

サングラス

目次

I. 商品知識

- 1. フレーム用語(部位説明) ... 3
- 2. フレームのデザインと種類 ... 4
- 3. ブランド ... 5
- 4. 基準内・外商品の見分け方 ... 6
- 5. 破損品の考え方 ... 6

II. 買い取り

- 1. 使用状況の確認 ... 7
- 2. メーカー確認 ... 7
- 3. 売価設定 ... 8、9

III. 生産

- 1. 商品の生産方法 ... 10
- 2. プライス作成 ... 11

IV. 陳列

- 1. 展示方法 ... 12

V. 販売

- 1. ガラスケース、レジ対応 ... 13

I . 商品知識

1. フレーム用語(部位説明)



- ・ブリッジ→右左のリムをつなぐ部分です。
- ・智(ヨロイ)→両端の蝶番へとつながる部分です。
- ・リム→レンズを固定する部分。リムが半分のフレームをハーフリムやナイロール、リムが全く無いフレームをリムレス、ポイントフレームなどと言います。

・トップライン、サイドライン、アンダーライン
→フレームの描く線の名称。



- ・パッド→鼻パッド、形状もたくさんあります。消耗品です
- ・クリングス→フロントとパッドをつなぐ細い金属パーツ。
- ・丁番(ヒンジ)→テンプルの開閉を行う部分です。



- ・テンプル→「つる」とも呼ばれます。
- ・モダン(先セル)→テンプルの先の部分です。

2. フレームのデザインと種類

【種類】



・オーバル型

卵型のもっともポピュラーな形状メガネで老若男女問わず使える定番タイプです。



・ウェリントン型

最近、人気が再燃しているフレームです。デザインは現代風にアレンジされたものが多くレトロ調、トラッド風にカジュアルに掛けこなせるバリエーションがあります。

なぜ「ウェリントン」というのか不明ですが、ボストン型がボストンバックに由来するという説もありもしかしたら四角いバックをウェリントンと呼んだかウェリントンブーツに由来するのか、ニュージーランドの都市に由来しているのか、語源は謎です。



・スクエア型

スクエア＝四角。文字とおりの形状です。黒縁スクエアセルなんか人気あります顔を引き締めてくれるので顔が丸い人にもオススメです。



・ティアドロップ型

サングラスに多いナス形とも呼ばれますパイロットなどに愛用されておりメーカーでいえばレイバンが鉄板です。インパクトのあるメガネで連想するのがマッカーサーと西部警察の大門がこのタイプを使っています。



・ラウンド型

まんまる丸型タイプ。これみて連想するのがジョンレノン丸みのあるフレームは表情を優しくみせてくれます。



・ボストン型

映画などの影響で流行ったタイプです。知的で都会的なイメージがあり若い人に人気ですが鼻が低いと似合わないといった点もあります。



・フォックス型

名のとおりキツネ目の形状目じりが上がり横に開いた形で小ぶりに見えるため女性に人気があります。

3. 押さえておきたいブランド

メーカー名	読み方	
■ Ray-Ban	レイバン	
■ CHANEL	シャネル	
■ BVLGARI	ブルガリ	
■ BURBERRY	バーバリー	
■ D&G (DOLCE & GABBANA)	ドルチェ アンド ガッバーナ	
■ OAKLEY	オークリー	
■ Christian Dior	クリスチャン ディオール	
■ Chloe	クロエ	
■ COACH	コーチ	
■ GUCCI	グッチ	
■ PRADA	プラダ	
■ FENDI	フェンディ	
■ YVES SAINT LAURENT	イヴ サン ローラン	

4.基準内、外商品の見分け方

	基準内	基準外
①	ロゴマークがキレイ	ロゴマークが雑
②	各パーツの接合やカッティングがキレイ	すぐに壊れてしまいそうな軽い作り、バリが残っていたりする。
③	型番、その他印字がキレイ	印字が雑

5.破損品の考え方

- 1.安全に着用でき、日常生活で使用可能かどうか。

■レンズの割れ、フレームのゆがみ、重度のサビ
- 2.度が入ってないか

■度が入っているレンズは買取りの時点で判定する。

Ⅱ. 買い取り

1. 使用状況の確認

中古品として販売する商品については現在年数やモデル基準はありません。

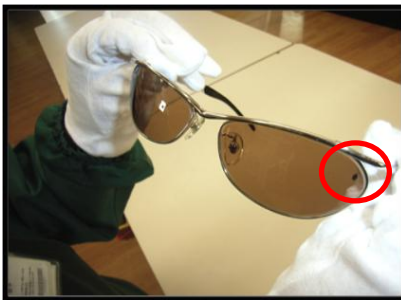
確認ポイント
①破損、壊れ、欠損がないか？
②金属部分の腐食、錆はどうか？
③度が入っていないか

□ レンズ、フレーム、度が入っているのか確認します。

レンズ表面の画像

裏側の面

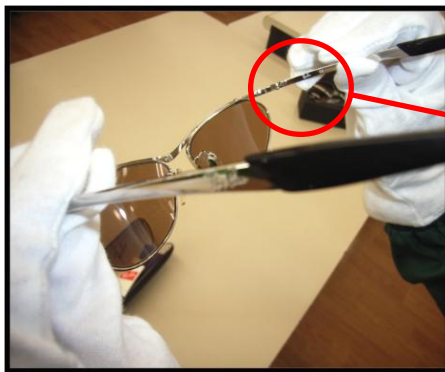
フレーム



□ レンズは表面を始め、特に金具との結合部分にヒビ割れがある事が多い為注意します。

□ テンプルについている耳に掛る部品(先セル)が劣化していることも多いです。

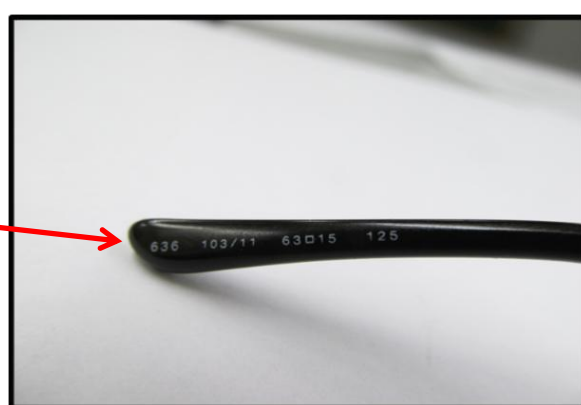
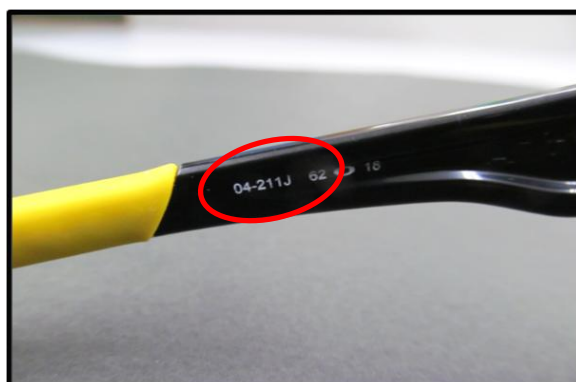
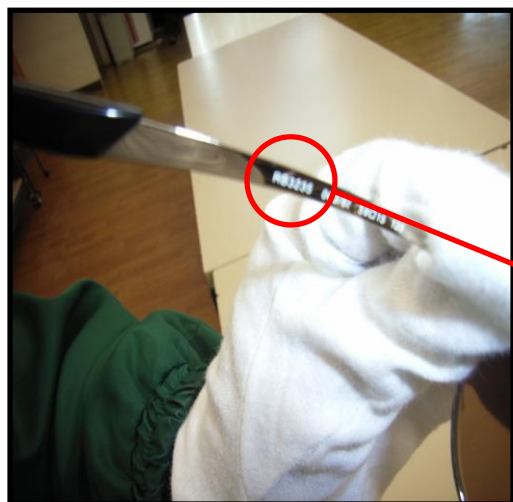
2. メーカー確認



□ つるの部分等によく印字されております。

3. 売価設定

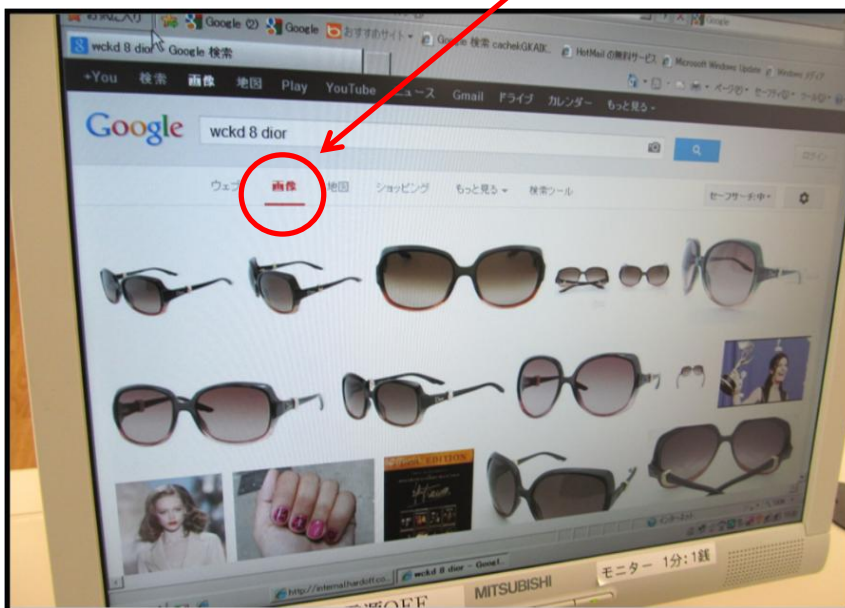
□本体に書いてある、型番やシリーズ名などを確認します。



□主につるの部分に型番が印字されております。
インターネットで検索する等で売価を決定致します。



□型番などが分かりにくい場合はメーカーとサングラスの
画像検索で探し出します。



□売価の設定は
新品市場の6掛け～7掛け、在庫や品物の状態によって判断します。

Ⅲ. 生産

1.商品の生産方法

サングラスのレンズは大変デリケートです。他のアクセサリーの様に、超音波洗浄機を使用することもアルカリ性である「マジックリン」で洗う事もNGです。
折角のブランド品のサングラスのレンズコートに傷が着かない様、正しい知識と方法で生産しましょう。

・準備

- ① 底の深い容器
- ② 食器洗い用 中性洗剤
- ③ タオル
- ④ メガネ拭き



・生産方法

サングラスを洗う時は、メガネレンズ専用の洗剤で洗うのがベストですが安い食器洗い用の**中性洗剤**が代用品になります。**アルカリ性の洗剤は、レンズコートに傷つける原因になりますので避けましょう！**

- ①入れ物に水を入れて中性洗剤を2、3滴おとしサングラスを容器の中でジャブジャブと泡立てるように洗います。

※お湯やぬるま湯は使用するとレンズのコーティングが剥がれる可能性があるので避けましょう



- ②洗ったあとはキレイな水で流します。この時に、サングラスの**レンズをこすったりしない様注意して下さい。**レンズコートに傷が付く原因になります。



- ③サングラスを洗った後はサビない様に必ず水分を取る事が大切なポイントです。
拭き取り方は、擦らずに軽くサングラスのレンズをやさしくぽんぽんと叩くようにしてふき取ります。
その後にメガネ拭きを使いましょう。



2. プライス作成



- ☐ プライスは主に「紐付の小プライス」を使用します。
紐は丁番の所に付け、お客様の試着の邪魔にならないようにします。
- ☐ 型番が分かる場合や状態で明記出来る物があれば記入しておく、お客さまに対して親切です。

IV. 陳列



□箱、ケースはブランドを強める
付属品ですので、できれば本体と
一緒に展示したいです。
お客様が、プライスを読む前に
ブランドをアピールできます。
ケースは本体と一緒に持ち歩く人も
多い為、状態を見せる意味で
本体と一緒に展示しましょう。

売価1万円以上の商品にお勧めです。



□箱や付属品の無い商品には
「紐付き小プライス」を使います。
紐はサングラスの丁番に吊るします。
お客様の試着時に邪魔になりません



□売価1000円以下の商品などガラス
ケース外に展示する際は、レンズが
傷つかないように展示しましょう。
(写真は一例です。)
箱型のケースなどに纏めて入れて
展示すると、本体やレンズに傷が付き
商品価値が無くなります。

サングラスコーナー付近には
お客様試着用の「鏡」を置きます。

V. 販売

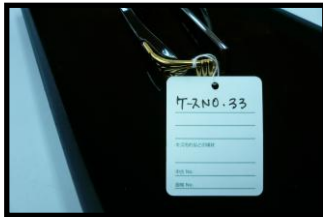
1.販売方法

ガラスケースより取り出す場合は、素手で扱う方がかえって商品を落としません。
お客様が試着される前に、メガネ拭きでレンズを拭きましょう。
また試着されずに購入される際も、レンズを拭きましょう。

- 準備
- ・トレイ
 - ・メガネ拭き



付属品をプライスで確認。



付属品ストッカーより探して



揃えて見せて、お客様にも確認して頂きましょう。



□本体のみで販売する際は、共用ロゴ入りレジ袋(平細長)で袋詰めします。



□付属品は、傷が付かない様にし番号管理すると探しやすいです。



メンズシルバーアクセサリー

目次

I. 商品知識

- 1. 品位の種類、見方 . . . 3
- 2. モチーフ意味 . . . 4
- 3. 有名ブランド . . . 5
- 4. 基準内・外商品の見分け方 . . . 6
- 5. その他押さえておきたいブランド
- 6. その他押さえておきたいブランドロゴ

II. 買い取り

- 1. 使用状況、メーカー確認 . . . 8
- 2. 検索方法、売価設定 . . . 9

III. 生産

- 1. 各商品の生産 . . . 10
- 2. プライス作成 . . . 11
- 3. 陳列 . . . 12

I. 商品知識

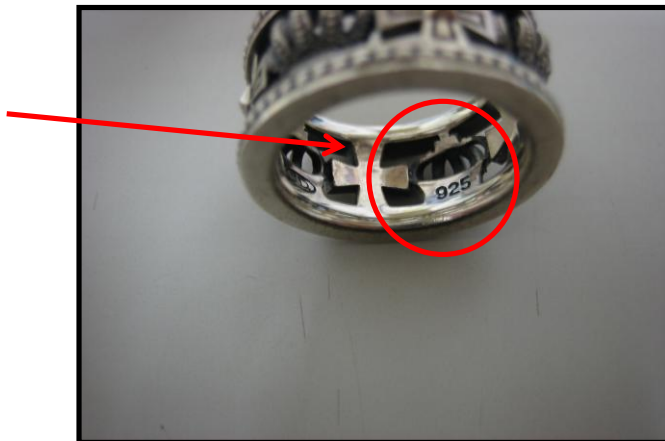
1. 品位の見方、種類

シルバーは柔らかい金属の為、アクセサリーにする時は銅など他の金属を混ぜた合金にして使用します。

【種類】

Silver900 (SV900): コインシルバー
 Silver925 (SV925): スターリングシルバー
 (一般的)
 Silver958 (SV958): ブリタニアシルバー
 Silver1000 (SV1000): 純銀、ピュアシルバー

「SV」「SILVER」「Ag」の刻印があるものは、基本的に925と考えても良いですが、この刻印は任意のものとなり、明確な規定はありません。



【取り扱い方、注意点】

シルバーアクセサリーは身に着けていると表面が黒くなります。これは「酸化」ではなく、汗や空気中の硫黄分などと結合して硫化することで黒ずんでいきます。手入れが大変と思いがちですが、この黒ずんでいく事こそがシルバーの良さであり、「あじ」のある、いぶし銀とも呼ばれます。

【いぶしなし】



【いぶしあり】



【なぜ高いのか】

銀は、金・プラチナと違い、地金価値は高くありません。(1グラム80円ほど) 高い理由としては、デザイン量、ブランドネームであったり、ハンドメイドで作っていたりします。

【金属アレルギーについて】

身に付けたアクセサリーが、汗などによって溶け出し、その成分によって皮膚がかぶれたり炎症を起こしてしまうものです。シルバーアクセは割金に銅やニッケルを使用しているの、比較的アレルギーを起こしやすくなります。スポーツ時などはなるべく使用は控えた方が良いでしょう。

ちなみに金、プラチナ、純銀、チタンなどは金属アレルギーが出にくい金属です。

2. モチーフ意味

代表的なシルバーアクセサリは、大きく分けて以下の通りです。

- ① 西洋ゴシック
- ② インディアンジュエリー
- ③ ハワイアンジュエリー

① 西洋ゴシックの代表的なモチーフ

クロス・・・縦と横の線がクロスする形は天と地の交流の象徴であると同時に、生きる力の象徴でもあります。身に着ける人に神秘の力を与え、災いから身を守ってくれるといわれています。

スカル・・・死と再生を象徴。新たな一を踏み出した時、死を恐れない、故人の死を忘れない
(ドクロ) 物事の本質を見極める、生きている実感など。

百合・・・誠実な愛を求める人に キリスト教で聖母マリアの花とされるユリは清らかな愛を象徴します。フランスでは王家の紋章としてよく使用されているので、権威の象徴として用いられることもあるようです。

鍵・・・鍵は相手の心を開いてくれる大切なモチーフ。また「家」の入り口を示す鍵はその家の富や
(カデナ) 健康、繁栄を呼び込むシンボルでもあります。鍵のモチーフは幸せを呼び込む大切なキーです。

② インディアンジュエリーの代表的モチーフ

※ナバホ族やホピ族など様々な部族があり、それぞれ信仰している神が違う為、一部部族の考え方の可能性があります。

太陽・・・絶対神。また、宇宙にいる神々が、人間の暮らしを見守る為の窓と考えられているそうです。

イーグル・・・インディアンの知る中で、絶対神の太陽に1番近づけることから、神に近い動物とされる。

フェザー・・・神と交信するためのアイテムであったり、儀式で使用する様な神聖なアイテム。
上昇思考にも。

ベア・・・ホピ族の最初のクラン(部族)がベアクランであった事から、強さ・力・権力の象徴。

スパイダー・・・クモが糸を張って巣を作り出す姿から、地道な努力の象徴。

★インディアンの装飾用宝石として、ターコイズ(トルコ石)が用いられます。
インディアンの中では、魔よけやお守りとして用いられ、今でも窓枠や、家のドアがターコイズ色な所もあるようです。

ターコイズは網目が入っているものとそうでないものがあり、欧州ではまったく入っていないクリアなターコイズが好まれる。
アメリカでは網目が入っているものが好まれ、
「スパイダーウェブ(蜘蛛の糸)」「ランダーブルー」などと呼ばれる。
もちろんインディアンジュエリーにおいては、網目入りの物を多用する。

買取で入ってくる事がなかなか無い為、続きはWEBで

③ ハワイアンジュエリーの代表的なモチーフ

スクロール(波)・・・寄せては返す波は永遠を象徴

唐草・・・つる草のイメージから、生命力、永遠の力強さなど

その他モチーフ一覧は、買取編を参照

ターコイズ



ターコイズ スパイダーウェブ 検索

3. 有名ブランド

CHROME HEARTS (クロムハーツ)

誰もが知っている認知度NO.1ブランドシルバーアクセサリーの人気を不動のものにしたキングオブシルバーブランド。

発祥はアメリカ。ハリウッド映画スターや多くの著名人が愛用。ダガーやフレアーなどのモチーフはクロムハーツの伝統。世界3大シルバーアクセブランドの1つ。正規代理店はユニテッドアローズ。



Gabor (ガボール)

ガボール・ナギーが立ち上げたブランド。当時女性物ばかりだったアクセサリーに、男性物とう概念を作った。ガボール亡き後も人気は衰えることはない。ガボール・ナギーは様々な語録を残しており、強烈なインパクトのあるモチーフと細工に加え、ガボールを崇拝している方が多い。世界3大シルバーアクセブランドの1つ。

【ガボール・ナギー語録】

「アメリカでは金があってもコネがなければ、ガボールのシルバーアクセサリーは買えない」
 「ガボールのシルバーアクセサリーは永久保証。どんなに昔のモノでも直す。直せなかったら新しいモノをやる。」
 「ガボールのシルバーアクセサリーにはそれなりの金額を払ってもらおう。どんなに時間がたっても価値の下がらないモノを作っているから。」



Justin Davis

(ジャスティンデイヴィス)

ジャスティン・デイヴィスはロイヤルオーダー、ライオンハートのデザイナーを経て、自身のブランドを2001年に立ち上げた。

英国王室をモチーフとし、気品のあるデザインが特徴。代表的なモチーフには、クラウンやティアラ、エミネムリングなど。また、ジャスティン・デイヴィスはシルバーアクセサリーに貴石や半貴石を用いるのも特徴的です。



A&G (エーアンドジー)

A&Gは、1994年、アマール・ゲソウスとギョーム・パジョアマール・ゲソウスとギョーム・パジョレックによってスタートしたシルバーアクセサリー & レザーブランド。そんな二人が作った“A&G”からライオンハート、ナグァール、セルティックアーツなど多くのブランドが生まれた。

バイカースタイルをベースにしたフレンチテイストのゴシック調。モチーフは、ハードな中にも繊細なデザインを特徴とし、今やシルバー・ジュエリー界の中心ブランドとして高い支持を受けている。日本ではA&Gウォレットが高い人気を誇っている。

世界3大シルバーアクセブランドの1つ

4. 基準内・外商品の見分け方

シルバーアクセサリは、本物を型取り量産出来てしまうので、真贋の見分け方が非常に困難です。中にはメッキのような材質で作っているわかりやすいB級品もありますが、基本はギャランティカードもしくはインボイス（証明書）が付属したものの買い取りとなります。

詳細はブランドマニュアルを参照してください。

5. その他押さえておきたいブランド

名前	読み方	普及度	代表的なモチーフ・デザイン
BILL WALL LEATHER	ビルウォールレザー	中	スカル、フック、クロス、マリブ
Bizarre	ビザール	中	ファンタジー、モンスター
BLOODY MARY	ブラッディマリー	中	バラ、葉
CRAZY PIG	クレイジーピッグ	中	スカル、コミカル
goro's	ゴローズ	低	フェザー、平打ち
JAM HOME MADE	ジャムホームメイド	中	ユニークデザイン多数
LORD CAMEROT	ロードキャメロット	低	中世ヨーロッパ
Leonard Kamhout	レナード・カムホート	低	ベル、フェザー
L, ONE	エルワン	低	レナードカムホートと同一
LONE ONES	ロンワンズ	中	レナードカムホートと同一
Leathers&Treasures	レザーズトレジャーズ	中	中世ヨーロッパ
Fuck Around Lewsite	ファックアラウンドルイサイト	低	ゴシックホラー
ROYAL ORDER	ロイヤルオーダー	低	クラウン、中世
RAT RACE	ラットレース	低	様々な表情のスカル
STANLEY GUESS	スタンリーゲス	低	ウッド使用製品
STALINGEAR	スターリングア	中	スカル、コミカル
TRAVIS WARKER	トラヴィス・ワーカー	中	スカル、手軽にオーダーメイド
Vivienne Westwood	ヴィヴィアン・ウェストウッド	中	アーマーリング、オーブ
William Wallis	ウィリアムウォレス	中	中世ヨーロッパ
WOLFMAN BRS	ウルマン	中	ウルフ、ソード、クロス
ZOCARO	ソカロ	中	ガネーシャ、宗教

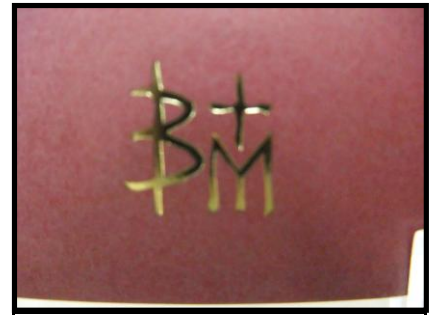
6. その他押さえておきたいブランドロゴ



bizarre(ビザール)



CRAZY PIG (クレイジーピッグ)



BLOODY MARY (ブラッディマリー)



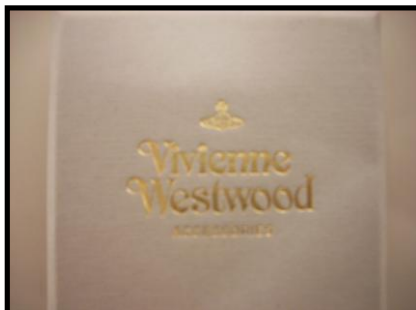
STANLEY GUESS (スタンリーゲス)



STARLINGEAR (スターリングア)



ZOCARO (ソカロ)



Vivienne Westwood
(ヴィヴィアン ウェストウッド)



WOLFMAN (ウルフマン)



Fuck Around Lewsite
(ファック アラウンド ルイサイト)



Lord Camelot
(ロードキャメロット)



Lord Camelot 2
(ロードキャメロット 2)



JAM HOME MADE
(ジャム ホーム メイド)

Ⅱ. 買い取り

1. 使用状況、メーカー確認

確認ポイント	・ 硫化していないか確認。（クロスでキレイになるので、売価設定は変えずに買い取り金額で調整する。） ・ キズ・石外れを確認。 ・ 変形・ゆがみを確認。
--------	---

注意点

手の皮脂などが硫化の原因になるので、査定時は、必ず白手をつけて行う。

硫化したリング



メーカー刻印、純度刻印

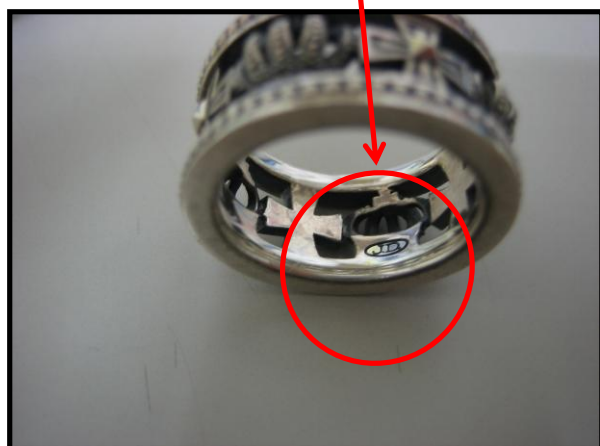
リングは基本裏にあります。



ネックレスは止め具にあることが多いです。



メーカー名が略されている事もあります。
画像はJustin DavisのJD



ブランドのシンボルマークのみ刻印されている事もあります。
画像はGabor



2. 検索方法

- ・ 買い取り時で最も難しいのが、売価設定です。
新品売価を元にしますが、少しデザインが違っただけでも、値段が大きく変わるのが、
シルバーアクセサリーの特徴と言えます。
従って、早く正確に検索する為に、モチーフ名を覚えておくに便利ですよ。

西洋ゴシック系

ドクロ、スカル、クロス（十字架）、フローラルクロス（花&クロス）、
クラウン（王冠）ベル（鐘）、フレアー（百合）、キー・カデナ（鍵）、
ダガー（短剣）ハート、ローズ（薔薇）、ライオン、

インディアンジュエリー系

フェザー（羽）、クロウ（爪）、イーグル（鷲）、スター、
サン・サンフェイス（太陽）、ベア（熊）、スパイダー（蜘蛛）、コヨーテ、
リザード、バタフライ（蝶）、スネーク（蛇）、ガンジャ（マリファナ）

ハワイアンジュエリー系

ウォーターウェーブ（波）、トライバル、梵字、ドルフィン（イルカ）
ティアドロップ（しずく）、ヴァイン（唐草）、フィッシュフック（釣り針）など

※ バラと王冠など、複数のモチーフがある場合は、ローズクラウンリングなど、そのまま
組み合わせて検索してもヒットしやすいです。

その他わかりづらいモチーフ

トライバル
（部族が使用する幾何学模様）



唐草



フローラルクロス



ティアドロップ（しずく）



フィッシュフック（釣り針）



カデナ、キー（鍵）



Ⅲ. 生産

1. 各商品の生産方法

□ 超音波洗浄する



※ ネックレス部分がレザーの場合は外すか、持ち上げた状態で30秒ほど行う。

□ シルバー洗浄液につける



※ いぶし銀のタイプはとれてしまい、「あじ」が無くなるので注意する。

※ 非常に強い薬剤の為、洗浄液が手についた場合はよく洗い流す。

シルバー洗浄液が可能なタイプ



シルバー洗浄液が向かないタイプ（超音波洗浄のみ）



□ シルバークロスで磨く



※ 出ている黒ずみは汚れではなく、研磨された本体の銀です。従って、綺麗になったらそれ以上磨きすぎない様に注意しましょう。



2. プライス作成

- プライスカード作成
使用プライス

5000円～10,000円以上は黄色プライスが良いです。
在庫状況により各店判断



(リングサイズ棒)
消備品室にて発注
可能



- ・リングは必ず長さを記入する。
- ・ブランド品は、品名を正しく記入すると専門性が上がります。
(キーパーリング、スパーサーリングなど)

3. 陳列



【基本的な売場展開】

シルバーアクセサリーは、単体では集まりにくい商材ですので、ジャンルを問わず「男性色の強い」アイテムで作るのが基本になります。硫化したものなど積極的にアピールする事で、商品力を増やしましょう。

【男性色の強い代表例】

- ・ブーツ、ベルト、財布などレザーアイテム
- ・ライター、バイカーアイテム
- ・エアガン、ミリタリーアイテムなど
- ・スペースに余裕があるなら男らしい服でも良いと思います。





【オプション】

透明感以外にも、布を敷いたりブロックを使うことで男らしさを引き出せます。

布以外でも紙で代用でも、デニムの切れ端を使用してもローコストで雰囲気も変わります。

ちなみに図①は、腕時計のスポンジを使用しています。

他にもネックレスを吊り下げたり色々な売場陳列方法があります。

【売場場所】

もちろんメンズ衣料品の脇が良いと思います。オン・オフの切り替えの為ビジネスは分けると良いかもしれません。



【リングの陳列】

女性と違ってどの指につけるかよりも、メインでつけるのか、サブでつけるのかで選ぶお客様も大勢います。よって、サイズ分けよりもハード系かソフト系で分けると選びやすくなります。

【ハード系】

メインにつける派手なアクセサリートゲトゲしいものやモチーフのあるもの



【シンプル系】

サブでつけるアクセ外しでつけられたり、重ねづけが出来るようなデザインのもの



アクセサリーについて

●どんな人がつけるのか？

・シルバー系ブランド

バンドマン・ホスト・マイルドヤンキー

見た目が派手！オシャレ！ロック！

・インディアンジュエリー系ブランド

アメカジ・ファッション通・スピリチュアル

アクセサリーについて語りたい！

●なぜシルバーアクセは似たようなデザインなのに、高い物と安い物の差がある？

高い物≡オリジナル、繊細な彫(ほり)、銀の塊

安い物≡人気ブランドのパクリデザイン

雑な造り(大量生産)、肉抜きされて軽い

しかしながら『あの芸能人がつけていた！』などの情報が、クオリティを超えた価格にさせているブランドもあります。しかしそんなブランドはすぐに廃れるのも、アクセサリーブランドの特徴です。

●シルバー925 とは？

銀の純度の事です。銀はそれ単体では柔らかすぎてアクセサリーとしては不向きな素材です。銅などの別素材と混ぜてシルバーアクセそして造形していくのですが、この時 92.5 パーセントが銀である場合、それは『純銀』と名乗っていいとされています。それが『925』の刻印なのです。(925/1000 という意味)

●インディアンジュエリーとは？

アメリカ南西部で生活するネイティブアメリカン(インディアン)の手によって作られたジュエリーを指します。メキシコ人の銀細工の銀細工の技術を取り込み、ネイティブアメリカンの自然界への敬意を表す象徴として作られたジュエリーです。必ずホールマーク([生産者の名前][民族名]などの刻印)が裏にある物がほとんどです。

またシルバー表記は『925』表記より『sterling』表記の物が多いです。

◎押さえておきたい 4 部族

・ホピ族

オーバーレイ(銀板を張り合わせる加工)を得意とする民族。石はあまり使用しない。出身者の村のシンボルのホールマークを刻むことが多い。以下はモチーフの一部抜粋。



ベア



カチナ



サンフェイス

・ズニ族

インレイ技法、ニードルポイント技法を使用したカラフルなデザインが特徴的。



インレイ技法

石を粉状に砕き、型に流し込む技法



ニードルポイント技法

石を細かくカットして花びらのように

アレンジする技法。

・ナバホ族

インディアンジュエリーの代表各。大きな石とシルバーのコントラストが魅力的。

ジュエリーに銀を使用した最初の部族とも言われる。

文字によるスタンプかサインのホールマークが多い。



スタンプワーク

タガネと呼ばれる、様々な種類の形状の、ドライバーの先

の様なもので銀板に模様を打ち出していく技法

・サントドミンゴ族

最初にジュエリーを作ったと言われる部族



ビーズに糸を通した[ヒーシー]と呼ばれる

ネックレスが有名

●人気ブランド・人気モチーフ

・ CHROME HEARTS(クロムハーツ)

シルバーといえばこのブランド！クロムハーツに始まりクロムハーツに終わる、と

私の友人は言っていました(笑)

しかしながら、細やかな細工、一目でクロムとわかるデザインは

男の永遠の憧れです。それゆえ偽物も多く出回っています。

クロス



クロムといえばコレ！代表的モチーフです。

スパーサーリング



クロムなのに比較的シンプルなデザイン！

アクセ初心者におすすめ。

ダガー



短剣(ダガー)をモチーフにしたデザイン。

ネックレストップでは定番の人気です。

BS フレア



ユリの花をモチーフにしたフランスの紋章を

逆さにデザインしたアイテム。根強い人気。

・ Royal Order(ロイヤルオーダー)

アメリカ発。『ロックンロールとファッションの融合』がテーマ。



クラウン(王冠)モチーフといえば

このブランドですね。

・ Justin Davis(ジャスティンデイビス)

ニューヨーク生まれのデザイナーが仕掛ける実はドメスブランド。

山梨の工場で作られています。



エミネムリングでブランドの名前を

世界に一気に広めました。

・ CRAZY PIG(クレイジーピッグ)

スカルといえばこのブランド。多くのミュージシャンも愛用



EVIL SKULL(通称キースリング)

ローリングストーンズのギタリスト、

キース・リチャーズが愛用。



ボーンハンドリング

指を包み込むようなデザイン。

ブランドの代名詞的デザイン。

・ LONE ONES(ロンワンス)

クロムハーツ創設メンバーの1人、レナード・カムホートが
デボン・ウィラーと共に前身ブランド『LEONARD KAMHOUT』
を立ち上げる。2000年『LONE ONES』としてリニューアル。



ベルモチーフ

ロンワンスといえばコレ！

流行った頃、渋谷の街は腰から胸からチリンチリンうるさ
かったぐらいです(笑)

・ GABOR(ガボール)

デザイナー、ガボール・ナギーの死後、妻が工房を引き継いでいるが
生前・死後とシルバーの色合いが違う。銀とその他の金属の配合を、ガボール本人
以外誰も知らなかった為である。スカルに定評あり。



スカルリング。

笑った顔が特徴的な、通称[ハッピースカル]が人気です。

・ JAM HOME MADE(ジャムホームメイド)

手が届きやすい価格、カジュアルなデザインのカメスブランド。オリジナルアイテ
ムはもちろん、ディズニーやカメスブランドなど多岐にわたるコラボアイテムもブ
ランドの特徴。財布やカバンなども人気。

カレッジリング



ブランドの定番アイテム。学校卒業記念リングをモチーフとしており、根強い人気。



ディズニーコラボ。

ミッキーの腕の形のリング等もあります。



安全ピンモチーフ

ブランド創世記からの定番アイテム。

・CHAN LUU(チャン・ルー)

ベトナム生まれのデザイナー、チャン・ルーが手掛ける人気ブランド。

アメリカセレブの間で人気が発火し日本にも飛び火しました。

偽物多い！三越伊勢丹・そごう西武等で偽物を販売してしまったと、ニュースにもなっていました。



ラップブレスレット

ブランドの代名詞的アイテム。腕にグルグル巻くデザイン。

・ goro's(ゴローズ)

日本人でただ一人、インディアンジュエリーを作ることができる伝説のデザイナー
高橋吾郎が手掛けるブランド。デザイナーは昨年他界。近年～死後、吾郎本人は携
わる事無く弟子たちだけでブランドを続けているとの噂もあり、今後のブランドの
行く末を心配する声は多い。木村拓哉をはじめ多くの芸能人が愛用している。レザ
ーアイテムも人気。ギャランティーカード等もなく、刻印しかないので真贋判断難
しい。



イエローイーグル

吾郎のインディアンネームである[イエローイーグル]
をモチーフにしたアイテム。



フェザーリング

人気のフェザーモチーフをリングにしたアイテム。

フェザーヘッドと共に定番人気。

・ arizona freedom(アリゾナフリーダム)

ドメスブランドの中でゴローズと共に国内でネイティブ系シルバーを定着させた
立役者的ブランド。



太陽神モチーフ

ブランドのメインシンボル



唐草モチーフ バングルに多いメインシンボルの一つ

・ FIRSTARROW'S(ファーストアローズ)

太陽をシンボルモチーフとした、人気ブランド。



価格も求めやすく、クオリティもそれなりなので

インディアンジュエリーをカジュアルに楽しみたい人向け。

・ HTC(エイチティーシー)

正式名称『ハリウッド・トレーディング・カンパニー』スタッズベルトといえはこのブランドです。Made in USA の重量感のあるつくりは、一度手にしたら忘れられません。ベルトだけでなく、ブレスレット・バックルなども人気アイテムです。偽物が多いです！①レザーやバックルにブランドの刻印はあるか？②サイズは『インチ』表記か？などが真贋ポイントとされています。



フラワー



ピーナッツ



ピラミッド



×ギャルソン



×テnderロイン

・ WOLF'S HEAD(ウルフズヘッド)

千駄木の路地裏に店を構える幹田卓司がオーナーを務めるヴィンテージショップ。

オーナー自身が丹精を込めて作るオリジナルアクセサリーは、そのこだわり故に誰もが手にできるアイテムではありません。ハウスルールを設け、ブランドと向き合う人にしか売らない。本物を求める人が惹きつけられるブランドです。



万年筆・ボールペン

目次

I. 商品知識

1. 万年筆

①各部位名称と詳細

②万年筆の知識 3

2. ボールペン

①各部位名称

②ボールペンの知識 4

3. 万年筆・ボールペンブランド 5

II. 買い取り

1. 万年筆

2. ボールペン 6

III. 生産

1. 万年筆

2. ボールペン 7

IV. 代表的ブランドの知識

1. MONT BLANC(モンブラン) 8

2. Pelikan(ペリカン) 9

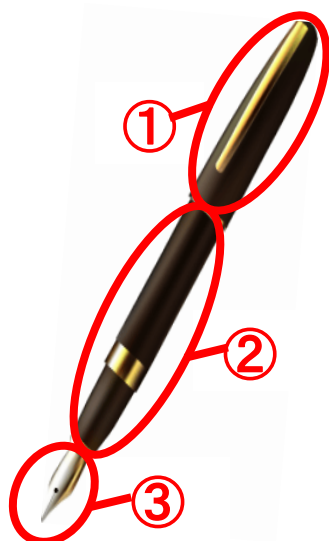
3. LAMY(ラミー) 10

4. PILOT(パイロット) 11

I . 商品知識

1. 万年筆

①各部位名称と詳細



① キャップ

→ ペン先を保護すると同時に、インクが乾燥しないように密閉する役割を持つ

② 本体<軸胴部>

→ 万年筆の書き味を左右する部分(バランスなど)

③ ペン先

〈素材〉 ・ 金(一般的に使用され、14Kのものが最良と言われています)
 ・ 鉄、ステンレス鋼
 (金に比べ柔軟性は劣る。金より安価な為、量産に向く)
 ・ プラスチック(上記に比べ、安価で加工性に優れている。)

※主に使い捨て用

〈太さ〉 EForXF(極細字)、F(細字)、FM(中細字)、M(中字)、
 B(太字)、BB(極太字)、C(特太字)、MS(ミュージック)

※同じメーカーでも、製品ごとに固体差がある。

【インクの補充方式】

○ 吸入式(高価格帯に多く見られます) ○ コンバーター(吸入器)式
 ○ カートリッジ式(現在、主流) ○ インキ止式

②万年筆の知識

万年筆は、953年に発明され、1960年代頃まで筆記具の主流として使用されていました。
 近年は、デザイン性・希少性に注目され、コレクターズアイテムとして注目されています。

長所

- ・ 半永久的に使用可能
- ・ 筆圧の低い人でも使い易い
- ・ 使用するうちに、持ち主の癖などに応じて、ペン先の形状が変化し、持ち主に合った書き心地になる。
- ・ ペン先の交換など、修理が可能(高級品)

短所

- ・ 乾燥に弱い
- ・ インク洩れやインク飛散が起こる場合がある
- ・ 持ち主の癖が付く為、貸し借りや共用に不向
- ・ 複写式の用紙には不向。
- ・ ボールペンやシャープペンシルに比べ高価。

2. ボールペン

①各部位名称



②ボールペンの知識

- ペン先のかわりに、回転する小さな鋼球をはめこみ、そこからインクをしみ出させて書くペンのこと。小球はタングステン炭素鋼、クロム鋼、ステンレス鋼、人造宝石などが使われ、直径は1.2mmが標準、細字用には0.7mmがある。
- ボールペンは、使用されているインクによって、次の3つの種類があり、それぞれ特徴があります。
 - 油性ボールペン

インクに油性染料を使っている、一番最初に開発されたボールペンです。

長所 ・ にじみがなく裏うつりがしない
 ・ 水で字が流れることが少ない(耐水性)
 ・ 色あせることがない(耐光性)

短所 ・ 字の書き味や発色がよくない
 ・ 字を書いている途中で、インクが少し垂れてしまう(ボテ)
 - 水性ボールペン

油性ボールペンの書き味や発色性、インクボテを改良した点が特徴。

長所 ・ 油性ボールペンの書き味や発色性、インクボテが改善されている

短所 ・ 水にぬれるとインクが流れてしまったり、耐光性がない、あるいは裏うつりする
 - ジェルボールペン

中性ボールペンと呼ばれ、油性ボールペンと水性ボールペンの両方の長所を、取り入れたもの

長所 ・ 書き味、発光性がよいもの

短所 ・ 短所らしきものはないのですが、ただ一つの短所は、インクのへりがはやいこと

3. 万年筆・ボールペンブランド

【万年筆ブランド】

- 日本** ・パイロットコーポレーション(国内最大手) ・プラチナ万年筆 ・セーラー万年筆
 〈ハンドメイドブランド〉 ・中屋万年筆 ・カトウセイサクショカンパニー ・ロングプロダクツ
 ・大橋堂 ・川窪万年筆店 ・万年筆博士 ・オーグラムデザイン
 ・masahiro万年筆製作所 ・SERAPH&Co. など
- ドイツ** ・MONT BLANC(モンブラン) ・Pelikan(ペリカン) ・LAMY(ラミー)
 ・FABER-CASTELL(ファーバーカステル) ・rotring(ロットリング)
 ・STAEDTLER(ステッドラー) ・Waldmann(ヴァルドマン) ・Kaweco(カヴェコ)
- 英国** ・PARKER(パーカー) ・YARD・O・LED(ヤード・オ・レッド) ・De La Lue(デ・ラ・ルー)
 ・DAKS(ダックス) ・dunhill(ダンヒル)
- イタリア** ・AURORA(アウロラ) ・DELTA(デルタ) ・Campo Marzio(カンポマルツィオ)
 ・Montegrappa(モンテグラッパ) ・OMAS(オマス) ・MARLEN(マーレン)
 ・VISCANTI(ビスコンティー) ・Stipula(スティピュラ) ・TIBALDI(ティバルディ)
- フランス** ・WATERMAN(ウォーターマン) ・S.T.Dupont(S. T. デュポン) ・Recife(レシーフ)
 ・Cartier(カルティエ) ・BiC(ビック) ・courreges(クレージュ)
 ・LOUIS VUITTON(ルイ・ヴィトン)
- アメリカ** ・SHEAFFER(シェーファー) ・CROSS(クロス) ・Krone(クロネ)
 ・MONTEVERDE(モンテベルデ) ・Conklin(コンクリン)
- スイス** ・CARAN d'ACHE(カラダッシュ)
- 中国** ・英雄(HIRO) ・TWSBI<台湾>

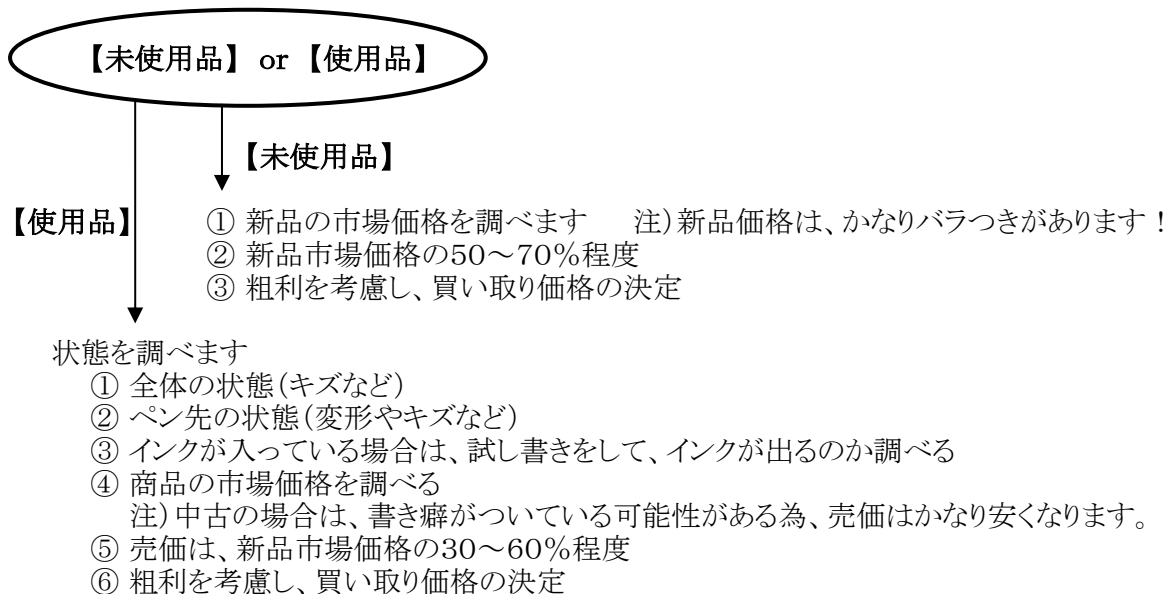
【ボールペンブランド】

- 日本** ・コクヨ ・三菱鉛筆 ・トンボ ・セイカ ・ゼブラ ・京セラ ・ぺんてる
- ドイツ** ・MONT BLANC(モンブラン) ・Pelikan(ペリカン) ・LAMY(ラミー)
 ・FABER-CASTELL(ファーバーカステル) ・rotring(ロットリング)
 ・STAEDTLER(ステッドラー) ・Waldmann(ヴァルドマン) ・Kaweco(カヴェコ)
- 英国** ・PARKER(パーカー) ・YARD・O・LED(ヤード・オ・レッド) ・De La Lue(デ・ラ・ルー)
 ・DAKS(ダックス) ・dunhill(ダンヒル)
- イタリア** ・AURORA(アウロラ) ・DELTA(デルタ) ・Campo Marzio(カンポマルツィオ)
 ・Montegrappa(モンテグラッパ) ・OMAS(オマス) ・MARLEN(マーレン)
 ・VISCANTI(ビスコンティー) ・Stipula(スティピュラ) ・TIBALDI(ティバルディ)
- フランス** ・WATERMAN(ウォーターマン) ・S.T.Dupont(S. T. デュポン) ・Recife(レシーフ)
 ・Cartier(カルティエ) ・BiC(ビック) ・courreges(クレージュ)
 ・LOUIS VUITTON(ルイ・ヴィトン)
- アメリカ** ・SHEAFFER(シェーファー) ・CROSS(クロス) ・Krone(クロネ)
 ・MONTEVERDE(モンテベルデ) ・Conklin(コンクリン)
- スイス** ・CARAN d'ACHE(カラダッシュ)

Ⅱ. 買い取り

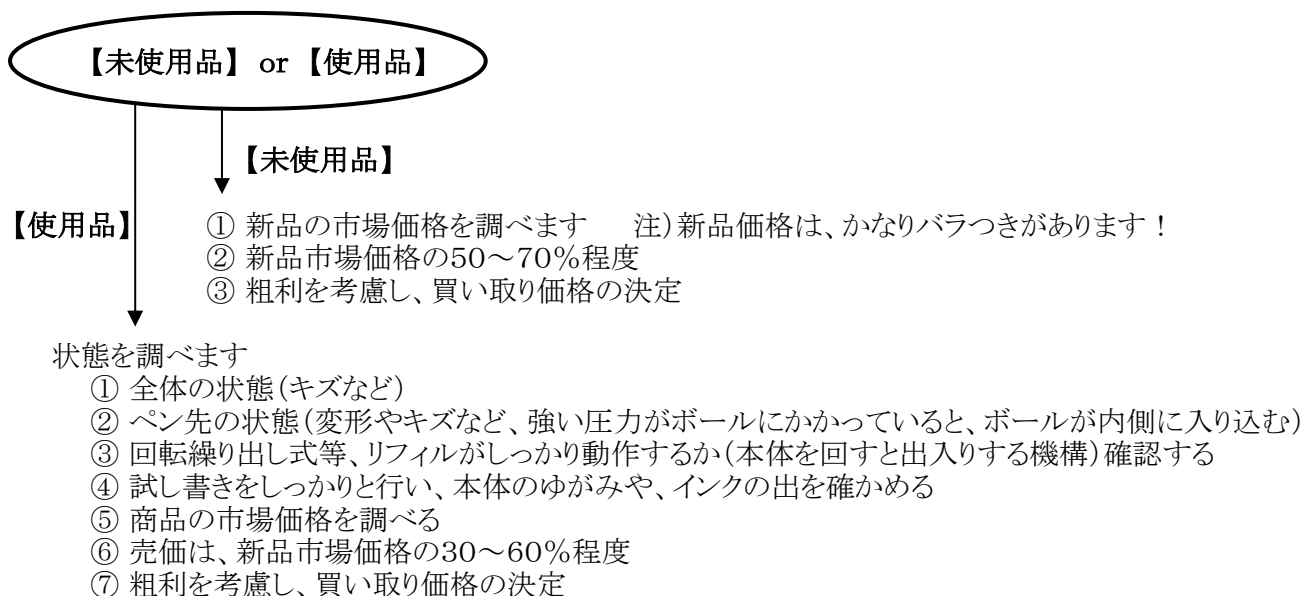
1. 万年筆

査定の順序



2. ボールペン

査定の順序



Ⅲ. 生産

1. 万年筆

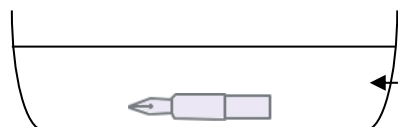
生産手順 (カートリッジ式・コンバーター式)

《用意する物》・深めの容器 ・水またはぬるま湯 ・ウエス(インクがつくので汚れても良い布)

- ① カートリッジ又コンバーターを抜きます



- ② 容器の中に水またはぬるま湯を入れ、首軸の部分そのまま容器の中に、一晩入れておきます。



熱湯や薬品、洗剤は絶対に入れない

- ③ 首軸からペン先に向けて、水が流れるように何度か通し、インクの色がなくなりキレイな水が流れてくるまで流します。



- ④ 最後に布で良く水分を拭き取り乾かして下さい。
※水分が残っている状態でインクを入れてしまうとインクが薄くなってしまう場合があります。

- ⑤ プライスを作成し、店頭へ
注) 万年筆の場合は、インク注入しない！

2. ボールペン

生産手順

《用意する物》綿棒、アルイレーザ、ウエス

- ① 胴軸、キャップチューブ、リフィルを分解します



「注意！」
分解の際は、パーツを曲げたり、壊してしまわないよう慎重に行いましょう！

- ② 胴軸、キャップチューブ内に軽くエアーをかけ、綿棒とエタノールで内部をクリーニングします
リフィルにはインクが付着している場合もありますので、きれいに拭き取ってください

- ③ 高額モデルには、専用ケースが付属している場合があります
こちらも腕時計のケース同様に、軽くエアーをかけ汚れは拭き取って下さい

- ④ 分解した胴軸、キャップ、リフィルを組みなおし、再度試し書きを行います
問題が無ければ、生産終了

- ⑤ プライスを作成し、店頭へ

IV. 代表的ブランドの知識

1. MONT BLANC(モンブラン)

歴史

- 1906年 — ハンブルグの文具店主人、銀行家、ベルリンのエンジニアの3人によって万年筆の製造を始めた。⇒創業当初の社名「シンプロ・フィラーペン・カンパニー」
- 1924年 — 代表傑作「マイスターシュテュック」の発表
- 1934年 — 「モンブラン・シンプロ・GMBH」へ社名変更。
⇒ブランドイメージとしてロゴにも使用していたアルプス最高峰、モンブランの名前を取り入れた形となった
- 1980年代 — ダンヒルに買収される。
- 1992年 — モンブラン文化財団設立。⇒モンブラン国際文化賞の授与開始
- 1993年 — ダンヒルがリシュモングループに買収され、リシュモンの傘下となる。
- 2006年 — 創業100周年を記念して、アニバーサリーエディションのマイスターシュテュックなどを発表。
⇒ダイヤモンドのホワイトスターをあしらひ、モンブラン産花崗岩をキャップに使用
- 2010年 — ダイヤモンドのホワイトスターをあしらったマイシュターシュテュック・シリーズを発表
⇒ル・グラン、クラシックの2サイズ、万年筆、ボールペン、ローラーボールペンの展開で定番商品として販売。

代表モデル

- マイスターシュテュック(MEISTERSTUCK)
 - ・モンブランの代表的製品で、全ての万年筆を象徴する最も有名なモデルと評されている筆記具シリーズ
⇒マイスターシュテュック149が一番人気
- ボエム(BOHEME)
 - ・装飾が多くアクセ感覚を強めたシリーズで、胸ポケットにも収まる携帯性が特徴
⇒全てがカートリッジ式。インクの使用量の観点から太字のペン先は不向き。
- スターウォーカー(STARWALKER)
 - ・現代性を強めたシリーズ。ホワイトスターがキャップ先端の透明箇所に見えようのが特徴。
⇒2003年発売。コンセプトは、「未来のエリート」



限定モデル

- ◆ パトロンシリーズ — モンブラン文化財団が、設立した賞と連携して歴史的な文化・芸術の擁護・推進者に捧げる特別限定品です。毎年春に4810本、もしくはそれ以上に豪華な限定品として888本のモデルが作成されます。
- ◆ 作家シリーズ — 世界文学に寄与した偉大な作家へのオマージュとして作成されています。デザインは、作家からのインスピレーション。スタートは、1992年から。
- ◆ ドネーションペン — クラシック音楽の偉人に敬意を表したシリーズです。バーンスタイン、カラヤン、バッハ、トスカニーニ、ジョンレノンなどの著名な音楽家をモチーフにしています。
- ◆ スペシャルエディション
- ◆ 女優シリーズ — など

2. Pelikan(ペリカン)

歴史

- 1832年 — ドイツ(ハノーバー)で、ドイツ人科学者カール・ホーネマンが、絵具とインクの工場を設立【現在もハノーバーに本社がある】
- 1863年 — ギュンター・ワグナーが経営に参加し、販路拡大
- 1878年 — 製品の品質を保証するため、ワグナー家の家紋でもあったペリカンをモチーフとした、商標を登録するなどヨーロッパでのインクメーカーとして地位を確立
- 1929年 — 筆記具の製造を開始(100型万年筆)
- 1978年 — 有限会社から株式会社へ転換
- 1980年代 — プリンター、プロジェクター、玩具、ゲーム、化粧品部門へ進出
- 1997年 — ドイツの万年筆専門誌の人気投票で、#800緑稿が「ペン・オブ・ザ・イヤー」の栄冠を獲得
- 現在 — マレーシア企業の傘下にある

主要製品

■ トレド



軸全体に24Kで装飾、彫金が施されている。(最高級品の一つ)
※サイズ違いでM900とM700がある

■ レベルペン

通常の3倍のインクを補充でき、長時間の筆記が可能
(専用インク壺を使い、尻軸から直接インクを注入)



■ スーベレーンシリーズ



ペリカン社を代表するロングセラー製品で、世界中の作家から一般人に至るまで多くの人々に愛用されている。
※スーベレーンは、ドイツ語で「すぐれもの」を意味する。

■ トラディショナルシリーズ — プラスチック部品を多用し軽量

■ 世界の都市シリーズ・世界の史跡シリーズ — M600がベースの限定生産品

■ 世界の七不思議シリーズ — M1000がベースの限定生産品

■ ペリカーノ — カートリッジ式のインクを使用するスクール用万年筆

他情報

- ◆ 高級筆記具の分野では、モンブラン社(MONT BLANC)と並び人気のあるブランド
- ◆ インク補充方法としては、現在の主流であるカートリッジ式ではなく、大部分の商品が、「回転吸入式」を採用している
- ◆ 「トレド」 — 100を超える工程と一ヶ月以上の歳月を費やして製品の同軸には、高度な品質を保証する為にマイスターのサインと製造番号が刻印されている。

3. LAMY(ラミー)

歴史

- LAMYはドイツのハイデルベルクに本社を構える筆記具メーカー。
製品のブランド名は「LAMY」。現在の社長は、創業者カール・ヨセフ・ラミー (C. Josef Lamy) の息子であるマンフレッド・ラミー (Manfred Lamy)。
- 1930年 — パーカー社の営業担当をしていたC.J.ラミーが、Orthos社を買収して、ドイツのハイデルベルクにラミー社を設立。
- 1952年 — ラミー製品の販売を開始。この当時は、パーカー製品の影響を色濃く残していた。
- 1962年 — 創業者C.J.ラミーの息子であるマンフレッド・ラミーが、2代目社長としてラミー社に入る。新社長は、同業他社との差別化をはかり、「機能によってかたち作られるデザイン」という“バウハウス”のコンセプトを掲げ革新的な筆記具メーカーとしての道を歩みだした。
- 1966年 — LAMY 2000シリーズの販売を開始。
同製品は、「西暦2000年になっても通用するデザイン」をコンセプトにして、ゲルト・アルフレッド・ミュラーによってデザインされた。40年以上の時を超えた現代(2012年)においても、そのままのデザインで販売されている。

特徴

- デザイナーの豊かな創造性の実現を重視する製品づくりを進める。
ラミー社の有する製作技術が、これを可能にしている。例えば、LAMY 2000シリーズは、ボディのつなぎ目が一見してわからないほど、表面加工の工作精度が優れており、デザイナーの細部にまで及ぶ美意識を満足させている。
ラミー社は、技術力の維持・強化のために、ドイツ国内における自社生産にこだわっている。部品の製造の大部分と、すべての製品の組み立てを、社外に委託せずにハイデルベルク市内の自社工場で行う。
途上国の安い労働力を使うことが不可能になるが、そこは徹底した生産ラインのオートメーション化で補っている。

代表モデル

- LAMY 2000 (ラミー 2000)
ゲルト・アルフレッド・ミュラーによってデザイン、1966年にリリースされて以来、この会社のロングセラーとフラッグシップモデルとなっている。

「LAMY 2000 (ラミー 2000)」



- LAMY safari (ラミー サファリ)
多色展開のカラフルなペン軸が特徴。スケルトンタイプもある。このシリーズの万年筆は、ドイツ本国の学生に高く支持されており、ラミーの主力製品という位置づけである。

「LAMY safari (ラミー サファリ)」



- LAMY studio (ラミー ステュディオ)
プロペラのような形をしたクリップが、デザインのアクセントになっている。
- LAMY AL-star (ラミー アルスター)
“safari”の上位モデル。ペン軸はアルミニウム合金であるため、safariよりもやや太くて重い。
- LAMYという会社は、コレクター心理をよく理解しており、何本持っても、また買いたくなるような限定モデルやキッキングモデルをひんばんに打ち出すマーケティングがうまい。

4. PILOT(パイロット)

概要

- 筆記具や手帳などのステーショナリー事業を主軸に、「メルちゃん」シリーズで知られる幼児玩具を製造、販売などを行っている企業

歴史

- 1918年 — 東京高等商船学校教授の並木良輔が、株式会社並木製作所を設立して創業。
 - 1938年 — パイロット万年筆株式会社に社名変更。
 - 1989年 — 平成元年に株式会社パイロットに商号を変更。
 - 2003年 — 株式会社パイロットグループホールディングスが株式会社パイロットを吸収合併。株式会社パイロットコーポレーションに商号変更。
- 万年筆のシェアは国内トップ、オーダーメイドの最高級品から一般廉価品まで幅広く扱い、世界にもその名を知られている。近年は電算機のシェアを伸ばしている。
また、シャープペンシル、ボールペンのドクターグリップは有名で多くの人々に受け入れられている。

主要製品

- Maki-eシリーズ(蒔絵仕様で工芸品でもある)

器に金粉などを蒔(ま)きつけ、精緻な絵柄を表現する蒔絵技法は、1500年もの歴史をもつ日本独自の工芸技法。創業してまだ間もない頃のパイロット(当 時並木製作所)が、万年筆の退色防止のために漆技術を取り入れ、それは世界に誇る工芸品「蒔絵万年筆」を生み出すきっかけになった。

「研出蒔絵 桜吹雪 細字 (F)」

定価:54000円

伝統の技が織りなす蒔絵の世界

漆器に金粉などを蒔きつけ、精緻な絵柄を表現する

蒔絵技法は1500年もの歴史をもつ日本独自の工芸技法。

- カスタムシリーズ

カスタムの後ろの数字は創業以来の年数(74=74年記念など)、3桁の場合最後の数字は、値段(3=3万円など)を指す。

「CUSTOM845」

定価:52500円

削り出したエボナイトと、

漆で仕上げたパイロット

を代表する逸品。

ラインナップは多数。



- その他のシリーズ

グランセ・グランセNC・エラボー(軟調ペン先)・デラックス漆・セレモ・ニューヤングレックス
ルシーナ・カヴァリエ 等シリーズラインナップ多数。

ZIPPO・ライター

目次

I. 商品知識

- 1. ZIPPO、ライターに必要な道具・・・3
- 2. ZIPPO名称とケース種類、知識・・・4～5
- 3. PSCマークについて・・・5
- 4. 押さえておきたいブランド・・・6

II. 買い取り

- 1. ZIPPO・・・7
- 2. ガスライター・・・8

III. 生産

- 1. ZIPPO・・・8～9
- 2. ガスライター・・・10

IV. 用語集

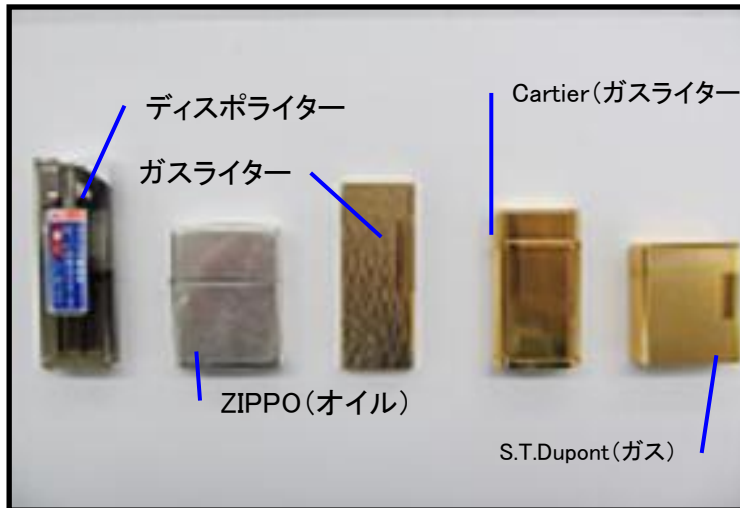
・・・11

V. 問答集

・・・11

I. 商品知識

1. ZIPPO・ライターに必要な道具



- ・ライターの種類
 - ・ガスライター: ガスを燃料とするライター
 - ・フリント式ライター: ヤスリと発火石をすり合わせ発生した火花で着火させる。
 - ・電子式ライター: 圧電素子利用の着火方式
燃料を補給するのみで発火石の取替え不要
 - ・内燃式ライター: ターボライターと呼ばれます。
放電によって着火、風の影響が受けにくい。
 - ・オイルライター: オイルを燃料とする。ZIPPOなど
 - ・ギミックライター: デザイン、形状がユニークなもの。
 - ・ディスポライター: もっとも普及しているライター。
一般的に100円ライターと言われます。

オイル・ガス

共通用オイル・ガスも売られているが
メーカーにはそれぞれ専用のものが
市販されている。

故障の原因や不具合が発生しやすくなるため
各々の専用がオイル・ガスが必要となる。

写真例) 左からZIPPOオイル・共通ガス
Cartier専用ガス・DUPONTガス



フリント(石)・ウイック(芯)

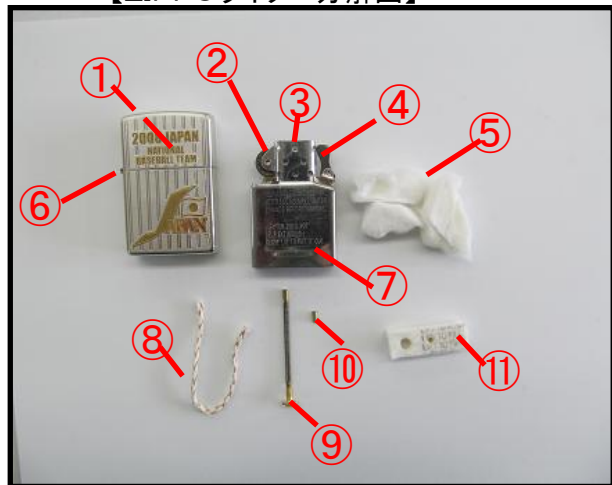
オイル・ガスと同じく専用の物があり、
故障の原因となるため、専用の物を使います。

フリントは石、着火石と呼ばれます。
消耗品のため交換が必要だが、
耐磨耗性があり、1ヶ月に1度交換する程度。
フリント・ホイールが回らなくなると交換です。



2. ZIPPO名称とケース種類、知識

【ZIPPOライター分解図】



- ①ケース: ZIPPOライターのガワの部分。中にインサイドケースを入れることにより機能する。材質・装飾は様々なタイプがある。
- ②フリント・ホイール: 着火する際指で回転させる円形状の部品。
- ③チムニー: インサイドユニットの上部にあるウィック(芯)を覆う防風ガード。
- ④カム: 蓋の部分をサポートしている部品。
- ⑤レーヨン: インサイドケース内に詰め込まれている綿。オイルを染み込ませるためにある。
- ⑥ヒンジ: ケースの上部と下部を繋ぐ蝶番。壊れやすい
- ⑦インサイドユニット: ライターの中身に収まっている。スチール製。ケース・フリント・ウィック・ホイールが1体となる。

⑧ウィック(芯): オイルを毛細管現象によって発火 ⑨フリントスプリング: スプリング一体と下部のネジ部分を締め込む付近にまで上げる役割。長さによって火力調整 ことによりフリントをフリントホイールに押し付ける。火花を起こす。

⑩フリント: 発火石。火花を起こす為の消耗品。 ⑪フェルト: パッドオイル止めとオイル揮発を抑える。

【ケース種類】



- ①レギュラータイプ
ZIPPOライターの中で一番多い形です。真鍮の本体にクロムメッキが施されブラッシュ加工と呼ばれる左右に流れるような研磨後がある。縦長であるにも関わらずどっしりした印象。定番のタイプ。
- ②スリムタイプ
通常のレギュラータイプに比べ、2mm薄く、幅約7mm小さいのが特徴。ヒンジはレギュラータイプと同じく5連。インサイドユニットもスリム専用。

上記2種が良く見るタイプと思われます。種類は全てで5種。
上記2点+194レプリカ・フラットトップビンテージ・アーマーがあります。

【ケース素材】



ZIPPOはケース素材にも多くのバリエーションがあります。

BRASS(真鍮)製

ほとんどのZIPPOケースがこのブラス製である。
普段目にするケースは腐敗防止と装飾の為、ケース上にメッキやコーティング施されています。

SILVER925(スターリングシルバー)製

純度92.5%の銀が使用されています。通称スターリングシルバーモデル。
柔らかく、可視光線の90%を反射するという独特の輝きと重み、手触りが人気のケース。左の写真参考。

COPPER(銅)製

新品時には独特の赤み持ちますが、使い込むと(10円玉のように)変色する。使い古し感が楽しめるケース。

GOLD(金)製

18K・14Kが使われたケース。アメリカでは14K・10Kが一般的。

TITANIUM(チタン)製

2001年にZIPPOケースに採用された。軽量・高強度・不腐食の金属。
純チタン製ケース、「SOLID TITANIUM」の刻印あり。

【ZIPPOの年式の見方】



ZIPPOのケース底・インサイドユニットには製造年数・製造月が刻印されています。

①製造月②製造年数を表します。

①	アルファベット	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
	製造月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月

②	年数	月	年数記号
	2000	A to L	XVI
	2001	A to L	1
	2002	A to L	2
	2003	A to L	3
	2004	A to L	4
	2005	A to L	5
	2006	A to L	6
	2007	A to L	7
	2008	A to L	8
	2009	A to L	9
	2010	A to L	10
	2011	A to L	11

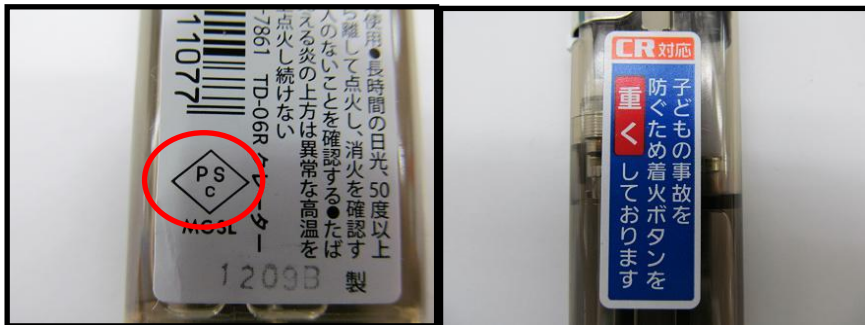
ケースとインサイドユニットの刻印が違う場合もあります。
ケースとインサイドユニットの製造年月が違うだけです。
刻印がないZIPPOも存在しますので査定判断の1つと認識してください。

3. PSCマークについて

「ライター」の販売規制について（産業部消費経済課製品安全室「ライター」の販売規制の開始について。から抜粋）
【規制の概要】

子供が簡単に操作できない等の技術基準をクリアしたライターでなければ平成23年9月27日から販売できなくなりました。

ライターを使用した子供の火遊びによる火災事故の発生を背景に消費生活製品安全法施行令が改正されたことに伴うもので、技術基準を満たしたことを示すPSCマークを付したライターでなければ販売禁止となります。



【規制対象となるライター】

「ライター（たばこ以外のものに点火する器具を含み、燃料の容器と構造上一体となっているものであり、当該容器の全部または一部にプラスチックを用いた家庭用のものに限る。）としており、いわゆる使い捨てライターと多目的ライター（点火棒）を対象としています。

ノベルティライター：形状、光で絵を映し出すもの、光が点滅するもの、メロディーを奏でるものなど、子供の興味を惹くものに当たる場合は、技術基準に適合しないので、販売することはできません。

【販売事業者の義務】

法令で定めるPSCマークが貼付されたものでなければ、販売または販売を目的とした陳列が禁止されているため、表示があることを確認して販売する必要があります。

5. 押さえておきたいブランド

メーカー名		読み方	主なタイプ
ST.DUPONT		エス・テー・デュポン	ガス
DUNHILL		ダンヒル	ガス
Cartier		カルティエ	ガス
GIVENCHY		ジバンシー	ガス
COLIBRI		コリブリ	オイル・ガス
Yves Saint Laurent		イヴサンローラン	ガス
KatharineHamnett		キャサリンハムネット	ガス
Guy Laroche		ギラロッシュ	ガス
Vivienne Westwood		ヴィヴィアンウエストウッド	オイル
WOLFMAN B.R.S		ウルフマンB.R.S	ガス オイル
DOUGLASS		ダグラス	オイル
WENGER		ウェンガー	オイル
Windmill		ウィンドミル	ガス
Roland		ローランド	ガス
SAROME		サロメ	ガス
Ronson		ロンソン	オイル・ガスガス

Ⅱ. 買い取り

1. ZIPPO

中古品として販売する商品については現在年数やモデル基準はありません。
未使用品のための扱いと考えられる方もおられますが、使用品の買い取りも可能です。
未使用品の販売、生産して販売、ケースのみの販売、インサイドユニットのみの販売。
あるいはインサイドユニットを入れ替えての販売も可能のため、入れ替え用備品とすることもできます。

確認ポイント

- ①ヒンジが壊れていないか？
- ②フリント・ホイールが破損していないか？
- ③金属部分の腐食、錆はどうか？

□ インサイドユニットを出してケースの開閉を行い、ヒンジの破損・変形がないか確認する。



※ヒンジが破損・変形していると蓋がキレイに閉まりません。

ヒンジの変形

右が変形した状態



※蓋が閉まらなるとオイルが揮発しやすくなり安全性に欠きます。

□ フリント・ホイールが回転するかの確認



- ①インサイドユニットをケースに戻し、フリント・ホイールを回します。
※火が着く場合がありますので周りの確認、顔を離して回します。
- ②フリント・ホイールが回らない場合はホイールの変形(破損)か
フリントが磨り減って交換が必要な状態です。
- ③ フリント・ホイールがクルクル回る場合はフリントが入っていません。

※フリントが削れた粉が付着していることがあります。手が黒くなりますので査定中は要注意。

□ ケースの腐食、痛み・インサイドユニットの傷み、腐食の確認

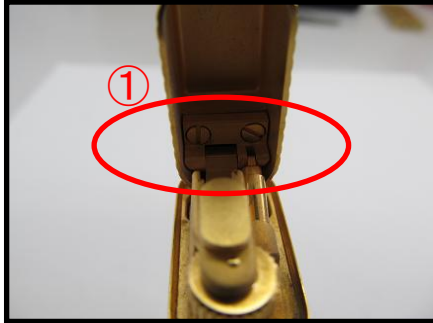
度合いによって査定の減額対象になります。全てが腐食・劣化している場合は買い取り不可となります。

2. ガスライター

ガスライターはメーカーによって専用のガス・フリントが存在する為、扱いの難しい商品です。
ガス栓が詰まることもあり、St.Dupont・Cartierクラスになるとオーバーホールが必要となる場合もある。
商品によってフリントを入れる箇所・方法・ガス栓のサイズも異なります。

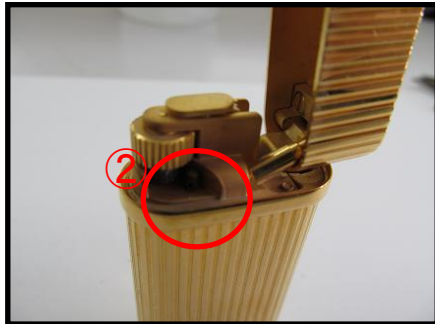
確認ポイント	①破損、壊れ、欠損がないか？ ②ガス栓は詰まっていないか？ ③金属部分の腐食、錆はどうか？
--------	---

□蓋が変形せずしっかり閉まっているか確認



- ① 蓋が閉まっていないとガスが漏れてしまいます。
蓋が閉まっていても蓋を固定する箇所が破損している場合もあるので丸印の箇所は必ず確認してください。

□ガス栓周辺の確認



- ② ガスが入っている場合は蓋を開けるとガスが出ている音がします。
音がしない場合は、ガスが入っていないか栓が詰まっている可能性があります。
フリントライターではフリントが削れた粉が詰まる場合があります。
電子ライター・内燃式ライターでは埃・ゴミが詰まる場合があります。

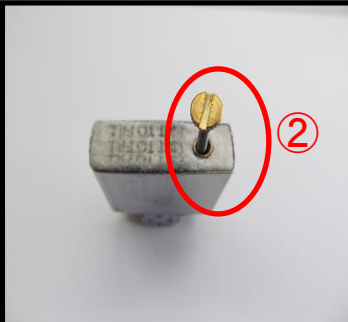
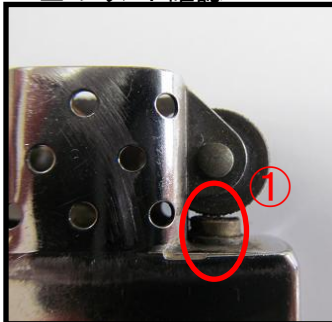
火をつける際には底面の炎調整ネジ(+は炎が大、-は小になります)が破損している可能性もあるため、必ず顔を離して確認する。

- ③ ガスが入っていない場合は、上記確認ポイントをクリアしていれば買い取りの掛け率を下げて買い取ります。

Ⅲ. 生産

1. ZIPPO

□ フリント確認



- ① フリント部分の状態確認。汚れがひどい場合先に綿棒などで汚れを取ります。
② インサイドユニットの底面のフリントスプリングを回しながら外します。
③ 外しますと中からフリントが出てきます。入っていない、磨り減っている場合は交換が必要です。
④ 交換用フリントはコンビニなどでも100円前後の値段で仕入れできます。
新しいフリントを入れてフリントスプリングを閉めます。

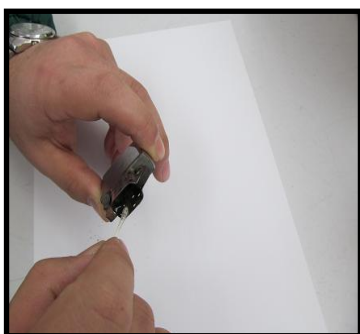
□ ケース・インサイドユニットのクリーニング



・ZIPPO専用オイルを綿棒に垂らします。

※周りの確認を行い、充分注意してください。

人体にオイルが付いた場合はセッケン・水ですぐ洗いましょう。



・チムニー、フリントホイールなど細部まで汚れを取ります。

・ケースの汚れもオイルで取ります。

・箇所によって綿棒・ウエス・柔らかい布など使い分けましょう。



・ライターはすぐ汚れますが、
汚れは落ちやすいです。

・オイルが揮発するまで
しばらく蓋を開けたまま放置します。

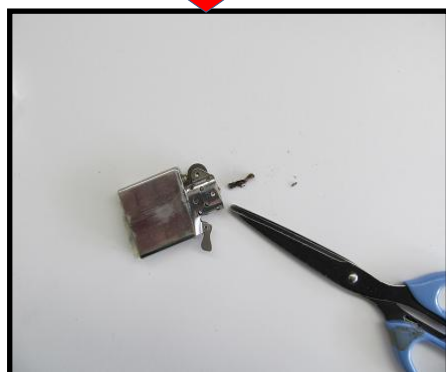
□ ウイックの交換・オイルの入れ方



・ウイックは長期使用すると黒ずんで火がつかなくなります。

先端5mmほど切れれば点きやすくなります。

ウイックをピンセット、ラジペンなどで引っ張り出します。



商品価値を上げる為、黒ずんでいる部分全て切断が望ましい。

ウイックを引っ張り過ぎた場合は裏面から引っ張って
微調整します。



・注入口をしっかり立てます。



・フェルトパッドをめくる。



注入口をレーヨンにあて、ゆっくり注ぐ。
本来はレーヨンから染み出るまで入れますが
動作確認が目的のため少量で良い。
※注入後必ず注入口を倒してください。

□動作確認



・インサイドユニットをケースに戻し、ウィックにオイルが
染み込むまで数分待ちます。

※染み込む前に火をつけるとウィックが焦げるだけです。

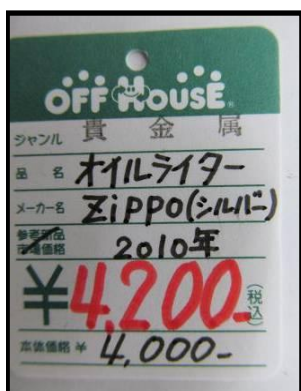


火の高さが高い場合はウィックを広げます。

チェック後きちんと蓋を閉めて消化させます。

※陳列の際は安全面を考え、蓋を開けて数時間放置し、
オイルを揮発させてから展示すること。

□プライス記入、展示



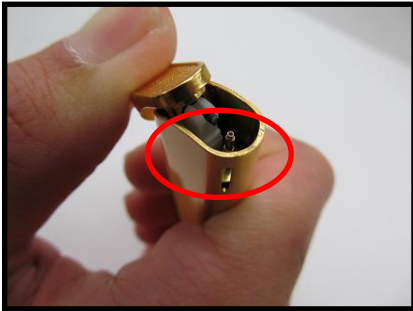
・商品が小さい為
小プライスで記入します。
ライターの種類、メーカーは
絶対記入。ZIPPOならば
年式記入をすることも好ましい。
未使用品・使用品は書ければ
記入します。



・万引き防止、見易さを考慮し
Gケースに展示することが
望ましいです。
重ねて陳列しないよう
ひな壇などを用いて
立体的に展示する方が
商品量が多く見えます。
メーカー別・使用品・未使用品
を分けて展示も商品量に
よって分けます。

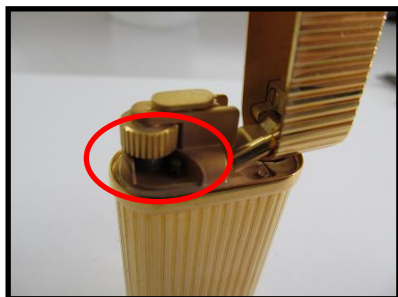
2. ガスライター

□電子ライター・内熱式ライターのチェック

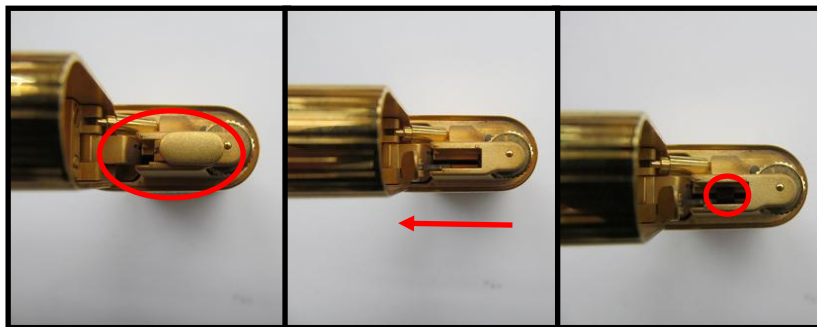


- ・印部分の着火操作部にゴミが詰まると作動不良の原因となるため、埃などが詰まっていないか確認する。火口ノズルと放電電極の感覚はミリ単位の調整がされているため、掃除の際には放電電極に触れないよう注意します。

□フリント式ライターのチェック



- ・ヤスリの目と火口ノズルに溜まったフリントの削れた粉をブラシで取り綿棒でキレイにしています。



- ・フリント挿入口を探します。
※それぞれのライターによって場所、開け方が異なります。
写真のタイプでは金具を立てて左方向へ移動。本体を斜めにして叩くとフリントが出てきます。フリントを確認し、磨り減っている場合は交換。
※専用フリントを用意する必要があります。
交換の前に空になった挿入口を掃除します。
挿入口へフリントを入れ、本体を斜めにしてヤスリの方向へフリントを入れます。

□ガスの入れ方



□ガスの出し方



- ・ドライバーでガス注入口を押します。
※顔を離します。

- ・ライター内にガスが残っている場合は空にしてから本体の底にあるガス注入口の蓋ネジを外します。

※蓋がないタイプもあります。

ガス注入口を上に向けます。ガスポンペは差し込む前によく振っておく。※ガスも専用のもの確認します。

ガス注入口にポンペのノズルを垂直に差し込み強く押す。※注入口の大きさも何種類かあるため

ポンペ付属のアダプターが必要になることもあります。

ガスが注入されたか確認する為に少し注入口をドライバーなどで押して噴出されるか確認します。

※噴出されない場合は入れ方ミスかガス線が詰まっています。

□動作確認

- ・ガス注入後は本体が冷えている為、しばし待ちます。着火します。展示の前には安全のためガスを抜きます。

IV. 用語集

- 1、ZIPPO用オイル……一般的な133mlの缶はコンビニなどで200円前後で売られています。
大きさも様々でチューブタイプの1回使いきりタイプやライター・フリント・オイルの3点セットで販売しているものもある。
- 2、ZIPPOハンディウオーマー……携帯タイプのカイロ。ZIPPOオイルを用いて最大24時間温度を保てます。

V. 問答集

1. ライターが買いたいのですが、手間がかからずオシャレなのはどれですか？

2. いろんなタイプのライターがありますが、壊れにくく長く使えるのはどれですか？

3. ガスライターとオイルライターの見分け方は？

■生産方法の統一

*オフハウスではアクセサリーの生産方法が各店でバラバラであり、振替の際に再生産を強いられ、非常に効率が悪いのが現状です。

今回、生産方法を統一するにあたり‘直営の備品をちゃんと使う‘というところに重きを置いております。

消備品ECサイトの紙タグ ハンガーを使用

↓リング

*A-ONEシールは使用せずラベラーで統一



*台紙の後ろにホチキスを止めてラベラーで蓋をするようなイメージ

ミニロックを使用

↓ブレスレット



ミニロックを使用



↑厚みのないものはそのまま台紙で挟む

↓ ネックレス



↑ そのまま台紙で挟む

ラベラー側にトップが来るようにする

↓ ピアス



↑ そのまま台紙に刺して
キャッチで止める

↓ イヤリング



↑ 下から台紙に挟み
ホチキスで止める

* ハッター袋を使用するもの

(台紙では生産困難なもの)

↓ ブローチ



↓ カフス



↓ タイピン



↓ 袋の大きさ(NP-0751)

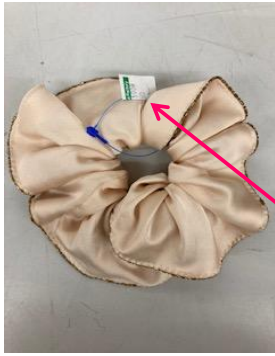


* 売り場に出した際にキレイに見せるために
ブローチの大きさに合わせてハッターを止める

↓シュシュなど

* ロックスをラベラーで巻くイメージ

↓まとめパック売り



*在庫が飽和してきた場合
まとめパック売りは有効な手段です
ただし、100円～300円以内で
売り切りましょう(

サングラス

*ここにパンチで穴をあける



*ミニロックスをつけ吊るす

↑A-ONEシールではなく‘ラベルシール’を利用する

集めたい商品群

珊瑚ネックレス



水晶ネックレス



翡翠ネックレス



Dior系全般

Dior

アメジストネックレス



琥珀ネックレス



CHANEL系全般

非常に相場が高騰中

CHANEL

最近、各店で在庫が減って

きています、一定量は確保のこと

TIFFANY & CO.

アクセサリー

ZIPPO

*様々な種類がありネットモールでの販売が非常時効果的です

少し前まではアニメキャラクターのコラボZippoなどは店頭では

非常に売りづらい印象がありましたがネットモールで円滑に販売できることが

判明しましたので積極的に買取、販売していきましょう

↓レギュラータイプ



ほとんどのZIPPOがこの形状です。

真鍮の本体にクロムメッキが施され、ブラッシュ加工と呼ばれる

左右に流れるような研磨跡があります。またある程度光沢を落としてあり

キズが目立ちにくい定番タイプです♪

↓1941レプリカ



ラウンドコーナーと呼ばれるZIPPO社40年代初期の銘品の復刻版。

四方が丸みを帯びた特徴的なデザインです。ヒンジが4連(レギュラータイプは5連)

今やスタンダードともいえる地位を確立している人気モデルです。

↓フラットトップビンテージ



名前の通り、上部の蓋がフラットになったモデル。創業当時のZIPPOをイメージして作られました。

当時のケースはプラスの角材を輪切りにして溶接でヒンジを付けたものでかなり角ばったモデルでした

また、角の斜線もライターに装飾を施す創業当時の試みだったそうです。

↓ARMOR(アーマー)



レギュラータイプの1.5倍の厚みを持ち、重さは約70g。

ボトムには‘ARMOR’の‘A’の刻印があります。

外観はレギュラータイプと変わりませんが重さと開閉オンはレギュラータイプ

にはない魅力があります。

↓スリムタイプ



通常のタイプに比べ、2mm薄く、幅が約7mm小さいのが特徴です。

ヒンジはレギュラータイプと同じ5連。インサイドユニットもスリムタイプ専用の物が入ってます。

ケース素材のバリエーション

↓BRASS(真鍮)製



ほとんどのZIPPOのケースにはブラス(真鍮)が使用されております。ブラスは銅を主体に

亜鉛を混ぜた合金で、硬く加工しやすいのが利点です。過去には、戦時の材料不足から

スチール製になったこともありました。普段目にするZIPPO腐食防止と装飾のためにブラスケース

の上にメッキやコーティングを施しています。

↓SILVER925(スターリングシルバー)製



純度92.5%の銀を使用されております。通常スターリングシルバーモデルと呼ばれます。

ZIPPOの創業間もない時期からケース素材として銀のモデルはありました。柔らかく

可視光線の90%を反射するという独特の輝きと、重み、手触りが今も昔も人々を

引き付ける素材です。

↓COPPER(銅)製



現在は製造されておりません。新品時には独特の赤みを持ちますが、使い込むうちに変色します。

10円玉を想像するとわかりやすいです。ケースの中でも際立った個性を持っています。

↓GOLD(金)製



純金と呼ばれているK24は非常に柔らかく、ライターのケースとして合わないためk18(純度75%)

やk14(純度58.5%)に落として強度を確保しております。

↓TITANIUM(チタン)製



2001年にZIPPOケースに採用された素材です。軽量、高強度、不腐食の金属です。

従来のライターよりも12gも軽くなっています。チタンコーティングされた物ではありません。

純チタン製ケースなのでボトムに‘SOLID TITANIUM’の刻印があります。

ZIPPOの年式

現在の製造コードは、文字と二桁の数が使われています。

*A～Lは製造された月を表します。Aは1月、Bは2月…といった具合です。

*2桁の数字は製造された年の下2桁です。14は2014年を表します。

ZIPPOレギュラーライターのIDコード

1933 Patent Pending	1960	1978 // //	1994 A to L X
1937 - c.1950	1961	1979 / //	1995 A to L XI
Patent 2032695	1962	// /	1996 A to L XII
1942 - 1946	1963 .. .	1980 / /	1997 A to L XIII
Black Crackle, Patent	1964 . .	1981 /	1998 A to L XIV
203695.	1965 .	1982 \\\ \	1999 A to L XV
(This number was	1966	1983 \\\ \	2000 A to L XVI
stamped in error,	1967	1984 \\\ \	2001 A to L 01
should have been	1968	1985 \\\ \	2002 A to L 02
Patent 2032695)	1969	1986 \ \	2003 A to L 03
c.1950 - c.1957	1970	1986 G to L	2004 A to L 04
Patent 2517191	1971	1987 A to L	2005 A to L 05
c.1950 - c.1957	1972	1988 A to L IV	2010 A to L 10
Patent 2517191	1973	1989 A to L V	2020 A to L 20
with patent pending.	1974 //// ////	1990 A to L VI	
1958 Patent Pending	1975 //// ///	1991 A to L VII	
....	1976 /// ///	1992 A to L VIII	
1959	1977 /// //	1993 A to L IX	

ZIPPOのオイルの入れ方



ZIPPO石(フリント)の変え方



ZIPPOもどき(オイルライター)

お祭りの射的などにある印刷シールを張ったあれです。

ちなみに、OPにぶら下げて500円、1000円をたまに見ますがはっきり言って売れません。

基本はM市行が望ましいかと思います。出し続けると売る場飽和するので注意！



↑某フリマサイトにて21個まとめ売りで10800円で出品中(1年以上…)

コメント欄を確認すると‘本物ですよね’？というコメントが多数

この出品者は最初に‘ZIPPO’まとめ売りとうたっていた模様

ZIPPOは‘ZIPPO社’が出しているオイルライター

こちらの出品はただのオイルライターとなります。

深く言えば、このアニメの権利取得などが取得されていない

無断販売に当たる可能性もあるかと思います。

これらには要注意です。

ガスライター

オフハウスでよく来るガスライターと言えば

Cartier GIVENCHY YSL S.T.Dupont

Dunhill RONSON SAROME

Vivienne Westwood

がよく買取で来るかと思います。

↓ S.T. Dupont

LINE1(ライン1)



フリント:ゴールド ガス:ゴールド

記念すべき最初のデュボンのライター

1942年にLINE1のライターを発売開始し、2013年まで生産されていました。

現在は製造していないので今後値段が上がるかも！？

↓ LINE2(ライン2)



フリント:ゴールド ガス:ゴールド

現在の定番モデルLINE2

あの、有名なキーン！！の音が聞けるモデルの一つです！

オフハウスに来るのはなぜか音がチン…ぱっかりな気が…

↓ LINE D(ラインD)



フリント:ブルーラベル ガス:ブルー

1980年代にデュボンから発売されたラインDは女性専用として制作されました

薄型で軽量のLINE Dは2012年まで生産されてました。

現在は製造されておりません。

↓ GATSBY(ギャッツビー)



フリント:グリーンラベル ガス:グリーン

近代建築構図に刺激を受けてデザインされた一級品

LINE2の小型版ともいえるデュボンの代表的モデルです♪

LINE2と同じくGATSBYも開閉オンになるモデルとして有名です♪

ガスの入れ方

初めにデュボンのガスは4種類あります

それぞれの適合ガスがありますのでご注意下さい。



↓ GATSBYのガス注入方法



↓ GATSBY LINE2のフリント交換



Dunhill

↓ ROLLA GAS



側面にダンヒルのロゴが刻まれております。

ダンヒルは片手で着火できるローラータイプの

ライターを発明したことで有名です♪

ダンヒルのライター♪

↓ UNIQUE POCKET



1924年に初めて片手で使えるライターとして世に登場

発売当初から変わらないダンヒルの代表的なデザインの一つ

炎が横向きに出るためパイプ用としても人気があります♪

Dunhill ローラーガス入れ方



↓ その他のガスライターの例

Cartier



GIVENCHY



RONSON



Vivienne Westwood

