

# 美と健康を創りだす街 ファッショントウン始動

## □出席者□

鬼塚 喜八郎

〈神戸ファッショントウン協議会会長  
株式会社アシックス取締役社長〉

木口 衛

〈神戸ファッショントウン協議会副会長  
株式会社ワールド取締役会長〉

田崎 俊作

〈神戸ファッショントウン協議会常任理事  
田崎真珠株式会社取締役社長〉

細川 数夫

〈神戸ファッショントウン協議会常任理事  
株式会社ジャヴァ取締役社長〉

林 雅晴

〈神戸ファッショントウン協議会会員  
株式会社シヤルレ取締役社長〉

諸岡 博熊

〈UCCコーヒーマuseum準備室室長  
「あつくば」博出展準備室室長〉

——着々と歩みをつづけるポートアイランド、ファッショントウン。2月にはジャヴァ、3月にはワールドの新社屋が完成し、さらに4月にはコスモポリタンが完成を予定されています。ファッショントウン進出の31社に加えて3社の進出も予定されており、神戸市では予定地のほかに隣接地1・3ヘクタールも組み入れる予定です。ここでもうやくファッショントウンの全体像が少しずつ姿を現わしはじめたといえます。今回はファッショントウンづくりに日常から関わっておられる方々にお集まりいただき、積極的な意見をお願いしたいと思います。

★ようやく全貌を見せはじめたファッショントウン

鬼塚 今回、ファッショントウンをとりあげることは、誠に時宜をえたテーマだと思っています。神戸が「ポートビ

アール」で世界に売らだしたポートアイランドとファッショントウンの目玉としてのファッショントウンに、ユニークなビルジャヴァ、ファッショントウン界のトップ、ワールドが加わって建物が次々とでき、洋菓子のコスモポリタンが4月には完成して、これで計7社、ユニバーシアード神戸大会までには9社が、あわせて16社が完成します。現在に至って、ようやくファッショントウンがその全貌をあらわしはじめたという観があります。今後は、ジュン、オカセン、ユーハイム、オールスタイル、キャラバン、大月真珠、モードオリオン、モロゾフ、上島珈琲、リオ横山、パール、ヤナイ、マドンナ、ジェルベ、カワノ、ナルミヤ、神戸風月堂、レモン、リッチガール、アバン、キャン、比良琥、東亜特殊電機、フジイエンタープライズ、そして、私どものアシックスが、次々と完



鬼塚喜八郎さん



田崎俊作さん



林 雅晴さん

成していくわけですが、ファッショントウンが24時間活動している街をめざすにはどうしたらよいか、大きな課題です。各社が出そろっても個々に存在するのでなく、ファッショントウンとして価値の高い、トータルのユニークなライフスタイルを完成することが街づくりのコンセプトだと思います。ファッショントウンの周辺には、人々が生活できるスペースがあり、青い海に囲まれ、緑も多く、夢のあふれる街になっていくと想像すると、人々の知恵と力をあわせた街づくりは本当に楽しいものだなあと実感しています。今日はお集まりの方々に、各社の建物のプランからお話をお伺いしたいと思います。

木口 私どものビルは、おかげ様で3月1日にオープンできましたが、最初のプランとどんどん変わってきて、実際にできてみて、私自身びっくりしているところもあるんです。ファッションのワールドが作る建物だからと

木口 衛さん

いうので、待にみなさんの期待をうらぎらないようにと願っていましたので、完成してほしかった気分です。ファッション都市神戸にふさわしく、他都市から来られた人が、ポートアイランドへ来て、「これがファッショントウンか」と感激してもらえるように、一種の使命感を感じていましたね。それに場所からワールドは市民広場に面しているので広場全体の雰囲気をごわさないようにとも考えました。

鬼塚 ワールドは今や高さでは神戸一のビルになりましたね。確か地上117メートル、ポートピアホテルよりも6メートル高い。26階のレストラン&バー「ヴィアンヴィ」から見た眺めも、また神戸一です。そして、ジャヴァと並んでちょうどファッショントウンの玄関にあたる場所にあり、これが早い時期にそろうて完成したことは嬉しいかぎりです。それに、駅からだど雨が降っても

細川数夫さん

諸岡博雄さん



傘をささずに行ける、これは誰にとっても素晴らしいことですよ(笑)、木口さん、細川さん、本当にいいものを作ってくださいましたね。

田崎 真珠業界はまだ100年も経たない新しい業界です。かつては、真珠といえればありがたいことにお客さんの方から買いにきてくださる。いわば、宣伝をしないで家の応接間で商売ができる性質のものでした。しかし、歴史は浅いといっても、ここ15年ほどの間にずいぶんと変わりました。ファッション産業の隆盛とともに、真珠が普及して日常生活の中に自然な形で溶け込んでいくにつれ、私たちが従来の感覚でいたのでは一般の人々に立ち遅れてしまう。つまり、古い感覚を捨て、どしどし新鮮な感覚をとり入れていかなければなりません。これは当然のことなのですが、昨年11月に完成した新社屋がようやくこの思いを実現させた第一歩と考えています。

実際、真珠業界では2世、3世たち若手による活躍にも非常にめざましいものがあり、つい先月も「真珠の街神戸」を考えるプロジェクト会議が、月刊神戸っ子のブルーメール賞ファッション部門を受賞したばかりです。やはり、常に新しい感覚を磨き続けることは難しいことだが、とても大切なことだと思っています。

新社屋では、1階と2階をギャラリーにして、ネックレスやイヤリング、ブローチ、指輪などあらゆる真珠を見ることができるようになりました。2階には演劇や講演会、コンサートやパーティなどができる多目的ホール、茶室など、3階のマリン・ホールは真珠ができるまでの過程を映画や実演などによってわかりやすく理解できるようにと工夫されています。

林 シャルレの新社屋は昨年9月に完成して、約6カ月が経ちましたが、ご存知のように珍しい建物だというのでテレビ会社でも撮影させてほしいとか、よく言われるんです。私どもでも多目的ホールを作りましたが、これをどう運営していくかは、今後、試行錯誤を重ねていくつもりです。建物内では、マルチビジョンの映像を常に

流して、下着の歴史や資料、さらには正しい下着のつけ方など、一般の人たちにわかりやすく楽しめる仕掛けづくりを考えています。それから最近、非常に目につくのは、若いカップルたちが公園のような雰囲気ファッショントウンへ来ていることですね。これはとてもいい傾向だと喜んでいますが、シャルレビルは建築上、四方をがガラス貼りされていて、外からは中が見えないんです。ところが、夕方になって気がついてみると、ビルの周囲いっぱいにはアベックがずらりと並んでいるんです(笑)。どこか、よそへ行けとも言えませんか(笑)。

細川 ジャヴァは結果的には、ファッショントウンの玄関に位置することになり、木口会長のワールドとは格が違いますので、精一杯頑張ったというのが正直なところです。当初、ファッショントウンがファッション関連の間屋の町にならないようにと努めてきました。市民広場の方では、社員も食事に困るので、1階をレストランにして、12階を社員用の喫茶・食堂室にしています。1階のレストランは専門業者にテナントとしてまかせていますが、値段が高く感じたらお客はこないと思いますねまだ始まったばかりで、これからが大切と考えています鬼塚 食事にしてもよそへ行くよりも、ジャヴァやワールドのレストランの方が安くてうまい、となればみんなが行くようになるでしょう。だから、レストランの方が安くてうまい、となればみんなが行くようになるでしょう。だから、レストランもどんどん増えて、それぞれが味と値段で競いあうようになれば素晴らしいですよ。

林 私のところでは社員が食事できないんですよ。

細川 それなら、大いに食べに来てほしいですね。

★ニューメディアも応用、美と健康をつくりだす街に鬼塚 今の計画では、上島珈琲、オカセン、コスモポリタン、神戸風月堂、東亜特殊電機、ユーハイム、フジエンタープライズ、ダイエー、三井不動産、三菱地所など、現在ある4社に加えて16社がそれぞれの個性をもつ

た喫茶レストランを作る予定です。市民に開放して喜んで使ってもらえるグラントベルのブリックなスペースづくりは重要です。特に多目的ホールの重要性は欠かせません。ワールドが縦に伸びるビルから、アシックスは横に広がるビルを建て、真中を空洞にして、そこにテニスやバレーコートを考えています。これを今のところ「アトリウム」と呼んでいます。単にスポーツを楽しむにとどまらず、15000〜20000人位を収容できて、集会やコンサート、演劇など色んな要素を兼ねそなえたものを夢みているんです。

ファッショントウンに進出する業種を見て、アパレルあり、お菓子やコーヒーがあり、真珠があり、ファンデーションや東亜特殊電機のような音響メーカーがあつて多彩な楽しさが期待できます。東亜特殊電機では貸スタジオをアマチュアミュージシャンたちに一般開放するし、パブ的なスペースを用意して、お酒を出すところもあります。小劇場を予定しているのは神戸風月堂ですが、元町で成功している落語の寄席をやたら面白いですね。田崎ビルのホールは演劇やファッションショーにも使えますし。

田崎 ホールはエスパス・メディアとして作りしました。収容人数は5000人位までですね。

鬼塚 シャルレのホールは何人位収容できますか。

林 250名です。競り上げの舞台をすえつけてファッションショーができるようにプランニングしています。

諸岡 各社が喫茶やレストラン、ホールなどの一般解放施設をもつことは大切です。また「神戸トータルファッションフェア」などのイベントで爆発するだけでなく、ファッショントウンでは知的な快い興奮をもたらすような、いわば内部にためる部分をもつことを見落してはいけないと思うのです。ファッショントウンは美をつくる街、美をうみだす一方で、これを集めた所、いわば美術館や博物館がほしいですね。食べ物があり、ホールがあり、美術館があるという点をベースに展開していきたい

ものです。

鬼塚 美と健康をつくりだす街、ファッショントウンですね。

田崎 それにファッショントウンには、ハイテクノロジー時代にマッチしたニューメディアを応用したいですね。

木口 三井不動産の神戸パークシティができつつありますが、その一階をファッション関連事業に貸す方針ですが、若く、将来性にあふれた集団や個人など、どんなユニークなところを誘致してほしいですね。ファッショントウン全体としての協力体制はぜひとも必要です。

細川 企業というものは常に採算ベースを考えます。進出してトクがソクかということ。どこでもいいから貸すというのでは、ファッショントウンの夢を切り崩していく危険性があります。この点についてはファッショントウン進出各社が自社ばかりでなく、それぞれ協力しあつて慎重にやりたいですね。

田崎 両者が相乗効果をもたらす方向づけが大切ですね。木口 小さくても優秀な企業が入ってほしいものです。

#### ★人材育成のためのファッション大学の実現を

鬼塚 京阪神三都によるファッションマンズが昨年行なわれましたが、ファッションはきれいごとだけではできないということを感じました。宮岡助役は、夜になると一杯飲み屋の横町がファッショントウンの一部にあつてもいいんじゃないか、と話してました。街の24時間活性化を考えると、ホテルで最低1万5千円の部屋しかない点はどうにも無理がある。これでは若者は集まらないですよ。2千円や3千円のお金があれば十分楽しめる町があつてはじめて若者が集まるのです。特に若いクリエイターたち。カメラマンや雑誌社の編集者、デザイナー、アーチスト、ファッションモデルたちを対象としたソフトラッチオフィスビルをぜひ実現したいですね。

諸岡 三井不動産の神戸パークシティや三菱地所のボー

トピアプラザは、その意図で建設が進められています。神戸パークシティは先日、第一期A棟が竣工したばかりです。これからが期待されますね。

木口 私は、ファッショントウンを若者の集まりやすい街にするには、タウン全体にとつての界限の雰囲気づくりも不可欠だと思うのです。たとえば、街並にネオンのようなソフトなものがあってもいい。

諸岡 民間の各社がそれぞれ知恵と企業力を結集して頑張っているわけですから、行政サイドでももう少し柔軟性をもってほしいですね。

鬼塚 さらに、今後の大きな課題に、人材育成センターをどうつくっていくかという点があります。ファッション大学として公的な機関で人材を育成していきたい。宮崎市長もこの点については将来のプランをおもちのようです。行政サイドに要請していく一方で、業界をあげてこれを推し進めたいですね。

田崎 学校とは異なりますが、彫金デザインなどの教室として募集すると希望者は大変多いですね。教室でぬきんでた人は採用するというと大変な人気です。それだけ一般の人たちの潜在的な就学人口は多い、といえます。細川 ファッション大学の問題はそう簡単にはいかないと思います。第一に大学運営としてベイするまでは実際大変なものいりだし、ファッション業界もどこまでバックアップできるのか、慎重に考えないといけない。

木口 先日、ある大学が神戸にファッション大学をつくりたいと相談にきました。神戸市の方でもやることには賛成だけでも具体案がないんですよ。その大学はやはり学校・ベースでファッション大学を考えていて、業界と

はずいぶんギャップがあることに気がつきましたね。田崎 今まで芸大の存在がファッション関連の人材を支えていました。ファッション大学はこれとは違うもので、もっと存在価値を明確にすべきです。しかし、これは業界と直接的な結びつきをどこまでもたせるかという点で大いに変わってくる問題でしょう。一口にファッシ

ョン大学といってもその位置付けは大変難しい。鬼塚 神戸市も業界も一丸となつて、はじめてできるところですね。

細川 神戸市としては土地の提供が望める程度でしよう。4年制として1学年に400人、あわせて1600人を学ばせるには2万坪の土地が必要です。西神ニータウンの学園都市構想がありますが、大学をつくるとなると文部省の許可も必要ですから、そうゆつくりと構えてはられませんよ。早く青写真をつくることです。

諸岡 ニューヨークのファッション・インスティテュート・オブ・テクノロジー(F・I・T)がモデルになりますね。

田崎 大学の建物だけでなく教師を住まわせる住居も必要でしょう。大学の認可をえるとき、学長と土地、さらに100億の金がいります。現実的な面も一緒に考えなくてはいいですね。

木口 学校経営者は往々にして理想に燃えることが多いし、ソフトを生み出すクリエイティブな人たちをどこまで送り出すことができるか、確かに一つ一つを慎重に積みあげてプランニングする必要がありますね。

諸岡 学生の大学への進学者数は、昭和65年位までは伸びますが、それ以降は学生数が減少していきます。これは日本全体の現象です。

細川 どこかスペシャリストに委託して協力をあおぐことも考えられますね。

鬼塚 神戸だからこそ、ファッショントウンが実現しつつある。そこにファッション関連の業種が集まり、街づくりが進む一方で、人材育成という問題は、21世紀へ向けて欠かすことのできない大きな課題です。業界はもちろん、市や一般の人々の知恵をいただいて着実に実現していきたいと考えています。

(田崎真珠本社応接間にて)

田崎真珠株式会社

取締役社長 田崎 俊作  
神戸市中央区港島中町 6-3-2  
TEL (078) 302-3321

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

代表取締役会長 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



＜特集＞

# 21世紀へはばたく ファッション都市神戸の展望

★ファッション都市づくりへの100人の提言——

神戸市がファッション都市づくりをめざして10年を経過しました。そこで小誌では、10年をこえたファッション都市神戸の現状と展望を各界一〇〇名の方々へのアンケートというかたちで構成いたしました。

## 1 アンケート項目

1 ファッション都市づくりは、神戸の経済・文化面の活性化にどのような成果をもたらしたでしょうか。

2 ファッションタウン進出への抱負や期待することなど。

3 「MADE IN KOBE」のファッションを全国、全世界により強くアピールするためには、今後どのようなもの（ハード・ソフト両面）が必要でしょうか。

4 今後とも世界に開かれたファッション都市として発展していくため、いろいろな角度からの御提言をお願いいたします。



★センスに富んだ  
美しい街神戸

川上 勉

△オールスタイル株式社長

神戸の街は街中に公園があるのではなく、公園の中に街がある。こんな街づくりをめざしている。

今年になって二回、宮崎市長がこうお話しされるのをお聞きした。人間環境都市プラス文化都市イコールファッション都市。十年余り

前の夢の大目標が今ポートアイランドファッションタウンづくり進展と共に豊かに花開きつつある

★美を創り出すまち  
で楽しい会合を

上島 達司

△上島珈琲株式会社代表取締役社長



ファッションタウン進出企業の建物内には、美術館、博物館等が備

わり、まち全体に「美を創り出す」雰囲気をつたえている。アパレルだけでなく、新しいライフス

タイル関連がすべてファッションである姿を世界の人々に知らせたい。そのために、みせる、みられる各種の趣ある会合やイベント

をどんどん開催したいものである



★遊びの精神をいか  
した街づくり

下村 光治

△神戸風月堂社長

ファッションタウンを、人々が気軽にしかけたくなる街にするには、人間の本音に訴える、遊びの楽しさがなければならぬ。きれいいごとだけでは、いきいきとして人は集まってこない。風月堂としては、自分がしてほしいことを、お客さまにしてあげよう、遊びの精神をいかした、真に魅力ある街づくりを心がけた。

★夢のある街神戸

河本 春男

△株式会社ユハイム社長



ファッション都市で他に先がけたことは、大きく神戸の発展に役

立った。ポートアイランドの存在が神戸全体を世界にアピールする

よう、楽しく明るいタウン造りをしたい。電柱の無い街、お客様が美しく見える街であるような遊びのある町角や美しい舗道を考案されたい。近い将来空港が出来ること

が、世界の神戸となる絶対条件だ。



★統合芸術大学の建設を  
松岡 賢蔵  
△株式会社  
パール社長



★いま、神戸発のヌーベルバーグ  
浅井 義一  
△株式会社モッド・オリオン社長

山と海に囲まれた国際都市神戸は、その天然の恵みを生かして山をひらき海に人工島を：ロマンチックでいて現実的、ともかく明るい活気に満ちている街である。そのシンボルとも言えるポートアイランドに生まれるファッショントウンには若者があふれ、21世紀に向けて新しい文化の波を創造し発展させていくであろう。



★ファッショントウン進出への抱負  
巴田 勝己  
△株式会社  
ジェルベ社長

当社にとってタウン進出の持つ意味は非常に大きいものである。現実的には、初の自社ビル建設である。それだけに未来へのジェルベ発展のための一つの大きな契機であることはもちろんだが、神戸

市及びKFTの、タウン建設の主旨に基き、進出企業としてそれに相応しい取り組み方で進みたい。



★人々の都市ポートアイランド  
藤井 務  
△株式会社  
ヨシキョウ社長

海と山、緑とファッション、21世紀の人々の集いの街として発想の豊かさや理念のすばらしさは他に例がない。参加企業も62年をめざし着実に進展されつつある。高層の現代建築を中心に情緒あるファッションアベニュー。自然と感性と利用の交差する中に情景の美を感じ、母なる神戸との相関性と共に生れ育つであろう。



★人間性あふれる街づくりを望む  
中谷 太郎  
△東亜特殊電機株式会社  
代表取締役社長

コウベ、といえは豊かな自然と開けた海を合わせ持ち、進取の精神にあふれた若い街、そしてなによりもグローバルでファッショナルな街、といったイメージがある。この固有イメージを大切にしながら、21世紀へ向けてニューライフスタイルを創造するため、豊かさ、楽しさ、暖かさなど「人間性あふれる街づくり」を期待する



★総合力を発揮して世界への広がりを  
坂野 惇子  
△株式会社ファミリア  
代表取締役副社長

ファッション都市・神戸をさらに発展させるため、業界の総合力

を発揮したイベントをもち、それが国際的に認知されたものでありたいと思います。その意味で今秋開かれる神戸トータル・ファッション・フェアの成功を期待しています。また、六甲山という恵まれた後背地の自然を生かして、観光面でも世界へ広げたいものです。



★コンパクトな神戸の環境を生かして  
三浦 幸衛  
△株式会社モッド・リン  
代表取締役

神戸はポートアイランドを中心にファッション都市として発展するの恵まれた環境を持つ。それを生かして、世界の著名なデザイナーを招いたり、神戸独自のファッションをPRするグローバルなフェアを恒例化し、世界中の関心を集めるべきだ。また、ニューヨークのF.I.T.に匹敵するファッション大学の設立を強く希望する。



★神戸の匂いがするファッションを  
杉田 良昭  
△株式会社エンパイア  
代表取締役社長

パリにはパリの、ミラノにはミラノの匂いのするファッションがあるように、神戸には神戸の匂いがするファッションが育つべきですね。多様なファッション産業の中のニットという部門を担っていますが、神戸のカラーをうち出せるニットを生み出していきたいものです。神戸が世界からの集まるファッション都市に成長するためにも…。



★人材育成の組織作りを  
柿本 雅司

△KFS会長・仲和  
スタイル専務V



★ファッション都市  
清水 博正

△ボニールランヂェリ  
代表取締役V

行政と企業とが一体となつて組織的な人材育成に取り組むべきです。ファッション都市の発展の条件

官民一体化の中であらゆるファッション産業に関する人材育成がまず第一とし、FTWの宣伝と様々のイベントを常に催す必要ありまた各企業に於てはユニークでファッショナブルな商品の開発に専念しKOBEMADEのファッションをうみだす。



★個性ある街並こそ  
「コウベシティ」  
上田 順一

△株式会社オックスフ  
△ID社社長V

神戸生まれの私にとって、神戸は魅力溢れる都市であり、世界的なファッションタウンでしょう。最近、街のビル化が目立ち、小味をモットーとする街並みがくずされてきつつあるのが残念なんです。



★神戸の発展は官民  
協力で！  
松谷富士男

△婦人服飾小売業社長V

路上までに渡る販売、ビルの高層化などを制限し、また「元町の復活・北野界隈の発展」で神戸ファッションを育ててほしいものです。ファッション都市宣言は神戸という土壌をより明確にし、経済界文化人たちをより勇気づけたことと思います。ファッションタウンの造成もさることながら、大手民間企業の誘地に本腰をいれ経済に活力を与えるために官民ともに協力を惜んではならない。「メロディンコーベ」は神戸のもつマリナな感覚を強力に打出すべきと思う。



★神戸のまちにケ  
ブルカーを  
芹澤 豊男

△興業株式会社社長V  
代表取締役社長V

北野と建設が進められているメリケンパークを結ぶ路線に、ケブルカーを走らせようという運動がJCの手によってなされていると聞く。緑の街路樹・ガス灯・坂道・れんがの舗道・モダンな街並みにクラシックなケブルカーが映えない筈がない。世界に開くファッション都市づくりのため、早期の実現を期待するものである。



★ファッション都市  
として発展してい  
くために  
秋澤 三夫

△株式会社大丸  
取締役店長V

ファッションとは情報であると

もいわれております。そのためにまず各国各業界の情報交流の場、即ち情報基地となるような「ファッションセンター」またニューヨークのファッション工科大学のような次代を荷なう人材を養成する学校、更に情報の発信となる出版等、ソフト面での充実が必要なのではないでしょうか。



★民間の頭張りが  
まず先決  
芦原 博之

△サノヘ社長V

ファッション都市神戸は、何も今に始つたことではない。昔から港を通して神戸には海外のファッションが入って来た。永年の蓄積があつて現在の神戸があるわけだ行政がファッション都市神戸をつくつたのではなく、われわれ民間の頭張りがファッション都市をつくるのだ。行政に頼つては、理想的な町づくりは出来ない。



★神戸の定着人口を  
いかに増やすか  
安達 昭三

△フナキヤ社長V

われわれ専門店の立場からいうと、消費人口が減るのが一番の不安だが、最近の神戸はその傾向にある。とくにドーナツ化現象が目立つ。神戸の中心地に、ナウい感覚をもった人が定着すること、神戸に定着する人口を増やすこと、これが神戸の活性化に不可欠の条件だ。専門店も頑張らないといけないが、行政側の対応も望みたい。



★生活に定着した  
ファッションを  
前田 新蔵  
△デイト株式会社  
社長

三つ提案をしたい。まず、大阪の商圏に対抗するためにはセンター街の育成しか方法がない。二つ目に、ファッションは今や空から入ってくる。神戸沖空港がぜひ必要。それが難しいなら泉南沖空港との画期的なアクセスを考えないといけない。三つ目は、市民の間層に根づく地に足のついたファッションをめざすということだ。



★基本は  
“人づくり”から  
植村 孝一  
△MAC社長



★世界が「神戸」に追  
求するものは何か  
岡田 巖  
△アダムG（デザイン）  
社長

世界への発展性を望むとき、世界の人々は「神戸」に何を求めるかという逆志向的発想が必要である。ファッショントウンにスマートな専門店の街並を作り創意工夫をこらし現在と未来のため力強い土壌

をつくるべきである。衣服はその人の心の発見であり、個人の欲求がショッピング街をつくるものと思う。「成人神戸」を期待する。



★オートクチュールの  
真価を  
堀本 恵子  
△ラ・モード  
オーナー

アパレルメーカーの創り出す神戸のファッションは全く方向の異なった分野で仕事をしているわけですが、阪令、関西にオートクチュールの店が一軒も無くなっても続けていく自信はあります。近頃は服が目立ちすぎて、着る人の個性が失なわれています。私の使命は、飽きのこない品の良い服を作り続けていくことです。



★まずその年の  
カラーを打ち出す  
砂川 松枝  
△デザインナー

パリはいつ行つても、街全体がその年打出されたカラーで統一され強烈な印象を受けます。神戸が今後国際的に成長することを望むなら先ず毎年の流行色を打出し、街全体のウィンドウが統一されその色を駆使したユニークな発想がデザインされて、外部にアピールされなければファッショントウンの個性的な発展には繋がらない。



★ドレスアップでき  
る場所が欲しい  
大島 智恵  
△ベニー毛皮店  
金調室長

経済面はさておき文化面におい

て何らかの発展があったかどうか疑問である。ファッショントウンを唱うなら、それなりの環境作りがほしい。確かに神戸の女性はステキな人が多いが、飛びつきりというのがない。最高にドレスアップして似合う場所も、似合う男性もいないというのは淋しいばかり。パリのオペラ座位欲しいもの。



★三つの提言  
森本 泰好  
△神戸地下街  
専務取締役



★世界に開かれた  
神戸への希望  
鳥越 哲  
△株式会社神戸眼鏡院  
専務取締役

空港問題の早期実現が最重要な事項であることは疑い余地がない神戸にはすでに完成された優秀なファッションメーカー等が存在しそれを国内にとどまらず海外に知れわたる機能が出来れば自然に文字通りの国際ファッショントウンが進展すると思う。人と情報、国際的交流の土台が近い将来現実のものとなるのを熱望する。



★神戸まつりは  
夜十時迄に復活を

永田良一郎

△永田良介商店社長V

フアツシヨン都市神戸も11年目だが、市民全体に浸透しているのだろうか。若い人々にアビールしていないのではない。シラケの世代にどううけとめられているか下からの若い市民のエネルギーをどうこの街づくりに燃焼させるかが課題だ。生活文化の豊かな街というなら神戸まつりも、せめて夜十時迄に復活させてほしい。



★フアツシヨンタウンへ期待すること

吉田 俊夫

△メーブル代表取締役V

フアツシヨンタウン完成も間近く、神戸の新しい都市が誕生しようとしています。フアツシヨンといえば「バリ」、「バリ」といえば森、丘、川、塔、パンのイメージがある様に、神戸では山と海と異人館がマツチした個性あふれるフアツシヨンを創り出し、全国の人々の心をとらえるフアツシヨンタウンに展開する事を期待します。

★市民生活を

基盤と

福井 敏了

△株式会社江戸屋家具店社長V

「フアツシヨン」その根底にあるものは、人間が本能的にもつ美意識から出てくる処の創造性にあると思います。自己をどの様に表現するか、その為の装飾であり、住い方であり、住環境であらうかと



★フアツシヨンの神戸に望む

杉浦 重敏

△株式会社ミキモト取締役社長V

神戸という一般には嘗ての国際貿易港、関西大都市の中では最も近代的都市として印象づけられている。これからフアツシヨンタウン神戸として発展するためには①上述のようなイメージをより強く打出してゆく。②新神戸駅周辺もフアツシヨンタウンらしい雰囲気がある。③三宮商店街も清潔とセンスのある街にしてほしい。



★横の連携  
密に

檀野 良二

△金子真珠店常務取締役V

開港以来、人との出逢いを大切に、新しいものでも良いものならこばまないという合理主義でクールな眼をもち「流行」即「右向け右」の方程式が通用しない街、神戸。情報過多の今日、神戸の持つ雰囲気大切にしながら真珠業界もフアツシヨン各業界との横の連けいを密に世界的フアツシヨン都市として成長していきたい。

★フアツシヨンの

発展への提言

森 隆

△森真珠株式会社代表取締役V

ポートアイランドがフアツシヨ

ンタウンとして誕生することは、国際都市神戸にとって誠に喜ばしいことです。これにより一層の活性化が図れるものと思います。一つ提案させていただければ欧米のフアツシヨン情報の収集機関を作り各フアツシヨン企業に情報の提供、予測、啓蒙をおこなってほしいかがでしょうか。



★シャレたフアツシヨンの

木下 章夫

△木下真珠株式会社社長V

フアツシヨンのデザインについて一言。町並みや建物のデザインをフアツシヨンのデザインにしたい。自然と人が行きたくなるような雰囲気をつくるのが大切。押しつけがましいのではなく、アットホームでシャレしていて、しかも永続性のあるものが望ましい。今までの神戸のよさの上に、さらに新しいものを積み上げて欲しい。



★真珠の街神戸から  
世界中の人々へ

高橋 洋三  
△「真珠の街神戸」を考えるプロジェクト会議代表V

神戸が他所には真似の出来ない様なフアツシヨンの都市になる為にも、神戸という都市の、国際性を最大限に活用すべきではないでしょうか。毎年多くの人々が、世界中からパールのシティ・コウベにやってきました。彼等を通じて、全世界の人々に、真珠の夢とロマンと幸せを送り出してゆく事こそ、我々の使命だと考えているのです。



★店づくりの再検討のとき  
大谷 靖幸  
△元町地区PR委員会  
企画委員長

フアツション都市・神戸の素晴らしいイメージを外向きにPRすることは、ポートピア'81で成功した。今後の課題は、内部の充実である。具体的には、元町や三宮の商店街の各店が、どんな店づくりを将来にむけて展開すべきかを再検討すべき時期にきている。そういう意味でこれからがフアツション都市神戸の本当のスタートだと思う。



★外人の眼から見た国際都市づくりを  
島田 誠  
△元町の文化と伝統を守る会事務局長

フアツション都市プラスコンベンション都市が、神戸の今後の行き方だ。つまり、世界に開かれた神戸ということだが、外国人からよく聞くことは、駅構内やストリート表示に英文がなくて分りにくいということだ。われわれのサイドだけではなく、外からの眼で見た国際都市づくりを考えて行かないといけないだろうと思う。



★フアツション都市の中のトアロード  
河南 忠義  
△トアロード商店街  
昭和会会長

神戸フアツション：くだけてハイカラ神戸気だつてエキゾチック神戸。我々神戸っ子や街のこもし出す雰囲気は神戸フアツションを創り出している。異人館、外国倶楽部からメリケンパークへ通ずるゆ

るやかな街トアロード。これこそエキゾチック、ハイカラな神戸ではないか。わが街もフアツション都市完成のため頑張ります。



★「青い目を持った神戸っ子」に  
三浦 明定  
△北野商業連合  
会長

フアツション都市神戸が、神戸ブランドが何時の日かナショナルブランドとして発展して行く時「もの創り」に外人的ものの発想や思考が欲しい、彼等の生活心情や生活感覚には優等生の日本人にないものを大切に行っている事が多い。目のちばしったレッドアイと評されない、黒髪の中のユニークな眼を持った神戸っ子に。



★フアツションタウンに期待すること  
山本 芳文  
△ジョイント三宮店  
店長

フアツションタウンが中心となつて、国際規模のショウ、展示会等を実施し、国内国際交流を計り、それを通して「フアツション都市神戸」を発展させていくことを期待する。私たちジョイント三宮もフアツションタウンで生れたものをより多くのお客へ伝達するパイプ役として「フアツション都市神戸」の発展に寄与したい。



★フアツションタウンへの期待  
荒津 正美  
△株式会社神港ドレ  
社長

フアツションタウンの完成は数

多くの市民が楽しみにしています。が、今後の課題は、その設備が市民にどの様に利用出来るかです。低料金での開放、企業はもとよりサークル等での利用、フアツション研究所の設置、ファミリーでの休日のプロムナード。楽しみの中での感性豊かな人づくり、ものづくりの街を望み、期待したい。



★人材育成のための研究所設立を  
西条 幹男  
△洋裁店 自営

時代を先取りして、消費者が、高度な技術、素材を求める昨今、KFSが提言している、人材育成のフアツション研究所設立を、重ねてお願いしたい。また若い人達の作品発表の出来るギャラリ的な場所があれば、今後の勉強の励みになり、地方から人材が、神戸に集り、作る側と、バイヤー、消費者、三者の出合の場所がほしい。



★フアツションタウンへ期待すること  
清谷 泰夫  
△パブリッシュズ社長

フアツションの今後のあり方としては、ただ単に中央の文化や風俗を取り入れることだけでなく、そういうものを受け入れる状況、環境作りから始まると思う。そして港町独特の新しい物好きの精神をクリエイティブの場面に生かし、その状況の中から、新文化を形成する人材を、いかにして作りあげることが出来るかが課題です。



★文化のアップが何よりも必要  
浅木 幸雄  
△北野クラブ社長▽

ファッション都市としてさらに神戸が発展して行くための条件として、ファッションをつくり出すメーカーの他に、卸や輸出を扱う機能的な物流基地、買いやすいショッピング街が必要です。それをトータルに支えるのが高度な文化ですが、食文化を含めて、文化をアップすることがファッション性を高めることになると思います。



★大人が感じる絵になる神戸に  
川瀬喜代子  
△にしむら珈琲店オーナー▽

宮珈琲の店づくりを、いつも神戸らしさを漂わせた絵になる風景にと心がけています。神戸に住む人々が、文化に対しても、街づくりに対しても、根強く育んで頑張ろうという心がけが何より大切ではないでしょうか。ボーアイへ行くたびに素晴らしい神戸の成長を感じますが、さらに空港実現への努力が飛躍への道だと思います。



★モードからファッションへ  
蟻田 尚邦  
△舘安リ・シャルパンティエ代表取締役▽

「港町」から「ファッション都市」へと看板がつけかえられ、神戸はファッション・パイオニアとしての自負心がすぐれたが、今後はそれにとどまらず、神戸人は衣食住に關して、徒らに時流に迎合

せず、文化面でさらに充実を図るべきだろう。それによって、神戸独自のモードをファッションに開花させることができる。



★ハードは日本一ソフトの街創りを  
福富 芳美  
△神戸ドレスメーカー学院長▽

ファッショントウンの林立しはじめたビル。ハードの面では日本一のファッション都市になりつつあると思います。が、只一つ足りないことは人間が歩いていないこと。セクター街や北野町のように自然に生れて行くプロムナードのようなソフト面を、意識的に創って、歩いて楽しめる街にして行く、もつとすてきになるでしょう。



★「コウベコレクシヨン」開催  
米谷 玲子  
△神戸服装専門学校校長▽

「メイド イン コウベ」を実現するために、東京コレクションを一つの模範として年二回定期的な「コウベコレクシヨン」を発表することが望ましい。この場に既成デザイナーの参加や新人デザイナーを企業がサポートする方法などを導入して研を競い合い、市の行政も積極的にイベントの後援に乗り出すことが理想的である。



★「美しい神戸」は市民の意識から  
中島 正義  
△ニッケショールーム・オーダーサロン▽

ファッション都市づくりとはい

うが、どうも外見の整備ばかりで市民への意識の浸透には今一步の感がある。道路上のゴミや吸い殻なども目につく。以前、水道筋商店街が、歩きタバコをやめようという運動をやって成果を上げた。世界へアピールする美しい神戸をつくるためには、市民一人ひとりが、まず意識を変えることだ。



★民間と行政との同時進行を  
田中 謙司  
△神戸服デザイン校▽

ファッション都市神戸のイメージを人々がふくらませているならば次には、神戸スタイルとでもいうひとつの本物を全国に打ち出していつてほしい。ポートアイランド方面の開発もいいが、神戸の玄関口になる神戸駅周辺、あるいは過疎化されつつある兵庫方面の復興、ファッション産業の好影響を願望する。



★トータルファッシオンを磨く街神戸  
山田 富紗子  
△デザイナー▽

大人の女性のための洗練されたもの、良質の素材・優れた技術など As You like (お好きなように) 着る人のあらゆるTPOを美しく結ぶ。また住む家や着て行く場所をも考えるなどのトータルファッションをクリエイティブして行く事が、神戸の街のために大切だと思います。



★フアッションは  
KOBEBE!!  
藤本ハルミ  
△デザイナーV

世界に開かれたフアッション都市KOBEBEとして、名実共に存在してゆくためには、日本、世界を問わず、クリエイティブな催しを全部KOBEBEで発表できるような環境と協力体制をつくることが第一です。オートクチュール、アパレルを問わず生活全体のフアッションを、二番煎じではなくKOBEBEで世界に送りたいものです。



★フアッションは人  
と人との交流から  
大西 節子  
△株式会社大丸神戸店  
服飾デザイナーV

私は、衣服を作り、自分の作品として発表を始めて10年になる。昨年、ある真珠会社のバイヤーが、このショーの服はパールと一語にヨーロッパに輸入が出来る、とイタリイ人らしい拍手を送ってくれた。フアッションは、人の集る所に生れ社会経済と共に土地の文化として発展する。国境を越えた場「ユニバーシアード」に期待する。



★MADEINKO  
BEに期待して、  
大里最世子  
△ブティック魔女・デ  
ザイナーV

神戸で創る全ての神戸らしきもの、例えば婦人服、子供服、お菓子、パン、ケミカルシューズ、家具などを一堂の会場に集めての神戸フアッションウィークを一週間春秋に必ず毎年開催して、その催



★世界にPRできる  
見本市を神戸で  
市之木江充子  
△ニットデザイナーV

フランスのバリなどでいつでもよくみられる光景ですが、総合プロデュースを設けたトータルフアッションの見本市などを開いて、「メイドインコウベ」を人々にうつけてほしいです。また神戸の街に、多くの人々が集まって来て朝まで語り明かすような「場」があるべきです。健康的な社交場は街の活性化にもつながるのでは。



★個性のある神戸の  
フアッション  
藤井美智子  
△服飾デザイナーV

神戸は、世界のフアッションの流行をいち早く吸収する、国際感覚あふれる町である。この利点を生かし、神戸の町独特の日本の風味をブレンドすることにより、神戸なりの味を出すことが肝要であると思われる。益々、優秀な人材を育て、神戸の個性あるフアッション作りを強化し、世界の注目を集める存在になるべきだと思う。



★神戸デザインのブ  
ランド化をはかれ  
板東 慧  
△(株)生活文化研究  
所長V

生活用具のデザインの開発研究

機構(大学院的な人材養成も備える)と国際展示情報センターを設立し、国際会議・国際人材の招聘をはかる(とくにアジア工芸の重視)。商品そのものより、衣類・アクセサリ・家具や機器類の機能美と工芸美の接点をめぐって「神戸デザイン」という固有のブランドをつくり、毎年発表する。



★フアッション情報  
都市を、急げ  
阪上 豊  
△株式会社ラジオ関西  
社長V

都市が人口の集合だけで成立する時代は終わった。その都市の持つ独自の機能や特性があつてこそ発展が約束される。港湾都市とフアッション都市の連合は「神戸ならではの」個性化、活性化を約束する。開かれたフアッション都市は同時にフアッション情報都市であるべきで、情報化を具体的にどう形づくるかが、急務である。



★街を  
サロンに  
左藤 政  
△NHK  
神戸放送局長V

フアッションにはセオリーも定型もない。フアッションが育つ施設環境づくりから、まずはじまる。街の中心にアトリエ、オープンFMスタジオ、音楽家アパートなどを集中し、街をサロン化することが大切である。若者を中心に、様々な人が集まれば、そこに、自然発生的に、すばらしいフアッションが生まれ、街が栄えてくる。



★目をむけること

元永 定正

△画家V

ファッショントウンというにはその街の個性の輝きが大切なのにたとえば神戸新聞社壁面にある大きな富士山の絵は神戸市には似合わない。若い現代美術の作家が街の画廊で個展をやっても、ほとんどマスコミ・ミニコミなどの取材もない。これは新しい問題を大切にしない現われの一つでこの辺にも意欲的に目を向けるべきだ。



★デザイン都市

増田 正和

△彫刻家V

ファッション都市という言葉はすでに市民権を得たようだが正直に言って私は未だになじめない。言葉が生活文化の一側面のみをイメージさせるからである。



★ファインアートのアカデミーを

新谷 琇紀

△彫刻家V

「官民協同で、各ファッション分野の専門研究及び的確な情報の収集機関と各分野のアルティマイン、アーティストを育成するファインアートのアカデミー」を設けること。



★心につれる街づくりを

木下佳通代

△画家V

あまり急がないで下さい。映画の撮影所の扮装した役者さんたちが歩くはりばての街をふと思わせることなどないように、豊かなファッション都市の未来の為に、心を感じを意欲を磨くことも忘れたくありません。特に心も感覚も幼い頃から育まれるのです。急がばまわれの方針をいつも望んでいます。



★ファッション都市としての役わり

篠原 順子

△デザイナー、P・ライタV

「ファッションの生命は新しさにある」特に今後、世界にアピールするためには、不可決のことである。新しさにプラスされる「何か」神戸の風土から生れた、イメージを基に、クリエイティブ、感性面に位置すること、多極的に提供、「生活者」をテーマに、異業種混合の上でのレベルアップの方法、カラー作戦等徹底すべきだ。



★椅子だけの博物館の建設

武田 則明

△建築家V

古くはエジプト・ギリシアの椅



★ファッショントウンに期待する

金丸 正博

△金丸建築設計室V

「ポートピア81」以降、市の指導の基に理想のファッショントウンが生れつつある現在、全ての物の考え方に目的と意義を提した形で構成された人間中心の都市作りの一環がなされていると思うが、人工地盤の上に人工的な空間のみにとどまることなく、自然の生きづいたクリエイティブな世界的水準の海上都市完成を、期待している



★都市に人の住める空間を残して

高月 昭子

△建築家V

ファッション都市づくりを宣言してからの神戸は、特に店舗などデザイン的に一新されました。が商業ばかりが浮き上ってしまった感があります。神戸はその中心に人が住みつき、そこに住む人のライフスタイルこそが神戸らしさである、そんな都市づくりをめざすべきでしょう。神戸にはまず生きた人間の新鮮代謝が必要です。



★ファッション都市  
としての発展  
狩谷 敏男  
△エスターニョーニ  
社長△

脱工業化を迎えその多様化したニーズに対応できるか否かは、都市の発展を左右する。ファッショントウンをファッション都市づくりの活力の場とし、スポーツを通してのファッション都市づくりを目指しユニバーシアード神戸大会を成功させ、神戸空港計画を実現さす事こそ国際都市、ファッション都市づくりを助長させる。



★神戸東部灘海岸を  
ハーバータウンに  
南 春人  
△神戸インターナシ  
ナル専務△

コペンハーゲンのように、古い街並と運河を最大限に生かし、ヨットハーバーを中心に、ハーバービューマンションを建て、ホテルやペンション、カフェテラス、海の幸レストランは絶対必要。灘の酒蔵を改造した原酒嗜み酒バーもよい。保税倉庫を利用したハーバーメッセは、全世界から集まるだろう。



★個性に適したきめ  
細やかな対応を  
古杉 繁美  
△神戸オリエンタルホ  
テル営業部長△

人々の嗜好が多様化し、中味が問われる現代、ファッションに必要なのは独自性だと思う。つまり一人一人の個性に適したきめ細かな対応ができること。神戸は海があり山があり、世界の品々と料理

が揃うなど好条件に恵まれている。これを最大限に生かし、さらに神戸ならではの独自性を創造していくことが必要です。



★神戸でしか買えない  
もののづくりを  
渡辺 千城  
△渡辺洋服店社長△

神戸だけの特色ではないが、その土地でしか買えないもの、というのがなくなってきた。大手アパレルメーカーあたりは、神戸の専門店にしか卸さない商品を作ってもいいと思う。購買力を持つ人が次第に大阪へ移り、神戸でお金を落とす人は確実に減っている。神戸でしか買えないものが、食べ物しかないようじや寂しい。



★ファッションと個性を共に重視する  
足立 英明  
△奥太田洋服店△

私がよく耳にする言葉に今の神戸はビル、ビルが建ち並び、神戸らしい店が少なくなったと聞く。紳士服の世界においてもファッション優先型と個性を重じる型に分かれる。ファッション都市づくりにおいてもどちらかが先行することなく進めていかなければ一部の人が満足しない都市づくりになるのではない。



★神戸は偉大な  
ローカルでいい  
若山 晴洋  
△ロゼンガーデンオー  
ナー△

ファッションという言葉がこん

な大きな力になってくるとは不思議な気がする。本来は人間の尺度で図るものだと思うのに。

僕らは自分の住んでいる街に誇りをもち、地についた足どりで一つの産業に発展させていきたい。北野町をよくすることが最も神戸らしい方策ではないか。神戸は偉大なローカルでいいと思う。



★神戸をガーデン・シテイに  
東郷 武久  
△サムホール・オーナ  
ー△

神戸はガーデンシテイになりやすい町だと思う。緑も多い。しかし花はもう少し欲しい。やはり、環境ファッションということを考えないといけない。たとえば、ペランダに花を置く。これは住民一人ひとりの意識がないと出来ないことだ。ファッション都市は、町そのものが美しくないとけないファッションは感性でもあるから



★神戸の国際化はま  
ず地元の外国人と  
C・ダンカン  
△リブ・ジョン・カン  
代表取締役△

神戸がよりアトラクティブになるため、お互いにいいものを持っている神戸市民と神戸在住の外国人達が手を組んでいきましよう。国際化は単に外国と交渉するだけではない、市内でも近辺の外国人達と意識の国際化がはかれます。そして、現状に満足せず、神戸市も兵庫県もあらゆる面でファッション化を進めるべきでしょう。



★世界に広がる、  
神戸ファッショ

斎藤 政己

△赤塚瓦代表取締役

現在、注目を集め提案されている神戸沖空港設置は、大阪という大都市の隣り合わせでいる神戸市にとつては、設置されることによつて大きく左右され、神戸ファッション都市として、これからより多くの方々に、神戸を見て頂けるチャンスが多くなり、世界に広がり、発展につながるべくことを願っております。



★ファッションは人の集りから生れる

大月 尋男

△大月真珠社長

ファッショントウンへの進出を決めているものとして街の経済・文化面の活性化のためには、先づ若者に限らず凡ゆる人の集つてくる要素が必要である。それには無限の将来性を持った情報産業の集約された公共広場のような空間が必要である。いいものがあれば人は必ず集り、ファッション利用の原点が生れて来る。



★ユティリティスペースをつくる

宮本 貴永

△たまきさんプラザ店 店長

現在の三宮界隈のショッピンディングゾーンは、売り場面積を確保することに集中しすぎていて、ユティリティスペースがなさすぎている。センターストリートにおいては、通りがビル化され一軒ずつの店構えに



★「オブジェ」としての家具を

藤井 光造

△大月真珠代表取締役

家具もファッションの一部として捉える人が多くなってきた今、ファッショントウンに「スイス・ピラジ」のような家具はかりの展示場があれば、と思います。服飾だけでなく家具も高級プレタポルテ化してきているので、伝統家具を守るだけでなく、部屋の中の一つのオブジェとなるようなファッショナブルな家具を考えたい。



★もっと、街の美しさに対する意識を

前田 昌宏

△大月真珠代表取締役社長

神戸は、山があり海もあり、視界の開いた素晴らしい街だと思えます。しかし、残念なのは街並みです。パリなどに比べて汚れています。舗道も狭く、車道と近いので大変埃っぽい。現状では、せっかくの立派な建物が映えません。舗道の手を上げた、アーケードを造つたり。とにかく市民が「美」に対する意識を持たなければいけません。



★これから末端まで文化の血流を

伊藤 誠

△姫路市立美術館 副館長

少なくとも文化面へは大きくプ

ラスしました。都市を美しくしよう、美しく機能させようとの意欲が、野外彫刻展の実施、異人館の保存・整備、博物館のオープン、具象彫刻展の全国公募などへ連動して、見事な成果を挙げています。このハズミを今後は枝葉の部分へ浸透させて、一層の活性化を図りたいものです。



★ファッション都市の条件

藤谷 明正

△大月真珠代表取締役

自然のロケーションと歴史的な情緒性に恵まれた街、K O B E。今後、神戸に住む市民の都市に対する深い愛情と美意識を育てること。また創造に対する理解度を深め、さまざまな分野でクリエイターを育てることが、ファッショントウンとして発展していくための前提条件であると考えます。



★豊かな生活は優れたファッションから

ジェイ・グラック

△大月真珠代表取締役社長

神戸はファッショントウンを中心に最新のインポートファッションを紹介するショウを多数催し、日本のファッション界をリードしましょう。それはデザイナー達に良い刺激を与えるはずで、優れたファッションは生活全てを豊かにするものです。でもウサギ小屋に住んでファッショナブルに装うのは難しいかもしれませんが。



★神戸の伝統と若者の活力を生かして  
久保 光則  
△関キヤパン販売促進室V

神戸のイメージを語れば「港町と異国情緒」だが、今急速にファッション都市へと成長し、ボーアイ博、ユニバーシアードといった大イベントごとに街が美しく整備されている反面、地元で失われていく神戸の情緒を聞くにつれ、一部分だけのファッション化でない、神戸の文化、情緒と若者の活力を生かせる都市づくりを期待します



★神戸の町の夜の活性化を  
清水 善之  
△関マドンナ社長V

当社も62年までに進出の計画をしております。活性化した生きた街として、人々が集い、憩える場になければゴーストタウン化する恐れがある。特に夜の活性化をはかり、シアター、パブレストラン等、飲食を含む物販を導入し、ボーアイに買い物に行き遊んで帰る地になければならないと思う。



★世界への発展を神戸に望む  
横山 章一  
△関リオ横山代表取締役V

当社は名古屋に本社があり、神戸は支店ですが、ファッショントウンのお話をきき、早速参加させていただきました。このような企画が出来る神戸を心から尊敬すると同時に羨望も禁じ得ません。

一神戸の視野でなく、日本全体の代表的な立場から、世界にむけての御発言、行動を期待いたしております。



★ネオ・モードは自然との対話から  
尾崎 和男  
△関三愛SC事業部三宮店長V

眼前に広がる海。その中央に出現したポートアイランド。ファッショントウンもまもなく本格的に始動を初める。神戸のNEW FACEの誕生だ！大自然の中に浮ぶ人工島で、自然との対話から「MADE IN KOBE」の名を全国に広めるネオ・モードの出現する日ももうすぐだ。ファッショントウンへ熱い視線を注ぎたい。



★ファッション都市の進化  
今川 智佳  
△三宮ビブレ21勤務V

ファッション都市づくりを服飾メーカーあるいはその小売店を中心に推進してゆく時期は過ぎ、神戸に住む人々のベシシクな生活の部分からの自発的な動きを促すような時期にきています。それによってファッション都市の軽々しいイメージを払拭し、街もそこに住む人々も本来的な意味で洗練されたものになっていくでしょう。



★ファッションは自然が生むもの  
東条 隆裕  
△さんちからタウンもぐら会長長V

コンベンション都市コウベを目

指す神戸市にとって、ファッション都市宣言というのは不可欠な要素であると思います。またファッションというのは自然の影響が大なるものであり、神戸という街は「海・山」という素晴らしい環境が応援してくれています。欲をいうならば、他都市へのPRは民間・行政が一体となり、暖い心を持って。



★神戸の街の優位さのPRを確実に  
大内 信行  
△関マルダイ社長V

メイドインコウベを確立するために民間と行政のバックアップをうまく両立させ、一つのラインを決めていきながら、全国へ、神戸の持つ優位さをうたてていってほしい。やはりファッションは、地形によって生まれるものでは。その点、コウベの土壌はすばらしい自然環境にあり、その上、文化・アート感覚も生きづいてる。



★若者の感覚、若者の時間に合わせて  
アレックス 楊  
△アレックス・オーナーV

神戸はハイカラな街といわれているが妙に保守的な所がある。抽象的だが、神戸にある地中海やカリフォルニアのような健康的な明るさに加え、NYやロンドンのようなシャレツ気、若者のエネルギーがスパークするスペースがもつと欲しい。劇場、映画館、画廊、ライヴハウスなども、もっと若者の感覚や若者の時間に合わせるべきだ



★ファッション都市  
づくりの方向性  
山田 恭一  
△新設総務・店長  
△専務取締役・店長

ファッション都市化は、'81ボートビア博を一つの節目として都市の魅力化（観光都市化、会議施設の充実など）がはかられ、いわゆる情報化時代の地方経済の活性化に先鞭をつけたことは高く評価できる。今後はファッション・観光・コンベンションをくくる「情緒・知識」といったコンセプトをベースにモノづくり、イベントづくり、街づくりに反映させ、神戸らしさを創造していく必要がある。



★ショッピングへの  
アクセスを楽しく  
岸野 利男  
△三宮センター街  
△連合会長

三宮の中心地にあるショッピングゾーンへのアクセス問題に目を向けたらどうだろう。例えば少し離れたところに広い駐車場を作りそこからショッピングへ行くまでの道に神戸らしいテイルームがあったり、休憩ができる公園があったり雰囲気のある街並ができれば楽しいと思う。売り場面積を広げることだけではない。



★まず街を  
美しくしよう  
清水 俊博  
△新クロス常務

市街は整備されて一部の区域は非常に美しくなりましたが、そういう外面的な都市づくり以前にしなければならぬことは市民の道



★神戸のエスプリを  
どう表現するか  
大牧 晴男  
△株式会社リザ  
△専務取締役

徳観念の改善です。神戸の街にはゴミが多すぎます。このままではゴミファッション都市にもなりかねません。ゴミ、タバコのボイ捨て、下品なタン・ツバの吐き捨てはやめたいものです。



★ファッショントウ  
進出への抱負  
水登 慎  
△新ジョン  
△大阪支店店長

過去10年間の蓄積により、神戸のF化は今日に至ることとなったが、都市のF化だけがその目的ではなく、いかにして日本の、世界のF都市神戸となりうるかが課題である。神戸のエスプリ、エッセンスをどうFと共に表現しうるか。今後は、その対象となる生活者により密着した小売業がその使命を担わなければならない。



★国際感覚を全国へ  
アピールしよう  
坂本 和繁  
△喜久屋化粧品店  
△社長

神戸ファッショントウは、単にアパレルに関したモードだけでなく新しいライフスタイルを生み出す衣食住にかかわる産業と位置づけられている。まさしく当社の経営理念と共通するところである。ファッショントウ計画理念である人間、環境、建物、の「美しいライフスタイル・ダイナミズム」の実現こそが、同タウンの完成である。



★ファッションを  
一堂に集めよう  
浜田 孝一  
△ハムライイト  
△オーナー

ファッショントウという巨大な容器の中へ、種々雑多な物をつめ込んで、一見不調和のようであるが全体ではトータルなコンセプトを持つ場所にして欲しい。また神戸の異国情緒を各店舗が主張し、各々が独創性のある商品を販売する。多様化した消費活動へ対応することにより、神戸独自の流行ができるのではない。



★北野界限にナイト  
シアターを  
美木 剛  
△ハジヤムラン  
△オーナー

私共、飲食の立場から見た神戸は、地域的な有利さから「おいしい食べもの」がある街です。ファッションといえるかはわからないのですが、北野界限に大人の男女が増すように、ナイトシアターのような空間をぜひつくって頂きたいです。外国映画などをオールナイトで上映できるようにシネマテイクな街に期待しています。