

0209 PARCO トークイベント レポート

登壇者 大倉氏、MARCO 氏、Otama 氏、西片氏、小林氏、上原氏

◎ 商圏的にも小さい松本になぜパルコが出来たのか？

芸術的な地域柄や、物事を違う視点から見る等のユニーク性が松本とパルコはマッチしていた。

政令指定都市と比べると商圏が小さい等のリスクはあったが、松本にはデザインへの感性やモノづくりが発展していてシンパシーがあった。これらの背景を踏まえて、小売業を超えた地域への影響を与えるビジョンがあったからこそ、松本で魅力あるコンテンツを生み出すことができた。

◎ 元パルコ会長 増田通二さんについて

お父様が増田正宗さんで松本市出身の日本画家であった。思いがけない繋がりが松本にはありました。

元々教諭の経験がありながら、1980 年代の株式会社パルコの司令塔としてご活躍された。既成の価値観にとらわれない、お父様譲りの鋭い感性を併せ持ち、「小さいスティーブジョブズ」等と言われていたそう。みんながついていく人望も厚いお方でありました。

◎ イメージ広告について

当初、あまり浸透していなかった女性起用を先駆けて行った。

当時、可処分所得がある 20 代 OL をターゲットに販売戦略を立てていたが、パルコとしての商品はなくその役割はテナントに任せていた。これを背景にして「PARCO」というものにブランディングをする必要があった中で、ビジュアルで光らせた広告を大衆の目に入れ、答えを見た人へ訴求し考えさせるということをして、価値づけを行ってきた。

オルグを作り、みんな集まって踊り語らい、互いに成長するというマインドで、実体がないイメージ広告作りに日夜費やしていた。

狭いターゲットと広告とのバランスを取ることは難しく、そこには度重なる試行錯誤があった。失敗も許容し、無駄も必要と考えて進み続け、ボツか OK というジャッジを繰り返し「PARCO」をブランディングしていった。

◎ これからの松本

PARCO は撤退してしまうが、これまで紡いできたマインドはこの街に残っており、引き継いだ。松本にはこれを活かして昇華させていく土壌があります。

松本のクリエイターとパルコの関わり方は非常に潤滑にできていた。これからは街でやっていってほしい。そのためには、共通のベクトルを作り個々人の思想をまとめていくことが必要。

これから地方コミュニティの時代がやってきます。一人一人が松本の今の局面を自分事に考えていると思いますし、このエネルギーを使わない手はありません。「司令塔は誰なのか？」等、松本がどのようにまとめるのかということが試されています。是非、皆さんで“PARCO”を超えてください。

以上