

# 今、国際結婚は…

お互いの人間性に魅かれて…

崔 学永さん（韓国）  
信子さん（日本）

## 結婚特集〈II〉



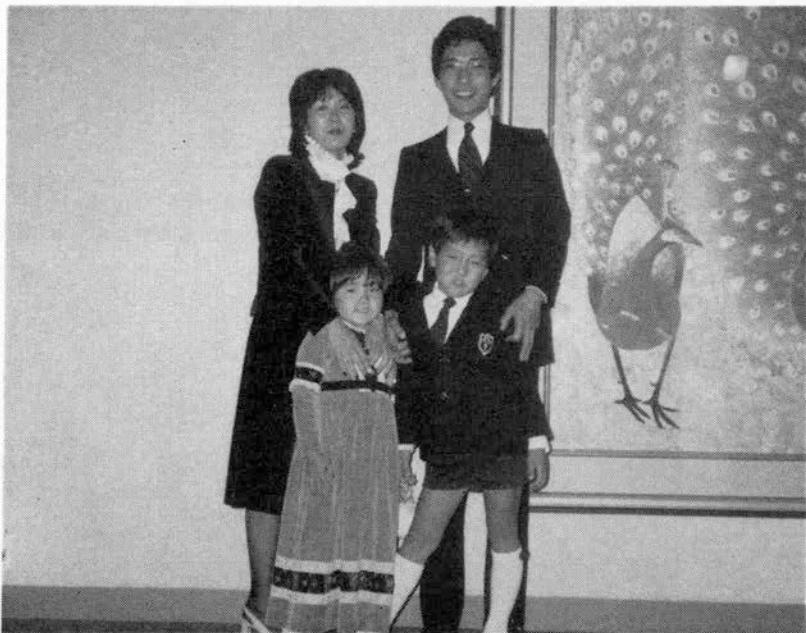
結婚式の写真はないという。夫が次男で韓国では儒教思想の影響が強く、長男よりも次男が結婚式を挙げることは認められないからだった。

18歳の時知り合い、20歳で結婚。「彼の人の間性を愛しただけ。国籍を知った時も、結婚式が挙げられないと知られた時も、大きな障害にはならなかつた。今思えば、国際結婚なんだから、韓国式ばかりにしないで、せめて二人だけの結婚写真でもとつておきたかった」と、信子さんは言う。

「心を魅かれた女性と一緒にになつただけで、国際結婚という意識はあまりなかつた。でも、異国で外国人として暮すのは本当に難しく、国際結婚をして、子供を持つてみて、視野が広がつた」と学水さん。

子供達には「日本人と同じように生活しているのに韓国人ということで、これからも困難が多く、悩むと思うけど、韓国人として、逃げないで、日本人だと偽つたりしないで誇りをもつて生きてほしい」と二人は望んでいる。

現在、夫妻は須磨区で焼肉店「かやま」を営んでいる。



▲生田神社にて

## 今、国際結婚は：

あくまで自然に、仲よく

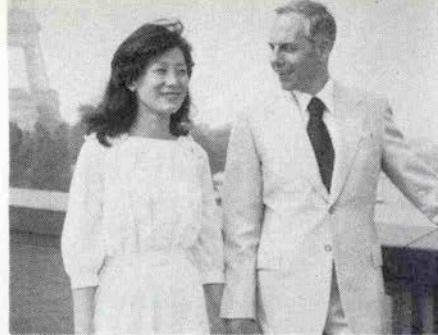
ヤン・フィシヤーさん

△カナダ▽

美鈴さん

△日本▽

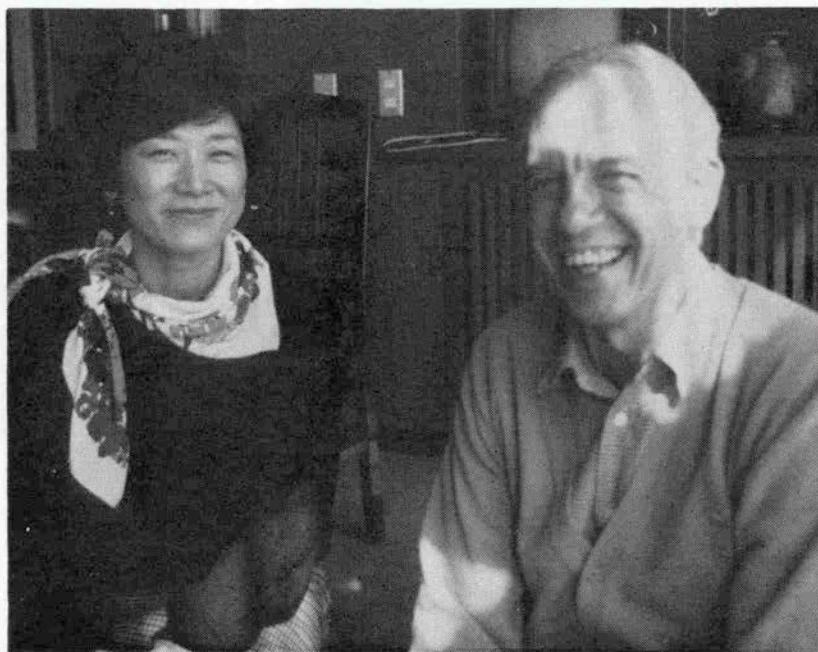
### 結婚特集(II)



ヤン・フィシヤーさんはオランダ人。日本に来る前、14年間カナダに。現在国籍はカナダ。70年に英会話学校の講師として来日。71年4月に、布引で学校主催のパーティーが開かれた時、友人の紹介で美鈴さんと知り会った。「もう全然何とも思わなかつた」出会いの印象については、お二人から同じような言葉が返ってきた。その後何回か偶然に出会い、親しく言葉をかわすようになつた。

それから5年間、仲の良い友人として交際を続け、76年、ヤンさん曰く「まあこらでそろそろ」と結婚。結婚式は日本とオランダの中をとつて、二人きりでパリの教会であげた。右の写真がその時のもの、教会のそばのセーヌ川にて。

「オランダ人だから、日本人だからといったことはまったくありません。ただどんな些細なことでも話し合います。まあそのあたりが、少し違いますでしょ?」と美鈴さん。現在ヤンさんは関西学院大学非常勤講師。国際結婚だから何とかといった気負いのない、ごく自然な、こちらがうらやましくなるほど幸わせそうなお二人だった。



# 今、国際結婚は…

愛は断交を越えて

ファラージ・マジユクさん／リビア  
アンジエラ・マジユクさん／イギリス



## 結婚特集(II)

▲生田神社で神前結婚

リビアとイギリスは現在断交中である、そのためお互いの母国で、結婚式をあげることはできなかった。しかし国家のエゴによる運命のいたずらにも、二人の愛はびくともしなかった。

二人の出会いは英国。御主人のファラージさんがリーズ大学に留学中、地元の留学生歓迎パーティーで知り合った。その後交際は続き、ファラージさんが神戸市内の製鉄会社の研修生として60年春に来日、その後を追って、奥さんのアンジェラさんも同年夏に来日。そして61年に両国は断交。しばらくギリシャに滞在した後、再び日本へ。「国のことばは私達には関係ありません。国交が回復したら妻を連れて帰ります。でも早く結婚したいので大好きな日本で…」

二人の宗教がイスラム教とキリスト教のため、神前結婚となつた。さる6月25日生田神社、式前には「とても緊張しています」といっていた新婦も式後は「今まで一番幸わせ」と喜色満面。新郎も「日本の結婚式は伝統があり、とてもすばらしいです。」と感激。現在ファラージさんは日本語学校生徒、アンジェラさんは英語教師。堺市在住。



## 今、国際結婚は…

二人で育てた手づくりの味

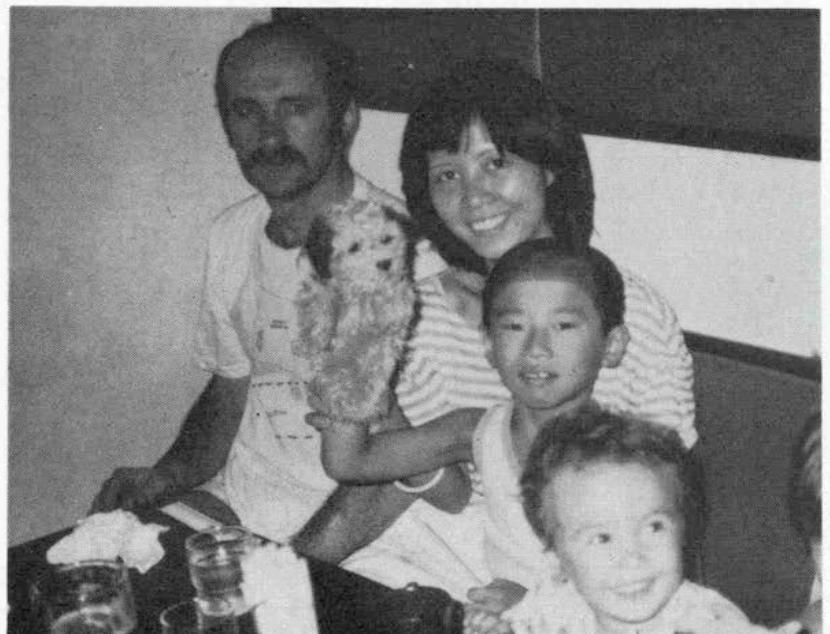
アラン・カスケビッチ／フランス／

幸子・カスケビッチ／日　本／

### 結婚特集(II)



▲友人のお子さんと一緒に



幸子さんがアラン・カスケビッチさんと出会ったのは、今から約十年前、神戸YMCAの日本語講座だった。日本人の父とベトナム人の母を持つ幸子さんは、サイゴンで生まれ、その後父上の仕事の関係でヨーロッパをはじめ世界各国での生活経験を持つ。日本語が不自由なカスケビッチさんだつたが、フランス語が堪能な幸子さんとの会話には困ることはなかったのである。

当時まだ20歳、ディスコに行ったりするのが好きだった幸子さんは対照的に八歳年上のアランさんは静かなデートを好むタイプ。幸子さんの眼からすれば「大変真面目な人」という印象があつたようだ。が、次第に彼の好みに傾いていき、2人で京都を歩いたりする機会が増えた。そして2年後にゴールイン。現在は七歳になるミカエル君と三人。

「一人で家に居るのは寂しい」という幸子さんの言葉がきっかけとなり一緒に始めたフランス菓子のお店「アラン・カスケビッチ」も四年目、神戸ではすっかり有名になつた。おいしいお菓子とたくさんの愛に包まれて、カスケビッチ夫妻は大変幸福そうだ。

# 今、国際結婚は：

違う二人の出会いが新しいスタート

リチャード・サドウスキーハ(アメリカ)▽

エツコ・ヤマオカ△日 本▽

## 結婚特集(II)



25歳のリチャードさんが、仏教や禅などの「東洋」に魅かれて来日したのは、1983年2月。京都に住み、日本語や、指圧を学んでいた。運命的な(?)出会いはこの、指圧の教室。その人は悦子といいう日本名より、ジャッキーというニックネームが実によく似合う女性だった。指圧の実習をするに「力が入って痛い！」と皆に言われていた彼女を、パートナーに選んだのは、まさに互いのインスピレーションかもしれない。そしてそれが、生涯のパートナーに…。



昨年12月、赤倉にて。ルーディさんと、リチャードさん、ジャッキー(悦子)さん

美しいということ

★からの商業不動産

青木  
幸夫  
（株式会社エルアイシー代表取締役）

## ●外観の重要性

に値上がりしたわけですが、そういう状況でも從来から土地を持つていらっしゃる方には、その活か

とは美しさ、品位といったものだと思います。つまり外観のデザイン、様式美といったことが重要な要因となります。

従来の建物はどちらかといいま  
すと、シンプルで男性的なもので

商業ビルの場合も、また同様の  
ことがいえます。1階、2階が商  
業施設の場合特に重要なわけ  
ですが、トータルなイメージを訴

その地位が向上しまして、いろいろな場面で発言力が増してきました。不動産購入の場合にも、殊にマンションにおきましては、80%ぐらいは奥様が決められます。このように女性が決定権を持たれてきましたので、建物の外観の美しさ、デザインの秀逸さが、今後ますます重要性を増していくると思います。

した。しかし今後は芸術的で、すぐれた感性でつくられたものが必要ではないかと思います。

● 設計の分担

建物内部をハード部門、外観をソフト部門としますと、ハード部門は従来の設計事務所におまかせしていると思いますが、ソフト部門、表の顔はファッショニメークーなどの商業店舗を設計している商業施設設計士が、イメージデザイナーをおこしていけばいいと思います。そういう所は常に店舗の内装を行っていますので、どのように

えるためにはやはり、建物自体の芸術的な美しさといったことが非常に大切になります。建物は20年、30年と残っていくものですから、美しいことが必要です。



青木幸夫 代表取締役

## ● 設計の分担

建物内部をハード部門、外観をソフト部門としますと、ハード部門は従来の設計事務所におまかせしていいと思いますが、ソフト部門、表の顔はファッショニーナークなどの商業店舗を設計している商業施設設計士が、イメージデザインをおこしていけばいいと思います。そういう所は常に店舗の内装を行っていますので、どのようになります。すればお客様に来ていただけるか、良くわかっていますから、それに基づいて基本の平面計画なり、イメージ計画をたてていくわけであります。建築関係の人では建設後に商売が繁盛するかどうか、といったところまで、なかなか考えられませんが、店舗の内装をしている人にとっては、"はやってなんぼ"ですので、どうすれば繁盛するかということを真剣に考えます。繁盛することが読めるような建物をつくることが、今後必要なことだと思います。それは専門家におまかせ下さい。私どもがお手伝いします。

# 神戸を愛する専門店の手で、街ぐるみの発展を

■座談会出席者（敬称略・順不同）

立龜 長三（株ナクト・アトリエ社長）

清水 俊夫（㈲クロス社長）

山田 富紗子（株ウインザーフ副社長）

松谷 富士男（株ベニヤ社長）

芹沢 豊男（株ブティック・セリザワ社長）

藤井 まつ子（㈲装苑 社長）

中西 省伍（サロン・デ・モード中西 代表取締役）

大島 福栄（株ベニー毛皮店社長）

古岡 茂也（株マスヤ関西事業部課長）

神戸がファッショントピカル都市づくりをめざして今年で15年になります。この間、メーカー、専門店などファッショントピカル業界において、様々な取り組みがなされました。そこで今回、㈱ナクト・アトリエ社長であり、（社）日本メンズファッショントピカル協会副理事長、（社）日本ユニーホームセンター理事、K・F・S顧問も勤められている立龜長三先生をゲストにお迎えし、この15年を顧み、その動向と今後の展望を探つてゆこうと思います。



立龜 長三さん

神戸ファッショントピカルの原点がここに立龜 いま一番、人々の話題にあがっているのは、やはりグルメだと思ふんですが、グルメの場合だと、例

えばドイツ料理ならあの店、フランス料理食べなければあの店、というようにはっきりと個性化がされているんですねが、ファッショントピカルの場合も同じだと思うんです。でね、おと年ぐらいいからDCブランドも失墜はじめた、なんてことが新聞にも書いてあるんですけど、確かにデザイナーの作品を小売店で売っている時代は過ぎまして、今一番大切なのはお店に個性があるかないか、だと思うんですね。その個性というのは詰まるところ経営者の哲学ですね、社長さんのお考へで従業員にまで社風が浸透して、そこに個性が生まれるわけです。お客様というものは今の時代“あの店の洋服が着たい。あの店に行けば私の欲しいものが必ずある”そういう風に思い出して来ているわけです。だから、ますますこれから専門店のキャラクターが出てこないといけない。“私のところにしかないものはこれだ！”というものを強調していかなくちゃ、お客様はわからない時代だと思いますね。その意味で、例えばクロスさんところなんかは「パリーは私のところが一番いい

清水 桂夫さん



芹沢 豊男さん



大島 福栄さん



中西 省伍さん



です」と社長さんがはつきりとおっしゃる。これはいいですね。

クロスさんはパリーを扱われるようになつてもう何年ですか?

清水 20年になります。店自体は戦前からやつてゐるんですが。昔は靴と言えば神戸、特にハイヒールは神戸でしかできなかつたんです。もちろん別注でね……、ところが戦後になると機械で作るようになつた。その時に“このままではいすれダメになる”と感じまして、探し出したのがパリーだつたんです。パリーというのは全部、受注生産でね、既成品がないんです。一度、見学に行つたことがあるんですが、製造工程も80%は手作りでね、量産ができないものだから、日本から注文しても半年はかかりますね。でも、パリーの良さというのは本当に、履いてみないとわからないと思いますね。

ウインザーさんはいかがでしょう。

山田 私どもはオーダーから始めてもう三十七、八年になるんですが、仕入れもするようになつて10年以上になりますね。

立龜 そう。私がヨーロッパに行つてる時にも、展示会なんかでよく会いますよね。自分の店に合うもの合わないものをずつとメモして歩いていらつしやるんですよ。しかし、あれだけ多くの商品の中から御自分の目でセレクトなさる、大変なことだと思いますね。

山田 いえ、国内のヨーロッパものの買付に連れていつている店長がいて、たまにヨーロッパへも連れていくんですが、彼女が計数にも強くてとても助かつてゐるんです。ただ、生活様式も変わって来ておりまし、とにかくお客様に満足して頂ける、個性のある店でありたいと思つています。先生もおっしゃるように“この服を買わならあそこに行こう”と思って頂ける店でありたいと……

ベニヤさんはいかがですか?今年40周年ですよね



藤井 まつ子さん

松谷 富士男さん

古岡 茂也さん

山田 富紗子さん

松谷 手前どもは、もともと洋品雑貨から始めたんですね

が、よくここまでがんばつて来たなど自分でも驚いています。ま、店と人と商品をバランスよく発展させ、充実させねばいいんですが、うちの特色である『お店の良さ』を守つてゆくためには特に『人づくり』が大切

な問題であるかと思いますね。

立龜 そうですね、スケールが大きくなつてると仕入れなんかでも、やはりプロのバイヤー、それも経営者の哲學が徹底したバイヤー、或いはマーチャンダイザーガ必要になつてくるんですね。

松谷ええ、ところが人づくりというのは一朝一夕にはできませんので、日々の積み重ねというものを大事にしてゆきたいですね。今年40周年ということで様々な行事も企画しているんですが、そのあたりの事もアピールできたらと思っています。

セリザワさんのところは70周年が、もうずいぶん前でしたね。今、店舗はどれぐらいですか？

芹沢 21店舗になりますね。しかし、これまでの長い歴史をふり返ると様々な悩みにぶつかりましてね。ある時期なんかスポーツが大はやりで、うちも…、なんて考えたこともありますね。今はオリジナルと輸入ものと並行してやつているわけなんですが、とにかく縦の目、横の目、様々な切り口で『セリザワの店のカラーはこうなんだ』というポリシーを強く打ち出して若い人の力を引っぱつてゆこうと思っています。

立龜 そうなんです。今、求められているのはビジョンを発表できる経営者であり、そのビジョンを通して経営者の代弁者となれる人が必要なんですね。その意味ではベニヤさんにもセリザワさんにも息子さんがしっかりとおられておられて幸せですね（笑）。

装苑さんのところはいかがですか？卸しもやつておられて、もちろんメーカーでもいらっしゃつて…。藤井わたくしとのころも35年ぐらいになりますか、オーダーから始めて…。ただ、だんだん年齢層があが

りまして…（笑）。

立龜 単価が上がりますとね、どうしても高齢層の人でないと買えないんですね。

藤井 だから若い人向けのをやろうかと…：

立龜 でもね、若い人向けで単価が高いと回転率がものすごく落ちるんですね。だから年齢で考えてはダメなんですね。精神年齢でターゲットを作らないと…。でも良心的にやつては伸びないですよ。拡大数字はねええない。専門店で大きく伸びるというのはね、やり方が変わつて来ていると思うんです。だから、大きくなるのがいいのか、質でいくのか量でいくのかということが問題になつてくるんですね。

中西先生のところはどうでしょう。

立龜 先生のところは先生の個性で売つてらして、その意味では本当の専門だと言えるでしょうね。自分で作ったものを自分で売る、それが基本なんですね。

中西 ただ、自分の所で作ったものを自分の所で売る、これは不経済極まりないんですね。コスト高になつてしまふと、それを商品に添加したとしても、お客様はわかつてくれないですからね。

立龜 だから、作るということと売るということを離さないといけないと考えるならば、自分の所にむくものを選んで来るということが専門店にとって重要なことですね。

立龜 ベニー毛皮店さんはもう何年になられますか？

大島 主人の姉が創業しましてもう31年ですね。毛皮専門店としてずっとやられて頂いて来たんですけど、やはり日本ではまだ毛皮は生活環境に融け込んでいないな、と感じますね。ただ、若いうちにはずいぶん馴染みがでてきて、もう少しすれば良いデザイナーも出てくるんじやないかと思いますが。でも、毛皮というのはリスクが大きいだけに、本当にいい物をセレクトしませんと…。その点がむずかしいですよね、良心的にやつてますと（笑）

立龜 その良心的なことをやろうというのが専門店じゃ

ないですかね。品物を單に物流で流すだけじゃなしにね。神戸で何十年もやつてゐるから神戸の人の気持ちがわかる、それがある限り神戸の専門店はこれからも確固として残つてゆくだらうと思いますよ。

—— マスヤさんはいかがでしよう。すいぶん長い歴史をお持ちですが。

古岡 私は代理で來たのですから皆様のような深いお話を申し上げにくいくらいですが、インテリアから入りまして約70年の歴史を持っております。特にこの数年は店舗数もずいぶん増やしてまいりましたが、ものづくりの基本として神戸らしさ、元町らしさを出してゆきたいというのを掲げておりますので、店舗展開でもそのにおいと言ふんでしようか、そういったものを出してゆければと思つております。

### ★専門店の発展は“人づくり”とともに

—— でも、店舗数が多くなりますと、人づくり、人材の問題も大変でしようね：

立亀 そう。“人”というは専門店の財産なんです。ただ、今は本当に教育が悪いですからね（笑）。お母さんが

が來ていたから、その娘が來る。世代が変わつても来てくれる、それが専門店であるわけですよね。そして、それを支えているのが“人”であるわけです。だから、たとえ年に2・3回でも、「あの店で買いたい」と思つてお客様が來て下さるわけなんですね。

松谷 神戸の専門店のみなさんは良心的なこだわりを持ちなんですね。

立亀 大阪とは違うということだわりをね：

松谷 だから、あまり儲けられないんですね（笑）。

立亀 しかし、金儲けだけでは専門店とは言えませんよね。愛されなければ…：

藤井 それだけ神戸のお客様は厳しいんですよね。

立亀 そう。だから新入社員の教育が難しいんですよ。

立亀 本当に。人づくりというのは永遠の課題ですよ

ね。学ぶ範囲も広くて…。ただね、うれしい事にお客様から時々ほめられることがあるんですね。それがとてもうれしくて…。地道な所が認められたと思うとね。

山田 あそこへ行けばあの人人がいる。あの人にまかせば大丈夫。そう思つて頂ける人がいるということが専門店の良さでしょうね。

立亀 そうですよね。だから、物を売るということを輕蔑されるような教育、デザイナーが良くてセールスマングダメ、そういう教育がいかんのですよ。どんなにいい洋服でも店員が悪くては売れませんよ。

松谷 物を販売するというのには社会的に大きな使命があるということを教えていくこと、その大きな意味をわからるようにしていくことが大切ですね。でも、経営者も悪いですよ、売り上げばかり考えないでお客様に喜んでもらうことをもっと大事にしないと。

古岡 そうですね。数字ばかり前に出さないで心の通つたサービスを考えるべきなんでしょうね。

立亀 その点、外国はりっぱなものですよ。心の通つた教育をしていますから販売員のサービスに心がこもつているんですよ。

大島 私どもの所は特にそのことを強く思いますね。毛皮という商品がやはり息が長いので、一度買って頂くお客様はそれこそ何十年のつき合いになるんですよ。店の考えも知つて頂きたいし指導もしていきたい、そのため2カ月に1回新聞なんかも出しているんです。とにかくきめの細かいつきあいを心がけて…：

立亀 そうです。だから、せめて神戸の専門店だけは心のこもったサービスのできるプロの販売員がいるようにしなければね。お客様へのデリバリーが大事なんですよ。

### ★神戸の街を私たちの手で

中西 わたくしの所もですね、神戸の専門店としてその特色をなんとか出して行かんとダメだな、と努力してい

るんですが、ま、自分の店は別にしても、トアロードが今なんか活力がなくてね。北野町にあれだけ人が集まり、港もどんどん変わりつつある。ところがそのまん中のハイドにどうも元気がない。もちろん難しい問題も多くあるんでしようけど、神戸市にももう少し力を入れて考えて頂きたいんですけどね。

クリアーに、オープンにね。そこに住んでいる者、みんなが納得できるようね…。

**立電** 戦前、私が関学へ行っている時分はトアロードが一番良かつたんですね。山の上のトアホテルが賑わってましてね。やはり、あのホテルのような所をもう一度復活させて、起点と終点を作らないといけませんね。それもトアロードの人たちが一致協力して。やはりね、街づくりというものは、ひとつの地点だけでやつてはダメなんですよ。

二つの点をつくってそれをつなげストリートに育てる。あるいは四つの点を結んでスクエアにする。そういうことを考えなければね。

清水 そうですね。いやトアロードの再開発の話も諸説紛々でね、ホテルができるとか中華街ができるとか。一致協力のことについても、トアロードも連合会を作ろうと発起大会までやつたんですが…、なかなか難しいですね。

**大島** 國際会館の方もボツンとしてて静かなもので…。

いろいろと意見も出るんですが。藤井 大丸前もね、離れ小島みたいになってしまつて…どうにかならないでしようか?

芹沢 いや、大丸前については再開発の動きもありますのね、難しい問題もありますが、これから変わってゆくと思いますよ。また、皆様にご協力ををしていただくことになると思いますので、その時はどうぞよろしくお願ひします。

——その点では、神戸が今かかえている問題はかなり多くありますね。ただ、くれぐれも地域の人々の協力のも

とに解決策を探つてゆく、その姿勢を忘れてはなりませんね。来年にWFFを迎え、ハーバーランドの建設も着々と進みつつある現在、神戸の街は本当にこの二、三年で大きく変わらうとしています。この変化に対応してゆくために、今、皆さんの協力体制づくりが必要なんですね。

**松谷** 最近は何もかもが東京中心になつてしまつて、関西圏がどうも淋しい。神戸も、もつとみんなで作り上げていかないといけませんね。

芹沢 ファッションを見せる場がもつと欲しいですね。夜がもつと華やかになって欲しい。そんな文化が育つてゆけばね…。施設ももつと欲しいし。

清水 ハーバーランドなんかもショッピングセンターばかり作らないで、レジヤーや福祉の施設なんかにもつと力を入れて欲しいですね。

**山田** その意味では専門店も常に生活提案のできるものでありますね。単に一つの洋服を選ぶんじやなしに、その次にはアクセサリーまで考えたコーディネイトをしてゆく。

そして、今度はライフスタイルまで考えたトータルコーディネイトをすすめてゆく。そんなことのできる店にしていきたいですね。

**立電** 行政は結局、平等にしかやれないですからね。そこに住む人たちが力を出して人気を作つてゆく、話題づくりをしてゆく。ウォーターフロントもそこに住んでいる人たちが力を出してゆく。街づくりはやはり市民主導型で進めなければね。神戸の専門店の方たちと、そこに住んでいる人たちが大同団結、力を合わせて心の通つた多角的な街づくりをしてゆかなければいけませんね。

(プラン・ドウ・プランにて)

田崎真珠株

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

株オールスタイル総本社

取締役社長 川上 勉  
神戸市中央区港島中町6丁目5-1  
TEL (078) 302-3311



キャンペーン「国際文化都市神戸を考える」の企画は以上2社の提供によるものです。

## 《クロス》

清水俊博

<クロスKK常務>

トアロード《クロス》は、戦前から手づくりのオーダーハイヒールの店としての長い歴史がある。10年前から社長の清水さんが、スイスのパリーなら、日本人にあった手づくり靴の木型ぞろえとサイズぞろえが出来ると、パリー専門店にふみきった。だからここへくれば、婦人靴では小さい足(22cm)から大きい足(25cm)まではみつかるし、シーズン前の注文では26cm以上でもいいける。

紳士靴の在庫も豊富に取り揃えてある。清水常務は「トアロードらしく、ゆったりと落ちついて選びますし、代々のお客様とおつきあいをしていますので、お客様の気心が判って、父母と妹と家族的な販売員構成なので、アットホームな気楽さが特色です」

靴の仕入れには、清水社長と常務、妹さんのトリオが仕入れにあたり、あきのこないデザインで、テーマをきめて、はき心地のよさ、高品質、いいスタイルとファッション性などを見きわめて選ぶ。この秋冬は、スクエアトウでクラシック



秋物のパリーのスーツと靴

ク調のデザインが主流。又ウォーキングシューズも人気がいい。

《クロス》の商品構成は、靴を中心としたトータルなパリーのファッション、プレタポルテと靴、バッグなどの秋冬ものが出揃っている。

他には輸入家具や、アクセサリー、小物などの輸入ものギフトの豊富な品揃え。特にスワロフスキーのクリスタルガラスの小物は楽しく人気。お買上げいただいたパリーシューズの修理も受けているそう。三宮店も、おしゃれな品揃えが楽しい。



トアロード本店 電391-1781



生田筋店 電331-5983

● '88秋・冬 KOBE ファッション情報

《ベニヤ・シャコック》

保井 明美

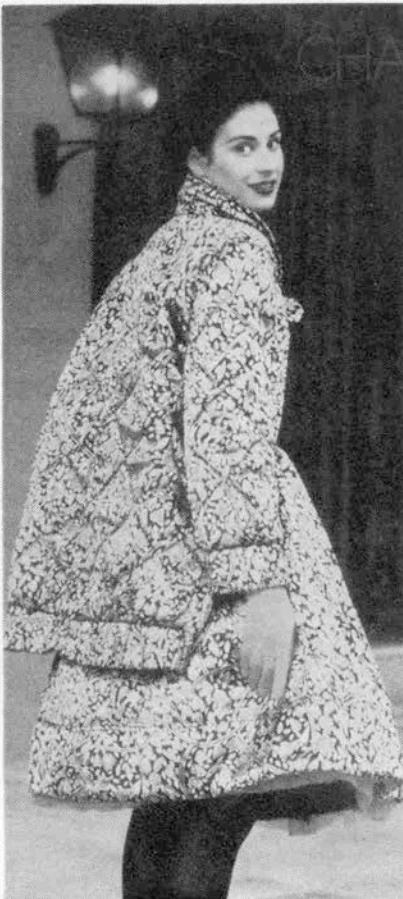
〈ベニヤ・シャコック店店長〉

ベニヤのブランドの中でも、ひときわ個性が光るのがこの“シャコック”というブランド。明るく楽しい色合いや柄が、この夏も目立っていた。それもそのはず、シャコック発祥の地はリゾート地。ファッションも遊び心で楽しんでしまおうというわけだ。ファッションにはどちらかというと保守的な神戸では、なかなか受け入れてもらえたかったのではないだろうか？

「でも、神戸の方はファッションへの関心が強く、感性も豊かですから、徐々に受け入れられるようになりましたね。傾向としては、キャリア、中でも、人と違う個性を引き出したいという方が、お求めになりますね」

と、ベニヤ本店の佐藤さん。精神的に自立した女性が求めるファッションがシャコックなのである。

シャコックの商品はコーディネートできるものが多い。柄×柄、無地×柄、色×柄など、自由な装いが楽しめるのが特長だ。



個性を大切に、遊び心を感じさせるシャコック

今年の秋から冬にかけての装いは、パンツが主流。シャコックはコーディネート商品が主流なので、トップにボリュームのあるジャケットを持って来たり、小さめのものでまとめたりと、自由自在に組み合わせができる。コーディネート次第で自分を表現できるというわけだ。

個性を大切にし、本物を追求する女性。自分を磨き、いつも輝いている女性



神戸市中央区三宮本通り  
電078-332-4858

を、シャコックは美しく装ってくれる。この秋・冬は、貴女もシャコックを。違った自分に会えるかもしれない。

## 神戸つ子期待の“新しい街”誕生

今秋の神戸の話題は、地下鉄「新神戸駅」前に誕生する「新神戸オリエンタルパークアベニュー・オーパ」だ。これは新神戸オリエンタルシティ・C3内の地上三階から地下三階までの延べ一二〇〇坪にファッショன、グルメ、サービスなど約二〇〇の専門店が顔を揃えるショッピングセンターである。

ちなみに新神戸オリエンタルシティ・C3とは、ホテル、劇場を併設した複合施設である。これらのコンプレックスによる相乗効果により、より広範囲から人々が集う“衣・食・遊・動・知”的複合体として、神戸の新しい“マチ”であると同時に、新神戸・北野地区発展の中核となる。

9月23日のオープンをめざし「オーパ」の建設が急ピッチャで進んでいる。オーパ・プロジェクトチームの東宮照男さんと竹内久美子さん（写真）をはじめ、多くの人たちの力が新しい“街”づくりの夢に取り組んでいる。今、夢が着実に現実のものとなろうとしているのだ。



9月23日のオープンをめざし「オーパ」の建設が急ピッチャで進んでいる。オーパ・プロジェクトチームの東宮照男さんと竹内久美子さん（写真）をはじめ、多くの人たちの力が新しい“街”づくりの夢に取り組んでいる。今、夢が着実に現実のものとなろうとしているのだ。

チとして位置づけられている。

では、この九月二十三日、午前11時にオープンする「オーパ」とはどういう“マチ”なのか。

それは、各フロアごとに世界の街並みの雰囲気を取り入れ、また和風・洋風とり混ぜて、とてもお洒落な演出が到る所で見られるといえよう。様々な“仕掛け”が来客を待ち受けているのだ。

また場所がら滔々と流れ落ちる布引の滝をイメージさせるかのように、全館を流れる水は自然を感じさせ、落ち着いた気分でショッピングが楽しめる。

次に各フロア展開を見てみよう。

まず地上三階は“エモーション

地下一階は、“ニューヨーク”。ヤングカジュアルを中心にして集積しながら、訪れるたびにヤングもアダルトも楽しく発見できるフロア。二階は、“タイム”。生活をよりフレッシュに、よりナチュラルにして行くライフスタイルを提案するフロア。そして三階は、“フーズサーカス”生活の中で最も身近な食をテーマに集積。見る楽しさや気軽に立ち寄れる楽しさを飲食と物販をミックスして提供するフロア。

以上はあくまで輪郭。「オーパ」の魅力を知るには、ゆっくりと各フロアを巡ってみることだ。

九月二十三日午前11時――。  
今、熱い鼓動が伝って来る。

△編集部・記▽

ン”。時代に育まれ、時代を越えて現代に伝わる情緒に満ちた人の心に触れる文化を表現する江戸スピリットのフロア。二階は“アライズ”。

アメリカのもつフレキシブル

でフリーランドなエネルギー・スピードを提案するイキイキとした

マインドに満ちたフロア。一階は、“エスプリ”。パリの街角に感じられる洒落氣と小粋な演出を表

現するフロア。

## ★神戸っ子

ナイトライフを楽しく演出

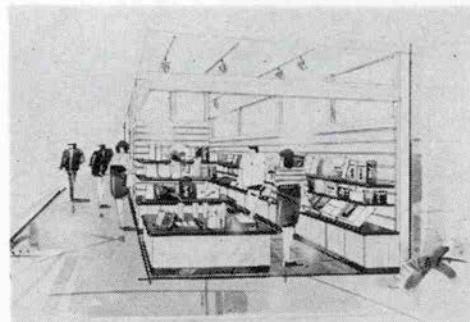
新しい街「オーパ」は、様々な楽しみ方の出来る街です。

まず夜遅くまで楽しく遊べます。神戸は夜が早いと言われますが、ここでは、夜10時まで、ファッショニ、フーズなどショッピングが楽しめます。飲食店は10

時以降もOK。宵っぽりの若い恋人たちのナイトライフのステージとしてピッタリです。しかも24時間のウィンドウショッピングが可能なのも魅力。

いつ何時に訪れても、そこには“何か”がある街——。

では「オーパ」のショップをご紹介しましょう。



新神戸オーパに  
パリの香り  
ドンクです。

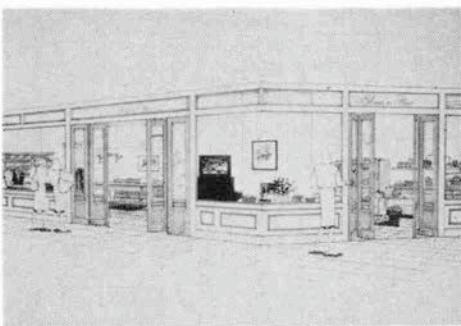
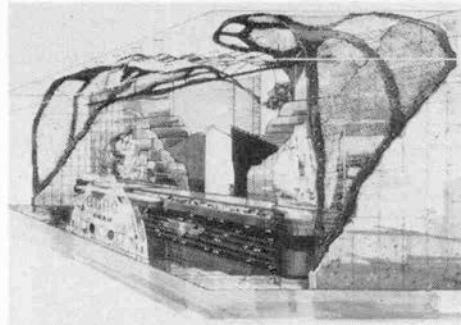


新神戸オーパにパリの街角が出現！ブーランジェリー・ブレッセリー・ドンクの誕生です。  
フランスから直輸入した家具、調度品、そしてフランス人によるデザイン。焼きたてのパンの香り溢れる店内で、喫茶から小粋なフランス料理まで豊富なメニューをお楽しみ下さい。

*boulangerie · brasserie DONQ*

オーパ B-301 262-2288~9 営業時間 AM8~PM10

●個性豊かなファッショントグルメの専門店が勢揃い  
新神戸オリエンタルパークアベニュ



## 新感覚のジュエリーショップ誕生

Bon Gout Bon Chic (ボンゴーボンシック) —それはヨーロッパに伝わる上流階級の良識。リッチに、そしてカジュアルに、毎日をエンジョイしたい貴方を、B.G.B.C.は応援します。より素敵に、よりファッショナブルに、今、貴方が輝くとき—。

### B.G.B.C.

田崎真珠

オーパ1階 電262-2604

ミスクロエは自分のスタイルにさりげなく取り入れていく人のためのニュートレンドをズームしています。

### Miss Chloé SHOP SUN ATELIER

オーパ1F 電262-2620

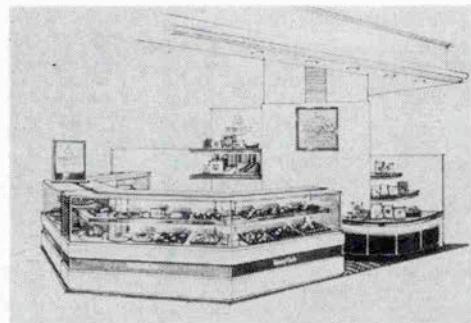
素敵なライフスタイルのヒントがいっぱい

アウター・インナーはもちろん、シルクという素材を中心に生活を演出するルームスプレイ・ソープ・バスジエル・コロンなども展開。とても新鮮・小粋に洒落た生活提案型シルクショップ。

Avoir  
un  
Rêve  
le monde des sens

オーパ1F 11AM  
電262-2611 10PM

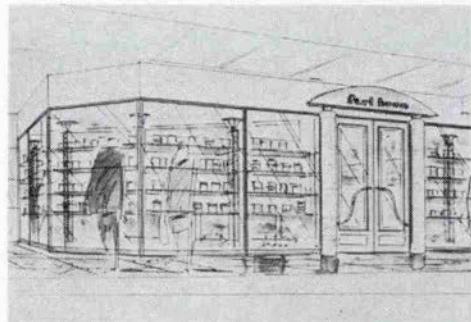
『オーパ』9/23祝オープン



北野クラブのパティシエがつくる  
おとの味。

フランス料理の本格派レストラン北野クラブ。その30余年  
の歴史が育んだ品の良さと、風格をおしゃれな洋菓子  
にたくして、ケーキShopをオープン。ケーキ・焼き  
菓子・デザート……パティシエがつくりだす、おとの  
味を存分にお楽しみください。

 北野クラブ  
神戸・北野町  
オーパB312-2 電262-2213



世界でたったひとつの「満足」  
パリのアクセサリーはアートしてる。

パリはレ・アル。ファッショ情報発信エリア、フォ  
ーラム・デ・アルのアクセサリーパーツのお店 PERL  
ES BOX が日本でのチェーン第1号店として、ブティック  
プラン・ドゥ・プランがオープンします。輸入・  
洋品雑貨もトレンドにヨーロッパから……

Perles  
● ● ● ♀ フラッグ ブランドゥプラン  
● ● ● ♂  
● ● ● ✕  
神戸・大阪  
オーパ106 電262-2688



いつも新しい神戸の風

創業明治十年の紅花堂は時代感覚にマッチした神戸  
銘菓をみなさまにお届けしてまいりました。瓦煎餅  
「歴程」、西洋瓦サブレ、クリームバビロ、野球饅頭  
と、神戸情緒豊かな銘菓をとりそろえております。

いつも新しい神戸の風 —————

創業明治十年  
 紅花堂  
オリエンタルパークアベニューB3F

