♥神戸・結婚式場ガイド

近年のファッションの多様化にも似て、最近では結婚式のスタイルもいろいろ多種にわたり、市電、ロープウェイ、船上等乗物内で挙式する人、各種祭典に便乗して式をあげるチャッカリ屋の人など、それぞれ個性ある式を演出する向きが少なくありません。しかし、まだまだ大部分の人は身近にある式場を利用しているのが現状。

神戸にも式場は数々あり、それぞれに特色を持っています。ここに述べる式場ガイドが、近々、結婚される二人にとって良きアシスタントとなることを願ってやみません。

★ホテルでの結婚式を望む方に！

オリエンタルホテルは神式の挙式。挙式料は¥16、000で、24名まで参列可能、特典として、一年後の結婚記念日には晩餐へ招待される。・披露宴はバンド演奏、ピアノ独奏アトラクション等の準備があり、80名以上の時には立食形式による披露宴がすすめられる。

（宴会課　TEL ㉝8111）

景色のよいところなら**六甲オリエンタルホテル**（TEL ㊽0333）

ニューポートホテルは、特別のセットとして全て込みで30名様¥12、5000円と割安（TEL ㉓4171）。**国際ホテル**は挙式料が¥8、500。特典として、一年以内に、挙式された二人に食事券が渡される（TEL ㉒8051）

今年4月に**オープンしたばかりのタワーサイドホテル**は挙式料が¥8、000。宿泊も兼ねると、宿泊料が半額で新郎新婦にサービスされる。

ホテルでの挙式は披露宴、宿泊とワンコースで済むので大変便利。

★安価な公営式場を希望の方に！

10月中旬オープン予定の市営**舞子ビラ**。8月1日より予約受付中で希望者は市役所市民生活局までどうぞ。

そのほか**県民会館、勤労会館、扇光殿**（TEL ㉞7976）、**市民生協　聖光殿**（TEL ㊴4554）などがある。

★式場と宴会場が揃っているのは、

龍鳳殿（㊴3715）には北京料理の**龍鳳、出雲大社殿**（㉞1776）には北京料理の天安閣、テレビのビデオテープで華燭の式典を披露宴に再現（無料）しているのは、**萬寿殿**（㉓4531）、**端宝殿**（㉞2272）**福寿殿**には北京料理八仙閣があり、婚約から住宅までの世話をするという丁寧さ（TEL ㊻1823）

★ニュースタイルの音楽結婚式

オーケストラの美しい音楽をバックにして愛を誓うこの結婚式は、新しさと合理性をミックスしているところに人気を呼んでいる。神戸では**龍華園ウエディングホール**がそれ。（TEL ㉕3255）披露宴は中国料理で自由な雰囲気がいい。

★教会で挙式を望まれる方に

エキゾチックな神戸には、カトリック中山手教会、日本キリスト教団栄光教会など、昔からの教会が数多くある。しかし、これらの教会で式を挙げることのできるのは信者に限られているので悪しからず。

★神戸一高い披露宴はいずこ

新しい人生の門出を、西日本一の眺望を誇るエアロスペースレストラン**バーグ**で開くのはいかが？テーブルに着くコース・スタイルは1人¥1、500より30名様から、立食を主にしたビュッフェスタイルは1人¥1、000より30名様からと、場所は高地でも値段が安いのが魅力です。夜になると、神戸市街のイルミネーションが窓から見え、ムードも満点です。（TEL ㉕1961～4）

本格派の人々に愛されるヨシオカの靴

★靴のオーダーメード

ヨシオカ

□神戸店　大　丸　前
33—5190・9763
□東京店　東急百貨店
渋　谷　462—3436(直)
日本橋　211—0511(代)
□池　袋　パ　ル　コ
987—0577

波の音が聞えていた……

Serizawa

＊婦人服飾・紳士服飾＊

セリザワ

セリザワの広がり

神戸

大丸前紳士服飾店
大丸前婦人服飾店
三宮センター街店
さんちかタウン店
さんプラザ店

東京

東急百貨店日本橋店
東急百貨店渋谷店
池袋パルコ店

大阪

梅田阪急三番街店

京都

藤井大丸店

姫路

やまとやしき店

幸福の花束をあなたに贈って　遠い遠い海へ二人で行ってきます。
彼女はクリーム色のひらひら蝶々のよう……
わたしは黒のミディでちょっと大人っぽく気どって出かけます。

♥ハネムーンは船旅で……

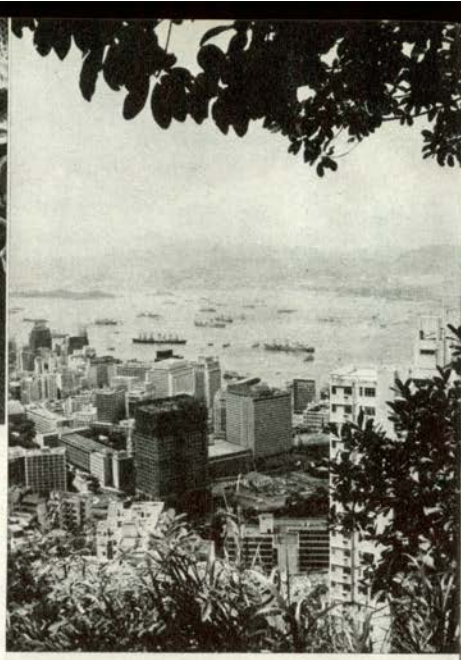
★第3回・第4回神戸っ子クルーズ キャンベラ号（英国豪華客船4万5千トン） 香港・マカオ船の旅

白亜の海の女王P&Oのキャンベラ号に乗っての香港・マカオ船の旅は、ハネムーンにふさわしいロマンな旅豪華なディナーに、楽しい海を眺めてのスイミング、なごやかなゲーム、ムーディなオリエンタルナイトのパーティ、またゴーゴーダンスなどが、たっぷり味わえます

そして、坂の長崎のエキゾチシズムにひたり、香港の百万ドル夜景に、ショッピングや中国料理を楽しみ、マカオではポルトガル料理に、カジノでちょっぴりギャンブルを。短い期間に船の中の西洋と香港の東洋ムードの二つの世界にひたれるわけです。ハネムーンにも家族づれにも、友達同志にもステキな、また一人旅なら、彼と彼女の船上ロマンが生れることもあるのでは……。

■出発日　昭和45年10月30日（7泊8日）第3回
■出発日　昭和46年3月23日（7泊8日）第4回
■コース　神戸――長崎――香港――マカオ――大阪
■総経費　¥152,000（ファースト）¥142,000（ツーリスト）船・ホテル・食事・飛行機代・観光料金含む。

第1日　神戸港ポートターミナルより乗船一泊。
第2日　早朝長崎に向け出航。
第3日　午前8時長崎入港。市内観光。午後6時出航。
第4日　キャンベラ船上。
第5日　香港午後2時入港。夜ゴールデンクラウン夕食。
第6日　九竜半島観光。ハイボールにて昼食。午後香港島観光。夜水中レストランで夕食。
第7日　午前8時マカオへ。マカオ観光。リスボンで昼食。カジノ見物から香港へ。ミラマホテルでサヨナラパーティ。
第8日　自由行動の後大阪



★第4回神戸っ子クルーズ
キャンベラ号と日航ジャンボジェットによる
南国の島ハワイの旅

日航のジャンボジェットで東京から夢の島ハワイへ。ホノルルではワイキキの浜辺でサーフィンやヨットを。オアフ島の観光に、美しいフラダンス。真赤に燃えたつ太陽が太平洋の彼方に沈むとともに、浜辺の椰子も人もシルエットとなって息をのむような自然の壮烈なドラマがくりひろげられ、二人のハネムーンの印象深い想い出となるでしょう。アロハタワーとレイの花におくられて豪華船キャンベラへ乗って日本への船旅。太平洋上のシーライフは、キャンベラ新聞で一日のプログラムを決めさまざまな船のパーティやゲームに参加でき、エトランゼと仲良くなるのも船旅の楽しさです。

■出発日　昭和46年3月10日(13泊14日)

■コース　第4回
東京ーホノルルー横浜ー神戸

■総経費　¥278,000
(ファーストクラス)
ジェット、船、ホテル、食堂
観光料金含む。

3月10日　東京発日航ジャンボジェットでホノルルへ。

3月10日　(国際日附変更線)　午前10時
ホノルル着自由行動。

3月11日　オアフ島観光。ショッピング
自由行動。

3月12日　島めぐり。夕食はクィーンズサーフで。

3月13日　午後10時ホノルル港へ。キャンベラへ乗船。
←　一路日本へ。6泊7日間朝から夜中まで太平洋上での船上プログラムを楽しみます。

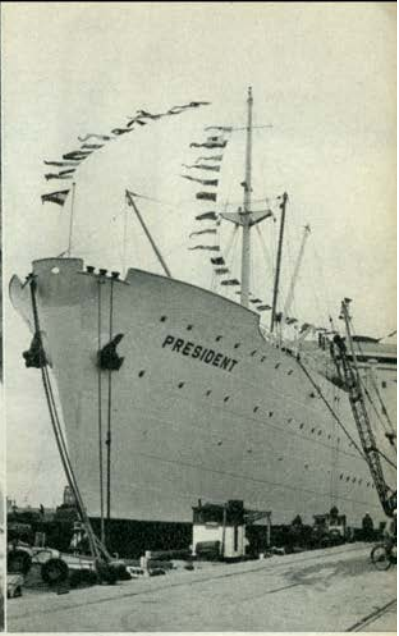
3月19日　午後3時横浜港に入港。横浜で自由行動。

3月22日　神戸港着。(横浜にて下船もできます)

■以上すべてのキャンベラ号神戸っ子クルーズのお申込みは

神戸っ子編集室　078(22)7037・8072
神戸市葺合区八幡通5丁目96K・Eビル4F

ドッドウェルトラベルサービス
大阪　06(203)5151　夜間443・9467
大阪市西区靱1丁目102(辰己ビル1F)
神戸　078(39)8031
神戸市生田区京町72(クレセントビル内)
東京　03(211)2141
東京都千代田区丸の内1ノ2(永楽ビル内)



★マブーハイ（ようこそ）!!
魅惑の島フィリッピンへ船の旅

神戸港よりフィリッピン豪華客船〝プレジデント号〟（一二、四五七トン）で、香港・台北・マカオ・マニラをめぐる東南アジアへの船旅は、愛する二人や家族一緒の旅なら、またたとえ一人でも楽しく過せるのが船旅の妙味。プレジデント号には専属のフィリッピン・フォークダンスチーム、歌手、エレクトーン奏者が乗船しているので、彼等と一緒にフォークやゴーゴーを踊ってもいいし、甲板にはファースト、ツーリストと二面のプールもあるし、映画やマージャンも設備がちゃんと整っています。プレジデント号が日本を離れたときからロマンチックな旅情が始まるのです。

■出発日　昭和45年9月16日（第4回目）
■出発日　昭和45年10月4日（第5回目）
■総日数　14泊15日
■コース　神戸ー横浜ー基隆ー香港ーマニラー大阪。
■総経費　¥165,000.ー

第1日　午後4時30分神戸ポートターミナル集合、プレジデント号に乗船、午後8時出港。
第2日　横浜港に入港、夜のヨコハマをご満喫ください。
第3日　出港迄自由行動又は市内観光。午後11時出港。
第4日　第5日　第6日　船上。
第7日　ロマンチックな雨の基隆に午前8時着市内観光。
第8日　午前9時出港。第9日　東洋の真珠〝香港〟着。
第10日　ショッピングと世界の味を。第11日　船上。
第12日　午前9時マニラ着、夜はナイトツアー。
第13日　マニラ市内観光、タール湖のタガイタイ見学。
第14日　パクサハンの滝とカヌーに乗って急流下り。
第15日　出発まで自由行動。大型ジェット機で大阪へ。

■お申込みは　（詳細はフィリッピンパビリオンへ）
ドッドウェル　トラベルサービスへ。
大阪06（203）5151　神戸078（39）8031

・・宝飾店
Tajima
タジマ
元町2・TEL 33—5761代表
タジマでは、宝石の鑑定を無料でご相談に
応じておりますので、お気軽にご利用ください

待っていたのですこの日を。ダイヤのエンゲージリングにあなたの心がこめられたと……。

早い秋の
陽光のなかで
あなたの手の
ぬくもりが
やさしくて
緑のなかに
とけてしまい
たかったのです

二人の幸せな縁を結ぶ……
結納儀式用品

遠藤福寿堂

東店＝神戸市生田区トア・ロード高架上るTEL〈39〉1871～3　西店＝神戸市長田区市電管原東入るTEL〈55〉2251～3　メトロ神戸店＝神戸高速地下街TEL〈34〉1035

♥ルームづくり

甘い二人のインテリアは……

新しい生活へと夢のような甘い二人の毎日。ウェディングドレスの白さがまだ消えやらぬよう……。ご結婚おめでとう。秋の色が日に日に増して、神戸トアロードの坂道に二人の影がながーく映っています。

靴と舶来雑貨の《クロス》に二人のスイートホームを演出するスペイン家具が、春に引き続き入荷していますルネッサンス様式のそれぞれの家具は、サイドテーブル・サパーテーブル・椅子といった類で、スペイン家具独特の荒削りな手彫りの巧妙さなど、使えば使う程、味の出てくる品々ばかりです。

どんな家具でも、自分の好きなように使ってしまう外国では、サイドテーブルを窓の側などへ置いて、普段は衣裳を入れたり、ワインを入れたり、おまけに靴まで入れることもあるそうです。パーティーを開けば、準備机になるし、席が足らなければ、椅子に早変わりです。

左の写真の中央の立派な家具は、食器棚ですが、奥様が日記をつけたり、ディナーの献立てを考えたりできる引き出しテーブルがついていて、使う人の感覚をたいせつにした家具がスペイン家具の特徴ともいえます。グリーンのジュータンに、赤いジュータンに、ピッタリ合って二人の生活に拡がりと余韻が生まれるでしょう。

写真の他にも木製の食堂椅子やシンプルな木製ベンチ・サパー用ワゴン・サイドテーブル類は、色違いの品もあります。

彼女へのお父様のプレゼントは、ワゴンドレッサーでした。ドイツ製品の精巧さと伝統的なデザインの良さで合理的な鏡台です。椅子と鏡と大小の化粧ボックスとテーブル、その全部が円柱のようにひとまとまりになってしまいます。鏡は、ぐるりとまわすと拡大鏡になって、毛穴まで見えてしまいます。もちろん、角度や高低も自由自在で、バスルームから、ベッドルームへと移動も手軽です。色は、パステルピンク・ブルー・パステルライラック・プリムローズ・コラルレッド・リーフグリーンと揃っていて、さびないことも特徴でしょう。

お友達からは、くさりが長くついたステキなハト時計をいただきました。

★　★　★

中世での、靴を売る風景はとても面白い姿です。腰のベルトへいっぱい靴をぶらさげたり、手に持ったりして売り歩く姿はとてもなごやかです。

スイスのチューリッヒの郊外アラオはバリーシューズの本場。世界のバリーファンに、バリー村と呼ばれる程で、靴の博物館もあって、工場見学の世界の人々に喜ばれています。百年以上の伝統とファッション感覚の鋭さ、スイスの職人気質と研究施設に支えられたバリーシューズの今秋の傾向は、ヒールに特徴があります。ヒールの高さは5～6cm、後ろから見るとやさしいカーブで細くなっていて、横は以前と同じく太めです。黒に加えて、茶色のカラーがいろいろ増えたようです。

世界の国の人々に合う靴をつくるため、バリーでは日本人のための木型をつくって日本人に合う靴をつくりあげています。

九月末には、イタリア・フランスからこの秋・冬のコートがクロスへ入荷します。材質は軽くて、クールな気品のあるバーバリー。バーバリーの魅力にまたまた神戸っ子のクロスファンが増えることでしょう。

□特集座談会□

SHOPPING CENTER IN THE WORLD

水谷穎介
大阪市大都市計画研究室
向井修二
向井アートコミュニティ・プロデューサー
森本泰好
神戸地下街K・K取締役業務部長
永田良一郎
永田良介商店

編集部　ニューヨークで日曜日には車を止めて歩行者解放区ができると、早速、神戸の大丸前でもそれが実施され賑わっている。それだけ地球が狭くなって、都市の機能が同時に問われ始めています。

都市全体の機能の中で、一体、商店街はどういう働らきかけができるものなのか、また商店街、商店は、街、都市と及びそこに住んでいる人たちと、またそこを通る人たちとどういう交流を持てばよいのか、これが現在の商店街の持っている問題だと思うのです。

今月は、世界の各地の商店街と都市をさまざまな角度でみてこられた皆さんに、この問題についてお話していただきましょうか。その上で、また月をあらためて、神戸の商店街の総点検を始めていただいたらと思っております。

□ショッピングセンター　あれこれ

アメリカは郊外型　ヨーロッパは都心型

水谷　都市との対応ということで、単純にアメリカとヨーロッパのショッピングセンターについて対比すると、アメリカは郊外型で、一方、ヨーロッパは、都心型というかオールドタウン型ショッピングセンターといってよいですね。

勿論、最近はアメリカでも郊外の新しいリージョナルショッピングセンターに対抗して、古い街の魅力を取り戻そうと努力を始めているし、その中でいくつかの面白いアイディアも出てきています。逆に、ヨーロッパでも、むしろ郊外のニュータウンの中のショッピングセンターといったところでいろいろな試みがあるわけです。

たとえば、アメリカの場合、サンフランシスコでは、街の古いチョコレート工場を昔のイメージに再現してショッピングセンターにしたり、シアトルでは、海に面した古い港の倉庫を魚料理の店に改造して、港と街のつながりを取り戻そうとしている。

森本　アメリカは非常にセオリー通りの商売をしているのですね。伝統やら歴史がないからですよ。そういう意味では流通革命の方向とか、商店街の機能的な面では大いに参考にはなるけれど、日本の実状には合わないところが多い。その点ヨーロッパの場合は、古い都心にしても、郊外に新しくできたショッピングセンターにしても、キメの細かさというか、伝統が生きていて楽しいですね。

永田　同じ街の中の通りもそうだけれど、都市そのものが、大都市中都市、小都市、小さな田舎と、一つ一つがかなり個性を持っているし、ショッピングセンターに限っても、それが都市観光の場になっているのですね。

専門店の特徴を生かした パリ・ドゥ

向井　日本のショッピングセンターというと、都市の機能を考えずに、量販店的思考が支配している。それに対して中級の高級専門店クラスがぐらつき始めている。取り扱っている品物はヨーロッパのものなのに、流通機構がアメリカナイズされ、インテリアなり店舗設計に影響して中途半端な専門店ができてしまっている。その意味では、パリにあるパリ・ドゥというショッピングセンターは、うまく専門店の特徴を生かしていますね。ヨーロッパではそれが一番の特徴ではないですか。

森本　今お話しのパリ・ドゥは、コンコルド広場から大体二五㎞ぐらい離れたところで、ベルサイユ宮殿のすぐ端にある。去年の十一月四日にできた新らしいものです。

もちろんここにはランバンなどの専門店も入っている。ここのプランナーはアメリカで勉強してきた人で、それだけに原型アメリカ型になっているのですが、彼が自分の設計したショッピングセンターの特徴としてまず専門店としての各店の個性を十分に出していること、そのために照明でもいろいろと配慮をしていること、そして、それらを違和感をいだかせないように一つにまとめあげたデザインポリシィを見てくれと、非常に自慢していた。

統一と個性というのは、ショッピングセンターの宿命なのだけれど、これをうまく演出しているのがパリ・ドゥですね。また、ここでは、五万㎡の売場面積の中に、コンコルド、エトワール、オペラなど、パリ市のいろいろな地名を入口にいれている。共用通路は全部大理石ですし、床と天井を非常に大事にしている。

向井　ファサードに非常に印象的なのがありましたね。ここのモールの噴水は、早くも大阪そごうが真似をしていますよ。それとこの近辺の住宅と公共施設が最高にいいのですよ。住宅もパック方式で

セルフが特徴の シュライテンバッハ

向井　チューリッヒのシュライテンバッハは三月にオープンした第一期工事の分をみたのですが、これがパリ・ドゥとは全く対照的なのです。四つのスーパーが入っていて、それぞれ家具、食品、服飾などのキーテナントがやっているのですが、特徴は夜の九時まで営業していることでしょうね。それ

水谷頴介氏

森本泰好氏

がデベロッパー（開発者）なしにです。日本やアメリカでデベロッパーなしのスーパーは考えられないのですよ八年間かかって企画して、チューリッヒの郊外にあるのですが、家具や自動車までセルフになっているのです。高級紳士服もセルフです。スイスという国は、それだけコミュニティ組織が完全に成立っている感じを受けましたね。

　このシュライテンバッハの廻りには室内プールもあり、幼稚園もあり、ロケーションを見ると千里の雰囲気なのですね。デザイン的には噴水があって、中二階があって、自然光を取り入れているので全体のストリートは暗い。そこで家具コーナーというと三〇〇坪ぐらいの広さに三人しか人がいない自分が気に入った商品は、ローラーで簡単に二階から下に運べる。

　それと同じシステムが、スェーデンのイケヤという家具専門店にもありました。こういったサービスの仕方は完全に客本位のサービスなのですね。そこにはデベロッパーはいなくても完全にアソシエイション的なもので成立つ基礎ができている。パリ・ドウは、アメリカ型とヨーロッパ型の典型でしょうが、完全にヨーロッパ的で、人間を主体にしたのはシュライテンバッハだと思いますね。

ショッピングセンターの源流
ロッテルダムのリンバーン

森本　ショッピングセンターは、アメリカではむしろ過当競争の時期に入ってきているが、ショッピングセンターの源流をたどっていけばヨーロッパなのですね。

　ロッテルダムのリンバーンは一九五一年頃にできているのです。戦争で焼けて、復興する過程で計画的な商店街になったのです。ロンドンの郊外のステベナージが集団店舗の源流ですね。それが北欧で開花しただけでアメリカに主流が移ってしまって、今やアメリカからヨーロッパに逆輸入されている。アメリカのショッピングセンターは人手不足からくる省力化とパーキングの二つの問題をまず踏まえた。その上で細分化行われ、大型化し、他方は個性化して行く。その中で少ない人手で大きな売場を考えると、いきおい直線的な店舗で非常に単純になってくる。そういう能率主義的な合理的なところからでてくる無味乾燥さを表現力で上手にカバーしているのです。だからその表面上のカバーしようとしているところだけを、たとえば色彩とか照明を日本で真似ても何にもならないので

す。

他方、地域的な要求から、特に郊外型の場合、ショッピングセンターが街の核になってくる。となると、ショッピングセンター自体がショッピングの機能だけを果していてはすまなくなる。積極的なコミュニティへの参加ということが起こってくるのです。

水谷　ただアメリカの場合は、新しい郊外住宅地という何もないところに、ショッピングセンターができるので、そういう機能を負わされてきている。これは街のつくられ方と大いに関係している。アメリカのニュータウンづくりも最近はちょっと変わった努力をしてきている。たとえばレストランという新しいニュウタウンのショッピングセンターは、従来のリージョナル型のものでなく、人造を湖つくって、そのまわりに昔のヨーロッパの街の真似をして、クラシックな雰囲気の波止場やヨットハーバーをつくり、そこにいわゆる港街を再現している。アメリカのリージョナル・ショッピングセンターが地域社会の中心になっているというのは、逆にいうと住宅地づくりの方に知恵がなかったからです。

□ショッピングセンターと街づくり

伝統を生かした都心の再編成
ロッテルダムにフィラデルフィア

水谷　ヨーロッパの場合も、最近古い街でも地下鉄を取りいれているから、新しい都心の再編成が考えられています。たとえばロッテルダムの場合、今の中心のリンバーンから川をはさんで僅か六kmぐらいのところに、ショッピングセンターをつくる計画がある。都心を二つに分けるのですね。同じようなことをヘルシンキが始めようとしている。街の中央の湖を中心にして北と南。

森本　アメリカでも新しいものだけではなしに、ワシントンのオールドジョージタウンを見た時には直観的にトアロードを想い出しました。ワシントンの高級住宅街なのですね。カレッジがあるのですが、女の子なんか別に派手な服装じゃないけれど、実に気のきいた服装をしているのが多い。そこに非常に古い建物を大事にした、どちらかというとアクの強い店が並んでいる。ちょうど北野町からおりてくるトアロードを想い出しましたよ。

水谷　アメリカはヨーロッパに比べると街の歴史は短いけれど、古い街の良さを生かそうとして、商

永田良一郎氏

向井修二氏

店街だけではなしに、都市計画でもリハビリテーションとかコンザーベーションとかいって、もう一度古い街並みに手を加えるとか保存するとかいうことを非常に積極的にやっている。古い時代からのその街の良さをどれだけ残せるかが、都市計画の中でも最大のテーマなのです。建築家の方も、「複合と調和」ということをテーマとして、古いものと共存しうるかたちでの、歴史的な連続性の中で共存する近代建築づくりを大きな課題に設定しているのです。

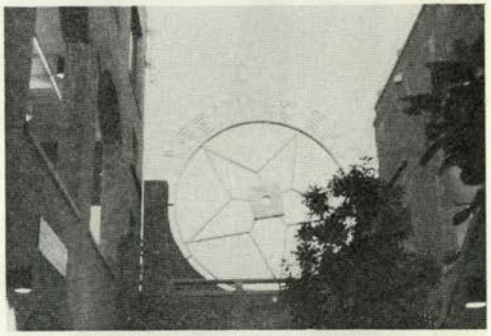
たとえば、フィラデルフィアでは、古い街の良さを残すために新しい試みをいろいろとやっている。

森本　行政と民間のデベロッパーとの間が、フィラデルフィアが一番うまく行っているそうですね。

水谷　都市計画行政では一番立派だといわれていますね。ストックフォルムのノイエルマルムなどは、完全に古いものを壊して新しいものをつくったのですからかなり思いきったことをしている。

向井　オールドタウンを国が保存して、その中にショッピングタウンをつくったのが、スイスのベルンという街ですね。徹底的に国が保護をして、色も変えてはならぬ全て変えてはならぬで、何代にもわたって全く変わっていない。その中にポツンとヤング商品を扱っている非常に印象的な店があったり、カツラの専門店があったりで奇妙なコミュニティを感じました

パリ・ドゥ・ショッピングセンター図<パリ>



キャナリーマーケット<サンフランシスコ>

リンバーン・ショッピングセンター<ロッテルダム>

都市観光になる商店街
伝統的な民家が並ぶチェスター

水谷　イギリスのリバプールの近くにチェスターという街があってこれはローマ時代にできた街で、イギリスのハーフティンバーという伝統的な様式民家が並ぶのですが、木造の住宅の中に十六世紀当時のダブルデッキが残っている。これはなかなか面白いと思いましたね。そういうものを残して商店街自体はややあせてる感じはあるけれども都市観光の材料になっている。昔から歴史的な保養地として知られるバースという街がありますが、ここなんかは本当にきれいな街の使い方をしていますね。古いものを大事にするという姿

勢、これだけは評価しないといけないと思う。新しいものをつくる時、必らず古いものを財産として蓄積しながら……。

永田　アメリカは本当に使いすてという感じがしますね。ヨーロッパに行くと古いものを大事にするというか、非常に長い間あたためています。これは財産の領域がちがうのですね。

森本　そのアメリカでも、ボストンとかセントルイスなどでは積極的な再開発が行なわれています。徹底的につぶしてやりかえるところと残すところをはっきり分けてセントルイスなど、サーリネンのつくったゲートウエイ・アーチを再開発のシンボルにして、非常に超近代的なアーチと、そういう古い建物とを上手に調和させていますね。

水谷　それは建築家の考え方でもある。サーリネンはヘルシンキ生れの人で、歴史性の中で近代建築をつくってきた人たちの勝負どころと、日本のように古いものを忘れて、外国から近代建築を取り入れてやっているのとのちがいは大きいですよ。

森本　ヨーロッパの商店街を歩いてみて感じるのですが、各々の商店が資本を持っているのですね。街自身に歴史があるように店にも歴史がある。ロンドンのバーリントンアーケードの中の店など創業百何十年という店が多いですよ。

神戸にも昔はあった ウインドウショッピング

向井　その一番顕著な例が、ウインドウに対する考え方でしょうね日本はその点が一番中途半端になっている。日本の場合は、ウインドウか販売面積か分からないのです。ウインドウとして成立させるウインドンディスプレイは日本にはありませんね。

永田　神戸にもむかしはあったのです。それが戦後になって、ウインドウディスプレイが一切ご破算になってしまった。なくなる時に新しく起こった近代理念が、全くそういうことを知らずにやってきたということがあります。

向井　ぼくは経営者がだんだん自信がなくなってきた表れだと思う。自信がないからよそみをしすぎる。ただヨーロッパのものを先取りした方が勝ちだとなってくる

森本　特に神戸の場合は、水谷さんがかっていわれた、神戸には伝統文化がないという弱みがでてきますね。

水谷　ないことを誇りではなく、それをいいことにしてごまかしている感じがするね。

向井　残念なことに、よそ者が入りこんでくるほどマーケットがよくないし、これがよそ者が入ってマーケットがかく乱されるとなると、かなり経営者の意識がかわってくると思うのです。

森本　ヨーロッパでは伝統文化を踏まえた各店の個性と共に、便利さが要求される時代になっていますね。これは商店の近代化といってよいだろうが、そういう波が押し寄せている。パリ・ドゥなどかなりアメリカ的便利さが入ってきている。それが日本であれば、そのまま直輸入するところを、パリセンスで受けとめたところに、フィーリングの差があります。

永田　それは各店の個性が強いから、そんな所に中途半端なアメリカナイズされた店は受けつけないし、廻りが同意しないでしょうねアメリカナイズという点では日本は筆頭だが、ヨーロッパでもやはり占領されたドイツですね。

水谷　これはイギリスでもそうなんですが、リバプール、マンチェスターなどは非常にアメリカナイズされてきているのです。これは工業社会の問題ですね。工業資本のトップはアメリカですから、工業資本をもとにつくられた都市は、非常にアメリカの都市に似てくる。

　ヨーロッパの場合、ニュータウンという場合、片方にオールドタウンが存在している。オールドに

対してのニューなのです。日本の場合、オールドタウンというものを殆んどの都市でつぶしてきたからね。

ポートアイランドに北欧家具のフリーゾーンを

向井　全体にクラフトの店というのが非常に多いですね。クラフトの店があるためにストリートの雰囲気が非常によくなっている。

水谷　これはアメリカのショッピングセンターでもいえることで、ショッピングセンターの高級な雰囲気が何でもっているかというと、クラフトと家具ですよ。

永田　日本では家具すなわち花嫁家具になってしまっている。リビングの家具をしていたら家具屋として食えんわけです。だから高級な家具ばかり外国から取り寄せる生活家具の伝統が日本では住居様式がかわってなくなりつつありますからね。

水谷　日本の家具屋で高級といわれるものが、ヨーロッパでは全く安いのです。生活のレベルがちがって、基本的な生活財が全く安い。

永田　輸入家具をみて、それが向うの家具の全体だと思って、本物やから高いという観念になる。日常のものはもっと安いのですわ。これからは家具屋は国際的な分業をせい、といっているのです。日本人がいくら向うの真似をしても猿真似にすぎないし、肌で感じとったクラフトマンシップと、たかだか百年ぐらいでつくられたクラフトマンシップとは絶対にちがうのです。

水谷　たとえば、大丸前をばっさり……。そこに家具だとか生活装置を完全に押さえた店で勝負するといい。

森本　さんプラザの上なんかで、神戸を売り出すために、新しい、安い北欧の斬新な家具センターでもつくったら西日本の中心になりますよ。

永田　むしろポートアイランドにフリーゾーンをつくれといっているのです。そこに行けば何でもあるという。ショウルームだけ置いて、買うならどこどこで買って下さいとすれば、神戸も楽しい街になると思います。

水谷　イタリアの靴でも五千円から一万円ぐらいのものを徹底的に吟味して売っているし、家具も一万から三万円ぐらいのものでいいものを売っている。それが日本では、三万円や五万円の靴を平気で売って、それを専門店と称しているのです。

向井　パリの高級婦人服を売っている対象のリストをあげると、四五〇〇人しかいない。それから勘定すると神戸では十人おればいいでしょうね。そのあたりに、経営者の本当のサービスはなにか、サービスの対象は何かということになる。一番のサービスは商品を通じてしかない。それが商品について勉強することをしないで、ただ儲けることばかり考えている。

永田　専門店といいながら、商品の方で選択ができにくくなっている生産工程をどの店もがかかえている。格好だけは専門店なのですが、それを知りながらやむを得ずやっているところも多分にあると思います。

□ウインドウと店舗設計

経営者よ、商品に自信を持て店舗は立地産業ではない

向井　ウインドウディスプレイとして馬鹿みたいにきれいなのがスイスですね。飾り物としてのウインドウです。パリもローマも日本と同じですよ。スイスでは、ウインドウのデコレーターとかスタイリストの学校もあるし、必らずお抱えの人がいて、具体的には街のお祭りにはそういう雰囲気のあるものをウインドウに飾る。

　ウインドウというのは経営者のサービスという考え方ですね。商品性を考えていけば、そこからウインドウの性質が決まってくると思うのです。看板ではないのです。

森本　アメリカで強烈な印象をうけたのですが、カスタムショップは全店チェーンで、これがセントルイスに行っても、サンフランシスコに行っても店が全く同じなのです。同じ商品が同じ場所に置いてある。だから店名を見なくても分かるのです。サインボードの色分けも全く同じなのです。

水谷　そういう思考はヨーロッパにもでてきました。イギリスの三つほどの街で夜まであいているレストランが皆同じつくりの店で、結局アメリカ型レストランチェーンの進出です。

向井　それはコーポレイトカラーの問題にもなると思う。コーポレイトカラーを実際にしているところは、日本ではコカコーラ、銀行関係、保険関係が圧倒的で三十社ぐらいしかもっていない。

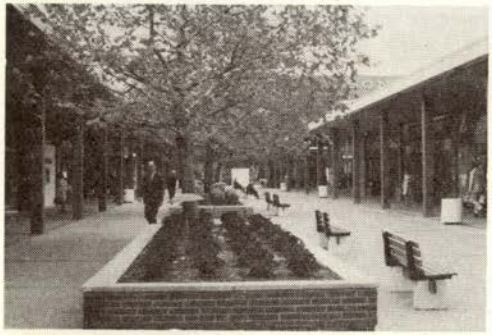
日本の場合、店舗は立地産業だという見方がある。立地が第一にあるわけです。これは経営者の自信の問題になるのでしょうが、立地ということになると、その立地に合わした店舗設計というのがキヤッチフレーズになる。そうなってくると同じパターンの店などありえない。商品構成も同じではありえない。だからチェーン店づくりをする場合でも、基本的にチェーンにならない。チェーン店の基本的考え方というのは、同一条件で同一のイメージを与えるということです。ヤングカジュアルではそういうものができつつあるが、それもここ二、三年の動きです。

今の専門店が宙に浮いているというのは、量販店との関係の中で、プラスワンの店舗をチェーンにしようか、それとも立地産業としてのイメージづけをしていこうか、せめてこれをカラーで統一しようかの中途半端なところにいると思うのです。

森本　日本のウインドウは、そこの店主の自己主張が入りすぎていますね。これは生活習慣に関係があるのか、アメリカの場合は、ショウウインドウが街を通っている人に呼びかけているといった感じをうけました。だから無言の対話がかわされている。それが日本のでは対話を拒絶しているウインドウが多いですね。

水谷　ウインドウの問題に関して

レストンニュウタウンのセンター<ワシントン>



花壇のあるノースランドリージョナルショッピングセンター<デトロイト>

ハンブルグの商店街に並ぶショウケース

は、ウインドウショッピングがあるのかないのかが決定的でしょう日本にはその習慣がないのですから基本的条件がちがっている。

向井　日本でも、クリスマス前になるとウインドウショッピングがあるのです（笑）ウインドウを飾って叫ばないと販売促進ができないのです。ウインドウが販売面積であるということは、店舗の一部なのです。それだったらもっと考え方を変えないといけない。それが、ヨーロッパ的思考がまだ残っていて、ウインドウはウインドウとして残しておきたい。

森本　細かいところでヒントになることがいくらでもある。店の入口に葉書の大きさの国旗が貼ってある。その国旗の出ている国の言葉は話せるのですね。神戸だって国際都市だから、それをすると便利だと思いますよ。

向井　今経営者がこまっているのは人的販売の要員なのです。それを本当の物的販売の方へ持っていけるかというと自信がない。とにかく自分で商品を選ぶことに自信がなくなってきている。経営者は根性論ではだめだとは既にいわれている、それじゃ何で行くかとなると、今度は何もない（笑）

森本　アメリカなど商店街は六割までがパートタイマーでね。プロパーな人間というのは本当の基幹要員だけで、商品知識を持っていないと接客できない専門的なフロアや、フロアの責任者的地位には社員をおいている。

パリの商店街とディスプレイ

パリのブチック

スイスの街角のディスプレイ

□神戸の街　再編成のプロジェクト

大丸オアシス道路を中心に街にスクエアをつくろう

水谷　ニューヨークのおかげで、神戸も自動車を停める歩行者解放道路ができたが、これはこれとして、神戸の場合トアロードと大丸前広場と港の問題、できれば元町も含めて徹底的にプロジェクトを出すべきだと思いますね。それをしないと神戸の名声が落ちる。

永田　十二年前にアメリカに行って帰ってきてからすでに、大丸前の道路を遊歩道にしなさい、と何度もいったがこれが通らなかったそれが日曜だけでもやってみよう

ということになったので、これを基礎にしてもう一つ何とかしなければと思っているのです。

森本　地域的にいいますと、そごうと大丸との渡廊下的発想でセンター街が発展してきたとよくいわれるのですが、明らかに大きく見てますと、そごうとダイエーで一つの核ができ、大丸を中心にした核と二つに分かれると思うのです将来核融合をするかも知れないけれど、現在ならトアロードはかなり独立させて模様替えをする条件がでてきつつある。

水谷　街そのものが今までは線だった。それが建物を建てかえたりして線からマス的になった。ヨーロッパの都市がもともとマスで、イギリスの都市ではスクエアという手法を使っている。広場を置いて廻りに建物をつくる。昔のヨーロッパ型の緑のスクエアは、土地事情から言って無理になってきているが、都市の中に人工広場でもいいから立体スクエアをつくって、あるまとまりをもたせてやらないといけない時期に来ているわけです。たとえば、さんプラザのスクエアとさんちかのスクエアでかためる。トアロードと大丸でスクエアができる。元町は中突堤のところにスクエアがいると思うのです。そろそろ街の仕組みを再編成していって、スクエアのネットワークという風に展開していかないと。

それは若い人の問題にもなりますが、ヨーロッパでもアメリカでも、結構若い人たちが用もないのに広場に集まってきて坐りこんで、ああいう場所が日本の都市にはないですからね。

永田　さんプラザにはなるほどきれいな空間があるけれども、あれでは坐って話もできない。大体、今の再開発というと建てかえ事業ですわ。これは人間関係を一層よくするための再開発でなければだめですよ。それは、たとえばトアロードから大丸にかけて全部ぶっつぶして、本当に腰のすえた再開発をやれば立派なものができると思います。

水谷　そのためには、プロジェクトチームをつくる必要がある。ただ日本の場合、プロジェクトチームをつくって話をすればするほど合理化されて、ものすごく教科書的なものができてしまう恐れがある。面白くなくなるのですね。日本の社会が戦後追いかけてきた直線型思考の結果がこれなのです。いくら優等生をピックアップして集めても限界がある。いい意味の多様さがでてこないといけない。

向井　我々が外国に行って何かを感じるというのは、もう日本にそれだけのものができて不思議ではないのです。外国を廻っていいなと思うところがあれば、積極的にそのまま取り入れてもいいと思うのですよ。

水谷　そのうちに世界のストリートが全部情報ネットワークされる。神戸のセンター街なり、トアロードなりが、世界の中で論じられるようにならなければいけない。たとえば、ロッテルダムのリンバーンの話と元町のジュラルミン街とは同年にスタートしているのです。それがこれだけの年数が経つと大きな違いがでてきている。これは具合が悪いのですよ（笑）

森本　カーナビーストリートのプロジェクトだって、三十代のものがやっている。

永田　これからは中心になるのは三十才前でいいですよ。それとカーニバルにせよ、みなと祭りにせよこれをみんなプロデュース制にして、三十前の人間にまかしてしまえばいいのですよ。それをバックアップして実現させるのに必要なシステムを若い人達との共同作業でどんどん育てていかねばならないと思うのです。

水谷　これからは、そういった人たちを育てるのに大学の教育ではだめになってきている。イギリスでも建築家たちが教育機関をつくって建築教育をしている。神戸でも商店街組合などが、ちゃんと授

業料を取って学校を組織して、店員やスペシャリストになる教育をやるべきですよ。

栄町に市電を残して
神戸のオールドポートタウンに

水谷　前に戻って、街の古い良さを残すとなると、さしずめ神戸では栄町。市電は残しておきたいね。石畳をびっしり敷いて市電を残したら、面白い街ができると思います。

永田　あそこだけがセンターポールなのですよ。昔から残っているのは栄町だけで、神戸の古い風格を持っている街ですね。

向井　今の銀行なり、会社に全部出てもらって、その建物を生かしていい店を入れて行けばよい。そうなると三越と元町の昔の線をあらたにつなぐことができるようになる。

森本　横浜の元町でしているように、その街の建物を全部街が買い上げるのです。そして日本中探して、その街の雰囲気に合う店を呼んでくるのです。

本当はそれを行政の手を借らずに、財界連中が金を出し合って基金をつくり、空く建物を次々と買収し、それからプロジェクト委員会でもつくって、全国からいい店をひっぱってくるその方がずっと安いですよ。管理が何もいらない。

水谷　神戸の最も力のある財界は、というと商店ですから。日本国中で勝負していますからね。神戸の一流の店が委員会でもつくって始めると面白い。

永田　神戸で伝統を持っている街といったら、栄町ぐらいしかないこれを起点にすると、三越からずっと西につながる可能性もある。

森本　磯の香りがまがりなりにもするというのはいいね。ビルの間から港と海が見えるし。

向井　パイオニア的な店舗を五店ほど持ってきて、あと十店舗ぐらい揃えたら完全ですわ。レンガ造りを生かし、新しいビルは後に退いてもらって、規制の大まかな枠をもうけておく。たとえば下の店舗のファサードは変えてもいいけど、二階から上は変えてはいけないとか。神戸の、日本の最高の商店街ができますよ。

森本　神戸のオールドポートタウンですね（笑）　〈お可川にて〉

★9月3日 OPEN
リリック
アート
スタジオ
神戸市兵庫区柳原バス停前
田中一郎　㊺ 3802
<リリック工房>

フレズノモール<カリフォルニア>

ヴィットリオ・エマヌエエ・アーケード
<ミラノ>

酒　館　**がらしや**

下山手通2—29
神戸ビル1階
TEL 39—8894

灯火親しむ夜長
涼しさも増して
いよいよみのりの秋
一年の九番目の月
菊
九月の節供
延命のためと称して
この日に菊酒を飲む

年中無休

お食事処　**めばえ**

下山手通2—31
TEL 33—6792

姫路城の
古材を使った
インテリア
毎日楽しいおそうざいが
かわる店
〝めばえ〟

日曜休日

新世紀ユーハイム
がらしや　めばえ

ゴルフコンペ
娑羅会

娑羅双樹のもと、ともに酒をくみ交わし、楽しく語り合う仲間達で大自然に飛び出し、大いにゴルフを楽しもうと始めたゴルフコンペも回を重ね、去る7月17日、読売メンバーズ・コースで、マンスリー・ゴルフコンペを行ないました。

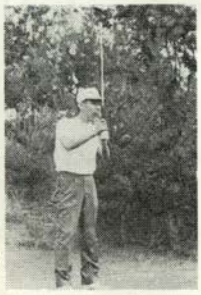
淳子の店、娑羅も、10月で1周年を迎えようとしています。

今後とも、皆様と楽しく語り合えるお店として頑張っていきたいと思います。どうか、よろしくお願い致します。

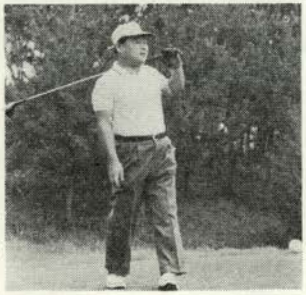
<田中　淳子>

ママは皆のアイドル（？）酒は飲むべし、ゴルフはやるべし、百薬の長！

いよいよスタートの打合わせ。はや、くたばったのではありませんぞ。



ウーム……。どうせめてやるかなー。ボールを前にしばし正眼のかまえ（？）



エヘヘ……してやったり！　この人が優勝しました。

淳子の店　娑羅　SALA
神戸市生田区中山手通1丁目91
TEL（078）39—1647