

暮らすように 訪れるまち

第3期恵庭市観光振興計画

(概要版)

令和8年度～令和17年度
(2026年度～2035年度)

恵庭市では、第2期恵庭市観光振興計画（平成28年度～令和7年度）において、「花のまち 恵みの庭を育む観交まちづくり」を基本理念に掲げ、魅力ある観光地づくりに取り組んできました。

特に、花に関する観光においては、ガーデンを通じた交流促進に加え、より気軽に花と触れ合える観光拠点の形成を目指し、令和2年に花の拠点（はなふる）を整備し、令和4年には花の拠点（はなふる）で第39回全国都市緑化北海道フェア（ガーデンフェスタ北海道2022）を開催し、コロナ禍にもかかわらず、延べ30日間で34万人の来場者を記録しました。

国内全体では、地域文化体験、自然体験、アクティビティへの需要は高まりを見せており、世界のアドベンチャーツーリズム市場は大きな成長が見込まれています。

本市においても、外国人個人旅行客の増加、隣接市における北海道ボールパークFビレッジの開業など、観光を取り巻く環境は大きく変化しており、新たな潮流を捉えた施策の展開が必要とされています。

本計画は、第2期恵庭市観光振興計画で培ってきた交流や花のまちづくりの理念を継承しつつ、観光消費の拡大を通じた地域経済の活性化を重視します。

その理念の核となるのが「暮らすように訪れるまち」です。この理念は、恵庭の生活文化や地域コミュニティに触れる滞在型観光を意味し、観光客が市民と同じ目線で地域の時間を過ごすことで、「暮らしの豊かさ」を体験できる恵庭ならではの魅力ある観光を目指す考え方です。

本計画は、暮らしと観光が支え合い、恵庭の観光地域づくりを持続可能なものとするために策定するものです。



計画期間

計画期間は、令和8年度（2026年度）から令和17年度（2035年度）までの10年間とし、令和12年度（2030年度）に中間検証と見直しを行います。

恵庭市の観光の主な課題

花の拠点（はなふる）からの市内周遊	ガーデナー、ガイドの確保	恵庭溪谷からの市内周遊	恵庭溪谷の受入環境
食や土産物のブランド化	観光消費の創出	インバウンド受入強化へ向けた支援	二次交通の充実

計画の基本理念

[暮らすように訪れるまち]
～暮らしと観光が支え合い、循環する未来を目指して～

恵庭の観光は非日常を消費するものではなく、このまちに根づく人々の日常そのものを資源としています。ガーデンやカフェでの会話、地域行事でのふれあい、花づくりや農作業体験を通じた交流など、人の温かさや親しみやすさこそが、このまちの観光を特別なものにしていきます。

「暮らすように訪れるまち」とは、観光客が単なる一時の訪問者ではなく、このまちに暮らす人々と時間を分かち合い、日常に溶け込むように滞在する姿を描いています。花や自然を楽しみながら散策し、地元の飲食店で水の恵みを味わい、住民との交流を通じて暮らしに触れる——。そうした体験そのものが恵庭の観光の価値です。滞在型の観光を通じて、訪れる人が地域の魅力を深く理解し、関わりを続けることで関係人口の拡大につながり、将来的には移住・定住へと発展する観光の実現を目指します。

さらに今後は、プロスポーツの合宿誘致や市民交流を促すイベントの創出など、新たな観光の可能性にも取り組みます。観るだけでなく参加して楽しむスポーツイベントや体験を導入し、訪れる人と地域の人が交流しながら楽しむ、恵庭ならではのスポーツ観光のスタイルを検討していきます。

花と自然、水の恵み、人との出会い、そしてスポーツによる新しい交流。これらが重なり合うことで、恵庭の観光はより多彩で持続可能な姿へと発展していきます。そこで生まれる体験や交流は、地元での食事や買い物、宿泊などのサービス利用へとつながり、観光消費が地域に循環します。その循環が市民の暮らしを支え、訪れる人には心に残る価値ある体験を届けます。

「暮らすように訪れるまち」という理念のもと、暮らしと観光が支え合い、循環していく未来を育んでいきます。



恵庭観光が目指す将来像

花を暮らすように
楽しむ

自然を暮らすよう
に味わう

スポーツを暮らす
ように体感する

花や庭を巡り、自然や水の恵みを身近に感じ、スポーツを通じて交流する—このような市民の暮らしのひとこまを観光客が追体験することで、暮らしの豊かさや温かさを肌で感じながら、特別な時間を味わうことができます。

恵庭観光が目指す将来像は、まちの暮らしに溶け込む観光を育み、観光客の心に残る体験を提供するとともに、地域の魅力を次世代へと継承していくことにあります。

観光を通じて、水と緑、花に囲まれた豊かな暮らしを持つ「ガーデンシティ」を体感してもらい、「ここで暮らしたい」と思ってもらえるまちの実現を目指します。

恵庭観光の質の向上

「暮らすように訪れるまち」は、花や自然、人との交流といった日常そのものが観光の資源になります。これらを長く守り育てるためには、体験の提供に伴う物やサービスにおいて適切な対価（料金）をいただくことが必要です。

この視点は、地域の暮らしや文化への敬意を保ちつつ、質の高い体験を提供するための研修や環境整備費用に還元することが目的であり、単にお金をもらうことを目的にするものではありません。

収益によって恵庭観光の質を向上させ、訪れる人の満足度を高めると同時に、地域の暮らしを支える力へと循環させていきます。

基本方針と施策・目標

1. 花の拠点（はなふる）を核としたガーデンツーリズムの構築
 - (1) 中間支援組織（仮称）花と緑の文化センターの設立
 - (2) 新しいガーデンツアーの構築
 - (3) 北海道内ガーデンとの連携強化
 - (4) ガーデナー・ガイドの育成
 - (5) 花苗生産者や地元商店との連携強化
 - (6) 秋冬のガーデンの価値化
 - (7) 花の拠点（はなふる）の魅力向上
2. 豊かな自然資源を活かした観光コンテンツの展開
 - (1) 資源把握と情報発信
 - (2) アクティビティ事業者の誘致、ガイドの育成
 - (3) （仮称）自然体験協議会の設立
 - (4) 着地型ツアーの開発
 - (5) 効果的な施設整備
3. スポーツツーリズムによる新たな観光の創出
 - (1) プロスポーツ関連機能の誘致
 - (2) スポーツを通じた交流観光の促進
 - (3) （仮称）スポーツ交流協議会の設立
 - (4) 参加型スポーツツーリズムの検証
 - (5) ゴルフツーリズムの検証
4. 市内で消費・飲食・宿泊したくなる取組の推進
 - (1) 二次交通の充実
 - (2) 地元産食材等を使った商品開発の促進
 - (3) ホテルにおける観光案内機能の強化
 - (4) 夜間や早朝の観光コンテンツの開発
 - (5) 観光消費額増加に寄与する観光DXの推進
 - (6) 観光関連イベントの開催
5. 恵庭の魅力や資源の戦略的なPR
 - (1) 広報ツール（パンフレット、WEBサイト、SNS等）の基盤強化
 - (2) インバウンド向けの情報発信強化
 - (3) ターゲットに合わせた情報発信
 - (4) 広域連携による共同プロモーション
 - (5) ストーリーテリング型プロモーション
 - (6) メディア・インフルエンサーの活用



成果指標

$$\text{観光消費額} = \text{観光入込客数} \times \text{観光消費単価}$$

目標とする指標

項目	基準値 2025年	中間目標 2030年度	最終目標 2035年度
観光消費単価 (物価上昇等を加味 しない増加後参考値)	4,726円	15%増 (5,435円)	30%増 (6,144円)

状況を確認する指標

項目	基準値	2030年度	2035年度
観光入込客数	181~201万人 (2022~2024年度)	➡	➡
観光消費額	86億円 (2024年度)	➡	➡

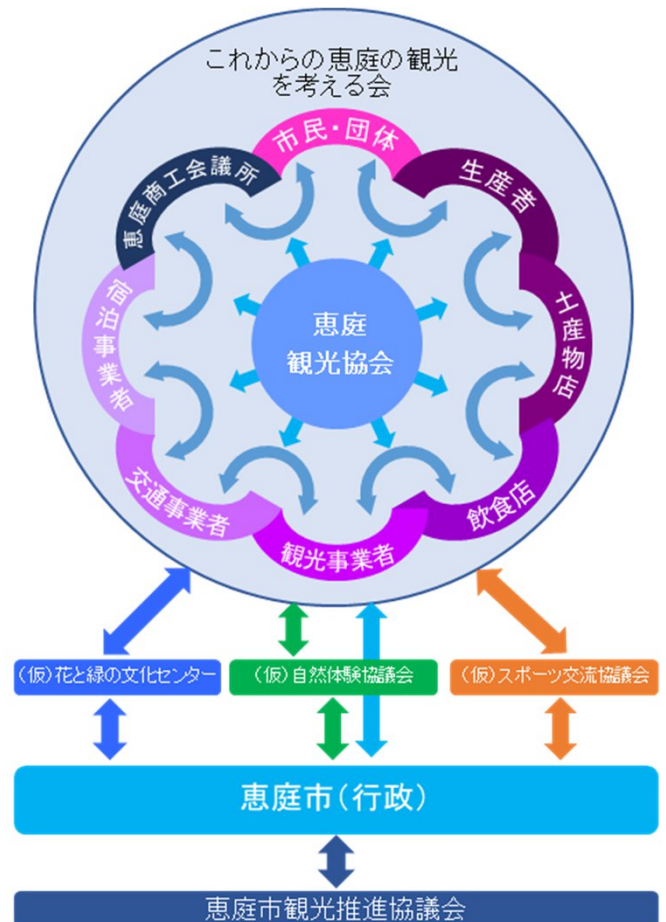
推進体制

本計画の推進にあたっては、多様な主体の連携が重要であり、「花」「自然」「スポーツ」の三つの柱ごとに連携を強化しやすい体制づくりが鍵となります。

「花」では令和8年度（2026年度）から花の拠点に設置する（仮称）花と緑の文化センター、「自然」ではアクティビティ事業者を中心とした（仮称）自然体験協議会、「スポーツ」ではスポーツを起点とした新しい観光施策の検討等を行う（仮称）スポーツ交流協議会といった三つの協働体を設立し、それぞれのテーマで主体的な事業が推進される姿を目指します。

恵庭観光協会は、「これからの恵庭の観光を考える会*」の運営などを通して、市民・団体・多様な事業者が繋がり、地域を活性化させる取組が推進されるよう、各組織・主体間のマッチング機能や面的な情報発信を担うことに重点を置き、観光地域づくりを推進する中心的役割を担っていきます。さらに、専門的知見により各組織・主体間の取組が三つの協働体の取組と親和性が高い場合などには、協働体への参画や連携を支援します。

行政は、全体のコーディネーターとして、各協働体をはじめ観光協会との連携を強化し、観光地域づくりを総合的に推進します。また、観光協会が各協働体が造成するツアー等の販売を行うなど、大幅な事業拡大を行う際には人的・財政的支援を検討します。



(*)これからの恵庭の観光を考える会：市内事業者・団体による連携・協働を促進することを目的に、令和7年9月9日に恵庭観光協会が発足した会。