

資料No.	経済建設常任委員会	経済部
3	所管事務調査報告事項	花と緑・観光課

(平成 28 年 2 月 1 日)

第 2 期 恵庭市観光振興計画の策定状況報告

1. 基本的な考え方

・恵庭市は、都市機能と自然環境を両立した「優れた住環境」を活かした、まちづくりを推進しており、また、市民活動による「花のまちづくり」や「花ロードえにわ」や「えこりん村」等の開業を契機として、観光産業が飛躍的に拡大。

・平成 20 年に「第 1 次恵庭市観光振興計画」を策定したが、観光産業は、人口減少・少子高齢化が進む中、地域の経済に広く寄与する総合産業として地域に活力や持続的発展をもたらすことから重要性が高まっており、恵庭が取り組むべき観光振興施策を、行政はもとより、市民や観光事業者、関係団体など、広く観光事業に携わるすべての人たちの行政指針として共有し、連携・協働して計画に基づく施策を展開するとともに、体系的・計画的に観光振興を推進するため策定。

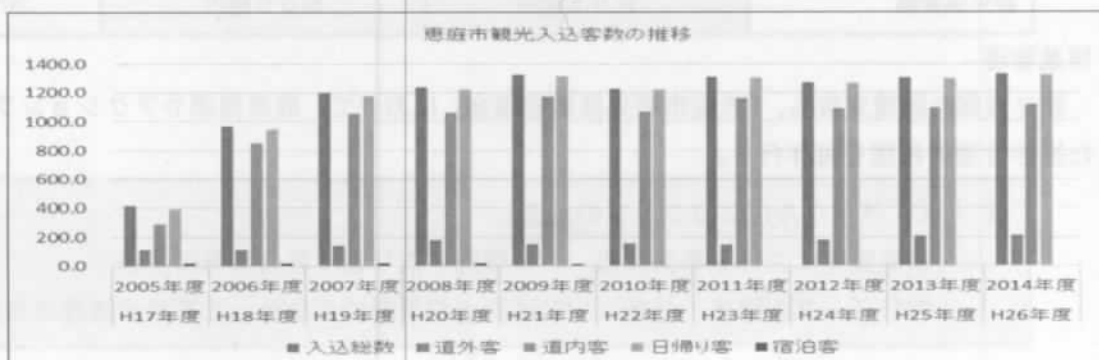
2. 検討経過

事業年度	項 目	事 業 内 容
H24 年度	観光事業企画推進調査	・恵庭市の観光の現状と課題の把握、今後の新たな可能性や推進方向を検討するため、調査事業を実施。
H25 年度	「恵庭の観光を考える会」設置 (11 月)	・上記調査報告を受け、学識・有識者の専門的知見や、観光事業者、関係団体、市民の幅広い意見を反映するため設置。 ・テーマ毎に「観光部会」「花事業・花ロード部会」を設け、委員 21 名、オブザーバー 5 名により検討。
H26 年度	「恵庭の観光を考える会」提言書提出 (8 月)	・検討結果を、「恵庭観光のあり方に関する提言書」として取り纏め、市に提出。
H27 年度	「恵庭市観光推進協議会」設置 (11 月～)	・上記提言書を受け、観光振興計画策定に向けた審議 (6 回開催) ※ 7 回目協議会を開催 (2 月) 後、市へ答申予定。 【協議内容】・基本理念、施策体系及びアクションプラン ・恵庭溪谷ロゴマークの決定 ・花の観光拠点整備計画に係る基本コンセプト
	パブリックコメント実施	(H27.12.1～H28.1.4)
	観光事業者等説明会	観光事業者、観光団体へ計画案の説明 (1/15)

3. 恵庭の現状と課題 (本編 P6～7)

① 現状

・H18 年、道と川の駅「花ロードえにわ」と「えこりん村」の開業を契機として、観光入込客数が 120～130 万人に大幅に増加し交流人口が拡大。H26 年度の観光入込客数約 133 万人のうち、道内客が 84%を占め、旅行形態は日帰り観光が殆どを占めている状況。



② 課題

- ・近年の観光入込客数の増加は、市の積極的な観光振興施策によるものではなく、「花ロードえにわ」等の開業効果によるもの。
- ・交通便利性から、「通過型」が主体となり、滞在期間の長期化とプロモーション不足などから、観光資源の認知度不足が顕著。
- ・「花のまち」として有名ではあるが、観光としての旅行者が気軽に花に触れ合う場所が少なく、また、市民活動に携わる次世代の人材育成が不可欠であり、ハード、ソフト両面での取り組みが必要。

強み	弱み	課題
・札幌近郊の立地	・通過型(札幌近郊ゆえに) ・宿泊施設(温泉など)が少ない	<ul style="list-style-type: none"> ・市民が主体となった観光まちづくり(ふれあい交流の推進など) ⇒おもてなし、サービスの質向上、受入環境の整備が必要 ・観光プロモーションの充実(情報発信の強化など) ⇒まずは恵庭を知ってもらう ・魅力ある観光地づくり(観光資源の魅力向上など) ⇒満足度を向上させ、リピーター、恵庭ファンを作る
・花のまちづくり(市民活動による歴史ある取組み)	・花の観光資源をオープンガーデン(個人の庭)に依存 ・花のまちづくりに携わる市民の高齢化	
・恵庭深谷の手付かずの自然(札幌近郊にも関わらず)	・観光資源の認知度が低い、プロモーション不足(特に恵庭深谷) ・恵庭深谷の魅力観光資源として十分に活かしていない	
・食の魅力(魅力的な飲食店、新鮮野菜) ・恵庭の持つイメージ(おしゃれ、質の高い)	・地域特産品のバリエーション、魅力不足	
・道と川の駅「花ロードえにわ」、農畜産物直売所「かのな」の集客力 ・大規模観光施設(えこりん村)の立地	・観光案内機能が不十分 ・観光施設間の連携が弱い	
	・経済を循環させる仕掛け、意識が低い	

4. 基本理念(本編 P9~15)

基本理念 「花のまち 恵みの庭を育む観光まちづくり」

- ・恵庭ならではの「花のまちづくり」の特長を生かし持続するため、人づくりと観光振興を一体的に推進する。
- ・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。
- ・市民や地域と来訪者の交流を一層深め、恵庭スタイルの観光を構築するため「観光」と表現し、持続的な来訪や、満足度の向上につなげる。

① 計画期間 平成28年度 ~ 平成37年度(10年間)

(前期(5年間)、後期(5年間))に分けて推進管理を行う。

② 目指す効果

恵庭の認知度の向上

交流人口の拡大

経済波及効果の拡大
(観光消費額の向上)

③ 成果指標

目 標	現在値		備考
	2014年度(平成26年度)	2025年度(平成37年度)	
年間観光入込客数	133.3万人	160.0万人	20% UP
観光消費額	約55億円	約66億円	20% UP

④ 推進管理

- ・観光振興計画策定後も、「恵庭市観光推進協議会」において、成果指標やアクションプランに基づいた進捗管理の確認を毎年行う。

● PDCA サイクルによるプランの見直し

- ・事業展開における事業評価
- ・観光を取り巻く社会情勢の把握
- ・統計データの調査、分析
- ・計画時点で予想できなかった事象や課題の見直し

恵庭市観光振興施策の体系



5. 観光振興のアクションプラン（本編P16～23）

●基本方針1 「市民が主体となった観光まちづくり」

- 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
 - ・人材育成と市民意識の醸成
- 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
 - ・Wi-Fi 環境の整備
 - ・外国語表記への対応
 - ・2次交通の充実

◆主な取組み

- ・花のコンシェルジュ制度化の検討
- ・市民活動への積極的な参画を促すための仕掛けづくり など



- ・道路案内標識や観光案内看板の整備
- ・多言語表記への対応
- ・観光タクシー、レンタサイクルなどの充実検討 など



●基本方針2 「観光プロモーションの充実」

- 基本施策 2-1 基本施策情報発信の強化
 - ・各種媒体による情報発信
 - ・ホームページの充実
 - ・観光案内機能の強化
 - ・エージェント等へのプロモーション
- 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
 - ・観光資源の集中発信
 - ・食の魅力向上
- 基本施策 2-3 広域観光の推進
 - ・広域団体、近隣団体との連携



◆主な取組み

- ・観光パンフレットの充実、プロモーションの強化
- ・観光案内窓口の充実 など



- ・恵庭観光のブランドイメージの構築
- ・観光資源（花のまち、恵庭溪谷）の集中的な情報発信
- ・地域資源を活用した地域特産品の開発 など



●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
 - ・新たな観光資源の発掘と創造
 - ・道と川の駅「花ロードえにわ」の充実
 - ・花観光の推進（花の観光拠点の整備）
 - ・溪谷観光の推進
- 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
 - ・新たな体験型観光の推進
- 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

◆主な取組み

- ・既存観光公園の磨き上げと民間施設との連携強化
- ・花の観光拠点の整備
- ・恵庭溪谷ツアーなどの実施 など

- ・体験メニューの充実
- ・着地型観光の案内や手配を行う窓口の設置検討
- ・フットバスや冬のアクティビティの充実 など



- ・観光資源を活かしたイベントの実施（花とくらし展 等）
- ・内容の充実と市外への情報発信 など

6. 恵庭の観光振興の推進体制（本編 P24）

(1) 行政の役割

① 恵庭市の役割

- ・ 観光の拠点の整備運営や情報発信、様々な取り組みの実施主体に対するバックアップなど、全市的に観光に取り組みます。
- ・ 観光振興計画の着実な推進を目的として、民間事業者や各種団体との調整や連携のコーディネーター役を果たしていきます。
- ・ 北海道や札幌圏域の市町村などとの調整を行っていきます。
- ・ 観光に関する様々な統計データの収集に努めていきます。

(2) 民間の役割

① 観光関連団体の役割

- ・ 観光関連団体は、情報提供や誘客促進のためのPR活動をはじめとして観光振興に資する事業を積極的に展開する主体となります。
- ・ そのため、機動的な活動ができるよう組織体制の充実、強化に努めることが重要です。
- ・ 観光振興計画の着実な推進のため、具体的戦略に積極的に関与し、実施に向けて中心的な役割を担います。

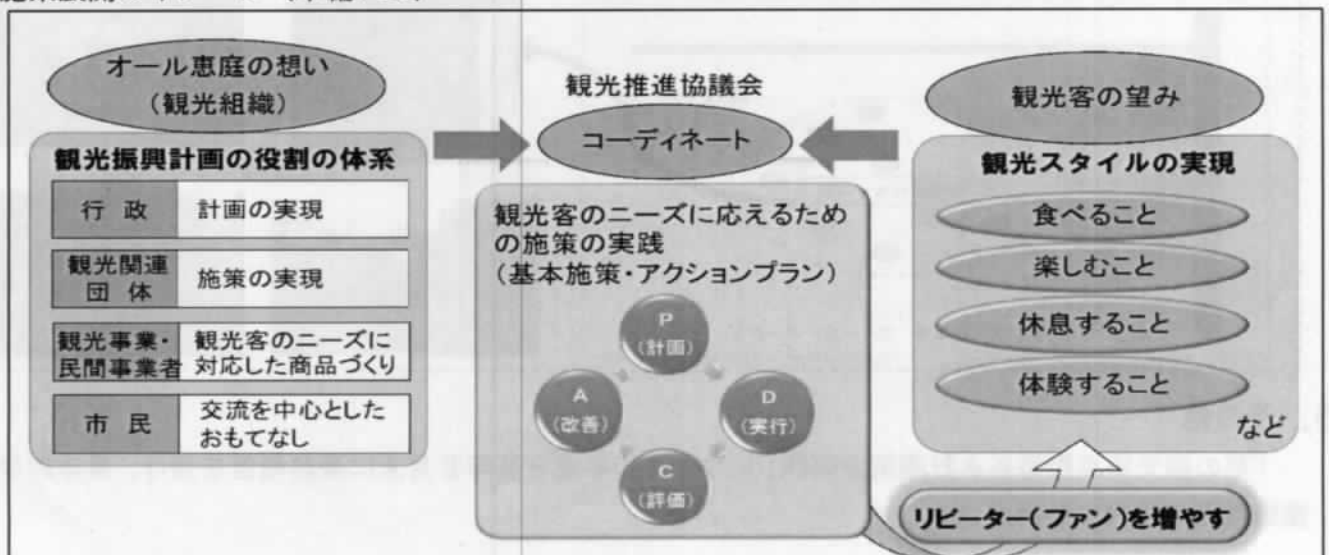
② 観光関連事業者・民間関連事業者の役割

- ・ 観光関連事業者や民間関連事業者は、観光推進の主体的役割を果たします。
- ・ 観光事業の推進にあっては、市や観光関連団体などと連携し、恵庭の魅力向上を図るとともに観光客に対する心のこもった「おもてなしの心」を育む人材の確保と育成を図ることが重要となります。
- ・ 観光振興計画の着実な推進のために、観光関連団体などと連携し、具体的戦略を実施していきます。

(3) 市民の役割

- ・ まちを愛し、育てる恵庭の魅力を支える真の主人公であって、旅行者や訪問者を温かく迎えることです。
- ・ 観光振興計画の着実な推進のために、市民一人ひとりが旅行者や訪問者との交流を深めることが重要です。

7. 施策展開のイメージ（本編 P25）



花の観光拠点整備基本計画策定委託（中間報告）について

1. コンセプト

道央圏260万人を主ターゲットとし、気軽に花と触れ合え、観光客、レクリエーション客が計画地で時間を消費出来る魅力あるエリアとし、近い将来、全国的に「花の恵庭」の知名度が浸透していく、新しい「恵庭の観光拠点」（花の基地）を計画。

【「花の恵庭」をイメージする観光拠点をつくる】

- ・「花の拠点」を道の駅空間と連動して整備し、「ふらり観光の基地」とする。
- ・恵庭の花文化を支える拠点機能を整備、花文化育成と発信拠点とする。
- ・「恵み野の個人庭園」とも連動し、名実ともに「花のまち恵庭」の観光拠点とする。

2. 計画方針

既存「道の駅」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ゾーン全体を回遊でき、「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導線及び施設内容を計画。

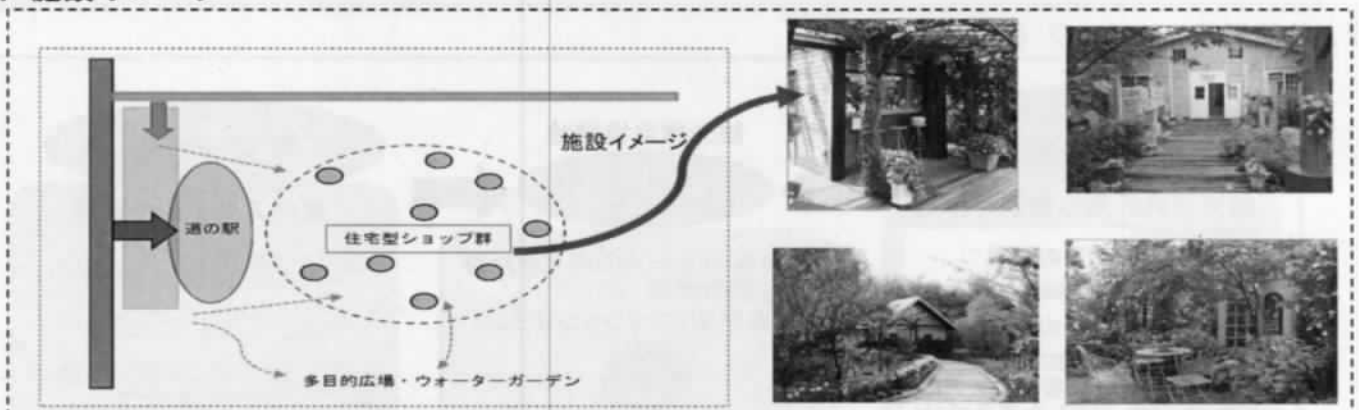
○施設の考え方

- ・「目的型の魅力的店舗誘致」で新たな客層を集客し、通年を通して、「花」をテーマとした滞在型（1～2時間）観光拠点。
- ・来訪者が立ち寄る収益施設となる魅力ある施設内容が重要。ガーデニングが施された戸建住宅群をイメージして作られた非日常空間的商業施設を創出する計画。
- ・「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戦略的开发を目指す。

3. 事業手法

施設運営にあたっては、公共施設における民間活力の導入を視野に入れて検討。

4. 施設イメージ



5. その他

「花の観光拠点整備基本計画策定委託」について、平成28年2月末に最終報告を受け、具体的な施設整備計画の検討に着手。