

1. 調査の背景と目的

人口減少が進むことで地域経済が縮小していく厳しい環境の下、我が国では観光振興による地域づくりは重要な政策課題となっている。

旅行目的の多様化や訪日外国人の増加等により、地域の観光産業を取り巻く環境や旅行者マーケットが変化している中、地域観光の推進主体は、旅行者の多様なニーズに柔軟かつ的確に対応することが益々重要となっている。そのためには、各地域の特性を活かして、地域毎に関係する主体（地方公共団体、観光事業者、地域住民等）の合意形成を行い、定量的・客観的なデータ分析に基づく戦略的なマーケティングを実施し、KPI（Key Performance Indicator：主要業績評価指標）の設定と PDCA（Plan：計画 → Do：実行 → Check：評価 → Act：改善）サイクルにより効果的・持続的に地域の観光地経営を行う、「日本版 DMO（Destination Management / Marketing Organization）」が形成されることが求められる。

本調査は、国内外の観光地域づくり体制の先進事例を調査するものであり、特に「組織マネジメント（意思決定の仕組み等）」、「取組成果の評価機能」といった組織ガバナンスに加えて、「資金調達・予算」、「人材の確保・育成」、「官民の役割分担」等を中心に整理することを通じて、今後魅力ある観光地域づくりを主導的かつ持続的に推進していくことが期待される「日本版 DMO」の形成に向けて、有益な情報を取り纏めることを目的としている。