

LINDBERG Director of Asian Operations  
NIKOLAJ SCHNOOR —Interview—

## 誰もが似合う眼鏡に出会うために

ネジを一切使用しない独自の構造と、軽く快適なかけ心地の眼鏡で、日本でも好調なセールスを記録しているリンドバーク。同社アジアを統括するニコライ・スノー氏にインタビューする機会を得た。

photography **setsuko nishikawa**

リンドバークが創業したのは1985年。同社は当時から革命的な眼鏡を発売していた。やがてコレクションを増やし、そのファッション性を高めていった。つまり機能性と見た目を兼ね備えた眼鏡で人気を博してきた。

「眼鏡は今日、ファッションの重要な要素になっています。だから時代とマッチしている必要がある。ビジネスファッションでも最近またタイドアップが復活しつつありますよね。同様に眼鏡もクラシック回帰の傾向にある。30年前のモデルをベースにレンズを薄く小さくするなどブラッシュアップしています」

眼鏡選びで最も大切なことは何か、ニコライ氏に伺った。

「まず自分に似合ったフレームを見つけることが大事。もうひとつ重要なのはフィッティングです。これらは販売スタッフの腕にかかっています。スーツをオーダーするときにテーラーが重要なように、販売員が顧客の顔を見て瞬時に、どのノーズパッドがフィットするのか、テンプルの長さはどのくらいがベストなのか、判断できなければなりません」

そのため、リンドバークでは販売員を育成するためのトレーニングに創業当時から力を入れてきたという。

「まだ会社が小さかった頃から人材の育成に投資してきました。また、眼鏡を調整するための道具や機械もすべて自社開発してきた。単に機能的な眼鏡を発表するのではなく、ひとりひとりに合った眼鏡を提供したいという一貫した信念に基づいているのです」

### Nikolaj Schnoor ニコライ・スノー

デンマーク生まれ。デンマーク語、英語、ドイツ語に堪能。スイス・ローザンヌのビジネススクールで国際経営とマーケティングを学び、ドイツ・シーメンス社を経てリンドバーク入社。2003年にアジア・ゼネラルマネージャーに就任以来、中国に在住。2013年よりアジア統括ディレクター。

WISDOM