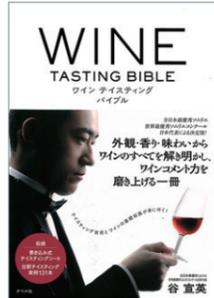


● 第9回「日本編集制作大賞」決定!

去る2014年12月11日(木) 明治大学紫紺館 椿山荘6F「ラウンジ明治」にて第9回日本編集制作大賞発表&授賞式を開催しました。グランプリ・各賞は以下の通りに決定しました。



株式会社アーク・コミュニケーションズ

『WINE TASTING BIBLE ワイン テイスティング バイブル』

(ナツメ社/発行)



株式会社ロム・インターナショナル

『日本は外国人にどう見られていたか』

(三笠書房/発行)



株式会社アーク・コミュニケーションズ

なるほど知図帳シリーズ
『なるほど知図帳日本2015』
『なるほど知図帳世界2015』

(昭文社/発行)



株式会社カルチャー・プロ

『New Angle 総合英語』

(教育開発出版株式会社/発行)



株式会社カルチャー・プロ

『新・算数基礎がため』

(株式会社カルチャー・プロ/発行)

● 第10期編集講座「ワンランクアップのための編集教室」2015年度 受講者募集!

作ってすぐに消えてしまう本ではなく、10年先、20年先も良書として読んでほしい! 編集者ならだれでもそう思います。そのためには、絶対知っておきたい出版の世界と本づくりの基本技術。2015年の編集講座は、「しっかりとした本づくり」がテーマになります。

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。

〈受講料〉 ● 年間受講料(年8回): 会員1人16,000円(非会員1人20,000円)
● スポット: 会員1人 2,500円(非会員1人3,000円)

〈場所〉 コミュニケーションプラザDNP2階
東京都新宿区市谷田町1-14-1 DNP市谷田町ビル

〈開講時間〉 いずれも18時30分~20時00分です。

お申し込み・お問い合わせは
協会事務局(TEL: 03-6869-7780)まで。

- 第1回 5月21日(木) テーマ: 編集者のありかた
「編集力とは何か——1万人の著者と出会って」
講師: 山口昭男氏(岩波書店・前社長)
- 第2回 6月18日(木) テーマ: 本作りの奥義
「編集者の仕事——本の魂は細部に宿る」
講師: 柴田光滋氏(新潮社・元書籍編集者)
- 第3回 7月16日(木) テーマ: 校正のコツ
「ここが校正・校閲の落とし穴」
- 第4回 9月17日(木) テーマ: 世界の出版
「海外の出版事情を知ろう」
- 第5回 11月19日(木) テーマ: DTPインデザイン研究
「編集者のためのインデザイン活用術」
- 第6回 2016年1月28日(木) テーマ: 電子書籍のいま
「電子書籍の最新事情と電子書籍の作り方」
- 第7回 2月25日(木) テーマ: 印刷のしくみ
「最新の印刷技術を学ぶ」
- 第8回 3月17日(木) テーマ: 出版の将来
「本の未来はこうなる」

EDITORIAL MAGIC

2015.3.31 TOTALING NO.117
No.20

巻頭特別インタビュー

光村図書出版株式会社 美術課編集長 橋本 英明 氏

時代とともに変化する教科書 美術が生徒にできること

編集の現場探訪 vol.20

株式会社エフピーアイ・コミュニケーションズ 代表取締役社長 福田 光洋 氏

PRとIR・CSRをつなぎ 企業のコミュニケーションをトータルに支援

平成18年、60年ぶりに教育基本法が見直された。それに伴い教科書の根幹である学習指導要領の改訂が行われ、平成20年に新学習指導要領が告示された。中学校では各教科、平成24年度からそれを完全実施。そのためか、いま教科書が変わりつつある。詰め込み式の知識習得型から、活用・応用できるような内容が求められているようだ。こうしたなか、従来の教科書の枠組みに捉われない編集で評判となった教科書がある。光村図書が発行する中学校向けの美術科の教科書だ。いったいどんな編集をしているのだろうか？ この教科書を手がけた編集長の橋本英明氏に伺った。

教科書はいったい誰のもの!?

—これまでの美術の教科書といえば、美術作品と作家が掲載された美術史をなぞるようなものが多かったと思いますが、橋本さんが編集した中学校用教科書は従来のものから一線を画しています。たとえば一見開きで生徒が何をすべきか目標が明確に記されていますし、巻末には生徒たちが表現する際に必要な技法や用具の使い方が載っています。これまでの教科書にはこうした内容はなかったと思いますが、これはどういった意図で盛り込んでいるのでしょうか？

美術の授業時間減少が根底にあります。かつては2時間連続で美術を学ぶことが普通でしたが、今は美術の授業時間数は中学1年生で45時間、中学2・3年生は各35時間と、週に1時間程度しかありません。先生方は限られた時間のなかで効率よく指導しなければならないのですが、生徒たちの経験値が少なく、先生がヒントを示す、あるいはお手本を見せるなどしなければ、表現するにしてもイメージがつかないわけです。しかし、現状ではそんな時間を確保できません。先生がきめ細かな個別指導をしなくてもよいように、巻末に資料を設けることにしたのです。

—先生にとって大変ありがたいことですね。

とくに美術というのは、国語のように教科書を中心に文章を読み書きするような教科ではありません。芸術系のなかでも音楽であれば、教科書に五線譜があり、歌詞がありと実用性が高いのですが、美術は手を使って描いたりつくったりする実技の時間が大半を占めているので、じっくり教科書を見たり、学期のはじめから教科書にそって先生が指導したりという教科ではありません。ですから、先生が目次を見るだけで年間指導計画が立てやすいように工夫するなど、本としての機能性も考えています。

—なるほど、たしかに様々なアイコンを使っていたり、インデックスが色分けされていたりと随所に工夫が見られて大変わかりやすい。いったい、どんな編集方針があったのでしょうか？

それは二つあります。一つは生徒の視点に立つということ。教科書を選ぶのは先生ですが、エンドユーザーである読者は、あくまでも生徒。当たり前ですけど、この教科書は中学生のためのものです。

もう一つは、先生の役に立ちたいということ。お節介かもかもしれませんが、限られた時間のなかで、先生が円滑に授業を進められるようにしたい。美術の先生は原則、中学校に一人しか在籍していないため、公務などの業務でかなり忙しい状況にあります。そんな忙しい先生の役に立ちたいという思いもあります。

—だから、使いやすいといわれる教科書になっているのですね。では、生徒の視点に立つということはどういうことなのでしょう？

たとえば、美術の教科書には「自画像を描く」という題材があるのですが、ここには「今を生きる自分、なりたい未来の自分をテーマに、ふさわしい表現方法であらわそう。そして、作品に対する思いを言葉にして添えてみよう」というねらいを提示しています。さらに、アンジェラ・アキさんの詞『手紙 ～拝啓十五の君へ～』を掲載しています。

—歌詞ですか!?

はい、教科書の読者である14、15歳というのは、未来に希望もあるけれども不安もある、非常に心が揺らぐ年頃です。けれど、アンジェラさんのこの詩には肯定的に前向きに生きようというメッセージが込められています。現代は、がむしゃらに頑張ればなんとかなるという時代でもないだろうし、自信をなくしている生徒が多いと感じます。少なからず自己否定をしてしまう生徒がいるなかで、自分を否定しないで自己肯定

感をもって自画像を描いてほしい。そして、なぜこうした自画像を描いたのかを言葉にすることで、全国にそれぞれの思いを抱いた同じ中学生の仲間がいることを知ってほしい。だから、この題材では作家の作品よりも生徒の作品を多く掲載しています。

—それは生徒の視点に本当に立たないと出てこない発想ですね。

出てこないですね。中学生の気持ちと感覚になってみないと出てこない。それは編集者にとって一番大事な視点です。スタッフにも「読者は誰だろう?」ということを繰り返し言っていますね。義務教育の教科書の場合、それがブレては意味がない。細部の編集に入るとつい忘れる瞬間もあるので、かなり注意をしています。編集会議では「中学生の立場になったらどうだろう?」「中学1年生の気持ちはどうなの?」と掘り下げて聞くようにしています。中学1年生の場合は、少し前まで小学生だったわけで、心の中では「ドキドキしてどうしよう」「友達とは別れちゃったけれどどうしよう」と思っているでしょうし、中学3年生の場合は「あっという間に3年経っちゃってどうしよう」「受験どうしよう」という気持ちを抱えているでしょう。そういう気持ちを各教科で支えていくわけですけど、その時「美術にできることは何?」という視点は忘れずにいようということを常日頃から言っていますね。



時代とともに 変化する教科書 美術が生徒に できること

光村図書出版株式会社
美術課編集長 橋本 英明 氏

作品を通じて読者を知る

—— そうした生徒側の視点に立つために、橋本さんが普段行っていることはありますか？

現場に立つということですかね。我々にとつての現場とは学校なので、学校に足を運び、機会があれば生徒に声をかけてコミュニケーションをとるようにしています。そして教室を覗いては「どうい筆箱を使っているのかな」「どうい髪型が流行っているのかな」という具合に等身大の中学生を観察するようにもしています。我々の場合は、作品を通して生徒たちを知る機会が圧倒的に多いのですが、生徒たちの作品展が開催されれば、できるだけ時間を作って出向くようにしています。この平成24年度版の教科書では、私自らシャッターをきった生徒の作品だけでも約2000点上りましたから。

—— 2000点ですか？

編集部で撮った枚数を合計したら、もっと多いですよ。そのなかから生徒の作品を吟味して、生徒たちがどんな思いで描き、表現したのかを先生から聞くなどして、今の生徒を知っていくわけです。他に、中学校の公開授業に参加したり、美術科の研究会に出向いたりして先生の授業を知ったり、また学校の状況を聞いて編集に何ができるかを考える。

この現場に何かあるかもしれないという感覚は、雑誌編集の時代からやってきたことで、私にとって特別なことではありません。媒体が雑誌だろうと教科書だろうとそのスタンスは変わらない。

雑誌媒体の編集者時代は、アラスカに行ったりアメリカ中西部に行ったりと、そこでは何が起きるかわからないけれど、まずは現場に行くわけじゃないですか。それと同じことで、今は中学校に行くチャンスがあれば「そこに何かあるのか?」「そこでどんなことが行われているのか?」「学校新聞にはどんなものが掲載されているのか?」「生徒の作品が展示されているのか?」そして美術室に行って飾ってある作品を見れば「今こんな作品をつくっているのか?」「この子いい感じだな」というように作品を通して生徒を見る。冷静に現場を観察するというのは、編集者の職業病ですよ。

美術の教科書が果たす使命

—— ただ、教科書なので載せるべき作品が決まっているなどの制約が多そうなイメージがしますが。

載せるべき作品が決まっているということはないですね。題材の設定から作品選定まで、全て私たち編集部と編集委員で編集会議を繰り返し開いて決めています。教科書作成の骨子となる学習指導要領は「絵・彫刻、デザイン・工芸をやってください」「描く活動とつくる活動をやってください」「表現中心と鑑賞中心の題材をバランスよく入れてください」という内容が主で、この作品を載せなくてはダメなどといった制約はありません。生徒が美術で養ってほしいこと、それについて美術にできることは何かと考え、そこから具体的にどうい題材がよいのか、作例はどういものがよいのか決めているのです。

—— 思ったよりも自由度が高いですね。

とはいえ、いくら好きに作品を選ぶことができても、現代美術だけ並べていいのかというとそうではなく、世界の美術史のなかでも生徒たちに知ってもらわなければいけない名作だったり、エポックだったり、世界の美術史上の重要な作品は、押さえないといけないという見方はしています。

とくに高校になると美術は選択制になるので、高校で美術を選択しない生徒にとっては中学校が最後の美術となります。そのため、教科書に何を載せるべきかという作品の吟味は、かなり根を詰めた議論を重ねていますし、鑑賞中心の大事な作品は、よく見てほしいという意味を込めて観音開きにするなど作品を大きく扱っています。たとえば、『風神雷神図屏風』や『ゲルニカ』がそうですね。ピカソの『ゲルニカ』は、絶対に中学生にも見てほしいものです。新しく面白い作品はたくさん出てきていますが、我々としては美術文化として長い歴史をくぐり抜けた名作をまず生徒たちに伝えたいといけません。それは、ある種の使命感みたいなものでもあります。逆にいうと今はインターネットが発達しているので、たとえば現代美術に興味がある生徒は調べてみる事ができる。ランダムに教科書をめくって作品を見ていく生徒も、もちろん

います。教科書の編集とは、学習指導要領に則って、できる限り多くの生徒の資質を引き出していくという根気のいる仕事ともいえます。

何のために美術を学ぶのか？

—— 美術の教科書は、作品や作家を覚えるための補助教材として存在するのだと思っていましたが、今はそうではないことがよくわかりました。今の美術教育は、生徒たちにどんなことを教えてくれるのでしょうか？

今の学習指導要領では「絵を上手に描く」「そっくりに描く」ということは一言も言っていないですし、ましてや「画家を育てる」「アーティストを育てる」ために美術を学ぶわけではありません。たとえば、アーティストの日比野克彦さんに登場いただいている「発想・構想を広げるために」という巻末資料では、作家が何を考え、どういアイデアを浮かべて作品にしていのか、アーティストの考え方や作品ができるプロセスを伝えることが優先されます。もちろん作家作品はリスペクトしますが、それだけではなく、どうやってアイデアを出して、それをどう形にしていのか、そのプロセスを生徒たちには学んでもらいたいです。単に作家を紹介するために載せているわけではありません。

—— なるほど、他にもそういった例はありますか？

そうですね。この『風神雷神図屏風』の鑑賞題材ですが、これは生徒たちが作品をみて話し合う活動、いわゆる「対話による鑑賞」を意図したものです。これは先生がナビゲーターとなり、生徒たちが作品を見て話し合っていくという鑑賞の方法論の一つですが、そうすると生徒たちは色々なことに気づいていきます。

まず、先生は生徒の意見を否定しないで肯定していくこと、生徒は他の人の意見を茶化さないなどの基本的なルールを説明して、生徒同士で作品について感じたことを話し合います。初めは「足首に輪っかがついている」「たすきをつけている」といった絵の細部についての意見がほとんどですが、そうした意見を先生がまとめて対話の舵取りをしていくと、生徒は「下界にいる



国宝『風神雷神図屏風』。高度な製本技術で屏風の折目とページの折目を重ね、ダイナミックさを再現。

人たちは雨や風や雷に襲われているだろう」と想像し始めますし、「この二人はもしかしたらライバル同士で『今日は俺が風を吹かせる』『今日は俺が雷を落とす』と争っているのかもしれない」というように作品のイメージが広がっていく。そして最終的には作品の本質や作家の心情に近づいていくのです。その様子は観ているこっちの鳥肌がたつくらいです。

—— 美術鑑賞は創造力を養うだけでなく、想像力やコミュニケーション能力の向上にもつながりそうですね。

そうですね。この鑑賞では人の意見を否定しないでよく聞くため「自分はこう思っていたけれども、他の人はこう感じていたんだ」と、生徒たちは人それぞれによって見方が異なるということを知り、そのことを肯定していけるようになるわけです。つまり多様性を認められるようになる。みんなの意見が出揃った時点で、先生は生徒たちにみんなの意見をまとめ、発表するように促すので、意見を論理的に言語化して人に伝える力が身につく。コミュニケーションのセンスが磨けます。こういうことができる教科は、

光村図書出版株式会社
美術課編集長

橋本 英明 氏

Profile

一般書籍と全国誌の編集長を経て、光村図書出版に入社。美術課の編集長を務める。中学校用検定教科書『美術1』『美術2・3上』『美術2・3下』、高等学校用検定教科書『美術1』『美術2』『美術3』の編集に携わる。

なかなか他にはなくて、美術はとても得意としているところですよ。

—— たしかに今は正解が一つだけある時代でもありませんし、そういった複数の意見をまとめ、アウトプットする力はこれから必要です。

美術にできることは時代とともに変わっていくでしょう。つい最近、戦後6年目の昭和26年の教科書を開いたのですが、そこには実用的なものがたくさん載っています。当時は中学校でも美術ではなく図画工作科とよんでいましたが、椅子や花壇の作り方などの図面が載っているのです。戦後で物資がない時代だったから、自分でノコギリを使って工作するなどして何かをつくり出すことが必要だったからでしょう。そういった意味で、美術の教科書を見ていくと、視覚的にその時代がよくわかります。

Book 平成 24 年度版中学校用教科書 『美術1』『美術2・3上』『美術2・3下』

発行：光村図書出版株式会社

等身大の生徒の視点に立つてつくられた紙面、先生が教科書を機能的に活用できるような工夫、そして美術への並々ならぬ情熱が詰まった教科書。教科書初のデザインバーコードを取り入れるなどの遊びゴコロも満載だ。教材編集者だけではなく一般書の編集者にもぜひ参考にしてほしい。



編集の現場探訪 Vol.20

株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ

http://www.fbicom.co.jp

1986年創業のPR会社。IR、CSRなどの領域もカバーし、PRという枠を超えた提案を行い、コンサルティングも含めて企業コミュニケーションを幅広く支援している。海外とのネットワーク構築にも積極的で、世界における企業報告の潮流をいち早くつかむ。企画力・デザイン力には定評があり、2度の経済産業大臣賞をはじめ、受賞多数。



PRとIR・CSRをつなぎ 企業のコミュニケーションをトータルに支援

株式会社エフビーアイ・コミュニケーションズ 代表取締役社長 福田 光洋 Mitsuhiko Fukuda

PRとIRを組み合わせることを テーマに出発

当社の設立は1986年。PR会社に所属していた私が独立して起業し、アニュアルレポートや会社案内などのPRツールを制作してきました。

今ほど株主重視ではなかった1982年頃、前所属の会社で私は、海外進出を控え、個人株主へのアピールを考えた電機メーカーが、日本初の個人向け株主通信を制作することに関わりました。そうした経験から「PRとIRをどう組み合わせるか」は私自身のテーマであり、当社も一貫してこれをコンセプトにしています。現在、IR情報、CSR報告等、企業の情報を整理し1つにまとめて発信する「統合報告」を積極的に手がけているのも、その一環です。

90年代後半には、現在では常識となった「サステナビリティ」という考え方が欧米で注目されはじめていたと知り、「CSR」に注目しました。いかに環境に負荷をかけず社会に貢献しているかが、企業評価の重要な軸になると予想し、関連の情報発

信を企業に提案し、実際に96年、大手機械メーカーの「環境報告書」をGRIガイドラインに基づいて制作、先駆けとなりました。

世界の潮流をいち早くつかみ クリエイティビティ高い提案を

このように、海外の最新の知見をいち早く取り込むことは当社の強みの一つです。また、海を越えたつながりという点では、日本企業の海外向け情報発信でも力を発揮。PRやIRの世界に精通した英語のネイティブスタッフが在籍していて、質の高い翻訳で企業の情報を送り出しています。

そして、「PRとIRを組み合わせる」がコンセプトの当社では、お客様から言われた通りに刊行物を制作するだけという姿勢はあり得ません。様々な人に楽しんで読んでもらえる雑誌風のCSR報告書や、絵本形式にして小学校に配れるようにした報告書のダイジェスト版など、PRの専門家ならではのクリエイティビティも強みです。さらに、制作の前段階である「本当に必要な制作物はどのようなものか」から、後段階となる

制作物の活用方法まで、コンサルタントとしてトータルでソリューションを提供できることも特長です。そのため、独自に開発した調査ツールや診断ツールを使った企業分析にも力を入れています。

統合報告書を広めて 日本企業を元気に

今後は、世界的に広がっている「統合報告」に引き続き注力していくつもりです。企業の情報を1つにまとめるためには、縦割り組織を変え、社内に横串を渡して共通の情報を持ち合わなくてはなりません。よって、統合報告を作成することは、組織の風通しを良くし企業資産を有効活用していく手立てとなるのです。

統合報告は、お客様に提案しても「うちはまだまだ」という反応が多いものですが、企業組織の改善につながる統合報告を多くの企業が採用することは、日本企業全体の活性化要因となるでしょう。当社が制作するかどうかは別としても、日本社会のために統合報告が広まってほしいと考えています。

制作現場に聞く

AJEC会員社 エフビーアイ・コミュニケーションズで活躍する社員の方に仕事について伺いました。



シニアAE
ジェネラルマネージャー

三浦 嗣雄
Tsuguo Miura

前職もPR会社勤務。コーポレートツールの制作歴は30年近く。クリエイティビティを磨くための「意識」はあまりしないが、いろいろな人の話を聞いて広く情報に触れることは大切にしている。年齢を重ね「古いことを知っている」ことも強みの一つと感じるこの頃。

企業の持つ強みや価値を、他にはない形でわかりやすく伝える

1991年の入社以来、会社案内、アニュアルレポート、CSR報告書等、企業・官公庁等のコミュニケーションツールの企画・制作を担当しています。企画する上では、「他にはないもの」「当社にしかできないもの」をつくらうと心がけています。たとえば、イラストを使って、雑誌のように楽しんで読んでもらえるコーポレートレポート、トップのメッセージを、CSRを研究する大学教授との対談を通して伝える企画、フランス人エッセイストをメーカーの「工場見学」レポーターとして起用するなど、お客様のご理解もあって、自分でも本気で「これがいい」と思えるものを数多くつくってきました。

また、一般の人にわかりやすく企業の強みや価値を伝えることにも苦心します。当社で力を入れている統合報告書は、私が中心になって手がけていますが、会社の強みや価値が数字を含めた形で全部語られているもの。ページ数が多ければ良いというのではなく、いかに理解されるかが重要です。B to Bの企業等、世間に製品・サービスが知られていない場合には、どんな仕事をしているのか一般の方に伝わる表現や仕掛けを工夫します。ですから、

携わった企業の商品やビジネスが世の中で認知されると、とても嬉しく思います。

企業が積極的にツールを配布していくため、企画の段階で、ツールの活用方法を盛り込むこともあります。たとえば、社員自身がレポートを配りやすいように表紙に名刺を貼る場所を設けたり、子供達が企業の仕事を知ることができる絵本の形でダイジェスト版を制作したりすることで、しっかり活用していただけました。

今後も、企業の価値や魅力をわかりやすく伝えられるツールをつくっていきたいと思います。



制作を担当したセイコーホールディングス(株)のコーポレートレポート

日本語と英語、言語の特性を理解して翻訳版を制作

私の仕事は、会社案内やアニュアルレポート、法人の機関誌等の編集・制作・進行です。当社の扱う企業制作物は、海外に向けて英語版も出すことが多く、日本語版と英語版の両方の進行を任されることも少なくありません。英語版では、翻訳者を手配し、当社在籍のネイティブスピーカーのエディターと共に内容確認をし、さらにお客様の確認をとる、という手順で進み、現在は私の業務の半分以上がこのような英語の仕事になっています。

翻訳は日本語も堪能なネイティブスピーカーが行うため、文法等の基本的なところは私が心配する必要はありません。しかし日本語は、主語や「及び」がどこまでかかるのかなど、独特のあいまいさがあるため、日本人だからこそ気づける、翻訳した際の微妙な意味のズレをチェックするようにしています。

また、翻訳をした英語のテキストは、どうしても1.5~2倍程度の分量になってしまいます。そのため、日本語版と同じデザインにはできないことも多く、あらかじめ英語版では省くことが可能な図表を教えてください、写真の掲載を小さくすることを了承いただくなど、お客様のご協力を仰ぐこともしばしばです。

私自身は、特別英語が得意なわけでも帰国子女というわけでもなく、入社当初は大変でした。今振り返れば「英語は慣れ」。多くのテキストを日英の対比をしながら読み込んでいたうちに、今では、辞書を使わなくても意味がとれるようになりました。

最近では、様々な国の旅行代理店に配布して東京観光をアピールする冊子も担当し、これには英語だけではなく多言語の版があって、仕事の幅が広がっています。今後は、進行の実作業をこなすだけでなく、提案力を上げて、お客様の期待に応えることが目標です。



アカウント・エグゼクティブ

田中 春香
Haruka Tanaka

2008年入社。前職の法律系出版社では、市町村例規集の編集に携わっていた。枠にとらわれないこと、形になるものをつくれることが魅力で現在の仕事を選んだ。忙しい仕事の合間には、おいしいものを食べ、大好きなフィギュアスケートの観戦に出かけ、英気を養っている。