



SAPPORO VIEWTIFUL DINING

BRAND GUIDELINES

株式会社 札幌振興公社 料飲部

Version 1.1.1

PURPOSE

－ 存在意義 －

「SAPPORO VIEWTIFUL DINING」は
「札幌」という都市が有する「観光」や「食」を守り、
北海道の文化を「未来」へと紡ぐ旗手となる
レストラン・コレクティブです。

MISSION

— 使命 —

ここだけの美味しさ。
ここだけのエンターテインメント。

都市と自然が調和した「札幌」には、この街だからこそできる経験と体験があります。

わたしたち“SAPPORO VIEWTIFUL DINING”は

ご来店されるお客様の大切なシーンを彩る特別な料理と空間を提供し、

「ここ」にしかない美味しさと感動を追求し、届けていきます。

VISION

－ 目指すべき姿 －

この街の食と文化と物語を 100年先へ

“SAPPORO VIEWTIFUL DINING”が目指すのは、
レストランの価値を「食」だけではなく「人生のストーリーを創る場所」へと進化させ、
札幌の街全体をより豊かな物語を紡ぐ場としていくこと。
そして、この街の美しい物語が次の世代にも受け継がれていくことを目指し
100年先も札幌市民に愛されるレストランづくりを行います。

VALUE

－ 行動指針 －

街の未来をレストランから つくっていく

私たちが目指すのは、単なる飲食店の運営ではなく、札幌の未来を形づくる存在になること。

ただの商業施設ではなく、多様なニーズに対応できる「公共性と文化性を備えたレストラン」を育て、

会社の各事業部の皆さんと連携しながら

札幌の成長と共に新しい価値を創りだしていきます。

STRUCTURE

－ 事業構造 －

札幌振興公社料飲部の4拠点10事業は「SAPPORO VIEWTIFUL DINING」というブランドネームの下、大きく3事業に分けて編成。

それぞれの事業内容や目的に合わせた異なるメッセージを発信し、各事業への理解を高めていきます。



事業名	事業内容	事業として発信していくメッセージ
コア事業 Core	札幌の街のメインダイニングとして「観光×レストラン」の特性を強みとしながら札幌市民にとっても何度も訪れたい特別な場所を創り上げる。	札幌のメインダイニング
ライフタイムクリエイト事業 LifeTime Creates (LTC)	プロポーズ、ウェディング、記念日など、人生の特別な瞬間に美食体験と心を動かすサービスを提供し、その瞬間を一生の記憶に残るものへと変える。	一生の思い出となる体験を
ブランドプロダクト事業 Brand Products (BP)	SAPPORO VIEWTIFUL DININGがプロデュースする商品の開発およびギフト・食品販売を展開。各種販売チャネルとしてECサイトの設営も進める。	札幌のブランドを世界へ発信

CORE

－ コア事業 －

コア事業は大きく2グループに分け、その中で施設のクラスや提供するサービスによって4つの階層（レイヤー）で展開。

人材や技術を横断できる階層構造とタスクフォース型の運営により、組織の機動性を高めながら各グループのブラッシュアップと事業全体の醸成を図ります。



SUMMARY

— ま と め —

料飲部は全体を貫く使命や行動指針の下、3事業2グループに整理。それぞれのメッセージと目的をもって事業を展開していきます。



MISSION

ここだけの美味しさ。
ここだけのエンターテインメント。

VISION

この街の食と文化と物語を
100年先へ

VALUE

街の未来を
レストランから形づくる

札幌のメインダイニング コア事業

付加価値の創出

日常の景色が変わるSAPPOROの特等席

PEAK SIDE

藻岩山・大倉山を軸に自然への没入感やショートトリップの
体験価値 × 食とエンターテインメントを想起させるグループ

世界が憧れるHOKKAIDOを味わう

URBAN SIDE

大通公園・札幌駅を中心に高い利便性と都市型観光 ×
コレクティブルな食体験を想起させるグループ

一生の思い出となる体験を ライフタイムクリエイイト事業

LTV(顧客生涯価値)の獲得

市民の人生の節目に寄り添うレストラン

1. プロポーズプランの提供
2. お顔合わせプランの提供
3. レストランウェディング
4. 記念日プランの提供
5. ギフト「レストランを贈ろう」

札幌のブランドを世界へ発信 ブランドプロダクト事業

収益性の確保

ブランド戦略で顧客の第一想起を得る

1. 札幌のレストランといえばSVD
2. LINE公式・Instagram SNSおよびAI活用推進
3. マーチャンダイズ(商品化計画)設計
4. 食品・ワイン・アパレル等のOEM開発
5. ブランドと知的財産(IP)を活用したEC販売

お食事招待券のWEB販売