

5. 令和元年、令和2年度の集計結果

5.1. 回収状況

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	有効回答	回収数	有効回答	回収数	有効回答
山間農業地域	山形県	鶴岡市	52	51	37	35	35	33
都市的地域	北海道	岩見沢市	66	57	50	46	50	47
都市的地域	愛知県	豊橋市	52	46	55	51	53	47
中間農業地域	福島県	福島市	50	49	50	48	50	47
平地農業地域	茨城県	東茨城郡 城里町	55	54	55	43	60	45
都市的地域	兵庫県	姫路市	80	75	41	39	60	58
中間農業地域	長野県	南牧村	50	24	34	23	50	49
平地農業地域	北海道	帯広市	55	53	51	49	51	46
平地農業地域	宮城県	亘理町	60	60	50	49	50	50
都市的地域	石川県	小松市	64	38	65	48	62	54
山間農業地域	三重県	南伊勢町	54	49	43	40	26	21
平地農業地域	鳥取県	米子市	64	59	44	42	50	50
山間農業地域	島根県	美郷町	50	49	36	36	11	11
中間農業地域	北海道	当麻町	56	55	52	51	52	51
中間農業地域	群馬県	嬬恋村	50	47	50	48	50	49
中間農業地域	広島県	安芸高田市	50	50	50	47	50	45
中間農業地域	愛媛県	伊予市	55	41	56	44	50	46

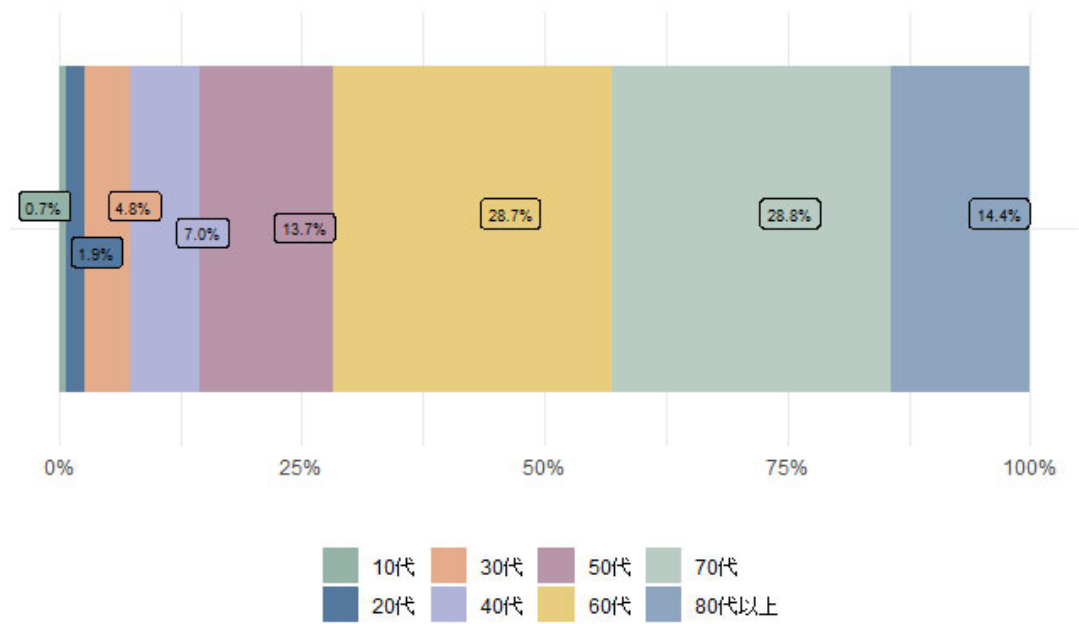
類型	都道府県	市町村	購買店舗		JA バンク		ガソリンスタンド	
			回収数	有効回答	回収数	有効回答	回収数	有効回答
中間農業地域	高知県	香美市	52	51	53	53	50	45
山間農業地域	長崎県	新上五島町	64	58	54	52	389	307
山間農業地域	北海道	北見市	53	50	41	40	30	30
都市的地域	宮崎県	延岡市	51	36	64	55	50	48
山間農業地域	新潟県	魚沼市	50	47	50	49	50	49
平地農業地域	沖縄県	南城市	52	49	50	50	54	47
山間農業地域	鹿児島県	霧島市	70	69	50	50	51	51

5.2. 食品・日用品小売サービス

5.2.1. 回答者の年代

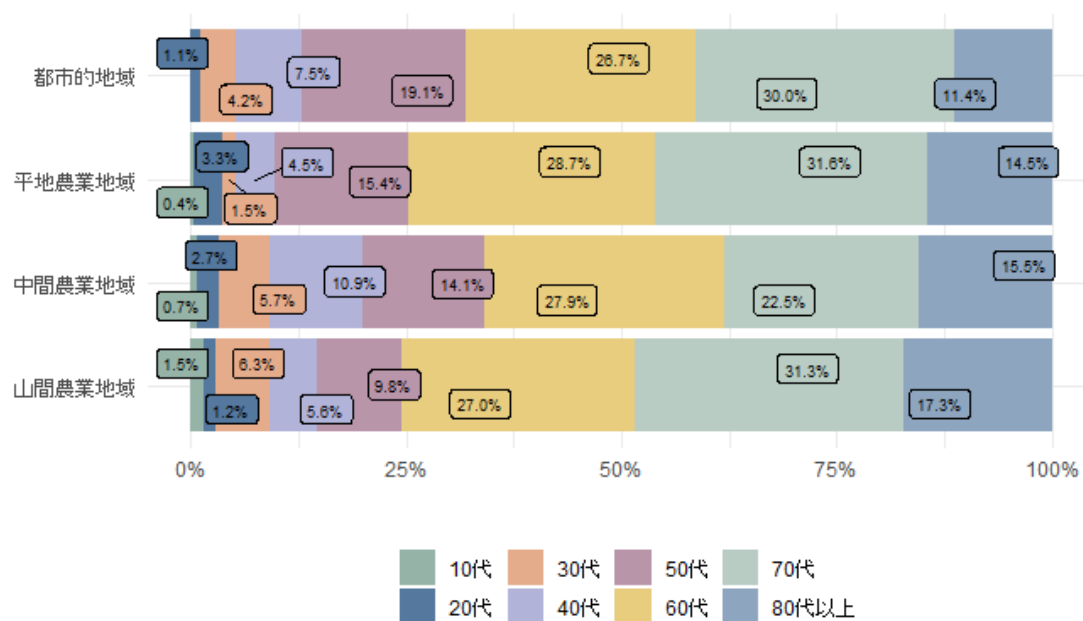
(1) 全体

回答者の年代は、約 7 割が 60 歳以上である。



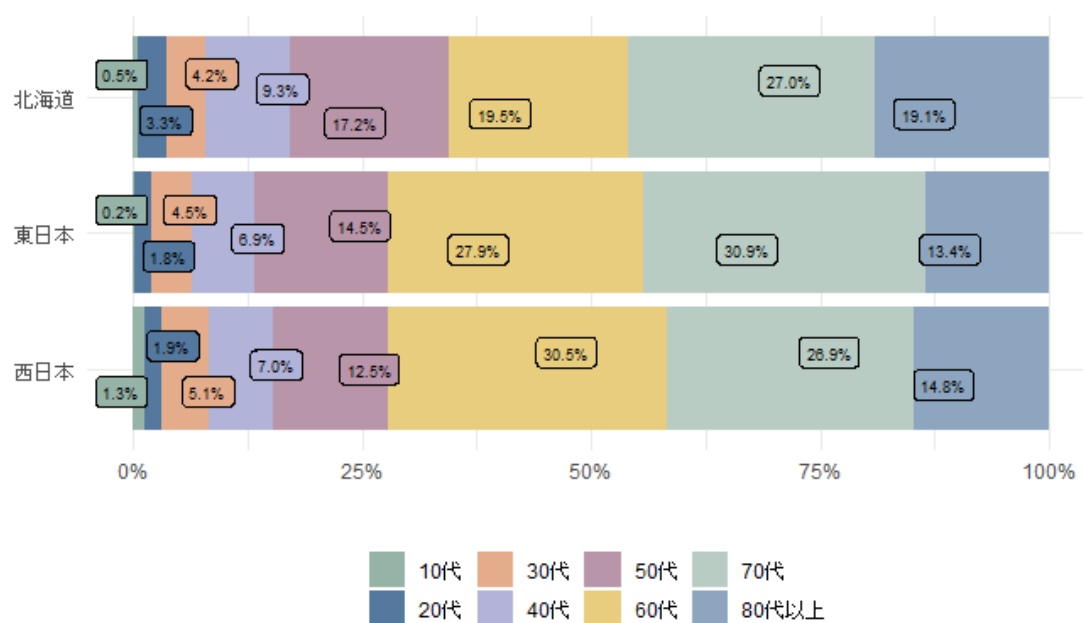
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別には大きな違いは見られないが、中間農業地域、山間農業地域になるに従って、やや高齢者の割合が高まっている。



(3) 地域別

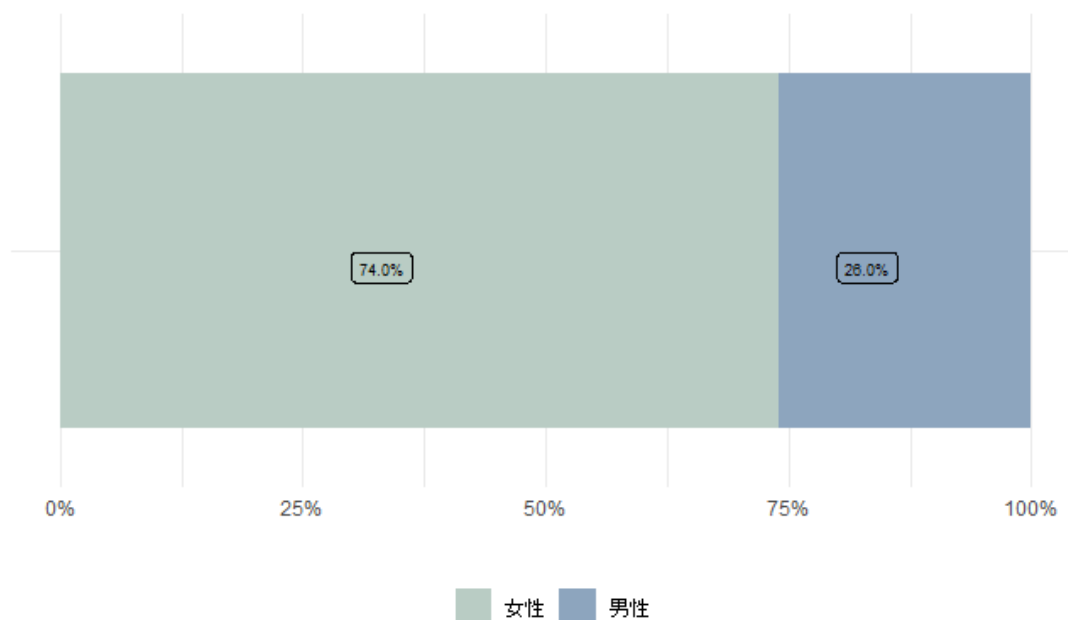
地域別に比較すると、大きな違いは見られない。



5.2.2. 回答者の性別

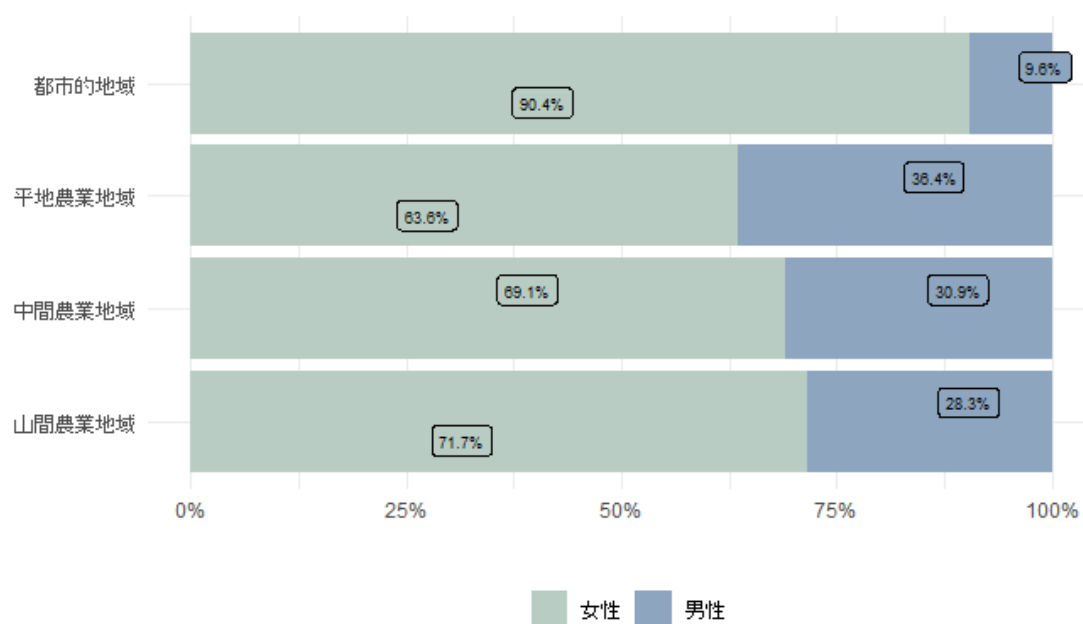
(1) 全体

回答者の約 3 / 4 が女性である。



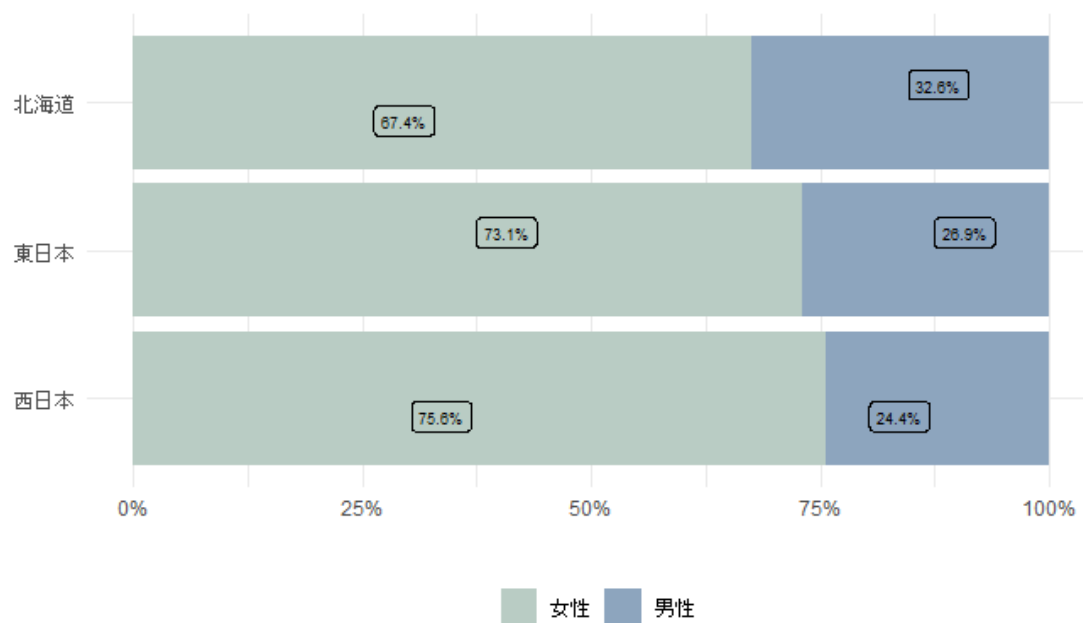
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に性別を見ると、都市的地域で約 9 割が女性である。



(3) 地域別

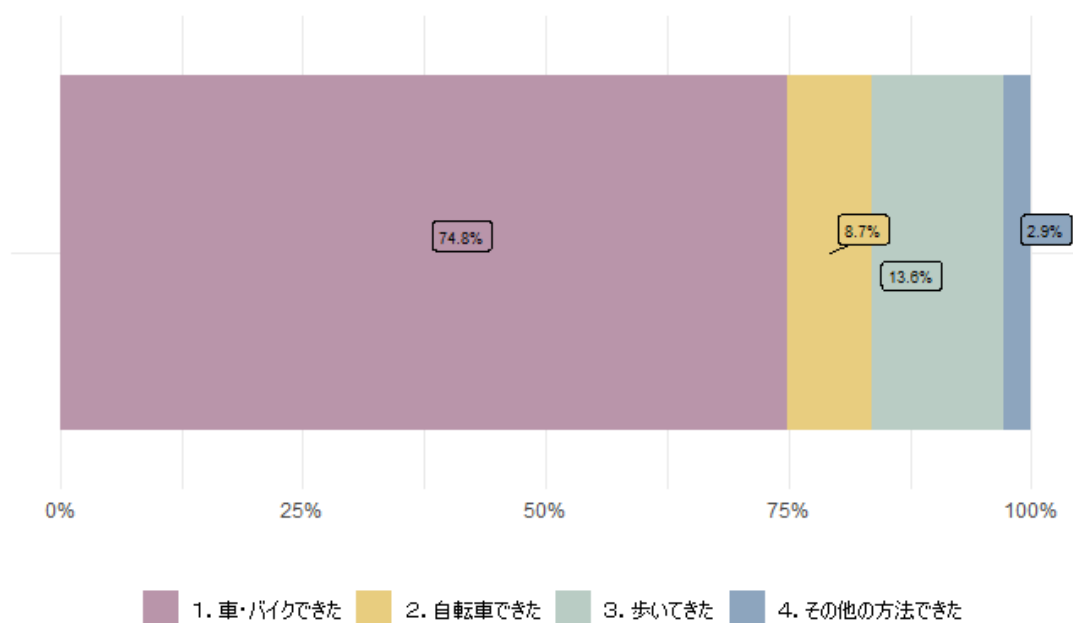
地域別に見ると、北海道でやや男性が多い。



5.2.3. 来場の方法

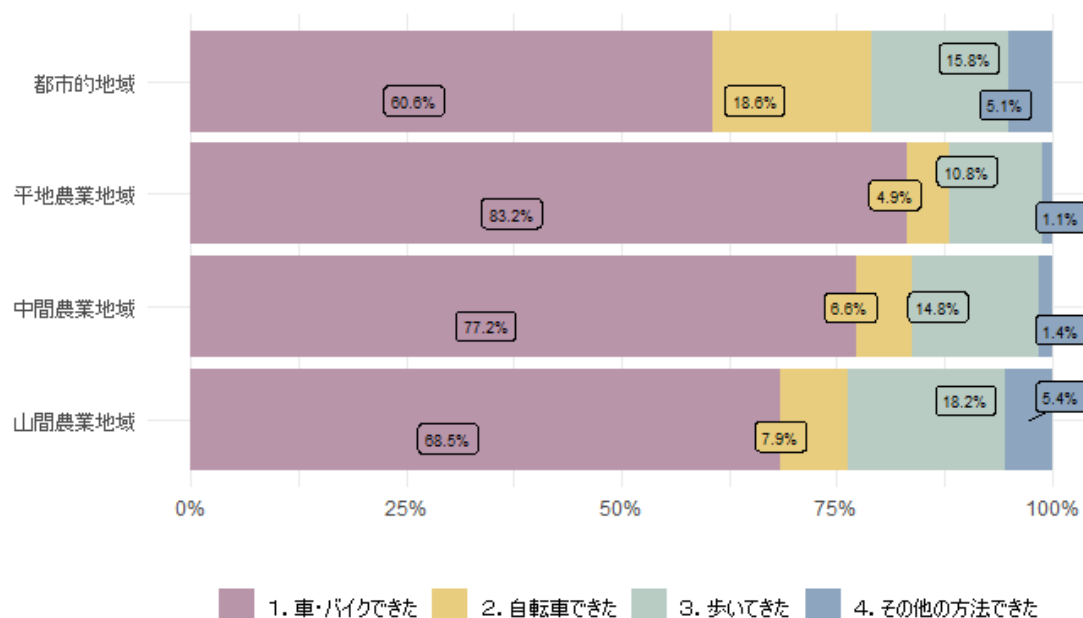
(1) 全体

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。



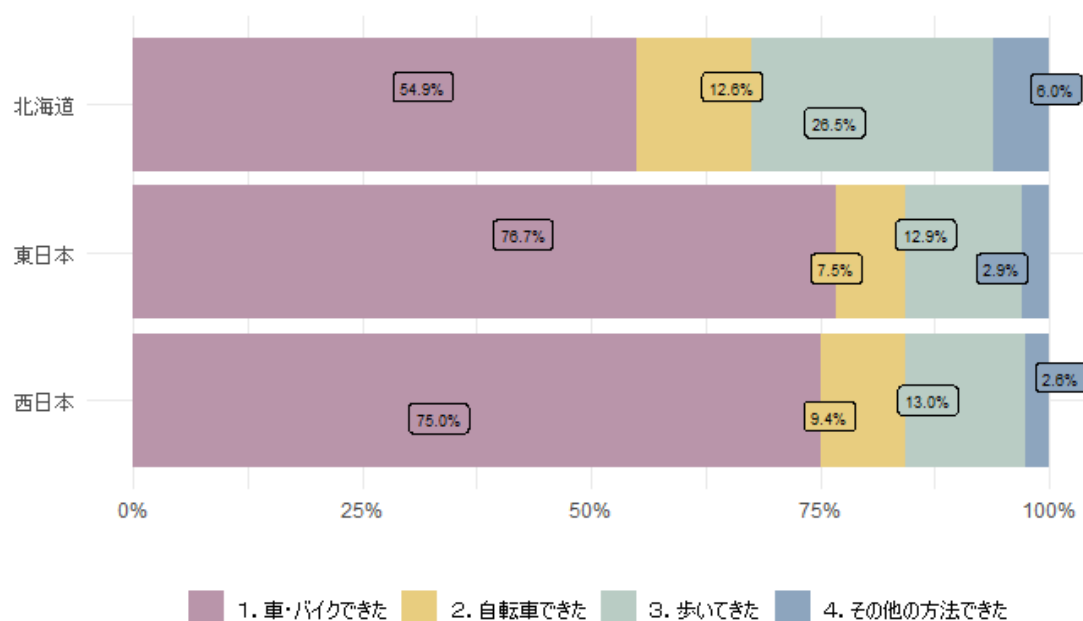
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に見ると、平地農業地域では「車・バイクできた」比率が高く、都市的地域において低い。



(3) 地域別

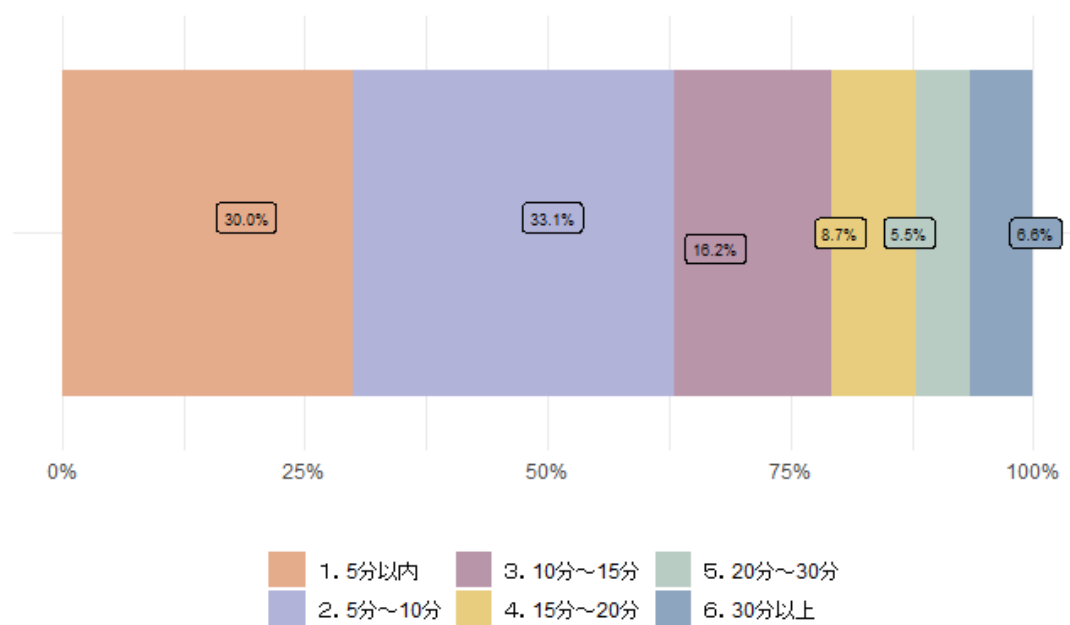
地域別に見ると北海道において、「車・バイクできた」比率が低い。



5.2.4. 所要時間

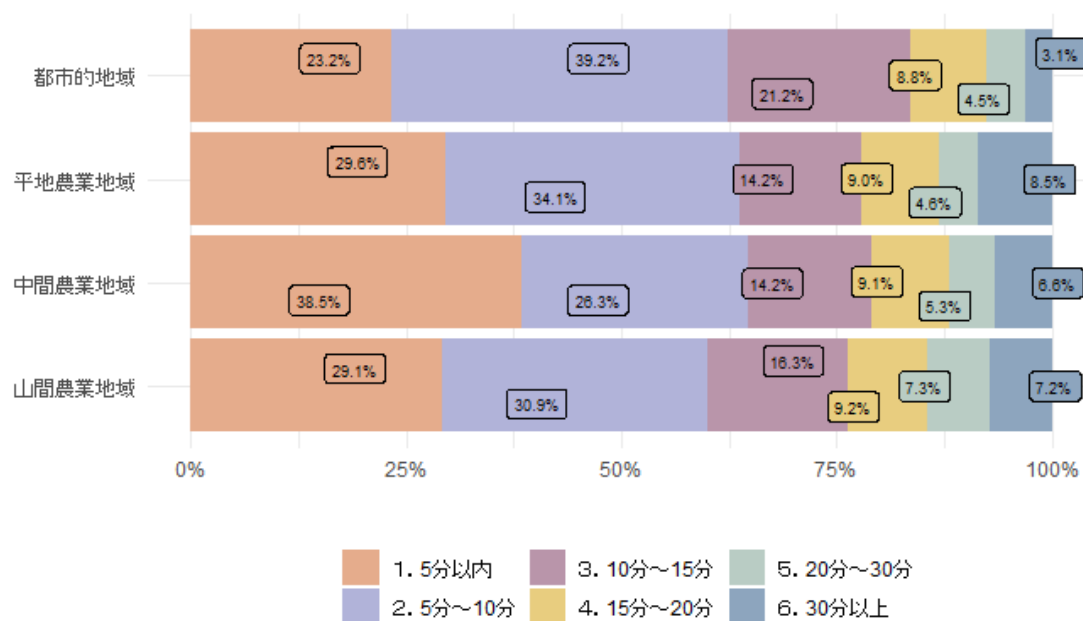
(1) 全体

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。



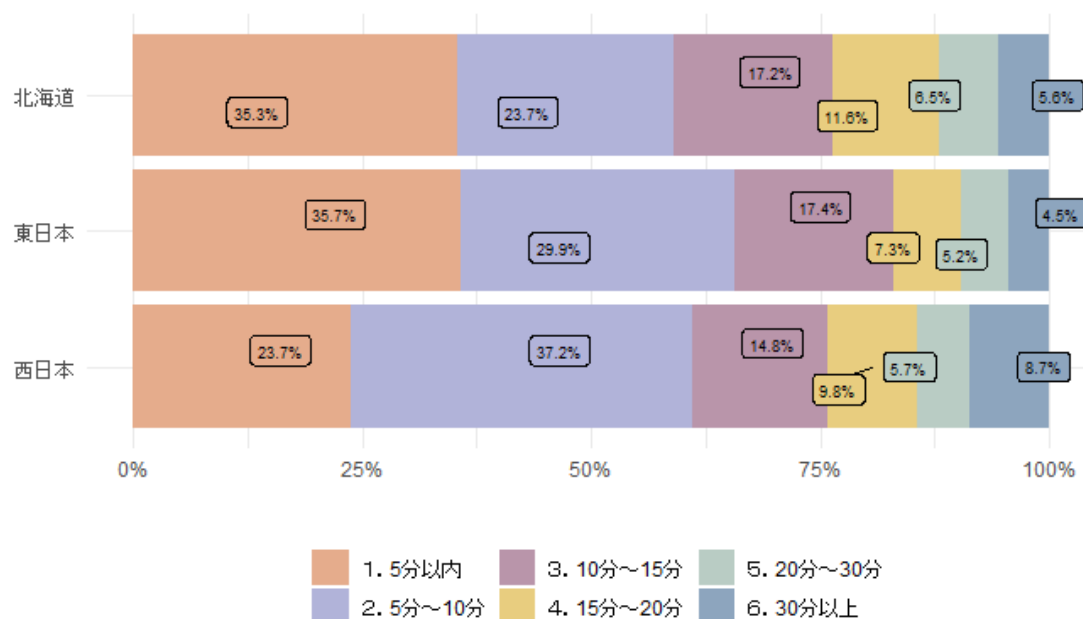
(2) 農業地域類型別

10 分以内の割合は、農業地域類型別に大きく変わらないが、5 分以内の割合は都市的地域で低い。。



(3) 地域別

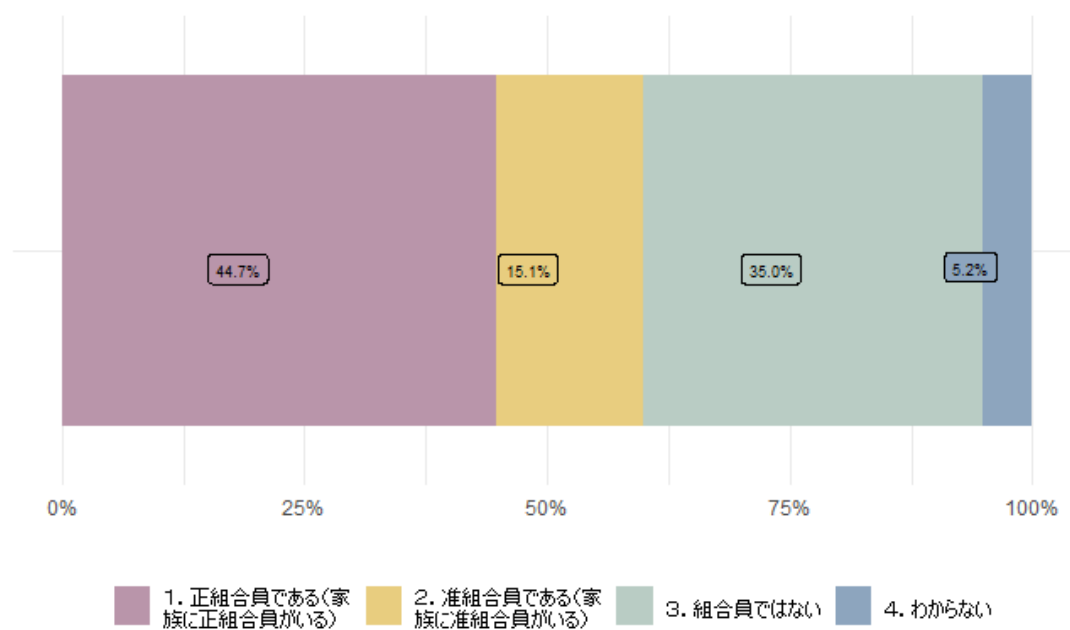
地域別に見ると大きく変わらないが5 分以内の割合は西日本で低い。



5.2.5. JA への加入状況

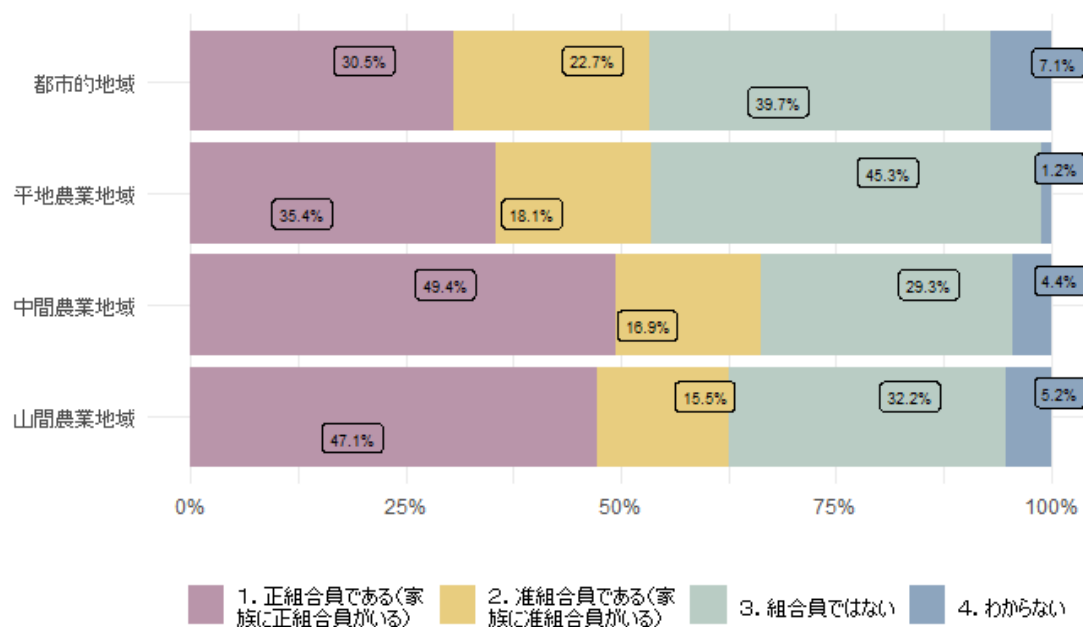
(1) 全体

正組合員である割合が4割強であり、組合員でない割合が4割弱となっている。なお、令和元年調査では、選択肢に「わからない」がなかった。



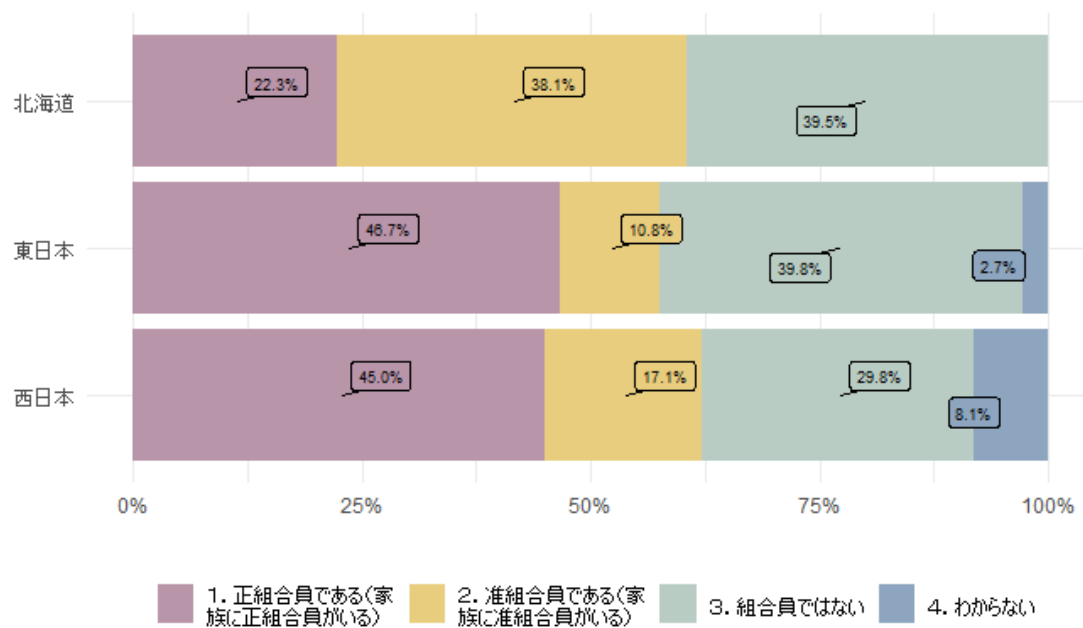
(2) 農業地域類型別

都市的地域、平地農業地域での正組合員率が低い。



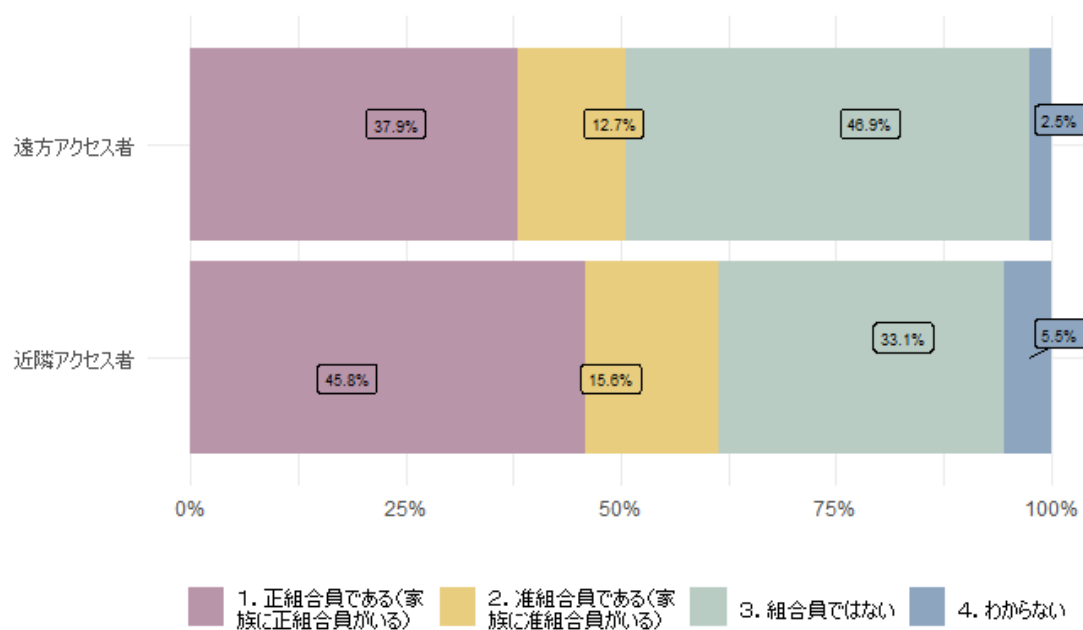
(3) 地域別

地域別に見ると北海道で組合員でない人が多い。



(4) アクセス状況別

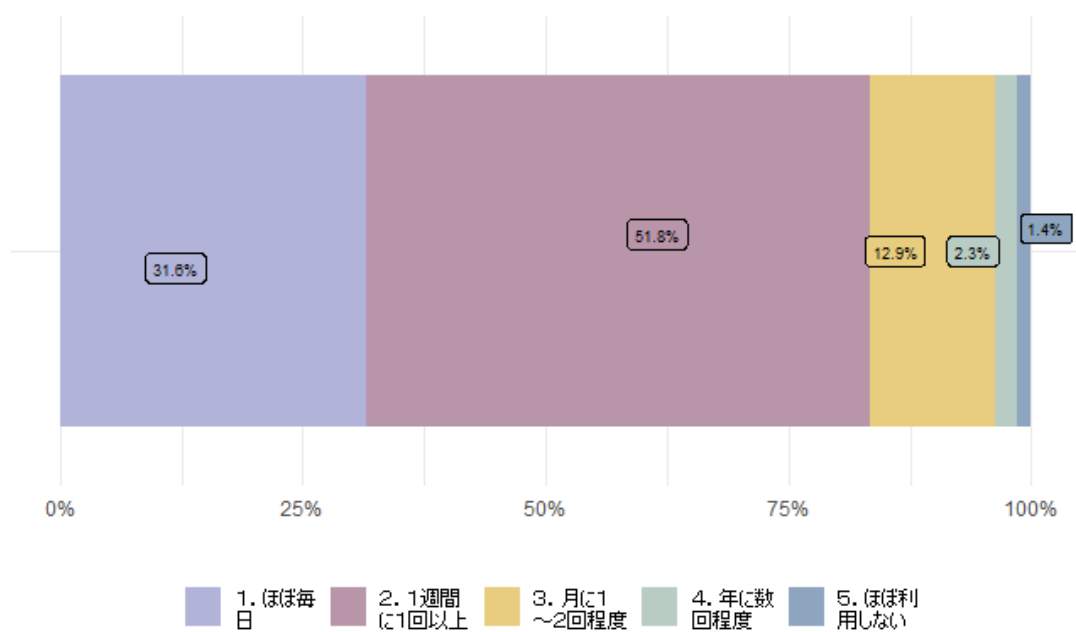
徒歩で15分以上、自動車で20分以上かかると回答した人を遠方アクセス者と定義し、遠方アクセス者、近隣アクセス者別に加入状況を比較した。その結果、遠方からアクセスしている人の正組合員率が低いことが明らかとなった。



5.2.6. 利用頻度

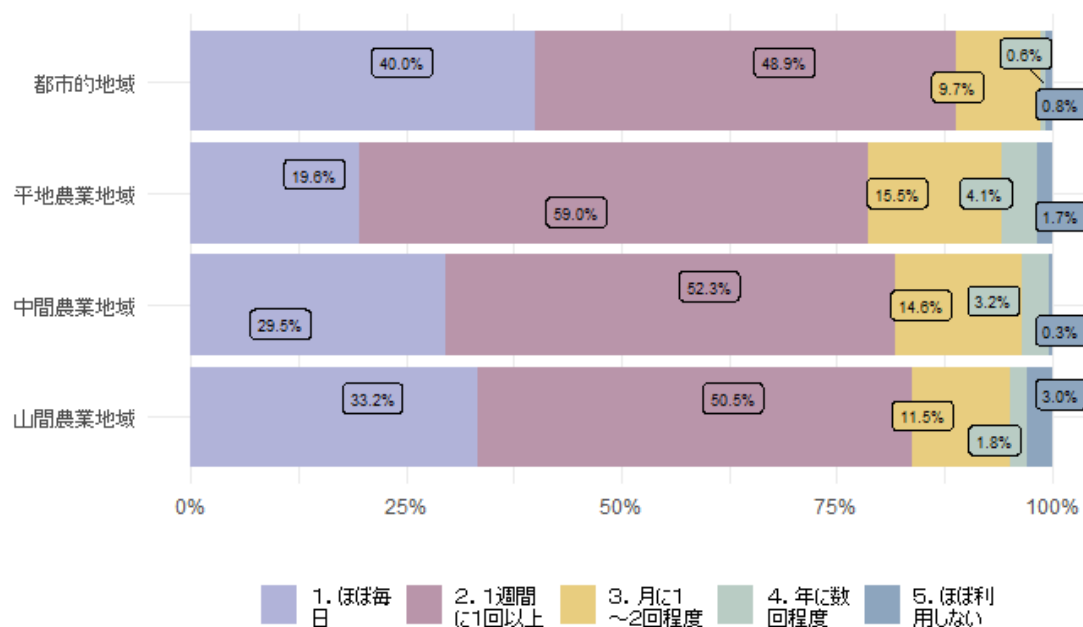
(1) 全体

利用頻度を見ると「1週間に1回以上」が半分程度であり、「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。



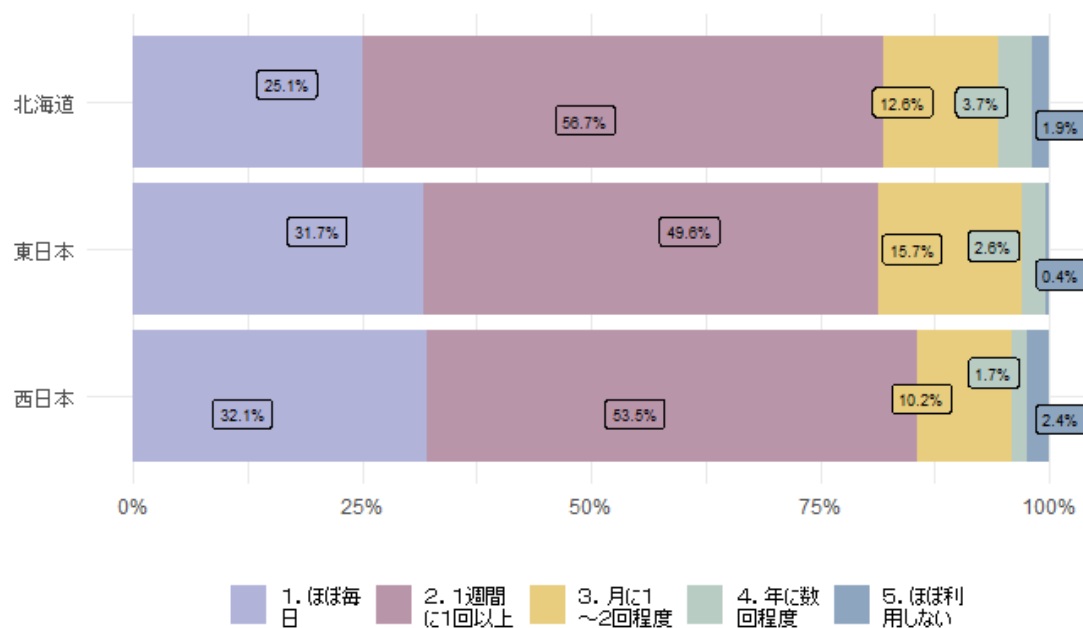
(2) 農業地域類型別

農業地域別にみると都市的地域において若干利用頻度が高い。また、平地農業地帯の頻度が低い。



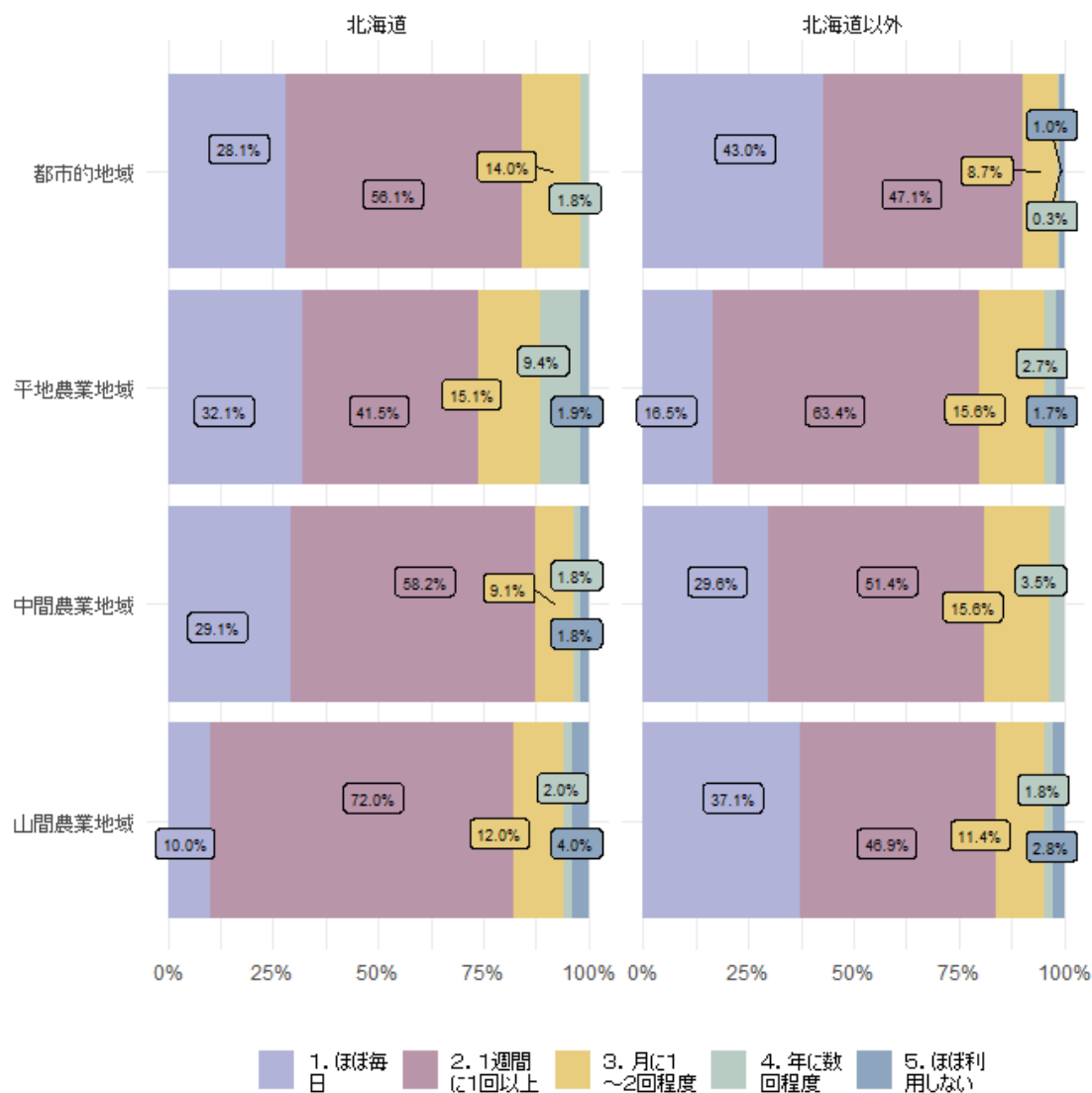
(3) 地域別

地域別にはあまり大きな違いは見られない。



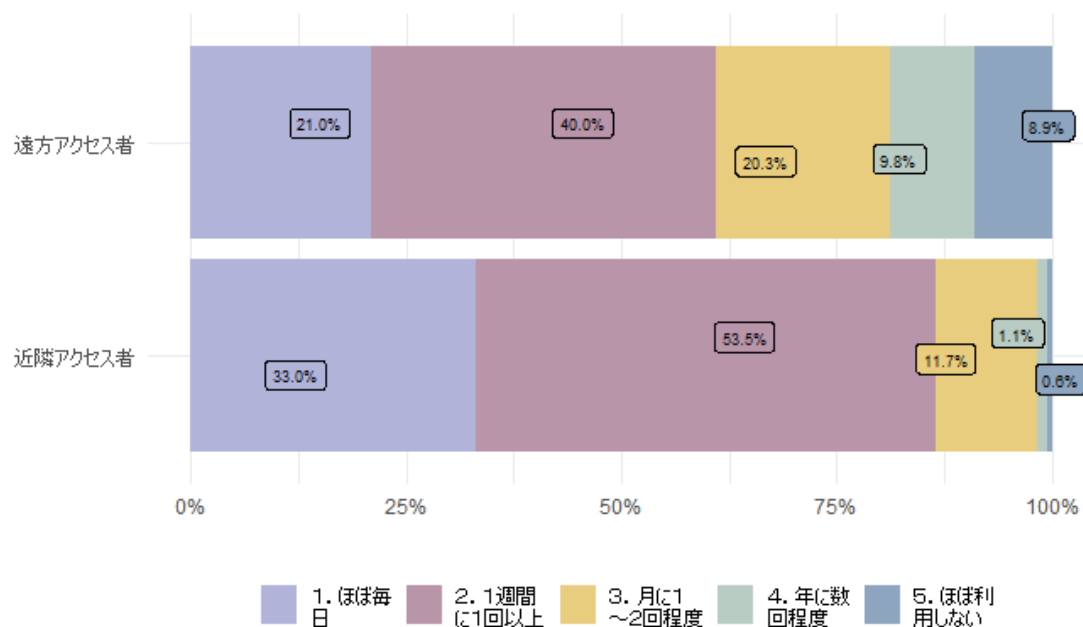
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

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



(5) アクセス状況別

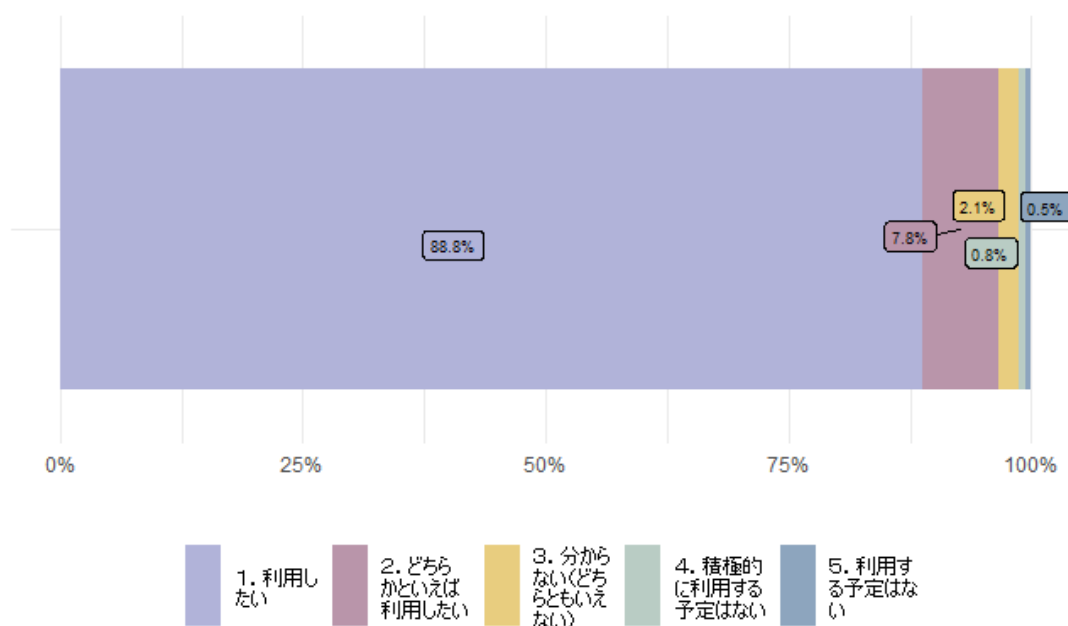
遠方からアクセスしている人の利用頻度は低い。



5.2.7. JA 施設の利用意向

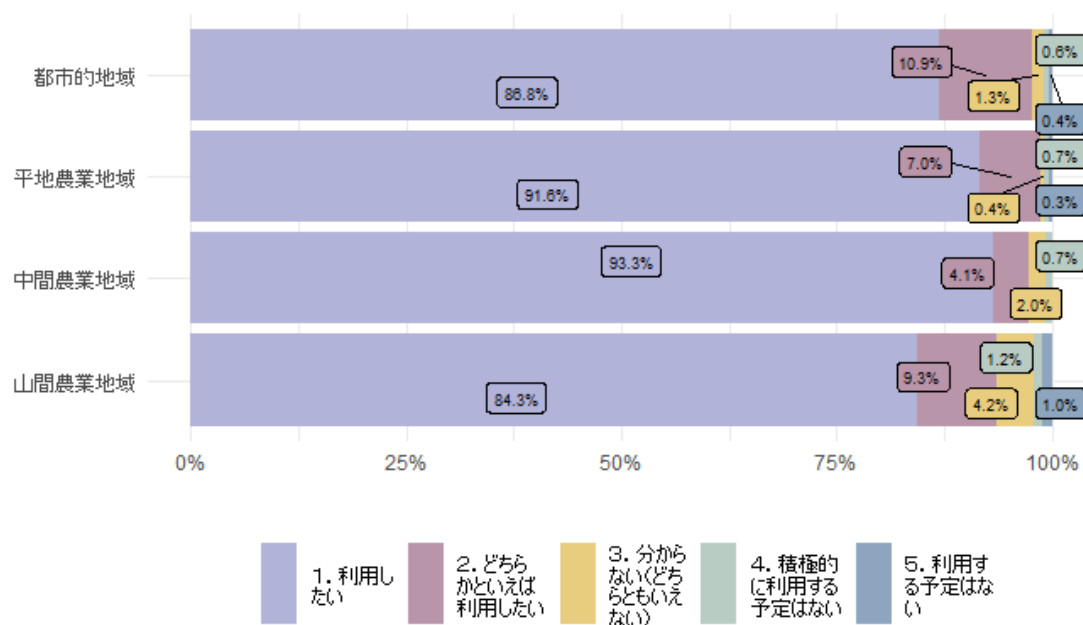
(1) 全体

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。



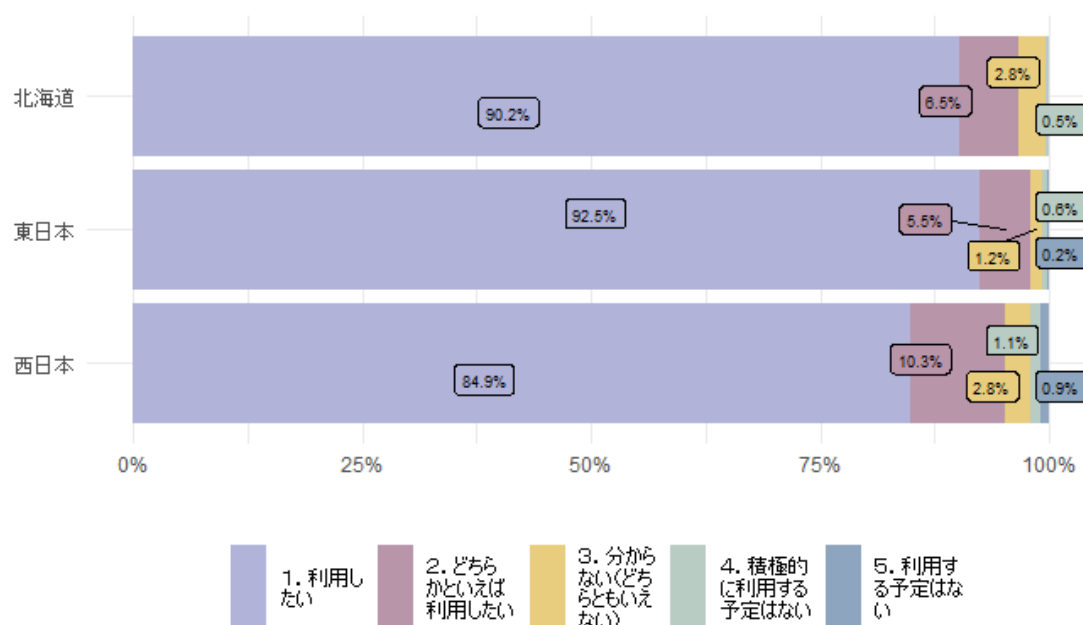
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別にみても全ての類型で高くなっているが、山間農業地域で若干低くなっている。



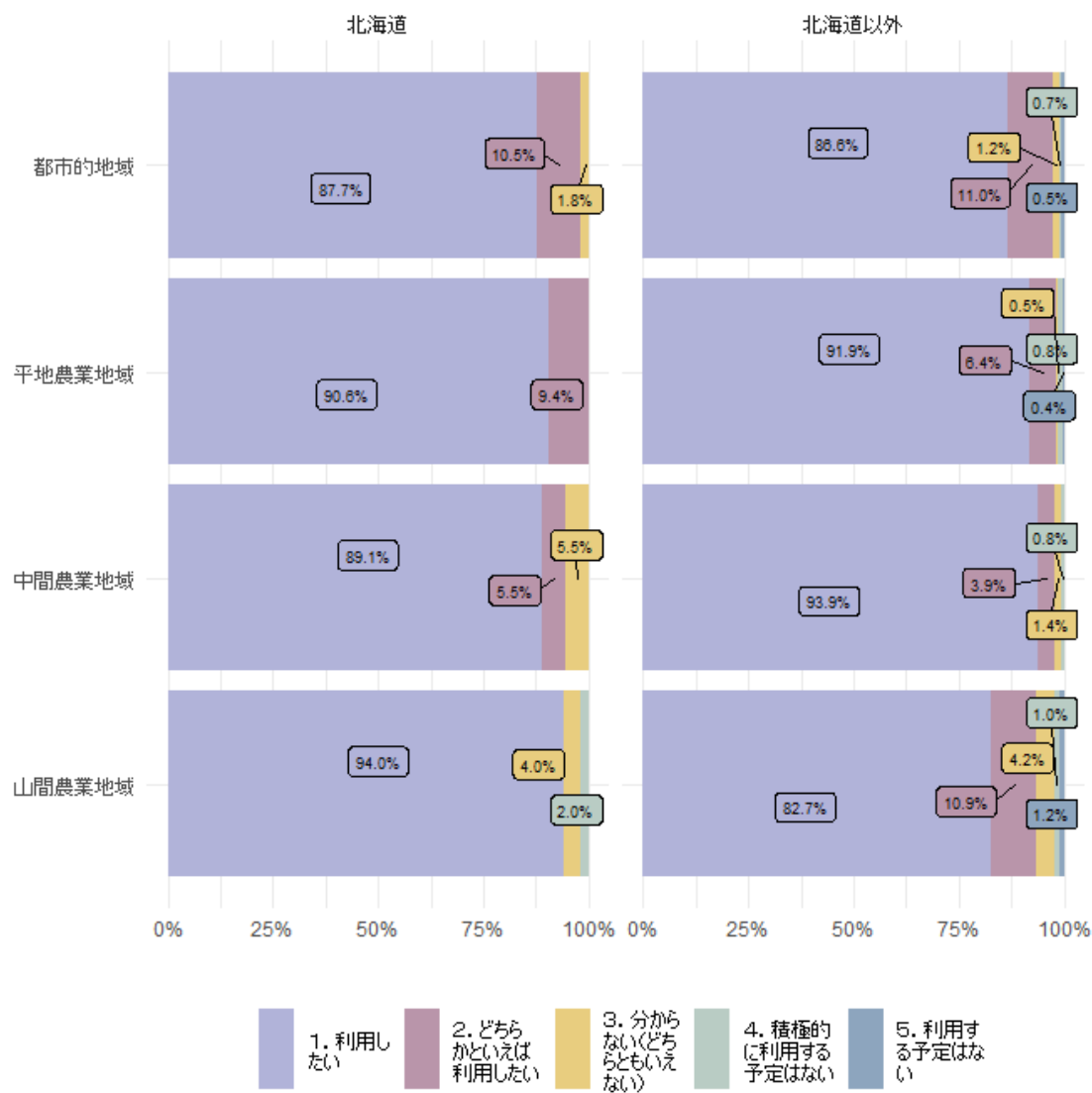
(3) 地域別

地域別に見ると西日本の利用意向が若干低い。



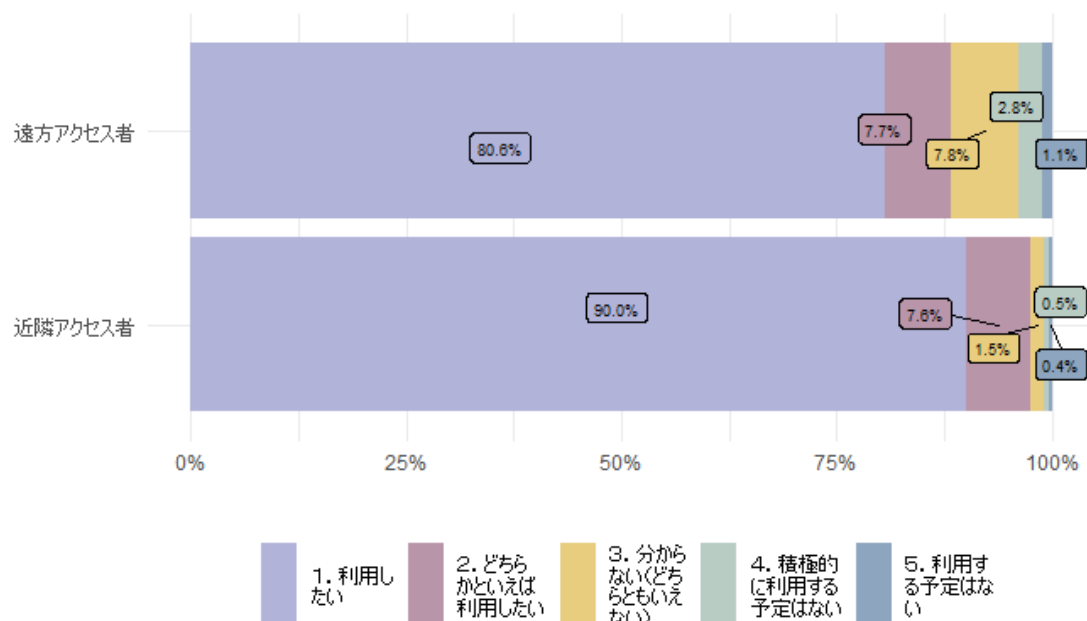
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

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。



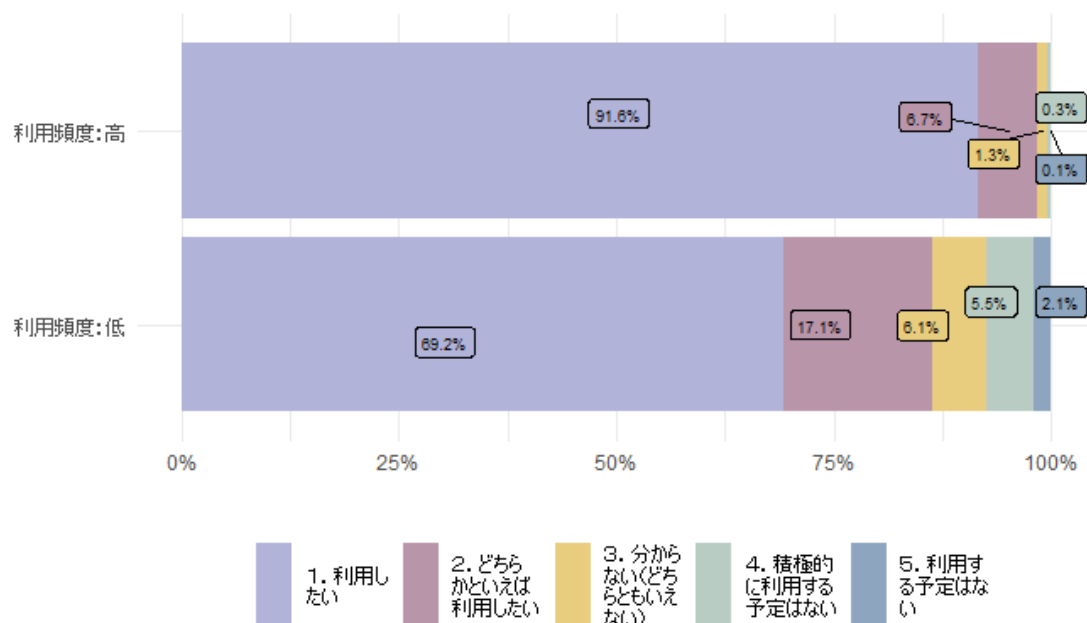
(5) アクセス状況別

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

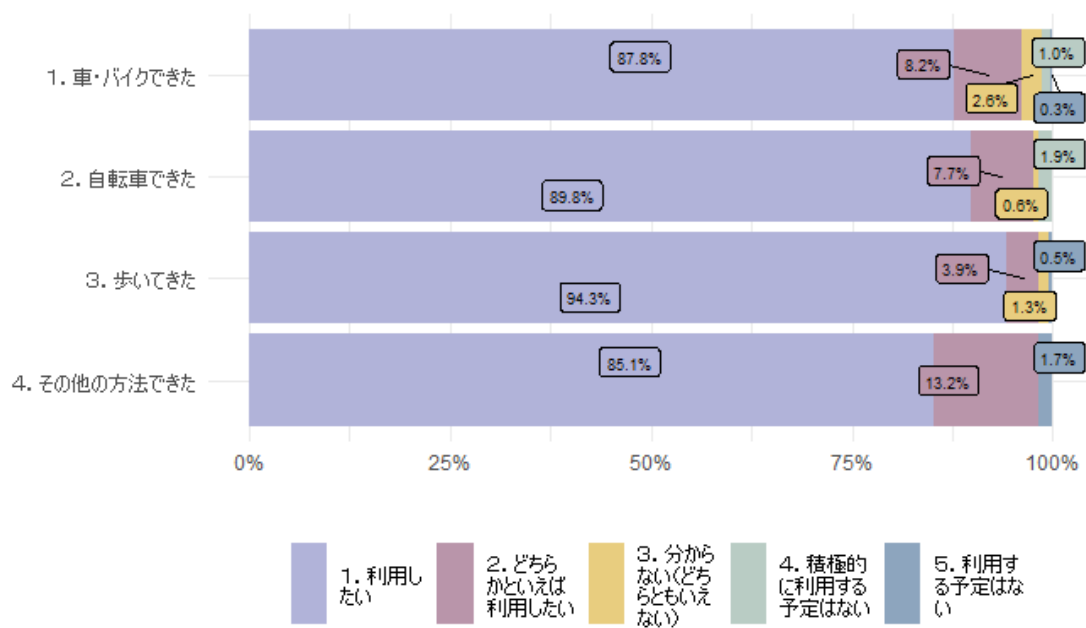
利用頻度が低い人の利用意向は低くなっている。



(7) 移動手段別

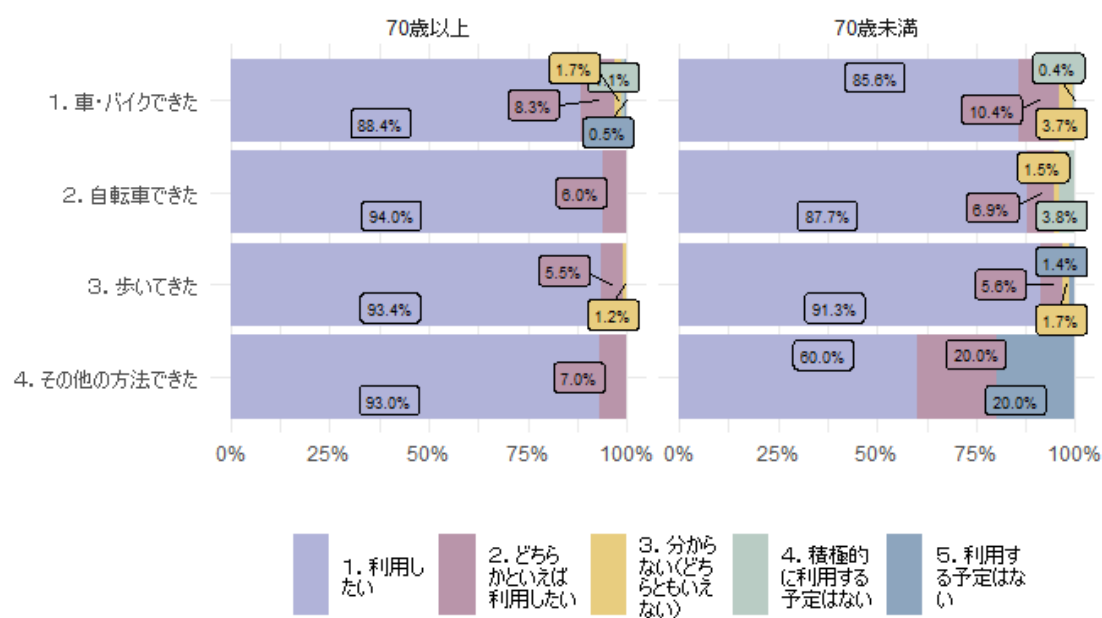
①全体

移動手段別にみるとその他の方法できた（多くがバスなどの公共交通機関）人の利用意向が若干低い。



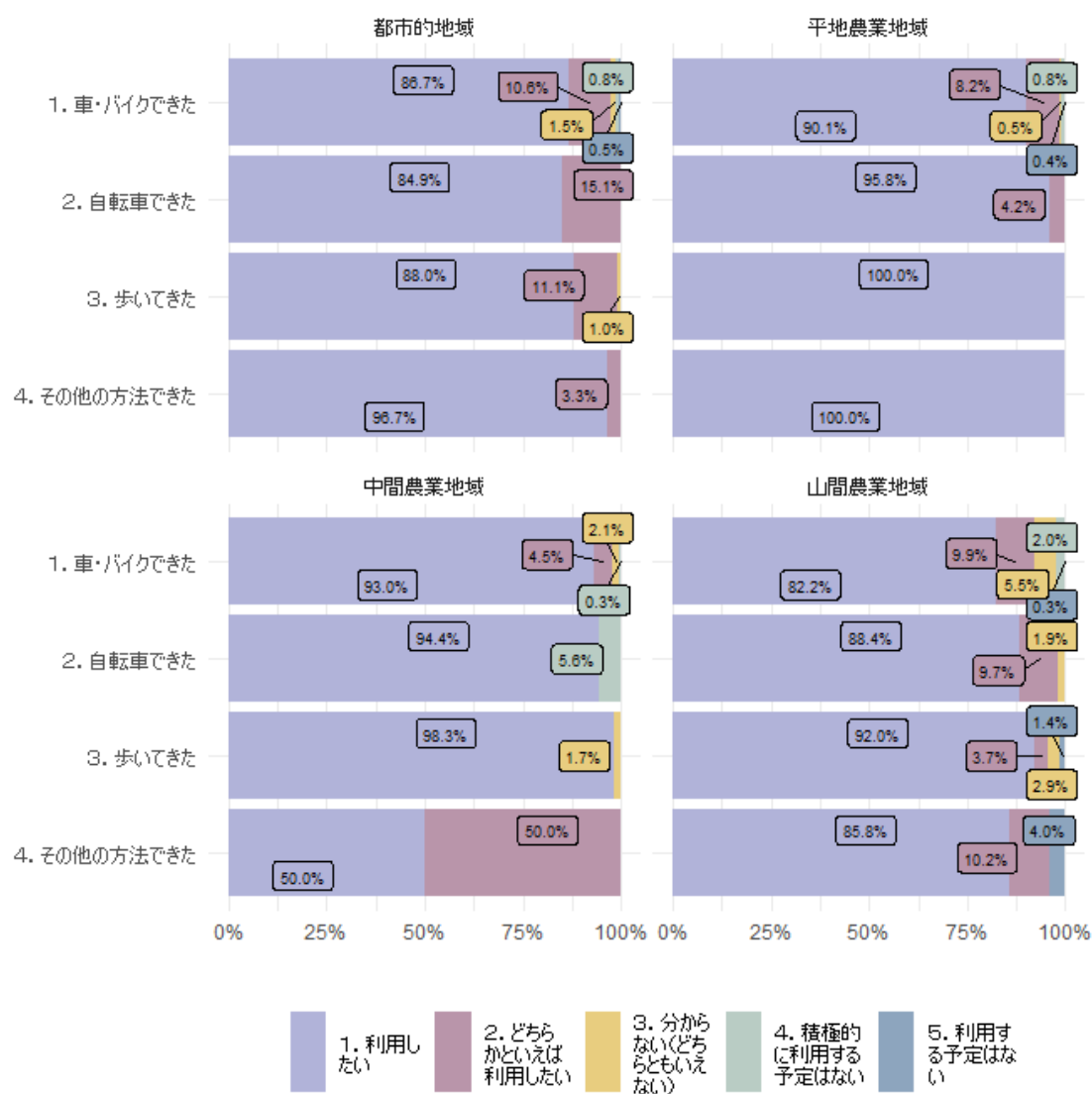
②年齢別

年齢別では、70歳未満かつその他の方法できた場合の利用意向が低い。



③年齢別・農業地域類型別

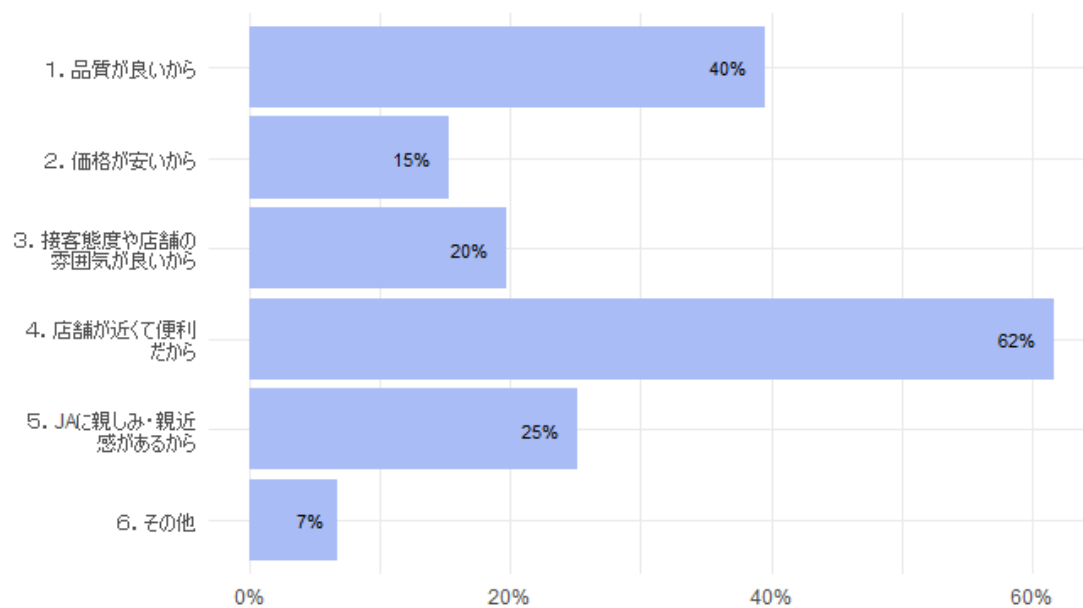
さらに、農業地域類型別に区分すると、いずれの類型でも上記と同じような傾向となった。



5.2.8. 今後も利用したい理由

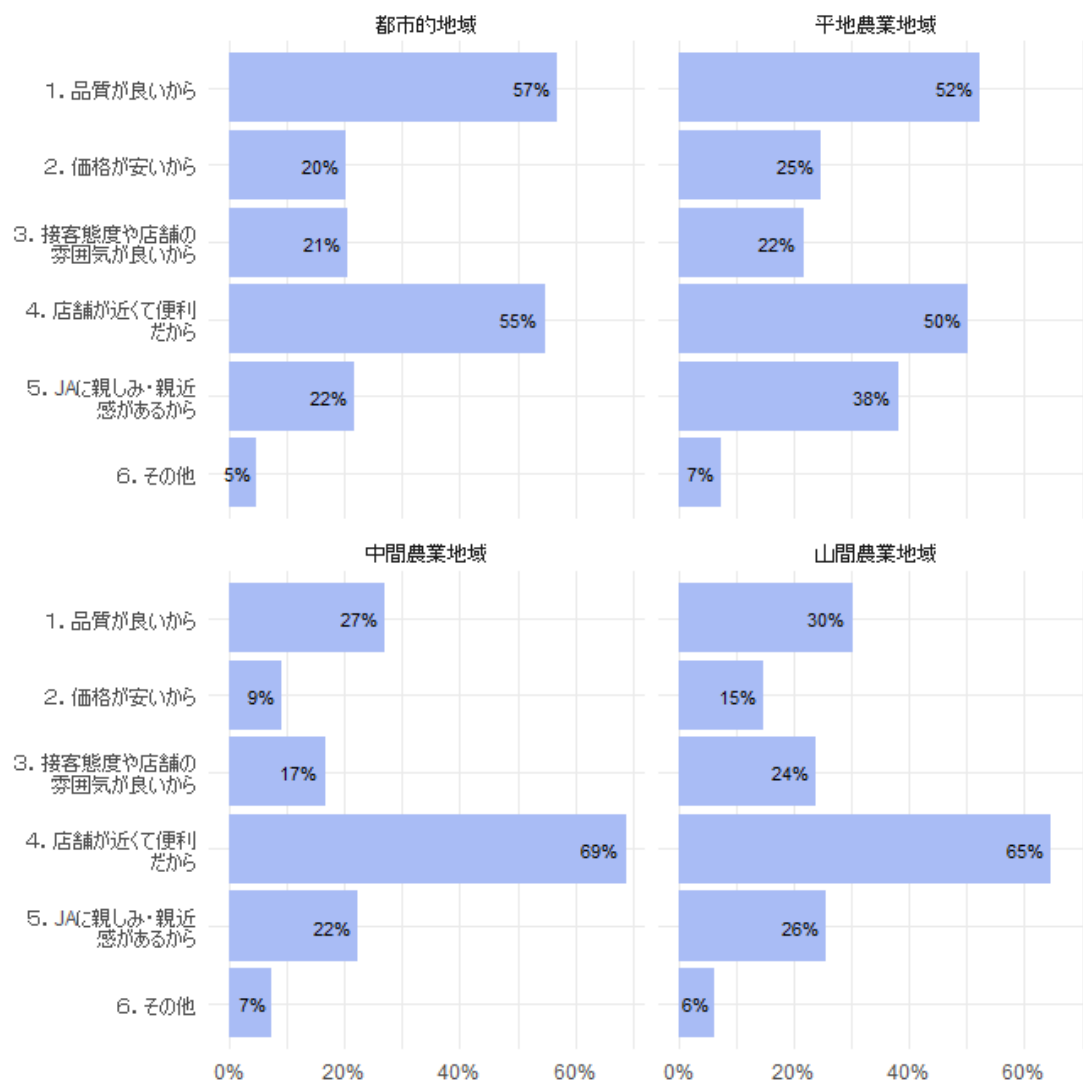
(1) 全体

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、「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。



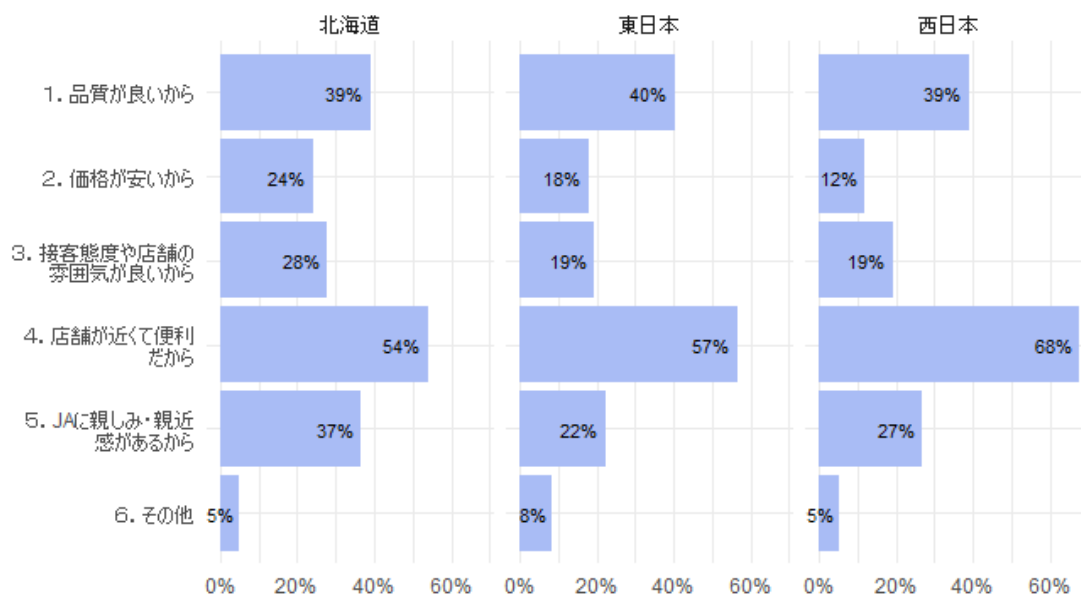
(2) 農業地域類型別

いずれの類型においても「店舗が近くて便利だから」は総じて高いが、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。また平地農業地域ではJAに親しみがあるという回答が非常に高い。



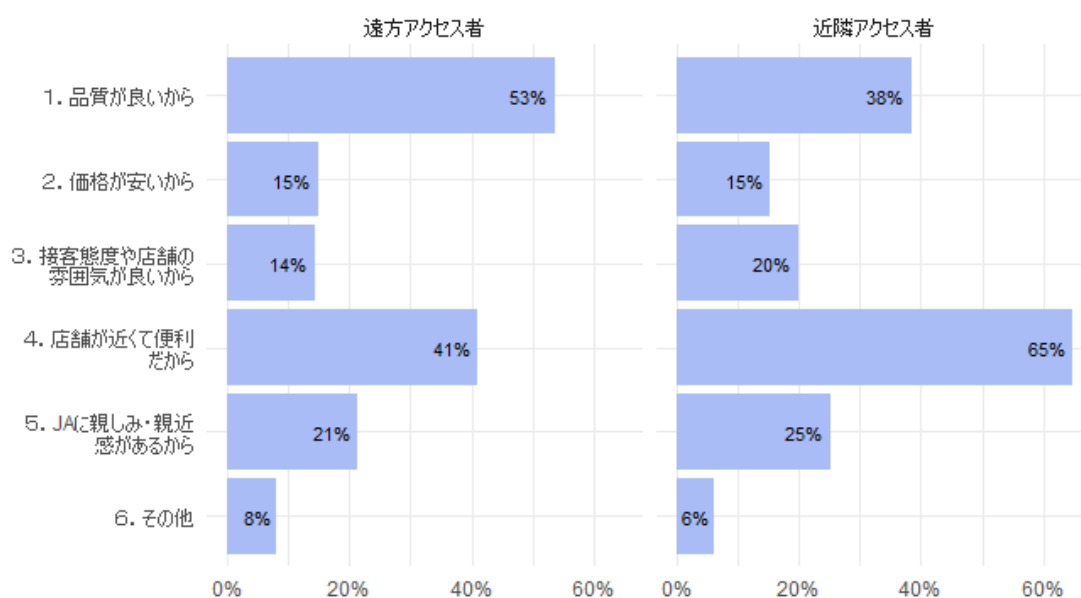
(3) 地域別

地域別に見ると、北海道において「JAに親しみがある」割合が高い。



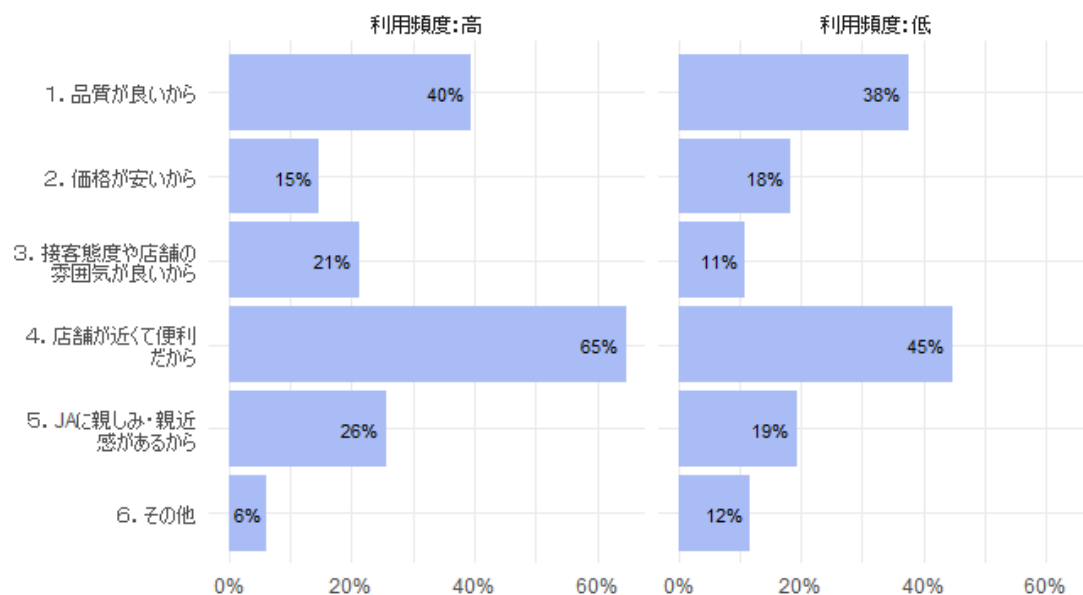
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人は品質に対する評価が高い。



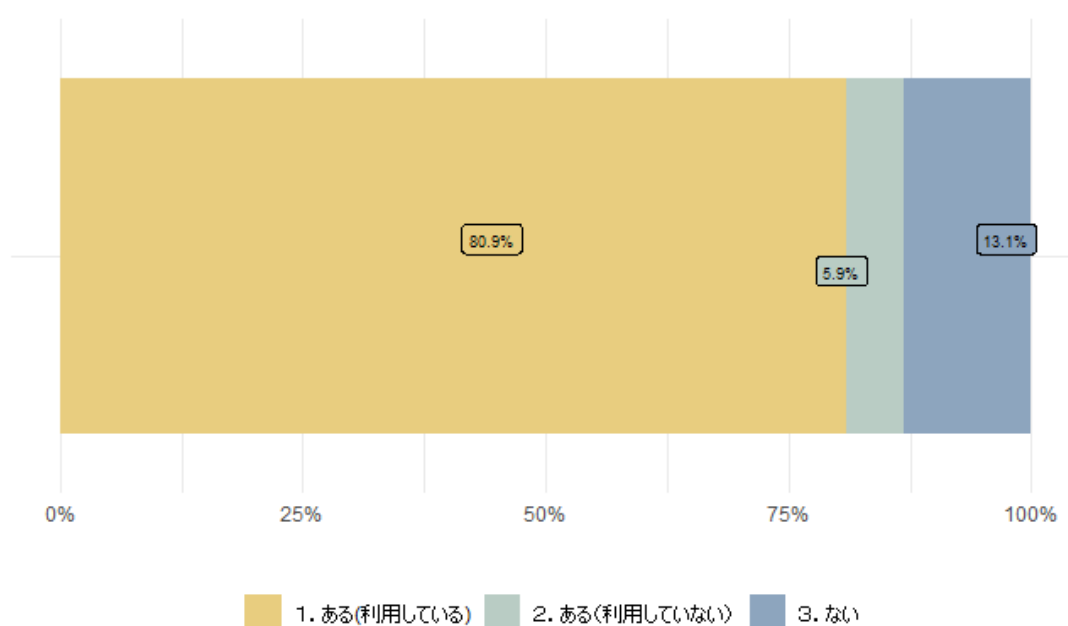
(5) 利用頻度別

利用頻度が高いほど、立地に対する評価が高い。



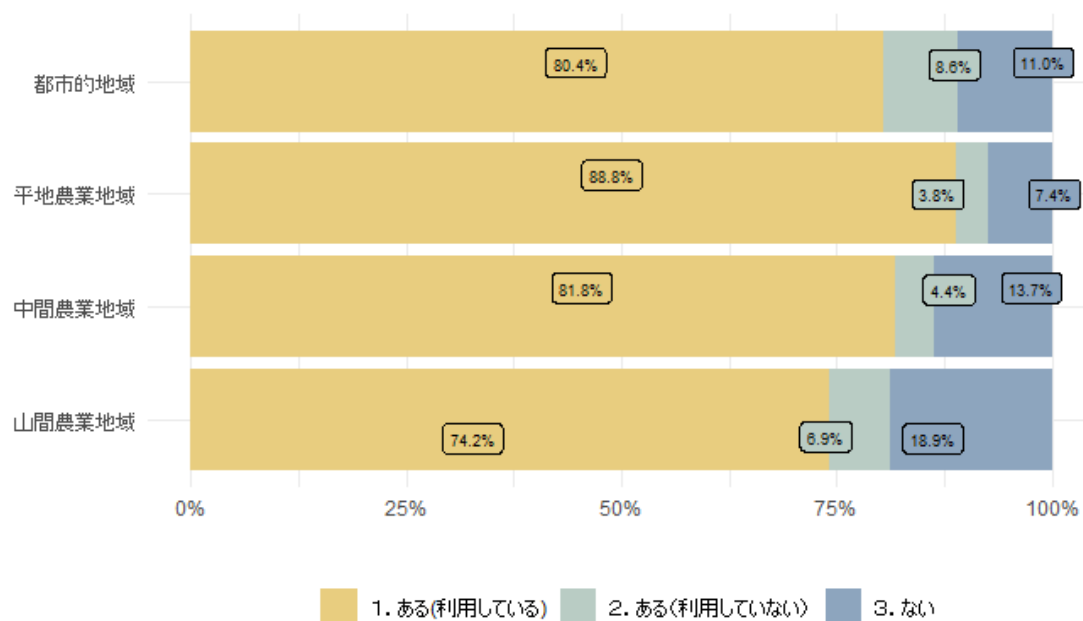
5.2.9. JA 施設以外の利用可能性

本設問については、令和元年度調査と令和２年度調査で質問が異なっている。令和元年度調査では、はじめに農協施設以外に利用可能な施設があるかどうかを質問しているが、令和２年度調査では、はじめに農協施設以外の利用状況を質問し、利用していないと回答した人に、利用施設があるのか無いのかを確認している。従って、ここでは、令和２年度調査において、農協施設以外を利用しておらず、かつ利用できる施設がないと回答した者を「３．ない」として集計し、農協施設以外を利用しておらず、かつ利用できる施設があると回答した者を「２．ある（利用していない）」として集計した。８割の人が JA 施設以外の施設も利用していると回答している。



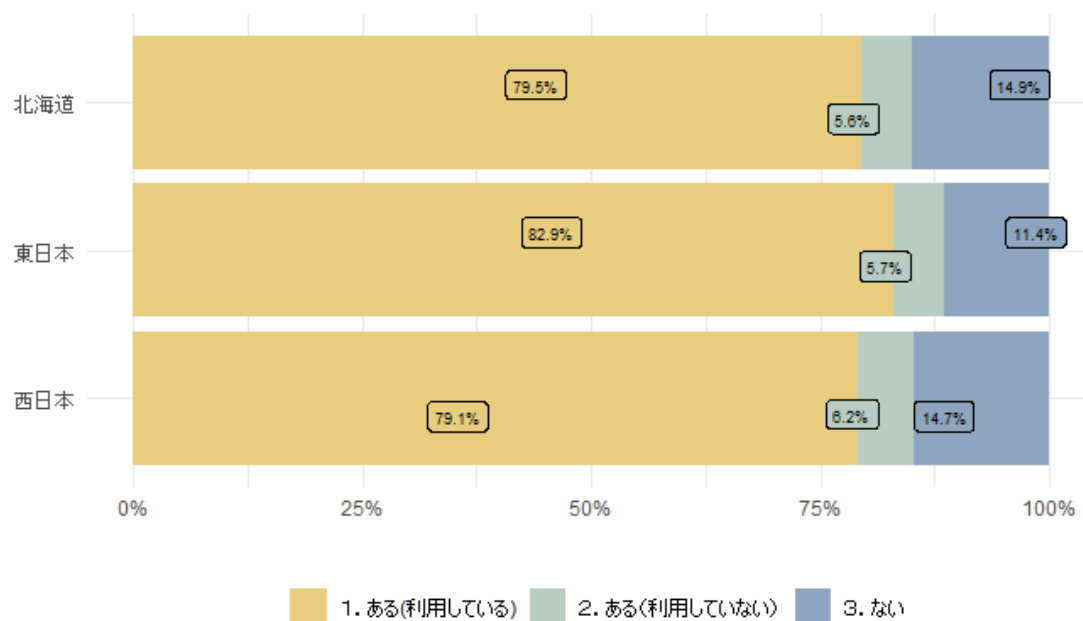
(1) 農業地域類型別

山間農業地域になると JA 施設以外を利用できない割合が高くなっている。



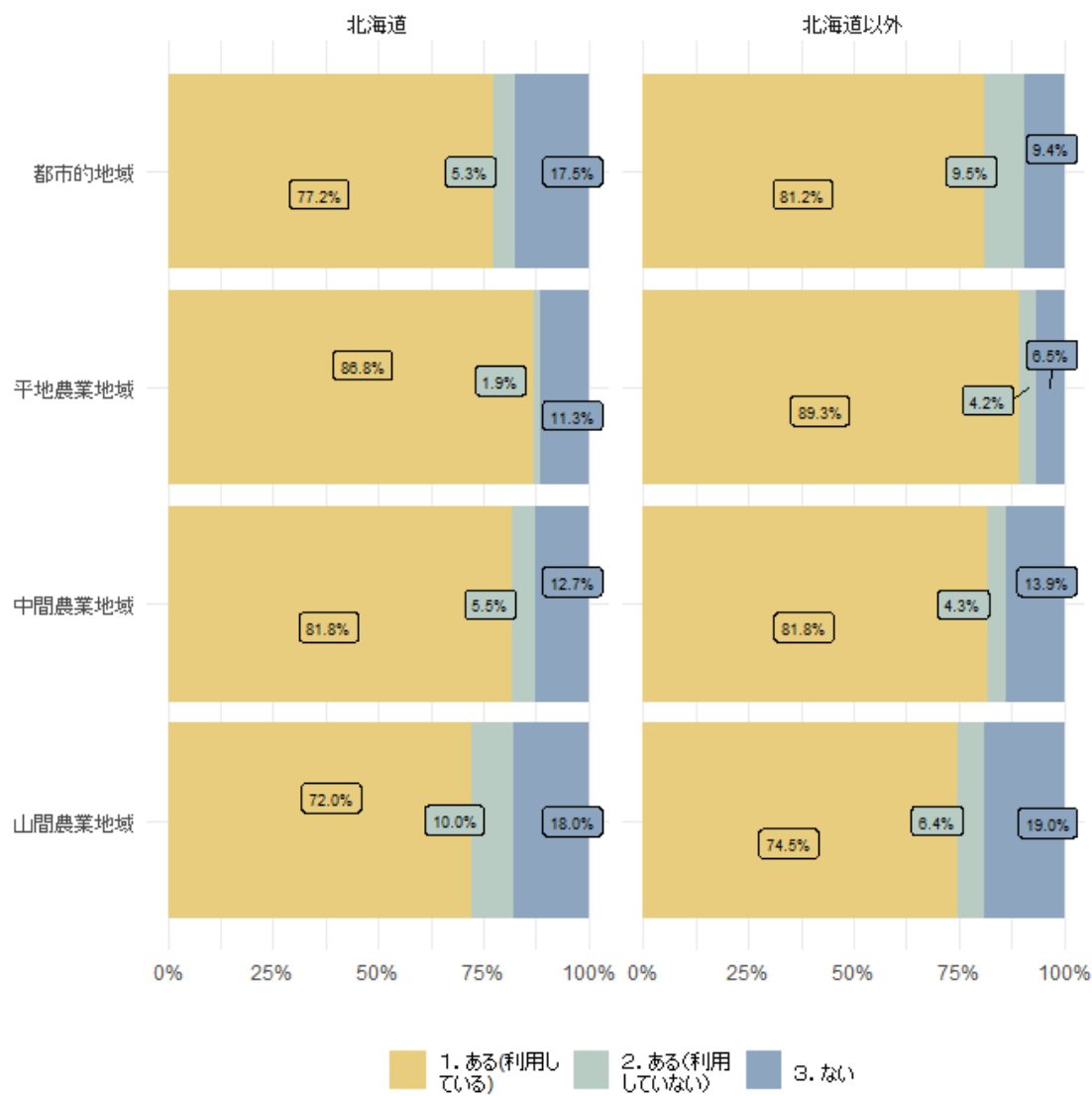
(2) 地域別

地域別に大きな差はない。



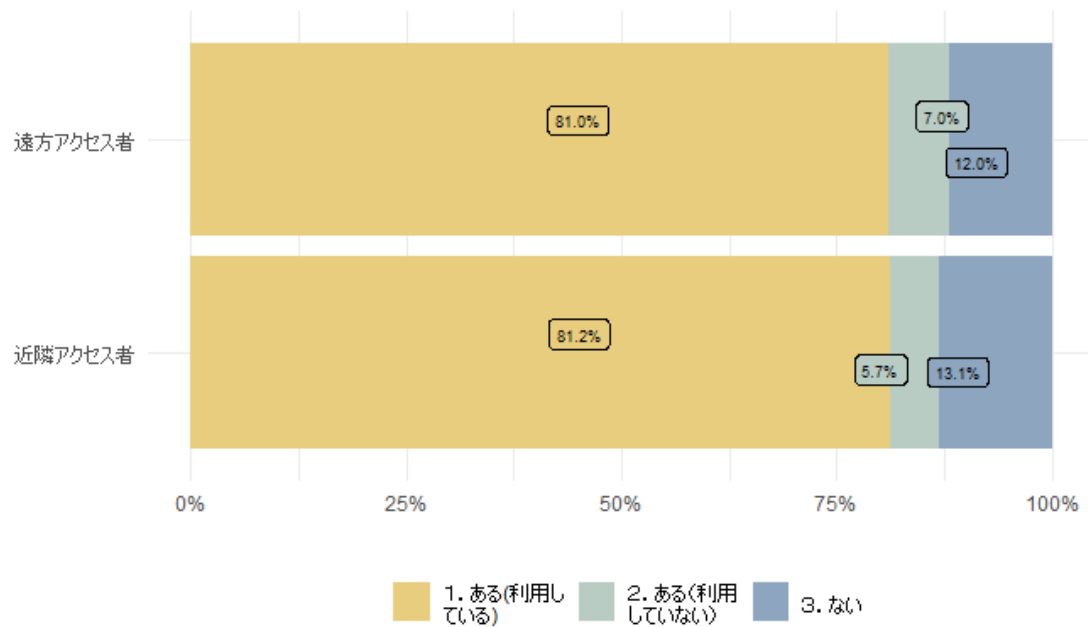
(3) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

傾向については、北海道、北海道以外ともに同じである。



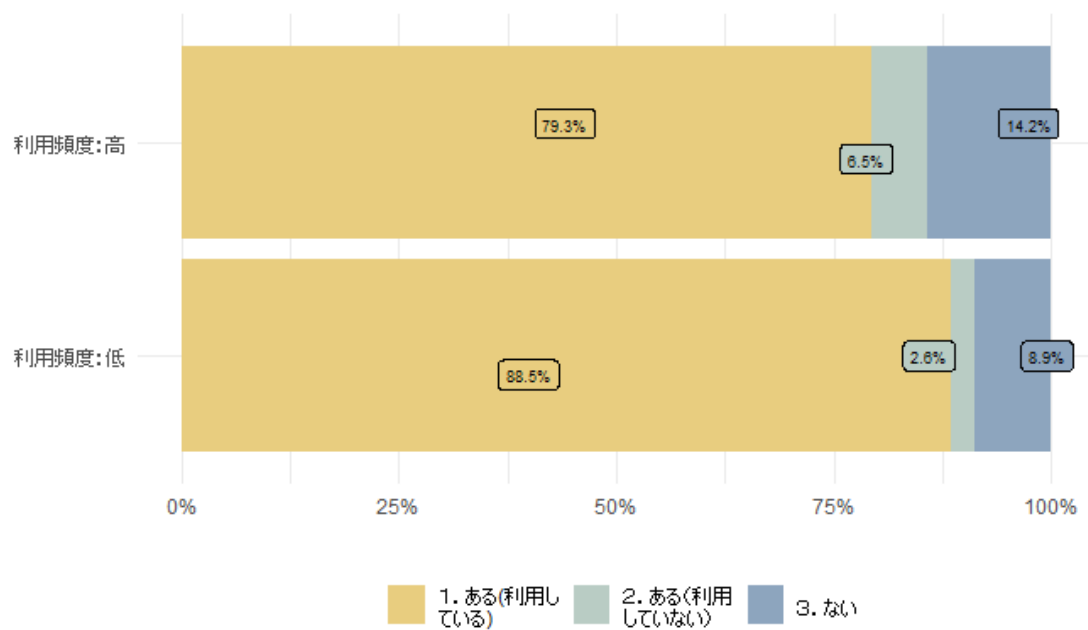
(4) アクセス状況別

アクセス状況別に大きな違いは見られない。



(5) 利用頻度別

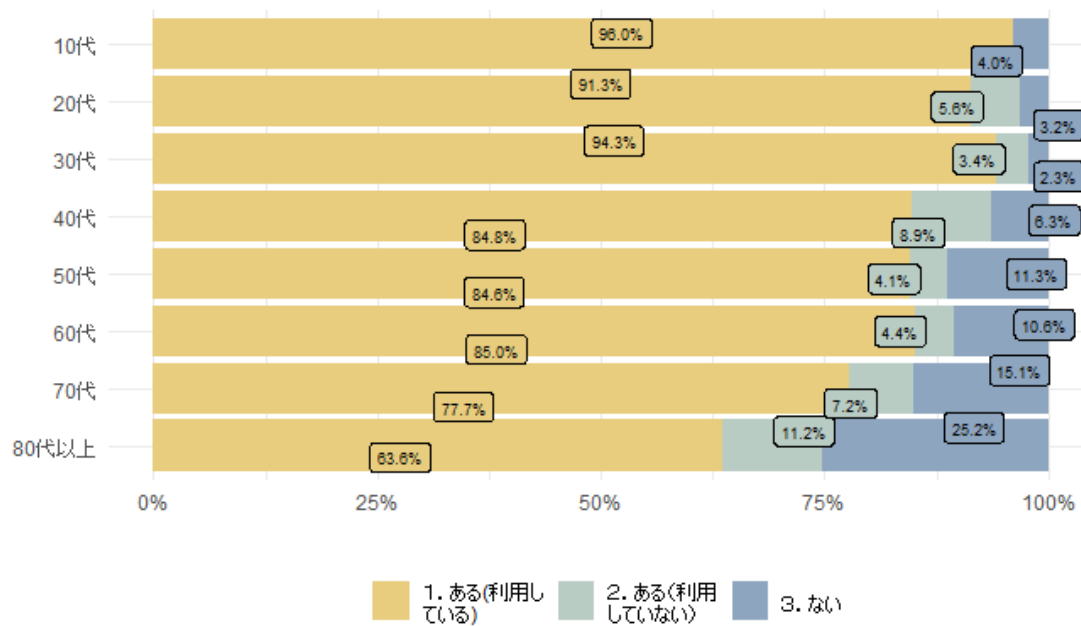
利用頻度が高い人の方が他の店がないと回答している割合が若干高い。



(6) 年齢層別

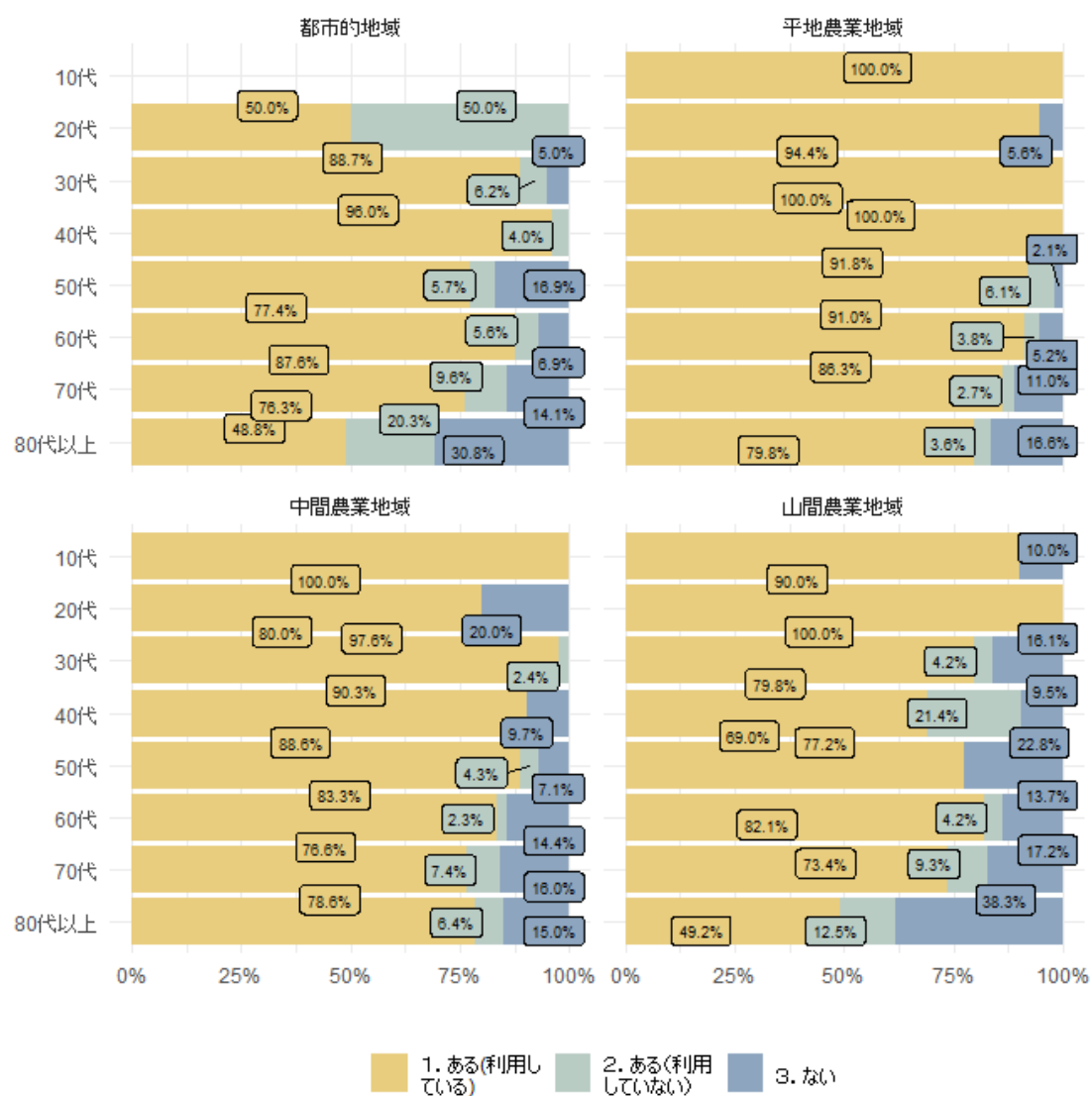
① 全体

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

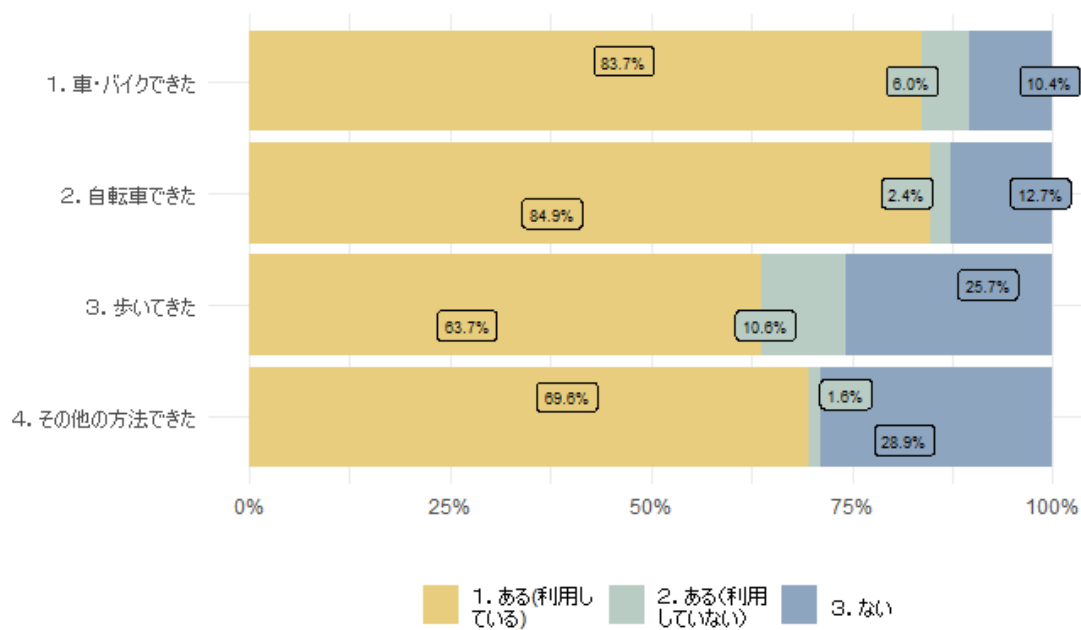
全体として、年齢が高くなるにつれ、他の施設がないと回答する割合が高くなるが、中間農業地域は傾向が異なっている。



(7) 移動手段別

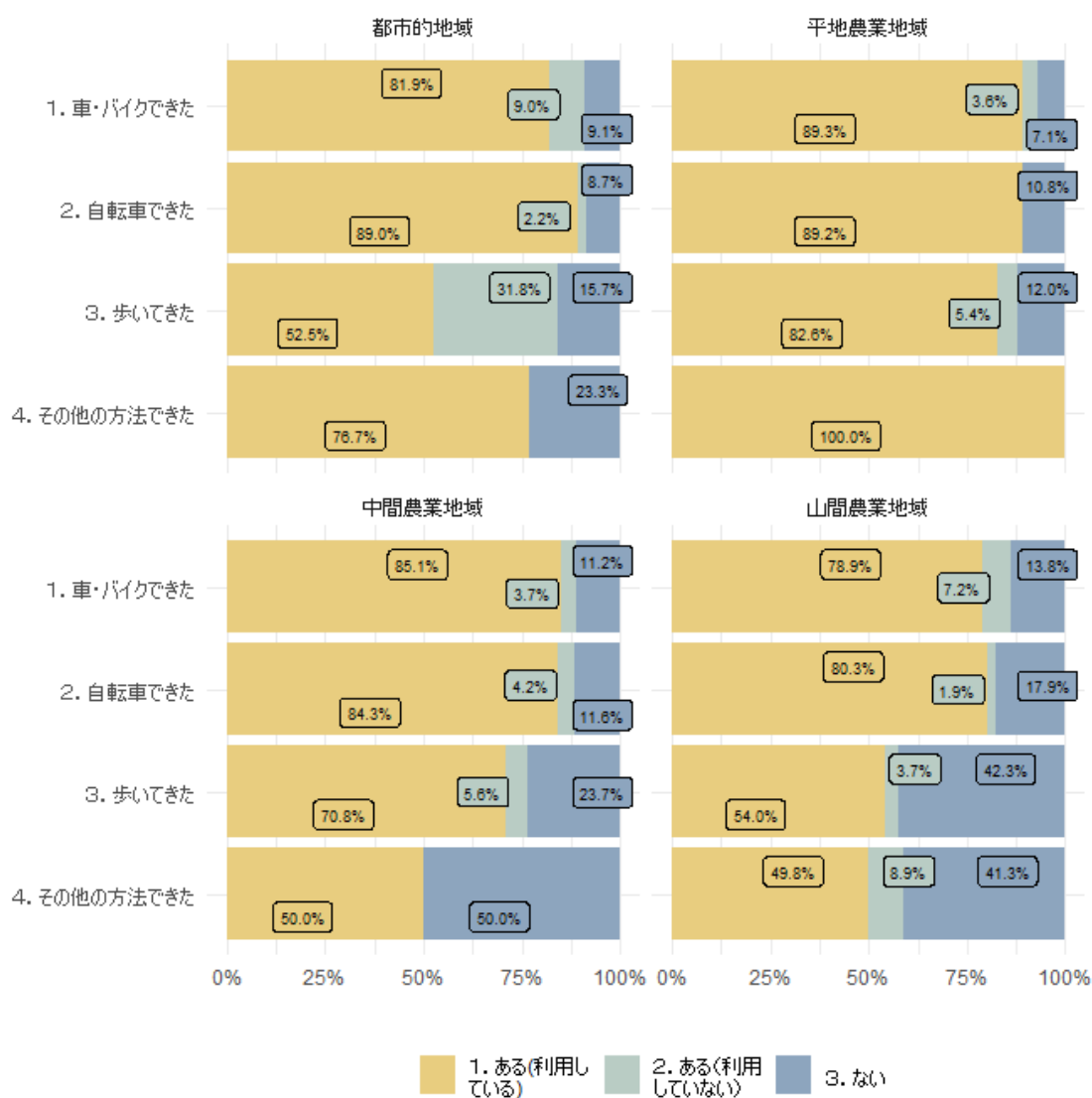
①全体

移動手段が歩き、その他（主に公共交通機関）であるほうが、他に利用できる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傾向は同様である。

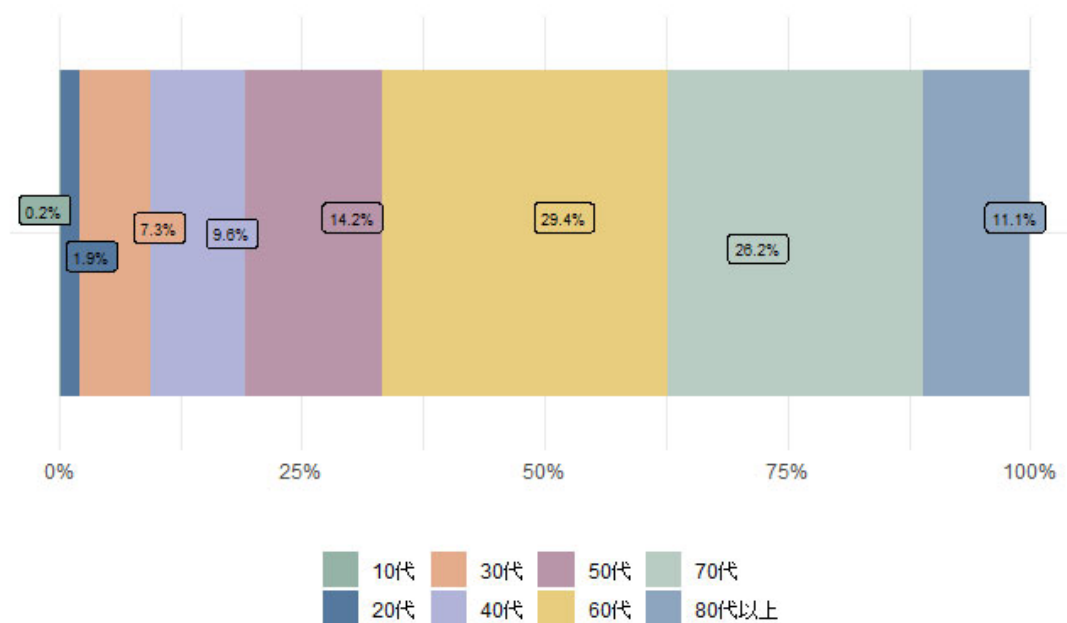


5.3. 金融サービス

5.3.1. 回答者の年代

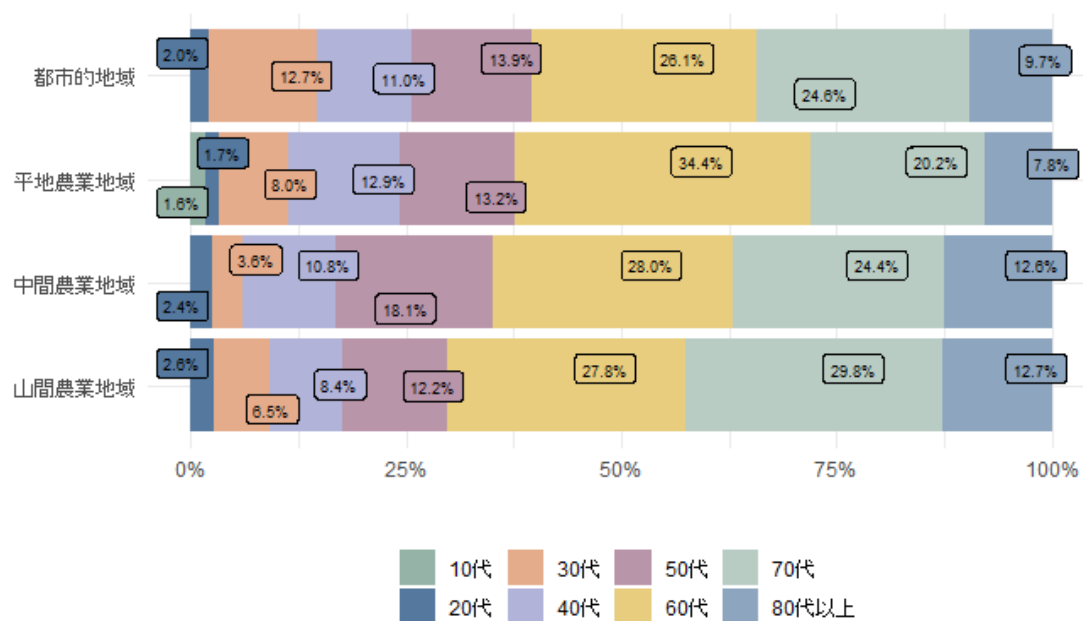
(1) 全体

回答者の年代を見ると 6 割以上が 60 歳以上となっている。



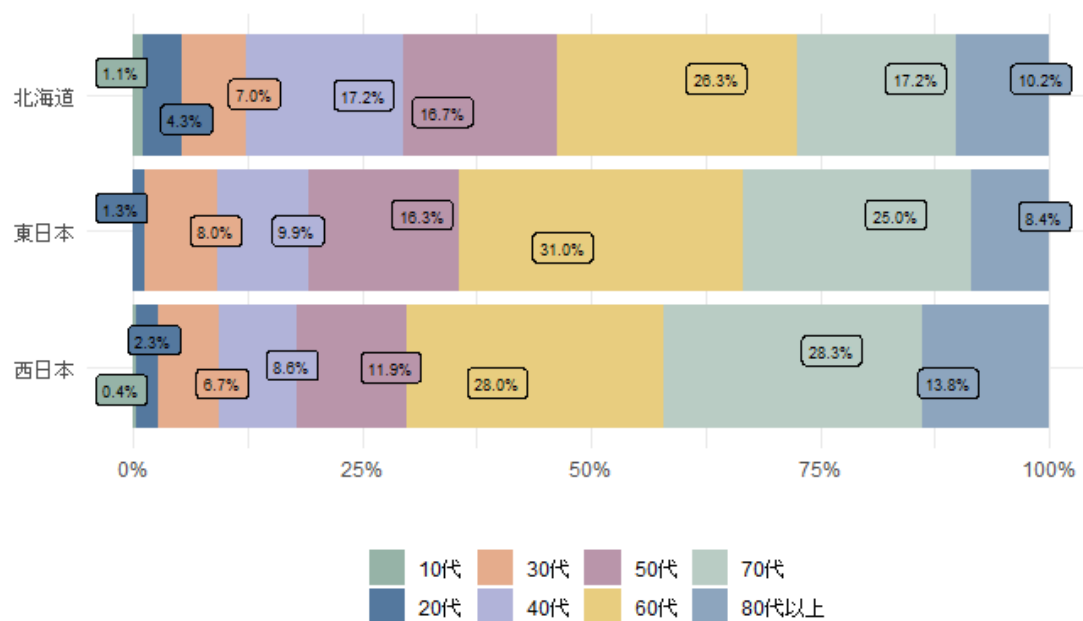
(2) 農業地域類型別

中間、山間農業地域での高齢者比率が若干高い。



(3) 地域別

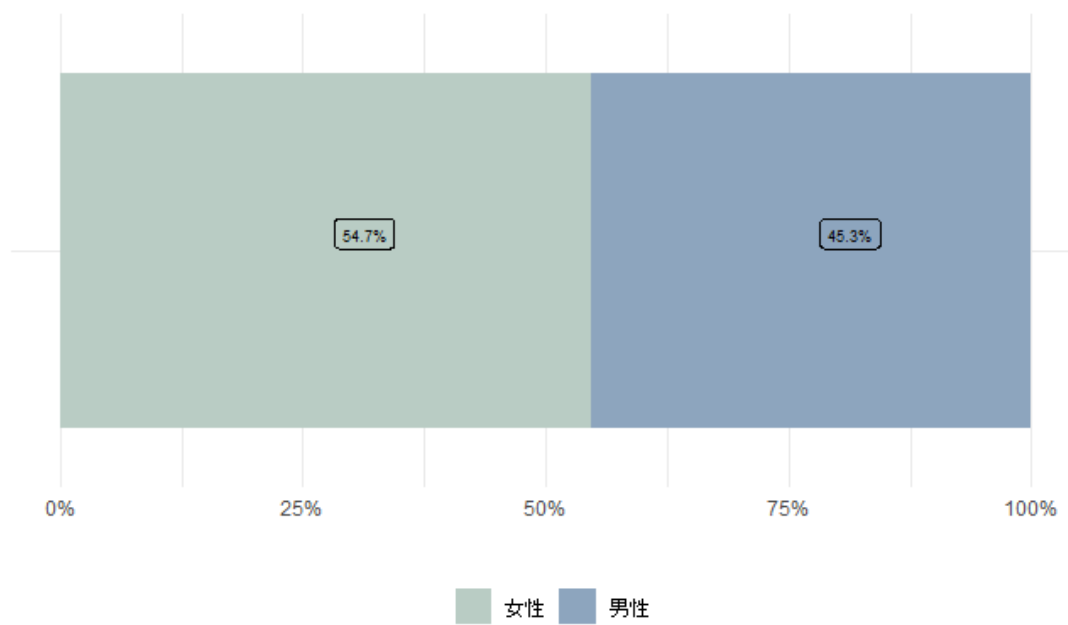
北海道の高齢化率が低く、西日本で高い。



5.3.2. 回答者の性別

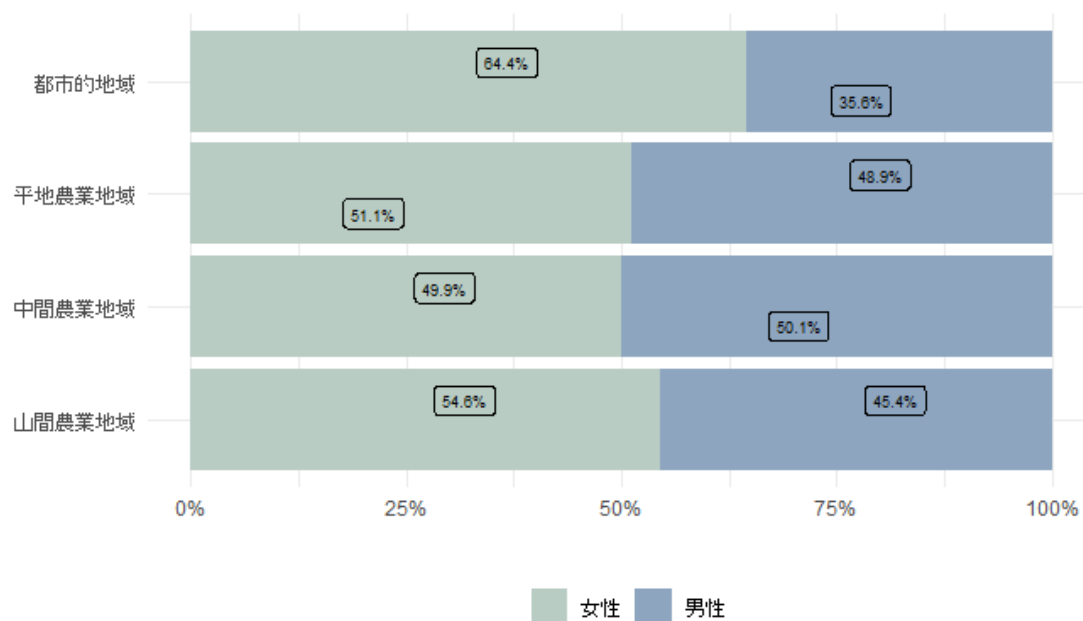
(1) 全体

男女比率は購買サービスとは大きく異なり、男性比率が5割近くになっている。



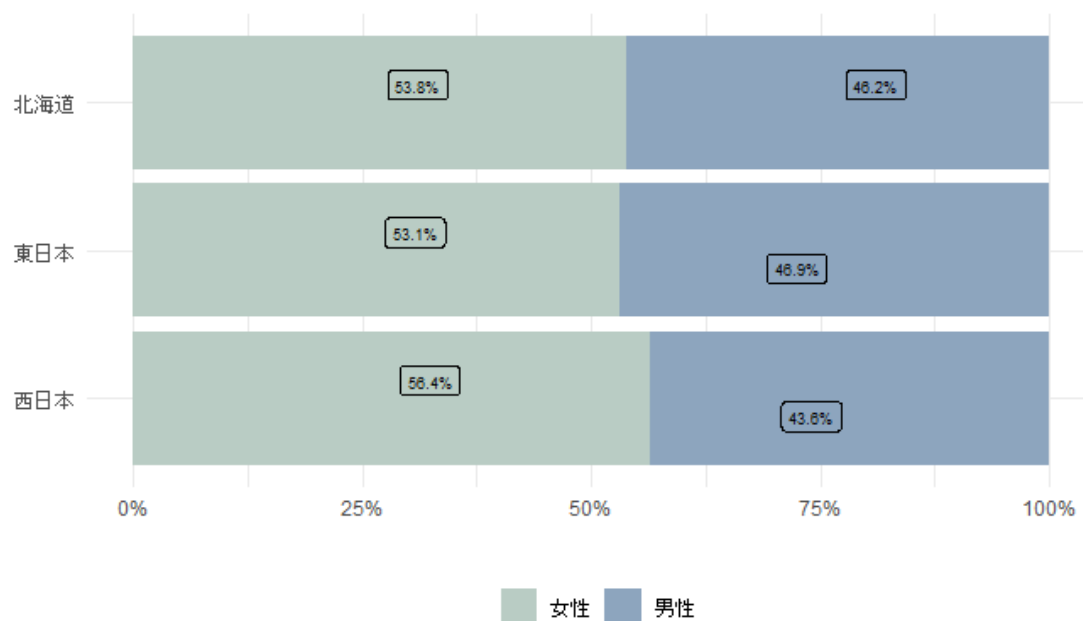
(2) 農業地域類型別

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

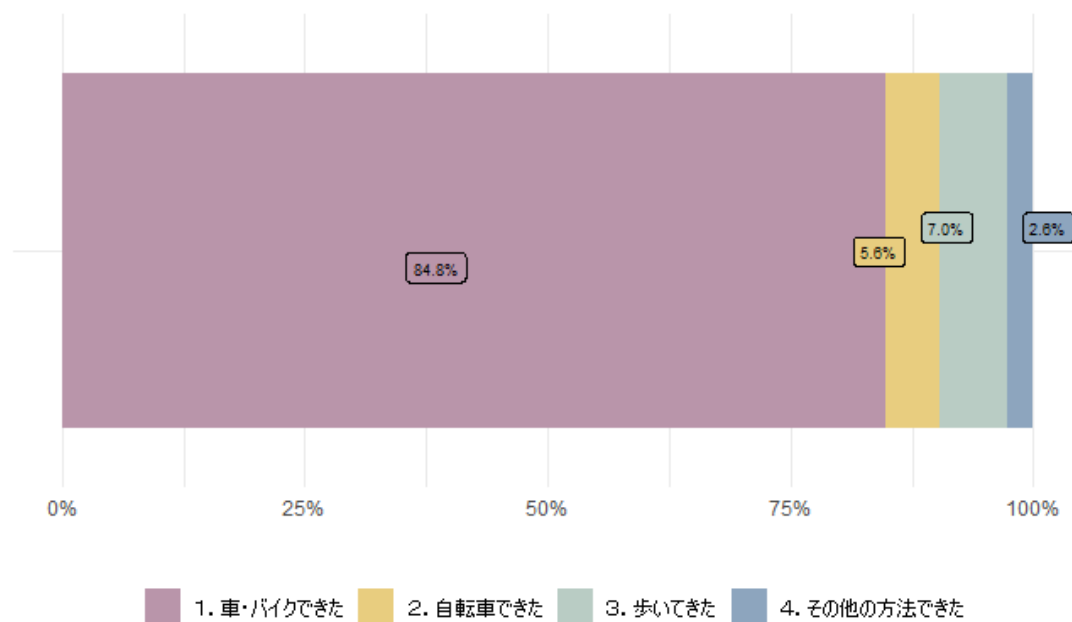
地域別には大きな差は無い。



5.3.3. 来場の方法

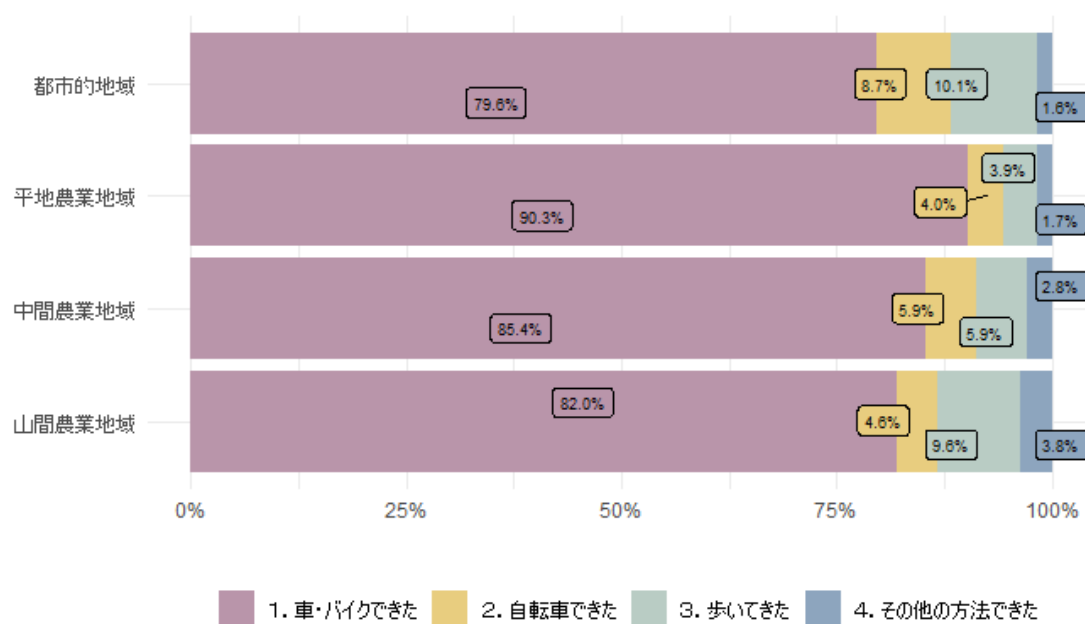
(1) 全体

全体の8割強が車・バイクで来場している。



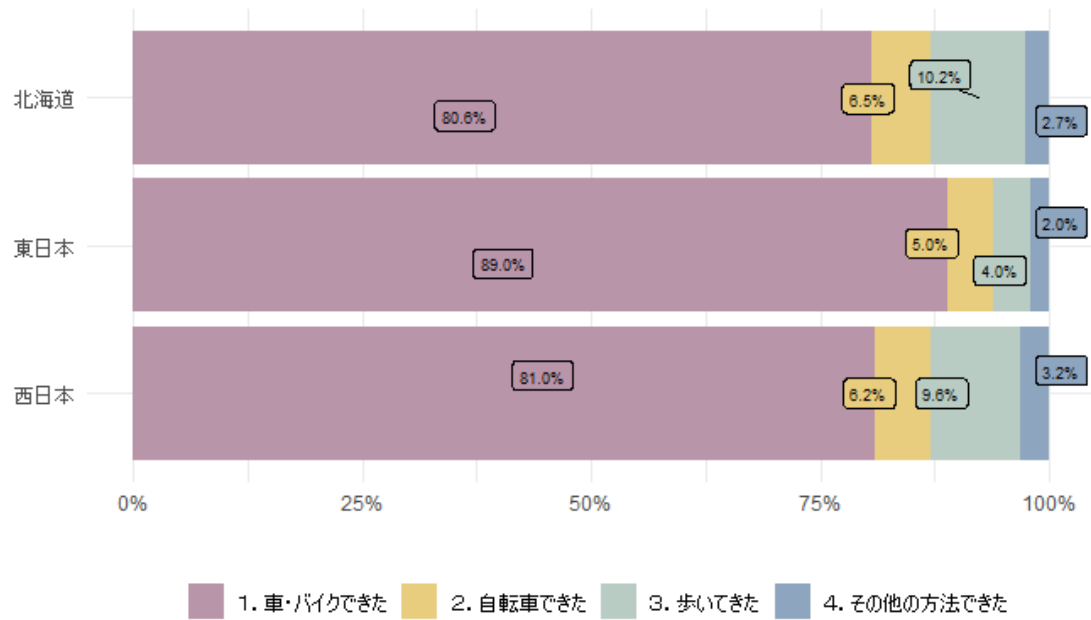
(2) 農業地域類型別

車・バイクを利用する割合は平地農業地域で高い。



(3) 地域別

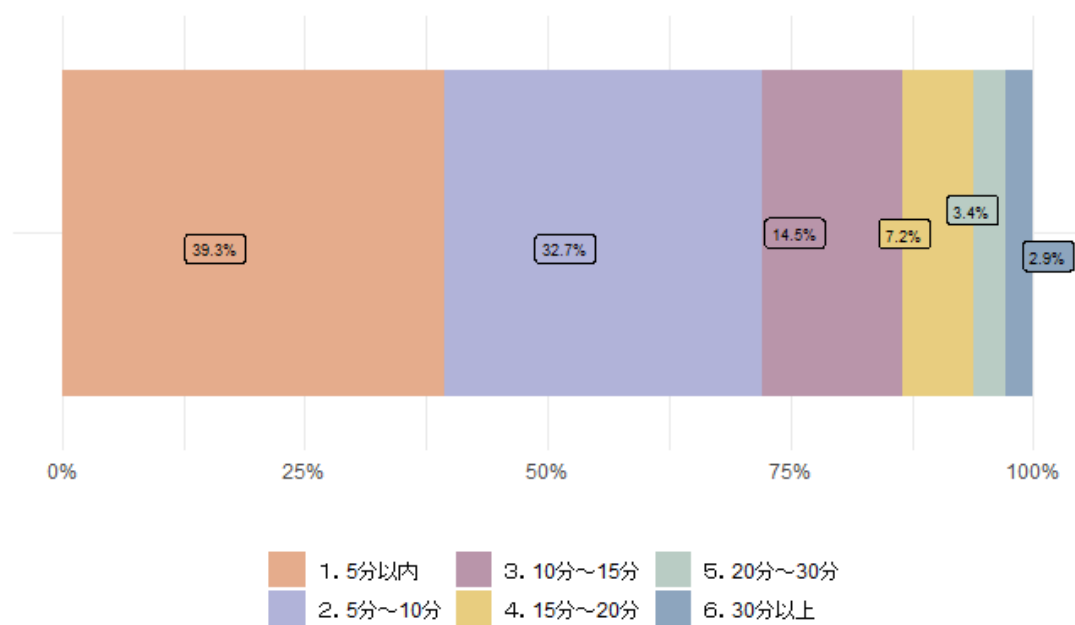
地域別で見ると東日本において、車・バイクを利用している比率が高い。



5.3.4. 所要時間

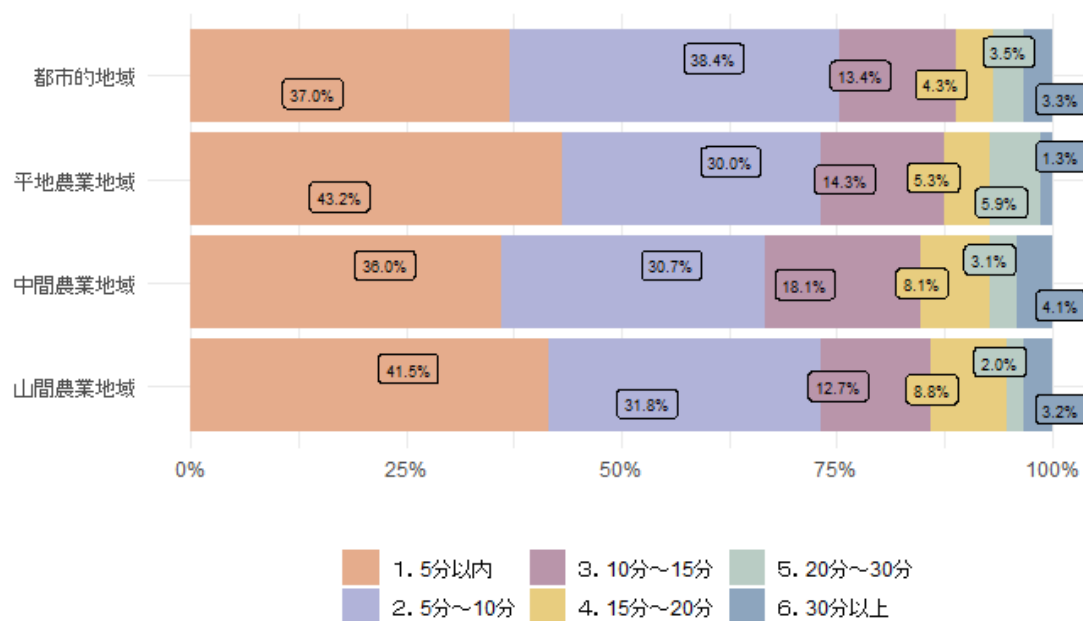
(1) 全体

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。



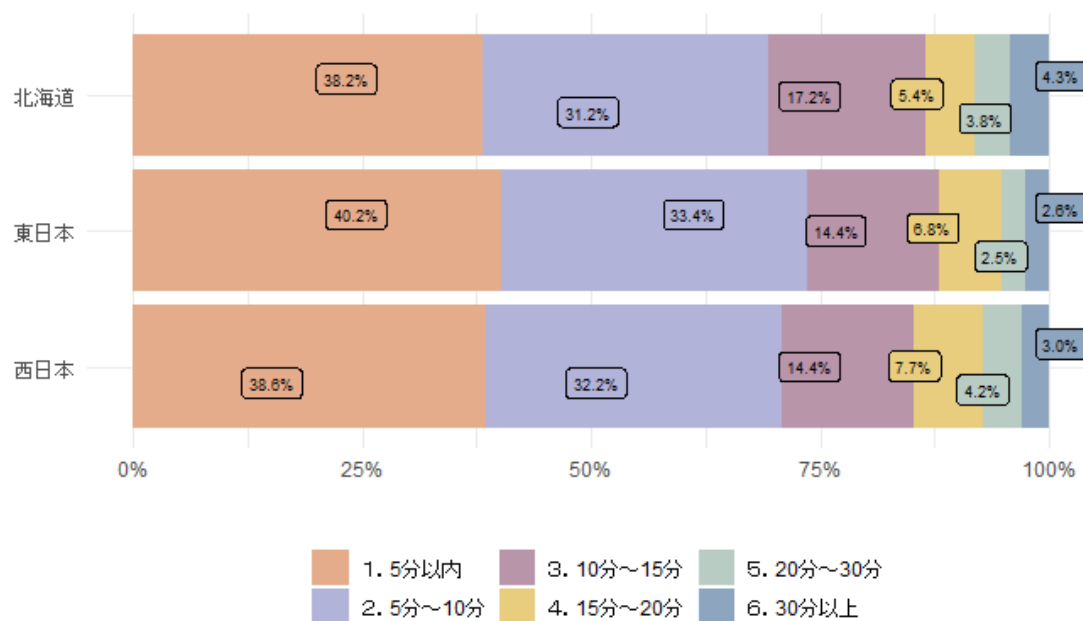
(2) 農業地域類型別

農業地域類型別に大きな違いは見られない。



(3) 地域別

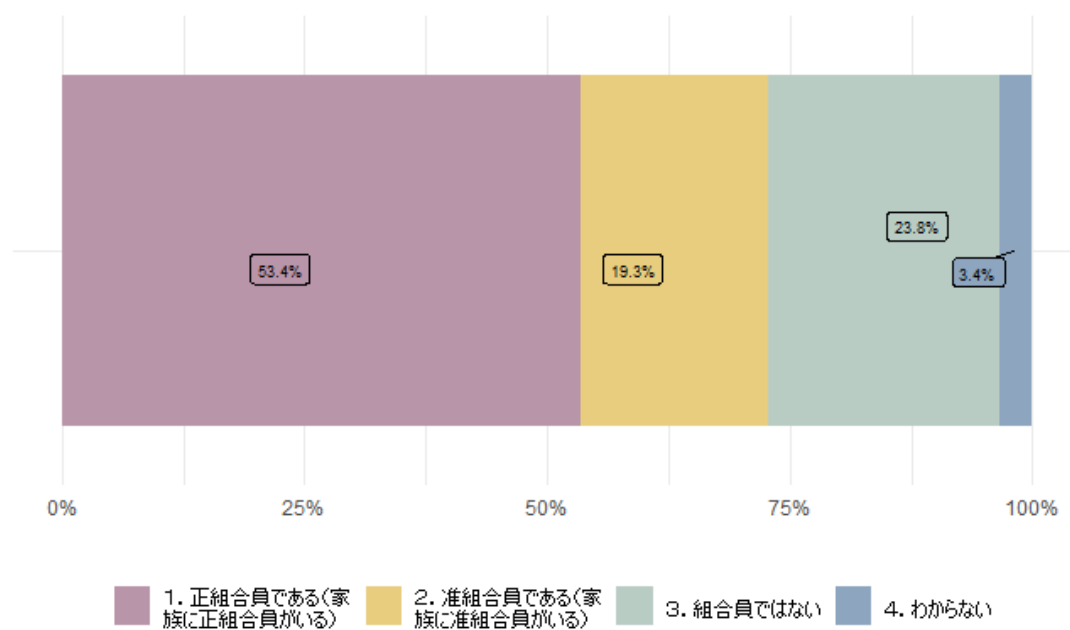
地域別には大きな違いは見られない。



5.3.5. JA への加入状況

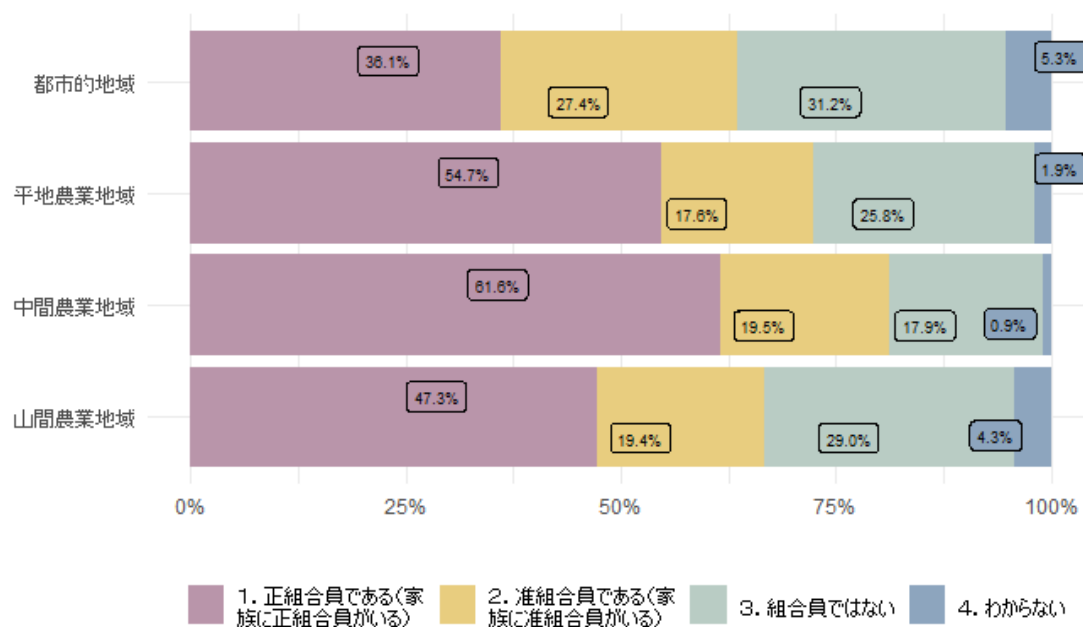
(1) 全体

回答者の半分近くが正組合員である。なお、令和元年度調査には「わからない」という選択肢はなかった。



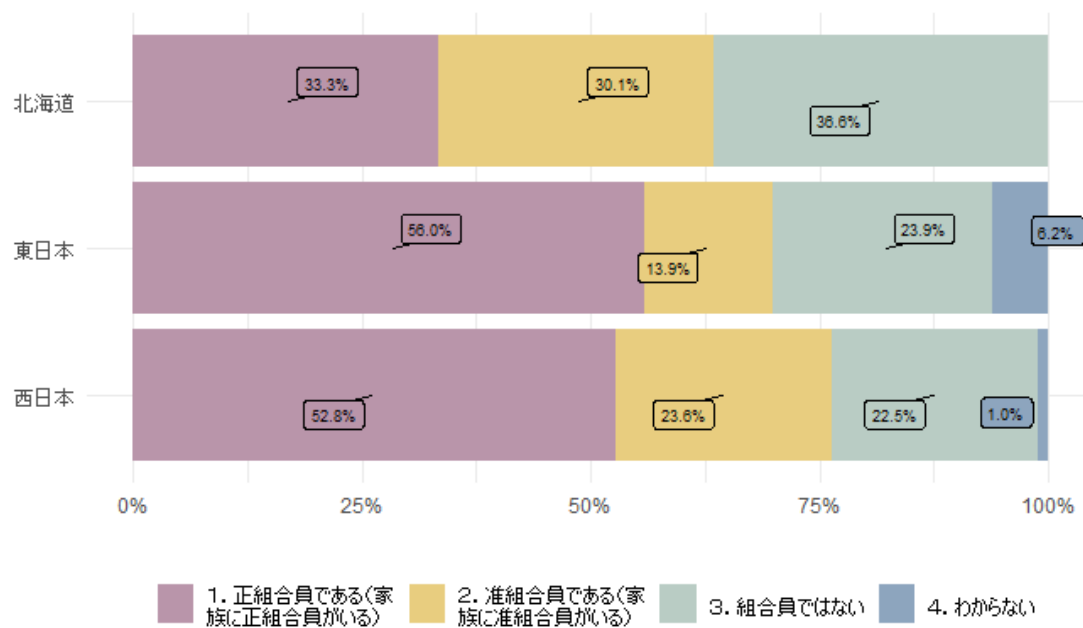
(2) 農業地域類型別

都市的地域において正組合員の割合が低い。次に低いのが山間農業地域である。



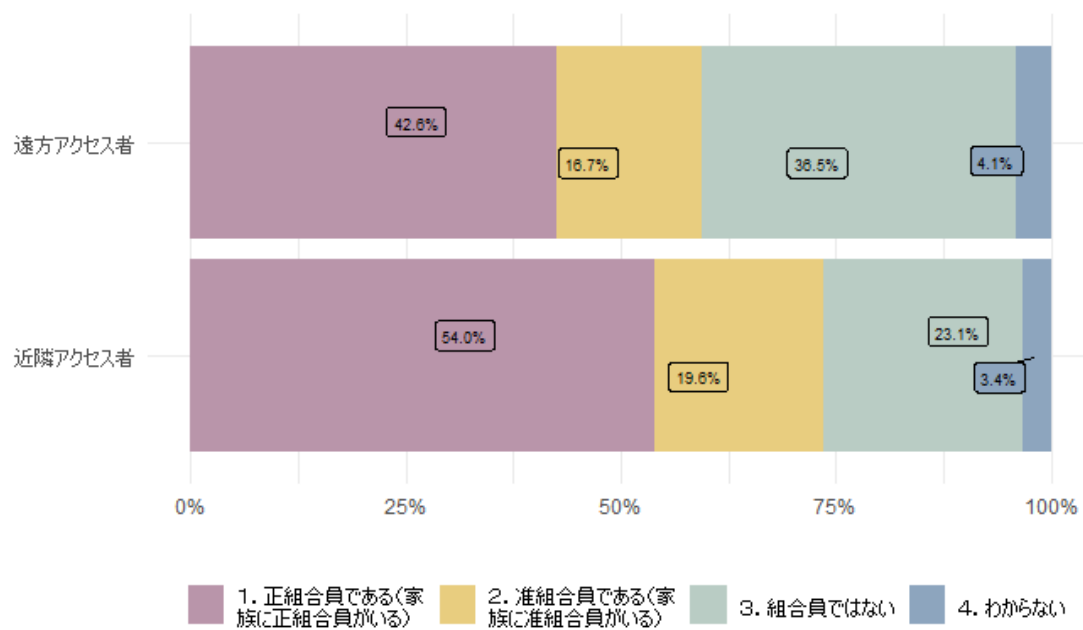
(3) 地域別

地域別に見ると北海道の組合員率が低い。



(4) アクセス状況別

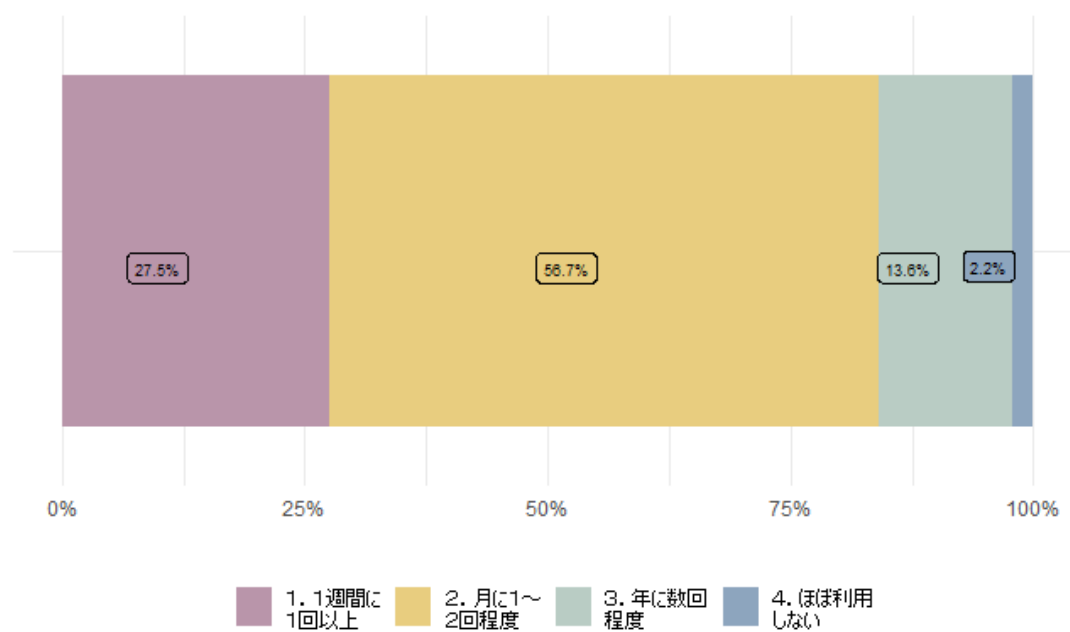
遠方からアクセスしている人の正組合員比率は低い。



5.3.6. 利用頻度

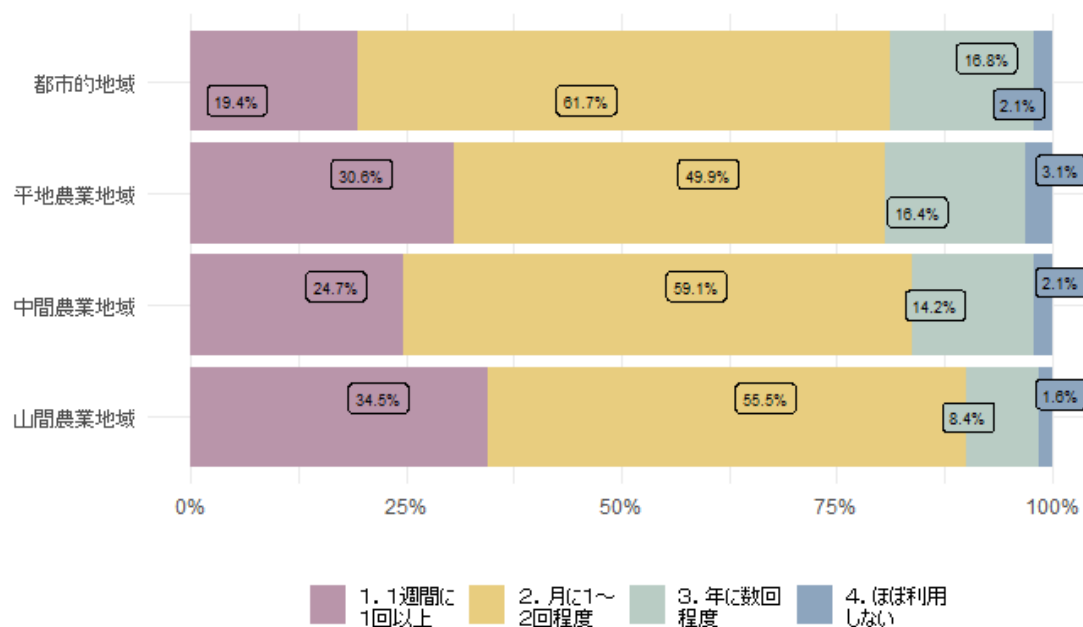
(1) 全体

「1週間に1回以上」という回答が3割弱程度、「月に1～2回程度」が6割弱程度あり、両者を併せると8割以上が月に1回以上利用している。



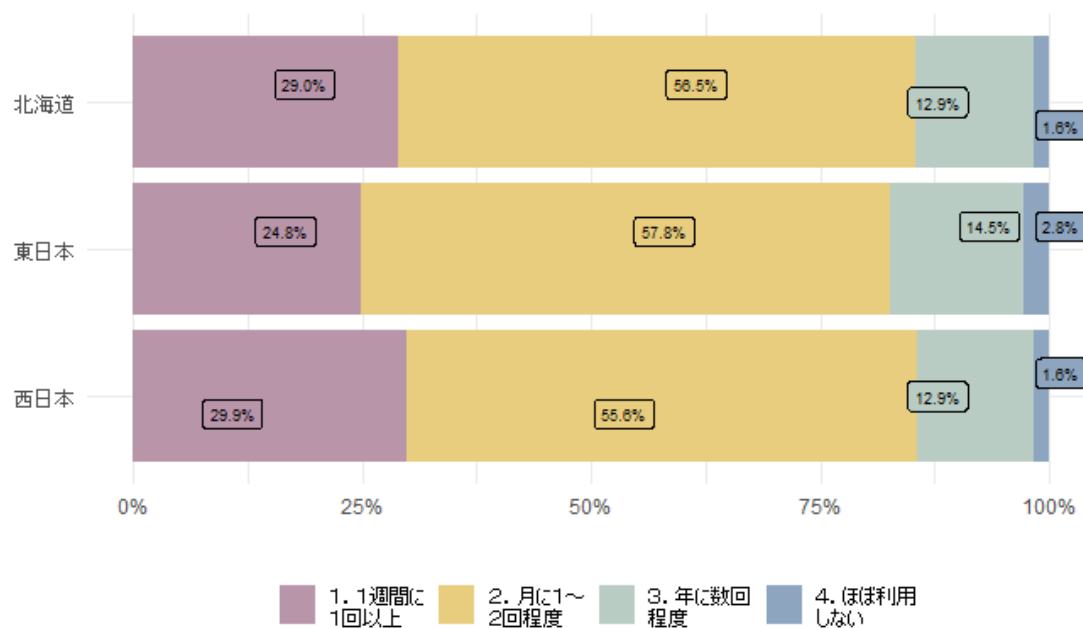
(2) 農業地域類型別

「1週間に1回以上」利用する割合は都市的地位で低い。月に1度以上利用する割合は、中間農業地域、山間農業地域で若干高い。



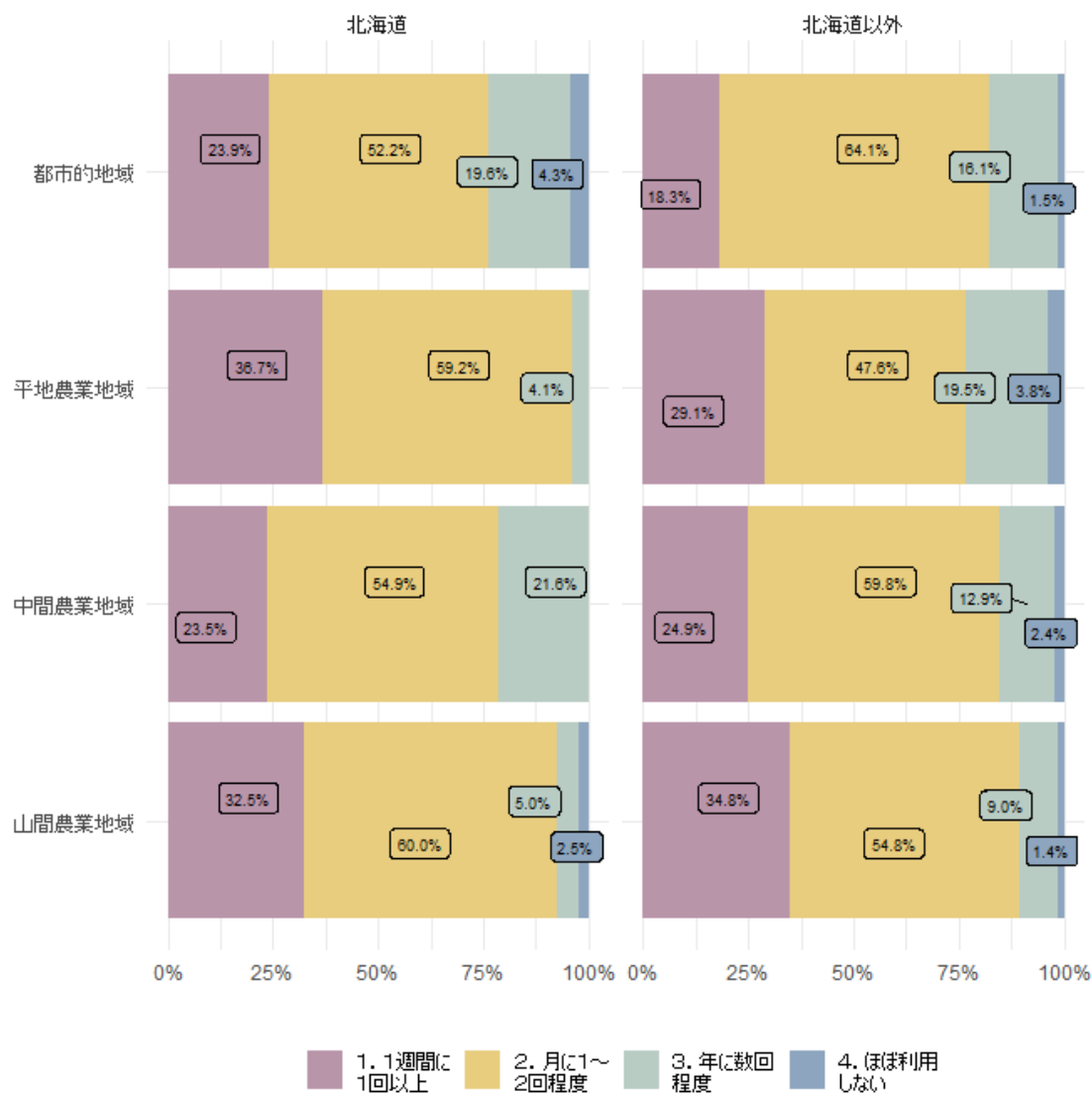
(3) 地域別

地域別に大きな差は見られない。



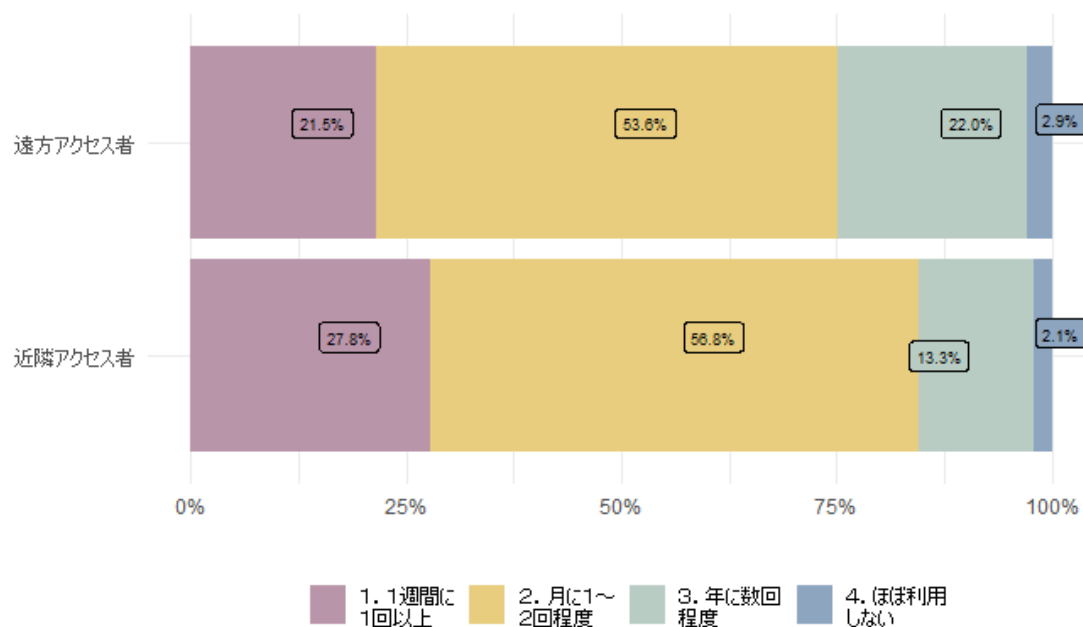
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道、北海道以外ともに平地農業地域、山間農業地域において利用頻度が高い。



(5) アクセス状況別

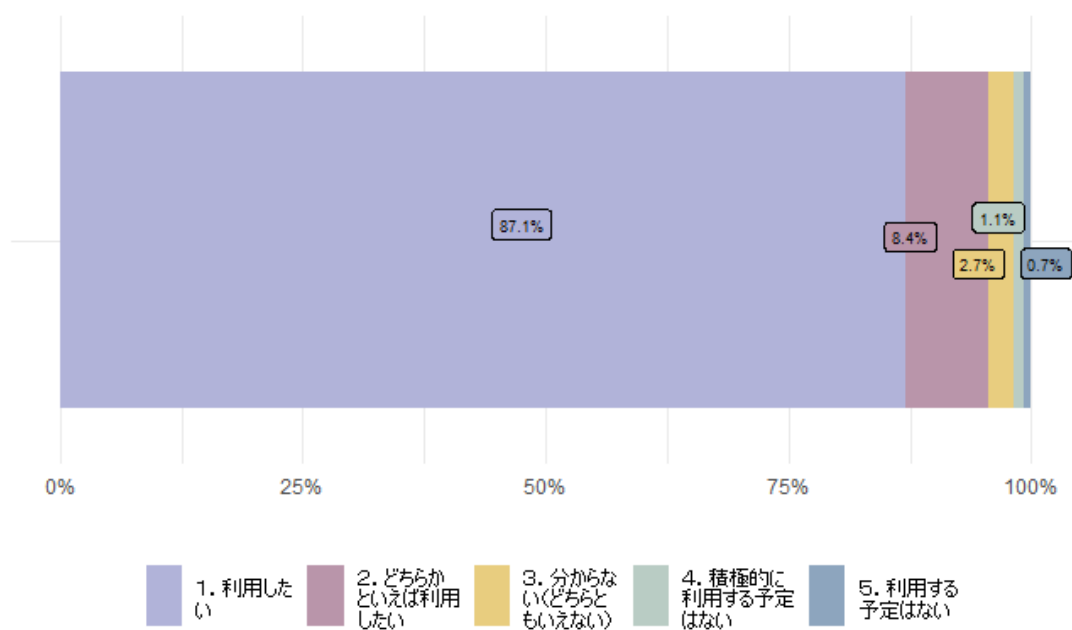
遠方からアクセスする人の費用頻度は低い。



5.3.7. JA 施設の利用意向

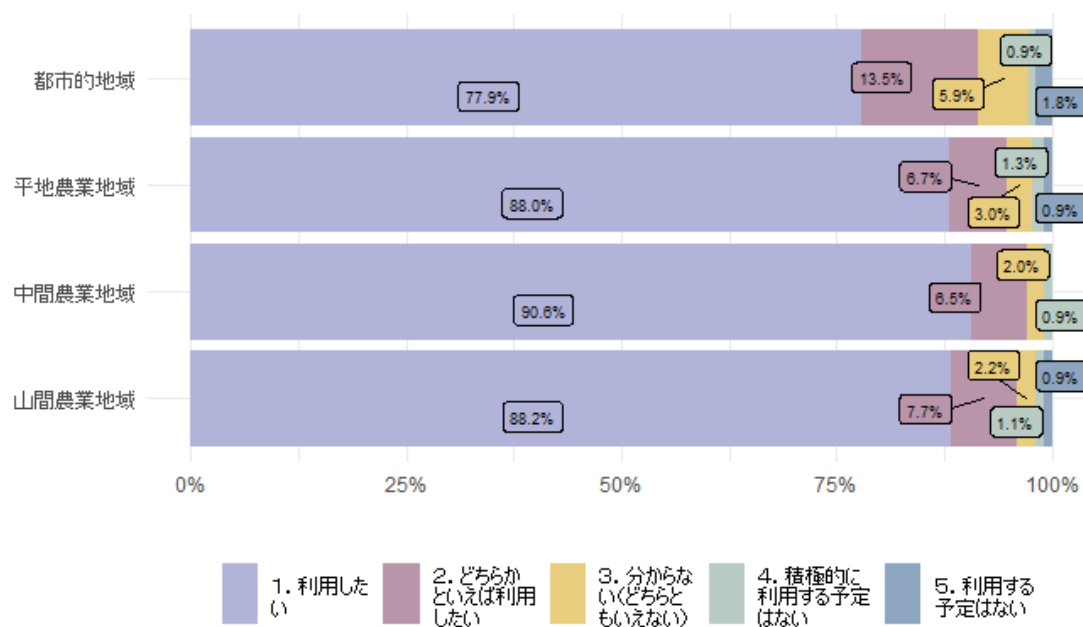
(1) 全体

全体の9割近くが今後も「利用したい」と回答している。



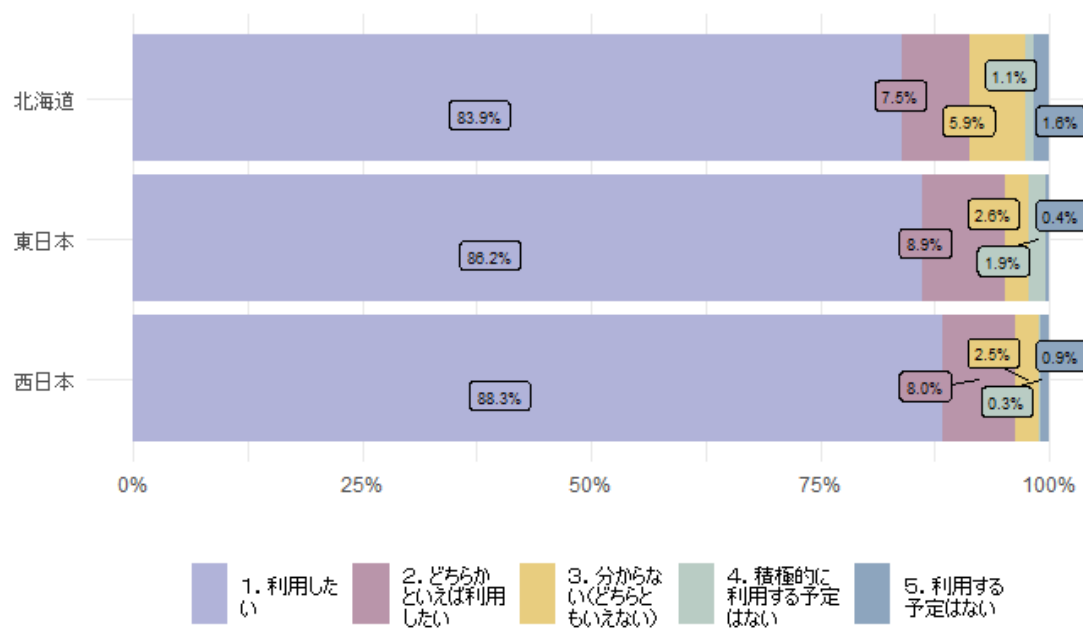
(2) 農業地域類型別

都市的地域の利用意向は若干低い。



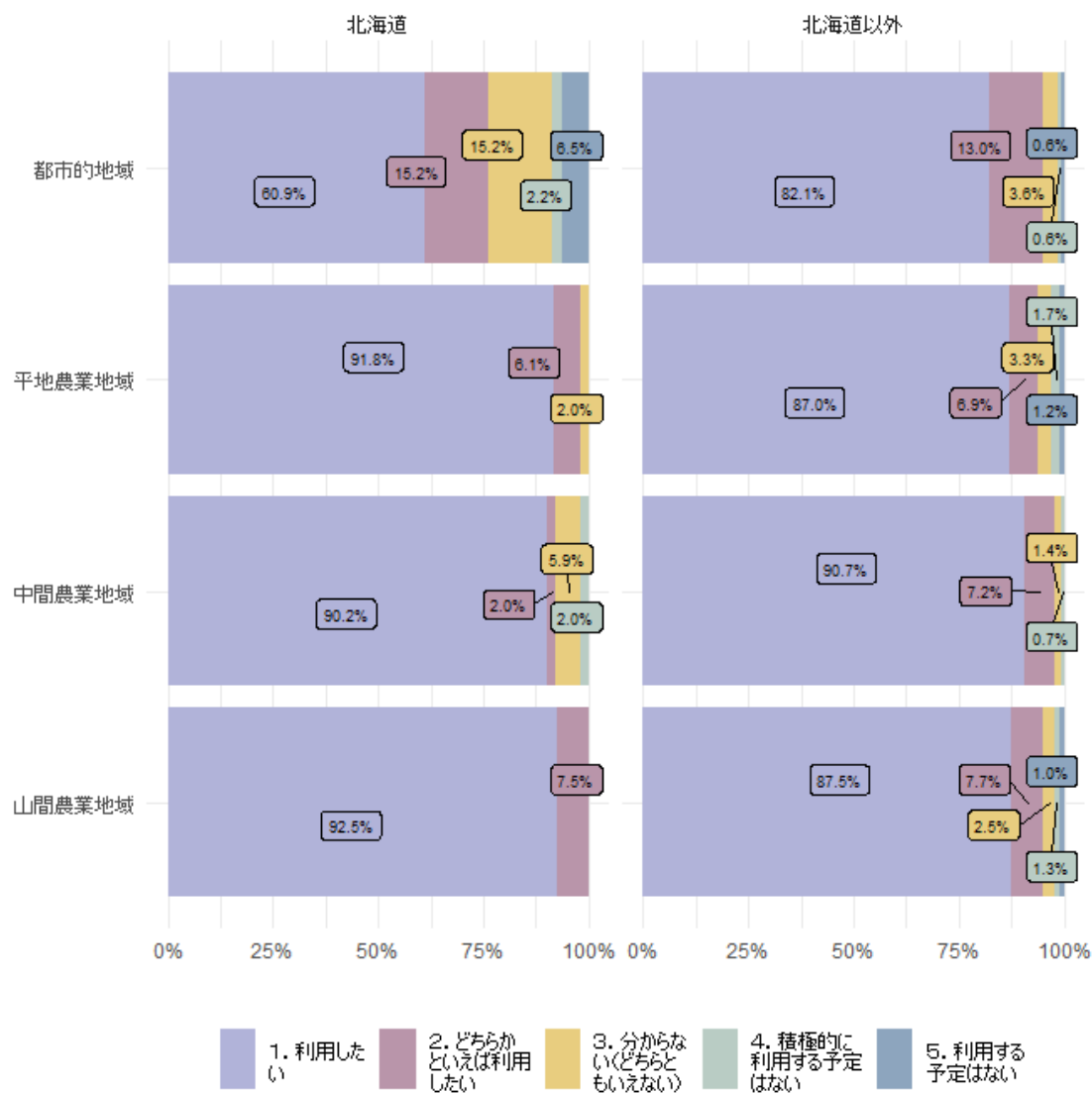
(3) 地域別

地域別の利用意向に大きな違いはない。



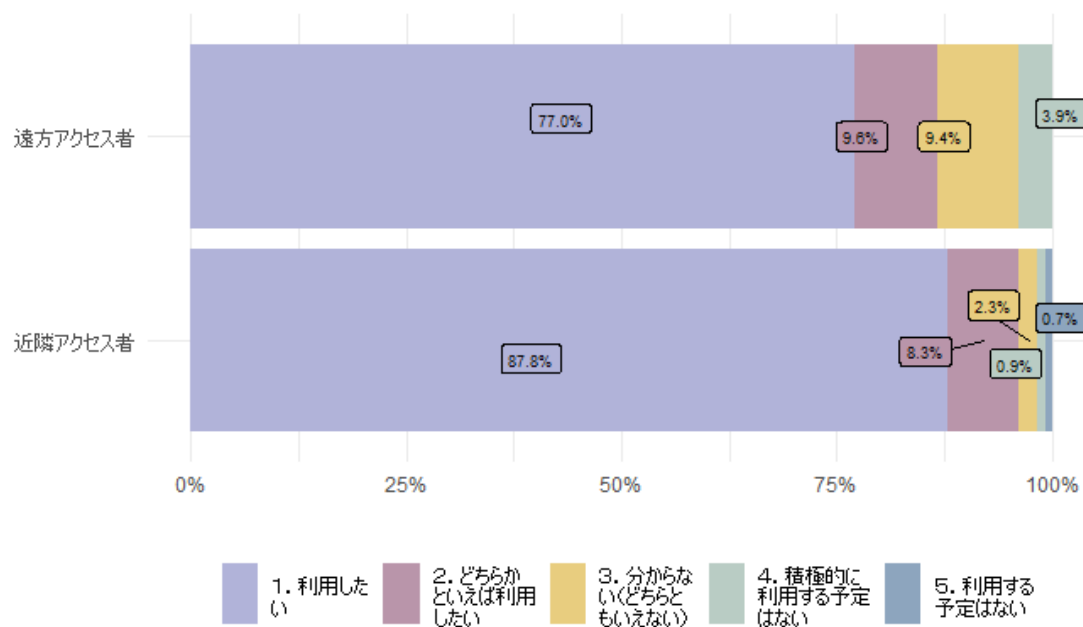
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

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。



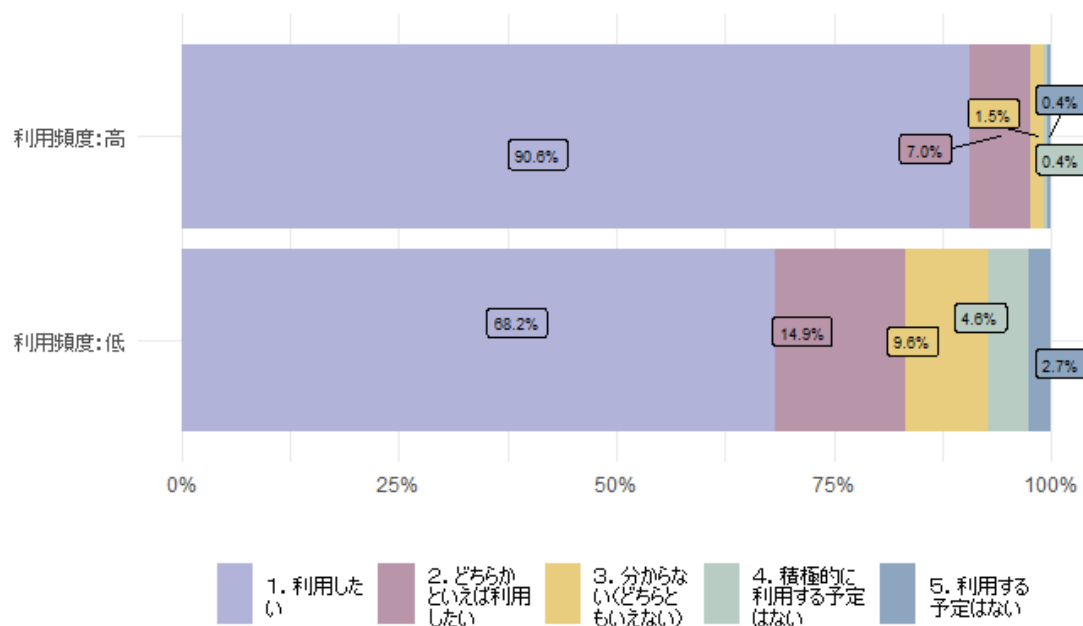
(5) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の利用意向は若干低い。



(6) 利用頻度別

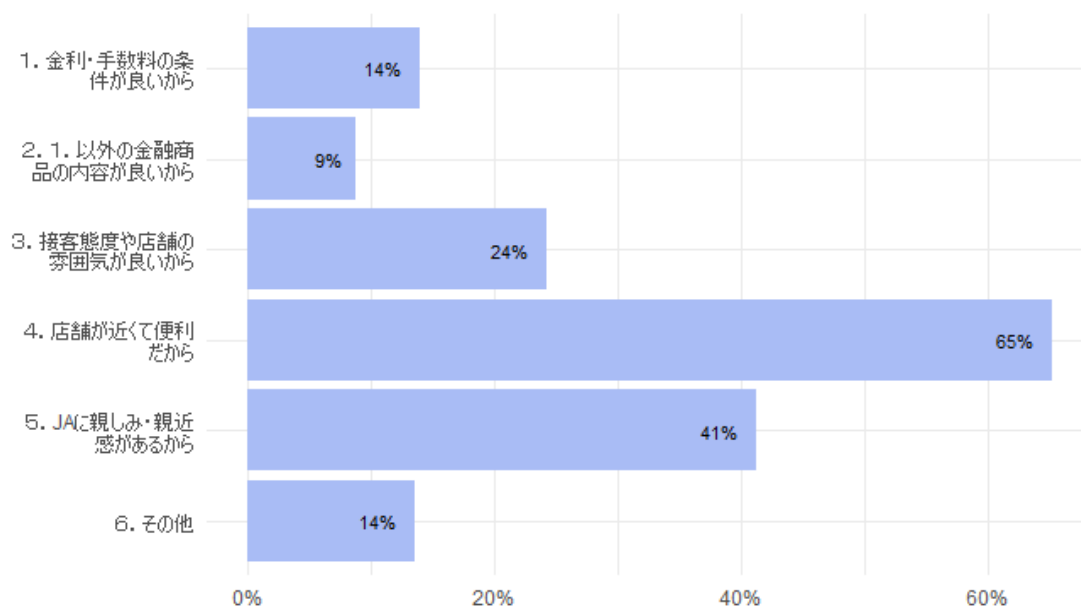
利用頻度が低い回答者の利用意向は低い。



5.3.8. 今後も利用したい理由

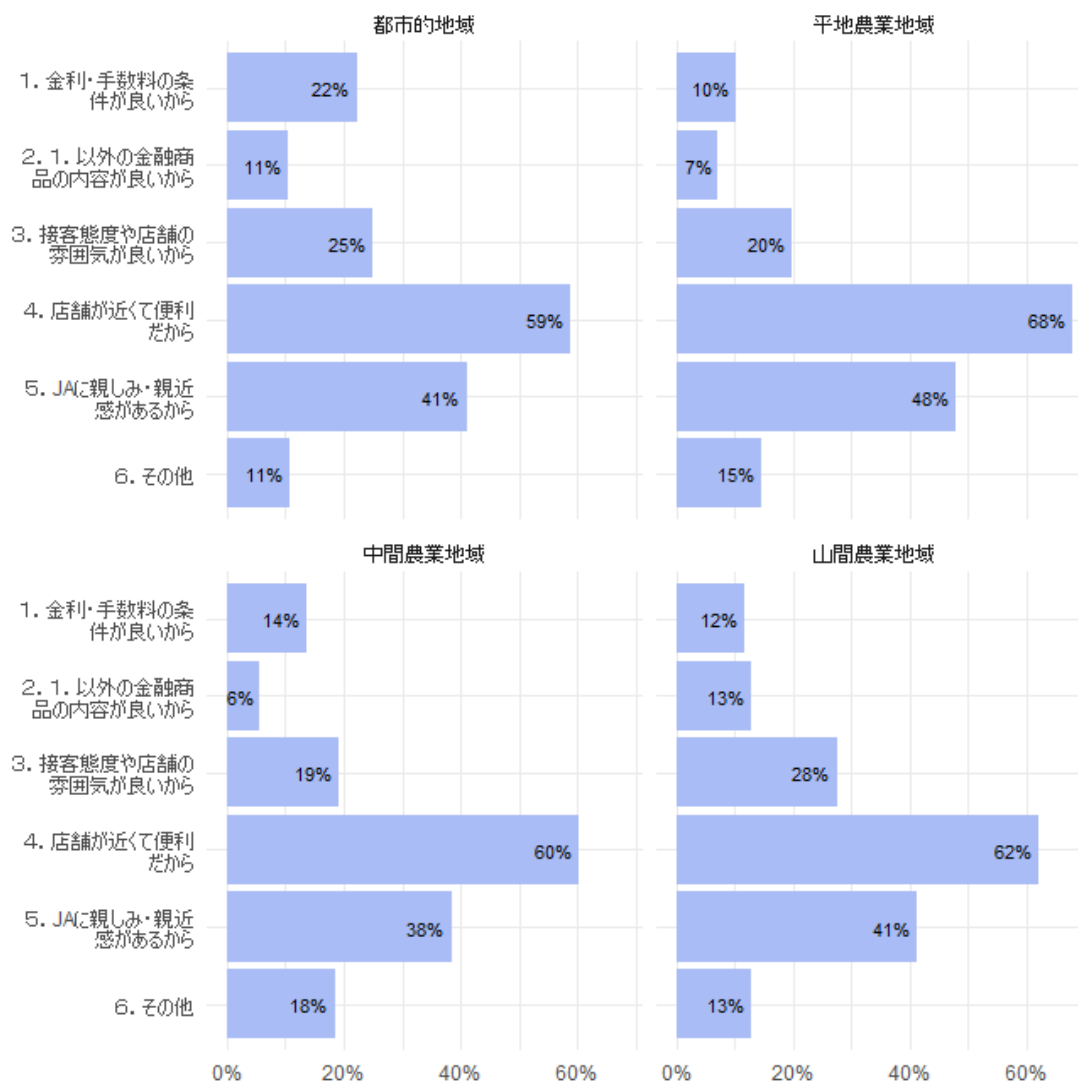
(1) 全体

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。



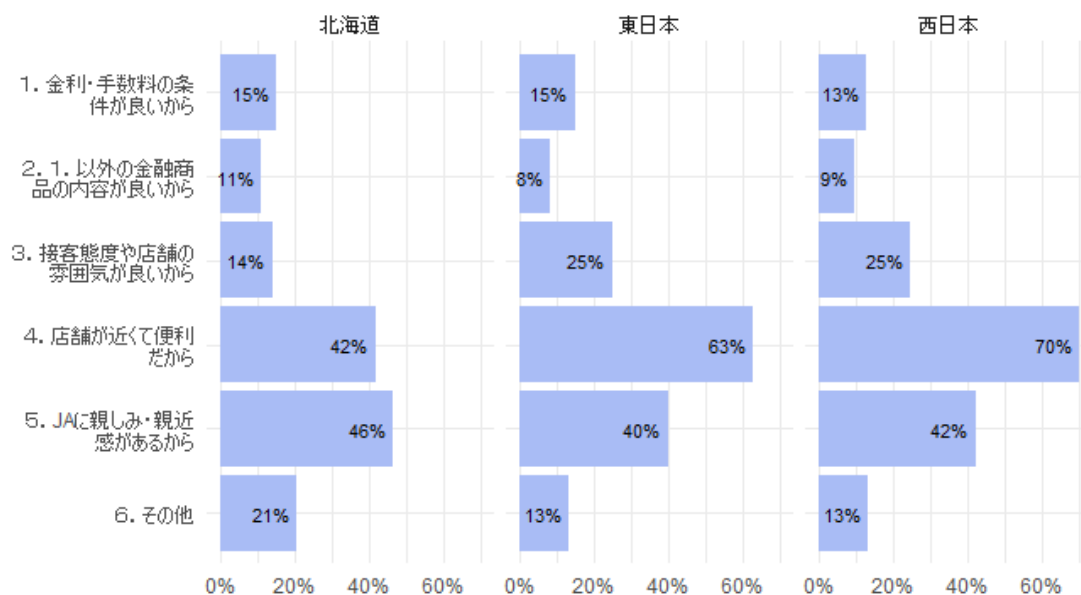
(2) 農業地域類型別

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。



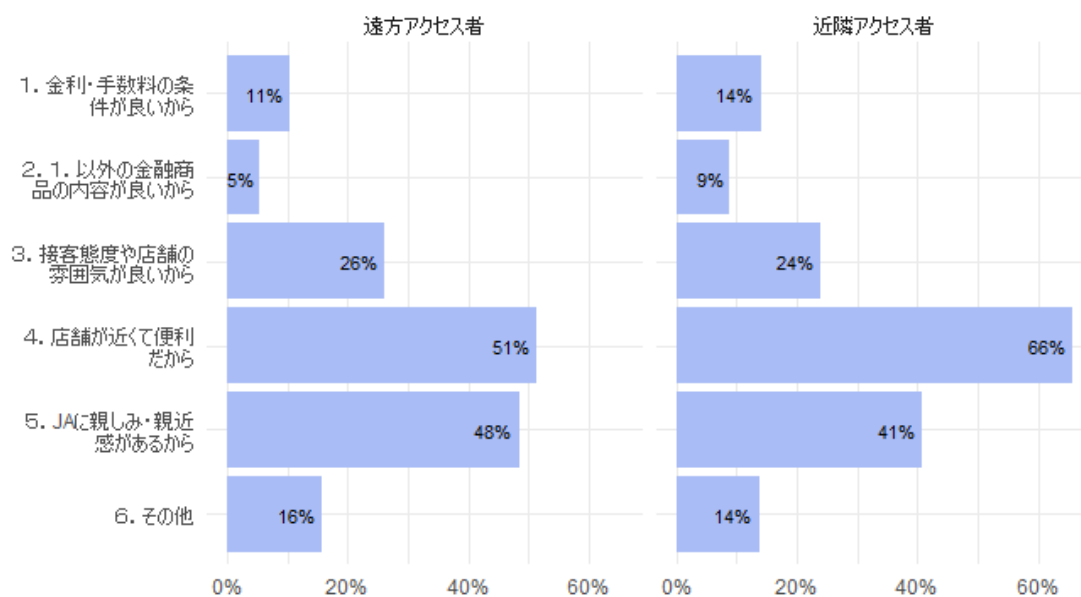
(3) 地域別

地域別に大きな差は無いが、西日本は「店舗が近くて便利だから」の比率が高い。



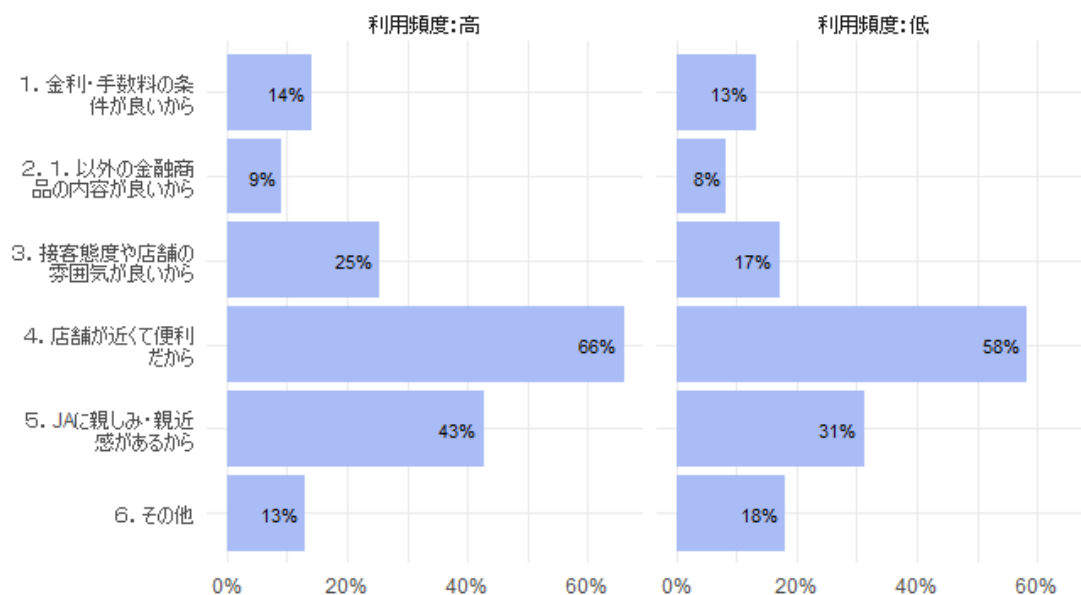
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人の場合、「JA に親しみ・親近感がある」の割合がやや高い。



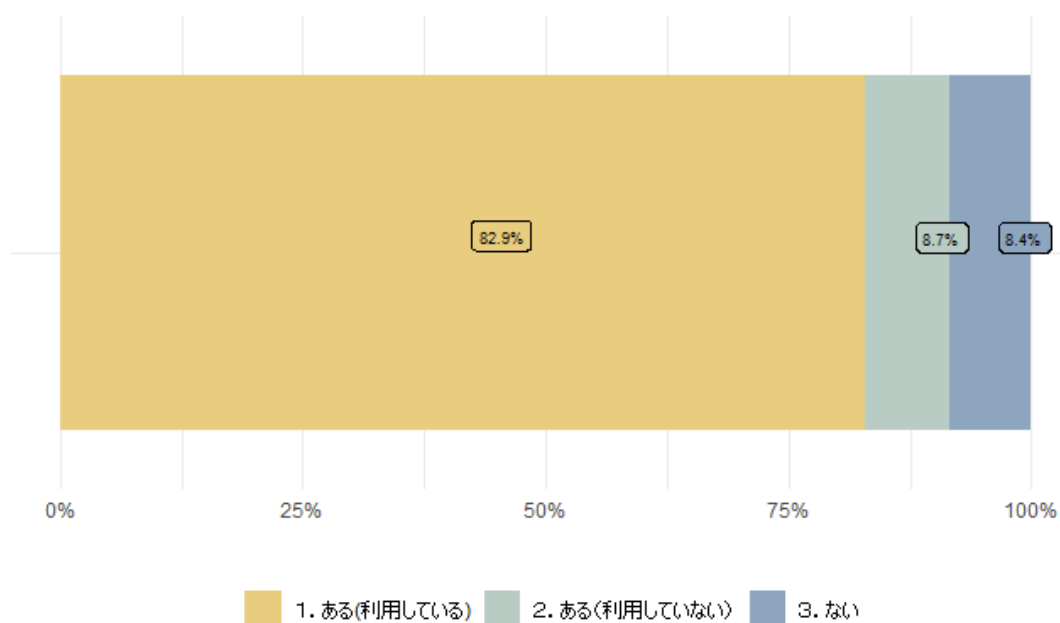
(5) 利用頻度別

利用頻度が高い回答者の方が、「店舗が近くて便利」「JA に親しみ・親近感がある」の割合が高い。



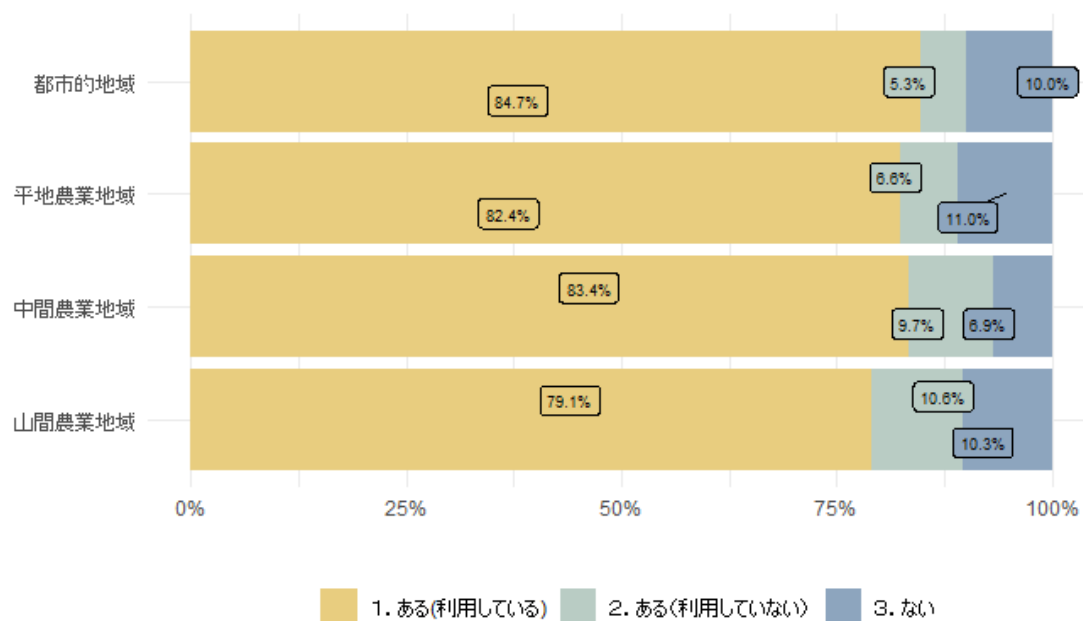
5.3.9. JA 施設以外の利用可能性

8 割の人が JA 施設以外の施設も利用していると回答している。



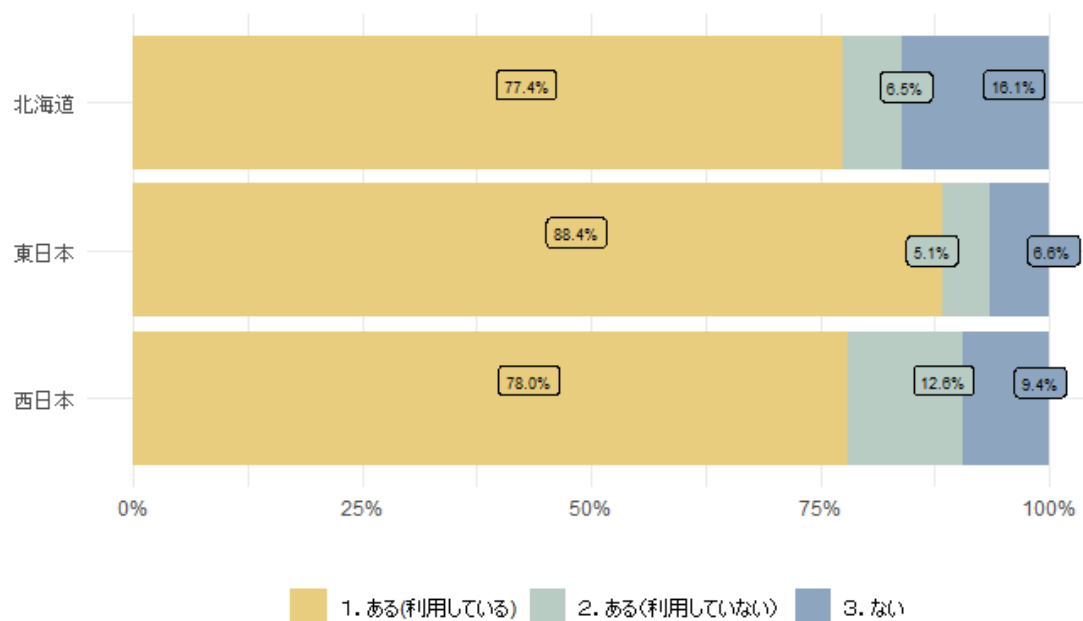
(1) 農業地域類型別

山間農業地域においては、JA 以外の施設を利用している割合が若干高い。



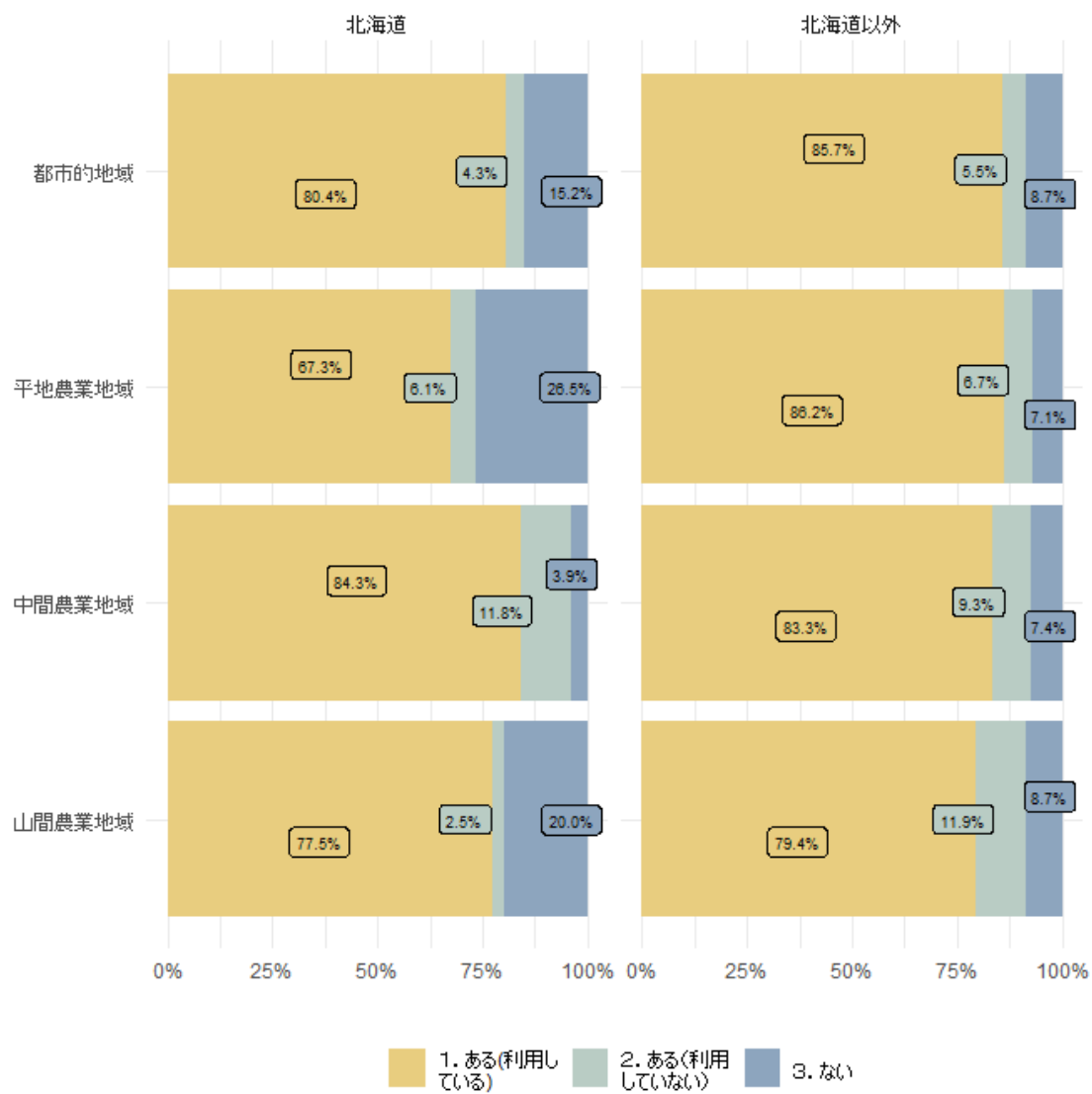
(2) 地域別

北海道において店舗がないと回答している割合が高い。



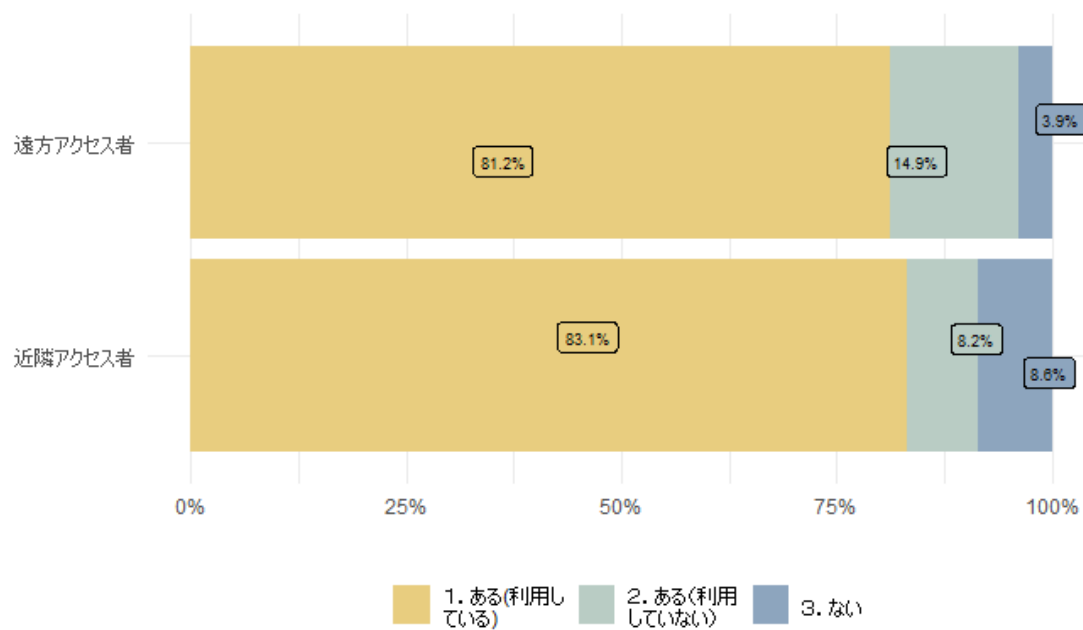
(3) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

特に北海道以外の方が、店舗がない割合が高い。



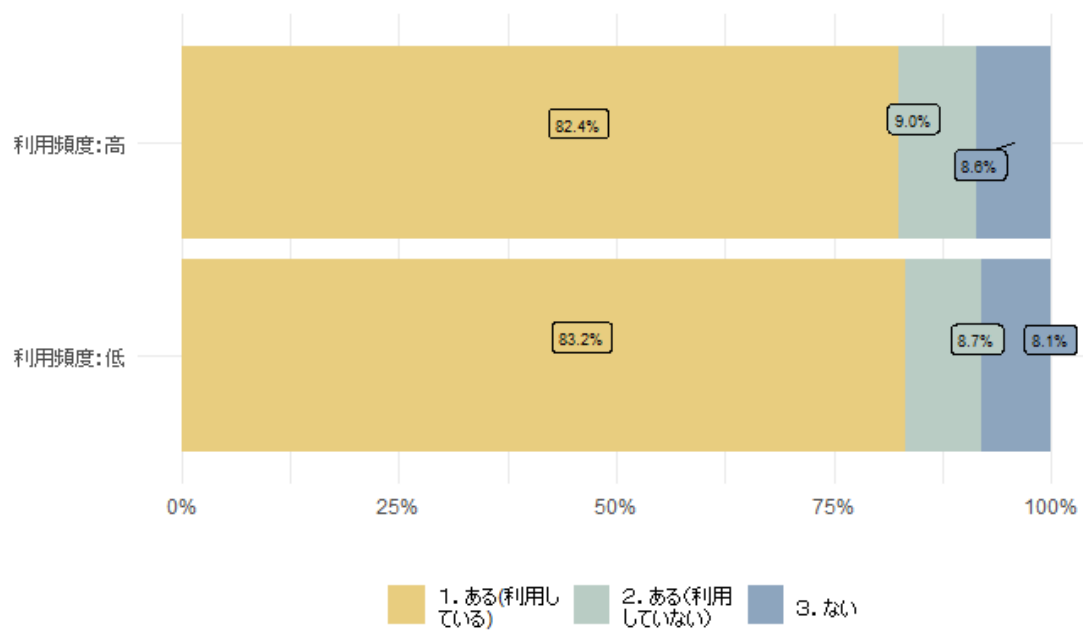
(4) アクセス状況別

近隣アクセス者の方が他に利用できる施設がないと回答する割合が高い。



(5) 利用頻度別

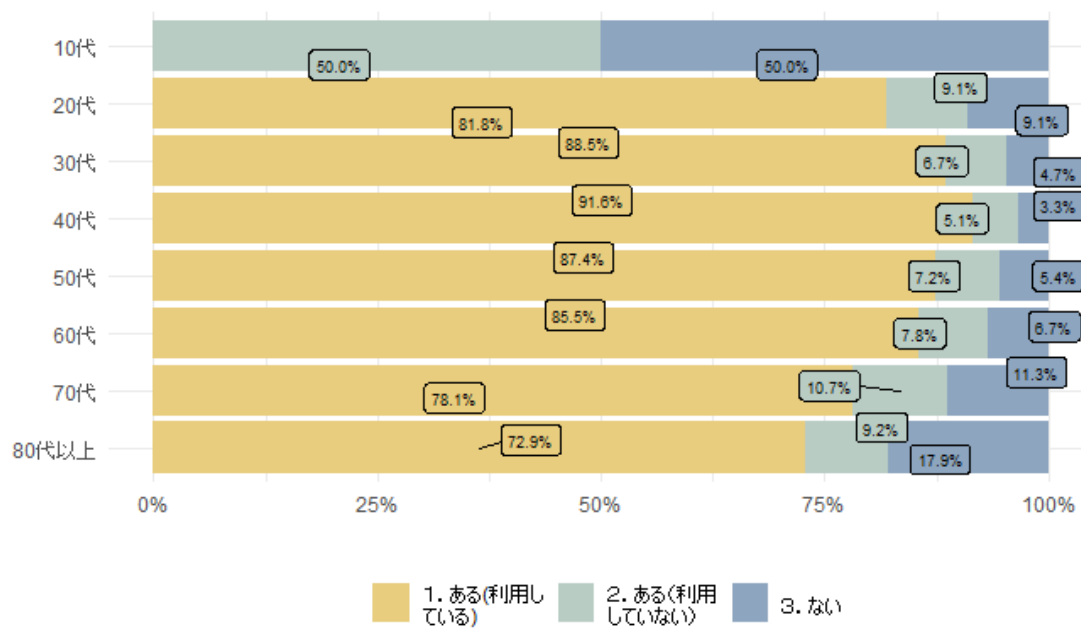
利用頻度による大きな違いは見られない。



(6) 年齢層別

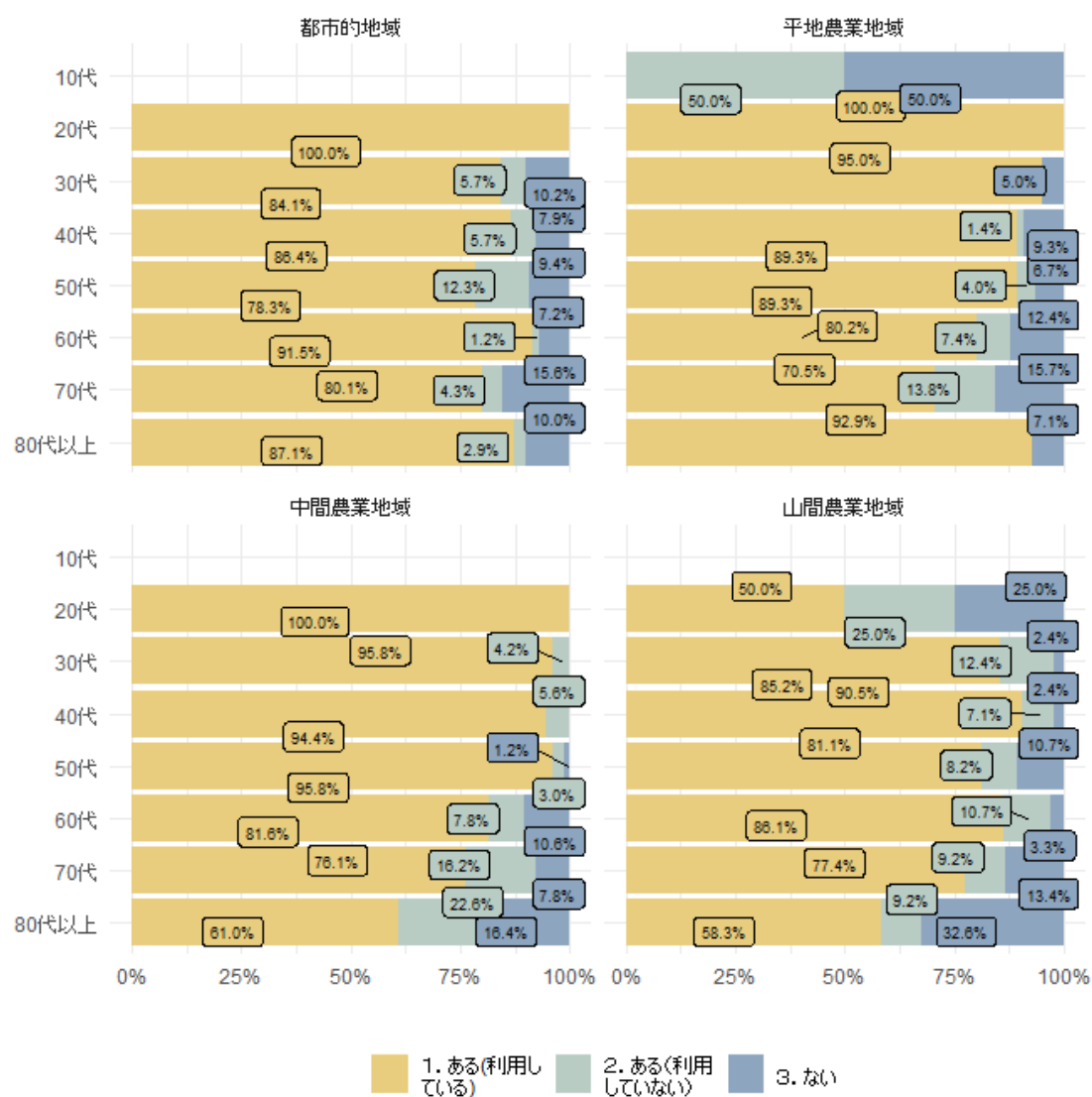
①全体

年齢が高くなるほど、JA 施設以外に利用できる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

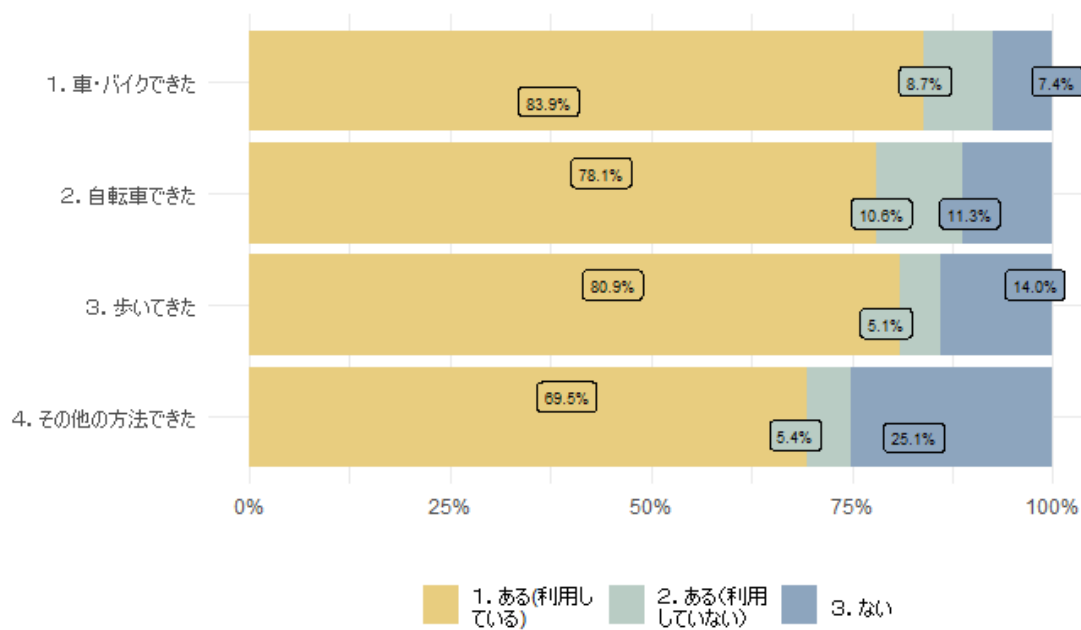
特に、中間農業地域、山間農業地域で、80代が他の施設を利用しないと回答する割合が高くなる。



(7) 移動手段別

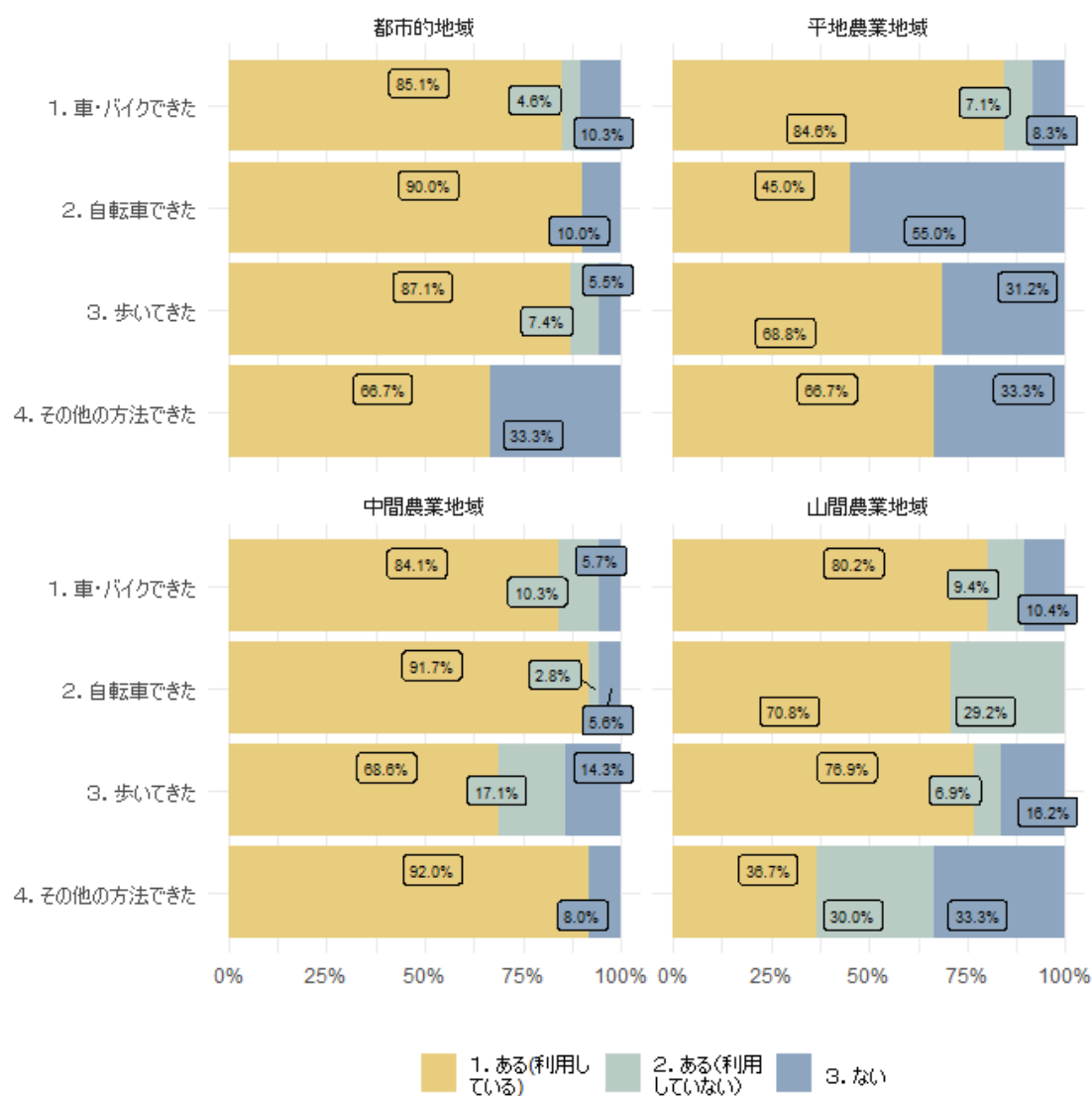
①全体

移動手段が自転車、もしくは歩き、その他の方法（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。

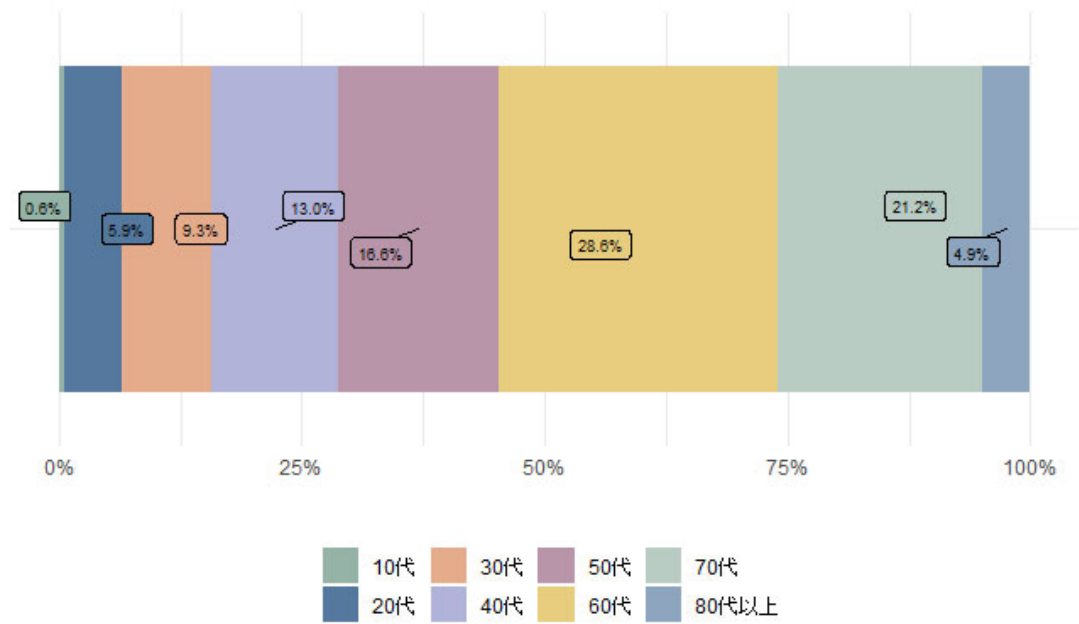


5.4. ガソリン小売サービス

5.4.1. 回答者の年代

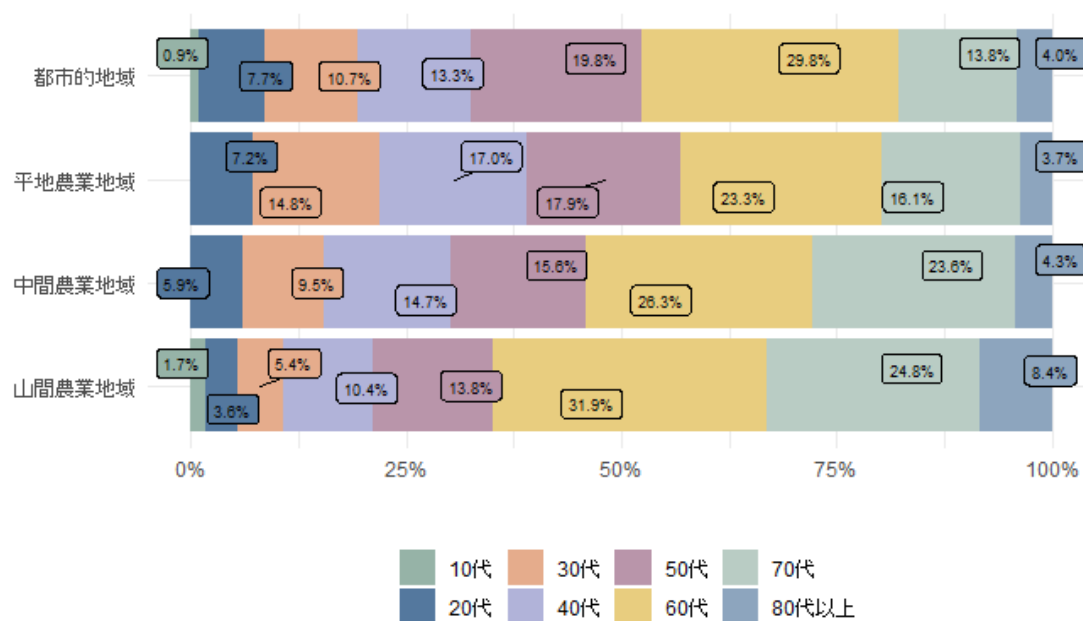
(1) 全体

60歳以上の割合は約半分となっている。



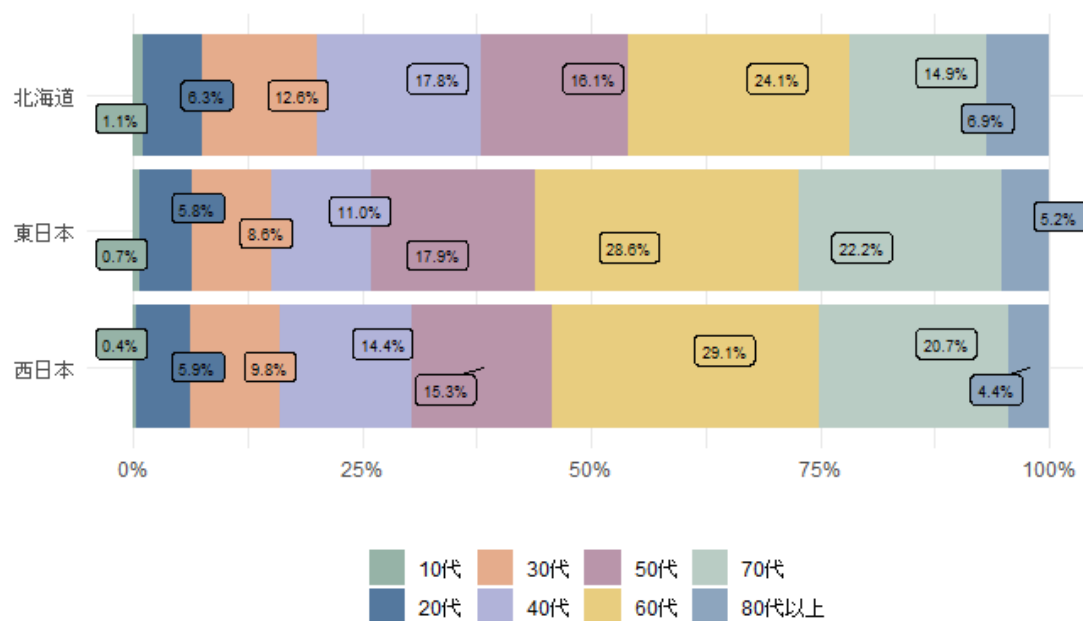
(2) 農業地域類型別

平地農業地域において若い世代の利用が若干高い。



(3) 地域別

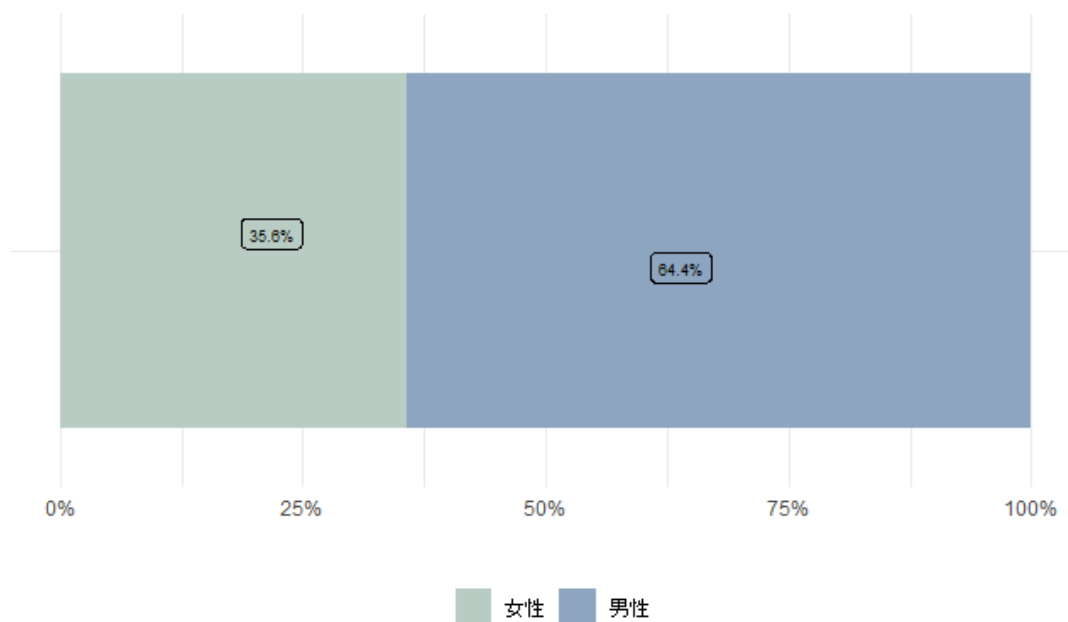
地域別に見ると北海道の高齢者利用率が若干低い。



5.4.2. 回答者の性別

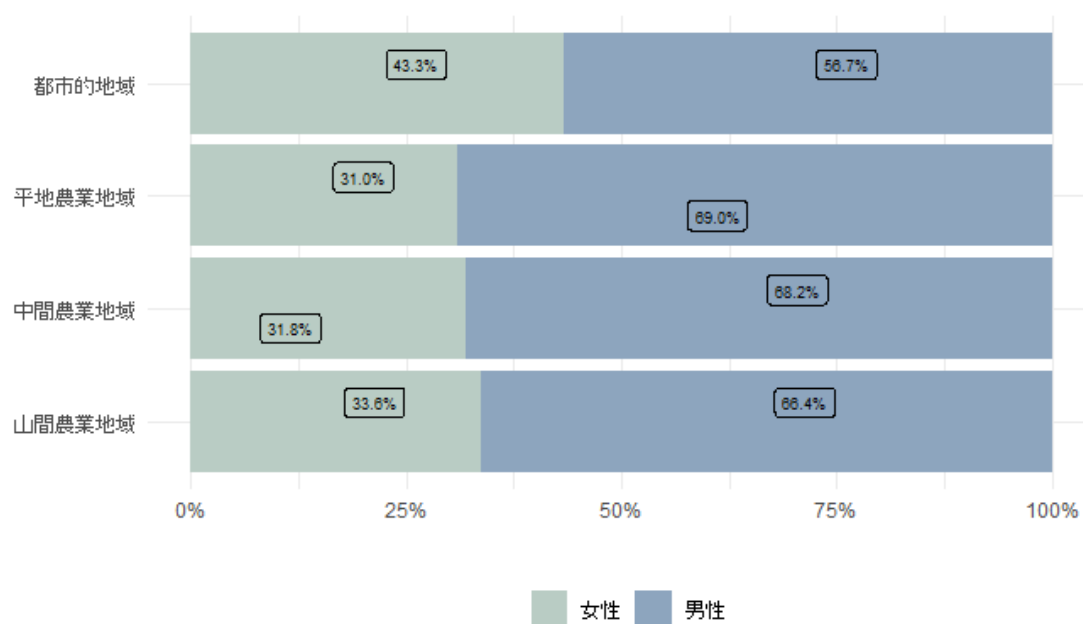
(1) 全体

約 6 割が男性と男性比率が高い。



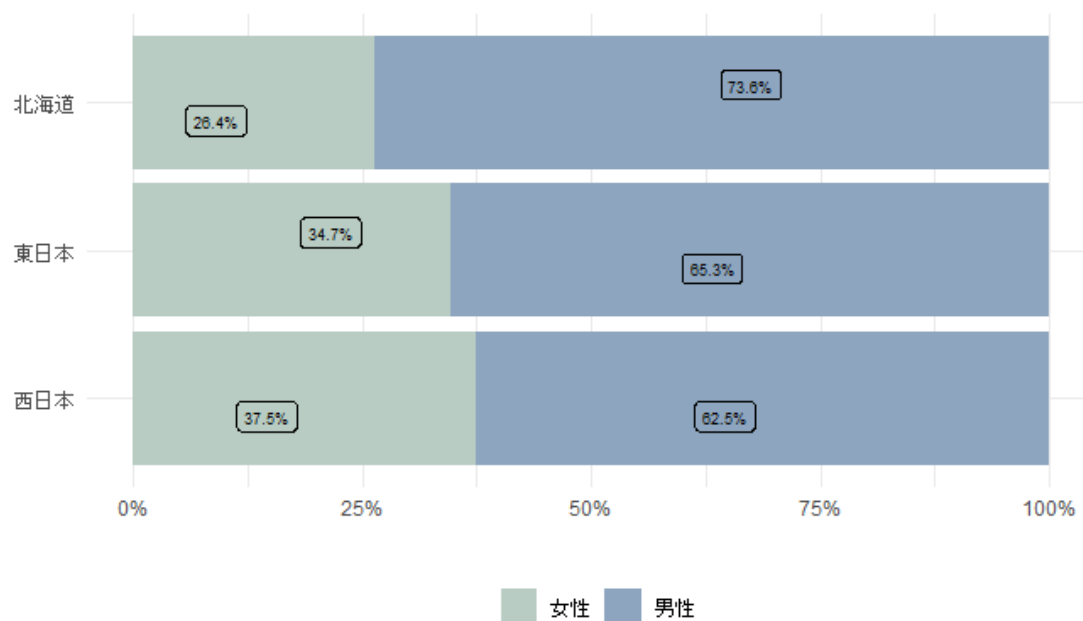
(2) 農業地域類型別

都市的地域では、女性の割合が高い。



(3) 地域別

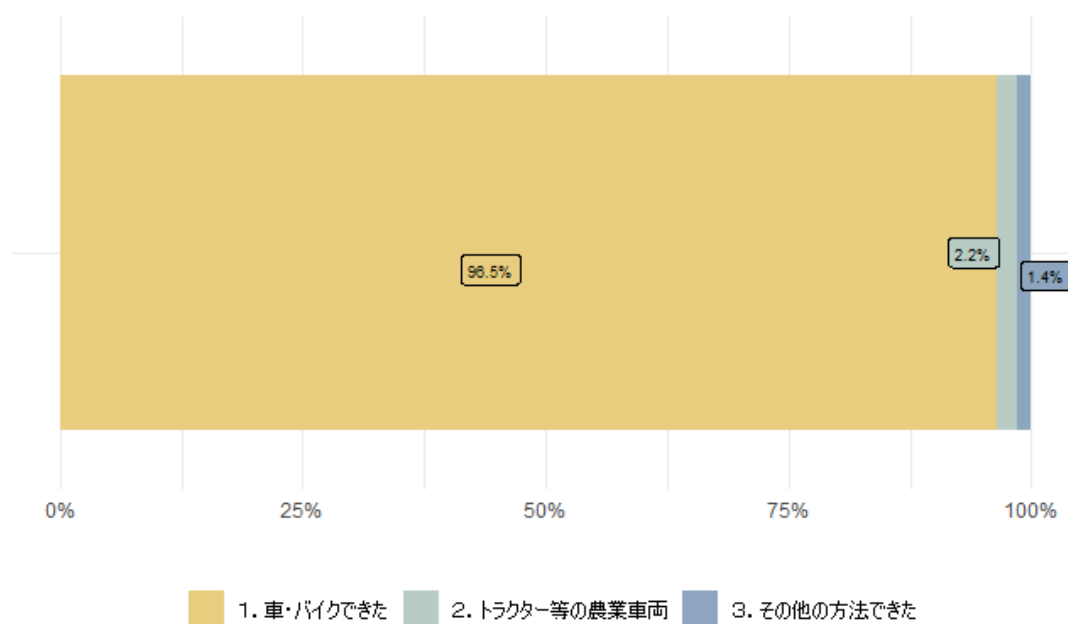
北海道では特に男性の割合が高い。



5.4.3. 来場の方法

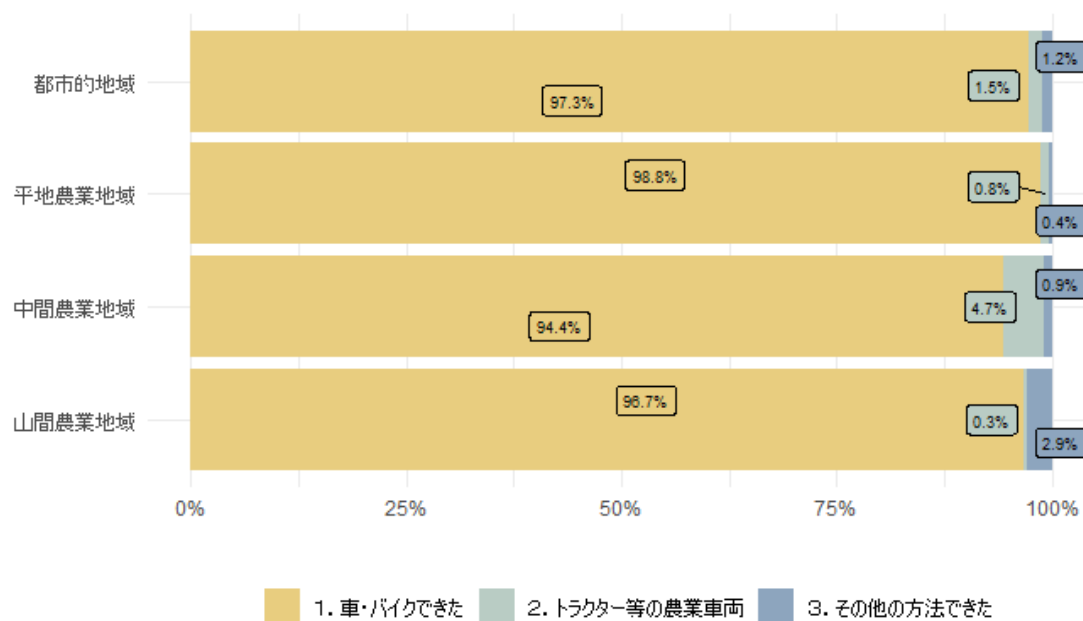
(1) 全体

ガソリンスタンドであることからほとんどが車・バイクで来場している。



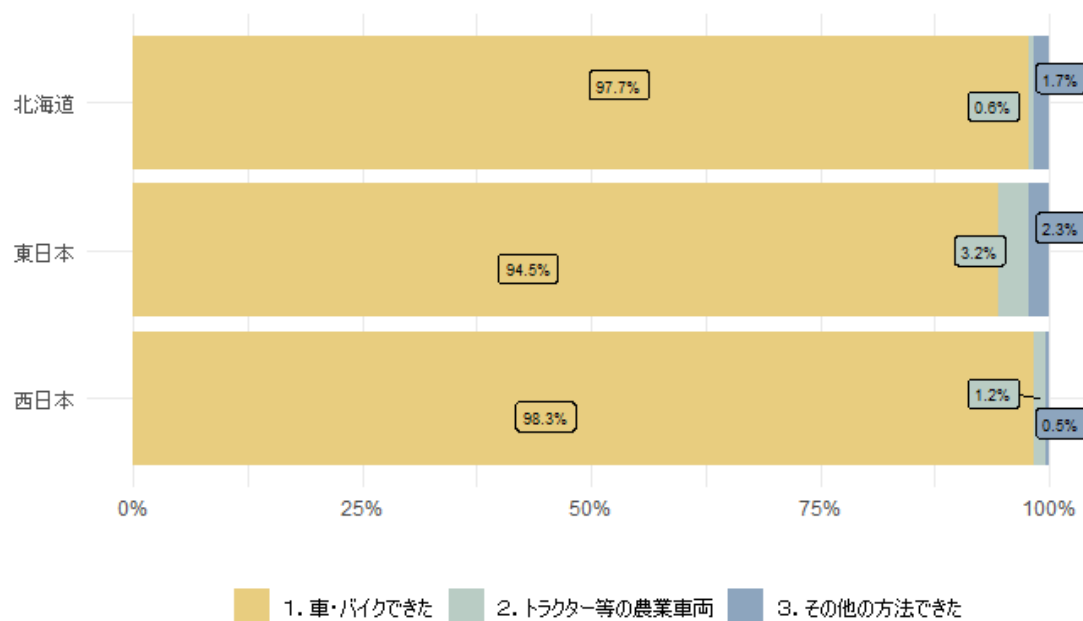
(2) 農業地域類型別

農業地域別に見ても大きな違いは見られない。



(3) 地域別

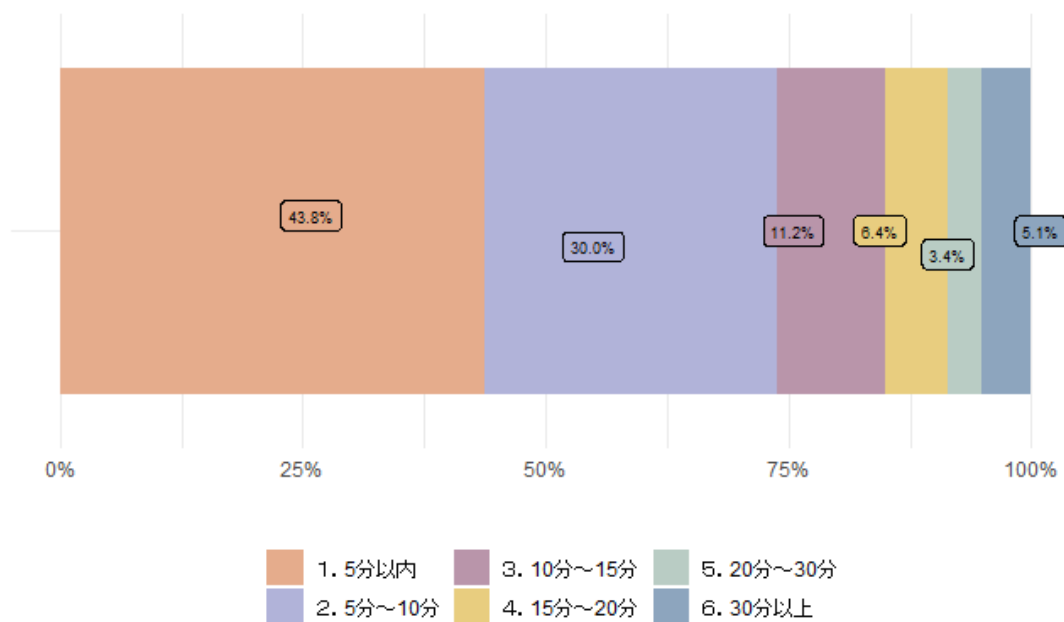
地域別に見ても大きな違いは見られない。



5.4.4. 所要時間

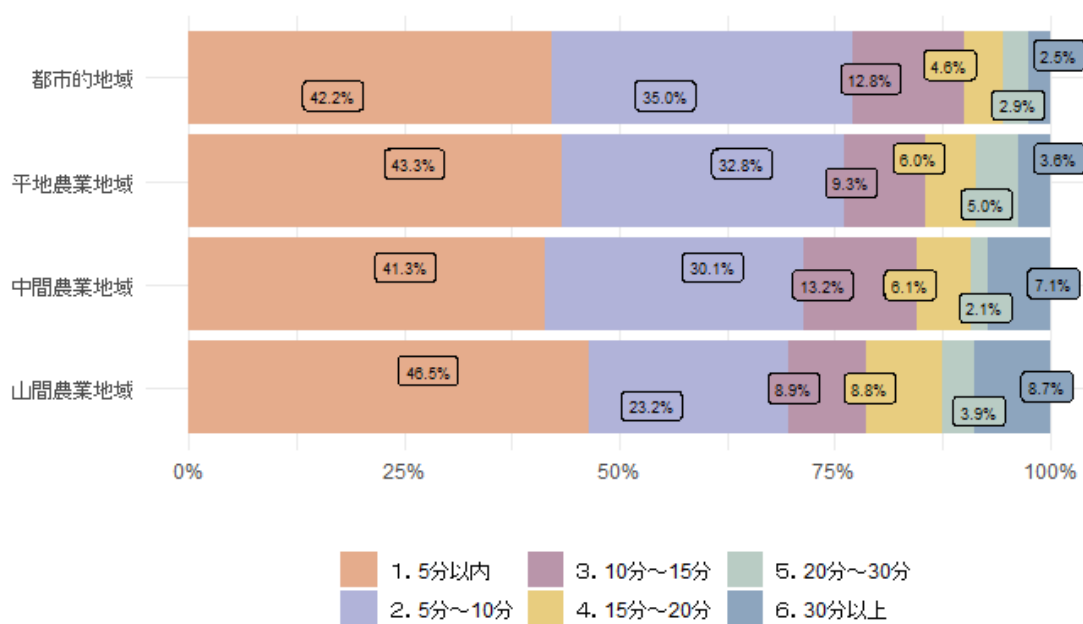
(1) 全体

全体の7割程度が10分以内の場所から来訪している。



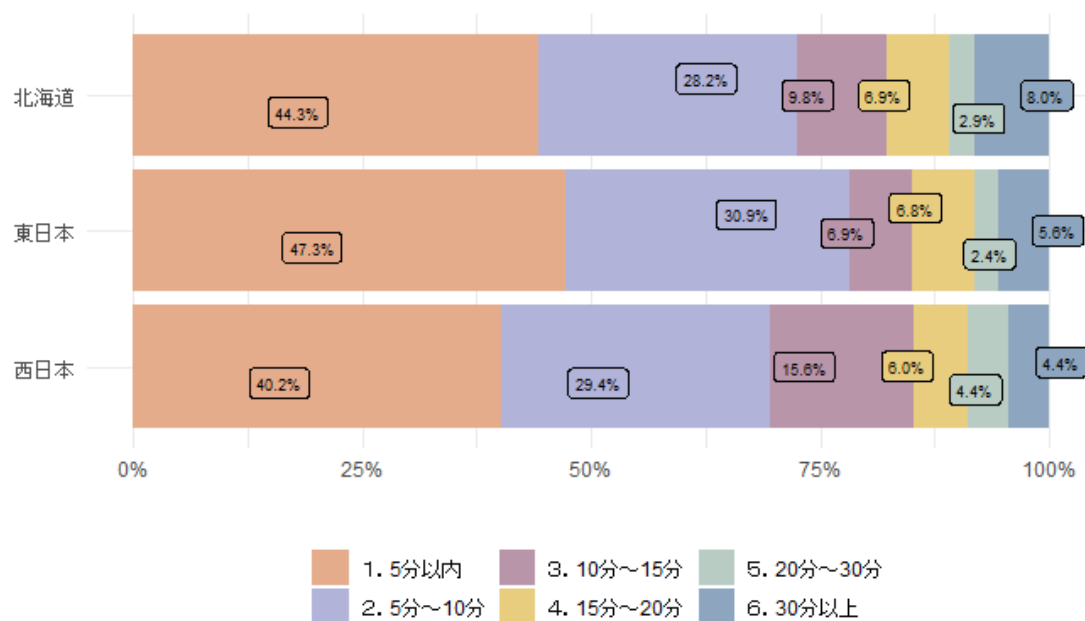
(2) 農業地域類型別

中間農業地域、山間農業地域になるに従って遠くからの来訪者割合が若干増加する。



(3) 地域別

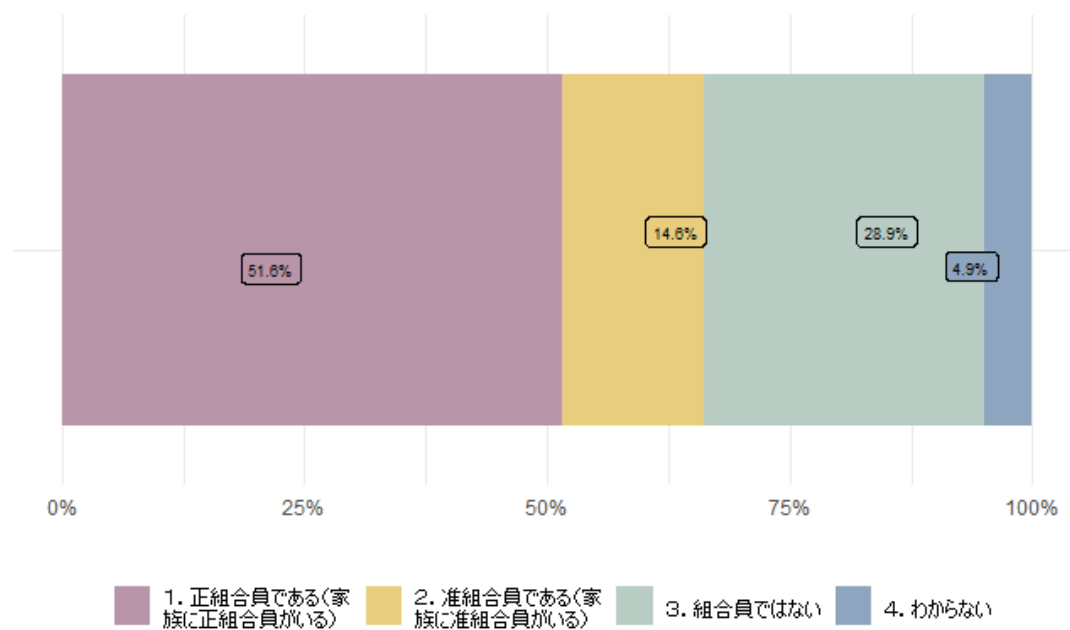
地域別にみると大きくは変わらない。



5.4.5. JA への加入状況

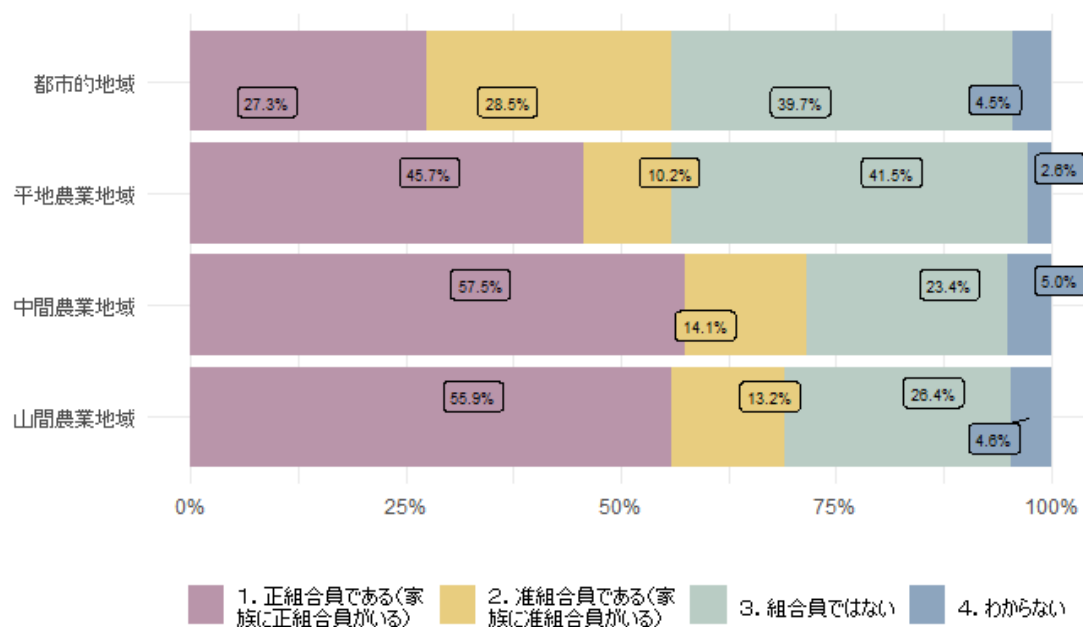
(1) 全体

全体の半分が正組合員であり、約3割が組合員ではない。わからないという回答は5%程度であった。なお、「分からない」という選択肢は令和元年度調査では設定していない。



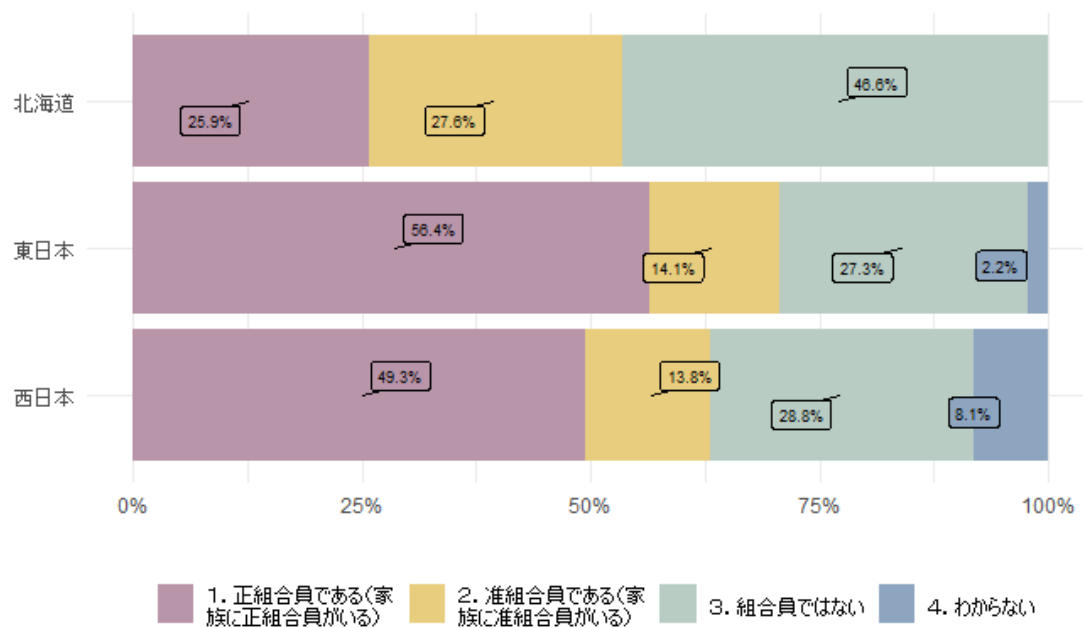
(2) 農業地域類型別

平地農業地域及び中間農業地域における正組合員の比率が高く、都市的地域で低い。



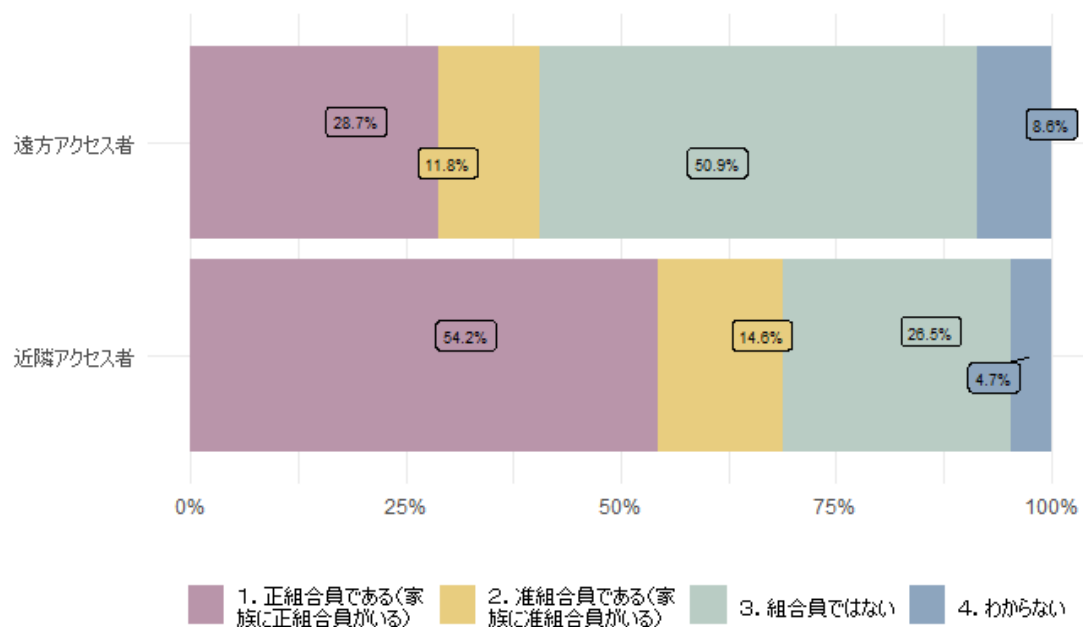
(3) 地域別

地域別には北海道において正組合員比率が低い。



(4) アクセス状況別

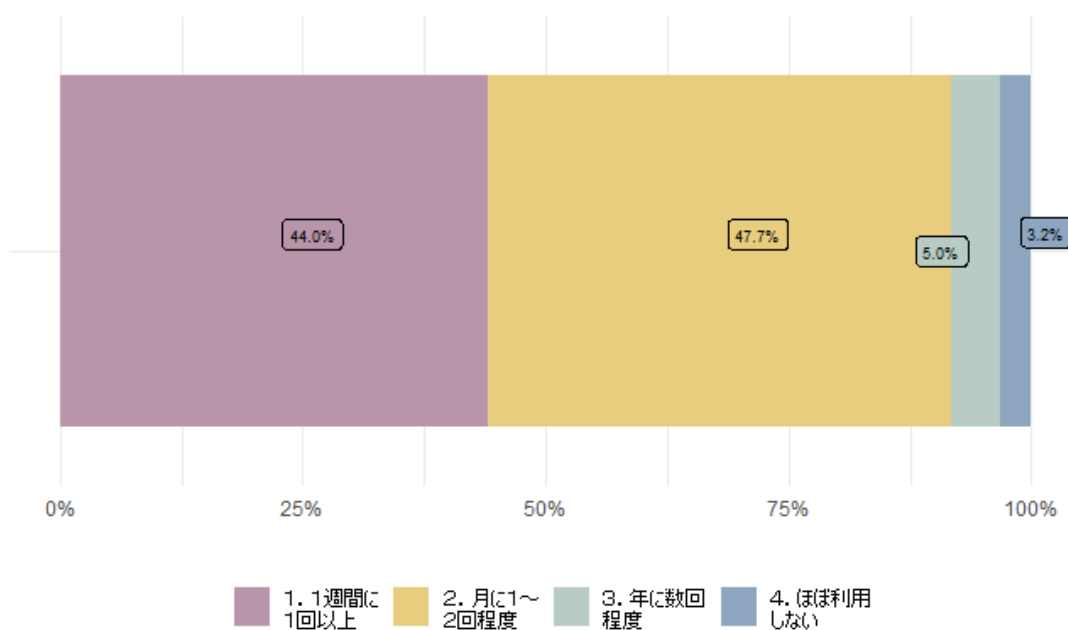
遠方からアクセスしている人の非組合員率は高い。



5.4.6. 利用頻度

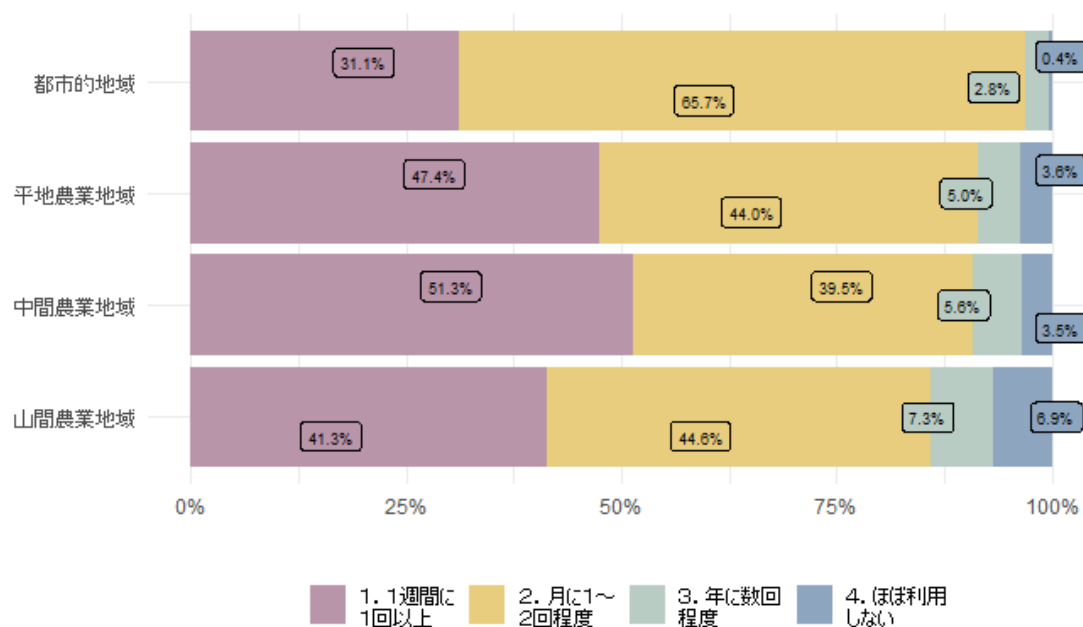
(1) 全体

全体の約9割が月に1回以上利用している。



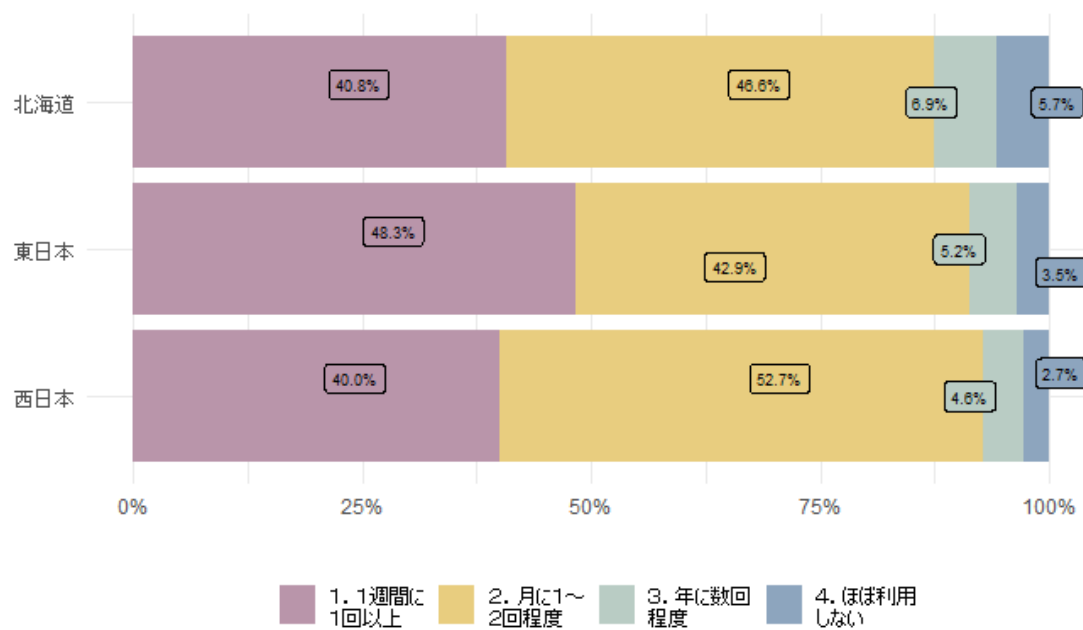
(2) 農業地域類型別

山間農業地域での利用頻度が若干低い。



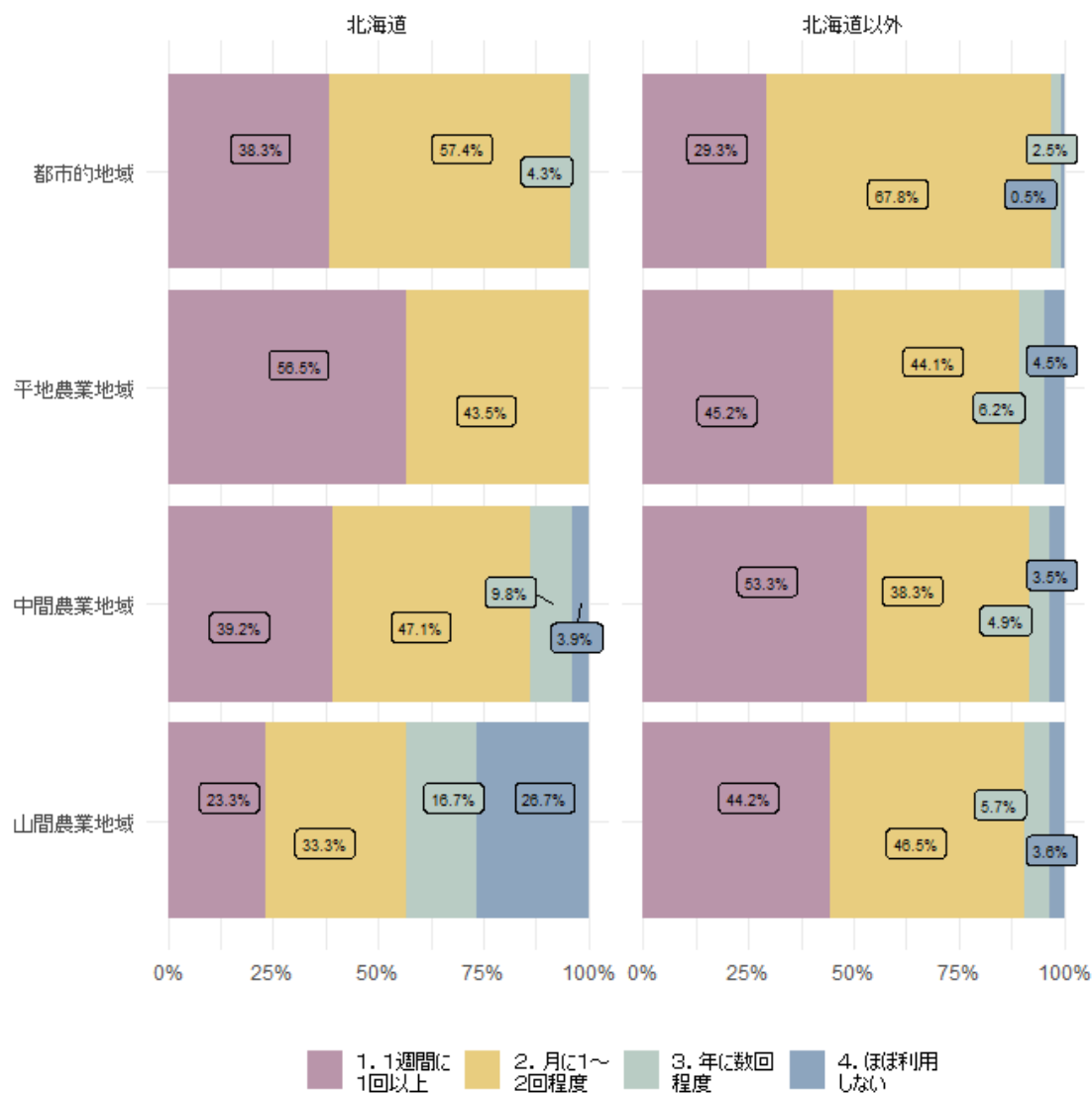
(3) 地域別

北海道の利用頻度が若干低い、大きな違いは無い。



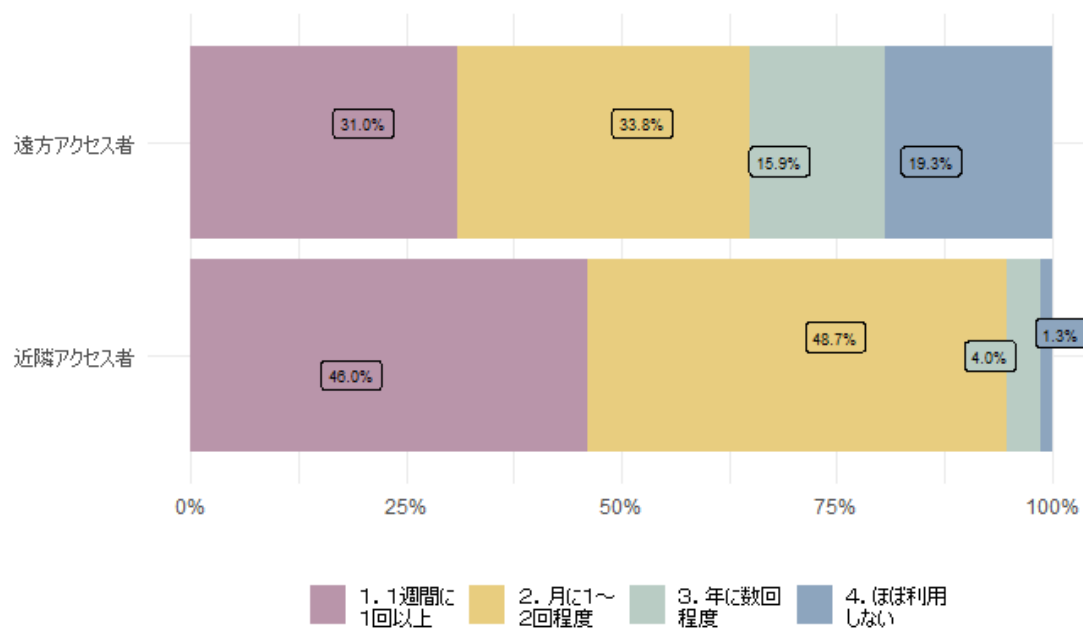
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道の山間農業地域での費用頻度は特に低い。



(5) アクセス状況別

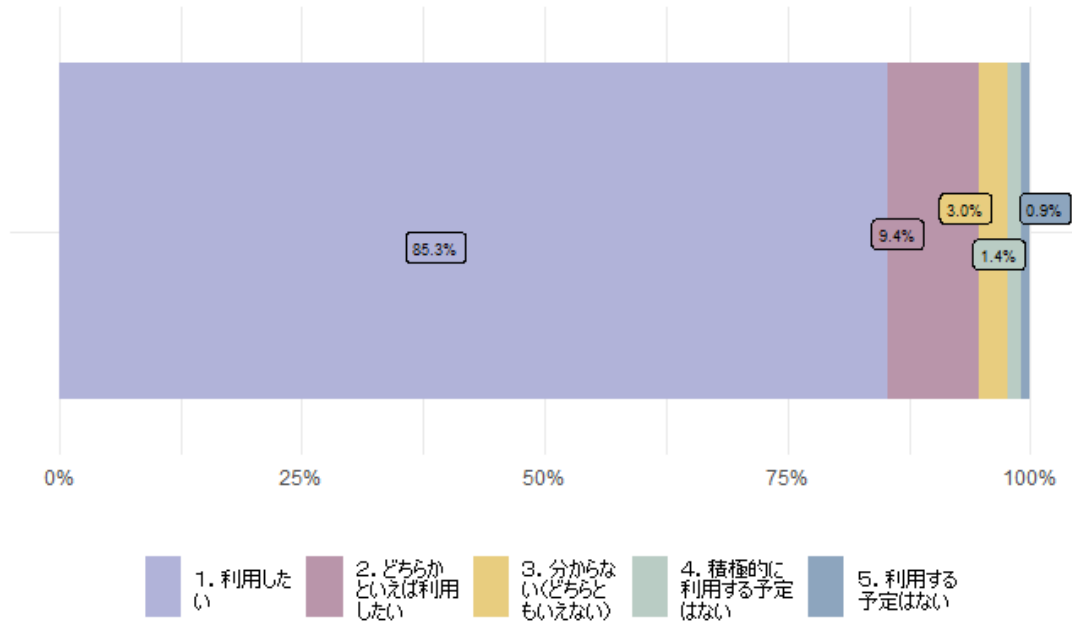
遠方からアクセスしている人の利用頻度は低い。ガソリンスタンドの場合、遠方からの来訪者がたまたま立ち寄るケースが他の施設に比べても多いと考えられる。



5.4.7. JA 施設の利用意向

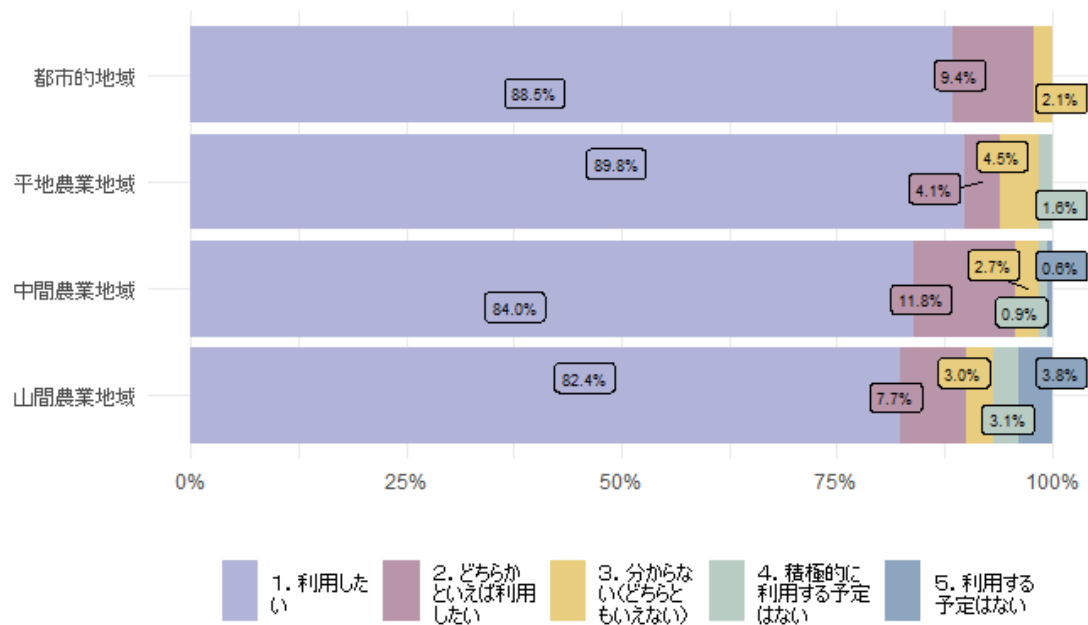
(1) 全体

JA 施設の利用意向は約 9 割と高い。



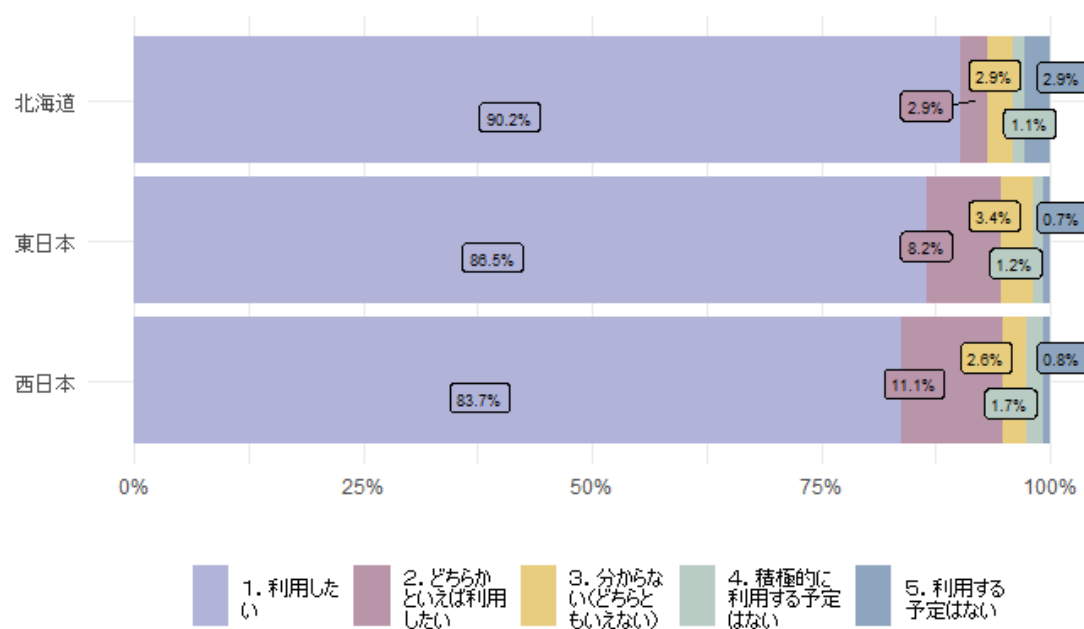
(2) 農業地域類型別

中間農業地域、山間農業地域での利用意向が低い。



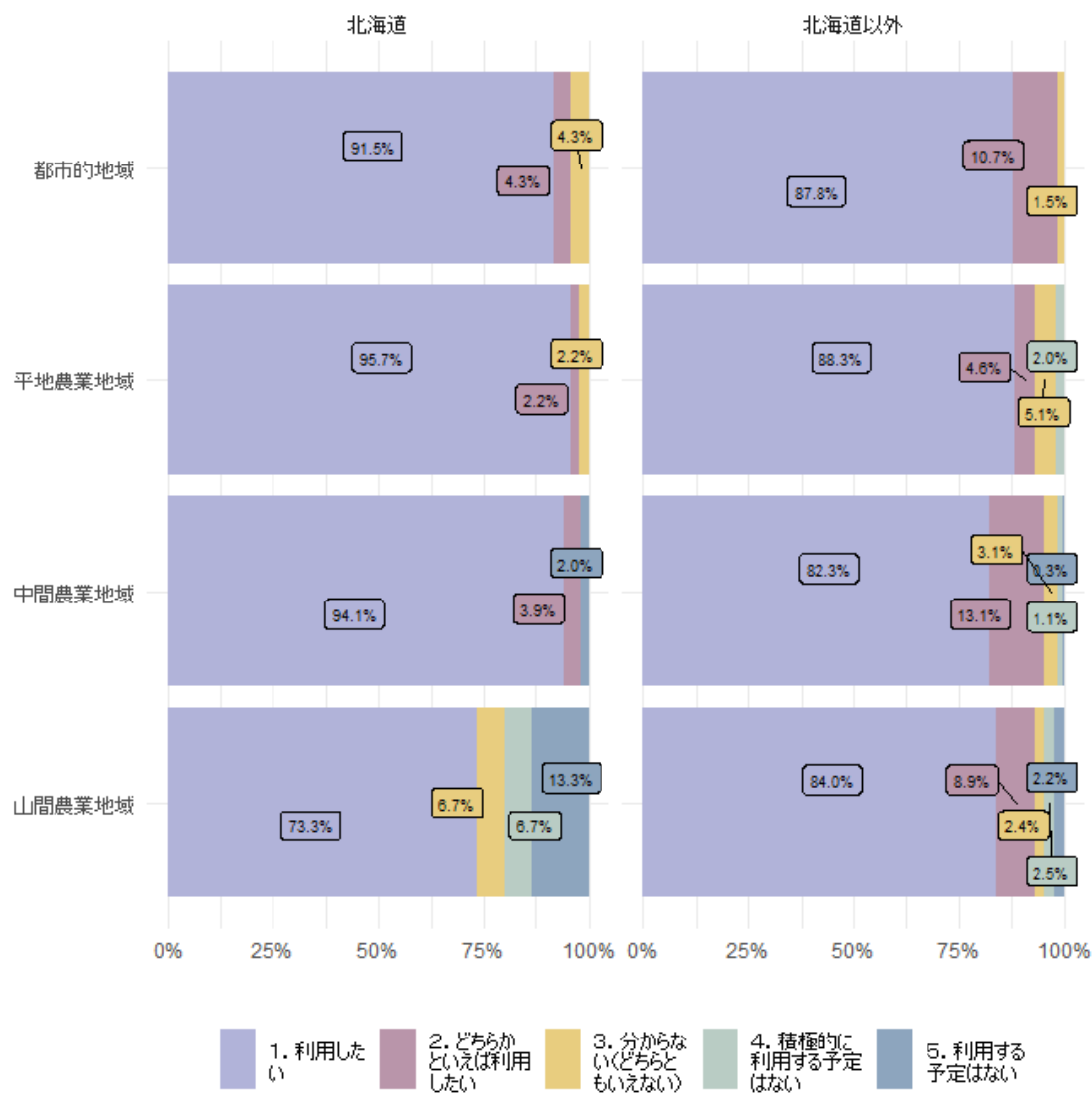
(3) 地域別

西日本の利用意向が低い。



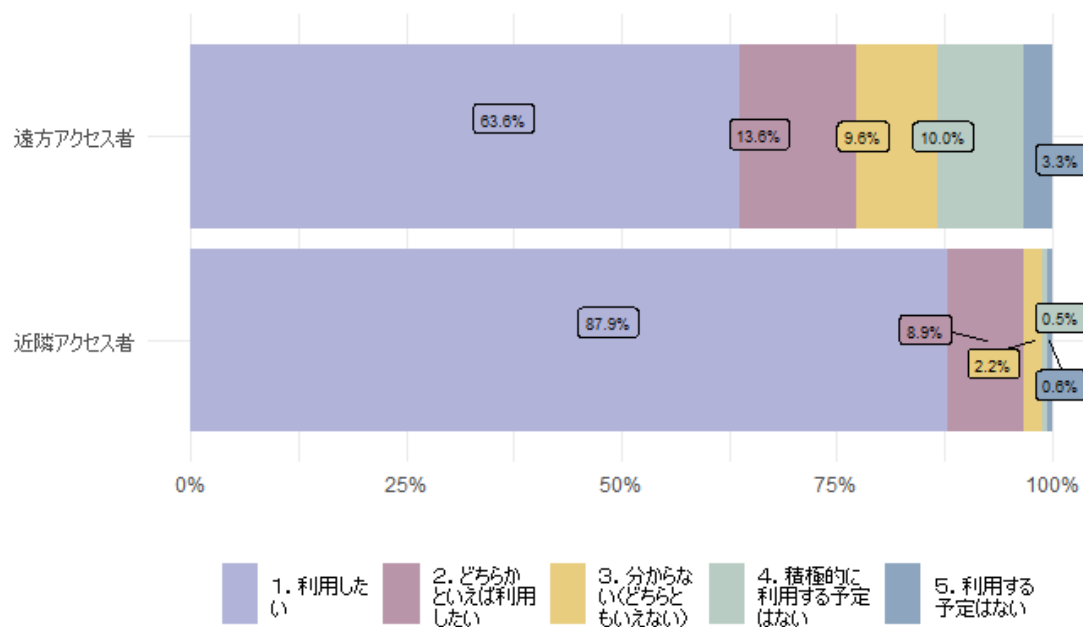
(4) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

特に北海道の山間農業地域において利用意向が低くなっている。



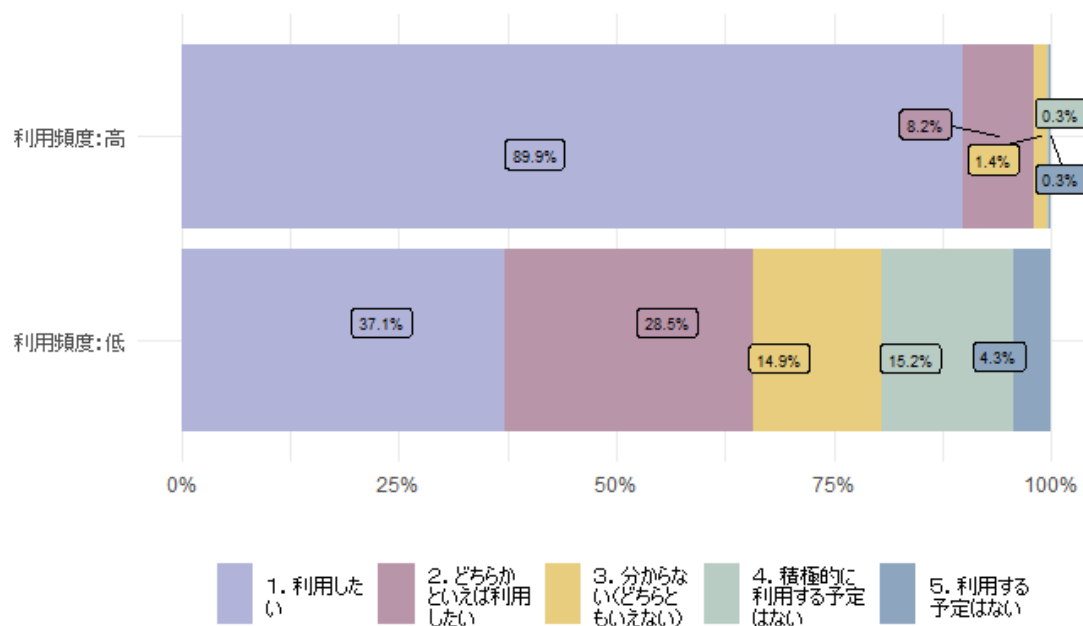
(5) アクセス状況別

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

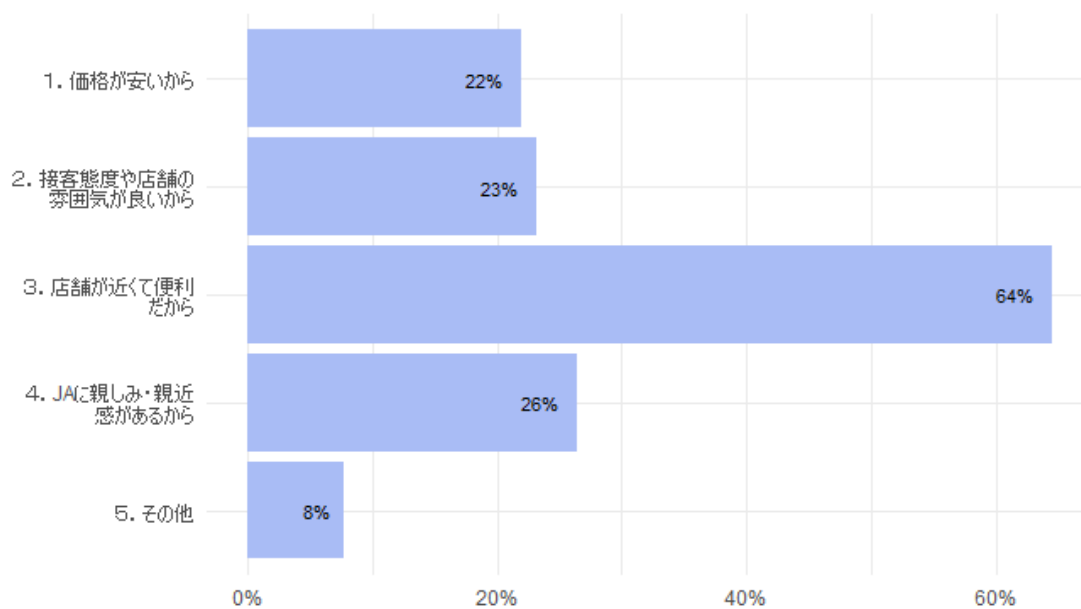
利用頻度が低い回答者の利用意向は低い。



5.4.8. 今後も利用したい理由

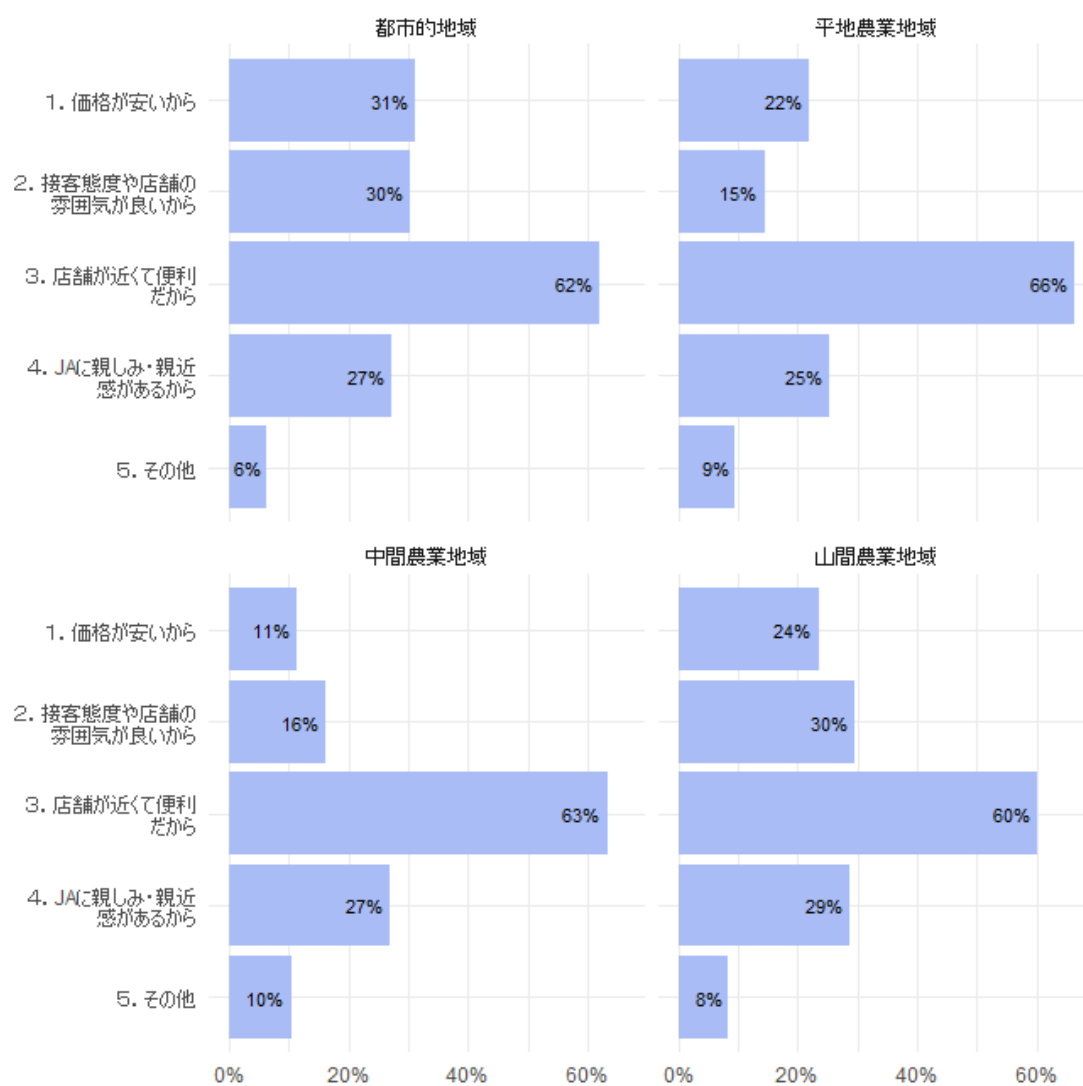
(1) 全体

「店舗が近くて便利だから」という回答が最も多かった。



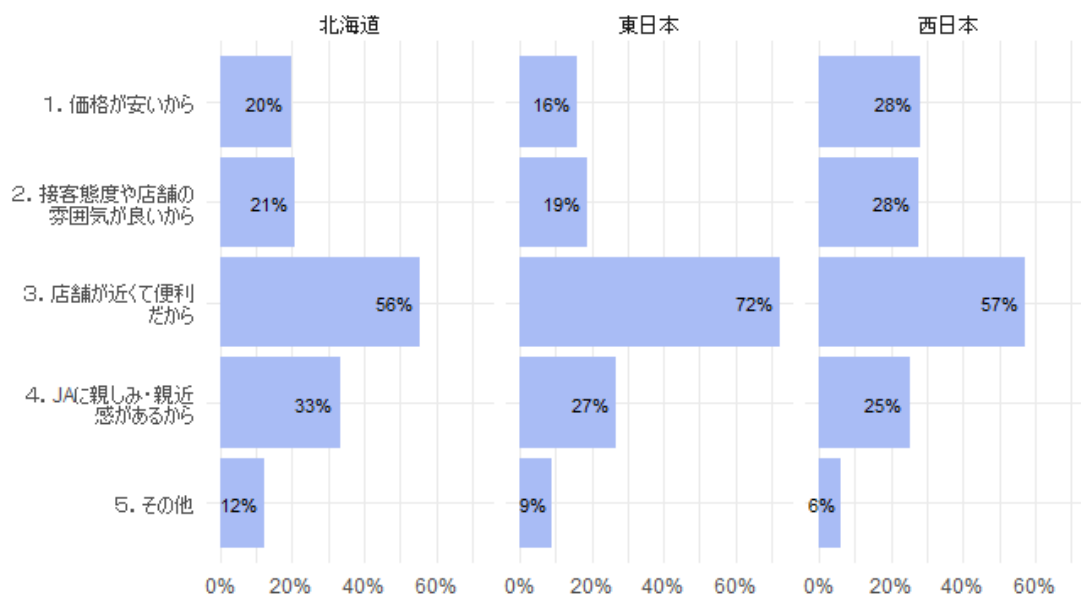
(2) 農業地域類型別

傾向としては各類型とも大きな違いはないものの、都市的地域では価格に対する評価が若干高い。また、都市的地域、山間農業地域において、接客や雰囲気に対する評価が高かった。



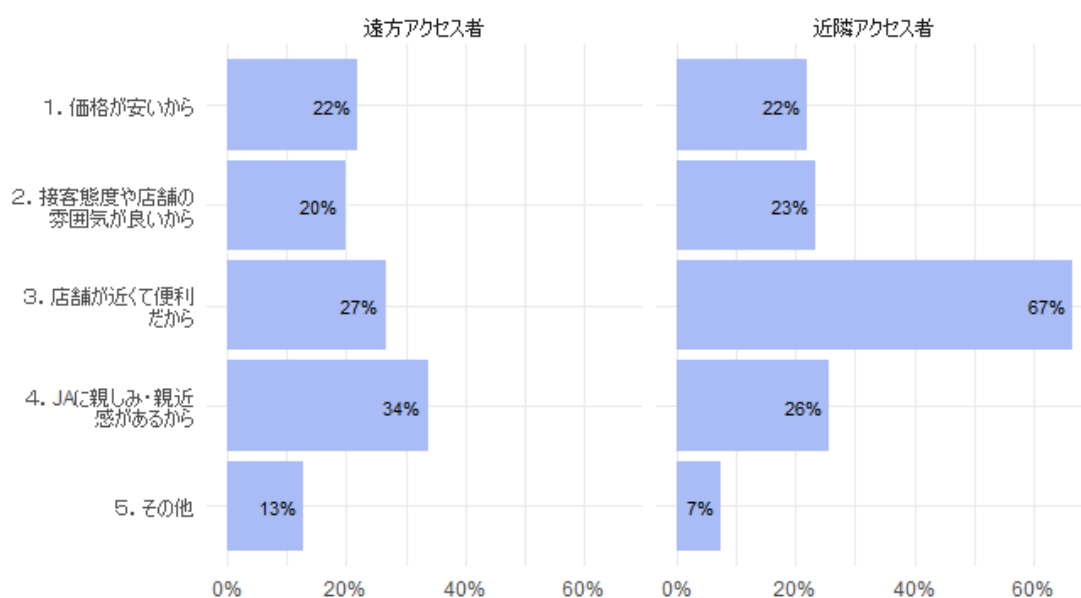
(3) 地域別

西日本において「価格が安い」「接客態度や店舗の雰囲気がいい」との回答が多い。



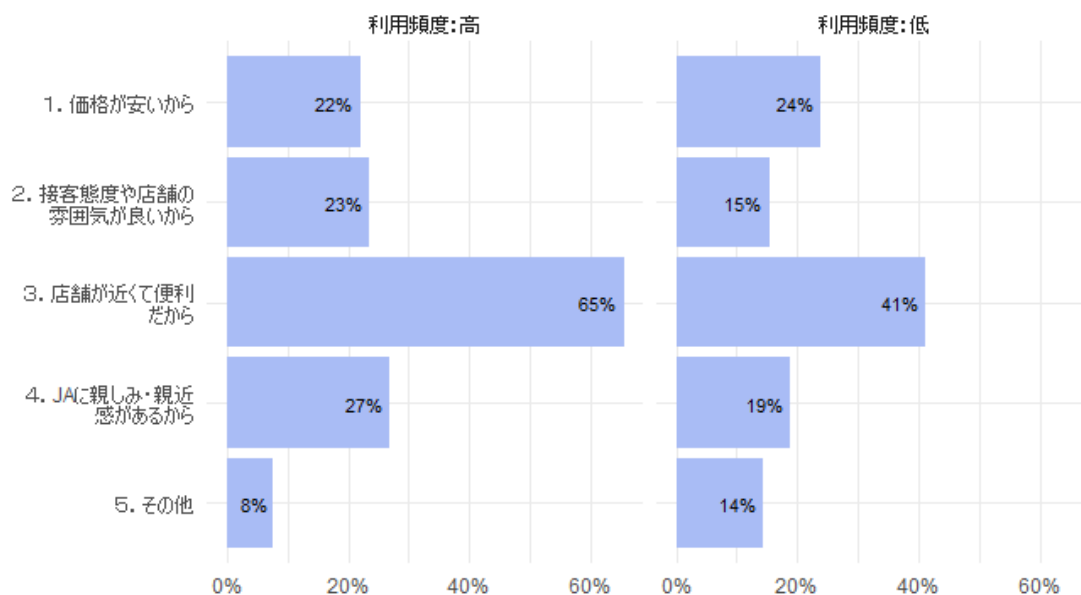
(4) アクセス状況別

遠方からアクセスしている人は、JAに親しみがある割合が高い。



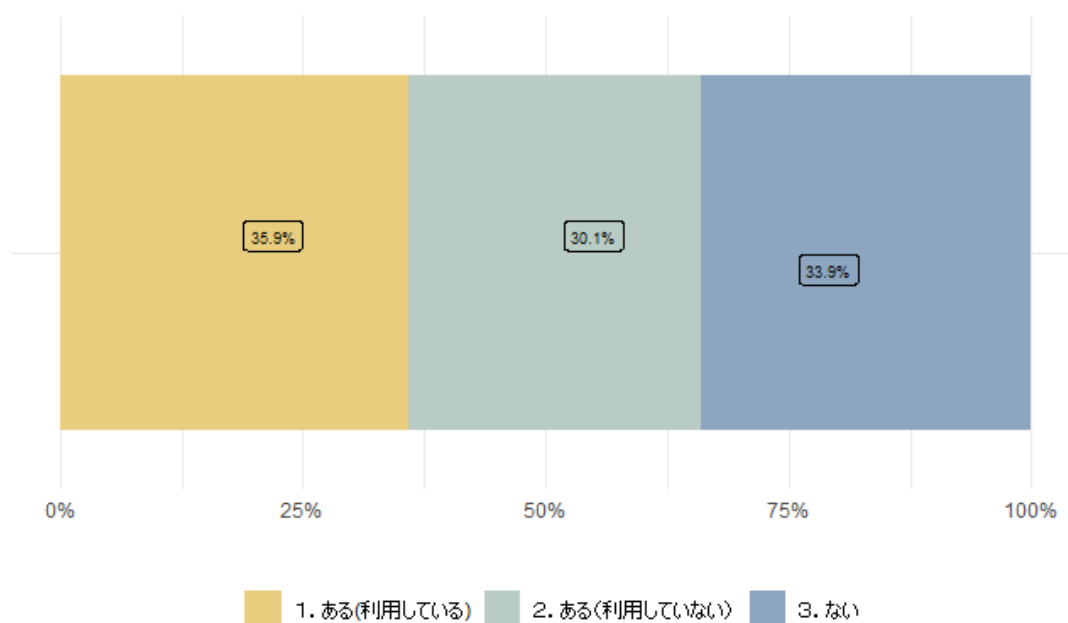
(5) 利用頻度別

利用頻度の高い人ほど、全体的に評価が高い。



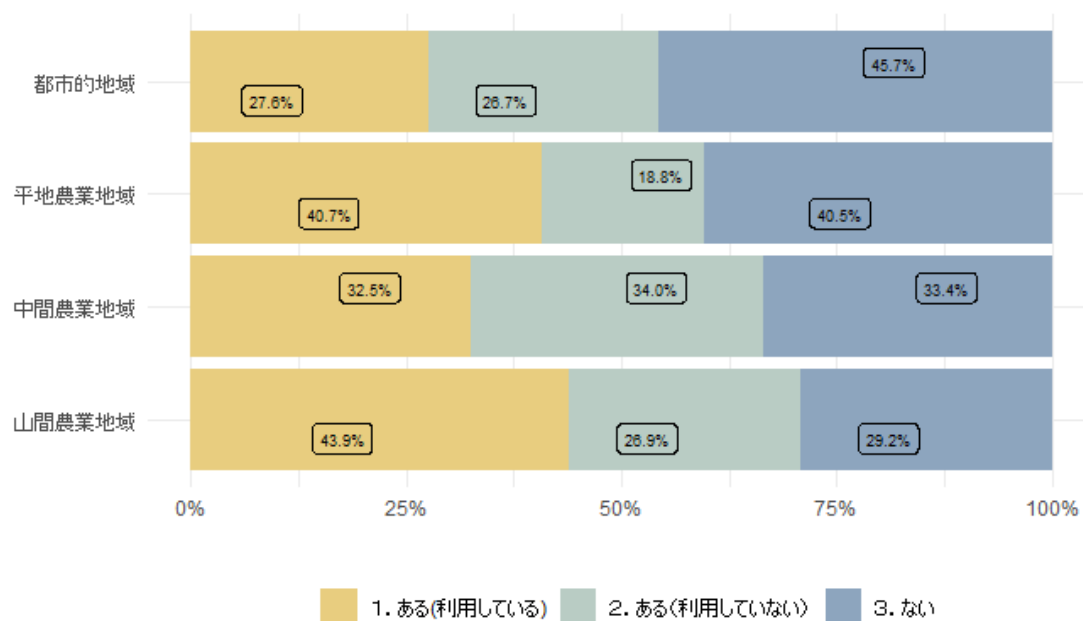
5.4.9. JA 施設以外の利用可能性

3割の人がJA施設以外に利用できる施設がないと回答しており、他のインフラと比較しても高い水準である。



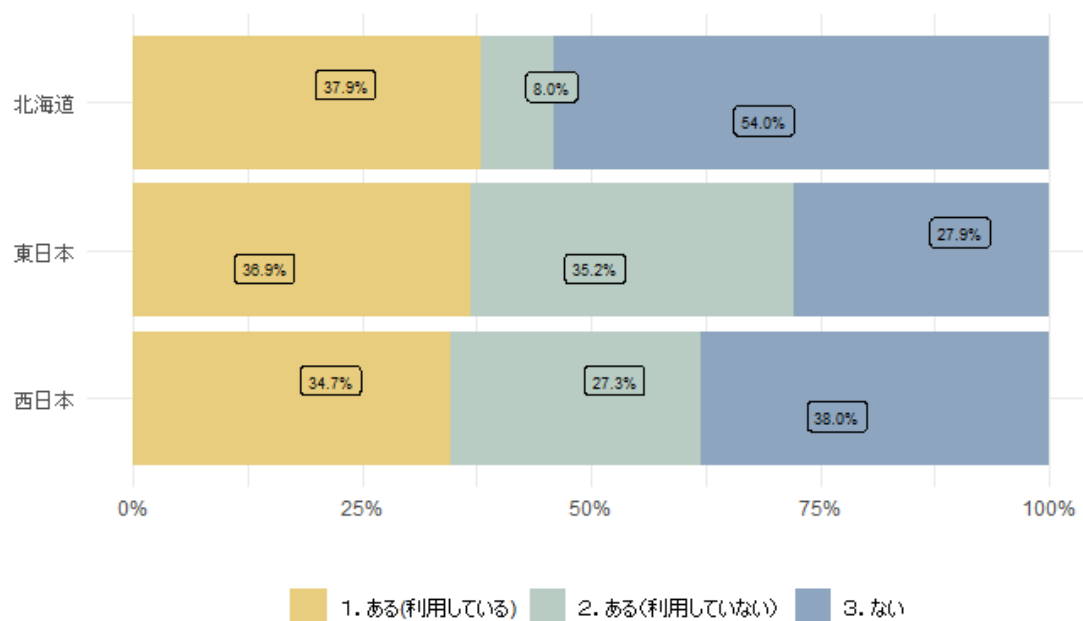
(1) 農業地域類型別

都市的地域において、他の施設がないと回答している割合が高い。



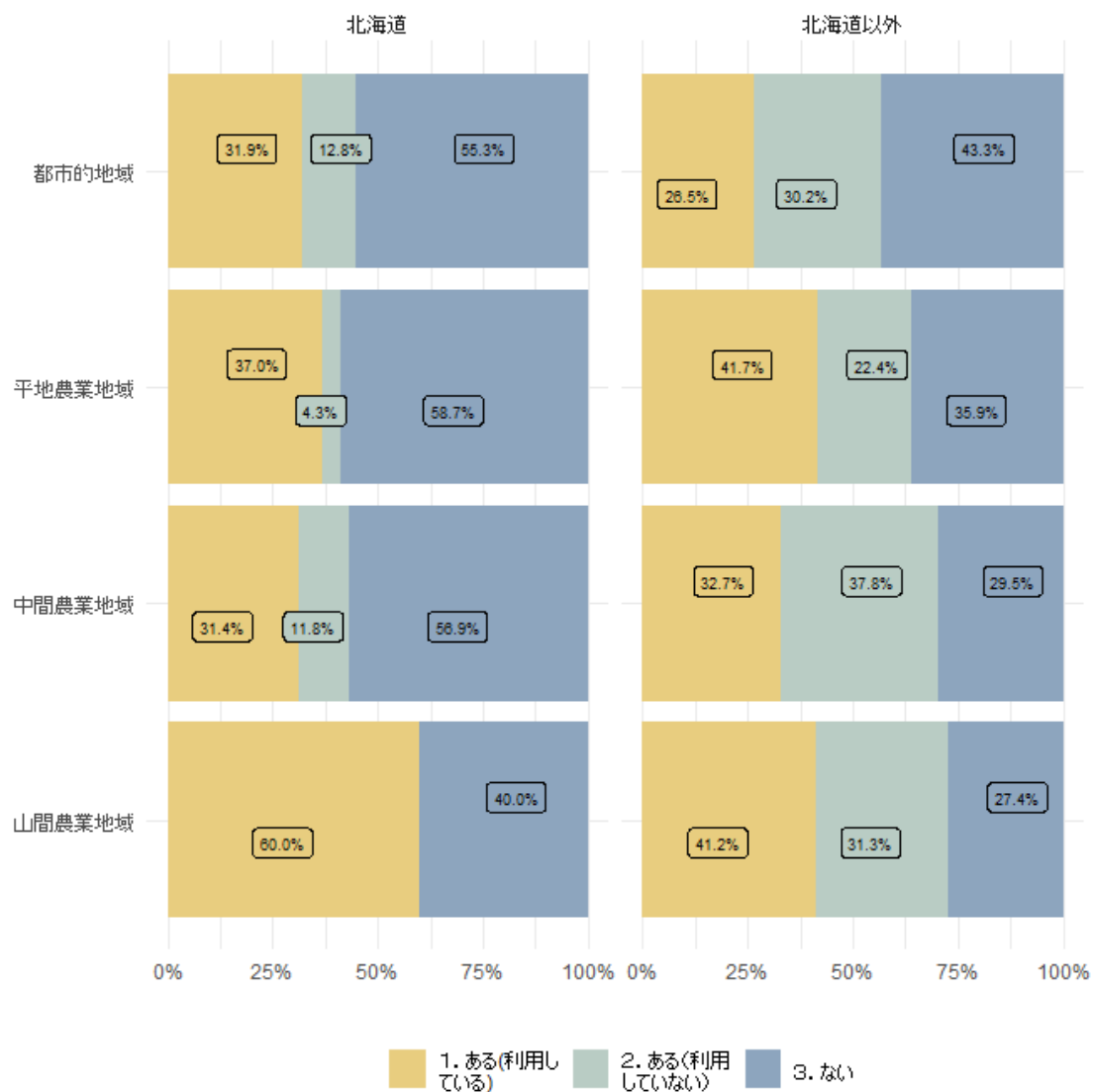
(2) 地域別

北海道において他に利用できる施設がない割合が高い。



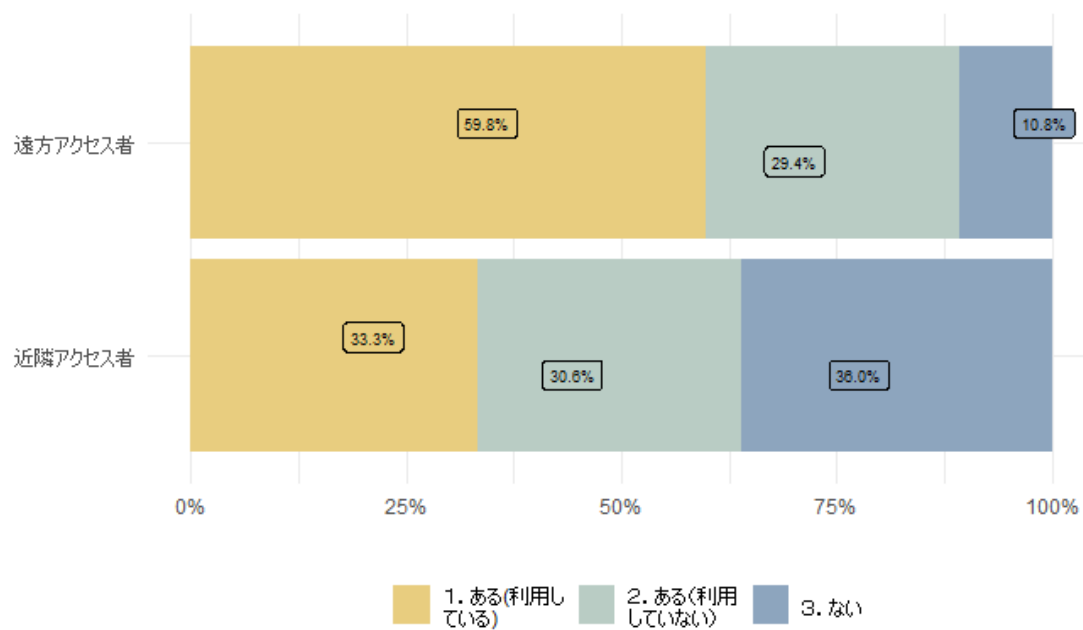
(3) 農業地域類型×地域別(北海道、北海道以外)

北海道については、いずれの農業地域類型においても他に利用できる施設がない割合が高い。



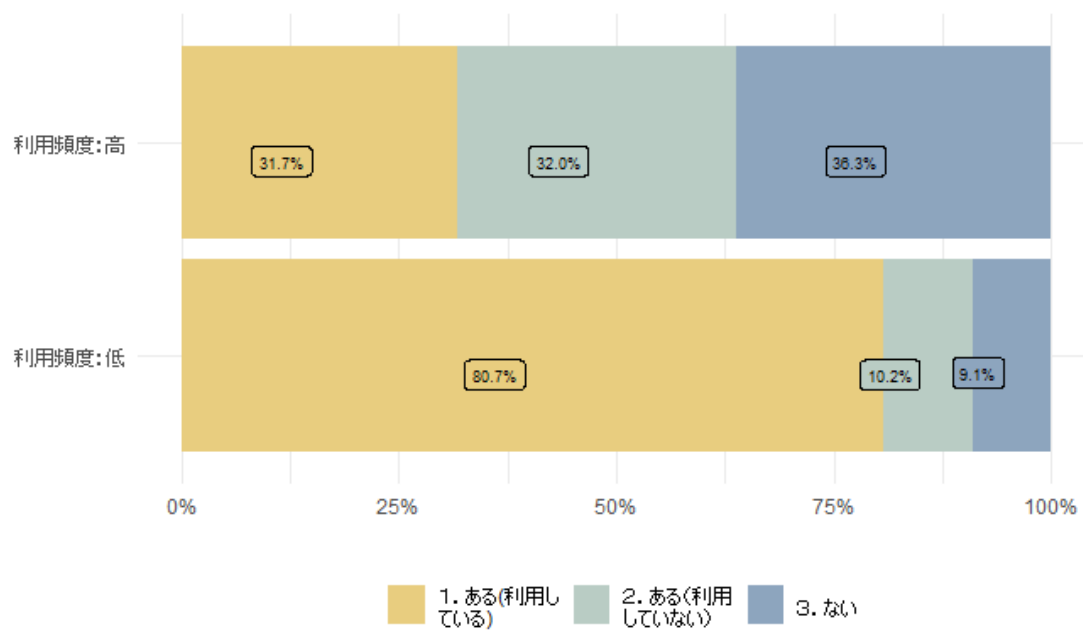
(4) アクセス状況別

遠方アクセス者の方が他の施設を利用する割合が高い。



(5) 利用頻度別

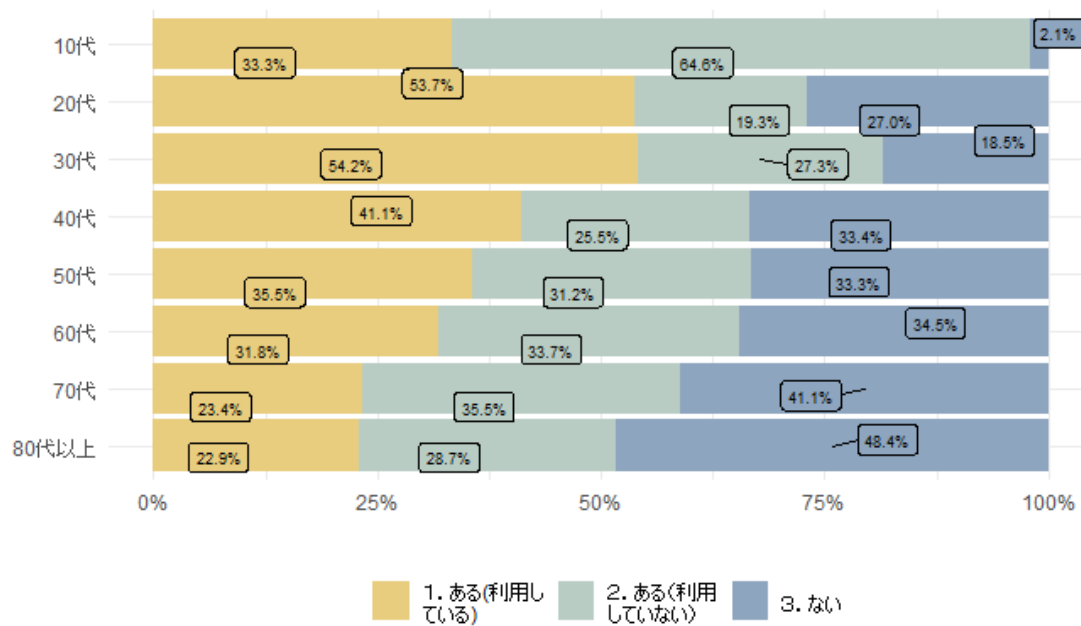
利用頻度が高い人の方が他の店がないと回答している割合が若干高い。



(6) 年齢層別

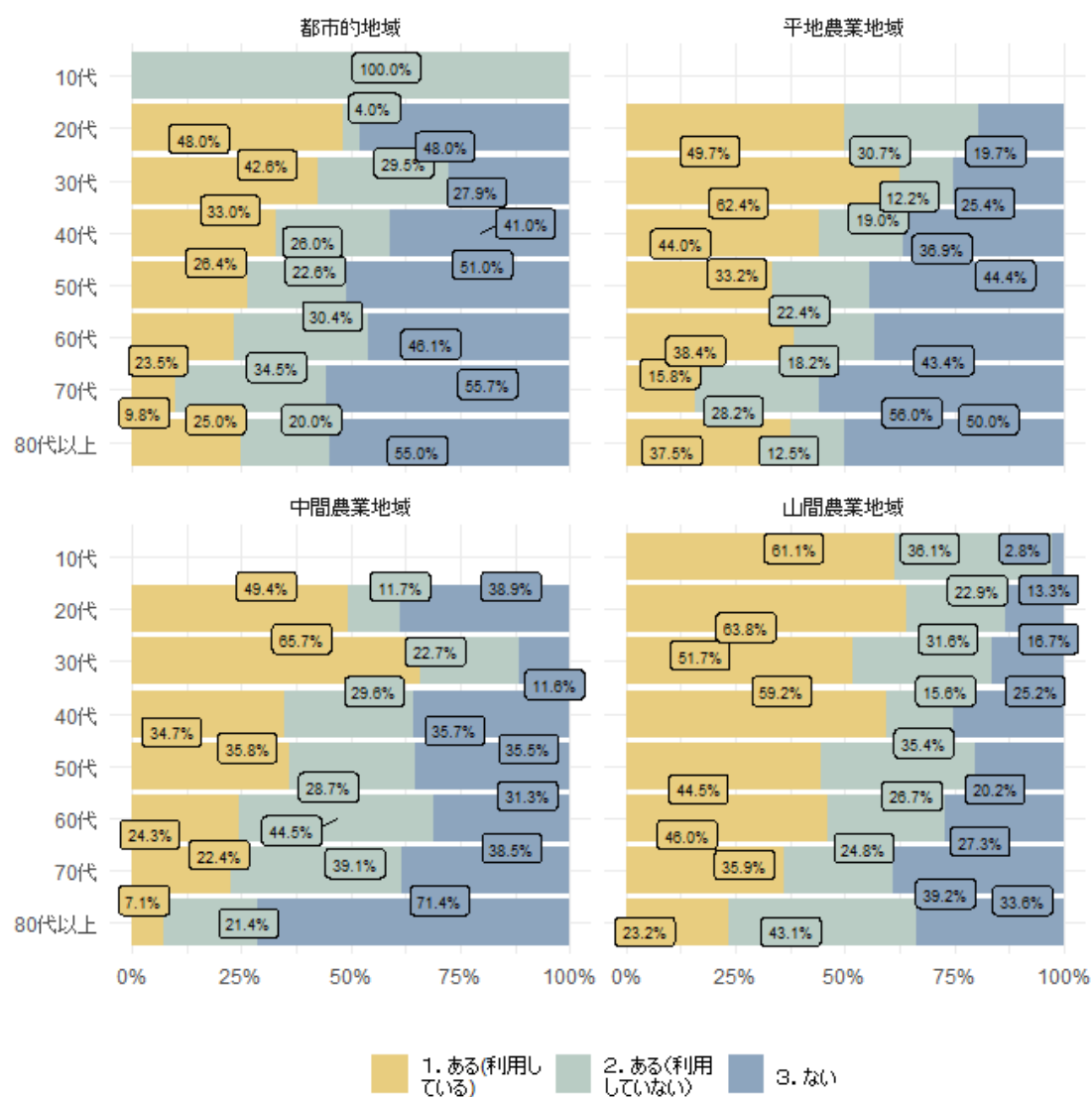
① 全体

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

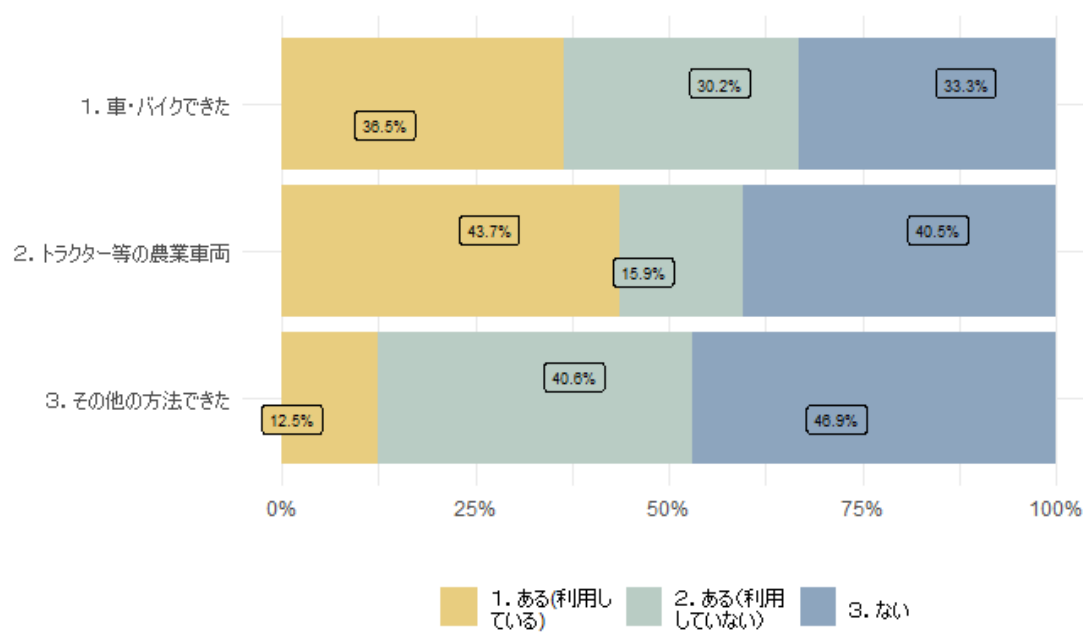
平地農業地域以外は、全体として、年齢が高くなるにつれ、他の施設がないと回答する割合が高くなる。



(7) 移動手段別

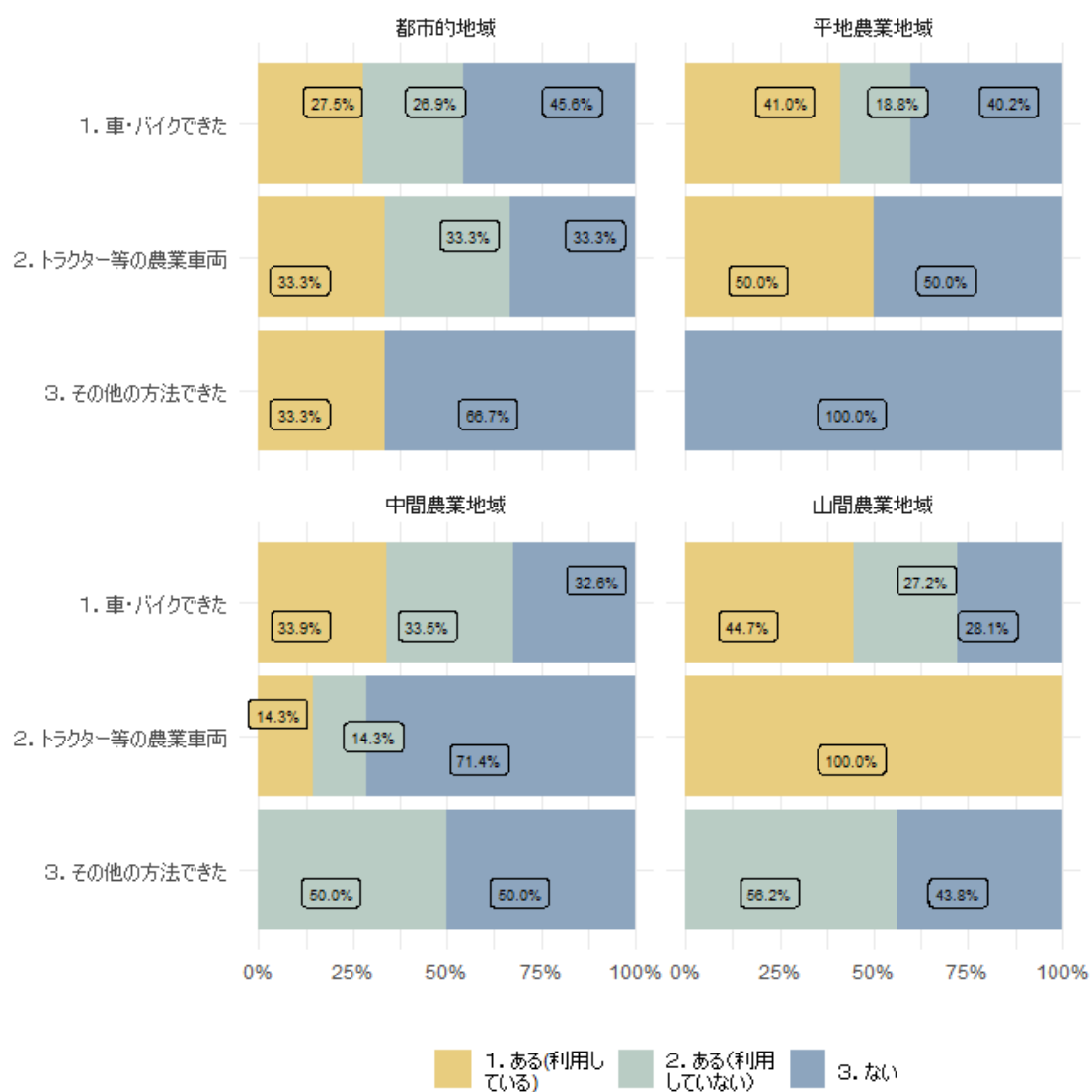
①全体

移動手段が、その他（主に公共交通機関）であるほうが、他の施設を利用し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。



6. まとめ

(1) 今後の利用意向

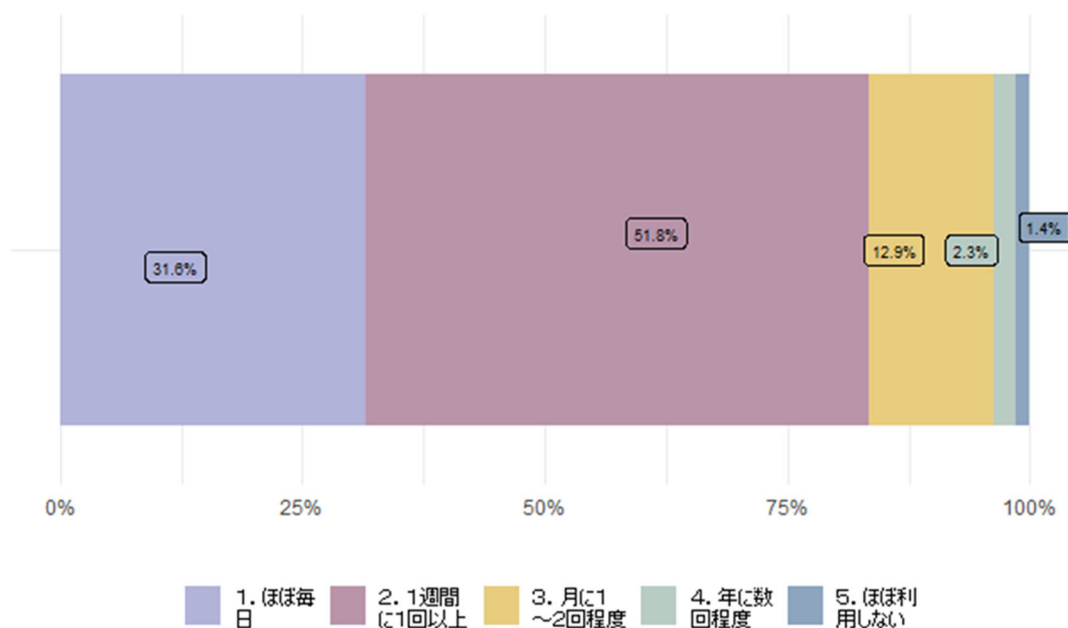
令和元年、令和2年度と農協関連施設のアクセス状況についてアンケート調査に基づく調査を実施した。まず、今後の利用意向については、食品・日用品小売りサービス、金融サービス、ガソリン小売りサービスともに、9割近くが利用したいと回答しており、今後とも地域のインフラとして期待が高いことがわかる。

(2) インフラサービスの利用状況

① 食料品・日用品小売りサービス

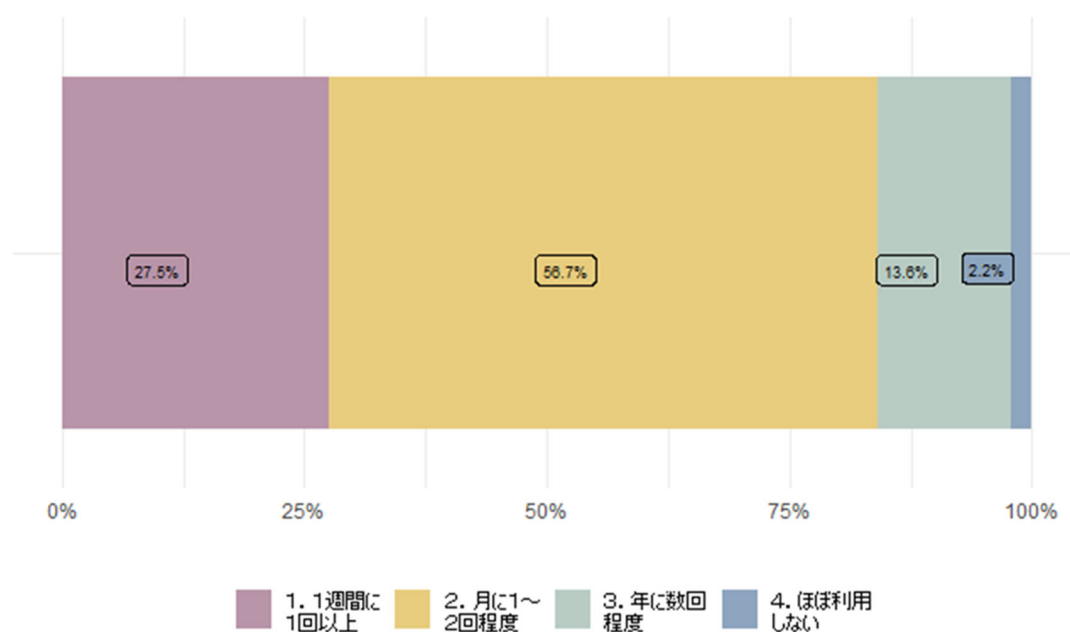
下図は、食料品・日用品小売りサービスの利用頻度を再掲したものであり、週に1回以上利用するとの回答が8割以上を占めている。一般的な食品スーパーマーケットの利用頻度については、いくつかの調査がある。例えば『2021年度版スーパーマーケット白書』（全国スーパーマーケット協会）では、2020年1月と2021年1月の調査結果が掲載されている。ここで、スーパーマーケットを利用している消費者のうち週に1回以上利用する割合は、2020年1月で86%、2021年1月で82%とされている（それぞれ「利用しない」との回答を除いた割合）。また、『平成30年度農林水産情報交流ネットワーク事業全国調査買い物と食事に関する意識・意向調査』（農林水産省）では、食料品スーパーマーケットの利用頻度が1週間に1回以上と回答した割合が96.5%となっている。

これらの調査はいずれもモニターに対する調査であり、店頭でのアンケート調査である本調査と単純に比較することはできないが、値としては概ね同水準であると考えられる。



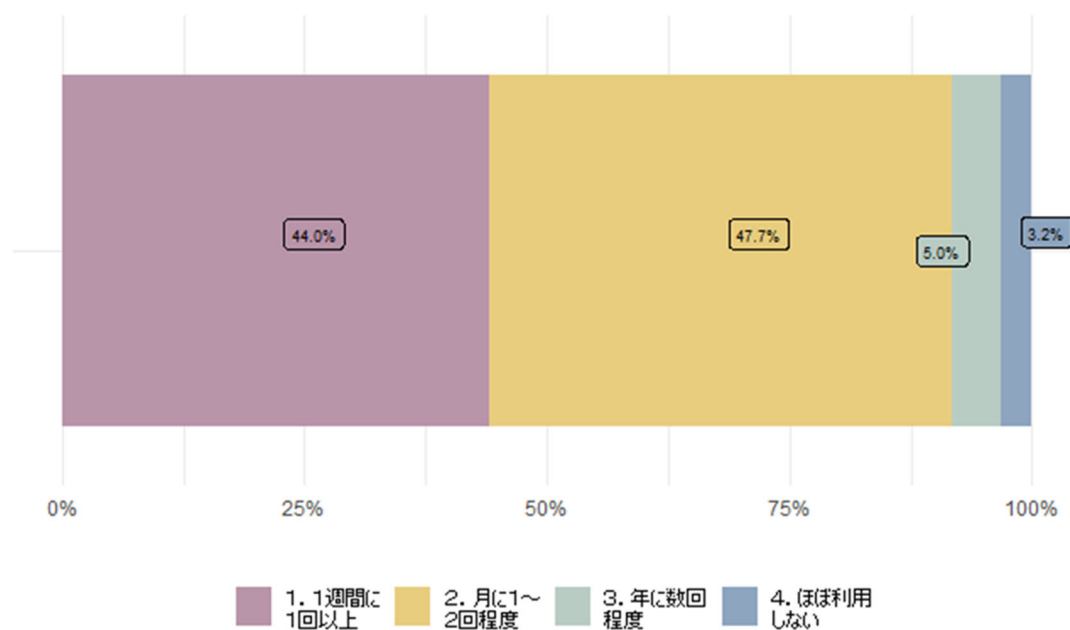
②金融サービス

下図は、金融サービスの利用頻度を再掲したものである。一般的な金融サービスの利用頻度については、『よりよい銀行づくりのためのアンケート（2019年2月）』を参照することができる。本調査によると月に1回以上銀行窓口を利用する割合は27.5%、銀行内ATMで63.8%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、利用頻度が高いことがわかる。



③ガソリン小売りサービス

下図は、ガソリン小売りサービスにおける利用頻度を示したものである。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56.9%であった。ただし、本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。また、対象には免許や車を所有していない人まで含まれている。逆に対象を車の免許保有かつ普段ガソリンスタンドを3ヶ月に1回以上利用する人に絞ったアンケート調査もあり（株式会社アスマーク『ガソリンスタンドに関するアンケート調査』（2006））、その調査では月に1度以上利用する割合は96.3%となっていた。



(3) 遠方からのアクセス状況

下表は、食品・日用品小売りサービス、金融サービス、ガソリン小売りサービスについて、遠方アクセス者の割合を算定したものである。ここで、遠方アクセス者とは、徒歩で15分以上、車で20分以上の場所から来訪している割合である。全体的に割合が高いのが食品・日用品小売りサービスである。

都道府県	市町村	食品・日用品	金融	ガソリン
北海道	岩見沢市	13.6%	8%	4%
北海道	帯広市	9.1%	5.9%	2%
北海道	当麻町	8.9%	1.9%	7.7%
北海道	北見市	7.5%	12.2%	43.3%
山形県	鶴岡市	7.7%	0%	2.9%
福島県	福島市	4%	6%	10%
群馬県	嬬恋村	12%	6%	10%
茨城県	城里町	14.5%	3.6%	3.3%
新潟県	魚沼市	6%	0%	8%
石川県	小松市	4.7%	6.2%	0%
長野県	南牧村	14%	2.9%	16%
愛知県	豊橋市	0%	5.5%	7.5%
愛媛県	伊予市	12.7%	14.3%	6%
三重県	南伊勢町	11.1%	7%	11.5%
兵庫県	姫路市	5%	2.4%	1.7%
鳥取県	米子市	12.5%	6.8%	20%
島根県	美郷町	22%	5.6%	0%
広島県	安芸高田市	14%	4%	10%
高知県	香美市	15.4%	11.3%	12%
長崎県	新上五島町	18.8%	0%	16.2%
宮崎県	延岡市	5.9%	7.8%	12%
宮城県	亘理町	23.3%	6%	10%
鹿児島県	霧島市	18.6%	4%	9.8%
沖縄県	南城市	9.6%	12%	5.6%

(4) 他のインフラの利用可能性

一方で、これらのインフラ以外に利用できるインフラがあるかどうか、という点から見ると、食品・日用品サービスで13%、金融サービスで8%、ガソリン小売りサービスで34%が「ない」と回答している。ガソリン小売りサービスでは「ない」と回答した割合は、都市的地域の方が高かったが、中山間地域においては、中心地区（食品・日用品小売りサービス、金融サービス、ガソリン小売りサービスが同じ旧市町村内に存在する地区）よりも、非中心地区（食品・日用品小売りサービス、金融サービス、ガソリン小売りサービスがそれぞれ別の旧市町村内に存在する地区）の方が、「ない」と回答した割合が高かった。中山間地域でもこれらの地域ではよりインフラサービスが脆弱になっていると思われる。実際にこれらの地区でアンケートをした際も、20km 走れば利用できるガソリンスタンドはあると言っていた回答者もいた。

今回の調査は、インフラサービスの利用者に対して実施したものである。従って、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っている可能性が高い（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）。これは拠点ベースで調査する際の限界であり、アクセス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。