

平成20年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その1)

計画体系コード	2-3-2		事業名	さっぽろコンテンツマーケット創出事業			
担当	経済局産業振興部産業振興課コンテンツ担当係 今泉 211-2379						
全体計画							
事業内容	本市内には地場のクリエイター作品のほか、これまで2年間の札幌国際短編映画祭にエントリーされた約4,300ものショートフィルムなど、大量かつ良質の資源が蓄積している。これらの資源(コンテンツ)を産業につなげるため、年間を通じて取引が行える「さっぽろコンテンツマーケット」システムの構築及び運営を行う。			<年度別の事業内容>			
				<p>[19年度] 効果的なマーケットシステムの構築に向けた調査業務を行う。</p> <p>[20年度] 札幌国際短編映画祭に集積したショートフィルムを中心に、作品のDB(データベース)検索とwebによるコンテンツ配信等から構成される、マーケットシステムの構築を行う。コーディネーターを配置し、売り手(クリエイター)と買い手(企業)のマッチングを行う。</p> <p>[21年度] 映画祭の作品に加え、本市内のクリエイター作品もマーケット商品として取り扱えるシステムとする。</p> <p>[22年度] 札幌国際短編映画祭のマーケット部分を拡大(分離)し、web展開のほか、店舗展開など、広く利用しやすいマーケットの整備を検討する。</p>			
事業内容・量・場所・規模・件数等	平成19年度事業内容(決算)			平成20年度事業内容(予算)			
	<p>調査研究委託費:1,890千円</p> <p>効果的なコンテンツマーケットシステムの構築に向けた調査業務を実施した。札幌のコンテンツ産業の現況、他国での事例を踏まえ、国内では先進的な取り組みであるコンテンツマーケットの構築のあり方を検討した。</p>			<p>コンテンツマーケットシステム構築:32,083千円</p> <p>システム構築に係るハードウェアリース費、ソフトウェアライセンス費、システム開発費、特許ライセンス費、回線費等。</p> <p>札幌国際短編映画祭の開催時期に合わせて、20年9月よりシステムを活用した商取引を開始する。</p> <p>コーディネーター配置(9~3月):1,917千円</p> <p>マーケットを有効に機能させるための専門職として、システム登録情報の更新、利用者への広報、交渉支援、新販路開拓、等の業務を行う。</p>			
達成目標の状況							
項目		18年度末 (現状)	19年度末 (実績)	20年度末 (予定)	21年度末 (予定)	22年度末 (予定)	22年度末 (目標)
取引可能な映像作品等の集積本数(累計)		1,500本	3,850本	6,200本	8,550本	11,000本	10,000本
市民・企業等との協働の状況(市民・企業等の参加、支援、協力の状況)							
<p>市民との連携、市民参加 平成19年度の調査事業において、地場の民間のコンテンツ産業従事者の意見を反映するべく、ヒアリングを行い、産学官連携による効果的なビジネスモデルの構築を調査した。</p> <p>企業等との連携・協働 [資金協力]システムの機能の一部に北大の特許技術を利用するが、本事業の主旨に賛同を得られたため、その利用料については減免措置を受けている。またシステム構築に携わる地元の民間企業には、構築費の一部負担を得た。 [人材協力]マーケットシステムの情報更新、利用促進を行うコーディネーターを配置する。</p> <p>市民・企業等が参加しやすい環境づくり コンテンツを提供するクリエイターや、それを買い付ける企業が多数集まり活況を呈するためには、両者の仲介役となるコーディネーターが戦略的にプロモーション活動を行っていく。</p>							

平成20年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その2) (単位:千円)

計画体系コード	2-3-2		事業名	さっぽろコンテンツマーケット創出事業		
評価(成果)			課題			
平成19年度での調査事業では、日本および札幌のコンテンツ産業市場の現況と問題点、札幌国際短編映画祭のマーケットが抱える課題、コンテンツマーケットシステムに必要なシステム構成、運営体制の調査を行った。また産学官共同研究プロジェクトを立ち上げ、短編映画作品をサンプルとした配信、類似動画検索の実証実験を行った。			全国的に先駆けた取組みとなるため、ビジネスモデル等における成功事例が存在しない。地域のビジネスとして成立するビジネスモデルを早期に構築する必要がある。 また、マーケットシステムを有効に活用するために、コーディネーターを配置する。コーディネーターはクリエイターとバイヤーをつなぐ重要な役割を担っており、この人員の恒常的な確保と、配置費用の確保が重要である。			
今後の事業の予定・方向						
マーケットに登録されたコンテンツを素材として、商品を企画、流通して商売を行う企業を地元で創出、集積させてゆく。また、このマーケットシステムを、地場のクリエイター等の作品を発信する場として活用することで、ビジネスチャンスを拡大していく。また、買い手にとってさらに魅力あるコンテンツ市場として形成し、本市のコンテンツ産業活性化へとつなげてゆく。						
事業費の推移						
項目		19年度	20年度	21年度	22年度	計
計画	事業費	-	-	-	-	-
	財源内訳	国・道支出金				
		市債				
		その他				
予算	事業費	2,000	34,000	-	-	36,000
	財源内訳	国・道支出金	0	0		0
		市債	0	0		0
		その他	0	0		0
実績	事業費	1,890	-	-	-	1,890
	財源内訳	国・道支出金	0			0
		市債	0			0
		その他	0			0
事業費の進捗率		(19年度実績事業費 + 20年度予算事業費) / (計画事業費)				-
計画との差異(予算・事業内容・規模・時期等)						
(全体) 差異なし [19年度] 差異なし [20年度] 差異なし						