

News & Topics

● 第10回「日本編集制作大賞」決定!

2015年12月10日(木)東京大学伊藤学術センター内レストラン「ファカルティクラブ椿山荘」にて、第10回日本編集制作大賞発表&授賞式をかねた忘年会が開催されました。



グランプリ

株式会社エディット

『歴史人物できごと新事典』

(受験研究社 発行)



株式会社アッシュ

『図説 生物たちの超技術』

(洋泉社 発行)



株式会社アーク・コミュニケーションズ

『健康を磨く 笑顔をふやす シリーズ全4巻』

(扶桑社 発行)



株式会社アート工房

『スクエア最新図説地学』

(第一学習社 発行)



株式会社アート工房

『デジタル教材「教材動画工房」 理科・社会・国語(常用漢字書き順)』

(アート工房 発行)

第6回編集講座 「電子書籍の今日と明日 ーだれが電子書籍で生き残れるか」

1/28

第6回の編集講座は、専修大学教授で日本出版学会副会長、情報メディア学会副会長を務める植村八潮氏に、電子書籍の現状と今後の問題点について分かりやすく語っていただきました。

「電子書籍は、物理的なパッ



ケージがなくなるため、書籍と雑誌と新聞の境界がなくなり、中でもショートメッセージやヤマとソカミのある雑誌記事的なコンテンツが主流になっていく」と話す植村氏。さらに、「紙で育った50代以上の人たちと、生まれながらにしてコンピュータを知っている20代以下の人たちとは、電子に対するリテラシーがまったく違う。漫画を『縦に読む世代』と、『面で読む世代』は、どちらも相手の世代のことは理解できないだろう」と現在はまだ、その二つが混沌と混じっている時代で、紙の時代はあと20年は続くという今後の見通しを語っていただきました。

第7回編集講座 「印刷のしくみ・最新の印刷技術を学ぶ」

2/25

昨年に続き、大人気の印刷工場見学。AJECの賛助会員・大日本印刷株式会社のご協力で、最新技術を使いした雑誌部門専門の印刷工場・久喜工場を案内していただきました。

久喜工場内に入って、その大きさにびっくり。東京ドーム2つ分の広さということです。週刊誌や月刊誌の印刷専門工場とあって、その物量の多さには圧倒されっぱなし。印刷される紙の大きなロールが何十個もありましたが、それはすべて1日で使い切ってしまうとのこと。

また、数時間で20万冊の雑誌ができるという機械が何台もありましたが、工場内で働いている人は意外と少なく、あちこちで、ロボットが大活躍。軽快で楽しげな音楽を流しながらロボットが物を運んでいる様子は、未来の工場に迷い込んだようでした。



EDITORIAL MAGIC

2016.3.31 TOTALING NO.121

No.24

巻頭特別インタビュー

文鳥社代表 牧野 圭太氏

デザインで「本」の構造を組み立て直す

制作の現場探訪 vol.24

株式会社アート工房 代表取締役 大坂 日出男氏

未来を創る子どもたちのために、社会に大きな貢献をする仕事

AJEC

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



Vol.24
INTERVIEW

Keita
Makino

Vol.24
INTERVIEW
**文鳥社代表
牧野 圭太 氏**



デザインで「本」の構造を組み立て直す

「文鳥文庫」は、1枚の紙を蛇腹に折りたたんだ形態を持つ。

『走れメロス』『注文の多い料理店』『高瀬舟』など、長くても16ページの「名作」を、1冊に1タイトルのみ収めている。

1冊150円、箱付きの8冊セットで1200円、発行部数は6,000部を超えていている。

これを立ち上げたのは、博報堂を退社してデザイン会社「文鳥社」を起業した牧野圭太氏。

刊行の理由や発想の方法を伺った。

『走れメロス』がこんなに短いことを、みんな知らない

——1作品を1冊で販売する「文鳥文庫」の企画は、博報堂で出版社のコピーライターをされていたときに思いついたそうですね。

はい。文庫本の広告を担当していて、店頭のフェアや売場づくり、帯コピーを考えていましたが、PR企画をいろいろやっても、「本が売れない」という根本的な問題解決はできないと強く感じて、根本のところから考えなければと思いました。

考えていくとまず、人々に親しんでもらうのに、1冊の本がスマホより重いというのは致命的だと思いました。大きさもスマホよりも重くなりますね。

——文庫本が世に定着したのは昭和初期のこと、それからずいぶん歳月がたってます。

そうなんです。あと、今のはスマホでいろいろなものを読んでいて、「文章を読みたい欲求」が、そこで消化されていると思うんです。TwitterやFacebookにある短い文章を読むことに慣れすぎて、長い文章をちゃんと読むということが難しくなっている現実もあります。

文庫本担当のときに、久々に『走れメロス』を読んでみました。めちゃくちゃ短いんです。15分くらいで読めてしまう。でも書店に行くと、『走れメロス』というのは、厚みのある1冊の本ですよね。だから、みんな、メロスがこんなに短いことを知らなくて、あの本1冊が全部『走れメロス』だと勘違いしているんです。メロスとは何の関係もない他の短編が12編くらい入ってタイトルが『走れメロス』というのは、構造的

に間違っている。デザインの観点から言つても間違っているのではないかと思ったのです。そこが意外と誰も疑ってこなかったところですね。

それで、1作品単体で発行すれば「こんなに短いのなら読んでみよう」という人がいるのではないかと思いました。忙しい合間に15分あれば、名作と言われている文学が読める。

——それを社内で提案されたのですか？
反応はいかがでしたか？

社内の誰もが面白がってくれました。出版社の方にも面白いとは言ってもらえるのですが、他の商品との兼ね合いもあり、実現はできませんでした。社内でも、本好きの役員から「ぜひやろう」という声もありましたが、ビジネスとしてそれほど大きくなるものではなく、事業化は認められませんでした。結局「だったら自分でやってしまおう」と、独立のきっかけのひとつになりました。

——このデザインには、どのようにたどり着いたのですか？

文鳥社というのは、デザイン会社です。デザインを軸にいろいろなプロダクトをつくりたいと考えています。博報堂で同僚だった柴田というデザイナー（彼はまだ博報堂で仕事をしています）と立ち上げました。この文鳥文庫のデザインを完成させたのは彼です。

『走れメロス』は実は16ページしかない。それ以外にも短くて素晴らしい文学作品はたくさんある。これらをばら売りする方法はないか。そんなことを二人で

話していて、柴田が「16ページって、ちょうどA3の表裏で収まる」と言い出したのです。いちばん最初の企画は「A3の紙1枚に『走れメロス』を収める」というものでした。梶井基次郎の『檸檬』なら、A4の表裏、A3なら表だけ収まります。構造をゼロから捉え直して組み立て直すこの発想は、本当にデザイナーらしいものだと思います。

ただ、この紙1枚という企画では、実際につくってみたら、開いた時に文字がずらーっと並んで、普通の本よりも読みづらくなってしましました。紙1枚というコンセプトは残しながら落ち着いたのが、現在の蛇腹という形です。

——作品のセレクトはどういう観点から？

まずは、16ページ以内に収まるもの。だいたい1万字くらいです。改行が多いと収まらないこともあります、メロスが1万1000文字くらい。最初はとにかく早く出したかったので、著作権がすでに切れているものから第1弾の8作品を選びました。「文学がこんなに短いんだ」というコンセプトをわかりやすくするには、メジャーどころにする必要がありました。

きっかけとなった『走れメロス』、やはり



デザインで「本」の構造を組み立て直す



多くの人が意外と短いことを知らない『注文の多い料理店』。芥川龍之介は、僕がわりと好きなのですが、多くの人が読んでいるのは『羅生門』、『蜘蛛の糸』、『鼻』くらい。どれも相当、気持ち悪い話で、本人の写真も怖いので、怖い作品だと思われています。でも、中には温かい作品もあって、芥川の別の一面を知ってほしくて『白』という作品を入れました。坂口安吾の『墮落論』は僕自身、1冊の本だと思い込んでいました。こうしたエッセイや『てぶくろを買ひに』のような童話も入れて、バランスを考えました。

本に救われながら、ぎりぎり生きていた経験から

——牧野さんご自身、本がお好きなんですね。

本当に本の好きな人と比べたら、とても好きとは言えないくらいですよ。高校まではバスケットボールばかりやっていて、本なんてほとんど読んだことがありませんでした。でも、大学時代、学校になじめず、誰ともしゃべらないで4年間ひたすら本を読んで生きていたんです。理工学部でしたが、1日1~2冊は読んでいました。片っ端から大学生協で買って読んで、それでぎりぎり生きていたという感じで。

特に好きになったのが村上春樹です。大学4年間で毎年全ての長編作品を読み返すくらい読みました。『ノルウェイの森』の『永沢さん』の台詞に救われたり。本に救われる経験というのは、ある人にはあるもので、そういう人にとって、本はどうし

ても必要なものです。気楽に手に取れる文鳥文庫が入口になったらいいなという気持ちもあります。

——ご自身の本に救われた経験が、こうした名作のリブランディングにつながっている訳ですね。

それ以外にも、この文鳥文庫に取り入れた作品は、ウェブで今よく目にするような文章とは全然質が違うものがあります。密度が濃くて、文体も独自。こういうのをもっと読んだ方がいいんじゃないかという“おせっかい”もありますね。

——村上春樹さんの大ファンということで、第2弾に『四月のある晴れた朝に100パーセントの女の子に出会うことについて』を提供できて感動されたのでは?

社会人人生でいちばん嬉しかったことは、このことだと思います。

企画を考えているときから、人に説明する

のにメロスとともに「たとえば村上さんって、数ページでこんなに面白い作品がある」と例に挙げていました。人づてに村上さんに手紙を出して依頼して許可をいただきました。

——それは嬉しかったでしょうね。販売の面では、ウェブ直販の他、書店で販売もされていますが、営業はどのように?

大小の書店、雑貨店など合わせて、100店舗くらいに置いてもらっています。最初に、代官山蔦屋のバイヤーさんに会いに行って置かせてもらおうとお願いしました。いい場所に置いてくださって応援してくれて、本当に感謝しています。でも、その他は、ほとんどの場合、こちらからお願いをしたのではなく、連絡をいただいて卸

しています。

すべて買い切りですが、それで断られたことはありません。本と雑貨の中間だと思っていただけるようです。ポストカードと同じ値段ですから、そのイメージで扱ってもらえるようです。

思いついたことを実際に形にする大切さ

——他の人からはなかなか出てこない発想を、なぜできるのでしょうか。

それはやっぱり広告屋だからでしょうか。その業界の中にいる人たちが、真剣にずっと考えてしまっているから発想できないところを、外から見て気楽に考えて、今までとは違う発想をすることを仕事にしていたので、必然的にそういう発想になるのだと思います。

——その発想をするために、何かふだん努力されていることは?

特ないのですが……。僕は「とにかく楽しいことを考えようよ」というスタンスです。「こうやったらみんな楽しいんじゃないか」という企画を考えて実行するというのが、僕の仕事だと思っています。そういう点では、けっこう考えている。つねに何かを考えていると言えるかもしれません。ただし、机に向かってひたすら考えているというより、食事中や運動中など、気を抜いているときに、ふと、いいアイディアを思いつくことが多いです。

また、文鳥文庫で実感したのは、ちょっと思いついたことを実際にやるのが大事だ

ということです。多くの人は何か思いついても、そのまま忘れたり、やらずに終わったりが多いと思います。文学の短編をばら売りしようとした人は、出版界の人をはじめ、1万人くらいはいると思うんです。でもそれを形にした人は少なく、実際にできたことは大きいと思います。

——発想とデザインがセットになって形にできることが文鳥社の強みですね。

細部の作り込みまでは難しいですからね。僕自身も一人ではここまでできません。デザイナーのパートナーがいて、最後のアウトプットまでイメージできてつくり込めるというのが大きいですね。

——デザインへのこだわりは、いつ頃からお持ちなのですか。

僕は学生時代、プログラミングを研究していて、デザインとは無縁でした。広告代理店に入社して、たまたまコピーライターとして配属されて、デザインと出会いました。それまではデザインといつても、レイアウトなどの表面的な部分のこととぼんやり思っていました。多くのデザイナーと一緒に企画をつくっていくうちに、デザイナーの発想は、「どんな構造をつくるのか」という根本的なところで生きていることがわかりました。

——デザインで「本」の構造を組み立て直す



文鳥社代表 牧野 圭太 氏

Keita Makino

Profile

1984年千葉県生まれ。早稲田大学理工学部コンピューターネットワーク工学科卒業後、東京大学大学院情報理工学系研究科に進学。2009年、「ビジネス」と「アートや感性」、両方ある世界であることに魅力を感じ博報堂に入社。コピーライターに配属され、プログラミングの「機械語」から「人間の言葉」へと大きな転換を経験する。2015年7月「文鳥社」を設立し独立。分野を限定せずデザインを軸にさまざまなプロダクトをつくっていく。

くつもハードルがあり形にはなっていません。

他にも、お菓子、雑貨など、今抱えているアイディアや企画は多岐の分野にまたがっています。

——分野にこだわらず、楽しい企画を考えていって、その先の将来の目標は何でしょう。

会社としてはいろいろありますが、日本でいちばん大きい「デザイン会社」をつくりたいと思っています。

デザインは個人的な作業になるので、有名な会社でも優秀なデザイナーが個人名の看板を出して、10~20名のスタッフを雇うようなところが多く、大きいところがありません。ベーシックなデザインをビジネスにする上場会社ってないと思います。上場を目指して、デザイン会社として日本でいちばん大きくなることが目標です。

——文鳥文庫第3弾の企画は?

京都に関する作品を集めて京都で販売する。10分で読めるミステリー作品を集めます。など、いくつか考えていることはあります。第3弾では、わかりませんが。作家に依頼しての書き下ろしも入れていくつもりです。企業とコラボレーションできれば、資金面も含めて可能性が広がりますので、その方面でも考えたいですね。

『文鳥文庫』

http://bunchosha.com/buncho_bunko

1枚の紙を蛇腹に折りたたんで袋に収めた形で、最大16ページの短編を1冊1作品で販売。価格は150円(税抜)。第1弾では、著作権の切れたメジャーどころ8作を集め、第2弾では「ふたり」というテーマを掲げ、著作権の存続する作家の作品や翻訳作品も収録した。はじめは、文鳥社のサイトでの通販と2書店での取り扱いだったが、ネットで評判となって多くの問い合わせが寄せられ、現在は、書店や雑貨店など約100店舗で販売されている。



——デザインで「本」の構造を組み立て直す

株式会社アート工房

http://www.art-kobo.co.jp/

フリーランスのイラストレーターとして活躍していた大坂社長が1980年に設立。理科や社会の資料集での図版制作やDTPデザインに定評がある。近年は、資料集教材や教科書準拠の教材だけでなく検定教科書やデジタル教材制作も手がけている。「デザインDTP」「図版イラスト」「編集デジタル教材」の三本柱の制作体制が大きな特色と強みになっている。



未来を創る子どもたちのために、 社会に大きな貢献をする仕事

株式会社アート工房 代表取締役 大坂 日出男 Hideo Osaka

ずっと先を見て、 新技術や新規事業を開拓

当社の設立は1980年。教材イラストレーターと現代アート作家の二足のわらじでやってきた私が、アート活動を休眠させて立ち上げました。現在は編集も含めトータルで受注していますが、当初は、教材のイラストとデザインを専門とする制作会社でした。会社を立ち上げて数年後に「カラーブック理科資料」が50万部のヒットを記録し、その後、多数手がける理科や社会の資料集の制作へつながりました。

1990年には、いち早くMacintoshを導入してデジタル図版制作を開始、97年には業務を拡大しDTP業務を本格的に稼働させました。そして、2000年、紙の教材が減少していく将来を見据え、デジタル教材コンテンツの制作業務に着手しました。この時制作した教員・講師向けの問題作成支援ツールは、現在にも続くヒット商品です。さらに2003年からは理科のデジタル図版集も発売し、現在は理科・社会・英語の3教科の図版イラストを当社のサイト上で1点からダウンロード販売も行っています。

こうした自社企画商品は、受注制作とともに当社業務の大きな柱となっています。

挑戦を続けて、拡大、充実

これまでの当社の歴史を振り返ると、難しいと思われる挑戦をする度に事業が拡大してきたと思います。デジタルの新技術、ボリュームの大きな仕事など、様々な困難がありました。打診をいただいて「うちではやれません」と言えばそこで終わってしまいます。外部のプレーンの協力を得る、人を増やす、様々な策を講じて、挑戦していく姿勢を貫いてきました。そうして事業を続けていくうちに、社内はどんどん充実していくのです。

当社に営業職はありません。質の高い仕事をすることが、次の仕事を運んでくるものだと私は考え、社員にもそのことはいつも伝えています。また、自社企画商品をダウンロード販売していることが、当社のオリティの宣伝にもなっているようです。作品を見た出版社やデジタルコンテンツ企業から連絡をいただき、大きな仕事に結びついたこともあります。

その人にしか担えない仕事をして 輝ける会社に

挑戦を繰り返して拡大してきた当社ですが、小さな会社ゆえ、社員に無理をさせてしまったこともかつてはありました。そこで、ある時から人を積極的に増やし、社員一人ひとりに負荷をかけないように働く環境を整え、産休制度もしっかり活用できるようにしました。それにより離職率が急激に減り、この10年は辞める人が少ない会社となっています。

当社の企業理念は「未来を創る子どもたちのために」。子どもたちの使う教材をつくる私たちの仕事は、社会に貢献する仕事であり、その使命は大きなものです。この理念を実現する上で常に大切にしているのが「人はみな無限の可能性を秘めたチャレンジャー」ということ。子どもたち一人ひとりはもちろん、当社の社員にも同じことが言えます。様々な個性を持つ社員の誰もが、その人にしか担えない仕事を受け持ち、その人の役目を果たして輝ける会社にしたい。そう考えて日々の業務を遂行しています。今後も、社員も会社も本当の輝きを持てるよう使命を果たしていきたいと考えています。

制作現場に聞く

AJEC会員社 株式会社アート工房で活躍する社員の方に仕事について伺いました。

DTP課
DTPデザイナー

川上 陽子

Yoko Kawakami

2006年入社。休日は音楽に没頭して過ごす。洋楽メインだが、ロック、ポップス、ジャズ、クラシック、何でも好き。時間があればじっくり書店巡りもしたい

● ヴィジュアルによって、前向きな気持ちも届けられたら

教科書準拠の資料集、問題集などの教材、あるいは教科書自体のデザインを担当しています。改訂が4年に1回であるため、教科書やその準拠教材は、書店で販売される本に比べて長い間使われる特徴があり、自分の手がけたものが何らかの形で役立っていること、使ってもらっていることに満足感を持てる仕事だと感じています。

デザイン面では、学校や塾で使われるものですから、目立つよりは違和感のないことを心がけ、使用者である生徒さんの年代に合わせて、見やすく使いやすいことを第一に考えます。そして、ほんの少しの「プラスα」

に過ぎないとは思いますが、デザインのヴィジュアルイメージによって、少しでも前向きに勉強に取り組めたり、厳しい時代にあっても希望を持てるようにできたらと、そんな気持ちも込めています。

図版・イラスト制作課
リーダー・イラストレーター

小谷野 めぐみ

Megumi Koyano

2015年に結婚したばかり。休みの日には、平日にはできない時間をかけて料理をしたり、新生活用品を買ったり、充実したプライベートを楽しんでいる

● 膨大な情報を整理して、わかりやすく表現していく面白さ

2005年に新卒で入社しました。美大の卒業制作では自分でイラストを描いた動物図鑑をつくったので、教材づくりは理想の仕事だと思いました。実際に仕事をしてみると、いわゆるイラストだけでなく、今まで経験したことがないグラフや地図などの図版づくりも多く、作業工程を覚えるまでは苦労しました。こうした図版づくりは、膨大な情報を整理してわかりやすく見せていくところが面白く、できあがったときの達成感も格別です。キャラクターをつくりてマンガで説明するなど、表現の工夫も楽しい作業です。

教材づくりは、間違いがないように、誤解されるよ

うな表現を使わないようなど、細かいことに気を遣う大変さはありますが、やりがいも大きい仕事です。以前、電車で自分の携わった本を読んでいる人を見たときには本当に嬉しくなりました。

編集・デジタル制作課
デジタル制作

高橋 奈津実

Natsumi Takahashi

2013年入社。ゲーム制作の専門学校で「Flash」に出会ったのが、動画制作に携わるきっかけ。休日は絵を描いたりリジムで運動不足を解消したりして過ごす

● 日進月歩のデジタル技術、日々勉強を心がけています

タブレットやパソコン上で動くアニメーション動画など、デジタル教材を作成しています。主に出版社からの依頼で制作していますが、その経験を活かしてオリジナル教材の制作・販売にも注力しています。

新しい動画を制作する際には、弊社制作のイラスト教材や図版の中から、動きをつけたらよりわかりやすくなるものをピックアップし、これをもとに動画にしていきます。少しずつ形になり、動きがついていく過程はとても楽しいものです。

以前は動画技術として「Flash」

が一般的でしたが、現在では「HTML5」が主流となっており、その技術を駆使して、どのようにしたら楽しく学べるデジタル教材になるかを日々研究しています。今後は3D動画制作にも挑戦し、よりわかりやすい教材をつくりていきたいと思います。

