

Cover Eyewear
MASAHIRO MARUYAMA

Cover Design
Hidetaka Koyanagi(RAIDENSHA)

Cover Photo
Akemi Kurosaka

Design
Hidetaka Koyanagi(RAIDENSHA)
Yuya Hashizume
Tamao Ito
Ryo Takahashi

9 気になる眼鏡情報 LOVE GLASSES

14 グラスフィッター森一生さんスタイリング

小芝風花さん

「私、眼鏡の役が3回続いているんです」

20 来日デザイナーによる

My Favorite Japan

PARASITE デザイナー ヒューゴ・マーティンさん

JEREMY TARIAN デザイナー ジェレミー・タリアンさん

JULIUS TART OPTICAL アドバイザー リチャード・タートさん

theo / Hoet デザイナー パトリック・フートさん

28

特集 創刊20周年

ドイツブランド「フロスト」も20周年

30 「モード・オブティーク」スタッフによるアンケート実施

時代を創った眼鏡フレームはこれだ!

36 **スペシャル対談1**

グラスルーツ顧問 澤 英雄さん

×

銀座三越 メガネ 責任者代理 山本 武さん

38 **スペシャル対談2**

ポストンクラブ 代表取締役 小松原一身さん

×

フォーナインズ 代表取締役 飯村祐一さん

40 **スペシャル対談3**

ザ ライト ディレクター トーマス “トミー” オガラさん

×

テオ ジャパン クルト ヴァンオーステルウェークさん

42 **スペシャル対談4**

アール・シー・ピー 代表取締役 今井久恵さん

×

メガネ アンド ミー 塚越清香さん

44 ジャン・フランソワ・レイさん「30周年を語る」

46 世界が認めたリンドバーグ

© WORLD PHOTO PRESS
(禁・無断転載)
平成29年1月20日発行

●今号で掲載している眼鏡フレーム・サングラスに関する問い合わせは、143ページの【メーカー&ショップ問い合わせ先リスト】をご覧ください。
●掲載されている商品の価格は、2016年11月現在の調べによるものです。また基本的に消費税を含んだ税込み価格の表示です。

49 SILMO 2016

- 50 ニューブランド
- 52 トレンド
- 54 ロングインタビュー I.a.Eyeworks ゲイ・ゲラルディさん
- 56 ブランドスタッフの眼鏡姿
- 58 ファッション性の高いサングラス
- 60 新作眼鏡 ピックアップ
- 68 デザイナーに“ハマっていること” & 新作眼鏡を聞きました
- 72 注目のフレーム
- 75 デザイナーの頭の中を拝見 iPhone写真
- 78 パリのお土産セレクト

81 テオ百景

97 日本の アイウェア展示会 2016

- 97 iOFT
- 106 ウォルフガング・プロクシュさんインタビュー 新コレクションを語る
- 116 アイウェア・オブ・ザ・イヤー2017 各部門受賞フレーム詳細
- 119 SITE
- 124 LIGHT BOX EYEWEAR COLLECTION

126 女性がひきたつ眼鏡

- 131 JUST WEAR IT ! 新作眼鏡紹介
- 142 NEW SHOP
- 143 問い合わせリスト
- 144 バックナンバー紹介



グラスフィッター 森一生によるスタイリング

小芝風花

「私、眼鏡の役が3回 続いているんです」

注目の若手女優のひとりとして人気の小芝風花さん。
ここ最近眼鏡を掛ける役どころが多いという。
プライベートでも眼鏡を愛用する彼女に
グラスフィッターの森 一生さんがスタイリング。
顔の小さな彼女にマッチした眼鏡姿をご覧ください。

Photo/竹内裕二 Takeuchi Yuji (BALLPARK) Styling/森 一生 Mori Issei
Styling/山本隆司 Yamamoto Takashi Hair&Make-up/小坂沙織 Kosaka Saori
Text/加藤亮介 Kato Ryosuke

眼鏡propo「IRIS Col.522/64」価格2万8080円®プロボデザイン、
ニット価格2万8080円/kha:ki@susu PRESS☎03-5772-5454

PARASITE デザイナー
ヒューゴ・マーティン

秋葉原
電気街

来日デザイナーによる My Favorite Japan

来日したデザイナーに、日本の好きな場所や好きなもの、
行ってみたいところなどをインタビュー。そこへ一緒に行くと、
展示会でお会いするときとは異なる一面をみることができました。

Photo/徳永 彩 Tokunaga Aya

フランス人デザイナー、ヒューゴ・マーティンさんは大の日本好き。すでに10回を超える来日で、ほとんど毎回秋葉原には出掛けるという。この日もストリートファイターでのフィギュアに我々取材陣は驚き、フィギュアのショップなどお店情報にも詳しく、いろいろと案内をしてくれた。撮影後も飛行機までのわずかな時間に、家族や自分へのお土産を購入しに行く手を振って去っていく姿がなんとも楽しげでした。

1995年

Lunor
ルノア
「Lunor IJ0 GP」
価格6万6960円
©グローブスボックス エージェント

スライド式伸縮テンプレの絶妙な手応えに、神がディテールに宿ることを直感させられた。生ける眼鏡のデータベースともいべきゲルノット・リンドナー氏のデザインは、時代に左右されない眼鏡のあるべき姿を魅せる。(加藤さん)



1996年

999.9
フォーナインズ
「S-10T」
©フォーナインズ

ブランド初のチタンフレーム。テンプレにアールを付け、表裏の厚みの強弱で弾性を生み、負荷を分散させるという発想が極めて新鮮だった。なにより掛け心地を優先する、そんなマニフェストを鮮明にした一本だったように思う。(飯島さん)



1996年

ic! berlin
アイシー!ベルリン
「Jack」
©アイシー!ベルリン ジャパン

ステンレスは素材としては眼鏡に適していると言われているが、ろう付けが難しく浸透していなかった。そんななか、ネジを使わず、かつ手だけで簡単に着脱できるそのアイデアに衝撃をもたらした。(藤さん)

デビューが衝撃的という点では、この20年で右に出るモノがないブランドでは、「シートメタル」という、第3のカテゴリーを作ってしまったブランド。インダストリアルなデザインも、当時、ほかに存在せず斬新だった。またドイツのアイウェアに目を向かせるきっかけにもなった。(長谷部さん)



時代を創った眼鏡

ここ20数年の間で、印象に残っているフレームをモード・オブティークで普段お付き合いのあるライター、編集者、スタイリスト、グラスフィッターの7名にアンケート。それぞれ3点挙げていただき、こういった点が衝撃だったのかをご紹介します。時代を象徴する眼鏡はこれだ!

Photo/宮坂政邦 Miyasaka Masakuni (WPP)

theo
テオ
「theo eye-witness AJ」
©テオ・ジャパン

奇抜で斬新なデザインならほかにもある。だが、このように作り手の精神性が滲み出たようなフレームはそれまで見たことがなく、とても感動した。これはデザインワークではなく、アートワークなのだと思える。納得したことを覚えている。(飯島さん)

左右非対称やリムを片方だけ切り離して糸で結ぶといった発想に、まだ当時宝探的に海外フレームを求めていたメガネ鎖国解禁間もない日本人バイヤーみんなにとって大きな衝撃を受けたと思います。(森さん)

1994年



1994年



I.a.Eyeworks
エルエー・アイワークス
「Luck」
http://www.laeyeworks.com

大きな眼鏡が主流だった時代に、極小レンズシェイプはとにかくおしゃれに感じました。ブリッジやテンプレエンドもポップなそのフレームは、眼鏡がファッションだという意識の象徴だった。(藤さん)



ライター 飯島秀明さん
アパレル企業にてプレス業務を経験したあと、フリーライターに。現在は雑誌媒体を中心にウェブサイトなどでも活動中。「モード・オブティーク」には創刊号からライティングに関わる。



眼鏡ライター 伊藤美奈さん
出版社勤務を経て、2006年にフリーライターとして独立。眼鏡をメインに国内外の展示会や工場などを取材し、眼鏡専門誌やモノ雑誌などに執筆中。本誌はVol.25から参加。Instagram: @eyewear_note



ライター 加藤亮介さん
プロダクト情報を中心に雑誌やウェブなどで執筆するフリーライター。アイウェア関連の記事については、約20年間に渡って手掛けている。きっかけは成り行きだったのだが……。



ライター 実咲さん
2003年のvol.13より「モード・オブティーク」に参加。以来、フランスのシルモ展や海外ブランドのヘッドオフィス取材を経験する。デザインの裏にカルチャーあり、な眼鏡に食指が動くフリーライター。



眼鏡スタイリスト 藤裕美さん
ショップ経験後ドイツに渡って眼鏡作りを学んだの帰国。世界各国を飛び回り、新しい眼鏡の発信を続けている。著書「めがねを買いこ」(WAVE出版)、「あなたの眼鏡はここが間違っている」(講談社)



フリーランス編集者 長谷部 教さん
編集者、雑誌屋。元モノ雑誌編集長。2016年9月からフリーに。現在は「SILLY」、「eyescream.jp」などに関わる。眼鏡の取材は90年代半ばから続けており、数100本の眼鏡を所有する。



グラスフィッター 森一さん
アイウェア専門店で15年間のキャリアを積み、グラスフィッターとして独立。映画、ドラマ、CM等に使用するアイウェアのコーディネートを行い著名人のアイウェアスタイリングも多数手掛ける。

選んだ人

frost
フロスト



デザイナー
Marion Frost



「DIVA Col.lilac-orange」
価格3万5532円
@フロスト ジャパン

紙



「paper doesn't blush.」ということ
わざがあります。あなたのアイ
デアは何でも、すべては白いシー
ト上に小さなメモや草稿から始
まります。私にとっては、紙は本
当にオールラウンドです。

FREDERIC BEAUSOLEIL
フレデリック ボーソレイユ



デザイナー
Frederic Beausoleil



「STR11 Col.859」
価格3万9960円
@トゥーランドット

.....



理由は.....
これを見たら言葉は
いらないと思う。

HENAU
エノウ



デザイナー
Marc Delagrange



「MURIELLE Col.R63」
価格4万9680円
@LDJロジスティック

アート



私は仕事以外のときは
アートの創作に没頭。こ
の写真は私の作品。私
達の店は眼鏡店である
と同時にアートギャラ
リーにもなっていて、大変
多くの芸術家と交流して
います。

H-fusion
エイチ フュージョン



デザイナー
毛利勝博



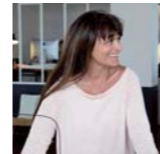
「HF-125 Col.02」
価格3万4560円
@オプト.デュオ

キャンプ



いろんなテントの中でも、
特にこのドーム型のスリ
ープ式テント。ほかにも
実家にある薪ストーブ。
薪も自分で割っています。

ANNE & VALENTIN
アン バレンタイン



デザイナー
Anne et Valentin



「TWO Col.H28」
価格5万760円
@グローブスベックス エージェント

アート。特にデザインと建築

Le Corbusier, Sottsassなど。

映画

Xavier Dolanの作品は狂おしいほどまでに私を魅了します。
彼こそ映画界の次世代の「恐るべき子供」です。

音楽

私達がスタジオで仕事をする際に
音楽は欠かせません。
お気に入りの一部をご紹介します。

Nina Simone, Live at Montreux
Chilly Gonzales, Solo Piano I and II
Christine and the Queens, Chaleur Humaine

AKITTO
アキット

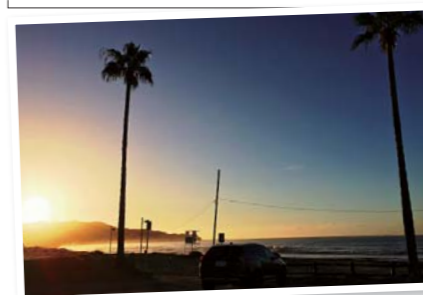


デザイナー
川上明仁



「nuf Col.PU」
価格4万5360円
@キット

サーフィン&フィッシング



自然の強さと
美しさに毎回
圧倒されます。

J.F.REY
ジェイ エフ レイ

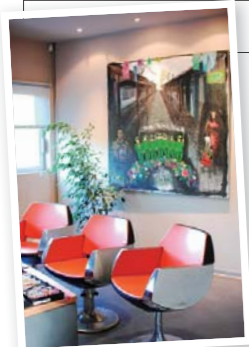


デザイナー
Jean-François Rey



BOZ 「DRING Col.1000」
価格3万8800円
@J.F.REY BOUTIQUE TOKYO

肘掛け椅子



これらの肘掛け椅子はいつも
私の机の前にあります。それを
私は毎日の眺め、私の毎日
のお気に入りの風景です。非常
にバランスのとれた美しさとデ
ザインコンセプトは完璧です。

ic! berlin
アイシー! ベルリン



デザイナー/CEO
Ralph Anderl



「Kathi B. Col.ROSE GOLD」
価格5万4000円
@アイシー! ベルリン ジャパン

ベルリンのSOHO House



本社の隣にあるビルです。会員制のク
ラブで、写真は屋上のプール。ベルリ
ンにいるときはほぼ毎日、ここに通っ
ています。

FACTORY900
ファクトリー 900



デザイナー
青山嘉道



「FA-340 Col.473」
価格4万5360円
@ファクトリー900トーキョーベース

お酒



やはり
日本酒かと。

Bobby Sings Standard,
ボビー シングス スタンダード



デザイナー
森山秀人



「BRX-14 Col.03」
価格4万3200円
@アナマリア

古着



最近だと、60年代のスカジャン。
淡いグリーンの色目とかなりゆっ
たりめなサイズ感、そしてネズミ
にしか見えないウサギの刺繍が
決め手となり、即購入。

日本の アイウェア 展示会 2016

in JAPAN

iOFT@ODAIBA..... p97
 SITE@SHIBUYA..... pl19
 Light Box
 EYEWEAR COLLECTION
 @AOYAMA..... pl24

▼ まずはiOFTから

今年も10月上旬に、東京ビッグサイトのiOFTをはじめ都内各所でアイウェア展示会が開催された。今シーズンも全体としてはオーセンティックなスタイルが主流だが、その表現は各ブランドごとに個性に富み、カラーリングやディテールで魅せていた。ここからは本誌がピックアップした新作モデルを一挙紹介！

Photo/熊谷義久 Kumagai Yoshihisa 青木健格 Aoki Takenori(WPP) Text/伊藤美玲 Ito Mirei 小堀真子 Kobori Mako 実川実 Jitsukawa Minoru



O&X NEWYORK

オーアンドエックス ニューヨーク

上/ブルーのグラデーションにホワイトベースの柄生地という、空を思わせるようなカラーリングが美しい1本。ラウンド気味のボストン型で、顔馴染みも良好だ。「OP-J39 Col.04」価格2万520円、下/表がカーキ、裏がミントのツートンカラーを採用。フロントサイドを段落ちさせて裏のミントを覗かせることで、シートメタルに立体感を与えている。「OT-8052J Col.2」価格3万240円◎ネクサス

VIKTOR&ROLF VISION

ヴィクター&ロルフ ヴィジョン

今季はトレンドのフラットレンズを使用したサングラスが充実。上のモデルはそのひとつでレンズをシート状のリムの前面に取り付け、その透け感までデザインに落とし込んだ構造が秀逸。下は、'90年代を思わせる小ぶりなラウンドのレンズ部分に、ボディピアスをイメージしたというメタルパーツをオン。目元のクールなアクセントに。上/「71-0129 Col.2」、下/「71-0125 Col.1」価格各3万240円◎村井



CHARMANT

シャルマン

上/5本のエクセレンスチタンが繊細なラインを描くテンブルとヨロイを、大粒のグリーン&ブルーのスワロフスキーで装飾。シックな色合いの煌めきが目元をエレガントに彩る。Line Art CHARMANT「XL1452 Col.BK」価格6万9120円。下/肌に優しく高い弾力性を誇るZチタンをテンブルに使用。旬のラウンドを、柔らかな掛け心地で楽しめる。CHARMANT Z「ZT19818 Col.GP」3万7800円 ◎シャルマン カスタマーサービス

Kamuro

カムロ

上/ひらひらと揺れるスカートの裾のような意匠のテンブルは、高度なプレス技術によるもの。柔らかな質感をメタルで見事に表現している。「peplum 4054」価格4万1040円、下/上から魅せるテンブルのアクセントは、職人が手作業で施した繊細な七宝とスワロフスキーによりコスモの煌めきを表現。こちらは2サイズ展開ゆえ顔幅に合わせて選べるのも嬉しい。「cosmo 2756P/001P」価格4万5360円◎カムロ青山店



TURNING

ターニング

上/ゆとりのあるボストン型。独自のメタルブリッジを採用し、従来より細く軽量かつブリッジ留めネジが緩みにくい作り。TURNING Step「TP-323 Col.03」価格3万1320円、下/「板バネ式ジョイント芯金」を使用。βチタン製の板バネアーチパーツと、純チタン製の芯金の相乗効果により、柔らかなホールド感と調整のしやすさを兼ね備えた作り。TURNING「T-177 Col.04」価格3万1320円◎谷口眼鏡



KIO YAMATO

キオヤマト

明るい色彩のアセテート生地を使ったレディースモデル。βチタン製のW-ROOPテンブルを採用し、頭を包み込むような掛け心地を実現。チタン製のクリングスによって、レンズにまつ毛が当たらないよう細やかな調整も可能だ。フロントサイドがややつり上がったフロントシェイプには、フェイスラインが引き締まって見える効果もあり。「KP-J21 Col.03」「KP-J21 Col.04」価格各3万5640円◎ネクサス



Y-SMILE

ワイスマイル

今季デビューしたY-SMILEのコンセプトは「ヒューマンファースト」。工業的な精度よりもひとりひとり異なる人の顔にフィットさせることを重要視しているため、調整範囲が大きくレンズサイズも自由に変更が可能だ。それにより大人や子供、小顔の人でも掛けることができ、写真の通りカーブの効いたサングラスレンズにも対応する。上/「YS-アレンジC1」、下/「YS-アレンジA1」価格各3万6450円◎ワンオフ工房

Seacret Remedy

シークレット レメディ

今季も、クラシカルなスタイルをフォルムやカラーでキュートにアレンジしたモデルが充実。上/角張り過ぎないオクタゴンシェイプの周縁に、ストライプのアクセントで華やかさをプラス。「S-021 Yolande Col.6」価格3万3480円、下/旬のスタイルを、ぼってりしたフレームラインで女性らしく表現。ソックスのようなモダンも可愛らしい佇まいを後押し。「S-018 Jasmine Col.6」価格3万1320円◎アトリエサンク



女性がひきたつ眼鏡

自分らしくかつファッションコーディネートにいいアクセントを与えてくれるような、女性がひきたつような眼鏡の選び方を眼鏡スタイリストの藤 裕美さんに教えてもらいました。まずはこの10カ条を学び、実際にコーディネートした例をぜひ参考にしてください。

Illustration/橋爪悠也 Hashizume Yuya Text/藤 裕美 Toh Hiromi

アクセサリ感覚で選ぶ

ファッション、メイク、ヘアスタイルなど女性は日常生活で変身することが上手。用途や状況によって自然と使い分けているはず。めがねはアクセサリ感覚でとらえましょう。ちょっと洋服がキマらないときのワンポイントになるものを。長く使えるタイプの違うめがねを数本所持し、会う人、行く場所、その日の気分につけ替えるのがおすすめ。



●教えてくれた人

眼鏡スタイリスト 藤 裕美さん

ショップで独自の接客スキルを磨き、その後ドイツに渡って眼鏡作りを学んだのち帰国し、眼鏡スタイリストとして活動を開始。国内外で著名人のスタイリングや、誌面でのスタイリング、講演会、デザインアドバイスなど新しい発信を続けている。著書に『めがねを買いに』(WAVE出版)。最新刊『あなたの眼鏡はここが間違っている』(講談社)は、ビジネスパーソンのための眼鏡選びがテーマ。
<http://glasses-o-o-brille.com>

過去の眼鏡を振り返る

もしあなたが過去にめがねを買ったことがあるなら、そのめがねに注目しましょう。好き？嫌い？新しいめがねを買ったら過去の眼鏡は使う？使わない？いまいち好きになれず掛けなくなっためがねは、なぜ、いまいちと思うのか？どんな買い方をしたのか振り返ってみましょう。失敗から学ぶことも多い。今のめがねも好きなら、そのめがねを掛けるとどんな印象になるか今一度チェックしましょう

いつ掛けるか考える

洋服、靴、鞆、アクセサリも用途によってベストなものに変化する。毎日掛けるメインめがね？気分を変えるための時々めがね？コンタクトを外したときの家用めがね？印象を変える仕事用めがね？どういう使い方をするか考えよう。

どんな印象になりたいか考える

めがねは顔のど真ん中。掛けるめがねで相手に与える印象がガラリと変わる。メイクやヘアスタイルと同じと考えて。ふんわり優しい空気感、マニッシュでクールな感じ、色っぽさUP etc……なりたいたい自分を想像しよう。

女性の眼鏡選び

10カ条

めがね選びは恋人選びに似ている

別人になった自分の顔を楽しむ

めがねは1秒で別人に変身できる。まずは掛けるめがねによって顔が変わるのを積極的に楽しんで。「デザイナー」「OL」「セレブ」など、女優になったつもりでめがねで役作りする気分を楽しむのもおすすめ。まずは買わないデザインもポジティブに興味をもちましょう。「ないない」より、「ウキウキ」。それが思わぬベストなめがねに出会う近道。

写真でチェック

SNSがこれだけ普及していると、写真を撮る機会も多いはず。鏡でみて似合うめがねと写真映えるめがねはちょっと違う。客観視するためにも候補のめがね姿を撮影してみて。鏡とはまた違う印象を発見できるでしょう。撮影するときはなるべく明るいところで！

頭を柔らかくしよう

めがねは気になるけど、自分のめがね姿に自信がない人も多いはず。これはダメ、あれはダメの魔法。もし明確に探しているめがねが決まっても、買う前は印象がガラリと変わるいろんなめがねに挑戦しよう。はじめから「似合うめがねを探そう」と意気込まずにいろいろなめがねが似合うことをまずは自分で知ることが大事。

鏡チェックは念入りに

全身鏡でチェックは必須。肌写りは？顔からみるとどう見える？自然光と室内だとどう変わる？コートを着たら脱いでみる。髪を下ろしたり結んだり。前髪ありなしも。着ている洋服が変わったときを想像する。長く使うアイテムなので、とにかく念入りに鏡でチェックが数ヶ月後の後悔を回避させる。

未来の自分を想像する

候補のめがねを掛けて、未来を想像してみてください。どんな服装と合わせたいか？どんな使い方をしようかな？友人に褒められるかな？など、購入した後、そのめがねとの生活を想像してみよう。具体的にイメージできるものは買ってよかったとなるはず。

ウキウキするか考える

そのめがねをかけた自分が好き！女性は直感的な判断がうまい。「女っぽくなる」「仕事できそう」「モテそう」「おしゃれ」「かわいい」掛けるだけでウキウキするめがねが一番。「まあこれでいいかな」となんとなく選ぶと周りからもなんとなく見られない。気持ちが上がるか？は判断基準の第一条件。