

Go To 商店街事業の概要

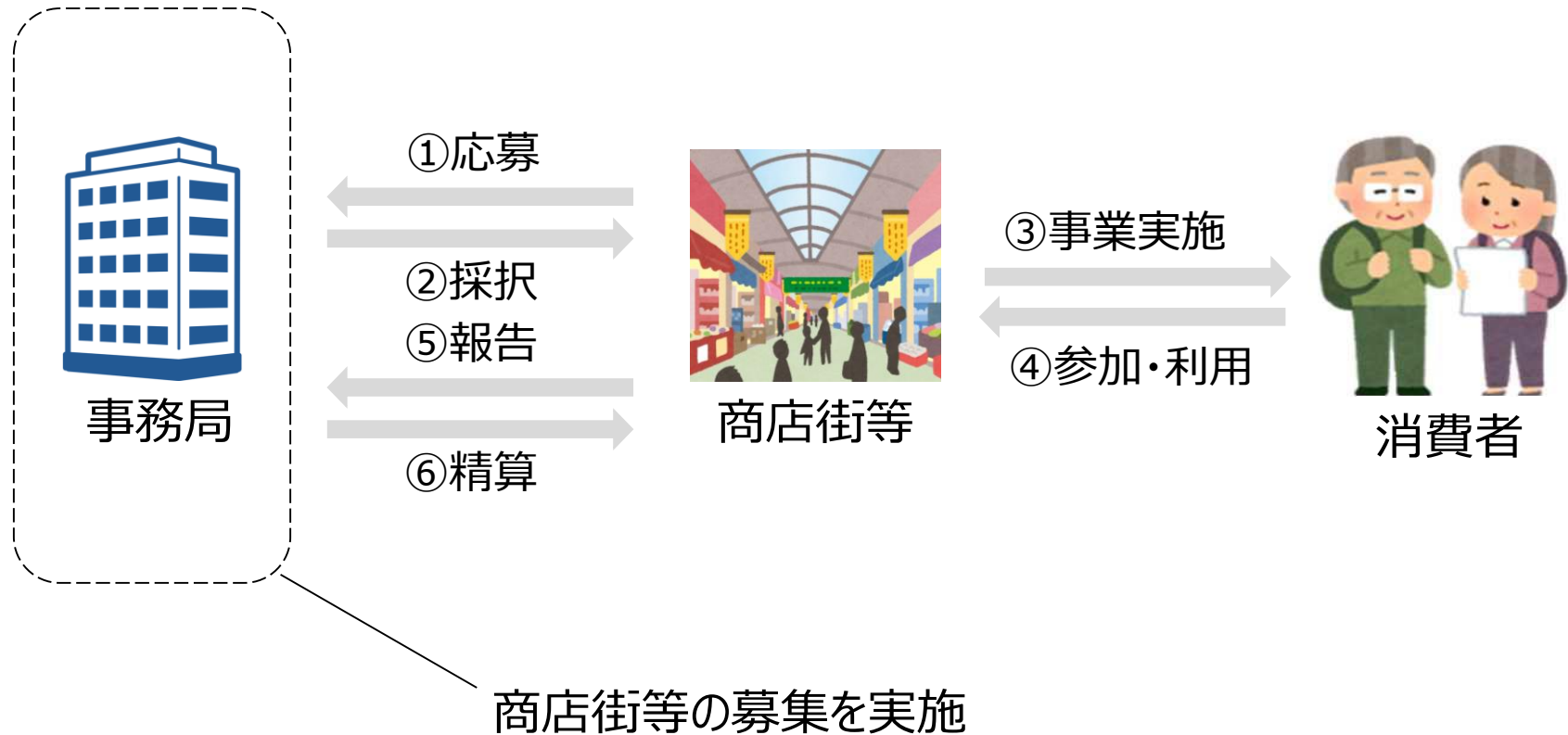
令和2年10月

1. Go To 商店街事業とは？

- 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。
- 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ることがねらい。
- Go To商店街事業として実施するイベント等について、事務局から提案を募集。
- 商店街等は申請し、事業内容を提案。
- 審査を経て採択された提案を国が支援。

2. 事業実施スキーム

以下のスキームにて、事業を実施。



3. 事業イメージ

※動画にて配信！

<https://www.meti.go.jp/covid-19/goto-shoutengai/index.html>

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。

地域の期待に気づく

(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で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



地域、商店街の良さを伝える

(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

(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

- 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

<Go To商店街における感染症対策>

- 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

4. Go To 商店街事業の募集概要①

①応募対象者

特定の商店街等（商店街その他の商業の集積）の活性化につながる取組を実施できる商店街組織等*

* 商店街組織（任意団体含む）、商工会、商工会議所、温泉街、飲食店街、
民間事業者（DMO、まちづくり会社（中小企業に限る））等

※それぞれ、設立経過年数等の要件を設定

②対象事業

- ・ 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

③事業実施箇所

- ・ 申請者の所在エリア及び隣接するエリア*
- ・ オンラインイベント、商材開発、プロモーションの場合はエリアの制限はなし
* イベント実施により、申請者の所在エリアへ直接の来街があり、活性化が見込めるエリアに限る

④上限額

- ・ 300万円×申請者数
+ 500万円（2者以上で連携し事業を実施する場合に限る）

※ただし、1申請あたりの上限額は1,400万円とする。

⑤対象経費

イベント等を実施するために必要な経費（主な対象経費は次ページ）

※イベント等実施のみに使用されることが特定・確認できるものに限る

※出演費等の一部の経費については、経費毎の限度額、限度割合等の要件を設定

5. Go To 商店街事業の募集概要② (対象経費)

<主な対象経費>



地元パフォーマー等の
出演費



感染予防用品等の
購入費用



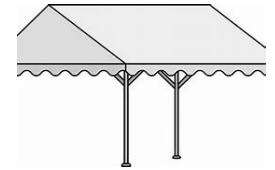
アルバイト
雇用費用



ウェブサイト等
構築費用



宣伝・広告に
要する費用



テント等の
レンタル費用



ソフトウェア等の
ライセンス料



商品開発等の
コンサルティング費用



地域産品を活用した
景品・販促品費



広告物等の印刷・製
本に要する費用



デリバリープラット
フォーム等への掲載料



イベント実施に
必要な運送料

<主な対象外経費>



プレミアム付商品券
・金券等



備品の
購入費用



施設整備費用
(ハード事業)

6. Go To 商店街事業における新型コロナウイルス感染症対策

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

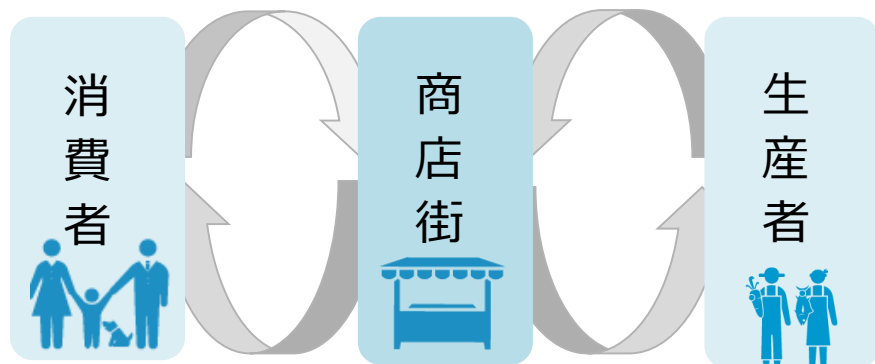
感染防止対策に関する実施内容報告の徹底

(参考)「Go To商店街事業」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. コロナ禍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