

マツダの「魂動(こどう)デザイン」を表現したフレグランスが
「iF デザインアワード 2017(パッケージ部門)」金賞を受賞
～資生堂がマツダから依頼を受けて開発～

資生堂がマツダ株式会社(以下マツダ)から依頼を受けて開発した、マツダのデザインに対する思想・哲学を表現した「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)が、国際的なデザイン賞の一つである「iF デザインアワード 2017」にて、世界 59 か国の応募総数 5,575 点の中から、金賞(パッケージ部門)に選出されました(金賞は全カテゴリーで 75 点選出)。授賞式は 3 月 10 日、ドイツ・ミュンヘンの BMW WELT で行われ、受賞作品はハンブルグの「iF デザインエキシビジョン」※1 で展示されるほか、iF デザイン公式サイトである「iF World Design Guide」※2 内「DESIGN EXCELLENCE」や「iF デザインアプリ」※3 に掲載されます。

※1 ハンブルグ市ハーフェンシティ地区にある iF の展示施設。受賞デザイン/プロジェクトを 3 グループに分けそれぞれ約 3 か月間展示します(デジタル関連は通年展示)。

※2 iF の デザイン総合ポータルサイト: <http://ifworlddesignguide.com/>

デザインを切り口にした総合ポータルサイトとして、iF 受賞だけでなく、デザインにかかわる企業や人、モノ、コトの情報を幅広く掲載しています。

※3 Android/iOS 対応のモバイルアプリ(無料)。受賞デザインを 3 年間掲載します。



左から、マツダ 常務執行役員 前田育男、資生堂 宣伝・デザイン部 アートディレクター 川合加奈子氏、デザイナー 村岡明氏、iF インターナショナルフォーラムデザイン CEO ラルフ ウェイグマン氏



SOUL of MOTION(非売品)

iF デザインアワードとは

iF デザインアワードは、「インターナショナル・フォーラム・デザイン」※4が、毎年開催する世界的に権威のあるデザイン賞のひとつです。1953 年に創設され、ドイツ・ハノーバーを拠点に、毎年全世界の製品やサービス等を対象に優れたデザインを選定しています。世界中の国々からエントリーされる 5,000 を超えるデザインを、約 60 名の著名な専門家が厳正に審査し受賞作品を選定します。対象は、①プロダクト②パッケージ③コミュニケーション④インテリア/内装建築⑤プロフェッショナルコンセプト⑥サービスデザイン⑦建築の7つのカテゴリーです。

※4 毎年優れたデザインを選出し「iF デザインアワード」を授与するドイツで最も長い歴史を持つ独立したデザイン団体

講評

金賞受賞について、本アワードの全受賞作品が掲載される「World Design Guide2017」には「資生堂によるユニークで革新性の高い香水瓶は、マツダが自動車のために生み出したコンセプト「魂動(こどう)-SOUL of MOTION-」をクリエイティブな暗喩の中に表現したものである。その構造デザインは、動こうとして引き絞った筋肉の緊張を捉え、自動車デザインのブランドと視覚言語と人体の両方から引用されている。形体も機能も純粋で、調和のとれた外箱のわずかに柔らかな感触は、素肌を思い起こさせることを意図したものであり、全体の彫刻性そのものが芸術作品と呼べるものである」と講評されています。(審査員 Isabelle Dahlborg Lidström 氏)

資生堂とマツダ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テーマで、「生命感にカタチを与え、さらに日本の美意識を加える」というデザイン表現が国内外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広げ、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。資生堂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し、2016 年 8 月に開催された「AUTOMOBILE COUNCIL 2016(オートモビルカウンスル 2016)」のマツダのブースで初めて発表しました。

「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。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)

嵌合機構: 国内特許出願中

資生堂受賞者のコメント

このたびは「iF デザインアワード 2017(パッケージ部門)」金賞という栄誉ある賞をいただき、大変光栄に思っています。

マツダと資生堂がお互いに持ち合わせている「日本の美意識」を昇華し、現在進行形の思想・哲学をイメージするプロダクトを共創できたこと、そして、その結果を世界で認めていただけたことに大きな喜びを感じています。

CD 信藤 洋二

AD 川合 加奈子

D 村岡 明