地域住民は農協をどうみているか

――農村地帯における地域住民アンケート結果より――

はじめに

農協の強みの一つとして組合員や地域住民との親密さがあげられることが多い。そこには，農協は組合員や住民と親密であるためにニーズを汲み取りやすく，従って満足度の高いサービスが提供できる，という意味合いが含まれているようにみえる。それでは実際に，組合員や住民は農協に親密さを感じており，またサービスは満足度の高いものとなっているのだろうか。ここでは地域住民アンケートの結果を元に，住民の側から，農協の印象とサービスへの評価をみることにしたい。

１．調査概要と回答者プロフィール

2001年度の地域住民アンケートは農村地帯の２農協の協力を得て実施した。管内の18歳以上住民のうち，3,000名（１世帯１調査票）に配布し，2,025名から回答を得た。

回答者のプロフィールをみると，年齢構成は，39歳以下33.9%，40歳代27.8%，50歳代29.2%，60歳代24.1%，70歳以上10.6%であり，組合員資格構成は，正組合員70.5%，正組合員と同居12.5%，准組合員8.8%，准組合員と同居1.9%，組合員外6.3%となっている。また回答者に占める農協利用者の割合は97.6%と極めて高い。

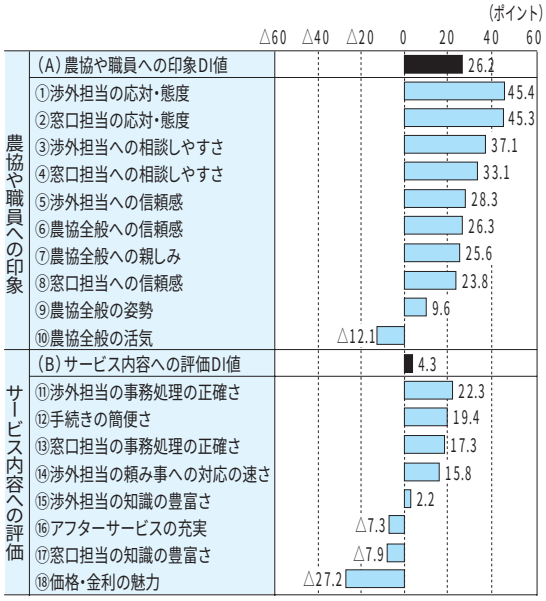
２．農協に対する地域住民の印象と評価

(1)　回答者全体の印象と評価

まず回答者全体の農協や職員に対する印象や評価をみてみよう（第１図）。DI値（肯定的回答割合－否定的回答割合）が最も高かったのは，渉外担当の応対・態度（45.4ポイント＜以下「p」＞）であり，次いで窓口担当の応対・態度（45.3p）となっている。概して，職員への印象を表すDI値は高い。

一方DI値が最も低かったのは，価格・金利の魅力（△27.2p）であり，次いで，農協全般の活気（△12.1p），窓口担当の知識の豊富さ（△7.9p），アフター・サービスの充実（△7.3p）となっている。

第１図　回答者の農協への印象・評価

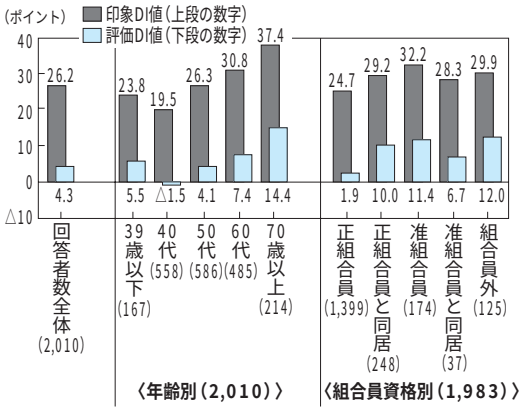


(注) 1.　①～⑱DI値（肯定的回答割合－否定的回答割合）。
2.　(A)は①～⑩のDI値の単純平均，(B)は⑪～⑱のDI値の単純平均。
3.　各項目の回答者数は以下のとおり
①1,718　②1,781　③1,689　④1,725　⑤1,622　⑥1,686
⑦1,771　⑧1,679　⑨1,672　⑩1,765　⑪1,610　⑫1,737
⑬1,654　⑭1,574　⑮1,627　⑯1,674　⑰1,679　⑱1,725

農協への印象や評価を尋ねた第１図中の①～⑱を，大まかに，農協や職員への印象とサービス内容への評価に分け，それぞれの平均DI値をみてみよう（農協や職員への印象の平均DI値は①～⑩の単純平均であり，以下「印象DI値」と略す。一方サービス内容への評価の平均DI値は⑪～⑱の単純平均であり，以下「評価DI値」と略す）。

結果をみると，２つのDI値ともプラスで肯定的回答割合が否定的回答割合を上回っているものの，印象DI値（26.2p）に比べて評価DI値（4.3p）は低いものとなっている。

第2図　回答者の属性別にみた印象・評価



(2)　回答者の属性別にみた印象と評価

次に，回答者の印象DI値と評価DI値を属性別にみてみよう(第２図)。年齢別にみると，印象DI値・評価DI値ともに，70歳以上（印象37.4p，評価14.4p）で最も高く，40歳代（印象19.5p，評価△1.5p)で最も低くなっている。また組合員資格別にみると，印象DI値では准組合員(32.2p)で，評価DI値では組合員外(12.0p)で最も高く，正組合員(印象24.7p，評価1.9p)でともに最も低くなっている。

(3)　利用している事業別にみた印象・評価

さらに利用している事業別に印象DI値と評価DI値をみてみよう(第３図)。ここで利用している事業に対する直接的な印象や評価ではないことに注意が必要である。例えば，共済事業や信用事業などのDI値は，回答者に占める事業利用者の割合が高い（共済85.5%，信用79.2%）ために，回答者全体のDI値に近いものになっている。

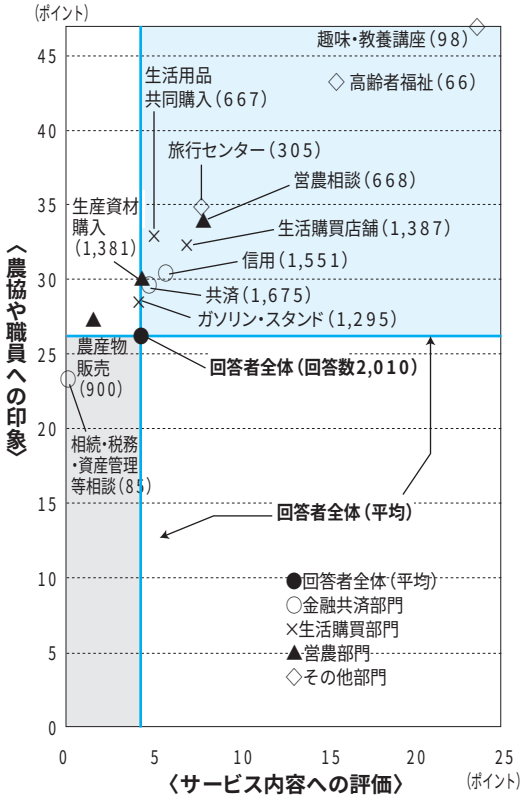
利用者が比較的限られている事業をみると，高齢者福祉事業や趣味・教養講座では印象DI値・評価DI値ともに回答者全体よりかなり高くなっている。一方，相続・税務・資産管理等相談や農産物販売では，とくに評価DI値が回答者全体より低くなっている。

おわりに

ここで紹介したアンケート結果は住民が農協にかなりよい印象を抱いていることを示している。しかし，サービス内容への評価は印象に比べて低く，ことに正組合員，40歳代や農産物販売事業の利用者等で低くなっている。これら属性は利用頻度や運営への関与の点で農協との結びつきが深く，その分期待も大きいと思われる。これゆえ，他の属性に比べて低い評価には，農協への期待も反映されているとみるべきだろう。

農村地帯で競合相手が少ないことに加えて，住民の農協への印象がよいことは，回答者に占める農協利用者の割合が高いことの大きな要因と思われる。ただ以前に比べて，他業態の農村地帯への進出が目立つようになり，利用者ではサービスの質を重視する傾向がみられるようになった。そのような環境下で今後農協が生き残るためには，印象のよさを活かして，サービス内容への評価をさらに高めることが求められよう。

第3図　利用している事業別にみた印象・評価



(研究員　尾高恵美・おだかめぐみ)