

一般社団法人葛尾むらづくり公社

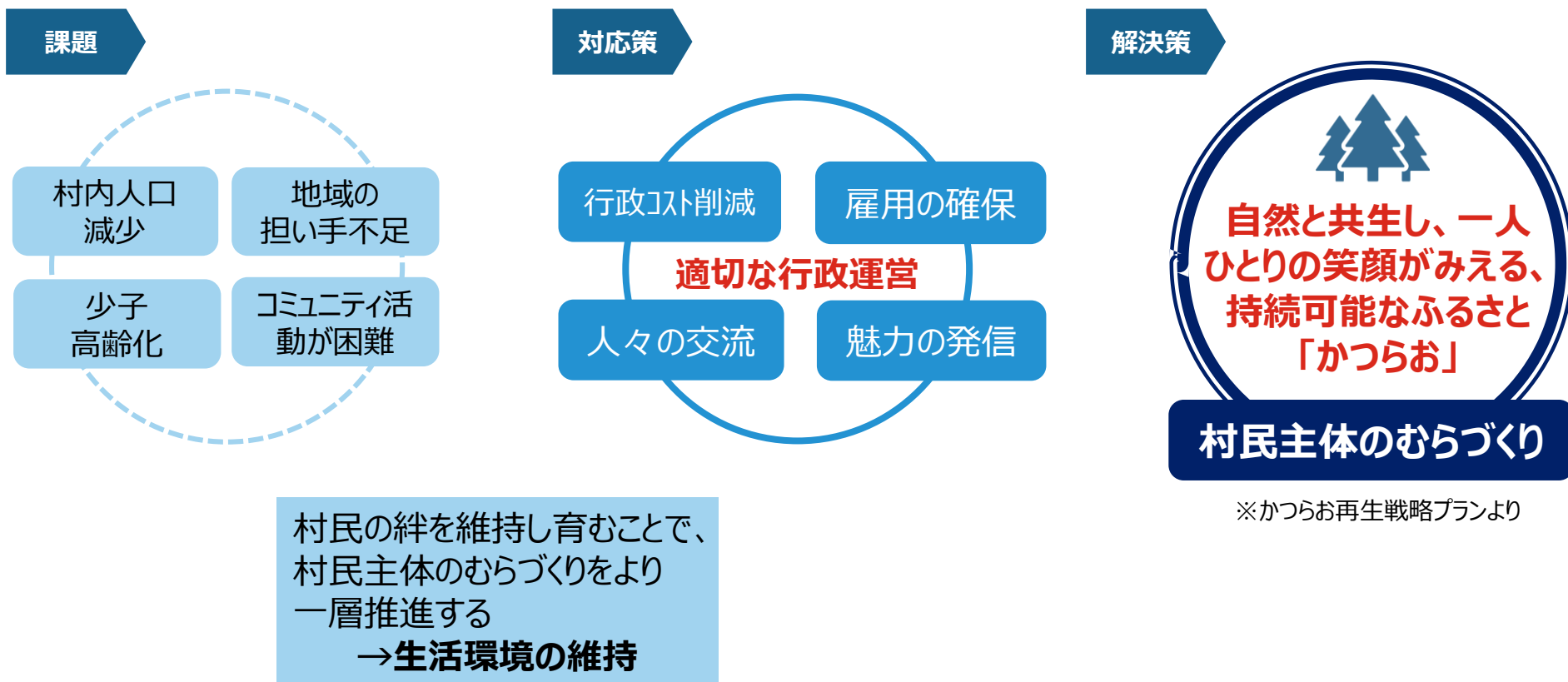
行政とNPO等多様な主体との共同によるまちづくりについて 事例発表



2018年12月20日

帰還解除に伴い、復興の取り組みが、ソフト面の強化という段階に進むことから、行政課題解決を民間ベースでサポートする組織が必要

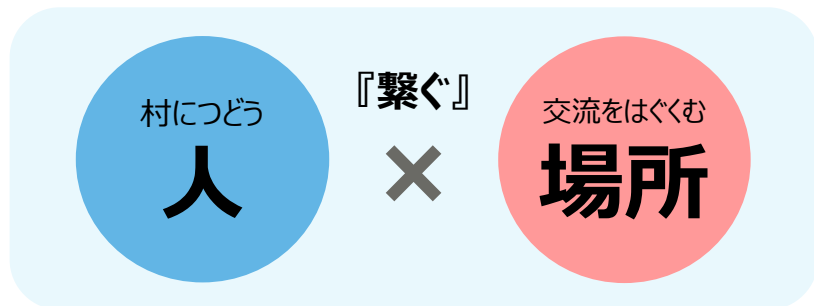
葛尾村の将来像



村の方向性の実現のため、村役場と村民を繋ぐ組織として葛尾むらづくり公社を設立

法人概要

<理念>



葛尾むらづくり公社
「復興むらづくり」

一般社団法人葛尾むらづくり公社	
組織形態	一般社団法人
設立年度	平成30年3月
資本構成	■基金:2000万円 ■基金引受者:葛尾村
人員体制	■役員:9名 ■職員:5名
実施事業	(1)施設運営・管理事業 (2)イベント事業 (3)いきがいづくりの場の提供

『人』が活躍する『場』の提供

雇用の受け皿

『人』と『場』の積極的活用

限られた村の財産（資産、人材）を効率的に活用し、
村内環境の機能維持・向上

『人』を呼び込む『場』の発信

葛尾村の魅力を発信し、交流人口の増加

『人』と『人』が交わる『場』の創出

葛尾村が村民の拠り所、絆や生きがいを感じられる拠点
となる

葛尾むらづくり公社の「人」と「場所」をつなぐ活動内容

村内外の
交流を
促す事業

葛尾村復興交流館「あぜりあ」
(施設の運営・維持管理)

村民の
活躍を
支える事業

草刈り隊
(環境整備 (草刈り) 事業の受注)

とも市
(野菜の無人販売所)

かつらお物産展
(期間限定ショップでのお試し販売)

葛尾村の復興シンボル施設の維持管理業務を受託することで 「人」と「物」と「情報」の集約拠点を確保

葛尾村復興交流館「あぜりあ」（施設の運営・維持管理）

運営方針

- 利用方法
 - ・イベントの会場や情報発信の場
 - ・村民の気兼ねない立ち寄り場
- ターゲット設定
 - ・帰村者
 - ・村外からの観光者
- 目標来館者人数
 - ・8,000人

維持管理業務内容

- 村の発注業務を受託
 - ・葛尾むらづくり公社として受託
- シフト表の作成
- 業務実態の確認
 - ・来館者数の記録
 - ・館内イベントの実施報告



成果

- 主催イベント
 - ・交流館オープニングセレモニー
 - ・あるけあるけ大会（ウォーキングイベント）
 - ・葛尾語る会（人形劇・朗読）
 - ・あぜりあ音楽祭
- 共催イベント
 - ・ツールドかつらお
- 季節イベント
 - ・七夕企画
 - ・ラジオ体操
- 入館者数（12月1日時点）
 - ・10,560人



課題

- 平時の来館者数の伸び悩み
- 館内における展示物のレイアウト



葛尾むらづくり公社の「人」と「場所」をつなぐ活動内容

村内外の
交流を
促す事業

葛尾村復興交流館「あぜりあ」
(施設の運営・維持管理)

村民の
活躍を
支える事業

草刈り隊
(環境整備 (草刈り) 事業の受注)

とも市
(野菜の無人販売所)

かつらお物産展
(期間限定ショップでのお試し販売)

葛尾村民の基本スキルを活かした草刈りを手始めに、 本業のかたわらに行える隙間労働時間の雇用手段を組織化

草刈り隊（環境整備（草刈り）事業の受注）

運営方針

- 目的
 - ・帰村者等（高齢者）の雇用創出（シルバー人材機能を兼ねた生きがいつくり）
- 組織マニュアル
 - ・公社が草刈り業務を受託
 - ・受託業務を公社から作業員へ依頼
- 連絡手段
 - ・作業員を数人ごとにグループ化し、電話にて連絡

維持管理業務内容

- 村の発注業務を受託
 - ・一部葛尾むらづくり公社として入札参加
- 業務内容
 - ・草刈り作業
 - ・公共施設の清掃
- 業務実態の確認
- 現場管理
- 作業の安全管理



成果

- 作業員数
 - ・現在13名
- 公共事業
 - ・草刈り 公共施設周辺10ヵ所程度
 - ・清掃 公共施設（建物）3ヵ所／月2回
- 民間受託
 - ・村内企業 2件
 - ・村外企業 1件
- 被用者の反応
 - ・作業日数は少ないが、交流を兼ねながら作業できることを楽しみにしている



課題

- 業務量が少ない
- 作業員が年々高齢化



葛尾むらづくり公社の「人」と「場所」をつなぐ活動内容

村内外の
交流を
促す事業

葛尾村復興交流館「あぜりあ」
(施設の運営・維持管理)

村民の
活躍を
支える事業

草刈り隊
(環境整備 (草刈り) 事業の受注)

とも市
(野菜の無人販売所)

かつらお物産展
(期間限定ショップでのお試し販売)

葛尾村のおすそ分けの精神で、 庭先で作った野菜を販売し、成功体験を高めることで野菜の生産意欲を高める工夫

とも市（野菜の無人販売所）

運営方針

- 被災前の村民主体のいきがいつりの場の再開
- 村内事業者へのアナウンス
・人的ネットワークを使い、戸別訪問
- 帰村者数が多く、意識が高い集落からスタート

維持管理業務内容

- 復興交流館でイベントが行われる際に同時開催
- 出品物は出品者のリスクとするため、出品者による当日朝までの持ち込み、当日夕方の撤去を徹底
- 公社で売上管理を行い、出品者の負担軽減
- 1品100～200円程度の金額設定

成果

- 開催実績（4回8日）
 - ・あるけあるけ大会
 - ・ツールドかつらお
 - ・葛尾・語る会
 - ・あぜりあ音楽祭
- 販売実績
 - ・売上個数261個、売上額28,000円
- 出品者の反応
 - ・口コミで出品者数が増加傾向



課題

- 出品者数の増加
 - ✓ 生産情報を収集し、個別交渉
- 売れる物、売れない物の差が大きい
 - ✓ 生産者の翌年へのフィードバック
- 売上額に過不足が発生
- 放射線検査の手間・出品者の負担が過大

葛尾むらづくり公社の「人」と「場所」をつなぐ活動内容

村内外の
交流を
促す事業

葛尾村復興交流館「あぜりあ」
(施設の運営・維持管理)

村民の
活躍を
支える事業

草刈り隊
(環境整備 (草刈り) 事業の受注)

とも市
(野菜の無人販売所)

かつらお物産展
(期間限定ショップでのお試し販売)

葛尾村内外の交流拠点である復興交流館にて 村内事業者や製品の有償頒布により情報を発信しマーケティングをサポート

かつらお物産展（期間限定ショップでのお試し販売）

運営方針

- 村内事業者へ出展の呼びかけを行い、各事業者の商品を期間限定で委託販売すると同時に、事業者と商品のPR（情報発信）活動を行う
- 商品の売上は公社にて管理・精算を行い、事業者へと報告・支払いをする

維持管理業務内容

- 売り場レイアウトの維持
 - ・出展者への発注連絡
 - ・品出し作業
- 販売管理
 - ・1日1回商品数の確認
 - ・データ入力による売上管理
- 精算
 - ・毎日の売上額の確認、データ入力、金銭の目視確認にて正確に支払う

成果

- 販売実績
 - ・現在8団体出展
- 事業者の反応
 - ・以前までの販売形態とは異なる販売口となり、新しい買い手と繋がる場となっている
- 来館者の反応
 - ・一度に各団体の産品を見ることができる為、購入する際の利便性が良い
 - ・出展団体の情報も掲載している為、連絡がしやすい



課題

- 村外への情報発信
 - ✓ SNSや館内掲示板を利用した出展者情報の発信
- 品切れ商品の対応
 - ✓ 事業者への迅速な連絡にて、補充を要請

葛尾むらづくり公社の将来像



ご清聴ありがとうございました