

STYLING

MONO

「サングラスの歴史」というキーワードで検索をかけてみると、その発祥には北極圏に住むエスキモーから、ローマ皇帝ネロまで諸説があり、正確な史実は記録されていない。ただ、現在のようなスタイルを初めて完成させたのは「RAY-BAN」である。



VOL.09

Ray-Ban

SINCE 1937~

●特集【レイバン】

Photo / Tomoaki Tsuruda (WPP) Ray-Ban

Text / Teruhiko Doi (WPP)

「光を遮る」という意味のRAY-BANをブランド名に冠した『レイバン』はミリタリー・テクノロジーのスピノフという実態を持ちながらサングラスという新しいカテゴリーの構築と、その愛用者たちによる新たな文化のアイコンにまでなった稀有なブランドでもある。

Ray-Ban®

Sun Glass Styles for 1961





ブルースブラザース=レイバンの
ウェイファーラーというイメージは鉄板。
映画ではレイバンのサングラスが
顔そのものだと言ってもいいくらいの
レイ・チャールズも出演していた。
オリジナルデザインのモデルRB2140は
永遠の定番といえるだろう。

STYLING

MONO



1961年公開の「ティファニーで朝食を」では
オードリー・ヘップバーン、
1980年公開の「ブルースブラザース」では
ジョン・ベルーシとダン・エイクロイドという
二人の主演がウェイファーラー・モデルを着用。
近年では「セックス・アンド・ザ・シティ」の
サラ・ジェンカ・パーカーがアビエーターを着用。

レイバンが時代の文化に与えたさまざまな影響について考察してみる

レイバンが米空軍からの依頼により誕生したことはよく知られた話である。1937年の創業と同時に同社は市場モデルを導入し、軍や警察、アウトドアのスポーツシーンなどで徐々に人気となっていた。サングラスをファッションとして最初に着用したのは誰か？という言及はあまり意味をなさない気がする。ただサングラスを、というかレイバンを、ファッションとして上手に取り入れることが、反社会的とは言わないまでも、メインストリームにはない新しい個性の象徴になったことだけは確かである。サングラスで目元を隠すことによって演出されるクールさは、いまの時代では珍しくはない。だが初めてサングラスがファッションのアイテムとして登場した頃の時代の価値観では、受け入れられ難い部分もあったのではなからうか。それが徐々に融解し始めるのには、60、70年代のたとえばロックに代表される音楽シーン、映画の世界ではニューシネマなどを始めとするカウンターカルチャーの台頭による。従来あった価値観の変貌が大きく影響していった。レイバンをかけてステージに立つボブ・ディランは間違いなく時代のヒーローであり、勸善懲惡がお約束だった映画のスクリーンでは、サングラスをかけたアウトローたちが主役へと躍り出た。グールの定義が大きく変換したのである。そして、その影響はファッションの世界にも多くのインパクトを与えた。たとえばサングラスをかけることで完成する「ミステリアス」なスタイルは間違いなく、60年代以降に誕生した新しいファッションの価値観ではないだろうか。





08



根強いファンが多いフォールディング・ウェイファーラー

モデルRB4105 Col.710 / 上の写真を見て判るように、フォールディング(折りたたみ)タイプのウェイファーラーは、実は根強いファンが多い。夏場のファッションでは、身のまわりの小物をポケットに入れて膨らませるのは敬遠されるので、こういうコンパクトなデザインがありがたいのだ。もちろん、トラベル用としても便利なことこの上ない。折りたたみ部分など、レイバンらしい丈夫な作りで安心。価格2万6250円

STYLING

MONO



レイバン・ブランドは1999年にイタリアのルックスオティカ社の傘下となり、新しいデザインセンスで2004年にリムの天地が狭いモデル「ニューウェイファーラー」を発表。従来のモデルは生産終了となったが2007年に再リリースされた。

2007年のコレクションで「WAYFARER」はファンに要望によって完全復刻された。とはいっても人気のデザインはそのまま、素材やフレームの構造、アームとヒンジの関係といった構造面と、輪郭やディテール、レンズの位置などに少しだけ手を加えて、より完成度高く生まれ変わった。アームとレンズに刻印された「RAY-BAN」のロゴはまぎれもなくウェイファーラーの顔であり、全体的なクオリティがすぐく上がっている。いまの時代のスベックヘグレイドアップしつつも、オリジナルへの敬意が伝わってくるリファインである。

Ray-Ban Wayfarer

「ウェイファーラー」の登場は1952年。メガネの世界に革命を起こしたデザインであるティアドロップ型の「アビエーター・モデル」とは異なり、プラスチックフレームを採用したウェリントン・スタイルのサングラスだった。発売当初から安定した売れ行きであったが、大ヒットとなったのは映画「ブルースブラザーズ」が公開されてから。ブラックスーツにブラックタイ、ハットもブラックで、目もとを「ウェイファーラー」でキメたジョン・ペルーシとダン・エイクロイドのスタイルは、スクリーンを通して圧倒的な存在感をわれわれに見せた。



工業製品において“R”つまり曲線部の処理は最もクオリティの良し悪しが現れる部分である

アーム内側にプリントされたWAYFARERのロゴ。ハンドメイドの証もきちんと刻印されている

実はウェイファーラーの装着時において最も敏感に感じるのはこのしっかりしたヒンジが保護する快適な装着感なのである

それまでのサングラスが機能を最重視した作りだったのに対し、ファッション性を意図した作りがこのサングラスの特徴である

自身のワードローブの中に最低1本は入れておきたい最もスタンダードなシャイニーブラックのレイバン・ウェイファーラー。抜群のコーディネートしやすさとかけ心地の良さである。
RB2140 A Col.901
価格2万3100円



MONO

レイバン・サングラスは発売当初から実用的なプロフェッショナル・アイテムとしてパイロットからハンター、ヨットマン、ドライバー、警察官などに普及。世界大戦終了後の1950年代に入るとファッションアイテムとして流行。



空軍のパイロットがその必要性を感じた

サングラスの歴史はメガネに比べると浅い。何しろ、この特集のテーマである「レイバン」の歴史が、そのままサングラスの歴史といえるからである。レイバン・ブランドを生み出したのはアメリカのボンシユロム社。ドイツ系移民であったジョン・ジェイコブ・ボンシユとヘンリー・ロムが19世紀に設立した眼鏡メーカーである。当時の眼鏡は動物の骨を削ったフレームが主流だったが、衝撃に弱いという欠点があった。彼らはそこで硬質ゴムのバルカナイト（エポナイト）を使ったフレームを考案して、爆発的なヒットを生み出した。同時に光学機器の製造にも進出して優秀な製品を次々に開発。20世紀に入ると光学機器の優良メーカーに成長していた。そんなとき、パイロット用遮光眼鏡の開発依頼が舞い込んできた。同社は6年の歳月をかけてその開発に着手する。



たのは、1923年に北米大陸無着陸横断飛行を成功させた米陸軍航空隊のジョン・マクレディ中尉だった。彼はパイロットとしての経験上、空の上の紫外線対策は急務だと考えていた。彼が考えていたのは、目に有害な紫外線を高レベルで遮断できる機能。そして苦心の末にボンシユロム社が完成させたのが紫外線99%、赤外線96%をカットするレンズだった。後に「レイバングリーン」と呼ばれるようになる。このレンズを装着した眼鏡「アビエーター・モデル」が米空軍に制式採用されたのは1930年。サングラスの歴史のスタートである。

1936年頃になるとサングラスの存在は一般の人にも知られるようになり、ボンシユロム社はアビエーターを「クラシックメタル」という名で一般発売。翌年には、光を遮る、という意味の「Ray-Ban/レイバン」ブランドを登録させた。遮光レンズの開発がそのままブランド名になったのである。1999年よりレイバン・ブランドはイタリアの「ルックスオティカ」社の傘下となり、より洗練された製品を発表している。

機能とファッション サングラスの定義

レイバンといえは、古くからのファンはアビエーター・モデルで採用されていた、ティアド

ロップ、のデザインを思い浮かべるだろう。このデザインは人間の目の動きと同じ範囲をカバーしつつ最大の視野を確保することを目的として設計されていた。その独特なフォルムは、ファッションにおける重要なポイントとして一世を風靡すること



になる。だが、多くの模倣品を生んだにもかかわらず、レイバンのサングラスが他の追随を許さなかったのは、光学メーカーとしての優秀な技術力が生んだレンズがあったからである。20世紀の工業化社会は豊かな恩恵を生み出したが、反面、地

球環境という面では自然破壊による負の要因も生み出した。その代表的なものがオゾン層の破壊である。オゾン層が薄くなることによって、地表へ降り注ぐ紫外線の量は急激に増えた。1920年代のパイロットが雲の上で感じた目への負担を、いまわれわれの時代は地表で感じているのである。

サングラスがファッションのアイテムとして捉えられるようになって久しいが、現代ではまたレイバンのブランド・スター時の思いに教えられることも少なくない。機能とファッションの二つが揃っていないければこれからの時代のサングラスは成立しない。レイバンはそれを70年以上も前から謳い続けていたのである。



高高度の上空では紫外線の影響が大きい。当時のパイロットたちは飛行中に浴びる強烈な太陽光線によって、視力の消耗、頭痛や吐き気といった症状に悩まされ続けていた。こうした問題を解決するために生まれたレイバンのサングラスは、当時のミリタリースペックを大幅に上回る機能を備えた画期的な製品だったという。上中央写真右側の人物がジョン・マクレディ中尉。

おそらく、という間違いなく日本人が初めてサングラスという存在を意識したのは、ダグラス・マッカーサーが日本領土へ上陸したその日だったはずだ。そのサングラスがレイバンというブランドであることはやがて人々の知るどころとなり、1960~70年代には若者の間で大流行することになる。Photo/US ARMY



STYLING

MONO @ミラリジャパン (レイバン)
 ☎03-5428-1030
<http://www.ray-ban.com>



↑赤を基調としたRay-Banのロゴがフレームの内側にあしらわれたウェイファーラーRB2140 Col.1016 価格2万3100円

↑こちらは白を基調としたロゴがあしらわれたモデル。ウェイファーラーRB2140 Col.1017 価格2万3100円



ファッションの極意は内側から……を体現するようなデザイン。サングラスを外したときに鮮やかなインサイドが見えるが、着用時にもチラ見せが意識できるデザインといえるだろう。



表裏で2種類の異なるプラスチック素材を合わせた斬新なモデル。
 RB2140 col.1059 51
 価格2万5200円



アームの内側に刻印されたHand Made in Italyの文字がイタリア製レイバンを表す。
 RB2140 col.1058 28
 価格2万5200円

↓大胆な赤をフレームの外側にデザインしたモデル。ちょっと新しいレイバンである。ウェイファーラーRB2140A Col.955 価格2万3100円



シックなプラスチック生地はこれまでのウェイファーラーではあまり見られなかった上品さ。
 RB2140 col.1056 32
 価格2万5200円

