

第2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7月26日(月) 15:00~17:00

さっぽろテレビ塔2F「しらかば」

次第

プラン素案の提示

議事（具体的な取り組みなど 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

株式会社北海道博報堂 新どさんこ研究所所長	山岸 浩之
株式会社アレクト 代表取締役社長	高津 創志

議事録

事務局

第1回目の議論を踏まえ、事務局からプランの全体像について説明を行った。



プランの全体像

長岡委員

この内容で網羅できているのかという検証は今後必要なのかもしれないが、とてもよく整理されている。目指す方向もつくる、つかう、知るというシンプルで大きい分け方も議論がしやすく、市民の方々にとっても納得感が得られるものになるのではないかという印象を受けた。

李委員

現プランでは映画やテレビを中心とした映像作品を支援してきたが、海外のマーケットなどに行くと、アニメの需要を強く感じる。今後はアニメ会社の作品も一緒に海外にもっていければ、旅行や食以外の札幌もアピールできればと思う。

カジタ副委員長

現状分析にある、CGアニメ分野で人材獲得のために地方にスタジオを開設しているという点について、もう少し詳しく聞きたい。

成田委員

地方にスタジオを開設する動きというのは、近年かなり加速してきており、札幌もその中にある。具体的に言えば、吉田学園さんと連携してスタジオを開設した企業や数年前に開設して以来札幌にサテライトスタジオを長く運営している企業もある。彼らは優秀な人材の獲得や東京に比べて事業リスクが少ないこと、そして充実したインフラがある札幌市に制作拠点をもちたいというところで共通している。

弊社も同様だが、雇用する機会の増加と並行して、人材をしっかりと育成し、優秀な人材を一人でも多く業界に連れてくるというのが課題になってきている。

現状分析について、札幌市の視点のほかに、北海道全体との関わりというのがあっていいと考える。例えば、札幌近郊のワイナリーや十勝の豚丼など、酪農家の方たちが直接全国にEC販売しているような方もいるので、札幌市とは少し離れてしまうが、そういう方たちとの連携がどうあるべきか考えても面白いかなと思う。

工藤委員

事務局の説明にあった下請型の受注構造について、もう少し詳しく聞きたい。

事務局

プラン改定に向けて昨年度行った調査の中でも、映画業界の分析において北海道の下請型の構造という言葉が出てきている。これは、映像業界で大手の配給会社が映画を発注する、アニメ

ーションなどで言うと大手動画配信サービス会社が発注する、といった構造を指すと考える。

アレクトさんのような限りなく元請けに近いところでご活躍されている企業も増えていながらも、おそらく自分の作品として発表できていかないというところがあると思う。現状は、制作後のキャラクター展開、グッズ展開などは難しいところにあると思うが、市民の方々が期待しているところはそういうところなのかなと思って記載している。

工藤委員

大学の周りの子や先輩の進路を見ていると、デザイン学部全体では道内の就職が多いが、映像に興味の強い人やクオリティーの高い映像を作っていた人たちはどうしても東京のほうへ就職してしまったりしている。やはり札幌のこの下請型の受注構造というのが原因なのかなと思う。

また、自分の作品が発表できる場所がないというのも、すごく実感している。私が知らないだけかもしれないが、札幌で映像のコンペなどがあまりないため、YouTubeに投稿して終わらせてしまう、などといったことも多いと感じる。

橋本委員長

札幌のCG制作会社が88社と福岡よりもちょっと多い数字になっているが、これはデジタルエンターテインメント全体を指していると理解している。つまり、ゲーム会社などもこちらに入っているだろう。ゲームにCGは欠かせられないので、ゲーム会

社があるということはCGの需要もあるだろう。

事務局からの資料の最後にあったシビックプライドの醸成については結構難しい課題であると認識しているが、市政事業として頭の中にしっかり置いて新しい施策を目指さなければならないと強く思う。

李委員

海外への販路拡大といった面では、テレビ局が作品をもって販売するという取り組みなどを今まで行ってきたが、現在は国際共同制作というのが主流になってきている。理由としては、委員会制でそれぞれ資金を出し合っけてリスクを減らすという点や各国のプロデューサーと組むことでもっといい作品を作れるとか、より多くの国に発表できるというメリットがある。



以前、成田さんも参加されたが、香港のフィルマートに行った際は香港だけじゃなくて中国のアニメ会社にも訪問し、意見交換などを行い、アレクトさんと中国のアニメ会社での共同制作の話にもつながったことがある。このような支援は今後のプランでも継続しなければならないと考える。

成田委員

国際共同制作を促進するための

取組みを札幌市でやっており、台湾、韓国、イギリス、マレーシア、シンガポールなど各国のプロデューサーが集まって、彼らに企画をピッチングして、フィードバックを得るというプログラムを受けた。そのほか、日本国内外で映画制作を進めているプロデューサーからケーススタディのような形でお話を伺ったりするという枠組みにも参加させていただいた。

香港のフィルマートにも参加したが、自分が企画をピッチングして、そのフィードバックが世界各国のプロデューサーから得られるというのは、すごく貴重な経験になった。私はプロダクションの人間として参加したが、学生など若い人たちにも参加してほしいと思う取り組みであった。

また、大きいメリットとしては、海外でのネットワークが広がることである。具体的に言うと、中国広州の大手スタジオでイーアニメーションというスタジオのプロデューサーとも接触できた。彼らは、中国でオリジナルのIPを作っているが、国外にも広げたいと考えており、機会があれば日本のアニメクリエイターのスタッフと一緒に是非制作したいという言葉をいただいた。

もう一つ、去年話題となった中国のアニメだが、中国の配給会社が自分たちのアニメを見たときの日本人の反応を知りたいということで試写する場所を探し、札幌では地元の映画館が三日間ぐらい放映していた。見に行った際に向こうのプロデューサーとお会いし、彼らがどういう市

場規模、配給規模を持って作品を作っているのかという話を聞いた。私たちが札幌でIPを作っていたときに、そういう適切な配給規模の配給会社さんと一緒に作品を作っていくという形も良いかもしれないと思っている。

李委員

国際共同制作促進事業は3年ほど実施した中で、ネットワークが構築され、その結果生まれた作品もあるが、良い作品、良い企画は数でいうと少なく、結構時間が掛かるという課題はある。

人材育成

李委員

今までの取り組みでいうと、さっきも話にあがった国際共同制作促進事業を行っており、プロに向けたものとして、主にテレビの業界の方が、企画を海外のプロデューサーに売り込むための支援を行っていた。

アマチュアの部分に関しては映像コンテストを学生向けに開催しており、去年からは学生だけではなく社会人も参加できるようにした。子どもに関しての事業は今までなかったが、YouTuberなどが流行っている背景もあり、子どもたちが携帯を使って映像を撮ったりするような機会をつくろうと考えている。

カジタ副委員長

先ほど国際共同制作促進事業でなかなか良い企画が生まれづらかったという話があったが、原因は何であるか考えるか聞きたい。

李委員

大きくわけて二つの原因が考えられる。一つ目は、市内の事業者さんにとって、海外目線で企画をつくるというのは、なかなかハードルが高かったことである。二つ目は、テレビ業界の方など、毎日の仕事で大変忙しいため、なかなか新しい企画に時間を費やせなかったことである。

成田委員

確かに、プロダクションである以上ものを作り続けなければいけないし、それで売上が立っているのだから、その時間を削って育成にどこまでコストをかけられるかという部分は非常に大きな課題になっている。そういったなかでも、人材の育成はしていかなければならないものだと私は思っている。



アニメ及び映像産業に関しては、これからも伸びていくであろうし、札幌・北海道の重要な産業である観光とも非常に親和性がある産業だと思っている。そのためには、人材を育成して、産業規模を大きくしていかなければいけない。アレクトも人材獲得というのは大きい経営課題ではあるので、地域産業とプロダクションがお互いに成長できるような枠組みを作らなければいけない。

長岡委員

商業、広告などの映像に関して言えば、映像を撮る技術は、みなさん既にもっているが、どういった映像を撮るかという企画力のようなことが、足りていなかったりする。技術を持っているだけだと、1時間当たりいくらというような価値の換算になるが、企画を作れるようになるとうち少し価値のつけ方が変わってくるので、収益構造もきっと変わってくると思う。

仕事が忙しい中でも勉強できるかというのは、その勉強をすることで自分たちの収益がすごく上がるかどうか、経済の構造が変わるのだということの認識が進む、あるいはそういう成功例が作れば動いていく可能性はあるのではないかと。今、札幌の映像を作っている方々に企画力が足りてないという気がしているので、それをワークショップや勉強会などで上げていければいいのではないかと。

アマチュアのほうに関しては、映像制作におけるビジネスの在り方や制作のルール、著作権など、そういった基本的なところをスタートラインに置いてから、その後の企画とか制作みたいなところにステップアップしていくのがいいのではないかと考えていた。

成田委員

映画、テレビにおける子どもの取り組みとしては、教育関係・教育現場の方たちにどうやって落とし込めるかというのを考えるべきかと思う。

今、コロナの時代というのもあって、なかなか運動会や学芸会なども1か所で集まれなかったりするのだから、映像とSNSの力を活用した取り組みをやってもいいのかなと思う。例えば、子どもたちが自分たちで撮ってみたアサガオの成長記録や運動会のトレーニングの様子だとかを日記みたいに付けていって、それをお互いに見せ合うような体験があってもいいのではないかと。

カジタ副委員長

演劇のほうでは、北海道の地方で先生に演劇のことを教えるというスキームがある。学芸会で子供たちが演劇をするけれど、教育現場で先生方が指導をできないという問題がある。子どもたちに対して映像を使う機会を増やすという意味では、今成田さんがおっしゃったように、教育する側の人たちに使用できるフォーマットをお伝えするようなワークショップとかがあったりしてもいいのかなと思う。



工藤委員

アルバイト先のミニシアターを利用して何か企画ができないかと考えている中で、札幌市立大学の学生が作ったグッズなどを並べたポップアップストアをやってみた。しかし、若い子が来なく、札幌市立大学がやっているのにも関わらず、大学生も来なかった。ミニシアターでやって

いる映画が、先ほどおっしゃっていた中国のアニメーションなど、CM でやっているような映画ではないことも要因かもしれない。

札幌で作った映像を流すのであれば、ミニシアターのような映画館でなければ流せないのではないかと思うが、そこに若い子は興味をもってくれないのではないかと思う。子どもたちへスマホで撮れる映像などを使って興味をもたせるのはいい取り組みだと思うが、作品を見に来る側に興味をもってもらうのも必要ではないかと思う。

李委員

以前は、フィルムコミッションでも「探偵はBAR にいる」や「こんな夜更けにバナナかよ」など、劇場で上映する映画を支援していた。しかし、最近はネットフリックスなど配信系の作品も支援しており、予算規模もかなり大きくなっている。若者たちが映画文化に興味がなくなったのではなく、そのプラットフォームが変化していると感じる。

カジタ副委員長

先ほど話にあがった企画力の話で、収益が上がるのであれば時間を割こうという事業者も増えるのではないかという点で、そういった状況をつくるために何か具体的な案は思い浮かぶか。

長岡委員

成功例をつくっていくということだと思う。映画とかテレビの成功例の作り方は分からないが、商業映像というところでは、EC の広告などを機に、5年で売

上が10倍になった事業者なども出てきたりしている。そのような、事業者が売上げを伸ばし、それをサポートしていた映像事業者やデザイン、クリエイティブの事業者も同時に成長していきまして、といった成功例をつくっていくことではないかと思う。



橋本委員長

弊社では文部科学省の専修学校振興予算をいただいて、北海道のゲーム企業、CG 企業、行政や関連団体と委員会をつくって、人材育成面でどのように寄与できるかを考えてきた。

企業へアンケートを行い、必要とされる人材を調査し、学校側と企業側でのニーズギャップを明らかにした。そのうえで、企業の協力のもと、そのギャップをうめるためのカリキュラムを考えて実行した。そのほか、教員側も日々情報収集はしているものの、技術分野では知識が追いつかないという課題もあったため、この機会に教員研修会も実施した。

先ほど能力のある学生が道外へ出て行ってしまったといった話もあったが、魅力ある企業、もしくは魅力のあるコンテンツが札幌にあるから、そこで働きたいと思う仕組み作りも重要であるし、教員のレベルアップにも取り組みを行いつつ、学生と企業のマ

ッチングなどにも力を入れていかなければならない。そういった行政が支援したいと思わせる取り組みを行うことが必要なのではないかと思う。

成田委員

映画やアニメに関して言えば、ストーリーとキャラクターが一番重要視されるべきものであるため、北海道や札幌における漫画クリエイターの人たちと一緒にIPを作ってくというのは面白い取り組みだと思う。話がひっくり返るかもしれないが、いきなりアニメ・映画作ろうというよりは、面白いストーリー・面白いキャラクターを作ろうという部分から、その作り方を学び、それをどうピッチングすればいいかというのを考えることが必要ではないかなと思う。

映画やアニメにならなくても、例えば漫画で出版することになるかもしれないし、子供向けであれば絵本にしましょう、ラジオであれば、ラジオドラマで行きましょうという話が出てくるかもしれない。そういうことでIPというのが生まれるものだと思うし、育っていくべきなのではないかと思っている。

カジタ副委員長

みなさんの話を伺っていると、CG アニメの子ども向けの取り組みなど、なかなか出しづらいうように思うが、子ども向けはジャンルレスなのかとも思う。映画、テレビ、CG アニメ、商業映像という枠でなくて、映像という枠ぐらいなのではないかとも思う。

工藤委員

子どもの人材育成をするに当たって一つ思うのが、いかに映像を作るのが大変なのかなど、そういった部分を分かってほしいなという思いがある。今卒業研究で映像の研究をしているが、よくZ世代と呼ばれる私たちの世代では、NetflixやYoutubeなど様々な映像コンテンツが身近になっている。

最近のコンテンツは10秒ずつ飛ばすことができたり、倍速で視聴できたりと、膨大なコンテンツの1個ずつに時間をかけなくなっている。ひとつの映像にもいろんな表現が込められているといったところの学びも、下の世代からあったほうが良いなと思う。



また、子ども向けにワークショップを行うとき、そのワークショップの運営に学生が入れたらいいのではないかなと思う。小中高生からすると大学生や専門学生は直近の自分の未来であり、さらに上の大人から教わるよりも取り組みやすいと思う。子どもたちもお兄さん、お姉さんに会いに行くのが楽しくてとか、大学生や専門学生にとっても教えるためには、それ相応の知識をもたなくてはといった意識づけになると思う。そのワークショップに参加していた高校生たちが大学生になったときに、その運営に入ってというふうに

循環していければいいのかなと考える。

橋本委員長

そもそもこの業界を目指すことや、業界そのものに興味喚起させる仕組みも必要だと思う。また、学校の先生や大人たちがキャリアパスの描き方を子供たちに教えるのがうまくいっていないところもあると思う。

先生が子どもへキャリアパスを描かせるときに先生が知っている職業だけで話をする、正しいキャリアパスは描かせられない。例えば、2040年以降は、現在存在しない仕事がたくさん出てくるし、20年前の我々考えてもYouTuberとかUber eatsって仕事生まれるなんて、誰も思えなかった。その先生方を変えるきっかけを私たちがつくっていくということも一つですし、そういうイベントを起こして、少しでも興味喚起するような仕組みを我々が作っていくことはすごく重要であると思う。

作品への支援

李委員

フィルムコミッションでも商業映像などに助成金を出しており、札幌でも作品は多く作られている。しかし、長岡さんもおっしゃっていたように、ストーリー性のあるものでも企画力の面で課題があったり、作品を作って終わりという例もあるため、どのように作品をブランディングするか、どうやって視聴者に届けるか、その辺も含めて考えることで作品を育てることにつながるのではないかと考える。

成田委員

CGアニメーション制作の分野においては、キャラクターアニメーションとか、キャラクターモデリングを、札幌市外の事業者が発注するケースが往々にしてある。今一緒に仕事をしているスタジオは旭川に拠点があったり、モーショキャプチャーと一緒に仕事をしている登別伊達時代村の方たちは登別であったりと、札幌市に収まらないことも多い。その人たちとの仕事も助成金に絡められる受け皿があるとすごく使いやすくなるなと思う。

長岡委員

人を育てるというのにすごく関連してくると思うが、学生とかがトライするための補助金はともいいと思う。私も学生のとき、雑誌社が主催するCMコンテストに応募して、入賞してやれるかもしれないと思った経験がある。そういう映像コンテストみたいなものを、札幌市が主催する、あるいは、例えばブレーンという雑誌がやっているBOBAのような映像のコンテストへの挑戦をサポートするといったことが考えられると思う。

多摩美術大学や武蔵野美術大学などの学生が多い中、今年のBOBAでは札幌大谷大学の子が入賞していたりもして、そういうのが顕在化していくと、自分もやれるかも、みたいな状況が生まれていくのではないかなと思う。

今までの議論の中で、少し混ざってしまったかもしれないが、人を育てるところでも技

術面を育てるといふことと、企画力を育てるといふことは結構違ったりする。例えばこのコンテストをやるときに、技術をサポートするメンバー、企画のところを頑張るメンバーみたいな組み合わせを作れるようなマッチングもできると、いい結果が生まれてくるかもしれない。

カジタ副委員長

現状の助成金をみるとかなりプロ向けで、配給が決まっていることが要件であったりと、オリジナルのIPが作れそうなどころには助成金下りづらい。札幌市に寄与しなければいけないという点についても、その寄与の仕方はいろいろあるはずだが、それがなぜか直結的なイメージをもってしまうというところは非常にもったいないと思う。商業映像に限らず挑戦する部分に対する助成金というものは、もう少しあったほうがいいのかと思う。

橋本委員長

アニメ・CGで挑戦という観点でいうと、福岡ではゲーム企業からなるGFFという任意団体で、人材育成としてゲームコンテストを実施している。福岡市役所に事務局をたてて、産官学一体となりゲーム都市宣言というのをしており、世界的にも珍しい



地方都市があるということでも有名になっている。

ゲーム産業で有名なカナダは、大手企業や有名作品企業を軸にして、その周辺に中小企業や学校が共存し合い、地域のマーケットが醸成される状態のことをエコシステムというそう。カナダに行ったときに、北海道ってすごく有名で札幌という名前もよく知っていると言われた。

札幌でもゲーム会社を中心としたデジタルエンターテインメント産業を形成する企業や人が多いのだから、北海道・札幌の知名度と掛け合わせることで、国際イベントなんかも開催できるのではないかと話をいただいた。優良コンテンツが生まれ、あの有名な作品を制作した企業が我々の札幌市にある、その波及効果により経済が活性化するというようになればシビックプライドも自ずと形成されていく。

マッチングイベント

長岡委員

経産省の言っているデザイン経営というのは、要するにいいものを作るだけではなく、そのいいものの見た目やUI、デザインなどが良くなることで、そのビジネスが発展していくことを指している。例えばAppleなど上手くいっている例である。日本でも、企業とクリエイターのすごく良い組み合わせがあるので、札幌の企業と札幌のクリエイターが会うことで、事業の成長を促していくということも可能ではないかと思う。

いい映像を作るという視点ではなく、その映像によって事業を伸ばすとか、経済を発展させるという視点をもった映像作りをリードしていくことが必要ではないかと考える。映像を作る意味を経営者の方に分かってもらえれば、札幌の企業とクリエイターをつなぐマッチングイベントなども需要があるのではないかと思う。



閉会

今回は8月10日に開催予定であること、シビックプライドの醸成などについて、議事を行う事を確認し終了した。