



思いがけないルネサンス

再生から10年——チャペックは、オートオルロジュリーの世界で驚きをもって歩み続けている。

10年前、ロンドンで開催された2015年のSalonQPイベントの一角で、「ケ・デ・ベルグ（Quai des Bergues）」という時計が発表された。150年以上も前に姿を消した名前、Czapek & Cie（チャペック）の復活を告げる瞬間だった。

そして翌年末、無名のスタートアップが手がけたその時計は、ジュネーブウォッチグランプリ（GPHG）で一般投票部門賞（Public Prize）を受賞する。それからの10年間で、チャペックは現代オートオルロジュリーの世界において確固たる地位を築いた。5つのコレクションにわたる10種類の自社キャリバーを生み出し、その技術的・美学的個性を確立したのである。いまや「チャペックの言語」とも呼ぶべき独自の表現は、その型破りな精神を雄弁に物語っている。

チャペックの再生は、一見すると相反する要素から成る明確なビジョンのもとに始まった。細部と品質へのほとんど執念に近いこだわりを支えられながらも、同時に実験精神と自由な発想に突き動かされている。

そこには遊び心とリスクを恐れぬ姿勢があり、オートオルロジュリーの伝統への深い敬意と型破りな反骨精神が同居している。既成のやり方にとらわれない姿勢が、思いがけない成果をもたらし、その予測不能さがこそがチャペックを特徴づける資質のひとつとなった。

この精神はチャペックのあらゆる活動に息づいており、10のキャリバーすべてを貫くデザイン言語として具現化されている。現代のチャペックを導く原則は明快だった――19世紀の創業者フランソワ・チャペックのデザイン哲学やクラフトへの献身、そして反骨の精神からインスピレーションを受けつつも、過去の遺産を単に再構築することはない。

伝統的な専門技術と現代的な革新性――美学と技術の両面でそれらを融合させた、現代の精神をもつオートオルロジュリーを志向したのだ。

チャペックが生み出すすべてのモデル、そして5つのコレクションの内外には、均衡と不均衡、美と奇、親しみと異端のあいだに張りつめた緊張感がある。これらの相反する要素が融合することで、チャペックをチャペックたらしめる黄金の糸が紡がれている。その中心にあるのは「美」への飽くなき追求。そして最終的な目的は――時計と所有者とのあいだに、より深い感情的な絆を築くことにほかならない。



MAISON A PARIS 25, Place Vendôme. MAISON A VARSOVIE 411, Faub. de Cracovie.



CZAPEK ET C^{ie},
FABRICANTS D'HORLOGERIE,
A GENÈVE.

HORLOGERS DE S. A. I. LE PRINCE NAPOLEON.



未知への旅路

昔むかし、遠い異国で――。

フランソワ・チャペック (François Czapiek) は、1811年にボヘミア (現在のチェコ共和国) でフランチšek・チャペック (František Čapek) として生まれた。ポーランドで時計職人として修業を積み、1832年、21歳の亡命者としてジュネーブに到着する。この新天地で数年間をかけて時計製作の基礎を固めたのち、同じく亡命者であったアントニ・パテック (Antoni Patek) と共同経営を始め、そして1845年、自身の名を冠したアトリエを設立した。そこではフランス皇室やヨーロッパの上流階級を顧客とする、技術的にも美的にも卓越した時計を製作した。19世紀のジュネーブをオートオルロジュリー (高級時計製造) の都として知らしめるうえで、フランソワ・チャペックの功績は小さくない。しかし、1860年代半ばに彼が引退するとその名は次第に時計史の陰に埋もれていった。

――そして時は流れ、およそ150年後。2012年、チャペックの商標権が取得されると、ハリー・グール (Harry Guhl) とザビエル・デ・ロクモーレル (Xavier de Roquemaurel) の二人の起業家が、時計師セバスチャン・フォロニエ (Sébastien Follonier) とともに手を携え、ブランドを現代のオートオルロジュリー・メゾンとして再創造するプロジェクトを始動した。(なお、最初の7つの現代キャリバーに付けられたSXHの名称は、この三人の名の頭文字に由来する。)



決断、決断……

チャペックの21世紀的な個性を形づくるすべて——“稀なる人々”の集まりから、独自のデザイン言語に至るまで——は、ブランド再生前の数年間に下された数々の選択、そしてその直後に生まれた“常識破りな発想”の積み重ねによって生まれた。（当時の高級時計業界の常識や一般的なビジネス観から見れば、“狂気の沙汰”とも言えるものだった。）

ベンチャーキャピタルや超富裕層の個人投資家からの支援を受けることで生じる創造的・財政的な制約から自由であるために、創業者たちが選んだのは、ラグジュアリー業界では前例のない株式クラウドファンディングだった。さらに、2016年の初出展となったバーゼルワールドで小売店から熱烈的な反応を得たものの、それが実際の販売に結びつかなかった際に、もう一つの“狂気の発想”が生まれる——オンラインでの直接販売。オートオルロジュリーの世界では前代未聞の手法だったが、それは大きなリスクであると同時に、即座に成功を収めた。当時、CEOのザビエル・デ・ロックモーレルはこう語っている。「私たちはスタートアップです。だからこそ、自分たちでビジネスモデルを発明できるのです。」

億万長者の支援者を持たないスタートアップとして、チャペックには高価な複雑機構時計を開発してオートオルロジュリーの階層に割り込むだけの資金はなかった。また、そうした時計は注目を集めたとしても“エゴのない企業”を築くという創業者たちの信念とは相容れなかった。そこで生まれた解答が、ブランド最初のモデル「ケ・デ・ベルク（Quai des Bergues）」である。この時計は、“派手な最初の一作”を超えて、チャペックの理念と哲学そのものを体現する存在となった。もう一つの“エゴチェック”として、すべてを自社で完璧にこなそうとするのではなく、各分野で最も優れたスペシャリストたちの力を結集することを選んだ。新しいチャペックの精神と価値観に共鳴し、伝統的な時計製造の常識に縛られないパートナーを選び抜くことで、かつてのエタブリサージュ（分業的製造体系）という伝統を現代に再び息づかせたのである。さらに、チャペックには“クリエイティブ・ディレクター”という肩書きは存在しない。社内デザイナー、独立系デザイナー、チャペックのチーム、そして協働する職人たちがそれぞれピースを持ち寄り、ザビエルがその“オーケストラの指揮者”のような役割を果たす。

チャペックのオートオルロジュリー哲学は、“スモール・イズ・ビューティフル”というアプローチによって体現されている。生産数は限定され、各モデルの美的バリエーションもほぼ例外なくリミテッドエディション。

顧客は文字盤カラー、インデックス、針、ストラップの組み合わせを選び、自らの好みに合わせて時計をカスタマイズできる——これは高級時計の世界では極めて稀なことだ。生産体制もその理念に呼応しており、1人の時計師が1本の時計を最初から最後まで組み上げる。それにより時計師自身が1本ごとに強い責任感と誇りを持ち、同時に顧客との関係性もより深く強固なものとなっている。

激動の道のり

チャペックの最初の数年間は、まさに感情のジェットコースターだった。2016年4月のバーゼルワールドでは、熱狂的な関心を集めながらも販売実績はほぼゼロ。そこから、当時としては“突飛な発想”と見なされたオンラインでの直接販売へと舵を切り、その年の販売目標を上回る結果を残した。苦戦を強いられていたスタートアップは、少しずつ勢いを得ていき、2018年末には初の黒字化を達成。この成功を手にした翌年の2019年、チャペックは創業者フランソワ・チャペックが19世紀にアトリエを構えていた場所からほど近いジュネーブの中心に、初の旗艦ブティックをオープンした。2020年5月、世界がロックダウンの渦中にあったその時期、「アンタークティック (Antarctique)」の発表は一見、最悪のタイミングに思えた。しかし、人々が自宅にこもる中で高級時計への関心が急上昇し、それとともにアンタークティックも注目を集める。最初のリミテッド・エディションは数週間、あるいは数日で完売し、このモデルは瞬く間に世界的な成功を収め、チャペックを国際的な名声の新たな高みに押し上げた。

だが、成功は新たな苦難ももたらした。その年の終わりには、チャペックは約600本の納品待ちを抱えることになり、さらに2022年末には、ラ・ショー・ド・フォンに自社マニュファクチュールを設立した時点で、そのバックオーダーは2,000本を超え、ついにアンタークティックの受注を一時停止せざるを得なくなった。

一方で、チャペックの技術的進化も着実に続いていた。自社のスキル基盤が拡充するなか、2020年にはキャリバー-SHX5が、設計から構想に至るまで完全に社内開発された初のムーブメントとして誕生。そして2025年初頭に発表されたキャリバー-9は、さらに大きな前進を示した。それは自社設計・自社開発であるだけでなく、その大部分の加工を自社で行うという新たな段階に到達していたのである。





デザインが紡いだ10年

ゼロから10へ——キャリバーの歩み

19世紀にフランソワ・チャペックが製作した懐中時計を出発点として、この10年間におけるチャペックの技術的進化は、10のキャリバーを通じて、一貫した美的アイデンティティの上に築かれてきた。最初のムーブメントSXH1は、フランソワ・チャペックの懐中時計No.3430のキャリバーに対する現代的オマージュとして構想されたものである。1850年製のオリジナルに忠実でありながら、4時半位置に曜日表示と7日間パワーリザーブを統合した極めて独創的なインディケーターを備え、7時半位置にスモールセコンドを配置している。SXH1をチャペックの技術的・様式的方向性の定義と捉えていた者にとって、続くSXH2はまさに驚きだった。それはトゥールビヨンという技術的飛躍であり、さらに宙に浮かぶようなトゥールビヨンと第2時間帯を備えた、斬新な文字盤構成による美的転換でもあった。

これら二つのキャリバーはいずれもチャペック独自の設計によるもので、クロノード（Chronode）のジャン＝フランソワ・モジョン（Jean-François Mojon）との協働によって開発された。SXH1が“過去から現在への旅”を結晶化した存在だとすれば、SXH2は“現在から未来へ”と導く作品であった。その後もチャペックは、伝統的な複雑機構を次々と独自の言語で再解釈していくことになる——時に予想外の寄り道を交えながら。

2018年、チャペックはフォーブル・ド・クラコヴィ（Faubourg de Cracovie）コレクションを発表し、クラシカルな複雑機構であるクロノグラフに挑んだ。キャリバーSXH3は、ヴォーシェ・マニユファクチュール・フルリエ（Vaucher Manufacture Fleurier）との協働により誕生し、ヴォーシェ製キャリバーVMF 6710をベースに、36,000振動/時（5Hz）という高振動ムーブメントをチャペック専用に完全カスタマイズしたものだ。翌2019年のバーゼルワールドでは、チャペックは時計界を驚かせる。それは時計ではなく、時間そのものの美を表現した「サンズ・オブ・タイム（The Sands of Time）」という砂時計オブジェだった。これはいわば“第4のキャリバー”であり、純粋な時計ムーブメントというよりも時間計測装置として、19世紀ボヘミアにルーツを持つモザー・グラスワークス（Moser Glassworks）との共同制作によって生み出された。

続いて登場したのは、ブランドにとっての転換点となる自社製キャリバーSXH5。「アンタクトティック（Antarctique）」コレクションのために設計されたこのムーブメントは、スポーツウォッチとしての性能と視覚的な魅力という二つの目標を掲げて開発された。リサイクルプラチナ製のマイクロローターが

慣性効率を高め、7本のスケルトン・ブリッジによる独創的な構造美がその存在を際立たせている。

翌2021年には、アンタークティック・ラトラパント (Antarctique Rattrapante) のためにSXH6が登場。

再びクロノードとの協働で生み出されたこのムーブメントは、スプリットセコンド・クロノグラフという複雑機構の遊び心を極限まで押し広げ、主要な構造——クロノグラフクラッチ、リセットカム、レバー類——をすべて文字盤側に可視化する“逆構造”を実現した。

この“機構の視覚的快楽”を追求する姿勢は、2023年発表のアンタークティック・レヴェレーション

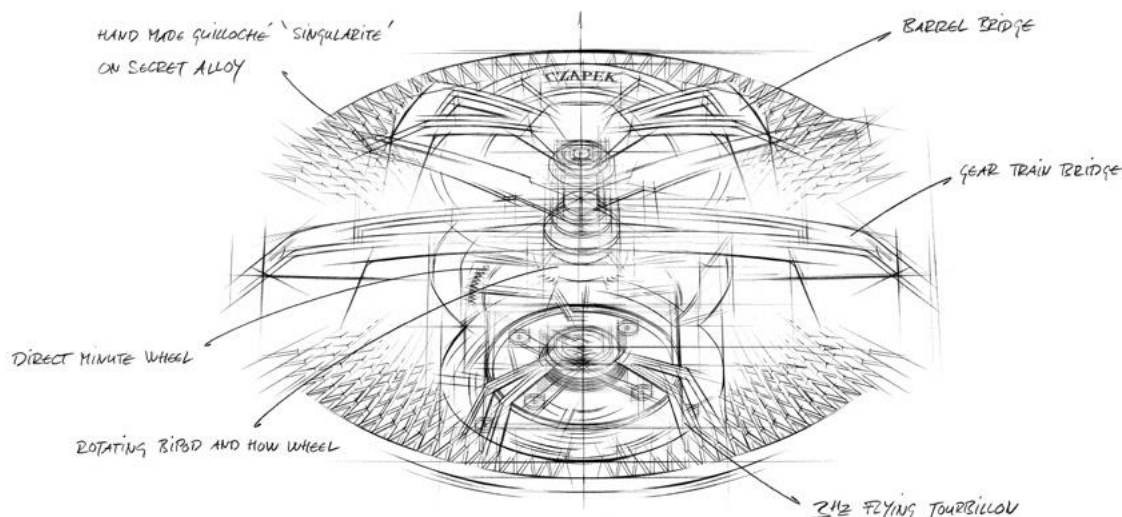
(Antarctique Révélation) にも再び現れる。SHX7と名づけられたこのムーブメントは、単なるスケルトン化を超え、全体構造を再設計し、脱進機を反転させてその動きを全面に見せるように配置。さらに中央秒針を廃し、4時半位置にスモールセコンドを設けることで、新たな均衡を生み出した。

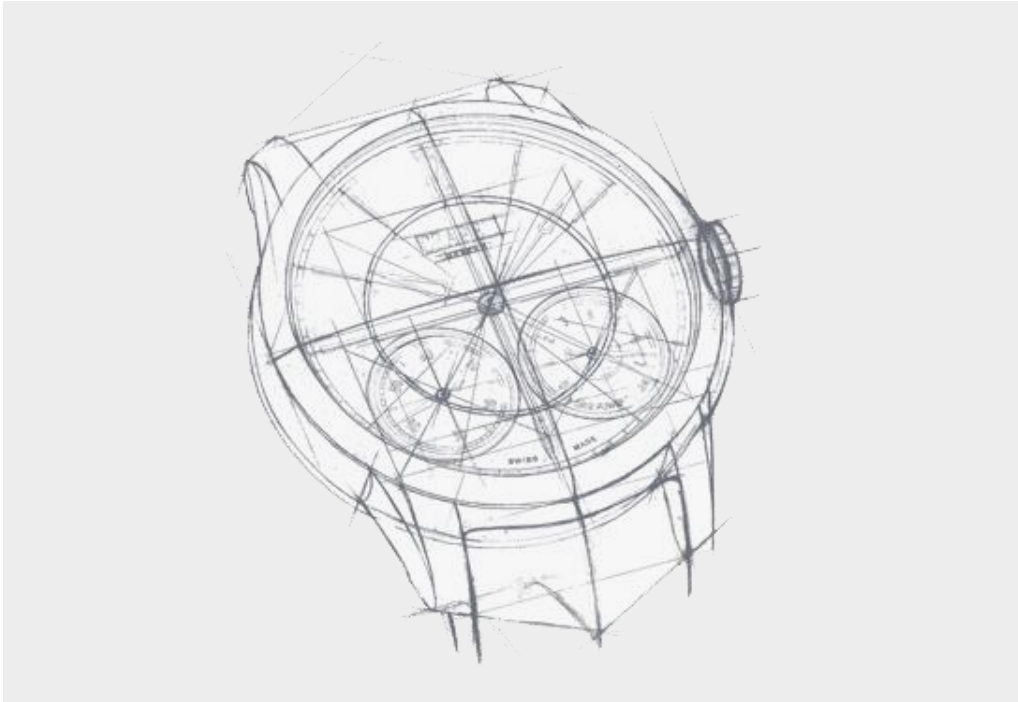
2023年末、プラス・ヴァンドーム・コンプリシテ (Place Vendôme Complicité) の登場により、チャベックの技術進化は再び大きく前進した。キャリバー8は、名匠ベルンハルト・レデラー (Bernhard Lederer) との共同開発によるもので、二重脱進機構 (ダブル・エスケープメント) という極めて稀少かつ高度な技術を採用。

単一の香箱から差動装置を介して2つの独立したテンプに動力を伝達することで、それぞれの歩度の差を相殺しより高い精度を実現している。

2024年には、新たなプロムナード (Promenade) コレクションが登場し、SXH5を再び進化させた。もともとスポーツウォッチのために設計されたムーブメントを、洗練されたドレスウォッチ用へと昇華させたのである。このSXH5.1では中央秒針が廃され、チャベックの象徴でもある4時半位置にスモールセコンドを設け、多彩なアートワークを施した文字盤構成のビジュアル的中軸を形成している。そして2025年初頭に登場したキャリバー9は、トゥールビヨンの繊細さとアンタークティックのスポーティな精神という一見相反する要素を再び融合させた。「アンタークティック・フライング・トゥールビヨン (Antarctique Flying Tourbillon)」の構造は、文字盤側からムーブメントの“心臓”を覗かせ、トゥールビヨン、輪列、香箱が地板の上に浮かんでいるかのように見える。

そして、キャリバー10がチャベックを次の10年へと導く。それは、フランソワ・チャベックの懐中時計への現代的オマージュであり、今後の自社製自動巻きムーブメントシリーズの礎となる存在だ。このキャリバーは多様な複雑機構を組み込むことを前提に設計されており、単にモジュールを追加するのではなく、各機構を完全統合する形で再設計される。その最初のバージョンキャリバー10.1では、24時間制ジャンピングアワー表示と外周ディスクによる分表示を組み合わせ、ハーフハンターカバー付きのレトロ・フューチャリスティックなケースに収められている。





チャペックのデザイン言語——あなたはこの言葉を理解するか？

10種類のキャリバーと5つのコレクションを通じて、チャペックは過去から未来への移行を歩み続けてきた。最初の2つの現代コレクションのあいだに見られる差異、そしてブランド全体を貫く精神は、過去10年の歳月を経て、いまや明確なデザイン・アイデンティティとして結晶している。

その第一原則は、「過去への敬意」ではあっても、「過去の模倣」ではないということ。たとえば、19世紀のチャペック製懐中時計に見られる多重ブリッジ構造は、現代のキャリバー-SXH5およびSXH7において再解釈され、キャリバー外周から中心の輪列を掴むように伸びるオープンワーク・ブリッジとして蘇っている。また、フランソワ・チャペックの設計思想を象徴する垂直対称性の概念は、SXH2では時分針と昼夜表示レジスターの縦方向配置として、SXH6では上下に配された2つのコラムホイール（上部にクロノグラフ機構、下部にスプリットセコンド機構）として、そしてキャリバー9では香箱とトゥールビヨンの垂直配置として表現されている。

フランソワ・チャペックの作品に見られる対称と非対称の緊張感は、現代のコレクションにも脈々と息づいている。19世紀の懐中時計No.3430における複雑機構の配置は、SXH1においてそのまま現代語訳され9時-3時軸ではなく、7時半と4時半にインディケーションを配した。この構成はチャペックのシグネチャーとして継承され、SXH2ではトゥールビヨンとパワーリザーブとして、キャリバー5.1ではオフセンターのスマールセコンドとして、SXH6ではミニッツトータライザーとスマールセコンドとして、そしてキャリバー8では二重脱進機構として再解釈されている。さらにSXH7では非対称性への遊びが極まる。9時位置にローター、1時位置に香箱、そして4時半位置にスマールセコンド——ここにはSXH1への静かなオマージュが込められている。

現代のチャペック・キャリバーに共通する強靱なアーキテクチャは、常に立体的構成（3次元性）を強調する。開かれた要素と閉じた要素が、曲線と同心円の舞踏のように共存している。SXH1、キャリバー8、キャリバー10に見られる円の中に円という構造、SXH1、SXH5、SXH7に見られる、流れるようなブリッジと切り欠きがその好例だ。さらに、伝統的な曲線美に対する現代的対抗軸として、大胆な直線構成が全体を引き締める。SXH6およびキャリバー9・10のオープンワーク・ローターアーム、SXH3とSXH5のスケルトン・ブリッジ、そしてSXH2の直線的な文字盤側ブリッジを想起させるSXH6・SXH7のトライポッドブリッジなどが、それを象徴している。

チャペックにおける機械美への陶醉は、すべてのキャリバーのデザインに息づいている。SXH1やキャリバー8の部分的なオープンワーク・ブリッジから、SXH3、SXH7、キャリバー10の軽やかな構造美、さらにはSXH7の完全スケルトン化に至るまで、そこにあるのは単なる線や形、仕上げの美しさではなく、機構そのものが動く視覚的な悦びである。その理念をさらに推し進め、SXH2は主要な機構要素を文字盤側に露出させ、SXH6とSXH7ではムーブメント全体を反転させるという革新を実現した。

この建築的言語は、仕上げの妙によってさらに豊かに彩られる。伝統的手法と現代的技術を組み合わせ、光と影、反射と質感のコントラストを生み出す。たとえば、サンドブラスト仕上げと面取り（アングラージュ）、ブラックPVDとロジウムめっきといった対比は、キャリバー構造の立体性を際立たせ、視線を自然とムーブメントの中心へと導く。この光の構築美こそ、チャペックのデザイン言語の核心である。

魅せる装い——文字盤とケースの言語

これらのムーブメントの美は、それを包み込むケースによって讃えられる。過去と現在が交錯するそのデザインは、伝統的オートオルロジュリーの円形フォルムを踏襲しながらも、現代的ディテールに富み、ムーブメントや文字盤の美しさを損なうことなく調和する。そこにもまた、微妙ながら確かに存在するチャペック独自の言語がある——それは手首に自然に馴染む優雅さであり、比喻的にいえば、自らの存在にまったく無理のない自信のようなものだ。

そして文字盤。チャペックの“顔”は、過去と未来が交わるもうひとつの創造的な実験場である。そこでは、何世紀も前の装飾技法が新たな形で再生され、時には文字盤という概念そのものを超越することもある。ギョーシェ（Guilloché）装飾は、いまやチャペックを象徴する意匠のひとつだ。模様を通じて質感や動き、奥行きを錯覚を生み出すために、それぞれのキャリバーに合わせた専用パターンが開発されてきた。すべてのデザインは、まず文字盤表示の配置から出発し、そこから独自の幾何学が導き出される。中には、ギョーシェ職人のわずかな計算違いから生まれた、驚くほど独創的で視覚的に魅力的なパターンもある。チャペックでは、“誤り”は創造の契機とみなされる。自らの到達点を常に疑い、進化を恐れない精神——そしてパートナーとの協働的な姿勢——が、それを支えているのだ。





チャペックは、しばしば小ロットの特別生産を行う。それはコレクターからの要望や、パートナーであるメタレム (Metalem)、ドンツェ・カドラン (Donzé Cadrans)、MD'Artからの提案に応じる形で行われることが多い。こうした柔軟な制作体制が、テクスチャー、素材、光学的効果、そして自由奔放なカラーパレットによる表現を可能にしている。たとえば、ラメ仕上げや金属の微細なプリーツ加工といった珍しい技法、オスミウムのような稀少素材、さらに多様なエナメル技法、手塗りニス、ラッカー仕上げなどーそれらが積み重なり、それぞれが個性をもつ多彩な「顔」を生み出している。この多様性そのものが、チャペックのデザイン言語に内在する本質のひとつである。

華やかな文字盤の色彩や装飾パターンにもかかわらず、チャペックの時計デザインには常に控えめな品格が漂う。それは、「ラグジュアリーとは何か」という問いに対する、チャペックなりの答えを体現している。身につける者にとって、それは成功や富を即座に誇示するための贅沢ではない。もっと感情的な共鳴を伴う贅沢である。語源的にラテン語のlux (光・明晰)に通じるこの思想は、クラフトへの敬意、ディテールへの愛、そして他と異なる自己表現への意識に根ざしている。それは、同じ価値観を共有する者だけが理解する、静かな輝きの美学なのだ。

私たちは「稀なる人々」を集める

2019年に掲げられたチャペックのモットー——“We collect rare people（私たちは稀なる人々を集める）”はブランドを支えてきた特別なコミュニティへの敬意を表している。その始まりは、株主たちにあった。彼らは単なる時計愛好家ではなく、オートオルロジュリーという夢の一部を所有することに情熱を注ぐ稀有な存在だった。そこには、卓越した職人技と芸術的サヴォアフェール（匠の技）を提供し、常に新しいアイデアをもたらす協力パートナーたちがいる。世界各地でブランドを支える販売パートナーたちは、チャペックの使命と理念を深く理解する稀有な人々であり、そしてもちろん、美と品質に対して異常なまでの情熱を持つ顧客やコレクターたちもまた、この「稀なる人々」の輪の中にいる。

しかしこの言葉は、単なるコミュニティの紹介にとどまらない。“We collect rare people”は、軽やかなウィットを含んだ挑発的な言葉遊びであり、チャペックという企業の隅々まで浸透し、すべての時計に息づく哲学そのものを象徴している。その中でも最も重要で、そして最も珍しい資質が、「オープンさ」と「透明性」である。再び、ラテン語lux（光、明晰）の語源に立ち返るなら、クラウドファンディングという形態が「開かれた会計」を前提としていたため、チャペックは自然と透明で協働的な企業文化を育んだ。その結果として、ブランドは常に外の世界に耳を傾け、他者のアイデアを受け入れる柔軟さを持つに至った。このオープンで透明な精神は、チャペックの作品そのもの——ムーブメントと外装（アビヤージュ）——にまで反映されている。そこに宿るのは、創造性の深さと光である。

CEOのザビエル・デ・ロックモーレルはこう語る。「ある意味で、チャペックは人類の“創造する力”の象徴です。私たちは創造性を“所有するもの”ではなく、“共有することで幸福をもたらすもの”と考えています。だからこそ、“稀なる人々”という私たちの考え方は排他的ではなく、むしろ包括的なのです。それは、所有するための贅沢ではなく、“存在のあり方としてのラグジュアリー”を体験する機会なのです。」

この思想こそ、チャペックが自社マニュファクチャールを持つ理由を物語っている。それは垂直統合への欲求ではなく、主要な技能を自らの手で制御することで、小ロットの実験を柔軟に行い、独立性を保つための手段である。外部サプライヤーには難しい少量生産を可能にしつつ、同時に、各分野の最高のスペシャリスト、コレクター、株主との協働という自由を守るためでもある。

そして何よりも——この体制によって、チャペックは自由に楽しみながら、人々の予想を裏切り続けることができる。第二の10年期に入った今も、ブランドは思うままに進化を続け、その技術とデザインの言語を自在に操りながら、ひとつひとつの言葉とフレーズを「美の探求」という黄金の糸でつないでいくのである。

CZAPEK INFORMATION

Product photo – image gallery



<https://x.gd/O0jXP>

<チャペックに関するお問い合わせ先>

株式会社 ノーブルスタイリング

〒153-8580

東京都目黒区三田1-4-1 ウェスティンホテル東京 1F

電話番号：03-6277-1604

FAX：03-6277-1689

メールアドレス：info@noblestyling.com