

## クラウドファンディング事業の今後の展開等について

クラウドファンディング事業実施の考え方は、令和2年3月に総務委員会で報告したとおりであるが、新型コロナウイルス感染症対策で実施したガバメントクラウドファンディング(株式会社トラストバンクが提供するクラウドファンディング。以下「GCF」という。)の運用状況等を踏まえ、今後の事業は次のとおり展開する。

### 1 GCF の運用実績

#### (1) 件名

プロジェクト『『日常をとりもどし、明るい未来のために』中野区が取り組む新型コロナウイルス対策事業  
をご支援ください!』生活応援寄付金の募集について

#### (2) 寄付募集期間 令和2年6月1日から令和2年8月29日まで

#### (3) 寄付実績

ア 件数 22 (区内在住者11件、区外在住者11件)

イ 寄付金額 1,740,000円 (「ふるさとチョイス」利用分) 目標達成率34.8%

#### (4) 運用結果について

・目標額は達成できなかったが、ふるさと納税のような返礼品がなかったにもかかわらず、一定額の寄付があった。

・区民による寄付の割合が高かった。

#### 【主な要因】

・知名度が高く、PR効果が高い「ふるさとチョイス」により運営したため。

・新型コロナウイルス感染症対策という区民や事業者に直接影響のある喫緊の政策課題であったことから、区民等の関心と理解が得られたため。

・クラウドファンディングが普及し、区民等にとって身近なものになりつつあるため。

### 2 クラウドファンディング事業の今後の展開

区民等の区政への関心や区の実情への理解を深めるとともに、区民のシビックプライド醸成につながることに期待できるため、区の政策課題のうち、GCFとの親和性が高い事業については、積極的な活用を図ることとする。

#### (1) GCF 活用の目的

区政課題に対応するための事業にGCFを活用することで、必要な財源(の一部)を確保するとともに、PR効果が高いことから、区への関心と取組への理解を深め、区民のシビックプライドの醸成を図る。

(2) GCF 活用により期待される効果

- ア 事業に必要な財源(の一部)確保
- イ 事業のPR力強化(訴求力のある情報発信が可能)
- ウ 寄付による区民等の参画促進
- エ 区民のシビックプライド醸成

(3) GCF 活用事業の考え方

GCF を活用すべき事業は、次の必須条件 A～C のすべてを満たすとともに、個別要件 a～c のいずれかに該当するものとする。

なお、必須条件のAから、当該 GCF 活用事業の実施は、公費で負担することを前提とする。よって、寄付がなかった場合も当該事業は実施する。

必須条件	個別要件
A 区の政策課題に関連するものである	a 区民や地域に貢献するものである
B 区民の共感を呼ぶ内容である	b 区民や事業者と連携・協力している
C 当該事業の実施が担保されている	c 事業の拡大や新たな展開が期待できる

(4) 目標額と募集期間

対象事業の目的及び規模に応じて、目標額及び募集期間を定める。

(5) 運用方法

- ア 事業毎に GCF を実施する。
- イ 「ふるさとチョイス」により運営する。
- ウ 寄付者に対して、記念品の進呈や区有施設の利用などの特典を検討する。
- エ 特定目的基金は当面創設しない。一般会計歳入として計上する。なお、令和3年度までの運用状況を検証した上で、基金の設立について検討する。

(6) その他

- ア GCF は企画部が運用する。
- イ GCF の実施にあたっては、クロスメディアによる広報をおこなう。

### 3 シティプロモーション事業助成へ GCF の活用

区は、本年6月に中野区シティプロモーション事業再構築の考え方を明らかにし、これに基づき事業を見直し、「新型コロナウイルス感染症を乗り越える」をテーマに区内事業者や団体、区民のつながりや絆づくりに焦点を当て、情報発信や取組の支援を行っている。その一環として、中野区シティプロモーション事業助成制度による募集を行い、19事業の応募があった。事業者への支援になるとともに、前述2(3)GCF を活用すべき事業の要件を満たすことから、シティプロモーション事業助成について、GCF を活用する。

(1) 期待される効果

ア 区のメリット

- ・GCF による高いプロモーション効果を利用できる。(訴求力のある情報発信)
- ・区、区民、団体の三者による課題の共有と協働の促進につながる。
- ・他の制度では難しい、区民や地域に必要な事業活動を支援できる。さらに(中野らしい)斬新な事業・活

動の発掘と育成ができる。(他助成制度との差別化)

イ 事業者・団体のメリット

- ・事業者であれば CSR、団体であれば地域に根ざした活動を PR できる。
- ・NPO 等であれば、支援者の獲得につながる。
- ・区の事業であり、また区の GCF プラットフォームを利用するため、信頼性が高く、支援を得やすい。

ウ 区民・地域のメリット

- ・自らが共感した事業に応援でき、寄付することで参加・参画(感)が得られる。
- ・寄付が所得税や個人住民税の寄附金控除の対象となる。
- ・事業内容によっては、プロによる区民向けワークショップの実施など、団体の持つ技術やノウハウを地域で展開できる。

(2) スキーム・運用方法

ア GCF 目標額

事業助成総額

なお、各助成事業毎にGCF目標額を設定する。

イ 運用方法

(ア) 区からの助成は、一般財源により(助成保証額として)助成対象者に対して助成金額を交付する。

(イ) 事業毎に GCF を実施し、寄付金は区が交付した助成金に充当する。

(3) 実施時期

本年度のシティプロモーション事業助成について、試行的に GCF を活用する。(本格活用は令和3年度)

(4) その他

次年度に向けて、シティプロモーション事業助成制度について、以下の点を検討する。

- ・助成対象事業は、広い意味での公益性があるとともに、営利性のあるものとし、事業の初動期であるなど、一定の助成が不可欠であることを要件とする。【公益助成、産業経済融資、商店街振興支援との差別化】
- ・文化・芸術、子育て・教育関連の事業を対象とする。
- ・「中野大好きナカノさん」活用事業助成を廃止する。