

# モードは語る

中野 香織

モード界はショーや展示会シーズン真っ最中。ロンドン、ミラノ、ニューヨーク、パリを中心に世界各都市で2020年春夏シーズンのコレクションが発表される。「新作」を見ながら、正直、もう十分すぎると思っている。3カ月前には「クルーズコレクション」が発表されたばかりで、現在、市場には9カ月前発表の「プレフォール（初秋）コレクション」が並ぶ。これほど頻繁に新作を出すことそのものが時代錯誤的に見えてくる。

ショーの現場はブランドの世界観を伝える重要な場でもあるので、大量の資本が投下される。しかし、この現場も矛盾を露呈するようになっている。世界中か

## 春夏コレクション

# 環境汚染 危機感持って

ら顧客や影響力のあるメディアやインフルエンサーが招かれるが、関心の的はショーよりもむしろ「誰がどんな装いでショーを見に来たのか？」に移行している。インフルエンサーもそれを意識し、「新作」などかき消すインパクトの奇抜な格好で会場に現れ、写真を撮られ、世界に拡散されている。

環境問題や社会問題への取り組みが急務となっている近年は、企業がいかにサステナビリティ（持続可能性）に取り組んでいるかに注目が集まるため、ブランドも「エコニール」（エコロジカルなビニール）なるリサイクル素材や、環境負荷の少ない新素材を使っていることを



国連の「気候行動サミット」で発言するグreta・トゥンベリさん（23日、米ニューヨーク）—UPI共同

アピールする。一方、ゲストのなかには10分ちょっとのショーを見るためにプライベートジェットで訪れる人も。二酸化炭素（CO<sub>2</sub>）を無駄に排出しながら、パーティーで気候変動に取り組むことの重要性について語る滑稽さときたら。

ファッション産業は石油産業に次いで環境汚染を生み出している産業である。その危機感のもと、8月には仏で、ファッションとテキスタイル関連32社が気候・生物多様性・海洋に対し協力して実践的な目標を達成する「ファッション協定」を結んだ。10代の環境活動家グreta・トゥンベリさんを支持するZ世代のファッションニスタは、新作より協定が守られるかどうかを注視するだろう。「新作続々」「注目第一」「口だけ環境」の大人の愚かさは、Z世代には怒りとともに完全に見すかされている。（服飾史家）