

第2期

恵庭市観光振興計画

平成28年度～令和7年度
(2016～2025)

花のまち 恵みの庭を育む
観交 まちづくり

恵庭市

【目次】

第1章 本計画の基本的な考え方

1. 策定の経過・目的	1
2. 計画の位置づけ	2
3. 計画期間	2

第2章 観光の現状と課題

1. 国の動向	
(1) 訪日外国人旅行者	3
(2) 国内旅行	3
2. 北海道の動向	
(1) 観光入込客数	4
(2) 訪日外国人来道者	4
3. 恵庭市の動向	
(1) 恵庭市を取り巻く状況	5
(2) 恵庭観光の現状と課題	6～8

第3章 恵庭市観光振興の基本理念

1. 観光振興の基本理念	
(1) 目指す効果	9
(2) 成果指標	9
(3) 対象別の方向性	10
2. 基本方針	
(1) 市民が主体となった観光まちづくり	11
(2) 観光プロモーションの充実	12
(3) 魅力ある観光地づくり	13
3. 推進管理	14
4. 恵庭市観光振興計画の施策体系	15

第4章 恵庭市観光振興のアクションプラン

1. 市民が主体となった観光まちづくり	
1-1 ふれあい交流の推進	16
1-2 受入環境の整備	17
2. 観光プロモーションの充実	
2-1 情報発信の強化	18
2-2 差別化・ブランド化の推進	19
2-3 広域観光の推進	20
3. 魅力ある観光地づくり	
3-1 観光資源の魅力向上	21
3-2 着地型観光の推進	22
3-3 イベントの充実	23

第5章 恵庭市観光振興計画の推進体制

恵庭市の観光振興における役割分担	24～25
------------------	-------

《参考資料》

用語の説明	26
策定経過	27～31

第

1

章

本計画の基本的な考え方

1. 策定の経過・目的

恵庭市は、基幹産業である農業のほか、道都・札幌市と新千歳空港の間に位置する交通利便性を活かした企業誘致や、子育て環境の充実、読書条例による「読書のまち」など、都市機能と自然環境を両立した「優れた住環境」を活かし、まちづくりを推進してきました。

また、恵み野地区の「ガーデニング」を中心とした市民活動による「花のまちづくり」が注目されはじめたことや、平成18年の「道と川の駅・花ロードえにわ」と「えこりん村」の開業により、年間40万～50万人で推移していた観光入込客数が120万～135万人に増加するなど観光産業が飛躍的に拡大しました。

このため、恵庭市では平成20年3月に第1期観光振興計画「楽しさと暮らしが調和するまち 恵庭」（平成20年～令和7年度）を策定し、観光振興施策を推進してきましたが、この間、全国的には、リーマンショックや、東日本大震災などにより国内外の旅行者が減少するなど大きな影響を受けました。

観光産業は、人口減少・少子高齢化が進む我が国において、地域における消費の拡大、新たな雇用の創出など幅広い経済波及効果や交流人口の拡大に大きく寄与し、農業や商工業にまで広く及ぶ総合産業として地域に活力や持続的発展をもたらすため、その重要性はますます高まっています。

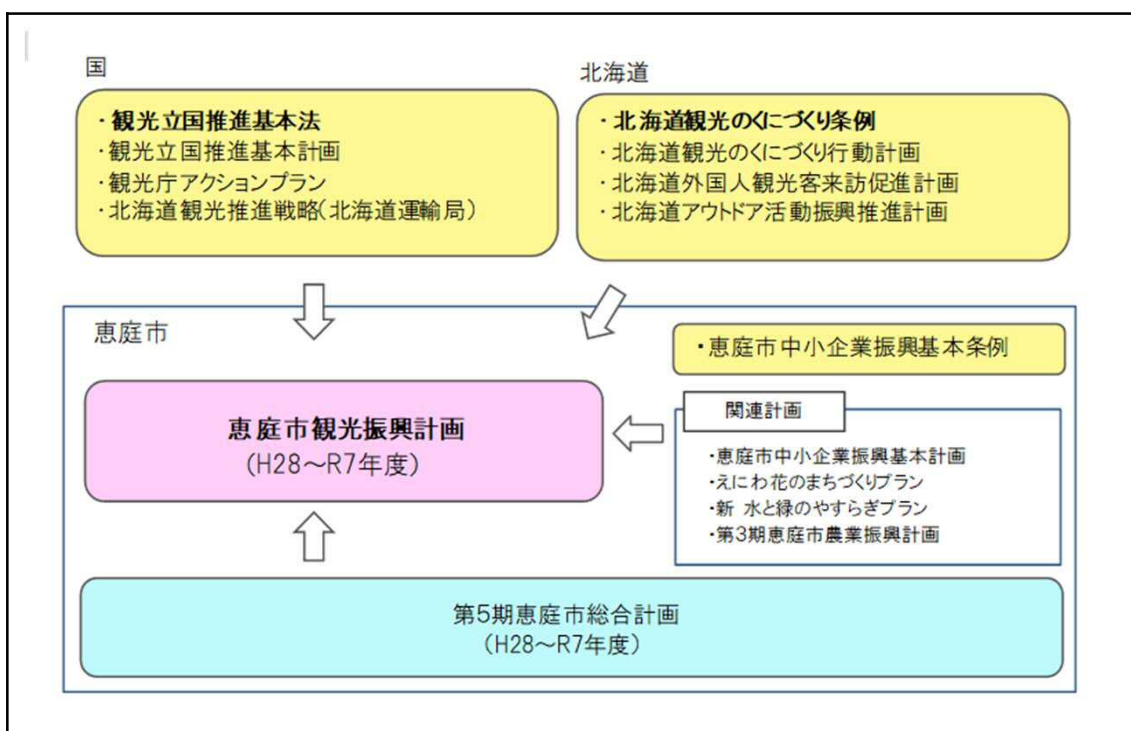
このことから、平成24年度に、今後、恵庭市が取り進めるべき観光振興施策の方向性・具体策について検討を行うため調査事業を実施したほか、平成25年度には、学識・有識者の専門的知見や、市内観光事業者、関係団体、市民の幅広い意見を反映させるため、「恵庭の観光を考える会（会長 村本隆二）」を設置し、テーマ毎に「観光部会」「花事業・花ロード部会」の2つの専門部会を設け、委員21名、オブザーバー4名により検討を重ね、平成26年8月「恵庭観光のあり方に関する提言書」として取りまとめました。

この提言書を受け、平成26年11月「恵庭市観光推進協議会」を設置し、本計画の策定について議論を重ねてきました。本計画は、行政はもとより、市民や観光関係事業者、関係団体など、広く観光事業に携わるすべての人たちの行動指針として共有し、連携・協働して計画に基づく施策を展開するとともに体系的・計画的に観光振興を推進するため策定するものです。

2. 計画の位置づけ

本計画は、「第5期恵庭市総合計画」（平成28年度～令和7年度）の観光分野における個別計画として策定します。

計画策定にあたっては、「観光立国推進基本法」、「北海道観光のくにつくり条例」、「恵庭市中小企業振興基本条例」との整合を図りながら、「第5期恵庭市総合計画」のもと「恵庭市中小企業振興基本計画」「えにわ花のまちづくりプラン」「新 水と緑のやすらぎプラン」「第3期恵庭市農業振興計画」等、本市の関係する計画との連携を図ります。



3. 計画期間

本計画の期間は、「第5期恵庭市総合計画」と同様に、平成28年度（2016年度）から令和7年度（2025年度）までの10年間とします。

なお、計画期間を、前期（5年間）、後期（5年間）に分けて推進管理を行います。

H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
前 期					後 期				

第

2

章

観光の現状と課題

1. 国の動向

国においては、平成19年1月、観光基本法（昭和38年）を全面改正し、「観光立国推進基本法」を施行して、観光を21世紀における日本の重要な政策の柱とすることを明確にするとともに、同年6月には、同法に基づき「観光立国推進基本計画（H19～23年度）」を策定しました。

また、平成20年10月には、国土交通省の外局として「観光庁」が設置され、観光立国の推進体制を強化するとともに、「観光立国推進基本計画（H19～23年度）」を着実に効果的に推進するため、当面の目標や具体的な施策とそのスケジュールを示した「観光庁アクションプラン」を平成21年1月に策定し、訪日外国人旅行者数を2010年までに1,000万人、2020年までに2,000万人とする目標を掲げました。

その後、平成29年度には、社会情勢の変化などを踏まえ、新たな「観光立国推進基本計画（H29～R2年度）」が策定されるとともに、令和元年6月には、新たな成長戦略として「観光ビジョン実現プログラム2019」が閣議決定され、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人、2030年に6,000万人とする目標が掲げられました。新型コロナウイルスの影響により2020年に予定されていた夏季オリンピック・パラリンピックの東京での開催が2021年に延期決定したが、より一層の訪日外国人旅行者数の増加が期待されています。

また、新型コロナウイルス感染症と働き方改革により、「新たな旅のスタイル」が提唱され、テレワークの普及による働き方の多様化も踏まえ、仕事と旅行を両立させるワーケーション等の普及を促進させることにより、旅行需要を平準化し、混雑等による感染リスクを軽減しつつ、より多くの旅行機会を創出されることが期待されています。

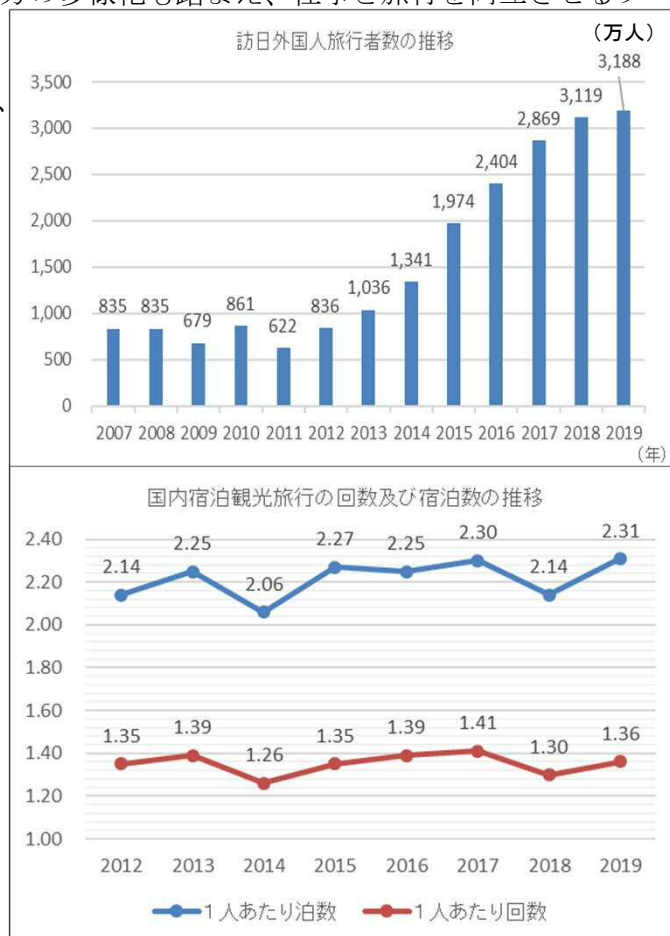
(1) 訪日外国人旅行者

2019年（令和元年）の訪日外国人旅行者数は、過去最高となる3,118万人（対前年比2.2%増）となり、2年続けて3,000万人を突破し、7年連続で過去最高を更新していたが、新型コロナウイルスの影響により2020年（令和2年8月）段階では、396万人と大幅に減少しました。

(2) 国内旅行

国内旅行の動向を見ると、2019年（令和元年）には、国民一人あたりの国内宿泊観光旅行回数が1.36回、一人あたりの宿泊数は、2.31泊でした。

改元に伴いゴールデンウィークが10連休であったこと、5月の日照時間が記録的に長かった地方が多く、特に宿泊旅行の増加が大きかった。



2. 北海道の動向

広大な大地、季節感に溢れる自然環境、素晴らしい景勝地、豊富な地域資源、食の魅力など、観光に関して北海道は多くの優位性を有していることから、観光産業を北海道の成長産業、地域経済の柱と位置づけるなどその期待が高まっています。

このため、北海道においては、平成13年10月に「北海道観光のくにづくり条例」を施行し、同条例に基づく「北海道観光のくにづくり行動計画」を5年毎に策定するなど、観光振興施策に取り組んでいるほか、個別計画として、「北海道外国人観光客来訪促進計画」、「北海道アウトドア活動振興推進計画」を策定し、個別分野の具体的な推進の方向性や目標を掲げています。

また、平成20年4月に「北海道観光連盟」を前身とした「北海道観光振興機構」が発足するなど、民間の機動性、専門性を活かした民間主導による観光振興体制が構築されました。

(1) 観光入込客数

北海道の観光入込客数は、東日本大震災が起こった2011年3月以降、微増から横ばいで推移しており、2018年9月に発生した胆振東部地震の影響等により前年度比4.8%の減少となったものの、国や道・市町村・観光振興機構などの関係者による取組の効果などにより、2018年度（平成30年度）の観光入込客数は全体で5,520万人（前年比▲1.6%）と微減にとどまり、道外客及び外国人客は前年度比で増となりました。しかしながら、新型コロナウイルスの影響により2019年度（令和元年度）は、全体で5,277万人（前年比▲4.4%）と減少しました。

(2) 訪日外国人来道者

東日本大震災が起こった2011年は微減したものの年々増加しており、2018年度（平成30年度）の訪日外国人来道者数は、胆振東部地震の影響はあったが、中国や韓国などアジア圏の北海道人気が続いたほか、国際線の新規就航や増便も追い風となり、312万人と前年度に比べて11.6%増加し、過去最高を更新しました。これは日本全体の2019年度（令和元年度）訪日外国人旅行者数3,163万人の9.8%となっています。

しかしながら、令和2年2月から新型コロナウイルスが流行し始め2019年度（令和元年度）は、244万人（前年比▲21%）に留まりました。



3. 恵庭市の動向

(1) 恵庭市を取り巻く状況

恵庭市を取り巻く状況をみると、新千歳空港と札幌市のほぼ中間に位置し、優れた交通アクセスなどの立地を背景として優位な環境にあることや、安近短のレジャー志向、旅行形態の変化（個人旅行の増）、健康志向の高まりなどの余暇活動の動向は、恵庭市にとって今後も日帰観光（レジャー）が主体となる環境が続きます。

また、情報化社会の進展や、LCC路線の拡大、北海道新幹線（新函館北斗）の開通など新たな旅客形態への対応も必要になるほか、国が2030年の目標を6,000万人とする訪日外国人旅行者は、今後一層増加することが見込まれています。

項目	内 容	求められる事項
立地環境	<ul style="list-style-type: none"> ・新千歳空港と札幌市の中間に位置する好立地（優れた交通利便性） 国道36号 交通量（道の駅付近）1日25,818台（平成27年道路交通センサス） 新千歳空港 年間利用者数（国内線1,958万人・国際線372万人（平成30年）） ・北海道の人口集中地域に立地（道央圏人口340万人（平成30年）） 	<ul style="list-style-type: none"> ・道央圏住民のメインターゲット化 ・新千歳空港利用者の取り込み
社会的動向	<ul style="list-style-type: none"> ・レジャー、余暇活動への意欲が高いものの、可処分所得の伸び悩み ⇒安近短型のレジャー指向 ・旅行形態の変化（団体旅行⇒個人旅行） ・サイクリング・フットパスなど健康志向の高まり ・人口減少（少子・高齢化） ・情報化社会の進展（インターネット、スマートフォン、SNSなど） ・LCC路線の拡大 ・北海道新幹線（新函館北斗）の開通（平成28年3月） 	<ul style="list-style-type: none"> ・着地型、体験型観光の充実 ・来訪回数アップのための魅力向上 ・広域観光の推進 ・情報発信の強化
国・道の動向	<ul style="list-style-type: none"> ・【国】観光立国推進 訪日外国人観光客4,000万人（令和2年）を目標（3,119万人（平成30年）） ・【道】訪日外国人300万人（令和2年）の達成を目標（312万人（平成30年）） 	<ul style="list-style-type: none"> ・外国人観光客への対応と取り込み

(2) 恵庭観光の現状と課題

ア. 現状

恵庭市は、道都札幌市と新千歳空港の中間に位置し、一日の交通量が2万5千台を超える国道36号や道央自動車道と接続していることや、JR快速列車（エアポート）の停車駅があることなど優れた交通利便性を有しています。

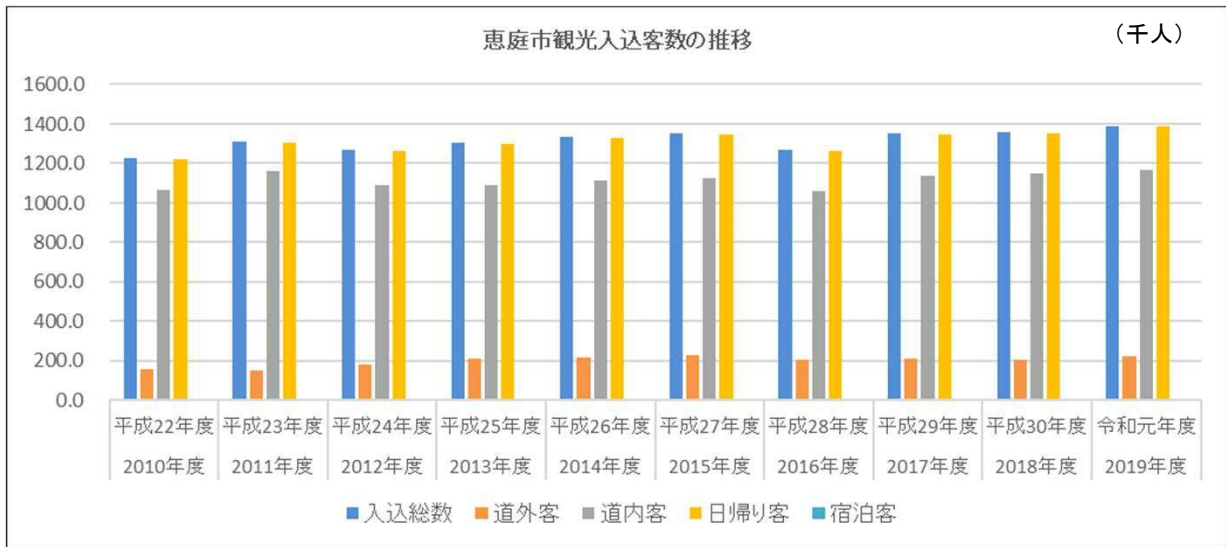
平成17年度までは、年間40～50万人程度の観光入込客数で推移していましたが、平成18年の「道と川の駅「花ロードえにわ」」と「えこりん村」の開業を契機として、観光入込客数が120～130万人に大幅に増加し、交流人口が拡大しました。

令和元年度の観光入込客数約139万人のうち、道内客が84%を占める約116万人、道外客は約22万人と全体の16%程度です。

旅行形態は、日帰り旅行（レジャー）が観光入込客数の殆どを占めており、宿泊を伴うものは、全体の0.3%にとどまっています。



えこりん村（ローズガーデン）



	2010年度 平成22年度	2011年度 平成23年度	2012年度 平成24年度	2013年度 平成25年度	2014年度 平成26年度	2015年度 平成27年度	2016年度 平成28年度	2017年度 平成29年度	2018年度 平成30年度	2019年度 令和元年度
入込総数	1224.1	1310.2	1268.3	1302.1	1332.6	1354.7	1267.8	1351.1	1356.9	1390.5
道外客	159.1	150.3	179.7	211.1	217.2	226.7	206.4	212.7	205.4	225.6
道内客	1065.0	1159.9	1088.6	1091.0	1115.4	1128.0	1061.4	1138.4	1151.5	1164.9
日帰り客	1218.3	1305.8	1262.8	1296.2	1325.5	1348.7	1262.4	1347.0	1352.6	1386.2
宿泊客	5.8	4.4	5.5	5.8	7.1	6.0	5.4	4.1	4.3	4.3
宿泊客延数	8.3	6.2	7.8	9.7	10.8	10.0	8.8	7.2	7.3	8.8
前年度対比	92.3	107.0	96.8	100.2	102.3	92.6	88.0	81.8	101.4	120.5
備考				道と川の駅「花ロードえにわ」来館者数年100万人突破						令和元年9月に人口7万人突破

イ. 課題

近年の観光入込客数の増加は、恵庭市の積極的な観光振興施策（「恵庭の魅力」発信）によるものではなく、「道と川の駅花ロードえにわ」と「えこりん村」の開業効果によるものです。このことから、観光入込客数の大半が上記の2事業者に集中している一方で、既存観光施設の入込数は、横ばい又は微減の傾向であり、平成21年度に130万人（約132万人）を記録したものの、依然として伸び悩んでいる状況が続いています。



恵庭渓谷（白扇の滝）

また、札幌市、新千歳空港との交通利便性や市内宿泊施設の規模から、いわゆる「通過型」が主体となっており、滞在期間の長期化が課題となっています。加えて、プロモーション不足などから、観光資源の認知度不足が顕著であり、「恵庭渓谷」は一般旅行者にとどまらず旅行業界内においても知られていない状況にあります。札幌近郊にも関わらず、手付かずの優れた自然環境を有していることや、森林鉄道跡、鉱山跡などの産業遺産、義経伝説や熊の岩屋などの歴史文化遺産を兼ね備えており、観光資源として大きな可能性を有していながら十分な活用がされていません。

年間100万人の集客力を有する「道と川の駅花ロードえにわ」は、駐車場の慢性的な不足に加え、厨房やバックヤードなど施設の狭隘や、観光案内機能の弱さなど課題を抱えており、恵庭市の観光拠点としての充実が必要となっています。道の駅を基点に、市内の観光施設へ周遊させる仕組みが必要です。

恵庭市は、「花のまち」として有名になりましたが、ガーデニングなどの市民活動により支えられていることから、観光資源を恵み野地区のオープンガーデン（個人の庭）に依存し、旅行者が気軽に花に触れあう場所がありません。加えて、市民活動に携わる市民の高齢化が進んでいることから、次世代の人材育成が不可欠となっています。

花のまちとして花観光を推進するためには、花の観光拠点の整備と人材育成などハード、ソフトの両面での取り組みが求められています。

強み	弱み	課題
・札幌近郊の立地	・通過型（札幌近郊ゆえに） ・宿泊施設（温泉など）が少ない	・市民が主体となった観光まちづくり （ふれあい交流の推進など） ⇒おもてなし、サービスの質向上、受入環境の整備が必要 ・観光プロモーションの充実 （情報発信の強化など） ⇒まずは恵庭を知ってもらおう ・魅力ある観光地づくり （観光資源の魅力向上など） ⇒満足度を向上させ、リピーター、恵庭ファンを作る
・花のまちづくり （市民活動による歴史ある取組み）	・花の観光資源をオープンガーデン（個人の庭）に依存 ・花のまちづくりに携わる市民の高齢化	
・恵庭渓谷の手付かずの自然 （札幌近郊にも関わらず）	・観光資源の認知度が低い、プロモーション不足（特に恵庭渓谷） ・恵庭渓谷の魅力を観光資源として十分に活かしていない	
・食の魅力 （魅力的な飲食店、新鮮野菜） ・恵庭の持つイメージ （おしゃれ、質の高い）	・地域特産品のバリエーション、魅力不足	
・道と川の駅「花ロードえにわ」、農畜産物直売所「かのな」の集客力 ・大規模観光施設（えこりん村）の立地	・観光案内機能が不十分 ・観光施設間の連携が弱い	
	・経済を循環させる仕掛け、意識が低い	

ウ. 観光事業者ヒアリング

恵庭市が平成24年度に実施した「観光事業企画推進調査報告書」によると、観光事業者（有識者）へのヒアリング結果において、次のとおり「花のまち」「恵庭溪谷の自然」は高い評価を受けており、潜在的な力を有しています。

【主なヒアリング内容】

項目	主な意見	備考
恵庭の観光資源	・花のまちであり、恵庭溪谷も重要な観光資源である。	・ヒアリングからも恵庭は「花」「溪谷」の印象を持つ方が多い。
	・食も恵庭の観光資源となっている。	・恵庭の食に期待する意見も多い状況。
恵庭観光の課題	・恵庭は観光の後進地であり、発展途上である。	・宣伝が足りない、観光案内サインやモデル観光コースの提示がない。
	・花観光は、強いライバルが出現しており、対応策が必要。	・他都市に比較してツアー客を受け入れる環境が整っていない。
恵庭観光の方向性	・札幌に特化した観光戦略が重要	・ふらり観光が主流の時代に、札幌に近い恵庭は有利な条件にある。
	・点から面への庭造りで、スケール感ある花まちへ	・花のまちづくりの歴史では、恵庭を越えるまちはない。
	・恵庭溪谷の自然は評価できる。自然と調和できる環境整備が必要である。	・トイレ、駐車場などの整備と人工的でない景観整備が必要である。
	・市民や行政と関連団体は観光に繋げる意識を高める必要がある。	・観光客、旅行業界の要求に積極的に対応する姿勢が重要である。

※ヒアリング対象企業6社・ヒアリング者10名



観光事業企画推進調査報告書

第

3

章

恵庭市観光振興の基本理念

1. 観光振興の基本理念

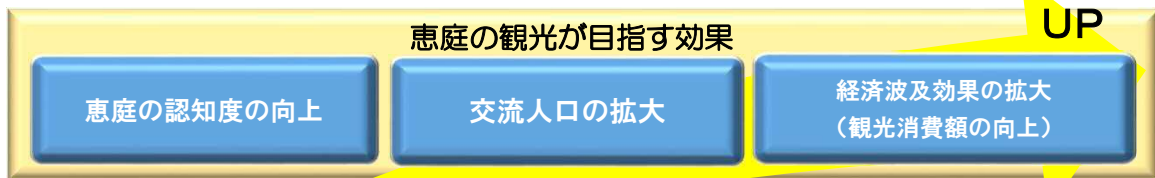
恵庭市は、市民活動による「花のまちづくり」など全国的にも先進的な取組みが行われ、都市機能と自然環境を両立した「優れた住環境」を活かし、まちづくりを推進してきました。地域に住む市民にとっても、訪れる人にとっても住み良い魅力的な環境、また訪れたい地域づくりを目指して、恵庭らしさを活かした魅力あるまちづくりと人づくり、地域資源を活かした観光振興を一体的に推進するとともに、市民がまちの魅力を知り、楽しみ（愛し）、育て、情報発信を行っていただくため、次のとおり基本理念を定めます。

「花のまち 恵みの庭を育む観交まちづくり」

- ❁ 恵庭ならではの「花のまちづくり」の特長を生かし持続するため、人づくりと観光振興を一体的に推進する。
- ❁ 市民がまちの魅力を知り、楽しみ（愛し）、育て、情報発信していく。
- ❁ 市民や地域と来訪者の交流を一層深め、恵庭スタイルの観光を構築するため「観交」と表現し、持続的な来訪や、満足度の向上につなげる。

(1) 目指す効果

本計画が目指す観光振興による主な効果は、「恵庭の認知度の向上」「交流人口の拡大」「経済波及効果の拡大（観光消費額の向上）」です。また、シティプロモーションによる移住促進の契機となることも期待されます。



(2) 成果指標

目 標	現在値 2014年度（平成26年度）	目標値 2025年度（令和7年度）	備 考
年間観光入込客数	133.3万人	150.0万人	➡
観光消費額	約55億円	約62億円	➡

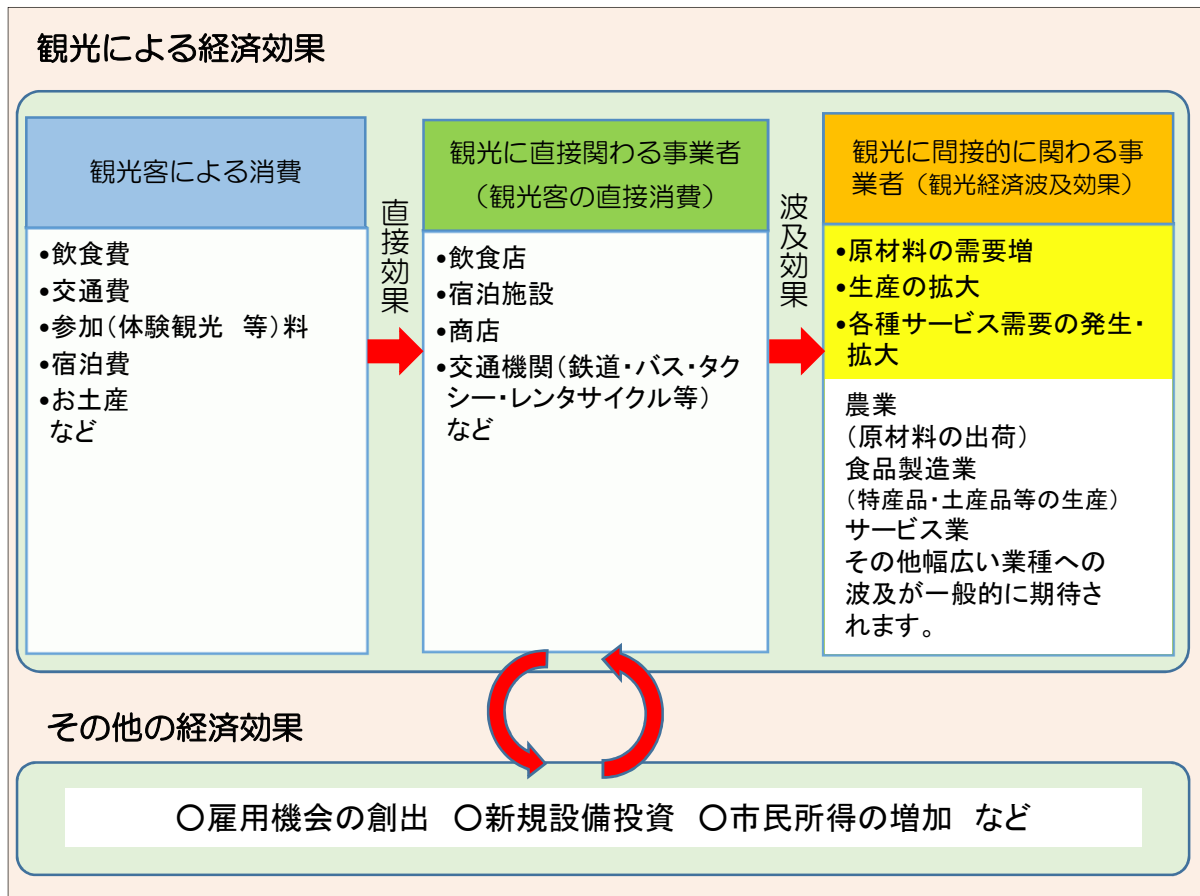
※現在値の恵庭市の観光消費額については、「北海道観光入込客数調査報告書」の観光消費額単価より観光消費額を算出。目標値は「観光施策調査（令和元年度）」に基づき、地域の実態に沿った観光消費額単価を用い観光消費額を算出。

参 考

【観光振興を行うことによる経済効果】

一般的に、観光客による消費によって、市内の飲食店・宿泊施設・商店など観光に直接関わる事業者の収入が増え、波及効果として食材など原材料の需要が増加することなどから、農業、食品製造業などの多くの産業に経済効果が生まれます。

さらには、市民所得の増加や雇用機会の創出などの波及が期待できます。



(3) 対象別の方向性

恵庭市は、北海道内で最大の商圈となる札幌市を含む道央圏に位置し恵まれた環境にあることや、近年のレジャー傾向である「ふらり観光」の動向を捉えて、メインターゲットを道央圏340万人（日帰観光・レジャー）とします。

特に、ガーデニングや食など「おしゃれな」「質の高い」イメージを有していることや、主要観光施設で主要な利用層であり、潜在ニーズが見込める女性客（50～60歳代）をメインターゲットとします。

また、増加する外国人観光客、道外客に対しては、恵庭市単独で完結させることが困難なことから、広域圏の魅力を発信することにより、北海道旅行の着地（行程）のひとつとして、気軽に立ち寄れる訪問地を目指します。

対 象	方 向 性	
道央圏 (メインターゲット)	<ul style="list-style-type: none"> ・ 道央圏340万人をメインターゲット（特に女性、50～60歳代）とし、認知度の向上や、観光資源の魅力向上、差別化・ブランド化により、恵庭ファンやリピーターを創出する。 ・ 日帰観光でありながら、市内を周遊いただくことや、年間の来訪回数を増加させることにより、経済波及効果の拡大を目指す。 	日帰型滞在
道外観光客 外国人観光客	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新千歳空港～札幌間を移動する旅行者にとって、北海道旅行での着地（行程）のひとつとして、気軽に立ち寄れる訪問地を目指す。 ・ 体験型観光の充実と、手軽さを両立（短時間でも楽しめる）し、地域住民との交流機会を創出する。 	広域型滞在

2. 基本方針

基本理念「花のまち 恵みの庭を育む観交まちづくり」や、恵庭観光の現状・課題に基づき、施策の基本となる基本方針を次のとおり定めます。

(1) 市民が主体となった観交まちづくり

来訪者の満足度向上のため、ソフト・ハード両面における受入体制の充実が必要です。

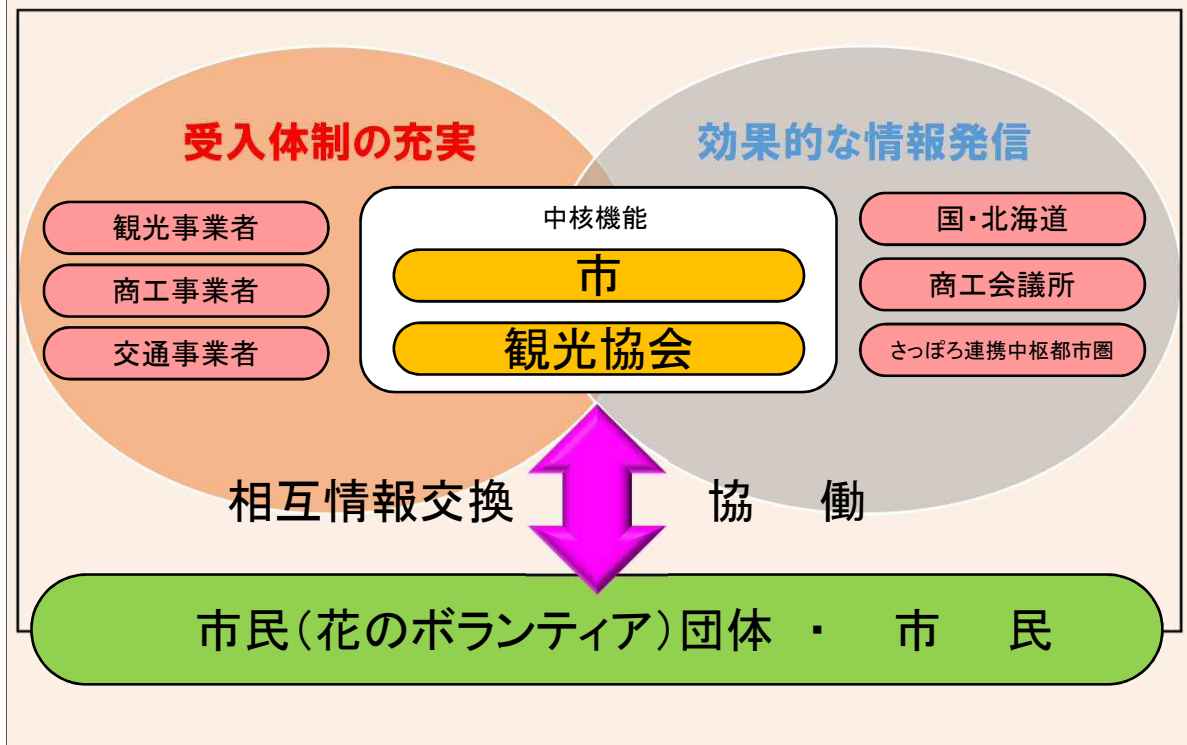
ソフト面においては、観光事業者の接客サービスの向上はもとより、花のまちづくりで培った人の交流や、市民力を生かしたオール恵庭の体制でおもてなしの機運を一層高めて『ふれあい交流の推進』を図る必要があります。市民ボランティアである花ガイドの育成などを通じて「おもてなし・受入サービスの向上」を図るとともに、市民がまちの魅力を知り、楽しみ（愛し）、育て、情報発信をしていくため、必要な「人材育成や市民意識の醸成」を図ります。

また、ハード面においては、令和2年11月にオープンした花の拠点（はなふる）や、恵庭の貴重な観光資源である「恵庭溪谷」など、市内観光施設への案内機能が不足している現状にあります。必要な標識や看板を整備するとともに、増加する道外観光客や外国人観光客などの受入れのため案内機能強化や、インバウンド受入体制の整備のほか、観光タクシーによる2次交通の充実化など、『受入環境の整備』を図ります。



参考

「オール恵庭」による観交の取り組みイメージ

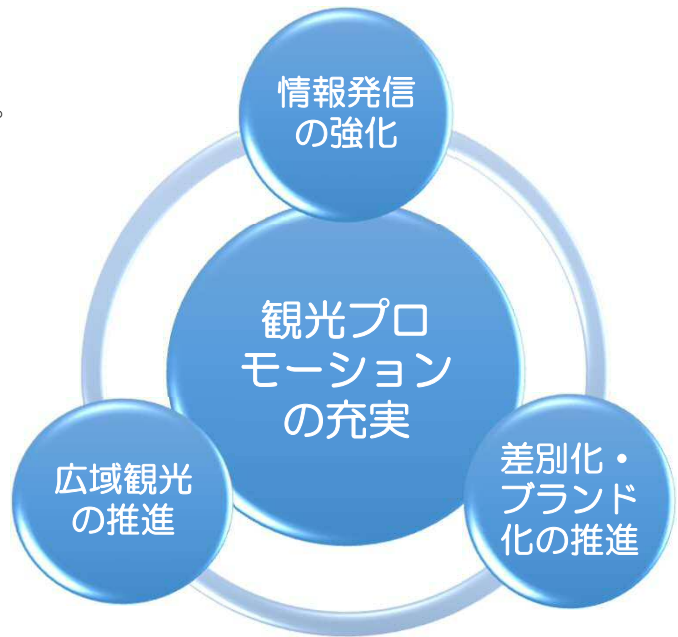


(2) 観光プロモーションの充実

恵庭市が観光やレジャー、ドライブの訪問先として常に候補に挙がり続けるためには、認知度の向上が不可欠です。各種媒体による情報発信や、ホームページの充実、エージェント等へのプロモーションなどの『情報発信』や、花の拠点（はなふる）はなふるを起点として、市内観光施設へ周遊を促進するための『観光案内機能』の強化が必要です。

『差別化・ブランド化の推進』により、高い評価をいただいている恵庭の魅力を的確に発信し、市民活動に支えられている「花のまちづくり」や「読書のまちづくり」など先進的な取り組みや、「恵庭らしさ」「独自性」を意識しながらシティプロモーションに結びつけ、恵庭のブランドイメージを構築することが必要です。

加えて、インターネットなどの情報ツールの進歩やスマートフォンの普及、交通アクセスの利便性が向上するなか、旅行者（特に道外客、外国人観光客）はより幅広い区域を対象に訪問地を選択していることから、恵庭市のエリアにとどまらず広域圏の魅力を発信する『広域観光の推進』により、新千歳空港を起点に北海道観光、札幌観光に訪れる道外客、外国人観光客の誘客を図ります。



参 考

観光プロモーションを推進する各種取り組み



【その1】
観光媒体（チラシ）作成や観光情報誌等による、継続的情報発信

【その2】
「恵庭らしさ」や「恵庭ブランド」を高めるため、デザインが一新されたカントリーサイン



【その3】
札幌圏の観光スポットや着地型観光をWeb上でPRしている、「Road Trip hokkaido」
※さっぽろ連携中枢都市圏観光協議会HP

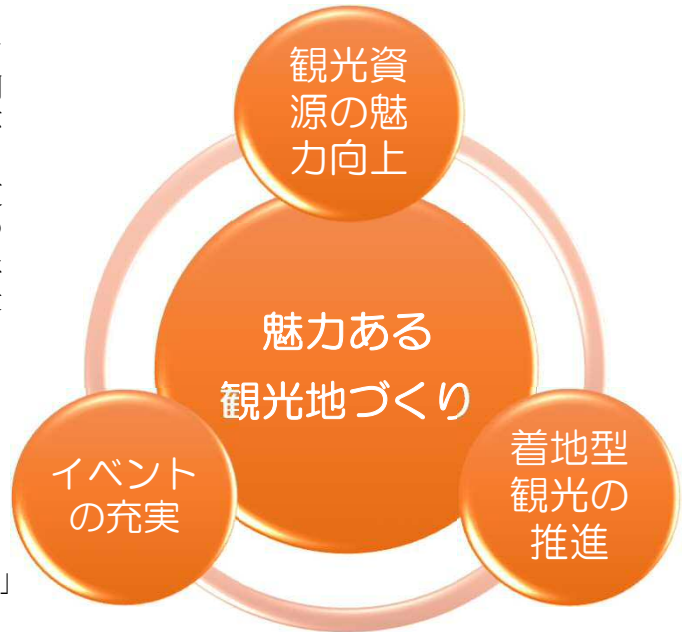
(3) 魅力ある観光地づくり

道央圏からの来訪を複数回に増やしていくためには、恵庭のブランド化、差別化と併せて『観光資源の魅力向上』が不可欠です。

花の拠点（はなふる）と連携させ、道と川の駅をはじめとした既存観光施設の磨き上げや、新たな観光資源の発掘のほか、恵庭の観光資源として高い評価を受けている「花観光」「渓谷観光」を柱とした魅力ある観光地づくりを図ります。

また、農産物の収穫体験などのグリーンツーリズムについては、修学旅行などの教育旅行の取り込みや、案内や手配を行う窓口の設置を検討するほか、新たな体験型観光として、近年愛好者が増加している「サイクリング」や「フットパス」のほか、冬のアクティビティを充実するなど『着地型観光の推進』を図ります。

加えて、従来の地域住民向けイベントの更なる魅力向上や、市外への情報発信の強化など、市外客誘致に向けて『イベントの充実』を図ります。



参 考

【観光資源の認知度向上策は「集中」と「インパクト」】

恵庭の魅力・観光資源は「花」と「恵庭渓谷」であると、アンケートやヒアリングからも多く意見があります。

このため、実効性ある観光推進を行うには、「集中」と「インパクト」により恵庭の魅力を絞込み、集中的に情報発信することが認知度向上の効果的手法です。

こうした観光資源に、様々な観光メニューを効果的に組み合わせることが必要となっていきます。



3. 推進管理

計画策定後は、「恵庭市観光推進協議会」により、進捗管理を毎年行うとともに、社会情勢の変化など必要に応じて計画内容の見直しを行います。

内 容	取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
○各種施策とアクションプランに係る進行管理の実施 観光振興計画策定後、進捗管理を確認 ・アクションプランの効果・検証 ・PDCAサイクルによる定期的な見直し	観光推進協議会	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

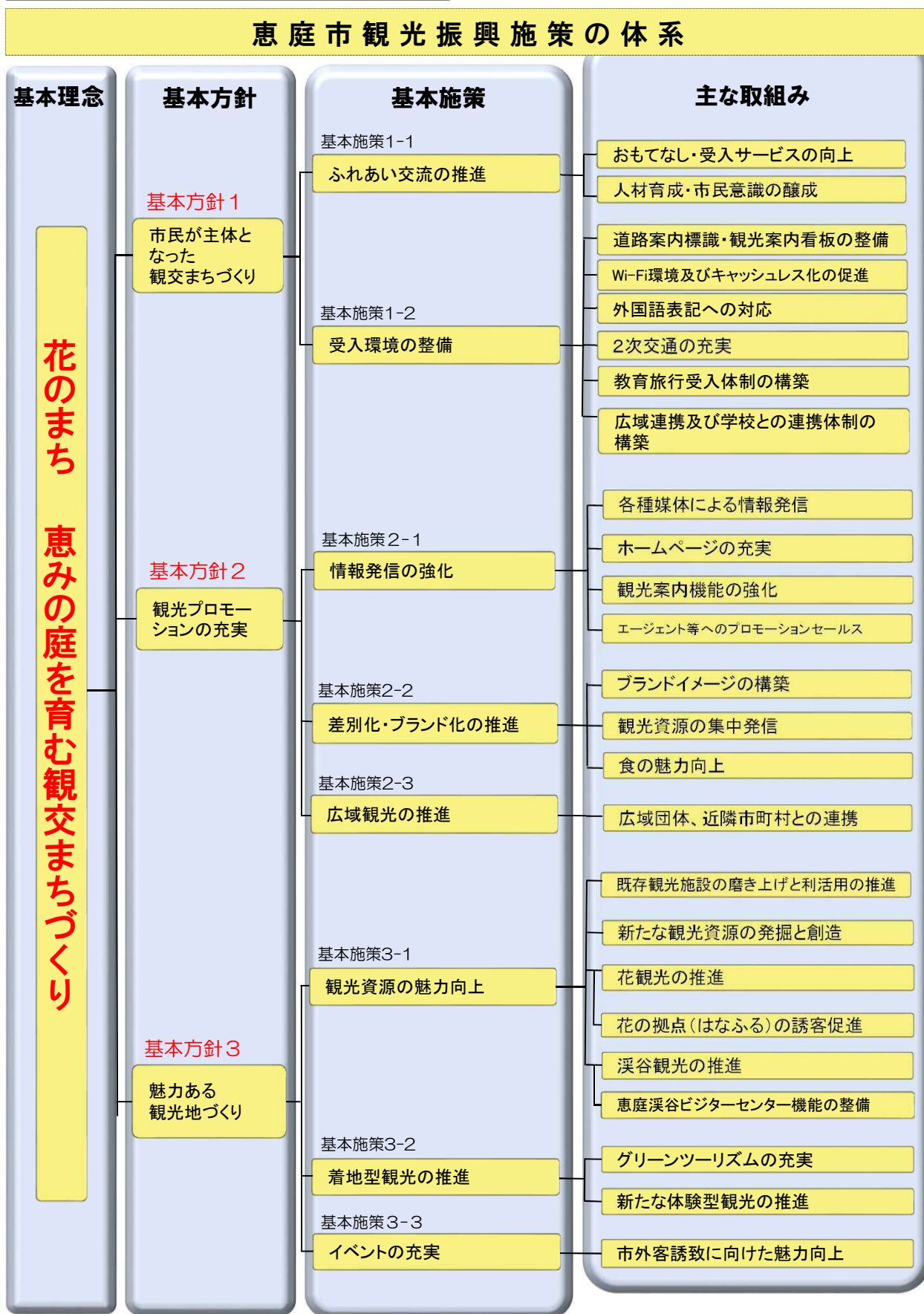
参 考

【恵庭市観光推進協議会の今後の役割】

恵庭市観光推進協議会は、観光振興計画の策定のため、各委員より様々な見地からの意見をもとに議論を重ね、具体的な施策などを計画に盛り込むこととしましたが、「観光」におけるニーズや価値感は多様化し、日々変化していることから、恵庭市の目指す将来の姿を想定したうえで、施策を検証する必要があるため、引き続き、観光推進協議会は、そうした変化にいち早く計画や具体の施策をリメイクできるように、推進管理を行う組織として移行していきます。



4. 恵庭市観光振興計画の施策体系



第

4

章

恵庭市観光振興のアクションプラン

前章までの考え方にに基づき、基本方針と基本施策に関連する具体的な取り組みをアクションプランとして次のとおり設定します。

基本方針1 市民が主体となった観交まちづくり

恵庭市の観光まちづくりは、「花のまち」で代表される熱心な市民活動や洗練されたオープンガーデンの見学受入などで、長年培ってきた市民と観光客（訪問者）の交流がおもてなしとなり、独自の観光スタイルとして確立されてきました。今後も、恵庭市の特長である市民が主体となった交流を図るとともに、花の拠点（はなふる）を起点とした花観光を観光施策に盛り込み、一層推進していきます。

基本施策1-1 ふれあい交流の推進

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度														
		前期					後期									
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7					
<p>〇おもてなし・受入サービスの向上 来訪者との交流を深め、おもてなしの意識を醸成することで満足度の向上を図るほか、受入れ時のサービスを充実する。</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光ガイド（花ガイド、ボランティア）の育成及び有償ガイドの創設に向けた検証 事業者や市民への啓発（講習会の開催）及び飲食店等への観光受入意識の醸成 接客・接遇研修の実施 地域性を活かした受入環境の構築 	協働	効果検証					効果検証					効果検証				
<p>〇人材育成・市民意識の醸成 市民がまちの魅力を知り、楽しみ（愛し）、育て、情報発信していくため必要な人材育成や市民意識の醸成を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> 市民活動の活発化に向けた活動支援（まちづくりチャレンジ協働事業制度など） 恵庭の魅力など各種情報提供による市民意識の醸成 	協働	効果検証					効果検証					効果検証				

※想定される取組主体：行政・民間・協働（行政と民間又は市民との連携）に区分
 行政とは、国・北海道・恵庭市・札幌広域圏をいう。
 民間とは、観光事業者・恵庭観光協会・恵庭商工会議所・その他観光関係機関・団体をいう。
 市民とは、恵庭市民・市民団体等をいう。

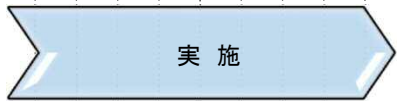
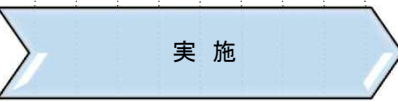
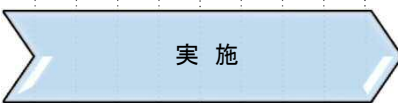





恵庭市民花ガイドによる小学校総合学習授業



恵庭の観光をテーマとした小学校総合学習授業

基本施策1-2 受入環境の整備

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
<p>○道路案内標識・観光案内看板の整備 観光客にとって、わかりやすく親切な案内を行うとともに、各観光施設への円滑な誘導を行うため、道路案内標識や観光案内看板を整備し、利便性と市内回遊性の向上を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・花の拠点（はなふる）や恵庭溪谷への誘導 ・国や北海道等の関係機関との協議、整備促進 	行政										
<p>○Wi-Fi環境及びキャッシュレス化の促進 観光地でのインターネットへの接続環境を促進し、来訪者の利便性を高め満足度を向上させるほか、SNSへの投稿などによる口コミの情報発信を促す。またクレジットカード決済やスマートフォン決済などキャッシュレス化にむけた国内外双方の決済環境整備を促進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光関連施設における整備状況の実態把握 ・補助金、助成金等の調査・研究 	協働										
<p>○外国語表記への対応 増加する外国人観光客の満足度向上のため、外国語受入体制の強化を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多言語メニューの促進 ・多言語翻訳ツールの導入 	協働										
<p>○2次交通の充実 観光タクシーの利便性の向上や、レンタサイクルの設置など2次交通の充実について検討する。 また、旅行者の利便性向上のため、駅等へのコインロッカーの設置を推進する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・定額制の観光タクシーの運行 	協働										
<p>○教育旅行受入体制の構築 国内及び台湾等からの教育旅行受入に向けた受入体制の整備を促す。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・受入家庭の募集と管理 ・受入家庭における提供可能文化体験の把握 	協働										
<p>○広域連携及び学校との連携体制の構築 石狩管内及び恵庭市内の小中学校、高校等に観光施設を活用してもらうような連携体制を構築する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・土曜授業や総合学習などで活用できるような機会提供 	協働										



デジタルサイネージ



翻訳ツール



キャッシュレス決済



多言語メニュー



恵庭溪谷のブランドを高めるためにデザインされたロゴマーク
今後は、同地の道路標識や観光案内看板などに整備される予定

基本方針2 観光プロモーションの充実

わたしたちは、ずっと恵庭市に住んでいると地元の魅力を忘れがちになり、「何もない」「あたりまえ」ということばがつつい出てしまい、時には外の人に気づかされることもあります。

また、地域資源があることだけでは観光客は楽しみ方が分からない一面もあるものです。漠然とした情報発信にとどまらず、情報を効果的に集約し、ニーズを踏まえた戦略的な情報発信と継続的なPRで、認知度を向上していくことが重要です。

基本施策2-1 情報発信の強化

アクションプラン	想定される取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
○各種媒体による情報発信 各種媒体を通じ切れ目のない情報発信を行い、恵庭の認知度を向上させるとともに誘客を促進させる。 ・観光情報誌への特集掲載 ・WEB、SNSプロモーションの充実 ・観光パンフレットの効果的活用 ・効果的な情報発信ツールの調査・研究及び効果的活用	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施 (見直し)					拡充 (見直し)				
○ホームページの充実 季節毎の見どころや来訪者のニーズにあわせた情報を、タイムリーに提供するなど、内容の充実とともに機動的な運用を図る。 ・地域の魅力をコンテンツ化 ・魅力的な内容をタイムリーかつ継続的に更新 ・各団体HPの相互連携強化	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施 (見直し)					拡充 (見直し)				
○観光案内機能の強化 恵庭観光の起点である道と川の駅「花ロードえにわ」や花の拠点センターハウスでの観光案内機能を強化し市内観光施設や市街地への周遊を促進させる。 ・観光案内窓口の充実 ・市内周遊促進のための仕掛け・ツール作成 →フードマップ、ダムカード、マンホールカード等の活用	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施 (見直し)					拡充 (見直し)				
○エージェン等へのプロモーションセールス 旅行代理店などのエージェン等や、旅客事業者（航空・鉄道・フェリー）、レンタカー事業者に対するセールスを強化して誘客の促進を図る。 ・団体旅行事業者へのセールスコール ・個人旅行事業者へのセールスコール ・旅行商談会への参加	協働	手法検討					実施				



農畜産物直売所かのな
(道と川の駅花ロードえにわ内)



観光案内所
(花の拠点センターハウス内)



花のふくろうオブジェ (花とくらし展)

基本施策2-2 差別化・ブランド化の推進

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
<p>○ブランドイメージの構築 恵庭の「質の高い・おしゃれな」イメージを活用し、「恵庭らしさ・独自性」を意識した差別化を図る。 恵庭観光のロゴマークなどを作成し、恵庭を広く認知させブランドイメージの構築を図る。</p>	協働	<p>ブランドイメージの整理 プロモーションツールの検討・制作</p> <p>効果検証</p> <p>拡充 (見直し)</p>									
<p>○観光資源の集中発信 恵庭の魅力を観光資源の柱である「花のまち」「恵庭渓谷」に絞り込み、総花的発信ではなく、集中的な情報発信により、認知度の向上とブランド化を図る。</p>	協働	<p>効果検証</p> <p>効果検証</p> <p>効果検証</p> <p>実施 (見直し)</p> <p>拡充 (見直し)</p>									
<p>○食の魅力向上 恵庭の魅力として高い評価を受けている「食の魅力」を向上させ、ブランドイメージの構築と販路拡大による地域経済の活性化を図る。 ・農商工連携商品を活用し、道と川の駅「花ロードえにわ」などの観光施設で販売 ・地域資源を活用した地域特産品など恵庭ブランドを確立する ・魅力的な飲食店の情報発信 ・地元農畜産物のPR ・食関連イベント、フェアの開催</p>	協働	<p>効果検証</p> <p>効果検証</p> <p>効果検証</p> <p>実施 (見直し)</p> <p>拡充 (見直し)</p>									



ウォーターガーデン（道と川の駅花ロードえにわ）



緑のふるさと森林公園（アスレチック広場）




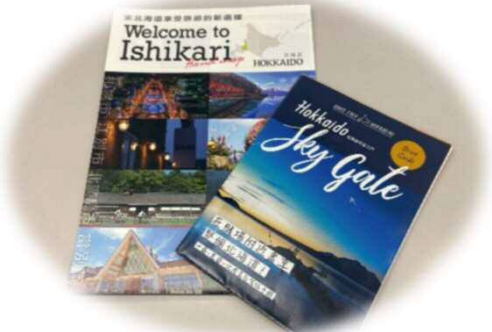
えこりん村（銀河庭園）



サン・ガーデン

基本施策2-3 広域観光の推進

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
<p>○広域団体、近隣市町村との連携</p> <p>広域団体や近隣市町村と連携し、広域観光を推進することにより、道外客や外国人観光客の効果的な誘客を図る。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・石狩振興局、さっぽろ連携中枢都市圏推進協議会、千歳・恵庭・北広島観光推進協議会、シーニックバイウェイ北海道との連携による、広域観光のルート化への積極的参画 ・専用サイトを活用した管内の観光情報の発信 ・空港やフェリーターミナルの起点を想定した関係近隣市町村との観光周遊ルート化の検討 	協働										



広域団体やシーニックバイウェイとの連携によるPR



石狩振興局PRイベントでのプロモーション



10Pound



恵庭溪谷 ラルマナイの滝



ルルマップ自然公園ふれらんど



余湖農園

基本方針3 魅力ある観光地づくり

恵庭の観光振興を図る上で、「えにわ花のまちづくりプラン」で掲げる「花もよし 風もよし 人もよし ここが恵庭」の目標のように、市民自身が、市外から憧れのまなざしで見られている恵庭の市民であることに誇りと愛着をもち、オール体制で魅力ある観光地をつくりあげることが必要です。

そのためには、地域資源の魅力を磨き、育て上げて、市内外に発信し、人の交流を広げるとともに、花の拠点（はなふる）における誘客や市内観光施設への周遊を促進し、経済効果を高め、地域の活性化につなげていくことが重要です。

基本施策3-1 観光資源の魅力向上

アクションプラン	想定される取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
<p>○既存観光施設の磨き上げと利活用の推進 「緑のふるさと森林公園」「ルルマップ自然公園ふれらんど」などの既存観光公園の磨き上げを行い、「えこりん村」をはじめとした民間施設など施設間の連携を強化し、地域観光の魅力向上を図る。 ・補助金等を活用した地域資源の磨き上げ ・イベント等をきっかけとした市内他施設への誘客促進</p>	協働	効果検証		効果検証		効果検証					
<p>○新たな観光資源の発掘と創造 これまで観光資源として着目されなかったスポットなど新たな来訪者のニーズを捉えて恵庭の魅力となる観光資源の発掘や創造を行い、その魅力向上を図る。 ・体験型観光の推進（再掲） →農業体験受入農家の拡充 ・桜並木などの観光資源化 ・地域資源と文化に基づいた観光の推進 ・カフェやオープンガーデンなどで恵庭をゆっくり楽しんでいただく滞在型観光の推進 ・飲食店の新規発掘</p>	協働	効果検証		効果検証		効果検証					
<p>○花観光の推進 花のまちづくりやイベントと、花の拠点（はなふる）を連携させ、恵庭らしい花観光を確立する。 ・「花とくらし展」の充実 ・花のまちづくりに係る市民活動への支援（次世代の人材育成と、花のまちづくりの意識醸成） ・花ガイドなどの市民ボランティアの育成 ・来訪者と地域住民との交流機会の充実 ・全国都市緑化北海道フェア開催を契機とした誘客促進</p>	協働	効果検証		効果検証		効果検証					
<p>○花の拠点（はなふる）の誘客促進 花の拠点（はなふる）の各施設の魅力を向上させ、来訪者の満足度を高め、観光客の一層の誘客を図る。 ・道と川の駅「花ロードえにわ」及びセンターハウスの観光案内と情報発信機能の充実・強化 ・恵庭ブランドなど地域特産品の販売促進、飲食サービスの充実 ・花や食に関するイベントの開催 ・花の拠点各施設間の連携強化 ・市内観光施設、商業施設、飲食店業への周遊促進 ・公園施設及び宿泊施設と連携したサービスの提供 ・ガーデンツーリズムに向けた調査、研究 ・通年型観光地に向けた取り組み</p>	協働								効果検証		

第4章 恵庭市観光振興のアクションプラン

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
○渓谷観光の推進 恵庭渓谷を観光資源の柱と位置づけ、名称の統一や、ロゴを作成するなどブランドイメージを確立し、認知度の向上を図るとともに、体験型メニューなどのソフト事業を充実し誘客の促進を図る。 ・恵庭渓谷巡り等の実施（事業性の検証） ・他施設への周遊促進 ・渓谷観光の通年化及び効果の情報発信	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施					拡充				
○恵庭渓谷ビジターセンター機能の整備 恵庭渓谷を観光資源として最大限活用するため、案内機能など来訪者の為の基本的な機能を整備する。 ・既存施設（スキー場など）を活用し、ニーズや課題を精査 ・恵庭渓谷におけるソフト事業の充実を先行実施 ・上記を踏まえた後、整備検討 ・多言語案内板の整備	行政	効果検証								検討	

基本施策3-2 着地型観光の推進

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
○グリーンツーリズムの充実（農業観光の推進） 恵庭市の主幹産業である農業との連携による観光誘客を図る。 ・対応する農業者、体験メニュー（品目）の充実 ・修学旅行などの教育旅行の取り込み ・農業体験施設等の魅力発信	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施 (見直し)					拡充 (見直し)				
○新たな体験型観光の推進 近年、愛好者が増加している「サイクリング」や「フットパス」など新たな体験型観光の充実を図る。 ・サイクルツーリズムの推進 自転車道の整備を契機としたイベントの開催 ・「フットパス」など「まち歩き」の推進 ・「JRヘルシーウォーキング」や「フットパス愛好団体」との連携 ・アクティビティ愛好層に向けた情報発信 (えこりん村、ルルマップ自然公園ふれらんど、恵庭市民スキー場、フォレストアドベンチャー・恵庭等) ・体験観光訪問者の市内周遊促進	協働	効果検証				効果検証				効果検証	
		実施 (見直し)					拡充 (見直し)				



スノーランドるるまっぴ
(ルルマップ自然公園ふれらんど)



朝もぎトウキビ収穫体験 (吉田農場)



牧場体験 (むらかみ牧場)

基本施策3-3 イベントの充実

アクションプラン	想定される 取組主体	実施年度									
		前期					後期				
		H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
<p>○市外客誘致に向けた魅力向上</p> <p>これまでの地域住民を対象としたイベントに加え、市外客の誘致を目指して、イベント内容の魅力の向上と、市外へのイベント告知を強化する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・内容の充実と市外への情報発信 ・観光資源を活かしたイベントの実施 (花とくらし展・恵庭溪谷巡り・ホーストレッキング等) ・「えにわマルシェ」の内容充実と認知度向上 ・イベント間の連携促進 ・新たな地域発信イベントの創出 	協働										



サッポロビールビアフェスティバル おんこ祭



恵庭溪谷



ガーデンツアーの様子（恵み野地区）



花とくらし展（恵み野中央公園・恵庭市立図書館裏）

参 考

【イベントの充実と観光振興】

イベントの開催などによるにぎわいの創出は、観光客誘致にとって重要な要素です。恵庭で行われるイベントは、「花とくらし展」など地域の特色や創意工夫に富んだイベントが数多く開催されており、これも貴重な観光資源といえます。

また、イベントを開催するにあたり、来場者の消費活動はもとより会場準備や資材購入などでも、経済効果が生まれてきます。

恵庭市の観光の特性を考えると、イベントは観光振興の施策としては非常に大きなツールです。

第

5

章

恵庭市観光振興計画の推進体制

恵庭の観光振興における役割分担

(1) 行政の役割

① 恵庭市の役割

- ・観光の拠点の整備運営や情報発信、様々な取り組みの実施主体に対するバックアップなど、全市的に観光に取り組みます。
- ・観光振興計画の着実な推進を目的として、民間事業者や各種団体との調整や連携のコーディネート役を果たしていきます。
- ・北海道や札幌圏域の市町村などとの調整を行っていきます。
- ・観光に関する様々な統計データの収集に努めていきます。

(2) 民間の役割

① 観光関連団体の役割

- ・観光関連団体は、情報提供や誘客促進のためのPR活動をはじめとして観光振興に資する事業を積極的に展開する主体となります。
- ・そのため、機動的な活動ができるよう組織体制の充実、強化に努めることが重要です。
- ・観光振興計画の着実な推進のため、具体的戦略に積極的に関与し、実施に向けて中心的な役割を担います。

② 観光関連事業者・民間関連事業者の役割

- ・観光関連事業者や民間関連事業者は、観光推進の主体的役割を果たします。
- ・観光事業の推進にあっては、市や観光関連団体などと連携し、恵庭の魅力向上を図るとともに、観光客に対する心のこもった「おもてなしの心」を育む人材の確保と育成を図ることが重要となります。
- ・観光振興計画の着実な推進のために、観光関連団体などと連携し、具体的戦略を実施していきます。

(3) 市民の役割

- ・まちを愛し、育てる恵庭の魅力を支える真の主人公であって、旅行者や訪問者を温かく迎えることです。
- ・観光振興計画の着実な推進のために、市民一人ひとりが旅行者や訪問者との交流を深めることが重要です。

参 考

【恵庭の観光振興の取り進める視点】

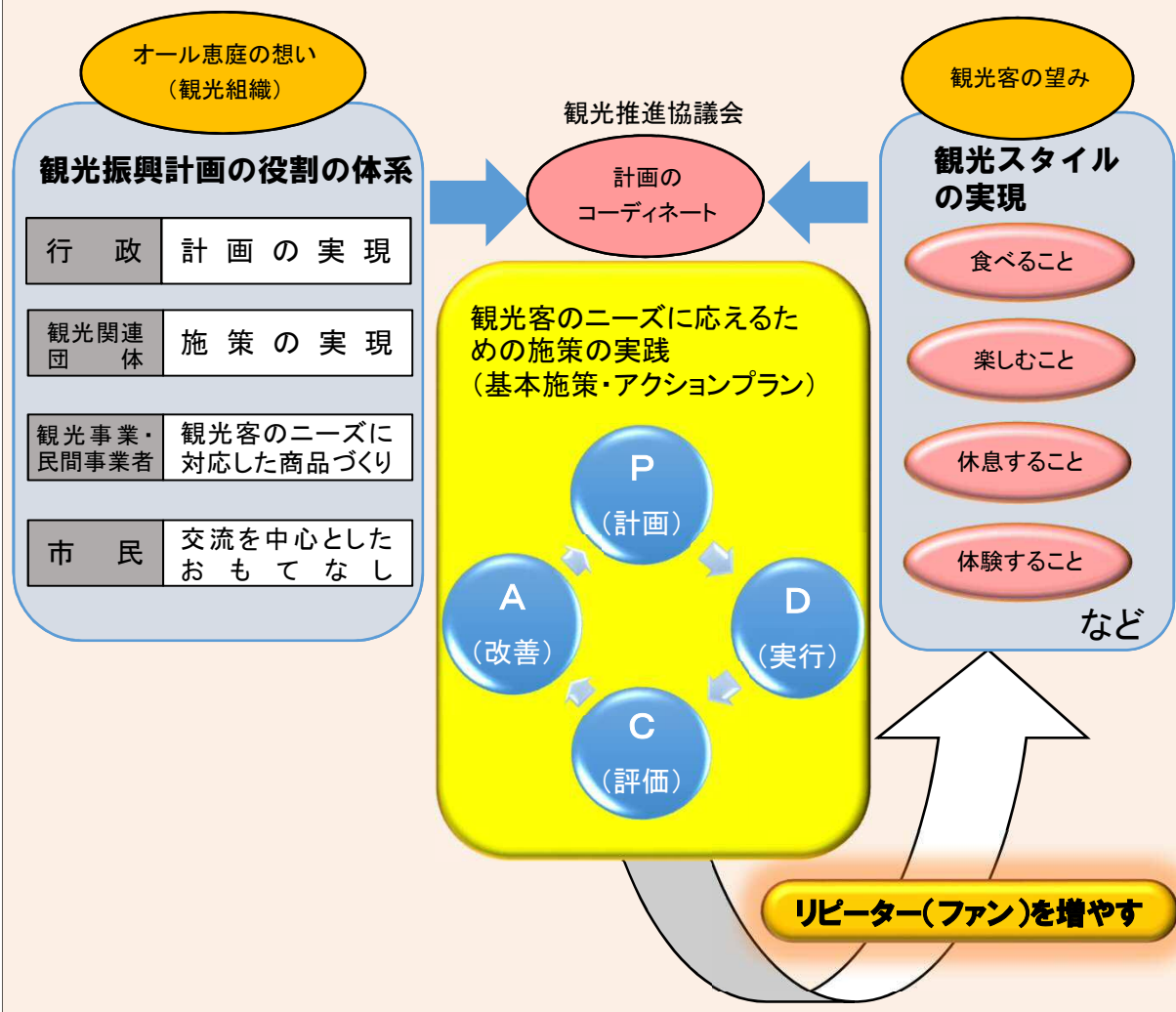
「オール恵庭」の体制全体を観光組織として考えたとき、その役割として地域住民と観光客の交流やおもてなしの心をもった出会いが求められます。その人的資源と観光関連産業が一体となる地域資源のパートナーの連携を一層構築していくことが計画で掲げる目標の前提となります。

また、連携による観光交流を的確に捉えた、多様な観光情報の提供や独自性のある事業の構築、提供などを推進するために本計画を段階的に体系化しています。

各施策単位でのコーディネートであったとしても、最初から、その施策単体にフォーカスするのではなく、連携体（観光関連組織・団体）やクライアント（観光客）の全体ビジョンをしっかりと把握して、トータルで体系づけた上で具体的な提案（施策）に反映していくことも求められます。

また、着地型観光を推進する上で、中長期的な視野に立ち継続的な施策の展開を行い、満足度の向上につなげるためには、戦略的なマーケティング手法を取り入れる観点も必要です。

【観光施策の展開イメージ】



用語の説明

アクションプラン	ある政策や企画を実施するための基本方針。または、行動計画。
アクティビティ	活動・活気・体を使っての遊び。
インバウンド	外国旅行者を日本に誘致すること。
恵庭ブランド	恵庭産の食材や資源を活用するなど恵庭市をイメージできる独自の製品・サービス、または名称やデザインなどの総称。
オープンガーデン	個人の丹精込めたお庭を、ある期間見学者のために公開すること。
ガーデニング	主に個人の庭の造園、園芸、庭仕事などを意味する。
観光入込客	地域に訪れた来訪客のこと。主に行政（自治体など）が自分の行政区に訪れた観光客数を「観光入込客数」として統計などによく使用する。
観光資源	観光やレジャーといった余暇を楽しむ需要に応じられる要素のこと。
観光消費額	観光客が、どれだけのお金を消費したかを推計するもの。
グリーンツーリズム	農山漁村を訪問して自然と文化、人々との交流を楽しむ余暇活動
交流人口	その地域に訪れる（交流する）人のこと。
シティ プロモーション	観光客増加・定住人口獲得・企業誘致等を目的として、地域のイメージを高め、知名度を向上させる活動。
着地型観光	旅行者を受け入れる地域（着地）側が、その地域の持つ歴史や文化、自然などの観光資源を生かして付加価値の高い体験型・交流型の観光商品を企画し、旅行者を呼び込む観光形態。従来の「見て、学ぶ」旅行に比べてテーマ性や独自性が強く、その地域ならではの体験ができる点に大きな魅力がある。
花のまちづくり	花を通して、住みよい、快適な生活環境をつくっていく活動。 恵庭市では、花苗の一大生産地や花いっぱい運動などの50年以上の歴史のある市民活動の素地や、ガーデニングの普及などの市民が主体となった活動で、全国的にも評価が高い。
PDCA サイクル	事業活動における管理業務を円滑に進める手法の一つ。 Plan（計画）⇒Do（実行）⇒Check（評価）⇒Action（改善）の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくもの。
フットパス	森林や田園などに設けられた歩行者用の小道。ありのままの自然や、古い町並みなどの風景を楽しみながら散策するためのもの。
マーケティング	企業や非営利組織が行うあらゆる活動のうち、「顧客が真に求める品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその商品を効果的に得られるようにする活動」の全てを表す概念。
Wi-Fi	無線LANで、インターネットに接続すること。最近、誰でも無料で利用できる公衆無線LANスポット（Wi-Fiスポット）が急速に普及。
ワーケーション	ワークとバケーションを組み合わせた造語で、リゾート地・温泉地等で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

策定経緯等

《第2期計画策定時》

1. 審議等日程

日程	項目	協議内容
平成26年11月27日	恵庭市観光推進協議会（第1回）	1. 役員の選任 2. 諮問 3. 協議会の概要、審議の進め方 4. 現行計画の検証
平成27年3月3日	恵庭市観光推進協議会（第2回）	1. 恵庭観光の将来像 2. 施策の体系 3. 施設整備のあり方検討
平成27年4月27日	恵庭市観光推進協議会（第3回）	1. 基本理念について 2. 施策の体系 3. 計画策定スケジュール
平成27年7月27日	恵庭市観光推進協議会（第4回）	1. 基本理念の決定について 2. 施策体系の決定について 3. 観光振興計画（素案）について 4. 恵庭溪谷ロゴマークの決定
平成27年10月6日	恵庭市観光推進協議会（第5回）	1. 観光振興計画（案）について 2. 花の観光拠点整備基本計画策定委託の中間報告について
平成27年12月1日～ 平成28年1月4日	パブリックコメント実施	
平成28年1月15日	観光事業者等説明会	1. 観光振興計画（案）の内容説明
平成28年1月19日	恵庭市観光推進協議会（第6回）	1. 観光振興計画（案）について 2. 花の観光拠点整備基本計画策定委託の中間報告（2回目）について
平成28年2月16日	恵庭市観光推進協議会（第7回）	1. 観光振興計画（案）の答申について 2. 花の観光拠点整備基本計画策定委託の中間報告（3回目）について

2. 委員名簿

(五十音順)

所 属	職	氏 名	備 考
サッポロビール株式会社北海道工場	企画部副部長	秋山 幸康	
株式会社アレフ	スタッフ	阿部 深貴	
恵庭市花いっぱい文化協会	会長	池永 允子	
恵庭市花苗生産組合		石田 茂樹	
恵庭花のまちづくり推進会議	顧問	内田 信一	
株式会社リクルート北海道じゃらん		大谷 香織	
一般社団法人 恵庭観光協会	専務理事	岡田 宏一	
株式会社KITABA	代表取締役	神長 敬	
えにわ仕事おこしの会	代表	木内 克昌	
恵庭商工会議所	常務理事	佐藤 順一	
北海道大学公共政策学連携研究部	教授	高野 伸栄	会 長
株式会社サン・ガーデン	常務取締役	土谷 美紀	
道央農業協同組合 恵庭・北広島営農センター	センター長	濱崎 裕史	
恵庭市商店会連合会	会長	細川 俊夫	
札幌国際大学観光学部国際観光学科	教授	吉岡 宏高	
株式会社マイダス	顧問	吉田 壽昭	

3. 中間見直し策定時審議等日程

日 程	項 目	協議内容
令和2年10月9日	恵庭市観光推進協議会（第1回）	1. 前期計画の振り返り 2. 現行計画の検証について 3. 令和元年度観光施策調査報告 4. 計画中間見直しの方向性
令和3年11月17日	恵庭市観光推進協議会（第2回）	1. 観光振興計画中間見直し（案） について
令和2年12月17日～ 令和3年1月18日	パブリックコメント実施	
令和3年2月10日	恵庭市観光推進協議会（第3回）	1. パブリックコメントの結果 について 2. 観光振興計画（最終案） について

4. 中間見直し策定時委員名簿

(五十音順)

所 属	職	氏 名	備 考
株式会社アレフ えこりん村	事業部 部長	青木 信二	
恵庭市花いっぱい文化協会	会長	池永 允子	
恵庭商工会議所	経営支援課主幹	栗林 和弘	
恵庭花のまちづくり推進会議	会長	内倉 真裕美	
道央農業協同組合 恵庭営農センター	センター長	釜田 英司	
株式会社北海道宝島旅行社	観光地域づくり部 部長	菊地 敏孝	
北海道大学大学院国際広報メディア・ 観光学院観光学高等研究センター	教授	木村 宏	
北海道大学公共政策大学院	教授	高野 伸栄	会長
株式会社 サン・ガーデン	取締役	土谷 美紀	
一般社団法人 恵庭観光協会	事務局長	沼倉 健一	
一般社団法人 恵庭青年会議所	理事長	野表 武史	前田 和樹 (R3年1月～)
株式会社リクルート北海道じゃらん地域振興チーム		藤崎 由理	
サッポロビール株式会社北海道工場	副工場長	矢崎 哲夫	
恵庭市商店会連合会	会長	行澤 勇	

5. 恵庭市観光推進協議会設置要綱

(設 置)

第1条 市長の諮問に応じ、観光振興計画の策定について審議するとともに、その推進管理を行うため恵庭市観光推進協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 協議会は、次の号に掲げる事項について審議する。

- (1) 観光振興計画の策定に関すること
- (2) 観光振興計画の推進管理に関すること
- (3) その他市長が必要と認める事項に関すること

(組 織)

第3条 協議会は、委員16名以内で組織する。

2 委員は、次の各号に掲げる者のなかから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者・有識者
- (2) 関係団体・観光関係事業者等
- (3) 市民団体の代表者等
- (4) 前各号に掲げる者のほか、市長が特に必要と認めるもの

3 委員のほか、国及び道の行政機関の職員をオブザーバーとすることができる。

(任 期)

第4条 委員の任期は2年とし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

(会 議)

第5条 協議会は、市長が招集する。

- 2 協議会に会長を置き、委員の互選により定める。
- 3 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。

(意見の聴取)

第6条 検討会は、必要があると認めたときは、関係者の出席を求めその意見を聴くことができる。

(報 償)

第7条 原則無償とする。但し、学識・有識者に対し報償を支払う。

(庶 務)

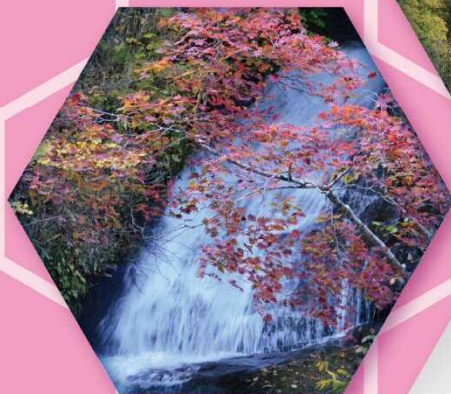
第8条 会議の庶務は、経済部花と緑・観光課において処理する。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、検討会の運営について必要な事項は、その都度協議して定めるものとする。

附 則

この要綱は、平成26年11月27日から施行する。



恵庭市観光振興計画 (第2期)

発 行／令和3年3月中間見直し
編集・発行／恵庭市経済部花と緑・観光課

〒061-1498
恵庭市京町1番地
TEL 0123-33-3131
E-mail:hanatomidori@city.eniwa.hokkaido.jp