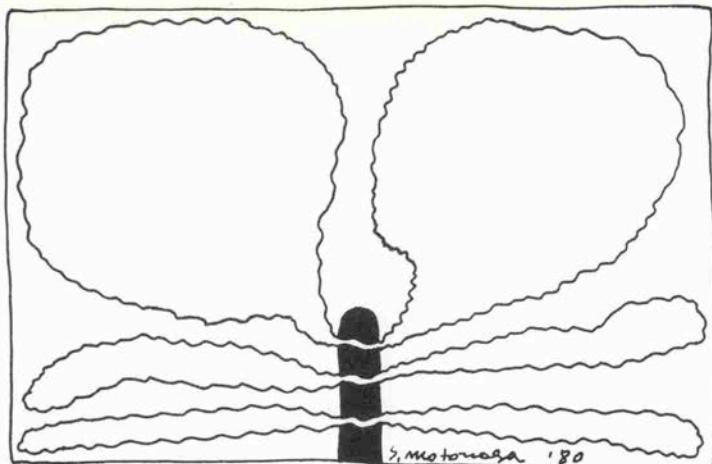


北野浄水場の桜

三枝和子
絵／元永定正

〈作家〉



桜は、満開もいいが、蕾がふくらむ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ものだ。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つたりすると、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、といつ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。小説にも端場だけれどもちらりと書いたりする。要するに気になつてゐるのである。

桜の樹の下には死骸が埋まつ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つたとき、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』というコワーリー小説があるし、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

陸の国桜川でやつと巡りあう。

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、桜の花を歌つ
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、散つてしまつたあのさまも、
いすれも満開の花を藏した表現で、それが素晴らしい。

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

歌舞伎では桜の化身というのがある。外題がと
つさに浮かんで来ないが、大きな桜の樹の洞（ほ
こら）のようなどころから、桜の精である美しい
女が夢のようになっ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——
といふのではなくて、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。

何の罪で嚴めしい鉄柵のなかに押しこめられた
かは知らないが、桜になってしまったのであれば、
その美しい女は、やはり無害の罪に問われたので
なければならない。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。

薔が目立つほどにふくらみ始めてから満開にな
り、やがて散つ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、せいいっぽい自己表現して、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、突然に散つたりするといつたりする
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
ほどではなかつたが、少し強い風の日、浄水場の
桜がしきりと散つて来るのに出くわした。いつも
のように坂をのぼつていると、風に乗つた花びら
が、鉄柵を超えて、三ひら、四ひらと舞い出て來
たのである。まだ桜の姿は見えないので、声だけ
が聞こえるみたいに花びらがしきりと散つて來る
のに感動した。閉じこめられている桜だと思うか
ら、よけい哀艶な風情があつた。

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
しそうした名の通つた場所とは別に、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。アベックなどで行つて、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・神戸内店 神戸市兵庫区神内町1-8(市立美術館東隣)TEL.221-1164
■三宮センター店・さんちか店・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



ウェリントンAU-5008

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。



メタルUB-S-125

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



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 頴介 ▽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つたが、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ぎられ、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ぬ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るし、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）

田川石炭記念公園（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）
〔佐賀県〕

佐賀市歴史博物館（構想中）
〔長崎県〕

福岡航空宇宙博物館（基金募集中）
〔熊本県〕

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〕

る、と評価している。

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㍍の敷地に工費四億七千五百万円で着工、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目指したもので飯

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



神戸をイキイキとした

情緒ある町に

川上

小林

中内

勉

新二

力

△オールスタイル社長▽

△元町バザー社長▽

△神戸ボートビアホテル社長▽

渡辺

松宮

千城

隆男

△渡辺洋服店社長▽

△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ルトへ行かれたとき、市長招待のレセプションがあるのでイブニングドレスをつくる持つて行かれた。ところが、神戸へ持つて帰つ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つてくれと頼まれた(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してね。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。昔は客船が着いたらパーティをやつていたのですが、昔は客船が着いたらパーティをやつていたのでイブニングを着る場は多かった。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つていた。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やないかと思いますね。

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つたとき、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と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つていて、古い物を改造したとかいって売つていました。決してオリジナル製品を意識的につくつたのではなく、他にないから仕方なくつきました(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閘市からスタートしたんでしょ。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つて上がって来る。



松宮 隆男さん

渡辺 干城さん

中内 力さん

小林 新二さん

川上 勉さん

渡辺 流通基地だったわけです。

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、そのまま行つ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つたからですね。戦後の神戸の閘市は、日本にとって非常に大きな意味をもっていたんですね。

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つたのに穿いてましたね。高かつたのはナイロンの靴下、レインコート、ハンドバッグ。ファッショントリックなどには、少々金をかけても、高くて買ってたんですね。ようこんな高いものを買うなと思いつながら(笑)世話をすることを覚えています。

小林 大阪へ逃げられたんですね。

渡辺 大阪へ逃げられたんですね。

小林 ファッショントリック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。ところ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、年をとつて船を下り、神戸でフランス料理のレストランを始めたということです。歴史的に神戸は古いわけです。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つたのじやないです。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つても、一つぐらいいは残つてそれがズーッと伸びて行く。ファッショントリック

それが閘市で換金された。それに非常に魅力があつたわけですね。全国から神戸の閘市へものを買いに来た。たとえば、日本全国へヘニシリン。それからストレプトマイシンとかの抗生物質が神戸の閘市から流れましたね。今だったら一本三十円位のペニシリンが、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つたからですね。戦後の神戸の閘市は、日本にとって非常に大きな意味をもっていたんですね。

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グが生まれる。神戸のファッショング都市化にしても、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もの、真似になってしまいます。仮り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さないとダメだ。そのため、世界中から神戸に人が住みついて、仕事が出来る環境をつくつ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つ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いうことですが、確かにそういう条件はあったのだろうと思います。ただ、それを育てて行く素地、基盤がなかつたのじゃないかと思う。私どもの業界を見るといふ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、輸入したものではなく、自分で創り出して行った。その頃は、セーラー一枚づくるにしてもアメリカ領事館などに置いてい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。メリヤス屋からもつ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つたと思いますね。

そうなつたというのも、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、豊かで進歩的な人々は何らかの形で、そういう雑誌を入手していましたし、戦前にもそういうものがあつたから、素人がつくりたいと発想したことであつても、ちゃんと理解してくれる優秀な技術をもつた人がいた。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。仕入れて売るのじやなく、何か個性を加わえるという気風が神戸にあつたと思う。神戸以外から來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つて、神戸で何か接木されたというか、神戸という土壤をのせるということはあり得ないですね。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が、お遊びになつて来ましたね。お遊びになつて来たということは、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て来たからですね。他のファッショング産業でもそうだと思いますが、これが流行つたらもうかるぞ、という発想では今日のファッショングは成り立たない。そんな素敵なものだつたら着てみよう、と思うよう提案して行くことがファッショングだと思いますね。

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、初めはつくるというよりも、外国の方の服の直しから始まって、だんだんと服をつくつて行くようになつた。神戸の場合は外人も多く居留地もあつたので、特異な感情をもたず洋服につけ込んで、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。

洋服の職人としても、日本で初めて洋服が一般化したということで、人がたくさん集まつて来て、見習いをして各地へ散つて行つたようですね。

川上 その土地柄のもつてゐるセンスというか、気性というか、バイタリティとかに影響されますね、ファッショニズムは、特に環境ですね。ソフト面といいますか、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つ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つて行くようになつてゐる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と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つて行く素地がある。

中内 神戸だけを対象にしたらシェアも低いし、製造についても色々な条件がありますから生産場所がどんどん地方に分散して行くのは止むを得ないのでしょうが、問題は、神戸に本社機能を残して行くとどうか、高めて行くといふ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ね。その条件づくりが課題だと思う。今まででは大きくなると皆神戸から出て行つてしまつ。これをファッショニズム産業において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らることですね。これが必要です。そういう環境つ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しいぞ、という感じがする。神戸のファッショニズムだからセンスがいいぞ、と思つ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つて來た。当時は他都市を見て神戸へ帰つて來ると、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ました。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つた。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。もちろんどこの都市も力を入れていますが、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。都市環境が良くなつて來ている。色々な業種の人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いますね。

中内 神戸にはだんだん人が来なくなつて來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ニズムも生まれない。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。とにかく出会いの場でありたいと思っています。ホテルだけでは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で、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すが、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画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。ホテル利用もファンションというか、文化につながると思います。

中内 最近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つて來た。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た方がどんどん神戸へ来られる。そういう人々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々な大きな効果が期待されるのではないかと思う。

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、それよりももっと人間らしい人々が住んでいるということが大事ですね。神戸はあんまり経済が発展しなくて、寄り集まりで因縁がないから次から次へと新しい工夫をして生活をして行く。それがファッショんですね。余り経済的なことを中心に考えなくとも、たとえば、オーバーストアにしても同じものを売っているからオーバ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つて、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、ワーッと人を集めたらいいのじや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やないか。イキイキとしている人がたくさん住んでいる町になつたら、ファン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へる。人を集めてもうけようという考えは、ファン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、ファンション都市につやが出て来て、情緒的な町になつて、人が集まってくれるのじやないか。反対の発想をすべきじやないか、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ンションが出て来るのじや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、ポートピア'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。具体的な考え方ですが、IGマークのついた店がありますが、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“フレンドリィ・シティ・ガイド”とかというマークをつけて、そこへ行つたら地図がもらえるとか、買物や飲食の相談にのつてあげるとか、また、外人も来るのだから道路標識を整備するとか、郵便のスタンプでファンション都市神戸を唱うものをつくるとか、とにかく行つたら面白そうな町だということを他都市の人によつ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のもの、生き方そのものを求めて行く時代になつて行くだろうと思う。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

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

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17-4
センター・プラザ東館8F
TEL (078) 392-2101

鈴ベニヤ

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 萩野友太郎
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）

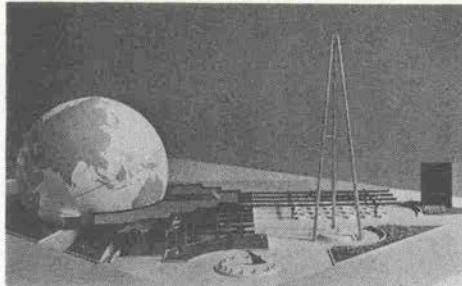


ポート・ピア・ガールズ決まる

★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

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㍍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、屋外展示のフーコーの振子は、高さ三十㍍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㍍の日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・四㍍の館名表示板は、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 フィンランドが出演

それによると、直径二十五㍍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ーの振子が目玉。

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、字

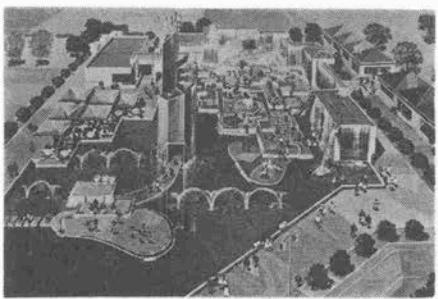
路を開設する予定で、フィンランドの観光・文化を紹介して観光客を誘致しようとするとともで、展示のほか、フィンランド・デーを設けて音楽や舞蹈などをみせる。

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は 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㍍に、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

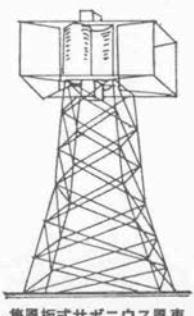
十六平方メートルのパビリオンは、ふれあいの水をテーマにした「ハートピア」—水遊びのパビリオンで、池や噴水、滝などで空間演出される。中央に高さ十二メートルの塔を配置し、これを中心に「水遊びのトンネル」「アスレチックの広場」「遊びの広場」「いこいの空間」で構成。「アスレチック広場」では、水たまりのスベリ台や水車まわし遊び、池の上の網わたりなど入場者が楽しめる空間だが、「ここに入る人はある程度ぬれることを予想していたからではなくません」とのこと。

事業費約七億円。

★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、



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ぶ。

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三千三百七十七億円などが主な項目。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'81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覽

★PORTOPIA PEOPLE★



ポートピアを“勉強中”的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'81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覽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、定員二名に対し四百六十人にのぼり、OL、女子大生、女子高生、元スクワードース、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、

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'81の番組が放送されるときには出演するほか、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、博覽会の最終日、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



初の一兆円台予算の神戸市

初めて一兆円台。しかし四
年間は二ヶタの伸びを続け
てきたが今年度は一ヶタ台
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

★ボートアーランド・六甲
アイランド二倍に
来春に完成するボートア
イランドと、現在、約四分
の一の埋め立てが進み、す
でに稼動を開始した六甲ア
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。

★KOB Eオフィスレディ★



高永順子さん（27）

〈株デイリー印刷神戸営業所勤務〉

高校卒業後ＯＬ生活をしていたが、やめて幼児教育を勉強。幼稚園教諭、保母の資格をとった。今、印刷会社に勤務して、てきばきと仕事をこなす重要な役割を果しているが「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。姫路生まれ鶴林幼稚教育専門学校卒

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

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、慶應義塾大学

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。

市づくりを中心と考えられており、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。第二次市民福祉三ヵ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。またポートビア・81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。

二十年がかりで一兆円ほのぼる大事業となる見込み

日より「ギンモリマンボウ」会社」と社名を変更する旨。番組にて之の余、今は、

ア81関係に、次市民福祉三ヵ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。またボートビ

★キッコーマン醤油

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間題とも関連し、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。

A black and white oval-shaped portrait of Wang Jingwei, showing him from the chest up, wearing a dark suit and tie.

秋深三未新店黑

旅のご相談は…



山陽交通社へ…

ふるさとの自然の中へ…
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—オスカーピートダンサーズ

- 春一番／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～ミニカラーランド・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ネヤのおもちゃとともに。



おもちゃの



みは

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 センターブラザ1階

☎331-4969

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…

ニューサマ店 ☎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 ヘ神戸のファッショントリニティ

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

木口 衛
△出席者
△ワールド株会長

木村 豊

△株キムラタン社長

稻岡 必三
△カネボウベルエイシー株社長



木口 衛さん

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。

稻岡 祖父が始めた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、うちちは代々木綿屋だったので、うちは明治になってから『これやすが明治になつてから』『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な人で例のイカリのマークなど持っているんですよ。

木村 その頃錨というのは、随分ハイカラですか（笑）。

——神戸ファッショントリニティ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潮つてお話をいただきましょう。

稻岡 加古川に工場があつて、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。

木村 その頃錨というのは、随分ハイカラですか（笑）。

木口 ファッションメーカー

★港町神戸の土壤で育つた

——神戸ファッショントリニティ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潮つてお話をいただきましょう。

稻岡 加古川に工場があつて、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。

木村 その頃錨というのは、随分ハイカラですか（笑）。

木口 ファッションメーカー

稻岡 神戸は在留外国人も多かつたから新しいことがポンと入つてきましたね。

木村 そうなんですね。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も早い分遅れていて、今ある子供

神戸発 ●オリジナル



木村 豊さん



木村 必三さん

戸の開市は戦後をいち早く取っていましたね。関西でも有名だった。ボロの毛布をほどいて作るんですが、すぐ売り切れらしい。その後私たちがニットを実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ね。

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つつで莫大と書いた程ですから。神戸が衣類をファッショント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。

木口 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ようね

そういう意味でファッショント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。

戦後の開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

業となつた、その背景も「神戸」

だつたのでしょうか。

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ンション都市の下地はあつたのですね。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ふので専門店も期待してくれた。神戸で始めたことはプラスでしたね。

木村 家内制手工業みたいなのがらマスプロにすみ、再び今一つずつ心を感じられる物へと時代が変わつてきましたね。

木村 いい物が売れるなど感じられたのは、高度成長期以後ですね。うちの場合は、赤ちゃんのもので

からてきたという出発だったようですが、それが現在のように伸びて大きな企

★ファッショントビジネス

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

うに伸びて大きな企

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でしようね、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つたと思う。

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。

稻岡 ファッションビジネスといふのは、人間のビジネスなんですよね。

★メーカー問い合わせ屋だからでてきた

神戸発のファッショニ

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「問い合わせ屋」だったのに對して、神戸はメーカー問い合わせ屋なんです。

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ですよ。最初から売る先を決めているんですよ。これは全く新しい問い合わせ屋らしい發想でしょ。問い合わせ屋ならゆきあたりばつたり売れるものは売つていくのですから。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つたのはとても最近です。

稻岡 これはつまり、その企業にデザイナーがいるかいないかの違ひともいえますね。

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る洋裁学校の卒業生とかですが売り手も、作って売るのだから、物を作る心をわかつて売るのでですからね、どこともここもというわけにはいかなくなつてくるんですね。商品への自信と愛着ができるんでしようね。

稻岡 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ね。ちょっとした発想の転換なんですかね。

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つた。そこで苦労してメーカーと問い合わせ屋の子みたいなものを見つけ出したと思うんですね。

稻岡 大阪の問い合わせ屋は、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つた。町にもなれなかつた、ファッショニの町にしなれなくて、ファッショニ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つたということ。新しいものを受け入れることができました。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ニ性を持たせたのは稻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。

稻岡 いやねえ、プリントとかジヤガードがでくるとデザイナーの心を正確に伝えなくてはならないことがありますし。

木口 ちょっとしたことなんですね。ちょっとした発想の転換なんですかね。若い人にどんどんでき

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。

★ポートアイランドに

パリのようなファッショントリック街

——人間ビジネスという点で、これからのファッショントリック街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た。七十人程泊まるのですが、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や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。

稻岡 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。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たちは重要なことじやないでしょうか。

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。私ら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るんですね。作者と売れ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ですよ。よく商品を知っている人がお客様の気持ちになつて売るということが必要ですよ。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。

稻岡 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、金というも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ますね。ファッショントリックの仕事をする人は、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。我々の仕事は結果であり成果ですか

稻岡 木村さんのおっしゃる如きで、出合う、これなんて我々の想像以上に彼らにとつて喜びなんですね。

木村 ファッショントリックの仕事は好きでないとできない。

木村 ファッショントリック街は、神戸はファッショントリック街だと地方に行くといわれるが、いわれるだけなく街全体のイメージを高めていかなくてはならないというんです。ファッショントリック街と称しているだけで、実質があるかどうか疑問だというんですね。

木村 ポートアイランドにファッショントリック街ができますが、そこに全国からファッショントリック街を誘致するとか、これからファッショントリック街が充実は考えていかなくてはならないしようね。

稻岡 デザインが神戸発ということが重要なのですね。それを認めるとところがたとえ東京であってもかまわない。パリファッショントリックで認められたというよう。十年前にパリが果した役割を神戸が果たすのが理想です。

木村 やれるかやれないかともかく、それはこれから神戸を考えるとやってみなくてはならないことがありますよ。たとえばうちのデザイナ

木村 一が北海道で自分の作った製品に

質のいい物を作ることが

これはファッショニーマーカーだけに限らない。戦後神戸の文化産業を考える時必ず辿り着くのが、焼け跡高架下闇市エネルギーと、近くに御影・芦屋という高级住宅地消費者層を控えていたということ。

胸元の刺繡に注目／モード・オリオンの「メリケン・ハトバ」



ワールドの「コルディア」鞄、アクセサリー
一覧

在神ファッショニーマーカー企業を大きく二分するともとはニットメーカーとブラウスメーカー。

代表的な神戸
ブラウス
マドンナのブ
ラウス

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」

板で始まる。「セーターだけだったが飛ぶよう売れた。でも織維街で商都の大坂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つた」(ヘンバイヤ㈱ 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。

「イート」が今の時代。約十年前に時代をきって「モード・オリオン」が商品を揃え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・シャンタン」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なブランド。ジャヴァアの「ヴァンテサンク」も「モード・オリオン」ブランドである。このように着物に合わせて小物を作るファッショニーマーカーは多くなっている。こういう「ファッショニーマーカー」が神戸から出発したと

「神戸ブラウス」というもの。使った手のこんだブラウスのこととで、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マーカーが多い。(KFM36社のうち11社)

さてその神戸ブラウスマ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、刺繡や縫製は上海、汕头に下受けに出すというユニークなシステム。刺繡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。

「ファッショニーマーカー」はコーディネ



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

TRENIA (トレンタ) キャリア・ウーマンのあなたに
9号-11号

ladies fashion

(S) 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)