

将来の経営上の決め手

| 業種別・地区別結果 (%) | 全体 | 小売業 | 飲料サービス | 他の業種 | 橋北 | 橋南・春採 | 鉄北 | 愛国 | 鳥取・大楽毛 |
|-------------------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 日頃の計画的な経営の管理 | 43.6 | 48.0 | 32.3 | 45.9 | 45.6 | 33.7 | 43.8 | 62.5 | 60.6 |
| 新たな販促活動の企画 | 41.1 | 45.9 | 35.4 | 34.5 | 45.6 | 40.2 | 22.9 | 37.5 | 57.6 |
| 独自の商品開発や仕入れ | 6.5 | 35.6 | 33.8 | 18.0 | 47.8 | 20.7 | 29.2 | 25.0 | 18.2 |
| 立地や入りやすい店づくり | 24.0 | 24.7 | 23.1 | 24.6 | 22.8 | 25.0 | 31.3 | 12.5 | 18.2 |
| 経営に関連する情報の収集 | 21.5 | 17.8 | 20.0 | 31.1 | 19.6 | 22.8 | 16.7 | 37.5 | 27.3 |
| 商業者の組織的な活動 | 14.9 | 13.0 | 24.6 | 9.9 | 20.7 | 15.2 | 8.3 | 25.0 | 6.0 |
| 経営者の商売に対するカン | 9.8 | 8.9 | 9.2 | 13.1 | 12.0 | 9.8 | 8.3 | 0.0 | 9.1 |
| 具体的にはわからない | 10.6 | 11.6 | 10.8 | 8.2 | 5.4 | 14.1 | 18.7 | 12.5 | 0.0 |
| 近隣の方との密接な付き合い | 14.2 | 13.7 | 21.5 | 8.2 | 9.8 | 20.7 | 12.5 | 37.5 | 6.0 |
| 家族や従業員とのコミュニケーション | 7.6 | 8.9 | 3.1 | 9.8 | 8.7 | 3.3 | 14.6 | 0.0 | 9.1 |
| 未回答 | 6.5 | 5.5 | 6.2 | 8.2 | 4.3 | 6.5 | 10.4 | 0.0 | 6.1 |
| 方向性を示してくれる専門家 | 2.9 | 3.4 | 3.1 | 1.6 | 2.2 | 4.3 | 4.2 | 0.0 | 0.0 |
| その他 | 3.3 | 0.7 | 4.6 | 6.6 | 3.3 | 2.2 | 6.2 | 12.5 | 0.0 |
| 計 | 206.5 | 237.7 | 227.7 | 219.7 | 247.8 | 218.5 | 227.1 | 262.5 | 218.2 |

- ・ 3つまでの複数回答であるが、「日頃の計画的な経営の管理」、「新たな販売促進活動の企画」、「独自の商品開発や仕入れ」、「立地や入りやすい店づくり」、「経営に関連する情報の収集」が20%を超える結果となっている。
- ・ このような傾向は、平成8年度調査とほとんど変化はない。

全体グラフ

