

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（○実施済、●今後検討）
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。	○一般住宅でのオープンガーデンをはじめとし、えにわ花とくらし展開催時などには、ボランティアによる花ガイドが行われている。 ●アドベンチャートラベルにおけるローカルカルチャー体験による地元住民との交流など、花観光以外での交流や受入サービスの検討が必要となっている。
人材育成・市民意識の醸成	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○歩道植樹柵等への花植えを行政と市民が一体となり、実施している。 ○花の拠点においてもボランティアの協力による花の維持管理を行うことやガーデナー育成の講習会の開催などを行い、花にまつわる人材育成を行っている。 ●花のまちづくり、花観光を担う人材の高齢化が進んでおり、新たな世代での人材育成が必要となっている。 ●花観光以外の観光事業者の育成も必要となってきている。
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（○実施済、●今後検討）
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。	＜道路案内標識＞ ○道道 6基、国道 2基(H27) ＜観光案内看板＞ ○白扇の滝滝見広場 2基、ラルマナイの滝駐車場 1基(H27) ○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（○実施済、●今後検討）
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。	○花の拠点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。 ●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。
外国語表記への対応	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○花の拠点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。 ●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となってきている。
2次交通の充実	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	●観光タクシーサービスの展開には至っていない。 ○R4年度に開業したフェアフィールド・バイ・マリオット・北海道えにわは、宿泊に特化して地域の飲食店や温浴施設を利用するモデルであるため、市ではなたびタクシーという送迎サービスを展開している。 ○公共交通機関がない恵庭溪谷では、紅葉シーズンに合わせバスを運行している。 ○花の拠点はなふる内の観光案内所でレンタサイクルが展開されている。 ○恵庭駅・恵み野駅・はなふるに各ポートを設置するシェアサイクル事業をR3年度～5年度まで実施したが、黒字化とならなかったために事業を廃止した。 ●R6年度には民間事業者の自主事業という形で恵庭駅単独でのシェアサイクル事業を実施しており、R7年度以降の継続について検討を要する。 ○恵庭駅、恵み野駅にはコインロッカーをH29年度から設置し、市の収益としている。
教育旅行受入体制の構築	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	●市として教育旅行受入体制の整備は実施できていない。 ●市内観光関連施設における教育旅行受入希望等のニーズ調査などを行っていく。
広域連携及び学校との連携体制の構築	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○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（○実施済、●今後検討）
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。	○各種パンフレットを作成し、配布している。 ○観光客の目に触れやすい媒体への広告出稿を行っている。
ホームページの充実	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○市観光施設の情報や各種イベント情報のほか、桜や紅葉など季節に応じた見所情報の発信などを行っている。
観光案内機能の強化	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○道と川の駅内では、デジタルサイネージによる観光案内機能を設けている。 ○はなふるセンターハウス内には、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。
エーгент等へのプロモーションセールス	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○エーгент向けイベントへの出展によるプロモーションを行っている。 ○エーгент向け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。 ●レンタカー事業所へのパンフ配架依頼を今後進めていく。
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（○実施済、●今後検討）
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。	○恵庭溪谷のロゴマークを作成している。 ○花の拠点「はなふる」のロゴマークを作成している。
観光資源の集中発信	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○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。
食の魅力向上	実施状況（○実施済、●今後検討）
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。	○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。
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（○実施済、●今後検討）
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。	○石狩振興局との連携により、広域観光プロモーションを行っている。 ○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を行っている。 ○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行っている。 ○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行っている。

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(○実施済、●今後検討)
「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。	○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。 ●ルルマップ自然公園ふれらんどでは、より魅力的な施設への磨き上げを目指し、R4年度にあり方検討会設置による方向性の検討、R5年度に基本構想策定、R6年度に整備方針策定を行い、R7年度以降に施設転用を目指すこととしている。 ●えこりん村は、R5年度に銀河庭園やみどりの牧場といった一部施設が閉鎖されたことから、今後の事業展開に応じ、改めて連携手法について検討を進める。
新たな観光資源の発掘と創造	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	○公共では、R2年度に花の拠点「はなふる」を整備し、花と観光の新たなスポットとして魅力向上を図っている。 ○民間では、H30年度にフォレストアドベンチャー・恵庭が開業、R3年度にはキャンパーズエリア恵庭TCS Villageが開業されている。 ●森林鉄道に関する遺構や未発掘の自然景観など、新たな観光資源の調査を進めている。
花観光の推進	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	○従来より盛んに行われているオープンガーデン、新たな花観光の拠点としてのはなふる、それぞれの花観光の仕組みが構築され、イベント時にはオープンガーデンとはなふるを繋ぐ連携施策も展開している。
花の拠点(はなふる)の誘客促進	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	○道の駅、かのな、スターバックス、おむすびゑびす、りりあ、RVパーク、ガーデンエリア、マリオットといった全ての施設において魅力の向上が図られている。
渓谷観光の推進	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	●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。
恵庭渓谷ビジターセンター機能の整備	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	●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。
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(○実施済、●今後検討)
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。	●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り、ゼロベースでの再検討が必要となっている。
新たな体験型観光の推進	実施状況(○実施済、●今後検討)
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。	●愛好者による「サイクリング」や「フットパス」などは、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化には至っていない。
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(○実施済、●今後検討)
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。	○紙媒体においては各種雑誌のパブリシティでの告知強化を図っている。 ○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。