

# 環境意識とファッション性アピール

## 15~16年秋冬ベルリン・ファッションウィーク 上

1月19日から5日間、ベルリンでベルリン・ファッションウィーク(BFW)が行われた。メルセデス・ベンツ・ファッション・ウィーク(MBFW)をはじめ数多くの催しが同市と周辺で開催され、ベルリン市経済省によると、展示会とショーに過去最多の3000を超すブランドが出演。カジュアルウエア見本市、ブレッド&バター(B&B)が中止となり心配された来場者数も約20万人を数え、例年に劣らないにぎわいとなった。ただ、遠方からの出演、来場者は減ったという声も聞かれ、国際色は薄れたようだ。一方で、ドイツのデザイナーのPRを目的としたショー、ベルリーナー・モーデサロンが、市経済省の助成や独ヴォーグ編集長クリスチアーネ・アルプ氏のイニシアチブの下で初開催されるなど、新しい動きもみられた。(ライター・吉田恵子)

＝価格はドイツ国内での税込み小売価格  
 プレミアム展、パノラマ展は、B&Bに出展を予定していた企業がばらけたことから、出展数を増やした。一方でエコファッションの見本市は独自の成長をみせる。倫理・環境に配慮したハイファッションの見本市、グリーンショールームと、カジュアル中心のエシカルファッションショーの両展が今シーズンから同じ会場で催されるようになり、カジュアルからハイファッションが一堂に揃った。ドイツを中心に世界23カ国から163の出展者があり、前回比で3割増。グリーンショールームはMBFWのオフサイトショーとしてランウエーも見せ、環境意識とともにファッション性の高さをアピールした。



ラナ



エレメントゥム



オーストリアンデザイン・アット

## エコブランドが成長

**ラナ(ドイツ・アーヘン)**  
 27年前、設立者が自分の子供のためにオーガニックコットンの服を作ったことからスタート。各種エコ認定素材を使った幅広い品揃えのレディス・キッズブランドだ。レディスはフェミニンでシンプル、着回しの良いアイテムが多い。価格はワンピースが130€と中価格帯。来冬のイチ押しは、植物由来の素材を徹底した「ヴィーガンライン」だ。  
**エレメントゥム(オランダ・アイントホーフェン)**  
 オーストリアンデザイン・アット(ウィ

**ーン)**  
 1着で何通りもの着方ができることで無駄な消費を防ぐコンセプトのブランドだ。環境・倫理面から良質な素材を選び、国内や近隣での生産を心がける。  
**エレメントゥム**はチューブ状の伸縮性生地を使うことで裁縫を避け、ゴミを最小限に抑える。一つでドレスやベストになるアイテムなど。  
 オーストリアンデザインは機能性を兼ね備えたモードなニットウエア。リバーシブルかつ2通りの着方ができるアウターなど。



マッドジーンズ



オード

**マッドジーンズ(アムステルダム)**  
 リース契約制でオーガニックジーンズのリサイクルシステム構築に成功し、欧州で話題を呼んでいる。客は使用後にジーンズを返却し、新品5モデル、もしくは割安なビンテージ品に交換する仕組み。生地はマッドジーンズが所有するという考えに基づき、修理は無料だ。支払いはこれまで月ごとの定額制だったが、今後は一括払い(新品は119€)に修正、代わりに交換時の支払額を安くする。はき古したデニムはリサイクルへ。破損の少ないものは環境負荷もコストより低いビンテージラインにアップサイクリングする。

**オード(アムステルダム)**  
 有害物質を含まず、完全に有機分解可能な特殊加工の牛革から作ったスニーカーのブランド。革を土に返らせ、そこに植物をというエコの発想から、靴に花の種を添えて販売している。ただ、種を添えると域外への輸出が難しい。来秋からは販路拡大を狙い、売り上げの一部を公園整備プロジェクトに寄付するコンセプトを追加する。130€から。

## 高級ニットをリーズナブルに

### ロイヤルパトウ秋冬

婦人ニット製造卸のロイヤルパトウは、基幹ブランド「ロイヤルパトウ」やカジュアルを取り入れた「レサンセンス」15~16年秋冬物で、カシミヤタッチの風合いとふくらみをもったセミ梳毛といわれる高級糸など、これまでにない糸を使った高級ニットを強化する。

同社はこれまでも秋冬ではカシミヤやキャッシュウールなどの高級糸を軸に多彩なニット製品を販売しているが、店頭でより付加価値の高い商品を求める声が相次いでいるため、糸からのオリジナル、高級化を鮮明に打ち出す。

36番双糸のセミ梳毛に加え、薄く、軽く、編み立てると透けるような表情が演出できるモヘアやセーブルとカシミヤの混紡糸など、イタリア糸や国内の紡績だからできたこだわりの獣毛糸などを積極的に採用する。高級原料でも糸から企画、見本生産、現物編み立てまで一貫で管理し、日本と海外工場の専用生



Les cinse STIL ID 上質なカジュアル感も表現

産ラインを使い分けられる強みを生かして、リーズナブルな価格設定にした。

セーターやカーディガン、軽いジャケットまで、14€を中心に7€でのジャカードや編み地の切り替え変化など多彩な商品を用意する。セミ梳毛のセーターで2万円前後、ジャカードのジャケット4万円台など。

## リーガルコーポレーション 「リーガル」レディスシューズ夏向け

### 月間MDで付加価値訴求

リーガルコーポレーションは、レディスシューズ「リーガル」の4月以降の夏向けで、実需を取り込む月間MDで売り場



昨年一部は扱っていたスニーカー底のエスパドリーユを面で見せる

を活性化。プロパー販売の短い盛夏向けサンダルの企画を減らし、商品MDを細分化。雨の日対応や初秋向けなど付加価値の訴求に力を入れる。

4月の初夏向けは、甲を広く覆ったミュールサンダルやカットレザーのポンプスなど、汎用性の高いモデルを販売する。盛夏向けは5月に投入。オリジナルのEVAソールを使ったフッ

型に加え、新モデル2型(1万3000円から)を出す。ゴムの一体成型ではなく、グリップ力のあるモールドソールを合体させる作りで、履き心地の良さと、普段履きと変わらない外観が人気の要因。塩化ビニルを足型に成型したサイドゴアブーツと、イタリア製の合成皮革でエナメル

のポンプスを作った。6月には初秋向けを出す。7月

## メンズヤング春夏

# 大人っぽく ノームコアが波及

メンズヤングの15年春夏で、大人っぽいスタイリングが新たな芽になっている。14年に流行した究極に普通のファッション「ノームコア」が広がり、モノトーンでシンプルなファッションを好むハイティーンから20代前半の男性が増えているようだ。メンズのオーセンティックなウエアを若者らしくカジュアルに着崩すスタイル提案が目立つ。

「ジュー」は大人のオンとオフシー

テラードジャケットに膝上ショーツで若々しい印象に。「若い男の子が全体的にシンプルな服装になりつつある」として、今春夏物は薄手のニットプルオーバーや半端丈パンツを充実する。

「ウィゴ」は、大人マリンと90年代カレッジの2テーマが軸だ。マリンはバスケットシャツにフレンチリネンシャツを羽織り、トロピカル柄の膝上ショーツなどを合わせるリラックス感のあるスタイ



ウィゴは着こなしの工夫でトレンディなミックス



ジューは大人の