

第1章 背景

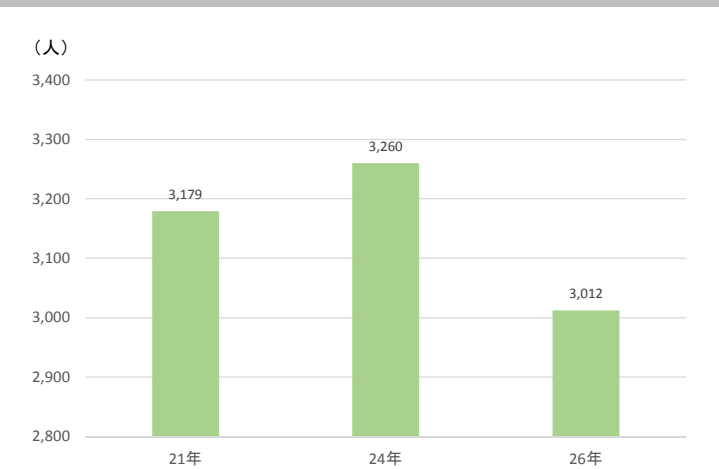
1 現状

・定義

本プランでは、映画・テレビ・アニメーションなどの動画を「映像」と定義する。

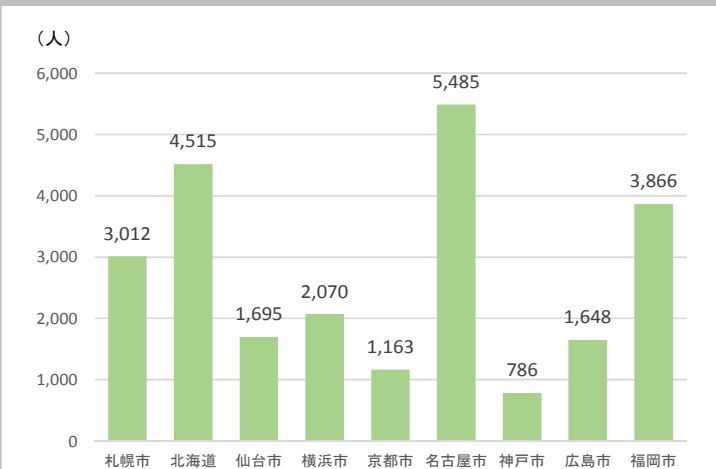
・映像産業の従業者数と売上高

映像産業の従業者数の推移(札幌市)



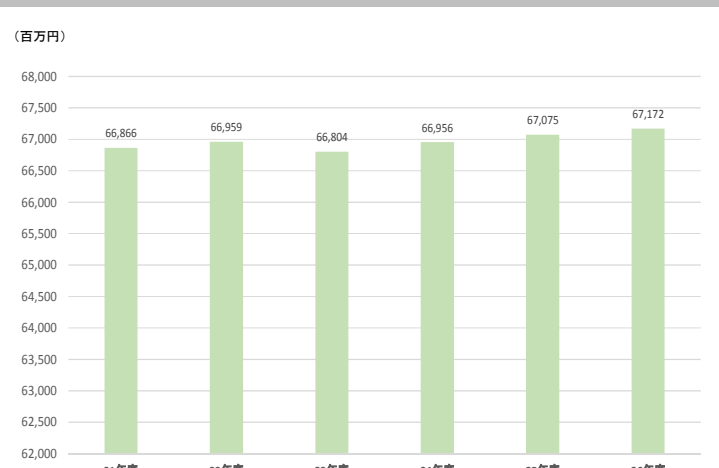
資料:経済産業省「経済センサス」

映像産業の従業者数(各都市比較) - 平成26年度



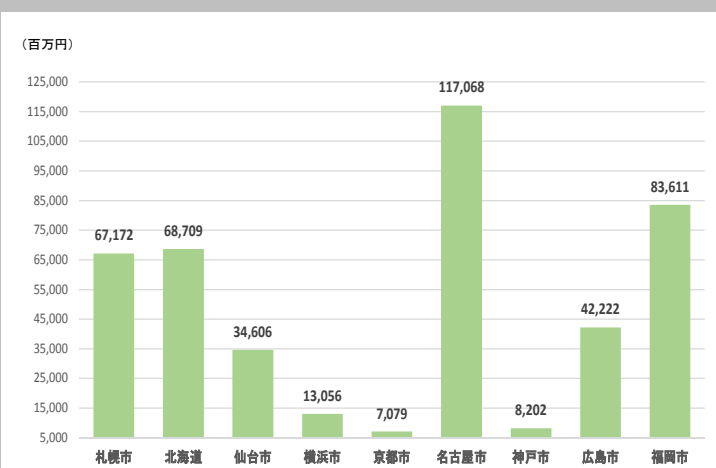
資料:経済産業省「経済センサス」

映像産業の売上高の推移(札幌市)



資料:東京商工リサーチ

映像産業の売上高(各都市比較) - 平成26年度



資料:東京商工リサーチ

・札幌市の映像産業振興の歩み

- H13 インタークロス・クリエイティブセンター(ICC)の開設
- H15 さっぽろフィルムコミッションの設置
- H18 札幌国際短編映画祭開催
- H23 札幌コンテンツ特区の指定
- H26 「映像のまち条例」の制定

・国におけるコンテンツ産業振興の動き

国のクールジャパン戦略と連動した施策展開の必要性

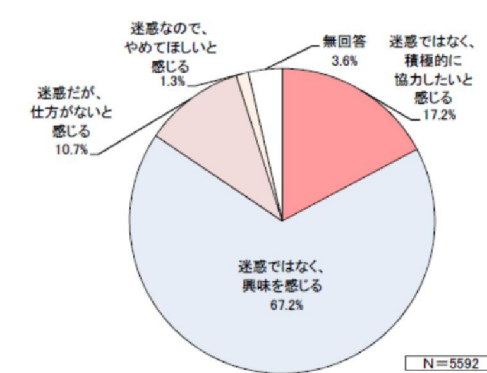
・映像を取り巻く環境の変化

発信媒体の多様化、技術の高度化、グローバル化
スマートフォンやSNS等の普及

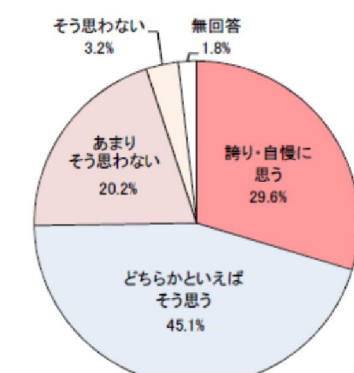
・市民の意識

H25.12に実施した市民アンケート調査結果では、撮影に対して8割以上の市民が好意的な感情を示しており、札幌市内を舞台とした映画などが国内外で放映されたことを知った時に、「誇り・自慢に思う」市民の割合は7割を超えている。

＜市内で撮影現場に出会ったときの感じ方＞



＜映画・テレビ番組の国内外の放映について＞



資料:札幌市 平成25年度第2回市民アンケート

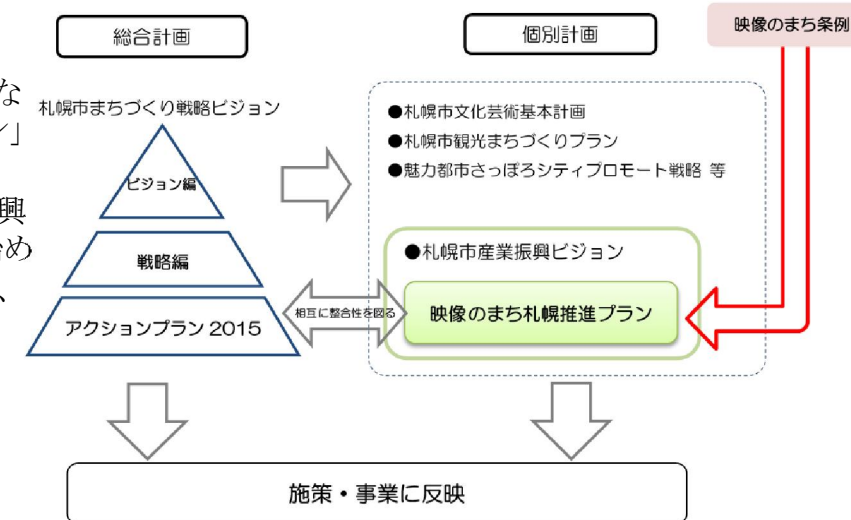
2 プラン策定の趣旨

「映像のまち条例」に基づき、映像産業を取り巻く社会的背景などに対応し、映像活用施策を戦略的かつ総合的に実施するための目標や方針を示すために策定するもの。

3 プランの位置づけ

平成25年度に策定された札幌市の 長期的な総合計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョン」を受けた個別計画の位置付け。

プランの策定に当たっては、「札幌市産業振興ビジョン」や「札幌市文化芸術基本計画」を始めとする関連計画と考え方や方向性等について、整合性を図る。



第2章 目標

映像の力を活用したまちづくりを進め、経済と地域の活性化を図ることで、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

【映像の力を活用した経済活性化】

映像産業を支える人材の育成や、札幌市内のさまざまな産業による映像の力の活用を促進し、映像に対する需要の拡大を図り、より魅力的な映像の制作・発信につなげていく好循環を生み出すことで札幌・北海道の経済活性化を図っていく。

【映像の力を活用した地域活性化】

市民による映像の制作や発信、鑑賞する機会の充実をサポートしていくことで、市民が札幌の魅力自ら発信するとともに、札幌の魅力再発見し、札幌で暮らすことに更なる誇りを持つことで、地域の活性化を図っていく。

市民が誇りを持って暮らす世界が憧れるまち

経済活性化

地域活性化

【事業者】

映像の力

【市民】

インバウンド観光の推進

創造的な活動の促進

モノ・サービスの販路拡大

シティプロモートの促進

まちの魅力の再発見

第3章 施策展開の方針

1 映像制作の促進

- ① 映像関連以外の事業者の映像活用による、市内映像事業者の映像制作機会の拡大
- ② 海外映像事業者と市内映像事業者による国際共同制作の促進
- ③ 国内外からのロケ誘致の推進
- ④ 映像関係企業の誘致
映像関連企業の誘致を推進し、雇用機会の拡大を通じた映像産業の活性化と人材の流出防止を図る。

2 撮影環境の整備

市民・事業者・札幌市の連携・協力による、撮影しやすいまちに向けた取組の推進

3 多様な産業への波及

映像を活用した、食の輸出促進や観光客の増加など、様々な産業の振興につながるような取組の促進

4 地域間連携の促進

- ① 道内連携
ロケ撮影が一つの自治体で完結するケースは少ないことから、北海道や道内市町村との関係をこれまで以上に深化させ、広域的なロケ誘致を推進
- ② 国内連携
国内の自治体等と連携し、国際映像商談会への共同出展を行うことで、札幌・北海道、そして日本全国の地域の映像コンテンツの輸出を促進し、地域の魅力を海外に発信
- ③ 海外連携
海外映像事業者と市内映像事業者との国際共同制作を後押しするために海外の官公庁や団体等との連携を促進

5 シティプロモートへの活用

冬季オリンピック・パラリンピックの招致を見据えたシティプロモートの推進において、その発信手段として、高い効果が期待できる映像を積極的に活用

6 シビックプライド(まちへの誇り)の醸成

札幌が舞台となる映像作品の積極的なロケ誘致活動や、市民への映像制作の協力・理解を得られるような取組を進めていくことで、市民のシビックプライドを醸成

7 次代を担う映像人材の育成

映像技術の高度化のスピードは年々増しており、先端映像技術に対応可能な人材が必要とされている中、市内映像産業の次代を担う映像人材の育成が求められていることから、企業や教育機関等と連携した、映像人材の育成を支援

8 市民の創造性の誘発

市民が映像を身近に感じ、映像の制作・発信に取り組むきっかけとなる機会の充実をサポート

9 まちの記録

様々なイベントや、大規模工事などの記録映像は、まちの移り変わりや、市民の活動が記録された貴重な資産ともいえることから、保存を実施

第4章 映像振興施策

1 映像をつくる

- ・撮影の受入体制の充実
撮影相談対応・立会い、市関連施設の受入体制等の充実
- ・道内連携の推進
道内フィルムコミッション等と連携したロケ誘致
- ・国際共同制作の促進
市内映像事業者と海外映像事業者との映画やドラマ、情報番組やドキュメンタリー等の共同映像制作を支援
- ・映像制作に係るインセンティブ制度の整備
映像制作に係る資金調達支援制度の見直し・充実を図る
- ・映像産業を担う人材の育成
企業や教育機関と連携した映像人材の育成支援を実施
- ・映像コンテスト実施の検討
市民等の自発的な映像の制作・発信を支援するために映像コンテストの開催を検討

2 映像をつかう

- ・他産業における映像活用の促進
映像産業以外の事業者が海外へのプロモーションに映像を活用する際の費用の一部を助成
- ・市の施策PRにおける映像活用の促進

3 映像を発信する

- ・札幌・北海道の地域映像コンテンツの輸出を支援
市内映像事業者の国際映像商談会への出展を支援
- ・公共空間を映像発信の場として活用
札幌駅前通地下歩行空間等、公共空間を活用した取組を実施
- ・札幌国際短編映画祭の開催

4 映像をみる

- ・市民が映像に親しむ機会の充実
図書館等での上映会の開催、市民が企画する上映会の支援

5 映像を残す

- ・イベントや工事の記録映像、各事業で制作したプロモーション映像を保存

第5章 推進にあたって

1 進捗・効果を計る数値指標

| 指標 | 現状値 | 目標値(平成32年度) |
|---|--------------------|-------------|
| 市内映像産業の従業者数 | 3,012人 (平成26年度) | 検討中 |
| 市内映像産業の売上高 | 671億円 (平成26年度) | 検討中 |
| IT技術やデザイン・映像等のコンテンツを活用して高付加価値をつけようと思っている企業の割合 | 14.0% (平成26年度) | 検討中 |
| 映画・ドラマの誘致件数 | 2件 (平成26年度) | 検討中 |
| 来札外国人観光客の内、テレビや映画などで札幌の観光情報を入手した人の割合 | 8.4% (平成26年度) | 検討中 |
| 札幌市内を舞台とした映画やテレビ番組などが国内外に放映されたことを知った時に、「誇り・自慢」に感じる市民の割合 | 74.7% (平成25年度) | 検討中 |

2 プランの期間

平成28年度～平成32年度までの5年間

プランの内容については、必要に応じて適宜見直しを図るとともに、33年度以降は、映像産業をとりまく社会環境などを鑑み方方を検討。

3 進捗にあたって

- ・市民や事業者、国や北海道等の行政機関と連携し効果的・効率的な推進を図る。
- ・施策の推進にあたっては(一財)さっぽろ産業振興財団が中心となって具体の事業を展開。
- ・関係者の意見交換の場として、「(仮称)映像のまち推進委員会」を創設。