



## まちなかが さらに楽しくなった訳。

昨年 3 月の札幌駅前通地下歩行空間開通を機に、駅前地区と大通地区の百貨店・ファッションビルと一緒に活動中。GW には三回目の『サッポロファッションパレード』を予定している皆さんに、取り組みの経緯から聞いてみた。

**小田**：元々の始まりは、地下歩行空間開通記念ということで、駅前地区と大通地区の百貨店・ファッションビルで、共同販促ができないかという話が出たことですね。

**渡部**：それで、毎年 4 月に開催している札幌コレクションと絡めて、地下歩行空間内でのディスプレイとファッショ

ン・ショー(※)を開催する『サッポロファッションパレード』の話が出て。

**大杉**：他にも、まちのキャッチコピーを募集して懸垂幕にしたり、スタンプラリー『まちなかのひみつ』を作ったり、抽選会をしたり……どれも皆さんと話し合う中で出てきたアイデアでした。

**久保**：震災直後だったので、反応をつかみきれない部分もありましたが、『まちなかのひみつ』は地味に話題になったりして、こういうことに関心を示してくれるんだと思った記憶があります。



昨年春の第一回目の様子。展示するブランドなどにも各館の個性が。

**石川**：秋に『サッポロファッションパレード』の二回目を実施したときは、どの館も前回より工夫していて、すごく刺激になりました。各館が競い合うことのできる、良い機会になっているなど。

**野口**：懸垂幕のキャッチコピーも、地下歩行空間に対する期待のつまった言葉が、何百本も集まってきて。丸井今井さんや三越さんとファミリーっぽいコピーを選ぶなど、コピーにも各館の個性が出ていて面白かったです。

**長沢**：いろいろな取り組みを通して、お客様にもまちなかを巡って頂くことができたので、良かったのではないのでしょうか。

## 個性を生かしながら、 みんなで作るまち

**大杉**：4 プラ 7 階の自由市場は、誰もが中高生の頃に一度は足を運んで頂いていると思います。これからは、大人になってからも足を運ぶことのできるような要素を、つくっていきたくと思っています。あの 1 坪のスペースは、昔から若者にとって販売を試す場として機能していますし、人と会話をしながら提案をする場合は、これからもっと必要になってくるはず。4 プラの「中高生の中心街デビュー地」という側面も、大切にしていきたいなど。

**渡部**：札幌駅は、一日に約 35 万人の方が乗降します。35

万通りのニーズに応えられるような、ワクワクするような場所にしていければ。地下歩行空間が開通することで、人の流れも変わりました。私たちも皆さんと一緒にまちをつつていきたいですし、まちに来る特別感を次の世代にも手渡していきたいですね。

**石川**：大丸は札幌に開店してこの 3 月で 9 年になりますが、その間お客様からいろいろお手紙を頂いて。印象に残っているのが、「大丸に来ると元気のスイッチが入る」という言葉。そういう店であり続けたいですし、足を運ぶと元気のスイッチが入るような、そういう刺激を与えられるまちにしていきたいです。

**長沢**：東急百貨店は、「販売員の方が親切」という声をよく聞きます。それは社風の一つだと思いますし、楽しかったと思えるような一瞬を、これからも提供していきたい。まちなかだからできる情報発信を、皆さんとしていければ。

**小田**：PIVOT って、結構自由な空気があって。それって、札幌に似ていると思うんです。どんどん新しいものを取り入れて、自由に変化していくことのできる余地がある。これだけの館が集まって、何か一つのことのできるのなら、観光にも発展していけそうですね。可能性は大きいと思います。

**野口**：スケールメリットはありますよね。各館の個性を生かしながら、多種多様な楽しみを提供できれば。パルコとしても、カルチャーに強いファッションビルとして、いろいろ発信していきたい。今、札幌の商業ビルを擬人化した『びるコレ』というサイトが流行っていて、そこでも協力して何かできるといいなと思っています。

**久保**：丸井今井は今年で 140 周年と、この限界で一番の年寄りです。そういう意味で「まちの DNA のような百貨店」になればいいなど。伝統をしっかり和伝えながら、新しいものを融合させていくことも役割だと思っています。懸垂幕やビルの擬人化のように、参加型であることがこれからのキーワードなのかもしれません。そういう要素のあるものが、今後まちに根付いていくと面白いかも。

※ファッション・ショーは震災のため中止。  
※本座談会に関するお問い合わせは、札幌大通まちづくり株式会社 (011-211-1185) までお願いいたします。