

第3期恵庭市観光振興計画(案)概要版

基本理念 「暮らすように訪れるまち」

「暮らすように訪れるまち」とは、観光客が単なる一時の訪問者ではなく、このまちに暮らす人々と時間を分かち合い、日常に溶け込むように滞在する姿を描いています。

花や自然を楽しみながら散策し、地元の飲食店で水の恵みを味わい、住民との交流を通じて暮らしに触れる——。そうした体験そのものが恵庭の観光の価値です。

滞在型の観光を通じて、訪れる人が地域の魅力を深く理解し、関わりを続けることで関係人口の拡大につながり、将来的には移住・定住へと発展する観光の実現を目指します。

恵庭観光が目指す将来像

- (1) 花を暮らすように楽しむ
- (2) 自然を暮らすように味わう
- (3) スポーツを暮らすように体感する

花や庭を巡り、自然や水の恵みを身近に感じ、スポーツを通じて交流する—このような市民の暮らしのひとこまを観光客も体験できることで、暮らしの豊かさや温かさを肌で感じながら、特別な時間を味わうことができます。

恵庭観光が目指す将来像は、まちの暮らしに溶け込む観光を育み、観光客に心に残る体験を届けつつ、地域の魅力を未来へつないでいきます。

基本方針

1. 花の拠点（はなふる）を核としたガーデンツーリズムの構築

恵庭の花と緑を軸に、北海道全体の人・地域・観光をつなぐガーデンツーリズムを育てます。

花の拠点（はなふる）を中心に、中間支援組織の設立による基盤づくりや、新しいガーデンツアーの展開、ガーデンナー・ガイドの育成を進めます。地域に根ざした花の魅力が人を呼び、交流を生み、暮らしを豊かにする—そんな循環を生み出す恵庭版ガーデンツーリズムを目指します。

2. 豊かな自然資源を活かした観光コンテンツの展開

豊かな自然環境を活かした四季折々のアクティビティが観光コンテンツとして展開されていく体制を構築し、新たな取り組みを推進していきます。特に、恵庭溪谷は清らかな水が流れる恵庭の象徴的な自然資源であり、暮らしだけではなく、花づくりや農産物、ビールなど、地域の産業を支えています。こうした「水の恵み」を軸に、自然と人の営みが循環する恵庭らしいストーリーを観光に活かし、五感で楽しめる周遊型コンテンツを展開します。

3. スポーツツーリズムによる新たな観光の創出

スポーツには、人を惹きつけ、地域を元気にする力があります。恵庭市では、プロスポーツ関連機能の誘致をはじめ、観戦・交流・参加といった多様な関わりを通じて、スポーツを軸とした新しい観光のかたちを創出します。

スポーツを「観る」「する」「支える」すべての人が主役となり、まち全体に賑わいと交流を生み出す—そんな循環を目指します。

4. 市内で消費・飲食・宿泊したくなる取組の推進

観光による経済効果を高めるために、滞在したくなるまちを目指し、交通、食、宿泊、体験といった観光のあらゆる場面で、地域の魅力が活かされる仕組みづくりを進めます。

移動の利便性を高める二次交通の充実、地元産食材を使った商品の開発、ホテルでの観光案内機能の強化などにより、まち全体で観光客を迎える体制を整えます。

観光客の「移動・食・泊・遊」を地域の力で支え、消費をまちに循環させることで、恵庭の観光の質と経済の豊かさを共に育んでいきます。

5. 恵庭の魅力や資源の戦略的なPR

観光の魅力を効果的に届けるために、情報発信の質と届け方を戦略的に整えていきます。公式媒体の一体的なリニューアルによる統一感のある発信、インバウンド対応の強化やターゲット別の情報提供、広域連携による共同プロモーションなど、多様な手法を組み合わせることで、発信力と誘客効果を高めます。

統一された観光ブランドのもと、情報発信の質と一貫性を高めることで、恵庭の観光資源を「見つけてもらう」段階から「訪れたくなる」段階へと導き、持続的な来訪促進につなげていきます。

成果指標

本市の観光入込客数については、第2期計画において平成26年度（2014年度）の133.3万人を基準値とし、令和7年度（2025年度）の目標を150万人に設定しました。ガーデンフェスタ北海道2022を開催した令和4年度（2022年度）には、基準値の約1.5倍にあたる201万人に達し、その後も180万人程度で推移しています。本市の様々な現状を踏まえると、今後は観光入込客数をやみくもに増やすものではないと考えています。

このため、第3期計画では、「暮らすように訪れるまち」の理念に基づき、量的拡大よりも質的向上を優先し、来訪者1人あたりの観光消費単価の向上を目標とし、結果として観光消費額の増加を図ります。

市内宿泊者の増加は消費単価の向上に大きく寄与しますが、今後の施策は体験の質やサービスの向上を中心に進めるため、日帰り客を含む全体平均の観光消費単価4,726円を目標基準値として定めます。

観光消費単価を計画期間の中間年度である令和12年度（2030年度）には基準値の15%増、最終年度である令和17年度（2035年度）には基準値の30%増を達成することを目標とします。



推進体制

本計画の推進にあたっては、多様な主体の連携が重要であり、「花」「自然」「スポーツ」の三つの柱ごとに連携を強化しやすい体制づくりが鍵となります。

「花」については、令和9年（2027年）設立を目指す（仮称）花と緑の文化センターを中心とした連携体制を構築し、中期的には、（仮称）自然体験協議会や（仮称）スポーツ交流協議会のような連携組織の設立を検討します。

こうした複数の協働体が形成される中で、恵庭観光協会が全体のハブとして、各組織・主体間のマッチング機能を担うことを目指し、市民や事業者が主体的に参画できる仕組みづくりを進めます。行政はコーディネーターとして、連携を支援し、市民が地域の魅力を再発見し、観光の担い手として活躍できる環境を整備します。

また、行政と観光協会は、本計画に基づく年次の事業計画を策定し、各協働体と情報共有しながら着実に施策を推進していきます。

