

□神戸経営研修会レポート

# ぬるま湯 経営から

## オーソドックス企業へ

角南猛・野澤太一郎両社長にきく

先頃、「神戸経営研修会」が発足した。これは在神中堅企業の若手経営者らが中心となって設立したものが、発起人でもある角南猛夫・角南商事(株)社長、野澤太一郎・(株)ノザワ社長の両氏にその間の経緯や今後の方針などについて話を伺った。

神戸には従来、造船・鉄鋼の大企業のほかに、ダイエーや灘神戸生協のようなユニークな企業、あるいは協同組合が発生し繁栄してきた。

ところが、背後地が恵まれないことと、近年とみに問題となっている公害などのため、大企業はより立地条件のいいところへの脱出を余儀なくされているのが現状である。

そこで、今後の神戸経済は、神戸市あるいは、商工会議所によってファッション都市構想が出されているように、大企業依存から中堅企業による知識集約型産業へと経済構造の変革が要求されている。

一方、神戸経済の一つの特質として、東京や大阪のような企業間の熾烈な生存競争がないし、それを乗りこえる雑草のようなバイタリティーがない、いわば、のどかさ指摘できよう。

これは、神戸の自然環境の良さも一因であると思うが代々神戸に根づいた企業の多くは、いわば、オーナー経営であり、横のつながりにしても経済界のロビー、親睦的な会が多かった。

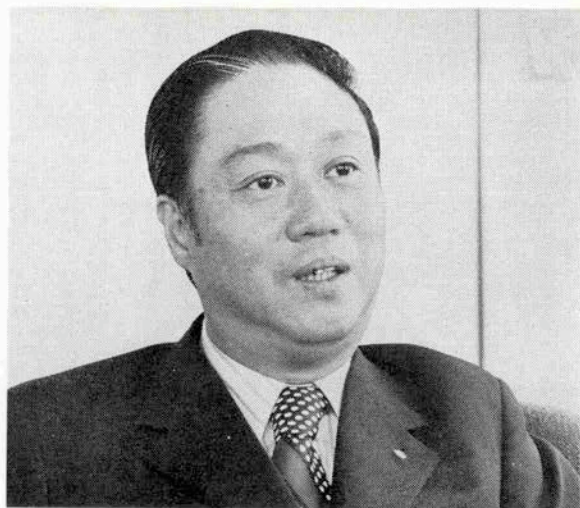
しかし、今後は、今までのような手法では到底生きられないという経営者としての危機感がある。

こういう背景があつて、本式の経営を勉強する必要性から昨年の夏に会設立の話が起り、角南・野澤両社長と、玉井新吉・神戸船渠工業(株)社長の三氏が世話人となつて、この四月発足した。

会の目的は、これまでのように同族会社ということでは経営が安易に流れていたことを反省し、社会が要請する企業、いわば、オーソドックスな企業への脱皮を目指す賃金問題、技術開発、人材確保など中堅企業のかかえる各種の問題点をお互いに研究し合おうというものである。

メンバーは、資本金、従業員数、売上高が一定の水準に達しており、五十歳までの若手経営者であることが条件となっている。

業種も、貿易・機械・建設・造船・自動車・倉庫・二



角南 猛夫さん



野澤 太一さん

ットウェア・洋菓子など多彩であり、その理由は、同業種だと同じ発想をしがちであり、また、お互いに警戒心もあるが、異業種だと、アイディアエクスチェンジが十分に行なえ、当面する問題についても忌憚のない意見の交換ができるということである。

メンバーに共通しているのは、企業を取りまく厳しい環境は、今までのオーナー経営や、旧態依然たる発想では難局を乗り切れない、若手を中心となつて、いかにして、社会の要請する企業となるか、しかも、発展を続けて行くかということである。いわば、企業を社会の「公器」とする認識である。

今後はメンバーを三十名ほどまで増やし、年に三回ぐらい講師を招いたり、お互いの企業を研究し、アイディアエクスチェンジを通じて、よりよき経営者づくりに取り組んで行くことになっている。

★神戸経営研修会メンバー

上島達司・上島珈琲株式会社本社々長  
岡崎藤雄・内外ゴム株式会社々長  
川西章二・川西倉庫株式会社々長  
小林博司・小林桂株式会社専務  
白川 寛・株式会社お菓子のコトブキ社長  
角南猛夫・角南商事株式会社々長  
瀧川博司・兵庫トヨタ自動車株式会社専務  
竹田剛男・関西貿易株式会社々長  
玉井新吉・神戸船渠工業株式会社々長  
寺本 滉・株式会社淡路屋専務  
東中弘吉・株式会社ベル社長  
西川 実・株式会社大阪西川副社長  
野澤太一・株式会社ノザワ社長  
畑崎広敏・株式会社ワールド社長  
浜根義和・尾道造船常務

## 経済ポケット ジャーナル



### ★「労働大学校」「中央労働センター」設立の運び

かつての高度成長経済から一転して低成長を余儀なくされている経済界において、新たな労使関係の確立を——との目的でこのほど「労働大学校」の発足が決った。これは神戸商工会議所と兵庫県経営者協会が共同で設立したもので、当面の予定として八、九月に中小企業の経営者を対象とした基礎講座、秋には各企業実務者を対象とした実務講座の二講座が予定されている。各講座は定員五十名程度で、来年からは講座を常設し、週二回、一日四時間計十回、四十時間を予定している。各講座の講師には大学教授、経済評論家、第一線の企業マンなどを招く。一方、兵庫県は「兵庫中央労働センター」を建設することになった。これは勤労者の福利向上を目指したもので、兵庫県神戸財務事務所跡(生田区下山手通)

に建てられる。六月中旬から工事に取っかかっている。来年十一月オープン予定。同センターは鉄筋コンクリート地上五階、地下一階で延べ面積七、二六四平方メートル。工費は一四億円をかけ、勤労者が幅広く利用できる総合施設となる予定。

### ★ラジオ関の社長に升田氏

このほど(株)ラジオ関西(本社・須磨区)の新会長、社長が決定した。これは五月三十日の定時株主総会及び取締役会において選任され就任したものである。取締役会長／青木 啓氏(昇任)、代表取締役社長／升田武雄氏(昇任)



升田武雄社長

### ★ブランシェールが

LOUの国内総代理店に  
白と黒のシックなデイス

### ★KOBEOフィスレディ★



河野久美子(垂水区)  
株式会社ワールド営業部

口数の少ないおとなしいお嬢さん。仕事も地道にコツコツとやる。社内での評判もなかなかのもので「こんな女性を嫁さんにした男性は幸せだろうねえ」とは、ある男子社員の弁。好きにきいては、なんでも食べるそうだが、そのわりにはスマートなこと。のんびりとした性格で、結婚のことは「マダマダ」今一番やりたいことは「ひとりで何も考えずに旅行したい」のだそうだ。



シルエットの美しいLouのファンデーション

プレイでおなじみのブランシェール(市役所裏・壹三九一四一六八)がフランスのファンデーションメーカーLOUの国内総代理店になりました。ファンデーションから始まる本物のオシャレを楽しむ女性にはうししいニュース。

★ケミカル界の新しい動き  
河野護謨工業株式会社(本社・長田区、河野忠博社長)はケミカルシューズのトップメーカーとして知



河野忠博社長

的に進出することになったことで販売は十月の予定。一方、今月上旬、明石市追手町に直営小売店「セリカ」(店舗面積二七四平方メートル)を出店する。この業界ではメーカーが直接小売店経営をするのは珍しいが、消費者の動向を直接フィードバックできるなど利点も多く、今後の動きが注目される。

られていたが最近二つの新機軸を打ち出した。

一つはキムラタン株式会社(本社・生田区木村杉社長)と提携して幼児(一、三歳児)向けの靴を製造し、ベビー靴の分野に本格



MAKE UP WITH ROYAL  
ドライバーは  
HOYAの  
サンドライブを!

メタルフレームに入れると視野が  
広くなり大変好調です。



 神戸眼鏡院

元町店・元町3丁目 ☎(321)1212代表

三宮店・さんちかタウン ☎(391)1874~5

元町店は毎水曜日がお休みです

三宮店は第2、第3水曜日がお休みです



三宮店(元町大丸前)

装いも新たに三宮店がオープンいたしました。お気軽にご利用下さいませ。



本	店	三宮生田神社前	TEL(331)1694
三	宮	店 元町大丸前	TEL(331)2101
さん	さ	か店 三宮地下街スウィーツタウン内	TEL(391)3539

□連載ずいそう□

# 『神戸の女は日本一』

なんでかいうたらその1

華房 良輔(放送作家)

え・貝原 六一

ぼくは神戸の町が好きで、街の中を歩いてるだけで楽しいのです。これは、ここだけの話だけれど、サンTVの『ひょうごナウ』という番組にレギュラー出演することになったのも、週に一・二回は神戸に行ける、というただそれだけの理由でOKしたようなものでして。

神戸が好き、というのは、目の前に静かなチヌの海があり、港にオフネがあり、ふりかえれば六甲の山の緑が目映えて——とか、街全体にエキゾチックなムードがあふれ、食べものはうまくてバラエティーに富み——とか。実はこれ、うわべの理由。

本当は、女です。いえ、神戸に二号がいるとか好きな彼女がいるとかではなく、神戸の女性、すべてがよろしいのですな。

口はばったいい方を許してもらえば、神戸の女はみんな魅力的で、全部が惚れた彼女(お婆さんはのけといて)というあんばいでして。

惚れた女を、アバタもエクボ的になるかもわかりませんが、多少科学的に褒めちぎらせてもらいます。

ぼくは商売柄、日本国中を旅して歩いたけれど神戸ほど、女が美しい土地は他にないのでは——と思うのだ。

たしかに秋田や新潟には、はっとするような美人がいっぱいしゃるけれど、神戸のそれは全体のレベルが高い。そして、神戸の女性はプロポーションがよくて、センスがずばぬけてよろしい。

なぜ神戸女の容姿が秀でているのか、その考察



Roll'u. 11

は後日、述べることにして、本日は神戸女の服装のセンスの良さを讃えたい。

おなじ関西女といっても、京都、大阪、神戸とそれぞれに気質の違いはあるようで、したがって若い女性の感覚も、神戸の娘は、京大阪との差異をはっきり示している。

具体的に神戸っ子が、どんなセンスの持主であるかを見きわめるのは難しいけれど、京阪神にそれぞれ店をかまえている某洋装店の主人の言によれば、流行に一番飛びつきやすいのは、京都の娘なんだそう。

飢えたダボハゼの如く、新しいファッションを見ると目の色を変えて飛びつのが京都。

大阪は、流行の服を横目でじっと見る。そして買わない。その流行が定着して、長つづきしそうだとかかるまで、じっと辛棒するのだ。魚でいえばカレイかヒラメなみ。安全だとわかればババツと喰らいつく。

ところが、神戸のお嬢さん方は、はじめから流行を意識しない。あくまで自分の好みにあったものの自分に似合うと思われるものを選ぶ。それが流行の先端であろうが流行おくれであろうが、個性にあったものを吟味した上でお求めになるのだ。なんと立派ではありませんか。

別の見方をすれば、京都の女は形で服を買い、大阪の女は素材と値段で服を買い、神戸のお嬢さんは色と柄に留意してらっしゃる。これ、センスの問題である。

うず巻ルックとやらが流行ったときも、京都では、これが街にあふれた。大阪でもオッチョコチヨイが身につけた。しかし、神戸の街では、かたつむりのスカートをほとんど見かけなかったよう

である。

なぜ、神戸の女は、かくまでにセンスがよろしいのか。

神戸は早くから外国人の居留地として発展した町だから、神戸っ子は斬新な感覚を取得しやすい条件をもっていた——というのは常識的な答え。

しかし、神戸女のセンスの良さは、外国を指向したものではない。たしかに港町の風土から産まれたものではあるが、神戸っ子の、自己を確立した自由人気質によるところが大きいのではあるまいか。流行にふりまわされない個人としての誇りである。

「おしゃれ」には二つの要因がある。他人に少しでも良く思ってもらおうとか、自分を目立たせようという自己顕示性と、もうひとつは自分自身が楽しむという場合で、前者が露呈趣味とすれば、後者は自己愛趣味の傾向が強い。

神戸女のおしゃれは、どちらかといえば後者のほうで、他人の目をそれほど意識せず、自分でおしゃれを楽しもうとするところにある。「遊び」なのだ。心のゆとりがある。だから、京女のように目を血走らせたおしゃれをしないで、ゆつくりセンスを磨くことができるのである。

ミニでも、マキシでも、パンタロンでも、ジーンズでも、神戸の女は完全に自分のものにしていく。神戸の女性、ほくは好きです。



輔 良 房 華  
すけ りょう ふさ け



## ★座談会

神戸百貨店会メンバーによる

誇りをもった  
神戸の専門店にSHOPPING  
特集①KOBE

## □出席者

ゲスト 安藤 忠雄 〈建築家〉

佐藤 昭年 〈㈱オネミヤ取締役部長〉

小林 新二 〈元町バザー社長〉

芹沢 利雄 〈セリザワ社長〉

永田良一郎 〈永田良介家具店社長〉

松宮 隆男 〈モロゾフ取締役営業部長〉



佐藤 昭年さん



松宮 隆男さん

小林 新二さん

★商品を大切に考えた店づくり

小林 ショッピングの場として、私たちが参考にするのは、日本ではせいぜい六本木、原宿といった新しい町ですが、それも、外国の店を真似た店が多いですね。それなら外国へ行って外国の町を見たい方いいと思って、年2回は行くんですが、ウインドーのディスプレイが違うなあ、と感じますね。

パリのウインドーというのは二通りあって、一つは非常に変化を富ませて飾ってあるのと、もう一つは十年一日のごく店の個性でウインドーを作りあげている。ところが東京の店は、いかにして人を集めるか、と奇抜で技巧ばかりが先にたっているんですね。やたら商品をヒモでぶら下げている。ネクタイが羽をはやしたような格好で飛んでいたります。あれは商品を買わせるための飾りつけではないですね。

サントノレのウインドーを見て歩いてても、そう驚くようなテクニックで飾ってある店はないですね。しつくりと、いつ通って見ても、あ、この店はグッチだ、とわかるような陳列の仕方です。

芹沢 奇をてらった、ファッションかぶれとしか思えないものは、結局長続きしませんね。いつ見て

も飽きない、いいものはベージッ  
クで、オーソドックスな、本格的  
なものです。神戸は、わりとそ  
ういったウインドーが多いと思  
うんですが。

それだけ神戸には本格的な商品  
がそろっているということで、お  
客さまにも本物を見かける目が備  
わっているということでしょう。  
東京や大阪から、どんな店が進出  
してこようとビックともしない、オ  
リジナリティが商品にあると自負  
しています。

永田 ウチは私で四代目の家具屋  
ですが、店内装飾やそのあとのデ  
イスブレイも手がけることがあつ  
て、その時は、あんまり商品を置  
きなさんな、というんですよ。商  
品が少ない店の方が成功している  
と思います。並べすぎると、か  
えって店の感じがでてこない。

何といっても神戸の専門店  
は、店の商品に自信をもっているこ  
とが強いですよ。ウチは自分のとこ  
ろで作り、それを売っていますが  
どうしてもトラディショナルなも  
のが根強いです。それが店の個  
性を出すことにもつながるみたい  
ですね。

松宮 我々お菓子屋というのは、  
そういう意味で反省すべき点が多  
いですね。食べものだから、まず  
おいしくなければいけない、より  
すぐれた原料で衛生的に作られ



安藤 忠雄さん



永田良一郎さん



菅沢 利雄さん

ていて、できあがった商品がきれ  
いで、おいしそうでないとけな  
い。それが基本なんです。ここ  
のところパッケージに凝ったり、  
店のウインドーもお菓子屋らしく  
ない、ファッショントカ称して  
少し行き過ぎの点があるんじゃない

いか、と反省しています。

百貨店の名店街へ行っても、食  
べものというより、まるでプラス  
チックと缶とホイールとセロファン  
を売っている感じです。ちつとも  
おいしさというものが匂ってこ  
ない。おいしそうな商品売るとい  
うことを、考えないといけないで  
すね。

小林 ハンブルグで私がいつも寄  
るおいしいお菓子屋は、バラ売り  
専門なんです。贈りものにしたけ  
れば、別に箱を二マルク出して買  
う。これは合理的ですよ。日本み  
たいに全部箱詰めじゃない。

松宮 若い人たちは、その非合理  
性みたいなものに気がついて、ゴ  
テゴテパッケージされたものは売  
れなくなっていると聞きます。

★売り手と買い手の対話の中から

松宮 ただどうなんでしょうね。

ここ数年、人間らしさを考えよう  
というんで、ショッピング街に川  
を流したり、広場を作ったりしま  
すね。だけど、しょせん、それも  
人を集めて大衆操作しようとい  
うことが見えてしかたない。これ  
は本当はいけないうんじやないか  
と思うんだけど、我々自身、思い  
あたらないでもないです。

佐藤 みんな、最近舞台ウラを  
知ってるから、シラケてしまうん



ですね。

安藤 神戸が10年くらい前には、

もっと楽しい町じゃなかったかと思うのは、店で働く人たちが、も

っとイキイキと働いていたようにそれは買う人にまで伝わってきたから。今、他の町と同じで、

つまらなくなったのは、働いている人が仕方なく働いているという感じで、その差だと思っています。

客が買物して楽しいというのは、ディスプレイもあるけれど、

いちばんは人間と人間の関係でしょう。働く人がどれだけ自分の仕事にプロフェッショナルな意識を

もつかどうか、これは町の規模が大きくなれば、だんだん稀薄になるんですね。

永田 もう若い店員に店員教育が

できなくなったように、昔のような雇用関係はなくなった、と考えるといしかたないですね。

小林 販売は、年季の入った人が権威をもって売らなきゃいけない、となったことでしょう。

「あなたはこの服に、このネクタイが合いますよ」というアドバイスできる、販売能力のある人が販売にたないとダメです。

永田 オヤジからよく言われましたが、お客さんの家へ行っても表門から入れ。裏口から御用聞きみたいに行くな、と。家具のコンサルタントとして行くんだから

専門店という以上、それだけの知識とプライドをもつことですよ。

佐藤 若い店員さんともよく話をするんですが、感じることは、な

りきっていないということですね。アマチュアなんですよ。妙に

革新的な教育を受けたせいか、商売に後ろめたさを持つてゐるんです。

安藤 それは働く側だけの問題ではなくて、半分は働かせる側の責

任でもあると思うんです。とくに神戸は大きすぎない、ちょうどヒ

ューマンスケールの町だから、そういう問題も、ち密につめてい

けると思うんですが。都市のイメージも、いろんなところからで

上がっていくものだから。

# ★アウト・ドアの生活を生かそう

永田 神戸のファッション都市と

いうのも、中心になるのは我々百貨店のメンバーだと自負している

んですが……。神戸の町はミラノ式な生産都市というより、ファッ

ションナブルな町、ファッショナブルな商品が買える町ということで進めると思うんです。

今の三宮の市街地計画というのは、新しいビルを店で埋めるには

他の町から店を呼んでこないと当然ダメでしょう。すると、神戸らしさってのはいったいナンやろう

ということですね。

神戸のいいところは、ゴミゴミしていない、まだのんびりショッピングを楽しめるということでは

ょう。花時計から大丸前までの歩道を広くして、歩きやすい、ゆっ

くり買物できる通りにしようという計画を進めているんですが、ファッ

ション都市を名のるにふさわしい町づくり、店づくりを思うからで

す。

芹沢 清潔で、山と海と坂があつて、人間が住む環境が残っている

のが神戸だと思っています。最近アメリカを訪れて、今まで非常に機

能一点ばりの町の印象があつたのに、今度は逆に情熱性を取りもど

してきたように感じましたね。神戸もそうなればと期待しているん

ですが。

松宮 最近の市街地の高層ビルは

いちばんに地価がべらぼうに高いという経済性の問題があつて、や

むをえない点があるんですね。といって全くお手上げということは

ないんで、店と町の個性を創ることと、経済性の問題とをうまく調

和させたブランニングがやれるはずだと思えますが。現状は、もう

画一的で機能ばかり追っつけたものですけれど。

安藤 おとしからポートアイランドにおけるファッション街区づくりを浜野安宏さんと共同でや

っているんですが、神戸の町のあり方、商店街のあり方といったことをいろいろ考えました。

たとえば神戸は東京大阪と違う特色をいろいろ持ちながら、それを生かそうとしないで、東京大阪と同じように科学技術的な、経済的な都市空間を作ってしまったている。今に神戸も他の大きな町と変わらなくなるんじゃないかという危機を感じます。

ファッションは家具も衣服も含めた生活全体のことだし、町もそうだし、新しい生活のしかたのことをファッションだと考えているわけです。そういう意味でも、ファッショナブルな生活のできる町からだんだん遠のいていくんじゃないかと心配ですね。大阪のように大地下街の空間でしかショッピングできないっていうんでなく、神戸にはアウトドアライフ、外で生活する楽しみをもう少し大切に守っていくことを考えないとね。

いちばん神戸らしい通りだったトアロードも、ここ5年くらいの間はずいぶんむしばまれてしまったて、もう神戸の良さがなくなってきたつありますよ。今のうちに何らかの形で手を打っていかないと取りかえしのつかないことになるんじゃないですか。

永田 商店街のアーケードを全部取り払ってしまえ、というんです。

アーケードより色とりどりの日覆いにするとか、町のあちこちにベンチを置き、花壇を作り、彫刻があるという、うるおいのある町を作りたいと考えています。市にも事あるごとにそういつているんだが。町はもつと独自に個性を持つべきですよ。そのためには、店がそれぞれの商品に個性を持たなければいけないし、それが集積されて、商店街の個性もできあがるんです。

小林 神戸の町の個性は、やはり専門店が持つべきですね。東京だと、何んでもあらゆる商品が置いてあって、コーディネートされた店がよく売れるんですが、神戸にはまだ万年筆だけ、婦人帽だけ、ネクタイだけを売る店が残っていますからね。坪数は少なくても、ファッショナブルな商品を売る店があるということですね。

佐藤 町で商品を誰が買うかということでですね。町によって消費のくせ、パターンのようなものがある。神戸みたいに、ゆったりした場で本格的な商品を求めるというのも一つのパターンであるし、原宿のように、軽い買い方、一見軽薄なものが逆におもしろいというので売れるというのもパターンだし、それぞれ違うということですね。

休みの日にデパートを見て回っ

て売り方、買われ方の違いを比較しているんですが、ずいぶん違うなあということを実感しますね。

買いものの気分のパターンを考えると、この町ではどうあるべきか、あるいはどういう層に対してどういうアピールをするべきか、ということを正確に出すことが、いろんな人たちにアピールする町づくりということになるんじゃないでしょうか。たとえば本格派ばかりで統一してしまってもまずいと思います。

#### ★我々専門店もさらに本腰入れて

松宮 今市がやっているファッション市民大学は、内容が少しはく然と大きすぎるように思うんですが。もつと絞って、たとえば縫い子さんとか、デザインをキチッと描ける技術者が実際に不足している、お菓子屋にも手で作る技術者がいない、そういう職人を養成する学校にした方が実際的です。

小林 手芸高校だとか、彫金、染ものを教える高校、ものを育て、ものを作る職人学校が必要だと思いますね。

永田 市の手を離れて、それぞれの業者業界が本腰を入れて自分たちでやろうという時に初めて、神戸にファッションが根づくんでしようね。

〈竹葉亭にて〉

# 暑い中お見舞い 申し上げます

1975年 盛夏



え・山本文彦

★紳士服飾

西川

西川 幸利

トア・ロード ☎ 391-1433

大阪・朝日新聞ビル ☎ (06) 222-0788

★服飾雑貨

エスターニュートン

奥川 梅子

トア・ロード ☎ 331-1818

★画材・額縁

末積製額

末積 良之助

トア・ロード ☎ 331-1309

★バッヂ／旗／カップ

……そして記念品

平山商会

平山 正博

神戸駅前 ☎ 351-1551

★欧風家具・婚礼家具

永田良介商店

永田 良一郎

大丸前 ☎ 391-3737





★KOBÉ HIGH CLASS SHOPS GROUP

# 神戸百店会

神戸のユニークな専門店でお買いものを！



★店舗・住宅の

トータル・インテリア

入船株式会社

小泉 進吉

阪神新在家 駅南 ☎ 851-3191

★飴菓子

雁治郎飴本舗

森田 清

神戸駅前 ☎ 341-1242

★フランス菓子・フランスパン

ドンク

藤井 幸男

三宮センター街 ☎ 391-5481

★テヨコレート／喫茶

モロゾフ

葛野 友太郎

センター街店 ☎ 391-8718  
さんちか店 ☎ 391-2146

★料亭

松の家

鶴殿 禮栄

花隈 ☎ 371-1921-3

# SHOPPING 特集②KOBE

## □出席者

- ゲスト 今井 八江 〈デザイナー、在モントリオール〉  
森本 泰好 〈神戸地下街(株)常務、KFK顧問〉  
坂野 通夫 〈榊ファミリア社長、KFK理事長〉  
山田 六郎 〈榊ウィンザー社長、KFK副理事長〉  
松谷富士男 〈榊ベニヤ社長、KFK副理事長〉



坂野 通夫さん



森本 泰好さん

坂野 去年の六月頃からKFK結成の話がありまして、本当に結成してやって行こうとなったのが十二月でした。年末から年初にかけて、会員もかなり決って来て、四、五月で殆んどの方がラインアップされたという状況です。

松谷 ファッション都市神戸という神戸市長の発想の下で、われわれ小売業界もまとまりをつけて行かねばならないんですが、小売屋さんというのは、一匹狼みたいで仲々まとまりが難しいわけですね。ですから、そういうものをつくりたいという気持ちはあったんですけども現実の問題としては仲々まとまりがつかないしかし、タイミングとしてはリミットが来ている。早くやらなければならぬということととにかくメンバーを先に揃えて発足しようとして、これから何をやるかという問題についてはまだまだ研究しなければならぬ段階ですね。

森本 神戸をファッション都市にしようという動きが始めて三年目に入っているわけでしょう。これから新しい展開がないと困るわけですね。それと、ファッションビジネスの第一線といえますか、

# 神戸の商店街は まちの顔

★座談会  
〈K・F・K〉  
神戸婦人子供服小売商組合メンバーによる



今井 八江さん

★一貫性のできたファッション界

消費者と直接つながるところは小売ですね。ファッションは、つくる方、売る方、買う方の三者の相乗効果でできて行くものなのに、消費者と一番つながる小売の組織化が仲々難しかった。それが三年目というところでやっとできたわけで、非常にいいタイミングなんですね。

坂野 私は何度かニューヨークへ行きましたが、向こうの卸屋さんとかメーカーから、日本には小売の組合的な組織がないのじゃないか、どうしてつくらないのか、将来はこれが流通の過程において大きなウェイトを占めるのにないから各個撃破されている、ということと聞きまして、そうなるのかなあ……と思っていましたらKFA

(神戸ファッション協同組合)ができたし、それにKFKがついて行くという格好になって非常に喜んでるんです。今井さん、外からご覧になって神戸はどうですか。今井 最近行ってみた東京は個性がないんですね。みんな同じファッションになってたんですね。神戸だとバラエティに富んでいて、向こうにいるのと同じ感じが変わらなかったのでも安心しました。

山田 業者のなかでもこれではいかん、もう少し同業者が力を合わせて消費者に喜んでもらうりっぱな神戸ファッションをつくり、認



山田 六郎さん



松谷 富士男さん

識してもらうために組織化しなければならぬとの考えが強くなって来たわけですね。今までなかったのは何故かというと、同業者同士、それも隣近所という心から打ち明けて話し合えない妙な感情があるんですね。しかし、そういうことをいう時代は過ぎて、これからは本当に手を取り合って、神戸は昔からファッションのイメージのある町でしょう、だから、それを大いに生かして頑張らないかんのじゃないかという気持ちが出て来ておるときにKFKをつくろうという話があったわけで、ス

ムーズにできたわけですね。

森本 小売って、いつてみれば川下になるでしょうが、川下のところで組織化ができ、川上のところでも神戸経済同友会のファッション特別委員会が平行してできた。だから、神戸の財界が、ファッション産業の問題じゃなしに、神戸の地域産業の一つとしてファッションビジネスを取りあげて行こうというところが一番川上にあつて、真中にはKFA、ファッション市民大学の卒業生のグループ、クリエイターズのグループなどもできているし、曲がりなりにも一貫性ができてきたということです。

★個性とゆとりのある専門店を

森本 私のところは、この四月、六年振りにアメリカがこういう時代にどう変っているかがみたい、アメリカ型とヨーロッパ型がミックスしているということから日本とちよつと似た形になっているカナダがみたいということで、ボストンを振り出しにモントリオール、トロントなどをかけ足で回って来ました。

その結果、私が一番感じたことは、商店街、商業施設が名実共にまちの顔だということ。これは、本当に痛感しました。どういふことかといいますと、日本の今までのまちという駅や役所が中心で



できている。それが、アメリカにしてもカナダにしても商店街が中心でひとつが動いている。だから、いい商店街があるまちはそれだけ実力を持ったまちだし、逆にいい大都会にはいい商店街があるということですね。小売のみなさんも自分たちがまちを代表するのだという自覚を持っていたきたいし逆に行政の側も新しいまちづくりをするときに、再開発のついでに商店街をつくるというのじゃなしに、初めから商店街がまちの顔なんだという位置づけをし、それを中心にまちづくりをした方が正しいのじゃないかということが一つ。

それと、あの非常に合理主義なアメリカ、商店街でいいますといかに便利に買物をさせるか、いかに少ない人数で効率をあげるかという機能本位の商店街づくりをしてあったのが、急速に情緒的な方向、いかに客を楽しませるかという方向へ完全に流れを変えて来たそれと、大型店はなれをして来ている。規模は小さいけれど個性の強い商店の集まりという形へ方向が変って来ている。お客の好みが多様化して来ているんでしょうね。一味違った売場といえますか、大きき魅力じゃなしに、内容の魅力でやって行こうという動きができていますね。

松谷 カナダでは、アメリカのよ

うなマスファッションじゃなしにすぐ個性を大事にしているお店がたくさんありますね。また、カンサスシティーでは本場のアメリカのよさというものを見たような気がしますね。クラウンセンターというところでは、新しいショッピンングセンターの傾向でしようけれど、ホテルと専門店とミニショップとが組み合わさってしまって大型ではデパートが一軒入っているだけで、楽しめるショッピンングセンターという感じがしますね。

坂野 四月にアメリカを回ったんですが、これはいかなと思ったことは、日本と一緒に小売の商売が二極化されている。マスと専門店とがハッキリと分れていることでした。しかし、ギフトアイテムは非常にうまく行っていますね。我々は今までギフトアイテムには大きなウェイトをおいてなかったんですが、向こうのギフトアイテムはメールオーダーでやるんですけれど非常に高級化している。それはわざわざ買物に出て来る時間をもつたいたいということですね。

また、売れるものばかりを狙ってやっているとセールの方ばかりに喰われてしまう。お客さんがホッとする場所が欲しい。それがまた購買力に結びつく。日本の商店街をみているとこれでもかこれ

でもかというブレッシヤをかけすぎていうか、そういう感じがしてこれじゃいかなんという気がして帰って来たんです。薄利多売でやるのならこれはスパーにお客さんが流れてしまう。何かうるおいがない。ただ安く買っただけでお客さんは満足するかどうかというところ、そういうことは絶対にないと思うんです。よそには売っていないものを買ったとか、いい買物をしたという満足感が要なんです。

今井 モントリオールの店には個性があつて、品物が少なくても買に行きやすいですね。店の名前をいうとすぐイメージが浮かぶのです。新しい傾向としては、服飾専門の店ができて、各小売業者が入っているんですけど、カラーで各店を統一しているんです。ブルーならブルーの商品ばかり、黒なら黒の商品ばかりを集めているんですね。お客さんを楽しませてくれて、共同体みたいになっているんですね。

山田 日本の百貨店やショッピンングセンターでは、売らんかなというところで商品を山ほど積んでいますね。外国では何をもつたいないことをするんだらうと思うほどスペースをたっぷりとしています。

今井 元町でも各店が店の前に台を出して、せつかくの広いスペースを狭くしていますね。

**坂野** また、外国ではこうとにらんだら絶対にそれを買わせませんねそれがまたパチッと合ってるんですね。小売に一番肝心な専門の売り手が日本にはいないんじゃないかと思えますね。ですから、小売のあり方、販売の技術を徹底させないかんのじゃないか。お客さんにいわれて渡しているような売り方じゃないものを分ってもらえないですよ。

**森本** 最近の三宮界わいのお店は間口が広がって、何でも屋になって奥行きが狭くなって来ている専門店の密度が薄くなりつつあるという傾向がありますので、これは何かの機会に建て直さなければいけないんじゃないですか。

**坂野** 自信がないから何でもおくというのは改めないよ。

**山田** 専門店はお客さんにこういう服がいいとアドバイスしてあげることが絶対に必要ですね。自分のレジャーを楽しみたいという消費者の欲望を満たしてあげる専門店が少ないわけです。

### ★密度ある専門店を目指そう

**坂野** 小売は直接消費者につながるっているのだから、消費者の意向、関心をいかに早くキャッチして製品にフィードバックするかということからいうと小売のウエイトは段々と大きくなって来る。アメリカ

カの小売は非常に力がある。日本では間屋という中間の存在に何となく牛耳られていた。そういうことじゃないに、小売がもう少し自覚して消費者のニーズに応じられるようにしないと薄利多売へ行ってしまうですね。

**山田** KFKの今後については、難しいなかにも互いに親睦をはかりながら、これをりっぱに育てて行くことが第一番で、そうなれば色々なことができますしね。

**松谷** 神戸の専門店店は現実よりも高く評価されていますね。そういう評価に対して我々は神戸の専門店として、ファッションリーダーとしての哲学というようなものをみなさんに持っていたくことがKFKの一番大きな目的じゃないかと思うんですよ。それがないとバラバラに我々は神戸の専門店だとみな自負しておられますけれどそれをもっと集約してお互いに切磋琢磨して一つの方向を見つければ骨子を出して行くという重大な責任を持っていると自覚しなければならぬと思いますね。

**森本** イメージは大変いいけれど、実体はその評価に値しないんじゃないかというこの反省がいると思うんです。売り場が増えて本当はその店が扱わなくてもいい商品まで扱いついてる。何でも屋的方向へ来ている。専門店として

の密度が薄くなって来ている。これは三宮の一つの大きな危機だと思えますね。せめてKFKに加盟しておられる方だけでも実情をよく認識いただいてお店のオリジナリティを大事にしてください、これはぜひやっていただきたいですね。

**今井** 各店個性を持って欲しいです。もう、商品があふれているから、質のいいものを少なく売って欲しいですね。

**坂野** 結局、我々の役目は何かというと、神戸自体が楽しいまちというか、自然環境もよく、そこに住んでいる人も楽しんでいるのだから、これに何かもう少し色づけて、衣食住のトータルブックのような楽しさをつけ加えて行ったらどうかというようなところから入って行かなきゃいけないし、また、各私鉄や国鉄の駅の入口をきれいにしたり、店頭なり店内なりを清潔にして、お客さんに楽しい買物をして、また来てもらうという入りやすいことからKFKとしてはやって行かないかんのじゃないですか。最後は一对一、相手がその店の附加価値をお金にかえて買うわけですからね。そのへんのことをもう少し突っ込んだ気持ちでやらなければと思いますね。

(ファミリア社長室にて)

# S A I J O

西條照彦  
生田区北長狭通1丁目 阪急西口24号  
☎ 331-0264

## (株) サノヘ

佐野満治  
生田区元町通2丁目287  
☎ 331-4707

## (株) サロン・デ・モード中西

中西省伍  
生田区下山手通3丁目1-3  
☎ 321-3707

## (株) サンサカエ

辻光行  
生田区元町通1丁目48  
☎ 331-7885

## (有) 塩浜商店

和田則一  
生田区北長狭通1丁目 高架15号  
☎ 331-8765

## (株) シラサ

白佐吉太郎  
生田区元町通2丁目54  
☎ 321-0801

## (有) シンワ洋装店

岸野利男  
生田区三宮町2丁目1  
☎ 331-3098

## (有) スギヤ

杉浦実  
生田区三宮町3丁目15  
☎ 331-3436

## (有) スタイル・イズミ

大橋チエ子  
生田区三宮町1丁目17 スタイルビル内  
☎ 331-1635

## (株) スタイルの店

福井好子  
生田区三宮町1丁目17 スタイルビル内  
☎ 331-2701

## (有) 装苑

藤井まつ子  
灘区将軍通3丁目4-24  
☎ 881-0907

## デート (株)

前田新蔵  
生田区三宮町1丁目 交通センタービル8F  
☎ 391-1149

## (株) 東京屋

原田勝守  
生田区北長狭通1丁目7 高架9号  
☎ 331-3233

## (株) トモエヤ

横山芳樹  
兵部区荒川町4丁目57  
☎ 511-5067

## (株) 日欧洋装

田端泉  
生田区三宮町1丁目17-8  
☎ 391-5066

## 日本モード (株)

藤田明  
生田区三宮町1丁目32  
☎ 391-2198

## ニューコマツ

衣笠昇  
生田区三宮町1丁目32  
☎ 331-1159

## パリー・モード (株)

出田孝  
生田区三宮町2丁目1  
☎ 321-0858

## (株) ファミリア

坂野通夫  
生田区西町36 三菱信託銀行ビル8F  
☎ 321-0345

## (株) ブティック・セリザウ

芹沢利雄  
生田区三宮町1丁目1 交通センタービル7F  
☎ 391-5711

## (株) ベニヤ

松谷富士男  
生田区三宮町1丁目54  
☎ 331-5585

## (株) マキシン

渡辺利武  
生田区北長狭通2丁目8  
☎ 321-6711

## (株) まさ

飯田存  
芦合区磯辺通4丁目3  
☎ 251-6321

## マスヤ (株)

近藤常吉  
生田区元町通3丁目18  
☎ 321-5990

## マミー (株)

東條喜三郎  
生田区三宮町1丁目1 交通センタービル6F  
☎ 391-3192

## (株) マルダイ

大内信行  
生田区三宮町2丁目1  
☎ 331-0064

## (有) ミッチャン

坂田光男  
生田区三宮町2丁目36  
☎ 331-1735

## (資) 美登里屋

大上美義  
生田区三宮町2丁目35  
☎ 331-3632

## (株) ミナミ商店

南新二  
生田区北長狭通1丁目7 高架14号  
☎ 391-0417

## (株) ミヤムラ

宮村弘之  
生田区元町通3丁目212-3  
☎ 331-3217

## (株) モード・ショップ・トラヤ

竹房貞平  
生田区元町通1丁目58  
☎ 391-5477

## ラ・モード洋装店

堀本恵子  
生田区元町通1丁目15  
☎ 331-5689

## (株) そごう神戸店

岡部誠一  
芦合区小野柄通8丁目1-8  
☎ 221-4181

## (株) 大丸神戸店

北尾信一  
生田区明石町40  
☎ 331-8121

## (株) 阪急百貨店神戸店

高岡明夫  
生田区加納町4丁目5  
☎ 321-3521

## (株) 三越神戸店

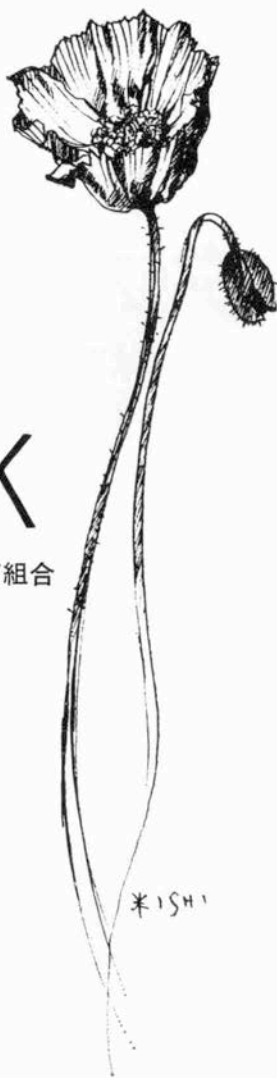
村田隆  
生田区元町通6丁目40  
☎ 341-7471





# K.F.K

神戸婦人子供服小売商組合



ファッション都市神戸をめざして 婦人子供服  
のメンバーが結集しました 神戸のファッショ  
ナブルな環境づくりと 神戸らしさのイメージ  
の展開と より豊かなライフファッションの創  
造それがメンバーの願いです

(株) アカシヤ

石井省三  
生田区三宮町2丁目35  
☎331-2234

(有) アマツ洋装店

小笠原太子  
生田区元町通2丁目69  
☎321-0168

石崎商店(株)

石崎互  
兵庫区荒田町2丁目107  
☎521-6373

(株) ウインザー

山田六郎  
生田区三宮町1丁目5-2  
☎331-7952

(株) エスターニュートン

奥川梅子  
生田区北長狭通3丁目1  
☎331-1818

(有) 岡井商店

岡井薫  
生田区北長狭通1丁目7 三宮横街8号  
☎331-9828

(資) 小野洋装店

小野市郎  
生田区元町通2丁目57-1  
☎321-0075

(株) 川村商店

川村富美  
生田区元町通2丁目65-1  
☎331-1658

(株) キタマン商店

村上由松  
生田区元町通6丁目24  
☎341-0277

(資) 芸 夢

田中良雄  
生田区三宮町3丁目7  
☎321-5566

(株) 神戸モリタヤ

森田博次  
生田区三宮町1丁目17 和光証券ビル4F  
☎391-3465

(株) 小松屋

衣笠悦三  
生田区三宮町2丁目35-61  
☎331-1833