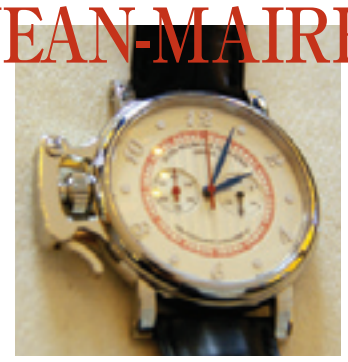
高級時計の見本市として知られる「第18回SIHH」（4月7日～12日）の開催期間中、ジュネーブにおいても、一流ホテルの一角で、様々なブランドの新作発表会が行なわれた。

JEAN-MAIRET&GILLMAN

Continentes Lordʒs Dream King
200本限定モデル
予価:346万5000円

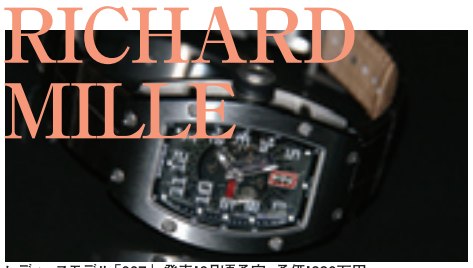


Monopusher Nostalgia
200本限定モデル　予価:450万～500万円

独自のモジュールなどを開発し、ユニークなデザインのハイクオリティモデルで時計愛好家の注目を集める「ジャン・メレ&ギルマン」は、今年はPVD加工されたケースに世界初のディスク式レトログラードを搭載し、24カ国のワールドタイムとローカルタイムの合わせた25カ国を表示する「コンチネンテス ローズ ドリーム キング」などを発表、独創的でありながらシンプルな時計として評判を呼びそうだ。

栄光時計ブランドエージェント事業部　03-3839-3307

RICHARD MILLE



レディースモデル「007」 発売:6月頃予定　予価:390万円

RM020

毎年行なわれる新作発表の会場には、各国のセレブが訪れ、リピーターも多い。新作がテーブルにいくつも並び、おのおの手にとって見ることができるから凄い。今年は、ジーンズからさり気無く出すとカッコイイだろうポケットウォッチ「RM020」が登場。トゥールビヨンが2箱備わり、ナノカーボンやチタン素材が使われている。腕時計の更なる進化を呼びそうな新しいモデルだ。発売:09年春頃予定。予価:チタンモデル348万円

東邦時計（株）時計部　東京03-5807-8162　大阪06-6281-1113

HD3

綺麗な色の文字盤にダイヤモンドが似合う

RAPTOR CHRONO

昨年、東京のザ・プリンスパークタワー東京1階にある西武ピサ時計・宝飾サロンに登場し、日本でも本格的な展開がはじまったブランド「HD3」は、ジュネーブのレ・マン湖に浮かべた船の上で発表会を開催、予価800万円～900万円とされる新作「RAPTOR CHRONO」が登場した。発売は09年1月～2月に予定。

25the Aniversary CHARRIOL

会場は華やか。歴代モデルも並んだ。

アメジストなどの石を使ったジュエリーも各国で人気

今年、25周年を迎えたジュエラー・ウォッチメーカー『シャリオール』は、記念を祝うパーティを、ジュネーブで開催。ブランドの育成に力を注いだ各国の代理店と共に25年の成長を祝い、更なる発展を約束した。日本からは総輸入元である栄光時計シャリオール事業部のメンバーが参加した。『シャリオール』は定番モデルとしてお洒落に楽しめるケーブルワイヤーが特徴のレディースウォッチ「サントロペ・シリーズ」をはじめ、スタイリッシュな「アクター」、メンズモデルの「ロトン」や「フォース」などが人気のフランスブランド。よりステータスの高いブランドを目指し、今まで以上に積極的なジュエリー製品への取組みにも力を入れていく。新作を発表した会場には、ジュエリーウォッチはじめ、バッグ、ジュエリー、ステーショナリーなど豊富なラインを揃え、トータルブランドとして世界展開を目指すフィリップ・シャリオール氏の戦略が垣間見えた。

シャリオール氏と栄光時計シャリオール東業部メンバー

過激なダンスショーなども披露

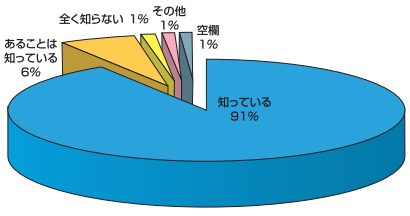
電波時計

浸透する「正確無比」ファッション面では課題

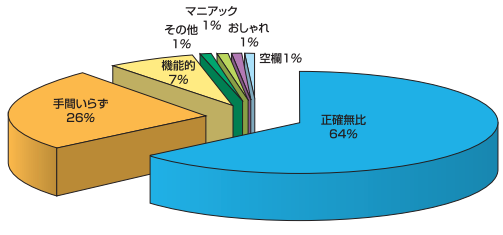
時計美術宝飾新聞社は「THE WATCH & JEWELRY TODAY」ホームページ上で「時計」に関する消費者動向調査を毎年、年初と年央に行なっています。今回の調査（1～2月実施）では、買いたい時計の価格帯や好きな時計のタイプなどとともに、電波時計について、およそ2千人に聞きました。日本の時計メーカーが力をいれている電波時計ですが、その認知度は非常に高く、今後の展開が楽しみです。

ウオッチ・アンケート
Watch
時計美術宝飾新聞社
「THE WATCH&JEWELRY TODAY」
WATCH消費者動向調査

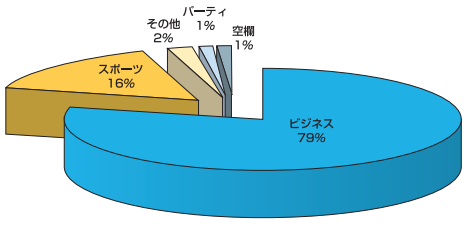
■電波時計を知っていますか？



■電波時計に対するイメージは？



■電波時計が最も似合うシーンは？



消費が伸び悩むなか、消費者の時計離れが指摘されますが、今回の調査では回答者の6割が時計購入の予定を持っています。時刻を知るツールは時計以外にもいろいろありますが、ファッション面も含めて時計の存在感は決して捨てたものではありません。購入したい時計の価格帯は5～15万円が9割と圧倒的で、好みの時計のタイプはビジネスタイプ、スポーツタイプなど多彩ななか、5割の人が電波時計が欲しいとしています。

電波時計は日本の技術力・開発力を示すもので、国産メーカーの取り組みが効奏し認知度は9割を超しています。そして電波時計に対するイメージとしては、正確無比、手間いらず、機能的などといったところがあがっており、基本的な理解は浸透しています。電波時計が似合うシーンはビジネス、スポーツが大方で、ファッション性のある時計と捉える人はほとんどなく、このあたりは今後の課題のひとつといえるでしょう。

「時計は道具というより、それ以上の存在」「しっかりとした時計をすると気持ちもしっかりするし、カジュアルな時計をすると気持ちが軽くなる」「TPOに合わせて持ちたい。時計は持つ人のセンスが分かる」。消費者の声です。自分に合った時計を探し、豊かな生活の一助にしたいものです。

WATCH消費者動向調査の詳細は「THE　WATCH&JEWELRY　TODAY」のホームページに掲載しています。[http://www.e-tkb.com/]