



「会津葵」シルクロード美術館

地域文化論

## 「町並みと町人文化の創造」 の背景—6つの三等美術館

水谷 領介／都市計画家・建築家

昨年の“龍野ゼミ”は主催者の一翼になっていたので緊張して

とうとうとした流れに感激してき  
た。

いたが、今年の“会津若松・大内宿・喜多方ゼミ”へは、病後の旅行という気休めにことかげて、傍観者の楽しみに終始してきた。会津若松では、5年前東北新幹線開通機会に招かれた盛岡での講演会の帰路に立寄つていて今回2度目という実績?にのつかつて、落ち着いて町のあちこちを観察できた。白虎隊の飯盛山を観光して、ここにも六角形をしたさざえ堂があることを知つたし、1835年建築の猪苗代湖から引いた疎水の

会津若松の町並み活用法は、残された連続する家並みや区域が対象ではなく、市中に点々と配置された伝統的建造物を大切に使いこなしている商人達の連帯活動である「復古会」メンバーのお店めぐりの楽しさに表現されている。お店の商品や商法、そして店構えには、伝統と努力と自信があふれている。また、これも今回の発見の重要な点だが、各店をあずかっている奥様方、女性達のおおらかな立居振舞がきわだっていた。この会のリーダー（大肝煎）である五十嵐さんの商人哲学は、全国町並みゼミの数多くの話題の一つを占めつづけてきた。

喜多方は、昨今有名になつてしまつた“藏のまち”である。藏の用途や表情は、さまざままで、酒藏、堀藏、廁藏、隠居藏などあり、レンガ造りのものもある。これらの中が、喫茶店・飲食店やみやげ物店に転用されているものもある。ここでは、会津復古会の兄弟グループとして「北方のれん会」(13会員)で頑張ってきて、最近行政も積極的になり、藏々を結んだ歴史的地区環境整備街路事業計画(建設省)にも取り組むようになった。

大内宿は、かつて「都市住宅誌」(44年12月号)で、草屋根集落のドキュメントを見せてもらつた。

そして、イタリアの商人階級からはじまつた人間復興のルネッサンスに学ぼうと、会津復古会が商店（27会員）の中に、店の2階や蔵などを活用して先人の遺産を集めた博物館や美術館を6つまでつくりだし、お役所仕立てではなし、町角に点々と配置されていふからと、三等美術館と呼称している。料金は有料である。町方民俗資料館・会津酒造博物館・酒造道具館・石州流茶道具館・藏品館

大内宿は、かつて「都市住宅」誌（44年12月号）で、草屋根集落のドキュメントを見せられてまたたく感動して以来の、念願の地だった。それ以来知りあつた、大内宿発見者ともいうべき相沢韶男君の講演があった。その夜、地元の講演があつた。そこで、人達が遠来の客をもてなすために催してくれた盆踊りの会で、相沢君が話してくれた。「あれ以来村の人々には批判され通しだったけれど、今日はじめて花束を贈らんれ、心からの歓迎を受けて、涙がでてしまうがなかつたんだ」と。

ど)、鈴木屋利兵衛—会津民芸館漆乃舎、会津葵西遊館—シルクロード美術館、大和川酒藏—北方風土館、ネバールコレクション—屋根裏秘宝館などがあり、見学する前

■パワフル神戸ファッション■

座談会

# 神戸独自のクリエートとアレンジを

■出席者■

立 亀 長 三

〈ナクトアトリエ代表〉

菅 原 正 博

〈龍谷大学教授〉

中 田 幸 子

〈株アダマント社長〉

——神戸が「ファッショントリニティ都市」を提言して、13年目を迎えてます。来年秋にはポートアイランドのファッショントリニティタウンも完成し、ファッショントリニティ都市としてより充実してまいりますが、今後、パワフルな神戸ファッショントリニティを目指すに際し、神戸のアパレルメーカーがどのような方向に進み、どうあるべきか。そしてそれをとりまく行政や私たち一般市民との関連を考えながら、ご出席の先生方に活発な意見を伺いたいと思います。

ハングリーなマンションメーカーこそ神戸の匂いが

立 亀 人は、ゆりかごから墓場まで洋服との付き合いがあるわけですが、日本の場合、小・中・高と第2次成長期の子供が、初めて好奇心旺盛にお洒落したい時に、学校という枠があつて子供たちのファッショントリニティ感覚を全く無視して伸ばさうとしない（笑）。私のパリにいる友人のお嬢ちゃんが、学校行った時、担任の先生に「今日のスカートとブラウスの合わせ方は大変いい」と褒められたそんなんですが、そのひと言に喜んで次の日、また自分なりに考えてお洒落して行つたそうです。そういふ子供のちょっととしたお洒落を褒めるだけの感性が今の日本の先生にはないんです。学校は、上の学校へ上がるためには必要なものだけを詰め込んで、音楽や美術などの情操を伸ばす教育はいい加減にする。そして制服を着せて、やりたいことをさせず、一番純粋な美しくなるいう気持ちを潰してしまっているんです。

日本はアバランチの国と言われてますが、たまたま何人かの感性のある子だけが伸びて、大半はそういう情操の教育をあまり受けずに出てくるわけだから、後天的なものは高校を卒業して初めてという形なんです。そういふ子供からみ出した子供たちが、大阪のアメリカ村や、原宿の竹下通りに集まつてくるわけです。神戸の場合、そういうアメリカ村や竹下通りみたいな場所がない。つまりそういう子供たちの着る洋服を作るメー



中田 幸子さん

菅原 正博さん

立長 龜三さん

本当のファッショニーンというのは、その地域社会における消費者の最大公約数の生活の姿なんです。モデルが着たらファッショニージやなくてモードです。DCブランドが日本で難しいのは、買いたい人が、買えないブランドになりつつあるからだと思います。高感度・適正価格でないとファッショニージやない。

菅原 私も13年前から、神戸ファッショニーン市民大学の講師をしていましたけれど、いま振り返ってみると、どうしてもマンネリ化ですね。行政主導型で来たこのファッショニーン都市は今まで変わっていません。先程おっしゃられたような、本当の意味の生活、信念のファッショニーンというものが言われもつていて、育っていない。大阪のアメリカ村のような、一種のストリートファッショニーンと言われるヤングの店がないのは13年たつても同じ状態ですね。

ポートアイランドのファッショニエンタウンも当初は界隈性を考えて構想されたんですが、結果的には、問屋の集まりで、人が集まって賑わいをつくるといった界隈性が出来ていなのが現状です。不動産としては大成功だったけど(笑)。神戸のファッショニーンという面では、ファッショニエンタウンは、マイナス効果だったかも知れない気がするのです。

立龜 神戸は小売りの場としても、北野、山本通りのような自然に恵まれた都市環境をうまく利用したところがあるのに、アパレルメーカーが、ファッショニエンタウンといふひとつの城壁の中に集まつたからといって、市民に与える何かがあるでしょうか。



中田幸子

神戸女学院大学中退  
S46 なんはデザイナー学院卒業  
S50~56 梨リサ開発部次長  
S54~ 楽ワールドファッショ  
ン S E教育部次長  
S57 弟アダムント設立  
著書 「ファッションアドバイザ  
ーはステキな種類」



立魚最三

S19 関西学院大学商経学部卒業  
S20~24 江馬風俗研究所修了  
S29~39 櫻山婦婦人服部長  
S40 サンナクトアトリエ創設  
現在、(社)日本メンズファッショ  
ン協会理事長  
福井県仁愛女子短大服装美  
学科教授

それぞれのメーカーが街の中に企画室を持って、通りを歩いている人を見てアイデアを思いつく。ポーアイの中の鉄筋コンクリートのビルの与えられた机の上で考えている洋服は、神戸の洋服じやない。ワールドにしても年商千何億円の中で、神戸でどれだけ売つてます。神戸の本当の匂いを持ったファッショニマークーはいろいろあるのです。そういうメーカーのファッショングが無視されて、ポーアイの中だけがファッショングだと思われては、消費者の最大公約数の洋服じやない。新開地に企画室がある、三宮にあるというの、生活の匂いのする、ライブの洋服ができるのではないか。うか。

中田 しかし、現在ファッショントゥーンの中にある、ワールドにても、ジャヴァ、キムラタンにしても神戸を大きくなってくるとどうしても全国的、インターナショナルな市場を求めるようになつてきます。

それでもおもしろいことに、ワールドにしてもジャヴァアやないんです。他所の土地から来たということで、なおさら、頑張ったんでしょう。現在、神戸のアパレルメーカーのオーナーやトップの方々とお会いして、特徴的に共通項があるのはハングリーじゃない、パワフルじやない点ですね。アメリカ村なんかにある、マンションメーカー、アパートメーカー、はたまた屋根裏メーカー(笑)の人たちは、非常にハングリーなんです。神戸の場合、妙におぼっちゃま経営者みたいで、大変優雅にお暮らしになっています。さほど、チャカチャカせこくしなくても生活が出来になる(笑)。ワールドもジャヴァアも今では成功者ですが、昔はみんなマンションメーカーから始まってハングリーにやつっていました。

**立電** 昔、南京街で、中国人の方が尺一本で作っていたチャイナドレスなんかに神戸の匂いがしていました。今アメリカ村では、裏通りの2階とかで企画しています。店頭で今日売れたというので、ファンキー髭のおっさんが、徹夜で裁断して、車で運んで緑橋あたりで縫い合わして、あくる日それを店頭に出す……これが生活だと思うんですよ。

マイナーなメーカーの人ほど勉強熱心ですね。しかし、それが成功するとは限らない。それが人生です。でもそのマイナーなメーカーをフォローアップすることこそ行政側の大事な仕事。大きなところだけをリードしていくたら楽ですよ。小があつて大が生きる。大だけで小

がなかつたら、ファッショնも支えられない。いま、

知名度のあるメーカーの服なんか最低でも3万8千円(笑)。働いている女性でも月一着も買えない。若い女の子なんか親から貰えるお金は知っている(笑)。アメリカ村や竹下通りでは1万円でおつりがくるものばかり。

だから若い人たちに定着していっているんです。ニューヨークの市場でもいまや韓国製や台湾製が出回って、日本製は受け入れられない。一般の人や若者が買えるような服をつくる零細企業を大事にしないと、ファッショնといふのは残らない。ワールドやジャヴァなどの商品は、ハイファッショնとして置いといて、もっと生活のファッショնというものをつくれるように、マイナーなメーカーを育てあげることが大切です。

#### ファッショնの大学よりもハイスクールを

菅原 人づくりという面では、神戸は、ファッショն市民大学などとつかかりは早かつたのに、なぜマンションメーカーなどの小さなメーカーが育たないんでしょう。東京なんかは、そういうファッショնの専門学校がたくさんあって、みんなそこで、プロとしての基本を身につけ、ハングリーに活動している。神戸の場合はそういう専門学校も、いわゆるお嬢さん学校で、ハングリー精神には欠けています。メーカーにしても採用は一流大学出身の者だけで、ビジネスとしては成功しても、クリエイティブな素地のある人材発掘は積極的にはしていない

いのが現状ではないですか。

今度神戸に開校される芸術工科大学(仮称)にしても4年生の大学ですから、そこを卒業して、ハングリーなファッション業界を背負って立つ人間が出てくるかどうか、と考えますとちょっと悲観的ですね。パワフルな人材育成には繋がらないのではないかと思います。

立龜 芸術工科大学の前に、もととドロドロした街の中の研究会とか、一般的な高校生が夜だけ勉強にいけるような、そんな学校が欲しい。いま活躍しているデザイナーの山本耀司は、慶應大学の法科を出たあと、文化服装学院に通って勉強したんです。だから彼は、計数観念と感性を持ち合わせている。彼の作品の中には哲学を感じられるんです。

菅原 アメリカのF.I.T.(ファッション工科大学)なんかは、もともとユダヤ人の学校で、ニューヨークのいちばんドロドロした中で何とかしてやろうというハングリーライ連中が集まっています。そういうところからみんなスタートしてるんですね。

中田 日本の場合、格式化・ビジネス化されてしまつて、ファッショնの基本がどこかに行つてしまつた感じがしますね。それは小売りという面にも現われています。アメリカ村などは、店の裏で服をつくり、表で小売りをする。神戸のパン屋なんかは昔からそうなんですが、東京のセーラーズもその形態。基本はその線でいつて欲しいですね。

立龜 アメリカ村というのは、行政がほつたらかしで庶民がつくりあげた街です。神戸でも、小さなファッションメーカーが、やろうという意欲をもたせるような情報記事を書いて盛り上げたら、新しい街ぐらいい出来ますよ(笑)。ニューヨークのソーホーでは、工場街にマンションメーカーが入つてやつてます。神戸の開発で大切なのは、完成したものよりも、未開発・再開発のところに、志を持った人が集まれる村をつくつてあげないと…。



菅原 正博

S 38 ファッションブレイングオフィス設立、取締役社長  
S 40~ 龍谷大学経営学部教授  
S 45~51 関西学院商学部助教授  
著書 「ファッションマーケティング入門」  
「ファッションアドバイザー入門」

**中田** 確かに、神戸の場合、港の倉庫なんかは、海運が芳しくないですから空くのは目に見えますよね（笑）。

東京では隅田川界隈、大阪では北浜界隈などの空いた建物にアーティストやいろんな人が入ってきてますね。行政はそういうのを応援してくれるると難い。

それと、最近、私はショッピングでしか神戸に来なくなったんですけど、来たら必ず高架下に行くんです。いま、高架下がすごくおもしろいですね。あの界隈もこれからもっと注目されると思います。もっとアピールしてはどうでしょう。

**菅原** ああいうゴチャゴチャした所にこそ、真の界隈性があるんですよ。どうも神戸はきれいになりすぎている。せっかく神戸には、高架下とか居留地跡とかまだまだ眠ってる場所があるんですから、そこを活用しないといい。

神戸が持つて今までのイメージを一度つぶさないといかんのとちがいますか。今までの神戸が持つ、港町・洋風感覚というのはいまや過去の遺物、そういったものはお土産物屋か観光地ということだけです（笑）。これから生きていく人間の叫びの文化をつくっていかないと何もならないとの違いですか。

**立竜** 神戸に住む若い人達がもっとこだわりを持って欲しい。いちばん大事なことは本人が「自分でつくったものを売りたい」と思う気持ちです。ヨーロッパでもこの発想からオートクチュールが発足したんですから。こだわって憤りを感じて、そういう人達がつくっていくものがデザイナーズキヤラクターブランドであり、「僕はこれがつくりたいんだ。よかつたら買ってくれ」という人がどんどん出てくるように、若い人にしむけていくことが大事なのです。

**中田** 芸術工科大学が大きな役割を果たしてくれるといいのですが…。

**立竜** どうせ行政がやるのなら、大学よりも高校をつくつたらどうですか。ファッショニエースクールです（笑）。

せっかく神戸にはファッショニエースクールがたくさんあって、そういう子たちが就職できるロケーションが備わってるんですから。それと民間の人達で、そういう若い子たちの勉強会をやったり、街の一角を貸して、彼らがつくった洋服の発表の場でも持てば、「次はこんな感じよう」とやる気を持つようになると思うんです。やっぱり神戸なんだから、「なんどいや」とか「何いうとーん」とかいう人間がDCブランドをしないと神戸の匂いは出せないと思うんです（笑）。

**菅原** 発掘こそ大事。市役所や県庁でもそういう「発掘担当課」をつくらないと…（笑）。

**菅原** 金儲けでデザイナーを使う根性が間違っている。世の中、全てが保守になってしまったら、進歩がない。革新ばかりになつても問題ですが…（笑）。とにかく、体制をくつがえしていくだけのエネルギーがないといけません。

**中田** 小さなアパレルの方とお話しすると、皆さん随分良い子で真面目ですね。逆に、ワールドの畠崎社長や、ジヤヴァの細川社長よりも考え方が保守で、意外と驚きです。メジャーな会社の社長さんよりもずっとお坊っちゃん（笑）。これではパワフルとはいえない。

**菅原** いまやハングリーといえば、韓国人や中国人になってしまいます。おそらく5年、10年すると、ハングリーで革新的なファッショニエスは全て東南アジアの人々持つていかれるでしょう。そうならないためにも、いまある大企業ではなく、次代を担う人材育成に力をいれて欲しいんです。

**立竜** 大企業の中でも、才能のあるデザイナーを使ってDCブランドをつくろうとしています。ワールドにしても、いま、アベジンとかを使ってやっていますが、結局、アベジンというナショナルブランドになつてしまい





理由  
け  
美しさには  
あります。

秋はシルエットの美しさがおしゃれのポイントです。

- 秋はフォーマルな装い、シックなドレスの似合う季節。からだにそった流れのようなラインが魅力。
- ルーズな布のたるみ、タンスを連想させる折りジワ、ラインのゆがみ、シックな秋には不似合いです。
- まるやかなドレープの流れ、自然でゆったりとしたボディライン、ゆたかな素材感。装う前のプロのプレスがシルエットを美しく整えます。



本社 / 神戸市灘区記田町1丁目2-16  
851-2440

■ 大阪支社 / 06-853-1332 ■ つかしん店 / 06-420-3754 ■ ローブ・ニシジマ / 078-332-2440  
■ 山手店 / 078-221-2440 ■ 宝塚店 / 0797-72-0810 ■ リフォーム・フルフル / 078-221-9110



## ユーハイムの新作——クライネリーベ **KLEINE LIEBE**

手づくりのよさが生きる、個性ゆたかな7種類の味わい。  
ひとつひとつ愛しむように、優しく削りあげました。  
その優雅で洗練された味わいを、お楽しみください。

¥500 (12包箱入)・¥1,200 (29包)・¥2,000 (48包)・¥3,000 (73包)



**ユーハイム**

経済ポケット  
ジャーナル

★コナミ本社ビル完成  
8月22日「コナミ」（上



アトラクションを観る  
菱川文博取締役会長ら

月景正社長)の本社ビルが完成、その披露パーティーが行われた。

出席し、本社ビルの完成を祝った。



山本 薫子

第一  
一ダード

## 第一グランドホテル

★第一グランドホテル（小川博康社長）が  
9月13日にオープン

もつて」と、抱負の言葉。同会に新しい風を吹き込んでもらいたい。

観光、ビジネスと幅広く利用できるホテルである。

い純白の外観をはじめ、24時間営業のカフェエレーストランやゴージャスなバー、広い特別室も設けられ、若い女性の人気も呼んでいます。又、ワープロやファックスなども利用可能。レジヤー、

する同ホテルは、三宮駅から徒歩5分、東門筋のプレゾーンのただ中にそびえ立ち、立地条件は抜群。円形のバルコニーが美し  
い輸入商品も、自分で輸入すれば円高分は安く買える。同クラブは、その個人輸入に伴う手続きを一手に

★K O B E オ フ イ ス レ デ イ ★

稻家秀美さん



「私の愛聴盤です」と取り出したのは  
「マンハッタン・ジャズ・クインティッド」。  
さてはジャズキチかと思いつきや、なんと  
元演歌歌手！4年前にキングより『京都  
小雨』をリリース、1年間プロとして活躍  
した。現在はマハマレでレコードを担当し  
ながら、ボップス歌手を目指して歌のレ  
ッスンも。音楽に賭ける情熱はひたむき  
だ。世の男性に対する、「いい女って、  
やはり自分のボリュームを持っている女性  
ですよ」と半ば自己 P.R. の女性論を展  
開。口元セクシーな A 型、さそり座。

会場に当てられた5F大ホールは、約3百人ほどの出席者で埋めつくされるほどで、ソフトウエアの会社らしく、外国人の姿も多く見かけました。

菱川文博取締役会長、上月景正取締役社長共に神戸出身であり「故郷の神戸・兵庫の経済発展のために頑張りたい」と語った。

パーティには宮崎辰雄  
神戸市市長や三木副知事も

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《神戸オールスタイル》

中田 美明

(取締役社長)



① S 14. 9. 24生まれ

② 血液型／A型

③ ランチタイムは何を食べますか／オリエンタルホテルの石亭など和食中心

④ あなたのおしゃれ哲学／甜を基調にネクタイなど小物に変化をもたらす。

⑤ 好きな女性のタイプ／素直な女性。

神戸市中央区伊藤町121

電 (078)321-2111㈹



ELJEUNE (エルジェンヌ)

1986 AUTUMN & WINTER

ヤングからヤングミセスを対象に、新鮮なデザインでアピールするレディス・ファッショントの専門メーカー、神戸オールスタイル株。

「神戸という街は、海があつて山があつて、食事・ショッピングと、一日でいろんなことが楽しめる、そういう立地に恵まれた街。その神戸を本拠に、街の色に合つた、さわやかでヘルシー、そして少しお洒落な神戸ファッションを心掛けている」と、中田美明社長は語る。

ニットの専業として知られるこの会社。そのニットの持つ素材感を大切に、内面的にも付加価値を持たせ、リーズナブルな手抜きのない商品を提供している。しかし、消費者のニーズに応えるべく、ニット以外の商品にも意欲的。気になる新ブランドについては、「"エルジェンヌ"をはじめとした既存ブランドを大切に考え、充実させることが先決。いつ発表するかは、もう少し時間をかけてから」と現在、温存中らしい。

来年7月には、本社をポートアイランドのファッショントウンに移転。「ポートアイへの集約により、世界の情報発信基地として、一丸となって神戸らしさを発信し続けます」と熱く語った。

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《ジャヴァグループ》

細川 数夫

(取締役社長)



①S 16.2.15生まれ

②血液型／O型

③ランチタイムは何を食べますか／ファッションタウン界隈の店で

④あなたのおしゃれ哲学／トータルで自分を表現すること

⑤好きな女性のタイプ／辛抱強い女性

神戸市中央区港島中町6丁目8-2

電 (078)302-8282㈹



\*ロートレアモン\*

原宿コレクションより

昨年10月、“リップスター”が新しく加わり、8社21ブランドを擁するまでに成長したジャヴァグループ。昭和39年に創立以来、わずか23年目で年商390億円を目指すほどに急成長した、その秘密はどこにあるのだろうか。

「いわゆる服の形態としての神戸ファッションは、もう姿を消していると思います。今は世界中がシンクロナイズする時代ですからね。もっと経営グロスで地域性を出していくべきじゃないでしょうか」と語る細川社長。世界の中の神戸、世界中のジャヴァを見据えた、グローバルな経営戦略が開花、今日のジャヴァがあるという。

「当初から総合アパレルでトータルにやってきたことが、ワンショップスタイルを可能にしたんですね。まあ、先見性があったおかげで時流に乗ったということでしょうか」と、トータルにライフスタイルを提案することが、今日のファッションであることも強調する。

「愛の文化の創造」のテーマのもと、人を縦糸に、そして文化を横糸に、ジャヴァグループはその調和をアパレルで表現する。

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《アバン》

小林 新吉

(専務取締役)



①S 14. 9. 24生まれ

②血液型／O型

③ランチタイムは何を食べますか／お昼はほとんど食べないです。

④あなたのおしゃれ哲学／清潔で色ものを使わないこと位で、特に哲学というものはない。

⑤好きな女性のタイプ／キャサリン・ヘップバーンとオードリー・ヘップバーンが好きです。

神戸市中央区港島中町6丁目3番5号

電話 (078)303-3911



この秋デビューした  
“ステファン”

昭和54年に中央区東町で誕生したアバンは、その後、昭和55年よりレナウングループ㈱レリアンと取引を開始し、レリアンブランドの商品を生産してきた。

しかし、3年前より自社ブランド「アバストン」を発表。40歳以上のミセスを対象とした、トータルファッショントリニティを提供してきたが、この秋より10歳位若い女性をターゲットにした高感度のブランド「ステファン」を新たに発表、これからのお目玉にして行く予定。

創立6年目で、ファッショントリニティに新社屋を建てた小林専務は「今後は自社ブランドの充実をはかりたい」と語る。

情報が満ちあふれている現代においてもはや“神戸ファッション”はあり得ないが、“神戸”という名のブランドは、現在でも充分に効果があるので、本社が神戸にあるメリットを感じている。

これからのファッショントリニティの課題は、橋が一本しかないことで、どんどん企業が入ってきた時のアクセスが問題。

重衣料を中心にやって行くことには変わりがないが、香水、バッグ、下着等も含め、女性が身につけるもの全てを「ステファン」色に染めあげたい、と熱っぽく語る。

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《イズム》 小田 俱義

(取締役社長)



① S 18. 10. 12生まれ

②血液型／B型

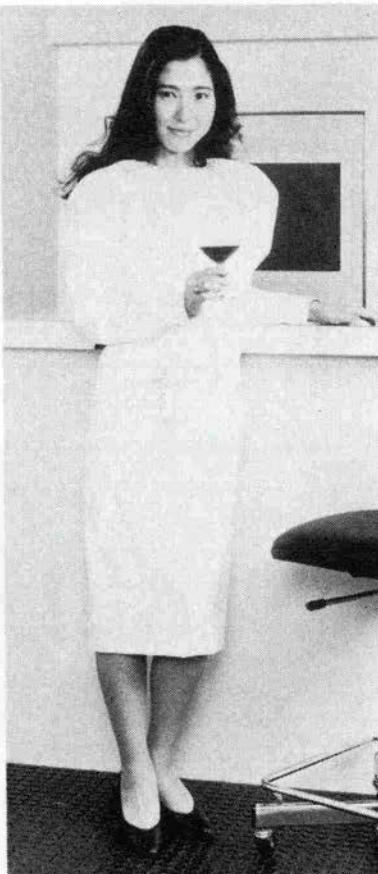
③ランチタイムは何を食べますか／布引庵のざるそばが多い

④あなたのおしゃれ哲学／トランジショナル

⑤好きな女性のタイプ／教養があり、文化に対して理解のある女性

神戸市中央区二宮町2丁目10番7号

電 (078)222-3641㈹



この秋、デビューしたイズムの新ブランド“アーズ”的コレクションより。ラムースのワンピース。

「若い頃は、食べる事が先という時代でしたから、神戸の自然や街並がファッションそのものでした」と語る小田社長。

1981年に創立、2年後には事業部制を採用するなど常に時代に即応した積極経営を推進してきたイズムグループ。今年の秋には新社屋も完成する。

「ファッションは衣食住同根。楽しく潤いのある生活を演出していくのが『ファッションビジネス』の理念のもと、「新社屋の1~2階を利用して、異業種も取り入れ、何か“提案型”的夢のある仕事がしたい。」とも語る。

「京都にしても大阪にしても、関西には古くから“つくる”ことに対するこだわりがあると思うんです。『売れるものがいいもの』とするマーケティング型が東京的発想だとすれば、関西の発想は『いいものが売れる』というマーチャンダイジング型。つまり職人的なんですね。そういう風土の中で、ものづくりに対する目は、社内全体に厳しく持ち続けたい」と、“つくる”という行為をファッションの原点として強調。東京中心の情報化に巻き込まれず、「神戸らしくてちょっとぜいたくな新ハイカラ服を」という“神戸主義”を提唱する。

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《モードリンダ》

高田 穎男

(専務取締役)



① S 18. 9. 6生まれ

② 血液型／A B型

③ ランチタイムは何を食べますか／ビルの下の“レストランやまと”でボリュームのあるもの。

④ あなたのおしゃれ哲学／せんたくした、清潔感のあるものが好き。

⑤ 好きな女性のタイプ／仕草がかわいい人。

神戸市中央区旗塚通7-1-11

電(078)242-4141㈹



レモーナ

神戸のブラウスは、ファッション業界において、1つのブランドとして定評がある。モードリンダ㈱は、ブラウス専業メーカーからスタートして15年。最近は、ブラウスのみでなく上着からボトム、アクセサリーに至るまでトータルコーディネートを目指している。ブランド名は「レモーナ」「ユキエイ」に加え、最近新しく「ペチュアル」が発表された。

キャリアゾーンをターゲットに、ベーシックなアイテムの中に神戸らしいエレガントな香り、トレンドを取り入れている。今年の特徴である、ボディコンシャスな全体をシェイプさせた服は、上着、スカートとも丈の短い、女らしいラインのものが主流だ。「最近DCブランドが最盛期ですが、1つは人材に恵まれていて、宣伝のうまさでしょう。メーカーの数はぼう大、これからも増え続けていくでしょうが、それだけお洒落のタイプが多様で、1人で何タイプものお洒落を自在に楽しむ人も多い現代です。神戸独自のファッションはもうなくなりつつありますが、神戸のもつ上品できれいな色使いの服をこれからも作り続けていきたい」と、これからの神戸ファッションの展開を意欲的に語ってくれた。

## ■ パワフル神戸ファッショント ■

アパレル10

### 《パール》

松岡 賢蔵

(取締役社長)



① S 10.8.30生まれ

② 血液型／O型

③ ランチタイムは何を食べますか／"布引庵"のおそばなど。

④ あなたのおしゃれ哲学／自分に合った物を着る。色はシルバーグレーが好き。

⑤ 好きな女性のタイプ／細身で小柄な人。話してて楽しい人。

神戸市中央区生田町3丁目1-18

☎(078)232-3333㈹



シニフィエ

真珠のイメージを彷彿させるマークとロゴ。今、お洒落な女性に人気のブラウスを提供している株パール。女性の美を演出する真珠とブラウス、その共通点は意外と多い。北に六甲の山々を望む神戸の中心地に堂々とそびえる白亜の自社ビルは、洗練された神戸のブラウスマーカーとしての心意気を感じさせてくれる。創業25周年を節目に、新しい展開を試みようとしている株パール。それはブラウスから上着、ボトム、ファッショングッズに至るまでトータルにコーディネートしたブランド「シニフィエ」の誕生です。キャリアゾーンをターゲットに、女性のエレガントな香りをたたえ、アダルト感覚にさらっと着こなせるのが魅力。

ファッション都市神戸の展望についてひと言。「現在でも、北野の異人館やポートアイランドのファッションタウンなど魅力ある街がありますが、日本にどこにいても神戸を感じさせてくれるファッション情報をもっと増やせたら……さらにいきいきした街づくりにつながると思います。」街づくりだけでなく、小さな身の回りのものから、愛する神戸を搜し育てていこうとするひたむきな姿勢が印象的でした。

## ■ パワフル神戸ファッション ■

アパレル10

### 《マドンナ》

清水 善之

(代表取締役)



①S 16.9.11生まれ

②血液型／A型

③ランチタイムは何を食べますか／麺類

④あなたのおしゃれ哲学／清潔感を大切に。自分の好みに合わせてうまく着こなす。

⑤好きな女性のタイプ／十朱幸代、吉永小百合

神戸市中央区小野柄通6丁目1-9

☎ (078)251-6761㈹



ANSCHLAG(アンシュラーク)

会社創立16年のマドンナは、その製品の90%がブラウスという、神戸でも3本指にはいるブラウスメーカー。“マドンナ”を中心に、“アンシュラーク”などブランドは5つあり、年商は16億である。製品の対象はミセス。「女らしさ」をテーマにして、全国的に取引がある。

「神戸のファッションのルーツは、芦屋のお嬢さんルック。上品でシンプル、かつ女らしいというのが、うちの製品の基本です。」と語る清水社長は、一番神戸らしいと言われるブラウスに着目、あくまで専業でいい物を作っていく経営方針の成果として、レベルの高い神戸のブラウスが全国で占める割合は大きい。マドンナの今秋のテーマは、「シンプルななかにも女らしいシルエットを。」素材は女らしいポリエステルがメイン。清水社長の経営哲学は、「ものづくりを大切に」である。お客様に喜んでもらえる商品づくりのために、縫製をきっちりと、取引先を大切に、この2つをテーマにスタッフと共にがんばっている。細かいところにまで気を配り、新しいものを取り入れつつ根本的な女らしさを失わないという姿勢は、「マドンナは神戸らしい」と言われるゆえんである。

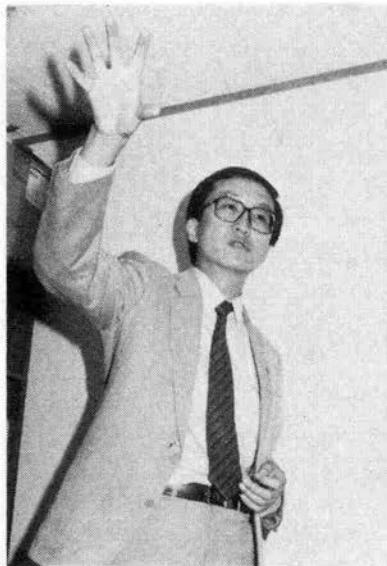
## ■ パワフル神戸ファッショント ■

アバレル10

### 《伸和スタイル》

柿本 雅司

(代表取締役社長)



① S 23. 12. 12生まれ

② 血液型／A型

③ ランチタイムは何を食べますか／近くの大衆料理屋で何でも食べます。大衆料理屋が好きです。

④ あなたのおしゃれ哲学／色彩のバランスに気を使っています。自分の服は絶対自分で選びます。

⑤ 好きな女性のタイプ／昔はサユリストでした。その後は松坂慶子、古手川祐子で、今は特別にはいません。

神戸市中央区生田町3丁目2番7号

電 (078)241-8691㈹



この秋注目をあびているシャネル・スーツ

昭和29年4月、婦人服のイージーオーダーで始まった伸和スタイル株式会社だが、現在、アウトウェアを中心に「ル・ヴェール」「モード・スター」「サン・ロマン」「ラ・メール」「藍華」と5つの自社ブランドを持ち、5年前より既成服の販売のみを行っている。

客層は、30代以上のミセスで、コートやワンピース、スカート、パンツ等、下着以外のあらゆる物を扱っている。

「この4月より社長職についたわけですが、前社長の意志を引き継ぎながらも何か新しい展開をしたいと、現在は色々と模索しているところです。とりあえずは、新ブランド『藍華』の販売が夏だけでしたので、来年は一年間を通じて行えるようにしたい。」と柿本社長は語った。

『藍華』は、徳島の藍染を利用したブランドで、今後も日本の伝統美を生かした洋服を作つて行きたいそうである。

「神戸ファッションについては、特別な意識はなく、またあまり地域によるファッション分類は好きではないが、強いと言つならば、神戸の人は色の使い方が上手いと思う。ファッションはあくまでも自己満足の表現だと思います。」と言うのが柿本社長の自論である。

## ■ パワフル神戸ファッショントーク ■

アパレル10

### 《シャルレ》

林 宏子

(専務取締役)



①S 13.1.17生まれ

②血液型／O型

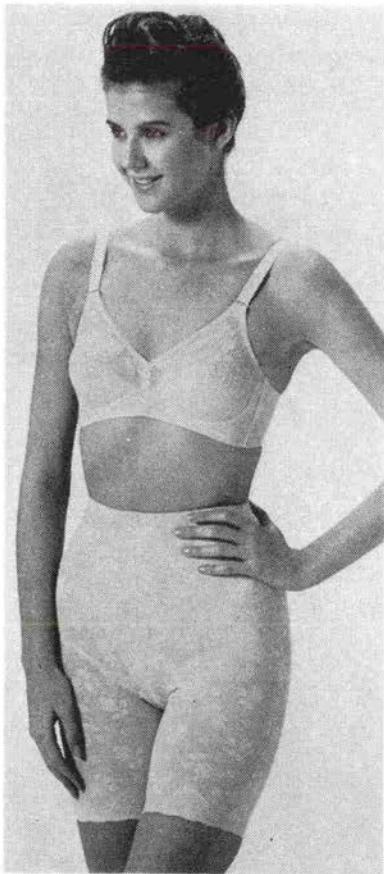
③ランチタイムは何を食べますか／お弁当持参。和食特にお漬け物が大好き。

④あなたのおしゃれ哲学／紫・白・グリーンなどはっきりした色が好み。デザインはシンプルでカチッとしたスーツが多く、最近はアクセサリーに凝っている。

⑤好きな男性のタイプ／外見は田宮二郎、中身はレッドバトラー。

神戸市中央区港島中町7丁目7-1

☎ (078)302-7171㈹



ナチュラルシェイプシリーズ FA 101 ブラジャー、  
FE 102 ガードル(セミロング)

それぞれに個性を主張するファッショントーク群の中にあって緑濃いオーセンティック風の懐いを感じさせるビルがシャルレ本社社屋だ。神戸アパレルメーカー代表格の一つであるシャルレは、ランジェリーとインナーを中心にグレードの高い高級イメージを展開、アダルトな客層から根強い人気を得ている。「本社が神戸にあるという事は、それだけで大きなメリットがあります。神戸といえばファッションナブルな町だというイメージが定着しているんですよ。でも先端を行っているパートもあれば、保守的な路線を保っているパートもあり、自然な形で共存しているところが良いですね。」神戸女性らしく明快で歯切れのよい言葉が出てくる。

シャルレ・ラインナップのニューフェイスが泳げるボディスーツの異名を持つ「水着」で脂肪が気になりだした年齢層に大変好評のこと。「基本はお客様の声を十二分に聞き商品に反映すること。そのために試着テストを何回も何回も繰り返すんですよ。」イタリアの下着デザイナーと専属契約し、より機能性、ファッショニ性を備えた「マントヴァ」も考案中。世界中から注目されるパワフル神戸ファッショントークに一役買う日も近い。

## ■ パワフル神戸ファッショントップ ■

アパレル10

### 《ファミリア》

岡崎 晴彦

(取締役社長)



① S 16. 6. 15生まれ

② 血液型／O型

③ ランチタイムは何を食べますか／好物は「二見寮」の天丼

④ あなたのおしゃれ哲学／紐をベースにしたベーシックスタイル

⑤ 好きな女性のタイプ／明るく素直でウイットとユーモアのセンスに富んだスポーツ好きな女性

神戸市中央区西町36(三菱信託銀行8F)

電話 (078)321-0345



<上>ミニクラブ／ファミリアカジュアルのデザインをトドラーサイズにしたグループ

<下>ファミちゃんシリーズの新作

昨春、創業者・坂野通夫氏の跡を継ぎ二代目社長に就任。ベビー・子供服では年商220億と業界No.1のファミリアを背負って一年半が経過した。

「30代、40代といった働き盛りの社員達が意欲を充分に発揮して、どんどんニュートライアルができる職場にしたい。

“企業は人なり”と言いますが、全くその通りです。既に重要なポストで活躍している女性を先頭に、女子社員の能力を最大限に引き出したい。熱意ある社員に大いに期待しています」と若い経営者らしい爽やかな発言。

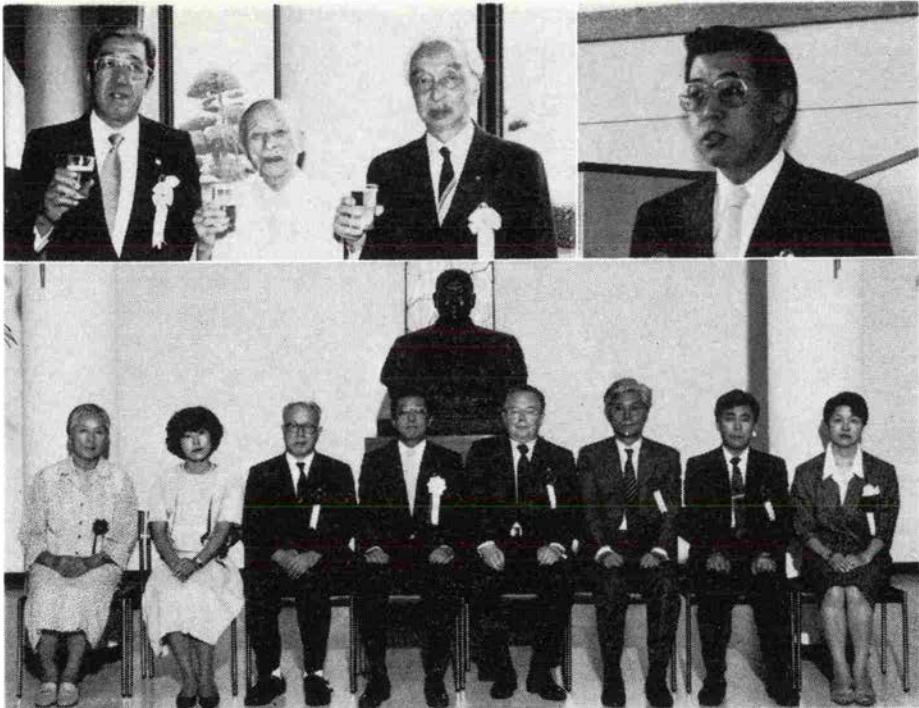
神戸で生まれ、神戸で育った同社の商品は神戸らしさに定評があり、阪神間では圧倒的に人気が高い。10年前、銀座ファミリア出店を機に関東へも積極的に進出を始め、全国各地に直営店が広がった。11月には29店舗めが芦屋にオープンする。しかし、時代の流れで根強いファンを意識しながらも、脱ファミリアのイメージ商品も考えねばならない時期が来ていると岡崎社長は考えている。

「阪神間には昔から培ってきた文化があり、装いだけでなく味を含んだ“神戸ファッショントップ”の原点があります。東京志向の時代ですが、自信と愛情をもつて私達の手で神戸ファッショントップを輝やかせてていきたいですね」

話題のひろば

<I>

# 今年は国際交流をとくに重視



(上・右)挨拶をする井植理事長(同・左)出席した左から井植敏三洋電機社長、中井一夫、岡崎忠太陽神戸銀行相談役の皆さん(下)左から浜地和子(山沢栄子代理)、山本博繁義妹、齊藤由紀子、井植理事長、A・ブリューネ、三木康弘、清水晃夫妻の皆さん。

井植理事長は挨拶の中で「受賞者もこれで個人31、団体20に達し地域社会に密着する事業として定着して来たの感があります。これからも故・井植誠男(三洋電機株創設者で同氏の私財を基に財團が創設された)の理念に基づいて活動していきたい」とこれから抱負を披露。選考委員による選考経過報告、賞贈呈と続き、受賞者を代表して前・大阪神戸フランス総領事のA・ブリューネさんが挨拶。「地域の活動にも国際交流があります。それがあつてこそ地域も豊かになる。私はこれからも日仏の架け橋としての仕事を続けていきたいと考えています」と、他国への転勤を嫌つてあえて退官、「自由の身」での日仏交流に挺身する決意を述べ拍手を受けた。

式の後の懇親会は、今年九十七歳の中井一夫元・神戸市長の乾杯音頭で始まった。

本年度の受賞者は山沢栄子(文化芸術部門)、清水晃(科学技術部門)、山本博繁(社会福祉部門)、アンドレ・ブリューネ(地域活動部門)、神戸新聞昭和史取材班△代表・三木康弘▽(報道出版部門)。

井植理事長は挨拶の中で「受賞者もこれで個人31、団体20に達し地域社会に密着する事業として定着して来たの感があります。これからも故・井植誠男(三洋電機株創設者で同氏の私財を基に財團が創設された)の理念に基づいて活動していきたい」とこれから抱負を披露。選考委員による選考経過報告、賞贈呈と続き、受賞者を代表して前・大阪神戸フランス総領事のA・ブリューネさんが挨拶。「地域の活動にも国際交流があります。それがあつてこそ地域も豊かになる。私はこれからも日仏の架け橋としての仕事を続けていきたいと考えています」と、他国への転勤を嫌つてあえて退官、「自由の身」での日仏交流に挺身する決意を述べ拍手を受けた。

式の後の懇親会は、今年九十七歳の中井一夫元・神戸市長の乾杯音頭で始まった。

新発売



フルーツケーキ  
ヴァイキング



洋酒の香り豊かな  
フルーツ&ナッツをブレンドしました。  
14ヶ入¥1000 12ヶ入¥1500 28ヶ入¥2000

—北欧の銘菓—

ユーハイム・コンフェクト

本社・神戸市中央区熊内町1-8-23 ☎221-1164

こんにちは赤ちゃん



田中宏幸くん／芦屋市朝日ヶ丘町  
将来の4番打者だーい！  
完全看護★冷暖房完備★病院前公共駐車場有

芦屋柿沼産婦人科



芦屋市大耕町1番18号  
芦屋保健所東隣  
芦屋 (0797) 31-1234 代表