

PROFILE

〈プロフィール〉

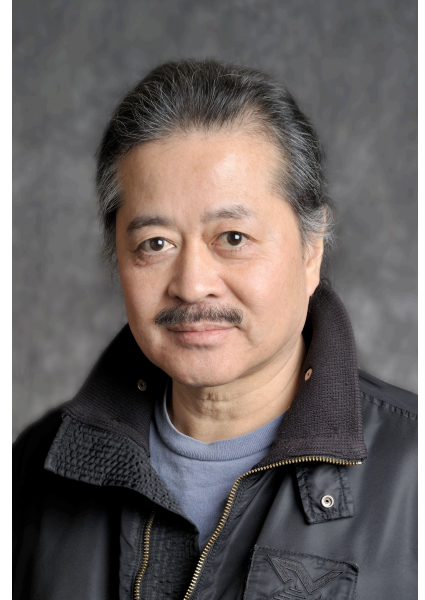
菊地和男 (きくち・かずお)

1950 年 東京生まれ

写真家・映像作家

日本広告写真家協会 (APA) 会員

23歳でフリーの写真家に。以来、雑誌、広告等の写真撮影、世界各国の著名人及び芸能人のポートレイトを主として活躍。仕事のかたわら訪れた国は数十カ国にも及び、世界の食と文化をフィールドワークしている。また、プロデューサー、プランナー、クリエイティブディレクターとして、さまざまな雑誌や単行本等の企画・構成・編集や、エッセイ等の執筆、多方面の企業のアドバイザーやブレーンを務めるなど、多才な活動を展開している。



【写真・映像】

1972年、1973年に2年連続して APA 公募展に入選。1975年、国連国際婦人年のポスターでワルシャワ・ビエンナーレ入選。1976年、『オーイ、地球は重いぞ』で毎日広告デザイン賞入選。

広告分野での撮影は多岐のクライアントに及び、三菱自動車「ギャラン」(星野知子)、日産、ヤナセ(メルセデス・ベンツ)等自動車関連、味の素、カルピス等食品関連、ヤマハファニチャー、全日空等で多くの広告写真を手がける。

その傍ら、雑誌等の撮影でも活躍。中でも『ブルータス』に連載されたデニス・ホッパー、ショーン・ペン、ジョン・ウー等映画人のポートレイトや故久世光彦氏のエッセイのイメージ写真は好評を博す。手がけた雑誌は『ブルータス』をはじめ、『サライ』、『オブラ』、『月刊 PLAYBOY』、『Sevenseas』、『Gulliver』、『Crea』、『CreaTraveller』、『マリ・クレール』、『分』、『家庭画報』、『婦人画報』、『SOTOKOTO』、『料理王国』、『週刊文春』、『週刊新潮』、『週刊現代』、『週刊ポスト』等、男性誌や女性誌、ファッション誌から専門誌までと多岐にわたる。この他、企業発行の冊子等でも数多くの写真を手がけ、みずほ総合研究所発行の『Fole』では“日本の色”をテーマに1年間、表紙写真を担当する。

また CF 分野の映像撮影・監督でも活躍し、中でも味の素株式会社の『金華湯』1分CF(ロケ地:香港)、『カプシエイト ナチュラ』のインフォマーシャル(15分/ロケ地:タイ)は、どちらもロケ地の象徴的な風景を盛り込んだ仕上がりとして好評を得た。

【食】

長年にわたる世界各地の食と文化をフィールドワークする中で、まだ日本に浸透する以前よりスローフードやアグリツーリズム等に目を向けてきた。併せて、日本の伝統食の世界にも着目し、東京財団の“食のたからものプロジェクト”に参画。この他、全 47 都道府県の郷土の味を巡る企画に参画している。食に関する著書は『超級〇食香港』(平凡社)、『香港飲茶読本』(平凡社)、『香り高き中国茶を愉しむ—中国茶入門』(講談社)、『茶人と巡る台湾の旅』(河出書房新社)、『中国茶巡礼』(小学館)、『香港・食のパノラマ—広東料理の名店 鏞記』(平凡社)、『香港うまっ！食大全』(新潮社)、『とっておきの韓国・朝鮮料理』(マガジンハウス)、『パスタ・ブック』(平凡社)、『ふたつのサン・パウ』(ぴあ)等多数あり、食や中国茶に関するエッセイ等の雑誌連載も手がけていた。

中でも、人生の四半世紀以上をかけてフィールドワークしてきたテーマが香港の食と中国茶である。茶人としては、中国茶界のバイブル的存在『中国茶入門』の著者として有名で、東京ガス主催の中国茶講座、年に2回の京都での茶会、東京ではフレンチ、和食、中国料理店で自らがチョイスした茶と料理のマリアージュを楽しむ茶会も開催していた他、資生堂でのユーミンとの中国茶対談や J-WAVE への出演等、講演等も多数行なっている。また、香港の食に精通していることから、「菊地和男といく香港・食の旅」も乞われて開催し、多くの参加者より好評を得ている

こうした長年のフィールドワークから得た知識を生かし、「China Rose Café」、「麗心」、「香港茶楼」『楽記』[サウスラボ南方]等のレストランプロデュースに携わる他、広東料理の名店「福臨門」の顧問を3年にわたり務めた。この他にもアドバイザースタッフとして、数多くのレストラン運営にも携わってきた。現在では、中国野菜やイタリア野菜の栽培プロジェクトにも参画し、都内のレストラン等への供給も行なっている。

【心】

1994 年に発行された共著『ダライ・ラマ 死の謎を説く』(クレスト社)以来、ダライ・ラマを追求し続けている。本書は、徳間文庫、角川ソフィア文庫からも発行されロングセラーとなっている。その後発行された『ダライラマが語る般若心経』(ジェネオンエンタテインメント)では、写真撮影の他、DVD の映像監督も務める。この DVD 作品は、双日によってベルリン映画祭のブースに出展されたことで欧州にも知れ渡り、フランス版やイギリス版がリリースされ好評を博している。劇場版は、日本ではアップリンクにて3カ月のロングランで公開され、1日あたりの観客動員数はアップリンク始まって以来の記録を達成した。ダライラマ自身の姿のみならず、チベットの風景を織り交ぜたこの作品は、ドキュメンタリーとしてだけでなく、芸術的な視点からも高い評価を受けている。本書は 2012 年、ipad アプリとして電子書籍化され、再度話題となっている。

また、日本の心を表すもののひとつとして“日本の伝統色”についてもフィールドワークを重ねており、雑誌『オブラ』で、日本各地の日常の中に伝統の色を求めた「にっぽんの色」を企画・連載する。

この他、長年にわたり、バリやハワイの聖地もフィールドワークしている。その視点は、昨今よく語られる単なる癒しの地としてではなく、もっと根源的でスピリチュアルな部分に向けられ、かつては他国に頼らずに王国を形成していたその独自の小宇宙に存在する精神性を追求している。