

基本方針1 市民が主体となった観交まちづくり				
基本施策1-1 ふれあい交流の推進				
	おもてなし・受入サービスの向上	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・観光ガイド(花ガイド・ボランティア)の育成	○	○	花ガイドを対象とした研修会・勉強会を年1会実施(R2年度、R4年度、R5年度は感染症対策のため未実施)。花観光以外のガイド育成の方向性については今後検討。
	・有償ガイドの創設に向けた検討		○	(仮称)花と緑の文化センター創設に向けて、ツアーガイド及び視察対応等の有償化検討を進める。
	・事業者や市民への啓発(講習会の開催)	○		花の拠点 はなふる にて市民を対象とした「お庭の学校」をR4～R6実施。 R7年度については9月4日実施予定。
	・接客・接客研修の実施		○	実施目的及び実施対象について精査の上、今後の必要性について判断する。
	人材育成・市民意識の醸成	実施状況		
	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に必要な人材育成や市民意識の醸成を図る。	実施済	今後検討	内容
	・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)	○		令和6年度まちづくりチャレンジ協働事業制度実績16件(恵庭市フラワーマスター協議会: はなふるでの庭づくり講習会開催事業など)
	・恵庭の魅力など各種情報提供による市民意識の醸成	○		各種パンフレットの製作・配布及びインターネットや情報誌等の媒体により市内イベント情報を発信した。
基本施策1-2 受入環境の整備				
	道路案内標識・観光案内看板の整備	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・道路案内標識の整備	○		道路案内標識の新設または標識板の変更 (恵庭溪谷) 道道 6基、国道 2基(H27)、 (はなふる) 市道(松園線) 2基(R2) (ふれらんど) 国道(36号)2基(H24)、道道(江別恵庭線)4基(H24)、市道8基
	・観光案内標識の整備	○		白扇の滝滝見広場 2基(滝見広場案内図、観光案内マップ)、ラルマナイの滝駐車場1基(観光案内マップ)(H27更新) はなふるデジタルサイネージの設置 1基(R1)
	Wi-Fi環境及びキャッシュレス化の促進	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・インターネット接続環境の整備	○	○	花の拠点ははなふるでは公園内ほぼ全域の公衆無線化が完了している。 電波不感地帯であり、光ファイバーの敷設もない白扇の滝周辺へはスターリンク(衛星通信)による公衆Wi-Fi導入の検討を進めている。
	・決済環境の整備(キャッシュレス化)	○	○	キャッシュレス化へ向けた決済環境整備については民間施設の自助努力に留まっている。 花の拠点(花ロードえにわ・かのな…各種キャッシュレス対応済、りりあ…paypay対応、RVパーク…クレジットカード対応)
	外国語表記への対応	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・多言語表記への対応	○	○	花の拠点ははなふるや白扇の滝等公共の観光施設では、英語及び中国語を併記した掲示物の導入を進めている。 観光パンフレット「旅するえにわ」を多言語で作成(英語・繁体) 観光WEBサイト「ENIWA EYE」の多言語対応(英語・繁体・簡体) えにわコミュニティバス内のモニター画面の英語表記および英語の音声案内を導入。 民間観光施設での受入体制の実態把握と強化への協力体制の構築が必要
2次交通の充実		実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・定額制の観光タクシー(観光案内付き)の運行			未着手
	・レンタサイクルの設置	○		令和3～5年度～市の事業としてシェアサイクル「えにくる」実施(JR恵庭駅・恵み野駅・はなふるセンターハウスの3箇所) 令和6年度～民間事業者コギコギ(株)が恵庭駅に設置、観光協会がはなふるでレンタサイクルを設置。 令和7年7月現在、現在民間事業者によるシェアサイクル(恵庭駅・恵み野駅)、観光協会によるレンタサイクル(花の拠点ははなふる)の3箇所設置
	・コインロッカー設置の推進	○		恵庭駅、恵み野駅に設置(H29～) 恵み野駅に増設(R7)
	教育旅行受入体制の構築	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・受入家庭の募集と管理	○		台湾からの教育旅行受入実績(H29～R5): 10件(ホームステイ延べ31家庭、77名)※コロナ禍のオンライン交流は除く 今後は台湾の教育旅行の誘致はせず、引き合いがきたときは企画課にて国際交流事業の範疇で対応することとなっている。 国内の教育旅行体制の整備は実施できていないが、えこりん村やフォレストアドベンチャー恵庭などで教育旅行の受入れを行っている。
	・受入家庭における提供可能文化体験の把握			台湾からの教育旅行では、市内小・中・高校での交流がおこなわれたほか、郷土資料館の見学やむらかみ牧場でのアイスクリーム作り体験、ミニバスケットボール少年団との交流試合などを実施。(受入家庭での体験内容は未把握)
	広域連携及び学校との連携体制の構築	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・土曜授業や総合学習などで活用できるような機会提供	○		緑のふるさと森林公園において、レクリエーション事業による活用ができることを市内小中学校へ周知している。

基本方針2 観光プロモーションの充実				
基本施策2-1 情報発信の強化				
	各種媒体による情報発信	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・観光情報誌への特集掲載	○		じゃらん、JP01、HO等各種観光情報誌へ特集を掲載し恵庭の認知度向上を図った。
	・WEB、SNSプロモーションの充実	○		市HPやえにわか等でイベント情報の周知及びInstagram内での広告掲載を実施した。
	・観光パンフレットの効果的活用	○		旅するえにわ、恵み野花Map、はなふるパンフレット等を作成し各所で配布したほか、はなふるの視察・見学対応時に活用した。
	・効果的な情報発信ツールの調査・研究及び効果的活用	○	○	R6年度より即時性の高い公式LINEでの情報発信を開始。引き続き効果的な情報発信ツールの調査・研究に務める。
	ホームページの充実	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・地域の魅力をコンテンツ化	○		イベント情報、観光スポット情報、開花情報等の魅力ある情報をコンテンツごとに掲載した。
	・魅力的な内容をタイムリーかつ継続的に更新	○		イベント開始時期や開花状況等に応じ随時更新を実施した。
	・各団体HPの相互連携強化	○		市HPとはなふるHP、ENIWA EYEにおいてイベント情報・観光情報等を相互に掲載した。
	観光案内機能の強化	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・観光案内窓口の充実	○		センターハウス内に観光案内所を設置し、有人での観光案内機能強化を行っている。
	・市内周遊促進のための仕掛け・ツール作成	○		「旅するえにわ」においてエリア別の見どころや飲食店を紹介し市内周遊促進を図っている。
	エーгент等へのプロモーションセールス	実施状況		
	旅行代理店などのエーгент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プロモーションを強化して誘客の促進を図る。	実施済	今後検討	内容
	・団体旅行事業者へのセールスコール	○		エーгент向けイベントへの出展及びインターネットサイトへの動画掲載によるプロモーションを行っている。
	・個人旅行事業者へのセールスコール	○		エーгент向けイベントへの出展及びインターネットサイトへの動画掲載によるプロモーションを行っている。
	・旅行商談会への参加	○		エーгент向けイベントへの出展及びインターネットサイトへの動画掲載によるプロモーションを行っている。
基本施策2-2 差別化・ブランド化の推進				
	ブランドイメージの構築	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・ロゴマークの作成	○		恵庭溪谷のロゴマーク（H27） 花の拠点の愛称公募「はなふる」（R2）およびロゴマークの作成（R2） オープンガーデンロゴマーク（H29？）
	観光資源の集中発信	実施状況		
	恵庭の魅力を観光資源の柱である「花のまち」「恵庭溪谷」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。	実施済	今後検討	内容
	・集中的な情報発信	○		各種パブリシティや広告出稿を行う際には、「はなふる」又は「恵庭溪谷」を中心とする情報発信を行っている。 「はなたび恵庭」による花の拠点を軸にした観光PRや花マップによるオープンガーデンの紹介により「花のまち」のイメージ定着を図った。
	食の魅力向上	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・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	○		・道と川の駅「花ロードえにわ」で恵庭産原料を使用した商品を販売。 ・恵庭駅西口再開発ビルいざりえのエニマルシェにて市内事業者が生産加工する特産品を販売 ・ふるさと納税の返礼品として販路拡大
	・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	○		恵庭市農商工等連携推進ネットワークによる恵庭産原料を使用した製品の開発及び販路拡大を行っている。
	・魅力的な飲食店の情報発信	○		各エリアごとにおすすめグルメを多数掲載した観光パンフレット「旅するえにわ」の発行し、道と川の駅などに配架して情報発信を行っている。
	・地元農畜産物のPR	○		令和2年4月、農畜産物直売所かのなを移設し、販売スペース1.5倍、通年営業で地元農畜産物の販売が行われている。
	・食関連イベント、フェアの開催	○		友好都市藤枝市やふるさと納税イベントで地域特産品のPRを実施。
基本施策2-3 広域観光の推進				
	広域団体、近隣市町村との連携	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・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	○		・石狩振興局との連携により、広域観光プロモーションの実施 ・千歳観光連盟（地域連携DMO）との連携による、広域観光プロモーション実施 ・さっぽろ連携中枢都市圏での連携によるインバウンドの誘客を実施 ・オール北海道ボールパーク連携協議会での連携による広域サイクルツーリズムを実施
	・専用サイトを活用した管内の観光情報の発信	○		いしかり地域・情報発信サイト「きらり☆いしかり」（運営：石狩振興局）により、管内の観光周遊ルートなど観光情報を発信
	・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		○	未実施

基本方針3 魅力ある観光地づくり				
基本施策3-1 観光資源の魅力向上				
	既存観光施設の磨き上げと利活用の推進	実施状況		
	「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。	実施済	今後検討	内容
	・補助金等を活用した地域資源の磨き上げ	○		緑のふるさと森林公園では、老朽化が進む施設を補修しながら、ホーストレッキングや工作体験といったソフト事業の魅力向上を図っている。
	・イベント等をきっかけとした市内他施設への誘客促進	○		各種パンフレットの作成により各エリアの魅力を発信し、イベント等で来恵した観光客の他施設への周遊促進を図っている。
	新たな観光資源の発掘と創造	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・体験型観光の推進(再掲) →農業体験受入農家の拡充	○		収穫体験や酪農体験を実施するファーム系施設が増加していたが、コロナを契機に廃止したり、一部マナーの悪いインバウンドにより受入を中止した施設などもある。 平成28年度 グリーンツーリズム関連施設 24施設、 受入施設 7施設 令和5年度 グリーンツーリズム関連施設 15施設 受入施設 3施設 令和6年度 グリーンツーリズム関連施設 15施設 受入施設 3施設
	・桜並木などの観光資源化	○		各種パンフレットや市HP等でえにわ湖さくら公園について周知し、多くの花見客が来訪している。
	・地域資源と文化に基づいた観光の推進	○		花の拠点(はなふる)を巡るツアーの企画を実施。また、盤尻地区の体験型観光事業を推進するための事業者向けモニターツアーを実施予定。
	・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もいただく滞在型観光の推進	○		各種パンフレットにて市内飲食店を周知しているほか、花とくらし展におけるバスツアーの開催等によりオープンガーデンの魅力を発信している。
	・飲食店の新規発掘	○		商工労働課及び恵庭観光協会と随時情報共有し、飲食店に関する情報収集を実施している。
	花観光の推進	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・「花とくらし展」の充実	○		ステージイベントや花のオークション、各種ワークショップ等を実施しコンテンツの充実を図っている。 来場者数：R6年度25,983人、R726,197人
	・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)	○		花のまち並み推進事業を実施し、歩道植樹柵や公園花壇等へ植栽する町内会等の団体を支援すると共に、定期的にガーデニング講習会を実施し次世代の人材育成に務めた。
	・花ガイドなどの市民ボランティアの育成	○		花ガイドを対象とした研修会・勉強会を年1回実施(R2年度、R4年度、R5年度は感染症対策のため未実施)。
	・来訪者と地域住民との交流機会の充実	○		花とくらし展においてオープンガーデンバスツアーを実施しているほか、恵み野花Mapの作成・更新によりオープンガーデンを周知し、来訪者と庭主との交流を促進している。
	・全国都市緑化北海道フェア開催を契機とした誘客促進	○		ガーデンフェスタその後検討会の提言に基づき(仮称)花と緑の文化センター設立準備会を発足し、花の拠点景観管理事業等の試行事業を実施することではなふるの魅力向上に努めている。
	花の拠点(はなふる)の誘客促進	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・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	○		花ロードえにわ内でデジタルサイネージによる観光情報発信を実施しているほか、センターハウス内に観光案内所を設置し、有人での観光案内機能強化を行っている。
	・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	○		恵庭産放牧豚「こな雪とんとん」を使用したカレーやえびすかぼちゃを使用したスイーツを販売し、飲食サービスの充実を図っている。
	・花や食に関するイベントの開催	○		花とくらし展やお庭の学校等の花関係イベントを実施するほか、えにわ農業まつりやYEGフェスティバル等の農産物・ご当地グルメが楽しめるイベントを開催している。
	・花の拠点各施設間の連携強化	○		花の拠点運営定例会を開催し、各施設担当者との情報交換の場を設けている。
	・市内観光施設、商業施設、飲食店業への周遊促進	○		各種パンフレットの作成・配布により各エリアの魅力をPRし、周遊促進を図っている。
	・公園施設及び宿泊施設と連携したサービスの提供		○	宿泊施設との意見交換を図っているが、連携したサービスの提供には至っていない。
	・ガーデンツーリズムに向けた調査、研究	○		花とくらし展において実施しているオープンガーデンバスツアーやまちなかツアーの参加者へアンケートを行い、どのようなニーズがあるのか検証している。
	・通年型観光地に向けた取り組み	○		花とくらし展やシーニックナイト等、年間を通してイベントを実施している。
	渓谷観光の推進	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・恵庭渓谷巡り等の実施(事業性の検証)	○	○	盤尻地区の体験型観光事業を推進するための事業者向けモニターツアーを実施予定であり、事業性の検証を進める。
	・他施設への周遊促進	○		各種パンフレットの作成により各エリアの魅力を発信し、他施設への周遊促進を図っている。
	・渓谷観光の通年化及び効果的情報発信		○	渓谷観光の通年化には至っておらず、一年を通した観光資源の発掘・検証が必要。
	恵庭渓谷ビジターセンター機能の整備	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・既存施設(スキー場など)を活用し、ニーズや課題を精査		○	カヌーやトレッキングなど、体験型メニューの検討を進めているが、ニーズや課題の精査には至っていない。
	・恵庭渓谷におけるソフト事業の充実を先行実施		○	カヌーやトレッキングなど、体験型メニューの検討を進めているが、新規ソフト事業の導入には至っていない。
	・上記を踏まえた後、整備検討		○	ビジターセンターで案内を想定するコンテンツ自体が不足していることから、コンテンツの増加を先に取り組むこととし、コンテンツ内容によってどこにセンター機能を設けることが効果的か検討を進める。
	・多言語案内板の整備	○		英語・中国語表記の看板を整備した。

基本施策3-2 着地型観光の推進				
	グリーンツーリズムの充実(農業観光の推進)	実施状況		
	恵庭の着地型観光の柱となっている農業体験や、ファームインなどのグリーンツーリズムを充実することにより、誘客を促進する。	実施済	今後検討	内容
	・対応する農業者、体験メニュー(品目)の充実	○		収穫体験や酪農体験を実施するファーム系施設が増加していたが、コロナを契機に廃止したり、一部マナーの悪いインバウンドにより受入を中止した施設などもある。 平成28年度 グリーンツーリズム関連施設 24施設 受入施設 7施設 令和5年度 グリーンツーリズム関連施設 15施設 受入施設 3施設 令和6年度 グリーンツーリズム関連施設 15施設 受入施設 3施設
	・修学旅行などの教育旅行の取り込み	○		平成28年度 受入延人数 3,055人 令和5年度 受入延人数 11,844人 ※特にえこりん村での教育旅行受入人数が大幅増加 令和6年度 受入延人数 10,073人
	・農業体験施設等の魅力発信	○		グリーンツーリズムのパンフレットを作成し、誘客促進を図った。
	新たな体験型観光の推進	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・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	○		自転車で市内チェックポイントをめぐるサイクルフェスタ恵庭を開催。 愛好者によるフットパスは行われるようになってはいるが、体験型観光としてのコンテンツには至っていない。
	・「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	○		フットパス愛好団体が花とくらし展と連携して「はなふる・恵み野オープンガーデンフットパス」を開催(R6)。 JRヘルシーウォーキングは令和7年度に恵庭市で開催されたが、JR独自によるもので市との連携はなし。 Jリーグウォーキングは明治安田生命により令和3年度から実施(ただし、市民向け)
	・アクティビティ愛好層に向けた情報発信	○		インフルエンサーによるインスタグラムPR動画の作成発信(フォレストアドベンチャー恵庭/恵庭カントリークラブ/サッポロビール北海道工場)※シティセールス事業で実施
	・体験観光訪問者の市内周遊促進	○		自転車で市内チェックポイントをめぐるサイクルフェスタ恵庭を開催。参加者に対象店舗で使える金券をプレゼントし、市内周遊と市内消費を促している。
	基本施策3-3 イベントの充実			
	市外客誘致に向けた魅力向上	実施状況		
	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。	実施済	今後検討	内容
	・内容の充実と市外への情報発信	○		紙媒体においては各種雑誌のバプリシティでの告知強化を図っている。また、インターネット媒体においては、ホームページの他、SNSを活用した告知強化を図っている。 地域夏祭り関係では、駐車場等を含む受入キャパシティの問題から市外客の誘致が適さない事態が生じている。
	・観光資源を活かしたイベントの実施	○		花とくらし展、ガーデンフェスタ北海道2022、恵庭溪谷紅葉バスツアー、えにわハッピーハロウィン、シーニックナイトなどのイベントが実施された。また、花の拠点 はなふる はイベント会場として定着してきており、イベントを訪れた方に花のまち恵庭を体感してもらっている。 緑のふるさと森林公園での引馬体験を実施。
	・「えにわマルシェ」の内容充実と認知度向上	○		道と川の駅「花ロードえにわ」で毎週末出店するほか、花とくらし展をはじめとする来場が多いイベントに出店することで認知度向上を図った。また、新規会員を増やすことで、個性豊かなマルシェを展開している。
	・イベント間の連携促進	○		緑のふるさと森林公園の引馬乗馬体験のイベントでは、同会場で観光協会によるワークショップを開催したり、えにわハッピーハロウィンのイベントにえにわマルシェが出店するなど、イベント内容の魅力向上を図った。
	・新たな地域発信イベントの創出	○		新規イベントはないが、花の拠点(はなふる)が各種イベントの会場として利用されるようになり、広い駐車場があることから来場が伸び、イベントが活性化している。