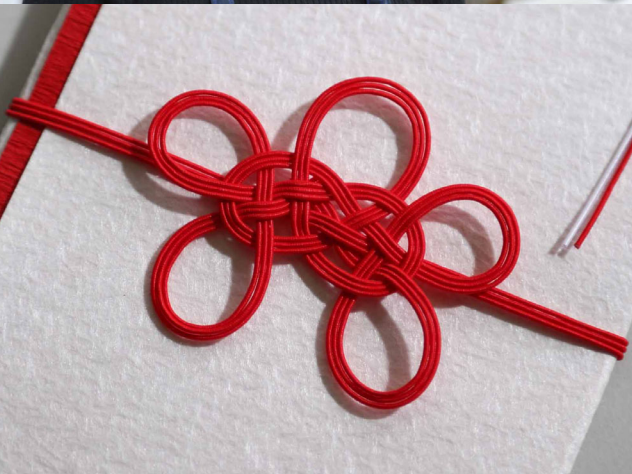




○“博多水引”への想い

水引の歴史は古く、飛鳥時代607年、遣隋使の小野妹子が日本に戻るとき、隋からの贈り物に紅白に染めた麻糸が結ばれていたことに由来するといわれています。語源については、麻糸を染めるときに百花が水に引かれて流れるように見えたという説や、神聖な地域と一般社会を区切るときに水を引いて清めたという説などがあります。

「博多水引は、京都や金沢の水引と比べるとねじりが強く、キュッと締め上げるので、凛とした表情が特長です。静と動でいえば“動”、力強さと粋さが魅力ですね。父である長澤宏昭が半世紀にわたって築いた博多水引の伝統はしっかりと守りつつ、デザインの新しさと用途の多様性を提案しながら、日常的に使って楽しむ水引を広めていきたいですね」

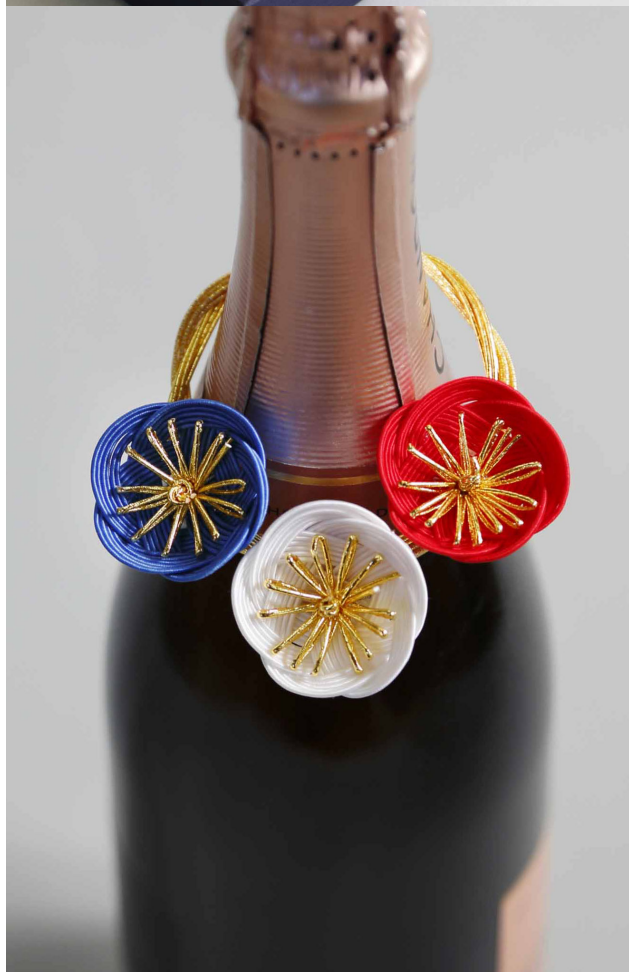
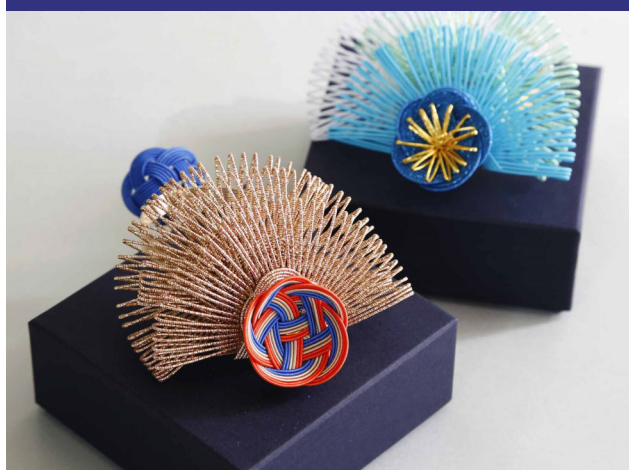
○“長澤宏美”の生い立ち

長澤宏美さんのご実家は、博多区上呉服町のながさわ結納店です。博多人形師の方々もふらりと出入りするなか、水引を巻いたり結んだりして遊んでいたのが、作り方をお父様に教わったことは一度もないのだそう。そして、一時は東京の広告代理店でグラフィックデザイナーとして活躍し、出産や子育てを機にご実家のサポートをすることに。

「はじめは父の手伝いのつもりでしたが、博多水引の魅力に惹かれると同時にもっと広めたいという想いが強くなりました。でも発信方法が分からず、Pinterestをはじめたり、フェイスブックの見せ方を習ったりして、少しずつ認知していただきました。そして昨年、京都・東京のデパートの作品展で、多くの方に知っていただくことができました」



いまはもう
“水引は紅白”
という時代では
ありません



○タブーへの“挑戦”

日本には古くから“魂を結び入れる”という信仰があります。おみくじを神社の木の枝に結ぶのは、おみくじに自分の魂を残すことで、どこにいても神に守られるという考えに基づいたもの。長澤宏美さんは、結び方や水引の本数など本来の意味を大切にしながら、あえてタブーといわれた黒や従来にはなかった紺の水引をデザインに採用します。

「もちろん、最初は批判もありました。でもいまは“水引は紅白”という時代ではありません。現代のライフスタイルに溶け込む水引を提案しないとイケませんから、自由な発想で100色以上の水引を組み合わせ、ラッピングやアクセサリーなどを作っています。いま問い合わせが最も多く、家庭画報やデパートの広告に使用されるのはほとんど紺色です」

○“Happy”な時間

「仲間とおいしいお酒を飲んでいるときが、一番Happyです。水引デザイナーとして知られるようになったのも、ワインに水引のボトルネックをかけてプレゼントしていたら、博多住吉酒販さんが気に入ってくださって商品化につながったんです。好きなお酒は、赤ワインと日本酒、あと焼酎かな。シメは、ラフロイグというスコッチウイスキーがいいですね。あら、お酒全般ね(笑)」モノづくりを楽しみながら、Happyな時間が仕事にも生かされているとおっしゃる長澤さん。海外からの依頼も絶えないそうですが、まずは国内で根付かせたいと堅実な姿勢が印象的。父から娘へと受け継がれた博多伝統工芸は、現在大学で神道を学んでいる娘さんによって、どんな広がりを見せるのか、ますます楽しみです！



Profile

水引デザイナー／長澤 宏美

1965年福岡市博多区上呉服町「ながさわ結納店」に生まれる。九州産業大学芸術学部デザイン学科卒業後、ロイヤル株式会社デザイン室に入社。株式会社福岡マドラ、タキオノスタジオを経て、株式会社電通クリエイティブディレクション局で勤務。2007年より博多水引の伝統工芸後継者となり、水引デザイナーとして活躍。

ながさわ結納店 <http://hakatamizuhiki.co.jp>