

## ● 第4期 (通年第30期) 通常総会 5/17

去る5月17日、神楽坂の日本出版クラブ会館において第4期(通年第30期)通常総会が出席者32名、委任状12通、議決権44を持って成立、開催され、議案が可決されました。



### 役員新体制の確定 (2012年6月末現在、敬称略)

第4期(通年第30期)通常総会において、以下の通り役員を改選いたしました。

理事長	デジタル部会長	酒井 文人 (説話社)
副理事長	広報委員長	鈴木 あきら (オフィス・サンタ)
	企業出版部会長	
事務局長	教育委員長	平田 顕 (キャデック)
	経営委員	
理事	組織委員長	西村 典博 (トライアングル)
理事	経営委員長	柳井 貞樹 (テーブルライト)
	教育委員	
理事	教材部会長	小谷 昌宏 (ブランディット)
理事	一般書部会長	池口 美穂 (フロンテア)
監事		小原 好春 (アイフィス)
監事		坂井 一之 (風譜社)

## ● 編集制作プロダクションフェアに出展します!

7月5日～8日に開催される東京国際ブックフェア内「編集制作プロダクションフェア」で、今年も協会ブースを出展します。そこで協会のPRとともに、会員社が編集制作した代表作「我が社の一冊」を展示し、展示作品の中から、第7回 日本編集制作大賞を選考いたします。今年はどうな作品が優秀作品に選ばれるのか、楽しみに!



2011年度 日本編集制作大賞  
最優秀作品  
『神保町公式ガイド』  
編集制作：株式会社 風譜社  
監修：神田古書店連盟

## ● 第七期 編集講座「基礎から学ぶ編集教室」受講生募集中!

日本編集制作協会では編集制作の基礎知識の習得を目的とした「基礎から学ぶ編集教室」を開催中です。大手出版社のベテラン編集者が編集の基礎について講義します。ぜひ、新人、中堅社員の教育の場、情報交換や相互交流の場としてご利用ください。お申し込みは事務局(TEL: 03-5226-0036)まで。

今後の予定

第3回 7月26日(木)  
「日本語力を強化するには」～時代をとらえたタイトルをつけるために～  
講師：幻冬舎 常務執行役員 編集・出版本部 第一編集局 担当 志儀保博氏

第4回 9月20日(木)  
「ディレクション力を高めるには」～企画の実現のために～

第5回 10月30日(火) 特別拡大セミナー 「電子出版と読者の変化」

第6回 11月21日(水)  
「原稿チェック力をあげるには」～良い原稿にするために～

第7回 1月24日(木)  
「印刷の常識(工場見学)」～思い通りの本にしあげるために～

第8回 2月21日(木)  
「デザインセンスを磨く」～手にとってみたくなる装丁にするために～

第9回 3月28日(木)  
「編集者として管理力をつけるには」～トラブルを防ぐために～

開講時間はいずれも18:30からです。開催日・講師・テーマは変更になることがあります。

# EDITORIAL MAGIC

2012.6.22 TOTALING NO.106

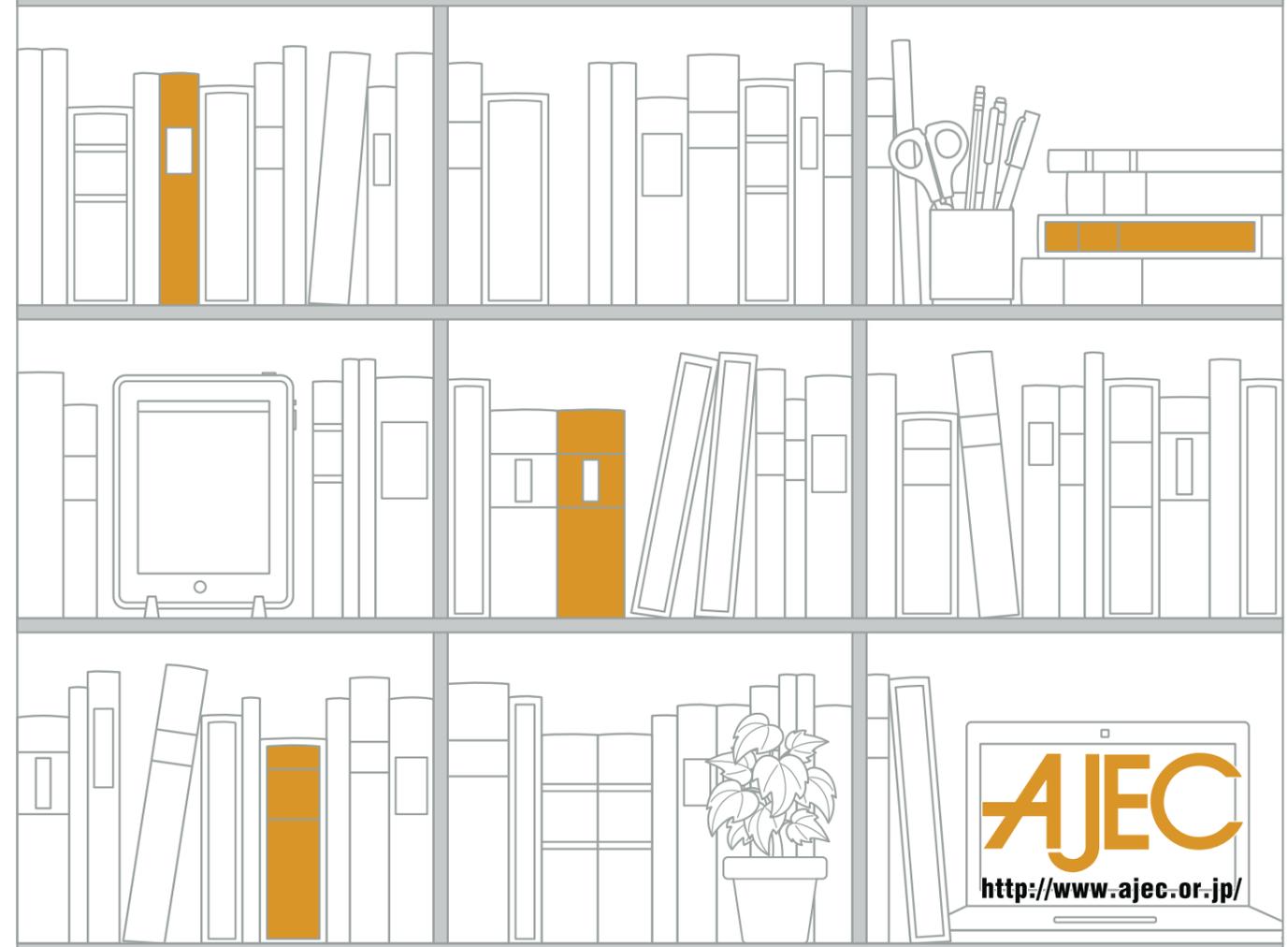
# No.09

巻頭特別インタビュー ゲーム作家・新しい編集者 米光 一成氏

## 「つながり」が生む、新しい編集者 自分がプラットフォームになる時代

編集の現場探訪 vol.9 株式会社トライアングル 代表取締役 西村 典博氏

## たゆまぬベンチャースピリッツで成長する



AJEC  
<http://www.ajec.or.jp/>

# 「つながりが生む、 新しい編集者」 自分がプラットフォームになる時代



## ゲーム作家・新しい編集者 米光 一成氏

ゲームクリエイターとして『ぶよぶよ』『トレジャーハンター G』などの名作を生み出し、近年は大学教授、ビジネス書の著者、ポータルサイトのライターと、いちゲームクリエイターの範疇にはとうてい収まりきれない活躍をみせる米光一成氏。さらに米光氏は電子書籍ならぬ「電書」制作の活動にも意欲をみせ、「新しい編集者」という肩書きを加えている。作者と編集者、読者の境目がなくなると言われる時代。米光氏の言う「新しい編集者」について聞く。

### 新しい編集者とは

—— ゲーム作家、講師、ライター、そして最近では「新しい編集者」という肩書きでもお仕事をされていますが、米光さんがイメージされる「新しい編集者」とはどのような編集者なのですか？

僕はiPadやツイッター、フェイスブックの登場で、これからは「編集」の定義が変化していき、仕事も拡大していくと思っています。それで従来の出版ビジネスにおける「編集者」との違いを分かってもらうために、「新しい編集者」と名乗っています。

編集が変わっていく理由の一つに、iPadやKindleの登場がありますが、それは1983年頃のゲーム業界の状況によく似ています。ゲーム業界の1983年というのはファミコンが発売になった年で、そこからゲーム業界が生まれたと言ってもいいくらいです。

それまでゲームはプログラマーとイラストレーターでつくってました。でも、ファミコンブームで仕事が膨大に増えて、ゲーム制作でハブになれる人が必要になった。その頃です、ゲームデザイナーという職業が生まれたのが。僕は当時勤めていた会社のなかで「ゲームデザイナー」という肩書きで仕事をした第1号でした。

今までのルーチンワークとは違う仕事が生まれるときは、新しい働き方、新し

い職種が生まれるんです。だから違いを分かってもらうためにあえて「新しい編集者」と自分から名乗っています。僕の「新しい編集者」という肩書きは、従来の「出版」という枠での編集者とは競合しません。

分かりやすいいえば、ソーシャルメディアを使って人を集めて編む、場づくりをする。そしてそこで「電書」を媒介にしてコミュニケーションをとるという試みをしているので「新しい」と言ったほうが、伝わりやすいかと思うんですよね。

### 電書フリマで老若男女が交流する

—— 米光さんがあえて「電書」と呼ばれているものと、従来の「電子書籍」の違いを教えてください。

僕が「電書」と言っているものは、書籍を単に電子化したものではなく、違うメディアです。ページ数も1ページでもいいし5千ページでもいい。ページという概念がなくてもいい。いつ出してもいいし、いつでも書き換えられる。書籍ではないんですね。

僕が講師を務める宣伝会議の編集講座の受講生と、2010年に「電書部」を結成して、その成果発表の場として「電書フリマ」を開催しました。デジタルな電書をリアルな対面で販売するという試みです。

やり方は会場にパソコンを持ち込んでネットワークにつなげておくんです。そ

こにお客さんが来て、サンプルを見てもらう。お客さんは欲しくなったら、販売員である作者と値段を交渉して、お金を払い、メールアドレスを伝える。そして電書がメールで届くという仕組みです。値段は大体100円くらいでした。

渋谷と吉祥寺と京都のカフェなどで同時開催したんですが、販売した電書は64種類。777人の集客があって、購入数は5209冊でした。老若男女が集まって、電書をきっかけに会話が深まっていくのが面白かったです。

同じ関心事を持っている人同士が電書をハブに出会い、コミュニケーションをとる。その後、フリマで話したことや読者とのやり取りがヒントになって、作者は電書を書き換えたり、次の電書をつくったりということを実際にやりました。

今、書店で同じ書籍を買った人たちは作者を巻き込んでコミュニケーションをすることは難しい。だけど、電書ならば作者と読者でコミュニケーションをすることが可能だし、そこから元とは違った本が生まれたりするでしょう。電書をハブにしてコミュニケーションや作品が進化していく。それが電書フリマをやってみて、実証されたのではないかと思います。

### つながりが生み出す新たな働きかた

—— 同人誌から出発したカルチャー誌の黎明期に似ていますね。

そうなんです。たとえば、僕の知人にインコのマニアがいて「インコ電書」をつくった人がいます。確かに紙の雑誌で「月刊インコ」は企画としても難しいし、採算は見込めません。でも電書ならば気軽にできて、今やインコマニアのコミュニケーションのハブになっているんです。その人は勤めていた会社を辞めてしまい、今、「インコ編集長」と名乗っています。

彼を見ていて感じたのは、ビジネスとして儲けるというよりはコミュニティをつくって、その人たちに喜んでもらえることに価値を置いています。「儲けなくてもいい」と覚悟できるのも、人とのつながりを重視する今の時代だからこそです。

ソーシャルな時代では「編集者」というのは職業ではなくて、属性、タグみたいなものになっていくのではないかと。自分の一番専門的なことが職業になって、人とのつながりが財産になっていくのではないかと、僕は予感しているんです。

——なるほど。本をつくる、というよりもコミュニティのハブとしての編集者なんですね。

電書はワークショップとかオフ会とか、同じ趣味の人が集まるイベントの媒体が一番適していると思いますね。

たとえば映画のトークイベントなら、

イベントが終わったと同時にその対談をまとめて参加者に送信することができます。イベントに参加しているから空気感も伝わるし、即時性が大事だから、多少テキストが荒削りでも許されます。今はそういうイベントを開催するにも、ソーシャルメディアで告知すれば宣伝費もかからないですね。

ネットだと不特定多数の人が見るので炎上する可能性があるけど、電書なら顔の見える人に届けられます。コミュニケーションの可能性が広がっていくと思うんです。

### 夕方の散歩で電書を交換する風景

僕が描く電書の未来の一つとして、おじいちゃんが孫の書いた絵をもとに電書をつくって、夕方の散歩中に会った知人に渡すという風景があります。電書が日常に溶け込んでいる、そんな風景が見られるようになることが、市場拡大に欠かせないと思っています。

僕が考える電書は、ある日突然来襲した脅威の黒船ではなく、下町の野良猫みたいなもの。街中のあらゆるところを、行き来している気軽なものです。これだけ制作コストが下がって、自由度が高くなったのに、「パッケージ化されたコンテンツ」という従来の狭いビジネス領域で

しか、想像が飛び立っていない。すごくもったいないことだと思います。

ビジネスのものと、そうでないものときまざまなレイヤーが折り重なって、より日常に溶け込むものになってこそ、電子書籍の市場が豊かになると思っています。

### スカイプで編集部に入り浸り

——米光さんはソーシャルメディアを駆使した仕事の仕方でも注目されています。スカイプ上にバーチャル編集部を立上げているとか。

僕がライターをしている『エキサイトレビュー』と、編集長を務める『電書雑誌よねみつ』では、編集会議をスカイプのグループチャットでしているんです。『電書雑誌よねみつ』は、全員がリアルで集まったことがないんですよ(笑)。

最近、音声のスカイプは普及してきましたが「何時にパソコンの前に」とみんなが同時に集まらないといけないし、参加できない人には別にフォローしなければならなくなります。でもスカイプチャットだと、伝言メモみたいな感じで書き込みができますから、その日のみんなの発言が一目瞭然なんです。

たとえば『電書雑誌よねみつ』では「次の号はこういう企画で何日くらいに締めにしたいと思います」と書き込んだら、

#### Profile

米光 一成 氏  
Kazunari Yonemitsu

1964年生まれ。「ぶよぶよ」「トレジャーハンターG」「BAROQUE」「魔導物語」など多くのゲームの企画・監督・脚本を手がける一方でライターとしても活躍中。立命館大学映像学部教授、宣伝会議「編集・ライター養成講座 上級コース」専任講師。著書に『仕事を100倍楽しくするプロジェクト攻略本』(KKベストセラーズ)、『デジタルの夢でメシを食うためにボクらは!』(マイクロマガジン社)、『自分だけにしか思いつかないアイデアを見つける方法』(日本経済新聞出版社)、『日本文学ふいんき語り』(双葉社)、『誰でも作れる電子書籍』(インプレスジャパン)などがある。ブログ:こどものもうそうblog



数時間後にある人は「了解!」と書き込んでいたり、ある人は「その辺りは忙しいので、スケジュールずらせませんか?」と書いてきたりします。

『エキサイトレビュー』では「今こういうネタで困っているんです」と投げかければ「その方面に強い人、知ってます」と、ほかのライターさんが情報提供してくれたり、原稿のネタがかぶるといけないので、チャット上にアップしてお互い確認しあっています。たまに同時にログインしていると雑談になって、仕事が進まなかったりすることもある(笑)。

ソーシャルメディアのいいところは、連帯感が持てる場所だと思うんですね。メールでもやり取りは可能だけど、敷居が高くなってしまいうんです。雑談みたいな会話は難しい。その点、スカイプのチャットだと「ん?」みたいな発言もできます。さすがにメールでは、リアルで会ったことのない人に「ん?」だけの短い返信はできないですよ(笑)。

僕が思うに、きっとこの感覚は昔、編集部に入り浸って仕事をもらっていた時代と同じなんじゃないかと。だから、毎日編集部に打ち合わせに行っている気がしています。

——ソーシャルメディアの登場で仕事の仕方も変わってきているんですね。

ツイッターとフェイスブックの登場で、コミュニケーションの「仕組み」の重要性に改めて気がついた人が多くなったと思います。

スカイプもフェイスブックも、人と広く深く付き合うことのできるメディア。だから自分に不得意なことがあっても、その分野に強い人を連れて来て助けてもらえる時代です。それには自分の弱みを自覚して、伝えて賛同してもらうことが大事。そうすればその人と協働して、自分は得意な分野をどんどん伸ばしていけます。

僕はまったくその典型で、その時々によって肩書きも違います。今までの仕事

の区分や、やり方に固執する必要がない時代なんですよ。

——より自分の専門性やテーマが問われる時代なんですね。

自分のなかにあるテーマと外の世界をつなぐことが編集者の仕事であり、ソーシャルメディアのおかげで、それを簡単に世に問うことができる時代になりました。

僕はソーシャルメディアの登場は、編集という技術の解放ではないかと考えているんです。ツイッターは自分でフォローする人を決めて、自分で編集し、自分の世界を作り上げます。自分が編集長です。そこがコミュニティのハブになって、人気が出れば自分がプラットフォームになれる。自分の得意なこと、テーマで勝負できる時代が来たと言えるでしょう。

編集の本質的な意味である、「人を集めて読む」というのは生き方そのものだと思うんですよ。そういう意味で編集という仕事の可能性は、ますます広がっていくと思います。

#### Work 米光氏の仕事紹介

講談社 プロジェクト・アマテラス  
<http://p-amateras.com/>



米光氏がアドバイザーとして参加している講談社の新規プロジェクト。講談社と各プロジェクトに集う参加者が一緒になってコンテンツを作り上げるという制作スタイルから、新たな才能を発掘する。

#### 電書雑誌よねみつ



米光氏が編集長を務め、2011年に創刊した「電書雑誌」の実験版。13号まで発行。発行時、米光氏は「電書ロイド」と称し、ツイッターで居場所をつぶやき、歩く電書売りとして活動。今後は違うかたちの電書を発表予定だ。

編集の現場探訪 Vol.9

株式会社トライアングル

広告代理店より分離した部門を引き継ぎ、編集制作会社として1999年に独立、現在に至る。得意分野は雑学、ペット系、好奇心を刺激するB級ネタ、男性向け娯楽情報誌、タウン情報、ファッション誌と幅広い。企画立案から、完全パッケージ入稿まで可能。エネルギーな「ライブ感」が伝わる誌面制作を心がけている。

<http://www.triangle1999.co.jp/>



# たゆまぬベンチャースピリッツで成長する

株式会社トライアングル 代表取締役 西村 典博 Norihiro Nishimura

## 水のようにしなやかに、進化する

異業種から転職し、この世界に入って14年。ライターから歩み始め、我流で編集制作を始めた私にとって、お取引先の皆様から学ばせていただいたことが最大の財産であり、現在の弊社の支えになっています。

その雑草魂は社員にも受け継がれ、設立から14年たった今でも「どんな企画でも来い！」と覚悟を持って言ってくれる社員がいることが、私の支えになっています。

我が社は男性向けの情報誌や雑学系、B級ネタなどに強いのですが、今後はペット関連にも力を入れていこうと考えています。

もしかしたら、このような姿勢は節操がないように映るかもしれません。しかし時代の移り変わりによって型にはまらず、水のようにしなやかに、その時々ヒット作をつくっていくこと。それもまた、

編集プロダクションが生き残っていく秘訣であり、使命でもあるのではないかと考えています。

## 編集者自らがワクワクする

そんななかでも弊社の持ち味は、ジャーナリスティックな視点やカウンターカルチャーの精神を併せ持ちながら、読者が刺激的でワクワクするものを生み出せることだと思っています。

仕事をする上でも淡々とこなすのではなく、ブレーンのスタッフを巻き込んで、編集者自らがワクワクすること、「ライブ感」を大事にするように社員にも伝えていきます。

我が社の得意とする企画を成立させるためには、ネタの裏を取れる芸能通や人気ブロガー、ペット専門の人気カメラマンなど、多種多様な分野のプロフェッショナルの方たちに力を発揮してもらおうことが大切です。

それらの多くの力をまとめ上げ、誌面の

クオリティ向上につなげるために最も大切なのは、読者の心をくすぐるポイントの頂点がどこなのかを瞬時に見抜き、ディレクションしていく力です。それが結果につながり、ヒット作を生み出します。

## クライアントと読者のニーズを最大化する

クライアントと読者のニーズを最大化することが、増刷のかかるヒット作を生み出すことにつながると考えています。そのため日々、企画力を磨くための研鑽をしています。

経営者となって10年。今後は成長する機会をいただいているお取引先様、並びに経営者マインドをご指南いただく業界関係者の皆様に少しでも恩返しができるよう、経営者としても成長していきたいと思っています。

会社設立当初と変わらぬ雑草魂で、社員一同、精進して参りますので、よろしくお願いたします。

## 制作現場に聞く AJEC会員社のトライアングルで活躍する社員の方に、最近のお仕事について伺いました。



デスク  
奥田 直樹  
Naoki Okuda

2000年入社。オフタイムは目黒界隈のインテリアショップやIKEAなどを見まわるのが好きという家具マニアの一面も持つ。

### 猫好きのツボにハマるために

ダイアプレスより刊行のムック本『ねこねた』の編集を担当しています。コンセプトは「1冊まるごと猫づくし」ですが、他誌との差別化のために、単にカワイイだけではない愛嬌たっぷり、ユーモア溢れる猫の写真を多数掲載することをポリシーにしています。

この仕事で一番大変なのは、誌面の企画にぴったりの猫の写真を探し出すことです。

そのためにスター猫を掲載しているブロガーや全国の街猫カメラマンの方に協力してもらい、1誌につき、1万点以上の写真の中から誌面を飾るにふさわしい写真を厳選しています。

写真を決める際のポイントは、ただカワイイだけでなく、猫好きの「ツボ」にハマるかどうか、ということです。

掲載する写真はユーモアたっぷりの愛嬌勝負のものもあれば、都会の片隅でひっそりと生きる猫たちの哀切に満ちた写真もあります。どんな表情、どんな立ち姿が猫好きにウケるのかを考えながら選んでいますが、最終的には私のセンスそのものが問われます。ですから、多くの猫好きの人たちと出会い、触れあい、その人脈の中で選択眼を磨くことを心がけています。

今後は「ペットなら、トライアングル」と言われるように、しばらくは「猫編集者」一筋で、この道を極めたいと思っています。

ペットの世界に関わるようになって突き当たったのは、ペット産業の繁栄の裏側で、数多くの動物たちが人間の都合でとても簡単に殺傷処分されているという現実です。

ペットの世界に専門職として関わる以上、単にペットによる癒やしを提供するだけでなく、その負の面をも読者に伝えていくこと。それも編集者としての重要な仕事の一つだと思っています。



『ねこねた』  
発行/ダイアプレス

6月末発売のvol.2は「猫メカ盛り」をコンセプトに「スター猫」が多数登場！ 猫のいる風景にドラマ性を与える企画や巧みなキャッチコピーにも注目。



デスク  
花田 達郎  
Tatsuro Hanada

カメラマンアシスタントを経て2002年入社。自社の魅力を「守備範囲の広さ」と言う。

### アンチテーゼな視点で独自性のある企画を

鉄人社から今年1月に刊行された『悪い奴ら、最期の言葉』を担当しました。

古今東西の悪い奴ら100人が死ぬ間際に残した言葉を、100通りの生き様とともに紹介しています。

100人の人選は、世の中の人を魅了してやまない「悪い奴」を、歴史上の人物から革命家、芸能人、漫画のキャラクターまで幅広い対象の中から、私が独断と偏見で選びました。

こうした人物の「名言録」はある程度残っているのですが、死ぬ間際にどんなことを言い、どんな想いで死んでいったのかという記録はほとんど残っていないんです。そのため、図書館に通い詰め、当時を記録している書籍や新聞記事などの膨大な史料にあたり、企画・構成を組み立てていきました。

ですから、最終的に選んだ言葉の中には厳密には最期の言葉とは言えないものもありますが、彼らの最期にふさわしい言葉で悪人の並外れた行動力や発想力、そして悪の美学の一端を読者に伝えられれば嬉しいですね。

今まではゴシップネタや男性向けのB級娯楽情報などの分野を主に担当していましたが、今後は専門外のジャンルにも積極的に取り組んでいきたいと思っています。

そのときもトライアングルの制作物に通底する「右斜め45度」、つまり物事を正面からのみ捉えるのではなく、視点を少しずらしたオリジナリティのある視点を大切に、独自のポジションを構築できたらと考えています。



『悪い奴ら、最期の言葉』  
発行/鉄人社

死刑囚、独裁者、凶悪犯罪者、戦犯からアニメキャラクターの断末魔の叫び100選。100通りの悪の死に際から、その美学や生への執念を知る。