

## 第1節 新たなネットワークづくりの潮流のなかで

# 異業種交流から横浜文化の発信へ

ヨコハマ

# 伝統、進取の気質、そして独創性

コレクシヨンスクラブ

新しい都心づくりをめざして、基盤整備が急ピッチで進む「みなとみらい21」、そしてここを会場に昭和64年に開催される「横浜博覧会」。21世紀を目前にひかえて、ますます活気づく横浜に、ユニークなクラブが誕生した。その名も、ヨコハマコレクシヨンスクラブ。

このクラブ、ひとことでは言え、さまざまの企業の社長、代表者が会員となり、情報交換をしようという、異業種交流の団体である。では、そのどこがユニークなのか。

同クラブの会長として、また自身も一企業の社長として多忙な日々を送っている森本一光さんは、発足のきっかけをこう語る。

「そもそのの始まりは、地元の商店主などを中心とした『職商人（しよくあきんど）の会』。みんなで飲みながらあだ、こうだと話しているうちに、横浜に対する共通の思い入れがあることに気がついたんです。それは、まず横浜が好きだということ。そして、伝統、進取の気質、独創性をもっと、もっと伸ばしたいとみんな考えているんですね。よし、それならその考えを実

現するために本格的な活動を始めようじゃないか、ということでもヨコハマコレクシヨンスクラブを結成したんです」

会員は、横浜で生まれ育ったブランドメーカーや商店。63年3月現在、27社が参加。元町に



横浜文化講座には連日多くの市民が聴き入っていた

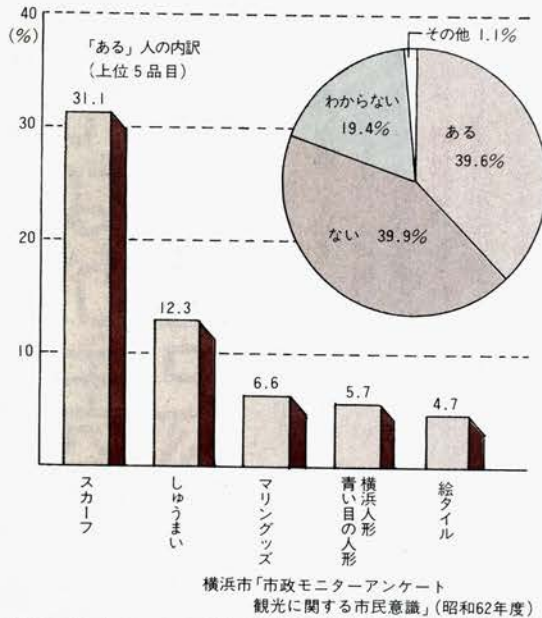
ある事務所でも月に1回行われる例会の場をはじめ、個々の会員間でアイデアを交換しあったり、トータルコーディネートされた商品を共同開発したりしている。そういうなかで行われる魅力ある商品の創出の努力が、参加企業のオリジナルティをより高め、ひいては地域経済の活性化にもつながるとの考えである。

特に、この会が重視しているのは、会員それぞれのこだわりを生かして横浜らしいオリジナル商品をつくること、そしてそれらを通じてあらゆる方面に「横浜文化」「横浜らしさ」をアピールしていくという戦略である。

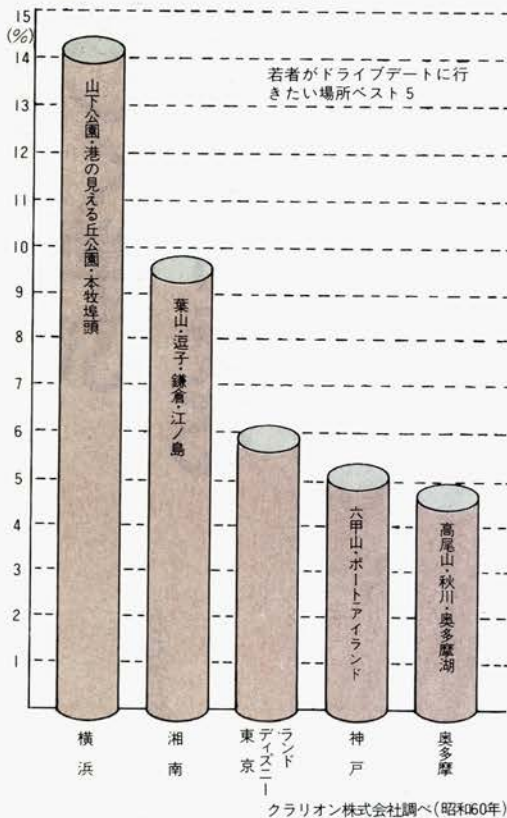
「この考えを具体化した事業の第一弾として、昨年11月に横浜のデパートで『ヨコハマベストコレクション』と称した催しを行いました。ここでは、商品を販売するだけでなく、ジャズフェスティバルや会員による横浜文化講座などを開きました。特に文化講座は好評でした。会員は、自分の商店、商品を通してそれぞれ横浜について一言もっています。それを語ってもらったわけです。『ガス灯と横浜』『馬車道今昔』

# Network

## ■横浜らしさを感じる品物がありますか



## ■ドライブ・デートは横浜が一番



『中国料理と中華街』など、18も講座を開きました。

さらに、横浜博覧会、みなとみらい21、観光など、横浜をトータルにアピールしました。これから、北海道から九州まで、全国各地のホテルやデパートでやります。あちこちから、ひっぱりだこなんですよ」

横浜は、他の都市の人にも好感度が高い。とはいえ、来たことのない人には、どんな街なのか、「ミナト・ヨコハマ」以上の具体的なイメージがわからないことも事実だろう。衣・食・住・遊・文化と、いわば横浜のすべてをもって全国を巡る同クラブの活動は、各地の人びとの期待

に応えるものにちがいない。将来の活動について、森本さんは次のように語る。

「ライフスタイル情報の発信基地としての横浜をつくっていききたいですね。ここに来れば、何が分かる。そんないきいきとした街をつくるために、私たちヨコハマコレクションズクラブが軸となって、フレッシュな横浜を盛りたてていきたい」

同クラブの当面のターゲットは、横浜博覧会。ここでの活動の構想も、すでにできあがっているという。

「これは夢ですが、できれば、博覧会会場のウ

ォーターフロントに、『横浜商人館』を建設して、ヨコハマベストコレクションを開催したいですね。横浜博覧会を盛り上げ、そして、成功させることが私たちの目標ですから、それまでの活動の総決算としてもぜひ実現させたいと思っています」

伝統、進取の気質、獨創性。横浜のすべてを乗せて出航した『ヨコハマベストコレクション』は、全国の主要都市に寄港して、昭和64年春、母港である横浜へ。新しく生まれ変わりつつある街、横浜に、ヨコハマコレクションズクラブはきつと大きな収穫をもたらしてくれるにちがいない。