

## 変化の10年

IWCシャフハウゼンにとって、1970年代は特別な試練にさらされた10年間でした。ドルが下落し、ゴールドの価格が急騰し、クォーツ時計の時代となることが避けられないように思われていました。たえまない生存競争の時代でした。当時、若い従業員だったハネス・パントリは、すべてを直接体験しました。元マーケティング&営業部長のパントリが当時を振り返り、伝説のSLコレクションの誕生や、時計デザイナーのジェラルド・ジェンタとの協力、インチュニア SLの発売について語りました。

ハネス・パントリさん、IWCシャフハウゼンに入社なさった頃の事を、どのように覚えておられますか？

私がIWCに入社したのは1972年、30歳のときでした。最初の仕事は、営業でした。当時、IWCの製品ポートフォリオで主流だったのは、何といてもゴールド製ウォッチでした。魅力的なジュエリーウォッチもつくり、バーデン・バーデンのゴールデン・ローズ賞やジュネーヴ市賞など、人気の高いコンペでも優勝を果たしました。ところが、ものすごい暴風雨に襲われたのです。

スイスの時計業界を襲ったクォーツ危機のことはですか？

ええ。でも、それだけではありません。1970年代を通じて、スイスの時計業界にとって重要だったのは、技術的進歩でした。昔からずっとIWCの主要なセールスポイントだったのは、耐久性とハイレベルな精度です。極東から、安価なのに信じられないほど精密なクォーツ時計が市場を席捲したとき、私たちが体現していたものが突然、価値を失ったように思われました。どんなクォーツ時計でも、機械式時計より正確ですからね。しかし、すべてをクォーツ時計のせいにするのは、単純化しすぎというものです。ほかにも複数の要因がありました。

とすると、「ものすごい暴風雨」の原因は何だったのですか？

1971年、ブレトン・ウッズ協定の終了に伴い、米国ドルとゴールドの兌換が停止しました。それに続く数年間で、スイスフランの対ドル相場が大幅に下落したのです。1970年代初期には1ドル=4.30スイスフランだったのが、1978年には1.50スイスフランを切るまでになりました。その結果、外国では、スイス時計が以前よりもはるかに高価なものになりました。加えて、ゴールドの価格が驚くほど急騰しました。1971~1974年で、金1オンスの価格が3倍になったのです。

それで、IWCはどうなりましたか？

1970年代初期のIWCのカatalogを見れば、IWCの主力製品がゴールドウォッチだったことがすぐに理解できます。そのために、非常に深刻な影響を受けてしまいました。たちまち製造費用が3倍に跳ねあがりました。それまで1個1,000スイ

スフランだった時計の値段が突然、3,000スイスフランになったのです。売上げが急落したのも当然でしょう。

そうした試練を、IWCはどのように乗り越えたのですか？

独創的になり、柔軟になることで、乗り越えました。当時、私は中東市場で毎年いくつかのコレクションを販売していました。豪華なゴールドやプラチナの時計のほかに、指輪、カフスリンク、万年筆、ライターなどのアクセサリーも販売し、なかにはブリリアントカットの宝石をセッティングしたものもありました。こうしたセットを、中東のさまざまな王室に販売していたのです。重要な顧客の一人に、オマーンのスルタンがいました。私が出張に行くと、いろいろな機会に個人的に招待してくれたものです。こうした売上げでIWCは倒産を免れたといえるかもしれませんが、しかし量的にはごく少なかったですから、会社全体にはそれほど役には立ちませんでした。

最大の試練は何でしたか？

十分な量の仕事がなく、製造施設は能力以下で稼働していました。問題は、月末に給与を支払えるかどうか、ということだけではありませんでした。長年かけて自社製ムーブメントの開発と製造のために蓄積したノウハウをシャフハウゼンに残していくためには、自分たちの能力を活用する必要があったのです。

こうした困難な状況を背景に、ついにSLコレクションが誕生したわけですか？

そう、そのとおりです。すでにアルバート・ベラトンが開発していた非常に効率的な巻き上げ機構を組み込んだ、優れた自動巻きムーブメント、キャリバー8541が存在していました。しかし、このムーブメントを搭載したウォッチは、まだ製品ラインナップには存在していませんでした。ですから、自社製ムーブメントにあわせて精密にケースをデザインした、新しいモデルが必要だったのです。加えて、ゴールドに依存しすぎるのもやめたいと思っていました。そこで、ステンレススチール製ラグジュアリースポーツウォッチのラインナップとして、SLコレクションをつくるというアイデアに落ちついたわけです。

インチュニア SLに関しては、どのような経緯でジェラルド・ジェンタと協力するようになったのですか？

1960年代後半、「新しいインチュニア」プロジェクトが開始しました。インチュニアの技術的側面をいっそう明確に強調するような、新しいケースを採用することが計画されました。1970年代前半、IWCは当時フリーランスの時計デザイナーだったジェラルド・ジェンタにコンタクトを取り、インチュニアのデザインを刷新することを求めました。約4年間の開発を経て、ついに1976年のパーゼル・ウォッチフェアで新しいインチュニア SLを発表しました。これはSLコレクションを代表するモデルとなりました。当時、SLコレクションにはポロクラブやゴルフクラブなどのモデルもありました。

「SL」というのは、何の頭文字ですか？

決まった意味はありませんでした。イタリア語やフランス語で「スーパー・ラグジュアリー」を意味する言葉の略でしたが、「スティール・ラグジュアリー」の略だとも解釈できるでしょう。正直言って、私たちが立場を明らかにしたことは一度もありませんので、この質問への公式の答えはありません。まあ実をいうと、あるドイツの自動車メーカーの有名なモデルにヒントを得たんですがね。

インチュニア SLで、期待していた成功は得られましたか？

デザインの観点からすると、インチュニア SLは完全に新しい出発となりました。しかし、商業的には、まったく成功しませんでした。IWCのムーブメント、キャリバー8541を搭載したことで、ウォッチが大きくなりすぎたのです。「ジャンボ」というニックネームがつけられたほどです。もうひとつの要因は、2,000フランと比較的高価だったことです。その後、ステンレススチールとゴールドのバイカラーバージョンのインチュニア SLや、クォーツムーブメントのモデルもつくりました。しかし、販売個数は、合計1,000個にも届きませんでした。インチュニア SLは、明らかに時代に先んじていたのです。

ジェラルド・ジェンタの仕事とインチュニア SLについて、現在、どのように評価されますか？

1970年代にジェンタがデザインした、インチュニア SLをはじめとする有名なスチール製スポーツウォッチは、時計デザインに新しい時代を切り開きました。第一に、ジェンタは新しい独立した形式スタイルを生み出したからです。第二に、スイスの時計業界にとって、スチール製のラグジュアリースポーツウォッチというのは、完全に新しい製

品カテゴリーだったからです。ステンレススチールモデルがこれほど高価で販売されたことは、かつてありませんでした。こうしたものを販売するというのは、時計メーカーにとって、かなり勇気が必要なことでした。

ジェラルド・ジェンタにお会いになったことはありますか？

ジェンタがインチュニア SLが見つかった当時、私たちがジェンタとコンタクトすることは多くはありませんでした。1975年以降、私は営業&マーケティング部長として、たくさん出張しました。ヨーロッパや中東のほか、アジアや米国市場についても知る必要がありました。しかし、1980年代になって、当社の流通パートナーのミラノにあるオフィスで、複数の機会に私はジェンタに会いました。一緒にお昼を食べたことをよく覚えています。刺激を与えてくれる、教養のある、感じのいい人でした。しかし最も記憶に残っているのは、芸術家としての側面です。その頃には、ジェンタは独自の時計ブランドを立ち上げ、経営していました。

1970年代を要約すると、どうなりますか？

エキサイティングな、多くの変化が起きた時代でした。同時に、たえない生存競争の時代でもありました。IWCを存続させるために、私たちは藁をもつかむ思いで、できることは何でもやりました。良いアイデアはあっても、資金がないことが、たびたびありました。資金がないと、戦略を適切に実行するのは困難になるものです。150人もの従業員のいる会社を存続させる必要がある場合は、なおさらです。当時、当社ではクォーツ時計も製造していましたが、高品質な機械式時計だけがIWCの長期的な未来を確保できるのだということが次第に経営陣に明らかになっていきました。

その後、IWCシャフハウゼンはどうなりましたか？

VDOアドルフ・シンドリング社が経営を引き継ぎ、ギュンター・ブルムラインがCEOに就任してから、IWCは経験豊富な人物が指揮を執ることになりました。1985年には、当社の熟練時計師、クルト・クラウスが開発した永久カレンダーが発売されました。そして1990年には、「グランド・コンプリケーション」によって高級時計の頂点をきわめました。また、すでに1970年代後半には、私は当時の技術部長と協力して、フェルディナンド・アレクサンダー・ポルシェとの協力で道筋をつけていました。これは、会社の製造能力をもっと有効に活用するのに役立ちました。ポルシェ・デザインとの協力を通じて、ついに初のチタン製の腕時計の開発につながったからです。現在にいたるまでIWCシャフハウゼンの特徴となっている、ケース素材に関する独自のノウハウの基礎ができたのです。

## IWCシャフハウゼン

IWCシャフハウゼンは、スイス北東部のシャフハウゼンに拠点を置く、スイスの大手高級時計メーカーです。ポルトギーゼやパイロット・ウォッチなどのコレクションを擁するこのブランドは、エレガントな時計からスポーツ時計まで、あらゆる種類の時計を扱っています。1868年、米国の時計技師でエンジニアでもあったフロレンティン・アリオスト・ジョーンズが設立したIWCは、人間ならではの職人技と創造性、その最良の部分と最先端の技術および工程とを組み合わせ、時計製造に対する独自のエンジニアリングで知られています。

150年以上にわたる歴史の中で、IWCは精巧かつ丈夫で使い勝手のよいプロ仕様の計器時計や、複雑機構（とりわけクロノグラフとカレンダー機能）を組み込んだ時計をつくり、高い名声を得てきました。チタンやセラミックの採用の先駆者であるIWCは、現在、カラーセラミック、セラタニウム®、チタンアルミナイドなどの先進的な素材を用いた、高度なエンジニアリングと専門知識を駆使したケースも製造も行っています。

持続可能な高級時計の第一人者であるIWCは、責任をもって素材を調達し、環境への影響を最小限に抑えるための努力を惜しみません。透明性、循環、責任という3つの柱に沿って、このブランドは何世代にもわたって長持ちする時計をつくり、責任をもって製品を製造、流通、修理するためのあらゆる要素を継続的に改善しています。さらに、IWCは子供たちと青少年への支援に向けて世界的に活動している組織とも提携しています。

## ダウンロード

画像は[press.iwc.com](http://press.iwc.com)で無料でダウンロードいただけます。

## お問い合わせ

IWCシャフハウゼン

広報部門

Email [press-iwc@iwc.com](mailto:press-iwc@iwc.com)

Website [press.iwc.com](http://press.iwc.com)

## インターネットおよびソーシャルメディア

Website [iwc.com/ja](http://iwc.com/ja)

Facebook [facebook.com/IWCWatches](https://facebook.com/IWCWatches)

YouTube [youtube.com/iwcwatches](https://youtube.com/iwcwatches)

Twitter [twitter.com/iwc](https://twitter.com/iwc)

LinkedIn [linkedin.com/company/iwc-schaffhausen](https://linkedin.com/company/iwc-schaffhausen)

Instagram [instagram.com/iwcwatches\\_jp](https://instagram.com/iwcwatches_jp)

Pinterest [pinterest.com/iwcwatches](https://pinterest.com/iwcwatches)