

FUTURE DESIGN

地球にやさしくファッションを楽しもう

サステナブルファッション

VOLUME

66

P.12 - P.13

新CM「ラグビー」篇の
放映を開始しました!





SUSTAINABLE FASHION

サステナブルファッション

ファッションと言っても好みや用途、機能、価格などさまざまな要素があります。自分たちが選択した一つ一つが、地球環境にどのような影響を与えているのか、今一度、身の回りにあるファッションについて考えてみましょう。

人・モノ・街のこれからを考える

FUTURE DESIGN

2022 Vol.66

CONTENTS

- 03 [特集]
地球にやさしくファッションを楽しもう
サステナブルファッション
- 12 [東芝エレベータからのお知らせ]
新CM「ラグビー」篇の放映を開始しました!
- 14 [連載]「わっしょいニッポン」
電気湯
- 16 [プレゼント] Something Special
PLASTICITYの「キルティングクラッチバッグ」

COVER PHOTO

衣類との向き合い方を今一度考えてみよう

ずらりと並ぶ服や靴、鞆など。皆さんのご自宅にもさまざまなアイテムがあるはず。これを機に、一つ一つとあらためて向き合ってみてはいかがでしょうか。



PLASTICITYの「キルティングクラッチバッグ」



『FUTURE DESIGN』66号に対する感想をお寄せください。今回は裏表紙でご紹介したPLASTICITYの「キルティングクラッチバッグ」をご用意しました。アンケートにご回答いただいた方の中から、抽選で10名様にお送りします。

• 応募締切

2022年3月31日

サイズ(約): 高さ265mm × 幅340mm × 奥行20mm
重量(約): 165g

• 応募方法

QRコードまたは下記のURLにアクセスし、アンケートにご回答ください。
<https://wss3.5star.jp/survey/login/dhrns0j0>



2022年1月発行

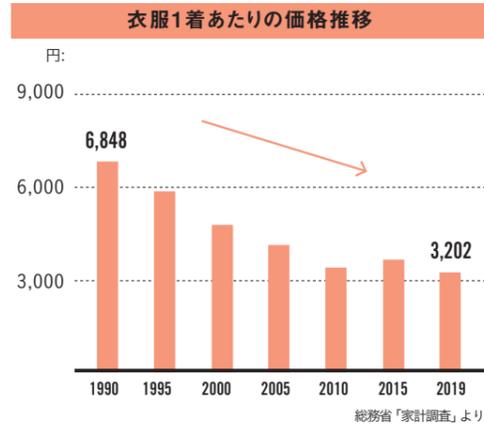
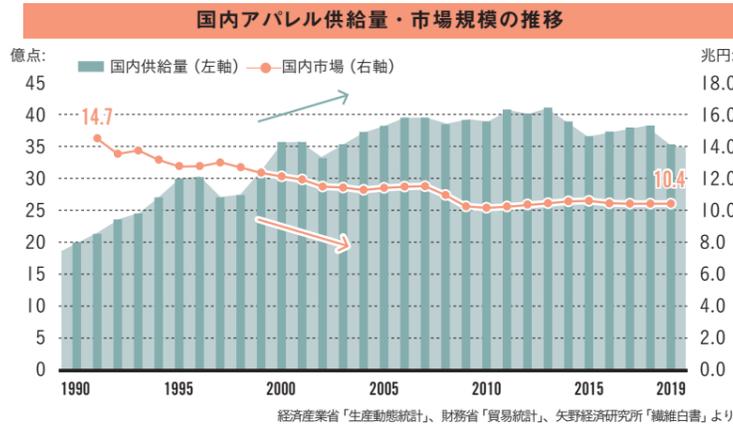
発行: 東芝エレベータ株式会社
広報室

〒212-8585 神奈川県川崎市幸区堀川町72番地34
TEL: (044) 331-7001

<https://www.toshiba-elevator.co.jp>

制作: 有限会社パース
印刷: 株式会社メディアグラフィックス

より安くより多くって、いいこと? **国内アパレル供給量・市場規模・衣類の購入単価の推移**



生産から廃棄までを見直す
取り組みが世界で広がる

こうした背景の一つに、ファストファッションを台頭に大量生産・大量消費・大量廃棄などが進んだこともあり。しかし、その根底には、つい安いものを選んでしまう潜在的な消費者意識が大きく関わっていることも事実です。日本国内の衣服の供給数は年々増加しており、1着あたりの価格は下がる一方で、こうした価格破壊は企業や生産者にとって、持続的な生産が難航する苦しい現実となっています。

そうした中、国も産業界も環境への負荷を減らし、持続可能なファッションを作り出そうという機運が高まり、日本でも国を挙げて取り組みを推進し、環境省は企業と連携して活動の促進をしています。この活動は「サステナブルファッション」と呼ばれ、環境省によると、「衣服の生産から着用、廃棄に至るプロセスにおいて将来にわたり持続可能であることを目指し、生態系を含む地球環境や関わる人・社会に配慮した取り組みのこと」と表記されています。

地球温暖化や気候変動、環境汚染など、地球への負荷が大きくなっている今、世界の国々や産業界でも環境への取り組みを加速させています。私たち一人ひとりが、マイバッグやマイボトルなどを通して、環境への意識が高まってきているのではないのでしょうか。そこで、さらに地球環境負荷を低減できるものはないか調べてみたところ、私たちが毎日身に付けている衣類にその力がありました。

実は、ファッション産業は、石油産業に次いで2番目に地球環境に負荷をかけているという事実をご存じでしたか? 国連の調査によると、製造過程では年間に全世界の温室効果ガス8%を排出し、9300億ℓの水を使用。これは、世界の排水の20%を占めています。また、環境省の発表によると、国内での環境負荷の年間総量は、CO₂排出量で約9万kt (キロトン)、水使用量83億ℓ、端材など排出量約4万5000t。1着換算でいうと、CO₂排出量約25・5kg (ペットボトル約

今、「サステナブルファッション」に取り組むべき理由とは

持続可能なファッションを作り出そうという動きが各地で進んでいます。私たちの生活に欠かせないファッションは、地球環境にどのような影響を与えているのでしょうか?

まずは現状を調べてみました

SUSTAINABLE FASHION DATA

石油産業に次いで2番目に地球環境に負荷をかけている

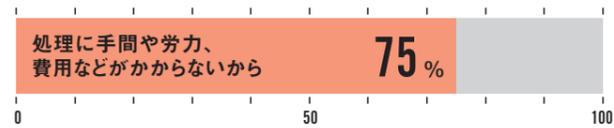
地球温暖化や気候変動、環境汚染など、地球への負荷が大きくなっている今、世界の国々や産業界でも環境への取り組みを加速させています。私たち一人ひとりが、マイバッグやマイボトルなどを通して、環境への意識が高まってきているのではないのでしょうか。そこで、さらに地球環境負荷を低減できるものはないか調べてみたところ、私たちが毎日身に付けている衣類にその力がありました。

実は、ファッション産業は、石油産業に次いで2番目に地球環境に負荷をかけているという事実をご存じでしたか? 国連の調査によると、製造過程では年間に全世界の温室効果ガス8%を排出し、9300億ℓの水を使用。これは、世界の排水の20%を占めています。また、環境省の発表によると、国内での環境負荷の年間総量は、CO₂排出量で約9万kt (キロトン)、水使用量83億ℓ、端材など排出量約4万5000t。1着換算でいうと、CO₂排出量約25・5kg (ペットボトル約

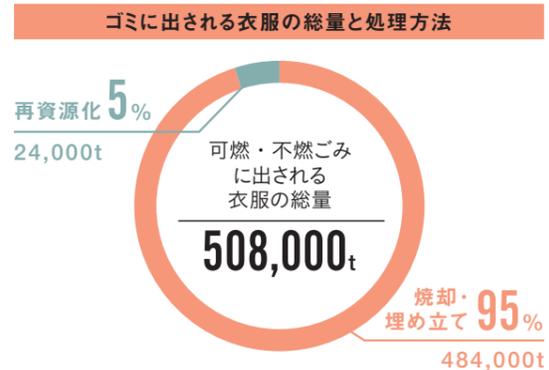
私たちが手放す衣服も地球の大きな負担になる

また、衣服のライフサイクルが短くなることで廃棄による汚染も懸念されます。環境省が行った調査によると、私たちが衣服を手放す際、75%がごみとして廃棄され、そのうち再資源化される割合は約5%で、それ以外はそのまま焼却・埋め立て処分となります。その量は年間約48万tにも上り、1日換算で大型トラック約130台

可燃ごみ・不燃ごみとして廃棄する理由



可燃ごみ・不燃ごみに出される衣類の量と焼却・埋め立て量



1日あたりに焼却・埋め立てされる衣服の総量 (平均)



分を毎日焼却・埋め立てしていることとなります。さらに、日本では1年間で29億着の衣服が供給され、その半分以上の15億着が在庫として残り、そのほとんどが廃棄処分されていると言われます。私たちの生活に欠かすことのできないファッション。楽しんで付き合うためにも、素材の生産から廃棄までどのくらい地球環境に影響を及ぼしているのか、今あらためて見つめ直し、行動を見直す必要があるのかもしれない。

地球環境に大きな負荷がかかっているファッションをあらためて見つめ直そう。

生産時における産業全体の環境負荷



255本製造分)、水使用量約2300ℓ (浴槽約11杯分) もあるのです。さらに、日本で販売される衣料品の約98%が海外品と、大半を輸入に頼っているため、原材料の調達から、製造、輸送などの各段階で環境負荷がかなりあります。例えば原材料のコットンなどの天然繊維では、生産過程で大量

の水を使用し、化学肥料による土壌汚染や、大量の殺虫剤の使用が問題となっています。ちなみに、世界で使われる殺虫剤の約16%が綿花に使われるとも言われています。また、石油や石炭、天然ガスを原料とするポリエステルは、年間5200万tが生産され、繊維生産量の6割を占めています。

出典: 環境省ホームページ https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/ を加工して作成

企業の努力を知ること、

私たちの「サステナブル」の意識も変わってくる!?

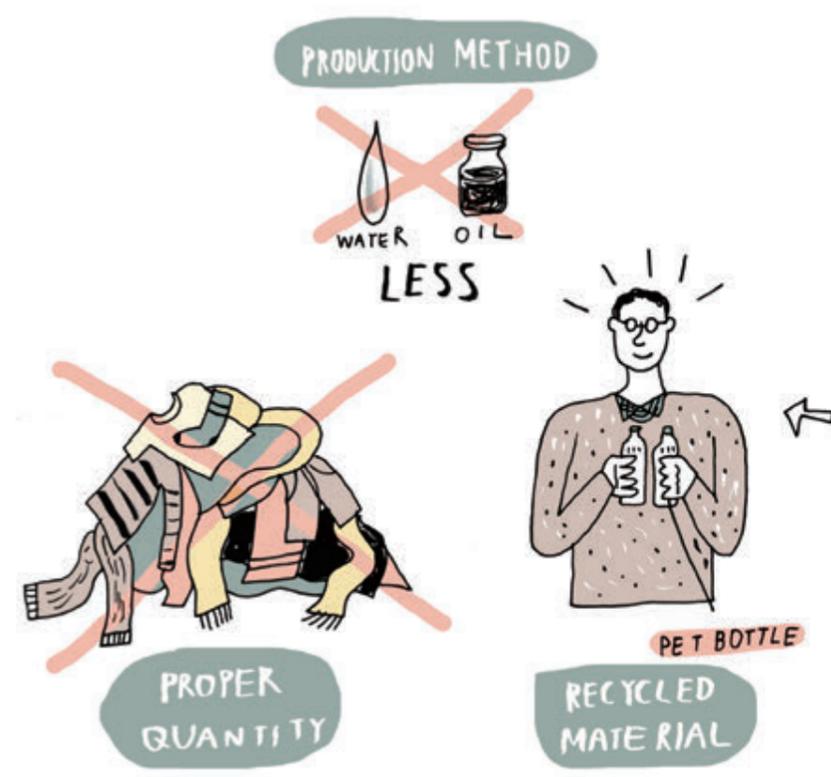


企業やブランドで、地球に配慮した取り組みが加速しています

いま、多くの企業が「サステナブルファッション」を意識し、生産や販売方法などを工夫するようになってきています。そうした企業の取り組みについても調べてみました。



SUSTAINABLE FASHION CHANGES



エコファーやエコレザーと呼ばれる代替素材や、海上汚染で問題になっている漁網をリサイクルした商品などは、環境への問題意識から生まれたものです。製造方法の工夫としては、自然素材の染料を使用するブランドも。例えばジーンズは、インディゴ染料を作るのに大量の石油が使用されており、さらに一着につき7500ℓの水が使われていると言われます。藍染など自然の

染料を使うことで石油の使用を抑えたり、最新機器やテクノロジーの活用で水の使用量を減らすことができ、また、生地の手間を使った商品開発など、製造においても廃棄物を出さない工夫が進んでいます。生産や販売の方法を工夫し、余剰在庫の廃棄を減らす

販売面では、余剰在庫の廃棄を減らすために、少量生産、受注生産を取り入れるところも出てきました。市場のニーズやこれまでの実績をベースに服を作るところが大半ですが、そうすると大量に在庫を抱える可能性が出てきます。また、バーゲンセールを行わないこともサステナブルファッションの

一環として位置付けられています。バーゲンセールで安く買った価格でも採算性を確保するブランドもあり、そういった価格設定ではバーゲンセールを前提として原

コスト重視から、生産・製造時の透明性を重視。いま、世界中のファッション業界で加速している、サステナブルファッションへの取り組み。2013年のバン格拉デシユの縫製工場建物崩壊事故がきっかけとも言われています。壁や柱にヒビが入る建物での劣悪な環境下で、死者100人以上、負傷者2500人以上の犠牲者を出しました。この事故により、コスト重視で進めていたファストファッションの課題が浮かび上がり、多くのアパレルブランドが変革を迫られ、生産・製造時の透明性が重要視されるようになりました。

環境に配慮した素材や製造方法を選択。まず各ブランドが力を入れて取り組んだのが、素材の工夫です。農業を使わないオーガニックコットンの使用率を高め、ペットボトルなどプラスチックを再生したりリサイクル素材や、100%リサイクル可能な素材を使うなど環境に配慮した商品も生まれています。また、動物の皮を使用せず、

価格を設定しているところが多く、人件費を抑えたり、大量に原材料を買い付けるなどして調整していますが、昨今、仕入れや在庫を適正にコントロールし、バーゲンセールを行わないという方針のブランドも出てきました。店舗では、古着の回収を行うところも多く見られます。回収された衣服は、難民キャンプや被災地へ寄付されたり、リサイクルをして新商品に生まれ変わったりしています。回収した古着からポリエステルやナイロンを再利用する技術を活用しリサイクルすることで、石油を使わなくて済むため、CO₂の削減につながります。また、余剰在庫や不良品を染めたり、リメイクするなど、リサイクルをブランド化するブランドも出てきました。私たち消費者がこうした企業やブランドの取り組みや背景を知ること、衣服を購入する際の選択基準に、「サステナブルだから」を取り入れてみるのもいいのではないのでしょうか。



ヒント4

「出口」を考える

服や靴、バッグなどの小物を買うとき、新しいものに出会うワクワク感を感じても、いつかは処分する日が来るということはあまり気にしていないものです。毎日のように使用して劣化したら買い替えるものはゴミとして捨てたり、流行のものは1〜2年で飽きたり、高価なもので長く使うつもりで購入した場合も、サイズ感や好みが変わって不要になることもあります。ですから購入前に一度立ち止まり、ご自宅に引き入れたあとの「出口」を想像することをおすすめします。ネットオークションやリサイクルショップなどで

販売する、ご家族や知人に譲る、地域やNPO法人を通じて寄付するなどの「出口」もあります。ゴミとして処分する場合も、その前に雑巾などにして十分に活用し、「ありがとう！お疲れ様でした！」と労って見送ることもできます。何度も使ったあとの姿をイメージし、行き先、購入予算も決めておくと、衝動買いの抑止力になるでしょう。また、例えば後々リサイクルすることを前提にして使えば、「今は自分が預かっているだけ」という気持ちになり、綺麗に大切に使う結果的に長持ちしたりするものです。

ヒント5

発想の転換! 買う? それとも借りる?

とにかく服が好き、あれもこれも着たい、飽きっぽくて長く着ない、といった方には、レンタルやシェアリング、サブスクリプションなどのサービスもおすすめです。パーティーやイベント用のレンタルはもちろんのこと、奇抜

なファッションアイテムにも気軽にチャレンジするきっかけになって便利です。気に入ったアイテムは買い取りできたり、プロのスタイリストがコーディネートを手伝ってくれたり、さまざまなサービスもあるようです。



ヒント2

できるだけ長持ちさせる

洗濯や乾燥、クリーニングの際に、表示タグの記載に沿ったケアをする、乾燥機に掛けすぎない、外干しは裏返しにして日焼けによる色あせを防止するなど、ちょっとした心がけで衣服の寿命を延ばすことができます。なお、マイクロプラスチックによる海洋汚染が大きな問題となっていますが、私たちの普段の洗濯で流出する合成繊維も海洋プラスチックごみの35%を占めると言われています。洗濯時に排出された繊維の一部は、下水処理場のフィルターをすり抜けるため、最近では網目の非常に小さな洗濯ネットも開発されています。

破れやボタン外れの際は、つつい修理が面倒で買い替えたり使わなくなったりするかもしれませんが、少し手を加えるだけで、まだまだ使えたり、愛着が湧いたりするものです。新しく購入するよりもリーズナブルに修理できるお店もあるので、インターネットなどで探してみるのもおすすめです。

ヒント1

「30wears」一買ったなら30回は着る!

5年ほど前から、ファッション界で発信され始めた「30wears」という取り組みをご存じでしたか? 大量生産や大量廃棄、さらに、気軽に廃棄する消費者意識に対して警鐘を鳴らし、服を買ったら最低30回は着ましょう! という意味のスローガンです。一言で「服」と言っても、消耗品もあれば特別なものもあるでしょうから一概には言えませんが、買った責任としても、減価償却という観点で

もいいと思うので、自分なりにその服に「1年で〇〇回は着る」、「〇年間は着る」という目標や計画を立て、実践してみるのも面白いかもしれません。



購入後は…

一人ひとりにできる、“サステナ”なヒント!

私たち一人ひとりの行動にも、サステナブルな意識を持つことが必要です。気に入った衣服を長く楽しむためのヒントを紹介します。

SUSTAINABLE FASHION TIPS

ヒント2

似たものをすでに持っていないか確認する

ショッピングに出かける前に少々お待ちを! クローゼットやシューズラックの中など、ご自宅のファッションアイテムを一通りチェックしておきましょう。そして「今日何か一つ買って帰るなら、どれか一つ処分する」という気持ちで見渡し、すでに持っているものを処分してまで新たに購入する

必要がありそうか、ご自身に問いつける時間を持つといいかもしれません。まだあまり着ていない服なら、買った時の気持ちを思い出したり、買った責任を感じてみたりすることで、買い物中に「買いたいけど、ほんとに使うかなあ…」と冷静に考えて、安易な購入を回避できそうです。

ヒント1

素材をチェックする

デザインや着心地、縫製などはファッションとして大事な要素ですが、素材や生産国が記載されているタグもしっかりとチェックしましょう。素材としては、例えばポリエステルは機能的かつ安価ですが、原料が原油であることを考えると、低価格だからという理由で購入して使い捨てないよう、大切にしたいものです。また、綿の中でもオーガニックコットンは化学肥料や農薬に頼らない有機栽培のため、土壌や水質汚染が少ない素材で、生産過程での労働者の安全・健康への配慮や児童労働の規制も厳しく定められています。輸入品が多い日本では、輸入時の輸送によるCO₂排出量を考えると、やはり野菜をはじめとする食料品などと同様に地産地消は理想的です。買い物中に“MADE IN JAPAN”を探してみるのも楽しそうです。

購入前に…

ヒント3

「サステナブルな商品がありますか?」と聞く

欲しいものを探すついでにでも、店員さんに「サステナブルな商品がありますか?」と聞いてみてはどうでしょう。もしかすると、きょとんとされるかもしれませんが、さまざまな取り組みを紹介してもらえることも。端材を利用した商品や、リサイクルの衣類をリメイクしたもの、価格の一部が寄付となるドネーション商品、オーガニック素材のものなど、聞かなければ知ることがなかった価値に気付くこともあるかもしれません。また、こういった問いかけによって、売る側も買う側も環境ニーズを意識し合えて、そう遠くない将来、サステナブルファッションが当たり前となるのかもしれません。



昔から古着の良さにハマリ、今は親子で楽しむように

丘田ミイ子さん MIKO OKADA

10代の頃から古着が好きで、今でも親子で楽しんでいます。古着に加え、母や祖母のおさがりを着ることも多く、トレンドが一周して使えるものがあつたり、今は手に入らないデザインに出会う喜びがあります。

娘の服はなるべく長く着られるように、少し大きめを選んでます。今回のコートはハイブランドですが、リサイクルショップで5,000円で手に入れ、3年着用しています。また、汚れや傷みで着られなくなった服は、バッグや巾着にリメイクするなど、捨てない工夫も。今後も好きなものを、長く愛用していきたいです。



(左) 母のお下がりのニット。(右) お得に購入したハイブランドのコート。



藍染したトレーナー。今度は珈琲染にチャレンジ!!



自分なりの「カッコいい」ファッションを楽しむ

山川義人さん YOSHITO YAMAKAWA

地球環境を意識し始めたのは、約25年前に一世を風靡したアーティスト、ジャミロクワイがきっかけ。ファッションナブルな上、環境問題に積極的な彼に影響を受けました。同時期に、「一生履き続けられるもの」と、なげなしの貯金でレッドウィングのブーツを購入。今回はそのブーツと、環境に配慮するブランド「バタゴニア」のベストを親子で合わせています。

アグレッシブな「環境意識」はどこか疲れてしまうので、「できる範囲で地球にやさしいものを選択」し、「我が家なりのカッコいい」ファッションを楽しんでいます。



25年経った今でも現役のブーツ。大切に履いています。



時代に流されない民族衣装を取り入れる

ホノルルさん HONOLULU

民族衣装が好きで私服のコーディネートに取り入れています。海外へ行くようになってから、その土地の衣装などを買って帰るようになりました。民族衣装はスタンダードなデザインで、流行に左右されないのが、日常着はもちろん、フォーマル着としても活用できます。今回着用しているポンチョは、寒い国の民族要素が取り入れられ、冬に適した素材なのでとても暖かいです。和紙でできたバッグもお気に入りです。

衣装によっては、現地に行かなければ修理する素材が手に入らないこともあるので、長く大切に着ていきたいと思っています。



和紙でできた藍染のバッグ。自分でリメイクも楽しんでいます。

シミがついた服は自分で染めて新たな一着に

山崎剛史さん TAKESHI YAMAZAKI

昔からファッションが大好きで、学生時代はことあるごとに服を買い漁っていました。結婚をして子どもができてからは経済的なことも考えなければいけなくなり(笑)、服を大事に着たり、本当に欲しい良いものを買入るようになりました。

今回着用しているトレーナーは自分で染めたものです。シミがついたのを捨てるのもったいなく、試しに染めてみたら意外と簡単でおしゃれに仕上がりが、さらにお気に入りのアイテムになりました。靴やジャケットの革製品も、手入れをしながら長年大事に着ています。



祖母から受け継いだ着物と指輪。

サステナブルにファッションを楽しんでいます!

サステナブルなファッションを日常的に楽しんでいる方を発見! 皆さんの衣服への想いを紹介します。

皆さんのこだわりポイントを紹介

SUSTAINABLE FASHION PEOPLE

受け継ぎ、長く愛用できる物の素晴らしさを実感

古谷麻子さん ASANO FURUYA

「サステナブル」という言葉が流行る前の学生の頃から、祖母のお下がりの服やアクセサリ、古着などが好きでした。流行りの物とは少し違う雰囲気や時代や想いを感じ、受け継ぎ、長く愛用できる物の素晴らしさを知りました。それが今のサステナブルな意識にもつながっていると思います。

写真のオーガニックのワンピースは、インドの手紡ぎ手織りの布で、インド人の自立を促すために普及したと言われています。こうしたサステナブルな商品を着用することは、地球環境を考えたアクションで、活動を応援する小さな投票でもあると思います。



撮影の舞台裏を 少しだけお見せします！

実はエレベーターもラグビーフィールドも、
撮影スタジオ内に組み立てました。



エレベーターとラグビーの
異色のコラボレーション
エレベーターのドアの向こうにはラグ
ビーのフィールドが！ 東芝エレベ
ーターならではの演出を模索しました。

ココに
ご注目！

完成したCMはこちらからも
ご覧いただけます

[https://www.toshiba-elevator.co.jp/
elv/movielibrary/](https://www.toshiba-elevator.co.jp/elv/movielibrary/)



東芝エレベーターサイト
の総合力についてより
詳しくご紹介した動画
も用意しています。



出演した東芝エレベーター所属の田中選手より



田中圭一選手

今回の撮影を通じてより
頑張ろうと思いました

東芝エレベーター府中工場に所属し、東芝ブルーパス東京でプレーをしている田中圭一です。今回のテレビCMへの出演を大変嬉しく思っていると同時に、撮影を通してシーズンに向けてさらに頑張っていこうと思いました。今

年度トップリーグからリーグワンへと日本ラグビーは大きく変化しました。リーグワン初年度優勝に向けてチームに貢献できるように、東芝エレベーターに所属しているという自覚をもって頑張ります。

ココに
ご注目！

選手の迫力ある動き

今回、出演しているのは東芝ブルーパス東京の選手7名。東芝エレベーター所属の田中選手も出演！ 終始和気あいあいとした様子でした。

加えて、強みを生かしてチーム全体で連携し、高め合うことで勝利を目指します。私たち東芝エレベーターも、昇降機に関わる製品やシステム、サービスの開発から設計、製造、販売、据付、メンテナンス、リニューアル、そしてファシリティー事業と、各分野で専門性の高い従業員が連携し、お客様に寄り添い、安全・安心と、その先にある笑顔を実現します。その姿をラグビーに重ねました。

見どころは、何と言っても、選手の迫力です。皆さんに少しでも長く目を留めていただける、インパクトある映像を目指し、選手の力強い動きを捉えようとカメラワークやアングルにこだわっています。試合での迫力とは違ったCMならではの映像になっています。まだ、ご覧になっていない方、もう一度見たいという方は、Webサイトからもご視聴いただけます。

東芝ブルーパス東京の応援もよろしくお願いします！

東芝ブルーパス東京は、2022年1月7日に開幕するラグビー新リーグ「JAPAN RUGBY LEAGUE ONE」の「DIVISION 1」へ出場します。CM出演選手の雄姿を、ぜひ試合でもご覧ください。

また、ファンクラブに入会いただくと、チケット先行購入権と会員価格を活用して、試合チケットを早く、そしてお得に購入可能です。イベント参加権やファンクラブ限定グッズなどの特典も。詳細は公式サイトからご確認ください。チームの最新情報や観戦ガイド、選手プロフィール、公式SNSアカウントなど、多様なコンテンツが掲載されていますので、ぜひチェックしてみてください。

公式サイト
<https://www.bravelupus.com/>



東芝エレベーター
からの
お知らせ



今日もあなたの笑顔運ぶ、
東芝エレベーター。

新CM「ラグビー」篇の 放映を開始しました！

2021年11月に放映を開始した
東芝エレベーターの新しいCMはご覧いただけましたか？
ラグビーチーム「東芝ブルーパス東京」と
東芝エレベーターのコラボレーションの舞台裏をご紹介します。

東芝エレベーターの総合力を
ラグビーで表現

エレベーターのドアが開くと、そこにはラグビーチーム「東芝ブルーパス東京」の選手7名がずらり。次の瞬間、画面が切り替わり、リーチマイケル選手が力強く対戦相手にタックル……。そんな迫力ある映像を通して、東芝エレベーターの総合力を、ご紹介する新たなCMを制作しました。

ラグビーで勝利を勝ち取るために欠かせないのは、多様性とチームワークです。各選手はそれぞれのポジションに求められる役割に

今日も、あなたの笑顔運ぶ。





開店前の「女湯」にて、大久保勝仁さん。背景画は、絵師・中島盛夫氏による富士山。

電気湯

「101年続く銭湯と共に
下町文化を守っていく」

●写真 阿部了 ●文 阿部直美
本造の長屋や昔ながらの路地が残る墨田区京島。下町コミュニケーションを守りたい、と曾祖父の代から続く銭湯を継いだ大久保勝仁さんに会いに行った。



誰をも受け入れて、人と人をつなげる場所

午後3時、「電気湯」のシャッターが開き始めると、外からも数人が手をかけて一緒に持ち上げた。手動のシャッターが結構重いことを、常連は知っているのだ。30分前くらいから人が集まり始め、20人ほどに膨らんだ一行が入り口に吸い込まれていくが、混乱はない。そもそも慌てている人がいない。「久しぶり」「どうしてた？」などと声を掛け合い、ゆっくり靴を脱ぎ、よっこらしよ、と靴箱に入れる。墨田区京島は、下町の風情が色濃く残る街だ。電気湯入り口からは、巨大な東京スカイツリー®とマンションが目に入るが、一方で昔ながらの路地と木造長屋も健在だ。午後3時の電気湯は、地域で暮らす高齢の皆さんの社交場なだった。

2年前、大久保勝仁さんは祖母から電気湯を引き継いだ。新潟県の燕三条出身の曾祖父が創業した銭湯は5軒あったが、祖母の代で1軒に。かつては第四香藤湯という名前だったが、薪から電気湯を沸かすようになって電気湯に改名したらしい。「創業101年です。電気風呂があるんですか？って聞かれるんですけどね、ないんですよ。あつ湯、ぬる湯

それにサウナと水風呂、いたって普通です。ちなみに、今はガスで湯を沸かしています」と大久保さんは苦笑する。でも、その普通さこそ大切にしたいと思っている。若者受けする商業施設的な建物にしてしまうと、本来ここを必要としている人が来られなくなってしまうと考えるからだ。

銭湯のある建物の3階が自宅だった。しかし、父は2階で歯科医院を開業しており、祖母自身も番台に座ることはなく仕事を人に任せていたため、大久保さんにとって銭湯が家業という意識は薄かった。日本大学の建築学科に在学中は、アジアのスラム街を何度も訪れ、制度の外に追いやられて暮らす人たちの目の当たりにした。その後は、国連で働いた。各国で開かれる国際会議の宣言文書を作るという任務は、本人曰く「アドレナリン出



お喋りしながら開店を待っていた常連さんたち(左)。長屋を守るため空き家を借り、仲間と共に改装。ここに銭湯山車(だし)を展示する予定(右)。

まくりでやりがいがあった」が、多忙を極め、体調を崩して入院。27歳の誕生日を病院で迎えた時、銭湯を閉めてマンションを建てようと考えていたので、きりきりのところで電気湯が生き残ったかたちだ。「僕は、下町のコミュニケーションに興味があるんです。長屋って壁を隔てて隣りの生活音が筒抜けです。お互い深入りはせず、適度に言葉を掛け合って心地いい範囲で関係を保つんです。ひと声かけてお互いにひと笑いしたら、じゃあね、みたいな付き合いですよ」大久保さん自身、街を歩いているとお客さんにしよっちゅう声をかけられる。番台への差し入れも頻繁だ。しかし、古い長屋は取り壊される一方で、近隣の街並みはあつという間に変わっていく。そんな中、銭湯こそが、下町コミュニケーションが残る貴重な場所だという。「ロッカーを開

けている時に後ろから足音がしたら、ちょっとよけて場所を譲ります。うちの常連さんは優しいから、若い人が来ると『使うか?』って自分のシャンプーを差し出したりするんです。相手への気遣いがあったこそ、の銭湯です。ここには、日常のコミュニケーションの大事なものが全部詰まっていると思うんですよ」

「銭湯を継いで良かったことは、銭湯以外のことができること」と言う大久保さんは今、仲間とともに長屋の1室を改装している。連れて行ってもらうと、埃まみれになりながら天井を剥がしていた三文字昌也さんが「ここに、僕らが作った銭湯山車を展示するつもりです」と教えてくれた。都内の銭湯が次々と廃業していくなか、廃棄される番台やカラシ、大黒柱さえも引き継ぎ、「銭湯山車」を製作。2021年の夏は、街中を練り歩いたそうだ。消えてしまった銭湯跡地を弔い、営業中の銭湯を活気づける「祭り」をやったのだという。古いものこそが良い、というのとも違う。柔軟な発想で、新しいものに変えていくバランス感覚が絶妙だ。電気湯は、ただの風呂ではない。誰をも受け入れて、人と人をつなげる場所だ。街づくり、という視点を持つ大久保さんたちの今後の取り組みが楽しみだ。

※山車=祭礼の時、種々の飾り物などをして引き出す車。

気になるモノを見つけました

Something Special

14

ビニール傘の廃棄問題を、再利用で解決 PLASTICITYの「キルティングクラッチバッグ」

日本で年間に焼却や埋め立てで廃棄されるビニール傘は約8,000万本。この問題に目を向けたのが、今回紹介するクラッチバッグだ。

材質もサイズも厚みも異なる傘を、職人が一本一本手作業で選別、解体、洗浄し、独自のプレス加工を施した生地には、窓ガラスに流れる雨のような表情「Glass rain」が現れる。素材感を生かした表面は水や汚れに強く、内側にはペットボトルの再生素

材、ファスナーにもリサイクル素材が使用され、細部まで環境に配慮されている。

ノートPCやモバイル機器などの収納を想定し、衝撃を緩和するキルティング加工が施されているのに165gと軽量なのはありがたい。スタイリッシュでありながら環境意識も高まるサステナブルなファッションアイテム。是非いかがでしょうか。



※ビニール傘そのもののリサイクル商品につき、ブラウン色や色ムラなど、傘自体の使用感が含まれます。

 合計10名様にプレゼントします。詳しくはP2へ

