

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

