

令和6年度 和光市広沢複合施設

 お客様アンケート報告

2025年5月30日

一般社団法人和光市エリアマネジメント



お客様アンケート実施に関して

計画時

2025年1月23日
WHAM 藤原

1. 実施期間 2025年3月18日（火）～31日（月） 14日間
2. 対象施設 北エリア おふろの王様和光店、総合児童センター・市民プール
南エリア 健康増進センター、やまぼうし、和光なかよしこども園 計5事業者
（テスト環境）わびあルーム内掲出 QR回答のみ＞粗品引き換えは、おふろの王様または児童センター
3. 実施目的 広くわびあ来場者に向け、利用頻度・情報入手経路・イベント認知、今後のわびあへの関り、及び、ご意見・要望を聴き、今後のわびあ全体・各事業者におけるサービスの提供に関し情報を入手し、その内容や品質の改善・向上に役立てる。
4. 実施方法 ①WEB回答方式 ②用紙記入方式 ※WEB回答へ誘導する
5. 目標研修

施設名	前年実績（件数）			回収目標 （件数）	粗品引渡し	備考
	WEB	手書き	合計			
おふろの王様和光店	134	226	400	400	①QR回答画面の提示で引渡 ②手書きは記載用紙と交換	・ A4タテ・アンケート案内ファイル ・ 手書き用アンケート用紙（総数×20％分）
総合児童センター・市民プール	118	124	242	250		同上
健康増進センター	25	1	26	30	アンケート用紙配布時に粗品を渡す	・ A4タテ・アンケート案内ファイル ・ 手書き用アンケート用紙5枚 ・ 1/4アンケートQR用紙30枚
やまぼうし	0	30	30	30		・ 園児1家族1部アンケート用紙30枚
和光なかよしこども園	31	10	41	50		・ 園児1家族1部アンケート用紙50枚
合計	308	431	739	760		前年比103％
構成比	42％	58％	100％			

6. 粗品 オリジナルウェットティッシュ 1回答1個限り

わびあ お客様アンケート

日頃はわびあをご利用頂きまして有難うございます。ご意見やご要望を今後の運営に活かすため、アンケートにご協力をお願いいたします。(NO.1-11 図チェック NO.12 コメント記載)

1. 記入日 3月 ☐18 ☐19 ☐20 ☐21 ☐22 ☐23 ☐24 ☐25 ☐26 ☐27 ☐28 ☐29 ☐30 ☐31

2. 回答場所 ☐総合児童センター・市民プール ☐おふろの王様和光店 ☐健康増進センター
☐やまぼうし ☐和光なかよしこども園 ☐わびあHP/SNS ☐その他 ()

3. 年齢 ☐10代 ☐20代 ☐30代 ☐40代 ☐50代 ☐60代以上

4. お住まい 和光市 ☐下新倉 ☐新倉 ☐中央 ☐広沢 ☐西大和団地 ☐南 ☐諏訪原団地
☐諏訪 ☐本町 ☐丸山台 ☐白子
市 外 ☐朝霞市 ☐新座市 ☐志木市 ☐板橋区 ☐練馬区 ☐他 ()

5. 来場手段 ☐自家用車 ☐バス ☐自転車 ☐バイク ☐徒歩 ☐他 ()

6. 来場頻度 ☐週4回以上 ☐週2-3回 ☐週1回 ☐月2-3回 ☐月1回
☐年2-3回 ☐年1回 ☐他 ()

7. わびあのホームページ (HP)で確認するものはどれですか (複数回答可)。
☐わびあHP ☐総合児童センター・市民プール HP ☐おふろの王様和光店HP
☐和光市健康増進センターHP ☐やまぼうしHP ☐和光なかよしこども園HP ☐HPは見ない

8. わびあのSNSで確認するものはどれですか (複数回答可)。
☐わびあFaceBook ☐わびあX ☐わびあInstagram ☐わびあLINE ☐わびあnote ☐SNSは利用していない

9. わびあを広報・掲示板で確認するものはどれですか (複数回答可)。
☐広報わこう ☐和光市広報掲示板 (屋外) ☐総合児童センター館内掲示板 ☐おふろの王様和光店館内掲示板
☐健康増進センター館内掲示板 ☐やまぼうし館内掲示板 ☐和光なかよしこども園・屋内外掲示板
☐わびあルーム掲示板 ☐該当するものが無い

10. わびあのイベントでご存じのものをチェックください (複数回答可)。
☐わびあ夏祭り ☐わびあmamaマルシェ ☐わびあハロウィンイベント ☐わびあHADOカップ
☐わびあ食堂 ☐わびあウォーターサバイバル ☐わびあプチプレーパーク ☐広沢どうぶつハンター
☐WAKO クリスマスフェスティバル ☐和光こどもまつり ☐ディランピック

11. 今後のわびあへの関わりをお答えください (複数回答可)。
☐利用者・参加者として来場 ☐夏祭り当日のボランティアスタッフをやりたい
☐mamaマルシェスタッフをやりたい ☐夏祭りの出店者・スタッフとして参加したい
☐わびあで行うイベント自体を企画するスタッフとして参画したい ☐その他 ()

12. わびあへのご意見・ご要望を記載下さい (自由回答)。

ご回答ありがとうございます。回答用紙、または、WEB回答終了画面をフロント窓口へご持参・提示下さい。係の者より粗品を進呈いたします。

和光市広沢複合施設 わびあ Email : info@wapia.jp
(2025年3月 アンケート実施者)
一般社団法人 和光市広沢エリアマネジメント

↑WEB回答の方は
こちらのQRから↑WEB回答時の
終了画面追加
回答場所追加
広沢どうぶつハンター
WAKOクリスマスフェス



お客様アンケート 粗品進呈について (期間：2025年3月19日～31日)

日頃はわびあをご利用頂きまして有難うございます。ご意見やご要望を今後の運営に活かすため、アンケートにご協力をお願いいたします。
下記の要領で受付窓口へお申し出頂ければ、もれなく粗品を進呈致します。



↑WEB回答用QR

■WEBでご回答の場合

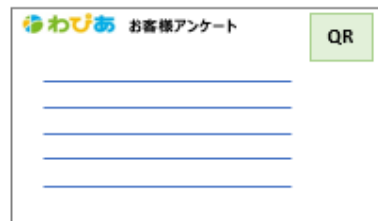


1. QRでWEBアンケート実施

2. アンケート回答後に出る 左記画面を受付窓口へ提示

3. 粗品を受取る

■アンケート用紙でご回答の場合



1. アンケート用紙を記入し、 受付窓口へ提出する

2. 粗品を受取る

*ご不明な点がございましたら、
各事業所受付窓口、または、
わびあお客様アンケート事務局
info@wapia.jp へご連絡下さい。

和光市広沢複合施設「わびあ」
お客様アンケート事務局
一般社団法人和光市広沢エリアマネジメント

総合児童センター・市民プール
おふろの王様 用

お客様アンケート回収結果

施設名	R6.3実施 (件数)	今回目標 (件数)	R7.3 結果 (件数)	前年対比	計画対比	備考
おふろの王様 和光店	400	400	242	61%	61%	3/24まで3件>「粗品は児童セへ」 3/25よりオペレーション変更 「手書き用紙・QR読込+粗品渡し」
総合児童セン ター・市民プール	242	250	253	105%	101%	回答確認後の粗品交換
健康増進 センター	26	30	24	92%	80%	アンケート用紙配布+粗品渡し
やまぼうし	30	30	4	13%	13%	同上
和光なかよし こども園	41	50	2	5%	4%	同上
その他	-	-	11	-	-	-
合計	739	760	536	71%	73%	

R6.3実施 VS R7.3実施 比較

1. 施設別アンケート数

施設/実施年月	R6.3実施	R7.3実施	差異	対比
おふろの王様 和光店	400	242	-158	61%
総合児童センター・市民プール	242	253	11	105%
健康増進センター	26	24	-2	92%
やまぼうし	30	4	-26	13%
和光なかよしこども園	41	2	-39	5%
わびあHP/SNS	0	11	11	-
総合計	739	536	-203	73%

2. 年代構成

年代/実施年月	R6.3		R7.3	
	回答数	構成比	回答数	構成比
10代	89	12%	42	8%
20代	142	19%	49	9%
30代	226	31%	190	35%
40代	139	19%	133	25%
50代	80	11%	60	11%
60代以上	63	9%	62	12%
合計	739	100%	536	100%

3. 居住地構成

(全体)

地域/実施年月	R6.3	R7.3
	構成比	構成比
和光市	42%	40%
練馬区	15%	13%
朝霞市	12%	18%
板橋区	7%	9%
新座市	6%	7%
他特別区	5%	4%
埼玉県他市町	4%	3%
東京都他市	2%	1%
他都道府県	2%	0%
さいたま市	2%	2%
志木市	2%	2%
川越市	1%	1%
その他	0%	1%
計	100%	100%

(和光市のみ)

地域/実施年月	R6.3	R7.3
	構成比	構成比
和光市・下新倉	13%	8%
和光市・丸山台	14%	8%
和光市・広沢	16%	20%
和光市・新倉	14%	20%
和光市・諏訪原団地	0%	2%
和光市・西大和団地	4%	4%
和光市・中央	3%	4%
和光市・南	9%	8%
和光市・白子	15%	13%
和光市・本町	13%	11%
計	100%	100%

4. 来場手段構成

手段	R6.3 構成率	R7.3 構成率
自家用車	49%	42%
徒歩	18%	16%
自転車	21%	32%
バイク	2%	2%
バス	4%	4%
電車+徒歩	5%	3%
電車+バス	1%	0%
その他	1%	1%
合計	100%	100%

<特徴>
自家用車が減り、
自転車が増えた

総来場者数別・メディア別・週1回以上利用者 分析

[53%] : 前年比率
(364/536) : 前NO-対象数・後NO-アンケート総数

- 総数 > HP見る 68% [53%] (364/536)
 - > SNS利用する 37% [33%] (135/364)
 - > 広報紙・広報掲示板見る 76% [41%] (102/135)
- 総数 > HP見る 68% [53%] (364/536)
 - > 広報紙・広報掲示板見る 60% [31%] (218/364)
 - > SNS利用する 47% [44%] (102/218)
 - > 週1回以上利用 50% [64%] (51/102)
- 総数 > SNS利用する 29% [22%] (153/536)
 - > HP見る 88% [81%] (135/153)
 - > 広報紙・広報掲示板見る 76% [41%] (102/135)
 - > 週1回以上利用 50% [64%] (51/102)
- 総数 > SNS利用する 29% [22%] (153/536)
 - > 広報紙・広報掲示板見る 73% [38%] (111/153)
 - > HP見る 92% [88%] (102/111)
 - > 週1回以上利用 50% [64%] (51/102)
- 総数 > 広報紙・広報掲示板見る 49% [20%] (262/536)
 - > HP見る 83% [79%] (218/262)
 - > SNS利用する 47% [44%] (102/218)
 - > 週1回以上利用 50% [64%] (51/102)
- 総数 > 広報紙・広報掲示板見る 49% [20%] (262/536)
 - > SNS利用する 42% [40%] (111/262)
 - > HP見る 92% [88%] (102/111)
 - > 週1回以上利用 50% [64%] (51/102)

< 考察 >
週1回以上の利用者（概ねヘビーユーザー）の「HP見る」は68%（前年+15P）。且つ「広報等見る」が60%（前年+29P）。SNSは29%（前年+7P）で前年並み、広報等49%（前年+29P）と伸長。この状況下で利用自体は50% [▲14P]。この評価を「分散」や「定着」と見れるか、引き続き注意深く確認して行くものとする。

イベント認知構成

イベント名	R6.3 構成比	R7.3 構成比1	R7.3 構成比2
わびあ夏まつり	33%	29%	23%
わびあmamaマルシェ	18%	19%	15%
わびあ食堂	13%	7%	6%
わびあHADOカップ	10%	10%	8%
わびあティラノニック	10%	8%	6%
わびあプチプレーパーク	8%	14%	11%
わびあハロウィンイベント	6%	9%	7%
わびあウォーターサバイバル	3%	4%	3%
小計1	100%	100%	-
広沢どうぶつハンター	-	-	3%
WAKOクリスマスフェスティバル	-	-	6%
和光こどもまつり	-	-	12%
小計2	-	-	-
合計	-	-	100%

夏まつり、mamaマルシェ、
プレーパークは、3大イベント

第1回目の「和光こどもまつり」は
3月開催でもあり高い認知となった。

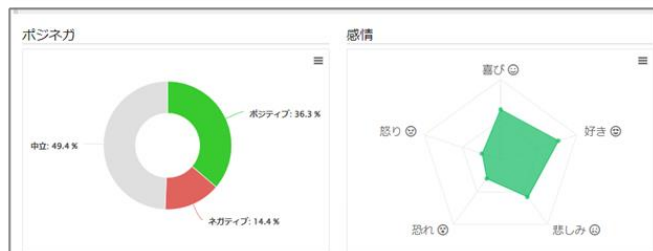
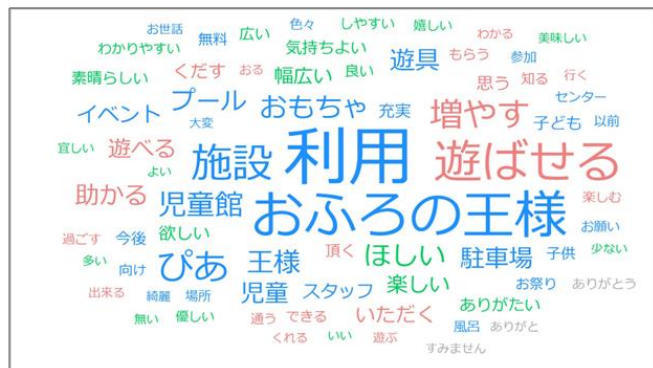
わびあへの関わり方構成

実施年月/ 意向	R6.3		R7.3	
	回答数	構成比	回答数	構成比
利用者・参加者として来場	513	96%	500	94%
利用者・参加者＋企画参加者	5	1%	8	2%
当日のボランティアスタッフ	10	2%	12	2%
出店者・スタッフ	5	1%	11	2%
合計	533	100%	531	100%

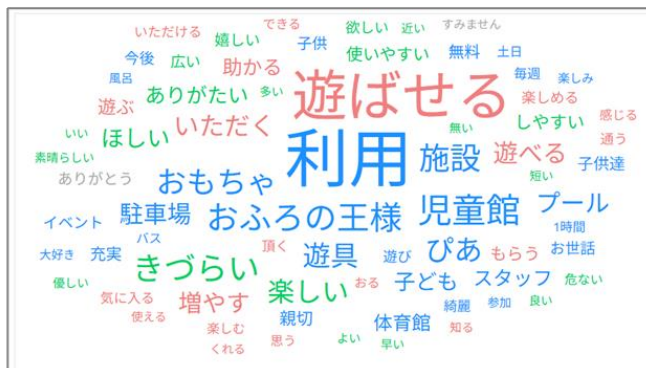
20名＞31名
僅少であるが増傾向

R6年3月 実施分

a.R6.3実施



b.R7.3実施



区分	a.R6.3実施	b.R7.3実施	差異 (b-a)
ポジティブ (P)	36.3%	43.7%	7.4P
ネガティブ (N)	14.4%	10.1%	▲4.3P
P-N	21.9%	33.6%	11.7P

<考察>

- ・自由記述でのAIテキストマイニングでは、1. “感謝の声”が多く、2. “施設の状況”でも総合児童センターを中心に「楽しく遊んでいる」コメントが多い。3. “改善要望”面での共通事項としては、駐車場の時間延長やイベントやサービスの更なる拡充を求める声がある。
- ・上記の状況及び“ポジネガ”割合では、ポジティブ及びネガティブの比率がそれぞれ改善しており、全般的に各施設における満足度は向上していると理解できる。

お客様アンケートまとめ

<基本情報>

- ・年齢 20代～40代で70%は変わらず
- ・居住地 市内40%（前回差▲2P）前年並み
- ・来場手段 自家用車42%（▲8P）、自転車32%（▲11P）
- ・利用頻度 月1回以上56%（▲4P）
- ・イベント認知 夏祭り29%、mamaマルシェ19%、プレーパーク14%
- ・今後の関り 20名⇒31名（+11名）増傾向

<利用者コミュニケーション>

- ・①HP、②SNS、③広報紙・掲示板でのメディアミックス効果が現れる

<AIテキストマイニングによる「ネガティブ」「ポジティブ」評価

- ・前年よりポジティブ+7.4P、ネガティブ▲4.3P、計11.7Pの改善

<総括>

- ・前年よりヘビーユーザー層の利用頻度は低減したが、総利用者は5万人増加（86万人）している。駐車場利用時間の延長や子供向けイベントの更なる提供等の要望もあるが、全般的なサービス提供は顧客満足に通じている状況であると言える。
- ・引き続き、利用動向は注視し、各施設での利用増傾向は続いており、混雑対策や屋外広場の施策を進め利用者の分散化を促しつつ、定着層に結び付ける活動を進めて行くことが求められる。

END