

デジタル田園都市が成果を出すために着手すべきこと

株式会社New Stories 太田直樹

前回は、1) 成果（アウトカム）の見える化と共有、2) 成果を生み出すプロセスの整理について提案したが、これら2つの観点から3点提案させていただきたい。

1) 利用者数の見える化

予算執行で終わらず成果の目標と進捗が見える化する。成果の第一歩は利用者数と利用率である。デジタルサービス実装のほとんどの事業で、成果が分からない。

マイナカードを使った確定申告は240万人、住民票交付は900万件、引っ越しワンストップは2ヶ月で7%の利用率であり、よいサービスを出せば成果がついてくることに自信を持って事業を進めていただきたい。利用率は、初期は1割、持続するには3割が目安である。到達しない場合は建設的な試行錯誤をすべきである。

2) 地域の金融機関の巻き込み

事業が成果につながらない、あるいは移動や福祉などで事業を諦めている理由の一つは、行政だけでは利害調整/合意形成が困難なことがある。

成果を出しつつある地域を見ると、金融機関が深くコミットしている。地域の金融機関が社会的なインパクトを生み出す鍵である¹ことも明らかになってきており、デジタルサービス実装事業への地域の金融機関の巻き込みを促していただきたい。

3) スモールビジネスの創出

デジタルサービス事業の多くにおいて、実装された時のサービス主体は行政ではなく、大企業でもない。しかし、ほとんどの事業で「出口」は明確ではない。

また、地域の活性化にはスモールビジネスの創出が鍵²になっており、スモールビジネスとスタートアップが両輪である³ことも明らかになっている。事業計画における担い手のあり方について検討を深めていただきたい。

以上

¹ インパクト志向金融宣言、一般財団法人社会変革推進財団

² 『おもしろい地域には、おもしろいデザイナーがいる』新山直広・坂本大祐

³ 馬田隆明（東京大学 FoundX ディレクター）