

第3回編集講座

7/16

● 『ここが校正・校閲の落とし穴  
—編集者のための校正技術』

第3回の編集講座は、講談社出版サービスセンター（現講談社ビジネスパートナーズ）で校正・校閲一筋に42年というキャリアをお持ちの若藤えい子さんに、校正の極意について話っていました。大雨の予報にもかかわらず、定員をはるかにオーバーした受講生が詰めかけ、校正、校閲に関する関心の高さが伺えました。



以下は、若林さんが話してくれた校正するときの注意点の一部です。

1. まず、校正の心構えとして環境を整え、気持ちを切り替える。校正の七つ道具をそばに置き、形から入っていくことが大切。
2. 必ず2回見る。1回目は蟻の目、2回目は鷹の目で読む。1回目と2回目を続けてやらない。気分転換をする。
3. 集中力は、長く続かないので50分読んだら10分休む。自分なりに目安を持って。
4. フィクションかノンフィクションか、署名原稿か否か、著者の年齢などなどで、ギアを切り替える。
5. 書き手にリスペクトを持つこと。敬意を払う。これは一番肝心。「自分は作品を書けない」「いちばんものを知らない」という謙虚さが大事。
6. 実践的なお話では、改頁・改丁の時ミスが出やすい。ページの末と頭など文字が不連続なところ、平仮名や片仮名が連続するところ、誤植を見つけたそばも見落としやすい。だぶり、約物の処理にも注意。再校以降では、赤字の周辺や差し替え箇所にも注意が必要。
7. 入力方法で、誤植の傾向が分かる。同音・同訓の違い、変換ミス。1文字ずつの入力ではつくりが似た文字に注意。OCRによる入力は、アットランダムに1%のミスが発生すると思って校正すること。
8. 数字や単位もミスが出やすい。関連するものに齟齬がないか、本文とキャプション、見出し、図版との齟齬がないか、本文と目次見出し・柱の照合、バーレン、かぎカッコなど対になっている記号は起こしと受けを確認。

最後に受講生から活発な質問が出て、盛会のうちに終了しました。みなさん、校正には苦労しているようで、切実な質問が多く出ました。



● 一般書部会、経営委員会、合同研究会  
および納涼懇親会

8/4

今年は、連日の35℃超えの猛暑で、さすがに夏バテ気味とあって、今回の研究会は場所を変え、人形町の「素材屋」で納涼懇親会をしながらの開催となりました。

講師にAJECの顧問弁護士・骨董通り法律事務所の桑野雄一郎先生を迎え、「出版社と編集プロダクションとの契約書について」をテーマに各会社の契約現状を確認しました。そして、契約する場合の注意点の洗い出し方や、サインしてはいけない契約の見極め方について話し合いました。

その後で、「日本編集制作協会がお勧めする契約書の雛形が作成できるようにすれば、各社が参考になるのではないか」という話が出て会は一応ひと区切り。その後は納涼懇親会に突入しました。



● 現場スタッフ交流パーティー開催

8/27

恒例の「現場スタッフ交流パーティー」が8月27日に行なわれました。普段なかなか交流をもつ機会の少ない会員社の社員同士ですが、打ち解けた雰囲気の中、話がはずみました。猛暑が去ったいつかのリフレッシュにもなりました。



● 「基礎から学ぶ編集教室2015年度」  
受講生募集中!

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活用ください。

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

巻頭特別インタビュー

株式会社オトバンク 代表取締役会長 上田 渉氏

## 第2の電子書籍になるか!? 「耳で聴く読書文化」を築く

編集の現場探訪 vol.22

株式会社アッシュ 代表取締役 岡本 晃一氏

## 逆境に立ち向かう姿勢を持ち続ける



# OTOBANK

Vol.22 INTERVIEW

## 第2の電子書籍になるか!? 「耳で聴く読書文化」 を築く

株式会社オトバンク 代表取締役会長  
上田 渉氏

オーディオブックとは、音楽を聴くように本を朗読したものを録音した音声コンテンツだ。かつてはカセットテープやCDに録音されていたオーディオブックだが、ここ最近ではインターネットから音声をダウンロードし、スマートフォンで音声を聴く読書スタイルによって、再注目されている。オーディオブックは電子書籍に次ぐ第2の柱となるのか!? オーディオブック配信の国内最大手、株式会社オトバンクの会長 上田 渉氏に伺った。

### 日本とアメリカの オーディオブック市場の違い

——2015年4月にオーディオブック市場の普及を目的とした日本オーディオブック協議会が大手出版社16社によって設立されました。上田会長は常任理事を務めていらっしゃいますが、なぜ、このタイミングに設立したのでしょうか?

最も大きな理由は、各社とも電子書籍を作る環境整備が一段落ついたからです。というのは、2015年1月に改正著作権法が施行され、電子書籍権が設定されたことで、各出版社は電子書籍を作らなければならなくなりました。そのため、法律が施行されるまで電子書籍の準備に追われていたのです。そして法律が施行されたので「さあ、次に行こう!」ということになりました。

——第2の柱にオーディオブックが選ばれたのは、なぜでしょうか?

それは、2016年度より「障害者差別解消法」が施行され、健常者と障害者の差別なく情報のアクセシビリティの向上を行うことが業界として求められていたからです。また国際的にも視覚障害者の情報アクセスを保障する「マラケシュ条約」が成立したことで以前からオーディオブックは強力な候補に挙がっていたのです。

その上、アメリカではオーディオブック市場がすでに成長しており、国内でも弊社が市場を開拓し続けた実績から日本も素養があると証明されたので、業界を挙げて取り組むことになりました。

——現在、アメリカのオーディオブック市場の規模はどのくらいですか?

アメリカの市場規模は約1600億円以上あると言われています。オーディオブックの市場規模はどの国でも書籍市場全体の5~10%くらいにおさまるようになっており、日本でも潜在的な市場規模は500~800億円くらいあると予想されています。ですが、現状は50億円程度。しかも、その大半は音源をダウンロードするのではなく、主に落語などのCDがメインです。

——アメリカでオーディオブックが生活に根付いているのは、なぜでしょうか?

アメリカは車通勤が主流なので、1970年代から車の助手席にカセットテープの束をドンと置いて、走りながらテープを入れ替えて聴く習慣がありました。1980年代の日本でも、アメリカでのオーディオブックブームを受けて約100社がオーディオブック文化を作ろうと参入しましたが、結果、流行りませんでした。

——それはどうしてですか?

日本の通勤環境は電車が主です。当時の電車通勤ではウォークマンを使うのですが、ウォークマンは単価が高くて今のスマートフォンに比べたら重い。しかもカセットテープの1本は45分と60分のテープしかなくて、本一冊を収録したカセットテープは5本組になってしまいます。すると、値段もその分だけ高くなるので、文庫が300円の時代にわざわざ買うかという買わないですよ。

こうした理由で日本では普及しませんでした。

た。アメリカでは1970年から始まった市場が40年経った今でも続いています。日本では一回止まってしまった市場なので歴史が違います。

——アメリカの場合はすでに成熟市場に入っているのですか?

そうですね。アメリカの場合は現状、電子書籍市場よりもオーディオブック市場のほうが大きい。それは電子書籍の歴史が浅いからです。国内のオーディオブック市場に再び光があたり始めたのは、弊社がサービスを開始した2007年くらいから。そして、スマートフォンの普及で、急速に市場が拡大しています。

### オーディオブック市場を 広げるための施策とは?

——日本のオーディオブック市場を広げるためには何が必要だと思いますか?

まずはオーディオブックを知らなければ使ってもらえないので、オーディオブックに光があたるのが大事だと思っています。たまにTwitterで「本の内容を耳で聴けたらいいのにな」とつぶやいている人がいて「ここにあるよ」ともどかしい気持ちになります。まだまだ認知度が低いのが現状です。

——その意味では、2015年7月にAmazon傘下のオーディオブック配信会社Audibleが日本に参入してニュースになりました。御社にとってはライバル社になると思いますが、

Audibleには弊社から2,000タイトル弱

ほどのコンテンツを提供しています。かねてから他の配信業者が入ってくるのは良いことだと思っていたのでAudibleからの協力依頼には快く応じました。市場というのは、弊社単独で広げていくよりも複数社が切磋琢磨することで成立していくものですか。  
——利用者の利便性から見るといかがですか？

コンテンツ数を増やすことですね。今弊社が扱っているコンテンツは13,000タイトル。日本全体では15,000タイトル強しかありません。アメリカではすでに10万タイトルを超えていますから、大きな開きがあります。弊社のオーディオブック配信サイトの品揃えをリアル書店に例えると、ビジネス書の書棚が埋まっています。文芸や人文などの書棚がスカスカの状態です。これでは人は本を買わずに帰ってしまいますよね？ですから各ジャンルにおけるベストセラーとロングセラーはすべて揃えなくてはならないと思っています。

ただ、オーディオブックは電子書籍のように1~2秒でスキャンしてできるものではなく、声優さんが全部朗読し制作をする、完全にアナログの世界。手間もコストも電子書籍の10倍くらいかかっています。本来は、出版社がコンテンツを作るのが良いと思うのですが、そうすると自社で作ろうとは思いません。

——そんな余力はないです。

そういうわけで弊社が全部作っているのです。とはいえ、弊社も限界があって、工場のラインをフル稼働している状態が続いています。

## 「耳で聴く読書文化」を育て、本の楽しさを知ってもらう

——オーディオブックの制作についてお伺いしたいと思いますが、制作過程ではどのような方々が携わっているのでしょうか？

まず録音ですが、録音を担当するディレクターと録音助手がいて、朗読する過程を

チェックしていきます。声優さんが読み間違いをすることも多いので、ディレクターが確認をして読み間違いをしたら、その場で録音し直します。

録音が終了すると次は編集です。編集はいろんな音源を組み合わせる作業です。そこで一冊の本が5~6時間、長いものでは10時間ほどの1本の音源になります。そこからBGMなどの音楽をのせていくのです。そして出来上がった音源を再度確認して、読みが間違っていたらもう一度声優さんと呼んで収録し直します。

その時、表現も微修正します。たとえば、「何ページ目を見てください」を「何ページ目を聴いてください」にしたり、「先ほどご覧いただいた通り」を「先ほどお聴きいただいたように」に変更します。そして出版社さんに修正点を確認してもらい、音源が完了するわけです。だいたい一冊作るのに2~3カ月かかります。

——本一冊作るのと同じくらいの労力がかかっていますね。ナレーターはどうやって決めているんですか？

本には「本に合う声」というものがあるので、弊社からナレーターの候補を出して、出版社や作家さんに選んでもらいます。キャラクターの声にこだわる作家さんは多くて、とくに印象に残っているのは『夢をかなえるゾウ』の水野敬也さんですね。この本にはコテコテの関西弁を話す神様「ガネーシャ」が登場するため、弊社から何人かの関西弁を話す声優さんを候補に挙げてご提案しました。しかし、なかなか首を縦にふってもらえません。最終的には標準語を話すベテラン俳優さんに関西弁の指導をつけて朗読してもらったのです。それがすごく良い仕上がりになりました。

あとは、文芸作品が大変ですね。ナレーターが一人で朗読するのならばいいのですが、たいていは登場人物の人数だけナレーターが必要なので大変です。

——登場人物ごとナレーターを替えているんですか!? ラジオドラマみたいですね。

もちろん、登場人物ごとにナレーターを替えている本もあれば、そうではない本もあります。本の中身によって表現方法は変えています。本の中身が面白ければ本はよく売れるわけで、だからといって本の面白さに甘えてはいけません。オーディオブックにはオーディオブックならではの表現があるので。

紙の本の場合、作家さんは本のページをめくったときに生まれる行間も計算して作品を表現されているとよく言いますよね。それは、作家さんが紙の本が持つフォーマットをきちんと理解した上で執筆されているからです。けれども、オーディオブックは音なので、紙の本に込められた作家の意図が消えてしまいます。ですから、ただ文章を音に変えるのではなく、作家の意図を音に込めないといけません。

——なるほど、それは面白い。

となると、どのように作家の意図を音で表現していくかを考える必要があるのです。そこはまさにディレクターの腕の見せどころですね。

——すると、物語の解釈によって仕上がりも変わりますね。

とはいえ、映画やアニメのように大幅に変わることはありません。たとえば、映画やアニメの場合は本の全部を映像化するのではなく、本の見どころを映像化していきます。すると、作家さんは「もっとこの場面を映像化してほしい」と思うこともある。しかし、音声の場合はあくまでも地の文は地の文で読むため、極めて作家の意図に近いものになります。当たり前ですが、映像が困難と言われた作品もオーディオブックではいけますから。

——文化を築くためにはそうした制作者の情熱が不可欠です。もともと日本には講談や漫談など、耳で聴く文化が根付いていますよね。

それは大正時代のことでいいですね。けれども、テレビが普及してからだいぶ消えてしまいました。とはいえ、テレビやラジオの比較



## 株式会社オトバンク 代表取締役会長 上田 渉氏

**Profile**  
1980年神奈川県生まれ。東京大学経済学部経営科中退。緑内障で失明した祖父と少年時代を過ごした原体験から目の不自由な人を助ける事業を立ち上げたいと2004年にオーディオブック配信会社・オトバンクを創業。代表取締役社長に就任し、2012年3月より現職。国内最大のオーディオブック事業者としてオーディオブック配信サイト「FeBe」を運営。また、オーディオブックをダウンロードできるカード（通称「OTOCA」）を開発し、2015年8月に初のオーディオブックカード付き書籍「完訳 7つの習慣」の書店販売を実現させた。

のなかにオーディオブックがあるとは思っていません。アメリカではテレビがこれだけ普及した今でもオーディオブック文化が根付いています。

そうではなく、今は眼を使う競合媒体が多い時代だからこそ、耳に光があたってもいいのではないかと考えています。スマートフォンを広げれば、漫画やゲーム、LINEにメールがあり、それらはすべて眼と手を使う必要があります。けれども、オーディオブックの場合は眼も手も使わずに耳が暇な状

態であれば、聴くことが可能です。極論、ゲームをやりながらでもオーディオブックなら本は読めてしまうのです。「ながら聴き」ができるところがオーディオブックの良いところですから。

——たしかに、現在は眼が疲れて本を読む気になれない人もいますよね。

読者を増やすためには、この眼の競合にどうやって打ち勝つかが要になります。売れている本は売れているわけで、読者が減っているのは、決して本のクオリティが

落ちていないからではありません。もちろん第2の電子書籍として市場を広げていくことは引き続きやっていかなければならないですが、純粋に本ということを考えると、どうすればもっと本の楽しさを知ってもらえるかのほうが大事だと思います。

「若者の活字離れ」ということが言われていますが、まずは若者に本の楽しさを教えていくのが大切なのではないのでしょうか？

オーディオブックをきっかけに本を楽しむことを知ってもらえればと思っています。

## Web オーディオブック配信サイト「FeBe」



<http://www.febe.jp/>

2007年に開設された国内最大のオーディオブック配信サイト。2014年に登録会員数が10万人を突破し、現在約13万人のユーザーに利用されている。書籍をプロのナレーターや声優が朗読したものから、雑誌や新聞を音声化したもの、講演会や語学番組、そしてラジオドラマまであらゆるジャンルを取り扱っている。ユーザー層にはビジネスマンが多いため、ビジネス書や自己啓発本を多く揃えている。今後は子供と大人と一緒に楽しめる児童書やラインナップの少ない文芸・人文系の作品も拡充する予定。



編集の現場探訪 Vol.22

株式会社アッシュ  
http://ashnet.co.jp

1990年、岡本晃一社長のマンガ制作プロダクションとして大阪で創業。10年間マンガに携わった後、エンターテインメント情報誌やムック等の制作に業務内容を変更し、東京に移転する。分冊百科とも呼ばれる「パートワーク」を中心に、ムック、書籍、企業出版など、多岐に渡る分野・内容の出版物を精力的に制作している。



# 逆境に立ち向かう姿勢を持ち続ける

株式会社アッシュ 代表取締役 岡本 晃一 Koichi Okamoto

## 『スタートレック』をきっかけに、パートワーク編集が業務の柱に

当社の設立は1990年、大阪でした。公務員を辞めた私がマンガを描き始めたことから始まります。多いときには連載を3本抱え、アシスタントも10名ほど雇う、マンガ制作のプロダクションでした。10年ほど続けましたが、マンガ界は若い作家が次々と出てきて、一度連載がなくなれば再び連載を持つことが厳しい世界です。そこで、連載作品がなくなったタイミングで、業務内容を「編集プロダクション」に切り替え、仕事を請けやすい東京に移転しました。

3年ほどした頃、SFドラマシリーズ『スタートレック』に関するムックを制作したことがきっかけで、事典的な内容を週刊や隔週刊で分冊発行する「パートワーク」の編集を行いました。イギリスで発行された『スタートレック』のファクトファイルの翻訳で、本家は308号続いたところ、それよりも長い314号を発行、6年以上の長い仕事となりました。これを皮切りにパートワークの仕事が増え、現在も当社の柱となっています。

## どんなジャンルでも編集できる幅広さが強み

パートワークは、毎号の制作に週刊誌のようなスピードが必要であること、徹底的なマーケティングを軸に制作することなど、他にはない特徴があります。その分野が好きで知識豊富な方々を集めてチームを組んでの仕事となりますから、メンバーの結束感があり、週刊のルーティンを回す際は、大変ながらも同好の士が集まる楽しさがあります。しかし、テスト販売で規定部数に達しなければ、本発行に至ることはありません。その場合は、せっかく組んだチームもすぐに解散。その落胆ぶりたるや、集まっていた皆さんには申し訳ない限りです。

そんな楽しさと厳しさが満載のパートワークでは、エンタメ、歴史、音楽等々、様々なジャンルを扱い、初めてのジャンルだからとお断りしたことはありません。テーマに合った人材を集めて、幅広いジャンルを扱えることは当社の強みとなり、ムックや書籍の編集においてもその特長を生かしています。

## 生き残るには、職種の垣根を越えて仕事の幅を広げること

しかし、東日本大震災以降の自粛ムード、スマートフォンの普及から、パートワークの部数も以前ほどには伸びなくなりました。そんな中でも当社が続いてきた要因の一つは、多ジャンルを様々な形式で編集できる強みがあること。そしてもう一つは、こんな状況も「面白いなあ」と捉えられることです。出版業界は存続すら危うい状況にあります。そんな時代に遭遇することなどめったにないと、逆境も面白がる姿勢は、今の時代には大きな強みです。

もちろん、面白いだけではなく、この業界の一人ひとりが危機意識を持つことは必須です。仕事におけるクオリティの高さは絶対条件として、編集者も多少のデザインを自分で行うなど職種の垣根にこだわらないことも重要です。紙とデジタル両方の最新知識を持って、仕事の幅を広げていないと生き残ってはいけません。

出版業界全体の底上げも見据えながら、困難な時代を面白がる姿勢も大切に、今後も多ジャンルの仕事をしたいと考えています。

## 制作現場に聞く

AJEC会員社 株式会社アッシュで活躍する社員の方に仕事について伺いました。

### ● 皆の意見を聞いて段取りを整え、長期間のハードワークをやり切る



チーフデザイナー

奥主 詩乃

Shino Okunushi

2008年入社。前職では医薬品の添付文書のDTPを担当していた。入社当時は、エンターテインメント中心の内容も、自らのクリエイティビティを発揮してデザインすることも、全てが目新しかった。休みの日には「全力で休む」。散歩やゲームでリラックスできる休日過ごしている。

週刊や隔週刊で発行する百科事典「パートワーク」のデザインが主な業務です。私たちが制作しているパートワークでは、1号目を、想定される読者の意見を反映して途中で方針を変えながら、数ヶ月、あるいは企画段階から数えれば年単位の時間を使って、じっくりつくります。対して、方針が決まった2号目以降は、週刊誌のようなスピードで毎号をつくり上げる形となり、それぞれ大変さの質が異なります。ただし、短期間に質の高い物をつくることを要求されることでは共通していて、やりがいを感じる場所でもあります。デザインによって内容や伝え方に深く関わられる機会が多いことも特徴で、忙しい中でも楽しく仕事をする事ができています。

担当した初期の頃には、うまく段取りができなかったこともありましたが、進め方をよく考えるようになって、スムーズに運ぶようになりました。パートワークは週刊、隔週刊でかつ、長期間にわたることも多いプロジェクトです。誰かが無理をすれば続けていく

ことができません。そこで、開始する時や進行段階のポイントで、他のデザイナー、編集者、ライターなど、関わるスタッフ皆の意見を聞くことを大切にしています。この会社には、話し合いたいことを言い合える環境があって、助けられています。

最近、電子書籍で小説を出版しました。弊社で文芸作品を扱うことは初めてのことで、新たな経験となりました。タイトなスケジュールでの作業が多く、目の前の業務で忙しなりがちですが、今後も新しい分野に積極的に取り組んでいきたいと思っています。



### ● 仕事を通して、知らなかった分野を学べて知識も増える



エディター

小林 響子

Kyoko Kobayashi

休みに旅行に行くのが好き。国内旅行もよくするが、日程がとれば学生時代を過ごしたアメリカにも出かけていく。学生時代の友人に会えることは、忙しい仕事に向かうエネルギー源だ。誌面で紹介したアメリカ国内のスポットを、実際に訪れてみたことも。

アメリカの大学を卒業して帰国後、編集の仕事を目指して編集プロダクションを探していました。サイトの制作実績ページに、幅広い分野の作品が掲載されていたことからこの会社に興味を持ち、最初はアルバイトとして入社しました。入社直後の仕事は、アメリカに本部のあるエンターテインメント企業と関わるものでした。慣れるまでは大変な思いをしましたが、英語でのやりとりや、現地のライターの原稿翻訳など、英語能力を生かすことができうれしかったことを覚えています。

現在は、パートワークとムック等を1本ずつ平行して担当するのが、平均的な業務量です。パートワークでもムックでも、担当分野は特に固定されず様々なジャンルの内容に取り組みますから、新しい案件ごとに勉強が必要です。限られた時間の中で勉強することは簡単ではありませんが、全く知らなかったジャンルの知識が増えるのはとても楽しく、任せてもらえるという

ことがやる気につながります。触れたことがないジャンルでも、社内外での協力体制がしっかりしているので、仕事を進める上でも知識を身につける上でも、困ることはない環境です。最近、美術に関するムックの編集を行いました。それがきっかけで興味が湧き、美術関連の勉強は現在も続けています。

自分の持っている技術や能力を仕事に生かしたいといつも思っていますので、英語にはより磨きをかけていこうと思っています。海外の企業や書き手と連携する仕事や、海外の作品からの翻訳をメインにした仕事に定期的に取り組むことは、目標のひとつです。

