

デザイン性とエシカルで 独自の基準

グリーンショールーム

1月下旬のベルリン・ファッショントウエーク(BFW)期間中に開かれたエコファッショントウエーク専門展示会グリーンショールームは、小規模ながらデザインと環境・社会意識の両面でレベルの高いブランドを集積し、出展社数が当初の16から30へ倍増した。同展はベルリンの高級ホテル・アドロンのスイートルームを会場にするユニークさも手伝い、09年夏の創設以来、注目を集めている。出展希望者は多いが、主催者のマグダレーナ・シャプリン氏は「デザイン、環境・社会意識が一定の基準を満たさないと受け入れない」とコンセプトを崩さない。(ベルリンライター・吉田恵子)

ベルリン・エコファッショントウエーク展示会

シャプリン氏自身もデザイナーで、環境・社会を強く意識したコレクションが特徴だ。08年に総合的な見本市フレミアム内のエコブランドを集めたグリーンエリアに出展したが、玉石混交でメッセージが伝わりにくいと不満を感じ、同志のデザイナー、ヤナ・ケラー氏と独自の展示会開催を決意した。

UNCTADと共同

09年7月、ホテル・アドロンでの初回展が好評を得た。同10月の第2回展は「ファッションの中心地」と、パリで開催。ベルリンとパリで年

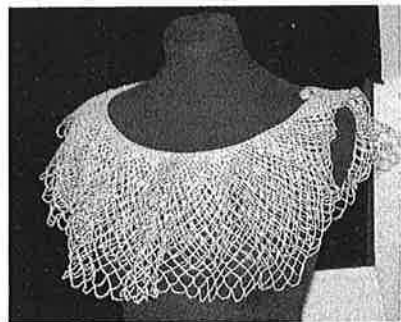


シャルレ(ベルリン)



1回ずつ開催を予定していたが、ドイツの出展者から年2回の強い要望があり、ベルリンに注力することにした。近い将来、パリ展を再開する準備を進めており、最終的には世界を巡回する構想を持つ。ニューヨークから声もかかっている。

シャプリン氏の言う同展の特徴は「デザイン性、ラグジュアリー、持続可能性、快適さ」。出展、来場者とも独逸圏が中心だが、北欧、イタリヤ、インド、米国などからの出展もある。規模を大幅に拡大するつもりはなく、今後も出展者と来場者が対話しやすいスイートルームを使う。強みは「数は限られる分、訪れる小売りのメディアの関心が高い」点だ。出展は服を中心



リタ・イン・バルマ(ベルリン)

に、アクセサリー、化粧品靴、ライフスタイル商品。今年から国連貿易開発会議(UNCTAD)と、ファッショントウエークを共同プラットフォームをスタート。種の持続可能性を考慮する素材生産・加工業者を出展者に紹介していく。

欧、アジア企業も

「シャルレ」(ベルリン)は1〜6歳向けの子供服ブランド。デザイナー兼経営者のマンディ・ゲッデルト氏は2人の子の母親の目で、我が子に着せたい服を作る。奇妙な薬品の臭いがする服や、「ま

保護やフェアトレードなど社会的な面を意味する。環境面で弱ければ社会面で補うことも可能で、持続可能性に取り組み真剣さが重視される。オーガニックは、欧州で普及している健康への無害さを証明する「エコテックス」だけでは不十分という。

BFWでは、ハイエンドファッショントウエークに並び、ストリートウエア中心の「T.H.E.K.E.Y.T.O」ほか、エコを意識した催しが計四つ行われた。来季からはエコ展示会が共通名称のプラットフォームを作り、市の支援を受けながら広報活動もする。市民の環境志向も当該産業も強いドイツが、ファッショントウエーク化を先導しようという勢いだ。

NY開催を模索、世界巡回の構想も

ともな世界ではありえない安価は、「一あつてはいけな」とエコブランドを立ち上げた。インスピレーションは「トム・ソーヤ」や「長靴下のピッピー」の作者リンドグレンの描く世界。09年から多くの展示会に出展し、優れた新人デザイナーにも選ばれた。グリーンショールームへは主催者から声が掛かり、参加した。シャルレの持続可能性は、オーガニック素材使用にとどまらない。染色・縫製も可能な限り地元業者に依頼し、無駄な運送を避け、同時に地元繊維産業の衰退にも歯止めをかける。長く着られるようにと、女兒服は最初はワンピース、大きくなったらスワック、男児服は最初は七部丈、後から半ズボンではけるような工夫を凝らす。

「リタ・イン・バルマ」(ベルリン)は、若手デザイナーのアナ・ヌリアシユミットとアンカトリン・カールシユテンゼンが立ち上げたアクセサリーブランド。伝統的なレース編みのテーブルクロス

ブレインツリー(ロンドン)

エラ(ニューデリー)

をヒントに、手編みレース製のアクセサリーを提案する。レース製ネットワークをあらわらうだけで、Tシャツがゴージャスなドレスに変わる。環境よりも社会問題に照準を合わせて、レース編みを失業中のトルコ系女性に委託し、社会で弱い立場にあるグループの自立支援を図る。大型のもので200円、「編んでくれる人にはほとんど報酬を払う」と設定した価格だ。

変わる消費者意識

国際展開する企業も参加している。「ブレインツリー」は、95年に豪州で設立した環

境とフェアトレード両面を重視するブランドだ。生産に農薬も多量の水も不要なヘンプ(大麻)製エコ衣料の企画・販売では大手の一つ。オーガニックコットン、竹素材の製品も作る。02年にヨーロッパ社が設立され、本体から独立した。「買えるオーガニック」をうたい、トレンドを取り入れた価値感のあるカジュアルを扱う。ロンドンの本社がデザインを担当し、中国で生産。労働環境の公正さを保つため年2回の現地検査を欠かさない。独逸圏での販売活動は、エコフードや化粧品、小物も扱うヘンプ・インターナショナル(デュッセルドルフ)が担当する。右肩上がりで成長し、ヘンプは現在、衣料部門で独、オーストラリアで1500を越す店と取引する。ネット販売の占める割合も大きい。

今回インドから出展した2社のうち、「エラ」(ニューデリー)は、生成りのコットン製ドレスが中心。GOTS(グローバル・オーガニック・テキスタイル・スタンダード)の認証を受けたオーガニックコットンを手織りし、染色も行わず、洗う際にも合成洗剤は一切使わない。単色ながらも、ステッチや織り模様、ドレープなどで豊かな表情を出す。端布もアップリケに使い、廃棄物を極力出さない徹底ぶりだ。昨年スタートしたばかりだが、インド国内でトップティック20店と取引がある。オーナーのサンディーニ・アカルワル氏。インドでも環境と健康意識が強まり、エコファッショントウエークに大きな潜在性があるという。

9月にパリで新展

日誌
会長
展へ
え、
た。一
年二
し、
ン、
社、
初