



ことですね。例えば、同じ型のパーカーを10枚作ったら部分的に模様や柄が違うものになります。だから少しずつ違った商品の中から、お客さんが好きなものを選ぶことができますし、バイヤーさんがお店の雰囲気に合わせてセレクトすることもできます。

また、買い手がより自由に服を選べる取り組みとして、「COMMON SLEEVE」というプロジェクトを行いました。これは、袖とボディにファスナーを取り付け、着脱可能にすることで、お客さんが服の間で袖を自由に交換できるようにしたものです。それ以前から「EAH RGHII」の「レクシヨ

ンでは、トレンチコートのボディにデニムジャケットやスウェットの袖を付けたアイテムを発表していましたが、その組み合わせをお客さんが自分で選べたらもっと楽しいのではないかと思っただけです。はじめは「EAH RGHII」のアイテムだけでしたが、次第に友達や先輩のブランドにも参加してもらえるようになり、ブランドの垣根を越えて袖を交換できるシステムができました。

僕らが選択肢を提示して、買い手が自由にものを選んだり編集したりできる。その自由度の高さが、「EAH RGHII」に特有の強みかなと思います。

#### 製作背景を知る

——ブランドを運営するうえで環境問題への意識はあるのでしょうか。

井村..もともと環境問題への意識からリメイクを始めたわけではありません。しかし昨今サステイナビリティ（持続可能性）という言葉がよく言われるようになり、私も服に携わる立場として、その製作過程を根本から知ることは大切だと考えるようになりました。そこで始めたのが、「KNOW COTTON PROJECT」です。農業の「農」と知るとい意味の「know」をかけて名付けました。これは、自分たちで綿を育て

るところから洋服を作ること、どのような背景で服が作られるのか身をもって知るという取り組みです。

河村..このプロジェクトでは和綿を使ってTシャツを作りました。その過程はなかなか大変で。和綿は今自給率0%で、産業として成り立っていません。私たちはそんな和綿を「耕さない、除草しない、肥料を与えない、農薬を使用しない」ことを特徴とする自然農で栽培しました。しかし綿の収穫量は10キロ程度と、服を作るにはあまりに少ない量だったんです。それをなんとか糸にしたらって、結局大人用のTシャツ1枚、子供用のTシャツ1枚を作るのが