

# 明日への扉

No.16



Tomoko Takei

竹井 知子 さん

## 広告写真で地域と

## 産業を発信する



レシピ開発から携わった「鹿児島のやかんぱちのアヒージョ」。地域の資源であるカンパチを多くの人に食べてもらいたいと、鹿屋市漁業協同組合と共に取り組んだ。今後は漁協の直売所で販売を予定している。

昭和50年鹿屋市生まれ。鹿屋高校卒業後、県外へ進学。帰郷後写真現像所を経て広告写真スタジオに勤務する。平成23年35歳で独立。平成26年度鹿屋商工会議所青年部会長。現在はコマースフォトを中心に事業を展開している。(40歳)

料理メニューの写真撮影等を行う時、飲食店の方から「シズル感のある写真を撮って下さい！」と依頼を受けます。「シズル感」とは味や匂い、食感をイメージさせる美味しそうな写真のことです。

幼い頃は写真が好きという訳ではなく、撮られるのも苦手で、友人同士で写真を撮る時などは端っこに隠れていました。短大卒業後、勤務した鹿屋市内の現像所で写真に興味を持ち、その後広告写真スタジオで本格的に学びました。写真スタジオといえば家族写真のよくな人物の撮影を想像される人も多いと思いますが、広告写真は商品やサービスなどの宣伝・広告を目的に撮影します。物の魅力を最大限に引き出すためにライティングや演出をほどこす、そんな広告写真の面白さに惹かれました。商品写真は見せ方によってイメージが大きく変わります。温かい鍋のような料理はそのまま撮影してもきれいな湯気はなかなか出ません。そのような時はドライアイスを使い湯気をコントロールする、臨場感を表現する事が大切です。

動を通して多くの事を教わり、地域のために何をすべきかという事を考えるようになりました。

そのご縁で、昨年福井副市長の発案で開催された薔薇王子プロジェクトにも参加させて頂きました。鹿屋やばら園をどのように盛り上げていくか、プロジェクトのメンバーと協議を重ねながらコンセプトを決めました。鹿屋女子高校の生徒さんには街で王子候補者をスカウトして頂きました。その結果多くのマスコミの皆さんが取材に訪れ盛況のうちに終えられた事、そして薔薇王子の活躍する姿を見て嬉しく思っています。

広告写真の仕事は広告物の作成に携わることが多く、その中で鹿屋には農畜産物など他にない美味しい食材や豊かな資源が多いと感じ、私の仕事は地域の一助となれる可能性があるのではと思っています。鹿屋をもっと多くの人に発信していく事が地域の活性化につながり、また地域を発信し、地域が元気になれば地元産業も活性化します。地域と産業を切り離して考えることはできません。

今後、仕事やその他の活動においても、地域と産業をつなぐお手伝いができるようチャレンジしていきたいと思っています。