

150年間 神戸を支えた港 記念行事目白押し

神戸港は2017年1月1日で開港150年を迎えた。人・物・情報が行き交う神戸港は、国際交流の拠点として栄え、国際色豊かなまちとして発展を遂げてきた。物流の国際競争力強化やクルーズ客船の誘致をはじめとする港の再整備を加速させている神戸市は、港が果たしてきた役割を改めて市民に広く知ってもらおうと節目となる今年、さまざまなイベントを開催する。神戸市みなと総局みなと振興部振興課開港150年担当足立大和さんに話を聞いた。

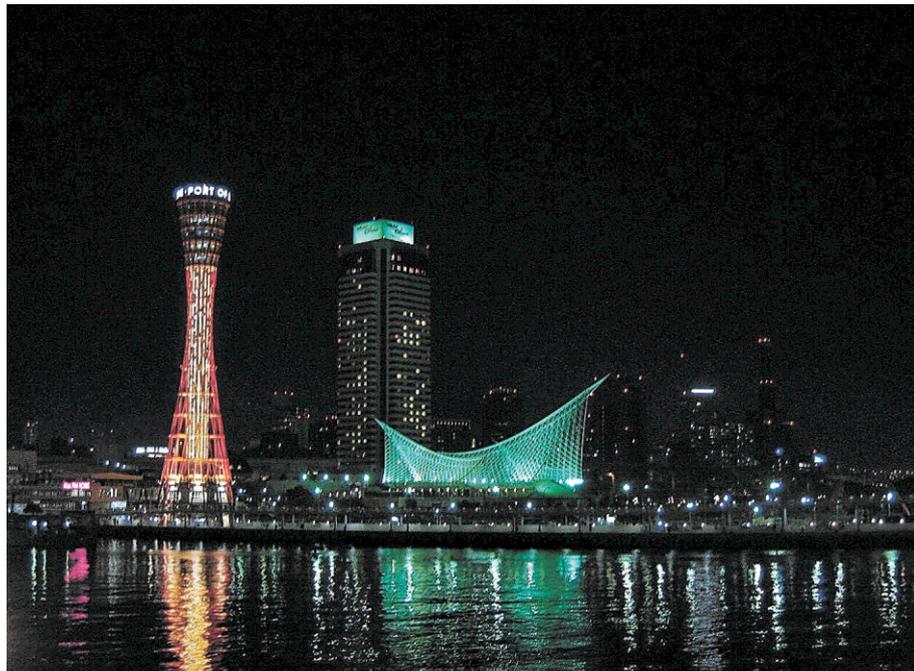
豪華客船入港や音楽祭

江戸時代に兵庫津と呼ばれた現在の兵庫区南部の港湾エリアは、幕末に神戸港が開港する前までは日本を代表する港として栄えた。現在の神戸港は、明治25年にその兵庫港と一体化して神戸港となった。

イベントの一つとして客船「クイーン

・エリザベス」の入港がある。「クイーン・エリザベス」は、世界で最も有名な客船とも言われており、乗船のチケットは即日完売になることもあるそうだ。今回、ワールドクルーズの中で、神戸港から乗船できる「神戸発着クルーズ」が行われる。「クイーン・エリザベス」が発着クルーズを日本で行うのは今回が初めてであり、「クイーン・エリザベス」の入港を歓迎し、放水やバルーンリリース、吹奏楽演奏など、様々な歓迎イベントが行われるようだ。

また兵庫県港運協会をはじめとした港湾関係団体の皆様を中心となって実施する「神戸開港150年音楽祭」という大きなイベントが今



年の5月21日、神戸メリケンパーク特設会場で開催される。多彩な「音楽」を通じて、日本の近代化に大きな影響を与えた神戸開港を神戸市民をはじめ多くの人々に知ってもらうことが目的だという。

他にも「海フェスタ」や1月25日から12月28日にデザイン・クリエイティブ神戸で開催されている「神戸港と神戸文化

の企画展」といった長期的なイベントも計画されている。神戸のまちを150年間支えてきた神戸港はこれからもにぎわいにあふれた、市民の大切な場所になるだろう。

記事 榎本 大矩
佐藤 紅音
堀 凌也

メリケンパークにスターバックス誕生

海と山の見える街で過ごす特別な時間

神戸港が開港して150周年を迎え、メリケンパークのリニューアルに伴い、スターバックス コーヒー 神戸メリケンパーク店が2017年4月に開店する。神戸市内では22店舗目の出店で、関西エリアでは初の公園内店舗となる。「いつものお店とすこし違うスターバックス体験」ができる同店の特徴や店づくりにこめた思いについて、ストアマネージャーを務める高田聖子さんに聞いた。

「神戸メリケンパーク店は神戸を感じられるお店」と高田さんが話す通り、店の外観は港町である神戸にちなんだ船をイメージしてデザインされた。1階は神戸港と公園の緑が見渡せるようガラス張りになっている。また、2階は景色を360

度たのしめるように、海側に面したカウンター席と神戸の街並みが楽しめる屋外のテラス席が設けられている。店内には、さまざまな形の家具が置かれ、広い世代の人々が用途によって使い分けられる工夫がなされている。

「店内をぜひいたくな空間に仕上げ、日々の生活の中で特別な時間を過ごして頂き、お客様に安らぎや充実感を与えたい」



と高田さんは話す。

ストアマネージャーの仕事は一般的に店長という役職とほとんど同じだが、異なる点はバリスタと同じようにコーヒーをいれ、笑顔で接客するなど同じ仕事をこなし、直にお客さんと接する時間があるという。スタッフに混じって接客を行うことで、より良いサービスのための店の課題に気付きバリスタやお客様の立場になって解決策を模索することが役割を果たす。

高田さんがおすすめするドリンクは「ホワイトモカ」。カスタマイズして毎日飲み方を変えるという。カスタマイズとは注文に応じて飲み物を自己流にアレンジすることで、無料または50円プラスでできる。世界の店どこでも同じ味わいが得られるスターバックスだが、気分に合わせてさらに違った楽しみ方ができるのも魅力の一つだ。

仕事にやりがいを感じる瞬間は、「お客様とちょっとした会話をすると、そ



して『また来るね』とお客様に声をかけていただいたとき」と笑顔で答える高田さん。「地域に根差した店舗づくりをしていきたい」と言う。開店予定日は2017年4月21日である。神戸の景観を存分に堪能できる神戸メリケンパーク店にぜひ足を運んでみてほしい。

記事・写真 佐藤 紅音
堀 凌也

お母さんの気持ちになってものづくり familiar

今年で創業69年になる子供服のファミリア。創業者をモデルにしたといわれるNHKの朝ドラ「べっぴんさん」が放映され、改めて注目が集まっています。同社では主に商品の企画に携わってきた、古川祐子さんに、女子高生に人気の「ファミカバン」の開発などについてお話を伺いました。

ターゲットとする年齢層は？

20代～30代の小さいお子様のいるお母様世代、50代～60代のお孫様のいるおばあ様世代の2世代が大半です。プレゼントを見に来られたり、お生まれになる赤ちゃんのために妊婦さんがきてくださり



ます。ファミちゃん、リアちゃんというキャラクターをモチーフにしたお洋服と雑貨類が最も人気を集めています。

今は2017年の春夏の商品が出来上がって薄めの生地の商品が販売されています。本社では2018年の春夏の商品がすでに企画されています。

「私たち女子高生に人気のファミカバンのデザインはどのように考えられているのでしょうか？」

ファミリアでは正式にはデニムバックと呼ばせてもらっています。女子高生のみなさんの間ではファミカバンで通っているようですが、愛着と愛情、親しみを持って呼んでくださっているのが嬉しいです、また改めてお礼を言わせていただきたいです。

ファミカバンの図案はお母様とお子様コミュニケーションをとれるようなストーリーになっています。春と秋、年に2回手刺繍のネイビーとレッドの新作を出させてもらっています、秋冬はブラックも出させてもらっています。デニムバックのストーリーは決まりきった図案にするのではなく、話を途中で止め、続



きをお客様に考えていただけるよう余白を残すように心掛けています。デザインは私たちだけで決めるのではなく、お店の人の意見やお客様の意見なども取り入れて制作しています。デニムバックは1年以内には売り切れます。

「どのくらいの製作時間をかけているのですか？」

手芸を担当する職人さん、ミシンを担当する職人さん、二手に分かれて製作し

て下さっています。手芸を担当する職人さんは1日1枚を目標に作っています。それぞれのデザインは、企画して、生産、販売するまでに1年ほどかけてお店に並びます。

「なぜ神戸で流行したのでしょうか？」

婦人の雑誌で取り上げていただいた「神戸エレガンス」という言葉が流行した時代に製作がピークを迎え、1990年代にはワンシーズン8000枚を製作していま

した。高校生になっても大人になっても持ち続けたいと思っていただいたことから流行したのではないかと思います。

本当にいいものだけを作りたい。「お母さんの気持ちになって、ものづくりをしよう」という創業者たちの精神は今も引き継がれています。

記事・写真 宮田 恵
進藤 愛華
山下 樹音