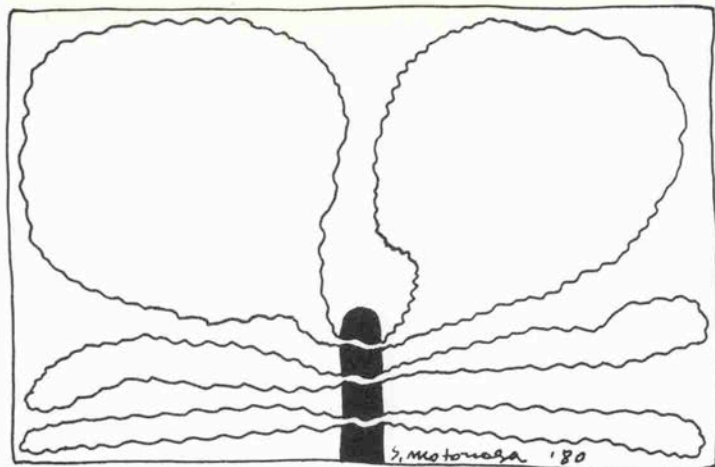


北野浄水場の桜

三枝和子 (作家)
絵／元永定正



桜は、満開もいいが、蕾がふつくらと梢を明るませる程度にふくらんで開花を待っている気配にえも言われぬ風情がある。

そういうとき、桜の樹は何故か多くない方がよい。満開の桜なら多いほど素晴らしい。遠景に見どころがあるからである。しかし蕾の桜は近くで見るといい。例えば異人館の通りを歩いて来て、坂道の突きあたり、北野浄水場の桜が綻び始めようとしているのに出会ったりすると、ひどく物珍しく不思議なものを見付けたような浮き浮きした気分になる。

異人館界隈の雰囲気との対照がいいのかも知れない。浄水場という殺風景な場所に人知れず、といった形で咲いているのが心をひきつけるのかも知れない。その桜をバックに街や港や海を見渡せるのが嬉しいのかも知れない。とにかく私は此処の桜が好きである。人は誰も知らないと思うから一層ひいきにしている。機会があればふと眺めに行く。小説にも端場^{はなばた}だけでもちらりと書いたりする。要するに気になっているのである。

桜の樹の下には死骸が埋まっているのではないだろうか、というのは優艶な花雲の下に立ったとき、小説家の抱く妄想なのだろうか。坂口安吾には『桜の花の満開の下』というコワイ小説があるし、梶井基次郎にもそんなふうな言葉がある。そうした物狂おしい気持は満開の桜の花に似つかわしい。

そう言えば狂女が、流れて来る桜の花びらをすくう、あれは何だったろう。お能の「桜川」だ。心優しい桜子が親のために人買いに自分の身を売る。悲しんだ母は狂うて子をたずねて旅に出て常

陸の国の桜川でやっと巡りあう。

散る桜の最高の表現は、やはり

ひさかたの光のどけき春の日にしづこころなく
花の散るらむ——であるに違いない。

散ってしまったあの歌は、

花は散りその色となく眺むればむなしき空に春雨ぞふる——というので、これは成子内親王の作だ。私は先きの紀友則とあわせて、桜の花を歌った短歌として双壁だと思っている。他にも色々秀歌があるのだが、何故かこの二つが好きなのである。散るさまも、散ってしまったあのさまも、いずれも満開の花を蔵した表現で、それが素晴らしい。

北野浄水場の桜は蕾が良いと言ったが、満開もむろん美しいのである。人知れず満開を誇って人知れず散っていく。本当に、いつもそこには人がない。まるで牢獄のように厳めしい鉄柵があり、柵の向うで桜はひっそり咲いてひっそり散っていく。

歌舞伎では桜の化身というのがある。外題がとっさに浮かんで来ないが、大きな桜の樹の洞（ほこら）のようなところから、桜の精である美しい女が夢のように出て来て花の小枝をかざしながら艶に舞う。確か歌右衛門で観たと思う。浄水場の桜はその逆である。桜の化身である美しい女——というのではなくて、美しい女が閉じこめられて遂に桜になってしまった、と思いたい。

何の罪で厳めしい鉄柵のなかに押しこめられたかは知らないが、桜になってしまふのであれば、その美しい女は、やはり無害の罪に問われたのではないければならない。浄水場の、決して開かないよ

うに思われる鉄柵の枠越しに眺めていると、そんな幻想が湧いて来る桜なのである。

蕾が目立つほどにふくらみ始めてから満開になり、やがて散っていくまでの期間は二週間前後だろうか。その年の気候に支配されてまちまちだとしても、おおよそ、そんなところだ。その短い期間、せいっぱい自己表現して、それから長い沈黙に入る。葉桜とか、秋の紅葉、冬の枯木なども情趣なしとは言えないが、桜じゃない。だから、その短い二週間の期間が、二日でも、三日でも縮まって、一応、突然に散っていったりすると、ほんとに月並な言いかただが無情の風、花に嵐だと嘆くのである。

何年くらい前のことだったろうか。嵐、というほどではなかったが、少し強い風の日、浄水場の桜がしきりと散って来るのに出くわした。いつものように坂をのぼっていると、風に乗った花びらが、鉄柵を超えて、三ひら、四ひらと舞い出て来たのである。まだ桜の姿は見えないのに、声だけが聞こえるみたいに花びらがしきりと散って来るのに感動した。閉じこめられている桜だと思ふから、よけい哀艶な風情があった。

神戸にも桜の名所は数多くあるだろう。須磨浦公園、護国神社のあたり、王子動物園など。しかしそうした名の通った場所とは別に、幽閉の佳人を見舞うように、北野浄水場の桜を訪れるのが、私の秘かな愉しみなのである。もちろん訪れるときは一人で行く。アベックなどで行って、あの佳人を悲しませてはならないと思う。四月の、北野町界隈そぞろ歩きの際の、小さな寄り道の場所であり、短い寄り道の時間である。

Happy Wedding



よろこびの日のケーキカット
ナイフはあなたの手に

北・欧の銘菓

ユーハイム・コンフェクト

■本社・工場・市内店 神戸市中央区南園町1-8(市立美術館東隣) TEL 221-1164
■三宮センター店・さんちか店・大丸・そごう・阪急・神戸デパート・元町店

'80 トップグラス

各国ニューファッションフレーム
有名ブランドサングラスコレクション

オートPC-104



ヤングからアダルトまで幅広い人気があり、ファッション性と機能性が調和するセルフレームです。

ウエリントンAU-5008



今、ヤングに人気のあるクラシックなウエリントン型は軽く掛けやすい、行動的なフレームです。

メタルUB-S-125



堅牢で、バネ性の高いニッケル合金にK14を張り合せ、汗などによる腐蝕の心配がない、ユーモアのあるメタルフレームです。

カラフルレンズ

プラスチックレンズはガラスレンズの半分の軽さでお好きな色に、濃く、薄く、ボカシ色に染色できます。染色後も色を濃くしたり、薄くすることもでき、ファッション性を生かした感じでお掛けいただけます。



薄く



濃く



ボカシ

 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、3水曜日がお休みです

地域と博物館

水谷 顕介△建築家▽

九州では、東京、京都、奈良につづく国立の博物館を、という運動が盛りあがりつつある。九州では、かなり以前から要望の声が高かったが、文化庁の補助金をうけて昭和四十七年に「九州歴史資料館」を建設したことでお茶をにごされ、また、成田空港の見返りともいわれる千葉の国立民族歴史博物館にもだしめかれてしまったというのが、地元としての気持ちだつた。

そして、今度の運動のかたちは、「国立」誘致という他力本願をやや脱して、いかなる内容のものを、また、そのあり方は、と原点からの積み重ねの必要性をとなえだしている。

その一つが、既存施設などのネットワークの考え方である。

九州、山口では、県立博物館が長崎、佐賀、宮崎、鹿児島、山口、沖縄とつくられていて、これらを含めて、現在、総合、歴史、科学博物館が二十二館、美術館が八館あるという。そして、郷土館、

資料館を含めると、百を超えるという。

こういったものを相互につなぎ、かつそれぞれ、より生かしていく中核としての博物館とは、という議論である。

西日本新聞は、「地域に根ざす博物館の時代」という連載もすすめているし、五十五年三月十日付の記事には、最近の十一の博物館づくりを紹介している。

それらは、

〔福岡県〕

北九州市自然史博物館（構想中）

飯塚市歴史博物館（七月着工）

田川市炭記念公園（基本設計）

八女市歴史民俗資料館（構想中）

久留米市総合博物館（構想中）

福岡航空宇宙博物館（基金募集中）

〔佐賀県〕

佐賀市歴史博物館（構想中）

〔長崎県〕

長崎県立自然史博物館（構想中）

〔熊本県〕

球磨森林博物館（協議中）

〔大分県〕

大分県立総合博物館（調査中）

〔鹿児島県〕

明治百年記念館（基本設計）

飯塚市の歴史博物館は七月、同市柏の森七千六百平方メートルの敷地に工費四億七千五百万円を着工、来年秋オープン。

同じ筑豊の田川市では炭鉱の遺構を保存、ユニークな石炭公園と資料館建設計画、また、これまで資料の収集を続けてきたものが、鹿児島県の明治百年記念会館と北九州市自然史博物館（鳥山隆三準備室長）。

明治百年記念館は地域総参加の博物館づくりが目的で、四十四年から県民が提供、寄託した資料は、縄文時代の遺物、現代の民具を含めて一月末で、すでに二万六千点にのぼっているという。

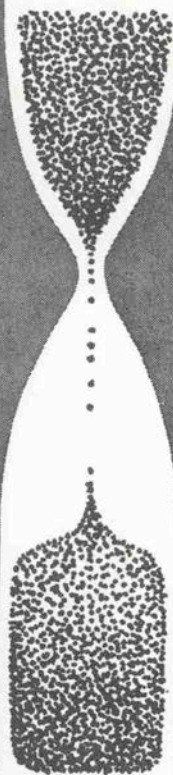
熊本県球磨郡球磨村の森林博物館は地域そのものを博物館にして林業とその歴史、山村生活と民俗を資料館を中心に生きた形で見せようというもの。

熊本県と現地、林野庁が協議中。こうした博物館づくりは、いずれも地域づくりを指したもので飯塚市は「新しい筑豊の創造」、鹿児島県は「歴史を築いた郷土のエネルギーをあすの活力に」、熊本県は「山村の再生」を目的に掲げている、と評価している。

★キャンペーン

国際文化都市神戸を

考える



(29)

神戸をイキイキとした 情緒ある町に

川上

勉

△オールスタイル社長▽

小林

新二

△元町バザール社長▽

中内

力

△神戸ポートピアホテル社長▽

渡辺

干城

△渡辺洋服店社長▽

松宮

隆男

△モロゾフ常務▽

戦後の闇市時代
神戸は物流の中心地だった

中内 三、四年前、神戸市婦人団体協議会の百人ほどがシアトルへ行かれたとき、市長招待のレセプションがあるというのでイブニングドレスをつくって持って行かれた。ところが、神戸へ持って帰って来たら着る場所がない。神戸でイブニングドレスを着られるパーティをやってくれと頼まれた(笑)。今度のホテルの中に大きな宴会場をつくってくれと頼まれてますね。今、神戸でイブニングドレスの似合う場所がないですね。

小林 私は「木曜クラブ」のレポートに書いたことがありますが、昔は客船が着いたらパーティをやっていたのでイブニングを着る場が多かった。昔のオリエンタルホテルでは土曜の晩はいつもパーティをやっていた。今はそれがない。場所がないのにイブニングドレスを売る

のもおかしいし、ぼちぼち神戸でもそういうパーティ会場が出来てもいいのじゃないかと思えますね。

中内 ファッションは環境が前提になりますね。この間フィリピンへ行ったとき、僕は背広を着てネクタイを締めてたのですが、町へ出たら全然似合わない(笑)。マニラの町にはネクタイ屋はないと思いますよ。

小林 そうでしょうね(笑)。神戸でもオリジナルでないネクタイのない時代がありましたよ。終戦後はね。私のところでつくらないとネクタイはなかった。銘仙のネクタイもつくりましたね。昭和二十一、二年頃、ネクタイは統制の対象になっていたので、古い物を改造したとかいって売ってました。決してオリジナル製品を意識的につくったのではなく、他にないから仕方なくつくった(笑)。昭和二十三、四年頃、軍服が背広に変わった頃にネクタイが急に売れるようになりましたね。

中内 戦後の神戸の経済は開市からスタートしたんでしょね。そのときの物資が入って来たルートは、一つはPXの横流し。もう一つは神戸港からの密輸。港に船が着くと外国人船員が身体につけて持って上がって来る。



川上 勉さん



小林 新二さん



中内 力さん



渡辺 干城さん



松宮 隆男さん

それらが開市で換金された。それに非常に魅力があったわけですね。全国から神戸の開市へものを買いに来た。たとえば、日本全国へベニシリン、それからストレプトマイシンとかの抗生物質が神戸の開市から流れましたね。今だったら一本三十円位のベニシリンが、終戦後一万円もした。それでも皆が買いに来た。日本ではつくってなかったからですね。戦後の神戸の開市は、日本にとって非常に大きな意味をもっていたんですね。

渡辺 流通基地だったわけですね。

小林 昭和二十二、三年頃は、全国から神戸へ仕入れに来ていましたね。特に衣料品関係では、あのまま行っていたら神戸には大きな問屋がたくさん出来ないといけなかった。今の大阪のようになっていたはずなんです。

渡辺 大阪へ逃げられたんですね。

小林 当時は神戸で何でも仕入れが出来た。婦人物のナイロンの靴下なんてすごく高かったのに穿いてましたね高かったのはナイロンの靴下、レインコート、ハンドバッグ。ファッションというものには、少々金をかけても、高くても買ってたんですね。ようこんな高いものを買うなど思いながら(笑)世話したことを覚えています。

チョコレートでもモロゾフさんなんか戦前からトアロードにありましたね。菓子は全部こっちでつくっていた。

中内 外国人が神戸へ来て始めて、それが発展した。というのはレストランなんかでも、フランス料理のレストランが神戸でスタートしたのは、やはり港との関係で、外国航路の客船に乗っていたコックさんが、年をとって船を下り、神戸でフランス料理のレストランを始めたというところで歴史的に神戸は古いわけですね。神戸に外国人が上陸して住みついて、そこで何か商売をしないといけないということで、パン屋が始まり、チョコレート屋が始まったのじゃないですか。とにかく人が流れ込んで来るところから何か新しいものが生まれる。たとえば十個生まれて、八つか九つは消えてしまっても、一つぐらいは残ってそれがズーッと伸びて行く。ファッションに

しても、まず、人が前提になるのでしょうか。世界中から人が流れ込んで来るところに新しいファッションが生まれる。神戸のファッション都市化にしても、世界中から人が集まるかどうか、集められるかどうか、そして、そういう人が住みついて行くかどうか。住みついていかないと単なる仮りのもの、真似になってしまふ。仮りのものとか真似については、今のお客さまはシビアに判断しますから、本当に地元に根を下ろさないとダメだ。そのために、世界中から神戸に人が住みついて、仕事が出る環境をつくって行くことが必要だと思いますね。

神戸に本社をおくことが企業にとってイメージアップになる

川上 神戸は終戦直後、レインコートだとか新しいものが色々入って来て、大阪のような形になりえたのではないかと思います。ただ、それを育てて行く素地、基盤がなかったのじゃないかと思う。私どもの業界を見ると、新しいものを世界から取り入れて行く、世界に門戸を開いて行くということでは、神戸は外国人が住みついて日本の中では国際色の濃い都市であるということ、ずい分と助けにはなりましたね。終戦直後、衣服の内、洋品雑貨というか婦人・子供服を含めて軽衣料に属する業界は、そういう素地を活用して、輸入したのではなく、自分で創り出して行った。その頃は、セーター一枚つくるにしてもアメリカ領事館などに置いてある色んな雑誌を見て、その中から色を学んだり、素材を学んだり、デザインを学んだりして新たに創り出して行った。当時は、工場がつくったものを問屋へもって行って、問屋がそれを預るなり、発注して、デザイン活動は小さな工場がやっていた。メリヤス屋と呼ばれていたんですが、それが今、ニットと呼ばれるようになって来ました。メリヤス屋からもって来たものに満足しないで、自分で色々知識や技術を求めて、自分で紡績もやり、デザ

インも考えてということでも育まれて行ったことが、全国へ商品をもって行って、さすが神戸だといわれることになったと思いますね。

そうだったというの、アメリカ領事館が役に立ち、本屋にも海外から来た雑誌があり、家庭でも、その頃、豊かで進歩的な人たちは何らかの形で、そういう雑誌を入手していたし、戦前にもそういうものがあったから、素人がつくりたいと発想したことであっても、ちゃんと理解してくれる優秀な技術をもった人がいた。こういうことが今の私たちの業界をつくり上げてくれたと思う。仕入れて売るのがじゃなく、何か個性を加わえるという気風が神戸にあったと思う。神戸以外から来た人がこの業界には多いのですが、その人たちが神戸に入ることによって、神戸で何か接木されたというか、神戸という土壌でオリジナリティを完成され、神戸らしいものに花咲いたということですね。

松宮 ファッションについては、業者が操作をして大衆をのせるということはありません。今年はバレンタインデーでチョコレートがよく売れたのですが(笑)菓子屋がのせたというのは大変不遜な考えですね。今年あたりは、チョコレートをプレゼントするのが、お遊びになって来ましたね。お遊びになって来たということでは、人々の信条の中に、そういうことはいいことだという生活信条が出来たからですね。他のファッション産業でもそうだと思いますが、これが流行したらもうかるぞ、という発想では今日のファッションは成り立たない。そんな素敵なものだったら着てみよう、と思うように提案して行くことがファッションだと思いますね。

渡辺 私らの業種が出来た始まりは、港と関係がありまして、外国航路とか、居留地とか、初めはつくるといっても、外国の方の服の直しから始まって、だんだんと服をつくって行くようになった。神戸の場合は外人も多く居留地もあったので、特異な感情をもたずに洋服に受け込んで、日本で最も早くから洋服が一般化した。神戸

は歴史も新しく、寄り合い世帯という感じが強く、この業種でも色んな形や色の服が売れて行く。たとえば、東京なら官庁という大きなものがありますので、それを対象とした抵抗感のないもの、割と沈んだ色のものが好まれ、また、そうでないと疎外される。神戸ではそういうことはない。

洋服の職人にしても、日本で初めて洋服が一般化したということ、人がたくさん集まって来て、見習いをして各地へ散って行ったようですね。

川上 その土地柄のもっているセンスというか、気性というか、バイタリティとかに影響されますね、ファッションは。特に環境ですね。ソフト面といいますが、よりよいもの、よりみがき抜いて行こうとするにふさわしいセンスがその地域にあるかどうか、そして、そういう人たちが集まって来る環境があるかどうか、あとは企業がお互いにみがき合って行くようになっていくかどうかになると思う。そういう面で神戸は恵まれていると思いますね。つくるとか、消費するということになる神戸は日本の中でトップでも二番目でもない。しかし、それとは関係なく、神戸はソフト面、ノウハウの面で企業が大きくなくて行く素地がある。

中内 神戸だけを対象にしたらシェアも低いし、製造についても色んな条件がありますから生産場所がどんな地方に分散して行くのは止むを得ないでしょうが、問題は、神戸に本社機能を残して行くというか、高めて行くというか、そういうことが大切だと思う。その場合、大事なことは、神戸に本社があるということが、その企業にとってメリットがあるということです。その条件づくりが課題だと思う。今までは大きくなると皆神戸から出て行ってしまおう。これをファッション産業においては繰り返さないようにすることが必要ですね。そのためにはどうしたらいいか、を真剣に考えないといけない。幾つかの条件があると思いますが、一番基本的なことは、神戸の町のイメージじゃないかと思う。神戸の町のイメ

ージと産業や企業とが調和しているという感じがもたれることですね。これが必要ですね。そういう環境づくりを考えて行く必要がある。たとえば、コーヒーにしても、神戸のコーヒーだから美味いぞ、という感じがする。神戸のファッションだからセンスがいいぞ、と思ってもらえる町づくりを皆が協力してやって行くことが必要です。

イキイキとした町づくりを人間らしい町づくりを

川上 今から十五年ほど前なら神戸と他の都市とのセンスの差は歴然としていました。今はどことも、都市環境もセンスも似通って来た。当時は他都市を見て神戸へ帰って来ると、町行く人も商店に置いているものもとても洗練されていた。色彩感覚でも実に見事だったし、洗練されていることは日本中が認めてくれたと思いますが、ここ暫らく差が見られなくなった。それが今、また、差が序々について行こうとしている。行きつつあるというきざしがあると思いますね。というのは町がとても洗練され始めた。都市環境そのものに神戸市が力を入れている。もちろんどの都市も力を入れています、その中でも力の入れ方に洗練という言葉が当てはまる。リファインという感じを受けますね。都市環境が良くなって来ている。色んな業種の人でもそれをさらに良くし、さらに伸ばして行くことが大切じゃないかと思えますね。

中内 神戸にはだんだん人が来なくなってきたといわれていますが、それでは新しい文化もファッションも生まれない。とにかく、全国から、あるいは、全世界から人を集めようということでホテルの建設に取り組んでいます。とにかく出合いの場でありたいと思っています。ホテルだけではなくその機能を果たし得ないので、国際交流会館の中の国際会議場や国際展示場も出来るということで、展示場と会議場とホテルと、この三つの機能を結びつけて神戸に日本で最初のコンベンションセンターをつ

くるという目的で動いているわけです。それも単に機能だけではなく神戸のイメージと結びつく必要があるわけですね。神戸一高い建物(三十二階)になりますので、神戸のシンボルビルにふさわしい形にしようということと、楕円形のビル、これは日本では初めてで世界でも余り類を見ないので、そういうユニークなものに挑戦しています。我々民間企業も責任を感じて町づくりに参加して行く必要があると思います。

小林 泊り客以外の人がホテルの施設を利用するようにならないといけないですね。ホテル利用もファッションというか、文化につながると思います。

中内 最近では地域社会とホテルが非常に結びついて来た宿泊客だけのホテルから、ホテルが地域社会で果たす役割がだんだん大きくなって来た。また、神戸にこれだけのコンベンションセンターが出来ますと今まで来られなかった方がどんどん神戸へ来られる。そういう人たちは単にホテルやコンベンション施設を利用するだけではなくて、三宮で買物をされたり色んな大きな効果が期待されるのではないかとと思う。

松宮 神戸としては発想を変えないといけないときですね。神戸は六大都市からすべり落ちたのですが、別にいいのではないかと思う。必ずしも経済的に発展することだけが都市の生きがいでもないし、都市機能でもないし、それよりもっと人間らしい人々が住んでいるということとが大事ですね。神戸はあんまり経済が発展しなくて、寄り集まりで因襲がないから次から次へと新しい工夫をした生活をして行く。それがファッションですね。余り経済的なことを中心に考えなくても、たとえば、オーパーストアにしても同じものを売っているからオーパーストアなのであって、店の数が多いという話ではない。神戸には大変に人間らしい人たちが集まって、明日の生活を一生懸命に楽しむことを考える。どちらかというと、ワッツと人を集めたらいいのじゃないかという発想では人は集まらないと思う。良いものをつくって、良いこと

をしたら人は集まってくれるのじゃないか。イキイキとしている人がたくさん住んでいる町になったら、ファッションがどんどん発展して行くのではないか。小さくても人々に喜んでもらえる特色のあるものをつくることを考える。人を集めてもうけようという考えは、ファッション都市とは逆の方向ですね。もうちょっと静かに、人間らしくイキイキと生活を楽しむことをみんなが考えたら、ファッション都市にやがて出て来て、情緒的な町になって、人が集まってくれるのじゃないか。反対の発想をすべきじゃないか、と思いますね。現実には、経済が発展しないといけないのですが、イキイキとして本当に人間らしい人がより多く住む、そこから本当の意味のファッションが出て来るのじゃないかという気がします。渡辺 神戸は最終的には「住宅都市」的な感じになると思いますね。生活環境文化都市の見本となるように、公園とか劇場とかを充実していただきたいし、また、ポータービヤ⁸¹では神戸を大々的に宣伝するわけですから、来られた方が楽しい思いをして帰られるように考えたい。具体的な考えですが、IGマークのついた店があります、あのような形で、任意的に商店の中で来られた人をガイド出来る「フレンドリー・シティ・ガイド」とかというマークをつけて、そこへ行ったら地図がもらえとか、買物や飲食の相談にのってあげるとか、また、外人も来るのだから道路標識を整備するとか、郵便のスタンピングでファッション都市神戸を唱うものをつくるとか、とにかく行ったら面白そうな町だということを他都市の人に知ってもらうことが人を呼び込む一番の道ですね。小林 そういうアイディアを実行することが大切ですね。川上 今はどちらかというと富の時代ですね。経済的な豊かさの時代。これからは心の豊かさへだんだんと生活そのもの、生き方そのものを求めて行く時代になって行くのだらうと思う。神戸の町としてはイキイキとした、センスに富んだ心豊かな町、これを目指すべきではないでしょうか。それによって神戸が栄えて行くと思います。

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 6-3-10
TEL (078) 231-3321

オールスタイル株式会社

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

カネボウベルエィシー株式会社

取締役社長 稲岡 必三
神戸市生田区三宮町1丁目17-4
センタープラザ東館 8F
TEL (078) 392-2101

株式会社ベニヤ

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

モロゾフ株式会社

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



キャンペーン「国際文化都市神戸を考える」の
企画は以上5社の提供によるものです。



ポートピア'81

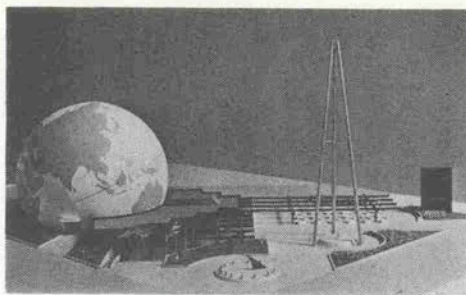
ポートアイランド情報

神戸ポートアイランド博覧会（昭和五十六年三月二十日～九月十五日開催）

ポートピア・ガールズ決まる

★川崎製鉄パビリオン
地球を考える「川鉄地球館」

企業パビリオンの出展第一号の申請をした川崎製鉄では「新しい地球を考える」をテーマにしたパビリオン「川鉄地球館」の構想を発表した。



川鉄地球館完成予想図

それによると、直径二十五メートルの地球儀形の映像ドームと展示スペース、そして屋外のフーコウの振子が目玉。

メインとなる映像ドームは二百六十人収容で「宇宙船（川鉄号）の旅」（約十五分）を上映し、宇

宙船の旅の気分を満喫。半地下式の床面積約三百六十四平方メートルの展示コーナーでは、面積を指標とした世界地図ではなく、人口や食糧、エネルギーなどを指標とした世界地図を作製して展示。

また、屋外展示のフーコウの振子は、高さ三十メートルのステンレス鋼管製のタワーを建て、そこから下げられた振子の方向が地球の自転につれて、時計の短針の約二分の一のスピードで変わっていくというもので、地球の自転が目でわかるわけ。このほか屋外には直径八メートルの時計や神戸市街の航空写真二十四枚を展示。

また、パビリオン入口にとりつける幅五・四メートルの館名表示板は、同社水島製鉄所第二厚板工場でつくったもので、現在、世界で生産できる最大幅の鉄板。

★海外からは四番目の申し込み
フィンランドが出展

森と湖の国、フィンランドの政府観光局と国営フィンランド航空が共同でポートピア'81の外国共同館に出展申請があった。

フィンランド航空では、昭和五十二年に成田・ヘルシンキ間の空

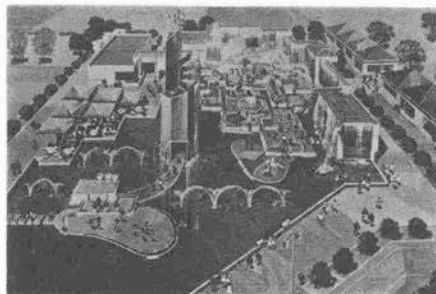
路を開設する予定で、フィンランドの観光・文化を紹介して観光客を誘致しようとするもので、展示のほか、フィンランド・デーを設けて音楽や舞踊などをみせる。

海外からの出展申請は、アラブ首長国連邦、アメリカ、オーストラリアに次いで四番目。

★第一勧銀グループ三金会
水の遊びをテーマに空間演出

第一勧業銀行など四十五社で構成される三金会の出展内容が発表された。

それによると敷地面積二千九百二十平方メートルに、建築面積約二百五



ハートピア——水の遊びのパビリオン完成予想図

★PORTOPIA PEOPLE★



ポートピアを“勉強中”の増永さんと牧田さん（左）

★ポートピア・ガールズに

増永さんと牧田さん

ポートピアのマスコットガールとしてPRや案内役を、と神戸ポートアイランド博覧会協会がかねてより募集していた「ポートピア・ガールズ」が決まった。

このポートピア・ガールズの応募は、定員二名に対して四百六十人にのぼり、OL、女子大生、女子高生、元スチュワーデス、元アナウンサーなど多彩で、国籍も韓国、中国、台湾、アメリカなど国際港都らしくバラエティ豊か。

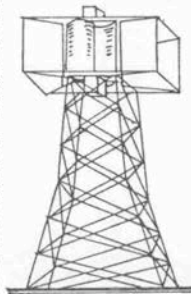
この狭き門をくぐった二人は、

★関西電力、パビリオンの照明に風力発電を利用
関西電力のパビリオン「未来エネルギー館」に風力発電機が設置される計画。この風力発電機は、

十六平方メートルのパビリオンは、ふれあいの水をテーマにした「ハートピア」水遊びのパビリオンで池や噴水、滝などで空間演出される。中央に高さ十二メートルの水の塔を配置し、これを中心に「水遊びのトンネル」「アスレチックの広場」「遊びの広場」「いこいの空間」で構成。「アスレチック広場」では、水たまりのスベリ台や水車まわし遊び、池の上の網わたりなど入場者が楽しめる空間だが、「ここに入る人はある程度ぬれることを予想していたただかなくてはなりません」とのこと。

事業費約七億円。

中央の二枚の回転翼の周囲に四枚の集風板を固定させた箱形の構造で、集風板式サボニウス風車と呼



集風板式サボニウス風車

ばれる機種。集風板で広範囲の風が集められるので、弱風時でも発電効率がよく、強風時の安全度も高い。発電した電力は、パビリオン内の照明の一部に利用し、風速や発電量がわかるように表示もする。ポートピア出展後は、装置を同社の移動無線中継所に移し、中継所電源として実用化する。

★ポートピアの総事業費は

二千七百四十二億円

神戸市とポートアイランド博覧

会協会では、博覧会の経済効果調査をまとめ、去る二月二十七日、発表した。

それによると、総事業費は二千七百四十二億円。そのうちパビリオンや国際交流会館、南公園、レジャーランドなどの建設費が六百億円、それらの施設運営費が百十五億円、そして新交通システム、下水処理施設、ホテルなどの関連公共事業費が千三百七十七億円などが主な項目。これに関連した新規雇用は、建設関連の作業員として一万二千九十五人、会場コンパニオン、警備員、清掃員など運営関連に四千五百二十二、計一万六千六百七十七人を見込んでいる。

また、接計六百人の入場者による関連消費は、入場料九十億円、会場内消費百八億円、会場外消費四百三十二億円の計六百三十億円と試算している。

増永愛弓さん（20）と牧田朋子さん（21）。増永さんは、夙川学院高校を卒業し、阪神相互銀行本店に勤めるOL。また牧田さんは、啓明女学院高校卒業、大丸神戸店に勤務していたが、退社して現在は家事手伝い。

このポートピア・ガールズはテレビやラジオでポートピアの番組が放送されるときに出演するほか、同協会が主催する行事の進行役やホステス役などを務め、博覧会の最終日、来年の九月十五日まで、同協会の非常勤職員として活躍する。

経済ポケット ジャーナル

★神戸市五十五年度予算

初の一兆円台に

神戸市は、去る二月十九日、昭和五十五年度予算案を打ち出した。それによると一般会計四千七百十五億二千三百三十一万一千円、特別会計五千五百八億四千七百七十一万九千円、総額一兆二百二十三億五千五百円と



初の一兆円台予算の神戸市

初めて一兆円台。しかし四十三年度を除いて過去二十二年間は二ケタの伸びを続けてきたが今年度は一ケタ台という緊縮型予算。

予算編成は福祉、環境、文化、国際港湾の四本の都



市づくりを中心に考えられており、物的投資からメンタルプランニングに重点を置く方向に軌道修正。第二次市民福祉三カ年計画をスタートさせ、福祉都市づくりには五百九十八億円を計上している。またポートピアⅧ関係に総額四百三十四億円を投下するなど、公共事業にも力を注いでいる。

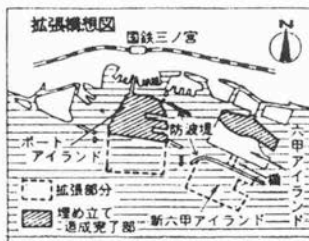
主な新規施策は、都心の人口流出によるインナーシティ関連調査、花と彫刻の道づくり、三宮駅前広場の整備、総合福祉ゾーン「しあわせの村」建設など。

★ポートアイランド・六甲アイランド二倍に

来春に完成するポートアイランドと、現在、約四分の一の埋め立てが進み、すでに稼働を開始した六甲アイランドの二つの人工島をそれぞれ約二倍に拡張する計画が発表された。

ポートアイランドは、現在最南端にある南公園の南

側、六甲アイランドは、同島南の防波堤以南に造成し橋で接続する。ことに六甲アイランドは関西新空港問題とも関連し、航空貨物基地とエア・シティ・ターミナルとに利用したい計画。



二十年がかりで一兆円にのぼる大事業となる見込み

★大丸神戸店 新店長に

秋澤三夫氏

大丸神戸店では、二月に秋澤三夫氏が新しく就任した。同氏は、慶応義塾大学



秋澤三夫新店長

を経て、五十二年同社取締役役に就任。五十三年東京店副店長兼営業統括部長事務管掌を務めて五十五年二月に神戸店長に就任。

★キッコーマン醤油

商号をキッコーマンにキッコーマン醤油では、今年十月十九日の創立記念日より「キッコーマン株式会社」と社名を変更する予定。醤油をとり除くのは、マンズワインなどのワインやトマトジュースなど経営多角化の企業内容にあわせてのこと。

★KOBEOフィスレディ★



高永順子さん (27)

＜神戸デイリー印刷神戸営業所勤務＞

高校卒業後OL生活をしてきたが、やめて幼児教育を勉強。幼稚園教諭、保育士の資格をとった。今、印刷会社に勤務して、てきぱきと仕事をこなす重要な役割を果たしているが「保育所に勤めたい」という気もあるそう。高倉健のファンで、あのボソッとしてる？ ところがいいそうです。何となく内に秘めてるものを感じるらしい。姫路生まれ＜鶴林幼児教育専門学校卒＞

旅のご相談は…



山陽交通社へ…

ふるさとの中へ…

山陽電車



ワイドな窓とワインカラーのスマートな車体!
須磨浦ロープウェイが新しくなりました。



須磨浦ドレミファ噴水パレス

春のおどり

★好評開演中★

■期間—4月1日～8日・12日・13日・19日・20日・26日～5月5日

■1日3回公演(12時・14時・15時40分)

■出演—オスカービートダンサーズ

■春一番ノ山上回遊コース—ロープウェイ～カーレーター～回転展望閣～観光リフト～ドレミファ噴水パレス～ミニカーランド・チビッコ広場・山上遊園

■ロープウェイ 17時20分まで営業中(但し4月1日～4月8日及び日、祝日は1時間延長)

■山上遊園各施設は毎週火曜日定休(但し4月8日は営業)

須磨浦公園駅下車・ロープウェイ

5がつ5かは子供の日

屋根より高い鯉のぼり、いつも元気なよい子たち。
育やかなお子さまの成長はカメラのおもちゃとともに…。



おもちゃの



カメラヤ

み

三宮方面でのお買物は…

さんちか店 ファミリータウン

☎391-4045

三宮店 センタープラザ1階

☎331-0769

元町方面でのお買物は…

元町店 元町通3丁目山側

☎331-0090

元町東店 元町1番街不二家前

☎391-0768

神戸駅前方面でのお買物は…

サンこうべ店 神戸駅前地下街

☎351-6002

名谷方面でのお買物は…

ニューすま店 ☎792-4688

五月人形は元町店、元町東店、さんちか店にて取り扱っております。

●特集Ⅰ「神戸のファッションメーカー」

MADE IN KOBE

メイド・イン・コウベの魅力を探る／座談会

専門店志向のメーカー問屋

□出席者

木口 衛

△ワールド観会長△

木村 豊

△キムラタン社長△

稲岡 必三

△カネボウベルエイシー観社長△



木口 衛さん

★港町神戸の土壌で育った

ファッションメーカー

神戸ファッションの原点を考える意味で、まずそれぞれの会社の生い立ちに溯ってお話いただきましょう。

稲岡 加古川に工場があって、神戸港からタオルを輸出していました。タオルの歴史は日本では浅く、明治中期以後なんです。日本手

番最初にタオルを扱ったんですよ。

もともと播州は木綿ができるんで、うちは代々木綿屋だったので、明治になってから「これや！」と祖父がタオルを始めた。祖父はね、商標を取るのがとても好きで、例のイカリのマークなど持っているんですよ。

木村 その頃鋪というのは、随分ハイカラですなあ(笑)。

拭いから西洋手拭への転換、これが生活の洋風化の区切りといえますね。

木村 いつ頃からタオルを扱っておられるのですか。

稲岡 祖父が始めたんですが、日本で一番最初にタオルを扱ったんですよ。

うちの会社も、稲岡さんと同じで貿易で始まりました。絹、人絹を扱っていたのですが、神戸にいる外人の人に教えられてキルティングを始めた。それでガウンを作ったアメリカ、カナダに輸出したんです。そのうち他に何かないかなとカタログを見て思いついて子供服を始めました。洗礼服というのでしような、長いベビー服を作りました。

稲岡 神戸は在留外人も多かったから新しいことがポンと入ってきたね。

木村 そうなんです。つき合っているうちにいろいろ学んで、メリットを生かして商品化するという風に。

でも子供服の洋風化は婦人服よりずい分遅れていて、今ある子供

神戸発 ● オリジナル



木村 豊さん

服の形は昭和になってから、赤ちゃん服は昭和も十年以後です。どちらも非常に日本的でね、洗礼服も一見形になっているんですが、鶴と亀の刺繍があったり(笑)。打ち出の小槌の刺繍だったり(笑)。そういう物じゃないと売れなかった

神戸がファッションの土壌として非常にラッキーだったのは外国人が多かったことと、同じ様な港街の横浜から震災で神戸に移ってきた職人さんが多勢いたということでしょうな。神戸の職人気質は関西でも群を抜いている。

木口 ニットメーカーの芽生えは戦後の闇市で毛糸のボロを集めてセーターを編んで売っていた。神戸



稲岡 必三さん

戸の闇市は戦後をい早く取ってしましたね。関西でも有名な。ボロの毛布をほどこいて作るんですが、すぐ売り切れたらしい。その後私たちがニットを實際に扱い出したのは昭和三十年少し前、でもまだニットというセーターのことでした。

木村 その前は下着っぽかった。木口 そうそう、メリヤスに大小なしててで莫大小と書いた程です。神戸が衣類をファッションとして実際に扱い出したのは、昭和二十七、八年からでしょう。ニットのワンピース、スーツになると昭和三十年も半ばでしょうね。そういう意味でファッションの中で一番急速に変化したのはニットということになるでしょうか。

木村 あの頃は既製服は少なくて町の洋装店や百貨店で仕立ててたね。既製品はニットからですね。

★ファッションビジ

ネスはヒューマン

ビジネス

— それぞれに神戸だからできたという出発だったようですが、それが現在のよう

業となった、その背景も「神戸」だったのでしょうか。

木口 神戸のセンスには定評がありました。そういう意味ではファッション都市の下地はあったのですね。我々がアパレルを始めた時も、神戸で新しいことを始めたというので専門店も期待してくれました。神戸で始めたことはプラスでした。

それに大阪のように伝統がないから、何でも新しいものに飛びついていった。経営者も若かったです。技術も編み地も早く取り入れられた。外国の編み見本を見て職人さんが研究するんです。先程も出しましたが、そういう点、非常に神戸は職人に恵まれていましたね。

稲岡 家内制手工業みたいなからマスプロにすすみ、再び今一つづつ心を感じられる物へと時代が変わってきましたね。

木村 いい物が売れるなと感じられたのは、高度成長期以後ですね。うちの場合は、赤ちゃんのものですからファッション性だけじゃないんです。やっぱり基本になる機能、安全性が必要なわけです。感覚的にいいものよりも、赤ちゃんの服はともかくきちっとした安全性と機能性が大切だ、という点ですね。買うのは親ですが使う赤ちゃんは不満があっても喋

れないんですからね。神戸の場合生活共同組合や婦人団体がかなり進んでいるでしょ、うちの社員も、神戸っ子が多いんですがやはりそのあたりでの影響を受けているんじゃないかね、悪い物は悪い、良い物は良いという姿勢。消費者の側から良心的に。物を見ているんですね。神戸でこういう仕事をしてよかったと思う。

木口 特に赤ちゃん用品は機能と安全性が絶対ですからね。格好良さはその次でしょうね。

稲岡 ファッションビジネスというのは、人間のビジネスなんですよ。

★メーカー問い屋だからできた

神戸発のファッション

木口 神戸のメーカーはどこも多品種少量主義ですね。それと神戸が一番良かったのは、大阪の繊維業界が全部「問い屋」だったのに対して、神戸はメーカー問い屋さんです。

それから大阪、東京では前売り屋といって、現金を持ってきたら誰にでも売っていた。神戸はそれをしていないですよ。最初から売の先を決めているんですよ。これは全く新しい問い屋らしくない発想でしょ。問い屋ならゆきあたりばったり売れるものは売っていくのですから。神戸は多品種少量で

他の店にない物を扱いたい専門店に受けられた。だから神戸のメーカーが百貨店に卸すようになったのはとても最近です。

稲岡 これはつまり、その企業にデザイナーがいるかないかの違いともいえますね。

木村 うちは戦前からデザイナーがおりましてね、先生、先生と呼んでいた(笑)。一人は外人の奥さんであとは洋裁学校の卒業生とかですが売り手も、作って売のだから、物を作る心をわかっているのですからね、どこもこもというわけにはいなくなってくるんですね。商品への自信と愛着がでてるんでしょうね。

稲岡 タオルも、神戸発という意識で、日本ではうちしか扱っていないというものをセレクトして扱います。うちの商品が欲しい人はうちまで来て貰わないといけないという姿勢です。

木口 輸入品にしてもそうです。ワールドのブランドはオリジナルと輸入物の二手あるのですが、最近ではミラノにデザイナーを派遣して作らせるんです。やはり歴史がありますから色や編み地はヨーロッパの方が優れている。デザインとサイズをこちらから指示するのです。出来合いの商品を買ってくる商社とは商品の内容が違うんです。これは専門店には魅力がある

でしょうね。

木村 商品のオリジナリティとマーケティングのオリジナリティというところですね。商社発想は大阪的なのかな。

稲岡 大阪の問い屋は、大量販売をしていてもメシが喰えたと思うんです。神戸はそういうわけにいかなかった。そこで苦勞してメーカーと問い屋の合いの子みたいなものを見つけ出したと思うんですね。

神戸はファッション都市などといっていますが、鉄の町にも産業の町にもなれなかった、ファッションの町にしかなくなくて、ファッション都市になつたんだと思うんです。

木口 そして神戸のアパレルに歴史や伝統がなかったということ。新しいものを受け入れることができた。大阪なら先代はとかということになる(笑)でしょ。

タオルにファッション性を持たせたのは稲岡さんが始めてでしたね。今考えますとこれはすごいアイディアですね。

稲岡 いやねえ、プリントとかジャガードがでてくるとデザイナーの心を正確に伝えなくてはならないということになりますし。

木口 ちょっとしたことなんです。ちよつとした発想の転換なんです。それから、若い人にどんどん

ることだと期待します。そして神戸はいろんな意味で若い町だから、そういうセンスがあるはずです。

★ポर्टアイランドに

パリのようなファッション街区を

人間ビジネスという点で、これらのファッション業界を考えると人の育成、人との関係がとても大切だと思うのですが、これらの展望を混じえながら――。

木口 去年、熊内にワールドの研修センターを建てましたが、あそこでうちのアンテナショップのリザのノウハウを全国の専門店の皆さんに教えている。七十人程泊まれるのですが、ほとんど毎日満員でしてね。

最初はリザを作るにあたって、専門店からの抵抗がかなりあるのじゃないかと心配しましたが、リザはあくまでもアンテナショップなわけです。専門店にも安心感ができてきました。

稲岡 そういう専門店を教育することは、百貨店には大変な恐怖でしょうね。今まで、百貨店の店員は専門店に比べてある程度知識があったからね。

木口 でもこれだけオーバーショップになってくると専門店の人の教育は重要なことじゃないでしょうか。

木村 やはり神戸の場合メーカーは専門店と運命共同体（笑）のようなものですから、これはしなくてはならない。

木口 研修センターで夜十二時位まで皆さんディスカッションをしている。私もちよくちよく行くのですが、こうすると結びつきができてくるんですね。作者と売る者の結びつきです。専門店にいるのは、単なる販売員じゃいけないんですよ。よく商品を知っている人がお客さんの気持ちになって売ることが必要ですよ。そういうことは最近の専門店のオーナーも知っていますね。

稲岡 人が大切ですね。いい人材を神戸に集めないといけない。人が先で、金というのはその後についてくるものです。

木口 若い人は働き甲斐をとてもうるさくいいですね。ファッションなんかの仕事をする人は、月給だけで働くというのじゃいけませんね。

木村 それでないと成り立ちませんね。労働を時間で売るようだといい発想も浮かばないですよ。我々の仕事は結果であり成果ですから。

稲岡 そして経営者というものはその結果を発表できるシステムを作ってやるということだと思うんですよ。たとえばうちのデザイナー

が北海道で自分の作った製品に出合う、これなんて我々の想像以上にに彼らにとって喜びなんですね。

木村 ファッションの仕事は好きでないとできない。

木口 ところでね、先日堺屋太一さんの講演会があったのですが、神戸はファッション都市だと地方に行くといわれるが、いわれるだけでなく街全体のイメージを高めていかなければならないということです。ファッション都市と称しているだけで、実質があるかどうか疑問だということですね。

ポर्टアイランドにファッション街区ができますが、そこに全国からファッションメーカーを誘致するとか、これからファッション都市神戸の充実を考えていかなければならないでしょうね。

稲岡 デザインが神戸発ということが重要なですね。それを認めるところがたとえ東京であってもかまわない。パリファッションがニューヨークで認められたというように。十年程前にパリが果たした役割を神戸が果たすのが理想でしょう。

木口 やれるかやれないかともかく、それはこれからの神戸を考えるとやってみなくてはならないことだと思いますよ。

△ブラン・ド・ブランにて▽

質のいい物を作ることが

メイド・イン・コウベの条件

これはファッションだけに限らない。戦後神戸の文化産業を考へる時必ず辿り着くのが、焼け跡高架下開市のエネルギート、近くに御影・芦屋という高級住宅地消費層を控えていたということ。

胸元の刺繍に注目／
モード・オリオンが
「メリケン・ハトバ」



「ワールド」の「コ
ルディア」セサリ
ー靴キ。

在神ファッション企業を大きく二分するもとはニットメーカーとブラウスメーカー。

ニットは高架下で莫大の看板で始まる。「セーター」だけだったが飛ぶように売れた。でも繊維街で商都の大阪に対抗するためには質のいい物を提供しなくてはならなかった「ハエンバイヤ樹杉田専務」これが今に至る神戸のメーカーの「哲学」になった。

キムラタンの3歳児のファッション「ダニエル・エシュテル」



代表的な神戸
ブラウス
マドンナの
ブラウス



「神戸ブラウス」というもの。刺繍やカットワーク、タックを使った手のこんだブラウスのことで、戦前の芦屋のお嬢さんたちのお気に入りのスタイルだった。だから神戸にはブラウスメーカーが多い。(KFM 36社のうち11社)

さてその神戸ブラウスのメーカーの一つモードオリオンが四年前から始めたブランド「メリケン・ハトバ」。名前もユニークだが、デザインは神戸、刺繍や縫製は上海、汕頭に下受けに出すというユニークなシステム。刺繍もカットワークも手仕事というのには驚く。中国に下受けに出すというのは、とても神戸らしい思いつき。

「ファッションはコーデイネ

イト」が今の時代。約十年前に時代をきてコーデイネイト商品を描いてブランド展開を始めたワールド。「コルディア」そして「ルイ・シャントアン」はアクセサリー、靴、バッグ、スカーフ、ハンカチまであるトータルブランド。ジャヴァの「ヴァンテサンク」もコーデイネイトブランドである。このように着る物に合わせて小物を作るファッションメーカーは多くなっている。こういうファッションの提案が神戸から出発したということも、おもしろい。



今、風は春を運んで...



株式会社パール

本社・〒651 神戸市葺合区磯上通7丁目1番2号
TEL 078 (232) 3333代

ミッシーマインドの追求

いつまでも美しくありたいと願う心
そんな心をお持ちのあなたに。



Vert. (ヴェール) 40才代のミセスのために
7号~13号
Sun Roman (サン・ロマン) クイーンサイズのミセスのために
11号~19号
TRENITA (トレンタ) キャリア・ウーマンのあなたに
9号~11号

ladies fashion



伸和スタイル株式会社

〒651 神戸市葺合区生田町3丁目17番地
電話 (078) 241-8691 (代表)