

第4回編集講座

9/17

「海外の出版事情を知ろう
—日本の出版の行方は?—」

第4回編集教室は「世界の出版事情はどうなっているのか〜日本の出版の行方」を探る講座でした。取次を通して本が売られていく時代から、ネット書店を通して本が買われていく時代にゆったりと移行しているのが、現在のわが国の出版状況です。

果たしてわが国の出版はこれからどうなっていくのか。アメリカをはじめとする先進国の出版状況が、やがては日本の出版状況となっていくのか。あるいは、独自の動きをしていくのか。出版メディアパルの編集長で、世界の出版事情に詳しい下村昭夫氏に、その辺の事情を分かりやすくお話していただきました。海外の出版事情のお話では、アメリカ、イギリス、ドイツ、フランス、韓国、中国などを中心に、各国の特徴、すぐれている所、日本との違いなど述べられ、当面する新しい課題についても触れられました。

最後に下村氏は、「韓国では、『教保文庫』の入り口に“人間は本を創り、本は人間を創る。本は永遠である”という言葉が掲げられている。私たちが、そんな素敵な言葉を掲げて、本を創ったり、売ったりしたいものです」と結ばれました。



第5回編集講座

11/19

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5回編集講座は「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」でした。今や「インデザイン」は、日本語DTP組版の主流で、最新バージョンは、CC (Ver.9) となっています。紙媒体の



ページレイアウトソフトとして、開発・改良が進められてきましたが、タブレットやスマートフォンの普及により、最近では、音声や動画を含めたデジタルコンテンツ制作ツールとしての側面も持っています。『編集者のためのInDesign入門』（出版メディアパル）の著書もあり、長年、編集者として、DTPに携わってきた高田信夫氏に、編集者にとってインデザインとは何か、編集者が知っておきたいインデザインの知識、DTP編集・活用術について、お話いただきました。

高田先生はプロジェクトで、基本的なインデザインのページが出来上がるまで丁寧な実演をみせてくださり、100名の受講生はメモを取り熱心に聞き入っていて、あっという間の90分でした。

第一回 編集プロダクションフェア

10/29

- (1) 編集プロダクションの活動紹介
(社)日本編集制作協会(AJEC)に加盟する編集制作プロダクション
- (2) パネルディスカッション 16:00~17:30
「編集力が時代を創る—出版社と編集プロダクション」
パネラー: 今井真志氏(西東社・取締役編集統括部長)
: 柿内尚文氏(アスコム・取締役編集部長)
: 和田史子氏(ダイヤモンド社・書籍編集局第三編集部編集長)
: 檜森雅美氏(アーク・コミュニケーションズ 代表取締役)
- (3) 特別講演会 講師: 外山滋比古氏 18:30~19:30
「出版メディアは生き残れるか—今こそ“桃太郎”の時代」



パネルディスカッション

パネルディスカッションでは、版元パネラーのみならず、編プロとの付き合い方、編プロと組んでうまくいった実例、成功した1冊をご紹介していただきました。やはり、時間をかけて丁寧に本作りをしていけば、読者に届く本はできるのですが、最近では業界の実情として、委託費の減少、編集期間の短縮化など、版元と編プロの間ではなかなか解決しにくい問題もあり、議論も白熱しました。



特別講演会

「出版メディアは生き残れるか—今こそ“桃太郎”の時代」と題し、名著『思考の整理学』の著者であり、文学博士の外山滋比古氏に講演いただきました。

日本の「編集」は世界でもっとも早く強力な文化である、というお話から、編集者には、異質なものを融合・調和させて、個々の力よりも上に持っていく「触媒」という感覚と、「偶然」というものを使って、新しいものをつくる「セレンディピティ」が大事だ、と語る外山先生。

そして、外山先生は、昔話「桃太郎」を引き合いに出し、今なぜ「触媒」と「セレンディピティ」が大事なのかを語っていただきました。



『若い人が学校と下宿を往復するだけではいけませんね。編集者も閉じこもってはいけません。必ず1日に1回は、何人かでおしゃべりしてみましょう。そこには新しい発見「セレンディピティ」がある』と、今年92歳になられる外山先生が、元気な声で私たち編集者に激励を飛ばしてくださいました。

巻頭特別インタビュー

新潮社『工芸青花』編集長 菅野 康晴氏

いま、この時代に 8000円の雑誌を作る理由

編集の現場探訪 vol.23

株式会社エイティエイト 代表取締役会長 横井 瞭子氏 代表取締役社長 澤村 陽子氏

言葉のセンスを磨いた 専門家集団の職人的仕事ぶり



2014年11月、新潮社から新雑誌『^{せいけい}工芸青花』が刊行された。

A4のハードカバーで布張り、表紙に箔捺しという豪華な造本で、限定1200部発行、定価は8000円。

骨董、茶の湯、西洋の中世美術、生活工芸等のテーマで、写真を大きく使っている。

これを立ち上げ編集長を務めるのは、『芸術新潮』やとんぼの本シリーズの編集を手がけてきた菅野康晴氏だ。

出版不況が深刻となる中、このような雑誌を創刊した理由、

今後の出版や編集のあり方について、お話を伺った。



限定1200部、
読者は順調に増加中。

—まずは『工芸青花』について基本的なことを教えてください。

年に3回発行する雑誌です。2014年11月刊の第1号は1000部、2号からは1200部限定で、全冊にシリアルナンバーを捺しています。定価は本体8000円。ただし年会費2万円で「青花の会」に入会していただくと、1年間3号分をお届けしますが増えていて、いまは800名程です。会員への送付分以外は、青花のサイト内のウェブショップと、各地の書店やギャラリーなど約40店舗でも販売しています。販売店に卸す場合は買切りでお願いしているのですが、ありがたいことに軒数も冊数も増えています。雑誌の内容は美術、工芸、骨董、建築など、私がこれまで仕事してきた分野が主です。出版だけでなく、そうした分野の催事（講座、茶会、演奏会など）や、オリジナル商品（器、絵葉書、アクセサリー）の物販も行なっています。

—創刊して1年たちましたが、いかがですか？

面白いですが、本作り以外のことは初めての経験なので。以前と比べて「本が売れない」と悩んでいる時間が少なくなりました。もちろんすぐ売れているわけではないのですが、やるのがたくさんあるんです。いまは自分が動けば動くだけ可能性も広がる気が

するので、思いついたらとりあえずやるという感じですね。『工芸青花』の8000円という価格は、最終的には勤でした。5000円では原価計算的に厳しい。

かといって1万円以上には私自身抵抗を感じました（そうしたほうがいいという意見もありましたが）。1年たってみて、儲かりはしないけれど損もしない、くらいに落ち着いています。

想定する読者とは
あくまでイメージにすぎない

—『工芸青花』を作った理由やきっかけを少しずつ伺いたいと思います。これまで菅野さんが仕事をされる中で、今につながるようなことは何かあったのでしょうか？

雑誌の編集部には、正直なところ「売ること」についてはあまり考えていませんでした。時代もよかったのだと思います。しかし書籍の部署に異動するとすぐに、これは「売ること」を考えないとまずい、と思い知りました。嫌でも現実（数字）が眼に入ってくるからです。いまにつながることは、書籍の部署に移って以降、販促のために著者等のトークイベントを多くやるようになりました。場所も新刊書店に限らず、古書店やギャラリー、カフェなどいろいろです。思いがけず楽しかったのは、来てくれた人たちとの会話でした。編集者は「読

者」を想定しがちですが（会議の場で「どんな人が読むの？」と訊かれることも多いです）、イベントで「本物の読者」に会うと、イメージは所詮イメージにすぎないんだなということがわかりました。

—想定した「読者」のイメージと、生の読者はズレていたということでしょうか？

ズレというか、当り前のことですが、読者はさまざまでした。傾向なんて考えないほうがよいと思いました。例えば若い人は本を読まないという評も、実際に硬軟の本を読破している若者に会うと、いかに紋切型な言葉かと実感します。私が仕事にしてきた美術工芸の分野は、出版界ではニッチです。そうした分野に惹かれる人はそもそも母数が少ないので、老若男女の別に意味はあまりないのです（同志のようなものなので）。トークイベントで「読者」を知り、本は予想外の届き方をすると、という実感を抱くことができたのは、いまの仕事に生きていると思います。

—それがわかってから、編集も変わっていききましたか？

はい。「わかりやすく作ること」の呪縛から解放された気がします。これまで例えば美術の入門書なら「初心者にもわかりやすく」

Vol.23 INTERVIEW

いま、この時代に 8000円の雑誌を 作る理由

新潮社『工芸青花』編集長
菅野 康晴 氏

と心がけてきました。でも気づいたら、書店の棚にはほとんど同内容の「わかりやすく親切な」入門書ばかり並ぶようになっていました。それならもう、既にある本と似たような本を自分が作る必要はないだろうと。「わかりやすくは説明できないけれど面白いと思うから伝えたい」という動機で本を作ってもよいのではないかと思うようになりました。なぜなら読者は常に予想外なのだから。本は常に思いがけない受けとめ方をされます。それは言い変えるなら、読者を信頼するということでした。

1分の1の読書体験を目指し、手仕事の器をヒントに

——とんぼの本シリーズを担当されていたのは、2009年から2014年までですね。その間、本離れが進みスマホが浸透して、売上げが低迷した時期でもあると思いますが、現場でも感じられましたか？

ええ。毎年とんぼの本のシリーズ全体の実売部数を営業部に出してもらっていたのですが、よくて現状維持でした。

——そうした厳しい状況の中で『工芸青花』が生まれてきたと思うのですが、どういうきっかけだったのでしょうか？

当然このままでは厳しい、未来は暗いという自覚はありました。でも本の中味・テーマを変えたいとは思いませんでした。背に腹は代えられないという考えのもと、例えばダイエットや英会話や片づけの本を作りたいとは思わなかった。なぜなら「あらゆる本」ではなく「ある種の本」が作りたくてこの仕事をしてきたからです。「本」も大事ですが、

「ある種の……」のほうが自分にとってはより大事でした。だからまず、これまでのように美術・工芸・建築を取材・編集した本を出し続けるためにはどうすればよいかを考えたのです。中味・コンテンツは変えたくないのなら、仕組みを変えるしかない。とんぼの本シリーズの創刊は1983年です。その理念は、それまで豪華な画集・作品集でしか見ることのできなかった内容を、より多くの人に、手軽なかたちで届けようということでした。それには安価でないといけないので、判型はコンパクトに、造本も簡易に、部数は多く刷る、という仕組みのシリーズでした。

——『工芸青花』とはまったくやり方が異なりますね。

確かに。とんぼの本の創刊理念に逆行していますね。大きな判型、布張り上製本、少数部——このような体裁の本は、とんぼの本の創刊時にはいまよりも多く作られていましたが、残念ながら現在では減多に作られません。愛蔵版と普及版のどちらかだけより、両方あったほうがいいですよ。本も物なので、たとえ同じ内容でも、文庫本とハードカバーの本で読むのでは、当り前ですが異なる体験になります。良し悪しではありません。若い頃から骨董・工芸の本が好きで、古本屋で探して買っていました。それらの造本は大判・布張り・ハードカバーが多く、古書でも高価でなかなか買えなかったこともあり、そうした本を手に入れて、時折、本棚から取りだして眺める時間は、いま思いだしてもよいものでした。それは、例えば1杯のコーヒーを飲むときに、どんな器で飲むかによって味は変わらないか

も知れないけれど、その間の時間の質は変わる、ということと同じだと思います。おそらく器作家の人たちは、それを信じて器を作っているはずですよ。

——いつ頃からそう思い始めたのでしょうか？

とんぼの本と異なるやり方、仕組みを真剣に考え始めたのは、3、4年前からでしょうか。ヒントにしたのは器などの手工芸作家のあり方でした。本は例えば1万部刷ったとしても、そのどれもが同じという前提の商品です。ですからその本を買った読者は、1万分の1の商品を手にしたことになりません。それに対して手仕事の器はどれも世にひとつしかないもの、1分の1の商品です。買い手にとってどちらが嬉しいかといえば、おそらく1分の1のほう。それなら本も、そういう商品になればよいのではないかと思ったのです。『工芸青花』がそうした本かどうかは読者の方に訊かないとわかりませんが、限定版で、シリアルナンバーを1冊ずつ手で捺していることや、麻布張りの布目も1冊ごとに違うし、箔捺しの文様もかすたりはみだしたり、ひとつずつ異なっています。また販売・流通も新たに試みたことでした。営業部や宣伝部とは関わりを持たず、新刊の告知、受注、決済、発送作業など、みな自分たちでやっています。

——どのように具体的な形を決めていったのでしょうか？

いろんな人に訊きにゆきました。いずれも社外の知人です。リトルプレスの編集者、古書店主、工芸店主、器作家、茶人、カフェ店主、骨董商……。

——手仕事の品を売ると同じようなことですね。

そうですね。器作家の方々に送っていたく個展のDM、みなさん手作業で何千という数を発送しているのですが、創刊前の案内はそのやり方を手本にしました。内容見本のリーフレットを作り、知人その他、関心を持ってくれそうなところへ送ったのです。あとSNS、この時代でよかったなと思いましたね。ウェブサイトも自分たちで作りました。会社の公式サイトにはリンクを載せて



新潮社 『工芸青花』編集長 菅野 康晴氏 Yasuharu Sugano

Profile
1968年栃木県生まれ。早稲田大学第一文学部卒業。学生時代から美術や骨董に興味があり、『芸術新潮』や平凡社の『太陽』等を好んで読んでいた。こうしたグラフ誌に出てくる世界に触れることを仕事にしたいと、1993年新潮社に入社。『芸術新潮』編集部で15年間在籍、その後とんぼの本シリーズ編集部のヘッドを務め、美術・工芸・骨董のジャンルを中心に多くの企画を手がけた。

います。

——本や雑誌は、まったく同じものとして大量に流通し、発展してきた側面もあります。

でもその前は写本でした。内容は同じでも、手書きだから1冊ごとに別の本になります。あとは例えば柳宗悦が戦前戦後の約20年間出し続けた月刊誌『工藝』の部数は1000から1500部、後半は表紙が手描きの漆絵だったので、まさに「1分の1」の雑誌でした。

——『工芸青花』の中身を見ると、大きな特集を持つではなく、7~9のテーマを並列

にしています。

何人かに「大特集スタイルのほうが保存版になりやすいよ」といわれました。そうかも知れません。12月末に出す4号では、奈良時代の礎石の記事と中世ヨーロッパの教会美術の記事をほぼ同じページ数(30数ページ)で掲載しています。どちらかにしか関心がなかった人が、「こっちは面白い」と思ってくれたら嬉しいです。雑誌のよさはそういうことだと思うので。

——『工芸青花』の仕事では、催事が大きな存在のようですが、今後、編集者の

仕事として、外に出て実際に読者に会う、イベントを企画するといったことが必要だと思いますか？

そうすべきとは思いませんが、やってみると案外、本の編集とかなり近い気がしています。昨年新潮社は古い倉庫を改修して「la kagu (ラカグ)」という商業施設(服、雑貨などの売場とカフェ、イベントスペース)を作りましたが、本も小さな売場の割によく売れているようです。青花でも、イベントは本を売る機会、知ってもらう機会でもあると思って続けています。



誌面で取り上げた作家の器やアクセサリーなど、オリジナル商品の物販も準備中。写真のシルバーアクセサリーは、『工芸青花』サイト上でblog連載もする金沢百枝氏の監修で制作。スペインの修道士ベアトッスによる『ヨハネ黙示録注釈書』の写本(10~13世紀)の押し絵からとっている

Magazine 『工芸青花』

<http://www.kogei-seika.jp/>

布張りに箔捺しの豪華な造本で、年3回発行される。定期購読は年会費2万円(税込)、1冊では8000円(税抜)。他の編集部の建物とは離れた郵便物の作業所の隣にある編集部で、菅野編集長とアルバイトの2人体制でつくられている。発送リストやラベルづくり、発送作業、webサイトづくりも自分たちで行う。サイト上のショップでは、在庫があれば『工芸青花』を購入できる他、美術や工芸の講座、茶会や演奏会など催事の申し込み等もできて、雑誌という枠を超えた、文化の発信・交流拠点にもなっている。



編集の現場探訪 Vol.23

株式会社エイティエイト

http://www.ei88.co.jp

1988年、現会長の横井瞭子氏が設立。社名は設立年にちなんでつけられた。国語に特化した教材編集を行い、幼児から社会人向けまで、国語に関連するものを幅広く手がけている。創業から10年ほどは女性のみで構成された企業だった。その長年の経験の蓄積により、女性が長く働ける環境を整えている。



言葉のセンスを磨いた 専門家集団の職人的仕事ぶり

株式会社エイティエイト 代表取締役会長 横井 瞭子 Ryoko Yokoi 代表取締役社長 澤村 陽子 Yoko Sawamura

ミスの許されない、 根気と集中力の要る仕事

国語教材の編集をする「エイティエイト」は、1988年に創業者で会長の横井瞭子氏によって設立された。横井氏は、設立のきっかけを「自然発生的に、できちゃった会社」と語る。「教材の編集プロダクションを辞職した後、出版社から依頼された仕事を個人的に請け負っていましたが、仕事が多くなったので友人に手伝ってもらおうようになり、それなら会社形式の方が効率的だと考えたことが発端です。仕事が増え、手が足りなくなると人を増やして、現在は社員10名です」。同社は新規受注のための営業はあまりしていない。「一つ一つの仕事をしっかりすることが、すなわち営業」と横井氏は言う。

現社長の澤村陽子氏は、会長のこの言葉を受け「教材編集は特に間違いが許されない仕事です。5校、6校と重ねていくことは当たり前で、集中力と根気が必要とされます。長年にわたり、ミスなくやってこられたことが評価につながっているのではないのでしょうか」と話す。「新入社員を除けば、社員に特別な指導を行っているわけ

ではないが、よき『職人』としてコツコツと根気をもって仕事を積み上げることの大切さは伝えている」と語っている。さらに横井会長は「それぞれが、言葉に対するセンスを磨いて、言葉の面で常に自分を高めるようにしてほしい」と言う。社員一人ひとりが国語の専門家、言葉の専門家として自覚を持ち、根気と集中力を備えて仕事に向かっていることが、この会社の強みだろう。

編集プロダクション側から 発信していく姿勢も大切

横井氏が社長職を澤村氏に託して会長となったのは2010年のこと。「経営上の細かい仕事から離れ、自分のやりたい仕事に積極的に取り組みたいと考えました。全てが形になるわけではありませんが、好きなものをこちらから出版社に発信してつっていきたくと思っています」。

澤村社長は、「教材の編集では、教科書の改訂に合わせて新しい教科書準拠ワークやドリルを制作するため、仕事が集まる時期とそうでない時期で仕事量も売

上も差があります。手を動かして仕事をしなければ収入を得られない、ここにもこの仕事の『職人』的特徴が見えます。これをいかにならすが経営上の課題です。純粋に『教材』といえるもの以外の書物、たとえば大人用の教養本などにも、仕事を広げていく必要があります」と言い、仕事の幅を広げるためには、やはり自社からの発信の必要性も感じているという。「さまざまな出版社とおつき合する当社は複数の会社のやり方を知っています。そうした知見から出版社にご提案できることもあると思います」。

横井会長は、社の歴史を振り返りながら「仕事を回していくためにつくった会社ですが、社員の増えた今は、社員の生活を預かっていることを考えなければなりません」と話し、「精神面でも物質面でも社員が豊かになるよう、よい仕事を増やしていきたいと思っています。当社は、決して『下請け』をしてきたわけではありません。出版社とともに互にいいところを出し合って、当社からも発信をしながら物をつくる姿勢で進んでいきます」と今後の展望を語った。

制作現場に聞く

AJEC会員社 株式会社エイティエイトで活躍する社員の方に仕事について伺いました。



編集

相場 紀子

Noriko Aiba

96年にアルバイトとして入社。当時は劇団で活動していた演劇と両立できるアルバイトとして考えていたが、劇団を辞める時に社員となった。現在は自分で演じることはないが、劇場にはよく足を運ぶ。才能のある後の世代を応援したいと、若手の劇団発掘も楽しんでいる。

紙の上のラフな絵や文字が「本」になっていく喜び

小中学生を対象にした教材編集を多く担当しており、中でも通信教育講座のテキストは、長年続けている仕事です。教材は、間違いがあってはいけないものですが、「てにをは」、意味の似通った同音異字の選択など、人によって感覚や判断が異なることも多く、意外に細かいところで迷う難しさがあります。そうした細かいことの積み重ねで仕事を進めていくため、出版社の担当者とのコミュニケーションには特に気を遣います。基本的なことではありますが、なるべく手をわずらわせないように質問はまとめて、一度聞いたことを再度聞かないよう注意点を一覧にしたりと工夫しています。また、言葉の感覚を鋭敏にするように日常的に文章を読むことも心がけています。

学習参考書だけでなく、一般書籍に近いものを手がけたこともあります。物語を読みながら言葉の正しい使い方を覚えらる絵本は、絵と文字のバランスをどうするのがよいか、結末をどうすれば読者である子供たちの心に残るのか、ライターさん、出版社のご担当者と相談しながら完成させた印象深い仕事です。

どんな仕事でも、紙の上の文字とラフな絵が、だんだんと形になり組み上がり、本として完成するのを見ると「ああ、こうなったか、やっていたよかった」と感慨を覚えます。仕事の影響で、プライベートで本や雑誌を読む時にも、レイアウトの苦勞を想像したり、一つ一つの言葉の選び方に思いを馳せたりするようになりました。

今後は、教材だけではなく、「この人」と惚れ込んだ著者の本をつくることも、編集者としてやってみたいと思っています。



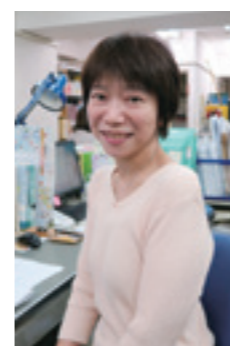
出版社にいた頃には味わえなかった、制作実務の楽しさ

入社は2002年、前職は出版社の国語教材編集者でした。教材の編集では、実際の制作は編集プロダクションが担うことが通常です。執筆者への依頼からはじまって、原稿の内容検討を行い、デザインを組んで校正を重ねる「制作」の仕事は、出版社にいた頃からやりたいと思っていました。出産を経て働き方を見直したこともきっかけとなり、この会社に入りましたが、かねてから希望していた制作実務に携わることができて充実した毎日です。特に、執筆者や校正者、出版社の担当者とじっくり相談をし、意見を出し合いながら、共にいいものをつくっていくこととする楽しさは、出版社時代には味わえなかった感覚です。

担当ジャンルでは、古文や漢文を担当する機会が多くなっています。学生時代の専門は古典ではありませんでしたが、もともと古典には興味があり、担当の経験を重ねるうちに力がついてきて、最近では趣味として『源氏物語』などを原文

で読んでいます。息抜きとはいえ、今後の業務に生かせるよう、重要語のマーキングをしながらの読書です。また、古文に限らず、国語という教科により通じるため、何かの折にはすぐに辞書を引くこと、そして読書記録をつけることを習慣づけています。

難しいことは毎日のように発生しても、辛いと感じたことは皆無。そんな楽しさばかりが目立ちますが、日程管理が少し苦手なので、執筆者や校正者には前もって声をかけ、計画的に進めることを意識しています。周りの方々の協力をいただきながら、今後もよりよい教材の制作を続けていきます。



編集

松本 麻子

Asako Matsumoto

中学生の息子さんを子育て中。エイティエイトには、働き方や仕事の進め方を本人の自由に決められる、子育てをしやすい環境があり、恵まれていると感じている。お姫様が出てくるような「王朝物」が好きで、自由な時間には原文での『源氏物語』の読書の他、韓国ドラマ鑑賞も。