

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) ○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エクスペリエンス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) ○歩道植樹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) <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) ○はなぶ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) ○花の拠点はなぶ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) ○花の拠点はなぶ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・北海道にわは、宿泊に特化して地域の飲食店や温泉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渓谷では、紅葉シーズンに合わせバスを運行している。 ○花の拠点はなぶ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・はなぶ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) ●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) ○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など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。
エージェント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ジェントや、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。	○エージェント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。 ○エージェント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。	○恵庭渓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。	○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「恵庭渓谷」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产品的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园では、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) ○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年度にはキャンバーズエリア恵庭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) ○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) ○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) ●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) ●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) ●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) ●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) ○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。