



5 気になる眼鏡情報 LOVE GLASSES

## 18 **特集** ライフスタイルアイウェア

### Vol.1 滝藤賢一さんの私服&私物眼鏡

24 Vol.2 建築家・デザイナー nendo佐藤オオキさん

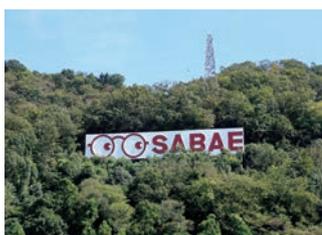
26 Vol.3 紋章上絵師 波戸場 承龍さん 波戸場 耀次さん

30 Vol.4 イラストレーター ソリマチアキラさん

38 Silmo d'Or2021 今年の受賞ブランドは？

40 Carl Zeiss 祝175周年！

46 アートな煌めくグラスコードの世界



## 49 鯖江のいまを知る

54 MASTRPIECE 傑作アイウェア8

63 眼鏡を掛けたお姫様の絵本 著者単独インタビュー



## 66 Silmo2021 コメントとともにお届け

## 74 ブランド20周年の軌跡 ロングインタビュー

SOLID BLUE/YELLOWS PLUS/spec espace

84 トレンド① 大ぶりフレーム

86 トレンド② 多角形フレーム

88 トレンド③ 小さめサイズ

90 日本のアイウェア展示会 IOFT/SITE/LIGHT BOX STUDIO

118 新作紹介 JUST WEAR IT

126 問い合わせリスト

127 バックナンバー

### Cover Design

Base

### Cover Photo

Kazuhiro Fujita

©WORLD PHOTO PRESS

(禁・無断転載)

令和4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、126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、2021年11月現在の調べによるものです。また基本的に消費税(10%)を含んだ税込み価格の表示です。



右ページの眼鏡は、右から「10アイヴァン」、「ニードルズ」、そしてベッ甲柄の2本はどちらも「モスコット」のもの。着用している「モスコット」のラウンドフレームは、クラシックなデザインがお気に入り。

「私服&私物眼鏡」

## 俳優・滝藤賢一さんの ライフスタイルアイウェア

芸能界きっての“おしゃれ俳優”として知られる滝藤賢一さん。ファッションを楽しむことは、自身のライフスタイルにとって欠かせないもの。「せっかく服を着るなら、眼鏡を掛けるなら、楽しまなくちゃもったいない！」そう語る滝藤さんのアイウェアライフとは？

Photo/藤田一浩 Kazuhiro Fujita Hair & Make/星野加奈子 Kanako Hoshino  
Text/伊藤美玲 Mirei Ito





10年ほど前、店頭ディスプレイされていた検眼用眼鏡を譲ってもらった。これ、掛けるんですかと驚かれたという。



日本のアンティークの検眼用眼鏡にレンズをはめ込んだもの。レンズが落ちないように瞬間接着剤で留めている。



18年前に耀次さんからプレゼントされたテオの眼鏡は承龍さんのトレードマークに。販売員の方とお揃いでツーショット写真も撮った思い出の1本。



お店の方が奥から特別に持ってきてくれたなかから選んだテオの丸眼鏡。こちらは優しい印象になると評判。



**紋章上繪師  
波戸場承龍さんの眼鏡**

目の悪くない承龍さんがファッションとして眼鏡を掛けはじめたのは1980年代中頃。28歳のときだったという。当時からファッションに興味があり、とくにYohji Yamamotoが好きだということで、和装でも洋装でも黒と白の組み合わせが多い。そのため、合わせる眼鏡も自然と黒が多くなった。眼鏡のデザインは、クラシックなものでもモダンなものでも、なんでも馴染んで見えるから不思議である。単にセンスがいいというだけでなく、キチンと着物を着こなし、仕草や佇まいも洗練されているからこそ成立する業(わざ)といえる。



**紋章上繪師  
波戸場耀次さんの眼鏡**

子どものころから目が悪く眼鏡を掛けていたが中学生になりコンタクトレンズにし、今年の始めには眼内コンタクトレンズ治療を受けたので、矯正器具としての眼鏡は必要なくなった。波戸場さん父子が所有する眼鏡はふたり合わせて30本ほど。父の承龍さんが若い頃に掛けていた眼鏡を、今では息子の耀次さんが掛けているものもいくつかある。ちょっとした塗装を施しフレームの色を変えたり、ストレートなテンプルを耳のカタチに合わせて電動ノコギリで削ったりと、自分に合うようにアレンジを加え使用している。これこそが波戸場流。



承龍さんが若いころニコレで購入した眼鏡を今は耀次さんが掛けている。繊細なフレームを接着剤で補修しながら大事に使っている。



クラシカルな山デザインのア  
ンティークの丸眼鏡。どの眼鏡  
も度が入っていないので、ト  
レードして使うことも。



承龍さんが若い頃にかけていた  
丁番の壊れた眼鏡を、耀次さん  
が丁番に安全ピンをさし使用。  
オリジナルな1本に。



ドイツのアーティストFRANZ RUIZICKA  
が手掛けた1980年代後半のアン  
ティーク眼鏡。黒で塗装をかけ、  
フォルムのおもしろさを際立た  
せた。



**lafont**  
 ジェネラルマネージャー  
 ラファエル・ランボー

開催される前までは不安もありましたが、いざ始めてみるとシルモ展は参加者の多くが人情味溢れる交流の大切さや人間が人間らしく生きる上で何が重要なのかについて再確認する場となっていました。また今回は環境問題に対する欧州眼鏡業界の取り組みとして、カーボンニュートラルやエネルギー消費問題、リサイクルや新素材の活用などさまざまなテーマで各ブランドがメッセージを発信していたのも大きな見どころでした。

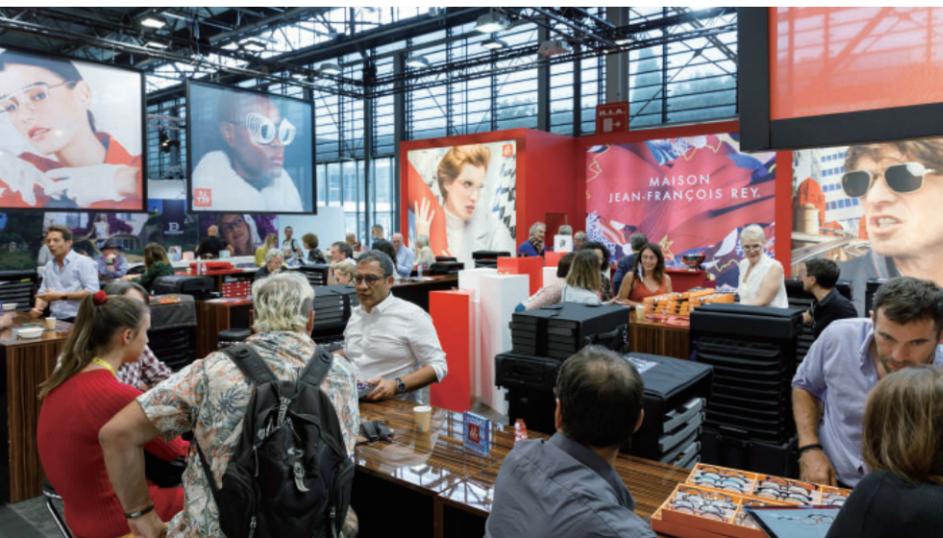


# Silmo 2021

## どんな雰囲気でしたか？

9月24日から27日の4日間で約2年ぶりにシルモが開催された。日本からの出展社は5社と少なかったが、会場の雰囲気もよく、お祭りのような感じだったという。パイヤーのテンションも高く、出展した企業はみんな満足のいく展示会となったようだ。そのときの様子とブランドから届いたコメントをいくつかここに紹介する。

Text/モード・オプティーク編集部 MODE OPTIQUE 協力/フランス見本市協会



**J.F.REY**  
 名誉会長  
 ジャンフランソワ・レイ

多くの心配を抱えていたにもかかわらず出展社も多く、弊社にとってはシルモは成功を遂げました。ヨーロッパの眼鏡店はもちろん、中近東からも多くの方が来てくれました。また、予想以上にフランス人の来訪者が多く、長い自粛期間を経た後で、雰囲気も良くて温かい感じで、誰もが実際に対面できたことを喜んでいました！それは真の復興であり希望です。

**子ども部門でSILMO D'OR受賞**

3回連続でノミネートされたことは大きな喜びであり、褒賞です。この成功は、チームの仕事や努力、才能が評価されたものです。マリー・ルボンによるセル素材のデザイン、リナ・ジャウエンのコーディネート、努力、そしてプロとしての揺るぎないモチベーション。そしてもちろん、マーケティング・コミュニケーション・チームのチェリー、オドリー、マリーらによる製品やブランド精神に合致する、非常にクリエイティブな素晴らしいテーマやイメージ提供。このコレクションは、実際に子どもたちが探求した商品でもあります。小さな鼻に掛け心地のよさを提供するために、販売チームの社員達が熱心に取り組みました。皆さん、ありがとう。



**シルモ2021**

来場者数：約1万9000人 (63%がフランス国内から、37%がフランス国外からの来場)  
 出展社数：500社 (ヨーロッパからの出展がメイン)



**agnes b.HOMME**  
アニエスベー オム

フレンチカジュアル・シックをアイウェアに表現したメンズフレーム。チタンを採用したメタルフレームは軽やかな掛け心地で、日常使いにちょうどいい。右のオーバルラウンドは、クラシカルな雰囲気がありつつも優しく洗練された雰囲気を演出してくれる。右はキリッとした直線ラインがポイントのハーフリムで、すっきりとした印象。  
©村井



[52-0010 Col.1] 価格2万4200円



[52-0011 Col.1] 価格2万4200円

**YOHJI YAMAMOTO**  
ヨウジヤマモト

今季も遊び心にあふれたクラシック×モダンを表現。右はYの形をイメージした二又のヨロイとテンプルのシグネチャーロゴで、レトロフューチャーなイメージに。左は伝統的なクラウンバンドにフードをラミネートするアイデアが斬新。上から見るとYのデザインになっているシグネチャーテンプルが、軽量でしなやかな掛け心地を実現する。  
©モンドティカジャパン



[19-0055 Col.1] 価格4万4000円



[19-0052 Col.1] 価格4万4000円

**marimekko**  
マリメッコ

軽く、薄くを意識したデザインを、北欧ブランドならではの優しいカラーリングでまとめあげたマリメッコの新作。「32-0066」のフロントには、従来のアセテートより軽く薄く強く、ツヤのある新素材「TAF Pla」を採用。「32-0064」は北欧テイストの淡い色合い。モダンの内側に代名詞でもあるウニッコ柄をプリントしている。  
©モンドティカジャパン



[32-0064 Col.3] 価格2万900円



[32-0066 Col.1] 価格2万900円

**JILL STUART**  
ジルステュアート

「Sweetness」をテーマにした大人っぽいフェミニンなコレクション。ディテールはフレグランスボトルやコスメティックのパッケージからヒントを得ている。ハーフカラーが美しい「05-0235」は、小さなウィンザーリム付き。掛けやすいバレル型の「05-0232」のテンプルは、リボンをモチーフとしたジュエリーのようなデザインに。  
©村井



[05-0232 Col.1] 価格1万9800円



[05-0235 Col.2] 価格1万9800円

**VIKTOR&ROLF VISION**  
ヴィクター&ロルフ ヴィジョン

クラシック&ヴィンテージな感覚の中に、現代的な上品さをプラスした最新コレクション。「70-0248」は、バランスの良いボストン型に、目尻をさりげなく強調する窓抜きがアクセントになっている。ナイロール型の「70-0250」は限りなく薄いβリムと、極限まで細いβワイヤーという2つの素材を使用。透明感ある美しい仕上がり。  
©村井



[70-0250 Col.1] 価格3万1900円



[70-0248 Col.1] 価格3万1900円

**BA・SIS**  
ベイシス

世界初となるチタン製パッドアームの開発、生分解性プラスチックを使った先進的な鼻パッドなどで知られる眼鏡部品メーカーによる、メイドインジャパンのリーズナブルな高品質フレーム。カジュアルにもオフィスにも合うベーシック感で、「BA-004」のように日本女性に向けてPDを小さめに設定したシリーズもラインナップしている。  
©タナカフォーサイト



[BA-003 Col.1] 価格1万6500円



[BA-004 Col.3] 価格1万6500円

**TAKANORI YUGE**  
タカノリ ユゲ

人気の「SPICE」シリーズのナイロール型は、二重リムでありながら掛けるとすっきりした印象に。ウェーブ調のデザインを取り入れたテンプルも上品な仕上がりがりだ。ロングセラーの新作「NEW MARBLE-5」は、ボストンと逆三角形の中間くらいのありそうでない形が個性的。ランダムに入った白ラインが表情をいきいきと魅せてくれる。  
©東京オプティカル ショールームショップ



[NEW MARBLE-5 Col.TY-13B] 価格3万7950円



[SPICE-3N Col.TY-120] 価格3万8500円

# JUST WEAR IT!

最後は国内外36ブランドから届いた今季の新作フレームを一挙に紹介。レトロな玉型&細身のコンビネーションフレームは流行が続きそうだが、一方でカラフル&肉厚なプラスチック、セルロイドが増えてきた印象だ。

Photo/青木健格 Takenori Aoki (WPP) Text/小堀真子 Mako Kobori

**YUICHI TOYAMA / D**  
ユウイチ トヤマ ディー

「YUICHI TOYAMA」が培ってきたアイデアをデザインチームが継承・再構築して表現する新ライン。注目の2シーズン目は、クラシックとモダンの要素を併せ持ったアセテートフレームに挑戦。様々な要素を削ぎ落としたミニマムな造形美を具現化した。スプーンをモチーフにした一体型の鼻パッド「スプーンパッド」を新たに採用している。  
©アトリエサンク



[UD-139 NADEKAKU Col.03] 価格3万1900円



[UD-138 YAMANOJI Col.03] 価格3万1900円

**Ptolemy48**  
トレミーフォーティエイト

「E-019」の後継モデル「E-064」は、一体成形のシートメタルに、模様をプレス加工したチタンパーツを重ね合わせたメタルブロー。今作は大きめのウェリントンでチタンパットを新たに装着した。オールチタンの「E-068」は、幅4.3mmのリムがレンズ厚をカバー。フロントリムに抜き加工の模様を入れることで軽量化も考えられている。  
©トレミー48



[E-068 Col.WS] 価格5万2800円



[E-064 Col.GM] 価格5万2800円

**Published by**

**WORLD PHOTO PRESS**

Publisher of Mono magazine,  
World Wristwatch, Figure Oh,  
Mode Optique, and World Mook series.

**Head Office Location**

3-39-2 Nakano, Nakano-ku,  
Tokyo 164-8551 JAPAN

**Editorial Department**

Tel: 03 (5385) 5666  
Fax: 03 (5385) 5617

**Sales Department**

Tel: 03 (5385) 5701  
Fax: 03 (5385) 5703

**Publisher**

Kesaharu Imai

**Editor**

Kaoruko Matsuzaki

**Staff Photographer**

Tomoaki Tsuruda  
Takenori Aoki

**Designer**

BASE

**Advertising Director**

Kazuo Tsuboi

**Production Director**

Shunsuke Ogawa

**Circulation Manager**

Hiroshi Sasagawa

**DTP**

BASE

Nagi

**Print**

Dai Nippon Printing Co., Ltd

**Correspondent Washington, D.C. Bureau**

(Pictorial Press International)

Mikako Burks

ワールドフォトプレスの出版物は  
インターネットでもご注文いただけます。

**monoshop.biz**

ワールドフォトプレス総合サイト

「モノ・マガジンweb」

**monomagazine.com**

WORLD **M**OOK

ワールド・ムック1262

# MODE OPTIQUE

モード・オプティーク

**Vol.52**



Photo/ 鶴田智昭 Tomoaki Tsuruda (WPP)

令和4年1月20日発行

発行人 ● 今井今朝春

編集人 ● 松崎 薫子

発行所 ● 株式会社ワールドフォトプレス

〒164-8551 東京都中野区中野3-39-2

編集部 ● TEL 03(5385)5666 FAX 03(5385)5617

広告営業部 ● 03(5385)1350 03(5385)1348

販売部 ● 03(5385)5701 03(5385)5703

印刷所 ● 大日本印刷株式会社

© WPP 2022 (禁・無断転載)

● 造本には充分注意しておりますが、万一、落丁・乱本などの不良品がありましたら小社[販売部]宛にお送りください。送料小社負担にてお取り替えいたします。

● 本誌掲載記事の無断転載、複製、転写を禁じます。\*本文中の価格は消費税(10%)込みの総額表示です。\*本誌に掲載されている商品、価格、問い合わせ先は2021年11月現在の調べによるものです。