

パワーウォッチ



# POWER watch

2019年9月号 No.107 September 定価・850円(税込) <https://www.powerwatch.jp> 奇数月30日発売

**実機で  
インプレッション**  
20万円台まで  
で買える  
2019年新作

RADO  
キャプテン クック  
オートマティック 1962  
リミテッドエディション

SINN  
104.ST.SA.A.G  
MAURICE LACROIX  
アイコン  
オートマティック  
39mm

ORIS  
ビッグクラウン  
ポインターデイト(新色)

MIDO  
マルチフォート  
バトリモニー

HAMILTON  
イントラマティック  
オートクロノ(新色)



本当のところどうなの?  
**最新ツールビヨン  
事情**

連載企画  
『アンティーク審美眼』

国別に見る  
軍用時計  
「イギリス」

USEDでも  
プレミアム価格が  
当たり前となったいま!

**100万円以下で**

# ロレックスは 買えるのか!?





ンツなどのガジェットやデジタル時計も集めましたね」

美術学校ではメカニカルデザインを学び、卒業後はBitobのデザインコンサルティング会社に勤めた。

「ソニー・エリクソンの携帯電話など様々なプロダクトデザインに関わりました。やがて独立して自分のスタジオを立ち上げ、デザインワークの一端として昔から好きだった時計を作りました。自分で集めていた時計を眺めているうちに、これなら自分でも作れるのではないかと思いついたんです。2000年代の半ばは一部の有名時計ブランドが元気良かったけど、インディペンデントなブランドが発信するデザインウォッチはまだ少なかったの、市場にも余地がある気がしま



取材日に着用していたのは、ブランド創設時からの定番モデルであり、自身も思い入れが深いというVO1 MK II。シンプルなのだが、現在では逆に入っている要素が増えている。素材も興味が出ていた。VO1 MK IIは、逆に入っている要素が増えている。素材も興味が出ていた。

した。自分が好きな古い60〜70年代のデザインを取り入れつつ、デザインとしてはより時代に沿った新しいものに仕上げていくというのが当時からスタイルです。08年にヴォイドの初期モデルを作ったんですが、当初は外注のプロダクトデザイナーの傍らで、自分でデザインした時計を販売するやり方でしたね。幸いにも早々にヴォイドの評価が高まって、09年からは時計専業になりました。最初は自己資本のリスクなビジネスでしたよ」

**時計を使うということとは 時計に対する敬意の表れ**

時間はあくまでも概念であり、所有することはできない。だからこそ時計とい

う道具に意味があるのだと彼は語る。

「時間を知るときにスマホを見るのではなく、時計を見るという習慣を大事にしたいし広めていきたいんです。フォーマルさというか、時に対する畏敬のようなものですね。人と会うときにスマホを見れば、ほかのことが気にかかってしまうかもしれないし、相手に失礼な印象を与えることもあります。時間を知るために時計という機能が特化されたアイテムを使うことは所作としても美しいし、よりスマートなライフスタイルにつながるっていいと思いますね。だからこそヴォイドの時計は、視認性にこだわってデザインしているつもりです」

ヴォイドはデジタルとアナログの使い分けにも長けており、一見するとフラットでありつつ質感、色使い、デザインバランスで個性を主張するなど、デザイン上のこだわりはかなり強い。

「パッケージを開けたときに感じてもらえる喜びは、そういうディテールの積み重ねから生まれてくる美しさによるものだと思います。私はもともと工業デザインを手がけてきたこともあって、研磨をうまく調節してエッジを立てるとか、そうした細部の処理は得意です。ただ最近では、直線だけでなく曲線も組み合わせ



北欧ブランドらしい繊細な色使いを採用したモデルもヴォイドの魅力のひとつ。スウェーデンの工業規格(SIS)にも採用されている、NCS(ナチュラルカラーシステム)というカラーシステムに基づいてデザインされているという。工業的でソリッドな造形と、淡い色使いの組み合わせがおもしろい

もっと複雑なデザインにも興味が出てきています。今後はデザイン面でももう少し違う見せ方もしていくかもしれません。時計業界はデザインの変遷も早いので、うまくその変化に対応していきたい。さらにいえば、工業製品のデザインは時代によって流行が変わりますが、品質というののもっと普遍的なものです。そのクオリティチェックは一貫して厳しくやっています。北欧と日本のプロダクトで共通するのは、職人技やクラフトマンシップを大事にすることだと思います。だからこそ日本のユーザーにも、ヴォイドの時計がもっと受け入れられるのではないかと考えてます」



## 第百一回

# 「時間を知るために時計を使うことは、所作としても美しい」

デザイン大国スウェーデンで、オリジナルブランドを展開するデビッド・エリクソンさん。プロダクトデザイナーとして時計をデザインする彼に、時計に対する思いと時間の捉え方を聞いた。

プロダクトデザイナー デビッド・エリクソンさん



デザイナーのデビッド・エリクソンが、蚤の市で見つけた1980年代のデジタルウォッチからインスピレーションを受けて制作したヴォイドの代表モデル。VO1MK II(左)はデジタル表示を大胆にクロースアップしたデザインが特徴。VO2MK II(右)は、赤と白で色分けされた針(時計は6時間交代、分針は30分交代)が交互に文字盤に出てくる特殊なデザインを採用しており、赤い針の時は赤いインデックス、白い針の時は白いインデックスで時間を表示する

取材・文◎巽英俊/写真◎笠井修(時計)



Profile

1977年スウェーデン生まれ。美術学校を卒業後、スウェーデン最大のデザインコンサルティング会社で多くのプロダクトデザインに携わる。独立後に自身のデザインオフィスを設立し、2008年には時計ブランド「VOID」を設立。拠点をスウェーデンと香港に置き、機能美を重視した北欧デザインウォッチの先駆者として活躍している。

### 60〜70年代デザインをモチーフに 現代風にアップデート

様々なプロダクトで人気を集めている北欧デザイン。時計でもひとつのジャンルとして独自の地位を確立している。スウェーデンの時計ブランド、ヴォイドのデザイナー、デビッド・エリクソン氏が来日した際に話を聞くことができた。まず、彼と時計の出合いから尋ねてみた。

「初めて手に入れた時計は、7歳のときに両親からプレゼントされたデジタル時計でした。自分で買った最初の時計はオメガのシーマスター。スウェーデンではなぜかあまり人気がなくて安く買えたんです。1960〜70年代のスイスの時計を集めるのが好きで、よく蚤の市をのぞいていました。90年代当時は古いオメガの時計が50ドルくらいで買えて、そんな時計を少しずつ買い集めていったんです。そのほかにもちょっとストレンジなデザインも好きで、テキサス・インスツルメ