



□座談会

世界的な味覚を誇る神戸

ファンション文化の基調は食生活の文化

竹田 洋太郎

(バーグ、ブーン、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

(オーナー レストランビストロ・ド・リヨン)

★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"そのものではなかろうか。

"ファンション都市・神戸"はそのような環境のなかで息づいている。

そこで、"ファンション都市・神戸"の本質的な理解練りひろげることが、本シリーズの趣旨である。

今回は、食品業界の方々によつて、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、そのゆとりがファンション都市づくりへと結びついて行く必然性を語る。

— 神戸らしさの開発の一助に、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。今日は、食品業界の方々によつて、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

ういう女性が神戸へ何を目当てに来るかというと、これは買ものと食べるものというようにはつきり決つているんです。全国的な注目を浴びている要因をファンションといふ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つ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、新聞などがファンション都

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ゃるのが現状ですね。

その中で我々、食べ物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つてみたいという方がおいでになつたとき、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ゃる皆さんがお感じになつてることですね。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で非常に鮮度の高い魚が安くて手に入つたことと、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きたという伝統などが重つて神戸は全国的、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つたわけですね。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つているのですが、酒を造れば粕^{サク}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す。そつ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、酒粕を利用してカストリ焼酎といいますかそれを原料にして味醂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ったわけです。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つ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

やろうとなつた原因だと聞いています。地元に酒の粕がふんだんにあったということから、それをふんだんに使つていいものを初めから造つて行つたということ。これが、兵庫県で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つてやるというが兵庫県の製品の伝統になつたわけです。神戸へ来たら酒と共に奈良漬をお土産に、ということになつていただけです。兼業でやつ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、仕事からいいたら大阪や東京へ行つ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というものを乗せて行きたいし、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のじや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ッと出来上つて来たんですね。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つ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つてもイメージに合わせていただけるのじやないかと思いますね。

コーヒー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じみ出でる味が基本になると思ひますね。コーヒー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つ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風土と合つて非常に美味しかつたのであって、これが海外へもつて行つたら美味し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、神戸的に序々に変つて来るというか、自然にじみ出て来た味じやないかと思ひますね。だから、

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、外国へ出ましても必ずその土地に染じ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、レストランを開設していまして、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、たとえば演劇にても神戸ではいいものが仲々催されないといわれるは、長い間外人が住んでいたの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、他所へ売つたら軽すぎないといわれる場合が多いですね。さんちかで、最初のPRショッピング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ね。今はそれが本流になつて来ていますね。

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うべきなんですね。神戸のコーヒーの味が美味しいといわれるは、長い間外人が住んでいたの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、他所へ売つたら軽すぎないといわれる場合が多いですね。さんちかで、最初のPRショッピング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ね。今はそれが本流になつて来ていますね。



上島 達司さん



高嶋 平介さん

神戸はファッショナブル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。文化というものは生活と結びつくというお話をありました、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、シェルターハウス、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する。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人が集つて来る。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やないかと、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



山崎 良平さん



浅木 幸雄さん

です。お酒に恵まれ、肉に恵まれ、播州平野などでとれる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が、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つて来ますね。

★冒険を好まぬ神戸人気質

竹田 神戸はファンション都市だといいますが、神戸に住んでいる若い女性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か、カラーならカラーリに対する好みをしっかりと持っている。だから、神戸の女性はあまり買いませんね。食べものに関してても何か伸びないというのも同じで、お客様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。もとと神戸の人には大胆になつて欲しいですね。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、腹肉にはウーチャンというスパイスを使いますが、それをちよつと使つたらお客様は食べないです。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、安い肉なんですね。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つているに何故実験しないのか、食べてみないのかというもど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、冒険はある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つぶん食べてみようかということをやるんですが、毎日の生活では、たとえばお客様が来たときにどこかへつれて行くぐらいで、普段、ちょっと食事へ行こうというときは簡単で自分の味に合った店を選ぶのじゃないかと思いますね。だから市外からもつと来てくれないと

業者はやりにくいのじやないですか。ただ反面、西洋小

料理屋というか小さなレストランは数が多いし、ビヤホールとかキヤバレーも人口からいうと非常に数が多いらしいですね。それが何故もつているかというとやはり外から来た人が行くからなんですね。そういう意味では非

常に競争が激烈な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、そこは逆にいいなと思いますね。しかし、競争が激烈になつ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いますね。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をするのが一番いいのじやないかと思うんです

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 先ほどのスペー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。だから日本的な西洋料理、日本的なコーヒーがはやつたと思うんです。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つてゐるような意識をもつてイメージとしての神戸を使つたがる反面、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來る神戸の人が多いですね。

高嶋 神戸の人はあんまり冒險をしないという面があるかも分りませんが、いろんな面で口はこえて来ますね。伊藤ハム食品の伊藤社長がよくいわれていますが、神戸では、まづ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つてゐるんですが、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

上島 冒険を好まないということと、劇場が育たないと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ねそれだけの余裕がないわけです。

★ 食べに行く心構えとしてのファッショニ

竹田 ファッションをクリエートして行く場には色々とたくさん要素がありますが、簡単に絞つて行くかといえれば装の流れと音楽の流れがあんですね。また、ファンションというと日本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装なんですが、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っている人は、どこへおしゃれに行くかといえばまず、音楽を聴きに行く。オペラとかバレーとか、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、ファッショングが生まれて来る。今度は、何を食べに行くかというときに、食べに行くための心構えとしてのファッショング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。しっかりと自己主張を持つたお客様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つして新しいものをどんどんと取つ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の見事にうまく着てているわけです。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る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やないですか。

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とみんな定食になってしまいます。うちとしては樂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いうにメニューを説明してくれるのですが、自分の食べ物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か、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開か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、何故かというと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たままで食べる。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い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ン締める人はいないわけで、ジーパンはいて、皮のジャパンバーひっかけて行くという野性味を楽しみに郊外へ行くことが非常に楽しみだったんですね。着るもの買って

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いるわけです。そのところ、店のスペースにもゆとりが欲しいですね。

それとうちでもシーズンにはいろんなパーティをやっているんですが、たまのことだからもつと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ね。

上島 しかし、なかなかタキシードも着て行きにくいですからね。

浅木 京阪神に住んでいる外人のクラブに二つ入つてゐんですけど、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ね。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 食事も文化だとと思うんですけど、たとえば音楽なんかは自分でエンジョイして自分で歌つて聴いてというこ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すぎる、興味がなさすぎると思うんです。食べて美味しいとはいうんですよ。ところが自分でこのソースはどうなっているのか、どこが何が美味しい、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も一つのファッショーンですからもつとも自分が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来る。それにはどういう風なスペイスが入って、どういう肉の場所を使いということが分ればもつとも楽しむんですけど。レストランへ行つても楽しみがないんじやないかなと思いますね。

上島 それは日頃の訓練が足らないんですね。

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

貰つて、大食堂で食事をする。その大食堂の形態が未だ變つていません。デパートの食堂が變つたら一般の食生活も大部變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つ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ね。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。儲けオノリーで突っ走つたら何もいわずにいるいろいろサービスをしてくれるし、メニューもゆっくり聞いてくれますね。

★ちょっとキザですが……

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つて食べて下さいという宣伝をやつ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のですね。ブラン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、そのまま切つて使えるわけですね。神戸のホテルで奈良漬を使つ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 神戸に住む人がもつと文化的に、ファッショナルにありたい。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ね。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つ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つと勉強したいです

ね。ファッショニンを勉強し、それとの結びつきが自分のところの店が発展していくことになると想いますね。特に北野町には、ファッショニンと食べものの店が出来始めています。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。西洋料理を勉強したい若い人は神戸へ来ますね。東京へ行つ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つて来ます。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つて、家庭で金をかけるかけないに関わらず心を込めて料理を作つている人は、外食する場合でも行き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つ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、ちょっと着飾つて、自分でもちよつとキザかなと思いな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、今一層やつて欲しい。そうなれば、そこにはまたおしゃれが伴い、更に高い趣味、文化が伴つて来ると思うんです。

(神戸国際ホテルにて)

ウシオ工業株

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)

田崎真珠株

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

オールスタイル株

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

(株)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株

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

(株)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

モロゾフ株

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

入船株

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) ブリコビル3F
TEL (078) 851-3191

神戸地下街株

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



鬼探喜八郎曰



鳥越 新田

★ KOBE オフィスレディ ★



荒井 信子さん（23歳）
竹尾商事販賣部販賣課

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ッコリ笑ってこなして行く頑張るひと。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、腰を落ち着けで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）

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
十二年度代表幹事に鬼塚喜
八郎氏（オニツカ社長）を
選任した。
これにとどまない、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。

同年、「ホニシカ」と名前を
変更、社長に就任。現在に
到る。五十八歳。代表幹事會
にはこの四月に就任するが決
定した。主な顔ぶれは、

★神戸JC、本年度理事長

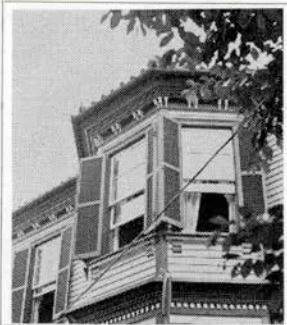
実行委員長が新たに設けられ、全国大会への積極的な取り組みが見られる。★神戸商議所新組織決まる 神戸商工会議所（外島健吉会頭）は十二月二日の常議員会で、十二部会、七常設委員会の部会長、委員長を決定した。

年三月に創立百年を迎えるが「創立百年記念事業別委」(委員長=玉井操(ふくなみ)頭)で具体的に事業内容を検討する。「交通対策特別委員会」委員長には小野夫(おのおとし)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。

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。

「ファンション都市づくり特別委員会」は昭和四九年七月に設置された「アッシュン都市研究会」、発展解消したもので、委長には引き続いで嘉納正義が就任し、きめのかい取り組みが期待されましたが、司馬義信によると、





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(078)331-1336六代

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(078)331-1601

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五十五
電話(078)841-1410一伐

兵庫トヨタ自動車株式会社

取締役社長 龍川 勝二

神戸市葺合区磯辺通四丁目二一二
電話(078)251-1515(大代)

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二一一
神戸商工貿易センタービル18F
電話(078)251-1651一四

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八一二
電話(078)391-1000一伐

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(06)386-1147

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(078)851-1000一

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—八
電話(078)251-1551

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三一十
電話(078)231-1332一

(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(078)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三一二
電話(078)二三二一―九七五四

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―一八
ビル事業部
電話(078)二三一―九三八一

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(078)三九一―六六五一

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(0792)八二一―二五五

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一丁目一一番地
電話(078)二四二一―二四二四四

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(078)六七一―七九三二

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(078)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一一一
電話(078)二五一―五〇〇一

(順不同)



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(078)351-1682

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(078)321-1843三枚

角南商事株式会社

取締役社長 角南猛夫

神戸市葺合区小野柄通七丁目一番
(三宮ビル) 8F
電話(078)251-1551

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二一六一九
電話(078)671-1602二枚

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(06)372-18571

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(078)391-1402四枚

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四八一二
電話(078)332-1453二枚

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(078)453-1041一枚

株式会社 ユーハイム

取締役社長 河本春男

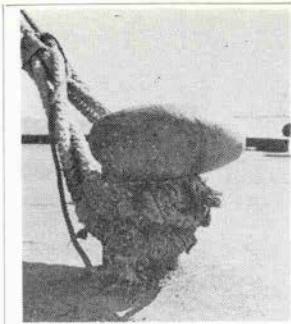
神戸市東灘区住吉宮町六一五三五
電話(078)811-1222一枚

サントリリー株式会社

神戸支店
支店長 細江正義

神戸市東灘区浜辺通五一一四
神戸商工貿易センタービル
電話(078)231-1472一枚

(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）三三二一〇一五一（代）

有限公司 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三一八一九
電話（〇七八）三九一一四四四（代）

有限公司 シーパール

代表取締役 三浦 昭和

神戸市生田区山本通四一九七一五〇
電話（〇七八）二四二一五一四九（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二一七
電話（〇七八）八七一一五一八一

株式会社 神戸眼鏡院

専務取締役 烏 越 哲

神戸市生田区元町通三丁目一三〇
電話（〇七八）三二一一一二二二（代）

ニューブーンフレッシュ・シユドレッシング
(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四一一一二二
電話（〇七八）八五一一四五九五（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）三三九一六一六一（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七一四一
電話（〇七八）八五一一四二九一（大代）

株式会社 健乳舎牧場

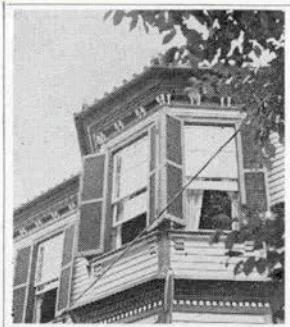
代表取締役 奥 和夫

神戸市兵庫区塚本通三丁目一一五
電話（〇七八）五七五一〇〇八一（代）

株式会社 フアミリア

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 鶩尾 隆

神戸市生田区元町通二丁目二〇一七
(石原) 電話 (〇七八) 三九一—五九一九

(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) 大阪市西区明治通八—三七
電話 (〇七八) 三三一—八四六二四

ド ツ ド ウ エ ル
トラベル サービス

神戸市葺合区磯上通八—三七
(辰巳) 大阪市西区明治二五一生
電話 (〇七八) 二一〇一〇一〇一〇一〇
四四三一ル 一八一七二階二二
四四三一ル 一八一七二階二二

(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

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—〇八八二四

金露酒造株式会社

代表取締役長 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—一六三五四

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九一六
電話 (〇七八) 八二一一五三五三

角田内外国特許事務所

弁理士長 角田嘉宏

神戸市葺合区浜辺通五一—一四
神戸商工貿易センタービル
電話 (〇七八) 二五一一〇二五五四

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二六一四
電話 (〇七八) 六七一—三六三二四

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
トレーニングウェアに着がえて
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®のトレーニングウェア(バウ)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ェアに
選ばれた一品。

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『アリケート

お召しになつたあとも心づかいをお
ほりほり・かけまし・シミの点検



(営業品目)

- ・高級服に……スペシャルクリーニング
- ・ゆきどいた…スタンダードクリーニング
- ・雨・シミをはじく…リペール加工
- ・ぬれない・汚れない…スコッチガード加工
- ・消えない折目フレス…エバークリース加工
- ・出番…カーペットクリーニング
- ・毛皮皮革…キモノ類：高水準クリーニング



あなたの ファッションを FRESH UP



神戸市灘区記田町1 ☎078(851)2440㈹

山手店 三宮店 熊内店 宝塚店