

太平洋ベルト地帯、とくに関東経済圏に隣接している本県は、交通通信の利便さを加え、大量消費の波がおしよせ、本県内生産物の流通をも加えて、第三次産業は他の産業に比べて、発展が目立っている。

第三次産業の就業者数は、全産業就業者数の32.5%（昭和39年）を占め第二次産業の19.6%よりはるかに多い。生産所得からみると、昭和38年の第三次産業は、全生産所得の50.1%をしめ、第一次産業の26.1%第二次産業の23.7%を、大きく上まわっている。

卸売業の推移と見通しを示したのが、第32図である。

従業者規模別にみると、1～2人の商店（1,076店、昭39）がもっとも多く、ついで、5～9人の商店（922店）、3～4人の商店（788店）で、9人以下商店は、全商店数（3,585店）の78%をしめ、小規模企業が多い。50人以上の商店は、1.3%にすぎない。しかし、商店規模は、年々大きくなる傾向をしめしている。昭和37～39年度間の商店数の増減をみると、機械器具卸売業の191店減がもっとも大きい比重をしめている。大企業の系列化や合併のすすんだ結果と見られ、販売競争の激化または衰退部門の転廃業、協業化の推進によって、零細弱小企業が減少したものと考えられる。商店数の減少と商店規模の拡大結果は、そのあらわれとみられる。

工業化の進行にともなう国内消費の増大、消費の大衆化、マス・コミによる消費の拡大は、所得水準の上昇とあいまって、販売高は急激に増加している。

これらの傾向は、今後も増大されることになろうと考えられるが、県勢振興計画においては、第32図にみるとおり、商店規模の拡大、就業者の増加、販売高の上昇を見込んでいます。

小売業の現状と推移をみると、第33図のとおりである。

小売業の規模は、零細企業が多い。従業員が1～2人（20,612店）が74%をしめ、9人以下の小売商は（27,158店）98%におよんでいる。一方、50人以上の小売業は、49店もあり、百貨店など大企業の進出も見られる。スーパーマーケット、セルフ店の増加も目立っている。小売業間の販売高格差は増大傾向にある。さらに、交通機関の発達は、農山村部と市部などの販売額格差をひろげ

第33図 小売業の推移と見通し

