

デジタルライフライン実装に関する 論点整理

2023年9月15日
株式会社AsMama

当社事業と日本のソーシャルデザイン

AsMamaに関して

設立	2009年11月4日
事業内容	<p>○<u>地域ごとの共助コミュニティ創生事業</u> 自治体や企業課題に基づき、オフラインとオンラインの両方で特定エリアの住人・企業・行政が、ゆるやかにつながる機会と頼りあえる仕組み（アプリ）を実装し暮らしや子育ての共助特区を創出。</p> <p>・自治体の地方創生、マンションコミュニティ形成、商業施設の地域連携等の支援を受託</p> <p>○<u>コミュニティ活用事業</u> 全国に1500名以上いる当社認定の地域の担い手の超ローカルな発信力を活用して企業と子育て世帯の交流やマッチアップ機会の創出 ・企業PRやマーケティングを支援を受託</p>
アプリ	会員数 約10万人（子育て世帯がコア層） 解決数 4万件以上、解決率 80%以上
受賞歴	総務省「地域ICT活性化大賞2017」大賞 第二回「日本サービス大賞」優秀賞
事業の特徴	BtoGまたはBtoBが収益源 利用者（アプリ）からは手数料等収益を取らない

社会的背景と当社役割

【課題1】

経済停滞と共に結婚・出産・子育て環境は悪化し人口減少加速
→ **子育て世帯の約7割が孤独**。経済的支援だけでなく**地域全体で子育てを支援している状態を周知の事実にすることが重要**。

【課題2】

地域コミュニティが希薄化。暮らし・子育てが孤立化
→ **祖父母世代が家族以外の子供・青年と関わる機会は7割がなし**。
平日に遊べる友達がいる子どもの割合3割以下。

【課題3】

（行政・企業の）情報リーチの有効性
→ **全世帯の過半数がネットを活用するが約7割は「情報量が多く正確な情報がわからない」と回答**。災害時の人命救助は公助より**地域共助が有効**。

弊社役割

- ① 地域ごとの行政や企業（クライアント）のニーズと住人ニーズの両方を把握。
- ② 課題を持続的に解決するために、当社認定の地域コミュニティリーダー（シェア・コンシェルジュ）を当該地域から発掘・育成する。
- ③ シェア・コンシェルジュを中心に、情報発信と企業や行政も交えた対面交流機会を全国で実施しつつ、子育てや暮らしを地元の知人間でシェアする自社開発アプリ普及させ、持続的な住民共助を実現。

【論点1】需要（生活者）と供給（行政・企業）を有効につなぐ

“地域別・年代別に需要ニーズにあった供給設計と適切な周知方法・頻度が重要”

主要論点からの抜粋

1 ミクロな視点で、人流・物流・災害対応といった観点から、「街」のアーキテクチャをどのように描くべきか。

2 マクロな視点で、「全国展開」のグランドデザインをどのように描くべきか。

3 展開に当たって評価すべきKPIをどのように設定すべきか。

4 政府、自治体、大企業は、需要と供給のそれぞれについて、どのような調達・投資を行うべきか。

5 幅広い国民の賛同を得るためには、どのような取組が必要であるか。

現実

地域別、年代別ニーズの把握

受容ニーズに基づいた供給設計を行わなければ、行動変容・生活変容が起こらない

地域別、年代別伝達手段の多様化

若年層のSNS、ネット活用が進む一方人口比率3割を占める高齢者の約半数はその他チャネルが約半数

情報周知は、頻度も重要

情報は人ごとに認知に3回、行動変容には7回必要

こうやるべき

- アーキテクチャの設計段階で、導入エリアの住人ニーズを丁寧にヒアリングしたファクトに基づいたアーキテクチャを設計し、設計段階から住人に情報公開する。
- 生活利便性や安全性等についても年代別・地域別に基づいた情報提供、体験機会（VR等の活用）をオフラインとオンラインの両方で提供
- 地域ごとの情報（データ）収集や伝達には、供給者サイドと需要者サイドをつなぐ役割を中立的に担う社会性の高い事業者（ex当社）をハブにする

【論点2】需要ニーズ多様化に伴う多様な供給の在り方について

“課題からバックキャストしたデジタルライフラインの再設計も検討すべき”

解決すべき課題

- 物流
- 人流
- 災害時

アーリーハーベストプロジェクト

- ドローン航路
- 自動運転車用レーン
- インフラ管理のDX

検討すべき解決手法

- 物流シェアリング
(ex: ネクストロジスティクス
ジャパン)
- ライドシェア
(ex: BOLDLY)
※自家用車による※規制緩和
の見直し)
- 災害時における地域共助シェア
(ex: AsMama)

