

令和7年度 事業計画方針（料飲部）

I 料飲部方針

令和7年度、料飲部は「観光×レストラン」の事業特性を強みとしながら、SAPPORO VIEWTIFUL DINING としてのレストランブランドを一層高めるべく、三つの事業軸を深化させ運営いたします。

藻岩山、大倉山、大通の拠点レストランは引き続き『札幌の街のメインダイニング』として観光客やインバウンドに訴求しつつ、付帯飲食提供施設を含めた【CORE/コア事業】として注力します。また、前年度より新たに立ち上げたレストランウェディングについてはパートナー企業との連携を深めつつ、顧客生涯価値/LTV 獲得のための【Lifetime Create(LTC)/ライフタイムクリエイト事業】として周辺事業を整理し展開してまいります。さらに SAPPORO VIEWTIFUL DINING のブランドを活用した商品開発およびギフト・食品販売、EC サイト等を運営する【Brand Products(BP) / ブランドプロダクト事業】の育成を行います。これら三つの事業軸を育てながら令和8年度までに料飲部単体での収益化を目指します。

II 主な取組み

1 レストランコンセプト

株式会社札幌振興公社が運営する料飲事業 SAPPORO VIEWTIFUL DINING は、運営方針に基づき、札幌の「まち創り」と「発展」に貢献するとともに、魅力あるサービスを提供し続けることで、市民に愛され、訪れるお客様に感動を与えられるレストランづくりを目指します。引き続き「ここだけの美しさ。ここだけのエンターテインメント。」を掲げ、観光地に所属するレストランとしての強みを最大限に活かし、国内市場をはじめ、アドベンチャートラベル(AT)市場、アジア市場にも訴求し、いよいよ札幌の美食文化を牽引するグループとして明確な意志表明を行います。

2 人材育成

人材育成について、CORE 事業を担う調理・サービス、マネジメント人材の育成はもちろん、LTC 事業や BP 事業を担当する DX 人材の確保、育成にも注力しながら、グループとして新たな基盤をつくり、多様な個性を活かすことのできる環境を醸成します。成果に応じたスタッフ研修や道外出張などのインセンティブを備えた国内外でのコンペティションへの参加（ソムリエ協会主催大会やインポーター主催等）も体系的に行なってまいります。

3 三つの事業軸

① CORE / コア事業

藻岩山、大倉山、大通の拠点レストランは『札幌の街のメインダイニング』として、

縮小しきったファインディング市場を主戦場に、マーケットリーダーとしての意志表明を行います。ロケーションの優位性は「札幌の特等席」として具体化し、多彩な利用シーンを想起させます。また、テレビ塔におけるビアガーデンの運営も 3 年目を迎え、データ蓄積による収入、収益増が見込めます。大倉山ラウンジやカフェ、藻岩山ティクアウトもコロナ禍前の水準を取り戻し、これまで以上に戦略的な企画展開を施しながら一層の利用増を図ってまいります。

② Lifetime Create / ライフタイムクリエイト LTC 事業

R6 年度、新たに立ち上げた「レストランウェディング」は多くの引き合いを受けながらも 5 件の実績となりました。「大倉山ウェディング」の整理とともに、引き続き顧客生涯価値 (LTV) 獲得のためのツールとして提携企業とともに販促を続けます。また、同様に R6 年 6 月より販売を開始した「プロポーズプラン」は高額商品にも関わらず半年で 15 件と予想を大きく上回る実績となり、日本ハム球団所属選手の利用もいただきました。LTC 事業はこうした周辺事業をとりまとめ“ハレの日”にフォーカスした商品造成を行います。母の日、父の日、結婚記念日、お祝い返しの利用動機に着目し【レストランを贈ろう】をキャッチフレーズとして、お食事招待券の認知拡大と販売促進を行います。顧客のライフステージの変化に寄り添いながら、百年先も札幌市民に愛されるレストランづくりの基盤とします。

③ Brand Products / ブランドプロダクト事業

SAPPORO VIEWTIFUL DINING のブランドを活用した商品開発およびギフト・食品販売、各種販売チャンネルとしての EC サイトの運営準備を LINE 公式の整備や SNS 運営と合わせて進めてまいります。SVD モデルのワインや食品の OEM 開発を試験的に行い、付帯飲食提供施設での直接販売やお土産品、ふるさと納税の返礼品としての展開にもトライします。またブランドと知的財産 (IP) を活用できるサロンやアンテナショップの運営も視野にしつつ、ブランドの認知獲得と価値向上に努めます。SNS はインスタグラムをメインに運用していますが、総フォロワー数は 20,000 フォロワーを超え、コース料理を提供するレストランでは随一の規模に成長しました。引き続きアカウント成長に注力し、アジアベストレストラン TOP100 への足掛かりとします。

4 藻岩山、大倉山、テレビ塔との連携と貢献

藻岩山、大倉山両事業部と同様にさっぽろテレビ塔との連携もより強いものとしながら、各施設の維持・発展に貢献してまいります。

III 店舗毎の取組み

1 藻岩山) THE JEWELS

R6 年度は過去最高売上を 3 度更新し、12 月はとうとう 17,000 千円を超える売上に

なりました。予約システムを提供していただく株式会社 TableCheck 担当者さまからは、北海道・東北エリアにおけるディナー満席率 No. 1 レストランと評されるまでに成長を遂げました。事実、夜景の広がりの海に関わらず多くのお客様にご来店いただき、料理・サービスともに高評価をいただいております。R7 年度の施策として新たに始まるものは夏季営業時におけるレストランウェディングの本格受注で、フォレストギャラリーと連携することによって藻岩山にとっても高付加価値事業となると見込んでおります。さらに、R5 年度より窓側指定席やプレミアムシートの販売を行ってきましたが、そのグレードを細分化することでお客様の期待値を調律し、より高い満足度を得られるよう再調整を行います。また、客単価上昇施策としてグランドメニューの価格改定は行わず、高価格帯での「ロッショニディナー」を限定販売し、アップセールスも行うことで、客数を維持しながら戦略的に売上増を目指します。

2 大倉山) NOUVELLE POUSSE OKURAYAMA, Lounge Célesté, Café Repos

R6 年度は営業の皆さまのご尽力もあり、団体利用が促進され飛躍の一年となりました。山頂ラウンジ・セレステも夏季営業には一部課題が見えたものの、キャッシュレス決済の完全導入もあり、コロナ禍前の水準に回復しました。ルポにおいては山頂利用が伸びたことで全体として低調な推移も、イベント時の施策投下により利用を確保できました。これらによって大倉山部門として R4 年度時に設定した R6 年度 120,000 千円の売上計画を達成する見通しとなりました。ヌーベルプース、R7 年度は引き続き団体利用促進のため、営業の皆さまのお力を借りつつ、各都市への営業活動に同行し各代理店の方々への商品造成提案なども行ってまいります。また市内ホテルへのセールスとして宿泊担当およびコンシェルジュ向けの賞味会を開催し、冬季集客のチャンネルとします。ルポにおいては商品展開の検証と改善を施しながら、目玉商品となるアイテムの開発に引き続き注力いたします。

3 THE GARDEN SAPPORO HOKKAIDO GRILLE

オープン 2 年目となった R6 年度は、ランチ帯の勢いが減退し、上期は対前年マイナスが続くも、メニューのラインナップ変更によって第 3 四半期は巻き返すことができました。ディナー帯も企業接待やワインラバーからの支持を背景にランチ帯同様の推移を見せてています。店内化粧室の新設によって、昼夜問わず満足度は高まることも推察され、今後ますますトライアル～リピートへの導線形成が為されるものと期待します。R7 年度は、イートインスペースの消失に伴いカフェタイムと BAR タイムの営業形態を模索しつつ、ロケーションを活かした利用動機の掘り起こしを行います。

宴会場についてはテレビ塔サイドとの調整を行い、R6 年度 16,000 千円の着地見込みに対して 18,000 千円程度の収入予算を設定します。

ビアガーデンについては、運営方法は概ね習得いたしました。データを背景に各方面との調整を行っていただき、R7 年度は 5/30(金)～9/15 (月・祝) までの 109 日開催とすることで、期間中 145,000 千円の売上、前後のポップアップ開催と合わせて 150,000

千円を目指し戦略展開できるものと考えています。

III 施設工事・設備投資案件等について

1 THE JEWELS

- | | |
|---------------------------|-------|
| (1) 調理機材「サラマンダー」購入（工事費込み） | 80万円 |
| (2) 音響設備修繕（R6 からスライド） | 500万円 |
| (3) テーブル・ソファ追加購入 | 100万円 |

2 NOUVELLE POUSSE OKURAYAMA

- | | |
|------------------------|-------|
| (4) カウンターソファ新規購入 | 80万円 |
| (5) サービスワゴン追加購入 | 80万円 |
| (6) ダイニング床材張り付け | 700万円 |
| (7) ソフトクリームマシン入れ替え（2台） | 400万円 |

3 THE GARDEN SAPPORO HOKKAIDO GRILLE

- | | |
|------------------------|-------|
| (8) コーヒーマシン入れ替え（工事費込み） | 250万円 |
|------------------------|-------|

IV 配置人員について

- サービス、キッチンともに全セクション1名ずつの新入社員または中途社員が採用できるような枠組みの継続をお願いいたします。