

# 令和4年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業に係る効果検証シート

## デジタルを活用した「価値と人材のサイクルモデル」形成事業【事業期間:令和4年度～令和6年度】

### (1) 事業内容

市内企業が開発したBtoCの自社商品について、工業品返礼品の人气が高く、閲覧者数が多い八尾市のふるさと納税返礼品やECサイトに出品し、販路開拓及び財源確保に繋げる。販売により確保した資金により市内企業は新たなチャレンジに取り組み、ふるさと納税で確保した財源により市は事業の自走化を図る。併せて、オンラインによる情報発信を積極的に展開することで、ふるさと納税等における販路開拓を後押ししながら、子どもや親世代に市内事業所やその商品の魅力を伝え、将来の労働人口の確保に繋げる。資金や人材が「チャレンジングな地域」の八尾に集まることで、さらなる自社商品開発や認知度向上に繋がり、好循環が生まれ、結果として市の付加価値が上昇し、継続的な税収確保に繋がるため、自立した地域として継続して発展していくことが可能となる。

要素事業	総合戦略基本目標	取り組みの概要(実績ベース)	今後の方針等
①チャレンジングな環境から生まれた商品の販路支援事業	5	ものづくり企業の付加価値創出に向けた、新商品開発支援や開発したBtoC向けの自社商品をECサイト活用した販路開拓支援を行った。具体的には、アドバイザーとして、プロダクトデザイナー、コミュニケーションプランナー、ファッションデザイナー、おもちゃクリエイターなどの多彩な専門家をメンターに招聘し、アイデアPR講義や伝え方の考え方講義、広報・販売戦略DX推進イベントを実施。市内11社が新商品14アイテムが試作が出来上がった。	多数の市内企業において、自社商品の開発、または試作品やアイデアの創出に至ったものの、当該自社商品により市場へ本格参入できた市内企業は少ない。これらの課題解決に向けて、自社商品のPR戦略支援や試作品から商品につなげる販売支援の連携を図る。
②チャレンジングな環境から生まれた企業や商品の魅力発信事業	5	本市の魅力である「ものづくりのまち八尾」を八尾市に関わる人や子どもにも広く知ってもらうためにSNSやICT教材、ものづくりワークショップ等を通して市内企業及び商品の魅力を発信した。地域企業の情報発信として、取材件数34社、動画配信を7件実施。販売拠点情報の発信を18件、市内の商品販売イベント等の発信として、登録数4,675件あるLINEで、配信を45件行い魅力を伝えた。	試作販売に時間がかかり、本事業を経て目標達成する販売額までたどりつけなかったことが、今後は、段階的に商品化したものの魅力発信につとめKPIの達成をめざす。

(2) 総合戦略における位置づけ : 基本目標5 経済成長を推進する、未来志向の産業振興をめざすまち

### (3) 重要業績評価指標(KPI)

