

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等を中心に立地し、それぞれ独自性をもって発展してきた。また、平成18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圏を形成している。(表-1)

しかし、本市の商業を取り巻く環境は、個人消費の伸び悩みと消費者ニーズの多様化、交通体系、都市構造の変化等による、各業態間・地域間の販売競争の激化や、五井駅西口の大型商業施設の撤退など、大変厳しい環境にある。

このため、やすらぎや楽しみなどを体感できる各種イベント等を支援し、商店街の活性化を図るとともに、魅力的な個店の創造を促進するため、商業者の団体等が地域・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等を支援し、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等を行うなど、市原商圏の確立を目指し、商業環境の整備等に努めている。

(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市原商圏の概要

表-1 市原商圏

商圏	吸引率(平均)	市町村	商圏人口(人)	吸引人口(人)
第1次	30%以上 (82.3%)	市原市	279,729	230,217
第2次	10%以上30%未満 (10.2%)	長柄町	8,459	863
第3次	5%以上10%未満 (5.6%)	袖ヶ浦市、長南町	68,995	3,872
合計	(65.8%)	2市2町	357,183	234,952

千葉県商圏 平成18年度消費者購買動向調査報告書(平成19年3月)

(注) 吸引率とは、衣料品(6品目:呉服、紳士服、婦人服、子供服・ベビー服、下着・実用衣料、寝具)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 ÷ 商圏人口 × 100

※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。

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を取り込んだ2市2町から形成され、商圏人口は約36万人となっており、市原市の人口の約1.3倍である。

吸引人口は、第1～3次商圏全体で約23.5万人となり商圏内吸引率は65.8%である。

②商圏の変化と動向

前回調査時（平成13年）と比較すると、商圏全体としては2市2町で変化がないものの、第2次商圏は袖ヶ浦市が第3次商圏へ移ったことから長柄町のみとなり、第3次商圏は大多喜町が圏外となったものの、新たに圏外から長南町、第2次商圏から袖ヶ浦市が加わり、1市1町となった。なお第1次商圏は市原市のみで変化はない。

商圏内の吸引状況をみると、市原市の地元購買率は82.3%で前回調査よりも増加しており、商圏内では長南町からの吸引率が増加したが、袖ヶ浦市からの吸引率が減少している。（図-1）

③商品グループ別吸引状況

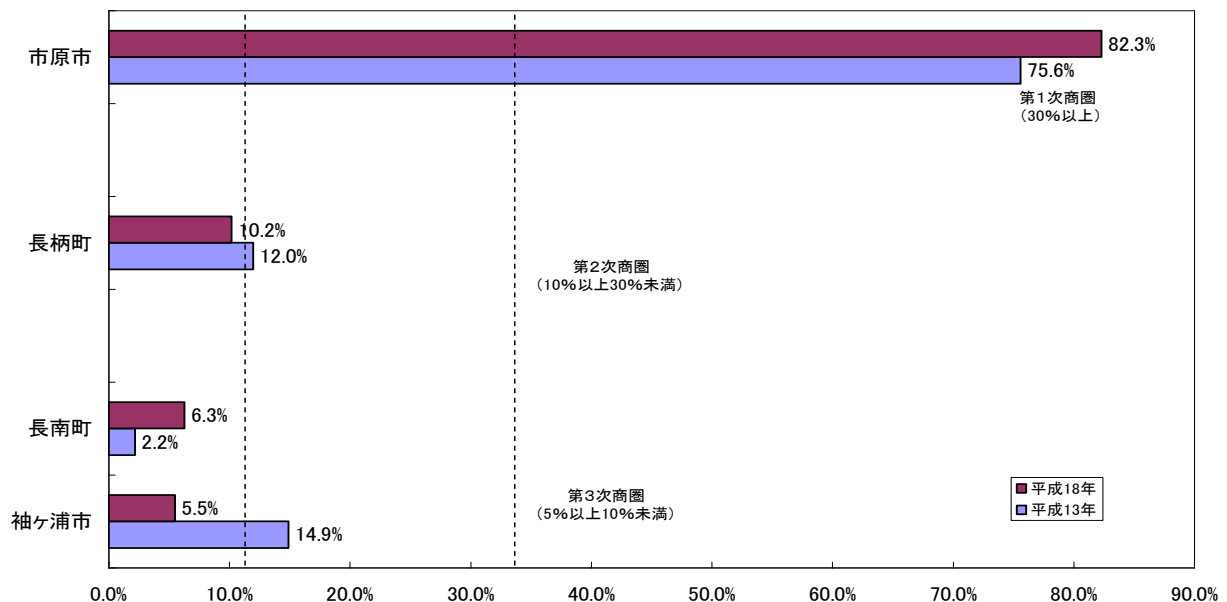
商品グループ別に市原商圏の吸引状況を前回調査（平成13年）と比較してみると、衣料品は、長柄町は第2次商圏を維持し、袖ヶ浦市が第2次商圏から第3次商圏へと変化した。

食料品は、長南町が圏外から第3次商圏に加わり、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、長柄町が第3次商圏を維持し、袖ヶ浦市が第2次商圏から圏外へと変化した。

贈答品は、袖ヶ浦市、長柄町が第3次商圏を維持している。

図-1 市原市の吸引状況の変化（旧市町村区界）



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。

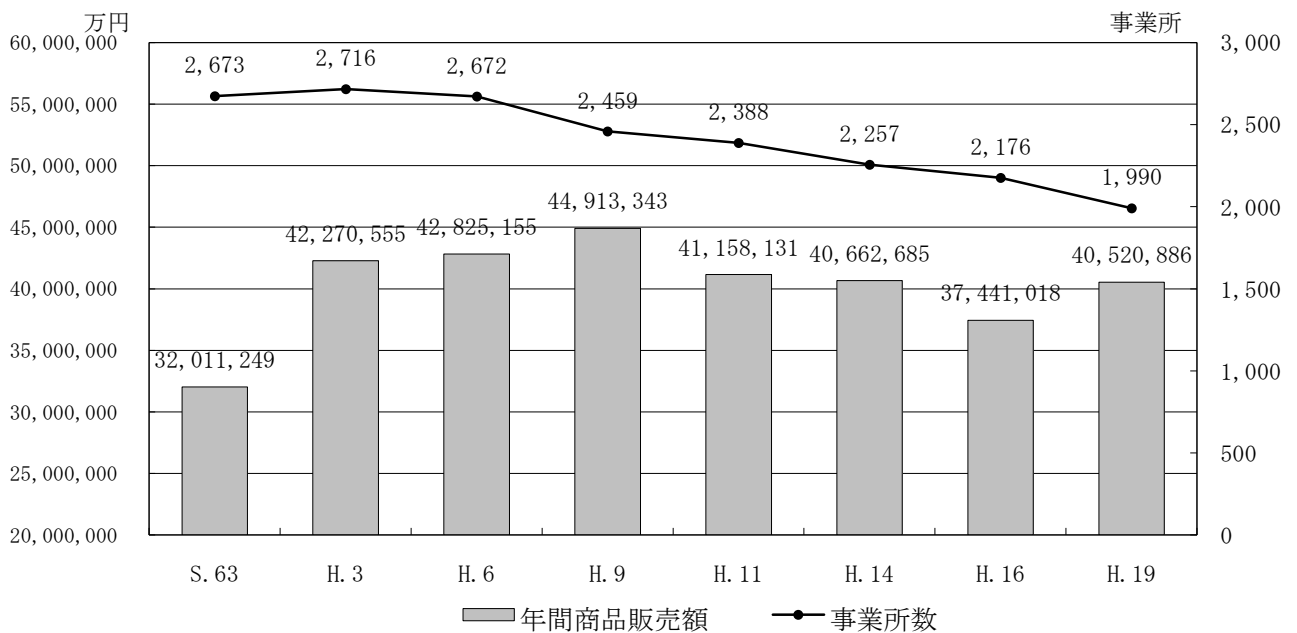
これを平成16年6月1日現在で実施された前回の調査と比較すると、事業所数は186事業所の減少（▲8.5%）、従業者数は186人の減少（▲1.0%）、年間商品販売額は307億9,868万円の増加（8.2%）であった。（表I-1、図I-1）

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	業種	事業所数	従業者数(人)	年間商品販売額(万円)
14	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
16	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
19	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)

図I-1 卸売業・小売業の事業所数、年間商品販売額の推移

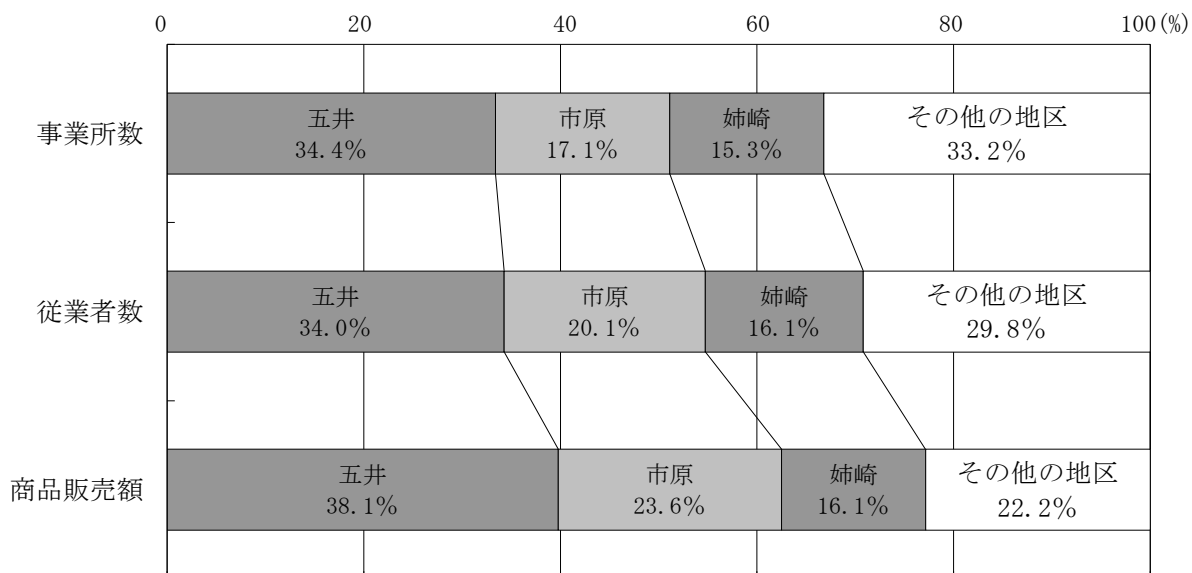


商業統計調査(平成19年6月1日現在)

Ⅱ. 地区別の状況

地区別に見ると、JR3 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



商業統計調査(平成 19 年 6 月 1 日現在)

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)

(注)表中の「X」は対象数が少ないため秘匿したものである。

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

※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。

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

商業統計調査

※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。

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

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)
21	2	1
22	3	2
23	1	1

※平成 22 年度については、1 案件において業態変更にて大規模小売店舗立地法上進出・撤退両方に計上している。

※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、大型店の出店等により、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、商店街等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IV-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	34	八幡
2	市津商店会	任意団体	59	潤井戸
3	牛久商店会	任意団体	50	牛久
4	鶴舞商店会	任意団体	36	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	21	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	五井西口商店会	任意団体	70	五井中央西
10	五井本町商店会	任意団体	5	五井中央西
11	五井中央商店会	任意団体	14	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	5	五井
14	五井新田商店会	任意団体	31	五井
15	五井海岸入口商店会	任意団体	51	五井
16	姉崎中央商店会	任意団体	94	姉崎
17	みまち商店会	任意団体	63	姉崎
18	青葉台商店会	任意団体	22	青葉台
19	五所白金商店会	任意団体	8	白金町
20	千種商店会	任意団体	22	青柳
	合 計		656	

千葉県商店会名簿（平成22年7月1日現在）

1. 元気な商業者支援事業

商業者の団体等が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等の取組みを支援し、市内商業の活性化を図るため商業者等の団体等が自ら主体となって取り組む事業への補助金を交付している。

平成 23 年度採択団体：いちはらうまいもの会
市原みやげを考える会
市原マルシェ実行委員会

平成 22 年度採択団体：いちはらうまいもの会
市原みやげを考える会

平成 21 年度採択団体：いちはらうまいもの会

2. 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等が行うイベント等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 23 年 12 月 3 日、4 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・光とアートのフェスティバル

商店街の活性化及び地域に密着した商店街づくりの促進ため、夏と冬の年 2 回実施され、ひかり大蛇パレードや光のアートを展示する他、来場者が楽しめるゲームなども実施している。

開催時期：平成 23 年 8 月 27 日

平成 23 年 12 月 3 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、PR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 23 年 10 月 23 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



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 PR 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 23 年 8 月 21 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。

開催時期：平成 23 年 10 月 9 日

開催場所：飯香岡八幡宮

事業主体：市原商工会議所

(7) あねがさきフェスタ 2012

SL 内房線 100 周年記念号の運行に併せて、姉崎地区の商工業者を市内外に PR することで、商店街の活性化を図っている。

開催時期：平成 24 年 2 月 10 日から 12 日

開催場所：JR 姉ヶ崎駅自由通路

事業主体：市原商工会議所

(8) 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、共同チラシ等でPRを行った。また、商店会の飲食店部会で実演販売等のイベントを行った。

実施日：平成23年11月1日から11月30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

(9) イルミネーション設置事業

中心市街地である五井駅にイルミネーションを設置し、街中を華やかに演出することにより集客力を高め、商店街の活性化を図っている。

点灯時期：（五井駅東口ロータリー）平成23年12月4日から平成24年1月25日

（五井駅東口各事業所）平成23年12月17日から平成24年1月31日

事業主体：市原商工会議所

(10) 特色ある商店街づくり事業

商店会等が主体となり、地域住民等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 いちはら「食」のフェスティバル（市内全域）

実施日：平成23年10月2日

開催場所：市原市役所食堂及び市民広場

事業内容：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、商店街の活性化を図った。

事業主体：市原商工会議所



フェスティバルの様子

② 姉崎地区商店街活性化調査・計画策定（姉崎地区）

実施日：平成23年度

事業内容：経験豊富なコンサルタントを招き、全国の事例や地域の現状を踏まえて、商店街活性化のための調査研究及び分析を依頼し、地域に合った地域活性化施策を打ち出した。

事業主体：市原商工会議所

③ 元鶴牧藩御用達の店による商業機能の強化（姉崎地区）

実施日：平成23年度

事業内容：姉崎地区の個性的な活動を強化及びPRするため、瓦版やパンフレットを作成し配布するとともに、各事業所間の協力による売上増加の仕組みの構築を図った。

事業主体：市原商工会議所

④ あねぼんを利用したPR活動（姉崎地区）

実施日：平成23年12月7日

開催場所：JR姉ヶ崎駅前広場他

事業内容：姉崎地区の安心・安全のシンボルあねぼんを利用して、地元商店街のPR及び防犯意識の向上のためのキャンペーンを行い、併せて音楽サークルの演奏やイルミネーションの点火を実施した。

事業主体：市原商工会議所

⑤ 牛久商店街マップ（牛久地区）

実施日：平成23年度

実施内容：地元消費者に地元商店を知ってもらい、併せて観光客に牛久の魅力を発信するための商店街マップを作成した。

実施主体：牛久商店会

(11) キッズチャレンジショップ

子どもたちが地域のイベントに出店し、仕入れから販売、収支計算にいたるまでの商業実務を体験することで、起業家精神の育成と地域商業の振興を図っている。

参加者：市内小学校4年生から6年生21名

事前研修：商業・小売業の仕組み他（9月25日開催）

出店イベント：姉崎門前市（10月23日）／五井大市（12月3日）

事業主体：市原青年会議所



キッズチャレンジショップの様子

(12) こじゃれ通り

市原ショッピングスクエア（旧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 外

面積：856.453 ㎡

表Ⅳ－２ こじゃれ通り面積

種 別	面積（㎡）
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
植栽帯等③	144.700
小計 ④（②+③）	753.901
合計 ①+④（市有地面積）	856.453



(13) 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等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)
21	20	4,344
22	20	4,364
23	0	4,364

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)
21	646	2,897,149
22	618	2,755,578
23	623	2,591,080



V. 地場産業

国際化、情報化の進展等により、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、市場開拓力の強化等、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 9 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>ぼさみ</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	宍倉 敏志	いちほら小楊枝	平成 20 年度
9	169	郷土玩具	金谷 政司	角罎・袖罎	平成 22 年度

※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等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23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19日から4月23日	第1回市原の物産展
5月17日から5月21日	第2回市原の物産展
5月23日	八幡臨海まつり出店
6月21日から6月25日	第3回市原の物産展
7月19日から7月23日	第4回市原の物産展
8月16日から8月20日	第5回市原の物産展
9月20日から9月24日	第6回市原の物産展
10月2日	いちはら「食」のフェスティバル
10月18日から10月22日	第7回市原の物産展
10月29日から10月30日	上総いちはら国府祭り
11月12日から11月13日	市原市農林業まつ
11月15日から11月19日	第8回市原の物産展
12月2日から12月3日	市原市消費生活店
12月20日から12月24日	第9回市原の物産展
1月17日から1月21日	第10回市原の物産展
2月21日から2月24日	第11回市原の物産展
2月24日から2月29日	千葉県指定伝統工芸品店/千葉県の物産と観光展
3月20日から3月24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等の発達、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積極的な消費者行政を推進している。

1. 消費生活相談事業

年々多様化する消費生活相談に迅速・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救済に努めている。

表VI-1 年度別消費生活相談件数

区 分 \ 年 度	21	22	23
総 件 数	1,413	1,303	1,198
苦 情	1,377	1,265	1,142
一 般	36	38	56
総件数のうち 特殊販売 比率 (%)	663	616	609
	46.9	47.3	50.8

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	そ の 他 無 店 舗
21	663	156	412	56	10	3	26
22	616	158	346	79	13	1	19
23	609	155	369	61	11	0	13

表VI-3 消費生活相談内容分類（平成23年度）

内 容		件 数	内 容		件 数
1	安 全 ・ 衛 生	28	8	契 約 ・ 解 約	891
2	役 務 ・ 品 質 ・ 機 能	174	9	接 客 ・ 対 応	223
3	法 規 ・ 基 準	61	10	包 装 ・ 容 器	0
4	価 格 ・ 料 金	164	11	施 設 ・ 設 備	0
5	計 量 ・ 量 目	3	12	買 物 相 談	6
6	表 示 ・ 広 告	102	13	生 活 相 談	1
7	販 売 方 法	624	14	そ の 他	5

※内容別件数は、重複。

2. 消費者保護事業

消費者の生命また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・電気用品等について、法に基づく立入検査を実施している。

また、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。

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」などを実施している。

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

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、自主的に地域社会における消費者のリーダーとして活動している団体を育成している。

5. 計量適正化推進事業

計量法の規程に基づき、取引又は証明に使用される計量器について、2年に1回（市原市は偶数年度）、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。