

인터뷰 시리즈 Vol.4 우에다 후미오 삿포로시장

포린프레스센터의 아카사카 키요타카 이시장이 우에다 후미오 삿포로시장에게 풍요로운 음식과 자연, 일 년 내내 사람들의 미소로 가득한 다양한 이벤트가 열리고 있는 삿포로시의 매력에 대해 물었습니다.

삿포로의 매력

(아카사카 이사장 (이하 아카사카)) 오늘은 세계 곳곳에 삿포로의 좋은 점을 소개하고자 합니다. 그럼 바로 삿포로의 매력을 알려주시죠.

(우에다 시장 (이하 시장)) 삿포로는 사계절 내내 매력 가득한 도시로 요즘 시기인 겨울 하면 역시 눈, 자연이지요. 1년 동안 6m 가량 눈이 내립니다. ‘세계에서 가장 눈이 많은 대도시’ 인거죠. 도시와 자연의 일체화가 저희의 자랑거리이며, 그것이 곧 매력이 되고 있지 않을까 싶습니다.

(아카사카) 자연의 아름다움과 더불어 맛있는 음식도 많지요?

(시장) 눈이 녹고 만물이 소생하는 초록의 풍요로운 대지에서 재배되는 신선한 각종 채소, 또한, 홋카이도는 바다에 둘러싸여 있어 기름지고 맛있는 생선 그리고 풍미 있는 유제품 등 모두 고품격의 맛을 지닙니다.

(아카사카) 삿포로시에서는 눈축제와 요사코이소란축제 등 큰 이벤트를 많이 개최하고 있지요.

(시장) 눈축제는 눈과 싸워온 긴 역사 속에서 ‘눈을 창조적으로 활용하자’며 60년 전 지역 중, 고등학생들이 눈 조각을 만든 것이 그 시초입니다. 지금은 연간 200만 명 이상의 관객을 모을 정도의 큰 이벤트로 성장했습니다. 요사코이소란축제도 오도리공원을 중심으로 매년 국내외 약 300팀이 참가하고 있습니다. 3만 명이나 되는 사람들이 추는 춤의 향연은 보는 사람의 눈을 즐겁게 하며 거리는 온통 활기로 넘쳐납니다.

(아카사카) 현재 삿포로시에서는 국제예술제를 준비하고 있으며 저명인사가 관계되어 있다고 들었습니다.

(시장) 2014년 7월부터 9월에 걸쳐 제1회 삿포로국제예술제를 개최하려고 준비하고 있습니다. 게스트 디렉터를 사카모토 류이치 씨에게 부탁했습니다. 사카모토 류이치 씨는 음악, 회화, 조각 등의 ‘미디어 아트’와 IT 기술을 결합하여 새로운 표현 방법을 선보이고 있는 첨단적인 예술가입니다. 그에게 여러 지도를 받아가며 삿포로의 매력을 형성해가고자 합니다. 기존의 예술전은 만드는 사람과 감상하는 측이 나뉘어 있다고 생각합니다. 이번 예술제는 그러한 점을 타파하고자 하는 새로운 시도가 될 것입니다.

해외 관광객

(아카사카) 삿포로를 찾는 관광객은 연간 대략 1,200만 명, 그 중 60% 정도가

홋카이도 거주 시민이라고 들었습니다. 그럼 외국 관광객 수는 어느 정도인지요?

(시장) 한때 70 만 명 정도까지 이르렀습니다. 리먼 쇼크와 중국과의 문제로 감소하였지만 조금씩 회복 추세에 들어서 현재는 50 만 명 정도입니다.

(아카사카) 2010 년 ‘대도시를 방문한 외국인 수’의 통계를 보면 도쿄가 세계 23 위입니다. 가장 많은 도시는 홍콩으로 약 2,000 만 명, 그다음으로 싱가포르, 런던에 이어 파리와 뉴욕은 1,000 만 명 가까이 됩니다. 삿포로는 더욱더 외국인 관광객을 부를 여지와 가능성이 크다고 생각합니다.

(시장) 맞는 말씀입니다. 지금은 중국, 한국, 대만을 타겟으로 삼고 또, 태국과 인도네시아 등 동남아시아에서도 관광객이 오도록 전략을 세우고 있습니다. 일본에 상당히 호의적이고, ‘눈을 보러 가고 싶다’는 점에서 눈 그 자체가 관광자원이 되고 있습니다.

(아카사카) 동남아시아권은 이슬람교주도 있어 식사나 예배 장소 등의 배려가 필요하겠네요.

(시장) 신치토세공항에서는 2 월 중순까지 잠정적으로 예배실을 설치하고 있습니다. 또한, 식사 메뉴를 늘리거나 하여 조금씩 준비를 해가고 있습니다.

(아카사카) 호주 사람들이 스키를 즐기러 홋카이도를 방문하고 있다죠.

(시장) 장기체제를 하시는 분에게는 니세코가 중심이 되고 있지만, 반드시 마지막으로 삿포로에 들 수 있으므로 니세코, 오타루와 함께 관광 루트의 제휴를 추진하면서 유치활동을 함께하고 있습니다.

에너지 대책

(아카사카) 작년 말 중의원 총선거에서는 에너지 정책과 원전 등이 큰 쟁점이 되었습니다. 홋카이도의 에너지 정책과 원자력문제를 포함한 공급정책은 어떻게 이뤄지고 있는지요?

(시장) 홋카이도에서는 ‘도마리’라는 지역에 1~3 호기 원전이 있으나 전부 가동을 중단하고 있습니다. 향후 운영에 대해서 삿포로시민은 ‘원자력발전에 의존하지 않는 에너지 정책으로 전환하자’는 의사를 밝히고 있습니다. 우선 삿포로시는 절전과 재생 가능한 에너지 이용을 실천하고자 합니다. 홋카이도는 재생 가능한 에너지의 보고로써 환경성의 데이터에 따르면 풍력, 태양광, 지열, 소수력 등 전부 합치면 100 만 kW 급, 도마리 원전 3 호기의 556 기분이나 된다고 합니다. 이는 일본 내 에너지를 공급할 수 있는 기지가 될만한 잠재력이 있다는 것을 증명합니다. 향후 원자력발전에 의존하지 않는 에너지를 창출해 나갈 노력을 해야 한다고 생각합니다.

(아카사카) 겨울의 눈을 에너지로도 이용한다죠.

(시장) 눈을 활용한 에너지, 눈 냉열입니다. 신치토세공항을 비롯하여 공공시설에서도 꽤 사용되고 있습니다. 겨울에 쌓아둔 눈을 3~4 개월간 여름 냉방에 사용할 수 있도록 새로운 시도를 하고 있습니다.

살고 싶은 도시 삿포로

(아카사카) 지금 제 가까이에 2012 년 영국 이코노미스트가 실시한 ‘세계에서 가장 살기 편한 도시 순위’의 데이터가 있습니다. 저는 삿포로에 갈 때마다 ‘이곳에서 살고 싶다’고 항상 생각하지만, 세계 순위에서는 좀처럼 찾아볼 수 없습니다. 오사카가 12위, 도쿄가 18 위라는 숫자가 나오고 있습니다. 안정성, 환경, 건강관리, 교육, 인프라 등의 기준을 채운 도시가 순위에 오르고 있습니다. 삿포로는 꽤 높은 순위에 들어가야 할 것 같지만 없습니다. 순위를 매길 때 삿포로의 정보가 충분히 알려지지 않았는가 싶습니다.

(시장) 일본 내에서는 7 년 정도 전부터 지자체 순위를 매기는 기업이 있어 매력도 조사 7 회 실시 중 6 번이나 삿포로가 매력도 1 위를 차지했습니다. 또한 ‘삿포로가 좋다’고 답한 삿포로시민이 90% 이상이나 된다는 결과도 나왔습니다. 상당히 시민에게 사랑받고 있는 도시인 거죠. 그리고 관광객 대상의 설문조사에서도 만족도가 90% 이상으로 삿포로에 와서 좋았다, 또 오고 싶다는 사람들이 많았습니다. 그 정도로 능력을 확실히 갖추고 있다는 것입니다. 삿포로를 찾는 외국인이 대략 50 만~70 만 명, 관광이 주요산업이기도 하므로 포린프레스센터에 협력을 구하여 적극 홍보하고 시선을 끌어내어 ‘가볼까?’라는 기분이 들도록 하고 싶습니다.

삿포로의 브랜드 힘

(아카사카) 삿포로는 이전 동계올림픽을 성공리에 마친 경험도 있어 세계적으로 ‘삿포로’라는 브랜드명을 확립하고 있지요. 그 브랜드명을 유효히 활용한다면 관광뿐만 아니라 지역 활성화 및 젊은 세대의 도시에 대한 자랑스러움과 자신감으로 이어갈 것으로 생각이 듭니다.

(시장) 맥주도 그 브랜드 중의 하나입니다. 동계올림픽 때 독일 뮌헨과 자매도시를 맺은 후 벌써 40 년이 흘렀습니다. 삿포로에는 삿포로 맥주 뿐만 아니라 각종 맥주제조사가 있습니다. 삿포로에서 만드는 맥주는 맛있고, 나아가 삿포로에서 마시는 맥주가 맛있다는 ‘맥주 도시 조성’이라는 테마를 조합시켜 뮌헨과도 더욱 밀접한 관계를 맺어 가려고 합니다.

(아카사카) 얼마 전 도쿄에서도 오템바페스트가 개최되어 대단한 성황을 이뤘습니다. 뮌헨 맥주 축제에는 600 만 명의 관광객이 찾고 있다고 하죠.

(시장) 삿포로에서도 오템바페스트를 참고하여 9 월 후반 ‘오템 페스트’를 개최하고 있습니다. 홋카이도 음식의 매력을 오도리공원에 한데 모아 올해는 홋카이도 내 179 시정촌 중 100 곳이 넘는 시정촌이 참가했습니다. 또한, 150 만 명 정도의 입장객이 찾아 큰 성황을 이루었습니다.

비약하는 도시 삿포로에서 세계로 정보발신을!

(아카사카) 현재, 도쿄 주재 해외 언론사는 약간 감소하여 200 개 사 정도가 있고

그곳에서 일하고 있는 사람들은 약 600 명입니다. 로이터, NY 타임스, 이코노미스트, 그리고 파이낸셜타임즈 세계 중요 언론사가 도쿄에 모여있습니다. 해외 언론사에 일본의 매력, 나아가 삿포로시의 매력을 전하고자 합니다. 당 센터에서도 웹사이트 홍보, 당 센터 내 브리핑 시행, 취재 투어 등을 통하여 삿포로시의 매력을 될 수 있는 한 외국 언론에 알릴 수 있도록 노력하고자 하오니 정보 제공을 부탁드립니다.

(시장) 감사합니다. 이벤트뿐만 아니라 해외 언론사가 삿포로에 이따금 오셔서 삿포로는 이러한 도시라는 정보를 발신할 수 있는 시스템을 도입하고 검토하여 실현될 수 있도록 재차 협력을 부탁드립니다.

(아카사카) 일본에서는 해외를 대상으로 일본을 알릴 훌륭한 가치를 갖는 정보가 많이 있음에도 그다지 알리고 있지 않은 것 같습니다. 일본은 외부로부터의 새로운 정보와 기술을 흡수하는데 지금까지 100 년 이상을 매우 열심이였으나 자신들이 가진 정보를 세계로 홍보하는데 별로 힘을 쏟지 않고 있다고 생각합니다. 이에 저희는 다른 민간단체 또는 외무성에서도 실시하고 있는 외국 대상의 정보제공에 대한 역할분담을 고려하면서 정보를 발신하고자 합니다. 특히, 지방공공단체 여러분의 국제적인 사업 전개 등을 당 센터 홈페이지에 있는 ‘열도 리포트’에 게재하는 등 정보를 적극 알리고 싶습니다.

(시장) 삿포로의 또 다른 자랑거리인 이벤트로써 작년 23 회를 맞이한 퍼시픽 뮤직 페스티벌(PMF)을 매해 개최하고 있습니다. 전 세계에서 매년 7 월, 약 100 명의 젊은 연주가를 불러 빈필과 베를린필 등 수석연주자들이 지도하는 교육음악제를 실시하고 있으며 2,900 명 정도의 수료생이 있습니다. 세계 일류 오케스트라의 대부분이 PMF 수료생일 정도로 이 음악제는 음악가 사이에서는 물론 일반인에게도 알려지게 되었습니다. 다만, 일본 어느 곳에서 열리는지 잘 알려지지 않아 ‘삿포로’라는 이름을 확실히 내세워 여러 방면에서 ‘삿포로’에서 열리고 있다는 것을 돋보이게 만들어 나갈 것입니다.

(사진제공)

삿포로시

【문의처】

삿포로시 총무국 국제부 교류과 kokusai@city.sapporo.jp