

第4章 商業

市原市の商業

本市の商業は、主にJR内房線及び小湊鉄道の主要駅周辺や住宅団地などを中心に立地し、それぞれ独自性をもって発展してきた。また、平成24年度の「消費者購買動向調査報告書」によると、大規模店舗の出店や周辺の個店の経営努力により、準商業中心都市として市原商圈を形成している。(表-1)

しかし、本市の商業を取り巻く環境としては、消費者ニーズの多様化、交通体系、都市構造の変化などによる、各業態間・地域間の販売競争の激化など、大変厳しい状況にある。

このことから、商店街の活性化を目的として商店会などが行うやすらぎや楽しみなどを体験できる各種イベントや商店街の特色付けを行う事業に支援し、魅力的な個店の創造を促進するため、商業者の団体などが地域・業種の枠にとらわれず連携して取り組む個性的な商品や新規サービスの開発などの支援を実施する。また、新規店舗の創出や既存店舗の経営革新に向けた金融支援などを行うなど、市原商圈の確立を目指し、商業環境の整備などに努めている。

(注) 準商業中心都市とは、衣料品の吸引状況から、地元購買率60%以上で外部2市町村以上からそれぞれ10%以上を吸引している市町村、又は地元購買率70%以上で外部1市町村以上からそれぞれ10%以上を吸引している市町村をいう。

① 市原商圈の概要

表-1 市原商圈

商圈	市町村	商圈人口(人)	吸引人口(人)	吸引率平均
第1次	市原市	278,962	203,084	72.8%
第2次	長柄町	7,832	987	12.6%
第3次	袖ヶ浦市、大多喜町、勝浦市	90,964	6,619	7.3%
合計	3市2町	377,758	210,690	55.8%

千葉県 の 商 圏 平 成 24 年 度 消 費 者 購 買 動 向 調 査 報 告 書

※ 商 圏

特定市町村の顧客吸引力が及ぶ範囲であって、その需要の一定割合が常時特定市町村における買い物として実現している地域であり、現に売上高として寄与している顧客の分布する地域をいう。

※ 吸 引 率

衣料品(4品目:紳士服、婦人服、子供服・ベビー服、下着・実用衣料)において消費者が居住地(市町村)以外で購買する割合である。

()内の吸引率(%) = 吸引人口 ÷ 商圈人口 × 100

※ 第1次 商 圏

消費需要の30%以上を吸引していると目される市町村

※ 第2次 商 圏

消費需要の10%以上30%未満を吸引していると目される市町村

※ 第3次 商 圏

消費需要の5%以上10%未満を吸引していると目される市町村

市原商圏は、千葉ブロックの南部を中心に君津ブロックの北部、長生ブロックの西部、夷隅ブロック西部を取り込んだ県中央部に形成されており、3市2町から形成され、商圏人口は約38万人となっており、本市の人口の約1.4倍である。

吸引人口は、第1～3次商圏全体で約21.1万人となり商圏内吸引率は55.8%である。

② 商圏の変化と動向

前回調査時（平成18年）と比較すると、商圏全体としては3市2町となり、第2次商圏については、長柄町のみで変化はなく、第3次商圏は長南町が圏外となったものの、新たに圏外から大多喜町、勝浦市が加わり従来の袖ヶ浦市と併せ、2市1町となった。なお第1次商圏は本市のみで変化はない。

商圏内の吸引状況をみると、本市の地元購買率は72.8%で前回調査よりも減少しており、商圏内では長柄町、袖ヶ浦市からの吸引率が増加している。（図－1）

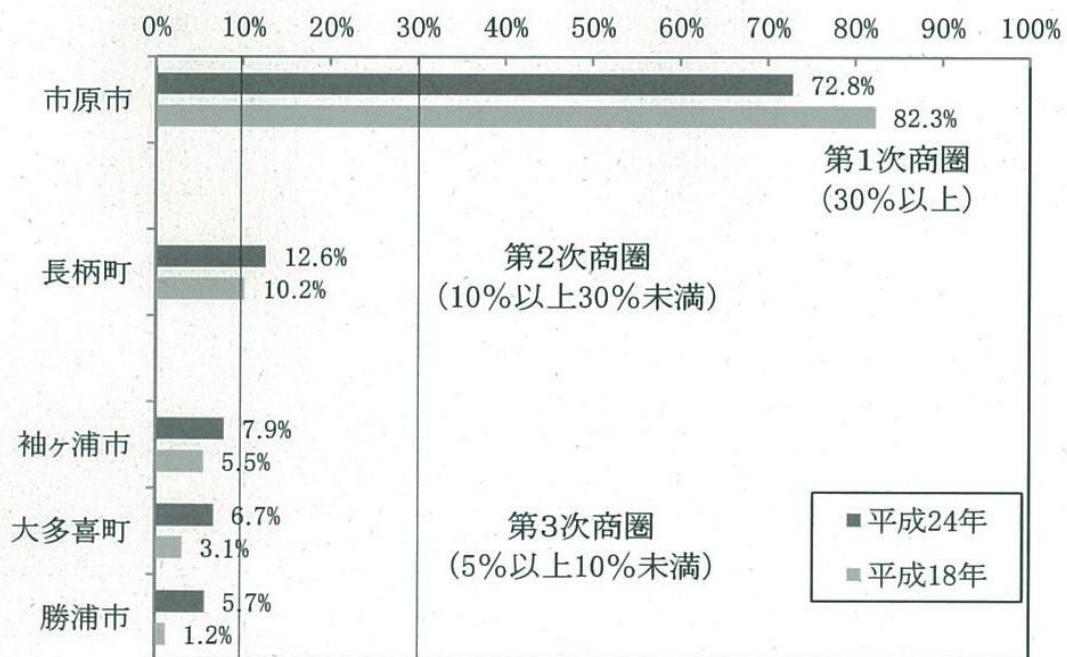
③ 商品グループ別吸引状況

商品グループ別に市原商圏の吸引状況を前回調査（平成18年）と比較してみると、食料品は、長南町が圏外となり、長柄町は第2次商圏、袖ヶ浦市が第3次商圏を維持している。

飲食は、袖ヶ浦市が圏外から第2次商圏に加わり、長柄町が3次商圏から2次商圏へと変化した。

贈答品は、袖ヶ浦市が3次商圏から2次商圏への変化し、長柄町が第3次商圏を維持し、新たに大多喜町が圏外より3次商圏に加わった。

図－1 市原市の吸引状況の変化（旧市町村区界）



千葉県商圏 平成24年度消費者購買動向調査報告書

I. 事業所数、従業者数、年間商品販売額

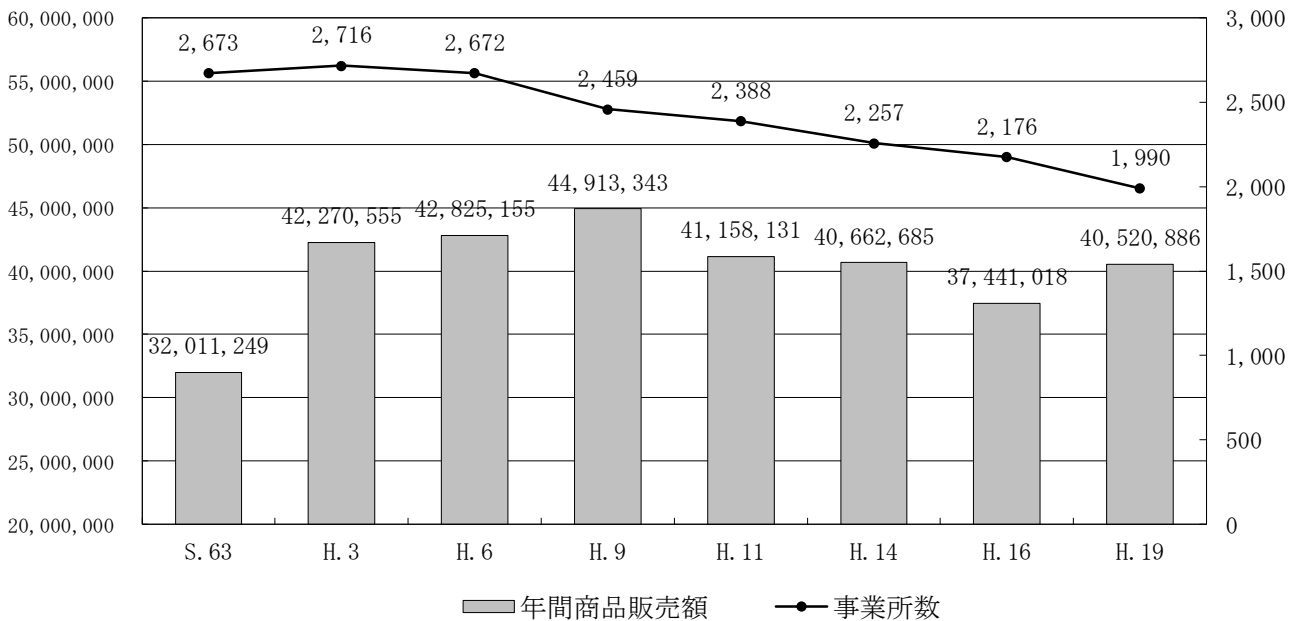
平成19年6月1日現在で実施された商業統計調査における本市の卸売業と小売業の事業所数は1,990事業所、従業者数は17,690人、年間商品販売額は4,052億886万円であった。

これを平成16年6月1日現在で実施された前回の調査と比較すると、事業所数は186事業所の減少(▲8.5%)、従業者数は186人の減少(▲1.0%)、年間商品販売額は307億9,868万円の増加(8.2%)であった。(表I-1, 図I-1)

表I-1 卸売業・小売業の事業所数、従業者数、年間商品販売額

年度	業種	事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額(万円)
H14	卸売業	386	3,207	15,400,057
	小売業	1,871	15,533	25,262,628
	合計	2,257	18,740	40,662,685
H16	卸売業	387	2,889	13,372,633
	小売業	1,789	14,987	24,068,385
	合計	2,176	17,876	37,441,018
H19	卸売業	370	2,926	15,502,889
	小売業	1,620	14,764	25,017,997
	合計	1,990	17,690	40,520,886

商業統計調査(平成19年)

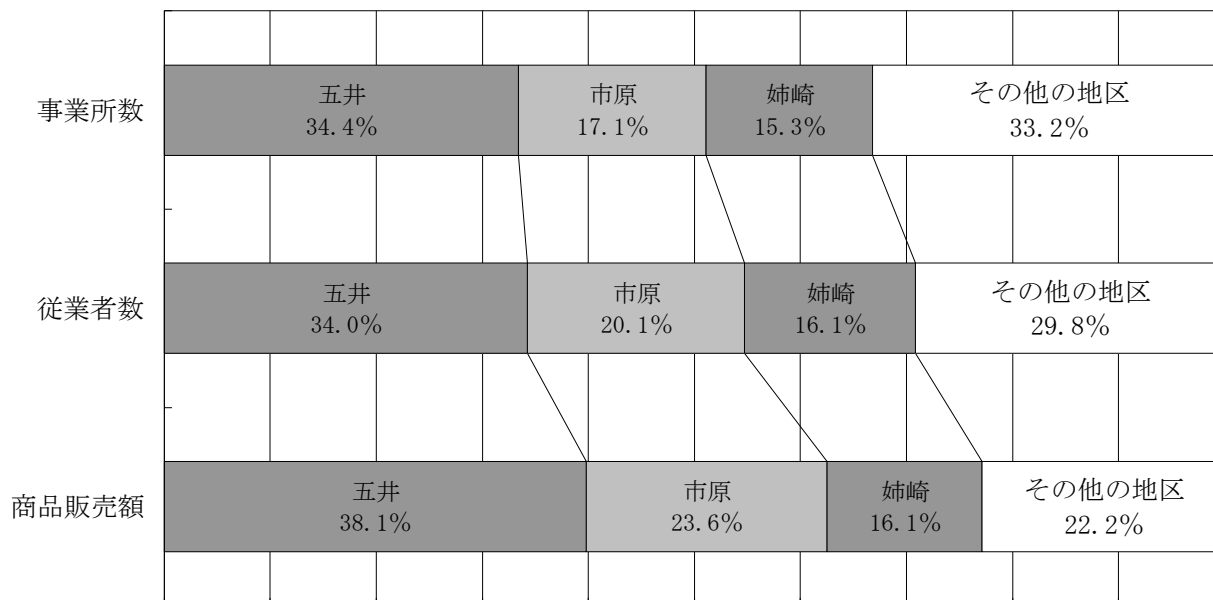


商業統計調査(平成19年6月1日現在)

Ⅱ. 地区別の状況

地区別に見ると、JR 3 駅周辺の五井、市原、姉崎の 3 地区で、本市全体の商品販売額の 77.8%、従業者数の 70.2%、事業所数の 66.8%を占めている。(図Ⅱ－1，表Ⅱ－1)

図Ⅱ－1 地区別事業所数、従業者数、年間商品販売額の構成図



表Ⅱ－1 地区別事業所数、従業者数、年間商品販売額

地区	総数			卸売業			小売業		
	事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額(万円)	事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額(万円)	事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額(万円)
総数	1,990	17,690	40,520,886	370	2,926	15,502,889	1,620	14,764	25,017,997
姉崎	306	2,851	6,550,071	44	404	2,398,576	262	2,447	4,151,495
市原	341	3,573	9,576,572	66	604	3,935,017	275	2,969	5,641,555
五井	685	6,029	15,446,286	169	1,312	7,561,427	516	4,717	7,884,859
三和	117	654	913,904	22	110	234,835	95	544	679,069
市津	68	384	887,441	17	96	467,107	51	288	420,334
南総	198	1,261	2,130,444	23	205	404,177	175	1,056	1,726,267
加茂	50	208	264,500	5	53	23,055	45	155	241,445
辰巳台	48	910	1,208,758	1	X	X	47	X	X
国分寺台	137	1,287	2,800,058	20	136	468,246	117	1,151	2,331,812
ちはら台	40	533	742,852	3	X	X	37	X	X

商業統計調査(平成 19 年 6 月 1 日現在)

Ⅲ. 大規模小売店舗

大規模小売店舗の事業所数は、平成 19 年 6 月 1 日現在、36 店舗であった。これを小売業全体に占める割合で見ると、事業所数は 2.2%、売場面積は 42.8%であった。

(表Ⅲ-1、2)

表Ⅲ-1 市内の大規模小売店舗の状況

調査 年月日	売場面積 (㎡)	第一種大型店 (店舗面積 3,000 ㎡ 超)		第二種大型店 (店舗面積 500 ㎡超で 第一種以外)		合計		占有率(%)		
		店舗数 (店舗)	店舗面積 (㎡)	店舗数 (店舗)	店舗面積 (㎡)	店舗数 (店舗)	店舗面積 (㎡)	第一種	第二種	合計
H9.6.1	232,462	10	66,387	35	37,826	45	104,213	28.6	16.3	44.9
H11.7.1	234,686	11	90,426	39	52,688	50	143,114	38.5	22.5	61.0

※平成 12 年 6 月 1 日以前は、「大規模小売店舗における小売業の事業活動の調整に関する法律」により、基準面積によって第一種・第二種に分けられていた。

商業統計調査

調査 年月日	市内小売業 売場面積計 (㎡)	大規模小売店舗 (店舗面積 1,000 ㎡超)		占有率 (%)	
		店舗数 (店舗)	店舗面積 (㎡)	大規模小売店舗	その他
H14.6.1	262,671	34	108,395	41.3	58.7
H19.6.1	255,776	36	109,446	42.8	57.2

※平成 12 年 6 月 1 日から「大規模小売店舗立地法」の施行により、基準面積が店舗面積 1,000 ㎡超となった。

商業統計調査

表Ⅲ-2 大型店舗進出及び撤退状況

年度	進出店舗数 (店舗)	撤退店舗数 (店舗)
H24	3	2
H25	1	0
H26	1	0

※大規模小売店舗

一つの建物であって、その建物の店舗面積（小売業を行うための店舗用に供される床面積をいう。）の合計が 1,000 ㎡を超えるものをいう。（大規模小売店舗立地法第 3 条第 1 項）

IV. 商業の活性化

消費者のライフスタイルの変化や急速な自動車社会の進展、大型店の出店などにより、中小商業を取り巻く環境は大きく変化している。多様化、高度化する消費者ニーズに対応しながら、人々が賑わう交流の場づくり、地域に密着した魅力あふれる商店街づくりを促進するため、商店街などが行う商業環境の整備や地域商業活性化のための取り組みに対して、ソフト・ハード両面から支援を行っている。(表Ⅲ－1)

表Ⅳ－1 市内商店会団体一覧表

No.	名 称	区分	会員数(人)	事務所所在地
1	八幡宿商店会	任意団体	32	八幡
2	市津商店会	任意団体	55	潤井戸
3	牛久商店会	任意団体	48	牛久
4	鶴舞商店会	任意団体	27	鶴舞
5	加茂奉仕会	任意団体	27	月崎
6	有秋プラーザ	任意団体	18	有秋台東
7	牛久奉仕会	任意団体	23	牛久
8	協同組合辰巳ショッピングプラザ	協同組合	6	辰巳台東
9	五井コスモス商店会	任意団体	69	五井中央西
10	五井本町商店会	任意団体	6	五井中央西
11	五井中央商店会	任意団体	18	五井中央西
12	五井みなみ商店会	任意団体	15	五井中央西
13	五井南商店会	任意団体	4	五井
14	五井新田商店会	任意団体	29	五井
15	姉崎中央商店会	任意団体	88	姉崎
16	みまち商店会	任意団体	55	姉崎
17	青葉台商店会	任意団体	21	青葉台
18	五所白金商店会	任意団体	3	白金町
19	千種商店会	任意団体	22	青柳
20	更級商栄会	任意団体	31	五井中央東
	合 計		597	

千葉県商店会名簿（平成26年7月1日現在）

1. いちはら名産品リ×ミックスプロジェクト

中房総国際芸術祭いちはらアート×ミックスを契機に、地域の生産者と若手デザイナーが既存商品のパッケージデザインの開発に取り組み、11品目の新たな「いちはら名産品」が誕生した。

いちはらアート×ミックス会期中は、オフィシャルショップをはじめ、市内商業施設やサービスエリアなどで販売を行い、市内外に向けて「市原ブランド」を発信することができた。

今後も、商品PRや販路拡大などを促進させ地域商業の活性化に取り組む。

事業主体：市原商工会議所



リ×ミックス商品

2. 元気な商業者支援事業

市内商業の活性化を図るため、商業者などが自ら主体となり、連携して実施する個性的な商品及び新規サービスの開発などの取組みに対して補助金を交付している。(表IV-2)

表IV-2 元気な商業者支援事業採択団体

年度	採択団体
H24	市原みやげを考える会
H25	いちはら市麺会 市原ご当地ラーメン協議会
H26	いちはら市麺会 市原ご当地ラーメン協議会

3. 商店街の活性化とイベント等促進事業

本市では、商店街と地域住民との交流を深め、消費者の来街を促進するために市原商工会議所などが行うイベントなどの事業に対して補助金を交付している。

(1) 五井大市

五井大市は、350年を超える伝統行事で、本市の中でも最も地域に密着したイベントとして市民に親しまれている。

開催時期：平成26年12月6日、7日

開催場所：梨の木公園及び五井中央通り周辺道路

事業主体：市原商工会議所



五井大市の様子

(2) うしく光とアートของフェスティバル

商店街の活性化及び地域に密着した商店街づくり促進のため、光のアートを展示する他、様々な出店や来場者が楽しめるゲームなどを実施している。

開催時期：平成 26 年 8 月 30 日

開催場所：国道 409 号線沿い（牛久商店街）

事業主体：牛久商店会



ひかり大蛇パレード

(3) 姉崎門前市

姉崎の商工業者を中心に、各種産業が一同に会し R を行ったり、大道芸やスタンプラリーなどの各種イベントを実施している。

開催時期：平成 26 年 11 月 2 日

開催場所：妙経寺門前付近及び忠魂碑周辺

事業主体：市原商工会議所



姉崎門前市キャラクター「あねぼん」

(4) 牛久朝市

牛久朝市は、商店街の活性化と地域交流を目的として、昭和 48 年から開催され、現在まで継続している。朝市には、鮮魚、取れたて野菜、果物、苗木・植木のほか、海の幸・山の幸が出品されている。

開催時期：毎月 3 と 8 のつく日

開催場所：国道 409 号線（牛久西銀座商店街）

事業主体：牛久西銀座商店街

(5) 市津夏まつり

市津地区の商工業者を P R し、商工業の発展と商店街の活性化を、また商工業者と地元住民とのコミュニケーションを図ることで賑わいづくりを目指している。

開催時期：平成 26 年 8 月 25 日

開催場所：潤井戸ふれあい公園

事業主体：市原商工会議所

(6) 八幡宿祭

地域の中心地にある飯香岡八幡宮境内でイベントを実施し、多くの来場者を集め、まちに賑わいを創出するとともに、地元住民とのコミュニケーションを図り、まちづくりへの参加を呼びかけている。

実施日：平成26年10月12日

開催場所：飯香岡八幡宮

事業主体：市原商工会議所

(7) 市津菊まつり

菊愛好家主催の菊まつりにおいて、広域商店街である市津商店会が個店の集客や宣伝効果を高めるため、共同チラシなどでPRを行っている。また、商店会の飲食店部会で実演販売などのイベントを実施している。

開催期間：平成26年11月1日から11月23日（イベント実施日：11月9日）

開催場所：市津商店会おもいで広場（潤井戸公民館向い）

事業主体：市原商工会議所

(8) いちはら「食」のフェスティバル（市内全域）

食をコンセプトに商工業者の情報を市民に広くPRすることにより商店街への来場を促進し、商業の活性化を図っている。

実施日：平成26年10月5日

開催場所：市原市役所食堂及び市民広場

事業主体：市原商工会議所

(9) 姉崎だいこんグルメグランプリ（姉崎地区）

実施日：平成26年11月2日

開催場所：姉崎門前市内（妙経寺門前）

事業内容：姉崎の地域資源である姉崎だいこんを活用したご当地グルメを決めるため、地域住民参加のグルメイベントを開催し、姉崎だいこんを広くPRするとともに、地域の賑わいを創出する。

事業主体：市原商工会議所

(10) 特色ある商店街づくり事業

商店会などが主体となり、地域住民などに対してアピール性の高い特色づけをし、魅力ある商店街をつくるために新たに取り組む事業に対し、経費の一部を補助することにより、商業の活性化を図っている。

① 飲食店小冊子作成事業

実施日：平成 26 年度

事業内容：飲食店冊子「駅ちか食べ歩きマガジン」を発行し、商店街の回遊性や集客性を高めるとともに、JR 駅周辺の商業活性化を図る。

事業主体：市原商工会議所

② 「地域の食」活性化事業

実施日：平成 26 年 9 月

事業内容：市内の各店舗が自慢のメニューで大食い大会予選会を実施することによって、各飲食店のメニューを広く市民に PR し、個店の魅力向上に繋げる。

事業主体：市原商工会議所

(11) こじゃれ通り

旧市原ショッピングスクエア（イトーヨーカドー市原店）と旧ラオックス市原店の間にある水路を埋め立て、商店街の拠点としてにぎわいを創出する目的で、イベントやフリーマーケットなどに活用できる「空間」を整備した。（表Ⅳ－２）

所在地：五井中央西二丁目 24-19 ほか

面積：856.453 m²

表Ⅳ－２ こじゃれ通り面積

種別	面積 (m ²)
コンクリート舗装①	102.552
インターロッキング舗装②	609.201
植栽帯など③	144.700
小計④ (②+③)	753.901
合計①+④ (市有地面積)	856.453



(12) 商店街共同施設設置事業

① 商店街街路灯設置事業

誰もが快適な買い物が楽しめる場となる商店街の環境を整備し、消費者の利便性及び商店街の集客力向上を図るため、商店会が設置する街路灯などの共同施設の設置及び修繕に要した経費に対して補助金を交付している。（表Ⅳ－３）

② 商店街街路灯維持管理費補助

地域商業の発展と活性化の一助とするため、市原市商店街共同施設設置事業により設置した街路灯に係る電気料に対して 1 基当たり年額 4,000 円を限度とし、その他の維持管理費については 1 基当たり 500 円の補助金を交付している。（表Ⅳ－４）

表Ⅳ－３ 商店街街路灯設置基数

年度	設置数(基)	のべ設置数(基)
H24	44	4,408
H25	41	4,449
H26	114	4,563



表Ⅳ－４ 商店街街路灯維持管理費補助実績

年度	申請基数(基)	補助金額(円)
H24	561	2,380,591
H25	558	2,182,592
H26	538	2,099,953

4. 賑わい市

都市交流拠点である五井駅東口地区のさらなる発展と賑わいの創出を目的に、平成26年度より定期的な「市」を上総更級公園において開催している。

- 実施日：平成26年4月から12月まで毎月1回
- 開催場所：上総更級公園
- 委託業者：一般社団法人VONDS市原
- 事業内容：老若男女の世代間をこえた「ふれあい」をテーマに地元飲食店の出店や特産品、農産物等の販売が行われた。



5. いちはら国府プレミアム商品券

平成26年4月からの消費税率引上げによる消費意欲の低下や地域経済の冷え込みを抑えるため、プレミアム付き商品券を発行し、市内の消費を喚起させた。

- 発行枚数：20,000セット
- 販売額：1冊当たり10,000円
- 商品券内容：1,000円の商品券が11枚綴りのセット
- 内訳
 - 共通券（加盟店全店で使用可能）5,000円分
 - 専用券（大型店使用不可）6,000円分

事業主体：市原商工会議所

登録業者数：412社

事業内容：市内経済の活性化の起爆剤とするため、市原市内で使用できる10%のプレミアムが付いた「いはら国府プレミアム商品券」を発行した。

V. 地場産業

国際化、情報化の進展などにより、社会経済環境が大きく変化するなか、活力ある地域経済を形成していくためには、地域に根ざした固有の文化や風土、技術を活かした地場産業の振興による自立的な発展が不可欠である。そのため、経済環境の変化に対応できる事業活動の促進や、市場開拓力の強化など、地場産業の活性化を図るための支援を行っている。

1. 伝統的工芸品

県では、伝統的工芸品産業のより一層の発展を図るため、昭和 59 年度から県指定制度を実施し、優れた工芸品を伝統的工芸品として指定しており、本市では 8 名が伝統工芸品製作者に指定され活動を行っている。(表V-1)

表V-1 市内の千葉県指定伝統工芸品製作者

No.	県指定番号	種別	氏名	指定品名	指定年度
1	9	金工品	大野正敏※	上総 <small>ばさみ</small> 鋏	昭和59年度
2	61	郷土玩具	高澤文雄※	上総角罎	昭和61年度
3	86	竹工品	八木澤祐三	南総竹細工	昭和63年度
4	120	竹工品	佐藤稔	上総和竿	平成8年度
5	148	和楽器	福尾毅	南総尺八	平成13年度
6	149	郷土玩具	小澤登	上総角罎	平成14年度
7	156	郷土玩具	金谷司仁	角罎・袖罎	平成16年度
8	168	木工品	穴倉敏志	いちはら小楊枝	平成20年度
9	169	郷土玩具	金谷政司	角罎・袖罎	平成22年度
10	176	木工品	高橋章雄	梅ヶ瀬楊枝	平成24年度

※廃業

※千葉県指定伝統的工芸品

製造過程の主要部分が手工業であること、伝統的な技術又は技法により製造されるものであること、主たる原材料が伝統的に使用されてきたものであること、一定の期間（おおむね10年以上）県内で製造されているものであることを指定基準として、千葉県伝統工芸品産業振興協議会に諮り、千葉県知事が指定しており、昭和59年度以降168件を指定している。

指定された伝統的工芸品には右の「伝統的工芸マーク」が貼付されている。



2. 地場産品の振興

市内において生産される特色ある地場産品を市内外に広く紹介・宣伝し、地場産品の販路拡大と経営の安定を図ることを目的として、市原市物産協議会が行っている市内外のイベントへの出店などの活動に対して補助金を交付している。(表V-2)

表V-2 平成26年度市原市物産協議会参加イベント一覧

実施日	事業
4月15日から4月19日	第1回市原の物産展
4月27日	第1回賑わい市
5月20日から5月24日	第2回市原の物産展
5月3日から5月4日	上総更級公園オープニングイベント
5月15日	八幡臨海まつり出店
5月25日	第2回賑わい市
6月17日から6月21日	第3回市原の物産展
7月15日から7月19日	第4回市原の物産展
7月27日	第4回賑わい市
8月19日から8月23日	第5回市原の物産展
8月24日	第5回賑わい市
9月16日から9月20日	第6回市原の物産展
9月28日	第6回賑わい市
10月5日	第5回いちほら「食」のフェスティバル
10月11日	平成26年度市原市リサイクルフェア
10月12日	第7回賑わい市
10月21日から10月25日	第7回市原の物産展
10月25日から10月26日	第4回上総いちほら国府祭り
11月9日	第8回賑わい市
11月9日から11月10日	市原市農林業まつり
11月18日から11月22日	第8回市原の物産展
12月6日から12月7日	2014 五井大市出店
12月14日	第9回賑わい市
12月16日から12月20日	第9回市原の物産展
1月20日から1月24日	第10回市原の物産展
2月17日から2月21日	第11回市原の物産展
3月17日から3月21日	第12回市原の物産展

VI. 消費者行政

近年のインターネット通信などの発達、多様化する販売サービスなどにより、消費者を取り巻く状況は大きく変化し、新たな消費者問題を生み出している。このような中で、消費者は常に社会情勢の変化に関心を持ち、消費生活に関する正しい知識を習得し、よく考えて適切に行動することが必要である。消費生活センターでは、健全な消費生活を営むことができるように、消費者への情報提供・啓発・消費生活相談・計量の適正化など、消費者の自立と保護のための消費者行政を積極的に推進している。

1. 消費生活相談事業

年々増加・多様化する消費者問題に迅速・的確に対応するため、専門の消費生活相談員による相談業務を実施し、適切な助言をするとともに、悪質商法などによる被害の防止と救済に努めている。

平成26年度の相談件数は1,330件あり、前年度に比べ21件減少している。(表VI-1) しかしながら、通信販売への相談件数が毎年増加していること(表VI-2)、高齢者からの相談割合が依然として高いこと(表VI-3、表VI-3)、契約・解約についての相談件数が多いこと(表VI-4)から、これらに対応した消費者啓発の充実に今後も努めていくことが重要である。

表VI-1 年度別消費生活相談件数

区分 年度	総件数	総件数の内訳				総件数のうち 特殊販売件数	構成比
		苦情相談	構成比	一般相談	構成比		
H24	1,214	1,154	95.06%	60	4.94%	624	51.40%
H25	1,351	1,286	95.19%	65	4.81%	765	56.62%
H26	1,330	1,274	95.79%	56	4.21%	741	55.71%

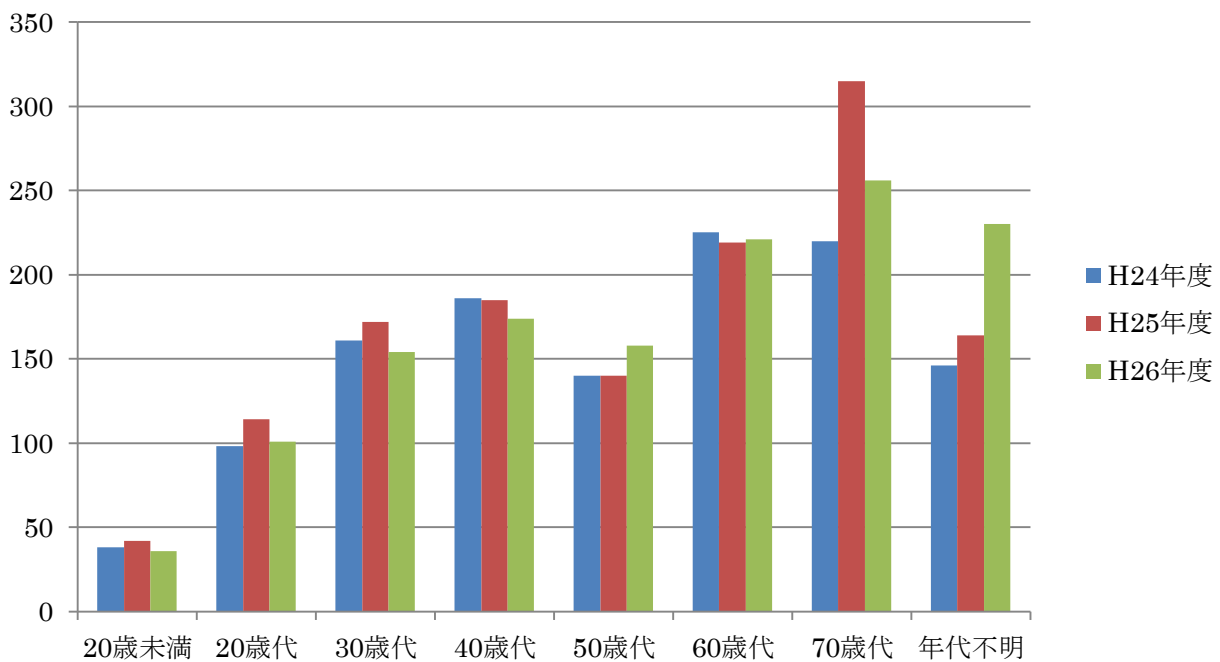
表VI-2 年度別特殊販売相談件数

区分 年度	総件数	訪問販売	通信販売	電話勧誘	マルチ・マルチまがい	ネガティブオプション	訪問購入	その他無店舗
H24	624	166	352	78	7	1	2	18
H25	765	148	439	133	14	2	9	20
H26	741	141	475	81	12	3	18	11

表VI-3 当事者年度別・年齢別相談件数

年代	H24年度	H25年度	H26年度
20歳未満	38	42	36
20歳代	98	114	101
30歳代	161	172	154
40歳代	186	185	174
50歳代	140	140	158
60歳代	225	219	221
70歳代	220	315	256
年代不明	146	164	230
合計	1,214	1,351	1,330

図VI-3 当事者年度別・年齢別相談件数



表VI-4 消費生活相談内容分類（平成26年度）

内 容		件 数	内 容		件 数
1	安全・衛生	49	8	契約・解約	1,045
2	役務・品質・機能	151	9	接客・対応	162
3	法規・基準	71	10	包装・容器	1
4	価格・料金	206	11	施設・設備	2
5	計量・量目	2	12	買物相談	2
6	表示・広告	104	13	生活相談	0
7	販売方法	813	14	その他	4

※内容別件数は重複。

2. 消費者保護事業

消費者の生命又は身体に対する危害の発生防止を図り、また、消費者が商品の購入に際して、不利益を被らないよう、消費生活用製品・家庭用品・電気用品などに関する表示の適正化について、法に基づく立入検査を実施している。（表VI-5～7）

表VI-5 消費生活用製品安全法に基づく立入検査件数（平成26年度）

特定製品名	検査店舗数	検査機種数	違法件数
家庭用圧力なべ及び圧力がま	2	3	0
乗車用ヘルメット	1	160	0
ライター	5	42	0
合 計	8	205	0

表VI-6 家庭用品品質表示法に基づく立入検査件数（平成26年度）

部 門 別	検査店舗数	検査点数	無表示点数	不適正点数	適正表示率
繊維製品	3	260(2)	0	0	100%
合成樹脂加工品	9	1,745(8)	0	1	99%
電気機械器具	13	100(3)	0	0	100%
雑貨工業品	12	31(6)	0	0	100%
合 計	27	2,136(19)	0	0	100%

表VI-7 電気用品安全法に基づく立入検査件数（平成26年度）

検査実施 販売店数	検査対象製品 販売店数	検査機種数	違反電気用品 販売店数	違反電気用品数
16	7	213	0	0

3. 消費者教育・啓発事業

賢い消費者をめざし知識の習得や意識の高揚を図るため、「消費生活展」・「消費者のつどい」・「消費生活講座」・「消費生活セミナー」・「出前講座」を実施している。（表VI-8）

また、消費生活に関する情報、相談事例などを広報紙・ホームページなどにより情報提供し、啓発を図っている。

表VI-8 消費生活講座等開催状況（平成26年度）

区分	開催回数	延参加者数
消費生活講座	6	186
出前講座	3	79
消費生活セミナー	1	40
消費者のつどい	1	187
消費生活展	1	718
計	12	1,210



消費者のつどい 2014 の様子

4. 消費者団体育成事業

消費者問題の解決及び自立した消費者をめざして、知識の習得を図り、併せて消費生活の調査研究を行い、地域社会における消費者のリーダーとして自主的に活動する団体を育成している。

5. 計量適正化事業

計量法の規定に基づき、取引又は証明に使用される計量器（はかり）について、2年に1回（本市は偶数年度）、千葉県計量検定所に協力して検査を実施するなど、計量の適正化に努めている。

6. 不用品再利用促進事業

家庭内に潜在している不用品の再利用を図り、消費生活の合理化を目的として、譲渡・譲受の機会を積極的に推進している。（表VI-9、10）

表VI-9 譲渡件数（平成26年度）

品目	譲渡申込数(A)	成立数(B)	成立率(B/A)
子供用品	12	9	75.0%
家具	14	7	50.0%
楽器	3	0	0%
電気製品	12	5	41.7%
ミシン	2	2	100.0%
自転車	3	2	66.7%
健康器具	11	5	45.5%
その他	29	22	75.9%
合計	86	52	60.5%

表VI-10 譲受件数（平成26年度）

品目	申込数(A)	成立数(B)	成立率(B/A)
子供用品	10	7	66.7%
家具	4	3	75.0%
楽器	2	1	50.0%
電気製品	12	2	16.7%
ミシン	4	1	25.0%
自転車	6	0	0%
健康器具	0	0	0%
その他	17	5	29.4%
合計	55	19	34.5%