

世界最大級の商業施設「ドバイモール」が中東に進出



今後中東エリア8カ国に展開予定

メガネ・サングラスの製造販売を手掛けるOWN-DAYS(株)は、中東の小売企業であるAl Boom Marineとフランチャイズ契約を結び、中東への進出を決定した。

中東の第1号店は、今年11月中旬、アラブ首長国連邦(以下、UAE)のドバイにある世界最大級の商業施設「The Dubai Mall(ドバイモール)」にフラッグシップショップとして出店。同じくUAEのアブダビに物件を取得しており、第2号店の出店を予定している。

UAEでの2店舗出店を皮切りに、サ

ウジアラビア、カタール、エジプトなど、アフリカ大陸を含む8カ国での出店を計画しており、新型コロナウイルスの状況を鑑みつつ今後5年で同エリア30〜80店舗の展開を目指す。

ドバイに本社を置き、現地の小売企業「Al Boom Marine」と2020年2月にフランチャイズ契約を結び、中東エリアへの進出が決定。これにより、アラブ首長国連邦、サウジアラビア、カタール、オマーン、クウェート、レバノン、パレル、エジプトの8カ国の出店が計画されている。

この度の中東第1号店の出店は、当初2020年に計画されていたが、新型コロナウイルスの影響に伴う一連の作業の一時停止を受けて、本年度の出店となった。

プロ野球選手シグネチャーモデル 山本光学「FACEONE」の数量限定



山本光学(株)は、野球用サングラス「FACEONE」にて、同モデルを受用する埼玉西武ライオンズ・源田壮亮選手のシグネチャーモデルを10月8日よりSWANS直営店、SWANS PARTNER STORE byオグラ眼鏡店、SWANS公式オンラインショップ等で、数量限定(200本)で発売する。

2020年より発売された野球用レンズ「ULTRA LENS for BASEBALL」はボールの視認性を高めつつ、天候や時間帯による光量変化にも柔軟に対応できる視界の明るさが特長。

同レンズの開発に携わり、プレー中に着用する源田選手からの「強烈な日

差しの下で行われる夏のデーゲームでは、さらに眩しさを抑えられる「晴天用」のレンズが欲しい」という要望に対し、レンズ表面の光を反射する加工「ミラーコート」を変更することにより、レンズの明るさを落とし、「晴天時の眩しさをしっかり抑えつつ、従来のレンズと同様にボールの視認性を高める“晴天スペシャル”レンズ」を新たに開発した。

搭載される「FACEONE」フレームは源田選手こだわりのマットクリアパープルカラー。

FACEONEは守備・打撃・走塁のあらゆるシチュエーションに対応する野球用モデルとして、着用者のパフォーマンスを高める機能を搭載。頭部との接触面積を大きくし、ブレないフィット感を実現した「グラビングテンプル」。中央部にパーの無いワイドな一眼レンズは、バッティング等で斜めを視る際にも視界を妨げない。

「オグラ眼鏡店」「こどもメガネファン」を展開している(株)オグラが運営するセレクトアイウェアショップ「SPECS新宿三丁目店」が、9月30日、新宿サブナード2丁目に「オグラ眼鏡店 新宿サブナード店」として移転リニューアルオープンした。

同店は、「眼鏡は医療機器です」のこ

オグラ眼鏡店 新宿サブナード店としてリニューアルオープン

コンセプトのもと、快適な見え方とスタイルにこだわった国内外の上質な眼鏡を提案する。また、SWANS PARTNER STOREでもあり、豊富なラインナップ



凸版印刷(株)のグループ会社である(株)ONE COMPATH(東京都港区、代表取締役社長CEO:早川礼)が提供する法人向け地図ソリューション「Mapion Biz」は、(株)ジンス(東京本社:東京都千代田区、代表取締役CEO:田中仁)が展開するアイウェアブランド「JINS」の公式サイトに、目当てのメガネが店舗内のどこにあるのかを検索できるシステムを提供し「棚NAVI」として公開された。

昨今、生活者は商品を購入するにあたり事前にインターネットで情報を検

JINSにメガネの棚の位置を検索できるシステムを提供

店頭で迷わない! データ活用で最適化

素し、店舗に行く前には既に意思決定が終了していると言われている。

特に新型コロナウイルス感染拡大以降、感染リスクを回避するために店舗の滞在時間を短縮する傾向が強まっており、事前に商品を検査することで購買プロセスを短縮するニーズはますます高まっている。

こうした背景のもと、JINSでは店舗で商品に直接触れたり探したりすることなく自分に合った商品を検査できるシステムを提供し「棚NAVI」として公開された。

同社は眼鏡産地福井県で、眼鏡関連アイテムを創業から30年以上にわたり、独自に様々な製品開発・販売をしてきた。コロナ禍の自由が制限されている中で、日々体力作りや健康対策に気を使う人たちが多いこともあり、太陽光の下でのジョギングやエクササイズの際、サングラスを掛け、世界的なスポーツブランド「EVERLAST」のような強いイメージを込めている。また、日常のドライブングや生活でも機能的に、かつファッション的にも楽しんでほしいとし、コロナ禍の中でもサングラス一つで人々の容姿も、気持ちも、健康も豊かにしたいとの思いでこのプロジェクトは始まっている。

てのメガネについて、どの棚に置かれているかを店舗毎に検索することができるシステム。店舗に設置されている棚の位置を座標に見立て、店舗がメガネの配置場所(棚)をデータベースに登録することで表示させる仕組み。これにより顧客は、店頭で迷うことなく、かつ最小限の時間で商品に辿り着くことができる。また、蓄積されたデータは店舗での導線や商品配置の最適化にも活用することができる。

今後ONE COMPATHは、「棚位置検索システム」を、商品数を多く取り扱う幅広い流通小売企業を対象に販売する(価格については問い合わせ)。そして今後も「ワンマイル・イノベーション・カンパニー」として、日々の外出や買い物を楽しく便利に導くサービスの提供を目指すとともに、企業の顧客満足および業務効率改善へ向けた取り組みを支援していくとしている。

Makuakeにて 目標金額570%達成 福井のメーカー、エニックス

福井の眼鏡メーカー(株)エニックス(山出重克社長)は、9月21日に開始したクラウドファンディング【福井の眼鏡企業考案】瞬間レンズ色チェンジ! 調光×偏光EVERLASTサングラスの目標金額が、開始から約1週間で570%を達成したと発表した。

同クラウドファンディングは、太陽光線がフレーム中央部の光センサーに当たるとすぐに反応し、レンズが瞬時に濃淡と色が変化する調光サングラスの開発を目的としている。

同社は眼鏡産地福井県で、眼鏡関連アイテムを創業から30年以上にわたり、独自に様々な製品開発・販売をしてきた。コロナ禍の自由が制限されている中で、日々体力作りや健康対策に気を使う人たちが多いこともあり、太陽光の下でのジョギングやエクササイズの際、サングラスを掛け、世界的なスポーツブランド「EVERLAST」のような強いイメージを込めている。また、日常のドライブングや生活でも機能的に、かつファッション的にも楽しんでほしいとし、コロナ禍の中でもサングラス一つで人々の容姿も、気持ちも、健康も豊かにしたいとの思いでこのプロジェクトは始まっている。

「聴こえの川柳コンテスト」 アイジャパン

ライフスタイルに合わせたメガネを提案しているメガネショップ「アイメガネ」を展開するアイジャパン(株)(埼玉県さいたま市、澤田泰行社長)は、第2回「聴こえの川柳コンテスト」を開催し、全841作品の中から、厳正なる選考により、グランプリ及び入賞作品を決定した。

同コンテストは、「聴こえ」に対する意識を高めることを目的とした川柳コンテスト。同社が

実施した「聴こえに関する」調査では、聴力の弱まりを感じているシニアの補聴器使用率が低いことや、多くの人が補聴器装着に対して抵抗を感じていることから、同社では「もっと補聴器を身近に感じてほしい」「より良い聴こえて日々を過ごしてほしい」と思い、同コンテストを開始した。

◆グランプリは「本当はお喋りだったおじいちゃん」(むーむー氏)。

◆準グランプリは「聞こえない 旦那の声の 周波数」(chihhy0531氏)。

同社は、今後も様々なイベントを通じて、目と耳のトータルケアショップとして、地域の皆さまを笑顔にできるよう尽力していくとしている。

在宅療養患者に 補聴器等貸出パッケージ

近年「住み慣れた自宅で療養したい」と病院ではなく在宅での療養を選択する患者が増えている。在宅での療養は、家族とたくさん話ができる貴重な時間。しかし、加齢性難聴により「家族の話が聞き取れない」「希望を聞きたいが聞こえないからコミュニケーションがうまくとれない」という悩みを持つ人が多いのが現状だ。

一方で、補聴器選択にはおおよそ1カ月程度の時間がかかり複雑な面もある。自宅で過ごせる貴重な時間を有意義に使ってほしいという思いから、うぐいす補聴器(うぐいすヘルスケア(株))は、医療保険で訪問看護を利用している患者に限り、特別価格で補聴器をはじめとする聴覚支援ツールを貸し出し、聞こえをサポート

するパッケージプランを新設した。在宅療養者は年々増加傾向。厚生労働省が発表した「在宅医療を受けた推計外来患者数の年次推移」(厚生労働省:平成29年(2017)患者調査)によると、在宅医療を受けた患者数は、2008年から増加傾向にある。

レセプト数という観点から見ると、2006年には月に19万8,166件だった訪問診療の算定数が、2014年には64万5,992件にまで増加した。年齢別の内訳を見てみると、64万5,992件のう

ち59.2%におよぶ38万2,204件が85歳以上の患者で、29.8%におよぶ19万2,807件が75歳以上84歳未満の患者だ。つまり、在宅医療を受けている患者の大半は、75歳以上の後期高齢者だといえる。

さらに、2060年には日本人口の約4割が高齢者となるという試算が示すように、少子高齢化が顕著な日本において、今後も在宅医療のニーズは高まり続けることが予想されている。

にてサングラス・度付きアイウェアを展開する。

同店が移転する「新宿サブナード」は、新宿駅東口の靖国通りとモア四番街の地下にある地下街。JR・東京メトロ・西武新宿線等各駅から地下通路を介してアクセス可能なので、より一層、便利に利用できる。

サステナブル素材から 高性能製品まで 5部門の「日本メガネ大賞」が決定

眼鏡業界屈指のデザインアワード「第25回日本メガネ大賞2022」の審査が行われ、サステナブル素材を使用した製品、今まで以上に高性能を兼ね備えたデザイン製品が数多く、白熱

した議論が繰り広げられた。全体では全世界より172製品の応募があった。審査委員の一人でプロダクトデザイナーの澄川伸一氏は「全体としてパンデミックの影響もあるようで、落ち着いたデザインで作りの丁寧なものが数多く見受けられた。既存の技術を活用しながらも決して目立つことなくシンプル

な生活にふさわしい眼鏡が多かったのは嬉しいこと。マスクを着用する現在、眼鏡の重要性はコミュニケーションの一つとしてさらに重要になってくると思う」と講評している。

なお、10月18日13時IOFT会場で、受賞製品(5部門3製品ずつ)の中からグランプリを決定、発表する。

新作6万点を「実際に見て」比較検討できます

IOFT 2021

第34回 国際メガネ展

会期	2021年10月18日[月]▶20日[水]	10:00~18:00 (最終日のみ17:00終了)
会場	東京ビッグサイト 西展示棟	
主催	RX Japan(株) (旧社名:リードエグジビジョンジャパン) / (一社)福井県眼鏡協会	
共催	全日本眼鏡工業連合会 / 日本眼鏡卸組合連合会	
協賛	日本眼鏡販売店連合会 / 日本眼鏡技術者協会 / 日本補聴器工業会	

今年のIOFT 4つの注目ポイント

1 「Made in Japan」の製品が集結

- 世界最高峰の福井品質
- 熟練職人の技が光るフレーム ...など

2 海外デザイナーブランドが多数

- ヨーロッパのスタイリッシュなフレーム
- 个性的でデザイン性に富んだサングラス ...など

3 最新レンズが一堂に出展

- 累進から偏光・調光まで多様なレンズ
- 最先端のカラーレンズ ...など

4 サステナブル アイウェア 展示ギャラリーを設置

- サステナブルな素材を使用したフレーム
- 環境に配慮した製造工程による製品 ...など

招待券請求(無料)はこちら



主催者: RX Japan株式会社(旧社名:リードエグジビジョンジャパン) IOFT事務局
〒163-0570 東京都新宿区西新宿1-26-2 新宿野村ビル18階 TEL: 0570-037-579 Email: ioft.jp@rxglobal.com