

# 「町並みと町人文化の創造」 の背景——6つの三等美術館

水谷 顕介／都市計画家・建築家

昨年の「龍野ゼミ」は主催者の一翼をになつていたので緊張して

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けて、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を機会に招かれた盛岡での講演会という実績？にのっかって、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ったし、1835年築の猪苗代湖から引いた疎水の

とうとうとした流れに感激してき

た。  
会津若松の町並み活用方法は、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、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。

そして、イタリアの商人階級からはじまった人間復興のルネッサンスに学ぼうと、会津復古会加盟店（27会員）のなかに、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いし、町角に点々と配置されているからと、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—会津—蔵品館（石州流茶道具な

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、大和川酒蔵—北方風土館、ネパールコレクション—屋根裏秘宝館などがあり、見学する前には押しつけがましい個人の悪趣味なのではないかと訝かっていたのだが拝見してみてもその内容の立派さや選択眼と思想に感心した。

喜多方は、昨今有名になってしまった「蔵のまち」である。蔵の用途や表情は、さまざまで、酒蔵、味噌蔵、漆器蔵、店舗蔵、堺蔵、厩蔵、隠居蔵などあり、レンガ造りのものもある。これらの蔵が、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、蔵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られてまったく感動して以来の、念願の地だった。それ以来知りあった、大内宿発見者ともいふべき相沢韶男君の講演があった。その夜、地元の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れ、心からの歓迎を受けて、涙がでてしょうがなかったんだ」と。



「会津葵」シルクロード美術館

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

＜株式会社アダマント社長＞

―神戸が「ファッション都市」を提言して、13年目を迎えます。来年秋にはポートアイランドのファッションタウンも完成し、ファッション都市としてより充実してまいります。今後、パワフルな神戸ファッションを目指すに際し、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ご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お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感覚を全く無視して伸ばそうとしない（笑）。私のバリエーションに人のお嬢ちゃんが、学校に行った時、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」と褒められたそうなんです。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ったそうです。そういった子供のちよつ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必要なものを詰め込んで、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ろうという気持ちを潰してしまっているんです。

日本はアパレルの国と言われていますが、たまたま何人かの感性のある子だけが伸びて、大半はそういった情操の教育をあまり受けずに出てくるわけだから、後天的なもの高校を卒業して初めてという形なんです。そういった押しつけからは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ってくるわけです。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。つまりそういった子供たちの着る洋服を作るメーカーがないんです。





中 田 幸 子 さん



菅 原 正 博 さん



立 亀 長 三 さん

本当のファッションというのは、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ンじゃなくてモードです。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ンじゃない。

菅原 私も13年前から、神戸ファッション市民大学の講師をしていたんですけど、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ン都市はいま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、信念のファッションというものが言われもっていて、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ンと言われるヤングの店がないのは13年たっても同じ状態ですね。

ポートアイランドのファッションタウンも当初は界限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限性が出来ていないのが現状です。不動産としては大成功だったけど(笑)。神戸のファッションという面では、ファッションタウンは、マイナス効果だったかも知れない気がするのです。

立亀 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、ファッションタウンというひとつの城壁の中に集まったからといって、市民に与える何かがあるでしょうか。



立 亀 長 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 櫻山紳婦人服部長  
S40 紳オクトアトリ工創設  
現在、(社)日本メンズファッション協会副理事長  
福井県に愛女子短大服装美術科教授



中 田 幸 子

神戸女学院大学中退  
S46 なんばデザイナー学院卒業  
S50~56 紳リザ開発部次長  
S54~ 紳ワールドファッションSE教育部次長  
S57 紳アダマント設立  
著書 「ファッションアドバイザー—はステキな嫁—」

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。ボ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、神戸の洋服じゃない。ワールドにしても年商千何億円の中で、神戸でどれだけ売ってます。神戸の本当の匂いを持ったファッションメーカーはいろいろとあるのです。そういうメーカーのファッションが無視されて、ボーアイの中だけがファッションだと思われては、消費者の最大公約数の洋服じゃない。新開地に企画室がある、三宮にあるというのが、生活の匂いをする、ライブの洋服ができるのではないのでしょうか。

中田 しかし、現在ファッションタウンの中にある、ワールドにしても、ジャヴァ、キムラタンにしても神戸をマーケットの全てとは考えていないでしょう。企業も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ってきます。

神戸のアパレルは、そういうメジャーなところと、やたらマイナーなところだけで、真ん中が全然ない(笑)。いま、そのマイナーなところを中堅どころに育てていくことが大切になってくるんじゃないでしょうか。

それとおもしろいことに、ワールドにしてもジャヴァにしても社長は2人とも同じ地方の出身で、神戸っ子じゃないんです。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、バワフルじゃない点ですね。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、チャカチャカせくしくなくとも生活がお出来る(笑)。ワールドもジャヴァ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っていました。

菅原 次代のダークホース的な存在がでできませんね。ファッション業界でも、世代交代が行なわれて然るべきなんですけども。この辺が神戸にとって大きな課題だと思っていますね。

立亀 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は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ったら楽ですよ。小があって大が生きる。大だけで小



がなかったら、ファッションも支えられない。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れている(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つています。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、ファッションというのは残らない。ワールドやジャヴァなどの商品は、ハイファッションとして置いて、もっと生活のファッション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。

#### ファッション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、ファッション市民大学などとかかりは早かったのに、なぜファッ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ね。東京なんかは、そういうファッション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ない



菅原 正博  
S38 ファッションバイングオフィス設立、取締役社長  
S40～ 龍谷大学経営学部教授  
S45～51 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」他

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、と考えますとちよっと悲観的ですね。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。

立亀 芸術工科大学の前に、もっとドロドロした街の研究とか、一般の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、慶応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、数値観念と感性を持ち合わせている。彼の作品の中には哲学が感じられるんです。

菅原 アメリカのFIT(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な連中が集まってきています。そういうところからみんなスタートしてるんです。

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

立亀 アメリカ村というのは、行政がほったらかして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社会をつくらないと駄目です。「神戸っ子」がどんどん記事を書いて盛り上げたら、新しい街ぐらい出来そうです(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ってやっています。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ってあげないと…。

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。空くのは目に見えてますよね(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と有難い。

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だけです。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てくると思います。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、真の界限性があるんですよ。どうも神戸はきれいになりすぎています。せっかく神戸には、高架下とか居留地とかまだまだ眠ってる場所があるんです。そこを活用しないとい。ボーアイのファッショントウンだけが全てじゃない。

神戸が持っているイメージを一度つぶさないといかんのところがいますか。いままでの神戸が持つ、港町・洋風感覚というのはいまや過去の遺物、そういうものはお土産物屋か観光地ということだけでいい(笑)。神戸の過去の遺物にこだわることはないのです。これから生きていく人間の叫びの文化をつくっていくかないと何もならないのと同じです。

立亀 神戸に住む若い人達も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。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ン・ズ・キャラクター・ブランドであり、「僕はこれがつくりたいんだ。よかったら買ってくれ」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んですが……。

立亀 どうせ行政がやるのなら、大学よりも高校をつくったほうがいいです。ファッションのハイスクールです(笑)。せっかく神戸にはファッションメーカーがたくさんあって、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。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、「次はこんなしよう」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」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)。

発掘こそ大事。市役所や県庁でもそういう「発掘担当課」をつくらなく(笑)。

金儲けでデザイナーを使う根性が間違っている

菅原 世の中、全てが保守になってしまったら、進歩がない。革新ばかりになっても問題ですが(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 小さなアバレルの方とお話すると、皆さん随分良い子で真面目ですね。逆に、ワールドの畑崎社長や、ジャ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 いまやハンズグリーといえば、韓国の人や中国の人になってしまっています。おそらく5年、10年すると、ハンズグリーで革新的なファッションは全て東南アジアの人に持っていけるでしょう。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。

立亀 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います。ワールドにしても、アベジンというナショナルブランドになってしま

ますね。畑崎さんがアベジンを育てようと思った考え方は正しいし、大企業がDCブランドをやるうとしていることは肯定できます。ただその企業のイメージが強すぎるとその男が死んでしまう、そんな恐れもあると思いますよ。

菅原 体制の中に入れてしまっただけではない。社長が、一人のデザイナーを大事に育てようとしても、役員会なんかで叩かれたらおしまい。育たなくなる。

中田 だったら社長個人でやればいいんです。あれだけ資産をお持ちなんだから。(拍手)。全部、自分のグループの企業に入れてしまおうくらいいなくなる。

菅原 ある意味で、社長までがサラリーマンになっている。フランスでは、一ブティックが、一人のデザイナーを育てあげるのが当たり前。これと思うデザイナーがいれば、小さなブティックでも入れ込んで投資します。

立亀 いま、日本の経営者で成功している人は、欲でやっている。金儲けでデザイナーをとおうと思っただけ、根性が間違っているんですよ。(笑)。相撲取りのたにまちは好きでやっていますよ。儲けるための手段としてデザイナーをかうんだったら、昔の置き屋と一緒にしよう(笑)。あの男は必ず伸びる、伸ばしたいといつて、宝塚歌劇の鳳蘭のファンみたいに(笑)。肩入れして、その男の洋服に惚れないと駄目。そういう面では、いまの日本の経営者連中はブアですね。人間の着る洋服を、ファッションビジネスという名前で、他の産業と同じに企業化しようとしたこと自体、間違いと違いますか。

DCブランドにしても、好きでやる子がやる。それを朝は9時から晩は5時までなんかでは、いいものではない(笑)。ファッションは夜光族の商売と思うんです。昼間は売ってお客様の意見を聞いて、夜考えて作って……「そしたらいつ寝るねん」いうぐらいの、寝るのが嫌いなぐらいの連中がやるのが、ファッションではないでしょうか(笑)。

菅原 まるでタレントビジネスと一緒にですね(笑)。

立亀 桂三枝や明石家さんまなんかの動きは、人間から見ただけじゃないぐらゐの動きをしていますよ。デザイナーでもそういう人間が出てこない、新しい神戸の匂いのするファッションはできない。

菅原 人に感激を与え、インパクトを与えようと思えばサラリーマン稼業ではできないんじゃないですか。落語や漫才といっしょで、拍手をもらわないといけない。それを下手に、鉄鋼や造船や物を動かして儲けるビジネスと同じ仕組みの中に入れたことが大きな間違いです。

中田 神戸はもとと、去る者は追わず、来るものは拒まずの土地ですから、もっと異質な人達を受け入れていかないと、ファッションにしても単なるビジネスの一つになってしまいます。

それと今後、神戸がファッションの情報発信基地を目指すならば、東京のファッションをそのまま移動させてくるんじゃないくて、神戸から発信していき、またアレンジさせて神戸独特のものにつくり変えるぐらゐにクリエイトなものを持つて欲しい。

立亀 東京商品の情報をしたら亜流、神戸のファッションを発表してこそ、情報の発信基地になるとしたら、神戸のファッションをつくる人は、メイド・イン・コウペでないと駄目。神戸の中にもそれができる人が必ず生まれてきます。そういう新人を見つけ育てあげることが使命でもあるのです。ポートアイランドの育成がファッションではない。埋め立て地をあそこまで価値をあげたのは、行政の力なんです。あとは中に入っている企業に任せて、第2のポートアイブくりをして欲しい。

菅原 それは倉庫かもしれないし、ガード下かもしれない。立派なものじゃなくていいから、一からやり直すつもりで、神戸の人たちが自分たちの手でやる気を持ってやってもらいたいですね。

貴重なご意見をありがとうございます。神戸のファッションづくりをもう一度、スタート地点に立ち戻る決意が必要だと痛感しました。(ブラン ドプランにて)





理<sup>わ</sup>  
由<sup>け</sup>  
が<sup>あ</sup>り<sup>ま</sup>す。  
美<sup>さ</sup>  
し<sup>さ</sup>  
に<sup>は</sup>

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る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。
- まろ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 ■ロープ・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、優しく創りあげました。  
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。



アトラクションを観る  
菱川文博取締役会長ら

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、ソフトウェアの会社らしく、外国人の姿も多く見うけられた。

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。

パーティーには宮崎辰雄神戸市市長や三木副知事も



出席し、本社ビルの完成を祝った。

★山本薫子さんが  
神戸経済同友会の会員に



山本 薫子

神戸商工会議所、神戸青年会議所と並ぶ神戸の経済三団体の一つ「神戸経済同友会」に、設立以来初の女性会員が誕生した。

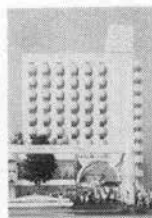
南山本商店・南山本ビルの社長山本薫子さんがその人。

「身分不相応なお誘いで本当に恐縮しています。もったないのでお断りしようと思ったのですが、いろんな業界の方々と接する機会にもなりますし、勉強させて頂くつもりでお受けしました」と謙虚に語る。

「神戸というカンパスに絵を描くように、ロマンを

もって」と、抱負の言葉。同会に新しい風を吹き込んでくれそう。

★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



第一グランドホテル

地上11階、108の客室を有する同ホテルは、三宮駅から徒歩5分、東門筋のプレイングインのただ中にそびえ立ち、立地条件は抜群。

円形のパルコニーが美しい純白の外観をはじめ、24時間営業のカフェレ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る。

又、ワープロやファックスも利用可能。レジャー、観光、ビジネスと幅広く利用できるホテルである。

★「円高」が楽しくなる話  
「円高、円高と騒しい割には、ブランド物などはちつとも安くならない」とお嘆きの方のために、横浜口堂書店三宮店(安保美己夫社長)では個人輸入クラブ「OITエアメール・オーダー・ファンクラブ」を

発足した。  
円高メリットが反映しない輸入商品も、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引き受けてくれる。入会すると、



カタログも豊富

の30〜60%OFF。

### ★KOBEOフィスレディ★



「私の愛聴盤です」と取り出したのは「マンハッタン・ジャズ・クインテット」。さてはジャズキチかと思いきや、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ながら、ポ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。世の男性に対しては、「いい女って、やはり自分のポリシーを持っている女性ですよ」と半ば自己PR的女性の論を展開。口元セクシーなA型、さそり座。

稲家秀美さん(26)  
(日本楽器製造神戸店)  
(ヤマハ)レコード担当

# ■ 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 / 紺を基調にネクタイなど小物に変化をもたす。

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

☎(078)321-2111#4



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・ファッションの専門メーカー、神戸オールスタイル㈱。

「神戸という街は、海があって山があって、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、街の色に合った、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タウンに移転。「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)



① S 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

☎ (078)302-8282(代)



“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して時代ですからね。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、世界の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pstail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、人を縦系に、そして文化を横系に、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)



① S14.9.24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んです。

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、特別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

☎ (078)303-3911(代)



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(株)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、これからの目玉にして行く予定。

創立6年目で、ファッションタウン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、現在でも十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・タウンの課題は、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総てを「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 ■

アバレル10

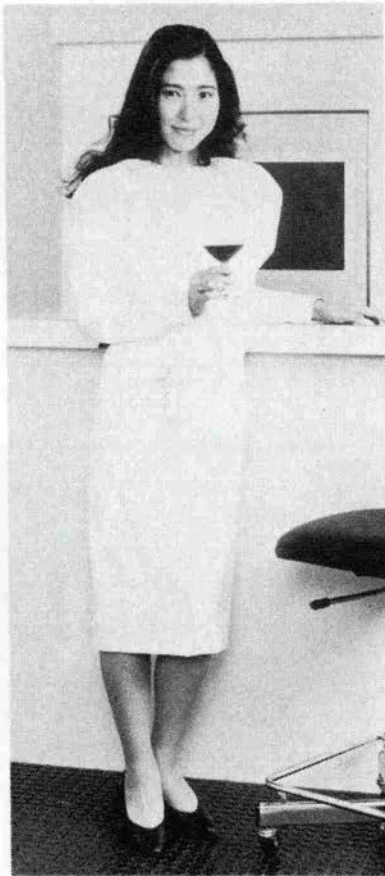
《イズム》

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／トラディショナル
  - 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  
☎ (078)222-3641(内)



この秋、デビューしたイズムの新ブランド「アーズ」のコレクションより。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、異業種も採り入れ、何か“提案型”の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』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。

アパレル10

# 《モードリンダ》

高田 禎男

(専務取締役)



① S18.9.6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\*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

☎(078)242-4141



レモナ

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。モードリンダ株式は、ブラウス専門メーカーからスタートして15年。最近では、ブラウスのみでなく上着からボトム、アクセサリ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「レモナ」「ユキエイ」に加え、最近新しく「ペチュアール」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る事と、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 ■

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。話していて楽しい人。

神戸市中央区生田町3丁目1-18

☎(078)232-3333内



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式会社パール。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メ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式会社パール。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一言。「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、日本の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っています。」街づくりだけでなく、小さな身の回りのものから、愛する神戸を捜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)



- ① S 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 内



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。

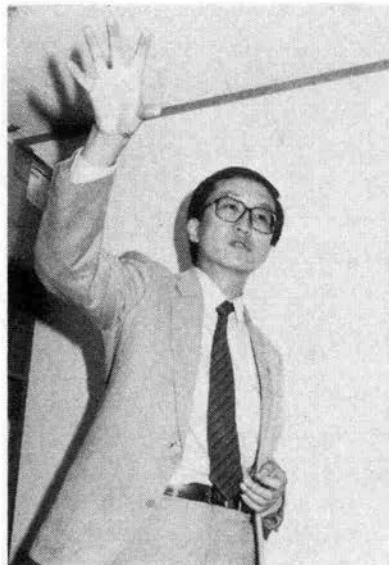
「神戸のファッションのルーツは、芦屋のお嬢さんルック。上品でシンプル、かつ女らしいというのが、うちの製品の基本です。」と語る清水社長は、一番神戸らしいと言われるブラウスに着目、あくまで專業でいい物を作っていく経営方針の成果として、レベルの高い神戸のブラウスが全国で占める割合は大きい。マドンナの今秋のテーマは、「シンプルななかにも女らしいシルエットを。」素材は女らしいポリエステルがメイン。清水社長の経営哲学は、「ものづくりを大切に」である。お客様に喜んでもらえる商品づくりのために、縫製をきっちりと、取引先を大切に、この2つをテーマにスタッフと共にがんばっている。細かいところにまで気を配り、新しい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

アパレル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/近くの大家料理屋で何でも食べます。大家料理屋が好きです。

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

☎ (078)241-8691代



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っ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、強いて言うならば、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 ■

アパレル10

## 《シャルレ》

林 宏子

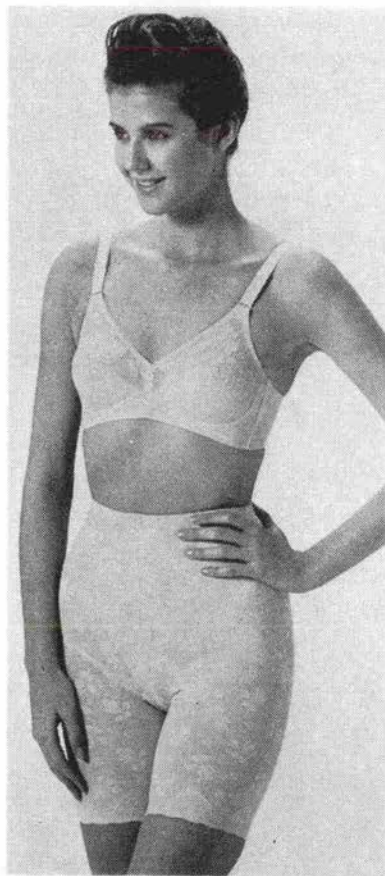
(専務取締役)



- ① S 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(内)



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タウンビル群の中にあって緑濃いオアシス風の憩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ツもあれば、保守的な路線を保っているパーツもあり、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とのこと。「基本はお客様の声を十二分に聴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、ファッション性を備えた「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に一役買う日も近い。

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」の天井
  - ④ あなたのおしゃれ哲学/紺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/明るく素直でウィットとユーモアのセンスに富んだスポーツの好きな女性
- 神戸市中央区西町36(三菱信託銀行8F)  
 電 (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十分に発揮して、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店舗めが青屋にオープンする。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われてきた文化があり、装いだけでなく味を含んだ“神戸ファッション”の原点があります。東京志向の時代ですが、自信と愛情をもって私達の手で神戸ファッションを輝かせていきたいですね」

話題のひろば

<I>

■第十回井植文化賞表彰式

## 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・斉藤由紀子、井植理事長、A・ブリュネ、三木康弘、清水晃夫妻の皆さん。

財団法人井植記念会(井植貞雄理事長)主催の「井植文化賞」は今年第十回を迎え、九月十三日、井植記念館(垂水区青山台)で表彰式が行われた。

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・井植歳男(三洋電機株創設者で同氏の私財を基に財団が創設された)の理念に基づいて活動していきたい」とこれからの抱負を披露。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。それがあっ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、他国への転動を嫌ってあえて退官、「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。

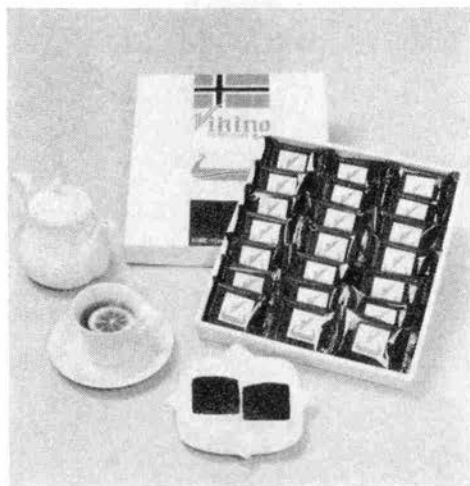


新発売



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 —

**2-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**



芦屋市大柵町1番18号

芦屋保健所東隣

☎ 芦屋 (0797) 31-1234 代表