

# さいたま市PRマスタープラン

---

第3次アクションプラン  
シティセールスの考え方

Saitama City  
PR Masterplan

平成30年3月 さいたま市

## 第3次アクションプラン

1. PRマスタープランとは	4
(1) PRマスタープランの対象範囲・定義	4
(2) マスタープランの構造・計画期間	5
(3) マスタープランの目的	6
(4) マスタープランの目標	8
2. マスタープランの進捗状況	10
(1) これまでの進捗状況	10
(2) 進捗状況の総括	11
3. 第2次アクションプランの総括	12
3-1. 情報発信	12
3-2. 報道対応	13
3-3. 情報公開	13
3-4. 広聴	14
4. 第3次アクションプランの考え方	15
5. 第3次アクションプランの枠組み・進行管理	16
(1) 第3次アクションプランの枠組み	16
(2) 第3次アクションプランの進行管理	17
6. 第3次アクションプランの方針・事業内容	18
6-1. 情報発信	18
6-2. 報道対応	35
6-3. 情報公開	41
6-4. 広聴	48

## シティセールスの考え方

1. シティセールスの位置づけ	58
2. さいたま市版シティセールスの定義	59
3. シティセールスの目標	62
3-1. 目標設定	62
3-2. 目標期間	63
3-3. 達成度指標	63
4. シティセールスのステップ	65
4-1. 魅力を作る	65
4-2. 魅力を情報発信する	74
4-3. 編集・集約する	75
4-4. 定着させる	76
4-5. ワガコト化する	77
4-6. 買いやすくする	77