

★歴史と伝統の町、兵庫の活性化を考える30人の提言

兵庫群像



後藤 俊雄



石阪 春生



有馬 英夫



福井 敏了



竹田 剛男



榎本 久



喜島 賀雄



名生 昭雄



中平 慶三



北野 正博



今津 成生



橋本 一豊



雲井 世雄



花柳 芳五三郎



門元 繁夫



坂尾 好亮



黒田 武伸



宮田 喜夫



馬野 満雄



武田 則明



浦 清



井上 トシコ



河野 福松



道満 雅彦



伊達 宗隆



田中 徳喜



川村 博美



佐々木 晟夫



城戸 堅次郎



桑田 正造

★歴史と史跡に恵まれた土地柄を生かして

樽本 久^{△樽本産業興社社長}

神戸の中でも精神文化の源流は兵庫にしかない。過疎化の進む古い町並や交通網を整備し、若者向けのジョイフルな町を住宅の後背地に作っていく。行政はもっと兵庫に光を当てるべきだ。次は兵庫がよみがえる時代なのだから。

竹田 剛男<sup>△関西貿易株式会社
取締役社長</sup>

昔はよかったの懐古論では新時代は切り開けない。兵庫活性化の突破口は在来埠頭の再開発だ。その際、不良輸入食品の処理施設など神戸港全体の機能向上が前提となる。同時に、埋もれた史跡や文化財の再開発も必要だ。

福井 敏了^{△株式会社江戸屋社長}

何よりも若者に訴える復興が望まれる。兵庫そのものをクローズアップするイベント、街のシンボリック建物やホール、中心的なショッピングゾーンなどが一つずつでも出来ればその点の周辺が賑わい、線となってゆくのではないか。

有馬 英夫^{△有馬芳香堂取締役社長}

現在の生産地区としての重要性をこれからは伸ばしていけばどうか。又地下鉄が開通すれば住宅地としても発展してゆく要素は多く持っている。地価は三宮方面を考えると比較的、安いことから。

石阪 春生^{△画家}

兵庫界隈は神戸市内で、最も平面的な場所である。神戸を歴史的にみても、兵庫が文化の中心であった。商業・工業の活性化よりも居住空間として活性を促すべきだと思う。都市計画を抜本的に練り直す必要があるのではないか。

後藤 俊雄^{△奥仙寺副住職}

県名の由来でもある兵庫区は、文字通り「神戸発祥の地」です。時宗の総本山・真光寺や清盛塚など由緒ある寺や史跡も多く、より多くの人々に知ってもらおうと尽力してきましたが、行政も、もっと古い文化に目を向けて欲しい。

橋本 一豊<sup>△神戸マツダモータース
社長</sup>

兵庫の町の活性化のためには、まず第三次産業―サービス産業を誘致すること。兵庫の特産品をつくることもいいでしょう。第二点として、寺院などの旧来の文化的なもの発掘と、それらをうまくつなぐことを考えるべきですね。

今津 成生<sup>△今津建設株式会社
取締役社長</sup>

兵庫区の人口が減っている。もっと多くの人に住んでもらわなければならぬ。兵庫は神戸で最も古い歴史のある町でもあり、文化の掘り起こしなどをして、みんなが協力して地道に人を集める努力

をしなければならない。

北野 正博^{△北野商店専務取締役}

「断絶」によるギャップをいかに埋めるか、いかに対応していくかということが活性化です。それは理想ばかり追っつけずに、また他力本願ではなく、個々のもつ力をそれぞれの立場で有効に、自力で活用することでしょう。

中平 慶三^{△中平珈琲園代表取締役}

兵庫は歴史と伝統ある街で珈琲焙煎業の歴史も古い。

現在は中央卸売市場、東山市場という大きな市場を持ち神戸の食料面をほとんど賄っている。兵庫は「神戸の台所」という意識を持って食料販売に一層力を入れるべきだ。

名生 昭雄^{△神戸市民俗芸能調査団}

兵庫の活性化のためには、①神社の祭りを盛んにして、全市民の関心を集める②根っからの「兵庫氣質」を前面に打ち出す③お菓子屋に協力してもらって、例えば「兵庫銘菓・北前船」などの土産物を売る、などを考えたらどうか。

喜島 賀雄<sup>△アイビー株式会社
代表取締役</sup>

兵庫をいわゆる「旧市街地」として認識した上で、それに徹すること。福原・新開地・御旅・中央市場とルート付けすることで、皆

が主体的に努力をして、若いダイナミズムが、着実に湧き上がってくることを期待します。

宮田 喜夫△株式会社宮田組△
専務取締役

兵庫の活性化のためには、まず街に居住する人々を増やし、それと連動して南北の交通網を開発すること。ハード面では安い住宅などソフト的には人々の住みよい人

★「庶民の文化」と人情を基盤の街づくりを

門元 繁夫△株式会社兵庫するが屋△
代表取締役

兵庫区では、毎年、五千人ずつ人口が減っている。景気の落ち込みは昭和初期に酷似し、我々小売業者の先行不安は深刻だ。いままなお人情味の残る兵庫を再生するには行政主導の住民誘致と、地元経営者の前向きな姿勢が必要だ。

花柳 芳五三郎△邦舞家△

先代より70年間福原に住んでいますが、まだまだ人情深さが残った良い所です。ただこの界限は、男性の歓楽街として栄えました。女性も抵抗なく出入りできる飲食店や地下鉄も完成するのでショッピングの店が増えたらいいですね。

雲井 世雄△能福寺副住職△

街づくりの原動力は、そこに住む人間である。現在兵庫は次第に過疎化しつつあるが、その傾向に歯止めをかけること、そして住民ひとりひとりが兵庫の現状を認識

情味溢れたもの、いわば「下町のルネッサンス」が、必要です。

黒田 武伸△黒田食品品常務取締役△

現実的に考えれば三宮のような形での発展よりも中央市場に近い利点を生かした安くて新鮮な食品の手に入る庶民的な街づくりが活性化への近道ではないか。そのためにも交通網の整理が急務だ。

し、問題意識を持つことが何よりも大切であろうと思う。

道満 雅彦△大阪オリパリース△
常務取締役

兵庫区のそばに、神戸有数の文化ゾーンがある。これは湊川神社、体育館、文化ホール、図書館、大倉山公園で、緑と文化の一大スペースである。これをさらに充実させ、市民生活にゆとりとくつろぎを持たせて欲しい。

河野 福松△株式会社福進堂総本店△
取締役社長

日本三大歓楽地のひとつだった新開地も、いまや昔日の面影はない。しかし、最近では若い世代が街作り意欲を燃やしており、地元商店街の結束も固まりつつある。映画館跡地の有効な利用など、行政も口だけでなく実行してほしい。

井上 トシコ△株式会社タビ福△
代表取締役

兵庫の精神は一見地味なようでは実は非常な底力がある。住民の間でも兵庫界隈復興の意識は高ま

坂尾 好亮△結婚式場神戸平安閣△
支配人

沈滞の年月を重ね、復興を希う声が聞かれるようになってからも何ら具体策が見つかからないままだ。先ず我々住民が「汚ない」「浮浪者が多い」という悪評を一掃する為街の周囲をきれいにし、浮浪者が寄りつかない街への努力が必要だ。

っている。今望まれるのは住民の、更に国際的視野に立つ都市づくりへの運動と兵庫復興を第一とするリーダーの出現である。

浦 清△淡町ホワイト総本店△

兵庫区の活性化には新開地の商店街の復興抜きには語れない。そのためには現在多い空地の利用法が重要になってくる。将来的には大店舗を誘致した形での三宮に対抗する繁華街を目指すべきだ。

武田 則明△建築家△

若い人達が結婚してどんどん郊外である西神や北神地区に人口が流出している。旧市街地には取り残されたお年寄や不完全な家庭ばかりで人口が激減しています。私は兵庫に若い健康な人達が多く戻れる住宅を造るべきだと思います

馬野 満雄△神戸はしまん社長△

新開地には大衆芸能が育つ土壌がある。時代の流れの中にあつて

も、大衆の望む「庶民の文化」が湧き上ってくるような街づくりに期待する。具体的には映画や芝居や寄席など、お年寄りにも楽しんでもらえる「大人の娯楽街」が必要だ。

桑田 正造（桑田硝子株式会社代表取締役社長）

京阪神の一体化を考えながら、神戸・兵庫の特長を生かした開発が必要。健全に遊べるナイト・ライフを演出しなければ、コンベンション都市も味気なくなる。新開地・福原など、所与の環境をいかにうまく使っていくかが鍵だ。

城戸 堅次郎（琴・三味線きどや主人）
昭和初期から福原を見守ってきました。最近、気になるのは警察の不正な取締りです。おばあさん

が一人でやっている飲み屋さんまで、深夜零時になると閉店してしまっています。順法は分かっていますが、せめて三宮と同じ扱いを。

佐々木 晟夫（音羽寿し代表取締役）

例えば、新開地を大阪の「ミナミ」に似た新しい飲食ゾーンにしてはどうだろう。ただ、兵庫では経営者間の横の繋りがほとんどない。JCやライオンズクラブとは違う、世代を越えた対話の場を作ることが先決だ。

川村 博美（中川屋社長・新開地商店街連合会会長）

三宮を神戸の顔とするならば、歴史と文化の町・兵庫はその中身にあたる。神戸市がすすめようとしているインナーシティ計画とも関連して、神戸駅前から湊川公

園、新開地にかけての地域を見直し再生をはかりたい。

田中 徳喜（洋画家）

地下鉄の導入により交通が至便になるのでベッドタウンにとどまらず老若男女が集まれる街になったらいいと思う。三宮とは異質な都会——新宿のような街になったら面白いなあ。兵庫は北から南へ縦の線を利用して発達してほしい伊達 宗隆（真福寺副住職）

「みなと神戸のルーツ——兵庫津を探る」を、今夏、実施したのですが、歴史的にも将来の神戸への原点を痛感した。京都の哲学の道のような散策公園的な遊歩道作りの可能性が十分あると思う。緑豊かな趣ある街作りに期待する



●兵庫界隈記(19) 座談会

兵庫復興は 中央市場から...

足立 匠 △三交海産物株式会社
五熊 基七 △神戸山利青果株式会社
内見 正司 △内見商店社長
東野 正和 △昭和海水産株式会社
藤原敬三郎 △兼松水産物専務
倉持 厚 △新食品市場
△新食品市場

兵庫界隈記シリーズは、神戸のルーツ・兵庫を認識し、街づくりの方向をさぐるべく企画されたベリジです。今回は神戸中央卸売市場関係の方々のご意見を伺いたいと思います。

足立 私の商品は経節が中心で、ほかに水産物の輸入



足立 匠

業をしています。兵庫生まれ兵庫育ちの兵庫っ子ですので、兵庫復興を願う気持は誰にも負けないつもりです。

五熊 主として野菜の仲卸をしております。これまでのうち殆んどを兵庫ですごしており、やはりその活性化を願う一人です。



内見 正司

内見 私のところは父親の代からの海産物問屋です。兵庫が繁栄していた頃を些

東野 水産物の仲卸業を営んでいます。仕事柄先代も先々代も兵庫に在っています。兵庫とは深い縁があります。職場としてもこの兵庫を繁栄させたいと願っていますよ。

藤原 水産物の仲卸業を経営しています。育ちましたのはこの市場の前の神戸町です。ぜひここをよみがえらせたいですね。倉持 中央市場を主体とし

て新聞を30年近く発行しております。兵庫と中央市場を愛する一人です。中央市



倉持 厚

場も今年で50周年を迎え、また近くの埋立地に新市場の建設も進められています。足立 新設地の決定まで迂余曲折があった。どうも市の兵庫不在の考え方に問題がありそうなのがしますね。内見 現在の市場は中之島を埋立ててできた。今また埋立て地に新市場を建設しようとしている。その意味で50年前の原点にかえって中央市場の再開発にとりくむべきだ。それが兵庫の発展につながると思う。

交通網の整備が発展の条件



藤原敬三郎

南北の交通事情が悪い。道路交通網の整備問題抜きには、兵庫の発展はない。倉持 最近運河がきれいになってきた。縁をもっとふやして環境をよくすれば人

慶びの家具



神戸市兵庫区塚本通2丁目1番1号
永沢町交差点 ☎078-575-3120
東 店 ☎078-576-0054
毎週金曜日定休日

機械と工具

大村機工株式会社

神戸市兵庫区水木通2丁目2-10
TEL (078) 577-3333代



明るい色と
まろやかな味

新発売 OLIVER MILD

新鮮野菜とワインをベースにした、
こんなごまかな味で、まろやかな味の
とんかつソースになりました。

オリバー
マイルドソース

味がなてう

味の技術に
新しい技術で
味づくりに邁進
しております。



も集まってきましたよ。

東野 新市場ができる機会を利用して何か目玉を作るべきだと思います。

五熊 市民との壁をとっば



五熊 基七

らって、中央市場をオープンマーケットにすべきですそれが何よりの目玉ですよ

国際市場とうまいものの町藤原 世界中のたべものが

集まってくる市場を核として、しやれたレストランを周囲に作ったりして、気軽

うご ひカレンダー



★戦前、奈良、鎌倉の大仏とならんで日本の三大仏と称された「兵庫の大仏つあん」を再建しようという気運がもたらがっている。「まだ構想の段階ですが、兵庫復興のためのシンボルとして何とか再建したい」と能福寺雲井世雄住職。兵庫の街づくりへのインパクトに

るに人が集まってくるような「うまいものの町」になればいいですね。

倉持 兵庫のお寺巡りのついでに中央市場に寄るといようにね。

足立 うまい蒲鉾の店もたくさんあるし。

東野 結局中央市場の繁栄をはかることが兵庫の繁栄につながるようになる。中



東野 正和

央市場はここだけなのだから。我々もその責任を認識しないといけない。

なることを期待したい。

★一説によると平清盛の頃に始まるという木遺音頭。兵庫木遺普及保存会はこの貴重な唄を保存しようとしている。昭和22年に発足後、万国博や神戸博で活躍した他、七宮神社の春の大祭、神戸祭でも活動を続けている。

●連絡先 兵庫区西出町680 浜野要造 電話 681-2121

★オリバー・ソースより新発売のそばっ・とんちゃん・おこのみちゃん



なごら本人セットを30名様にプレゼント。

希望者はハガキに住所、氏名、年令をご記入の上、左記までお申し込みください。〒650神戸市中央区江戸町100コミュニティサービスセンター係
11月20日到着分まで有効。

倉持 市場の仕事は特殊だからどうしても若い人が集まらなくなる。若い人が集まり、よい人材が育つような環境作りをすべきですね
五熊 運河には魚が回遊しかき船が浮かぶというような夢と、物価が安いという実利があふれる、暮しやすい町、兵庫。これですよ。
足立 今年の夏、市場の駐車場の盆踊りに多勢の人が集まっていた。緑日とか夜店とか何か楽しいお祭りをすれば人が訪れ、賑やかな兵庫になると思う。「神戸っ子」で音頭とりして下さい。協力しますよ。
(組合会議室にて)

アリの豆ナッツ



株式会社 有馬芳香堂

本社・工場 兵庫区下沢通7丁目1番2号
TEL (078) 577-3581
直売店 三宮支店、そごう店、垂水駅
ショッピングセンター、神戸デパート店
大丸新長田店(ジョイプラザ)



結婚式は

神戸 平安閣

☎(078) 351-3390
高遠新開地駅東へ200米

本当のおいしさを指向する
自社焙煎珈琲



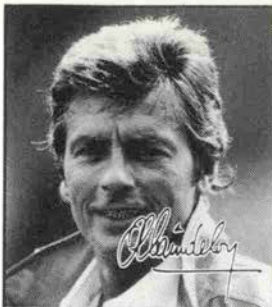
兵庫区湊町3-3-16 ☎575-5860



世界の洋酒
世界のワインが
楽しめる

株式会社 北野商店

本 店 兵庫区中通1丁目4-31
TEL (078) 577-1181~3
山の街店 TEL (078) 581-2377
名 谷 店 TEL (078) 791-7171~2



たまらなく、テイスティ。

“まるで足の裏にエンジンがつながっているようだ。”
カペラはいま、走りの味覚を刺激する一。



瞬速、FFスポーツ誕生。新型カペラ

SEDAN & COUPE 1600 1800 2000M-EGI

個性あふやかに。品質のマツダ

mazda



神戸マツダモーターズ

本社／神戸市兵庫区東柳原町3番10号(〒652)
☎ (078) 671-5011

今こそ神戸の専門店 の原点に戻ろう

高月 昭子 △建築家▽

岸野 利雄 △シンワ社長▽

清水 俊夫 △タロス社長▽

葦原 博之 △サノ△社長▽

—今回は神戸で商業活動に携わっている方々にお集りいただき、神戸のショッピング・タウンの活性化ということで、お話しをお願いします。

梅田商圏といかに競争をするか

山田 センター街につきましては、昭和二十六年の法律に基いた市街地改造ビルとして、都心の中のビル化としては初めての町づくりが行われましたね。

岸野 昭和四十年に、さんちかタウンが完成し、都市改造によって、さんプラザ、センタープラザ、防災ビルの第一号から五号まで大体でき上って来ました。ただ二丁目の一部の整備がまだ残っていて、これが完成すると、センター街の改良は整うと思います。センター街の顔が出来あがります。

ところが来年四月には大阪の駅ビルがオープンする。そうになると、どうしても梅田商圏と三宮商圏の引き合いになりますね。京阪神から神戸へ来てもらうためには、神戸らしいもの、お客さまに喜んでもらえるものを神戸

山田 六郎 △ウインザー社長▽

永田良一郎 △永田良介商店社長▽

若山 晴洋 △ローズガーデンオーナー▽

で売らないといけない。そのためには、まだまだ考えなければいけないことがたくさんあると思いますね。

たとえば店頭でワゴン販売をやっていますが、もっと店格を重んじて、店頭販売をやらないで、客に店の中に入ってもらうことを考えないといけないですね。ただ個性のある新しい店舗もだんだんと出来て来ましたので、店舗だけだと神戸らしさが八十点ぐらいにはなったのじゃないですか。

また、生田筋を八メートルから十五メートルに拡幅したのですが、今はバイクの駐車場になってしまっている。あそこ人工芝を植えてグリーンベルトをつくり、憩いの場にする。さらに幹線道路の植込みを駐輪場にすれば今のような雑然としたことはなくなると思いますね。

とにかく、西宮以東、宝塚沿線の顧客が相当大阪へ引かれていきますね。反対に姫路、加古川あたりの客が増えている。東の客をもっと神戸へ引き込むための拠点が三宮にあつていいと思う。三宮地区がもっと団結をしないといけないと思いますね。

清水 トアロードは、昔から国際都市神戸にふさわしいショッピング・ストリートだったんですが、戦後の復興が遅れたんですね。高架から今のNHKの前まで復興したのが昭和二十七年。歩道をつけてアスファルトで舗装し、街灯も新しいものをつけた。トアロード振興会という名称でやって来ていました。

ただ、三十年頃までは全体を整備することは出来なかった。生田新道から下を、トアロード・ショッピングセンターという名称で、それだけで発足させて、何とか整備をやらうとして来たわけです。十何年か、かかって、いろいろと案を練って、ポートピアⅡに間に合うかたちで歩道のレンガ舗装も完成しました。

センター街や元町は、アーケードに相当お金を使ってつくっておられますが、トアロードの場合は、アーケードは要らないのじゃないか、青空をそのままに、歩道と街灯だけを整備しようというかたちになりました。

今から七、八年前に、トアロードに六〇坪の空地が出来たんですが、商店街でそれを買って、駐車場をつくってお客さまにサービスしようじゃないかということになったんです。未だに完成してないのですが、いろいろとプランを練っているところなんです。

神戸で海から山へとつづいている通りは、トアロードだけでですね。しかも昔から国際的な地域です。ところが今のところ生田新道から上は、まだ整備されずにそのままの状態ですね。地元だけではなかなか出来そうにない。行政の方で、生田新道から神戸外国倶楽部までの間の整備を何とかお願いしたいと思っていますね。

北野坂は、市が整備を進めていますが、北



若山 晴洋さん

清水 俊夫さん

永田良一郎さん

葦原 博之さん

山田 六郎さん

岸野 利雄さん

高月 昭子さん

野坂を上ったら、異人館通りを回って、トアロードへ下りるという一つのルートをつくって欲しいですね。

葦原 元町の町づくりについては、戦後、センター街に遅れをとったのは、元町の場合、大体、土地も家も自分のものという人が多かったわけです。だから冒険までして近代化をする必要はないという考え方が、大きな原因になっていると思います。それが二代目とか三代目になって、やっと、これじやいかなということで、アーケードのつけかえも、ポートピアⅡに間に合わせるように努力したわけです。

今後は、町のもつ魅力を十分に発揮し合って、横の連けいを十分に保って、お互いに、神戸で買物をしていたくのにふさわしい町づくりということが、今後大きな問題になって行くと思いますね。

清水 神戸はファッション都市づくりをめざして十年、景観都市づくりをめざして四年になりますが、北野町、トアロードという中心街の行き来が途切れないように、行政の方で施策をして欲しいですね。

永田 神戸がショッピングタウンとして成長して来た歴史をふり返りますと、明治元年に開港して居留地があったから、ヨーロッパの文化が直接に神戸へ入って来た。それが神戸の町の大きな魅力をつくって来たわけですね。私たちの大丸前中央商店街というのは、ちやうど居留地に接していたわけで、ギフトショップとか、外人相手の商売が集って商店になって来たと思いますね。

神戸にはどこかパタ臭さがあって、アカ抜けしていることは、そういう居留地が

あったということ、気候風土、あるいは、海と山とが近いとか、そういう明るさというものが神戸の特色をつくって行った大きな要素だと思えますね。もう一つは、阪神間に大阪や神戸の金持ちが住みつき、その人たちが買ひ物に来てくれるということですね。それで神戸の魅力が出来てきたのですが、空襲で焼けてしまつて、戦後、それを取り戻すためには、魅力を強調して行かないといけない時代になって来たのではないかと思います。

その一つのあらわれとして、ファッション都市づくりを提言するというように、今までは自然に出ていた魅力をも自分たちで強調するというか、維持して行かないといけない時代だと思えますね。

岸野さんがおっしゃったように、大阪の梅田地区との商圏のとり合いということが今後の問題となりますね。東灘区までは、大阪の通勤圏だと思えますが、商圏からいうと西宮あたりで引つ張り合いをしている。これをどうして行くかという、それぞれが個性のある町づくり、店づくりをして行く必要がありますね。

梅田の場合は、阪急という資本が一つのポリシーをもつて開発をしたということですが、神戸の場合は、行政主導型で、何んでもいいから建物をつくったら人が入るだろうということで、業種的にも種々雑多で、梅田に対して対抗の力を弱めている。比較的うまく行ったのが、さんちかタウンですが、あとはセンタープラザにしても統一がとれていないことがありますね。しかし出来てしまったものは仕方がないので、センター街だけの問題ではなくて、神戸で小売りをやっている者の全体の問題として、もう少し考えて行く必要があると考えています。

職住混在が理想の町づくり

若山 北野についていいますと、北野が魅力的な町だといふのは、人々のイメージの中に、確固たるいいものがあるということだと思います。それは何かと考えますと住宅地であり、それも異人館があり、また、現在も四分

の一ほどの人が外国人だというコスモポリタンな土壌がある。かつて外国人が北野の高台から海を見下ろしながらそれぞれ個性を生かした館に住んで、外国文化と日本文化が一体となって神戸のハイカラ文化の母体となった。それが今も神戸の町に生きつづけている。そういったところに魅力があるわけですね。

そういう北野で商業活動をやることが、この町の流れを変える非常に有効な手段だという考えをわれわれはもっていたわけです。それが今から七年ほど前のことです。その当時に考えたことは、物理的に古い町にわけ込みながら、失ってしまったものを何とかしてよみがえらせたい。景観上、雰囲気上、このまま放っておけばなくなってしまう大切なものを、ニューライフスタイルとしての再生の可能性を商業を通じて訴えよう、ということです。その商業とは、ファッション商業ですね。当時はラブホテルと無味乾燥なマンションが北野を侵蝕していたわけです。われわれが個々に抱いていた北野の雰囲気の日々こわされて行き、このままでは北野の原風景は、昔話の中でしか出て来ないということになるという危機感があったわけです。このままではいけないということで、ファッション系の商業を通して、北野を再生させようということをわれわれは考えたわけです。

楽しく散策が出来る町こそファッションが育つ町だ、ファッションを日常化できる町としての北野を熟成させるように考えつづけて今日まで来たわけですし、また、これからのこの方向でやって行こうと考えています。

高月 みなさんのお話を聞かせていただいたのですが、神戸のスケールというのは、住宅と一緒に成り立つような地域型の店舗なんですね。それで、元町、トラロード、センター街という地区に、非常にいいイメージの住宅をもつて来る必要がある。それさえ実現すれば、夜も人通りがあるし、ウィークデーでも人が出て来る。そういうかたちの地区にもつて行くにはどうすればいいかという問題があるわけですが、今、元町の裏通りあたりか

ら、少しずつ住宅が出来はじめていますが、そうイメージの高いものではないですね。

一番必要なのは、人をいかにこっちに呼び戻して来るかということだろうと思いますね。というのは、岡本とか夙川とかというところに、どんどんいい店が広がって来ているというのは、いい住宅に住みたいという、住宅に対して高いファッショニ性を持ち込んで来る層が、どんどんと向こうへ流れて行っているからですね。そういう人たちは自分の確固たるセンスをもっていて、今の商品構成は、そういう人たちにアピールするかたちで開発されているのが、ほとんどなんじゃないかと思っていますね。そういう人たちを呼び戻さないで、商品のみがそういう志向になって出て来ているというところに、一つの問題点があるという気がしますね。

葦原 確かにその点のご指摘の通りだと思います。ただ中心街に住宅を建てる場合に、土地の値段や周囲の環境が非常に大きく左右しますね。

高月 たとえば元町にはオーナー経営者が多いので、一つの投石をすれば、そこから波紋が広がる実力はもっておられるわけですね。それをやらない限り、住宅街に店を出して、そっちがメインになって来るということになり兼ねませんね。多店舗化で、力のある店は、東京にも出し、大阪にも出しとかたちでどんどんと出しているけれど、逆にそっちで経営が成り立って、神戸の方は、単に昔からここにあったから残しておくのだという意識になって行く。

たとえば、大阪や東京のショッピングタウンで、神戸から出店されているお店を見ますと、地元のウインドウディスプレイよりも、大阪の方にずっと力が入っているわけですよ。なぜ力が入るかというところ、競争が激しくて、危機感があるわけですね。商品の変わり方やディスプレイの仕方が、大阪の商店街とはずい分と違うなという気がして仕様がいないですね。

葦原 確かに大阪と神戸とでは、陳列一つにしてもずい

分と違いがありますね。大阪の場合、ウインドウを見れば、大体その店が扱っている商品が全部見えるという状態のところが非常に多いですね。ところが神戸の場合は、とくに高級品を扱っているお店は、優秀な商品が一点か二点飾っているようなことですね。

高月 いい商品がそれだけを飾っているというのはいいと思うんですよ。ところが、歩いていて、ああ、いいなと思ってウインドウに寄って、買えなくても見てみようという商品が飾ってあるウインドウがどれだけあるのかという点に問題があると思いますね。

店主は店の“顔”

高月 それと店舗のつくり方ですが、神戸の店はそんなに様変わりしなくて、風景が一定しているという懐かしさみたいなものがあるということが一つの特徴だったと思いますね。ところが、最近では、商店の風景がものすごく様変わりをして、それが手づくりの様変わりなら十年にいったん、二十年にいったん、雰囲気がいじわじわと変わって来ても、そこには連続と今までの風景と同じ空気が漂って来るようなものがあるのなら、それは神戸らしい店の特色だと思えますが、何か原宿あたりにいるのと同じ店舗が増えて来ているですね。あれは自分で自分の首を締めていると思いますね。これで神戸の風景の特色がなくなれば大変です。何しろ商品は一緒のがほとんど多くなっているのですから、顧客のつかみ方、アフターサービスの良さ、など神戸らしい商法と店づくりの雰囲気を手づくりの味を保たないと。どこにいろのか分らないような風景にだけはして欲しくないですね。

山田 センター街では、今から十二、三年前までは、センター街の一、二丁目、ファッションの店は十一店しかなかったんです。それが市街地改造で防災ビルが出来るとに、ファッションの店が増えて来たわけですね。というのは、センター街を通る人の七十パーセントが女性で、その内の五十パーセントが若い方ですね。そうす

ると、今まで色々な商売をしている人が全部ファッションに変わって、今では四百店になっています。それによって今まであった神戸らしさがファッション一色になってしまったんです。

岸野 今やものを置いたら売れるという感覚ではダメですね。これからは徹底的に追求した専門店しか残らないと思う。

高月 多店化しないというのが、神戸の店の特色を残す最大のやり方だと思いますね。

岸野 東京や大阪の方が売れるから、メインの商品は東京や大阪へもって行くと、神戸に客が来なくなりすよ。

高月 いいものを見ていると、いつかはあれを買いたい、あそこの店で買えるようになりたい、というのがいいお店に対する評価づけであつたわけですね。それが、あそこの店に行かなくても、どこでも買えるとなると、これは、これから生き残るためには大変ですね。

山田 これからは心からのサービスしかないと思いますね。同じ商品なら感じのいいところへ行きますからね。

岸野 顧客づくりのプロに徹しないとイケないということですよ。

永田 専門店はスペシャリストにならないといけないですね。お客さまのコンサルタントをつとめるぐらいの商品に対する知識がないといけない。店員の養成が一番肝心なんです。店をつくって店員を入れたら売れるという時代ではないわけです。もう一度、ここで神戸らしい店とは何かということを考えないといけない。神戸はコンベンション都市だとか、ファッション都市だとか、いろんなことを言っているけれど、要は神戸に人を集めたいということですね。それには、もう少し町の整備を行政にやって貰わないといけないし、商店街も自分たちの努力の積み重ねをやらなくてはイケないですね。

高月 そういう意味では、お店に入っても、キレイなお嬢さんだけがいて(笑)、どこへ入っても同じような店だったら、スーツと商品だけを見て出て行くと思いますね。

やはり店主がいて、一声かけただけで、その人はものを買って出て行くかも知れないと思いますよ。

岸野 そうですね。例えばうちでも息子のファンがいますね。息子が店にいなかったら買わないという人がいる。

永田 私も日曜日は出来るだけ店にるようにしているんです。古いお客さまが来たときに、「おやじは？」と聞かれることがありますからね。

岸野 うちでも顧客のリストをつくっていますから、二十着なら二十着つくってもらった人の持ちものは全部知っているわけです。そういうところまで行かないといかんと思っていますね。

葦原 一年前にいらした方でも、こういうものが欲しいとおっしゃられたら、ビシャツとしたサイズが出せるような従業員の教育は、われわれもやっています。

また、永田さんがおっしゃったように、われわれ店主がおれば、この頃でないしてるんや、というように必ず声がかかりますね。そのときには買われなくても、今度はあいつのところで買おうか、となりますね。ですから年寄りか店にいてはいかんとすることはないはずですよ。

若山 われわれとしては、人間の情緒の原点に根ざした町をつくるのが、われわれの商業の振興の原点であると思いますね。それが、また、町を活性化させて行くことにもなりますね。いい店づくりはいい町づくりにつながるということです。これは、また、先ほど結成された北野商業連合(KAM)の基本コンセプトでもあるわけです。

今、北野には一四九店舗ありますが、KAMを通じていい方向へもって行けたらと思っています。あくまでも神戸の商業者としての主体性を明確にしながら、多極化する町の構造のなかで、商業の振興を通して、町づくり店づくりに努力して行こうと思っています。

高月 店のスケールとしては大阪は疲れますね。いかに阪神間のいいお客さんを神戸のいい雰囲気を買わせるかまた、品揃えもしているということをいかにアピールするか、が今後の問題でしょうね。

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121
TEL (078) 321-2111

カネボウベルエイシー株式会社

取締役社長 福岡 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



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。