

第1章
改定に当たって

1. 改定理由

札幌市は、美しい都市景観や札幌ならではのライフスタイルなどの魅力を国内外に向けて伝えていくため、高い訴求効果を持つ映像の力¹に着目し、2016年に前プラン²を策定の上、様々な施策に取り組んできました。

一方、前プランを定めて以降、映像産業³を取り巻く環境や私たちの暮らしと映像とのつきあい方が大きく変わりました。

映像を見る側は、動画配信サービスの普及などによって、好きな時間に好きな場所で好きな動画を楽しむことができるようになり、テレビよりもインターネットを経由して映像を楽しむ人が増えました。

映像を作る側は、安価で質の良い制作環境が手に入り、インターネットを通じて自由に発信できるようになったことで、特定の組織に所属せずに、個人クリエイター⁴として自分の映像作品を発表する人や、フリーランス⁵として映像制作の仕事を請け負う人も増えています。

映像を活用する側は、インターネットを通じて商品やサービスを購入する消費者が増えていることに伴い、動画を使って消費者に対して自社のブランドや商品の魅力を伝えることで、ビジネスを拡大する機会が広がっています。

加えて、新型コロナウイルス感染症⁶の流行は、人々が映像に触れる時間を増加させたほか、映画のロケ撮影を中止に追い込み、飲食業などの対面を前提としたビジネスを困難にした一方で、オンラインでの商業活動を活発にするなど、映像を見る側、作る側、使う側にとって様々な変化をもたらしました。

こうした社会環境の変化に対応するため、この度、前プランを改定し、第2期札幌市映像活用推進プランを策定します。

2. プランの位置付け

このプランは、「映像の力により世界が憧れるまちさっぽろを実現するための条例」(以下「映像のまち条例」という。)第7条の規定に基づき、映像活用施策を戦略的かつ総合的に実施するため定めるものです。また、札幌市のまちづくりの総合計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョン⁷」を受けた個別計画に位置付けられます。

改定に当たっては「札幌市産業振興ビジョン⁸」などの関連個別計画との整合性を図ります。

1 映像の力 | 映像の持つ直感的かつ効率的な情報伝達効果並びに、それに基づく宣伝効果及び訴求効果をいう

2 前プラン | 2016年6月に策定した「札幌市映像活用推進プラン」をいう

3 映像産業 | p47にて定義

4 クリエイター | 創造的な仕事をする人/個人クリエイターは個人活動として作品を発信している人

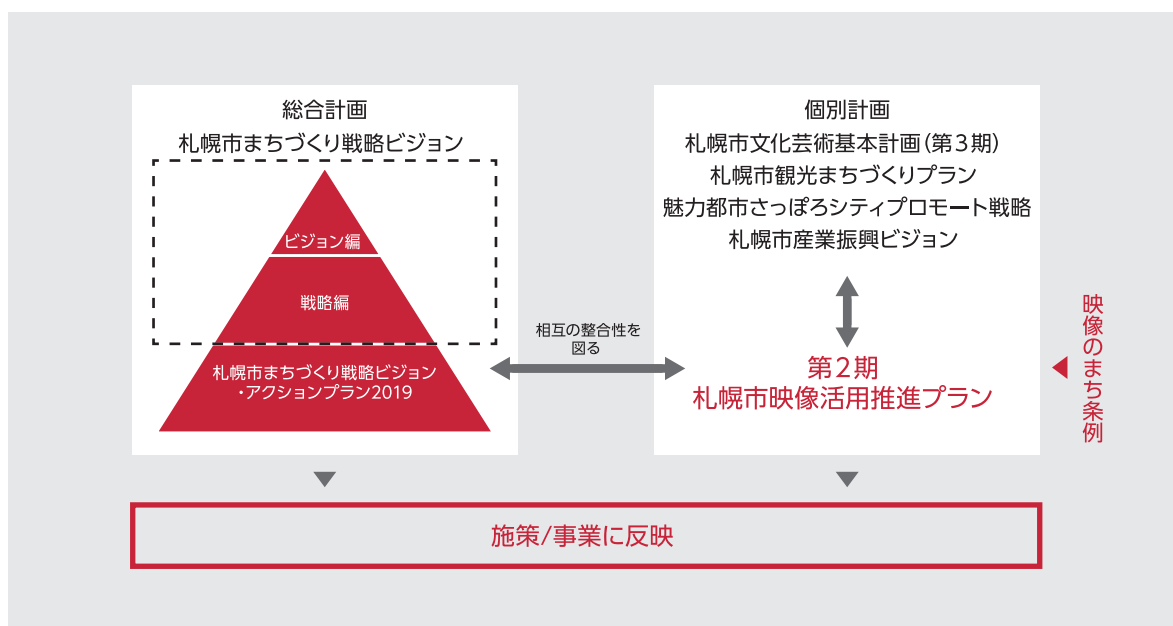
5 フリーランス | 特定の組織に属さず、独立して様々なプロジェクトに関わり、自らの専門性等のサービスを提供する働き方

6 新型コロナウイルス感染症 | 2019年末頃から感染が拡大し、2020年1月16日、国内で感染者が初めて確認された

7 札幌市まちづくり戦略ビジョン | 札幌市のまちづくりの計画体系では最上位に位置付けられる総合計画

8 札幌市産業振興ビジョン | 市民、企業、行政が共有する産業振興の目指す姿や実現に向けた方向性を示したビジョン

第1章 改定に当たって



3. 計画期間

本プランの計画期間は、2022年度から2026年度までの5年間とします。なお、社会環境の変化を踏まえ、必要に応じて見直しを行います。

※前プランの計画期間は当初2016年から2020年までとしていましたが、計画最終年度に生じた新型コロナウイルス感染症拡大の影響なども踏まえた改定を行うため、計画期間を1年間延長し2021年度までとしました。

4. 計画の対象範囲

前プランでは、映画・放送に関連する業種を映像産業と定義していましたが、第2期札幌市映像活用推進プランでは近年の映像産業を取り巻く変化を踏まえ、インターネット上で配信されるコンテンツやそれらと関連性の高い広告・ソフトウェア分野等の業種にも対象を拡大します。

〔第2期札幌市映像活用推進プラン〕

〔前プラン〕

- 放送業(テレビ)
- 映像情報制作業(映画)
- 娯楽業(映画館)

+

- ソフトウェア業(ゲームソフト等)
- インターネット付随サービス(音楽映像の配信等)
- 映像情報制作(テレビ/アニメ制作等)
- 広告制作業、広告業
- 映像音声文字情報制作に付随するサービス業(貸しスタジオ等)
- 写真業