

# モードは語る

中野 香織

## デザインで「代用」超える

展示会などのおみやげとしてもらった未使用のエコバッグが20個以上あった。軽くするためだと思うが、素材がぺらぺらでデザインも微妙。ゆえにその存在もすぐに忘れ、棚に埋もれていた。今後も使わず、人にもあげられないと判断したので処分した。未使用エコバッグをゴミにする。本末転倒で心も痛む。

エコバッグそのものを発明したのは、イギリスのデザイナー、アニヤ・ハインドマーチである。2007年、アニヤは「私はレジ袋ではない」と書いたエコバッグを発売。消費者の



英アニヤ・ハインドマーチのユニバーサルバッグ

レジ袋に対する意識を喚起し、世界的なエコバッグのブームを作った。

あれから14年。レジ袋の代用として飽和状態のエコバッグの世界に、

### エコバッグ 価値を再革新

アニヤは次なる革命を起こそうとしている。「エゴではなくエコ」を謳い、大手スーパーと提携し、「ユニバーサルバッグ」を世に出した。

価格は10糎（約1500円）。アニヤがバッグをその100倍超の価格で売るブランドであることを思うと、手ごろな価格。100%リサイクル素材の丈夫なバッグで、10年間程度の使用に耐える。使えなくなったら、内側のポケットにバッグを入れてポストに投函するだけでいい。ポケットにはリサイクル業者の送り先が書いてあり、封筒替わりとなる。送られ

たバッグは100%リサイクルされる。

レジ袋の代用としての中途半端なバッグであるかぎり、ゴミを増やす。ならばいっそ100%循環型のおしゃれな本格派バッグを持つというわけだ。愛着が起きにくかったエコバッグの品質を格上げし、リサイクルしやすいシステムを作ることで、消費者の行動、ひいては社会を変えてしまおうというデザインである。

レジ袋の代用として位置づけられる限り、永遠にレジ袋の価値を超えられない。しかし、まったく別のカテゴリーになることで、新たな光で社会を照らすことができる。「代用肉」や「代替素材」に感じる中途半端感を解消してくれるヒントも、そこにある気がするのだけれど。