

【Baby-G の軌跡】

“Baby-G”の誕生 ～女性のファッションにデジタルウォッチが採り入れられる～

1990 年代前半、ヘビィデューティな外観の強調した時計が各社から相次いで発売されました。当社の耐衝撃ウォッチ“G-SHOCK”は、このトレンドの先駆者として、若い男性のファッションに欠かせないアイテムになっていました。一方、女性用のヘビィデューティなモデルはなく、“G-SHOCK”に憧れ、“G-SHOCK”を着ける女性が増えてきました。そこで、女性の腕に合う“G-SHOCK”の開発をスタート。1994 年 12 月に“G-SHOCK”の耐衝撃性やタフネス感を受け継ぎながら、レディースサイズの小さめのケースとポップな色調を実現した初代モデル「DW-520」が誕生。10 代の女性の間で人気であったサーフファッションをモチーフに、強さと可愛らしさを兼ね備えた、ファッションナブルな女性用デジタルウォッチ“Baby-G”として第一歩を踏み出しました。この「DW-520」の発売により、デジタルウォッチが女性のファッションアイテムに採り入れられるようになりました。なお、“Baby-G”の名称は“G-SHOCK”の“G”に、愛しい人を意味する“Baby”（ベイベー）という言葉を組み合わせたものです。



初代モデル
DW-520

若者文化との融合 ～“Baby-G”が女性用時計ブランドとして確立される～

初代モデル「DW-520」は、女性に向けた“G-SHOCK”であることを知らしめるため、本体ケースに“G-SHOCK”のロゴを用いました。翌年発売された「BG-100」から本体ケースに“Baby-G”のロゴを初めて採用し、“Baby-G”ブランドとして本格的なスタートを切りました。その後、サーフィンをテーマにしたモデルのラインアップを拡大するとともに、冬のエクストリーム系スポーツであるスノーボード、多くの若者が興味を持つレゲエやヒップホップなどの音楽、さらには、アートや恋愛（ペアモデル）など若者文化を採り入れたモデルを次々と発売。10 代女性を中心に支持を得るとともに、女性用時計ブランドとして確固たるポジションを獲得しました。



サーフィンテーマモデル
G-LIDE



音楽テーマモデル
G'MIX



恋愛テーマペアモデル
Lover's Collection

最先端技術の投入 ～ファッション性と機能性を持つ時計として新しい世界を切り開く～

“Baby-G”は、若者文化を採り入れるだけでなく、アナログタイプの「BG-10」や、メタルタイプの“G-ms”（ジーミズ）、20気圧防水の「BG-370R」など、バリエーションを拡大していきながら、時計としての進化も追求。“Baby-G”初の電波ウォッチ「BGT-2000」や、ソーラーウォッチ「BG-800」、2003年には電波ソーラーウォッチ「BGT-2500」を発売するなど、常に最先端技術を採り入れていきました。

さらには、3色LEDの搭載や、クロスバンドやレザーバンドの採用、バンドやケースの着せ替えを可能にするなど、今までの時計にはない新しい素材や手法を積極的に採り入れていきました。



アナログモデル
BG-10



電波ソーラーモデル
BGT-2500

“Baby-G”の新たな展開 ～大人の女性に支持されるブランドを目指す～

“Baby-G”は、若者文化と融合したファッション性と、最先端技術を採用した機能性を高次元で組み合わせることで、女性向けウォッチマーケットに話題を提供し、注目を集めてきました。その結果、多くの10代女性の心をしっかりとつかみ、2012年度には、“Baby-G”の累計販売数量が3000万個を超えました。

そして2014年、誕生から20年を経て、成人を迎える大人の“Baby-G”として、心機一転、新たな展開を図ります。

今春より、初代モデルから続く“Baby-G”のロゴを“BABY-G”に刷新するとともに、従来のコンセプト“Tough&Cute”を“Tough&Cool”に切り替え、“G-SHOCK”の兄妹ブランドではなく、ガールフレンドモデルとして位置づけて、商品開発や販促展開を推進。20代・30代の大人の女性に支持されるブランドを目指してまいります。

Baby-G

従来ロゴ

BABY-G

新ロゴ