

購読料未払いは停止します— FAX番号の廃止

いつもWatch & Jewelry Today/オンラインをご愛読いただき有難うございます。夏頃よりメール配信を検討しております。追って購読料未払いの方の郵送は止めさせていただきます。また、弊社ではFAXを廃止いたしました。ご迷惑をおかけいたしますが、お急ぎの方はメール(hayato@carol.ocn.ne.jp)もしくは携帯電話(080-4446-0460)までご連絡をお願いいたします。

保険のご相談は(株)東時へ 本社:03-5817-0353 西日本支社:06-6252-4477

SUZUHO logo and contact information for the publisher.

発行所(株)時計美術宝飾新聞社
編集発行人 藤井正義
〒110-0015 東京都台東区東上野1-26-2
ジュエリースタウン・オーラム5F
http://www.e-tkb.com
毎月1日・15日発行
年間購読料8500円/1部450円
振替口座00190-3-57579



THE WATCH & JEWELRY TODAY logo and W&J stylized text.

セイコーグループ(株)が、6月10日の「時の記念日」にちなみ、2017年から継続して生活者の時間についての意識や実態を探る「セイコー時間白書」が今年も発表された。今回は、タイパ(タイムパフォーマンス)とAI、時間の使い分け、時間感覚の三つのテーマについて探った。また、今回「時間白書」が10回目を迎えたことから、これまでの定点観測を振り返り、現代人の時間との付き合い方をひもといている。それによると、「タイパが定着し、AI利用が加速する日本」とまとめた調査では、6割以上が「タイパを意識して行動」し、65.8%が「タイパ重視の考え方は社会に定着」と捉えており、それにより「豊かな生活時間の使い方」「心が満たされる」と思う人は約4割を占めている。その一方で、「自分が納得できるメンパ時間も重視、自分軸での時間の使い分けも広まる」傾向が出ており、タイパとメンパ(メンタルパフォーマンス)が共存する時間の使い分けが見られる。そのため、約9割が他人との時間間隔が合わない経験があり、「時間感覚は同じではない」が共通認識になっている。*詳細はセイコーグループの

セイコー時間白書2026



ページで確認を。https://www.seiko.co.jp/csr/stda/archive/2026/

30年間での変化

「時の記念日」(6月10日)は、1920年に制定されて以来、日本人の時間意識や時計文化を広めるための記念日として発展してきた。近年も全国各地で多彩なイベントが開催された。主なイベントとしては、「時のまち」をPRする大型イベントの兵庫県明石市「時のフェスティバル2026」、「明石市立天文科学館」、「松本市時計博物館」、時計関係者による奉納行事と漏刻祭を行う「近江神宮」、「大阪くらしの今昔館」など、歴史体験型イベントが人気となっている。この30年間を見ると大きく3段階でイベントは変化している。1990年代までは「時計産業・時間厳守の啓蒙」が中心にあり、時計メーカーや時計店が主体となり、時計展示会などが行われた。そこには戦後の高度成長期の流れを受け、「時間を守る国民運動」の色彩が残っていたと考えられる。2000年代は「歴史・文化」へのシフト。和時計展示や漏刻(水時計)の紹

介、博物館との連携など単なる時計のPRから、日本の時間文化の再発見へとテーマが広がった。2010年～現在は、「体験型・地域活性化型」へ発展。時計展示中心から「参加体験型」、業界主導から「地域主導」、正確な時刻啓蒙から「文

化・観光振興」、大人向けから「家族向け」へと変化し、クイズラリー、スタンプラリー、SNS連動企画など楽しませる用途が増えている。「時間を考える日」へと概念が拡大

「時間を考える日」へと概念が拡大

大きな転換点は、2020年に迎えた「時の記念日制定100周年」。国立科学博物館、明石市立天文科学館、日本時計協会などが連携し、「時」展覧会100周年事業を展開、原子時計や日本標準時など最先端科学が扱われ、「時計の日」から「時間を考える日」へと概念が拡大した。今後に推測される傾向としては、AIと時間管理、働き方改革、ウェルビーイング、子どもの時間教育、天文・宇宙との連携、地域観光イベント化などが進むと考えられ、「時間の価値を考える日」がより重要になりそうだ。

時間の価値とは「限られた人生の中で、その時間を何に使うか」という考え方で、家族と過ごす時間や趣味に没頭する時間、仕事に使う時間、睡眠に使う時間など、同じ時間でも人によって価値は異なる。これが現代の若い世代が使う「タイムパフォーマンス(タイパ)」に近い考え方だ。

時間の価値とは「タイパ」?

100年前の時の記念日は「時間を知ること」だったが、現代のテーマは「時間の価値を考えること」へと広がってきており、特に若い世代では「何時かを知るための時計」よりも、「自分の人生の時間をどう使うか」という問いの方が、より重要なテーマになりつつあることを捉えたい。

昔は、遅刻しないことや長時間働くことが重要とされたが、現在は、有意義な時間を過ごすことや限られた時間で成果を出すことが重要で、時間管理よりも時間投資へと重心が移っていると言える。

宝飾業界で考えると

これを宝飾業界で考えると、宝飾品は「モノの価値」で語られることが多い商品だった。しかし近年は、家族の節目、自分へのご褒美、大切な人への思いなど「その時間を形に残すもの」としての価値が重視されている。デジタルジュエリーがダイヤモンドそのものの価値だけでなく、「二人が人生の時間を共に歩むことの象徴」として購入されているのと同じ考えだ。



それぞれの時間の価値が重要テーマに

100年前の時の記念日は「時間を知ること」だったが、現代のテーマは「時間の価値を考えること」へと広がってきており、特に若い世代では「何時かを知るための時計」よりも、「自分の人生の時間をどう使うか」という問いの方が、より重要なテーマになりつつあることを捉えたい。

グローバルブランドをはじめ、アジアで広がる鑑定機関IGIの

IGI Diamond Professional Training

世界基準の知識を2日間で学べる

8月6日・7日 募集中

世界レベルによる最先端トレーニング「Diamond Professional Training」が、今年も日本で開催される。これは、一般社団法人日本ラボラトリー・グロウンダイヤモンド協会(代表理事:伊藤拓也)とIGI



を終了すると、IGIによる公式なトレーニングの修了証が授与される。これは受講者がダイヤモンドの正確な知識を有することを保証し、ビジネスの信頼に役立つものとなる。講師は、世界的なハイジュエリーブランドのトレーニングも担当している、IGIと鑑定の世界的権威であるIGIの正式教育・研修部門ディレクター兼上級宝石学インストラクターのSCOTT TANG氏。開催日時は、8月6日・7日の2日間、9時30分～17時30分。2日間の参加が必須となる。場所は都内(秋葉原周辺)。受講料は、一般110,000円(税込)、協会会員88,000円(税込)。(事前申込)定員40名。申込締切7月10日。開催概要・申込はQRより。

グは特別な内容になっており、天然ダイヤモンドを含む、ダイヤモンドの基礎知識からグレーディング、ラボグロウンダイヤモンドの鑑別や技術など、ダイヤモンドに関する専門的な知識を体系的に網羅し、習得を可能とする最先端のトレーニングが組まれており、2日間のトレーニングを終了すると、IGIによる公式なトレーニングの修了証が授与される。これは受講者がダイヤモンドの正確な知識を有することを保証し、ビジネスの信頼に役立つものとなる。講師は、世界的なハイジュエリーブランドのトレーニングも担当している、IGIと鑑定の世界的権威であるIGIの正式教育・研修部門ディレクター兼上級宝石学インストラクターのSCOTT TANG氏。開催日時は、8月6日・7日の2日間、9時30分～17時30分。2日間の参加が必須となる。場所は都内(秋葉原周辺)。受講料は、一般110,000円(税込)、協会会員88,000円(税込)。(事前申込)定員40名。申込締切7月10日。開催概要・申込はQRより。

を終了すると、IGIによる公式なトレーニングの修了証が授与される。これは受講者がダイヤモンドの正確な知識を有することを保証し、ビジネスの信頼に役立つものとなる。講師は、世界的なハイジュエリーブランドのトレーニングも担当している、IGIと鑑定の世界的権威であるIGIの正式教育・研修部門ディレクター兼上級宝石学インストラクターのSCOTT TANG氏。開催日時は、8月6日・7日の2日間、9時30分～17時30分。2日間の参加が必須となる。場所は都内(秋葉原周辺)。受講料は、一般110,000円(税込)、協会会員88,000円(税込)。(事前申込)定員40名。申込締切7月10日。開催概要・申込はQRより。

Advertisement for Murata Jewelry (村田宝飾) featuring a QR code and contact information.

Advertisement for FD.P Lab (Fixture Display & Packaging Laboratory) featuring a product image and QR code.

Advertisement for Platinum training seminar (プラチナ講師がオフィスにやってきます!) featuring a speaker image and QR code.

Advertisement for Kuwayama jewelry featuring a ring image and contact information.

Advertisement for Kohsai Online Shop (業者向け卸売 ONLINE SHOP) featuring a QR code and promotional text.

Advertisement for Lanvin Collection jewelry featuring a ring image and contact information.

Advertisement for ProTECT 2 jewelry protection treatment featuring a ring image and contact information.