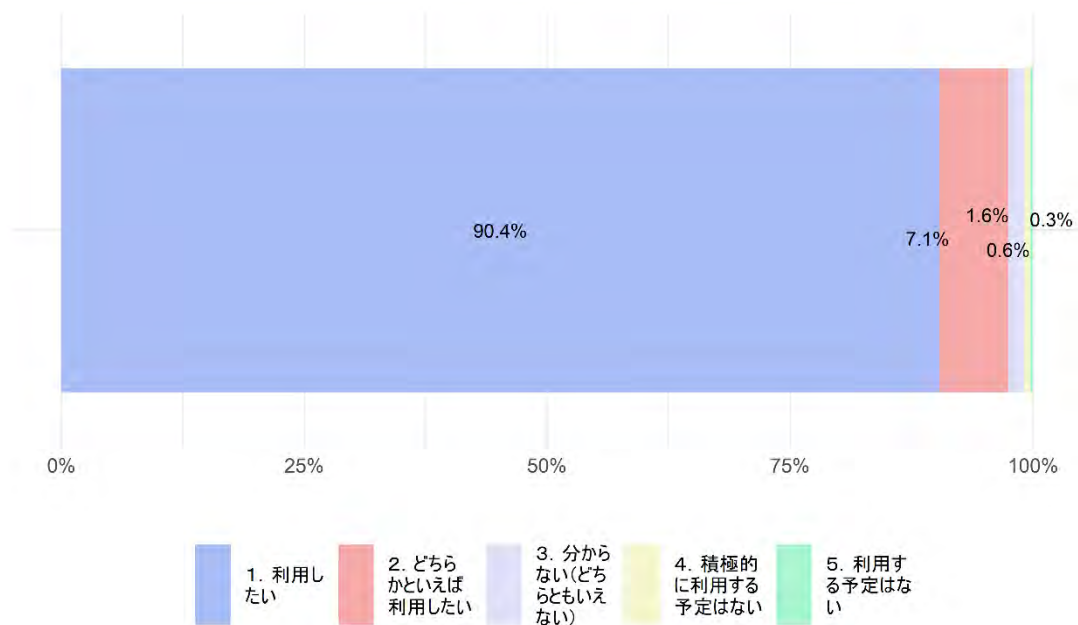


4.1.7. JA 施設の利用意向

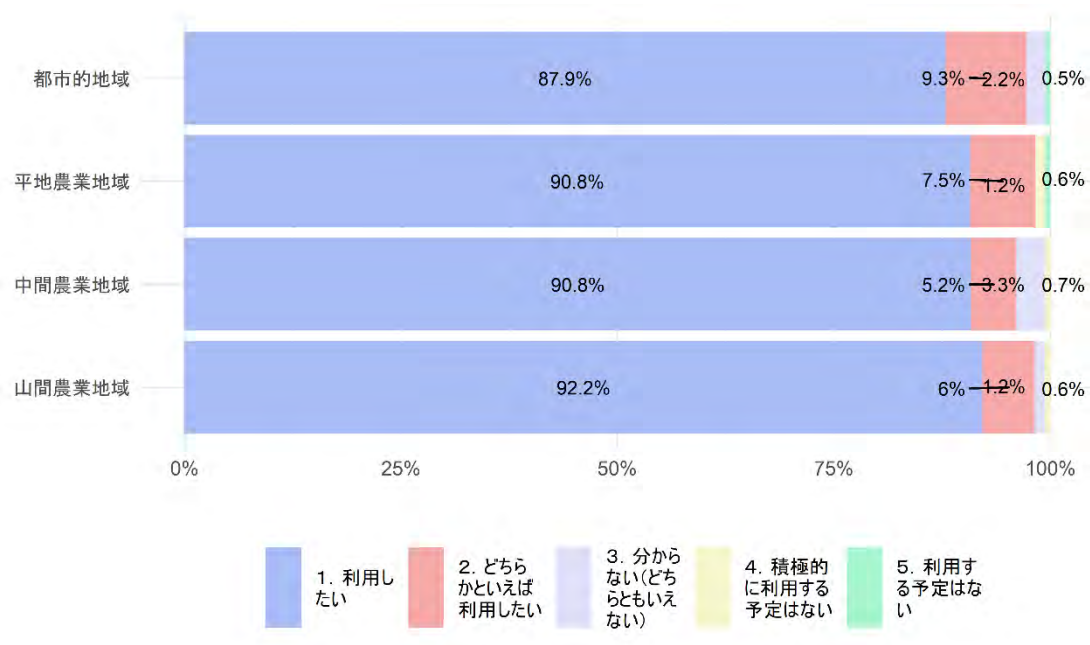
(1) 全体

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。



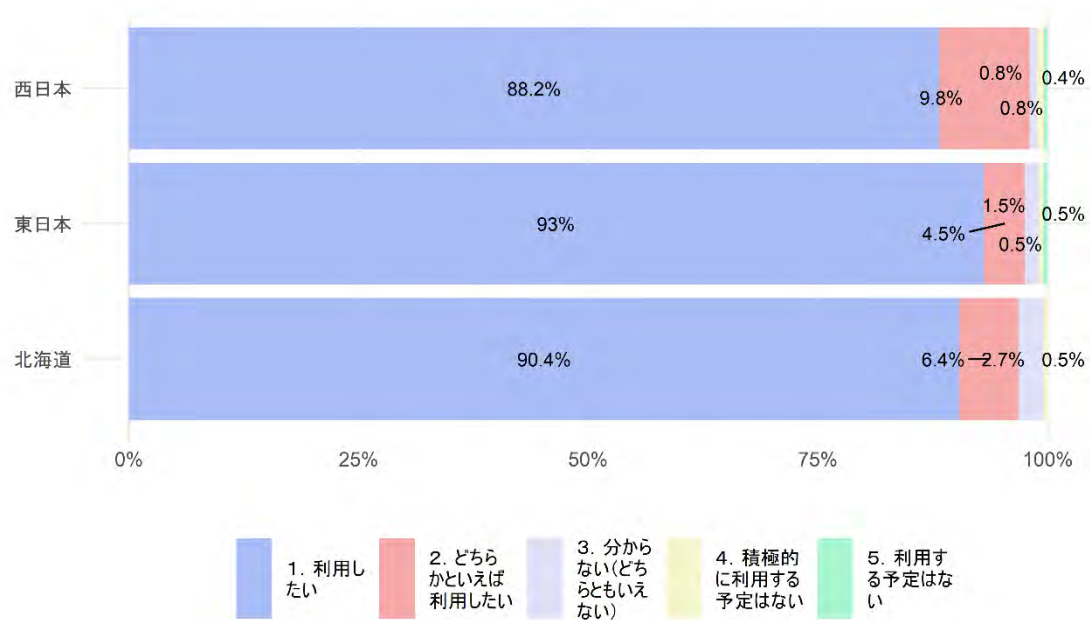
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別にみても全ての類型で高くなっている。



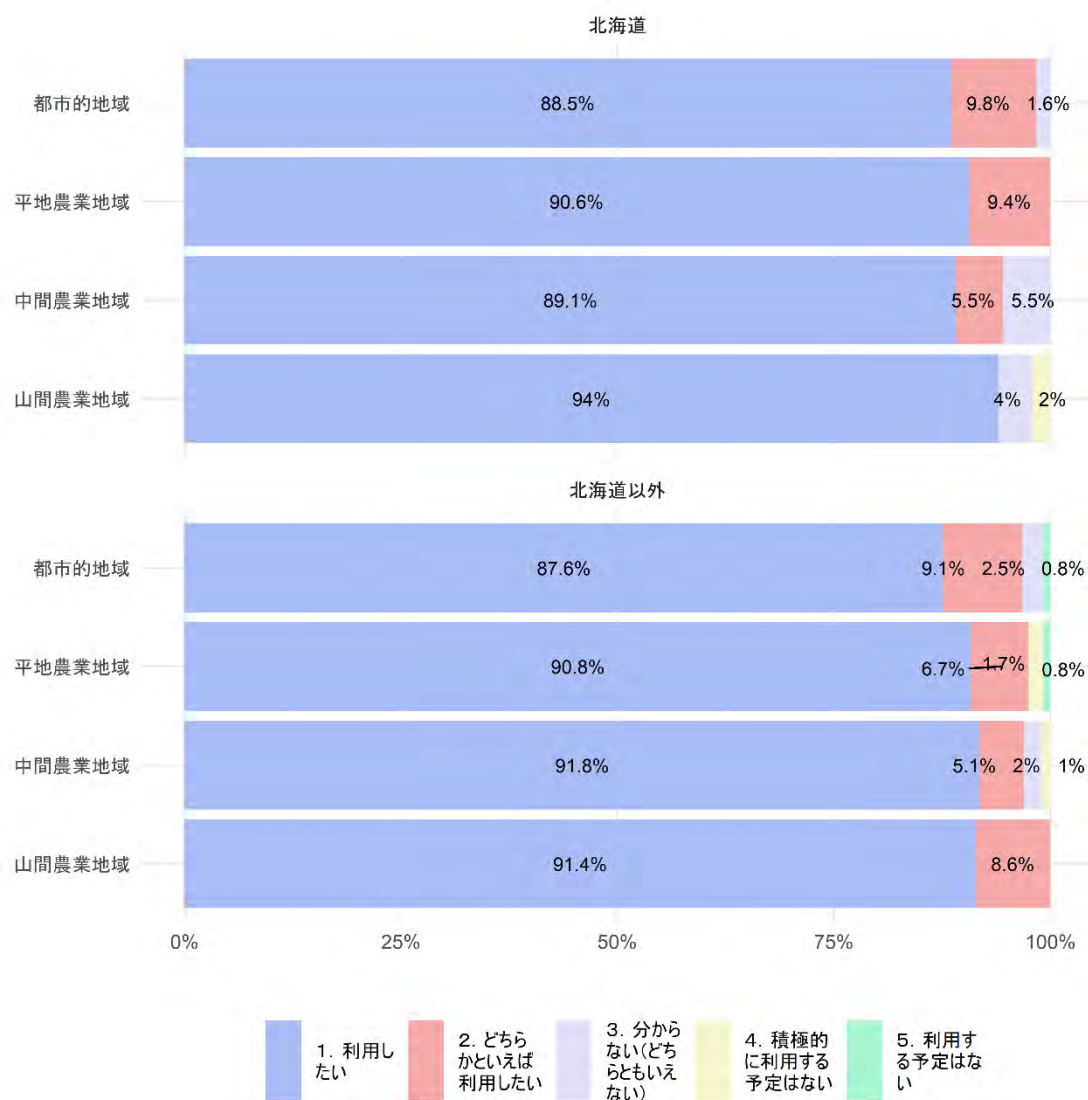
(3) 地域別

地域別に見てもほぼ全ての地域で高くなっている。



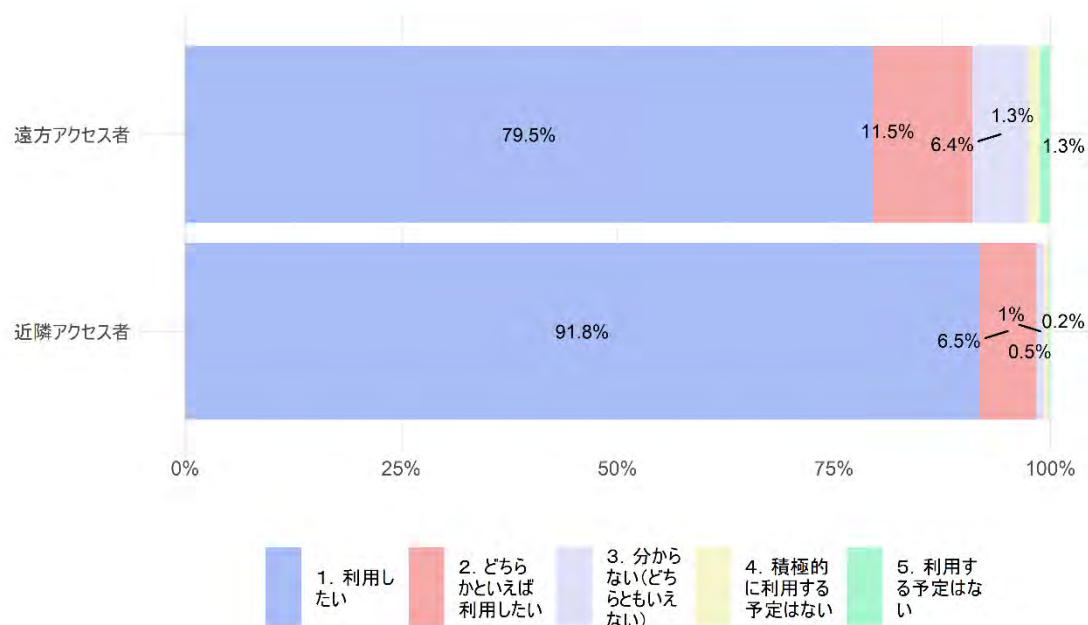
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

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。



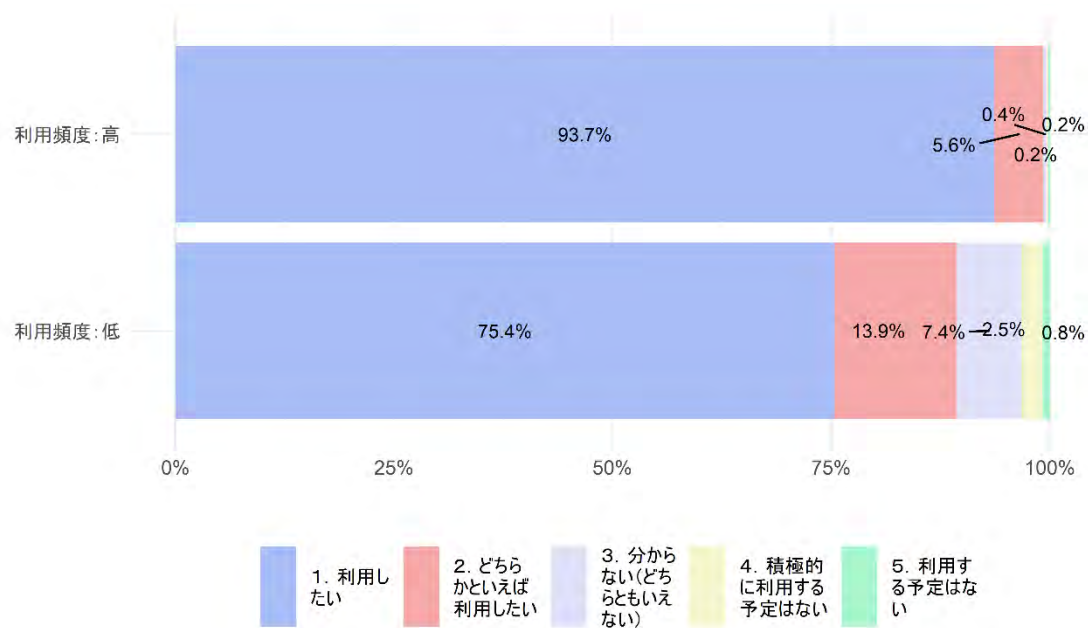
(5) アクセス状況別

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

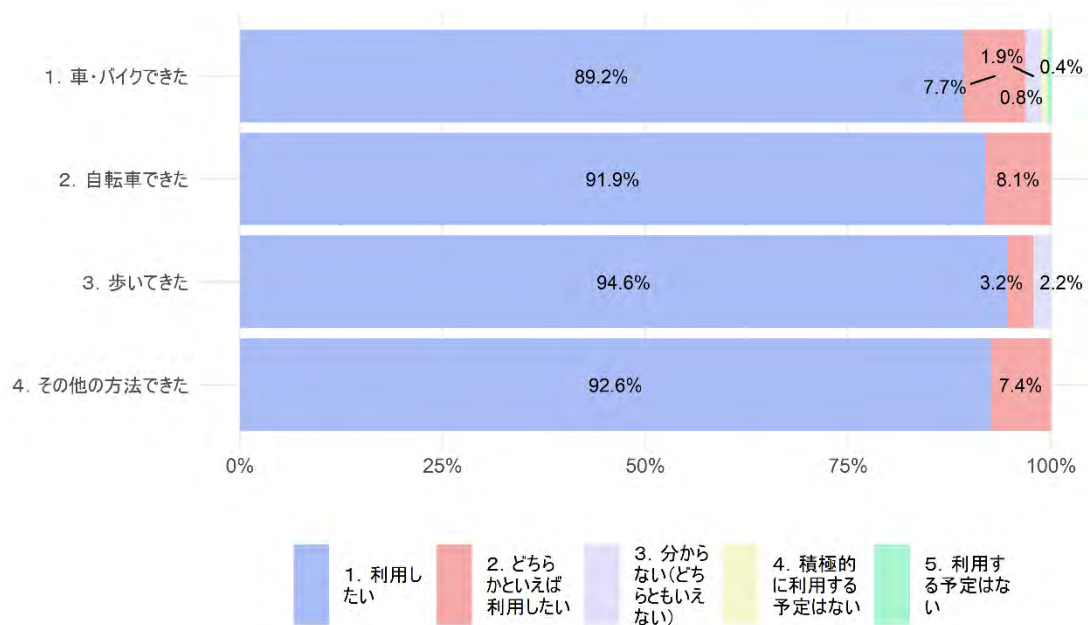
利用頻度が低い人の利用意向は低くなっている。



(7) 移動手段別

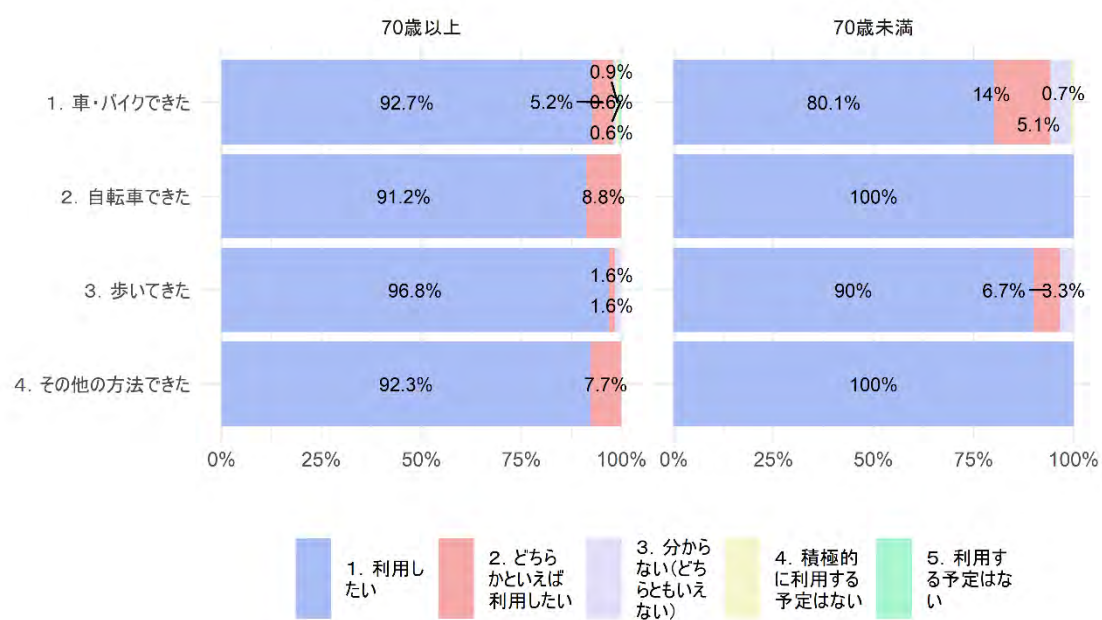
①全体

移動手段別には利用意向に大きな差は生じていない。



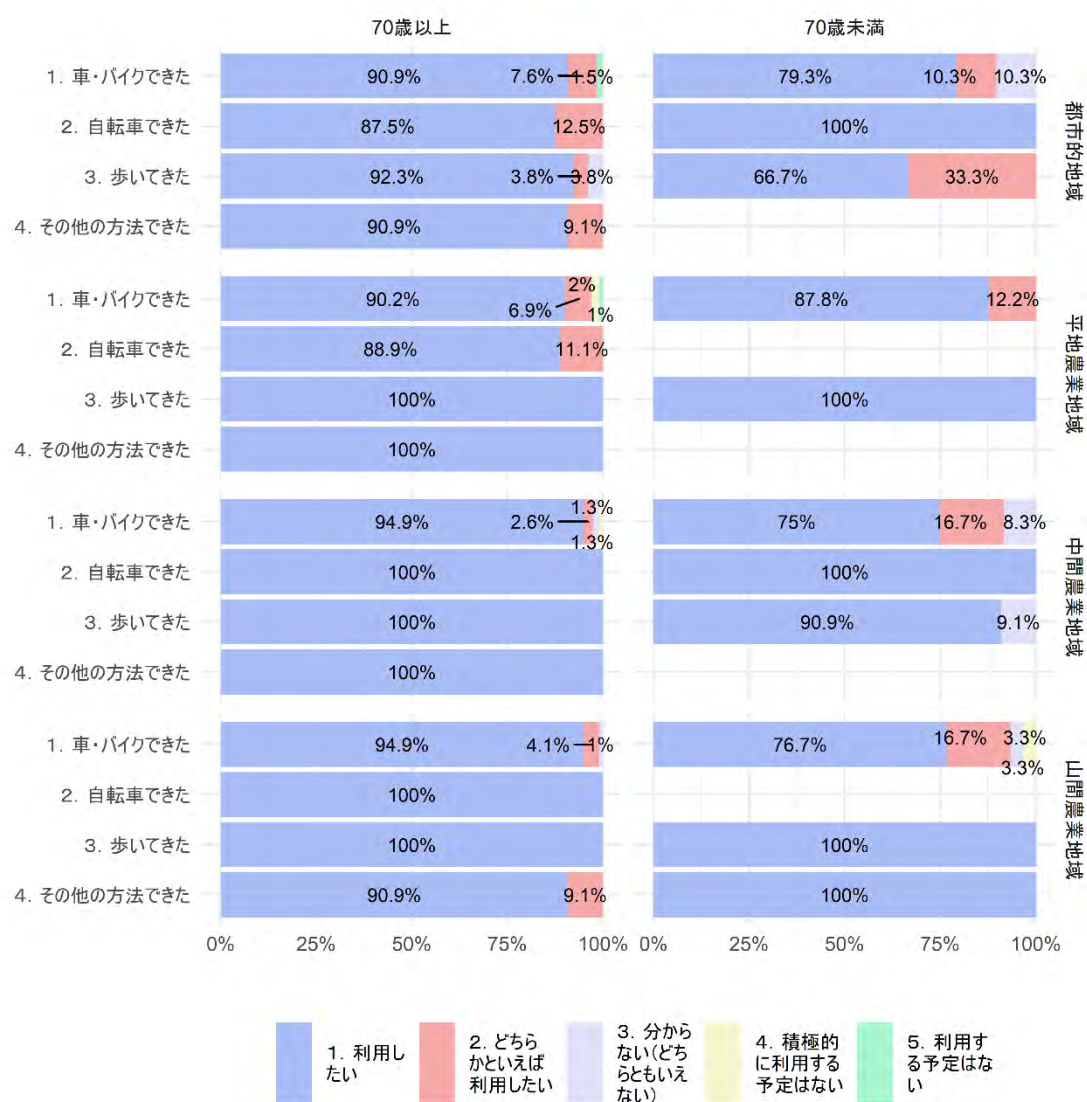
②年齢別

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

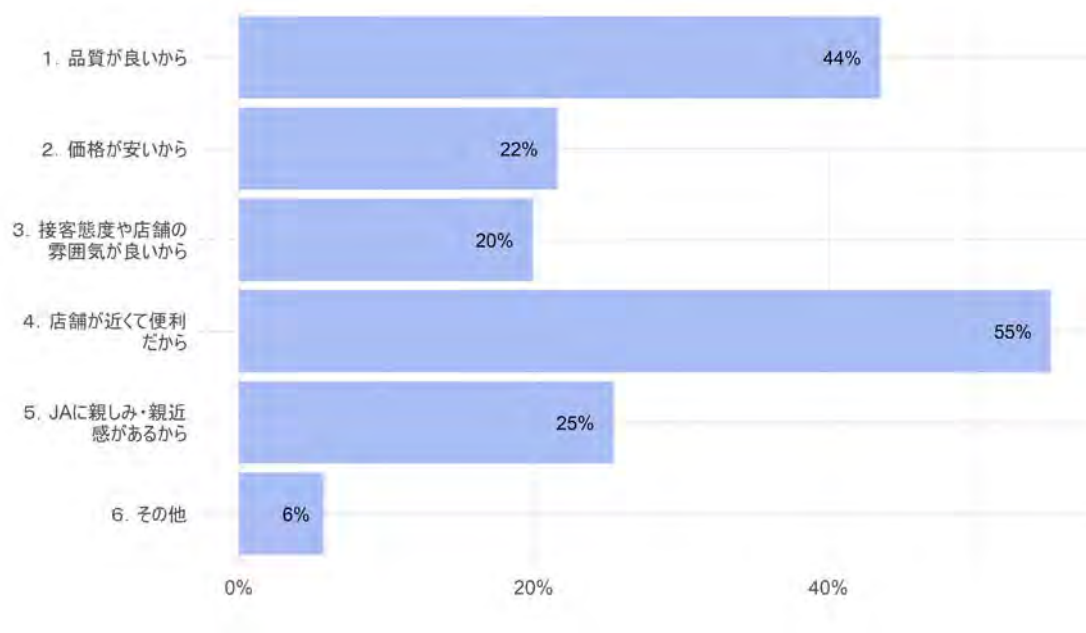
さらに、農業地域類型別に区分すると、いずれの類型でも上記と同じような傾向となった。



4.1.8. 今後も利用したい理由

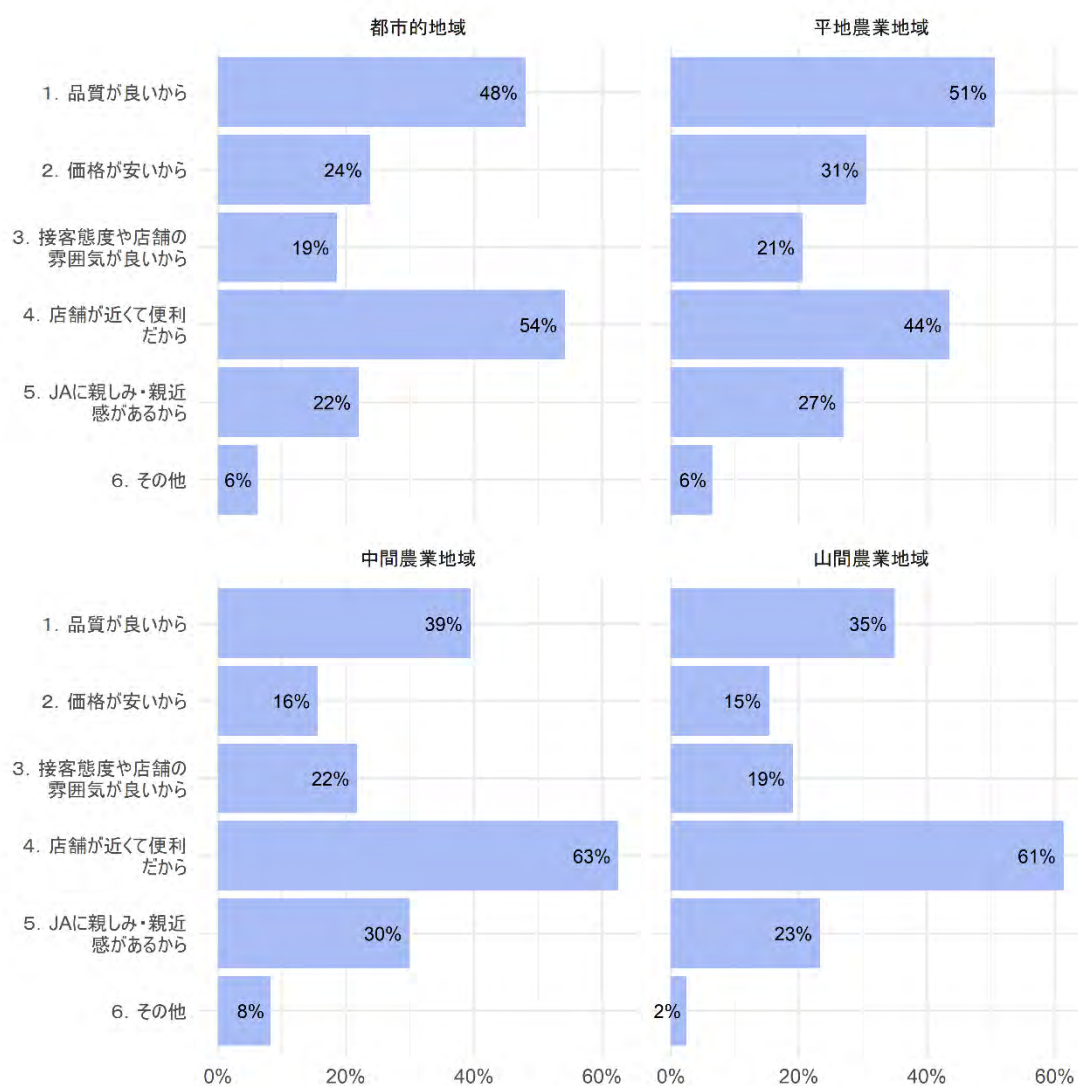
(1) 全体

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。



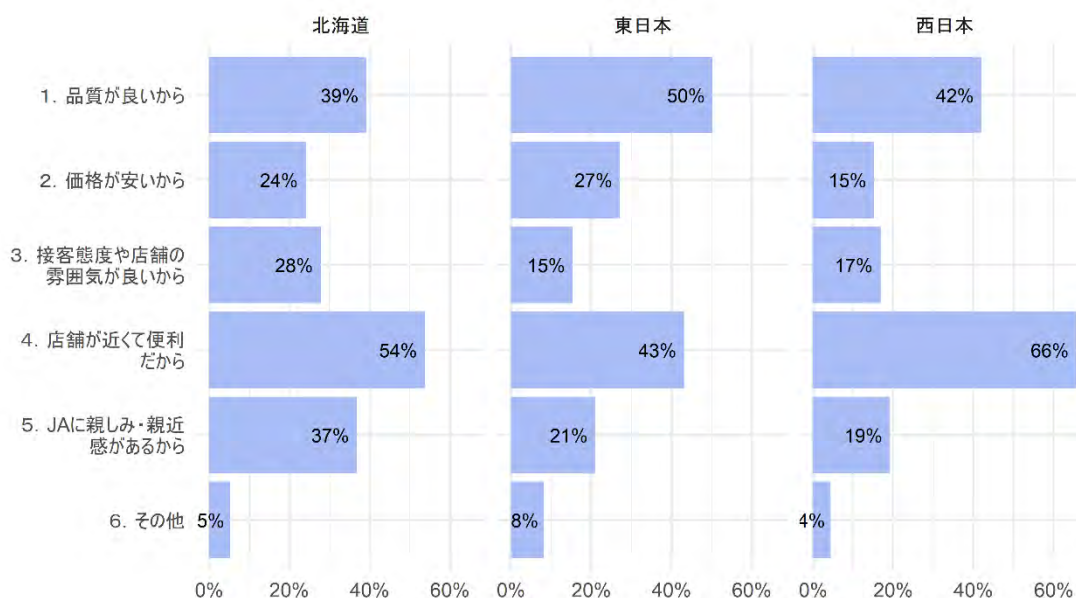
(2) 農業地域類型別

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。



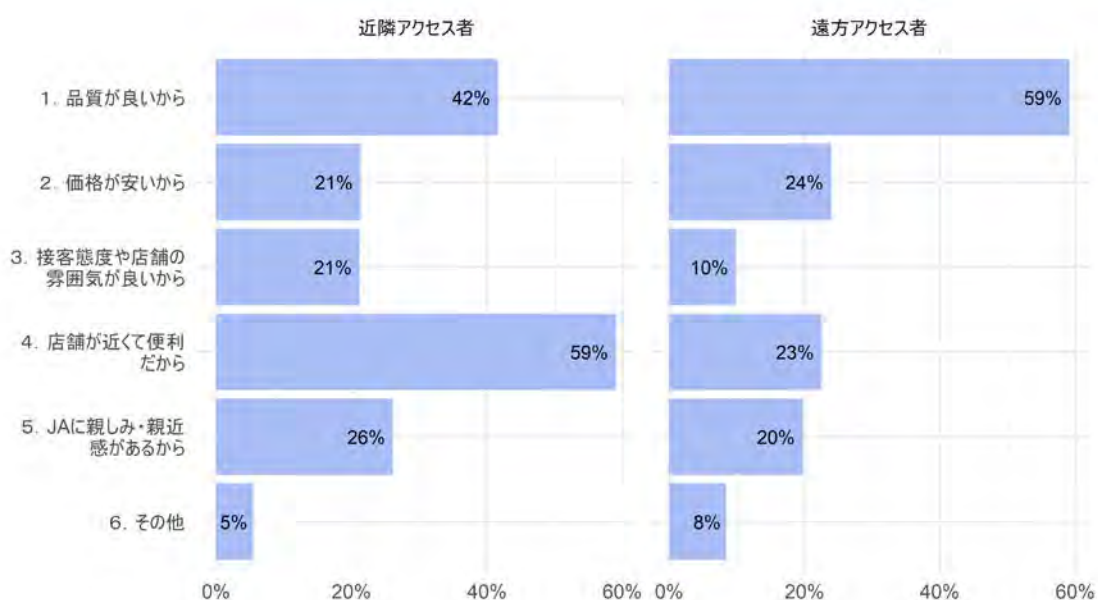
(3) 地域別

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。



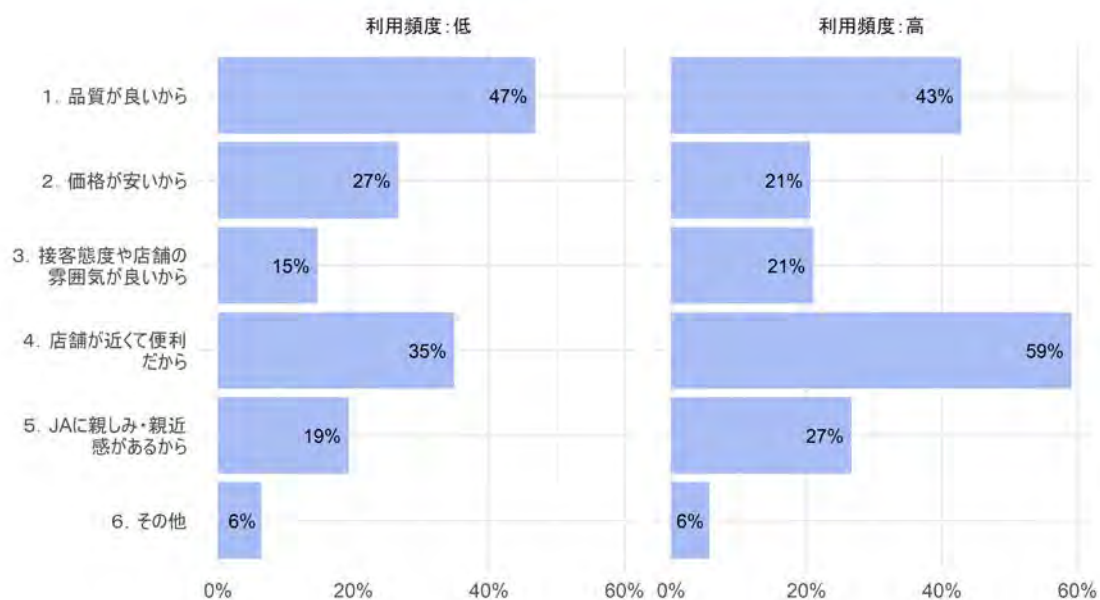
(4) アクセス状況別

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

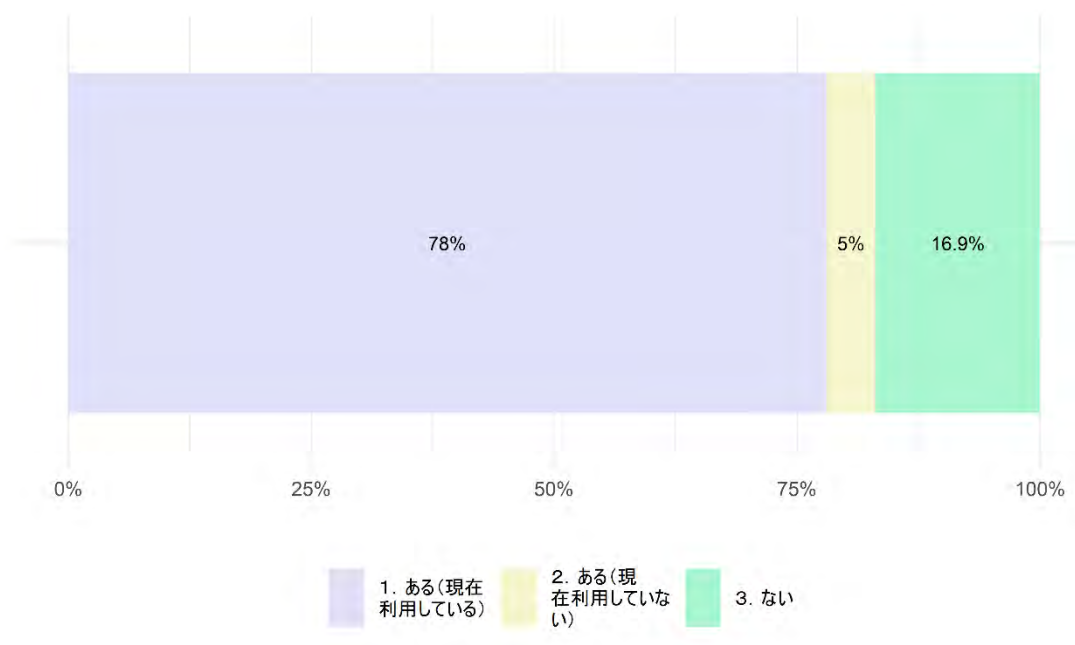
利用頻度が高いほど、立地に対する評価が高い。



4.1.9. JA 施設以外の利用

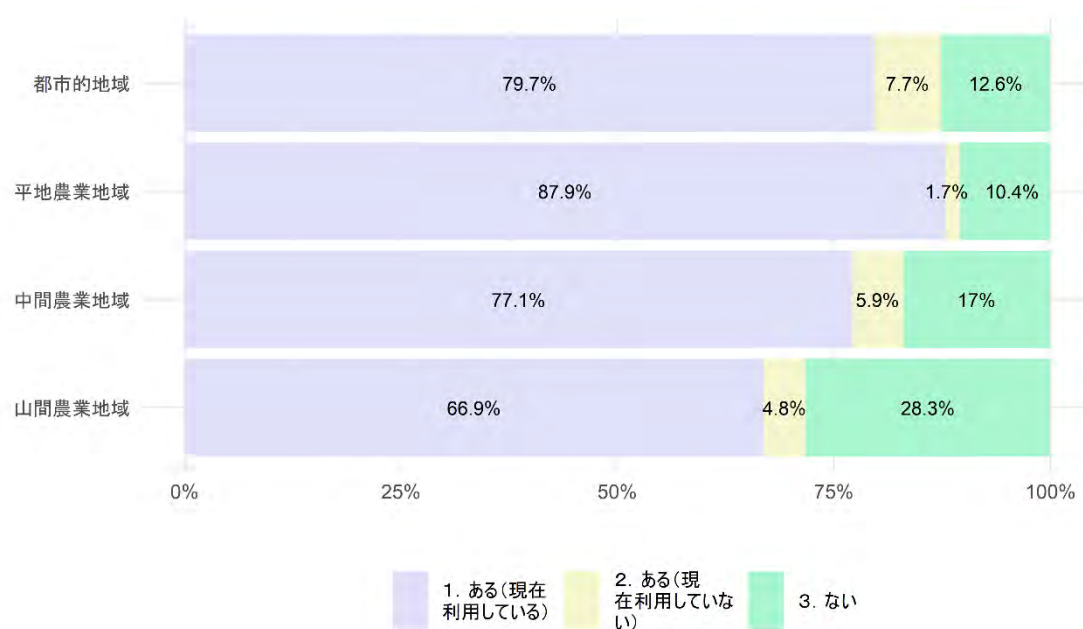
(1) 全体

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。



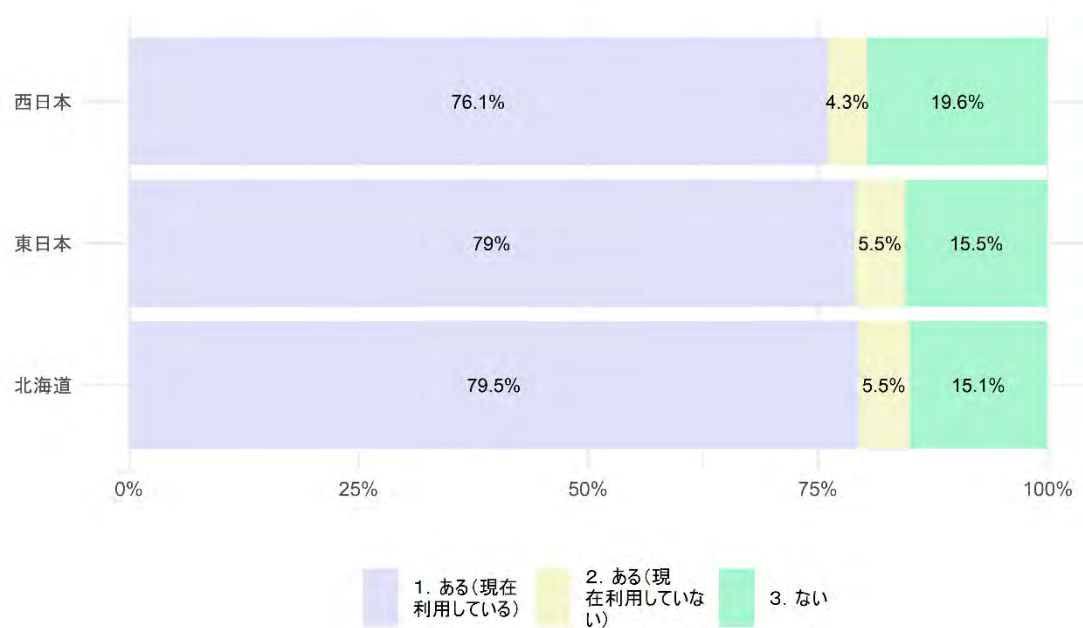
(2) 農業地域類型別

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。



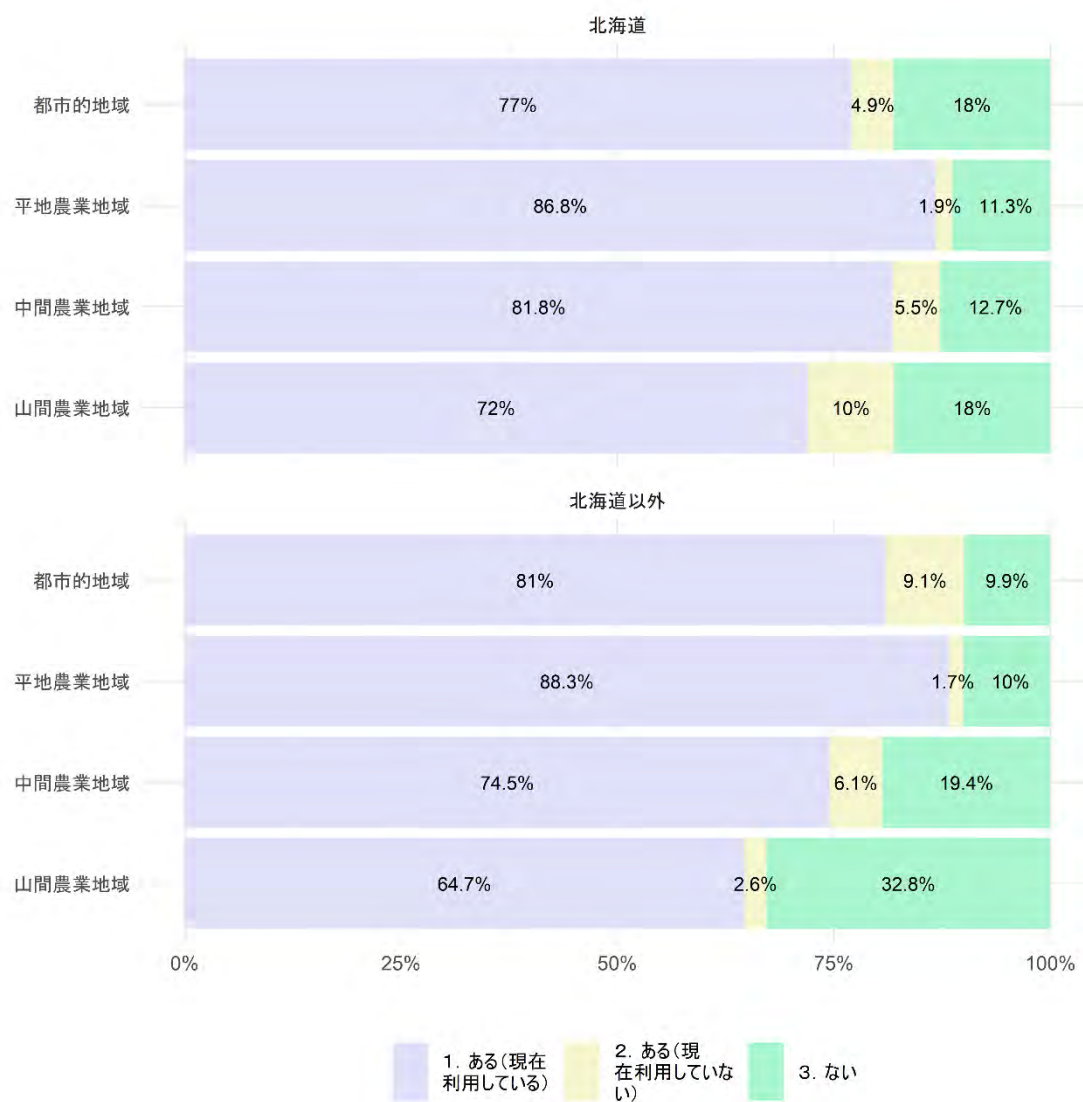
(3) 地域別

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。



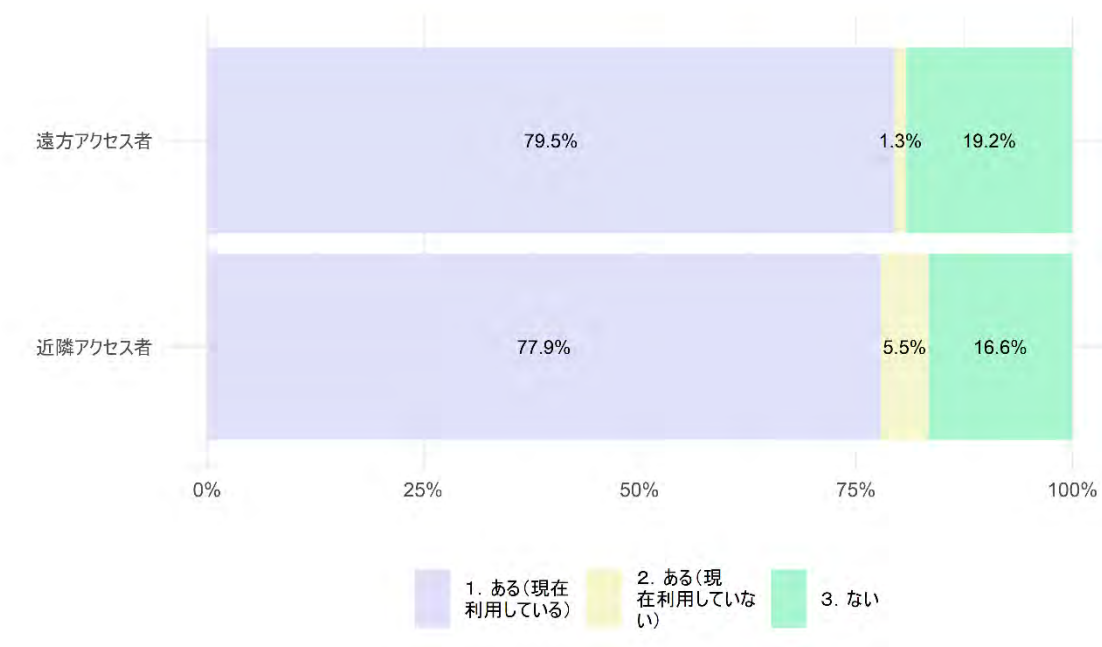
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

特に北海道以外の方が、店舗がない割合が高い。



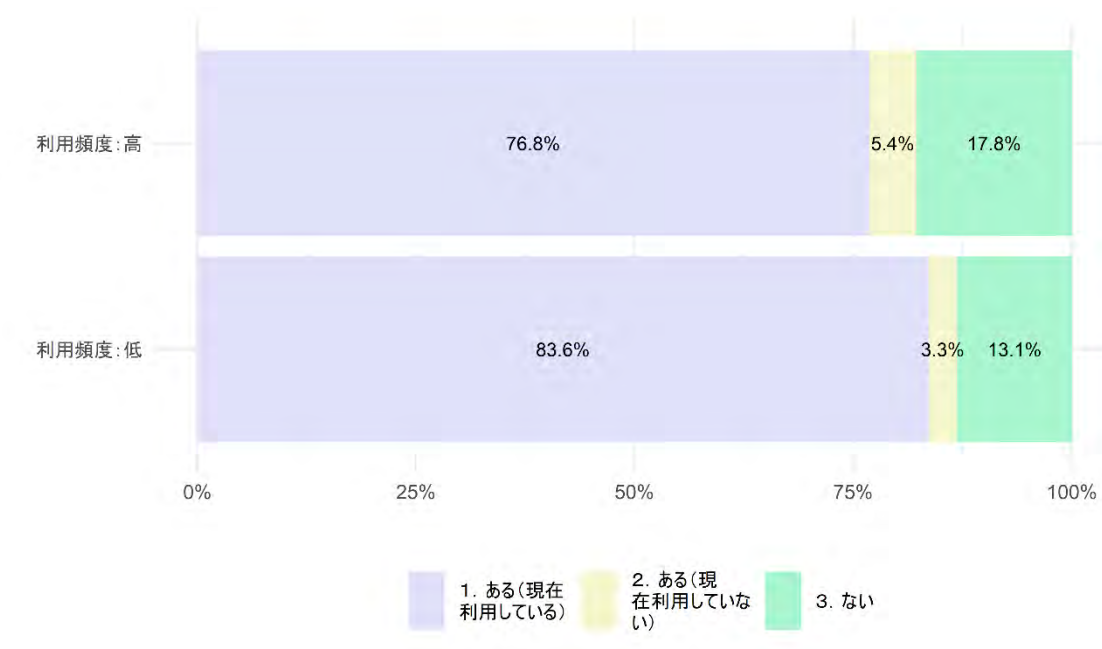
(5) アクセス状況別

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

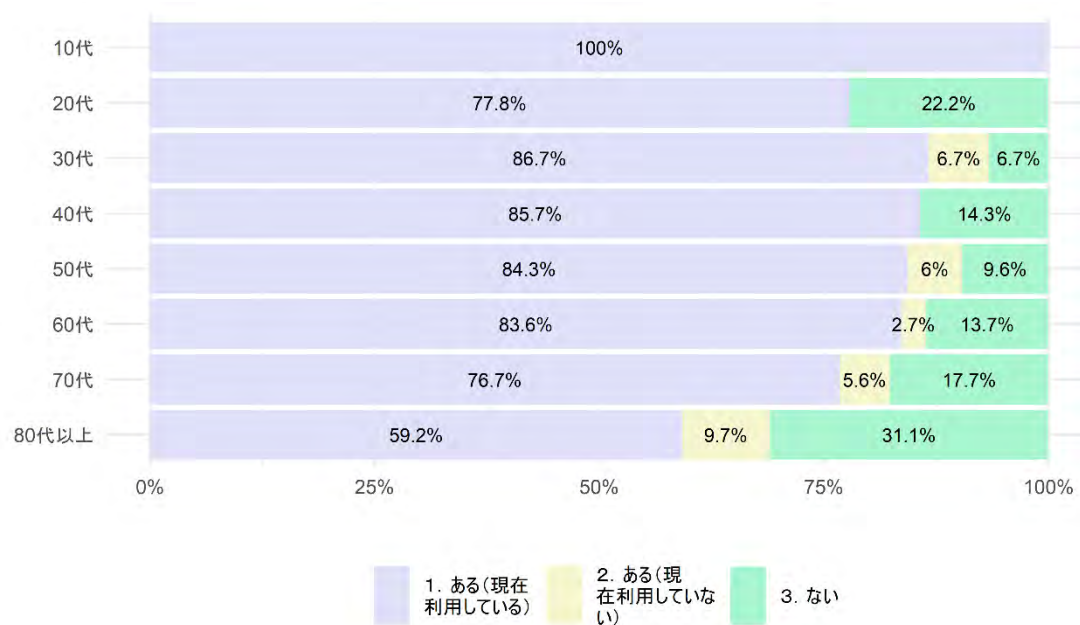
利用頻度が高い人の方が他の店がないと回答している割合が若干高い。



(7) 年齢層別

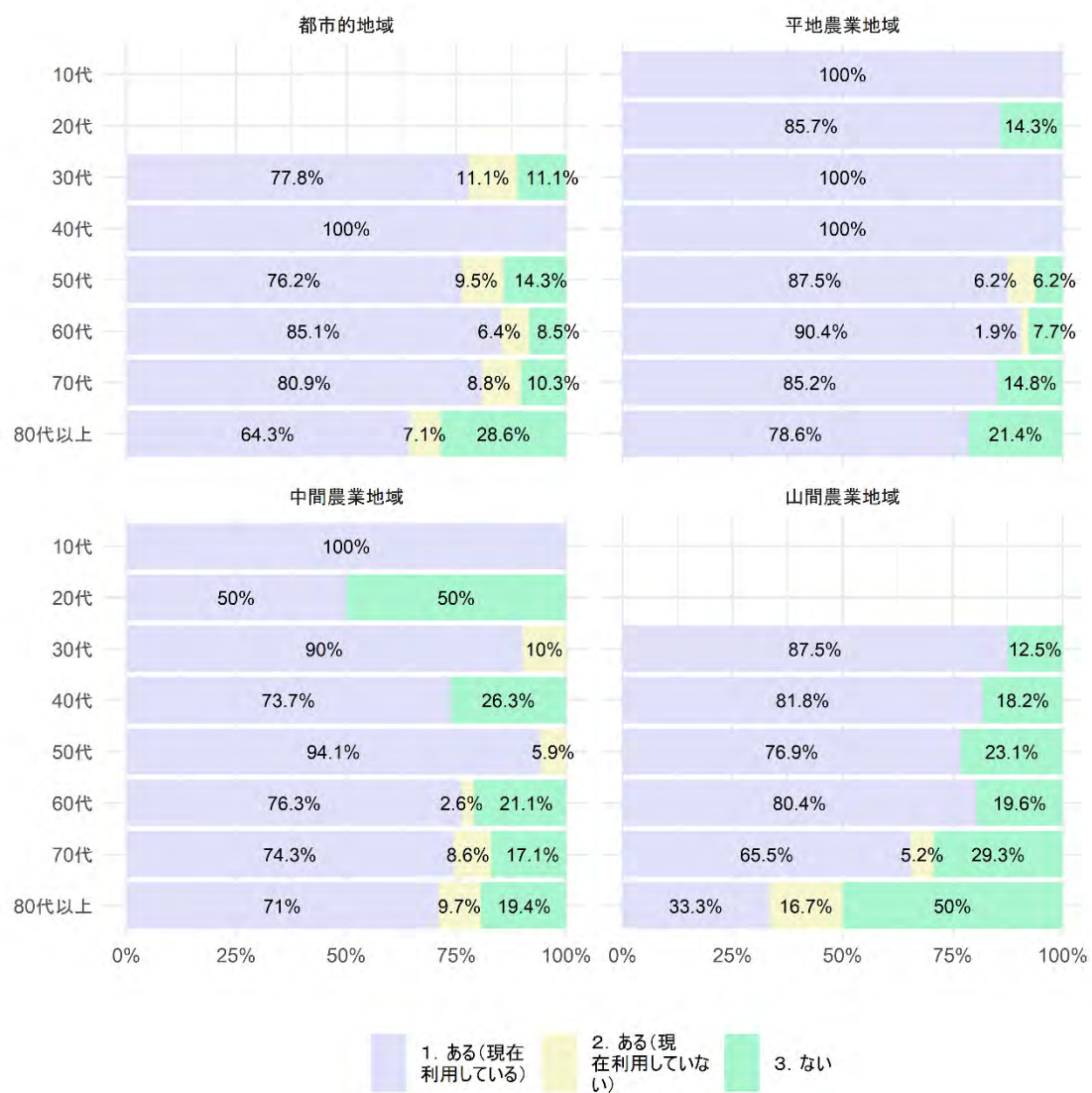
①全体

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

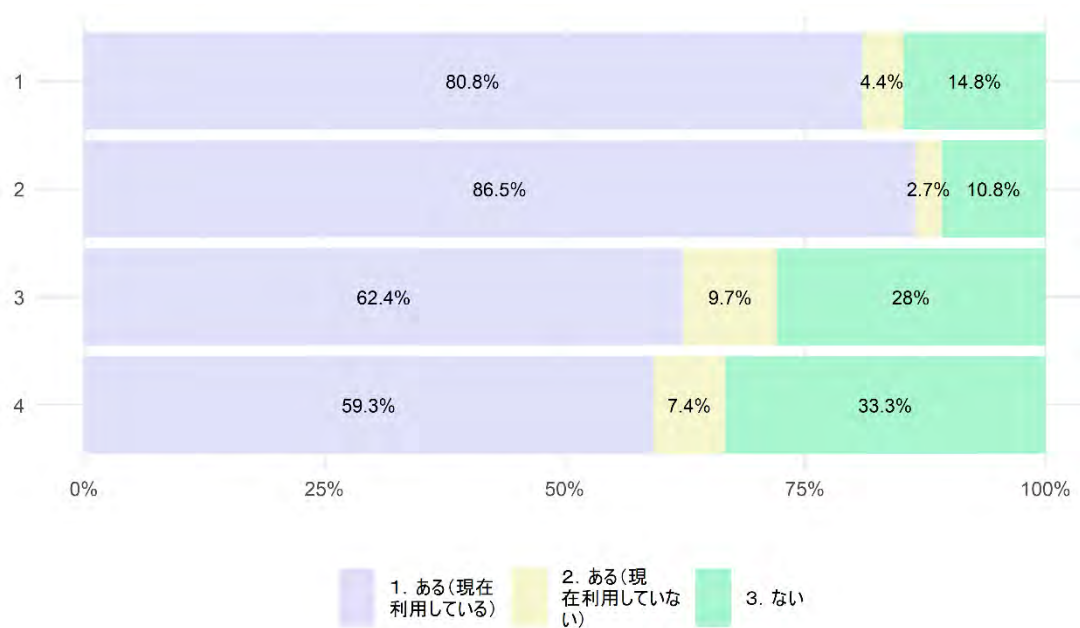
全体として、年齢が高くなるにつれ、他の施設がないと回答する割合が高くなるが、山間農業地域では特に顕著である。



(8) 移動手段別

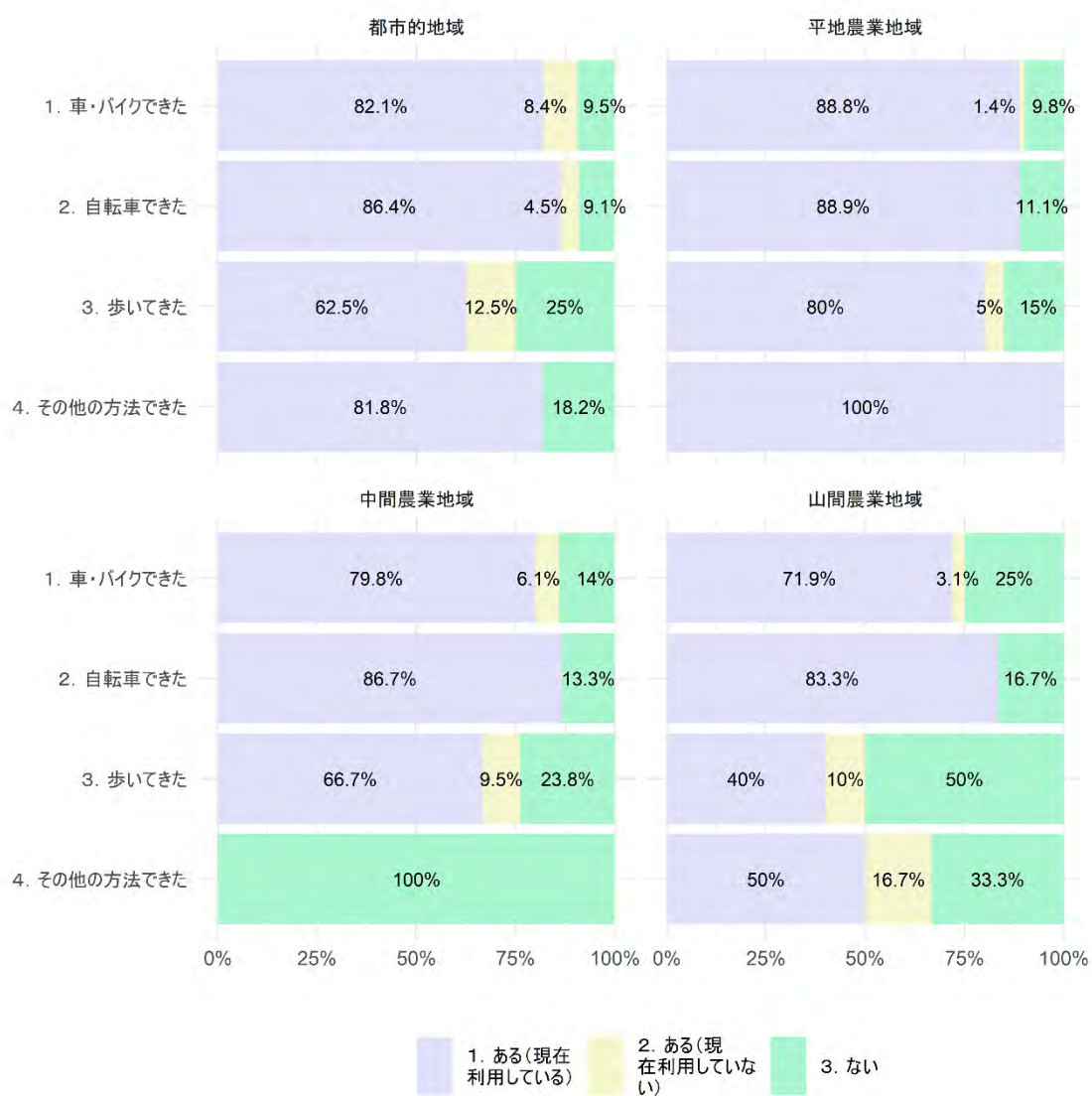
①全体

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。

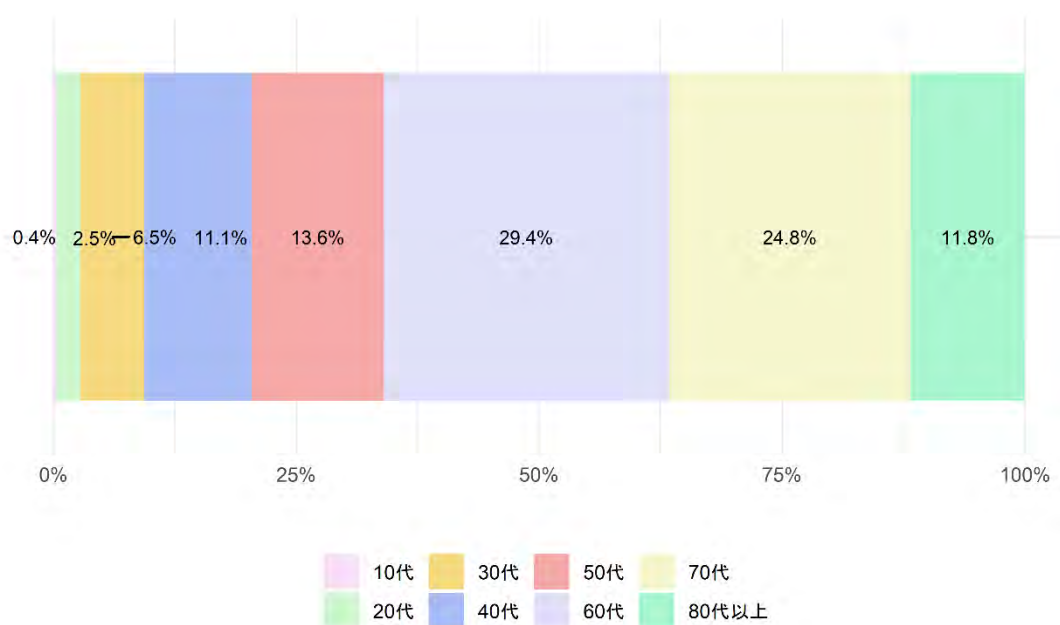


4.2. 金融サービス

4.2.1. 回答者の年代

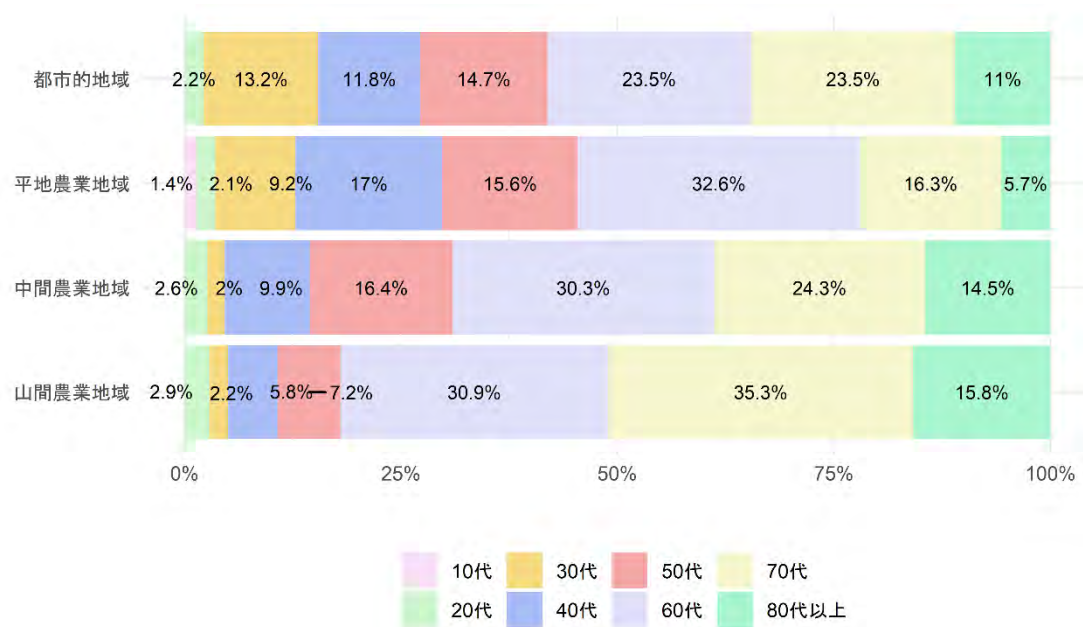
(1) 全体

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。



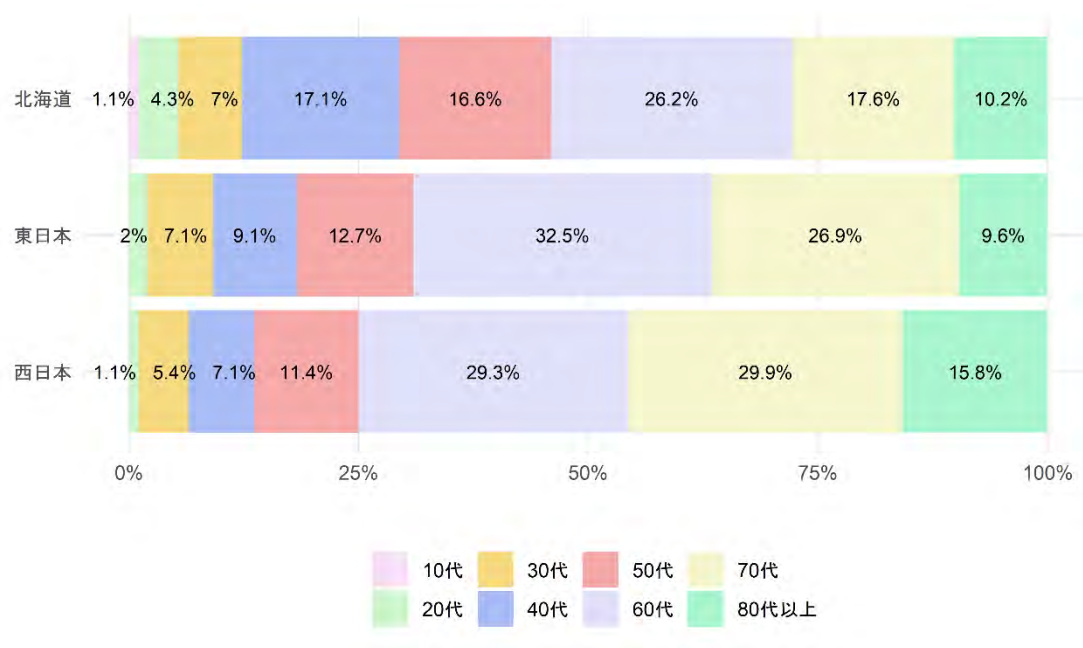
(2) 農業地域類型別

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

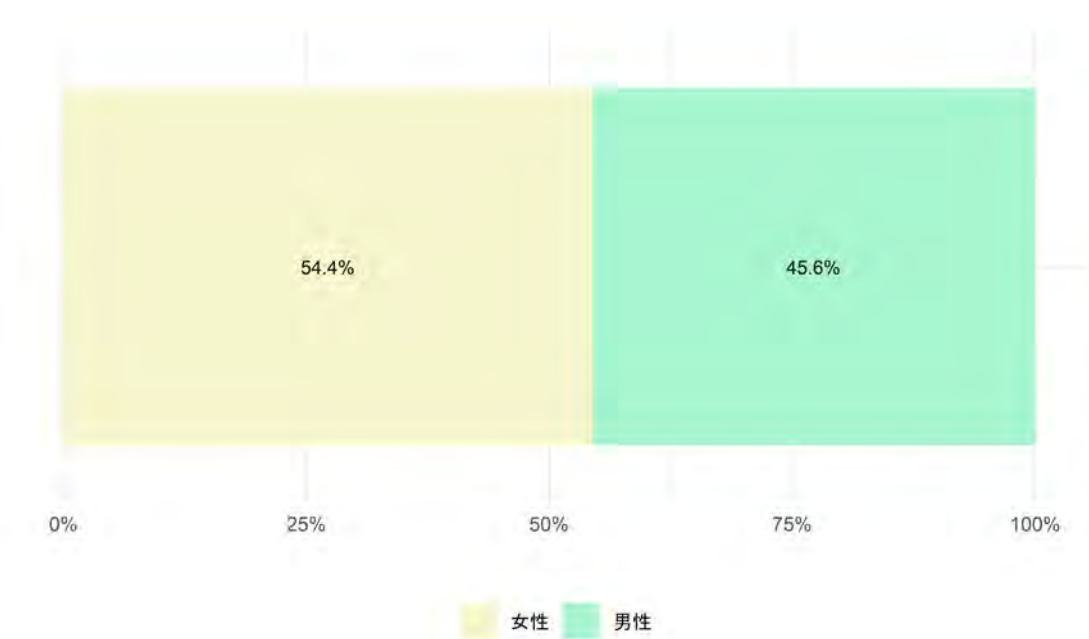
北海道の年齢層が低く、西日本で高くなっている。



4.2.2. 回答者の性別

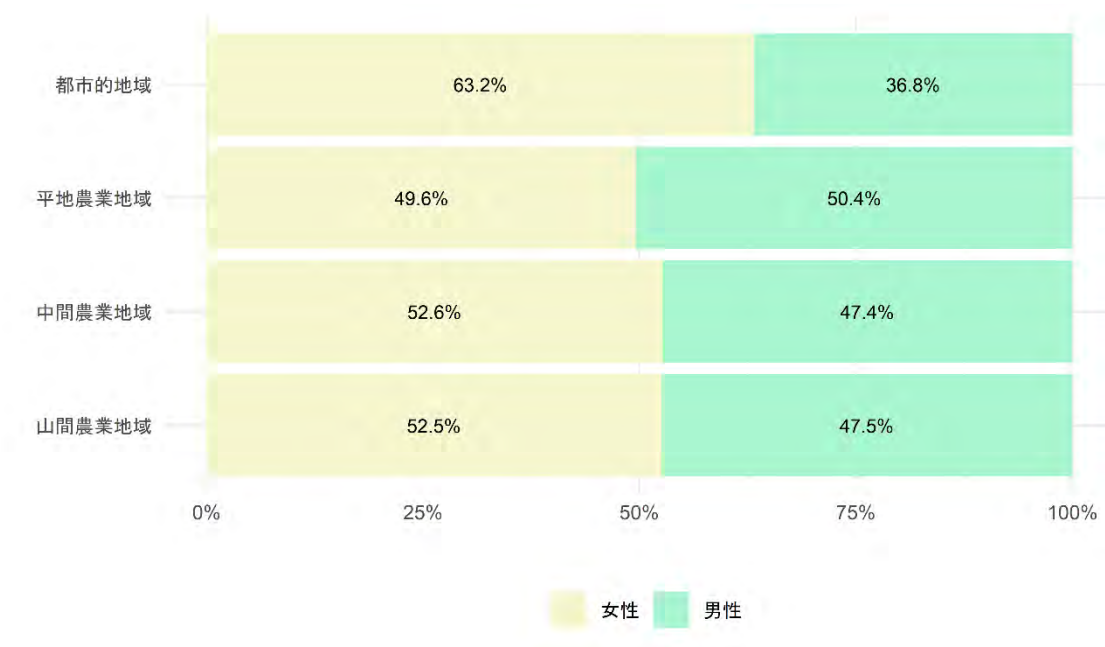
(1) 全体

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。



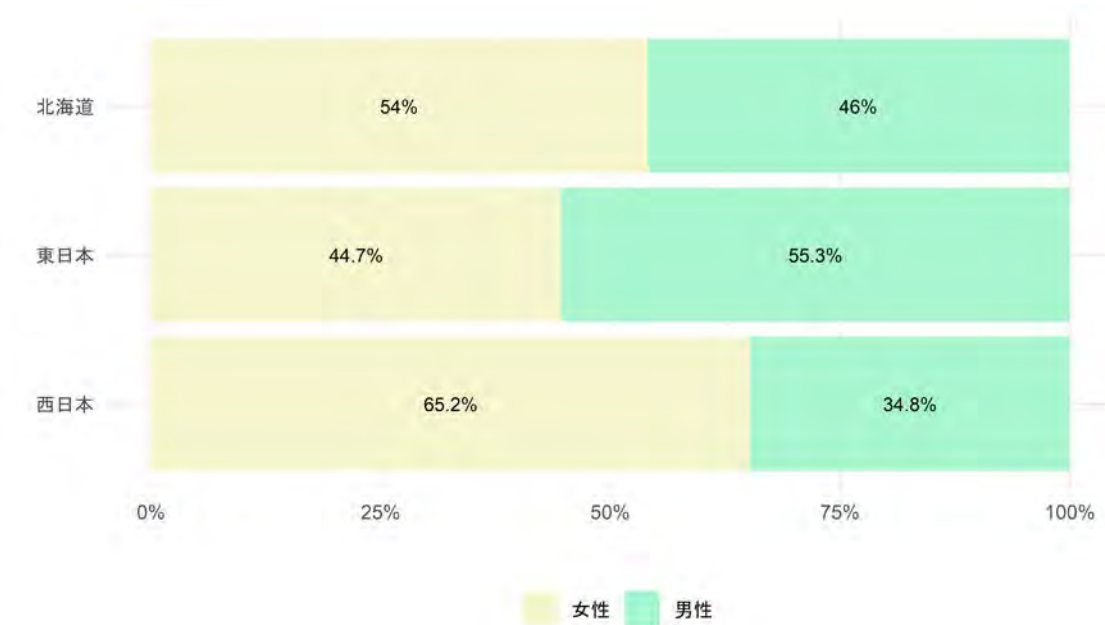
(2) 農業地域類型別

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

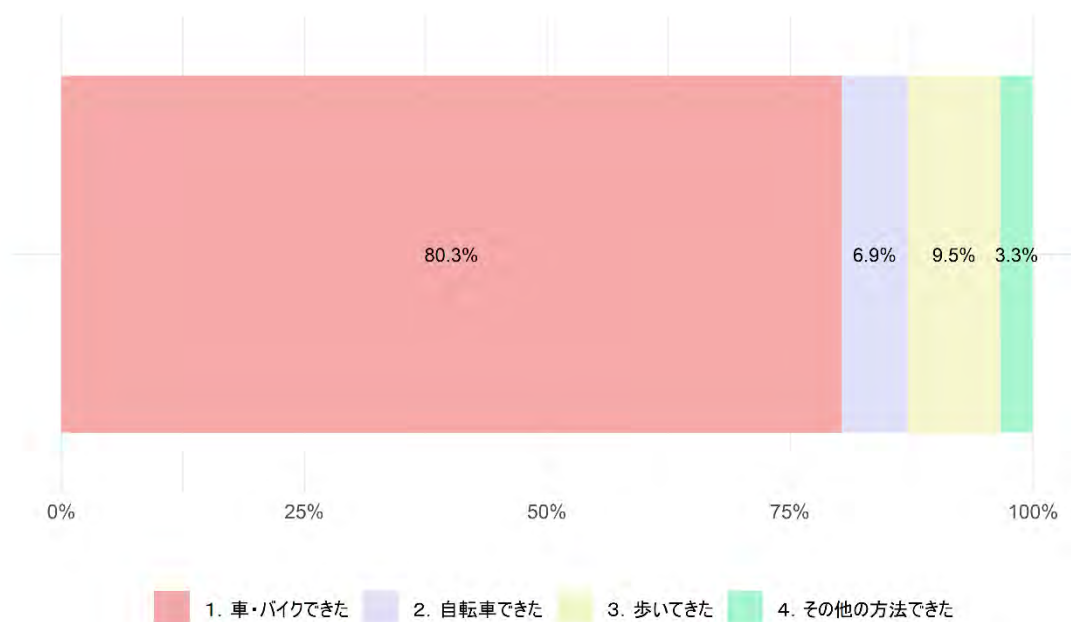
地域別に見ると西日本において女性の割合が高くなっている。



4.2.3. 来場の方法

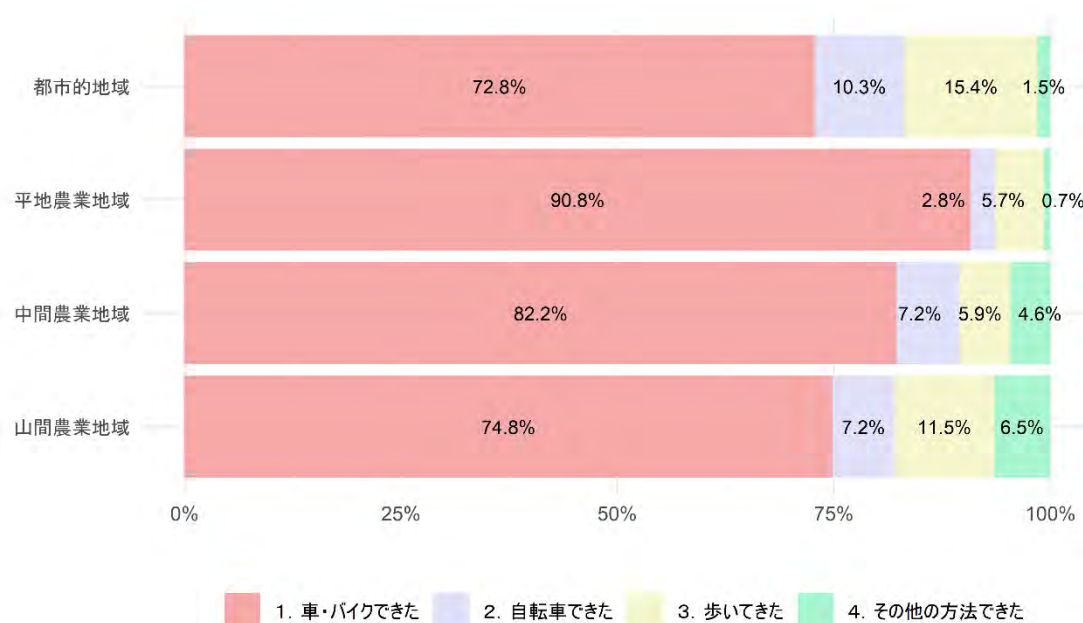
(1) 全体

全体の8割が車・バイクで来場している。



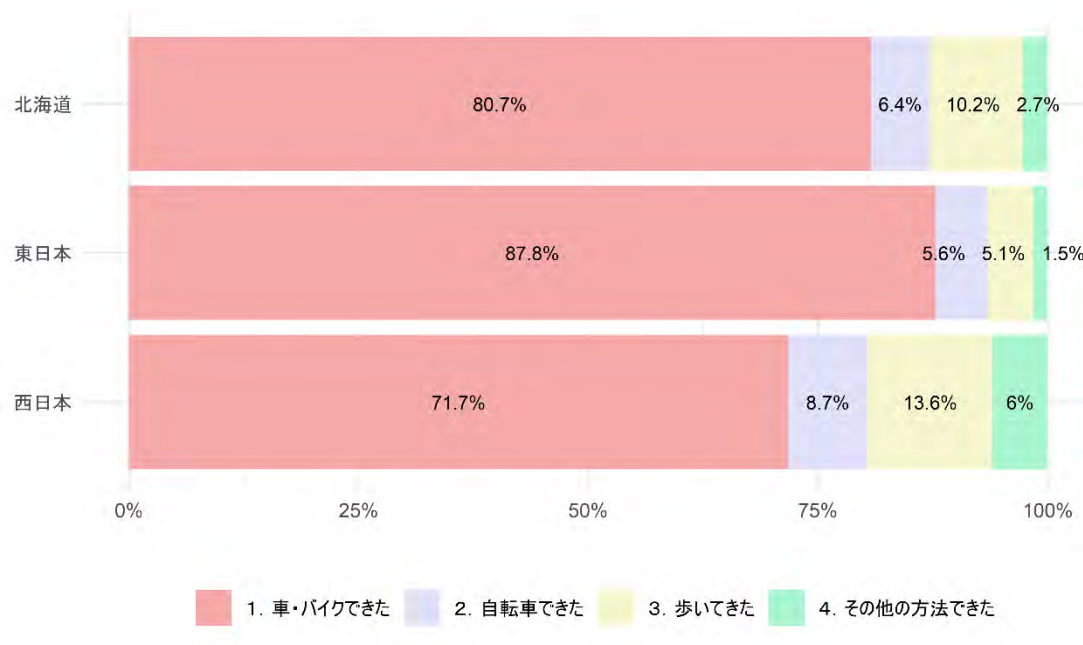
(2) 農業地域類型別

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

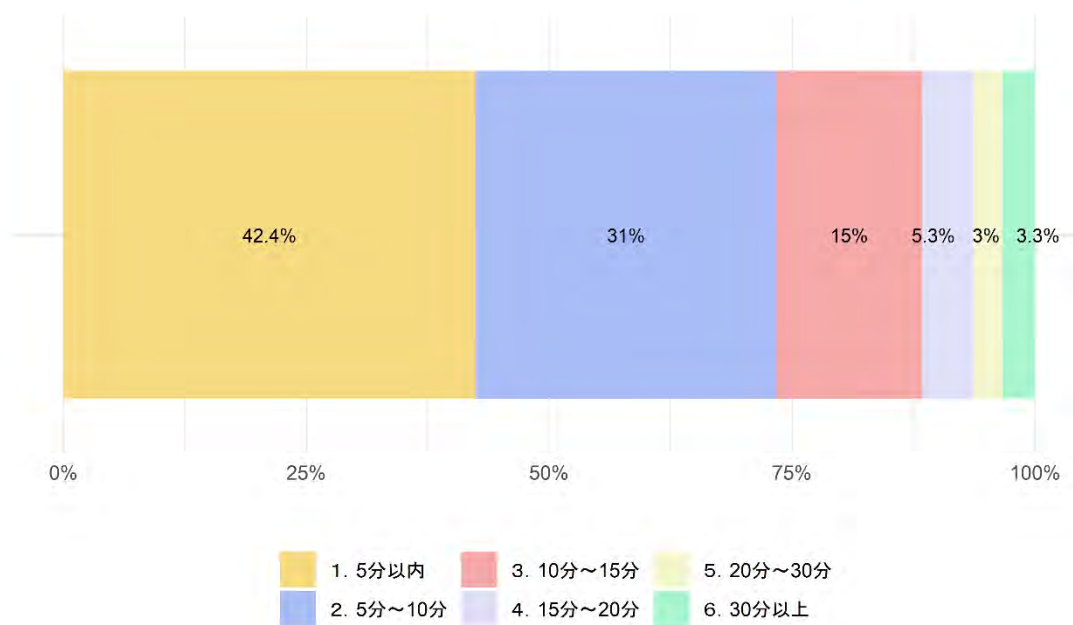
地域別で見ると西日本において「車・バイクできた」割合が低くなっている。



4.2.4. 所要時間

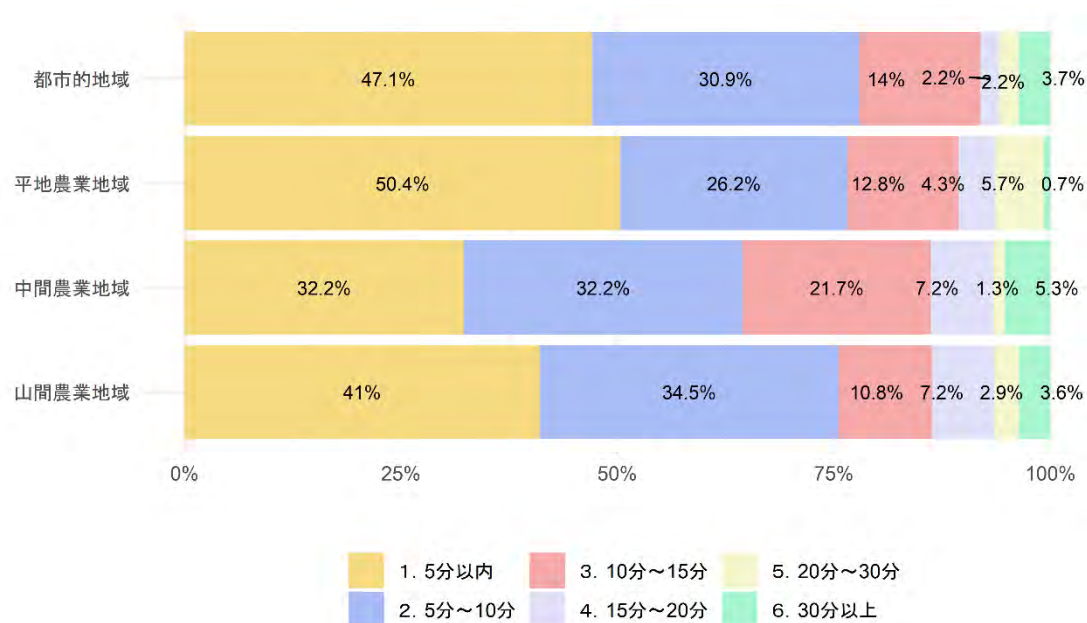
(1) 全体

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。

