

熊本市観光マーケティング戦略（案） 新旧対照表

No.	修正前（旧）	修正後（新）
1	P1「第1章 戦略の概要」	
	1.1(2)戦略の目的、1.1(3)戦略の構成、1.2 戦略の位置づけ、1.3 戦略の期間	（項番、項目名の修正） 1.1(2) <u>策定</u> の目的、1. <u>2</u> 戦略の構成、1. <u>3</u> 戦略の位置づけ、1. <u>4</u> 戦略の期間
2	P2「第1章 戦略の概要 1.2 戦略の構成」	
	4.1 観光戦略の体系図	（構成図内の項目名の修正） 4.1 <u>戦略</u> の体系図
3	P15「第2章 熊本市観光を取り巻く現状と課題」	
	2.2(4)交通インフラ	（項目名の修正） 2.2(4) <u>移動手段・アクセス</u>
4	P23「第2章 熊本市観光を取り巻く現状と課題 2.2(7)観光客満足度・再訪意識」	
	旅行者へのアンケート結果から、熊本旅行への満足度は高い結果が出ています。満足度が高かった旅行者からは観光スポットや飲食等が充実していたとの回答もある一方で、再訪意欲がないと回答した観光客からは、観光スポット、飲食店、お土産、文化芸術施設、アクティビティ・体験コンテンツの不足や移動に関する不満があることが分かりました。	（表現の修正） 旅行者へのアンケート結果から、熊本旅行への満足度 <u>や再訪意識</u> は高い結果が出ています。 <u>一方で、観光スポット、飲食店、お土産、文化芸術施設、アクティビティ・体験コンテンツの不足や目的地までの移動の円滑化などが、観光客の更なる満足度の向上、再訪へとつなげるために改善すべき課題であることが分かります。</u>
5	P31「第4章 基本施策と戦略プログラム 基本施策1-(1) 熊本城の魅力の最大化」	
	平成28年熊本地震からの復旧過程の公開や熊本城の特色をいかしたさらなる活用を進め、何度も訪れたい熊本市城を目指して、魅力の最大化に取り組めます。	（関連計画の追記） 平成28年熊本地震からの復旧過程の公開や熊本城の特色をいかしたさらなる活用など、 <u>特別史跡熊本城跡保存活用計画とも整合を図り</u> 、何度も訪れたい熊本市城を目指して、魅力の最大化に取り組めます。