

# 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り、各業態間・地域間の販売競争が激化するなど、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、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、君津ブロック、長生ブロック、夷隅ブロック一帯に2市2町から形成され、商圏人口は36万人弱となっており、市原市の人口の約1.3倍である。

前回調査時（平成13年）では市原商圏に含まれていた大多喜町が外れ、新たに長南町が市原商圏に含まれた。

第1次商圏は、市原市のみで形成され、吸引率は82.3%となっている。第2次商圏は長柄町のみで吸引率は10.2%となっており、第3次商圏は袖ヶ浦市、長南町の1市1町で吸引率は5.6%となっている。（図－1）

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、袖ヶ浦市が圏外から第2次商圏へ、長柄町が第3次商圏から第2次商圏へと変化した。

食料品は、長柄町が第3次商圏から第2次商圏へ、袖ヶ浦市が圏外から第3次商圏へと変化した。

飲食は、袖ヶ浦市が圏外から第2次商圏へと変化した。

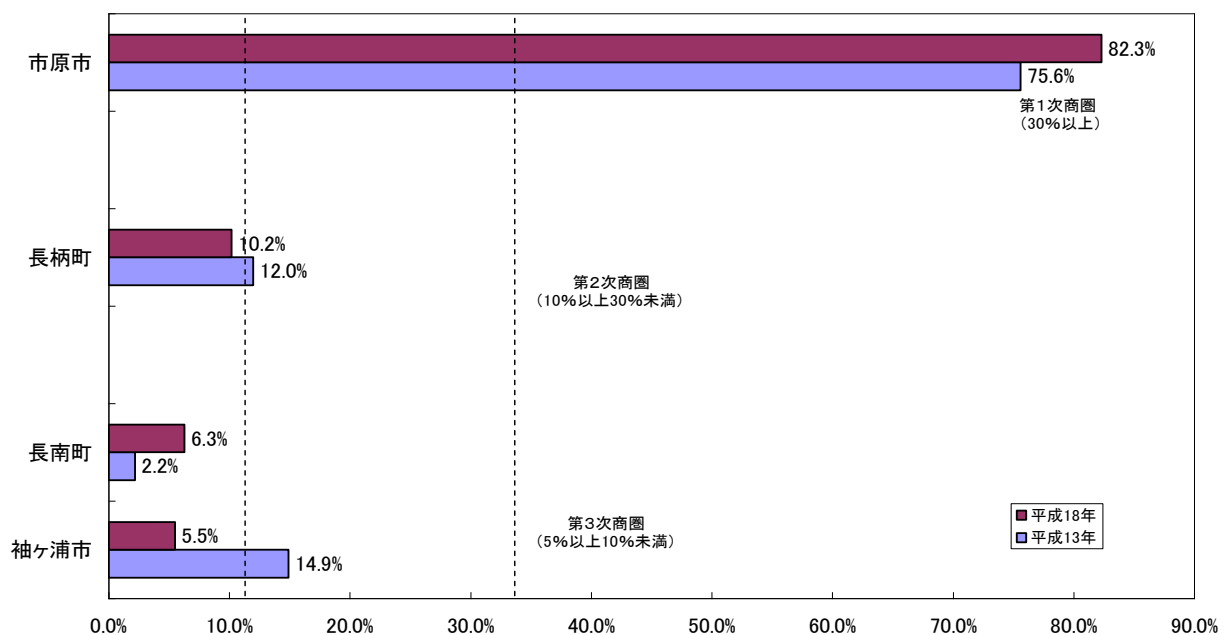
贈答品は、袖ヶ浦市が圏外から第3次商圏に加わった一方、大多喜町が第3次商圏から圏外へと転じた。

### ③商圏の変化と動向

商圏範囲を前回調査（平成10年）と比較すると、商圏全体の1市2町から2市2町と1市増加している。

商圏内の吸引状況をみると、市原市の地元購買率は75.6%で前回調査よりも若干増加しており、商圏内では袖ヶ浦市からの吸引率が大きく増加している。

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 1,979 事業所、従業者数は 17,525 人、年間商品販売額は 4,003 億 2,248 万円であった。

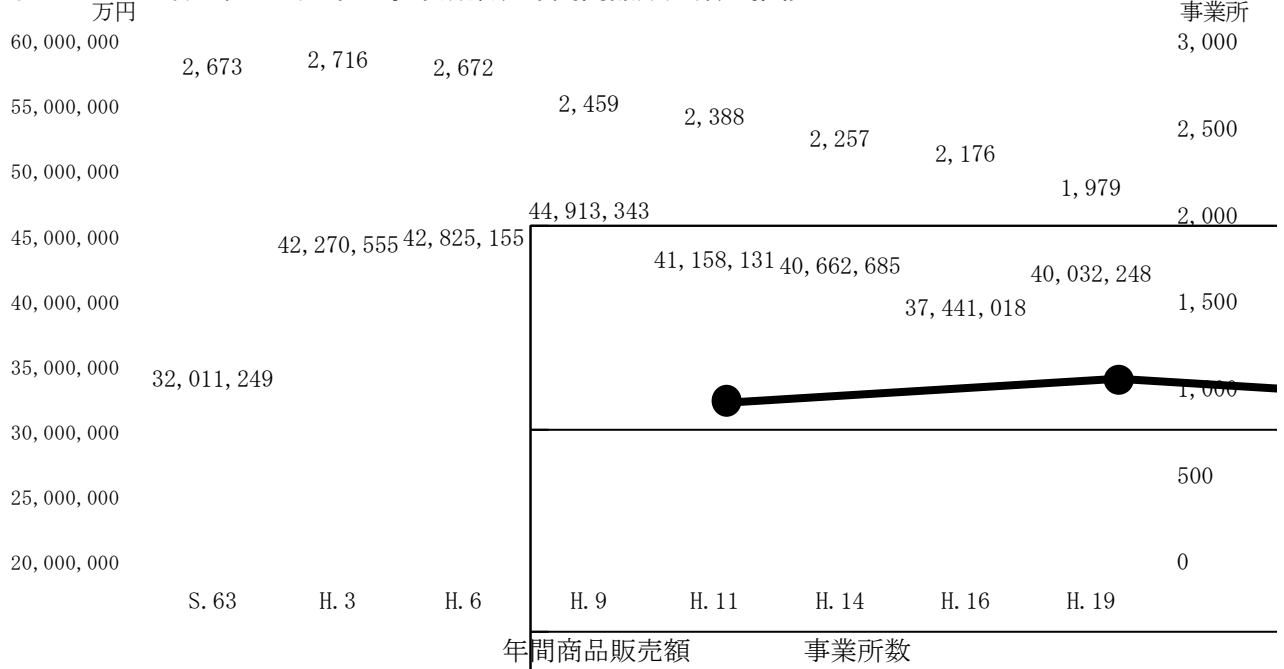
これを平成 16 年 6 月 1 日現在で実施された前回の調査と比較すると、事業所数は 197 事業所の減少（▲9.1%）、従業者数は 351 人の減少（▲2.0%）、年間商品販売額は 262 億 1,230 万円の増加（6.9%）であった。（表 I-1、図 I-1）

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	369	2,880	15,333,236
	小売業	1,610	14,645	24,699,012
	合 計	1,979	17,525	40,032,248

商業統計調査(19年速報値)

図 I-1 卸売業・小売業の事業所数、年間商品販売額の推移

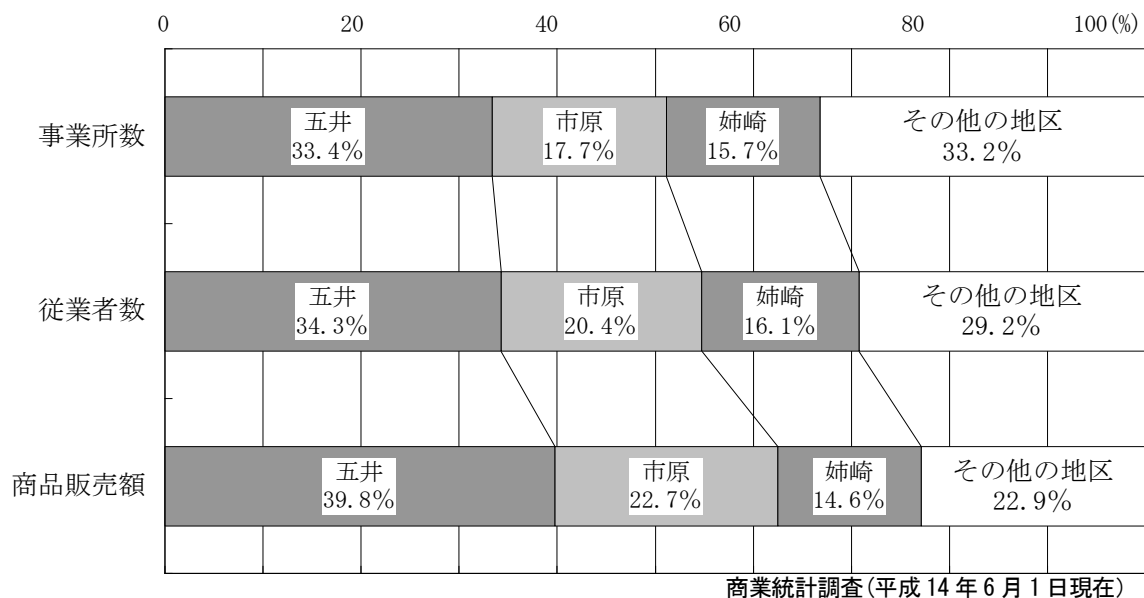


商業統計調査(19年速報値)

## Ⅱ. 地区別の状況

地区別に見ると、J R 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 77.1%、従業者数の 70.8%、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	2,257	18,740	40,662,685	386	3,207	15,400,057	1,871	15,533	25,262,628
姉崎	354	3,012	5,958,886	54	451	2,284,094	300	2,561	3,674,792
市原	400	3,834	9,237,136	52	509	2,758,367	348	3,325	6,478,769
五井	754	6,425	16,176,991	190	1,713	8,588,641	564	4,712	7,588,350
三和	135	673	1,140,224	23	93	289,125	112	580	851,099
市津	83	426	1,076,737	17	111	694,500	66	315	382,237
南総	236	1,467	2,538,422	24	162	382,017	212	1,305	2,156,405
加茂	67	228	256,244	4	X	X	63	X	X
辰巳台	58	863	1,108,169	-	-	-	58	863	1,108,169
国分寺台	139	1,326	2,521,144	20	144	382,469	119	1,182	2,138,675
ちはら台	31	486	648,732	2	X	X	29	X	X

商業統計調査(平成14年6月1日現在)

(注)表中の「-」は該当数値のないもの又は調査していないもの、「X」は対象数が少ないため

Ⅰ 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 14 年 6 月 1 日現在、34 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 1.8%、売場面積は 41.3%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	売場面積 (㎡)	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

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)
17	0	0
18	4	2
19	1	0

※平成 18 年度については、1 案件において建替にて大店法上進出・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	37	八幡
2	市津商店会	任意団体	56	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	40	鶴舞
5	加茂奉仕会	任意団体	28	月崎
6	有秋プラザ	任意団体	23	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
11	五井中央商店会	任意団体	15	五井
12	五井みなみ商店会	任意団体	15	五井
13	五井南商店会	任意団体	14	五井
14	五井新田商店会	任意団体	21	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	98	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	31	青葉台
19	五所白金商店会	任意団体	100	白金町
	合計		746	

「千葉県商店会名簿」(平成20年7月1日現在)

### 1. 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、300年余の伝統行事で、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19年12月1日、2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) 牛久頼朝祭

商店街の通りに歩行者天国をつくり、牛久周辺に数多く残る源頼朝伝説に因んだ武者行列、フリーマーケット、子供向けイベント等を実施している。

開催時期：平成19年9月1日、12月23日の年2回

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



頼朝まつりの武者行列

(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19年9月28日

開催場所：妙経寺門前付近及び  
姉崎派出所跡地付近

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) 市津夏祭り

市津地区の商工業者をピーアールし、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19年8月26日



開催場所：潤井戸 2283-1 他(潤井戸特定土地区画整理事業地)

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 19 年 11 月 4 日

開催場所：八幡 1057 (飯香岡八幡宮)

事業主体：市原商工会議所

#### (7) 姉崎菊まつり

菊まつりを開催し、来場した人に姉ヶ崎駅周辺の商店街をPRし、市民の癒しの場を作った。地域と商店街のコミュニティの場を作ることにより、商店街の活性化を図る。

開催時期：平成 19 年 11 月 25 日～12 月 1 日

開催場所：藤田金物店隣り及び消防小屋付近

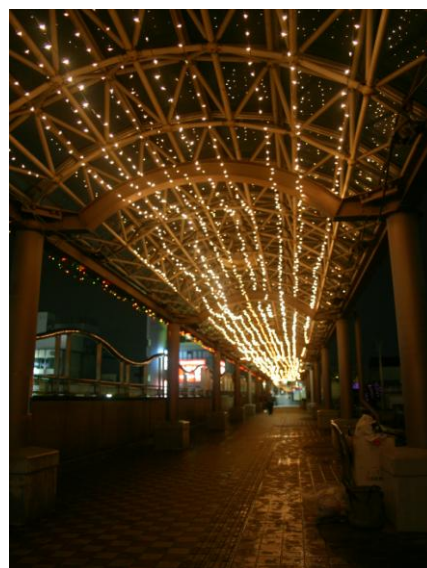
事業主体：市原商工会議所

#### (8) イルミネーション設置事業

中心市街地である五井駅西口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：平成 19 年 11 月 30 日から平成 20 年 1 月 11 日

事業主体：市原商工会議所



イルミネーション設置事業

#### (9) 商店街活性化会議事業

商工業者と市民によるワークショップや事例研究に要する経費の一部を補助することにより、商店街の活性化に関する取り組みの促進を図っている。

##### ① 姉ヶ崎駅イルミネーション設置事業

実施日：平成19年12月4日から平成20年1月31日

事業内容：姉ヶ崎駅東口周辺が薄暗く、閑散としているように感じるため、イルミネーションを設置した。まちを明るく華やかさを演出することによって集客力を高め、商店街の活性化を図った。

事業主体：市原商工会議所

##### ② 八幡宿駅イルミネーション設置事業

実施日：平成19年12月1日から平成20年1月31日

事業内容：八幡宿駅西口ロータリーのシンボルである樅の木及び花壇等を利用してイルミネーションを実施し、商店街の活性化を図った。

事業主体：市原商工会議所

##### ③ 市津商店会先進地視察

実施日：平成19年10月

事業内容：商業先進地である大分県豊後高田市・日田市を視察し、市津地域の活性化対策やまちづくりの方向性を検討した。

事業主体：市原商工会議所

##### ④ 市津菊まつりイベント開催

実施日：平成19年11月1日～25日

事業内容：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。

事業主体：市原商工会議所

#### (10) 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～6年生 51名

出店イベント：	牛久フラワーフェスタ（10月14日開催）	参加者 4名
	姉崎門前市（10月28日開催）	参加者 14名
	五井大市（12月1～2日開催）	参加者 33名

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

(11) こじゃれ通り

市原ショッピングスクエア（イトーヨーカドー市原店）と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 m<sup>2</sup>

表Ⅳ－２ こじゃれ通り面積

種 別	面積 (m <sup>2</sup> )
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



(12) 商店街共同施設設置事業

① 商店街街路灯設置事業

高齢者など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、商店街団体が設置する街路灯等の共同施設の設置に要した経費に対して補助金を交付している。（表Ⅳ－３）

② 商店街街路灯電気料補助

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2,000円を限度として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)
17	0	4,110
18	90	4,200
19	88	4,288



表Ⅳ－４ 商店街街路灯電気料補助実績

年 度	申請基数(基)	補助金額(円)
17	583	1,166,000
18	566	1,130,526
19	495	990,000

## 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7名が伝統工芸品製作者に指定されている。(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 鋏	昭和 59 年度
2	61	郷土玩具	高澤 文雄	上 総 角 凧	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 凧	平成 14 年度
7	156	郷土玩具	金谷 司仁	角 凧・袖 凧	平成 16 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165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19年度市原市物産協議会参加イベント一覧

実施日	事業
4. 17～21	第1回市原の物産展
5. 22～26	第2回市原の物産展
5. 27	八幡臨海まつり出店
6. 19～23	第3回市原の物産展
7. 19～23	第4回市原の物産展
8. 21～25	第5回市原の物産展
9. 9	ドリームベースボール出店
9. 18～22	第6回市原の物産展
9. 24	サンプラザ市原大感謝祭出店
10. 16～20	第7回市原の物産展
10. 20～21	千葉県生涯学習フェスティバル出店
11. 10～11	農林業まつり出店
11. 20～24	第8回市原の物産展
11. 30～12. 1	消費生活展出店
12. 18～22	第9回市原の物産展
1. 22～26	第10回市原の物産展
2. 19～23	第11回市原の物産展
3. 18～22	第12回市原の物産展

## VI. 消費者行政

最近の規制緩和、情報通信技術の進展などにより、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、消費者の保護と自立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

年々増加・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

年度 区分	17	18	19
総件数	2,050	1,752	1,542
苦情	2,029	1,718	1,529
一般	21	34	13
総件数のうち 特殊販売 比率(%)	1,503	1,139	883
	73.3	65.0	57.3

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
17	1,503	278	1,027	149	14	12	23
18	1,139	231	751	78	19	37	23
19	883	189	579	65	17	6	27

表VI-3 消費生活相談内容分類（平成19年度）

内 容		件 数	内 容		件 数
1	安 全 ・ 衛 生	25	8	契 約 ・ 解 約	1,374
2	役 務 ・ 品 質 ・ 機 能	149	9	接 客 ・ 対 応	122
3	法 規 ・ 基 準	45	10	包 装 ・ 容 器	0
4	価 格 ・ 料 金	48	11	施 設 ・ 設 備	0
5	計 量 ・ 量 目	2	12	買 物 相 談	2
6	表 示 ・ 広 告	24	13	生 活 相 談	1
7	販 売 方 法	819	14	そ の 他	3

※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」・「消費生活教室」・「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）、千葉県に市が協力して実施するなど、計量の適正化に努めている。