

參考資料

1. コンテンツ産業の定義

総務省がまとめた日本標準産業分類表に照らし合わせて次のとおり定義します。

中分類	小分類
38 放送業	381 公共放送業
	382 民間放送業
	383 有線放送業
39 情報サービス業	391 ソフトウェア業
40 インターネット附随サービス業	401 インターネット附随サービス
41 映像・音声・文字情報制作業	411 映像情報制作・配給業
	412 音声情報制作業
	413 新聞業
	414 出版業
	415 広告制作業
	416 映像音声文字情報制作に附帯するサービス業
72 専門サービス業	726 デザイン業
	727 著述・芸術家業
73 広告業	731 広告業
74 技術サービス業	746 写真業
80 娯楽業	801 映画館

2. 映像産業の定義

コンテンツ産業のうち、次の業種を第2期札幌市映像活用推進プランにおける映像産業と定義します。

中分類	小分類	選定理由
38 放送業	381 公共放送業	テレビ分野
	382 民間放送業（ラジオ除く）	テレビ分野
39 情報サービス業	391 ソフトウェア業（ゲームのみ）	CG 技術を多く使うゲームソフト制作を含む
40 インターネット附随サービス業	401 インターネット附随サービス	音楽映像等の配信
41 映像・音声・文字情報制作業	411 映像情報制作・配給業	映画、テレビ、アニメ制作主として印刷物を扱う業種だが、映像制作を手掛ける企業も多い
	415 広告制作業	映像制作等に附帯するサービス（貸しスタジオなど）
	416 映像音声文字情報制作に附帯するサービス業	映像制作等に附帯するサービス（貸しスタジオなど）
73 広告業	731 広告業	広告に係る企画立案、コンテンツの制作
74 技術サービス業	746 写真業	動画を手掛ける写真家が増えている
80 娯楽業	801 映画館	—

3. 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

平成 26 年 5 月 30 日 条例第 36 号

札幌の映像産業は、南西部に広がる森林地帯などの豊かな自然、鮮明な四季の移り変わりが美しい北の都市としての景観といった豊富な映像素材の活用及び IT・コンテンツ産業の振興を目指した取組により、映像産業の担い手である企業等の雇用創出や観光客の増加などの効果を生みながら、札幌の経済成長に寄与してきた。

こうした流れを、札幌の経済の持続的な発展に結び付けていくためには、映像産業を支える人材の育成や、市内の様々な産業による映像の力の活用をこれまで以上に促進することにより、更に映像に対する需要の拡大を図り、それがより魅力的な映像の制作・発信につながるという好循環を生み出す必要がある。

また、今日までの情報通信技術の発展により、個人が気軽に映像を制作し、発信することを可能にする環境が整ってきており、そのような中で制作・発信された映像が社会に与える影響力も拡大しつつある。更に、映像の制作が地域と共に行われるなど、市民が映像に触れ、制作に参加する機会も増加している。こうした状況は、札幌の魅力が国内外により認められるための好機であり、市民の映像文化活動を一層促進する取組も求められる。

加えて、映像の力を活用したまちづくりを進める中で、札幌の自然、景観、歴史、文化、経済その他様々な魅力が国内外に広く認知され、市民が札幌の魅力を再発見することは、市民が札幌に暮らすことに更なる誇りを持つことにつながるものである。

このような認識の下、市民、事業者及び市が協力・連携しながら映像の力を活用したまちづくりを進めることで、札幌をより豊かで魅力的なまちとし、世界が憧れるまちさっぽろを実現するため、この条例を制定する。

(目的)

第 1 条 この条例は、映像の力を活用したまちづくりに関し、基本理念を定め、市並びに市内において事業を営む企業、団体及び個人(以下「事業者」という。)の役割並びに市民の理解と協力を明らかにするとともに、市の施策の基本的な事項を定め、映像の力を活用したまちづくりに係る施策(以下「映像活用施策」という。)を戦略的かつ総合的に推進することにより、本市経済の持続的な発展及び札幌の魅力の認知を図り、もって市民が誇りを持って暮らす、世界が憧れるまちさっぽろを実現することを目的とする。

(定義)

第 2 条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

(1)映像の力 映像の直観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

(2)映像の力を活用したまちづくり 映像産業の振興を図る取組、市内の様々な産業の映像に対する需要の拡大を図る取組並びに市民による自発的な映像の制作及び発信を促進する取組

(基本理念)

第 3 条 映像の力を活用したまちづくりは、次に掲げる事項を基本として、市民、事業者及び市がそれぞれの役割等を認識し、相互に協力・連携することにより推進されなければならない。

(1)市民並びに事業者のうち映像の制作及び発信に係る事業を営むもの(以下「映像事業者」という。)の主体性及び創造性が十分に尊重されること。

(2)映像が国内のみならず海外から札幌が魅力的なまちとして認められるための有効な手段となるものであるとの認識に立つこと。

(3)映像産業を始め、市内の様々な産業の発展を目指すものであること。

(市の役割)

第 4 条 市は、前条に定める基本理念のっとり、映像活用施策を戦略的かつ総合的に実施するものとする。

2 市は、市民による自発的な映像の制作及び発信を促進するため、市民が映像に親しみ、映像の制作及び発信に取り組む契機となる機会の充実が図られるよう積極的な役割を果たすものとする。

3 市は、施策を企画及び実施するに当たっては、その施策が映像を通じて発信されることにより、札幌が魅力的なまちとしてより一層国内外に認められる可能性があることを考慮するものとする。

4 市は、映像事業者が主体的及び創造的に映像の制作及び発信に取り組むために、必要な支援と環境整備を行うものとする。

5 市は、映像事業者以外の事業者による事業活動における積極的な映像の活用を促進するために、必要な支援と環境整備を行うものとする。

(事業者の役割)

第 5 条 映像事業者は、この条例の趣旨の理解を深め、主体的及び創造的に映像の制作及び発信に取り組むものとする。

2 映像事業者以外の事業者は、この条例の趣旨の理解を深め、それぞれの実情に応じ、事業活動における積極的な映像の活用を協力するよう努めるものとする。

3 事業者は、市が実施する映像活用施策に協力するよう努めるものとする。

(市民の理解と協力)

第 6 条 市民は、自ら映像を制作及び発信することが札幌の魅力の認知に資することを理解するとともに、市が実施する映像活用施策並びに映像事業者による映像の制作及び発信に協力するよう努めるものとする。

(基本計画)

第 7 条 市長は、映像活用施策を戦略的かつ総合的に実施するため、映像活用施策に関する基本的な計画(以下「基本計画」という。)を定めなければならない。

2 基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

(1)映像活用施策に関する目標

(2)映像活用施策に関する基本的な方針

(3)前 2 号に掲げるもののほか、映像活用施策を戦略的かつ総合的に実施するために必要な事項

3 市長は、基本計画を定めるに当たっては、市民の意見を適切に反映することができるよう必要な措置を講じなければならない。

4 市長は、基本計画を定めたときは、速やかにこれを公表しなければならない。

5 前 2 項の規定は、基本計画の変更について準用する。

(財政上の措置)

第 8 条 市は、映像活用施策を実施するために必要な財政上の措置を講ずるよう努めるものとする。

(連携)

第 9 条 市は、映像活用施策を実施するに当たっては、市、国、他の地方公共団体、事業者、市民その他の映像活用施策に関係するものとの間の連携が図られるよう配慮しなければならない。

第 10 条 市は、市、事業者等が、映像活用施策に関し、互いに自由かつ率直に意見の交換を行うことができる仕組みの整備を図るものとする。

(委任)

第 11 条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

4. 札幌市映像活用推進プラン改定検討委員会

プランの改定に当たり懇話会を設置し、様々な分野の専門家や、将来映像分野で働くことを希望する学生の方から意見をいただきました。

委員会

第1回 2021.6.28 前プランのふり返りと改定の視点抽出

第2回 2021.7.26 具体的な施策の検討

第3回 2021.8.10 改定プランの内容確認

委員 (50音順、敬称略)

カジタ シノブ	合同会社 tab
工藤 真由	札幌市立大学デザイン学部
長岡 晋一郎	株式会社北海道博報堂
成田 穰	株式会社アレクト
橋本 直樹	吉田学園情報ビジネス専門学校
李 嘉兒	一般財団法人さっぽろ産業振興財団



委員会での主な意見

プラン全体

- 映画、テレビ分野に加えて、CG(アニメ・ゲーム)や動画広告などの市場が拡大している分野にも施策を展開すべき。
- シティプロモートや観光誘客という目標では産業振興施策としては不十分。企業の業績が伸びたのか、雇用が生まれたのかといった観点が必要。
- フィルムコミッションや ICC が、作り手や使い手などのつなぎ役を担い、産業の育成や、市民への情報発信を通じてシビックプライドを高めることを期待する。

創造力の強化

- 人材育成は子どもの頃に行った方が良い。また年齢の近い大学生が子どもに教える立場で参画するのも、お互いの学びになるので相乗効果がある。
- CG 関連人材の育成では福岡市の取組みが参考になる。産官学が連携して学生を育成し、市内への定着を図るべき。
- CG 職種を希望する若者は多いが、保護者や進路指導にあたる教師の理解が得られないことが多い。行政が正しい職種のイメージを発信していくことを期待する。
- 誰もが映像を制作することができる時代になり、プロとアマチュアの二分化が起きている。プロには技術力だけでなく、高い企画力が求められている。
- 個人クリエイターが活躍する時代になったが、トラブルを起こしたり、巻き込まれたりすることが増えている。改善のための啓発などが必要である。
- 札幌はコンテストなどがあまりなく、自分の作品を発表する場所が少ない。学生やアマチュアがチャレンジするための補助金などがあるとよい。
- 作品の中に札幌市の風景が映り込まない作品であっても、市内企業が制作する場合、雇用や市内での作業発注などの経済効果を生みだしている。観光誘客などの効果がない作品であっても経済への貢献を評価し、支援する必要がある。
- 海外との交流・ネットワークをもつことや、海外の目線からの意見をもらう機会というのは作品の質の向上などにとって重要である。

映像活用の促進

- 経産省の言う「デザイン経営」はデザインが良くなることでビジネスが発展していくことを指している。作り手と使い手の良い組み合わせで事業が成長した事例を札幌の使い手に伝えていく必要がある。
- 札幌の作り手と使い手をつなげ、企業が売り上げを伸ばし、それをサポートしたクリエイターも同時に成長できるような成功例をつくるのが大事なのではないか。企業とクリエイターをつなぐイベントやコンペなどがあるとよい。

シビックプライドの醸成

- シビックプライドの醸成は、映像に関する市の取り組みなどを、まずは「市民に知ってもらう」ことから始まるが、情報発信が十分でないような印象を受ける。抽象的な活動を統合するような名前やロゴなどを作成し市民に分かりやすく伝える工夫が必要である。
- 札幌の企業が札幌を舞台にした作品を作り、ロケーションツーリズムやアニメツーリズムに結び付くことが、経済と観光のバランスが取れて、シビックプライドにも結び付く好事例である。

5. 市民意見募集(パブリックコメント)実施結果

(1) 実施概要

意見募集期間

令和3年12月24日(金)～令和4年1月31日(月)

意見募集方法

持参、郵送、ファックス、電子メール、ホームページ意見入力フォーム

主な資料公表場所

札幌市役所本庁舎(経済観光局産業振興部商業・経営支援担当課、市政刊行物コーナー)

各区役所総務企画課広聴係

札幌市経済観光局ホームページ

(2) 意見概要

募集期間中に寄せられた意見はなし

第2期

札幌市映像活用推進プラン

令和4年(2022年)3月発行

札幌市経済観光局産業振興部

〒060-8611 札幌市中央区北1条西2丁目 電話 011-211-2392

ホームページ

<https://www.city.sapporo.jp/keizai/tokku/eizokihonkeikaku.html>



さっぽろ市
01-H01-21-2393
R3-1-215

SAPP_RO