

いまこそ本来の 専門店の姿に戻る時。

■座談会出席者

立亀 長三〈ナクトアトリエ代表〉

松谷富士男〈榎紅屋代表取締役〉

芹沢 豊男〈榎ブティックセリザワ社長〉

山田富紗子〈榎ウインザードザイナー〉

大牧 晴男〈榎リザ専務取締役〉

――月刊神戸っ子で、ファッション都市論をつくって、十年たちました。本日は、再び「神戸の専門店（ブティック）を考える」というテーマで、神戸のファッション業界を代表する専門店の方に、ご出席願ひまして、これからの神戸ファッションを考える上での専門店としてのご意見、および神戸市が国際的なファッション都市に発展するための助言を頂戴できればと思います。

神戸らしさ、自分らしさをもっと強調すべき

立亀 今年の世界のファッションの傾向は、大人服、上品服といったものが主流となっています。パリやニューヨークの若い人たちがあこれを持っているファッションなんです。日本の若い娘の間でも流行のようですが、長いスカートをダラッとはいて、地下足袋のようなベチヤンコの靴では、大人服、上品服とはいえません（笑）。

自分たちで、洋服のバランスやコーディネートを考えているのか疑問です。これは、売り方というものにも問題があるように思えます。対面サービスをしていない店ではただ売ればいいという考えで、今年の流行も知らず、小売機構の姿勢が見えません。ハウス・マスカンのいる専門店では、ちゃんとお客さんに説明しています。自由と放任のはき違えが日本のファッションを向上させていない原因なんです。消費者は神様じゃありません。消費者を神様にしてあげるのが小売店です。小売店がリーダーシップをとって指導するという形がなければ。お客さんにこびへつらって、何でも買って下さいでは、その街のファッションは出来ません。

山田 こういう考え方は良くないのかもしれないですが、私共の店では「うちはこれでいく」というものを打ち出し、それについてくれるお客様がいれば」と考



大牧 晴男さん



山田富紗子さん



芹沢 豊男さん



松谷富士男さん



立亀 長三さん

えているのです。しかしお客様の年齢層であるとか、好みを考え、現在10店舗ある店はそれぞれに個性を出しています。10店舗ともベースになるものは同じなんです。立亀 どんな商売でもそうですが、経営者が疲れるというところが最も大事なことです。外国に行って洋服を買ってくるのも経営者の仕事です。イニシアティブは経営者が持つべきで、買ってきた商品の分け方などは、その店長に任せればいい。とかく店舗拡張などをすると、自分で管理できないために全てお任せになってしまいがちです。デザイナーブランドを置くことにしても、ただ有名だから、売れるからといって置き続けていては駄目。もっと主体性を持たないと。人それぞれ好きな物があリ、だからその専門店があるのです。

芹沢 最近、神戸のファッションというのがとても変化してきています。デザイナーズブランドをとり入れ、全国標準型になってきました。昔にくらべ、あまりにも個性がなくなってしまったなあとという気がします。なかなか売りたいものと売れるものというのは違うもので難しい問題なんです。ロマンだけは追求していきたいと思っていますね。

松谷 あの店のスーツはいい、とか、あの店はワンピースがいいといったそういう店が貴重ですね。

大牧 今、世の中は商品過剰時代で、洋服も基本的にはシンプルに戻るといいます。そして、着る人のライフスタイルにあった、神戸の立地、風土にあったものでないと。ファッションというものの終極はアート(美)だと思ふのです。だから、背景がないと絵にならない。着こなして、初めて神戸ファッションと言えるのではないのでしょうか。

神戸は坂のある町だからこそ、ファッションが栄えたと私は思うのです。これが平地だと、人の頭しか見えない(笑)。坂だと全身が見えるわけですから、その見られているという意識が緊張感を生み、オシャレを増長させ

るのでしょう。

しかし自分の体型を変えろということとは、なかなかできるものではありません。いかに自分の美しいところを演出し、気に入らないところを隠すかというのがファッションだと思うわけです。そのために自分自身を知ることが大切であり、鏡に映してみても自分に合うデザイン、シルエツトを研究するのです。いろんな体験の中から、自分のファッションを知っていき、自分なりの個性的なおしゃれをつくっていかばいいと思います。

芹沢 神戸らしさという定義も、固定されるべきものじやなくて、その時代時代にあわせて変わっていくものだと思うのです。コンサパティブな、あるいは流行に左右されないといったものではなくてきています。といつて神戸の場合は、流行の先端をいくものでもありません。流行を意識しながらも、本物指向であり、シンプルさを表現するもの。着こなしや、シルエツト、上着の丈などに新しさがある。そういったものじゃないでしょうか。保守的、シンプルエレガンス一辺倒では時代に対応できません。新しいものの導入は絶えず必要になってきます。若い人たちへの新しい提案をしていくべきでしょう。私の店にもそういった若い人向けの商品を置いている店がありますが、商品そのもの、そして感覚的には若いんですが、年齢的には、ヤングミセスであるとか少し上の層の人たちにも受けています。ですからそういうものを組み込んでいくことが大事なんでしょうね。

松谷 最近、本来の女性の魅力を洋服でつぶしてしまっているような気がします。女性のボディというか、上品さ、セクシーさを表現できるものが、本当の服と言えるのではないのでしょうか。見ていると何だか服が街を歩いているという印象を受けますね(笑)。これはお客様というよりはそういった服を売る小売店の責任なのかもしれない。それと、神戸のファッションというものは、日本が一番最初に洋服が開発されてきた土地であるということもあり、豊かな生活の中から生まれてきたものです。

もっとそういうことを自覚し、神戸らしいファッションをお客様に提供できるよう心掛けていきたいですね。

芹沢 いい意味でも、これだけ全国均一化されていくと、情報が氾濫し、お客様自身が戸惑ってしまうことになり。そういう点を専門店が情報をきちんと整理し、提案していくことが大事でしょうね。それがまたお客様への信頼というか安心感にもつながっていくでしょう。売れるから何でもやりますではないけません。専門店の姿勢・ポリシーをそこで示さないといけません。

専門店(ブティック)は消費者への情報提供の場

立電 神戸の街を歩いてみたら、食べ物屋だけに神戸の匂いがあるように思えてなりません。洋服を置いているブティックには、その神戸の匂いが薄れているようです。ただ有名なデザイナーのブランド品を置いているだけという店が殆んどです。見せる服と着る服の違いがわかっていない。その店に入って着なくなる服を置くことが大切なんです。そして神戸には神戸の服というものがないといけないと感じるのです。

お店の小さいウインドーに、ありとあらゆるいろんな色の商品が並んでいる。節操がないんです。今こそ個性を発揮すべきです。自分の好みで経営しているデザイナーの店がもっとあってもいい。それが商売として儲かるかどうかはわかりませんが(笑)。自分たちの洋服で売り出すことを忘れてしまっているんです。

松谷 母店というのがぼけてるように思えます。高度成長で専門店が多店化していったのが原因かもしれない。多店化していつて、他所と競争するようになると、どうしても商品より、経営のことに頭がいつてしまうようです。世の中の動きに振り回されすぎている面があります。

オリジナルブランドを置かず、何も考えずにデザイナーナイズブランドだけを置いているようだったら、店を他人に貸した方がよほど楽です(笑)。ブランド名だけで商品

が売れるというのは、小売店がそのブランドを売らされている形になってしまつて、その店自体は全く関係なくなつてきます。それでは意味がないので、専門店が、自分の店は何をやっていくべきかということ、これからをもっと真剣に考えないといけませんね。

大牧 お客様のライフスタイルというか、生活、信条、

体型などを相談しあつて、その人のファッションをコミュニケーションの中から模索していく。専門店はこういった人と人との関係が大切になってくると思います。これからは、物だけにたよっていたらいけません。お客様が生活指向として何を望み、何を求めているか、それを理解して情報発信していく。専門店は商品をただ売るだけでなく、情報を提供できる場であるべきです。

山田 専門店の良さは、細やかな心づかいができる点であり、オリジナルブランドはもちろん、デザイナーズブランドにしても、一点一点が自分たちでセレクトした眼を通してということ、それが強みだと思うのです。

自分の店を見てもえれば、その店の経営者が何を主張しているかが、終始一貫してわかるようでないと駄目ですね。

松谷 神戸の経営者はその点、比較的哲学を持った人が多いですね。ただやはり最近、団結して何かやっていくというのがなくなつてきています。KFKやKFSなどが出来た当初が頂点で、段々と、足並そろえてという具合にはいなくなつてきたようです。

山田 年に何度かヨーロッパに行つてみると、そういう団結力に欠けているのを痛感します。日本の場合も、今年はこのカラーでという約束事を決めることは大切なことのように思います。日本はどうしても、抜けがけというか先がけをしてしまいます。ヨーロッパなどでは、ミラノでブラウスを買つて、パリでスカートを買い、どこそこで靴を買つても、それらがピタツと合うんです。日本でファッションショーでもしようと思えば、もう合わすのが大変で……(笑)ヨーロッパは相互のつながりがと

てもうまくとれています。

立亀 日本は何でも放任すぎます。外国人はマクロでやることは全部守ります。今年はこれでいいこうと言え、専門店だけでなく、量販店までが一緒になつてやっています。そのあとミクロで勝負していくのです。日本はマクロから反対してしまふ。神戸だけでもまとまつてやればいいかと、神戸ファッションの向上は望めません。日本は、服飾評論家がいけないというのも、外国に比べ劣る点です。デザイナーの上に行く人がいないため、ファッションショーとかコンテストとか何かあると、すぐに有名なデザイナーを呼びます。するとどうしてもその人の個性というカラーが出てしまい、普遍性がなくなる。それとお役人によくあるのが、名の売れた人しか使わないということです。神戸のファッションコンテストには神戸の人で……。いくら有名でも地元に関係な人にやらせては意味がない。神戸の春夏秋冬をわかる人でないといけません。

街の話題性を生かしたトータルファッションを

芹沢 神戸が海外文化をいち早く取り入れたのは、やはり港があつたからでしょう。そういう意味でもどうしても空港が欲しいですね。そして、国際的なファッションフェアをしてもらいたい。国内だけでなく、海外との他流試合をもっとやらないと……。それによって切磋琢磨されていくし、新しい情報を得られる。その中で、日本のファッションが世界に肩を並べ、またリードしていく所までいかないとい、国際的なファッション情報基地とは言えません。

地元は地元なりに、ファッションフェアにより全国に働きかけていくことも必要でしょう。神戸は、ポリューム的に小さいのが致命傷だけど、だから質の高いもので勝負していかないと。神戸のアパレルメーカーが歩調を合わせてやっていくことは、バイヤーにとっても、神戸にとってもプラスになることだと思います。

松谷 昔の神戸を思い出すようなイベントをやって、神戸の本当の良さを今の若い人たちに感じとってもらえればと思います。店とお客様が一緒になって、神戸の良さを持ったファッションを育てていきたいですね。

山田 神戸は昔から外国の人がたくさん住んでいたということもあり、洋服づくりの原点がここに 있습니다。そういう土台の上になって神戸のファッションが成り立っているということをもっと考えるべきです。

神戸のオリジナルファッションを推進していくためには、それをコントロールしていく必要がある人間が必要だと思ひます。それと行政とも協力して、後に続いてくる人たちが育成するようなファッションの大学などをどんなにつくっていくともうしたいですね。

大牧 神戸が国際的なファッション都市として発展していくためには、やはり、まだまだ長い期間と、市民のたまぬ努力が必要でしょう。音楽ならウィーンというようにファーストマインド、つまり一番に思いつくことが大事です。何か産業を育てていくというのは、長い歴史が育んで始めて国際的に認められるものでしょう。そういった長い目で見て、ファッションの学校をつくることなどは、はしりとして大切なことで、どんどんと新しい芽ばえを育成していくって欲しい。

立龜 街づくりとファッションは切り離せないものです。せっかく神戸という素晴らしいロケーションを持った街にいますので、それを生かしたファッションづくりをしていくべきでしょう。

大牧 オシャレが絵になるステージづくりをしていかなくてはいいですね。お客様が楽しめる店づくりをしていくことも大切なことです。街の中に我狭しと店をつくっていくと何か疲れてしまう。余裕がないというか、遊びがない。日本全国どこにいても街というのが同じになつてしまひます。街に個性を出して、専門店も、街の個性を生かしたものにしていくなと思ひます。

芹沢 ポートピアがあれだけ成功をおさめたのは、裏

には北野町などの神戸の街のイメージの良さが大いに貢献したからではと、思ふのです。ですから、ファッションにたざさわる人たちだけではなく、街全体あげてのファッションフェアが出来れば、もつとも全国的にもアピールできるのではないのでしょうか。南京街、北野町などの良さを見てもらひ、中華料理やフランス料理を味わいながら、街としてのファッションフェア、つまりタウンファッションフェアでも言うか、そういったものにしていけばいいのではないのでしょうか。もともと神戸のファッションは、生活文化、トータルファッションなんだから、小さな枠の中にとらわれず、街全体のトータルな考え方で進めて行ければと思ひます。

大牧 ファッションというのは、何も衣料だけでなく、生活スタイルであり、生き様でもあると思ふのです。今、世の中は、物的には大変豊かになってきています。それでは次に何かといわれれば、生きがいづくりだと思ふのです。自分なりの生きがいを見出すということがこれからの課題になっていくでしょう。

松谷 何度も言うようですが、今の専門店が、高度成長がえって裏目に出ている状態です。いくら多店化しても結局は、借金と店の数だけが残っている(笑)。自分自身でも経営に振り回されて本質を忘れているのではないかと、考えさせられました。専門店が、本来の姿というものを考える時期に来ているんじゃないでしょうか。

立龜 物をつくるレベルでは、神戸は世界の水準以上のものがあります。ですから、これからは売の店の在り方というものが問われてきます。小売店がもつと生きる道をはっきりさせるべきです。何故自分が、この店をやっているのか、明確な経営者の哲学というものを持たなくてはいいけません。そうでないと、生きてる意義がありません。いくら多店化し儲けたとしても、お金なんかはいつまでも残るものではないのです。何を残すかと言え、その店を残すことしかないのです。本当の意味での専門店に今こそ戻るべきです。

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

株式会社南インターナショナル

代表取締役 南 泰吉
神戸市中央区浜辺通 5 丁目 1-14
神戸 商工貿易センタービル1701
TEL (078) 232-1301



■特集■
My Pearl
My Fashion

〈1〉

ハズバンドからの贈物

エリー・サンドバーグさん ダーナ・マートフェルトさん
ローネ・バディーノさん セルティン・シルビーさん

週に一度、サンドバーグ家に集まりいけ花を習っている神戸在住の4人グループ。ダーナさんはいけ花インターナショナルの支部長でもある。「真珠の街、神戸に来て増々、真珠が好きに」「よく真珠をします。シンブルで服に合わせやすいから」「真珠はとてもエレガント。もちろん私たちの国、北欧でもとても人気が」と真珠賛辞。スラリと背の高い4人には大胆なデザインや大粒の真珠がよく似合う。羨ましいことに、4人の豪華なネックレスはハズバンドからのプレゼント。



＜前列左＞ ダーナ・マートフェルトさん ＜右＞ エリー・サンドバーグさん
＜後列左＞ セルティン・シルビーさん ＜右＞ ローネ・バディーノさん



ポートアイランド田崎真珠本社にて

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈2〉

つけ方の変化を楽しんでいます

中内 安子さん △ポートピアホテル中内力社長夫人▽

「初めて真珠を身につけたのは、母から贈られた指輪でした。」と、今日はご主人からプレゼントされた三連のネックレスをエレガントにアレンジしていらっしゃる中内さん。真珠に対する目はしっかりとお持ちで、田崎真珠のスリークォーターマベパールもいち早くお求めになったとか。「日本人ですからパールというと安心感があるんですね。パーティにもよくつけますが、いつも同じ様にはせずいろいろな変化を楽しみ、工夫を凝らしてつけるようにしています。」ライトグレーのスーツをさりげなく着こなすセンスはさすがにハイグレードと感心させられる。



よく散歩をする芦屋川沿いにて

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈3〉

憧れの黒真珠を目指して

田中 万樹さん ▲OL・芦屋市在住▼

初めて真珠が素敵だと思ったのが高校生の頃。お父様の仕事の関係で滞在していたインドで見た黒真珠がとても印象的だったという。大らかで、時の流れのサイクルがまるで違う国で過ごした日々と商社勤めのお父様の影響で、大学ではベルシャ語を専攻。海外生活の経験が、今のお勤めにも大いに役立っている様子。

今日のパールのネックレスは、20歳の誕生日日にお祖母様からプレゼントされたもの。まだまだゴールドを楽しむ機会の方が多いが、もっとキャリアをつけて、黒真珠が似合う素敵なお女性になるのが目標とか。



清らかなパールがよくお似合いです…北野にて

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈4〉

さりげなくエレガントに

有元 由紀さん △家事手伝い・垂水区在住△

真珠の持つ上品さ、さりげなさが好きだという有元由紀さん。さわやかな笑顔がとても素敵な人。今日のツーピースはクチュールマーガレットの藤本ハルミさんのデザイン。ファッションは流行にとらわれずに、いい物を長く着る本物志向。そんな彼女だからこそ、シンプルな真珠に魅せられるのだろう。五連のパールネックレスに小さなゴールドの珠の組み合わせが、とてもお洒落。当初の六連を、自分に似合うように五連に作り直してもらったという。できればずっと神戸に住みたいと語る由紀さん。松蔭女子学院大学を卒業後、現在花嫁修業中。

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈5〉

オリジナルを創る楽しみ

アドナン
Adnan Tahira タヒラ さん ▲英語教師▼

芦屋の六麓荘にご両親や妹さんとお住まいのタヒラさんは、神戸生まれ、神戸育ちのパキスタン人。日本語、英語、ウルドゥー語に、ご両親の故郷であるパンジャビー語を流暢に話す。お母さまも真珠が大好きでコレクションされているが、タヒラさんは真珠に目がない上に、ダイヤ、エメラルド、ルビーの輝石も大好き。その好きなものを全てデザインにとり入れたのが、写真の豪華なチョーカーとイヤリング。本を参考に自分でデザインして創ったものだ。パキスタンの民族衣裳、シャルワカミーズによく映えて人柄そのままにエレガントだ。



真珠好きが昂じて真珠会社に勤めたこともあるタヒラさん（自宅の応接間で）



柿本さんからは優雅な真珠のイメージが

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈6〉

花嫁の最後の仕上げは真珠で

柿本 輝子さん △柿本ブライダルコンサルタント▽

偶然とはいえ、真珠の取材を受けたのが3度目という柿本さん。現在、元中日ドラゴンズの選手であったダンナ様が経営する鞆柿本で、ブライダルコンサルタントとして活躍しておられます。「女性が最高に美しくなる瞬間をお手伝いさせていただき、本当に楽しんで仕事をしています」という柿本さんは、森真珠の熱烈なファン。真珠は、その人をやさしく補ってくれ、さりげない光が気持ちを豊かにしてくれる。エレガンスな装いが美しい彼女からは、パールカラーの風が流れてくるよう。

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈7〉

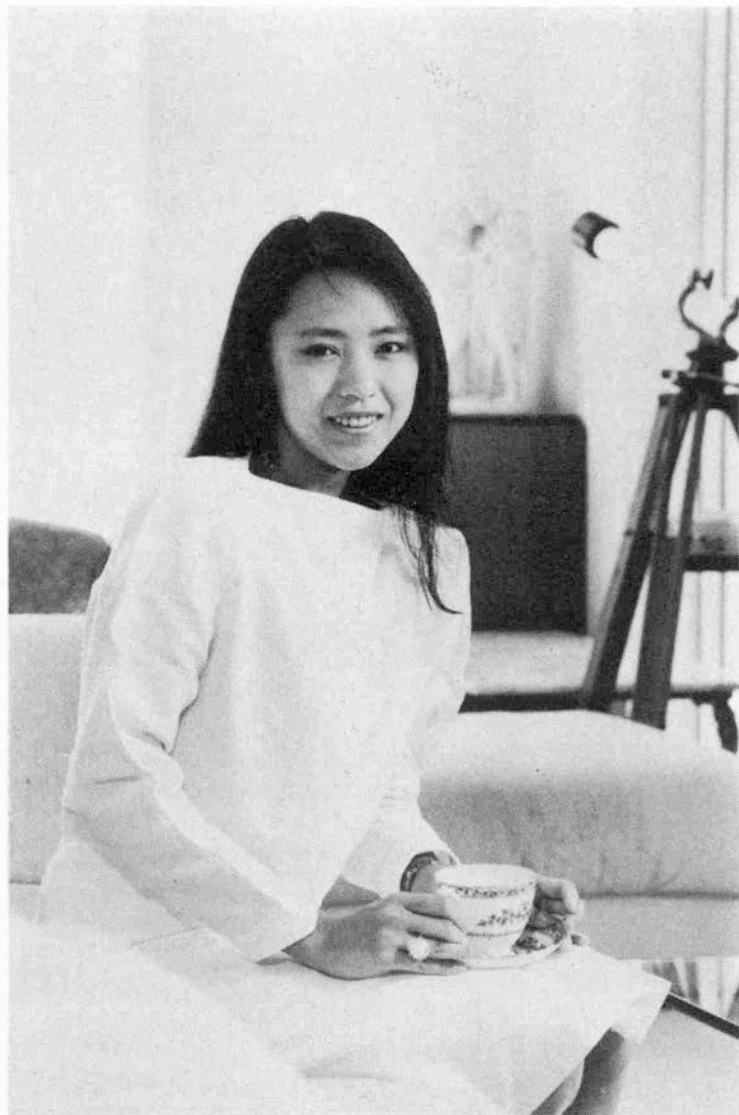
真珠は私の守り神

片山くみ子さん、マリ子さん △三菱商事勤務▽母娘

「上司の前へ出る時も、真珠をつけていると不思議と落ち着きます。ボリーナスが出るとイヤリングやブレスレット、リング等自分で買える範囲の小さな真珠を買うのが楽しみ」と根っから真珠好きのマリ子さん。ファッショナブルなお母さまは、宝石の使い方もさすがキャリアを感じるが「宝石類は全て主人が見立てて買ってくれるので、自分では選べなくて……。黒真珠なんかもつけてみたいですね」とおねだり？ お互いに出かける時は、ファッションを批評しあう。「親娘ならお世辞抜きだし、一番安心なの」と姉妹のように若々しく仲が良い。



おしゃれ談義に花が咲いて…（寶屋のブティック イショナルで）



フラワーアレンジメントと料理を習っている。(芹屋の自宅で)

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈8〉

母娘三代にわたる真珠好き

橋本 枝里香さん 〆 ㈱トントン代表取締役社長橋本吉弘氏長女〆

細い指に大きな真珠のリングがひかり輝いている。「この春、大学を卒業したお祝いに祖母が作ってくれたんです。もちろんはめるのは、今日が初めて(笑)」いつも購入しているミキモトでおばあさまが真珠を選び、ダイヤのデザインをほどこしたオリジナルだ。「普段はイヤリングとかブレスレットを愛用しています。アルファキュービックの服をよく着ますが、真珠はどんな服にも合うので大好き」今日はミユグレーの白いスーツがキマッテイル。三人兄弟の長女でおっとりした、お嬢さんっぽい雰囲気がとてもチャーミングだ。趣味はテニス。

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈9〉

カジジュアルっぽく楽しむ

平林 純子さん 〈眼科医〉

眼科医という職業柄、仕事中、アクセサリ類は身につけられない。そのかわり、オフタイムには真珠や宝石を大いに楽しんでおられる。それも「私の思いつきをデザインしていただいています」というほどの凝り様。元来、スポーティなファッション、「遊び」のある服が好みだそうだが、「デザインのバラエティのあるものを金の鎖と自由に組み合わせたり、かなりカジジュアルっぽく使っています」とのこと。「キラキラとしただけではない奥深い輝きは見えていて飽きることがないですね」と真珠の魅力を語る平林さんは実に楽しげな様子だ。



初夏の北野の坂道にて



淡いピンクの真珠がよくお似合い

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈10〉

真珠とともに年齢を…

菱川 都子さん ▲主婦・青屋市在住▼

「真珠は生きているから手入れも大変ですし、傷もつきやすいですよ。でもそのデリケートなところが大好きなんですよ。」と話される菱川さんは、兵庫医科大学病院にお勤めのご主人と5歳と1歳のお子さんがいらっしゃる若奥様。結婚のお祝いに両親からプレゼントされた、このロング・ネックレスは、一番のお気に入り。

真珠をアレンジメントしたおしゃれにも、いろいろな挑戦してみたいが、もう少しお子さんが大きくなるまでは、お預け。しばらくはオーソドックスな真珠の美しさを楽しみたい、とのこと。

■特集■
My Pearl
My Fashion

〈11〉

大人の女性のエレガンス

村田 佐佳枝さん △村田医院・村田孝美氏夫人△

白、ピンク、ブルー、イエローとさまざまな輝きをもつ真珠。その中でこの色が一番好きだからと10年前に求めたのが、金粒の真珠。今では注文してもなかなか手に入らない貴重品で、すべて自分で選んだ粒をオーダーしたもの。金色に輝く真珠は華やかで気品のある村田さんにしっくりと合っている。

芸術にも造詣が深く、近頃は能への興味から謡と仕舞の稽古に忙しい毎日。美しいもの、確かなものに対する目はこんなところからきているのかもしれない。



御影の自宅にて

●'86パール＆ブライダル情報

★真珠の街神戸

パールフェア'86開催

□日時・6月5日(木)～10日(火)
午前10時～午後7時30分

□場所・さんちかホール

□主催・PCK推進協議会、神戸市経済局

今年のパールフェア'86はパールシティ神戸(PCK)キャンペーンの全体テーマ「神戸真珠物語」の下に開かれる。

期間中の催しとしては次のことが予定されている。

(1)デザインコンテスト入賞作品展
パールデザインコンテストの入賞作品を展示。同時に歴代デザインコンテストグランプリ作品を写真とパネルで紹介する。

(2)王冠フェア

今回は「世界の美女の王冠」5

「86パールフェア」から



冠を一堂に展示。ミス・ユニバー

ス(田崎真珠)ミス・インターナショナル、クイーン神戸、桜の女王(ミキモト)、パールプリンス(森真珠)の王冠、ティアラ総額5億円相当が初めて揃う。

(3)パールアップスペース

真珠とコーディネートされた各スタイルのファッション(ベージュ、トランス、キャラクターズ)を紹介する。

(4)パールプリンセスコーナー

6月14日、松山市で最終審査会の行われる'86パールプリンセスのピアーと美と教養を兼ね備えた歴代パールプリンセスを写真とパネルで紹介。

(5)テーマシンボル

あこや貝をディフォルメした「真珠の街神戸」にふさわしいシンボル「シェルミニメント」と多くの貝や真珠を展示する。

(6)プレゼントコーナー

アンケートクイズの回答者に抽選で素晴らしい賞品をプレゼント。

(7)PCKパネルコーナー

真珠の歴史、真珠と神戸との深い関わり合い、正しい真珠の知識や魅力を紹介。

(8)VTRコーナー

'85パールプリンセス最終審査会の模様や日本真珠輸出組合制作の真珠ビジュアルビデオ「真珠・その美を創る人々」を上映。

また、6月8日(日)には、'85パ

ールプリンセス3名が来場、来場の方から抽選で20名にパールプリンセスとのボラロイド写真をプレゼント。その他、モデルを使って新しい真珠のイメージを演出する「パールアップステージ」によって、よりセンシティブな真珠の新しい魅力を提案するほか、ステージにおいて出題したクイズの回答者に、その場で「しあわせの真珠」をプレゼントする。

★気分は今、ブライダル

ふたりの暮らしがすべて新しく始まる日のために、インテルナキタむらでは、お二人の生活観やポリシーをふまえて、ブライダルコーディネーターが、幸せの結婚家具をお手伝いいたします。新しい感覚の結婚家具を探しておられるセンスのある貴女にぴったりの結婚家具フェアご来場の方、お買上げの方には、素敵なプレゼントを用意いたしております。
日時/6月21日(土)22日(日)23日(月)
午前10時～午後7時 神戸サンポールホール1階。先着300名様にご招待状を発送いたします。応募方法/住所・氏名・年令・職業・世帯主名・電話番号・筆式予定日を明記の上中央区元町通4-2-21インテルナキタむら「気分は今、ブライダル」係へ。



新タイプの家具がズラリ勢揃い



★ポケットの中の神戸シリーズ 《異人館のある風景》

パスポート北野

ファッションナブル神戸・北野ガイド

好評発売中＜ポケット版・200円＞

神戸を彩るチャームポイント・北野。
これは北野界隈の最新ガイドブックです。

＜目次＞

- 異人館のある風景
- 北野から山に海に
- 北野3時間世界めぐりあい
- キタノわくわく面白ニュース

- パスポート北野エクセレントショップ200
- 真珠・宝飾・装身具
- 服飾・洋品
(婦人服飾・紳士服飾・帽子 etc.)
- 生活文化
(家具・インテリア・画廊・ギフト etc.)
- 菓子・パン・喫茶
- 日本料理
- 中華料理
- 世界の料理
(ステーキ・フランス料理・各国料理 etc.)
- ドリンクング
- ホテル・旅館・観光ポイント
- 北野町界隈歳時記

編集・月刊神戸っ子／発行・コミュニティーサービス㈱／神戸市中央区東町113-1 大神ビル9F ☎(078)331・2246