

参考資料**資生堂、マツダの「魂動(こどう)デザイン」を表現したフレグランスを制作**

資生堂は、マツダ株式会社(以下マツダ)がデザインの思想・哲学として掲げる「魂動(こどう)-SOUL of MOTION」を象徴するフレグランス「SOUL of MOTION」(非売品)を開発しました。本作品は、2016年8月開催のAUTOTMOBILE COUNCIL2016(オートモビルカウンスル 2016)*のマツダブースで初めて展示し、来場者に香りを体感いただく予定です。

※AUTOMOBILE COUNCIL 2016(オートモビルカウンスル 2016)とはクラシックカーから今後発売される車まで、日本の自動車文化、ヘリテージの魅力を世界に向けて発信する、今年初開催のイベント

会期 2016年8月5日(金)~8月7日(日)9:00~18:00

会場 幕張メッセ 2・3ホール(千葉市美浜区中瀬 2-1)

主催 AUTOMOBILE COUNCIL 実行委員会

後援 経済産業省、日本自動車輸入組合、株式会社カーグラフィック

「魂動」と香りのコラボレーション

「魂動(こどう)-SOUL of MOTION」とは、2012年以降、マツダが新世代商品群に採用しているデザインコンセプトで、「カタチに生命感を与え、さらに日本の美意識を加える」という造形が国内外の多くのお客さまに支持されています。

同社は、これまで「魂動」というデザインコンセプトをクルマ以外のモノにまで拡張、その思想・哲学を形にしたさまざまなアート作品を制作し、「魂動」の世界観を表現してきました。この度、資生堂では同社からの依頼を受け、「魂動」をテーマに『香り』とボトルの造形をデザインすることに挑戦しました。

資生堂の香りに対する思い

香りは人の記憶に深く働き、その人を強く印象づけることから、コミュニケーション手段の一つといえます。資生堂は、「香りを芸術まで高めたい」とした初代社長、福原信三の理念を引き継ぎ、これまでさまざまな香りの開発に取り組んできました。2016年、資生堂はデザインや研究開発部門の前身となる「意匠部・試験室」誕生から100周年を迎える節目の年に、「マツダの思想・哲学を体現しマツダを印象づける」という新たな香りの開発を実現しました。

「SOUL of MOTION」について

フレグランス「SOUL of MOTION」のテーマは、『emotional simplicity(削ぎ落とした先の凝縮された興奮)』。静寂の中に凜とした佇まいと毅然とした品格を漂わせるこの香りは、ウッディー、レザー、ローズをベースに、「魂動」を象徴する独自のエッセンスを配合しています。デザインは、マツダがデザインで追求する「削ぎ落とすことで、研ぎ澄まされた美に到達する」という日本の美意識から着想しました。オーバーキャップの素材にはステンレスを採用。緊張感のあるエッジから流れるような曲面へのつながり、内側から輝きを放つようなガラス、容器を取り出す所作に至るまで美しいデザインです。

意匠登録済み：日本、中国、EU、アメリカ(出願中)

特許機構：特許申請中