

第2節 報道対応と広報

(1) 広報班の設置と活動

3月3日の感染発生を受け、3月13日には、市民や事業者に正確かつ迅速に情報を伝えるため、患者の発生状況などに特化したページを市の公式ホームページ上に開設した。その後徐々に市内の感染症患者が増加傾向にあるにも関わらず、土日の情報更新に対応していないなど、市民の関心の高まりに対応できていない側面があった。

そこで、広報課におけるLTE端子の台数を増やすなどし、リモートで休祝日・夜間におけるホームページ更新、SNS発信が可能な環境整備をした。さらに、4月9日には専従の応援職員を配置の上、「広報班」を設置し、報道経験者や動画編集・デザイン・SNS操作等に長けた職員による広報課の体制の強化を図った。

この体制強化により、

- 1) 市長会見のプレゼン・読み上げ資料を一括して作成し、特に局横断案件では不統一であったプレゼンデザインを統一、朝発覚した案件を午後に会見で発表するなど、迅速でわかりやすい情報の発信が可能となった。
- 2) 様々なデザイン編集能力のある職員により、広報物（チラシ・ホームページ、動画作成等）の迅速な制作と伝わりやすいデザインの両立を図った。
- 3) 記者並びに会見対応を行う報道ラインを2班体制とし、報道ラインに感染者が発生しても別班による対応を可能とするとともに、4月以降4月25日まで、毎日新規の感染症患者が発生する中、土日祝含めた報道機関への対応を実施した。特に4月は土日を含め39回、多い日は1日に4回会見を実施し、迅速かつ丁寧な報道機関への情報発信に努めた。
- 4) 3月に開設したホームページの特設サイトについて、データを更新することで自動的に発生状況の資料が更新される仕組みを構築し、分かりやすい発信に努めるとともに効率化を図った。4月22日には、市民・事業者への支援情報をまとめた「神戸市支援総合サイト」公開する等、ホームページでの分かりやすい情報発信に努めた。また、他の関連ページも、「子育て・教育」「相談窓口」など分野ごとに分かりやすく整理するなど、ニーズに応じて迅速かつ臨機応変なサイトの整備を行った。

< 広報班体制 >

部長級	課長級	係長級	担当	派遣等	合計
1名	3名	9名	12名	5名	30名

(2) 患者に関する情報の公表

(報道を通じた公表)

神戸市において1例目の感染が発生する以前から、感染者の発生に備えて、公表内容の検討を行い、年代、性別、経過、同居者を発表することをあらかじめ決定していた。

保健福祉局予算特別委員会の当日である3月3日に感染者が発生した。1例目であることに鑑み、一刻でも早くその事実を公表することを優先し、積極的疫学調査を全く行っていない発生届の状況のみで会見を実施することとなった。このため、記者からの質問には、ほとんど回答できなかった。

その後、調査結果を踏まえた続報の会見では、西宮市の事例で県が利用交通機関を回答していたこととの対比で、交通機関や住所区などの質問が何度も繰り返され、それに対する「プライバシーの観点からお答えできません」というやり取りが多発することとなった。

こうした経緯から、神戸市はあまり情報を公表しないという誤解による批判が生じたため、3月3日より、感染患者への聞き取り調査がある程度終了してから公表する方針に変更した。

自治体によって公表の範囲やスタイルがまちまちであり、国による統一的な方針も明確に示されなかったことから、できる限り詳細な情報を開示すべきという要請と、患者のプライバシー保護のバランスをどうとるか、ジレンマは大きかった。

3月中旬になるにつれ日々感染者数が増加。毎日、昼夜を問わず会見が開催されることになり、広報班、報道記者の双方の負担が増加した。こうした負担軽減のために、記者クラブとの協議を行い、神戸市が特異と判断する内容については会見を設定し、それ以外のケースはまず、紙による資料配付を行ったうえで、説明を求められるケースにおいてはその都度健康局と調整し必要に応じて会見等の対応を行うこととした。

その後、4月7日の兵庫県への緊急事態宣言発令までの間に感染者数がさらに拡大。個別事案ごとの公表から件数の公表にシフトする上で、これまでの公表方法では感染判明から公表までの期間にずれが生じることから、より迅速かつ効率的な情報提供の方法について、4月9日に幹事社と調整を行い、以下のとおり「リアルタイム速報形式」へと公表方法を変更した。

- ・ 毎日12時までに発生届が出た件数を速報として14時に提供
- ・ 速報時点では感染患者への聞き取りができていないことから、年代・性別のみ速報として記載しそれ以外は「問い合わせ不可」と明記
- ・ 聞き取りができたものから順に追加情報として公表（基本、公表できる内容はすべて記載することで問い合わせ対応を軽減）
- ・ 市の施設や市職員の感染など、市民生活に影響のある案件に関しては会見を実施

一方、死亡例の発表は年代・性別・死亡日のみとし、発表のタイミングは家族の同意が取れてからとした。「なぜ、発表例を特定しないのか」という報道機関の求めに対し、「患者・家族は風評被害・差別に合うので、息を潜めて暮らしており、葬式も出来ないような状況がある」といった状況を説明して、理解を求めた。

(市ホームページを通じた公表)

市民に対しての広報については、検査数、患者数だけでなく、感染症患者対応に忙殺されながら、入院先での重症度や退院者数の情報を、ホームページを通じてリアルタイムに情報公開を行った。感染症拡大防止に資する情報提供は、非常に重要な業務の一つである。

当初は、保健所による患者の発生数や患者の属性などの情報のみの掲載であったが、他都市の広報も参考にしながら、分かりやすさの工夫を重ねて、データの掲載を行った。

東京都が作成した感染者情報のページが、表やグラフが見やすいため評価が高く、そのオープンソースを利用した神戸市の特設サイトを作成し4月9日公開。それに併せて市のホームページにも検査数と感染者累計のグラフと新規患者の発生状況をグラフで掲載し、分かりやすい発信に努めた。同じデータが特設サイトと市のホームページに掲載されており、分かりにくかったので統合して解消した。

3月中旬～

- ・市内での発生状況についてページを開設

4月上旬～

- ・新型コロナウイルス特設サイトを開設
- ・患者の発生情報を速報として24時間以内に公表
- ・患者の経過等の概要を追加情報として公表（速報と追加情報を分けることで、より迅速に分かりやすく）

4月中旬～

- ・感染者の年代別状況（感染拡大防止のため傾向を把握）
- ・全体的にグラフを活用し、分かりやすく可視化

5月中旬～

- ・市内陽性率の推移、入院患者数と重症者数の推移（収束傾向の把握）
- ・政府の基準による指標（直近7日間の新規患者数と陽性率）を公開

5月下旬～

- ・検査数推移（第二波への備え）
- ・日ごと、週ごとの患者発生数や属性をグラフ化して見やすくするなど、HPをリニューアル

(3) 記者会見を通じた積極的広報

市長定例会見及び市長臨時会見を 27 回（最大週 4 回）実施し、市長の声を市民・事業者に直接伝えるようにした。

また、局の臨時会見も 46 回開催し、正確かつ迅速な情報発信に努めた。

市長会見については、動画撮影を行い、後日、市ホームページに掲載していたが、新型コロナウイルスに関する市長会見は社会的関心が高く、市民や市会議員からもライブ配信を望む声があった。そこで、4 月 13 日の市長会見よりライブ配信を開始したところ、リアルタイムで最新情報に接することができるとして、市民からも好評であった。さらに、取材等のため会見場に来られないメディアからの評価も高く、在東京のメディアなど複数社からの視聴があった。今後は、さらに多くの市民に市長の声をリアルタイムで聞いて貰えるように周知が必要である。

またリモートによる会見を実施し、オンラインで参加する記者の質問に質疑 URL を設けて受け付け対応した。

記者会見場は、通常時は 1 号館 16 階「会見室」を使用するが、場所が狭小なため「密」な状態を避けることを目的に、4 月 15 日から 1 号館 14 階大会議室に会場を変更した。

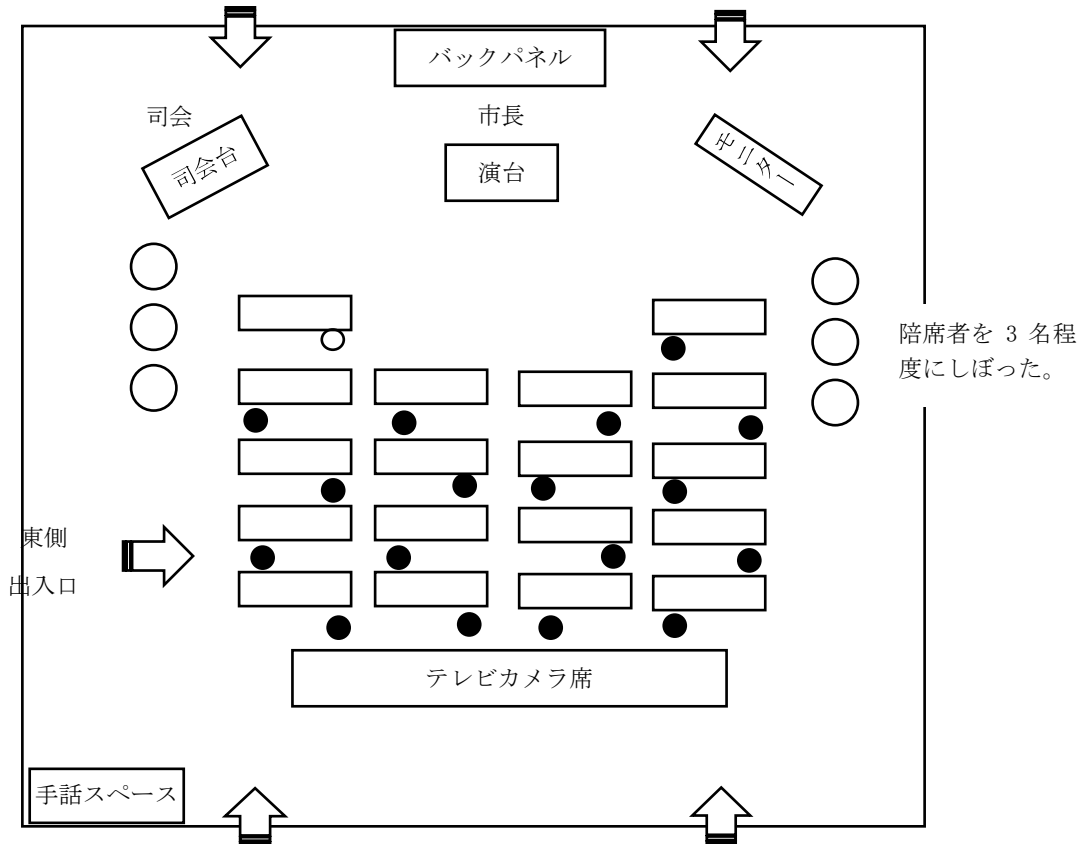
コロナの影響で各種事業が中止となり 14 階大会議室を貸し切りの状態にすることができたが、会見仕様になっていないため、会見の都度、設営の負担が生じた。

会見場での感染防止策としては、会見場の換気口、扉はすべて開放した状態での会見の実施。3 月当初より会見場の入口にアルコール消毒液を設置。また、4 月以降は会見場入口に予備マスクを設置。報道機関のマスク着用が徹底されてからはマスクの設置は廃止。記者席は記者間の距離を確保するため、長机 1 台につき記者 1 名の席とした。テレビカメラの配置が遠くなりすぎないようにすると、記者席を配置できる数が制限されるため、記者の出席が多い会見では、長机 1 台に対して記者 2 名に座ってもらうこともあった。

会見場での飛沫拡散防止のため、4 月 6 日の臨時会見から市長がマスクを着用して登壇。マスクを着用すると聴覚障害の方が口の動きを読めなくなるため、4 月 13 日の臨時会見よりライブ配信する会見にはすべて手話通訳を導入。

緊急事態宣言が解除となり新たな感染者の発生が落ち着いた 5 月 26 日の会見からは、マイクの消毒、記者席との距離を確保した上で、最前列の記者席にアクリル板を設置するなど十分な感染拡大防止策を講じた上で、発表者はマスクをはずして会見を行うという対応に切り替えた。

<会見場のレイアウト>



(プレスリリース)

配付プレスリリースについては、緊急事態宣言以降、コロナ関連のリリースに特化しそれ以外の不要不急のリリースは控えるように各部局に依頼、これによりイベントや事業案内などの通常のプレスリリースが減少したことや、記者・職員のリモート対応、接触機会の低減を目的として、4月16日からコロナ期間の暫定対応としてメールによる情報発信に切り替えることとした。

なお、事件・事故関係やコロナウイルス発症速報・続報については、紙配付を行うとともに支局あてにFAX送信を行った。

コロナ期間の暫定対応として行っているが、記者からは好評であるため、今後の配付方法を検討する。

(4) ホームページ・SNS の活用

1月16日、中国で発生した新型コロナウイルスに関連した肺炎についてページを開設した。

国内で新型コロナウイルスが確認され、広がりを見せ始めた1月31日に、専用健康相談窓口の設置に合わせて、ホームページおよびSNSで注意喚起を開始した。SNSでは、相談窓口についての情報発信をトップに固定して警戒を呼びかけた。

3月3日の感染発生以降、発生に併せて患者の属性や集団感染の恐れのある施設の対応状況などを、土日祝関わらず更新。さらに感染が拡大する中で、患者の発生状況などに特化したページを3月13日に公開。当初は、平日のみの更新であったが、休日も含めて1日2回の更新と併せてSNSでの配信を実施した。

学校園の休業や税の支払いの猶予をはじめとした支援情報など、市民生活に重要な情報の増加に伴い、新型コロナ対策のページが情報過多となり、利用者が情報を探しにくい状態になった。そこで、市民・事業者への支援情報をまとめた「神戸市支援総合サイト」を4月22日に公開、その後も支援策に応じて内容の充実を図った。個人向けサイトは累計8万5千PV、事業者向けサイトは28万PVを記録した。

新型コロナウイルス対応関連では、特別定額給付金をはじめ50を超えるページを作成し公開した。累計85万PVを記録し、多くの市民が利用するサイトになった。

新型コロナウイルスの情報は、外国人にも関心が強くかつ、社会全体で注意する必要があることから、感染情報および特別定額給付金のページについて、英語・中国語・ベトナム語の3カ国語に翻訳して公開した。

広報課のSNSアカウントでの情報発信は、新型コロナウイルスに関する情報に特化させるとともに、緊急事態宣言の発令を受けて、各局が運用するSNSについても同様の対応を行った。

発生前から、拡大期・緊急事態宣言の解除後まで、リアルタイムに発信・情報更新を行い、ホームページでは一日平均約38万PV（平常時は21万）、一日最大で90万を超えるPV（4月7日 緊急事態宣言時）があった。また、ツイッターでは1日平均約17万インプレッション（※平常時は約9.5万/日）が、フェイスブックには、1投稿に最大で7万3千を超えるリーチがある（3月29日、市内27～31例目の患者発生）など、多くの市民に情報を届けることができた。

このほか、『BE KOBE』モニュメントを『STAY HOME』に加工した画像を、神戸市のトップページおよびフェイスブック、ツイッターのカバー画像に掲載して、ステイホームを呼びかけた。

(5) データ解析と啓発

(データ解析チームの発足)

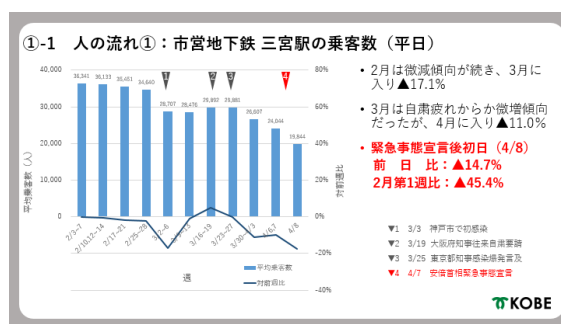
「データ解析チーム」は、緊急事態宣言が出された2日後の4月9日に発足した。そのミッションは、効果的な新型コロナウイルス対策を推進していくため、行政データに留まらず多様なデータを収集、解析すること、また、その結果を可視化し、ホームページなどでわかりやすく市民の皆様にお知らせし、行動変容につなげていただくことにあった。

(人の動きの解析)

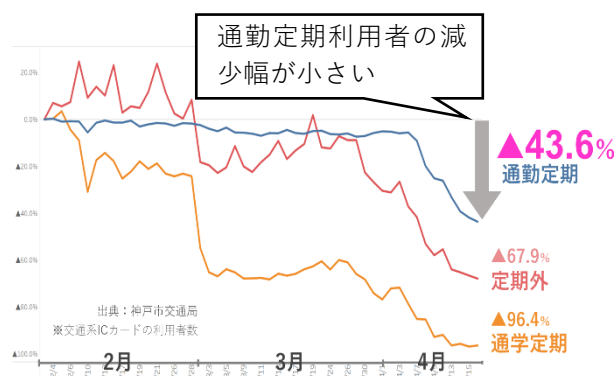
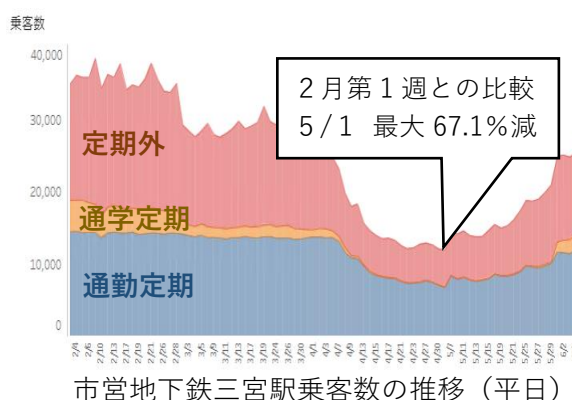
チームが発足した当日の9日には、緊急事態宣言をうけて、三宮エリアの人の動きを神戸市交通局から提供された市営地下鉄の乗客数データや関西電力から提供された赤外線センサーで計測したデータなどを使っていち早く可視化し、外出の8割抑制を目標に市民の行動変容を促した。同日、ホームページでの公開も開始した。このデータを可視化し、市民に情報提供を行い、行動変容をお願いする手法は、自治体の取り組みとしては先進的と受け止められ、以後、たびたび報道各社に取り上げられた。

外出抑制の目標は、2月第1週と比較して8割減であった。休日の外出抑制は、4月12日以降おおよそ達成が継続できたが、平日では最大で67.1%減と外出抑制がなかなか進まなかった。

平日の外出抑制が進まない原因を探るため交通局から市営地下鉄の券種別データを入手し可視化した。4月16日時点で、通学定期96.4%減、定期外67.9%減、通勤定期43.6%減と働く世代の外出抑制が進んでいないことがわかり、在宅勤務などによる通勤の抑制を市民に訴えかけた。



4月9日市長定例会見資料抜粋

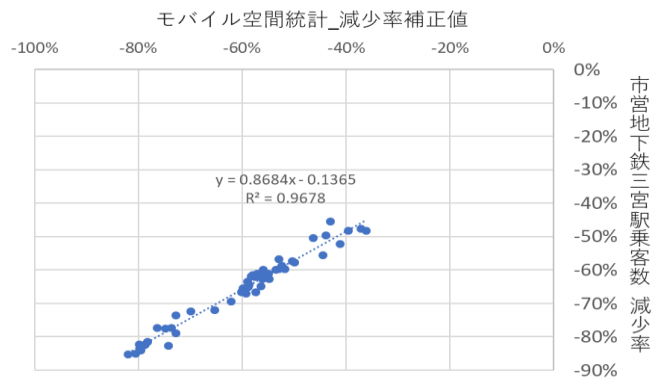
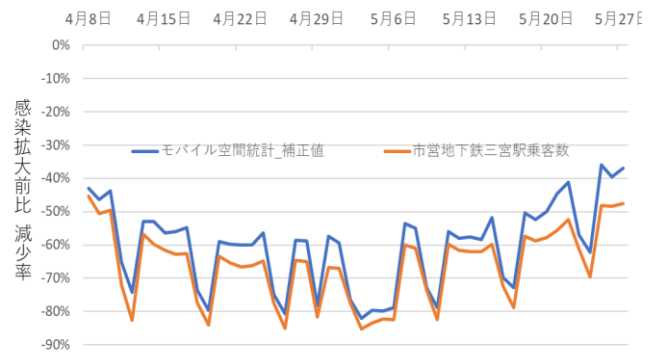


三宮駅におけるICカードの区分別の増減率比較（平日）

(市営地下鉄乗客数と民間データとの比較)

NTT ドコモ・モバイル空間統計の各都市を 500m メッシュで集計した人口推移が、内閣府のホームページで公表され、新聞記事などでも頻繁に取り上げられた。神戸市では、継続して三宮の人の流れを示す指標として市営地下鉄三宮駅の乗客数をモニタリングしていたことから、NTT ドコモ・モバイル空間統計の数値と矛盾がないか、感染拡大前比の推移を比較分析した。分析の結果、減少率の動きは、平日、休日に関わらずほぼ一致しており、相関性が高いことがわかった。

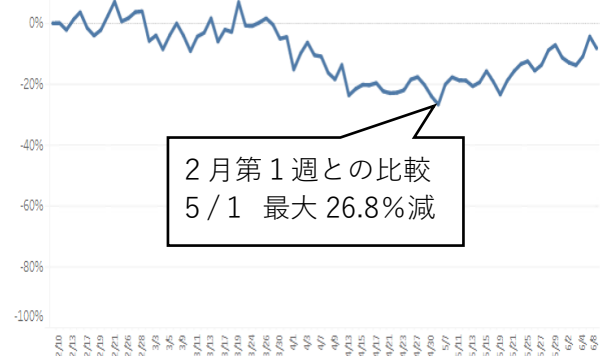
券種別で属性を分析できる市営地下鉄の乗客数は、都心の人動きをモニタリングするデータとして、より適していると言える。



(車の動きの解析)

人の動きと併せて車の動きも解析した。神戸市道路公社から山麓バイパスの通行車両数のデータ提供を受け可視化し、ホームページで公開したが、市営地下鉄の乗客数の減少に比べ、車の動きは平日では最大で 26.8%減と最後までほとんど減少しなかった。

その原因を追究するため、車種別や時間帯別にデータ解析を進めると、軽自動車や普通車については、朝の出勤時間帯と夕方帰宅時間帯の通行量が極端に多いことがわかった。このことから、山麓バイパスは通勤利用者が多い道路で、在宅勤務が進まない中で、特に人と人の接触がない車は比較的 안전한移動手段であることも併せてなかなか減少しなかったことが推察された。



山麓バイパス通行車両数減少率の推移（平日）

(データ解析サイトの運用)

4月9日に、感染状況などを公開する外部サイトを東京都が公開したオープンソースを活用し立ち上げるとともに、交通データなどを解析し公開するデータ解析サイトを同時に立ち上げた。

データ解析サイトはその後、市営地下鉄の券種別データやアンケート調査結果などを掲載し内容の充実を図るとともに、可視化ツールとしてGISやBIツールも活用しながら、より視覚的にわかりやすいサイトに改良していった。また、オープンデータを活用した自動更新なども可能になったことから、6月1日には外部サイトを閉鎖し、複数あったデータ関連サイトを1つに統合した。

(オープンデータ)

ホームページには、当初から市交通局から提供された市営地下鉄の乗客数や関西電力から提供された赤外線センサーで計測した三宮の歩行者数のオープンデータも併せて公開した。

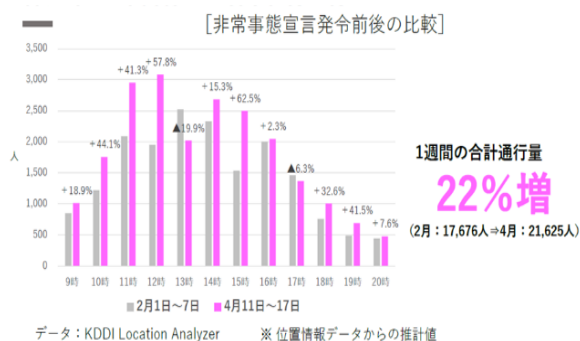
このオープンデータを使用し、報道各社が独自に分析し、記事作成に活用され、強力な市民への情報発信につながった。



オープンデータが活用された新聞

(住宅街の買い物施設などの状況)

都心部である三宮への人の流入が減少するのとは逆の動きで、在宅者が増加する中、住宅街の商店街やスーパー、公園に人が密集するという現象も発生した。KDDIの位置情報データを使用し、住宅街にある買い物施設、公園のデータ解析を行った。確かに、2月第1週と比較して増加している商店街、スーパーがあることが判明した。そこで、市民にできる限り3密をさけていただくように、おおよその時間帯が混雑するのか、時間帯ごとの人の動きのデータを可視化し、お知らせすることで市民に行動変容をお願いした。



住宅街にある商店街の時間帯別通行量比較

(緊急アンケート調査の実施)

外出抑制下の市民の意識や状況を直接確認するため、緊急アンケートとして、「外出自粛状況」「こどもの状況」「買い物施設・公園の利用状況」「高齢者の状況」と4回に

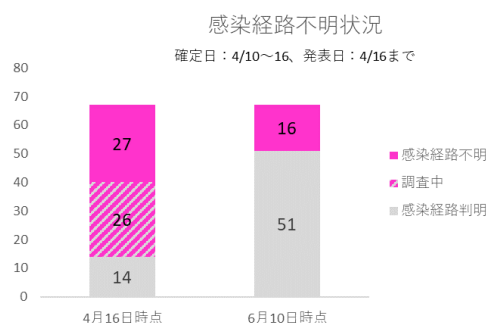
わたり状況調査を実施した。これらは、質問項目の検討段階から関係局と連携を取り、結果を解析した上で今後の対策に繋げていくことを目的とした。

緊急アンケートは「KOBE ぼすと」をインストールしている方（38,688人：「外出自粛状況」アンケート調査時点）を対象に実施した。「KOBE ぼすと」は、短期間で直接市民の声を聞くツールとして非常に有用であった。

（感染者の状況）

感染者の状況については、「市内の感染者発生状況」「年代別状況」「感染経路不明状況」などを順次ホームページで公表していった。その中で、数値として公表する際に議論があったのが「感染経路不明状況」についてである。感染経路については、すぐ判明する場合もあれば、聞き取り調査に時間がかかる場合もあり、また、一旦判定が確定してもその後の遺伝子検査で判定が変わる場合もある。つまり時間の経過によって経路不明者数が増減する。

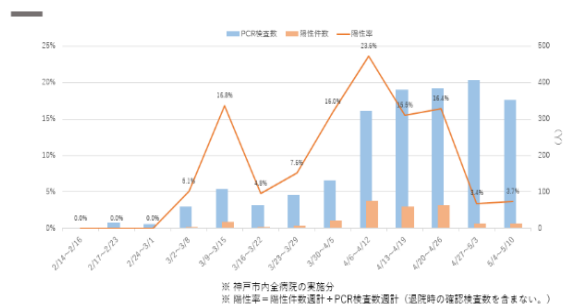
右の図は、新規感染者数が最も多かった4月12日を含む4月11日から4月16日時点の感染経路不明状況について、4月16日時点のデータと6月10日時点のデータを使用して感染経路不明者数の比較を行ったものである。これを見ると、感染経路不明者数が増減していることがわかる。よって、感染経路不明者数については、少なくとも即時に公表する指標としては不向きといえる。



感染者発生の抑制が進み、緊急事態宣言解除に向けて市民の陽性率への関心が高まったことから、陽性率を週別、7日間移動平均でそれぞれ算出し公表した。併せてICU等の重症病床利用率を算出した。その後、政府が「直近7日間の新規感染者数が人口10万人あたり0.5人未満」と「直近7日間の新規感染者数が減少傾向にある」との2つの指標を示したことから、神戸市の状況をホームページで公開した。

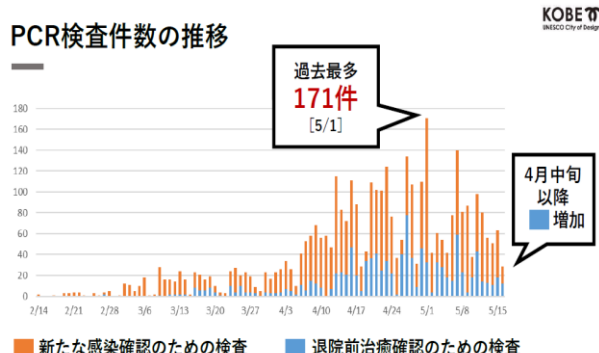
「感染経路不明状況」と同様に公表する際に議論となったのが「陽性率」である。陽性率は、陽性件数をPCR検査数（退院時の確認検査数を含まない）で除して算出することとした。母数となるPCR検査数については、当初は環境保健研究所の行政検査のデータだけを対象にしたが、その後、民

市内の陽性率の推移 [神戸市発表分(週別)]



間病院における検査も加えることとした。また、国による検査対象の変更が行われたことによる変動要素にも留意が必要である。

さらに濃厚接触者は無症状であっても検査対象とされたことから、今後の陽性率にも影響を及ぼす可能性がある。



（次の感染拡大期に向けた考察）

次の感染拡大期に向けた考察として、それまでに行ってきた市営地下鉄三宮駅の乗客数と新規感染者数の推移を、7日間移動平均をとって重ね合わせ、分析を行った。それによると、外出抑制の効果は少し遅れて新規感染者の抑制に寄与する（概ね1週間後）ことがわかった。特に志村けんさんが逝去したニュースや緊急事態宣言の報道がなされたことが社会的に大きなインパクトを与え、それまでなかなか進まなかった働く世代の外出抑制が進み、全体として急激に外出抑制が進んだことがグラフから読み取れる。また、感染者の入院期間が平均で20日前後とかかかってしまうことから、緊急事態宣言以後、入院・入居患者数がピークアウトするまで、約3週間かかることもグラフから読み取れた。感染拡大の早期抑制が、医療提供体制の維持には欠かせないということが考察できた。

市営地下鉄三宮駅乗客数、新規感染者数、入院・入居患者数の7日間移動平均のピーク比推移



外出自粛による新規感染者数への影響等の分析

（データの収集と内部の体制）

データを解析してアウトプットする点において、今回新型コロナウイルス対策としては、平常時では、収集が困難だった交通関係のデータや民間事業者のデータについて、早い段階で協力が得られ、集めることができたことが迅速なアウトプットにつながった。また、データを活用した広報が報道各社によく取り上げられたことから、社会的にインパクトを与えることもわかった。

行政内部の調整について、新規感染者の発生など常に状況が変わる厳しい状況の中、健康局内にデータ担当の窓口があったことが、データを可視化し公開する際に非常に役立った。どのように集計し可視化するのが適切かを、連日コミュニケーションを密に取りながら、時には議論し、双方の意思統一を図り進められたことが効果的だった。

(6) 不当な偏見・差別の防止

COVID-19 の感染拡大が進むに従い、感染した人やその関係者（家族、学校、職場等）、医療従事者らへの誹謗中傷や心ない書き込みに関する報道が増えた。このため緊急事態宣言後、4月13日からCOVID-19に関して風評被害を受けた方の相談窓口を設置した。

この相談窓口は、すでに設置してある人権相談窓口の対象を、COVID-19の感染拡大の影響で風評被害を受けた人にも広げたものであり、相談体制は、月曜日から金曜日（休日を除く）の8時45分から17時30分とし、職員が電話を受ける体制で行った。

相談窓口ダイヤルは、市ホームページに記載した。また、4月14日には、広報課公式ツイッターにて、相談窓口の設置についてだけでなく、不当な偏見・差別の防止を呼びかけた。

また、区および支所の保健センターによる保健師や精神保健福祉相談員による相談について、市ホームページに掲載した。

開設当初の相談は、外出自粛、感染リスク、仕事の減少などに対する、漠然とした不安からストレスがたまっている印象の相談が多く、COVID-19の現在の状況の説明をするなどして相談者の不安解消に努めた。

相談窓口に寄せられた電話相談は6月5日現在で30件、1日最大3件であった。そのうち医療従事者への風評被害に関するものは2件である。

相談者は、何かを解決してほしいというよりも、悩みを傾聴してもらっただけで安心したように電話を終える人が多かった。

職員は健康相談に出務していたことが、健康不安に関する相談に対しても寄り添った対応をすることに役立ったと考えている。また、新型コロナウイルスが、目に見えない、正体がよくわからないものであることから、漠然とした不安を受け止めることも大事な役割であると認識している。

引き続き、市民の不安やストレスを和らげ、心身を健康に保つ方法とともに、「感染者等に対する中傷をしない・させない」という市民への継続的な啓発・意識醸成が必要である。

(7) 医療従事者支援の啓発

(ブルーライトアップ)

神戸市内でも中央市民病院などにおいて、医療関係者の感染が確認される状況の中で、医療の最前線で従事する医療関係者に感謝の気持ちを伝えるための施策を検討。

毎週木曜日に、青い光で施設をライトアップする取り組み「#LightItBlue」がロンドンから世界中に広がり始めていた事から、神戸市もこの取り組みに賛同し、毎週木曜日に市内施設を青い光でライトアップする事を決定した。

既存の取り組みである「KOBE ライトアップ DAY」に参加している BEKOBE モニュメ

ント等を中心に調整し、当初は民間の施設も含め 10 箇所のライトアップを 4 月 13 日（月）に市長会見で発表し、全国に先がけ 4 月 16 日（木）より開始した。また、ライトアップを実施することで、外出を誘発することが無いように、「STAY HOME」も同時に呼びかけた。

市の施設だけでなく、民間施設の賛同も得て、4 月 23 日には、市内 22 施設に広がった。また、他都市等から取り組みに関する問い合わせも多数あり、他都市での取り組みのきっかけともなった。

（ブルーライトメッセージ）

医療従事者を応援するメッセージを SNS から収集し、AI アナウンサーが読み上げる音声番組「ブルーライトメッセージ」を、ポートライナー医療センター駅で放送した（4 月 30 日から 5 月 14 日まで）。中央市民病院等に通勤する医療従事者等に市民の思いをお届けする取り組みを実施した。

この取り組みは、平素から防災行政無線や SNS 情報共有システム等で関係がある企業と連携し、保有する技術で何か貢献できないかを検討して実現することができた

本来業務である危機管理業務に負担をかけない効率的なスキームづくりの工夫の一例として、メッセージの募集選定は市役所では一切行わず、twitter 上で「#医療従事者に感謝」「#神戸の医療従事者に感謝」で投稿してもらい、事業者にピックアップしてもらう形とした。

（8）こうべ医療者応援ファンド

（ファンドの創設と反響）

4 月に入り、COVID-19 の感染が急速に拡大し、治療にあたっている医療機関の体制が逼迫。医療従事者の勤務環境の悪化やストレスが大きな問題となっていた。

そうした中、4 月 20 日、篤志家から神戸市民病院機構を通じ、「現場で奮闘されている医療従事者を支援するため寄付をしたい」という申し出があり、直ちに医療従事者の支援を行うための基金創設に向けた内部検討を開始した。

検討に当たっては、受け皿となる基金を早急に立ち上げるとともに、寄せられた資金を迅速かつ柔軟に医療従事者へ届けることを最優先課題とし、市の公金としてではなく、外部の公益財団法人に設置する方法を選択することとした。

4 月 21 日の市長臨時会見において、「新型コロナ対策こうべ医療者応援ファンド（仮称）」創設し、こうべ市民福祉振興協会を造成先とすることを公表した。

役割分担としては、市は基金管理運営に関する後方支援を担い、基金の広報については、振興協会、広報課、福祉局政策課が連携すること、基金立ち上げと同時に HP を開設し、著名人を中心に応援メッセージを掲載して、基金創設を PR していくことを確認した。

4月24日には市長臨時会見で、久元市長と協会の三木会長から、「こうべ医療者応援ファンド」の創設を正式に発表、募金の受け入れ先口座やファンド配分委員会のメンバーもあわせて公表された。なお、三井住友銀行からの入金については同行の協力をいただくことで、手数料を無料とすることとなった。関係者の多大なる努力により、提案からわずか4日でファンド発足に至ることができた意義は大きい。

ファンドのキャッチフレーズは、内部選考の結果、「いのちをまもってくれる、あの人たちに届けます」に決定し、ファンドのPRに使用するロゴマークについては、広く公募することとした。この公募は4月27日から5月3日まで行われ、短期間にもかかわらず、38人56点の応募があった。5月4日、庁内で審査を行い、5月5日に市内在住のイラストレーターの作品を最優秀賞として採用することを発表、その後、ファンドのホームページや各種広報、医療従事者や寄付者に配布する缶バッジ等のデザインに活用されることとなった。

このファンドを応援いただく趣旨から、ヴィッセル神戸のアンドレス・イニエスタ選手をはじめ、神戸ゆかりの著名人や企業団体人からは「医療従事者への応援メッセージ」をお寄せいただき、特設のホームページ上で掲載することとした。

寄付の受付に伴い、寄付者からのメッセージも多くいただき、本人同意の上、HPに掲載（6月1日時点で372名。）した。5,000千円を超える大口寄付者については、プレスリリースを行った。

5月15日には手数料を振興協会が負担する形で、クレジットカード決済が可能となり、オンラインでの寄付もできるようになった。調整に時間を要したが、5月21日にはゆうちょ銀行での受付を開始した。

窓口における通常払込みについては手数料が不要であるが、ATMからの通常振込みは有料の取り扱いである。

（ファンドへの寄附の広がり と 配分実施）

このファンド創設は市民や企業等から広い支持を集め、大口の寄付も含め、5月8日には約2億円（197,395,528円）もの寄付金が集まった。一日も早く医療従事者に届けるとの観点から、5月8日の市長会見で、5月12日に第1回ファンド配分委員会を開催して一次配分を実施することを発表した。

5月12日に開催した第1回ファンド配分委員会（ウェブ会議）において、5月7日までの受入れ患者数や検査数に基づいて、市内16の医療機関に3億円の配分を行うことを決定した。配分にあたっては、各医療機関に対して、基金の趣旨、配分委員会の委員の意見（出来る限り医療従事者に直接渡るようにすること等）を振興協会会長より説明した。医療機関名や配分額、用途については2か月後に公表数するという含めて書面で承諾いただいたうえで入金。一部医療機関より、配分内容について意見をいただいたため、配分額を補正（約6,000千円加算）し、6月16日までに16すべての医療

機関への配分手続きが完了した。

配分委員会での議論にあたっては、配分対象機関ないし配分額の決定にあたっての基準をどうするかが大きな課題となった。配分委員会では医療従事者数を中心に考えるべきとの意見もあったが、医療機関の実情によって対象とすべき従事者の線引きに差があったことから、入院者数やPCR検体採取数（外来設置機関は採取数×2倍）により各医療機関の負荷を算定する形をとった。こうした数値を健康局・保健所の現場で収集する作業負担も課題となった。

配分後、特に公立の病院については医療従事者への個別支給について組織内での手続き面で苦勞するところもあり、大阪府の新型コロナウイルス助けあい基金のように、ファンド事務局が従事者に直接支給することを希望する声も聞かれた。

他都市の例と比較すると、例えば大阪府では、6月15日まで医療従事者から申請を受け付けて審査する仕組みとのことであり、本市のように公益財団が事務をおこなって配分後は医療機関の裁量にゆだねる方式は、5月15日から配分を開始できたというスピード面で大きなメリットがあった。基金の用途については、医療機関の報告を受けて検証を行う必要がある。

その後も寄付金は順調に集まり、6月30日時点で約5億1000万円の寄付をいただいた。これだけ短期間で多くの方々から多額の寄付が集ったのは驚くべきことであり、それだけ医療関係者に対する感謝の念を持つ市民や企業が多かったことを示すものであろう。開設から配分実施までのスピード感も他の取り組みではあまり見られない。

6月19日には、第2回配分委員会を開催し、今後の配分方法についての検討を行った。寄付者からのメッセージを多くいただいたため、それらの声を直接医療機関等に届けようと、6月1日、メッセージポスターを作成し、配布を行っている。

（9）ふるさと神戸ダブル応援基金

市内の飲食店や観光事業者、文化芸術活動従事者をはじめ多くの方々の仕事や生活に甚大な影響が生じている状況に対して、神戸出身者をはじめとする神戸にゆかりのある方々から、「困っている人たちを是非応援したい」といった声が寄せられた。

こうした声を踏まえ、内部で検討を行い、5月8日、市長の臨時会見において、「ふるさと納税」の仕組みを活用した「ふるさと神戸ダブル応援基金」を創設することを発表、同日からふるさと納税ポータルサイト「ふるさとチョイス」での受付を開始した。

この基金は、8つの幅広い分野から寄付者が応援したい分野を選択できること、寄付いただいた額と同額を神戸市が拠出し、寄付の効果をも2倍（ダブル）にして困っている方々へ届ける仕組みであること、返礼品についても売り上げ減少などに直面している市内事業者から新たに募集することなどが特徴である。

この基金は、個人からだけでなく、企業版ふるさと納税の仕組みも活用することで、企業からの寄附についても税の軽減効果が最大約9割にもなる仕組みである。

こうべ医療者応援ファンドと比較すると、まだ寄附受け入れ実績（6月30日現在で322件 2,021万円）は伸びていないが、今後の広報強化により、より多くの個人・企業からの寄附を募っていくことが課題であるとともに、一定額が集った段階で予算措置を行い、支援措置を実行する必要がある。