**「ハートフルアグリ」の取組みに関するリサーチプラン**

**１．調査の背景と目的**

農の分野には、障がい者が自然とふれあいながら力を発揮できる作業が多くあることから、大阪府では農業の多様な担い手の確保と障がい者の雇用・就労の拡大に向け、農と福祉の連携（「ハートフルアグリ」）を推進し、企業や福祉事業者などの参入や事業の継続等を支援している。

「ハートフルアグリ」の取組みについては、イベントの開催などにより、周知を図っているものの、府民への浸透はなかなか進んでいないと考えられることから、現時点の府民の認識や取組みに対する評価を確認するとともに、今後の取組みや販路拡大の参考とする。

**２．サンプル割付け**

　　自ら野菜・果物等農産物を購入している18歳以上の大阪府民1,000サンプル

**３．調査事項**

仮説１）「ハートフルアグリ」の農産物の購入を希望する人は、希望しない人に比べ、ボランティア活動や授産品の購入などを行う人の割合が高い。

仮説２）「ハートフルアグリ」の農産物の購入を希望する人は、希望しない人に比べ、普段野菜等を購入する際に価格よりも品質や安全・安心を重視する割合が高い。

仮説３）「ハートフルアグリ」の農産物の購入を希望しない人は、希望する人に比べ、「ハートフルアグリ」の農産物のイメージとして、品質が良いと思っている割合が低い。

仮説４）「ハートフルアグリ」の農産物の購入を希望する人は、男性に比べ、女性の割合が高い。また、年代や子どもの有無でも差がある。

**４．質問項目**

ＳＣ　性別・年齢・居住地

ＳＣ　日頃、農産物を自身で購入するか（購入しない⇒終了）

本質問２０問

【全員】

Ｑ１　日頃、農産物をよく購入する場所（ＭＡ）

　　　（百貨店、食品スーパー、八百屋・商店街、農産物直売所、コンビニ等）

Ｑ２　普段、野菜を購入する際に重視すること。もっとも・２番目に重視すること（ＭＡ・ＳＡ）

　　　（産地（地元産）、産地（他府県産）、価格、鮮度、安全・安心、おいしさ、生産者表示など・）

※「ハートフルアグリ」の説明

Ｑ３　「ハートフルアグリ」についての認知（言葉及び内容の認知）（ＳＡ）

（聞いたことがあり、内容も知っている、内容は知っているが、言葉は聞いたことがない　など）

Ｑ４　【認知層】どのような媒体で知ったか（ＭＡ）

　　　（府政だより、府ＨＰ、府Facebook、メルマガ、新聞、テレビ・ラジオ、イベント、・・その他）

Ｑ５　【認知層】大阪府では「ハートフルアグリ」に関するシンポジウムやマルシェ（農産物の直売）などのイベントの認知（ＳＡ）

　　（参加したことがある。参加したことはないが知っている。聞いたような気がする。

　　　よく覚えていない。知らない）

Ｑ６　【認知層】「ハートフルアグリ」の農産物の購入経験（ＳＡ）

　　　（「購入したことがある」「売っているのを見たことがある」・・）

Ｑ７　「ハートフルアグリ」の農産物に対するイメージ（表組）（各項目に対してどう思うか）

（品質、安全安心、価格、丁寧に作られている、など）

※「ハートフルアグリ」の障がい者が作業することによる特徴（一つひとつ手作業）の説明

Ｑ８　「ハートフルアグリ」の農産物を購入したいと思うか（ＳＡ）

Ｑ９　【購入希望層】それはどのような理由からですか（ＭＡ）

Ｑ１０【購入非希望層】それはどのような理由からですか（ＳＡ）

Ｑ１１　「ハートフルアグリ」の農産物の売り場等で購入を促す（参考にする）情報（表示）（ＭＡ）

（品質がわかる表示、障がい者の作業内容・風景の写真、障がい者自身のコメントなど）

　Ｑ１２　「ハートフルアグリ」に取り組む（障がい者を雇用する）農業者や農業を行う企業に対して印象等（ＭＡ）

　　　（イメージがよい。関心・興味がある。応援したくなる。特に何も思わない。その他）

　Ｑ１３　「ハートフルアグリ」に興味・関心を持つ情報や取組み（ＭＡ）

　　　（販売店舗の情報、味わえる料理店の情報、生産者・場所の情報、生産現場の見学、商品の情報、マルシェ、取組みの講演会・セミナー、その他）

Ｑ１４　　Ｑ１３の情報はどのような媒体であればあなたに伝わるか（ＭＡ）

　　（①大阪府ホームページ、②メルマガ・・・・）

Ｑ１５　障がい者が製造に携わった授産品等（農産物に限らず）を購入したことがあるか（ＳＡ）

Ｑ１６　障がい者が製造に携わった授産品等を購入できるところがあれば購入するか（ＳＡ）

Ｑ１７　国が進める「ノウフク（農福）」の認知（ＳＡ）

（聞いたことがあり、内容も知っている、内容は知っているが、言葉は聞いたことがない　など）

Ｑ１８　【認知層】どのような媒体で知ったか（ＭＡ）

　　　（ホームページ、Facebook、メルマガ、新聞、テレビ・ラジオ、イベント、・・その他）

Ｑ１９　ボランティア活動の経験等

Ｑ２０　子どもの有無（同居、未成年）

**５．検証方法**

仮説１）Ｑ８（購入希望の有無）×Ｑ１５、Ｑ１６（障がい者の作った製品の購入）、

Ｑ１９（ボランティア経験等）

仮説２）Ｑ８（購入希望の有無）×Ｑ２（野菜購入の最も重視（価格or品質、安全・安心）

仮説３）Ｑ８（購入希望の有無）×Ｑ７（品質に対するイメージ等）

仮説４）Ｑ８（購入希望の有無）×性別、年代、Ｑ２０（子どもの有無）