

# ONLY WATCH 2009

2009年9月24日、モナコで3回目の「オンリー・ウォッチ」オークションが開催される。'05年に始まり、2年に1度のこのオークションでは時計ブランド各社が“心意気”を示すユニークピースを出品する。オークションの社会的意義を背景にそれぞれが発揮する独自性を見てみたい。

Photo/MB & F(P73)  
Patrizzi & Co Auctioneers



## MB&F

「MB&F & セージ・ヴォーン HM2」。ジラルド・ベルゴ製自動巻きムーブメントをベースにアジェノー社のジャン・マルク・ヴィドレヒトさんが開発したムーブメントを搭載。18Kゴールドの黒の有刺鉄線がムーブメントを縛るように配され、身体を触む病を表現する。また18Kゴールドの青い蝶は無邪気な子どもを象徴する。ケース・サイズ38.0×59.0mm、厚さ13.0mm、オンリー・ウォッチ・オークションのために作られたダブル・ドーム型サファイアクリスタルを備えた18Kホワイトゴールドとチタニウムのケース。3気圧防水。裏側のサファイアクリスタルにセージ・ヴォーンのサインが入る。

「オンリー・ウォッチ」オークションが時計の世界に新しい風を吹き込んだことは確かだ。2005年に始まるこのオークションはそれまでの時計オークションの形態とは異なり、話題を呼んだ。まずモナコ公国アルベル2世公が後援するチャリティ・オークションであり、収益はすべてデュシエンヌ型筋ジストロフィー・モナコ協会(A.M.M.)に寄付される。そしてスイスの高級時計ブランドがそれぞれひとつしかない、つまりオンリー・ウォッチをオークションのために製作し、あるいは限定シリーズのNo.1を出品する。またオークションは最低競売価格を設定しないで行なわれる。こうした社会性と特殊性は時計ブランドと時計愛好家たちの興味を惹くには十分だった。今年も主催がアンティコルムからパトリッツ・オークションニアにかわったが、34社が参加を決めた。

デュシエンヌ型筋ジストロフィーは男児に発症する進行性の遺伝病で、3500人にひとりがこの病をもって誕生するという。筋肉が次第に弱くなり、やがて心肺に問題を起し、致命的状況になる。治療開発は次第に進歩し、A.M.M.では研究チームに財政的支援を行なっている。

上の時計はMB&Fが製作したもので、「オロジカルマシーン No.2」にロサンゼルス在住のアーティスト、セージ・ヴォーンが難病に苦しむ子供たちをイメージした作品を組み込んだ。有刺鉄線に引っかかった青い蝶は自由を奪われ、運命から逃れることはできない。厳しい現実社会のなかで無邪気さや明るさを失った子どもを救って明るい色づかいで描き出すセージ・ヴォーンらしい発想だ。強いメッセージ性がこのオークションの意味を明確に表している。

(T.K)