

Cover Eyewear

右 / BARTON PERREIRA
中 / THE BARRACKS
左 / TRACTION PRODUCTIONS

Cover Design

Hidetaka Koyanagi (RAIDENSHA)

Cover Photo

Eye Ohashi

Design

Hidetaka Koyanagi (RAIDENSHA)
Ryo Takahashi

5 巻頭特集 今、気になる人……
LOVE glasses

14 忽那汐里が掛けるTokyo EyEs

23

比べて見つける 自分の眼鏡

24 比べるOLD STYLE、DESIGN、BASIC、BEAUTY…

34 同じ生地でデザインが違くと…

36 展示会を比べよう

38 日本と海外のショッパ接客を比べよう

40 ライター・伊藤美玲さん私物、PC用レンズを比べてみました

41 子どもが描いたデザイン画をリデザインすると

42 メガネとメイクの蜜月関係。メイクをしたときの眼鏡とは

43 レンズ機能を各社従来品と比較

44 バイク乗りが選ぶ眼鏡

48 眼鏡・サングラス同一フレーム大比較

50 レイバン・カリビアンに33色のカラーレンズを入れてみました

53 新作Pick Up ブランド

74 新作商品紹介

JUST WEAR IT!

98 これからは老眼鏡とは言わず、

g.g.g (グラ・ジェネ・グラス) と呼ぼう!

110 来日デザイナー

TOKYO PHOTO

114 やっぱり海外の展示会に行こう

115 眼鏡スタイリスト藤 裕美が案内する

香港特集

123 Information&Present

連載企画 インテリアデザイナー×ショッパ担当

124

第4回◎GLOSS GINZA 福井県の素材や技術を随所に散りばめたショッパ

126

おしゃれスナップ 「Francesca Sarti」



Bobby Sings Standard, ホビーシングススタンダード

1970年代前後に作られていたヴィンテージ・フレームのデザインをベースにしている同ブランド。ティアドロップを变形させたようなマスタードカラーのフレームは、サングラスのような大きめのサイズ感やダブルブリッジがナードな雰囲気だ。鮮やかなウェアに合わせ、レトロ&ポップに楽しみたい。

Eso Beso Col.05]価格2万7300円
@アナマリヤ

パンツ参考商品 / ホコモモラ デ シビラ @イトキンカスタマーサービス ☎03-3478-8088、シューズ価格1万7850円 / miista @ジャック・オブ・オール・トリーズプレスルーム ☎03-3401-5001、その他すべてスタイリスト私物

USH アッシュ

クラシカルなデザインを独自の解釈で再構築する「アッシュ」。こちらは難易度の高いラウンドを、絶妙なフレームワークで掛けやすくアレンジした1本。レンズシェイプがスクエア気味なのが、顔馴染み向上の秘訣だ。合口部分に輝くシルバーのパーツや、優しいカラーもモダンな印象をプラス。

「U-017 Col.03」価格3万3600円
@アトリエサンク

ニット価格3万3600円 / Y's、@ヨウジヤマモト青山店 ☎03-3409-6006、その他すべてスタイリスト私物





バイカーが選ぶ眼鏡

エンジンの鼓動と音楽とお気に入りの服と旅する。
自由なバイカーのアイウェアはサブカルチャーの
空気を表現するエフェクトが必要だ。



BIKER

上からアメリカ中西部の田舎に打ち捨てられた納屋で見つけた家具のように、古びた木目を再現したウェリントン。またリヘアをしながら長年使い込んだ質感を表現すべく、右のテンプルには一度折れたようなデザインを施し、その上から経年変化しにくすんだ質感の真鍮プレートを打ちつけるなど、細かい演出がなされている。コワルスキー「KB Col.03」価格4万3500円税E & E、ストリートから発信するサブカルチャーやミュージックシーンの今を切り取ったスタイリングが斬新。定番のサーモントではあるが、大きくラウンドしたリムやアセテートとメタルの変則的なパターンを描くテンプルが特徴的だ。A.D.S.R.「DIMITRI Col.02」価格1万5750円税トリブルキュー、ワインテージのような質感を醸し出しながら、そのどれも似ていないスタイリングで海外からも注目されているブランドのメタルブロー。素材には軽量のチタンを用い、マットゴールドフィニッシュとすることで流麗なアウトラインを表現しており、ブローに施したブランドのアイコンは古くから装飾に使われる七宝で仕上げている。グルーヴァー スペクタクルズ「DANIEL Col.05」価格3万3600円税グルーヴァー

伸び放題のヒゲと髪の毛、ウェインテージのハーレー・ダビッドソン。60年代のブルーカラーを中心としたアウトローバイカーを彷彿とさせる風貌の奥山武さん。彼はワークブーツに魅せられて独学でリヘア法を学び、その業界のバイオニアとして世界から注目されるブーツリヘア職人だ。ブーツのディテールに常人ならざるこだわりをもつ彼のアイウェア選びも、さぞ細かなこだわりが秘められているに違いない……と期待していたのだが、確たる方程式のような答えは返ってこない。「こういうディテールが欲しい」というような具体的なポイントはないんですね。ブーツには異常なくらいこだわりますが、それ以外はあんまり。この眼鏡もスクエアなカタチが気分だな〜と欲していたところに、友達が薦めてくれたので」と、グル

ーバーのレキシントンというモデルを選んだという。「あんまり気合が入ったデザインは好きじゃないんですね。どちらかというと、昔の靴職人が掛けていた眼鏡や、安っぽいバイカーシールドみたいな等身大のワーカー的なモノが欲しかったです。ブルーのレンズでカスタマイズしてある点もそれを裏付けている。「これもブルーがカッコいいな」というのが一番。強いて言うなら掛けたり外したりが面倒で、室内での作業中も夜にバイクに乗るときでも、ずっと掛けていられるからですね。基本的にモノ選びは無頓着。だが自分が楽してきたライフスタイルや傾倒するカルチャーで得た感性に合わない箇所はカスタマイズするのが奥山流。だから身に着けるすべてのモノがリアリティを帯びているのか。

奥山武さん

ブーツリヘアショップ「福祿寿」主宰。練りコルクを用いたグッドイヤー製法から、難易度の高いステッチダウン製法まで独学で習熟。技術力と仕上げの良さが国内外で評価されている。
<http://www.hukurokuju.com/>



DITA

その名のとおり、猫の模様を思い浮かべるこちらのモデル。トレンドであるプラとメタルのコンビも◎。アバンギャルドなデザインにもかかわらず、とても上品な仕上がりも魅力だ。ディータ「BENGAL(上) Col.L.BROWNCRYSTAL、(下)BLACK」価格 4万8300円 ©DITA LEGENDS代官山本店

HAMAMOTO

メタル素材の加工技術ではトップと評される浜本テクニカルのオリジナルブランド。こちらは、極薄のプラスチック枠にステンレスシートを挟みこんだ三層構造でできている。600トンを超えるプレス機材が揃う浜本テクニカルだからこそできる技。ハマモト「HT-503 Col.6」価格 2万3100円 ©浜本テクニカル



「james-8 Col.179」
価格4万2263円



「grace Col.11」
価格5万715円



ミュージシャン
芳垣安洋

打楽器奏者。ROVO、Orquesta Libre、Orquesta Nudge! Nudge!などのバンド活動のほか、演劇の音楽制作も行なう。文学座「ガリレイの生涯」、TV「あまちゃん」のドラム担当。
<http://y-yoshigaki.com>



「coratina Col.352」
価格4万1055円



テオ百景

theo
hyakkei

「mango Col.9」
価格5万7450円



「eye-witness TA Col.284」
価格5万3151円



同じ人でも、タイプの違うモデルを掛ければ雰囲気や気分を変えられるのがテオの魅力。職業や年齢に関係なく、その人に似合うテオが必ずある。

Photo/TAKA
Styling/藤 裕美 Toh Hiromi
Text/モード・オプティーク編集部 MODE OPTIQUE

「allumettes Col.310」
価格5万3130円



「jeanneke pis Col.193」
価格4万7900円



学生

Wilde Moe
ウィルデモエ

都内に住む現役中学生。最近、趣味のバレエやダンス、フィギュアスケートなど習い事を楽しむ毎日。



「mango Col.9」
価格5万7450円



グランド
人生で最上の世代を楽しめっ!!

これからは老眼鏡 とは言わず

グランド・ジェネレーションとは

センスがあって知識や経験も豊富、活発なシニアが多くなってきたことを受け、作家・脚本家の小山薫堂さんが命名し、提唱しているのがアクティブなシニア層を指す新しい呼称「グランド・ジェネレーション」。略してg.g.。グランドという単語は「尊大な」、「最高位の」という意味を持つことから、もっとも偉大なる世代、という意味を込めたという。「高齢化社会を嘆くだけでなく、その世代の消費を促すアイデアがこの国には必要」と小山さん。現在、さまざまな業種の企業がこのムーヴメントに賛同している。

(gland)

ガラ



ジェネ

(generation)



グラス

(glasses)

と呼ぼう

呼び方がほんの少し変わるだけで視点が違って、売り手もユーザーもポジティブになれるんです。

小山薫堂さん

放送作家・脚本家、ラジオパーソナリティなどの肩書きをもち、代表作に『世界遺産』や『料理の鉄人』などの構成、米アカデミー賞外国語部門賞を受賞した映画『おくりびと』の脚本を手がけた。現在は、大学教授、下鴨茶寮主人等、多方面で活躍中。

素敵な称号。
素敵なジェネレーションの
素敵な眼鏡だから
『モード・オプティク』はあえて
老眼鏡とは言わない。
これからは
ガラジェネグラスと呼ぼう!

目を細めて新聞を読むようになった時、改めて思う。「ついに年をとったんだ」と……。でも悲観することなんかない。大人だけの楽しみがこれからたくさん待っているのだから。たとえば眼鏡がそう。昼下がりのオープンカフェで読書をするシチュエーション。ここではリーディンググラスがもっともドラマチックな小道具。こんなシーンは若者では決してサマにならない。そう、歳を重ねた人だけの特権。年齢を味方に付けるコツさえ心得てしまえば、これほど楽しいことはない。だからネガティブな想いはかなぐり去ってしまおう。グランド・ジェネレーション。グランドは最上級を意味する

Text / 実川 実 Jitsukawa Minoru

lafont

@ 渋谷ハチ公前

渋谷や原宿も好き。だけどつまみ浅草橋のような下町も退屈しない。

歩きながら発見することは多い。裏路地を行けば日本の本当の姿があるんだと思う。



来日
10
回目

来日
3
回目



[LAF-LEGD-743]
価格 4万4100円税イワキメガネ

lafont

トーマ・ラフォン(左) & マチュー・ラフォン(右)

すでに何度も来日しているおふたりは日本について尋ねた。「日本は武士道のようなトラディショナルな面とオタクやハイテク文化が同じエリアに共存しているのがほかの国とは全然違いますね。そして表通りから小路に入れば小さなディテールに至るところにある」とトーマ氏。マチュー氏も続ける。「眼鏡を見るとともに小さなディテールに着目して、そのなかに付加価値を

理解しようとするところに日本人の努力を感じます」
「COMÉ」を初めとする今回のアイウェアウィークは世界中の関係者が注目しているという「SILMO」の実行委員長を務める父フィリップ氏も同じ地域で同じ日程、異なる組織で共同に行なわれた点で「アイウェア界の世界的な出来事」だと言っているとか。「日本のお客さんはデザインの見込みが広く、もっと新しいデザインや高い技術を求めますね。じつは、ヨーロッパは選択幅が狭い。だから新しいデザイナーは日本の市場で好評を得ればメジャー、不評だとマイナーみたいな目安があるんです。また、日本人が大事にするのは高いクオリティとオリジナリティ。単なるプロダクトではなく背景にデザイナー本人がいてさらにディストリビューターやジャーナリスト、オプティシャンの関係が重要。携わる人の付加価値がプロダクトを活かしている。まさに「ウイズアウト・ビープル、ノー・プロダクト」といえるでしょうね」とふたりは言う。

来日デザイナー

TOKYO PHOTO

春の展示会時に来日した3ブランドのデザイナーと渋谷&青山めぐり。いま、日本のマーケットをどう捉えているのか、東京のスポットをどう感じたのかを聞いた。

写真/TAKA 文/実川実 Jitsukawa Minoru (lafont/FLEYE)
加藤亮介 Kato Ryosuke (Jeremy Tarian)



モヤイ像前や渋谷の交差点でも撮影を。このあと、お気に入りだというラーメン店へ。

Jeremy Tarian

ジェレミー・タリアン

週2回は陶芸に勤しみ、9月に個展を開催予定というジェレミー・タリアン氏。新進気鋭のアイウェア・デザイナーとしてだけでなく、アーティストとしての才覚も発揮している。そんなタリアン氏に最適なスポットとして、東京・青山にある岡本太郎記念館へご案内した。「とてもカナルで素晴らしいアートがいっぱい。日用必需品まで、あらゆるモノをアートにしているところもいいですね」と、ご満悦。カラフルでアイティストイックな作風だけに、共感できる部分も多いようだ。「僕は2ヶ月ごとに新作や新色をデザインします。色やアートを楽しむのが好きだから、こういう空間に身を置くと、楽しくしょうがないんですよ!」顔のモチーフを見つめるたびに、自らのサングラスをコーディネートするような茶目っ気も見せてくれた。じつは、酒脱で爽やかなバリジャンである。



岡本太郎記念館の庭園(左上)とアトリエ(右上)にて撮影。こちらのプロウタイプ(左)など、春の新作をひっそりとした初来日だった。



[CHARLOT Col.EAH002501]
価格 4万1475円税ブリッジ



[Funky Col.636]

FLEYE

アネット・セスト・エスト

1996年に、iOFTで初来日してから、毎年欠かさず日本へ来ているアネット氏。「最初からグローバルな市場を見据えていて、最近では世界中の人が調整して掛けられるノーズパッドを開発したのよね。日本の市場は近年では経済的な問題があつて少しおとなしいと思うけれど、それでも日本はいつ来てもエキサイトな国だと思うわ。もちろんビジネスもだけれど、ショッピングも楽しみのひとつ。ホームウェアや洋服、靴……。日本のプロダクトは細かなディテールに凝っていて小さなモノひとつとっても、さまざまなストーリーが取り巻いているところが好きです。モノ作りの奥深さを感じさせてくれる部分は、私のデザインするアイウェアにも影響を与えている。それは、1本のアイウェアを語るための小さなディテールが必ず凝縮されているところ。ある意味、日本式のモノ作りといえるかもしれませんね」



新作はデンマークの照明ブランド、レクリントからヒントを得て生まれたという