

令和 7 年度 恵庭市観光推進協議会(第 2 回)議事録(公開用)

1 期 日 令和 7 年 8 月 28 日(木)14:00～ 花の拠点(はなふる)エニティルーム

2 出席者 恵庭市観光推進協議会委員 11 名

(高野会長、尾谷委員、菊地委員、小泉委員、小関委員、田村委員、土谷委員、中尾委員、沼倉委員、秦委員、薬袋委員)

事務局 5 名

(嘉屋経済部次長、大林花と緑・観光課長、高橋主査、高橋主査、伊里)

※欠席委員(内倉委員、瀬恒委員、武井委員)

3 報告

(1)令和 7 年度 第 1 四半期観光入込客数について

●資料 1「令和 7 年度 第 1 四半期観光入込客数」に基づき、事務局より説明。

- ・令和 7 年度 4 月～6 月の観光入込客数は令和 6 年度より約 6.9%減少。
- ・えこりん村一部閉園や、ふれらんどパークゴルフ場の閉鎖による影響が大きいと分析している。
- ・外国人宿泊客数は全体的に増加傾向である。

<質疑>

なし

(2)宿泊施設客室数及び同時宿泊可能人数について

●資料 2「恵庭市内宿泊施設客室及び同時宿泊可能人数」に基づき、事務局より説明。

- ・資料 2 は、保健所に許可を得ている旅館業法に基づく宿泊施設の一覧となっている。
- ・2026 年 8 月には新たにホテルの開業が予定されており、客室数については約 100 室増える見込み。

<質疑>

なし

4 議事

(1)第 2 期恵庭市観光振興計画の振り返りについて

●資料 3-1「第 2 期恵庭市観光振興計画の振り返り」、資料 3-2「第 2 期恵庭市観光振興計画アクションプラン進捗状況」、資料 3-3「令和 6 年度 花と緑に関する研修会等実績」について、事務局より説明。

<質問・意見>

① 観光消費額・受入環境整備

【委員】資料 3-1 の 1.基本理念で示されている成果指標の目標値である観光消費額約 62 億円というのは、主に道の駅やイベントで消費された金額ということか。

また、方針 1 の受入環境の整備について、5～10 年前までは多言語の案内看板整備を北海道全域で行っていたが、スマートフォンでの翻訳が普及したため、これからは看板整備にお金をかけるよりもカード決済機能の整備や支援にお金をかけることが有効である。

訪日外国人は、特段アクティビティがなくても、カード決済機能があれば地域でお金を消費していく。

【事務局】62 億円という観光消費額については、市内全体での宿泊・飲食・購入・体験等全てを観光消費額と捉えて算出している。第 3 期計画を作成する上で、今年度委託業務の中でどこまでを観光として捉えるかという観光の枠組みを含めて精査している状況である。

【会長】受入整備についてはおっしゃるように、今はスマートフォンを使用すると簡単に翻訳を行うことができるため、パンフレットやメニューの多言語化にお金をかけるよりも、カード決済や電子決済を使えるようにするというのも重要な施策だと思う。

次期計画から各飲食店のメニューや施設情報を翻訳することに対してお金をかけて推奨や支援を行っていくのか。

【事務局】多言語対応については、民間での取り組みが進んで来なかったこともあり、何らかの支援策が必要だと考えている。例えば、行政としてパンフレットや HP を作成するために翻訳作業を行い、その翻訳作業で得た情報を各店舗へフィードバックする等の取り組みを行う事を考えている。

【会長】スマートフォンをかざして翻訳を行う機能は、メニュー等で正確に翻訳されるのか。

【委員】メニューについては、写真があれば伝わる。

恵庭市は札幌市と新千歳空港の間にある立地上、かなりの数の観光客が移動しているため、お土産代・バス代・電車代・飲み物代など、あらゆるものでカード決済等が可能になれば、たくさん消費が行われるので、そちらにお金をかける方が効果的だと思う。

② 教育旅行・盤尻地区ビジターセンター

【委員】台湾を中心とした教育旅行受入について、一区切りとなった経緯についてお聞きしたい。

また、盤尻地区ビジターセンターの検討について、これまでの経過状況について教えていただきたい。

【事務局】教育旅行については、台湾との交流が深まり、ある程度繋がりができたということで、目的が達成されたと判断し、台湾に特化した市の予算組みをやめ、他の国と同じような扱いとしたという意味合いである。

【委員】えこりん村やフォレストアドベンチャーが個別に行っている教育旅行の誘致について、行政はバックアップを行っているのか。

【事務局】えこりん村は、自ら教育旅行の受け入れを積極的にやっており、行政として直接的な支援等は行っていない。

盤尻地区ビジターセンターについては、旧浄水場跡地や遊休地の活用などを検討してきたが、施設整備という視点では一旦ストップしている状況。

施設整備を行った後に、盤尻地区でコンテンツを展開していく民間事業者が出てきた場合、ビジターセンターの場所や機能について不具合が出る可能性も考えられるためであり、今後、事業者がどこで何を行うかということが見えてきたところで、ビジターセンター含め、市として必要な整備を検討していきたいと考えている。

また、施設整備は行わずに、事業者がビジターセンター機能を担ってもらい、それに対して支援を行っていくという可能性もある。

【会長】民間の開発意向や事業参入への意向などの情報はあるのか。

【事務局】ビジターセンター機能だけでなく、事業者の参入をどのように生み出すかということが課題となっているため、今年度は、盤尻地区にはどのような資源があるのかを改めて調査し、その資源を事業者に体験してもらうモニターツアーのようなものを開催し、事業者の参入促進ができないか検討を進めている。ゆくゆくは、参画事業者を集め、協議会のようなものを設立できないかという事も考えている。

③ 花ガイド

【会長】資料 3-1 の方針 3 に、花ガイドなどの担い手の高齢化により継承が課題となっているとの記載があり、資料 3-3 では様々な研修が行われているとわかる。花のまちづくりを進める上で、担い手をどうするかということが、次期計画でも課題になると思うが、現状としてはどのような状態なのか。

【委員】オープンガーデンに全国からどれくらいの人を訪れているのか今までは把握できていなかったもので、今年から調査を行っている。また、観光でガーデンを見に来ると言われているが、実際にはお花を作っている人やガーデンに携わっている人に会いに来ているのであって、そこに魅力があるのだと思っている。

そこが高齢化しているのは事実であり、資料 3-3 の研修会は、新しいコミュニティを作る、次の世代を育むといったことを目的とした研修である。

花ガイドについて、今はお花の説明をするガイドとなっているが、今後は花を通じて地域を愛する気持ちを案内するような、例えば川や山、郷土あるいは歴史など、自分の住んでいる地域を案内できるようなガイドに進化させたいと考えている。

【委員】資料 3-3 の研修会の取り組みは素晴らしい。ただ、昨今言われている観光とは違う側面がある。観光は、訪れてもらってお金を落とすものであるが、資料 3-3 の取り組みは恵庭には住んでいないけれど、恵庭のことを応援してくれる人が増えていくという関係人口を増やしていくジャンルだと思う。「お庭の学校」については、3 分の 2 が市外からの参加者で、関係人口を創出する取組として非常に有効であると感じた。

それと同時にこのような良い取組がある中で、資料 3-1 の方針 3 に「魅力ある観光地づくり」とあるが、これは観光で恵庭という地域を作っていくことだと思うので、「観光地域づくり」の方が合っていると思う。「観光地づくり」だと、誰でもいいから観光客を増やしていけば良いということになり、恵庭市が望まない人まで呼び寄せてしまう考え方となってしまう。恵庭の風土やお花を魅力に思ってくれている人と一緒に恵庭の地域を作っていくという観点からいくと「観光地域づくり」という方針がしっかり来る。これは北海道観光機構ともいつも議論していることであり、やっぱり地域のやっている事を褒めてくれて、素晴らしいものとしてお金を払ってくれる観光客の方が地域にとって励みになるんじゃないかと思う。

(2)第3期恵庭市観光振興計画(案)について

●資料4「第3期恵庭市観光振興計画(案)」について、事務局より説明。

<質問・意見>

① 旅行支出額

【会長】P7.8 の旅行支出額について、物価高の影響は除いて見た方が望ましいため、デフレーターをかけて修正したデータを出していただいた方が良い。

25%支出が増えたといっても、単に物価がそれだけ上がっただけであればあまり意味がないように感じる。

② 市内周遊・食

【委員】P10 の「恵庭溪谷からの市内周遊」について、通常の観光だと恵庭溪谷は紅葉が有名だから紅葉観光が主流となるが、その前に恵庭溪谷は恵庭にとってどのような場所かということをもう一度考える必要がある。

例えば、恵庭溪谷の「水」が恵庭の産業を豊かにしているというような自然背景の捉え方である。水があるからサッポロビールさんが拠点を構え、ビールを作ってくれているというような背景が重要。

恵庭溪谷があるから素晴らしい水があり、その水で育つ花も素晴らしいというストーリーで、何かアクティビティを体験し、最後に恵庭産ビールを飲むというような地元の産業と自然を組み合わせた周遊構成など、恵庭溪谷の価値を一度見直す作業が必要である。

P11 の「恵庭溪谷の受入環境」について、恵庭溪谷の入込客数を増加させなければならないと考えているように感じるが、現状を維持した方が良いという考え方もある。令和元年には 69,000 人の入込があったようだが、当時よりもオーバーツーリズムに非常に敏感になっている現在、その人数を受け入れて問題ないのか、入場制限をかける必要はないのか考えなければならない。また、受入環境の整備に投資して改修工事を行ったとして、その投資したものが回収できるのかという問題もあるので、受入環境整備は様々な視点から考えていく必要がある。

P11 の「食や土産物のブランド化」について、第2期計画の基本理念「恵みの庭」という言葉があるが、これを広義に解釈すると畑も庭であり、作って取って食べるということも恵庭の食や土産物のブランディングに繋がっていくのではないか。

【会長】溪谷の水資源の循環、食についても庭から得られるみんなで食べるなど、非常に重要なストーリー性についてのお話であるため、基本理念の前部分や、計画の趣旨の前文としてなど、どのような形で盛り込むか事務局にはご検討いただきたい。

③ 宿泊

【委員】フェアフィールド・バイ・マリオット・北海道えにわについて、昨年からやっとしっかりとプロモーションができるようになり、今年の1・2・3月は宿泊客数が増え、新しいステージに入ったと感じている。ただ、実態としては、札幌や千歳など周辺の宿泊が溢れたことで我々も恩恵を受けたという部分もあるので、恵庭としてどのような誘客手法があるのかという議論は、フェアフィールドとしても同じ課題があると思っている。

恵庭は、周辺に札幌・北広島・千歳があり、どこへでも行きやすいというロケーションなので、どうして

もここに行きたいという目的地ではなく、立ち寄ってみようかな、一泊してみようかなという形のプロモーションが合っているのではないか。

札幌ではナイトタイムエコノミーとして夜しか見ることができないコンテンツや、逆に朝しか見ることができないというキラコンテンツを提供し、宿泊に必然性を生む仕組みを構築している。恵庭でもそのようなキラコンテンツを生み出せると宿泊需要が高まる。

また、北海道では長沼と南富良野にもホテルがあり、渡り歩く旅というコンセプトを標榜しており、北海道を渡り歩く中で恵庭に立ち寄る必然性というものを打ち出せたら、立ち寄っていただく方が増えると思う。

【委員】そのような内容を観光業界ではセカンドデスティネーションと呼ぶ。第 2 の目的地という意味で、立地上の特性が優位でないとセカンドデスティネーションにはならない。

④ 基本理念

【会長】「暮らすように訪れるまち」という基本理念についてどうか。

【委員】「暮らすように訪れるまち」という基本理念は素晴らしい。恵庭の観光資源は、住んでいる方が作っているガーデンが一番であり、地域の人と話す場所があるというのは大きな魅力。

また、観光以上定住未満という捉え方もでき、観光施策だけでなく、恵庭の定住促進にもつながるテーマだと思う。北海道のアウトドアガイドというのは 20 代から 30 代の移住者がほとんどであり、地元の人はやらない。そのような移住者が恵庭に拠点を構えて、退職後にはガーデンのガイドをやっていくという可能性も考えられる。

【委員】恵庭には、支笏湖やエスコン、ゴルフ場に行く方など、色々な方が泊まってくれているが、恵庭の花を全く知らないという方もおり、RV パークを使っている方からも「こんないい所があるのを知らなかった、1カ月くらいゆっくりしたいね」というような声をいただく事もある。

緑化フェアを契機に毎年訪れてくれるようになった人もおり、顔見知りの方とは一緒に朝ご飯を食べる事がある。恵み野にはピーコックという朝 6 時 30 分から開店するパン屋さんがおり、シャッターが上がる前から一緒に買いに行く所から旅が始まって、好きなパンとコーヒーを持って「大きなカステラが焼けるお庭」のラウンジへ行き、みんなでご飯を食べるという事をやっているが、これが評判を呼んでそれを目的に来る方も出てきた。早朝の静かなガーデンで犬の散歩をしている光景を見るとか、そういう日常を見るのがすごく楽しいと言っていた。

多くの方のサポートはできないが、限定的にコアな要求に応えていくという事も出来るかもしれないという話もしている。最近では夕暮れと朝方のガーデンに魅力がある。団体の観光客を受け入れるということではできないが、個人の満足度を高めるコンテンツを作っていくことはできるのではないかと考えている。

【会長】そういう点では「暮らすように訪れるまち」というのは評価が高い。ただし、現状の「恵庭市民の暮らしや楽しみのお裾分けのようなものであることを再認識し」という表現では、お二方の思いが伝わらないため、今お話しいただいたような内容を書き込んでいただきたい。

「暮らすように訪れるまち」というキャッチコピーはこれで良いため、その意味合いを追加してほしい。

【委員】大胆なキャッチコピーであるが、前回の協議会での議論を反映していただいたようで感動した。また、写真の選定が良いと思う。表紙に人を出すという事は、人が大事だという意味にも繋がってくるし、ライフスタイルのブランディングを示すという意味でも非常に良いと思う。

キャッチフレーズがキャッチーなだけに、これを行政的に広く市民の方に知っていただくにはこれだけで足りるのかは疑問。例えば～〇〇の〇〇を目指して～など、副題のようなものを設けた方が伝わりやすいのではないかなどの検討が必要。P14 自体にも理念を補足するような説明が必要と感じる。

【会長】P15「恵庭観光が目指す将来像」について、表現が市民向け・市民の立場に立った視点のように感じる。恵庭市民の方に率先して恵庭観光の魅力を共有することは重要であるが、観光の将来像を示す上でどうかなと思う部分がある。

P16 にお金のことが多く書かれている。消費額を増やした方がいいことは間違いないが、表現の仕方を工夫したい。

【委員】第3章について、4章以下の個別内容を包括する説明文としては足りないと感じる。第2期計画を踏襲する形の花のまちづくりなどを、地域の暮らしやまちづくりの結果、観光に繋がるという部分をP16の「恵庭観光の質の向上」でわかりやすくビジネスとしてやっていくという表現をされているが、両面性を説明するような文章になった方が良いと感じる。

P15の解釈としては、恐らくメインターゲットが近傍のお客さんというのを想定されていて、近傍の方が来て楽しむ、場合によっては市民の方が市内を楽しむということも、恵庭としては観光に定義づける考えであると解釈した。観光の装置としては道の駅や宿泊施設があるが、恵庭のライフスタイルが魅力であり、観光客を引き付けることになると思うので、視点としては良いと思った。

【会長】観光客の定義として、市民は普通入らないと思うが、「暮らすように訪れる」ということであるので、第一に市民の方がはなふるや恵庭溪谷を含めていろいろなところで楽しんでいただくという振興計画も良いと思うので、そのような表現を加えても良いかもしれない。プロスポーツもまずは市民の方に享受してもらう必要があると感じる。

【委員】昨今はオーバーツーリズムの問題もあり、観光客と市民が敵対するような事も少なくないが、恵庭は観光客と地域の方が共生していける街を目指すことができると思う。となると、数ではなく質を求めて、個人客を対象としたコンテンツを作っていく必要がある。その中で、海外の人はこのよう内容、国内客へはこれというような整理をしていく事になる。

共通項としては、「日常」をテーマとすること。海外の方の一番のニーズは、日本人の日常に触れることである。

第3章の3と4は急いで作った感じがおり、もう少し因数分解して整理する事が必要と感じる。

【会長】市民と観光客がオーバーツーリズムで対抗するのではなく、お互いに高め合い、相乗効果でお互いが楽しむということを説明の中で書いていただくと新しい観光計画になると考える。

⑤表現手法

【委員】表現について説明がなくても、市民にとって分かりやすい表現としてほしい。

「花のまちづくりプラン」というものがあるが、それはとてもわかりやすい文章で書かれており、何かあればそこに立ち返っている。観光振興計画においてもわかりやすい文章を作っていただいて、市民の方にも読んで良かったと思われるようなものにしてほしい。

【会長】特に3章4章においては、市民の方にも分かりやすく、今までの議論の内容も盛り込んだ表現としてほしい。P22の「オウンドメディア」という表現はわかりにくいかもしれない。

⑥スポーツツーリズム

【会長】スポーツツーリズムについては、ファイターズ2軍の話があるかと思うが、その他には何かあるのか。

【事務局】サッカーでもJリーグの練習場というか、合宿地を誘致するという話もある。他にも、市役所内部のスポーツ担当部署が開催するイベントや、スポーツ協会が行う大会についても、観光という視点を取り入れていきたい。

【委員】スポーツツーリズムの視点では、国内・海外問わず「健康」というキーワードも盛り込んだ方がよいと思う。

⑦ ホテルにおける観光案内機能の強化

【委員】4章の4について、スタンプラリー等で周遊していただく策は良いと思う。また情報提供する事に力を入れるより、行った先での飲食店や施設での決済機能強化など、インフラ整備を進めていただきたい。情報の入手に関してはスマホ検索で容易に得られるが、どのお店が良いか、決め手となるおすすめの情報を求めている方が多い。

その際、我々としては、お客様を受け入れたいという飲食店様へぜひお送りしたい。今以上の集客を望んでいないお店もあると思うので、国内外問わずお客様の受入意向を把握できるような情報を集約していただけるとありがたい。

【会長】情報提供してほしいという店舗をリストアップすることは、行政でできる可能性がある。

スタンプラリーを行った場合、積極的に参加した店舗は、まさに参加されたいという意欲の示し方の一つかもしれない。

⑧ ガーデナー・ガイドの育成

【委員】P20「ガーデナーやガイドへの還元につながる観光消費」とはどのようなことか。

【事務局】有償ガイドに繋がる話であり、対価をいただきガイドにお支払いすることや、ガーデナーに今後継続してもらうための費用の一部としてお支払いする形。このようなことが、今後ガイド・ガーデナーを継続するための一つの視点であると思っている。

【委員】有償ガイドを否定するものではないが、お金をもらうためにガイドやガーデナーをするというような方向になってしまわないようにしたい。これからのガイドには、もっと専門的な研修や勉強が必要となり、それがお客様の満足度向上に繋がっていく事が求められるかもしれないという前段があると思う。そのために有償化という事も考えなければならないという表現が必要。有償ガイドありきで考えられるのとは少し違う気がする。

【会長】まずは制度として継続していく必要があり、そのためにはお金をいただくことも重要であるという考え。これは、有償ガイドとして表に出したり、商品として提供したりというよりは、継続して運営していく仕組みが重要であると思う。

また、お金をいただくからには、それ相応に質の向上を目指さなければならないという考え。これは、花だけでなく、地域全体のことや歴史を踏まえ、旅行者の心に響くようなガイドをやらなければならないということになってくる。有償ガイドにはこのような二面性がある。

【委員】有償ガイドの育成について、ボランティア・兼業・専業という枠組みに分かれている。ガイド個人が自由に選べるような形でできると良い。

⑨広域連携

【委員】北広島市や千歳市、道央圏や、36号沿いでエスコンと繋ぐように、広域で連携していくという文言・考え方を入れなくて良いのか。ガーデナーとの連携ということだと、道内各地との連携も必要だと感じている。

【事務局】ガーデンツーリズムに限った項目には記載していないが、P22の5に広域で連携を行うという文言は入れている。ただ、5はPRの項目であるため、委員がおっしゃった内容とは少し意味合いが違うかもしれないので、今後検討する。

【委員】P22の5(3)「観光客にとっては市域の境界は無意味であることから」という表現をマイルドにしていきたい。

行政の観光計画には通常、友好都市や姉妹都市との縁を使って観光交流するというような文言が見受けられる。それを恵庭市に落とし込んだ場合、ガーデナー同士のつながりが交流に繋がるなど、項目立てができるかもしれない。

⑩各施策の取組主体

【会長】P22の4(1)二次交通の充実において、電動バイクシェアは実際に導入する予定があるのか。たくさん具体例を挙げなくても「等」で括って問題ないと思う。

【委員】二次交通の充実とも関連することとして、2-(4)の着地型ツアーの造成など、取組主体は誰なのか第4章で記載しておく必要があるのではないかと。第2期計画では、それぞれの項目に対して取組主体の記載があった。最後の章の役割分担は項目毎ではなく、全体の大雑把な内容になると思う。

行政と観光協会が中心となるのかもしれませんが、計画の運用期間中に検討するという考えもあるの

かもしれませんが、今後、観光協会さんが主体の会との意見交換会もあるようなので、その中で検討してくる事も必要ではないかと思う。

例えば、花のエコツアー実施にあたり現状の観光団体の方で制約があるとすれば、その体制強化を行政として進めていくという方向を計画で示すことで、行政としての予算化や施策の担保にもなると思うので、この段階での議論が必要だと感じる。

(3)その他

【事務局】第3回の協議会は10月末を予定している。詳しい日程は会長と相談し、できるだけ早く皆様へご案内したいと考えている。また、本日いただいたご意見により修正した計画案は、第3回協議会前に恵庭観光協会が設立する「これからの恵庭の観光を考える会」へもお示しし、事業者視点でのご意見をいただく予定である。第3回の協議会では、事業者の意見も反映した案をお示ししたいと考えている。

以上