●特集Ⅵ《神戸の紳士服》

MADE IN KOBE

メイド・イン・コウベの魅力を探る／座談会

オリジナル性が原点

神戸発●オリジナル

□出席者□

永田良一郎
〈永田良介商店社長〉

太田　英次
〈メープル不二屋神戸店店長〉

伊丹　光輝
〈近藤忠商事株式会社商品事業部販売促進課課長〉

永田　良一郎さん

★ヨーロッパのコピーから始まった神戸の家具

太田　「メープル不二屋」は明治8年に真木製作所としてスタートしました。先代の吉田友一社長が洋家具の修業を積み、猫足や細部を飾る優雅な曲線技術を習得して神戸手作り家具の基礎を打ち立てました。現在のオリジナル家具の中にその意匠が生きています。何年たっても変わらないデザインに根強い人気があるようです

永田　昔は木造船だったけれど、外国から鋼鉄船が入り、船大工としての仕事が減っていた。「不二屋」さんの創業者は船大工だったからたまたま外国の家具をコピーして新しく家具を作ったんですね。

太田　曲線を作るにはいろいろな独特の道具があり、カンナにしても南京カンナのように腹のそったものやらいろんなもので曲線に削ります。外国の家具は猫足とか、非常に曲線が多いでしょう。だから船大工の技術と道具が洋家具に合ったわけで―。その辺から発展したのじゃないかと思うんですが

伊丹　今でも職人さんたちは昔のままの道具を使っているのですか

太田　随分優秀な機械が外国から入ってきてある程度それらでこなせますが最後の2割か3割は手づくりで、人間の長年の修業による手の感覚と昔からの道具です。それで家具が生きてくるんですね。

永田　「永田良介商店」は道具屋から出発しました。居留地に住む外国人たちは本国から家具を持ってきており、転勤などで帰国する際に高い船賃をかけて持って帰らずにこちらで処分して帰る場合があります。それらを引き取ったのが始まりで、初めのうちはあき瓶から石炭ストーブまで扱っていたんですよ。そういうものを店頭に並べていたら新しく来た外国人や

他の外国人、またハイカラな日本人が買っていき、そのうちひとつ潰れたからどうにかならないか、ということになり、新しくそういうものを作ったんです。だから完全に外国のコピーですよ。それが出発点でした。

伊丹　「近藤忠商事」は創業して約70年になり、本社は神戸にあります。当初は創業者の近藤忠吉が横浜で貿易の修業をしていて関東大震災に出会い、それで横浜に似た所、同じ機能を持った所ということで神戸に来て事業を始めたわけです。当時、室内装飾品というのは国内での需要はほとんどなくて、かろうじてあったのは異人館の人たちですね。だからほとんど輸出でした。国内需要が飛躍的に増大したのは戦後だと思います。

太田　戦前は神戸で作っておられたんでしょうか。

伊丹　戦前輸出していたものはテーブルセンター、クロスなど手編みの〝刺繍レース〟と呼ばれるものがほとんどでした。ヨーロッパへ輸出するにはハンドメイドだから大正以後になると大都会では作れませんから新潟、福井などの雪深い所で作ったものを神戸へ集めて出荷していました。日本が工業国化してくるに従ってそれも出来にくくなり、今度は中国で作って日本へ持ち帰り輸出するといういわゆる三角貿易をしていました。そして終戦とともに引き揚げてきましたが技術だけは中国に残って

現在もそれを受け継いで中国自身で莫大な数のレースを作っているんです。そして今は中国から輸入をしています。手工芸レースのもっと古い歴史はギリシア、ローマ、中世ヨーロッパの方へ逆のぼるんですが、現在手編みレースを作れるのは中国だけだろうと思います。それにしてももとはやはり異人館の外国人に譲ってもらうか、コピーをしたという原点があるんでしょうね。

太田　英次さん

伊丹　光輝さん

★古い家具の持ち味を残して

リフレッシュ

伊丹　日本で使われているカーテンはオーダーでもレディーメイドでも単にひだをとったものが多くヨーロッパでよく見られる緞帳のようなのやら両側で縛る可愛いファンタジックなスタイルものや特殊な加工を施したカーテンは日本では全国の統計をとってみても6%以上はないんです。ところが神戸では10%を超えることがあってつまり異人館をもととして変わった窓、変わったカーテンに対する消費欲があるんですね。これは外国人が多く住んでるからかもしれないが、ちょっと他地方とは違ったデータが出ています。「不二屋さん」では異人館を塗り変えたり家具を入れたりされているとか。

太田　昔ながらの古い異人館に新しい家具を入れても似合わないから苦心します。何十年来のお得意様の所へ行きまして戦前に作った家具を分けてもらい下取りして、張り変えなどを施してリフレッシュさせて異人館に入れましたね。

伊丹　神戸は、街の中に古い洋家具が残っている率がよそに比べて高いということでしょうか。

太田　戦前に作りました家具でも非常にいいものですから今でも大事に使ってらっしゃる方が多いですよ。

伊丹　大変な財産ですよね。

太田　ヨーロッパでは家具は孫の代まで大事に使うのは常識ですね

伊丹　古い家具をリフレッシュさせるメーカーがあるのは神戸だけかもしれませんね。

太田　そうですね。古道具、骨董品屋はリフレッシュはしませんね

伊丹　フランスあたりのインテリアのショウウインドウには素晴らしい感銘を受けるものがあるんですが、この通りに日本でも、と思っても出来ないんです。何故なら本物の味わいが残っているクラシックな家具が日本にはないからです。一点や二点は出来ても大規模には無理です。

永田　そういう要求に応じて、細々と洋家具を作っているのは神戸の家具屋だけですよ。

★和洋の良さをとり入れた日本家庭に合う神戸家具

永田　洋家具といってもインテリアに関する洋風なものはわずか百年位しか歴史がなく、外国からみればけったいなものを作ってると思うものがたくさんあるかもしれない。言いかえるなら日本人のセンスで日本流にうまくアレンジしているという点はありますが。

伊丹　畳の上に置いても合うようですね。

永田　わずかな数の居留地の外国人を対象にしていたら商売が成り立たないので、やはり日本人に合わせて畳の上に置いても似合うような家具にアレンジしていったということでしょう。今でも洋間だけで生活している、いわゆる純洋式で暮らしている日本人はごく限られた数です。だから共存していけるような洋家具を考えざるをえなかったということでしょうね。

太田　スタイル自体は洋家具ですが設計するのは日本人ですから日本の良さを取り入れて和洋折衷のいい味が出ないものかと考えます例えば色彩でいうなら飛騨の春慶塗りのような色を使ったり……。

伊丹　うちの場合、特に神戸向きの商品というのは作っておらず「SELKON」は全国で展開しています。日本の住宅構造に地域差が増々なくなってきて、例えば生活する段階では北海道の方が内地より暖かいから北海道だけに必要なインテリア商品はないし、以前は江戸間、京間と地域的に違ってましたが今ではメーカー別に違うくらいで地域差はないんですね

永田　地域差というものは企画などにおいてはなくなってきたが、色彩の選択にもないですか。

伊丹　色彩にも地域差はなく、むしろ世代間にあったりすると思うんですが。いかがでしょう。

永田　例えば椅子の張りぎれの色は東京と神戸ではあまり変わらないが、大阪は感覚が違うという認識がありますね。関西でも反対の特色を持った街なのに、京都と神戸は色の選択などにきわめて似たところがあるのに、大阪の色の選択は違うような気がするんです。

伊丹　色彩の選択の実例はさほどみていないんですが、考え方の基準としてどういう色を好むかは、どういう自然に囲まれているか、どういう成長をしてきたか、ということだと思います。自然という点では都会に住んでる限り同じではないんでしょうか。

永田　やはり環境で異なってくるんでしょう。都会とひと口でいっても、神戸は明るく東京は緑が多い……。

伊丹　たてまえとしては今でも地域ニーズに合った商品揃えを考えてはいるのですが例えばアメリカにはアリゾナとアラスカという地域差の大きい州がありますがインテリア商品に違いはありませんでした。やはり住宅の形態が同じということに関係してるのでしょう

うちにいるデザイナーの半分は神戸出身で商品に何か反映があるかもしれないです。我々の商品に関しての神戸の特徴は、非常に消費者が厳しいということがいえますね。消費価格センターができたのも昭和47年で東京より早い。神戸の消費者の眼にかなって品質、価格ともにOKが出れば、全国どこでも苦情が出ないという確信は持っています。

★神戸の洋家具屋は逸品主義
港町神戸のイメージに人気

永田　家具の展示会にしても他所では売るために開くのに、神戸では〝こんなものができるんやで〟とお互いに天狗になって自慢のし合いです。〝百組作って欲しい〟といわれたら〝すんませんけど2年程待ってください〟といわなければならないような作り方をしていますね。つまり何でも出来るけど量産は出来ないというか、神戸の家具屋は器用貧乏みたいです。

伊丹　風見鶏ブーム以来、それが正しいかどうか知りませんが神戸以外の人に神戸のイメージを聞けばみんな「異人館」だといいますね。果たしてそのイメージのエッセンスを一般家庭のインテリアにどんな具合に持ちこめるか、商売のベースとしても考えたいです。

永田　インテリア商品が全国に普及したのは「近藤忠」さんの功績が非常に大きいですね。

伊丹　「永田」さんも「メープル」さんも東京に出店されとても好評だそうですね。

太田　関西では家具の専門店でお求めになりますが東京では百貨店で買われる方が多いようです。

永田　神戸家具が東京で受けた理由としては、まず神戸は港町でハイカラであるという〝神戸のイメージ〟があること、それと最近では民芸家具が出来てるけれど、あいう感じの家具がないですね。神戸の家具屋は何でも作ります、ということで自分だけの別註の家具を作ってくれるのも魅力なんでしょう。時代に逆行していくやり方なのかもしれないですが…。

伊丹　我々の商品はそういう意味で主役ではないです。一番の主役は家ですが、日本の場合自分の趣味、趣向でどうしようもならないケースが多く、次の主役は家具で、これは自分たちで買えるわけですそしてそれらに合わせて選んでいただくのが我々の場合なんですね

永田　だから「近藤忠」さんでは多岐に渡って商品の種類が増えてるんですね。「こんな家具はウチには似合いません」といわれるお客様がありますが、家というのはインテリアを一番左右するものでしょう。

伊丹　東京で神戸家具が当ったのは神戸というイメージがあるからだろうといわれましたが、「SELKON」の中にも「FROM KOBE」というものがあってもいいな、と思いました。

永田　ヨーロッパ的なものには、外国から入って発展した点で港町のイメージが非常に有利に働いている面はあります。これからの消費者生活に適合していくにはどうすれば良いのか。「近藤忠」さんのように企業化して全国的にシェアを広げていくのがいいのか、それとも港町神戸ではこんな家具が作れるんだというやり方をあくまで守っていくのがいいのか結論は出にくいですね。

太田　今までの伝統は守らないといけないですが、時代とともに変る材質や塗料などと溶けあった神戸らしい家具も編み出していきたいですね。それにはどこかひとつだけでもよそにないアイディアを入れて設計をしていきたいです。

伊丹　お話をお聞きして神戸というイメージを大切にした方がいいことがよくわかります。商品のエッセンスの中にこのイメージを生かして、時代を刻んだ古い家具をリフレッシュさせる、そんな家具に合うようなアクセサリー物を揃えていきたいと思います。

〈プラン・ドゥ・プランにて〉

●MADE IN KOBE〈洋家具〉

丹念な手づくりの木の芸術品、神戸の家具

日本の洋家具発祥の地として百年余りの歴史を育んできた神戸の洋家具。今や〝神戸の家具〟は全国的に根強い人気があり品質とデザインの優秀さに定評を得ている。

明治初期、居留地に住んでいた外国人たちが自分たちの家具を、帰国の折に置いていく場合も多くそれらを神戸の古道具屋で引き取って売買するうちに家具屋として発展し独自で家具を作るようになった。また明治に西洋の造船技術が入りそれまでの木造船の船大工としての仕事が減少していた頃、曲線を扱う仕事をしていた関係で居留地の家具を補充する形で携わり本格的な家具職人に、というのが神戸家具の始まりだといわれている。当時はヨーロッパの家具の模写であり、特にヨーロッパ系の外国人が多く住んでいたことが神戸家具の発展にとって貴重な利点となり、その外国人たちの家具への愛着、いたわりなどを身近に見られたことも幸運であった。以後研鑽が積まれて洋家具に日本の良さを取り入れた和洋折衷の味わい深い〝神戸家具〟を生み出した。

例えば、永田良介商店のオリジナルは、ナラ材を使用し自然の木目の美しさを生かしたシンプルなデザイン。独特な手づくりの彫刻装飾が重厚な暖かみを感じさせてくれ、洋室にも和室にも調和するメープル不二屋の独自の塗装技術はちょうど春慶塗りの味わいと光沢を思わせ、マホガニーの木目が落ち着いた雰囲気で生活にゆとりを与える気がする。神戸家具の原流は伝統の手づくり品である。人の手で丹念に作られた樹木の芸術品、家具は住む人とともに生きているようだ。

インテリアとして手づくりレースの存在にも注目したい。インテリアアクセサリーの近藤忠商事は戦前、中国で手づくりレースの技法をアドバイスしつつ製品加工をしていた。現在中国より輸入しており、同社はバテンレースのエージェント権を持っている。

創業明治8年、トアロードにある「メープル不二屋」のオーダーメイドの応接セット。神戸クラシックファニチャーです。

上、カットワーク（CUT WORK）透かし模様をつくる刺繍やレースの技法の一種。
右、バテンレース（BATTEN LACE）テープをいろいろな形に組み合せて模様をつくりかがったものでブレードレースともいう。ドイツのバテンベルグで作られました。

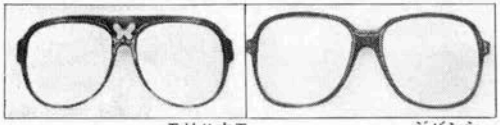
歴史ある手づくりレース

（近藤忠商事／セルコン）

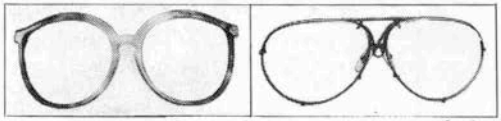
大丸前にある「永田良介商店」のオリジナル家具。飾りダンス、整理ダンスと用途も広く和洋室に調和。

'80ファッショングラス

各店有名ブランドサングラスコレクション



モリハナエ　ジバンシー

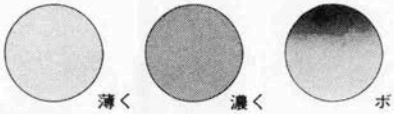


シルエット　ポルシェ

今年の「ヤングモード」は屈託なく奔放に戯れます。一人一人の個性を光らせます。気に入ったサングラスは、豊富なモデルからだけ見つけることができます。一度お手にとってご覧下さいませ。

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。



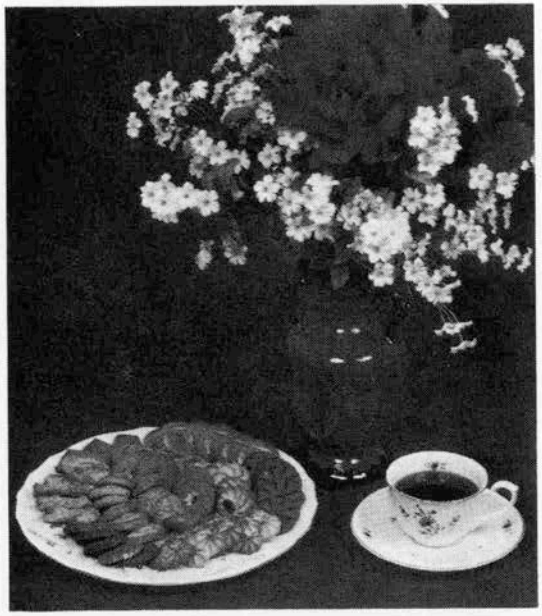
薄く　濃く　ボカシ

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

COOKIES

クッキー



オレンジ・カシュナッツ……など
14種からなる
風味豊かなソフトタッチの
ハンドメイク・クッキーです。

北欧の銘菓

ユーハイム・コンフェクト

■本社・工場・熊内店　神戸市灘区熊内町1－8（南蛮美術館東隣）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

●特集V《神戸のオートクチュール》

MADE IN KOBE

メイド・イン・コウベの魅力を探る／座談会

色と仕立てに神戸の個性

神戸発●オリジナル

□出席者□

堀本　恵子　〈ラ・モード〉

砂川　松枝　〈クチュール・カセット〉

藤本ハルミ　〈クチュール・マーガレット〉

山田冨紗子　〈ウィンザー〉

★オートクチュールの魅力は大切に作られた服

——神戸で戦後すぐからオーダーを扱って、お店を持っていらっしゃる方にお集まりいただいたわけですが、三十年近くの間にファッションは随分変わりました。それでも変わらないそれぞれのお店の個性があると思うのですが。

堀本　恵子さん

堀本　あると思いますね。他の方がごらんになったらどうかわからないけれど私とお客さんがそう思うのね。だからこのお客様の服はうちでないとできないという自信のようなものが、長い間につくんです。昔は普段着から下着までオーダーで作っていたこともありましたよね。

藤本　既製品ではいいのもなかったし、それにオーダーの工賃も今よりずっと安かったから。

山田　最近はプレタも数が増えていい物もあって勉強になります。

堀本　そうですけど、絶対うちの服は着てみて貰ったら違いはわかると思うんです。それがオーダーでしょ。

砂川　オーダーは大勢の人に満足して下さいというのじゃない。一人の人に満足して貰う一対一の仕事ですね。

山田　オーダーのお客さんは素材の良さ、カッティングの良さ、製縫技術を重視される方が多いですからプレタのお客さんと違いますね。プレタと両方やってるのでお客様のニーズの違いはよくわかります。

砂川　オーダーの人は自分だけの服が欲しくていらっしゃるのでしょ、そして勿論素敵な服。でもうちは素材は何十年と変わらないですね。色も、ヨーロッパの物が多いせいかちっとも変わってない。

砂川　松枝さん

デザインにちょっぴり新しい流行を取り入れますが、そんなに変わっていませんね。

今はプレタが流行っているでしょ。見て気に入ったら着てみてほんのちょっとの手直しで済む。普段の時はそういうので間に合わせて、改まった時は自分だけの服じゃないと厭だという気風は今でもあるのじゃないですか。

堀本　私がモットーとしているのはその人の個性を生かして着心地が良くて、いつまでも着れる服。誰にでもポンとあげてしまえない服、大事な服を作っていきたいですね。決っしてそれは既製品にない味だと思います。

藤本ハルミさん

藤本　それはオーダーの原点ですね。

堀本　時々よその店ですが生地で見たら良かったのに仕立てて変になった、なんて聞きますが、これは間違いですよ。布が良くて、仮縫したらもっとよくてでき上ったら一番良い(笑)というのが本当のオーダーの服ですよね。

砂川　十年たった服でも丁寧に縫われていて愛着のある服なら置いているし、着ることもできますよね。

藤本　でも初めてヨーロッパに行った時洋服の歴史が日本と違うし、規模も違うわけです。オートクチュールの店はビルで百貨店のように大きいんです。これがオートクチュールなら、今私たちがしていることは一体何だろうと思いました。それと日本人と西洋人の体型の違い。日本人は着物が似合うけど服では絶対負ける。服作りを迷いましたね。で考えたのが日本の伝統の布を素材にすることなんです。今、服の分野で一番遅れているのはソーシャルの服ですよね。着物に五十万、百万かけてもソーシャルの服にそれだけかける人はいないわけ。

山田富紗子さん

砂川　そうね。着物は洗い張りしてしまっておけると思うからね。

★神戸のオートクチュールは　いい職人さんが多かった

山田　ヨーロッパのコレクションに行った時はこちらで買うことのできないマテリアルやレースやボタン、ブレードの変わった物を買っておきます。

砂川　材料は常に持ってないといけないですね、オーダーは。それに日本でまだまだできない物も多い。日本でまだできないというのは悲しいことにこういう部分品の部門で職人さんがいないのね。神戸のオートクチュールは職人さんがあったからできたと思うんです。今いい仕事のできる人は五十代、六十代の人でしょ。若い人でもいい技術を身につけようという

人がもっと出てほしいですね。本当に残念なの。シルエットやデザイン、流行を持ちながらも技術があるというのが今迄の神戸だったから。

堀本　うちの職人さんたちは新しい便利な物を使わないんです。使えないというか〝手抜き〟になると感じるらしいのですね。私なんか、もうちょっと手を抜いてもいい(笑)んじゃないかと思うんだけど。

砂川　私も以前そう思って、芯も接着芯や新しい芯を使ってと思ったのですが、神戸のお客さんはそれがわかるんですね、長い間服を着馴れているからでしょうか。

堀本　いえ、新しい便利なものを使うのはいいことだと思うんですね、でも職人さんたちがそれを手を抜くと思っちゃうんですよ、そうじゃないんだけど。

藤本　ヨーロッパのオートクチュールの歴史は何百年も前に遡るんですよね。沢山の職人がいて王妃様のドレスを縫っていたわけですところが日本は、戦後動きやすい服装というので洋裁が発達したのに、洋裁学校で私たちは丁寧なオートクチュールの仕事を習いました。とても矛盾したことですけれど。今既製品の服は手間を省く、アメリカ的な仕事でしょ。職人さんたちもそこで迷ってしまう。いつも私は職人さんに、こういう仕事は柔軟な頭が必要だというんです。

砂川　かつて神戸の職人さんたちが活躍していた頃は完璧なスーツが二日半でできていました。本当にいい職人さんが多かったわね。

堀本　この間ウェディングドレスを一枚縫ったのですが、その仕立てをした職人さんは、今回結婚されるお嬢さんのお母様がご結婚される時の下着を縫った。とても感激していましたね。

山田　うちにもおばあちゃん、お母さん、お嬢さんと三代のお客様がありますね。本当にありがたいと思っています。

★新幹線に乗って　神戸へ服づくり

――オーダーをしていらっしゃるとお客様との繋りが随分あると思うのですが……。

堀本　神戸から結婚して東京に行った方が、服作るだけに帰ってうちにいらっしゃる。何でかしら。

藤本　以前三越の社長さんに〝オーダーのお客さんと作る人との関係は非常に特殊だ〟といわれたことがありました。信頼関係なのでしょうか、一軒決めると他所の人に頼むことはほとんどなさらないんですね。

砂川　お客さんの気質にもよると思いますけど、人間関係じゃないですか。

藤本　私はここの服が好きや、という信頼感。

堀本　技術だけじゃないでしょうね。私も東京で作れる人がいないと思う程自惚れていないから(笑)人間的なものなのでしょうね。

砂川　そうね。

山田　人と人の関係ね。

砂川　ブティックなんかで同じ業種の店が並んでいてもそれぞれに個性があるのと同じですよ。オーダーというものは。

山田　お客さんと作る側の気持ちの合い方ですね。

砂川　相性ね。そしてご縁(笑)ということもあるわ。

山田　だから誠心誠意、心をこめて作っていきますよね。

藤本　お客さんに教えられることも沢山ありますね。この間も高いレースの生地だったのですが、生地に呑まれていないというか、使い方が上手なんです。本当にお洒落な方は自分を美しく見せることをご存知ですから。

砂川　うちの店は、お嬢さんぽい方がお客様に多いですね。大体可愛い服が多いですから、ご両親が着せたいと思われるんですよ。今のプレタにはこういうの少ないですから、ロマンを叶えるためにこれからも可愛い服を作っていきた

いですね。

★神戸はファッションと違うところでファッショナブル

——神戸で仕事をしておられると神戸風とか神戸カラーを感じられると思うのですが、神戸的な服ってどういう服でしょうね。

藤本　先日、東京の人にいわれましたよ。神戸はマスコミの流すファッションと違うところでファッショナブル。日本の中で特殊な存在感のあるお洒落な町だって。ずっと神戸にいるとわからないですが。

砂川　わかりますよ。東京から帰って新神戸で降りると、神戸は他の街と違うなって思います。

藤本　あんまり他の町のことを知らないけれど大雑把にいうと、神戸は本格的なものが好まれているのじゃないですか。東京なんかはマスコミのせいでファッショナブルな流行を表面的につかまえている。ところが神戸はトアロードのウインドウに中国人仕立てのバチッとしたブレザーがかかっていたりしますね。こんな流行と全く関係のないお洒落なものを見ると、神戸だなぁという気がしますね。

山田　私はオートクチュールでも店に閉じこもってちゃ駄目だと思うんです。ファッションの移り変わりも取り入れていきたいと思うんです。勿論そのままではなくて神戸向きにアレンジしますが、積極的に取り入れているんです。

藤本　そうですか。流行は流行色協会があったり発火点があるわけですから私はプレタとオーダーは違うという自負で、流行には目をつぶっていたいです。でもこれだけ情報が多くなりますと……ね。

砂川　入ってきちゃう。だけど色はどうですか。堀本さんのところでは暗い色は出ますか、流行した時なんかに。

堀本　いいえ、暗い色、汚い色は全く出ませんね。

山田　一緒ね。

堀本　お客さんに年配の人が多いせいと思うんですけど。若い人なら暗い色も似合うでしょうが、年を取られたら似合わないでしょ。

藤本　それだけじゃないと思いますよ。問屋さんがいうんですよ、別別に来ても神戸の人は同じような物持って帰るって。不思議ですね。

砂川　地方で売れ難い物も神戸では売れるということもたびたびありますよ。

山田　神戸のお客さんは洗練されていると思うわ。

砂川　バタ臭いのね。

★パリ・コレならぬコウベ・コレクションを

藤本　私オーダーだけしていたらダメなんです。物足りないの。オーダーのお客さんはお客さんの個性を生かしてあげるように作るから、私の作りたい服がいつも作れるわけじゃないでしょ。

　私やっぱり一年に一度でいいから〝自分の服〟を作ってみたいですね。物作りの姿勢として、年に一度でもいいからオーダーの人も発表の場を持つべきじゃないかと思うんです。今、神戸ではプレタのデザイナーたちの方がそういう発表する機会が多いのじゃないですか。

砂川　個人でお店を持ってオーダーを扱っている人でそういう気持ちを持っている人は多いと思うんですよ。それにKFCやKFMといったグループもありますね。

　でも神戸ではそれを発表したり展示するところがない。市もファッション都市というのならメーカーだけ大切にするのじゃなくて、個人でお店をしている人に発表の場を提供してくれればいいです。ポートアイランドに何かそういうものができれば、いいですね。

藤本　そして年に一度か二度、コレクションが発表できる場が作られてパリのコレクションのようなコウベ・コレクションができれば、本当にいいなと思いますね。

〈ブラン・ドゥ・ブランにて〉

●MADE IN KOBE〈オートクチュール〉

外国人に育てられたオートクチュール

昭和はじめのトアロード。エスターニュートン、キンサトー、春貴洋装店、純貴洋装店、炳昌洋装店、スマートショップ等々高級婦人服オーダーの洋装店が並ぶ。裁断、縫製とも職人はほとんどが中国系の人。神戸に領事館の多かった当時、どの店も顧客のほとんどが西洋人の夫人、そして「洋行」する人たち。仕立ての技術はパリでもロンドンでも引けをとらないという立派なものだった。五十年たった今でも十分に使える仕立てが、その頃の服には多い。

長い洋服の歴史を持つ外国人の多い神戸だからこそ鍛えられた職人さんたちの優れた技術で神戸のオーダーは育ってきた。

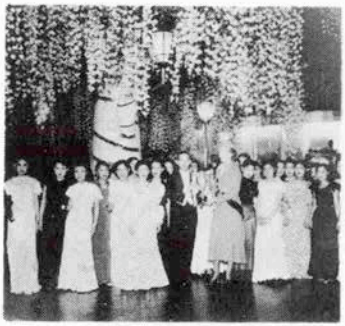
そして現在、プレタ全盛期。トアロードの洋装店も数は減りプレタも置くという店が増えている。しかしその反面時代に則して「店の個性」ができてきた。

エスターニュートン。昭和七年エスター・ふく・ニュートンさんが英国人貿易商アーサー・ニュートンの輸入する生地を使って始めた。今は舶来プレタも置いているが、オーダーは代々のお客さんが多いという。

元町一丁目ラ・モードは来年三十周年。重厚な構え、設計内装は彫刻家の新谷秀雄さん。時代に合わないといわれても始めた頃と変わらない丁寧な仕立ての贅沢さを誇る。新しいところでは北野町異人館旧スタデニック邸を使っているマ・ヴィ。クラシックな雰囲気がオーダーサロンらしい。

そしてKFM、KFCのメンバーたち。伝統の技術を背景に〝モード〟を追っていく神戸のオートクチュール界である。

オートクチュールが一番オートクチュールらしいのはらスーツにあわれる。カチッとしたシャネルスーツ。プレタでは味わい難い仕立ての良さ（提供ラ・モード）



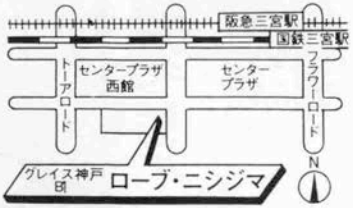
昭和初期　宝塚会館ダンスホールでのパーティ風景。外国人と馴染み、パーティも多かった神戸っ子の洋服の基礎は、そこで培われていく。

オートクチュールにも独創性のある作品の発表の機会が。3月1日に開かれた第1回FKMファッションショーのフィナーレより。

ファッション・センスを
プラスした
クリーニング

ローブ・ニシジマのサービス内容

●ファッション・メンテナンスのすべて…型くずれの防止、素材感の回復、お客さまの好み通りの仕上げ　●いつまでも美しく着るためのアドバイス



神戸市生田区三宮町2丁目11 グレイス神戸 B1 ☎(078)332-2440
〈水曜定休〉

ハイセンスの紳士服で
最高のおしゃれを

三恵洋服店

神戸・元町4丁目 ☎(078)341—7290

●特集Ⅳ〈神戸の洋家具〉

MADE IN KOBE

メイド・イン・コウベの魅力を探る／座談会

本格派、手づくり神戸家具

神戸発●オリジナル

□出席者□

畝　弥吉〈ウネ社長〉

柴田　禎三〈柴田音吉洋服店専務〉

西川　幸利〈ニシカワ洋服店社長〉

柴田　禎三さん

★神戸の基本は開港　洋服ももちろん外国人によって

柴田　私のところは曽祖父が注文洋服屋を始めたのですが、最初は外国人に仕立てを習っているんですね。というのも開港に伴って居留地ができ、外国人が住みつき、外国人の注文洋服屋が横浜や神戸に来たからです。洋服に限らず、神戸にとっては外国文化の取り入れ口として開港が大きな意味をもっていますね。神戸の基本は開港だといっても過言ではありませんね。

畝　そうですね。私の場合も外国船が港に入ったりした時にたくさんの外国人が街を歩いていましたので、彼らの後ろ姿をながめながらついていったものです。服というものはこれだ！ということを外国人に見せつけられた歴史が神戸にあると思いますね。

柴田　そのような環境のなかで曽祖父が注文洋服屋を始めたわけですが、祖父はそれを継がず、私の母が養子をとって継いだのです。そして私の父というのは、神戸一中から東京外語に進み、政府派遣の留学生としてフランスへ行って織物を勉強してたのです。そして帰国して結婚したわけですが、今では珍しくはないでしょうが、その時代としてはかなり変わった経歴ですね。そういうことが出来たというか、そんな気になる環境や雰囲気があったのでしょうね。そして父の父は神戸の初期のキリスト教徒だったのです。神戸教会の創設に参加したメンバーの一人です。私の母は明治十七年の生まれですが、小さな頃は日曜学校に通ってましたし、父の姉もそうでした。外国人とも接する環境が普通以上にあったわけですね。

編集部　キリスト教と神戸の洋服とは密接に結びついているようです。小磯良平先生のお母さんが、

西川　幸利さん

神戸で一番初めに洋服を着た人のひとりらしいですが、やはり神戸教会のシスターに教わったそうです。そのことだけをみても、やはり神戸は外国人の影響がはっきり現われていますね。

★神戸っ子は色で着る

風土と外国人の影響

柴田　神戸の紳士服は、注文服に限ってみれば、やはりオーソドックスな型が多いですね。でもそのなかにも新しいヨーロッパ風のものがみられる傾向です。

西川　今までの日本の洋服屋さんの基本は英国とドイツだったのですが、二十年くらい前からイタリアやフランスのものがどんどん入ってきていまして、それを我々が消化して作っていかないといけないわけですね。

畝　戦争直後は物がない時代で、服を作るにしても布地を持ってきてただ単に作ったという程度のもので、洋服を作る人もたくさんいましたけれど、ひどい服でしたね。でもそれからは英国やドイツだけでなく、フランスやイタリアなどの服も勉強してきたわけです。

アメリカの服にもあの背の高い人がスマートにみえるなめらかさがあります。日本人は背が低いから、いつでも立派にみせようとするクセがありますね。（笑）立派にみせるためにはどうすればいいかというと、タテは小さいんだから、横を広げないと仕方がないんだよ。（笑）

畝　弥吉さん

柴田　さらに素材の点からみても興味ある傾向がみられます。というのは婦人物の生地を利用して紳士物を作るということが増えているということです。

西川　一味ちがった物を着たいという感覚でしょうか。

畝　それはね、人の物マネをしたい人もいれば、人より一味ちがったものを好んだり、群衆心理型であったり、いろいろあるわけですが、一番多いのは人が着ていて、そして目立つ物ですね。

柴田　神戸ではそうとは限らないでしょう。

畝　これは日本全体の場合で、神戸の場合は少しちがった傾向があると思います。というのは、神戸の人は柄で着るのではなくて、無地で着る味を知っているということです。

柴田　つまり色で着る味を知っているということでしょうか。

畝　やはりこれも外国人の影響があります。中近東やアジアなどと比べてアメリカ人やヨーロッパ人はあまりきつい柄は着ていませんね。日本全体では柄のあるのがオシャレだと思っている傾向がありますが、神戸の人がどうして無地を着こなしているかというと、外国人を見ていたから、できるのだと思うのです。無地であるということは、縫い方からバランスからすべてにごまかしがきかないということです。

西川　でも百三十万都市神戸は日本を象徴しているともいえます。というのは、この業界でもどんどん勝ちすすんでいるグループと、どんどんとり残されているグルー

プとはっきり分れているようですね。

畝　柴田さんをはじめとして、やはり基本を守って作ってきたから例えば、今こんな柄が流行していて売れてるからといって、それを追っかけるわけではないのです。いくら金儲けだからといっても、こんな服は作りたくないっていうことがあるでしょ。そこに神戸の良さがあるのだと思いますね。

柴田　昭和四十九年十月に、市役所南の東遊園地に日本近代洋服発祥の地を記念する顕彰碑が建てられましたね。つまり百年以上もの歴史をもつ神戸の洋服ですが、古き良き時代のいいイメージだけでなく、少しずつ変えていく契機をつかんで、将来につないでいかなければならないでしょうね。

★一品一品が勝負の神戸洋服業界

消費者の選択眼が解答

編集部　ところで日本の洋服の発祥地としての歴史が神戸で百年以上も消えずに続いているのはどうしてなんでしょうか。

畝　東京や大阪は流通の都市であって、そこではとくに売れる物を作るわけ。でも神戸はそればかりでない。例えば、フランスでいえばディオールやランバン、今や有名になったけど、始めは小売屋さんだったわけで、その小売屋さんがオリジナルを作り始め、それが流通機構に乗っていったもので神戸はそれに良く似ていますね。というのは、これらのブランド物も、始めはいかにお客さんにいい物を提供するかということで研究し、お金をかけてオリジナルを作ったということですね。

西川　オリジナル性がないと絶対にだめですね。

畝　神戸で大メーカーにないようなものが作られているのも、柴田さんのような大先輩がやってこられたことが浸透し、そして今も守られているからでしょうね。

西川　これからも独特のオリジナル性が表現された商品が残るでしょうね。

柴田　今後も歴史的な伝統を守りながら、それを基礎にして神戸のオリジナルなファッションを消費者に提供していかねばならないということでしょうね。

畝　神戸という名前が付くだけでシャレたものという代名詞になるわけです。

柴田　メイド・イン・コウベというところですね。

西川　見よう見まねでやっていてはダメですね。隣りが〝赤〟を売ったら、こっちも〝赤〟を売ろうかというような考えでお客さんに接しているとひどい目に合いますよ。

柴田　うちは神戸と大阪に店がありますが、神戸の店は九州にお客さんが多いんです。そしてお客さんの商品に対する選択眼が一般的にいってずいぶん上っています。

西川　だましはきません。（笑）

柴田　神戸っ子は通というか、着る人自身が他の土地よりも好みが難かしいということは確かなようですよ。

柴田　ですから目の肥えた消費者に対応できるようにならないといけませんね。

編集部　業界の方たちの眼もそれなりに研磨しなければならないですね。

畝　マスプロの商売じゃありませんからね。

柴田　極端にいえば一品一品主義ですね。

畝　お客さんが答を出してくれるということです。最近は小さなターミナル・ショッピング・センターではお客さんは集まってこないでしょ。人口の三倍から五倍くらいの規模のマーケットを作ればお客さんはとどまります。同じように同業者が近くにあると困るというのは昔の話で、その地域に同業者が多くなればなるほど、そこで競争もし、そしてお客さんも楽しいということになると思います。

編集部　神戸っ子たちはけっこう楽しんでいますよ。ショッピング

を楽しみますし、オシャレをすることも楽しんでいます。ただし、かなり確かな眼をもってね。楽しんで着られる洋服が最も神戸にふさわしいみたいですね。

★コツコツ型の神戸洋服業界
根本的に哲学がちがいます

編集部　ファッションというものはひとつの情報です。世界じゅうからこの情報を集め、そのなかからオリジナル性を表現していくのが神戸のファッションの原点のひとつのような気がしますが。

畝　直輸入での洋服は高くつきますが、シルエットや素材はいいものがあるわけです。ですから輸入しないですませるには、あと作ればいいわけですね、同じ物を。つまり同じ素材で同じ柄で、しかもそのシルエットや補正の仕方を学べばできるわけで、そうすれば愛されて喜こばれる服ができるはずだと思います。

編集部　素材は輸入物ですか。

畝　ほとんどがそうです。でも素材があっても、それに合う仕立てができなければなりません。神戸の洋服の良さはそのあたりにもありますね。

柴田　もちろんしっかりとした品質が第一でしょうね。注文服は時代とともに新しいものを作らなければならないでしょうが、その良さは、仕立てということになるでしょうね。西川さんのところはいかがですか。

西川　これはノウハウの話になるからいえない。(笑)冗談ですが。でもこんなことがいえますね。この十五年間、紳士物に関して、婦人物と同じようにいいデザイナーが育ってきているということですね。

畝　それはいえますね。

西川　このデザイナーたちが作っている間は大丈夫ですね。

畝　先月号での洋菓子メーカーの座談会でも話がでていましたが、規模は小さく、拡大するにしてもゆっくりで、しかも着実にという話、これは神戸の洋服業界にも同じことがいえると思います。コツコツ型ですね。

柴田　しかも神戸の洋菓子はどこにも負けない高品質であるということなんです。材料の品質の良さに加えて、高い技術と細やかな心づかい、それにセンスが神戸の洋菓子の神髄で、洋服業界も全く同じことがいえますね。

西川　しかも神戸は日本のファッションの中央研究所のような部分があると思います。根本的な哲学がちがうような気がしますよ。

畝　我が強すぎるところもある。

西川　だからある意味では商人ではないわけです。芸術家かな、その誇りがあるから、大量販売の洋服屋さんに対して何ら遜色がないわけです。

柴田　それどころか本質的にちがいがあるでしょうね。確かに一般的にいって、大阪の業者は商業的に動きますが、神戸は技術的に動くと思います。しかもその技術が非常に高い。

西川　規模が大きくなってくると本社を東京や大阪へ移してしまうわけですが、ファッション関係はみんな神戸においたままですね。それが良かったということもいえるでしょうね。

柴田　神戸には他の業種は他都市から入ってきますが、紳士物の洋服屋は入ってこないですね。過去の歴史があまりにも偉大だったから、先輩たちが偉大だったからかもしれませんが、しかしそれは過去の幻影にすぎないかもしれませんね。どんどん前向きの姿勢でいかなければなりませんね。

畝　そうですね。伝統を守っていくだけでは、余りにスロー・スローとなってしまうし、隣をみていると何だかテンポは早いし。しかしそっちに走ってしまうと神戸らしさも神戸ファッションも消えてしまう。そのあたりがむずかしいですが、やはり神戸カラーを守って新しさをプラスしてゆきたいですね。(プラン・ドゥ・プランにて)

●MADE IN KOBE〈紳士服〉

一世紀の伝統に新しさを取り入れて

神戸の紳士は大柄や多色使いの背広を好まず、無地を着こなすお洒落が得意だ。

明治初年、山本通にドイツ人のブラントが洋服商を開業し、同年居留地十六番館には英国人カベルも開業した。その後ヨーロッパ人や中国人系の人々が需要に合わせて次々と注文服屋を開いた。

開港地の神戸では明治時代から多くの外国人が住み、街を行き交う外国人の姿を見ているうちに、洋服に対する感覚が洗練されたようだ。日本人では、カベル商会に弟子入りして技術を身につけた柴田音吉が、明治十六年に開業した。(金)柴田音吉洋服店は〝神戸洋服〟の名声を確立した重要な存在の店で、現在も元町四丁目に店舗を構え、英国・ドーメル社の服地国内独占販売契約権を持つ柴田商事と共に、その名は全国に知られている。同じく四丁目のM柴田洋服店、大久保洋服店など次次に開店したが、技術についても、研究団体や組合の結成が盛んになり、向上の一途をたどる。

昭和になって軍事体制の強化と共に衣料統制が厳しくなり、国民服の時代がやってくる。が、戦後は経済成長と共にファッションの時代が到来し、再び神戸洋服は技術やセンスにおいて国内で注目されるようになった。

協同組合・兵庫県洋服会館、神戸註文洋服専門店会、神戸セビルローアソシエイション、神戸ジュニアテーラーズクラブなど洋服業界を支える団体は数多い。

神戸洋服商工業協同組合は昭和四十九年には洋服着用令公布一〇〇年を記念して、東遊園地に、日本近代洋服発祥の地顕彰碑を設置した。環境造形Qによって創られた20トンの石でできた洋服の彫刻はユニークで楽しい。

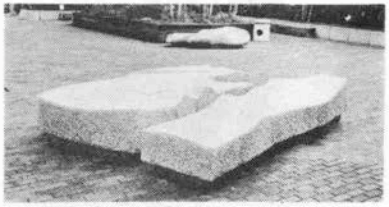
昭和五十二年には、神戸における洋服発展の歴史を克明に綴った六百頁余りから成る「神戸洋服百年史」が上梓され、話題を呼んだ。

一世紀の歴史を経た神戸洋服は伝統を受け継ぎ新しさを加えて、脈々と生き続けている。文豪谷崎潤一郎も顧客のひとりだった老舗渡辺洋服店の渡辺干城社長は「技術は良くて当たり前。真摯の精神とお客さまに対する誠実な態度です」と、神戸洋服のオリジナルの粋を語る。

大正十年、英国皇太子来日記念撮影
(柴田音吉洋服店前)

神戸を代表する紳士服
渡辺洋服店の作品

貴重な資料「神戸洋服百年史」

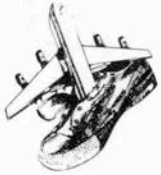

洋服を形どった日本近代洋服発祥の地顕彰碑

世界一周の航空券

往復1年オープン出発5月→6月

368,000円

大阪—パリ—ニューヨーク—大阪



往復1年オープン出発7月→8月

378,000円

大阪—パリ—ニューヨーク—大阪

●東京—ヨーロッパ
ロンドン●パリ
●コペンハーゲン
●ローマ●フランクフルト
片道＝165,000円より
往復＝253,000円より

●大阪—ホノルル
片道＝ 98,000円より
往復＝144,000円より

●大阪—ヨーロッパ
ロンドン●フランクフルト●パリ●コペンハーゲン●アテネ●ローマ●アムステルダム●チュリッヒ
片道＝124,000円より
往復＝229,000円より

●大阪—ウエストコースト
片道＝ 99,000円より
往復＝184,000円より

●大阪—オーストラリア
往復＝268,000円より

●スペシャルツアー
バンコック＝88,000円より

●東南アジアも取扱いしています。

運輸大臣登録一般旅行業 第492号 TOP NOTCH INC

株式会社 トップナッチ

〒651 神戸市葺合区琴緒町5-7
グリーンシャポー2F
☎(078)242-2695(代)

本　社　東京
海外支店　ロンドン／リージントストリート
パリ／シャンゼリーゼ通り

回転レストラン「鳴戸」(15F)で素晴しい眺望とお食事を

〈リコメンド〉
○鮮魚のフライ
ココナッツ包み
モアナソース添え
¥1,500
○舌平目の
グラタンジュート風
¥2,000
○フィレミヨンの
ディナー
¥5,500

〈営業時間〉
昼・12:00～14:00
夜・17:30～21:30

雅叙園観光KK直営

ニューポートホテル

神戸市葺合区浜辺通6丁目3—13
(三宮・フラワーロード・サウスエンド)
TEL 078(231)4171