

結城ブランドアンケート 調査結果

令和4年2月

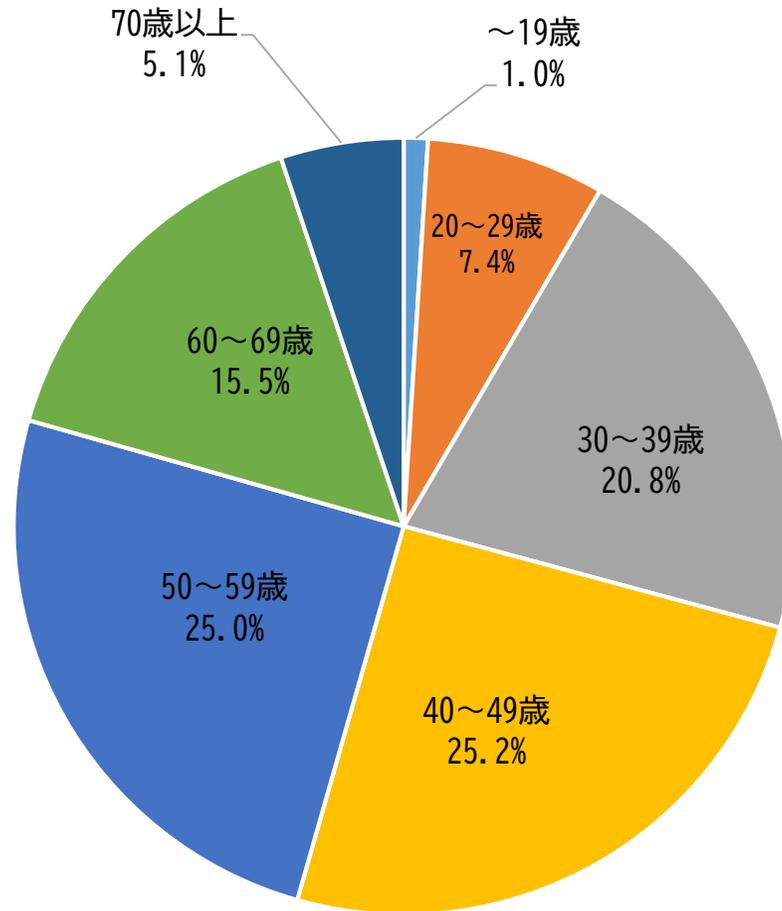
結城市総務部秘書課シティプロモーション係

アンケートの概要

◆今後の結城ブランドの運営の参考とするため実施

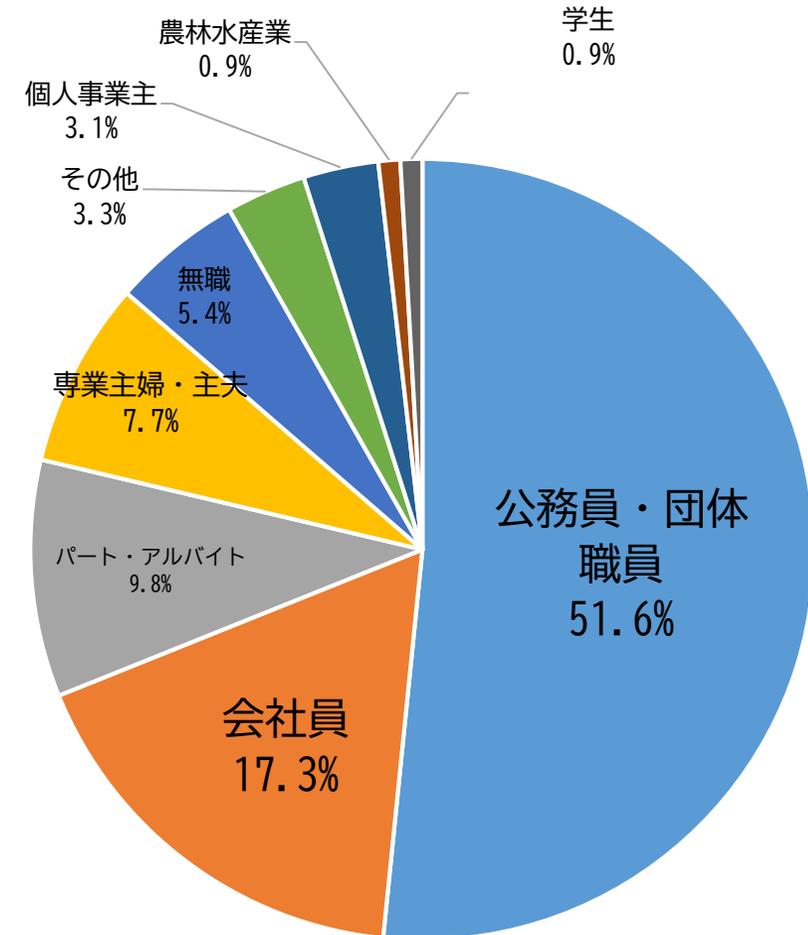
- 回答期間：令和3年12月23日～令和4年1月12日
- 回答方法：結城市ホームページ
- 周知方法：結城市LINE公式アカウント、結城市公式Twitter
- 回答件数：814件

年代別回答者



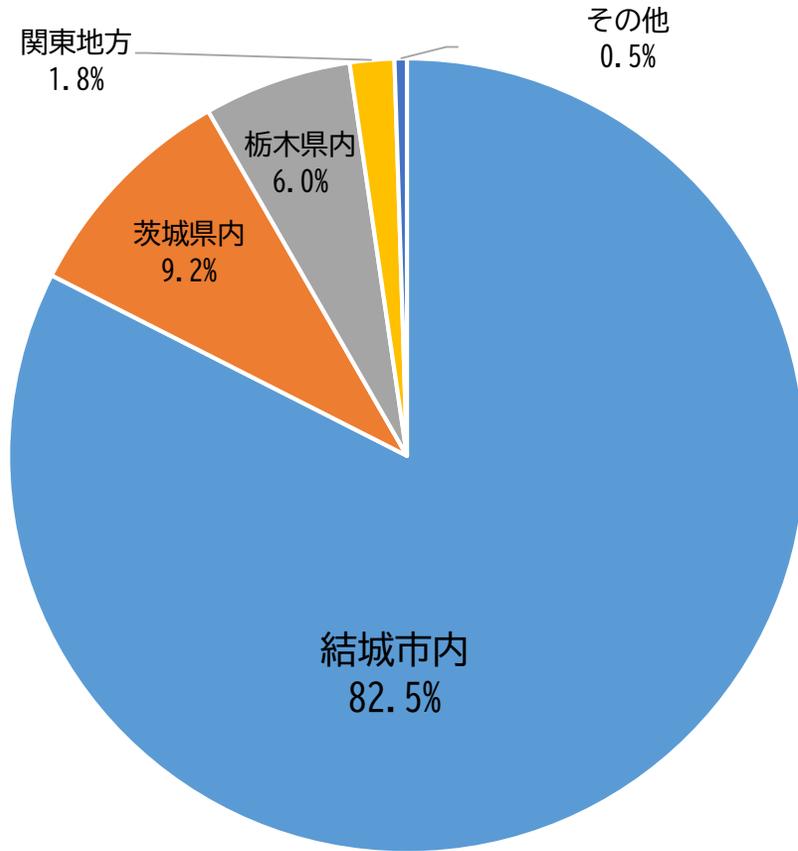
20代以下の回答が8.4%と少ないが、それ以外の年代は約20%ずつで満遍なく回答を得られた。

職業別回答者



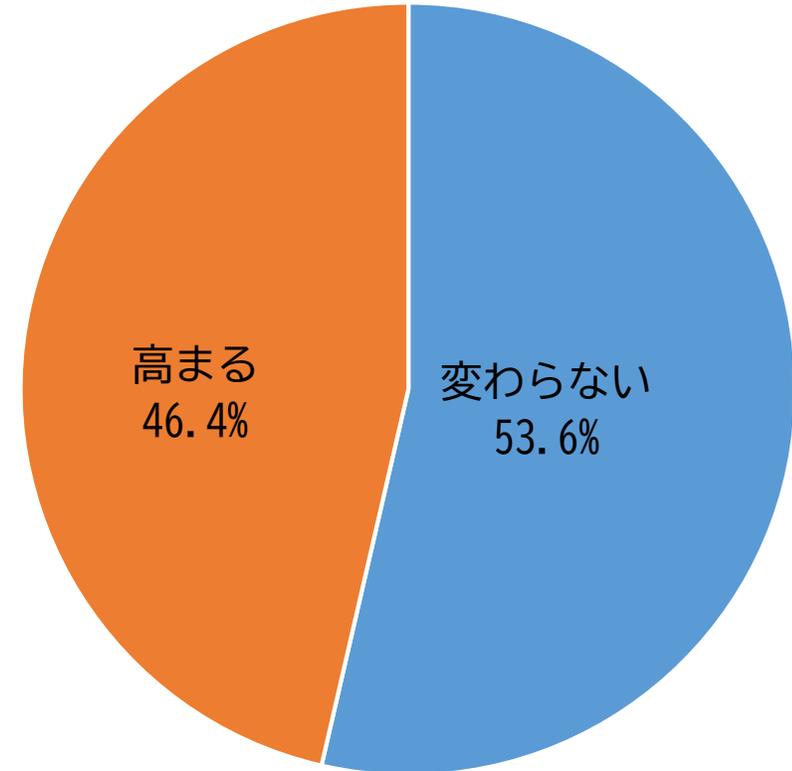
約半分が公務員・団体職員の回答となった。

居住地別回答者



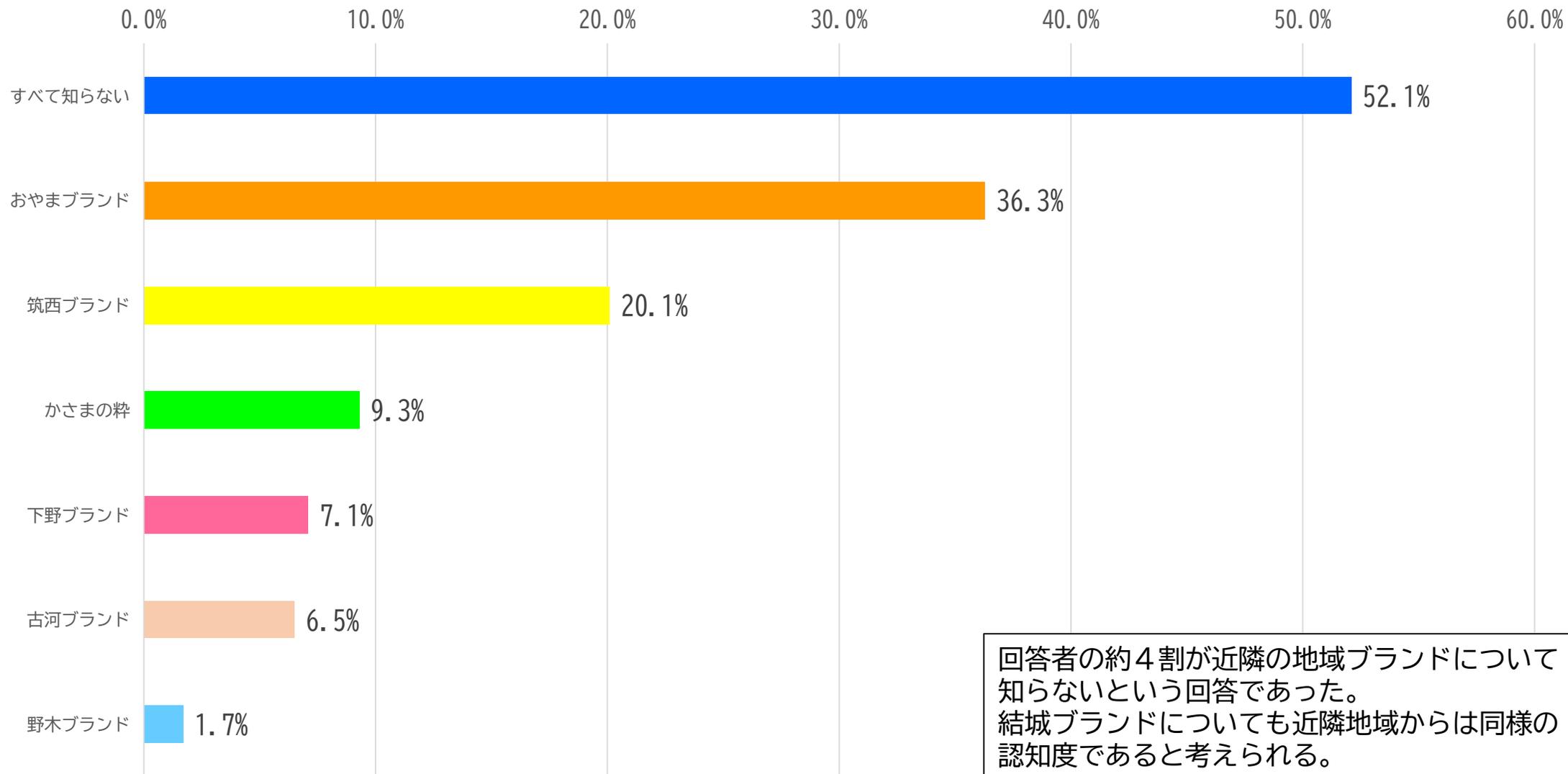
回答者8割が市内在住者の回答で、9割が茨城県内在住者の回答となった。

ブランド化による購入意欲の変化

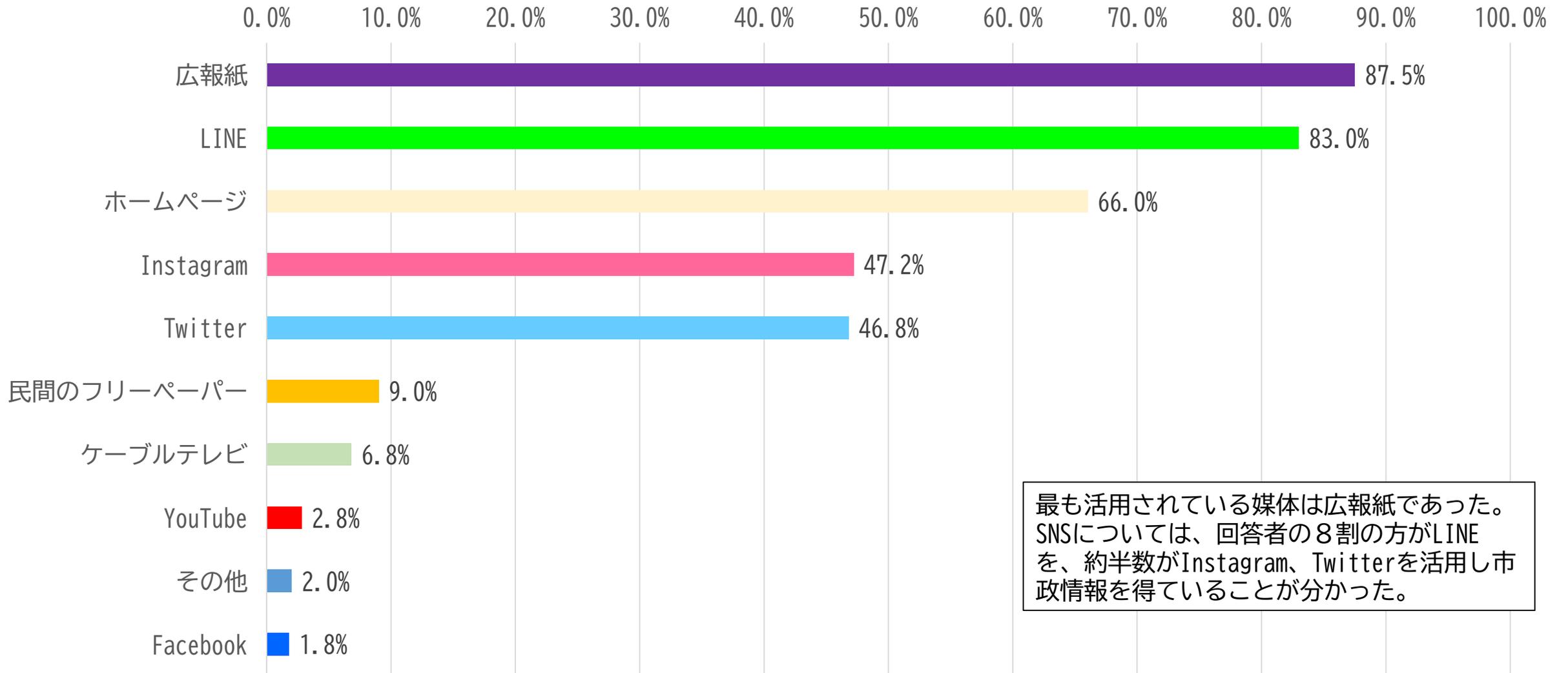


ブランド化による購入意欲について、「変わらない」という回答がわずかに「高まる」を上回った。

近隣の地域ブランドの認知状況

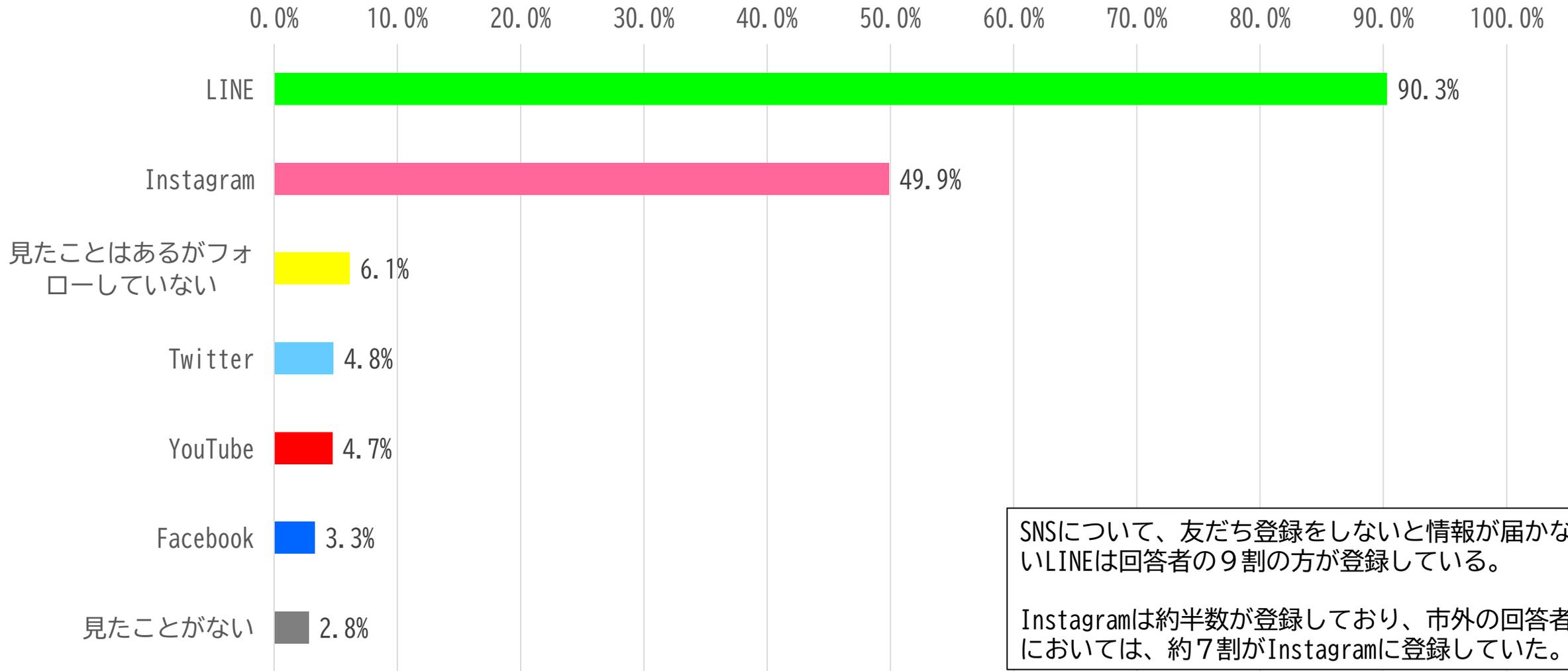


市政情報の取得方法



最も活用されている媒体は広報紙であった。SNSについては、回答者の8割の方がLINEを、約半数がInstagram、Twitterを活用し市政情報を得ていることが分かった。

結城市公式SNSの登録状況



SNSについて、友だち登録をしないと情報が届かないLINEは回答者の9割の方が登録している。

Instagramは約半数が登録しており、市外の回答者においては、約7割がInstagramに登録していた。

今後の結城ブランド

