

外国记者中心（Foreign Press Center）的赤阪清隆理事长通过采访札幌市长上田文雄先生，为大家讲述拥有优美的大自然、丰富的美食、一年之中举办各种让人们喜笑颜开的活动等札幌市的多彩魅力。

札幌的魅力

（赤阪理事长（以下简称赤阪））今天我们想给全世界的朋友介绍札幌的美丽之处，请先给我们介绍一下札幌的魅力吧！

（上田市长（以下简称市长））要说札幌冬季的魅力就是白雪和大自然了。札幌每年的降雪量可达 6 米，被誉为“世界上降雪量最多的大城市”。城市和大自然融为一体是我们感到自豪的地方，这也正是札幌的魅力所在。

（赤阪）就是说除了优美的自然之外，食物也是非常美味的吧！

（市长）白雪融化，万物复苏，富饶的大地孕育着各种各样新鲜的蔬菜，此外北海道四面环海，肥美的海鲜和乳制品等都是超一流的美味佳肴。



（赤阪）札幌市每年都举办冰雪节和 YOSAKOI 拉网小调节等许多大型节庆活动吧！

（市长）冰雪节基于与雪长期斗争的历史中“创造性地使用白雪”的理念，起源于 60 年前本地的初高中生制作的雪雕，如今已成长为一年吸引 200 万人以上游客到访的大型活动。YOSAKOI 拉网小调节以大通公园为主会场，每年吸引国

照片提供：YOSAKOI 拉网小调节组织委员会

内外约 300 支队伍前来参加。3 万人热情舞动，观众也看得尽兴，使得整个城市活力四射。

（赤阪）听说札幌市正在为国际艺术节作准备，还有名人也参与其中，是吗？

（市长）我们正在为将于 2014 年 7 月～9 月召开的第一届札幌国际艺术节作相关准备，邀请了坂本龙一先生担任导演。坂本龙一先生是一位把音乐、绘画、雕刻等元素和 IT 技术相结合的媒体艺术作为一种新型表现手法而运用的先锋派艺术家。我们希望在他的大力指导下，能够将札幌的魅力打造成型。说到至今为止的艺术展，创作者和观众是截然分开的，我们希望通过打破这种惯性，这是一种新的尝试。

来自海外的游客

（赤阪）听说到访札幌的游客一年约有 1200 万人，其中大约 6 成是来自北海道内，来自海外的游客数量情况如何呢？

（市长）曾经有段时间来自海外的游客有 70 万人左右，受雷曼危机和中日关系的影响，游客数有所减少但在慢慢恢复，现在有 50 万人左右。



（赤阪）从 2010 年“大城市的外国人访问数量”的统计结果来看，东京排名为世界第 23 位。人数最多的是香港，约为 2000 万人，其次是新加坡、伦敦，巴黎、纽约，约为 1000 万人。札幌的外国人游客人数增长还有很大的余地和可能性。

（市长）您说得没错！我们现在瞄准中国、韩国、中国台湾市场，也正在制定战略吸引泰国、印度尼西亚等东南亚国家的游客来札幌观光。他们非常亲日，也喜欢“到札幌来看雪”，雪本身就是观光资源。

（赤阪）说到东南亚国家，游客中有伊斯兰教教徒，需要在饮食和礼拜场所方面下工夫。

（市长）我们暂定于 2 月中旬前在新千岁机场设置礼拜室，正逐步准备制作清真菜单。

（赤阪）澳大利亚的游客经常来札幌滑雪吧！

（市长）1~2 周长期逗留的游客一般以新雪谷为活动中心，去新雪谷的游客最后一定会顺道来札幌，我们正与新雪谷、小樽一起制定观光线路加强合作，一起举办宣传活动吸引游客。

能源政策



（赤阪）去年年末的总选举，能源政策和核电站的去向成为争论的焦点。包括北海道的能源政策和核能问题在内，北海道的能源供应政策情况如何呢？

（市长）北海道在泊这个地方有 3 座核电站，现在都停止运行了。关于今后核电站的运行，札幌市民的意见是制定不依赖核能发电的能源政策。首先札幌市要做的就是节电和利用可再生能源。北海道是可再生能源的宝库，根据环境省的数据，把风力、太阳能、地热、小水力等全部计算在内，其能量相当于 556 座拥有 100 万千瓦级的泊核电站 3 号机，拥有成为日本能源供应基地的潜力，我们认为现在必须努力创造不依赖核能发电的能源。

（赤阪）还有利用冬季的白雪而产生的能源吧。

（市长）对，就是雪冷热，被广泛使用于新千岁机场等公共设施。我们正在尝试把冬天的积雪用于夏天制冷 3~4 个月。

宜居城市——札幌

（赤阪）我手上有一份 2012 年英国的《经济学家》杂志关于“世界上最想居住的城市排行榜”的调查数据，我也是每次去札幌都想“住在札幌”，但是札幌并没有出现在“世界上最想居住的城市排行榜”里。大阪居第 12 位，东京居第 18 位双双榜上有名。满足了安全性、环境、健康管理、教育、基础设施等基准就可以参与排名，札幌的排名非常高应该榜上有名却没入围。我想这是不是因为札幌的相关信息没有充分地传达给排行榜制作者呢。

（市长）日本国内约在 7 年前就出现了对自治体进行排名的公司。在此类调查中，7 次有 6 次札幌的魅力度都高居榜首。此外札幌人中回答“喜欢札幌”的比例达到 90%以上。札幌是一座深受市民喜爱的城市！在针对游客的问卷调查中，游客对札



札幌的满意度也达到 90%以上，有许多人说“来到札幌真好”或者“还想再来”。札幌就是有这种魅力。来到札幌的外国游客每年约为 50 万～70 万，观光又是札幌的支柱产业，希望在外围记者中心（Foreign Press Center）的大力支持下，我们积极发布札幌的魅力信息以吸引全世界的关注，让大家产生“去札幌看看”的想法。

札幌的品牌力

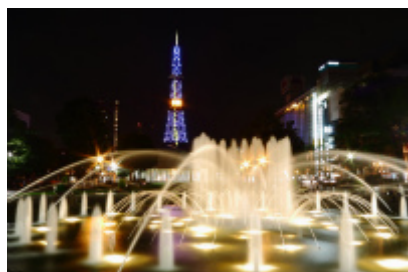
（赤阪）札幌曾经成功举办了冬季奥运会，在世界上确立了“札幌”的品牌知名度。如果能够有效地运用这个品牌知名度，不但会促进观光，而且会活跃地区经济，增强年轻人对札幌的自豪感和自信心。

（市长）啤酒也是品牌之一。冬季奥运会时，札幌与德国慕尼黑市结为友好城市，至今已有 40 年。札幌不止有札幌啤酒，还有各种啤酒生产厂家，在札幌生产的啤酒非常美味，在札幌喝啤酒更是美味，我们正致力于“通过啤酒来打造札幌的魅力”，希望与慕尼黑建立更为紧密的合作关系。

（赤阪）前段时间在东京也举办了啤酒节，非常热闹。听说慕尼黑的啤酒节每年吸引了 600 万客人？

（市长）札幌也计划举办十月节，于每年 9 月中下旬举办“秋季丰收节”。“把北海道的美食魅力都集中到大通公园去”，去年北海道 179 个市町村中超过 100 个市町村聚集到大通公园，吸引了约 150 万食客，场面甚是火爆。

飞跃的城市——札幌向全世界发布魅力信息



（赤阪）现在东京的外国媒体数量有所减少，约有 200 家，在这些媒体工作的人约有 600 人，路透社、《纽约时报》、《经济学家》以及《金融时报》等世界重量级媒体齐聚东京。我们衷心希望通过我们的平台给外国媒体传达日本的美丽之处、札幌市的美妙之处。本中心也会努力通过网站发布信息，举办记者发布会、实地采访等方式尽量把札幌市的魅力传达给外国媒体，请给我们提供信息来源。

（市长）谢谢！希望外国媒体不单报道庆典活动，经常来札幌看看，对札幌的城市面貌提出意见，让大家了解札幌不为人知的另一面。我们会积极商讨建立并实现这样的交流机制，还请各位继续支持我们。

（赤阪）日本国内具有许多可以向海外宣传其魅力的有价值的东西，至今为止却很少向全世界发布它们的信息。日本近 100 年以来非常热衷于吸收外面的新信息和技术，却没有向全世界大力宣传自己所拥有的信息。我们会与其他民间团体或者外务省的宣传机关各尽职责，共同发布信息。特别是地方公共团体的国际宣传活动信息可以刊登在本中心主页上的“列岛报告”板块上，我们会积极发布信息。

（市长）去年举办了第 23 届 PMF 太平洋国际教育音乐节。每年 7 月来自全世界的 100 名年轻音乐家聚集在一起参加教育音乐节，接受维也纳和柏林爱乐等乐团的首席演奏家的指导，迄今为止培养了 2900 名结业生。在大多数世界顶尖管弦乐团都可以看到 PMF 结业生活跃的身影，本音乐节为音乐家们所熟知自不必说，甚至也为一般大众所熟悉。但是大家对具体在日本的哪里举行好像不是非常了解，因此我们要大力推出“札幌”，让大家留下各种各样的活动都在“札幌”举办的印象。



（照片提供）
札幌市

【咨询】

札幌市总务局国际部交流课 邮箱: kokusai@city.sapporo.jp