

第1回

札幌市映像活用推進プラン 改定検討委員会 報告書

2021年6月28日(月) 15:00~17:00

さっぽろテレビ塔2F「しらかば」

次第

委嘱状交付
経済観光局長挨拶
委員長／副委員長の選出
議事（現プラン振り返り 他）

出席者

（順不同、敬称略）

委員

吉田学園情報ビジネス専門学校校長	橋本 直樹
株式会社アレクト 開発本部 プロデューサー	成田 穰
株式会社北海道博報堂 統合プランニング局クリエイティブコンサルタント	長岡 晋一郎
ICC ディレクター・合同会社 tab 代表	カジタ シノブ
一般財団法人さっぽろ産業振興財団 映像産業振興課国際展開チーフコーディネーター	李 嘉兒
札幌市立大学デザイン学部	工藤 真由

札幌市

経済観光局長	田中 俊成
産業振興部長	坂井 智則
商業・経営支援担当課長	高橋 忠浩
クリエイティブ産業担当係長	山本 浩貴 / 事務局
クリエイティブ産業担当係	伊藤 実花 / 事務局

オブザーバー

さっぽろ産業振興財団事業本部長	和田 康広
さっぽろ産業振興財団映像産業振興課長	野澤 歩
さっぽろ産業振興財団映像産業振興係長	佐藤 有史
株式会社北海道博報堂 新どさんこ研究所所長	山岸 浩之

議事録

委員の互選により、橋本委員長が委員長に、カジタ副委員長が副委員長に選出され、橋本委員長の進行により議事が進められた。

橋本委員長

学校法人吉田学園で吉田学園情報ビジネス専門学校と北海道スポーツ専門学校を担当しています、橋本です。

長岡委員

北海道博報堂の長岡です。映像で言えば主にテレビCM、ウェブムービーなどの制作に携わっています。基本はコピーライターをベースにしたクリエイティブディレクターという職業をさせていただいております。

成田委員

株式会社アレクトのプロデューサーの成田です。弊社は、札幌市に本社をもつCGプロダクションで、ゲーム、アニメのCG映像制作をしています。

工藤委員

札幌市立大学デザイン学部4年の工藤真由です。皆様のようにメディアの専門的な知識はないのですが、デザイン学部で学ぶ身として何か大学生なりに力になれたらと思います。

カジタ副委員長

合同会社tabの代表で、札幌市のインタークロスクリエイティブセンターのディレクターも務めております。もともとは、制作系のディレクターをやってお

り、広告などの分野の映像が得意です。

李委員

さっぽろ産業振興財団フィルムコミッションの李と申します。海外や国内の映画・ドラマ、映像作品の誘致を担当しています。

現プランについて

事務局

事務局から現プランでの施策のふり返し等を行った。

橋本委員長

現プランは映画、テレビに絞ったプランであったといえる。いろんな経緯があったと思うが、観光行政が札幌市の重要な要素であり、それに直結する波及効果を期待する意味で映画、テレビというところの振興を図っていた大きな理由ではないかと感じる。

また、映像業界の関連データを見ると、この改定委員会では映画、テレビということだけではなく、施策を広げる分野を検討しなければいけないと感じている。

現プランで取り組んできた映画、テレビで蓄積された知見を継承しつつ、その分野を広げてどんなことができるのか、市政としてどんな取り組みを考えていくことができるのかをこの委員会で検証して、バランスのいい予算配分になればいいと思う。

市政として、観光の波及効果、シビックプライドの醸成という目標だけでは、不十分であり、産業全体の底上げができたのか、産

業自体が振興されたか、就業人員が増えたのかが非常に重要ではないかなとは思う。

この改定委員会ではそういう視点ももって取り組まなければならないと思っているが、札幌市の自己評価の中で、話題になったことはあるか。

事務局

産業振興部というところにいるので、次のプランにおいて産業の幅を広げた際には、その事業で何人就職できたのかということや本市の施策に参加していただいたことで、その会社の売り上げがどうなったかなどの変化を捉えていかなければいけないと思っている。その辺も御指導、御提言いただきたい。

カジタ副委員長

そもそも、なぜ映画、ドラマというところに偏っている状況だったのか、もし分かれば伺いたい。

事務局

文化や観光施策重視しており、札幌のいいところを知ってもらいたいといったときに、映画はなじみがよかったのだという背景だと認識している。映画を見て札幌に来る。フィリピンのキタキタという作品を見て、直行航空便就航したのは大きな成果だと思っている。

成田委員

過去の施策を見ると、重きを置かれるポイントというのが、観光とか札幌市外のブランドが海外に展開していく価値に結びつくかどうかということに置かれすぎているかなと思う。

実写の作品であれば実際にある場所や企業、ブランドが組みやすいが、CGとかアニメーションなど、ファンタジー色が強い作品では、なかなか評価ポイントが結びつかない部分がある。

例えば誘致するプロジェクトの予算規模や札幌市内でどれぐらいの人たちがそれで雇用が生まれるのかとか、経済的な波及効果があるのかという部分を行政側に評価していただけるようにしたほうがよい。

海外の大手の配信業者たちは、ローカルプロモーションを重要視している。例えば路面電車で探偵はバーにいますというラッピングの電車が走っていると、みんなこの作品が札幌で撮られて、今度、劇場公開したら見てみようかなと思うだろう。単純に地上波でCMが流れくるのを見るのではなくて、そういう接点を直接市民がもつ場をつくるというのも、行政側が支援していく形として非常に価値がある。

橋本委員長

シビックプライドがどこまで醸成されたのか、一般市民の方々がどれだけ映像のまち札幌という認識をもったのか、その評価はいかがだったか。

事務局

数値目標のうち映画やテレビの



番組撮影に協力したいと感じる市民の割合が高まったのが、一つの指標と考えている。

橋本委員長

今後、どのような分野に広げていくかというのは、これから議論するわけだが、その何かが札幌のシビックプライドに結びつけられればよいと思う。

コンピューターグラフィックスに20年ぐらい前から教育で携わっているが、非常に今、札幌が注目されているまちと感じている。

映像分野の範囲

橋本委員長

映像分野の範囲について話を移行したいと思いますが、データや札幌市の資源を見ると、今までの映画、テレビ分野に加えて、コンピューターグラフィックス、あとはウェブを中心とした広告関係の映像分野というのを広げるといのが見て取れるのではないかと思うが、いかがだろうか。

成田委員

札幌の弱みの部分というのは、逆に伸び代かなと思っている。就労人口に関しては、もっとやはり伸ばしていかなければいけない。札幌で学びの場は、非常に今、充実してきているが、彼らが就職する先をもっと充実していく必要があると思います。そうすれば、札幌市に還元するものも、その分大きくなってくる。

付加価値額の部分でみると、福岡はゲーム産業、アニメで地方発のIPを開発して、それを全

国に展開している企業が多い。札幌の企業もIPをつくって、全国というより世界に打って出るぐらいのスピード感でやっていないと、生き残っていけないのではないかなというぐらいの危機感を今もっている。

橋本委員長

今、東京でかなり活躍しているコンピューターグラフィックスの企業が、札幌進出をもう既に済ませた、もしくはこれから助成金を活用して札幌に進出をするという案件が結構ある。ゲームの企業が札幌スタジオをつくる、もしくは札幌に新しく本社機能をつくるといったようなお話もたくさんある。

今アニメはすごく追い風であり、もう既に企業が札幌に進出を始めているといったところも踏まえ、コンピューターグラフィックス分野というのは、映像分野にやはり加えて、市政事業としては発展させるべきだと考える。

CG分野

橋本委員長

市内の様々な産業の映像に対する需要の拡大を図る取り組みとして、製造業やサービス業のプロモーション活動や広告活動、広告部門を中心とした映像クリエイターがうまくお仕事につながれば双方にメリットが生まれて、経済が伸びていくと思う。

長岡委員

広告の世界で言うと、テレビや新聞などのマス広告は減少傾向にあるが、ウェブ広告全般は伸

びている。その中でも、Instagramやフェイスブック、YouTubeなどに上がる動画広告がすごく増えている。

傾向として、メーカーや事業者が自分たちのスマホだけでつくってしまうという、インハウス化が進んでいる。

今後、自分たちでつくれるお手軽なもの、プロがつくったものというような二分化していくだろう。

映像に関わるプロのほうからすると、どんな映像をつくれればいいのかとか、こういうつくり方をすると効果的なのだというようなコンサルティング領域に軸足をシフトしていくことになる。



カジタ副委員長

こういうものをつくってくれと言われたときに、そのまま制作はできますよというような企業にはもう仕事はいかなくなる。もっとこういうふうにしたほうがいいですよという提案ができる企業でないと、生き残っていないのではないかなと思う。

ウェブに関する広告は、映像が増えており、映像の訴求力というものが圧倒的に強いというのが、データ上も出ているであろう。これから5Gなどが広がれば、コンテンツとして映像がより強くなっていく。

ウェブサイト自体にも映像を組

み込むことも非常に増えてきているので、圧倒的に二分化はしていくという部分はある。

また、この間トラッキングの選択が可能になったことで、またウェブの業界も変わってくるのではないかなと思う。

橋本委員長

ユーチューバーやゲーム実況者も増え、映像というものに対する抵抗感がどんどんなくなっているかなという実感は大きい。そこに、いかに広告をくっつけて儲けるかというところの情報は、今、非常に転がっているので、学生さんたちのほうが、そういう情報にたけているかなというふうに感じる。

李委員

札幌フィルムコミッションとして活動していて、映画やドラマは東京から撮影隊を連れてきて、撮影が終わったら帰るといった印象がある。フィルムコミッションとしてはその中で、市内の事業者とどのように絡めることができるかに力を入れている。

誘致作品では、専門学校にお願いして学生に生の現場を見せられる機会をつくっており、大人の働いている現場を学生に見せることは大事だと考えている。

ただ、札幌には映画会社がないので、就職で東京に行ってしまう。人材と企業をマッチングさせて、札幌に残ってもらうことが今後の課題のひとつと感じる。

橋本委員長

一時は、ゲーム、CGの分野の企業は札幌に少なかったので、実

際に東京に出て行ったまま戻らないという、卒業生はたくさんいる。

しかし、今、札幌が非常に魅力的なまちであり、企業を誘致して、札幌に根付く企業として頑張ろうとされている企業もある。よい人材が札幌に定着して、よい企業が増え、そしてよい作品が生まれて、映像のまち札幌となればと思う。

成田委員

自社でも人材の確保と育成は、大きな経営課題の一つである。福岡、札幌、東京、仙台、青森と採用活動している。

ただ、まだまだ認知度も少ないので、本当にいい人材は東京の大きなプロダクションへ行ってしまうのが現状。

人材確保する上で、学校のカリキュラムとも連携した形で、何かやれないかと考えている。

学校側も限られた予算の中で特別授業やアニメの制作現場を体感してもらえるような機会というのを何とかつくろうと思っており、そこに自社も参画して力になっていきたいと思っているが、CGプロダクションとして、日々ものをつくっていかないと経営として成立しないという現実がある。

例えば企業が学生に制作現場を体感してもらえるようなインターンプログラムをつくり、そこに学生が学費を払って参加し、札幌に就職した学生には札幌市から授業料を免除するなどの施策ができれば、優秀な人材も札幌に残ってもらえるのではない

か。

東京では大手のプロダクションがシステムティックに作品を制作しているが、札幌ならではの作り方や人材、才能のようなものが生まれれば面白いと感じる。

自社でもそういうつくり方を目指しており、モーションキャプチャーのスタジオで、登別伊達時代村と一緒に時代劇アニメをつくっている。そういうオリジナリティーのある施策ができれば面白い。

特色をもったプロダクションが増え、競争のある環境が札幌市につくれればよいと思う。

福岡との比較

橋本委員長

福岡は大手ゲーム企業が発端となり、県、市を巻き込んで、ゲーム都市宣言というのをしておりコンテストや人材育成、インターンシップを市と企業で一緒にやっている事例がある。

イベントをやるときに市長がコスプレで参加したりと、市民から見ても、このまちはゲームを応援しているのだなとわかりやすく、シビックプライドにもつながっているのではないかと思います。

施策の可視化も上手である。G F F という 2004 年から手弁



当で始まった福岡のゲーム団体も、知名度が高く、世界からも注目されており、産官学連携もしっかりされている。うまくいかないこともあるだろうが、うまくいっているように見えるのがすごい。

福岡だけでなく全国どこからでも参加可能な完全無料インターンシップをやっている企業もある。自社に就職しなくてもゲーム業界全体が潤い、福岡県のゲーム企業に入るきっかけになればとの、非常にプライドもってやっている。産官学、三位一体の組織がうまくいっているように見える。

工藤委員

地元である札幌が好きだが、就職先をうまく見つけられない。特に映像系の会社だと大手の就職サイトでは引っ掛かからず、学校やゼミの先生に頼んで何とか紹介してもらった。私は大学に通っているのですが、紹介先があるが、大学や専門学校に所属しない人は東京に行きやすいのではないかと思います。

札幌はとてもいい場所であるが、東京で行われている講義を見ていると(札幌の環境は)ちょっと物足りないかなと思う。

橋本委員長

今、ゲームを教えている専門学校7校が集まって就職イベントをやっている。もともと専門学校は学生の奪い合いであり、入口は敵であるが、学生が就職するための土壌を整えようと、合同企業説明会をやっている。

この委員会でインターンシップや人材育成はもちろん、就職先の確保も実現できるようなプランになるとよい。

フィルムコミッション

李委員

この5年間、札幌フィルムコミッションとして、主にこの活用推進プランを基に運営を行ってきたが、改善点だけでなく誘致した映画・ドラマの件数など実績も多いと感じる。

2018年に誘致した「こんな夜更けにバナナかよ」は、JFCの優秀賞や愛媛映画祭のロケーション大賞をいただいた。映画を誘致するとき、脚本の段階から支援をしており、ロケ地や専門学校の学生を紹介するなど、地域の活性化も意識している。次のプランもそういった目線で映画作品を誘致、支援することは賛成である。

また、札幌フィルムコミッションの認知度はまだ低いですが、スムーズな撮影環境をつくるために、知名度をあげていくのは大事である。産業振興の観点でも、認知度が高まることにより、人材育成事業を開催する際などに、信用度が高まる。



成田委員

以前、アニメで北海道新幹線のエピソードがあるので、ロケハンしたいとの相談を受け、フィルムコミッションを紹介したことがある。そのほか、アイヌ文化、北海道独自の文化というのもあるので、そういう部分を体感したいという人もいる。

CG制作で言うと、北海道は、非常に自然資源が豊富であるので、スキャンニングや地形データを基に、全く違うファンタジーな世界をつくる際の参考とするようなことも今後、出てくると思う。

今後、誘致の件数が増えると北海道の自然資源、札幌の資源自然をどう守るかというのも、フィルムコミッションに求められてくると思う。

商業映像

長岡委員

福岡の映像のクオリティーが高いのは、広告業界では明らかである。福岡市と札幌市を人口で比較すると、そんなに差がない

ように思えるが、福岡の経済圏には中国、四国地方も含まれている。東北の仕事というのは、北海道に来ることがあまりなく、東京に行く。中国、四国の仕事は、大阪や九州に行くため、実は経済圏が大きい。

映像に限らない話であるが、北海道で、クオリティーや経済を大きくしていくには、何か大きく稼げるようなことをつくらなければならないと好転はしないのではないか。

ユーチューバーですごく成功している人も世の中に出てきているので、そういう人が札幌から出ていくようなところに可能性を感じる。迷惑系ユーチューバーなど、社会一般のイメージも悪い部分があるが、つくり方などを教えていくことで、学生が道外に流出せず、地元でつくってみようと考えてもらえるのではないか。

工藤委員

YouTubeのゲーム実況を観たりすると、北海道とか札幌の名前が出ることや昔やっていたCMのまねをネタにして盛り上がることもある。コメント欄を見ると反響があるので、道外でゲーム実況を見ている方たちからすると、そこが北海道を知るきっかけになっているのかなと思う。



カジタ副委員長

今まで育成事業としてやられてきたドキュメンタリー制作実技などは、需要と少し乖離している感じを受けた。なので、インターンシップのような具体的に事業者のところで学べるシステムはいいと思う。

北海道の少し地方に行くと、まちづくりや村づくりなどの特性をもった映像を制作している人がいるが、札幌の個人で制作し



ている方たちには、あまり地域性を感じず、東京でやっても変わらない部分がどうしても出てきてしまい難しいと感じる。

クオリティーの話で言うと、手足の部分で仕事をする方たちが、どうしても多いというのが現状としてあるため、いわゆる下請的な作業から、それをよりよくしていくということに発想を変えていかないと、やはりクオリティーのバランスも取りづらいのではないかなと思う。

海外プロモーション映像活用事業については、現地の人々の価値観などが分からないと、なかなかクオリティーのコントロールというのは難しい。海外プロモーションというのはとってしまっただけで、広告映像全般に対して補助することができればいいのではないかな。

成田委員

最近は、ウェブ広告というのではなく、ショートムービーのような一つの作品としてコマースシャルをつくっている企業があり、今後も増えていくだろう。

海外販路に関しては、海外から札幌を見たときにどこに関心をもってくれるのかというのは、海外の人でなければ分からないと思っている。半分ぐらいが海外のお客さんだという観光施設にも聞いたことがあるが、旅行代理店さんがお得意様でいらっしやって、その独自のネットワークがあって、彼らとコミュニケーションをしながら営業していると言っていた。そういう人たちに向けたコンテンツづくり、もしくはそのコンテンツを欲している人たちに対して提供、撮影したことへの支援も増やしていいのかなと思う。

李委員

フィルムコミッションでもチラシや紙媒体をつくっていたが、ここ2年ほどウェブ広告を出してみても、反響を感じている。フェイスブックやSNS、YouTubeなどはやはり目に触れやすい。

クオリティーが低いものは、すぐスキップするが、大手のきれいな映像や有名な人ではなくてもストーリー性ありそうな映像だと、5秒ではなくてもう1分見ようかなということはあるだろう。

北海道の会社はまだウェブに抵抗感がある。高いクオリティーの映像事業者があるのになかな

か企業とマッチングできていないので、引き合わせることであればよい。

橋本委員長

個というか個人の制作が非常に増えているため、イベントや展示会など、それらのマッチング機会を創出しなければいけないのかなと考える。

カジタ副委員長

ウェブの案件も仕事としてやっており、その中で映像を受けることももちろんあるが、自社はいわゆる映像業者ではなく、ウェブの制作とか企画会社寄りである。

そういう事業者も対象に広げていくことで、例えば展示会をやる場合でも、もっと多様なマッチングの可能性が増えてくるのではないかな。

長岡委員

映像の補助金事業があるが、この補助金をウェブの映像広告をつくりたい市内の企業の方々に応募してもらい、企業なり個人なりの方々に、その条件でやれるかやれないかというのを周知し、コンペのような、そういうマッチングの方法もあるのではないかなと思う。

工藤委員

クリエイターが集まって活動している事務所のようなものは東京のほうにしかない。企業というよりはサークルに近くなってしまいかもしれないが、学生クリエイターが所属できたりするような、そういう場所が札幌にもあったらいいと思う。

閉会

山岸様（オブザーバー）

北海道が好きな人は全国でもトップクラスで、特に女性と若い方の北海道愛は強く、大きな引力になっているのではないかと考えている。



一方で、道外、札幌外に出られてしまうことは課題であるため、北海道愛に根ざしたところを、活用すべきと感じる。

前回のプランからクリエイティブが民主化してきたというか、誰でも映像コンテンツ含めて、クリエイティブな活動ができる状況になってきたため、その方々が相談できる場所、その方同士のシナジー効果が生まれるような場所が、必要になってくると感じた。