

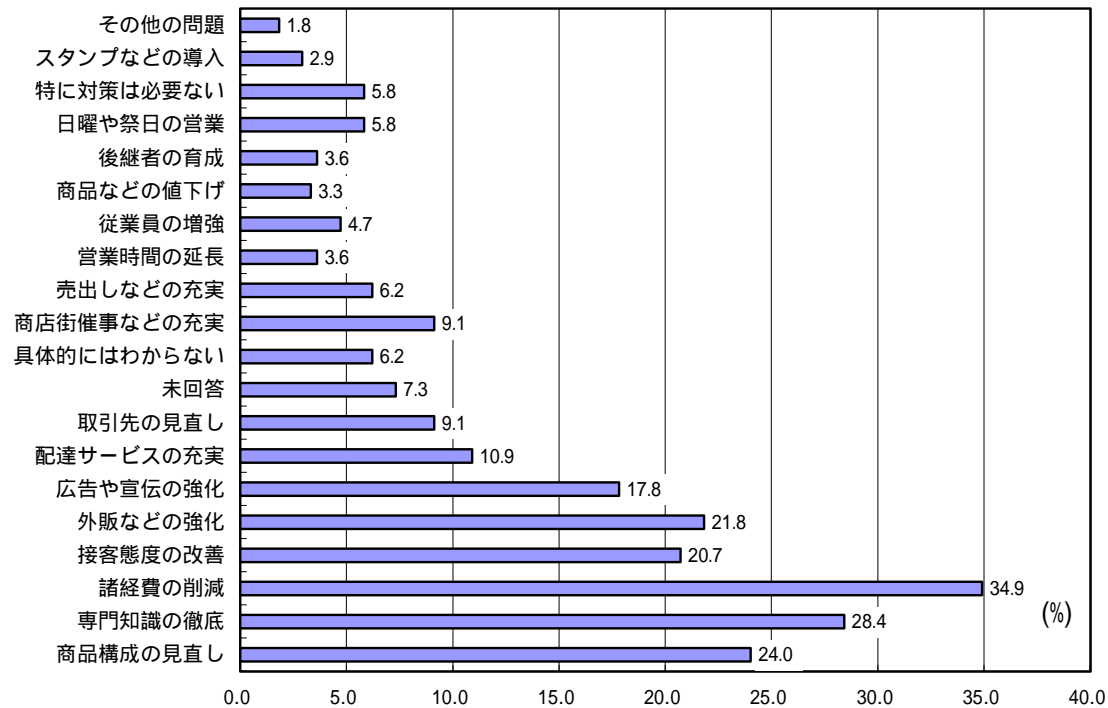
これから充実、変更を指向する内容

(1) 販売方法等の対策

業種別・地区別結果(%)	全体	小売業	飲食サービス	他の業種	橋北	橋南・春採	鉄北	愛国	鳥取・大塚毛
商品構成の見直し	24.0	34.9	12.3	9.8	38.0	15.2	20.8	0.0	18.2
専門知識の徹底	28.4	28.1	24.6	32.8	28.3	32.6	27.1	25.0	21.2
諸経費の削減	34.9	34.9	33.8	37.7	36.9	29.3	29.2	50.0	48.5
接客態度の改善	20.7	20.6	20.0	22.9	21.7	19.6	16.7	12.5	30.3
外販などの強化	21.8	30.8	15.4	6.6	28.3	18.5	16.7	12.5	24.2
広告や宣伝の強化	17.8	15.8	24.6	16.4	18.5	17.4	12.5	37.5	18.2
配達サービスの充実	10.9	15.8	3.1	8.2	11.9	13.0	12.5	0.0	3.0
取引先の見直し	9.1	8.9	0.0	19.7	8.7	5.4	14.6	0.0	15.1
未回答	7.3	2.7	9.2	14.7	3.3	9.8	8.3	12.5	6.1
具体的にはわからない	6.2	6.2	7.7	4.9	5.4	8.7	6.2	12.5	0.0
商店街催事などの充実	9.1	9.6	12.3	4.9	16.3	7.6	2.1	25.0	0.0
売出しなどの充実	6.2	9.6	3.1	1.6	8.7	5.4	0.0	0.0	12.1
営業時間の延長	3.6	2.7	7.7	1.6	3.3	3.3	4.2	12.5	3.0
従業員の増強	4.7	2.1	9.2	6.6	2.2	5.4	4.2	12.5	9.1
商品などの値下げ	3.3	4.8	3.1	0.0	5.4	2.2	4.2	0.0	0.0
後継者の育成	3.6	2.1	4.6	6.6	2.2	1.1	8.3	0.0	9.1
日曜や祭日の営業	5.8	3.4	10.8	6.6	6.5	3.3	4.2	12.5	12.1
特に対策は必要ない	5.8	4.8	9.2	3.3	2.2	4.3	14.6	12.5	6.1
スタンプなどの導入	2.9	2.7	1.5	4.9	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0
その他の問題	1.8	2.0	1.5	1.6	3.3	1.1	2.1	0.0	0.0
計	227.9	242.5	213.7	211.4	255.4	207.5	208.5	237.5	236.3

- ・平成8年度調査では、「商品構成の見直し」(31.2%)、「専門知識の徹底」(28.2%)、「諸経費の削減」(24.1%)、「接客態度の向上」(19.3%)、「外販などの強化」(18.3%)「広告や宣伝の強化」(14.2%)が上位を占めていた。
- ・今回の調査においても、上位項目に変動はないが、「諸経費の削減」が34.9%と前回調査で最も高い割合を示していた「商品構成の見直し」を上回った結果となった。

全体グラフ



これから充実、変更を指向する内容
 (2) 店舗改善等の対策

業種別・地区別結果(%)	全体	小売業	飲食サービス	他の業種	橋北	橋南・春採	鉄北	愛国	鳥取・大楽毛
店舗の改装や改築	24.7	24.7	23.1	27.9	23.9	22.8	29.2	0.0	33.3
来客用の駐車場の整備	11.3	13.0	9.2	8.2	17.4	9.8	6.2	25.0	3.0
商店街の環境整備	20.7	26.0	15.4	14.8	33.7	16.3	20.8	12.5	0.0
特に対策は必要ない	26.9	24.7	30.8	27.9	21.7	26.1	27.1	75.0	33.3
未回答	13.5	9.6	13.9	21.3	9.8	18.5	8.3	12.5	15.2
店舗移転の検討	12.7	11.0	16.9	13.1	18.5	14.1	8.3	0.0	3.0
具体的にはわからない	10.2	11.0	9.2	9.8	9.8	10.9	12.5	12.5	3.0
業種・業態の転換	9.5	11.6	7.7	6.6	10.9	8.7	12.5	0.0	6.1
多店舗化の検討	2.2	2.7	3.1	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	6.1
時期を見ての廃業	9.5	11.0	12.3	3.3	10.9	9.8	14.6	0.0	0.0
共同店舗化の検討	1.5	1.4	0.0	1.6	3.3	1.1	0.0	0.0	0.0
その他の問題	1.8	0.7	3.1	3.3	1.1	1.1	2.1	0.0	6.1
チェーンなどへの加入	1.1	1.4	0.0	1.6	1.1	0.0	2.1	0.0	3.0
支店等の規模の縮小	1.8	1.4	0.0	4.9	1.1	1.1	4.2	0.0	3.0
計	147.4	150.2	144.7	144.3	167.5	140.3	147.9	137.5	115.1

・店舗改善等の対策については、平成8年度調査においても「特に対策は必要ない」が20.6%あり、当時の報告書でこのことはソフトな活動面を重視しているあらわれであると指摘されていたが、今回調査においても、26.9%と高い割合を示している。

全体グラフ

