

新型コロナ過で苦しむ飲食店を応援
「地域飲食店支援型クラウドファンディング」
(中野区観光協会)

1. 背景

新型コロナウイルス感染症拡大が、全国の飲食店に与えた影響は甚大だった。最初の緊急事態宣言が出された令和2年4月、外食産業の売り上げは対前年同月比39.6%減と大幅に減少し、中野区内の飲食店も時短営業要請の影響を受けるなど、苦境を強いられた。

そこで、中野区観光協会では、「いつもお世話になっている飲食店を助けたい」との思いから、「がんばろう中野！クラウドファンディング～コロナウイルスに勝つ！『中野』の飲食店を皆さんと盛り上げたい！～」を実施した。



(写真左：新型コロナウイルス感染拡大前のレンガ坂通り)(写真右：感染拡大後の同通り)

2. 実施概要

がんばろう中野！クラウドファンディング

～コロナウイルスに勝つ！『中野』の飲食店を皆さんと盛り上げたい！～

【目的】

中野区内の飲食店を支援するため、支援金を募り、参加する飲食店に還元

【実施内容】

1.お食事券支援コース

- ①3千円・5千円・1万円分の食事券を購入するプランを設定
- ②支援者が、参加した飲食店を指定し食事券を購入
- ③購入後は指定した店舗にて食事券を受取り、飲食時に利用

2.お食事券無し支援コース

- ①1千円・3千円・5千円・1万円・5万円・10万円の支援プランを設定
- ②支援の返礼品として「中野サポーター証明書」を進呈

③支援金は事務手数料額を差し引き、参加店に分配

【実施団体】

一般社団法人中野区観光協会

【協力】

株式会社ドリームレイジング キリンホールディングス株式会社 西武信用金庫
(順不同・一部抜粋)

【実施スケジュール】

令和2年4月8日 有志がオンライン会議のみで準備作業を開始

令和2年4月15日 クラウドファンディングサイトにて支援募集開始

令和2年5月17日 支援募集締め切り

令和2年5月下旬(随時) 参加店舗に手数料を差し引いた支援金額を振り込み

令和2年5月25日～ 支援した店舗で食事券を受け取り

3. コロナ過で苦しむ飲食店を助けたいとの思いがスピード支援につながった

同協会の役員や中野区長をはじめとしたボランティアメンバー約20人で構成される「中野ラーメンMAP制作委員会」のSNSグループ内で、新形コロナ過に苦しむ飲食店支援の議論が活発化し、同協会の役員が中心となって全てオンライン会議でこの企画の実施が決まった。そして、令和2年4月7日、東京都に最初の緊急事態宣言が出されたが、4月15日には参加店・支援者の募集をスタートした。

同協会のスタッフは、民間企業に勤めながら協会の事業に携わっているボランティアが中心であり、そのうちの一人がクラウドファンディング運営会社を経営していたことから、いち早く募集サイトを構築することができた。また、飲食店とのコネクションを活用して「飲食店への参加呼びかけ」や、広報事業の経験から「知り合いの会社でポスターを作る」など、スタッフ一人一人がそれぞれの得意分野でこの取組を進めてきた。

日頃から「中野ラーメンマップ」の制作や、中野各地で開催されていた街歩きバルイベント「ヒガナカ・プロジェクト」の運営など、様々な事業やイベントを通じ、地元企業や飲食店と関係構築が出来ていたことも、この取組がスピード感をもって実施できた要因である。

4. 目標を大きく上回った支援の輪

(1) 実績

1. 総支援者：1,180人 総支援額：1,170万円

(目標額 500万円 達成率 230%)

<内訳>

①お食事券支援コース

●支援者：1,010人 ●支援額：約980万円

②お食事券無し支援コース

●支援者：170人 ●支援額：約190万円

2.参加店舗数：約160店舗

「お食事券支援コース」には、地元住民のみならず地元以外からも多くの支援が集まり、目標の約2倍の支援金が寄せられた。一方、「お食事券無し支援コース」も、全国から170名の支援があった。支援者の中には「中野という街が好きで、支援したい飲食店がありすぎて選べない」ということから、あえて食事券なしのコースを選んだ人もいた。

(2) 支援金と共に寄せられた多くのメッセージ

飲食店を支えたのは支援金だけではなく。クラウドファンディングサイト内の「応援メッセージ」投稿ページには、支援者からこの取組や飲食店に対し、「昔からお世話になってきた飲食店や、賑わいのある商店街・飲み屋街の文化を無くしたくない」「今は違う場所に住んでいるが中野のお店が大好きです」などといったメッセージが寄せられ、コロナ禍の苦境にあえぐ飲食店の支えとなった。

さらに、同協会に対し参加店から「普段、常連の方は10数人なのに、それを超える支援者がいて、いつも顔が見える常連の方以外にも、店を想ってくれる人の多さに気づけた」、「予想以上の支援を受け、店を閉める選択ではなく、コロナ禍を耐えてまたお客さんに来ていただく店にする」などといったモチベーションアップに繋がったという声が直接届いた。

また、行政の公的資金が入ったプレミアム付きの食事券の場合は、架空利用を防ぐため閉店した店舗への支援は難しいケースが多いが、この取組では公的資金が入っていないため飲食店が参加後に閉店した場合でも、食事券と同額の支援金を受けることが出来るようにした。

5. 成功の3つの要因

(1) 地元住民と全国からの支援

支援金額全体のうち約4割は中野区以外から寄せられた。その要因は、「中野が昔から地元住民以外の多様な人たちの受入れをしてきたこと」と、運営に携わった同協会スタッフの橋本さんは話した。

中野は企業のオフィス・研修施設・宿泊施設も多く、全国からビジネス客が訪れる。また

中野サンプラザでの文化・芸術イベントや、「中野ブロードウェイ」でみられる漫画・雑貨などカルチャー目的の往来といった様々な観光客も受け入れてきた。全国各地から訪れる人達が、地元住民や飲食店の店員などからの「おもてなし」を受けてきたことにより、中野への愛着が生まれ、「中野のファン」の獲得につながり、今回の支援の広がりとなった。

(2) 中野の飲食店の歴史と立地

中野は「つけ麺発祥の地」ということからラーメン店が多くあり、居酒屋も全国各都道府県の郷土料理が楽しめる店が集結している。また、中野サンモール商店街は、元々ヤミ市から発展した商店街であり、一つの区画内で多くの店舗が建てられてきた。店舗同士の距離が近いこともあり、商店街でも「はしご酒イベント」や「ナイトガイドブック発行」などのイベント等を実施してきた。

同協会のスタッフは飲食店同士のつながりに目を付け、「この取組を他の店舗にも紹介をしてほしい」と声掛けをすると、次々と参加店舗が増えていった。また、参加店自らがSNSでこの取組を情報発信し、飲食店を訪れる客が「隣の店でこんな取組に参加しているけど、ここのお店はしないの?」といった、客から店舗への声掛けもあり、費用を掛けないPRにより、最終的に約160店舗の参加につながった。

(3) 地元企業の協力

クラウドファンディングの募集・決済に関しては、ボランティアスタッフの一人が経営している「株式会社ドリームレイジング」のクラウドファンディングサイトを利用することで、利用手数料を抑えることができた。また、日頃から協会と事業やイベントで関係があった西武信用金庫が、この取組の目的に賛同し、支援金の振込手数料を負担した。さらに、「中野ハイボール」という地元酒の製造に関わりのある、飲料メーカーのKIRINの協力により、抽選で特製グラスが当たるプレゼント企画を行った。

寄付や協賛金などの直接的な支援も一つの方法だが、今回の協力内容が、この取組に対するサポートであったことが支援の輪が広がった要因の一つとなった。

<おわりに>

観光協会が地域の観光事業者を支援し、成果を出していくためには、「**地域住民・地元企業との日常的な連携**」と「**地域のファンの獲得**」が重要だと考えます。

この取組では、同協会が日頃から地域住民や企業と常にコミュニケーションを取ることで、現場が抱える課題をいち早く把握できたこと、そして、その課題を解決するためのネットワークができていたことが、スタートの速さや地元企業の協力などに繋がりました。

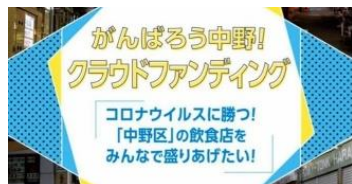
また、飲食店・地元住民・全国からの支援者といった様々な「**中野のファン**」が多くいたことも、取材を通じて感じました。

同協会のスタッフだけではなく、地元住民や飲食店自らがこの取組の情報の発信をすることにより参加店や支援者が増えたことは、「この取組を広げることで、自分の店だけでな

令和2年度ベストプラクティス
令和3年3月31日

く、中野という街を盛り上げたい」という、地域への愛着の表れだと考えます。

そして、中野という街が「コロナウイルスに勝つ！」ため、全国の中野ファンに「危機を自分事と捉え、街を支援したい想い」があったからこそ、目標を大きく超える成果を得ることができたと感じました。



【取材協力先】 中野区観光協会 橋本正太郎氏

【取材日時】 令和3年1月27日

【関連リンク】 https://www.dreamraising.jp/projects/ganbaro-nakano/detail/#project_nav

地域振興部事業課 石田・横山