

熊谷市 御中

令和 6 年度都市ポータルアプリ
「クマぶら」運用業務
業務報告書

令和 7 年 3 月 31 日

日本電気株式会社

目 次

1	実施内容.....	1
1.1	実施概要.....	1
1.1.1	事業概要.....	1
1.1.2	課題.....	1
1.1.3	解決策.....	1
1.2	施策の内容・方法.....	1
1.2.1	概要.....	1
1.2.2	実行スケジュール.....	2
1.3	施策.....	3
1.3.1	クーポン.....	3
1.3.2	雪くまスタンプラリー.....	4
	クーポン発行店一覧 （13 店舗）.....	4
1.3.3	スポーツスタンプラリー.....	5
1.3.4	謎解きイベント.....	6
1.3.5	暑さ対策スマートパッケージ.....	7
1.3.6	クールシェアスポットスタンプラリー.....	8
1.4	対象地域.....	9
1.4.1	通常クーポン.....	9
1.4.2	雪くまクーポン.....	10
1.4.3	雪くまスタンプラリー.....	11
1.4.4	スポーツスタンプラリー.....	12
1.4.5	謎解きイベント.....	12
1.4.6	暑さ対策スマートパッケージ.....	13

1.4.7	クールシェアスポットスタンプラリー	14
1.5	「クマぶら」システム構成	15
1.6	取得データ	16
1.6.1	「クマぶら」への登録情報	16
1.6.2	「クマぶら」内の操作情報	16
1.6.3	アンケート	16
1.7	データ分析	17
1.7.1	分析概要	17
1.7.2	分析方法	17
1.7.2.1	熊谷市の視点	17
1.7.2.2	利用者行動の視点	17
1.8	熊谷まちあるきアプリ「クマぶら」仕様	17
1.8.1	機能／コンテンツ	17
1.8.2	画面遷移	18
1.8.2.1	クーポン（ジャンル一覧から探す）	18
1.8.2.2	クーポン（現在地近くのクーポン）	18
1.8.2.3	雪くまスタンプラリー	19
1.8.2.4	スポーツスタンプラリー	19
1.8.2.5	謎解きイベント	19
1.8.2.6	暑さ対策スマートパッケージ	20
1.8.2.7	クールシェアスポットスタンプラリー	20
1.9	告知	21
1.9.1	雪くまスタンプラリー	21
1.9.2	スポーツスタンプラリー	22
1.9.3	謎解きイベント	22
2	分析報告	23
2.1	実施施策の結果（KPI と実測値の比較）	23

2.2	データ分析① クマぶら基礎データからの考察.....	24
2.2.1	考察とまとめ.....	24
2.2.2	LINE 公式アカウント登録推移、クマぶらユーザー登録推移.....	24
2.2.3	「クマぶら」登録者属性.....	25
2.2.4	年度末アンケートデータ（クマぶら全体）.....	26
2.3	データ分析② チャット bot/コンテンツ参照/お気に入り登録結果からの考察.....	30
2.3.1	考察.....	30
2.3.2	チャット bot 利用データ.....	31
2.3.3	コンテンツ利用データ.....	32
2.3.4	お気に入り利用データ.....	33
2.3.5	外部 URL 参照データ.....	34
	データ分析③ 雪くまスタンプラリー結果からの考察.....	35
2.4.1	考察.....	35
2.4.2	スタンプラリー基本データ.....	36
2.4.3	スタンプラリー参加者属性データ.....	38
2.4.4	スタンプラリー店舗別スタンプ取得データ.....	39
2.4.5	雪くまクーポン利用データ.....	40
2.4.6	雪くまスタンプラリーに関するアンケートデータ.....	42
	2.4.6.1 スタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）.....	42
	2.4.6.2 スタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）.....	43
2.4	データ分析④ 謎解きイベント結果からの考察.....	44
2.5.1	考察.....	44
2.5.2	謎解きイベント基本データ.....	45
2.5.3	謎解きイベント参加者属性データ.....	46
2.5.4	謎解きイベントクーポン利用データ.....	47
2.5.5	謎解きイベントに関するアンケートデータ.....	48
2.5	データ分析⑤ スポーツスタンプラリー結果からの考察.....	50

2.6.1	考察.....	50
2.6.2	スタンプラリー基本データ	51
2.6.3	スタンプラリー参加者属性データ	53
2.6.4	スポーツスタンプラリーに関するアンケートデータ.....	54
2.6.4.1	スタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）	55
2.6.4.2	スタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）	57
2.6.4.3	スタンプラリーに関するアンケートデータ（共通）	58
2.6	データ分析⑥ 暑さ対策スマートパッケージ結果からの考察	60
2.7.1	考察.....	60
2.7.2	クマぶらからの動線（アクセス）データ	61
2.7.3	クールシェアスポット・クマポ付与施策データ	62
2.7.4	暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ.....	65
2.7.4.1	暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（全体・共通）	65
2.7.4.2	暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（利用者）	67
2.7.4.3	暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（未利用者）	69
2.7	データ分析⑦ クールシェアスポットスタンプラリー結果からの考察	70
2.8.1	考察.....	70
2.8.2	スタンプラリーデータ	71
2.8.3	クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ	72
2.8.3.1	クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（全体・共通）	72
2.8.3.2	クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）	73
2.8.3.3	クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）	76

2.8	データ分析⑧ 通常クーポン利用データからの考察.....	77
2.9.1	考察.....	77
2.9.2	通常クーポン利用データ	78
2.9.3	年度末アンケートデータ（クーポン）	80
2.9	データ分析⑨ 年度末アンケートからの考察	82
2.10.1	考察.....	82
2.10.2	年度末アンケートデータ（イベント）	83
2.10.3	年度末アンケートデータ（クマ PAY）	85
2.10.4	年度末アンケートデータ（クマポ）	95
2.10.5	年度末アンケートデータ（ゆうゆうバススマホ回数券）	100
2.10	総論.....	103

1 実施内容

1.1 実施概要

1.1.1 事業概要

熊谷市 LINE 公式アカウントと連携するミニアプリサービス「FORESTIS」を活用した都市ポータルアプリ「クマぶら」の利便性向上を図るため、プッシュ配信、スタンプラリー、マップ機能等の「FORESTIS」のサービスを各施策で活用し、利用者の属性データや行動データ、アンケートを取得し、データ分析を行うことで施策の改善や新たな施策の発掘に繋げていく。

また、クマぶらを都市サービスポータル（全ての入り口）として、令和 6 年度に熊谷市の事業と予定されている事業やサービスと連携・接続し、複数サービスとの連携による機能拡張を行うことで、利用者の利便性の向上を図る。

1.1.2 課題

熊谷市も、人口減少という課題に直面しており、その課題に対応するため、交流人口・関係人口の増大を目指し、まちづくりを進めている。地域資源である熊谷スポーツ文化公園や熊谷花火大会、熊谷うちわ祭りと言った各種イベント施策にて集客を図っているが、利用者・訪問者の多くはまちなかへの回遊を行わず経済的にも効果が限定的となっており、交流人口・関係人口の増大につなげる施策が期待される。

1.1.3 解決策

交流人口・関係人口の増大に向け、熊谷で快適に効率よく過ごすためのコンテンツ（クーポン、店舗、スポーツ等のまち情報）が簡便な方法ですぐに手に入るシーンを作ることによって回遊性を促進する。

令和 5 年度から熊谷スマートシティの全ての入り口としてリニューアルを行ったがより一層、利用者が「使いやすい」「探しやすい」リッチメニュー構成、イメージマップ構成を実装する。

将来的にアプリの民間自立運営を目指し、利用者の増加を図る。熊谷市が実施する事業やイベントとの連携強化や、プロスポーツチームとの連携も強化し利用者の増加に努める。また、サービスの質の向上を図るため、鮮度の高い情報提供を実施する。

1.2 施策の内容・方法

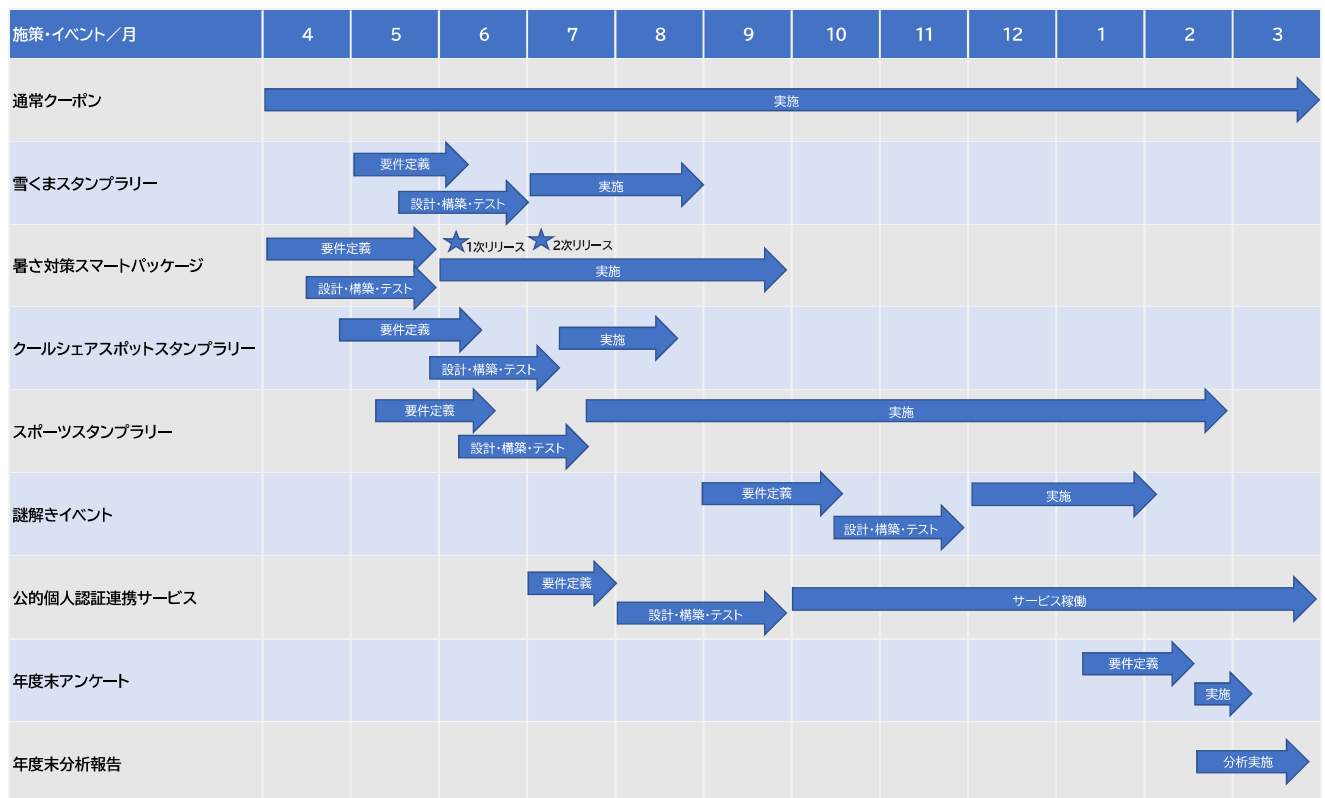
1.2.1 概要

各施策の企画時に前提、制約、想定、ペルソナ像を明らかにし、施策目的を達成するために既設施策であれば前回の振り返りを参考に「仮説（利用者像）」「目標値（データ取得・分析観点）」を設定する。

定量的に測定結果、定性的な総括をアウトプットし、次の施策につながる振り返りを視野に施策を企画検討する。

アンケートを行い、データ分析時に保管するために定量的、定性的データを調査し取得する。

1.2.2 実行スケジュール



1.3 施策

1.3.1 クーポン

利用者は「クマぶら」利用開始時にプロフィール（性別／年代／お住まい）を登録し、行政サービス情報、熊谷の店舗情報（グルメ、グッズ、美容リラクゼーション、エンタメカルチャー等）、スポーツ情報、施設情報、イベント情報を「クマぶら」のリッチメニュー内の「知る」「使う」「楽しむ」タブをタップすることで閲覧できる環境を提供する。

クーポン消費行動をまちの回遊の結果、消費の活性化と捉え、定量的に評価するとともに、アンケートでクーポンの利用動機、利用しなかった理由を確認し効果検証を行う。

No.	店名	クーポンカテゴリ										クーポン内容
		レストラン・カフェ・ファストフード	居酒屋・和食	和菓子・洋菓子・ベーカリー	焼肉・中華	うどん・そば	食品	惣菜	グッズ	美容・リラクゼーション	エンタメ・カルチャー	
1	ショコラティエ・アヌーク	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	お会計から5%OFF
2	そば処 木村屋	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-	熊谷うどん大盛無料(もり・かけ)
3	ダイニング酒場 極	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ドリンク一杯プレゼント
4	自然食料理処 田へい	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	デザートサービス
5	小さな洋食屋 Bell Tree	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	大盛無料または焼き菓子1品プレゼント
6	ワイルドナイツ カフェ	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ワイルドナイツカステラを1個プレゼント
7	ウスキングベーグル	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	みそばんペーコ1個サービス
8	右伝 ニシダ池	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	お試しプチ会費プレゼント
9	さわたアズロード店	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	チーズ大福1個プレゼント
10	キャップ・ラガーズ クラブハウス熊谷	○	-	-	-	-	-	-	○	-	-	お会計から5%OFF
11	十一屋	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ファーストドリンクサービス
12	酒場工房 神や	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ハイボールまたはウーロン茶サービス
13	秋餅うどん 和み	-	○	-	-	○	-	-	-	-	-	天ぷら1個サービス
14	紅葉屋本店アズロード店	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	五穀粉バラ3本プレゼント
15	Akimoto Coffee Roasters	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	コーヒー豆20%増量
16	菓子司 三河屋	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	2,000円（税込）以上お買い上げのお客様に当店指定のお菓子をプレゼント
17	簡米本店	-	-	-	-	-	○	-	-	-	-	上からあげ、ピリ辛ハーフチキン10%OFF
18	花堤	-	-	○	-	-	-	-	-	-	-	五穀宝金品10%OFF
19	焼肉 英	-	-	-	○	-	-	-	-	-	-	牛タン塩(焼)一皿、キムチ盛り合わせいずれかサービス
20	酒蔵はっかい	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ファーストドリンクサービス
21	カチドキ	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ファーストドリンクサービス
22	酔拳	-	○	-	○	-	-	-	-	-	-	1 膳人気麻婆豆腐 1 皿サービス
23	創作酒席吉左右	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	ハイボールまたはウーロン茶サービス
24	PLACE COFFEE	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	ドリンク一杯プレゼント10%OFF
25	グラスアークス	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	くもり止めクロスをプレゼント
26	熊谷温泉 温泉の里	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	通常大人入館料50円引き & 65歳以上お客様ソフトドリンクサービス
27	整体サロンHarmonia	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	初回施術料（60分）8,500円が67%OFFの3,980円
28	リラクゼーション&ビューティーaura	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	5分延長無料（600円相当）
29	シネティアラ21	-	-	-	-	-	-	-	-	-	○	大人300円引き、小人200円引き
30	Flower shop 花松	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	一輪挿し用のお花プレゼント
31	いつみ寿司	-	○	-	-	-	-	-	-	-	-	お寿司ご注文の方一貫サービス
32	FRUITFUL COFFEE	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	お食事をご注文の方1ドリンクサービス(アルコールを除く)
33	新日本整体総合学院 熊谷校	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	「整体コース」又は「足つぼコース」入学の方、『入学金（5万円）無料』&『受講学費30%off』
34	リラックス整体院 えびす	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	「整体（又は足つぼ）60分コース 5,280円」を今回、3,850円（税抜 3,500円）で提供
35	Coworking Space DayOne	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	・1 Day Passport 先着5名100円引き・従業員様 お菓子1個プレゼント
36	イタリア食堂ピッコロ	○	-	-	-	-	-	-	-	-	-	く月～水曜日限定>ご利用料金を10%割引
37	moana8	-	-	-	-	-	-	-	○	-	-	2,200円以上のお買い物でハワイアングッズプレゼント
38	La.Moon~eye lash & hair make~	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	「クラチンブースト」「コーティング剤」仕上げオプションサービス
39	熊谷うどん 熊たまや	-	-	-	-	○	-	-	-	-	-	ソフトドリンク1杯サービス
40	Golf接待館	-	-	-	-	-	-	-	-	○	○	ゴルフ観戦60分 ¥9,900→ ¥5,000
41	レイディバードカラー	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	新着の方：根元白髪染め+高濃度度染泉シャワー+2 STEPプレミアムトリートメント4,560円→2,980円
42	BLANC PURE プランビュア 公式SHOP	-	-	-	-	-	-	-	-	○	-	ホワイトブースターセラムN25 30g 対象20%OFF※通常価格4,290円(税込)→3,432円(税込)

クーポン発行店一覧 02/28 時点（42 店舗）

1.3.2 雪くまスタンプラリー

クマぶら利用促進の一環として、「雪くま」を楽しむことを対象としたスタンプラリーを実施し、熊谷のブランドかき氷「雪くま」を提供する店舗に訪れる機会を提供することで、新たな「雪くま」のファンを創出するとともに、まちの回遊の促進や地域経済活性化を図る。

実施期間は2024/07/01（土）～2024/09/01（日）とし、対象店舗（スタンプ）を28店舗、スタンプ3個獲得で抽選にて200名にオリジナルステッカー、スタンプ10個獲得で抽選にて30名にオリジナル手ぬぐい、スタンプ20個獲得で抽選にて20名にオリジナルスプーン、スタンプ28個獲得で抽選にて15名にオリジナル扇子をプレゼントすることでまち回遊の促進を図る。（※実施中1店舗減となり全27店舗で実施。）

No.	店舗名	雪くま名称	P R 文
1	食堂 いわ瀬	雪くま ミルク	世界遺産の「富士山」をイメージした雪くまをご堪能下さい。
2	崎崎屋	梅こおり	熊谷農業高校と崎崎屋の梅で作った梅ジャムとシロップのさっぱり味の雪くまです。
3	臨水亭 アズ店	水出しコーヒー雪くま	長時間かけて静かに抽出します。寝釈に使った珈琲豆の風味とアロマが楽しめます。
4	道の駅めぬま サラダ館	雪くま ミルキーローズ	道の駅めぬまのバラ園にちなんだ雪くまです。当店人気のバラのジェラートも添えて！！
5	こうなん農産加工倶楽部 なご味	雪ホタル	ふわふわのかき氷に手作りブルーベリーシロップをかけ、白玉で作ったホタルをかざる。
6	シノン洋菓子店	イチゴレアチーズ	特製生クリームとチーズソース、いちごソースの豪華な組み合わせをお楽しみください。
7	ホテルヘリテイジ・リゾート「四季の湯温泉」	香り豊かな抹茶あずき	北海道大納言あずきと高級宇治抹茶を使用した雪くまです。
8	大福茶屋さわた	これがうわさのちーずの雪くま	定番ちーずの雪くまに今年は生ソースを色々アレンジしてみました。イチゴ。マンゴー。レモン。
9	シネティアラ21	夏季氷	キャラメルポップコーンなどを加え、映画館ならではの雪くまに仕上げました。
10	茶の西田園	抹茶と玄米のキャラメルミルク	キャラメルミルクをベースに、抹茶のほろ苦さと玄米の香ばしさを味わえる逸品です。
11	Cinnamon Café	しょうがとシナモンのかき氷	ピリッと甘辛い、大人のかき氷です。
12	PUBLIC LOUNGE	桃の雪くま	最高級の桃をまるごと使用した究極の雪くまをぜひ。
13	そば処 木村屋	むらさきいも	夏の大人気メニュー、むらさきいも。濃厚な芋ソースとかりかりの手けんぴがのっています。
14	市場の食卓 ブッチャーズハウス	くりーむハニーレモン	ふわふわの氷の中に生クリームをいれ、熊谷産蜂蜜入りのハニーレモンシロップをかけました。
15	和洋菓子 三河屋	梅三（ごんぞう）	酒粕の旨味と芳醇な香りをソースにした逸品です。あんこ・だんご・ソース、すべて自家製です。
16	満願堂	つぶつぶイチゴ	いちごをたっぷり使ったオリジナルソースは甘酸っぱい王道の味。
17	植竹製菓	熊谷産きなことクリームあずき	北海道産の生クリームに添えりきなことソース。自家製粉をのせ懐かしも新しい味。
18	ごちそう屋	雪くま寿みく	お風呂上りにふわふわの雪くまをぜひご賞味ください。
19	ハレニワ食堂	果肉たっぷりソースの南国パイン&レモン	パインとレモンの甘酸っぱさが、夏にぴったり！豪快に盛り付けた雪くまです。
20	ピッツァアブリマヴェーラ	インディゴパイン	台湾パインと沖縄パインを煮詰めて作ったソースに植物由来の無添加の染料で染め上げたインディゴ色にこだわりました。
21	バックパッカーズランチ	マンゴーココナッツミルク雪くま	濃厚なココナッツシロップとさっぱりマンゴーのハーモニー♪クラッシュピーナッツがアクセント
22	月うさぎ	チョコバナナクリーム	定番のチョコバナナに生クリームが乗ったよ！
23	けずりひ島田	抹茶音（ずいふよう）	牛乳から手作りしたミルクやアサイーなど3層の味の変化を楽しめる贅沢な一杯です。
24	福笑い	ミルクいちご	熊谷産いちごと甘いミルクが程よく調和。
25	FORTE blu（フォルテ ブル）	ベルガモット香る大人の檸檬米“フォルテブルー”	イタリア産の柑橘ベルガモットとレモン、バタフライピーを使った上品な柑橘シロップです。
26	HSKWKF ホシカワカフェ	自家焙煎コーヒーとアーモンドミルクのエスプーマ	国内外のコーヒーフェスティバルで賞状を頂いてきた実力派コーヒーを雪くまでもどうぞ
27	わがアパ“サ”〜熊谷（サ〜&サ〜）	宇治金時&いちごミルク	宇治抹茶といちごソースが絶妙にマッチ。味の変化を楽しめるハーフ&ハーフが人気。
28	カフェ Lani a yuan	いちごミルク	人気厚ミルクは、生いちごソースと中も外も美味しくしてミルクと甘酸っぱさが最高の逸品。

雪くま店舗一覧 （28店舗）⇒8月より（27店舗）

※「カフェ Lani a yuan」が閉店

No.	店名	クーポンカテゴリ	クーポン内容
		雪くま	
1	シノン洋菓子店	○	雪くまクーポン【50円引き】
2	大福茶屋さわた	○	雪くまクーポン【50円引き】
3	シネティアラ21	○	雪くまクーポン【50円引き】
4	そば処 木村屋	○	雪くまクーポン【50円引き】
5	市場の食卓 ブッチャーズハウス	○	雪くまクーポン【100円引き】
6	和洋菓子 三河屋	○	雪くまクーポン【50円引き】
7	満願堂	○	雪くまクーポン【50円引き】
8	植竹製菓	○	雪くまクーポン【100円引き】
9	バックパッカーズランチ	○	雪くまクーポン【50円引き】
10	月うさぎ	○	雪くまクーポン【50円引き】
11	けずりひ島田	○	雪くまクーポン【100円引き】
12	FORTE blu（フォルテ ブル）	○	雪くまクーポン【100円引き】
13	HSKWKF ホシカワカフェ	○	雪くまクーポン【50円引き】

クーポン発行店一覧 （13店舗）

1.3.3 スポーツスタンプラリー

熊谷市で活動するスポーツチーム（埼玉パナソニックワイルドナイツ、ちふれASエルフェン埼玉、ARUKAS KUMAGAYA、埼玉武蔵ヒートベアーズ）と連携したスタンプラリーを開催することでスポーツファン及び利用者数の増加、まち回遊の促進を図る。

スタンプ規定数を各チーム3スタンプとし、全12スタンプとする。スタンプ4個獲得で抽選にて50名にクマPAYカード型3,000円分、各チームスタンプ2個獲得で抽選にて25名ずつ各チームグッズ、スタンプ9個で全員に名前入りサイン写真をプレゼントすることでスポーツスタンプラリー参加促進、市内店舗の消費の活性化も同時に狙う。

実施後にアンケートを取得し、スタンプラリーによってまちあるきのきっかけになったのか、スポーツチームの試合や公開練習を観に行くきっかけになったのかを確認する。

実施期間は2024/07/24（水）～2025/02/23（日）とし、対象イベントは以下とする。

開催日	対戦チーム
<埼玉武蔵ヒートベアーズ>	
2024/07/24（水）	2024年ルートインBCリーグ公式戦 VS 福島レッドホープス 熊谷さくら運動公園野球場 18:00PB
2024/07/30（火）	2024年ルートインBCリーグ公式戦 VS 神奈川フューチャードリームス 熊谷さくら運動公園野球場 18:00PB
2023/07/31（水）	2024年ルートインBCリーグ公式戦 VS 茨城アストロプラネッツ 熊谷さくら運動公園野球場 18:00PB
<ARUKAS KUMAGAYA>	
2024/09/22（日）	公開練習（立正大学熊谷キャンパス） 08:15～09:45
2024/11/02（土）	公開練習（立正大学熊谷キャンパス） 15:00～16:30
2024/12/22（日）	公開練習（立正大学熊谷キャンパス） 09:30～11:00
<ちふれASエルフェン埼玉>	
2024/08/31（土）	2024-25WEリーグクラシエカップ VS ジェフ千葉レディース 熊谷スポーツ文化公園陸上競技場 18:00KO
2024/10/14（月）	2024-25SOMPO WEリーグ VS ジェフ千葉レディース 熊谷スポーツ文化公園陸上競技場 13:00KO
2024/11/10（日）	2024-25SOMPO WEリーグ VS INAC神戸レオネッサ 熊谷スポーツ文化公園陸上競技場 12:00KO
<埼玉パナソニックワイルドナイツ>	
2024/12/28（土）	NTTジャパンラグビーリーグワン2024-25 VS クボタスピアーズ船橋・東京ベイ 熊谷ラグビー場Aグラウンド 14:30KO
2025/01/12（日）	NTTジャパンラグビーリーグワン2024-25 VS 三重ホンダヒート 熊谷ラグビー場Aグラウンド 14:30KO
2025/02/01（土）	NTTジャパンラグビーリーグワン2024-25 VS 浦安D-Rocks 熊谷ラグビー場Aグラウンド 14:30KO

1.3.4 謎解きイベント

熊谷駅周辺エリアを回遊する謎解きイベントを開催することで、「クマぶら」利用者数増、及びまちあるきを促進する。

実施期間は2024/12/02（月）～2025/02/02（日）までとし、熊谷駅周辺を中心とするエリアに5箇所の謎解きスポットを設置、全6間の謎解きに挑戦してもらう。謎解きゲームをクリアし、アンケートに回答した利用者の中から抽選で1名にナゾトキアドベンチャー賞（Nintendo Switch）、10名にクマPAY賞（クマPAYカード3,000円分）、30名に熊谷まちなめぐり賞（謎解き参加店舗より提供）のプレゼントを行い、また、参加費無料とすることで回遊促進及びイベントの活性化を狙う。

実施後にアンケートを取得し、謎解きイベントによってまち歩きのきっかけになったのか、店舗を知るきっかけになったのかを確認する。

No.	謎解きスポット	クーポンカテゴリ	クーポン内容
		謎解き	
1	さわたアズロード店	○	チーズ大福1個プレゼント
2	ティアラ21		
3	ニットーモール		
4	鳥末本店	○	上からあげ、ピリ辛ハーフチキン10%OFF
5	Flower shop 花松	○	一輪挿し用のお花プレゼント



1.3.5 暑さ対策スマートパッケージ

熊谷市は、暑さの中でも快適に過ごせる機能をパッケージ化したサービス「暑さ対策スマートパッケージ」のリリースを行った。

実施期間は2024/06/01（土）～2024/09/30（月）までとし、まちなかの温熱環境を可視化したシミュレーション画像「まちなかヒートエリア」の表示を行い、まちなかの相対的な暑さの分布を確認できる機能、夏の間、熊谷市内に設置される暑さをしのぐための休憩スポットをマップ上で確認できる「クールシェアスポット」機能、一部のクールシェアスポットでは利用することでクマポを取得できる機能（ボーナスポイント付与期間あり）を実施し、暑い中でもまちなか回遊の促進を図る。

実施後にアンケートを取得し、各機能の利用有無、暑さ対策スマートパッケージの認知度、満足度を確認する。

№	カテゴリ	No	スポット名	クマポ付与スポット
1	Art	1	富士社屋	
2	Art	2	株式会社時田工務店	
3	Art	3	おすまふアートデザイン	
4	Art	4	株式会社 名員不動産	
5	Art	5	熊谷愛書館	
6	Art	6	新熊谷ハウジングセンター	
7	Art	7	南熊谷社銀地住建	
8	Art	8	市販食社米澤材木店 美生活の家展示場	
9	Art	9	大和建設株式会社	
10	Art	10	株式会社広達園	
11	Art	11	熊谷ハウジングステージ	
12	Art	12	株式会社松本材木店 緑風の家	
13	Art	13	コスモ建設株式会社	
14	Art	14	北立花建設事務所	
15	Art	15	陶器教室 陶八さん	
16	Bank	1	熊谷商工信用組合 本店営業部	
17	Bank	2	埼玉信託信用金庫 本店営業部	
18	Bank	3	筑波野銀行 熊谷支店	
19	Bank	4	埼玉信託信用金庫 熊谷東支店	
20	Bank	5	埼玉信託信用金庫 江南支店	
21	Bank	6	埼玉信託信用金庫 熊原支店	
22	Bank	7	熊谷商工信用組合 熊原支店	
23	Bank	8	熊谷商工信用組合 右衛門支店	
24	Bank	9	武蔵野銀行 熊谷東支店	
25	Books	1	熊谷図書館	
26	Books	2	書店図書館	
27	Books	3	江南図書館	
28	Books	4	大里図書館	
29	Child	1	子育て広場「きらきら」	
30	Child	2	子育て支援センター「なかなよしクラブ」	
31	Child	3	子育て支援センター「すずかけ」	
32	Child	4	荒川児童館	
33	Child	5	子育て支援センター「バーシモン」	
34	Child	6	東光児童館	
35	Child	7	くまっぺ広場2	
36	Child	8	子育て広場「にこにこ」	
37	Child	9	ことぶき花ノ木地蔵子育て支援センター「わくわくキッズ」	
38	Child	10	地蔵子育て支援センター「ひだまり」	
39	Child	11	たじまっこ倶楽部	
40	Child	12	上原児童館	
41	Child	13	北沢児童館	
42	Child	14	西光児童館	
43	Child	15	大橋児童館	
44	Child	16	子育て広場「ひのひ」	
45	Child	17	ましろのこころば	
46	Child	18	熊谷駅前・児童ふれあいセンター	
47	Child	19	どんぐりメイト	
48	Child	20	わらしべの里子育てひろばポラン	
49	Child	21	右衛門児童館	
50	Child	22	0・1・2・3さい くまっぺ広場	
№	カテゴリ	No	スポット名	クマポ付与スポット
101	Dining	18	光朋軒うどん 熊原	
102	Dining	19	ファミルドライブサイクリステーション＆カフェ	
103	Dining	20	和風居酒屋かわ 熊谷本店	
104	Dining	21	レストラン アミューゼ	
105	Dining	22	レストランとふふみ 熊原店	
106	Dining	23	シンソウ洋菓子店	
107	Dining	24	ビッツァファミリアグェーラ	
108	Dining	25	レストランとふふみ 熊谷総店	
109	Dining	26	道の駅めま	
110	Dining	27	ホテルシティフィールド お食事処 和	
111	Health & Beauty	1	Cut Shop プロセス	●
112	Health & Beauty	2	美容室バーム熊谷店	●
113	Health & Beauty	3	ササギヘア美容	●
114	Health & Beauty	4	ミヤ美容	●
115	Health & Beauty	5	ハル美容院	●
116	Health & Beauty	6	ヘア・クリエイティブス	●
117	Health & Beauty	7	ヘア&メイク シャワー	●
118	Health & Beauty	8	ター美容院	●
119	Health & Beauty	9	株式会社トミオカ美容	●
120	Health & Beauty	10	ヘアサロン あおぞら	●
121	Health & Beauty	11	ヘアメイク プロサラム 熊谷店	●
122	Health & Beauty	12	タイ古式マッサージ伝統療法KOO	●
123	Health & Beauty	13	リラクセス整体院 えびす	●
124	Health & Beauty	14	熊谷温泉 湯楽の湯	●
125	Health & Beauty	15	山王療養院	●
126	Health & Beauty	16	ビューティハウス1511	●
127	Health & Beauty	17	四季（とき）の湯温泉 ヘリテージリゾート	●
128	Health & Beauty	18	マリオヘアー 熊谷上之店	●
129	Health & Beauty	19	into. (エント)	●
130	Health & Beauty	20	street dance studio AXENT	●
131	Health & Beauty	21	Reposer Hair ルポゼ ヘアー	●
132	Health & Beauty	22	肥後薬局	●
133	Health & Beauty	23	マリオヘアー 熊原店	●
134	Mizuusobi	1	ニッポーモーレびじょびじょ鴨水広場	
135	Mizuusobi	2	龍川 親水広場	
136	Mizuusobi	3	中央公園 カナル鴨水池	
137	Mizuusobi	4	緑リバーサイドパーク ジャブジャブ池	
138	Mizuusobi	5	熊谷スポーツ文化公園 親水広場	
139	Museum	1	プラタタリウム館	
140	Museum	2	大森記念館	
141	Museum	3	江南文化センター	
142	Museum	4	萩野時子記念館	
143	Museum	5	片倉シルク記念館	
144	Music	1	カラオケ館	●
145	Park	1	中央公園	
146	Park	2	並川	
147	Park	3	石上寺	
148	Park	4	道楽公女玉王留宿が聞いた鶴鳴寺	
149	Park	5	東沼梨天山	
150	Park	6	熊谷さくら運動公園	

№	カテゴリ	No	スポット名	クマポ付与スポット
51	Child	23	子育て支援センター「ベアリス」	
52	Child	24	善治児童館	
53	Child	25	子育て広場「なかなよし」	
54	Community	1	中央公民館	
55	Community	2	熊谷駅前湯治部ミスト	
56	Community	3	まちなか交流広場	
57	Community	4	くまがや館	
58	Community	5	ファミルドライブサイクリステーション 熊谷駅前店	
59	Community	6	東武東上線公園	
60	Community	7	産業公民館	
61	Community	8	善良公民館	
62	Community	9	久下公民館	
63	Community	10	熊谷市スポーツ・文化村「くまびあ」	
64	Community	11	江南行政センター	
65	Community	12	玉井公民館	
66	Community	13	温泉学園 木もれび	
67	Community	14	佐倉田公民館	
68	Community	15	めめま お休み処	
69	Community	16	熊谷中央公民館	
70	Community	17	三所公民館	
71	Community	18	熊谷文化創造館さくらめいと	
72	Community	19	障害者支援施設 新光苑 新光児童館	
73	Community	20	中条公民館	
74	Community	21	熊谷駅前湯治部ミスト	
75	Community	22	野宮公民館	
76	Community	23	江南総合文化会館「ビビア」	
77	Community	24	青岡公民館	
78	Community	25	大崎車公民館	
79	Community	26	大形行政センター	
80	Community	27	大形生涯学習センター「あすわっと」	
81	Community	28	熊谷行政センター	
82	Community	29	熊谷市役所	●
83	Community	30	文化センター文化会館	●
84	Dining	1	ダイニング湯場 泉	●
85	Dining	2	熊谷うどん 湯たまや	●
86	Dining	3	オムカツカフェ	●
87	Dining	4	いつみ寿司	●
88	Dining	5	Cinnamon cafe	●
89	Dining	6	そば処木村屋	●
90	Dining	7	熊谷の食卓 ブッチャーズハウス	●
91	Dining	8	アブラカンディ	●
92	Dining	9	星川亭 (Hoshikawa FLY)	●
93	Dining	10	カフェフライハイト	
94	Dining	11	和風BAR 現気屋	
95	Dining	12	メカネ 熊原 湯屋	
96	Dining	13	Shot Bar Ace ショットバーエース	
97	Dining	14	和徳	
98	Dining	15	得意し食堂 のうカフェ	
99	Dining	16	スカッコマット	
100	Dining	17	茶の西田園	

№	カテゴリ	No	スポット名	クマポ付与スポット
151	Park	7	熊谷スポーツ文化公園	
152	Park	8	熊谷池原大原 常光院	
153	Park	9	大沼公園	
154	Park	10	緑リバーサイドパーク	
155	Park	11	健康スポーツセンター	
156	Park	12	江南の緑保樹園	
157	Park	13	江南総合公園	
158	Park	14	東和町の池田池	
159	Park	15	おんこいんDogRun	
160	Park	16	野鳥の森	
161	Park	17	鹿沼園	●
162	Shopping	1	Flower shop 花松	●
163	Shopping	2	メカネの熊原店 本店	●
164	Shopping	3	堀内製菓	●
165	Shopping	4	和洋菓子の三河屋	●
166	Shopping	5	株式会社サカエホームプラス	●
167	Shopping	6	フローリストでい	●
168	Shopping	7	アイフォントクレー熊谷店	●
169	Shopping	8	熊谷市アリスホテル会議室	●
170	Shopping	9	アルス画廊	●
171	Shopping	10	和菓子処 かんた和彩	●
172	Shopping	11	お茶の小此木	●
173	Shopping	12	梵天	●
174	Shopping	13	株式会社梅村堂 熊谷駅前ビルアズロード店	●
175	Shopping	14	株式会社梅村堂 八木橋緑島温泉店	●
176	Shopping	15	ウスキングパーク	●
177	Shopping	16	株式会社梅村堂 埼玉ラグビーロード店	●
178	Shopping	17	ニットモール	●
179	Shopping	18	熊谷ビルアズ	●
180	Shopping	19	アキラ21	●
181	Shopping	20	有明会社新原硝子店	●
182	Shopping	21	やさい広場	●
183	Shopping	22	株式会社吉徳	●
184	Shopping	23	コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社 ペンディング熊川支店 熊谷駐在	●
185	Shopping	24	民権センター熊谷南都・大聖店	●
186	Shopping	25	大塚製菓 さかた	●
187	Shopping	26	熊田西園株式会社	●
188	Shopping	27	度やド、アミドの専門店 有明会社資器硝子店	●
189	Shopping	28	株式会社玉井事務所	●
190	Shopping	29	株式会社日産サリオ埼玉北 熊谷店	●
191	Shopping	30	熊谷硝子 花屋	●
192	Shopping	31	株式会社梅村堂 熊原本店	●
193	Shopping	32	株式会社近江屋酒店	●
194	Shopping	33	花の店 エレオフラワー	●
195	Shopping	34	ダスキン平戸支店 埼玉東	●
196	Shopping	35	株式会社梅村堂 熊原南店	●

1.3.6 クールシェアスポットスタンプラリー

熊谷市が実施している「暑さ対策スマートパッケージ事業」でクールシェアスポットを活用したまちなか回遊に取り組んでおり、スタンプラリーの実施することでクールシェアスポットの認知度、活用促進を図る。

実施期間は2024/07/13（土）～2024/08/18（日）までとし、全37スポットを5つのカテゴリ（A：Community、B：Park、C：Shopping、D：Dining、E：Event）（に分け、カテゴリごとにスタンプ一つを取得するスタンプラリーを実施する。

スタンプを4個獲得時に欲しい商品を選択し、抽選で合計35名（A賞：ミストファン付き日傘【2名】、B賞：折りたたみ日傘【5名】、C賞：ハンディファン【5名】、D賞：クールネックリンク【10名】、E賞：ニシダ飴熱中症防止飴セット【3名】、F賞：伊藤園麦茶1ケース【10名】）にプレゼントすることでスタンプラリーの参加促進を図る。

実施後にアンケートを取得し、スタンプラリーによってクールシェアスポットを知るきっかけになったのか、クールシェアスポットの魅力・満足度を確認する。

No.	カテゴリ	No.	スポット・イベント名
1	A : Community	1	江南行政センター
2	A : Community	2	江南総合文化会館「ビビア」
3	A : Community	3	道の駅めぬま
4	A : Community	4	松本材木店 緑風の家
5	A : Community	5	文化センター文化会館
6	A : Community	6	滋草学舎木もれび
7	A : Community	7	県立熊谷図書館
8	A : Community	8	大里図書館
9	A : Community	9	荻野吟子記念館
10	A : Community	10	ワイルドナイツサイクルステーション熊谷駅前店
11	B : Park	1	野鳥の森
12	B : Park	2	熊谷さくら運動公園
13	B : Park	3	葛和田の渡船場
14	B : Park	4	妻沼聖天山
15	B : Park	5	中央公園
16	B : Park	6	星溪園
17	B : Park	7	熊谷厄除大師常光院
18	B : Park	8	妻沼運動公園
19	C : Shopping	1	お茶の小此木
20	C : Shopping	2	権田酒造
21	C : Shopping	3	Flower shop 花松
22	C : Shopping	4	近江屋酒店
23	C : Shopping	5	大福茶屋さわた
24	C : Shopping	6	和洋菓子の三河屋
25	C : Shopping	7	アルス画房
26	C : Shopping	8	梵天
27	D : Dining	1	ワイルドナイツサイクルステーション&カフェ
28	D : Dining	2	ホシカワカフェ
29	D : Dining	3	いづみ寿司
30	D : Dining	4	レストランとんぶみ 龍原店
31	D : Dining	5	Cinnamon Café
32	D : Dining	6	そば処木村屋
33	D : Dining	7	レストランアミュゼ
34	D : Dining	8	茶の西田園
35	E : Event	1	07/27（土）10時～親子ふれあいプール祭 ※江南総合公園
36	E : Event	2	08/11（日）11時～打ち水大作戦 ※星川にて
37	E : Event	3	08/11（日）15時～納涼大盆踊り大会 ※星川にて

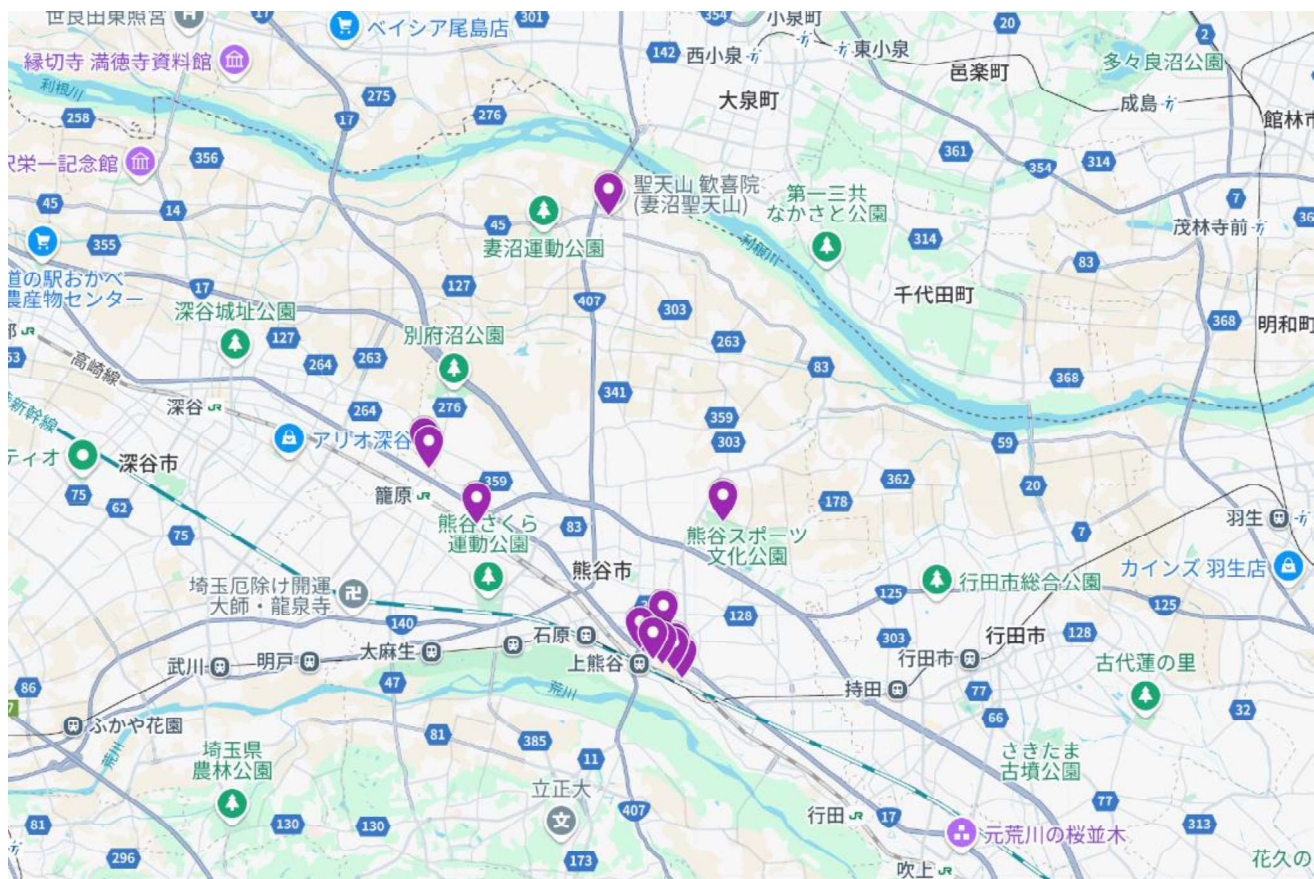
1.4 対象地域

1.4.1 通常クーポン



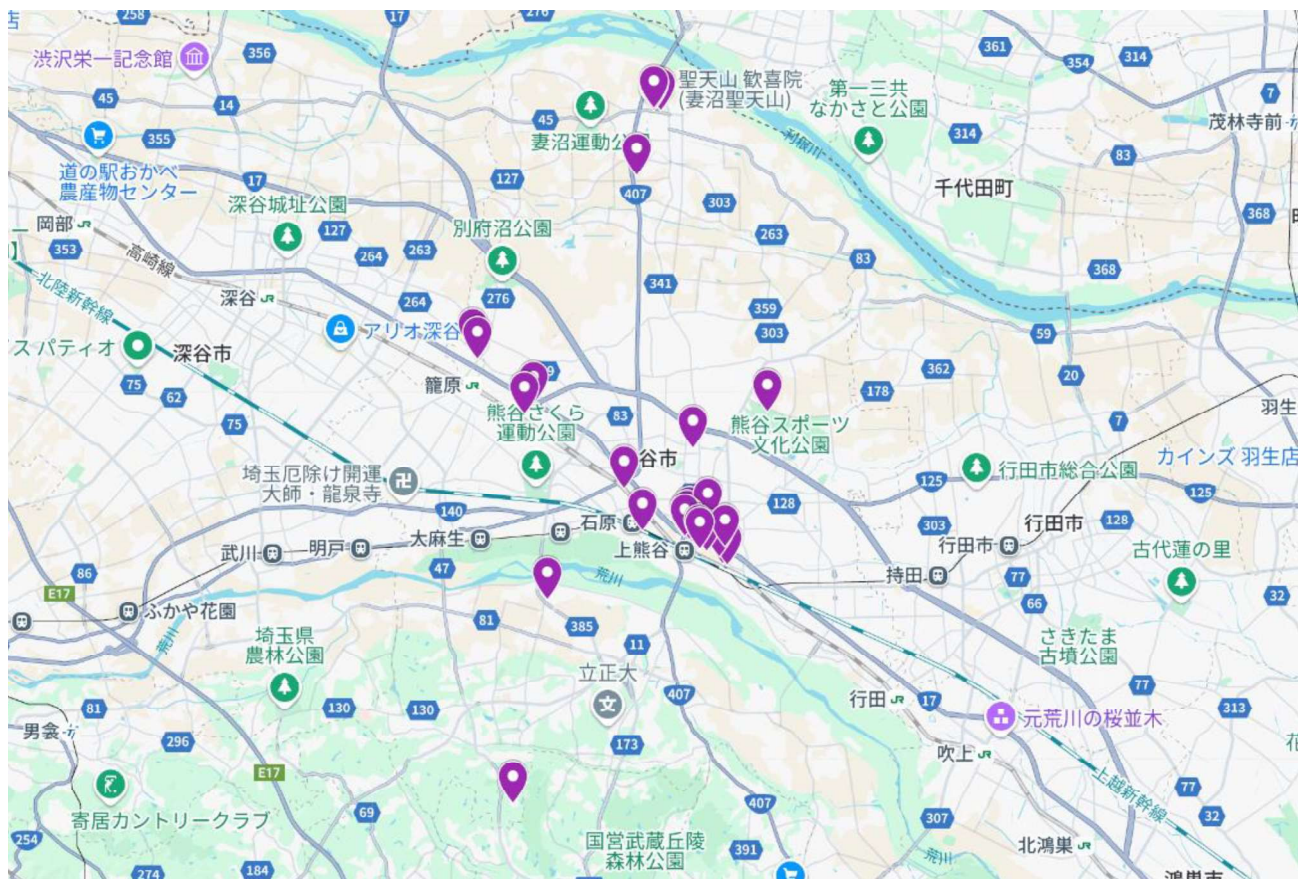
※  はクーポン対象店舗（42 店舗）を表しています

1.4.2 雪くまクーポン



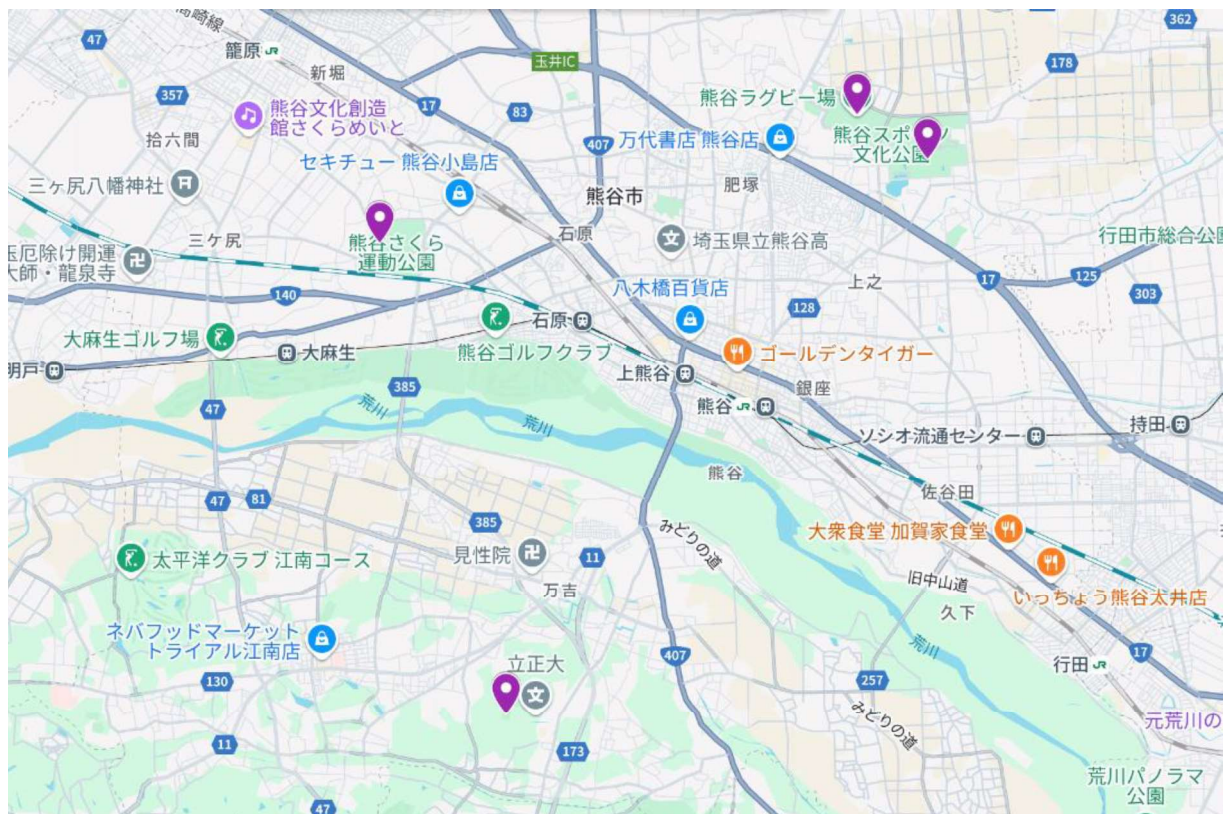
※  はクーポン対象店舗（13 店舗）を表しています

1.4.3 雪くまスタンプラリー



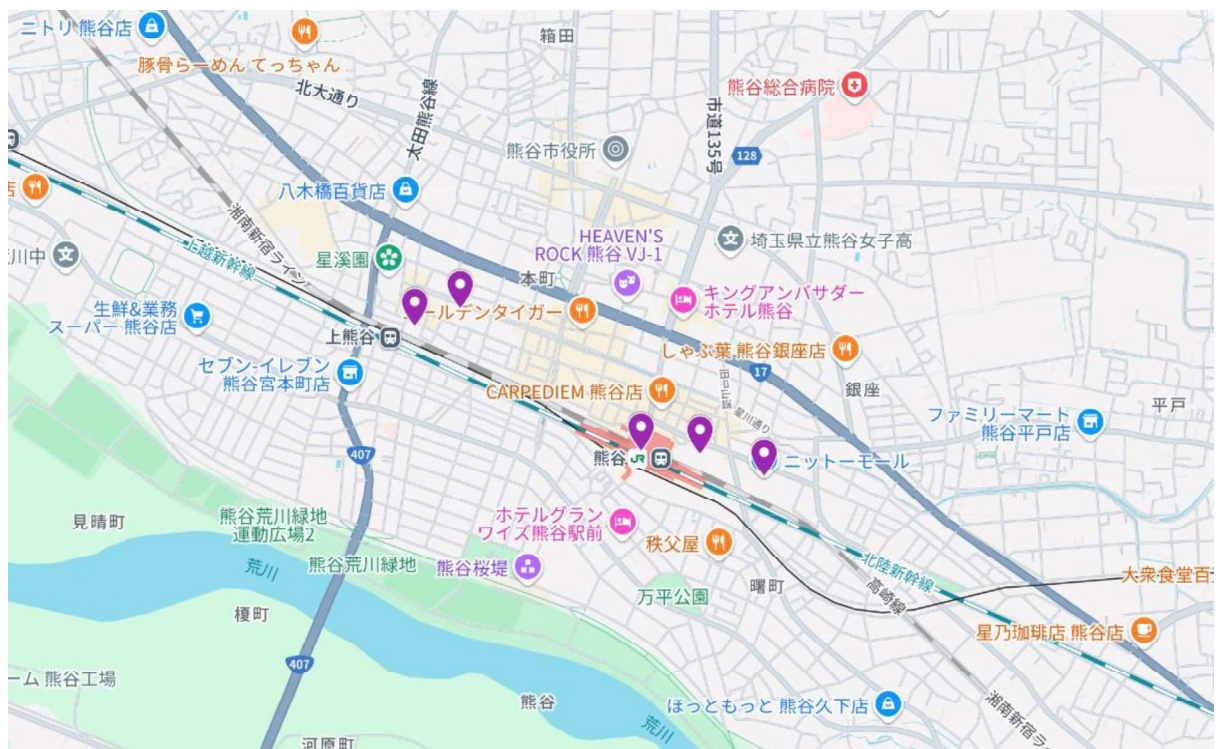
※  はスタンプ対象店舗（28 店舗）を表しています

1.4.4 スポーツスタンプラリー



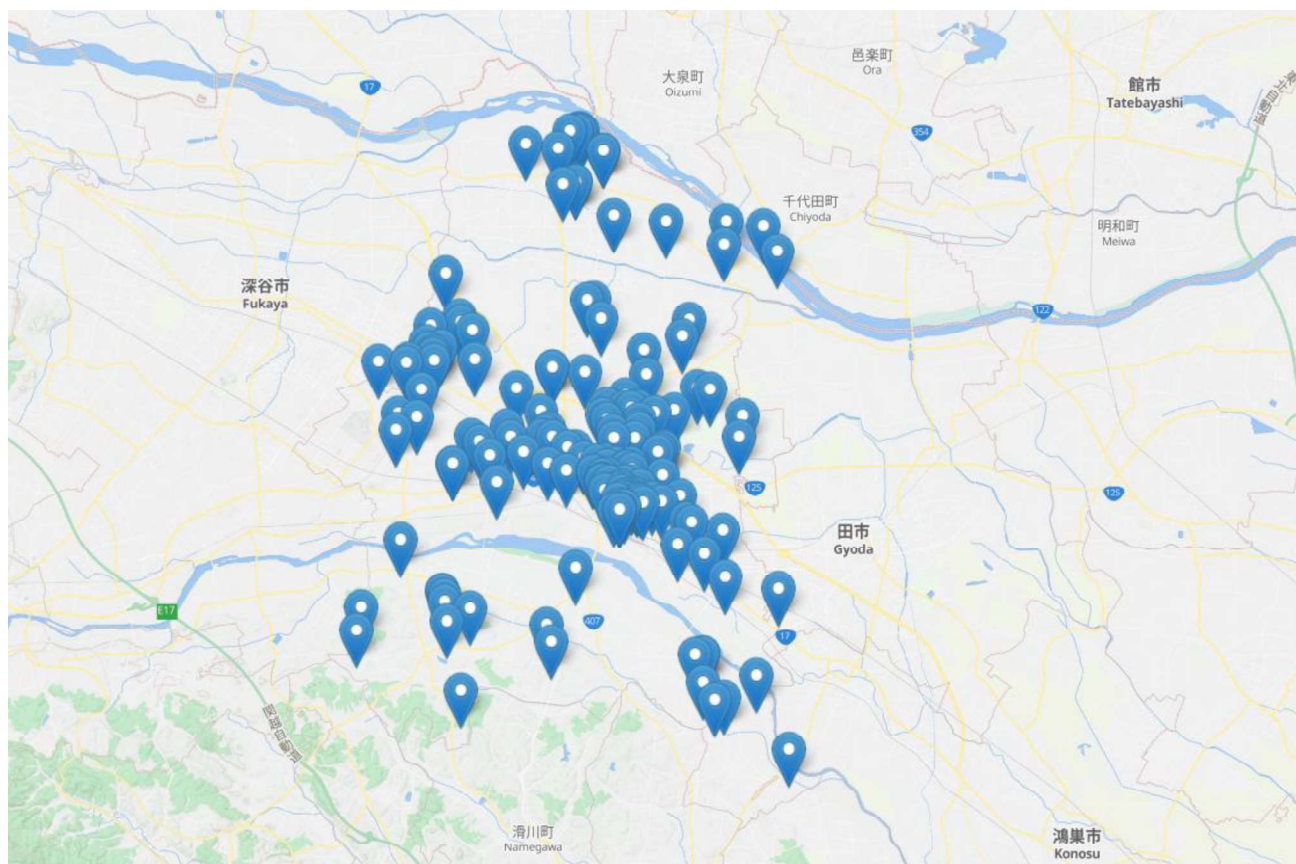
※はスタンプ対象会場（4会場）を表しています

1.4.5 謎解きイベント



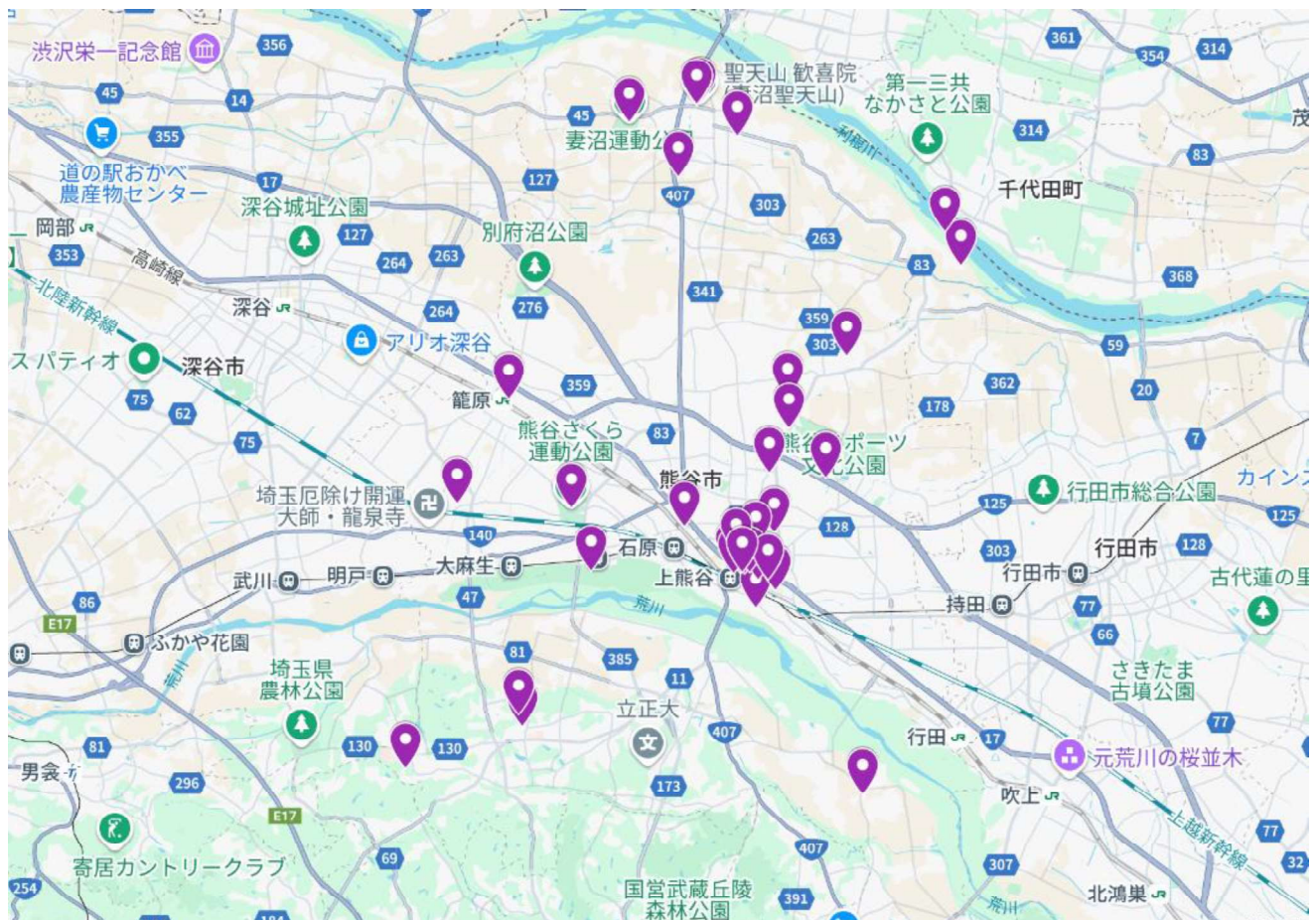
※は謎解きスポット（5会場）を表しています

1.4.6 暑さ対策スマートパッケージ



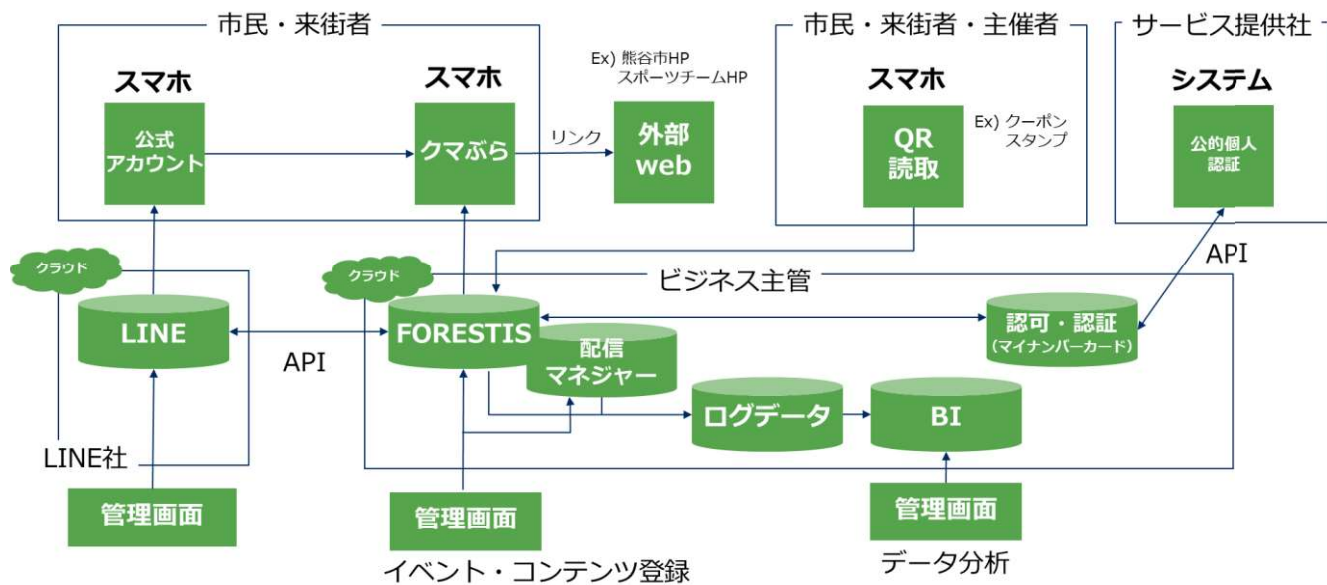
※  はクールスポット（196 か所）を表しています

1.4.7 クールシェアスポットスタンプラリー



※  はスタンプ対象会場（37 会場）を表しています

1.5 「クマぶら」システム構成



※マイナンバーカード公的個人認証連携によるマイナンバーカード認可・認証機能が追加。

※令和6年度データ連携基盤運用委託業務内、データ利活用高度化業務により、配信マネージャー機能を追加

1.6 取得データ

1.6.1 「クマぶら」への登録情報

利用開始時にデータを取得

- 性別
- 年代
- お住まい

1.6.2 「クマぶら」内の操作情報

利用者のスマホ操作により以下のデータを取得

- LINE 公式アカウント登録者数
- 「クマぶら」登録者数
- コンテンツ参照数
- お気に入り登録数
- クーポン利用数
- クーポン利用店舗
- スタンプラリースタンプ数・利用者数
- 謎解きイベント参加者数
- 上記項目の日時

1.6.3 アンケート

1.6.1、1.6.2 で取得できない情報を利用者アンケートで取得

- 経路
- 利用の理由
- 利用しない理由
- サービス満足度
- お薦め度
- 要望、改善点

1.7 データ分析

1.7.1 分析概要

「クマぶら」をオンラインで利用したログ、「クマぶら」クーポンを実店舗で利用したログ、スタンプラリーに参加したログ、謎解きイベントに参加したログとアンケート収集データから「熊谷市」、「利用者行動」の視点で分析する。

1.7.2 分析方法

1.7.2.1 熊谷市の視点

実測値を熊谷市の視点で分析し、KPI（数値目標）に近づけることができたのか評価する。

1.7.2.2 利用者行動の視点

実測値を利用者の視点で分析し、KPI（数値目標）に近づけることができたのか評価する。

1.8 都市ポータルアプリ「クマぶら」仕様

1.8.1 機能／コンテンツ

＜リッチメニュー「知る」タブ＞

項番		コンテンツ	概要
1	知る	地域ニュース	熊谷市及び近郊の情報ページへのリンクを表示
2		地産地消 ※2/3～	地産地消ポータルサイト、マップへのリンクを表示
3		市報	熊谷市ホームページ、「市報」ページへ遷移
4		家庭ごみ	熊谷市ホームページ、「家庭ごみの出し方」ページへ遷移
5		Instagram	熊谷市ホームページ、「熊谷市公式Instagramで熊谷市の魅力をお届けします！」ページへ遷移
6		コンテンツ一覧	クーポン参加店舗一覧などのコンテンツ一覧画面に遷移
7		防災	避難前のチェック情報、コールセンター情報、避難所情報を表示
8		子育て	熊谷市ホームページ、「子ども・子育て」ページへ遷移

＜リッチメニュー「使う」タブ＞

項番		コンテンツ	概要
9	使う	暑さ対策スマートパッケージ ※5/31～9/30	暑さ対策スマートパッケージのマップなどに遷移
10		クマボブレイスとは ※9/2～2/2	クマボブレイスの説明ページへ遷移
11		クマボブレイス ※10/1～	クマボブレイスページへ遷移
12		図書館 ※2/3～	図書館メニューを表示し、ホームページや図書館カード利用申請ページへ遷移
13		ゆうゆうバス回数券	ゆうゆうバス回数券の利用・購入ページへ遷移
10		クーポン一覧 ※～9/2	熊谷市内協力店舗のクーポンを配信。クーポン利用もここから実施。9/2より近くのクーポンに統合。
11		近くのクーポン	ユーザの位置情報を取得し、近くの店舗情報を配信
12		クーポンQR読込	クーポン用の2次元コードを読み取るためのカメラを起動
13		クマぶらマップ	クマぶらマップを表示
14		ゆうゆうバス位置情報	BusGO!ページへ遷移
15		友達QR ※9/4～12/12	熊谷市LINE公式アカウントの2次元コードを表示

＜リッチメニュー「楽しむ」タブ＞

項番	コンテンツ	概要
16	見どころ	見どころ説明ページに遷移
17	スポーツスタンプラリー ※5/31～3/3	スポーツスタンプラリーの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移
18	熊谷名物	熊谷名物、肉汁うどんの説明コンテンツに遷移
19	スポーツ	熊谷ラグビー場までのアクセス、熊谷ラグビー情報を配信
20	友だち紹介QR	熊谷市LINE公式アカウントの2次元コードを表示
21	雪くまスタンプラリー ※7/1～9/30	雪くまスタンプラリーの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移
22	謎解きイベント ※12/2～2/16	謎解きイベントの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移
23	肉汁うどんスタンプラリー ※～5/31、2/17～	肉汁うどんスタンプラリーの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移
24	クマボについて ※4/15～7/1	クマボについて説明ページに遷移
25	スポーツスタンプラリー ※7/1～	スポーツスタンプラリーの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移
26	クールシェアスポットスタンプラリー ※7/1～9/30	クールシェアスポットスタンプラリーの概要説明コンテンツ、スタンプラリーページに遷移

＜リッチメニュー タブ共通＞

項番	コンテンツ	概要
27	クマPAY	クマPAY利用画面に遷移
28	クマボ	クマボ利用画面に遷移
29	設定（歯車）	プロフィール情報の更新画面に遷移

1.8.2 画面遷移

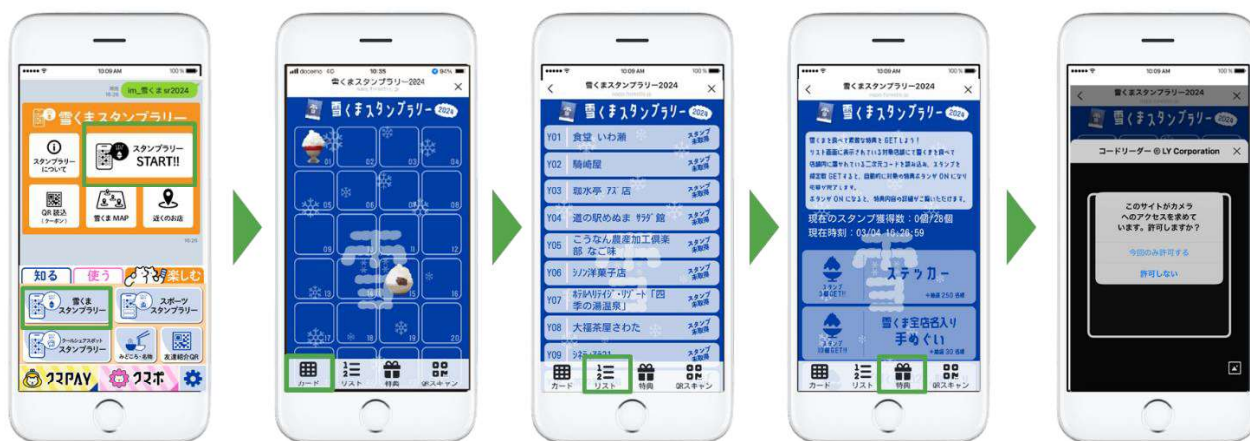
1.8.2.1 クーポン（ジャンル一覧から探す）



1.8.2.2 クーポン（現在地近くのクーポン）



1.8.2.3 雪くまスタンプラリー



1.8.2.4 スポーツスタンプラリー



1.8.2.5 謎解きイベント



1.8.2.6 暑さ対策スマートパッケージ



1.8.2.7 クールシェアスポットスタンプラリー



1.9 告知

1.9.1 雪くまスタンプラリー



仕様：A2ポスター
制作数：50部
納入日：6月23日
納品場所：商業観光課



仕様：A4チラシ 両面
制作数：5,000部
納入日：6月23日
納品場所：商業観光課
※市内小中学校用としてpdf納品



仕様：卓上POP 両面
制作数：200部
納入日：6月27日
納品場所：参加店舗（28店）



仕様：円形うちわ
制作数：1000枚
納入日：7月23日
納品場所：商業観光課

仕様：オリジナルTシャツ
（記者発表&試食用）
制作数：15枚
納入日：6月25日
納品場所：商業観光課

1.9.2 スポーツスタンプラリー

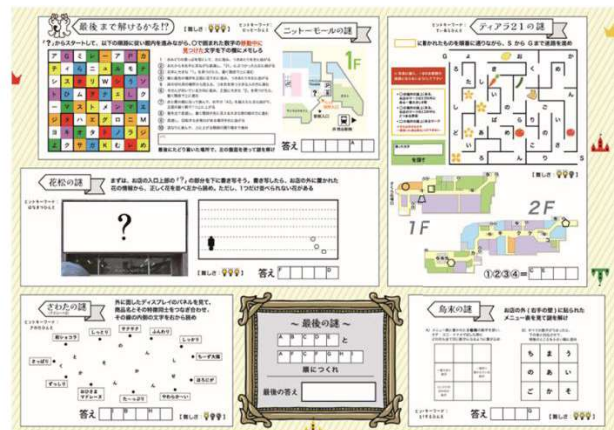


仕様：B2ポスター
制作数：100部
納入日：7月11日
納品場所：スポーツタウン推進課 56枚
市内小中学校 44校 44枚



仕様：A4チラシ 片面
制作数：16,000部
納入日：7月12日
納品場所：スポーツタウン推進課 330部
市内小中学校 44校 13,670部
市内商業施設 (八木橋・アズ熊谷・ティアラ21
ニッターモール) 2,000部

1.9.3 謎解きイベント



仕様：ゲーム冊子A3
制作数：20,000部
納入日：11月30日
納品場所：商業観光課
市内小中学校 44校



仕様：デジタルサイネージ
制作数：1
納入日：11月27日
掲出場所：熊谷駅北口ロータリー

2 分析報告

2.1 実施施策の結果（KPI と実測値の比較）

実施施策の結果（KPIと実測値の比較）

令和5年度：2023/4/1～2024/2/29
令和6年度：2024/4/1～2025/2/28

目標内容	令和5年度	令和6年度		
	実績値	KPI	実測値	達成率
1 公式LINEアカウントのお友達数（ブロック数含む）	37,683人	50,000人	50,219人	100.4%
2 クマぶらユーザ数	35,385人	45,000人	47,191人	104.9%
3 コンテンツ参照数（のべ回数）	154,332回	200,000回 ※1	439,379回	219.7%
4 雪くまスタンプラリー参加者数	704人	850人	869人	102.2%
5 雪くまスタンプラリー総スタンプ数	1,856個	2,210個	2,354個	106.5%
6 クールシェアスポットスタンプラリー参加者数	—	500人	229人	45.8%
7 クールシェアスポットスタンプラリー総スタンプ数	—	1,500個	424個	28.3%
8 謎解きイベント最終問題クリア者 ※3	593人	681人	657人	96.5%
9 スポーツスタンプラリー参加者数	723人	800人	1,016人	127.0%
10 スポーツスタンプラリー総スタンプ数	1,856個	1,600個	1,906個	119.1%
11 クーポン利用者数	792人	1,000人 ※2	517人	51.7%
12 クーポン利用数	1,563回	2,000回 ※2	1,009回	50.5%

※1 コンテンツ参照数は、R5年度の一人当たりの参照数（154,332回÷37683人×1回）を参考に、目標の5万人に掛けることで算出。

※2 クーボンのKPIについても同様に算出。

※3 謎解きイベントについて期首KPIは、参加者について昨年度646名に1.15を乗じて750名と設定していたが、実施の際、より参加しやすくなるように参加方法を見直したため、最終問題クリア数のみ把握することとなった。そのため、最終問題クリア数の昨年度593人に1.15を乗じた681人を新たなKPIとして設定。

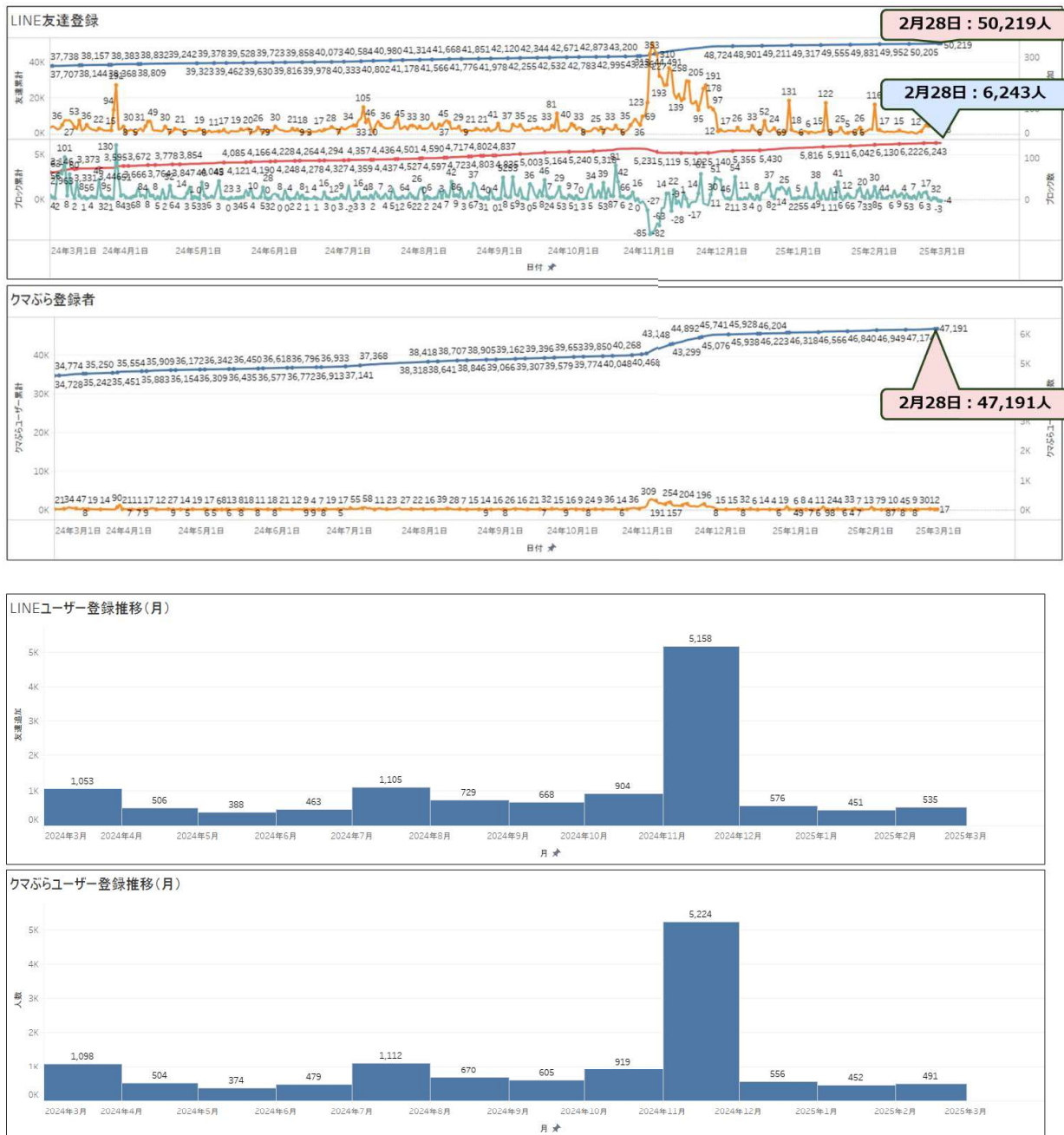
- 令和5年度と比較し、令和6年度は①LINE 公式アカウント登録者数、②「クマぶら」登録者数とも133%増となり、それぞれの年度 KPI に対し達成率：100.4%（①LINE 公式アカウント登録者数）、104.9%（②「クマぶら」登録者数）で目標を達成できた。登録者数については昨年度に引き続き、クマ PAY 施策が大きく牽引していることが伺える。
- ③コンテンツ参照数（のべ回数）については、令和5年度と比較し285%増となり、KPI に対して219.7%の達成率となった。外部 URL も多く参照されており、クマぶらがスマートシティのポータルとして、様々な情報へアクセスする起点として機能していることが伺える。
- ④⑤雪くまスタンプラリー、⑨⑩スポーツスタンプラリーに関してはともに参加者、総スタンプ数とも KPI を達成（1002.2%～127.0%）した。また、実施形態により KPI を参加者数から最終問題クリア者数へと再設定した⑧謎解きイベントについては、KPI 達成率が96.5%となり、若干の未達となった。
- 一方で本年度がクマぶらでの初実施となったクールシェアスポットスタンプラリーについては、それぞれ KPI が⑥参加者数が45.8%、⑦スタンプ数が28.3%と、未達となった。来年度も実施する場合は、「イベント企画の考え方」なども取り入れた企画やプロモーションの設計や、施策へのテコ入れが必要と考えられる。
- ⑪クーポン利用回数、⑫クーポン利用数について、それぞれ KPI の達成率が51.7%、50.5%と未達となり、クーポン施策自体の再検討が必要と考えられる。またアンケート回答より、クーポンの実際の利用数と実績値に乖離があると考えられるため、店舗側で QR を読み取るモチベーションの設計や、オペレーションの改善なども必要と考えられる。

2.2 データ分析① クマぶら基礎データからの考察

2.2.1 考察

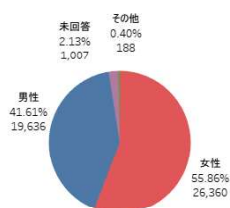
- 登録数推は若干伸び率が鈍化してきているものの、クマPAYの需要もあり、着実に増加している。一方で、ブロックする方の数も増加している。
- 属性について、これまでの傾向と大きな変化は見られなかった。
- 満足度については、「クマぶらサービスに対する満足度」のアンケート結果で「満足」「やや満足」を合計した割合が、令和5年度の23.3%から令和6年度には26.6%へと上昇し、サービス品質の向上がうかがえた。

2.2.2 LINE 公式アカウント登録推移、クマぶらユーザー登録推移

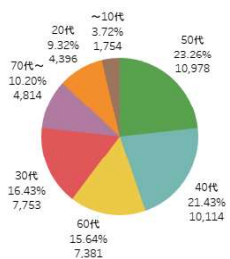


2.2.3 「クマぶら」登録者属性

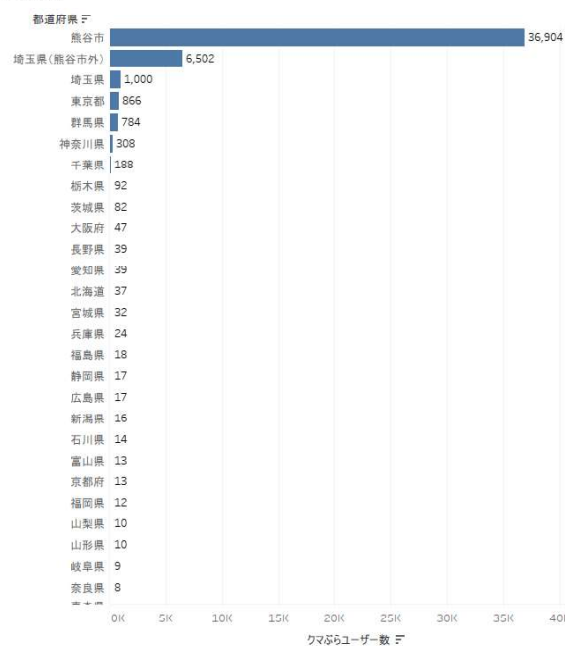
性別比率



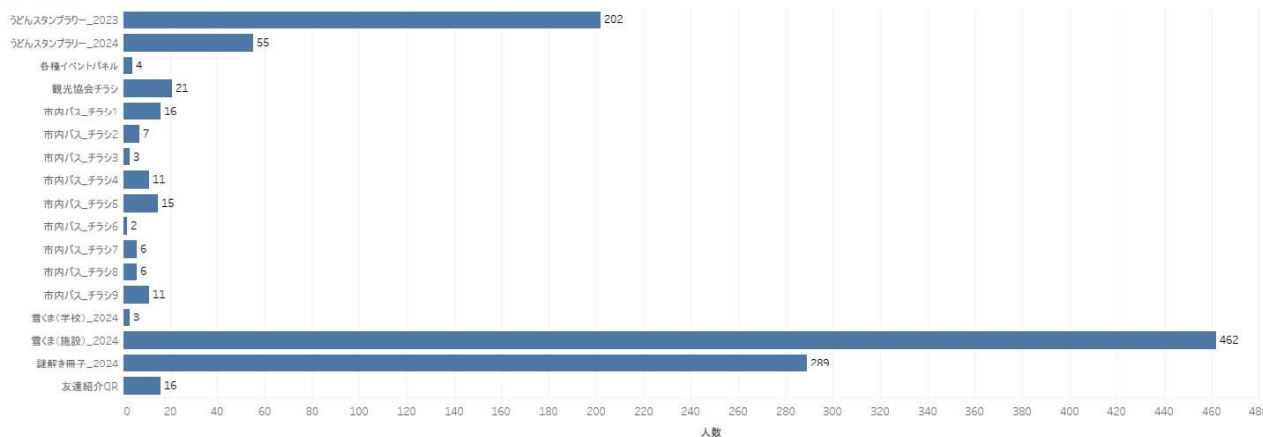
年代比率



都道府県比率

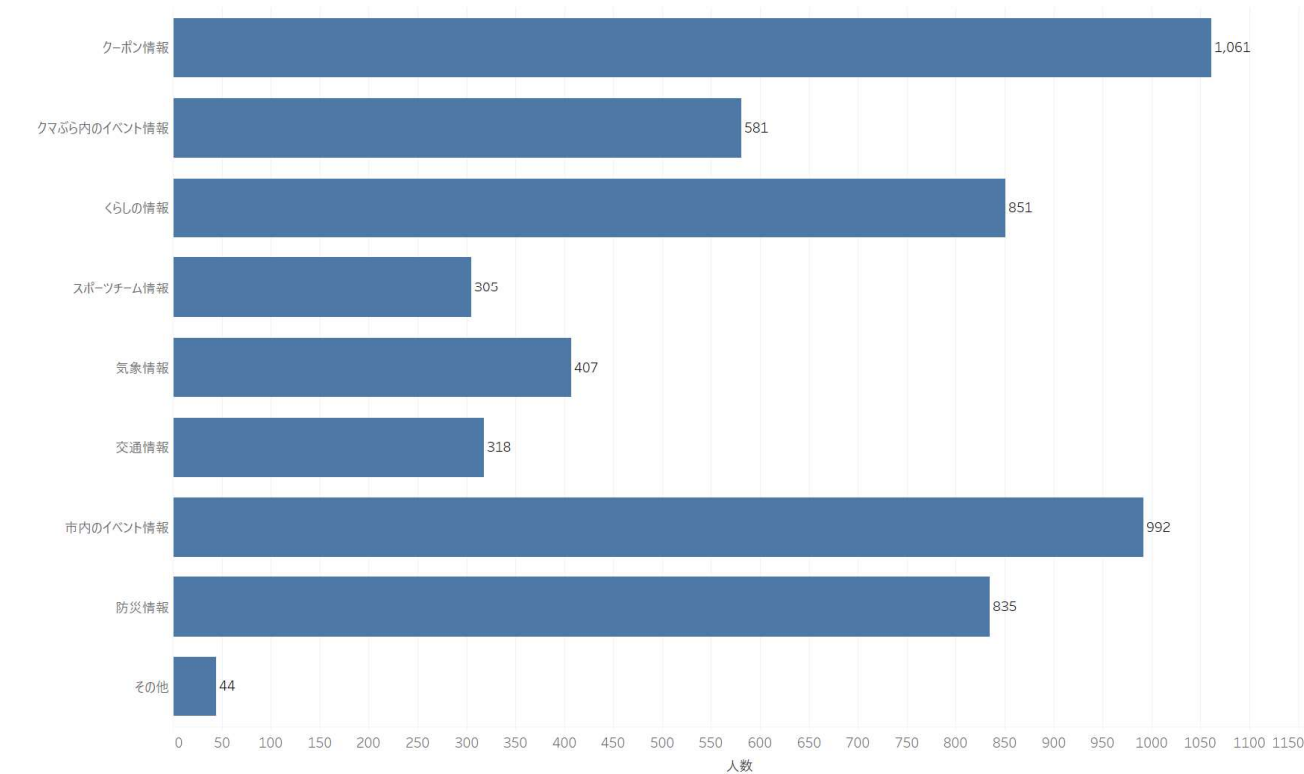


流入経路



2.2.4 年度末アンケートデータ（クマぶら全体）

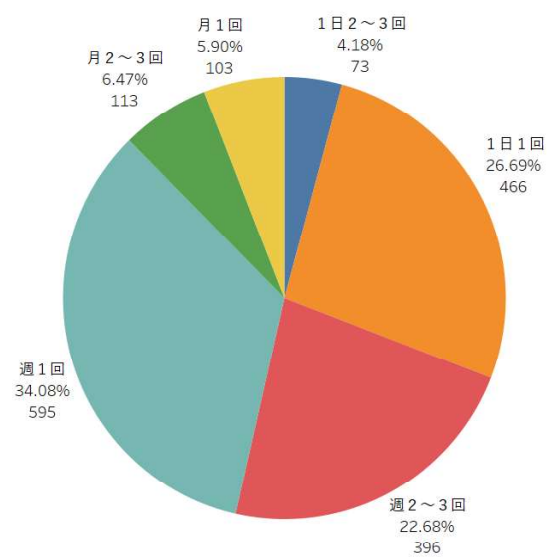
Q1 クマぶらでどのような情報を充実してほしいですか？（複数選択可）



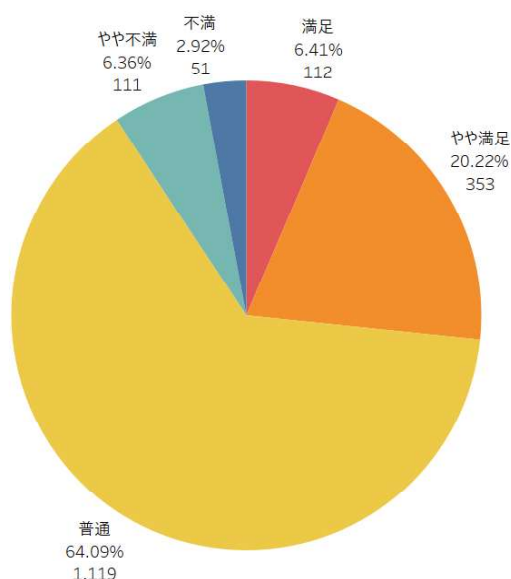
Q2 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

LINEでは見つけにくく、使いにくいのでアプリにして欲しいです。	Abc
アウトドアで遊べる場所	Abc
いつかなか会った時のために	Abc
イベント時、市内の交通規制情報。	Abc
イベント情報に合わせて、クーポンなどがあると嬉しい。	Abc
お気に入りのお店クーポン情報	Abc
お店のオープン情報や空き店舗事業の報告？お店等の情報が知りたい	Abc
お店のニューオープンなどの情報、子育て関連の情報	Abc
お得意の買い物がしたいから	Abc
ガソリンクーポンなど、物価上昇し、対してお得になるような、世情を反映したクーポンがあると良いと思います。	Abc
くまpayと分けて欲しい　くまpayを使いたいだけで情報はいりません	Abc
くまこことクマぶらが併存することが疑問です。クマぶら一つに集約してほしい。	Abc
くまぶら自体、不要だと考えます。	Abc
くまペイと連携して	Abc
クマペイのポイントが貯まるクーポンとか、また還元キャンペーンのお知らせ	Abc
グルメ	Abc
グルメ、おすすめスーパー、お買い得食料品	Abc
グルメ情報	Abc
こども食堂情報	Abc
スーパーや飲食店で使えるクーポンが欲しいなと思いました。	Abc
スタジアムの状況	Abc
なし	Abc
ハザードマップとかカールシェリングできる場所の情報..	Abc
ペットボトルを出せる日とか	Abc
ペット情報やシニア向けの情報など	Abc
ラグビー	Abc
ワイルドナイツやエルフェンの情報	Abc
医療情報、子育て支援情報	Abc
何時ごろ何処で、どんなお花が🌸🌻見頃とか！	Abc
近頃で起きている犯罪の状況。熊谷市で強盗があったりとか。	Abc
熊谷で市民の活気につながるコミュニティイベント情報	Abc
熊谷の観光を増やす機会はありますか？観光促進情報を連載してください。	Abc

Q3 LINEのプッシュ通知について、適切だと思う頻度はどのぐらいですか？



Q33 「クマぶら」サービスの満足度を教えてください。



Q33-1 「やや不満・不満」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

1. 理解・操作性に関するコメント（約60件）

使い方がわからない
わかりにくい
使いづらい
LINEを経由するのが面倒
アプリにしてほしい

2. 興味・魅力に関するコメント（約40件）

興味がわからない
魅力がない
興味のあるイベントが少ない
使ってみたいと思わない

3. お得感・利便性に関するコメント（約30件）

お得を感じない
便利になった感覚がない
利用メリットがわからない
チャージ方法がわからない

4. 情報発信・通知に関するコメント（件数: 約20件）

情報発信方法がイマイチ
通知が多すぎる
必要な情報がない
宣伝不足

5. その他（約10件）

市外在住で利用しにくい
高齢者には使いにくい 等

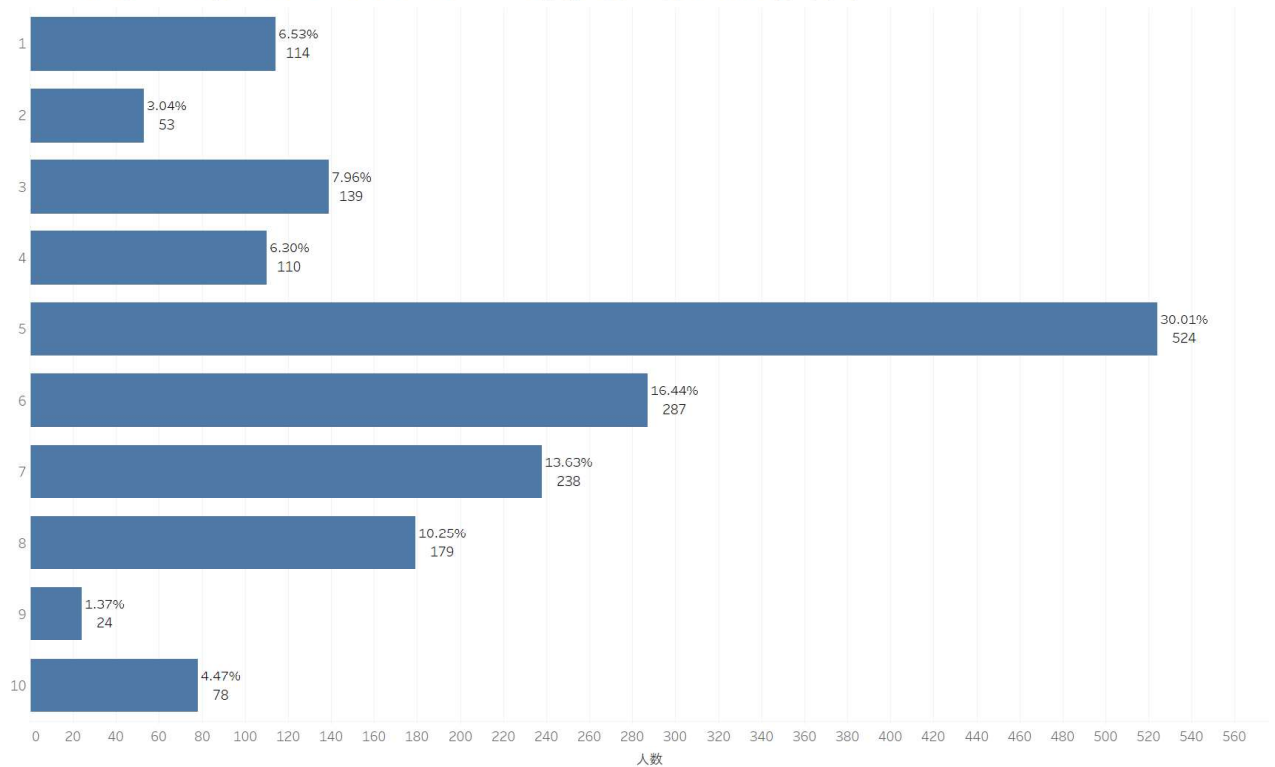
（補足）生成 AI による解析について

・入力データが再学習に用いられない、弊社内システムにおいて、ID や個人情報を除いた「コメント」のみを入力データとして解析

・使用エンジン：OpenAI o1 及び Claude 3.5 Sonnet

※以降、他の生成 AI による解析についても同様

Q34 「クマぶら」サービスを友人・知人におススメしたいですか？（数値が大きい方がおススメ度が高い）



Q35 「クマぶら」にあればいいなと思うサービスや機能があれば教えてください。（下欄に記載してください）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

クマPAYに関する要望

- ・専用アプリ希望: 20件
- ・クマペイ単独のアプリ: 1件
- ・店頭チャージできるお店の表示: 1件

地域情報・サービス

- ・子育て支援に関する情報増: 5件
- ・地域密着型の防犯・防災情報: 1件
- ・子育て世代向けの情報: 3件
- ・地域のお店によるポイント付与: 1件
- ・地域特産の場所紹介: 1件
- ・市内で行われるイベントの告知: 7件
- ・地域密着の行事情報: 1件
- ・市内マップ（観光地、公園、ベビールーム等）: 3件
- ・地域活動（子育て支援、障害者向け）: 3件

アプリに関する要望

- ・専用アプリの開発: 24件
- ・ナビ機能: 1件
- ・LINEではなく独立したアプリ: 3件
- ・マップ機能: 1件
- ・アプリ内のポイント変換（クマぶら→クマペイ）: 1件
- ・イベント参加しやすい工夫: 1件
- ・アプリの操作性向上: 1件

その他

- ・特に無し: 24件
- ・現状で満足: 1件
- ・決済方法（Suica等）: 1件
- ・行政情報のプッシュ通知: 1件
- ・地域活性化（自治会の廃止等）: 1件
- ・特殊詐欺の対策: 1件

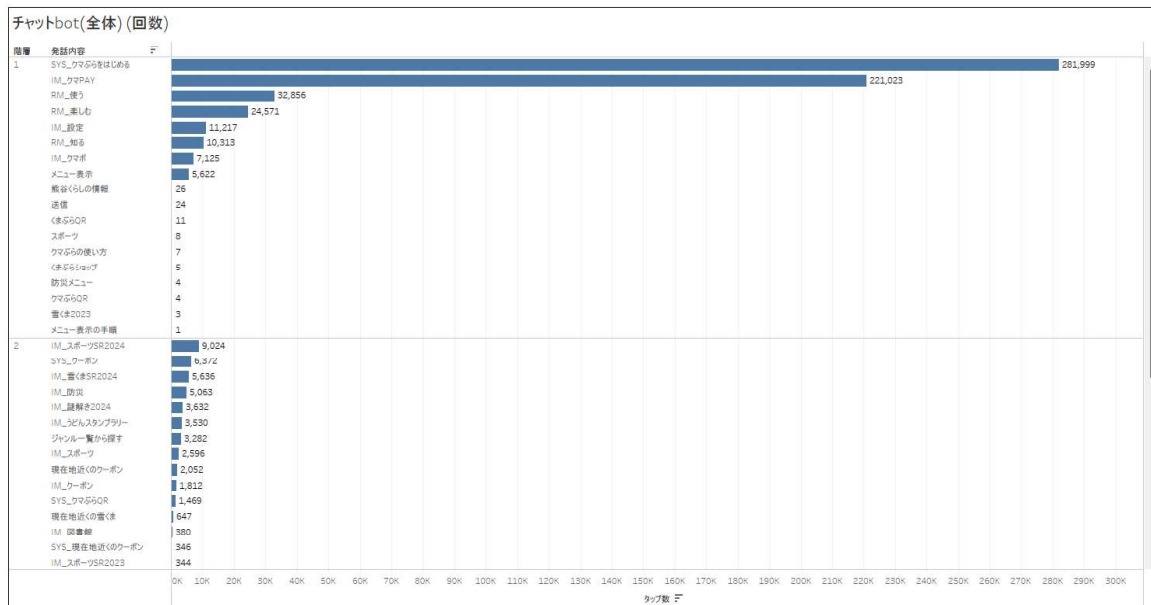
2.3 データ分析② チャット bot/コンテンツ参照/お気に入り登録結果からの考察

2.3.1 考察

- チャット bot
 - クマ PAY 関連が約 22 万回と最多となっており、特に 11 月は 20%還元キャンペーン実施の影響もあり、非常に多くタップされた。
 - クーポンもタップ数が多く、おトクに熊谷市を楽しむための施策が注目度ともに高かったことが伺える。
 - イベント（スポーツスタンプラリー、雪くまスタンプラリー、謎解きイベント）も着実に利用されている。
- コンテンツ利用
 - ニュースの参照人数が 17,233 人となり、昨年度の 22,376 人と比較し、昨年度より 23%減となった。
 - クマ PAY の告知をニュース記事から、熊谷市の Web ページへ誘導したことが影響していると考えられる。
 - 参照されたコンテンツ回数のランキングでは昨年度と引き続き、「地域ニュース」が多く参照されており、約 2.2 万回と昨年度と同水準になった。トップメニュー「知る」の左上という UI 上の配置の影響も考えられるが、利用者の関心を集めているといえる。
- お気に入り利用
 - ニュースのお気に入り機能の利用者は 595 人となり、昨年度の 485 人から増加は見られるが、利用者数や、利用者の増加に比しては、低調といえると考えられる。
- 外部 URL 参照
 - 総参照回数が約 36.4 万回に対し、上位 20 リンクが 25.3 万回となり、約 7 割を占めている。
 - メッセージ配信に絡んで、特に熊谷市のコンテンツが多く参照されており、クマぶらを起点として、様々な情報にアクセスしている利用動向が伺える。

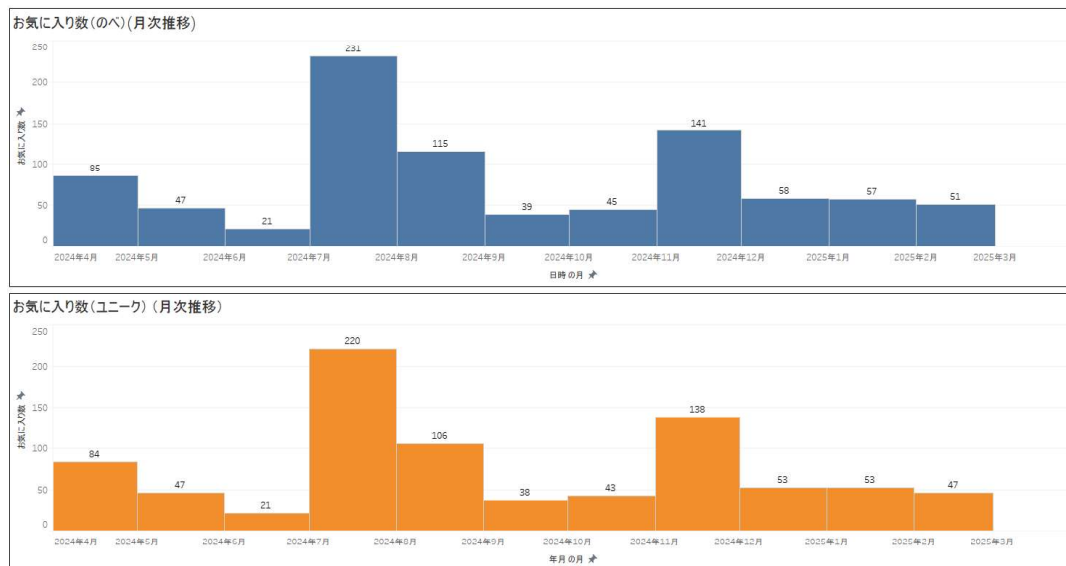
2.3.2 チャット bot 利用データ





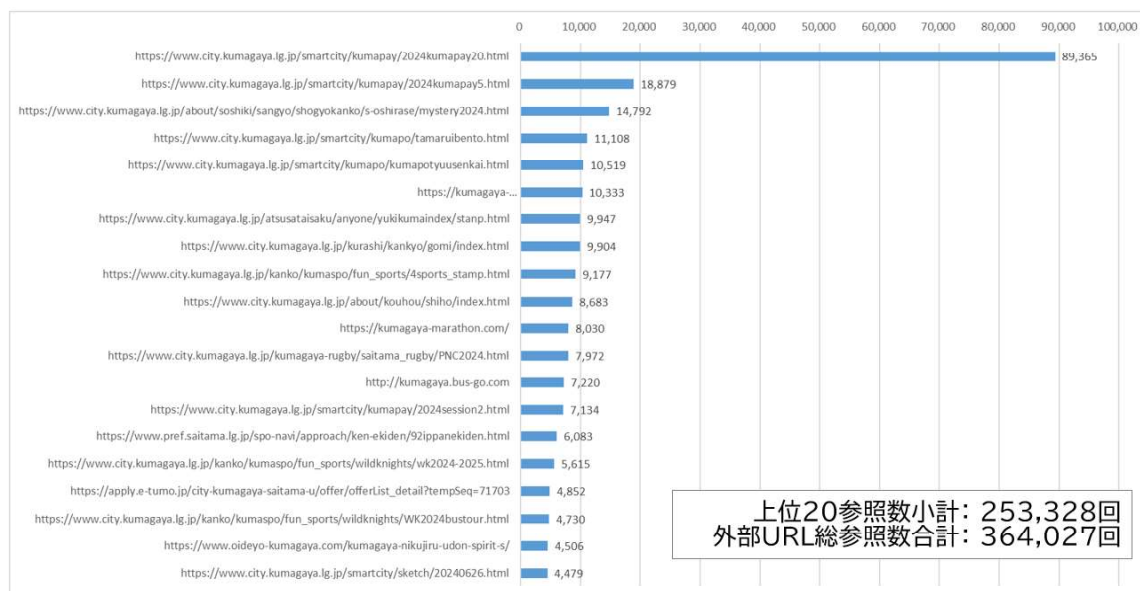
2.3.3 コンテンツ利用データ





2.3.5 外部 URL 参照データ

外部URL参照数（のべ回数）上位20



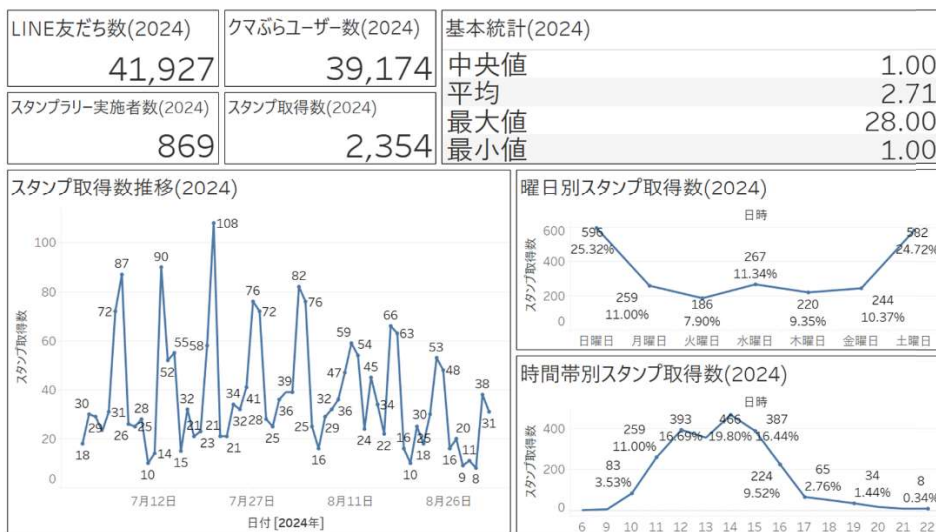
データ分析③ 雪くまスタンプラリー結果からの考察

2.4.1 考察

- イベントの参加者、認知度/満足度
 - 若干伸び率が鈍化してきているものの、参加者と認知度は年ごとに着実にアップしており、リピーター（ファン）も増加し、全体的な満足度も高くなっている。
- プロモーションと参加きっかけ
 - クマぶらの配信や、店頭での周知、また様々なところで露出していることで認知の向上が見られた。クマぶらの配信をきっかけに参加する人が過半を超えるなど、口コミとあわせて有効であることが確かめられた。
 - 不参加者についても、プロモーションに対する認知はみられ、不参加の理由としては「(参加する)時間がない」等運営に関する理由があげられていた。
- 参加店舗について
 - 店舗のスタンプ数について上位陣が拮抗してくるなど、全体的な底上げがみられた一方、クーポンの利用は減少してしまっている。
 - 1店舗あたりのスタンプ数については頭打ち感もみられ、お店のキャパシティ、リソースなどの影響も考えられる。
- 運用の改善ポイント
 - 「時間がない」という不参加者に対して、営業時間やイベント期間の延長により、より参加をしやすくする事が考えられる。熱量の高い参加者からも、期間の延長を望む声はあり、(お店等の負荷との兼ね合いになるが)双方にとってメリットがあると考えられる。
 - 雪くま自体の満足度は高いが、不満の中では「高い」という声が比較的多くみられ、小さなサイズで料金を安くした商品を提供することで、①参加のハードルが下がる、②家族連れでも参加しやすくなる、③熱心な方も食べ比べ等で多数の店舗を回れるようになる、④食事等との「ついで」買いの増加、等の効果が期待できる。
 - (予算やお店の運用負荷との兼ね合いとなるが)スタンプ1個から景品として、ステッカー等をお店で配ることで、①時間がない方の参加モチベーション増、②配布した景品の露出や口コミ効果 等が期待できる。
- 企画について
 - 「定着」「安定」のイベントとして育ってきており、毎年楽しみにしている方がいる。
 - 更に次のフェーズに育てていくために、次年度の実施においては、「雪くま」イベント自体の位置づけや目的、方向性を今一度定義し、それに応じたアプリや運用の改善、効果測定を行うような設計を行うことが必要と考えられる。
 - 決済システムのクマPAYやインセンティブとしてのクマポ等、様々な仕組み、土台が整ってきていると考えられる。

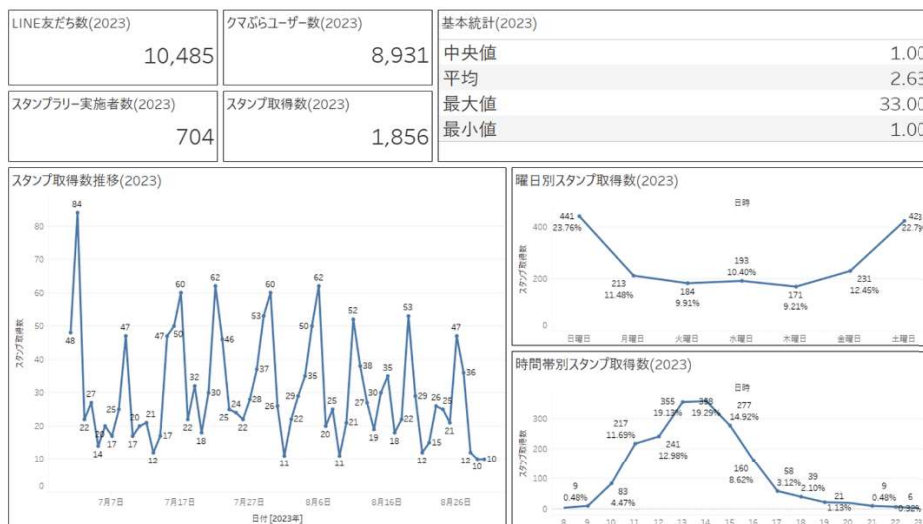
2.4.2 スタンプラリー基本データ

2024年度 基本



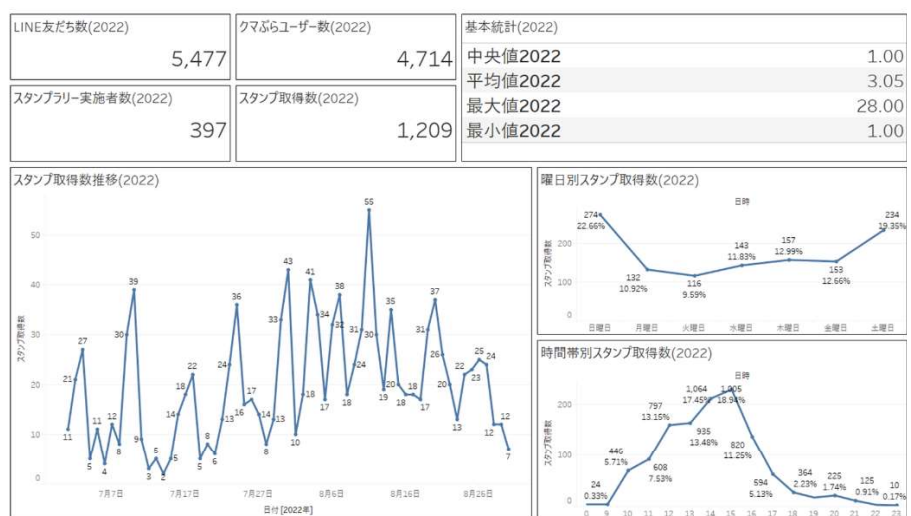
2023年度 基本

再掲



2022年度 基本

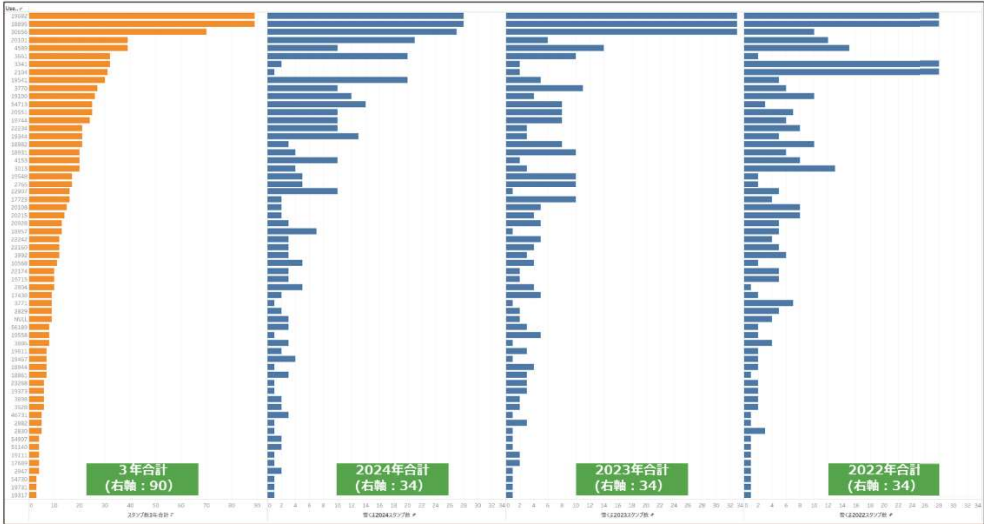
再掲



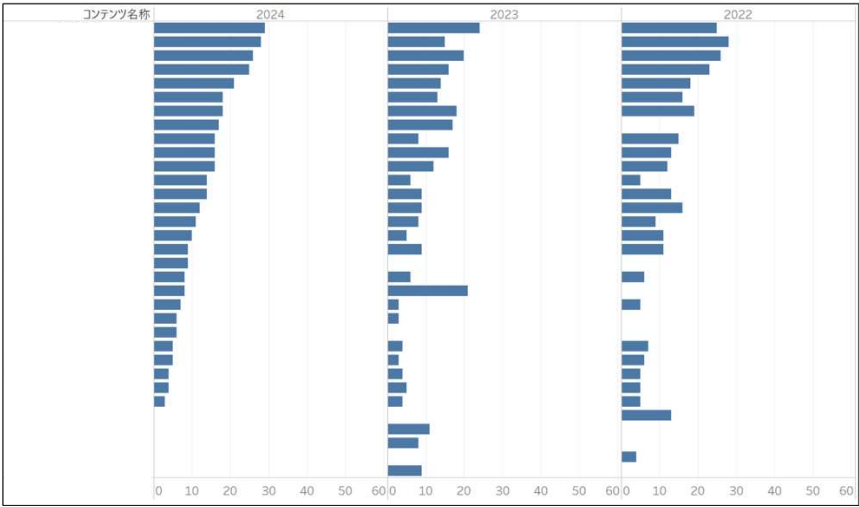
年度別スタンプラリー実施者

2022年のみ参加者数	2023年のみ参加者数	2024年のみ参加者数
276	583	643
22-23年連続参加者数	23-24年連続参加者数	
121	193	
3年連続参加者数		61

(参考) 3年連続参加者の総スタンプ数分布

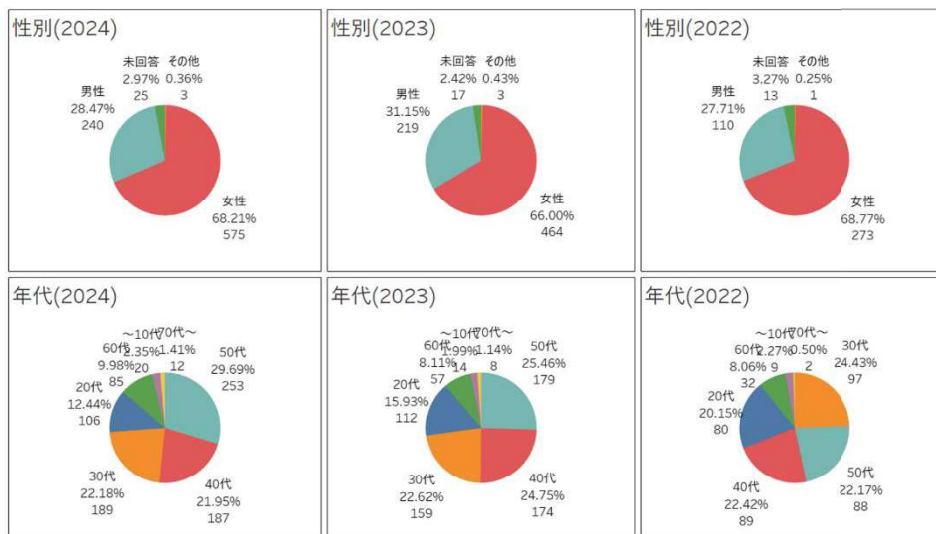


(参考) 3年連続参加者の店舗別スタンプ数分布

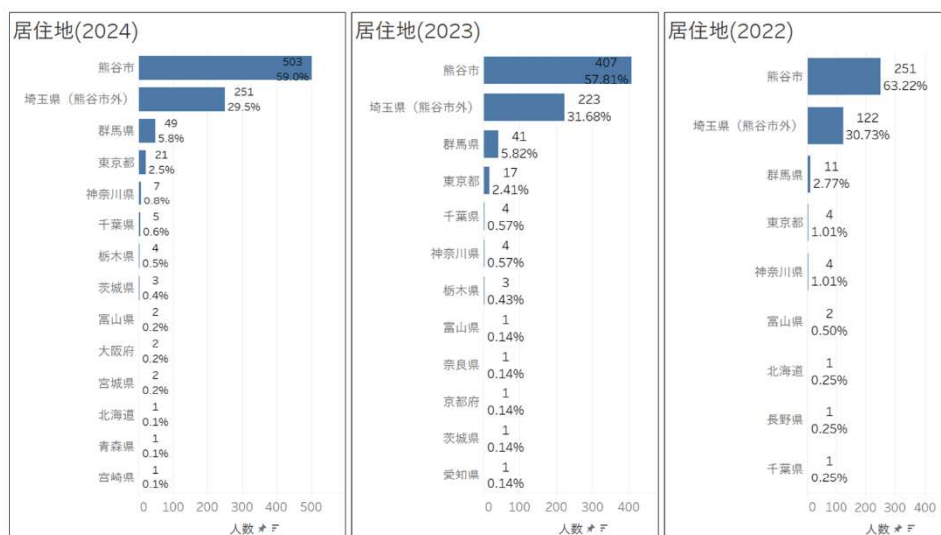


2.4.3 スタンプラリー参加者属性データ

年度別比較（性別/年代）

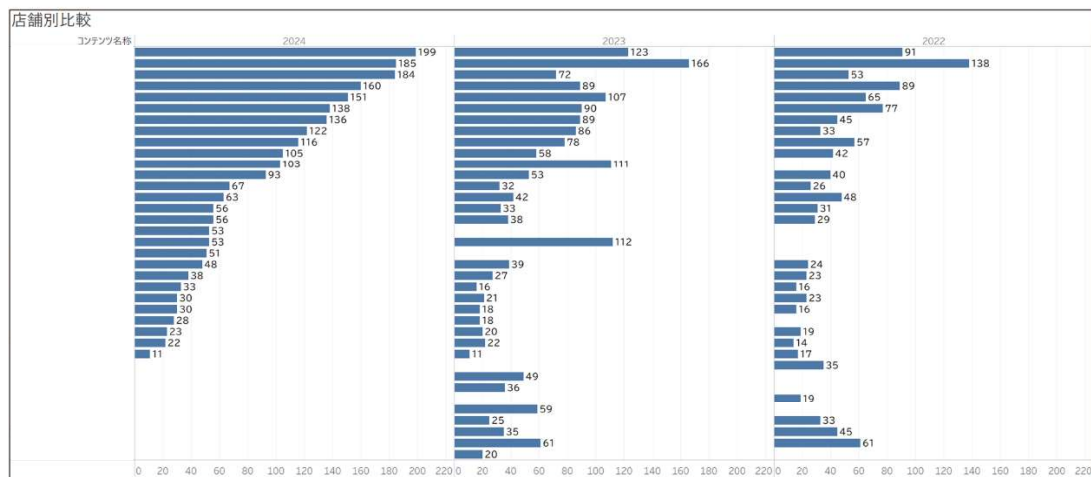


年度別比較（居住地）



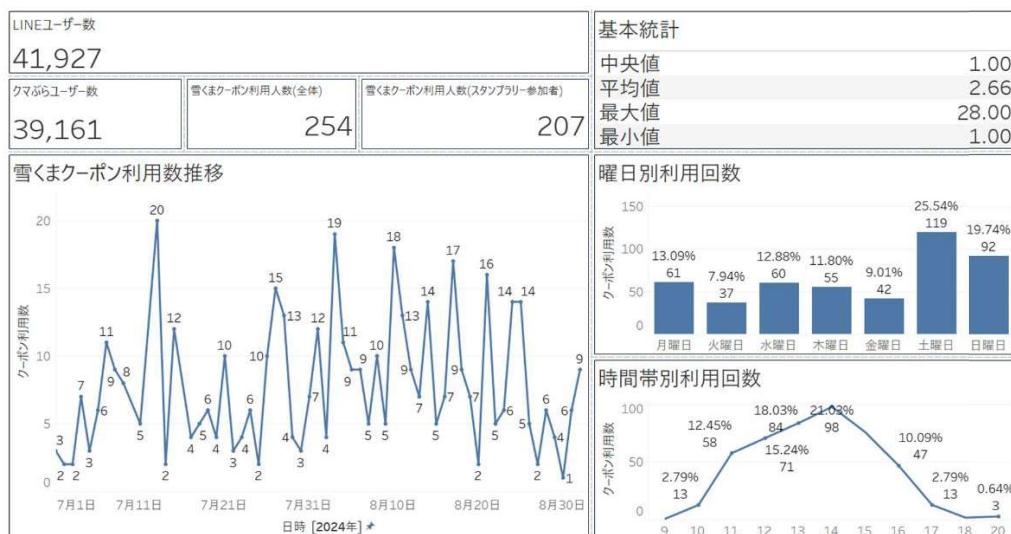
2.4.4 スタンプラリー店舗別スタンプ取得データ

年度別比較（店舗別スタンプ取得数）



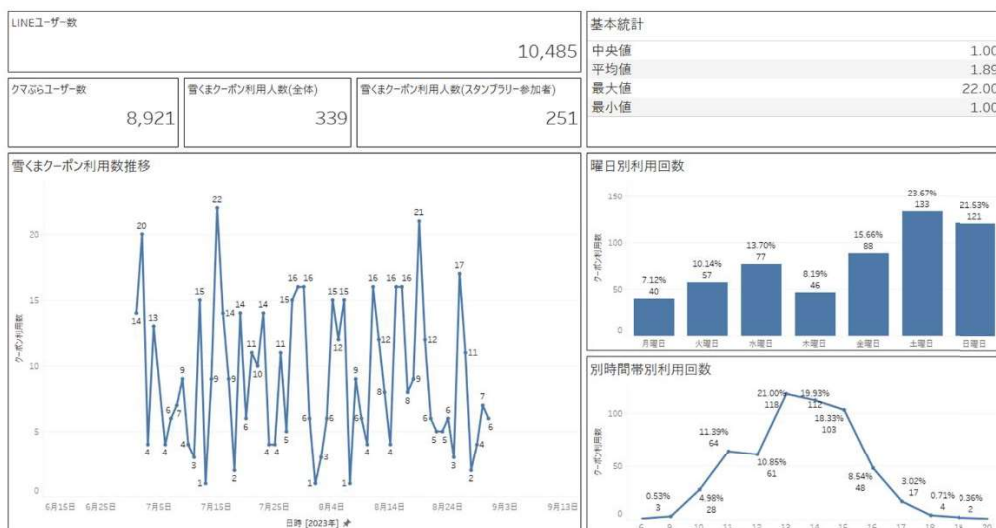
2.4.5 雪くまクーポン利用データ

雪くまクーポン利用 基本集計（2024年）



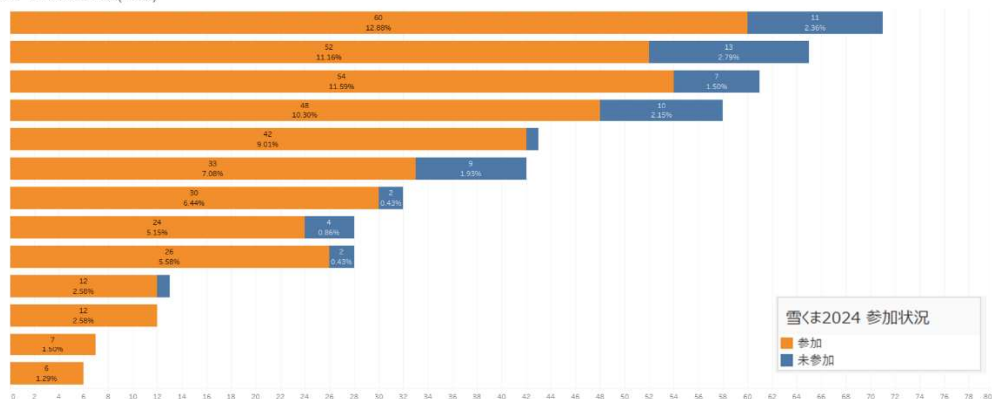
雪くまクーポン利用 基本集計（2023年）

再掲

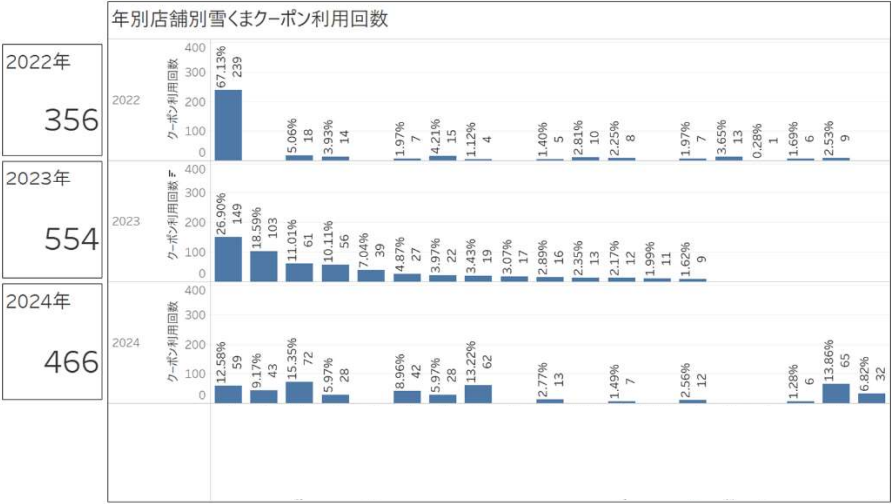


店舗別利用回数（2024年）

店舗別雪くまクーポン利用回数(全体)

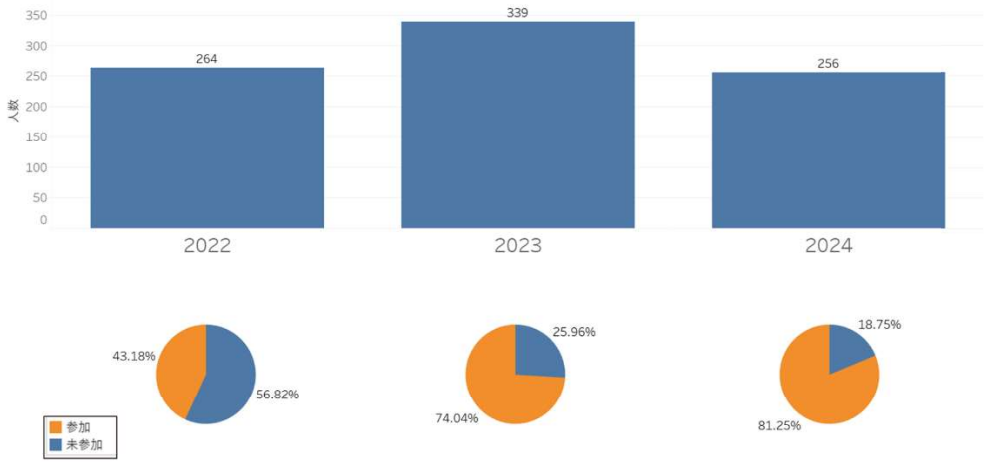


年別店舗別雪くまクーポン利用比較



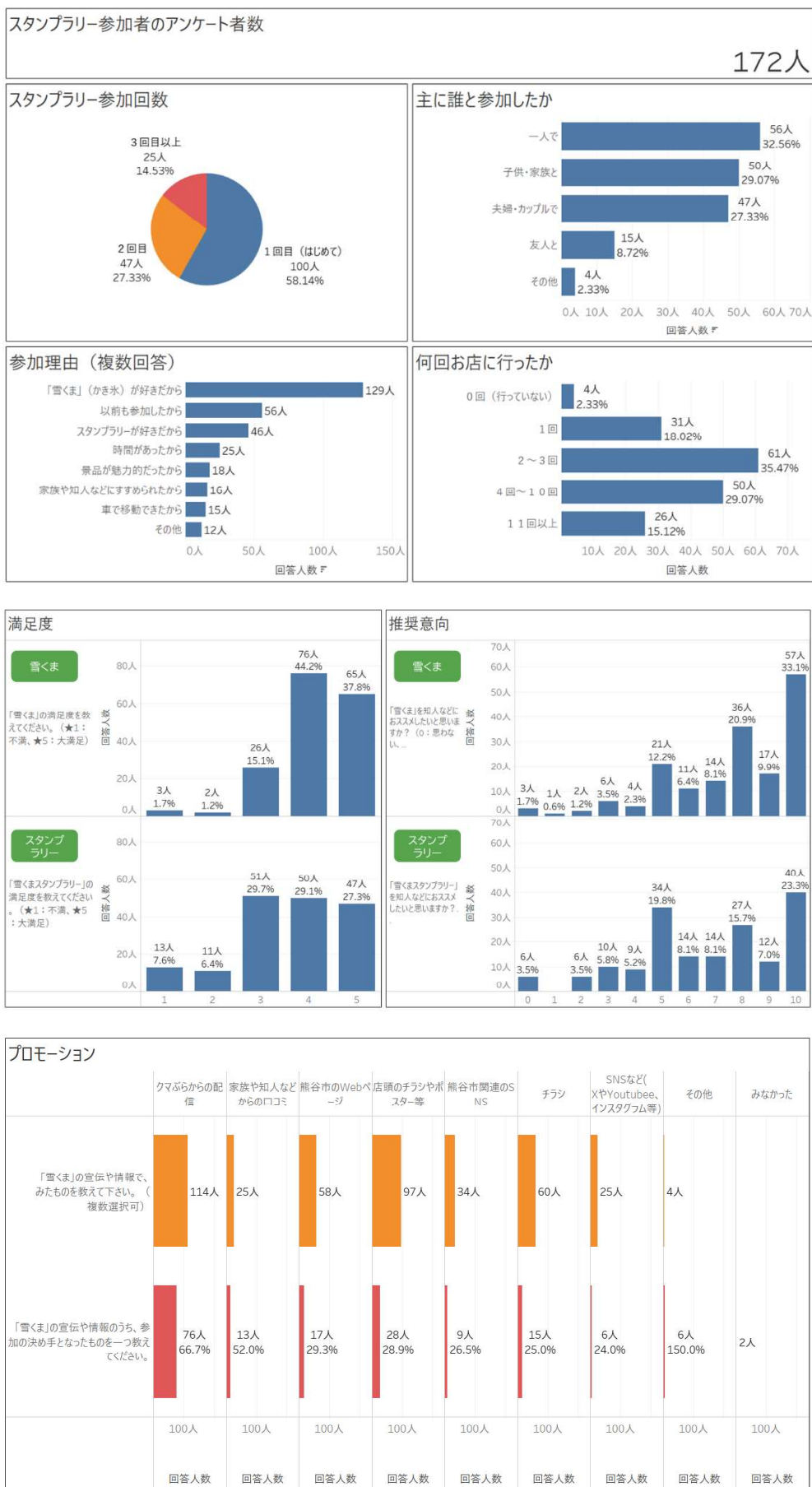
年度別利用人数と参加比率の比較

クーポンの利用人数及びその年のスタンプラリー参加者の比率



2.4.6 雪くまスタンプラリーに関するアンケートデータ

2.4.6.1 スタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）

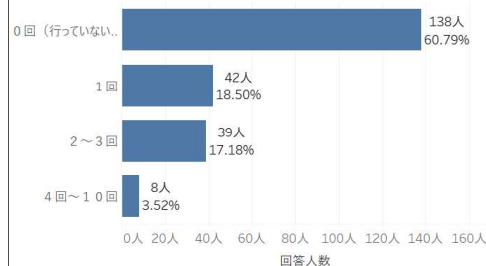


2.4.6.2 スタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）

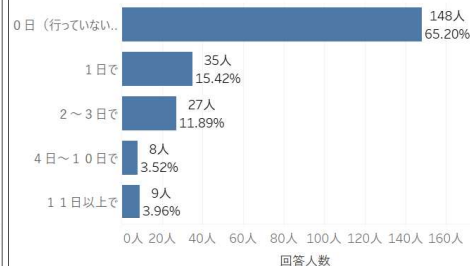
スタンプラリー不参加者のアンケート者数

227人

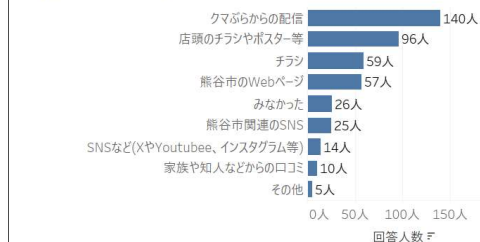
何回お店に行ったか



何日くらい回ったか



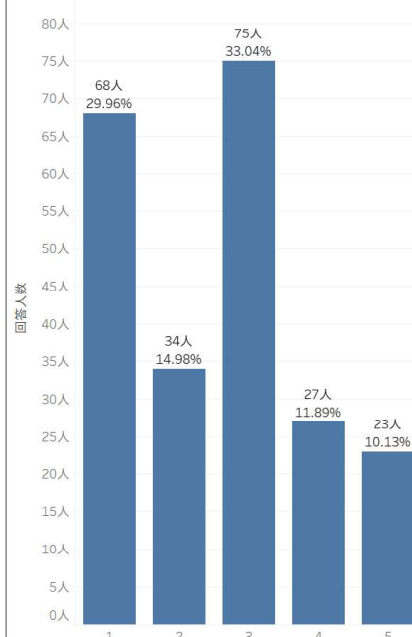
プロモーションで見たもの



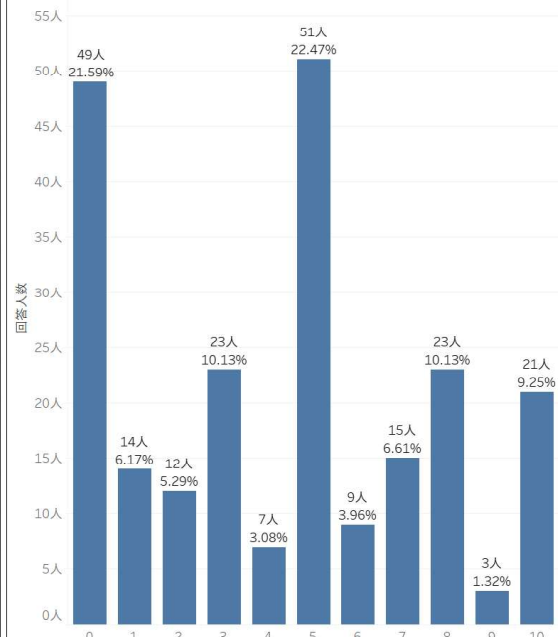
スタンプラリー不参加理由（複数回答可）



満足度



推奨意向



2.4 データ分析④ 謎解きイベント結果からの考察

2.5.1 考察

● 2024 年の特徴

- 今年度は、昨年度の利用者実態や利用者の声などももとに、より参加しやすいよう、実施形態を紙（リーフレット）主体へと変更を行った。
- 実施時期については、秋メインから、やや後半にずれこんでの開催となった。
- クリア後の画面で、X に投稿を誘導する動線を設定した。

● 考察

- 参加形態を紙（リーフレット）主体に変更したことにより、「参加者」の定義が昨年と異なり、単純比較できないが、ほぼ同一条件で比較できる「最終問題クリア者」については、657 名となった。（2023 年度：597 名、2022 年度（参加は有償）：139 名）。
- 実施形態の変更により、期中新たに設定された KPI（最終問題クリア者：681 名）は、未達成（▲24 人）となった。
- 参加者の属性について、昨年度までと同様、年代、性別、居住地など、大きな差は見られず、実施時期による大きな影響はなかったと考えられる。
- クーポンは、積極的な施策を打たなかったこともあり、利用実績は低調であったが、アンケートによると実際の利用数は多く、店舗でのオペレーションで、画面を確認するのみで QR 読み込みを行わなかった運用が多かったと考えられる（現状、QR を読み込むモチベーションが店舗、利用者ともにないため。これは、通常クーポンにも共通）。実績をより詳細に補足したい場合は、何らかの施策が必要となる。
- X の投稿は、観測によると数十件以上の投稿があり、なかには感想付きでの投稿もみられた（観測範囲ではすべて、ポジティブ評価）。投稿が他の参加者を誘引したかまでは今回のデータからは評価できないが、露出を増やす効果はあったものと思われる。
- 内容について、アンケート等よりも参加者の満足度は高く、イベント参加者は、満足して参加していることがうかがえた。
- アンケートの回答から、「達成感を感じられた」を上げる声が多く、設定したペルソナに対して、適切な内容が設計されていたと考えられる。

● まとめ

- 過去年度より、参加者は順調に増加しているが、頭打ちとなってきた可能性がある。難易度設計含め、内容は評価する声が高いため、いかにして参加に呼び込むかが引き続き重要となると考えられる。
- 更に参加者を拡大するために、これまでと異なったチャネル、プロモーションを行う必要があると考えられる。

2.5.2 謎解きイベント基本データ

週次レポート サマリ

No.	報告日	謎解きイメージマップ閲覧数 表示回数 (累計)		最終問題クリア者数		アンケート回答者数		クーポン利用数	
		累計数	増加数	累計数	増加数	累計数	増加数	累計数	増加数
1	2024/12/09(月)	634	-	79	-	76	-	6	-
2	2024/12/16(月)	957	323	146	67	138	62	16	10
3	2024/12/23(月)	1460	503	204	58	185	47	21	5
4	2025/01/06(月)	2086	626	351	147	329	144	26	5
5	2025/01/14(火)	2491	405	424	73	399	70	34	8
6	2025/01/20(月)	2747	256	480	56	453	54	34	0
7	2025/01/27(月)	3136	389	558	78	526	73	36	2
8	2025/02/03(月)	3475	339	657	99	617	91	40	4

謎解き活動量

今年度は、昨年度の振り返りも元に、紙媒体を主体に実施。そのため、イメージマップを開いた方を参加者としてカウントしている。

イメージマップ回数

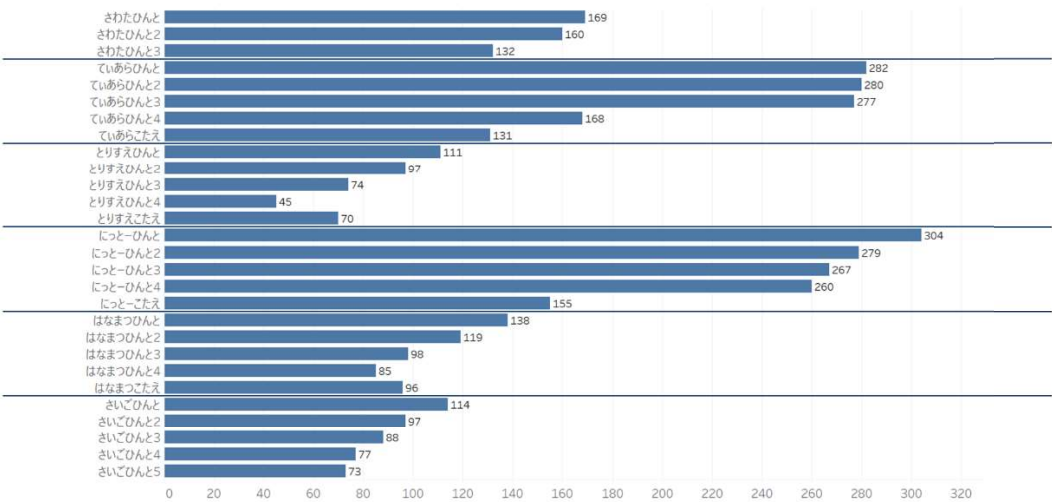


イメージマップ人数



※昨年はすべての質問の回答時にも聞く設計のため、単純比較は難しいが、参考値として掲載

ヒント利用人数

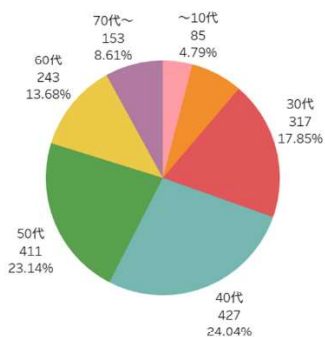


2.5.3 謎解きイベント参加者属性データ

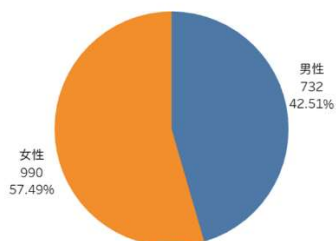
参加者属性①

今年度は、昨年度の振り返りも元に、紙媒体を主体に実施。そのため、イメージマップを開いた方を参加者としてカウントしている。

参加者属性（年代）

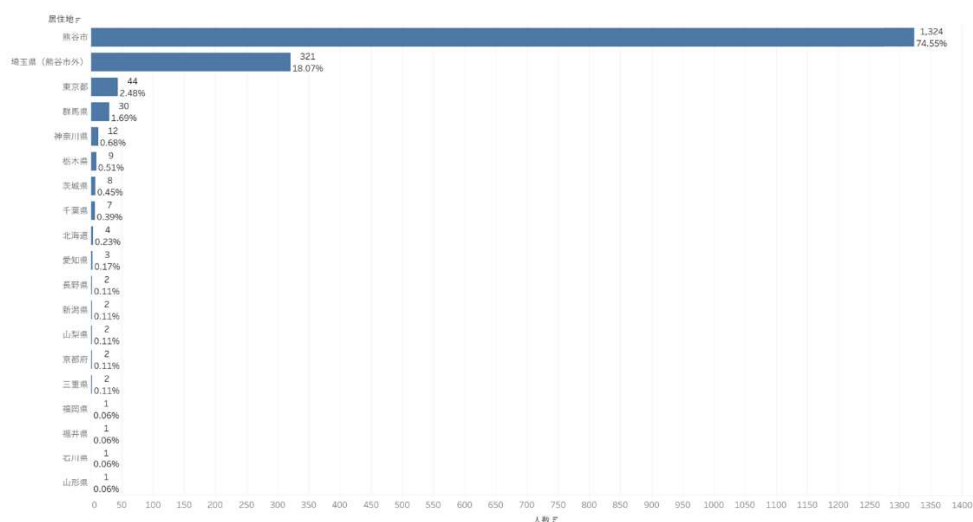


参加者属性（性別）



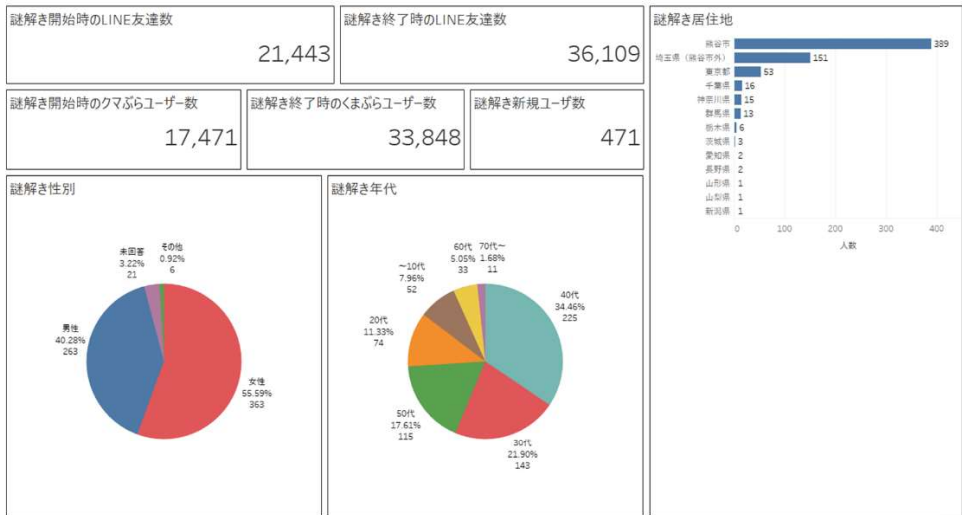
参加者属性②

今年度は、昨年度の振り返りも元に、紙媒体を主体に実施。そのため、イメージマップを開いた方を参加者としてカウントしている。



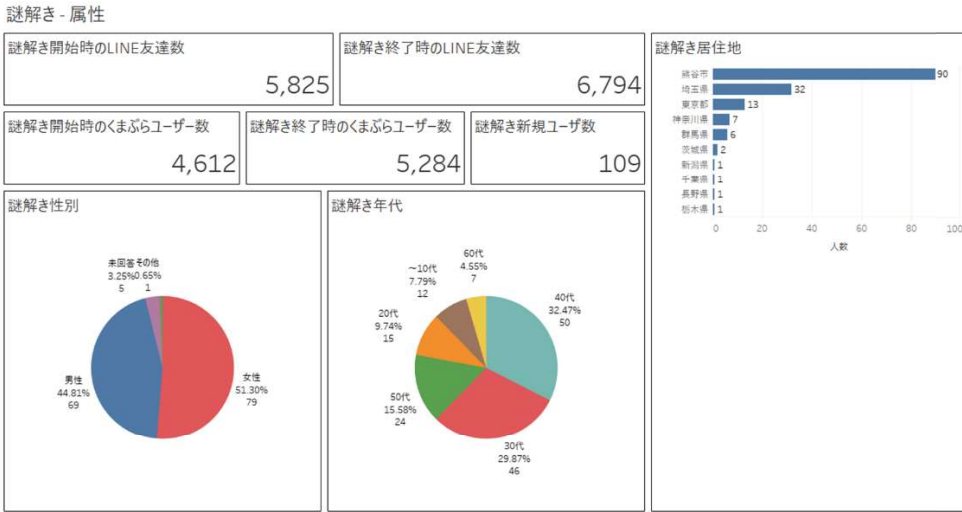
2023年 属性

過去・再掲



2022年 属性

過去・再掲



2.5.4 謎解きイベントクーポン利用データ

謎解きクーポン利用状況

No.	報告日	クーポン利用数	
		累計数	増加数
1	2024/12/09(月)	6	-
2	2024/12/16(月)	16	10
3	2024/12/23(月)	21	5
4	2025/01/06(月)	26	5
5	2025/01/14(火)	34	8
6	2025/01/20(月)	34	0
7	2025/01/27(月)	36	2
8	2025/02/03(月)	40	4

店舗	クーポン利用数
	21
	14
	5
総計	40

今年度はクーポンの積極的な活用施策（限定クーポン、広報）を行わなかったため、昨年度と比較して利用回数が少ない数にとどまったと考えられる。

一方でアンケート回答で「利用した」と回答した人数はクマぶらでの実績値より多かったため、お店側でクーポンを画面表示のみで適用するなど、読み取りを行わないオペレーションが行われていたと推測される。

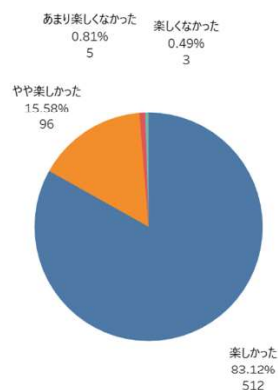
2.5.5 謎解きイベントに関するアンケートデータ

アンケート Q1,Q2

Q1 イベントを知ったきっかけ

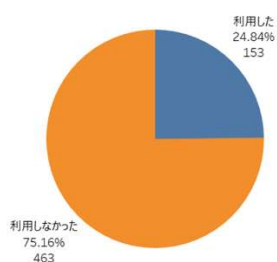
SNS	81
クマぶら配信	185
その他	98
熊谷市ウェブサイト	50
参加冊子	202

Q2 イベントは楽しかったか

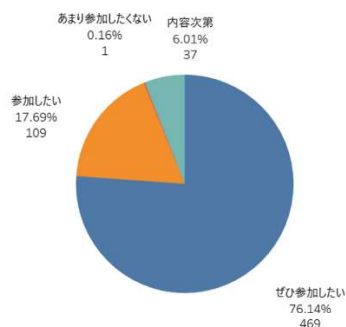


アンケート Q3,Q4

Q3 クーポンを利用したか

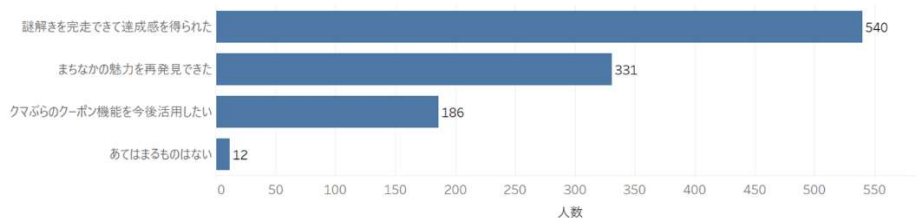


Q4 次回も参加したいか

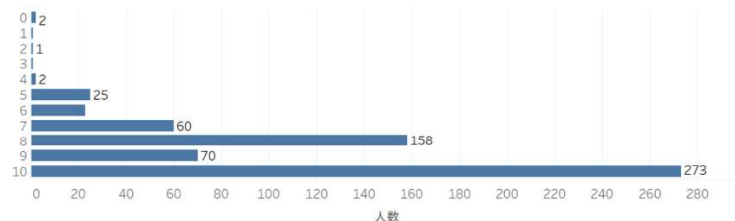


アンケート Q5,Q6

Q5 イベントを通じた感想（複数回答可）



Q6 推奨意向（0～10）



フリーコメントより

※有効回答数が300件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

ポジティブコメント

1. 「楽しかった」「面白かった」（約40件）
 - ・「想像以上に難しく、達成感があった」
 - ・「無料とは思えないクオリティで満足」
2. 「家族や子どもと一緒に楽しめた」（約30件）
 - ・「子どもが喜んで参加してくれた」
 - ・「親子で協力して解けたのが良かった」
3. 「また参加したい／次回も開催希望」（約25件）
 - ・「次回作もぜひやってほしい」
 - ・「恒例行事にしてほしい」
4. 「熊谷の新しい発見ができた／街歩きが楽しい」（約20件）
 - ・「普段行かないお店を知るきっかけになった」
 - ・「車移動では気づかなかったスポットが見つかった」
5. 「難易度・仕掛けがちょうど良かった／面白い」（約15件）
 - ・「最後の『冊子を折る』謎には驚いた」
 - ・「謎が凝っていて解きごたえがある」
6. 「ヒント機能に助けられた」（約10件）
 - ・「ヒントがあるおかげで諦めず最後まで解けた」
7. 「クーポンやお店まわりも楽しめた」（約10件）
 - ・「ついでに買い物や食べ歩きを満喫できた」

ネガティブコメント

1. 「問題／謎が難しすぎる・分かりづらい」（約10件）
 - ・「ヒントを見ても分かりにくかった」
 - ・「小学生にはハードルが高い」
2. 「クーポンが使いづらい・お徳感が薄い」（数件）
 - ・「利用条件の金額が高くて使いにくい」
 - ・「券面や使い方の表示が分かりづらい」
3. 「冊子・パネルの所在や場所が分かりにくい」（数件）
 - ・「配布場所を探してかなり歩き回った」
 - ・「店の表示がなく迷ってしまった」
4. 「LINEで答えまで分かってしまうのは残念」（数件）
 - ・「実際に街を回らなくても応募できそう」
5. 「時期／曜日／定休日などで不便を感じた」（数件）
 - ・「日曜休みの店舗があり残念」
 - ・「屋外なので天候が悪いと厳しい」
6. 「駐車場・移動面への要望」（数件）
 - ・「推奨駐車場やバリアフリー情報があると助かる」
7. 「一部スポットの案内や看板が分かりづらい」（数件）
 - ・「店舗周辺の目印がなくて困った」
 - ・「エスカレーターや階段の指示が曖昧」

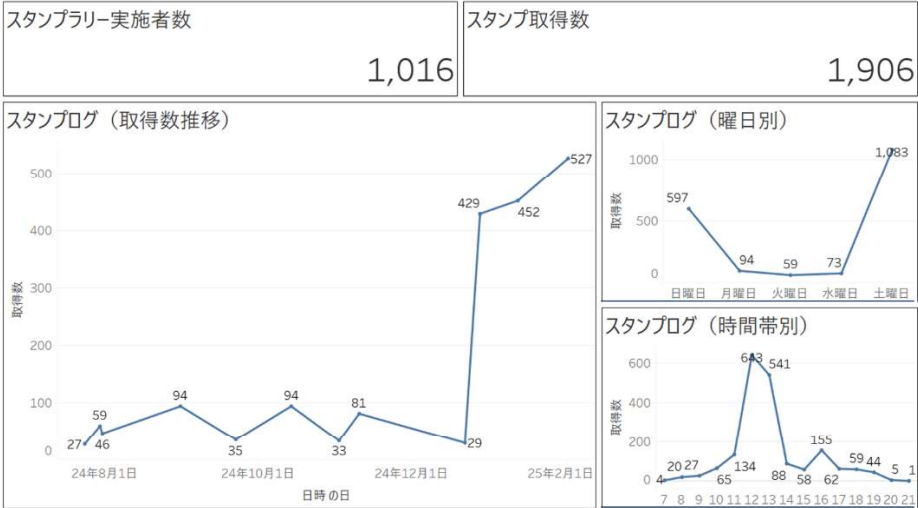
2.5 データ分析⑤ スポーツスタンプラリー結果からの考察

2.6.1 考察

- 2024 年の特徴
 - 今年度は基本的に、昨年度と同様のフォーマット（開催、イベント等）を踏襲した形での実施となった。
- 考察
 - スタンプラリー実施者は 1,016 名となり、昨年 の 723 名から大きく増加した。
 - 一方で、内訳をみると、終盤に行われた「ワイルドナイツ」関連のスタンプ取得数が 7 割以上を占めており、ワイルドナイツの人気に大きく牽引された結果であることがわかる。
 - スタンプの獲得数でみても、1 競技の最大スタンプである 3 つを境目に大きく減少しており、一つの競技に通った参加者が多かったことが伺える。
 - 参加者の属性では、女性がやや多いが男性と女性が拮抗、年代では 40 代～50 代が過半を占める構成に、大きな変化はみられなかった。
 - 年度別の状況をみると、昨年度は約 9.5%（2023 年度の参加者 799 名中、2022 年度と 2023 年度両方の参加者 76 名）、今年度は 37.2%（2024 年度の参加者 1,016 名中、2023 年度と 2024 年度両方の参加者 378 名）と、リピート率が大きく向上した。
 - アンケート回答より、参加者の満足度は総じて高かった。また、スタッフの誘導が親切だったとの回答が自由記述で多く見られた。
 - 参加しなかった方の理由としては、時間がなかった、また自由記述では興味がないとの声も見られたが、「（開催を）知らなかった」も 40%を超えており、認知次第ではまだ参加者を増やせる可能性があると考えられる。
 - プロモーションの印象では、参加者が「よく見かけた」、「少し見かけた」の合計が過半を超えていたのに対し、参加しなかった方では約 1/4 にとどまるなど、実際にプロモーションの認知に差があることが見受けられた。
 - 複数競技のスタンプについては、参加者、未参加者とも、概ね好意的に捉えている一方、参加者の意見では、もう少し絞られていた方が良い、という意見と拮抗していた。
- まとめ
 - リピーターも増加し、参加者も大きく増加した。
 - 未参加者の認知がまだ低く、プロモーション次第ではまだ参加者を増加させるポテンシャルがある可能性がある。
 - 複数競技での実施については、未参加者へ広くアピールすることにつながるが、参加者の熱量としてはある程度絞られていた方が高くなる傾向があると考えられ、イベントの目的に沿って検討する必要があると思われる。

2.6.2 スタンプラリー基本データ

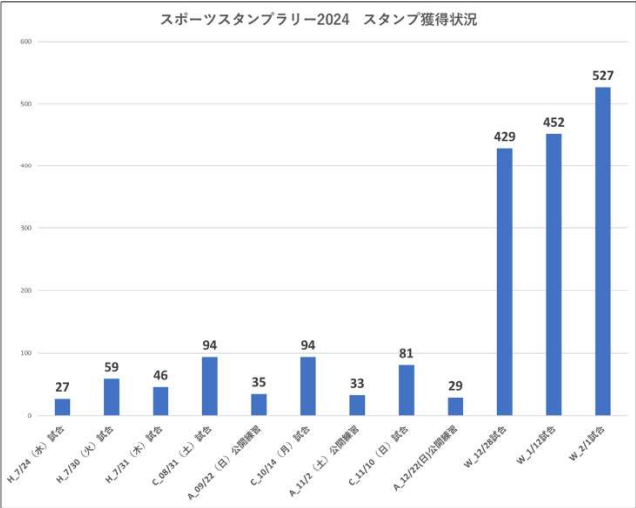
基礎データ



スタンプ取得数推移（イベント別）

<イベント別>

イベント	スタンプ数
H_7/24（水）試合	27
H_7/30（火）試合	59
H_7/31（木）試合	46
C_08/31（土）試合	94
A_09/22（日）公開練習	35
C_10/14（月）試合	94
A_11/2（土）公開練習	33
C_11/10（日）試合	81
A_12/22（日）公開練習	29
W_12/28試合	429
W_1/12試合	452
W_2/1試合	527
総計	1,906



スタンプ取得分析

<スタンプ獲得者数>

スタンプ獲得数	獲得者数
1	1,016
2	484
3	228
4	51
5	38
6	29
7	19
8	15
9	12
10	7
11	6
12	1
総計	1,906

<スタンプ獲得数別数>

スタンプ獲得数	参加者数
1	532
2	256
3	177
4	13
5	9
6	10
7	4
8	3
9	5
10	1
11	5
12	1
総計	1016

スタンプ取得分析

＜景品抽選対象者数＞

No	条件	景品	抽選数	達成者数
1	ヒートベアーズ2個	チームグッズ	25	39
2	アルカス2個	チームグッズ	25	29
3	ちふれ2個	チームグッズ	25	72
4	ワイルドナイツ2個	チームグッズ	25	393
5	スタンプ合計4個	クマPAY3000円分（カード型）	50	51
6	スタンプ合計9個	特別賞（名前入りサインチェキ、写真）	全員	12

＜チーム別スタンプ獲得者数＞

スタンプ数	埼玉武蔵ヒートベアーズ	アルカス熊谷	ちふれASエルフェン埼玉	埼玉/ナゼソニックワイルドナイツ	スタンプ計
1	39	24	94	447	604
2	24	14	41	218	297
3	15	15	31	175	236
合計	78	53	166	840	1137

＜イベント別入場者数・スタンプ数・参加率＞

No	日程	対象イベント	入場者数	スタンプ数	参加率
1	07/24（水）	S01:ヒートベアーズ	231	27	12%
2	07/30（火）	S02:ヒートベアーズ	419	59	14%
3	07/31（水）	S03:ヒートベアーズ	439	46	10%
ヒートベアーズ計			1,089	132	12%
4	09/22（月）	S04:アルカス	0	35	0%
5	11/02（土）	S05:アルカス	0	33	0%
6	12/22（日）	S06:アルカス	0	29	0%
アルカス計			0	97	0%
7	08/31（土）	S07:ちふれ	980	94	10%
8	10/14（月）	S08:ちふれ	1,024	94	9%
9	11/10（日）	S09:ちふれ	623	81	13%
ちふれ計			2,627	269	10%
10	12/28（土）	S10:ワイルドナイツ	10,464	429	4%
11	01/12（日）	S11:ワイルドナイツ	7,545	452	6%
12	02/01（土）	S12:ワイルドナイツ	6,474	527	8%
ワイルドナイツ計			24,483	1,408	6%
総計			3,716	498	6%

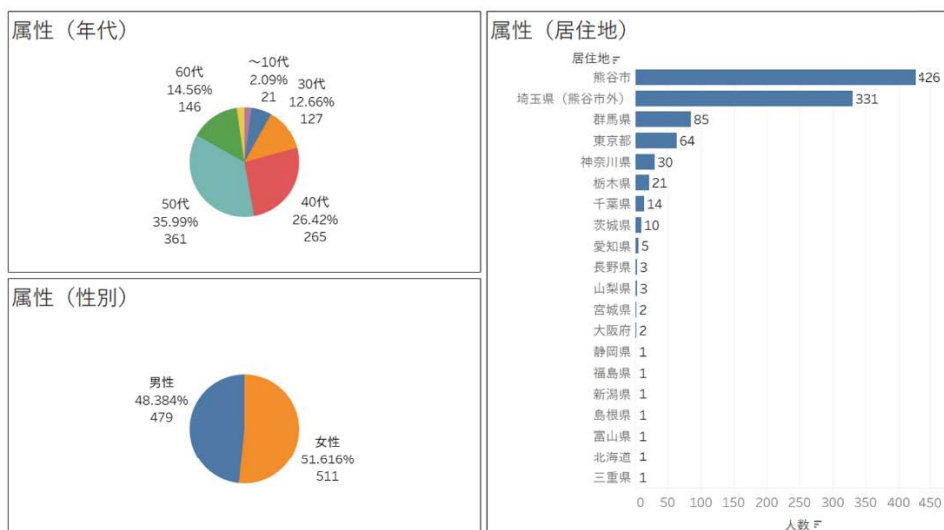
年度別スタンプラリー実施者

(人)

		2022年	2023年	2024年
参加者数		220	799	1,016
うち：2年連続	2022&2023	76		
	2023&2024		378	
	2022&2024	70		(70)
うち：3年連続		60		

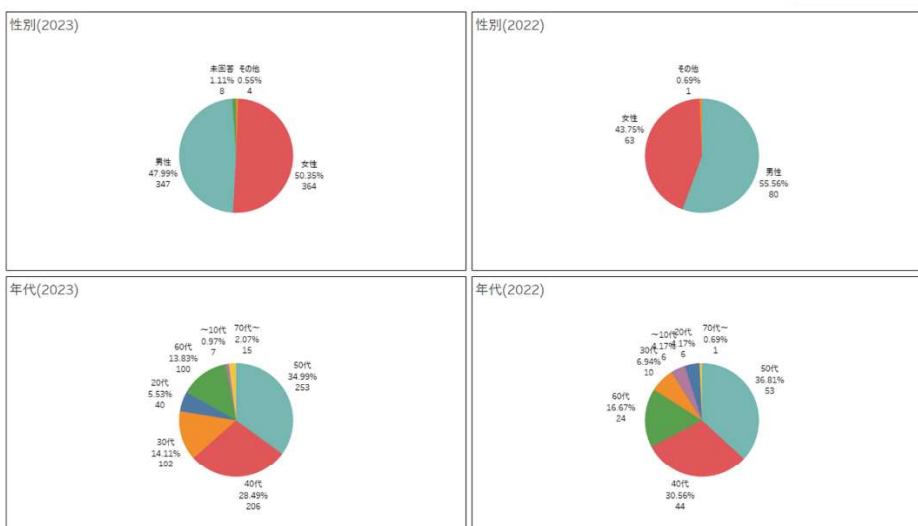
2.6.3 スタンプラリー参加者属性データ

2024年度参加者 属性



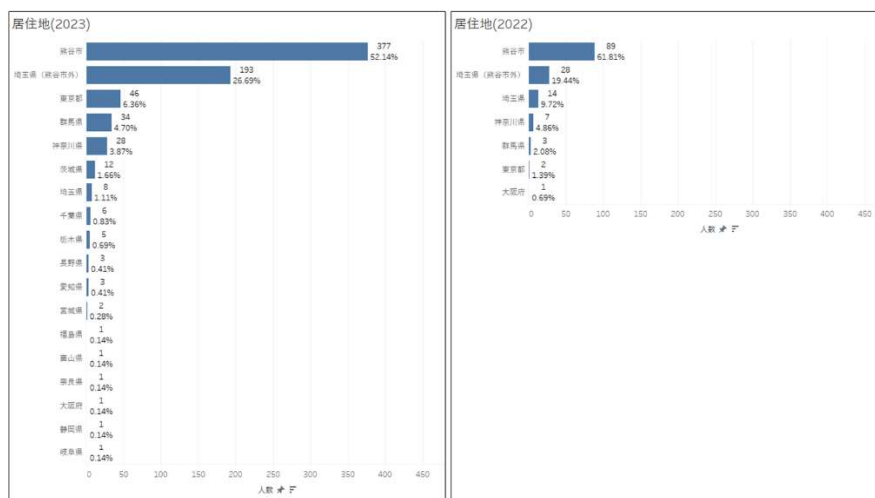
2023年、2022年 属性（性別・年代）

過去データ・再掲



2023年、2022年 属性（性別・年代）

過去データ・再掲



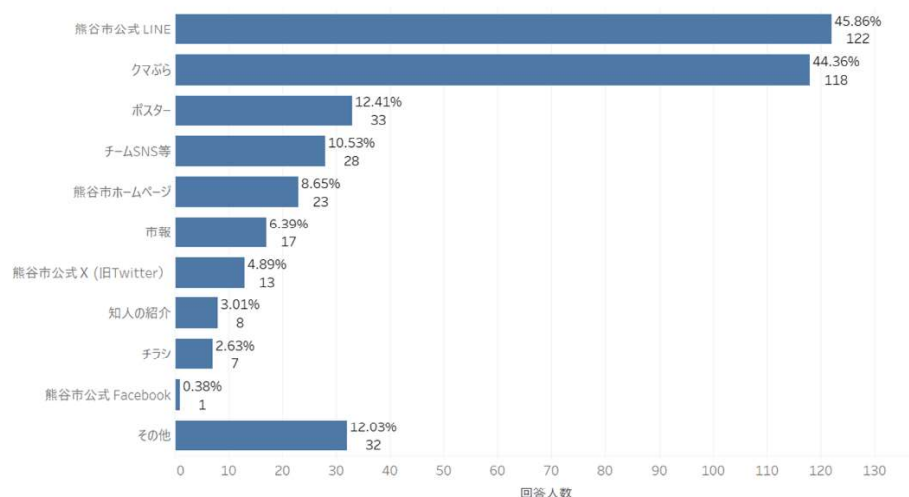
2.6.4 スポーツスタンプラリーに関するアンケートデータ

アンケート回答者数

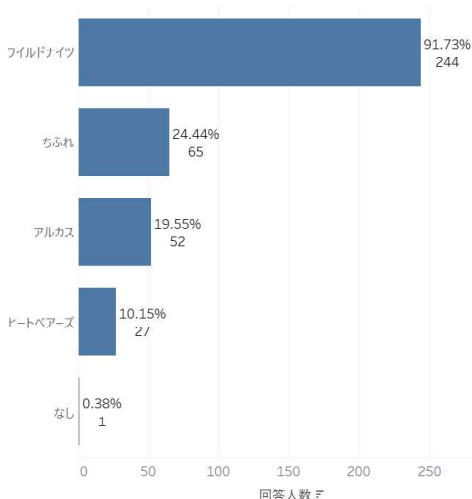
回答日	回答数	性別／居住地	参加有無 いいえ ～10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代～	未回答	いいえ 集計	はい ～10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代～	未回答	はい 集計	総計
2025/02/07(金)	298	女性	2	9	23	43	87	50	34		248		6	12	28	62	16	2		126	374
2025/02/08(土)	35	熊谷市	1	7	20	42	71	44	31		216	1	7	17	41	10	1			77	293
2025/02/09(日)	31	埼玉県 (熊谷市外)	1	2	2	1	13	5	3		27	2	3	9	9	3				26	53
2025/02/10(月)	4	群馬県					2	1			3	1	1		5	2	1			10	13
2025/02/11(火)	2	東京都				1	1				2	1	1		4	1				7	9
2025/02/12(水)	4	栃木県									2									2	2
2025/02/13(木)	1	神奈川県									1									2	2
2025/02/14(金)	3	千葉県													1					1	1
2025/02/15(土)	1	茨城県																		1	1
2025/02/19(水)	253	男性	4	3	8	27	43	46	27		158	1	4	9	33	48	33	4		132	290
2025/02/20(木)	28	熊谷市	4	3	8	23	33	37	25		133	2	4	18	30	22	4			80	213
2025/02/21(金)	13	埼玉県 (熊谷市外)				4	7	9	2		22	1	1	3	12	10	8			35	57
2025/02/22(土)	11	群馬県					1				1			1	2	6	1			10	11
2025/02/23(日)	1	東京都					1				1					1	1			2	3
		神奈川県					1				1					1				1	2
		福島県												1						1	1
		栃木県													1					1	1
		千葉県											1							1	1
		茨城県															1			1	1
		未回答	1		1	5	2			5	14					4			1	5	19
		熊谷市		1		1	5	2			9										9
		未回答								5	5								1	1	6
		埼玉県 (熊谷市外)														2				2	2
		群馬県														1				1	1
		東京都														1				1	1
		その他					1		1		2										2
		埼玉県 (熊谷市外)					1				1										1
		熊谷市						1			1										1
総計	685		6	13	31	71	136	98	62	5	422	1	10	21	61	114	49	6	1	263	685

2.6.4.1 スタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）

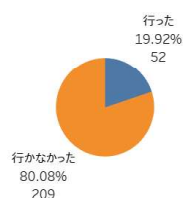
参加者：Q2 知ったきっかけ



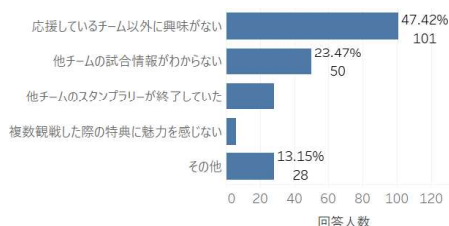
参加者：Q3 応援チーム（複数回答可）



参加者：Q3-1 スタンプラリーをきっかけに、他のチームの応援に行ったか



参加者：Q3-2 行かなかった理由



参加者：Q3-3 その他

3-3. その他を選択された方は具体的に教えてください。（任意）

スケジュールの都合上スポーツ観戦以外にも予定があり、以前から応援していたわけではないため優先順位が後回しになってしまった。

スタンプ対象試合が短期間に集中

そんなに色々なスポーツを観戦しに行く時間がない。

遠方の為何度も通うのは難しいため

基本的にワイルドナイツ戦を観に行くので気がついた時には他の対象試合は終わってしまっているから

興味はあるが、悉く日程が合わない...

熊谷が遠く他のチームを応援に行く時間やお金を確保できない為。

行きたいが、仕事等の都合で予定が合わず

試合時間が平日で行けなかった。

自宅から遠いため。

自転車で行ける距離出なかったの

住まいが東京なので

他のスポーツに興味がないわけではないのですが、ワイルドナイツをメインで観戦に行っているため、なかなか時間がとれないため。

他のチームも応援に行きたかったのですが、今回は予定が合わず行けなかった

他の予定と重なっていたため行きたかったが行けなかった。

都合がつかなかった

当日予定があり行けなかった。

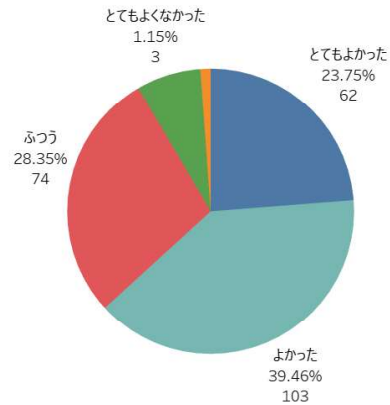
日程が合わなかった

忙しかったため、外出時間が取れなかった

予定が合わない

予定が合わなかった

参加者：Q4 アプリのわかりやすさ



Q4-1： アプリのわかりやすさについて、その理由（任意回答）

※有効回答数が100件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

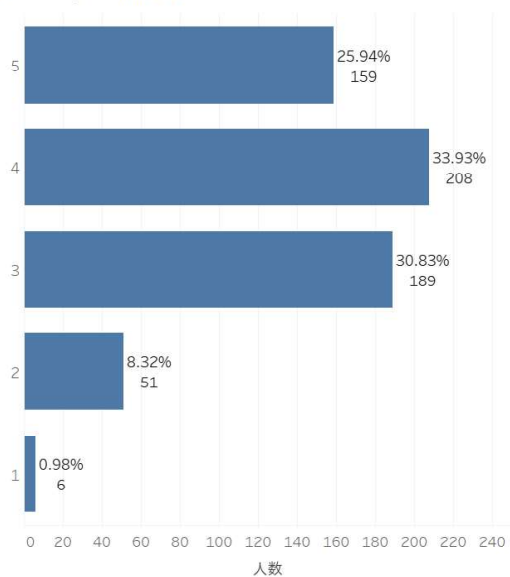
ポジティブ意見

- わかりやすかった（37件）
- 簡単だった（33件）
- スタッフが親切（19件）
- LINEは使いやすい（12件）
- デジタルは簡単（6件）

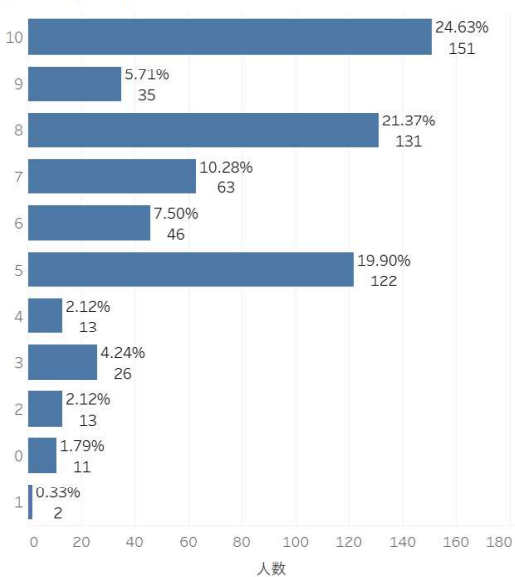
ネガティブ意見

- QRコード読み取りまでの過程が分かりづらい（17件）
- スタンプを押すまでの手順が手間（10件）
- スタンプラリーの場所がわかりづらい（8件）
- LINEからスタンプラリーの画面まで行くのが面倒（7件）
- QRコード読み込み画面までの操作がわかりにくい（6件）
- 一時的な不便さ（例（設定大変だった、作動が重い）（6件）

参加者：Q5 満足度

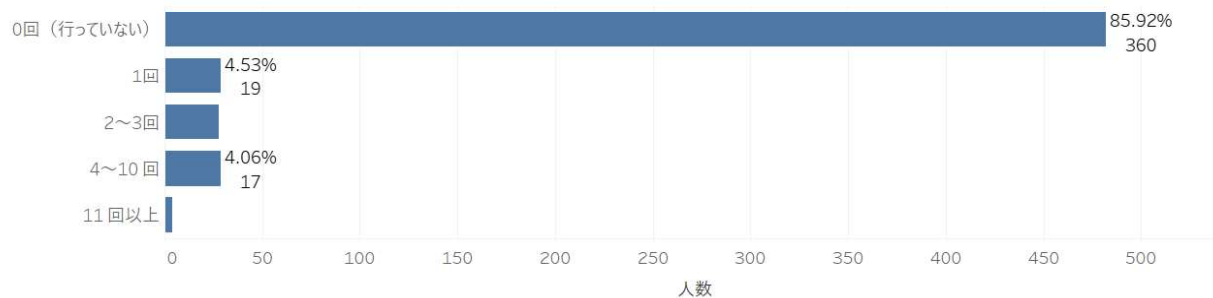


参加者：Q6 推奨意向

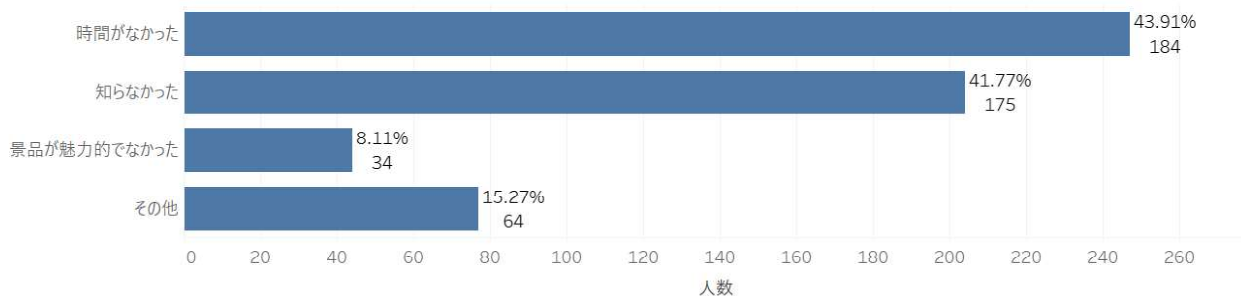


2.6.4.2 スタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）

不参加者：Q7 試合等参加回数



不参加者：Q8 スタンプラリー未参加理由

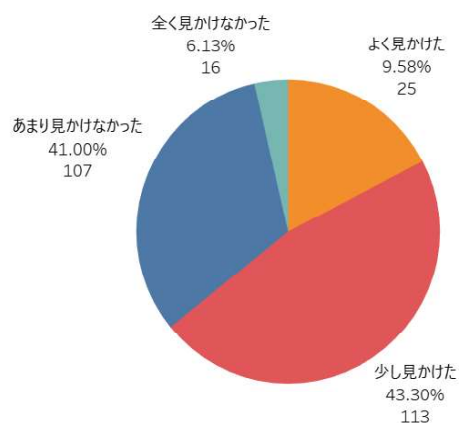


不参加者：Q8－1 その他を選択された方は具体的に教えてください。（任意）

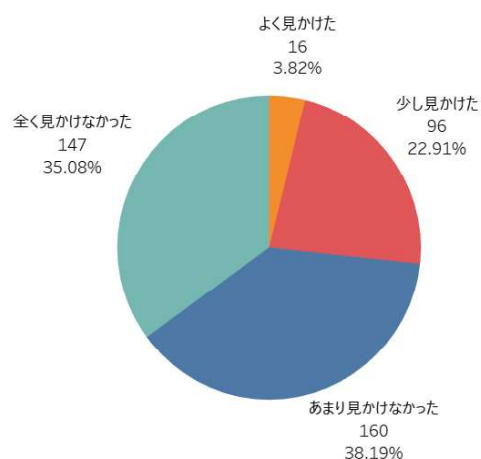
1.企画に魅力を感じなかった。2.誰もが参加出来る企画にして欲しい。	よく理解していなかった。	行きたい試合がなかった
QRコード設置位置が遠くて行けない	ラグビーしか見ていなかった	高齢につきスポーツには興味がない。
あまり興味が無い	わざわざお金と時間を出してまで行くほどスポーツに興味がないから	高齢の母と伯母の介護で自分の時間が持てません。
イベントの存在は知っていましたが、興味がなく参加しませんでした。	応援してるチームがない	骨折していた
お金がかかるから	何をやるのか、時間がどれくらいかかるものなのかが、わからないから	実施場所が会場の端の方で遠かった
知らないし、興味がなかった	家から会場まで遠い。	場所がわからない 見つけづらい
スタンプラリーというイベントは気になったがスポーツスタンプラリーにはあまり関心なかった。	会場への交通機関が限られていて、渋滞が怖くて参加できなかった。	足がないので！練習している時に見学したりしてます！
スタンプラリーの設置場所がよくわからない	外出するのが面倒	孫がいないから
スタンプを押せる場所・時間の自由度が低い。そもそも普段から試合等に行くことがほとんど無い中	各チームのファンでもない身からしてあまり参加したいと思える企画ではなかった。	知った時には、ほぼ終了していた。よく見てなくて、スママセン。
すっかり忘れてました	観戦に行かないスポーツが含まれているから	知ってはいたが、やり方がよく分からなかった。
スポーツ少年団の活動が忙しいため	関心ももてなかった	当たらないだろうと思ったので。
そもそもスポーツ観戦する習慣が無い。でもワイルドナイツは夫に連れられて年に1回応援に行く。..	企画に魅力を感じなかった。..	当日スタンプラリーのことを忘れてしまっていた
どういうイベントなのかわからなかった	興味あるスポーツじゃないので	病気で長期入院中なので動けない為です、
どこに行っても何をすればいいかわからなかった	興味がなかった	面倒くさい感もあった。
また行ってもいい	興味が無い	面倒だった
めんどくさい	興味がなかった。	面倒なので関わらない
やはり、時間が取れませんでした。	興味のあるスポーツ観戦しなかった	
やり方がわかりづらいです..	見たいスポーツがない	
ゆとりがありませんでした。	見たい試合がない	
よく分からなかった		

2.6.4.3 スタンプラリーに関するアンケートデータ（共通）

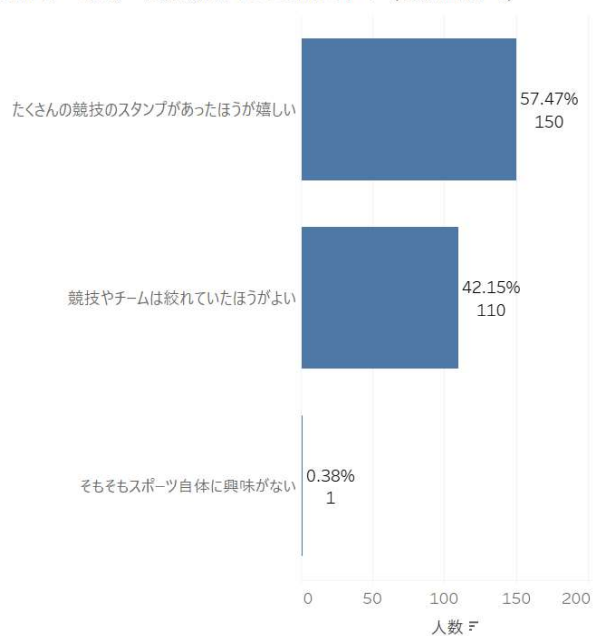
参加者：Q10 プロモーションの印象



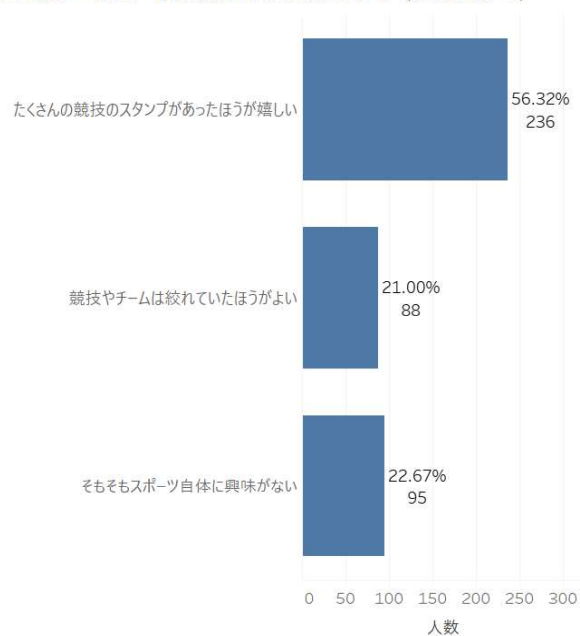
未参加者：Q10 プロモーションの印象



参加者：Q11 複数競技での実施について（複数回答可）



未参加者：Q11 複数競技での実施について（複数回答可）



参加者：Q12 全体へのコメント（自由記載）

※有効回答数が50件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

ポジティブコメント

- 継続要望（継続お願いします、次回もやって欲しいです）（21件）
- 企画への賛意（いい企画なので、続けて欲しい、知人に教えたら喜ばれたので）（9件）
- 今後の期待（今後とも継続してください、今後いろんな企画をして）（6件）
- 改善提案（スタンプの回数に応じた景品、壁紙がもらえる、その場で当たりハズレ）（7件）

ネガティブコメント

- 使い勝手（とくになし、一つのLINEに集約しすぎており、使いづらい、使い勝手が悪い）（8件）
- 告知不足（もっと告知したらよいと思う、現地でもっと早くから宣伝したほうが良い）（6件）
- 期間（ラグビーシーズンが始まってすぐキャンペーンが終わってしまうので、ワイルドナイツのシーズン終わるまで続けて）（5件）
- チーム間の格差（チームによって協力できる範囲に差がある、アルカスは日時が限られている）（4件）

未参加者：Q12 全体へのコメント（自由記載）

※有効回答数が50件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

ポジティブコメント

- くまペイの還元や地元の発展に対する協力姿勢（2件）
- スタンプラリーや企画に対する興味・期待（11件）
- ポスター掲示などの広報に対する提案（1件）
- 今後の企画に対する要望（9件）
- 楽しい企画への感謝（3件）

ネガティブコメント

- チーム名や競技不明（1件）
- LINEアプリの使いづらさ（1件）
- イベントの周知不足（5件）
- スタンプラリーの設置場所のわかりにくさ（1件）
- 期間の短さ（2件）
- 興味ないスポーツのスタンプラリーに対する意見（7件）
- イベント会場に行かないとスタンプが押せない点（2件）
- 高齢者が参加しにくい企画（1件）
- 人混みや渋滞に対する不満（2件）
- スポーツ以外の施策に対する要望（2件）

2.6 データ分析⑥ 暑さ対策スマートパッケージ結果からの考察

2.7.1 考察

- クマぶらからの動線（アクセス）
 - 暑さ対策スマートパッケージのイメージマップ表示は、期間を通じて 1,600 回であった。
 - ✧ 7/1、7/7～9、8/19～21 の 3 回、大きなピークがみられた。
 - ✧ 曜日別では月曜、水曜が多く、時間帯では 10 時が一番多く、ボーナスクマポの公開と連動して増加している可能性が考えられる。
 - ✧ また、17 時、22 時にもピークがみられ、仕事等が一段落した段階で閲覧している可能性が考えられる。
 - ✧ まちなかヒートエリアのマップへの、クマぶら経由でのアクセス総数は、1,155 回であった。
 - ✧ 7/7～9 の大きなピークが見られた。
 - ✧ 曜日別では月曜が多く、時間帯では 17 時及び 22 時にピークがみられた。
 - ✧ 暑さ対策スマートパッケージのイメージマップへのアクセスと連動して増加している事も考えられる。
- クールシェアスポット・クマポ付与施策
 - 施策への参加者は、224 人であり、のべ参加回数は 1,900 人であった。中央値は 1 となり、1 回のみの利用者が最多であったが、参加者の平均参加回数は 7.76 回となり、参加した方が複数回利用されたシーンが伺える。
 - 利用回数、人数とも、8 月後半から、特に 9 月 14 日以降にかけて急増していた。これは、水遊びスポットの追加とクマぶらでの配信（9 月 13 日実施）が影響していると考えられる。
 - スポット別の利用回数でも、水遊びスポットの利用が上位となっていた。
 - 特に、ニットーモールはスポット間が近いこともあり、「ハシゴ」での利用が多く、これも利用回数を押し上げていると考えられる。
 - 配布したクマポ数について、期間を通してみると、9 月の利用回数が多かったため、8 月まで実施されたボーナスクマポの付与が相対的に少なくなっていた（100,700 クマポの付与の内、ボーナスクマポは 5,700）。
 - 一方で 8 月までの期間で見ると、総クマポ付与は 22,150 となるため、ボーナスクマポの占める割合は、
期間全体： 5.6% → 8 月まで： 26%
と高くなっており、特に熊谷市役所の 8/19～25 期間の利用が急増していた。
- アンケート
 - 回答総数は 2,094 人となり、未利用の方にも多く回答が得られた。
 - 一方で利用者の割合は 4.35%にとどまり、施策への利用率の向上が今後の課題と考えられる。
 - 利用率の向上に向けては、未利用者における利用しなかった理由について、実施を知らなかったが約 90%（1,802 人）となっており、施策の内容の充実よりもまずは認知の向上が重要と考えられる。
 - 認知の向上に向けては、今回の属性等を参考に、施策のターゲットを明確にしたうえで、PR 施策を行うことがより効果的と考えられる。
 - クールシェアスポット自体の認知率は、利用者で 90%、未利用者でも 63%と、暑さ対策スマートパッケージ施策より認知が高いため、クールシェアスポットからの動線を作ることも有効と考え

られる。

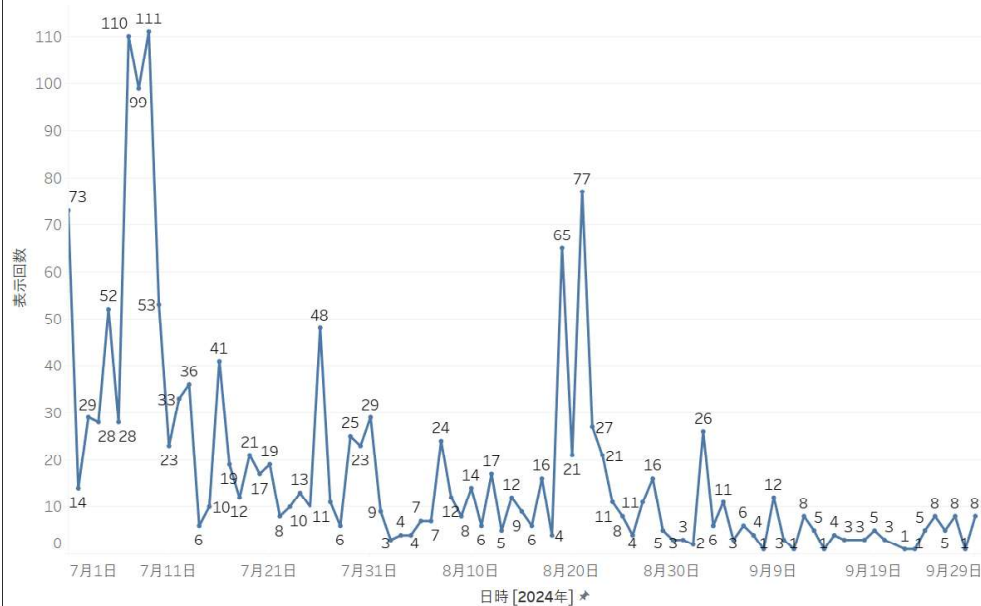
- 利用者におけるツールの観点では、以下のツールを利用した人のうち満足度の3以上の割合が、
まちなかヒートエリア： 約75%
クールシェアスポットマップ： 約78%
と、双方ともに高かった一方で、利用していない人も各37%、25%であり、利用率向上も課題と考えられる。

2.7.2 クマぶらからの動線（アクセス）データ

暑さ対策スマートパッケージ イメージマップ表示回数

1,600

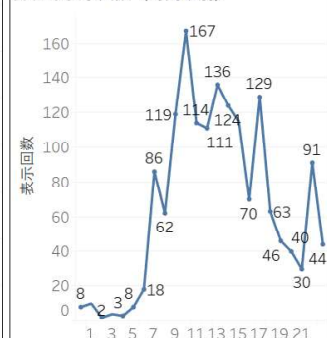
スマパケ表示回数（日別）



スマパケ表示回数（曜日別）



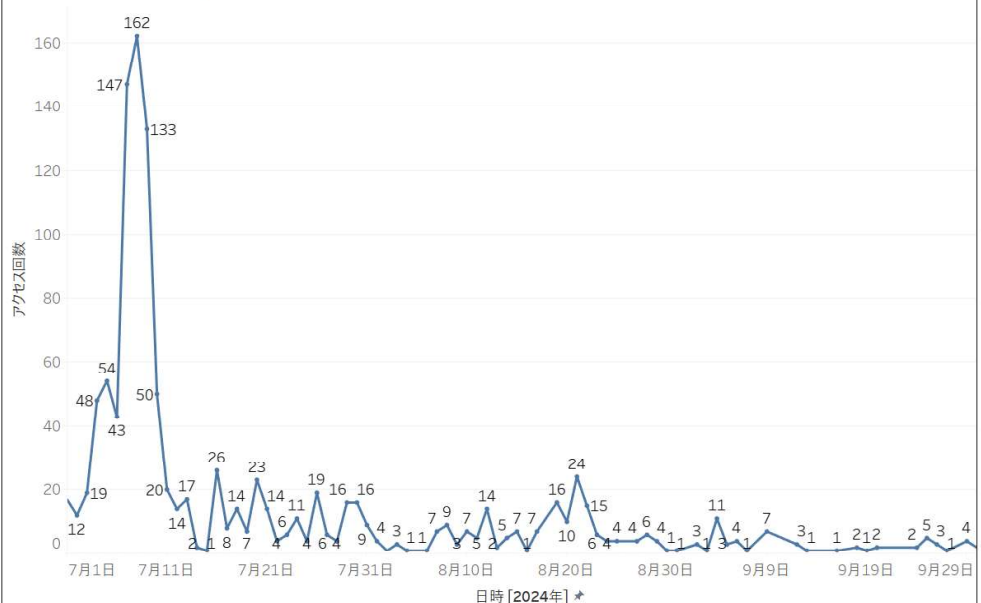
スマパケ表示回数（時間帯別）



まちなかヒートエリア アクセス総数

1,155

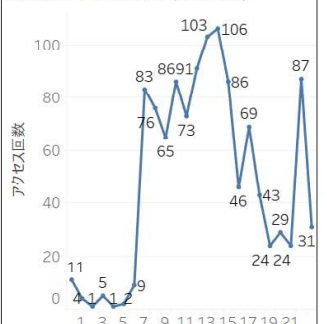
まちなかヒートエリア表示（日別）



まちなかヒートエリア表示（曜日別）

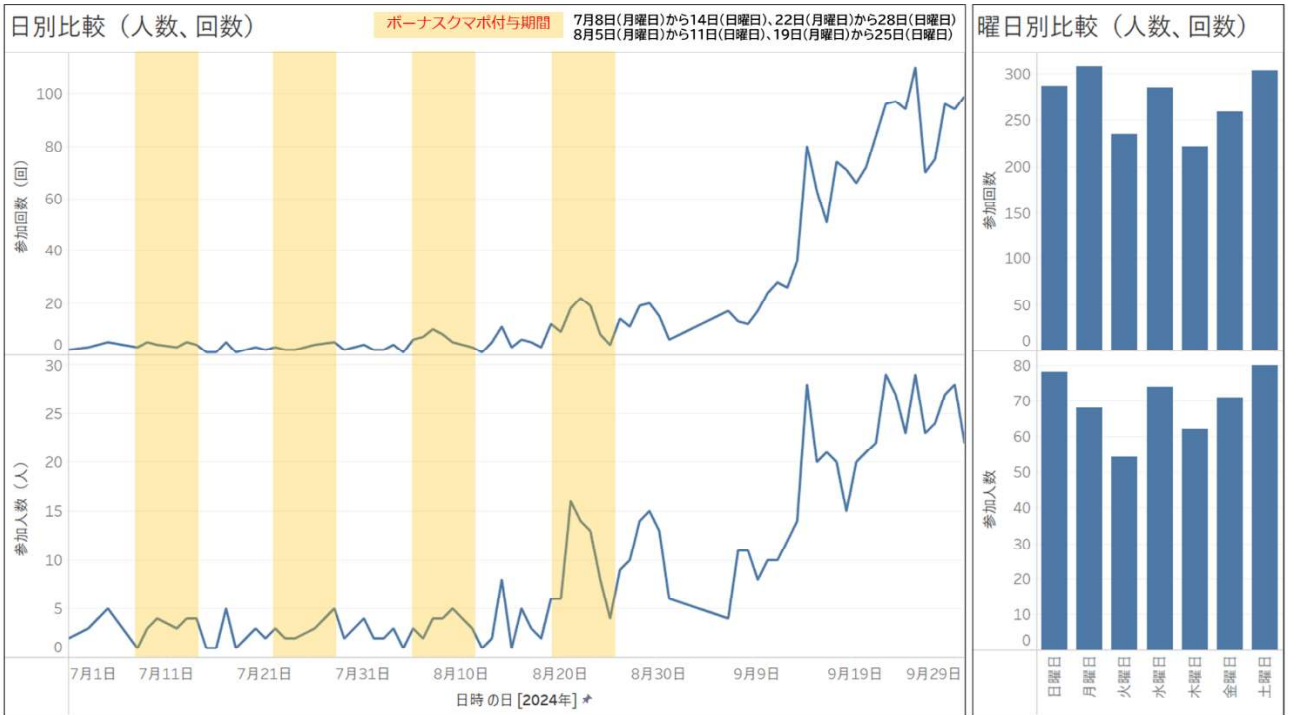
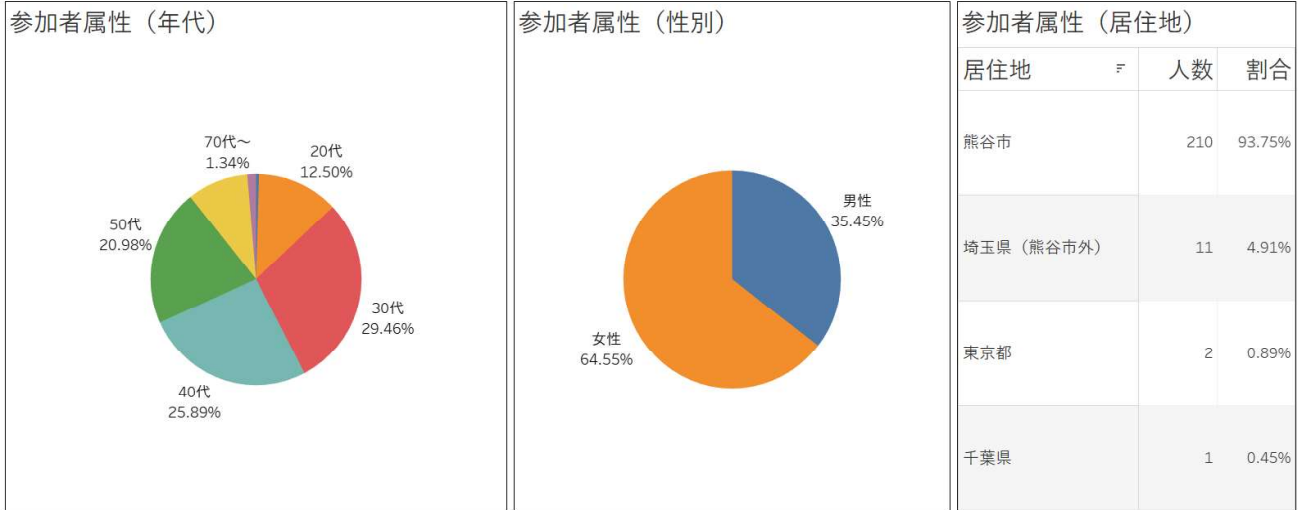


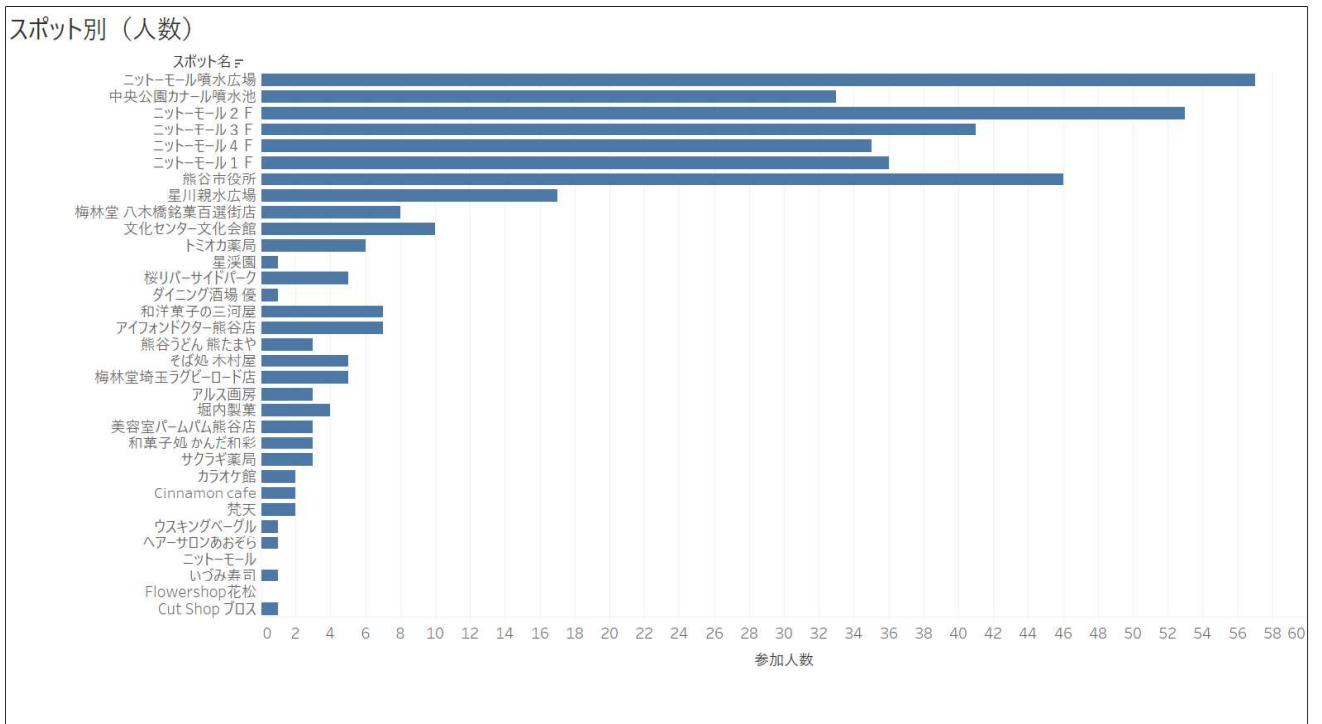
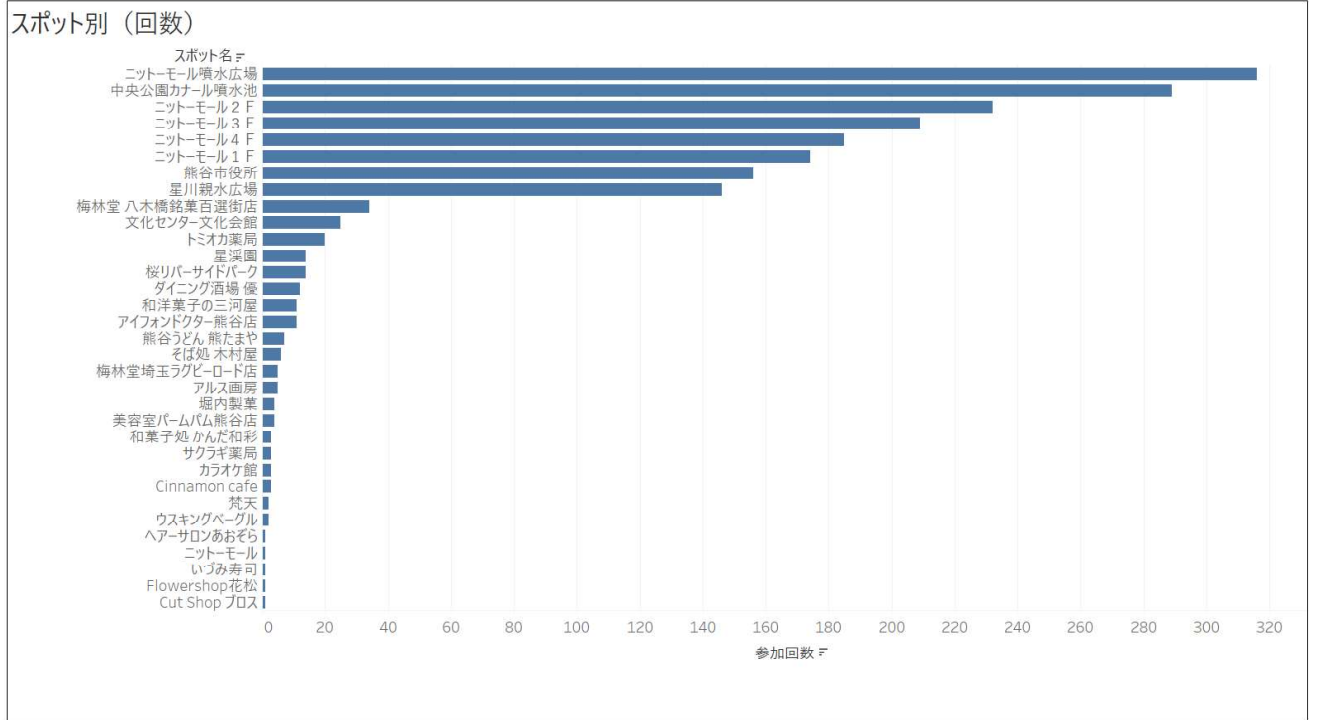
まちなかヒートエリア表示（時間帯別）

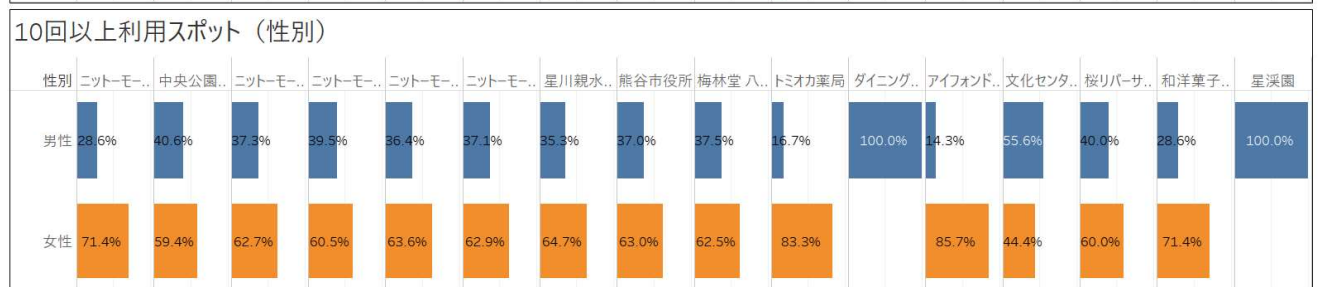
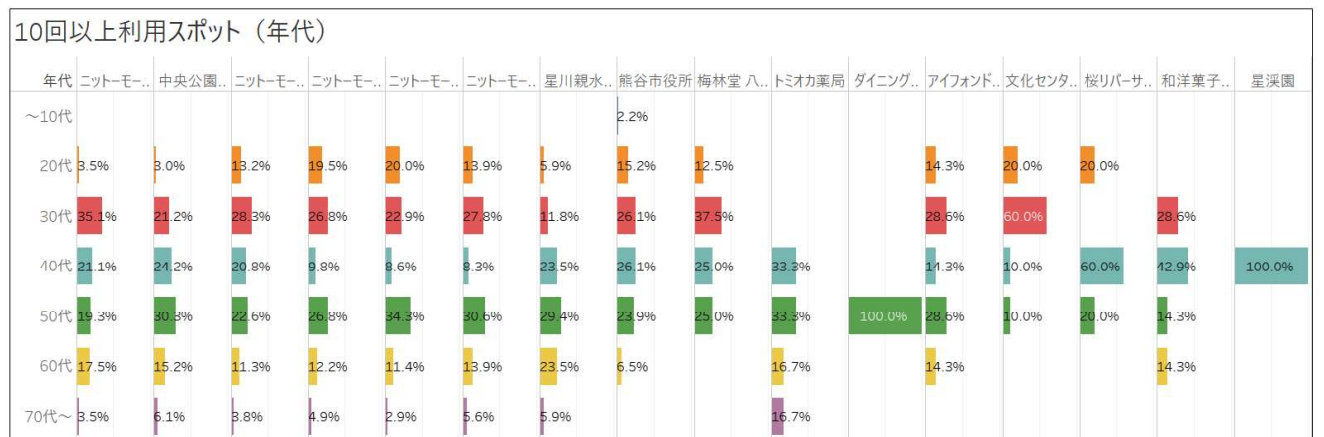
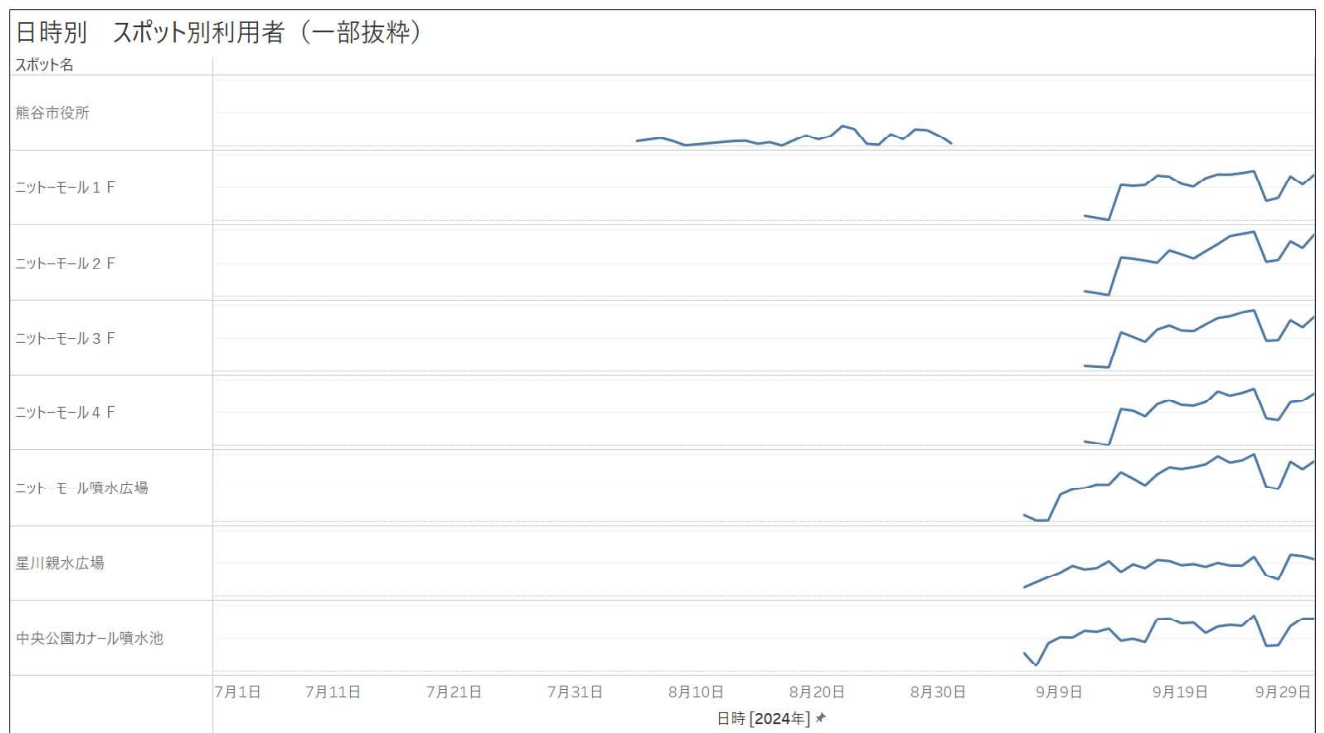


2.7.3 クールシェアスポット・クマポ付与施策データ

参加人数	参加回数	基本統計（回数）	クマポ統計	クマポ統計（9月除く）
224	1,900	中央値 1.00 平均 7.76 最大値 121.00 最小値 1.00	付与クマポ総数 100,700 内) 基本クマポ 95,000 内) ボーナスクマポ 5,700	付与クマポ総数 22,150 内) 基本クマポ 16,450 内) ボーナスクマポ 5,700

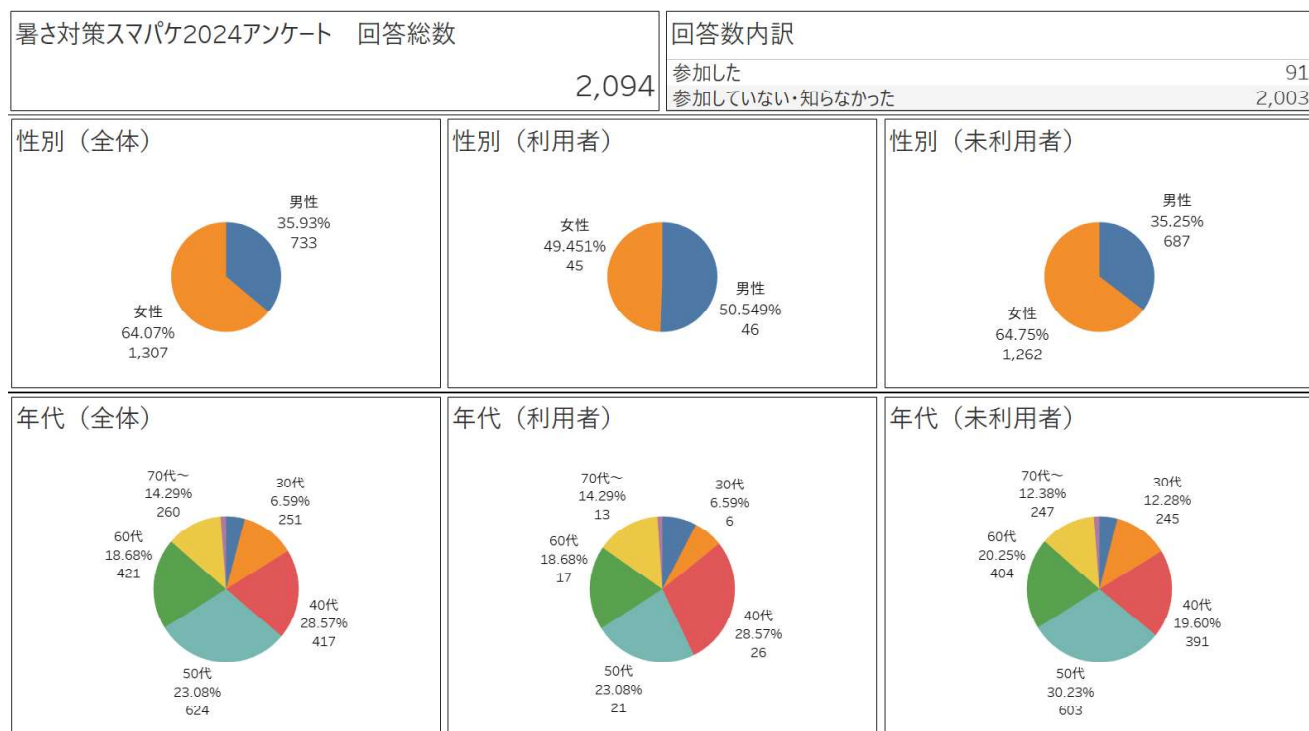






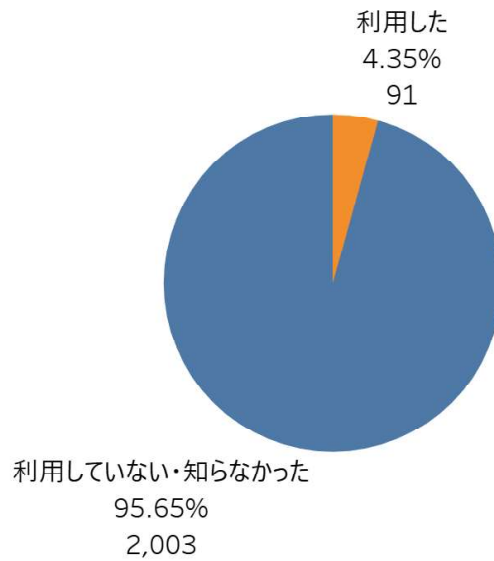
2.7.4 暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ

2.7.4.1 暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（全体・共通）

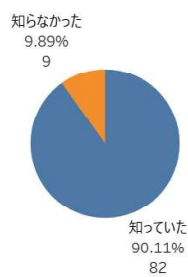


アンケート回答者属性（居住地）			
お住まい	全体	利用者	未利用者
熊谷市	1,793	82	1,711
埼玉県（熊谷市外）	255	7	248
群馬県	15	0	15
東京都	9	1	8
神奈川県	4	1	3
千葉県	3	0	3
茨城県	2	0	2
新潟県	2	0	2
大阪府	1	0	1
長野県	1	0	1
栃木県	1	0	1

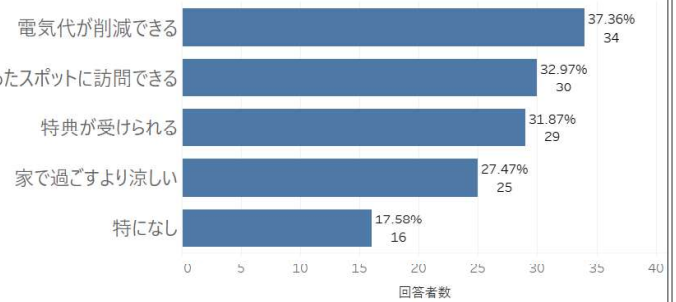
共通Q1. 暑さ対策スマートパッケージを利用したか



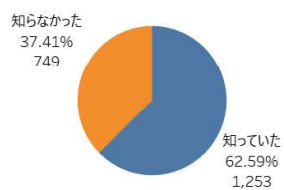
利用者Q6 クールシェアスポットを知っていたか



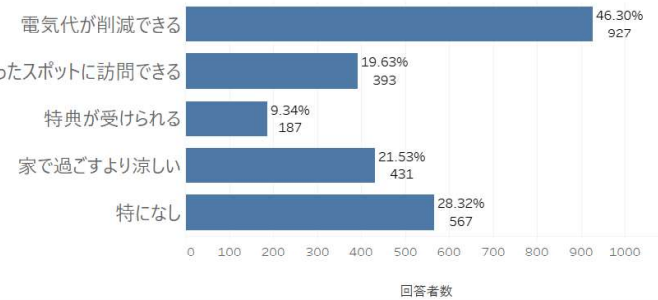
利用者Q6-1 クールシェアスポットのどこなところに魅力を感じますか（複数回答可）



未利用者Q3 クールシェアスポットを知っていたか

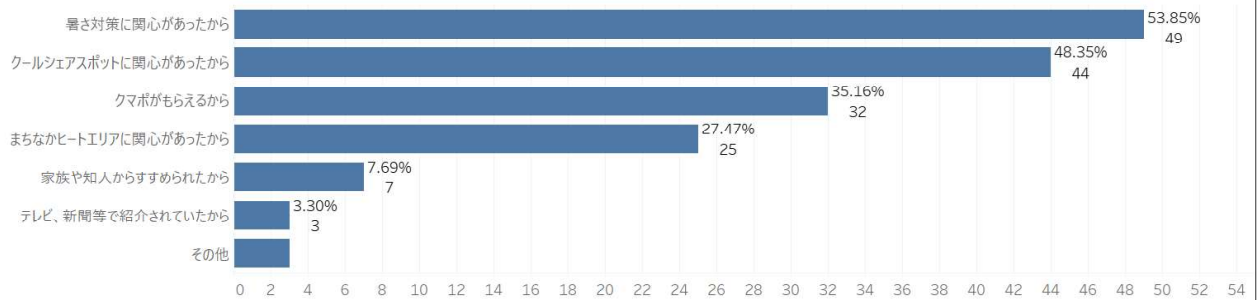


未利用者Q3-1 クールシェアスポットのどこなところに魅力を感じますか（複数回答可）

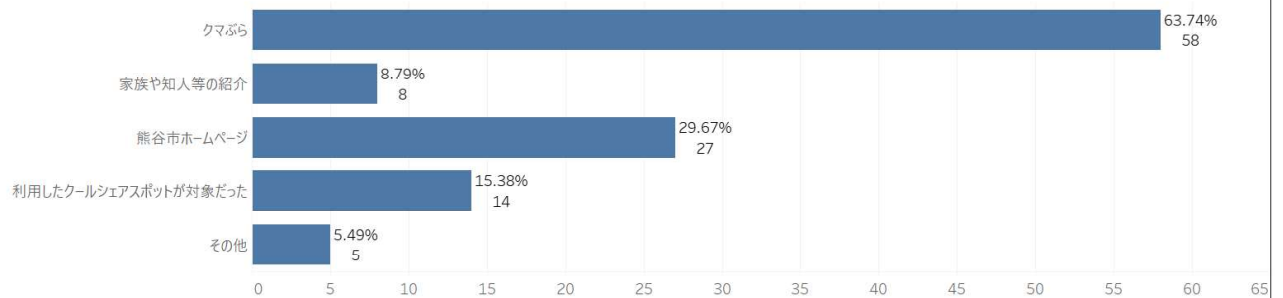


2.7.4.2 暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（利用者）

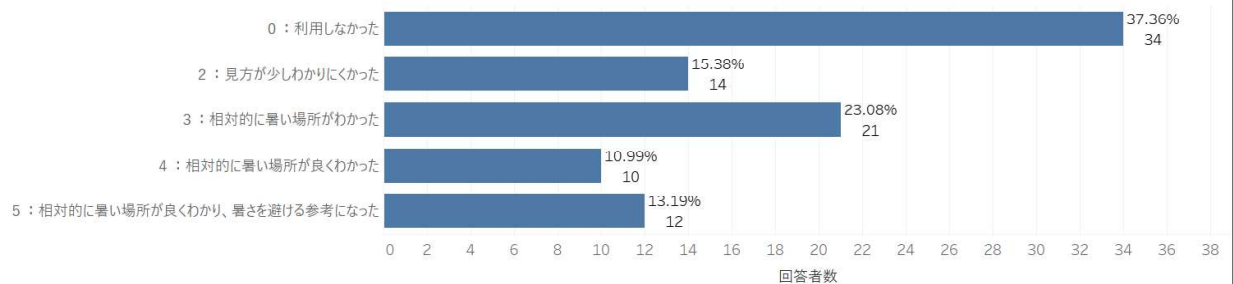
利用者Q2 暑さ対策スマートパッケージを利用された理由を教えてください。



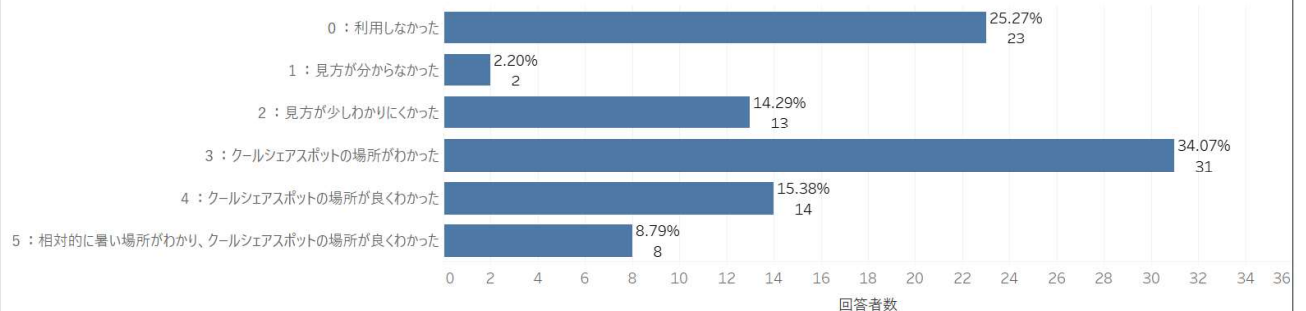
利用者Q3 暑さ対策スマートパッケージを知ったきっかけを教えてください。

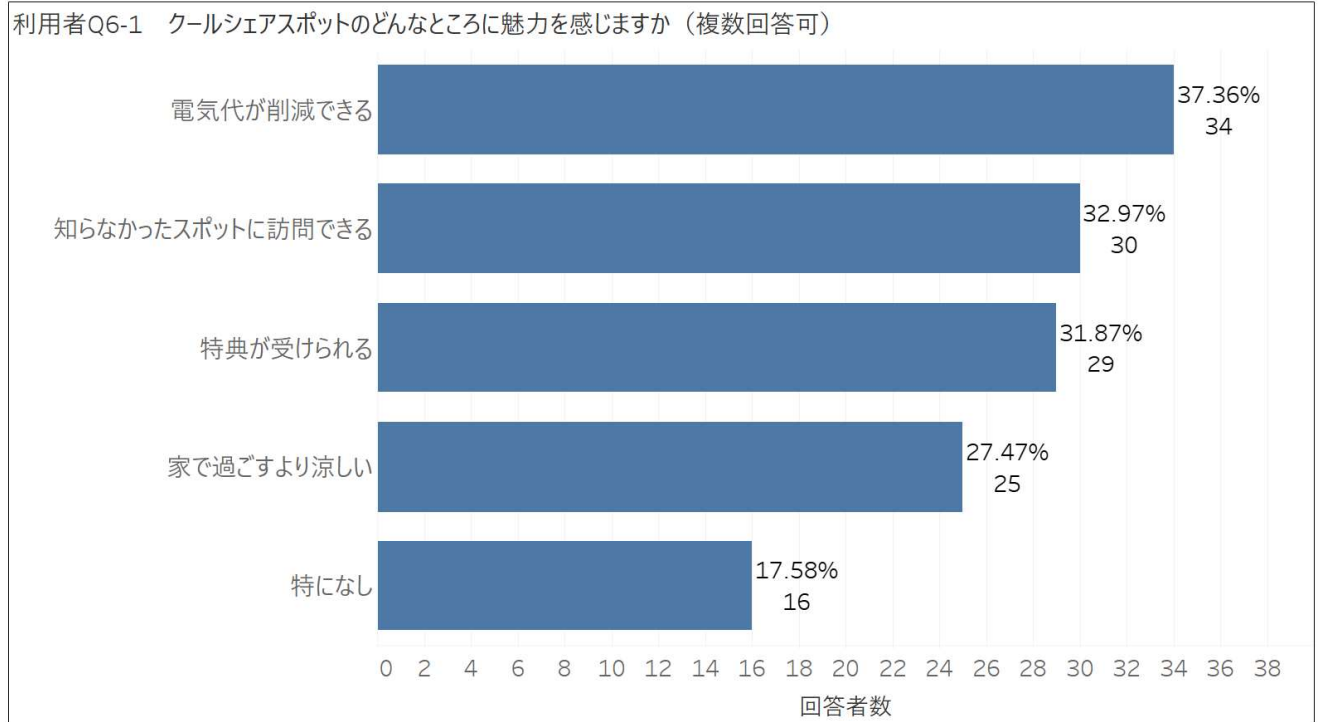


利用者Q4 【まちなかヒートエリア】は利用されましたか？利用された方は、「まちなかの暑さ情報の可視化」という観点で満足度を教えてください。（1：不満 ～ 5：満足）



利用者Q5 【クールシェアスポットマップ】は利用されましたか？利用された方は、満足度を教えてください。（1：不満 ～ 5：満足）





利用者Q7 イベント全体やLINEアプリの感想、要望、今後の期待などがあれば教えてください。（自由記述）

「暑さ対策スマートパッケージ」といわれて何のことかすぐには分からなかった。ネット検索して分かった。素晴らしい事業だと思うので、もっとみんなに周知されたいなと思った。

アプリにしてほしい

アプリはとても便利だと思います

イベントの参加方法等、わかりやすく、登録しやすくして欲しい。

クールシェアスポットを利用するのに結局お金がかかるような気がした。

くまベイがもう少し使いやすいと助かります。ラインを開いて→熊谷市のページをみつけて→くまベイを使うを開く→...とやっている、レジで手こずる時があります。私が遅いのだと思いますが...。もっと違うやり方があるのかもしれない..

これからも熊谷暑さ対策考え..

さらにバージョンアップしたコンテンツなど、期待してます。

ニッモール前の噴水小さいけれど子供達は喜んでいました！..

ペットも一緒に涼めるところがほしい。

もしまたポイントを集められるキャンペーンをする場合、クマボを貯めるのにLINEを開かないといけないので、もっと簡単に貯められるポイントが良いです...

もっと宣伝にチカラを入れて実行して下さい。

駅周辺以外でも暑さの予測を見てみたい

今後もクールシェアなど街中を長い間歩いて辛い時休み場所があると助かる

今年も暑かったので、行った所が涼しかったので、ほっとしました。散歩途中で 静か・涼しい所だったのでありがたい。

最高でしたわ。

市という公共機関が、一企業のLineを当たり前のように使い、大きく依存することに、抵抗を感じます。

暑さ対策が不可欠の夏の均熱が毎夏続きそう。死なないように環境整備を行政に係る人達にお願いしたいです。

暑さ対策来年も期待します。是非利用したいです。

場所によってQRコードを探すのに苦勞し、いい運動になりました(笑)..

他のに比べ..

多くの方が参加出来るワークショップが増えると良いと思います。

大分便利です。

沢山のスポットを作り気軽に使える様にもっとアピールした方が良いと思います。大変だと思いますが続けて欲しいです。

特にない

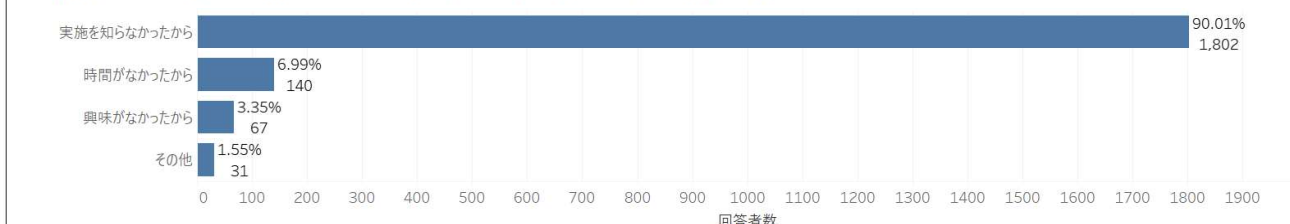
日本ー暑い熊谷ならではの対策で、素晴らしいと思いました..

様々な暑さ対策があって、いい体験ができました。今後も暑いぞ、熊谷だけでなく、暑さ対策が厚い(熱い)ぞ、熊谷みたいな感じで全国へ熊谷を知ってもらいたいです。

良いと思います

2.7.4.3 暑さ対策スマートパッケージに関するアンケートデータ（未利用者）

未利用者Q2 暑さ対策スマートパッケージを利用されなかった理由を教えてください。（複数回答可）



未利用者Q2-1 その他の理由

P.R.は郵便し(送付)のため、
P.R.の活用を待たないで下さい。
P.R.の活用方法からいえるのは知っているしかかを利用した気がするが、スマートパッケージと言われても何のことを言っているのかよくわからないから、利用したかどうかわかりません。

スマートパッケージは何か分からない。どれほど市民に浸透しているのでしょうか？具体的な数値がありますか？

スマートパッケージと分らないから、
スマートパッケージと分らないから、
というものが知らなかった。

まだクマハイを使っていなかったため
知れなかった。言論のため
使ったはずだが、
具体的に分らず。そう利用すればいいから分らず。終わった。

知らないかもしれませんが、インパクトなかったかなと
思わなくて知りました。

東にはしくりあがなかったです。
日本国内ではくまが少なかったため
海外に追加していません。広報誌がないので、分からない事がある。

スマートフォンを使う人はあるが外出の際の参考にしたことがない
ので、使い方を覚えているのが面倒。書いてから日曜日の夜に書く。

スマートパッケージとは、何ですか
言葉に敏感でなく、知らなかった
欠陥がつきまざりました。
全然知らない聞かなくてもない。

それどころか火災で出けなかったのだ。

知らないことだらけだ。
知らないことだらけだ。
知らないことだらけだ。
知らないことだらけだ。
知らないことだらけだ。

必要がなくならないから、
用語の意味するところがなにも言いたいのかわからない

未利用者Q4 イベント全体やLINEアプリの感想、要望、今後の期待などがあれば教えてください。（自由記述）

※有効回答数が400件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

- | | |
|---|---|
| <p>1.クマPAY（クマバ）に関する意見（約100件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・使いにくい、操作が面倒という意見が多数（約50件） ・LINEから独立したアプリにしてほしいという要望（約20件） ・支払い時の手順簡略化の要望（約15件） ・還元キャンペーンは好評（約15件） <p>2.イベント・施策の認知度不足（約80件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートパッケージやクールシェアスポットを知らなかったという意見が多い（約50件） ・もっと広く周知してほしいという要望が多数（約30件） <p>3.情報発信に関する意見（約70件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・LINEでの情報提供は便利という意見（約25件） ・もっと分かりやすく、目立つ形で情報発信してほしい（約30件） ・様々な媒体での告知を望む声（約15件） | <p>4.イベントへの期待（約50件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・子供向け、高齢者向けのイベントを望む声（約30件） ・より多くの人が参加できるイベントを期待（約20件） <p>5.暑さ対策への関心（約40件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・クールシェアスポットの拡充を望む声（約25件） ・より効果的な暑さ対策を期待（約15件） <p>6.その他（約60件）:</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公共交通機関の充実を望む声（約10件） ・熊谷市の魅力向上への期待（約20件） ・その他の意見や要望（約30件） |
|---|---|

2.7 データ分析⑦ クールシェアスポットスタンプラリー結果からの考察

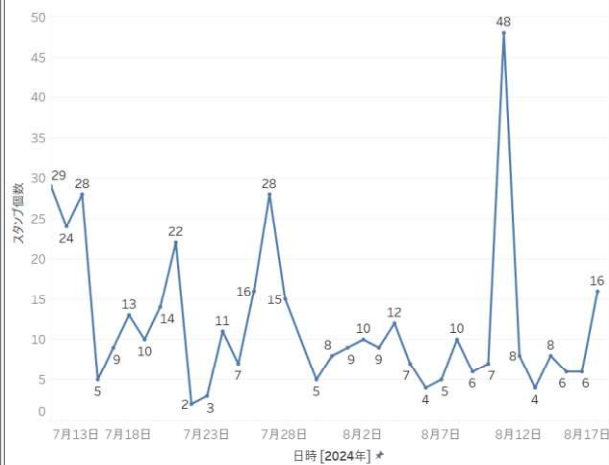
2.8.1 考察

- スタンプラリー参加者は 229 人となり、スタンプ取得数は 424 個であった。
- 中央値は 1 個、平均取得個数は 1.7 個となり、利用者の多くは 1 ～ 2 個のスタンプの取得となっている。
- 曜日別では土日が多く、時間帯では 12 時～14 時が多くなっており、レジャーとして利用されている様子が伺える。
- 参加者及び熱量としては、現在の他のスタンプラリー等と比較すると、やや低めと考えられ、継続して実施する場合は参加者数の増加が課題と思われる。
- 例として、雪くまスタンプラリーの 2024 年度の参加者は、643 名であった。一方で雪くまスタンプラリーも初回の 2022 年度は約 300 名弱であり、継続して利用者を増やしている。
- 現状は内容よりもまず認知が足りていないと推測されるので、今後も継続する場合は、イベントとしてのグランドデザイン（目的等）を踏まえ、アンケート等も参考に、ターゲットなどを明確にした PR 施策などが必要であると考えられる。

2.8.2 スタンプラリーデータ

スタンプラリー実施者数	スタンプ取得数	中央値	1.00
229	424	平均	1.78
		最小値	1.00
		最大値	5.00

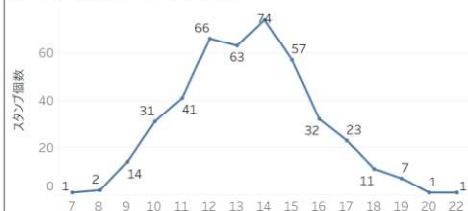
スタンプ取得数推移（日別）



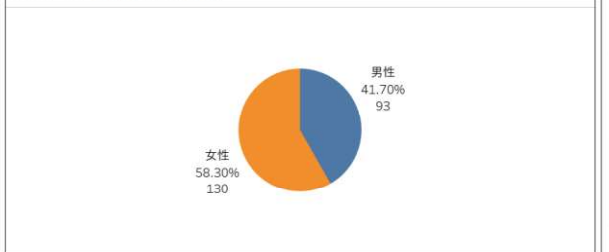
スタンプ取得数（曜日別）



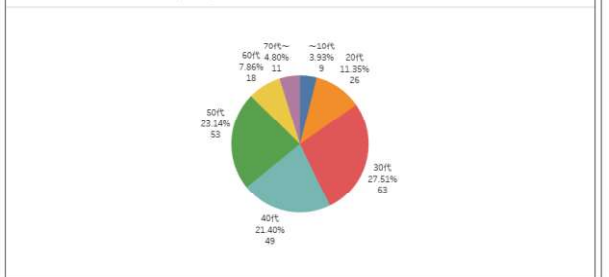
スタンプ取得数（時間帯別）



スタンプラリー参加者属性（性別）



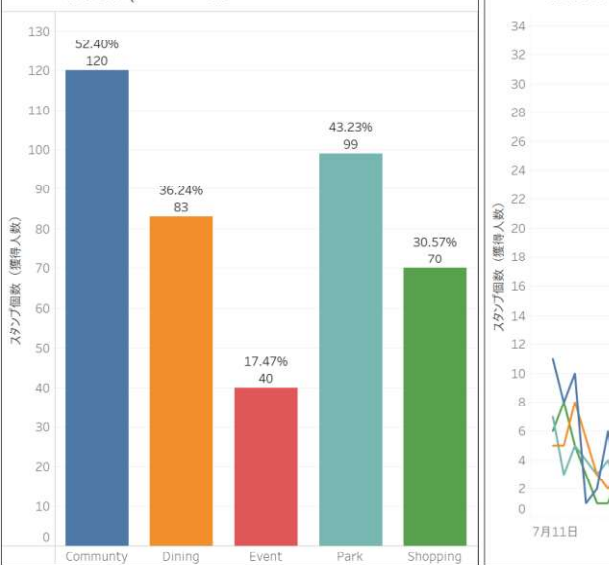
スタンプラリー参加者属性（年代）



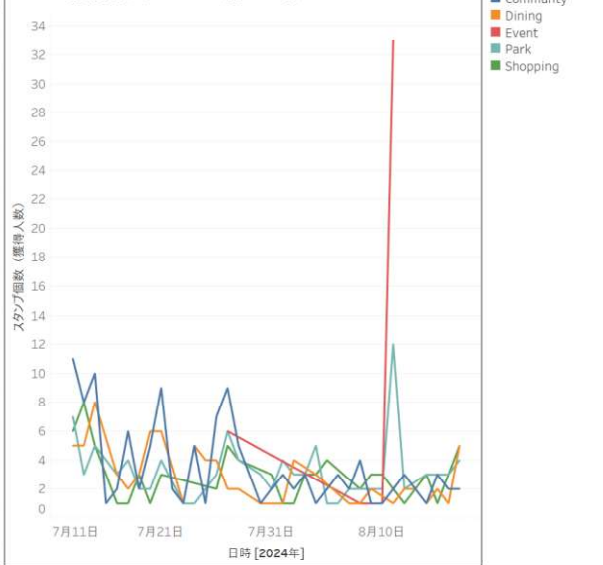
スタンプラリー参加者属性（居住地）

居住地	人数	割合
熊谷市	178	77.73%
埼玉県（熊谷市外）	39	17.03%
群馬県	8	3.49%
宮崎県	2	0.87%
東京都	1	0.44%
島根県	1	0.44%

スタンプ獲得数（カテゴリー別）

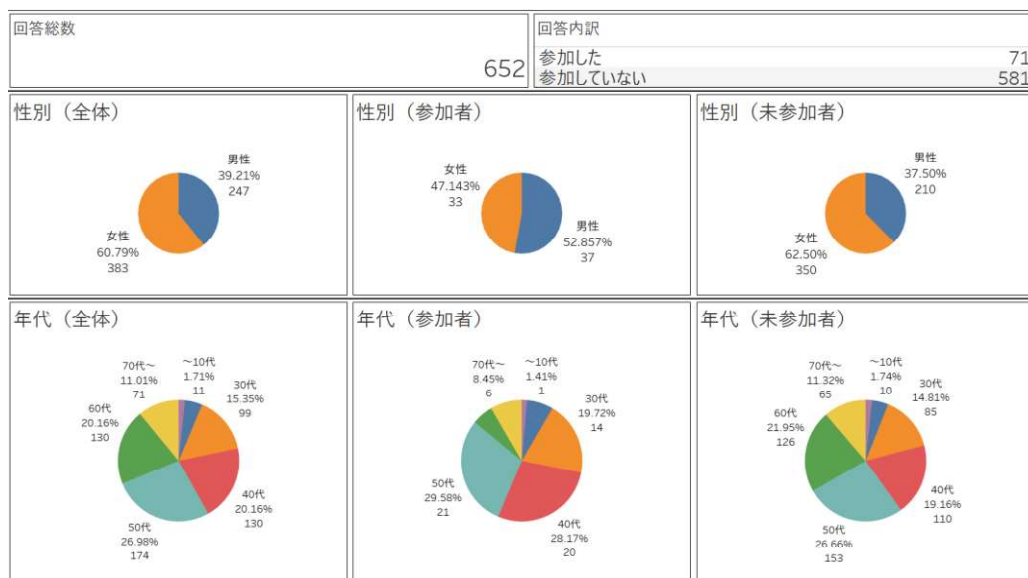


スタンプ獲得数（カテゴリー別・日時）

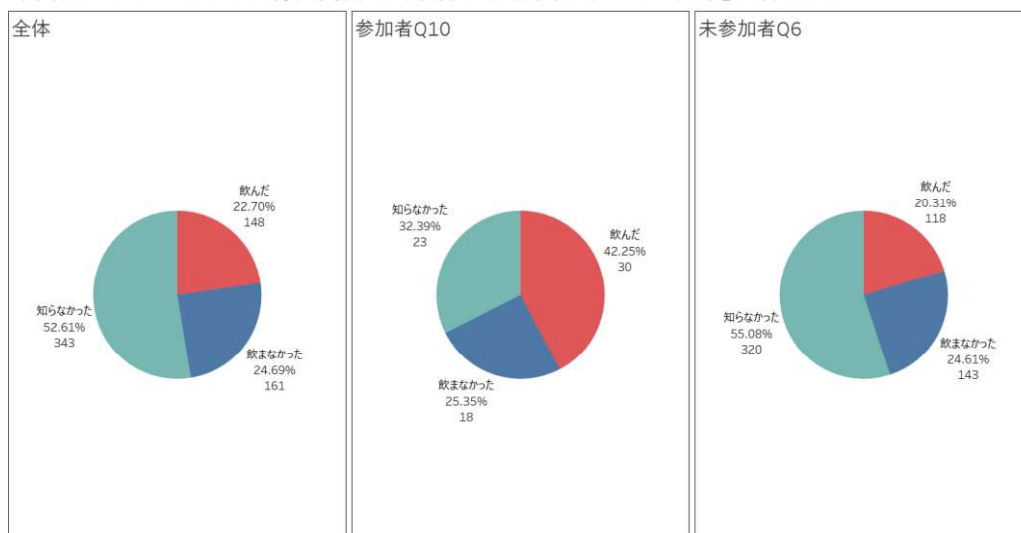


2.8.3 クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ

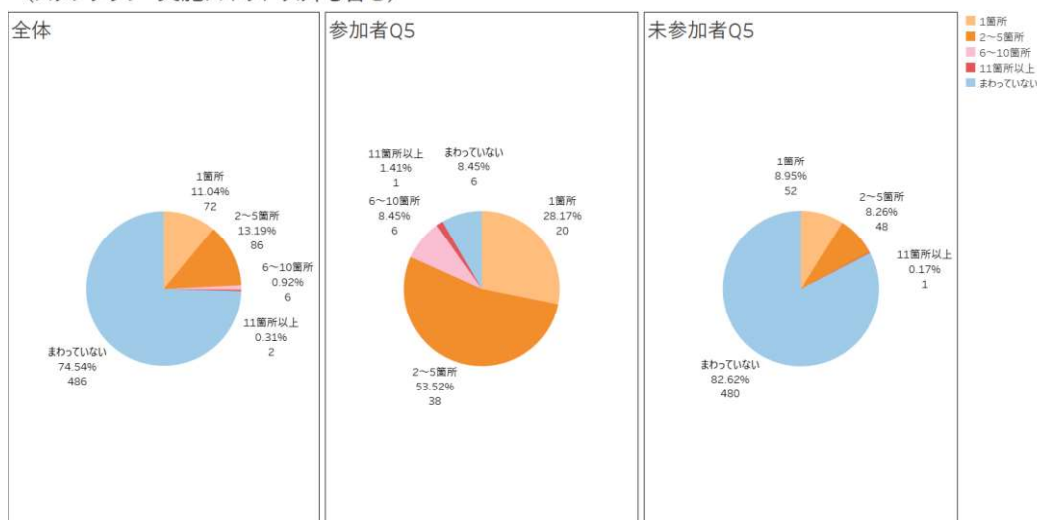
2.8.3.1 クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（全体・共通）



今回、クールシェアくまがや実行委員会公式飲料の「伊藤園健康ミネラル麦茶」は飲まれましたか？

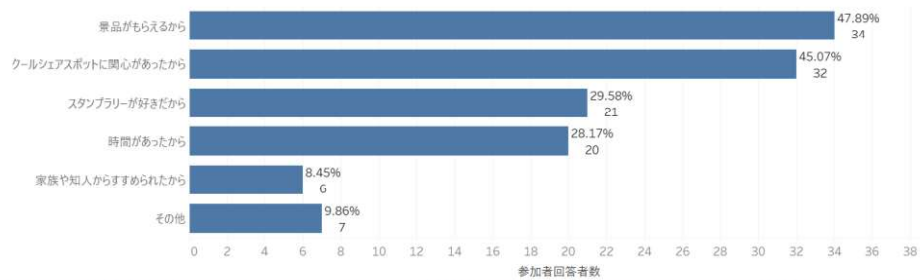


今回の期間中クールシェアスポットは、何箇所回られましたか。
（スタンプラリー実施スポット以外も含む）



2.8.3.2 クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（参加者）

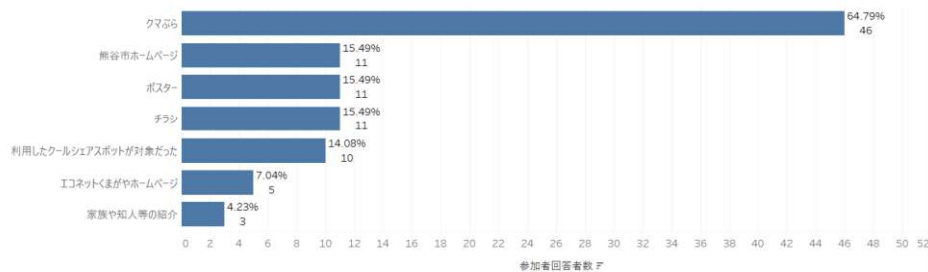
参加者Q2 クールシェアスポットスタンプラリーに参加された理由を教えてください。



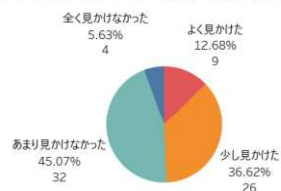
参加者Q2-1 その他を選択された方は具体的に教えてください。

QRコードが新だったので読み込んでみました。
 たまたま見かけた
 熊谷は暑いので、大賛成です。
 熊谷市ががんばってるので、やってみようと思った
 雪くまスタンプラリーのお店でQRコードを見つけて。
 忙しく、いいいない

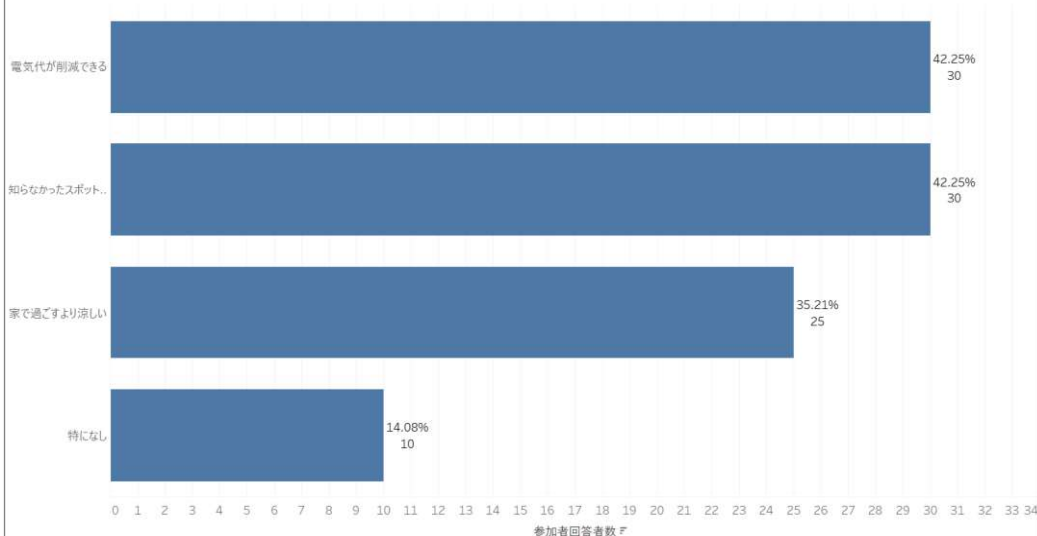
参加者Q3 クールシェアスポットスタンプラリーを知ったきっかけを教えてください。

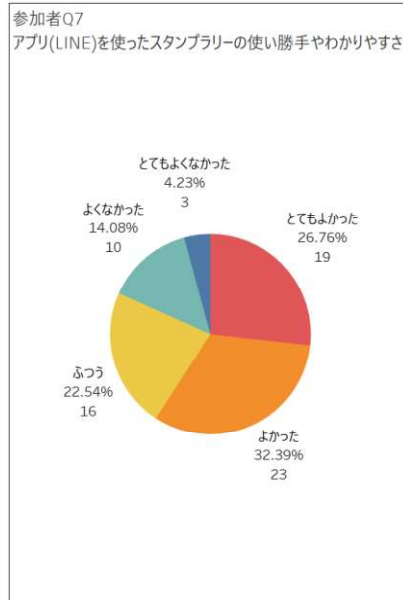


参加者Q4 クールシェアスポットスタンプラリーの宣伝（プロモーション）について、一番近い印象を教えてください。



参加者Q6 クールシェアスポットのどこなところに魅力を感じますか（複数回答可）

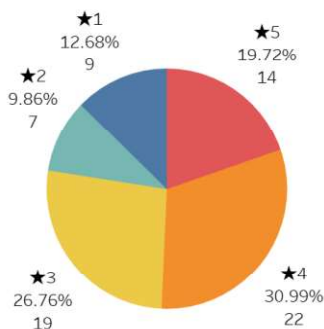




参加者Q7-1 よろしければその理由を教えてください。

とてもよかった	そこに至るまで暑かったけど、色々と巡って良かったです。
	紙が要らないので
よかった	いちいち台紙を用意しないのは楽で良かったです。
	スタンプラリー用紙は忘れてしまうことがあるが、スマホは忘れることがないから。
	スタンプを立ち上げるまでが初めてだと分かりづらい
	ラインで簡単
	使い方を教えて頂いて、勉強になった。
	雪くまスタンプラリーをやっているので解りやすかった
	地図での場所確認が行いやすかった
	認証もスムーズにできた
よくなかった	QRコードを読み取るのにLINEを開いて何回か操作するのが少し手間でした。
	QRコードを読み取るまでの手順が多くて分かりづらい
	せっかく行っても、やり方がわからず、施設の方にも、よくわかりませんといことが多く、後半になってきて浸透した感じがあまり見づらい、探しにくい
とてもよくなかった	スタンプがもらえない箇所について、うまく読み取ってないのかもしれないと思って、何度もQRコードを読み込んでしまった。
	市役所の出先機関？熊谷駅の献血の隣、にいた人に聞いたが、やり方が分からなかった 誰に聞いたらいいの？熊谷市立図書館では、図書館の人、警備員に聞いたが、詳しくはなかった トイレの横にあった ...

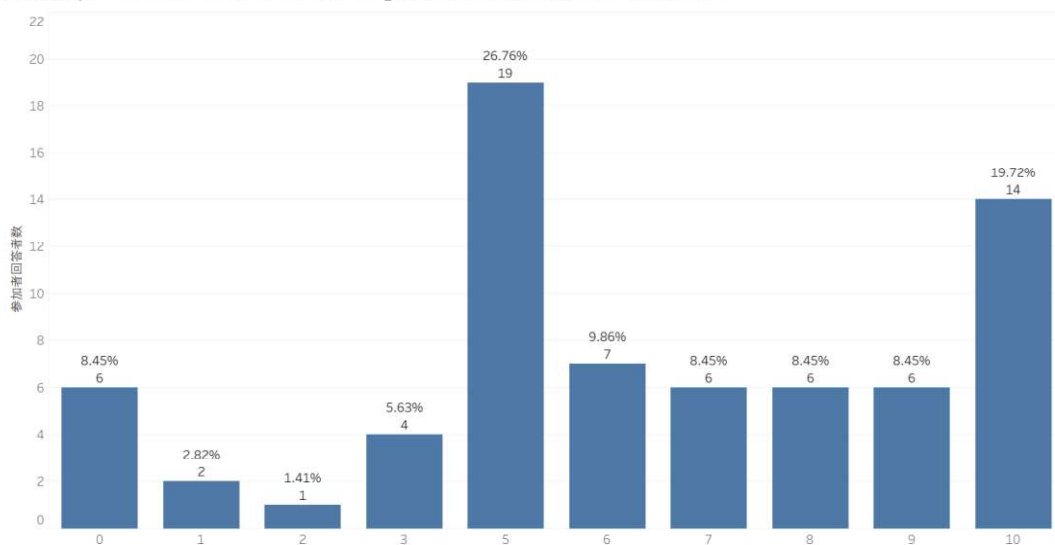
参加者Q8
「クールシェアスポットスタンプラリー」の満足度を教えてください。
(★1：不満、★5：大満足)



参加者Q8-1 よろしければその理由を教えてください。

★5	イベントに参加するきっかけになった。
	スタンプ設置の場所が多く参加しやすい
★4	うちわ祭りや花火大会でもイベントスタンプが押せればと思った
	クールシェアスポットなのに、そのことをお店の方が知らず、QRコードが掲示されていない箇所がありました。やるからには周知してそこに至るまでが暑すぎて逆に危険だった気がする。
	プレゼントの当選者数が少ないので、達成した参加賞とかあるととっても嬉しかったです。
	もう少し涼しいといい
	ワクワクする
	行ったことないお店に行くきっかけになった。
	涼しい
★3	廻ってないので、わからない
★2	クールじゃないスポットも入っていた
	仕んでいる地域で偏りがあり、うまくスタンプが集められなかったから
★1	どこにあるのか分かりづらい その場所のどこにあるのか分からない。
	熊谷市役所は、クールシェアスポットなのに、全然涼しくない。むしろ暑いです。
	購入しないとスタンプをもらえないところも必須だったことと、行ったのにやってないところもあった。
	参加しやすい
	上記のとおり。なので、もっと浸透したり、やり方をスポットの方々もわかる状態にしていだいたり、使う方もわかりやすいように

参加者Q9 「クールシェアスポットスタンプラリー」を知人などにおススメしたいと思いますか？



参加者Q11 イベント全体やLINEアプリの感想、要望、今後の期待などがあれば教えてください。（自由記述）

お店の人に聞かないとQRどこにあるかわかりにくかったです。

クールシェアの場所がちょっと行きにくいとか、車がないと行けない場所が多いので、もう少し歩いて行けるような場所を増やしてほしいなあと思いました。

まだまだアプリを思うように利用出来ず参加出来ずにいた方多いのではと思います

閲覧板でくまべいもお知らせして
熊谷駅でのイベント説明会

熊谷市のアプリなので、直ぐに見つけられた。

今後もこのような企画を楽しみたいです。

最高です

四季折々のイベントを期待してみたい

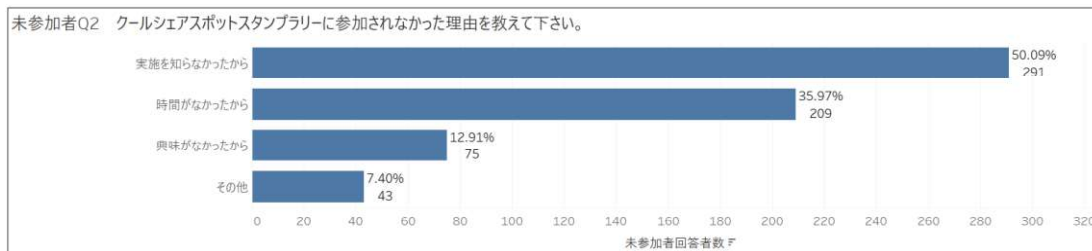
上記の通りです。
期待しています。

体を使って楽しむイベントが多いので毎回楽しく参加させていただいています。
今後のイベントも期待しています。

内容アプリ共に良い物でした。実施期間とスタンプ冊はもっとあっても良いかなとは感じました。

毎回違うイベントがあって、とても楽しく参加しています。もっと皆さんに知ってもらって参加者が増えるといいですね。面白さが分かってもらえたらと思います。これからもイベント楽しみにしています。

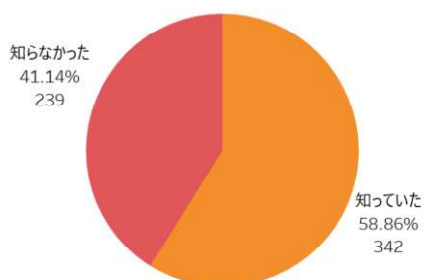
2.8.3.3 クールシェアスポットスタンプラリーに関するアンケートデータ（不参加者）



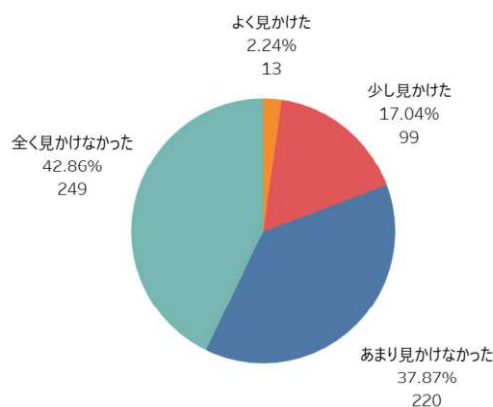
不参加者Q2-1 その他を選択された方は具体的に教えてください。

エラーになりました
クールシェアスポットが遠い
この酷暑の中、仕事と食料品買い出し..
ごめんなさい。時間に追われて日々過ぎており、全く気がつきませんでした。
サイトで見たいけれどどこにポイントが貯める場所があるのかわからなかった。
スポットでQRコードを読み込んだが、何回やってもその先に進めなかった。
そこまで暑さを感じずに生活していた
デジタルスタンプラリーだったので。
どこでどうやってスタンプラリーをすればいいか、その場でわからなかったから
ポイントがあるのでエアコンを切れない
ポイントが探しづらかった。
やってくる場所に行かなかった
やりかたがわからない
わざわざ出かけてまで行かない
遠方なので、時間的に厳しかったでした。
何か所も立ち寄れないと思いました
気付いたときには、通り過ぎていた。

不参加者Q3 「クールシェアスポット」はご存知でしたか。



不参加者Q4 クールシェアスポットスタンプラリーの宣伝（プロモーション）について、一番近い印象を教えてください。



不参加者Q7 イベント全体やLINEアプリの感想、要望、今後の期待などがあれば教えてください。（自由記述）

※有効回答数が80件以上あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

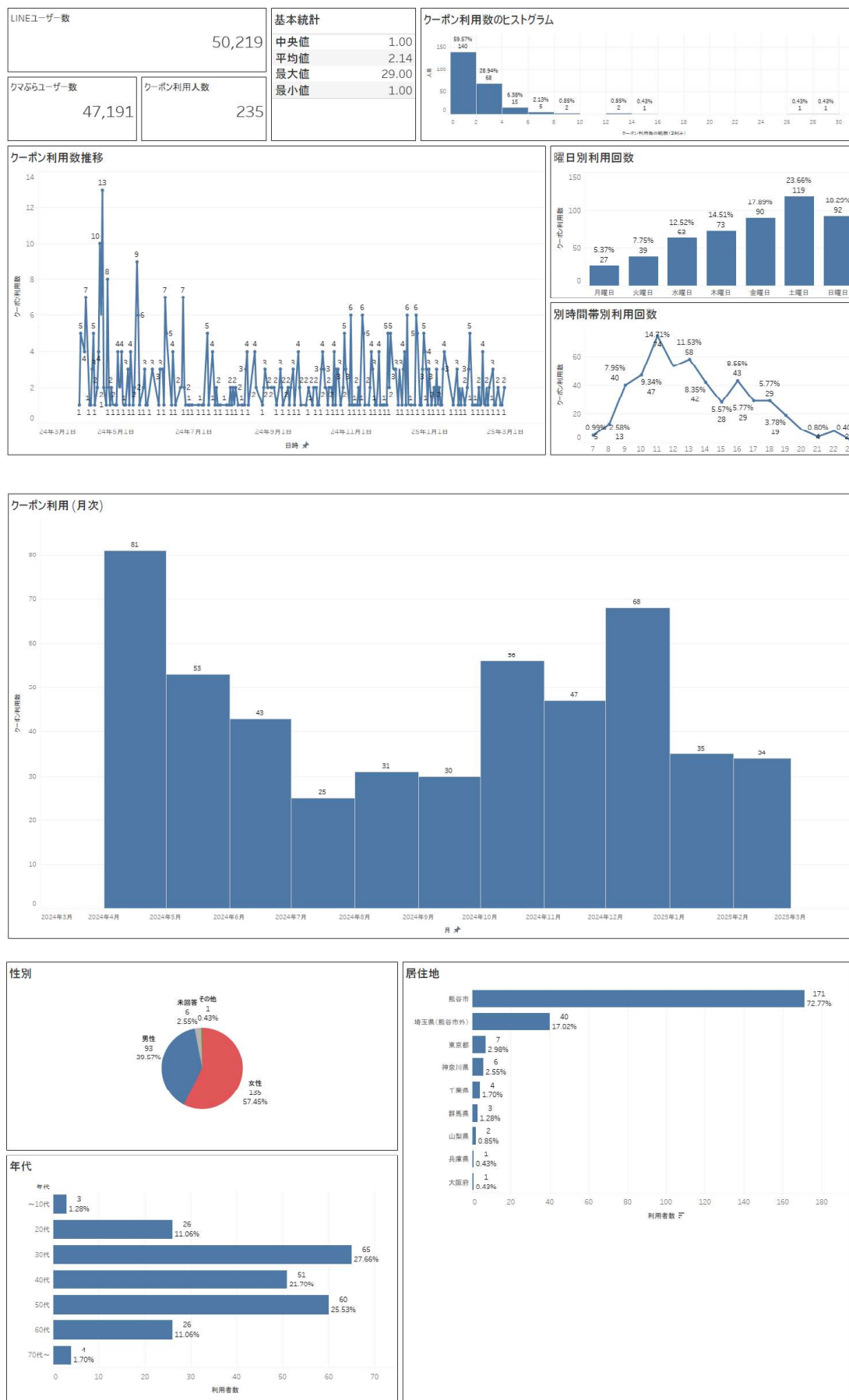
- ・ 周知・広報の不足 (約15件)
イベントやLINEアプリの存在を知らなかった、もっと効果的な広報が必要という意見が多数ありました。
- ・ LINEアプリの使いづらさ (約10件)
アプリが使いにくい、分かりにくいという意見が複数見られました。
- ・ クールシェアスポットの場所や内容に関する問題 (約8件)
スポットの場所が遠い、数が少ない、内容が分かりにくいなどの意見がありました。
- ・ 暑さへの対応 (約7件)
暑い中外出するのが大変だという意見が多く見られました。
- ・ スタンプラリーの形式に関する意見 (約5件)
デジタルよりも紙のスタンプラリーを望む声や、スタンプを集める意義が分からないという意見がありました。
- ・ イベントの内容や対象に関する要望 (約6件)
子供向けのイベントや、文化的なイベント、高齢者や働いている人も参加しやすいイベントを望む声がありました。
- ・ ポジティブな反応 (約5件)
良い取り組みだという評価や、次回は参加したいという前向きな意見も見られました。
- ・ その他の提案 (約5件)
NFTやAI関連のイベント、オリジナルグッズの販売、公式アプリの開発など、新しいアイデアが提案されています。
- ・ 参加の難しさ (約4件)
仕事や生活スタイルの関係で参加が難しいという意見がありました。
- ・ 費用対効果への疑問 (約2件)
イベントの費用対効果を疑問視する意見も少数ありました。

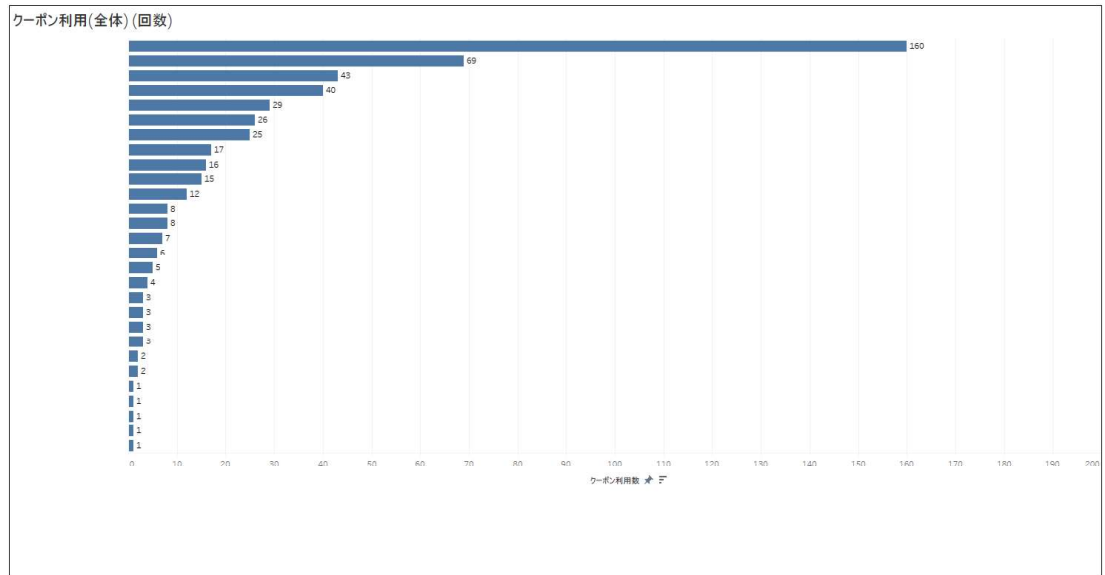
2.8 データ分析⑧ 通常クーポン利用データからの考察

2.9.1 考察

- 通常クーポンの利用者数は 235 人で、503 回利用され、令和 5 年度の 285 人、731 回に対して、ともに減少となった。
- 利用者の属性や、利用された曜日、時間帯などは令和 5 年度と同様の傾向で大きく変化しておらず、純粋に利用者が減ったことが考えられる。
- 一方で年度末アンケートで、クーポンを利用したと回答した人は 290 人となり、これは実測値より少なくなっている。したがって、店舗で QR コードを読み取らず、画面を見せる、口頭で説明するなどでもクーポンの適用がされていることが伺える。
- 現状、クーポンを読み取ることにに対しては店舗、利用者ともにならないため、運用設計含めたクーポン施策の見直しも必要と考えられる。
- 利用者のクーポンについての期待ではグルメクーポンの充実を求める声が多くみられたほか、自由記述からは利便性の向上に加え、イベント（ワイルドナイツ）等、熊谷市ならではのクーポンを求める声も比較的多く見られた。

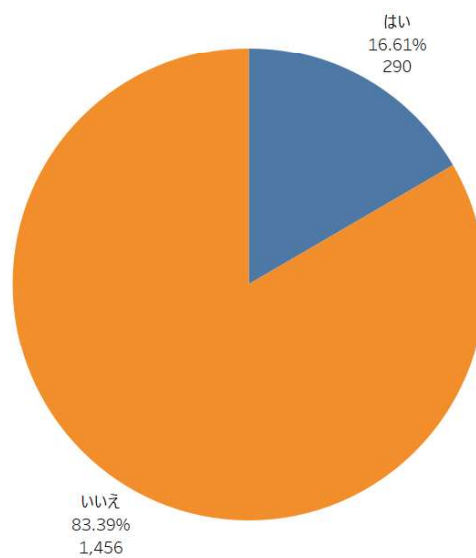
2.9.2 通常クーポン利用データ



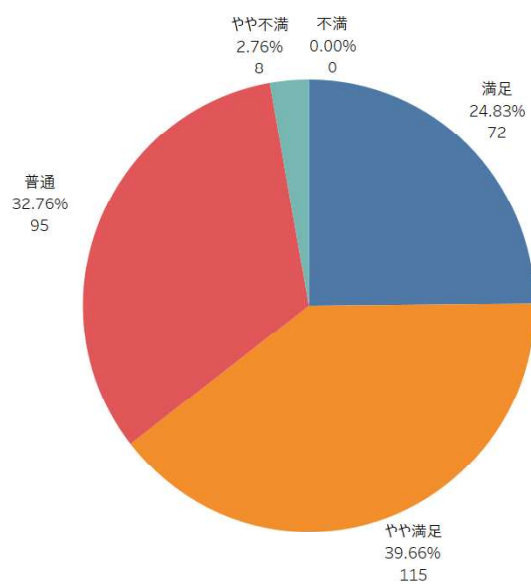


2.9.3 年度末アンケートデータ（クーポン）

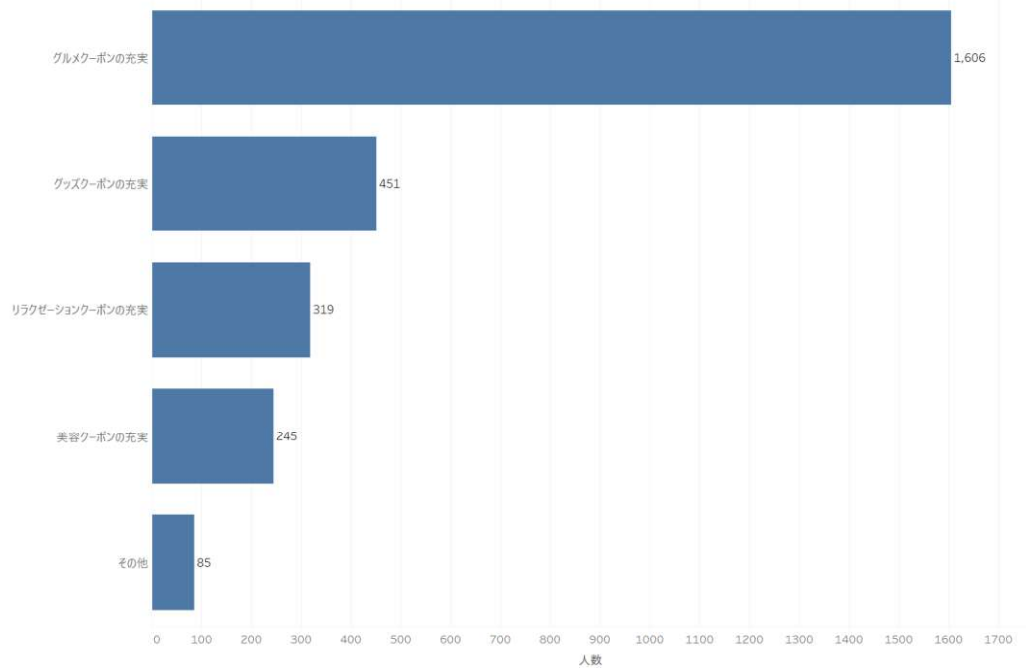
Q4 実際にクーポンを利用しましたか？



Q5 クーポンの満足度を教えてください。



Q6 今後どのようなクーポンの充実を期待しますか？（複数選択可）



Q7 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

クーポンの種類に関する要望

・店舗関連

- ・スーパー、ドラッグストア、衣料品店などのクーポン: 約30件
- ・八木橋、アズ、ティアラなどの大型店舗クーポン: 約10件
- ・市内の各店舗の割引クーポン: 約5件

・イベント・体験関連

- ・ワイルドナイツ関連クーポン: 約15件
- ・スポーツ観戦（ラグビー、サッカー等）割引: 約10件
- ・謎解きのクーポン: 約3件
- ・コンサートのチケット: 約3件
- ・日帰り温泉施設、プール割引券など: 約5件

・子育て支援・公的施設関連

- ・子育て支援関係クーポン: 約5件
- ・公的施設の利用促進: 約3件

・その他

- ・買い物券: 約3件
- ・市内の駐車場利用: 約2件
- ・シェアサイクル、バス料金: 約2件

クーポン施策全体に対するコメント

・利用しやすい設定

- ・商品や店舗を限定しないクーポン: 約10件
- ・割引金額の設定: 約5件
- ・クーポン期限が長い: 約3件

・クーポン範囲の拡大

- ・市内の多くの店舗で使えるクーポン: 約10件
- ・PayPay、楽天ポイント等に変更: 約2件

・魅力的なクーポンの充実

- ・クーポンの種類を増やしてほしい: 約5件
- ・買い物以外の体験クーポン: 約5件

・不要という意見

- ・クーポンは要らない: 約5件
- ・くまぶら自体不要: 約2件

その他

・クーポン以外の要望

- ・市内の回遊性を高める提案（ポイントスポット、イベント参加への促進等）: 約5件
- ・市の財産有効利用: 約2件

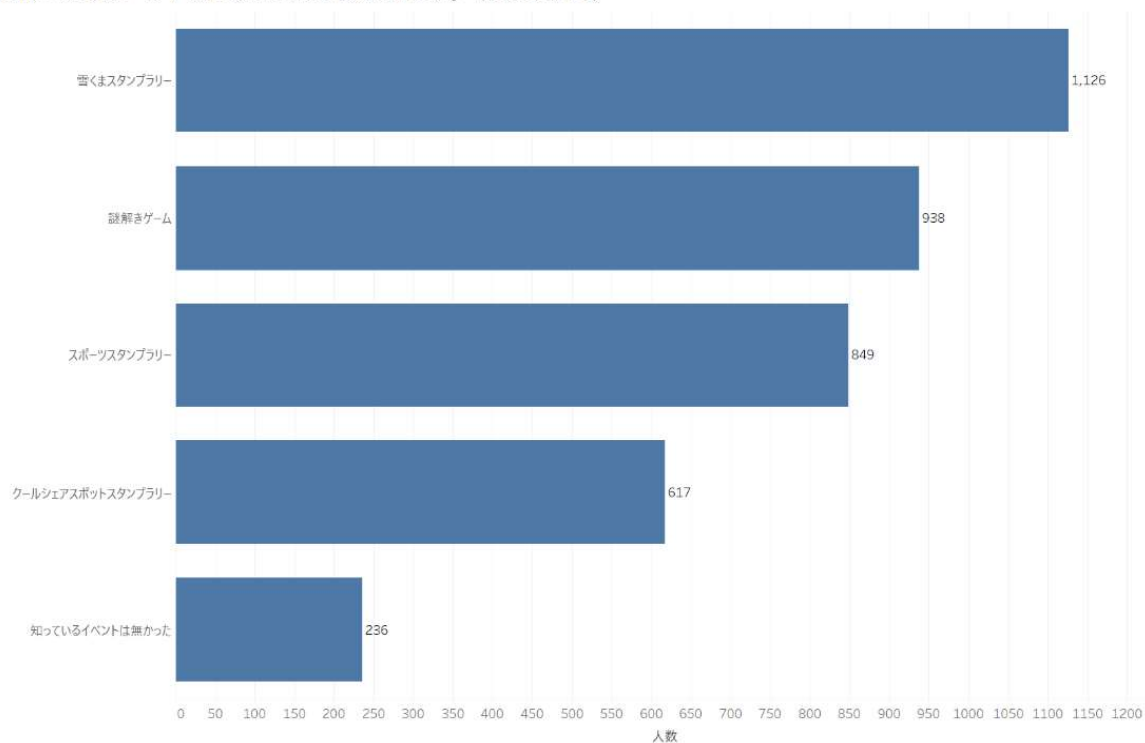
2.9 データ分析⑨ 年度末アンケートからの考察

2.10.1 考察

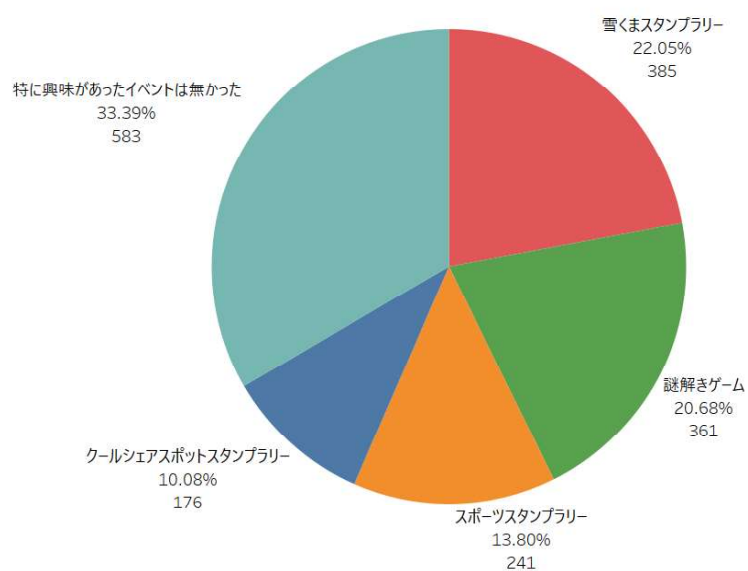
- イベント
 - アンケート回答者の中では雪くまスタンプラリー、謎解きイベント、スポーツスタンプラリー、クールシェアスポットスタンプラリーの順に認知度が高かった。
 - 今後希望するイベントについては、グルメを筆頭に、「熊谷」ならではの地域資源を活かしたものを求める声が多く見られた。
 - 4割程度の方が、イベントやクーポンを「外出のきっかけとなった」としており、行動変容につながった可能性が伺えた。
- クマ PAY
 - 回答者の8割がクマ PAY を利用しており、クマ PAY を動機としたクマぶらへの利用が推測される。
 - クマ PAY の利用動機については「お得だから」が突出しており、昨年度同様、お得をモチベーションとして流入した利用者への対応が重要と考えられる。
 - アプリについては過半数の方が満足している一方で、LINE での利用に否定的な声も根強くあり、UI の改善などは引き続き必要と考えられる。
 - 店頭でののぼりなどによる、お店の探しやすさは高い一方、決済アプリ内での探しやすさについては改善を求める声もみられた。
- クマポ
 - クマポを利用した方は、過半数を超える 56.8% となった。
 - また、利用者の約 15% がクマポをきっかけに新たにイベントやボランティア活動、地域活動及び市民活動に参加したと回答しており、新しい形での行動変容を促していることが見受けられた。
 - 一方で、クマポを使わなかった理由では「仕組みや使い方がわからなかった」が突出して多く、認知を高める施策が必要と考えられる。
- ゆうゆうバススマホ回数券
 - 利用者は、5.9% となり、利用していない理由としては「ゆうゆうバスに全く乗らないから」が突出していた。
 - 利用率を高めるためにはバス施策そのものの改善を図る必要があると考えられる。
 - なかでも、路線の拡充を求める声が比較的多かった。

2.10.2 年度末アンケートデータ（イベント）

Q8 今年度のクマぶらのイベントで知っていたものを教えてください。（複数選択可）



Q9 今年度のクマぶらのイベントで最も興味があったものを教えてください。



Q10. 今後、クマぶらで開催してほしいイベントがあれば教えてください（任意）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

【1】グルメ・飲食系イベント全般（約40件）

■概要

- ・うどんやスイーツ、ラーメン、カフェ巡り、食べ歩き・パルなど「能谷グルメ」全般のイベントへの要望が多い
- ・名店や小さなお店を回る企画や、市の特産品を活かした食べ比べなどを希望する声が目立つ

■代表的なコメント

- ・「能谷グルメに関する情報」
- ・「甘味処・カフェめぐりイベント」
- ・「うどんの町にするなら、うどんのクーポンとかは？」

【2】スタンプラリー（約30件）

■概要

- ・グルメや観光地、お店巡りなど多様なテーマのスタンプラリーを楽しみたいとの意見
- ・景品の充実や対象店舗の広がり期待する声も多い

■代表的なコメント

- ・「スタンプラリーの景品を充実してくれたら参加意欲が高まる」
- ・「うどん屋さんスタンプラリー」
- ・「グルメスタンプラリーをお願いします」

【3】子ども向けイベント（約15件）

■概要

- ・小さい子どもが遊べる催し、親子で参加しやすい企画、子育て支援と連動したイベントを望む声
- ・子ども食堂やスポーツ体験、赤ちゃん連れでも入りやすい場所の紹介など幅広い要望

■代表的なコメント

- ・「小さい子が遊ぶ物を開催してほしい」
- ・「子連れ向けのイベント（子どもが遊べるスペースがあるものなど）」
- ・「子ども食堂のイベントや、子ども関係のイベントでもポイントが貯まるようにしてほしい」

【4】観光・名所巡り・歴史関連（約15件）

■概要

- ・能谷市内の史跡やお寺・神社、花の名所などを周遊するイベントに関心
- ・ウォーキングやバスツアー形式で回れるプランや、ガイド付きで学びながら巡る企画を希望する声も

■代表的なコメント

- ・「能谷の史跡巡りスタンプラリー」
- ・「寺巡りや花巡りをゆうゆうバスで実施してほしい」
- ・「能谷の歴史を巡るイベント」

【5】クマPAY・ポイント還元・クーポン関連（約15件）

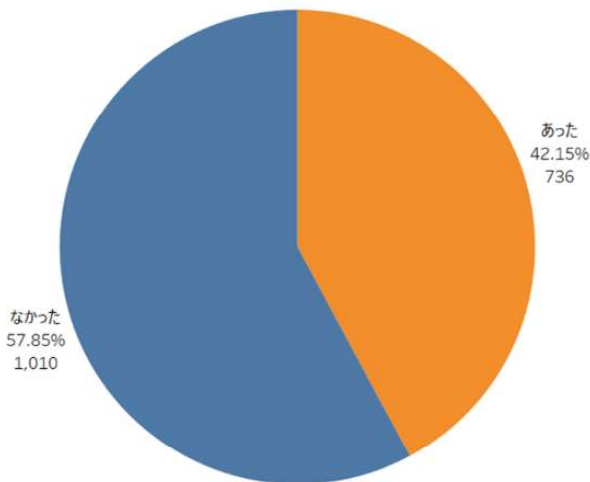
■概要

- ・市内で買い物すると割引やポイントを付与する仕組み、スタンプラリーやイベント参加と紐付けなど多様なアイデア
- ・物価高対策の一環や、市内店を盛り上げるための施策として期待されている

■代表的なコメント

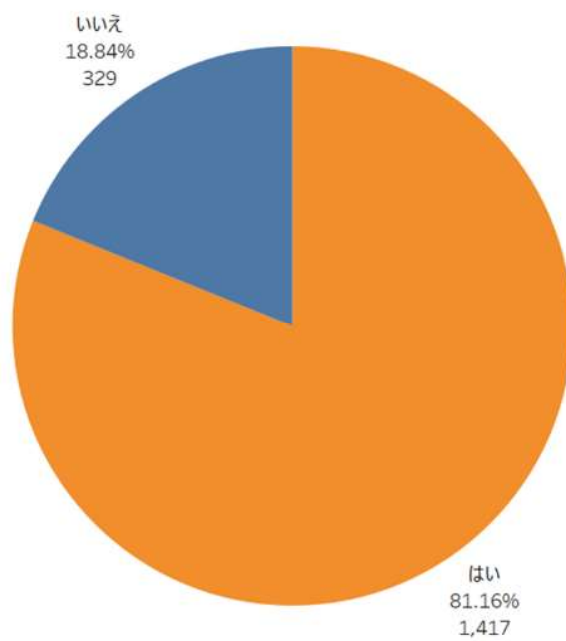
- ・「クマPAYのポイント還元キャンペーンをもっと利用しやすくしてほしい」
- ・「物価が高いので、市内で買い物したら割引クーポンや物がもらえると嬉しい」
- ・「ゴミ拾い、ウォーキングなどにポイントを付与して健康増進にも役立てたら良い」

Q11 クマぶらのクーポンやイベントなどが外出のきっかけになったことがありましたか？

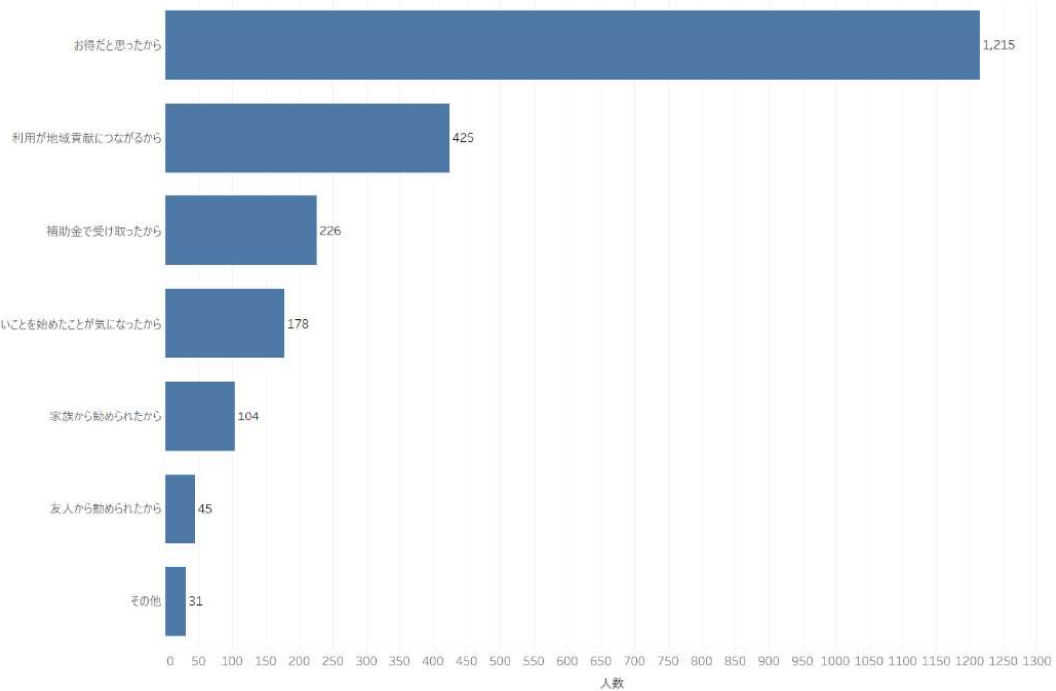


2.10.3 年度末アンケートデータ（クマPAY）

Q12 令和6年4月から現在までの間で、クマPAYを利用しましたか？



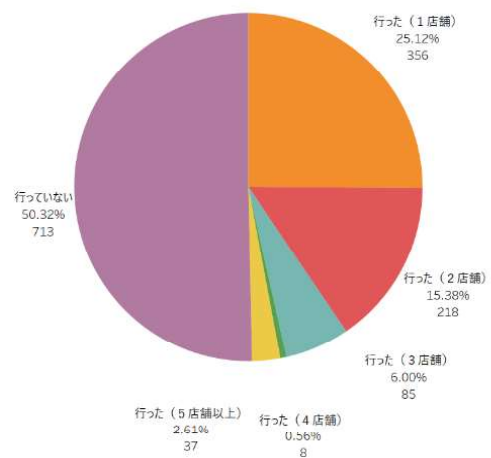
Q13 クマP A Yをご利用いただいた理由を教えてください。（複数選択可）



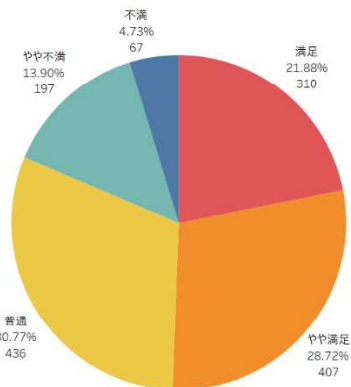
Q13-1 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

20%ポイント還元キャンペーンがあったから
20%還元があったから
ITに慣れる為、...
アズ、八木橋、ニッソーモル、ティアラ、地域の商店街で買い物するとくまペイが当たるというので、当たって買ったから使った。
イオンで使えと知って
キャッシュレスだから
キャンペーンがあったから
キャンペーンを行っていたから
スタンプラリーの抽選に当たりました
スタートアップを目指し頑張ろうとしている熊谷市を応援する気持ちから
どのような仕組みか知るために使ってみた
なし
バス回数券のため
バス回数券利用の為取し方なく
プレミアムがあったので、
ポイントがついたから
ポイント還元
ポイント還元キャンペーンがあったから
ポイント還元は遅かったです。..
よく利用するお店が現金とクマpayの支払いのみなので、余なクマpayを使用
よく利用する店がクマPAYを使える店だから
音がかわいいから使いたくなる
還元が魅力的
還元キャンペーンがあったから
還元をやっていたため利用しました。
還元率のアップを期待しているから
基本的には支払いによるポイント等はないのは残念だが、20%還元のようなキャンペーンはとても魅力的で良いと思ったので使い始めた。
残高が残っていたから
使いやすい。熊谷市はそんなにがんばるんだな、協力したいな、という気持ちになる。..
市外人でも使えたから
少しでも熊谷市のお店で買物したかった
賞品としていただいた
他の市がやっていたので、..
地域貢献になるなんて、誰も知らないよ。地元のお店に役立ってると思わない人もいる。手間をかけて悪いと思う人もいました。
又 くまペイ20%お得イベントをして下さい！

Q14 クマP A Yをきっかけに普段行かないお店に行きましたか？



Q15 クマP A Y 決済アプリの満足度を教えてください。



Q15-1. 「やや不満・不満」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）（任意）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

【1】LINE経由での起動が面倒・専用アプリが欲しい（約40件）

■概要

- ・「LINEの公式アカウントから入らないと決済画面に辿り着けないのが手間」という声が多い
- ・ワンタップで支払い画面を表示できる、PayPayのような専用アプリの導入を望む声が多数

■代表的なコメント

- ・「アプリにすべきだった。LINEでいちいち開くのは大変」
- ・「LINEを起動しクマぶらを起動し、やっとくまペイ...手間が多すぎる」
- ・「LINE経由で開くのが面倒。画面を探すのに時間がかかる」

【2】操作が煩雑で支払いに時間がかかる（約30件）

■概要

- ・支払い画面を出すまでにタップ数が多く、レジで後ろを待たせってしまうという不便さの指摘が多い

- ・QRコード読取りや金額手入力など、手順に慣れない人はさらに時間を要する場面も

■代表的なコメント

- ・「レジでの利用時に時間がかかる（起動がLINEからのみ、読取りや入力等）」
- ・「コード決済画面を出すまでのステップが多すぎてストレス」
- ・「QRコード読み込み→金額入力が面倒。もっと簡単に使いたい」

【3】チャージが面倒・クレジット登録や入金手続きへの不満（約20件）

■概要

- ・クレジットカードの情報を再入力する手間やエラーが頻発する、店頭やATMでの現金チャージがしづらいなどの意見
- ・残高不足時にその場でサッと補充できず、結局ほかの決済手段を使うケースもある

■代表的なコメント

- ・「チャージのたびにカード情報を入力するのが面倒」
- ・「使いたいときにすぐチャージできないので、結果あまり使わなくなってしまう」
- ・「クレジットカードのチャージでエラーが起きる。理由も分からず不安」

【4】還元やお得感が少ない・利用期限が短い（約10件）

■概要

- ・ポイント付与などのキャンペーン期間が限られていて、普段使いのメリットが感じにくいという声
- ・チャージ残高の有効期限（2年）も短いという指摘があり、もっと延ばしてほしいとの要望

■代表的なコメント

- ・「お得期間が少ないとキャンペーン以外では使わなくなる」
- ・「2年で期限切れはあつという間。もっと期限を延ばすべき」
- ・「20%還元など特典がないと利用意欲が下がる」

【5】使える店舗が少ない・実際に使いたい店で使えない（約10件）

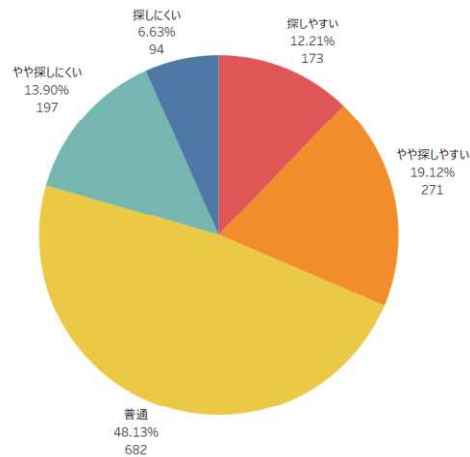
■概要

- ・大型店や好きなお店で導入していなかったり、加盟しているはずが実際には使えなかったという報告
- ・深谷の「ネギー」や他自治体の電子マネーを参考にして、利用可能店舗を増やしてほしいとの要望も

■代表的なコメント

- ・「使いたいお店で使えない。使えると思って行ったら使えなかった」
- ・「市役所で使えないのはおかしいと思う。公共料金や手数料払いに対応してほしい」
- ・「店舗検索で地図が見づらい。店名リストがないとわからない」

Q16 クマP A Y 決済アプリ内での利用できるお店の探しやすさの評価を教えてください。



Q16-1. 「やや探にくい・探にくい」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）（任意）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

【1】 検索手段・表示方法の不足（約40件）

■ 概要
・「町ごと」表示だけでは探しづらい、ジャンル別や五十音順の一覧が欲しいという要望が多数
・食べ物や小売など業種ごと・キーワード検索ができると便利など、より詳細なフィルタ機能を求める声が多い

■ 代表的なコメント
・「町ごとに並んでいるのでグルメとか業種別で選択できるようにしてほしい」
・「店名があいまいな順になっていない。五十音順がほしい」
・「カテゴリーごとに店情報が欲しい」

【2】 地図が見づらい・操作しにくい（約30件）

■ 概要
・ピンが密集している、スクロールが重い、地図が正確に動かしづらいなど、地図表示への不満が多い
・店舗所在地の目安となる目印や主要施設が少なく、どの辺りなのか直感的につかみにくいとの声も

■ 代表的なコメント
・「街中では地図上の検索がわかりにくい」
・「地図が見づらい、重なり表示で分かりづらい」
・「地図の操作感が独特で、探したいお店にたどり着けない」

【3】 店舗の掲示・表示が分かりづらい（約15件）

■ 概要
・お店側が旗やステッカーを掲示していても位置やサイズが小さいため、使えるかどうか分からないという指摘
・外から気づかず入店後に判明するケースや、レジ周辺のみ表示されているため事前に分からないなどの声

■ 代表的なコメント
・「個人店など、ステッカーが見えにくい位置に貼ってある」
・「どこにも表示がなく、店員さんに聞かないと分からない」
・「のぼりが分かりづらい。レジで気付くパターンが多い」

【4】 市ホームページ・資料の閲覧性や検索機能の要望（約10件）

■ 概要
・PDFだけでなくエクセルやウェブ上でのフィルタ検索など、より細かい条件で探したい要望
・そもそも「店舗検索ができるサイトや資料」の存在を知らなかったという意見もあり

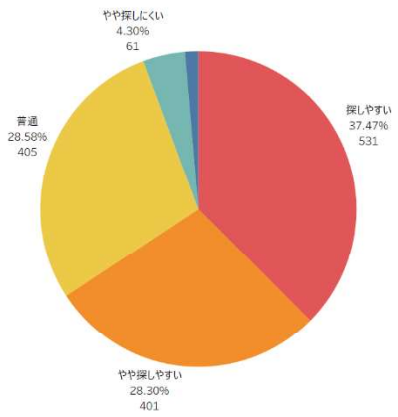
■ 代表的なコメント
・「市のホームページのPDFに加えて、エクセルなどフィルターできるものが欲しい」
・「検索できるのを知らなかった」
・「インターネットで公開されている店舗一覧が検索しにくい。また地名表記だけでは分からない」

【5】 アプリやUI表示そのものの見づらさ（約10件）

■ 概要
・色味や文字が小さいなどのデザイン面での不満
・アプリを開いても一目でわかる表示になっていない、トップ画面に即座に表示されないと探しにくいなどの声

■ 代表的なコメント
・「色が同じで見づらい」
・「アプリではすぐに表示されず、使いにくい」
・「表示が細かくて探しづらい」

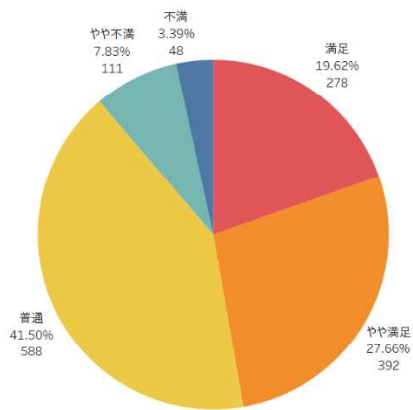
Q17 のぼり旗やステッカーシールなど店頭でのクマP A Y が利用できるお店の探しやすさの評価を教えてください。



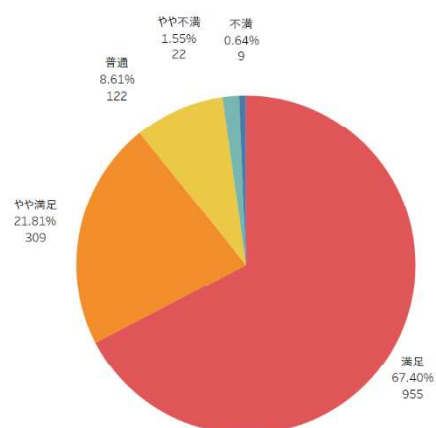
Q17-1 「やや探しにくい・探しにくい」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）

あまり探れてない。	Abc
あるのを知らなかった。	Abc
お店によっては分かりにくい所に表示してあるので使えるのか確認しないといけないので。	Abc
お店毎に全て異なる位置にあるため見落とす	Abc
クマペイの のぼりではなくステッカーの店もあり、また加盟しているのにのぼりもステッカー貼付のない店もあり分かりづらい。...	Abc
クルマで走行中はほとんど分からない	Abc
シールがどこに貼っているかわからない	Abc
ステッカーがどこにあるのか分からない。また貼っていないけれど、やっている店もあり後から気がつくことも	Abc
ステッカーシールが必ずしも入り口やレジ横の見やすいところにあるとは限らないから	Abc
ステッカーは無い所もある。	Abc
ニートモール内のお店はのぼりが無いので、レジの付近でステッカーを探す事が大変である	Abc
のぼりなら分かるがステッカーはここにあるという事が分かり辛く支払った後で気づいたりする	Abc
のぼり等で店を探す人がいるのだろうか？..	Abc
ひっそり..	Abc
ポイントに対する知識が不足	Abc
レジのQRが見えにくい機会が多い..	Abc
わかりずらあ	Abc
旗が、見つかりにくい	Abc
旗がないと使えないことがおかしい といった発想が必要	Abc
旗はいいのですが近くまで行かないと分からない	Abc
旗を出していないお店がある、外からでもわかるようにして欲しい	Abc
気がつかない所にあった	Abc
掲載場所が分かりにくい店舗があった	Abc

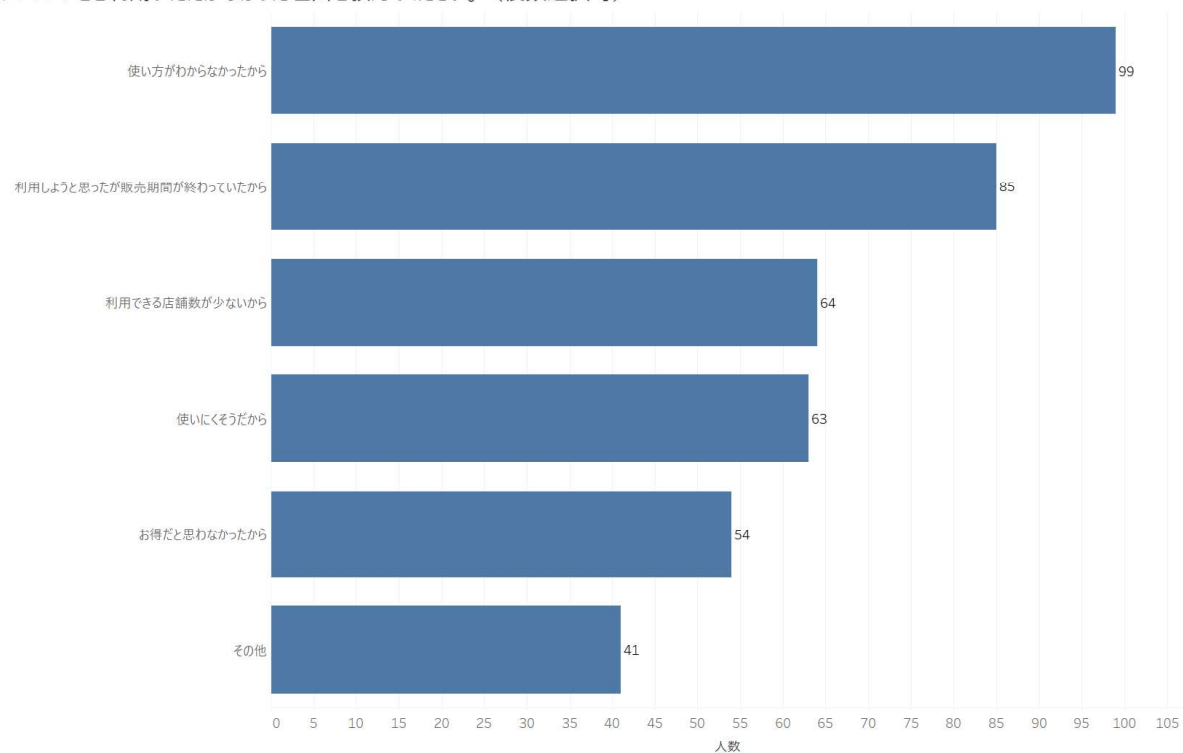
Q18 「クマP A Y 夏の 5 %還元キャンペーン」(令和 6 年 7 月) の満足度を教えてください。



Q19 「クマP A Y 20%還元プレミアムキャンペーン」(令和6年11月)の満足度を教えてください。



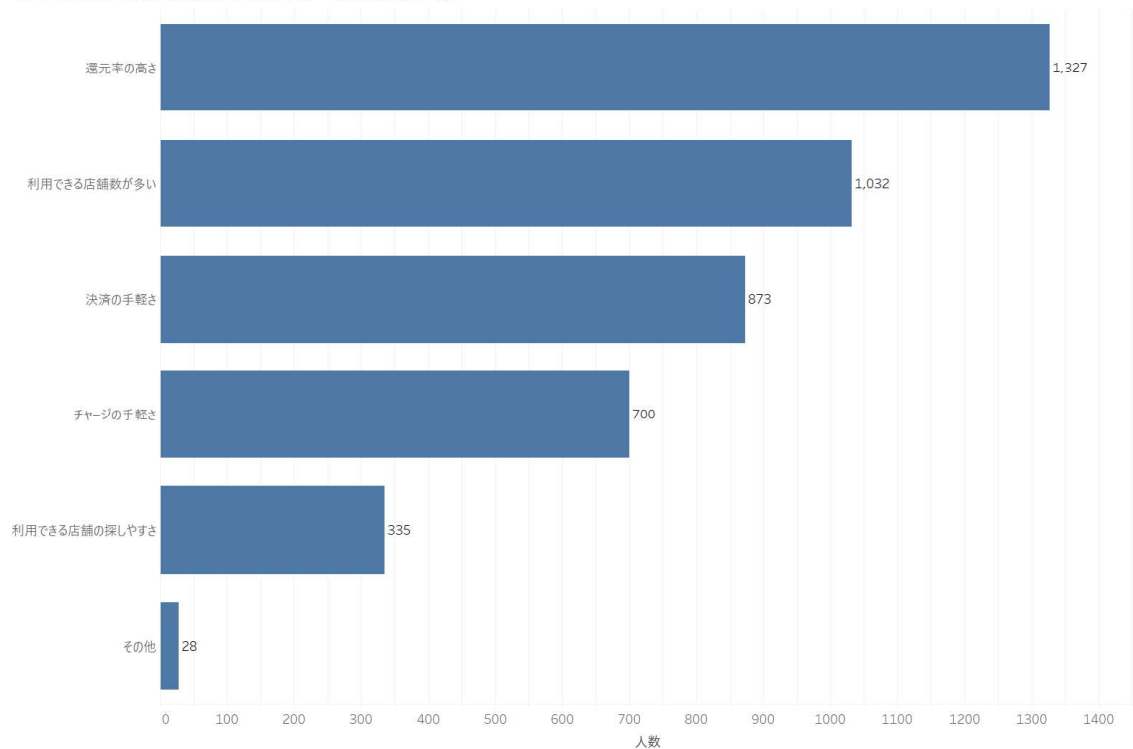
Q20 クマP A Yをご利用いただかなかった理由を教えてください。(複数選択可)



Q20-1 「[その他]」を選択された方」具体的な内容を教えてください。

LINEからクマペイは手間がかかって使いにくい	Abc
LINEから開くと言う使いにくさがあるって使う気にならない	Abc
LINEベースの支払い方法は、LINEを立ち上げてトーク画面を選択して、支払いボタンを押して、と手順が多いです..	Abc
LINE入ってクマペイ立ち上げるのに時間がかかる	Abc
PayPayがある為	Abc
QRコードの読み込みが悪く端末コードの入力が頻繁にあった	Abc
お金を入れとくの忘れてしまった	Abc
クマペイが少しなので、たまったら使います。	Abc
クマペイが届いてない	Abc
くまペイに入っていないからです。	Abc
くまペイのチャージ方法がいまいち分からんから..	Abc
この前届いたばかりだから	Abc
チャージするのが大変だから	Abc
チャージするひまがなかった	Abc
チャージの仕方がわからない	Abc
チャージ方法がよくわからなかった	Abc
ペイとつくものが沢山あり、あれこれ使うと、使いすぎてしまうので、1番使うペイだけにしているからです	Abc
ベルクのレジでクマPayが中々使えずに困っている人をみました。	Abc
ほかの色々なキャッシュレス決済を使っていて、これ以上増やすと管理が大変になりそうなので	Abc
めんどくさい	Abc
会計時に画面を出すのが面倒	Abc
起動に時間がかかるので、使い勝手が悪い	Abc

Q21 決済サービスで重視することを教えてください。（複数選択可）



Q21-1 「[その他]」を選択された方」具体的な内容を教えてください。

LINEでのクマペイ決済ができる店舗は多々ありますが、カードタイプの決済ができる店舗が少なく感じた。..

くまペイに今後に入ってみたいです。

くまペイはネギーに比べて1.0倍面倒だ。何人かからも聞いた。

システムが安定していてエラーなどが起こりにくいこと。

セキュリティ

どこでも使える

なし

まだ未使用(届いてない)

もっと簡単に、アプリの起動をお願いしたいと思います

ライン対応ではなくてネギーのようにアプリにしてほしい

加盟店が探しづらい..

金額の手入力を自動にする。

熊谷市内の医院、薬局等での利用促進

決済する時、QRコードを読み取るのが不便

行政サービスの一端ならば、市民全員が平等に受けられるようにしてほしい。LINEを使わない方々の事も考えてほしい

始まったばかりなのでチャージしてないの

支払い後にステッカーに気づいたり何度が続き『使えるんか〜い』と..

数字を入れるお店は大変でした

電波状況によっては使えるお店でも時間がかかったりバツとすぐ使えないところがいま改善してほしい

利点があるとは思わない

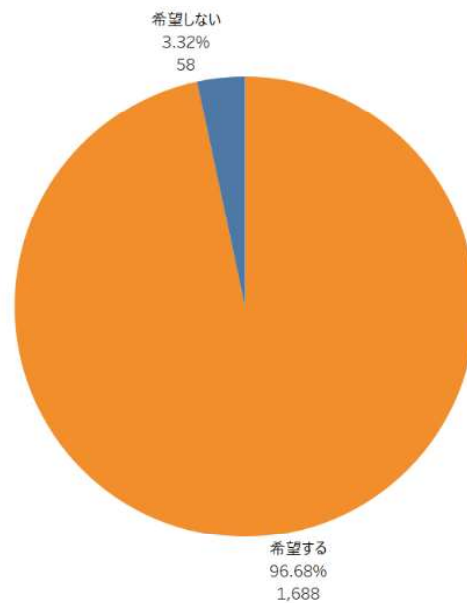
利用する際の画面表示の出しやすさ

利用できるサービスの多さ。nanacoはコンビニ交付にも使える。

利用できる店舗のわかりやすさ（大きなステッカーが入口に貼ってあるなど）..

利用者を増やすイベントや、お得なキャンペーン以外でも使ってもらえるように、口座と紐付けしてくれる人に対する特典など。（やはりキャンペーン目当ての人はチャージだけの人が多いと思うので。）店舗側としても、くまペイを活用したい..

Q22 今後もクマペイ A Y のお得なキャンペーンを希望しますか。

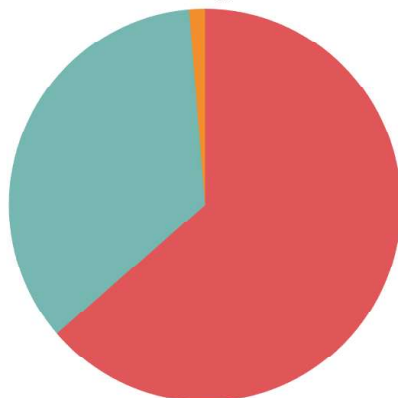


Q22-1 どのようなキャンペーンを希望しますか。

昨年度に実施したプレミアム付きクマPAY型（あらかじめ購入可能数が決められていて、応募多数の場合は抽選となるもの）

35.07%
592

その他
1.30%
22



今年度に実施した還元型（多くのクマPAY利用者が還元を受けられるものの、予算に達する場合は早期終了するもの）
63.63%
1,074

Q22-2 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

いつでもどこでも利用可能にするは

いろんなところを広げて欲しい

お得に感じる物。抽選もいいけど当たらないと損した気分になる。外れても次に繋がる何があればいいと思う

くまペイ以外で考えて欲しい

まだ利用していないので。

わからない

何名かにその場の全額還元など

還元上限と期間が決められているのだから早期終了は無しで実施して欲しい。

具体的に思い付かないけれど何かあったら今度こそ利用してみたい。

熊谷過疎化している..

昨年度、今年度どちらも

市内在住限定などにして、還元率をその分上げるとか、早く終了することがないようにして欲しいです。

専用アプリが有ったら利用が出来たら

全市民ができるようにしてください 近所の70.80代の方は、くまペイが分かりません お年寄りには使えないのは不公平

多くの人が利用できること

抽選が確信出来ない

抽選にしないでもいい。予算達成で早期終了は困る。

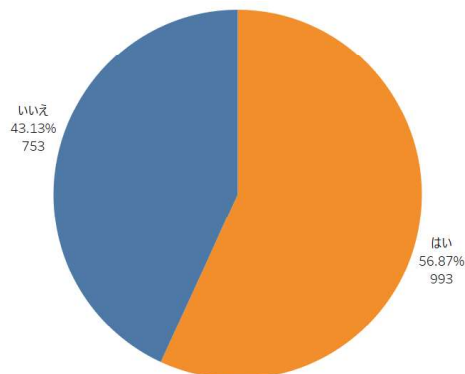
分からない

利用実績がクマボと連携して、溜まったポイントをイベント開催やNPOなどの活動支援に使えるといいと思います。

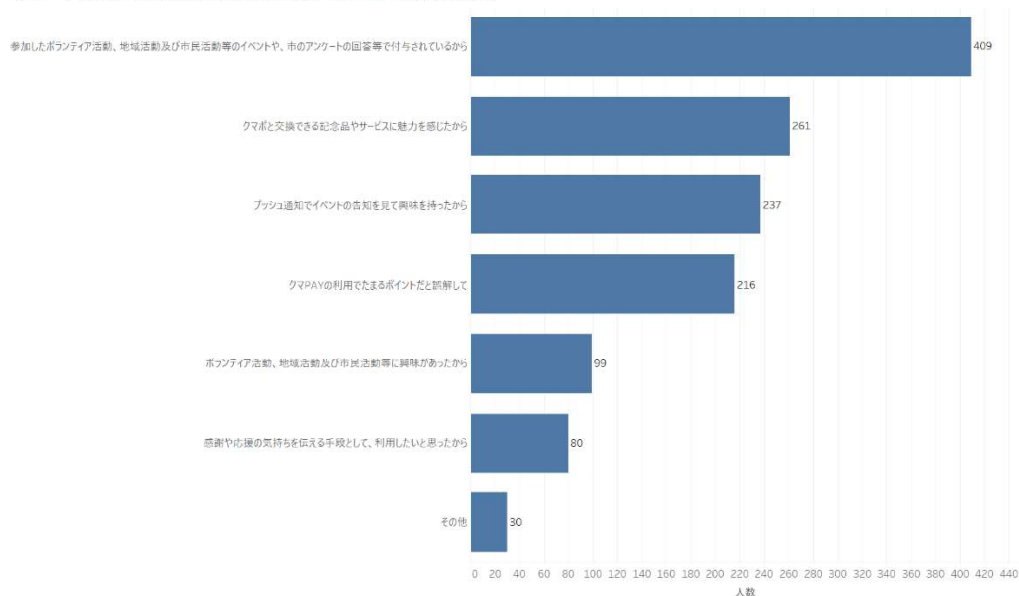
両方

2.10.4 年度末アンケートデータ（クマボ）

Q23 コミュニティポイント「クマボ」の登録をしましたか？



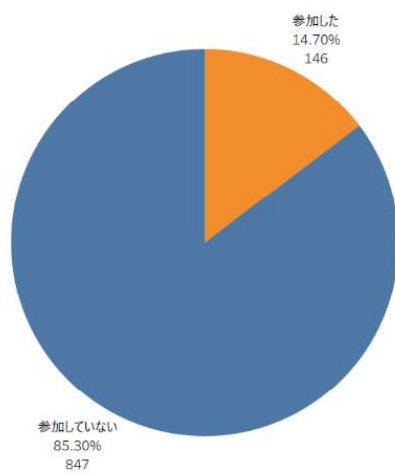
Q24 クマボをご登録いただいた理由を教えてください。（複数選択可）



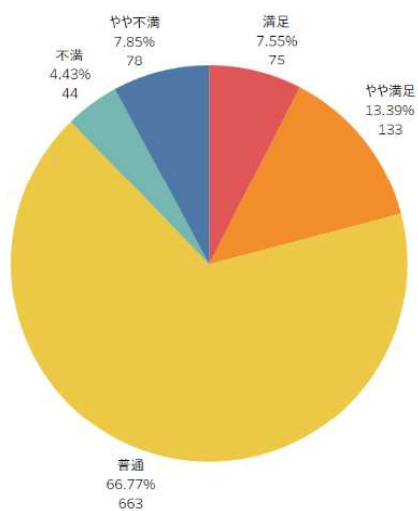
Q24-1 （「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

LINEの画面にクマベイの隣にあったので、内容分からず登録した
いつの間にか使える様になった。
いつの間にか登録してあった。
クマPAYを入れたときに気づいたらセットで入っていた。
クマPAYを利用したくて登録したら、知らないうちに登録されていた。
たまたま参加したイベントで登録を促されたから
とりあえず登録しました
ないよりあったほうがいいじゃん
なし
なにに使えるかわからないが買えるものはもらっておこうと思って登録した
なんだかわからなかったけど、とりあえず登録した。だからまだ使ったことはない。
なんとなく
ポイント目当てに外出するそう。
ゆうゆうバスを時々使っているから
よくわからなかったけど、
よく分からず、入ってました。頂いた番号が気に入ったので、これから頑張りたいと思っています。年末抽選会も当たり、とても嬉しかったです。ありがとうございます。違う商品だった油も知らなかったもので、八木橋で買いました。
よく分からず登録した
家族に進められた
使い方がよくわからない
特になし
補助金支給による

Q25 クマポをきっかけに新たにイベントやボランティア活動、地域活動及び市民活動等に参加しましたか。



Q26 クマポアプリの満足度を教えてください。



Q26-1. 「やや不満・不満」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）（任意）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

【1】使い方・仕組みがわからない（約40件）

■ 概要

- ・「クマボ」自体の存在や使い方が理解しにくいという声が多い
- ・“どこでポイントが貯められるか”“どうやって使うのか”などが分からず諦めたとの意見が多数

■ 代表的なコメント

- ・「使い方がよくわからない」
- ・「何に使えるのか聞かないとわからない」
- ・「ポイントの利用用途が分かりづらい。利用できる場が少ない」

【2】クマPAYとの混同・紛らわしさ（約15件）

■ 概要

- ・名称や仕組みが似ており、“クマボ”と“くまペイ”の違いが分からないとの意見が多い
- ・「くまペイを使えばクマボが貯まる」「同じものだと思っていた」等の誤解も散見

■ 代表的なコメント

- ・「クマボとクマPAYが同じだと思っていました」
- ・「クマPAYを使うとクマボが貯まると思ってた」
- ・「そもそもクマボ、くまペイなど同じような言葉で混乱する」

【3】メリット・魅力を感じにくい（約15件）

■ 概要

- ・イベントでの景品や交換アイテム、使い道にあまり魅力を感じないという声
- ・お得感が低いため、わざわざ貯める理由がないといった意見が目立つ

■ 代表的なコメント

- ・「ポイントで交換できる場所が少ない。熊谷のタオルやグッズは魅力的ではないと思う」
- ・「使うメリットが少ない」
- ・「存在意義が希薄。お得感がないと使わない」

【4】利用先・交換先が少ない（約10件）

■ 概要

- ・ポイントを使える店舗・サービスに限られ、実際に使い道を見つけにくいとの不満
- ・交換アイテムや提携先を増やしてほしいとの要望もあり

■ 代表的なコメント

- ・「使えるお店が少ない」
- ・「ポイントの利用用途が分かりづらい」
- ・「交換できるサービスが充実していない」

【5】年配者・初心者にはハードルが高い（約5件）

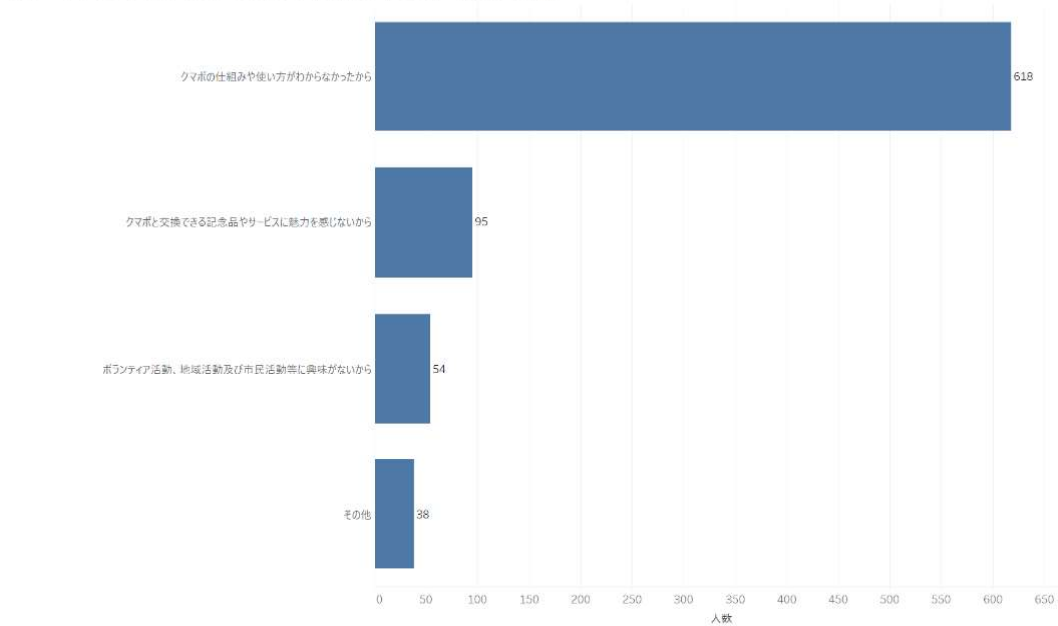
■ 概要

- ・アプリの操作やQRコードの読み取りなどが難しく、初めから諦めてしまうケースも
- ・慣れれば大丈夫だが、初期設定や手続きに敷居を感じやすいとの指摘

■ 代表的なコメント

- ・「高齢者には少し使い方が難しかった。慣れれば大丈夫だけど...」
- ・「LINEベースはダメ」「LINEからなのでやりにくい」
- ・「デジタル機器が苦手だと操作が煩わしい」

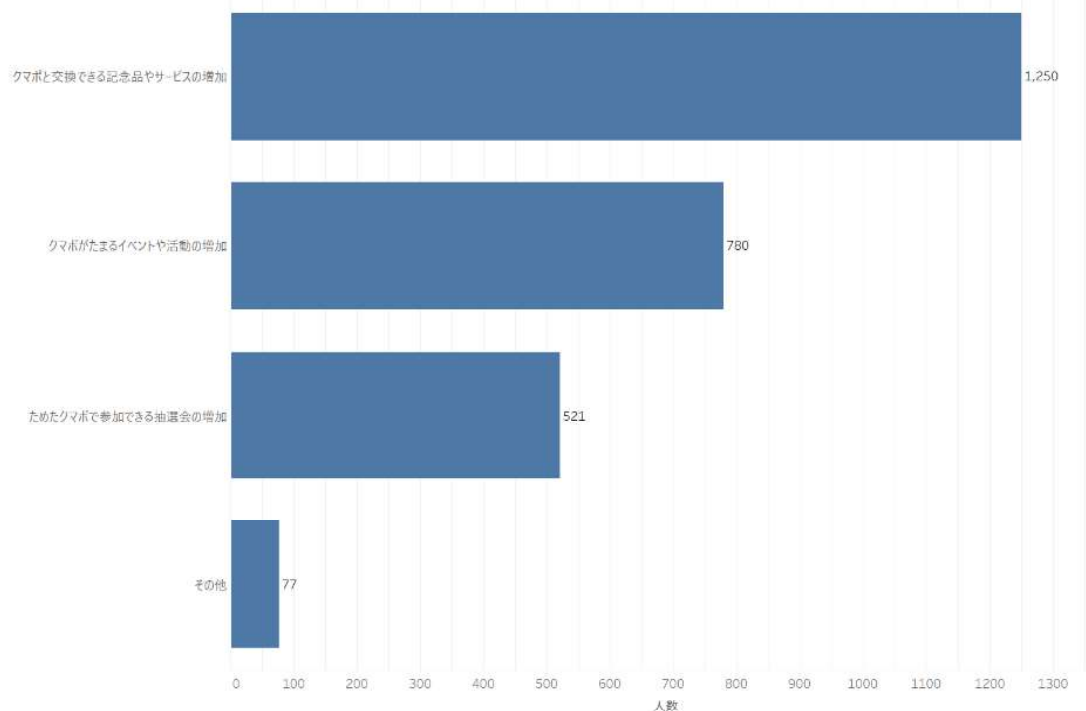
Q27 クマボをご登録いただかなかった理由を教えてください。（複数選択可）



Q27-1 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

クマボがよくわからない
クマボとはわかっていない
この手のサービスは行政がやるべきで無い
すでに登録していたと思っていたから。登録が必要なのかがわかっていなかった。
なさ
ポイントに釣られて余計な出費や時間を奪われるのが嫌だから。
ポイント参加している物が少ないことと、ポイント利用出来るところが少ない
まだしていない
まだ内容の確認ができていない
よくわからないから。いつの間にか登録してあったかも。
何となく
見た事はあるが、内容は知らなかったから
仕事が忙しかったため
制度がよくわからない..
単に調べて読んでないだけなので興味があれば登録はしたいと思います
知らなかった
知らなかったから
知らなかったため
登録しても、子供のサッカーと仕事で時間がなく使わない。くまペイの方が、自分の生活に無理なく使える
登録するの忘れて
年齢的な面もあり、なかなか利用できないから
普段熊谷にいないから
忙しくて忘れて
利用していないから

Q28 クマボに期待することを教えてください。（複数選択可）

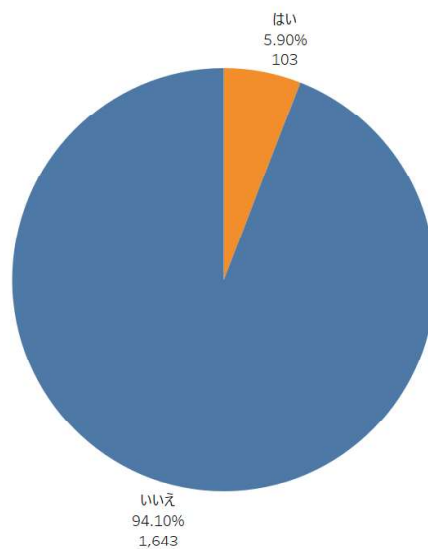


Q28-1 「[その他]」を選択された方」具体的な内容を教えてください。

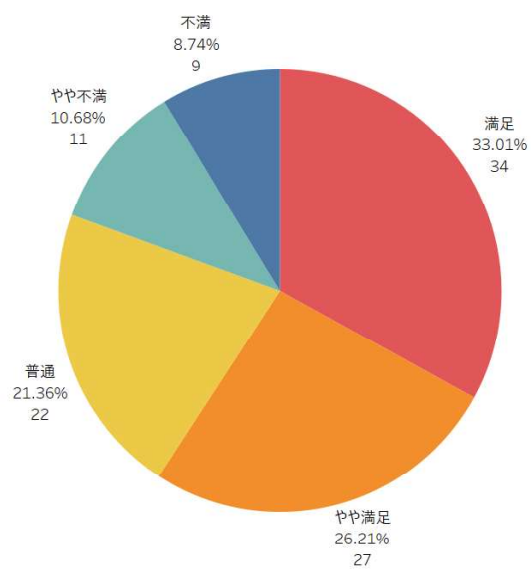
•くまぼが買えるイベント、お店を増やす...
dポイントの様に、お店で使える方が嬉しい
あまり必要性を感じない..
アンケート等ラインでポイントがもらいたい
クマPAYへのチャージ
クマペイとの統合
くまペイの利用で貯まる
クマペイへのチャージ
クマペイへの交換
クマボがクマペイに使えるようにしてほしい
クマボからクマペイにチャージできるようになると良い
くまボからくまペイに移せる
くまボが何なのか知らない
クマボについてよくわかっていない
クマボの貯め方、使い方がよくわかりません..
クマボは見直してほしい
クマボをクマペイにチャージ出来るようにしてほしい
クマボを貯めるメリットが、まだ良くわからない
クマボを理解できていないので、わかりやすい広告をして欲しいです。
クマボ自体をよく知らないの、宣伝してほしい
クマボ良くわからない..
そもそも知らない
どのくらいの費用対効果があるのでしょうか。特に期待することはありません。
なし
バス回数券への交換や割引など
ポイントをくまPAYで使えるようになったらいい
ポイントを貯めたらお金に還元できるものが良いです

2.10.5 年度末アンケートデータ（ゆうゆうバススマホ回数券）

Q29 ゆうゆうバススマホ回数券をご利用いただいたことがありますか？



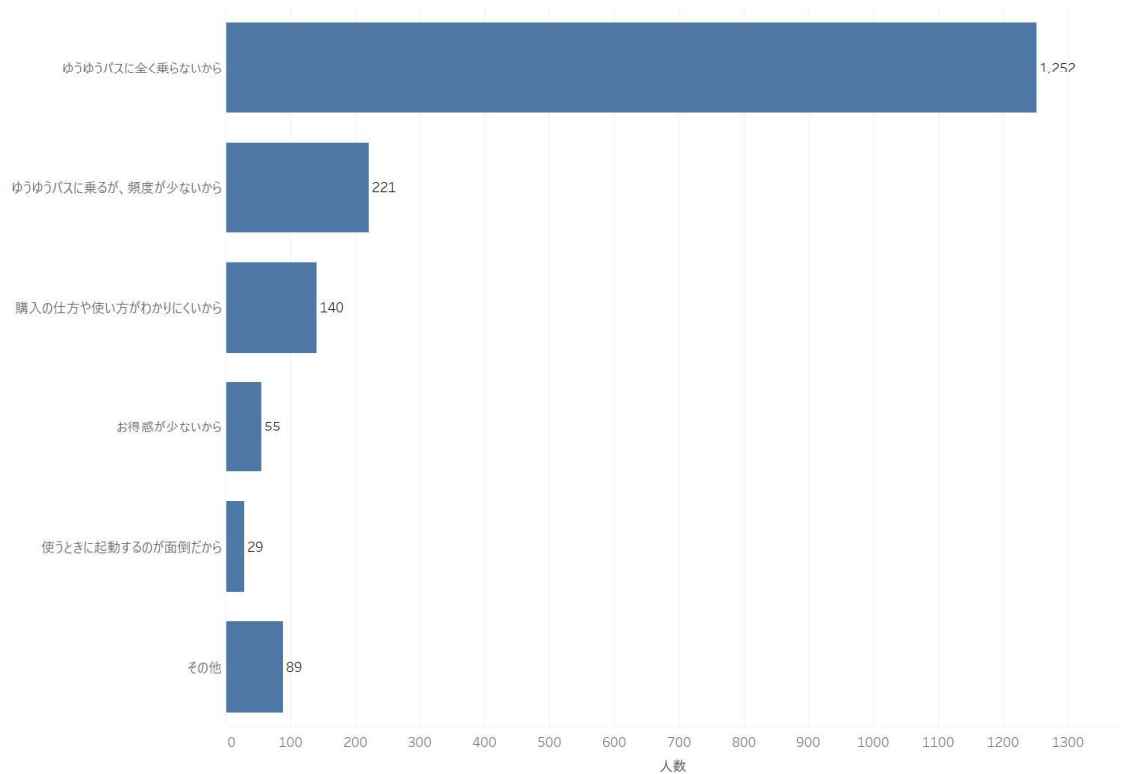
Q30 ゆうゆうバススマホ回数券の満足度について教えてください。



Q30-1 「やや不満・不満」を選択した理由を教えてください。（下欄に記載してください）

2次元コードの読み取りに時間がかかるので、スムーズに乗車できない。
200円になってから、バスに乗ることが少なくなった
LINEを開いてから出ないと使えないのは不便。アプリがあるといいのに。
QRコードが乗車口に掲げてあるが、雨の日なんて傘さしながらわざわざカメラを起動させるのかと ...
アクセスしづらいうえに、複数名で使用できない。
カメラの起動がよくない
コードの読み取りが出来ないから..
なさ
なし
もう少し手軽に使える..
安くなりありがたいが、購入方法や使用方法が簡単ではないです。少し時間をあけて利用したいと思うとき、また説明を読まないで購入方法や使用方法を忘れてしまっているので、バツと使えない。バスの運転手も分かっていなくて、...
回数券とは直接関係がないが、いつも利用していた時間のバスが廃止になってしまい、券が余っている。
回数券を使う場面が少ない、つまり本数が少なすぎて使い切れない
高い
残があると追加購入できない
使い難い
使い方説明のページを見ながら、実際の操作ができない
乗り降りの作業が面倒
乗る前にQRコードを読み取るのが不便
乗車時にカメラでコードを読み込まないといけないのが、少し面倒

Q31 ゆうゆうバススマホ回数券をご利用いただいていない理由を教えてください。（複数選択可）



Q31-1 「その他」を選択された方）具体的な内容を教えてください。

あほとんど乗らないが1日券に優待が付いたり、行田や深谷のコミュバスと連携するといひ。
しらなかった
スマホ回数券を知らなかった
そもそもバスの便数が少なすぎる。
そもそも欲しい路線の所に、バスが走ってなくて不便
なんのことがわからないから。
バスが通らない
バスだと、バケットを食う。
バスに乗る機会がないから。
バスの路線が使いにくい
バスの路線箇所が遠い
バスを高齢なので今後利用したいが、本数をもう少し増やして、便利に使いたひです。
バスを使わない。
バス経路が合わない
バス乗り場がない(遠い)から
バス停がよくわからない
バス停が近くにない
バス停が近くにないので、ゆうゆうバスに乗る機会がない
バス停が自宅から遠いため
まだ、車に乗れるので
まだ車の使用しますので、車に乗らなくなったら、必ず使用します。
もともと本数が少なくて利用しづらかった。加えて値上がり後利用しなくなった。
ゆうゆうバスが通っていない地域です。是非バスを通して下さい。車に乗らなくなった人など、出掛けるきっかけになりますから
ゆうゆうバスに乗りたいが、出かける時間帯にバスがないから
ゆうゆうバスに乗る機会がないから
ゆうゆうバスに乗る機会が無い
ゆうゆうバスのルートに利用したいルートがない
ゆうゆうバスの路線沿いに住んでいないため。
ゆうゆうバスは不便だから利用したことがない
ゆうゆうバス自体、利便性ゼロなので現状の運行を大幅変更してほしい。...
ゆうゆうバス代以上に入金しなくてはならないから
ゆうゆうバス利用がしづらい為
運賃が高い
運転免許証返納証明書で無料で乗れます。
家方面のルートがないため
回数券があるなんて知らなかった。

Q32. ゆうゆうバススマホ回数券への要望があれば教えてください。（任意）

※有効回答数が多数あるため、個別の回答の掲載は省略いたします。（Tableauデータ、Excelデータで全文確認いただけます）
以下に、参考として生成AIによる解析を記載いたします。（件数は概算であり、また、厳密な正確性を保証するものではない点は、ご了承ください。）

【1】運行本数・路線の拡充を望む声（約30件） ■ 概要 ・「バスの本数が少なく、利用しにくい」「自宅近くを走らない」など、路線・便数の少なさなど、バスそのものに対する要望 ・特に高齢者や車を使えない人、子育て世代にとっては生活の足となるため、増便やルート拡大を求める声が多い ■ 代表的なコメント ・「ゆうゆうバスの本数を増やして欲しい。路線を増やしてくれると利用したい」 ・「最寄りのバス停に1日2本くらいしか来ない。乗り過ぎすと大変」 ・「ゆうゆうバスを使う高齢者は多いので、便利に乗れるように継続してほしい」 【2】スマホ回数券の使い勝手・購入方法の改善要望（約25件） ■ 概要 ・「LINEからの起動が手間」「乗車時に焦る」「QRコードをどこで読み込むかわかりにくい」など、操作面への指摘が多数 ・バス停や運行アプリなど、よりスムーズに決済できる仕組み（タッチ方式など）を望む意見がある ■ 代表的なコメント ・「乗車時にQRコードを読み込むので時間がかかり、運転手さんや周りに迷惑」 ・「Suicaのようなタッチ式決済があれば使いやすい」 ・「バス停にQRコードや番号を表示して、事前に読み込めるようにしてほしい」 【3】割引・料金設定への要望（約20件） ■ 概要 ・「回数券やスマホ回数券をもっと割引率の高い設定にしてほしい」「100円均一などの低料金化を望む」など ・乗車回数が多い利用者や、まとめ買いで得をする仕組みに期待する声が目立つ ■ 代表的なコメント ・「出来れば1回100円など安くしてほしい」 ・「10回単位だけでなく、さらに大きい割引があると嬉しい」 ・「購入した枚数に応じて割引率が上がるとありがたい」	【4】高齢者・デジタルが苦手な人への配慮（約10件） ■ 概要 ・スマホ回数券の導入は良いが、「スマホが使えない高齢者には難しい」「現金や紙の回数券とも併用してほしい」などの意見 ・運転手や窓口が説明してくれない／できない場合も多く、デジタル機器に慣れない層は利用を断念してしまうケースがある ■ 代表的なコメント ・「バスを使う高齢者がスマホを持っているとは限らない」 ・「高齢者が使い方を分からず運転手に聞いても運転手もよく分かっていなかった」 ・「現金払いに更なる割引があると嬉しい、そもそもスマホがない」 【5】周知不足・利用率・連携面の課題（約10件） ■ 概要 ・そもそも「スマホ回数券の存在を知らなかった」「どこで買えるかわからない」という声が一定数 ・他市や周辺地域との連携、乗り継ぎなども不明瞭で実際に使えないケースがあるため、利用者数増加への対応を期待 ■ 代表的なコメント ・「スマホ回数券あるの知らなかった。もっと宣伝して」 ・「行田市との連携があれば嬉しい」 ・「使えること自体広く知られていないと思う。もっとわかりやすく周知してほしい」
---	--

2.10 総論

- 利用者数については、令和5年度に引き続き、令和6年度もクマPAYの活用を主軸として堅調に増加した。
- 既存の3大イベント（雪くまスタンプラリー、スポーツスタンプラリー、謎解きイベント）も概ねKPIを達成するなど、引き続き好調に推移した。
- 満足度については、「クマぶらサービスに対する満足度」のアンケート結果で「満足」「やや満足」を合計した割合が、令和5年度の23.3%から令和6年度には26.6%へと上昇し、サービス品質の向上がうかがえた。
- これらの成果は、データを踏まえた施策の立案を行うとともに、プロモーションや情報配信、実装・デザインなどを適宜修正し、「改善サイクル」を着実に回してきたことによるものと考えられる。
- 一方で、クーポン施策や、令和6年度の新たな取り組みであるクールシェアスポットスタンプラリーは、認知不足の影響もあり、期初に設定したKPIを達成できなかった。
- 次年度以降の実施にあたっては、本年度のデータを参照しつつ、施策と目的を改めて明確化したうえでの施策、企画設計と運用が重要となると考えられる。
- クマぶら全体としては、連携サービスの拡充と利便性の向上に伴い、利用者数や満足度の増加だけでなく、配信を起点とした外部URLの参照数も増えるなど、スマートシティの全ての入口となるポータルとして多様な情報にアクセスする機能を十分に満たしているといえる。
- しかしながら、「自分に興味のない情報」の配信増加が主要因と推測されるブロック数の増加や、一部アンケート結果から、各サービス内容がわかりにくいという声、クマPAYを中心とした操作性への意見も寄せられている。
- 令和6年度には職員が直接情報を参照しやすく、データを利活用しやすい環境整備がさらに進んだ。令和4年の本格運用開始から3年が経過し、クマぶらをスマートシティ全体の中でどのように位置づけるか、KPIの設定や、情報配信を含めた全体デザインを見直す新たなフェーズに入っていると考えられる。

令和6年度都市ポータルアプリ
「クマぶら」運用業務
業務報告書

令和7年3月
日本電気株式会社