

# シヨツピングセンターの カラーが街を活性化する

座談会出席者△敬称略・順不同▽

宮本 豊子△兵庫県生活科学研究所▽

森本 泰好△神戸地下街㈱代表取締役▽  
△専務取締役

葦原 博之△㈱サノへ代表取締役社長▽

松谷富士男△㈱紅屋代表取締役▽

★消費者本位の店づくり、大胆な発想の転換を

司会 ファッションの秋ということでもありますが、今回は、シヨツピングタウンということで“街の顔”というべき、神戸のシヨツピングタウンの在り方、現状、今後の課題などについて、どのように取り組んでゆけばよいのか、お話を頂戴したいと思っています。

森本 あらゆる分野で、メーカー指向からユーザー指向

に変わりつつあると思います。

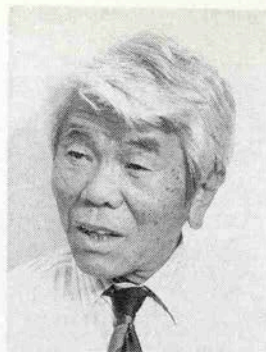
宮本 豊子さん  
も作ることで売ること、それから買ってもら

この三つの相乗効果がなけれ

ば、物を生産するだけのファッション都市というものになり立たないと言われています。世界の大きな街、ニューヨークにしても、ミラノ、パリにしても、その街を代表する消費文化の先端をいくようなシヨツピングストリートがあるわけです。そういう時代なのではないでしょうか。神戸にもそういうようなシヨツピングストリートが必要なのではないかと。また、その時に商店街としての問題と個々のお店の対応の仕方との問題の両方があります。

商店街としては、同質化を避けなければなりません。どのように、そのあたりを差別化していくか、その商店街の歴史、おいたちを生かして商店街のカラーをどんどん出していかなければなりませんね。

植村 その街の雰囲気が一番感じるのが商店街ですね。神戸は日本全国でも有数のいい街と言われています。でも、それを維持していくというのは、大変なことだと思います。



水原 博之 さん



水原 豊男 さん



植村 孝一 さん

います。

よく思うのですが、商店街というのは自然発生的に出来てきたショッピングゾーンであるということです。企画された上で作られたものとは根本的に違いますので、そこに性格づけをしていくことは、非常に難しいんですけれども、逆に、そこに商店街が生き抜いていく道があるのではないかと感じています。

商店街は、今のところ店ごとには差別化されていると思うんです。でも街全体としてどう差別化していくかという問題。センター街としてどうしていくかといった時に、これからは、世代交代の問題がクローズアップされてくると思います。商店街に限りませんが、世代交代がうまくいくかどうかのカギになるんじゃないでしょうか。今までは良かったんですけど、これからどうなのか、皆さんがフランクに、大きな流れの中ではこうしよう、と考えて、実行していくべきですね。

芹澤 私も市内にいくつかのお店を出させていたいただいているんですが、地域の特徴が出来てきていると思うんで



森本 泰好 さん



松谷 富士男 さん



若山 晴洋 さん

す。他のところで、どうしてもそのデイベロッパーさんのコンセプトに合わない店づくりをして、うまくいかなかったことがあったんですが、街に合うお店、立地に相応しいお店というのが大切ですね。その中にそれぞれの店の主張というのがあって、神戸の専門店というのは魅力があると思うんです。主張という意味では、ファーズードというのも大事ですね。

大丸前のところでは、今、再々開発をしているところで、神戸市なんかと一緒に街づくり協議会というのをスタートさせたところなんです。街と店との関わりの中で、どうしていくかというのが大きな課題ですね。

松谷 戦後40年以上、この商売をさせていたいただいているんですけど、最近のバブル崩壊をはじめとして、我々の商売というものも、日本の急成長の中でやらせていただいていたと思うんです。そういう意味では、買手の論理よりも、売り手の論理が、これまで優先してきていたと思います。お客さんの好みも多様化して、これからの商売は、天地が逆さまになるくらいの意識をもって改革

していかないといけないんじゃないでしょうか。今までは売り場として売る方の側からとらえていたことも買い場としての意識が、大切だと思います。

お店の風合いというものをいかに出していかかということ、フアサードも含めて、これが差別化につながっていくと思うんです。

若山 消費のされ方自体が生活文化としてのファッションであるというか、それを拡張しますと商店街の在り様そのものが生活文化としてのファッションである、というの少し極論になるかもしれませんが、それ程、インパクトのあることだと思うんです。

商店街同志が、地域の個性を生かして、バランスをとりながら、魅力づくりをしていく。そのためには各地域のネットワークづくりが必要ですね。

葦原 オリジナリティーを持つということが大切だと思いますね。

また、三宮はヤングで元町はアダルトという感じが依然としてありますが、このところのキャッシュレス時代で若い人がカードで物を買うようになっていきます。それから、アルバイトなんかで、容易にお金を持てる時代。そういったことから、急激な変化は遂げられないですけれども、ある程度、若い世代の人にも好まれる要素が必要だと思います。

ネットワークづくりという意味では、旧居留地、トアロード、大丸前、南京町なども含んだ「元町キュー」というのが誕生したんですが、これもひとつの試みですね。

宮本 消費者本位の店づくりという点では、今の状態では、店舗の数を増やしすぎているのではないかと思えます。その経営者が店にかける時間が長いお店、常に経営者と接触できるような店づくり、店舗を増やさないということを考えていく時代ではないでしょうか。

それは星電社の良さみたいなもので、一時、星電社もかなり拡張されましたけれども、県下だけに絞り込んだ決断が良かったのでしょうか。

松谷 各店が、それぞれお客さんに満足していただけているものになっているかという点、大変難しいものがありますね。ただ、経済の論理からいうと、川上から川下へ商品が流れていく受注生産の中では、どうしても小売店が難しい立場に立たされるという部分があって、店を増やしていくという傾向がありますね。好みの多様化の中では、店の数よりも質が大切になってきますね。

芹澤 専門店が店長産業という意味では、どれだけ店長が、お客さんに接しているか、また経営者の分身になってくれるかが重要になってきますね。

#### ★市民が誇れる商店街づくりを

植村 私の場合は父から店を受け継ぎましたが、商売って、好きでなかったらできないと思うんです。お客さんに買っていただけて、喜べる人でないとできないと思うんです。ところが今は儲け中心になってしまってますね。そうなってくると、いわゆる専門店ではなくなってしまうと思います。現実問題としては、非常に難しいんですが、そういう意味でも、後継者問題というのは一番考えていかなければいけないですね。僕から息子が受け継いでくれるかという疑問符ですもん。でも、それを考えていかなないと、企業の論理だけで、店は同質化して、面白がなくなってしまうと思います。

葦原 世代の違いというのは本当に難しいです。昔は、元町の連合会の人なんかでも、元町が好きでやってる人が圧倒的に多い。私なんか昭和八年から元町が好きで元町二丁目にいる。お店も好きで、お客さんに可愛がってもらって、お客さんが大切ですから、できるだけお店で接したいと思うんです。後継者の問題もそうですが、人手不足というのでも深刻になってます。

森本 小売業といえども、現状に合った雇用状況の確立というものが必要ですね。

世代交代ということで言えば、あらゆる企業が若返りを果たしていかないといけないですし、「伝統は革新の

連続である」という言葉もありますが、変えてはいけな  
いものはありませんが、時代に応じて変えていかなければ  
ならないものは変えないといけないですね。

宮本 いろいろな面で発想の転換が必要で、商品につい  
ても商品を中心としてその周辺部分を考えていかないと  
いけないと思うんです。商品を通して文化を売るよう  
な、マインドを含めた売り方研究みたいなものが。

例えば、私も店を持ちたいという夢があります。どん  
な店かという、すべてその店に置く商品には、理屈が  
あるというよう。ウオノメ切り目もあれば、枕カバー  
もあるという店づくりで、商品の種類にこだわらずに、  
そこに買いに来る人にもそれぞれ理屈があるように。

これなら心を伝えていけると思うんです。

また一方で、洋服であれば、十年前に買った服のボタ  
ンが、今も保管されている、というようなスタンダード  
ナンバー的な服を用意する。今でしたら、ひとつボタン  
を失くせば、全部取り替えないといけないところがあり  
ますが、ある程度責任をもって商品をフォローしていく。

それから高級品店でも、その店で売った物については、  
いつでもリフォームできるコーナーを、店の一角にでも  
設けてほしい。古い物から新しい物をつくる。古い物の  
活用は、資源を考えるとという意味でも大切ですね。

それに、店も儲けてもらわないと店づくりもできない  
ので、その儲けることと街づくりをいかにコンバインさ  
せるかというのが今後の問題です。

森本 商売である以上、利益をあげなければならぬ。  
問題はあげた利益のいくらかは、地域に返していくとい  
うことです。

若山 北野町でいえば、もともとは住宅地ですから、商  
業者から見たショッピングタウンでなしに、住んでるも  
のからみたショッピングタウンというものはずな  
り、儲け出すと、お客さんの立場は「ええやないか」  
となりがちになるんで、その辺のところを踏まえて、  
「守り育てる会」という自治会が中心となったという

会があるんですけど、その中に商業者も入ってるんです  
よ。その中で生活者の意見を反映していこうと。

宮本 北野町のおもしろさは、住宅地と商店の入り交じ  
った空間だと思うんです。それに街自体がきれいですし、  
景観も、一店舗の問題ではなくて、街として成り立って  
いる。そんな街づくりの美的感覚も大事にしていきたい。

若山 観光地の北野と見られがちですが、この一五年ぐ  
らい、そうやって生活文化としてのファッショントウン  
の北野を考えて来ますので、単なる観光地ではなし  
に、全体として、そこはかとなく北野らしいタウンテー  
ストが感じられるものにしていきたいと、街づくりのビ  
ジョンの作成からやろうじゃないかということやって  
るんです。

松谷 神戸の商店街についていえば、神戸のお客さんは  
買い物上手なんです。そういう意味では、神戸の商品は  
洗練されています。他都市には負けないですね。商品も  
先行したのようになってると思いますし、将来性もある  
と思います。

葦原 それは、一時、「神戸ファッションとは何ぞや」  
というのがありましたけど、神戸は港町で外国の人たち  
の出入りがたくさんあって、みんなそういう人たちの服  
装なんかを見ながら育った。それで感覚が自然に養わ  
れてた。そういう土壌があります。特に、色彩感。その  
センスそのものが、神戸のファッションとなって表われ  
ていると思います。

★ショッピング機能以外の機能をどれだけ取り込めるか  
芹澤 機能の複合化ということで言えば、注目されてい  
るのは、旧居留地境界ですね。

オフィスもあって博物館もあって商業スペースもある  
という。新しいショッピングスペースのひとつの形が生  
まれつつあるという感じですね。

宮本 静寂な賑わいがありますね。決ってビジネスが  
異物ではないです。ラルフローレンの店でも、思わず

商品を買ってしまったけれども、そんな雰囲気がありますね。なんとも言えない魅力です。

植村 ラルフローレンの件では、銀座や原宿の店と神戸の店とは違いますね。売っている商店は同じなんですけど、神戸だからできたという感じの、神戸の持っている文化遺産をうまく活用しているという。

芹澤 ニューヨークのマジソンアベニューのラルフローレンの店に一番似てますね。

植村 神戸っていうのは他と一緒にしたらあかんなあというか、他から来る場合も研究して来られますよね。そういう意味では、街自身は良くなるとは思いますが。

それから、今、駐車場不足のことが大きな問題になっていると思うんですよ。そこで例えば、商店街、百貨店、行政などが一体となって、神戸の街に世界一の地下大駐車場を作ってはどうかでしょうか。つまり、その街に来てくれるお客さんに喜んでもらえるようなものを、地域ぐるみで作っていくという。これからの街づくりでは、そういったことが大事なんじゃないかと。

葦原 人が集まってくれないとどうしようもないですからね。元町でも夜市などをやったりして、これは儲けではなくて、日頃来て下さるお客さんになんらかの形で楽しんでもらおうというものですから。

それから専門店としては、地域ぐるみでお客さんをお客にして、街を愛し、安心して買ってもらえる、食べてもらえる。またそこに行けば何かあるというように街にしていけないといけないですね。

若山 商業者も宮本さんのような地元住民と一緒に協力して街づくりを考えていく方がいいんじゃないかと思えます。地元住民と商業者というのはかく敵対するよ

うに感じられますが、実はそうではないですね。

芹澤 やはり、お店ばかりが並んでいるというのも、もうひとつおもしろみに欠けますし、いろんな要素を含んだ街づくりの中で、それぞれのお店が特徴を出していく、カラーを持っていくということが大切ですね。

松谷 あいさつなど基本的な姿勢、ありがたさみたいなものはたいへん大事なことですが、なにかも商業ベースに乗っていくと、楽しくないですし、画一化されていきますね。

宮本 消費者の発想するような立場での作り手、売り手、店づくりというものをしているかといけないというところで、例えば、ロックフィードの岩田社長にもお話をさせていただいたことがあるんですが、ロックを売るのに、北野を歩く時に神戸ロックのランチオンボックスを持っているのが、ひとつの雰囲気づくりになるようなロック弁当を作ってみてはどうかと。それと同時に、公園のあるマップをロックフィードの店に置いて、「公園でアベックで食べましょう」みたいな。そうやってくとアートみたいなものになってくる。先程、申し上げましたような売り方研究ですけども、居留地周辺なんかでも歩いてても楽しいですね。北野の特徴といえば、犬を連れていて、イヤリングも買えるというところで、もちろんセンター街と北野が一緒では困るんですけども、なんか個性ある街づくりをしていかなければならないですね。

森本 ショッピングという機能以外の機能をどれだけ取り込んでいけるか。かっこよく言うと、情報と文化の発信機能ということになります。休憩できる所でもいいし、ホールでもいい、ギャラリーであつてもいいと思えます。

また、世界的にミュージアムショップというものが人気を集めています。パリの装飾美術館なんかのミュージアムショップで売っているものが、流行の先端をいつているとか、そんな話を聞きます。文化の大衆化というのを意識した展開がほしいですね。

おのおのがアイデンティティーを見直して、市民が誇りに思ってくれる商店街づくり。

商業文化というものの担い手が、商店街であり、ショッピング専門店ですから。

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

オールスタイル株式会社

取締役会長 川上 勉  
神戸市中央区港島中町6-5-1  
TEL (078) 303-3311



キャンペーン「神戸の観光と魅力を探る」の  
企画は以上各社の提供によるものです。

## ★神戸ファッションコンテ

スト引でバリ留学を  
神戸市、神戸商工会議所  
神戸ファッション協会が婦  
人服のコンテストを主催。  
グランプリ1名にはサント  
イカ・ド・ラ・クチュニール  
・パリジェンヌ校特待生留  
学の奨学金が与えられる。  
応募資格制限なし。締切は  
9月25日作品必着。  
■詳しくは神戸市経済局工  
業振興課 ☎22-5332へ

## ★神戸クリエイション'91

参加デザイナー決定ノ  
第3回神戸ファッション  
フェスティバルのなかのコ  
レクションで11月17日神戸  
ファッションマートで開催  
予定。参加は磯ワールドの  
近藤徳明さん(右上)、磯ヴ  
アレンの半田美智さん(右  
下)、(株)ロートレアモン(山  
本ちよ子さん(左上)、(株)ア  
ーズの若井光さん(左下))  
■神戸ファッション協会  
☎303-3123

## ★注目のバリコレ新風

ヘルムトラング神戸店  
ぶらぶらと北野散策も心  
地よい季節。この6月にオ  
ープンしたヘルムトラング  
神戸店にも秋が訪れる。ラ  
ング独自のハイテク素材を  
駆使。シンプルななかに、  
こだわりのある自由な発想  
を感じさせる。この秋はナ  
チュラルテイストで。  
■中央区山本通2-8-15  
ローズガーデン1F  
☎22-06607



## ★艶やかにドレスアップを

鮮やかなタイシルクとエ  
キジチックな香りのするタ  
イジュエリーのお店「ラフ



イール」。今まで日本になか  
った新しい「美」がきつと  
みつかると。お洒落な秋に誰  
よりも早くチェックしたい  
■灘区森後町2-1-9  
エスベランズ六甲4F  
☎841-7367

## ★みみ飾りのブティック

レディスサウナビル1階  
の南端にピアスとイヤリン  
グの専門店が8月2日にオ  
ープン。ピンクの可愛い  
店内にはステキなピアスが  
ズラリ。お洒落な男性のお

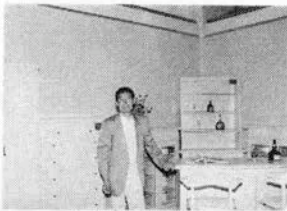


ステキなイヤリング

客さん多いとか。イタリ  
ア製のイヤリングもあり  
ぜひ訪れてみたいお店だ。  
■中央区下山手通2-2-1  
10 ☎391-8894

## ★さんちか発江戸屋恒例

家具フェア  
7月18日(木)・23日(火)  
さんちかホールに於いてカ  
ンツリーモダンの家具&K



福井敏了社長  
家具フェア会場で

OBEMODANの白い家具フ  
ェアが開催された。  
創業一八八二年の老舗と  
あって、福井敏了社長の家  
具作りに対するこだわりに  
本物指向のファンも多い。  
■兵庫区塚本通2-1-1  
☎575-3120(代)

## ★今年も華麗に

カメオフェア！  
山勝真珠さんちか店では  
9月27日・30日までの4日  
間、「カメオフェア」が開  
かれる。カメオは女性の憧  
れであり、最近稀少価値も  
生まれてきた貝に手彫りの  
ものも多く出品されるとい  
うことで、昨年同様、人気  
を呼びそう。必見！  
■さんちかローザアベニュー  
☎391-4325





88th ANNIVERSARY

Merci Beaucoup  
ありがとうございます。

お洒落のための  
特典いろいろ。  
1枚のカードから。



セリザワカード



serizawa  
KOBE

本店 神戸市中央区三宮町3-1-8 TEL.078-331 1695 ●レディス・本店・さんぽろ店・センター街店・さんちか店・P-4ショップ ●メンズ・メンズセリザワ KOBE-OSAKA-TOKYO-KYOTO-HIMEJI-GIFU



1991 AUTUMN COLLECTION

秋は、心ひらくとき、夢よそおうとき。



## ●ポーランド国立放送交響楽団

ポーランド語圏において「グレート・ラジオ・オーケストラ」という名称で知られているポーランド国立放送交響楽団(正式には1972年にカトヴィツェ・ポーランド国立放送交響楽団と命名された)は古い歴史をもっています。このオーケストラは1937年ワルシャワで最初に結成され、戦後復活し、1945年の3月にはすでにカトヴィツェで演奏活動を開始。カトヴィツェはポーランドの鉱山地方の大都市で、ワルシャワやその他多くの主要都市が受けた様な戦災から免れ、そのためこのカトヴィツェが必然的に根拠地となった様です。まず第一には、このオーケストラが演奏出来る素晴らしい「シサートホール」がそのままの形で残っていたこと。第二に、このオーケストラの設立者であり、推進人物であったマエストロ・グジゴシ・フィテルベルク(1947年から1953年という重要な発展期において、このオーケストラの音楽監督を努めた)の故郷であったこと。第三に、この町は主要な工業の中心になる運命を持っており、その大きな人口が持つ音楽への欲求がその野心的文化活動を支持したことがあげられます。40年代後半から50年代までには、オーケストラは100余名の団員を擁する規模になり、同時にヴィニェスキ、シヨバン、ペンデルツキ、シマフスキ、モエジユ、ルトスワフスキといったポーランドの作曲家の作品を擁護しながら、ポーランド国内外の演奏旅行及びレコーディングを行ってきました。とくに過去30年間においては、ヨーロッパ約35カ国を始めとして、アメリカ合衆国、カナダ、日本、オーストラリアにも演奏旅行を行ってきました。そして演奏旅行の素晴らしい成功とともに、このオーケストラの最も重要な業績は何と言ってもレコードと放送のために行ったレコーディングと1,000本以上の映画音楽の演奏でしょう。約1,000の作品——その内の数百の作品は世界初演——が長年の間にレコーディングされ何百万人の人々にまで楽しまれて、います。

## ●アントニー・ウィット(指揮者)

ポーランドのクラクフ生まれ。クラクフ音楽院を卒業。同学院では、クリストフペンデルツキ教授の下で作曲を学ぶ。1971年ヘルベルト・フォン・カラヤン・コンクール入賞。タンゲルウッド音楽祭では小沢征爾やスクロパチエフスキと共に活動を行う。1980年ポーランド国立放送交響楽団の首

# 夢の

# プログラム、

# 神戸に実現。

シヨバン・ピアノ協奏曲第1番・第2番を  
共に盛りこんだ、豪華共演者たちによる  
ス・ピヤル・プログラム!



ヤースシユ・オレイニチャク

●演奏曲目  
ピアノ協奏曲第1番 ホ短調 Op.11  
ピアノ協奏曲第2番 ヘ短調 Op.21



アントニー・ウィット



及川浩治

●演奏曲目  
ノクターン第16番変イ長調 Op.55の2  
練習曲第12番ハ短調 Op.10の12「革命」  
スケルツォ第2番 変ロ短調 Op.31  
ホルネーズ第6番変イ長調 Op.53「英雄」

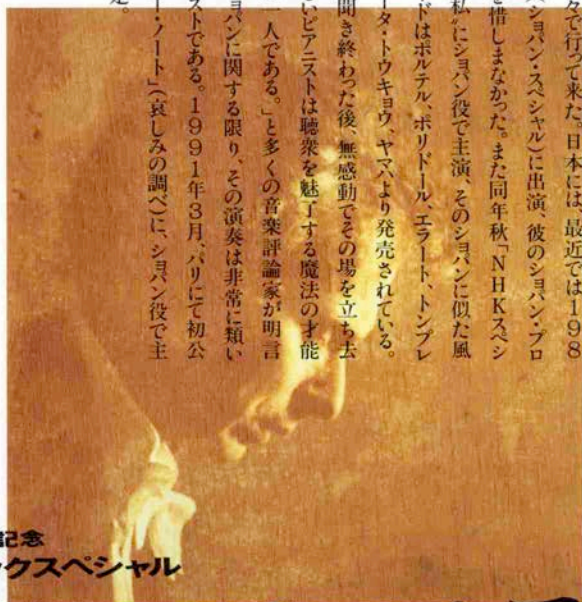
席指揮者および芸術監督に就任。ベルリン・フィル、ロンドン・フィルをはじめ数多くのオーケストラを指揮している。

● ヤーヌシユ・オレイニチヤク(ピアノ)

1952年、ポーランドのヴロツワフ生まれ。1970年、弱冠18才でシヨパン国際ピアノコンクール入賞。1971年、スインで開かれたアルフレッド・カゼリ・ピアノコンクール入賞。71年からルビンシュタイン、コンスタンチン・スエリシク、マウツジンスキバルバラ・ハッセ・ブコフスカ、パドゥラ・スコダの各師に師事。その後、ヨーロッパ各国を始め、アメリカ、ブラジル、アルゼンチン、モロッコ、オーストラリア、等々を行って来た。日本には、最近では1989年サントリー音楽文化展(シヨパン・スエリシク)に出演、彼のシヨパンプログラムに聴衆は絶賛の拍手を惜しまなかった。また同年初、「NHKスエリシク」で放送された、シヨパンと私にシヨパン役で主演、そのシヨパンに似た風貌と演奏は話題になる。レコードはホルテル、ポリドール、エラート、トンプレスより多数。日本ではカメラータ・トウキョウ、ヤマより発売されている。「オレイニチヤクのコンサート」を聞き終わった後、無感動でその場を立ち去るものはいない。この素晴らしいピアノは聴衆を魅了する魔法の才能を持った数少ないピアニストの一人である。」と多くの音楽評論家が明言しているように、少なくともシヨパンに関する限り、その演奏は非常に類稀なる才能をもっているピアニストである。1991年3月、パリにて初公開のシヨパンの伝記映画「ブルー・ノート」(哀しみの調べ)に、シヨパン役で主演。来年2月、日本公開予定。

● 及川浩治(ピアノ)

1967年、宮城県生まれ、国立音楽大学で児玉幸子、児玉邦夫両師に師事。1年在学後、ブルガリア音楽院のJ・ガビネ教授に嘱望されブルガリアに留学する。この間、1984年のヴィオッティ国際コンクール優勝をはじめとし1986年、ヴラディゲロフ・国際コンクール第2位(ブルガリア)、1987年、ギリシヤにおけるメリア・カラス国際コンクール第3位、1990年、マルサラ国際コンクール優勝、チャイコフスキー国際コンクール、ディプロマ賞、シヨパン国際コンクール最優秀演奏賞を受賞、将来を期待されている。



そごグループ30店舗達成記念  
第15回 そごクラシックスペシャル

# シヨパン フェスティバル

IN KOBE

11/24(日) 神戸国際会館大ホール  
開場/午後2時30分 開演/午後3時00分

- 主催/そご神戸店、神戸国際会館、神戸クラシック音楽推進協議会 ●後援/神戸市、神戸市教育委員会、ポーランド共和国大使館、神戸市民文化振興財団
- 入場料/S席4,000円・A席3,000円・B席2,000円(全席指定・消費税込み)
- 発売場所/そご神戸店本館1階総合案内所、別館1階チケットぴあ、神戸国際会館プレイガイト、さんちかプレイガイト、チケットセゾン、関西プレイガイト協会 ●お問合せ/神戸国際会館 TEL.(078)251-8171



みどり美粧院  
吉田美穂枝

本店 みどり美粧院/生田神社前 (331)1243-4  
 県民会館美容室/県民会館B1 (331)1286  
 そごう美容室/三宮そごう新館7F (241)6755  
 名谷店/須磨パティオ専門館2F (791)8123  
 学園都市店/キャンパススクエア1F  
 ギャルソンヌみどり/本店1F (331)1245  
 葛屋ロイヤルみどり/モンテメール6F  
 ロイヤルみどりポートピアホテル店/  
 神戸ポートピアホテル2F (302)1581  
 西明石/ホテルキャッスルプラザ店 (927)1801  
 大阪/ホテルプラザビューティバーラー  
 マルビルみどり美粧院・NCB美容室  
 ホテル日航大阪美容院  
 守口アリスホテル美容室/京阪守口駅前  
 伊丹第1ホテル店・つかしんモール街店  
 京都/東急ホテル美容室・京阪第1ホテル店

少女の頃

夢みた

花嫁衣裳

いま、美しく



# グルメディア KOBE '91



## 神戸の美味しさ 今年も届けます。



グルメディアKOB Eは今年で3年目の開催となります。毎年、色々な企画でおいしいん坊たちを楽しませてくれていますが、今年の企画を簡単に紹介してみましよう。

- ◆グルメ・ファクトリー・ツアー  
10月17日(木)・24日(木)の両日、グルメ都市神戸を支える食品づくりの最前線——食品製造工場、博物館、資料館などを巡り、普段はなかなか見られない神戸の味づくりの現場で、身近な食品がいかに作られるどんな背景を持っているか、皆さんの目で確かめて下さい。全4コース、参加費は各2000円で、昼食お土産つき。昔むかしの「社会見学」に参加する気分です。
- ◆グルメ・クッキング・パーティー  
各種ジャンルの有名講師の方に、洋菓子や各料理の作り方を楽しく実践指導していただきます。皆さんの料理のヴァリエーションが更に広がること受けあいです。指導して下さるのは、ホテルの一流シェフや食品づくりの第一線で活躍されている方ばかりです。お誘い合わせの上、ご参加下さい。
- ◆カフェモーツアルト「神戸」  
11月2日(土)〜4日(月)の3日間、市内のホテルや喫茶店などで、モーツアルトの曲をBGMに、優雅なティータイムを——。

○お問い合わせ

神戸ファッション協会 神戸グルメ・フェア実行委員会

☎ 303-3123

# グルメプロムナード

11月11日(月)～14日(木)



今年も「神戸の味」を代表するレストラン21店が勢揃いしました。この催しも3年目(4回目)を迎え、秋の大きなイベントとして、神戸市内の方々の間には定着してしまっただのかの感があります。

それぞれの店が腕によりをかけて創り出す特別料理と、各界からお招きする多彩なゲストのお話を、心ゆくまでお愉しみに下さい。この日でない料理に出逢えるかもしれません。

なお、当日、都合によりゲスト等が変更になる場合がありますので予めご了承ください。



## ●日本料理

- あこや亭 布引店 ☎232・2400
- 大村 崑(俳優) / 11月14日
- 18・00 / 15、000円 / 20名
- 北野異人坂 ☎222・2001
- 新井満(作家) / 11月14日
- 18・00 / 25、000円 / 30名
- 千人代官(酒代官) ☎232・3355
- 奥村彰生(伝承料理研究家) / 11月14日
- 18・00 / 20、000円 / 30名
- 中納言 新神戸店 ☎262・2882
- 神和住純(スポーツ解説) / 11月11日
- 18・00 / 18、000円 / 30名
- 三ツ輪 ☎341・0615
- 河内家菊水丸(河内音頭新聞読み家) / 11月11日
- 18・00 / 15、000円 / 100名



## ●フランス料理

- ヴィアンヴィ ☎302・5700
- 大槻美智子(筆曲生田流師範) / 11月11日
- 18・00 / 25、000円 / 40名
- オーベックファン ☎881・1530
- 峰さを理(女優) / 11月13日
- 18・00 / 25、000円 / 30名
- グリーニ北野 ☎242・2562
- 植田神爾(宝塚歌劇団演出家) / 11月13日
- 18・00 / 15、000円 / 22名
- ハンター坂俱樂部 E ☎242・7294
- 横尾忠則(画家) / 11月11日
- 18・00 / 18、000円 / 15名
- ラックダヌシー ☎242・3031
- 山内美郷(エッセイスト) / 11月14日
- 18・30 / 15、000円 / 14名

## ●中国料理

- 金龍閣 ☎221・1616
- 上原まり(筑前琵琶奏者) / 11月12日
- 18・00 / 15、000円 / 22名
- 廣州 ☎392・1617
- 村松友視(作家) / 11月12日
- 18・00 / 30、000円 / 32名
- 神仙閣 ☎331・1263
- 樓名由梨(女優) / 11月12日
- 18・00 / 15、000円 / 80名
- TAO須磨店 ☎736・2555
- 三浦雄一郎(フロッスキーパー) / 11月11日
- 18・00 / 20、000円 / 60名

## ●各国料理

- オステリア・テル・ギオット(イタリア料理) ☎333・7427 / 佐藤陽子(バイオリニスト) / 11月12日 / 18・00 / 25、000円 / 26名
- 百済(韓国料理) ☎392・5458
- 中西勝(画家) / 11月13日
- 18・00 / 18、000円 / 18名
- コバ・カバナー(ラジアル料理) ☎391・0888 / コバカバナサン ☎318 / 11月13日 / 18・30 / 15、000円 / 45名
- テイファアナ(メキシコ料理) ☎242・0043 / あい御影(ラテンシンガー) / 11月11日 / 18・30 / 20・30 / 10、000円 / 各40名
- ビッグシェフ(ステーキ) ☎581・0338 / 大森(映画監督) / 11月14日 / 18・30 / 15、000円 / 23名
- レストランマルヨネ(ステーキ) ☎631・7771 / 11月12日 / 藤本統紀子(タレント) / 18・00 / 12、000円 / 30名
- ロス・ヒター(スズベイン料理) ☎391・5431 / ホセ・テ・マルガラ(カンタオール) / 11月13日
- 19・30 / 8、000円 / 30名

## ■参加要領

参加ご希望の方は、開催日時、店名、料金などをよく確かめて、各店または神戸フアッション協会「グルメプロムナード係」まで電話でお申し込みください。  
●申し込み、お問い合わせは  
神戸フアッション協会「グルメプロムナード係」 ☎303・3123