

好奇心が旺盛で、かつ勉強家。そしていつまでも瑞々しい感性を持った人——というのが周囲の浜田さん評。

ファミリアのオリジナリティを担うシーズンカラーのうちだしやモチーフのデザイン等意匠技術課で11年になる「洋裁学校時代から、ずっと絵を描い

ヘアで良い仕事を

▲岡ファミリア意匠技術課チーフ▽
浜田 公子



女の限界に挑戦

林 律子
▲岡キヤパン神戸店庶務課係長▽



シツクで落ち着いた雰囲気がある。入社歴12年。受付から始めて総務関係一筋に歩いて来た。学生時代からキヤラパンの商品のファンだった。「ファッションを通じて社会に貢献できる仕事に生き甲斐を感じている」そうだ。女性の生き方は「専業主婦」を含めて様

々だが、どういう仕事でもベストを尽し、広い視野、適切な判断力、公正な立ち場が何より肝心と強調する。「女性としての限界は感じます。だけどそれを打破するための勉強が必要ですねとにかく自分自身で歩くことです。林さんは今、自分の道を歩いている。

昭和40年に兵庫県立神戸生活科学センターがオープンしたときに、民間企業から県庁入りをした。以来、一貫して「商品と人間」の問題に取り組んで来た。企業にとっては「恐い」存在かも知れない。「でもそんなことはないのですよ」と笑う。現在は商品テストを主

商品と人間を追求

宮本 豊子
▲兵庫県立生活科学研究所生活科学専門員▽



出会いの中で成長

森本 右
▲ONE MAN BAND▽



同性の眼の方が厳しいという。フリーの仕事は失敗は許されないう、人間関係にも気をつかうが反面、仕事を通して出会いによって大きく成長できる。本当は絵描きになりたかったが絵は理想として追求、夢は自分一人ののではなく周囲に開かれたアトリエを持つことだ

「実に見事に何でもこなせるというタイプではなくて不器用だから切り換えに疲れます」という右さんは、百貨店やメーカーで広告撮影のコーディネーターを手がけて十数年。インテリアや料理を扱うので女性として得な面もあるが、仕事をしていく上ではむしろ

国際試業棟のアメリカー人副社長秘書を務めて10年のキャリアを持つ。「アメリカ人の秘書になる」ことを心に決めて学生時代から英文速記、英会話などを学び、アメリカ、ミシガン州にあるムスキーゴンビジネスカレッジに留学した国際感覚の人である。



森田 育代
国際感覚の持ち主
△国際試業棟副社長秘書V

いかにボスが効率よくスムーズに仕事を進めるか、をコーディネートし助けるのが彼女の役目。「秘書の仕事はパリエティに富み、自分の機転、判断力を生かせ、自分を高められます。広い視野と意欲、それと女らしい細かな心配りが何よりも大切です」

村上 和子
私好みの生き方で
△サントレテレビ・ティレクターV



にしても女性の時代という言葉がなくなる時代になって欲しいね」という。サントレテレビに入って約8年。学校を出る頃「あなた好み」の女に抵抗を感じる「私好み」でなければと目ざめた」という。今の仕事は「私好みの生き方の中で選んだ最高の道楽」らしい。

いきなり「キャリア・ガールなんて言葉、抵抗あるわ」という。女だからとか女なのにか、特別視されるのはイヤだというわけ。ところが「でも今の男社会では、女であることはある意味での『障害者』。それは仕事するうえでハンディにはならないけれど。それ

長町美貴子
スタッフに感謝!
△シネマ・アイ代表V



前にシネマ・アイを設立した。サントVの「訪ねてみたい」兵庫の手づくり」は51年から制作している。男性でもハードな仕事だけに女性では珍しい。「若い時は生意気に男に生まれてたら……なんて(笑)。男女差よりも、きちんと仕事のできる事が大切です」

「27歳で初めてサントVにアルバイトへ行った時は、まさかこの仕事をやるなんて……。でも今は、この仕事以外私にとっては考えられない。不思議ネ」この仕事とはTV映画やTVCF、PR映画、VTRの制作だ。サントV時代から8年間の紆余曲折を経て、5年

常に勉強の連続

中川 俱子

△Team No.1 いるか設計集団代表取締役V



テラン一級建築士。「建築設計と違って、人間工学、環境工学等幅広い知識が必要。常に勉強の連続です。家庭との両立については「私が働いていることをあたりまえだとみんな思っているようです。初めが肝心ですね」と茶目っぽく笑われた。

いるか設計集団は、5人でやっている建築設計のグループだ。オーナーの主義、趣向を大事にし、全員が1案をだすなど、充分なテーマ、ヒマをかけるため、設計に1年かかるなどはザラだそう。中川さんは設計を始めて20年、グループのメンバーとなって3年のベ

「仕事をやっている」と男女差より、個人差の問題の方が大きいと思う。健康が一番、そしてお洒落心をもつこと」
 ㈱ワールドでマーケティングプランナーという専門職、つまり企業戦略の仕掛人というところか。プロジェクトチームを率いて、バリバリ仕事をこなす。

田崎真珠㈱神戸販売事業部のエリアは東は静岡、西は四国を含めて山口までの広範囲に渡り、その販売員約100名の商品調達、在庫管理、伝票処理などの内部的な仕事をするのが中安さんの所属する商品課である。
 入社して13年め。「仕事を続けていく

解放感と自立心が

中田 幸子
 ▲㈱ワールド社長室付
 マーケティングプランナー



「仕事を始めて十年経って、どう転んでも食べていける自信が付き、すごく解放感と自立心に目覚めているのよ。自分にあるもの、とないものがよくわかってきて、嫌いな人がいなくなったの。だから誰と出会っても楽しいよねえ」
 働くことも勿論遊ぶことも大好きな人

柔軟な心で接する

中安 和子
 ▲田崎真珠㈱神戸販売
 事業部商品課係長



上で一番大切なのは「やる気」。そして責任と信頼。これらはまわりから与えられるものでなく自分自身でつくりあげていくものでしょう」と中安さん。また「常に若い人たちと接する機会を持ち頭を柔軟にしていきたい」と若いスタッフへの思いやりの優しい人だ。

人の暖かい心が

小畑 延子
 ▲家庭擁護促進協会主
 任ケースワーカー



めを自からしなければならず、パザールや映画会の開催と、その業務は尽きるどころがない。そんな小畑さんを支えているのは「資金集めの際や里親に、人の暖かい心を見たとき、この仕事をしていてよかったですね」という彼女自身のホットな心のようにだ。

社会で役立つ人に

大倉 潤子
 ▲株式会社ムラタ



「婦人服ひと筋で他の世界のこととは知らないんですよ」という大倉さんは、ムラタではバイヤーをかねたマーケティングが職務で外からは「これは男の仕事だよ」と言われるとか。婦人服、毛皮、宝石をコーディネートできる今の職場へ来たことは彼女の仕事に

とって収穫になっている。社内の新人研修ではいつも社会へ会社に役立つ人、プロになることをアドバイスしているが、仕事を通しての社会への貢献というのを常に自分でも考えている。「大げさに言えば女性が美しくなることは社会の平和につながる」と笑った。

フランスの国立調理士学校を日本人で、しかも女性が難関をパスし卒業した。レストランの厨房には滅多に女性では入れないのを2年修業して帰国。倉田さんが男性なら、将来を職望され一流ホテル入りをしていたかもしれない。が、体力的に精神的に女性では限

人間向上心よ

倉本百合子

△神戸女子短大講師▽



界を感じていた。母校の神戸女子短大の講師とセミナーハウスのシェフとして磨きあげた腕を振っている。帰国後「女は料理長になれないか」を著作した。「人間って向上心が不可欠です。真面目にコツコツやっていると、いつか幸運が向いてくるんですよ」

自己主張は大切

大西三佳子

△関西電通神戸支局クリエティブ部制作課副参事▽



生活提案が必要。そのためには私自身が特殊なキャリアウーマンでなく主婦母親でもある一般的な生活者であることが大切。生活、経験の中から発想が生まれるんだと思います。」後輩へのアドバイスは「女性でも企業内で自分を光らせる自己主張はするべきですよ」

一階のラウンジは人の往来が多い。お茶を飲んだり商談をしたりする人の間をぬってきびきびと女性が動きまわる。ここのスタッフは11名の女性。その責任者が坂本さんだ。入社歴9年。清楚な感じがいい。新入女性社員はまずラウンジに配属され、接客方法を実

新人育成を担当

坂本 照子

△オリエントホテル・アップグレードラウンジ・キャップ▽



地に勉強する。それを指導するのが主な仕事である。各人の個性がのびのびと生きて、しかもお客さまからいい評価をいただけるように育て欲しい」と気を配る。ホテル内でもこは女だけの職場。その分苦労も多いが、若い人の成長が坂本さんの大きな楽しみだ。

オヨメさん欲しい

△神戸風月堂企画室長▽

塩本 久子



という。そしてご主人の理解のおかげのようで「仕事と家庭を両立させるのは、健康と頭のキリカエと主人の理解です」という。多忙を極める毎日、「本を読む往復の電車の中だけが自分の時間。今、一番欲しいのは……オヨメさん」と笑う。

企画関係を担当。入社して3年間は売場に立ち「風月堂商品の客層をつかみ、同業他社の動きを知った」という。その後、下村光治社長（当時専務）の秘書役につき、仕事に対して厳しい社長に「仕込まれた。「今のよう

に仕事ができるのは社長のおかげ」

関西フオークの生みの親のひとりと
いわれている。「私、自分がいいなと思
ったら、みんなに知ってもらいたいん
です」という。そして人とのつながり
を大切に。生の人間との接触が好
きで「役者か教師になりたかった」ら
しい。「でも、何でもいい。今やりたい

女でよかったです

高梨美津子
ハラジオ関西プロデ
ィサー



ことを一生懸命やればいいんで、仕事
に男だから、女だからということはない
」とキッパリ。なるほど、実際に男
も女も関係ないと、必死のバッチに働
きまくる仕事っぷり。……思い出した
ように「でも、女でよかったですよ」
としみじみいう。

高谷さんは昭和35年入社以来、テレ
ックスを扱い、ファクシミリ時代にな
るとそれもこなすプロのオペレーター
だ。電電公社主催のコンクールでは全
国4位という実力。彼女の指導した人
たちも好成績をあげ「バンドーのテレ
ックスはうまい」という定評を得た。

全国4位の実力者

高谷喜美子
バンドー化学総務
部



「新機器導入の早い会社ですので勉強
の連続です」という高谷さんが一番喜
びを感じるのには「ややこしい英文がき
っちり打てたとき」。これから就職する
若い人には「とにかく続けてほしいで
すね。せっかく勤めて、二、三年でや
められるのもったいないですよ」

昨年5月、朝星電社創立35年を迎え
て、勤続25年の竹内さんは初の女性取
締役員に就任した。それも財務政策
本部という世間では極めて女性管理職
の珍しい部署で、仕事上でも銀行関係
等付き合う人は、ほとんどが男性だ。
「電話では女性ということ時々相手

職場では明るく

竹内 君枝
朝星電社財務政策本
部取締役部長



の方が拍子抜けされることがあります
ね。この会社は昇格試験があり能力主
義なので今後も女性管理職が続いて欲
しいですね。女子社員への励みになるよ
う自覚を持って働いています」
本人は呑気者ですと話すが、責任感
は人一倍、優しい明るさが魅力的。

「大丸で催す企画に、報道関係者が多
勢取材に来られて、うまくいった時は
仕事をした満足感があります。相手の
方が仕事をしやすいよう、誠心誠意を
尽したい。私って頼まれるとイヤとい
えないんですよ」宣伝部で広報を担
当して6年が経つ。18年前に入社して、

怒ることも大切

米岡満寿美
大丸神戸店宣伝部広
報担当



部署を5回も変わっているが、持ち前
の順応性と、キャリアが経つほどに仕
事が楽しくなるといふ頼もしさだ。「私
は職場でも腹が立つことがあれば怒る
人間なので、男性からも「ストレスが
たまらへんやろ」といわれます。女
性の実績も認められる時代ですね」

経済ポケット ジャーナル

★神戸経済同友会 活動方針

針のひとつに新空港問題
神戸経済同友会では、去
る4月9日、定時総会を開
き、新代表幹事に再選の櫛
木茂男氏（ハバンド）化学社長
と、牧冬彦氏（神戸製鋼所副社
長）の後任として宮沢茂氏
に選任した。宮沢氏は「不



宮沢茂代表幹事

確実、不透明といわれる時
代こそ同友会の本領発揮で
きる時です。皆さまと共に
考えたい」と意欲的な発言。

また今年度の活動方針の
ひとつに関西新空港への調
査・研究の項目があげられ
たことが注目されている。

「神戸を中心とする大阪湾
岸地域の広域的開発の中で
の関西新空港への対応」が
テーマだが「ポートピア81
によってかちとった活性化



への自信をひっつけて新空
港問題への決着を目指す」
と、明らかに「神戸沖」を
意識。今後の調査、研究、
そしてそれによる「神戸経
済同友会からの提言」に期
待されている。

★ファッションタウンを考
える「懇談会」設立

ワールドと田崎真珠がす
でに起工式を終えたほか、
建設がすすめられているポ
ートアイランドのファッシ
ョンタウン。神戸商工会議
所は、同タウンに充実した
都市機能をもたせるために
と、進出企業31社、エキゾ
チックタウンの建設主体と
なるダイエー、それに同タ
ウンに隣接する住宅を建設
する三井不動産の計33社を
メンバーとして「ファッシ
ョン都市推進懇談会」を設
立した。この懇談会では、
同会議所が4月末にまとめ
た「神戸ポートアイランド
ファッションタウン計画に
関する調査研究報告書」を



ファッション都市の核として

また神戸市では、ポート
ピア81跡地を景観上優れた
街区として整備するため、
岩手県盛岡市に次いで、全
国で二番目の地区計画制度
の適用地域として用途の制
限や建築物の規制をするこ
とを決めた。

★中小企業の商品開発・経
営にアイデアバンク設立
現在の厳しい不況を克服
するには、より斬新な技術
と経営アイデアの導入以外

基本として同タウンの△活
性化▽や△機能強化▽の具
体的な「推進」をする予定



登録、調査、
義明 幹旋、会員
鎮静 間の技術交
流、各種講

習会などの事業が行なわれ
る。事務局は六甲発明会館
に置かれ、8月に正式発足
する予定で将来は公益法人
をめざしている。

神戸発明会館／神戸市灘区六甲町
3-1-3 電話882-4170

★KOBEOフィスレディ★



中村よし子さん(25)

△株式会社リザ・総務課▽
この職場に転職して8ヶ
月になる。「職場環境、人
間関係ともに恵まれ、転職
できてラッキーでした。
受付が主な仕事で人に会う
ことも多く「楽しいです」
が、芯はしっかりしている
ようだ。冬はスキー、夏は
テニスのスポーツギャル。
只今花嫁募集中で「頼りが
いあるさわやかな人」が理
想の男性像。美人ですよ。

美々々を全世界に贈る

神戸の真珠

△座談会出席者▽

田崎

俊作

△田崎真珠株式会社社長
日本真珠振興会広報委員長▽

山本登里夫

△株式会社山勝真珠第二営業本部長▽

木下

章夫

△株式会社木下真珠社長▽

森

隆

△森真珠株式会社社長▽

中村

友一

△有限会社御影貿易商事社長
日本真珠振興会広報副委員長▽

—神戸は全国の真珠の八十パーセントを集散する「真珠の街」です。最近では業界があがって「真珠の街神戸」キャンペーンを積極的に展開、昨年のポトピア[®]にも参加されました。今年も昨年に引き続きパールプリンスの選定など、多彩な行事が予定されています。今回は最近の業界の動向や、現在神戸が推進しているコンベンション・シティへの取り組みなどについてお話を伺いたいと思います。

真珠の需要は多様化しつつ増加している

田崎 われわれ真珠業者は、本来的に美しい真珠を世の中に送り出すと言うのが使命ですね。真珠の魅力の根源は、やはり「美」でしょうから、その根源を大切にしないといかんと思っています。女性と話をしても、真珠が嫌だという人はほとんどいなくて、やはり、真珠が欲しいという人がたくさんいるということを、われわれは周囲の日常生活のなかで身近かに感じるわけです。だから、われわれとしては今後、いろんな機会をつかまえ

て、真珠が欲しいと思っておられるお客さまに対して、納得してもらえような商品を、納得できるような値段で提供することが、われわれの仕事だと感じています。内需が冷えたとか、消費動向がどうだとかという話はありませんが、真珠が欲しいという潜在的な欲求は大変に強いと感じています。

森 真珠業界はこれまでは本当に小さく家内工業的にネットワークをつくるのが主流であったのですが、ここ四、五年の間に急速に産業らしく成長して来たわけですね。神戸はネットワークをつくるという加工業の中心だったの

ですが、ちょうどポトピア[®]を機会に、神戸に真珠業界ありということをピー・アールするためにいろいろな行事が行われた。それによって、真珠の加工業者が神戸にいるのだな、ということが相みんに認められて来たわけですね。認められると、これは商売にもつながるわけです。

木下 ここ十年來の間でメーカーが小売り部門をつくるようになって来ましたね。その売り上げを見ていると、

やはり上昇している。今までの宝石屋ではなくて、真珠専門店ですよ。かなりの売り上げが国内市場のなかで占めて来ている、ということ言えると思いますね。潜在需要を喚起して、今までほとんど輸出に頼っていたとい



<上段右より>

田崎 俊作さん
山本登里夫さん
木下 章夫さん

<下段右より>

森 隆さん
中村 友一さん



う状態から脱して国内だけでも売り切ろうというところまで行く可能性はありますね。ここ十年ぐらい何においてもブランド指向になって来ていますが、言ってみれば真珠は一つの「パール」というブランドですね。ブランドもの以外は買わないという志向に、真珠がうまくのつて来たのではないかな、という気がしますね。

中村 私は輸出が主ですから海外のことの方がよく分るのですが、国内では潜在需要が花開いて来たという感じは受けますね。昨年、パールグリーンセスをつれてアメリカへ二週間行っていたのですが、一九七五年はアメリカへの輸出が六二〇万ドルだった。ところが昨年には八千万ドルになっている。物価指数では百が千二百になった。十二倍です。そういうような状況で、アメリカでも非常に売れて来ている。アメリカではサイクルがあつて、あるときはオパールが非常に売れ、また、次に別のもものが売れるというのですが、ここしばらくは真珠の売れるサイクルにはまったということが理由の一つですが、もう一つは、アメリカ人自体の本物志向ですね。新しいものをどんどんと追いかけて来たのですが、新しいものに対する飽和状態が来ている。「バック・トゥ・ザ・クラシック」という言葉が今、流行っている。一九三〇年代のアメリカに戻りたい。あの頃のホンモノの時代に戻りたいという気持ちがあるわけですね。ファッションもそれに同調している。千五百人ほどが集ったある正装のパーティーに出席したんですが、そのうちの三分の一ぐらいは真珠をつけているわけですね。それも単にネットワークスをしているのではなく、たとえば南洋真珠とか、あこや真珠であってもパロックだとか、自分の個性に合わせたジュエリーになっているわけですね。そういう方々が多かったというのには僕はびっくりして、そして、喜んだわけです。(笑) そういうふうに、ホンモノの時代に戻りたいという気持ちが非常に強いわけです。アメリカで真珠がよく売れているのと相まって、国内でも真珠が売れているということで、これは非常に喜ばしいこと

ですが、これをどのように続けて行くかが、今後のわれわれの課題ですね。

山本 今までは真珠というものが海外で珍重された。それは真珠のもつイメージもあったでしょうが、フアッションとうまく結びついたものが発達して行ったようですね。国内では昭和四十年頃には、輸出一割ほししか売られていなかった。それほど真珠が一般化されておらなかったし、もちろんフアッションとして真珠をつけるという感覚はなかったと思うんです。財産的なものという意味合いが強かったのですが、今はそういうシンブルな発想ではうまく行かない。八十年代は、ある意味では個性化といいますが、フアッションの多様化ということが言われておりますが、一連のネットワークを販売するというよりも、一つのジュエリーにして自分の個性にマッチしたものの開発をする。メーカーとしては、そういう消費者のニーズに早く対応して、商品開発をして行かないといけないと思いますね。そういうことの出来る町が神戸という町じゃないだろうか。誰かが一言いえば、次の日には何かがプロデュースされて出て来る。そういう要素を神戸という町はもっています。

「美」の使節 パールプリンセスがヨーロッパへ

田崎 業界の動きということでは、昨年はポートピアへの参加ということで、デザインコンテスト、パールフェスティバルインコウベ、そして、パールプリンセスの選定など業界はじまって以来のピー・アールをやりました。今年も五月二十七日にパールプリンセスの最終審査が行われます。今年には六百人も応募がありました。パールフェスティバルについては、まだ具体的な話し合いは行われていませんが、何らかの形でやりたいと思っています。そういうことで今後も積極的に、たとえば神戸まつりに参加するとか、いろんなチャンスをとらえて参加して行くことが必要です。そういうキャンペーンとか広報活動への認識が業界内部で強くなりつつあるという

のが現状ですね。

木下 パールプリンセスについては、今年は昨年と違って、未婚で容姿端麗、それで多少英語の話せる方という規定をしたのですが、われわれがびっくりするほど素晴らしいヤングが応募して来ました。さらに今年は、神戸と東京と両方で面接審査をやるんです。今回は関西だけではなく東京も入れて幅を広げたわけです。多分、関東の方も最終審査に残るでしょう。だんだんと幅が広がって来ていて、例年のイベントとして大きく、また関心をもってもらえるようなものにして行きたいですね。

森 ミス・ユニバースとかミス・インターナショナルとか、ミス・コンテストがいろいろとありますが、それはどちらかと言えば美人を選び出すということになっていくと思う。真珠は美しい女性が身につけるのにふさわしい商品だということですから、真珠とそういうエレガントな美人とはびつたりだと思ふ。そういう意味でこれは今後、大きく伸ばして行くことのできる無限の可能性を秘めた行事だと思えますね。続けて行くうちにものすごくくりっばなものになりますよ。

木下 容姿端麗とはいっていますが、単なる美人コンテストではないわけですね。

森 エレガントさが大事ですね。

木下 選ばれる人はエレガントで上品で品格も備えた人を選びたいという考えです。今年は真珠の使節としてヨーロッパへ派遣するというプランもあります。

森 また、その層が最大の真珠の需要者層です。山本 パールプリンセスについては、今、おっしゃったようなことですが、神戸で「パールシテイ」ということを打ち出して行くことは難しいですね。それは神戸には規模があるということです。神戸で本当に「パールシテイ」ということを打ち出すとなると、たとえば、神戸まつりに参加するなどして、市民と密着した行事をやって行かないと難しい。また、県外に対して神戸では全国の八パーセントの真珠が集散されているということを認識さ

せるためにもちよっと町の規模が大きすぎるとい感じ
がしますね。しかし、北野界わいの若手が積極的にやっ
ておられて、神戸市内では「真珠の街神戸」の知名度が
上っているというデータは得られているようです。十
年とか二十年とか、時間をかけて地道に活動を続けて行
かないといけないですね。

中村 そのために去年、パールフェスティバルインコウ
ベをやりましたし、デザインコンテストもやりました。
それを一発火花で終らないように十年、二十年の努力が
要るでしょうが、それを怠らせずにやって行くということが
一番大切なことですね。

田崎 ある意味で真珠業界は恵まれていましたね。日本
の特産品だということでも外国にも競争相手があまりなく
また、黙っていても売れた時代がつづいていたわけだ
す。しかし、あまり安閑としていると他の商品に押され
てしまう。それを感じていますので、ピー・アールを打
って行く必要があると思うんです。

森 宣伝のやり方にも、一つは科学映画のように真珠の
出来るまでを地道に一つ一つ追うピー・アールと、もう
一つ、たとえばエリザベス女王やダイアナ王妃も真珠を
愛好しているという「美」から来るイメージ宣伝と二つ
あると思う。真珠の場合は、美のイメージを訴えるには
もって来いですね。だから常に、真珠は神戸にあるとい
うことを知らせて行かないといけないですね。イメージ
アップを計って行かないといけない。

木下 今年の三月にKFM（コウベ・ファッション・モ
デリスト）のファッションショーがありました。あ
いったファッションショーとタイアップすることも必要
ですね。そこへ来られるお客さまも真珠を身につけてい
る。アパレルの業界とも密なおつき合いを願って進んで
行くべきだと思うのですが、それがひいては真珠を身に
つける場所を提供することにもなりますからね。ですか
らショーの協賛については、われわれ業界としても協力
を惜しまないと、私個人としては考えています。

田崎 幸い神戸では、若い人を中心として、単に個々の
業者としてではなく、業界をあげて真珠をピー・アール
してムードを盛り上げて行こうという動きが活発です
が、大変にいいことだと思いますね。業界自体の認識が
そういうふうになんて来て、ファッション都市神
戸のあり方に沿うようになって来ていると思いますね。

業界が一丸となってコンベンション・シティへ取り組む
田崎 神戸市はファッション都市づくりを進めています
が、ファッション都市という以上、海外から来るお客さ
まが、神戸は楽しい町だと、総合的にいろんな面で感じ
てもらえる町になってくれると非常に有難い。単に真珠
の商売をするために神戸へ来ているのではなくて
奥さんと同伴だったり、二回、三回と来なくなるような
町づくりをして欲しいですね。われわれも業界として、
それに協力をして行かないといけないと思いますね。

ファッション都市と言った場合、新しい生活様式とい
うか生活文化をどうつくって行ける町であるかを考えて
行かないといけない。ポートアイランドでも総合的なフ
ァッション街区ということで、文化性を高めるような町
がつくられていると思うのですが、本当に生活の楽しめ
る町づくりをやってもいいですね。

一方、神戸市はコンベンション・シティをめざしてい
るのですが、宿泊設備と会議設備がもっと必要ですね。
それと情報を蒐集するのに便利であること。神戸で何か
やっても新聞記者も来ないというのでは困る。そういう
便利性をつくってもらわないと困る。楽しくエンジョイ
できる生活環境を整備できないといけないですね。ポー
トピアのような博覧会を年がら年中やってもいいわけ
ですよ。人がたくさん来るし、楽しいし、商売にもなり
ますからね。思い切ったそういうことをやってもいいの
じゃないかと思う。神戸では文化的な催しが弱いのでか
らね。

木下 文化的な施設が少ないですね。音楽会の出来る場

所も、ハッキリいって、いいのがないですからね。

田崎 その内、真珠音楽堂をつくらないといけないですね(笑)。

山本 神戸と真珠といった場合、真珠が楽しく使える都市づくりと言いますか、売るだけではなく、使い方を提案できる町を考えればいいのじゃないかと思えますね。

田崎 そうですね。つけて行く場所がないとどうしようもないですからね。

木下 チャンスと場所とが必要ですね。

中村 神戸ネオトロピカルのような音楽と舞踊の催しはしょっちゅう行われたら、真珠を楽しむ機会が出来ますね。

木下 ドイツなんかでもオペラなどへ行くときは、みんな正装して行きますね。そうすると真珠も使われる。そういう雰囲気、まだまだ神戸にはない。

田崎 しかし、結婚披露宴などをみても嬉しいのは、みんな真珠をつけていることですね。あれは楽しい。

森 真珠を含めてジュエリーというものは元々は一部の王侯貴族のものであったのですが、戦後も三十年以上たつて、世界的に生活水準がずい分と向上して来た。かつてファッションは一部の人のものであったのが大体みんなのものになって来た。最近はそのものが豊富になってなかなか売れにくくなって来ており、景気も悪いなかにあつて、それにも関わらず真珠は輸出でも伸びている。需要層がぐっと増えているわけです。需要のある強い商品をつくるのが神戸だということで、この地位をしっかりと確保するために今後もしっかり頑張らないといけないと思えますね。真珠は神戸にあるんだ、神戸に行けば買えるんだ、新しいファッション性のあるものも神戸にあるのだ、というムードを盛り上げて行くことが、ひいてはみんなに潤いがあるし、また神戸がめざすファッション都市づくりにもつながって行くと思えますね。そういう意味で、他業種からみても真珠業界はずい分しっかりとやっていけるな、それだけの内容のある業界だな、というように成

長して行けたらな、と思えますね。

山本 コンベンション・シティを長期的に考えると通信網がこれからどれだけ発達するかを考えないといけない。神戸のコンベンション・シティに望みたいのは、たとえば通信衛星を通じてファッションの情報を得られる施設がポートアイランドに出来るのかということですね。単に人が来るということではなく、世界のファッションが印刷物や現物で来るのではなく、数値化されたもの、あるいは、図形化されたものとして電波が窓口になるのじゃないか。それをコントロールする設備をポートアイランドでもてば、世界の一番新しいファッションの情報をとりに入れることが出来ると思えますね。そういう機能をもったコンベンション・シティと真珠がどう結びつくかを長期的には考えないといけない。幸い神戸の真珠業界は、他のファッション産業との関連も密だし、ポートアイランドのファッション街区には真珠業界からも二社が進出しますね。また、コンベンション・シティということになる、従来のファッション都市とは違ったものがクリエイトされると思いますが、私としてはメーカーとしてそういう流れに遅れないようにしたいと思っています。

中村 根本的には、神戸人がファッションにおいて自己主張をするようになるべきですね。アメリカへ行つたときに強く感じたのは、ファッションでも対象物に自分を合わせることをしないわけです。対象物を自分に合わせよう。それぐらい自己主張が強い。神戸人もファッションの面で自分というものをと主張して、宣伝すべきですね。自己を強調する方向へ向かうことが大事ですね。神戸人がポートアイランドをつくった精神を根本にもって、これからのファッション面においても積極的に真珠を生かし、主張すべきではないかと思えます。

(於/ブランドウブラン)

田崎真珠株式会社

取締役社長 田崎 俊作
神戸市中央区旗塚通 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
神戸市中央区伊藤町12-1
TEL (078) 321-2111

カネボウベルエイシー株式会社

取締役社長 稲岡 必三
神戸市中央区三宮町1丁目9-1-807
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
神戸市中央区三宮町1丁目10-1
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



三宮駅周辺・さんちかタウン
 フラワーロード・生田神社付近

三宮群像

昨年の神戸ポートアイランド博覧会を機に、街並を整備、美しくなった三宮駅周辺からフラワーロードにかけての1帯、銘店が揃うさんちかタウン、地下鉄開通をひかえて活気をみせる生田神社付近。市街地のなかでも、ゆとりある空間をもつこの界隈の魅力づくりへの提案。



山田 恭一 魚谷 初男 光川 淳 光葉 貞男 寺本 滉 西中 和光



長澤 基男 龜岡 正樹 芹澤 豊男 飯田 存 松谷 富士男 森本 泰好



大島 福栄 斉藤 温子 斉藤 年生 榎谷 清太郎 西 正興 宮山 春生



田島 克巳 山本 直樹 渡辺 千城 森本 英明 L.M.バント 岡田 巖



三宅 静 山本 雄奎 浜田 孝一 吉田 悦子 河本 春男 久保河内 功

●新しい生活文化の提案ができる界限としての充実を目指したい

西中 和光

△榊神戸21C代表取締役社長

三宮界限が眼を見はるるようになってしまった。いま、ポートライナー線の東側、北東部の再開発を急ぐべきだと思う。この地域に大きな磁石が必要だ。強力なフード・ゾーンとして開発すればよい。いまこそ三宮の核を見直すべきだ。

寺本 潤

△レストラン・ジャンテクレール

三宮が神戸のターミナルから世界の交叉点になった時、神戸は一流の臨海空都市として生まれ変わる。そのとき32カ国といわれる神戸の各国レストランは、それぞれ今以上に重要な位置と価値をもつて動いているに違いない。

光葉 貞男

△ゴンチャロフ社長

街づくりの基本は建物にあると思う。繁華街やビジネス街に特定地区を設けて、行政側もデザイン管理をしながら、神戸独特の雰囲気づくりをしてほしい。昔はヨーロッパ風の中にも神戸らしさがあった。緑化運動も徹底してほしい。

光川 淳

△フランチン三宮催事担当

オーバーストアの傾向で、商品は満ち溢れているが、新しいこと楽しいことが発表できるイベント会場が少ないように思う。お金をかけずに遊べるスペースが必要だ神戸新聞会館横の殺伐とした風景

は早くなくなってほしいもの。

魚谷 初男

△三宮ターミナルホテル支配人

三宮地区は、高速鉄道の開通で大量輸送機関の集積はさらに高まる。これにより、三宮を起点とするバス輸送の充実、バス停の整備が望まれる。例えば、市民参加によるミニフォトギャラリー様式で先行、観光ポイントの案内も一案。

山田 恭一

△榊ごう専務取締役・神戸店長

フアッシュョン都市神戸は、緑の六甲、エキゾチックな北野界限、中心街三宮・元町、酒処灘、ポートアイランドと五線譜に似て魅力がいっぱい。三宮はこの街の玄関口らしく界限性・文化性の充実を図り東の梅田に負けてはなりません。

森本 泰好

△神戸地下街株式会社専務

成長社会から成熟社会へ転換の中で消費者の自己主張が起っている。郊外に居住地密着型の商業集積ができ、都心に金と暇をかけて出てくるだけの魅力をどう作るかだが、生活者の文化欲求に応える努力が今後の商店には必要だ。

松谷 富士男

△榊ベニヤ社長・さんちか名店々々長

顧客のニーズは時代とともに変わる。さんちかタウンには一七八店舗あるが、それぞれが「時代遅れ」にならないようにしないと

けない。常に消費者の一步乃至半歩先を歩いて、新しい生活の提案をすることが町の活性化に繋がる

飯田 存

△株式会社まさ社長

住んで楽しい、人がホッとできる空間が町に必要だ。行政で進めているグリーン化もポリシーを決めて、町が一つの色に染まるようにしたい。フアッシュョン都市としての舞台装置にふさわしい色、たとえばミモザなんか素敵ですね。

芹澤 豊男

△榊セリザワ社長

三宮は神戸の顔だが、至近距離に梅田というマグネットのある商店街があるだけに専門店が結束して、これに負けない力を培わねばいけない。互いに研鑽を積み、神戸らしい香りの高い専門店店の個性を進めること以外にない。

亀岡 正樹

△カメヤ玩具店常務取締役・さんちか店長

さんちかタウンはデパートに比べてギフト展開が弱い。最近の傾向は単品だけでなく幾つかの商品、例えばぬいぐるみとお菓子を組み合わせることが多い。シーズン時に各店共同でギフトコーナーを設けてもいいのではないかと

長澤 基夫

△榊ナガサワ文具センター専務

三宮には「遊び」の場が少ない。その点、さんちかタウンにはさん

ちか広場やインフオメーションコーナーなどがあるが、売り場面積が限られているため商品構成に「遊び」がない。顧客吸引のためにはゆとりのある商品展開が必要だ。

岩山 春生^{△山勝真珠さんか店長}

オーバーストアの現状の上に各店の個性がなくなっている。「売らんかな」だけでなく、お客様が買物を楽しめる雰囲気になりたい。年

中パーゲンの連続では落ち着かない。専門的な知識を正確に与えて喜んでもらえる店づくりが大切。

西 正興

△ユーハイムコンフェクト専務

商店街もビル化が進んでいるが仲々人を3階以上まで引き上げるのは難しい。我々の商売も菓子屋だけでなく多角化を考えなくては駄目。最近、外食産業と提携して

新事業を起したがセルフサービスで上階までの吸引力がある。

樽谷 清太郎^{△レストラン銀水}
代表取締役

さんちかタウン味ののれん街には18店舗あるが、他に例がないほど協調性がある。年四回、味覚まつりを催しているが、常にお客さまへの謝恩を第一に考えている。いつまでも新鮮さを大切にしたい。町づくりを今後ともめざしたい。

● ファッションナブルな街には、文化施設やゆとりの空間も必要

斎藤 年生

△関神戸国際会館常務取締役

国際会館とさんちか、センター街との結びつきを良くして、人の流れをスムーズにしたい。国際会館としては公共的使命としての文化事業と、コンベンション都市の一つの役割を果たすことにより地域の発展に寄与していきたい。

斎藤 温子^{△朝ミキト神戸店長}

付近に図書館の分室のようなものでもいいから、文化的施設が欲しいし、三宮自体はこれから高級志向になるとしても、庶民的な場所の確保は必要でしょう。それから、43号線との交差点での渋滞はなんとかしてほしいですね。

大島 福栄^{△朝ベニー毛皮店社長}

フラワーロードをもっと花でいっぱい。三宮駅界隈をもっとファッションナブルに。地下鉄など交通関係は期待できるが、商圏に関

しては、各地にショッピングゾーンを分散させるなど、市の考え方がわからず、危機感があります。

岡田 巖

△服飾技術研究所アダムG所長

神戸はゆとりある独自のファッション都市になれる町だ。三宮はそのリーダーとして、各店が努力すべきだ。そして神戸から流行を作りだしたい。街づくりとしてはファッション通りが整備されて西欧のような雰囲気が高ければよい。

L・M・パント

△ゲイロードマネージャー

東公園に児童遊技施設があったり、日曜ごとに outlet がでて、小さなお祭りのようなものがあれば楽しいですね。また広い裏道は休日には駐車可にしてほしいです。そして三宮としてはこちゃまぜの魅力を大切にしていきたいですね。

森本 英明

△ウィーン菓子モーツァルト

どんな店でも、その個性、コンセプトを明確にすることが大切です。現在は商業地域というよりもオフィス街ですが、その中の数少ない店舗、この界隈では特になれず、それが特徴をもったものであることが必要でしょう。

渡邊 干城^{△激辺洋服店社長}

このあたり(フラワーロードの東側)もファッション通りになっていて欲しいですね。でも商業ビル化してしまっただけではダメ。街には遊びの環境が必要です。ゆとりですね。器の美しさよりも、遊びの心を与えるようなものが必要ですね

山本 直樹

△キングスアームス・マネージャー

このあたりは人通りが少ないところ。今やそれぞれの店単位でなく、地域ぐるみの力が必要な時代です。この界隈に人を呼ぶには、健康的なリクリエーション施設や文化施設のたくさんある地域

とすることもひとつの案でしょう
田嶋 克己

△輸入促進フォーラム理事長▽

かつて神戸から日本の近代化があったように、今、日本の国際化は神戸からです。このフラワード界わいにどんどん海外の流通資本の導入をすすめ、国際的な取引マーケットの街にすることによって実現させていきたいものです
久保河内 功

△ニューポートホテル第一営業部課長▽

東遊園地を生かして、「市民の公園をもったフラワード」になれば素晴らしい。広い層にわたって楽しめたり、イベントに利用されたり、長い時間をかけて、本当の意味で市民に開放された素晴らしい公園になって欲しいものです。
河本 春男△㈱ニューハイム社長▽

三宮にはファッションのみならず、洋菓子店とかレストランとかいっぱいある。が、それがどうもバラバラで、今ひとつ印象が弱い。お互いに協力しあって、例えば、「洋菓子子の町」という印象を強くすればもって魅力的になりますね

吉田 悦子

△㈱みどり美粧院専務取締役▽

雑然と並ぶビルを国際ファッション都市の一環としてバランスのとれた色と型に建て直し、六甲の山の緑を街中に降してくる(植樹)新設の地下鉄を地上に出れば若葉の息吹きが感じられるような「美しい神戸」が私の願いです。

浜田 孝一

△㈱ムーンライト代表取締役▽

歓楽街のイメージをもつ生田筋生田新道界隈も地下鉄ターミナルが完成すれば、昼間も活気ある街

へと変わることが必要だ。そのためには行政側のファッション都市計画に基づく的確な指導を受けながら整備していくべきだと思う。

山本 雄奎△神戸竹葉亭オーナー▽

三宮駅は地下鉄の開通により増々キーステーションになるわけだが、高架を境に南側は昼、北側は夜と営業時間が全く違っている。職種により、やむを得ない点もあるとは思いますが、観光客にとっても不親切なことだし再考したい。

三宅 静

△神戸ワシントンホテル▽
△総支配人

昨年3月のオープン以来、神戸に住んでみて神戸は緑と太陽の光あふれる爽やかな町だという印象をもった。目下地下鉄工事が進んでいる生田新道にも緑、花、洒落た街路灯など演出を施して昼間も楽しい神戸らしい舗道にして欲しい。



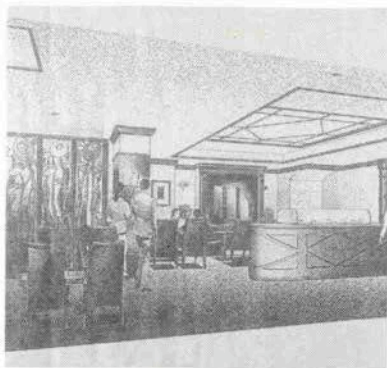


透明な光・輝やく街



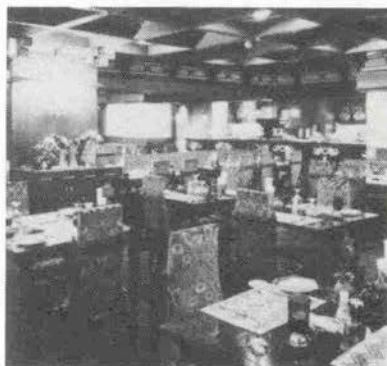
★シタール音楽流れる店内で
本格的インド料理を
変化に富んだ風味とゴージャスな
インテリア。インド人のお客が多い
のもうなづけます。珍しいインド
料理をリッチな気分で味わいたい人
は、ぜひどうぞ。年中無休。

■三宮店 神戸市中央区磯上通8-13-17
(明治生命ビル地下1F)
☎(078)2511435 9・25117156
11:30AM~2:30PM 5PM~9:30PM
■ポトアイランド店 神戸市中央区港島中町
3-2-16
☎(078)30215728
11AM~10PM 駐車場あり
ポトアイランド店はサービス料不要です。



★英国調の濃厚な造りのレストラン
船載の洋酒、泡だつ生ビール、名
物ローストビーフなど英国の料理。
この頃は外人客のほかに日本人のお
客様も増えました。ご家族連れ、若
い二人など、異国情緒を楽しみなが
らお食事に來られます。

営業時間 午前11時30分~午後10時30分 無休
★HIGH TEA COURSE
オードブル・スープ・メインディッシュ
サラダ・パン・ライス・デザート
コヒール。F紅茶
午後1時30分~4時(来店は2時までに)
3000円(税込)要予約



★夏は爽やかなデザートで
地階、一階ともモスグリーンでカ
ラーを統一。デザート喫茶というだ
けに、ケーキ、パンケーキ、クレ
ブ、ヨーグルト、スナック・セット
などメニューはバラエティ豊かです。
夏場には、口当たりのいいヨーグル
トやラズベリー、ブランベリーのク
レープが若い女性に人気があります。

ケーキ300、ケーキセット550、パンケ
キ各種650、クレブ各種600、ヨーグル
トジュース各種400、ヨーグルトフ
ロイゼン
各種450、ブレンドコーヒ
7:30AM~10:30PM



インドレストラン
CAYLORD

フラワーロード ☎251-4359 251-7156

デザート喫茶



フラワーロード ☎251-3231

イギリス風レストラン

"The Kings Arms"

フラワーロード ☎221-3774



デリシャス プロムナード

三宮からフラワーロードへ

★豪華さとくつろぎを

くつろいでお茶を飲んだり、デザートを楽しんだりというとき、英國屋のゴージャスな雰囲気は、誰をも満足させてくれる。豪華さとくつろぎと本物の味、そして、神戸らしいムードがいっぱい。ハイセンスな神戸っ子の憩いのオアシス。神戸っ子お気に入りの喫茶館の本格派だ。

コーヒー、紅茶各300、ジュース各種450、ヨーグルト各種450、ケーキセット550、クレイプセット650、ジャーマントースト600
7:30 AM ~ 10:30 PM 第3木曜日定休



★おふくろさんの味が楽しめる

都会人が忘れかけている「おふくろ」の味。それが三宮の真中で味わえます。腕のいい板前さんが、手づくりの味でもてなしてくれます。昼のランチタイムには、やよいの里、たかのり弁当、てんぷら、おつくりの定食があり、花ぞうめん、茶そば山かけなど、季節の一品料理、お惣菜も品数豊富で旬の味が楽しめます。家庭的な雰囲気の店です。

11:30 AM ~ 9:00 PM 月曜定休



喫茶館
英國屋

★シックな室内に、サイフォンコーヒーの豊かな香りが——。

カフェ・ガデーニアは都会のオアシス、憩いの園です。シックな室内で飲む豊かな香りのサイフォンコーヒーは、きつとあなたの心をなごませるでしょう。気軽にくつろげる一階とゆつたりおちつける地階の部屋がございます。

8 AM ~ 8 PM 水曜休
コーヒー280円、紅茶300円、日替りランチを始めました。550円(スープ・サラダ・ライス付) 11:15 AM ~ 2 PM
姉妹店ティールーム・ガデーニア中央区東町11-1大神ビル1Fも御利用下さい。

Café
ガデーニア

大和ビル1F・BF ☎ 392-4004



和風季節料理

花

三宮さんプラザB1 ☎ 291-0087