

スノーリゾートシティSAPPORO推進戦略 検討委員会

第3回 協議用資料

目次

1. 前回の振り返り
2. 論点整理
3. 論点①目指す将来像について
4. 論点②将来ビジョンの実現に向けた取組について

- 第2回検討委員会では、目指す将来像、将来ビジョンの実現に向けた課題整理、誘客ターゲットと誘客戦略について意見をいただいた。特に、誘客戦略や具体的な取組については、ターゲットの属性やニーズに応じて細分化した検討が必要とされた。

将来ビジョンの再整理、誘客ターゲットと誘客戦略

【将来ビジョン】

- 全体ビジョンと6スキー場の個別の事情や営業戦略との調整が重要
- 「Powder in the City」は外国人目線でも良い表現で、問題ない。

【広域連携ビジョン】

- 広域連携においては、札幌の都市としての機能・役割が重要
- 来年度北海道で開催されるATWSと、その後の動きとの連動も必要
- まずは札幌の魅力を高めたうえで、長期的なビジョンとして目指すべき

【誘客ターゲット】

- ターゲット国は、エアライン（直行便）の回復状況で判断すべき
- 国別の消費単価、滞在期間、再訪の可能性等の視点も必要
- 本物を取り込むことは、他のマーケットの取り込みにも非常に重要
- 東アジア、東南アジアの母数大きい市場の取り込みも重要
- コロナ禍を逆に活かす発想で、当面は道外観光客を重視すべき。
- コロナ禍にあっては、市民や近郊マーケットも重要
- 新幹線延伸を見据えると北関東・東北地方の新たな需要に期待

【誘客戦略】

- 顧客像の細分化や、国別のセグメント分析に基づいた戦略とすべき
- 居住地別の戦略と、本格的スキーor雪体験の2軸を組み合わせた戦略を構築すべき。雪体験はスキーヤーの裾野を広げる意味もある。
- 各事業者の自社の利益と全体の方向性を一致させながら進めるのは困難を伴うため、拠り所となる考え方をしっかりと定める必要がある。
- 冬の道外客の誘客は重要であり、6スキー場が一体となったWebコンテンツ化の動きがあると商品化しやすくなる。

将来ビジョンの実現に向けた課題整理

【全体】

- 取組内容が非常に盛りだくさんであり、優先順位をつけることも必要

【スキー場】

- 欧米豪の本格的スキーヤーのニーズに対応した魅力向上も必要
- スキー、スノーボード以外のアクティビティの充実が重要
- スキーをしない観光客からも、収益を上げることができる仕組みが必要
- 雪体験を「楽しめる」ことが重要。レッスンも楽しく上達できることを重視
- 眺望も魅力であり、ゴンドラや展望台を活用した商品造成等が必要

【観光コンテンツ】

- アジアと欧米では求める観光コンテンツのニーズが異なるため、それぞれのニーズを意識したアフタースキーコンテンツの検討が必要
- 国の補助金を活用した都心部でのVRスキー体験コンテンツの創出も可能
- 大通公園など都心部でスキー体験ができるコンテンツがあると良い
- 定山溪では、雪のイベントを強化し、温泉と一体で提案する予定

【ストレスフリーなサービス・インフラ】

- 二次交通は重要。民間では難しい面もあり、この戦略で改善を期待
- ネットでリフト券が購入できるなど、ICTを活用したサービス向上に期待

【マーケティング】

- 継続的なアンケート取得が必要。内容はフレキシブルに変更も可
- ICT活用で顧客情報等のデータがとれるような仕組みが必要

【プロモーション】

- 五輪開催都市札幌として、レガシーを活用したプロモーションが必要
- 仕事と旅行を組み合わせたワーケーションとスキーの組合せも可能

< 協議事項 >

①【目指す将来像について】（論点 1）

- ・ ブランドイメージの整理（ブランドロゴの設定）
- ・ ターゲットの目的・ニーズに応じた誘客戦略の整理
- ・ 将来ビジョンの実現に向けて、市内スキー場に期待される役割と将来像を整理

②【将来ビジョンの実現に向けた取組について】（論点 2）

- ・ 将来ビジョンの実現に向けた戦略の全体像（基本戦略）と基本方針の整理
- ・ 各基本方針における重点取組項目の設定及び具体的な取組の検討

- ・ スノーリゾートシティSAPPOROの認知度を高め、ブランド化を推進するためには、目指す将来ビジョンを国内外に分かりやすく伝えるためのブランドイメージを整理
- ・ 目指す将来ビジョンのポイントとなる「雪の街の魅力」と「都市の魅力」との融合をテーマに、コンセプトとブランドロゴを設定

ブランドイメージ（案）

ブランディングコンセプト

Powder in the City

SNOW resort city SAPPORO

雪の魅力を表す“Powder”と、都市を表す“City”を掛け合わせ、大都市の中にパウダースノーが降り積もるという札幌ならではの情景をイメージさせる「Powder in the City」をブランディングコンセプトとして設定

ブランドロゴ



スノーリゾートシティSAPPOROを端的に表記した「SNOW SAPPORO」をブランド名に設定。シンボルマークの「S」はブランド名の頭文字である「S」と「雪だるま」のシルエットが表されており、ロゴを部分的に消すことで降り積もる雪、美しい街並みや自然といった世界観を表現

<ブランドロゴの使用パターンイメージ>

PVイメージ



使用パターン例

SNOW SAPPORO

SNOW
SAPPORO

SNOW SAPPORO

SNOW
SAPPORO

- 観光客の目的やニーズ、スキー技術度に応じた誘客に取り組むため、スキー目的の観光客と観光目的の一般旅行者のそれぞれをターゲットとした誘客戦略を検討する。

誘客戦略（案）

スキー目的の観光客をターゲットに、スキーツーリズムの観点で誘客に取り組むことでブランド力を高める戦略【誘客戦略1】と、観光目的の一般旅行者をターゲットに観光のついでに雪体験に誘導し、将来のスキー目的での誘客に繋げる戦略【誘客戦略2】の、2つのアプローチにより誘客に取り組むこととする。

誘客戦略			居住地（◎重点、○誘客対象、△一部対象）			
戦略	対象	内容	東アジア	東南アジア	欧米豪	道外
【誘客戦略1】 スキーが主目的の観光客を札幌に誘客	本格的スキーヤー	- 欧米豪を中心とした本格的スキーヤーに影響のあるメディアやインフルエンサーなどを通して、本格的なスキーと大都市でのアフタースキーが合わせて楽しめる札幌の魅力を発信し、スノーリゾートとしての札幌の認知度を高める。（本格的スキーヤーへの認知度を高めることで、初中級スキーヤーに対するブランド力が向上することも期待） - 冬季五輪レガシーや雪の街としての魅力を最大限に活用し、ウインタースポーツの聖地としてのブランド力を高める。	△一部の富裕層	△一部の富裕層	◎ブランド化の重点ターゲット	△コアなスキーファン
	初中級スキーヤー	アジア圏を中心とした初中級スキーヤーは、スキーが主目的であっても、観光への関心も高いと考えられるため、スキーと観光を効率的に楽しめる旅行商品やサービスを提供することで、札幌へのさらなる誘客を図る。	◎中国で拡大見込み	◎スキーでのリピーター	△ファミリー層	◎スキー再開のきっかけ
【誘客戦略2】 札幌観光が主目的の一般旅行者を雪遊びやスキーに誘導	一般旅行者	- 札幌を訪れる観光客に対して、旅マエ、旅ナカにおいて、スキーやスノーアクティビティなど雪体験メニューの積極的な情報発信に取り組む。 - 観光のついでに気軽に雪体験が楽しめるサービスやコンテンツを提供する。 - 初心者やスキーをしない観光客でもスキー場に行きたくなくなるような魅力や仕掛けを創出し、スキーをするきっかけを提供することで、スキー目的でのリピーターにつなげる。	◎最大のボリュームゾーン	◎将来的なボリュームゾーン	△ファミリー層	◎新規顧客創出

- 市内スキー場の役割・将来像を検討するため、各スキー場の特徴と強みを整理する。

市内スキー場の特徴・強みの整理

スキー場	主な特徴	強み（該当するものに○。特に当てはまるものに★）									
		認知度	パウダー	多彩なコース	アクティビティ	眺望	セアス	観光周辺	低価格	競技者向け	初心者向け
サッポロテイネ	- 市内最大規模のゲレンデで、コースも多彩 1972年札幌冬季五輪の競技会場 - 街並みと海が一望できる眺望やパウダースノー - スキーセンター、ローディングカーペット等最新設備が充実	○	○	★	○	○	○	○		○	○
札幌国際スキー場	- 道内有数のパウダースノー - 定山溪温泉に近く、連携した取組が可能 - 市内スキー場で最も高い認知度 - 紅葉シーズンにはゴンドラを運行し、仮設展望台を設置	○	★	○	○	○		(温泉)○		○	○
さっぽろばんけいスキー場	- 都心部から最も近いスキー場 - W杯も開催される本格的な競技用コース - 子ども向けのスノーパークが充実 - グリーンシーズンのアクティビティが豊富			○	○		★	○		○	○
札幌藻岩山スキー場	- 市街地から車で30分以内 - 市内で唯一のスキー専用ゲレンデ - 日本新三大夜景を眺めるナイトスキー - スキー学習の利用が多く、初心者への練習に適している。			○		(夜景)○	★	○	○		○
フッズスノーエリア	- 市有施設であり、低価格で利用可能 - なだらかで幅の広い初心者用ゲレンデ - 国内でも希少なリージュコースを併設 - 夏にもマウンテンバイク等のアクティビティが体験可能				○		○	○	★		○
滝野スノーワールド	- 国営施設であり、低価格で利用可能 - 超初心者用ゲレンデで、未経験者も安心 - 国内最大級のチューブそりなどスノーアクティビティが充実 - 夏には花畑散策や、巨大な遊具、キャンプ等も楽しめる。				★			○	★		○

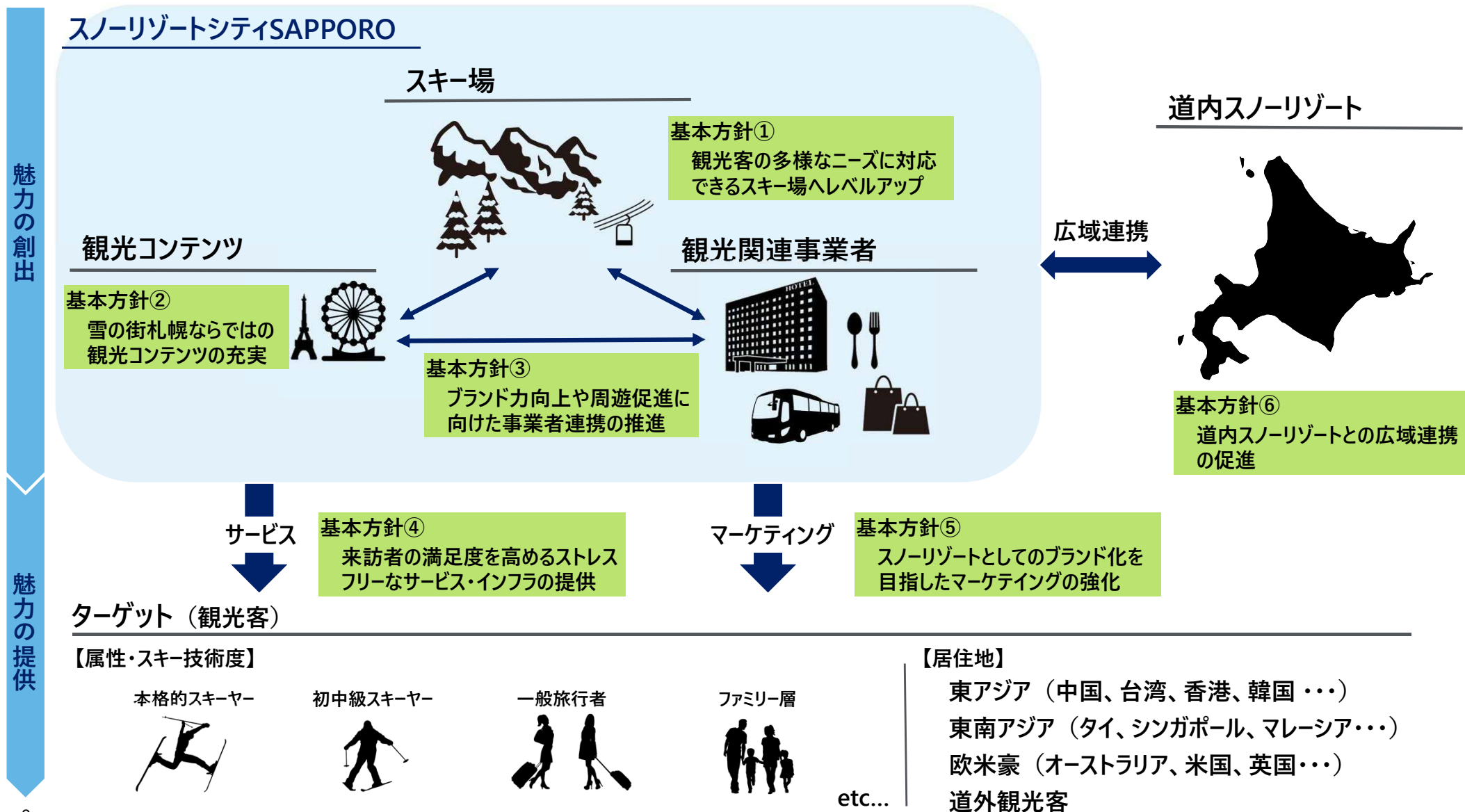
- 各スキー場の特徴を踏まえ、スノーリゾートシティSAPPOROの将来ビジョンの実現に向けて、各スキー場に期待される役割・将来像を検討する。

各スキー場に期待される役割・将来像（案）

スキー場	期待される役割・将来像
サッポロティネ	多彩なコースレイアウト、パウダースノー、キッズパーク、最新の設備・施設といった魅力をさらに充実させることで、本格的スキーヤーから初心者まで、<u>あらゆるニーズに対応できる総合力の高いスキー場を目指す</u>ことが期待される。 また、市内スキー場で唯一の五輪競技会場であることから、五輪競技コースや聖火台などを有するオリンピックレガシーとして、オリンピックシティ札幌を象徴するスキー場を目指すことが期待される。
札幌国際スキー場	道内有数のパウダースノー、世界的にも高い知名度、定山溪温泉との連携といった強みを活かし、<u>世界中のスキーヤーが憧れる、札幌ブランドを牽引するスキー場としての役割</u>が期待される。 また、麓から一気に山頂まで到達できるゴンドラを活用した展望台の整備など、グリーンシーズンも含めた新たな誘客コンテンツの創出が期待される。
さっぽろばんけいスキー場	<u>都心から20分の距離にありながら、本格的なスキーと、年間を通して多彩なアクティビティが体験できる、究極の都市型スキー場</u>としての魅力をさらに高めることが期待される。 また、国際基準の競技コースを有することから、競技チームの合宿や国際大会の開催に適した競技スキー場として、更なる機能向上が期待される。
札幌藻岩山スキー場	都心から近く、初心者にも優しく、夜景や眺望が楽しめることに加えて、札幌を代表する観光名所である藻岩山全体としての連携や、観光コンテンツとしての魅力・快適性を高める取組などにより、<u>観光とスキーの一体的な提供という札幌が目指すコンセプトに最適なスキー場としての役割</u>が期待される。
フッズスノーエリア	リフト料金が安価、コンパクトで短時間での利用に最適といった強みを活かし、<u>観光客の手軽にスキーを体験したいというニーズに対応したスキー場としての役割</u>が期待される。
滝野スノーワールド	低料金で、初心者用ゲレンデでのスキーに加えて、国内最大級のチューブ滑りなど様々なスノーアクティビティが体験できることから、<u>雪初体験の観光客に雪遊びの楽しさや魅力を伝え、スキーに関心を持つきっかけを提供する、スキーファンへの入口としての役割</u>が期待される。

- ・ スノーリゾートシティSAPPOROの将来ビジョンを実現するための戦略の全体像（基本戦略）を整理する。
- ・ 次ページ以降では、取組の柱となる6つの基本方針と、それぞれの基本方針における具体的な取組を記載する。
- ・ なお、各基本方針の取組の中で、特に優先的に取り組む項目を重点取組として設定

戦略の全体像（基本戦略）



基本方針① 観光客の多様なニーズに対応できるスキー場へレベルアップ

考え方	未経験者やスキーをしない人も含めて、観光客に楽しんでもらう目線を取り入れ、各スキー場の特徴を活かした魅力向上に取り組むとともに、スキーヤーが求めるニーズにも対応した満足度の高いスキー場を目指す。	課題	● スキーヤーの多様なニーズへの対応 ● スキーヤー以外でも楽しめるスキー場の魅力向上 ● 誰にとっても快適なスキー場の環境整備
-----	---	----	--

重点取組①：スキーヤーの満足度を高める施設整備

内容	スキーヤーのニーズに対応した満足度の高いスキー場を目指し、老朽化が進んでいるリフト・ロッジの更新による快適性・機能性の向上や、施設の整備・改修によるアフタースキーの魅力向上などに取り組む。 また、施設整備を進めるにあたって課題となる土地利用の規制緩和に向けた検討も併せて進める。		
具体的な取組	● リフト・ロッジの更新、機能向上 老朽化したリフト・ロッジの更新や、ICゲートの導入、搬器増車等により、輸送力や快適性を高めることで、スキーヤーの満足度向上を図る。 ● スキーヤーのニーズに応える施設整備 アフタースキーが満喫できる飲食施設や商業施設の拡充、スキー合宿等に便利な宿泊施設を併設するなど、スキーヤーのニーズに対応した施設整備に取り組む。 ● コースの整備・改良 新たなコースの増設や既存コースの改良等により、あらゆる技術度やニーズに対応できるスキー場を目指す。 ● 土地利用の規制緩和の検討 市内スキー場は市街地の外に立地しており、都市計画法のほか森林法や国有林にかかる制限があることから、今後の観光資源としての活用を視野に、施設整備を進めるための規制緩和等の検討を進める。		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	

重点取組②：観光コンテンツとしてのスキー場の魅力創出

内容	スキーをしない観光客でも楽しめるコンテンツを創出し、観光客がスキーやスノーボード以外の目的でも訪れたい多彩な魅力を備えたスキー場を目指す。		
具体的な取組	● スキー場ならではのスノーアクティビティの充実 ウィンタースポーツ未経験の観光客や子供でも気軽に雪体験ができるよう、キッズパークを拡充するなど、スキー場ならではの雪遊びやスノーアクティビティを充実させる。 ● ゆったりと雪を満喫できるコンテンツの創出 雪景色や眺望が楽しめる展望台、飲食施設等の整備、スノーシューによる雪見ツアーなど、アクティブな雪体験を求めている観光客でも、ゆったりと雪を満喫できるコンテンツをスキー場内に創出 ● スキー場でのイベント開催 テレビ局等のメディアやスポンサー企業と連携し、スキー場内でイベントを開催することで、普段スキー場を訪れない層にもスキー場の魅力を知ってもらうきっかけを作る。 ● 撮影スポットの設置 雪像やイルミネーションなどを活用した写真映えする撮影スポットをスキー場内に設置し、訪れた観光客に撮影した写真をSNS等で発信してもらうことで、ブランド化につなげる仕掛けを構築		
誘客戦略①		誘客戦略②	●

基本方針① 観光客の多様なニーズに対応できるスキー場へレベルアップ

考え方	未経験者やスキーをしない人も含めて、観光客に楽しんでもらう目線を取り入れ、各スキー場の特徴を活かした魅力向上に取り組むとともに、スキーヤーが求めるニーズにも対応した満足度の高いスキー場を目指す。	課題	● スキーヤーの多様なニーズへの対応 ● スキーヤー以外でも楽しめるスキー場の魅力向上 ● 誰にとっても快適なスキー場の環境整備
-----	---	----	--

その他の取組

項目	内容	具体的な取組	誘客戦略	
			①	②
観光客が楽しくスキーが上達できるサービスの提供	初心者の観光客、インバウンドや子どもでも、気軽に安心してスキーデビューができる環境を整えるとともに、限られた時間で楽しみながら上達を実感できるよう、観光客向けレッスンの充実を図る。	・多言語インストラクターの確保に向けたスキー場同士の連携 ・日本人インストラクターへのインバウンド対応研修 ・初心者の観光客向けのレッスンの充実 ・スキー技能検定制度の観光客への活用 ・レンタル環境の充実、利便性向上	●	●
観光客が快適に滞在できる受入環境の整備	インバウンドを含めた観光客が、不自由なく快適にスキー場での滞在を楽しめるよう、受入環境の整備に取り組む。	・キャッシュレス決済環境整備 ・無料Wi-Fi環境の整備・強化 ・多言語による案内サインの充実	●	●
高付加価値の商品やサービスの提供	本格的スキーヤーに向けたパウダースノーの魅力が堪能できるコース整備や商品造成、富裕層に向けた特別感のある商品や高品質のサービス提供など、付加価値の高い商品・サービスの提供に取り組む。	・パウダースノーが満喫できる非圧接コースの拡充 ・早朝特別入場サービスなど付加価値を付けた商品造成 ・高品質のサービスが提供可能なガイドやコンシェルジュ育成	●	
持続可能なスキー場運営	市内スキー場利用者のうち高い割合を占める市民利用の確保、年間を通したスキー場の活用、雪不足への対応など、持続可能なスキー場運営に取り組む。	・市民利用を促すキャンペーン、リフト券助成等 ・グリーンシーズンのコンテンツ造成 ・人工降雪機の導入	●	●

基本方針② 雪の街札幌ならではの観光コンテンツの充実

考え方	冬こそ札幌に行きたいと思ってもらえるよう、雪の観光都市ならではのコンテンツや、都心部近郊で気軽に雪や冬を体感できるアクティビティの充実を目指す。	課題	● 冬の体験型コンテンツの充実 ● 冬の特徴をプラスした観光コンテンツの魅力向上 ● さっぽろ雪まつり以降のにぎわい創出
-----	--	----	--

重点取組：都心部におけるウィンタースポーツ体験コンテンツ創出

内容	都心部で観光客が気軽にウィンタースポーツを体験できるコンテンツの創出、都市の景観の中でウィンタースポーツを体験する特別感の演出など、ウィンタースポーツの拠点都市札幌ならではの観光コンテンツの充実を図る。		
具体的な取組	● アカプラススケートリンクの設置 旧道庁赤レンガ庁舎前にある北3条広場（通称アカプラ）にアイスリンクを設置し、都心部でのスケート体験を提供するとともに、ホワイトイルミネーションと連携したライトアップやアイスショー等により、ナイトタイムのコンテンツとしての魅力も創出 ● 都心部クロスカントリー大会の開催 大通公園と周辺道路を会場としたクロスカントリースキー競技の国際大会を開催し、都心のビル群を駆け抜けるアスリートの走りを観戦できるとともに、クロスカントリースキーの体験も可能とする。 ● 都心部でのウィンタースポーツ体験イベントの実施 大通公園や中島公園等でのスキー、スノーボード等の体験イベント、地下街等でのVR体験イベントなど、都心部で気軽にウィンタースポーツが体験できるコンテンツの創出		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	●

その他の取組

項目	内容（具体的な取組）	誘客戦略	
		①	②
都心部近郊でスノーアクティビティ体験	都心部近郊において、観光客が手軽に雪遊びやスノーアクティビティが楽しめるコンテンツを充実させる。（羊ヶ丘展望台、モエレ沼公園などでの雪体験コンテンツの魅力向上、スケート場やカーリング場などの観光客の利用促進等）		●
定山溪地区の雪体験コンテンツ充実	定山溪温泉の周辺で、自然を活かした雪体験コンテンツを充実させて、温泉と一体的に提案（雪三舞や雪灯路などのイベントの拡充、スノーアクティビティ体験コンテンツの創出等）		●
冬の大規模イベントの魅力向上	さっぽろ雪まつりやホワイトイルミネーションといった大規模イベントのさらなる魅力向上と雪まつり後のにぎわい創出に取り組む。（インバウンド対応強化、ICT活用による魅力向上、雪まつり後の新イベントの検討等）	●	●
冬限定プログラム造成	既存の観光コンテンツに冬や雪の魅力を掛け合わせることで、冬ならではの特別感のあるプログラムの造成に取り組む。（食×雪、夜景×雪、芸術×雪等）	●	●

基本方針③ ブランド力向上や周遊促進に向けた事業者連携の推進

考え方	市内6スキー場と観光関連事業者が連携した企画や商品造成等により、街全体でスノーリゾートとしてのブランド力を高めるとともに、周遊促進による滞在日数の長期化や観光消費拡大を図る。	課題	- 市内6スキー場の一体的なプロモーション - 雪体験と観光コンテンツの両方を合わせて楽しめる企画・商品造成に向けた事業者連携
-----	---	----	--

重点取組：市内6スキー場のトータルブランディングの推進

内容	市内6スキー場が連携した取組により、スノーリゾートとしての一体感を演出し、6スキー場トータルでのブランド化や発信力の強化、スキー場間の周遊促進を図る。		
具体的な取組	共通利用サービスの提供 市内6スキー場共通で利用可能な割引チケットなど、6スキー場の一体化を象徴する商品の企画・販売に取り組む。将来的には、共通リフト券や共通シーズン券など、6スキー場がひとつのスキー場のように利用できるサービスの提供を目指す。 合同キャンペーンの実施 市内6スキー場が合同で、来場者プレゼントや割引サービス等のキャンペーンを実施。キャンペーンの実施にあたっては、関連企業の協賛を得るなど他事業者とも連携して取り組む。 連携イベントの開催 市内6スキー場が、実施時期を合わせた連携イベントを実施し、一体的にプロモーションすることで、イベントの周知効果を高めるとともに、スキー場間の周遊を促進する。		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	●

その他の取組

項目	内容（具体的な取組）	誘客戦略	
		①	②
食ブランドの活用	ブランド力の高い札幌の食とスキー場が連携した取組により、スキー場利用者の食に対する満足度向上や、スキー場のブランド化につなげる。（有名店によるグルメプロデュース、スキー場限定商品の開発等）	●	●
市内周遊を促進する仕掛け	観光客の回遊性と満足度を高めるため、様々な冬季の観光コンテンツをお得に周遊できる仕掛けを構築（特典付きの周遊PASS、スタンプラリーなどの周遊企画等）	●	●
スキーヤーを意識した企画・商品開発	スキーヤーのアフタースキーへの誘導や市内での観光消費喚起のため、スキー場と飲食店や商業施設等が連携し、スキーヤーのニーズを意識した商品開発、販売促進に取り組む。（リフト券割引、スキーヤーにおすすめのお店紹介、スキーブランドとのタイアップ商品開発等）	●	
多様なニーズに対応した旅行商品造成	雪体験・観光・宿泊・二次交通等をセットにした、観光客の多様なニーズに対応した旅行商品の造成・販売（富裕層向け、長期滞在、ワーケーション、民泊利用等）	●	●

基本方針④ 来訪者の満足度を高めるストレスフリーなサービス・インフラの提供

考え方	雪体験と観光の両方を快適に効率的に体験できるよう、関係事業者が一体となってストレスフリーなサービスやインフラの提供に取り組み、来訪した観光客の満足度向上を図る。	課題	● 都心部や宿泊施設とスキー場等へのアクセス改善 ● 雪体験の準備時間や手荷物など観光客の負荷軽減 ● 手配・決済の利便性向上
-----	--	----	---

重点取組：スキー場や観光施設等へのアクセス向上

内容	スキー場や郊外の観光スポットへの観光客の移動のストレスを軽減するため、都心部や宿泊施設からダイレクトにアクセスできる交通手段の提供や、観光客が公共交通機関を利用しやすい環境の整備に取り組む。		
具体的な取組	● スキー場シャトルバスの運行 都心部や宿泊施設からスキー場や観光施設を結ぶシャトルバスの新規運行や既存路線の拡充・利便性向上に向けて、スキー場、宿泊施設、観光施設、バス事業者等が協力して取り組む。 ● 観光MaaSの推進 二次交通や観光案内等の情報を一元的に提供し、ルート検索・手配・決済等が一括して可能な観光MaaSの実証事業に取り組み、実用化を目指す。 ● 公共交通機関を快適に利用できる環境の整備 スキー場等への公共交通機関でのアクセスについて、Webサイトや観光アプリ、パンフレット等での分かりやすい案内、バスターミナル等での統一的な案内サインの設置、SAPICAの利用促進など、観光客に快適に利用してもらえる環境を整える。		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	●

その他の取組

項目	内容（具体的な取組）	誘客戦略	
		①	②
ワンストップサービスの推進	観光客の利便性を高めるため、スキー場やスノーアクティビティの利用に係る準備・手配・決済等がまとめて手続きできるサービスの提供に取り組む。（宿泊施設や都心部のショップ等で、リフト券購入、レンタル手配、アクティビティ申込などを可能とする、ネット手配などICTを活用したサービス向上等）	●	●
手ぶら観光の環境整備	スキー用具やスーツケースなど、大きな手荷物の持ち運び負担を軽減するため、荷物の配送・預かりサービスなど、観光客が手ぶらで観光できる環境の整備に取り組む。（空港や宿泊施設間での荷物配送サービス、駅や観光施設等での荷物預かりサービス等）	●	●
観光客受入環境整備	インバウンドを含めた観光客が、ストレスなく知りたい情報の収集や、施設の利用が可能となるよう、受入環境の整備を進める。（観光施設や地下鉄駅等での、無料Wi-Fi整備、案内表示の多言語化、キャッシュレス化、トイレ洋式化等）	●	●

基本方針⑤ スノーリゾートとしてのブランド化を目指したマーケティングの強化

考え方	来訪者の属性・動態等のデータを把握・分析したうえで、ターゲットに合わせた効果的なプロモーションを実施するとともに、スキー場と観光コンテンツの魅力を一体的に発信することで、スノーリゾートとしてのブランド化を目指す。	課題	- 継続的なマーケティングの実施 - 地域一体となった効果的なプロモーションの実施
-----	--	----	--

重点取組：世界的認知度向上に向けた一体的な情報発信

内容	市内6スキー場やスノーアクティビティなどの雪体験の魅力と、飲食・宿泊・交通・観光コンテンツなどの観光の魅力の両方を、海外に向けて一体的にプロモーションすることで、スノーリゾートシティSAPPOROの世界的な認知度向上を図る。		
具体的な取組	多言語Webサイトでの一体的な情報発信 市内6スキー場の情報、冬の観光コンテンツの情報など、スノーリゾートシティSAPPOROのあらゆる情報を一体的に発信する多言語Webサイトを構築し、インバウンドに対して旅マエでの一元的な情報提供を実施する。 滞在プラン、モデルルートの提案 スキーなどの雪体験と観光コンテンツや飲食施設等を両方とも満喫できるモデルルートを提案し、スノーリゾートシティSAPPOROでしか体験できない滞在プランを世界に向けて発信する。 プロモーションツールの制作 スノーリゾートシティSAPPOROのブランドイメージに沿ったプロモーション映像や、雪体験と観光の魅力を一体的に紹介するパンフレットなどのプロモーションツールを多言語で制作し、様々なプロモーションに活用する。		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	●

その他の取組

項目	内容（具体的な取組）	誘客戦略	
		①	②
継続的なマーケティング調査の実施	ICTを活用するなど、来札観光客やスキー場来場者の属性・ニーズ・動態等を継続的に把握・分析する仕組みを構築（アンケート調査、Wi-Fiセンサー・携帯基地局データ等を用いた人流調査、アプリやICカード等による動態分析など）	●	●
旅ナカにおける情報発信強化	札幌を訪れた観光客に対して、旅ナカにおける情報発信を強化し、スキーヤーに対する観光への誘導や、一般旅行者に対する雪体験への誘導を強化（宿泊施設、観光案内所、交通機関、ショップ等における情報発信、都心での雪体験イベント等）	●	●
スキーヤー向けプロモーション強化	スキーを主目的とするターゲットにピンポイントで届けるプロモーションを実施し、スノーリゾートとしての認知度を向上（スキーツーリズムのエージェントに対する営業活動、スキー専門メディアでの発信、スキーヤーに影響力のあるインフルエンサー招請等）	●	
一般旅行者向けプロモーション強化	一般旅行者に向けた札幌観光のプロモーションにおいて、札幌の冬の魅力を積極的に発信（商談会や旅行博等でのPR、観光パンフレットや公式HPなどでの紹介等）		●

基本方針⑥ 道内スノーリゾートとの広域連携の促進

考え方	北海道全体の一大スノーリゾートエリアとしてのブランド価値向上を目指し、道内スノーリゾートとの連携を強化し、スキーヤーの道内周遊を促進する取組を実施	課題	● 道内スノーリゾートとの連携強化 ● 道内周遊の促進に向けた環境整備
-----	---	----	--

重点取組：道内スノーリゾートと連携したプロモーション

内容	道内の各スノーリゾートの魅力に、札幌ならではの都市としての魅力や拠点としての機能をプラスし、道内のスキー場や自治体と連携したプロモーションに取り組むことで、スノーリゾートエリアとしての北海道のさらなるブランド力向上を目指す。		
具体的な取組	● 北海道スキープロモーション協議会との連携 道内14のスキー場と関係自治体が加盟し、インバウンド誘致の推進を目指した共同プロモーションを実施している北海道スキープロモーション協議会（事務局：公益社団法人北海道観光振興機構）の活動と連携し、海外プロモーションの更なる強化に取り組む。 ● 北海道索道協会との連携 市内6スキー場を含む道内93のスキー場が加盟している北海道索道協会と連携し、北海道のスキー場が一体となった取組を推進 ● ATWS（アドベンチャートラベルワールドサミット）との連動 2021年度に北海道で開催されるATWSの機会を活かし、その後のアドベンチャーツーリズムの推進に向けた動きと連動したプロモーションに取り組む。		
誘客戦略①	●	誘客戦略②	●

その他の取組

項目	内容（具体的な取組）	誘客戦略	
		①	②
道内スノーリゾートが連携した企画・商品造成	北海道に長期滞在する本格的なスキーヤーに対して、道内スノーリゾートが連携した企画・商品を提供することで、道内スノーリゾート間の周遊促進と満足度向上を図る。（スノーリゾート間の共通リフト券販売、複数のスノーリゾートを周遊する旅行商品造成等）	●	
スノーリゾート間のアクセス改善	道内スノーリゾート間の周遊の利便性を高めるため、札幌を拠点とした道内スノーリゾートへのアクセス改善に取り組む。（他スノーリゾートへのシャトルバス新規運行・利便性向上、アクセスの案内強化等）	●	