

観光文化

Tourism Culture

234

July
2017

【特集】

デスティネーション・ マネジメントの 潮流

海外の
学術研究分野における
デスティネーション・
マネジメントの
概念の変遷
菅野正洋

観光需要と
デスティネーション・
マネジメント
牧野博明

MICEと
デスティネーション・
マネジメント
守屋邦彦

コミュニティと
デスティネーション・
マネジメント
岩崎比奈子

米国における
デスティネーション・
マネジメント制度
CIVITAS社
John Lambeth

我が国における
エリアマネジメント
制度の
進展と今後の課題
法政大学
保井美樹

【特集テーマからの視座】
デスティネーション・
マネジメントの理想と
実践での現実
山田雄一



巻頭言

観光地には「稼ぐ力」と「持続可能な運営力」の
総合力強化が必要
琉球大学 下地芳郎

連載① 私の研究と観光
「観光と農村再生論」
明治大学 小田切徳美
連載② わたしの1冊
「ローマ人の物語」
堀野七生 著
国際教養大学 熊谷嘉隆
観光研究レビュー
観光資源の
評価に関する
研究
門脇栄海

近年、我が国では
 DMOへの注目が集まっている。
 DMOはデスティネーション・マネジメント
 (Destination Management)
 および
 デスティネーション・マーケティング
 (Destination Marketing)
 を担う組織とされ、
 観光による地域振興の司令塔として期待されている。
 もともと、マネジメントもマーケティングも企業経営用語であるが、
 地域を企業に置き換えれば解るように
 マネジメント(経営・管理)あつてのマーケティングである。
 しかしながら、
 デスティネーション・マネジメントの概念の誕生や変遷については、
 必ずしも共通の理解となっていない。
 そこで、本概念の定義や実態について、
 学術面、実践面の両面から整理を行い、
 わが国における展開と方向について
 検討してみる。

