

●創るよろこび参加する楽しさ 第七回の祭典はなやかに……

ビバ！神戸まつり★ 5月13・14・15日 神戸の町をあげて



写真 左上・楽しく軽やかな神戸美容専門学院生による民族衣裳のファッションショー、左下・華麗にくりひろげられる韓国舞踊「扇の舞」
右・本年度の代表クイーンに選ばれた中村知子さん

神戸まつりの開幕を告げる中央祭典は五月十五日（金）午後六時三十分から二時間、大倉山の神戸市立中央体育館で行われた。

神戸市消防音楽団のファンファーレのあと、常盤女子高校バトン隊のトワラー、神戸市鳥帽子中学校吹奏楽部の吹奏、そして特別出演眞帆志ぶきのオンステージ、一転して漫才、民謡と続き、今年のプリンセス神戸の紹介。林寛子の歌、韓国李王朝時代の宮中舞踊「扇の舞」が華麗に繰り広げられ、次は地元の長田神撫太鼓が初お目見え、続いて竹山流高橋栄山、須藤雲栄による津軽三味線、そして華やかに神戸美容専門学院生による民族衣裳と花嫁衣裳のファッションショー、夏木マリの歌のあと、お待ちかねの代表クイーンの発表。二一八名の審査の結果東灘区の中村知子さん（二十二歳の家事手伝い）に決定。宮崎神戸市長から二千万円もする王冠がおくられた。

「今年のまつりを成功させ、これが永遠に引きつがれて行くことを願う」との宮崎市長の言葉を最後に祭典は幕を閉じた。

女の子の足がトテモきれい！

△中央パレード▽

やっぱパレードは楽しいナ。

五月十五日。正午からミナトの汽笛のシンフォニーで開かれた三日間のお祭りのフィナーレを飾るパレードは、進行するにつれて、さわやかな青空とキラキラ太陽がフラワーロードを包んで、緑したたる東遊園地まで、イキイキと総勢八十五団体、六千五百人の大行進が午後三時まで続いた。

毎年、神戸カーニバルから通算十回神戸っ子サンバチームで「サンバ」を神戸にブラジル領事館の人々と共に上陸させたが、本年は一休み。フラワーロードのマンション4階から、ゆっくりとしたつぶり昨日のファッションカーニバルの疲れをいやしながらの観覧記。

パレードは、お祭りの「花」。

あの夜空に聞く打ち上げ花火にも似て、神戸市民の「暴走族に負るナ」の心意気がグツと感じられる今年のテーマは「創るよろこび、参加する楽しさ」。

このパレードに、日頃の厳しいレッスンの成果を見事に披露するパトントワラーと吹奏楽隊の多いこと。気持よく伸びた少女達の足はホントに美しい。白、白、白の風船に包まれたフロートは「平和への再会」とフィリピンの美女た

美女がいっぱい！



ガンバレアニマルズ



印象的なフロート



上は少女や子供たちのパトントワラーの大行進。下左は灘の酒造り唄保協会。右下は三越のフロート。



五月の空に美女のほほえみ。左上はプリンセス神戸。ミス・ユニバース（中上）クイーン神戸（右上）左下はジルバを踊るワールドチーム。ワン公ガンバル（中下）初登場のゾウさん。（右下）

ちの微笑み。王朝時代の優雅な衣裳で静かに進む韓国チーム。インドネシアはジャワの結婚式の装束、インドの人達はサリーとターバンで、子供達は自転車に乗っている。シアトルのお客さまジャック・ブロック港湾委員長らがマイクで紹介されたり、国際色ゆたか。これだけでなくちやね。「元町チーム」「三宮トリオチーム」と商店街のそれぞれのカラーを出して「あれっ三越の本間店長、美女とカッコよく並んで」いいナ。紺のハッピが鮮やかに眼に沁む「灘の酒造り保存会」の酒造り唄と三味線、酒樽のフロートは初出場で新鮮。「富士通テン」のゆかたの踊りもロック調の流しでユーモラス。なんといつてもフアッシュヨナブルだったのは「ワールド」のジャック&ベティ調のジルバ。

動物たちとぬいぐるみの活躍に笑いがあふれて来る。初登場のゾウさん。乗馬クラブの馬に、ワンワン大行進。そしてクイーン神戸やミス横浜、ミスユニバースたちの美女の明るい微笑み。フィナーレを飾ったミセス達の民踊総踊りふくれ上った観客は、早々と無事終った神戸まつりに名残り惜しそう。市民の智慧と行動力を結集して存続したこの平和なみんなの祭りは、みんなで来年も守り育てて行きたいものだ。

△小泉▽

盛りあがった各区のまつり



上右・湊川神社境内では若者たちの熱気がいっぱい(フレッシュ生田カーニバル)、下右・はっぴいひろばの会場をうめた人、人、人(兵庫はっぴいひろば) 上左・丘あつしさんの似顔絵コーナーはチビッコに大人気(長田フェスティバル) 下左・灘の梅酒のめたい競わり(東灘なんでもまつり)

五月十四日、市内九地区十会場ではこれまでにないまつりの盛り上がりを見せ、自前で楽しむまつりがスツカリ定着した様子だった。

○東灘なんでもまつり(灘神戸生協南グラウンド) 八千人が「みんなの広場」につめかけ、出店が四十。夕方の「なんでも広場」は民謡、バンド演奏などで熱気満々。

○六甲ファミリーマつり(王子競技場前) 二千人参加のファミリーパーレードが区内をねり歩き、子供みこし、ブラスバンド、自動車、仮装行列などが区民を楽しませた。

○みーんな集まれふきあいカーニバル(阪急春野道駅南側道路) チビッコ、ママさん、若者、お年寄りなど二万人が集って大盛況。

○兵庫はっぴいひろば(湊川公園) チビッコのドレミのつどい、ヤングのたそがれミュージック、オジサン、オバサンのなんどいやのタベ。ファイナールは全員参加の総踊り。庶民のエネルギーが充満。

○長田フェスティバル(新長田勤労市民センター、若松公園) 長田神社の長田神撫太鼓が初登場。若松公園ではロック、フォークなどのなんでもやろうヤングの広場。

○須磨音楽の森(須磨離宮公園) 一団は二百十発の打ち上げ花火と四基の仕掛け花火。四万五千人の観衆はしばし、音と光の饗宴に酔いしれていた。

歌と踊りとサンバとファッショ

ン
△ファッションカーニバル&民族パ・ソナリテイ祭り▽



OBC（上左）MBS（上中）CR（上右）と多彩な民族のプログラムそしてサンバとファッションショーとおまつりは楽しいな

神戸まつり、大倉山フェスティバル、五月十四日（土）の催しは「ファッションカーニバル&民族パ・ソナリテイ祭り」が行われた。

中央体育館付近に神戸東川崎町恵比須太鼓連中の太鼓が鳴り響き開幕、神戸学院大落語学院が出演場内をわかし、「ビバ・ジーンズ」のファッション・ショーが開かれ迫力ある構成で祭りのファッションにふさわしくジーンズファッションが人気をあつめた。これはジーンズ・ライフ・ショップの「ジョイント」の提供によるもの。引き続き、ラジオ関西が公開録音番組「忘れて神戸」みずきあいの新曲発表会が開かれ、作曲家の平尾昌晃もゲスト出演して満場の拍手をうけた。毎日放送のバーソナリテイチームは桂小軽と佐々木美絵の二人が受持って大奮闘。

神戸つ子歌祭りでは、地元の歌手、伊勢功一、近衛真理、堀郁子の三人が得意曲を披露、入場整理券の抽選会が行われ、多彩な賞品が当選者に贈られた。ラジオ大阪は坂東英二と浅川美智子の二人が野球をテーマに場内を賑わした。最高潮は、第二回目の「ビバ・ジーンズ」とサンバ&サンバ、月刊神戸っ子チームの出演に手を取りあって祭りを踊り楽しんだ「サンバ&サンバ」はUCC上島珈琲本社の協力によるもの。

新発売

新しい味のアイスクリーム

Vive Kobe

ビーバコウベ



ハート型のアイスクリームをチョコレートでくるんだ、かわいいアイスチョコ……。

★ビーバコウベ 1個 ¥20、25個 ¥500、50個 ¥1000 ★

創業80周年

80



神戸月堂

本社 神戸元町3丁目 ☎(078)391-2412

刀剣 古美術
書画 骨董

脇差 特別貴重刀剣認定
銘 豊州住藤原正行
75万円



脇差 貴重刀剣認定
銘 肥州国住源信重
55万円

鑑定 買入

刀剣研磨その他工作

一ヵ月仕上 是非ご用命下さい

神戸市生田区元町通6丁目25番地

刀古美術
骨董

元所美術

〒650

TEL078-351-0081

合成樹脂

内面被膜鋼管

諸岡 博熊 〓神戸市企画局参事 〓

最近の水源池の水質が低下してきたので、浄水化のための薬品が増量しだした。この結果、給水末端で、白水、赤水が生じている。

本来、給水用の小口径水道用鋼管には亜鉛メッキ鋼管が使用されているが、防食作用のある亜鉛が浄水化の薬品量の増加に伴って、溶けだして、白水、赤水を生じ、結果的に鋼管の耐用年数が予想外に短くなってしまったため。

日本住宅公団では、十数年前にこれを防止するために、鋼管の内面に塩化ビニール管を差し込んで接着した水道用塩化ビニールライニング鋼管の使用を始めた。

ところが、この塩化ビニールライニング鋼管の製造方式では、自動化が困難で、人件費が上昇した今日、製造コストの上昇と大量生産、大量供給することができなくなっている。

問題は、鋼管の内面のライニング技術である。塩化ビニール管を差し込むといった、成型品で内張りすることに技術上の問題がある

ので、粉体を内面に吹きつけ溶着ライニングできないかとの着想で、材料と技術の両面から開発が進められていた。最近、小口径鋼管に、プラスチック粉体を直接鋼管内面に送り込み、溶着させる技術の開発が最適とみられるようになった。

すなわち、適正なプラスチック粉体の選定とライニング条件の確立である。これは、日本水道鋼管協会で、小径管技術委員会を設けて、鋼管メーカーや塗料メーカーと協力して、統一品質の小径水道鋼管を開発したためである。

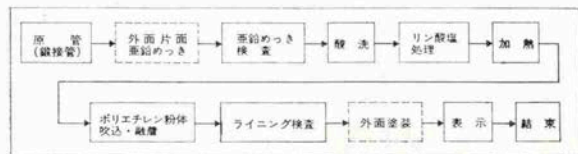
その結果、各種合成樹脂のうち衛生面、取扱性その他から、ポリエチレンを

粉体ライニングした鋼管を各種実験の結果、最適と定め

昭和五十二年二月日本水道鋼管協会規格「水道用ポリエチレン粉体ライニング鋼管」を制定した。

特長としては、①衛

ライニングの概略図



生上安心して使用でき、化学的に安定している。②厚膜（標準〇・七ミリ）のためピンホールがない。③ポリエチレンの欠点である接着性は、製造時、加熱によってポリエチレン粉体が酸化して極性をもち、強い密着力がある。（ただし熱の加わるような鋼管加工法や用途には不適當である）。④ポリエチレンは柔軟で強靱であって、かつ、鋼管鉄地肌に強く密着しているのも、外力や衝撃に強く、寒冷地でも安心して使用でき、さらにウオーターハンマーにも強い。

つぎに、製造工程の概略を説明すると、まず、鍛接管を原管として、ポリエチレンの密着をよくするために、外面片面亜鉛メッキを行い、酸洗する。つづいて、リン酸塩による特殊プライマー処理を行って、所定の約三〇〇度に加熱する。つぎに、管を回転させながら粉ポリエチレンを吹き込む。

ライニングに使用するポリエチレン粉体は、ピンホールがないことは当然として、厚膜で厚さのパラツキのないよう適正な粒度に分布のものを定量吹き込んで品質を安定させる必要がある。ポリエチレン粉体の余分のものは、回収されるので、ロスがほとんどなく、生産コストも塩化ビニールライニング鋼管を下回っている。



ファッション 情報センターの設置を

□出席者

辻村 昌浩 △日本専売公社神戸営業所▽

小池 力彦 △株式会社三愛神戸店々長▽

島田 光夫 △つるや衣装店社長▽

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。

今回は各界で活躍されている方々から、それぞれ
の立場で、ファッション都市づくりを目指す神戸に
対する現状分析、将来の展望などを語っていただき
グローバルな視点での都市づくりを考える。

山田 六郎 △株式会社ウインザー社長
神戸婦人子供服小売商組合副理事長▽

鳥越 哲 △神戸眼鏡院専務
神戸青年会議所理事長▽

中原 武志 △デザインルーム・オナカハラ
コウベファッション・シンサエティ会長▽

北出弥一郎 △服部メガネ店専務▽

★神戸は先行性都市型マーケット

辻村 どこでも同じタバコが喫われているということ
は前提として成り立つはずなんです。データーを見ら
ると神戸は割と面白いんですね。一般に東京とか大阪の大
消費地で喫われているタバコにはバラエティがあります
どこでも喫われているのにセブンスターがあります、
東京は極端で半分以上がセブンスターで、大阪でも半分
近くですね。神戸ではセブンスターもそこに喫われ
ている。ところが他のタバコも非常にたくさん喫われて
いる。四十数種類の銘柄があるんですが、色んなタバコ
が喫われているということ、好みがすごく多いんだと
いう特徴が一つ。もう一つの特徴は高級品が大変よく売
れていることです。

神戸の消費経済が東京や大阪を一年位遅れて追っかけ
ているという感じがあります。そういう意味で先行性都

市型マーケットという位置づけで神戸の市場を見ています。新しい高級なタバコを売り出すためにみなさんのご意見を聞いてみたいとき、どこでやったら一番いいのかなというとき、神戸でやってみようということで昭和四十八年、まだ何もしない段階からデーターを集めまして、そのデーターを元にして五十一年三月から初めてエプソンを投入し、その結果を見たわけです。エプソンは神戸のみならず大変なご支持を受け、全国に発売しました。平行してトークをやっていますが、これは専売公社で最高の値段で輸入銘柄を対抗商品として考えていますが、これが果して日本で受け入れられるかどうか、輸入銘柄に対してどれほどの力をもっているかということを神戸で見てみたいと思っています。

神戸にはそういう意味でファッション都市の前提になる市場がありますね。そう感じます。

小池 八年前に神戸へ出店したときは三宮のさんプラザは商圏としてはまだまだこれからで、基本的には将来に期待するという形での出店だったと思いますね。最初の二年間ほどは大変だったようですね。まあ、神戸は風土としては先取の気性がありながら保守的なんじゃないでしょうか。だから、自分の趣味性みたいなものをかたくなに守る方が多い。タバコでも自分のキャラクターをもった吸い方をするとか、そういう要素があるのじゃないですか。

私どもはナショナルチェーンということでやっていますが、あるエリアの特性というのはそれなりにあるわけで、八年前はニュートラといわれるファッションの出発めですから神戸はジュニアのカジュアルタイプのものが割と早く訴求できるような市場だったんじゃないでしょうか。

鳥越 神戸青年会議所（J.C.）でもプロジェクトチームを組みましてファッション都市問題に何年來取り組んでいるのですが結論が出ないですね。ファッション産業都市とファッション都市との接点が混同しやすいわけでは

ね。私的な会合なんかで出るのは、このまま放っておいたらファッション業者都市になってしまう危惧で、市民生活からまったくかけ離れた表面だけのファッション都市を形づくるというムードで進んでいる面が見られるわけです。だから、地に着いてないというのですか、一般の人には縁遠いものだ、ええカッコウのものだという解釈がある。今必要なのは手法ですね。理論はどんなもん前へ行き煮詰っても現実的な動きは極端に言えばスタートの時点と一緒にやらないか。今後はどういうやり方で具体的に市民を巻き込んで行くか、その手法が必要じゃないかと思いますね。行政体、業者や専門の方々の機構づくりが先決じゃないかと思っています。必要なのは、もっと地に着いた何かですね。また、反対に我々を含めて一般市民は行政体を利用する位の積りで、行政指導型じゃないに、利用する位のパワーでもってやらなければならぬが、その芯は誰か、へ、そはどどこかという問題ですね。

ただ市民主導型というのも問題で意思の完全な一致はまず不可能。ある程度寄り合いでやって行けばいいのじゃないかと思えます。我々は情報都市といっているのですが、とにかく人間を交流させよう。交流させればファッションの動きも良くなるし情報交換も良くなる。ファッション都市というものには服飾だけじゃないにもっと色んな要素があつて、それを交換するのが全体としてのファッション都市のつくり方である。今いわれているのは一つのパート、一部分がちよとつづつやっているだけだから全体をからめた何らかの機構づくりが必要じゃないかと思えますね。それが情報都市化につながって、伝統と相関関係をもちながら前向きの町づくりができるのじゃないかと考えています。

★ファッション情報の多方面からの集収を

島田 ファッションをつくる人、メーカーや、職人さん、それから流通機構における消費者や問屋や小売屋、それを支える需要、そのなかでの市民、そういった人た



辻村昌浩さん

ちのなかで一番先に動き出さなければならぬのは行政とか流通機構に携わる人で、市民参加とは口先きではよくいいですが実際には仲々難しいですね。

ファッション都市の前の段階として中継都市といいたほうが、各地から色んな素晴らしいものを寄せ集める機能が必要ですね。神戸の人は選択眼が非常に高いというか、ハイレベルで、神戸のファッションはイメージ的に非常に高く、売れてはいますが、それがスケールの大きい商売、ファッション都市構造ということにまでなってきたとそれを支えるだけの養分が神戸にはまだないわけですし、その機能を拡げて行くためにはもっと対象を拡げて行かないといけないわけですね。神戸だけじゃなく全国、全世界へと拡げて行かないといけないのですが、まず、そういった機構をつくることと色んな情報を集めて来ることなんですが、これは市民に任せても最初は仲々できない。一般市民には選択して貰うということなん



小池力彦さん

じゃないかと思っていますね。

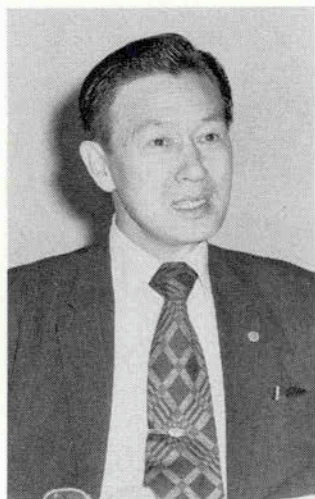
神戸は非常に開放的で新しいものを受け入れ、自然環境もおだやかで、山あり海あり都市機能があるということで服装にしても着る場所が色々ありますね。ホテルなんかでは足りないかも分りませんが、実験の場としての材料も神戸にはたくさん集まっていると感じますね。だから最初はファッションに携わる人たちからやって行くことが肝心なんです、その意味で、小売店にしても問屋にしても非常に責任が重し、神戸にはそういう汽関車的な役割を果たしている婦人服とか子供服の店もたくさんありますからね。

山田 ファッションのなかで一番身近に感じるのはやはり服装じゃないかと思っています。KFKも五十四名という組員をもつて神戸ファッションの創造に努力しております。

横浜へ英国の人が上陸して洋服屋を始めたのが日本で最初だったらしいのですが、神戸の人がそこへ行って習って来て始めたわけですね。それが成功しました。また、神戸は国際都市ということでおシャレが上手ですね。東京の銀座や新宿、大阪の心斎橋なんかを歩いて、セッター街を歩いているほど素晴らしいですね。東京の人から関西へ来たならセッター街を歩かないと気が済まないという話を聞いたこともあるほど、歩いている人はおシャレが上手ですね。

今や、メーカーが創って宣伝をして買わせるというか売りつけていた時代は過ぎまして今は個性化、流行のなかに個性を取り入れておシャレを楽しむ時代ですね。自分が本当に好きでなければ幾ら安くても買わない。長い間に勉強して来て自分自身の個性と見る眼が下手な販売員よりもこえているという時代ですね。商売がしやすいようで非常に難しい時代ですね。

ただ、服を消費者に買っていたいたのはいいけれどそれを着て行くところがないということをよく聞きますね。これは誠に残念だと思います。市民が日曜日にみん



山田六郎さん

神戸市がファッション都市を標榜するのは、神戸が何かを創って輸出する。あるいは、日本各地へ出て行くということだろうと思いますが眼鏡の場合それが仲々で

ね。変ったものをうまく取り入れて自分のものにして行くという才能はあるようです。

北出 神戸における眼鏡の市場は非常に先行的であるといえますね。たとえば、四五年前からうちの店で欧州のあるメーカーの品物がいいということで入れたんですが、輸入元は十分に力を入れるほどでなく、形や色が変わっているということで余り市場には出ていなかったんです。ところが二年位前からものすごく売れるようになったんですが、そういう変った品物は東京、大阪では仲々受け入れられないですね。神戸の人は本当にこれが流行の先端であるというものはよく知っていると思いますね。変ったものをうまく取り入れて自分のものにして行くという才能はあるようです。



島田光夫さん

なで楽しんで行ける場所、しかも無料で楽しめるところがぜひとも欲しいですね。

きなくて残念なんです。取り入れて自分のものにして行くという技術は神戸市民は大変上手だと思いますね。中原 ファッション市民大学は昨年までで四期生、約六百名が卒業し、そのうち百名ほどがKFSSに加盟しています。ファッション都市とは何なのかということですが、分と我々も討議して来ましたが分らない。

ファッション都市といっても企業サイドの人は企業を大きくしたいと考え、行政サイドも企業の発展を考えているようです。組織学の方は建物のこととか、あるいは、街路樹のこととか、都市そのものの整備の問題も考えている。色々とその立場によってファッション都市の考え方がずい分と違っているようです。どこに接点を求めるかが問題ですが、今、それがないままに來ているわけですね。だから、とにかくファッション都市を真剣に考えてみようじゃないかという人たちが一つの機構をつくらなければならない。まずそれをつくってそこで討議してできる問題からやって行かないとそれぞれが今バラバラの形でやっているだけではどうもならないですからね。私たちは巾の広いメンバーですからまずその人たちが何回も会うと、会えばそれだけ情報も交換できる。まず会える場が欲しいということで毎月一回講師を迎えて「マンスリーサロン」をズツと続けています。これは自由に一般参加ができます。年二回、特別講師を招きまして公開講座をやり、これはファッション産業に関係のある人たち、特に専門的に勉強したい人たちが対象です。

ファッション都市について色んな考えがありまして、なかにはファッション都市神戸という言葉で、神戸はファッション都市だと決めつけてしまう方がずい分たくさんいらっしゃる。これは残念で、ファッション都市を目指しているのだということにならないといけない。神戸はファッション度が高いということは認めますし町も綺麗です。他からの人口の流入が少ないのでファッション度は高い。しかし、それがすなわちファッション都市かと



鳥越 哲さん

いうとこれは非常に問題がありまして、質の悪いものが売れる反面、力作が売れない。販売力で売れていて、良いものだから売れているとは限らない。喜んでファッション都市だとはいえない。ファッション都市を目指すのだという気持ちで取り組んで、早く機構づくりをして接点を求めてそれぞれの分野のなかで手をつけて行く。そういう方向が望ましいですね。

★神戸のもつ多重性

辻村 遊ぶ場といいますが、余裕の場といいますが、そういうものが少ないところに問題がありますね。いつも同じところで遊ぶということですね。それと、ファッション都市を志向しているなかで難しいなと思うのは、みんな同じというか、たとえば、こういうファッションが良いとなるとどの店もみんな同じ形になってしまふ。個性がなくなってしまう。町全体としては個性があるけ



中原 武志さん

れど、町のなかの一つ一つを見たら個性が失われて行くような感じがありますね。自分たちが個々に創って行くものが他とどう違うか。もっともすぐに真似をされますが、それがあるから余計にいつでも先へ進んでいなければならないという問題もありますね。

鳥越 ファッション市民大学も神戸市民だけを対象とするのじゃなしに、東北の人でも、沖縄の人でもパリまで行かなくても神戸へ来て勉強すれば一流のものになるという位の機構にもってきたいし、そういう大学なり教育を管理するのがファッションセンターですね。これを中心にする。それとのジョイントによって具体的な段階からファッション都市づくりをして行かないとダメじゃないかな。私は情報都市といいたけれど、情報都市化のなかの一環としてファッション都市があるということを考えているのですが、とにかく動きが先です。それには色んな人間、市長とか商工会議所の会頭とかを動かして、その気にさせて、スケジュールづくりをしないとイケない。そういう具体性が欲しいですね。ファッション市民大学の卒業生は四年で六百人ということですが、それだけではもったいないような気がする。四年経てばもうちょっと何かしておきたかったなという気がありますね。

山田 フランスが何故ファッションで世界のリーダーになったかという、政府がものすごく力を入れたわけですね。その結果、フランスが世界のファッションのリーダーになり、しかも、そのすべてをフランスがデザインをしたのかというところじゃなくて世界中から集めたデザイナーで製作してそれを世界中に売っているわけですね。神戸も市とか商工会議所にもう少し力を入れて貰って方針と予算を組んで貰いたいですね。

小池 ファッション都市神戸といいますが、コマースヤルベースで神戸から外へ訴求するために何かをつくるのか、それとも、その前の段階で、神戸市のなかで何かをつくるのかということがもう一つハッキリしないから仲々難しいのじゃないかという気がしますね。



北出弥一郎さん

外から見た神戸となかにいる人たちの神戸についての意識の違いは、外から来た人は三宮駅を降りてその周辺を神戸だと思っているわけですね。神戸駅が別にあるのだということは多分意識の外じゃないですか。そういう認識が神戸以外から神戸を見たときにあるわけですね。神戸は外から見ると多重構造の町じゃないのですか。

島田 よその町からみて神戸はファッション都市だという価値観をもって貰わないと値打ちがないですね。神戸がファッション都市を目指した場合のその可能性、これはずいぶんたくさんあると思いますね。山もあるし海もあるし、何か場づくりはできますね。

小池 たとえば水が美味しいとか、パンが美味しいとかそういうキャラクターをもって訴求する部分をコーディネートして行けばいいのじゃないかと思えますね。

中原 ところが、ファッション都市といっているのは神戸市民だけで外からそんなに認められていないようですよ。綺麗な町だとか、エキゾチックな町だとかは認めてくれるのですが、それ以上に何かが興って来る町だとは思っていない。何かやらないといけないのですね。あんまり町が綺麗なから住んでいる人の自己満足度が大きすぎるといってもあるのじゃないですか。

島田 先ほど多重構造といわれましたが、神戸には人間の欲望というか多様性を満足させる要素が少しづつあるのじゃないですか。だから住みやすい。しかし、キーに

なるものがないですね。

小池 そうですね。ということは改めて何かが出て来るという要素はないわけですね。

鳥越 外から見た神戸が本物であるかどうか。その本物は何かという具体性ですね。努力とか前提とされる検討は済んだ段階で、今後必要なのは外からの批判ですね。これが刺激となってより良くなりますからね。それを整理する機構が欲しいですね。

★具体的な動きの積み重ねを

小池 他から憧れて来る人たちに對する道しるべが、単にコマースベースに任されているだけじゃなく違う格好でできるとか、何か核になるものを決めて具体的にやれば良いと思いますね。それと、みなさん神戸に愛着が強いので小さなコミュニティがいっぱいあるのじゃないかと思うのですが、それが吸い上げられてないのじゃないかという気がしますね。音楽にしても発表の場、ちよつとした小さな劇場も少ないですね。小さなブロックの文化もファッションなんです。そういうものが少ないのじゃないかという気がしますね。

鳥越 一般のそういう下からの蓄積、動きの場をつくることは大切ですね。それとJCでは来年の全国大会をきっかけにして、たとえば国際会議をやるなら何が抜けているかを調査しようと思っているわけです。それを埋めて行くと外国からも人が来るようになる。よそから人が来ると神戸には刺激になりますね。それによってまた何かが生まれてくる。人間の動きがあったらものの動きもあるということです。段階的にコンベンションシティから情報都市へ、その一環としてのファッション都市があるのですが、とにかく具体的に動かないといけないですね。そこで問題なのは資金。資金を集めて基盤をつくるムードを盛り上げる。そうすると行政も商工会議所も資金を出して来る。そういう現実的な動きが要りますね。ただ金を出したからといって即それが売り上げには

結びつきはしません。あくまで神戸のためにするわけです。いずれ自分の企業に還元されますが。

島田 自分たちのできる範囲のなかでみんなでセンスを高めて行かないといけないことが多いですね。

小池 そうですね。異人館がなぜ良いかというとその地形に合った建物だからですね。だから何年経っても良いし残るんですね。神戸に住んでいる人が家を建てるとき、その地域の環境に合ったものを建てるという気持ちで来れば神戸は完成したファッション都市ということになると思うのですが。

鳥越 建築でも今は指針がないでしょう。だからセンタ―をつくり、そこにパターンを渡しておいて設計の段階でこうしなさいという指導が必要ですね。

中原 たとえばマンションのカーテンにしても、ここまではこの色というように統一すれば分と綺麗になりますね。そういう本当に初歩の段階からやって行きたいですね。

北出 神戸でも歩いているとチラツチラツと良いところがあるので、行ってみるともう一つというところがありますね。できれば地域として綺麗にしていただければもつと良くなるのではないかと思います。夢はあるのですがまだまだ現実には行っていないような気がしますね。

辻村 神戸の場合、ファッショナルに何か新しいものが出て来てもそれを上げる場が東京なんか比べて非常に少ないようですし、また、自分たちでこれは珍らしいとか、これは良いといっているだけで外へ上げるチャンスとか努力は余りないように思いますね。神戸の人だけで認識してそれだけで終ってしまい勝ちななと思います。ファッション都市というものは色んな人に認められるというか、色んな人が入って来てその真価を認めて帰って行くというのが本当の姿じゃないかと思いますね。

神戸だけでの情報の認知度は高いんですね。エブソンを出したとき三か月後の認知度は七〇パーセントを越え

ていたんですね。これは神戸の千六百のタバコ店で飾られたということ位でそれだけの認知度があるわけですね。だから神戸市民における認知度は高いけれど、しかし、大阪や明石の人が神戸でトークやエブソンが売られていると認知すること、つまり、神戸の良さを周辺や遠くの人がどれ位知ってくれているかは少し疑問なわけですね。

鳥越 我々を含めて神戸人には井の中の蛙的なところがありますよ。それとこれは新聞記者から聞いたことなんですが、本店が神戸の店が、大阪や東京へ進出していてそれは良いのですが、神戸店へ来てみると大阪に比べて商品が良くない。何故かと原因を調べてみると大阪の方が良く売れるので向こうへ良い商品をもって行っているんですね。そういう店がある。神戸の購買力は限られているのでそういう現象が起って来ているのじゃないかというわけですが、これを続けて行くと一つの危機ですね。本店を大事にしないといけない。目先のことに追われている。だからこそ確固たる指針が必要になるわけですね。

島田 神戸の経済的地盤が低いので購買力のある東京などへ出て行くわけで、ファッション都市というからは経済的な地盤が高くなければダメでしょうね。

山田 それと限られた人口のなかで同じような計算の下でみんな企画したり商売をしているので失敗するわけですね。統計によりまして消費人口に対して店舗数の方が多くなっていますね。そのなかでなお増えているわけですね。経営の健全と神戸らしさを保つためにも店舗数と消費者のバランスをうまくとることが大切です。店をつくったら良いというだけでは何もありませんからね。鳥越 それとよくファッショナルショーが開かれてますけれど、ファッション都市即、ファッショナルショーをやったら良いのじゃないかという誤解が一般にはあるわけですね。何故かというマスコミで取り上げられるのはそういうものだけですからね。日頃の地道な活動というのは全然評価されていないわけですね。そのへんの研究も必要でしょうね。

(オリエンタルホテルにて)

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。

ルポ小山乃里子の
華麗なる挑戦〈2〉

ロッククライミング入門

平均斜度70度の崖を
ひたすら登れ!



神戸登山研究所



ノロノそっかへ行ったらアカン!



諏訪ちゃん、しっかり持っててヨ

ヤッターノホリマンタヨ!

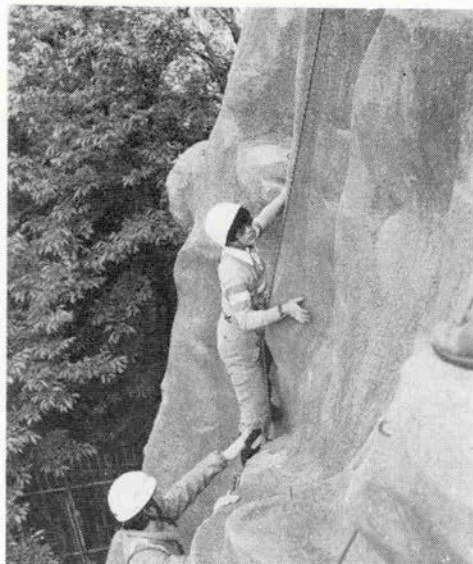
山に登る人に、「何故あなたは山に登るのですか」と問うたところ、「そこに山があるから」とのたまたま話は、つとに有名である。成程、ナルホド、うまいこと言わはったもんやなあと、一応は感心するけれど、それでもやっぱり、私のような面倒くさがりやの、しんどがりやには、登山する人の気持は、とんとわかりかねるのであります。

第一に、あんな重たいもん、よう担いで歩くなあといつも思うのです。第二に、冬山登山は寒いし、春山は雪崩が怖い、夏山登山は暑いし、秋の山は、紅葉の美しさに見とれて、足を踏みはずすやもしれぬ。第三に、あの登山スタイルというもの、もひとつファッショナブルとは言いかねる。第四、何日もお風呂に入らないなんて、とても我慢出来ないワ。

それに、どっかといえ、こちら向きに倒れかかってくるように見える崖を、いくらロープがあるとはいえ、登ったり降りたりするなんて、あれは人間技とは思えない。あな恐ろしや!!。

だから、登山だのロック・クライミングだのは、これ

頂上までまだなの？



からも、あまり私の人生にはかわりの無いものだ、高見の見物としやれこんでいたのに、なんたることぞ、この私に、あの、おどろおどろしき崖をよじ登れとは。しかし、それでもまだ、かなり多寡をくくっているところはあった。

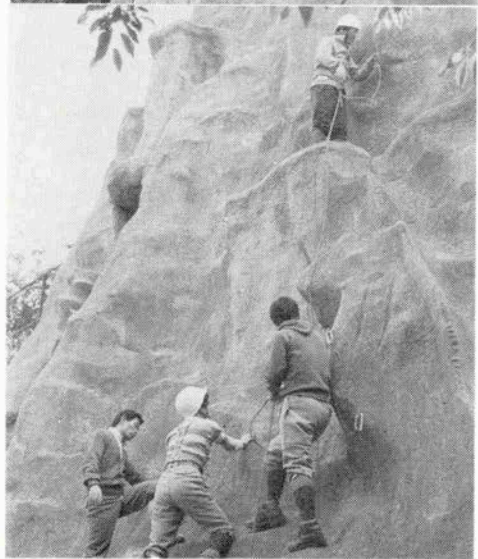
場所が、しょっちゅう車で横を通っている王子競技場のところと聞いていたから。

「ああ、あの川の横の彫刻みたいで、でこぼこした岩ね。あそこでやんのん？ なあんや、もつと本格的な山でやるんかと思ってた。あそこやったら下から上まで、ものの一分もかからへんのと違う？」。

ものの一分どころか、一メートルはい上るのにももの五分はたつぷりかかった、なんてことをその時はつゆ知らず、まあ、ずい分大きな口をたたき、実にさつそうと出かけたのでありました。

あの例の岩の後には、ずい分と立派な建物があり、看板に曰く「神戸登山研修所」中に入ると、この登山研修所の所長であり、県山岳連盟副会長の前田浩さんと、何故か長島市民局長が待ってらした。

ハイ、ちゃんと三点確保を守ってノ



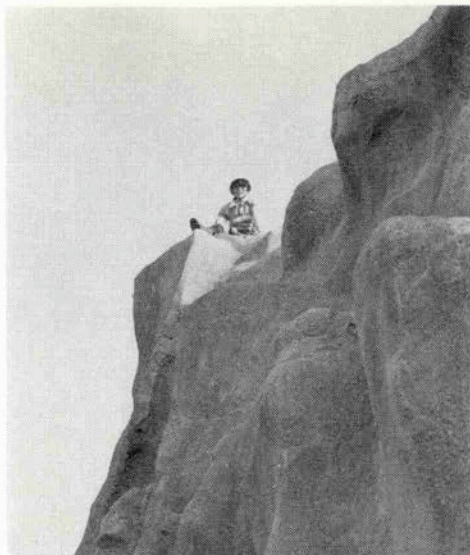
用意してくさった登山装束に着替える。靴がやや大きめ。靴下二枚、それもぶ厚い毛糸のものをはいて調節する。

膝下できゅつと締める、ニッカーボッカーなる半ズボン、はいてみれば、これ又きわめて動きやすく、それに割にカッコいい。

先の、フアッショナブルじゃない、云々の意見をやや引つ込めかけたけど、これはひとえに着手の良さの問題だという考えが頭にひらめき、やめた。

さっきから、着慣れた登山スタイルの男性が三人、部屋を出たり入ったり、ロープ（ザイルと言うべきだな、ウン／＼）を巻いたり、へんてこな金具をガチャガチャさせている。私の他にも、今日練習する人がいるんだなあと、それとも、六甲かどこかに行っていて、今帰って来たのかしらと、ぼんやりながめていたら、なんとなんと、本日私の指導員の方々でありました。しかも、二年前の、兵庫県ネパールヒマラヤ登山隊の副隊長であり、登山隊長でもあった松本武彦サン、同じく副隊長の岡田和泰サン、として諏訪靖二サン。いづれ劣らぬ山男のモサ。

絶景かな、神戸の街が一望。



どうやって、

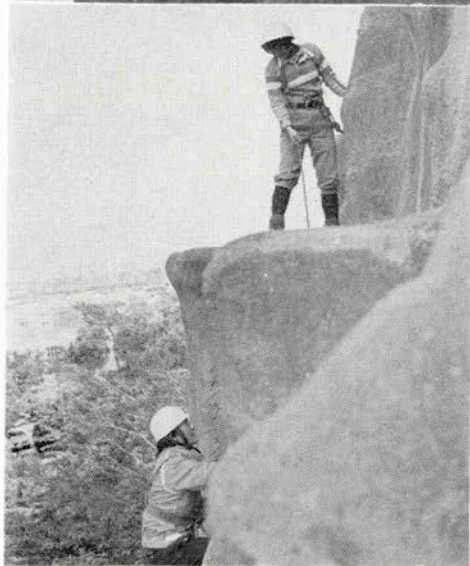
「ネエ、このシャツもちよつといいじゃない、ヨージ今年の冬はこんな格好してみようかなあ。このザイルを腰にくるりとまわして、ひよいひよいと降りちやおう」

などとはしゃいでいる女に、ロッククライミングのABCを教えようかと思案投首の有様。まあとりあえず下におりましようということになり、岩の横手の梯子段をとんとんとおりた。そこまでは実に快適に物事は進んだ。そそり立つ岩の下から、上まで見上げた時にもまだ事態の重大さを認識していたと言いがたい。

『とりあえず岩登りの基本である「三点確保」からやってみましよう。つまり両手両足で四点、動く時には必ず一点だけを移動させて、あとの三点、両手と片足、又は両足と片手は岩場にきっちり確保されていなくちゃいけないんですよ』

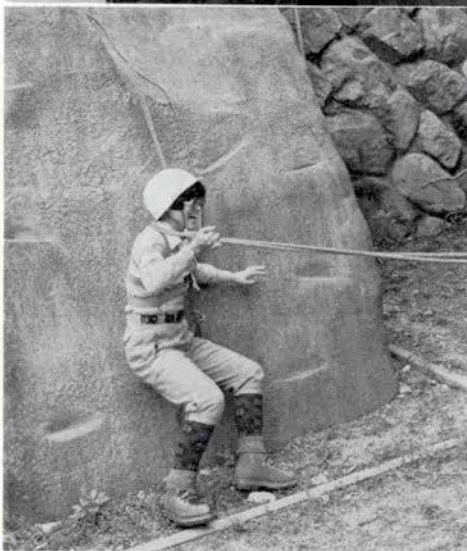
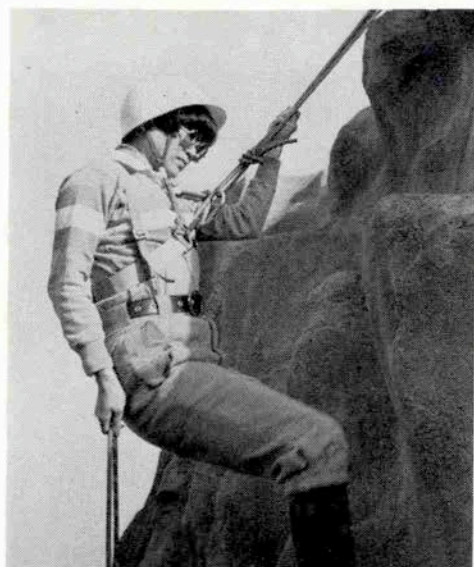
松本サンは、やさしくわかりやすく説明してくださる。いくら素人だってそれ位の理屈はわかる。誰が、岩を登るのに両足離したり、両手を離して電線音頭など踊るものか。やってみましようの一言で手ころな足場を

諏訪ちゃん、はやく登っておいでヨ。



みつけて、両足のつけ、さあ、上まで、ひよいひよいと登りましょう、と思った途端、まるで金練りにでもあったように手も足も動かない。足がかり（ホールド）がまるで足の親指の先っぽにひっかかっているみたいで、どちらかの足を少しでも動かしたならたちまちずるずると下までおちそうな感じなのだ。それでも、まだ地面がいつでも飛びおりられる所にあるうちは心のどこかに安心感があつたものだけど、その平均斜度七〇度なる崖をひたすら上をみつめて、どこに手を置いてどっちの足を動かしたらよかんべえと、頭の中をふる回転させて考え、五メートル程の所にある岩のてっぺりの上までたどりついた時にやあ冷汗どっさりでホント二家に帰ろうかと思った。松本サンは実に身軽に登っていく。やがて頂上から五メートル位の所から私好みの紫色のザイルがするするとおりて来て、私のお尻ささえみたいな感じで後から登って来た諏訪さんが、私の腰につけたカラビナという鉄の輪に通して、自分の腰にも通した。サア、これで一運たく生。うかつにハーケンに指を通すと、そんな事をしたら指がちぎれますとおどかされ、ザイルの握

真剣そのもの。ひとつまちがえば宙ぶらりんだもんね。



やっと降りれた。ああ……ああ……しんど。

り方が悪いとどやされ、なんとか上まで着いたけど、二メートル足らずの崖が実に百メートルにも思われた。

これで終りかと思いきやあ、今度は降りましょ、とあっさり言われる。ザイル肩からななめにかけて、腰で調子を取りながら足を曲げたり岩にへばりついたり決してせず、角度も四五度から五十度に保ち……絶対落ちたりはしませんから安心して降りて下さい、……いくら言われてもこれは恐かったよお、ホント。途中で二度程ザイルにしがみついてぶらんぶらん。理屈ではいくらわかっていても、なんと身体、特に足の言う事をきかないことか。けど無事下までおりたら、長島局長も前田所長も三人の先生方もみーんな、初めてにしたらずい分上手くいったとほめてくださった。

あとのビールのおいしかった事。

もうこれで、ヒマラヤ位登れるかな？

指導／長島隆△神戸市市民局長▽

前田浩△神戸登山研修所所長、県山岳連盟副会長▽

松本武彦・諏訪靖二・岡田和泰

協力／神戸登山研修所・ガイドの小屋

□話題のひろば

I

ひと味違ったシヨッピンゲゾーン みつめられるファッション回廊 サンロイヤル神戸 華やかにオープン



左上は7Fのミキモト左下はベニー毛皮店。右上はサンロイヤルのオープンカット風景。
右下はブティック武生の西田武生さん（7F）

「みつめられるファッション回廊」というキャッチフレーズで、さんプラザの6F、7F、8F、9F、10Fに「サンロイヤル神戸」（生田区三宮町一丁目さんプラザ内321-3746）が、4月28日に新しい三宮のシヨッピンゲゾーンとしてオープンした。

6Fの、ヤングファッションタウンは、東京の探検島を初めてとするヤングもの子供もの。話題を集める7Fはロイヤルファッションストリートで、何といっても細野久、君島一郎、西田武生のクチュール三人男がそろったのは日本でも初めて。まだ森英恵も出店するという噂もあり、オートクチュールファンにはオリジナルデザインが楽しみ。真珠のミキモト、毛皮のベニー、カネボウ、靴のクロスなど地元勢もそろい、おしゃれなアダルト族が通る。8Fは東京銀座英国屋を初めとする銀座ロイヤル東京で、かつて東京TOWNなのが面白い。9Fには催会場もあり、10Fのファッションジョイアベニューでは、目下フィリッピンバンドが催広場で演奏中。京都の下鴨茶寮が女性好みで、ここに食べものやティールームが集まり、ミニミニシヨッピンゲタウンも、アンティックの嘉屋、バラエティシヨップのベニーなどが穴ぐら風にあって意外性がなにより。

□話題のひろば

II

あれから10年……

ハイカラ神戸の有名専門店九店

東急日本橋出店 10周年謝恩セール



上は東急百貨店日本橋店KOBEGROUPの店長さんたち。左下は神戸シャツ、芸夢、ラネ、ヨシオカ、元町バザーの社長さんたち。東京日本店玄関です。

この6月10日～15日まで、東京の東急百貨店の日本橋店に出店している神戸の専門店グループが、10周年を迎え謝恩セールを開く。

ネクネイの元町バザー、欧風家具の永田良介商店、紳士シャツの神戸シャツ、靴のヨシオカ、紳士服飾のウネ、婦人服飾のセリザワベニヤ、アクセサリーと婦人服飾の芸夢、和服のちんがら屋など、神戸の有名専門店9店。

10年前、東京に初めて神戸ファッションのハイカラ性を紹介して神戸ブームをまき起し、続いてパルコの神戸タウンや、東急百貨店の渋谷店吉祥寺店などにも神戸グループの階ができて、その端を発したメンバーだ。10年前、本誌でも、オーブニングに、神戸―東京間を2台の車で東海道五十三次としゃれこんでお上りさんとなりオープンにかけた。

10年を経て、東京での神戸ファッションも着実につかんで後にサノへも加わって今や落ちついたムード。出店謝恩セールは神戸らしいディスプレイで、神戸の専門店にふさわしい催をくりひろげる。

サンロイヤルに東京銀座タウンができる昨今。この神戸―東京の専門店の交流は、今後どんな展開をみせるか、興味深い。永田良一郎さんは「十年を迎えてこれらが勝負です」と語っている。