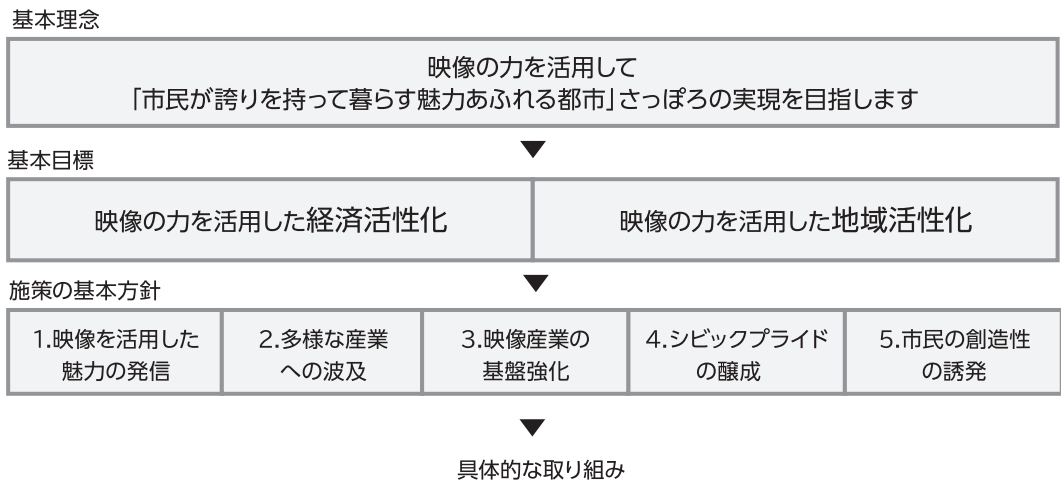


第2章 前プランのふり返し

前プランの施策体系と具体的な取り組みは次のとおりです。

1. 施策体系



2. 具体的な取り組み

方針 1 | 映像を活用した魅力の発信

1 国際共同制作の促進

- 札幌の魅力を海外に発信するため、海外と市内映像事業者による映画やドラマ、情報番組などの国際共同制作に対して補助した。(34 件/2016-2019 ※2020 はコロナ禍で中止)
- 市内映像事業者の技術力向上を図るため、ドキュメンタリー映像制作ワークショップ等を開催した。(2016-2019 ※2020 はコロナ禍で中止)

2 国内外からのロケ誘致の促進

- 国内外に札幌の魅力を発信するため、札幌を舞台とした映画やテレビ番組などの撮影を誘致した。(フィリピン映画「Kita Kita」など 18 件/2016-2020)

3 映像制作に係る補助制度の実施

- シティプロモートや観光誘客等につなげるため、札幌を舞台とする映画やドラマなどの制作に対して補助した。([こんな夜更けにバナナかよ]など 14 件/2016-2020)

方針 2 | 多様な産業への波及

1 他産業での映像活用の促進

- 映像制作需要の拡大と市内企業の販路拡大を促進するため、プロモーション映像制作に対して補助した。(29 件/2016-2020)

2 映画・音楽・IT 複合イベントの創出を支援

- クリエイティブな発想や技術によって次の社会・未来を創ろうとする人たちのための交流の場となる「No Maps」を立ち上げ、産官学で連携し開催した。(2016-)

方針3 | 映像産業の基盤強化

1 撮影環境の整備

- 市内での円滑な映像制作を支援するため、撮影に必要な許可取得支援やホームページを通じたロケ地情報の提供などを行った。(HP 掲載ロケ地情報 160 件/2020 年度末時点)

2 映像人材の育成

- 映画・放送業界への就職を希望する人材を育成するため、放送局等と連携し、市内学生などを対象にドキュメンタリー作品の制作ワークショップを開催した。(延べ 619 人の高校・大学・専門学校生等が参加/2016-2020)

3 映像コンテンツ⁹の輸出を支援

- 札幌を舞台とした映像作品の販路拡大を図るため、市内映像制作事業者の海外商談会への出展を支援した。(香港、シンガポールなど 13 か所延べ 93 社参加/2016-2019 ※2020はコロナ禍で中止)

4 映像関連企業の誘致

- 映像関連企業の集積を図るため、映像制作等を行う事業所を札幌市内に新增設する企業に対して補助を実施した。(6 社/2016-2020)

方針4 | シビックプライドの醸成

1 映像制作への参加促進

- 映像制作への市民参加を促すため、ボランティアエキストラ登録制度の運用を行った。(登録者数 3,222 人/2020 年度末時点)

2 記録・保管

- 市政に関する記録を後世に残し市民が閲覧できるようにするため、映像記録制作・保管を行った。(雪まつり、水道事業記録映像など 157 件/2016-2020)

3 デジタルアーカイブ¹⁰構築の検討

- 市民の情報利用の円滑化を図るため、中央図書館で所蔵資料などのアーカイブ化を行った。(新札幌資史 10 件/その他市のオープンデータを映像化して図書・情報館にて上映)

方針5 | 市民の創造性の誘発

1 映像コンテストの実施

- 市民の映像制作意欲を喚起するため、高校、専門学校、大学生やアマチュアなどを対象にした映像作品コンテストを実施した。(応募作品 58点/2017-2020)

2 上映会等への支援

- 市民が映像に親しむ機会の充実を図るため、映画サークルなどによる自主上映会の後援を行った。(20件/2016-2020)

3 公共空間を活用した映像発信

- 様々な世代の市民が映像に親しむ機会を増やすため、札幌国際短編映画祭の開催に併せて、中央図書館、円山動物園、ちえりあ等の市有施設で映画の上映会を開催した。(12 回延べ2,319 人参加/2016-2020)

9 コンテンツ|様々なメディアで流通され、動画・静止画・音声・文字・プログラムなどによって構成される“情報の中身”。映画、アニメーション、音楽、ゲーム、書籍など

10 デジタルアーカイブ|資料等をデジタル化して保存することを目的とした仕組みや施設

3. 数値目標の達成状況

項目	当初	目標	実績
映画・ドラマの誘致件数	2件 2015	累計15件 2020	累計18件 2020
札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額	年2.8億円 2014	年3.8億円 2020	年0.16億円 2020
テレビ・映画等で札幌の観光情報を得て来札した外国人観光客の割合	8.4% 2014	13.0% 2020	8.8% 2019*1
民間放送業等の従業者数*2	1,643人 2014	1,807人 2019	1,840人 2020
札幌市内で行われる映画やテレビ番組などの撮影に出会った時に、迷惑ではなく積極的に協力したいと感じる市民の割合	17.2% 2013	27.0% 2020	46.3% 2020

※1: 出典「外国人個人観光客動態調査(札幌市経済観光局)」。2020年はコロナ禍で統計未実施のため前年数値を採用。

※2: 経済センサスの統計年度等の変更によってコンテンツ産業の従業者数が算出できなくなったため、代替指標として、民間放送業(ラジオ放送業除く)/映像情報制作・配給業/映像・音声・文字情報制作に附帯するサービス業/映画館の従業者数を計上した。

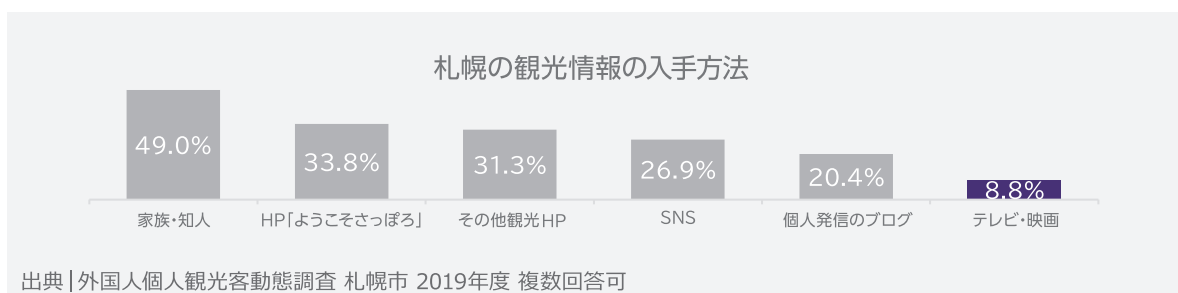
前プランで掲げた5つの数値目標のうち、2項目が未達成となりました。

札幌の事業者が制作した映像の海外輸出額

中国のアニメや韓国のドラマなど海外のコンテンツとの販売競争が激化したことに加え、市内事業者が海外向けに制作する作品は北海道の食や観光に関する番組が中心で、多様化する海外視聴者のニーズに応えられなかったこと等が原因として挙げられます。また、目標年(2020年)は新型コロナウイルス感染症の影響で海外商談会への出展が困難となり、作品の主たる販売機会を失ったことも要因です。一方で、海外商談会を通じて年間約300件の商談機会を創出したことで、海外などからのロケ撮影誘致の他、海外の放送局と市内の放送局による番組の共同制作に繋がるなどの成果を生み出しました。

テレビ・映画等で札幌の観光情報を得て来札した外国人観光客の割合

「家族・知人」のほか、「観光に関するホームページ」「SNS」などから情報を得て来札した観光客の割合が高く、インターネットが主要な情報源となったことが要因と考えられます。目標値には届きませんでしたが、インターネットが急激に普及し情報源が多様化する中で、当初値を上回る数値を確保し、後述するように映画作品をきっかけとした海外からの観光誘客にも成功したことから、一定の実績があったものと認められます。



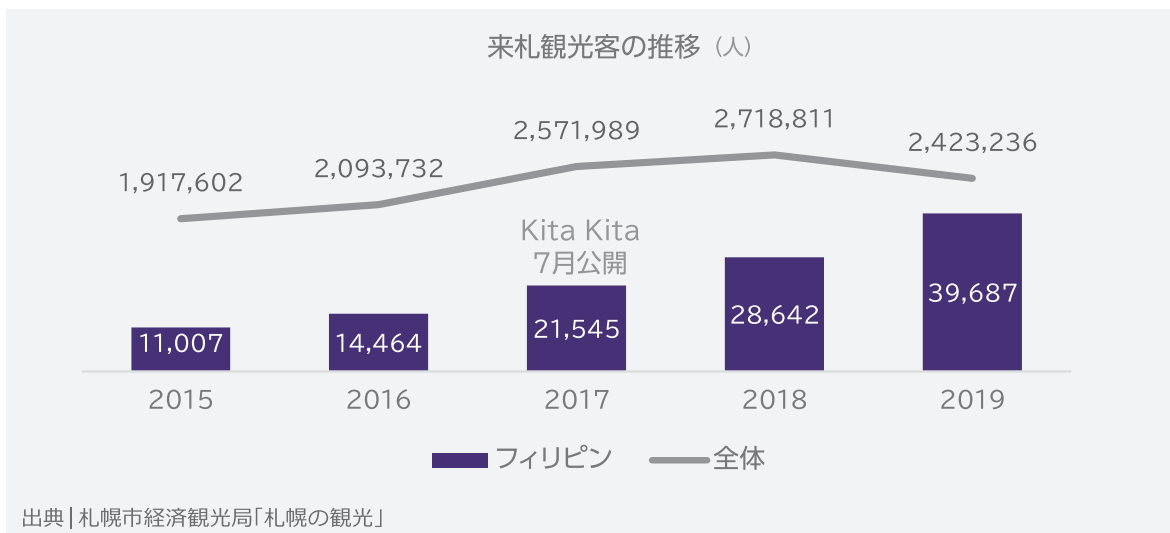
4. 総括

前プランでは、シティプロモートやシビックプライド¹¹醸成の観点から、札幌が舞台となる映画やテレビ番組の制作を支援し、それらを国内外に向けて発信していくことを中心に施策を展開しました。

シティプロモート

本市が撮影を支援した映画「探偵は BAR にいる」や「こんな夜更けにバナナかよ」等の制作に当たっては、地元札幌の映像関連企業への業務発注や、撮影スタッフの宿泊滞在需要などによる経済効果が生まれました。また、全国でも話題となる作品となったため、ロケツーリズム¹²の誘発につながり、国内外に対して札幌の魅力を発信する一助になったと言えます。

加えて、商談会等への参加を通じた地道な海外とのネットワークづくりが実を結び、フィリピン映画「Kita Kita」の札幌ロケ誘致に成功しました。これがきっかけとなり、新千歳空港とマニラを結ぶ直行便が就航し、フィリピンからの観光客が映画公開前後で 2.7 倍(2016-2019 比較)に増加するなどの成果を生みました。



シビックプライドの醸成

ボランティアエキストラ登録制度を活用した市民参加の取り組みや民間の撮影場所募集、ロケ地マップなどを用いた支援作品のプロモーションを進めたことで、「映画やテレビ番組の撮影に積極的に協力したい」と感じる市民の割合が2割から5割近くまで上昇し、シビックプライドの醸成に寄与しました。

以上から、前プランの取り組みは一定の成果を収めたものと評価でき、札幌を舞台とした映画やテレビ番組の制作支援が、「映像の力により世界が憧れるまちさっぽろ」の実現にとって、有益であることが確認できました。改定後のプランにおいても、引き続きこれらの分野の支援を行うとともに、次章以降での現状分析等を踏まえ、新たな施策を検討していく必要があります。

11 シビックプライド | 市民が都市を構成する一員であると自覚し、誇りや愛着を持って都市を良くしようとする当事者意識
 12 ロケツーリズム | 映画やテレビ番組などの舞台となったロケ地や、原作の舞台をめぐる旅の形態