

リ。一、此泉ノ本重ハ設氏ノ二十三度ニ於テ
一・〇一一五ニシテ其返応ハ弱酸性ナ
ス。此泉ノ本重ハ設氏ノ二十三度ニ於テ
一・〇一一五ニシテ其返応ハ弱酸性ナ

テ其味甚塩淡ナリ、大氣中ニ有ツテ速ニ
炭酸ヲ放発シテ其表面ニ水化ノ酸化鉄ヲ
浮ベ、其後褐赤色ノ絮状粉トナリテ沉澱
ス。

古くは『摂津風土記』に「有馬郡又有
有鹽之原山」此ノ近ニ在塩湯此辺因以
為名」とあるように元来は塩分の多く
含まれている温泉である。

温泉の化学的分析が初めて行われたの
は、明治八年のこと、翌年四月十日付
で江頭元朴大阪司薬場長心得名の神田孝
平兵庫県令あての報告書が出ている。

その中から若干引用してみよう。

「一、稍々混濁シタル無色無臭ノ泉ニシ
テ其味甚塩淡ナリ、大氣中ニ有ツテ速ニ
炭酸ヲ放発シテ其表面ニ水化ノ酸化鉄ヲ
浮ベ、其後褐赤色ノ絮状粉トナリテ沉澱
ス。

古くは『摂津風土記』に「有馬郡又有
有鹽之原山」此ノ近ニ在塩湯此辺因以
為名」とあるように元来は塩分の多く
含まれている温泉である。

温泉の化学的分析が初めて行われたの
は、明治八年のこと、翌年四月十日付
で江頭元朴大阪司薬場長心得名の神田孝
平兵庫県令あての報告書が出ている。

古くは『摂津風土記』に「有馬郡又有
有鹽之原山」此ノ近ニ在塩湯此辺因以
為名」とあるように元来は塩分の多く
含まれている温泉である。

身心をリフレッシュさせる
有馬温泉の湯
今月は有馬温泉の泉質について紹介を
してみよう。

一、機性物類

少 量

一、珪 酸

○・〇五八

一、コロールリチウム

○・一〇五

一、プロームナトリウム

○・一〇五

一、コロールカルミニウム

○・〇二九二

一、コロールカリウム

一・二八一

一、コロールナトリウム

一・四・七一七

一、コロールアルミニウム

○・〇一四

一、硫酸石灰

○・〇一四

一、硫酸化満喰酸化（重炭酸物トナリ テ温泉中ニ在モノ）

○・〇五五

存スルモノ）

湯の街 有馬歳時記

● THE ARIMA SPA ●

IN JUN

一、此泉ノ一「リートル」中ニ含メル固
形物ハ左ノ成分ヨリ成ル。

一、酸化鉄（重酸亜酸鉄ニテ温泉中ニ 存スルモノ）

○・二四六

一、亞酸化満喰酸化（重炭酸物トナリ テ温泉中ニ在モノ）

○・〇五五

一、硫酸化満喰酸化（重炭酸物トナリ テ温泉中ニ在モノ）

○・〇二九二

一、礬土コロールアルミニウム（温泉 中ニアリシモノ）

○・〇二九二

一、コロールカルミニウム

○・〇一四

一、コロールマグネシウム

○・二四一

一、コロールカリウム

一・二八一

一、コロールナトリウム

一・四・七一七

一、コロールアルミニウム

○・〇一二

一、プロームナトリウム

○・一〇五

一、珪 酸

○・〇五八

一、コロールリチウム

○・〇五八

痕 跡

テニスでいい汗
いい湯にとっぷり
味に集う



TEL (078) 903-1024

木造りの宿



TEL (078) 904-0551

自然の恵みを
湯けむりに伝える

政府登録国際観光旅館



TEL (078) 904-0731

旅は出会い
ほのぼの心を添えて

政府登録(登旅第78号)



神戸市北区有馬町318
TEL (078) 904-0366

有馬の歴史を語り続ける「いで湯の宿」

銀水荘

別館 樂山

TEL (078) 904-0622

別館 光楽

TEL (078) 904-3656

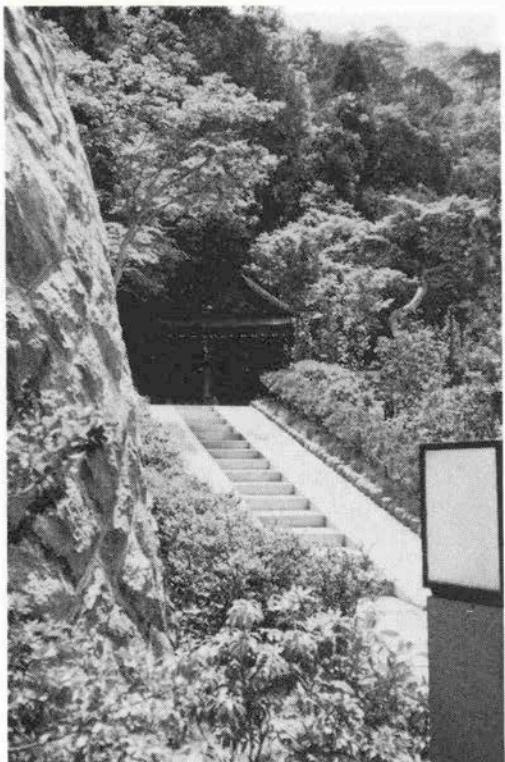
薬湯をもです、云々」

これは伊勢の大淀三千風が日本全国の行脚の途中に有馬温泉に立ち寄った元禄二年に書いた『有馬温泉記』に見える。

また、近江の孟達は宝永七年に有馬温泉へ湯治に来たときに次の記述を『蓮の葉紀行』に残している。

「天斯民に施こすに自然湧出の靈湯を以てす、抑本朝湯泉に名ある加賀の山中、白山、相模の熱海、湯（塔）の沢、但の城崎、紀の本宮、其外国々所々に出つ、これかぞへば、伊予の湯のゆげたの数かぎりなかるべく小指もそこぬべし、中にも機の有馬は其の一つにして、云々」

昨年の四月にオープンした炭酸泉公園には、その由来を紹介した掲示がある。兵庫県衛生研究所の分析による主成分の表示もあるので、初分析と対比するのも面白い。



炭酸泉源をもつ炭酸泉公園

欽山は典雅な
日本風の館です

国際観光旅館



TEL (078) 904-0701代

敷地内から湧きでる
日本最古の温泉“有馬温泉”

阪急ホテルチェーン
有馬ビューホテル

TEL (078) 904-2295代

温泉と演芸と遊技場
有馬ヘルスセンター

TEL (078) 904-2291

雅ただようくつろぎの館

中の丸瑞苑

TEL (078) 904-0781

会議セミナーから御家族づれまで

有馬グランドホテル

TEL (078) 904-0181

結婚式場を完備しています

兵衛向陽閣

伝統と格式を誇る

向陽閣

景勝高台の近代旅館

TEL (078) 904-0501代

いよいよ本番、始動を始めた ファッショントータウン

杉山 弘

（大阪通商産業局長）

鬼塚 喜八郎

（神戸商工会議所ファッショントータウン特別委員会委員長）
（株式会社アシックス取締役社長）

木口 衛

（神戸商工会議所ファッショントータウン都市づくり特別委員会副委員長）
（株式会社ワールド取締役会長）

——ポートアイランド構想が打ち出されたのは、昭和39年。神戸市がファッショントータウン都市づくりを提言した47年に

は時を同じくして「神戸ファッショントータウン」（KFA）が発足、56年人工島の完成とともに、「ポートピア'81」が開催されました。ポートピアを契機に、神戸市新交通システム「ポートライナー」、国際交流会館、国際展示場、ポートアイランドスポーツセンター、ポートピアホテル、市民広場などのコンベンション・シティとしての機能も充実して、今年の3月には「神戸ファッショントータウン協議会」（KFT）が発足、ポートピア跡地のうち約10・8ヘクタールを、ファッショントータウンとして神戸市が28企業を誘致してきましたが、すでにニッポンインテリアチーンが業務を開始、年内にキムラターン、シャルレ、田崎真珠の3社のビルが完成を予定、62年には全社が出揃います。KFT設立によって、いよいよファッショントータウンに、日本でも他に類を見ない、新しい街づくりが着々と推進されていくことになります。

今回は、21世紀の街づくりともいえる、ファッショントータウンについての夢にあふれるお話を伺いたいと思います。

ファッショントータウンに夢のある方向づけを

杉山 私は、先日の「ファッショントータウン協議会」の設立パーティに出席して、神戸のファッショントータウンづくりへの意気込みを肌で感じました。あのときにスライドで今までの歩みを紹介されましたね。

鬼塚 神戸市がファッショントータウンをめざして10年になります。これまで神戸はニューライフスタイルを生みだすアパレルをはじめ、衣食住など生活空間の全体にかかる産業を、ファッショントータウンとして位置づけ、各界が一丸となつてファッショントータウンづくりを推し進めてきました。その間には「ポートピア'81」に代表される大イベントが催され、神戸の名を国内外にしらしめるほどの大成功をおさめたわけですが、その跡地利用策については業界のみならず、神戸市民全体の期待に沿うことのできるものという重大な課題が残されており、この一部を「ファッショントータウン」として新しい都市機能、都市空間の創造をめざしてすでに建設がめまぐるしく進められています。先立つて、3月11日には「神戸ファッショントータウン」についての夢にあふれるお話を伺いたいと思います。

ンタウン協議会」が発足いたしましたが、これは進出企業28社が連携を強め、ファッショントウンの活性化と機能強化のため諸事業を開拓し、神戸市のファッショントウン都市づくりに寄与していくこうという主旨のもとに設立されたわけです。

木口 ファッショントウン構想については、神戸の将来の「目玉」的存在ですので、重大な問題といえます。私たちだけではなく、市民の皆さんにも十分な理解をいただいて夢のある方向を手さぐりしていくたいと思うのですが……。

鬼塚 たとえば、全国を見渡しても、今にしてみれば一方的な業界オンリーの先走りにすぎなかつたと考えられる『卸売団地』的な街づくりには、あまり感心できませんね。

木口 その点、私も常々感じております。何だか、流通機構一辺倒で、味気ないし、ファッショントウンは名ばかりで、むしろ『殺風景』です。

鬼塚 その『殺風景』、これが曲者です。私たちは絶えずそれを意識しながら、一方ではファッショントーンを提倡していくも、できあがつてみると、これが思いもよらない落し穴に陥つてしまつていて、気がつく。そんな例をたくさん見てきています。

木口 そういう先駆を踏まないために設立されたのが、「ファッショントウン協議会」です。

鬼塚

だから、今こそ各社がまだまだ『夢』のレベルで

のファッショントウンづくりについて存分に語り合う必要があるといえるのではないでしょうか。

木口 「夢」としてのファッショントウンづくりの方向性を追求していくことが、市民サイドの意見参加とさきほどの『落し穴』を避ける唯一の策とも言えますね。

鬼塚 まさにそうです。ところが、他都市と異なつて、永年培われてきた神戸人の精神、土壤は、何か私たちに勇気を与えてくれているような気分もあります。

木口 神戸ならではのオリジナリティーは、すでにアパレル産業をはじめ、家具や洋菓子、真珠、コーヒー、音響機器など、生活空間すべてにおいて、世界に認められてきた

鬼塚 神戸発のオリジナリティーが、すでにアパレル産業をはじめ、家具や洋菓子、真珠、コーヒー、音響機器など、生活空間すべてにおいて、世界に認められてきたわけですから、ある意味では、ポートビア'81以降、ポートアイランドでのファッショントウン都市づくりは、非常に有利であり、条件にも恵まれているといつても過言ではありません。

杉山 神戸のもつ特異性は、大阪や京都にはないものには違いありませんが、その特性をどう生かすことができるのか、逆に、好条件ゆえに最高の機能発揮への気配りは大変だと思いますが、その点いかがですか。

鬼塚 非常に重要な問題です。ファッショントウン協議会は、そのための調査や協議を重ねてきておりますが、ファッショントウン構想の基本は、神戸をファッショント



松山 弘



鬼塚豊八郎



木口 卫

の世界的なメッカにしよう、という夢のある街づくりなのですから、夢にあふれた方向で考へていきたいと思うのです。

木口 その意味でもファッショントウン全体として各社それぞれの個性を持つて、趣向をこらしつつも全体的には統一性を保てる出来映えを意識していただきたいと思うのです。

鬼塚 神戸のファッショントウン産業をパノラマ的に見ると、衆知のことでもあります、他都市に類を見ないユニーク性、神戸の強味といえる、衣食住を含めたニューライフスタイルのすべての諸条件を兼ねもっています。ファッション、イコール、アパレル、の発想を、神戸はすでに離脱して、生活文化全般に根付いたものを身につけています。ファッショントウンといつても、単に入人工島の中の一部の街づくりでなく、神戸精神の集約による、新しいライフスタイルの、それもグローバルな『発信地』としての神戸でありたいという構想なのです。

杉山 ほほう、すると、神戸発のライフスタイルが、日本発のメッセージとして、世界各国に『受信』されるというわけですね。

鬼塚 そうありたいと願っています。夢としては大変に大きなものですが、神戸を世界のファッショントーンのメッカに、というのこそういう具体的な意味も含めております。

木口 神戸なら『夢』で終ることもありえない、代表各社28企業が集結したといつても過言ではないでしょう。鬼塚 第一目的として、ファッショントウンは、グランドレベルの積極的な開放、すなわち、業界、利用者―市民サイドへのオープンマインドな利用価値観を共有することの実現、さらにイメージアイデンティティづくり人材養成機関の誘致、ソフトタッチビルの導入などを考えています。

具体的には、パリのサントノーレ、ニューヨークの五番街、ミラノのモンテナボリオーネなど、世界の第一級のファッショントウン都市のような街づくりをめざしたいと思うのです。

木口 神戸の市民のみならず、神戸以外の方が訪れても個性に富み、もう一度来てみたい、そこで何か自分に啓蒙するものを発見したいという動機が、ひそんではいることを想わせるものがある、そんな気配に溢れた街づくりが欲しいのです。

鬼塚 さきほど挙げました各都市、たとえば、パリのシヤンゼリゼ大通りなどには、道行く人々の生活のパックグラウンドの大切な要素、国民性の一端を担うといえるがあるわけです。ブティックやカフェテラス、ギャラリーなどのスペースの間をぬうようにして、一般市民に楽しく使ってもらえる場が公共的に提供されており、これが他のスペースの有効性をさらに高めているわけです。ファッショントウン進出の各社が、コマーシャルベースのみで行なうのではなく、さきほど挙げましたコモンスペースを共同で持ちながらパリにおとらないモダンタウンづくりをめざしたいと思っています。

次に、ファッショントウンをつくる大切な要素として、星間のみの街の発想を排して、24時間フルタイムで稼動している街づくりを考えていきたいのです。ただ、コンクリートの街並みが近代美として存在するのではなく、星と夜との両面を十分に生かして、エキゾチックタウンとしての、ナイトライフを強く演出していきたい。なぜなら、人間の生活を捉え直すときにもあてはまるのですが、未来都市のイメージとして、星間はさかんに活動しても、夜間は人間の姿もなくすべてコンピューターの管理による街は、単なるゴーストタウンにすぎません。夜には夜のリズムにあつた生活が息づいている、24時間活動を続ける形態こそ、人工島にふさわしいものではないかと思うのです。

木口 そうです。ファッショントーンが、衣食住にかかるニユーライフスタイルの全ぼうを網羅するものである限りのアーバン都市のような街づくりをめざしたいと思うのです。

杉山 仕事のオフタイムというのは、明日への仕事の充

電の時間ですから、この充電時間にこそ素晴らしい発想が生まれるという一面もありますからね。

鬼塚 それに情報機関が手軽に住みつける雰囲気づくりと街づくりも欠かせません。イベントを行なうにもその演出をするプロが必要なのです。デザイナーやカメラマン、コピーライターなどクリエイティブな若い層が、イメージに集まる街になつてほしいものです。そのためには三井不動産と三菱地所のつくる1、2Fのオフィス集合住宅のようなものをもっと増やす必要があります。さらに、ファッショント育んでいく若い智恵とパワーを集め育成するため、すなわち、ファッショント市民大学や資料館などの人材育成機関が不可欠でしよう。

京阪神ファッショントマントの成功が大きな布石に

杉山 今秋に向けて京都、大阪、神戸の近畿3大都市合同によるファッショント産業振興をめざす「京阪神ファッショントマント」が設定されました。これは、京阪神の各地域における魅力あふれたファッショントを一丸となつて行なおうというもので、この春に、京阪神ファッショントマント実行委員会が結成され、共同P.R.事業として足を組んだ動きが始まりました。すでに愛称も「トリフィー'83」と決まり、ファッショントの頭文字Fと3都市のイメージを重ねたシンボルマークも発表、テーマは「3都市が放つファッショントエネルギー」と題して盛大に催される予定です。

この「ファッショントマント」実現までに3都市の商工

会議所でも過去7、8年にさかのぼる模索の期間があり、ファッショント産業の育成についてどう展開していくか、話し合ってきた懸案もありました。4年前には大阪通産局が、学者や経営者など各界の識者1400人ほどの意見と調査による「近畿ビジョン」をまとめました。地方の時代が提唱される社会状況の中で、地域ごとに密着した将来展望が必要であったことと、近畿の復権の一つは、大阪の素材（スタッフ）、京都における伝統的な西

陣などの織物、神戸のアパレル産業などのすでに世界的なレベルで認められているファッショント関連事業のトータル化が最優先ともいえますが、これについて3都市の商工会議所が中心になつて、ファッショント懇談会を各所で行なってきた結果、具体的にはこの度の「京阪神ファッショントマント」として実を結んだわけです。

鬼塚 神戸は、トアロードが震源地となって、戦後急速に発展してきました。京都の西陣織に代表される日本の伝統的芸術や大阪のトップ中心のファッショント産業とは多少趣きが異なります。神戸は、真珠の集散地でありケミカルシユーズが今はよりカジュアルなものへと方向を先取りして、ファッショントシユーズのメックとなり、スポーツの振興に伴つて、単に靴のみならず、アパレルとの合理化がスポーツウェアの普及と技術向上へと結びつきました。また、国際港都にふさわしく船の室内装飾の技術が、家具をはじめとするインテリア用品へ、モロゾフやユーハイムなどの神戸に住みついた外国人によって、洋菓子が、さらに神戸オリジナルのワインなど、生活にうるおいをもたらすあらゆるもののがそろっています。こう考えると、神戸は大きなファッショント産業の集結した都市といえます。

木口 ニューライフスタイルに必要なものは、神戸にはすでに地場産業としてすべてそろつているわけです。

杉山 その意味でも、この3都市の連携はそれぞれの都市の個性をいかんなく發揮して、実りあるものと期待できそうですね。

鬼塚 今秋、10月には、大阪城築城400年祭が盛大に催されますが、ファッショント月間にあたる10月と11月の2カ月間は相乗的な効果も考えられ、まさしく機は熟したと言えます。

杉山 現在、「京阪神ファッショントマント」のためのイベントカレンダーの作成、ファッショント産業振興会議や地域シンポジウムなどを企画進行中ですが、いずれも活発な意見交換が行なわれています。

鬼塚 各都市のイベントの中でも、すでに、神戸では11月3日、4日にケミカルシユーズ見本市、26日にはコウペ・ファッショントーショーが国際会館で開催を決定しており、京都では11月2日、3日に、きものフェスティバルが、10日と20日には、下着のアンダーカバーストーリーなどが決定、大阪では10日、11日にESTAストップ機器展、15日、16日のESTAファッショントーショーなどの大規模なファッショントーショーがくりひろげられるわけです。杉山 3都市の個性あふれるエネルギーの爆発は、近畿の復権にとって試金石であり、活性の起爆剤となりそうですね。

木口 賴もしいことです。

鬼塚 近畿の活性化のための「ファッショントーンス」であります。さきほど申しましたファッショントーンス構想に関しまして、これは大きな布石となります。考えてみれば、神戸市はファッショントーンスづくりとポートアイランドの国際展示場、国際会議場などを軸に据えたコンベンション都市づくりを推進しておりますが、コンベンション施設の基地づくりは一応できあがつたもののまだまだ国際レベルの大コンベンションには十全と言えません。

この地区に隣接してファッショントーンスが完成するわけですが、展示場周辺にもっと大規模な多目的ホールの建設が火急の問題となっています。

スポーツ都市づくりを神戸の構想に

鬼塚 幸いワールドの体育施設が近く建設されますが、これもスポーツ向きの施設で、コンベンションにベストの条件とは言えません。

先日、コンベンション施設について市長と話を機会があり、市長ご自身も施設充実を構想中とのことでしたが、現在の3つの施設に加えて、国際展示場レベルの建物がさらに2つ3つ備われば、大きなイベントが可能だという話に及びました。面白いことには、現在展示場

の隣りにある貿易促進センターは、いつでも取り除くことができるらしいんです。ここに、第2、第3の国際展示場を作るためのスタンバイはすでにできているわけです。

杉山 それは興味深い話ですね。

鬼塚 そうなればポートアイランドで、全国的な規模のイベントも見通しが立ちやすいわけで、あとは条件整備のみです。ワールドの体育館もできることだし、神戸市は、ファッショントーンスづくりとコンベンション都市づくりにひきつづいて、私は、スポーツ都市づくりを行なつたらどうかと思うわけです。

木口 なるほど、それは意義の深いものになりそうです。

鬼塚 昭和62年の完成をめざして現在進行中のファッショントーンスがあり、その間、60年に開催される「ユニバーシアード神戸大会」という若人によるスポーツの一大祭典が予定されているわけですから、頃合いとしても「スポーツ都市宣言」は非常にマッチしているんですね。

木口 ユニバーシアードの開催後の施設利用策としてのコンベンションへの総合的運用というわけですね。

鬼塚 「ファッショントーンス」及び「コンベンション都市」さらに「スポーツ都市」を私は提案して、ファッショントーンスをはじめとするポートアイランドの活性化を計りたいと思います。この3つの柱を基軸に今後の神戸を考えいくといふのはいかがでしょうか。

杉山 私は常々関西の経済の振興のためにはファッショントーンの振興が必要だと考えています。今、ポートアイランドで建設が進められているファッショントーンスは関西のファッショントーン都市づくりに大いに貢献すると思う。たとえて言えば、池に投じられた石の波紋が徐々に広がって行くように、神戸のファッショントーンスが関西全体にインパクトを与えて欲しいと思いますね。

田崎真珠株

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

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

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

㈱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

代表取締役会長 菊野友太郎
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。

生鮮食料品の分野で国際的に活躍する

関西貿易



竹田 剛男関西貿易社長

全盛時代でした。と言うのは戦後の日本経済を建て直すについて政府が輸出振興策をとった。そのとき農産物は加工する必要もなく百パーセント外貨が獲得できるということで国策に合ったわけです。当時は毎年、輸出貢献企業になっていました。主な輸出先は、香港、シンガポール、フィリピン、タイ、インドネシアですね。

——まず輸出から始めたのですが、神戸という土地のもつメリットはありましたか。

竹田 神戸はものすごく立地条件がよかったです。東南アジアへ行く船の国内でのラストポートが神戸だったんです。当時は冷蔵コンテナもなく、在来船ですから船足も遅く、冷蔵設備も十分ではない。だから神戸で積まないと品質が落ちてしまう。そういう意味で神戸は立地条件がよかったです。だからわが社はここで頑張った(笑)。当時で十億円ぐらい輸出しました。今だったら百億以上でしょうね。農産物に関しては神戸は独壇上だった。

——輸出はずっと好調だったんですね。

竹田 ところが三十五年頃からだんだんと雲行きが変つて來た。と言うのは、日本の農産物がものすごく値上がりをして東南アジアの市場では競争できなくなつて来たのが一つの理由。もう一つは、東南アジア各国は農産物の振興、自給自足の体制づくりを進めて來ていたのですが、それがある程度実つて來たわけです。いわばダブル

パンチで日本の農産物が出なくなつた。わが社もその間

——関西貿易の会社としての創立はいつですか。

竹田 昭和二十四年二月の創立で、私が二代目です。初代は大正の初めから農産物の貿易をやっていました。当時、日本の植民地だった満洲、韓国、台湾へ、日本内地の農産物を移出してたんですね。ですから創業は大正の初めということになります。戦争中、食糧品は統制されたのですが、昭和二十四年はその統制が解除された翌年ですね。創業から農産物を扱っていたから、その年の二月に今の社名で中央市場の中に発足したわけですね。

——どういう商品を輸出されていたのですか。

竹田 当時は玉ねぎ、馬鈴薯、蔬菜類、リンゴ、ナシなど野菜果物の東南アジアへの輸出を手がけていました。

私自身は二十四年に京都大学を卒業してから丸三年、三井銀行に勤め、二十七年一月に入社したんです。二十七年から三十五年までの八年間は日本の農産物の

年頃のことです。玉ネギ、オレンジ、グレープフルーツなどからボツボツ始め、だんだんとアイテムが増えて、今日に到っています。

現在では一年間に二千五百万トンの食料品が輸入されています。これは日本の総人口一億一千万人の四・八カ月分の食料に当たりますからものすごい量です。

——それはすごい量ですね。食生活の変化とともに食品の輸入地図も変って来ているのではないかですか。

竹田 今や輸入の“戦国時代”ですね。ここ二、三年の外食産業の発展とともに輸入食料品は戦国時代になっています。われわれの間に面白い言葉があるんです。「オ母サン休メ」「母キトク」(笑)。つまり、オムレツ、カーラーライス、アイスクリーム、サンドイッチ、ヤキメシ、スペゲティ、メダマヤキ。そして、ハンバーグ、ハムエッグ、ギョーザ、トースト、クリームシチュ。今の食生活はこれで成り立っているんですね。これをベースにしてメニューをつくっているのが外食産業です。だから今の輸入もこれに則して行われているわけですよ。

——関西貿易の事業としては農産物の輸入以外にどうい

うことをやられていますか。

竹田 輸入以外では、冷蔵倉庫部門をもっています。全部で一万八千トンになりますが、まず保険倉庫。それから動物植物の検疫の指定倉庫。それから日本畜産事業団の指定倉庫です。だから輸入牛肉も入ります。そして運輸省指定の倉荷証券の発券倉庫もあります。

——それと製氷もやっています。この分野では神戸市のシアは七十五パーセント以上になりました。実は昨年からミネラルロックというミネラルウォーターを氷にしたものを開発し、爆発的なブームになっています。水道の水は汚染されていますからミネラルウォーターを使ったところのものすごく売れていていますね。

——今開発中のものにオゾンアイスがあります。オゾンをいかにして氷に混ぜるかを研究中ですが、オゾンはバケテリアの発生を防ぎ鮮度を保つ効果があります。オゾンアイスを一番喜ぶのはアメリカですね。アメリカの中央部では新鮮な生の状態で内陸に運ぶことが難しく正直なところいい魚がない。だからアメリカの政府系食品関連研究所のフォンド・マーケティング・インスティチュート(FMI)と共同研究をしています。

——海外との交流も活発のようですね。

竹田 また、米国法人「カンサイボーエキ・パシフィック」はアメリカで農園の経営もやっています。ロサンゼルスの北東にある約千六百五十ヘクタールの果樹園です。さらに米国法人「A・パック・インターナショナル」を設立し、米国産農水産物を一週間以内に日本国内に宅配するということもやっています。

——最後に今後の抱負をお聞かせください。

竹田 これからは出来るだけ海外戦略を考えてやって行きたいですね。本当の国際人は相手国側の気持ち、大きな意味で異文化を理解できる人だと思う。これから貿易にはそういう人、そういう感覚が何よりも必要だと思います。

キムラタン

ファッショントウンに新社屋が完成した



木村 豊浦キムラタン社長

——キムラタンは「おとぎの国」などのブランドをもつベビーアウトドアメーカーですが、まず簡単な企業紹介を。

木村 創業は大正十四年ですから、来年で満六十年になります。和装全盛時代の戦前からベビーウェアをやってます。戦後は洋装化が進んだのですが、その間、神戸を営業の拠点として、東京、横浜に工場を造り、今日までに販売の拠点として札幌、仙台、東京に三店、名古屋に二店、神戸、広島、福岡と支店網も整備できました。

私どもにとつて一番大きな投資が、六月に竣工するポートアイランド・ファッショントウンの本社営業部ビルです。

——ファッショントウンへの進出についてはどういうところにその狙いがあるのですか。

木村 ポートアイランドには営業ばかりの販売部門を結合して、より体質を強化しようということがまずあります。

——物流面での統合ということですね。

木村 ただこれまで神戸でやっていたことだけをやっては大きな効果が期待できないので、東京でスペースを借りているうちの一部門もこちらへ移す。それによってコストダウンを計るという目的もあります。将来的には、ポートアイランドで物流の合理化のノウハウが何年かでつくれると思いますので、今度は逆に物流機能をこちらに返して、本社をポートアイランドに持つて行くということを考えています。

——これまでベビーアウトドアメーカーでやって来られたのですが今後の戦略についてはいかがですか。

木村 現在のところ子供服のシェアは九十一パーセントぐらいですね。ベビーアウトドアのシェアは九十一パーセントと圧倒的に高いですがこれからは子供服に注目して行かなけ

ればいけないと思っています。と言いますのは、昭和四十八年をピーケにして出生数が年々落ちて来ている。将来は二十歳ぐらいまではターゲットにしたいですね。私どもの好きな言葉で、"エバーグローリング"、いつも前進成長すると言っています。若者はやがて私どもの本業と関係のある父親母親になる。〇歳から二十歳ぐらいまではおつき合いをしたいと考えています。ベビー服専業から子供とヤングまでを考え、服飾に限らず生活文化の分野での模索と営業をやりたいと思っています。

——つまり衣料以外に手を広げるということですか。

木村 本業としています衣料品以外の分野への進出も少しやりかけ、うまく行っているのも出て来ました。赤ちゃんの知能の発育をよくするために、われわれはどういうお手伝いをすべきかを考え、衣服や寝具などを通じ情操というか感覚面での研究開発に幅を広げ、お客様の支持を得て行けるようになれば、ベビーの分野もまだ成長できると考へています。

——ファッショントンの町づくりについてはどういうお考えをお持ちですか。



6月に完成するファッショントンの新社屋

木村 明るくて健康的な神戸という意識を従来以上に強く持つて、安らぎと憩いと研ぎ澄ました新しい息吹きのある町、行ってみたいと思う町にすることが、そこに進出する企業の大任な使命ですね。それによってわれわれの明日への成長も可能となると思います。

ポートピア'81が大成功をおさめたおかげで、日本中の方にその存在を知っていたボートアイランドへ進出できるということはラッキーだと思いますね。十年前

に進出の意思決定をして今完成したのですが、まだ夢のようで、本当に出来るのかな(笑)という感じです。ただ一つ注文があります。"足"の問題です。三宮駅を基点とするなら問題はないとしても、新神戸駅、大阪国際空港からのことを考えると、空港からの直通バス、あるいは今ある三宮・箕谷間のバスをポートアイランドまで延長すべきではないかと思います。それと願わくば神戸沖に空港が欲しいですね。泉州沖とは別にあってもいいと思いますね。

——最後に今後の抱負をお聞かせください。

木村 最近聞いた話ですが、ニューヨークのスマム街で生まれ育った赤ちゃんが小学生になって絵を描くと暗い色彩しか出て来ない。またこれは前の話ですが、日本からアラブへ出張した人の子弟が現地の学校へ行ったのですが、絵の時間に山を緑に塗つたら向こうの子供に笑われるそうです。赤茶けた山ですからね。この話を聞いて小さな頃からの生活環境の影響は大きなものだと感じました。われわれがつくっている商品は〇歳から使っていただいているのでよっぽど考えないといけないなと思いますね。商品の企画にも社会性があるんですね。いたずらに流行を追うのがいいのかどうか。チエックする必要がありますね。永遠にわれわれは今の仕事を続けたいと思うし、永遠に支持され期待される会社でなかつたらいけないと思っています。

独自の販売方法で急成長をつづける シャルレ



林 雅晴(シャルレ社長)

——ホームパーティという独自の販売方法の女性下着メーカーとして注目されていますが、創立はいつですか。

林 昭和五十年七月から今の仕事を始めたのですが、元々は繊維とはまったく無関係でした。東京にホームケアジャパンという会社があるのですが、その代理店をやっていた。基礎化粧品とか家庭用洗濯石けんなどを扱っていました。それをやっているときにたまたま知り合いに下着を販売している者がおりまして、下着をホームパーティという形で販売しようという話がきっかけだつたんです。繊維の経験はなかったのですが、ホームパーティの方法は知つておりましたので、最初は知り合から商品を貰つて、私自身が実際に歩き回りました。

知り合いの奥様の所へ行って、商品を見せて、人に集つて貰つてということを一年半ほどやっている内に、お客さまのいろんな声が返つて来たんですね。今まで使つ

ていた下着に対する不満とか要望ですね。

その当時はレッグニットとショーツの七点しかアイテムがなかつたのですが、こういうブランドやボディースーツが欲しいという声を集約して、二年目からシャルレというブランドでつくるようになりました。ですからあくまでお客様が欲しいとおっしゃるものだけをつくりました。それが却つてよかつたと思いますね。お客様の生の声を商品化するということに終始一貫してしております。これは今後も変わりません。

だから新しい商品をつくっても売れるか売れないかの心配はないんです。発売日に数が足りるかどうかと言うことに頭が痛いだけです(笑)。

——顧客の声を商品に反映させるという商法を貫ぬいて来られたのですが、とくに他との違いと言いますと…。林 一つは一たん市場に出した商品は何年間も出しつづけるということです。家庭の主婦の下着に対するいろいろな不満のうち、大きなものが二つあります。一つは、ファンデーションの場合、試着をしないと絶対にいいものが得られないのに、百貨店や専門店では試着室はありませんが裸になつて試着する環境はないわけです。もう一つは、気に入った商品があつても、いつの間にか市場から姿を消している。なぜメーカーはコロコロと商品を変えるのかという不満ですね。だから私どもでは七年前に発売した商品を今だに販売しています。同じ商品を出していると言うことは、生産の合理化が出来て人件費や材料費のコストアップ分を吸収できる。品質もよくなつて

来る。他のメーカーは多品種少量が殆んどでしようが、うちの場合は少品種大量生産です。それを今だに堅持しています。

それと徹底した品質管理。工場での検査はもちろん、工場から出荷されてシャルレに入るまでに特別につくつたシャルレ検査機でまた検査をする。普通なら良品で通るものも訪問販売の場合は出しません。人脈によって販売しますから扱い商品の品質が悪ければ、せっかくの今までの人間関係を崩してしまいます。それだけに厳しくチェックしないといけないわけです。

——シャルレは会員制度によって急成長して来たのです

が、どこに成功の原因があったとお考えですか。

林 これは結果論ですが、家庭の主婦層のニーズを満たして來たということだと思います。シャルレという一つのビジネスに参加した女性たちが目的を以ってグループ化し、コミュニケーションの場が出来たということです。

私たちの場合、販売する人の教育・指導には二つの柱があります。一つは商品知識と販売方法などですが、それ以外にまったく仕事に關係のない一般教養的な勉強も

シャルレ独自のホームパーティ



やっているんです。これが非常に喜ばれる。毎月全国で一五〇ほどの会場で勉強をしていただいています。全国で百万人の会員がいますが、会員になると参加する資格があります。今後もこれは発展させたいと思っています。——会員が百万人もいらっしゃると言うことですが、やはり家庭の主婦が中心ですか。

林 私どもは、なるほど下着を販売していますが、モノを売るという集団ではないと思ってます。私は文化を

売ると言っているのですが。ですから販売する人たちの層も厚いんです。家庭の主婦だけではなくて、スポーツ界、芸能界あるいは政界の女性もどんどん会員に参加してくれています。知名度の高い方も活躍してくれていますし、そういう方と交流が出来るということで家庭の主婦からも喜ばれています。ですから普通の訪問販売とは違っていますし、その点がよかったです。

——具体的にホームパーティまでのシステムについて簡単

にご説明ください。

林 システムとしましては、シャルレから代理店、代理店から特約店、特約店から会員へと商品が流れます。ホームパーティを実際に主催する人は代理店なり特約店が中心なんです。通称ホームパーティですが、私どもでは試着会と言っています。三十分ぐらいが試着会で、あとの一時間は井戸端会議です。それがまた楽しいんですね。それで気に入った商品があれば後でお届けします。

現在、代理店は全国で五七〇店、特約店は一万五千店、そしてその傘下の会員がすでに百万を突破しています。

——最後に、これから抱負をお聞かせください。
林 八月にはポートアイランドのファッショントウンに新社屋が完成しますが、私は神戸のファッショントーンは全国をリードすべきだと思います。神戸のファッショントーンメーカーとして今後も頑張りたいですね。

□株式会社シャル
神戸市中央区磯辺通一丁目一一一〇（金剛ビル）
電話（〇七八）二三二一三九〇〇（代）

KOBE FASHION SPOT

★注目を浴びてオープン、
アクティ大阪・大丸梅田店

見なれた日常が見違える日常に、変わった
THREE NEW YORK——のキャラクチフレ
ーズで4月27日、アクティ大阪B2~14Fに

大丸梅田店(本田博通店長)がオープンした。
構成は、B1、B2は食料品、1F~6Fが

紳士、婦人物衣料品、7Fがスポーツ&レジ
ターゲン、8Fが子供服、9Fが食器と家庭
用品、10Fは家具、11Fが

呉服、宝石、12Fが催場、13Fが
美術、14Fが

呉服、宝石、12Fが
美術、13Fが
ギフト、14Fが
催場、15Fが

は催、16Fがワールドドレ
ストラン、19F~26Fが大阪ターミナルホテ
ル、27Fがトップラウンジとなっている。話

題がいっぱいの新しい大阪の顔だ。



地下1階は和洋菓子・ギフト食品

試みで、注目されている。オープン当初は連日二十万人の大盛況で好評なスタートを見せた。アクティ大阪は、B3、B4が駐車場、15Fがターミナルプラザ、16Fがワールドドレ

ストラン、19F~26Fが大阪ターミナルホテ
ル、27Fがトップラウンジとなっている。話題がいっぱいの新しい大阪の顔だ。

★友情を超えるジバンシイとヘップバーン
「ユベールの30年、天才の30年、友情の30年
若いで、私は豊かな才能の中に包みこ
んでくれました。アーチストとして私の友人
として敬意を表すことが出来て幸せです」
と、初来日のO・ヘップバーンは、ジバンシ
イ30年・華麗なモードの世界のショーのフ
ィナーレで、彼のデザインしたドレスで讃美
。二人は抱きあつた。何という美しい光景
。

ジバンシイとヘップバーン



ジバンシイとヘップバーン



市野木さんのニットの作品

市野木江充子さんとブ
ティック魔女の大里最世子さんが「ミスプリ
ング・サマーコレクション・パラレルワール
ド・ザ・カーニバル」を3月29日、北野町の
セントジョージ・ジャパンで催した。紀平真
理子さんの軽妙な司会で始まり、市野木大
里両デザイナーが、それぞれの作品を解説す
るという形式で進められた。市野木さんの作
品は、麻やシルクの上素材を使ったシンプル
でおしゃれっぽいのが魅力。組み放しのデザ
インが多く、素材で着てもらいたいといふう
市野木さんの感覚が表現されている。大里さ
んは、得意のレース使
いが今回のコレクションでひときわ目立つた。
今年は、

出た、タイトスカートとフリルブラウスの組
み合わせが新鮮で、素材はやはりデザイナー
自身が、ヨーロッパで見つけた上質のも
のが使われている。顧客にミセスが多いので
サイズは、ゆったりしたものや体型が目立た
ないデザインに工夫されていた。

★ミセスもカジュアルなお洒落に強くなつて
コットンやシワになりにくいボリュームテル
素材で夏のカジュアルファッショングが4月2



エレガントスタイルの創作発表

今年は、
21世紀への
展望をめざ
したテーマ
「MORE
DISTI
NCTIV
E」(より
個性的に)
と銘打ち、
燐熟社会へ
移行する価値観の多様性の中で、より個性的
な生活、より個性的なヘア一探る、という
姿勢。第1部はヘア・コンテストで、より基
礎的なテクニックを競う若いヘア・デザイナ
ー達の登竜門。

KBT20年のあゆみのスライド、そしてヘ
アーショーはモダンから日本の風俗まで多彩
に。シゲルヤマザキさんのゲスト出演と充実
したプログラムであった。

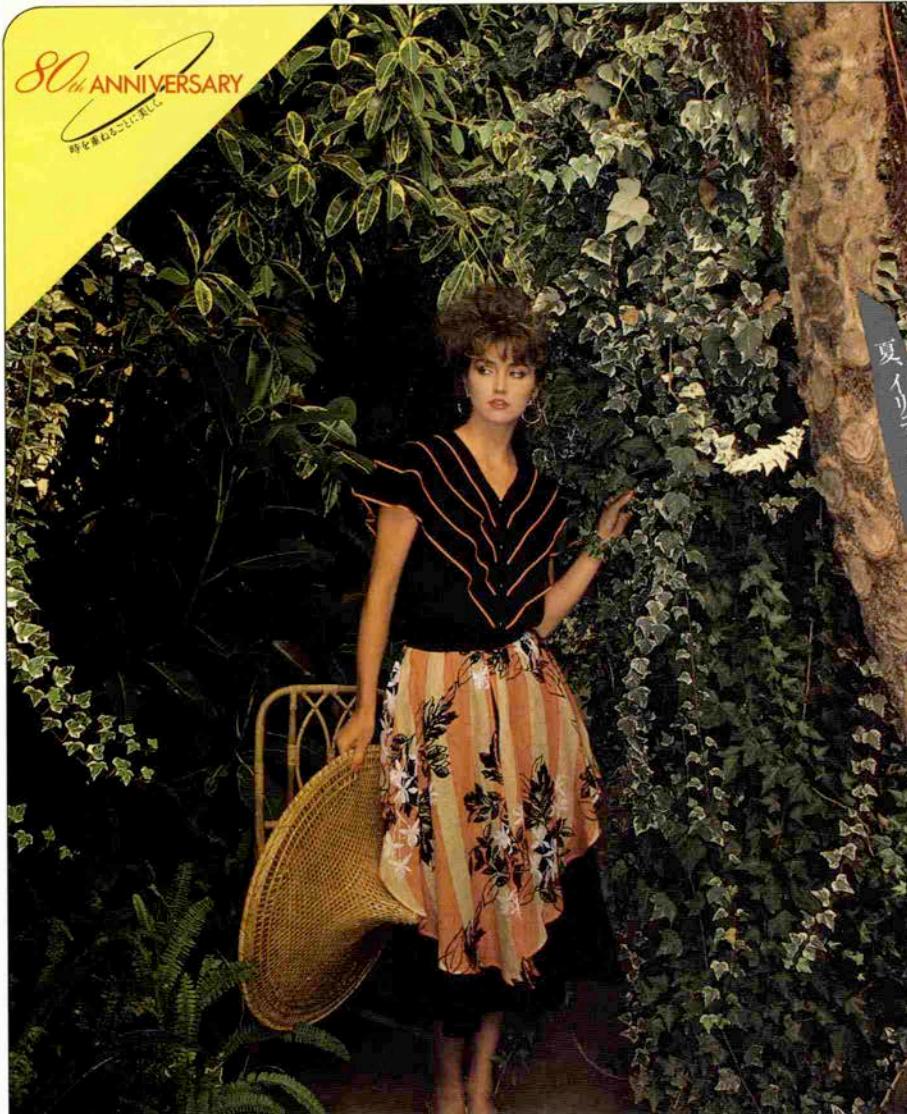


肌ざわり良いコットン

日、神戸大丸2Fでフロアーションによって
紹介された。デザイナーは、ミセスの人気の
高い花井幸子さん流行の奇をもたらしたデザ
インではなく、シンプルでひと味違った良さ
があり、着やすいのが特徴だ。ミセスがカジ
ュアルファッションをうまく着こなすための
ワンピースやスカート、30点が紹介され、司会
による、靴やストッキング、アクセサリー
等小物のコーディネイトアドバイスもあり、
観客も熱心に聞き入っていた。

80th ANNIVERSARY

時を重ねることで、美しい。



夏のひとかおる。

かすかな水の匂い。

ロープが熱い空気の中を泳ぐ。



serizawa

'83 SERIZAWA SUMMER COLLECTION

■本店 神戸市中央区三宮町3-1-8 TEL.078-331-1695 ■さんプラザ店 ■センター街店 ■さんちか店 ■メンズセリザワ KOBE・OSAKA・TOKYO・KYOTO・HIMEJI

※このシリーズはまさカラーの素敵な女性に毎月ご登場いただきます。

POETIC SCENE IN KOBE

June



桐村正子さん（高槻市在住）

この春から歯科衛生士として病院にお勤めの桐村さん。「母も“まさ”的”の服は大のお気に入り」と白い歯がのぞいた笑顔がチャーミングですね。

〈Tシャツ(ミスクロエ)￥8,500
キュロットスカート(モデスト ジュラ)￥5,900〉



POÉTIQUE

神 戸

大版

KOBE
まさ

店店店店ア店店店店

This is Kobe...



ワンピース(麻) ¥39,000



スーツ(スパンレーヨン) ¥45,000

自然素材は
小麦色の肌にも
やさしく
似合います。

〈写真の商品〉

MAISON DE TOILES



スーツ(麻綿) ¥45,000



Shinwa

ブティックシンワ(三宮センター街)

TEL. 078-321-0200, 331-3098

世界の服地(さんちかタウン)

TEL. 078-321-5254

コットンシンワ(須磨パティオ)

TEL. 078-791-0002

心のエレガンスを味と香りにこめて

■シェ・ラ・メールにしむら六月の椅子
「黒磯紅梅」。シェ・ラ・メールにしむらに朱子の帯と見まごう優雅な敷皿がお目見得しました。このあでやかな敷皿は大倉陶園のデザイナー前田一馬さんのデザインで、百木春夫社長がおすすめの食器です。「日本料理を召しあがつた時は、器が話題になるのに西洋料理では少ないので。食卓のコミュニケーションが生まれる食器を創りたい、それもメイド・イン・ジャパンを誇れるものをという願いが実ったもので、こちらの敷皿は、やや大ぶりにとの川瀬オーナーのお好みで出来上つたものです」とにこやかに話されました。美味しさのママの味』よせられた言葉は、このお店のすみずみに行きわたつた川瀬オーナーの心遣いでしょくか…。

△右から百木春夫、川瀬喜代子、前田一馬、シェフ・石川辰雄の皆さん(敬称略)



宮水COFFEEの にしむら珈琲店

- 中山手本店(中山手1丁目)
TEL. 221-1872 8:30AM~11:00PM
- 三宮店(国鉄三宮駅山側グリーンシャボービルF,2F)
TEL. 241-2777 8:00AM~11:00PM
- センター街店(三宮センター街)
TEL. 391-0669 10:00AM~10:00PM
- 芦屋店(阪神芦屋駅浜側)
TEL. 0797-31-0580 8:00AM~10:00PM
- 石屋川店(阪神石屋川駅浜側)
TEL. 841-0763 8:00AM~10:00PM



●1F会員制宮水COFFEEの C'shuras 珈琲北野店 10:00AM~11:00PM

シェ・ラ・メールにしむら

2Fフランス料理シェ・ラ・メールにしむら 11:30AM~2:00PM 5:00PM~9:30PM (オーダーストップ)
第1・3月曜休
(レストランは会員以外の方にもご利用いただけます)
〒650 神戸市中央区山本通2丁目1番20号 ☎078(242)2467

シェ・ラ・メールにしむらオリジナル敷皿「黒蒔紅椿」(大倉陶園特製)——一四六〇度の高温度で焼きあげた白磁に、漆蒔絵の技法を用いて黒地背景を作り、「ぼかし蒔」により幻想的な椿花を表現し八〇〇度にて焼付けた感、技共に類例を見ない純日本的な作品である。(解説/大倉陶園デザイナー前田一馬)





タオルインベガ・ポートピア店



タオルインベガ・元町店

SUMMER GIFT

ゆとりから生まれる
タオルファッショ



タオルファッションを語る
川村 浩子さん

最近はカラフルなタオルが増えましたから、例えばバスやトイレの壁紙とかバスマットなどとのカラーコーディネイトが楽しめますね。元々タオルは実用品で飾り物ではないので、たくさん用意をして、常に清潔なタオルを使うことが大切です。お客様が多いときには小さなタオルを幾枚も手拭きとして準備するというような心使いが生活に潤いを与えると思います。

カネボウペルエイシ-株式会社

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

★元町店

元町1番街ジェムビル1F

TEL (078) 392-0285

★ポートピア店

ポートピアホテル内

パレピアンカ1F

TEL (078) 302-2153

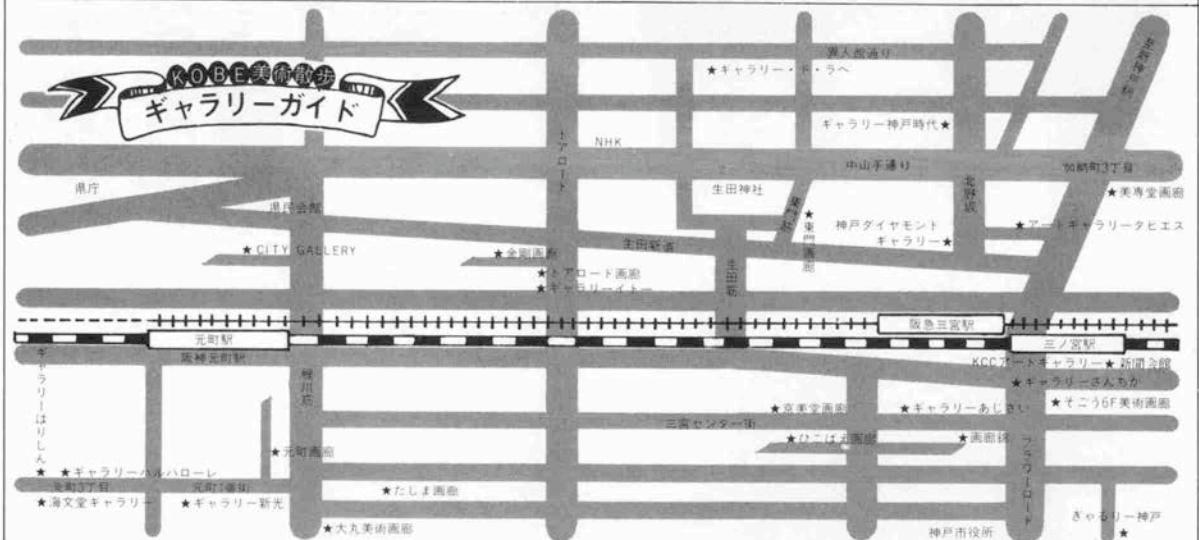
TOWEL IN Vega

お部室に個性を飾ってみませんか

店頭の「たった一枚の絵から」の看板が、訪れる人を優しく迎えてくれる。この地で既に10年。3階にあるゆったりしたスペースの画廊は各界の人に利用されています。最近の風潮を反映して、若い女性を対象とした絵も進んで取り入れ、今以上に客層を広げていこうという白井店長の意気込みが画廊全体に感じられました。



ギャラリー
PEOPLE 2
GALLERY AND
白井啓一店長 錦



画廊 葉

5月～5月 有田銘窯作家展
14～19月 親和女子大学
陶芸研究部展
21～26月 はだ工房染と
革工芸教室展
28～7月 府川晃木工展

画廊 錦

5月～5月 ローランサン祭り

神戸市中央区三宮町1丁目
6-3 (パレックス東隣)
(078) 391-4137 月曜休

ギャラリー
あじさい

13～18月 山本万司洋画展

神戸市中央区三宮町1丁目
5-30 三宮センター街
(078) 331-1721-3水曜休

SALON& GALLERY (北野坂)
神戸時代

常設展

神戸市中央区中山手通1丁目
23-10 モンシャトーコトブキ
ビル1F ☎ (078) 242-3567
喫茶(葉) 土日休・スナック(夜) 日曜休

ジョイント
ギャラリー

4/28～5/31
島本直子作品展

神戸市中央区三宮町1丁目
6-18 ジョイント3F
(078) 331-2046