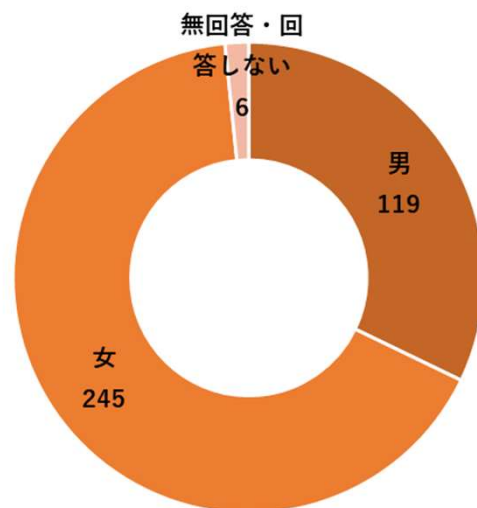


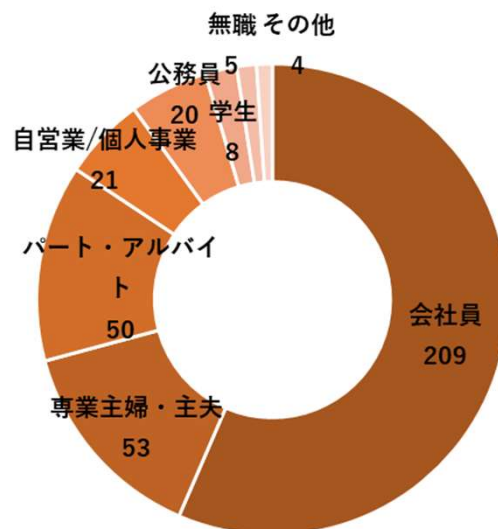
狛江ブランド農産物 認知度調査アンケート

実施期間 : 2022年12月2日～8日
回答数(n) : 370
集計方法 : ブランド農産物の認知度、購買頻度、イメージは20代～40代の回答のみ集計。
「狛江ブランド農産物 認知度拡大キャンペーン」実施前の調査（2022年6月）と比較。

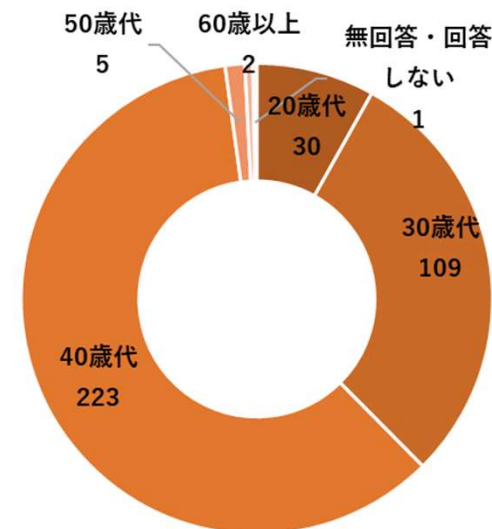
性別



年代



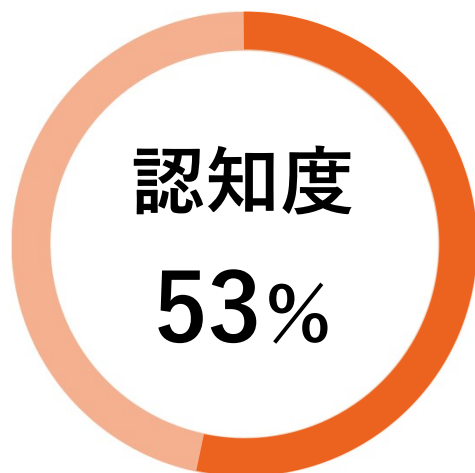
職業



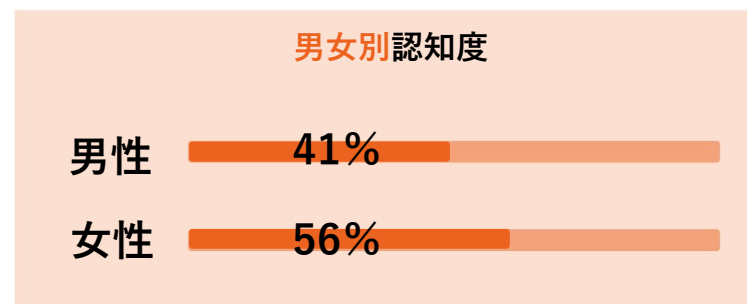
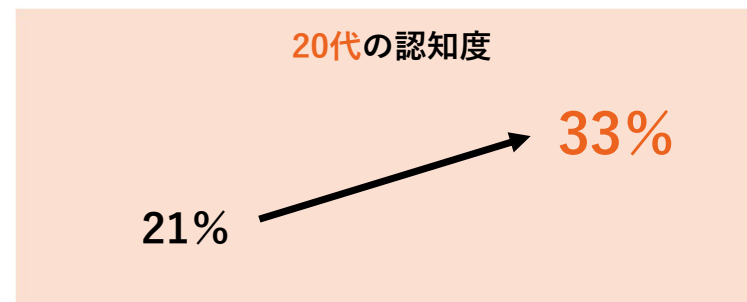
狛江ブランド農産物 認知度調査アンケート

■ 狛江ブランド農産物を知っていますか。

(どのような農産物か知っていた / 名前は聞いたことがあった・「狛ベジちゃん」のロゴマークは見たことがあった / 知らなかった / その他)



- ▶ キャンペーン前の調査の57%より4%減。
- ▶ 20代の認知度は、キャンペーン実施後12%増。
- ▶ 男女別では、女性の方が認知度が高い。

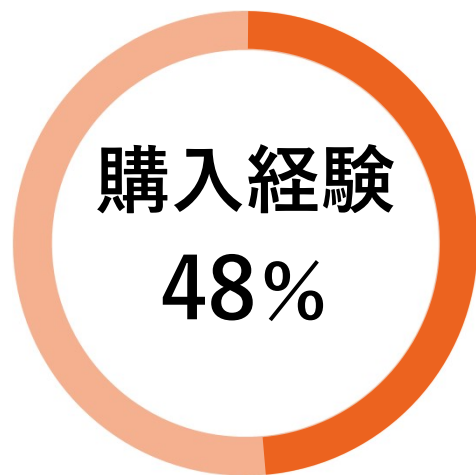


※認知度…「どのような農産物か知っていた」、「名前は聞いたことがあった・『狛ベジちゃん』のロゴマークは見たことがあった」の合計値

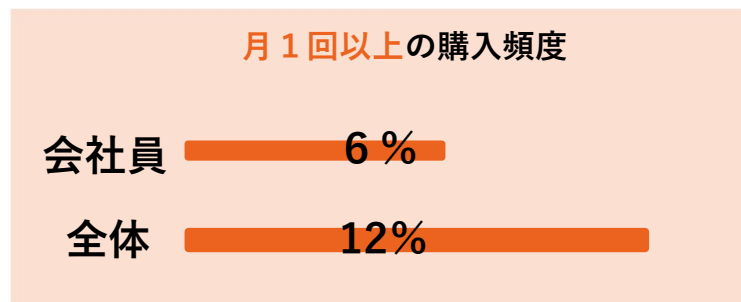
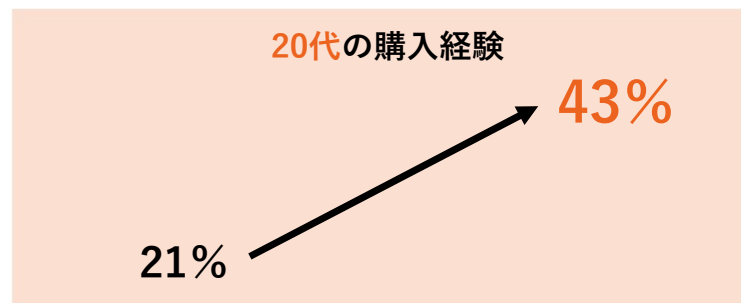
狛江ブランド農産物 認知度調査アンケート

■これまでに、狛江ブランド農産物を買ったことがありますか。

(いつも買っている (目安: 月1回以上) / たまに買っている (目安: 年に数回程度) / 買ったことがある (目安: 年に数回未満) / 買ったことがない / 覚えていない・分からない)



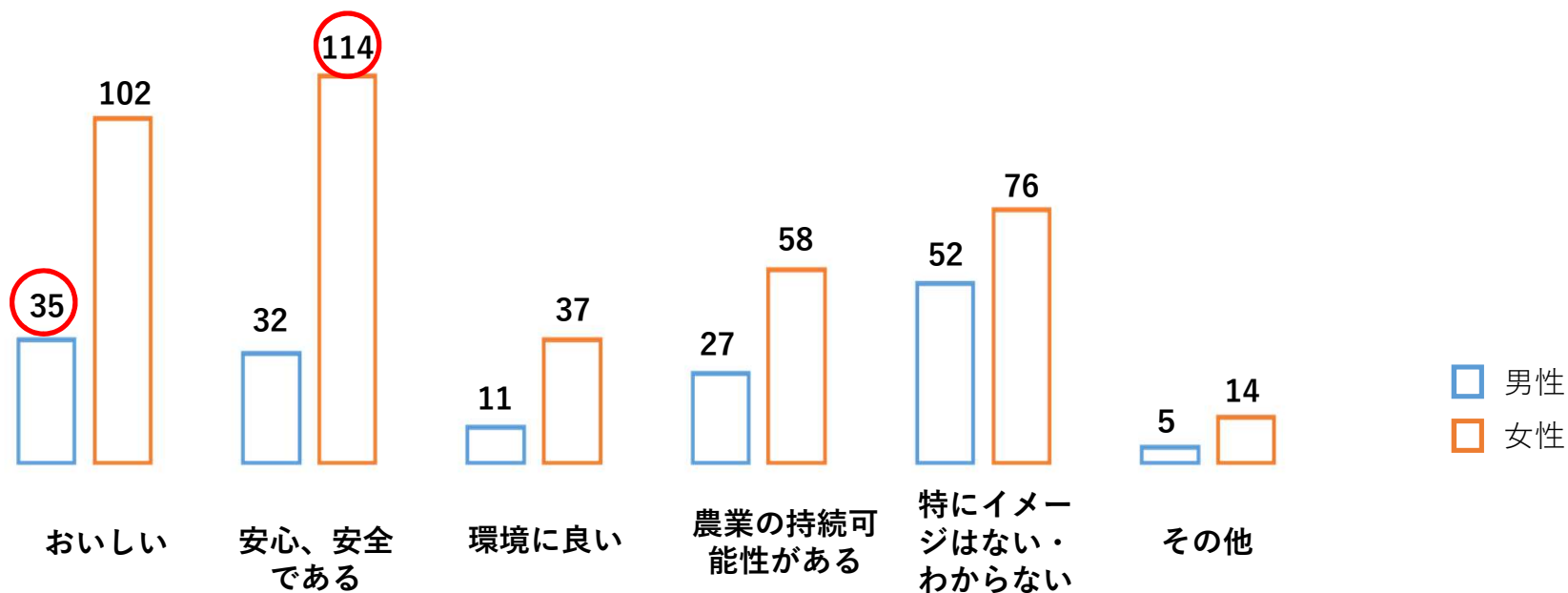
- ▶キャンペーン前の調査の56%より8%減。
- ▶購入したことがある人の割合は、**20代**で22%増。
- ▶全体と比較して、**会社員**は定期的に購入している人の割合が低い。



※購買経験…「いつも買っている (目安: 月1回以上)」、「たまに買っている (目安: 年に数回程度)」、「買ったことがある (目安: 年に数回未満)」の合計値。

狛江ブランド農産物 認知度調査アンケート

■ 狛江ブランド農産物に、どのようなイメージがありますか。（複数回答可）



- ・ 男性は「おいしい」、女性は「安心、安全」のイメージを持っている傾向。
- ・ 男女共に「イメージはない・わからない」が一定層おり、他の農産物との差別化を図りたい。