

データでみるJAのイメージ

「食料・農業・JAに関するアンケート調査(2020年度)」より

vol.5

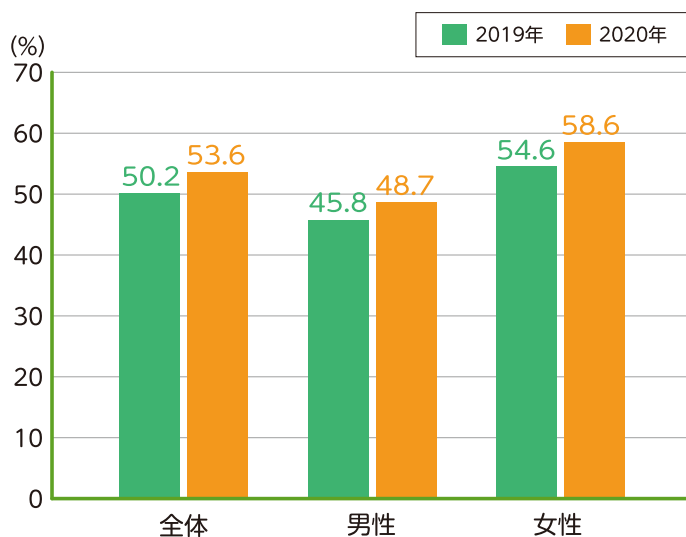
認識高まる 暮らしになくてはならない組織

JAはAコープやJA-SS、JAバンク、JA共済など地域の暮らしに役立つ事業を展開しています。「食料・農業・JAに関するアンケート調査(2020年度)」によると、JAが暮らしになくてはならない組織だと感じる人の割合は5割を超え増加傾向にあります。

地域の暮らしにおけるJAの必要性が浸透

「JAは暮らしにとってなくてはならない組織だと感じますか?」という質問に対して肯定的意見の割合は、前年の50.2%に比べて3.4ポイント増加し、53.6%となりました。特に30~50代の増加が目立っています。地域の暮らしにおいてJAの必要性が浸透してきているといえます。男女別では、女性が58.6%と女性の方が高いことが分かりました。

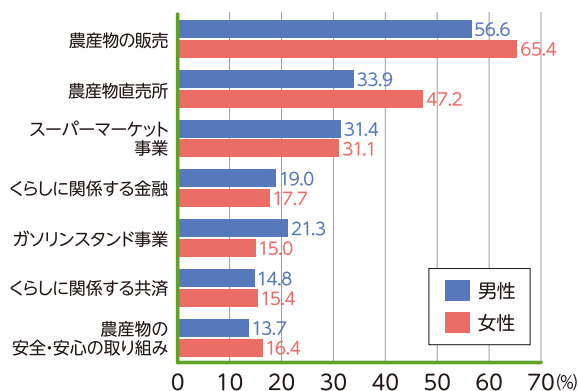
JA(農協)は暮らしにとってなくてはならない組織だと考えている人の割合



暮らしに役立つJAの事業展開

暮らしに役立っているJAの主な事業では、「農産物の販売」「直売所」が組合員や地域の方に共通して最も評価が高く、続いて「スーパーマーケット事業(Aコープ)」「暮らしに関する金融(JAバンク)」「ガソリンスタンド事業(JA-SS)」「暮らしに関する共済(JA共済)」「農産物の安全・安心の取り組み」の順で割合が高い結果となりました。

暮らしに役立っていると感じるJAの事業



JA全中は2011年から、食料・農業・JAに関する生活者の意識や行動についてアンケート調査を行っています。定点観測調査により、結果を比較することで、生活者の傾向を把握して事業に生かしていくことを目的としています。対象となるのは、日本全国の地域、性別、年代の異なる2,500人で、今回の調査期間は2020年11月27日から2020年12月3日の6日間です。



耕そう、大地と地域の未来。