



キロメートル109は地元の天然素材から作った染料を使用する—同社提供

アジアで地元の天然由来の素材を使う衣料品やかぼんなど、環境に配慮した「サステナブルファッション」が目立ってきた。1990年代半ば以降に生まれた「Z世代」が多い東南アジアや南アジアで、環境意識の高い若者の支持を伸ばしている。

ベトナムでの先駆的なブランド「Kilometre 109（キロメートル109）」は、衣料品を染める染料は化学品とは一線を画し、天然由来の原料にこだわる。藍や果物だけではなく、ヤマモの根なども使う。

同ブランドを立ち上げたデザイナーのタオ・ブー氏

アジアのZ世代が支持

自らが伝統的な手法で藍を育て、ヤマモを掘る。キロメートル109は「地元で調達した原料のみを使う」とや農薬を使用しないなど、持続可能で環境に優しい方法を用いる」と説明する。

インドではバナナ由来の繊維などを使うブランド「Rashki（ラシキ）」が人気だ。植物由来のビガンレザーを使うバッグは斜め掛けとリュックサックの2通りで使い、働く女性を中心に支持を広げる。「罪のない動物を傷つけない商品を作ることに賛同する」。同社の画像共有アプリ「インスタグラム」のアカウンにはこうした声が載る。

アイルランドの調査会社「リサーチ・アンド・マーケット」によると、環境や倫理に配慮した「エシカルファッション」の世界市場規模は2017年以降、年平均6・5%のペースで成長。22年に75億ドル（約1兆1000億円）だった市場は32年に2・2倍の168億ドルに広がる。アジアでは年10%のペースで成長すると予想される。

南アジアや東南アジアでは人口に占めるZ世代などの若者世代の割合が、高齢化が進む欧米と比べて高い。環境意識だけでなく、動物虐待の防止、供給網全体での人権擁護などに共感する若者が急速に増えていることがサステナファッションが受け入れられやすい土壌を生み出している。

地元素材を使うことでZ世代が大切にするとされる地域社会や地元などの価値観もくすくす。

日本でもアジアとつながるサステナファッションは広がる。セレクトショップ「Enter the E（エンタージー）」のブランド「TEN（テン）」は「10年着たくなる服」をコンセプトに、長期間使っても毛玉にならない特殊な編み方、縦伸びしないステッチ技術をバン格拉デシュにある工場の従業員に直接伝える。

TENを23年に立ち上げた植月友美氏は「20代後半から30代前半が中心だった顧客層が広がっている」と手応えを感じているという。（武藤珠代）