

「花の拠点」基本計画

平成28年11月

恵庭市

目 次

1. 「花の拠点」の経緯と目的

(1) 現状と課題	1
(2) 目的とターゲット	1

2. 「花の拠点」計画

(1) 計画の概要	2
(2) コンセプト	3
(3) 「花の拠点」のネーミング	4

3. (仮称)「恵庭 花のヴィレッジ」の考え方

(1) 基本方針	5
(2) 施設整備方針	
① 道と川の駅「花ロードえにわ」	7
② 花の拠点「センターハウス」	8
③ 農畜産物直売所「かのな」	10
④ 駐車場	12
⑤ ガーデンエリア	14
⑥ 戸建店舗	15

4. 事業手法及び管理運営方針

(1) 事業手法	17
(2) 管理運営方針	18

5. 年次計画及び事業費試算

(1) 年次計画	20
(2) 事業費試算	21

1. 「花の拠点」の経緯と目的

(1) 現状と課題

恵庭市は、道都札幌市と新千歳空港の間に位置し、国道36号線が市内中心部を縦断するなど、優れた交通利便性を有している。また、市民活動を中心とした「花のまちづくり」が注目され、道と川の駅「花ロードえにわ」には年間100万人を超える人々が訪れている。

しかし、「花のまち」としての観光資源を恵み野地区などのオープンガーデン(個人の庭)に依存し、旅行者が気軽に花と触れ合う公共的な場所が少ないのが現状であり、また、「花のまちづくり」に携わる市民の拡大や意識の醸成、次世代の人材育成が不可欠となっている。

「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のハード、ソフト両面での取り組みが求められており、第2期恵庭市観光振興計画においても、アクションプランとして明記されているところである。

(2) 目的とターゲット

第2期恵庭市観光振興計画に基づき、気軽に花と触れ合い、観光客・レクリエーション客が時間を消費できる魅力のあるエリアをつくり、近い将来、全国的に「花のまち恵庭」の知名度が浸透していく新しい「恵庭の観光拠点」を計画する。

また、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の環境整備を行い、観光振興計画の基本理念である「観交まちづくり」の拠点となることを目指す。

ターゲットとしては、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、道央圏264万人をメインターゲットとする。

また、増加する外国人観光客、道外観光客(新千歳空港乗降客)に対しても、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す。

2. 「花の拠点」計画

(1) 計画の概要

第2期恵庭市観光振興計画の基本施策のひとつである「観光資源の魅力向上」に向け、アクションプランとして「花観光の推進」及び「花の観光拠点の整備」が計画されている。

恵庭の花観光を推進するにあたり、道と川の駅「花ロードえにわ」の隣接地約3.5haと現保健センター敷地約2.6haをあわせた合計約6.1haに、「花のまち恵庭」の観光拠点を整備することにより、来訪者の満足度を高め、観光客の一層の誘客を図る。

年次計画としては、花の拠点基本計画に基づき、平成28年度から事業に着手し、平成32年度の供用開始を目指す。

この計画は都市公園内の開発となるため、施設整備にあたっては行政の主導により行うこととなるが、事業の実施に際しては、この拠点を利用した市民活動や民間活力との協働による様々な取り組みを行い、1年を通して、恵庭らしい花観光を確立していく。

- オープンガーデンの案内機能の充実
- 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、花のまちづくりの意識醸成)
- 来訪者と地域住民との交流機会の充実



(2)コンセプト

「花のまち恵庭」をイメージする観光拠点をつくる

- ◇ 「花の拠点」を道と川の駅空間と連動して、ふらり観光の拠点とする。
- ◇ 観光施設や商業施設との連携を強化し、来訪者の市内各施設への誘導拠点とする。
- ◇ 恵庭の花文化を支える拠点機能を整備し、花文化育成と発信拠点とする。
- ◇ 「恵み野の個人庭園」と連動した、花の観光の中核拠点とする。
- ◇ 隣接する「漁川」の河川空間を、来訪者の自然との触れ合い拠点とする。

- ・ 既存道と川の駅「花ロードえにわ」と新たに計画する「花の拠点」は、来訪者の視点から一体化を前提とし、エリア全体を回遊でき、「花のまち恵庭」を体感しながら数時間滞留できるように利用者動線及び施設内容を計画する。
- ・ 「花の拠点」に立ち寄る来訪者を、市内の観光施設や商業施設と連携して誘導するとともに、ニーズにあわせた情報発信を行い、周遊を促す起点としての機能を持たせる。
- ・ 市民主導の「花のまちづくり」の拠点として、花と触れ合い、花を感じられ、来訪者との交流の場となる施設とする。
- ・ 「花観光」の貴重な観光資源であるオープンガーデンとの連携の機能を持たせ、名実共に「花のまち恵庭」の観光拠点とする。
- ・ 隣接する漁川の河川空間は、都市から河川空間への移行帯と認識し、花の拠点と連動した自然を感じられる空間とする。



(3)「花の拠点」のネーミング

道外観光客及び外国人観光客にとって「札幌」「千歳」の地名は多くの人々に周知されているが、「恵庭」の地名、場所は今ひとつ知られていないのが実情である。

今回計画の「花の拠点」を通して広く日本全国に、また外国人観光客に対して「恵庭」という地名自体を広く浸透させ、各種媒体を通して「恵庭」の地名及び「花の拠点」が記憶に残るネーミングに設定する必要がある。

ネーミングにおいては、知名度が低い地名自体の表示及びターゲットが受ける印象度を考え、「庭に恵まれている地」をストレートに表している「恵庭」という文字を入れることを想定する。



(仮称)「恵庭 花のヴィレッジ」

ENIWA FLOWER VILLAGE

・名称の決定に際しては、公募など、市民の意見を取り入れる手法を検討する。



3. (仮称)「恵庭 花のヴィレッジ」の考え方

(1)基本方針

(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」は来訪者の視点から、道と川の駅「花ロードえにわ」を含むエリア全体を一体化させる役割を担う。エリア全体を回遊でき、「花のまち恵庭」を体感できるように利用者動線及び施設内容を計画する。

「花と緑」の中の非日常的空間

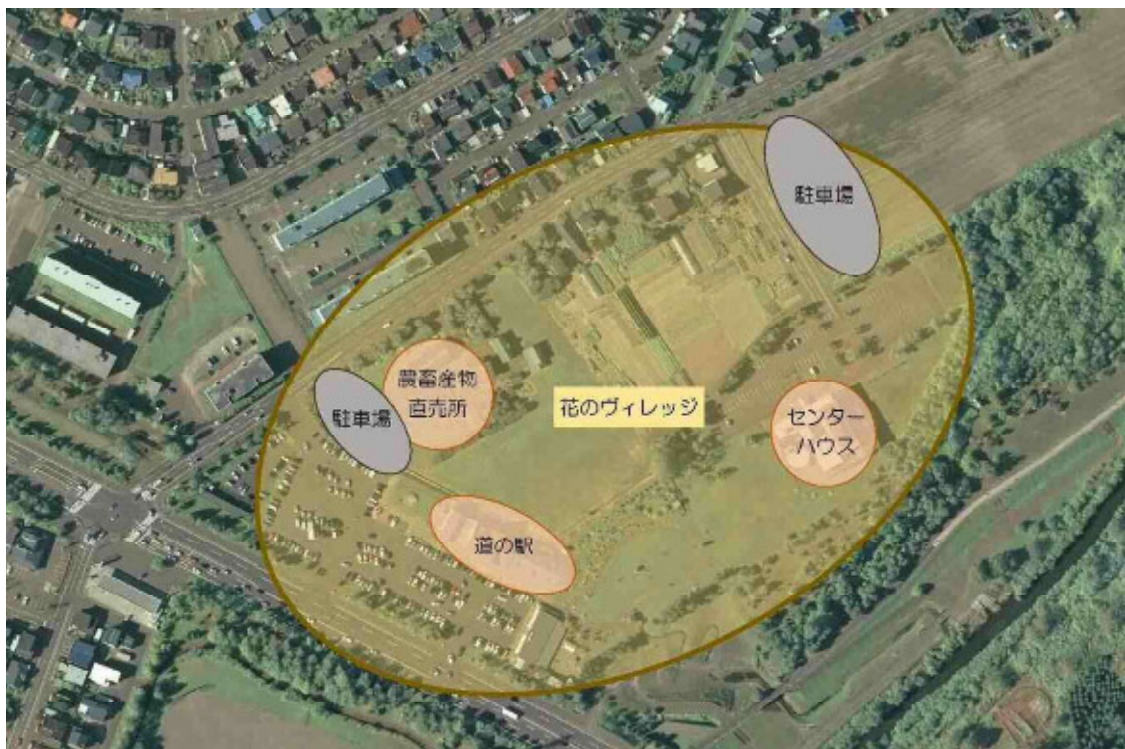
- ◇ 目的型の魅力的施設で新たな客層を集客し、全てのシーズンにおいて、「花」をテーマとした滞留型観光拠点とする。
- ◇ エリア全体のデザインを考慮し、恵庭らしく、恵庭ならではの風景・景観となるよう、施設の配置や内容を計画する。
- ◇ 「花と緑の中の非日常的店舗」をテーマに、ガーデニングが施された戸建店舗が、ショップやレストランを営む計画とする。
- ◇ 農畜産物直売所「かのな」を「花の拠点」区域内に移築し、国道側導入部のシンボリック位置付けとする。
- ◇ 「花の拠点」のパブリックスペースとして、また来訪者の目的となりうる施設として、花をテーマとした「センターハウス」を計画する。
- ◇ 「恵み野」の個人住宅のガーデニング庭園との連携により、ガーデニングによるライフスタイルの提案や北海道の先駆的ガーデニング庭園ゾーンとしてのイメージを増大させる。



(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」計画の中で、既存の道と川の駅「花ロードえにわ」、移築後の農畜産物直売所「かのな」及び花の拠点「センターハウス」が、いわゆる「核」施設としての役割を果たしていくこととなる。

これらの施設により、「花のまち恵庭」のブランド化を進め、恵庭のイメージ・付加価値の向上、まちを花で飾る意識を醸成することにより、来訪者の増加による直接的経済効果だけでなく、日常的に花のある生活を提案することによる恵庭市内全域の経済活性化を目指す。

<ゾーニング図>



(2) 施設整備方針

① 道と川の駅「花ロードえにわ」

道と川の駅「花ロードえにわ」は年間100万人が訪れる施設であり、(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」エリアの国道側玄関口に位置する、「核」施設のひとつである。

道と川の駅の役割として、「24時間トイレ」及び「無料休憩コーナー」、さらには恵庭市全体の情報発信を行うことに加え、(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」のガイドマップ、施設内容一覧等、玄関口としてインフォメーション機能の役割を担う。



道と川の駅のコンサバトリー空間は軽食、ドリンク等を持ち込める無料休憩コーナーの位置付けであるが、エリア全体のパブリックスペースとして、更なる有効活用を図る。また、エリア内の他の店舗と道と川の駅内での販売商品のあり方及び棲み分けの検討も必要となる。

道と川の駅建物本体は、原則として大規模な改修等を行わず、ソフト面の充実を図るものとする。

○ 施設内容(例)

- ・情報発信コーナー
- ・インフォメーションカウンター
- ・24時間トイレ
- ・無料休憩コーナー



② 花の拠点「センターハウス」

恵庭市は「花のまち」として知られてきているが、市民によるオープンガーデン(個人の庭)に支えられており、旅行者が気軽に花と触れ合える公共的な場所が少ない。

「花のまち恵庭」として「花のまちづくり」を進めていく上で、花の拠点の整備や次世代の人材育成などのハード・ソフト両面での取り組みが求められている。

その取り組みのためのパブリックスペースとしてセンターハウスを整備し、花と触れ合い、花を感じられる施設とするとともに、来訪者との交流、オープンガーデンとの連携の機能を持たせる。

また、ボランティアセンターやエデュケーションセンターとしての機能や、体験・講習など、一年を通して誰でもが参加できる多彩な参加型メニューの提供が可能な施設とし、花の拠点計画の目的のひとつである花文化育成と発信拠点とする。

<センターハウスイメージ>



恵庭市保健センターは、「道と川の駅」及び当該計画地と隣接しており、敷地内には約100台収容可能な駐車場や芝生広場を有するなど、エリア全体の中で重要な配置となっている。今後、恵庭駅前への機能移転が予定されていることから、その建物を改修し、センターハウスとして有効活用する。



改修に際しては、「花のまち」のブランド化に向け、「花の拠点」の核となり来訪者の目的となりうる館内緑化、壁面緑化等の施設整備について、無料空間であることを前提として、維持管理費用を考慮しつつ検討することとする。

また、「花」のオフシーズンである冬期間においても、来訪者が花を感じられるパブリックスペースとなることを目指す。

<建物概要>

竣工年月	平成7年3月
構造	RC造
延床面積	2,472㎡ (748坪)
設備内容	事務室 機能訓練室 多目的ホール 等



○ 施設内容(例)

- ・花に彩られた休憩コーナー
- ・情報発信・交流のための「フラワーライブラリー」
- ・ガーデニング相談コーナー
- ・花の展示販売コーナー
- ・研修スペース(イベント・講習会等)
- ・歴史紹介コーナー
- ・調理・炊事コーナー
- ・リラックス セラピーコーナー
- ・イートインコーナー



<フラワーライブラリーイメージ>

<講習会イメージ>



③ 農畜産物直売所「かのな」

現直売所は年間売り上げが4億円を超える人気施設となっているが、事業拡大に伴い商品展示スペースが狭隘化し、増築や仮設物によって対応している状況であり、店内動線などに支障をきたしている。今後の更なる発展のためにも本格的農産物直売所への転換が必要となる。

現在の位置ではこれ以上の増築は難しく、要望の多い駐車スペースの拡大も望めないことから、(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」内に農畜産物直売所の新設(移築)を計画する。



直売所の配置場所としては、必要な前面駐車場を考慮して下図の位置とし、エリアとして一体化を図れるよう利用者動線を計画する。また、(仮)「恵庭 花のヴィレッジ」の国道側導入部のシンボリック位置付けとし、直売所への来訪者が花のヴィレッジへ誘導される動線を検討する。



<新・農畜産物直売所イメージ>

- ・主施設としての「顔」を持つ建物
- ・外部から店舗内の雰囲気を見ることが出来る建物
- ・明るく開放的な建物
- ・将来の来客予測に合致した建物規模



また、冬期間の開設要望も多く、「花の拠点」全体の誘客も考慮して、直売所の通年利用が可能となるよう施設の構造を検討する。冬期間の運営については、手法や販売商品など、運営主体と調整を進める必要がある。

○ 施設内容(例)

- ・直売スペース(野菜・花苗・切り花・加工品など)
- ・簡易加工設備(地元産野菜による惣菜など)
- ・簡易調理設備(イートイン・テイクアウト設備)



④ 駐車場

本計画の主ターゲットは札幌圏住民であり、その多くは自動車によって訪れる。また、道外観光客・外国人観光客(新千歳空港乗降客)についても、ツアーバスのほかレンタカー需要も増加してきている状況であり、駐車場の考え方が非常に重要なテーマとなる。

現駐車場の収容台数も手狭な状況で拡幅の要望も寄せられており、(仮)「恵庭 花のヴェルジ」において多くの新たなターゲットを迎えるためにも、道と川の駅も含めたエリア全体で300～400台及び大型バスを収容可能な駐車場を計画する。

< 駐車場設置構想 >

- ・ 現駐車場と接続して、新農畜産物直売所前に駐車場を増設し、合計140台程度の収容台数を見込む。(駐車場A)
- ・ 保健センター導入部(取付道路)奥に普通車150台、大型バス10台程度を収容可能な駐車場を新設する。(駐車場B)
- ・ 現保健センター駐車場(100台収容)をセンターハウス用として活用する。



既存道と川の駅駐車場＋駐車場A＋駐車場B＋保健センター駐車場
合計 約400台収容 大型バス10台含む

駐車場Bについては、主要幹線道路である国道36号線から300m以上の距離を有するため、国道沿いに右左折誘導看板の設置を検討する。また、開業後は駐車場Bまでの市道の混雑が予想されることから、市道道路幅の拡幅、右折レーンの設置、大型バスの進入のための回転軌跡等についても検討が必要となる。



<誘導看板イメージ>



<入口看板イメージ>



⑤ ガーデンエリア

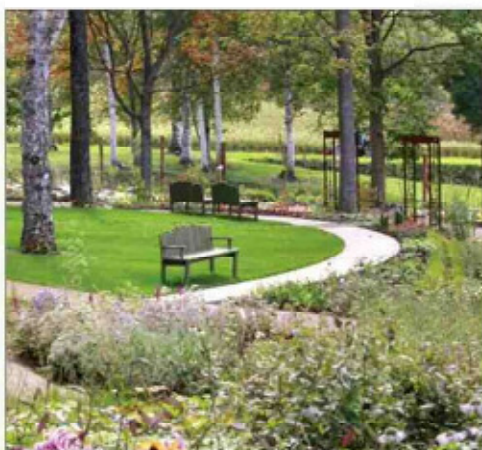
3つの施設及び駐車場に囲まれた空間は、ガーデンエリアとして、花の拠点のメインとなる。

既存の道と川の駅、多目的広場などにつながる園路を整備し、施設として一体化させるほか、ベンチ・テーブルなどの休憩施設を設置し、来訪者の滞在を促す。

また、イベント開催も視野に入れ、イベントスペース(広場)の確保も検討する。

修景施設については、「花」をテーマとした施設であることから、全体のイメージを考慮し、来訪の目的となりうる「花の風景」となるよう整備を行う。恵庭ならではの「花の風景」づくりを行うには、市民との協働が不可欠であり、継続的に取り組みを進めていくこととする。

<ヴィレッジ内空間イメージ>



⑥ 戸建店舗

ガーデンエリア周辺の空間は、「花と緑の中の非日常的空間」を演出し、ガーデニングが施された戸建店舗がショップやレストランを営む計画とする。

<ヴィレッジ内ショップイメージ>



・戸建店舗の業態イメージ

飲食関連：カフェ・レストラン・ピザハウス・パン・ケーキ など

物販関連：雑貨・ガーデングッズ・工房・フラワーショップ など

なお、戸建店舗については、管理運営主体の主導による民間活力を活用した整備を想定する。「花の拠点」のテーマに合った施設となるよう、統一したコンセプトのもと行うこととし、整備年次については、オープン時にこだわらず柔軟に考えるものとする。



花の拠点 整備イメージ

4. 事業手法及び管理運営方針

(1) 事業手法

施設整備・運営にあたっては、
公共施設における民間活力の導入を視野に入れる。

「花の拠点」については、区域として都市公園内の開発となるため、公共施設となることが前提となる。しかし、開業後の管理運営においては健全な収益を計上出来る民間的運営が必要となる。そのため、施設整備にあたっては、公共により整備するものと、民間の運営ノウハウに基づき民間活力により整備するものを区分する必要がある。

◇公共により整備するもの

園内全体のインフラ整備(造成、園路、雨水排水等)
修景・植栽・駐車場
センターハウス
農畜産物直売所

◇民間活力を活用するもの

戸建店舗(ショップ・レストラン等)
戸建店舗周りの修景(ガーデニング)
民間提案による収益施設(センターハウス内での収益事業を含む)

- ※ 「センターハウス」はパブリックスペースであり、花のまちづくりの拠点となるものであることから、公共による整備とする。ただし、同建物内で収益事業を行うために整備するものについては、民間活力の活用を視野に入れる。
- ※ 「農畜産物直売所」は、市内の農業の活性化を目的としていることから、建物については公共による整備を前提とする。しかし収益の見込める事業であることから、販売等に係る備品については民間負担とする。
- ※ 「戸建店舗」及び「民間提案による収益施設」については収益事業であり、民間活力の活用を前提とするが、整備にあたっては「花の拠点」のテーマに沿ったものとなるよう条件付けをする必要がある。

(2)管理運営方針

管理運営については、「道と川の駅」、「農畜産物直売所」を含めた計画エリア全体での一括管理を前提とする。

平成18年から、「道と川の駅」、「農畜産物直売所」は特産物等の販売によって健全な収益事業を展開しており、今後も期待されるものである。一方で、「花の拠点センターハウス」および「ガーデンエリア」は、「花のまち恵庭」の観光拠点を形成し、将来の恵庭市の発展に寄与していく公共的な事業であるが、民間活力を活用した収益的事业も検討し、両方を併せた施設の運営形態を想定する。

また、既存の「道と川の駅」及び多目的広場、ウォーターガーデン等と新設する農畜産物直売所、センターハウス、ガーデンエリア等は園路などで接続し、エリア全体を周遊できる一体的な整備を行う必要がある。

これらの考えをもとに、管理運営については公共的事业と収益的事业を含めた計画エリア全体での一括管理を前提とし、全域の外構管理と非収益部門の管理運営を行うことに加え、「道と川の駅」や「農畜産物直売所」、「花の拠点センターハウス」等の個別運営に対する総括的な管理者として、管理運営主体に一括して委ねる方式とすることが望ましい。



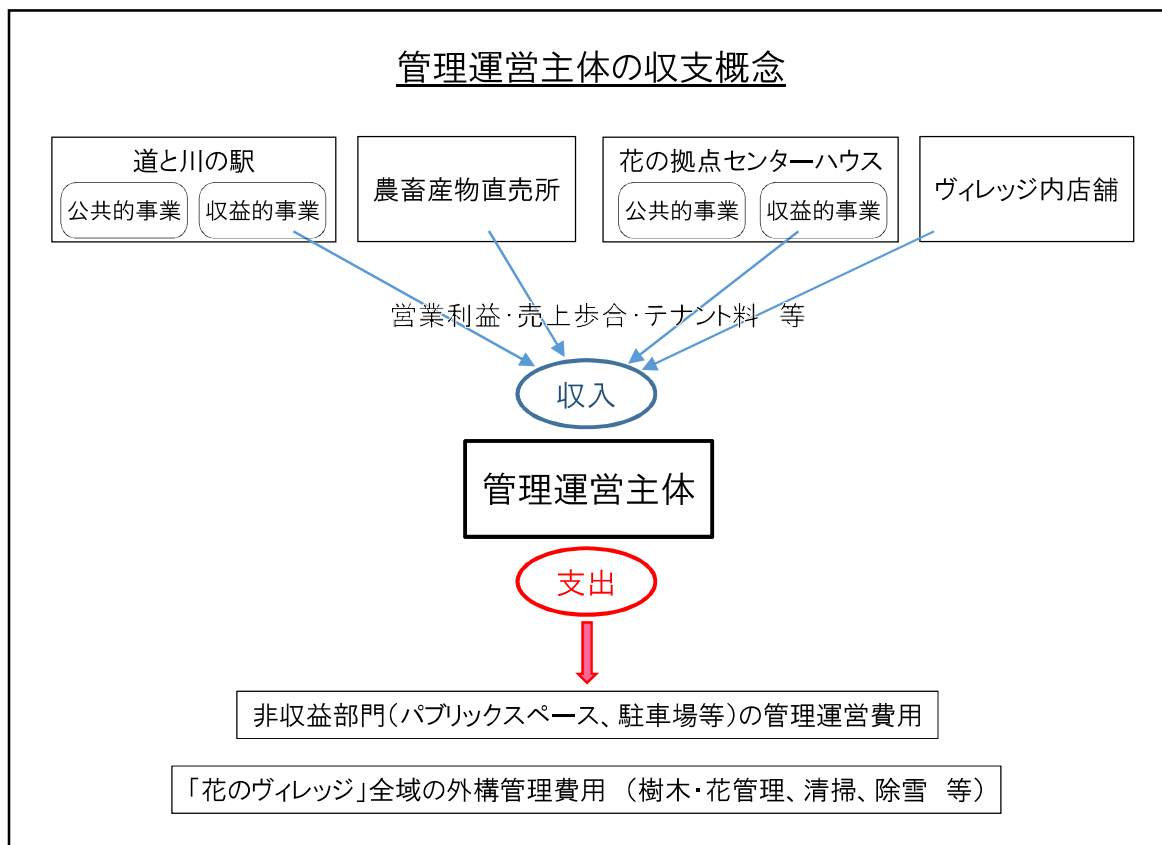
管理運営主体は、トータル的に市の発展に寄与する民間企業・法人であることが前提となる。
したがって、選定に当たっては以下の点を考慮する必要がある。

- ① 観光拠点形成の「恵庭 花のヴィレッジ」計画を十分に理解し、市とスタンスを共に出来る企業体であること。
- ② 全体を管理運営できる企業能力、ノウハウを有すること。

管理運営主体においては、「花の拠点」計画のコンセプトに基づいた運営が求められる。

「花のまち恵庭」のイメージを構築するためには、拠点全体の「花の風景」と、「道と川の駅」、
「センターハウス」をベースとした情報発信や交流、体験などのソフト事業が重要であり、管理運
営主体が主導して行うものとする。

しかし、「花のまちづくり」や「観光振興」に関わる公共的な取り組みについては、市も積極的に
関与し、管理運営主体と市民との協働により、事業を実施する。



パブリックスペースにおける施設整備内容によっては、市側の費用負担が発生する可能性も
考慮する。

5. 年次計画及び事業費試算

(1)年次計画

	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	平成31年度	平成32年度
行政側業務				管理運営主体決定 *	管理運営主体更新 *	
		●-----● 運営手法・運営計画調整		●-----● 事業計画調整		
1. 計画	●-----● 基本計画					
2. 設計		●-----● 基本設計	●-----● 実施設計			
3. 工事				●-----● 造成・建築		
4. 運営者業務				●-----● 開業準備		* オープン

- 基本計画をもとに、平成28年度に基本設計、平成29年度から実施設計を行い、平成30年度から2箇年で工事を実施、平成32年度のオープンを目指す。
- 道と川の駅の指定管理者更新が平成31年4月であることから、エリア全体での一括管理を前提とすると、平成28年度から平成29年度にかけて運営手法を決定し、平成30年度中に管理運営主体を決定する。
- 全体のオープンは平成32年度となるが、平成31年度の指定管理者更新にあわせ、公共の整備が完了した箇所から順次、管理運営主体に管理運営を委ねることとする。したがって、平成30年度の管理運営主体の決定後すぐに開業準備に着手し、平成32年度のオープンに向けて公共との事業計画調整を行う。

(2)事業費試算

項目		工事費(千円)	備考
建築 工事 費	農畜産物直売所新設費	180,000	面積600㎡想定 @300千円/㎡
	センターハウス建設費	120,000	保健センター改修
	戸建店舗建設費	—	
	小計	300,000	
造成・ 修景 費	造成工事	70,000	面積3.5ha
	給排水電気設備	50,000	
	修景工事費	135,000	園路、広場、植栽、パーゴラ、サイン等
	戸建店舗周り修景	—	店舗周りテラス、パーゴラ、花壇等
	駐車場整備費	80,000	約0.8ha 観光バス・一般乗用車用
	小計	335,000	
	計	635,000	

設計費、調査費（測量費、地質調査費） 什器備品含まず。

- 事業費のうち、公共で行う工事費について計上した。なお、造成、建築とも面積あたり工事費単価から試算を行っている。
- 戸建店舗建設費、戸建店舗周り修景工事費については、民間負担と想定し計上していない。