

TEXT

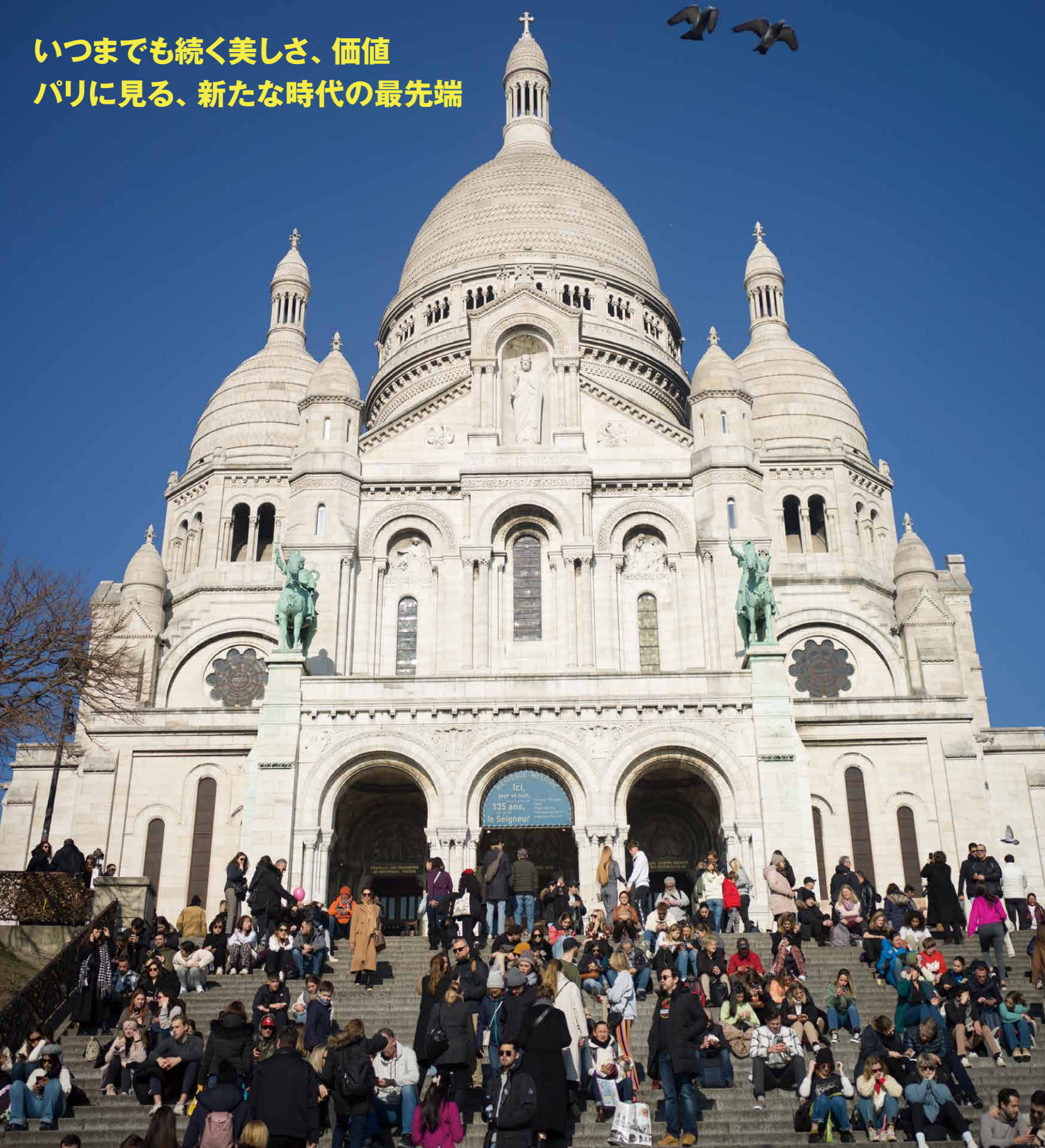
SUSCOM
SUSTAINABILITY COMMUNICATION HUB CO., LTD.

2023 été

07

ヨーロッパから届く少し良い未来。
かしく、やさしいサステナブルライフマガジン

いつまでも続く美しさ、価値
パリに見る、新たな時代の最先端





TEXT 07号
2023年6月15日発行

発行所:
株式会社サステナビリティ コミュニケーション・ハブ TEXT事業部
〒162-0808
東京都新宿区天神町14神楽坂藤井ビル6F
Tél : 03 3513 0830 Fax : 03 5227 6746
編集: SUSCOM 発行: 後藤卓
http://sus-com.net
アートディレクション: ゴトウヒロシ(ハイ制作室)
印刷: 昭栄印刷株式会社
Photos: Mika Inoue
Coordination: Megumi TERA0

「当たり前」の愛おしさ、「当たり前」であり続けることの難しさ。
コロナに明け暮れた2年半ほどの日々は、
物事の価値や、本当の豊かさの意味を見直す時間にもなりました。
3年振りに訪れたパリ。人々はマスクを外し、凱旋門やシャンゼリゼに集い、笑い、
それぞれの時間を楽しむ。
ストリートにはビジネスマンが行き交い、ランチタイムにはカフェの席を埋めていく。
かつて「当たり前」だった様々な光景がよみがえり、
あのパリの時間が、いつもの景色に流れ出し、彩りに満ちていくようで、
歩くたびに、ワクワクする気持ちが抑えられませんでした。

ただ、いろいろな人と逢い、会話を繰り返し、街の細部に目をこらして見ると、
少しだけでも、確かに違っていることに気づきます。
それは、パリと、そこに住む人々が、かつての「当たり前」に戻るのではなく、
新しい「当たり前」を創り出すために踏み出した、新しい靴音の余韻かもしれません。

ブランタンやギャラリー・ラファイエットが、サステナビリティフロアを展開し、
古い服に新しい命を与えたり、かつての豊かさの価値感で生きた年代たちとともに
次の時代の価値感をつくらうとしている。
フードロス削減のために、アプリでプラットフォームをつくる若者がいる。
グローバルブランドのファーストフード店でも、
法律のもと、「棄てないビジネス」への取り組みが始まっている。

みんなが、コロナの中、人と逢うことの価値を痛感し、
健やかであり続けることの難しさを知り、本当の豊かさを問い直したのではないだろうか。
そして、根底にあるとても大切なことに気づいた。
それは、地球という星が、少しでも長く健やかであり続けること。
そのために、それぞれがやるべきことを貫くこと。

100年の時を超え、街とともに生き続けるルミノアで聞いた言葉がある。
「100年着られる服を創ることが、服づくりのサステナビリティだ」

新しい「当たり前」が、未来につながるサステナブルな道となるために、
私たちも、新しい日常に、新しい靴音を鳴らし続けましょう。

2023年6月 TEXT編集部

いつまでも続く美しさ、価値 パリに見る、新たな時代の最先端

「ゴミを捨ててはいけません」
何を当たり前のことを、と思われるだろうか。
ではこれが道路でのポイ捨てや産業廃棄物の
不法投棄ではなく、レストランで食べ残した料理や
アパレルショップで売れ残った服をゴミとして捨てることを禁止する、という意味だとすればどうだろう。
「それは無理」「厳しすぎる」と感じる人も多いのではないだろうか。
だが現在のフランスでは、これが法律で定められた「当たり前」だ。
日本でフードロスが社会問題として取り上げられるようになったのは、ここ数年のこと。ゴミとして捨てずに資源として活かすサーキュラーエコノミー(循環経済)という単語を耳にする機会も増えてきた。
フランスは、世界で最もサーキュラーエコノミー実現に積極的な国の一つだ。
2016年にまず、スーパーマーケットで売れ残った食品の廃棄が禁じられ^{※1}、その基準はレストランにも拡大。さらに2020年に定めた循環経済法^{※2}に基づき2022年からは売れ残った衣料品の廃棄が禁止となり、2023年からは20席以上の座席がある飲食店で使い捨て容器の使用が禁止された。
法律の後押しを受け、地球環境を守るために本気で動き出したフランス。その首都であり、ファッションの最先端、美食の都と讃えられてきたパリも、新たな時代・新たな「最先端」に向けて変わろうとしている。



Une beauté et une valeur intemporelles
Les initiatives de la nouvelle ère en France

※1 廃棄を禁止し、寄付やリサイクルに回すことを義務付けている。衣料品も同様。違反すれば罰金が科される。
※2 正式名称は「資源の循環と廃棄物の削減を目指す循環経済に関する法律 (Loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l' économie circulaire)」



変化し続ける老舗百貨店 “7ème Ciel”が導くプランタン

PRINTEMPS

ここでしか手に入らない逸品が揃う 世界最大級のサステナビリティフロア

オペラ地区に建つ老舗百貨店は、旅行者に馴染みの観光名所であり、パリの流行最先端を知るうえで欠かせない場所でもある。その一つ、150年以上の歴史を誇り今も世界中の高級ブランドが集まる「PRINTEMPS(プランタン)」旗艦店に、2021年9月、新フロア“7ème Ciel”がオープンした。サステナビリティ(持続可能性)をテーマとするそこは、フランスが目指すサーキュラーエコノミーの側面であり、同時に社会とともに進化し続けるプランタンを象徴するものでもある。

ウィメンズ館7階は、1865年開業当時最新の建築技術である鉄とガラスの天井が特徴的なフロアだ。1930年代にはファッションショーなどを行うイベントスペースとして利用されていたが、1970年以降はバックオフィスとして利用していた(一部の広告撮影等にも利用)。そこをプランタンは、あえて開業当時の建材や設計を活かした形でリニューアルした。

天井から降り注ぐ陽射しに照らされた1,300㎡のフロアには、様々なリサイクル・アップサイクルの品が並ぶ。まず、銀色のバードが吊るされたエリアPont d' argent(ボン・ダルジャン)には、著名バイヤーが選りすぐったヴィンテージ品やラグジュアリーブランドのセカンドハンド。しっかりとクリーニングされた品々は新品と見まごうばかりだが、よく見ると新しさとは別の価値があることに気づく。例えば「セリーヌ」のコーナーでは、ワンピースに過去のコレクションで用いられた際の情報(ショーの写真、年代、デザイナーなど)を記載したタグがつけられており、人気の高いフィービー・ファイロのデザインであることがわかる。ほかにもエルメスのパーキンや、希少素材であるクロコダイルのバッグなど、今では入手の難しい品が比較的手頃な価格で販売されている。

一方、木製のメビウスのようなオブジェが浮かぶエリアCoupole Binet(クーポール・ビネ)には、お客様から買い取った品、古着や中古家具やアップサイクル製品などを扱うショップのポップアップストアが並ぶ。こちらは高級ブランドとはまた違う、より親しみやすく個性的なアイテムが豊富に揃っている。

「プランタンで売る」という意味 お客様とともに創るサーキュラーエコノミー

常に新しいものを、高価でもそれに見合う上質なものを販売するイメージが強い百貨店で、なぜあえてセカンドハンドを扱うのか。

それは、社会全体がサーキュラーエコノミーの実現に向かう中で、百貨店もまた新しい消費方法、持続可能な未来へ向けた行動を取り入れていくことが必須だからだ。また一方で、百貨店にはただものを売るだけの場所ではない、幅広い世代・客層に向けて最先端の流行、言い換えれば、社会が向かう先を示す役割もあるのだという、プランタンの強い想いもある。

実際、サーキュラーエコノミー、リサイクル、アップサイクルといった考え方や行動は、若い世代には真新しいものではない。すでに定着しつつあると言えるだろう。だが、より上の世代、特に高齢の中流階級以上の人々にとってはまだ縁遠く、抵抗感が根強く残っているのが実情だ。そしてその層はまさに、高級百貨店のメインターゲットでもある。プランタンがあえてサステナビリティをテーマとするフロアを開設した理由の一つがそこにある。信頼できる場所で、常に一定のクオリティを保ったセカンドハンドやアップサイクルに触れてもらい、これまで馴染みがなかった層にもそれらを「良いもの」「身近なもの」として定着させること、引いてはお客様や社会の意識・価値観をサーキュラーエコノミーに即したものと変えていくことを狙っているのだ。

日本の百貨店にも、セカンドハンドの買取をしている店舗はある。だが、買い取った後に自店の中で販売しているところはない(2023年5月現在)。

老舗百貨店のブランド力を活かしてお客様と社会を変えていく、ともにサステナブルな未来を創っていくとするプランタンの想いと行動に、パリの歴史の一角を担ってきた老舗百貨店の誇りを感じた。



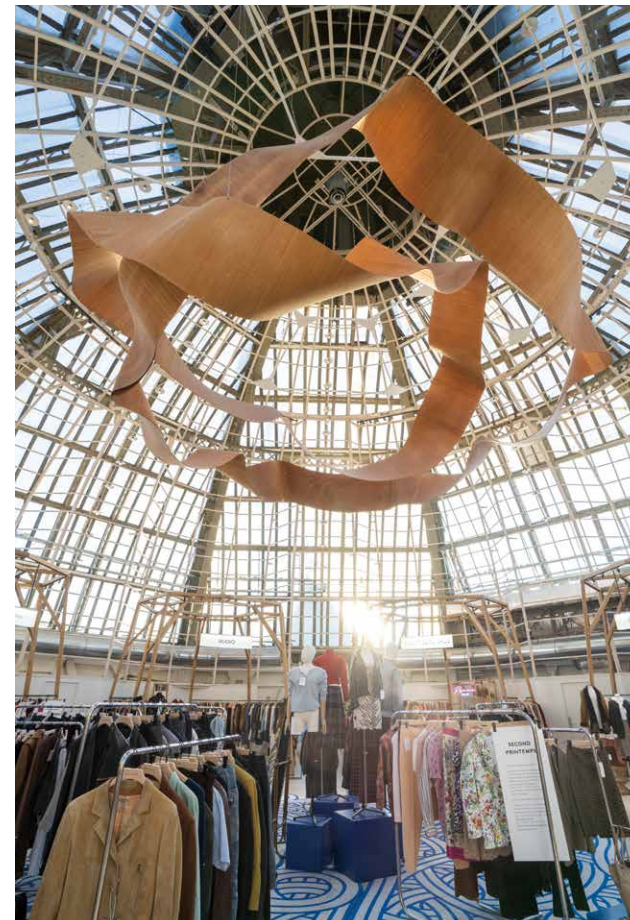
著名バイヤーが集めた高級ブランドアイテム。中には、今では手に入らない貴重な品も。



子ども用アイテムを専門に扱うセカンドハンドショップのブース。



セカンドハンドやアップサイクルショップの商品を扱うエリアの天井を飾る、廃材で作ったメビウスのようなオブジェ。



プランタンの自社ブランド製品。衣類もバッグも環境や生産者の権利を害さない素材で作られている。



ウィメンズ館3階のHORS SAISON。様々なブランドの前シーズンの商品をカラーごとに分けて販売している。

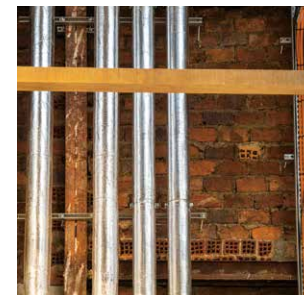
つくり方、売り方、楽しみ方 多方面からの提案が未来へつながる

“7ème Ciel”以外にも、プランタンにはサステナビリティに関連する売り場・商品が多い。

まず、店内の至るところで目にする「UNIS VERS LE BEAU RESPONSABLE」というタグ。これは環境に配慮した原材料を使っている、人権侵害のない工場で作られているなど複数の基準を満たした商品にのみつけられるもので、どの商品がエシカル^{※3}なのかをお客様にわかりやすく伝えている。「unis」は一つになる、「vers」は方向、さらにユニバース(universe)とも掛けた造語で、販売者(プランタン)もお客様も製造者も、皆で責任を持って良い方向に行こうという意味合いだ。

2022年3月にオープンしたウィメンズ館3階「HORS SAISON」は、オフシーズンを意味する名のとおり、シーズンを過ぎたもの、つまり前のシーズンの商品を扱っている。衣料品はシーズンを過ぎると途端に販売の機会がなくなってしまう。それらを多くの人が購入しやすい価格で販売することで、過剰在庫や廃棄になるのを防ぐのが狙いだ。

デジタル技術を活用した、全く別のアプローチもある。デジタルファッションを自分自身の写真に装着して、オリジナルのイメージを作成できるサービスを開始。SNSでシェアすることも可能で、好評を得ている。このサービスは、奇抜な服装を楽しみたいという欲求と、使用する機会の少ない衣類を増やさないという2つのニーズを同時に叶えてくれる。デジタル時代ならではのファッションの楽しみ方だ。様々な形で進化するプランタンが提案するファッションやライフスタイルは、これからも「パリの最先端」であり続けるだろう。



開業当時のレンガが残る7階の壁。傷んだ部分のみ修復している。



「UNIS VERS LE BEAU RESPONSABLE」のロゴ。プランタンが外部の専門エージェントとともに作成した基準に基づき、エシカルだと認められたもののみつけられる。

※3「倫理的な」という意味の英単語。転じて、地球環境や、人、社会に対して配慮されたものを購入・消費すること、またそのような商品を指す。

ギャラリー・ラファイエットと
パートナーが創る
サステナブルな未来



3つの「Re」で「GOOD」を集める
新フロア「RESTORE」

オペラ地区オスマン通りに建つもう一つの老舗百貨店「Galeries Lafayette (ギャラリー・ラファイエット)」にも、サーキュラーエコノミーを支えるフロア「RESTORE」がある。

既に10年以上サステナビリティ実現への取り組みを進めているギャラリー・ラファイエットでは、2019年から「GO FOR GOOD」という「責任あるファッション」を実現する活動をスタート。パートナーとの連携を前提に、デザイナーや生産者と協力して環境保護や社会貢献に資する商品をつくりだし、お客様に提案することで、サステナブルなライフスタイルを広く社会に浸透させていこうとしている。その活動の一環として2021年にパリ本店4階の一角に、3つのRe (リニューアル、リセール、リサイクル) をコンセプトとする売り場「RESTORE」をオープンした。「GO FOR GOOD」ラベルがついた商品を中心に、セカンドハンド専門店のショッピングや若手デザイナーの製品を集めたコーナーを展開している。「RESTORE」にはアップサイクルのユニークな商品が充実しており、例えばレトロな雰囲気のカンドルは、大豆でつくった蠟をパリの一般家庭から出た不用品の食器や小物に流し込んだもの。さらに、デッドストックとなっていたカーテン生地で作ったポーチやポシェット、有名ブランドのボタンでつくったピアスやネックレスなど、どれも一見してリサイクル・アップサイクルとはわからないお洒落なアイテムばかりだ。

ギャラリー・ラファイエットは2024年までに、「GO FOR GOOD」商品を取り扱い商品全体の25%に増やすことを目標とし、そうして目指す到達点を『「責任あるファッション」のショーケース』と表現している。「RESTORE」はそこに至るためのステップの一つだ。ファッションを生み出す生産者と、商品を買うお客様。それぞれの暮らしや意識や行動を、商品とお客様を結ぶ存在である百貨店が起点となって変えていく。そのためにもまず自分たち自身を新しい時代の百貨店へと生まれ変わらせていく。たくさんのパートナーの手を引きながら、一つずつ着実に取り組みを進めていくギャラリー・ラファイエットは、ファッションを通してパリの、フランスの、地球の未来を見据えている。

若手デザイナーのサステナブルなものづくり

「RESTORE」では、環境配慮や社会貢献に積極的な若手デザイナーの製品を多く扱っている。その中で特に注目を集めるブランドを紹介しよう。



・サリーボーテ

<https://www.salut-beaute.com/>

2019年に女性デザイナー2人が創設したブランド。ファッション業界による環境汚染を回避する方法として、アップサイクルに力を入れている。製造会社や保管倉庫などでデッドストックとなっている生地を収集して原材料として活用。特にラグジュアリーブランドのコレクションに使われる生地のデッドストックを利用した限定アイテムは、発表後すぐに完売するほどの人気。

・RESAP

<https://resap-paris.com/>

2019年に誕生したパリを拠点とするアップサイクリングハウス。主にデニム素材を中心としたパッチワークを活かしたデザインが特徴。服を回収する仕分けセンターから購入した服を原料として、分解・再構築する。リサイクルやリメイクをより身近に感じてもらうため、デニムのリサイクルキットも販売。



「サリーボーテ」の商品。大きな白いボタンが特徴。



セカンドハンド専門店のエリア。「crush on」はフランス、ベルギー、ドイツなどヨーロッパ各国で店舗を運営している。「地球上には新しい服をつくらなくても、既に十分に存在している」という考えのもと、衣料のリサイクルに取り組んでいる。



パリで誕生した環境に配慮したファッションブランド「Bobo Paris」の商品。すべての商品が大手高級メゾンの在庫生地や古着からつくられている。



有名ブランドのボタンでつくったアクセサリ。



アップサイクルジュエリーのアクセサリ。古いアクセサリから取り外したジュエリーを環境に配慮した方法で洗浄・消毒し、新たなアクセサリを生み出している。



「RESAP」のリメイクキット。布や糸がセットになっており、誰でも簡単に服のリメイクに挑戦できる。



「RESAP」の商品。パッチワークにより他にない唯一のデザインになるのもリメイクの魅力。



一般家庭で使われていたグラスや器に、大豆でつくった蠟を流し込んだキャンドル。レトロな雰囲気で人気。



カーテン生地をリメイクしたポーチ。個性的な「目」のデザインだが、実はかなりの高級ブランド生地。



キャビック（ブルターニュ語で小さなケープという意味）モデルのコート。海藻を採る仕事をしている人たちが着ていた伝統的なコートで、水を弾くうに暖かく、「一生使える」といほど丈夫。

Le Minor

100 ANS



自社セカンドで販売している製品。傷みは少なく、レトロなデザインが可愛い。

100年着られる服をつくる ブルターニュに根付くフランスのクラフトマンシップ

長く着られる服こそ、一番のサステナブル

「長く着られる服をつくること、それが僕らが最も重視するサステナビリティだよ」
Le Minor (ルミノア) の取材は、そんな力強い言葉から始まった。
「持続可能な素材だとか、環境にやさしい製造方法だとか、そう言ったことも確かに重要だけど、例えばバングラディッシュでオーガニックコットンのシャツをつくったとしても、それが6ヶ月でダメになってしまったらサステナブルとは言えないよね。長い期間大切に着られる製品をつくるという意識を、僕らは決して忘れてはいけないんだ」
服をつくる企業としては当たり前のこと、だが近年のサステナビリティに関する議論では意外と忘れられがちなことを語ってくれたのは、フレンチボーダーアイテムで有名な「ルミノア」の経営者シルヴァン・フレさんだ。

プランタンやギャラリー・ラファイエットが販売する立場からリサイクルやアップサイクルを促進する一方で、ルミノアは製造者の立場からファッションのサステナビリティ、サーキュラーエコノミーに取り組んでいる。
フランス西部ブルターニュ地方で創業し、海で働く漁師が着るセーターづくりから始まったルミノアの製品は、丈夫で長持ちすることに定評があった。耐久性の確かさでフランス海軍のユニフォームにも採用されている。それだけの製品をつくり続けるため品質へのこだわりは強く、現在でも製造の全行程をフランス国内で完結しているほぼ唯一の衣料品メーカーとなっている。

確かな技術と丁寧な仕事 受け継がれるノウハウが高い品質を支える

ルミノアの本社兼工場は、ブルターニュ地方リアンカ

らほど近いギデルという街にある。ギデル工場では今でも、糸から生地をつくり、裁断し、縫製する、服づくりの一連の流れを見ることができる。
カラフルな旗が飾られた明るい作業場では、頼もしい眼差しのベテランスタッフが、ミシンを操る若いスタッフを指導していた。話を聞くと、44年間ルミノアで働き定年退職したあとに技術伝承と人材育成のために復帰したのだと言う。まさにベテラン中のベテランだった。さらに、かつてはカタログのモデルまで務めたこともあるというのだから、もはやルミノアの歴史を体現する存在と言ってもいいだろう。
高い技術と丁寧な仕事からつくりだすシャツやセーターやコートは、オートメーションの大量生産品とはやはり一味違う。さらに、人だからこそ出てしまう縫い目のズレや崩れなどのミスは、品質チェックを担当するスタッフが一つひとつ選り分けていた。ルミノアの製品がなぜ長持ちするのか、どれほど品質が優れているのかは、それをつくる現場を見るときよくわかる。
さらに、「長く着られる」ことを明確に証明してくれるのが、お客様から預かる修理依頼品だ。シルヴァンさんが見せてくれたのは、35年前に購入しスキーを楽しむ際に愛用されていたというセーター。袖口がほつれてきたため、直して欲しいと送られてきた。
「ほら見て。形も崩れていないし糸も傷んでいない。袖を直せば、まだまだ着てもらえるよ」そう言うシルヴァンさんの言葉に従い目を凝らしたが、確かに、とても35年前の品とは思えなかった。大切に手入れをされていたためというもあるだろうが、元々の品質は疑いようもない。

よく知ってもらうこと それがルミノアのサステナビリティにつながる

ルミノアは技術やノウハウの伝承を重視する一方で、新しいコレクションの展開や他企業とのコラボレーションにも力を入れている。
「昔ながらのボーダー柄や定番の形を維持したアイテムは、誰もが長く着続けるためにとても大切。同時に、ルミノアにしかできないものづくり、特別な歴史や技術を知ってもらうことも、ルミノアが存続していくためには必要なんだ。だから新しいデザインを取り入れて流行に合わせたアイテムを発表することで、たくさんの人に知って

もらえるきっかけをつくっているんだ」
シルヴァンさんの言う通り、ルミノアはフランスのモード雑誌「etiquette」とのコラボなどを行っているほか、多くの工場見学者を受け入れている。また、オンラインで展開している自社セカンドハンド商品の販売も好調だ。「フランスの良質なクラフトマンシップと、ブルターニュの海の歴史と伝統に根付いた製品を存続すること、それがルミノアの仕事なんだ。そこに新しい風を吹き込み、たくさんの人に長く愛されるブランドに発展させていくのが、経営者としての僕の仕事だね」
スタッフが作りあげた自慢のコートを手に、シルヴァンさんはそう言って笑った。



ボーダー生地を両側からカット。動きやすい自由な服装なのがフランスの工場らしい。



(上) 生地を型紙通りに裁断
(左) 縫製を行う作業場

品質チェックを担当するスタッフ。拡大鏡を使って一つひとつ丁寧にみていく。丁寧だが、作業はとても素早い。

Marie Jo (マリー・ジョ) さん。現在は若手スタッフの指導を担当。以前はカタログのモデルも務めていた大ベテラン(手に持っているのが、当時のカタログ写真)。



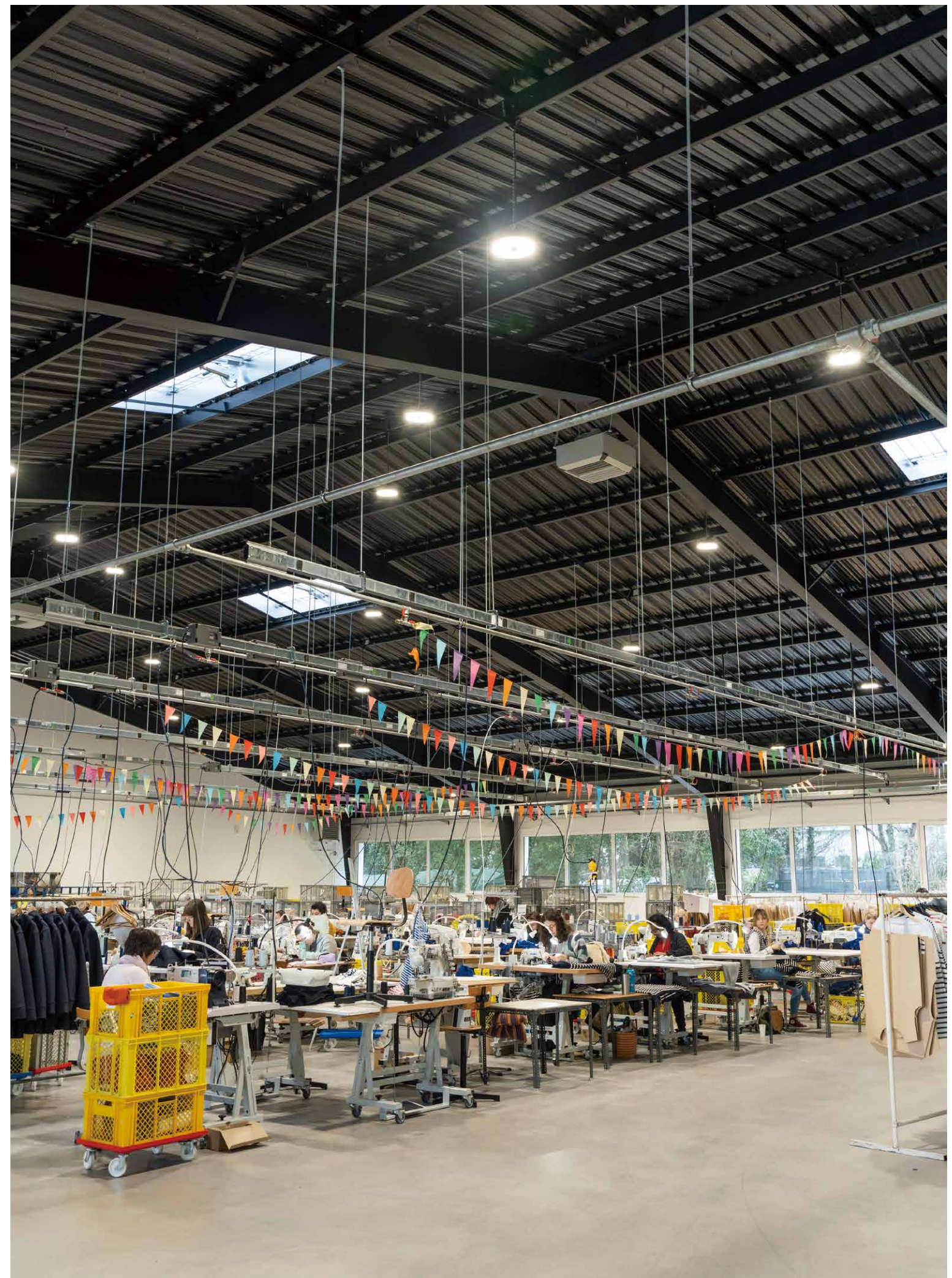
ギデルの本社兼工場。白と青で塗られた平屋建ての建物には、昔ながらの工場のどこか懐かしい雰囲気が残る。



ルミノアの経営を担うSylvain FLET (シルヴァン・フレ) さんとJérôme PERMINGEAT (ジェローム・ベルマンジャ) さん。



ブランド「7ème Ciel」のヴィンテージや高級ブランドのセカンドハンドを扱うエリアPont d'argent(ボン・ダルジャン)。開業当時から変わらない天井に、メタリックなバードが煌めく。



ルミノア。天窓から陽射しが差す広い作業場では、数十人のスタッフがウールチームとコットンチームに分かれて製品を仕上げている。

折り重なった色が紡ぐ 生地未来

NUNOUS

NUNOUS
https://nunous.jp/

パリには世界中からファッションに関する新たな情報・アイテムが集まってくる。その中に、日本からやってきたユニークな逸品があった。生地の廃棄を削減できる、布でも板でもない新しい素材「NUNOUS（ニューノス）」だ。まるで地層が気象図のように複数の色が折り重なり固まった素材で、手触りは柔らかいが持ち上げると硬く重い。インテリア小物から内装用の建材にまで幅広く使え、ニューノスをパリまで持ってきたセイショク(株)社長の姫井明さんが教えてくれた。

明治13年に創業したセイショクは、現在岡山県で染色加工事業を行う企業だ。毎日、広げれば数十キロメートルにも及ぶ大量の布を染色している中では、どうしても出荷規格外品、要するに失敗して売り物にならない品がでてしまう。割合にすれば1~2%にしか過ぎないが、わずかな傷や色ムラがある以外は美しく染め上げられた立派な布を、そのまま捨ててしまうのは惜しい。そう考えるのは、精魂込めて製品づくりにうちこむ企業としては、自然なことだろう。同時に、廃棄物として処分することで生じる環境負荷や資源損失を防ぎたいという思いもあった。

セイショクは、複数の生地を重ねて固める積層技術で特許を取得。樹脂フィルムを何百枚もの生地に挟み込み、熱と圧力で押し潰して板のようにする技術を開発した。なお、樹脂は非可食のサトウキビを原料とするバイオポリマーを主に使用している。

「私たちは染色事業者として、やはり色にこだわって製品をつくっています。ですので、繊維を碎いて混ぜてリサイ

クルするやり方には、やるせない思いがありました。せっかくなので綺麗な色を活かせるリサイクル方法はないかと模索して、岡山県の工業技術センターで相談したところ、『固めてパレットのようにすれば良いのではないかと』とアドバイスをいただきました」と、姫井さん。

そうして岡山で誕生した「ニューノス」は、布の滑らかな感触と、板の硬さと重量感を兼ね備えた、新たな素材として国内外で注目されている。日本ではホテルやショッピングビルの装飾に用いられるほか、企業の古い制服を原料としてつくったパネルが社屋の内装に用いられた例もある。また、パリではニューノスからインスピレーションを得たデザイナーが、その独特の風合いを活かした掛け軸や衝立などの作品をつくりだした。

日本からパリへ、そして世界へ広がる新素材に、産業界や芸術界など多方面からの期待が集まっている。

セイショク株式会社
取締役社長
姫井明



消費者に情報を、製品に信頼を

Clear Fashion

消費者の視点からファッションのサステナビリティを考えるサービスが始まっている。

環境に配慮してつくられた商品はどれなのか。その商品は人権侵害にかかわっていないのか。より持続可能なファッションを選びたいと考える消費者は、パリに限らず世界中で増え続けている。スマートフォンアプリ「Clear Fashion (クリア・ファッション)」は、そんな消費者の声に応えるものだ。

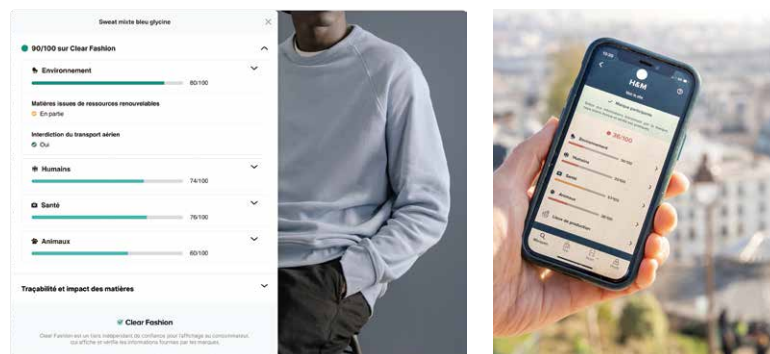
アプリ画面に特定のブランド名を入力すると、そのブランドが使用する原料や製造場所などをチェックできるほか、いくつかのブランドでは商品についているバーコードを読み込むことで、そのアイテムが環境的・社会的に問題がないかどうかをチェックすることができる。リム・トラベルシさんとマルグリット・ドロジョンさんの2人が学生時代に始めたアプリは、現在では300ブランドから情報提供を受け、1,000万人にダウンロードされている。「始めた当初は、なかなかブランドから情報開示を受けられなかった。でも、アプリを通して消費者の『もっと情報がほしい』という率直な声を伝えることで、着実に協力してくれる企業が増えていきました。さらに、2023年1

月1日よりAGEC法(循環型経済のための反廃棄法)の改正により衣料の製品表示制度が変更されたことで、クリア・ファッションの注目度が上がっていると感じています」とマルグリットさん。

現在、クリア・ファッションはフランス国内のみ利用可能なアプリだが、今後は国際的に利用できるような範囲を拡大していく。同時に、提供する情報の量も増やしていくべく、取り組みを進めている。



@2022 Clear Fashion - Rym Trabelsi et Marguerite Dorangeon



クリア・ファッションのアプリ画面。環境、人間(人権)、健康、動物の4つのテーマで評価し、クリックするとさらに詳細なデータが表示される。

Clear Fashion
https://www.clear-fashion.com/

美食を追求するシェフが伝える 食品を使い切るノウハウ

『Il en reste !』に掲載されている料理。 Photo : Emilie Franzo



ANTHONY DENON
アントニー・ドゥノン



ドゥノン氏がレストランで提供する料理。 Photo : Emilie Franzo

LE BAUDELAIRE

法とコロナ禍、シェフの想いが パリの食を変える

衣類の廃棄に先んじて、フランスではスーパーマーケットやレストランで売れ残った食品を廃棄することが禁じられた。その後、コロナ禍という前代未聞の事態を経て、美食の都であるパリの食は、急速に変わりつつある。ただ美味しいだけでは、もはや受け入れられない。美味しく、かつ人と環境のサステナビリティにつながる食が、今のパリでは求められている。

そんな時代に、レストランと家庭の食を「廃棄ゼロ」というキーワードでつなぐシェフがいる。パリ・サントノーレ地区にある5つ星ホテル「ル・ブルガンディパリ」の「Le Baudelaire (ル・ボードレール)」。ミシュランで1つ星を獲得する高級レストランだ。2022年9月、ル・ボードレールのシェフを務めるアントニー・ドゥノンさんは、食材を無駄なく使い切り食品廃棄をゼロにするレシピを集めた料理本『Il en reste !』を出版した。

「小さな頃から家族のおかげで食材を大切に使うことを意識していたが、本格的に考え始めたのはアラン・デュカス氏に師事してからだ。彼は10年前から食材の廃棄をしてはならない、どうやって全てを使い切るべきかと考えていた。僕は12年間彼のもとで働き、その哲学を身につけた」と、ドゥノンさん。

高級な素材で美食を追求する料理と食品廃棄ゼロは、

一見、正反対の価値観に見える。だがドゥノンさんは、環境への配慮、食品廃棄ゼロの取り組みは社会や時代の要請であり、高級料理にかかわる自分たちも無視できないと語った。

ドゥノンさんが本を書こうと考えたきっかけは、コロナ禍でレストランの営業ができなくなったことだった。店に出られない期間、料理と改めて真摯に向き合い、料理人である自分が何を為すべきかを見直すことができたのだ。

「レストランに行けず自宅に料理をする時、誰だって食材を捨てたいわけじゃない、使い切りたいと思っているはずだ。でも、一般の人たちは使い切るための調理法を知らない。だから使い切るノウハウを提供することには意味があると思った。僕の本の特徴は、『自分でもやってみよう』と思える料理を載せていること。僕自身の料理を紹介したいわけじゃないんだ。レシピを見ながら、それぞれが冷蔵庫や食材のストックを見てアレンジしてくれば良いと思っている」

自分のレストランで出す料理と、本を通して伝えたレシピ・調理法は別のもの。だが食材を大切に扱うという点では同じだとドゥノンさんは言う。環境や法律や社会が変わり、料理・食も変わっていく。だが、食の根っこにある気持ち、食材に感謝し、美味しいものをつくりたいという想いは、いつまでも変わらないものらしい。



料理本『Il en reste !』
野菜の皮を使ったキムチ、萎れたパプリカの甘いベスト、箱に残ったコンフレックのプリアネ、寿命を迎える寸前のオニオンスープ、枯れたローズマリーの水など、アイデアのトピラを開くレシピが満載。ヘルシーでコンテンポラリー、時代を超えた心地良い料理を目指すシェフの美食に共通する「廃棄物ゼロ」の秘訣を紹介。



レストラン「Le Baudelaire(ル・ボードレール)」



販売期限が近い食品を安く購入 アプリで参加するフードロス対策

消費者の意識の変化が 便利なアプリの浸透を後押し

販売期限を過ぎたために、食品が廃棄される。それを防ぐには、期限が来る前にすべての食品を売り切れれば良い。そして購入した人がすぐに料理して食べてしまえば、廃棄はなくなる。単純だが、現代の複雑な食品流通システムでは難しいこの解決方法を、店と客が協力して実現するためのシステムが、今、注目を集めている。日本でもコロナ禍に話題になった、販売期限が近い食材や料理を割引価格で販売するアプリだ。

「Phenix (フェニックス) アプリケーション」はフランス発のスタートアップ企業フェニックスが展開するアプリで、スペインやポルトガル、イタリアなど5カ国で利用できる。使い方は簡単だ。利用者はまず自分のスマートフォンでアプリに登録し、商品を提供している店舗を検索する。そして気に入ったものがあればアプリ上で購入し、指定された場所・時間に引き取りに向かう。ここで特徴的なのが、購入者は食材を選べないことだ。設定された価格に合わせて、店舗が期限間近の食材を詰め合わせる。いわゆる福袋の手法だ。この方が売れ残る食品を減らせるとして取り入れられたシステムだが、購入者からも「普段は買わない食材を知りたい機会になる」と好評を博している。フェニックスアプリケーションを利用するのは、一部の意識が高い層だけでない。少しでも食材を安く購入したい人々にも人気だ。

「販売期限が近くても安ければ買うというのは、近年の新しい意識です。つい20年前にはずっと大量の販売期限切れ食品が廃棄されていたのですから。2016年の食品廃

棄を禁止する法律の施行は、確かに社会に大きな影響を与えました。実際、たくさんの企業から問い合わせをいただき、私たちの活動も広がりました。ですが、それよりも大きいのが消費者の意識の変化です。メディアやSNSを通じて、特に若い世代の意識が変わっているのを強く感じています」と、フェニックス 広報マネージャーのクレモン・カローさんは言う。

フードロスをなくすたくさんの方法

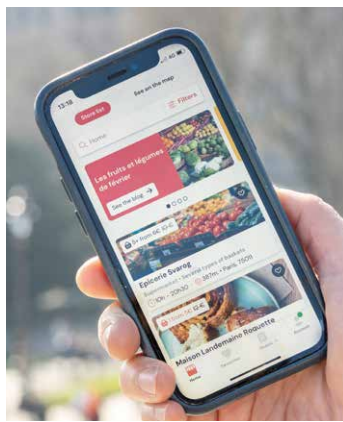
フェニックスは2014年に廃棄食品削減・ゴミゼロを目標に創業した。「フェニックスアプリケーション」のほかに、食品の寄付を求める団体・組織と生産者や卸業者・流通業者をつなぐ事業も行っている。「フランスではスーパーマーケットやレストランが食品を寄付すると、税制優遇を受けられる制度があります。しかし、慈善団体の職員がスーパーマーケットまで寄付される食品を受け取りに行っても、タイミングが悪かったり冷蔵設備が整っていないなかったりして、衛生面での問題などが発生していました。フェニックスが間に入ることで、そのような問題は解決できます。ほかにも、アプリでも寄付でも解決できなかった食品や、傷んでしまった野菜や肉などを、動物園や動物保護団体へ提供する取り組みも行っています」と、カローさん。食品廃棄を防ぐ方法は、一つではない。様々な選択肢を組み合わせることで、廃棄予定食品の9割に価値を与えられるそうだ。日々の買い物前にアプリをチェック。それだけで食品廃棄を減らせて、食費も節約できる。売り手にも買い手にも嬉しいフードロス対策が、パリの買い物風景に定着しつつある。



寄付する食品をスーパーマーケットから収集するPhenixのトラック。



フェニックスアプリケーションを通じて購入した食品を選別するスーパーマーケットの店員。予想以上にたくさん入れてくれるので、帰り道の荷物はかなり重くなる。



フェニックスアプリケーションの画面。操作は簡単で、登録後すぐに購入できる。



フェニックス 広報マネージャー
Clément CARREAU クレモン・カロー



スターバックス Capucines店で購入したキャラメルマキアートとドラゴンマンゴージュース、ソイラテ。パリらしい豪華な店内には、グラスに入ったドリンクの方が似合うかもしれない。

変わるパリと、それでも変わらないパリ



パリ5区にあるメトロJussieu駅の前で開催された蚤の市。たくさんの人が集まり、並べられた商品に熱い視線を送っている。



マクドナルド Paris Champs Elysees Galerie 店で購入したハンバーガーとポテト、ドリンクのセット。ポテトが入っている容器とドリンクのグラスはプラスチック製なので、洗って何度でも使える。

パリにおける「Fast」の意味

「ファストファッション」や「ファーストフード」。Fastとつけられた産業には、大量消費・大量廃棄の象徴のようなイメージが付きまとう。実際、ファッション業界が「世界で2番目の環境汚染産業」とまで言われるようになった背景には、世界的なファストファッションの流行があった。だが、パリの街を歩いていると、Fast産業にまでゴミを減らす対策が取り入れられているのを見ることができる。例えば、世界中どこでもお馴染みのマクドナルド。パリの店舗ではイートインを利用する客に対して、ポテトやドリンクをプラスチック容器で提供している。誰もが一度は見たことがあるだろう。あの真っ赤なマックフライポテトサイズの容器が、紙ではなくプラスチック。色もポテトも変わっていないのに、容器の素材が変わっただけで印象は驚くほど違う。ドリンクもプラスチックグラスに入っていると、マクドナルドらしからぬ違和感がある。ハンバーガーだけは従来通りの包装紙で包まれているが、これは、容器の変更が2023年1月に施行されたイートインでの使い捨て容器の使用を禁止する法律を受けてのものだから。ハンバーガーとサンドイッチに限って、衛生上の理由から使い捨て容器が認められているのだ。法律の対象は「席数20以上の店舗」。当然、マクドナルド以外のチェーン店も対応を始めた。スターバックスでも、店内でドリンクを飲む場合は再利用可能なグラス・カップを提供している。スターバックスは日本でも2023年3月から一部店舗で同様の取り組みを開始した。ファストファッションの店が服を捨てなくなり、ファーストフードの店から使い捨て容器が消えていく。Fastという言葉がつかの間の環境に悪いもの、という認識は、既に過去のものと言えるかもしれない。

「蚤の市」に見る、パリの根っこ

ゴミとして捨てずに再利用。その考え自体は、決して新しいものではない。フランスの「蚤の市」は、そんな意識を昔ながらのものとして伝えてくれる場だ。「三大蚤の市」と呼ばれる有名なマーケットがあるパリでは、今も多くの市民が蚤の市に足を運ぶ。一体何に使うのかわからない不思議な道具や、壊れているようにしか見えないオブジェ、よく見ると貴重そうなデザインも混じる大量のビンバッジなど、ゴミにも宝物にも見える品々が所狭しと並ぶ。「見る人によって価値は変わる」。蚤の市は、それをわかりやすく教えてくれる場だ。ゴミをなくし、サーキュラーエコノミー実現に邁進していくパリの街。そのために、法律や企業や消費者が変わり、ファッションも食も暮らし方も大きく変わっていく。だが、パリの根っこの部分というのは、実はそれほど変わらないのかもしれない、蚤の市に並ぶ品々を眺めていると思えてくる。



ブルターニュに翻る光の旗 港町に差す、兆しの航跡を束ねて

世界が、強くざわめいている。暗く長いトンネルに立ちすくむ影と、光が導く少しの良い兆し。

コロナ禍で立ちすくんでいた場所から、私たちもそろそろ、動きださなければならぬ。そんなことを考えている時に、ブルターニュにあるロリアンという街の洋服工場を訪ねる機会ができた。

ブルターニュ王国。フランス最大の半島であり、フランス革命中の1789年まで公国だったこの地の歴史はあまりに深く、ここで多くを語れるものではないが、一つだけ、甚大な被害を受けた第一次世界大戦後のエピソードが雄弁に物語っていることがある。1956年、かつての公国の首都であったナントとその周辺地域を除いて、ブルターニュ地域圏として再編されたがブルターニュはその文化の独立性を失わず、1960年代と1970年代に新たな文化復興運動がおきた。もともとの言語であるブルトン語とフランス語で授業を行う学校が生まれ、アーティストたちはブルトン語で書いた歌を歌い始めた。そして、大西洋に面した自然豊かなこの街では、アモコ・カディス号原油流出事故のような環境災害や、ウシの飼育の集中による水質汚染といった事件がおきたり、自然遺産を保護する大きな運動がうねりをあげる。公国のプライドは、平和と自然と、人と文化の尊厳のためにあり続けた。もし、そのプライドが今も残るなら、それは、確かな未来への兆しになりうるのかもしれない。



海で働く人の鎧は、30年以上着続けられるコートになった

モンパルナスから朝6時台のTGVに乗り込み、3時間の列車旅。ロリアン駅につく。ブルターニュ地方にある小さな港町。漁業が盛んで、かつて、フランス海軍の基地があり、今もその名残があちこちに残る。駅前広場はなるほど静かで、ホテルが一軒と数軒の店らしき建物、そしてタクシーのいないタクシー乗り場があるだけだ。とりあえず、洋服工場に行く必要があるので、先方に呼んでもらった車で20分ほどのところにあるル

ミノアに向かった。ボーダーのシャツで知られるメーカーで、日本でも有名だ。とてもしっかりした服をつくる。1922年創業「海で働く人々の悪天候に対する鎧」として漁業の船員を守り続けたこのメーカーは、1970年にはフランス海軍の世紀ジャージをつくり、市民が一生使えるセーターをつくり続けているのだ。地元の人のために、地元の人たちが、100年にわたり服をつくり続けている。あまり素敵なので、詳しくは別ペー

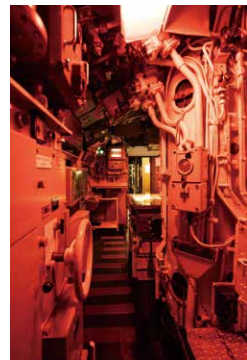
ジ、ということになる。何はともあれ、「永く着続けられる服をつくるのがサステナビリティ」と言い切れる経営者がいる。30年以上着続けられるコートがあり、若いころ自社広告のモデルを務めた従業員が今も働いていたりする。久しぶりに良い話と良い笑顔に会ったので、嬉しくなり、工場のアウトレットショップで両手一杯のボーダーのシャツを買った。午前中で仕事は終わったが、帰りの便は夕方遅くしか

ないので、やはり、この街の象徴ともいえる、Lorient la base :ロリアン基地へ行くことにする。車で30分も走ったのだろうか。フェリーターミナルや巨大な博物館らしき建物が立ち並ぶコンクリートの広場に着いた。なにしろ元海軍基地だ。たくさんの船が泊まっている。海鳥もいる。だから海だと勘違いしたのだが、実は スコスフ川とブラヴエ川が交わるところで、ここからは大西洋は見えない。とはいえ、やはり気分

は海辺だ。天気も良いし、空腹の時間だ。もともと漁業の町なのだから、やはりシーフードだろう。ということで、水辺に浮かぶヨットを眺めながら、ランチを取ることにする。埠頭に建つレストラン、その名もズバリLA BASE。空も海も風も見えるテラス席もあるし、今日入るべき店は、ここしかない。丁度、ひとり誕生日のものがいたので、特別にプロセッコを頼み、豪快なグリル料理を頼んだ。ホタテやサーモン、名前の

わからない魚や貝たちと合わせて、プロセッコの泡が踊る。100年前から、ルミノアのセーターやコートで守られ、とり続けられた魚たちは、もちろん、絶品だ。余談だが、ルミノアで今もつくられているダッフルのようなコートには、懐に斜めのポケットがある。凍える夜や風の冷たい日に、手のひらをいれて暖をとったのだそうだ。時を超えて、彼らに感謝し、海の恵みの至福をいただいた。





サブマリナーの誇り、海底につもる憂鬱

そもそもロリアンが発展したのは、17世紀初頭、インドとの貿易拠点となったところにさかのぼる。1664年にあの東インド会社が設立され、ルイ14世が造船所の設立を認めたことから、急激な発展をとげることになる。第二次世界大戦時には、独軍の占領下、空爆から係留中のあのUポートを守る「Uポートブunker」が建設された。Uポートブunkerは分厚い鉄筋コンクリートでつくられ、その外観から連合軍はサブマリン・ペン(Sabmarine pen)と呼んだそう。結果として、標的となったロリアンは爆撃によって最も大きな被害を受けた街の一つになってしまったのだ。日本にもゆかりがある。大日本帝国が何度かにわたって実施した対ドイツ軍の潜水艦作戦で、2隻が入港している。連合軍の猛攻を受けてもUポートブunkerは破壊されずに残り、

アメリカ陸軍がロリアンを包囲しても、ドイツは降伏を拒否。街は終戦まで独軍に占領されたままだった。かつて漁業によって豊かになった街は、戦争という大きすぎるうねりに翻弄されながら、それでも、生き続けてきたのだ。そもそもこの場所は1942年にできたケロマン潜水艦基地で、建設当時は最大30艦にも及ぶ潜水艦が隠れることができる基地として活躍し、戦禍を生き抜いてきた。その過酷さは想像を絶するものなのだろうけれど、今、この瞬間のこの穏やかさは、もしかしたら、明日には消えてなくなるのかもしれないというような、漠然とした不安に駆られてしまうのは、私だけなのだろうか。今は、いくつかの巨大な博物館が並んでいる。ほんとは全部つぶさに見たいのだけれど、列車の時間もあ

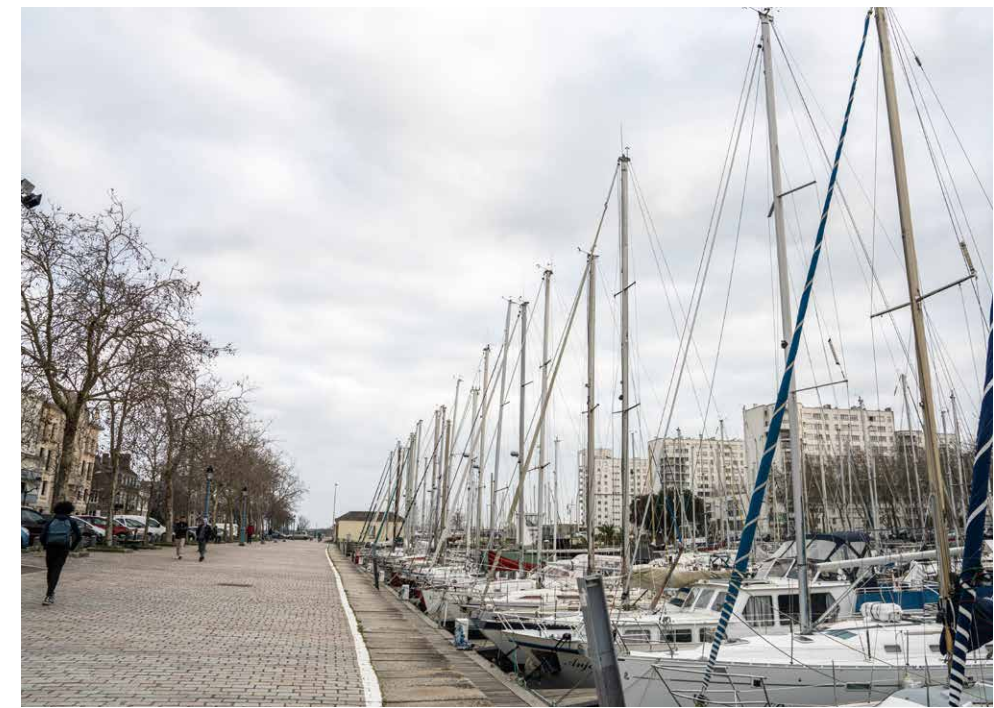
るので、ロリアン潜水艦博物館 Sous-marin. Flore-S645に入ることにする。なにしろ、実物の潜水艦、Flore-S645がある。全長58m、全高5m、全幅7mという威容。フランス国旗がはためいている。1989年まで活躍した軍用潜水艦で、300mまで潜行することができ、海域の監視を含む様々な作戦を実行した。この艦の特徴はとにかく速く、かつ320,854.6海里を航行することもできた。フランス海軍の誇りを海の中に響かせ、遠い海面の先に光を求め続けたのだ。チケットを買って、エントランスをくぐると、歴史を語るパネルや、貴重な映像、操作できる計器類などメカ好きにはたまらない展示が続くが、やはり、ハイライトは本物の潜水艦の艦内だ。狭い通路を歩いていくと、むき出しの配管や、無数のスイッチやメーター所狭しと並

ぶ計器類。覚えるだけでも大変だと思うけれど、とても狭い作業スペースなので、押し間違えたりしないのだろうか心配になる。居住スペースも狭い。折り重なるように二段ベットが並び、さながら、立体雑魚寝の雰囲気。屈強な兵士には狭すぎるトイレ。ステンレスのシンクがふたつ並びキッチンとこれまた小さな冷蔵庫。はたして、彼らの食生活はどのようなものだったのか。潜水艦から表へでると、開放感が訪れる。翻るフランス国旗をあらためて見上げても、感興は少ない。どれだけ優れた潜水艦であっても、どれだけ誇り高き人々を乗せても、それが争いのために使われる限り、賞賛として伝えるはいけないのだと思う。太陽が隠れ、寒ささえ感じる空の色が、さっきまでの青空をグレーに変えていた。

四角い屋根と煙突の町、海と町をつなげる公園から

いったん駅にもどったが、列車まで小一時間あるので、海の見える場所まで行ってみることにする。地図によると、ハーバーまで20分ほどらしいので、少し早足で歩きだしてみた。駅からでると、三角屋根と煙突の家が整然と並んでいる。みんな同じような形をしている。新しい方の市街地のせいか、静かで、綺麗だ。道の両脇にはイタリアンやら、インド料理など、世界各国のレストランが5-6軒並んでいる。しばらく歩くと、大きな公園にぶつかった。両脇には重厚な建物のホテルや役所、ビルが並び、真真中に広々とした緑の道がある。大通り公園みたいな行まい。市庁と港の間、西から東に広がるジュールフェリーパークは4ヘクタールに及ぶ広大な敷地に広がっている。1945年の爆撃の後に埋められた旧ウエストドックの跡地が、ひどい状態に陥っていたとこ

ろから、海と都市をつなぎ、自然と安らぎを回復するため、ロリアン市がハイブリッドパブリックスペースとして生まれ変わらせた。なるほど、良い公園だ。豊かな緑、樹々の指先の光、その先に触れる海の匂い。この先に、きっとある。どんどん歩く。ヨットハーバーが現れる。夥しい数の船が係留されている。どうやって出発するのか、わからないような折り重なり方で停泊している船も多い。そして、海だ。行き止まりの柵にとまった水鳥が、海へ出ていく船を眺めていたので、となりで静かに、遠い航跡に視線を預けてみる。船がでていく先には、ピスケー湾があり、太平洋につながっている。世界は確かにつながっているのだ。なのに、争いは絶えることなく、人も地球も傷め続けている。誰も止めることができていない。地図から、その道さえ、消えかかっている。ただ、あきらめてない人たちもきっと、たくさんいる。ささやかだけれど、この公園が海と街をつなげることができるのなら、意志があればできることもあるはずだ。まだ、間に合うかもしれない。



SALON Produrable

フランスでCSR（企業の社会的責任）やサステナビリティ（持続可能性）を浸透させるべく設立された組織が開催する展示会が、2022年9月にパリのパレ・デ・コングレ会場にて開催されました。

年々規模を拡大し、第15回を迎える2022年のテーマは「コモングッド “公益をどのように考えるか。今、その選択の時期”」。「コモングッド」とは、ある社会のメンバー全員が共有する価値観のこと。

ほかのメンバーに対する義務でもあり、自分の利益にならなくてもみんなの利益のために自発的に守るべきものを意味します。

今、世界が直面している様々な問題に対して検証や観察が行われており、その解決策は必ず存在します。

CO₂の削減を加速し、人類への影響を減らし、生活を見直すために何をすべきか。

消費パターン、地域計画、テクノロジー、生産的投資の大幅な変革など、

様々な面で選択の時期に来ている、というのがSALON Produrableの考えです。

この考えに賛同する多くの企業・団体が集まり、多数の出展ブースのほかに190もの講演会を実施するなど、欧州最大規模のサステナビリティ系イベントとなりました。



foodles

<https://www.foodles.co>

新しい形のカンティーン（社員食堂）を提供。共有スペースに冷蔵庫を設置し、アプリで注文した食事がランチタイムにその冷蔵庫へ届くというシステム。食材は新鮮かつ環境と健康に配慮したもの。社員への食育を含めた活動を行っている。農業における気候変動対策を考える企業「terra terre」と提携。より地球にやさしい食を届けている。



CQS

<https://cqs-rse.fr>

様々な業種のエキスパートをビジネスパートナーとし、企業に対してきめ細やかなCSR対策のアドバイスをするコンサルタント会社。通り一辺倒でない、カスタマイズされたサービスが特徴。



café Joyeux

<https://www.cafejoyeux.com>

障がい者の人たち、主にダウン症、自閉症などの認知障害を持つ人々を訓練、雇用するレストラン&カフェを運営。社会の中で仕事をする環境を提供することで、ハンディキャップの存在を社会に周知するとともに、障がい者との出会いを促進することを目標としている。メンバーは専門教育チームによってトレーニングされ、会社の一員としてのポストを見つけていく。店舗はレンヌ、ボルドー、リヨン、トゥール、パリ、リスボンで営業中。



Life of Café

「硝子がひく光彩は、まるで魔法」
バカラのかがやきを、コーヒーのプリズムに映して



フランスのデザイン界の最前線をいくトップクリエイターの一人、ニコラ・トリプロ。

30年前、いわずとしたトップブランド、バカラからスタートした。

彼の仕事の原点はガラスという光を通す素材にある。光に憧れ、描かれるラインの無限の可能性を追い続ける挑戦に終わりは無い。

そして、もう一つの輝きは、彼の時間のとなりにはいつもあるコーヒーの香り。

JUARが描く光のラインは、今日もまた、ニコラの創造力に新しい翼をくれる。

Nicolas TRIBOULOT ニコラ・トリプロ

デザイナー、アーティスト、彫刻家
Quarksデザイン・エージェンシー 創設者

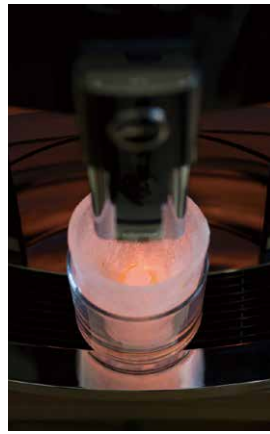


Photo: Philippe Garcia



Photo: Laurent Parrault



ガラスやクリスタルの工程の魔法に魅入られて

パリ市内から西へタクシーで40分ほど、クールヴォアという街に向かう。高層ビルが立ち並ぶ都市再開発地区<ラ・デファンス>に位置するのだが、厳しい規制がないため現代的な建築物が多い。車を降りて、ゆるやかな坂を少し登ると、パリとは趣の違う景色の中、品の良い清廉さに包まれたマンションに着く。新しいコーヒーマシンを手に入れたので、是非にと誘われ遠慮なく呼ばれることにした。招かれて入ると、さすが、ニコラ・トリプロの部屋。シンプルで美しい。出迎えることもなく、避けることもなく、猫がソファの一角でこちらに退屈そうに視線を放りなげてる。壁にはスクエアに区切ら

れた棚に、いくつかのガラス作品。窓からは天空の庭越しに街の形式が見える。コーヒーの前に、作品を眺めながら仕事について訊ねてみると、ノートにペンを走らせながら、品の良い熱さで話し出す。「私のキャリアがバカラでの仕事から始まったこともあり、原点は、素材へのリスペクトです。クリスタル、ガラスなど、何よりも透明な素材が好きです。カットの仕方でも光の通り方が自在に変わるので、プロダクトそのものだけでなく、そこから空間に描かれるラインの美しさも、アートワークに含まれ、無限の拡がりを感じることができ。それに、リサイクル可能な素材というところが良い。

溶かしてリサイクルしなくても、そのまま洗って、違う用途に使うこともできる。昔、牛乳瓶やワインボトルは、お店に持っていけば小銭を戻してくれましたね。あの頃のリサイクルの考え方が、サステナブルな世界を目指す現代のニーズに合っている。そもそも、ガラスやクリスタルでいえば、その工程からして魔法のようなもので、元をたどれば、自然の砂からできています。熱を加え、透明にガラスになっていくそれぞれのステップに魔法が満ちています。フランスがガラスやクリスタルに恵まれているのは、フランスにはいくつもの川があるから。川が砂をつくり、ガラスやクリスタルが生まれたのです」

世界のコーヒーを飲むことで思考回路の扉を開けていく

ニコラの仕事は、世界に一つしかないものをつくることではなく、いろいろな人に生活の中で使ってもらえる良いデザインの製品をつくることだという。テクニックとアート、そして、手に取りやすい価格とのせめぎ合いなど、フラストレーションを抱えることもあるが、そんな時、彼をいやしてくれるのが、コーヒーの香りや時間だ。「コーヒーとの出会いは、5-6歳の頃の祖母の家です。キッチンには昔ながらの薪の調理器のとなりに、エスプレッソのコーヒーマシンが置いてあって、一日中コーヒーの良い匂いがただよっていました。子供の私にとっては、美味しくはなかったけれど、小さい時からブラックで少しだけ飲んでいました。日曜に祖母がつくってくれるブリオッシュと一緒に出てくる時は、とても幸福な気持ちになりました。今は毎日カフェに4回は行きます。朝8時にはカフェのカウンターに行って、周りの人の話を聞いたり、香りを楽しむ。カフェでコーヒーを飲む楽しみは、フレンドリーな雰囲気を楽しむことですね。逆に家や事務所で飲むコーヒーは、Gustative-ギュ

スタティヴ 本当に美味しいコーヒーを味わいたい。ワインなどの好きなアルコールを飲むのと同じ感覚です。好きなものを飲む。休息したり、考え事をしたり、ゆっくりリラクセスする。アフリカ、ペルー、エチオピアやトルコ、スウェーデン、いろんな国のコーヒーを飲むことで、思考回路の扉を開けてくれるような不思議な気分になります。JURAのマシンは何よりも美しく、音も良い。簡単に美味しいコーヒーができる。私はエスプレッソが好き。リヨン ポールボキューズの学校に通う娘が遊びに来た時は、カップチーノが好きだと言っていました。マシンを囲んで家族と楽しい時間を過ごすことができるのも、このマシンの良いところ。自分には危険なカフェマシーンです」危険なほど、魅力的なカフェマシーン。源泉の一つが、デザインだ。「仕事柄、美しいオブジェが好きです。シンプルでビュア、ブロックのようなスタイル。スイスの製品は腕時計に代表されるように、洗練されたデザインというイメージで

プロフィール

クリスタル、ジュエリー、香水、インテリアデザインなど、ラグジュアリー業界の様々な分野で活躍するフランスのトップクリエイター。バカラ社独立後もバカラとのコラボレーションは続き、テーブルアートやデコレーションなどに携わる他ブガッティ、ランコムなどの香水関係、ミシュランガイドブック、ハーレダビットソンなども手がけている。様々な構想やインスピレーションが生まれるデザインの最も純粋な形から、素材や技術の限界を乗り越えていくこと、そしてフランスのデザインの中でまだ見たことないアプローチを目指している。



ですが、自分の作品のスタイルにも通じるものがありますね」小気味良く、心地良いグラインドの音を、立ち上がる深い香りが追いかける。あつというまにエスプレッソが運ばれてくる。香りを確かめながら、彼は微笑むような言葉をつむぐ。「FIKA フィカという、スウェーデンのコーヒーを飲む文化があります。10時と15時には、何をしても手を止めて、「FIKAの時間だね」と言ってコーヒータイムが始まる。昔、スウェーデンで友人とバイクのツーリングをしていた時にも、FIKAの時間だと言ってバイクをとめ、コーヒーセットを出して、そこでコーヒーを淹れて飲んだ、という素敵な思い出があります。私にとって、JURAの心地良いグラインド音は、光のクリエイティブという終わりのないツーリングに欠かすことのできない、FIKAを告げるやすらぎのチャイムかもしれません」彼の、彼だけの珈琲時間は、JURAとともに、次の旅にでる。



世界最高レベルの家庭用全自動コーヒーマシン

喜び、万能性、ラグジュアリーの完璧な組み合わせ JURA が誇る家庭用ベストセラーモデル、E8。再構築された美しいデザインに、これまで業務用マシンでしか見られなかった様々な機能を搭載。バリスタ品質の再現性を極限まで高めました。全自動コーヒーマシンの最高峰がさらなる進化を極めた、世界の家庭用マシンを変えていく JURA フラッグシップです。



- 電源・消費電力・電流:100V・1250W・12.5A
- サイズ幅280×奥行446×高さ351mm
- 重量:9.6kg ●電源コード:1.1m ●水タンク容:約1.9L
- カラー:ブラック ●昨日:全自動式」豆、粉両対応 ●付属品

BREW MATIC コーヒーマシンのプロフェッショナルカンパニー
ブルーマチックジャパン株式会社

〒224-0041 横浜市都筑区仲町台5-4-22
お問い合わせ: 045-947-0801

www.brewmatic.co.jp

セーヌ川で商品を運ぶ IKEAがつくる環境にやさしい輸送網



パリでは毎日のように交通渋滞が発生する。

2021年からは歩行者の安全や騒音対策のために市内の制限速度が時速30kmとなり、環境負荷の高い自動車を減らしたいフランス政府の考えもあることから、渋滞が解消される見通しは今のところほぼないと言っている。そんな中で注目され始めたのが、パリを流れるセーヌ川を使った輸送だ。

2022年12月からパリ市内の商品配送を、水上輸送に切り替えたIKEA（イケア）に話を聞いた。



「とにかくCO₂を出さない方向に事業を変えていこうというのが、イケアの考えです。もともと河川輸送は大量の荷物を一気に運ぶのに適していますから、拠点間輸送に利用している企業はほかにもありました。ですが、对个人への輸送にセーヌ川を用いたのは私たちが初です」

イケア フランスで河川輸送のプロジェクトを率いるエミリー・キャルペルスさんは、笑顔でそう語った。

かつてパリの繁栄を支えた水上輸送は、20世紀以降、その「遅さ」が問題視され、鉄道や自動車に輸送網の主役の座を譲った。ところが現在の交通渋滞と速度制限を踏まえると「遅さ」は問題ではなくなり、むしろ確実に指定時間に届けられるという利点へと変わったのだ。さらに、輸送の際に排出されるCO₂がトラック輸送の1/5になるのだから、環境意識の高い企業が乗り気になるのもうなずける。

イケアはパリ市内の個人宅への配送を水上輸送にするため、商品を安定して運べるコンテナの開発、信頼できる物流業者の選定、川沿いの拠点づくりなど、綿密な準備を

行った。そして、パリ郊外ジュヌヴリエ市の倉庫で商品を船に積み込み、セーヌ川を通してパリ市内へ、パリ12区にあるベルシー河川港で商品をおろし、あとは電気自動車で顧客の家まで運ぶというシステムを構築した。自動車での輸送距離をできるだけ短くすることで、電気自動車でも対応可能（≒CO₂排出がなく、渋滞にもつかまらない）となった。

「2025年には、パリだけでなくフランス国内すべての輸送を電気自動車にしていく計画です。加えて、パリのお客様へさらに短時間でお届けできるよう、新たな拠点づくりや物流網の効率化を図っていきます」とエミリーさん。渋滞を避けお客様に早く商品をお届けられ、市内の騒音やエネルギー問題を解消し、環境負荷も減らすことができる。イケアが期待を寄せるように、河川輸送は現代の物流課題を解決する糸口になり得る。そして、川のそばで発展した歴史を持つ都市は、パリに限らない。ロンドンのテムズ川、ニューヨークのハドソン川、そして東京の江戸川。新たな時代の輸送網は、再び水上へと広がっていく。



イケア フランス
プロジェクト・ディレクター
Emilie Carpels
エミリー・キャルペルス



セーヌ川を通して運ばれたコンテナは、河川港におろされる。電気自動車で運べる小型のコンテナは、イケアと協力企業が独自開発したもの。



イケアでは事業のあらゆる面でサステナビリティへの取り組みを進めている。全世界のイケア店舗で展開している「Circular Hub」では、お客様から買い取った商品の販売や、商品のメンテナンス方法に関するワークショップなどを行っている。