



□座談会

# 世界的な味覚を誇る神戸

ファッション文化の基調は食生活の文化

竹田洋太郎

(バーダ、ブリン、A & W 参与)

高嶋 平介

(高嶋酒類食品株式会社社長)

上島 達司

(上島珈琲株式会社本社副社長)

浅木 幸雄

(レストラン北野クラブ社長)

山崎 良平

(レストランピストロ・ドゥ・リヨン  
オーナー)

★神戸のいいイメージに実像を如何に合わせるか

本誌が発刊当初から探究しつづけてきたものが、  
“神戸らしさ”の文化の発掘であった。文化を即生  
活とみると、神戸に住む人々のライフ・スタイルこ  
そ、神戸文化である。この神戸らしさを、さらに彩  
り、楽しくしていくことは、まさに“文化開発”そ  
のものではなからうか。

“ファッション都市・神戸”はそのような環境の  
なかで息づいている。

そこで、ファッション都市・神戸の本質的な理解  
——神戸らしさの開発の一助にと、キャンペーンを  
繰りひろげることが、本シリーズの趣旨である。

今回は、食品業界の方々によって、食べることも  
生活文化の一環であるとの視点から、食べることに  
もゆとりが必要であり、そのゆとりがファッション  
都市づくりへと結びついて行く必然性を語る。

竹田 神戸では数年前からファッション都市づくりとい  
うことが提唱されていて、現実には狭い意味のファッシ  
ョン＝服飾については全国的な既成服メーカーもあって  
有力な仕事をしており、戦前そうであったように再び神  
戸の服飾のレベルが見直されて来ています。“アンアン”  
とか“ノンノ”を読んでいる若い女性、これを“アンノ  
ン族”というのですが、そういう人たちが神戸に憧れを  
抱いているし、雑誌に神戸がよくとりあげられている。

若い女性が神戸へ何を目当てに来るかという点、これは  
買いたいものと食べものというようにはっきり決っているん  
です。全国的な注目を浴びている要因をファッションとい  
う言葉で縛るかどうかは別として、神戸の何ものかが  
魅力になっていることは事実です。そういうものを基盤  
として市当局、商工会議所、新聞などがファッション都

市ということをいい始め、逆にそれに刺激されて業者の方々も努力していらっしやるのが現状ですね。

その中で我々、食べものサービスをやっている者としては、神戸に住んでいる方々や神戸へ行ってみたいという方がおいでになったとき、納得して帰るという方向へ努力したいと、これはここにいらっしやる皆さんがお感じになっていることですね。中でも神戸の場合は灘の酒があるということ、瀬戸内海に面しているのが非常に鮮度の高い魚が安くて手に入ったことと、開港以来、外国人や日本人の要望に応えるために食用のいい牛を肥育して来たという伝統などが重って神戸は全国的、世界的に食品の上では有名になり、それだけの位置を占めるようになったわけですね。神戸に対してのイメージが非常にいい。それにわれわれが応えて行こうということですね。

高嶋 灘の酒は随分と昔からこの地で造っているのですが、酒を造れば粕が出来る。ところが、昔は兵庫県下では余り使わないので、主に大阪にたくさん業者がいたのでそっちの方へ回していたんですね。祖父の時代はそういうことで、酒粕を利用したカストリ焼酎といいますがそれを原料にして味噌を造ることが家業だったんですが奈良漬用の粕は大阪の業者へ流れていたわけです。ところが、日露戦争の翌年、戦勝景気にわいてうんと全国的に酒をたくさん造ったときに粕がたくさん余りまして、大阪の業者に値を叩かれてしまった。それが自分たちで



竹田洋太郎さん

やろうとなった原因だと聞いています。地元で酒の粕がふんだんにあったことから、それをふんだんに使っているものを初めから造って行なったということ。これが、兵庫県の奈良漬の発祥ですね。酒造会社が副業でやられる場合も原料を十分使ってやるというのが兵庫県の製品の伝統になったわけです。神戸へ来たら酒と共に奈良漬をお土産に、ということになっていたわけです。兼業でやっているところも含めて、神戸を代表するいいものを造ろうということで頑張っています。

上島 うちは、仕事からいったら大阪や東京へ行った方がいいんですが、本社を神戸から動かすまいとしているわけです。それは神戸の持つイメージにコーヒーマーケティングに乗せて行きたいし、また、イメージ的にも合いますし、それが非常に得をしているんじゃないかと思うんです。神戸の実像が、歴史の積み重ねの中から出て来たイメージに期待通りに応えたから、神戸の舶来イメージがズツと出来上って来たんですね。これから自分たちがやらないといけないのは、全国や世界の人が神戸に持っているイメージに如何に実像を合わせて行くかということだろうと思うんです。それには、実際にその期待通りに応えるのがいいのですが、舞台装置が色々あればムードづくりという形で、ある程度実像と差があってもイメージに合わせたいけるんじゃないかと思っていますね。

コーヒーマーケティングのことをいいますと、私も全国に展開して色々やっていますが、各地で味の嗜好が違うんですね。関東と関西、大阪と神戸でも違いますし、つまり、食品文化は生活からにじみ出て出る味が基本になると思いますね。コーヒーマーケティングでも差があるように、世界各国でも、神戸肉が美味しいといってもそれはこちらに住んでおられた方が神戸で食べた肉がここの風土と合って非常に美味しかったのであって、これが海外へもって行ったら美味しいといわれるかどうか多少疑問だと思いますね。味が日本的というか、神戸的に序々に変わって来るといいうか、自然ににじみ出て来た味じゃないかと思えますね。だから、



上島 達司さん

コーヒーの場合も外国のコーヒーはまずいといわれますが、向こうで生活してみると非常に美味しいと思うんですね。薄すぎてまずいというんですか、軽すぎて頼りないといわれるのは、長い間外人が住んでいたで味が鍛えられたからでしょうね。軽すぎず、日本風に重すぎず、神戸の味は一番いいように思われますね。うちは標準タイプで全国へ販売していますが、他所へ売ったら軽すぎるといわれる場合が多いですね。さんちかで、最初のPRショップということで喫茶店を開店したんですが、最初の評価は薄いということでした。今はそれが本流になって来ていますね。

竹田 若い人が軽いコーヒーを気軽に飲むようですね。アメリカでは軽いコーヒーを番茶がわりに一日に何杯で



高嶋 平介さん

も飲みますね。それで好きになりましたね。抵抗感がなく非常に美味しいという感じですね。

# ★文化の発展するところには美味しいものがある

浅木 私はよくアチコチへ行くのが好きで、外国へ出しても必ずその土地に染むような旅行をして来るわけですが、神戸は住むのには最高ですね。しかし、残念ながら、たとえば、レストランを展開して、どうも神戸はしんどい場所なんです。神戸はインターナショナルな都市だと昔からいわれているにも関わらず、たとえば演劇にしても神戸ではいいものが仲々催されないし、文化的に何かをやるといっても神戸は少し遅れている、ということからはじまりまして、何がインターナショナルかと常々思っています。何故インターナショナル都市を展開して行くのなら、まず第一にホテルに最高のものが出来ないとダメじゃないかということ、大きな国際会議が出来る会議場が必要で、文化的なものを十分にこなせるだけの場所と神戸市民の意識がなければダメだと思いますね。

神戸Ⅱファッション都市というためには、何かプラスアルファの付加価値が必要ですね。たとえば、肉が美味しい、お酒が美味しいとかです。文化というのは生活と結びつくというお話がありましたが、日本では衣食住といいますが、ヨーロッパでは大体、フーズ、シエタ、アンド、クロッシングというようにフーズが先に来ますね。それほど食事というものを大切にします。これはどういうことかといいますとまず、文化の発展するところには必ず美味しいものがあるわけです。美味しいものがあるからそこに人が集って来る。そして、そこにファッショナルなものがあると出て来るということなんです。フランスしかり。イタリアにしましても美味しいものがあるから人が集って来る。われわれがもっと努力しないと神戸はよくならないのじゃないかと、むしろ、責任を感じるわけです。肉にしても、お酒にしても、もの





浅木 幸雄さん

は十分にあるんだから、それをもっと売る場所を増やし、もっと味を洗練しなければいけないですね。

山崎 雑誌などで刺激されて神戸へ来られる方は、まず着るもの、履くものを買われて、それから食べものですね。神戸はレストラン関係は弱いですね。あるようにないのが神戸で、昨日も三宮へ出たときに何か食べたいんだけど行くような店がないんです。その反面、他府県の人からみたら何か魅力があるように見えるんですね。今浅木さんがおっしゃいましたように外国へ行ったら確かに美味しいものがあるところには人が集まり、ファッションが発展する。僕はリヨンにおりましたが、リヨンは絹繊維で有名な都市ですが、その上にお酒が控えて、横に牛肉、チーズ類が控えているという条件があって発達した町ですね。神戸はそれにちよっと近いように思うん



山崎 良平さん

です。お酒に恵まれ、肉に恵まれ、播州平野などこれらの野菜にも恵まれています。

いい服を着たらどこかへ行きたくなるというのが僕の考えなんです。それで行きたくなるのはまず食べもの屋か飲もの屋ということになって来ますね。

#### ★冒険を好まぬ神戸人気質

竹田 神戸はファッション都市だといいますが、神戸に住んでいる若い女性には極めて保守的ですね。大胆な実験をしない。自分の趣味といいますが、カラーならカラーに対する好みをしっかり持っている。だから、神戸の女性はいくらも買いません。食べものに關しても何か伸びないというのと同じで、お客さんの好みをみていると神戸ではこれだけいいものがありながら、何か新しいものを食べてみようという実験精神はあんまりないですね。もともと神戸の人に大胆になって欲しいですね。非常に保守的ですね。たとえば、中華料理の牛肉の使い方は日本のと全く違う方法があるんですが、たとえば、腹肉にはウーシヤンというスパイスを使いますが、それをちよっと使ったらお客さんは食べないですね。ところが、あれを使うと腹肉とミックスして独特の味があるし、しかも、安い肉なんです。ところがそれがダメですね。香料なんかに対して非常に保守的ですね。神戸にこれだけいい店があり、それぞれ独特の味を持っているのに何故実験しないのか、食べてみないのかということもかしさを感じることがありますね。

上島 生活に密着していると実験というか、冒険はあんまりしないんじゃないですかね。たとえば海外へとか、東京へ出掛けたときには、日頃食べたことがないけれどいっぺん食べてみようかということをやりますが、毎日の生活では、たとえばお客さんが来たときにどこかへつれて行くぐらいで、普段、ちよっと食事へ行こうというときには簡便で自分の味に合った店を選ぶのじゃないかと思います。だから市外からもっと来てくれないと

業者はやりにくいのじゃないですか。ただ反面、西洋料理屋とか小さなレストランは数が多いし、ビヤホールとかキャバレーも人口からいうと非常に数が多いらしいですね。それが何故もっているかというとはやはり外から来た人が行くからなんです。そういう意味では非常に競争が激烈だけに余計みんな一生懸命に研究したり、売り込もうとするから、そこは逆がいいなと思えますね。しかし、競争が激烈になったからといって神戸を棄ててどこかへ行くのは邪道だと思えますね。自分の根拠地でイメージを確立しておいて、よその土地へ出て行って勝負するのが一番いいのじゃないかと思うんですけど。

竹田 その意味では神戸のイメージをもたせると強いですね。

山崎 先ほどのスバイスのことを現場の人間から申しますと、神戸には日本人なれした外人が最初に住みついたということがあるんです。だから日本人的な西洋料理、日本人的なコーヒーがはやったと思うんです。ところが神戸の人がそれを認めないわけです。まず、外部、東京や大阪で認められてから、神戸の人が食べに来るという性質をもっています。だから、神戸の人は、いつも自分たちが先端を行っているような意識をもってイメージとしての神戸を使いたがる反面、食品にしても何にしても他府県が認めてから行くようですね。私のところのお客さんでも、京都や大阪の人から聞いて来る神戸の人が多いですね。

高嶋 神戸の人はあんまり冒険をしないという面があるかも知れませんが、いろんな面で口はこえていますね。伊藤ハム食品の伊藤社長がよくいわれています、神戸では、まずいものは全然売れない。特別いいものか、うんと安いものしか売れないということですね。

竹田 「アンノン族」といった若い女性がよく来られるレストランもうちはやっているんですが、非常に厳しい眼もあるんです。材料の選択にお客さんの眼が非常に厳

しんです。

上島 冒険を好まないということ、劇場が育たないということはある程度所得に影響されていると思います。それだけの余裕がないわけですね。

#### ★食へに行く心構えとしてのファッション

竹田 ファッションをクリエートして行く場には色々たくさん要素がありますが、簡単に絞って行くと、服装の流れと音楽の流れがそうですね。また、ファッションというところの場合流行と同義で、人が着ているから自分も着るという人が多いけれど、ファッションはあくまで自己主張の一つですね。よくロックで奇妙な格好をしていますね。あれは特殊な舞台衣裳なんです、それが何かの形で若い人のファッションを動かす要素になっている。また、年配の人、あるいは、ある程度の経済力を持つている人は、どこへおしゃべりに行くかといえはまず、音楽を聴きに行く。オペラとかバレエとか、何を聴きに行くのかで、そのときの自分の心構えを表現するドレスを選ぶという感じがありますね。そこから、また、ファッションが生まれて来る。今度は、何を食へに行くかというときに、食へに行くための心構えとしてのファッションがないといけないのに、その場が非常に少ない。服飾、音楽、美術、それと食べもの。これは別ではなくて、それをエンジョイする人、クリエイトする人の自己表現としては同一ですね。しっかりとした自己主張を持ったお客さまに食べていただきたいと思うわけです。

浅木 食事に行く場合、ただ食べられればいい。お腹いっぱいになればいいという人が案外多いですね。たとえば、フランスを見てまして一番強く感じるのは、ファッションにしましても決して新しいものをどんどんと取替えてないんですよ。むしろ、この時期に行きますと非常にシックといいますか、非常に落ち着いたカラーで十年前に買ったというものを見事にうまく着ているわけです。食事についていえば、本当に美味しいところへ行



き、そのときは本当にエンジョイして、二時間、あるいは三時間かけてゆっくり食べて、反面、今日は簡単に済ませようというときはそれに適した時間でうまくエンジョイしている。日本人はこういうことが下手なんじゃないですか。

上島 それはゆとりがないからだと思いますね。

浅木 いいレストランでは、ゆっくり食事をして欲しいんですよ。ところが、誰かが定食だということとみんな定食になってしまふ。うちとしては楽ですがそれではエンジョイして貰ってないんですね。

上島 海外へ出たときに何が一番楽しいかというと、レストランで夕食のときに、身振り手振りを入れて美味しものにメニューを説明してくれるのですが、自分の食べものの注文をしているときですね。また、待たされても平気なわけですね。それは、旅行中は純然たる遊びでやっているからですね。日本だとビジネスライクに考えて行くのでゆとりがなくなってしまう。

浅木 ファッションといいますが、文化はゆとりにつながっているんですね。

竹田 私はこれからハンバーガーの店を展開しないといけないんですけど、日本の新聞にハンバーガーは日本人に適している、何故かという早食いだからと書いてあるわけです。けれど、ハンバーガーの特色は注文してから二分以内に出すということで、食べるのはゆっくりして貰わないといけないわけです。ところが日本人は立つままで食べる。ハンバーガー屋といえども、簡便で野性味のあるレストランが郊外に欲しいんですよ。アメリカでもニューヨークから離れて、ニュージャージーの方へ行きますと、ハイウェイ沿いに新しい大きなハンバーガー屋がありますね。すると、あそこのハンバーガーは美味しさと聞いた大金持ちが子供をキャデラックに乗せてそこへ来るわけです。ハンバーガーを食べるのにネクタイ締める人はいないわけで、ジーパンはいて、皮のジャンパーひっかけに行くという野性味を楽しみに郊外へ行

くわけです。ハンバーガーのような安いものでも結構みんな楽しんでるわけです。そのところ、店のスペースにもゆとりが欲しいですね。

それうちでもシーズンにはいろんなパーティーをやっているんですが、たまのことだからもっておシヤレをして欲しいと思いますね。そこがゆとりなんです。

上島 しかし、なかなかタキシードも着て行きにくいですね。

浅木 京阪神に住んでいる外人のクラブに二つ入っているんですけど、ここでは月に二回ほどタキシードを着ないといけないんです。というのはそういうパーティがあるんです。ところが、日本人だとそのチャンスがなくてその意味で本当の遊びというものがないんですね。

#### ★食べることをエンジョイするゆとりを

浅木 食事でも文化だと思っただけで、たとえば音楽なんかは自分でエンジョイして自分で歌って聴いてということとをみんな一生懸命にやるわけですね。ところが食事に関する限り、特に男性は余りに知らなさすぎる、興味をなさすぎると思うんです。食べて美味しいとはいいますが、どこが自分でのソースはどうなっているのか、どこの何が美味しい、それはどう料理されているのかまで勉強する人がいないんですね。音楽に興味のある人はどんどん研究して自分でもやって行こうというのと同じように食事でも一つのファッションですからもっとも自分エンジョイ出来るように、たとえば、メニューを見て、こうオーダーをすればこんなものが出て来る。それにはどういう風なスパイスが入って、どういう肉の場所を使いということが分ればもっとも楽しんでるんですけど。レストランへ行っても楽しみがないんじゃないかなと思いますね。

上島 それは日頃の訓練が足りないんですね。

山崎 われわれの子供の頃、デパートへつれて行って貰うことが非常に楽しかったんですね。着るもの買って

貰って、大食堂で食事をする。その大食堂の形態が未だ変っていないですね。デパートの食堂が変ったら一般の食生活も大部変わるだろうという気がしますね。

上島 フランスでショックだったのは、レストランでメニューを見せて貰ったらお奨め料理が定食だったんですね。定食が一番美味しいということなんです。日本の感覚とは全然違うんですね。それと経済性の問題ですね。儲けオンリーで突っ走ったらゆとりがなくなりますよ。四人席を二人で占領しても向うだったら何もいわずにいるるサービスしてくれるし、メニューもゆとり聞いてくれますね。

★ちよつとキザですが……

高嶋 戦後、段々とパン食が普及して来たときに、奈良漬をサンドイッチやオードブルに使って食べて下さいという宣伝をやったりしたことがあるんです。というのはイギリス人の奥さんがよく買いに来っていたんですね。それでどういう風にしてお食べになるんですかと聞いたらパーティーのときのおつまみにするということです。ブランドデーなど甘口のものにはよく合うわけです。カナッペみたいにパンの上に乗せたり、そのまま切って使えるわけですね。神戸のホテルで奈良漬を使ったオードブルを普及させ、この土地での独特なオードブルだという使い方をして貰えるように今後も努力したいですね。

浅木 神戸に住む人がもっと文化的に、ファッショナブルにありたい。そのためには、特に男性にお願いをしたいんですけれど、奥さんと同伴で食事に行くとか、家庭で食事をゆつくり楽しむとかにもっと喜びを感じて欲しいですね。ナイトクラブやスナックで遊ぶだけが男性の社交じゃないと思います。もっと家族的に遊べるゆとりが欲しいことと、もう少し食事に対する興味を持っていただいて本当にそれをエンジョイして貰うこと。これも一つの文化だと思います。

山崎 他の企業との結びつきをもっと勉強したいです

ね。ファッションを勉強し、それとの結びつきが自分のところの店が発展して行くことになると思います。特に北野町には、ファッションと食べものの店が出来始めてまして、それへの理解が必要だと思っています。

上島 今後の展開ということになると難しいんですが、神戸市民の所得の向上とか、町の雰囲気とか、食生活に対する教育の度合いとかが全部揃わないと食生活を変えることはなかなか無理だと思いますので、それぞれの分野で努力するしかないですね。そうすれば、もつとゆとりが出て来ますよ。

竹田 神戸はものが美味しいという評判があることはいいことですね。西洋料理を勉強したい若い人は神戸へ来ますね。東京へ行ったらどんな料理店でもあるでしょうけれど、特に関西、九州、四国の若い人で西洋料理を勉強したい人が神戸へ集って来ます。これは非常にいいことです。それと、家庭料理と外で食べる料理とは、これは合わせ鏡であって、家庭で金をつけるかけないに関わらず心を込めて料理を作っている人は、外食する場合でも行きとどいた本当に楽しめる外食の出来る人です。これは本当に合わせ鏡だと思います。また、ランチタイムには忙しい時間に忙しい身体を維持するだけの十分な栄養もとらなければならぬし、店も相当混雑しているところが多いんですが、それにおいてすら、たとえわずかな時間でもただ腹がいっぱいになったらいいというものではない。限られた時間のなかで楽しんでいただく。

またサラリーマンでも、結婚記念日や子供の誕生日などには奥さんや子供と、ちよつと着飾って、自分でもちよつとキザかなと思いがらでも夕食をしかるべきレストランで楽しむということが段々と普及しつつあるけれど、今一層やって欲しい。そうなれば、そこにまたおシヤレが伴い、更に高い趣味、文化が伴って来ると思うんです。

(神戸国際ホテルにて)

### ウシオ工業㈱

取締役社長 牛尾吉朗  
神戸市葺合区浜辺通5丁目2の1  
神戸商工貿易センタービル18F  
TEL (078) 251-1651 (代)

### 田崎真珠㈱

取締役社長 田崎俊作  
神戸市葺合区旗塚通6の3の10  
TEL (078) 231-3321

### オールスタイル㈱

取締役社長 川上勉  
神戸市生田区伊藤町121  
TEL (078) 321-2111

### ㈱ワールド

会長 木口 衛  
神戸市葺合区八幡通3丁目1の12  
TEL (078) 251-5311

### カネボウベルエイシー㈱

取締役社長 稲岡必三  
神戸市生田区三宮町1丁目43番地  
TEL (078) 392-2101

### ㈱ベニヤ

取締役社長 松谷富士男  
神戸市生田区三宮町1丁目54  
TEL (078) 332-3155

### モロゾフ㈱

取締役社長 葛野友太郎  
神戸市東灘区御影本町6丁目11番19号  
TEL (078) 851-1594

### 入船㈱

取締役社長 小泉進吉  
神戸市灘区新在家北町1丁目1-19  
(阪神電鉄新在家南) プリコビル3F  
TEL (078) 851-3191

### 神戸地下街㈱

さんちかタウン・サンこうべ  
神戸市生田区三宮町1丁目1  
交通センタービル8F  
TEL (078) 391-4024 (代)



キャンペーン「ファッション都市神戸を考える」の企画は以上9社の提供によるものです。



## 経済ポケット ジャーナル

### ★経済同友会代表幹事に

鬼塚氏選任

神戸経済同友会は十二月十三日の幹事会で、昭和五十二年代表幹事に鬼塚喜八郎氏（オニツカ社長）を選任した。

これにともない、五十、

五十一年度の二期二年間、代表幹事を務めた井上浩三郎氏（神戸製鋼所専務）は

辞任し、鬼塚氏は、あと一期留任の奥村輝之氏（太陽神戸銀行副頭取）とコンビ

で任に当たることになる。



鬼塚喜八郎氏

鬼塚氏は鳥取県の出身で昭和十一年、旧制鳥取一中を卒業。戦後、神戸へ裸一貫でやって来て、昭和二十三年スポーツシニーズメーカー「鬼塚商会」を設立、



同年、「オニツカ」と社名変更、社長に就任、現在に到る。五十八歳。代表幹事にはこの四月に就任するが

これまでも経済同友会では常任幹事と産業構造部会長を務めていて、その手腕が期待されている。

★神戸J.C.、本年度理事長に鳥越氏

社団法人神戸青年会議所の一九七七年の役員が決定した。主な顔ぶれは、



鳥越 哲氏

理事長／鳥越哲氏（神戸

眼鏡院専務）副理事長／南

豊太郎氏（東神社総本店統

轄部長）井植貞雄氏（塩屋

土地常務）専務理事／川飛

毅晋氏（とんかつ武蔵取締

役企画部長）常任理事／後

藤修氏（兵庫日野自動車常

務）月岡清市氏（月岡倉庫代表取締役）西宮章泰氏（大工建設専務）伊丹威氏（高嶋酒類食品営業部長）である。

本年度は副理事長が従来の四人から二人に減っており、また一九七八年のJ.C.全国大会開催のために「全国大会準備実行委員会」（南実行委員長）が新たに設けられ、全国大会への積極的な取り組みが見られる。

★神戸商議所新組織決まる  
神戸商工会議所（外島健吉会頭）は十二月二日の常設委員会の部会長、委員長を決定した。

このなかで、新たに「ファッション都市づくり特別委員会」「交通対策特別委員会」「創立百周年記念事業特別委員会」の三委員会

が設置された。

「ファッション都市づくり特別委員会」は昭和四十九年七月に設置された「ファッション都市研究会」を発展解消したもので、委員長には引き続き嘉納正治副会頭が就任し、きめの細かい取り組みが期待される

また、同会議所は五十二年三月に創立百年を迎えるが「創立百周年記念事業特別委」（委員長―玉井操副会頭）で具体的に事業内容を検討する。「交通対策特別委員会」委員長には小野一夫日本香料薬品社長が就任

★シンエーフーズが移転  
シンエーフーズ株式会社（中内力社長）はこのほど本社を神戸に移転した。

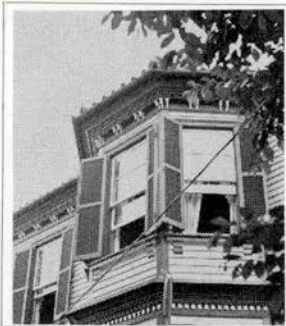
新住所―神戸市東灘区深江浜町二六 電話四五三〇一四一（代表）

### ★ KOBE オフィスレディ ★



荒井 信子さん（23歳）  
竹馬産業販売促進課勤務

グラフィック・デザイナーとして3年目。広告原稿やパンフレット、ポスターなどの制作、展示会の企画など、時としてハードになり勝ちな仕事をニコリ笑ってこなして行く頑張りひと。結婚をして家庭に入ったとしても今の仕事を生かしたいのが将来の展望。どうやら仕事の要領も分り、腰を落ち着けてやって行けるようになったとかでこれからが乞御期待です。（武庫川女子短大卒業）



# 謹賀新年 1977年 光の海に 開かれる神戸の街

## 乾汽船株式会社

取締役社長 乾 豊彦

神戸市生田区海岸通八番  
電話(〇七八)三三一—三三六(代)

## 石野証券株式会社

取締役社長 石野 成明

神戸市生田区栄町通一丁目八—二  
電話(〇七八)三九一—〇〇〇(代)

## 玉井商船株式会社

取締役社長 玉井 操

神戸市生田区明石町四十四番地  
電話(〇七八)三三一—一六〇—

## 株式会社 ダイエー

取締役社長 中内 功

大阪府吹田市豊津町九番一号  
電話(〇六)三八六—一一四七

## 白鶴酒造株式会社

取締役社長 嘉納 正治

神戸市東灘区住吉南町四丁目五—五  
電話(〇七八)八四一—四一〇(代)

## 菊正宗酒造株式会社

取締役社長 嘉納 毅六

神戸市東灘区御影本町一—七—五  
電話(〇七八)八五一—〇〇〇—

## 兵庫トヨタ自動車株式会社

取締役社長 瀧川 勝二

神戸市葺合区磯辺通四丁目二—二  
電話(〇七八)二五一—五五一(大代)

## 株式会社 神戸製鋼所

取締役社長 杉澤 英男

神戸市葺合区脇浜町一—三一—八  
電話(〇七八)二五一—一五五一

## ウシオ工業株式会社

取締役社長 牛尾 吉朗

神戸市葺合区浜辺通五丁目二—一  
神戸商工貿易センタービル18F  
電話(〇七八)二五一—一六五一(代)

## 田崎真珠株式会社

取締役社長 田崎 俊作

神戸市葺合区旗塚通六丁目三—十  
電話(〇七八)二三一—三三二—

(順不同)



謹賀新年  
1977年  
光の海に  
開かれる神戸の街

UCC上島珈琲(株)本社

代表取締役 上島 忠雄

神戸市生田区多聞通五丁目三  
電話(〇七八)三四一―三六〇六

日本香料薬品株式会社

取締役社長 小野 一夫

神戸市葺合区脇浜町三丁目三二  
電話(〇七八)二二一―一九七五(代)

三宮ビルディング  
森本倉庫株式会社

取締役社長 森本 禎二

神戸市葺合区小野柄通七―一八  
ビル事業部  
電話(〇七八)二三一―九三八一

兵庫信用金庫

理事長 園田 正和

姫路市北条口一〇八番地  
電話(〇七九二)八二一―二五五

竹馬産業株式会社

取締役社長 竹馬 準之助

神戸市生田区元町通三丁目四五三  
電話(〇七八)三九一―六六五一

岡添真珠株式会社  
サロンドパール北野

代表取締役 岡添 貞撫

神戸市生田区山本通二丁目一番地  
電話(〇七八)二四二―二四二(代)

光印刷株式会社

取締役社長 南部 圭三

西宮市津田町三番六号  
電話(〇七八)三六一―五五一

川西倉庫株式会社

取締役社長 川西 章二

神戸市兵庫区兵庫町一―一三四  
電話(〇七八)六七一―七九三一(代)

近藤忠商事株式会社

代表取締役 近藤 忠吉

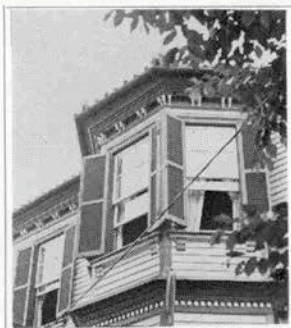
神戸市生田区加納町二丁目三〇  
電話(〇七八)二三一―四三二〇

三輪運輸工業株式会社

取締役社長 三輪 吉郎

神戸市葺合区脇浜町二丁目一―一  
電話(〇七八)二五一―五〇〇一(代)





謹賀新年  
1977年  
光の海に  
開かれる神戸の街

株式会社 淡路屋

取締役社長 寺本 淳巳

神戸市生田区相生町二 神戸駅構内  
電話(〇七八) 三五一―一六八二

神戸地下街株式会社

さんちかタウン・サンこうべ

神戸市生田区三宮町一丁目一  
電話(〇七八) 三九一―四〇二四

小林桂株式会社

代表取締役 小林 博司

神戸市生田区東町一二三  
電話(〇七八) 三二一―八四三

株式会社 日本旅行  
神戸中央営業所

所 長 松田 康男

神戸市生田区元町通二丁目四八―二  
電話(〇七八) 三二一―四五三二

角南商事株式会社

取締役社長 角南 猛夫

神戸市暮合区小野柄通七丁目一番  
(三宮ビル8F)  
電話(〇七八) 二五一―五五一

シンエーフーズ株式会社

代表取締役 中内 力

神戸市東灘区深江浜町二六  
電話(〇七八) 四五三―〇一四

関西貿易株式会社

取締役社長 竹田 剛男

神戸市兵庫区出在家町二六―一九  
電話(〇七八) 六七一―六〇二

株式会社 ユーハイム

取締役社長 河本 春男

神戸市東灘区住吉宮町六一―一五  
電話(〇七八) 八一―一二二

大和実業株式会社

代表取締役 岡田 一男

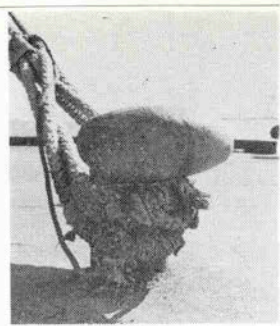
大阪市北区芝田町五七  
西阪急ビル10階  
電話(〇六) 三七二―八五七

サントリー株式会社  
神戸支店

支店 長 細江 正義

神戸市暮合区浜辺通五―一四  
神戸商工貿易センタービル  
電話(〇七八) 二三一―四七二

(順不同)



# 謹賀新年 1977年 光の海に 開かれる神戸の街

## 早駒運輸株式会社

取締役社長 渡邊 正二

神戸市生田区波止場町中突堤  
中央ビル  
電話(〇七八)三二一〇一五(代)

## ニューブーンフレッシユドレッシシグ (株) N・B フーズ

代表取締役 保田 信之

神戸市東灘区魚崎西町四一―一二二  
電話(〇七八)八五一―四五九五(代)

## 有限会社 クレセント

インターナショナル

代表取締役 王 柏林

神戸市生田区下山手通三―八―九  
電話(〇七八)三九一―四四四(代)

## 東神物産株式会社

取締役社長 富永 幹太

大阪市東淀川区豊里三番町三二六  
電話(〇六)三二九一六一六一(代)

## 有限会社 シーパール

代表取締役 三浦 昭和

神戸市生田区山本通四―九七―五〇  
電話(〇七八)二四二―五一四九(代)

## 株式会社 本庄商会

取締役社長 下井 忠治

神戸市東灘区住吉宮町七―四―一  
電話(〇七八)八五一―四二九一(大代)

## 島文工業株式会社

取締役社長 島田 文六

神戸市灘区岩屋中町四丁目二―七  
電話(〇七八)八七一―五一八一

## 株式会社 健乳舎牧場

代表取締役 奥 和夫

神戸市兵庫区塚本通三丁目一―五  
電話(〇七八)五七五―〇〇八一(代)

## 株式会社 神戸眼鏡院

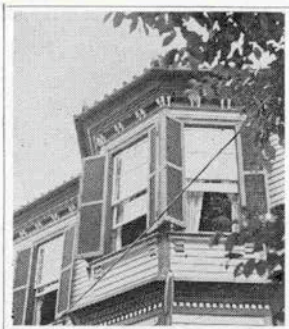
専務取締役 鳥越 哲

神戸市生田区元町通三丁目一三〇  
電話(〇七八)三二一―一二二(代)

## 株式会社 ファミリア

取締役社長 坂野 通夫

神戸市生田区西町三六  
三菱信託銀行ビル8F  
電話(〇七八)三二一―〇三四五



謹賀新年  
1977年  
光の海に  
開かれる神戸の街

不妊・避妊クリニック

ワシオ産婦人科診療室

室 長 鷺尾 隆

神戸市生田区元町通一丁目二〇—七  
(石原ビル)  
電話(〇七八) 三九一—五九一九

金露酒造株式会社

代表取締役 社長 大塚和三郎

神戸市東灘区魚崎南町五—五—四七  
電話(〇七八) 四三一—一六三五代

(株) ケイ・ピー・アール

代表取締役 山田 芳信

神戸市生田区東町一—二三  
(貿易ビル)  
電話(〇七八) 三二一—八四六二代

泉酒造株式会社

取締役社長 泉 仙介

神戸市東灘区御影塚町一丁目九—六  
電話(〇七八) 八二一—五三三三

ドッソーエル

神戸市葺合区磯上通八—三—七  
(神戸明治生命ビル)  
電話(〇七八) 二五—〇二二  
大阪市西区鞠一丁目一—〇二  
(長尾ビル)  
電話(〇六) 四四三—八七二一

角田内外特許事務所

弁理士 長 角田 嘉宏

神戸市葺合区浜辺通五—一—四  
神戸商工貿易センタービル  
電話(〇七八) 二五—〇二五五代

(株) 山本喜朗

デザイン事務所

代表取締役 山本 喜朗

神戸市生田区中山手通四丁目三五  
電話(〇七八) 三三一—六八六二

今津建設株式会社

取締役社長 今津 成生

神戸市兵庫区吉田町二丁目二—四  
電話(〇七八) 六七—一三六三二代

田村商会

会主代理 田村 厚

神戸市生田区京町七二  
電話(〇七八) 三九一—〇八八一代

ナニワ印刷株式会社

取締役社長 西井 二郎

大阪市北区川崎町三八  
電話(〇六) 三五—一七二七一

(順不同)



# 走りませんか、

トレーニングシューズに履きかえて  
トレーニングウエアに着がえて  
さあ、きょうも元気に…  
走りませんか、



スポーツの世界を支える

## オニツカ・タイガー

オニツカ・タイガーのトレーニングウエア(パウ)は  
モントリオール五輪「日本代表選手団」の公式トレーニングウエアに  
選ばれた一流品。

世界の一流選手が愛用している「タイガー」ブランドの  
トレーニングシューズとあわせてお求めください。



オニツカ株式会社

# きものはデリケート

お召しになったあとも心づかいを  
ほ(り)はらい・かげほし・シミの点検



- (営業品目)
- 高級服に………スベシヤルクリーニング
  - ゆきとどいた………スタンダートクリーニング
  - 雨・シミを………リペール加工
  - ぬれない・汚れない………スコッチガード加工
  - 消えない折りプレス………エバークリース加工
  - 出張サービス………カーペットクリーニング
  - 毛皮・皮革・毛モノ類………高水準クリーニング



あなたのファッションを FRESH UP

## ニシエム

神戸市灘区記田町1 ☎078(851)2440

山手店 三宮店 熊内店 宝塚店