

令和7年度 企画総務委員会行政視察報告書

★視察事項（視察先）

西条市の移住政策について（愛媛県西条市）

生成 AI を活用した高齢者の買い物支援について（香川県坂出市）

★視察日

令和7年11月12日（水）・13日（木）

★視察参加者

委員長	中谷 司朗
副委員長	山根 栄子
委員	磯部 孝義
委員	田上 茂好
委員	柳瀬 秀明
委員	森 良介
委員	守田 文美

事務局	金近正太郎（随員）
-----	-----------

目 次

西条市の移住政策について（愛媛県西条市） ・ ・ ・ ・ ・ 1

生成 AI を活用した高齢者の買い物支援について ・ ・ ・ ・ 6

視察を終えての所感 ・ ・ ・ ・ ・ 12

西条市の移住政策について（愛媛県西条市）

- ◆視察日時 令和7年11月12日（水）
午後1時30分～3時30分
- ◆視察場所 西条市議会事務局
- ◆視察先対応
市民生活部移住推進課副課長兼移住推進係長
議会事務局

◆視察の目的

本委員会の視察は、計画期間が令和5年度から9年度の「下松市人口減少対策強化プラン」について、西条市の人口減少対策事業を視察することにより、計画期間中の本市事業の有効性の検証や執行部に対する政策提言のための基礎資料の収集や研究を目的とする。

近年、全国の地方自治体に人口減少対策は喫緊の課題であり、Uターン・Iターンを含む地方自治体の移住促進は、地域活力維持に不可欠な施策である。

そのような状況の中、愛媛県西条市は、豊かな自然と利便性を両立させ、積極的な移住政策で多くの移住者を呼び込む先進事例として注目されている。

西条市が推進する移住政策の具体的内容、成功した事例、運用の実態を深く検証し、本市に置き換えた政策として活かしたい。

具体的には、移住者に対する住宅・就労・子育て支援策、地域コミュニティへの定着支援など、施策の全体像を詳細に把握することに努め、さらに、政策の企画・立案プロセス、予算配分という観点から西条市の移住政策における成功要因を分析し、直面した課題から実践的な知見を得ることとする。

◆西条市の概要

西条市の概要（R7.9月末現在）	
人 口	102,453 人
世帯数	50,899 世帯
面 積	510.04 km ²

西条市は愛媛県東部に位置し、南は西日本最高峰の「石鎚山」、北は瀬戸内海に囲まれている。気候は温暖で、「うちぬき」に代表される良質な自噴水が豊富にある。産業は、農業、水産業、工業である。農業においては、経営耕地面積が四国一の広さを誇る。水田面積は 3,763 ヘクタールと、県内の 24.8%を占めている。また、全国一の生産量が産出されているはだか麦やあたご柿、春の七草、県下の収穫量を誇る水稻、ほうれん草、きゅうり、アスパラガスなど多くの農作物を供給する生産都市となっている。また、瀬戸内の豊かな海が育んだ伝統の海苔や瀬戸内海の魚介類など、水産業も盛んに行われている。

工業として、臨海部には世界屈指の規模を誇る 800 トンクレーン 3 基がそびえる今治造船や、ルネサス セミコンダクタ マニュファクチュアリング、日本製鉄、クラレ、花王サニタリープロダクツ愛媛が立地するなど、市内には製造業をはじめとするさまざまな企業の約 2,500 事業所が立地している。

また、西条市全体の工業製造品等出荷額は 8,450 億円（2019 年度工業統計調査）に上り、四国屈指の工業集積地となっている。人口は、愛媛県下では次いで第 4 位にあたる。

◆視察事項の概要

《移住政策の概要》

西条市では、移住施策と同市の認知度向上のためのプロモーション「移住×プロモーション」の両輪による事業実施を肝とし、移住検討者に向けて「西条市移住セミナー」や「無料個別移住体験ツアー」「無料アテンドサービス」「空き家バンクの運営」「住宅改修支援事業」「お試し移住用住宅の運営」、「婚活支援事業」など様々な取り組みを行っている。

特に、移住検討者に好評なのは、「無料個別移住体験ツアー」である。

この体験ツアーは、往復の交通費や宿泊費、食費も全て無料、で土、日、祝日も実施。 ツアーの特徴は、先輩移住者や地元農家、企業の社員や現役の学校の

先生など、移住検討者それぞれのライフスタイルや関心事に合わせてアテンド先をカスタマイズし、人と人をつなぐことで、西条市での生活をしっかりイメージできる事業になっている。

《実施事業の具体的内容》

(1) 特徴的な取り組み

①「LOVE SAIJO」サイトによる移住促進情報の発信

移住検討者の「LOVE SAIJO」ファンクラブへの登録の誘導 メール等での移住相談、メルマガによる移住情報(移住フェア・セミナー)案内を実施

②東京・大阪での移住フェアに出展

愛媛県が実施する東京、大阪での移住フェアに出展 移住検討者の呼び込み
→移住検討者との面談→実際に西条市に来てもらう。(アテンドサービスに繋ぐ)

③西条市単独移住セミナーの開催

東京、大阪で市単独の移住セミナーを実施、参加者の内から西条市がターゲットとする 若者・子育て世代で移住の確度が高い検討者を移住体験ツアーに招待

④無料移住体験ツアー

移住セミナー参加者から移住検討者を選定し、一泊二日の移住体験ツアーに招待

※西条市移住体験ツアーの特徴

「観光スポット」を訪問するのではなく、「人をつなぐ」自分が移住後にイメージする生活に近い人に「逢いに行く」ツアーを企画

⑤アテンドサービス

西条市に来られた移住検討者に対し、市職員が専属のコンシェルジュとなり、移住目的に合わせて、生活、子育て施設、仕事、住居など先輩移住者、移住相談員や支援者のサポートのもと西条市の魅力を余すことなく紹介するアテンドサービスを実施

⑥お試し移住用住宅



市が移住検討者向けに一泊二日 2,000 円でお試し移住用住宅を貸出

⑦ 空き家バンク・移住者住宅改修補助金（R7 年 3 月末日現在）

西条市移住者住宅改修支援事業費補助金

市の空き家バンク登録物件について県外からの移住・定住を促進するため、移住者が行う住宅の改修などに要する費用に対し、予算の範囲内において、西条市移住者住宅改修支援事業費補助金を交付

⑧ 移住支援金制度

西条市への移住・定住の促進及び中小企業等における人手不足解消のため、東京 23 区（在住者又は通勤者）から移住し、移住支援事業の対象とする求人就業した方や起業支援金の交付決定を受けた方等に、予算の範囲内において移住支援金を交付

⑨ SAIJO BASE（ひと・夢・未来創造拠点複合施設） R4.7.1 運用開始
市民等の交流促進とチャレンジを応援するための施設

⑩ 婚活イベント

若者の移住・定住を促進し、生産年齢人口の増加を図ろうとするもの「LOVE SAIJO de 愛イベント」として取り組み、年間 2 回のイベントを開催する中で、マッチング支援と交際フォローを行っている

⑪ 新たな産業の創出（ローカルベンチャー育成事業）

起業に特化した地域おこし協力隊、起業家及びコーディネーター誘致



(2) 移住施策の特徴

- ・ プロモーション × 移住施策（移住施策に絞った西条市のプロモーション）「LOVE SAIJO」によるプロモーション戦略（シビックプライドの醸成など）を行っている。
- ・ ターゲット層の明確化している。（働き手世代・子育て世代）移住者の約 8 割がターゲット層である。
- ・ 移住施策は、『人と人をつなぐ』ことをコンセプトに事業を実施
- ・ 移住検討者が移住後にイメージする生活に近い人に逢い、相談できることがカギである。
- ・ 移住後も引き続き相談に乗ってもらい、コミュニティに加えてもらう。
- ・ 良き相談相手⇒ 移住支援者の発掘
- ・ 移住相談員、移住支援者、先輩移住者が連携し、移住者・移住検討者をサポ

ートする体制を作る。

◆主な質問と回答

Q 移住施策についてプロモーションの主な取り組み内容はどのようなものか。

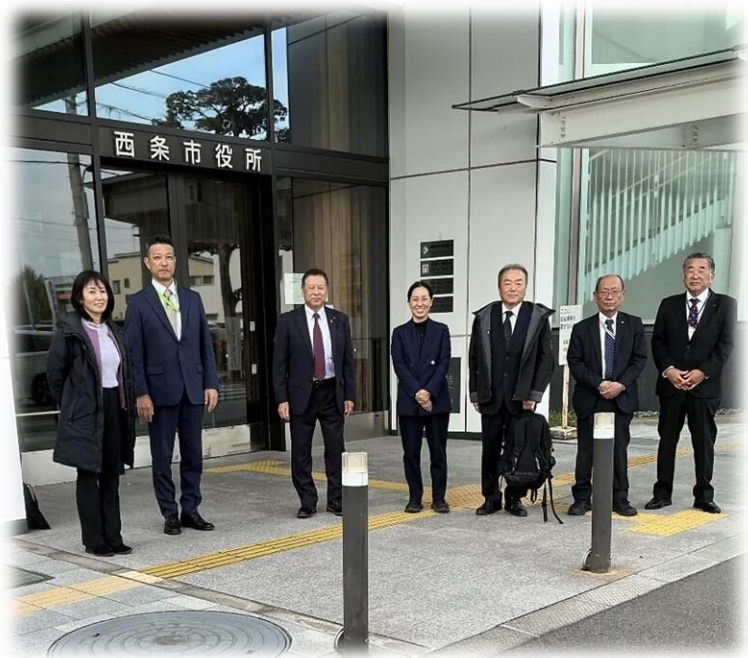
A 情報発信力を重視し首都圏での移住促進トークイベントを開催している。各テレビ局から「西条市の魅力」を発信している。

Q 結婚支援事業の取り組みはどのようなものか。

A 「LOVE SAIJO de 愛イベント」を平成30年から開催。令和6年度は、2回開催し、593人参加、マッチングが、136組の実績となっている。

Q 移住促進イベント等で実際に移住につなげるにはどのような工夫が必要か。

A 担当者が直接希望者と話すことが重要。市職員以外の移住体験者による移住希望者の相談にのることにより円滑に進む例もある。



生成 AI を活用した高齢者の買い物支援について（香川県坂出市）

◆視察日時 令和7年度11月13日（木）
午後1時30分～3時

◆視察場所 香川県 坂出市議会事務局

◆施策先対応 坂出市健康福祉部かいご課、政策部 DX 推進課

◆視察の目的

近年生成 AI の自治体での導入が進んでおり、令和7年度現在、都道府県や政令指定都市では約9割の導入となっているが、市町の導入は約3割にとどまる。

本市においても将来的な業務の多様化や職員の人員不足等を補うために生成 AI の導入を検討していく必要がある。

視察事例については、福祉に関連した事業であるが、生成 AI は汎用性が高く、福祉以外にも、窓口業務や教育、地域政策、行財運営等での利用が期待される。

また、生成 AI 活用による新たな働き方、組織の活性や職員の負担軽減につながり、ひいては市民サービスの向上が期待される。これから先、本市の業務への生成 AI 導入につき、本事例の見識を本市にフィードバックさせることが目的となる。

◆坂出市の概要

坂出市の概要	
人口	47,323 人
世帯数	21,052 世帯
面積	92.46 km ²

坂出市は、香川県のほぼ中央部に位置し、東は高松市、西は丸亀市・宇多津町、南は綾川町、北は、多島美を誇る瀬戸内海が広がり、瀬戸内海を隔てて岡山県に対している。高松駅からは

15分、対岸の岡山駅からでもマリンライナーで40分、空の玄関口高松空港からも車で30分という位置にある。香川県での坂出市の場所 市の中心部は海岸沿いに平坦に開け、綾川を中心に豊かな田園地帯が広がっている。海に出れば瀬戸大橋沿いに島々が連なり、瀬戸内海国立公園の美しい景観を見せる。

郊外には、快適なドライブが楽しめる五色台スカイラインや、崇徳上皇ゆかりの白峯寺を有する五色台、約500本の桜が咲き乱れ、県下でも有数の桜の名所として有名な常盤公園、山城の歴史が残る城山、讃岐富士と称される飯野山などがあり、海に山に自然豊かな土地柄である。

坂出市は、かつては「塩のまち」「塩の積み出し港」として栄え、戦後の高度経済成長期には、塩田跡地を活用した港湾開発や番の州地区の埋め立て等により、全国有数の「港湾工業都市」へと変貌を遂げた。その後の瀬戸大橋開通や四国横断自動車道の整備等により、現在では、本州と四国を結ぶ鉄道網及び高速道路網の「要衝」として、その存在価値を高めており、次代を担う若い世代から「住みたいまち」として選ばれる新たなまちづくりを進めている。

坂出市には、歴史と伝統に彩られた行事や祭り、暮らしに潤いを与えるイベントやスポーツ行事が四季折々にある。なかでも8月に開催される「さかいで大橋まつり」は、昭和41年から始められた市民総参加のお祭りで、瀬戸大橋パレードを皮切りに、坂出小唄での総踊りでは老若男女が陽気な熱気に頬を染め、祭りが最高潮に達する最終日には、坂出駅前広場に10台以上の太鼓台が集まり、1台150人の担ぎ手による「かきくらべ」は、見るものすべてを陶醉させる重厚さと神秘さがある。

◆視察事項の概要

《A | 活用事業の概要》

令和5年10月5日、坂出市と、GMOメイクショップ株式会社、KBN株式会社、坂出商工会議所は、王越地区を対象として、日常的な買い物に不便を感じている高齢者世帯に向けて、「生成AIを活用した対話型コマース」による高齢者の買い物支援の実証実験を行うため、連携協定を締結。

高齢化社会が進展する中、1人暮らしの高齢者や高齢者夫婦のみの世帯の増加に伴い、在宅生活を送るうえで、支援を必要とする高齢者が増加することが予想される。こうした高齢者のニーズに対応するため、民間事業者が主体となり、生成AIという最先端技術を活用し、高齢者の買い物の支援を行うものとなっており、実証実験を行う。買い物支援事業は、AIとの会話を楽しみながら買い物ができるというもので、認知症予防の効果を期待される。坂出市が、実証実験の中で認知機能に係る簡易なテストを実施し、認知症予防の普及啓発に取り組んでいる。

◆実施事業の具体的内容

- (1) 生成AIを活用した買い物支援の取組の目的や経緯について
「買い物サービスにおけるゴール」をめざした。
- (2) 過疎化、高齢化が進む地方における「買い物弱者」へ、かんたん・たのしい買い物サービスを提供し、課題解消
- (3) 働く現役世代の「タイバ」を満たす買い物サービスとして発展し、働きやすい「まちづくり」に貢献

- (4) 委託した会社のみならず、地域企業・商店を含めた地域経済において、持続可能な地方創生を実現

◆経緯

KBN 株式会社は、宇多津町における地域密着ケーブルテレビ事業者として、長年利用があり、高齢化していくテレビサービス利用者に対し、困りごとの改善・生活改善など、新たなサービスで貢献できないかということについて、坂出市と検討していた。そのような状況下で、GMO メイクショップ株式会社より、生成AIを活用した買物支援の実験を提案され、KBN株式会社とGMOメイクショップ株式会社でスモールスタートの実証実験を行うことで合意し、坂出市へ提案した。



◆連携協定・導入までの経緯

- (1) GMO メイクショップと KBN によりスモールスタートの実証実験を行うことで合意し、坂出市へ提案
- (2) 坂出市健康福祉部・政策部と3者で協議開始
→健康福祉部さまが窓口となり、「生成AIとの会話の増加」による介護予防の有効性を確認することに。
- (3) 坂出商工会議所も民間企業の協力を取り付けるために参画
- (4) 役割分担
GMO メイクショップ：生成AIを活用したソフトウェア（アプリ）の開発
KBN：実験参加者の募集・サポート、問い合わせ窓口 商店との提携(商品の提供ルートの確保)、物流の手配商品購入代金の回収など
→実験地域で小学生の送迎業務を行っていたタクシー会社と交渉し

商品の配達業務を委託

タブレット及び通信環境の手配 → 実験地域で移動販売をしていた地元
商店と交渉し商品の提供販売を合意

坂出市：介護予防の有効性を測定（実験前・実験後）

坂出商工会議所：地域企業の協力の取り付け

(5) 連携協定の発表と実験開始

◆活用実績と難しさ

【活用実績】

- ① 2023年11月1日-1月31日 坂出市王越町で実証実験完了
- ② 2025年3月13日-8月10日 坂出市・宇多津町で実装実験完了
- ③ 2025年8月11日～ 本サービス開始

②の「実装実験」において少しずつ利用者を増加させ、現在は200名ほどの利用者。今後は、「利用者の増加」、「出店企業の増加」「出品点数の増加」を並行して図る。

【課題】

- ①利用頻度と購入額が不安定
- ②購入頻度・単価に二極化傾向

高頻度・高単価のリピーター層が平均を押し上げる一方で、登録のみの低頻度利用者の存在により全体平均は約6,000円前後に推移。購買回数の底上げが今後の成長課題。

- ③出品商品数と購入単価の関係

商品ラインナップの拡充により、購入単価・購入回数とともに増加。

1,000品 → 1,500品で単価が約200～300円アップ。現在は3,000品まで拡大、今後8,000品以上を目指し、準備中である。商品数の増加に伴い、一回あたりの購入金額・購入機会とともに増加する傾向を確認。

【地域特性】

スーパーが近い地域：利用者数は相対的に少ないが、完全に使われないわけではない。スーパーが少ない地域（コンビニ数店・ドラッグストア1店程度）：利用者数・購入頻度・単価がいずれも高い傾向 地域特性に応じて需要が変化する点が特徴的

◆利用促進対策

利用回数が多いほど、1回あたり購入点数・単価が増加傾向も確認（リピー

ターのロイヤリティ向上が売上拡大に直結)

◆帆足今後の施策として

初回利用者に対して2回目以降の購入を促すキャンペーンを強化
一定数以上利用する顧客層（全体70%）の購買傾向を分析し、再購入動機を把握。総じて、「こんにち商店」は新規顧客の獲得と固定客化の両立を進める必要があり、このバランスを保つことが安定した運営基盤の確立に繋がる可能性が有る。

◆これまでの課題等

【難しさや課題】

事業全体のプラットフォームの役割を果たす→大きな先行投資が必要

- ・本サービス用にアプリの再開発、商品及び在庫管理システムの再構築、配送・ピッキングシステムの開発
- ・販売事業者との提携と商品点数の増加
- ・運送委託会社との提携
- ・ユーザーの募集
- ・商品の購入方法等の指導訪問の必要がある
- ・商品配達における品質や温度管理が難しい
- ・社内専属チームの構築や維持について、現場スタッフの採用（ピッキング・箱詰め）等の人員確保

【運営条件】

- ・既存顧客がすでに多数存在している（本サービスを展開するためには利用者が一定数必要）
- ・入電対応やサポート訪問（タブレット等の利用指導）が可能な体制がある
- ・料金・商品購入代金の請求・課金の仕組みを保持している
- ・スマホ及びタブレット教室の開催や補助
- ・広報誌などによるサービスの説明・広報・認知の向上
- ・拡大を希望されるのであれば利用者増加推進協力
- ・有料利用者が増加しないと「事業の継続」が困難（収益が確保できなければ民間企業は無理）

◆主な質問と回答

Q 高齢者が利用するための工夫、市や家族のサポートはあるのか。

A 後期高齢者であっても一定程度の方は、タブレットの利用は習得可能。市や家族のサポートについては、「高齢者の利用」という面では、KBN による根気強い指導（ケーブルテレビ局として従来通りの作業）は当然のサポートと認識している。

Q 今後の事業展開は、どのようにするのか。

A 子育て支援及び応援事業（小さなお子さんがおられるご家庭への宅配支援）やオンライン診療やお薬の宅配また、商品の販売のみならず、サービス（水道やガスなどの保守サービス、家電修理など）の販売の場に拡大できる。

Q 地域の参画企業の反応は。

A 地元企業の参画が進んでいる。現時点で参画希望の地元企業さんはもともと「宅配」を行いたいという意思を持っていたケースが多い。コストを考え、諦めていた事業を代わりに行ってくれるという点で、喜んでいただいている。経済効果は、今後利用者の増加に比例すると思われる。



委員長 中谷 司 朗

移住施策について（西条市）

西条市は、住みたい田舎ランキング（宝島社）で全国1位（10万人以上自治体）を連続で獲得するなど高く評価されており、シティプロモーション活動、移住体験ツアー、空き家バンキング、住宅改修補助、お試し移住住宅の貸出など、あらゆる手立てを駆使し、年間1,500人を超える移住者を獲得している。これは人口の1.5%を占める割合であり、人と人とをつなぐネットワークが、新たなプロモーションとなり、移住者が移住者を呼ぶ好循環の手本のような自治体であると感心した。

生成AIを活用した高齢者の買い物支援について

坂出市は、本年8月から生成AIを活用した対話型コマースによる買い物支援を実施している。タブレット等の端末に音声で話しかけることによりAIが日常の生活用品や食料等を発注し配送業者により宅配される。月額2,200円の加入料で何度頼んでも配送料はかからないという点を、ネットスーパー等と比較して市民がどう判断するかが、今後の普及のカギを握っている。

また、開始早々の段階だが、AIによる対話型の購入より検索画面からの購入の方が圧倒的に多いなど、今後も要注目すべき試みであると感じた。

副委員長 山根 栄子

西条市・・・移住施策視察を終えて

西条市は下松市と環境が非常に似ている。コンパクトシティで製造業が充実し、働く場所も豊富で自然も豊かな街だ。しかし人口流出を止める事はできず、自然減を食い止める事はできないと判断し、社会増を目指し、転出抑制と転入促進政策としての移住に重点を置く事にした。この重点政策の本気度が伺えるのが9つの移住促進施策である。東京や大阪に移住フェアを出典・セミナーを開設し、東京には市単独の移住相談窓口を開設している。またお試し移住用住宅の設置や個別無料移住体験ツアーもあり4年間で21組65人が移住してきている。また空家対策にも力を入れている。空家バンク326件の登録に対し65件の売買、39件の賃貸にも成功している。これらの取り組みを移住コンシェルジュを設置し民間と行政が一体となって進めている点も注目したい。本市でもこれらの取り組みが行えるか検討してみたい。

坂出市・・・生成AIを利用した高齢者の買い物支援について

坂出市のKBN（ケーブルテレビ）が主体となり高齢者の買い物支援を目的とした食品や生活サービスを販売するいわゆるネット通販の様な取り組みが行われている。GMOメイクショップ株式会社、坂出商工会議所、KBN株式会社、坂出市の4社が実証実験の連携協定書を締結しこの事業が今後軌道に乗るのか興味深い。

今はまだ実験段階にあるようだが、今後この事業が高齢者の買い物支援の柱となり豊かな生活の一助となる事業となるよう進めてもらい、先進的な取り組みとなることを願う。本市においても条件がとても似ているため、今後注目したい。

委員 磯部 孝義

愛媛県 西条市…（資料：西条市の移住施策についてのPPなど）

○移住施策について、現状の課題～魅力（強み）～必要な動きをしっかりと分析し、効果的で体系だった取組が展開されていると感じた。移住前から知り合いを増やす⇒新たなネットワーク⇒効果的なプロモーション⇒移住者が移住者を呼ぶ好循環といった人を繋ぐ視点が地方の移住の取組に必要なものだと感じた。

○移住検討者に対しては、市職員が専属のコンシェルジュとなり、生活、子育て、仕事、居住など先輩移住者、移住相談員や支援者のサポートのもと、西条市の魅力をあますところなく紹介しているアテンドサービスがある。また、結婚支援にしても、相談や交際フォローをするマリッジサポーターが23人いるとのこと。市を愛するサポーターの存在が重要と感じた。参考にすべきと考える。

○移住施策に対しての市の危機感、施策への強い思いを持つことが大切と感じた視察であった。

香川県 坂出市…（資料：「こんにち商店」の目的、経過、課題など市のDXの動き など）

○OGMOメイクショップ、KBN、坂出市、坂出商工会議所が連携、役割分担で協定や導入までしっかりと検討された事業で、民間のアイデアを市が有効性を確認し、実証実験～実装実験を経て本サービスがスタートしている。官民連携の好事例と言えると思う。

○まだまだ利用者も少なく収益面での不安が大きい。どう広げていくか、事業の他自治体へ展開など良い事業ではあるが継続の難しさも感じた。

○その他のDXの取組について、スマホ相談会の高校生の活用、電子申請を使いやすくするためのホームページの見直しなど利用者に

優しい取組みが展開されている。参考にすべきと考える。

○地域にあるもの、地域に合ったDX、AIの活用のあり方を見つけ出すことが重要と感じた視察であった。

委員 柳瀬 秀明

伊予西条市の日本一と言われる移住定住政策について

西条市の特徴は、何といたっても移住コンシェルジュを設置して、民間と行政が一体となって移住を促進しているところである。

東京・大阪の都市部のみならず、地方からの移住希望者へのマッチングに力を入れており、一人一人の希望に合わせた移住定住を提案しているところが素晴らしいと感じた。更には市の職員が専属のコンシェルジュとなり、移住体験ツアーの開催をはじめ、体験ツアー後の住まいから仕事までのアフターフォローが充実しており移住定住事業の官民一体の本気度を感じる事が出来た。

本市においても、空き家の活用が課題であり、移住者用住宅や仕事のマッチングの必要性を感じた。特に人口減少対策に取り組む職員の、攻めの姿勢が重要だと感じた。

生成AIを活用した高齢者の生活支援について

坂出市の買い物サービス「こんにち商店」の取組については、まず驚いたのが行政主導でなく、地元ケーブルテレビが主体となり事業展開している事である。買い物難民と言われる高齢者をはじめ、若い子育て家庭の買い物支援までされており、1個からでも配送されるとのことで採算度外視でも、一人一人を大事にするという考えに共感した。

生成AIを活用した生活支援ということで、当初は高齢者が対話を通して認知症予防にもということであったが、高齢者もスマホや

タブレットでの活用が多いとのことで、高齢者のデジタルバイト解消にもつながる取組だと感じた。説明された地元ケーブルテレビ「KBN 株」の話では、行政から補助金を貰ってやる気はない。行政には後押しをして頂きたいとの強いお考えが印象に残った。やはり主体者側の熱意の問題だと感じました。本市も同様用の地元ケーブルテレビを活用できないか考えてみたいと思う。

委員 森 良 介

移住政策について

愛媛県西条市は、テレビやラジオ、雑誌や新聞、WEB サイトなど多くのメディアに「移住したいまち」として紹介されている。宝島社が発行する『田舎暮らしの本』「住みたい田舎ベストランキング」若者世代部門で3年連続全国1位を獲得したほか、朝番「ZIP!」、特番「妄想移住ランキング」等。移住政策においては全国でも後発組。地方の自治体では出来ることは少ないと考え、2018年より社会増を目指す。人口減少、少子高齢化の進行と情報発信の不足。様々ある課題に向き合い、市では、社会増を目指して多角的な移住施策を展開している。具体的には、移住支援金の支給や空き家バンク（登録326件）の活用、移住者住宅改修支援事業費補助金の制度整備、無料の個別移住体験ツアーや東京大阪移住セミナー（職員派遣）の開催など、移住希望者が安心して生活を始められる環境づくりを進めている。また、子育て支援や結婚支援といったライフステージに沿ったサポートも充実させることで、都市圏をターゲットに絞った効果的な施策展開を図っており、先輩移住者が係るなど移住の際にはすでに顔見知りや親しい関係性が成立しているなど、人と人をつなぐ取り組みも目を見張るものがあった。

西条市では職員の移動があった際も綿密な引継ぎがされており、

移住に係る職員の本気度が感じ取れた。これらが多くのメディアにとまり自動的に拡散され、事業開始より15倍の1500人もの移住に成功している。市政においての施策というものは浅く広くではなく、いかに集中してその施策を展開するかが重要であり、その気概がないと実現を見ることはないものだと感じた。

生成 AI を活用した高齢者の買い物支援について

坂出市は民間事業者が主体の坂出市 生成 AI を活用した買い物支援に高齢者の在宅生活を支える環境づくり施策に生かす形で便乗参画している。民間事業者は高齢者に限定しておらず、利用者に制限をかけてはない。サービスはECサイト形式のN（全国）対N（全国）に似ており、N（地元）対N地元の形態である。民間事業者と言うのも地元ケーブルテレビ会社KBNがプラットフォームを運営するため、見守り、子育て支援、行政との足並みもそろえることが可能で、買い物支援を展開する中でこういった地元活躍企業の信頼性がモノを言う。実証実験後、「こんにち商店」としてKBN、JA香川、コープかがわ、GMOメイクショップ（対話型コマースシステム開発やECサイト構築支援）が連携し2025年3月13日にプレオープン。このサービスでは、ChatGPTのAPIを搭載した音声対話型のオンラインショッピングシステムが利用されている。

対話型以外にも通常検索もでき、意外にも9割は検索注文であるという。対話型システムにはまだ改善の余地があるものの、テレビを活用した注文方式にも挑戦しており、現在は約200世帯が利用している。今後は利用者の拡大、出店事業者の増加を通じ、さらに顧客層を広げていくことが期待される。損益分岐点は2,000世帯と設定されており、「こんにち商店」のれん分けも契約世帯数に対するライセンス料ということにしている。

特に、民間事業者の企画力と行動力は大いに参考になるものであり、この仕組みは当市においても十分に展開可能であると感じた。

委員 守田文美

移住施策について（西条市）

西条市は、移住施策について、「人を繋ぐ」をテーマとし、移住前から知り合いを増やす、人が人を繋ぐことで新たなネットワークが出来上がる、そこから効果的なプロモーション展開、結果として移住者が移住者を呼ぶという好循環が生まれるという仕組みを作っていた。同市は、「移住すればうまくいくの落とし穴」というセミナーを首都圏で開催されており、これが移住の起爆剤となったとの説明も受けた。移住についてはミスマッチを避けることも重要であるから、このような移住のデメリットに焦点をおいたセミナーは画期的であった。ご担当者の説明からは、わが町を消滅させない、継続させる、という熱い思いも垣間見えた。移住施策の結果、将来の人口集計が上向き修正されるという結果も出していた。

生成A I を活用した高齢者の買い物支援について(坂出市)

坂出市は、人口規模や、面積、塩田から工業地帯が形成された歴史まで、本市と類似点が多い自治体である。坂出市は、地元ケーブルテレビと共に、生成A I を活用した高齢者の買い物支援を展開されている。地元ケーブルテレビのご担当者は、まずは過疎地域の支援を念頭に本事業を始められたが、現在は第二段階として子育て世代の支援に事業を拡げており、今後は全世帯への支援を見据えておられた。坂出市は、今後の人口減少対策について、民間企業と共に策を模索されており、素晴らしい協力体制を築いていた。また、生成A I 開発には坂出市出身の方がおられる会社が協力され

たそうで、シビックプライドの醸成に関しても成功例をあげておられた。

委員 田上茂好

移住施策について（西条市）

南部に西日本最高峰の石鎚山や北部に瀬戸内海、天然水が豊富で、水道水ではなく湧水を暮らしに活かす地域もある住み良い田舎の西条市だが、人口減少率はとても高い。

今後30年間で27%の減少が見込まれている。都市機能の維持が困難になることに危機感をもち、移住したい田舎から住み続けたいまちへ、まちの総合力で訴えかけるとして様々な施策を実施している。その流れは、情報発信の強化、関東・関西の大都市圏での移住促進トークイベントセミナーへの参加誘導、体験ツアーへの招待、お試し移住用住宅の提供、空き家バンクの運営結婚支援など多彩である。その結果、令和6年度の移住者は1300人あまりとなり、20年後の人口を社人研の推計より3300人増やす効果を上げている。自治体の取り組みが半端でないことが痛感させられた。

生成 AI を活用した高齢者の買い物支援（坂出市）

高齢化社会が進展する中、一人暮らしの高齢者や高齢者夫婦のみの世帯の増加に伴い在宅生活を送るうえで、支援を必要とする高齢者が増加することが予想されるが、介護などの公的支援に加え民間事業者・商工会議所で連携協定を結び、令和5年には買い物支援の実証実験を行なっている。2025年8月からは本サービスを開始している。現在は200人ほどの利用者であるが、4千世帯を目指しているとのこと。元気な高齢者の社会参加の促進、高齢者見守

り、多様な事業主体による重層的な生活支援サービスの開発を目指しており、おおいに参考になる取り組みであると感じた。