

Cover Eyewear

MATSUDA
[2859H Col.AS]
価格6万8310円
©MATSUDA EYEWEAR JAPAN

Cover Design

Hidetaka Koyanagi(RAIDENSHA)

Cover Photo

Masahiro Sanbe

Cover Styling

Miwako Tanaka

Cover Styling

Hiromi Toh

Design

Hidetaka Koyanagi(RSIDENSHA)
Yuya Hashizume
Tamao Ito
Ryo Takahashi
Shunichi Sakai

7 気になる眼鏡情報 LOVE GLASSES

12 来日デザイナーによる
My Favorite Japan

theo CEO

ウィム・ソーメルスさん

Selima デザイナー

セリマ・サラウンさん

BLAKE KUWAHARA デザイナー

ブレイク・クワハラさん

La LOOP デザインチームデザイナー

エイミー・ウェバーさん

La LOOP マネージングディレクター

ケイトリン・ラッフィンさん

20 フィリップ・ラフォン氏の私物眼鏡

続いていくlafontのDNA

特集

24

男のメガネ

Men's Pride Glasses

なんたって男はモノに対してウンチク好きだ。その背景や機能やデザインやブランド哲学など、語れるモノほど手にしたくなるのだ。大人の男としてプライドをもって掛けてみたくなるメガネをセレクト。貴男に合うメガネを3本まではアプローチして欲しい。

26 メンズ アイウェア スタイリング

32 観念する矯正器具 文:松尾貴史

34 男が惚れるツボ
男メガネカタログ
歴史／先駆者／デザイン哲学／男の色気

42 対談 女子の眩き
眼鏡スタイリスト 藤 裕美 × 眼鏡ライター 伊藤 美玲

44 EFFECTOR

46 QBRICK

47 ATTRACT

48 Green Jacket Sports

49	Hello! theo本社へようこそ!
54	JUST WEAR IT ! 新作眼鏡紹介
66	GLOBE SPECSが世界で認められた BESTORE AWARD 2017 最優秀賞を受賞
70	編集部セレクトブランド 新作紹介
70	999.9
71	VIKTOR&ROLF VISION
72	ESPLENDOR
73	Shwood×mono
74	JAPONISM
75	BCPC
76	海外の眼鏡事情
	海外の眼鏡事情を知ろう
76	【デンマーク編】
	海外の眼鏡事情を知ろう
80	【バンコク編】
84	NEW SHOP
87	問い合わせリスト
88	バックナンバー紹介

※裏表紙からは女のめがね特集がスタートします。

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、
展示会で会えるときは異なる一面をみることができました。

Photo／徳永 彩 Tokunaga Aya

コム デ ギャルソン、イッセイミヤケ、ヨウジヤマモト……。撮影当日もこれらのブランドをまとい登場したウィムさん。ニューヨークに行く際は、コム デ ギャルソンの川久保玲さんがディレクションをするコンセプトストア、ドーバー ストリート マーケットを訪れているという。久々の来日だった今回は、初の東京のショップへ。最上階から順に全フロアと一緒にまわりました。シャツなどを手に取り購買欲をかきたてられている様子。ドーバー ストリート マーケットに並ぶ洋服とデオのフレーム、とくに色彩の楽しさという点で、シンパシーを感じていました。

theo CEO
ウィム ソーメルス
X
DOVER STREET MARKET GINZA
セレクトショップ

©東京都中央区銀座6-9-5 ☎03-6228-5080 ⑨11時～20時 ㊤不定休

Men's Pride Glasses

男のメガネ

今、男が選ぶべきメガネとは何か？ この問いを解くには、まず、男らしさとは何か？ から考えねばならない。現代のような爛熟した消費社会では、大抵のモノが大衆化する。

大衆化は同時に、それまでお手本になっていたカリスマの権威も無効化する。

生前の松田優作が男らしさのシンボルとして強烈なカリスマ性を放っていた頃、彼に憧れた男たちは彼の髪型を真似、サングラスを真似た。

それが世間の目にどう映ったかは別にして、少なくともことさら嘲笑されるようなことはなかった。

世間一般に、そうした男らしさも、ありだとする共通理解があったからかもしれない。

だが、2010年代も半ばを過ぎた今、たとえば、ジョニー・デップに似せた髪型と髭とメガネで街を歩いたならば、世間の人々はおそらくそれをネタ——単純な憧れからではなく、何か別の狙いがあったてしていることだと深読みするだろう。

単純な憧れからそんな出で立ちをする者が、今のご時世にいるわけがないと前提しているからだ。

その意味でも現代は男らしさを単純に語るのが難しい時代なのだ。もつとも、だからといって嘆く必要はない。

ベクトルを逆にしさえすれば、違った景色が見えてくる。

すなわち、男らしさとは、もはや権威あるカリスマがもたらすものではないということ。

言い換えれば、一人ひとりの男が自分なりの男らしさを見いだすべき時代なのだ。ある意味、曖昧さに耐える時代ともいえる。

こんな時代には、時代錯誤に男らしさを称揚し、大衆を扇動しようとする輩が必ず現れる。

そちらに同調した方がよほど楽に思えるだろう。だが、これだけは言える。付和雷同こそ、最も男らしくない振る舞いだ。

今、男が選ぶメガネとは何か？ その答えは、やっぱり一人ひとりに委ねられているのである。

女性の手の持て余してしまいそうなくらいの極太のメガネ。はたして振り回されているのか、お釈迦様の手のひらからは解放されない孫悟空なのか、メリーゴーランドのように想いはめぐり回転する。写真はEFFECTORの定番モデル「fuzz col.TUR」価格2万5920円 向オプティカルテラー クレイドル青山店



ブランド 2. FLEYE

ロゴもデザインも一新。
フライの次のステージがスタート

オレンジのショートヘアとブロンズのカーリーヘアのおしゃれな女性ふたりに、スタイルよく品のある男性。シンプルなデザインで、軽く上品。日本でも有名なデンマークブランド、フライが昨年ロゴを変更し、ブランドイメージを一新した。より世界市場への発信を意識し、ブランド名にはデンマーク発のブランドだということをアプローチするため、拠点地であるコペンハーゲンを追加。デンマークデザインに共通する、シンプルで機能性(掛け心地のよさ、低アレルギー素材使用)に優れている点を軸に、よりトレンド性と個性を表現できるコレクションに変化をとげた。定番の

レンズシェイプにフレームカラーやディティールにこだわったクラシックアセテートコレクションとクラシックチタンコレクション。ファッション性と細部の作りにこだわったコンテンポラリーアセテートコレクションに、コンテンポラリーチタンコレクション。さらに、低アレルギーを意識して新たな素材や作りを提案する、カーボンコレクションとホーンコレクションという合計6つのコンセプトが違うコレクションがある。より幅広いターゲット層に楽しみ方が提案できるというわけ。これからの新たなフライが楽しみだ。http://fleye.dk/



ナビゲーター
藤 裕美

眼鏡スタイリストとしてメディアを中心に活躍中。世界各国を飛び回り、ブランド、ショップ、国民性などを肌で感じ新しい眼鏡の魅力を発信中。著書に「めがねを買いに」(WAVE出版)、「あなたの眼鏡はここが間違っている」(講談社)がある。

海外の眼鏡事情を知ろう

デンマーク 編

デザイン大国デンマーク。眼鏡は大きめのレンズシェイプにシンプルな品のあるタイプが多数である。デンマークブランドならではの、高品質かつ機能的なアイデンティティをブランドやショップから感じてほしい。

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

ブランド 1. LINDBERG

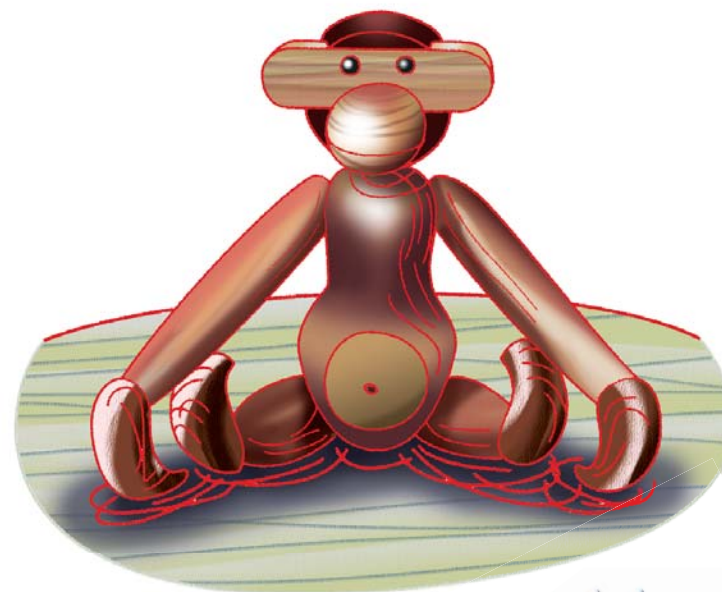
デンマークという国だからリンドバークは誕生した

軽く、心地よく、壊れにくい、そして美しい。ブランド発足当時から現在に至るまで、軸はぶれることなく常に時代の中で革新的なデザインを発表しつづけるリンドバーク。アルネ・ヤコブセン、ポール・ケアホルム、ハンス・J・ウェグナー、ボーエ・モーエンセン、カイ・ボイスンといった、20世紀半ばのミッドセンチュリー時代に、国内外で高く評価さ

れたデンマークモダニストから受けた影響は大きいという。ミニマリスト(最小限主義)であり、ファンクショナリティ(機能性)といった、いわばデザインの柱である。その証拠に、代表的なリムレスエアチタニウムフレームの共同デザイナーであるハンス・デッシングは、コペンハーゲンのアルネ・ヤコブセンの会社の責任者だった人物だ。また、

LEGOに用いられているビルディングシステムが設立当初のリンドバークに、特に製品のカスタマイズを可能にする点でエアチタニウムに多大な影響を与えた。機能性や実用性を第一に考えたデンマークデザインを知ると、リンドバークのフレームが誕生した意味を再認識できるはずだ。

◀リンドバーク



「STRIP Titanium9832 Col.K216/PU (2)」価格 6 万4800円



Eyewear Styling

Photo／三部正博 Sanbe Masahiro
Eyewere Styling／藤 裕美 Toh Hiromi
Styling／田中美和子 Tanaka Miwako
Hair&Make-up／石川ひろ子 Ishikawa Hiroko
Model／モトーラ世理奈 Motola Serena (SO-EN model)

眼鏡REIZ「TANGENTE Col.201」 価格3万9150円
®リュネット・ジュラ 表参道ヒルズ、パジャマ（上下セット） 価格2万3760円
®ブレイマウンテン／コンテンポ ®03-5775-6747、ピローケース 価格8640円
®TLB home/TLB home ®03-5647-8358

眼鏡XIT「V101 Col.006」 価格3万6720円
®トゥーランドット、キャミソール（2枚セット） 価格3024円
®ブチバトー・カスタマーセンター／ブチバトー ®0120-190-770





グラスフィッター 森一生によるスタイリング

佐藤栞里

「わたし、めがね好きです。」

ファッションモデルとして、TV番組での個性的なパーソナリテ
はじけるような笑顔が魅力的だ。アイウェアの掛けこなしも
表情豊かな売れっ子タレントの新たな魅力を、グラスフィッタ

Photo/佐々木慎一 Sasaki Shinichi (SIGNO) Eyewear Styling/森 一生 Mori Issei
Styling/小川貴仁 Ogawa Takahito Hair & Make-up/川添カユミ Kawazoe Kayumi
Text/加藤亮介 Kato Ryosuke

右の眼鏡 / MASUNAGA since 1905 「OCEAN DRIVE Col.39」
価格 5 万9400円@MASUNAGA1905.
左の眼鏡 / トニーセイム 「TS10180 Col.276」
価格 2 万7000円@トニーセイム ジャパン



ィとして、幅広い層に人気の佐藤栞里さん。
上手なプロのモデルにして、
一の森一生さんが引き出す。

Cover Eyewear

FREDERIC BEAUSOLEIL
[456 Col.768M]
価格3万9960円
☎トウランドット

Cover Design

Hidetaka Koyanagi(RAIDENSHA)

Cover Photo

Masahiro Sanbe

Cover Styling

Miwako Tanaka

Cover Styling

Hiromi Toh

Design

Hidetaka Koyanagi(RSIDENSHA)
Yuya Hashizume
Tamao Ito
Ryo Takahashi
Shunichi Sakai

Contents

4 気になる眼鏡情報 LOVE GLASSES

8 笑顔がチャームング
佐藤栞里さんの眼鏡姿

特集

14

女のめがね

Enjoy Glasses Like Make-up

眉が1ミリ違えば顔の印象が変わることを熟知するのが女性だ。だから顔まわりにくるめがねは、口紅と同様に自らを演出するツール。メイクアップをするように、気分やTPOで掛けかえたいめるめがねをセレクト。女性のめがね選びは楽しさに溢れているのだ！

16 レディース アイウェア スタイリング

22 サングラスを通して

「見る」だけでなく「観る」のです
文:高橋靖子

30 Anne et Valentin

31 Le Blanche

24 女はスタイルと気分で選ぶ

女めがねカタログ

ハンサムフレーム／メイクアップフレーム／ファッションフレーム

32 対談 男が言いたい放題、女の眼鏡を語る

編集・ライター 実川 実 × グラスフィッター 森 一生

34 バーバリブのみどりのめがね

36 ピックアップブランド NEW FACE GEAR

36 POLARIS

37 SOLID BLUE

38 Ptolemy48

39 Ti-feel

40 Rechild

87 問い合わせリスト

※表紙からは男のメガネ特集がスタートします。