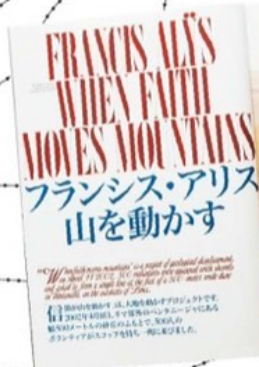


A

B

C

D



山の文化を紹介する 雑誌を創刊。



USELESS FIGHTERS

今年創刊される、山に関するカルチャー雑誌。全330ページにおよぶ誌面からは、社会派の記事からファッションシュートまで、ラムダンの版内がこれでもかと迫ってくる。気になったのは、ダキシリーズ・ゴミスというフランス人が主宰する「フレンチ・ラスト・ハイカー・クラブ」の記事。ラストファリズムと山の関係とは一体……。価格未定。国内では「代官山 高屋書店」他で7月中旬発売予定。



右の写真は、アルゼンチン南部・パタゴニア地方のアンデス山脈にあるフィッツロイ山。標高は3405m。他の写真は、世界遺産のマチュピチュへ向かって歩くインカトレイル・トレッキングや、世界最大規模の洞窟、ベトナム・ソンドン洞への道中。

「僕自身もたくさん本を読んできた。例えば19世紀の地理学者、エリゼ・ルクリュ・ヘンリー・ソローと並ぶ、アナキズムの活動家からは多大な影響を受けた。他にも敬虔に山を愛する人たちはたくさんいる。僕は洋服やお店を作るのが仕事だけれど、それだけじゃない方法で山の価値を伝えることが大事だと考えているんだ」

山と戦争の歴史……。「僕自身もたくさん本を読んできた。例えば19世紀の地理学者、エリゼ・ルクリュ・ヘンリー・ソローと並ぶ、アナキズムの活動家からは多大な影響を受けた。他にも敬虔に山を愛する人たちはたくさんいる。僕は洋服やお店を作るのが仕事だけれど、それだけじゃない方法で山の価値を伝えることが大事だと考えているんだ」

「USELESS FIGHTERS」は、無駄な戦士。という意味。山の頂上に登るって、本当にアホなことだろうか？ でもすごくバカらしくて、それこそが大好き。茶目ついたらぶらなネーミングだが、中身はシリアスに山の歴史や文化に迫る。「今、みんなが知っている山に関する知識は主に白人によって作られたもの。僕がこの雑誌で伝えたいことは、そうじゃない山の側面なんだ」

話は逸れるがラムダンは食習慣もきわめて健康的だ。ベジタリアンであり、お酒も飲まないし、タバコも吸わない。「ベジタリアンになったきっかけが山に關係しているかはわからないけど、食肉産業や漁業について考えると、気持ちが悪くなる。それに比べて、植物が育つのは自然の理。自分の健康を考えることは、地球の健康を考えることだとも思う。僕は山の汚染や、氷山が溶けていることを本当に心配しているんだよ」

だから今のラムダンの情熱は、山の文化を発信することに向いている。330ページにもおよぶ、山の文化に関する雑誌「USELESS FIGHTERS」をこの夏創刊するのそんな思いからだ。



パレロワイヤルに 山のセレクト ショップを オープン。

A YOUNG HIKER

ラムダンが手掛ける新世代のアウトドアショップ。内装の仕方は60〜70sのイタリアのヴィンテージが多いそう。○146 G alerie de Valois (Jardin du Palais Royal) 75001 Paris 12:00〜19:00 無休

「僕が話したようなアプローチは、世界中を見渡しても日本が最もクリエイティブだ。だから日本のブランドが多くなることは必然だったよ」

そしてお店とは別に自身でも、プラスチックを一切使わないアウトドアブランド (REBBER) をスタート。取材の日にラムダンが履いていたタービッシュシューズも同ブランドのアイテム。それを履いて、今は世界中の山を踏破している。

「こうした活動を通して、山への関心を持つ人が増えていってほしい。健康でいたいなら、山に行くべきなんだ」

「山に登るくらいなんだから、大袈裟に構えず、リラックスしろよっていつも思っているんだ。街着でそのまま山に行くくらいの感覚でいいんだよ。機能的だとか、歴史があるだとかじゃなくて、いかにカンファタブルで格好いいか。それが重要だ。そうした考え方で小さくモノづくりをしているブランドを応援したい」

お店に並ぶブランドは、僕らにとっては馴染み深い (MOUNTAIN RESEARCH) や (ICE) (WHITE MOUNTAIN RESEARCH) 街着としても山向けの服としても、という提案で (NONNATIVE) や (PORTER) (SASS AERAS) など入っているのがなんともラムダンらしい。

「山に登るくらいなんだから、大袈裟に構えず、リラックスしろよっていつも思っているんだ。街着でそのまま山に行くくらいの感覚でいいんだよ。機能的だとか、歴史があるだとかじゃなくて、いかにカンファタブルで格好いいか。それが重要だ。そうした考え方で小さくモノづくりをしているブランドを応援したい」

「店名はパリで最大のアウトドアショップ『オールド・キャンピング・ガイ』へのリスペクトを込めている。そこはみんなが知る大手のアウトドアメーカーを扱う古くからのショップだけど、僕が紹介したいのは、新しく面白くことをやっているインディーなブランド。スタンスの違いが明確だろう？」

その一方で、ラムダンは山にまつわるお店とブランドも立ち上げた。お店は「A YOUNG HIKER」といい、17世紀にできたショッピングモール「パレロワイヤル」の一角に売り場を構える。

	A	B	C	D	E
1				DREI BERGE'S BOOTS パフォーマンスを重視して合成素材を使用する風潮に、真っ向から中指を突き立てるラムダン。だからこのブーツはすべて天然素材。アッパーも裏地もすべて牛革で、アウトソールは天然ゴム。靴紐は耐久性のあるコットン。ラムダン自身が街から山のありとあらゆる場所で1年以上にわたってテストをしたという自信作だ。¥121,000※日本国内での販売店は未定	
3	オリジナルのブーツやギアも作ってみました。				
4					
5					
6					
7					



ラムダン・トゥアミが
今、最も熱中しているのは山だった。

Ramdane Touhami

ラムダン・トゥアミ | 1974年、フランス・モントーバン生まれ。(オプティシュー・ユニヴェルセル・ビュリ)をLVMHに売却後もクリエイティブ面を結核。2024年から山に関する複数のプロジェクトをスタート。

「いくら洋服を買いに行っても僕は健康になれるけど、山に行ったら健康になれると思うんだ」。そう話すのは、ラムダン・トゥアミだ。

「僕が以前読んだ文献によれば、標高1500m以上の場所では暮らす人たちは、そうじゃない人たちよりも平均寿命が10年も長いらしい。老人になっても生きるために起伏のある山道を歩かないといけないのだから当然だよ」

具体的なきっかけはないそうだが、7〜8歳という幼い頃から山には親しみを持っていたそうで、それは今になっても全く変わらない。

「山の何がいいって、一瞬一瞬で表情が全く変わること。緑だけじゃなくて、空や雲の形、光の粒子だってそう。見ていて飽きることがない。逆に海はどこも同じに見えるから、僕はあんまり好きじゃないんだ」

基本的なアクティビティはハイキング。日本への出張中も1日2日、スケジュールが空いたら、レンタカーを借りて山に繰り出す。ハイキングをして頂上へ。そしてまた帰ってくる。ただそれだけだ。でもラムダンは十分に満たされる。

「日本は70%が山だから、自然が身近にある。パリは一番近い山に行くにしても5時間くらいかかるんだから。みんなもつと手付かずのところに積極的に行くべきなんだ。世界的に見ても、山林がまだよく守られているほうだと思う。江戸時代に自然環境を守るための条例があったくらいだからね」

ラムダンの探求は日本にとどまらない。飛行機に乗って世界中どこへでも山に赴く。最近面白かった体験は？ と聞くと、ベトナム中部のフォンニャーゲバン国立公園にある、世界最大の洞窟、ソンドン洞に行ったことだという。

「世界最大の洞窟といわれていて、全長は約7km。1週間滞在して、当たり前だけど一日中夜だよ。まだ世界にこんなところがあるなんてね！」

好奇心こそが健康の源。その先が、昔から山に向いているってことだ。