

第14回「日本編集制作大賞」作品決定!

12/13



2019年12月13日(金)に紫紺館foresta椿山荘6F(ラウンジ明治)にて、第14回日本編集制作大賞発表会&授賞式が行われ、選考委員の審査により、下記のように決定しました。

委員長
星野 渉先生 (株式会社 文化通信社専務取締役)
選考委員
各部門の部長、副部長



株式会社 アーク・コミュニケーションズ
『からあげ
パーフェクトブック2020』
一般社団法人 日本唐揚協会 / 責任監修



株式会社
ロム・インターナショナル
『西洋絵画のみかた』
成美堂出版株式会社 / 発行



株式会社 カルチャー・プロ
『小学1・2年生のうちに
「しゃかい」の
見方・考え方が楽しく身につく本』
株式会社 くもん出版 / 発行



株式会社 エディット
『難病治療はなぜ
成功しないのか?』
株式会社 幻冬舎メディア
コンサルティング / 発行



株式会社 アーク・コミュニケーションズ
『育児と乳歯の情報サイト
ママ、あのね。』
公益社団法人 ライオン歯科衛生研究所 / 運営
<https://www.lion-dent-health.or.jp/mama-anone/>



▶ 拡大協議会

6/13

場 所: ダイニング・フェリオ
出席者: 18名

出版業界低迷のため、AJEC会員社の減少傾向が続いています。そこで「AJECにどんなことを期待するか」「今のAJECの活動内容について」「委員会・部会のあり方」などのテーマで意見交換が行われ、協会の魅力や活動の宣伝に今後一層努めることが確認されました。



▶ 経営合宿

6/28
~6/29

場 所: 四季倶楽部 箱根和の香
出席者: 15名

Pomalo(ポマロ)株式会社代表取締役CEO・高橋崇之氏の基調講演『AI時代の出版・編集はどう変わるのか! これからのITとのかかわりやビジネスモデルについて』を受けて、新たな編集者の人材育成や人材確保のあり方についてディスカッションを行いました。



▶ 社員交流会

8/23

場 所: 御茶ノ水ホテルジュラク「白鳥の間」
出席者: 34名

昨年同様、参加者が自由に語り合えるよう立食スタイルで行い、名札に名刺を入れたことで、参加者同士の挨拶も冒頭からスムーズに進んだようです。若手社員中心の交流会はさまざまな話題で盛り上がり、あっという間に2時間が過ぎて、お開きとなりました。



▶ 一般書部会

7/11

場 所: 海鮮問屋 地魚屋 新川店
出席者: 10名

国内外の都市情報誌や旅行ガイドで地図づくりに新風を吹き込んでいる「地図屋もりそん」の代表・加藤尊久氏をお招きし、心血を注いだ地図への熱い思いを数々のエピソードとともに話していただきました。一般書籍の制作においても非常に参考になる部会でした。



▶ 企業出版部会

10/17

場 所: 「八吉」新宿三丁目店
出席者: 10名

パンフレットや冊子を顧客獲得のための手段として使用し、大きな効果をあげてきた徳島県の阿波銀行副支店長・南達郎氏を迎え、「営業ツールの利用術とその具体的効果」についてお話いただきました。異業種交流の一環としても新鮮で話題豊富な部会になりました。



▶ デジタル部会

1/23

場 所: フェニックスラウンジ (早稲田)
出席者: 12名

世界のコンテンツ標準とオープン化について、MITやYaleなどの大学講義を日本語で無料配信しているNPO法人「Asuka Academy」の事務局長・中村久哉氏に解説していただきました。世界と日本の差に驚きつつも「デジタル×編集」の大きな可能性を感じた部会でした。



EDITORIAL MAGIC

2020.2.20 TOTALING NO.130
No.33

巻頭特集

AJEC第14期編集講座

「できる出版人」を目指して

仕事に役立つ編集技術を学ぶ

第14回 「日本編集制作大賞」 作品決定!

AJEC
<http://www.ajec.or.jp/>

「できる出版人」を目指して

大好評のAJEC編集講座・2019年度の第14期は「一流の編集技術を学ぶ」をテーマに開催しています。

出版に携わる私たちは、さまざまな「編集技術」を身につけておく必要があります。第14期では、若手からベテランまで、出版・編集の第一線で活躍されている講師のみなさんから、ふだんはあまり聞くことのできない、実戦に則した編集・制作のノウハウをお教えいただいています。本講座を通して、私たちも「できる出版人」を目指していきましょう。

8回の講座のうち、これまでに実施された6回の講座から、編集力「どれだけ相手の心に寄り添えるか」、著者開拓力「自分の感動を伝える」、取材力「情報収集とインタビューの技術」、企画力「徹底した分析と検証」、校正力「校正の基礎とIT時代の校正力」、デザイン力「デザインが担うもの」をダイジェストにまとめました。

講演内容の詳細は、ここに掲載できなかった第8回演出力「本の世界観を作る具体的技術」とともに、順次AJECのホームページに掲載していきますので、そちらをご覧ください。



第1回
箕輪厚介氏
(幻冬舎)



第2回
池田るり子氏
(サンマーク出版)



第3回
杉田淳氏
(扶桑社)



第4回
金井弓子氏
(ダイヤモンド社)



第5回
松風美香氏
(毎日新聞社)



第7回
川崎紀弘氏
(クリエイティブディレクター)

第8回編集講座は、演出力「本の世界観を作る具体的技術」を学びます。『失敗図鑑』や『うんこ漢字ドリル』などを編集した谷 綾子さんを講師に迎え、本の世界観を作るディレクションの方法について、具体的に語っていただきます。

第1回 編集力 「どれだけ相手の心に 寄り添えるか」

講師 箕輪 厚介氏

開催日程：2019年5月16日（木）18：30～20：00
会場：明治大学紫紺館3階 S3・4会議室
受講者：120名



「新企画をオファーして本を作りたい」「惚れ込んだ人にアポをとりたい」と思ったとき、みなさんはどのような方法で相手にアプローチしていますか。

せっかく良い企画ができてなかなか意中の人にたどり着けない、また口説き落とせないこともあります。「相手の心」に入り込んでプロジェクトを遂行し、成功へと導くために準備しなければならない心構え、伝達的手段、企画の提示方法、具現化への戦略などを、幻冬舎の箕輪厚介さんに語っていただきました。

著者をどのように見つけていくか

僕は編集者の仕事には3つの要素があると思っています。魚料理に例えれば「釣る」「調理」「提供」です。著者を口説くことは「釣る」という行為です。生意気かもしれませんが、僕の強みは釣る必要がないことです。種の「釣り堀」を今は持っていることです。

では「釣り堀」がない場合はどうするか。人を口説くという意味においては、想像力が一番大事だと思います。相手が望んでいないことを押し付けるのはこちらの都合ですから、相手が何を求めているのかをめちゃめちゃ想像します。ホリエモン（堀江貴文）さんだったら、手紙じゃなくて効率的な企画でしょう。見城徹さんだったら、とにかく手紙を熱烈に書くことでしょう。相手の気持ちが憑依するぐらい徹底的に想像することです。

僕は人を落とせないことは絶対ないと考えています。圧倒的な想像力と圧倒的に



好きということ。この2つがあれば落とせないことはありません。

面白いものを自分のストーリーで集めて編む

編集とは、世の中の面白いものを自分なりのストーリーで集めて編むこと。集めて編んで、世の中に「これ面白くない？」と差し出すのが編集者です。自分では何も生み出さなくても、集めて編むというセンスが必要なんです。そのために自分が進化しなかったら、集めて編むセンスは生まれません。

世の中にいっぱい散らばっている情報を、これとこれとこれを集めて1本の軸にして、こんなタイトルにしてお届けします、というのが本だと思っています。

インタビューしたときにめちゃめちゃ面白い話があっても、関係ないところがあったら捨てます。無駄なものを捨てて、1本の串に刺す。だって、寄せ鍋にするのは誰だってできるじゃないですか。無駄なものを排除して、1本の串にするのが編集力で、その串を表現するのがタイトル。そんな大事なタイトルに、編集者のオリジナリティが表された価値があるのです。

これからの出版ビジネスの行方

今何が起きているかといいますと、「可処分精神の奪い合い」という心の奪い合いです。心を奪わないと時間も費やさない、

時間を使わないと財布も開かない。まず相手の心を押さえないと、ビジネスが何も成立しないという時代です。

本を1冊に完結するだけが編集者ではなく、コミュニティを作ったり、イベントをやったり、すべてを含んではじめて編集者と言えると思います。それこそ何でも屋さんになる時代です。そんな時代だからこそ、10万部のヒットを出したいとかではなく、どういうことを成し遂げるためのヒットなのか、何のために本を出すのかというところを考えたほうが良いと思います。

大事なのは自分が編集という仕事を通して、どんな世の中を作りたいのか、どんな人たちを読者にして、その読者をどのように変えていきたいのかを、頭の片隅に明確に持ちながらがんばってほしいと思います。

箕輪 厚介 Kosure Minowa

2010年双葉社入社。ファッション雑誌の広告営業としてタイアップや商品開発、イベントを企画運営。2014年から編集部に異動し、見城徹著「たった一人の熱狂」、堀江貴文著「逆転の仕事論」など、多数の本を編集。2015年幻冬舎に入社し、NewsPicks Book編集長のほか、東洋経済オンラインのアドタイでのコラム執筆、オンラインサロン運営、堀江貴文大学校で特任教授を務める。2017年10月合同会社波の上商店を設立。2018年1月株式会社エクソダス取締役後任に就任。

第2回 著者開拓力

「自分の感動を伝える」

講師 池田 りり子氏

開催日程：2019年6月20日（木）18：30～20：00
会場：DNP PLAZA 2階イベントゾーン
受講者：89名



まだ本を出していない著者を見つけ、ふさわしい企画を練り、企画を通し、二人三脚で本作りをする。そしてさらに、ベストセラーに育てていく……。

そのための「企画の考え方」「著者を見つけるときに大事にしていること」「新人企画を会社に通すコツ」「依頼の仕方」「赤字を入れるときのポイント」「広告の考え方」などについて、新人著者を発掘して数々の話題作を生み出しているサンマーク出版の池田 りり子さんにお話をいただきました。

新人著者の企画を通すには

著者が新人の場合、まずその企画を上司に納得させることが大事です。「著者が新人だけど、大丈夫かな」と思われるのではなく、「この企画だったらいいよね」と上司に思われることが、とても大事なポイントです。

では、企画書にどんな内容がそろっていれば「なんとなく売れそうな気がする」としてもらえるのか。ポイントは4つあります。

1つ目は「勝てるジャンルであること」、2つ目は「新しいことを言っていること」、3つ目は「自分の悩みを解決してくれること」、4つ目が「やってみたいと思えること」。

縦軸に「売れたジャンル」と「売れないジャンル」、横軸に「新しくない」と「新しい」というマトリクスがあるとしています。今まで「売れたことのあるジャンル」の中で「新しい内容」を提案すると、売れそうだと思う



ことができるようです。自分の感動と「売れる」をつなぐ企画書を作ること、新人著者の企画を会社に通すことができます。

著者を見つけるときポイント

著者を見つけるときに気をつけていることには、7つあります。1つ目は自分にとって魅力的か。2つ目は話せる人なのか、書ける人なのか。3つ目は普通と違うところはあるか、新しいことを言えるか。4つ目に経験談はあるか。これは説得力の問題です。5つ目はビフォー・アフターが作れるかどうか。6つ目はそのジャンルの中で1位の人かどうか。そして7つ目にそのメソッドは正しくて、そしてうれしいことなのかということ。

そして、依頼するときが一番大事なことは、「なぜあなたか」を徹底的に伝えることです。「なぜあなたに書いてほしいのか」に最も時間を割くことが、著者に「書いてもいいかも」と思ってもらいやすいと思います。

きちんと読者との橋を架けようと思ったら、先に構成案を作って著者に「こんなことを言ってもらえたら最高ですが、どうですか」という感じで、最初に提案するほうが良いと思います。読者がいるところから橋を架けるのであって、こちらが言いたいところから読者を探すのではないということですね。

赤字を入れるときのポイント

赤字を入れるときに忘れないようにしていることがあります。著者やライターさんから原稿がきたら、どんなふうにしたらいいか考えます。まず、章ごとにとざっと読みながら、必ずこの内容が入っているかどうかをチェックする4項目があります。

1番目が共感、嘘をつかないこと。「好きなものを好きなだけ食べるって本当にやりたいことなの」ということなどですね。2番目は普通ならこうするよねという常識を入れること。「え、違うの。そうじゃなかったの?」と思ってもらうこと。そして3番目に新しい具体策が入ってきて、その裏付けとなる理論が4番目に入っているかどうか。基本的にはこれらの要素が必ず入っているか、どれか抜けていないかを考えるようにしています。

池田 りり子

Ruriko Ikeda
株式会社サンマーク出版第一編集部副編集長。2006年入社後、営業部、講演会事業部（TB編集部）を経て、編集部に異動。主な新人著者の担当作に「コーヒーが冷めないうちに」（85万部）、「この嘘がばれないうちに」（23万5000部）、「思い出が消えないうちに」（13万部）、「こうして、思考は現実になる」（26万部）、「あなたは半年前に食べたものでできている」（10万部）、「一歩を超える勇氣」（10万部）などがある。

第3回 取材力

「情報収集とインタビューの技術」

講師 杉田 淳氏

開催日程：2019年7月25日（木）18：30～20：00
会場：DNP PLAZA 2階イベントゾーン
受講者：80名



現在、ほとんどの情報はインターネットで手に入ります。そのなかで、メディアに携わる私たちは「読者がお金を払ってまで読みたいと思わせる情報」を収集することが重要です。

今回は、扶桑社の『週刊SPA!』元編集長である杉田淳さんを講師に迎え、膨大な情報から読者がお金を払いたくなる情報の収集の仕方、集めた情報を整理し、文章にして読者に提供するまでの技術についてお話しいただきました。

「視点」が情報に価値を与える

今の時代、みなさんもインターネットを通じて情報を得ていると思います。これらの無料で手に入るインターネットの情報は、基本的に全部過去のもので、検索という行為をしない限り、手に入れることはできません。逆から考えるとこうも言えます。過去のものではないこと、今の時点では検索できないもの。これが「お金を払う価値がある情報」ではないかということです。

たとえば、テレビのニュースで「パールのようなもので窓がこじ開けられました」という言葉が流れる。キャスターの言葉としてサッと流れてしまうかもしれませんが、「パールのようなものって何?」と編集者が疑問を持ったところから、「ニュース報道は意外に紋切り型の言葉を使っているな」という情報にシフトしていき、そこから「ニュース報道紋切り辞典」という企画ができました。



つまり、そこに編集者の「視点」が入ったわけです。過去の情報でも新しい疑問や視点を付け加えたときに、過去の情報は新しい情報に生まれ変わるということ。これが、過去の情報を新しい情報に転換する一つの方法なのです。

「行動力」で生の情報を手に入れる

そして、思い立ったらすぐ行動をすることが大事です。行動とは、取材相手・キーマンに会いに行くこと。行動をすれば何がいかというと、予定調和ではない、生の情報が手に入るからです。その人に会いたいと思うわけですから、当然リサーチが必要です。相手の性格、行動スタイルを考え、相手が何を求めているのか、どうアプローチの仕方をすれば会ってもらえるのか。その人を調べていくと、だんだんとその方法論が見えてくると思います。常に自分ファーストではなく相手ファースト。想像力を働かせることが大事だと思います。

価値ある情報を読者に提供する

「生で会うこと」がどれほど重要なのか。ここにじつは価値ある情報の元があると、私は今でもそう思っています。読者がまだ手に入れることができない情報。それこそが「価値ある情報」だと思うわけです。読者は本音に触れるものに強く共感しま

す。それを引き出すためには著者と親しくなることです。そのためには十分な準備をして、著者に誠実であることが大切です。そして本音を引き出す関係になったら、その著者の面白いところを読者に分かるように削ぎ出していく。

本音を引き出すためにはインタビューという技術が必要です。インタビューは価値ある情報を読者に提供する手法ではないかと思えます。面白い話を最終的にはインタビュー原稿として文字にしなればいけないわけですから、編集者にとってその技術を磨くことは欠かせないことだと思っています。

最後に申し上げたいのは、編集者であることの特典は、会いたい人に会おうと思ったら会えるということです。これは特典なので、ぜひこれからフル活用しているような人に会い、面白く価値ある情報をどんどん発信していただければと思います。

杉田 淳

Jun Sugita
『週刊SPA!』元編集長。1988年の創刊から10年以上編集に携わり、今までになかった斬新な切り口の週刊誌を作り上げた。現在は、扶桑社の書籍編集部に在籍し、書籍を制作。最新刊は、養老孟司著「ヒトはなぜ、ゴキブリを嫌うのか?」が好評。『週刊SPA!』編集部以前は、音楽専門の出版社（シンコー・ミュージック）や編集プロダクション（オメガ社）の経験もあり、総合出版社だけではなく経験も豊富。

第5回 校正力 「校正の基礎と IT時代の校正力」

講師 松風 美香氏

開催日程：2019年10月24日(木)18:30～20:00
会場：DNP左内町ビル 101号
受講者：103名



出版・新聞業界もスピードが求められる時代。時間とコストがかかる校正や校閲は、とかく二の次にされがちです。しかし、誰もが簡単に情報発信できる今だからこそ、メディアには信頼できる情報を提供する責任があります。

今回は毎日新聞社の松風美香さんを講師に迎え、日々頭を悩ませながらニュースに向き合う校閲記者の視点から、記事への信頼性を高める方法とその重要性について、実際の紙面を使ったワークショップを交えてお話しいただきました。

限られた時間であっても 誤りを見逃さない

校正、校閲という言葉について最初に確認しておきたいと思います。「校正」は誤字脱字をチェックしたり、漢字表記をそろえたりして、文章の体裁を整えること。記事の最終関門である「校閲」ではさらに踏み込んで、内容や事実の確認などをして指摘するというふうに使われています。「校閲は何のためにあるのか?」と言えば、ひとえに「新聞や出版物の信頼性を保つ」。これに尽きるのではないかと考えています。

そして、「校正力とはなにか」ということですが、限られた時間の中で誤りを一切見逃さないコツがあれば私も教えてほしいくらいです(笑)。なかなか魔法のように完璧にできるコツは難しいですね。

それでも強いて言えば、次の3つではないかと思えます。

①線を引いて、ときには1文字ずつペンで押さえながら読む



②諦めず、労力を惜しまず調べる

そして、私はこれが一番大事ではないかと思っています。

③何も信じず、疑い深くなることです。

これだけは 注意しておきたいこと

校閲する際には、「七つ道具」を身近に置きます。赤ペン、シャープペンシル、赤本と呼ばれる『毎日新聞用語集』、検索用パソコン、辞書、電卓、各自の資料などです。

校閲記者の相棒ともいべき「赤本」は、文章を一人の書き手が書いたように、できるだけばらつきがないよう全体をコントロールする役目も担っています。また、インターネット検索では、どのサイトを使うにしても必ず複数のサイトに当たることが基本中の基本です。そういう行為を繰り返していくことで、いかに早く「確からしい情報」にたどり着けるかが勝負になります。

校正のときには、1回目はガッチリ読んで、2回目はサラッと流しつつ人名や地名などの固有名詞をチェックする。そんな読み方をしています。時間がなければ、①固有名詞、②数字、そして③差別表現や読んで不快になることがないか。そういったところに優先順位をつけて校閲するという作業も必要になってきます。

最後の記者で、 最初の読者であれ

校閲という仕事は見えてきたとおり、間違いを防いで、読者の紙面への信頼を守っていくという仕事です。これももちろん大事なことなのですが、間違いのない紙面は誰のためかという、やはり読者のためです。

毎日新聞社の校閲センターでは、校閲記者は「最後の記者で、最初の読者であれ」と言われています。大事なのは、読者の紙面への信頼を守るとともに、読者の気持ちに寄り添うということです。やさしい言葉を使い、誤解につながる表現を使わないこと。出版の現場でも当てはまると思いますが、やはり最後は人の目で見ていかなくてはいけないのではないかと考えております。

校閲という仕事は信頼を守ることと申し上げましたが、ただ誤りのない紙面を作るというわけではなく、できればやさしい紙面を作っていきたいという気持ちを持って私たちは仕事をしています。

松風 美香 Mika Matukaze

毎日新聞校閲記者。2011年校閲記者として入社。東京本社に配属されて以来、一貫して校閲の仕事をしている。7年間にわたってニュース面、くらし面などを担当した後、現在は文化・芸能面や書評面、毎日小学生新聞を主に担当。

第4回 企画力 「徹底した分析と検証」

講師 金井 弓子氏



開催日程：2019年9月26日(木)18:30～20:00
会場：DNP PLAZA 2階イベントゾーン
受講者：106名

講師は「わけあって絶滅しました。」や「東大教授がおしえる やばい日本史」など、次々とヒット作を生み出しているダイヤモンド社の金井弓子さんです。「いい企画を考えても結果が出ない」という編集経験の比較的浅い方を対象に「売れる企画の作り方」をテーマに語っていただきました。そこでキーワードになるポイントが以下の項目です。貴重な編集ノウハウを惜しげもなく具体的に披露していただいた講演には、目からウロコのヒントが満載です。詳しい講演内容はAJECのホームページに掲載いたします。

- 結果は出せる！
編集経験が浅くても
売れる企画の作り方
- 1 不安に素直になると「売れる」確率が上がる
 - 2 データを眺め続けると時代の空気感がわかる
 - 3 売れている本をただマネでもダメ。読者をマネする作戦に
 - 4 読者設定は超大切。仮想読者をつくる
 - 5 企画段階で書名を決めると、軸が決まる
 - 6 企画書は具体的に作る
 - 7 「経験」の少なさは「蓄積」で乗り越える
 - 8 発想はゼロから生まれな
 - 9 企画が通らない！ 提出する前に自分で添削する



金井 弓子 Yumiko Kanai

2012年高橋書店入社。「おもしろい! 進化のふしぎざんねんないきもの事典」(約125万部)などを担当。2016年ダイヤモンド社入社後は「せつない動物図鑑」(30万部)、「わけあって絶滅しました。」(50万部)などを担当。

第6回 工場見学 「最先端の 印刷・製本の技術」

開催日程：2019年11月28日(木)13:30～18:30
会場：(株)DNP書籍ファクトリー白岡工場
受講者：32名

今回は書籍の印刷から製本までをワンストップで行う大日本印刷「白岡工場」を見学。大半の工程は自動化されていますが、細かい調整は人の手で行う神経の行き届いた対応が印象的でした。見学後は予定時間を超えての質疑応答に、現場スタッフの方が丁寧に答えにいただきました。



第7回 デザイン力 「デザインが担うもの」

講師 川崎 紀弘氏



開催日程：2020年1月23日(木)18:30～20:00
会場：DNP PLAZA 2階イベントゾーン
受講者：82名

「よいデザイン」とは何か。それは普遍的に決まっているわけではなく、読み手に届ける情報ごとに違っています。「デザインにどんな役割を担ってもらわなければならないか」をテーマに、クリエイティブディレクターの川崎紀弘さんを講師に迎え、デザイン進行過程でのデザイナーの思考を知ること、よいデザインのジャッジメントができること、そして自らデザインする上での判断基準を明確にしておくことについて語っていただきました。

川崎氏は雑誌をはじめ、企業、学校の広報誌のアートディレクターを担当する一方で、デザインセミナーの講師やコンサルティング、プロデュースといった総合ディレクションを手がけています。「送り手の伝えたい情報が読み手にちゃんと伝わっているか」という命題を、エディトリアル・デザインの観点から具体的にお話しいただきました。

「読みやすさ」「伝わりやすさ」を実現するには、デザインの力が欠かせません。そしてエディトリアル・デザインを理解することは、編集技術がワンランクアップすることにつながります。詳細な講演内容はAJECのホームページに掲載予定ですので、ぜひご覧ください。



川崎 紀弘 Norihiro Kawasaki

クリエイティブディレクター。凸版印刷、アスキーを経て、(株)コンセント(旧アレフ・ゼロ)に入社。現在は青山学院大学大学院客員准教授、東京工業大学非常勤講師なども務める。著書に「実例で学ぶ「伝わる」デザイン」(グラフィック社)など。

第4回 編集プロダクションフェア2019

開催日程：2019年3月14日(木)15:00～20:00
会場：日本出版クラブホール・会議室
来場者：約500名

第4回編集プロダクションフェアは、目を見張るような受付ロビーのディスプレイが迎える日本出版クラブをお借りして開催されました。

日本の出版文化の中心地とも言える神保町での開催ということもあり、会場には出版関係のお客様をはじめ大勢の方々がお見えになりました。AJEC会員出版社のみならず、これまで以上に力の入った作品展示と会員社展示コーナーのブース作りをされ、盛況裏に終えることができました。

その後行われた特別講演は、京都からおいでいただいた三島邦弘氏(株)ミシマ社代表。「いま、本の世界が面白い」と題して、独自のユニークな発想によるミシマ社の出版への取り組みについて、実例を交えながらわかりやすく語っていただきました。ときに笑い声が聞こえるほどの講演会場は、席を追加するほどの大盛況。みなさん熱心に聞き入っていました。

