

平成 31 年度

生活インフラサービスへのアクセス状況実態調査

委託事業

報告書

令和 2 年 3 月

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

目 次

1. はじめに	1
2. 調査地の選定	2
2.1. 概要	2
2.2. 全国旧市区町村別の生活インフラサービス数の集計.....	2
2.2.1. 候補地選定の方法.....	2
2.2.2. 調査対象地の決定	2
3. アンケートの実施	5
3.1. 調査先と日程.....	5
3.2. アンケート票の作成.....	6
3.3. アンケートの進め方	7
3.4. アンケート回収結果.....	8
4. アンケート集計結果	9
4.1. 食品・日用品小売サービス.....	9
4.1.1. 回答者の年代	9
4.1.2. 回答者の性別	12
4.1.3. 来場の方法.....	14
4.1.4. 所要時間	16
4.1.5. JA への加入状況	19
4.1.6. 利用頻度	23
4.1.7. JA 施設の利用意向	28
4.1.8. 今後も利用したい理由	36
4.1.9. JA 施設以外の利用	40
4.2. 金融サービス.....	48
4.2.1. 回答者の年代	48
4.2.2. 回答者の性別	50
4.2.3. 来場の方法.....	52
4.2.4. 所要時間	54
4.2.5. JA への加入状況	56

4.2.6. 利用頻度	58
4.2.7. JA 施設の利用意向	61
4.2.8. 今後も利用したい理由	65
4.2.9. JA 施設以外の利用	70
4.3. ガソリン小売サービス	78
4.3.1. 回答者の年代	78
4.3.2. 回答者の性別	80
4.3.3. 来場の方法	81
4.3.4. 所要時間	83
4.3.5. JA への加入状況	84
4.3.6. 利用頻度	86
4.3.7. JA 施設の利用意向	90
4.3.8. 今後も利用したい理由	94
4.3.9. JA 施設以外の利用	98
5. まとめ	106
5.1. インフラとして機能について	106
5.2. アクセスの状況把握について	107
5.3. 今後の調査について	108

1. はじめに

農業協同組合法等の一部を改正する等の法律（平成 27 年 9 月 4 日公布）において、政府は、准組合員の組合の事業の利用に関する規制の在り方について、施行日から 5 年を経過する日までの間、正組合員及び准組合員の組合の事業の利用の状況等についての調査を行い、検討を加えて、結論を得ることとされている。

本事業は、この調査の 4 年目として、生活インフラサービスへのアクセス状況の実態について、現地調査（事例調査）により明らかにすることを目的とする。調査の対象としては、農業協同組合が行う、食料品・日用品小売サービス、金融サービス、ガソリン小売サービスである。本年度事業では、これら 3 サービスを同地域に有する 12 カ所についてアンケート調査を実施し、各インフラサービスへのアクセスの状況等について明らかにした。

2. 調査地の選定

2.1. 概要

本章では、生活インフラサービスの店舗における現地アンケート調査の調査地の選定方法について記載する。

2.2. 全国旧市区町村別の生活インフラサービス数の集計

2.2.1. 候補地選定の方法

本調査では、1地域を小学校区程度の単位とし、全国12地域でアンケート調査を実施した。調査対象地域は、地域的に偏りがないよう考慮し、北海道、東日本、西日本でそれぞれ、都市的地域、平地農業地域、中間農業地域、山間農業地域の区分ごとに1地域選定を行った。

調査地では、「金融サービス」「食料品・日用品小売サービス」「ガソリン小売サービス」の各店舗においてアンケート調査を実施することから、これら3店舗が旧市区町村区内程度の地域に揃っている地域を調査対象の候補地とした。

具体的には、全国市区町村の「金融サービス」「食料品・日用品小売サービス」「ガソリン小売サービス」の住所情報を用いて、GIS上にマッピングを行い、旧市区町村の境界情報と重ね合わせることで、旧市区町村内に3つの生活インフラサービスが揃っている旧市区町村を抽出した。

2.2.2. 調査対象地の決定

前述の方法によって候補地を選定した後、調査対象地を決定した。選定にあたっては、3店舗の合計店舗数が多い市区町村を優先的に選定した上で、同一都道府県や地理的な散らばりを勘案して調査地域を選択した。

図表 2.1 調査対象地域の店舗数およびアクセス困難者率

地域			店舗数				アクセス困難者率		
都道府県	市区町村	旧市区町村	ガソリン	金融	食料日用品	合計	金融	食料日用品	SS
北海道	岩見沢市	岩見沢市	4	4	3	11	6.5	4.3	1.2
愛知県	豊橋市	豊橋市	5	11	4	20	1.4	1.1	0.0
兵庫県	姫路市	姫路市	1	17	2	20	0.5	0.3	0.0
北海道	帯広市	川西村	7	6	1	14	1.8	0.9	0.0
宮城県	亘理町	逢隈村	2	2	1	5	4.6	3.7	0.0
鳥取県	米子市	大高村	1	1	1	3	1.5	0.8	0.0
北海道	当麻町	当麻町	2	1	1	4	18.6	11.8	0.1
群馬県	嬬恋村	嬬恋村	5	4	2	11	16.1	10.8	0.0
高知県	香美市	美良布町	1	1	1	3	13.8	15.5	0.6
北海道	北見市	留辺蘂町	2	2	2	6	7.5	5.3	0.2
新潟県	魚沼市	須原村	1	1	1	3	13.8	14.0	0.9
鹿児島県	霧島市	霧島町	1	1	2	4	7.2	5.8	0.0

注) アクセス困難者率とは、「平成 30 年度農協監査・事業利用実態調査における准組合員の事業利用規制の在り方」で市町村別に推計した、各インフラ施設まで徒歩 15 分、車で 20 分以上かかる人口の比率を示す。

図表 2.2 調査対象地域



3. アンケートの実施

3.1. 調査先と日程

各調査地域における調査対象店舗と、アンケート調査実施期間は以下に示す通りである。

調査地	北海道 ／東／ 西日本	地域 区分	都道府県	市町村	旧市区町 村	実施期 間	店舗
1	北海道	山間 農業 地域	北海道	北見市	留辺蘂町	9/30- 10/2	JA きたみらい留辺蘂支店
							E-コ-プ るべべ店
							ホクレン留辺蘂給油所
2	北海道	平地 農業 地域	北海道	帯広市	川西村	9/25- 27	JA 帯広かわにし本店
							A コ-プ川西店
							ホクレン川西 給油所
3	北海道	都市 的地 域	北海道	岩見沢市	岩見沢市	9/30- 10/2	JA いわみざわ 本所貯金課
							A コ-プ であえる店
							美園給油所（セルフ）
4	北海道	中間 農業 地域	北海道	当麻町	当麻町	10/23 ～25	当麻農協給油所
							JA 当麻本所
							ホクレンショップ 当麻店
5	東日本	平地 農業 地域	宮城県	亘理町	逢隈村	11/11 ～12	JA みやぎ亘理本所
							逢隈 SS
							A コ-プ ふれあいセンター
6	東日本	中間 農業 地域	群馬県	嬬恋村	嬬恋村	10/7-8	大前給油所
							JA 嬬恋村本所
							A コ-プオアシス店
7	東日本	山間 農業 地域	新潟県	魚沼市	入広瀬 村、須原 村	10/15- 16	北魚沼セルフ須原
							JA 北魚沼守門支店
							A コ-プ守門店
8	東日本	都市 的地 域	愛知県	豊橋市	豊橋市	10/24- 25 10/31	神野新田 SS
							JA 豊橋西
							ファーマーズマーケット吉田方
9	西日本	都市 的地 域	兵庫県	姫路市	姫路市	10/31- 11/2	JA 兵庫西 勝原支店
							JA-SS JA 全農兵庫 ジョイナス ドリーム英賀保
							E-コ-プ近畿 高浜店
10	西日本	平地 農業 地域	鳥取県	米子市	大高村	10/9- 10/11	JA 鳥取西部大高支所
							JA-SS 大高
							A コ-プ大高店
11	西日本	中間 農業 地域	高知県	香美市	美良布町	10/15 11/19- 20	JA とさかみ香北支所
							A コ-プ香北
							香北 SS
12	西日本	山間 農業 地域	鹿児島県	霧島市	霧島町	10/14- 10/16	JA あいら霧島支所
							JA-SS JA あいら 霧島 SS
							A コ-プ鹿児島 霧島店

3.2. アンケート票の作成

アンケートの作成にあたっては、回答者へ過度の負担がかからないシンプルなものとし、以下の通り設定した。これはJAバンクを対象としたものであるが、購買サービス、ガソリン販売サービスについてもほぼ同様のアンケート票とした。

JAバンクの利用に関するアンケート	
■あなたの年齢と性別について該当する箇所を○でかこんでください。	
年齢（10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代 80代以上）	
性別（ 男性 女性 ）	
■このJAバンクまでどのような方法でお越しになりましたか？	
1. 車・バイクできた 2. 自転車できた 3. 歩いてきた 4. その他の方法できた	
■この店までのだいたいの所要時間についてお答えください。	
1. 5分以内 2. 5分～10分 3. 10分～15分 4. 15分～20分 5. 20分～30分 6. 30分以上	
■JAへの加入の状況についてお答えください。	
1. 正組合員である（家族に正組合員がいる） 2. 准組合員である（家族に准組合員がいる） 3. 組合員ではない	
問1 この店を含め、JAバンクをどれくらいの頻度で利用していますか（あるいは、今後利用する予定ですか）。	
1. 1週間に1回以上 2. 月に1～2回程度 3. 年に数回程度 4. ほぼ利用しない	
裏面へつづきます	
問2 今後もJAの金融サービスを利用したいですか。	
1. 利用したい 2. どちらかといえば利用したい 3. 分からない（どちらともいえない） 4. 積極的に利用する予定はない 5. 利用する予定はない	
→ 問2-2にお答えください → 問3におすすみください	
※問2で1. 2. を選んだ方にお伺いします。	
問2-2 今後も利用したい理由を教えてください（複数回答可）。	
1. 金利・手数料の条件が良いから 2. 1. 以外の金融商品の内容が良いから、 3. 接客態度や店舗の雰囲気が良いから 4. 店舗が近くて便利だから 5. JAに親しみ・親近感があるから 6. その他	
問3 JAによる金融サービス以外に日常的に利用できる（利用している）金融サービス（銀行など）はありますか。	
1. ある（現在利用している） 2. ある（現在利用していない） 3. ない	
アンケートはこれでおわりです。ご協力ありがとうございました。 最後に、JAについて要望やご意見があれば、自由に記入してください	

3.3. アンケートの進め方

アンケートの実施にあたっては、1地域2～3日間を調査期間とし、各地域1～3名の調査員を派遣して実施した。購買店舗とJAバンクでは、机を設置し、利用者が適宜座って回答できるようにするのと併せて、調査員がボードを持って利用者に声がけをし、聞き取り形式で回答してもらう形も実施した。ガソリンスタンドでは、給油中の利用者に声がけをして、調査員が聞き取り形式で収集した。また、回答者にはお礼としてエコバックを配布した。

調査スペースの例（北海道帯広市コープ川西店）



調査の様子（JA あいら共同霧島 SS）



3.4. アンケート回収結果

アンケート調査は、令和元年9月～11月にかけて、各店舗の店頭にて実施した。その結果を下表に示す。集計にあたっては、不正な回答が1カ所でもあったサンプルを除いており、有効な集計サンプル数を有効回答数として示している。

類型	都道府県	市町村	購買店舗		JA バンク		ガソリンスタンド	
			回収数	有効回	回収数	有効回	回収数	有効回
都市的地域	北海道	岩見沢	66	61	50	46	50	47
	愛知県	豊橋市	52	46	55	51	53	47
	兵庫県	姫路市	80	75	41	39	60	58
平地農業地域	北海道	帯広市	55	53	51	50	51	46
	宮城県	亘理町	60	60	50	49	50	50
	鳥取県	米子市	64	60	44	42	50	50
中間農業地域	北海道	当麻町	56	55	52	51	52	51
	群馬県	嬬恋村	50	47	50	48	50	49
	高知県	香美市	52	51	53	53	50	45
山間農業地域	北海道	北見市	53	50	41	40	30	30
	新潟県	魚沼市	50	47	50	49	50	49
	鹿児島	霧島市	70	69	50	50	51	51

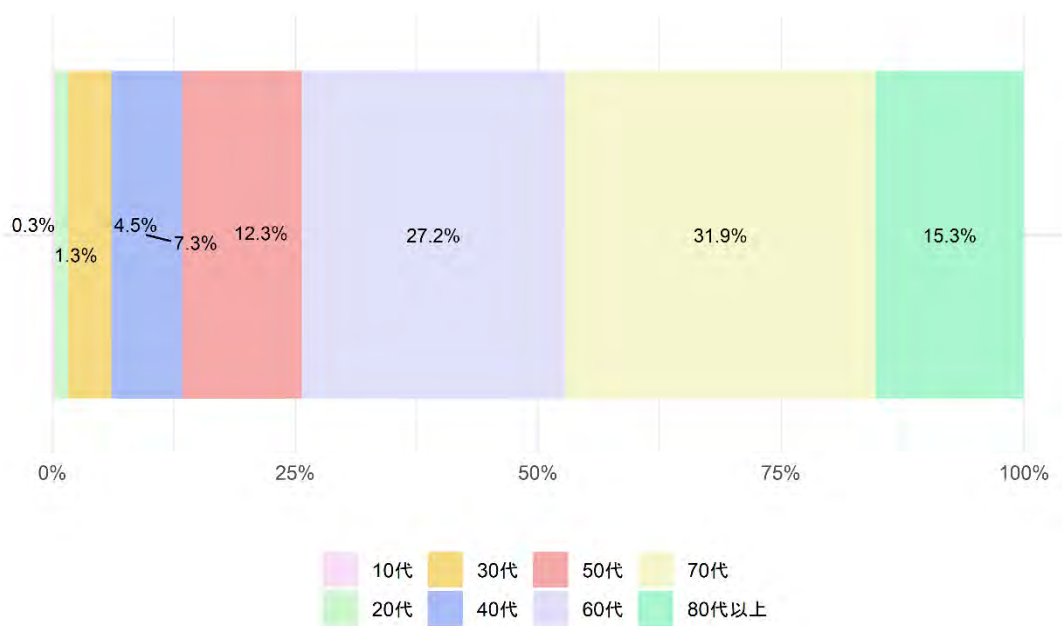
4. アンケート集計結果

4.1. 食品・日用品小売サービス

4.1.1. 回答者の年代

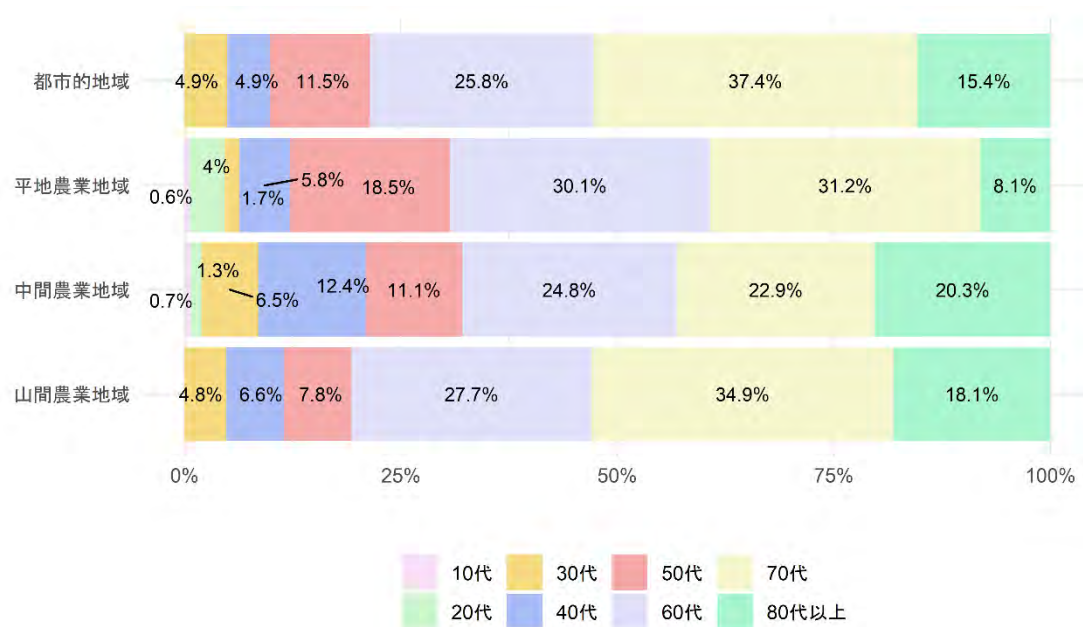
(1) 全体

回答者の年代は、ほぼ3／4が60歳以上である。



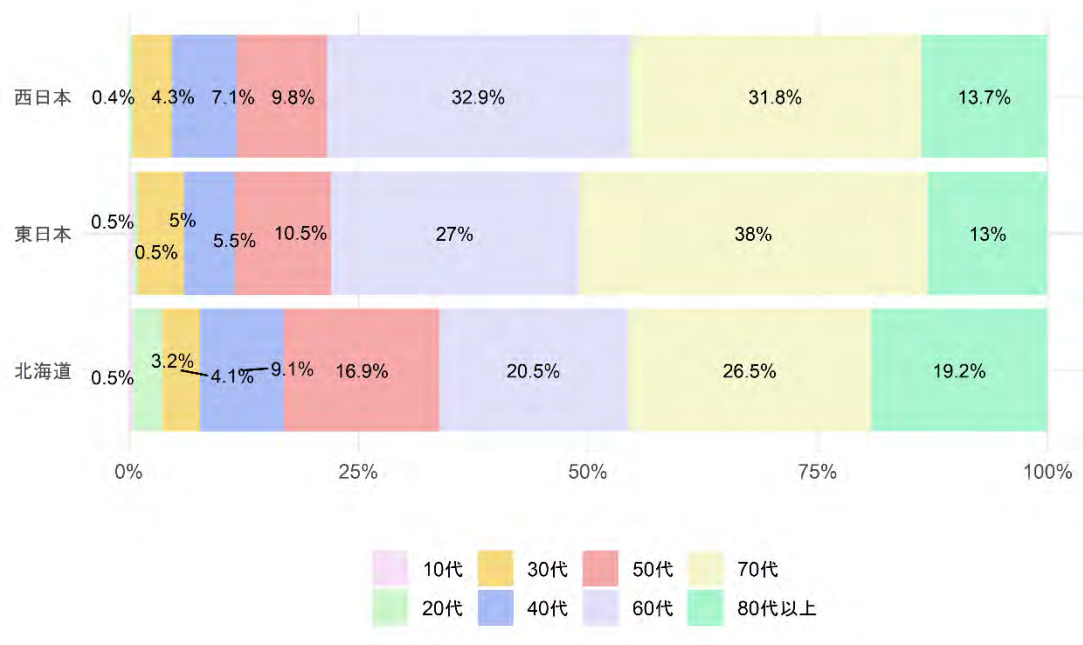
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に比較すると、もっとも高齢者の割合が少ないのが中間農業地域であり、もっとも高いのが山間農業地域である。



(3) 地域別

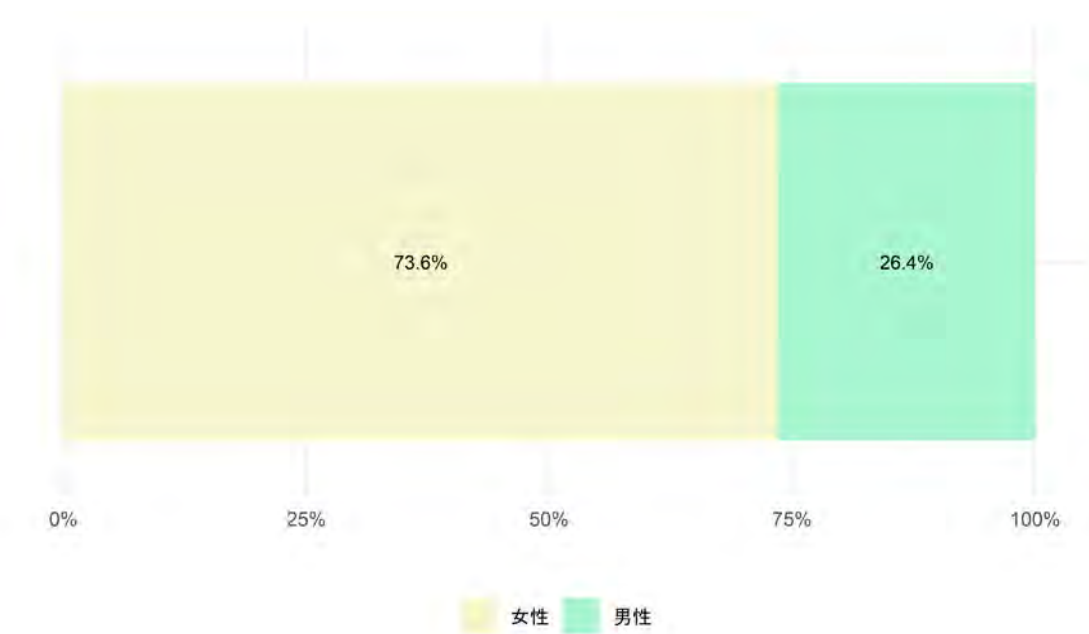
地域別に比較すると、北海道での高齢者割合が低い。



4.1.2. 回答者の性別

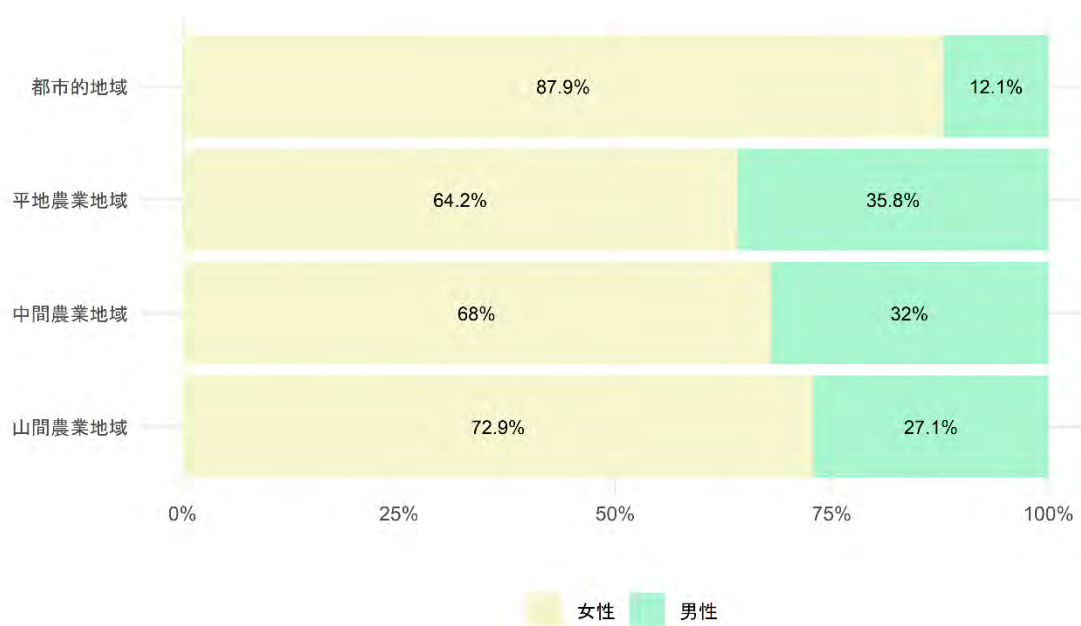
(1) 全体

回答者の約 3 / 4 が女性である。



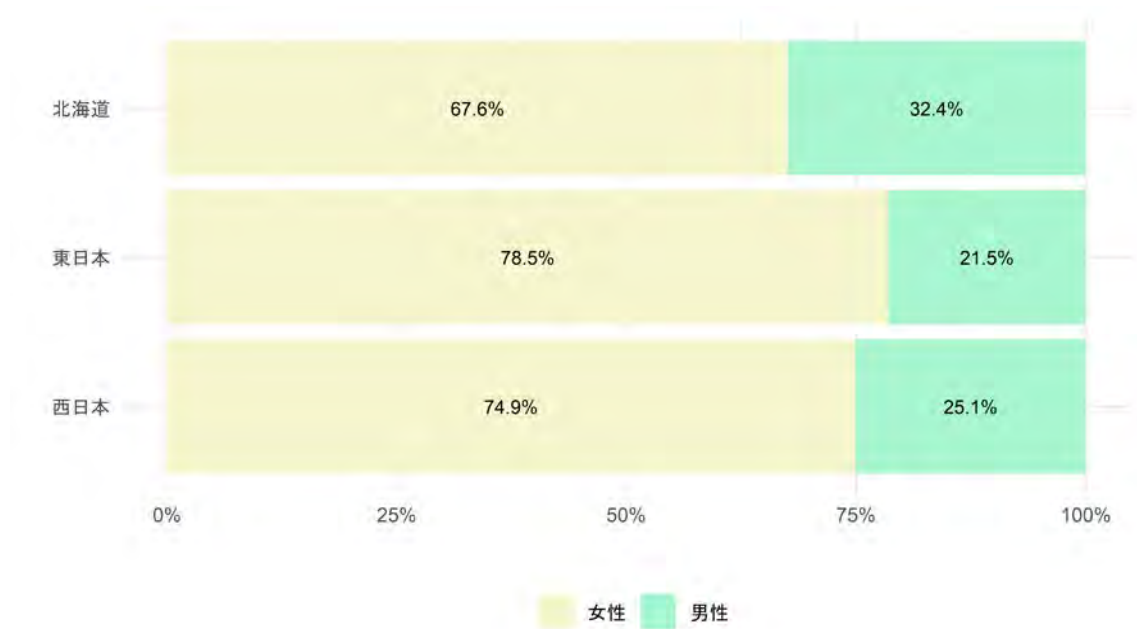
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に性別を見ると、都市的地域で 9 割近くが女性である。



(3) 地域別

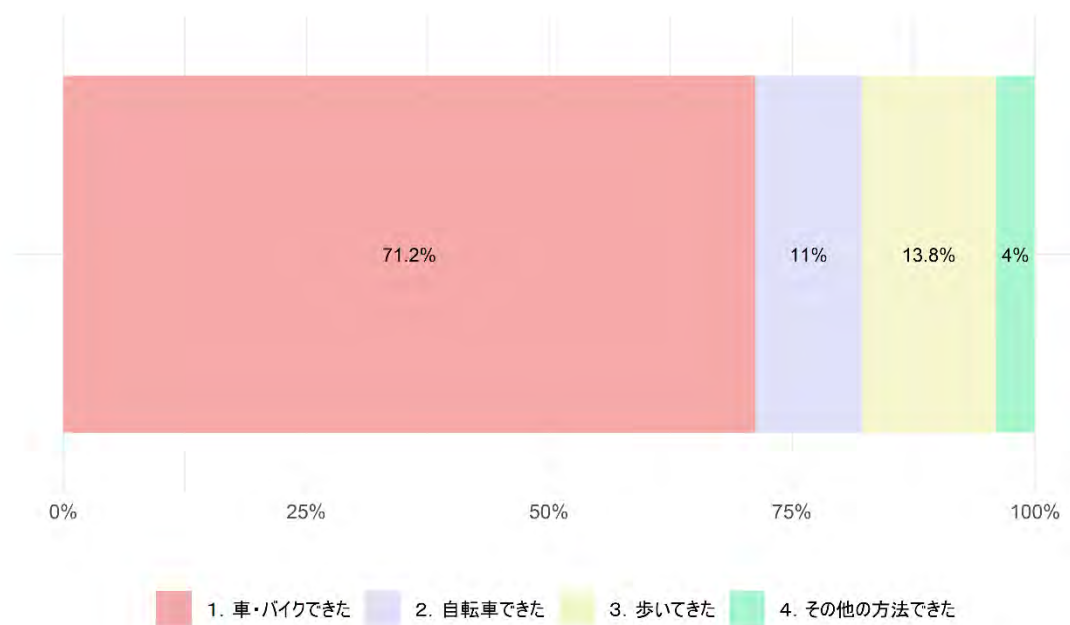
地域別に見ると、性別に大きな違いは見られないが、北海道において若干女性比率が低い。



4.1.3. 来場の方法

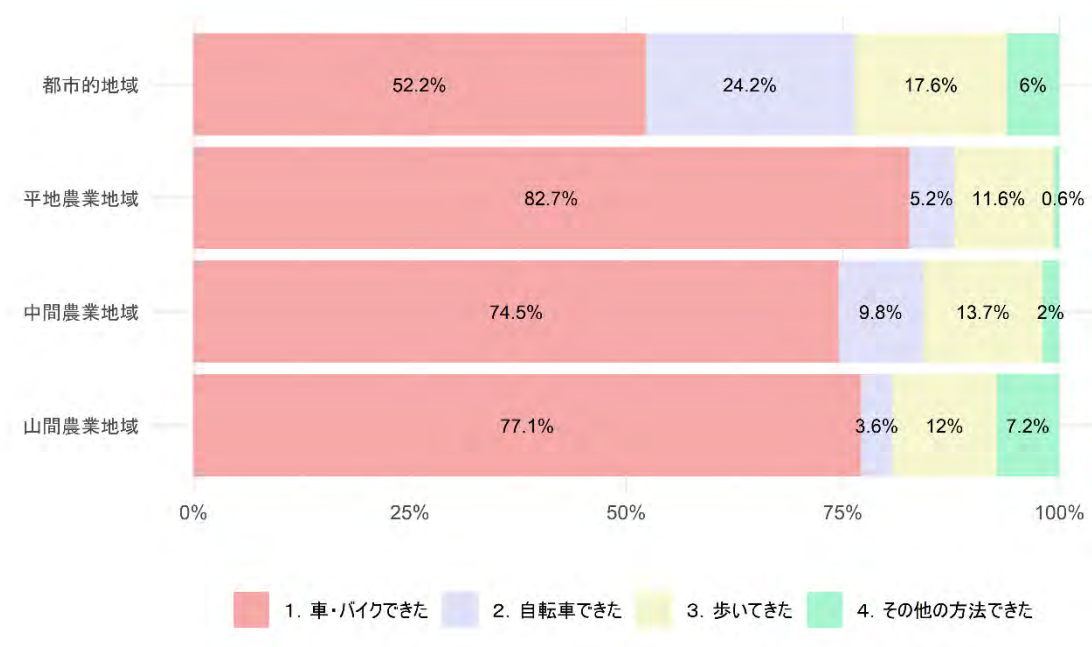
(1) 全体

約7割が「車・バイクできた」と回答している。その他の方法の多くは、バス等の公共交通機関である。



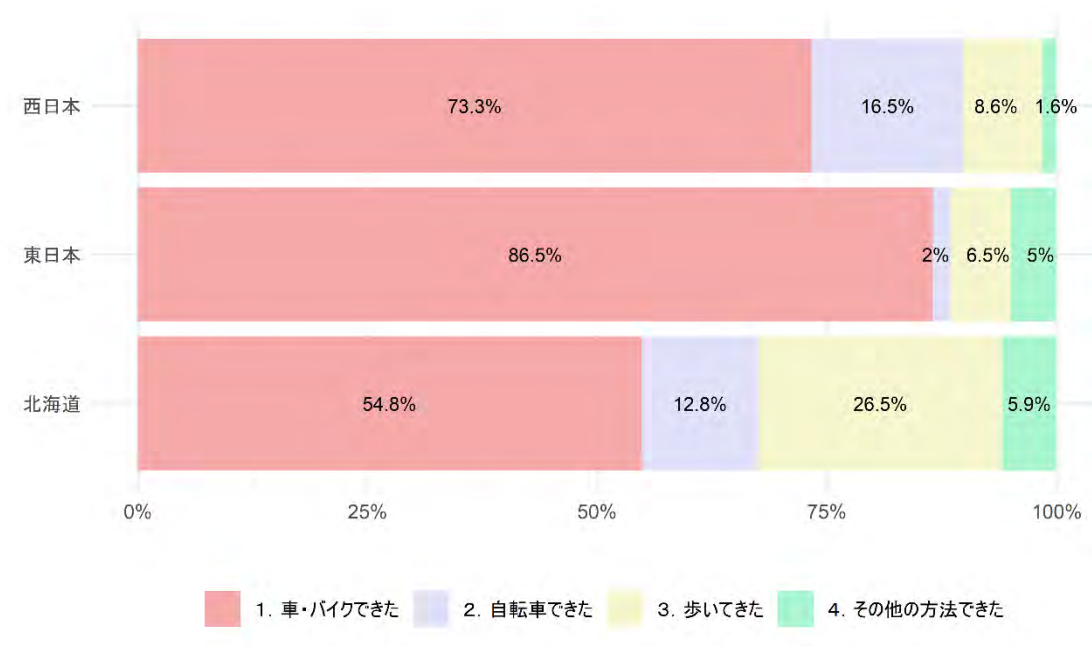
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に見ると、都市的地域では「車・バイクできた」比率が低い。



(3) 地域別

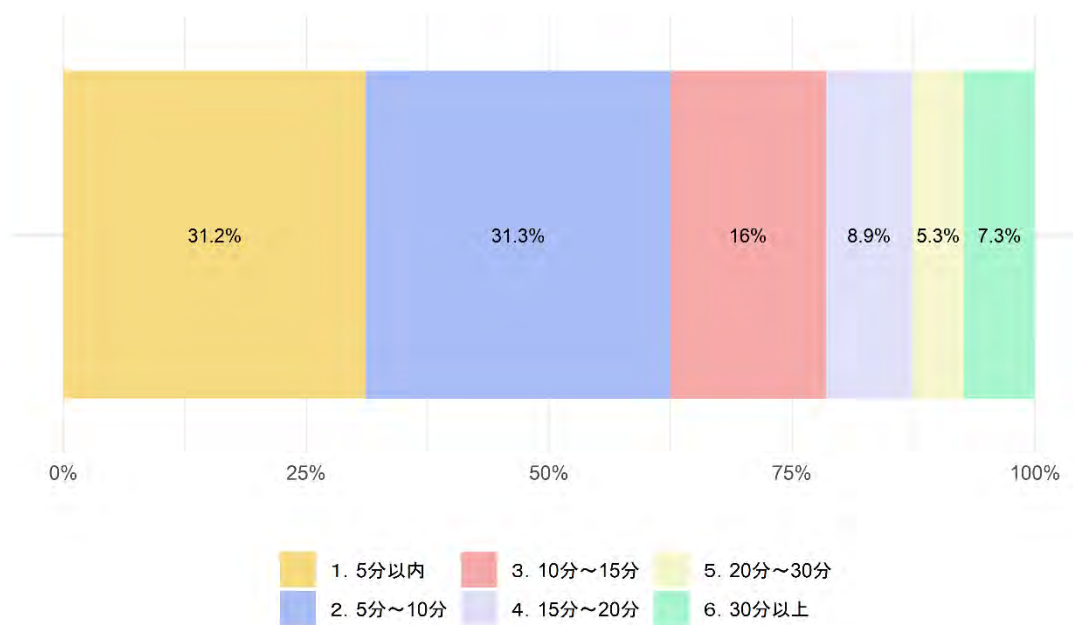
地域別に見ると北海道において、「車・バイクできた」比率が低い。



4.1.4. 所要時間

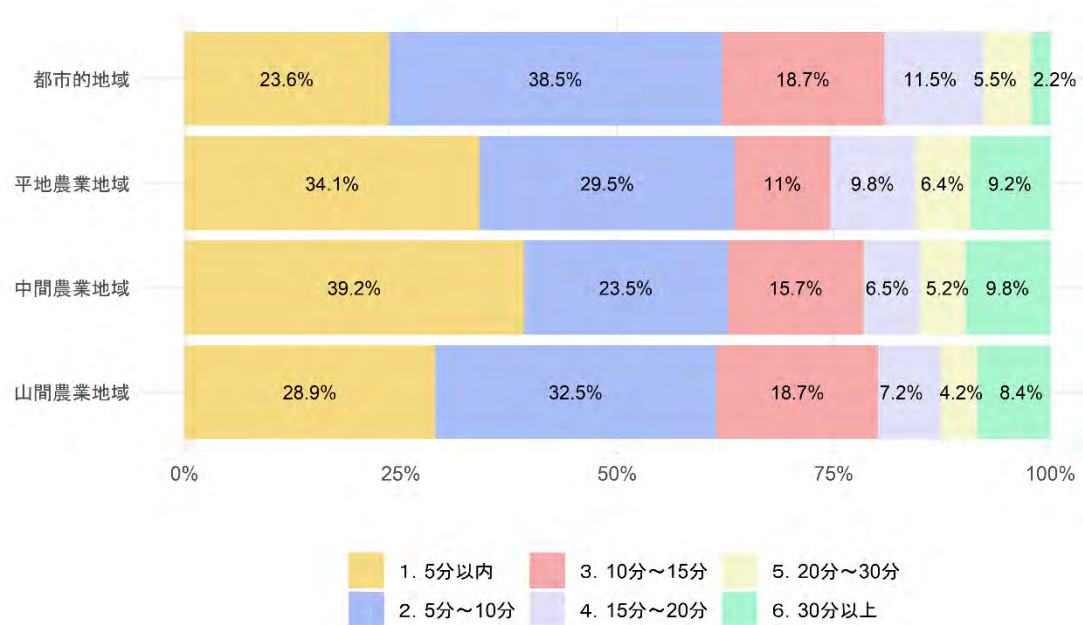
(1) 全体

所要時間は約6割が10分以内であるが、30分以上かかる地域からきている人もある程度いることがわかる。



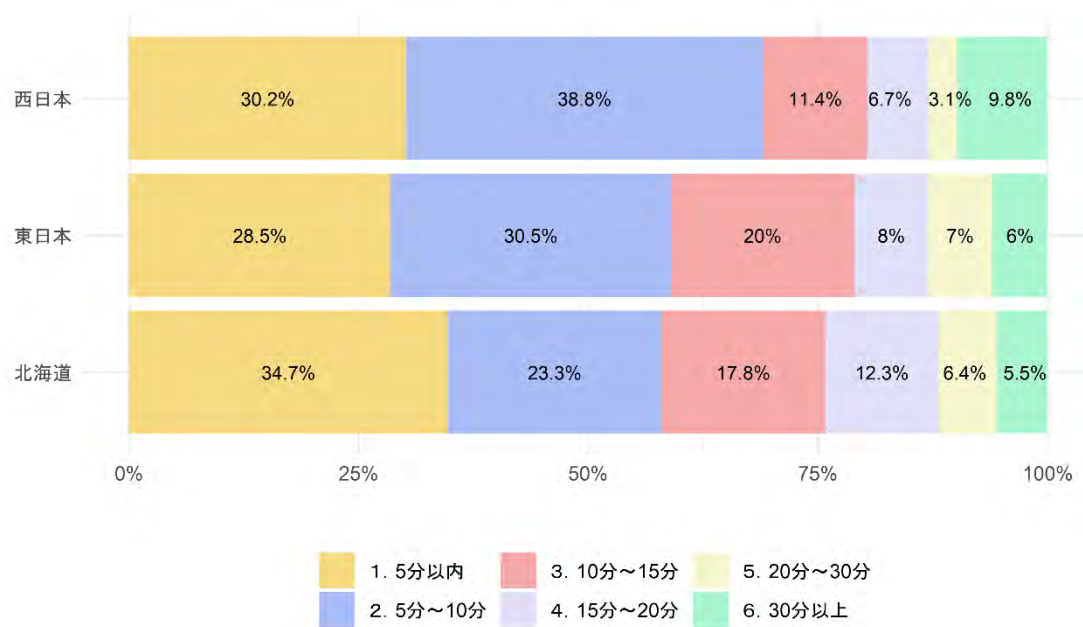
(2) 農業地域類型別

10 分以内の割合は、農業地域類型別に大きく変わらないものの、5 分内の割合については若干異なっている。



(3) 地域別

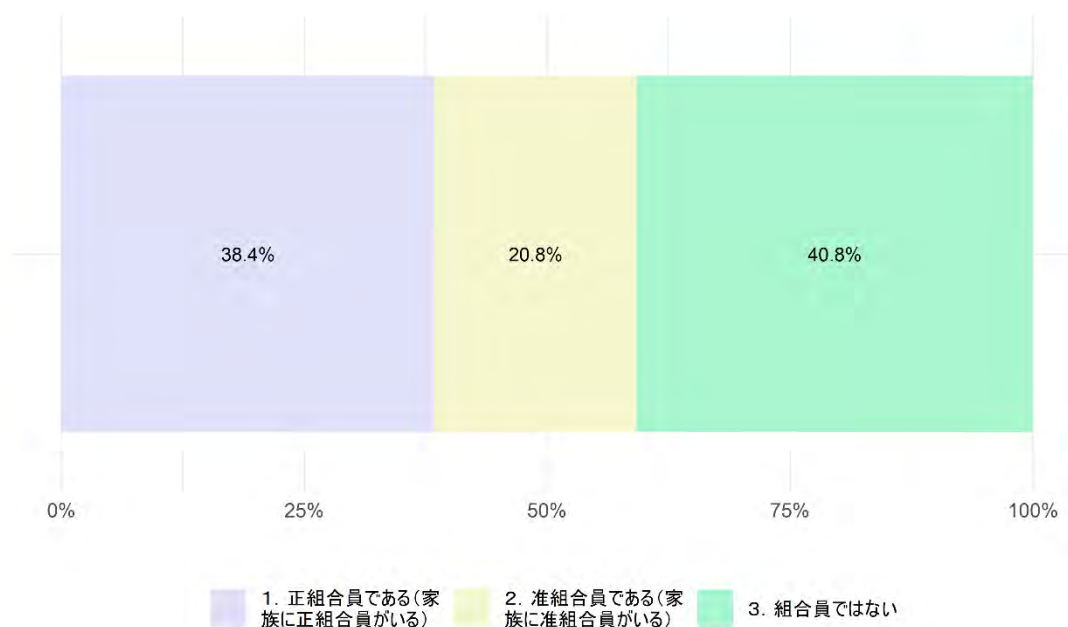
地域別に見ると、西日本の方がやや短い。



4.1.5. JA への加入状況

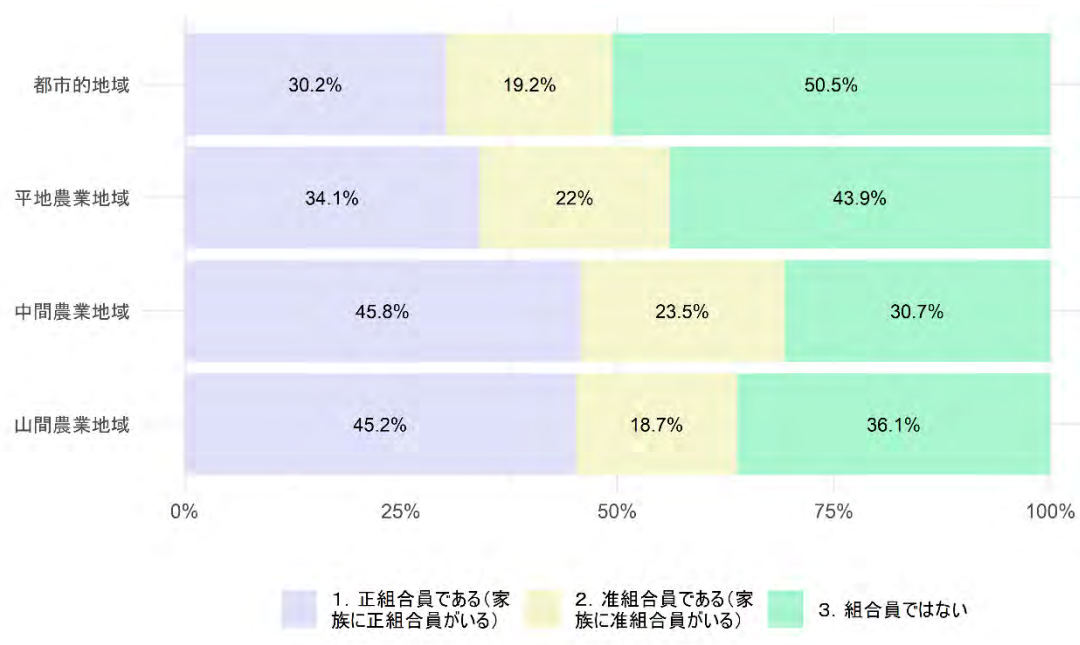
(1) 全体

正組合員である割合と組合員でない割合がほぼ同じで4割程度である。



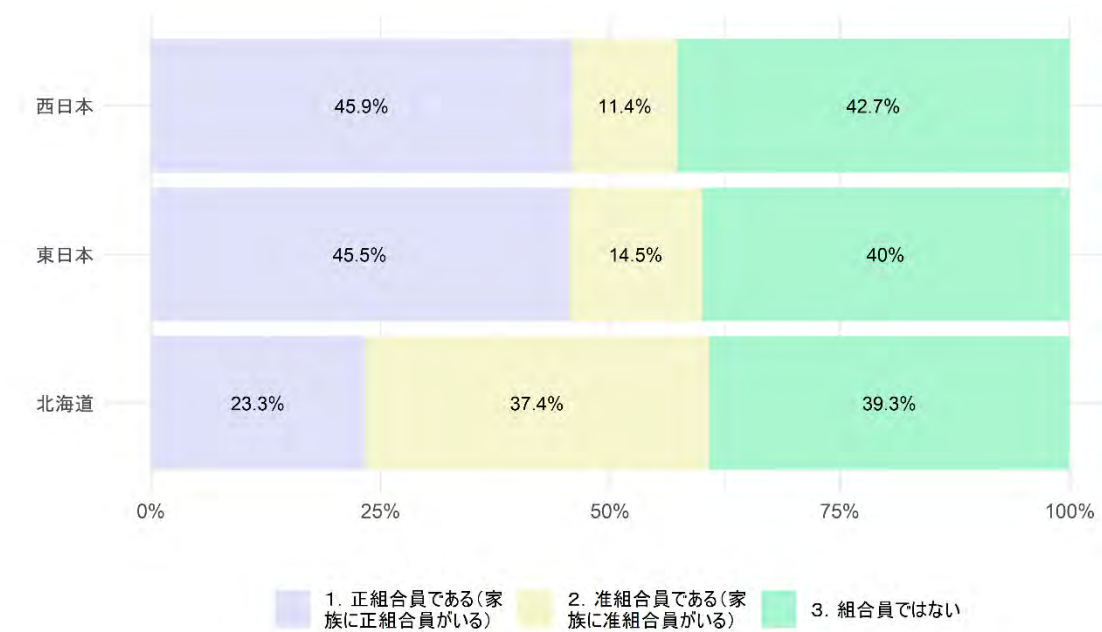
(2) 農業地域類型別

都市的地域での JA への加入率は低い。



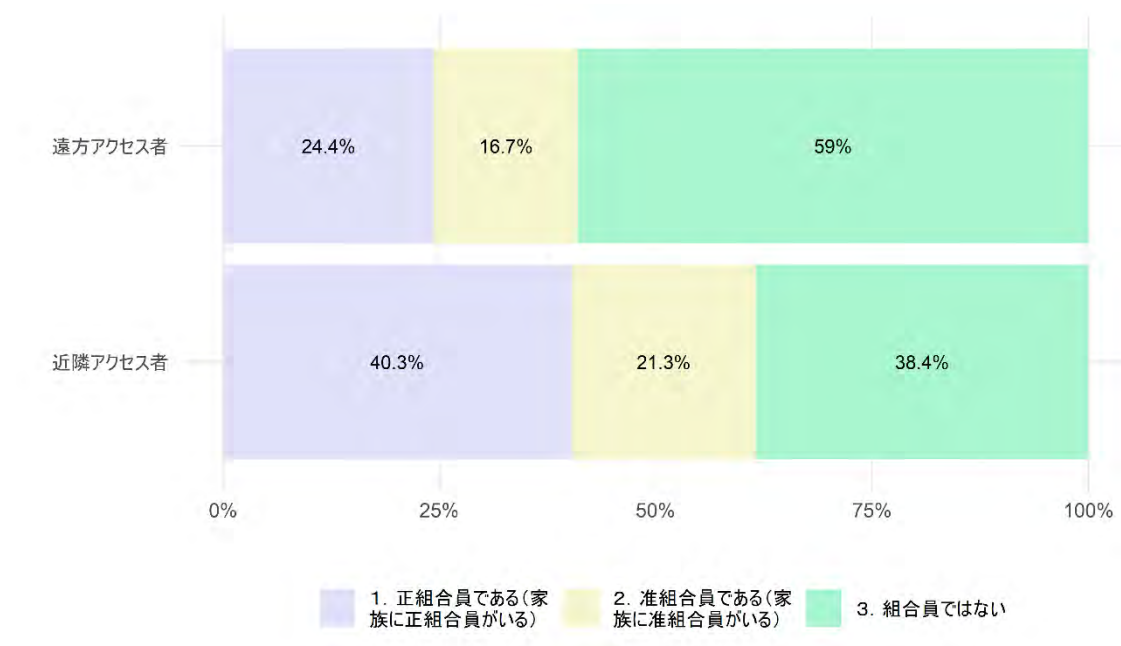
(3) 地域別

地域別に見ると北海道における正組合員率は低い。



(4) アクセス状況別

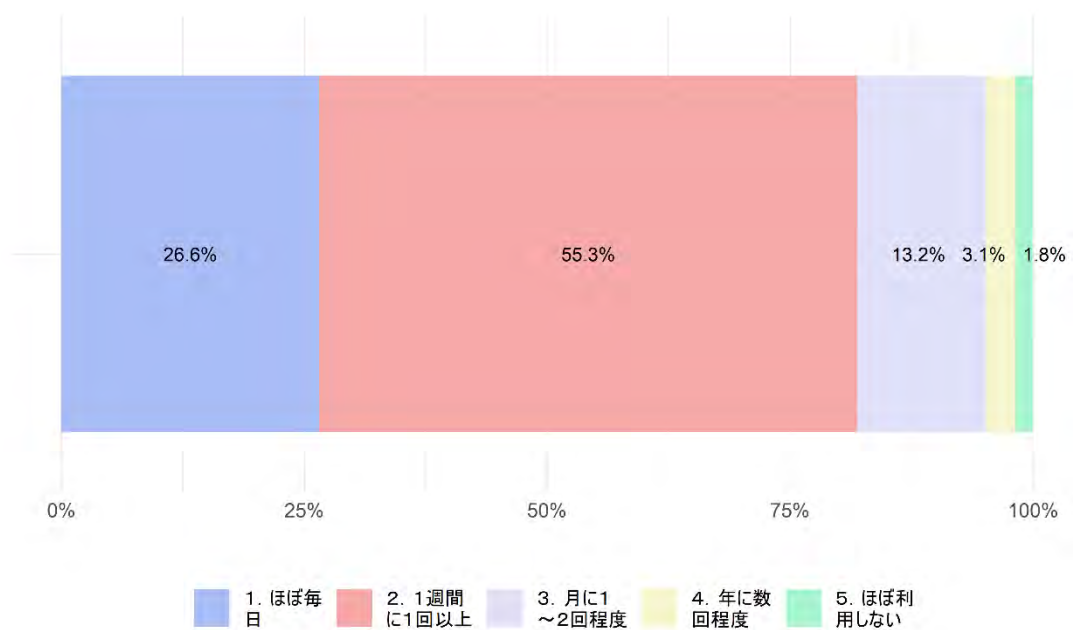
徒歩で15分以上、自動車で20分以上かかると回答した人を遠方アクセス者と定義し、遠方アクセス者、近隣アクセス者別に加入状況を比較した。その結果、遠方からアクセスしている人の正組合員率が低いことが明らかとなった。



4.1.6. 利用頻度

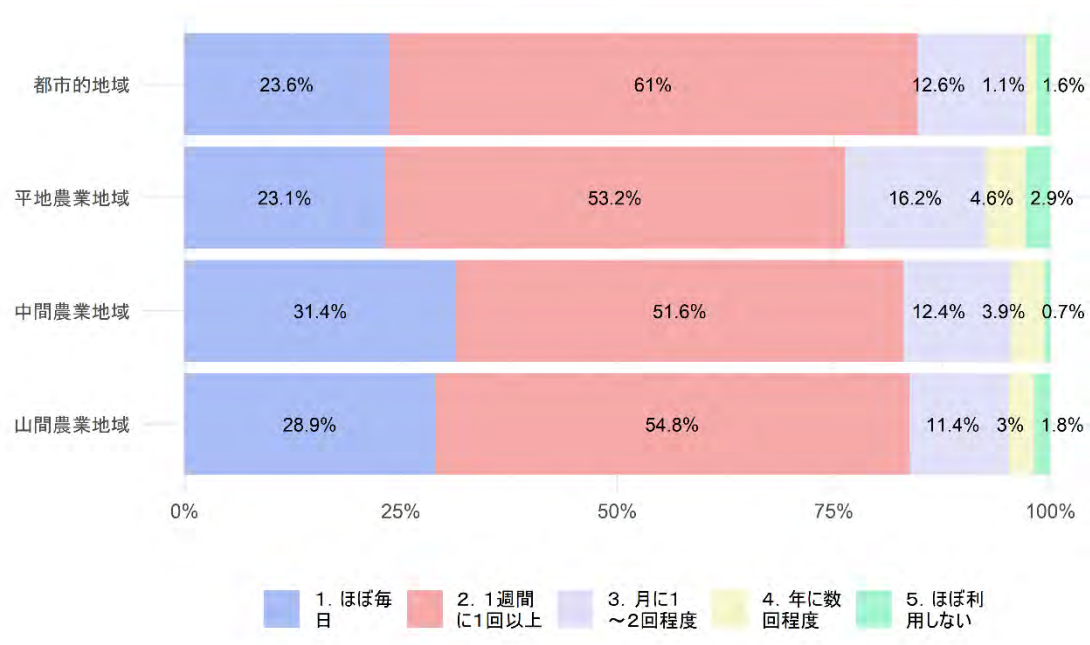
(1) 全体

利用頻度を見ると「1週間に1回以上」が半分以上であり、「ほぼ毎日」と併せると8割以上が週に1回以上利用している。



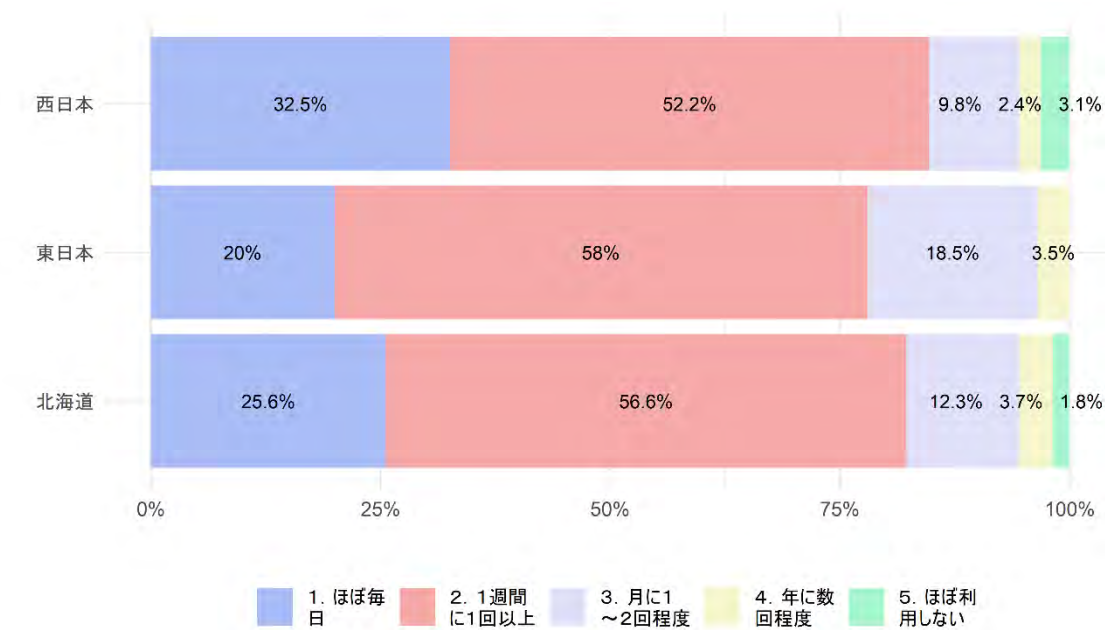
(2) 農業地域類型別

農業地域別に大きな違いは見られないが、平地農業地域において若干利用頻度が低い。



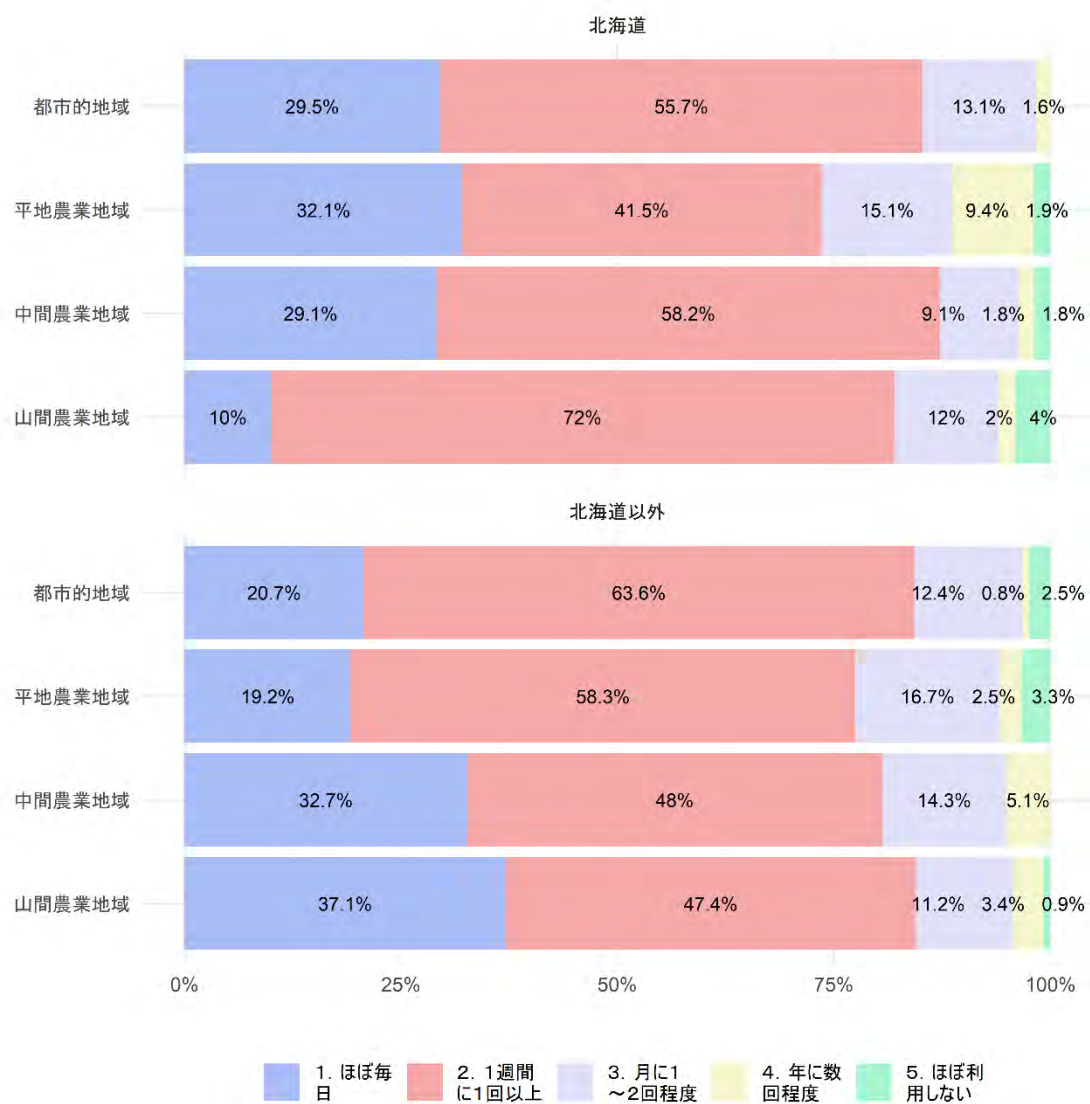
(3) 地域別

東日本において若干利用頻度が低くなっている。



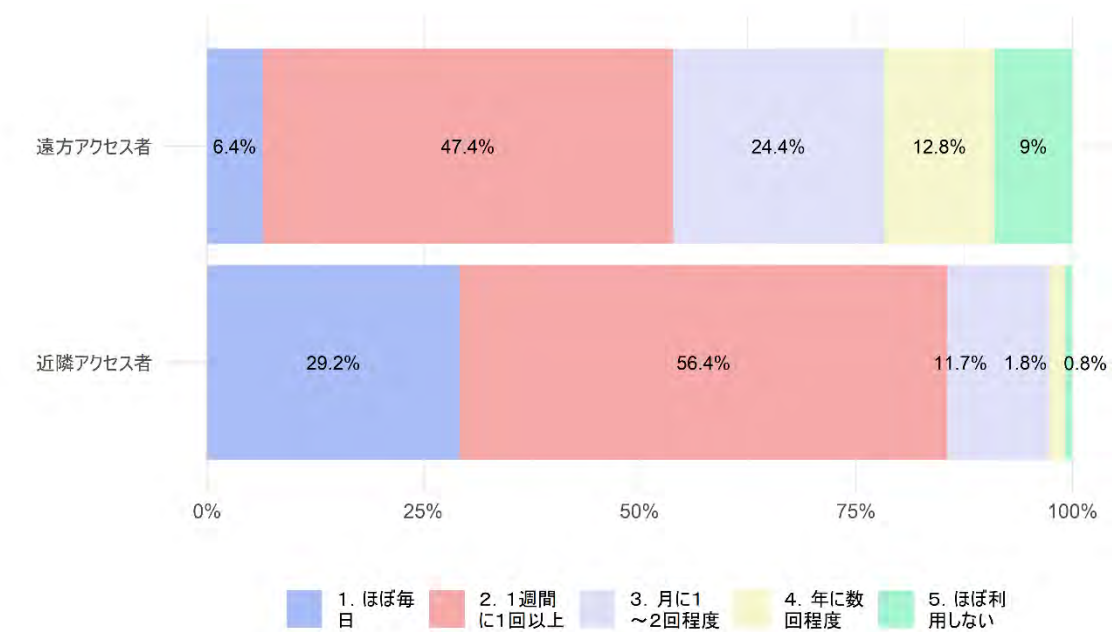
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道では山間農業地域、北海道以外では都市的地域、平地農業地域の「ほぼ毎日」率が低くなっている。



(5) アクセス状況別

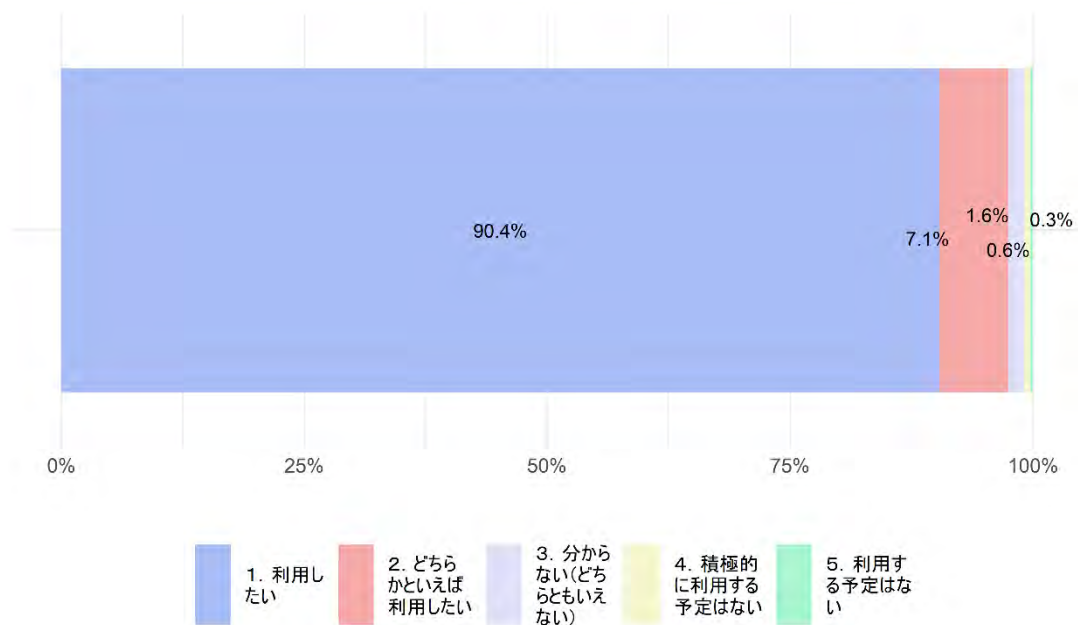
遠方からアクセスしている人の利用頻度は低い。



4.1.7. JA 施設の利用意向

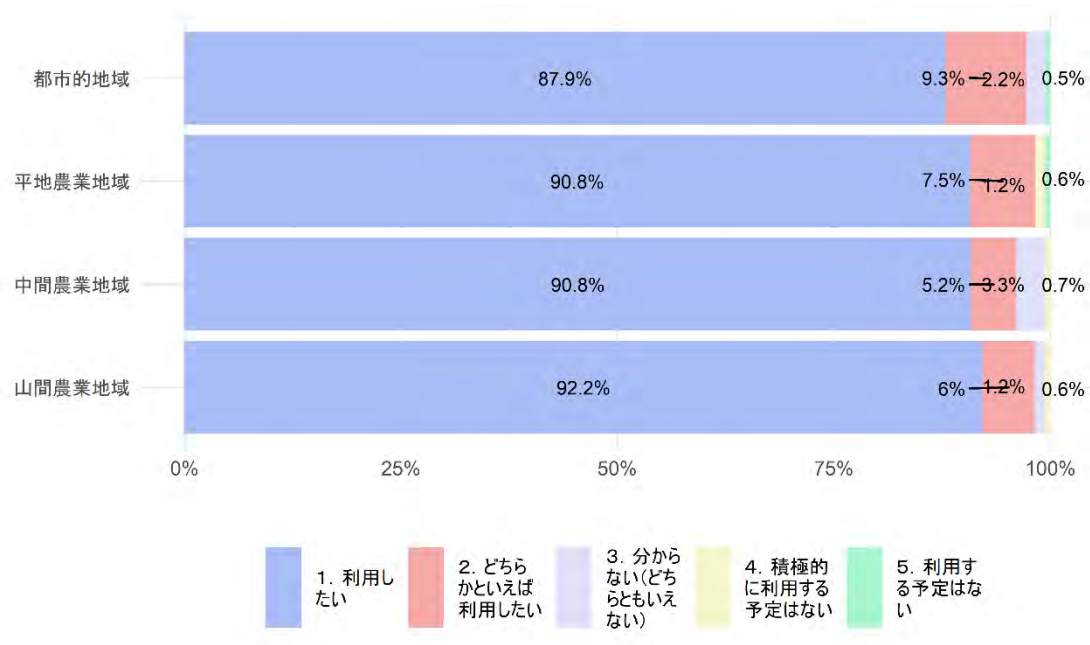
(1) 全体

全体として、「利用したい」と回答した人の割合が非常に高い。



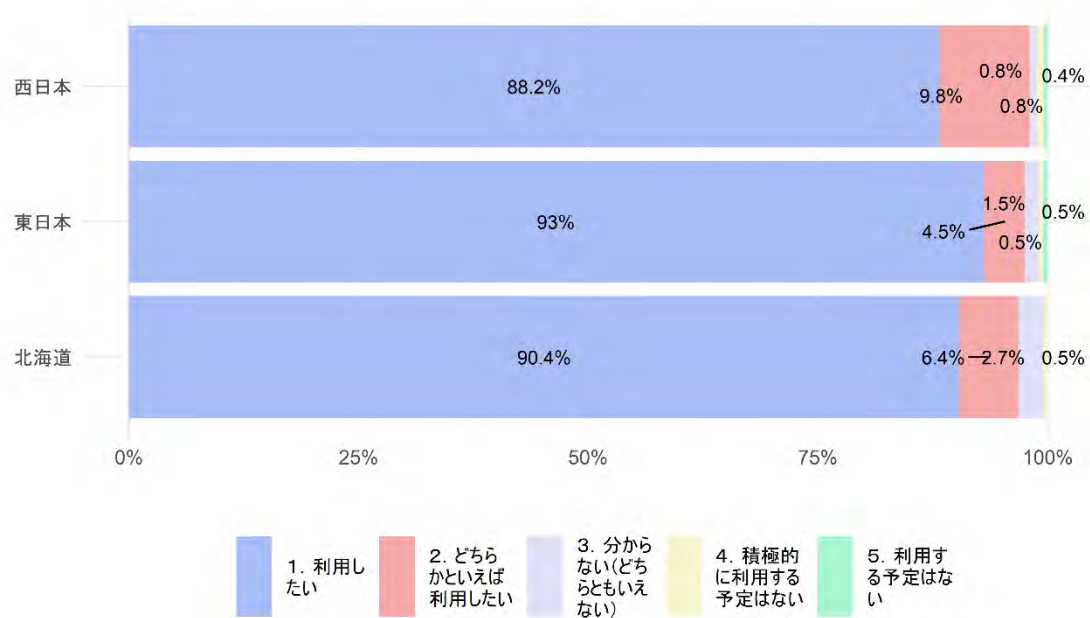
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別にみても全ての類型で高くなっている。



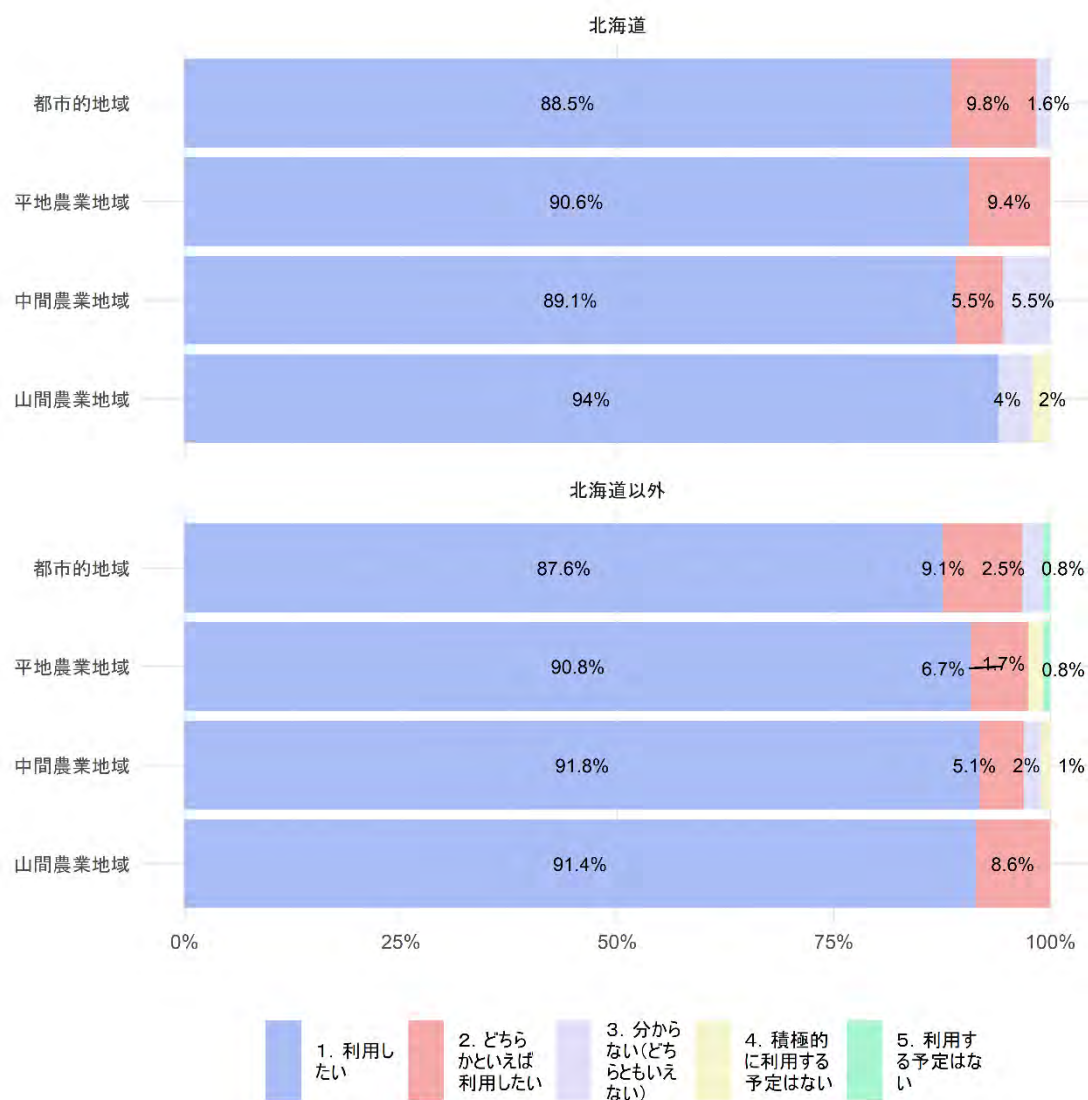
(3) 地域別

地域別に見てもほぼ全ての地域で高くなっている。



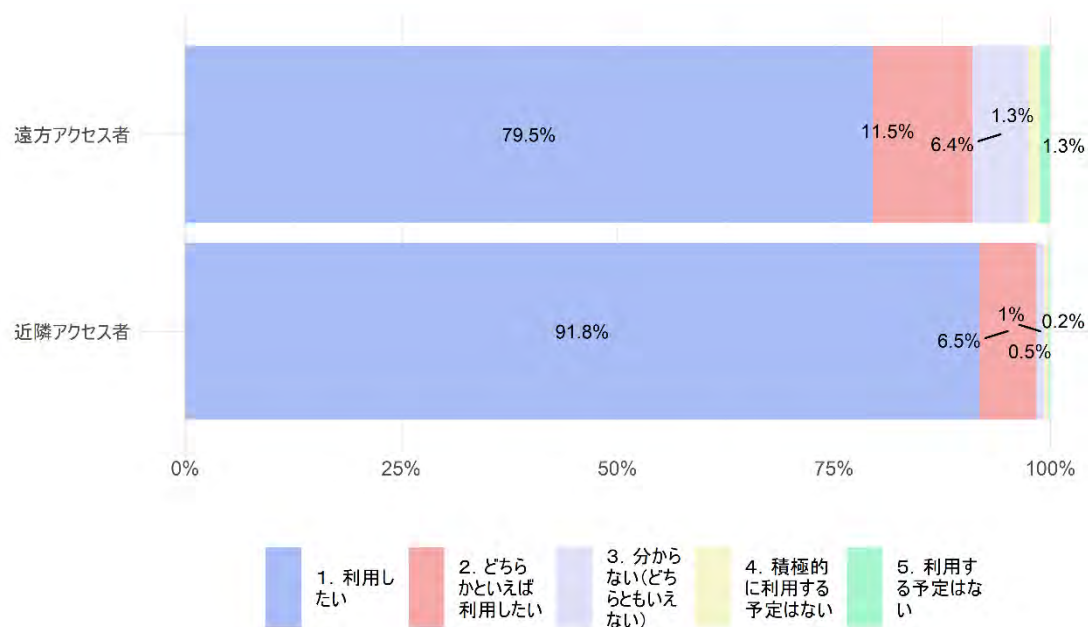
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

農業地域類型別、地域別に見ても、ほとんどの区分で利用したいと回答している。



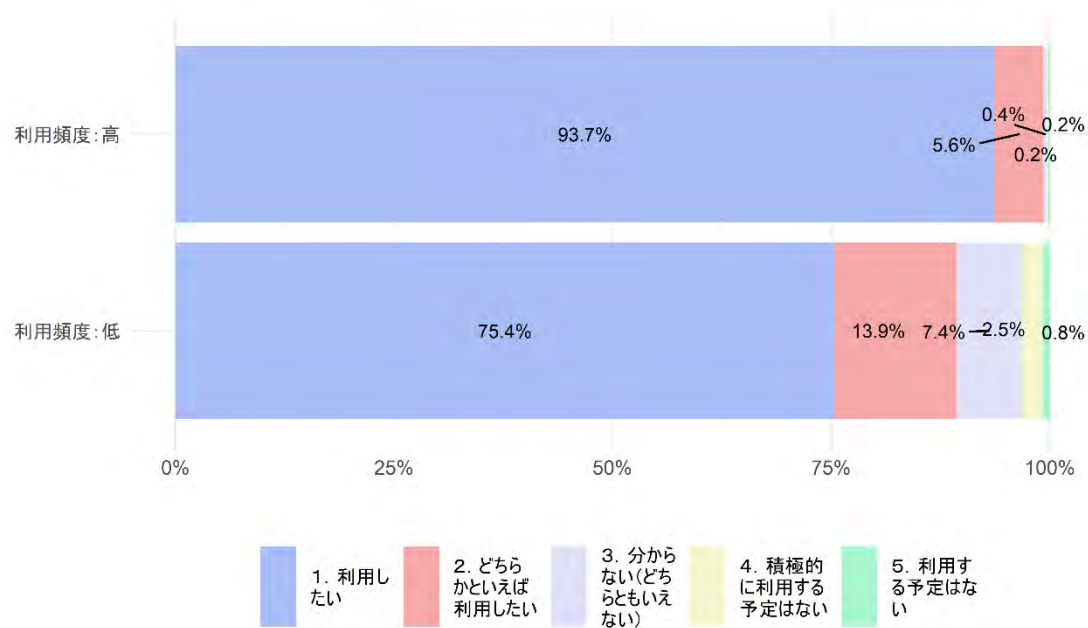
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の方が今後の利用意向が低くなっている。



(6) 利用頻度別

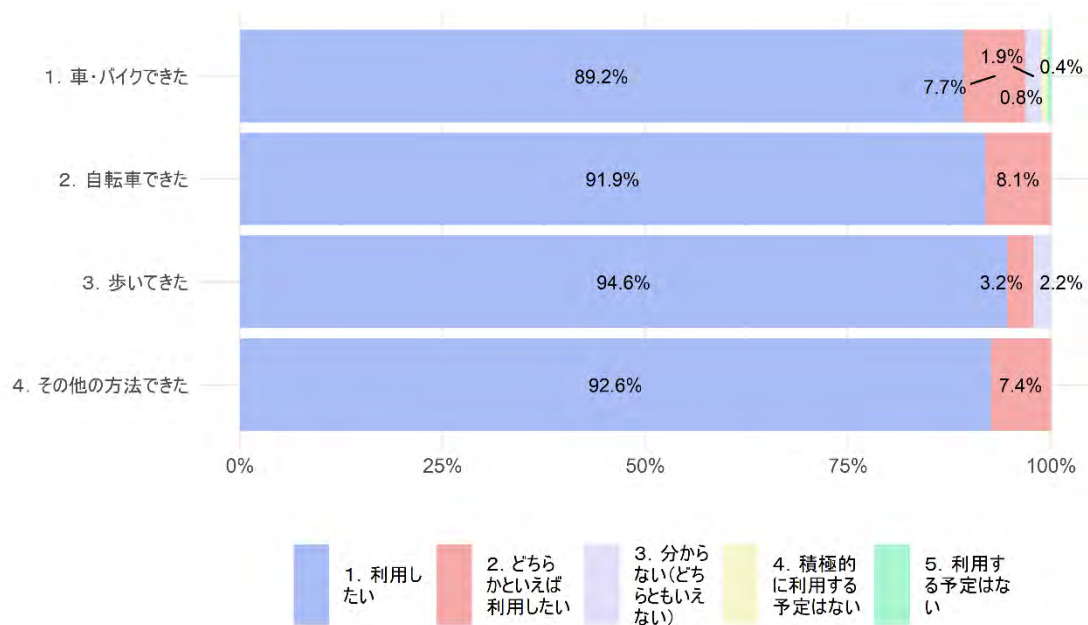
利用頻度が低い人の利用意向は低くなっている。



(7) 移動手段別

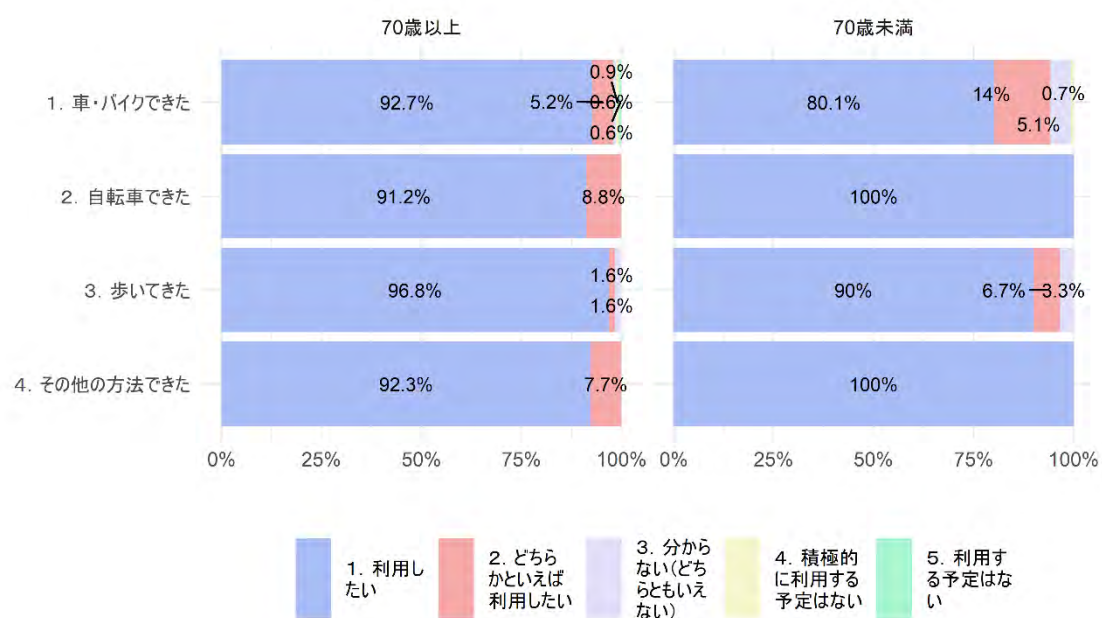
①全体

移動手段別には利用意向に大きな差は生じていない。



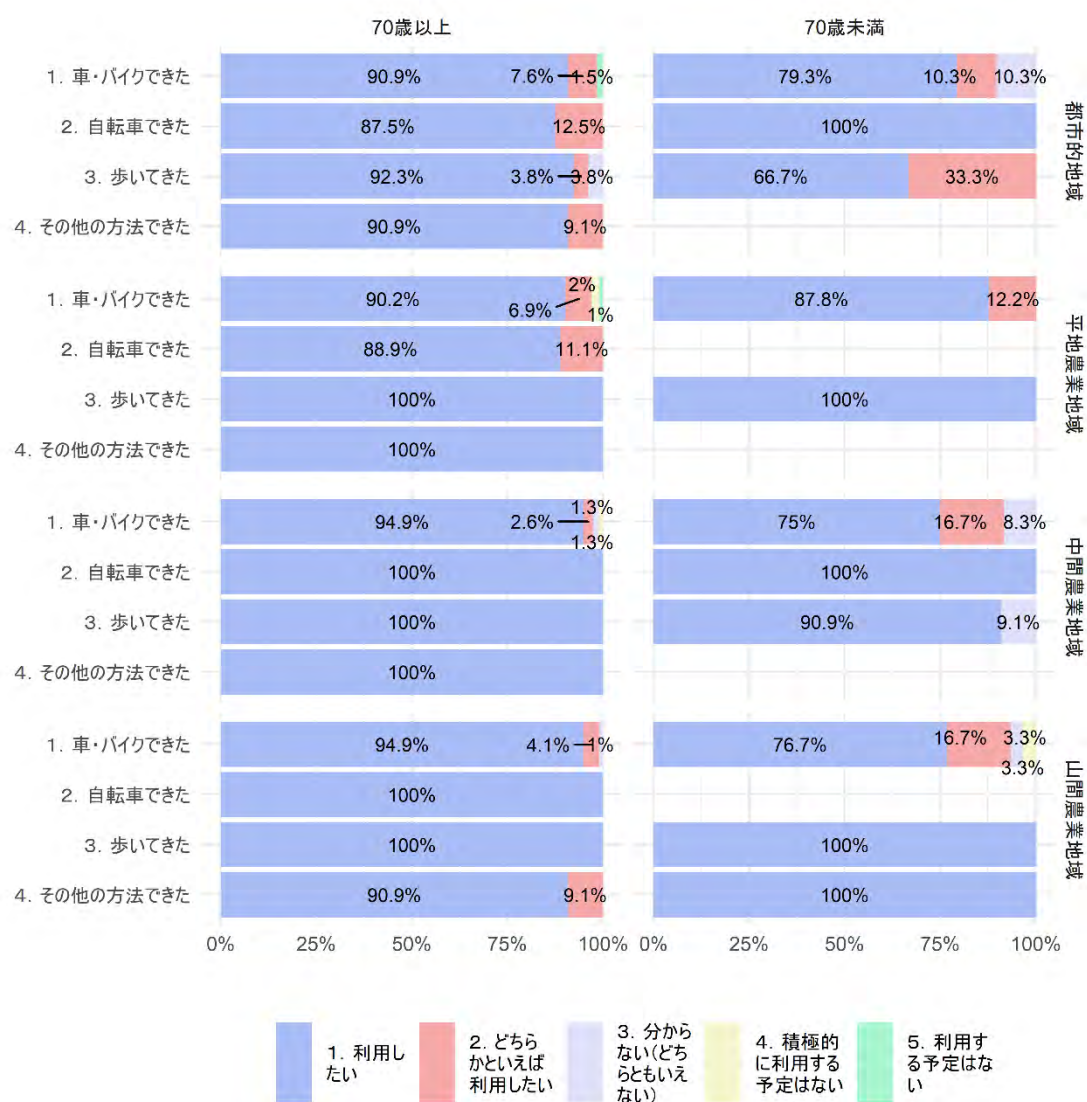
②年齢別

70歳未満の利用者で「車・バイクできた」と回答した人の利用意向が若干低くなっている。



③年齢別・農業地域類型別

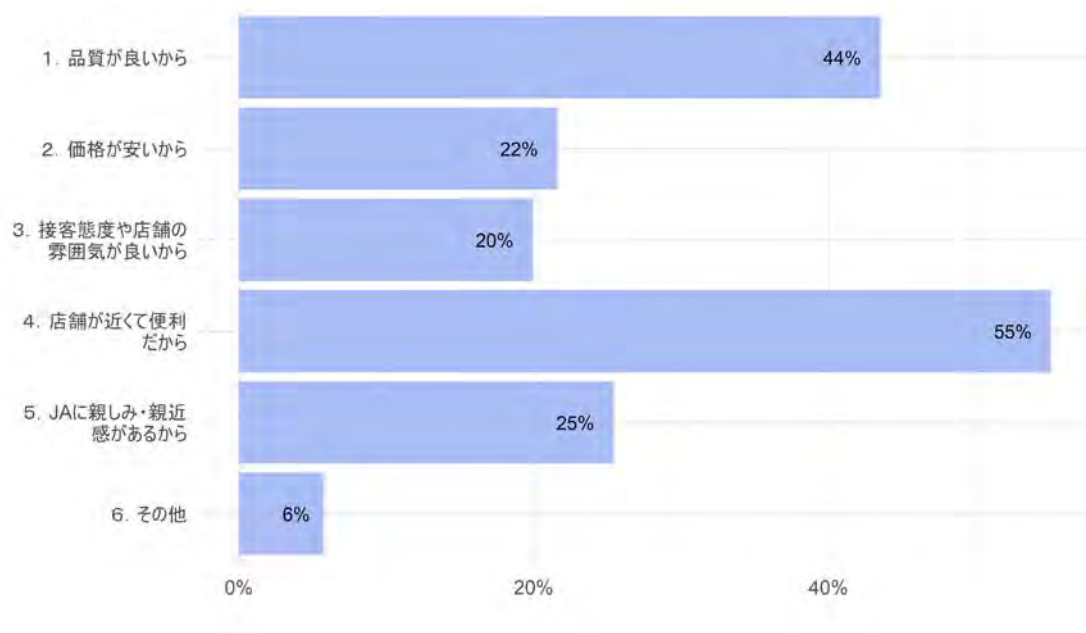
さらに、農業地域類型別に区分すると、いずれの類型でも上記と同じような傾向となった。



4.1.8. 今後も利用したい理由

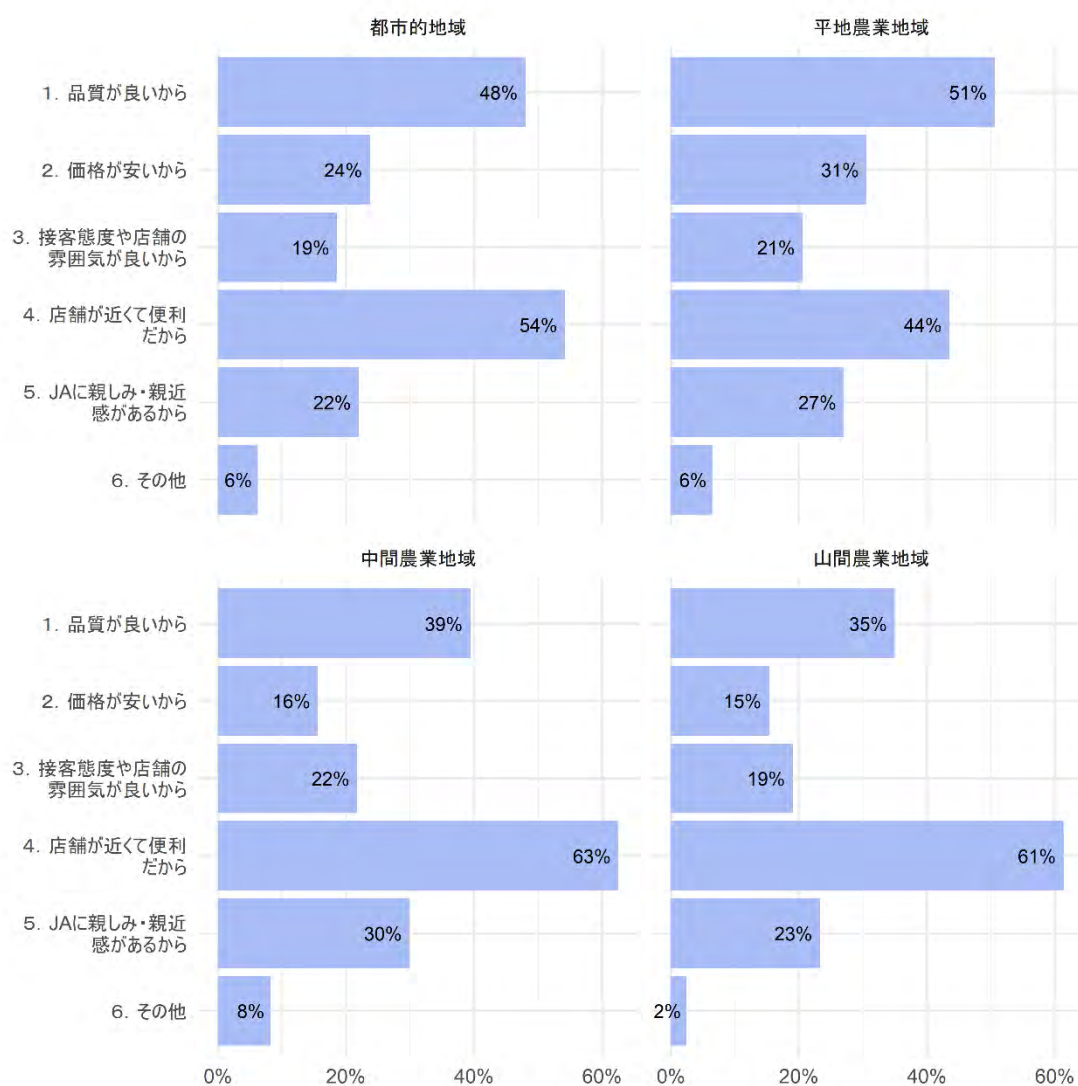
(1) 全体

今後も利用したい理由として、「店舗が近くて便利だから」が最も多く、「品質が良いから」がそれにつづいている。「JAに親しみ・親近感があるから」との回答も25%程度あった。



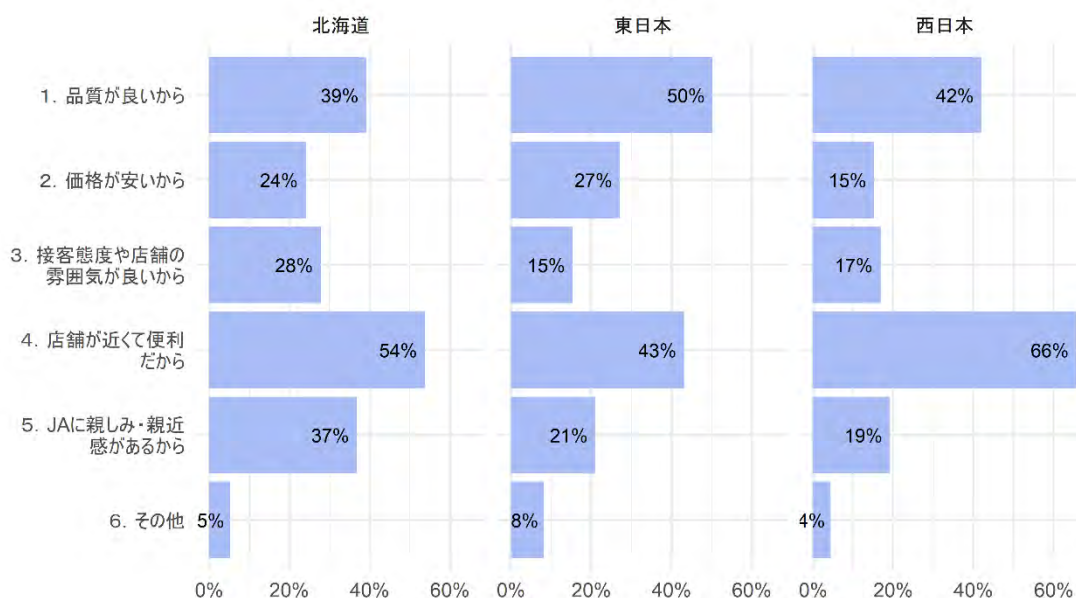
(2) 農業地域類型別

いずれの類型においても「店舗が近くて便利だから」が最も高かった。品質については、都市的地域、平地農業地域における評価が高い。また、これらの地域では価格に対する評価も高くなっている。



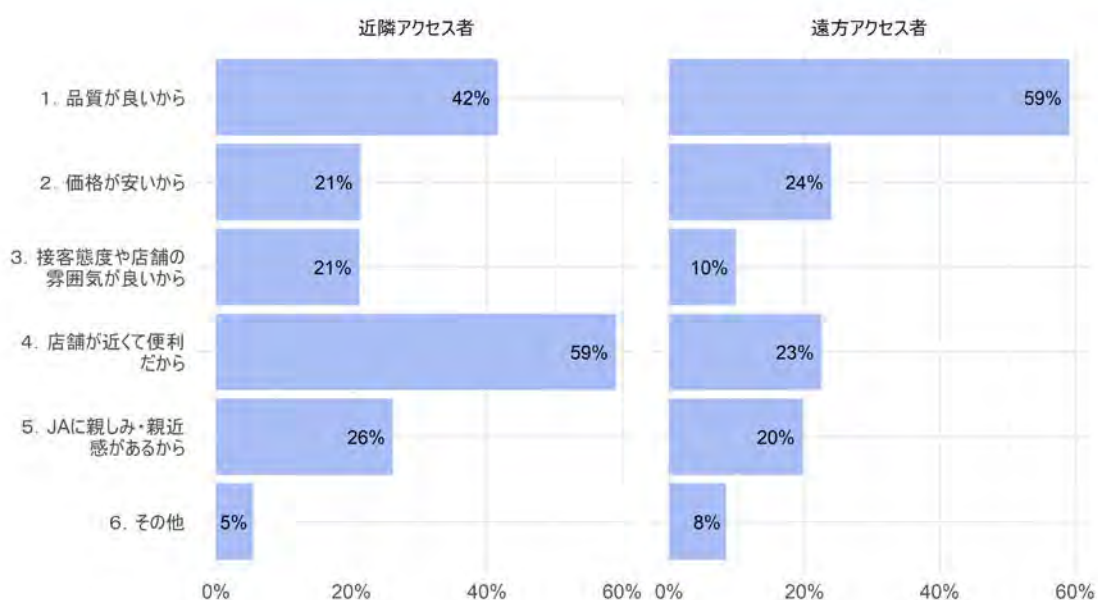
(3) 地域別

地域別に見ると、東日本において「品質が良いから」が最も多く選ばれている。



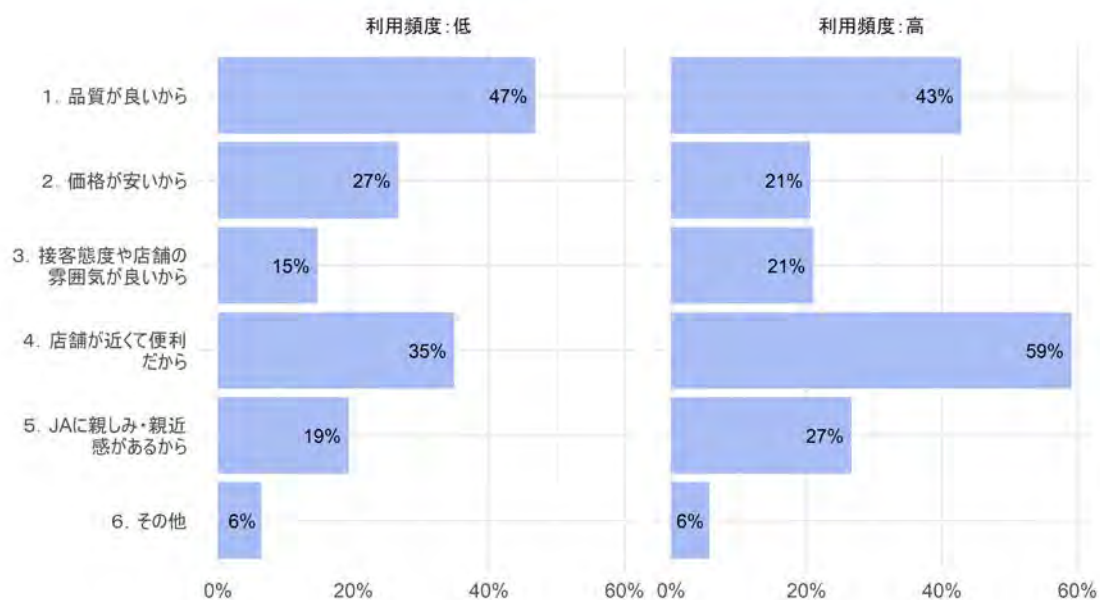
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人は品質に対する評価がより高くなっている。



(5) 利用頻度別

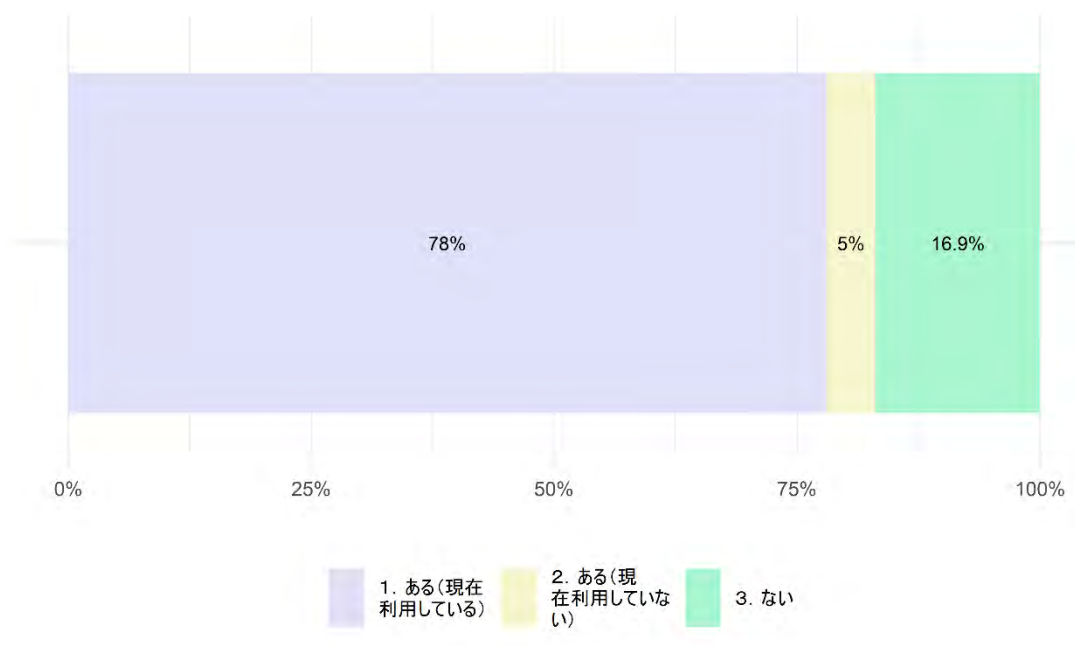
利用頻度が高いほど、立地に対する評価が高い。



4.1.9. JA 施設以外の利用

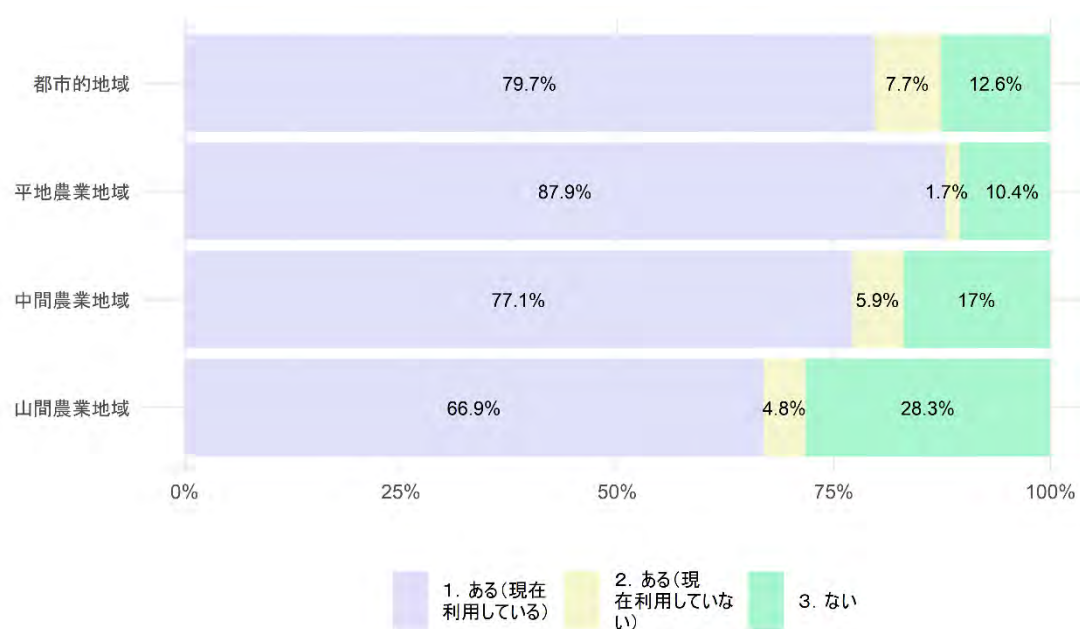
(1) 全体

多くの回答者が JA 施設以外に利用している店舗があると回答している一方で、「ない」と回答している人も 2 割近く存在している。



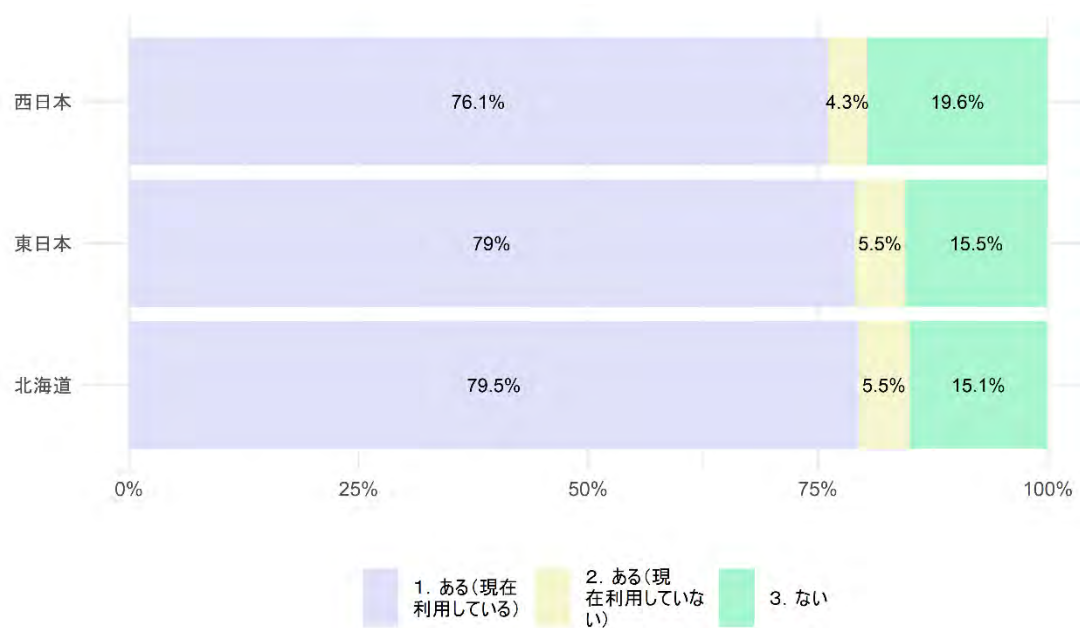
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に見ると山間農業地域において、他の店舗がないと回答している割合が高い。



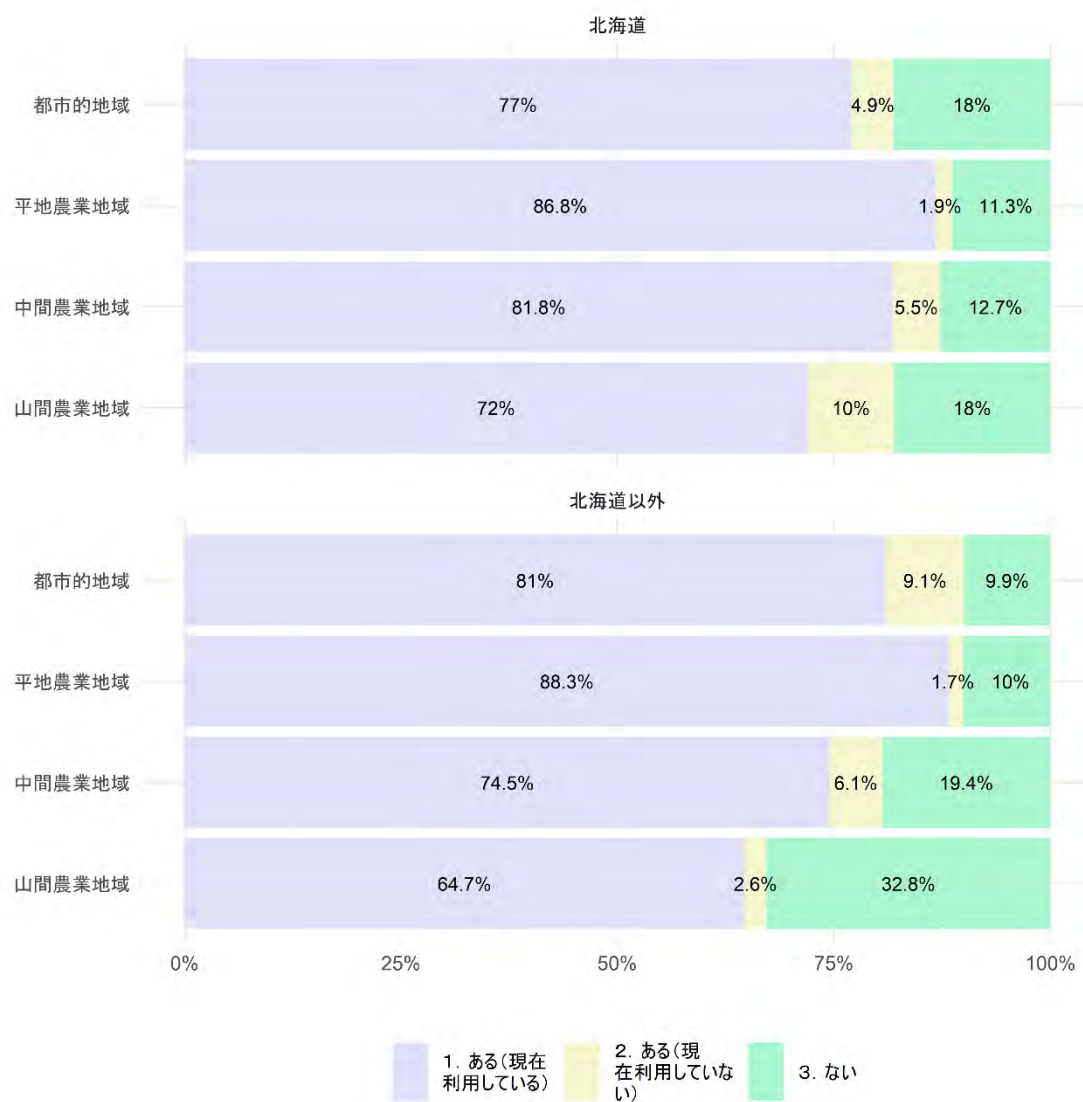
(3) 地域別

地域別に大きな差はないが、西日本で店舗がないと回答している割合が若干高い。



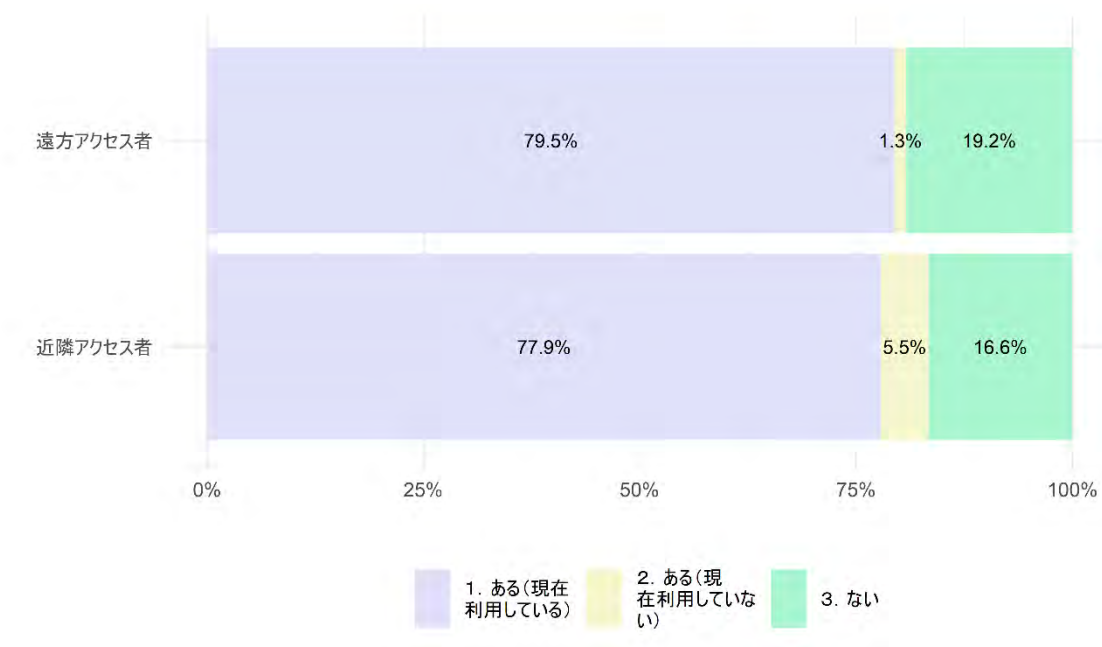
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

特に北海道以外の方が、店舗がない割合が高い。



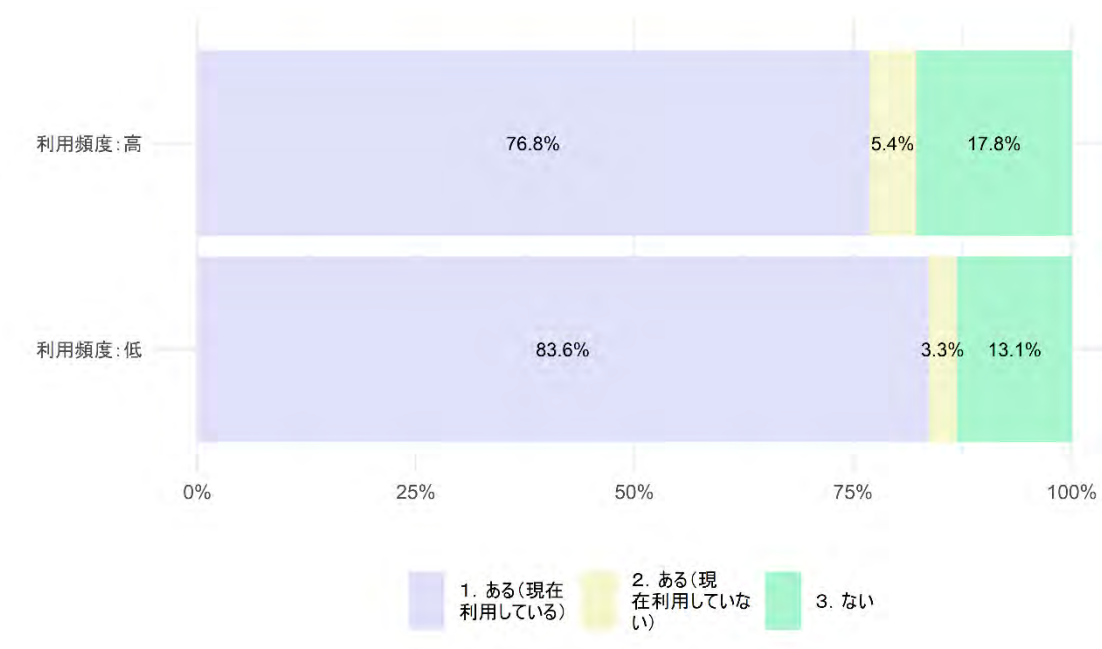
(5) アクセス状況別

アクセス状況別には大きな違いは見られない。



(6) 利用頻度別

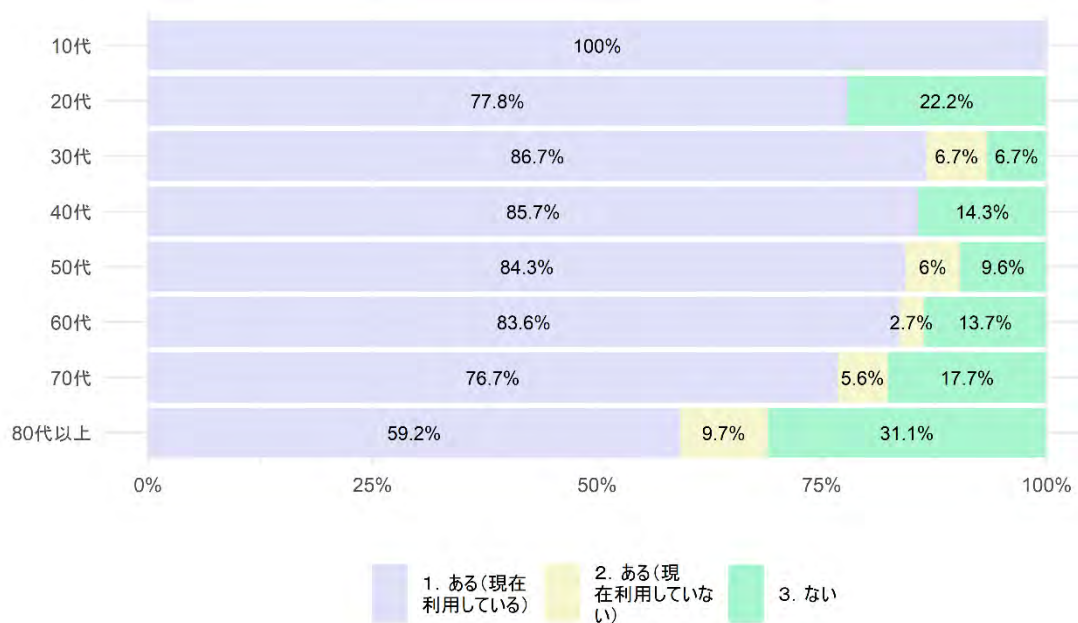
利用頻度が高い人の方が他の店がないと回答している割合が若干高い。



(7) 年齢層別

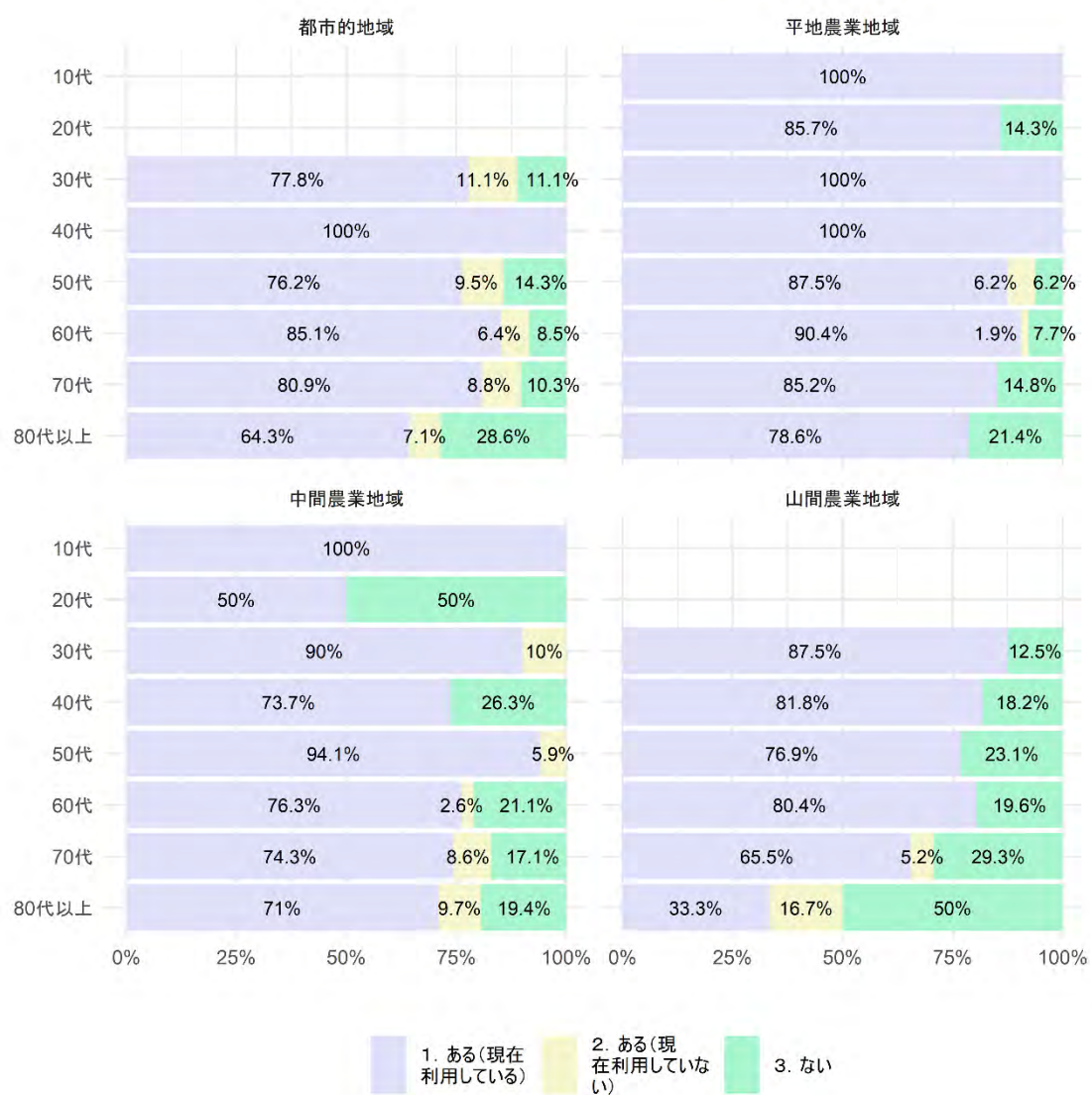
①全体

年齢が高くなるにつれ、他の施設がないと回答する割合が高くなっている。



②農業地域類型別

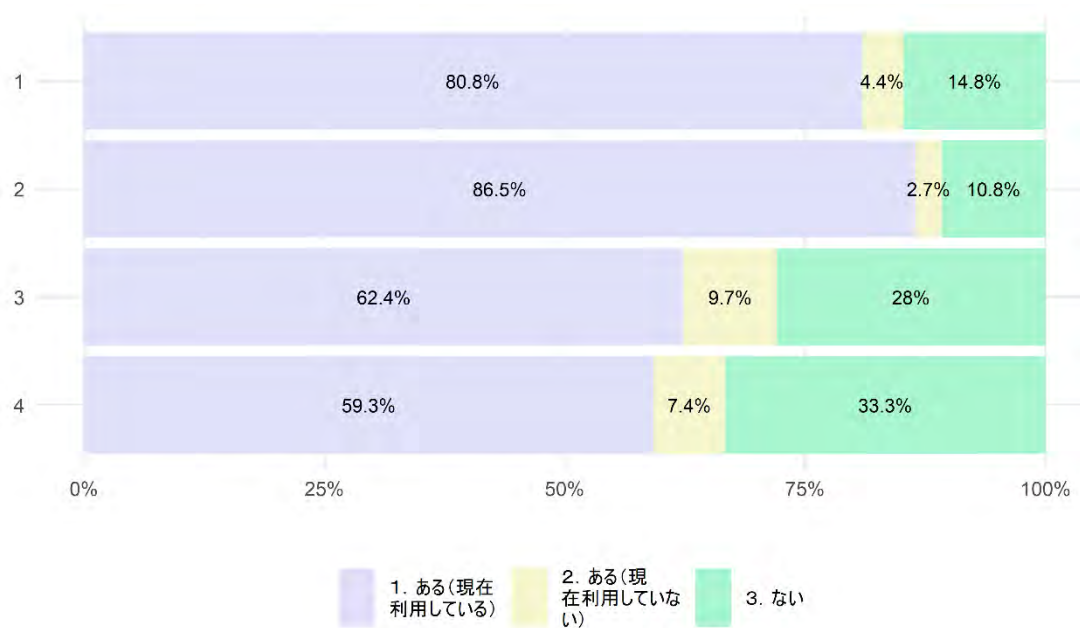
全体として、年齢が高くなるにつれ、他の施設がないと回答する割合が高くなるが、山間農業地域では特に顕著である。



(8) 移動手段別

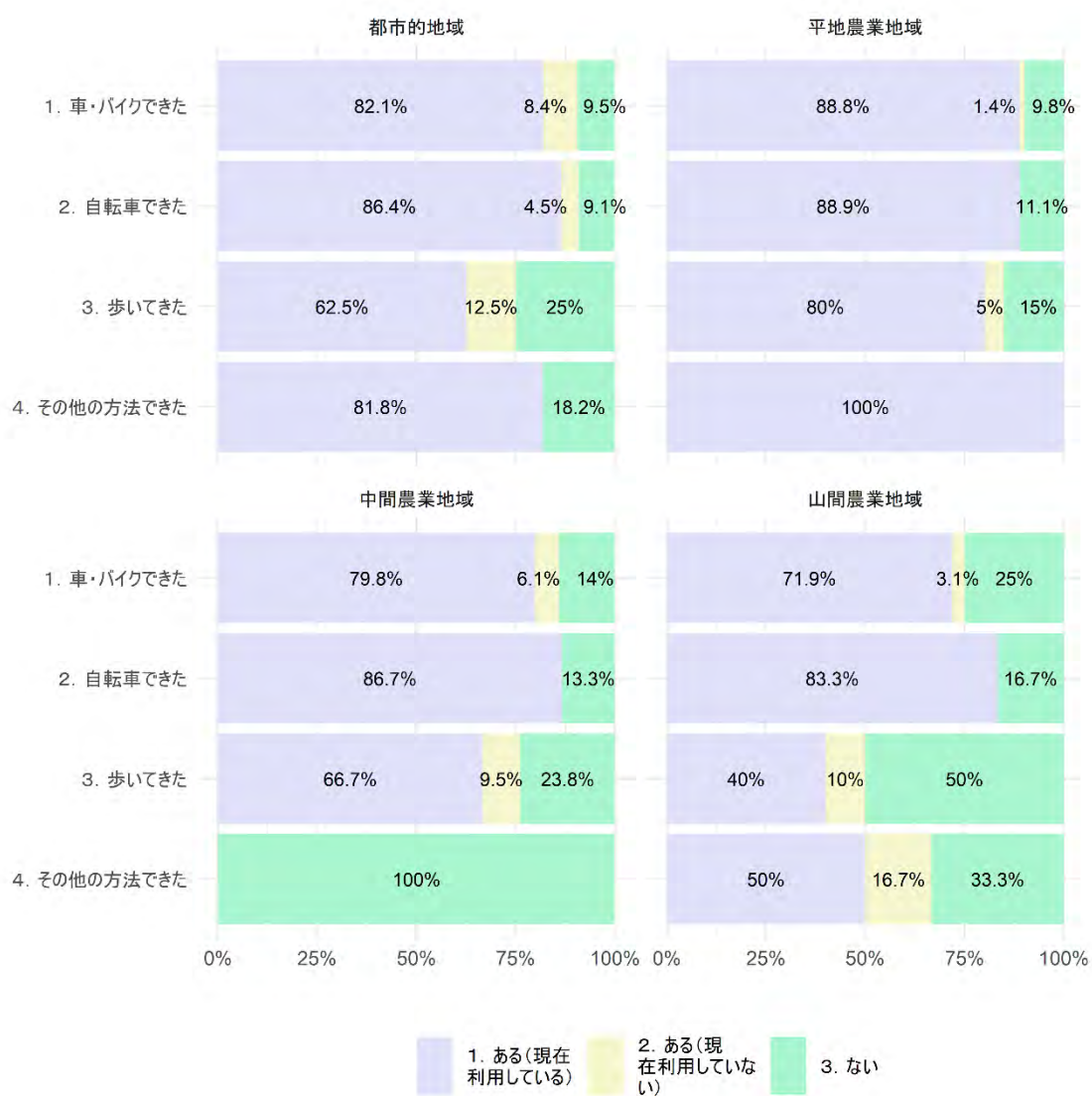
①全体

移動手段が歩き、その他（主に公共交通機関）であるほうが、他の施設がないと回答する割合が高くなっている。



②農業地域類型別

「その他の方法できた」という回答は少ないため、若干結果はばらついているが、歩いてきた人の「ない」という回答率は中間、山間農業地域で顕著となっている。

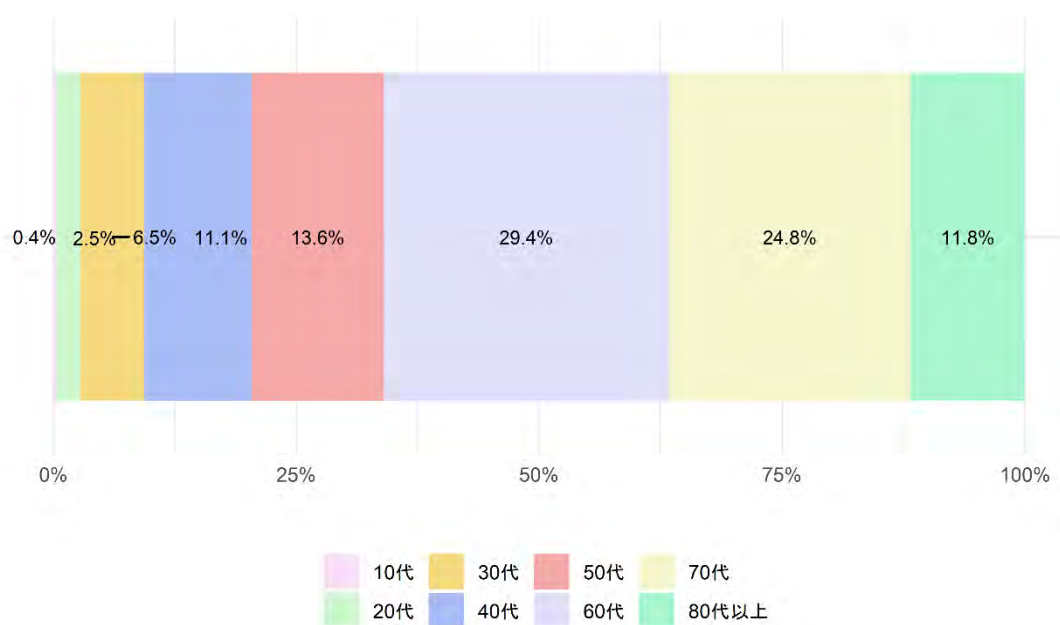


4.2. 金融サービス

4.2.1. 回答者の年代

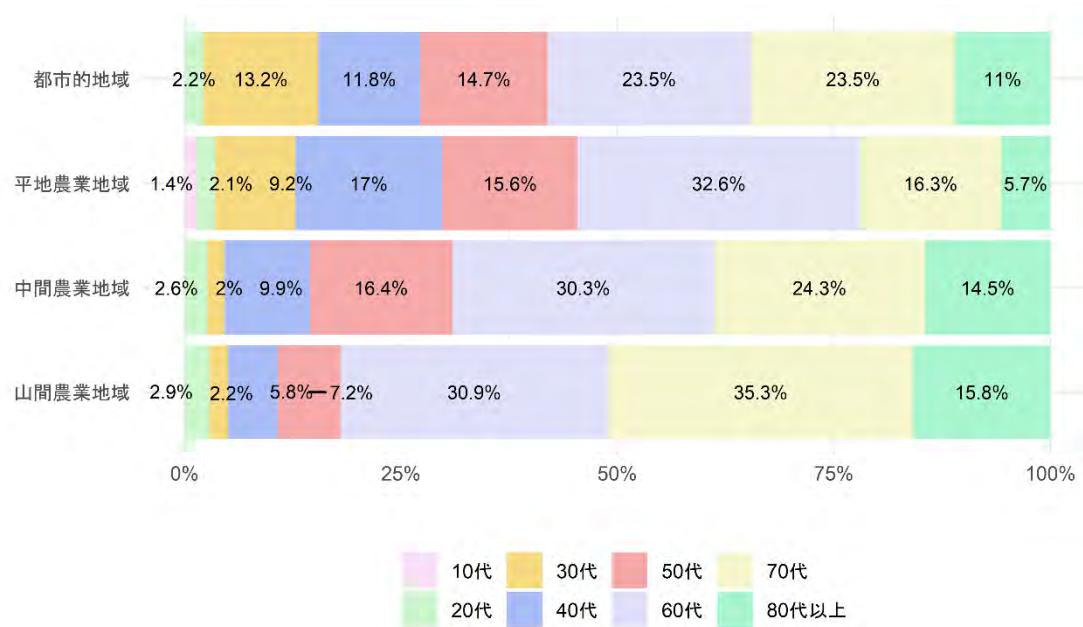
(1) 全体

回答者の年代を見ると約6割が60歳以上であるが、購買サービスと比較すると若干年齢層が低くなっている。



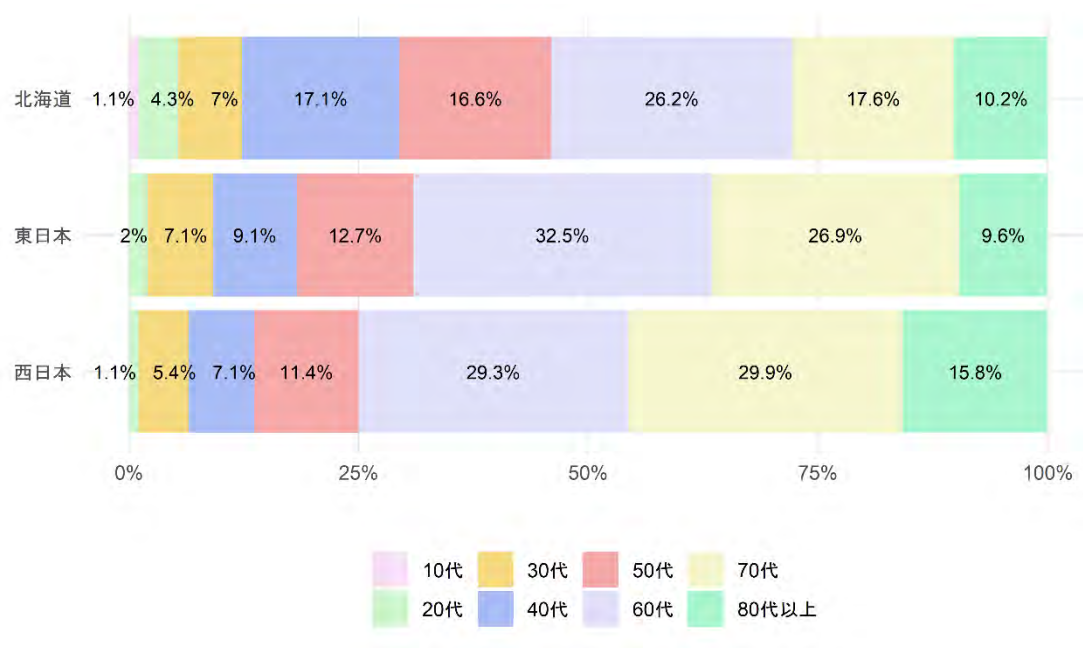
(2) 農業地域類型別

中間、山間農業地域となるにつれ年代が高くなっている。



(3) 地域別

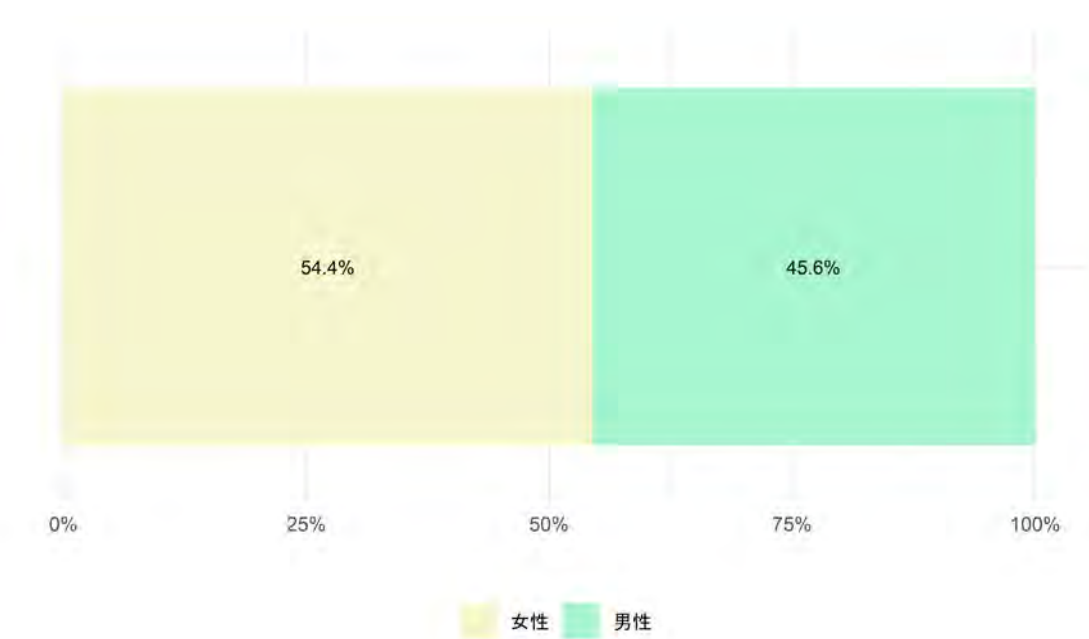
北海道の年齢層が低く、西日本で高くなっている。



4.2.2. 回答者の性別

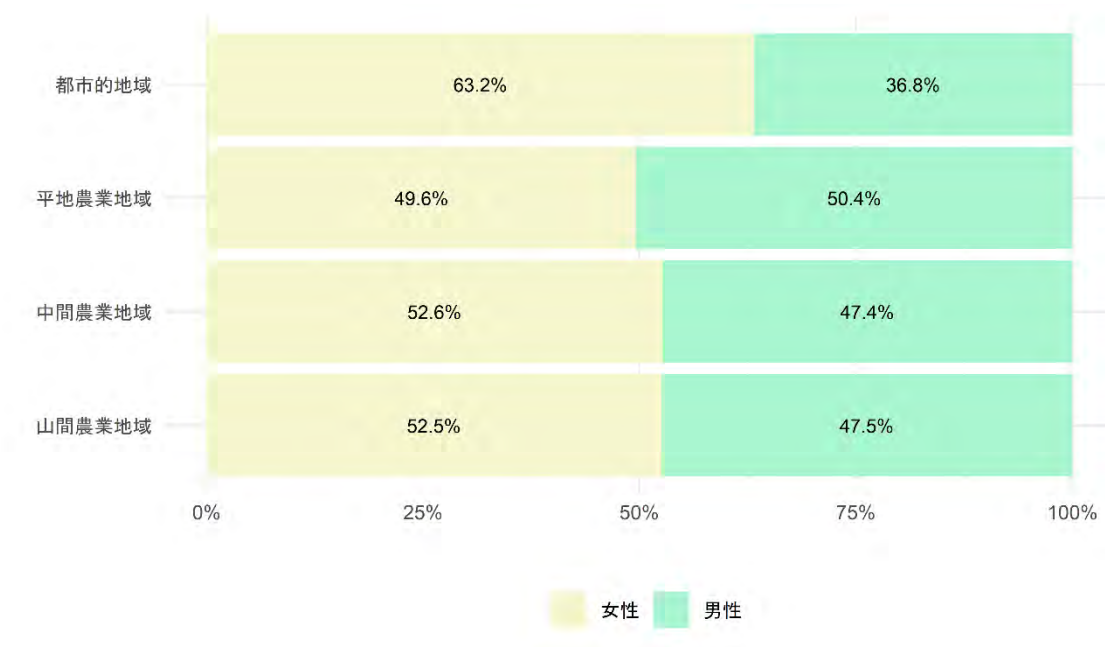
(1) 全体

男女比率はほぼ 1 : 1 に近く、購買サービスとは大きく異なっている。



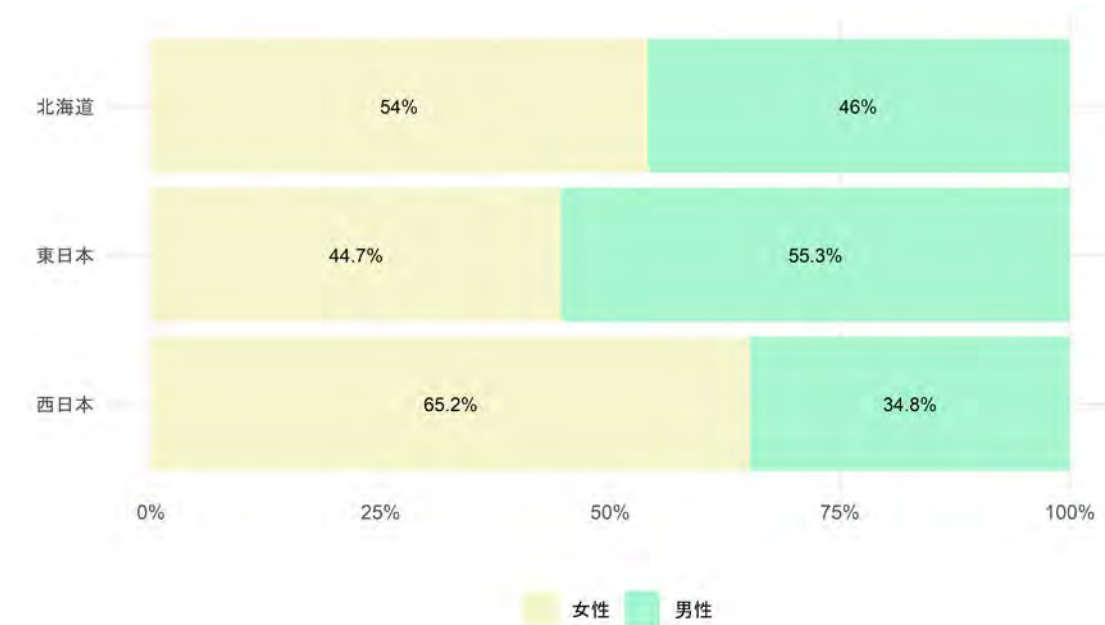
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に大きな違いは見られないが、都市的地域で女性の割合が若干高くなっている。



(3) 地域別

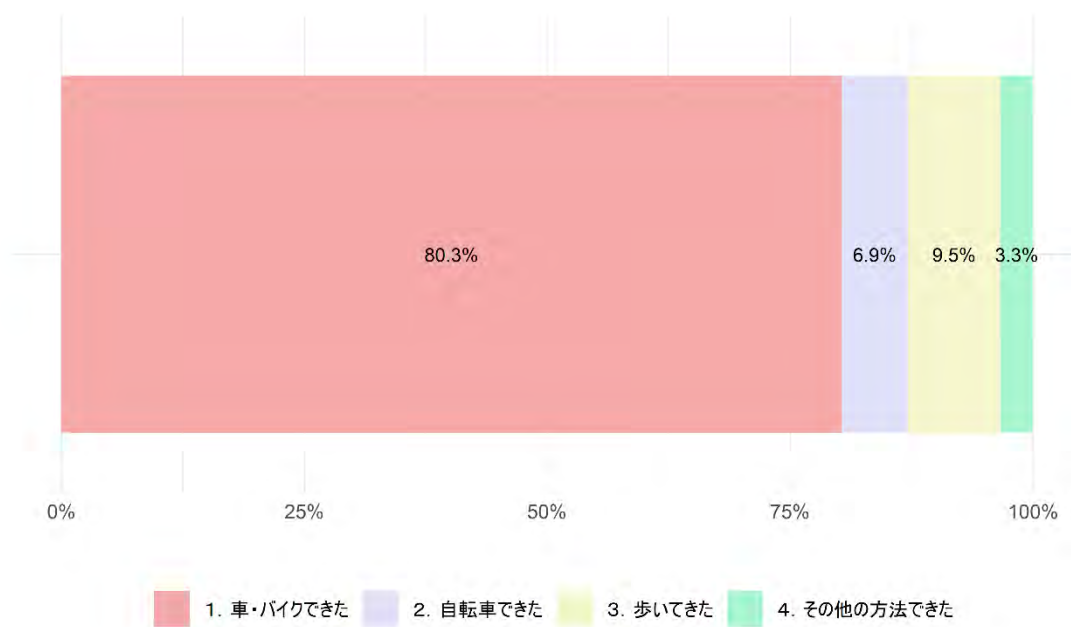
地域別に見ると西日本において女性の割合が高くなっている。



4.2.3. 来場の方法

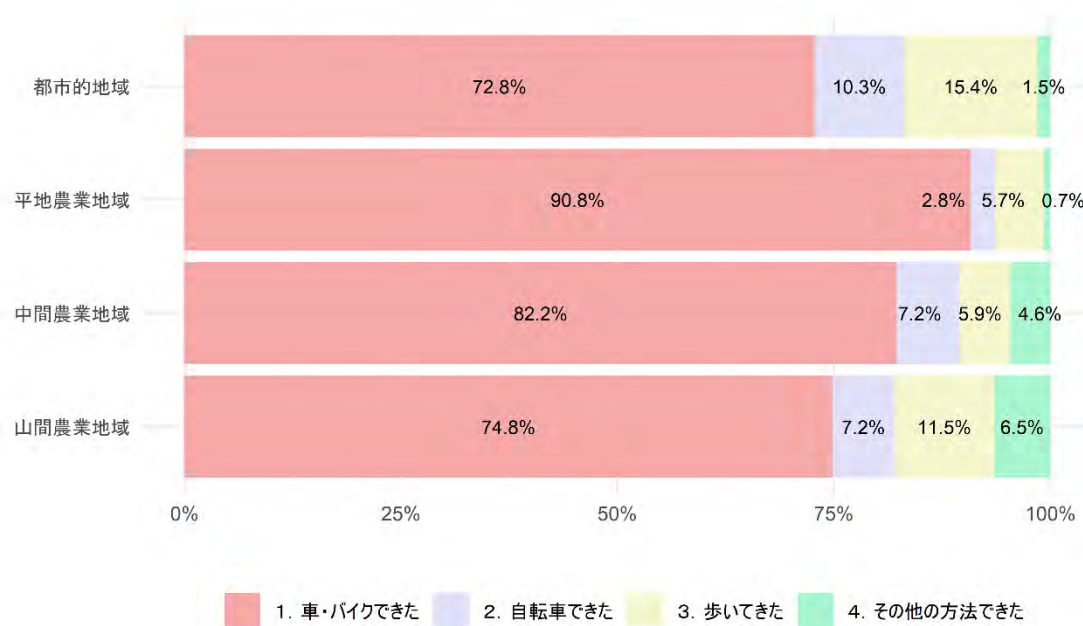
(1) 全体

全体の8割が車・バイクで来場している。



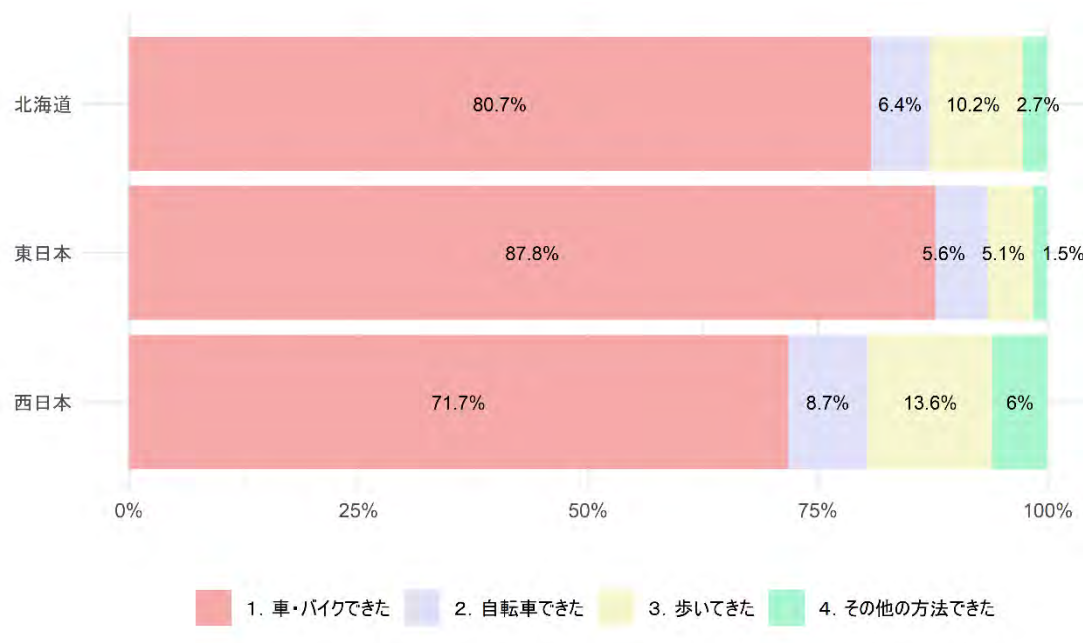
(2) 農業地域類型別

車・バイクを利用する割合は平地農業地域で高く、都市的地域で低い。



(3) 地域別

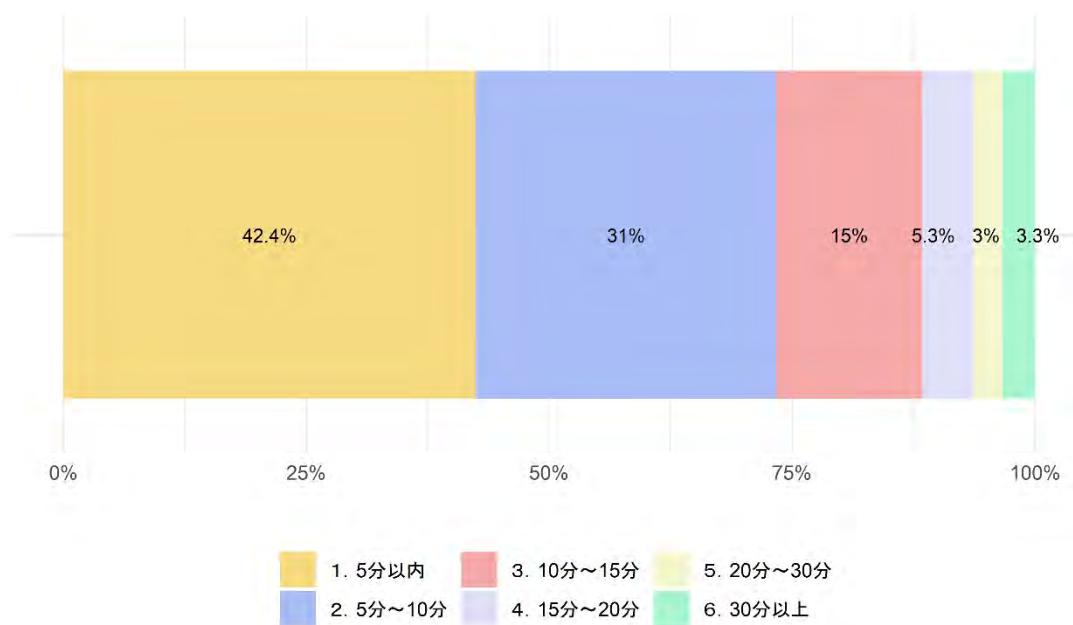
地域別で見ると西日本において「車・バイクできた」割合が低くなっている。



4.2.4. 所要時間

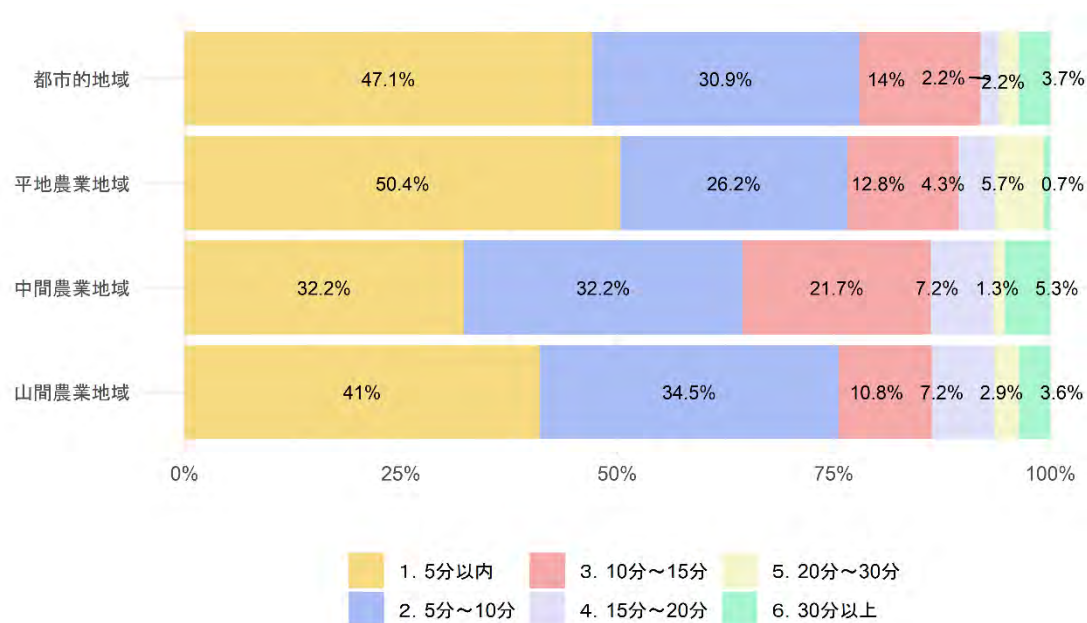
(1) 全体

所要時間については、全体の約7割が10分未満であった。なお、30分以上かけて来場する人の割合は3%程度である。



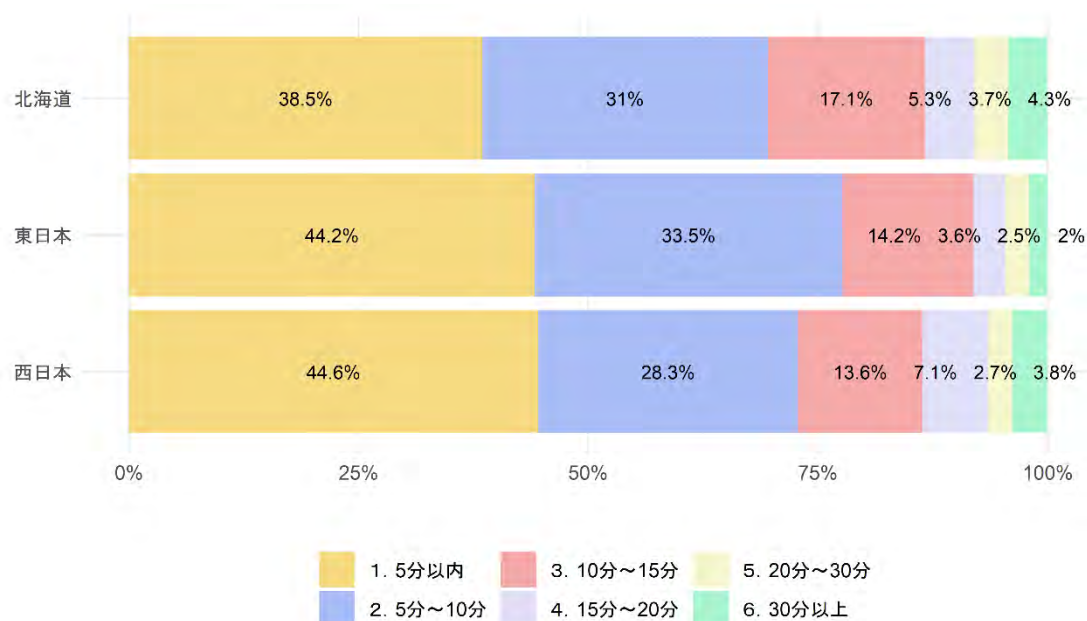
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に見ると、中間農業地域において10分以内の割合が若干低くなっている。



(3) 地域別

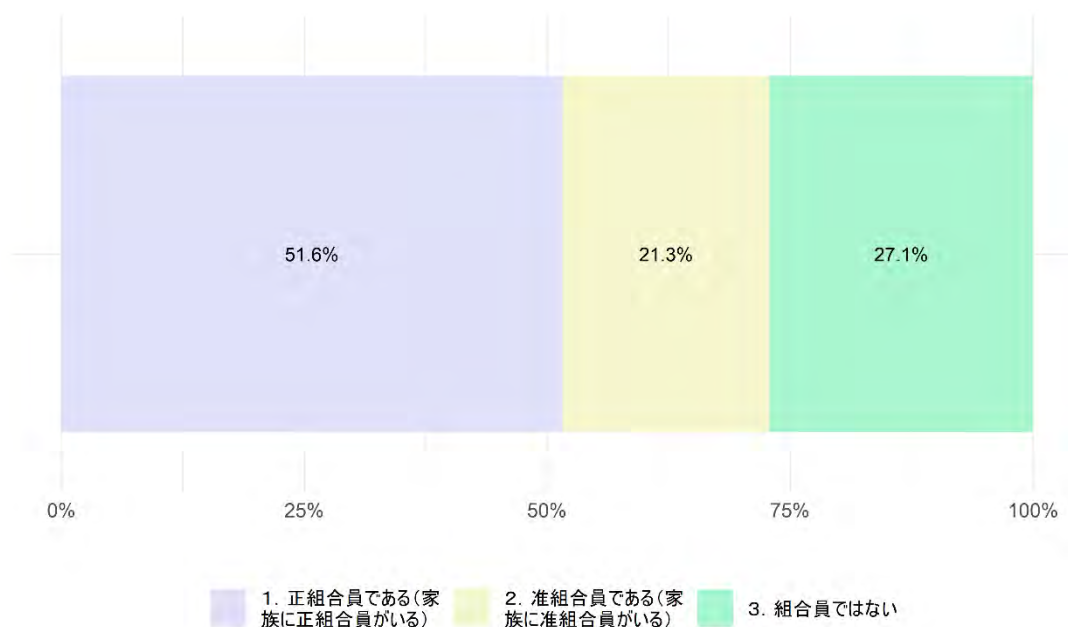
地域別には大きな違いは見られない。



4.2.5. JA への加入状況

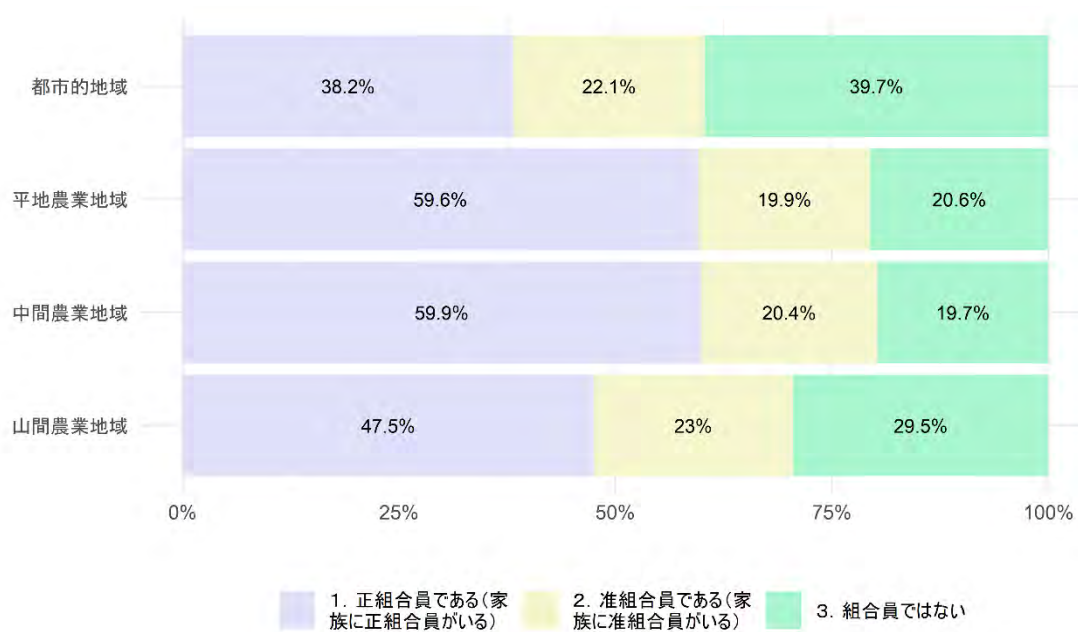
(1) 全体

回答者の半分以上が正組合員である。



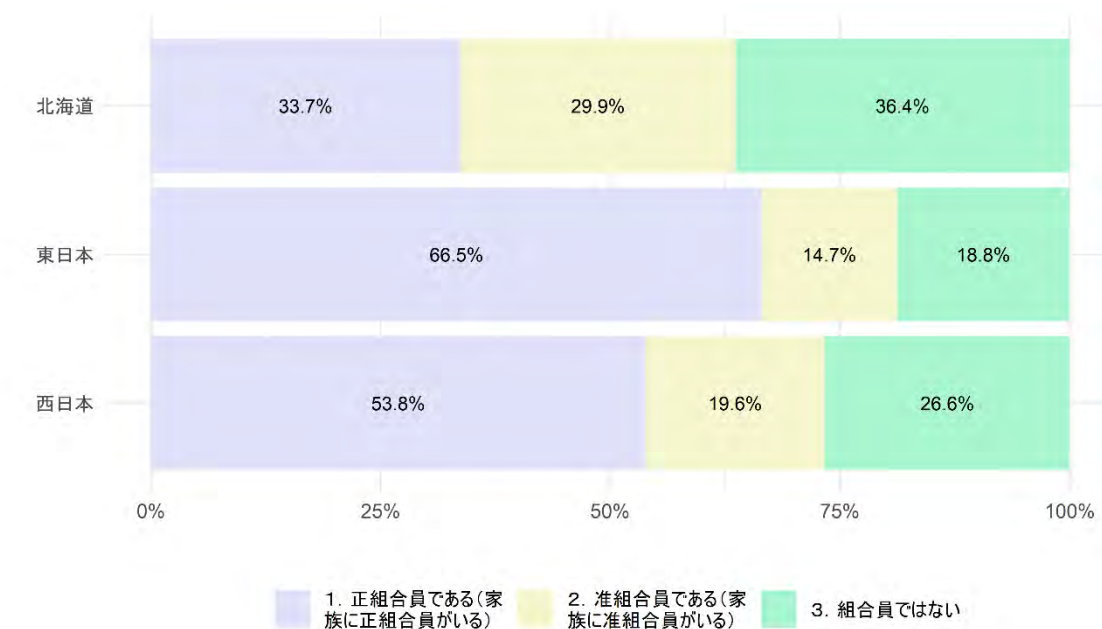
(2) 農業地域類型別

都市的地域において正組合員の割合が低い。



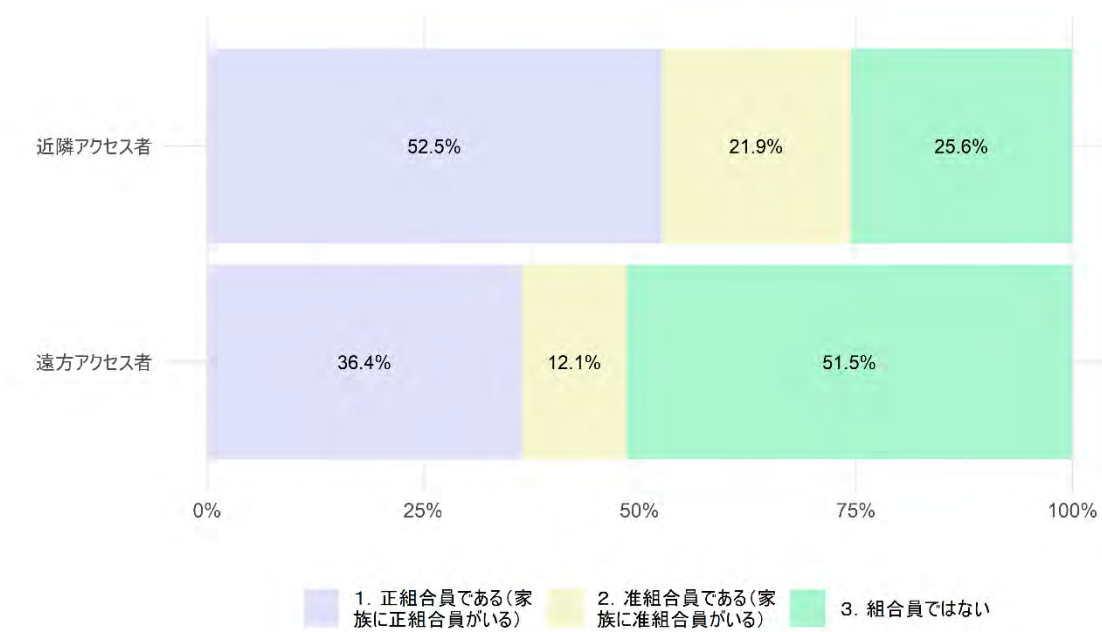
(3) 地域別

地域別に見ると北海道において、正組合員の比率が低い。



(4) アクセス状況別

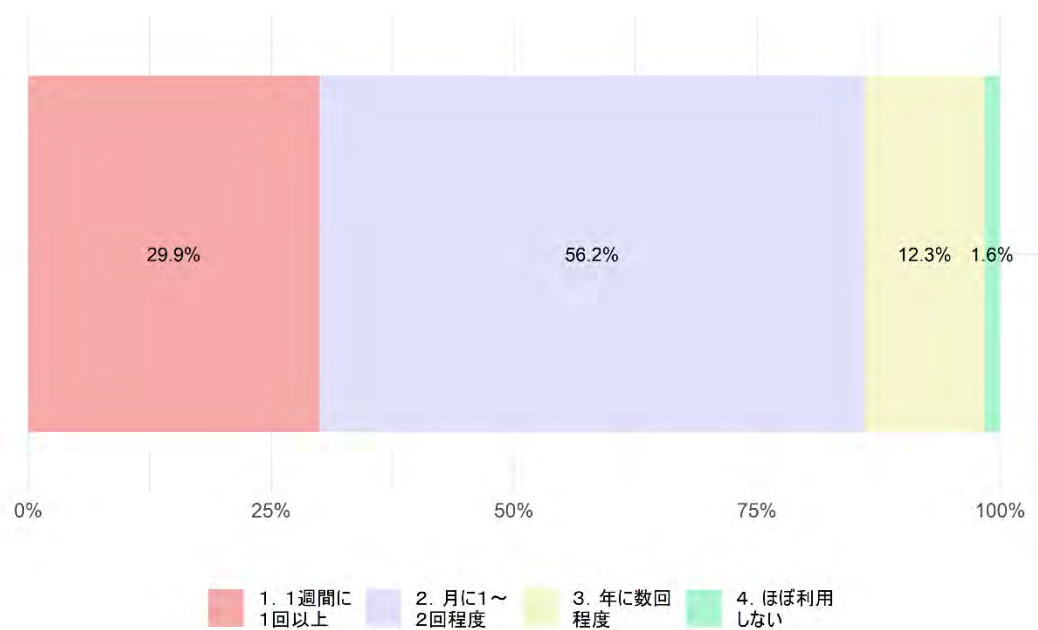
遠方からアクセスしている人の正組合員比率は低い。



4.2.6. 利用頻度

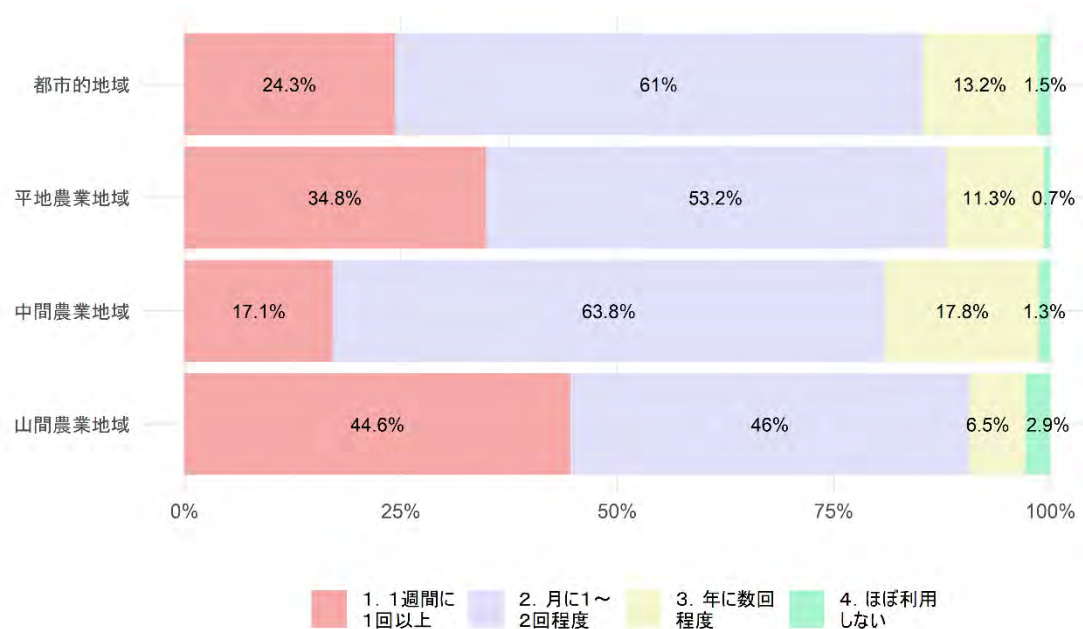
(1) 全体

「1週間に1回以上」という回答が3割程度、「月に1～2回程度」が半分以上であり、両者を併せると8割以上が月に1回以上利用している。



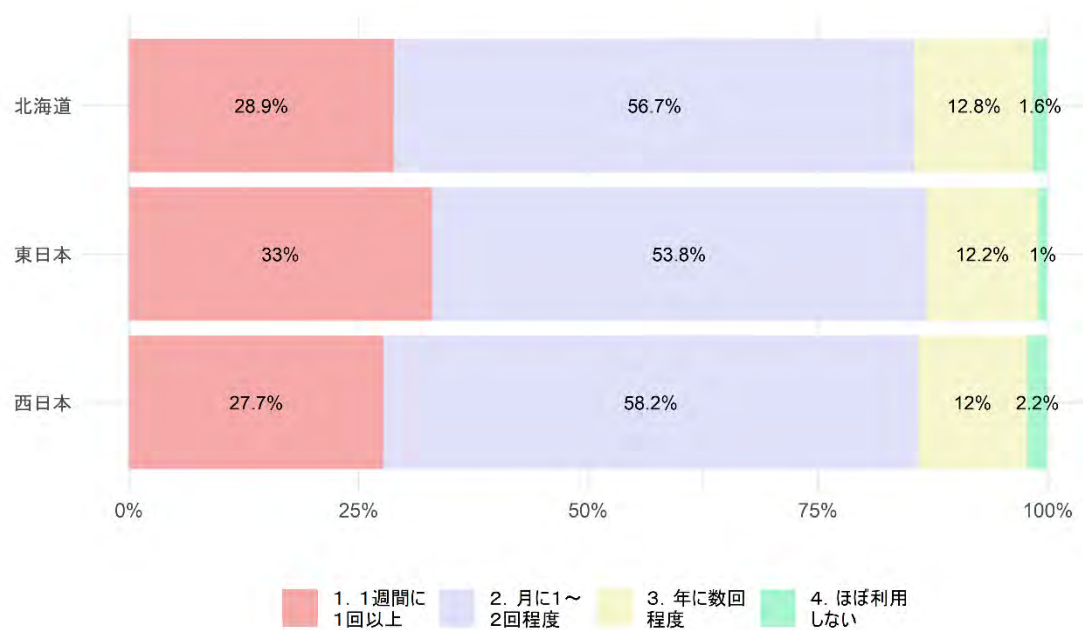
(2) 農業地域類型別

「1週間に1回以上」利用する割合はばらつきがあるものの、月に1回以上利用する割合は大きく変わらない。



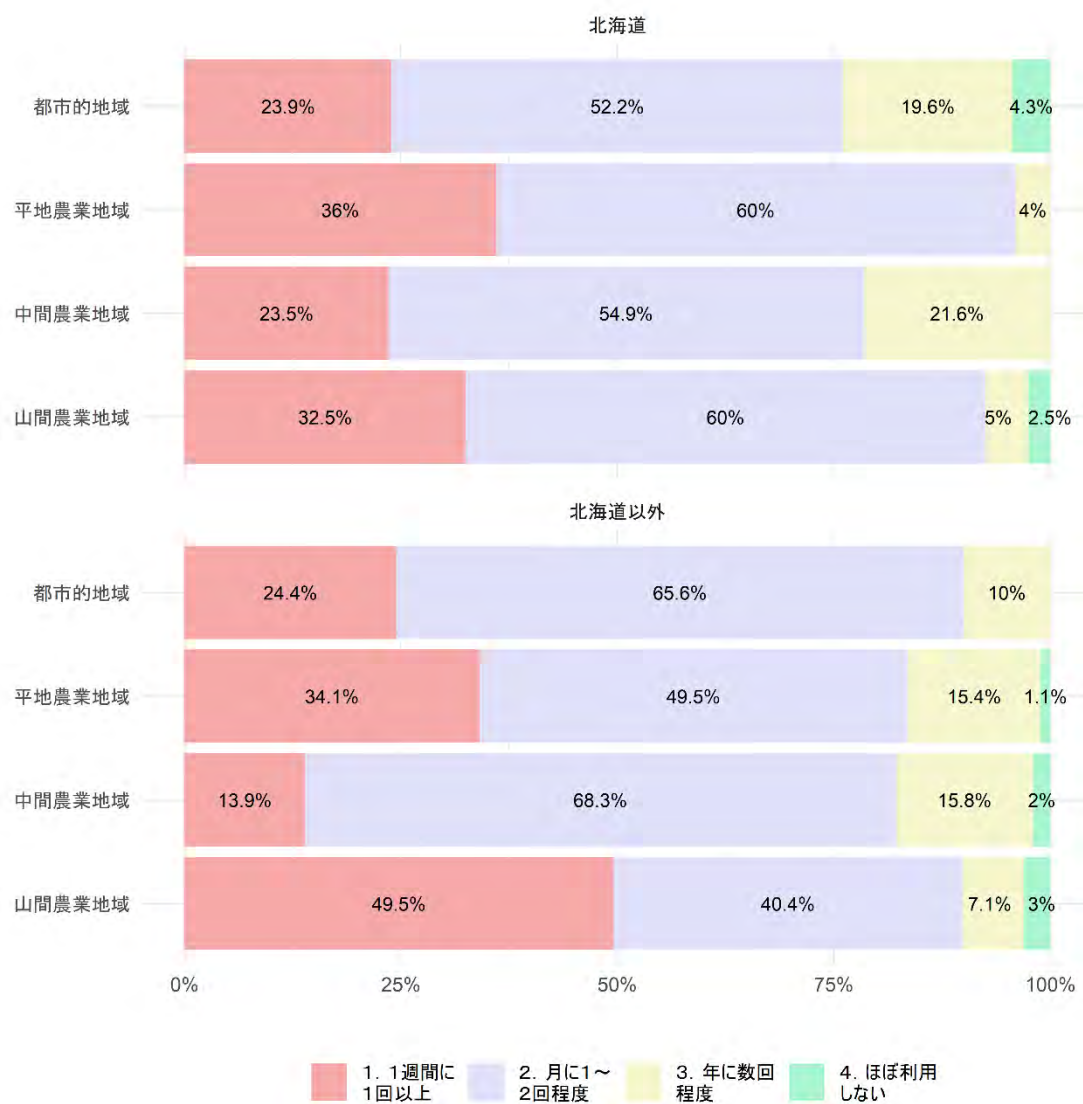
(3) 地域別

地域別に大きな違いはない。



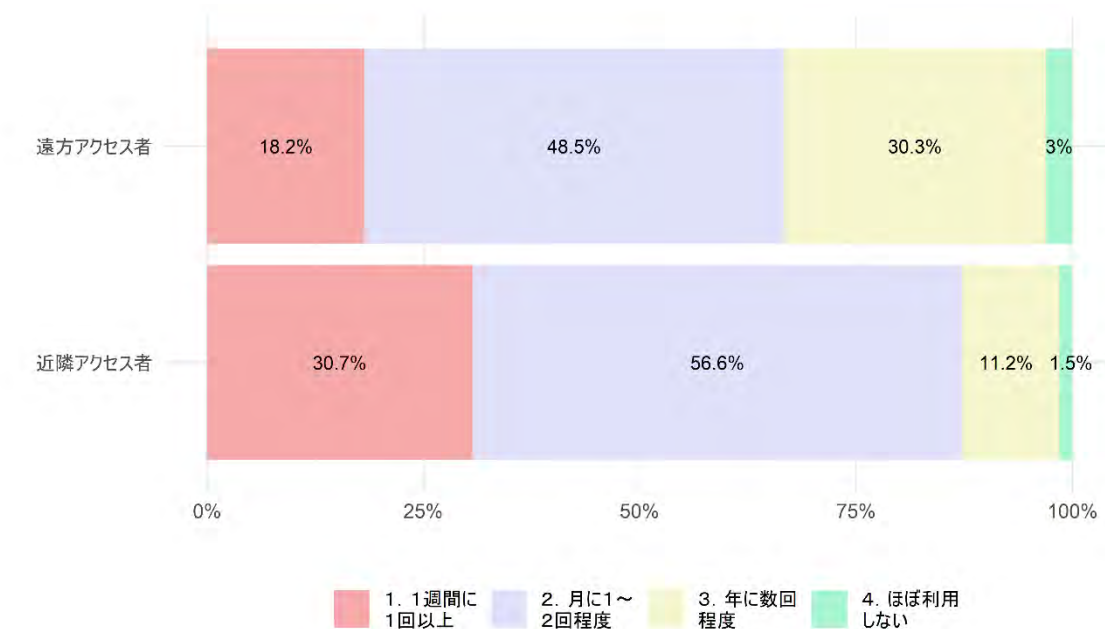
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の平地農業地域、山間農業地域において、特に利用頻度が高い。



(5) アクセス状況別

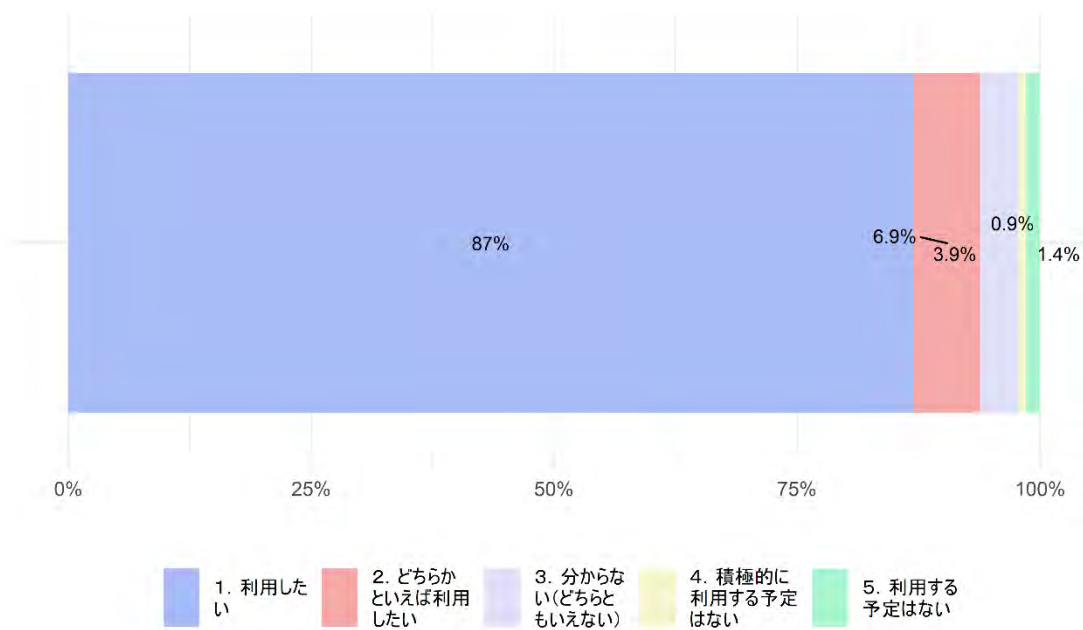
遠方からアクセスしている人の利用頻度は低い。



4.2.7. JA 施設の利用意向

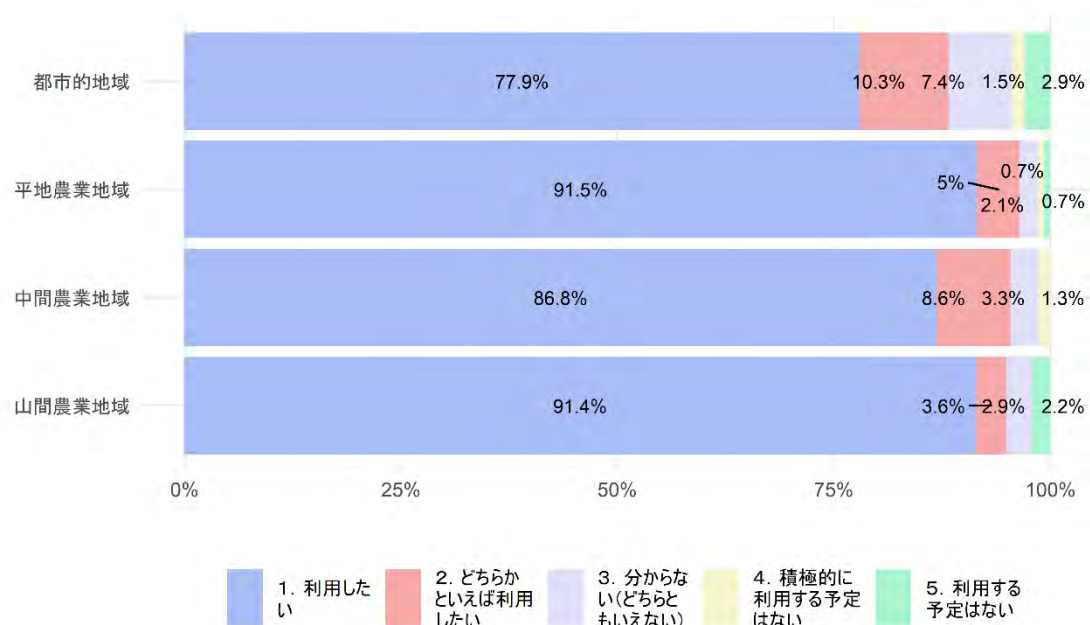
(1) 全体

全体の9割近くが今後も「利用したい」と回答している。



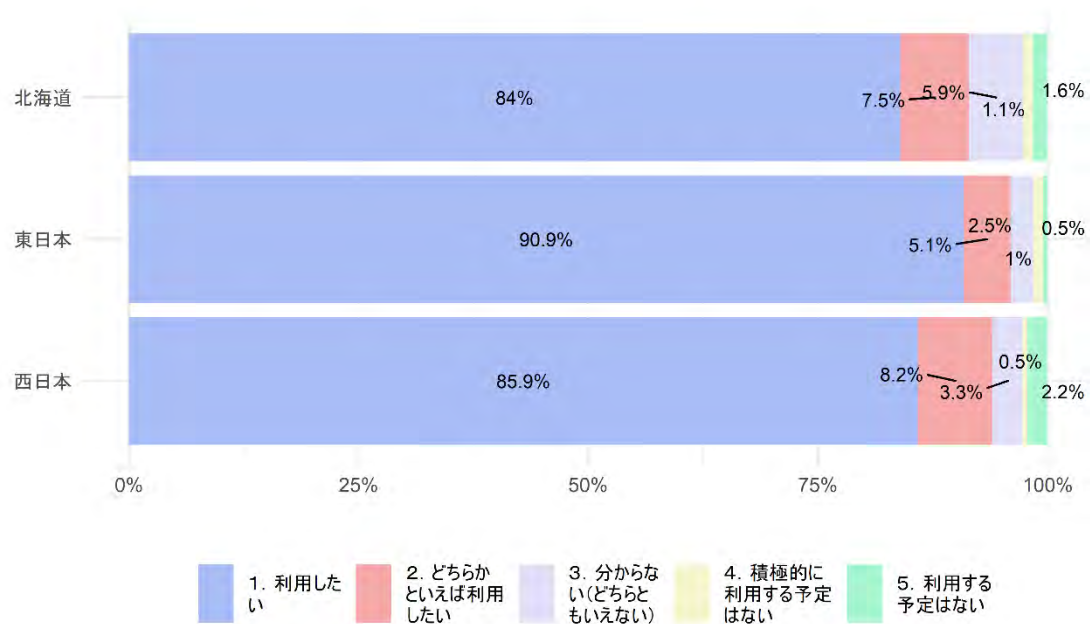
(2) 農業地域類型別

都市的地域の利用意向が若干低い。



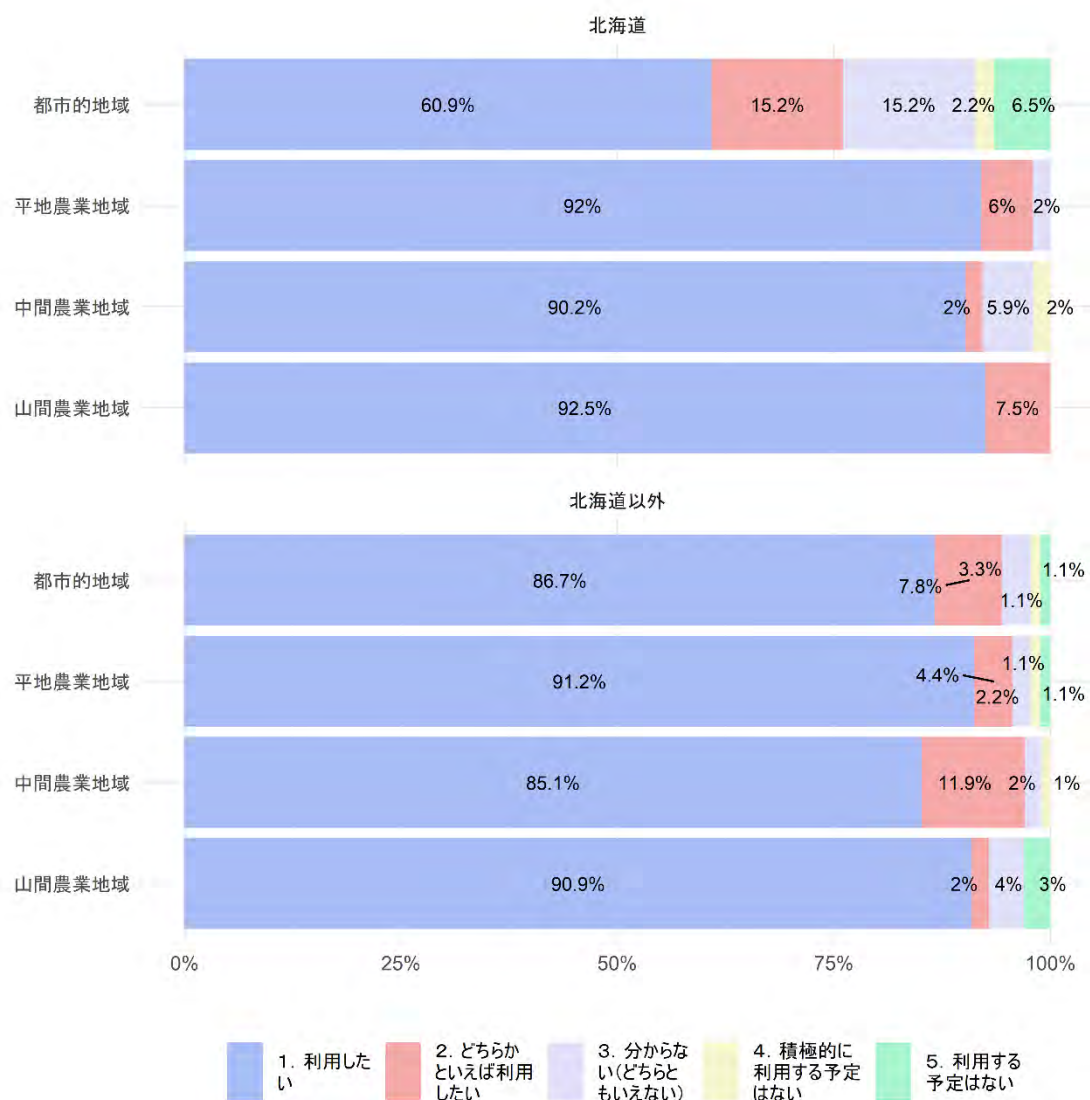
(3) 地域別

地域別の利用意向に大きな違いはない。



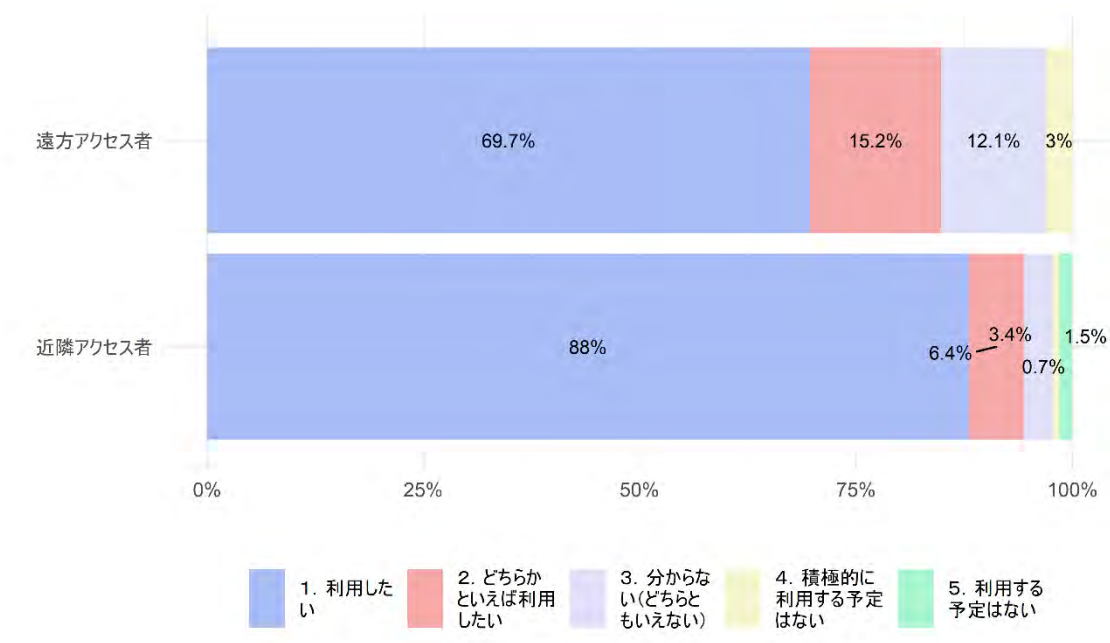
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の都市的地域において、特に利用意向が低くなっている。



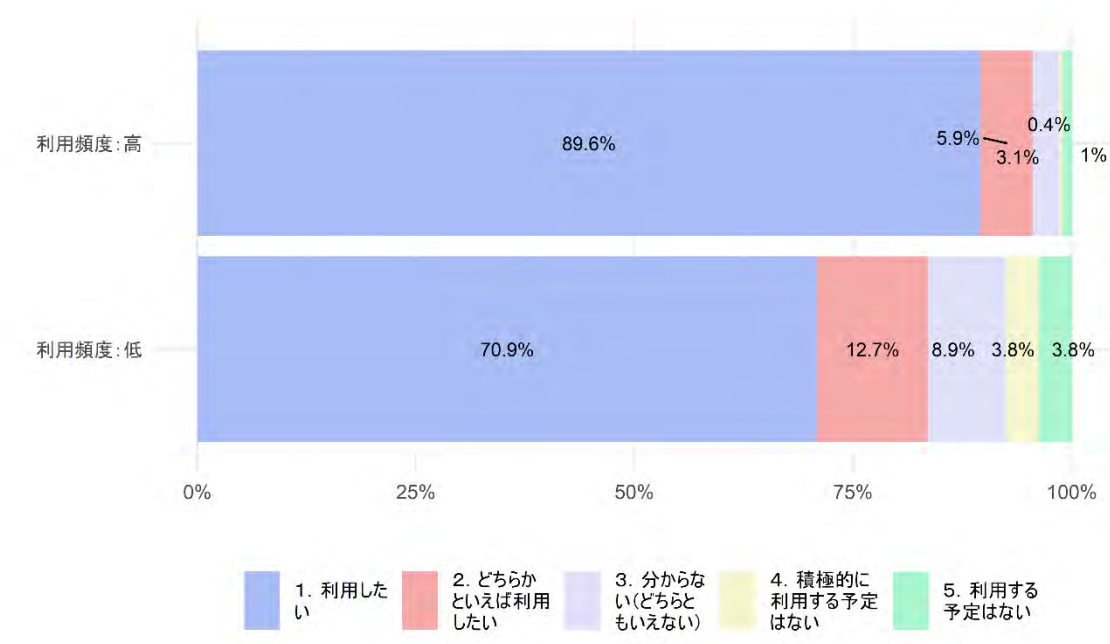
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の利用意向は低い。



(6) 利用頻度別

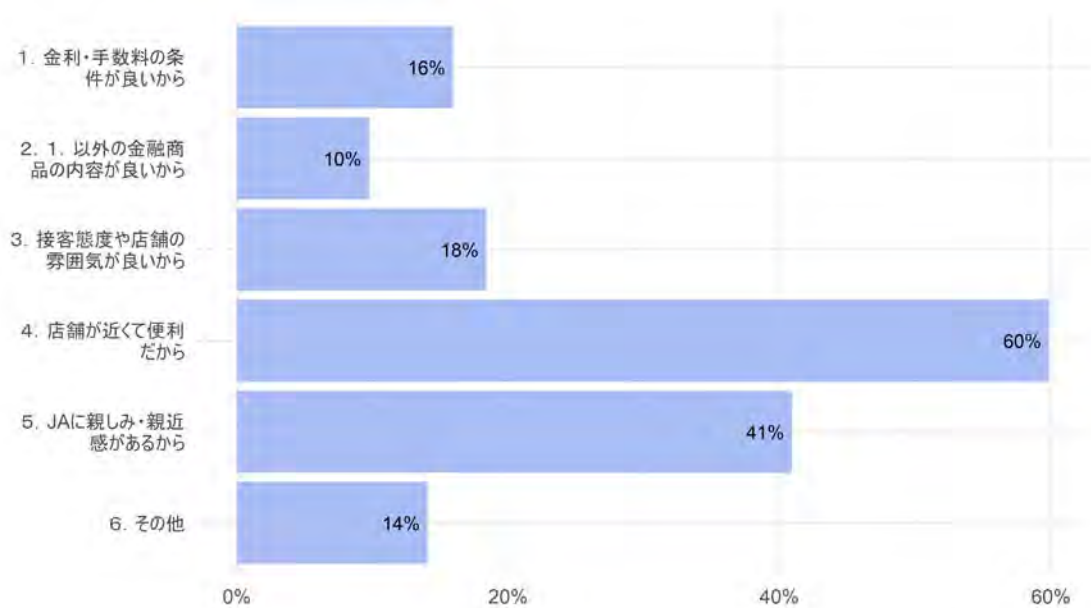
利用頻度が低い回答者の利用意向は低い。



4.2.8. 今後も利用したい理由

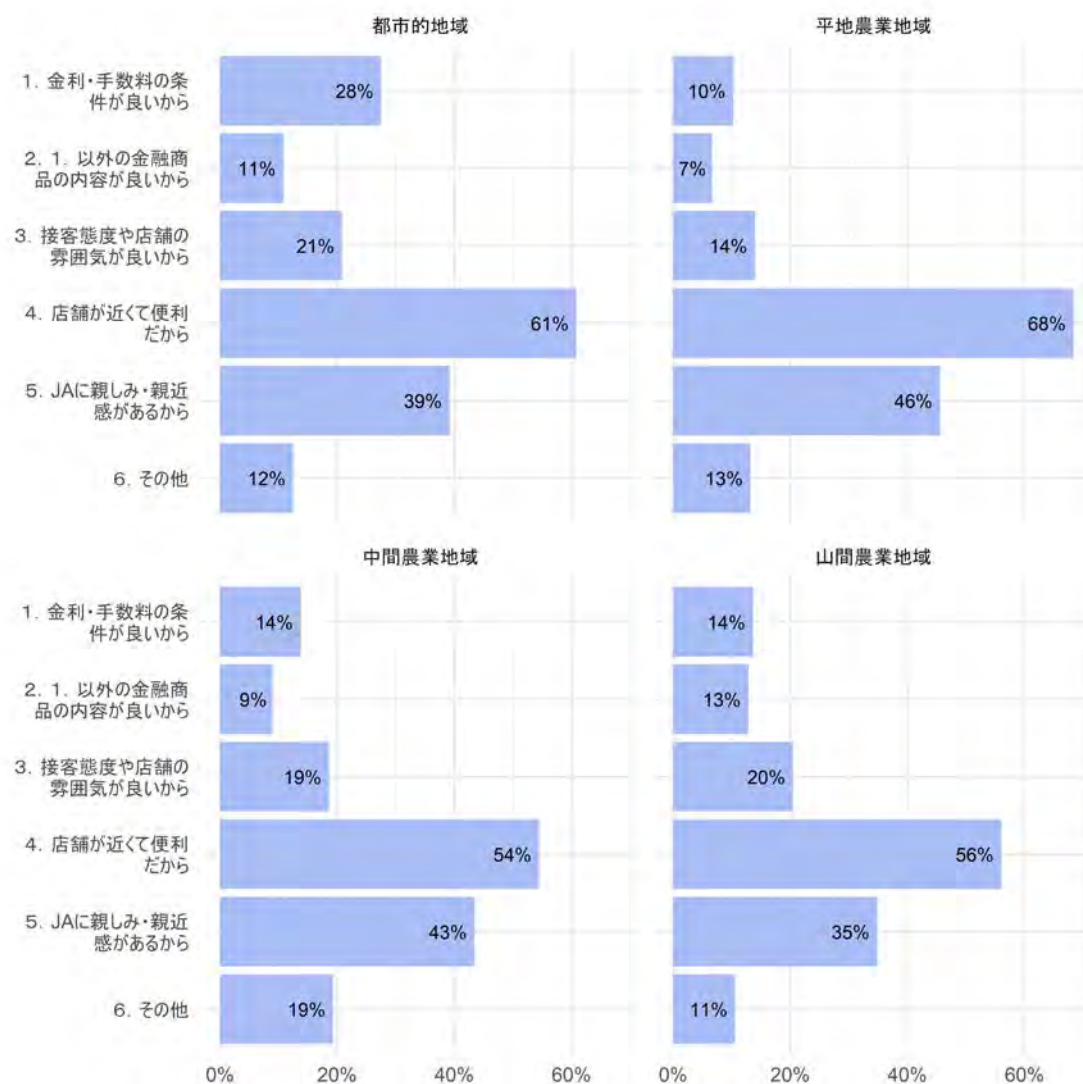
(1) 全体

今後も利用したい理由として「店舗が近くて便利だから」が最も多く、「JAに親しみ・親近感があるから」がそれにつづいている。



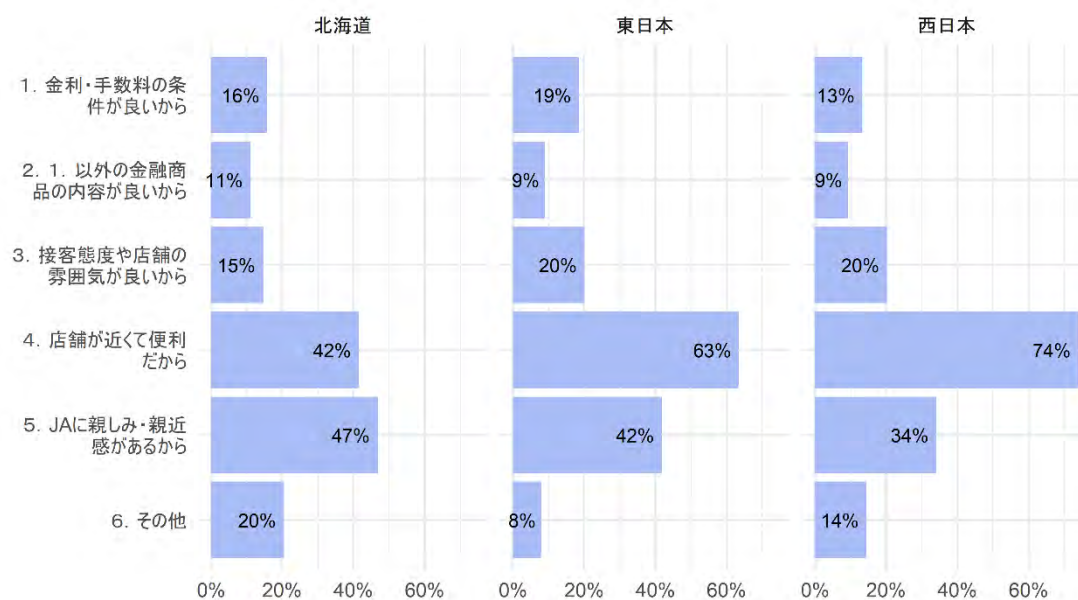
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に見ても傾向は変わらないが、都市的地域において金利・手数料の条件が評価されている。



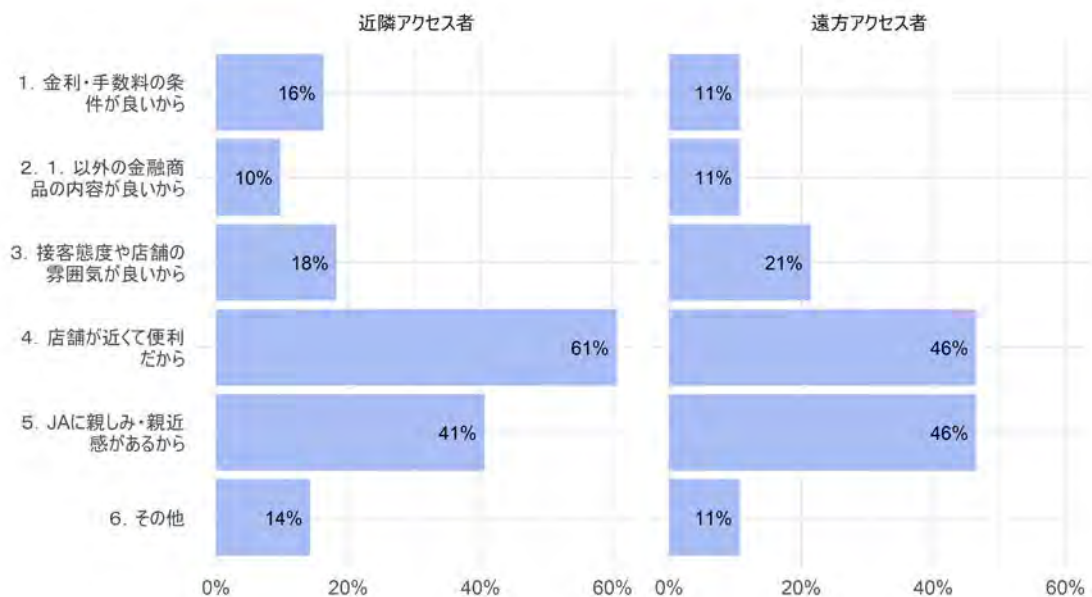
(3) 地域別

地域別に見ると、北海道では「店舗が近くて便利」よりも「JAに親しみ・親近感がある」の方が高くなっている。



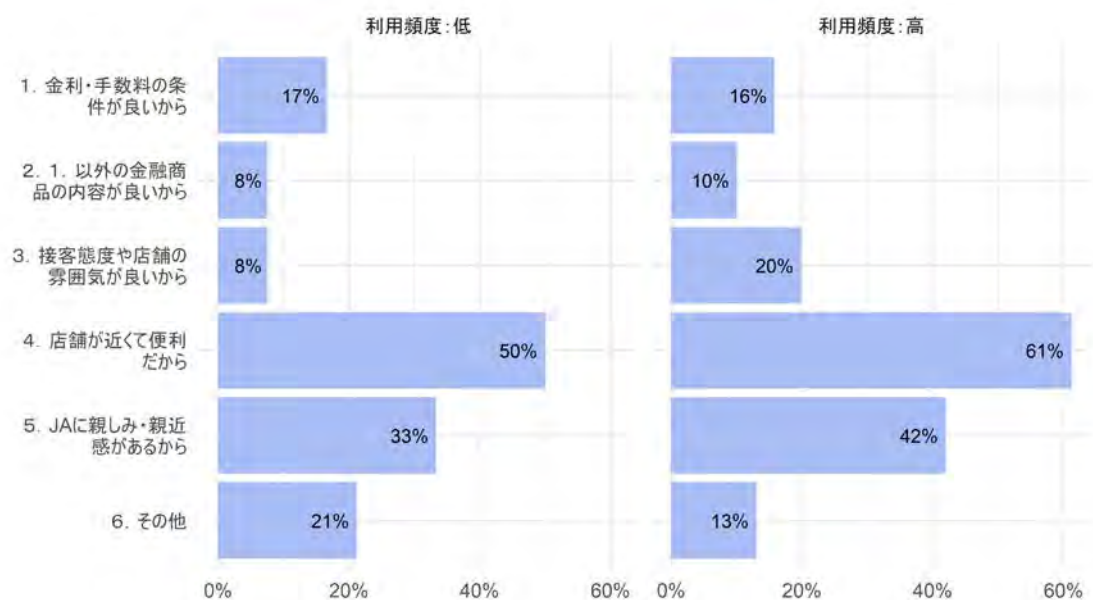
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の場合、「店舗が近くて便利」と「JAに親しみ・親近感がある」がほぼ同じ割合となっている。



(5) 利用頻度別

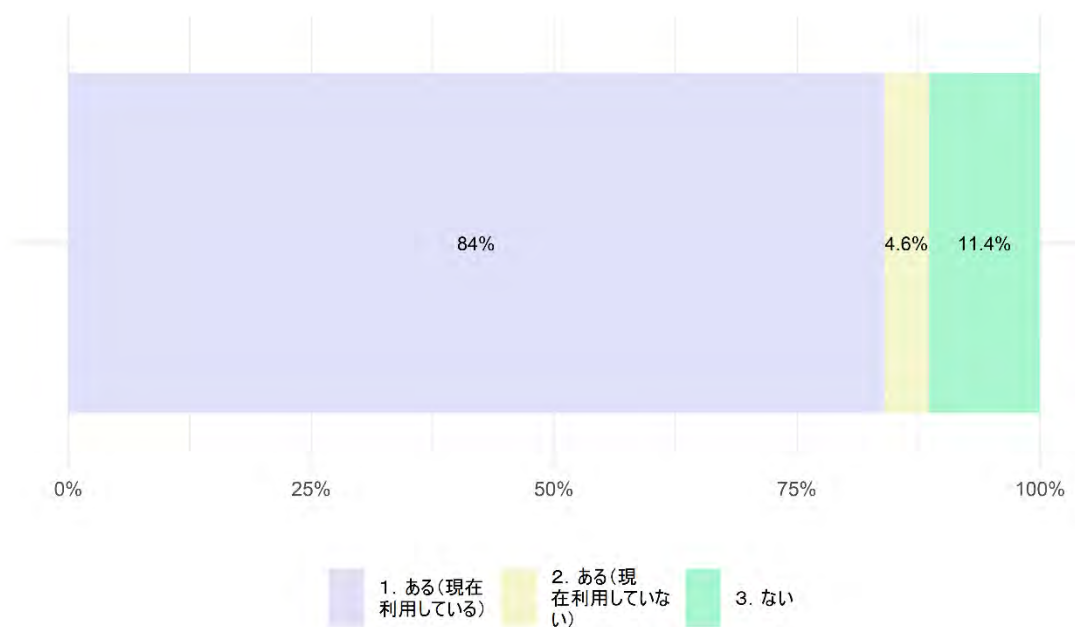
利用頻度が高い回答者ほど、「店舗が近くて便利」「JAに親しみ・親近感がある」「接客態度や店舗の雰囲気がいい」を選択する傾向にある。



4.2.9. JA 施設以外の利用

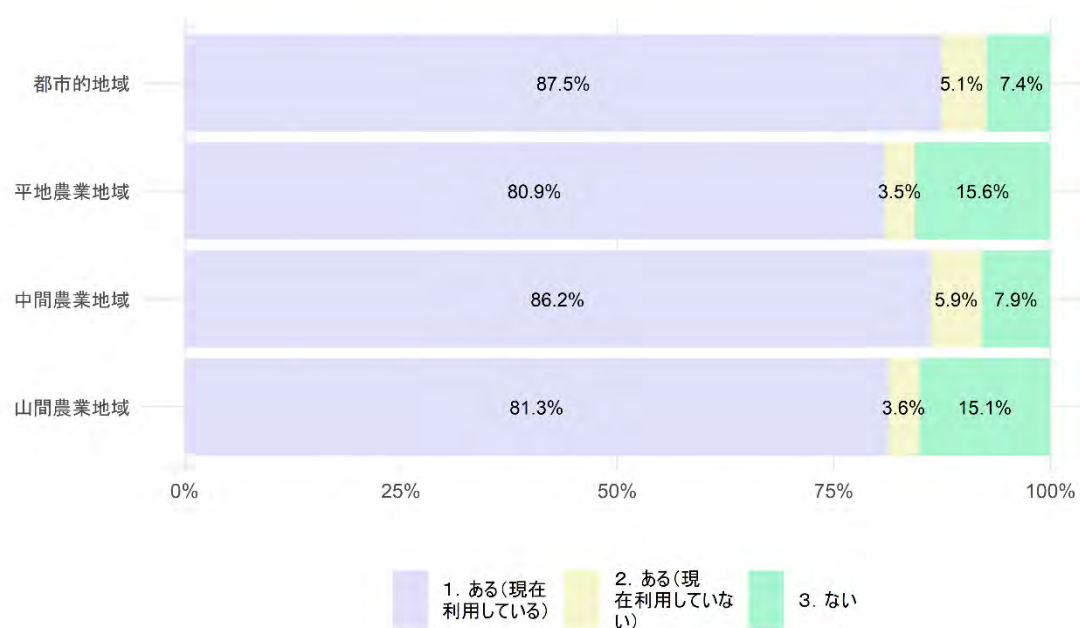
(1) 全体

8 割以上が JA 施設以外の金融機関を利用していると回答している。



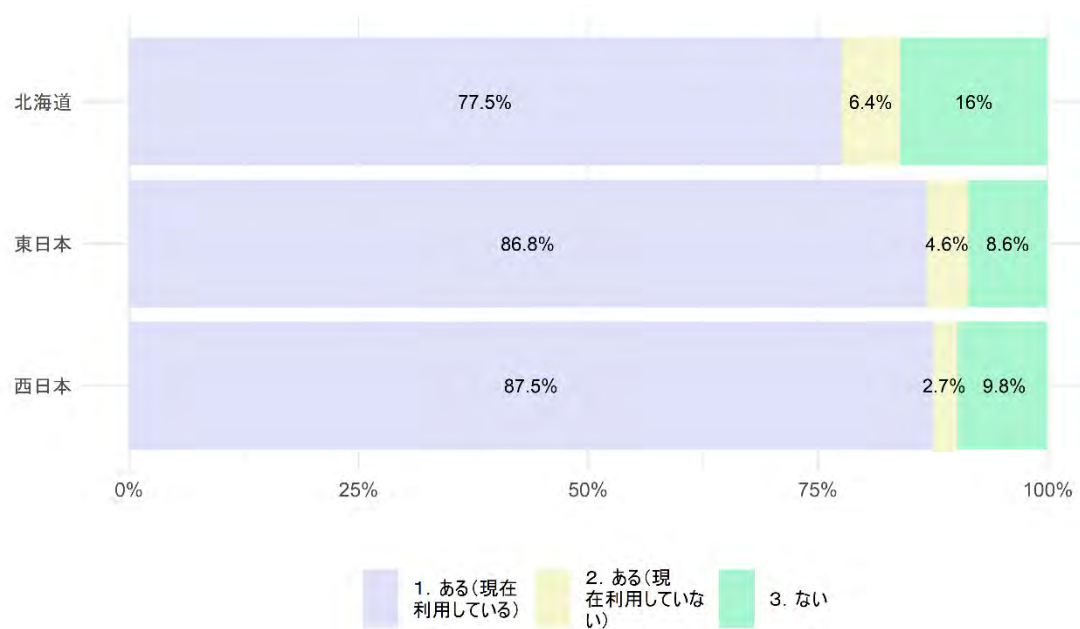
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別には大きな違いはない。



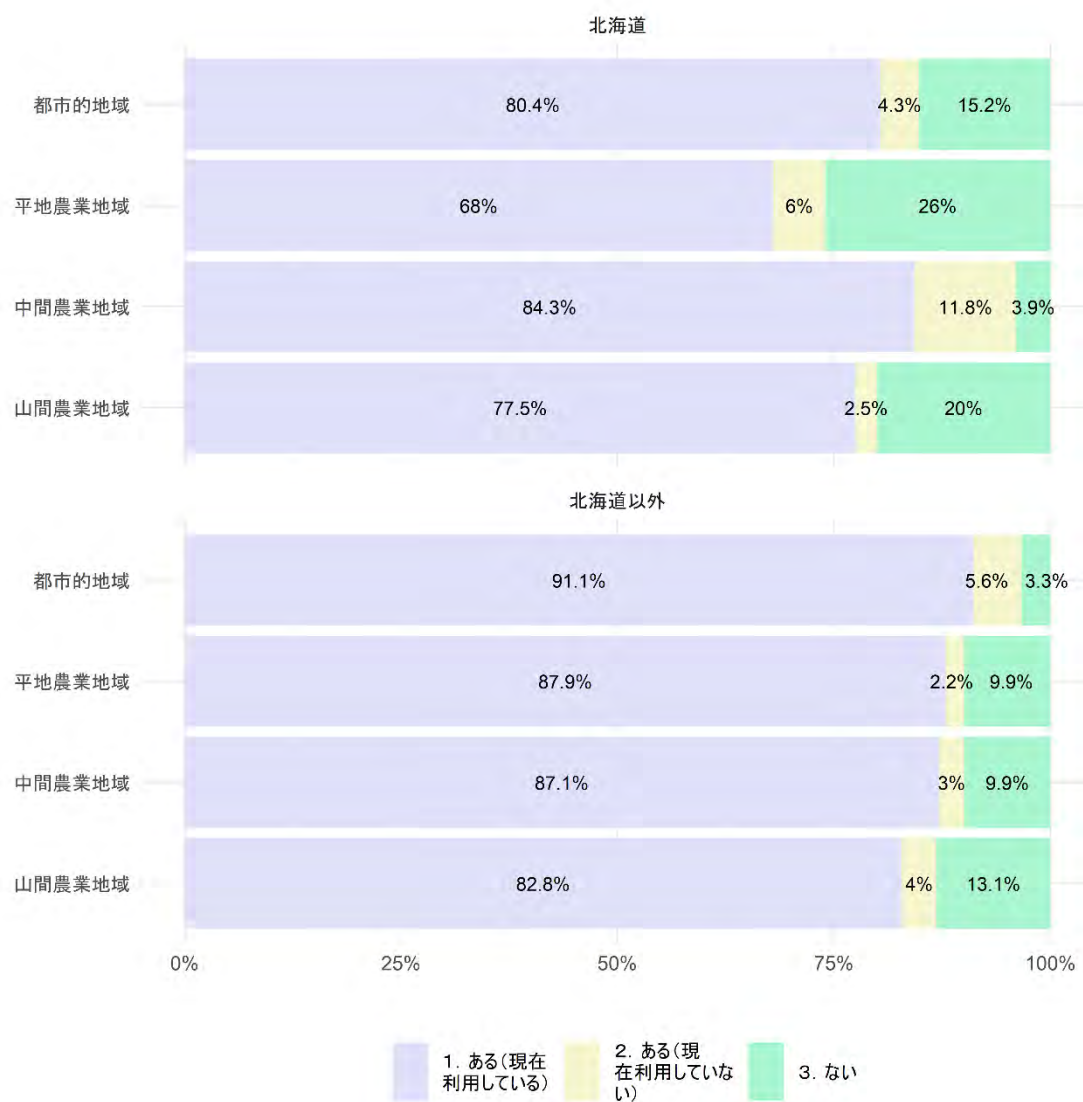
(3) 地域別

北海道では JA 施設以外に利用できる金融機関がないと回答した人が若干多くなっている。



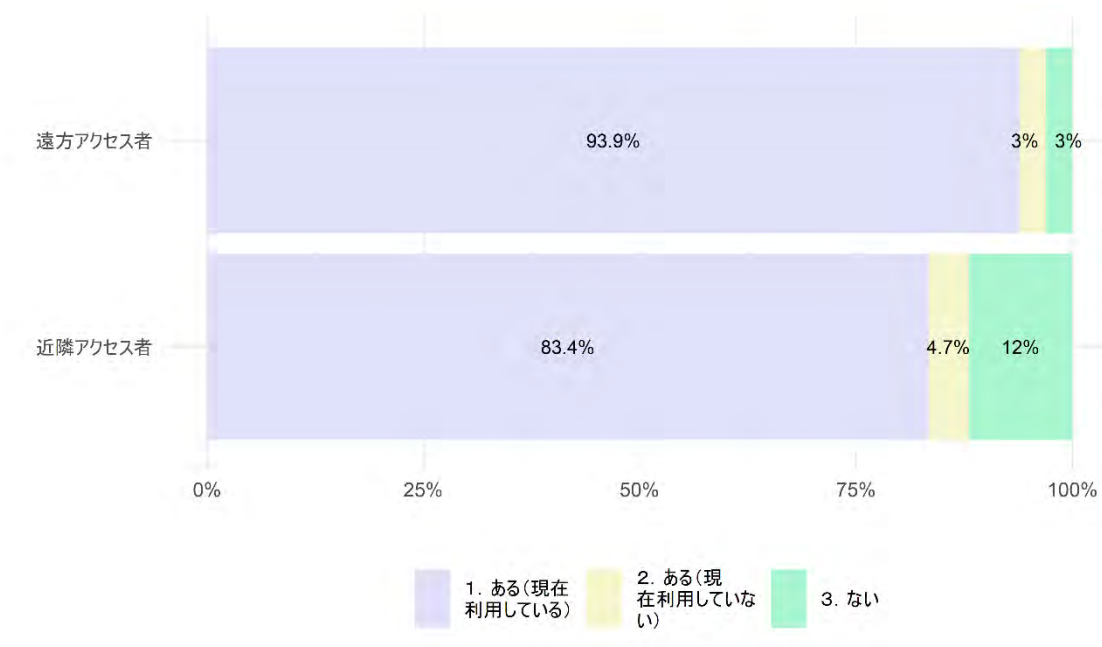
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の平地農業地域、山間農業地域において他の金融機関がないと回答した割合が高い。



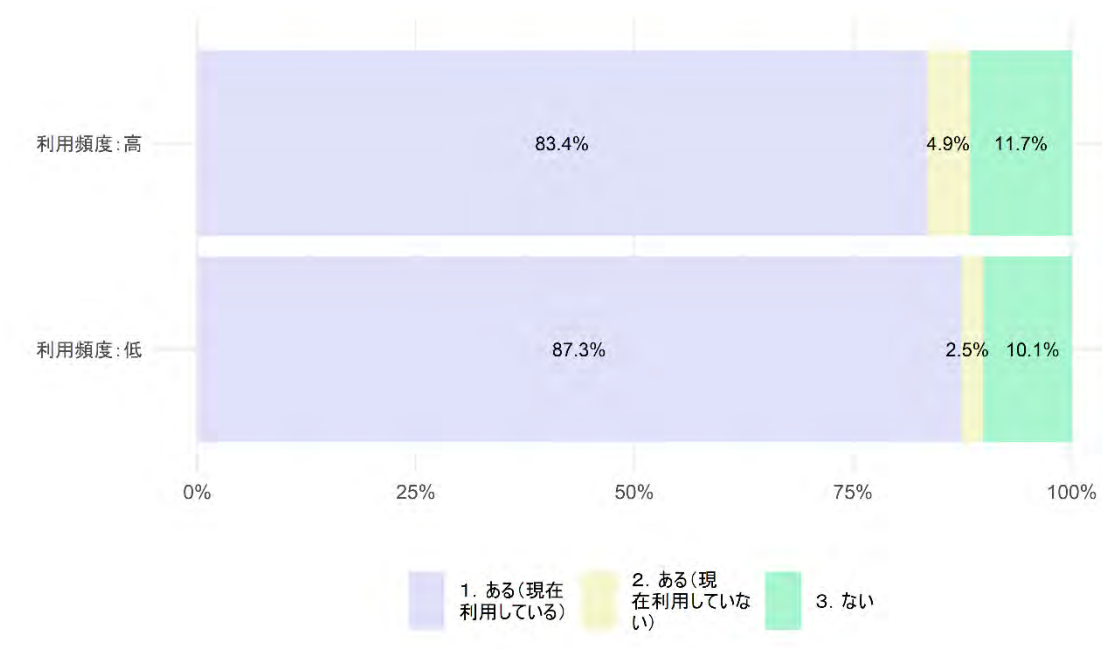
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の方が他の金融機関があると回答している。



(6) 利用頻度別

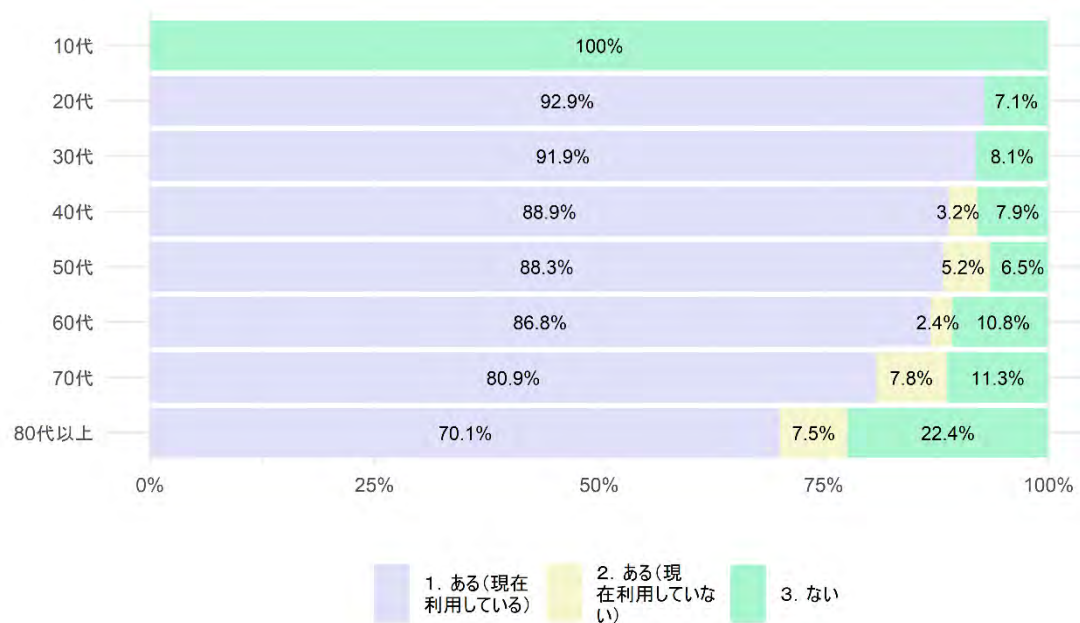
利用頻度による大きな違いは見られない。



(7) 年齢層別

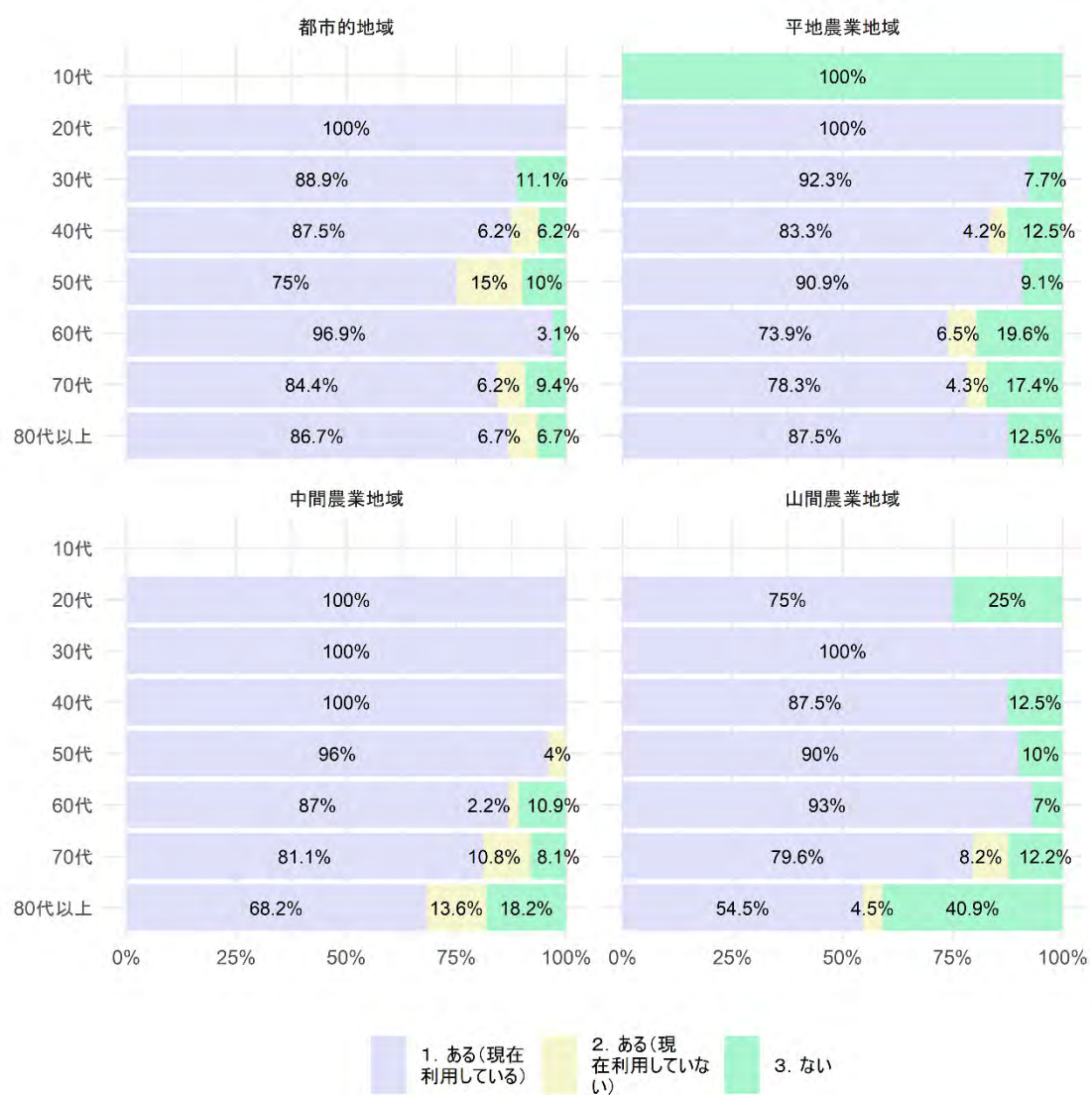
①全体

年齢が高くなるほど、他に利用できる金融機関がないと回答している。



②農業地域類型別

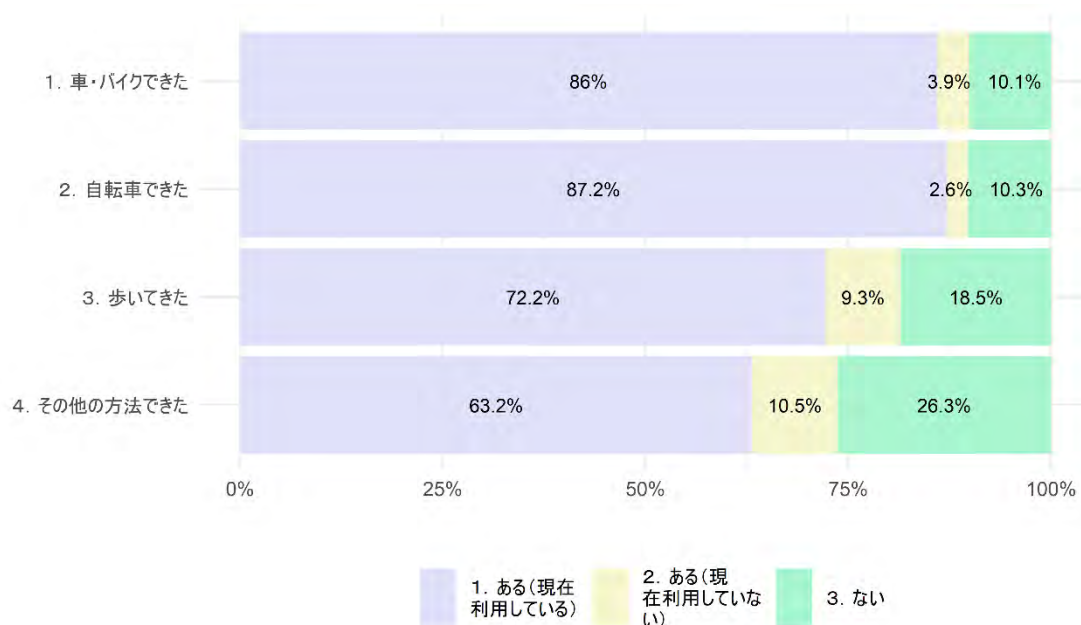
農業地域類型別に見ると、特に山間農業地域において、高齢者が他にアクセスできる金融機関がないことがわかる。



(8) 移動手段別

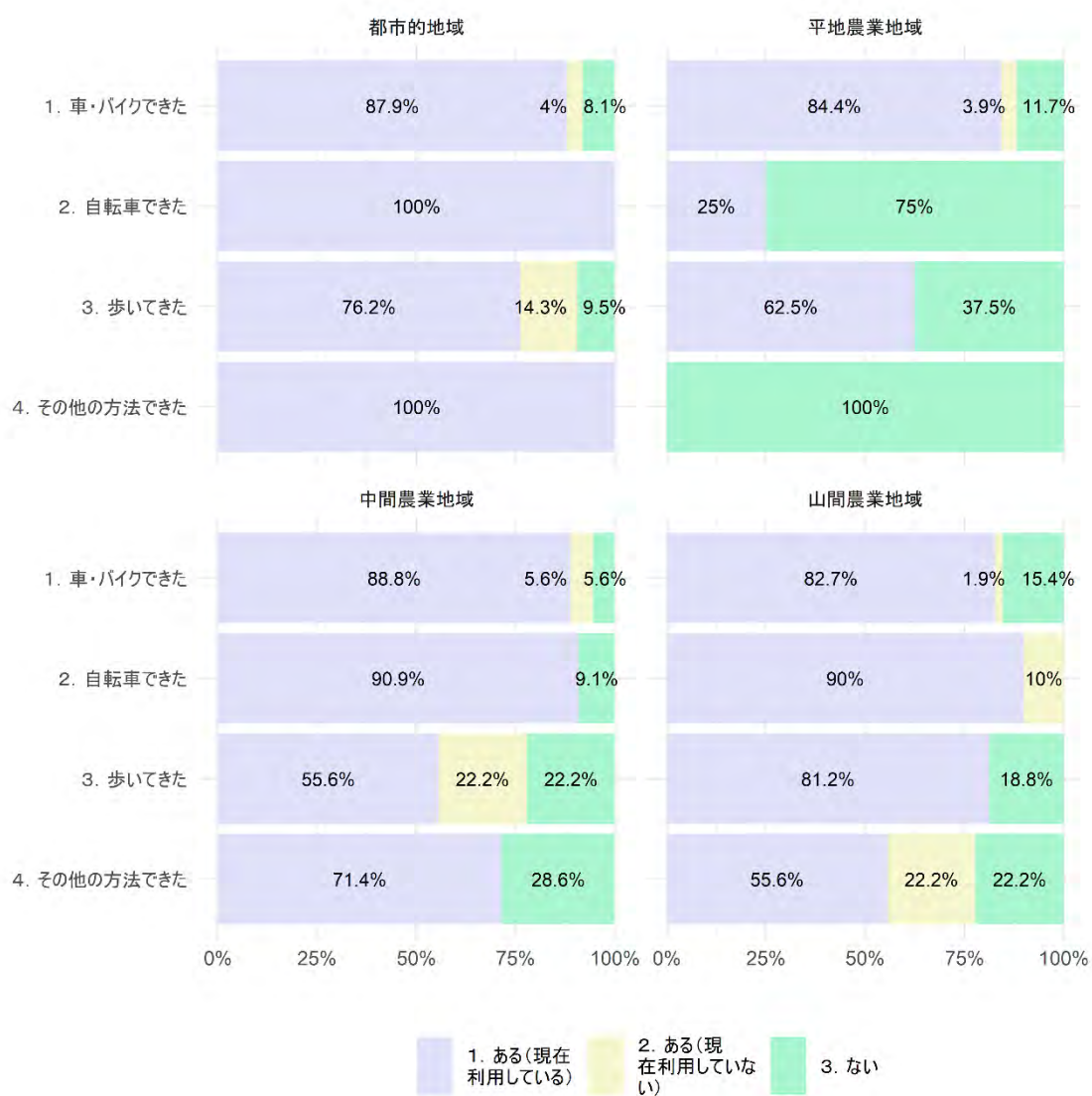
①全体

「歩いてきた」「その他の方法できた」回答者ほど、JA 以外の金融機関がないと回答している。



②農業地域類型別

都市的地域では、「歩いてきた」「その他の方法できた」回答者ほど、JA 以外の金融機関がないと回答している。

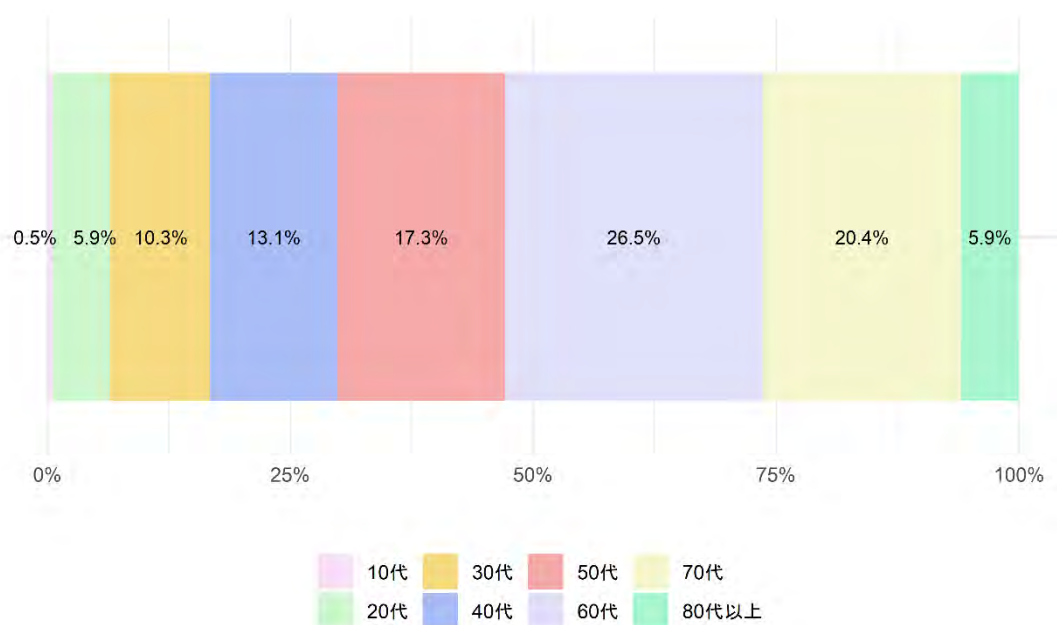


4.3. ガソリン小売サービス

4.3.1. 回答者の年代

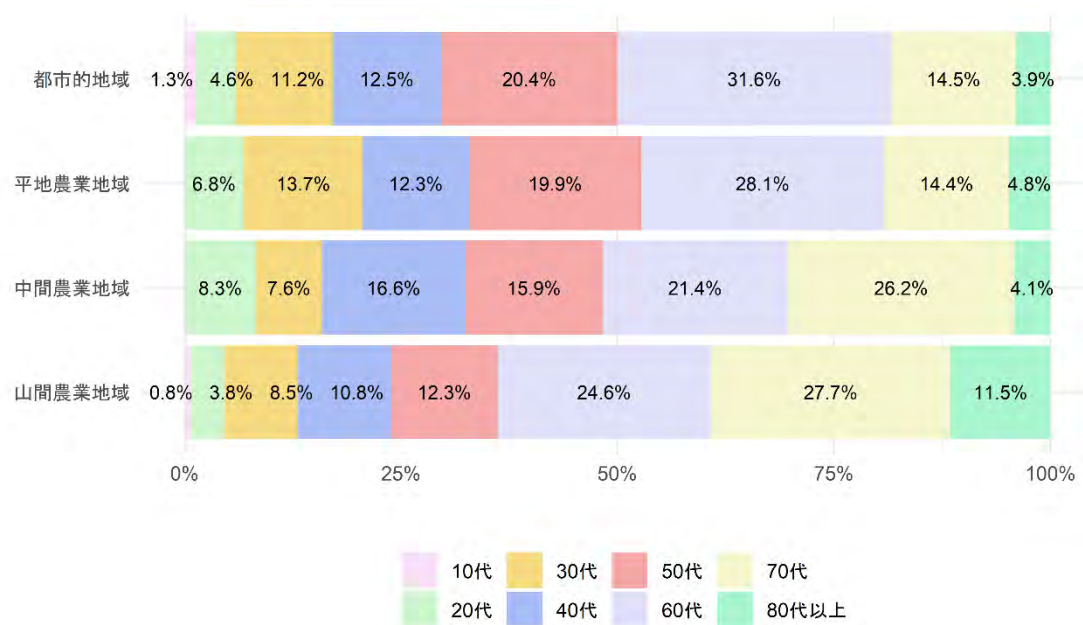
(1) 全体

60歳以上の割合は約半分か、購買サービス、金融サービスに比べて年齢構成が若くなっている。



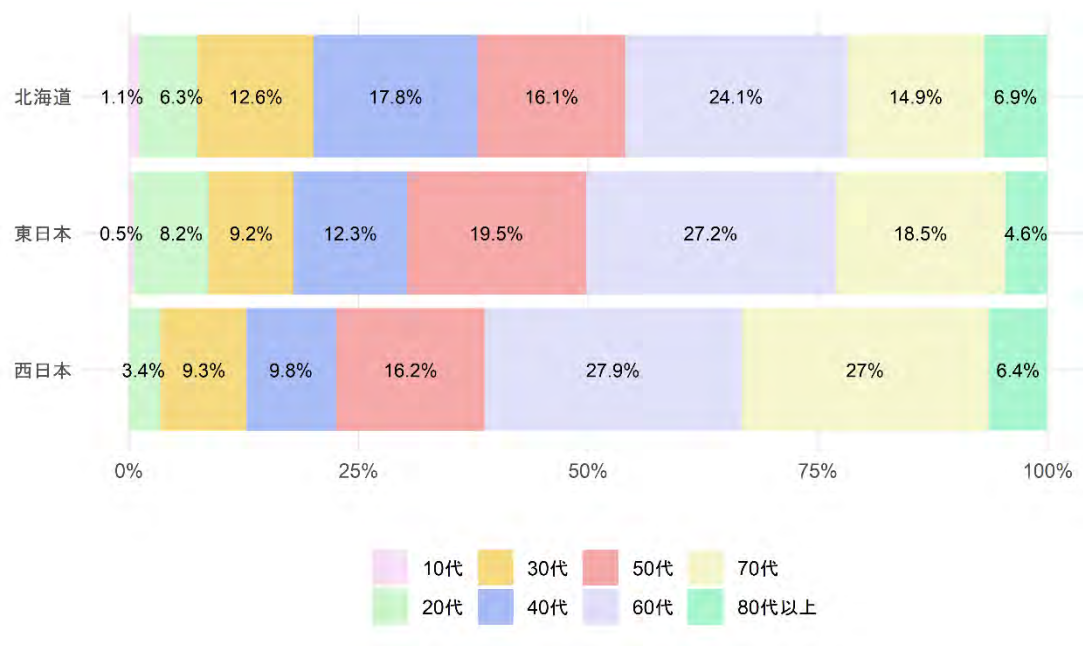
(2) 農業地域類型別

中間農業地域、山間農業地域において高齢者の割合が若干高い。



(3) 地域別

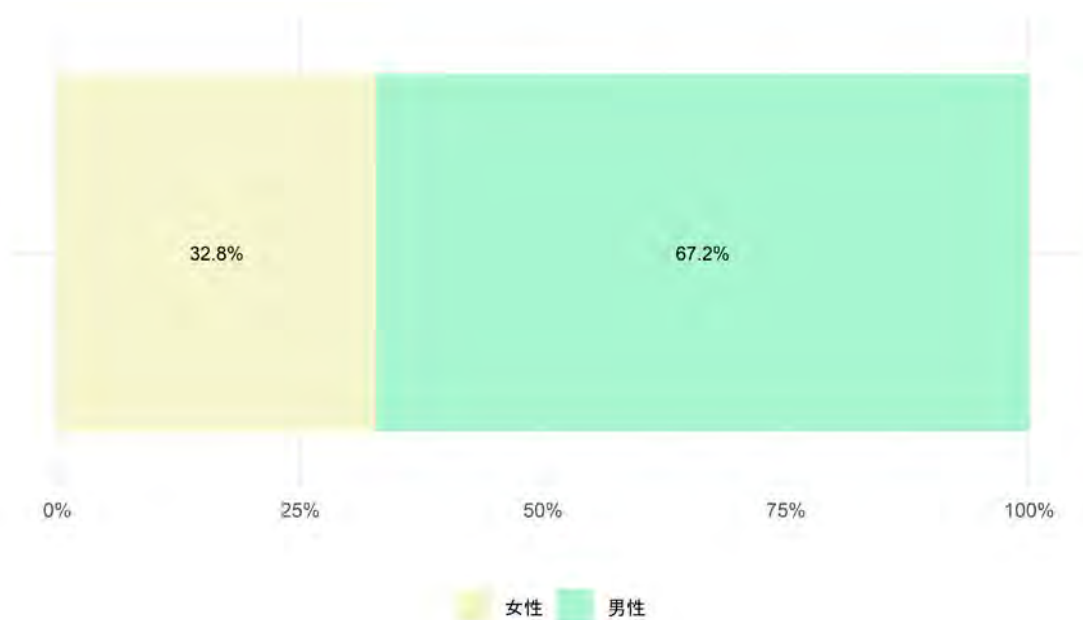
地域別に見ると西日本における高齢者割合が若干高い。



4.3.2. 回答者の性別

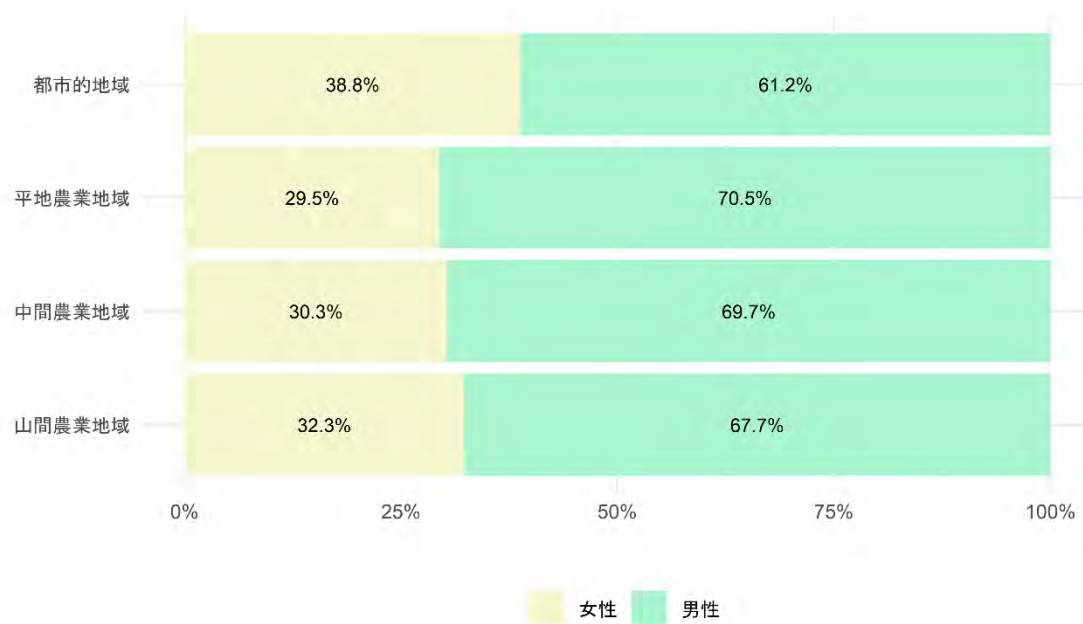
(1) 全体

約7割が男性と男性比率が高い。



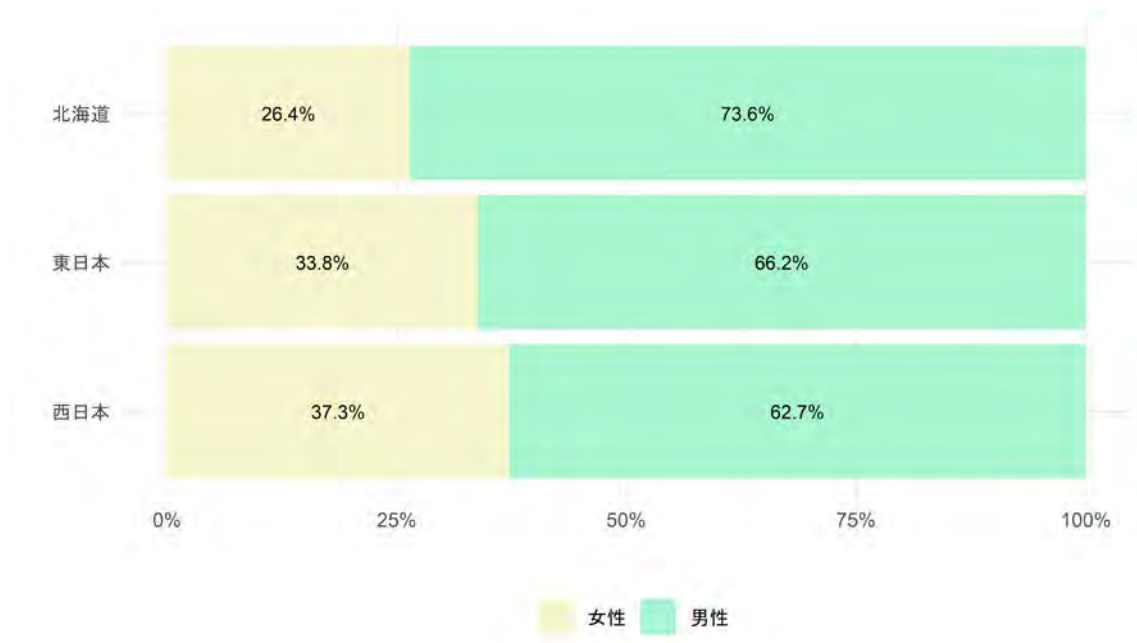
(2) 農業地域類型別

都市的地域では、女性の割合が若干高い。



(3) 地域別

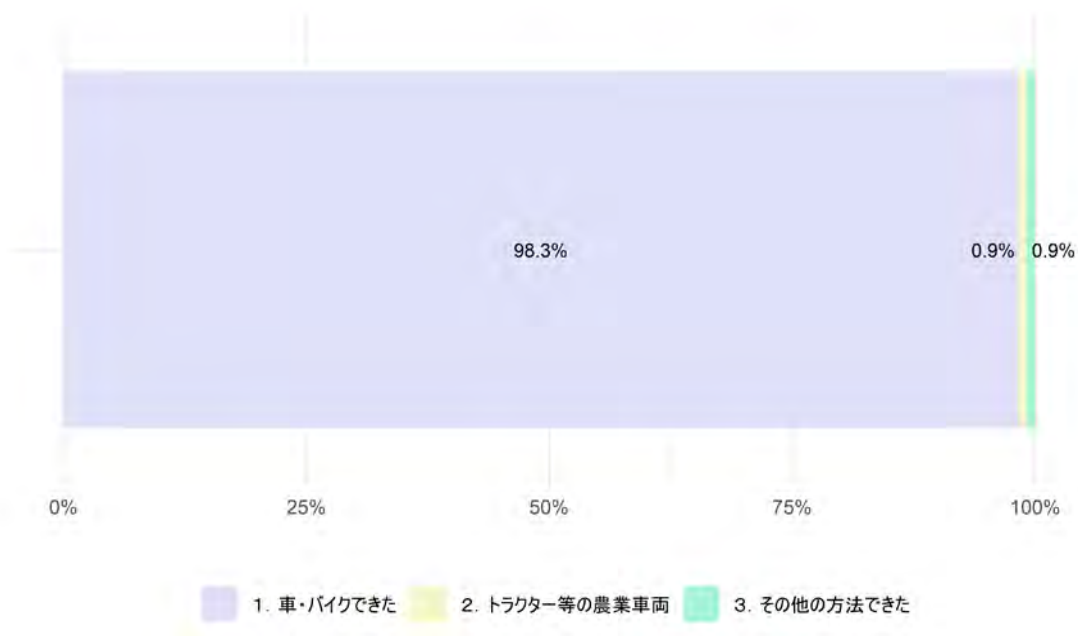
北海道では男性割合が高く、西日本で低い。



4.3.3. 来場の方法

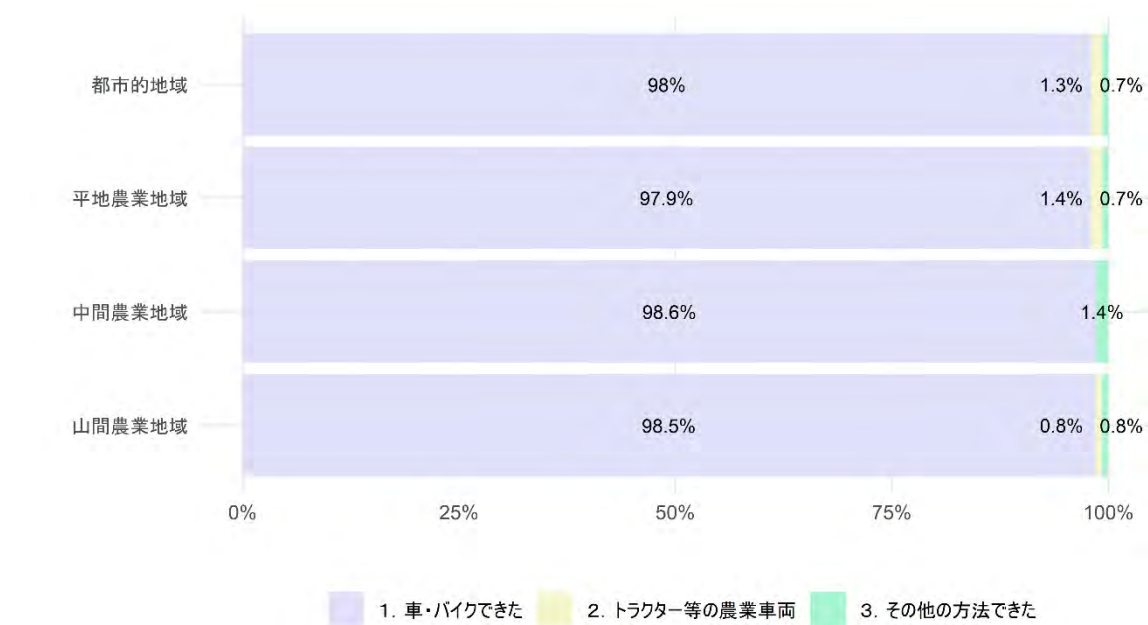
(1) 全体

ガソリンスタンドであることから 98% が車・バイクで来場している。



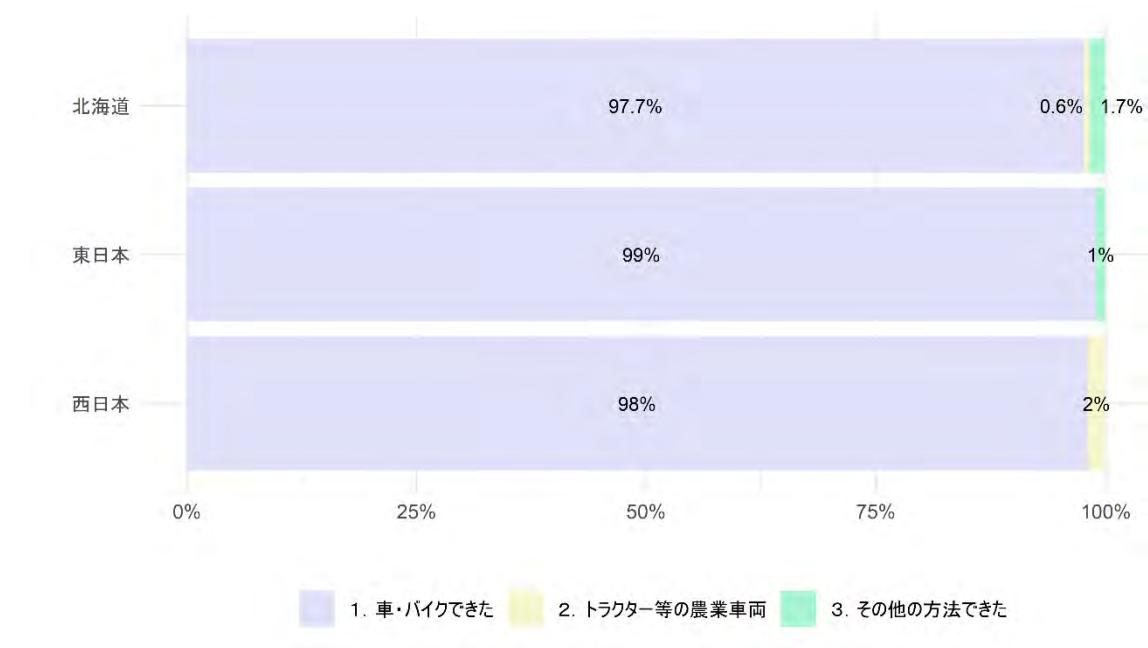
(2) 農業地域類型別

農業地域別に見ても大きな違いは見られない。



(3) 地域別

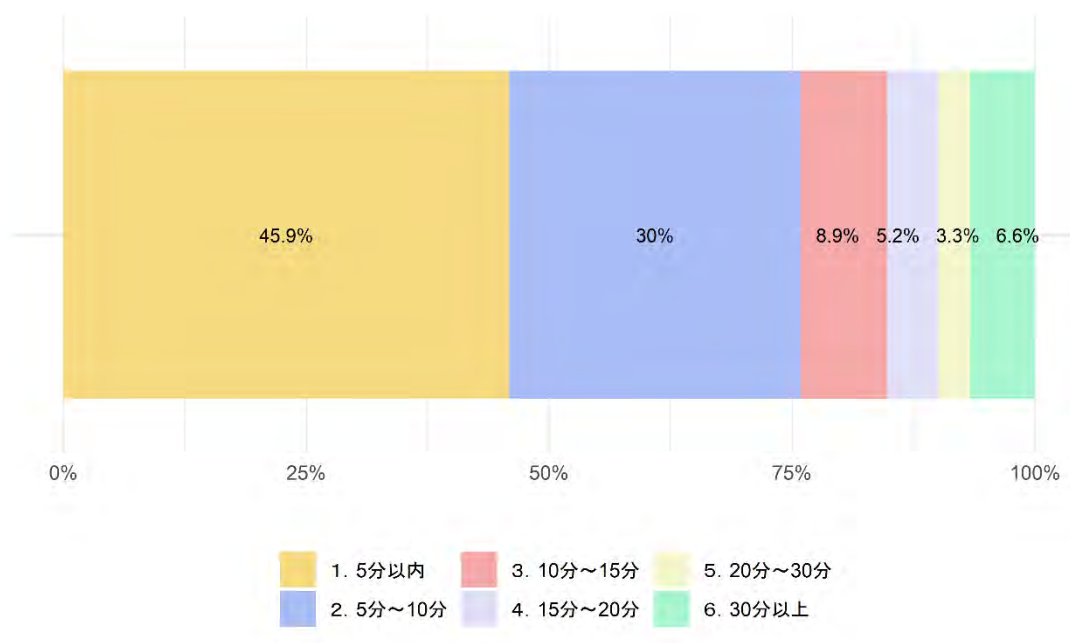
地域別に見ても大きな違いは見られない。



4.3.4. 所要時間

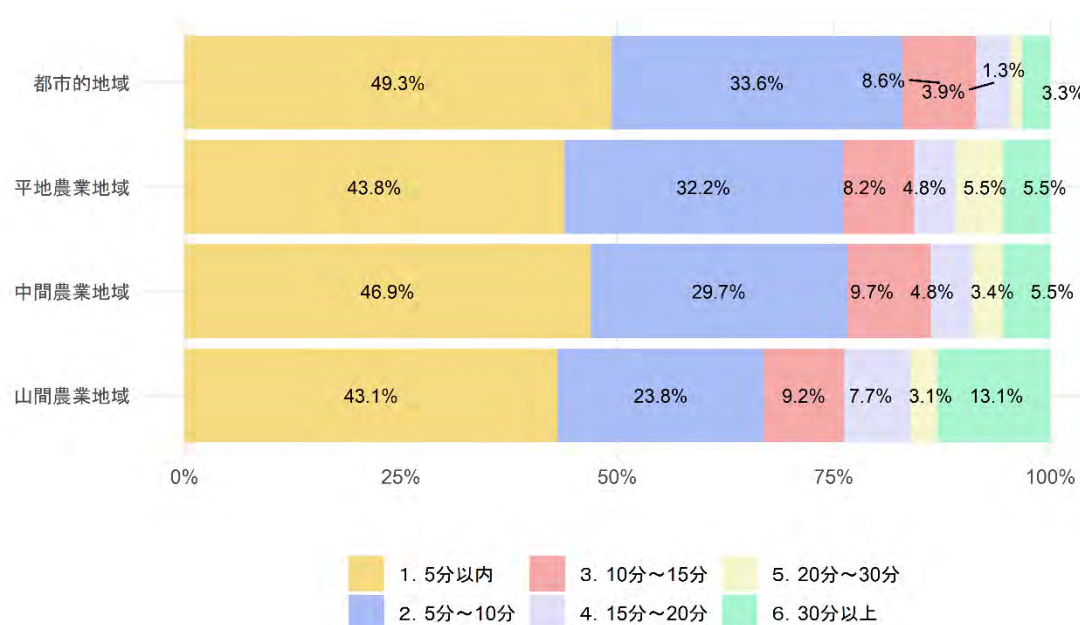
(1) 全体

全体の 3 / 4 程度が 10 分以内から来場している。



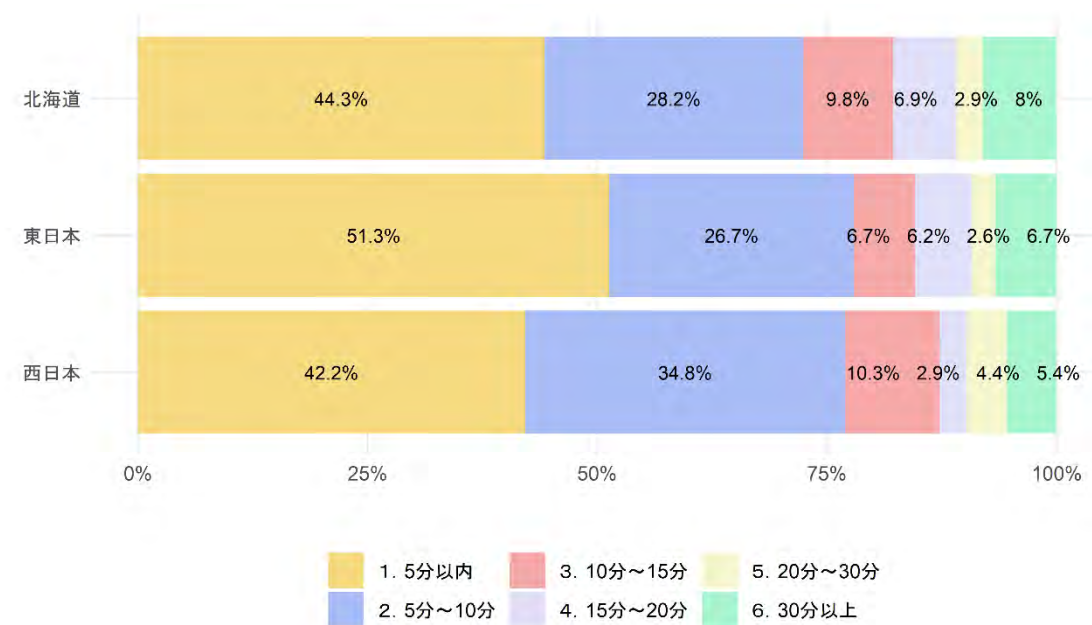
(2) 農業地域類型別

山間農業地域において、遠くからの来場者が若干多い。



(3) 地域別

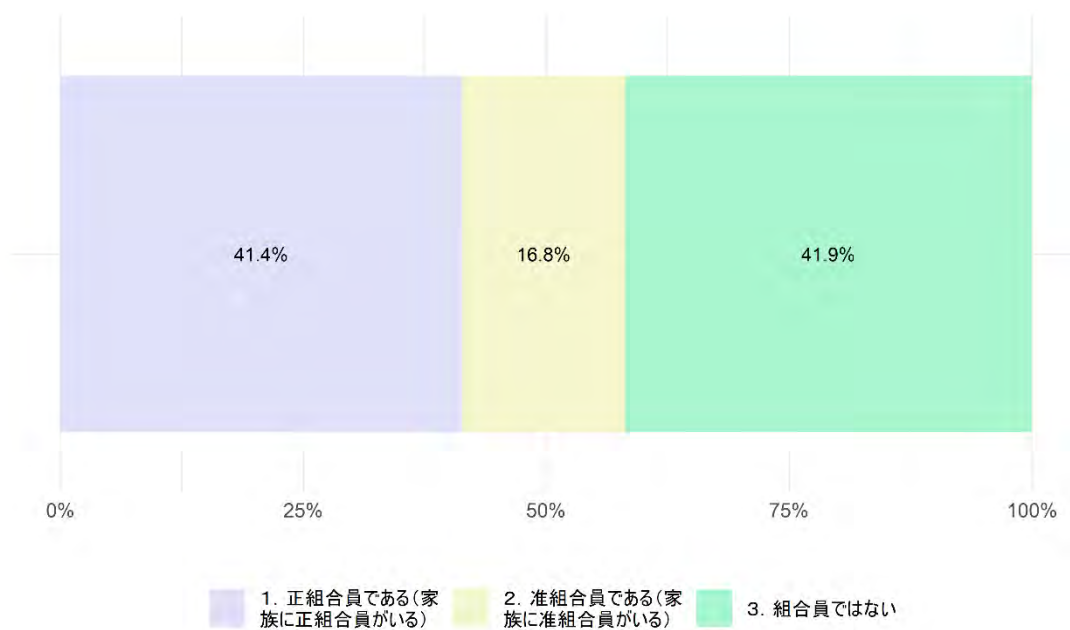
地域別に大きな違いは見られない。



4.3.5. JA への加入状況

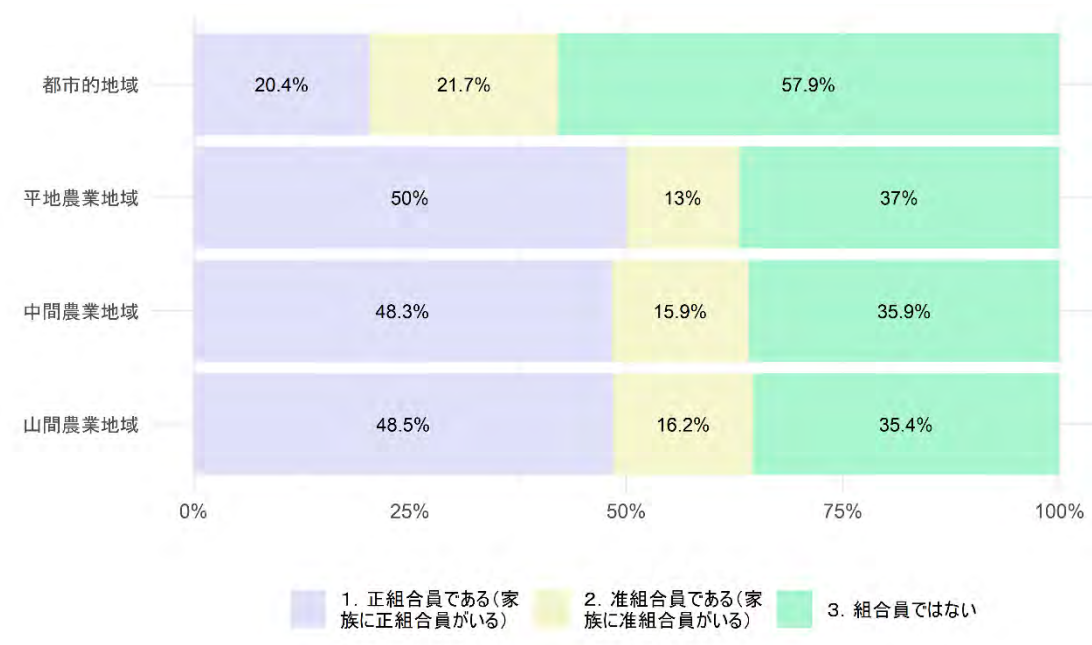
(1) 全体

全体の約4割が正組合員であり、約4割が組合員ではない。



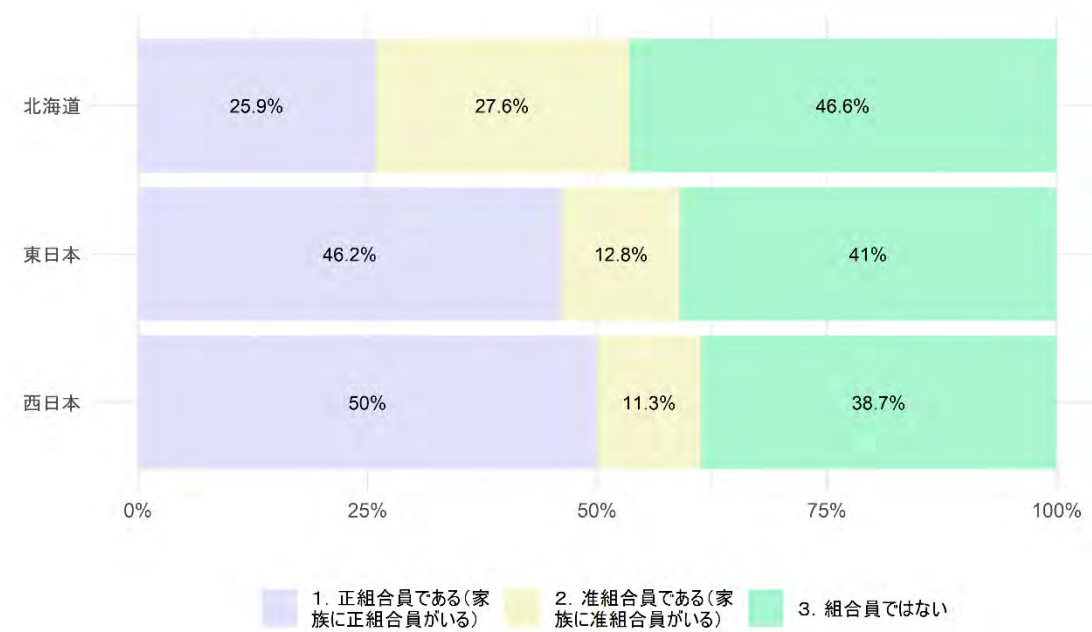
(2) 農業地域類型別

都市的地域において非組合員の割合が高い。



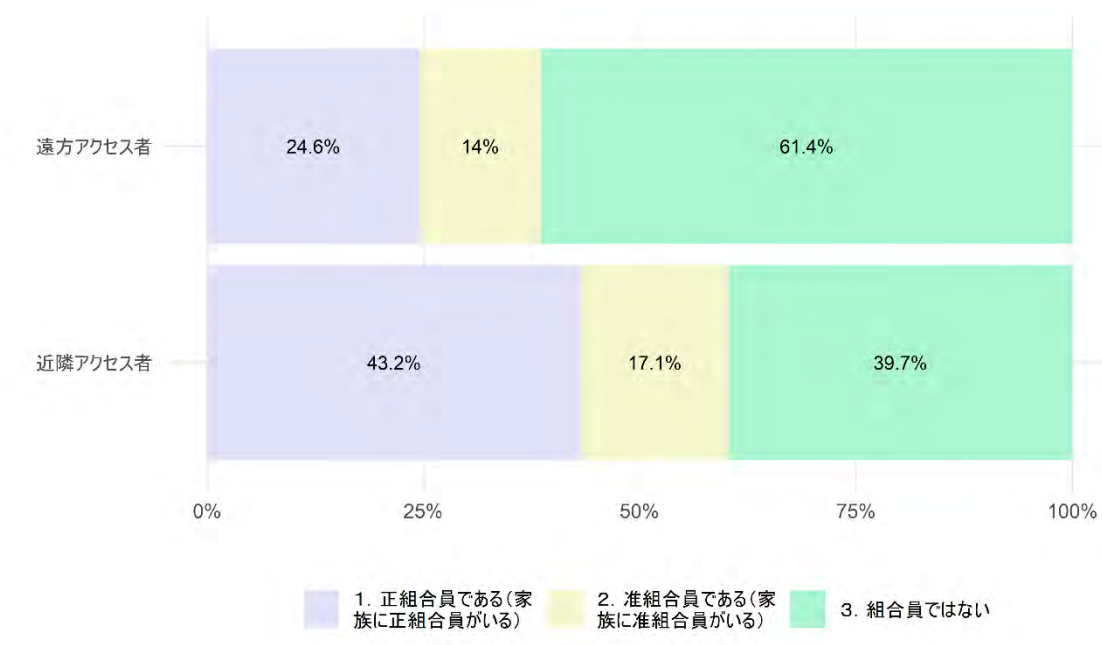
(3) 地域別

地域別には北海道において非組合員比率が高い。



(4) アクセス状況別

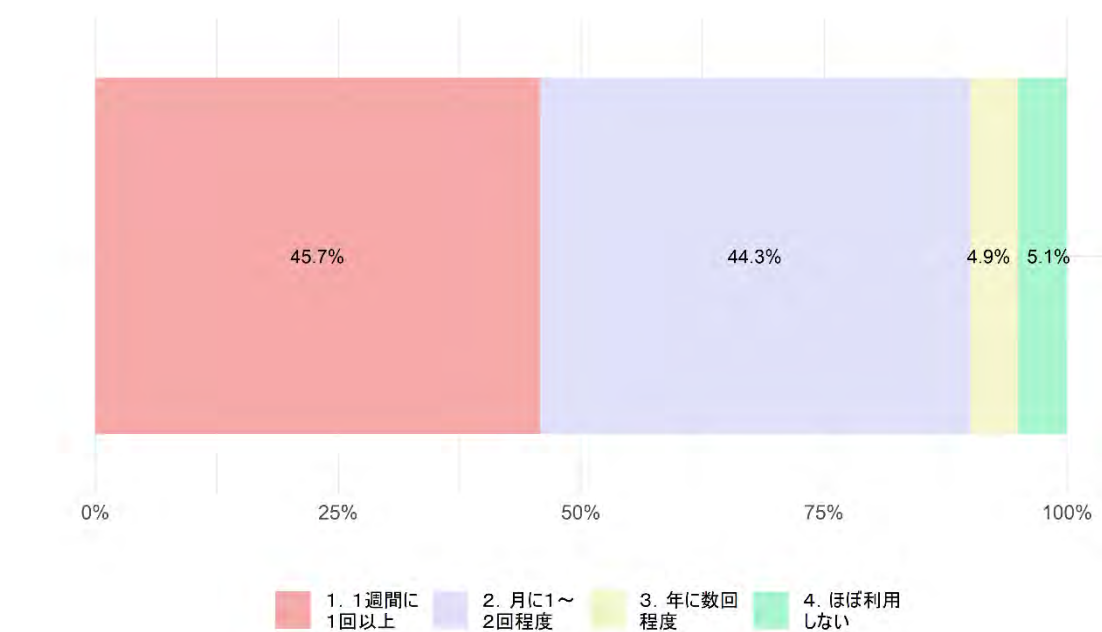
遠方からアクセスしている人の非組合員率は高い。



4.3.6. 利用頻度

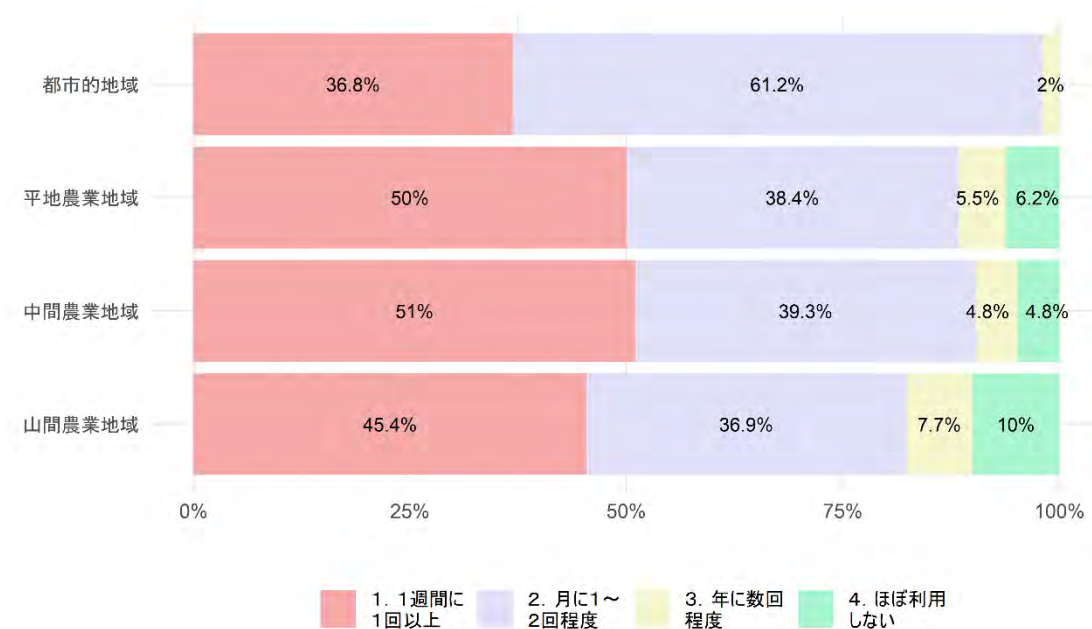
(1) 全体

全体の約9割が月に1回以上利用している。



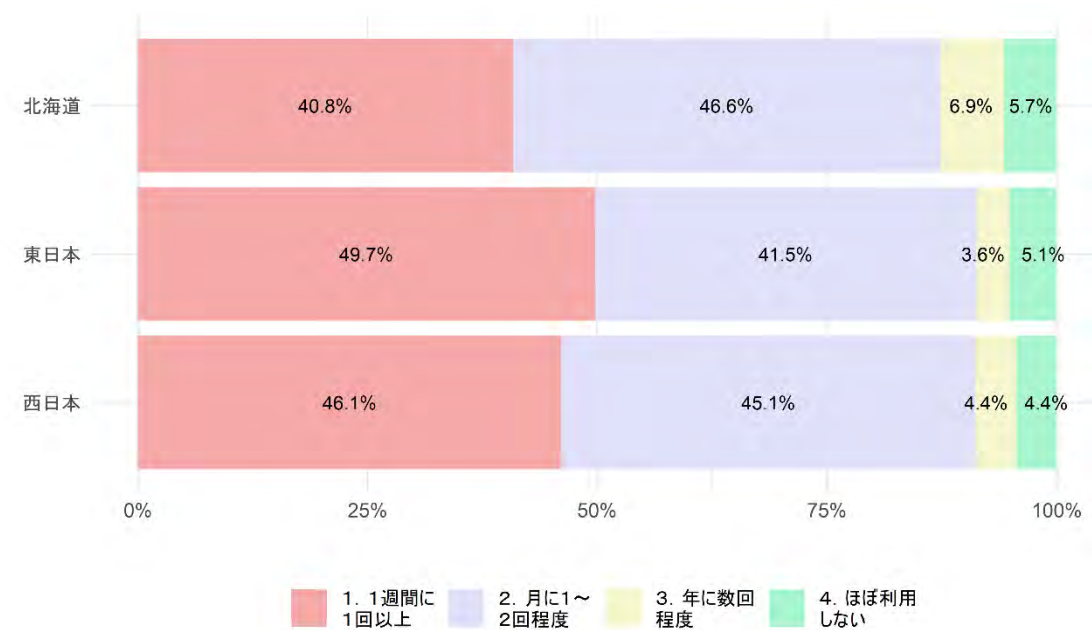
(2) 農業地域類型別

都市的地域の利用頻度が高く、山間農業地域で若干低い。



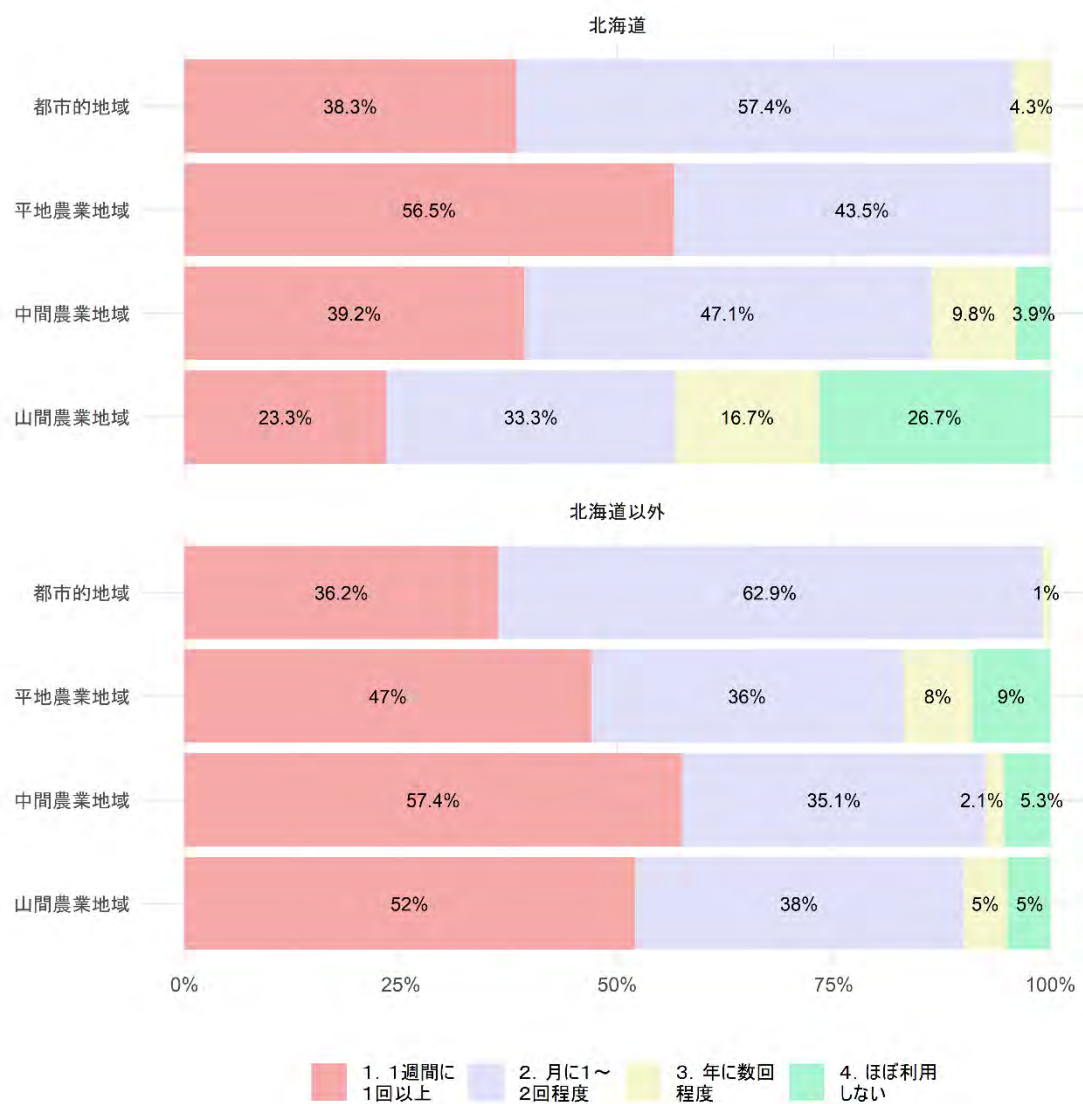
(3) 地域別

地域別で大きな差は見られない。



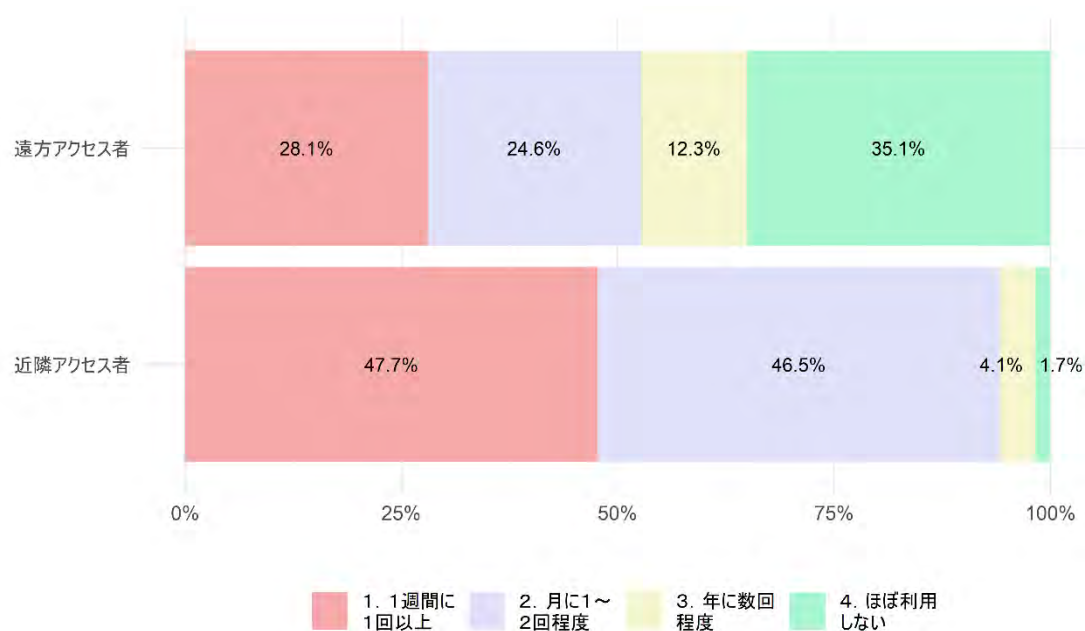
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の山間農業地域での費用頻度は低い。



(5) アクセス状況別

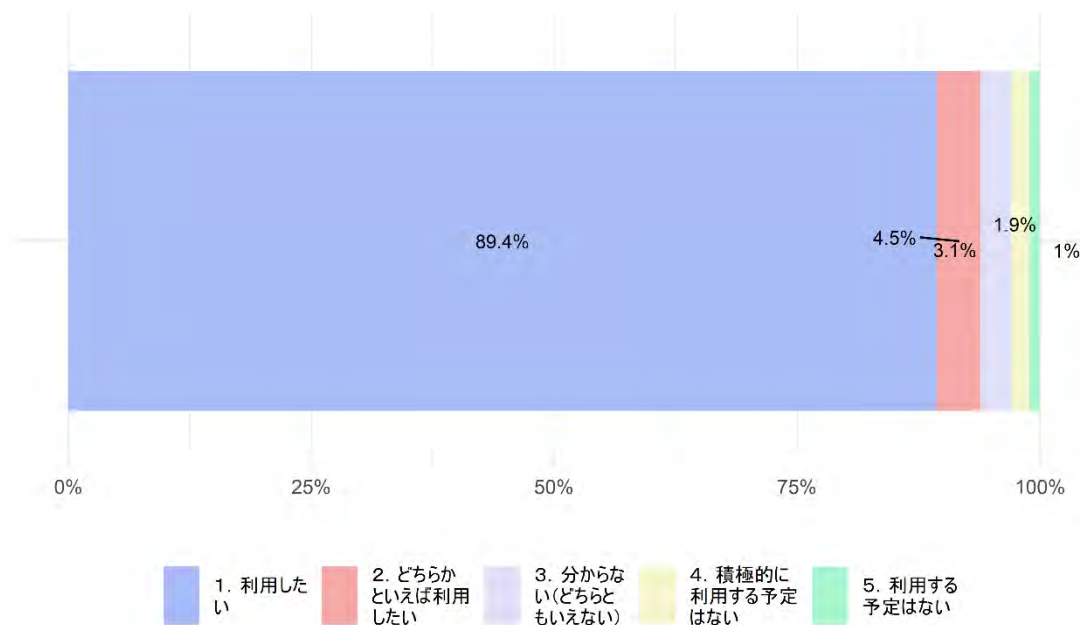
遠方からアクセスしている人の利用頻度は低い。ガソリンスタンドの場合、遠方からの来訪者がたまたま立ち寄るケースが他の施設に比べても多いと考えられる。



4.3.7. JA 施設の利用意向

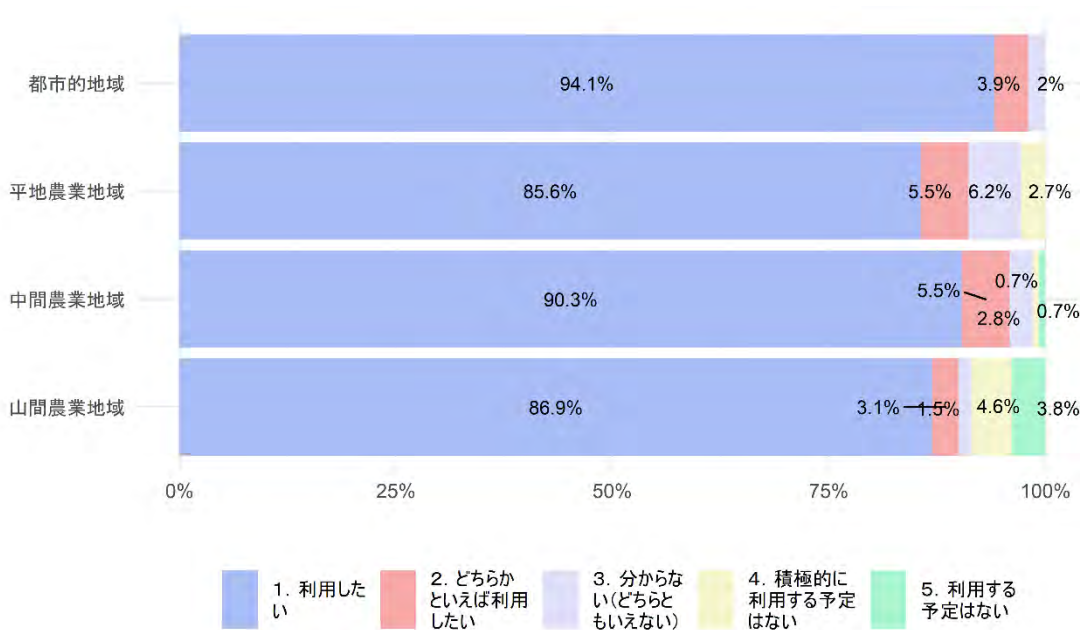
(1) 全体

JA 施設の利用意向は約 9 割と高い。



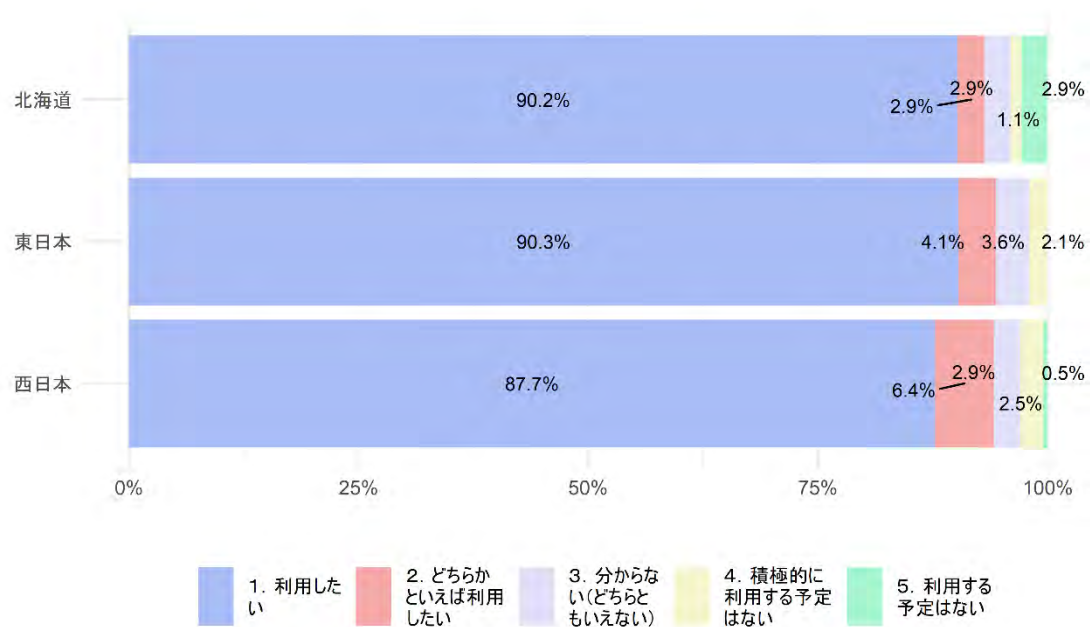
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に大きな違いは見られない。



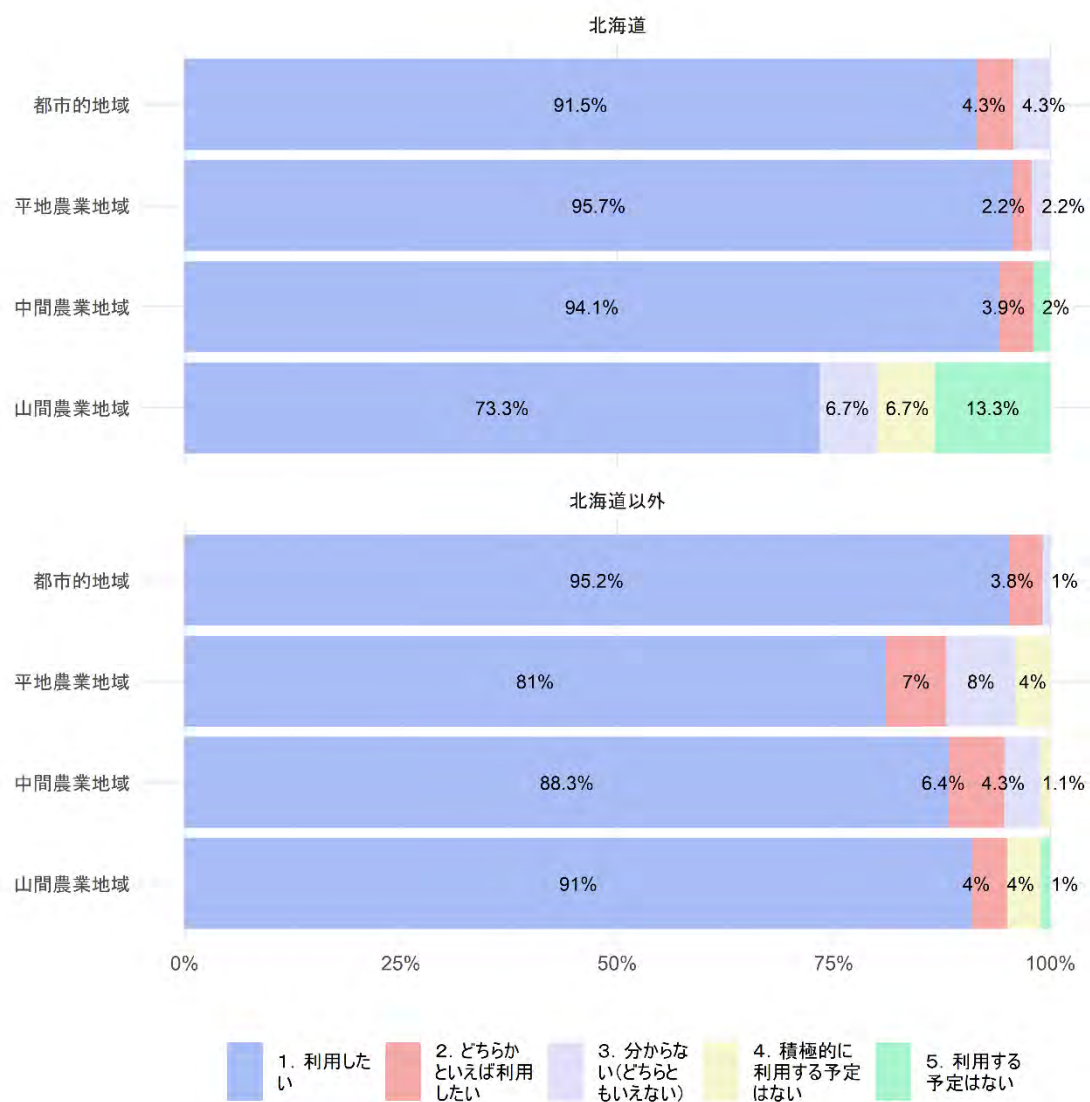
(3) 地域別

地域別に大きな違いは見られない。



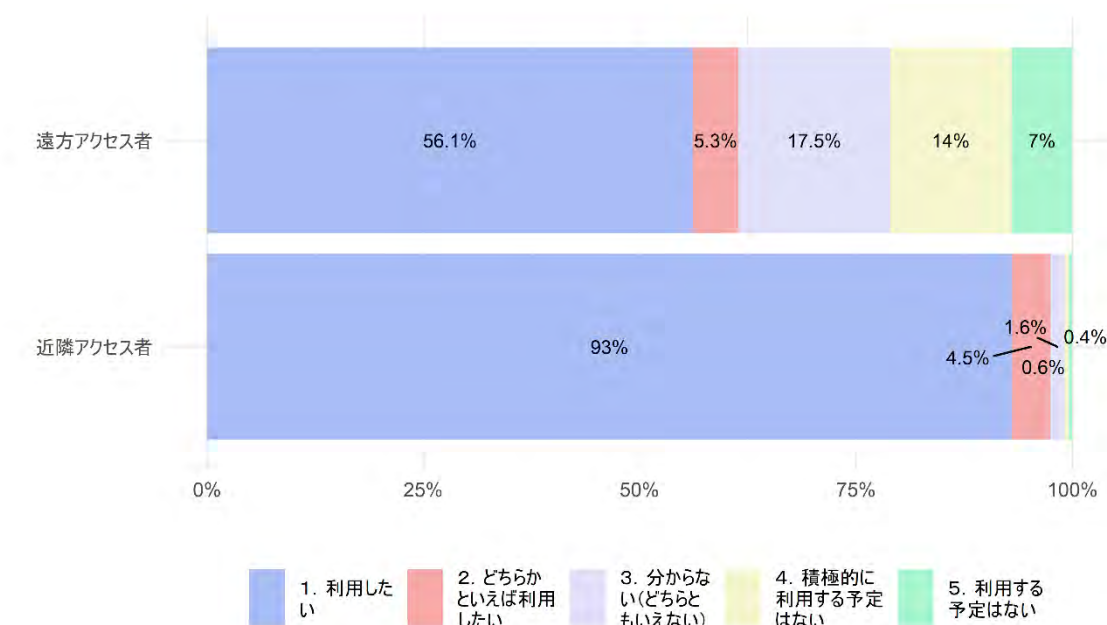
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の山間農業地域、北海道の平地農業地域において若干利用意向が低くなっている。



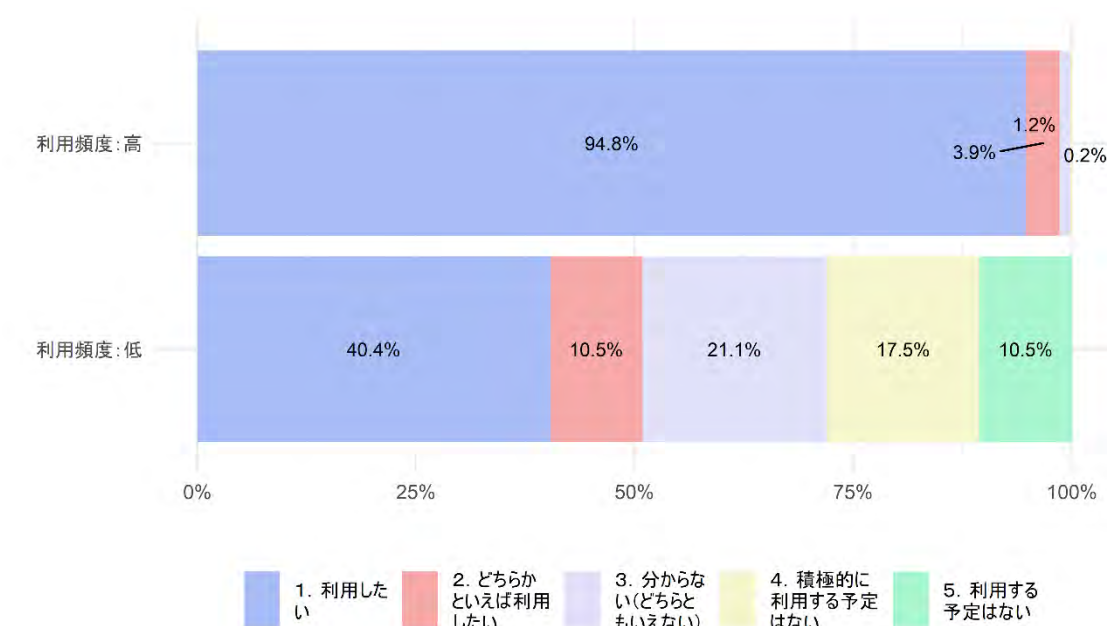
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の利用意向は低い。



(6) 利用頻度別

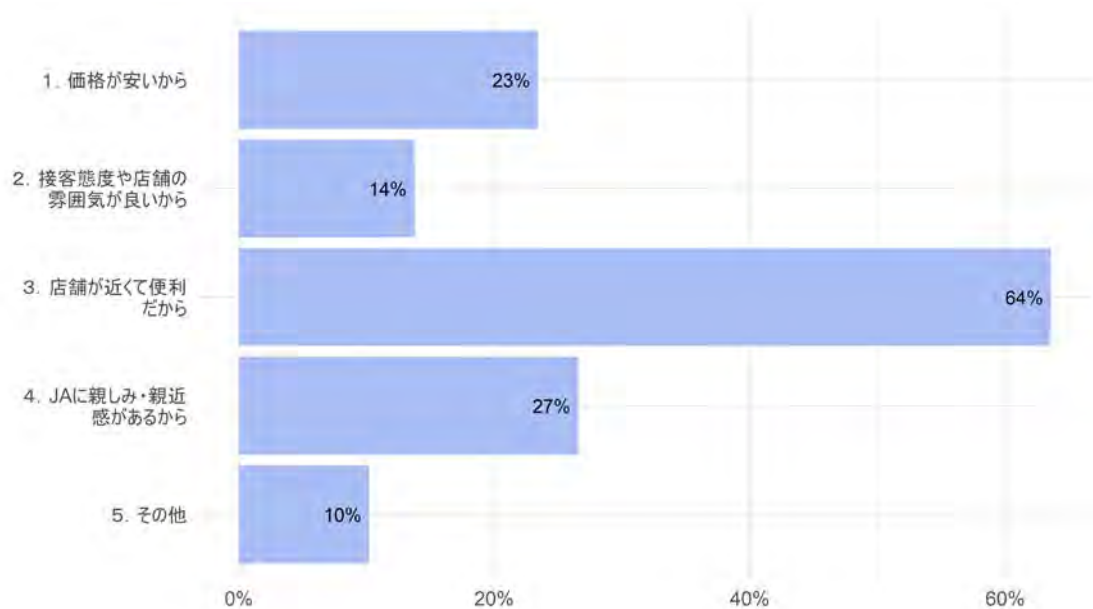
利用頻度が低い回答者の利用意向は低い。



4.3.8. 今後も利用したい理由

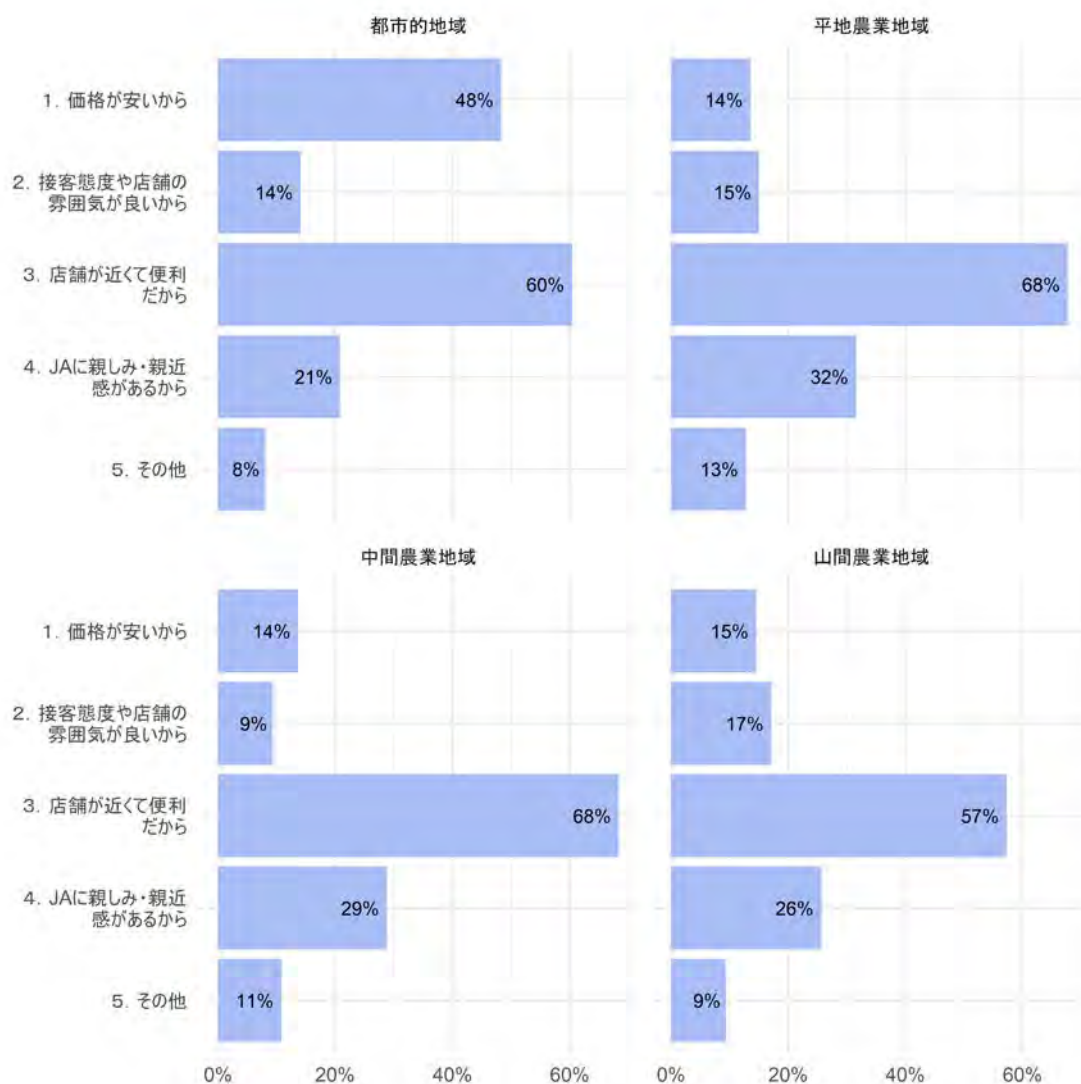
(1) 全体

「店舗が近くて便利だから」という回答が最も多かった。



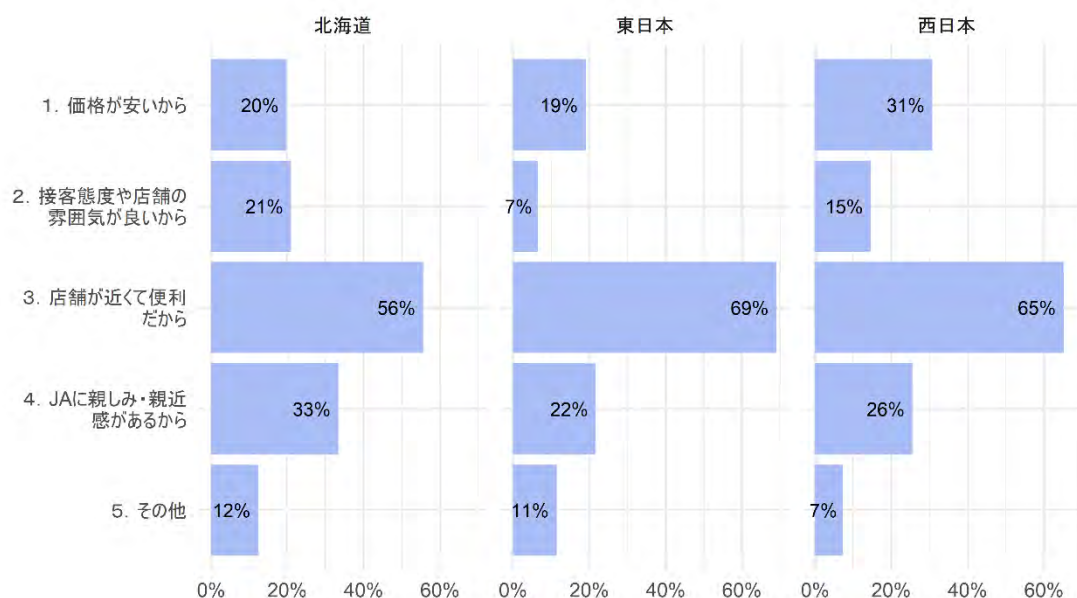
(2) 農業地域類型別

いずれの地域類型でも「店舗が近くて便利だから」が最も多いが、都市的地域においては他の地域類型に比べて価格に対する評価が高い。



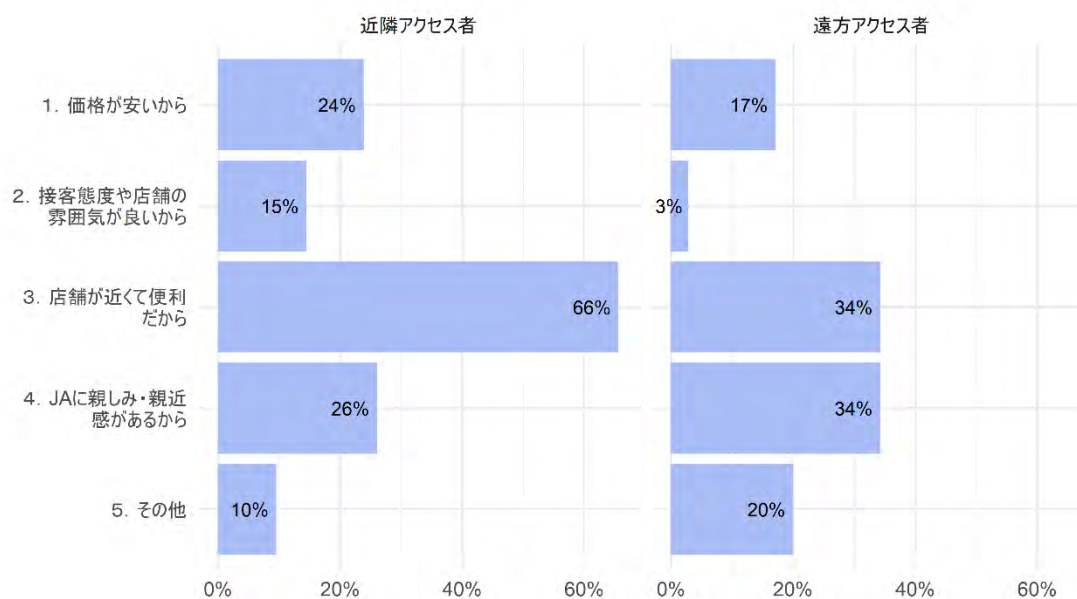
(3) 地域別

いずれの地域も「店舗が近くて便利だから」が最も多い。



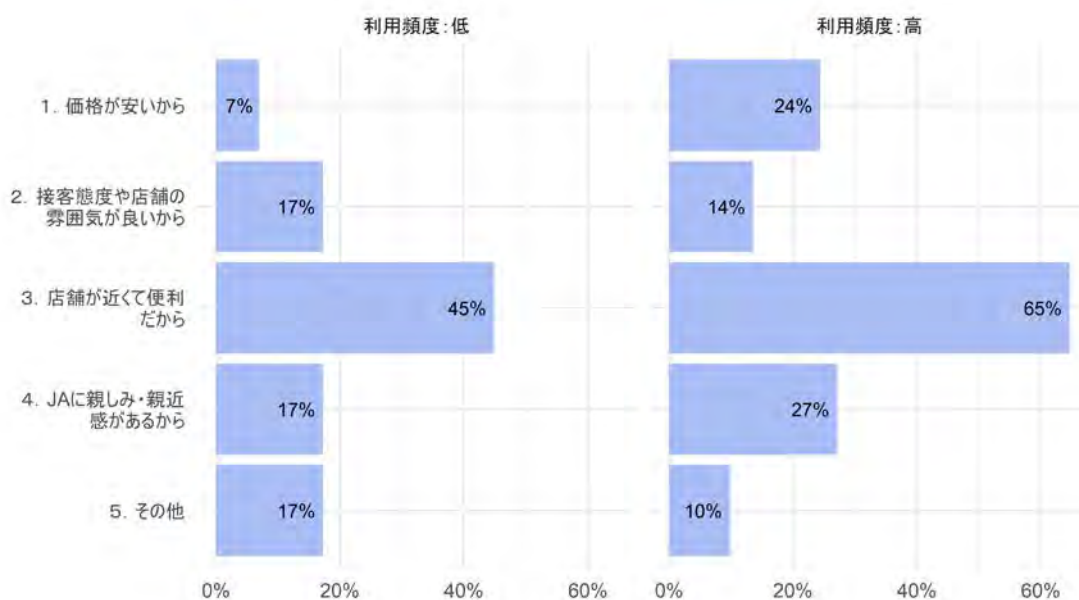
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人は、「店舗が近くて便利だから」「JAに親しみ・親近感があるから」が同程度であった。



(5) 利用頻度別

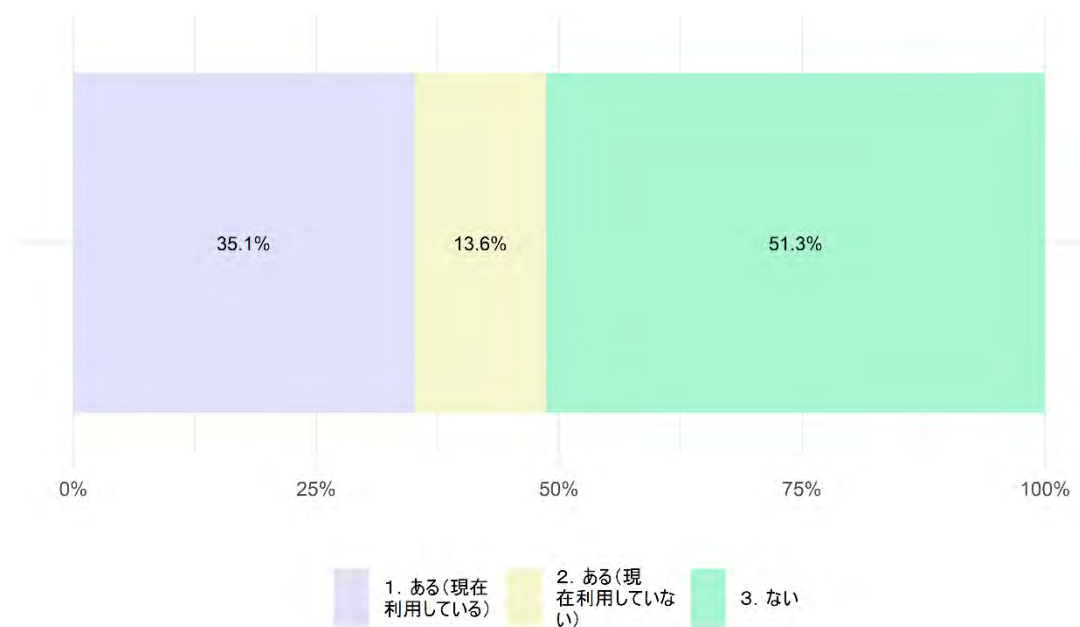
利用頻度の高い人ほど、全体的に評価が高いが、特に、店舗が近くて便利だから、価格が安いからという点を評価している。



4.3.9. JA 施設以外の利用

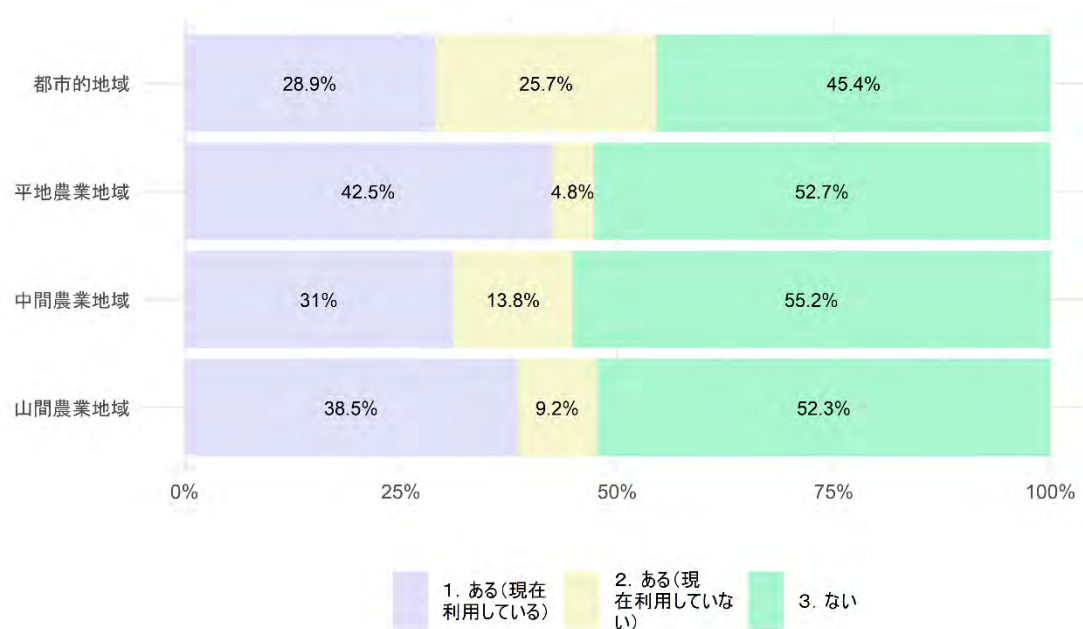
(1) 全体

他の施設が「ある」と回答した割合は 35%と他の施設に比べると低い。



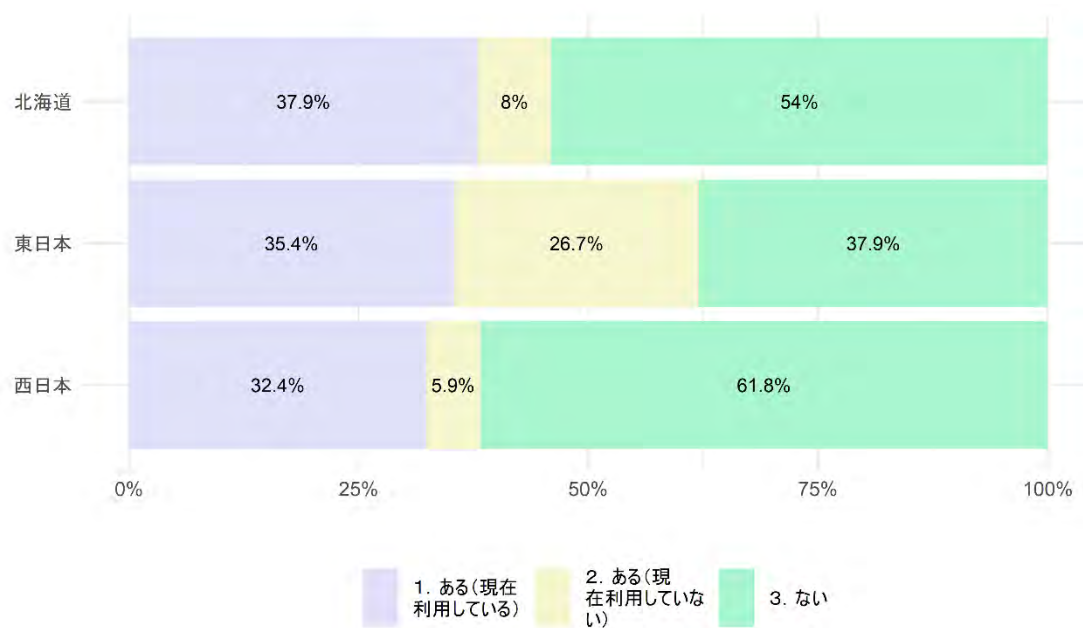
(2) 農業地域類型別

都市的地域と中間農業地域では他の施設を利用している割合が若干低い。都市的地域では、他に利用できる施設はあるが現在利用していない割合が高い。



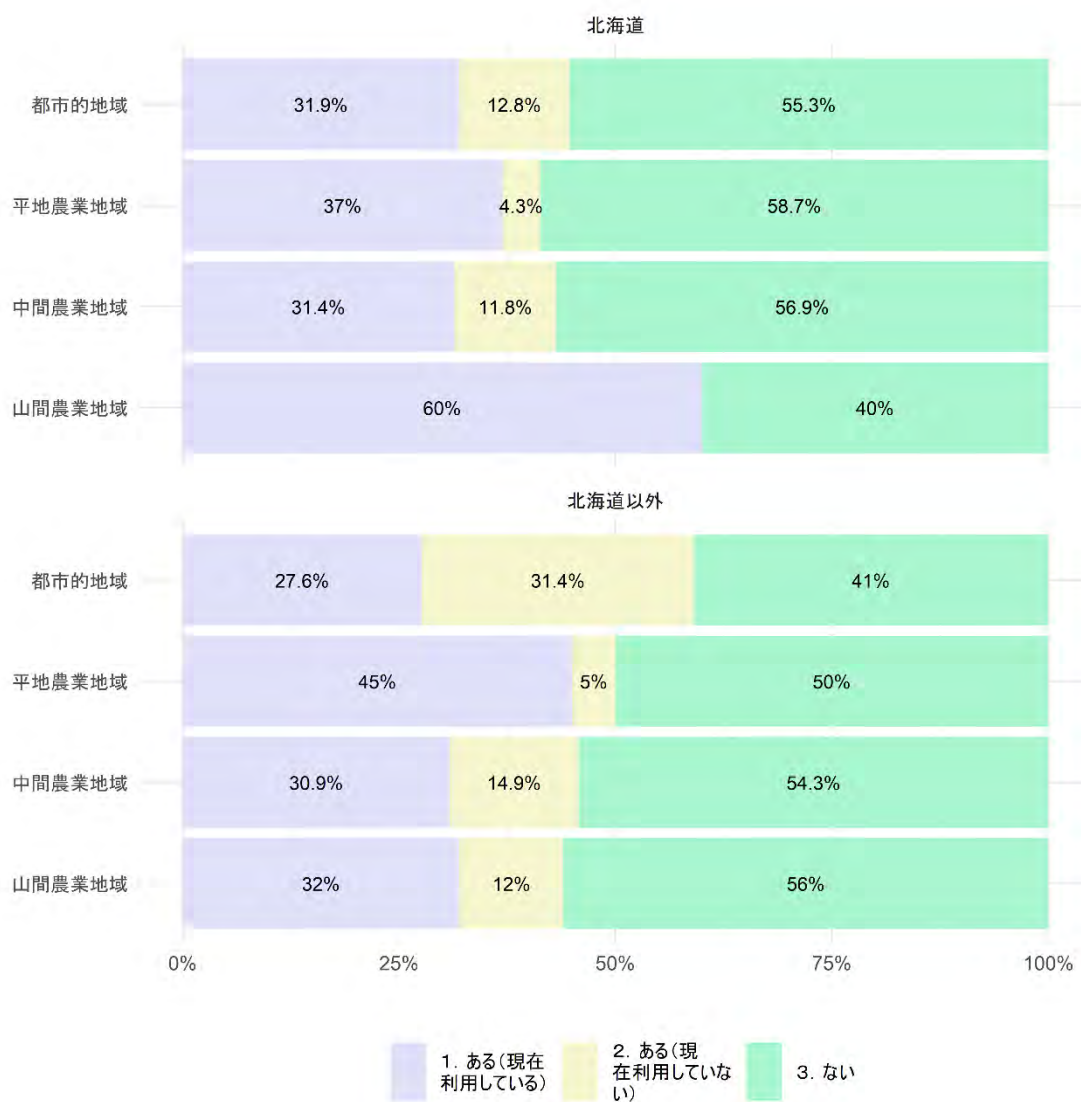
(3) 地域別

地域別に大きな違いは見られない。



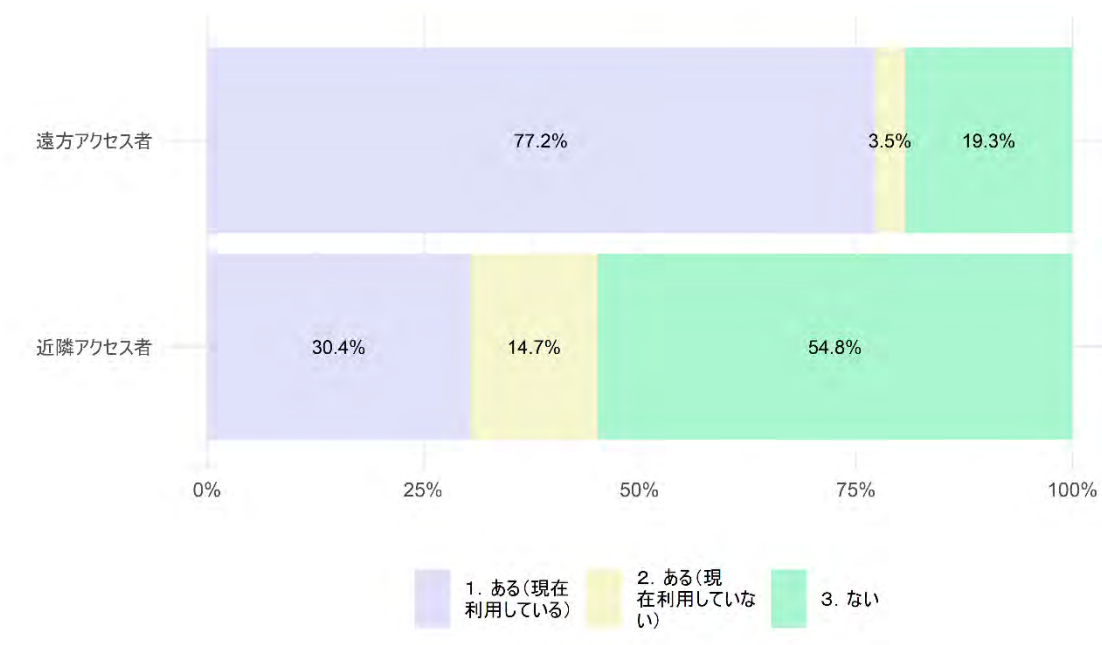
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の山間地域と北海道以外の平地農業地域で特に、他の施設がある割合が高かった。



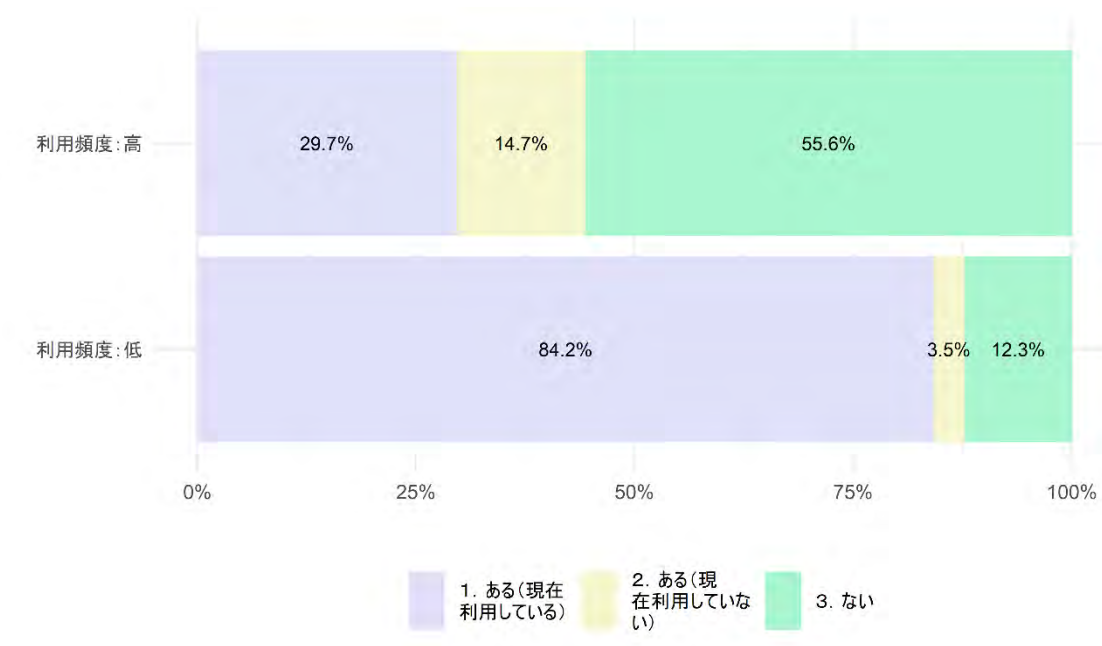
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人ほど他の施設がある割合が高い。



(6) 利用頻度別

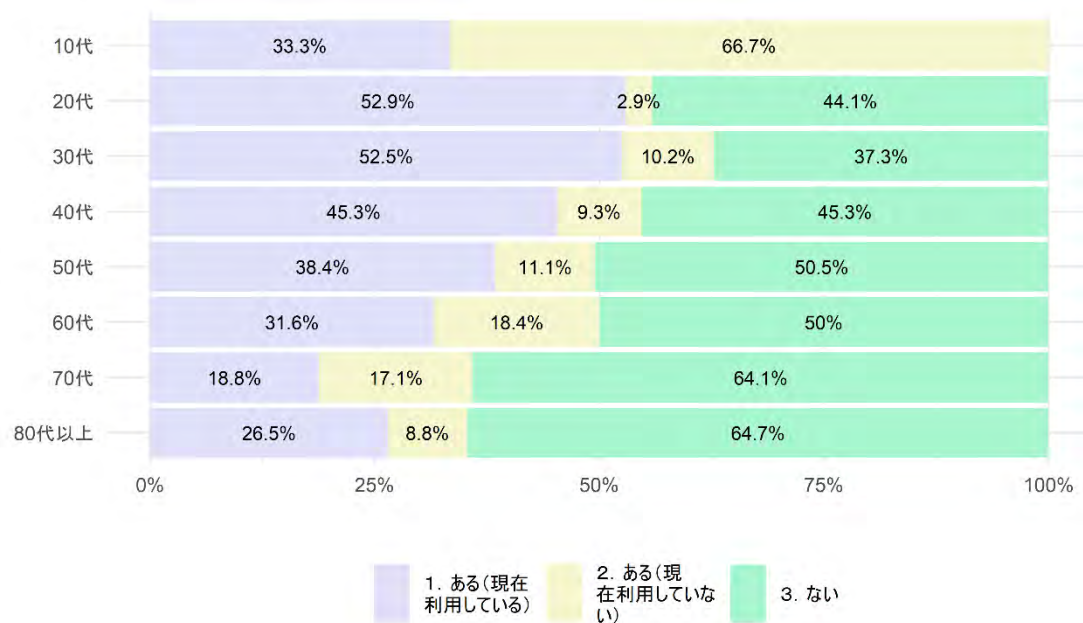
利用頻度が低い人ほど他の施設を利用している割合が高い。



(7) 年齢層別

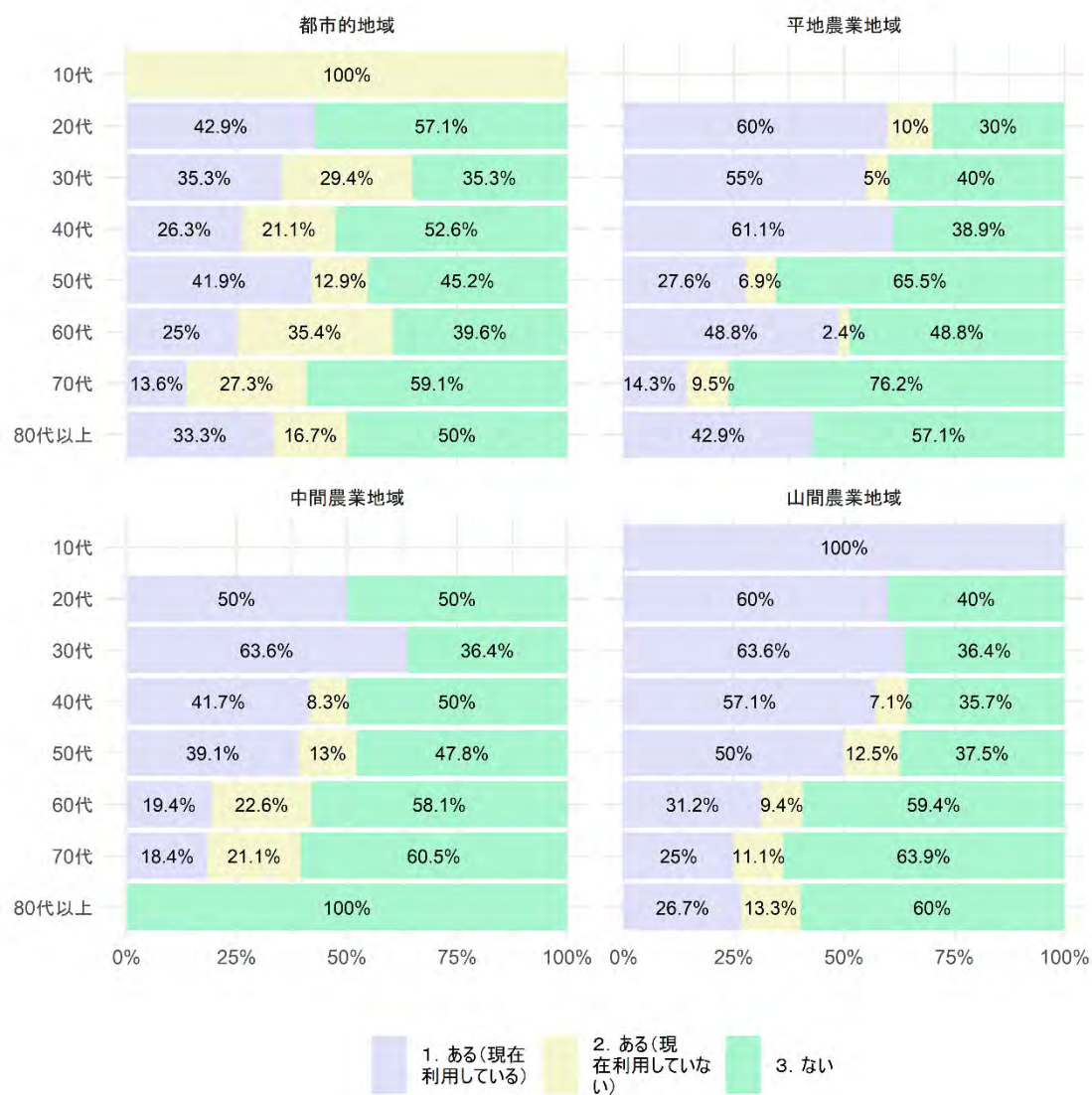
① 全体

年齢が高くなるほど、他の施設がないと回答する割合が高い。



②農業地域類型別

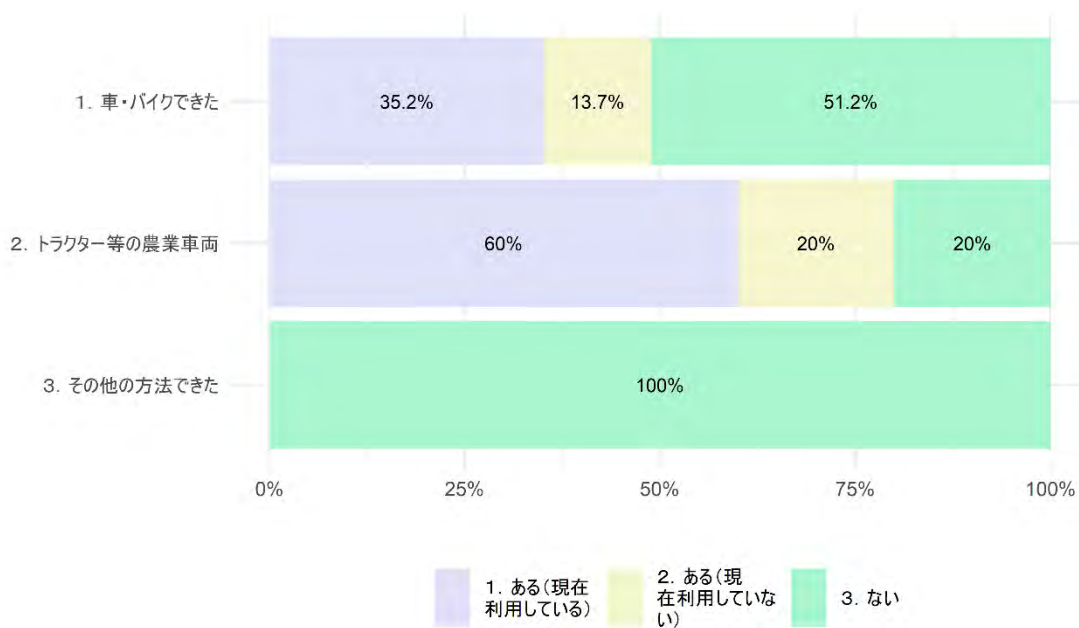
都市的地域以外は、高齢になるほど他に利用できる施設がないと回答する割合が高い。



(8) 移動手段別

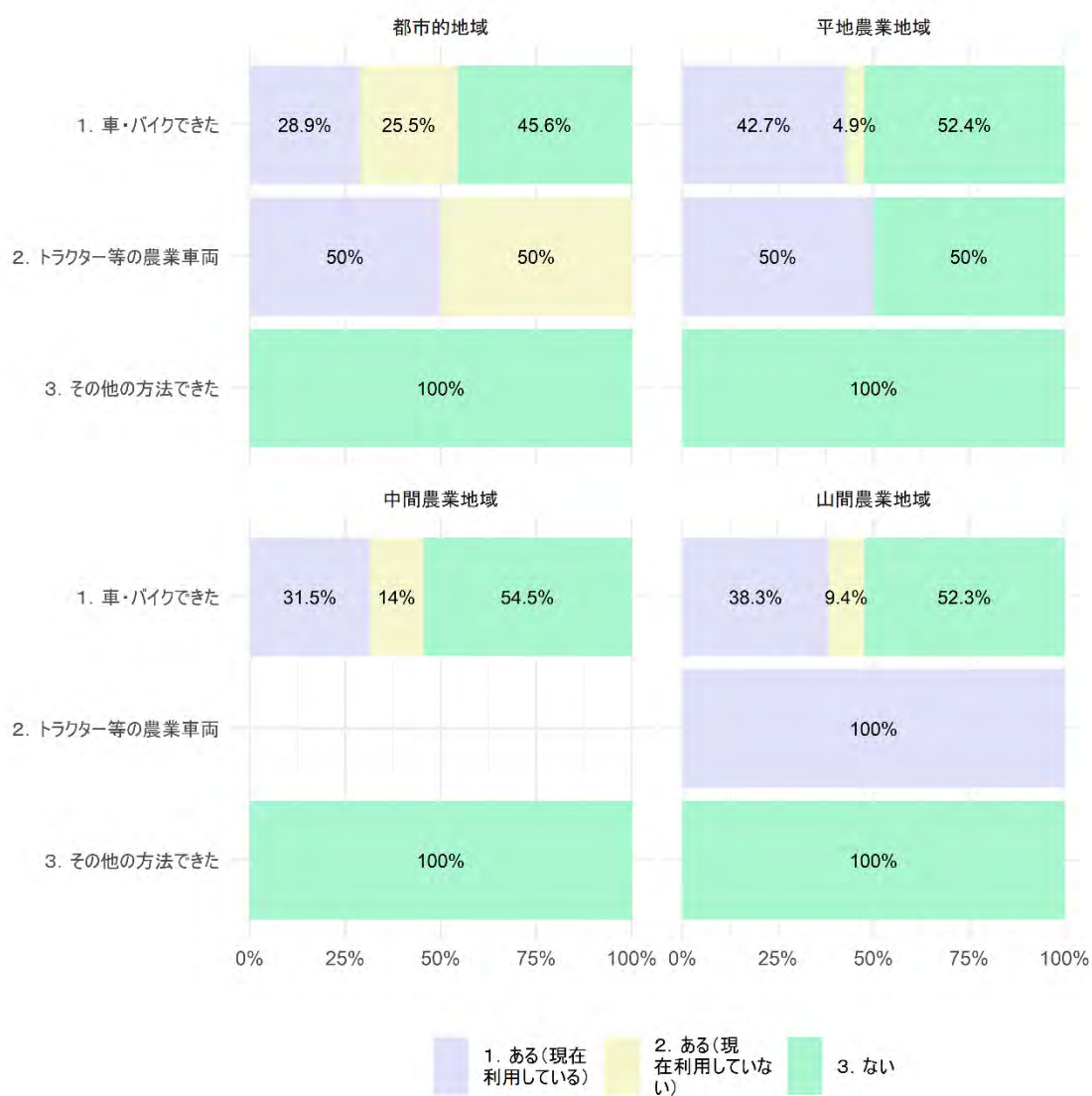
①全体

ほとんどが車・バイクできたと回答しているため、他のサンプルが非常に少なく、明確な特徴を示すことはできない。



②農業地域類型別

農業地域類型別に見ても、ほとんどが車・バイクできたと回答しており、明確な特徴を示すことはできない。



5. まとめ

5.1. インフラとしての機能について

(1) 利用頻度

利用頻度は、食料品・日用品小売サービスで週1回以上が8割程度、金融サービスで月1回以上が8割程度、ガソリンスタンドで月1回以上が9割程度といずれも高い利用頻度となっている。スーパーマーケット白書2020（一般社団法人全国スーパーマーケット協会）によると、スーパーマーケットを、週1回以上利用する割合は84%と、本調査と同程度となっている。ただし、上記の調査はインターネット調査であり、本事業のように、店頭でのアンケート結果ではない。また、全銀協の「よりよい銀行づくりのためのアンケート」によると、月に1回以上銀行窓口を利用する割合は28%程度、銀行内ATMで64%程度となっている。今回の調査は窓口利用者とATM利用者が混在しているが、銀行内ATMよりも高い値となっており、利用頻度の高さがわかる。また、マイボイスコム株式会社の調査によるとガソリンスタンドを月に1度以上利用する割合は57%程度であった。ただし上記の2調査についてもインターネットによる調査であり、店頭での調査ではないことに留意する必要がある。特に、ガソリンスタンドについては、免許や車を所有していない人まで含まれている。

(2) 今後の利用意向及び利用したい理由

農協施設を今後も利用したいと回答した割合は、購買サービスで90%、JAバンクで87%、ガソリンスタンド・給油所で89%と非常に高くなっており、地域の重要なインフラとして機能していることがわかる。これは、都市部から山間部、北海道から西日本まで概ね同様の値であり、いずれの地域でも重要な施設として認識されている。その理由としては、いずれも「店舗が近くて便利だから」というものであった。買い物弱者、買い物難民が社会問題化するなか、地域になくてはならない施設であると考えられる。一方で、農協施設の特徴として、「JAに親しみ・親近感があるから」という回答も多く寄せられた。まさに、これまで地域に根ざして活動を行ってきたことが反映されているものと思われる。

なお、前出のスーパーマーケット白書においては、人口減少に伴う食品支出額の減少が進む中でもしばらくはシニア層の食品市場の拡大が見込まれると指摘されており、食料品・日用品小売サービスの回答者のほぼ3/4が60歳以上であることから今後も利用ニーズは高いと思われる。

5.2. 遠方アクセス者のうち JA 施設以外を利用できない人の割合について

本調査では、徒歩 15 分以上、車で 20 分以上の場所から来訪している人を、遠方アクセス者と定義したが、さらにそのなかで問 3 において、JA 施設以外に利用できる店舗がないと回答した人の割合を市町村別に算定した。若干であるが、中間農業地域、山間農業地域において、割合が高くなっている（※）。

	都道府県	市町村	食料品・日用品	金融	ガソリン
都市的地域	北海道	岩見沢市	4.9%	2.2%	0%
	愛知県	豊橋市	0%	0%	0%
	兵庫県	姫路市	0%	0%	0%
平地農業地域	北海道	帯広市	1.9%	0%	0%
	宮城県	亘理町	3.3%	0%	2.0%
	鳥取県	米子市	0%	0%	4.0%
中間農業地域	北海道	当麻町	0%	0%	2.0%
	群馬県	嬬恋村	2.1%	0%	2.0%
	高知県	香美市	2.0%	0%	4.4%
山間農業地域	北海道	北見市	4.0%	0%	10.0%
	新潟県	魚沼市	2.1%	0%	0%
	鹿児島県	霧島市	5.8%	0%	2.0%

（※）この値自体はアクセス困難者の比率を意味するものではなく、例えば 3 ページに記載されているアクセス困難者率等と比較することはできない。すなわち、遠いところから来ている人は訪問の頻度が低く、調査対象となる確率が低くなるためである（例えば、週に 1 回訪問する人は、週に 7 回訪問する人に比べて、調査対象となる確率が 1/7 となる）。従って、この値の大きさ自体には意味が無く、あくまで地域の差異のみに意味がある指標であることに留意する必要がある。なお、訪問頻度から逆算して大まかな値を把握することは可能であるが、ここでは推計していない。

5.3. 今後の調査について

本年度事業では 12 地区を対象に調査を行ったが、地域毎にかなり幅があることが明らかとなった。全国ベースでの傾向をつかむ観点からは、まず調査対象のサンプルを増やしていくことが重要であると考えられる。加えて、4.1.9. (2) 4.3.9. (2) 5.2 で示されているとおり、食品・日用品小売サービス及びガソリン小売サービスについては、中山間地域において生活インフラへのアクセスが問題となっていることが示されている。また昨年度実施された「平成 30 年度農協監査・事業利用実態調査における准組合員の事業利用規制の在り方」においても中山間地域でのアクセス困難率が高いことが示されていた。これらの観点から、農協関連施設は中山間地域においてより重要な役割を果たしていることが予想され、今後の調査サンプルについては中山間地域を厚めに調査することが有効であると考えられる。

また、本年度事業では生活インフラ拠点においてアンケート調査を実施したが、拠点ベースで調査することによる限界もあり、実際のアクセス困難者の状況について把握するためには、居住地ベースの調査についてもあわせて行うことが望ましい。