

**令和3年度商取引・サービス環境の適正化に係る事業
（小売店舗における感染症対策事例に関する調査）
調査報告書**

2022年3月
公益財団法人 流通経済研究所

目次

1. 事業の背景と目的

2. 事業内容

(1) 概要

(2) WEBサイトでの事例周知

① 事例収集方法

② 周知手法

(3) 「ガイドライン実施宣言ステッカー」発行機能

(4) 実施結果

① WEBサイトの閲覧数

② ステッカー申請数

1. 事業の背景と目的

食料品その他生活必需品を取り扱う小売店舗（スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストア、百貨店・ショッピングセンター）においては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止するため、店舗において換気の悪い密閉空間、人の密集、近距離での会話といった3つの条件が重ならないよう、感染防止対策の取組を進めるとともに、消費者への呼びかけを含めた様々な対応に取り組んでいくことが重要である。

こうした対策をどのような方法でとることが適切かは、店舗の規模などの個別事情によって異なってくるため、各店舗における取組事例を収集し、横展開を図っていくことが、事業者側における取組促進の観点から必要である。

また、この間、業界団体において「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」が策定され運用がなされているが、感染拡大防止と経済活動の両立のためにガイドラインの定着・遵守を図ることが重要である一方、小売業に関しては裾野が広く業界団体に所属していない企業も相当数存在するため、小売業全体に向けて広くガイドラインの周知等を行うことが必要である。

上記問題意識を踏まえ、本事業においては、WEBサイトの活用を通じ、事例の共有等を行うことによって事業者の取組の横展開等を図った。

2. 事業内容

(1) 概要

「スーパーなど小売店舗における感染拡大防止のための取組事例サイト」(WEBサイト)を運営し、小売業の店舗における感染を徹防止対策を徹底するため、主に下記2つの取組を実施した。

- ・ 小売業の各店舗における、感染拡大の防止に向けた取組の好事例を収集し、サイト上で発信することで、事業者の取組の横展開を図るとともに、消費者に対しても感染予防の取組への理解増進を図り、感染拡大防止に向けた取組を促した。(2. (2) 参照)
- ・ 業種別ガイドラインの定着・遵守の観点から、「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」を周知するとともに、小売の各店舗が遵守していることを自ら確認した場合に店頭に掲示するポスターを発行するための仕組みをサイト上に構築し、活用を促した。(2. (3) 参照)



サイトURL: <https://distribute-dei-taisaku.jp/>

2. (2) WEBサイトでの事例周知

①事例収集方法

主要業態であるスーパーマーケット、コンビニエンスストア、ドラッグストアを中心に、大手企業の感染対策動向を、以下手法によって情報収集した。

※前年度(2020年度)に比べて、感染対策に関する小売企業の情報発信(プレスリリース等)は減少したため、店舗への直接取材(新店オープン時)や、流通業界メディアの記者による取材情報の提供協力も受ける形で実施した。

○電話やメールを通じた取り組み状況のヒアリング(小売企業の広報窓口)

21年度の対策方針や取組内容、前年度(20年度)と比べ、変更している点、新たに導入した取組等について以下企業に対して、ヒアリングを実施した。

※カッコ内の数字は実施した件数。2回行った企業は、年度前半(5-6月)と年度後半(9-10月)にかけて行った。1回実施のケースは、年度前半(5-6月)もしくは、新規取り組みが発表されたタイミングで行った。

業種	企業名
スーパー	アクシアルリテイリング(2)、イオンリテール(2)、イオン琉球(1)、イズミ(1)、イトーヨーカドー(2)、いなげや(1)、オーケー(1)、カスミ(1)、光洋(1)、サミット(2)、西友(2)、セブン&アイ・ホールディングス(1)、ベルク(1)、まいばすけっと(1)、ヤオコー(2)、ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス(1)、ライフコーポレーション(2)
コンビニ	セブン-イレブン(1)、ファミリーマート(2)、ローソン(1)
ドラッグストア	ウエルシア薬局(1)、スギ薬局(1)、ツルハホールディングス(1)
百貨店・SC	イオンモール(1)近鉄百貨店(1)、高島屋(1)、大丸松坂屋百貨店(1)
その他	イオンディライト(1)、コメリ(1)、ノジマ(1)、ビックカメラ(1)

2. (2) ①事例収集方法

○小売企業(主にスーパー)の新店オープン取材への参加を通じた、情報収集

新店では、その企業の感染対策への考え方や注力したい取組が反映されやすいため、新店オープン時に催される取材機会に参加し、感染対策への取組について以下企業に対して、情報収集し、トピック的な取組をサイト上に掲載した。

※カッコ内の数字は開店月(＝取材参加)

・カスミ(22年1月)、サミット(21年11月、22年3月)、マルエツ(21年9月、11月)、ヤオコー(21年10月、22年2月)

新店取材に参加できないケースでは、定期購読などで関係の深い流通業界メディア(ストアジャパン社)の記者の協力を得て、月1回程度のミーティングを実施し、店舗・売場における感染対策の写真撮影や情報提供での協力を得た。

○小売企業のホームページ上に掲載されている「新型コロナ感染対策ページ」やニュースリリースページの閲覧を通じた情報収集

○利用契約する外部の情報データベース(日経テレコン、日経電子版PRO)や流通業界誌(ストアジャパン等)を活用した、感染対策の取り組みニュースに関する情報収集

2. (2) ②周知方法

情報収集活動を通じて、合計41件の事例を掲載した。（スーパーマーケット21件、コンビニ4件、ドラッグストア6件、百貨店・SC5件、その他5件）

情報整理の視点については、コロナ禍での営業活動が長引くことで、一部の小売企業では対応が弛緩するケース（惣菜のバラ販売を再開する等）も散見されていた。このため、基本的な対策タスク（レジガードの設置など）も含め、コロナ禍2年目においても継続している取組や、時節のトレンドに沿った新しい対策（従業員のワクチン接種支援、入館者数の管理システムの導入など）も加味して事例を見直し、掲載した。

サイト掲載にあたっては、各業態の事業者にとって参考になる対策情報が得られるよう、WEBサイトにて「スーパー」、「コンビニ」、「ドラッグストア」「百貨店・SC」といった主要業態ごとに、好事例や取組例を紹介した。



2. (2) ②周知方法

<参考>「スーパー」のページのコンテンツ一例

最近の新店での取り組み・試み

※2022年1月アップデート

感染対策としてレジスペースにて、お客様とレジ係との間にレジガードを設置することが一般化しています。 ※「仕切り」を設ける格好のため、店側やお客様の間でも、心理的な溝（本来はフレンドリーな接点機会のため）を感じる声は一部で聞かれます。

こうした中、大手スーパーのカスミは2022年1月に茨城県つくば市で新規オープンした「BLANDE つくば並木店」では、**レジガードの縁にブランドロゴを付ける演出・工夫**を施しました（写真）。 少し離れたところから見るとブランドロゴが浮かび上がるように映るなど、ちょっとした演出機能を担っていました。



最近の新店での取り組み・試み

※2022年3月アップデート

感染防止の観点から、惣菜やベーカリー商品では「バラ売り」ではなく、「パック詰め・袋詰め」での販売が定着しています。

※ 来店客からも、個包装での販売を望む声が根強くあります。

以下写真はサミットが22年3月上旬にオープンした新店です（サミットストア湯島天神南店）。フライ惣菜やベーカリーは個包装による販売を継続しています。



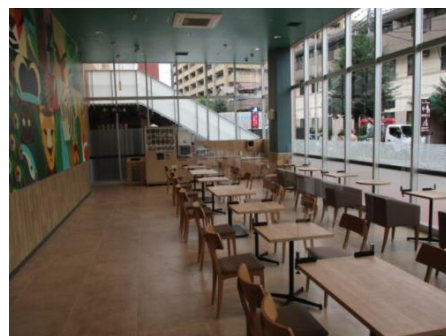
2. (2) ②周知方法

<参考>「スーパー」のページのコンテンツ一例

最近の新店での取り組み・試み

コロナ禍の1年目（2020年度）は、感染防止のため店内飲食スペースを閉鎖する小売企業が相次ぎました。一方、利用客からは店内飲食スペースの再開を要望する声も多く寄せられていたことから（一般客のほか、トラックやタクシーなどのドライバーなどにも重宝されていた場所でした）、透明アクリル板のパーテーションを設けたり、一人席を多く設けるような形で、店内飲食スペースを刷新し、提供再開をする動きが広がっています。

※ 以下写真は21年10月にオープンしたヤオコー和光丸山台店の店内飲食スペースです。
各テーブルの間には透明のアクリル板を設置。また窓側を向いた一人用の座席も多く確保しました。このほかスペース入口には、利用時間に関する「協力のお願い」も掲出し、安心安全な利用を促しました。



ライフコーポレーションの取組

※21年10月アップデート

ライフでは主に以下に掲げた対策を推進しています

- お客様への「3つのお願い」（少人数での来店、マスクをできる限り着用など）を、折込チラシなどで告知。
 - お客様同士の距離が十分に保てないなどの混雑状況により、一時的に入場を制限する場合があります。
- レジ前に並ぶ待機列の間隔確保
- 現金以外の決済手段（クレジットカード、電子マネー、スマホ決済）の推奨

このほか、2021年9月には食品の加工作業をてがける「プロセスセンター」において以下の感染対策を講じることを発表しました。

1. 従業員の健康管理

- (1) 出勤前の検温 37.0℃以上の発熱時は出勤見合わせ
- (2) 入館時の検温実施 37.0℃以上の場合アラート通知、管理者が確認・措置
- (3) 検温終了後、コロナ対策用の健康チェックシートに従い従業員・管理者の相互で確認
- (4) 全従業員の週1回の自主抗原検査の実施（感染者発生時は接触者を調査し追加実施）

2. 館内感染防止策

- (1) 入館時エントランスでのアルコール消毒の実施
- (2) 受付から各部屋への入室時にアルコール消毒の実施
- (3) 24時間換気システムと各エリアにサーキュレーター等を設置
- (4) 各箇所での手指アルコール消毒、定期的な設備の消毒、アクリル仕切り板の設置
- (5) PCR検査の受検者発生時は共有設備の自主消毒を実施

3. 業務委託先との連携

- (1) PCR検査の受検者発生時は即座に連携し、接触者の調査を委託先と合同で実施
接触者は出勤時に自主抗原検査を実施
- (2) 感染者が送迎バスを利用していた場合は、送迎業務委託会社へ報告
バス内のアルコール消毒を実施し、同バスを共同利用している企業へ情報を共有

2. (2) ②周知方法

<参考>「コンビニ」のページのコンテンツ一例

ファミリーマートの取組

※22年2月アップデート

- ファミリーマートは希望者を対象に、職域ワクチン追加接種（3回目接種）を22年3月中旬より実施することを発表しました。過去に2回のワクチン接種を完了しているファミリーマート社員、および加盟店で従事する希望者を対象とします。全国11都市で、3月中旬より順次実施します。

接種場所：全国11都市

（北海道、宮城県、千葉県、埼玉県、東京都、神奈川県、愛知県、京都府、大阪府、広島県、福岡県）

※21年6月アップデート

- ファミリーマートでは飛沫防止シートの設置や、レジ前での間隔確保、コイントレーの推奨など、以下に掲げた対策を推進しています。

1 お客さま向け消毒用アルコールの設置



2 スタッフのマスク着用



3 スタッフのこまめな手洗い・消毒



4 飛沫防止シートの設置



5 接触機会が多い箇所の清掃・消毒の励行



6 コイントレーの使用



7 レジ前の並び位置の音楽



8 店内換気の励行



※空調・換気により実施状況は異なります

セブン-イレブンの取組

※21年5月アップデート

（店舗によって実施状況は異なります）

店舗では以下の対策・取り組みを進めています。

間仕切りシートの設置

レジカウンターのお客様と従業員の間に、環境にやさしいリサイクル素材を使用した透明の間仕切りを設置し、飛沫の飛散を防止します。



2. (2) ②周知方法

<参考>「ドラッグストア」のページのコンテンツ一例

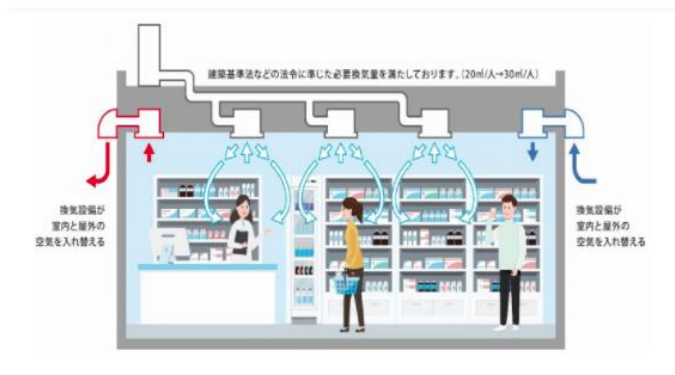
ウエルシアの取組

※21年12月アップデート

ウエルシア店舗では以下に掲げるような対策に取り組んでいます

- ・飛沫感染の防止に向けた、レジカウンターでの透明仕切りの設置
- ・入口開放などによる換気の徹底
- ・従業員の感染予防対策
 - 従業員の毎日の体調チェック
 - 従業員のマスク着用と、手洗いの徹底
- ・スマホ向けサービス「ウエルシアグループアプリ」を通じて、店舗別・曜日別・時間帯別にウエルシアグループ店舗の混雑状況が確認できるサービスの提供
 - ※ 本サービスの概要（プレスリリース）
 - [ウエルシアグループ店舗の時間帯別混雑度チェックサービスをアプリで提供開始](#)

また20年末より、ウエルシア薬局の各店舗で、店舗換気を強化する設備工事を進めています（換気設備の強化により、店舗売り場の必要換気量を一人あたり毎時2.0㎡から3.0㎡へ向上）。施工実施店舗入口のガラス面には、施工が済んだことを知らせる表示ステッカーを貼付けます。



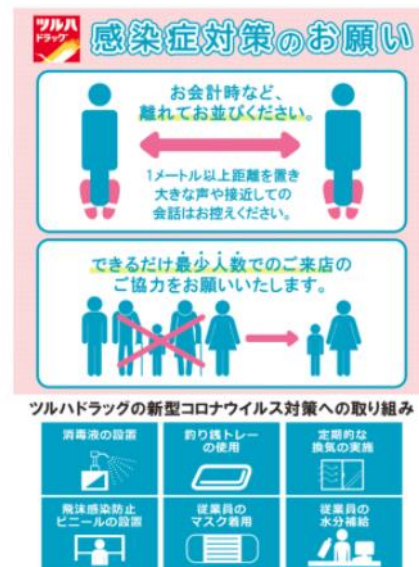
ツルハの取組

※21年5月アップデート

ツルハドラッグでは各店舗において主に以下に掲げる――

- ・飛沫感染防止ビニールの設置
- ・釣り銭トレーの使用
- ・定期的な換気の実施
- ・消毒液の設置
- ・従業員のごまめな水分補給

――などに取り組んでいます。またポスター掲出を通じて、**できるだけ最少人数での来店**を呼び掛けている。



2. (2) ②周知方法

＜参考＞「百貨店・SC」のページのコンテンツ一例

新しいSCでの取り組み・試み

※2021年11月アップデート

2021年10月22日に愛知県春日井市で開業した複合型ショッピングセンター「イーアス 春日井」では、吹き抜け部分の天井に大型のシーリングファンを設置し、感染対策に努めています。大型商業施設をめぐっては来館者で混雑するケースもあるため、利用者の不安を誘いやすい面もあります。こうしたシーリングファンは視覚的にもわかりやすいため、感染対策を施しながら営業する上で、有効な設備の一つと言えます。



イオンモールの取組

※2021年8月アップデート

イオンモールでは、8月上旬より施設の大きさや換気機能に基づき、入場制限の基準となる「混雑度」を独自に算出し、スマホ向けアプリで常に広報するという対応を進めています。館内混雑度50%を目安とし、大幅な上昇が予想される場合は、出入口開放により換気を強化するほか、段階的に入場制限を実施します。

このほか各地域の感染状況に応じて、換気が十分にされているかを確認するため、フードコートにてCO2濃度の計測を実施します。

※写真はイオンモール川口のフードコートで掲出されている、CO2濃度を計測するデジタルサイネージ（21年4月に取材撮影）



2. (2) ②周知方法

また、業態を問わず小売店舗が取り組むべき項目については別途整理し、各社の具体事例を掲載した。(主な掲載項目は、入場に関する制限、感染予防、従業員ケア、混雑緩和、社会的弱者ケア)

<参考>「入場に関する制限、感染予防」のページのコンテンツ一例

入場に関する制限

※21年8月アップデート

8月以降、感染力の強いデルタ株の影響が広がっていることを受け、大手百貨店やショッピングモールでは、施設・館内への入場を制限する動きが出ています。

・高島屋は百貨店などグループ商業施設の食料品フロアで、混雑状況により入場制限を始めました(8月14日以降より順次始め、期間は当面の間)。食料品フロアへの入場制限にあたっては、出入口の数を絞り込むほか、エスカレーター・エレベーターの稼働を制限するなど、各商業施設の利用状況に応じて機動的な対応に努めるとのことです。食料品以外のフロアでも、売場ごとの混雑の状況に応じ、レジ待ちの際の間隔確保や入場制限などの対応を図ります。

・大丸松坂屋百貨店では、館内の混雑制限に向けて8月14日以降より、入店制限を実施しています。店ごとに滞留顧客数の上限基準を設定したうえで、入店者数を制限します。これに伴い、店舗内の滞留顧客数を表示するモニターを店頭で設置し、混雑状況を可視化することにも取り組みます(モニター設置については整次策、順次実施)。

・イオンモールでは、8月上旬より施設の大きさや換気機能に基づき、入場制限の基準となる「混雑度」を独自に算出し、スマホ向けアプリで常に広報するという対応を進めています。館内混雑度50%を目安とし、大幅な上昇が予想される場合は、出入口開放により換気を強化するほか、段階的に入場制限を実施します。

このほか各地域の感染状況に応じて、換気が十分にされているかを確認するため、フードコートにてCO2濃度の計測を実施します。

※写真はイオンモール川口で掲出されている、CO2濃度を計測するデジタルサイネージ(21年4月に取材撮影)

感染予防

店頭での自主検温 ※21年9月アップデート

中型～大型店舗を中心に、店舗入り口に非接触の検温計を設置し、来店客に検温を促す店舗が増えています。スピーディーに検温できるほか、体調に違和を感じる人の来店を自重させる効果もあり、感染リスクの低減に一役買っています。



2. (2) ②周知方法

<参考>「感染予防、従業員ケア」のページのコンテンツ一例

感染予防

惣菜など「個包装・バック詰め」での陳列

惣菜販売の「バラ売り」から「バック詰め・袋詰め」への変更

スーパーでは惣菜やベーカリーのバラ売りを取りやめ、バック詰めや袋詰めなどに変更して販売する動きが定着しています。



サミット店舗のベーカリー売場

※ 2021年11月に改装オープンしたサミットストア王子店

従業員ケア

ワクチン接種の支援



2021年夏ごろより、新型コロナウイルスワクチンの接種が進みました。感染拡大防止の観点から、スーパーを中心に従業員がワクチン接種をしやすい環境を整えるため、従業員を対象に特別有給休暇を付与する動きが広がりました。

なおライフコーポレーションでは2021年夏場に、従業員のワクチン接種を支援（＝特別有給休暇を付与）した際、従業員の休暇取得で店舗現場が手薄になりやすいことを踏まえ、店内での販促活動を控え目にする対応を進めました。

※ライフコーポレーション 2021年5月20日付プレスリリース

[「新型コロナウイルスワクチンを接種しやすい環境を整えるため全従業員に特別有給休暇を付与」](#)

※コストコホールセールジャパン 2021年6月3日付プレスリリース

[「従業員を対象とした職域接種、ワクチン休暇の付与ならびに地域の皆様へのワクチン接種会場提供について」](#)

※カインズ 2021年6月7日付プレスリリース

[「新型コロナワクチン接種時の特別有給休暇制度を導入」](#)

※ビックカメラ 2021年6月7日付プレスリリース

[新型コロナウイルスワクチンの職域接種実施について](#)

2. (2) ②周知方法

なお、2021年度においては第5波(2021年夏)と第6波(2022年1-2月)の感染拡大期があったため、下記のような、対策の変化が要請されるフェーズがあり、サイト上にも反映した。

○入館者数の管理システムの導入

ウイルス変異による感染力の高さから、不特定多数の来館客が集う「百貨店・SC」などにおいては、施設内での感染拡大のリスクが高まった。施設内での混雑が起きないように、入場制限を目的とした入館者数管理システム等の導入が各社で広がった。

○プロセスセンターなど店外作業施設での感染対策の徹底強化

スーパーの食品加工作業(生鮮や惣菜など)を手がける「プロセスセンター」では、多くの従業員が同一施設内で作業を担うため、従来の対策だけでは、感染を防ぎきれないケースもあった。このためライフコーポレーションのように、プロセスセンターでの従事者に特化した「感染防止対策」を策定する動きもあった(ライフの対策例は、他企業にとっても参考になった)。

○店舗換気を強化する設備工事

感染の波が繰り返される度に、ウイルスの感染力の高さが伝わっていたことから、店内でのこまめな換気対策が重要になっていた(来店客も気にする部分)。従業員によるドアや窓の開閉だけでは限界があるため、店舗換気を強化する設備工事の動きが広がった。

○(感染対策を施した)店内飲食スペースの新しい提供スタイル

コロナ禍の1年目(2020年度)は、感染防止のため店内飲食スペースを閉鎖する小売企業が相次いだ。一方、利用客からは店内飲食スペースの再開を要望する声も多く寄せられていたことから(一般客のほか、トラックやタクシーのドライバーなどにも重宝されていた場所だった)、透明アクリル板での仕切りを設けたり、一人席を多く設けるような形で、店内飲食スペースを刷新し、提供再開をする動きが見られるようになった(第5波の終息のタイミングあたりから)。

2. (3)「ガイドライン実施宣言ステッカー」発行機能

店舗において感染防止ガイドラインを遵守していることを示す「ガイドライン実施宣言ステッカー」を発行できる機能を設け、業界団体に所属していない店舗においてもステッカーを取得できるよう、発行申請できる機能を設けた。

「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」実施店

新型コロナウイルスCOVID-19感染防止 ガイドライン実施宣言ステッカー

STEP.1
概要

STEP.2
申請フォーム

STEP.3
チェックリスト

STEP.4
発行画面

概要

目的

政府では、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止と社会経済活動の両立を目指し、事業者が業種別ガイドラインの遵守状況を自らチェックして、ガイドラインを踏まえて適切な取組を行っている場合に自己適合宣言を表明することを勧奨しております。

全国の小売店舗においては、小売業界において策定した「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」の内容を御理解いただき、「チェックリスト」の各項目について遵守徹底をお願いします。

「チェックリスト」の全ての項目を遵守している場合には、店舗・施設が感染拡大防止策を講じていることを示す「ガイドライン実施宣言ステッカー」を当該店舗・施設の店頭に掲示していただくよう、御協力ください。

利用方法

1. 「小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症感染拡大予防ガイドライン」をお読みください。
2. ガイドラインを踏まえた「チェックリスト」の項目を全て実施いただいている店舗・施設は、専用フォームから申請いただくと「ガイドライン実施宣言ステッカー」が発行可能です。
3. 「チェックリスト」の項目に未達がある場合には、感染拡大防止策を見直し、全ての項目を実施するようにしてください。

申請フォームへ

2. (3)「ガイドライン実施宣言ステッカー」発行機能

<参考>「ガイドライン実施宣言ステッカー」の発行までのフロー

①申請フォームに自店舗の情報を入力

②予防対策の取り組みのセルフチェック

③チェック申請を経てステッカーを発行

申請フォーム

施設（店舗）名称 ※最大2行 1行につき11文字まで

最大2行 1行につき11文字まで
当欄の情報はポスターに印字されます。（例：「日本スーパー 千代田店」）

施設（店舗）所在地の郵便番号

〒

都道府県

市町村・町名・番地・建物名など

都道府県以外の住所

施設（店舗）電話番号 ※半角数字4桁ハイフンなし

半角数字4桁ハイフンなし

入力者氏名

氏名

☐ 上記内容に間違いありません

3つのチェックボックスをすべてチェックできた場合は、ポスターを提示してください

1. 店舗における感染予防対策

☒ 以下の取組事例を踏まえつつ、店舗の実情に応じた対策を講じることにより、店舗における感染予防策に取り組んでいます。

ガイドラインに記載されている取組事例

- レジ前や入店前等で可能な範囲で距離を保つようにお客さまに指示・アナウンスを行ったり、床に列に並ぶ際の目印を付ける等の取組みを行っている。
- 従業員に対するこまめな手洗い・手指の消毒を励行したり、必要に応じて手指の消毒設備を設置等してお客さまに手指消毒の励行を呼びかけている。
- 買物カゴやカートの手柄部分、扉の取っ手等、お客さまや従業員が手が触れることが多い箇所・機材等の定期的な消毒等に取り組んでいる。
- 透明仕切り等の設置やコイントレーでの現金受渡しの励行等、レジ前での従業員とお客さまの接触機会を減らす飛沫感染を防ぐように取り組んでいる。
- 窓やドアを定期的に開放等して室内の換気に努めたり、換気設備を適切に運転・管理して店内が換気の悪い密閉空間とならないように努めている。

2. 従業員の感染予防・健康管理

☒ 以下の取組事例を踏まえつつ対策を講じることにより、従業員の健康と安全・安心の確保に取り組んでいます。

ガイドラインに記載されている取組事例

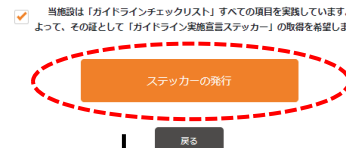
- 感染症予防に関する基本的な知識の周知、感染防止に必要な指導・教育を行っている。
- マスク等の着用、こまめな手洗い・手指消毒を励行している。
- 従業員が、他の従業員やお客さまとの一定の距離を保つことができるような業務方法や導線について、点検・指導を行っている。
- 従業員用の休憩所や事務所等のバックヤードでの「三つの密」を避けるための対策として、共有電話等の複数の従業員が触れる箇所・機材等の定期的な消毒等、実情に応じた感染予防に取り組んでいる。

約20の取組項目についてセルフチェック

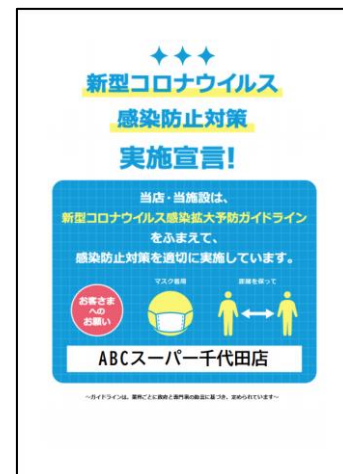
発行画面

ステッカーについて

- データの種類はPDFファイルになります。
- データのサイズはA4です。
- データをダウンロードし、プリントアウトして下さい。
- 本画面を閉じた後に、再度の発行はできませんのでご注意ください。



ステッカーのPDFファイルをダウンロードできる



2. (4)実施結果

①WEBサイトの閲覧数

サイトのアクセス実績(2021年5月～2022年3月)は、13,273ユーザーの閲覧があり、PV(ページビュー)数は31,274PVだった。

指標	実績
閲覧ユーザー数	13,273ユーザー
PV(ページビュー)数	31,274PV
1ユーザーあたり 平均ページ閲覧数	2.36ページ

2. (4) ①WEBサイトの閲覧数

流通業界を中心に、WEBサイトが一定の認知を得ていることから、感染者数の拡大に連動して、サイトへのアクセスが増える傾向があった。

<参考> サイトのPV数の推移(7日間移動平均)



<参考> 月別のアクセス数推移

	閲覧ユーザー数	PV(ページビュー)数
2021年5月	1,568	3,816
2021年6月	1,109	2,766
2021年7月	1,272	2,958
2021年8月	1,891	4,473
2021年9月	1,502	3,670
2021年10月	941	2,165
2021年11月	642	1,461
2021年12月	822	1,920
2022年1月	1,707	3,844
2022年2月	1,203	2,713
2022年3月	616	1,488

2. (4) ②ステッカー申請数

ステッカーの発行(2021年5月～2022年3月)については、75店の申請実績があった。

指標	実績
発行申請があった店舗数	75店