

未来を織る

博多織発祥777年

「商品名は『おにぎり』がいい」「5千円以上もする商品が『おにぎり』じゃ売れん」「だったら『むすび』ならオシヤレかも」福岡市東区の九州産業大キャンパス。校舎の一室で学生たちが商品開発について議論している。食べ物？いや違う。テーブルには

産学連携

開発中の博多織商品のデザイン案が広げられていた。博多織に「おにぎり」。突拍子もない発想だが、言葉の端々にはもの作りへの情熱が込められている。九産大が博多織元と協力して新商品を開発する連携プロジェクトを始めて10年。「学生は実社会と同様の環境の中で貴重な体験をしている」と芸術学部教授の井上友子。商品開発と教

傑作もたらず学生目線

博多織商品のデザインについて議論する九州産業大の井上友子教授(中央)と学生たち



育効果が同時に期待できる「ワインウィン」の関係に満足げだ。

2008年、井上は「器用そうだから」と同僚教授から突然プロジェクト担当に推された。当初は織元との関係に「学生を安い労働

力と思っていないか」と、もやもやした思いもあったが、職人感覚では思いつかない発想を連発する学生たちの頑張りが対等な関係へと変えていった。4色しか使わないのに多色に見せる迷彩柄は「いいたい、いくつの色を使って

いるんだ」とプロの目も欺く出来栄え。青や黄などの糸を細かく織り込んだ水彩画のような柄は「ゴストに合わない」といったん不採用に。だが、織元が「気に入ったから1本だけ」と作ると、すぐに買い手が付いて驚かれたことも。

直近では、スーツケースが運搬中に開かないよう縛るベルト。「武士が刀を差しても緩まなかった」博多織の男帯の頑丈さを現代に生かすアイデアは、昨年の博多織ギフトコンテストで入賞。すぐに市販され「店頭に出せばすぐ売れる(織元) 好調ぶり。大学は今や業界も一目置くヒットメーカーになった。

井上の専門はデザインプロデュース。「中小零細が多い博多織業界は『自分でデザインして自分で織る人たち』の集合体。どこかで分担しないと無理が来る」と指摘する。商品企画しデザインや

購買層まで考える。大企業なら専門部署が担う役割を大学が補い、同時に学生も実践力を磨くのがプロジェクトの本旨。スーツケースベルトを担当した永田も(21)「芸術学部3年」は「何が何でも商品化するという強い意志を持つ織元との仕事は勉強になった」と振り返る。

関東出身で「学生時代は着物雑誌のモデルをしていた」という井上でさえ「博多織の名は知っていたが、見たこともなかった」。PR下手だった博多織に対する「こんな良い物が東京で表に出てないなんて」というもどかしさが今の活動の原点だ。

同じように大学で初めて知った学生たち。「どうすれば売れるかを考え抜く中で、郷土文化への愛着が育まれる効果もある」と井上は考える。学びの中で若い心に織り込まれた「博多織愛」が産学の絆をさらに強める。(敬称略)