

● 第12期 編集講座第1回 5/18
編集の仕事の幅を広げましょう!
～第一線で活躍する出版人の「仕事の流儀」を知る～

講師：中村由紀人氏
(毎日新聞出版株式会社 取締役)
受講者：65名
会場：DNPプラザ 2Fイベントゾーン
時間：18:30～20:00



編集者がブレイクするにはどうしたらよいか、中村氏は「自分がブレイクする方法」「仕事のスタイルを確立する方法」と、二段階に分けて講演してくださいました。

まず、自分がブレイクする方法として、「出版社の要望・状況をよく知った上で、企画を持ち込むこと」「文字数・ページ数制限があるなかで編集する訓練をする」といったノウハウから、「師匠と慕う人をつくること」「大物先生の担当編集者と接点を持つこと」などの編集者として必要な絆づくりについてお話いただきました。

つぎに仕事のスタイルを確立する方法として、「1タイトル1冊のノートを作ること」「取材と接待は前日から準備しておくこと」「デジタルとライツの知識を勉強すること」など、具体的なアドバイスをいただきました。中村氏のアドバイスを繰り返し続けていけば、きっと編集者としてブレイクスルーするときにやってくるだろう、とそんな気持ちになれるお話がいっぱいでした(詳細の講義内容はHPにてご覧ください)。

● 第12期 編集講座第2回 6/15
「読む・書く・編集する、
そしてプロデュースする技術とは?」

講師：晴山陽一氏
(出版プロデューサー・作家)
受講者：80名
会場：DNPプラザ 2Fイベントゾーン
時間：18:30～20:00



20年前、47歳で独立し、書き手として、編集者として、パブリッシャーとして、大活躍。また出版塾で多くの作家を育てている晴山氏。エディターの面、ライターの間、パブリッシャーの間からひとつひとつ、疑問文の形で話をされました。疑問文で話すのは、疑問文から本を書く、という話につながり、つまり、本はひとつの疑問文なんだと晴山氏は言います。

「何を問っているのか」あるいは「問いにどう答えようとしているのか」がわからない本は、晴山氏から見れば、売れる気がない本、と見える。紙の本と電子と翻訳で20年間200冊、1カ月に1冊のペースで、本を出していこうという人間にとって、質問を明確にすること、その答えを書く、ということをしなければ、読者が離れていく。次の問いは何か? どうやってこの人はそれに答えてくれるのだろうか? ということを読者に期待させなければ、と言います。同じ著者の本は、ふつう3冊目くらいで飽きてくるからです、という前置きの話の後に、5つのポイントを紹介してくれました。(5つのポイントについてはHPに記載しています)。

● 第9期(通年度35期)通常総会 5/24

出席者:(総会)本人出席/20名 委任状出席/8名(計28名)
(懇親会)28名
会場：日本出版クラブ会館

平成29年5月24日、日本出版クラブ会館において「第9期(通年度35期)通常総会」が、出席者20名、委任状8通、議決権28を持って成立(総議決権数40)、開催されました。

- ◆第1号議案
・平成28年度の事業報告および決算報告審議(理事:池口美穂)
・監査報告(監事:小林哲夫)
- ◆第2号議案
平成29年度事業計画案および予算案審議(理事:池口美穂)
- ◆第3号議案
役員改選の件(理事:酒井文人)

以上の議案はすべて満場一致で承認されました。

引き続き行われた懇親会では、酒井理事長の挨拶の後、賛助会員社である大日本印刷株式会社・事業企画開発本部・副本部長の宮下正寛氏による乾杯のご発声で始まりました。その後、新入会員社の紹介、第2回編集プロダクションフェアの報告。各委員会、部会からの挨拶と今期の計画などのお話があり、最後に中締めとして、株式会社カルチャー・プロの須藤靖夫社長による、恒例の一本締めでお開きとなりました。



大日本印刷株式会社の宮下正寛氏(写真左)と懇親会の様子。

● 拡大協議会 6/8

場所：北海道 飯田橋東口店 出席者：14名

6月8日(木)理事会の後、18:30～飯田橋の北海道店で拡大協議会が開かれました。今回は会員数を増やすために、編集という業務を幅広く考え、紙の編集をしているところだけにこだわらず、声かけしてみようということになりました。

● 経営合宿 6/23

場所：石和温泉郷 ホテルやまなみ 出席者：15名

第1部 ●講演/13:30～15:00

「人材枯渇時代」の新卒&中途(採用・育成戦略)
〈講師〉エン・ジャパン人材活用支援事業部 新谷 優氏
若者の会社選びの現状、会社での人材育成などについて、エン・ジャパンの人材活用支援事業部の新谷優氏に、「市況に合わせた採用活動の必要性」「求める人材像を明確化」「活躍・定着を実現する取り組み」の3つの切り口から採用育成戦略についてお話いただきました。

第2部 ●ディスカッション/15:00～17:30

21世紀型人材活用戦略を探る
第2部は、今後の働き手の確保について意見交換。高齢者、主婦、在日外国人、クラウドワーカー、インターン学生など、多様化する人材活用法や育成法などについて、全員で検討しました。



巻頭特別インタビュー

株式会社日本図書センター
代表取締役社長 高野総太氏・第二出版部 課長 高野愛実氏

一般書籍編集未経験の出版社がヒット作を連発中!

ベストセラー

『こども孫子の兵法』が
生まれるまで

編集の現場探訪 vol.29

株式会社桂樹社グループ 代表取締役社長 広山大介氏

百科事典編集で培ったノウハウを、
多分野の編集に生かして



未経験の出版編集
——ヒット作を連発中!

ベストセラー 『こども孫子の兵法』が 生まれるまで

代表取締役社長
高野総太氏
Souta Takano

Profile

2001年、新卒で入社。流通や営業を経験した後、企画を担当。大学向けに往年の学術名著を復刊することがメインだったため、復刊する価値のある書籍探しや、あるテーマの文献を集めて書籍化する等の企画に携わってきた。2015年に社長に就任。企画が大好きで、今後も現場仕事を続けていきたい。

第二出版部 課長
高野愛実氏
Itsumi Takano

Profile

2007年、修士課程修了後に入社。部門としては編集実務1本だが、以前は、研究者の論文を書籍化する編集業務をメインに担当していた。研究論文の仕事も楽しいが、図書館向けのセット本や「こども訳」等の編集を通し、自分の考えを入れながら内容を練っていく作業にも魅力を感じている。

「孫子の兵法」の言葉を24本選んで「こども訳」し、イラストをまじえて楽しく伝える

『こども孫子の兵法』は、2016年3月に刊行され17年6月時点で12万部のヒットとなった。

続編となる『こども菜根譚』『こども君主論』も好調な売れ行きだ。

発行元である日本図書センターの社長・高野総太さんと担当編集者・高野愛実さんにインタビューした。

兵法を子ども向けに アレンジするには

——社長の高野さんと、担当編集者の高野さん。名字が同じですが、お二人のご関係は？

高野愛実：社長の高野は、私の実の兄です。

高野総太：父の仕事を受け継ぎ、2015年に社長に就任しました。『こども孫子の兵法』をはじめとする児童書シリーズは、私が主に企画を担当し、編集実務を高野愛実が担当する体制で進めました。

——なるほど。それではまず、これまでにお二人で手がけた本について教えてください。『こども孫子の兵法』の前にも『栄養素キャラクター図鑑』など、ユニークなヒットを飛ばしていらっしゃいますね。

高野(総)：弊社はもともと、アカデミックな書籍を扱う出版社です。主に大学向けの資料をつくっていましたが、時代の流れがあり、新しい方向性を探すようになりました。ちょうどその頃、懇意にさせていただいた大学の先生方から「研究から派生して子ども向けに本を書いたり監修したりするけれど、おたくでは児童書はやっていないの?」といったお声をかけていただくことも多くなり、児童書出版を開始しました。

——では、それまでは、書店流通する一般書籍は手がけてなかったのですか。

高野(総)：そうです。学校図書館向けのシリーズもありますが、書店で販売される児童書としては、2012年に出した『わくわく数の世界の冒険』が最初です。こちらは二人ではなく、私が企画から編集まで行

いました。著者の桜井進先生は大人向けに数学を楽しむ本を書かれてヒットを出されましたが、その先生がはじめて子ども向けに「毎日小学生新聞」で連載をされていて興味を持ち、この連載をまとめました。シリーズ全3冊です。書店販売の児童書の作り方がまだ確立していなかったこともあり、すでにあるものをまとめる形にしました。



『わくわく 数の世界の冒険』
桜井進 著 / ふわこいうしろう 絵

数当てマジックや、二桁のかけ算が簡単にできる方法など、大人も子どもも頭を使って楽しめるテーマをイラストたっぷりに楽しく展開する。1・2・入門の全3冊。累計20万部。

——そして、2014年にキャラクター図鑑シリーズの第一弾としてヒット作の『栄養素キャラクター図鑑』が発売されました。

高野(総)：『栄養素キャラクター図鑑』は、私が着想し二人で議論しながらつくったものです。親はよく、好き嫌いを食べない、栄養を摂りなさいと言いますが、子どもにしてみれば「栄養なんてどこにある?」となります。子どもは目に見えるものでないとなかなか信用できないので、栄養素を目に見える形にして親近感がわくようにキャラクター化するというコンセプトを決めました。そこから、各栄養素をどんなキャラクターでどのよ

うに紹介するのか、具体的なところに落とし込んでいくのは、彼女の仕事です。



『栄養素キャラクター図鑑』
田中明、蒲池桂子 監修 /
いとうみつる イラスト

タンパク質はマッチョなキャラクター、アルコール分解に関わるナイアシンは酔ったおじさんキャラクターなど、栄養素の特徴を直感的に理解できる。栄養士を目指す学生や、サプリメントに興味のある中高年からも支持された。シリーズ第8弾までで累計30万部。第9弾「野菜と栄養素」が6月に発売。

——キャラクター図鑑シリーズは今も続編を出されていますが、平行して刊行されたのが、『こども孫子の兵法』ですね。

高野(総)：2008年ごろ、子ども向けに「論語」の言葉を抜粋して紹介する本がヒットしました。これがとても印象的で、子ども向けに中国古典をアレンジするものを自分でもやりたいとずっと思っていました。今回「孫子の兵法」を選んだのは、私自身の愛読書であったこと、そして、世の中を生きていく上でのリアルな知恵を伝えたかったということです。道徳はとても大事ですが、その基本があった上で、本当に役立つのは、人間関係や生き方を柔軟に考えること。それに「孫子の兵法」は使えるのではないかと思います。たとえば、何か困難があっ

たときに、「逃げてはいけない。逆境と向き合いなさい」と親は教えたくなくなります。でも実際には、生真面目に困難と向き合っていたらすり減ってしまう可能性も高い。親自身の言葉ではなかなかそうは教えられませんが、本で教えられれば、と考えました。

——編集ご担当の高野愛実さんは、この企画を聞かれてどう思いましたか。

高野(愛)：ずいぶんとがった企画だなと思いき、最初は否定的でした。「名著の子ども向け解説本」というジャンルで「論語」などは受け入れやすいところですが、そのなかで「孫子の兵法」はどうだろうというのが正直な感想でした。

それでも、ニュートラルな気持ちで、どうしたら親が子どもに読ませたいものになるかを考えてみると、「戦いに勝つことやあえて戦わないことは、自分自身や自分の周りの人たちを守ることだ」と捉えれば、子どもの世界でも落としこめそうに思えてきました。そこを出発点として、児童書として成り立つように、言葉づかいやイラストを工夫していきました。

高野(総)：この本で、生真面目な感じのイラストを使うと、きつくなってしまったと思います。あえてちょっと「抜けている」「緩い」感じの、しかししっかりとメッセージが表現できるイラストレーターを、彼女に選んでもらいました。柔らかくする、ハードルを下げるという点は、完全に任せていました。

——正方形に近い、この判型も特徴的です。いずれのシリーズもこの判型ですが、どのように決められたのでしょうか。

高野(愛)：王道の絵本でもなく王道の読みものでもなく、いろいろな要素が集まっていることが、この形に表れています。手に取りやすく、ページをめくりやすく、イラストも見やすく、と考え、A5型変形の正方形に近いサイズに行き着きました。どのシリーズも同じと決めていたのではなく、特に『孫子の兵法』に関しては、ずいぶん迷い、さまざまなサイズを検討しました。

高野(総)：紹介する言葉は20数個に収めて80ページくらいという前提もありました。また、気軽に1日1テーマでも読めるように構成し、解説もきちんと入れ、余白もとると、やはりこの判型に落ち着きました。

アクセル・ブレーキの関係で議論を重ねていく

——着想・企画があって、それを編集していく過程で、お二人の連携はどのようにされているのでしょうか。

高野(総)：私は、自分ではこれがいいと思う、磨けばなんとかかなりそうな原石だけは持ってくるんです。それを「このように磨きたい」と伝えるところまではやるけれど磨きが得意ではない。「孫子の兵法」についても、サンプル原稿を自分で書きましたが、きちんと子どもに伝わるように彼女に細かく調整してもらいました。

——こども訳シリーズで、24の言葉を選んだのはどちらですか。

高野(総)：共同作業です。それぞれ自分が選ぶ24本を出して、二人がいいと思っ

たものは自動的に入れる。見解の分かれるところは議論する。そんな形です。私の場合は、「4番バッター」のようなものを揃えたいと思います。しかし彼女からは「それだと読んでいてつらい。あえてゆるく、くずす言葉を入れていかないと圧迫感があるし読み疲れてしまう」という指摘がきます。

——解釈や噛みくだき方も難しいですね。

高野(愛)：そうですね。「こども訳」がこのシリーズの肝でもありますから、「子どもにここまで言っているのか」「これではきれいごとになってしまうのか」という議論はかなり重ねます。

高野(総)：私は、こども訳でも、伝えたいことを直球の剛速球で投げたいんですね。そうすると、「たまには変化球や緩急が必要だから」と忠告されるわけです。アクセルとブレーキのような関係ですね。

高野(愛)：「こういう本をつくりたい」という大きな目標は共有できていますが、細かいところでの好きなもの、自分の感覚にフィットするものが微妙に違うのだと思います。おそらく、どちらかだけがいいと思うものを集めるとバランスが悪くなるので、そこをミックスしていきます。

——いいコンビですね。けんかはしないんですか。

高野(総)：しないですね。面白い本をつくりたいというところでは共通していて、得意技は違う。それがわかっているのも、お互いの得意なところを引き出そうと考えています。議論はたくさんしますが、根本的な考えにずれはありません。

高野(愛)：意見がすっきり分かれることはなく、お互いに「確かにその考えもありますね」と共感する点は必ずあり、いちばんよい落としどころを相談することになります。

高野(総)：企画自体についても、最初に彼女に相談し「これはない」と言われれば、考え直してみます。逆に、3弾目の「君主論」は、私の方が躊躇して、彼女が「行ける」というので発刊を決定しました。「君主論」は、リーダー向け、帝王学の名著という特徴がはっきりしていて、うまくやらないと誤解を生む可能性が高いので、かなり迷った

のです。でも彼女が「ここはそれこそ直球を投げた方がいいんじゃないですか」と。

——アクセルとブレーキが逆になったんですね。

高野(総)：はい。自分で企画を出して、最初はアクセルを踏みっぱなしなのですが、途中からすごく不安になるんです。

高野(愛)：たぶん経営的な面を考え始めるのだと思います。そんな時こそ、「こんなふうには面白くできません」と、原石の磨き方を提案したいですね。

高野(総)：心配になってきたところに、「これなら大丈夫」と背中を押されるような感じです。役割が逆になりますね。

読者は子どもに絞らず、企画は大人の本をヒントに

——新しい分野に進出し、順調に結果を出していますが、その秘訣はどこにあるのでしょうか。

高野(総)：基本は、類書がないという点でしょう。規模の小さい会社ですから、大手の出版社と同じ土俵では厳しいと思います。子ども向けですが、読者を子どもに絞らないことも考えています。書籍を購入するのは大人ですから、大人が「面白い」「子どもに手渡したい」と思うところからスタートさせる必要があります。

大人のアンテナに引っかかるためには「本人も気づいていないニーズ」を考えます。「孫子の兵法」でいえば、親には「うちの子は将来大丈夫かな。世の中をしっかりと渡っていける知恵を教えてあげられたら」というニーズがどこかにあると思うのです。「栄養素キャラクター」でいえば、「好き嫌いをなくしたい、栄養に興味を持ってもらいたい」と何となく思っているところに、店頭で本に出会うことでニーズが顕在化する。このように「何となく無意識に思っていることをうまく掘り上げる」ことを意識していま



す。

書店では、類書の販売部数でどれだけ置くかを決めるので「類書がないというのがいちばん困る」と言われ、出だしは大変です。

——出だしを乗り切るためには、どんなことをされるのでしょうか。

高野(総)：地道にPOPをつけたり、書店員さんに中身を見ていただいたり。その他では、新聞広告で認知を広げていきました。子どもの教育に熱心なビジネスパーソンが読者に多いので、日経新聞をよく利用します。

——児童書の編集が急に始まって、社員の皆さんの反応はいかがですか。

高野(愛)：不慣れなことも多いので、大変ではありますが、店頭で自分の会社の本が見られるという、他の出版社の人にとっては当たり前のことがとても新鮮で、面白がっています。

高野(総)：これまでは、私が自ら成功例を出してモデルケースになるように心がけてきましたが、今後は社員一人ひとりが「自分でヒットを出したい」と思って、企画を出してくれることを期待しています。自分の出した企画が平積みの本になったり、何かの

媒体で紹介してもらったりする経験したいという思いは、皆持っているようです。

——ヒット企画を立てる指導をしているのですか。

高野(総)：具体的な指導はしていませんが、児童書だけで児童書の企画を考えるのはやめて、いろんな本を見た方がいいという話はしています。たとえば、大型書店に行ったら1階から上の階まで、理工でも、人文でも、ビジネスでも、面白そうだった本は全部見ておいた方がいいし、売れている本はチェックしておいた方がいい。そうしてさまざまなものが自分の中にインプットされていると、いつか何かにつながります。

——今後の目標を教えてください。

高野(総)：引き続き、児童書であり展開されていないテーマにチャレンジしていきます。「あったらいいな」のニーズをうまく掘り起こし、親から子どもに伝えづらいうる児童書という形を使ってうまく伝えていけたらよいと思います。単純な目標としては1年に1回くらい、児童書の年間ランキングで上位に入りたいということ。社員のモチベーションになります。また、未知の編集プロダクションさんと組む機会を持って、できることを広げていきたいとも考えています。

BOOK 『こども孫子の兵法』

齋藤孝 監修

孫子の兵法のなかから、フレーズを24本選び、1本1見開きで解説。兵法を子ども向けに、という奇抜な企画だが、くすくすと笑えるイラストや、読みやすい解説文、監修に齋藤孝氏が入ること等で、取っつきやすい本に仕上がっている。売上は12万部。続編の『こども菜根譚』は4.5万部、『こども君主論』は3万部。





編集の現場探訪 Vol.29

株式会社桂樹社グループ
http://www.keijusha.co.jp/

出版社に在籍していた創業者が仲間を集めて始めた。社名にある「グループ」は「職能を持った人たちがグループで活動しよう」という意味をこめたもの。代表職は社員が引き継ぎ、広山氏は3代目となる。写植の時代からの編集者も在籍しており、往年の技術と知恵を若い世代に受け継ぎながら、新時代の編集スタイルを開拓している。

百科事典編集で培ったノウハウを、多分野の編集に生かして

株式会社桂樹社グループ 代表取締役社長 広山大介 Daisuke Hiroshima

写真や図表を使った見せ方を得意分野に

当社は1969年に創業されました。創業してしばらくは、百科事典をメインに、重厚で情報量の多い書物を多く扱ってきました。百科事典に限らず、歳時記など、写真や図表を多用した大型本の編集を数多く手がけ、この一連の仕事により、ヴィジュアルでわかりやすく見せるノウハウを蓄積してきました。大型本の編集と平行して、旅や草花などをテーマとした、趣味・実用系の書籍編集が増えていったことは、このノウハウを生かした事例のひとつです。

一般家庭で百科事典を揃える習慣が急速になくなってきた1990年以降も、蓄積したノウハウにより、パン職人や看護師などの専門家向けに、写真や図表を多く掲載した技術書という新しい分野を開拓することにしました。

本が売れない時代の、4本の柱

転機となったのは、2000年代に入った頃です。写真を贅沢に使った書籍や大型本の需要が減り、事業の柱になるものを確立しなくてはならないと考えていました。

そこへ、通信教育企業からの依頼があり、資格講座のテキストの仕事を開始しました。この企業とは、通信販売用の大型旅行写真集を共に制作した経験があり、「わかりやすい見せ方」への評価があって、受注につながったのです。

資格講座のテキストや問題集、参考書等は、本が売れない時代にも需要が見込め、毎年の改訂作業もあり継続した仕事になります。資格を持って現場で働いている人向けの技術書も含め、各種テキストの編集は業務の大きな柱となっています。

当社は現在、業務の柱を4本立てており、その2本目は学校図書館にシリーズものとして納入する図書館セットです。エコロジー、憲法、職場体験など、子どもが楽しく読んで興味を持てるように、内容や見せ方を工夫しています。子ども向けに表現することは、簡単なことではありませんが、百科事典編集で培ってきた当社の強みを生かせる領域だと考えています。

柱の3本目は医学関連書籍です。医師や看護師向けの専門書から健康実用まで幅広く手がけており、読者の属性に合わせて的確に伝えることに評価をいただいでい

ます。そして4本目に、資格講座のテキスト編集の実績から仕事につながった、大学教科書編集があります。一般的な大学の教科書にある硬さをなくし、学生が無理なく勉強に励める誌面づくりを心がけ、主に保育・福祉分野の大学でご利用いただいています。

仕事を広げるのに欠かせない提案力

このような4本の柱を立てて特化した制作を行っていることが当社の最大の特徴です。創業当時から人が変わっても受け継いできた、百科事典や大型ヴィジュアル本の手法を生かした編集を強みにしていますが、制作物のほとんどが「紙」であることは、近い将来、強みでなくなるときもやってくるでしょう。そのような将来を見据え、新たな柱を構築することを今後の課題と考えています。

仕事とその領域を広げるためには、依頼に応じて作るだけでなく、こちらからの提案を積極的に行っていくことが必要です。提案時には、社内コンペとして社員全員から企画を募集し、社員一人ひとりの企画力をつけることにも力を入れています。

制作現場に聞く

株式会社桂樹社グループで活躍する社員の方に仕事について伺いました。



編集者

岡田吉里子
Kiriko Okada

新卒では事務職に就き、2009年に転職して入社。編集者になったのは、母が料理関連書籍を編集していた影響が大きい。以前の仕事では、全体の仕事の一部分のみを担う感覚でいたが、編集の仕事は、自分のやったことが全て反映されて形に残るところが魅力だと思う。

専門的な内容を正しくわかりやすく伝える

現在、担当しているのは、管理栄養士や社会福祉士などの国家試験対策本と、健康実用書です。国家試験対策本は、毎年の改訂を中心に複数冊を同時並行しており、1年のうち半年はこの仕事に専念し、残りの半年で単発の健康実用書を担当するというサイクルです。

管理栄養士や社会福祉士は、誰でも取れる資格ではなく、国家試験に受験資格が決められているものから、読者の多くは大学などで専門的に学んでいる人たちです。受験者用でもあり、正確性が求められます。絶対にいい加減なものをつくれないと、いつも気を引き締めています。私自身が内容をすべて理解することは無理ですが、過去の試験データはしっかり集めて出題傾向を把握するようにしています。

健康実用書では、版元様によっては、あいまいな表現や、逆に「〇〇を食べて血圧が下がる」等の言い切ってしまう表現を避けるなどルールが厳しく気を遣いました。誌面づくりでは、高齢者向けでもあり、わかりやすい配置を心がけました。

どちらの仕事も専門的な内容が伴い、正確性が特に要求される分野です。そのため、自分自身でもある程度の勉強をすることが必要ですが、その勉強した内容は、ひとつ仕事を終えるごとに自分の中に残っていきます。その蓄積が、次に同じテーマや似たテーマに取り組むときに生かせることを実感することがあり、そんな自分の成長ぶりは、仕事の楽しさとやりがいにつながっています。

今後は、児童書、料理本など、いろいろなジャンルのものに挑戦していきたいと考えています。



左から、「食」で健康になる！ 簡単ごはん / 主婦と生活社、『社会福祉士書いて覚える！ ワークノート』 / ユーキャン 学び出版、『本気で探す頼りになるいい歯医者さん』 / 学研プラス



編集者

岩井智彦
Tomohiko Iwai

1990年代終わりに3年ほど勤務し、2015年に「出戻り」で再入社。ホテル等でサービス業に従事していた経験もある。休日には、馴染みのない路線に乗り、気の向いた駅で降りて周辺を散策したり、ミステリーを読んで現実離れた世界に浸ったりして、気分転換している。

さまざまな読者に向けて適切な表現を探る

これまでに、図書館向けの児童書シリーズ、保育士の専門参考書、資格試験の対策本など、幅広いジャンルのものを編集してきました。

戦国武将の生涯を戦を軸に描く8冊シリーズの児童書では、文字だけに頼らないメリハリある見せ方に配慮し、写真、イラスト、CGでの再現、図表など、図版の要素にも多種類を散りばめて使いました。児童書では全般的に「どこまで噛みくだくのか」という難しさがあります。戦国武将シリーズでは、イラストやCGをわかりやすくすると同時に史実との整合性を保つことにも苦慮し、憲法をテーマにしたシリーズでは、わかりやすい伝え方を第一にしながらも、表現のしかたによって間違った知識に導いてしまうようなことがないよう、版元様、監修の先生と密に連絡をとって、間違いのないバランスのよい表現を工夫しました。

子ども向けであっても大人向けであっても、読者に合わせた内容の噛みくだき方を考えることは編集の基本であり、予算と時間に合わせて、読みやすさ・わかりやすさをできる限り担保することが大切です。そのため、最初の企画段階で、ターゲットやリ

ソースの割き方など、骨子の計画をしっかり考えておくことが必要だと思います。どんな分野に取り組むときも、そのことは忘れないようにしています。

幅広い分野に携わり、興味をいろいろなところに向けられることは編集という仕事の面白さのひとつですが、今後は、何かひとつのテーマを掘り下げていきたいという希望も持っています。



『どう考える？ 憲法改正 中学生からの「知憲」シリーズ(全4巻)』 / 監修 谷口真由美 / 文芸堂

『U-CANの子どもの発達なんでも大百科』 / 監修 鈴木洋、鈴木みゆき / U-CAN学び出版