

第5回 セミナー／見学会 神戸 9月6日

震災復興がんばれ神戸ファッション都市

コーディネーター 松本美保子 神戸芸術工科大学 T.D.A理事

講師 鈴木公彦 神戸市産業振興局商工課生活産業係係長
高田恵太郎 ジャパンマーケットセンター部長
橋 香子 夙川学院短大助教授 T.D.A会員
山内 誠 東レ 繊維マーケティング部主任部員 T.D.A会員

1970年代の始め、神戸は港と鉄の街という印象があり、そこからどこへ変わるのかと問われていた時期で、生活全般のファッションに向かうという宣言を、産・官・学が一気に賛同し、1973年全国で一番最初にファッション都市宣言をしました。その第一歩がポートアイランドに神戸の地場産業であるアパレル・真珠・スポーツ・ケミカルシューズ・洋菓子・食品・インテリア・下着・化粧品など生活文化にかかわる業種の37社が集まりました。さらに六甲アイランドにファッション拠点（神戸ファッションマート）を作り、国際的なファッション都市を目指していました。それが、昨年1月17日に被災し、六甲アイランドは長く陸の孤島になっていました。そして今神戸は震災後の復興に人々の心を奮立たせ、震災前以上のファッション都市にするにはどうしたらいいかを提示しようとしています。その1つが通産省・神戸市の支援を得て、(財)神戸ファッション協会が運営主体になり、六甲アイランドの神戸ファッションマート内に震災復興支援センターができ、翌年春にファッション美術館が同じ六甲アイランドにオープンします。六甲アイランドはまだ仮設住宅と超近代都市が並ぶ街です。この現実を見ながら、今回のセミナーを催しました。以上の開催趣旨のもとにコーディネーターとして松本さんが進行しました。

鈴木 | “神戸市のファッション年次政策”

概要 神戸ファッション都市宣言の歩みと震災時の状況・震災後の対応を中心に。

ファッション都市の言葉の意味の理解のために“ファッション都市”の言葉で、全国アンケートと神戸市民対象のアンケート結果は

- ①ファッション都市という言葉にふさわしい都市は（全国）
一位・東京 二位・横浜 三位・神戸 四位・京都、札幌 五位・大阪
- ②その理由は（全国）
町並みが美しい。外国人が多い。国際的な雰囲気がある。
- ①神戸はファッション都市だと思いますか。（神戸）
思う 42.6% まあまあ思う 45.7%
- ②その理由は（神戸）
アパレル・洋菓子などファッション関連の企業が多い。
ポートアイランド・六甲アイランドの新しい街並み
- ③神戸以外のファッション都市は（神戸）
東京、横浜そして札幌、京都
と以上で、東京・横浜・神戸にファッション都市にあてはまるイメージがありました。

ファッション都市づくりの理念

神戸ファッション都市宣言の背景には、港を中心に経済が発展してきたが、

工場誘致の制限もあり、これ以上の変化が求められていた。で、地元の産業をみると、洋風の雑貨を中心にしたもの。洋菓子があり、これを育てていこうとアパレルだけでなく、衣食住を含めて、1973年にファッション都市宣言をしました。具体的に、街に多くの彫刻を。ポートアイランド・六甲アイランドの建設とハード面での充実そしてこれから、ソフト面をという時に被災しました。特に長田区中心にあったケミカルシューズの会社1600社の80%が全壊・半壊と大きな被害をこうむりました。それで、すぐに1月25日に総合相談所を設け、4月1日には11000件の相談が寄せられ、うち1000件が融資の相談でした。で、ファッション関連の企業に任意調査をしたところ、融資5%、デザイン情報49%と戻ってきました。震災後の対応として、六甲アイランドに地震の為に中断していたリソースセンター・ファッションミュージアムの設立。ファッションマートに震災復興支援センターの設立。ポートアイランドにワールドパールセンターの設立。仮設工場から公営の貸工場をつくらせてファッション産業をバックアップしていくことの話をして下さいました。

高田 | “神戸ファッションマートの政策展開”

概要 ファッション都市神戸の中核としてのファッションマートの役割。六甲アイランドプロジェクト。欧米型マートビジネスとは。

まず始めにジャパンマーケットセンター(株)は第三セクターの会社のイメージがあるが、民間会社であること。ファッションマートを運営している会社で、家賃収入が主である。入居しているテナントの為に集客ビジネスもその一つである。六甲アイランドプロジェクトは神戸市が埋立を行い、その事業コンペで住友信託銀行のコンセプトが採用になり、今現在のプロジェクトである。その内容はファッション都市神戸として、ファッションを核としての街作りである。ファッションを核とした国際的な場・大きなコンベンションホール、それがファッションマートであり、その周辺にホテル・外資系企業の極東本社・レストラン街・ファッション美術館へとプロジェクトが進められてきた。地震で中断はしたが、1997年春にはファッション美術館が完成します。マートビジネスとは自然発生的な問屋街とちがって欧米型のマートビジネスを日本流にアレンジした新しいビジネスである。この建物は36000坪あって、30~40坪単位で320社収容できる。これらのテナントの為に合同展示会の企画をして、登録された全国小売店の70000名のバイヤーに呼びかける増員機能。ファッション関連の企画支援。アパレルの枠を拡げて住関連の収容。それが今回の見学の輸入住宅の34戸のモデルハウス。輸入家具のゾーン。マルチメディアとファッションとの可能性たとえば仮構商店街をコンピュータでつくる。CADの開発。インターネットを通じて国際的な展開。など今後いろいろな展開を進めていきたい、などマートビジネスについてお話しされました。

橋 | “神戸ファッション/人づくり=ものづくり/21世紀にむけて”

概要 ファッションのウォッチングから京阪神のファッション。夙川短大の学生の神戸レポート・神戸・大阪のファッションの違いをスライドを通して説明。教師としての人づくり=ものづくりの姿勢。21世紀へ向かっての提言と幅ひろく女性らしくきめ細かくお話しされました。

京阪-地下鉄-阪神と学校に通う車内でみかけるファッションはお年をめされた方のアクセサリ・スカーフの使い方が上品でモダンである。1995年9月に明治生命が神戸ファッションの要因のアンケートをとった結果を報告。
一位、阪神間のブルジョアのハイカラ性は82%。二位、外国人の居留地は77%、三位、山・海・街並みのロケーションがいい、50%。他の質問で二府四県でおしゃれのにあう街は、一位、北野・トアロード、二位、芦屋・夙川・岡本、三位、元町、四位、神戸ハーバーランド・ポートアイランド・六甲アイランド、五位、心斎橋、六位、京都・北山通りでした。このアンケートが震災後に行なわれたにもかかわらず、神戸がファッション都市として進んでいける心強さを感じました。