

Press Release

資生堂 ジャポニスム 2018 にオフィシャルサポーターとして協賛

～フランス・パリを中心として、官民連携で日本文化・芸術を世界に向け発信～

資生堂は、日仏友好 160 年を記念して日仏両政府の主導で開催している日本文化・芸術の祭典「ジャポニスム 2018: 響きあう魂^{※1}」(事務局:独立行政法人国際交流基金。以下、「ジャポニスム 2018」)にオフィシャルサポーターとして協賛しています。2018 年 7 月～2019 年 2 月までの 8 ヶ月間、パリを中心として約 100 の会場で、古くは縄文の考古の美から現代日本の最新技術を駆使したアートまで、日本の多様な文化が紹介されます。資生堂は官民連携の「ジャポニスム 2018」に積極的に協賛することで、世界的な文化大国・フランスにおいて日本文化ならではの美意識を紹介することに貢献してまいります。

※1: 公式ウェブサイト <https://japonismes.org/>

**協賛の主旨**

資生堂が創業以来受け継ぎ、蓄積してきた「文化」は、当社の独自性を創造する上で重要な経営資産となっています。その資産である文化情報の発信、芸術文化支援を通じ、「新しく深みのある価値を発見し、美しい生活文化を創造する」という企業理念を具現化しています。創業者の福原有信、初代社長の福原信三をはじめ、企業文化にも大きく影響を及ぼした、また現在の欧州事業の拠点でもあるフランスで日本文化を発信する本イベントへの参画により、企業理念の具現化とともに、中長期戦略「VISION 2020」で掲げている、美のイノベーションによる新たな価値創造を実現してまいります。

資生堂とフランスとのかかわりについて

資生堂とフランスの関わりは、1872 年に日本初の洋風調剤薬局として銀座に資生堂を創業した福原有信と、有信の息子で初代社長の福原信三の時代にまで遡ります。1900 年に有信はパリ万博を訪れ、技術、文化、芸術ともに先端を行くフランスの空気に触れ、刺激を受けて帰国。また信三は、1913 年の約 1 年をパリで過ごす中、多くの芸術家と交流を深め、自らもパリの風景を写真に収め、写真家として作品を残しました。帰国後、資生堂の事業の軸足を化粧品へと移し、化粧品のパッケージやロゴ、宣伝制作物にフランスのアール・ヌーボー、アール・デコの要素を取り入れました。資生堂がフランスから受けた影響は、その独自の美意識の中に組み込まれ、商品開発、宣伝表現、芸術支援活動といった企業活動の根底に今も脈々と引き継がれています。