

USH

アッシュ

香港のアイウェアショップ "ヴィジュアル カルチャー" とスタイリスト・熊谷隆志氏のブランド "ネサーンス"、そしてアッシュという壮大なトリプルコラボ。眼鏡界では暫し鳴りを潜めているツーポイントだけに、ファッション界を絡めたその出馬は、とてつもなく大きな動きを予見させる。[UFO-049 Col.5] 価格 3 万2400円 『プトリエ サンク全03-3780-1200

タンクトップ各8500円間リーミルズ エージェンシー/ヴェイル☎03-3473-7007、9 mm淡水パール 5 万2000円間ヌークストアー/ソウス☎03-6416-1044、shellyネックレス 1 万2000円間ジャーナル スタンダード ラックス 渋谷店/コーポラティヴ ドゥ クリエイション☎03-5457-0844、腕時計(オイスターパーペチュアル)32万4000円間ダズリング/ROLEX☎03-3475-6677

MYKITA + Maison Margiela

マイキータ+メゾン マルジェラ

メタルフレームの中でも'70年代以降、長らく見なかったツーブリッジの大ぶりスクエア。まさにギーク(ダサカッコいい)最前線のシェイプをマルタンマルジェラのセンスと、マイキータ持ち前のシートメタルのコンストラクションでスタイリッシュにアップデートした。 [MMESSE-007 Col.E6] 価格 6 万1020円 ⑮マイキータ ジャパン☎03-3409-3783 クレープドレス 4 万5000円®クォータリー 青山店/アルベルト ビアーニ☎03-6418-5780、カットソー9000円 ®ビショップ/サンスベル☎03-6427-3710、パールリング88000円®ジャーナル スタンダード ラックス 渋合店/コーポラティヴ ドゥ クリエイション☎03-5457-0844、ブレスレット1万4000円®プレイマウンテン/メリッサ ジョイ マニング☎03-5775-6747

銀座ウエスト

●東京都中央区銀座7-3-6☎03-3571-1554◎9:00~23:00(土曜・日曜・祝日11:00~20:00)係なし

■ホットコーヒー972円

23 mode optique



独特の玉型や色合い、どこを切り取ってもお馴染みの作風である。しかし今回発表されたのはなんとアルミのコレクション。軽量性が魅力だが加工の難しい素材を遂に手懐けた、その情念とアイデアに敬意を表したい。「AL13 TYPE 5 Col.04」 価格未定向LDJ ロジスティックス



見るための道具にして魅せる、あるいは 魅入るアクセサリー。ブリッジの彫金を 始め、均整のとれた玉型から伸びる智、美 しいテンプルの曲線……。世界の男が今、 万年筆や革小物と同じ嗜好性をこの 1 本 に見出している。「FRAN Col.641」価格 3 万5640円剛G.A.イエローズ

45 MODE OPTIQUE 44

情

世紀のイタリアには52のメガネ製造会社があったためか、メガネは大量生産されるようになり、15ロッパ、北イタリアと言われている。需要があった 「メガネ」が発明されたのは、13世紀後半のヨ 日本にも15世紀にはメガネが渡って

教師フランシスコ・ザビエルが山口・周防の大名 メガネに関する最も古い記録は1 ノが徳川家康にメガネを献上したという 年には、スペイン使節のセバスチャン・ビ

軍、足利義政(14356

久能山東照宮に残されているが、それがビスカイ 現在、家康の愛用した「阿蘭陀眼鏡」は、静岡県

江戸時代にメガネは、長崎などで作られていた。 ネの製法を学び、それを伝えてからだという .時代初期、朱印船船長の浜田弥兵衛が南蛮でメ 日本でメガネが作られるようになったのは、江 西洋では、メガネを使うのは上流階級の人々や

が「老眼鏡」としてメガネを使用したのである。 日本の特徴は、上流階級だけでなく、職人もメ あった。年を取って本が読めなくなった人

るために、ものをはっきりと見たい」という日本人ジが世界で定着したが、それは、「丁寧な仕事をす 明治時代以降、「日本人=メガネ」というイメ



主 な 出

来

事

流 行 語

ガ ネ 関 連 の 出 来 事

や

流

行

メ

ガ

ネ

有

名

人

木村屋「あんパン」を発売

ハム・ベル「電話」を発明

戦争。西郷隆盛が自刃

ン「白熱電球」を発明

ヅフの兄弟』発表

すててこ踊り」が流行

青(おもと)の栽培大流行

/ エ、ルー・ザロメに失恋 スで「ジャポニスム」人気

文明開化とともに、 西洋から最新のメガネが 輸入され始めた。 高価な西洋メガネを かけることが、 成功の証のような 風潮が生まれ、 眼の悪くない人も メガネをかけるように なったそうだ。

二葉亭四迷『浮雲』

で「コックリさん」大流行

イル『緋色の研究』

ーマン「万年筆」を発明

海道本線全線開通



明治時代のジャーナリスト宮武外骨は、 『流行新聞』に「最近はベラボーに大きな 眼鏡をかけることが流行して、 トンボの目玉よろしくであるが…」などという 記事を書いている。





朝倉松五郎は、明治9年に 37歳で夭折してしまった。

クレイトン フランクリン CLAYTON FRANKLIN since 1995 designer 室田亨他3名 reference ヒエロハウス



カズオ カワサキ Kazuo Kawasaki since 1985 designer 川崎和男 reference MASUNAGA1905

カムロ KAMURO since 1984 designer 小野寺慎吾(チーフ) reference カムロ オフィス

ジュジュビー JUJUBEE since 1984 designer 小原芳晃 reference グラスルーツ



マスナガ シンス 1905 MASUNAGA since 1905 since 1905 designer reference MASUNAGA1905







寺に残されているが、それは、室町幕府第8 れる。現存する日本最古のメガネが、京都の 490年)が使用 江戸時代の日本の特異なところは、 メガネが「読書」のためだけでなく、 「仕事のための必需品」として、 一般庶民にも浸透していたことだそうです。 静岡県久能山 東照宮に残されている 徳川家康のメガネ。 4 京都大徳寺に 残されている 日本最古のといわれる 足利義政のメガネ。 メガネを献上された といわれる大内義隆。 細かな作業をする筆職人

55 MODE OPTIQUE

アングラーにとって、偏光レンズを搭載した高機能サングラスは ロッドなど他のフィシングギアと同じくらい大切なもの。 一日中変化し続ける水面からの乱反射は、集中力を奪っていく。

FUN Fishing

ジャケット/ジャイアントセダーズレインスーツ価格 5 万760円、ベスト/ヘンリーフォークVベスト価格 1 万1880円、ショーツ/カシュマンショーツ

価格6372円、長靴/ラディ価格8640円すべてコロンビア®コロンビアスポーツウェアジャパン600120-193-821、イスはスタイリスト私物

エイチフュージョン

[HF-903]

価格 3 万5640円

手元の細かな作業にも便利な跳ね上げ式。クラシカ ルなセルフレームでこのタイプは貴重。ダンディな フィッシングスタイルの仕上げに選びたい。 問オプト・デュオ☎0778-65-2374



A. [tycane pro L]

価格 2 万5920円

レンズ両面に撥水加工済み。水に落としてもバンド についているフローターが浮いて水没を防止する。 間マスターズ アイプロテクション ジャパン 00120-926-124

B. [U9 Güntzelstraße]

価格10万5840円

自然に馴染むグリーンカラーのステンレスフレーム を採用。広い視野と軽快な掛け心地が集中力を生む。 ®アイシー! ベルリン ジャパン☎03-6804-2064

ジール オプティクス C. 「サルト F-1502」

価格 4 万1040円

サイドからの光も遮る立体的なデザインのフロン トを持つ単式フリップアップのサングラス。 間グレンフィールド☎06-6783-6417



Address: Nationalstraat 141 B-2000 Antwerpen 月土 10:00-18:00 www.e-blonde



ウィンドウ ディスプレイ 創業当時から、私物を使 用し店主自ら手掛ける。だ いたい1ヵ月半程で変更。 「ディスプレイは生き物」と 話すだけあり、24年間一度

も同じものを使用した事がな いこだわりっぷり。

作業場もおしゃれ

「心地よく作業ができるようにスペース をゆったりとっている」とオーナー。ど こも整理整頓されていて、見えないス ペースの空間作りにも脱帽。自分の 机に花を飾る感性もGOOD。







店内

美容室のような

創業以来、5回目のリ ニューアルはヴィンテージ のヘアドレッサーをメインに した店内。すべてオーナー

の感性で自身のヴィンテー ジコレクションの家具を使 用している。



ショップ・イン・ショップ

奥のエリアはあえて印象を変え、イン ショップ的な考え方。非売品のレア な商品を中心に展示されていたり、 ゆったりソファに座りながら接客。常 連さんや選ばれしお客様の空間。



入口を入ると左にはガラス棚に展示

まずは

L• e.blondé optiek

まずウインドウディスプレイに興味をそそられるお店。そしてお

店に入ると昔のヘアドレッサーのような店内が広がる。ヴィンテ

ージ家具のコレクターでもある店主の世界観が満載なのだ。アー

トやファッションに興味があるお客も多く、店主に憧れている学

生も多い。「ブランドを売りたくない」と言うだけあり、店主の感

性で選ばれたフレームが新旧問わず販売されている。接客は完全 にスタッフ主導でスタイリング。その実力はロコミの高さで納得だ。

> された15本ほどの眼鏡。まずはここ でカウンセリングし、眼鏡選びがは じまる。「ちょっと違うな」と思った お客様はだいたいこのエリアの段階 で帰る仕組み

カウンセリングから





植物や珈琲で リラックス

入口、視力検査室、作業場 にも植物が置いてある。お客 様がゆっくり眼鏡を選べるよう にお茶のサービスも。「眼鏡を 売る」だけではなく、「空間や 時間を楽しんでもらう」気遣い を感じる。



自宅とショップに共通点

店主の自宅には数々のヴィンテージ家具や雑貨 があり、一部はギャラリー空間も。ユーザーに 指示され続けているお店は、店主自身に魅力 がある。お店も自宅も感性が反映されている。





アートの必要性

お客様の多くがアーティストやファッ ションを学んでいる学生が多い。店内 に飾られたアートで眼鏡以外の話しが 盛り上がる事も。店主のいろんな話し を聞きたくて訪れる客も多い。



ナビゲーター

1997年からテオの日本のレップ。 ベルギー出 身。業界の中で彼を知らない人はいないと言っ ても過言ではない程、日本でテオの世界観、 魅力、モダンアイウェアビジネスをショップ、プ レス、エンドユーザーに広めた立役者。

アントワープ編

「アントワープ6人衆」の出身校、アントワープ王立美術アカデミー などがありファッションの街としても有名。そんなお洒落の街で 人々に指示されているお店の理由をテオのレップ、クルトに聞いた。

Photo&Text/ 藤 裕美 Toh Hiromi Illustration/ 塩澤文彦 Shiozawa Fumihiko

ブランド発足当時から、常に眼鏡業界の常識を変えるデザイ ンを生み出し続けているテオ。テオと言えば、社長のウィム とデザイナーのパトリックを思い浮かべる人も多いだろう。 実はそれ以外にもテオの世界観には欠かせないデザイナー達 がいる。彼らがデザインしているフレームを聞くと有名モデ ルの数々が。知ってるようで知らなかったテオのデザインチ ーム。この個性の違う彼らを軸に、これからテオがどう進化 しどう変化するのか楽しみだ。



デザイナー。1994年パトリックの会社 "HOET"に入社。コレクションの企画やデ ザインを考え、ウィムとパトリックに提案し製作 する。絶対の信頼を置かれ、両氏のバランス 役にもなっている。



ロダクトデザイナー。2008年から "theo by James"コレクションに携わる。彼ならではの おもしろい発想には定評がある。ディスプレイ も担当。



代表取締役社長。1987年、デザイナーのパ トリックとともにテオを設立。新型のコンセプト やフレームセレクト、素材やディテールに至ま で最終決定はすべて彼が行なう。テオの核と なる人物。



ベルギーのファッション&靴のデザイナーで もありオペラや演劇の衣装も手掛ける。 2008年、サングラスコレクション "Tim Van Steenbergen"をセルジュとともに手掛ける。

テオのオフィスの ● キーパーソンはこの人物

theo www.iliketheo.be





メインデザイナー。1987年、代表取締役社長 のウィムとともにテオを設立。今なお、コレクショ ンの多くをデザイン。ディスプレイなども手掛け ている。ほかのデザイナーの重要なアドバイ ザーでもある。





壁画などを手掛けるアーティスト。2015 年、セルジュがデザインしたフレームに彼 の描いたアントワープの象徴的なキャラク ターが描かれた絵を使用したコレクション が発売された。(P16参照)