

# 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

令和2年5月14日

(令和2年5月22日改訂)

(令和2年7月31日改訂)

オール日本スーパーマーケット協会  
一般社団法人全国スーパーマーケット協会  
日本小売業協会  
一般社団法人日本ショッピングセンター協会  
一般社団法人日本スーパーマーケット協会  
一般社団法人日本専門店協会  
日本チェーンストア協会  
日本チェーンドラッグストア協会  
一般社団法人日本DIY・ホームセンター協会  
一般社団法人日本百貨店協会  
一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会  
一般社団法人日本ボランタリーチェーン協会

## 1. はじめに

- 令和2年4月7日に、新型インフルエンザ等対策特別措置法第32条第1項に基づく緊急事態宣言が発出されたが、食料品その他生活必需品を販売する小売店舗については、政府からの要請（注1）も踏まえ、事業を継続してきたところ。

（注1）「新型インフルエンザ等対策特別措置法第32条第1項に基づく緊急事態宣言に伴う食品その他生活必需品の安定供給の確保について」（令和2年4月6日農林水産省食料産業局長・経済産業省商務・サービス審議官）

- また、各店舗においては、累次の政府からの要請（注2）も踏まえ、立地や規模など各店舗の置かれた条件に応じて、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、消費者への呼び掛けなど様々な対応に取り組んできたところ。

（注2）「新型コロナウイルス感染症に伴う店舗での感染拡大予防の取組について（お願い）」（令和2年4月6日農林水産省食料産業局食品流通課長）

「新型コロナウイルス感染症に伴う店舗での感染防止対策の取組について」（令和2年4月22日経済産業省商務・サービス審議官）

- こうした中、令和2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「新型コロナウイルス感染症対策の状況分析・提言」（以下「専門家会議提言」という。）においては、「業界団体等が主体となり、また、同業種だけでなく他業種の好事例等の共有なども含め、業種ごとに感染拡大を予防するガイドライン等を作成し、業界をあげてこれを普及し、現場において、試行錯誤をしながら、また創意工夫をしながら実践していただくことを強く求めたい」とされたところ。

- さらに、令和2年5月4日に変更された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」においては、緊急事態措置を実施すべき期間を令和2年5月31日まで延長するとともに、「事業者及び関係団体は、今後の持続的な対策を見据え、5月4日専門家会議の提言を参考に、業種や施設の種別ごとにガイドラインを作成するなど、自主的な感染防止のための取組を進めること」とされました。

- このため、政府の基本的対処方針を踏まえ、小売業関係団体においては、専門家会議提言において示された感染拡大を予防する「新しい生活様式」の実践例も踏まえつつ、基本的考え方と具体的取組（①各店舗の実情に応じた感染予防対策、②従業員の感染予防・健康管理、③買物エチケットに係る顧客への協力依頼・情報発信等）に関し、本ガイドラインを定めることといたします。

- 各事業者におかれましては、本ガイドラインを活用することにより、消費者への呼び掛けを含め、小売業の店舗における新型コロナウイルス感染症の感染拡大予防に向けた取組を推進していただきますようお願いいたします。
- なお、従業員に新型コロナウイルス感染者が発生した時の対応については、食品流通業（卸売、小売）等を対象とした「食品産業事業者の従業員に新型コロナウイルス感染者が発生した時の対応及び事業継続に関する基本的ガイドライン」([https://www.maff.go.jp/j/saigai/n\\_coronavirus/ncv\\_guideline.html](https://www.maff.go.jp/j/saigai/n_coronavirus/ncv_guideline.html))等も参考にしつつ、保健所と連携した対応を実施することになりますが、対応を巡る論点（営業再開及び情報発信の在り方等）の詳細については今後の検討課題とし、本ガイドラインの内容には含みません。

## 2. 基本的考え方

- 食料品その他生活必需品を供給する小売業は、国民生活・国民経済の安定確保に不可欠な業務を行う事業者であり、人員や物的資源等を確保し、業務を継続することが求められています。
- 店舗には不特定多数の人々が訪れることから、店頭において十分な感染拡大防止策を講じることが、従業員及び顧客の感染を防止し、事業の持続可能性を確保する上で極めて重要です。
- 食料品等を販売する小売店舗における感染予防対策については、WHOのガイドライン等に基づき、諸外国においても、それぞれの国や店舗の実情に応じて様々な対策が取られてきました。
- 我が国においても、諸外国における取組を参考にしつつ、各店舗において「三つの密」（密閉空間、密集場所、密接場面）を避けるために、店舗の実情に応じた創意工夫に基づく様々な対策が講じられてきたところです。
- 特に、小売店舗においては、業態や店舗の立地・規模等に応じて講じることのできる対策は多種多様であることから、各店舗の現場での創意工夫による取組を横展開するとともに、消費者の理解・協力も得るべく発信をしていく、というアプローチを採ってきました。
- 緊急事態宣言の状況下であるかどうかにかかわらず、専門家会議提言で示された「新しい生活様式」の実践に向けて、これまで実施されてきた様々な好事例を参考に、引き続き規模や立地など店舗の様々な実情に応じた実効性ある対策を推進していくことが効果的です。

- このため、本ガイドラインでは、これまでに店舗において実施されている具体的な取組事例を中心として、事業者がそれぞれの業態、店舗の規模や立地などの実情に応じて実施する際に参考とすべき取組を例示し、指針として示します。
- また、小売店舗が事業を継続していく上では、従業員の健康と安全・安心の確保が不可欠です。このため、本ガイドラインにおいては、従業員の感染予防・健康管理を実施する上で取り組むべき事項についても示します。
- 更に、店舗における感染予防対策を実効性あるものとし、顧客及び従業員にとって安全でストレスの少ない買物の場を実現していくためには、店舗及び従業員による適切な対応に加え、何より顧客の理解と行動変容が不可欠です。このため、本ガイドラインでは、買物エチケットに係る顧客への理解を得るための情報発信等に関し参考とすべき事項についても併せて示します。

### 3. 具体的な取組

#### (1) 店舗における感染予防対策

店舗には不特定多数の顧客が訪れることから、店舗の規模・立地条件や地域における感染拡大の状況などの実情に応じた効果的な対策を実施することにより、「三つの密」を避け、店舗における顧客及び従業員への感染拡大のリスクを下げることが重要です。

具体的には、基本的な感染防止対策である、i) 身体的距離の確保、ii) マスクの着用、iii) 手洗い・手指消毒に取り組むとともに、店舗においては、身体的距離の確保、清掃・消毒の実施、接触感染・飛沫感染の防止、換気の徹底、商品陳列等の工夫、店舗内の混雑緩和、店舗内施設の利用等に関する取組を行う必要があります。

このため、各事業者においては、緊急事態宣言の対象区域や特定警戒都道府県に該当するかなど地域の感染拡大の傾向にも留意しつつ、店舗の実情に応じ、以下に挙げる取組例を参考に対策を講じることにより、店舗における感染予防策の充実を図り、顧客や従業員の安全・安心を確保した上で事業を継続していくことが求められます。

##### ① 身体的距離の確保

- ・ 店内外において対人距離を確保するため、店舗の規模等に応じて、以下のよう  
な取組を行う。

(国立感染症研究所「新型コロナウイルス感染症患者に対する積極的疫学調査実施要領(令和2年4月20日版)」において、「濃厚接触者」は「手で触れることの出来る距離(目安として1メートル)で、必要な感染予防策なしで、「患者(確定例)」と15分以上の接触があった者(周辺の環境や接触の状況等個々の状況から患者の感染性を総合的に判断する)」とされたこと、専門家会議提言の「新しい生活様式」において、対人距離の確

保については「できるだけ2m（最低1m）空ける」とされたことも踏まえつつ、店舗の業態、規模・立地条件などの実情に応じ、実効的な対応を推進する。）

- ✓ 店内での滞在に際し、顧客に対し掲示・アナウンスの実施などにより可能な範囲での対人距離の確保を促す。
- ✓ とりわけ、レジ前や入店前など店舗内外で顧客が列に並ぶ際には、床に目印を付すことや掲示・アナウンスの実施などにより対人距離の確保を促す。

#### 【スーパー】

- ✓ サッカー台（会計後に袋詰めをする台）での顧客による袋詰め作業において、掲示・アナウンスの実施などにより対人距離の確保を促す。必要に応じ、サッカー台を追加してスペースを確保することも考えられる。

#### 【百貨店・ショッピングセンター・スーパー】

- ✓ エレベーターの利用が混雑しないよう、適切に掲示・アナウンスの実施などを行うとともに、高齢者、妊婦、障がい者に対する優先的な利用を確保する。
- ✓ エスカレーターの利用において、掲示・アナウンスの実施などにより適切な対人距離の確保を促す。

### ② 清掃・消毒

- ・ 従業員に対しこまめな手洗い・手指消毒を励行するほか、必要に応じ手指の消毒設備を入口及び施設内に設置すること等により顧客の手指の消毒も励行する。
- ・ 店舗については、通常のコleaningに加え、店内の消毒等に関し、以下のような取組を行う。
  - ✓ 買物カゴ、買物カートのハンドル部分、扉の取っ手など、顧客や従業員が手を触れることが多い箇所・機材等は定期的に消毒を実施する。
  - ✓ トイレについて、トイレの蓋がある場合には蓋を閉めて汚物を流すよう表示し、不特定多数が接触する場所は消毒を行うとともに、ハンドドライヤーのほか共通のタオルの使用は行わない。
  - ✓ ゴミの廃棄については、鼻水・唾液などが付いたゴミが入っていることを想定しビニール袋等に入れて密閉して縛るほか、ゴミを回収する人は、マスクや手袋を着用し、マスクや手袋を脱いだ後は、必ず石鹸と流水で手を洗う。

#### 【百貨店・ショッピングセンター】

- ✓ 休憩スペースやフードコートテーブル・イス・タッチ式の案内パネルなど不特定多数が共用する物品や顧客や従業員が手を触れることが多い箇所・機材等は定期的に消毒を実施する。

### ③ 接触感染・飛沫感染の防止

- ・ 従業員と顧客の接触機会を減らし、飛沫感染を防止するため、以下のような取組を行う。
  - ✓ 透明間仕切り等の設置などによるレジ前での飛沫感染防止の取組を行う。（透明間仕切り等を設置する場合は、透明間仕切り等が従業員や顧客に触れないように注意する。）

（消防庁予防課「飛沫防止用のシートに係る火災予防上の留意事項について（情報提供）」（令和2年7月22日事務連絡）において、飛沫防止用シートの材質によっては、着火・燃焼しやすいものがあることから、「火気使用設備・器具、白熱電球等の熱源となるものの近くには原則設置しないようにすること。ただし、これらの近くに設置することが感染予防対策上必要な場合にあつては、燃えにくい素材（難燃性、不燃性、防災製品など）を使用すること。」「同じ素材であれば、薄いフィルム状のものに比べて板状のものの方が防火上望ましいこと。」とされている。また、「比較的燃えにくい素材」として、「ポリ塩化ビニール製やポリカーボネート製のもの」が挙げられている。これらを踏まえ、店舗の業態、規模などの実情に応じ、実効的な対応を推進する。）

- ✓ レジにおいてコイントレーでの現金受渡を励行する。
- ✓ 自動精算機・キャッシュレス決済の利用を促進する。
- ✓ 従業員によるマスク等の着用や、こまめな手洗い・手指消毒を励行する。
- ✓ 従業員が対面による販売・説明・サービスを行う際などには、感染予防の観点から、マスクやフェイスシールド等の着用等による必要な感染予防の措置を行う。

#### 【ドラッグストア・百貨店】

- ✓ 特に一般医薬品や化粧品のカウンセリング時には、顧客との真正面での立ち位置を避け、適切な接客時間に留意する。

### ④ 換気の徹底

- ・ 店内が換気の悪い密閉空間となることを避けるため、以下のような取組を行う。（テナント事業者については、出店先の店舗・施設と連携して取り組む。）

（新型コロナウイルス厚生労働省対策本部において、リスク要因の一つである「換気の悪い密閉空間」を改善するため、多数の人が利用する商業施設等においてどのような換気を行えば良いかについて、推奨される換気の方法を取りまとめており、ビル管理法における空気環境の調整に適合していれば、必要換気量（一人あたり毎時30立方メートル）を満たすことになり、「換気が悪い空間」には当てはまらないとの見解が示されている。推奨される換気の方法としては、機械換気（空気調和設備、機械換気設備）による方法、窓の開放による方法などが推奨する措置として挙げられている。これらを踏まえ、店舗の業態、規模・立地条件などの実情に応じ、実効的な対応を推進する。）

- ✓ 換気設備を適切に運転・管理することや窓やドアを定期的に開放すること等により、室内の換気に努める。
- ✓ 必要に応じ喫煙室の利用を制限する。

### ⑤ 商品陳列等

- ・商品の陳列等の工夫により、局所的な混雑緩和や接触機会を削減するための以下のような取組を行う。

【スーパー・百貨店・コンビニ】

- ✓ 惣菜・ベーカリー等、顧客が自ら取り分ける販売方法についてはパック・袋詰め販売へと変更する。
- ✓ 食料品の試食販売を中止する。

⑥ 店舗内混雑の緩和

- ・店舗の規模や立地条件などの実情に応じ、店内の人の密集を避けるための工夫として、以下のような取組を行う。
  - ✓ 混雑につながるような販売促進策を自粛する。
  - ✓ 事前の買物リスト作成等による滞留時間短縮を呼び掛ける。
  - ✓ 混雑時間帯に関する情報提供によりオフピークタイムでの来店を呼び掛ける。
  - ✓ ネットスーパー、移動販売等の利用の促進を図る。
  - ✓ 混雑時の入店の制限のほか、店舗・施設などで混雑や待ち列が生じる可能性がある場合は入店者の分散化が図られる方法等を検討する。

【スーパー・コンビニ・ドラッグストア・ホームセンター】

- ✓ 1グループ1人又は少人数での入店を呼び掛ける。
- ✓ 必要に応じ高齢者・障がい者・妊婦等の優先時間帯の設定を検討する。

⑦ 店舗内施設の利用等

- ・店舗内施設の利用等について、「三つの密」を避けるための以下のような取組を行う。

【スーパー・コンビニ・ドラッグストア】

- ✓ イートインスペースを使用する場合には、テーブルの配置や間隔の確保に留意する（できるだけ2mを目安に（最低1m）確保するよう努める）とともに、長時間の会話や少人数の家族等の場合を除き近距離で対面しての食事をしないようにするなど、必要に応じ利用を制限する。

【百貨店・ショッピングセンター】

- ✓ 休憩スペースやフードコート等については、テーブルの配置や間隔の確保に留意する（できるだけ2mを目安に（最低1m）確保するよう努める）とともに、長時間の会話や少人数の家族等の場合を除き近距離で対面しての食事をしないようにするなど、必要に応じ利用を制限する。
- ✓ 催事の実施又はアミューズメント施設及びサービス施設等の集客施設の使用については、各都道府県において示される対応に基づいて実施又は使用の可否を判断し、実施又は使用する場合においても、入場者の制限

や誘導、手指の消毒設備の設置、マスクの着用、室内の換気等の適切な感染防止対策を講じる。

- ✓ 特定の店舗・テナント等に利用が集中するような場合には、必要に応じて混雑緩和のための措置を講じる。

#### ⑧ 店舗入店時の顧客に対する依頼

- ・ 顧客の店舗への入店に際しては、感染拡大のリスクをできる限り下げる観点から、掲示・アナウンスの実施などにより、顧客に対し以下のような事項を依頼する。(テナント事業者については、出店先の店舗・施設と連携して取り組む。)
- ✓ 顧客が発熱その他の感冒様症状を呈している場合には、入店の自粛を依頼する。
- ✓ 顧客の入店時のマスクの着用や必要に応じ手指の消毒などの実施を依頼する。

#### ⑨ 感染拡大防止に資するシステムの活用

- ・ 店舗が立地する地方自治体において独自に、感染者が発生した店舗を利用者に通知するためのシステムを導入している場合には、当該地方自治体におけるシステムの運用や、店舗の業態、規模・立地条件などの実情に応じて活用を検討する。

### (2) 従業員の感染予防・健康管理

店舗の事業継続を確保するとともに、店舗における感染拡大予防を確かなものとするためには、従業員の感染予防と健康管理の実施がそのための基礎となります。

従業員の感染予防においては、一人ひとりが基本的な感染防止対策である、i) 身体的距離の確保、ii) マスクの着用、iii) 手洗い・手指消毒に取り組むことが重要です。また各事業者においては、従業員に対し、新型コロナウイルス感染症予防に関する基本的知識等の周知徹底を図ること、飛沫感染と接触感染の防止策を講じること、対人距離を確保すること、バックヤードや事務所等における対策を講じること、感染予防・健康管理のための指導を行うこと等に取り組むことが必要となります。

このため、以下に挙げる取組例を参考に対策を講じることにより、従業員の健康と安全・安心の確保に努めることが求められます。また、とりわけ就労に対する不安や様々な事情(妊娠、高齢者介護等)を抱える従業員に対しては配慮が必要です。

#### ① 新型コロナウイルス感染症予防に関する基本的知識等の周知徹底

- ・ 従業員に対し、感染症予防に関する基本的な知識を周知し、感染防止策を徹

底させるため必要な指導・教育を行う。

② 従業員への飛沫感染と接触感染の防止

- ・ 従業員によるマスク等の着用や、こまめな手洗い・手指消毒を励行する。消毒による手荒れ防止等のため手袋を使用する場合であっても、手袋を使用していない場合と同様に、手洗い・手指消毒による感染防止の取組が必要であることを周知する。

③ 対人距離の確保

- ・ 従業員が業務において他の従業員や顧客との対人距離を確保できるよう、業務の方法や導線について点検するとともに、従業員自らが対人距離の確保に努めるよう指導する。

④ バックヤード・事務所等での対策

- ・ 従業員用の休憩所や事務所等のバックヤードにおいても、「三つの密」を避けるための対策を適切に講じるとともに、共有電話など複数の者が触れる箇所・機材等の消毒を定期的に行うなど、顧客が滞在する区域と同様に実情に応じた効果的な感染予防の取組を適切に実施する。

⑤ その他、感染予防・健康管理に関する指導等

- ・ 職場において、顧客対応に伴う精神負荷も含め、従業員の日々の健康状態の把握に配慮するとともに、従業員に対し、以下のような指導を行う。
  - ✓ 咳エチケットを徹底する。
  - ✓ 出勤前に体温測定、自覚症状の確認を行い記録する。
  - ✓ 発熱その他の感冒様症状を呈している場合には、所属長に連絡し自宅待機する。
  - ✓ 新型コロナウイルス感染症陽性とされた者との濃厚接触がある場合、過去14日以内に政府から入国制限されている国・地域や入国後の観察期間を必要とされている国・地域等への渡航がある場合には、所属長に連絡する。
  - ✓ 出勤時、トイレ使用后、売場・厨房・製造加工施設への入場時等における手洗い、手指の消毒を徹底する。
  - ✓ 通勤時には時差通勤など出来るだけ混雑を避ける方法を選択する。
  - ✓ 勤務に際し、適切な休息の確保や水分補給など健康維持に必要な対応を行う。
  - ✓ 従業員1人1人が十分な栄養摂取と睡眠の確保を心がけるなど健康管理を行う。
- ・ 従業員に対し、体調が優れない場合には休みやすい環境作りに努める。
- ・ 店舗・施設への出入り事業者に対しても、感染予防・健康管理に関する取組を促す。

- ・ 従業員及び店舗・施設への出入り事業者に対して、新型コロナウイルス接触確認アプリ（COCOA）の利用を促す。また、感染者が発生した店舗を利用者に通知するためのシステムを地方自治体が独自に導入している場合には、併せて当該システムの利用を周知する。

## 【百貨店・ショッピングセンター・スーパー】

### ⑥ テナント店長会などを活用したテナント含む従業員への感染予防・健康管理の促進

- ・ テナント店長会などを活用し、テナント従業員に対しても、これらの感染予防・健康管理に関する取組の促進を図る。

## （3）買物エチケットに係る顧客への協力依頼・情報発信

買物の場における安全・安心を確保するためには、店舗及び従業員による適切な対応だけでなく、顧客の理解と協力が不可欠です。従業員と顧客が互いに協力しあって安全で安心な買物の場を作り上げていくという意識が大切です。

従業員だけでなく、顧客においても、一人ひとりが基本的な感染防止対策である、i) 身体的距離の確保、ii) マスクの着用、iii) 手洗い・手指消毒に取り組むほか、買物エチケットに対する理解が必要です。

このため、以下のように、顧客に対する協力依頼とわかりやすい情報発信に取り組むことが必要です。

### ① 対人距離の確保及び混雑緩和に係る理解促進

- ・ 対人距離の確保及び混雑緩和のため、以下の事項について、顧客に対し協力を呼び掛ける。

（専門家会議提言の「新しい生活様式」において、対人距離の確保については「できるだけ2m（最低1m）空ける」とされたことも踏まえつつ、顧客の理解と協力を得ることに努める。）

- ✓ 店舗内等においては他の顧客及び従業員との一定の対人距離を確保すること。
- ✓ 精算を待つ際は間隔を空けて並ぶこと。（複数人グループでの購入の場合にはできるだけ1人で精算すること。）
- ✓ スーパー等のサッカー台（会計後に袋詰めをする台）での作業は混雑を避け、速やかに行うこと。
- ✓ 予め購入品の計画を立てて来店するなど店内滞在時間短縮化を心がけること。
- ✓ 来店回数の削減に努めること。
- ✓ 混雑時間帯を避けての来店に努めること。

- ✓ 混雑が予想される店舗や売場などへは1グループ1人又は少人数で入場すること。
- ✓ 従業員への問い合わせや他の顧客との会話で不要不急のものは出来るだけ控えること。

## ② 感染防止対策への理解促進

- ・ 感染拡大を防止する観点から、以下の事項について、顧客に対し協力を呼び掛ける。
  - ✓ 発熱その他の感冒様症状を呈している場合には、入店を自粛すること。
  - ✓ 入店時にはマスクを着用すること。また、入店後に飲食等のためマスクを外す際には、使用中のマスクを適切に管理すること。
  - ✓ 消毒液が備え付けられている際には手指を消毒すること。
  - ✓ 咳エチケットを徹底すること。
  - ✓ 現金を数える際に指をなめるなどの感染懸念行為を行わないこと。
  - ✓ 可能な限り購入しない品物への接触を避けること。
  - ✓ 電子決済や自動精算機の利用により可能な限り従業員との接触を避けること。
  - ✓ マイバックへの袋詰めは顧客自身で実施すること。
  - ✓ 買物への外出時や帰宅時にマイバックの洗浄や消毒をすること。
  - ✓ 新型コロナウイルス接触確認アプリ（COCOA）の利用を促すこと。また、感染者が発生した店舗を利用者に通知するためのシステムを地方自治体が独自に導入している場合には、併せて当該システムの利用を促すこと。

## ③ サービスの内容変化に対する理解促進

- ・ 接客やサービスの内容変化に関する以下の点について、顧客に対し理解を求める。
  - ✓ 感染予防（従業員の対人距離確保、飛沫対策等）の観点から、接客対応やサービス水準が従来とは異なるものとなり得ること。
  - ✓ 店舗において一時的に品薄商品や陳列棚における欠品が生じる可能性があることや、必要に応じて点数制限による販売が行われることがあること。

## 4. おわりに

- 各事業者においては、本ガイドラインで示した事項に基づいて店舗営業を行うことにより、効果的な感染予防対策が図られることが期待されます。
- 店舗における取組事例については、経済産業省、農林水産省及び消費者庁が公益財団法人流通経済研究所と連携し、好事例の収集・発信を行っています。最

新の情報については、公益財団法人流通経済研究所のホームページをご参照ください。

(公益財団法人流通経済研究所ホームページ)

<https://distribute-dei-taisaku.jp/>

- なお、本ガイドラインの内容は、感染拡大の動向、ウイルスに関する知見等に関する専門家の助言等を踏まえ、今後見直すことがあります。

(以 上)

本ガイドラインの作成に当たっては、以下の専門家の皆様に監修いただきました。

河津 雄一郎	株式会社平和堂 統括産業医
中島 一敏	大東文化大学 スポーツ・健康科学部 健康科学科 教授
増田 将史	イオン株式会社 イオングループ総括産業医
和田 耕治	国際医療福祉大学 医学部 公衆衛生学・医学研究科 教授