



第8期編集講座

# 「基礎から学ぶ編集教室」

2013年度

今こそ、編集者の真価が問われている！  
時代をとらえた、面白いコンテンツを  
うむための編集力とは？

AJEC設立30周年記念  
特別講演会  
年間受講者全員  
無料ご招待！  
(詳細は決まり次第お知らせ致します)

第8期編集講座「基礎から学ぶ編集教室」を、年8回にわたって開講します。編集者の真価が問われる今こそ、身につけなければいけない編集の基礎知識をベテラン編集者が伝授。全カリキュラムを受講した方には協会より修了証を交付し、編集制作に関する一定の基礎知識を身につけたことを認定いたします。新人・中堅社員の教育の場、情報交換、相互交流の場としてご活用ください。



**年 間：**1人 22,500円 (非会員：1人 27,200円)  
**スポット：**1人 3,500円 (1講座ごとに受講する場合)  
**場 所：**ちよだプラットフォームスクウェア  
東京都千代田区神田錦町3-21  
ちよだプラットフォームスクウェア  
TEL：03-3233-1511  
URL：http://yamori.jp/



※開講時間はいずれも18時30分からです。



- 第1回 5月23日(木)  
講師：ポプラ社 編集局 一般書編集部 次長 浅井四葉氏  
発想力を強化する  
**「売れる企画の見つけ方、通し方」**
- 第2回 6月20日(木)  
講師：ディスクヴァー・トゥエンティワン プロダクティブ・グループ ビジネス編集部 プロデューサー 石塚理恵子氏  
コミュニケーション力を強化する  
**「失敗しない依頼の仕方」**
- 第3回 7月25日(木)  
講師：マガジンハウス 第三編集部 局長/an・an編集長 熊井昌広氏  
聞く力を強化する  
**「取材に必要な質問力」**
- 第4回 9月26日(木)  
写真の技術を身につける  
**「魅力ある写真を撮るには」**
- 第5回 11月28日(木)  
ライティング力を強化する  
**「読者を引き込む文章の書き方」**
- 第6回 1月23日(木)  
多くの人に本を届ける  
**「本を売るために編集者がすべきこと」**
- 第7回 2月20日(木)  
イメージ通りの本に仕上げる  
**「印刷の知識」**
- 第8回 3月27日(木)  
編集者が身につけるべき  
**「ものの見方、考え方」**

※開催日・講師・テーマは変更になることがあります。  
※最終講義(第8回)の後に修了式&懇親会を開きます。(参加無料)



受講をご希望の方は、お申込み用紙に必要事項をご記入のうえ事務局までFAX(03-5226-0037)をお送りください。お申込み用紙はこちらからダウンロードできます。▶<http://www.ajec.or.jp/henshukouza/>  
なお、記載された情報は都合により変更となる場合がありますので、あらかじめご了承ください。

# EDITORIAL MAGIC

2013.03.31 TOTALING NO.109

# No.12

巻頭特別インタビュー

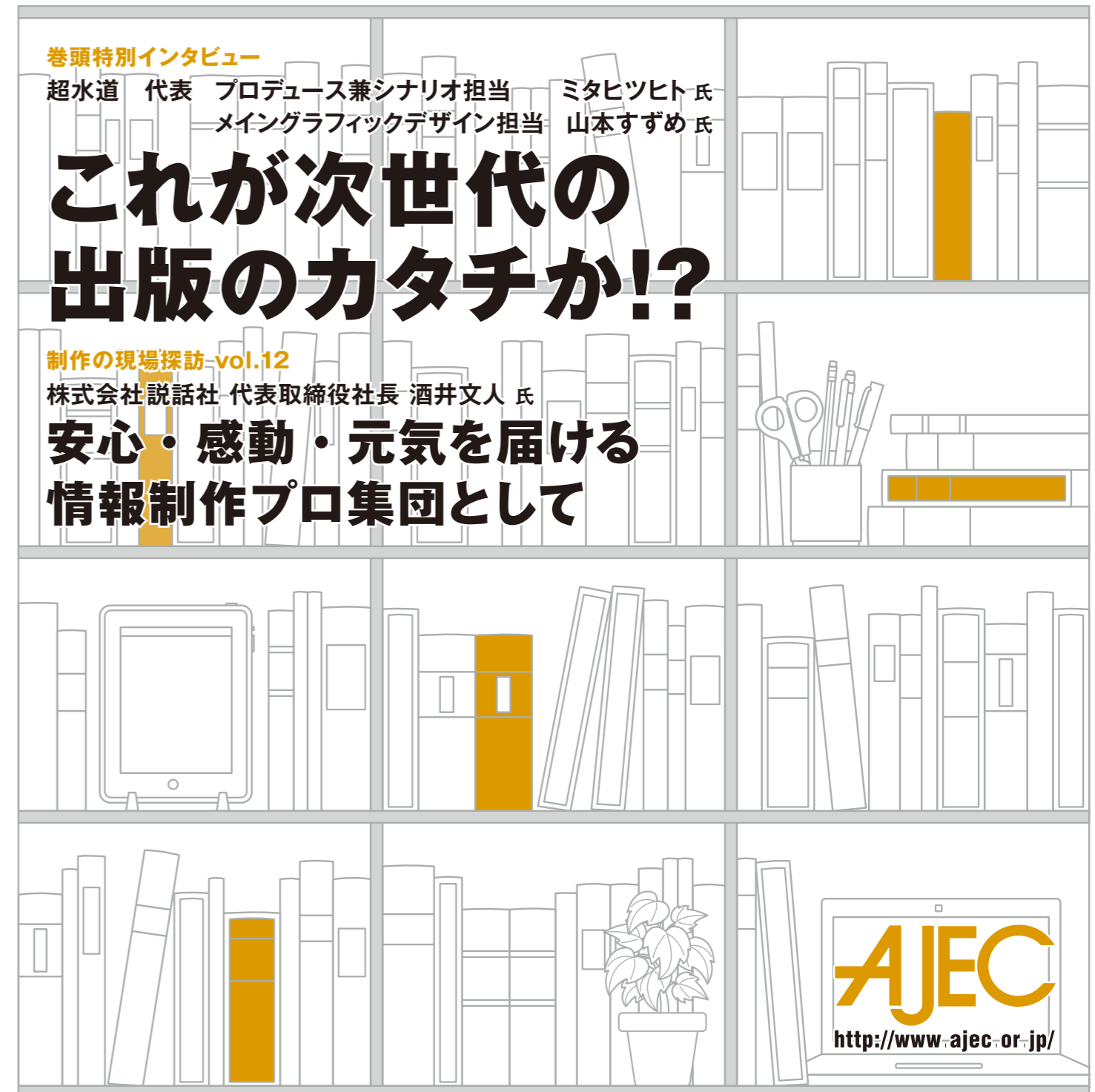
超水道 代表 プロデュース兼シナリオ担当 ミタヒツヒト氏  
メイングラフィックデザイン担当 山本すずめ氏

## これが次世代の 出版のカタチか!?

制作の現場探訪 vol.12

株式会社説話社 代表取締役社長 酒井文人氏

## 安心・感動・元気を届ける 情報制作プロ集団として





# これが次世代の出版のカタチか!?

## 大学生のクリエイター集団がつくる新しいジャンル“デンシノベル”の可能性

超水道 代表 プロデュース兼シナリオ担当 ミタヒツヒト 氏  
メイングラフィックデザイン担当 山本すずめ 氏

若干21歳の4人メンバーから構成される大学生クリエイター集団「超水道」。彼らが制作するノベルアプリは大学サークルのレベルを越えたプロ顔負けのクオリティで脚光を浴びている。書籍、ゲーム、映画、アニメ、音楽といった、どのジャンルにもとらわれない自由な発想と「自分たちが面白いと思うものをつくる」という創作スタンスで、代表作『森川空のルール』は10万ダウンロード、『ヴァンパイアハンターHIROSHI ~Around the Clock Show!~』は12万ダウンロードに迫る勢いだ。ユーザーの評価も高く、どの作品も好評のレビューがずらりと並ぶ。彼らは一体何者なのか。その素顔に迫った。



### Profile

超水道 Chosuido

2009年に代表ミタヒツヒト（シナリオ担当）と斑（イラスト担当）の2人で結成。当初は同人誌即売会、通称コミックマーケット（略称：コミケ）でデジタルノベルを発売するが鳴かず飛ばず。2010年、山本すずめ（イラストデザイン担当）が加入。2011年にミタが質の高い文章能力を持つ佐々木ケイをスカウトした。この4人の総力戦で作上げたのが、スマートフォン向けのアプリ『ヴァンパイアハンターHIROSHI ~Around the Clock Show!~』。2011年にリリースして昨年一気にブレイク。途中、メンバーの増減はあるものの、現在はミタと山本がメインで活動を行っている。ちなみに超水道という名前には、「日本は水の豊かな国であり、インフラそのものである水道をさらに強いものにしたいという想いから名付けた」というもっともらしい由来も用意されているが、本当のところはただ悪ノリで名付けただけという。

### “デンシノベル”という新ジャンル

——今日は、超水道の代表ミタヒツヒトさんと山本すずめさんのおふたりからお話を伺いますが、超水道を知らない方も多いと思いますので簡単にご紹介をお願いします。

ミタヒツヒト（以下ミタ）：僕は、基本僕とすずめ君のおふたりで活動をしていて、あと斑君と佐々木ケイ君にも協力してもらってノベルアプリをつくっています。全員1992年生まれの21歳の大学生で、僕が制作全般からシナリオを担当し、すずめ君と斑君がデザインを、ケイ君が文章を担当しています。ケイ君以外の3人は幼なじみで、ケイ君は僕が大学でスカウトして協力してもらっています。

——超水道さんがリリースしているノベルアプリを体感させていただきましたが、紙で活字を読みなれている世代にとっては、このジャンルを何と表現したらよいのか。ただ物語を活字で読ませるだけでなく、液晶画面をタップする（指先で突くこと）と文字が流れる仕掛けになっていて、所々にサウンドが挿入される。一見90年代に人気を博したスーパーファミコン用ゲーム『かまいたちの夜』のようですが、ゲーム性はありませんよね。自分たちでは作品群をどう位置づけているんですか？

ミタ：一般的にはデジタルノベルとかサウンドノベルとか言われているんですけど、定義自体が人によって微妙に異なるので一概には言えないんです。僕たちは“デンシノベル”って造語をつくってよんでいます。

——ノベルアプリをリリースして、こんなに反響があると想像していましたか？

山本すずめ（以下すずめ）：全く想像していませんでした。これまでは同人誌即売会

というコミックマーケット（以下コミケ）で、デジタルノベルを発表していたのですが、ほとんど注目されなかった。だから、僕ら自身も驚いています。

——なぜ、ノベルアプリで注目されるようになったのでしょうか？

ミタ：理由はふたつあって、ひとつには僕らの作品が一般の人に受け入れやすかったことと、もうひとつは初めからユーザーのことを意識してつくったことがあると思います。たとえば、コミケ市場では萌えやエロ系が強くて二次創作<sup>※1</sup>ものが売れるんですけど、僕らの作品はそういった要素はない。だから、コア層向けの作品ではなかったんです。

——ユーザーを意識したとは、具体的にはどういうことですか？

ミタ：デジタルノベルやノベルゲームを全く知らない人にも読んでほしかったので、一般の人でも操作できるように、操作説明（チュートリアル）をつけました。自分の母親でもわかるようにと。けれど、コミケにコア層向けの作品にはこうした操作説明ってほとんどないんですね。「なんで操作説明をつける必要があるの?」と言われるぐらい、コア層にとってはなくて当たり前のものでしたんです。

——私もあって助かりました。

すずめ：よかった（笑）。あとは携帯で読むものなので、片手で操作できるようにこだわりました。たとえば、電車のなかでつり革をつかんでも読めるようにと。だから、普通のサラリーマンの方が電車のなかで読んでくれています。エロ要素もないので周囲を気にせずに車内で読むことができるので、友だちに薦めやすかったんじゃないでしょうか。

——実際読者の反応はいかがでしたでしょうか。

すずめ：手触りがいいってよく言われます。手に馴染むと。一般的な電子書籍は、ただ捲って読むだけの味気のないものが多いと思うんですけど、それに比べて僕らのノベルアプリは文字がスーって出てきて、タップして次のページにいくみたいな手触りの良さがあるらしく一般の電子書籍とはちょっと違うみたいです。あとは「へんなノベルゲーム」とも言われています。

——へんなノベルゲーム？

ミタ：つまり、今までノベルゲームっていうの知らない人にとってはほとんど未知だし、ノベルゲームを知っている人にとっても似て非なるもの。奇異の目で見られている気がします。

——その反応は、新しいジャンルであることの証でもありますね。

すずめ：結構、手放して新しい電子書籍だと褒めてくれる方がいらっしゃいますが、僕らがつくる作品は書籍よりもアニメや映画に近いと思っている。絵も物語も音楽もあるし、そこにアプリを操作するという体験が入ってくるので。

ミタ：タップって呼吸だね。

すずめ：うん、呼吸だね。

ミタ：ゲームにはプレイボタンがあるじゃないですか。プレイって遊ぶって意味ですよ。デンシノベルをプレイするのはレコードの針を落とすみたいな感じに近いんです。僕らにとってタップはアナログなんです。だから呼吸をするような感覚で操作できるように、操作機能にこだわった。

——なるほど、超水道さんの世代ならではの発想ですね。ちなみにはじめからデジタルで創作をされていたんでしょうか。紙という選択肢はなかった？

すずめ：そうですね。僕の場合は、自宅に

※1 二次創作とは一次著作物のキャラクターに別の物語を与えられて展開されるパロディのひとつ。同人誌やネットなどを中心に展開されている。



自作パソコンがある環境で育ったので、パソコンゲームにハマっていましたし、小学校の頃は個人サイトがブームで、ゲームのコミュニティサイトを自分でつくって運営していた。だからデジタルという流れに違和感はありませんでした。

——根っからのパソコンゲーム世代だったんですね。ミタさんも？

ミタ：僕もそうですね。小中高とずっとやっていた。とくに絵と音楽と文章で構成されたノベルゲームは90年後半には登場していたので、僕らにとって何も珍しい存在ではなかった。だから、僕らはノベルゲームにちょっとした憧れがあって、ノベルアプリを創作することは、僕らにとってあまりにも自然なことだったんです。あとは、そもそも紙の場合、個人で出そうとするとお金がかかりますよね。デジタルであれば、最悪CD-Rに焼けばいいだけなのでお金がかからない。CD-Rは一枚100円もしませんから。

## 郊外のファミレスで 過ごした少年期

——そもそも超水道さんはいつ頃から活動されていたんでしょうか。

すずめ：大学生の創作サークルという大学生から始めたように思われるんですが、ミタ君と斑君は習作時代が長いんです。

ミタ：僕と斑君とすずめ君は同じ中学校に通っていて、僕たちは埼玉にほど近い、東京の下町で育つんですが、そういう所の中学生ってヤンキーが多いじゃないですか。だから、外を歩いていると辛くなることがあった。放課後は斑君とサイゼリアにこもっていました。その頃は、まだ僕はすずめ君を知らなかった。

——すずめさんはどうしてふたりに合流したのでしょうか？

ミタ：斑君が「知り合いに絵がうまくて、学年3番目くらいに頭が良くて何でもできちゃうやつがいるんだ」って興奮して話なんです。当時の僕は中二病をこじらせていて、絶対そんなやつは性格が悪いはずだから、ギャフンと言わせようと思って斑君に紹介し

てもらった。それが彼なんです。そしたら思っていた以上に彼は何でもできたし実際に性格も良かったんで、初めて僕は他人を認めるということを知りました。

——笑。なるほど、強力なメンバーすずめさんが加わったんですね。今からちょうど7年前の話ですね。

ミタ：そうです。そして、放課後3人でサイゼリアに集まって描きもしない漫画の構想とか練っていた。その頃から自分たちのオリジナル作品をつくりたいという気持ちはありましたね。それから3人とも別々の高校に入るんですけど、高校2年で斑君とふたりでオリジナルのデジタルノベルをつくり始めました。当時はコミケがクローズアップされていて、斑君に「今同人活動がアツイらしいから、なんかふたりでやろう」と電話したのが超水道の始まりですね。

——そこから本格始動した。

ミタ：その頃から斑君が絵を描いて、僕が文章を書いてという役割がでぎ始めた。初めてコミケに出展した時は一枚も売れなかったんで、今度はお年玉貯金の10万円つぎ込んで海外の業者にDVD200枚をつくってもらいました。けれど、それが届くのがコミケの次の日という大失態をやっちゃいました(笑)。高校生で8万円の借金を背負ったんです。だから「絶対赤字を取り戻すまでやめないぞ」という意地が生まれて、受験勉強もせずにノベルづくりに燃えてました。

すずめ：それでもふたりはかろうじて大学生になるんですが、僕は美大に落ちこちやっって1年間浪人生活を送るのですが、そんな僕を自由なふたりが「絵を描いて」って誘惑するわけですよ(笑)。

——つい最近のことですよ。アプリ制作はそれからですか。

ミタ：はい。アプリ制作を始めたのは2011年ですね。ちょっと意識高い系の大学の授業で「これからはスマホくるよ」という話を聞いて「じゃあ、アプリをつくらう」ということになり、早速斑君が「iPod touch」を買ってきた。それがアプリとの最初の出会いですね。だから、僕らは携帯世代というわけではない。で、今度こそ売れるんじゃないかと

思って、3人でマックに入って12時間かけて構想を練った作品が『ヴァンパイアハンター HIROSHI ~Around the Clock Show!~』なんです。これは『バック・トゥ・ザ・フューチャー』と『ブレイド』っていう映画を混ぜたような話をつくりたいねっていう話から始まりました。

## 現場主義を貫いた創作活動

——確かにHIROSHIは映画みたいにつくりでした。今映画の話ができましたが、おふたりが影響を受けた映画とか本とか、人物とかいらっしゃるんですか？

すずめ：決定的なものはないんですけど、絵の影響を受けたのはジブリですね。ゲームとかジブリの影響が大きかったと思うんですけど、本や雑誌や漫画はあまり読んでいません。だから、何でノベルをつくっているのか、正直自分でもよくわからない。別に本に憧れがあったわけでもなかったんで。

ミタ：僕の場合も特になくて、それよりもつくるほうが好きだった。誰かに「すごいね」って言われたというのが先にありました。ネット小説とかゲームには興味がありましたけど、紙の書籍はここ一年買ってないですね。けれど、ネットで活字は読んでいますよ。活字を読むのは好き。大好き。

——本は読まないけれども、物語をつくるのが好きなんですか。

ミタ：そうですね。僕らの創作スタンスは、目先の利益にとらわれず、自分たちが好きな物語を全力で世の中にアピールしていくことなので、コミケのコア層に媚びなかった。たとえば、ノベルゲームとかデジタルノベルには「ノベルサイコー」みたいな信仰があるんですが、紙の本にもありますよね。「紙の本サイコー」っていうの。電子書籍も「これからの時代は電子書籍だ。電子書籍サイコー」というのがあるじゃないですか。流れというか派閥として。僕らはどちらでもないですよ。手段であって目的ではない。

——あくまでも現場主義でやっていて、アプリという手段を用いただけだと。

ミタ：そうです。ただ伸びのある分野に合



わせただけで。そんな経緯で今の僕らがあるんですけど、最近出版の人に「ノベルって何？」と聞かれる機会が多くて……。「ノベルってものがあるんだね」って言われること自体に僕は驚いているんです。

——お互いカルチャーショックを受けている(笑)。

ミタ：価値観はかなり違いますね。僕は、2ちゃんねるなどのまとめブログから情報や小説を読むという世代なんで、有料のものはバカバカしいし、ネットだとリアルタイムな情報が得られるわけで。そういった意味で今後の出版業界は大変だろうと感じています。

——今、無料と有料というお話ができましたが、ビジネスという視点ではどう考えていますか？

すずめ：まだ模索中ですが、僕らも一作品をのぞいて全部無料配信をしているのですが、今後もその基本姿勢は変わらないと思います。けれど、少なくとも一人分の生活費はまかなえるように黒字にしていきたい。高いクオリティのものをつくりつけていけば、いずれファンがついて「DVDを買おう、グッズを買おう」といった具合にアニメのよ

うなビジネスが可能なはずなんです。だから、いい作品をつくること。お金はあとからついてくると思っています。

——ビジネスはこれからなんですか。最後に

なりませんが、今後の活動を教えてください。

ミタ：まずは、アプリという手段で食っていくかを僕らが人体実験をやっていくこと。

そして、寝る暇を惜しんで作品をリリースすること。今はゲームや出版、IT業界の人などいろんな業界の人たちが声をかけてくれるので、そうした人たちとのつながりを大切にしたいですね。今までは小粒の作品が多いんで、今度は大粒の作品を狙っていきます。

Book 『ヴァンパイアハンター HIROSHI ~Around the Clock Show!~』



- あらすじ  
舞台は近未来。普通のハイスクール生のひろしがひょんなことからヴァンパイアハンターに任命され、オカマのハンターとともに“New! トーキョーシティ”を救う学園物語。
- 解説  
代表ミタがプロットを、佐々木ケイが文章を、山本すずめと斑がイラストを担当し、4名のサウンドクリエイターを起用している。所々に挿入されているアメコミ調イラストが独特な雰囲気醸し出しており、読者を惹きつける。本作品が人気の理由には、魅力的なキャラクター設定がある。活字のみの小説の場合は文脈が重要であるが、デジタルノベルの場合は登場人物がビジュアル化されているため、キャラクターの存在感が作品の良し悪しを左右する。そういった意味で、本作品は、絵・ストーリー・サウンド・キャラクターが有機的に結びついたバランスの良い作品に仕上がっている。



編集の現場探訪 Vol.12



**株式会社説話社** <http://www.setsuwa.co.jp/>  
 1977年設立。女性を対象とした占いや運命学、スピリチュアル分野の情報を、雑誌や書籍、ウェブサイト、そして携帯コンテンツと幅広い媒体に対応する形で編集、制作してきた。とくに10代の少女向け雑誌『My Birthday』は創刊当時から27年間、編集制作を担当。その経験に裏打ちされたスピーディーで確かな編集力は、読者の深層心理に訴える情報発信力とともに、同社の屋台骨を支えている。

# 安心・感動・元気を届ける 情報制作プロ集団として

株式会社説話社 代表取締役社長 酒井 文人 Fumito Sakai

## 雑誌『My Birthday』で 占いブームを巻き起こす

当社は1977年に創立以来、占いや運命学などの分野を中心とした編集制作を手がけてきました。よく「なぜ、占いのか」と質問を受けるのですが、それは1978年の創刊から一括編集制作を請負ってきた雑誌『My Birthday』（実業之日本社刊）がきっかけです。この雑誌は「10代の女の子が成長できる雑誌をつくりたい」と当時の担当編集部長・実業之日本社の柴野国晃氏とともに企画してつくり上げた雑誌です。当時は子供向け雑誌といえば、学年誌かタレント誌が中心で子供のための教養誌がありませんでした。そこで、私たちは子供向けに教養誌をつくりたいと思いました。そして、そこに人生を考えるのにピッタリの「占い」という要素をつけ加えることにしたのです。

創刊後、ほとんど読者の口コミだけで売上げ部数は半年で10万部、翌年には20万部、最盛期には40万近くまでのび、おまじないブームが生まれました。おまじないの投稿は一通の読者ハガキの内容を雑誌に

取り上げたことがきっかけで、読者ハガキが毎月1万通以上も殺到するほどの大反響を呼びました。読者と心の通いあう雑誌の編集を手がけることができたこと、これが当社の基盤になっています。

## 時代に見合った媒体に 情報をのせて

『My Birthday』の成功を皮切りに、私たちは占いを中心とした数々の雑誌を世に送り出してきました。そして雑誌のみならず書籍・グッズ販売など、多角的に事業を展開してきたのです。しかし、21世紀を迎える頃になると、少子化に伴い雑誌の売れ行きも下火になってきましたが、それによって替わるように携帯電話が普及し始めました。占いは、どの媒体にも親和性が高いコンテンツですので、自然な流れとして携帯サイトの占いコンテンツ制作、そして有名占い師の先生を軸とした占いサイトの運営・制作なども手がけるようになりました。

時代の移ろいとともにより伝達手段は時々刻々と変わっていきいますが、私たちが扱ってきた占いは永久不滅です。占いの根底

には「あの人は私のことをどう思っているのだろう」「あの人はこっちに振り向いてくれるだろうか」といった他者を意識し始めた女の子の心理がうごめいています。女の子にとっては、恋愛は自分の幸福感をみたくてくれるもの。占いの裏に潜む読者の心理に精通していることが私たちの最大の強みかもしれません。

## 長年の経験とノウハウを武器に さらなる領域へ

これからもこうした読者の心理をつかんだ上で、読者に安心・感動・元気を届けるというスタンスは変わりません。その上で私たちは「できることはなんでもやる」をモットーに、どんな媒体でも編集可能な柔軟な人材の育成を目指しています。

これからは、紙媒体だけでなく、電子書籍やデジタルの編集力も問われる時代です。時代の変化にスピーディーに対応できる編集者の育成と、占いの根底にある人間の深層心理を軸に、スピリチュアルやファンタジーなどの新しい分野にも果敢にチャレンジしていきます。

## 制作現場に聞く

AJEC会員社 説話社で活躍する社員の方に仕事について伺いました。



編集本部  
第2編集部

### 額田 百合

Yuri Nukada

2009年8月に中途入社。企画からライティングまですべて編集作業を任せてもらえる業務体制に惹かれて説話社に入社。自称健康オタク。一昨年から朝型生活に切り替え、5時半に起床、7時半には出社する毎日。また、愛車のクロスバイク「アンカー」でのサイクリングや、ランニングにもはまっているというアクティブガール。

## 占い本の常識をくつがえす書籍づくり

「占い本といえば、女性がターゲット」。この常識をくつがえす一冊の本を編集担当しました。その名は『一瞬で相手の心を透視できるフェイス・リーディング』（実業之日本社刊）。この本は前半部分を人相学、後半部分を表情やしぐさでみる心理学の二部で構成した男性向けの自己啓発本です。とくに人相学は、占いの分野のなかでも男性が強い興味を示す分野です。そこで見た目で見極めなければならぬビジネスシーンに人相学を活用する、ということテーマに企画を立ち上げました。これまで私が手がけた書籍は女性中心のものばかりだったので、従来の編集スタイルは一切封印。女性向けの書籍は、身近な悩みに直結した内容や神秘的な文体を多く盛り込み感情に訴えかけることが常ですが、今回は、占いに懐疑的な男性がターゲットなので、論理的な根拠の説明に力を入れ、人相学の歴史や心理学の実験結果を盛り込んで、「頭で納得させる」点を徹底しました。

最近はこの従来の占い本とは違う切り口の編集依頼も多く、ファッション誌『sweet』（宝島社刊）のムック本もそのひとつです。流行やファッションに

敏感な女性をターゲットにした占い誌ということで、文章・見せ方のテイストをだいぶ変えたので、私自身の編集の幅も広がりました。このムック本はおかげさまで大好評で増刷がかり、すでに第2弾の刊行が決定しています。今年5月に発売予定です。

これからも弊社が手がけてこなかった新しいジャンルに挑戦し、読者の心をゆさぶるような本をつくっていきたい。私自身、ある本によって心を揺さぶられた体験によって大きく人生が変わりました。今度は私が読者に影響を与える番だと思っています。



編集本部  
デザイン・DTP担当

### 菅野 涼子

Ryoko Sugeno

2001年新卒入社デザイナー。現在8歳、3歳、1歳の女の子のママでもある。休日は子供たちと一緒に本屋に足をはこび、子供たちがどんな本に興味をもつのか、どんなデザインを好むかをリサーチ。自分がつくった本を子供たちが読むことを考えるとおのずか力が入る。どんなに忙しくても「あと5分、あと10分」とより完璧なデザインを求めて日夜奮闘中。

## 編集者の視点をもってデザインしていく

入社してからこれまでに手がけてきたデザインは数しれず。子供から大人向けまで、読者層に合わせた雑誌・書籍・サイトのデザインを手がけてきました。たとえば、子供向けの場合は、文章よりもビジュアルインパクトが重要なので、子供たちの間で流行っている色やモチーフをとり入れます。一方、大人向けは、ビジュアルだけで本は買いませんよね。文章を読んで面白いか判断する。そのため読みやすさを第一に考えて文章の邪魔にならないようなデザインをしています。

占い本を手がける場合には、版下や飾り罫などにそれぞれの占いに合わせたモチーフを入れます。占いは種類がたくさんあるので、イメージに合わせることを心がけています。最近手がけた『四大占術でみる誕生日大事典』の装丁はそのひとつ。占いを薄くしたい場合でも、ターゲットに合わせてモチーフを変化させることで、一般的でありながら占いの特性や表現を失わないように注意しています。

その際、デザイナーはただデザインするだけではダメで、デザイナーにも編集者の視点が求められる。「コンセプトは何か」「メインは何か」を考えて、頭

の中でデザインを固めていきます。実際、手をうごかすときは頭の中で完璧なデザインイメージができてから。プロのデザイナーはクオリティだけでなくスピードも求められるので、あれもこれも紙面で試すことはしません。当社の場合、編集からライティング、漫画の編集やデザインも社内できこなせる体制が整っているので、デザイナーにとっては働きやすい職場です。いいデザインにはいいチームワークが必要不可欠。ですから社内コミュニケーションをしっかりとるよう心がけています。



### 『四大占術でみる 誕生日大事典』

発行：成美堂出版

大人向けの占い本。占いといっても国によって占文化はさまざまだが、西洋占星術、数秘術、タロットカードの占いを網羅しているため情報満載。そのため中面のフォーマットづくりを工夫し、読みやすさにこだわった。