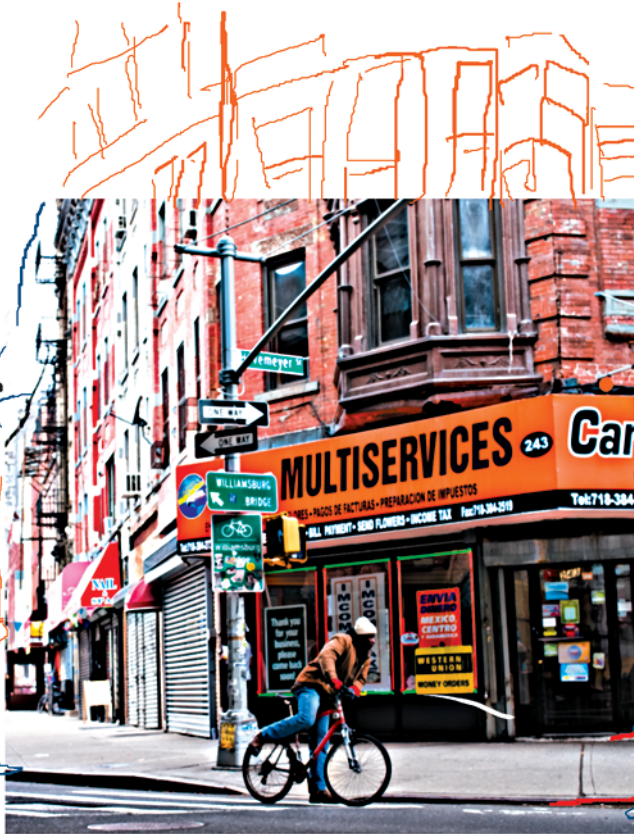


Tabloid by G.B.Gafas



vol.7 My America, and Summer

Free



BORN IN AMERICA

アメリカ眼鏡の復活。

今から約180年前のアメリカでは、長きにわたって世界の眼鏡産業をリードし続けた眼鏡会社が数社誕生しました。彼らが手掛けたのは眼鏡のみにとどまらず、レンズや光学機器の開発、そして、当時の米国の軍需産業としても成長を遂げていきます。その後、海外にも進出し、苦境にあったヨーロッパの眼鏡メーカーを傘下に収めるにまで至るのです。一方、日本では1960年代の半ば頃から米国のアイビリーガーのスタイルを模したファッションが大流行。「Made in USA」の洋服に憧れた若者達が銀座のみゆき通りを闊歩していました。もちろん彼らが着用したのはウェリントンやポストンといったアメリカンサイズされた眼鏡です。ちょうどその頃、ヨーロッパではファッションにおける大きな転換期を迎える事になります。これまでモードの主流がオートクチュール(注文服)であったのが、プレタポルテと呼ばれ

る既製服に軸足が移ります。モードが一般の市民に開かれた瞬間です。これをきっかけに多くのメゾンが出現し、斬新なルックが作りだされました。眼鏡やサングラスもそれに呼応するように、豊かなデザイン性を持ったヨーロッパ発のブランドが台頭しはじめるのです。アメリカの眼鏡メーカーは大規模なマーケットを獲得していたがゆえに大量に消費され、ファッション性という観点から遅れをとるようになりました。また、1970年代に入ると金の価格が高騰。アメリカの三大眼鏡メーカーが得意としていた金張りフレームの製造が困難な状況へと向かうようになります。1980年代になるとイタリア勢を中心とした大手アパレルブランドとのライセンス物が世界的にも大きなシェアを占めるようになります。それに対抗する形で、小規模であってもオリジナリティを持ったハウスブランドが出現。アメリカにもオリバーピープルズやL.A.アイワークスといった現在も続くブランドが登場しますが、流行の発信地はヨーロッパへと移り変わってしまいました。

しかし、2000年代中盤に変化が起きます。その契機となったのはやはりファッションの動きでした。それまでのヨーロッパ的なエレガンスの追求が一段落し、これまでは野暮ったいとされてきたアメリカントラッドなスタイルがファッション感度の高い人々の心を動かしたのです。当然、眼鏡も60年を彷彿させる、オーセンティックなアメリカ物が求められるようになりました。その傾向は現在進行形であり、例えば今やNYのファッションシーンには欠かせないアイウェアブランドとして再び注目を集めている老舗モスコットが、これまで培ったアーカイブをブラッシュアップしたモデルを発表し、人気を博しています。また、一時代を築いたオリバーピープルズの創始者の息子あり、DNAを受け継いだギャレット・レイトがつくるGLCOOは、まさに今求められている物を見事に表現しています。アメリカンスタイルのアイウェアは、これから更に躍進していくことでしょう。