

すてきに不謹慎なエコバッグ

スーパーのレジ袋に代わる「エコバッグ」を普及させようという試みは、日本でも高級スーパーを筆頭にずいぶん前から行われている。「ラフォーレ原宿」なども店内のブランドとコラボしたエコバッグを発表したりしている。

でも、持ち歩く人をそれほどに見かけないのはなぜだろう、と引っかかりを感じていたのだが。

そこへきてロンドンから、レジ袋ファイバーのニュース。バッグデザイナーのアニヤ・ハインドマーチと環境保護団体が組んだエコバッグが、先月、英国のセインズベリー(スーパーのチエーン店)で1時間に2万個を完売したとい

う。有名モデルがそのバッグを持つて写真に撮られるなど話題の下の地は整っていたようだが、5時(約1200円)の限定エコバッグを入手すべく、発売日には午前3時から行列ができたという。

このバッグ、実は中国製の量産品のうえ(安価な量産品ってエコ的に疑問視されるのでは?)、表には「私はレジ袋ではない(No, I'm not a plastic bag)」と大書

きしてある。ハインドマーチの人氣もあろうが、あくまでエコバッグの顔をしながらブラックでシュールなユーモアを漂わせているという色っぽい二面性、すなわちファッション性こそが、人々を行列

中野香織の——ココロのココロ——

に走らせたものと思われる。

セインズベリーのみならず、いまや企業は「環境に配慮している」イメージを打ち出すことに精力的だが、個人も例外ではない。地球規模で考え、地域にやさしい行動を心がける環境意識の高い独身男性(または女性)が、昨年あたりから「エコセクシユアル」と呼ばれる勢い。一緒に暮らし始めてから「エコの不一致」で別れることにならないようにと、環境に関心をもつ人だけが参加するソーシャルネットワークやコミュニティも作られているようである。

まじめに取り組むべき環境問題をファッションやらモテの要素やらが盛り上げる。このすてきな不謹慎さ、かつてのラブ&ピース運動をふと思わせる。(服飾史家)