

# 第2次坂戸市商工業ビジョン



令和6年3月

坂戸市



# ごあいさつ

坂戸市商工業ビジョンは、本市のあるべき商工業の姿、活力ある商店街の形成や効率的な企業集積につながる商工業の活性化のための基本方針及び事業構想の検討を行い、実現へ向けての方策を提案するものとして、平成25年3月に策定しました。

当初の、商工業ビジョンに掲げた政策については、大勢の関係者のご協力により成果を挙げておりますが、ここで10年間の推進期間を終了するにあたって、第7次坂戸市総合計画が新たにスタートしたことから、同計画における基本構想、基本計画に基づき「第2次坂戸市商工業ビジョン」を策定いたしました。



日本を含め世界中で新型コロナウイルスに関連する規制等が緩和され始め、経済に回復の兆しが垣間見られる一方で、エネルギー・食品・生活必需品などを中心に価格の高騰が広がりを見せております。また、厳しい国際情勢の中、円安が加速し、物価高騰に拍車をかけることになりました。本市においても、周辺地域への大型店進出や人口減少の影響による商店数の減少、商店街の衰退がみられるなど、商工業を取り巻く環境は一段と厳しい状況になっております。

これらのことを踏まえ、ビジョン策定にあたり、消費者、工業・建設業等、商業・サービス業のアンケート、事業所ヒアリングを実施するとともに有識者等多くの方々の意見を聴取するなど、現状把握、課題整理に努めてまいりました。本市商工業の目指す将来像の実現のために、「商業の活性化と賑わいの創出」、「『つながり』づくりのサポート」、「持続可能な商工業をつくる」、「地域貢献の促進」の4つを基本方針に事業者を支援し、市民と事業者のつながりを広げ、観光やまちづくりなど様々な分野につなぐことにより商工業の振興を目指してまいります。

今後、ビジョンの推進においては、施策が適切に実施されるよう、PDCAサイクルの下で計画を実行し、必要に応じて計画を見直すプロセスで進行管理を行ってまいりますので、関係皆様の一層のご協力とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、本ビジョン策定にあたり、貴重なご意見・アンケートにご協力いただいた方々をはじめ、熱心にご審議をいただきました坂戸市商工業ビジョン審議会委員の皆様から厚く御礼を申し上げます。

令和6年3月

坂戸市長 石川 清



# 目次

<b>第1章 第2次坂戸市商工業ビジョン策定にあたって</b>	1
1. ビジョン策定の趣旨	1
2. ビジョンの位置づけ	1
3. ビジョンの期間	2
4. ビジョンの目標	2
<b>第2章 坂戸市の商工業の現状と課題</b>	3
1. 本市の現状	3
(1) 人口の推移	3
(2) 産業構造	4
(3) 各種調査結果	11
2. 課題の整理	20
(1) 市民の愛着、誇りの醸成	20
(2) 市民と事業者の交流・つながりの創出	20
(3) 事業継続支援	21
(4) 暮らしの利便性の確保	21
<b>第3章 第2次坂戸市商工業ビジョンの基本的な考え方</b>	22
1. 将来像	22
2. 基本方針	23
<b>第4章 施策展開</b>	24
1. 施策体系	24
2. 施策	25
基本方針1 商業の活性化と賑わいの創出	25
基本方針2 「つながり」づくりのサポート	27
基本方針3 持続可能な商工業をつくる	28
基本方針4 地域貢献の促進	30
3. 主な取組案のまとめ	31
<b>第5章 ビジョンの実現に向けて</b>	32
1. ビジョンの進行管理	32
<b>資料編</b>	33
1. 坂戸市商工業ビジョン審議会条例	33
2. 委員名簿	34
3. 計画の策定経過	35
4. 用語集	37



# 第1章

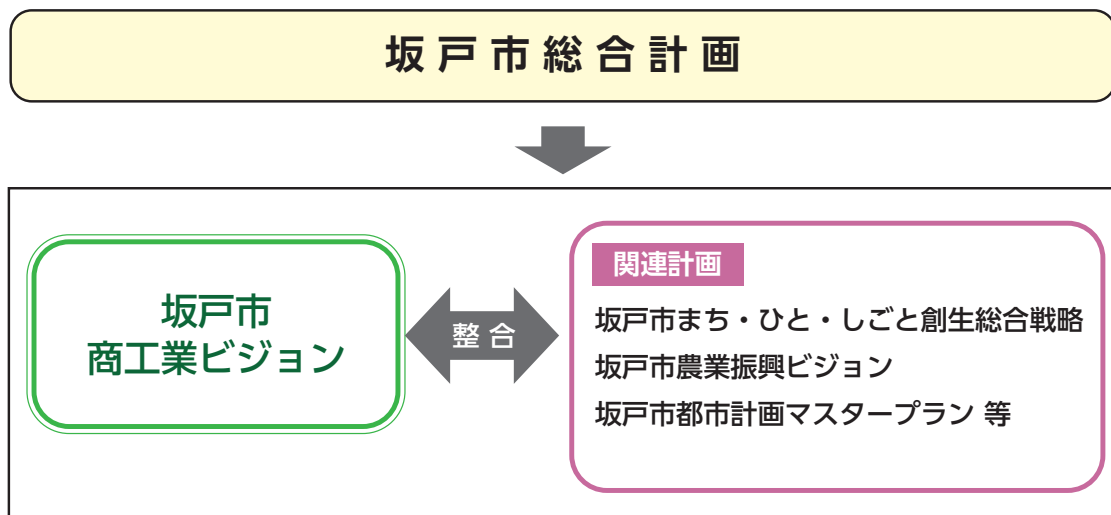
## 第2次坂戸市商工業ビジョン 策定にあたって

### 1 ビジョン策定の趣旨

本市では、あるべき商工業の姿、活力ある商店街の形成や効率的な企業集積につながる商工業の活性化のための基本方針及び事業構想の検討を行い、実現へ向けての方策を提案するものとして、平成25（2013）年3月に坂戸市商工業ビジョンを策定し、本市の商工業振興に努めてまいりました。現在、同ビジョン策定から10年以上が経過するとともに、本市では令和5（2023）年に第7次坂戸市総合計画が新たにスタートしたことから、同計画における基本構想、基本計画に基づき第2次坂戸市商工業ビジョンを策定します。

### 2 ビジョンの位置づけ

本ビジョンは、平成25（2013）年3月に策定された坂戸市商工業ビジョンを改定し、上位計画である坂戸市総合計画の実現に向け、商工業施策に関する個別計画として策定するものです。坂戸市まち・ひと・しごと創生総合戦略等、他の関連計画との整合を十分に図りながら、本市が商工業の分野で目指すべき将来像とそれを支える基本方針の検討を行い、坂戸市総合計画の実現へ向けた方策を策定するものです。



### 3 ビジョンの期間

本ビジョンの計画期間は、令和6（2024）年度から令和15（2033）年度までの10年間とします。  
なお、社会情勢や市内の商工業を取り巻く環境の変化に合わせて、必要に応じて見直しを行うものとしてします。

### 4 ビジョンの目標

本ビジョンは坂戸市総合計画の実現に向けた商工業施策に関する個別計画として策定するため、同計画に掲げる目標の中で、商工業施策に関する目標を本ビジョンの目標として設定します。

#### 【第7次坂戸市総合計画における商工業施策に関する目標】

指標	現在（時点）	目標（2027）
就職者数 <sup>*1</sup>	322人（2021年）	360人以上
市内事業所数 <sup>*2</sup>	2,160社（2021年）	2,250社以上
観光入込客数	139,288人（2020年）	625,000人以上

<sup>\*1</sup>就職者数……坂戸市ふるさとハローワークを利用して就職活動を行い、就職した人数

<sup>\*2</sup>市内事業所数……法人市民税の納税義務者数



## 第2章

# 坂戸市の商工業の現状と課題

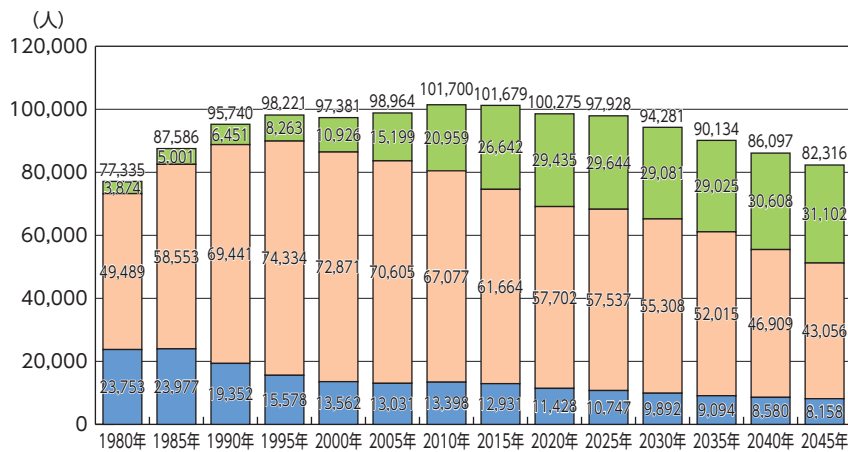
## 1 本市の現状

### (1) 人口の推移

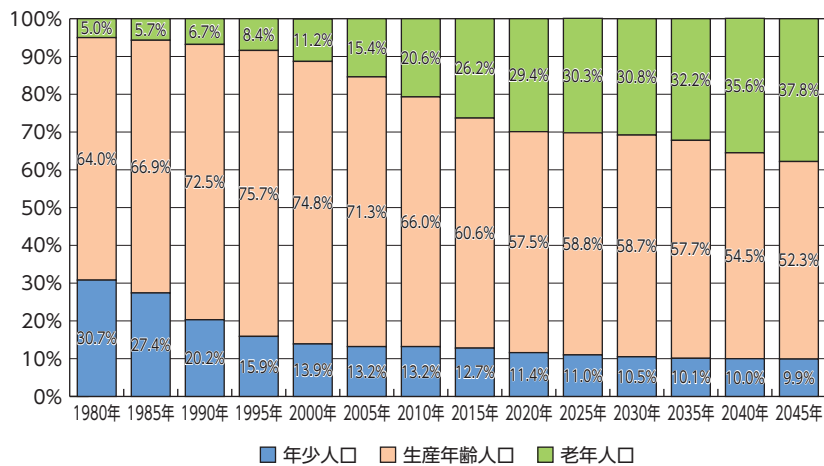
本市の人口は、平成22（2010）年の101,700人をピークに減少に転じ、令和2（2020）年には、100,275人となりました。将来的には、令和27（2045）年に人口は82,000人程度まで減少することが予想されています。

また、老年人口の割合が増加する一方、年少人口、生産年齢人口は減少し、少子高齢化が進行することが予想されております。

人口の推移



人口構成の推移



出典：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」再編加工

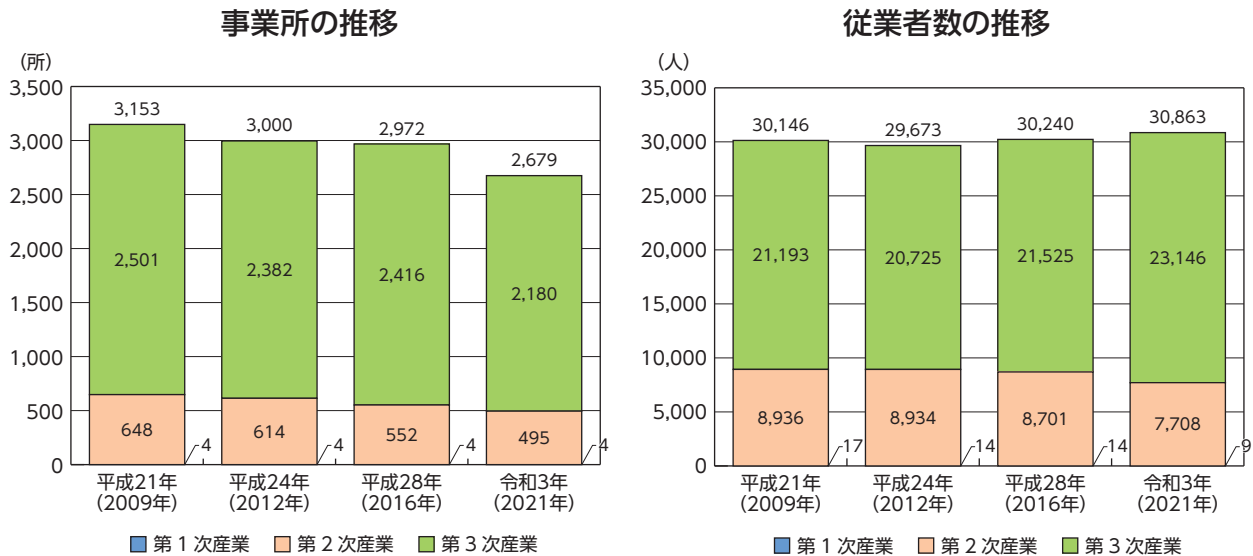
1980年から2020年の内訳には年齢「不詳」が入っていないため、内訳の計と合計が一致しません。「人口構成の推移」では、単位未満を四捨五入していることに加え、各人口構成の値と年齢「不詳」を含めた合計で計算しているため、内訳の合計が100.0%とならない場合があります。

## (2) 産業構造

### i 事業所、従業者数

本市の事業所は減少傾向にあり、令和3（2021）年は2,679事業所で、平成21（2009）年から15.0%減少しました。一方、従業者数は、直近では平成24（2012）年を底として、近年増加し、令和3（2021）年は30,863人と平成21（2009）年から2.4%上昇しました。

産業分類別の構成比は、事業所、従業者数とも第2次産業の割合が減少し、第3次産業の割合が増加しています。

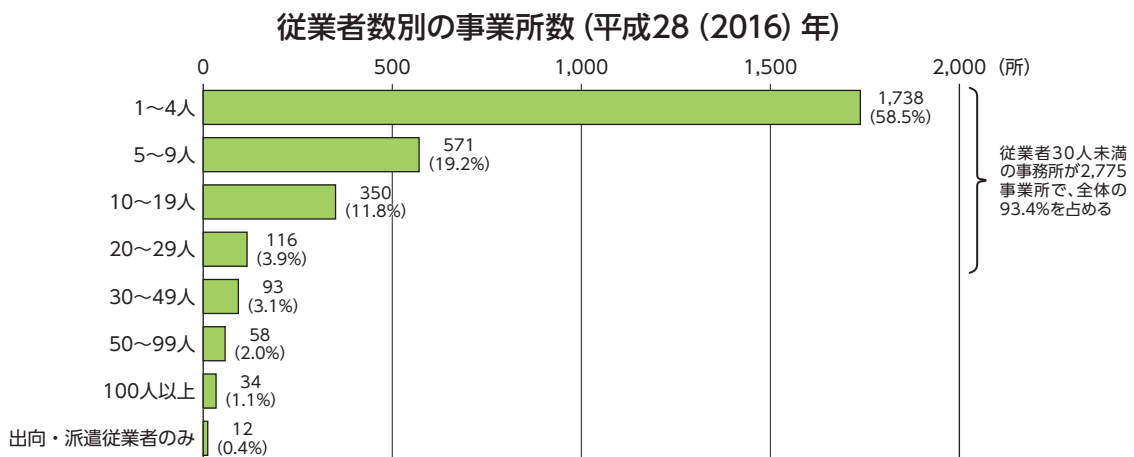


	事業所の構成比			
	平成21年(2009年)	平成24年(2012年)	平成28年(2016年)	令和3年(2021年)
第1次産業	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%
第2次産業	20.6%	20.5%	18.6%	18.5%
第3次産業	79.3%	79.4%	81.3%	81.4%

	従業者数の構成比			
	平成21年(2009年)	平成24年(2012年)	平成28年(2016年)	令和3年(2021年)
第1次産業	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%
第2次産業	29.6%	30.1%	28.8%	25.0%
第3次産業	70.3%	69.8%	71.2%	75.0%

出典：総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工  
単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合があります。

本市の事業所を従業者数別で見ると、1～4人の事業所が1,738事業所で最も多く、事業所数30人未満の事業所が全体の93.4%を占めています。

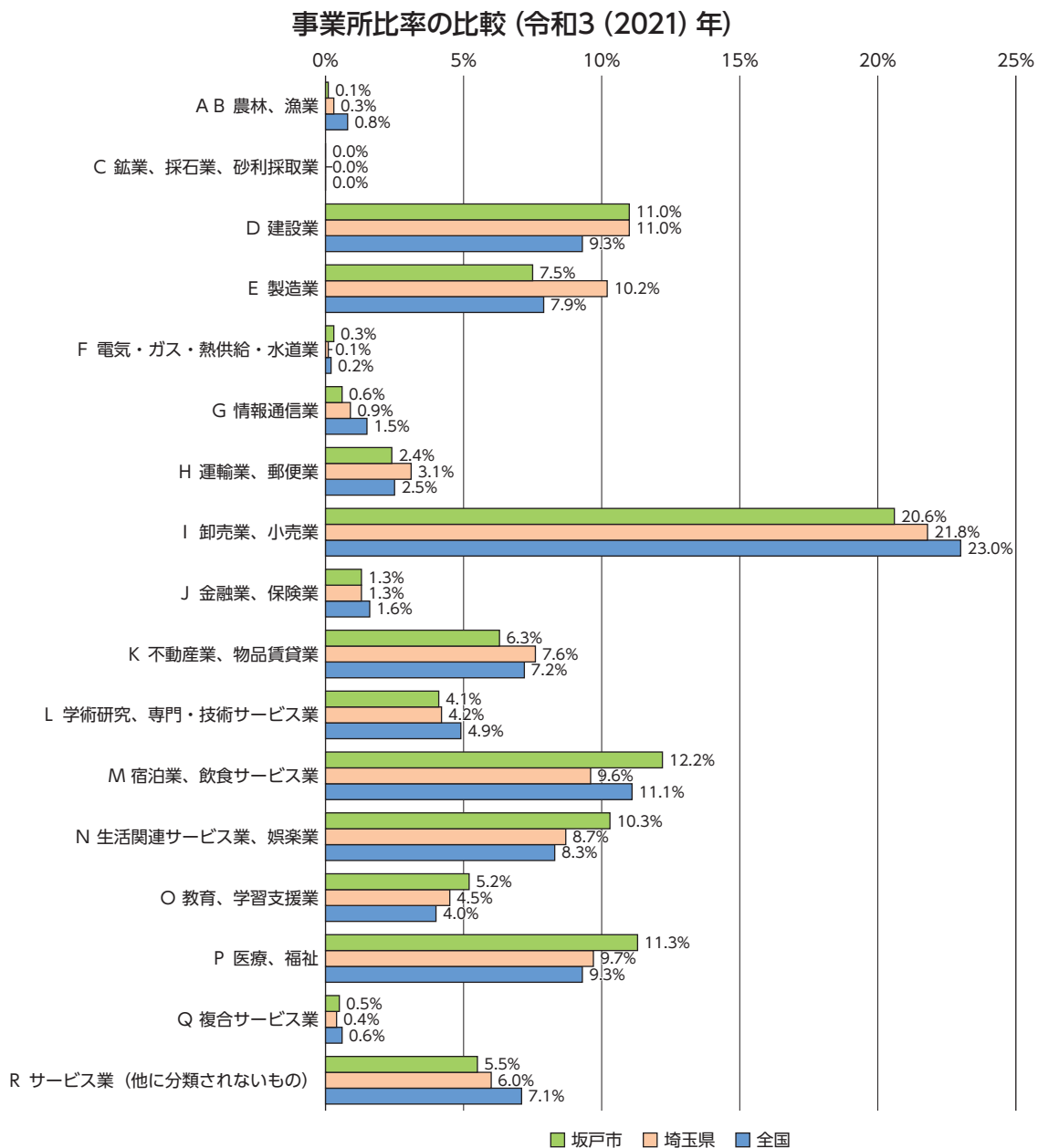


出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

## ii 業種別の産業構成

本市において事業所が最も多い業種は、「卸売業、小売業」で、次いで「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」、「建設業」、「生活関連サービス業、娯楽業」となっております。

「宿泊業、飲食サービス業」、「生活関連サービス業、娯楽業」、「医療、福祉」等は、埼玉県や全国の比率と比べると割合が高い一方、「製造業」、「不動産業、物品賃貸業」等は割合が低くなっています。



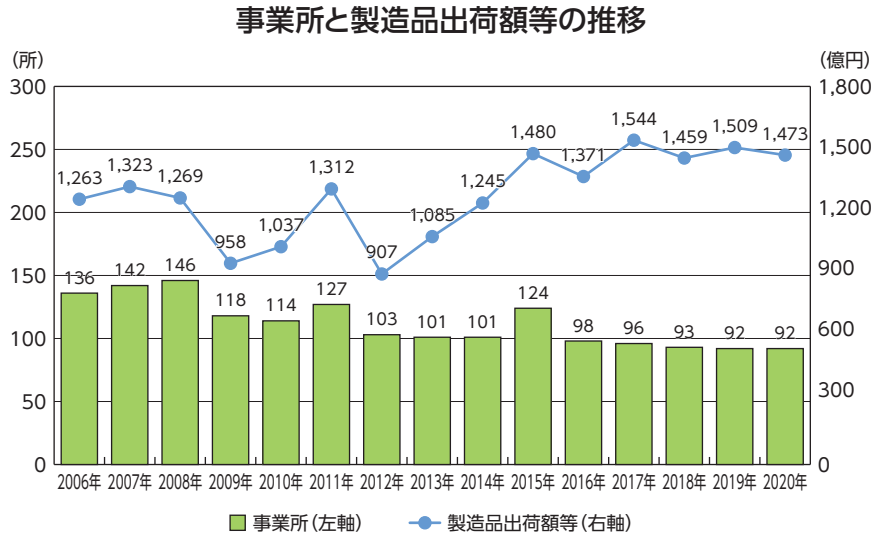
出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

業種に付しているアルファベットは「日本標準産業分類 (平成25年10月改訂)」によるものです。

「公務 (他に分類されるものを除く)」と「分類不能の産業」を除外しているため、内訳の計と合計は一致しません。

### iii 工業（製造業）の状況

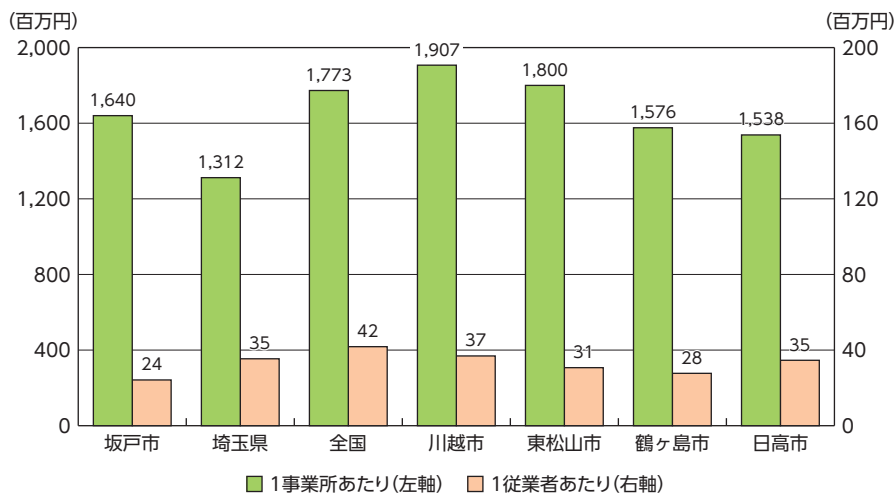
本市の製造業は、平成20（2008）年の146事業所を直近のピークとして減少傾向にあり、令和2（2020）年に92事業所となりました。一方、製造品出荷額等は平成24（2012）年の907億円を底として増加し、直近では1,500億円前後で推移しています。



出典：経済産業省「工業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

本市の1事業所あたりの製造品出荷額等は、埼玉県、鶴ヶ島市、日高市を上回るものの、全国、川越市、東松山市を下回っています。また、1従業者あたりの製造品出荷額等は、埼玉県、全国、周辺自治体を下回っています。

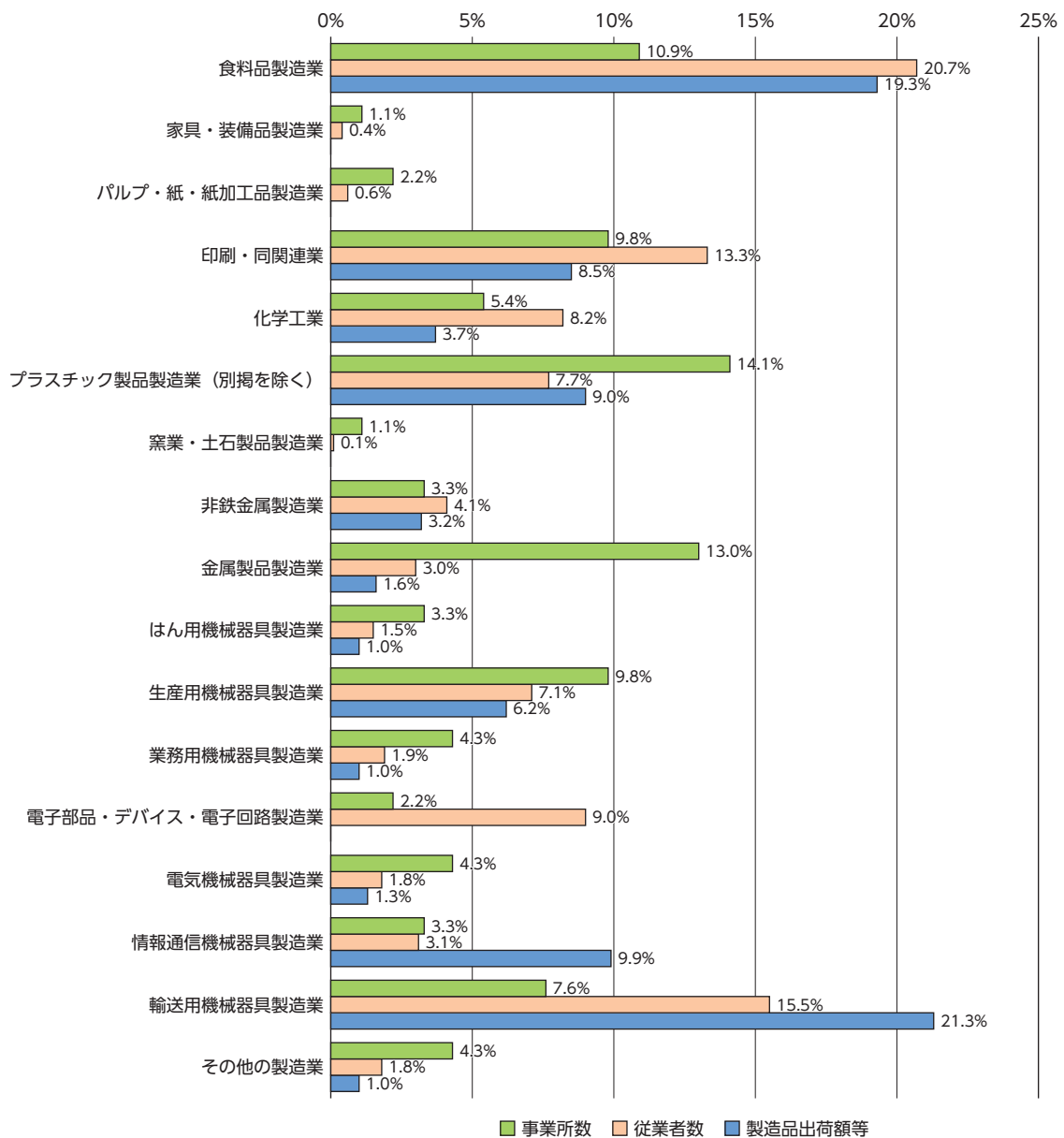
#### 単位あたり製造品出荷額等の周辺自治体比較（令和元（2019）年）



出典：総務省「経済センサス-基礎調査」再編加工

本市の製造業において、事業所が最も多い業種（中分類）は「プラスチック製品製造業」（全製造業中14.1%）、従業者数が最も多い業種は「食料品製造業」（同20.7%）、製造品出荷額等が最も多い業種は「輸送用機械器具製造業」（同21.3%）となっています。

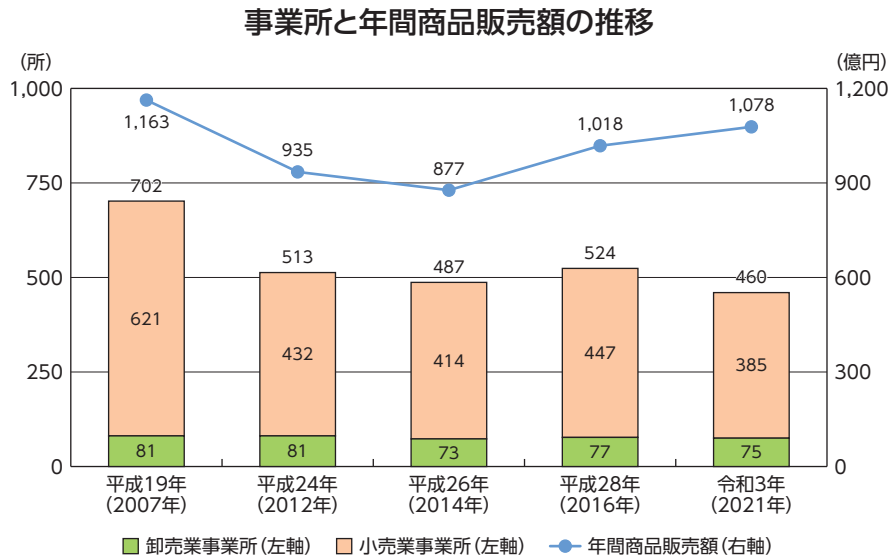
製造業の事業所・従業者数・製造品出荷額等の比率（令和3（2021）年）



出典：総務省「経済センサス-基礎調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工  
製造品出荷額等において、一部業種に「秘匿」があるため、内訳の計と合計は一致しません。

#### iv 商業（卸売業、小売業）の状況

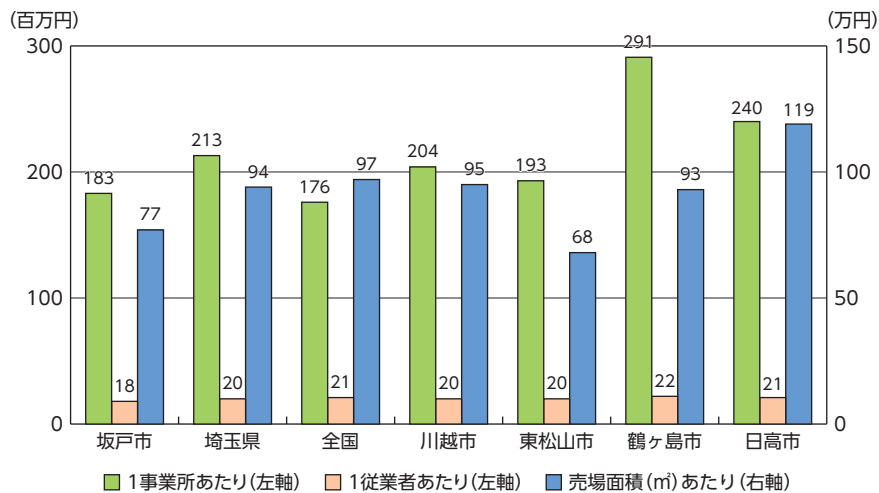
本市の卸売業、小売業の事業所は、令和3（2021）年に460事業所と減少傾向にあります。一方、年間商品販売額は、平成26（2014）年を底として徐々に増加し、令和3（2021）年に1,078億円となっています。



出典：経済産業省「商業統計調査」、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

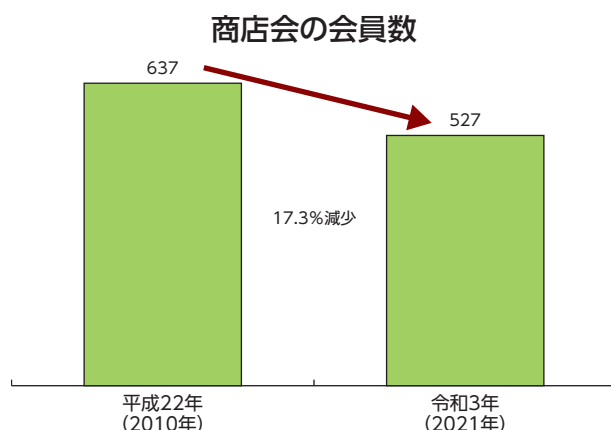
本市の小売業の1事業所あたり年間商品販売額は、全国を上回るものの、埼玉県や周辺自治体を下回っています。1従業者あたりでは、埼玉県、全国、周辺自治体と比べ最も低く、売場面積（㎡）あたりでは、東松山市を上回るものの、埼玉県、全国、その他の周辺自治体を下回っています。

#### 小売業における単位あたり年間商品販売額の周辺自治体比較（令和3（2021）年）



出典：総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」再編加工

市内商店会の会員数は、令和3年(2021)年に527となり、平成22(2010)年度と比べ110減り、17.3%減少しました。

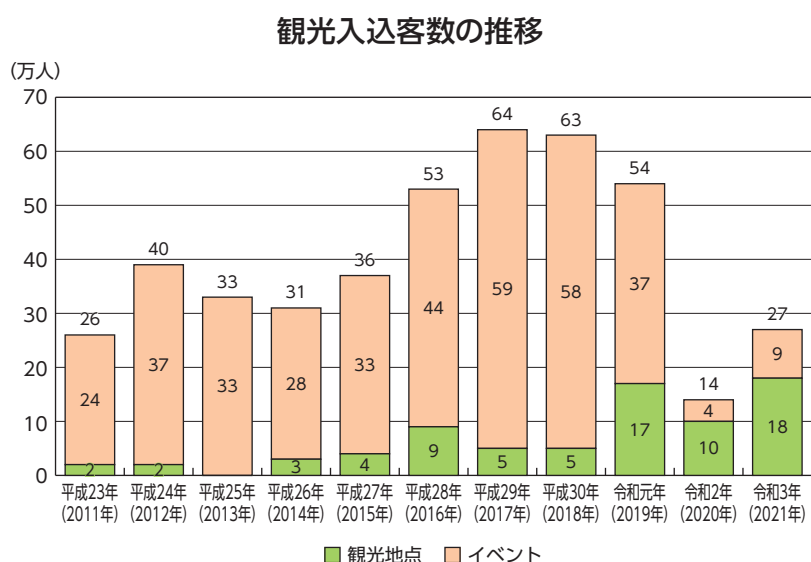


出典：「坂戸市商店会一覧表」再編加工

## Ⅴ 観光

本市の観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受けて、令和2(2020)年に14万人まで減少しました。令和3(2021)年は27万人に増加したものの、直近のピークである平成29(2017)年と比べ57.8%減少しています。

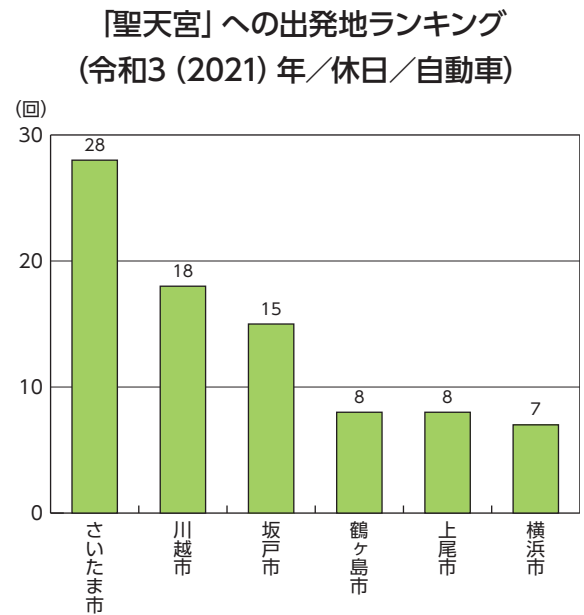
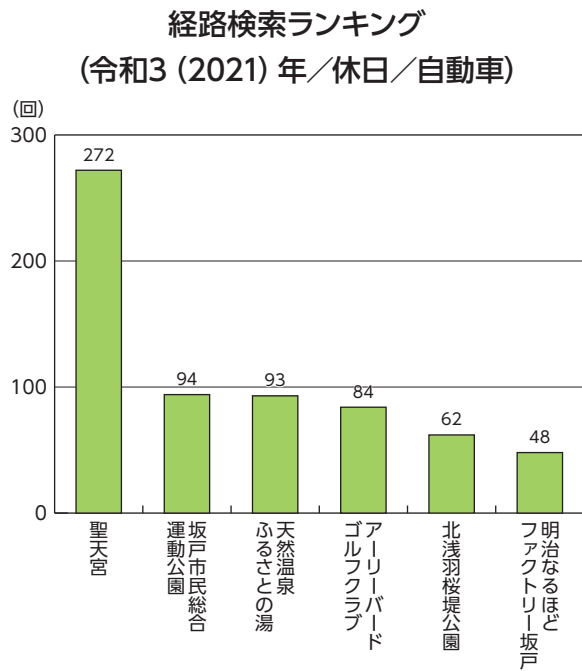
観光地点とイベントにおける観光入込客数をみると、以前は、イベントを目的とした観光入込客数が大半を占めていたものの、直近では観光地を目的とした観光入込客数が増え、令和3(2021)年には18万人となりました。



出典：埼玉県「埼玉県観光入込客統計調査」再編加工

単位未満を四捨五入しているため、内訳の計と合計が一致しない場合があります。

本市には北浅羽桜堤公園等の観光地もありますが、令和3（2021）年に経路検索で最も多く検索をされた目的地は、「聖天宮」でした。そして、「聖天宮」を目的地として、最も多い出発地はさいたま市で、次いで川越市、坂戸市、鶴ヶ島市、上尾市と周辺市が続きますが、横浜市も上位となりました。



出典：「地域経済分析システム (RESAS)」再編加工



### (3) 各種調査結果

本ビジョンを策定するにあたり、市内の消費者や事業所の現状やニーズを把握し、施策検討の基礎資料とするために、アンケート調査とヒアリング調査を実施しました。各調査の概要は以下のとおりとなっています。

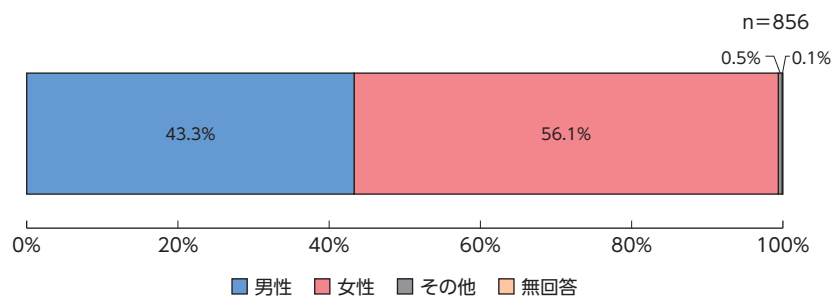
#### i 消費者アンケート調査

##### ①実施概要

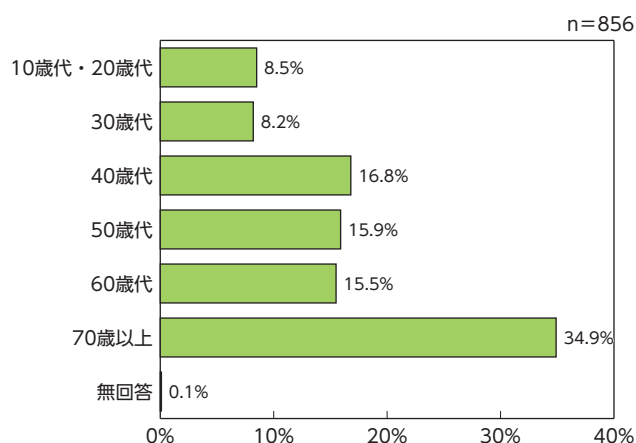
調査地域	本市全域
調査対象	18歳以上の市民
対象者数	2,000人
抽出方法	無作為抽出
調査方法	郵送配布－郵送回収またはインターネットによる回答
調査期間	令和4年11月18日(金)～12月28日(水)
配布数	2,000票
回収数	856票
回収率	42.8%

##### ②回答者の属性

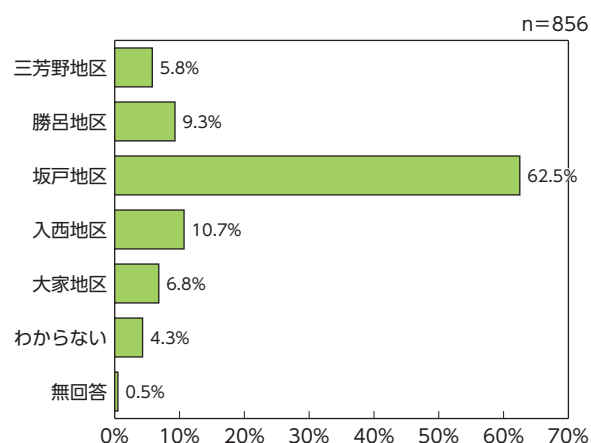
###### 【性別】



###### 【年齢】



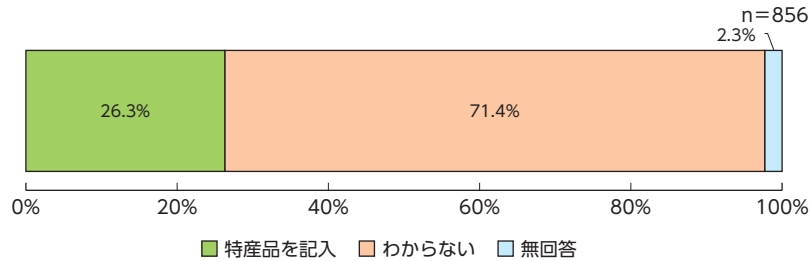
###### 【居住地区】



### ③回答結果（一部抜粋）

本市の特産品についてお尋ねしたところ、葉酸や醤油、ハチミツ等、様々な農産物、商品が挙げられ、本市には多種多様な特産品がある一方、7割強の方が「わからない」と回答し、何らかの特産品を記入した方が2割半ばにとどまっている等、市民への周知が途上となっています。

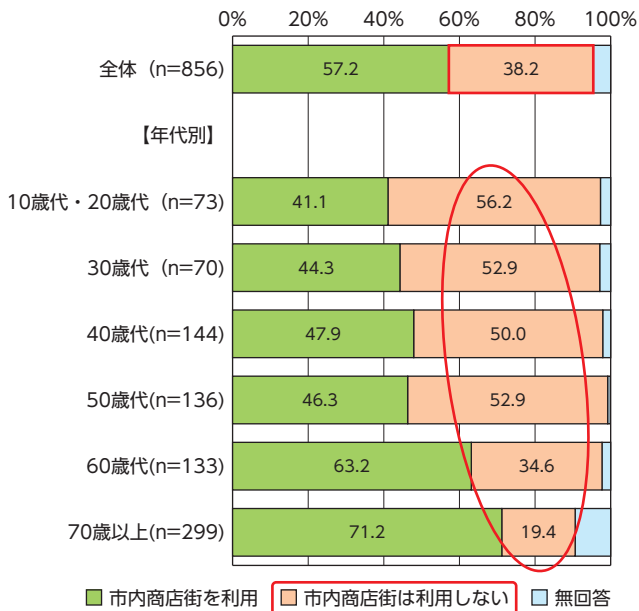
【本市の特産品について】



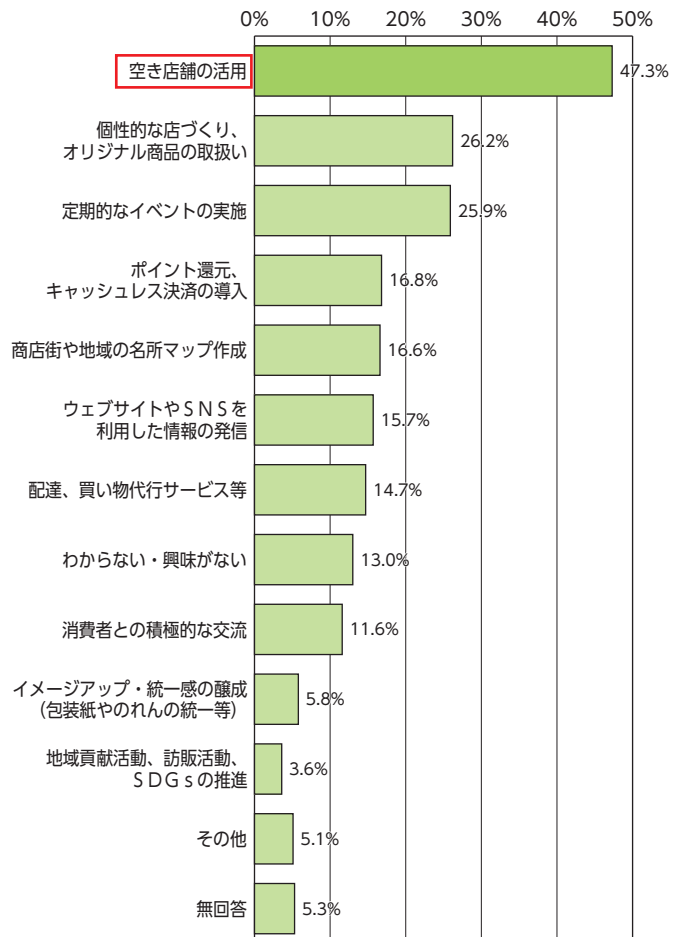
よく利用する商店街についてお尋ねしたところ、4割近い方が「市内商店街は利用しない」と回答しています。年代別では、低い年代ほど「市内商店街は利用しない」と回答した方の割合が高くなっています。

商店街に必要な取組についてお尋ねしたところ、5割近い方が「空き店舗の活用」と回答し、順に、「個性的な店づくり、オリジナル商品の取扱い」、「定期的なイベントの実施」、「ポイント還元、キャッシュレス決済の導入」となっています。

【利用する商店街について】



【商店街に必要な取組】

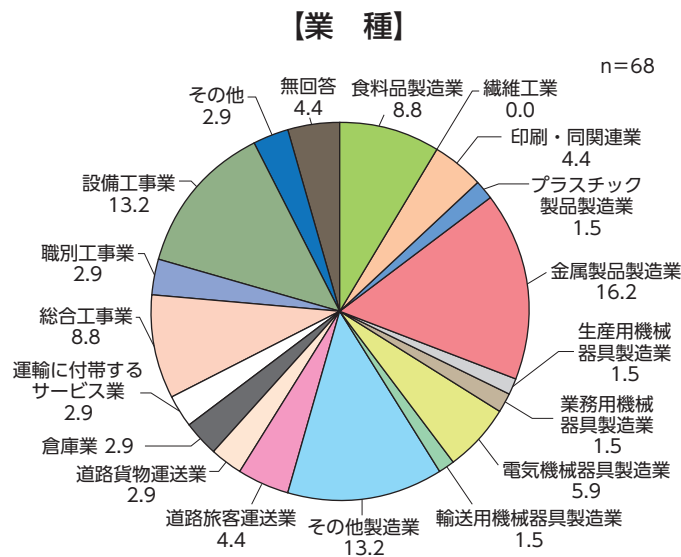


## ii 工業・建設業等アンケート調査

### ①実施概要

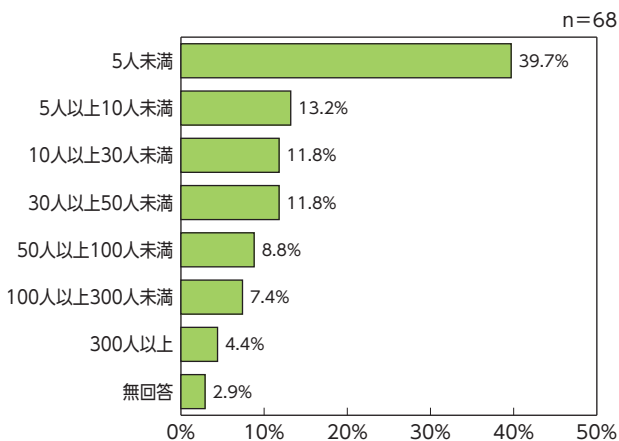
調査地域	本市全域
調査対象	市内の工業・建設業等事務所
対象者数	200事業所
抽出方法	無作為抽出
調査方法	郵送配布－郵送回収
調査期間	令和4年11月18日(金)～12月28日(水)
配布数	200票
回収数	68票
回収率	34.0%

### ②回答者の属性

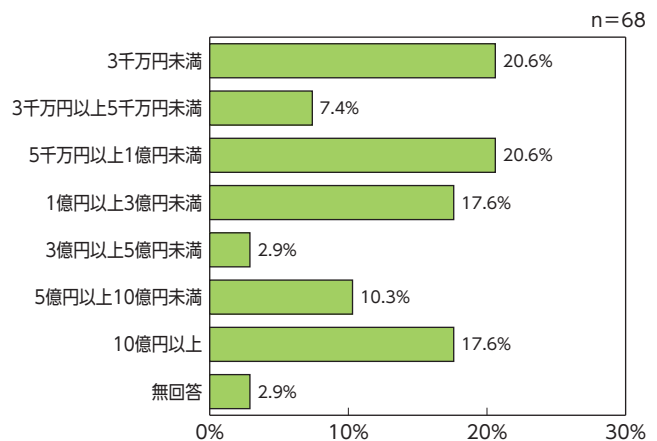


※業種は、日本標準産業分類(平成25年10月改定)を使用

### 【従業員数】

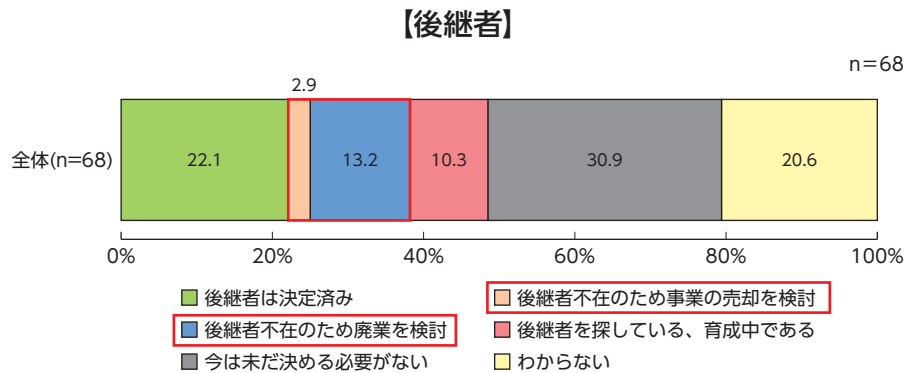


### 【年間売上高】



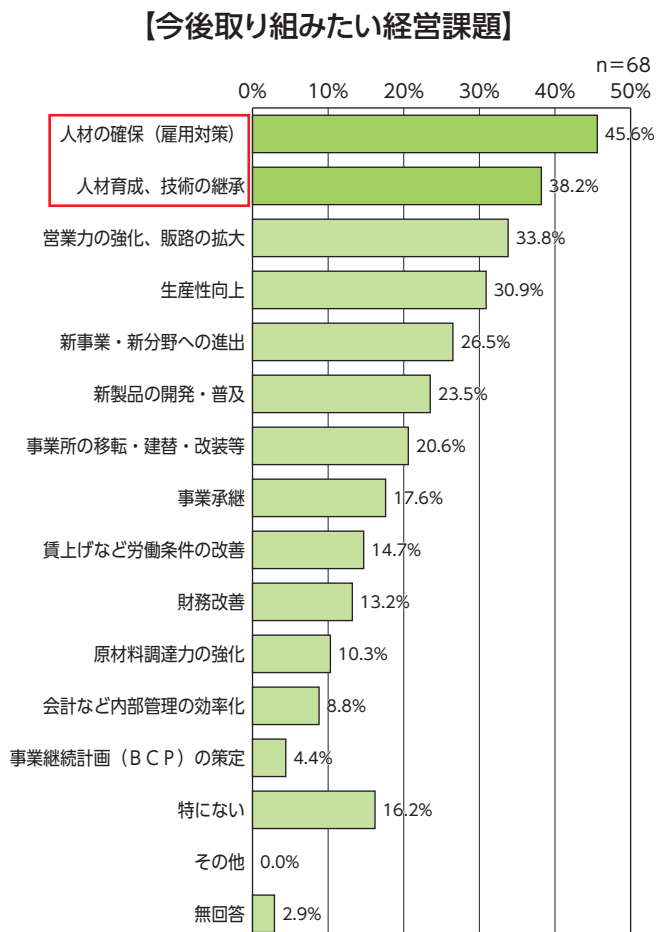
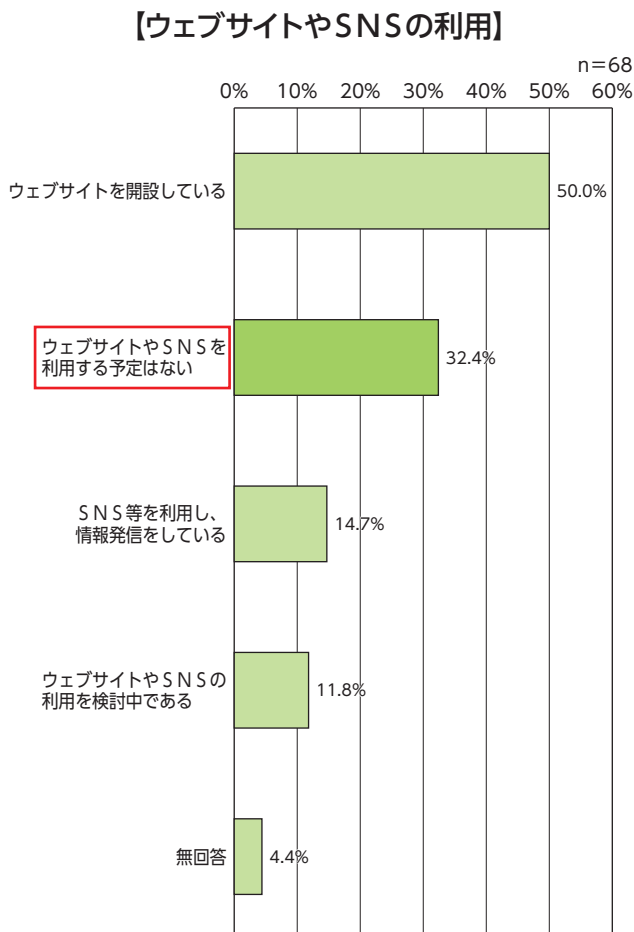
### ③回答結果 (一部抜粋)

後継者についてお尋ねしたところ、2割強の事業所が「後継者は決定済み」と回答したものの、1割半ばの事業所が「後継者不在のため事業の売却を検討」あるいは「後継者不在のため廃業を検討」と回答しています。



ウェブサイトやSNSの利用についてお尋ねしたところ、5割の事業者が「ウェブサイトを開設している」と回答したものの、3割強の事業者が「ウェブサイトやSNSを利用する予定はない」と回答しています。

今後取り組みたい経営課題についてお尋ねしたところ、4割半ばの事業所が「人材の確保 (雇用対策)」と回答し、4割近くの事業所が「人材育成、技術の継承」と回答しています。

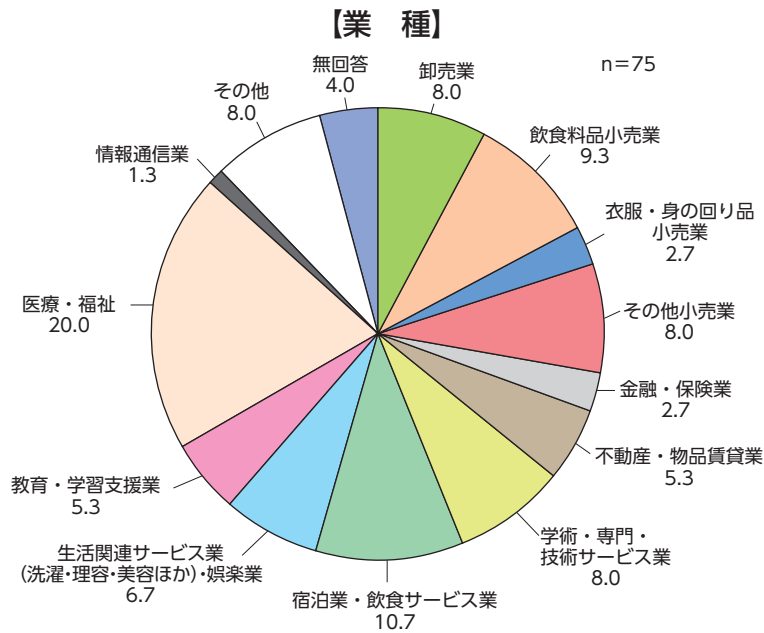


### iii 商業・サービス業アンケート調査

#### ①実施概要

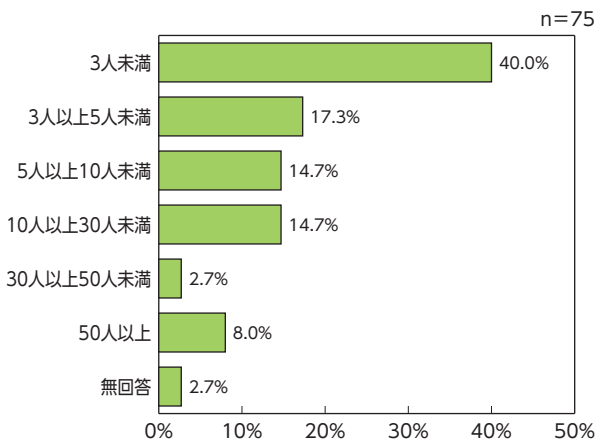
調査地域	本市全域
調査対象	市内の商業・サービス業事務所
対象者数	200事業所
抽出方法	無作為抽出
調査方法	郵送配布－郵送回収
調査期間	令和4年11月18日(金)～12月28日(水)
配布数	200票
回収数	75票
回収率	37.5%

#### ②回答者の属性

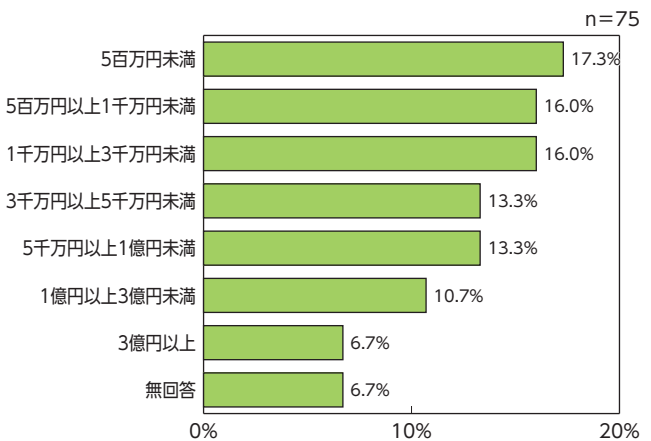


※業種は、日本標準産業分類(平成25年10月改定)を使用

#### 【従業員数】

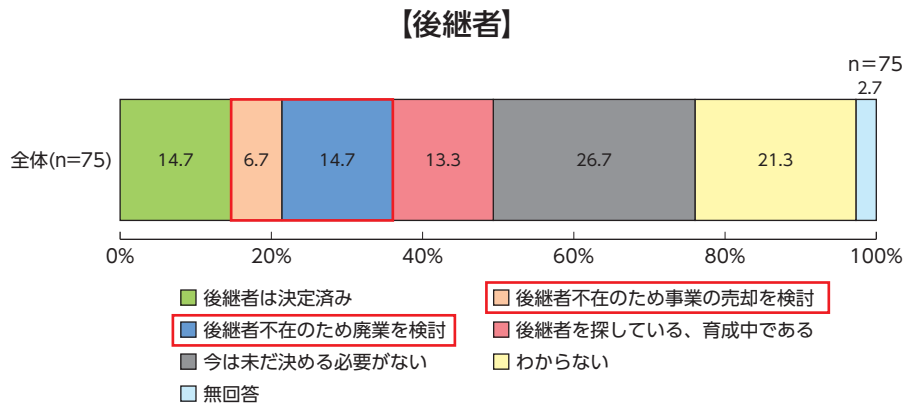


#### 【年間売上高】



### ③回答結果 (一部抜粋)

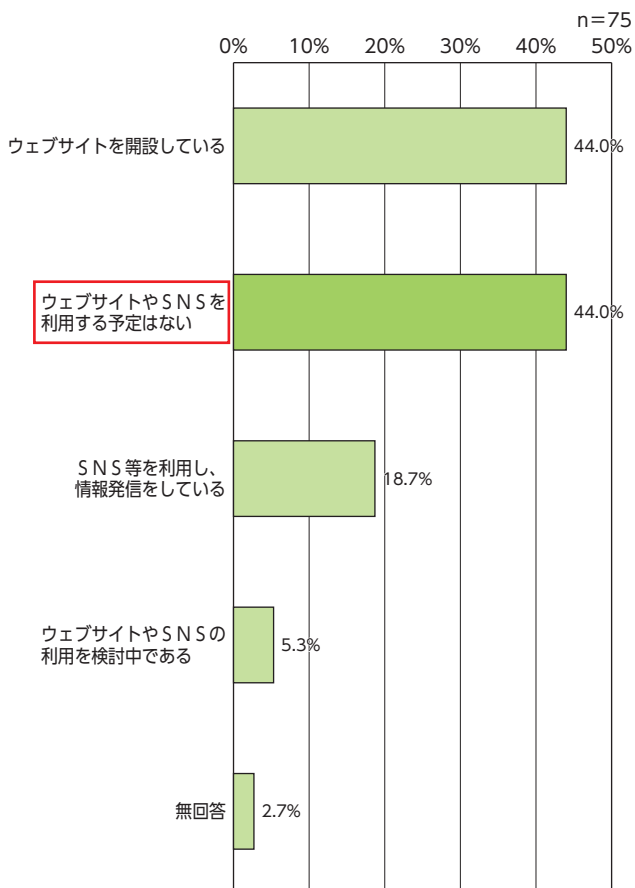
後継者についてお尋ねしたところ、1割半ばの事業所が「後継者は決定済み」と回答したものの、2割強の事業所が「後継者不在のため事業の売却を検討」あるいは「後継者不在のため廃業を検討」と回答しています。



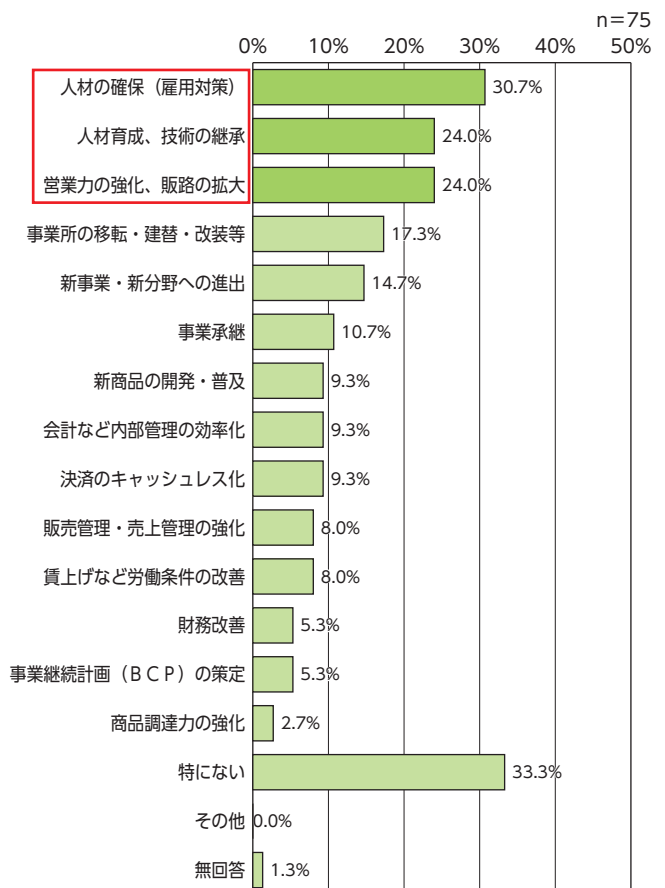
ウェブサイトやSNSの利用についてお尋ねしたところ、4割半ばの事業者が「ウェブサイトを開設している」と回答したものの、同じく4割半ばの事業者が「ウェブサイトやSNSを利用する予定はない」と回答しています。

今後取り組みたい経営課題についてお尋ねしたところ、約3割の事業所が「人材の確保（雇用対策）」と回答し、2割半ばの事業所が「人材育成、技術の継承」、「営業力の強化、販路の拡大」と回答しています。

### 【ウェブサイトやSNSの利用】

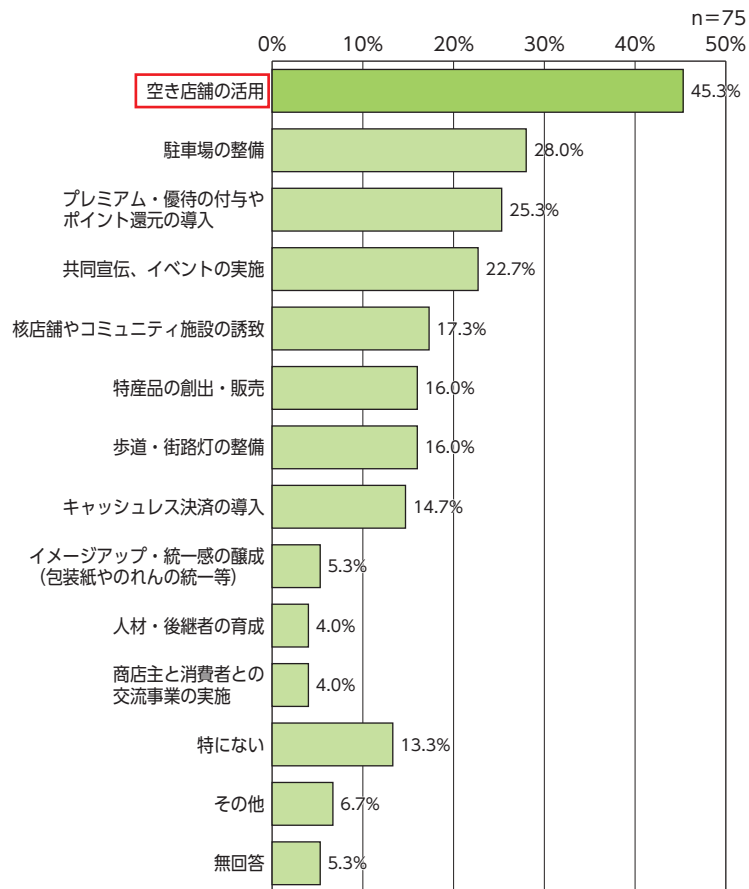


### 【今後取り組みたい経営課題】



商店街の活性化に必要なことについてお尋ねしたところ、4割半ばの事業所が「空き店舗の活用」と回答しています。

### 【商店街の活性化に必要なこと】



## iv 事業所ヒアリング調査

### ①実施概要

対 象	本市内の事業者、商工団体、商店会
ヒアリング数	8事業者、2商工団体、2商店会
ヒアリング方法	個別訪問によるヒアリング
調査期間	令和4年11月～令和5年2月

### ②結果の概要

#### 工 業

- 為替の影響等で製造拠点が国内に戻り、中小企業が市内に進出すれば、今後好循環が生まれる可能性がある。
- 立地環境は、工業団地を含め、圏央道や坂戸西スマートICの開通により、交通の利便性が高く、災害にも強い地域である。
- 人材採用については苦勞している事業者が多く、人手不足が課題となっている。
- 物価高騰も課題であり、原材料価格や光熱費、人件費が上昇しているものの、価格転嫁ができていない。

#### 商 業

- 市内には集客力がある店舗はなく、市外の大規模商業施設に消費が流れている。
- 市内の商店は飲食店しか生き残れなく、商店会会員も飲食店がメインとなっている。
- 頑張っている優良な小売店もしっかり存在している。
- 商店街は高齢化により担い手が少なく、役員の選出もできない状況となっている。また、古い店が多く、新規の開店がないため、店舗減少に歯止めがかからない状況となっている。
- 以前は大型店の出店により市内商店が減少していたが、現在は高齢化と後継者の不在が理由として挙げられ、商店の減少理由が変化している。

#### 環境変化への対応

- 新型コロナウイルス感染症拡大の影響でイベントが出来ず、賑わい創出に苦勞している。
- 人手不足に対し、インターンシップの活用や、近隣の高校から採用を行っている事業者がある。
- SDGs、DX、カーボンニュートラル、事業継続計画（BCP）等への対応は、小規模事業者では日々の売上等に追われ、対応が難しい。
- 製造業ではDX、デジタル化への取組を行っている事業者がある。
- 社会貢献活動を既に行っている、またはこれから実施をしたいと考えている事業者がある。



## 今後、本市が取り組むべきこと

- 坂戸ブランドの確立
- 個店支援の強化 (まちゼミ等の検討)
- SDGs、DX等への対応
- 事業者の交流促進
- 電気等エネルギー価格高騰への対応
- 従業員の確保支援
- 創業支援

## 2 課題の整理

現状分析や各種調査により、本市の強みとして、圏央道やスマートICの開通による交通の利便性が高いこと、様々な業種が集積している工業団地があること、多種多様な特産品があること等がわかりました。統計による現状分析やアンケート調査、ヒアリング調査の結果からみえてきた本市の商工業における課題を以下のとおりにとまとめます。

### (1) 市民の愛着、誇りの醸成

#### i 地域ブランドの周知

消費者アンケート調査によると、本市の特産品について「わからない」と回答された方が7割以上となりました。一方、約3割の方は、多くの特産品、良いものを挙げています。本市には特産品や良いものがない(少ない)という訳ではなく、市民への周知が途上であるということが言え、地域ブランドの周知を図る必要があります。

#### ii イベント等による賑わいの創出

本市への観光は、令和元(2019)年以前はイベントによる観光客が中心だったため、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりイベントが開催できず、令和2(2020)年に観光客数が大きく減少しました。アンケート調査では、市民や事業者からイベントの再開を望む声が多く寄せられています。イベントは、まちの賑わいの創出と魅力向上に大きく貢献するものであり、イベント開催に向けた取組や支援をする必要があります。

#### iii 観光資源の周知

令和3(2021)年に経路検索で最も多く検索された目的地は「聖天宮」で、出発地の上位に横浜市が入る等、他県からも来訪する目的地があります。そのような中、令和3(2021)年の本市観光地点における観光客数が18万人となり、近年で最多となりました。本市には他にも桜の名所や伝統行事等があり、まだまだ知られていない観光スポットもあることから、更なる観光客増加の余地は大いにあると言えます、本市の観光資源を市内外に発信していくことが重要です。

### (2) 市民と事業者の交流・つながりの創出

#### i 商店、飲食店の周知

消費者アンケートによると、本市には市民に愛されている商店や飲食店があるとの声が多く寄せられた一方、市内の商店や飲食店が分からないとの声もありました。また、消費者アンケートでは、低い年代ほど市内商店街を利用する人が少ない結果となりました。市民が市内にある商店、飲食店を知るための取組や支援をする必要があります。

#### ii 事業者のSNS利用

事業所アンケートによると、「ウェブサイトやSNSを利用する予定はない」と回答した事業者は、工業・建設業等で3割強、商業・サービス業で4割半ばとなりました。一方、消費者アンケートによると、10歳代・20歳代の4割強が買物の際の情報収集に公式SNSを利用している結果となり、事業者のSNS等の導入に向けた支援をする必要があります。

### (3) 事業継続支援

---

#### i 事業所の減少

本市の事業所は減少傾向にあり、令和3（2021）年は平成21（2009）年比で15%減少しました。また、事業所アンケートによると、後継者不在で廃業や事業の売却を検討している事業者は、工業・建設業等で約1割半ば、商業・サービス業で2割強となっています。本市の事業者が事業継続や経営の安定化を図るための支援をする必要があります。

#### ii 人手不足・後継者不足

事業所アンケートによると、今後取り組みたい経営課題として、人材の確保や人材育成、技術の継承を上位に挙げています。本市の持続可能な商工業をつくるためには、事業継続に必要な人材確保や育成、事業承継等への取組や支援をする必要があります。

#### iii 社会課題への対応

事業所ヒアリングによると、SDGsやDX、カーボンニュートラル等の社会課題への対応は、小規模事業者ほど人手が少なく、対応が困難であるとの声がありました。そのような社会課題に対し、本市の事業者がしっかりと対応することができるようなサポートをする必要があります。

### (4) 暮らしの利便性の確保

---

#### i 商店の減少による利便性の低下

本市の小売業の事業所は、令和3（2021）年に平成19（2007）年比で38%減少しました。商店の減少は買物の利便性を低下させることに繋がります。高齢者等、遠方に一人で買物に行くことが難しい方にとって、買物の利便性を確保することは重要で、買物に困っている方に対するサポートを行う必要があります。

## 第3章

# 第2次坂戸市商工業ビジョンの 基本的な考え方

## 1 将来像

### 将来像

## 住んでよかった 事業をしてよかった 希望あふれるまち さかど

本市が市民と事業者にとって魅力的で、未来にわたって繁栄するまちを目指して、本ビジョンの将来像を「住んでよかった 事業をしてよかった 希望あふれるまち さかど」と決めました。

まず、「住んでよかった」とは、生活しやすく、快適な環境が整っていることに加え、市民が本市に住んでいることに愛着と誇りを感じていることを意味しています。快適で豊かな生活を支えるしっかりとした商業があり、市民に愛されるお店や商品があふれるまちとなることを目指します。また、多種多様な事業所が立地することで、仕事をしたいと望むすべての人に、働く場所が提供されることを目指します。

次に、「事業をしてよかった」とは、本市で事業を営んでいる事業者や本市で新たに事業を始める方々が、安心して事業を営むことができる環境が整備されていることを意味しています。本市は、交通アクセスの良さや多くの事業所が進出している等、ビジネスに適した環境が整っていることから、そのメリットを生かしつつ、事業者の様々な課題や悩みに寄り添ったきめの細かいサポートにより、事業者が成長し続けることができるまちとなることを目指します。

最後に、「希望あふれるまち さかど」とは、未来への希望を抱き、いつもまちに活力があふれていることを意味しています。市民と事業者が一緒になってまちづくりに取り組み、産業の発展と地域の繁栄がともに実現することを目指します。

「住んでよかった 事業をしてよかった 希望あふれるまち さかど」は、坂戸市が市民・事業者とともに成長し、未来にわたって繁栄するための将来像です。

## 2 基本方針

本市商工業の目指す将来像の実現のために、4つの基本方針を定め、具体的な施策を展開していきます。

### 将来像

住んでよかった 事業をしてよかった 希望あふれるまち さかど

#### 基本方針

##### 1 商業の活性化と賑わいの創出

- ☑ 商業の活性化と賑わい創出により、坂戸市の魅力を高めます

##### 2 「つながり」づくりのサポート

- ☑ 市民と事業者、事業者と事業者がつながることを支援します

##### 3 持続可能な商工業をつくる

- ☑ 事業と就業の支援により、事業継続と多様な人材が活躍できるまちをつくります

##### 4 地域貢献の促進

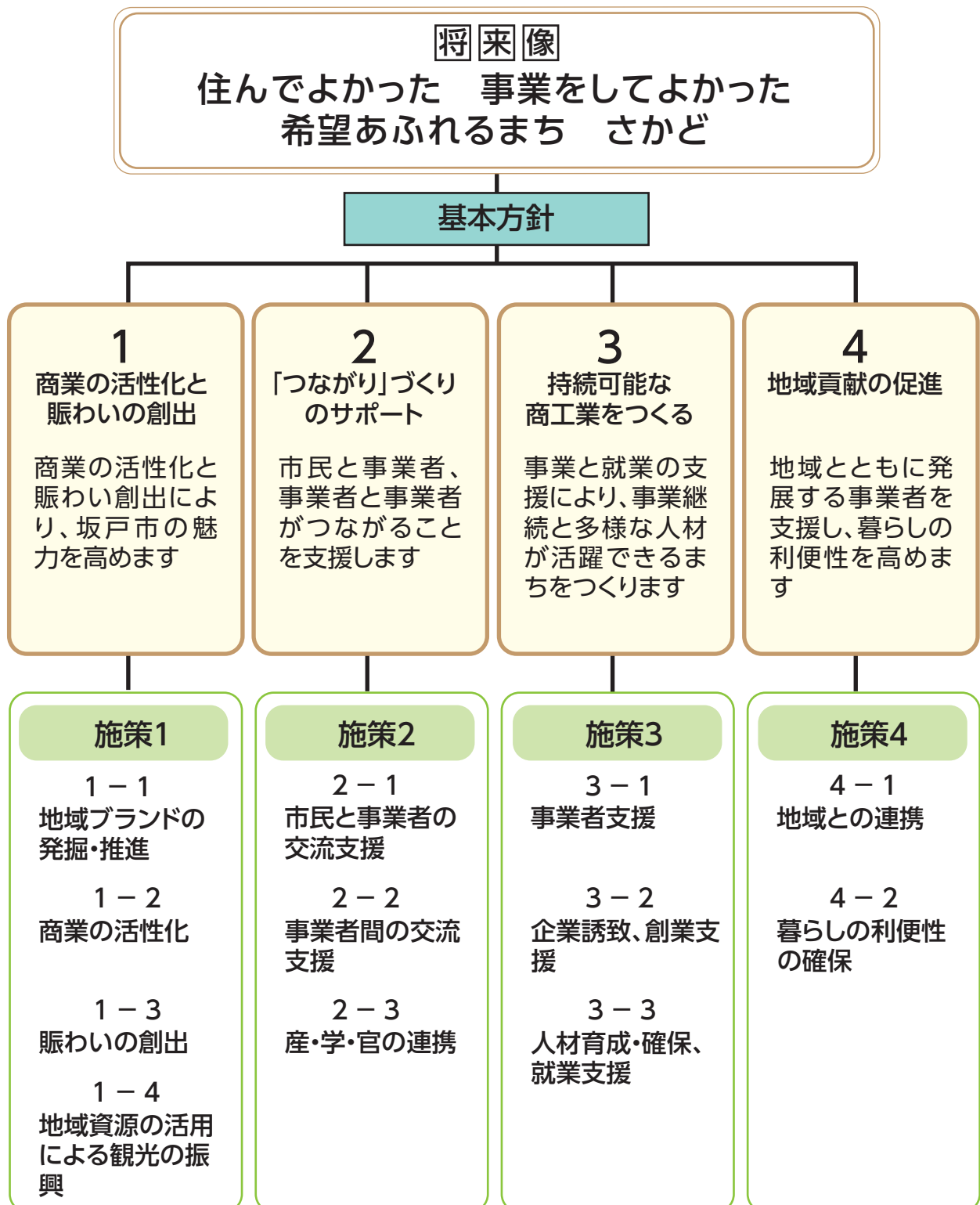
- ☑ 地域とともに発展する事業者を支援し、暮らしの利便性を高めます

# 第4章

# 施策展開

## 1 施策体系

将来像の実現に向けた施策の体系を次のとおりとします。



## 2 施策

### 基本方針1 商業の活性化と賑わいの創出

市内の商店、商店街は、事業者の高齢化等の影響により店舗数が減少しています。商店や商店街の減少は、生活圏内における買物が不便になるだけではなく、まちの賑わいが失われてしまうことにも繋がります。商業の活性化や賑わいの創出、観光の振興により、まちの利便性と魅力を高め、より多くの市民が本市に住んでいることに愛着と誇りを持つことができるよう取り組みます。

#### 1-1 地域ブランドの発掘・推進

市内には、事業者がこだわりを持って製造・販売している商品がたくさんあります。そのような「良いもの」を発掘し、市内外に広く発信することで、事業者への支援となるだけでなく、地域ブランドを通じて市の魅力向上に取り組みます。

##### 主な取組案

- 事業者の「良いもの」を「さかど自慢の逸品」として登録し、事業者の販売を促進するとともに、ブランド化により市の魅力を向上させます。
- 駅等で、「さかど自慢の逸品」を販売するマルシェを開催し、市内外に広くPRをします。
- 坂戸産の農作物や加工品を「さかど自慢の逸品」として登録し、地産地消を推進します。

#### 1-2 商業の活性化

市内に多種多様な店舗があることにより、多くの人が集まり賑わいが生まれます。商店や商店街の魅力向上に向けた取組への支援や、商店街の環境施設整備、空き店舗の活用等により、商業の活性化を図ります。また、消費者の多様化する決済手段へのニーズに応えるため、事業者のキャッシュレス対応を支援し、市内での買物の利便性を高めるとともに、市内消費の拡大を図ります。

##### 主な取組案

- 活性化に取り組む商店街に対し、事業に係る経費の一部を補助します。また、商店街の魅力向上に向けた取組を支援します。
- 商店街が駐車場を整備するための費用等、商店街の環境施設設備に係る費用の一部を補助します。
- 空き店舗を活用して創業をする方に、賃借料や改修費用の一部を補助します。
- 事業者のキャッシュレス化を推進します。

### 1-3 賑わいの創出

お祭り等の地域イベントは、多くの人が集まり、交流し、まちの賑わいが生まれます。また、イベントだけではなく、日頃、交流することができる機会を設けることで、訪れた人同士がつながり、趣味を共有する等をして、地域への愛着が深まります。

人と人との交流を活性化し、賑わいを創出することにより、市の魅力向上に取り組みます。

#### 主な取組案

- お祭り等の地域イベントに対し、開催に係る費用の一部を補助します。
- 広報紙・SNS等を活用することで、本市の地域イベント等を広くPRします。

### 1-4 地域資源の活用による観光の振興

本市には、桜の名所や伝統行事等、観光に活用できる地域資源が多くあります。また、市内には多くの工場があり、見学することができます。しかしながら、まだまだ知られていない観光スポットも多く、PRを兼ねた新たな観光資源の発掘を行っていきます。

また、観光ガイドマップやウェブサイト・SNS等を活用したPRにも力を入れるとともに、周辺市町との連携により広域的・包括的な観光PRを行い、本市の魅力を内外に発信し、市の魅力向上に取り組みます。

#### 主な取組案

- デジタルフォトコンテスト等の参加型の観光PRを行うことで、本市の新たな観光資源を発掘します。
- 観光ガイドマップを定期的に発行し、本市の魅力的なスポットを紹介することで、観光を促進します。
- SNS等を活用することで、本市の観光をPRします。
- 観光等により人が集まる場所を拠点にして、地域活性化を図ります。
- 広域的な観光連携により、包括的な観光PRを行い、本市への来訪を促します。



## 基本方針2 「つながり」づくりのサポート

本市には、市民に愛されている小売店や飲食店が多いにもかかわらず、市内のお店をよく知らないとの声も少なくなく、その存在を市民に周知することが課題です。本市にある良いお店をより多くの市民に知ってもらうことは、商業を活性化するためには大切であり、市民と事業者がつながることを支援します。

また、市内の事業者同士が業種を超えてつながり、協力し合うことにより、お互いが成長するような好循環が生まれれば、地域経済はより強くなります。地域経済の活性化に向け、市内の事業者がつながることを支援します。

### 2-1 市民と事業者の交流支援

市民と事業者がつながるために、ウェブサイトやSNS等を利用することは便利で効果的な方法です。一方、日々の業務が忙しく、SNS等の活用ができない事業者も多くみられます。SNS等により自社の商品や製品をPRしたい事業者へ、その導入のサポートについても、関係機関と連携して取り組みます。

また、ウェブサイトやSNS等の非対面でのつながりだけでなく、実際に来店し、お店の雰囲気、店主の人柄を知ってもらうことも大切です。そのような対面で市民と事業者がつながる取組を進めます。

#### 主な取組案

- 関係機関と連携して、SNS等の導入や活用に関するセミナー等を開催し、市民と事業者がつながることを支援します。
- 「街バル」や「まちゼミ」等、市民と事業者が直接つながるイベントの開催について、関係機関と連携して、取り組みます。

### 2-2 事業者間の交流支援

本市には、製造業や卸・小売業等、様々な業種の企業があります。また、市内には3つの工業団地があり、多くの優良企業が立地しています。事業者同士がつながることにより、取引の拡大だけでなく、新しいアイデアやビジネスが生まれ、地域の活性化につながる可能性があります。事業者同士が交流できる場の創出について、関係機関と連携して取り組みます。

#### 主な取組案

- 関係機関と連携し、業種を超えて事業者が交流できる場の創出を図ります。
- 国や県、関係機関と連携し、事業者が情報共有等を行うことができる機会を設けます。

## 2-3 産・学・官の連携

本市では、これまでに様々な企業や大学等と連携協定を結んで、連携を図ってきました。産業分野においても、それぞれの強みを生かした取組を行い、地域の活性化を図り、地域課題の解決に協力して取り組めます。

### 主な取組案

- 企業や大学等と連携し、地域の活性化や地域課題の解決に向けた取組を推進することで魅力あるまちづくりを行います。
- それぞれが持つニーズを把握し、互いに成長し続けることを目的に、産・学・官による情報交換の場を創設します。

## 基本方針3 持続可能な商工業をつくる

市内には、後継者不在のために、事業の売却や廃業を検討している市内の事業者が少なからず存在しています。また、多くの事業者が、人材の確保に苦勞しています。事業者が、後継者や人材の確保に悩むことなく、事業の継続に希望を持てる環境を整えることは、地域経済が安定的に発展していくために重要です。本市では、持続可能な産業をつくるために、事業継続に必要な支援や、人材育成・確保に向けた取組を行います。

また、地域経済の活性化のためには、市内で創業をする方を増やすことも大切です。創業したい方に「ぜひ坂戸市で創業したい」と思われ、選ばれるまちを目指します。

## 3-1 事業者支援

本市では、事業者の事業継続や経営の安定化を図るため、各種補助金や制度融資等による支援を行っています。関係機関との連携を強化し、事業承継等、経営に関する様々な相談に対応する体制を整えます。

また、事業者は、直接的に事業に関する課題以外に、SDGsや脱炭素（カーボンニュートラル）等、社会的な要請にも対応する必要があります。国、県、関係機関等と連携を図り、事業者への情報提供等による支援を行います。

### 主な取組案

- 本市の制度融資を利用する事業者に対し、利子の一部を補助します。
- 関係機関と連携し、事業者の事業継続等の各種相談に応じる体制を整えます。
- 関係機関と連携し、事業承継等を支援します。
- 地域の商工業を支える商工会の活動を支援します。
- SDGsや脱炭素（カーボンニュートラル）等の社会的な要請に対し、国、県、関係機関等と連携を図り、事業者への情報提供等による支援を行います。

### 3-2 企業誘致、創業支援

本市が将来にわたって安定的に発展していくためには、企業の誘致や、本市で創業をする方を増やしていくことも重要です。新たに市内に工場等を新設移設する企業への支援を充実させるとともに、創業を希望される方に対し、創業に係る経費の一部補助や、関係機関と連携した相談体制の構築や支援制度の充実を図ります。

#### 主な取組案

- 空き店舗を活用して創業をする方に、賃借料や改修費用の一部を補助します。(再掲)
- 工場等の新設、移設を行い、一定の条件を満たした事業者に対し、固定資産税の一部を補助します。
- 市外から事業者が転入しやすいように、また、本市の事業者が市外へ転出することなく市内の別の場所で事業が継続できるように、産業用地の創出に資する土地利用を推進します。
- 良好な事業環境に向けて、道路整備を行います。

### 3-3 人材育成・確保、就業支援

事業者が安定的に人材の確保ができる環境を整えることは、持続可能な産業をつくるためにも重要です。また、市内に雇用が安定的にあることにより、市民は安心して住み続けられるとともに、市外からの人口流入も期待できます。しかしながら、多くの事業者が人材の確保に苦勞している状況であることから、関係機関と連携し、事業者の人材募集・採用・定着についての支援を行っていきます。

また、ライフスタイルの多様化や労働環境が変化している中、働く人の希望に沿った働き方ができることが望まれます。働きたい人が希望する仕事に就くことができるように、関係機関と連携し、必要とされる知識、技術の習得を支援します。

#### 主な取組案

- 関係機関と連携し、仕事をしたい人に希望する求人情報の提供や、就職面接会を開催するとともに、求人・求職相談を行い、就業を支援します。
- 一定の条件を満たした事業者が、市内居住者を継続して雇用した際に、奨励金を交付します。
- 関係機関と連携し、セミナーや職業訓練の情報提供を行い、就業技術習得により就職機会を拡大します。
- インターンシップや合同就職説明会等、市内にある教育機関と連携した就職支援を行います。
- 関係機関と連携し、様々な差別やハラスメントに対する啓発をするとともに、ワーク・ライフ・バランスの取れた職場環境の整備を支援します。

## 基本方針4 地域貢献の促進

地域の安全を確保するには、商店や商店街等の事業者や地元住民の協力は不可欠です。地域の安全に貢献する事業者や地元住民の取組を支援するとともに、事業者による社会貢献活動を促進します。

また、生活圏内で日常の買物ができることは豊かな暮らしをする上で大切ですが、商店が減少することにより、食料品や日用品等の生活必需品を遠方まで買物に行かなくてはならなくなる可能性があります。特に高齢者等にとっては、遠方に一人で買物に行くことが難しい場合があり、商店が減少する中でも、買物の利便性を確保することが重要です。買物に困っている方に対してサポートを行う事業者を支援します。

### 4-1 地域との連携

商店や商店街は、市民の買物を支えるだけでなく、安心して暮らすことができるように、街路灯等の環境施設整備も担っています。そのような商店や商店街が行う地域の環境施設整備に対する取組を支援します。また、防犯パトロール等の地域の安全を守る活動を行っている防犯団体を支援します。

そして、本市には工場見学ができる工場がたくさんあります。社会科見学を受け入れる事業者を広くPRする等、社会貢献を積極的に行っている事業者を支援します。

#### 主な取組案

- 商店街が街路灯を新設、改装するための費用等、商店街の環境施設整備に係る費用の一部を補助します。また、街路灯の維持のために、街路灯の電気料の一部を補助します。
- 子ども110番等、地域の安全を守る活動を支援します。
- 社会科見学の受入れ等、社会貢献をしている事業者を広くPRします。

### 4-2 暮らしの利便性の確保

商店が減少する中でも、買物の利便性を維持するために、移動販売や宅配サービスを行う事業者への支援を行います。また、高齢者や子育て世帯等にとっても住みやすい環境を整えていきます。

#### 主な取組案

- 移動販売や宅配サービスを行う事業者について、市民への周知を行う等の支援をします。
- 高齢者や子育て世帯等へ、市内の移動手段に対するサポートをします。

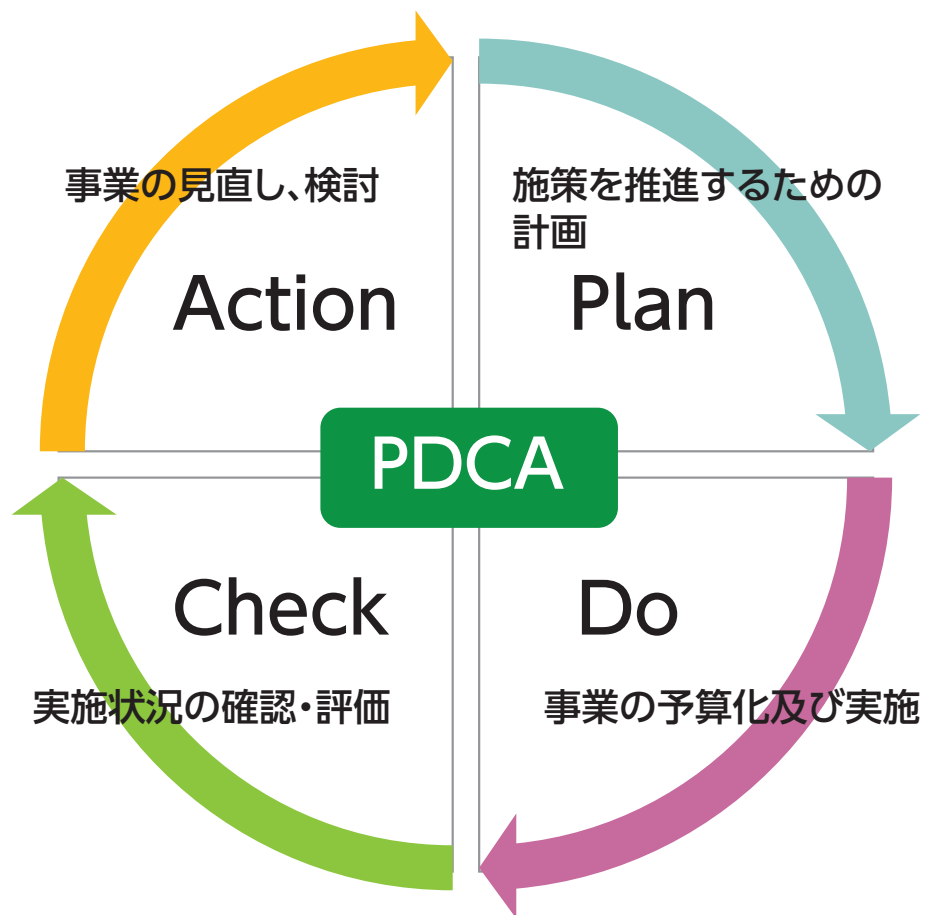
### 3 主な取組案のまとめ

主な取組案をまとめると次のようになります。

基本方針	施策	主な取組案	
1 商業の活性化と賑わいの創出	1-1 地域ブランドの発掘・推進	1 さかど自慢の逸品による地域ブランドの発掘・推進	
		2 マルシェの開催	
		3 農業との連携、地産地消の推進	
	1-2 商業の活性化	1 商店や商店街の魅力向上への支援	
		2 商店街の環境施設整備の補助	
		3 空き店舗活用	
		4 キャッシュレス化の推進	
	1-3 賑わいの創出	1 イベント・まつりの開催支援	
		2 地域イベント等のPR	
	1-4 地域資源の活用による観光の振興	1 参加型観光PR	
		2 観光スポットの紹介	
		3 SNS等を利用した観光PR	
		4 観光資源を生かした地域の活性化	
		5 広域的な観光連携(包括的な観光PR)	
	2 「つながり」づくりのサポート	2-1 市民と事業者の交流支援	1 SNS等導入支援
			2 街バル、まちゼミの推進
2-2 事業者間の交流支援		1 事業者間交流の推進	
		2 情報共有機会の創出	
2-3 産・学・官の連携		1 企業、大学等との連携推進	
		2 産・学・官による情報交換	
3 持続可能な商工業をつくる	3-1 事業者支援	1 補助金、金融支援	
		2 経営相談、各種相談体制の構築	
		3 事業承継支援	
		4 商工会支援	
		5 SDGs、カーボンニュートラル等の情報発信	
	3-2 企業誘致、創業支援	1 創業支援	
		2 企業誘致の推進	
		3 産業用地の創出	
		4 道路整備	
	3-3 人材育成・確保、就業支援	1 関係機関と連携した就職支援	
		2 地元雇用の促進	
		3 職業訓練、人材育成の支援	
		4 インターンシップや大学等と連携した就職支援	
		5 職場環境の改善、ワーク・ライフ・バランス支援	
	4 地域貢献の促進	4-1 地域との連携	1 商店街の環境施設整備の補助
2 防犯、見守り支援			
3 社会貢献企業のPR			
4-2 暮らしの利便性の確保		1 移動販売、宅配サービスの支援	
		2 高齢者や子育て世帯等への支援	

## 1 ビジョンの進行管理

ビジョンの推進にあたっては、施策が適切に実施されるよう、PDCAサイクルの下で計画を実行し、それを進捗評価・改善、必要に応じて計画を見直すプロセスで進行管理を行います。



# 資料編

## 1 坂戸市商工業ビジョン審議会条例

平成14年3月27日条例第7号

(設置)

第1条 本市における商工業ビジョン及び中心市街地活性化基本計画(以下「商工業ビジョン等」という。)の策定に関する事項について審議するため、坂戸市商工業ビジョン審議会(以下「審議会」という。)を置く。

(所掌事務)

第2条 審議会は、市長の諮問に応じ、商工業ビジョン等の策定に関する基本的事項を調査審議する。

(組織)

第3条 審議会は、委員15人以内で組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 市民の代表者
- (2) 商工団体関係者
- (3) 学識経験者
- (4) 関係行政機関職員

(任期)

第4条 委員の任期は、当該諮問に係る審議が終了するまでの期間とする。

(会長等)

第5条 審議会に会長を置き、会長は、委員の互選により定める。

- 2 会長は、会務を総理し、審議会を代表する。
- 3 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指定する委員がその職務を代理する。

(会議)

第6条 会長は、審議会を招集し、その議長となる。

- 2 審議会の会議は、委員の過半数が出席しなければ開くことができない。
- 3 審議会の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。
- 4 審議会は、必要があると認めるときは、関係者の出席を求めて意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 審議会の庶務は、環境産業部商工労政課において処理する。

(委任)

第8条 この条例に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附 則

- 1 この条例は、平成14年4月1日から施行する。
- 2 特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例(昭和31年坂戸町条例第15号)の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略

附 則 (平成23年条例第7号)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成23年4月1日から施行する。  
(特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例の一部改正)
- 2 特別職の職員で非常勤のものの報酬及び費用弁償に関する条例 (昭和31年坂戸町条例第15号)の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略

附 則 (平成26年条例第32号抄)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成27年4月1日から施行する。

## 2. 委員名簿

### (1) 坂戸市商工業ビジョン審議会

	氏 名	区 分*	所 属 等	備 考
会 長	鈴木 雅勝	3号委員	城西大学	
職務代理	浅尾 貴子	3号委員	女子栄養大学	
委 員	鎚木 恵美	1号委員	公募委員	
委 員	高橋 佑輔	1号委員	公募委員	
委 員	武藏 清貴	1号委員	坂戸市PTA連合会	
委 員	高橋 正樹	1号委員	坂戸市区長会	令和5年度
	赤澤 完			令和4年度
委 員	房野 洋	2号委員	坂戸市商工会	
委 員	関口 記嗣	2号委員	川越法人会坂戸地区会	
委 員	吉野 裕太	2号委員	西入間青年会議所	
委 員	平 茂夫	2号委員	市内商店会	
委 員	山科 博	2号委員	市内商店会	
委 員	石津 誠一	2号委員	富士見工業団地工業会	
委 員	山崎 隆一	2号委員	市内工業関係事業者	
委 員	上野 暁	4号委員	埼玉県産業労働部	
委 員	伊藤 源二	4号委員	川越比企地域振興センター	令和5年度
	宮崎 信二			令和4年度 令和5年度

※1号委員：市民の代表者、2号委員：商工団体関係者、3号委員：学識経験者、4号委員：関係行政機関職員



## (2) 坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会

### 構成員

- ・総合政策部 政策企画課
- ・市民部 市民生活課
- ・こども健康部 こども支援課
- ・福祉部 高齢者福祉課
- ・環境産業部 商工労政課
- ・教育委員会 社会教育課
- ・総務部 防災安全課
- ・市民部 交通対策課
- ・福祉部 福祉総務課
- ・環境産業部 農業振興課
- ・都市整備部 都市計画課

## 3. 計画の策定経過

【令和4年度】

時期	会議等	協議内容等
令和4年10月3日	第1回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工業ビジョンについて</li> <li>・アンケートについて</li> </ul>
令和4年10月17日	第1回坂戸市商工業ビジョン審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会長の選出</li> <li>・職務代理の指名</li> <li>・商工業ビジョンについて</li> <li>・アンケートについて</li> </ul>
令和4年11月18日 ～ 令和4年12月28日	消費者アンケート、工業・建設業等アンケート、商業・サービス業アンケートの実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者アンケート 配布2,000票 回収856票</li> <li>・工業・建設業等アンケート 配布200票 回収68票</li> <li>・商業・サービス業アンケート 配布200票 回収75票</li> </ul>
令和4年11月～ 令和5年2月	事業所ヒアリング実施	<ul style="list-style-type: none"> <li>・12事業所、団体に訪問</li> </ul>
令和5年2月21日	第2回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケート、ヒアリング結果について</li> <li>・本市の商工業の現状と課題について</li> </ul>
令和5年3月17日	第2回坂戸市商工業ビジョン審議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・アンケート、ヒアリング結果について</li> <li>・本市の商工業の現状と課題について</li> </ul>

【令和5年度】

時 期	会 議 等	協議内容等
令和5年4月19日	第3回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	・商工業ビジョン素案について
令和5年5月18日	第4回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	・商工業ビジョン素案について
令和5年6月26日	第3回坂戸市商工業ビジョン審議会	・商工業ビジョン素案について
令和5年7月27日	第5回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	・商工業ビジョン素案について
令和5年8月24日	第4回坂戸市商工業ビジョン審議会	・商工業ビジョン素案について
令和5年10月2日～ 令和5年10月31日	市民コメントの実施	・商工業ビジョン素案に対する意見の募集
令和5年11月13日	第6回坂戸市商工業ビジョン庁内検討委員会	・商工業ビジョン素案に係る質疑について
令和5年11月27日	第5回坂戸市商工業ビジョン審議会	・商工業ビジョン素案に係る質疑について
令和6年2月6日	手交式	・答申書の手交



答申書の手交

## 4. 用語集

### 【か行】

#### カーボンニュートラル

温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。政府は2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルを目指すことを宣言した。

### 【さ行】

#### 事業継続計画

企業が自然災害、大火災、テロ攻撃等の緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法、手段等を取り決めておく計画のこと。

Business Continuity Planの頭文字を取り、BCPという。

#### 生産年齢人口

15歳以上65歳未満の人口のこと。労働の中核的な担い手として、生産活動や社会保障を支えている層。

### 【な行】

#### 年少人口

15歳未満の人口のこと。

### 【ま行】

#### まちゼミ

店主等が講師となり、専門的な知識や情報、コツ等を教える少人数制のゼミのこと。受講者にとっては知識が得られたり、商店にとっては店の宣伝に繋がる等、店主等と受講者が対面でコミュニケーションをとり信頼関係を構築することで、地域を活性化させる取組。

#### 街バル

商店街やまちの活性化を目的に行われるイベントで、参加者は事前に購入したチケットを使い、イベント参加店を回遊し、飲食等を行う。

#### マルシェ

フランス語で「市場」という意味。農産物等、地域の製品のPRや、賑わいづくりを目的として開催されるイベントで、仮設テント等により農産物等を直接販売する都市住民参加型の市場のこと。

### 【ら行】

#### 老年人口

65歳以上の人口のこと。

## 【ABC】

### DX

Digital Transformation (デジタル・トランスフォーメーション) の略。企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。

### PDCAサイクル

Plan (計画)、Do (実行)、Check (評価)、Action (改善) の仮説・検証型プロセスを循環させ、マネジメントの品質を高めていく仕組み、改善方法のこと。

### SDGs

Sustainable Development Goals (持続可能な開発目標) の略。17のゴールと169のターゲットから構成され、地球上の誰一人取り残さないことを誓っている2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標のこと。

### SNS

Social Networking Serviceの略。登録された利用者同士が交流できるウェブサイトの会員制サービスのこと。Facebook、X (旧Twitter)、Instagram等。



第2次坂戸市商工業ビジョン

令和6年3月発行

発行 坂戸市

編集 坂戸市環境産業部商工労政課

〒350-0292

埼玉県坂戸市千代田1-1-1

電話 049-283-1331 (代表)





環境にやさしいベジタブルインクを使用しています。



この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。再生紙を使用しています。