別支援に留まらず、多様な関係者の支援となり、地域経済の活性化にとって必要な取組であると考えられる。

IV 社会経済活動との両立（ウィズコロナ）

(2) 事業実施期間のあり方

本事業は、国の交付金や補助金を活用して実施した事業であったため、国の方針に沿って実施する必要があった。そのため、例えば、かながわ旅割では、感染状況を見極めながら、約1か月ごとに事業延長を繰り返すこととなった。やむを得ない措置であったかもしれないが、商品造成に時間がかかる団体旅行等においては、1か月ごとの延長では商品の売り出しが間に合わないなど、結果的に事業者ごとに事業効果に差が出たと考えられる。多くの事業者に効果が及ぶためには、連続した長期間の実施が望ましい。