

(地方創生加速化交付金事業)

すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～
検証委員会 報告書

平成29年8月

すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～
検証委員会

目 次

1. 事業実施の背景／趣旨・目的	1 ページ
2. 事業概要	1 ページ
3. 事業費	6 ページ
4. 事業の分析	7 ページ
5. 事業の効果	11 ページ
6. 今後の展開	12 ページ
7. 検証委員会による検証結果	13 ページ

(資料) すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～検証委員会設置要綱

1. 事業実施の背景／趣旨・目的

北葛城郡4町（上牧町・王寺町・広陵町・河合町）は昭和40年代から大阪都市圏のベッドタウンとして発展し、急激に人口が増加してきたが、現在は少子高齢化や都市圏への若年層の転出傾向が見られ、人口減少や地域の賑わい低下が危惧される。また、大規模宅地開発された住宅街では、住民の高齢化や子ども世代の都市部への転出などの影響で、空き家が増加している。

これまで北葛城郡4町では各町独自の移住に関する取り組みをしてきたが、発信力の弱さ、知名度の低さから効果は薄かった。4町は概ね共通の生活、経済、文化圏を形成したエリアで、各町の発展の経緯や町の熟成化に伴う諸問題に対する住民意識において、似通っているという特徴がある。そこで各町が抱える移住に関する課題の解決策として、4町の地域性や強みを結集し、商業施設、医療施設、教育文化施設、鉄道駅、高速道路のインターチェンジなどの都市機能が集約され、さらに県内有数の規模を誇る県立馬見丘陵公園に象徴された緑豊かで美しい環境を兼ね備えている、通勤、子育て余暇利用など住むための機能が整った”ほっかつ”として、大々的なPRの実施により、”ほっかつ”の魅力と存在を周知することで、各町それぞれの知名度の向上、「北葛城”郡”」という田舎のイメージの払拭、また広域的な受け入れによるスケールメリットや地域の課題解決の加速化が期待できることから、これまでに例を見ない広域地域ブランド”ほっかつ”として大阪都市圏からの移住促進をテーマとしたリージョンプロモーション事業を計画したものの。

2. 事業概要

平成28年度事業については、以下のとおり実施しました。

すむ・奈良・ほっかつ！推進協議会の設立・開催

平成28年7月8日（金）に北葛城郡4町による協議会「すむ・奈良・ほっかつ！推進協議会」を設立

- ★ 構成メンバーは、上牧町、王寺町、広陵町、河合町の町長及び議会議員
- ★ 事務局（上牧町）、リージョンプロモーション（王寺町）、魅力体験イベント（広陵町）、住宅ファイリング（河合町）という役割分担を決め、それぞれの町で担当

リージョンプロモーション

※リージョンプロモーション【REGION PROMOTION】・・・地域を推進する、地域を宣伝する

- ★ 北葛城郡のイメージ払拭のためのブランドロゴマークを作成しました。
- ★ 今後、発刊物等があるときに使用し、「北葛城」というブランド名を定着させていきます。



★ プロモーションムービーを作成しました。テレビCM用（15秒）、イベント用（60秒）、HP用（3分）の3種類

- テレビ大阪でCMを放映（～12/11まで）
- 映画館（あべのアポロ、なんばパークス、MOVIX 八尾、TOHO シネマズ鳳、イオンシネマ西大和）でシネアドを放映（～3/31まで）
※あべのアポロシネマのみ 5/19まで
- 奈良県が運営している、各所デジタルサイネージにも放映（～3/31まで）
- テレビ大阪の天気予報フィラー広告で放映しました。（平成29年1月～3月の日曜 22:48～22:54）
- 北葛城HPでご覧になれます。（hokkatsu.jpへアクセス または 「きたかつらぎ」 ひらがなで検索）

★ 交通機関関係でのPR

- JR西日本・・・貼り広告（環状線の各駅17駅にポスター掲示）、王寺駅にPRパネル設置
- 近鉄電車・・・大阪線、田原本線の車両にポディーシート広告を実施（～平成29年6/30）
大阪難波駅に臨時パネル、鶴橋駅に駅看板でPR実施（～3/31）



- ★ 平成 29 年元日から FM802 で「すむ・奈良・ほっかつ！ Beautiful Life」という新番組を放送。（毎週日曜日【SUPER FINE SUNDAY 内】13 週）
- ★ その他の PR 事業は以下のとおり実施しました。

			2016年			2017年		
			10月	11月	12月	1月	2月	3月
テレビ広告	テレビ大阪	15秒CM、		●	● 11/28~12/11			
	お天気フライヤー	50秒映像、15秒x 2 CM			● 1月~3月 (3ヶ月)			●
シネマアド	なんばパークス	全スクリーン、15秒		●	● 11/19~12/16			
	あべのAPOロシネマ	全スクリーン、15秒		●				11/19~2017/5/19
	MOVIX八尾	全スクリーン、15秒		●	● 11/19~12/16			
	TOHOシネマ鳳	全スクリーン、15秒		●	● 11/19~12/16			
OOH	デジタルサイネージ	あべのハルカス前 1F通路		●	● 11/28~12/11		●	●
	近鉄	大阪線車内		●	● 11/15~12/12		●	●
		南大阪線車内		●	● 11/15~12/12		●	●
		ポディシート広告①		●				11/21~2017/7
		ポディシート広告②		●				11/21~2017/7
		なんば臨時パネル		●				11/1~2017/3/31
		駅看板		●				11/1~2017/3/31
	JR西日本	駅貼り			● 12/1~12/7		●	●
		JR大和路快速車内		●	● 11/15~11/19			
		駅PRパネル		●				11/1~2017/3/31
ラジオ広告	FM 8 0 2	20分番組、毎週日曜日			● 1月~3月 (3ヶ月)			●
web	「北葛城」公式サイト		●					●
Web広告	リスティング広告	検索広告			● 1月~3月 (3ヶ月)			●
		DSP MicroAD					●	● (1ヶ月)
		Facebook動画広告					●	● (1ヶ月)
イベント	奈良県内	期間中 2 回	10/23 ● 高見丘陵公園				●	● 1/26~28 大立山祭り
	大阪市内	期間中 2 回		● 11/19 ● 12/10 ● なんばパークス				
コールセンター		あべのHARUKASU内	●					●
移住説明会		3月実施予定						●
回遊ツアー		3月実施予定						●

魅力体感イベント

大阪都市圏に生活拠点を置く子育て世代をメインターゲットとしたイベントを開催

★ 第1回目（10/23）馬見丘陵公園で開催中のフラワーフェスタ時に、北葛城の初イベントを開催しました。

- イベントロゴの発表！除幕式を実施しました。
- 各町長・議長によるトップセールスを行っていただきました。（パンフレット配布等）



★ 第2回目（11/19）あべのQsモールにて、北葛城PRイベントを開催しました。（来場者数 438人）



- 「北葛城」の知名度チェックアンケートを実施しました。
- 各町のワンコイン粗品が当たるガチャポン大会や、せんたくん記念撮影会を行いました。
- 北葛城という地名は知っているが、訪れたことは無いという方がほとんどでした。

★ 第3回目（12/10）なんばパークスにて、PRイベントを実施（来場者数 586人）



- 「北葛城」の知名度チェックアンケートを実施しました。
- 各町のワンコイン粗品が当たるガチャポン大会や、せんたくんとゆるキャラによるコラボ記念撮影会を行いました。
- テレビ朝日「ずっと追ってるジャーナル」の取材もありました。

- ★ 第4回目（1/28～1/29）平城宮跡『なら大立山まつり』にてPRイベントを実施（来場者数 1,561人）



- 「北葛城」の知名度チェックアンケートを実施しました。
- 各町のワンコイン粗品が当たるガチャポン大会や、各町のゆるキャラと記念撮影会を行いました。
- 奈良が大好きという方が多かったが、北葛城4町の名前を知らない方や、訪れたことが無い。住みよいまちなのかどうかは判らないという方が多かったです。

北葛城移住説明会 ～奈良・北葛城移住プロジェクト FM802 試写会～

FM802 とのコラボによりファミリー向け映画「SING」試写会を開催

- ★ 映画上映前の舞台挨拶にて、「北葛城」の子育て施策を中心に4町の紹介及び移住事業の説明を行いました。参加者は約600人で席が足りなくなる。満席状態の中、「北葛城」PRムービーの繰り返し上映を行いました。

- ★ 日時：平成29年3月7日（火）18:00～



魅力体感ツアーイベントの実施

移住促進イベントやFM802 試写会参加者で大阪在住の移住に関心のある方を対象にツアーを開催

- ★ 大阪天王寺～広陵～河合～王寺～上牧を巡るバスツアー（13世帯36名の参加）

- ★ 日時：平成29年3月12日（日）8:30～18:30

- 広陵町…くつした工場見学・真美ヶ丘ニュータウン散策
- 王寺町…美しヶ丘・スカイヒルズ（住宅地）車中見学・達磨寺で禅体験
- 河合町…馬見丘陵公園散策・西大和ニュータウン散策
- 上牧町…虹の湯入浴体験

各町それぞれ、お出迎え歓迎とおもてなしを実施しました。



住宅診断（インスペクション）

※ 住宅インスペクションとは？

住宅に精通したホームインスペクター（住宅診断士）が、第三者的な立場から、また専門家の見地から、住宅の劣化状況、欠陥の有無、改修すべき箇所やその時期、おおよその費用などを見きわめ、アドバイスを行う専門業務です。

- ★ 住宅の購入前や、ご自宅の売り出し前にホームインスペクションを行うことで、建物のコンディションを把握し、安心して取引を行うことができます。
- ★ 1件当たり10万円相当の住宅診断を、4町で189件分診断しました。
- ★ 住宅インスペクションのチラシを各戸に配布しました。（※配布チラシ→）
- ★ 今後、流通可能な住宅ファイルを作成し、流通販路へ展開していきます。



3. 事業費

総事業費（実績）90,392,800円（=①+②+③）

※100%国費／地方創生加速化交付金（申請・採択額96,000,000円）

- ★ すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～業務委託
 - 委託先：株式会社 アド近鉄
 - 契約額：71,077,000円（17,769,250円×4町）・・・①
- ★ すむ・奈良・ほっかつ！事業コーディネーター業務
 - 委託先：ソルナ・クリエイト 株式会社
 - 契約額：496,800円（124,200円×4町）・・・②
- ★ すむ・奈良・ほっかつ！事業における住宅診断（インスペクション）業務委託
 - 委託先：近鉄不動産 株式会社（上牧・王寺・広陵）・パナホーム（河合）
 - 契約額：18,819,000円（出来高制@97,200円×23件+99,900円×166件）・・・③
（上牧町27件・王寺町70件・広陵町69件・河合町23件：合計189件）

4. 事業の分析

★ リージョンプロモーション (50,000,000 円)

① プロモーションビデオ等制作費及び広告宣伝費 (HP 除く)

- 事業費：43,878,800 円
- 実績等：事業概要のとおり
- アンケート結果①：「広告認知率」 8.3%
- アンケート結果②：「住んでみたいと思うか？」 . . . 11.4%
- アンケート結果③：「どの広告で【北葛城】を知ったか」

1 位	駅のポスター	<u>37.2%</u>	4 位	インターネット広告	<u>17.1%</u>
2 位	テレビ CM	<u>35.7%</u>	5 位	テレビの天気予報	<u>10.1%</u>
3 位	電車内広告	<u>23.3%</u>			
- アンケート結果④：「動画を見て【北葛城】への興味が増したか？」 33.4%
- アンケート結果⑤：「動画を見て【北葛城】に住んでみたくなったか？」 14.0%
- アンケート結果⑥：「動画を見て【北葛城】のイメージは湧いたか？」 43.4%

※ アンケートは大阪府在住の 20～50 代男女で子を持つかたを対象とした調査 (1,500 サンプル)

- アンケート結果をもとにした分析 (費用対効果として【執行金額／広告認知度】)

1 位	インターネット広告	<u>988.7 千円／広告認知度 1%あたり</u>
2 位	交通広告	<u>1,873.3 千円／広告認知度 1%あたり</u>
3 位	テレビ CM 等	<u>3,581.0 千円／広告認知度 1%あたり</u>
4 位	ラジオ番組	<u>9,969.2 千円／広告認知度 1%あたり</u>
5 位	シネマアド	<u>26,584.6 千円／広告認知度 1%あたり</u>

【分析】

アンケート結果から、駅のポスター、電車内広告といった「交通広告」が効率的にインパクトを与えていることが分かります。インターネット広告は、単位費用は少額であるが、認知度も大きくありません。

② 北葛城ホームページ制作

- 事業費：2,121,200円
- 総訪問数：18,526件
- 訪問比率：パソコン 26.2% スマートフォン 68.4% タブレット 5.4%
- PV数：1位 トップ画面 23,326回
 2位 イベント情報 2,823回
 3位 コンセプト 2,064回
 4位 北葛城の暮らし 1,621回
 5位 アクセス 1,518回
 6位 お問い合わせフォーム 513回

【分析】

アクセス件数は決して高いものではありません。PV数からもわかるように、約65%はトップページのみでの閲覧で終わっています。美しい仕上がりになっており、いいイメージを与えることはできているものの、開設から約1年が経過した現時点においても内容は充実しているとは言えません。しかし、通信端末からのアクセス先の確保は必須であり、関心の受け皿として、ネット環境での情報発信の拠点として今後費用に見合う充実を図ることが求められるとともに、維持管理費用は最小限に抑える必要があると考えます。

③ 北葛城移住説明会 ～奈良・北葛城移住プロジェクト FM802 試写会～

- 事業費：4,000,000円
- 実績等：事業概要のとおり
- アンケート結果①：「北葛城郡を知っている人」 41.1%
- アンケート結果②：「移住説明会参加者のうち移住を検討している人」 6.9%
- アンケート結果③：「移住説明会に参加して移住したくなった人」 9.2%

※ アンケートは移住説明会参加者を対象に実施した意識調査

【分析】

映画の試写会とコラボレーションしたことにより、671人も参加者を確保できました。アンケート結果から、集まった参加者のうち「北葛城郡を知らない、または関心がない人」がかなり多く、十分に移住希望の醸成ができていないことがわかります。イベント同様、人が集まる場所に出向いて開催するという発想によるものですが、今後、移住説明会を実施する際は、場やタイミングを選ぶ必要があると考えます。

★ 魅力体感イベント

① イベント開催

- 事業費：8,640,000円
- 事業概要のとおり
- アンケート結果①：「北葛城郡のイメージ」
 - 自然が多い、静か、田舎、きれい
- アンケート結果②：「住む場所を選ぶ時の基準」
 - 通勤からのアクセス、生活圏に商業施設、公園などの自然環境、子育てしやすい環境
- アンケート結果③：「北葛城に引っ越ししたくなった人」 12.9%

※ アンケートはイベント参加者を対象に実施した意識調査

【分析】

アンケート結果から、「北葛城郡のイメージ」や「住む場所を選ぶ時の基準」については、確認することが出来ました。ただ、イベントで北葛城郡をアピール・認知してもらうことを目的とするには、県内でのイベントでなく、大阪府内でのイベントにおいて、ブースを設け広報を実施する必要があると考えます。

② 魅力体感ツアーイベント

- 事業費：1,360,000円
- 実績等：事業概要のとおり

アンケート結果①：「ツアーイベントに参加して移住したくなった人」 40.0%

【分析】

ツアーイベントについては、地域の魅力に直接触れることができる、まさに「魅力を体感」していただける企画であり、アンケート結果からも移住希望の醸成には有効なツールと考えられます。今後も継続していきたいと考えます。

★ 住宅診断（インスペクション）

- 事業費：18,819,000 円
- 実績等：事業概要のとおり
- 実施率：78.7%（実施計画では 240 件実施予定）

【分析】

実施件数は当初の予定を下回ったものの、北葛城郡内の空き家が約 1,000 件であることを考えれば、ある程度の成果と言えます。しかし、実施した全てが現時点で空き家ということではなく、将来的に手放すことを検討している段階の物件も多く含まれており、現時点では居住中の物件はすぐに利活用はできないことから、物件のステータスを把握し、更新することで利活用できる物件を増やす必要があります。また、作成した空き家ストックファイルを利活用するためには、協議会として不動産会社との連携による体制構築も必要となることから、実現に向けて早急に取り組むべきであると考えます。

★ コールセンター（あべのハルカス内）

- 事業費：6,500,000 円
- 総問い合わせ件数：4,567 件（うち受動的に発生した反響 9 件、能動的に引き出した反響 4,558 件）
- 機能：移住希望の受け皿であるとともに、情報発信やアンケートによるニーズの引き出しなど能動的機能も兼備。

【分析】

大阪都市圏内における移住希望の受け皿として、ホームページと同時に開設したものの、開設当初はコールセンターへの問い合わせはありませんでした。コールセンターを廃止しても問題は生じないと考えます。

5. 事業の効果

★ 地方創生加速化交付金実施計画における KPI（重要業績評価指標）

- コールセンター問い合わせ件数「2,500件」

実績 総問い合わせ件数：「**4,567件**」（うち受動的に発生した反響9件、能動的に引き出した反響4,558件）

★ 事業終了後から数年後における KPI（出典：地域経済分析システム【RESAS】）

- 転入者数 上牧町： 740人 ⇒ 1,000人
 王寺町：1,179人 ⇒ 1,300人
 広陵町：1,378人 ⇒ 1,600人
 河合町： 541人 ⇒ 700人

※ 基準値となる転入者数は平成26年度のもの

参考 平成28年度北葛城郡内の転入者数データ（出典：奈良県統計課「人口推計調査」）

	上牧町	王寺町	広陵町	河合町	ほっかつ
転入者数 (※実施計画記載目標)	794人 (1,000人)	1,090人 (1,300人)	1,272人 (1,600人)	511人 (700人)	3667人 (4,600人)
転出者数	760人	966人	1,202人	584人	3512人
社会増減	34人	124人	70人	-73人	155人
(参考) H27年度	-4人	138人	35人	-88人	81人

※ 実施計画記載の転入者数については、事業実施から数年後の指標として記載されているものであり、事業終了年度の指標ではありません

★ 北葛城郡4町人口推移（別紙参照）

6. 今後の展開

① 交通広告の実施

費用を勘案し、掲示場所を限定したポスター掲載や電車内広告を検討します。なお、ポディーシートは認知が低いため廃止します。

② 魅力体感ツアーイベントの実施

県外の方に地域の魅力を体感してもらい、移住につなげます。

③ 民間企業と連携した空き家の情報発信

移住を検討されるかたが安易にアクセスでき、物件を検索することが可能となるシステムを民間会社と連携し、作成します。

④ 県外イベントにおける情報発信

大阪府内のイベントにおいて、ブースを設置し、北葛城の情報を発信します。

7. 検証委員会による検証結果

★ 事業に対する評価

- 住宅診断に費用が掛かりすぎていないか。また、コールセンターを役場に設置すればもう少し費用を抑えることはできたのではないか。（※1 奈良テレビ放送 岡山委員）
- 住宅診断の情報については、今後民間企業と連携した空き家の情報発信のなかで十分費用に見合う活用がされていくものであると考える。（王寺町 平岡委員長）
- 大阪のかたに目を向けてもらうという意味からいえば、大阪府内にコールセンターを設けることで、目につきやすくなるしPR もしやすい。費用がかさんでいることは十分承知しているが、大阪府内のかたに何とか北葛城へ来てほしいという思いを持っている。（王寺町 平岡委員長）
- プロジェクトのロゴに「ほっかつ」という言葉を少しでも入れればよかった。「職安」から「ハローワーク」という呼び名が定着するまで15年から20年かかった。「ほっかつ」というイメージを広げていくという考えがあるのであれば、今後、積極的に出していくことで浸透につながると思う。（ハローワーク大和高田 小林委員）
- 移住説明会とFM802の試写会とのコラボレーションをはじめ、取組全体を見てもいろんなことにチャレンジをされたのだと感じる。移住を検討している人は受け身ではなく、積極的に情報を求めているので、いろんなチャンネルを作ることは大事なことで成果にもつながってくると思う。いろんな試みをされている点で非常にユニークな取組だと感じる。（奈良県立大学 鶴谷委員）
- 交付金を活用するなかで、次年度以降も見据えて、この一年間でどのような取組をすれば効率的であるかを探りながら実施されたと思う。これをやればうまくいくという答えはないと思うので、少しずつの改善の積み重ねが大事になってくる。（南都銀行上牧支店 藤田委員）
- 事務局説明でもあったとおり、社会動態人口を見るとプラス155人の転入超過となっていることから、どれだけの直接要因かはわからないが、事業の実施の成果と言えると思う。そして今後、生産年齢人口を増やしていくうえにおいては、受け皿を増やしていく必要がある。協議会として不動産会社と連携しながら空き家の利活用につなげていくことを期待している。（上牧町 西山委員）
- ツアーイベントがいい例であるが、直接地域の魅力に触れると、「住んでみたい」という気持ちが生まれる。口コミでいろんな情報が広まる時代であり、たとえ参加者が実際に移住しなくても、強い印象を与えることで参加者が周囲やSNSを駆使して情報発信をしてくれることは十分期待できる。（※2 新王寺駅長 片山委員）

★ 事業の検証及び提言

- ホームページを拝見して、非常にきれいな印象を持ったが、土地の価格や相場などお金に関する具体的なことが書かれていない。空き家ストックファイルの具体的な情報開示のなかで発信していくべき。（南都銀行上牧支店 藤田委員）
- 吉野郡のある村では、実際の移住者に取材を行い、「移住者の声」をホームページ上で発信している。生の声というのは見るかたにとって実感を抱かせるものであると考える（※1 奈良テレビ放送 岡山委員）
- 今後の展開や方針は問題ないと思うが、地域内の住民のかたがたも意識して取り組む必要がある。また、実際に移住してきた人を前面に出して、相談窓口などで「移住者の声」を発信するのは重要だと思うので、その点を加味して取り組んでもらいたい。（奈良県立大学 鶴谷委員）
- ホームページのなかで、「アクセス」のページにアクセスしている件数は1,500件ほどだが、働き盛りの人たちに来てもらいたいというところを考えると、大阪からのアクセスの見せ方よりも、ここを出発地点として大阪都市圏までという表現の方がいいと思う。（ハローワーク大和高田 小林委員）
- 移住を検討している人が見るホームページとリンクを組むことができれば、誘導経路や移住の流れが確保できるのではないか。（ハローワーク大和高田 小林委員）
- 鉄道業界としても人口が減少すると乗降者数も比例する。地域の活性化や魅力の発信ということであれば、地域に呼び込む仕組みも必要である。企画やイベントの実施にあたっては、地域を巻き込み、連携・協力することでより効果が期待できるので、地域内にもアンテナを張っておくべき。（※2 新王寺駅長 片山委員）

（※1）奈良テレビ放送 岡山委員については長岡委員の代理として出席

（※2）新王寺駅長 片山委員については委員会当日欠席のため、8月16日にヒアリングを実施

【検証委員会総括】

事業は概ね計画通り実施されており、実施内容、費用についても適当である。また、事業推進主体、役割分担、官民連携の確保、その他、事業の実施による効果についても認められるところである。しかし、取り組んだものの、成果や効果を上げることができなかったポイントもあることから、今後の継続展開においては、さまざまなことに取り組み、検証したからこそ見えてきた課題を生かし、改善を積み重ねていくことで、より効率的かつ効果的に事業を推進されたい。

(資料)

すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～検証委員会設置要領

(設置及び目的)

第1条 関係町で策定した地方版総合戦略に位置づけられている取組みとして、実施した「すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～」について、実施した事業の分析、効果を検証するため、「すむ・奈良・ほっかつ！～移住プロジェクト～検証委員会」(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、「すむ・奈良・ほっかつ！推進協議会事務局」(以下「事務局」という。)が行った分析、評価に対して事業のK P Iに基づき、産官学金労言の視点から検証を行う。

(組織)

第3条 委員会は、委員10人以内をもって組織する。

2 委員は、北葛城郡創生に見識のある者のうちから、「すむ・奈良・ほっかつ！推進協議会」(以下「協議会」という。)の会長が委嘱する。

3 委員(常勤の公務員を除く。)には、会議への出席に対する謝金として、日額5,000円を支給する。

4 委員会に委員長を置き、委員の互選により定める。

5 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

6 委員長に事故があるときは、委員長があらかじめ指名する委員がその職務を代理する。

(検証結果の取扱い)

第4条 委員会による検証結果は、関係町に報告し、その内容について公表する。

2 事務局は、委員会の検証を踏まえて、事業計画を立案または変更等を行う。

(庶務)

第5条 委員会の会議の庶務は、事務局において処理する。

(その他)

第6条 この要領に定めるもののほか、委員会の運営に必要な事項は、委員長が定める。

附 則

この要領は、平成29年8月7日から施行する。

(別表) すむ・奈良・ほっかつ！検証委員会委員

区分	委員氏名	役職等
行政 (4名)	平岡 秀隆	王寺町副町長
	西山 義憲	上牧町副町長
	奥田 育裕	広陵町企画部長
	東 正次	河合町副町長
民間等 (5名)	片山 昭彦	近畿日本鉄道株式会社 新王寺駅駅長
	鶴谷 将彦	奈良県立大学 講師
	藤田 澄	株式会社南都銀行 上牧支店長
	小林 幸司	大和高田公共職業安定所 所長
	長岡 雅美	奈良テレビ放送株式会社 代表取締役社長