

## 会社概要

|      |   |     |   |
|------|---|-----|---|
| 社名   | 街活性室株式会社【鴻巣市】   |     |   |
| 代表者  | 斎藤 徹  | 業種  | 他に分類されないその他の事業サービス業   |
| 従業員数 | 52人   | URL | <a href="https://machikatsu.co.jp/">https://machikatsu.co.jp/</a>                                 |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・公共施設の指定管理事業</li> <li>・地域活性化事業の運営受託業務</li> <li>・商店街活性化、観光振興事業</li> <li>・地域活性化イベントの企画運営</li> <li>・地域ポータルサイトの開発運営</li> <li>・地域情報誌の企画発行 等</li> </ul>  |     |   |
| 沿革   | <p>平成27年3月 鴻巣市にて創業<br/>         同年4月 本町コミュニティセンター、コミュニティふれあいセンターの指定管理運営開始<br/>         平成28年度「経営革新計画」承認(1回目)<br/>         平成29年度「経営革新計画」承認(2回目)<br/>         平成30年4月 鴻巣市市民活動センターの指定管理運営開始<br/>         令和2年3月 地域ポータルサイト「マチカツ」リリース<br/>         令和2年10月 しらおかコミュニティ大学開講<br/>         ※上記以外にも数多くの地域活性化事業の実績有</p> |     |  <p>運営施設外観</p> |

## 「経営革新計画」に取り組んだきっかけ

## ＜当時の課題＞

○平成26年に創業し地域活性化イベントを積極的に行っていたが、会社収益に結びついていなかった。また、収益の柱である公共施設運営受託も2施設運営に留まっており、広域展開できる目途が立っていなかった。

○安定した収益の確保と事業リスクの低減が課題となっていた。

## ＜解決への道筋＞

○自社の事業やイベント自体は行政・住民から好評を得ており、これを各地の自治体に移植していきたいという強い想いがあった。

○創業2年目の頃、地域活性化事業をプラットフォーム化し埼玉県全域に展開していく中長期的な指針を立てる必要を感じていた折、鴻巣市商工会より提案があり、経営革新計画に取り組むこととした。

○公共施設の指定管理事業や地域活性化事業の運営受託業務に係るノウハウを基に、単独では事業の達成が難しいNPO法人と組み、共同事業体として指定管理者になることを計画した。

## 「経営革新計画」のテーマと概要

|      |                                 |
|------|---------------------------------|
| テーマ  | 地域活性化事業モデルの構築と広域展開              |
| 計画期間 | 平成28年4月～令和3年3月（5年計画）【平成29年2月承認】 |

平成26年創業  
創業後

●地域活性化イベントを積極的に行っていたが、  
会社収益に結びついていなかった

2年目の課題

●公共施設運営受託に関しても広域展開できる  
目途が立っていなかった

START



高い評価が次の仕事へ

収益の1/3を地域へ還元

- ・地域のコミュニティ施設を拡充  
(鴻巣市、白岡市)

人材育成

- ・社内環境を整備 ・豊富な研修
- ・パート・アルバイトにも  
評価制度を導入

インターンシップ制度



【成果】

売上高

経常利益

雇用

**大幅増**

公共施設

運営受託

**2→12**

施設へ



事業をマニュアル化  
プラットフォーム化

埼玉県全域に広域展開



従業員とともに

**トライアル&エラー**



新たなサービスの開発

- ・地域ポータルサイト
- ・地域情報誌の発行
- ・コミュニティ大学
- ・みらいカレッジ
- ・動画配信サービス
- ・文化振興事業受託

etc.

## 「経営革新計画」の実践

### 1 様々な地域のニーズにこたえるため新たなサービスの開発とプラットフォーム化

- 市町村ごとの地域ポータルサイトの開発・運営
- 市町村のイベント・講座・特産品等の情報を発信する情報誌を発行
- 市民が主体となった生涯学習システム「コミュニティ大学」の開講と運営
- 学校では学べない講座を子どもたちに提供する「みらいカレッジ」の開講と運営
- NPO団体や市民団体が不足しがちな人・モノ・カネ・情報獲得のための支援
- 地域産品を販売・PRする取り組み 等々

### 2 新規事業分野の開拓

- 文化振興事業受託(本願寺文化興隆財団より受託)
- 文化振興事業受託(埼玉夏休みこども映画感想文コンクール)

### 3 人材育成とインターンシップ受け入れ

- 年1回の全体研修に加え、施設ごとの研修を年2回以上実施
- 平成31年度より高校生・大学生・大学院生のインターンシップの受け入れを開始

### 4 収益を地域還元

- 平成30年度に税引き前当期純利益予測の1/3を地域還元、1/3を従業員還元、1/3を内部留保とする会社方針を定めた。
- 地域還元の事例
  - ・鴻巣市立本町コミュニティセンターラウンジリニューアル
  - ・鴻巣市市民活動センター男女共同参画コーナーリニューアル
  - ・白岡市コミュニティセンターロビーリニューアル 等々



地域活性化事業(コミュニティ大学)



会社の方針は全社会議で共有

## 「経営革新計画」の成果

- 計画終了時に付加価値額が603.7%、経常利益が246.2%、売上高が877.0%と大きく上昇した。
- 新たに44名の雇用を創出した。
- 公共施設運営受託事業が2施設から12施設へと拡大した。
- 計画の進捗によってもたらされた利益を基に社内設備を充実させたことで、勤務環境が良くなり、社員の労働意欲が向上した。
- 事業の評判を通じて認知度が向上し、自治体からプロポーザル参加のお声がけや民間企業からの事業に係る連絡が増えた。

## 成功の秘訣

- 大企業にはない小回りの利く体制を活かし顧客のニーズにフレキシブルに対応した。
- 地域活性化の新たなサービスを開発するために同業他社で行っているサービスはもちろん、異業種(カルチャーセンター業種、アミューズメント業種、IT業種等)のサービス調査を行い、他社との差別化が図られているプラットフォームを提供した。
- 人と人とのつながりを大事にし、プラットフォームのブラッシュアップやビジネスの機会を得た。
- 公共施設はプロポーザルにより運営受託するため、埼玉県内のコミュニティ・市民活動に関する全ての指定管理施設について調査し、運営状況やイベント・講座の開催状況を把握した。また、プロポーザルに出ると定めた公共施設についてはプロポーザルの1年前から地域に入り込み、地域ネットワークを組成するなど受託に向けた取り組みを行った。
- 様々なサービスを従業員とともにトライアル&エラーで開発し、計画にあったものでも失敗したものは即時撤退・成功したものは恒常的に実施していた。

## 「経営革新計画」に取り組んでよかったこと

- 経営革新計画における数値目標を社員と共有したことで社員一丸になって取り組むことができ、経常利益や売上高、雇用の創出を大きく伸ばすことができた。
- 社内の設備や環境、評価制度を充実させることができ、社員各自の意識が向上した。
- 事業内容や評判、広報活動を通じて認知度が向上し、自治体からプロポーザル参加のお声がけいただくことが増えた。

## これから「経営革新計画」に取り組む皆様へメッセージ

- 経営革新計画を策定し、計画の内容や細かい数値目標を社内でオープンにしたことで、会社全体の向かう方向を社員に浸透させることができました。
- 当初は経営革新計画に反対していた社員にも段階的な目標の達成と給与アップという具体的な実感により、業務へのモチベーション向上を図ることができました。



斎藤代表取締役



施設長会議は毎月WEBで開催