

6月10日は「時の記念日」。日本書紀に記された、「西暦671年4月25日(旧暦)に、漏刻と時間を鐘鼓によって初めて時を知らせた」という記事に基づき、定められた。今日では各種記念日が存在するが、その中でも最初期に定められたのが「時の記念日」であることから、この日を「休日すべき」との声も上がっている。

第1回の時の記念日は、大正9年(1920年)に時間割による行動規律や時間を節約することによる効率性の向上が近代生活の基本として位置づけられ、文部省の教育的観点か

## 「時の記念日」を国民の祝日に!!

### あなたは6月10日に何を考えましたか?



文部省直轄の博物館)で行われ、古時計・暦・天文関係資料、時間節約・作業能率化のための各種資料などが紹介された。その後、滋賀県大津市では、昭和30年に、時間励行促進協議会が開催され、「時を守る会」の初代会長に大津商工会議所会頭の岩崎次郎氏が選任された。今日まで営々と歴代商工会議所会頭が会長に就任し、時間励行促進の啓発活動を展開している。

また東経135度の子午線の町であり、日本標準時のもとになっている兵庫県明石市では、平成初期より自治体・経済界・各種団体が一丸となって、時

のウィークの名称で時の記念日の前後、1週間に各種のイベントを開催し、市民一般への時間尊重の認識とともに、時の記念日を国民の祝日にする運動も行われている。

このほか各地で時の記念日に時の鐘や太鼓を打つ行事などが行われており、昔の時の観念を振り返り、また時についての認識を新たにしている。

時間は太陽・月・地球の位置関係から決まり(現在では原子の周波数に基づいている)、世界のすべての人々に平等に与えられている。宇宙の動きは神々しいはたらきともいえることを感じ、宇宙の中で生かされていることに感謝し、時の動きを無駄にせず、世界の平和を祈りたい(近江神宮の資料より)。

## ふだん腕時計をする習慣ある人は44%

### 主流はアナログ時計

マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティング(東京都新宿区、五十嵐幹社長)は、全国20歳〜69歳の男女を対象に「腕時計に関する調査(2024年)」を実施。腕時計やスマートウォッチをテーマに「使用状況」「主に身に付けているタイプ」「腕時計およびスマートウォッチに関する意識・考え」「腕時計・スマートウォッチに関する思い出やエピソード」についての調査結果を発表した。

それによると、腕時計またはスマートウォッチを持っている人は67.3%、普段使っている人は44.3%。腕時計の所持率・使用頻度とも、年代とともに高まる傾向にあり、60代の所持率は7割半ばと最も高かった。

主に身に付けているタイプは「アナログ腕時計」が59.7%で突出しており、「スマートウォッチ」は15.1%。年代が

低くなるほど「スマートウォッチ」のメイン使用率は高く、20代では2割を超える。一方、60代では70.7%が「アナログ腕時計」をメイン使用している。

腕時計に関する気持ちや考えでは、「時間が正確であれば、腕時計のブランドや価格にこだわりはない」「昔に比べる」と興味・関心が薄れている。「使う機会」は以前に比べて減ってきているが上位に。年代が高くなるほど「腕時計に対する興味・関心が薄れている」という意識も高まっている。

スマートウォッチに関する気持ちや思い出やエピソードについては「走行記録など運動管理」「スマホと連携して、着信や各種アプリの通知を確認」がTOP2。「使いこなせていない機能がある」も17.9%。

思い出・エピソードとしては、「お祝いや記念日に購入した(してもらった)」といった購入やプレゼントにまつわるコメントが多くみられた。また使用頻度減少の理由として「スマートフォンで代用できる」という声も少なくなかった。

### シチズン時計(株)

(東京都西東京市、佐藤敏彦社長)は、「都市と森をつなぐ」をキーワードに森林保全を行う(一社)more treesの活動に賛同し、企業収益の一部の寄付を通じて、森林保全活動を支援することを発表した。

支援の一環として、長野県下伊那郡根羽村に約1haの「シチズンの森」を設立し、現地にて森林保全活動を継続的に進める。6月6日に根羽村役場にて、関係者出席による協定式を実施し、その後「シチズンの森」で記念植樹を行った。

日本の国土の約7割を占めている森林は、CO2を吸収することによる地球温暖化防止や、土砂災害を防止する機能、生物の多様性を保つ機能などを持っている。多様な樹種の本木が集う「多様性のある森づくり」を進め、「森と人がずっと共に生きる社会」を目指すmore treesのビジョンに共感し、今年4月にパートナーシップを締結した。

今後もmore trees・根羽村と協働



## 「シチズンの森」が誕生。森林保全活動をスタート

で森林保全活動に取り組みながら、森林について学び、考えるイベントの実施や、国産材を活用したグッズ制作等を行い、「多様性のある森づくり」を支援していく。

同社は、「市民に愛され市民に貢献する」という企業理念の下、事業を通じた社会課題の解決に取り組んでいる。定期的な電池交換が不要の光発電エコドライブや一部の文字板に再生ポリカーボネートを使用するなど、環境に配慮した製品を通じ、循環型社会の実現に向けて貢献していく。

more treesは、音楽家の坂本龍一氏が創立し、建築家の隈研吾氏が代表を務める森林保全団体。地域との協働で森林保全を行う「more treesの森」の展開、国産材を活用した商品やサービスの企画・開発、セミナーやイベントを通じた森の情報や魅力の発信など、「都市と森をつなぐ」をキーワードに「森と人がずっとともに生きる社会」を目指したさまざまな取り組みを行っている。

ティを追求した先進機能を搭載しながら、ライフスタイルに寄り添う個性豊かなブランドを展開してきた。今回のブランド横断モデル『Sky and Sea』は、時計事業50周年を記念し、各ブランドの人気モデルをベースに、光に包まれた空や海の情景を表現したブルーとゴールドのアクセントカラーとして世界初のオートカレンダー機能を搭載した「カシオトロンQW02」を発売し、時計事業に参入した。時刻はもちろん、月・日・曜日まで正確に表示する「完全自動腕時計」を目指し、標準電波受信機能やモバイルリンク機能、ソーラー充電システムなどユーザービ

chiefsを採用するなど、カシオ時計の原点をデザインに落とし込んでいる。「完全自動腕時計」という開発思想を根幹に進化するカシオの腕時計を、普遍的でありながら常に変化を続ける空と海に重ね表現したものだ。全てのモデルは太陽光や蛍光灯で駆動するタフソーラーを搭載しているほか、リサイクル素材のスペシャルパッケージを採用するなど、環境に配慮したモデルに仕上げている。同社はさらに、時計事業50周年を契機に、今後も腕時計の新たな可能性を追求していくとしている。

## 時計事業50周年に、空と海がモチーフの横断モデル



カシオ計算機は、時計事業50周年を記念し、ブルーとゴールドのアクセントカラーで明るい光が降り注ぐ空と海を表現した『Sky and Sea』(6モデル)をCASIO TRON、G-SHOCK、OCEANUS、EDIFICE、PRO TREK、

BABY-Gの6つのブランドから6月7日より発売し、話題を呼んでいる。価格は24,750円〜275,000円。同社は1974年に、デジタルウォッチとして世界初のオートカレンダー機能を搭載した「カシオトロンQW02」を発売し、時計事業に参入した。時刻はもちろん、月・日・曜日まで正確に表示する「完全自動腕時計」を目指し、標準電波受信機能やモバイルリンク機能、ソーラー充電システムなどユーザービ

世界最薄1.00mm厚の光発電エコドライブムーブメントを搭載し、時計の本質を究め、すべてを削ぎ落した美しさを持つ『CITIZEN Eco-Drive One』から、オールブラックの外装にブルシャンブルーの文字板を合わせた世界限定250本のモデルが6月13日から発売され話題となっている。価格は

## 世界最薄エコドライブワンからブルシャンブルー映える限定モデル

495,000円。世界で最も薄い光発電ムーブメントを搭載した『エコドライブワン』に、限定色ダイヤルを採用。暗がりに光が差し

込む様を、濃い青色で表現した美しい黒色で耐傷性に優れた



シチズン独自の表面硬化技術デュラテックDLCを施したオールブラックの外装に、ダイヤルのブルシャンブルー

## シチズンの「時間意識調査」

### 50年間の変化で見るビジネスパーソンの生活時間

#### 長時間通勤者が減少、AI利用者は2割

シチズン時計は、6月10日の「時の記念日」を前に、全国のビジネスパーソン400人を対象とした『生活時間』に関する調査を実施した。同調査では、25年前(1999年)と、50年前(1974年)に同社が実施した同様の調査との経年変化も探った。

同調査による50年の経年変化を要約すると、平日の睡眠時間は「6〜7時間」で、睡眠不足の「5時間以下」は25年で半減した。仕事の日の朝食はささっと「10分」が主流となり、「食べない」派は50年で倍増した。首都圏在住者の半数が「1時間以上」かけて通勤するも、「30分圏内」に住む人も増加した。夫婦の対話時間は1日「1時間以上」が4割で、家族と過ごす時間が増え、読書離れが加速し、本を読まない人が半数に増えた。

新規の設問では、朝のニュースチェックは半数が出社前に「10分以内」で効率よく、20代は「チェックしな

い」人も3割。スマートフォンの使用時間は1日「3時間以上」が過半数、20〜40代では約2割が「5時間以上」のペーユーザー。「仕事帰りに一杯!」は5類移行後も復活せず?若者の方が積極的。仕事帰りの飲み会の滞在時間は「2時間」が半数、長くて「3時間」。対話型AIのプライベート利用はまだ2割、使っても1週間で「30分以下」。

7割近くが運動習慣があり、1週間の運動時間は「1時間未満〜2時間」程度。気になるのは昨年2023年が「生成AI元年」となった、対話型AIについての設問。一般の間でも急速に利用が広がった。今後ますます生活ツールとして定着するかが期待されるが、現在プライベートで利用しているのは全体の2割(20.7%)で、1週間で使う時間は「30分以下」(9.3%)だった。利用者は20代が最も多く、「4人に1人」(26.0%)が利用しているようだ。25年後50年後はどう変化していくだろうか。



かに動く短いピッチのこまで構成されたプレスレットと、低重心の薄型ケースを組み合わせることで、心地よい装着感を実現した。

キングセイコー生誕の地であり、歴史と未来が交錯する東京から着想を得たダイヤルカラーは、シルバー、パープル、グリーンの3種類。シルバーダイヤルは、東京の現代の街並みをもとに新たに開発された型打ち模様により、上品な光沢

## ヘリテージを進化させたドレスウォッチ

### キングセイコーより、ブランド100周年記念モデル

1960年代後半から1970年代にかけて、国産機械式腕時計の発展を牽引した「キングセイコー」より、ヘリテージモデルを進化させた、ドレスウォッチの新シリーズ「KS1969」のレギュラーモデル3種と、SEIKOブランド100周年を記念した限定モデル1種が、7月6日より発売される。価格はすべて396,000円。

薄さが際立つ特徴的な曲線を鏡面に仕上げたケースは、丸みを帯びたボックス型サファイアガラスと相まって、優美な輝きを放つ。セイコーの現行機種で最も薄い自動巻ムーブメント「キャリバー6L35」を搭載し、ケース厚9.9mmの薄型化を実現した。

1970年代のキングセイコーから着想を得て、新たに開発した多列のプレスレットは、鏡面とヘアライン仕上げの組み合わせにより、腕に着用した際に光を反射し、上質なきらめきを放つ。しなや

感を生み出している。パープルダイヤルは、古くから人々に愛されてきた伝統色「江戸紫」を新色に採用。グラデーションを施したグリーンダイヤルは、緑豊かな都市である東京の姿を表現している。

12時のインデックスには、「的」に向かって真つぐに飛んでいく矢の羽根のような多面カットを施し、未来に向かって確かな時を刻み続けるキングセイコーの姿勢を表現している。

SEIKOブランド誕生100周年記念モデルは、次の100年、さらに飛躍を続けていくことを目指し、2024年の干支である辰(龍)が天高く飛翔する姿にその願いを込めた世界1000本の限定モデル。ダイヤルには、繁栄の意味を持つ龍の鱗紋様を新規の型打ちパターンで表現。また、ダイヤルカラーには、生命の源であり龍を象徴する「清流」のような爽やかなライトブルーグリーンを採用した。

が映え、静謐な時間を感じさせる。薄型でありながら、ラグのないケースからバンドにつながる一体感のあるスポーティーなデザインや、5気圧防水という機能性を兼ね備えたモデル。ケースとバンドの繊細なヘアライン仕上げと、ベゼル斜面のザラツ研磨による鏡

面仕上げのコントラストが、華やかな装飾を削ぎ落した中にもドレスウォッチらしいエレガントな印象だ。3.8mm厚(設計値)のケースは、裏ぶたのないツーピース(二体)構造で、ケース裏を腕に沿うような形状にすることで装着感を高めている。

# CASIO

## 継ぐ、強と美。

究極の強さを求めて。その先にある美しさを目指して。  
クラフトマンシップとテクノロジーを融合し、素材、構造、造形のすべてにこだわる。  
独創と革新が生み出す、威厳に満ちた本物の風格を、その手に。  
フルメタル耐衝撃ウォッチ、MR-G。

# G-SHOCK

## MR-G

MR-G-B2100B-1AJR  
Bluetooth®対応タフソーラー  
¥669,000 (税別)