

design

社会貢献が目的のジーンズ

鶴丸 直樹さん

(「サキユウ」デザイナー)



デザイナー、鶴丸直樹(43)が手がける「サキユウ」は古い織機を使い昔ながらの製法で作るジーンズブランド。メイド・イン・ジャパンと職人気質のこだわりが売りだが、3月からは新たに社会貢献を目的にした「フレンドシップデニム」の発売を始めた。新商品で使うのは西アフリカにある国ブルキナファソ産のコットンだ。人口1600万人のブルキナファソは日本ではあまり知られていないが、5歳までに命を落とす割合は3人に1人、平均寿命は50歳にとどまる世界最貧国のひとつでもある。国内の治安が比較的良好のため、紛争地域が最優先される国際的援助が行き届いていないという問題も抱える。

サキユウではフレンドシップデニム1着売れるごとに500円を、認定NPO法人日本ブルキナファソ友好協会に寄付し、井戸の設置や医療活動の資金などに充ててもらう。「これまで商品の販売を通じた寄付というと、「売り上げの一部」という表現が多かった。今回は金額と行き先、用途を商品タグで明記することで、買い手側も実際に寄付活動にかかわっているという実感がわくように考えた」と鶴丸。

■ モノを買う理由付けに

ブルキナコットンは農薬を潤沢に使えない国内事情が幸いして減農薬栽培。しかも機械がないゆえに手摘みなので、不純物が少なく良質だ。ざらついたドライな風合いを特徴とする。サキユウでは職人の手による丁寧なモノ作りを貫くことで、平均価格が2万5000円と高額だった。フレンドシップデニムはなるべく多くの人に手に取ってもらうよう、従来のこだわりの加工をなるべく抑えて、1万6800円で販売する。

それでも最近話題の激安ジーンズに比べるとかなり高いが、「社会貢献ができる」点が買い手に響くと鶴丸は期待する。「不況のせい、モノを買うこと自体にどこか後ろめたさを感じてしまう。誰もが買うきっかけを求めているので、そんな理由付けにしてもらえればいい」と話していた。

—敬称略

(ライター 佐藤俊郎)

つるまる・なおき 1967年鹿児島県生まれ。文化服装学院卒業後、88年にエドウィンに入社。企画、デザイン、生産管理などを経験し、99年に退社。2000年にジーンズメーカー、リジナルブランド「サキユウ」を開始する。

タンDEM(東京・港)を設立する。OEM(相手先ブランドによる生産)を手掛けながら、とことんこだわったジーンズを作ろうと、06年才