



□特集〈2〉 ファッション都市への道

ファッション コウベ の 未来を探る

山と海に囲まれた ミナト KOBE が
ファッション都市をめざしている。
今月はクリエーター、プロデューサー、メーカー、
百貨店、専門店そして行政などの
各界からそれぞれの立場でその可能性を語っていただいて
ファッション都市 KOBE のイメージを
浮かびあがらせてみました。

イラスト／石阪 春生

ファッション 都市への道



最近、神戸をファッション都市にしようという声が各方面からかなり聞かれるようになつた。そこで、まず、編集部の立場から「ファッション都市への可能性」を考えてみたい。

まず、明治以降日本の文化の窓口としての役割を果しながら、多種多様な異文化を受け入れてきた神戸という街は体質的に新しい商品に対する鋭い選択眼をもつてゐるということである。たとえば、今国内で売り出しているファッションは、まず最初に神戸で実験的に売り出してみて、これで大丈夫だということがわかれれば大量生産して大々的に東京で売り出す。そしてそれを大阪へもつてきて、各地域へわたるという一つのパターンがあり、これはメイカーガがファッションを売る場合の一つのルートにもなつてゐるといつてよい。神戸で実験をするというのは、まず何よりも消費者がいいということを意味する。神戸には長い間に培われてきたハイレベルのセンスをもつた消費者が多いので、良いものでないと選択の対象にならないわけである。神戸でまずテストされて、パスすれば東京へ出し、そして全国的に売り出すといふこのパターンをみても、神戸が今でもファッションの世界で大きなウエイトをもつてゐるといつてよい。

しかし、ファッションにおける神戸のリーダーシップを今後維持していくためには、ファッションをクリエートする層の厚い人材をこれから地道に養成していく必要がある。いまだ人材を育てる教育的な機関が神戸にはないということは致命的なことで、ニューヨークのF.I.T（ファッション・インスティテュート・オブ・テクノロジ）ファッション工科大学のような、ファッションをつくり出すトータルなクリエーターを送り出す機関がどうしても必要になってくる。それもただのデザイン研究所でなくして創造者を送り出せるようなシステムが大切で、創造する哲学なり技術をもつた人を送り出すことのできる芸術研究所をつくることである。その点、神戸はいい教授陣に恵まれてゐるので、あとは海外からもどんどん頭脳や技術を集めれば立派な国際的な芸術研究所ができる下地は十分にある。

洗練されたモダンな文化は他都市では真似のできないほど神戸は強い。この神戸の強味、モダンなハイカラ文化をどれだけ伸ばしていくかが大切で、関西でも神戸は舶来雑貨とかファッション商品などは大阪、京都を遙かにリードしている。良質な消費者をもちモダンな伝統をもつ神戸はそれらを最大限に生かしてこそ独自の強味を発揮する。神戸のファッション都市への可能性もここにあり、ファッション産業こそ将来の神戸を支える一つの柱になりうるといつてよいだらう。

人間と創造について

元永 定正

（画家）



不思議な話である。宇宙に浮かんでいる膨大なガスが集まつて火の玉となり、太陽となつた。小さな火の玉が冷えて地球になつて水ができたり植物ができるたり微生物が生れて人間になつた。自然が創造しているのである。宇宙のスケールから見て微生物の中の微生物のそのまた微生物もいところの人間が小さな頭をしぼつて考えてそんな自然が驚いている。人類もつまりガスから生れたなんて想像もできないし、宇宙人なんていつたって我々も宇宙の中に生きているのだから宇宙人とは人間のことでもあつたりする。地球は四十億年の歴史があるといつても人類が生きて来たのはおそらくその何百億分の一なのだろう。そんなものすごい自然がものすごい時間の中で変化を続けている。我々の存在もそんな変化のある時点で生れた宇宙のハブニングなのである。自然の神が創った創造の結果であろう。そんなにして創られた我々がまた何かを創造する。創造しながら変化して行くのはすべて宇宙の摂理なのかも知れない。

創造とは今までになかったものを考えて具体的に提示することなのだけれども様々な概念の中での生活を続けていたる我々にはそれらを乗り越えて新しいことでもある。そこで新しいものとは何かというと、それは何か雲を攔むようでわからないものである。作家たちは腕を組み空を仰いで流れる雲を見たつて何も出でこない。煙草をやけにふかしたり酒をのんだり昔の作品をみたり、その辺で立小便をしてみたり、綺麗な花の花粉を虫めがねでのぞいてみたり、うんこをきばつて出してみたり、動物園でライオンの昼寝をぼんやり眺めたり、うろうろあてもなく歩いてみたりする。洗濯物が干してある。風に吹かれて白いシャツやパンツ、長いソックスやシーツがひらひらととても綺麗で面白い。それらを樹脂で固めて高いところに吊してみようとなつかがそんな作品をつくつた。大きな煙の輪を無数に飛ばしカラーライトで色をつけ音で効果をたかめた私の作品は煙草の煙りで口から小さな輪をつくり遊んでいたときふと思いついた。雨あがりのでこぼこ道で出会つた水たまりがとても素敵だったからビニールに水を入れて空中に吊したこともある。作品をつくるお金がなかつたから石ころを拾つてきて短かく切つた麦わらを三本程セメンダインでそれにつけた作品も生れた。創造のきっかけはなんでもなくその辺にころがつているときが多い。身も心もからっぽにしてぽんやり何かを待つているときハッと驚きが飛び込んできて新らしい問題が始まつる。それらは人類を新らしい世界にさせいこんで進化の原動力になつていくことだらう。創造されたものにはいつも新らしい驚きがあつて新鮮な空気がただよつてゐる。創造とはガスから人間をつくることである。

ファッション の創造

新谷 球紀
く 形 刻 家



流行や世代の様式を作り出すということは、マスコミの発達した今日、そんなに難かしいものであるとは思わないが、私たちコンスマニにとってはオリジナリティに欠けた流行ほど軽薄なものはないと思われる。

はたしてどれだけの人々が「ファッション」という語の、本質的な意味を理解し、使用しているかと考へてみれば、私は非常に疑問に思えるのである。ファッションは服飾のジャンルにおいても、機能・造形感覚・材質の化学的知識などが、やはり基礎となつてゐる事実をみれば、明らかにクリエーティブ・アートつまりシリアルな美術であり、服飾デザイナー・服飾メーカーにのみ、そのファッションのクリエートを依存するわけにはゆかない。

今日、海外に出掛けることの意味の重大さとは無関係に、海外生活の経験を狭い視野からの見識で、ことのほか誇らし気に口にする人々の多いことは誠に残念である。ヨーロッパの国の色々な分野を視察したり、服装のモードの資料を安易に我々のそれに取り入れたり、専門職以外の人々を送り込んでみても全くムダのものである。現代の日本の洋服・靴・帽子などがいかなるプロセスを経て今日に至つてゐるかを考えなければなるまい。ヨーロッパの個性的なファッションの創造の陰にはそれぞれの国、つまり環境の歴史的背景・気候風土・習慣・人種・思想などの諸要因が強力に作用して独特なモードが生まれてきているのだ。したがつて日本という全く異質なスペースに色々なプロセスを経過してクリエートされた根強い、必然性のあふれた文化を取り入れるのはバカ氣の話である。模倣であり、イミテーション・ファッショントと評されても仕方があるまい。

歐州には歐州の文化が生んだ服飾の世界があり、幾ら我々がパリをそしてミラノのモードを征服しようと考えて、急に服飾講座を開いてみてもそれは無理な話である。広い意味での本物の神戸のファッションを作る謙虚な姿勢から始めねばならない。ただ單なる海外視察による表面的なアイディアや、底の浅い資料を手にしてのファッション都市計画の推進は行動することに意義を感じるのみに終り国際的ヴィジョンやセンスを考えると全く無価値になる可能性を含んでいることは明らかである。

本物のファッションは人々に愛されるものであつて、あらゆる分野のアーティストにより総合的にクリエートされるもので、ドレスメーカーだけがクリエーターであつてはいけない。神戸が国際的に神戸らしい本物のファッショント都市として、発展して行くことに価値を見出そうとするならば、既存の観念や過去における模倣性をすべてかなぐり捨てねばならないだろう。

世界の街と 神戸の街

森本 泰好

〈神戸地下街紹介専務〉



ファッションのフランス語の意味は“生活する方法——如何に生活するか”であり、結局は“生活を装うこと”になる。とすればファッションは生活様式そのものなのだから、当然トータルファッションでなければならないし、さらになによりも大切なのは、生活をとりまく環境で、この条件が整わないと、あすのファッションを生み出す街にはなれないということだ。

ヨーロッパのファッションは、いろんな都市から生れてくるようになつた。しかしパリを通ってきたものではないと、世界に通用し、定着するまでにならないという。パリというフィルターは厳然と生き続けているのだ。四季の変化も快い風土。そんな環境の下に、何代も何代もかかつてみがき抜かれたパリっ子のセンス。その上にあらゆる芸術的雰囲気が働くのだからパリの実力は簡単には消え去らない。ファッション都市にはどうしてもリーダーシップを握る専門店が必要だ。フランスのフォーブル・サントノーレ、サンジエルマン通り、パッシー、ミラノにはモンテ・ナボレオーネという格調の高い通りがあるし、ロンドンには、カーナビーストリートやキングスロードが活況を呈していた。

さてわが街コウベはどうであろうか。同じ海港都市でも横浜がアメリカに顔を向けた街なのにくらべ、コウベはヨーロッパ航路の起点だったこともあって、質が違う。さらに重要なのは南へ開けた明るい立体的な坂の街であるということだ。この特性を明快に備えた街、それはトアロードをおいてない。ファッション都市コウベの集中的表現をこの坂の通りに再現できないものか。私は毎朝ここを歩きながらその夢を追っている。

数年前ワシントンにオールドジョージタウンの商店街を訪ねた時、とつさに、トアロードを想起した。北野から港へ続くトアロードそつくりではないか。デラックスさはないが、情緒が楽しい。

トアロードを、ぶらぶら歩きのついでに買物するといった風のふつとりした商店街、というより散歩道に個性派専門店がほどよく散らばっているといった調子のエレガントな通りにできないものか。まずさるすべりの並木を昔の姿にかえさねばならないし、店舗構成ももちろん充実を図らねばならない。スターリーも街の雰囲気づくりに大きな役割を果すのでひと工夫が必要だ。

神戸の商店街は弱い集散力を広い商圈で補ってきた。遠くからお客さんをひきつける魅力があつたし、それに成功してきた。トアロードの特異性に自信をもつてはどうか。一見無謀な夢のようだが、案外計算が合いそうではないか。ファッション都市コウベのへソがほしい。

ファッション 都市論

貝原 六一

〈行動美術協会会員〉



神戸をファッション都市にしようというプランは、斜陽化した神戸の産業再開発の方法として、近頃とみに問題化してきているが、それがどういうプランで、どう形づくられてゆくものか、ボクは、その具体案をくわしく知らないので、どうこういえる立場ではないのだが、ファッションを産業化してゆくことのむづかしさは、「ファッション都市を創ろう」という、カッコのよい言葉とは裏腹に、大へんむづかしく困難な仕事であることは、ボク達素人目にはつきりとわかる。

ではファッション都市とは、一体どういうものか? というファッション都市の規定の問題に、最初にぶちあたるが、ファッション(この場合服飾は勿論ケミカル・シユーズの分野から、どの分野までわたるかわからないが)が、都市の産業としてなりたつかどうかということを、ひとり考えてみた時、單純な頭のボク達の考えでも、はなはだ疑問に思える。というのはファッションは、製品化されそして商品となつて取引されてこそ、はじめて産業として成立するものだからである。そうするとファッションを、製品化する過程において企業との提携もしくは連携が、必然的に必要になつてくるが、企業は個人の利益の追求が目的である以上、特定企業ばかりが利益を受けることになりこうした面も含めて、いろいろ難問題が、いや応なしに起つてくると思えるし、またファッションそれ自身を創造する段階での組織や機構、たとえばファッション研究センター的なものにたいする、人的要素や研究資金がどうなるのかという問題も、また大変な問題で、指導するデザイナーも、世界的に通用する個性的な人材を求めた上で豊富な研究費を与えて、自由に研究させてこそ、うまくゆくのであって、組織をつくつてもその点が欠けると、決して立派な成果を上げることは、期待出来ないものだとボクは思う。

以上述べてきたことは、既にマスタープランをつくられた人達には、考慮すべきことであり、マスタープランにも、そうした点は配慮されて、製作されたことだと思うが、ただプランを実行してゆく場合、考慮され配慮されただけでは、どうしようもない問題が起ると思われる。ボクは、どうも「ファッション都市」づくりよりも、「ファッションの生れる都市」づくりという考え方を根本にしてプランをねつた方が、まだファッション都市という狙いのイメージに近くなるのではないかと思う。ファッションの生れてくるような、都市としてのムードや、ファッションを研究・実験できる場や、ファッション・ライブラリなど、ファッションの生れて来る都市構造が完備すればファッションはひとりでに興り、ひとりでに神戸は、ファッション都市になるのではないかと思う。

潜り戸を通って
“花”のおふくろさんの味



和風季節料理



さんプラザ地階 TEL 331-0087

営業時間 AM11:00~PM9:00



講師
小田 イタル

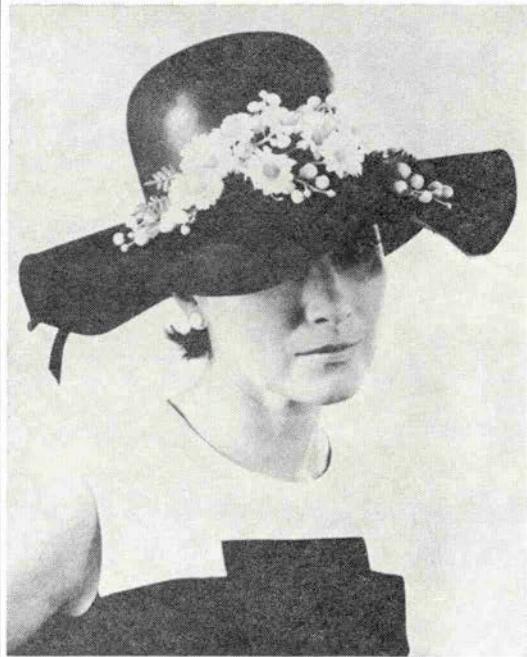
レッスンの日・時

毎週 月・火・木曜日

A.M. 11:00~P.M. 6:00



- 小田ハモンドオルガン教室 (078)881-6880
神戸市灘区上河原通4丁目2番7号
- 大阪ハモンドオルガンセンター(06)221-5873代)
大阪市南区心斎橋筋2-47 戎橋ビル



そよかぜがうなじをなでる
渡ってくる花の香りが微笑をさそう

婦人帽子

マキシン

マキシンの帽子のおもとめは全国有名百貨店でどうぞ
神戸・トアロード 東京・銀座3-2
TEL(078)331-6711~3 TEL(03) 535-5041



晴れの日のおしゃれに

株式会社 美容室 エリザベス

本店 三宮神社山側三上ビル2F TEL 331-8894・4917
芦屋支店 芦屋市阪神芦屋駅前 TEL 0797-22-4067
西宮店 西宮市阪急西宮マンション北館1F TEL 0798-67-1294

お貸衣裳 花嫁衣裳サロン

畠尾美久子の店 生田神社前 TEL 331-3258 美容担当(東京初代 遠藤波津子直流)
専属結婚式場 生田神社・オリエンタルホテル・阪急六甲山ホテル・住吉学園・蘇州園他

ファッション の窓口

芦原 博之

〈サノヘ専務〉



ファッションをあつかう側は、欧米のファッションのたんなるコピーではないオリジナルな商品を開発しなければなりません。これはファッションをあつかうものの基本的な姿勢でしょう。

神戸といえばハイカラな土地柄であり、戦前よりファッションに対する洗練された風土というか、素質があると思います。また、終戦直後にはセーターやブーラウスの、それもハイゲージな高級品なんかは神戸が品質ともに断然全国でも群を抜いていました。外国から観光船が入ってくる機会が多く、ニュースモードを着こなした外国のひとびとを目のあたりにみる機会が多いものですから、ファッションの細かなところにまで注意をするようになって、自然とセンスも高くなつていったのだと思います。

こうして神戸っ子は、ファッションに対する目を肥やしてきましたので、新しいモードが入ってきて、それにすぐとびつくということもなく、ジックリと見きわめてから自分のものとしてうまく着こなしてしまいます。

ファッションは何としても神戸を日本の最先端とすべきです。それには一つや二つの業者のみの力ではできません。地域全体の業者が一致団結して取り組まねばならないと思います。ともすれば、お互いが競争相手なものですから、手を結ぶことが難しいこともあるでしょうが、長い目でみたら一つ一つが孤立していっては、神戸全体としてみると、ものすごいマイナスです。私たちのモットーは世界のファッションの窓口となることです。毎年、春秋の年二回、ヨーロッパのニューモードを紹介するファッションショーを催しておりますが、そこでは、フランスを中心としたファッションを私どもがセレクトして紹介いたしております。これらのモードは、すでにヨーロッパにおいて販売されているというものではなくて、シーズンの作品発表と同時に日本それも神戸においても発表するわけで、その意味ではまったくのオリジナル商品となるわけです。そういうことによつて、本当のニューモードを神戸から育ててゆこうと思つております。

現在、私どもの手とともに昨秋のファッションショーのときにオーダーをいたいた商品がお客様の手に渡る日を待つております。私どもからお客様のひとりひとりの手に渡るとき、海の向こう（ヨーロッパ）でも同じことが一せいに行なわれているのです。これが私どものいう世界のファッションの窓口であるということです。常に世界各国の選びぬかれた商品を販売するこれが私どもの使命であると同時に、いやしくもファッションに携わつているものすべての使命だと確信しております。

神戸ファッション とは

松谷 彰久

〈紅屋紳社長〉



最近神戸ではファッション都市宣言をするとともに神戸のファッション業界がクローズアップされてまいりました。神戸にはもともとそういう市場背景ムードがあるようです。ところがそれだけではないので実際に他都市にない背景や素質を見直そう、もっと伸ばそうというのが今回のファッション宣言が出てきた背景だと思います。神戸において流通業を営む立場としてだけではなく神戸を愛するものとしてすばらしいファッションの街をより美しく優雅にしたいのです。神戸は海や山の自然に恵まれ、街のものも傾斜が多く立体化され風光明媚の上、港の開発により特に欧州文化の上陸地点でもあり常にファッション都市として物理的にも経済的にも恵まれ住み心地の良いところとして自負してきました。

ところで今日迄の神戸と今後の神戸とではかなり状況が変ってきております。日本列島改造論や経済構造からみて神戸の持つファッションナブルな付加価値についてかなり変化が起っていることを確認せざるを得ないのでないか、今までの立派な背景や環境も日々に触まれて行くのではないかと危惧の念をいたく次第であります。私の店の神戸在住以外のお客様から神戸にはセンスの良い物が沢山ある、特に婦人服関係に多いとのお言葉を頂戴しますが、その言葉の中で、神戸を高く評価していただいていると思います。

最近経済的合理主義に傾き情緒的なムードを二次的に考える方向に向っている傾向があります。神戸には昔からハイカラな芸術が育ってきています。神戸に育つ芸術はエキゾチックで他都市にない新鮮さがあります。これからも経済成長の中に情緒的でロマンチックなゆとりのある生活環境を育てることがファッションナブルにつながる大きな要素だと思います。近年は世界的に距離感がなくなり情報が多すぎて自分たちの住んでいる街を忘れがちだと思います。ファッションの個性化についても同じことがいえるのではないかと思います。

神戸のファッションについて常に感じられることは一言で申し上げれば、あかぬけがして洗練されカラフルでさりげない装い、それが神戸感覚だと思います。最近やや下火になりつつありますが近年来のカジュアルブームと共に神戸本来のファッションがセーブされております。神戸のファッションについて、今一度思いをよせ土地意識の高揚と共に個性あるファッションを打ち立てる我がお役目であることを痛感致しております。

最近では、ファッション界も本格派のファッション、格調の高い装いに集中されるようになって参りました。我々は神戸の格調高い本格派ファッションをいつまでも育ててゆきたいと思います。

広がる ファッションの夢

浅田 武澄

〈神戸大丸店長〉



昭和四十七年は産業構造の変化の年であり、かつて見られなかつた現象がおこつた。政府の列島改造はまだ構想の段階にとどまつてゐる。具体的に実行されない以上影響力はあるとは考えられないが、(一)公共投資、(二)脱製造業の設備投資、(三)個人消費が景気回復のひきがねになつた。すなわち景気は製造業からでなく非製造業から、都市からではなく地方から、大企業からではなく中小企業から生れたと言える。

「神戸をファッション都市に」という発想の生まれる背景には、このような経済的予測のなかでのファッション産業の育成・定着が大きな誘因になつてゐることはたしかであろう。そのような意味で、K.F.A.の意欲的で活発な活動に對して深い敬意を表したい。そしてこれらの一連の動きのなかで、本年度から常設の実行機関として「神戸ファッション産業振興委員会」(仮称)が発足することに大きな期待をよせるものである。

このように拡がる夢のなかで、見落してはならない原点がありそうだ。私は、「ファッション・インダストリーのまえにファッション・コミュニティの建設を」ということばで提言したい。一般的な生活水準の人々は、生活環境を改善し、健康で生きがいのある条件を求める、自分の生活に他人との共感とかやさしさを求める。われわれはこれから、共感をもちあえる場所をつくつていけるだろうか。いまや新しいコミュニティーが求められる時代がきてゐる。

神戸市が「心のふれ合いと生きがいのある町づくりを——」のマスタートップランづくりのため市民モニターを対象に行なつた意識調査は「産業と人間の心」のテーマについても多くの示唆ある内容を示すものである。「緑の山、青い空、紺碧の海、そして太陽の輝く町、わたくしたちの町『神戸』はいつまでもそんな町であつてほしい。

——人間環境都市宣言より——。

心のふれ合いから、生きがいのある生活から、快適な健康な心の躍動から、ファッションという文化が、人間の知恵がうまれてくるのではなかろうか。

一本の木が一つの花がファッションをうみ出す人間の心と知恵を創り出してくれよう。「ファッション懇談会」が「ものをつくる懇談会」から「心を開く懇談会」であつてほしいと願つてゐる。

ファッション産業と深いつながりをもつ百貨店としても外部からの批判や要請を前むきに評価し、社会的存在としての果すべき役割と責任をこの機会に問いかけてゆきたい。

花咲く ファッションの街

岡部 誠一

〈神戸そごう店長〉



現在、あらゆる商品がファッショング産業の分野にはいるといわれるほど、まさに「ファッショングの時代ですが、特に、「神戸のセンスはいい。洗練され個性的である」と、よく言われます。私は、神戸は、他の大都市に見られない、ファッショング性を豊かに醸成する外的要因に非常にめぐまれていると思っています。背後には、六甲山の山並みが控え、街はグリーンに満ち、前面は青い海で、世界のハイファッショングの集まる港町です。そういう条件の中で町は海岸線にそって細長く伸び、阪神圏の高級住宅地を中心に、他地方からの流入が少なく、いわゆる「神戸っ子」として個性的で、ハイセンスなファッショングが純粹に育っています。

少し前までは10代ヤング中心の、カラー色彩の強烈な、衝撃的で、変った多種多様のファッショングが流行しましたが、今年は人間尊重が基調の社会思想とともに、オーソドックスなファッショングが主流を占めてきています。機能性やカラー調和を重視したものより、洋服本来の機能性、素材、調和のとれたカラーなどを基盤にしたファッショングで、落着いて、個性豊かな、まさに神戸っ子の時代の到来であると考えています。

こういうファッショング性の高い環境にあるそごうにおきましても「ファッショングをリードするそごう」をキヤッチフレーズに、3階レディズフロアを中心とし、神戸っ子のみなさんに愛される店づくりを行なっています。昨秋のテーマ「チェックのハーモニー」に続き、今春は、増加する余暇と、ファッショングカラーにポイントをあて、ファッショングテーマを、「さわやかな白の週末」と定めました。フレッシュで、活動的なスポーツティールック、女らしさを強調した、カジュアルエレガンスを指向し、白を基調とした、パステルトーンの配色で、春らしく、さわやかで優しい女性のファッショングを追求してまいりたいと思っています。このカラーの原点である白のファッショングキャンペーンは、美しい神戸の街にふさわしいものであると、自信を持っています。また、本年の年間テーマを、人々の参加性を謳った「まつり」と定めましたが、ファッショングショーライブ、フェスティバル、キャンベーンなどに、この要素を織り込んでゆくつもりです。たとえば、71年より毎秋、神戸のみなさまに、そこのファッショングのすべてをご覧いただこうと、神戸国際会館におきまして、2時間に及ぶファッショングフェスティバルを開催いたしておりますが、本年は、神戸っ子のみなさんの参加によるフェスティバルを計画してみようと思っています。そして、そごうとお客様とが一体となり、この神戸といううちに、すばらしいファッショングの花を咲かせてまいりたいと思っています。神戸をファッショングの花咲くまちに！

ノーハウ企業 を目指して

川上 勉

〈オールスタイル社長〉



こういう話があります。ヨーロッパのファッショングエアへ行くとこんな貼り紙がありました。「撮影するな」。文字通り日本語でね。日本人は歐米のデザインどうぼうだとみられているのですね。そうなんじゃないということをもので示さないといけない。それには歐米にもない創造性と個性にあふれたファッショングをこの神戸から生み出さないといかんと思うのです。私どもの基本姿勢は、創造性をいかに發揮するのか、個性をいかに香り高いものとしていくのかということに尽きると思います。これは何も私どもだけのことじゃなくて、ファッショング企業全体に共通することですね。つまりこれからは個としてではなくて群として伸びて行かなければならぬということです。

昨年十一月にKFAが結成されました。これは今いったことの具体的なわれですね。このKFAの理想は、神戸という昔からファッショングのある土壤でファッショング業界が大同団結して神戸を世界に冠たる創造性豊かで楽しいファッショングのまちに、ファッショングのメッカに、ファッショングの発祥地にすることです。KFAの目標は八つあります。(1)グローバルファッショングエアの開催、(2)世界デザインコンテストの開催、(3)神戸ファッショング大学の設置、(4)ファッショング月刊誌「神戸ファッショング」の企画・販売、(5)KFAラベルの実現、(6)ファッショング博物館・資料館の建設、(7)ファッショング街区、(8)ファッショングシヨン会館の建設、(9)国内、国外ファッショング都市団体との交流提携であります。

ところで世界はこれからいよいよ平和になつてきます。このときに当たつて強調したいのは、ファッショングは平和の使者であり、自由のシンボルであり、文化のパロメーターであるということです。たとえばの話ですが、将来、平和に怠み疲れた人びとがひょっとして戦争を始めるかも分りません。そんなときかつての京都や奈良がその文化財ゆえに爆撃から免れたようになつショング都市としての神戸を先駆として日本の各都市がそれぞれの文化をつかつているとするなら、その香り高い文化ゆえに戦争に巻き込まれることはないと思うのです。ファッショングの花咲くところからは絶対に戦争は起こらないのです。ファッショングは平和の推進役です。

今、具体的に考えていることはポートアイランドに一大ファッショング街区をつくるということです。そこにさつきのべました一切を設置することによつて世界のファッショングは神戸からということを全世界に認識させることですね。物量を無尽蔵につくり出すことによってではなく、創造性を無尽蔵に發揮して個性をみがきファッショングのノーハウを生産していくことによつて生きる歓びを人類に贈りたいということです。

ファッション ビジネス論

飯田 守

〈リーベ社長〉



私達服飾品の業界が、数年前ファッショング産業という今日的な恰好いい名称になった時、私達は大企業にでもなつたような錯覚をおこし、えらくなつて、流行をリードし、モードを作り出す。教祖にでもなつたように、随分うぬぼれたものです。しかし冷静になって考えてみれば、本質的な変化が伴わなければ田舎紳士のたぐいでもの笑いの種です。当然私達業界は消費者からそっぽを向かれ、孤独な反省を迫られたわけです。業界内部においても消費者指向であるとか、ファッショングの本質論だとか、ファッショングビジネスのあり方だとか、いろいろと論議されました。

そこで私も私なりに結論を出したのですが、それは、"美しくなりたい欲望の充足"を売るのがファッショングビジネスではないかと、考えるにいたつたことです。私達は既製服を売っている時点では既製服という物自体を売る感覚で商売し、消費者もそれは防寒用であれ外出着であれ服自体を買っていたのです。しかし今日では、たんに、服を着る為に服を買う購買層は少なくなつて、より本質的にもつとつきめた意識のもとでの購買意欲が盛んになつてきていると思います。

したがつて私達もファッショングビジネスを指向する以上、購買者の求めている"服"そのものを売ることにより、"欲望"そのものを売ることに水平思考しなければならないわけです。このことはなにもファッショングビジネスの世界だけのものではなく、今後のあらゆるビジネスの基本的なものの考え方ではないかと思います。欲望が消費で充足される、だからその欲望を満足させる商品づくりを成し得ないビジネスは時代の片隅に置き忘れてゆくことでしょう。

ひるがえつて私達服飾業界は過去幾年幾十年の間、暗中模索、試行錯誤の繰返しの中に発展してきました。ファッショングビジネスとしてもまだ搖籃期にあります。鐘紡のファッショングアドバイザー、アルフレッド・K・タケモト氏はいみじくも「日本の服作りの過去は日本女性の体型のアラさがしに終始していた。しかしこれからの服作りは、欧米の服作りの基本がミロのビーナスにあるように、日本女性の体型の欠点が包み込まれ、美しい理想的な着こなしが出来る服作りをしなければならない。」と言われています。これであつて初めて本格的な服作り、本質的な服ができ上るのだと思います。美しいくなる欲望を服飾という媒体を通じて満足させる産業、それがファッショング産業であり、その意識に徹した時に、日本のファッショングビジネスも欧米に比肩するグローバルファッショングビジネスとなり得るものと信じます。

〈特集2〉 ファッション都市への道

ファッション 体験論

細川 数夫

〈ジャヴァ社長〉



昭和三十九年の創業以来のファッショングの移り変りのはげしさには目をみはるものがあります。

数年来の夢でもありました新社屋への移転も四十七年九月に実現し、現在の場所に我々若者のファッショングのメッカとして南欧風の白に青銅色を配したユニークな建物が完成いたしました。かえりみますればグラウスとニットからスタートした創業時より商品マーク数も増えトータルファッショングメークとしての業績もおかげさまで順調にのびてまいりましたが、今年の複雑な経済状況のもとでいかにJ A V Aとしての企業ポリシーを打出すかが今後の大きな課題であるような気がします。

ここ二、三年の動向をみてみると海外のファッショングに振り回される傾向がありますので今年はもつとシビアな眼でことに対処する必要があります。そういう意味から海外駐在員をおき、企画マンとかデザイナーの海外出張の際に現地にて情報の交換とか打合せなどができるシステムづくりにより適確な海外情報の注入を計り、それを基礎に市場へのアプローチをかけたいと思います。それと並行して内部態勢では、営業企画の一体化と、リーダーシップをとるスタッフが営業企画両面の能力を備えていることが絶対的必要条件だと思いますのでその方向性に基づいて組織固めを行なつております。また、神戸ファッショングも昨年洋秀会とK B Gの合同によりK F Aの誕生をみましたので得意先に対する呼込みはより強化されつつあると思いますが、ファッショングのメカとしての東京と比較した場合、企業秘といふこともありますがもつとオープンでなければいけません。そういう意味から我々の社屋の地下に、T E A • R O O M A N D S N A C K 〈J & B〉を各社のデザイナーの方とか営業及び企画担当者の交流の場として御利用いただければと思いOPENをいたしました。また、それに関連して消費者との会話の場である専門店の方も今は三宮と元町のビル街に集中しており、決った枠組にとらわれています。周辺部に目を向けて、もつと若者の夢とか楽しさをいっぱいにするようなショッピングやドリンキングなどのできるファッショングストリートを形成していただきたいと思います。商品内容も我々メーカーはもちろんのこと小売店サイドも、個性をいかした構成にしていかないと消費者自体がついてこないと思います。

さし当つて私どもはある意味での神戸ファッショングのオーソドックスな点を打破し、ファッショングの基本パターンをしつかり掘んだ上で、色々とバリエーションを与え、大きく今年は前進して行きたいと思います。

子供服と ファッション

坂野 悅子

〈ファミリア専務〉



船が世界の主な交通機関であった頃、神戸は横浜と並んで、わが国最大の西歐文化攝取の窓口でした。加えて瀬戸内海の温暖な気候と、京阪神の歴史的文化の基盤にはぐくまれて、神戸はわが国の新しい文化の特異な街として自他ともに認められておりました。

ところが戦後は航空機の発達と、東京への経済・文化の過度の集中から、神戸の地位が相対的に低下したことは否めない事実だと思います。このような背景の中、このたび神戸市自ら日本における「ファッション都市」をめざして活発な動きを示され、その一環としてKFAが結成されましたことは、神戸でベビー子供服関係のファッションの仕事を致しております私共にとりましても、まことに嬉しい限りでございます。

私はかねてより、アメリカのF・I・T工科大学のようなファッションビジネスの学校が日本にもできることを希望いたしておりましたが、これが各界のご協力でこの神戸に実際に誘致できましたら、これ程有意義なことはないと考えております。

さて、昨春歐州に参りましたとき、ベルギーのベビー子供服専門店ジユジヤルダンという会社をはからずも知ることができました。この会社のすばらしさは、小売の三原則である商品の質の高さ、ディスプレーの美しさ、接客のマナー等、すべてかねそなえていて、まさしく世界一の会社だと思います。この会社の首脳陣とお会いして、同社が子供に対する愛情の上にたった高い経営理念を持つ会社であることを知り、これこそ私共ファミリアが創業以来念願として参りました大切な原点であることを、再確認した次第でございます。

ベビー子供服の分野では、ファッション性そのものよりも、まず子供たちに対する愛情が先行し、そのあとに機能性とかファッション性が伴なうべきだと思います。婦人男子服の分野においても、うわすべりのファッションではなく、内容と理念のあるファッション企業が、この恵まれた神戸の土壤でどしどし育つことを希望してやみません。

(追記)

ジユジヤルダン社とファミリア提携により、来る三月末日より「ニューD・コーナー」が同社元町本店三階にオープンする予定。

神戸ファッション 未来論

竹馬準之助

〈竹馬産業株社長 商工会議所副会頭〉



ファッションという言葉は昔はなかった。流行の尖端とでもいうか、センスのある新しい、また今までに見受けられなかつたもの、当時のいわゆるハイカラさんが好んで身につけたもの、それが神戸にあつた。神戸洋服といふ名称もいまだに残つてゐる。全国で初めてスズラン灯のついた元町、異国情諸豊かなトアロードなど、まさに神戸は、今でいうファッションの町であり、同時にその育つ、それにマッチした港町でもあり、ファッションの町にするには、十分素質があり、要素を多分に持つてゐるのである。

先般、会議所会頭の砂野さんから突如として、神戸を世界ファッションの町にしようではないか、という提案がなされた。これは、昨年ヨーロッパ旅行の際、ブリュッセルの世界見本市に行かれた時、その伝統と国際的な雰囲気に、余程感銘を受けられたせいだと思う。この見本市は、八百年の由緒ある歴史をもち、世界に君臨する大見本市である。しかし、あくまで見本市であつて、商取引の場である。これに引換え、この度の構想は、更にファッションを加えて、新しい型の、東洋に於ける一大展示場を設置し、世界の人を集めようとするものである。我が神戸に、日本人は勿論、世界の人々が集まるのは町の繁栄はもとより、神戸の名を全世界に認識して頂く最短距離である。

先の万博会場問題の時点では、神戸に海を利用した第二会場設置の案もあつたが、お流れになつた。国際港都の看板は、ただたんなる名称で、実はそれらしきものは殆んど何もない。海運時代から航空機時代に變つたといふだけでは、すまされぬ問題である。

今、神戸の現状を見ると、この度の提案は、全くタイミングのよい、正に名案であるといわねばならない。この際、当会議所として、前向きに取組み早急にこれの実現に、邁進すべきだと考えている。しかしながら、会議所だけはどうにもならない。県、市の強力な援護はもとより、これに関連ある業者、文化人、マスコミ、市民ぐるみの協力がなければならぬことはいうまでもない。幸いなことに、この構想の一部が、発表になつたとたん、驚く程の反響を呼んでゐる。

私の方でもむしろ戸惑い、具体的にいまだ白紙の今日、皆様方へご回答のできる何もないのが現状である。ただ先日、この件につき、県、市、地元の文化人、マスコミ、ファッション業界の方々と、会議所の関係者で、初の会合を持つたが、結果として皆さん一様に大賛成で協力を惜しまないお約束を頂いた。盛り上り十分である。建設中の文化会館も、落成間近になり、更にファッションの殿堂がこれに統けば、文化の不毛の地と言われた当市に、その汚名返上の時代がくるのも、そう遠くないと確信している。

飛行船

諸岡 博 熊

（阪神外貿埠頭公團工務部長）

戦後二回目の飛行船が神戸の空に浮かび話題を呼んだ。日本ツエベリンククラブ会長、岡本太郎画伯の手になるデザインも見事な“飛行船野郎”が空の文化を楽しませてくれた。

この飛行船は軟式飛行船といい全長五六メートル、最大直径一

四、二五メートル、収容人員八名（含パイロット）、エンジン二〇馬力二基、最大速力九五キロ毎時、巡航速力六五キロ毎時、航続時間二〇時間、実用上昇限度三、〇〇〇メートルという小型である。（ちなみに、一九二七年世界一周の途次日本に立ち寄ったツエベ

西ドイツから輸入したこの飛行船の組立工場として、ポートアイランドのなかに、空気圧を利用して膜面構造（テンントの一種）— 直径二十五メートル、長さ九〇メートル、内圧一・〇〇二気圧で張られたものは、万国博でおなじみのものである。

× × ×

× × ×

× × ×

上昇、下降の際は、エンベロープ（ガス袋）内のバロネット（空気房）が使用される。エンベロープ内に二個のバロネットがあり、推進用のプロペラ後流を利用して、外気を一定の圧で送り込む。すると、エンベロープ内のヘリウムガスが前後に移動するとき、水平尾翼を操作して姿勢を制御するシステムである。上昇のときは、図（一）のように、後部バロネットに空気を押し込み、ヘリウムを前方方に圧迫すると

同時に昇降舵を上げる。前部のバロネットの空気は、バルブから外へ押し出される。水平飛行のときは、前後のバロネットを平衡に保つて、下降のときは、前部バロネットに空気を押し込みヘリウムを後の方に圧迫すると船尾が軽くなり船体が下向く。同時に昇降舵を下げる。後部バロネットの空気は、バルブから外に押し出され

り、船首は軽くなり、船体が上向く。リエン伯号LZ・一二七号は、全長二三五・五メートル、最大直径三

〇・五メートル、乗員四〇名、旅客五名で、二〇日と三時間十七分で世界一周新記録を樹立した硬式飛行船である。

西ドイツから輸入したこの飛行船の組立工場として、ポートアイ

ラントのなかに、空気圧を利用して膜面構造（テンントの一種）— 直径二十五メートル、長さ九〇メートル、内圧一・〇〇二気圧で張られたものは、万国博でおなじみのものである。

船首は軽くなり、船体が上向く。同時に昇降舵を上げる。前部のバロネットの空気は、バルブから外へ押し出される。水平飛行のときは、前後のバロネットを平衡に保つて、下降のときは、前部バロ

ネットに空気を押し込みヘリウムを後の方に圧迫すると船尾が軽くなり船体が下向く。同時に昇降舵を下げる。後部バロネットの空気は、バルブから外に押し出され

り、船首は軽くなり、船体が上向く。リエン伯号LZ・一二七号は、全長二三五・五メートル、最大直径三

〇・五メートル、乗員四〇名、旅客五名で、二〇日と三時間十七分で世界一周新記録を樹立した硬式飛行船である。

西ドイツから輸入したこの飛行船の組立工場として、ポートアイ

ラントのなかに、空気圧を利用して膜面構造（テンントの一種）— 直径二十五メートル、長さ九〇メートル、内圧一・〇〇二気圧で張られたものは、万国博でおなじみのものである。

× × ×

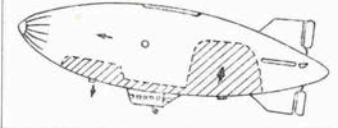
× × ×

× × ×

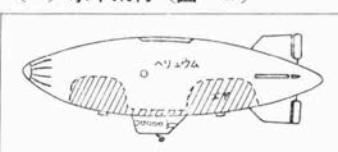
無公害性と危険な水素ガスに代るヘリウム使用による比類のない安全性など世界各國での汎用性が着目されている。とくに、一般航空機と異なつて、二十時間に及ぶ航続。キャビン内が静かで、始んど振動がない。視界が広い。運航効率が高い。飛行場外で離着陸できることなど、その特性をかぞえ上げれば多様である。最大の利点は安全性であつて、一九三七年、ニュージャージー州レークハーパー空港にて爆発墜落したヒンデンブルグ号の惨事の記憶が人々にその安全性を認めさせないでいる。

—それは、船体に滲電した静電気の放電スパークによるもので、現在の航空機には全て放電索がついていてその危険はない。

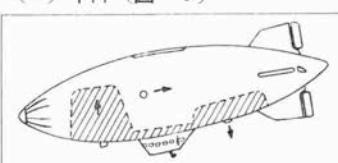
(a) 上昇（図-1）



(b) 水平飛行（図-2）



(c) 下降（図-3）



リエン伯号LZ・一二七号は、全長二三五・五メートル、最大直径三〇・五メートル、乗員四〇名、旅客五名で、二〇日と三時間十七分で世界一周新記録を樹立した硬式飛行船である。

佐本歯科

幼児歯科・小児歯科

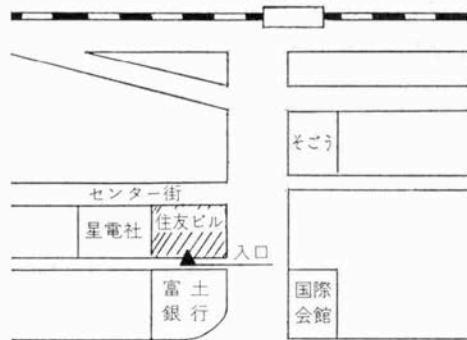
診察時間（予約制）

A.M. 9:00—P.M. 1:00 (受付 12:00まで)
P.M. 2:00—P.M. 6:00 (受付 5:00まで)
(土曜・木曜は午前中)

そごう前センター街東角・さんちか入口
住友銀行三宮ビル6階

TEL (078) 331-6302～3

国鉄三宮駅



〒650 生田区加納町 5丁目39

こんにちは赤ちゃん



芦屋市精道町／村山公敏君

(元タイガース監督次男)

完全看護★冷暖房完備★病院前駐車可能

芦屋 柿沼産婦人科

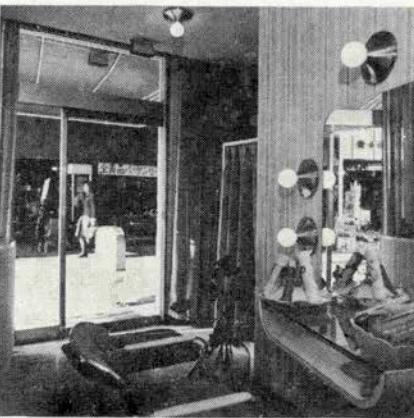


芦屋市大木町1番18号
国道芦屋川電停東50米(明治生命南)
☎ 芦屋 (0797) 31-1234 代表

ナショナル自動扉が神戸の街で活躍しています！



●うたのある喫茶“ボエム”



●ムーディなビューティサロン“キミ”

ナショナル自動扉はリースも御利用いただけます

お店のおもてはお店のお顔
ナショナル自動扉であなたのお店もヘンシー！



お問合せ

修理は

松下電工代理店

ステンレス工業株式会社

(331) 8825(代)

みがきぬかれ、選びつくされたヨーロピアンコレクションの香りの高さが、あなたをリリカルなロマンにさそうでしょう。

Lyrical European



SERIZAWA

本店 神戸市生田区三宮町 3-18

I'm with you
My brother

吾らみな兄弟

Oh!



MEN'S WEAR **MERCURY**

神戸店 大丸前山側角 Tel(078)331-7857

大阪店 ミナミ地下街虹のまちボタン通り Tel(06)231-6158

晴れの日を飾る愛の花

シンコーフラワー



世界の主な都市へ
あなたのお花をお届けします。

株式会社 **シンコーフラワーセンター**

本店 三宮トア・ロード TEL 078 (331) 9221

オリエンタルホテル店 TEL 078 (331) 3337

神戸国際会館売場 TEL 078 (231) 2868

芦屋店 TEL 0797(31)1027 三越百貨店内 TEL 078(341)7471



嫁ぐあなたのための..... オリエンタルホテル

★ご披露宴 3,000円より

オリエンタルホテル

TEL 331-8111

六甲オリエンタルホテル

TEL 891-0333

ヤングアダルトに人気トロージャンJ

4月のインタビュアー／藤田真介さん・藤井章代さん



オリジナル紳士服
トロージャンJ 4Fをたずねて

トロージャンのアメリカンシルエットに新しくコンチネンタルシルエットを取り入れたニューパターン、ヤングアダルトに人気の集まる紳士服はトロージャンJのネーミングで発売されています。 左・藤井さん・藤田さん・杉之原さん



昭和48年秋増築完成図



DAIMARU, KOBE
電話 (078) 331-8121 (大代)

去年の秋に誕生以来、ヤングに人気の高い

トロージャン・Jのコーナー(4F)でショッピングデイト中のカップルと主任の杉之原良平さんのお話をうかがいました。ブレザールックのお二人は関西学院大学法学部二年生の藤田真介さんとクラスメイトの藤井章代さんです。

杉之原「いつもラフなものをお好みのようですがトロージャン・Jはいかがですか」

藤田「あまりスーツとの縁はなかったのです



フレッシュコーナーで前田さんのアドバイスを聞く

が、着心地がよくてこれからはバッヂリした
スーツの線でいこうかなと思ってるんです」

杉之原「Jはジャンプ、ジュネスのJで若さ
の表現なんです。シルエットはヨーロピアン
スタイルをとり、ハイウエストで絞り、肩も
ややあがり気味、若い方々にはぴったりです
よ。ダンスパーティーなんかの時にも」

藤井「フォーマルなムードもありますね」

藤田「僕はダンスよりマージャンバーで、
の方が多い……(笑) サイズの点では?」

杉之原「A体、Y体に大別され各体3号から

7号まで、豊富です。お値段もお求めいただ
きやすくなっています。それから、トロージ
ャンには縫製上四つのチエックポイントがあ
るんです。衿付け、肩入れ、脇ぐり、袖付け
を一点ごとに点検して、パスしたものを見信
をもっておすすめしているわけです」

藤井「そうした入念な仕立てのものをキリッ
と着こなしているのって素敵ですね」

藤田「ビジネスウェアはどんなのが選ばれ
ているんでしょうか」

杉之原「少し前まではダークスースがほとん
どだったんですか、近頃は初めての方でも割
合派手なチェックやストライプを求められる
ことが多いですよ。生活の大半を占めるビジネ
スウェアも変化してきているんですね。兵庫県
庁でも土曜日をノーネクタイの日に設
定されましたね」

藤田「そういうのって有難いですね」

藤井「今、ジーンズにセーターでキャンバス
を歩きまわっている人達がスーツを着てネク
タイをしめている姿って想像すると楽しくな
りますね」

藤田「かっこよく変身するわけだよね」

杉之原「神戸のヤングはおしゃれ上手ですね。
配色など他の都市に比べてもぐっとうまいで
すよ」

藤井「外人が多いことが影響しているんじ
ょうか。関学でも大阪よりは神戸へ遊びにく
る人の方が多いようです」

藤田「阪急に乗っても神戸線はカラフルで樂
しいですよね」

杉之原「男性諸氏も明るいカラーが豊富なト
ロージャン・Jで女性に負けずにやつて下さ
い」