



EL PRIMERO 誕生 50 周年 50 年の成功を振り返って

第 5 章：

2000 年 - 2009 年：真の評価の獲得

1999 年に LVMH がゼニスを買収し、2001 年にそれが成立すると、ゼニスと El Primero ムーブメントの歴史は新たな方向を目指すこととなりました。その方向とはつまり、星に向かって昇ってゆく道でした。1990 年代の終わり、ラグジュアリーグループらは、時計製造分野を発展させること、愛好家から新たな関心を集める機械式時計の可能性に賭けること、高い付加価値を持つ時計ブランドを買収することの重要性を理解していました。

ゼニスは豊かな資産を有する企業の一つでした。自社製ムーブメントを製造する生産設備、素晴らしい歴史、複数の伝説的なフラッグシップムーブメントを持つ本格的なマニュファクチュールであり、新しいリーダーたちの目から見て驚くほどの発展の可能性を秘めていました。いくつかのグループがゼニスの買収に乗り気でしたが、買収を勝ち取ったのは LVMH でした。

LVMH はゼニスで世界を、特にアメリカ市場を再び手中に収めるべく乗り出そうとしていました。しかし、アメリカで「ゼニス」という名前の使用権を有するゼニスの前オーナーの一つ、ゼニス・ラジオ・コーポレーションとの争議が大西洋の向こう側で持ち上がったのです。交渉の後、2001 年にゼニスのブランド名を使用する権利を買い取ることで、LVMH グループはその名前を米国で使用する権利を手に入れました。ゼニスはこれまで通り、星への飛行を続けることが可能になったのです。

マーケティングのルールに精通していたこのラグジュアリーグループに加わったことで、ゼニスはその新しい運命にふさわしく、スポットライトを浴びて輝くことに慣れなければなりませんでした。ゼニスのシンボルが星でなくてはならない理由をそれで立証するためです。

新しい経営陣は、ル・ロククルに落ち着くやいなや、自分たちが手に入れた宝石のすばらしさを強く認識し、ゼニスをカテゴリーの中で最も高い位置に置くことを決めました。マニュファクチュールから「不可能」という言葉は消えました。ゼニスは、どれだけの対価を払おうとも、時計製造という天空で輝く星となるのです。

すでに伝説となっていた El Primero ムーブメントは、今や渴望される対象であり、これまで以上に貴重なものとなりました。LVMH グループの庇護の下、El Primero はかつてないほど洗練された複雑機構を搭載していきました。3 年半の研究開発を経て、2004 年、El Primero にトゥールビヨンが搭載されたモデル、Grande ChronoMaster XXT Tourbillon が誕生しました。これは市場初の高振動のトゥールビヨンモデルとなりました。これに続いて、永久カレンダーを搭載した Grande ChronoMaster XXT Perpetual Calendar が登場し、2005 年には、30 の特許出願が必要となったミニッツリピーター搭載の Class Traveler が誕生しました。そしてとうとう 2007 年には、Academy シリーズに、トゥールビヨンと永久カレンダーの両方を搭載したモデルが誕生しました。El Primero には限界がありませんでした。

2003 年以降、El Primero は、サイズがわずかに変わると共に、より人目を引くものとなっていきました。それまではサファイアクリスタルのケースバックを通して見ることでできた EL Primero の心臓部は、身につける人の目をさらに喜ばせるよう、表から専用の開口部を通して見るできるようになりました。EL Primero を身につける人は時計を見るたびに、その心臓が毎時 36,000 回の速さで振動するのを見ることができるのです。ChronoMaster Open と名付けられたこの時計は、まさにその名にふさわしいモデルとなりました。ムーブメントそのものが、スターとしての地位を獲得したのです。



2004年にはレディースモデルが登場しました。Star Openと名づけられ、開口部はハート型をしていました。ゼニスには、21世紀に生きる女性が、おしつけられた女性像に代わって、自分の本当の姿を表現できる時計を求めていることを、はっきりと理解していました。自分の力と購買力を見せつける時計を、女性が自ら買い求める時代となったのです。女性は、ボーイフレンドジーンズを身につけるように、ダイヤモンドセットのベゼルを持つピンク マザー・オブ・パール文字盤から時刻を読み取るような女性のイメージに矮小化されない時計を求めています。女性は、違う形で輝きたかったのです。ゼニスは2005年、女性のために特別に設計されたトゥールビヨンモデル、Starissimeを発表し、それを可能にしました。

新しく幕を開けた21世紀が複雑な時代になることを、ゼニスは確実に理解していました。あるいは少なくともそれを直観的に感じていました。1993年のダボス会議で生まれたグローバリゼーションという言葉は、21世紀の初頭、完全な意味を持つ言葉になりました。「ソーシャルメディア」として知られることになる媒体に牽引され、最上級で語られる時代、自己表出の時代が幕を開けたのです。2004年2月にはFacebookが誕生。まだ、次の10年で獲得することになる力を有していなかったとはいえ、世界中での成功と、個人やコミュニティーに与える影響の兆しはうかがうことができました。ユーザーは「トライブ」の一員として自分の好きなものを人と共有。普通とは異なるものの人気が高いという傾向が、人々を日常生活から離れた世界に向かわせるようになりました。変動する時代を生き抜いてきたブランド。常に自分自身を革新してきたゼニスは、「夢と同じ物」*で作られているのです。

William Shakespeare [*ウィリアム・シェイクスピア]、The Tempest [テンペスト]、1610年-1611年。