事例No.	1692
公表年度	R4
団体の属性	指定都市
団体名	静岡県浜松市

事例区分	公営企業

タグ	・（公営企業）水道事業 ・（行政改革）業務の効率化

事例種類	DX

事例内容・タイトル

ウェブサイト「すいすいクラブ」による広報活動

出典

公営企業の持続可能な経営の確保に向けた先進・優良事例集

【静岡県浜松市】
ウェブサイト「すいすいクラブ」による広報活動

DX　水道事業・下水道事業

静岡県浜松市上下水道部上下水道総務課

● 取組の概要

コロナ禍に対応したデジタルの広報を推進するため、ウェブサイト「すいすいクラブ」を制作した。

◆総事業費　委託料　5,170千円（ウェブサイト制作）

◆背景

- コロナ禍により従来の体験型広報活動（施設見学、イベント等）が中止となっている中で、コロナ禍に対応した非接触型でデジタルの広報活動が求められていた。
- これらの課題を解決するため、ウェブサイトの浜松市上下水道キッズサイト「すいすいクラブ」を制作することとした。

◆具体的内容

- 「すいすいクラブ」の中で、イラストや動画等で浜松市の水道、下水道を分かりやすく紹介した。
- 「すいすいクラブ」の公開後、多くのPR活動を行った結果、小学校でデジタル教材として活用されるようになり、コロナ禍で中止となっていた施設見学の代替となるデジタルの広報活動が充実した。
- 3年ぶりに開催したイベントで「すいすいクラブ」を活用することで、新しい広報活動形態となるデジタル＋体験型の広報活動を行った。

◆効果

- 従前のウェブサイトに比べて、大幅にアクセス数が増加した（公開後3か月目のアクセス数：11,098回（従前ウェブサイトの約128倍））。
- 従前のイベントに比べて、大幅に来場者数が増加した（来場者数：474人（従前（3年前）のイベントの約2.5倍））。

● 取組のポイント

- 「すいすいクラブ」では、行政的な堅いイメージから離れた親しみやすいインパクトのあるデザインを採用した。
- 「すいすいクラブ」の公開後、児童へのPRシール配布や社会科担当教員への説明を行う等、数多くのPR活動を行うことで、多くの小学校で活用される等の効果を得た。
- デジタルの「すいすいクラブ」をイベントにも活用することで、ウィズコロナ、アフターコロナに対応した新しい広報活動の形態（デジタル＋体験型）を確立した。

● 公営企業情報

- 行政区域内人口　795,771人（令和4年1月1日時点）
- 行政区域内面積　1558.06km²（令和4年1月1日時点）
- 給水人口　767,400人（令和3年度決算）
- 処理区内人口　646,071人（令和3年度決算）

「すいすいクラブ」イメージ



● 取組のスケジュール

- 令和3年10月に「すいすいクラブ」の制作を開始。
- 令和4年3月に「すいすいクラブ」を公開。
- 以降、数多くのPR活動を展開。
- 令和4年8月に「水道イノベーション賞」と「国土交通大臣賞(循環のみち下水道賞)」をW受賞。

● 今後の展望

- 「すいすいクラブ」の改善、充実化を図る。
- 「すいすいクラブ」のPR活動を継続する。
- 「すいすいクラブ」の新たな活用方法を検討する。