



コモド



トランキロ



アンツュークリッヒ・オーガニック&フェア



コクーン



カルパス

倫理・環境志向はファッション企業の標準に

ベルリン・ファッションウィーク「グリーンショールーム」「エシカルファッションショー」

独ベルリンで6月末、サステイナブル(持続可能性)ファッションの見本市グリーンショールーム(GSR)とエシカル(倫理的な)ファッションショーが開かれた。今回で14回目のGSRはハイファッション、10回目のエシカルショーはカジュアルに重点を置く。今回見せたのは主に17年春夏コレクション。出展社数は過去最多の168となり、にぎわった。

カジュアルウェアを中心に、倫理・環境志向はドイツとその周辺国では標準となりつつあり、エシカルと従来型ブランドの境界は薄れている。「コモド」(ロンドン)は、90年代初期からオーガニック素材を使い始めたエシカルファッションの草分けだ。東京・渋谷と横浜に店を出していたこともあり、当初からエコというよりロンドン発のファッションとして支持を得ていた。トラッドや異文化的要素をさりげなく取り入れたボヘミアンなスタイルを特徴とする。

従来型からエコに転換するブランドもある。「トランキロ」(独ドレスデン)はカラフルで実用的なレ

イスとキッズ向けブランド。ルームウェア、アウトドアからオフィス着まで幅広いシーンに対応する。エコは意識していなかったが、最近の顧客と市場のニーズに応じ、オーガニックの割合を7割まで高めた。

女性の自立支援

生産国で社会的プロジェクトとして始まった事業が定着してきている例もみられる。「アンツュークリッヒ・オーガニック&フェア」(ウィ

ーン)は、ペルーでの小プロジェクトを機に09年にスタート。現在は同地に縫製工場を直営し、ろうあ者を含む女性14人を社会的に保障された条件で雇用し、女性の自立を支援する。春夏はペルー産オーガニック綿のワンピースが中心。無地にシルエットのバリエーションが映える。

「コクーン」(独ハーゲン)は、養蚕が盛んなインド・ジャールカンド出身の経営者が、生産者のために

歴管理)を確約するクラシックなシャツでビジネスも好調という。オンラインでBtoC(企業対消費者取引)、本国中心にBtoB(企業間取引)の客も増やしている。

障害者に対応

多様な着方やタイムレスなデザインで、過剰生産・消費を抑えているという動きもある。「エレメント

タイムレスなデザインで過剰生産抑制

運営する事業。GOTS(オーガニック製品の国際基準)認証を受けた伝統的手法で生産したオーガニックシルクをドレスやスカーフに縫製し、直接欧州で販売する。中間業者を省き、地元へ還元する。コンテンツポラリーなデザインと独特な色使いが魅力。

サステイナブル市場ではメンズのビジネスウェアに品薄感がある。1年前にスタートした「カルパス」(スイス・オーバーリート)は、持続可能性とトレーサビリティ(履

ウム」(オランダ・アイントホーフェン)は毎シーズン、1着で数通りの着方ができる新商品を出している。17年夏向けには、丈を短く変えられるドレスを考案した。

「オーストリアンデザイン・アット」(ウィーン)は基本的な形のケープとポンチョを定番とし、これらと組み合わせやすいアイテムをシーズンごとに加える。新作のケープはリバーシブルで、角の位置をずらせば2通りのシルエットを楽しめる。

「エルシン・グリーンフェイス」(オランダ・アーネム)も環境志向・地元生産に加え、タイムレスなデザインを追求する。定番は素材が入手できる限りコレクションに残す。流行に左右されない、ミニマルでクリーンなデザインだ。

ランウェアでは新たに、障害者に対応したエシカルファッションも示された。「カミーユ・ポワル・クチュール」(仏ルーアン)は、社会・環境・経済を考慮する若い企業に与えられる2016年のLVMH・CSRヤングタレントアワードを受け、報賞としてGSRに出展。障害者用コレクションから車椅子利用者向けウェディングドレスを披露した。



エレメントゥム



オーストリアンデザイン・アット



エルシン・グリーンフェイス



カミーユ・ポワル・クチュール

着やすくて レジイ

「レジイナロマンティック」塚山中に本店のあるレディースエシカントなジャケットセッティングを中心とした、オリジナルブランドを売っている。社長でデザイナーがインポートセレクトショップ、オリジナルブランドを8割がオリジナル。帝塚山・青南山店、兵庫県・西宮・岡、京都にショップがある。が多い。

商品はコンサバなジャケットにしたり、女性らしいきつめの。少し甘めのテイストだ。ひねりが利いているのが特徴はフェイクレザーのパッチボイタリ、アメリカンコミックたり。ボタン位置で遊んだ夕返したときの配色が楽しい。る。ドレスは清楚な白襟など

ポイントは、どれも体にフィットストレッチが利いていて。と。試着するとその魅力が伝ほとんどがウエストゴム。後ジーになったアウターなどもこの秋冬物は、ダブルジャケットの、ざっくりしたツトリミングのラインで遊んだジャケットとスカート、ジャケットなど。価格はジャケット、その後から、パンツ、スカート37

「マリラ」点とする加アクセサリー石を使い、がちょっとレスやプレの夏の商品キーワードリーンの石が新しい。せが、複雑ジュがもてクショント引く。赤はサン、ターコ組み合わせーティング

木製バッグ「ロシ

ロシオジャパン

ロシオジャパンは今秋、英ブランド「ロシオ」を輸入販売。ロシオは06年にデビューしコトランド発のレディースブランドで、デザイナーはハミッシュンジェス。現在、世界60カ国売されている。商品はすべてで丈夫なアカシアの木をくりて作られ、曲線と直線の美しいホルムとラッカーでコーティングした光沢感が特徴だ。アートのようで、高級感もある。ア

織研 plus【スマートフォン版

ニュース記事枠に表示され