

交流や訪問の拡大による地域経済力の強化に向けた調査
～恵庭市における観光消費の実態と観光産業の可能性を探る～

(地域経済循環分析委託研究業務)

業務報告書

2026年1月
北海道文教大学地域創造研究センター

目次

1	はじめに	1
1-1	調査の目的.....	1
1-2	調査の全体像	1
1-3	恵庭市の現状と課題	1
2	観光消費等調査	3
2-1	調査の概要.....	3
2-2	調査の結果.....	5
3	事業者ヒアリング調査	12
3-1	調査の概要.....	12
3-2	調査の結果.....	13
4	市外来訪者割合調査	16
4-1	人流データに基づく市外来客者割合.....	16
5	観光消費経済波及効果分析	20
5-1	総観光消費額の算出	20
5-2	経済波及効果の算出	22
6	まとめ	24
6-1	観光消費等調査	24
6-2	事業者ヒアリング調査	24
6-3	市外来訪者割合調査	25
6-4	観光消費経済波及効果分析	25

1 はじめに

1-1 調査の目的

本調査は、恵庭市における観光消費の実態を把握するとともに、恵庭市独自の産業連関表を活用して観光消費による経済波及効果等を分析し、地域経済の活性化に資する観光政策立案の基礎資料とすることを目的とする。

本調査の特徴は、観光消費の需要側である来訪者への観光消費等調査、供給側への事業者ヒアリング調査、ならびにそれらの結果を基にした観光消費経済波及効果分析を一体的に実施する点にある。各調査結果を相互に参照・活用することで、恵庭市における観光消費の構造や地域経済への波及の実態を多角的に把握し、今後の観光施策検討に資する分析を行うものとする。

1-2 調査の全体像

本調査は、以下の4つにより構成される。

1. 観光消費等調査
2. 事業者ヒアリング調査
3. 市外来訪者割合調査
4. 観光消費経済波及効果分析

観光消費等調査では、観光消費の需要側に対する調査として、恵庭市への来訪者の属性、訪問目的、消費行動などを問う対面での調査員調査、および Web 調査を実施した。

事業者ヒアリング調査では、観光消費の供給側に対する調査として、恵庭市内に立地する農業、製造、小売、飲食、宿泊など幅広い業種を対象に、市外客の来訪状況や消費動向、恵庭市民の雇用、市内調達の状況などに関する現状と課題、将来展望を把握した。

市外来訪者割合調査では、恵庭市への来訪者の携帯電話・スマートフォンの位置情報に基づく人流データの分析を通じて、市内の各スポット来訪者のうち市外在住者の割合を算出した。

観光消費経済波及効果分析では、アンケートによって得られた消費額データと、恵庭市観光入込客数データを基に、市全体の年間総観光消費額を推計し、観光を含めた市外来訪者による地域経済へのインパクトを可視化した。

1-3 恵庭市の現状と課題

恵庭市は、道央・石狩振興局管内に位置する市で、札幌市・北広島市・千歳市・長沼町と隣接している。

人口は約7万人で、住環境の良さや利便性の高さから札幌圏を中心に移住者が多く、2025年現在においても人口は微増傾向にある。

市の東部は石狩平野に含まれ、市街地のほかは農地や工業地帯となっている。市の西部は山岳地帯となっており、漁川の支流であるラルマナイ川によって恵庭溪谷が形成されている。

恵庭市では 1961 年の「恵庭市花いっぱい文化協会」の設立以降、「花のまちづくり」が盛んに進められており、2020 年には花の拠点「はなふる」が開業している。2022 年には、はなふるをメイン会場として第 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）が開催され、30 日間の会期で 34 万人の来場者を動員した。

恵庭市の年間観光入込客数は、2016～2020 年度までは概ね 130 万人程度で推移しており、上述の第 39 回全国都市緑化北海道フェアが開催された 2022 年度に、過去最高となる 201 万人を達成した。直近の 2024 年度は 181 万人と減少しているが、上記イベントの効果（34 万人動員）を加味すると、観光入込客数は増加傾向にあるといえる。

ただし、観光宿泊客数については、2024 年度時点で約 5,700 人と、観光入込客数全体の 0.3%にとどまっており、入込のほとんどは日帰り・通過（市外宿泊）客であることがわかる。[\[図 1-1\]](#)

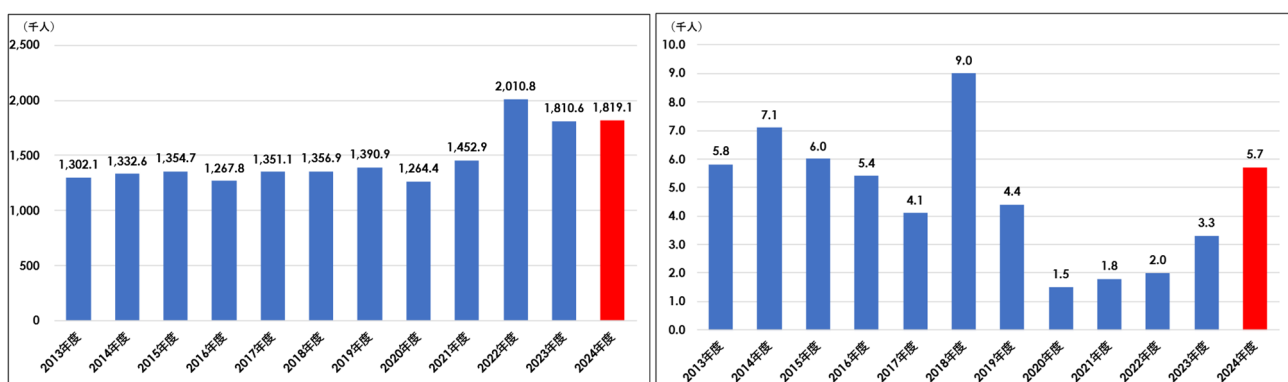


図 1-1 恵庭市の観光入込客数（左）と観光宿泊客数の推移（右）（「北海道観光入込客数調査報告書」より）

恵庭市の観光に関する課題としては、これまで滞在時間の短さやプロモーション不足などが挙げられ、第 2 期恵庭市観光振興計画においては、市内周遊の促進や、花と渓谷に関する情報発信などが重点的な取組として位置づけられた。

計画策定以降、はなふるの開業による観光入込客数の増加など、恵庭市にとってポジティブな環境変化があった一方で、飲食店や宿泊施設といった施設が周辺地域と比較しても少なく、観光入込客数の増加による地域経済への波及効果が限定的であるという点は大きな課題となっている。

これらの課題を踏まえて、恵庭市では第 3 期恵庭市観光振興計画（2026～2035 年度）の策定に向けた観光推進協議会が開催され、「暮らすように訪れるまち」をコンセプトに観光の質的向上、人々の交流、観光消費の域内循環を高めるための施策が検討されている。

2-1 調査の概要

調査方法

調査は調査員による対面調査と、インターネット上から回答できる Web 調査の 2 つの手法を並行して実施した。

対面調査では、以下の調査票を用いて計 4 日間にわたり調査を実施した。なお、訪日外国人観光客を想定し、同様の内容を英語・中国語（簡体字・繁体字）・韓国語に翻訳した調査票を別途用意している。

[図 2-1]

Web 調査では、対面調査の調査票と同様の回答フォームをインターネット上に作成し、ポスター・名刺に記載された二次元コードによりアクセスしてもらうことで調査を実施した。[図 2-2]

調査地点:	調査日 (年 月 日) (平日・土日祝)	調査員:
恵庭市観光消費アンケート調査		
問1 あなたのお住まい、性別、年齢、同行者、恵庭市内観光の回数、宿泊地についてお尋ねします。		
住 ま い	1.北海道内(札幌市・千歳市・北広島市・その他: 市町村) 2.北海道外 (都府県) 3.海外 (国名:)	
性 別	1.男性 2.女性 3.回答しない	
年 齢	1.20歳未満 2.20代 3.30代 4.40代 5.50代 6.60代 7.70代 8.80歳以上	
同行者の有無	1.同行者あり:自分を含めて()人 ※ツアーの場合、一緒に申し込んだ人数 2.同行者なし	
恵庭市内観光回数	1.初めて 2.2回目 3.3回目 4.4回目以上	
訪 問 の 目 的 (いくつでも○)	1.花 2.恵庭渓谷 3.買い物 4.イベント 5.アクティビティ 6.スポーツ 7.ドライブ 8.温泉 9.グルメ 10.ビジネス 11.帰省・知人訪問 12.その他 具体的な内容:()	
宿 泊 地	1.日帰り旅行 2.宿泊旅行(恵庭市内で宿泊あり: 泊) 3.宿泊旅行(恵庭市内では宿泊なし)	
問2 今回の旅行では、恵庭市内のどの観光地に訪れましたか(訪れる予定ですか)。次に挙げた観光地で当てはまるものに○印をつけてください。(複数回答)		
1.道と川の駅「花ロードえにわ」 2.えこりん村 3.農畜産物直売所かのな 4.えにわファミリーガーデンリリア 5.恵庭渓谷(白鳥の滝、ラルマナイの滝、三段の滝) 6.漁川ダム 7.えにわ湖自由広場 8.桜公園 9.緑のふるさと森林公園 10.フォレストアドベンチャー・恵庭 11.むらかみ牧場 12.余湖農園 13.すずらん乗馬クラブ 14.ホースガーデンMURANAKA 15.スバルバレー 16.サンガーデン 17.バギーランド恵庭 18.恵庭カントリー倶楽部 19.緑線カントリークラブ 20.札幌エルムカントリークラブ 21.恵庭中央パークゴルフ場 22.盤尻パークゴルフ場 23.メイブルキャンピング場 24.TCS Village 25.サッポロビール北海道工場 26.恵庭温泉ラ・フォーレ 27.えにわ温泉ほのか 28.郷土資料館 29.うおはん 30.その他()		
問3 恵庭市への訪問の満足度、再訪意向(また来たいかどうか)を教えてください。		
満 足 度	← とても不満	とても満足 →
	1	2 3 4 5
再 訪 意 向	← もう来たくない	また来たい →
	1	2 3 4 5
問4 恵庭への訪問に際して、満足な点、不満な点があれば教えてください。		
満足な点:		
不満な点:		

問5 あなたは恵庭市内で、どのような飲食・サービスに、同行者1人あたりそれぞれいくらくらい支払いました(支払う予定ですか)。なお、バック・団体料金は記入しないでください。

①恵庭市内での交通費 (恵庭市内で乗ったJR、タクシー、バス代など)	1人あたり()円 あるいは()人分()円
②恵庭市内で給油したガソリン代	総額で()円

③恵庭市内での宿泊費 (恵庭市内で泊まったホテルの宿泊代金)	1人あたり()円 あるいは()人分()円	④恵庭市内での飲食費 (恵庭市内で利用した飲食店の利用料金)	1人あたり()円 あるいは()人分()円
宿泊施設・宿泊場所:()		利用した飲食店:()	

⑤恵庭市内での買物代	農産物(生鮮の野菜、果物等)	()円
	花き・花木類(球根、苗木等)	()円
	農産加工品(ジャム、漬物等)	()円
	精米	()円
	水産物(鮮魚等)	()円
	水産加工品(魚介類の瓶詰、缶詰等)	()円
	畜産物(生乳、肉、卵等)	()円
	畜産加工品(乳製品、ハム、ソーセージ等)	()円
	パン	()円
	その他の食品(菓子等)	()円
	飲料品、酒	()円
	たばこ	()円
	衣服・身の回り品(Tシャツ、ハンカチ等)	()円
	新聞・雑誌等	()円
	せつけん、化粧品、コスメ等	()円
革製品(かばん、財布等)	()円	
ガラス製品、陶器等(食器、置物等)	()円	
電気製品(スマホ用品、PC用品等)	()円	
その他(主な品目:)	()円	
⑥恵庭市内での施設利用料等	施設名:() ()円	
入場料、ガイド料、温泉施設の入館料、ゴルフ場利用料、アクティビティ料金、美容院、医療費、コインロッカー代など.....	施設名:() ()円	
	施設名:() ()円	
⑦その他	(主な用途:)	()円
	(主な用途:)	()円
	(主な用途:)	()円

アンケートは以上です。ありがとうございました。

図 2-1 対面調査の調査票(日本語)

恵庭のまちはいかがでしたか？ あなたの声をお聞かせください！

～ 恵庭市観光消費アンケートへのご協力をお願いいたします ～



恵庭市と北海道文教大学では、恵庭市を観光やビジネスなどで訪れる皆さまが、**市内でどんな買い物やサービスを利用しているのか**を知るためのアンケートを実施しています。

ご回答いただいた方から抽選で5名様に**選べる恵庭の特産品**が当たります！

ビール！

お肉！

スイーツ！

アンケートはこちらから
ご参加ください
所要時間：5～10分程度

回答期限：2025年9月7日（日）

二次元コード



【お知らせ】

- ✓ このポスターは、北海道文教大学地域創造研究センターが実施する「交流や訪問の拡大による地域経済力の強化に向けた調査」に関するものです。当施設が独自に行うアンケート調査ではございません。
- ✓ アンケートへのご協力は、お客様の任意となります。
- ✓ お寄せ頂いた回答は統計的に処理し、本アンケートの目的以外には使用しません。また、回答内容を個別に公表することや、ご本人の同意なく、第三者に個人情報を提供することはありません。

【調査委託者】

恵庭市経済部 花と緑・観光課
北海道文教大学 地域創造研究センター

【お問い合わせ先】

恵庭のまちはいかがでしたか？ あなたの声をお聞かせください！

～ 恵庭市観光消費アンケートへのご協力をお願いいたします ～

ご回答いただいた方から抽選で5名様に**選べる恵庭の特産品**が当たります！

アンケートはこちらから
ご参加ください
所要時間：5～10分程度

回答期限：2025年9月7日（日）

二次元
コード



【調査委託者】

恵庭市経済部 花と緑・観光課
北海道文教大学 地域創造研究センター

【お問い合わせ先】

図 2-2 Web 調査用のポスター・名刺

調査地点・調査日

調査地点・調査日については以下の通りである。[表 2-1]

表 2-1 対面調査・Web 調査の調査地点・調査日

調査地点	調査日
道と川の駅「花ロードえにわ」、恵庭農畜産物直売所「かのな」 (隣接施設のため、同時並行にて実施)	07/23 (水) 07/27 (日)
うおはん	07/26 (土)
えこりん村	08/03 (日)
Web 調査 (市内 55 施設)	07/07 (月) ~09/07 (日)

2-2 調査の結果

調査結果の分析にあたっては、通年での傾向を把握するため、2025 年 2 月に恵庭市が実施した観光消費アンケート調査の結果も含めるものとする。便宜上、2 月に行われた調査を冬期調査、7~8 月に行われた本調査を夏期調査と呼称する。

単純集計の結果

冬期・夏期を合わせた有効回答数は 519 件となった。回答者の基本属性は以下の通りとなっている。回答者の 77.3%は道内客で、中でも比率の高い札幌市・千歳市・苫小牧市・北広島市の近隣 4 市が、全体の 57.6%を占めている。

訪問回数を見ると、73.6%が来訪 4 回目以上のリピーターとなっており、訪問目的（複数回答）については 53.6%が「買い物」と回答している。調査地点にはうおはんのように周辺住民が多く利用する施設も含まれており、市外から日常的な買い物利用で恵庭市を訪れている人が多いことが読み取れる。また、市内宿泊者の中には「帰省・知人訪問」も多い。

なお、訪問目的「その他」については、札幌や北広島（エスコンフィールド）のついでに立ち寄ったという声や、道の駅スタンプラリーの一環で道の駅を訪れたという回答者も多くみられた。[表 2-2]

表 2-2 回答者の基本属性

居住地

		1	2	3	x														
サンプル数		道内	道外	海外	無回答	札幌市	千歳市	苫小牧市	北広島市	東京都	江別市	旭川市	愛知県	神奈川県	岩見沢市	アメリカ	茨城県	函館市	
519		401 77.3%	103 19.8%	15 2.9%	0 0.0%	206 39.7%	47 9.1%	25 4.8%	21 4.0%	20 3.9%	12 2.3%	12 2.3%	10 1.9%	9 1.7%	7 1.3%	6 1.2%	5 1.0%	5 1.0%	
冬期	100	87 87.0%	7 7.0%	6 6.0%	0 0.0%	52 52.0%	5 5.0%	5 5.0%	3 3.0%	5 5.0%	2 2.0%	2 2.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 2.0%	3 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	
夏期	419	314 74.9%	96 22.9%	9 2.1%	0 0.0%	154 36.8%	42 10.0%	20 4.8%	18 4.3%	15 3.6%	10 2.4%	10 2.4%	10 2.4%	9 2.1%	5 1.2%	3 0.7%	5 1.2%	5 1.2%	
日帰り+通過	439	366 83.4%	67 15.3%	6 1.4%	0 0.0%	189 43.1%	46 10.5%	24 5.5%	21 4.8%	11 2.5%	9 2.1%	10 2.3%	8 1.8%	6 1.4%	7 1.6%	3 0.7%	5 1.1%	5 1.1%	
市内宿泊	64	20 31.3%	35 54.7%	9 14.1%	0 0.0%	7 10.9%	1 1.6%	0 0.0%	0 0.0%	9 14.1%	1 1.6%	2 3.1%	2 3.1%	3 4.7%	0 0.0%	3 4.7%	0 0.0%	0 0.0%	

性別

		1	2	x
サンプル数		男性	女性	無回答
519		204 39.3%	310 59.7%	4 0.8%
冬期	100	38 38.0%	60 60.0%	2 2.0%
夏期	419	166 39.6%	250 59.7%	2 0.5%
日帰り+通過	439	161 36.7%	275 62.6%	2 0.5%
市内宿泊	64	41 64.1%	22 34.4%	1 1.6%

年代

		1	2	3	4	5	6	7	8	x
サンプル数		10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	無回答
519		2 0.4%	39 7.5%	68 13.1%	99 19.1%	138 26.6%	112 21.6%	52 10.0%	7 1.3%	2 0.4%
冬期	100	1 1.0%	14 14.0%	19 19.0%	16 16.0%	24 24.0%	18 18.0%	8 8.0%	0 0.0%	0 0.0%
夏期	419	1 0.2%	25 6.0%	49 11.7%	83 19.8%	114 27.2%	94 22.4%	44 10.5%	7 1.7%	2 0.5%
日帰り+通過	439	2 0.5%	33 7.5%	49 11.2%	85 19.4%	121 27.6%	95 21.6%	45 10.3%	7 1.6%	2 0.5%
市内宿泊	64	0 0.0%	5 7.8%	16 25.0%	12 18.8%	14 21.9%	13 20.3%	4 6.3%	0 0.0%	0 0.0%

訪問回数

		1	2	3	4	x
サンプル数		初めて	2回目	3回目	4回目以上	無回答
519		90 17.3%	22 4.2%	20 3.9%	382 73.6%	5 1.0%
冬期	100	18 18.0%	7 7.0%	5 5.0%	68 68.0%	2 2.0%
夏期	419	72 17.2%	15 3.6%	15 3.6%	314 74.9%	3 0.7%
日帰り+通過	439	65 14.8%	16 3.6%	16 3.6%	339 77.2%	3 0.7%
市内宿泊	64	24 37.5%	6 9.4%	3 4.7%	31 48.4%	0 0.0%

同行者分類

		1	2	3	4	5	x
サンプル数		1人	2人	3人	4人	5人以上	無回答
519		83 16.0%	257 49.5%	71 13.7%	59 11.4%	37 7.1%	12 2.3%
冬期	100	19 19.0%	45 45.0%	12 12.0%	12 12.0%	2 2.0%	10 10.0%
夏期	419	64 15.3%	212 50.6%	59 14.1%	47 11.2%	35 8.4%	2 0.5%
日帰り+通過	439	63 14.4%	228 51.9%	64 14.6%	50 11.4%	27 6.2%	7 1.6%
市内宿泊	64	18 28.1%	23 35.9%	6 9.4%	7 10.9%	10 15.6%	0 0.0%

宿泊地をみると、66.1%が日帰り、市内への宿泊客は12.3%にとどまっている。

なお、宿泊客については、「恵庭市内で宿泊したかどうか」によって回答を区分している。他地域に宿泊し、恵庭市内での宿泊を伴わない来訪者については、本文中では主に「通過（市外宿泊）客」と呼称する。

なお、これからの分析の中では、こうした「通過（市外宿泊）客」と「日帰り客」を合算して取り扱う場合がある。その場合、**図表の中では主に「日帰り+通過」という表記を用いる。** [表 2-3]

表 2-3 回答者の訪問目的・宿泊地

目的 (複数回答)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	x
サンプル数	花	恵庭溪谷	買い物	イベント	アクティビティ	スポーツ	ドライブ	温泉	グルメ	ビジネス	帰省・知人訪問	その他	無回答	
519	25 4.8%	7 1.3%	278 53.6%	19 3.7%	25 4.8%	15 2.9%	99 19.1%	13 2.5%	92 17.7%	22 4.2%	37 7.1%	126 24.3%	2 0.4%	
冬期	100 6.0%	2 2.0%	48 48.0%	2 2.0%	2 2.0%	1 1.0%	33 33.0%	4 4.0%	19 19.0%	4 4.0%	5 5.0%	25 25.0%	0 0.0%	
夏期	419 4.5%	5 1.2%	230 54.9%	17 4.1%	23 5.5%	14 3.3%	66 15.8%	9 2.1%	73 17.4%	18 4.3%	32 7.6%	101 24.1%	2 2.0%	
日帰り+通過	439 4.3%	6 1.4%	254 57.9%	17 3.9%	15 3.4%	8 1.8%	85 19.4%	10 2.3%	82 18.7%	15 3.4%	17 3.9%	111 25.3%	2 1.8%	
市内宿泊	64 6.3%	0 0.0%	14 21.9%	2 3.1%	10 15.6%	7 10.9%	9 14.1%	3 4.7%	5 7.8%	7 10.9%	19 29.7%	13 20.3%	0 0.0%	

宿泊地

宿泊地		1	2	3	x
サンプル数	日帰り	通過(市外宿泊)	市内宿泊	無回答	
519	343 66.1%	96 18.5%	64 12.3%	16 3.1%	
冬期	100 61.0%	14 14.0%	9 9.0%	16 16.0%	
夏期	419 67.3%	82 19.6%	55 13.1%	0 0.0%	
日帰り+通過	439 78.1%	96 21.9%	0 0.0%	0 0.0%	
市内宿泊	64 0.0%	0 0.0%	64 100.0%	0 0.0%	

回答者の恵庭市内での訪問地をみると、対面調査で多くのサンプルを得た4施設の外には、サッポロビール北海道工場、恵庭温泉ラ・フォーレが続いた。[表 2-4]

表 2-4 回答者の恵庭市内での訪問地

サンプル数	道と川の駅「花ロードえにわ」	農畜産物直売所かのな	うおはん	えごりん村	サッポロビール北海道工場	恵庭温泉ラ・フォーレ	えにわファミリーガーデンりあ	えにわ温泉ほのか	恵庭渓谷（白扇の滝、ラルマナイの滝、三段の滝）	むらかみ牧場
519	307 59.2%	186 35.8%	130 25.0%	74 14.3%	21 4.0%	16 3.1%	14 2.7%	14 2.7%	13 2.5%	8 1.5%
冬期 100	100 100.0%	24 24.0%	1 1.0%	4 4.0%	4 4.0%	2 2.0%	4 4.0%	6 6.0%	1 1.0%	0 0.0%
夏期 419	207 49.4%	162 38.7%	129 30.8%	70 16.7%	17 4.1%	14 3.3%	10 2.4%	8 1.9%	12 2.9%	8 1.9%
日帰り+通過 439	250 56.9%	158 36.0%	114 26.0%	65 14.8%	9 2.1%	7 1.6%	11 2.5%	7 1.6%	12 2.7%	7 1.6%
市内宿泊 64	41 64.1%	21 32.8%	16 25.0%	8 12.5%	11 17.2%	9 14.1%	3 4.7%	6 9.4%	1 1.6%	1 1.6%

訪問の満足度・再訪意向については、いずれも1～5点の評価で平均点が4点を上回っており、来訪者からの恵庭市の評価は高いことがうかがえる。

表 2-5 回答者の恵庭市内に対する満足度・再訪意向

満足度

サンプル数	満足度						平均点
	1 とても不満	2 ←	3 普通	4 →	5 とても満足	x 無回答	
519	3 0.6%	6 1.2%	85 16.4%	173 33.3%	221 42.6%	31 6.0%	4.24
冬期 100	0 0.0%	0 0.0%	18 18.0%	34 34.0%	46 46.0%	2 2.0%	4.29
夏期 419	3 0.7%	6 1.4%	67 16.0%	139 33.2%	175 41.8%	29 6.9%	4.22
日帰り+通過 439	2 0.5%	4 0.9%	72 16.4%	147 33.5%	183 41.7%	31 7.1%	4.24
市内宿泊 64	1 1.6%	2 3.1%	9 14.1%	23 35.9%	29 45.3%	0 0.0%	4.20

再訪意向

サンプル数	再訪意向						平均点
	1 もう来たくない	2 ←	3 普通	4 →	5 また来たい	x 無回答	
519	1 0.2%	8 1.5%	50 9.6%	94 18.1%	329 63.4%	37 7.1%	4.54
冬期 100	0 0.0%	0 0.0%	13 13.0%	19 19.0%	61 61.0%	7 7.0%	4.52
夏期 419	1 0.2%	8 1.9%	37 8.8%	75 17.9%	268 64.0%	30 7.2%	4.54
日帰り+通過 439	1 0.2%	7 1.6%	41 9.3%	78 17.8%	275 62.6%	37 8.4%	4.54
市内宿泊 64	0 0.0%	1 1.6%	6 9.4%	14 21.9%	43 67.2%	0 0.0%	4.55

来訪者の満足点・不満点について

来訪者に対して、恵庭市への訪問で満足な点・不満な点を聞いたところ、以下のような回答が得られた。満足な点としては景観や食に対する評価が多く、不満な点としては交通の不便さや情報発信の不足などが挙げられている。

表 2-6 恵庭市内の満足な点・不満な点

満足な点	内容
景観	<ul style="list-style-type: none"> ・ きれいな街、花が多くてよい ・ まちがどこも綺麗で嬉しい
食	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安くて新鮮、他にない野菜がある ・ 農家さんが良い ・ うおはんの魚が新鮮でよかった ・ お酒・食べ物おいしい ・ とうもろこしおいしい。道の駅の食事、パンもおいしかった ・ ユニークなグルメ（かぼちゃ大福）
利便性	<ul style="list-style-type: none"> ・ ドライブするのにちょうどいい ・ 温泉、キャンプ、道の駅がある ・ ゴルフ場が良かった ・ 空港と札幌の間のいいポジション
不満な点	内容
交通	<ul style="list-style-type: none"> ・ 行こうと思う場所への交通機関がない ・ タクシーが停まっていなくて不便 ・ 駐車場が狭い、いつも混んでいる
宿泊	<ul style="list-style-type: none"> ・ ゆっくり宿泊して過ごせる施設がない ・ 泊まれる場所がもう少し欲しい
情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大きく目立つ観光場所が少ない ・ 観光の情報発信が少ないと思う ・ 恵庭溪谷がわかりにくい
利便性	<ul style="list-style-type: none"> ・ 駅前が寂しい ・ 遅い時間に開いている店が少ない

消費額について

市外からの来訪者における恵庭市内での平均消費額は、市内宿泊客 25,476 円、日帰り+通過（市外宿泊）客 4,648 円となった。また、外国人観光客は 30,009 円となっている。[表 2-7]

道内客の宿泊費・飲食費は道外客と比較すると低いが、農産物や畜産物の消費額は道外客を上回っており、日常的な生鮮食品の購入が多くを占めていると推測できる。道外客では水産物の消費額が高いが、これは調査地点の 1 つであるスーパーマーケットの「うおはん」において、道外からの観光客が冷凍魚介類を大口で購入し、自宅等へ配送するという消費行動が多くみられたことによる。

訪問目的別では、「スポーツ」の平均消費額が突出して高い。この回答者の多くは市内のゴルフ場を主目的として恵庭市を訪問しており、施設利用料の高さに反映されている。[表 2-8]

なお、10 泊以上の長期滞在者（6 件）については外れ値とみなし、平均消費額の計算対象からは除いている。

表 2-7 恵庭市内での観光消費額

サンプル数	居住地			宿泊地				冬期のみ		夏期のみ	
	道内	道外	海外	日帰り	通過(市外宿泊)	市内宿泊	日帰り+通過	宿泊(市内)	日帰り+通過	宿泊(市内)	日帰り+通過
合計	4,285	14,649	30,009	3,979	7,037	25,476	4,648	26,621	3,092	25,293	4,968
交通費 計	293	1,025	1,692	282	298	1,981	286	2,750	168	1,859	310
交通費	217	729	1,615	227	251	1,341	232	2,750	67	1,115	266
ガソリン	76	296	77	55	47	641	53	0	102	743	44
宿泊費	207	3,480	11,248	0	0	9,946	0	17,591	0	8,723	0
飲食費	772	2,028	1,118	687	794	3,602	711	2,300	479	3,810	758
買物代 計	2,750	5,515	15,951	2,759	4,023	8,335	3,035	3,849	1,973	9,053	3,254
農産物	1,079	992	2,368	1,093	684	1,554	1,004	224	460	1,767	1,116
花き・花木類	76	15	0	88	16	0	72	0	0	0	87
農産加工品	99	456	0	108	302	316	150	1,938	21	56	176
水産物	298	1,032	11,538	340	518	3,558	378	0	172	4,127	421
水産加工品	129	814	0	150	718	216	274	0	0	250	331
畜産物	290	71	0	305	51	195	249	125	153	206	269
畜産加工品	29	117	125	30	108	72	47	0	30	83	51
その他の食品	475	1,039	400	406	814	1,257	495	913	666	1,312	460
飲料品・酒	146	418	204	124	209	694	143	313	312	755	108
たばこ	12	20	0	14	0	34	11	0	0	40	13
衣服・身の回り品	39	152	154	45	138	69	65	63	87	70	61
新聞・雑誌・書籍等	1	36	0	1	38	0	9	0	0	0	11
せつけん・化粧品・コスメ等	22	43	177	18	3	155	15	275	31	136	11
革製品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ガラス製品・陶器等	9	0	0	10	0	0	8	0	3	0	9
電気製品等	0	2	0	0	0	3	0	0	0	4	0
その他	47	308	985	26	427	213	114	0	37	247	130
施設利用料	230	2,467	0	227	1,781	1,524	567	131	472	1,747	586
その他の消費	34	134	0	25	140	86	50	0	0	100	60

表 2-8 恵庭市内での観光消費額（訪問目的別）

訪問目的	訪問目的											
	花	恵庭溪谷	買い物	イベント	アクティビティ	スポーツ	ドライブ	温泉	グルメ	ビジネス	帰省・知人訪問	その他
サンプル数	23	7	276	19	25	15	98	13	91	19	36	125
合計	4,600	4,644	5,397	10,022	16,327	27,444	5,824	10,062	6,833	14,118	9,149	7,028
交通費計	522	571	322	594	484	497	362	628	1,098	974	788	604
交通費	522	571	220	526	264	497	281	462	935	869	409	470
ガソリン	0	0	101	68	220	0	81	167	163	105	380	133
宿泊費	1,239	0	228	1,211	3,075	6,533	776	2,385	473	7,421	2,431	1,272
飲食費	863	1,026	645	2,322	960	3,887	909	2,672	2,217	2,451	1,958	810
買物代計	1,976	2,547	3,817	5,118	10,672	6,430	3,706	3,861	2,748	3,134	3,553	3,357
農産物	1,116	500	1,347	842	2,004	862	1,158	776	777	752	562	1,097
花き・花木類	152	0	80	79	40	0	32	0	22	0	81	85
農産加工品	22	0	167	1,158	291	177	66	327	143	216	239	236
水産物	39	1,071	490	263	7,000	2,967	1,622	0	86	0	548	505
水産加工品	29	0	395	316	40	1,113	0	0	165	289	122	187
畜産物	42	0	382	211	40	0	66	531	114	126	290	165
畜産加工品	0	0	43	105	40	0	10	65	94	88	185	54
その他の食品	453	926	538	492	894	662	545	838	583	439	622	519
飲料品・酒	50	50	153	595	148	533	113	115	320	432	432	185
たばこ	0	0	25	0	0	0	0	0	22	0	56	0
衣服・身の回り品	22	0	72	0	0	33	51	231	71	0	161	36
新聞・雑誌・書籍等	0	0	0	189	0	33	4	0	5	0	0	0
せけん・化粧品・コスメ等	13	0	34	53	60	0	22	246	77	158	181	19
革製品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ガラス製品・陶器等	0	0	8	0	0	0	0	0	14	68	0	18
電気製品等	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	6	0
その他	38	0	84	816	114	50	16	731	253	565	69	251
施設利用料	0	500	323	513	1,136	9,967	72	517	264	132	280	962
その他の消費	0	0	61	263	0	129	0	0	33	6	139	23

3 事業者ヒアリング調査

3-1 調査の概要

ヒアリング調査は、以下の事業者に対して実施した。[表 3-1]

表 3-1 ヒアリング対象事業者

業種	事業者名	調査日
農業	余湖農園	06/03 (火)
小売	恵庭農畜産物直売所「かのな」	
小売	うおはん	06/04 (水)
観光施設	えこりん村	06/06 (金)
運輸	ニコニコレンタカー恵庭緑町店 (北央商事)	06/10 (火)
農業	むらかみ牧場	06/13 (金)
温泉	えにわ温泉ほのか	06/17 (火)
観光施設	フォレストアドベンチャー恵庭	
宿泊	フェアフィールド・バイ・マリオット北海道えにわ	06/25 (水)
製造業	いちえ北海道	06/26 (木)
製造業	サッポロビール北海道工場	
娯楽	恵庭カントリー倶楽部	06/27 (金)
観光施設	道と川の駅「花ロードえにわ」	
農業	サンガーデン	07/02 (水)

ヒアリング項目については、事業者の業種や業態によって異なるものの、概ね以下のような内容となっている。[表 3-2]

表 3-2 ヒアリング調査項目

事業概要	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業内容 ・ (複数事業を行っている場合や、業態転換を行った場合) 新事業への進出経緯
営業状況	<ul style="list-style-type: none"> ・ 年間を通じた繁忙期/閑散期と、売上に占める構成比 ・ 来訪者・サービス利用者の属性 (居住地、交通手段、年齢、グループ構成、リピーター比率など) ・ 近年の状況変化 (特にコロナ禍前後の変化や、インバウンドの動向)
消費動向	<ul style="list-style-type: none"> ・ 客単価 ・ 属性別の購買傾向/サービス利用傾向 ・ 人気のある商品やサービス ・ 恵庭市産の原材料や商品に対するニーズ
売上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 直近決算年度の売上高

	<ul style="list-style-type: none"> ・（事業が対個人サービス以外にもわたる場合）観光関連事業の売上 ・ 市内／道内／道外客の来訪比率 ・ 市内／道内／道外客の売上比率 ・ 市内／道内／道外客の消費行動の違い
市内調達	<ul style="list-style-type: none"> ・ 販売商品の産地（市内／道内／道外の比率） ・ 販売商品の仕入先（市内／道内／道外の比率） ・ 雇用者数と、恵庭市在住者の比率（正規職員／臨時職員） ・ 仕入や雇用に占める恵庭市内の比率を高めることに対する課題や障壁
総論	<ul style="list-style-type: none"> ・ 恵庭市における観光政策や、交流や訪問の拡大による地域経済力の強化に向けた意見／要望

3-2 調査の結果

事業者ヒアリングの結果について、分野ごとに内容を取りまとめた。

恵庭市観光全般

- ・ 市民や事業者を含め、恵庭市にかかわる人の多くが、恵庭市を「住むにはよいまち」と認識している。ただし、その結果として外部から観光に訪れるための目玉スポットに欠けているという点が指摘されている。
- ・ 大消費地の札幌市、空港を擁し、半導体製造工場が建設中の千歳市、野球スタジアムを擁する北広島市など強力な周辺都市が多く、それらの都市からの恩恵を享受できる立地にある一方で、多くの観光客にとって恵庭は通過点となってしまっている。
- ・ インバウンド来訪は、まだ割合としては多くないものの着実に増加しており、キャッシュレス対応や多言語対応などの導入、事業投資が求められている。
 - ただし、外国人への耐性が備わっていない市民も多く、日本語が通じないならお断り、という店も少なくない。
- ・ 恵庭駅から市内各地への二次交通が極めて弱く、多くの観光関連事業者にとっての共通の課題となっている。「タクシーがない」「コミュニティバスでは観光利用に適さない」などの声が上がっている。
- ・ 恵庭市は宿泊機能に乏しく、恵庭に訪問する人も多くが札幌や千歳など周辺都市で宿泊している。
 - 半導体製造工場の効果もあり、恵庭市内における宿泊機能の潜在的な需要は高いと考えられる。
- ・ 恵庭観光は季節による繁閑差が大きい。
 - 夏期は花、農業体験、ゴルフ、キャンプなどの観光客が多く訪れ、国内、特に近隣からの来訪が多数を占める。長期休暇では施設の駐車場が満車になることもある。
 - 一方で冬期になると、多くの施設が休業し、観光客数は大幅に減少する。雪を目当てに北海道を訪れるインバウンド客の割合が増加する。

恵庭市内での観光消費

- ・ 市外客は、恵庭の「食・農業・自然」を軸とした体験コンテンツや、商品購入に強い関心がある。
 - 体験型コンテンツとしては、バーベキューや野菜収穫体験、酪農体験などが、家族連れや修学旅行生に人気。
 - ジップラインやマウンテンバイクなどのアドベンチャーツーリズムでも、札幌近郊から幅広い層の来客がある。
- ・ 恵庭産の新鮮な野菜や、市場から直送の鮮魚も人気が高く、目玉商品のために「朝イチ」で来訪するリピーターもいる。
- ・ 工場見学などのインダストリアルツーリズムでは、あえて有料化することでターゲット層を絞り、その代わり内容を充実させて満足度の向上を図っている例もある。
- ・ 札幌圏を中心とした道内客は、自家用車で訪れ、自家消費用の野菜やパン、日配品などを日常的に購入するリピーター客が多く割合を占めている。また、恵庭市内の温浴施設やキャンプ場を日帰りレジャーの場として利用し、宿泊はあまりしない傾向がある。
- ・ 道外客では、新千歳空港でレンタカーを借りてから、札幌や他の都市への道中で恵庭に立ち寄るケースが比較的多く、市内での購買傾向としては、恵庭らしさというよりも、定番の北海道土産を大口で買っていくケースが多い。宿泊については、恵庭観光のためという客はあまり多くなく、札幌の混雑・宿泊費高騰を逃れてきたケースや、道内を広範囲に移動するための前後泊として利用されるケースが多い。
- ・ インバウンド客は少ないものの、着実に増加傾向にあり、また消費単価が高い。飲食店を訪れるインバウンドは台湾や韓国、香港などのアジア系が多く、ウニやイクラなど高級な海鮮メニューや、高価な体験型コンテンツにお金を支払うケースがみられる。一方で、市内では全体的にキャッシュレス対応が遅れており、機会損失が生じている。

雇用

- ・ 深刻な人手不足は各事業者共有の課題である。「札幌では比較的採用しやすいが、恵庭勤務となると敬遠される」といった声も上がっている。
- ・ 新千歳空港や工業地帯で働く方が好待遇であり、賃金格差によって恵庭市内で人材の供給不足が生じている。
- ・ 外国人技能実習生を活用する事業者もいるが、外国人と日本人市民との共生は道半ばで、住居を探そうとしても外国人であるというだけで入居を拒否されるといった事例も起きている。
- ・ パート職員の高齢化が進み、70代になっても現役を続けている方も少なくない。
- ・ 子育て女性が働きやすい柔軟な勤務体制や、短時間勤務の導入など、多様な働き方の導入が進められている。

仕入・取引

- ・ 市内には多くの大規模な食料品加工場が立地している。一方で小ロット対応が可能な工場は少なく、

原材料は恵庭市内産品であっても、その後の加工で市外に付加価値が流出している。

- ・ 地域貢献の意識もあり、「理想を言えば市内産品を市内で加工した商品を取り扱いたい、市内事業者からの仕入を増やしたい」という意識は多くの事業者で共通しているが、上述のロットのほか、品質、価格、安定供給などの観点からそれが現実的でないと考えられている。

今後の展望と提言

- ・ 既存の「花と緑」だけでなく、
 - 羊のいる風景や、四季折々の景観などの「アウトドア・自然体験」
 - 米や野菜など、恵庭の一次産業に触れる「農業体験」
 - ビールや食料品など、恵庭の二次産業に触れる「工場見学」など、恵庭市内にある様々な魅力を生かし、それらを有機的に結び付け、幅広く交流や訪問を促すコンテンツの開発が必要である。
- ・ 異業種も含めた、市内の事業者間が連携するイベントの機会を通じて、市内で横のつながりを強化していく必要がある。
- ・ 「ガーデン巡り」のような特化型のニッチ観光は、まだまだポテンシャルが秘められている。
- ・ 「通過される街」からの脱却が必要。市内で長時間滞在できる場所や、お金を落とせる場所を作ることが不可欠。プロ野球チームの2軍誘致や、プロサッカークラブの夏キャンプ誘致など、スポーツと絡めたコンテンツづくりも重要。
- ・ 宿泊機能の拡充は、観光客だけでなく、半導体製造工場などのビジネス客の誘致にも寄与するものだと考えられる。
- ・ 「暮らすように観光する」というコンセプトで、恵庭への来訪者と市民とがもっと交流を深めていく居心地の良い空間づくりが必要であり、来訪者の満足度向上に資する取り組みを進めていくべき。
- ・ 繁華街である栄恵町はかつての活気を失っており、ナイトタイムエコノミーの充実や、適切な都市機能の誘導が求められる。夜の賑わいは、宿泊需要の喚起にもつながる。
- ・ 市外からの来訪客、特に外国人観光客に対する市民理解の醸成が必要。日々の啓発活動などを通じて、外国人にとっても「住み良いまち」「やさしいまち」にしていく必要がある。
- ・ 市内の宿泊施設と観光地とを結ぶシャトルバスや、タクシー助成など来訪者の二次交通に対する支援は喫緊の課題である。
- ・ 市街地の施設では、駐車場不足を深刻視する声もあった。これにより深刻な機会損失が生じているため、適切に対策を施すことでさらなる収益増加が見込める。

4 市外来訪者割合調査

4-1 人流データに基づく市外来客者割合

次に、携帯電話・スマートフォンの位置情報（移動軌跡データ）に基づく人流データを分析する。分析対象とする人流データは、以下の条件によって抽出された 56,348 件の位置情報データである。[表 4-1]

表 4-1 人流データの概要

対象地域	<ul style="list-style-type: none"> ・ 恵庭市の行政区域全域
データの取得条件	<ul style="list-style-type: none"> ・ 上記地域の中で、市内に「訪問」判定がなされた位置情報データ <u>（恵庭市を通過しただけのサンプルは含まれない）</u> ・ 位置情報を使用する携帯電話・スマートフォンアプリケーション利用者の一部（捕捉率は年齢や国籍などの属性によって異なるが、平均的には 4～6 割） ✓ 移動軌跡データについて： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 位置情報を発するスマートフォン等の機器を持つ移動者一人一人の移動軌跡を表すデータで、一般に「人流データ」と呼称されるうち最も精密なデータである。各移動者にはユニーク ID（他とは重複しない唯一の ID）を持ち、位置情報を発するごとに、その日時と座標（緯度・経度）を記録する。 ◇ データ量が膨大であり、また個々人の詳細な住居、職場、移動経路などが含まれることから、個人情報保護の観点で取り扱いに注意を要する。本調査では、調査対象地点を観光消費等調査で用いた 29 地点に絞り、その位置情報の精度についても 5 次メッシュ（約 250m 四方）まで粗くすることによって、秘匿処理を行っている。 ✓ 「訪問」の定義について： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 特定のスポットを「訪問」しているサンプルは、そのスポット周辺に何度も位置情報が記録されることになる。そのため、サンプルが発した位置情報の座標に対してクラスタ分析を行うと、「訪問」したと考えられるスポット周辺に点群が観測される。これをもって「訪問」を判定している。したがって、<u>「滞在時間が何分以上を訪問とみなす」といった画一的な定義づけは行われていない。</u> ◇ <u>同一メッシュ内に複数の施設が存在する場合、その内訳まで判別することはできない。</u> ◇ 各位置情報データの夜間・昼間の移動傾向から、そのメッシュが居住地あるいは通勤・通学地として判定された場合、訪問者とはみなさない。 ✓ データのチェックについて： <ul style="list-style-type: none"> ◇ 冬期のゴルフ場のように、データの取得期間中には営業を行っていない施設が存在する。これらについても、工事関係者や上空を通過した航空機などのデータが含まれることで、訪問者がいるものとしてカウントされることがある。本調査では、対象としたスポットがデータ取得期間中には休業あるいは立ち入り制限を行っていた場合、エラー値とみなしてその訪問データを削除することとした。

対象者の区分	<ul style="list-style-type: none"> ・ 市内 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 普段居住および通勤・通学している地域が恵庭市内である位置情報データ ・ 道内 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 上記が恵庭市を除く北海道内である位置情報データで、居住地については市町村単位で取得している ・ 道外 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 上記が北海道を除く日本国内である位置情報データで、居住地については都府県単位で取得している ・ 海外 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 上記が日本国外である位置情報データで、居住地については国・地域単位で取得している ✓ データ取得上の制約により、中華人民共和国居住者のデータが取得できていない
データ取得期間	<ul style="list-style-type: none"> ・ 夏期（2024年7月）および冬期（2025年2月）

観測された 56,348 件のデータのうち、普段居住および通勤・通学している地域が恵庭市外であり、観光消費等調査において訪問地として提示した 29 地点のいずれかに訪問しているとされたデータは、夏期 13.3%、冬期 10.5%にとどまった。したがって、残りの 8 割以上のデータについては、飲食店や小売店、病院など、上記 29 地点以外の場所を目的として恵庭市を訪問しているデータであると読み取ることができる。[\[表 4-2\]](#)

市外来訪者割合について、全スポットの加重平均値をみると、人流データで夏期 78.9%、冬期 76.1%との結果が得られた。

なお、人流データでは、日常的な通勤通学を除けば、業務上の移動（短期間の工事や、施設整備、荷下ろしなど）も訪問者として計上されることとなる。加えて、位置情報データを取得できる対象が比較的若年層に偏っていることや、敷地内の大きな移動（メッシュの範囲を超えた移動）を伴うゴルフ場などは、訪問の判定が難しい場合もあることには注意が必要である。

市外客に占める道内客の割合は夏期 58.5%、冬期 58.2%となっており、観光消費等調査で得られた夏期 74.9%、冬期 87.0%よりも低い結果となった。居住地の詳細をみると、冬期・夏期ともに札幌市が最も多く 3 割以上を占める。道内については千歳市、苫小牧市、北広島市が続き、この傾向は観光消費等調査と結果と同様である。道外については東京都が最も多く、神奈川県、埼玉県、大阪府、愛知県と人口上位の地域が続く。東京都のサンプル数は苫小牧市や北広島市よりも多く、この点はアンケート結果と異なっている部分である。

市外客に占める市内宿泊客の割合は夏期 5.9%、冬期 5.7%となっており、観光消費等調査で得られた夏期 13.1%、冬期 9.0%よりも低い。恵庭市が公表した観光入込客数と宿泊者数から算出される市内宿泊者の割合は 0.3%と、いずれの結果とも異なっている。

ただし、恵庭市が公表した宿泊者数については、あくまで観光目的での宿泊のみを計上したものであ

り、観光消費等調査や人流データにおける市内宿泊とは定義・範囲が異なっていることには留意が必要である。

なお、人流データに基づく市内宿泊率を居住地別にみると、冬期・夏期合わせて 100 サンプル以上が得られたいずれの地域においても 10.0%を下回っており、来訪者の居住地と関係なく、恵庭市への宿泊率は低いことがうかがえる。[\[表 4-3\]](#)

1 人当たりの延べ訪問地点数は夏期 1.31、冬期 1.21 となった。今回分析に用いたデータでは、特定の 1 地点を目的に恵庭市を訪問し、それ以外の施設への周遊はあまり見られない傾向があった。

なお、上記 29 地点以外の場所への周遊については、今回のデータから把握することはできないため、例えば道の駅を訪問した後に、市内のほかの飲食店を訪れている場合でも、訪問地点数は道の駅 1 か所のみとなる点に注意が必要である。

恵庭市が公表した 2024 年度の観光入込客数の算出において、観光入込 1 人当たりの訪問地点数は、四半期ごとに異なるものの概ね 1.4~1.5 程度と設定されており、人流データから導かれる結果よりもやや多い。

ただし、恵庭市が公表した観光入込客数は、6 月開催の「恵庭花とくらし展」、10 月開催の「えにわハッピーハロウィン」等、イベントの入込客数を含んだものとなっている。こうしたイベントは花の拠点「はなふる」等、観光入込客数の計算対象となっている施設で開催されていることも多く、イベントを 1 つの訪問地点とすると、入込が二重に計上されることとなり、1 人当たりの訪問地点数は多くなる。

また、観光消費等調査においては、観光入込 1 人あたりの訪問地点数は夏期 1.82、冬期 1.60 となっている。この調査のサンプルは、道の駅やうおはんなど、市内の主要な施設で得られたものが中心となっており、人流データをみても、これらの施設を訪れたサンプルに限った平均訪問地点数は全体平均よりも高い傾向がある。

このように、それぞれの算定基準を踏まえると、方法論ごとに結果には幅があるものの、観光入込 1 人当たりの訪問地点数について、これまで設定されてきた 1.4~1.5 という数値は実態に即していると判断できる。

表 4-2 人流データに基づく恵庭市の観光入込

	冬期 (2025年2月)							夏期 (2024年7月)							備考
	道内	道外	海外	市内宿泊客	通過客	日帰り客	市外客計	道内	道外	海外	市内宿泊客	通過客	日帰り客	市外客計	
1. 道の駅(花ロードえにわ)	66.9%	32.9%	0.0%	7.1%	37.9%	53.0%	79.7%	70.4%	29.2%	0.0%	6.7%	59.3%	80.0%	「かのな」と同一メッシュ	
2. えとひら村	35.3%	63.7%	1.0%	3.9%	67.6%	38.4%	91.1%	44.9%	55.1%	0.0%	3.6%	58.1%	38.3%	70.0%	
3. 農産物直売所かのな	77.6%	22.4%	0.0%	7.9%	24.2%	67.9%	56.9%	80.3%	19.4%	0.3%	6.8%	21.4%	71.8%	51.6%	
4. えにわファミリーセンターあり	68.0%	32.0%	0.0%	8.0%	32.0%	60.0%	61.0%	60.0%	36.0%	2.7%	26.7%	33.3%	40.0%	55.6%	
5. 恵庭浜谷	-	-	-	-	-	-	-	46.8%	48.9%	2.1%	6.4%	53.2%	40.4%	95.9%	
6. 漁川ダム	-	-	-	-	-	-	-	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	30.0%	70.0%	83.3%	
7. えにわ湖自由広場	-	-	-	-	-	-	-	70.6%	17.6%	0.0%	5.9%	35.3%	58.8%	73.9%	
8. 桜公園	-	-	-	-	-	-	-	63.2%	36.8%	0.0%	10.5%	47.4%	42.1%	67.9%	
9. 緑のふもと森林公園	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
10. フォレストドベンチャー恵庭	90.0%	10.0%	0.0%	10.0%	20.0%	70.0%	71.4%	64.5%	35.5%	0.0%	3.2%	35.5%	61.3%	79.5%	
11. むらかみ牧場	29.6%	63.0%	7.4%	3.7%	74.1%	22.2%	87.1%	37.9%	55.2%	6.9%	3.4%	65.5%	31.0%	78.4%	
12. 余道園	62.5%	12.5%	25.0%	0.0%	37.5%	62.5%	88.9%	82.4%	17.6%	0.0%	11.8%	17.6%	70.6%	70.8%	
13. すずらん農馬クラブ	87.5%	12.5%	0.0%	18.8%	6.3%	75.0%	61.5%	68.6%	31.4%	0.0%	25.7%	17.1%	57.1%	62.5%	
14. ホースガーデンMURAKAKI	58.3%	33.3%	8.3%	16.7%	33.3%	50.0%	80.0%	61.1%	38.9%	0.0%	38.9%	27.8%	33.3%	52.9%	
15. スバルベレー	75.1%	24.9%	0.0%	19.1%	23.7%	57.2%	66.5%	-	-	-	-	-	-	-	
16. サンガデン	-	-	-	-	-	-	-	79.5%	20.5%	0.0%	15.4%	23.1%	61.5%	61.9%	
17. パンゲート恵庭	-	-	-	-	-	-	-	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	50.0%	
18. 恵庭カントリー倶楽部	-	-	-	-	-	-	-	37.6%	62.4%	0.0%	2.4%	65.9%	31.8%	92.4%	
19. 陸軍カントリークラブ恵庭コース	-	-	-	-	-	-	-	43.6%	56.4%	0.0%	3.2%	60.6%	36.2%	96.9%	
20. 札幌工場カントリークラブ	-	-	-	-	-	-	-	73.2%	26.8%	0.0%	1.2%	34.1%	64.6%	94.3%	
21. 恵庭中央パークゴルフ場	-	-	-	-	-	-	-	71.4%	28.6%	0.0%	21.4%	14.3%	64.3%	82.4%	
22. 恵庭パークゴルフ場 (恵庭花夢里パークゴルフコース)	-	-	-	-	-	-	-	66.7%	30.5%	0.0%	8.3%	33.3%	58.3%	90.0%	
23. メイプルキッズ公園	71.7%	27.3%	1.0%	5.4%	34.3%	60.3%	86.1%	70.5%	28.5%	0.9%	5.6%	34.1%	60.3%	84.7%	
24. TCS Village	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	75.0%	80.0%	72.2%	27.8%	0.0%	11.1%	16.7%	72.2%	62.1%	
25. サッポロビール北海道工場	70.0%	29.1%	0.9%	5.3%	33.2%	61.5%	83.5%	68.3%	30.0%	1.5%	5.9%	39.1%	55.0%	83.2%	
26. 恵庭温泉パーク	61.9%	36.1%	1.0%	12.4%	35.1%	52.6%	77.6%	73.3%	26.7%	0.0%	11.0%	28.8%	60.3%	70.2%	
27. えにわ温泉ほのか	70.2%	27.6%	1.6%	4.3%	32.9%	62.7%	84.5%	78.4%	20.6%	1.0%	7.2%	30.4%	62.5%	81.6%	
28. 恵庭市郷土資料館	90.0%	10.0%	0.0%	5.0%	10.0%	85.0%	60.6%	87.5%	12.5%	0.0%	14.6%	25.0%	60.4%	57.1%	
29. うおはら	69.2%	30.1%	0.0%	11.0%	32.6%	56.4%	67.5%	69.0%	30.3%	0.3%	15.5%	33.2%	51.3%	65.3%	
市内訪問者全数の構成比 (%)	58.2%	40.8%	0.9%	5.7%	44.5%	49.7%	100.0%	58.5%	40.4%	0.8%	5.9%	44.7%	49.4%	100.0%	
市内訪問者全数の構成比 (含む市内客、%)	44.3%	30.8%	0.7%	4.4%	33.9%	37.8%	76.1%	46.2%	31.9%	0.6%	4.6%	35.3%	39.0%	78.9%	
観光バス乗車訪問者の割合 (%)	12.2%	8.3%	9.8%	13.3%	8.6%	12.0%	10.5%	15.3%	10.4%	12.4%	17.0%	11.1%	14.8%	13.3%	
観光バス乗車訪問者の構成比 (%)	67.1%	31.7%	0.8%	7.2%	36.2%	56.5%	100.0%	67.4%	31.6%	0.7%	7.5%	37.5%	55.0%	100.0%	
平均訪問地点数 (重複率)	1.23 /人	1.16 /人	1.12 /人	1.33 /人	1.14 /人	1.23 /人	1.21 /人	1.34 /人	1.24 /人	1.30 /人	1.47 /人	1.23 /人	1.35 /人	1.31 /人	
宿泊者割合 (%)	6.0%	5.5%	2.9%	-	-	-	5.7%	6.3%	5.3%	3.2%	-	-	-	5.9%	
平均宿泊数 (日)	1.60 泊/人	1.54 泊/人	1.80 泊/人	1.58 泊/人	-	-	1.58 泊/人	1.59 泊/人	1.56 泊/人	1.50 泊/人	1.58 泊/人	-	-	1.58 泊/人	
消費等調査の結果	道内	道外	海外	市内宿泊客	通過客	日帰り客	道内	道外	海外	市内宿泊客	通過客	日帰り客			
	87.0%	7.0%	6.0%	9.0%	14.0%	61.0%	74.9%	22.9%	2.1%	13.1%	19.6%	67.3%			

- ※ 道の駅と「かのな」については、敷地が隣接しており5次メッシュでは同一地点とみなされた。そのため、観光消費等調査における2024年度の7月と2月の入込客数を参照し、道の駅の入込客数に約6割を乗じることで「かのな」の総入込客数を推計した。市外来訪者割合については、観光消費等調査の結果を用いて宿泊・日帰り別に市外客の人数を推計し、それが総入込数に占める割合によって算出した。
- ※ 「りりあ」については、宿泊施設であるフェアフィールド・バイ・マリオット・北海道えにわ(マリオットホテル)と近接しており、5次メッシュで同一地点とみなされたことから、集計結果としては合算がなされている。そのため、宿泊者比率が他地点と比較して高い。
- ※ 季節別・地点別で観測されたサンプル数が10件未満であった項目については、極端な数値が出やすくなっているため、「サンプル数僅少」と記載している。

表 4-3 市外客の居住地別構成比

区分	居住自治体	夏期 (2024年7月)		冬期 (2025年2月)	
		構成比	市内宿泊率	構成比	市内宿泊率
道内	札幌市	33.7	7.5	31.7	7.6
道内	千歳市	15.3	7.6	16.6	6.0
道外	東京都	7.4	6.2	6.3	8.7
道内	苫小牧市	4.1	6.7	4.3	5.7
道外	神奈川県	3.6	9.2	4.0	8.5
道内	北広島市	3.6	6.8	3.6	5.6
道外	埼玉県	2.5	5.0	2.6	5.8
道外	大阪府	2.5	2.4	2.4	4.1
道外	愛知県	2.4	3.9	2.0	4.9
道内	江別市	2.1	6.0	2.3	4.3
道外	千葉県	1.7	7.3	2.6	5.8

- ※ いずれも観光消費等調査において訪問地として提示した29地点のいずれかに訪問しているとされたデータに限ったもの。「構成比」は冬期・夏期それぞれのサンプル総数に占める割合。「市内宿泊率」は上記の条件にあてはまるサンプルの中で、市内宿泊者の割合。

5 観光消費経済波及効果分析

5-1 総観光消費額の算出

アンケート結果によって得られた観光消費単価を基に、恵庭市における総観光消費額を算出する。

まず、観光消費単価については、冬期・夏期、市内宿泊・日帰り+通過による4区分で平均消費額を算出した。[表 5-1]

表 5-1 アンケート結果に基づく観光消費単価

	単価 (円)			
	冬期		夏期	
	市内宿泊	日帰り+通過	市内宿泊	日帰り+通過
合計	26,621	3,092	25,293	4,968
交通費	2,750	67	1,115	266
ガソリン	0	102	743	44
宿泊費	17,591	0	8,723	0
飲食費	2,300	479	3,810	758
農産物	224	460	1,767	1,116
花き・花木類	0	0	0	87
農産加工品	1,938	21	56	176
水産物	0	172	4,127	421
水産加工品	0	0	250	331
畜産物	125	153	206	269
畜産加工品	0	30	83	51
その他の食品	913	666	1,312	460
飲料品・酒	313	312	755	108
たばこ	0	0	40	13
衣服・身の回り品	63	87	70	61
新聞・雑誌・書籍等	0	0	0	11
せっけん・化粧品・コスメ等	275	31	136	11
革製品	0	0	0	0
ガラス製品・陶器等	0	3	0	9
電気製品等	0	0	4	0
その他	0	37	247	130
施設利用料	131	472	1,747	586
その他の消費	0	0	100	60

次に、母集団（年間の総入込客数）の構成を反映させるため、直近である2024年度の恵庭市観光入込客数について、冬期・夏期、市内宿泊・日帰り+通過による4区分の人数を算出した。

月ごとの入込客数のうち、4～11月を夏期、12～翌3月を冬期として設定し、区分別の観光入込客数を以下のように得た。[\[表 5-2\]](#)

表 5-2 2024年度恵庭市観光入込客数（出典：恵庭市）

	入込客数（人）			
	冬期		夏期	
	市内宿泊	日帰り+通過	市内宿泊	日帰り+通過
合計	760	298,411	5,070	1,514,832
4月	-	-	408	132,347
5月	-	-	1,104	218,231
6月	-	-	391	200,957
7月	-	-	1,035	204,857
8月	-	-	486	223,749
9月	-	-	617	212,668
10月	-	-	339	206,541
11月	-	-	690	115,482
12月	88	68,489	-	-
1月	223	63,067	-	-
2月	349	77,196	-	-
3月	100	89,659	-	-

最後に、区分別に観光消費単価と観光入込客数とを掛け合わせることで、年間の総観光消費額である85億9800万円を得た。

この総観光消費額を、年間の総入込客数である181万9073人で除した、恵庭市における観光客1人当たりの消費単価は4,726円となる。[\[表 5-3\]](#)

表 5-3 恵庭市における総観光消費額（恵庭市内消費額）

	冬期		夏期		通年	
	市内宿泊	日帰り+通過	市内宿泊	日帰り+通過	総額	単価（円）
総観光消費額（百万円）	20	923	128	7,526	8,598	4,726
交通費	2	50	9	469	531	292
宿泊費	13	0	44	0	58	32
飲食費	2	143	19	1,149	1,313	722
買物代	3	589	46	4,929	5,567	3,060
施設利用料	0	141	9	888	1,038	570
その他	0	0	1	91	92	50

5-2 経済波及効果の算出

前段で得た総観光消費額 85 億 9800 万円をもとに、「令和 2 年恵庭市産業連関表」（2020 年表）を用いて恵庭市における観光の経済波及効果を算出した結果、恵庭市内への生産額波及効果は 82 億 6000 万円と推計され、総観光消費額の 0.96 倍となった。

この結果、恵庭市の市内総生産（GRP：恵庭市産業連関表の粗付加価値額に概ね相当）のうち約 1.83% が、観光によって生み出されているものと推計された。[表 5-4]

表 5-4 恵庭市における観光の経済波及効果（概要）

市内産業部門	観光消費額 (生産者価格)	生産波及効果（百万円）				付加価値波及効果（百万円）			
		直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計	直接効果	一次波及効果	二次波及効果	合計
農林水産業	1,053	1,053	44	2	1,099	542	26	1	569
鉱業	0	0	0	0	0	0	0	0	0
製造業	2,084	480	46	10	535	159	24	5	188
建設業	0	0	18	4	22	0	9	2	10
電力・ガス・水道・廃棄物処理	0	0	78	29	107	0	42	15	57
商業	2,273	2,273	151	119	2,543	1,640	109	86	1,835
金融・保険・不動産	0	0	99	227	326	0	83	191	274
運輸・通信業	688	688	38	16	742	469	26	11	506
公務	0	0	5	7	12	0	4	5	9
サービス業	2,500	2,500	188	184	2,872	1,345	110	118	1,573
合計	8,598	6,993	669	598	8,260	4,156	432	433	5,021
恵庭市経済におけるシェア (%)		-			1.83%	-			1.83%

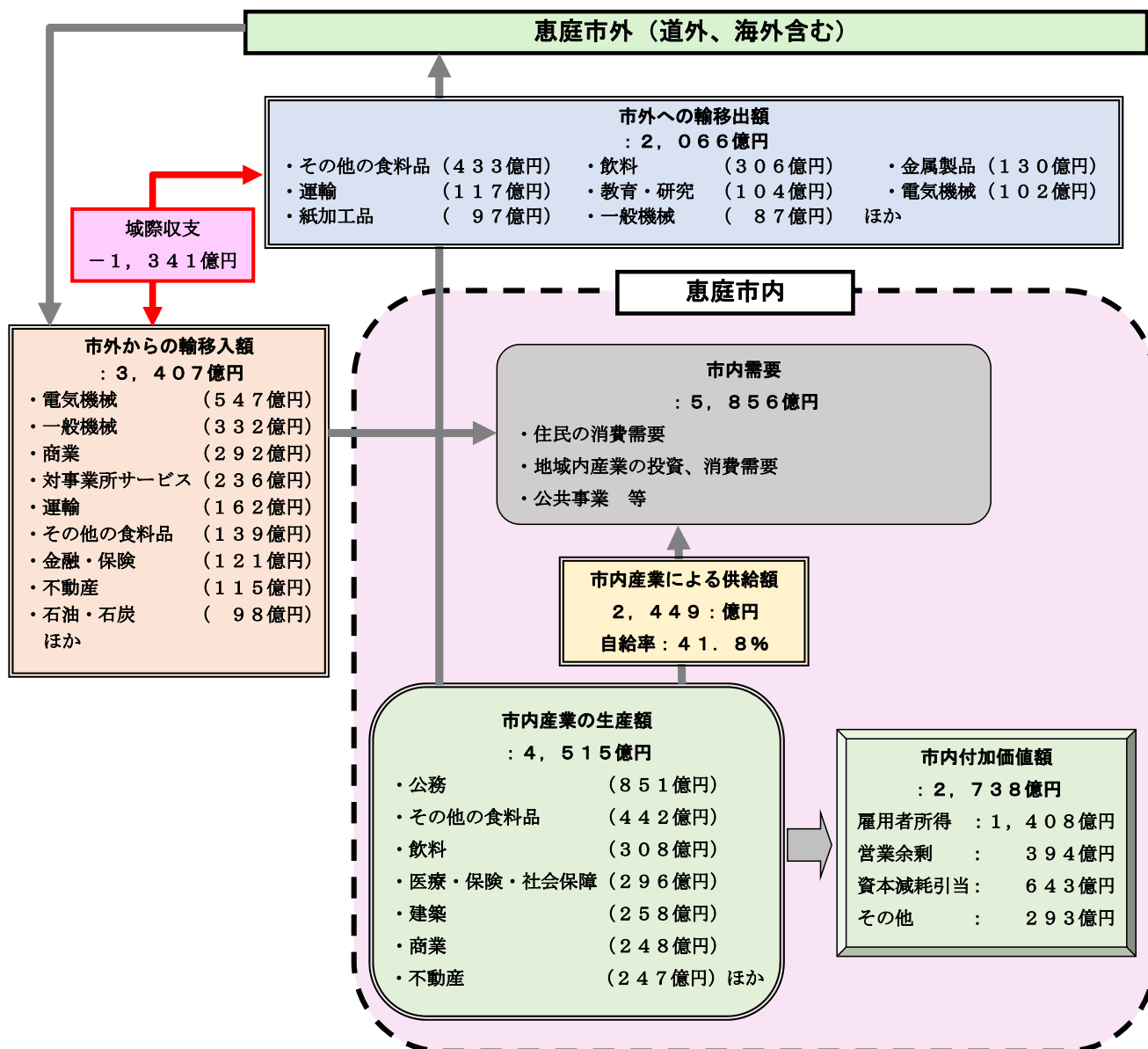
一方、観光消費需要に対する経済効果の大きさという観点では、一般的に主要都市においては総観光消費額に対して 1 倍以上の効果がもたらされるが、恵庭市では 0.96 倍という結果となった。これは、恵庭市の産業経済全体の自給率が 41.8%と他地域と比較しても低く、市内での生産・消費の多くを市外からの移入に依存していることが大きな要因であると考えられる。[表 5-5] [図 5-1]

表 5-5 経済指標の道内他地域比較

	恵庭市	北海道	札幌市	小樽市	富良野市	釧路市	別海町
人口1人当たり生産額（百万円）	6.45	6.55	5.46	5.84	6.28	6.40	11.52
人口1人当たり粗付加価値額（百万円）	3.91	3.81	3.48	3.23	3.72	3.54	4.82
産業全体の自給率	41.8%	75.4%	69.6%	49.4%	53.2%	57.4%	50.7%
生産波及係数（産業平均）	1.114	1.437	1.265	1.167	1.133	1.220	1.158
域際収支（百万円）	輸移出額	206,590	7,183,046	2,961,372	323,566	57,873	460,577
	輸移入額	-340,701	-9,270,699	-3,358,258	-403,976	-66,334	-487,575
	域際収支 (輸移出額+輸移入額)	-134,112	-2,087,653	-396,886	-80,410	-8,461	-26,999
生産額（百万円）	451,468	35,566,092	10,663,126	717,847	133,329	1,118,378	185,481
粗付加価値額（百万円）	273,840	20,714,753	6,787,649	396,602	78,932	618,611	77,562
人口（人）	70,049	5,431,658	1,952,356	122,895	21,229	174,742	16,101
備考	令和2年	平成27年	平成27年	平成27年	令和元年	平成27年	平成23年

注：北海道は北海道開発局、恵庭市・札幌市・小樽市・富良野市・釧路市・別海町は各自治体作成の産業連関表より作成

図 5-1 恵庭市の産業経済構造の概況（令和2年恵庭市産業連関表より作成）



6 まとめ

ここまで、4つの調査分析を通じて、恵庭市の観光の実態把握を行ってきた。それぞれの結果について、以下にまとめる。

6-1 観光消費等調査

恵庭市への来訪者に対する観光消費アンケート（対面調査・Web調査）を実施し、冬期・夏期の調査を合わせて519件の有効回答より、以下のような結果が得られた。

来訪者の属性

回答者の約8割は道内客で、その中でも札幌市・千歳市・苫小牧市・北広島市の近隣4市が全体の過半数を占めた。こうした近隣客を中心として、7割以上が恵庭市への訪問が4回目以上となるリピーターであった。

恵庭市への訪問目的としては、「買い物」が最も多く、農産品直売所であるかのなや、スーパーマーケットのうおはんでは、近隣地域の住民による生鮮食品の購入が多くみられた。また、道外客がうおはんで冷凍魚介類を購入し、自宅へ配送するという購買行動もみられた。

来訪者の恵庭市への満足度は総じて高く、特に景観や食を高く評価する声が多くみられた。一方で、事業者ヒアリングと同様に、公共交通や宿泊機能の弱さを指摘する声もみられた。

来訪者の観光消費

市外からの来訪者における恵庭市内での平均消費額は、1人当たり4,726円、属性別にみると市内宿泊客25,476円、日帰り+通過（市外宿泊）客4,648円となった。また、外国人観光客は30,009円となっている。費目としては、宿泊費や交通費のほかに、農産品や水産品の購入が比較的多くみられたことが特徴である。

訪問目的別では、主にゴルフ場利用客である「スポーツ」の平均消費額が非常に高い。

6-2 事業者ヒアリング調査

農業、小売、宿泊、製造、観光施設など、恵庭市内の幅広い業種から14者へのヒアリング調査を実施し、恵庭市の観光に関する現状認識や、今後の動向について、以下のような情報が得られた。

恵庭市の現状

恵庭市は多くの市民や事業者から「住むにはよいまち」と認識されている一方で、外からの観光客を惹きつける強力なスポットやコンテンツを持たず、新千歳空港から札幌市街やボールパーク（北広島市）へ向かう途中の通過点として素通りされているという認識もある。

また、恵庭駅から市内各地への二次交通の弱さと、市内で宿泊できる施設の少なさは観光振興における

大きな課題となっている。その中で、半導体製造工場の千歳市への進出に伴う、ビジネス需要の拡大は恵庭市にとっても大きな転機になると考えられている。

全道・全国で課題となっている人手不足問題は恵庭市でも例外ではない。特に恵庭市では、近接する新千歳空港や工業団地の求人の待遇が相対的に良いことで、市内のサービス業への人材供給が少なくなっている。外国人人材の雇用が進むものの、日本人市民との共生は道半ばである。

市内産品の調達に関する事業者の意識は非常に高いものの、製造ロットや価格、安定供給など多くの課題が存在している。

今後の動向

今後は、既存の「花と緑」に加え、各事業者がもつ様々な魅力を結び付けたコンテンツづくりによって、通過点からの脱却と、滞在時間や観光消費の向上が期待される。なお、花と緑、自然やアウトドア、スポーツだけでなく、カリンバ遺跡などの「歴史的文化資源」や、“読書のまち”としての恵まれた環境、官民連携による恵庭らしい複合施設といった「政策資源」など、従来の「観光」という視点から、恵庭の特性を生かした「交流や訪問」という幅広い視野での検討が望まれる。

また、域内調達率を高めるためには、製造ロットや価格、安定供給といった上記の課題に対する改善・解決が不可欠である。

6-3 市外来訪者割合調査

人流データと観光消費等調査を比較すると、人流データでは道内客の割合が低く、道外客の割合が高い値を示した。とはいえ、道内客の傾向として近隣都市の割合が高いことなど、共通する点も多い。

市内宿泊客の割合については、人流データでは居住地に関わらず来訪者の1割に満たない結果となっており、これまで指摘されてきた宿泊機能の弱さを裏付けるものとなっている。

来訪者1人当たりの延べ訪問地点数は人流データでは1.2~1.3程度と、恵庭市がこれまで設定してきた数値(1.4~1.5)や、観光消費等調査の結果(1.7~1.8)よりも低い値を示したが、それぞれの算出方法や前提条件の違いを考慮すると、結果は概ね整合的であると判断できる。

6-4 観光消費経済波及効果分析

観光消費等調査で得られた来訪者の平均消費額と、2024年度の恵庭市の観光入込客数とを冬期・夏期、市内宿泊・日帰り+通過(市外宿泊)の4区分により掛け合わせることで、恵庭市における年間の総観光消費額として85億9800万円という推計結果を得た。なお、1人当たりの観光消費単価は4,726円となっている。

この総観光消費額を基に、「令和2年恵庭市産業連関表」を用いて経済波及効果を算出した結果、来訪者の消費に伴う恵庭市内への生産額波及効果は82億6000万円と推計された。これは総観光消費額に対して0.96倍の効果となり、市内総生産の1.83%に相当する。

一般に、主要都市の多くでは生産額波及効果は総観光消費額を上回る(1倍以上の効果となる)結果となるが、恵庭市ではそのようなならなかった要因としては、恵庭市の生産や消費の多くを市外からの移

入に依存しており、産業全体の自給率が41.8%と低いことが考えられる。

なお、本調査結果等を踏まえて、今後、観光のみならず交流や訪問による消費の拡大による恵庭市の地域経済強化に向けて、地域産業連関表を活用した幅広いシミュレーションを行っていく予定である。