

思いを引き出す編集

2021年1月30日
片山 淳
(株式会社ヤマハミュージックエンタテインメントホールディングス)

1

経歴

片山 淳

神奈川県川崎市出身。ヤマハミュージックエンタテインメントホールディングス出版部編集グループ、書籍編集長。これまで手がけた本やムック（雑誌以外）は160冊以上。

●仕事……株式会社アスキー（現KADOKAWA）『ファミ通PS』編集部／ジャイブ株式会社（現在ポプラ社）書籍編集部で小説、エッセイ、コミックなど／フリーの編集ライター／2006年 ヤマハミュージックメディア（現YMEH）入社。音楽教本編集 → 大阪で営業 → 書籍編集

3

本日の内容

- 自己紹介
- 編集の仕事のご紹介
- 出版業界について
- アート思考的企画の立て方
- 今後の出版の流れ
- これからの本づくり

2

会社紹介

(株) ヤマハミュージックエンタテインメントホールディングス



楽器メーカー、ヤマハの関連会社。出版、音楽配信、アーティストマネジメント、音楽著作権管理など、音楽ソフト事業を手がける。

出版事業
(書籍、楽譜、教本、
雑誌)



音楽配信事業
mysound



ぷらんと
楽譜

コンサート制作・PA事業



アーティスト、
レーベル事業



4

1

書籍編集とは どんな仕事？

編集の仕事のいろいろ

雑誌、フリー ペーパー	ウェブ	書籍
メルマガ	マニュアル	教科書、テキ スト
冊子、資料	楽譜	マンガ、小説

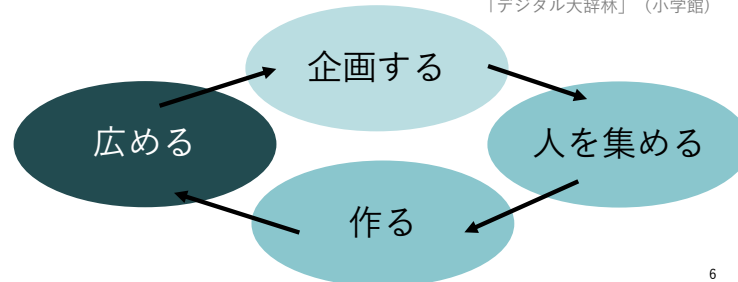
7

編集とは何？

情報をまとめて広める仕事です

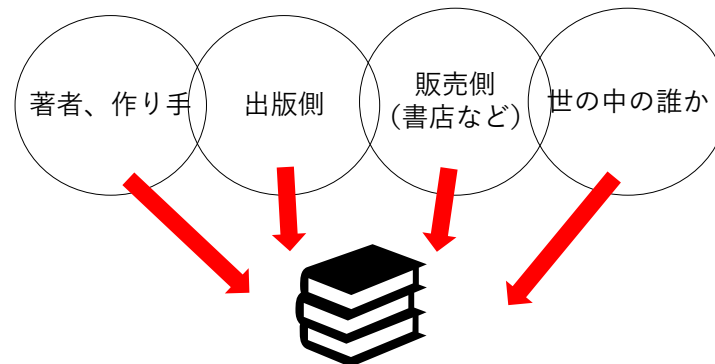
一定の方針に従って資料を整理し、新聞・雑誌・書物などにまとめること。
また、撮影済みの映像を映画などにまとめること。また、その仕事。

「デジタル大辞林」(小学館)



6

本は誰かの思いからできている



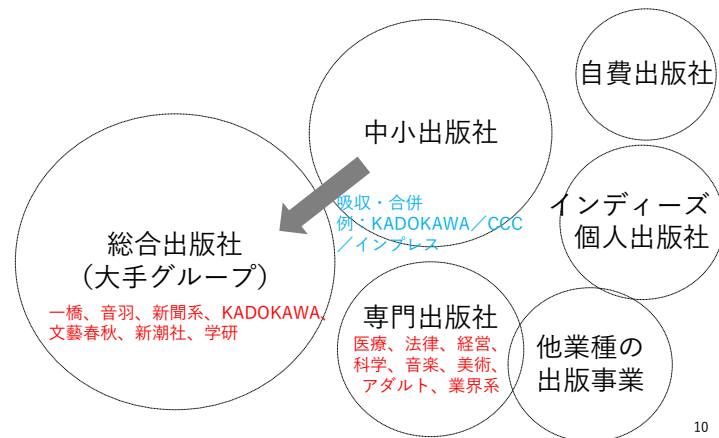
思いを引き出して形にすること

8

2

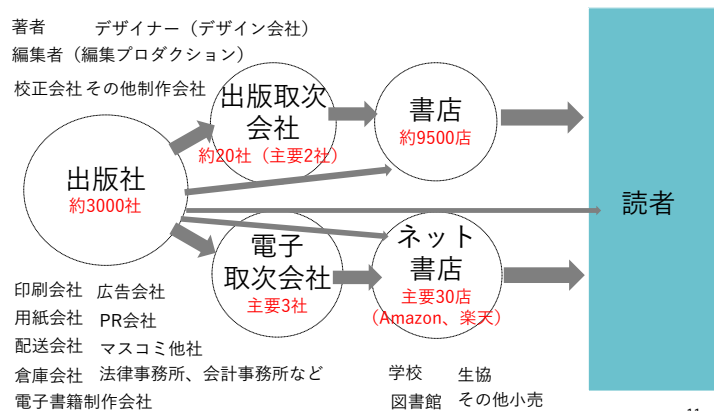
出版業界の現状

日本の出版業界



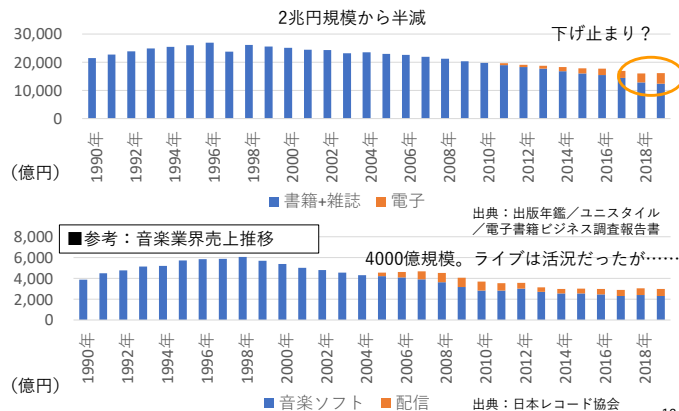
10

本が届くまで



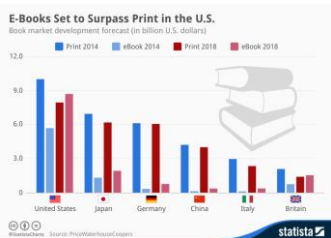
11

出版業界の売上推移



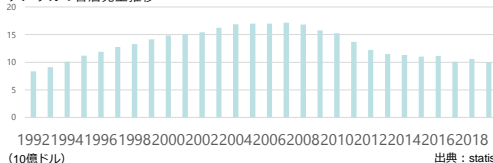
12

世界の出版業界



◆アメリカ
売上は伸びているが倒産も多い。電子書籍大国だが、最近は書店が見直されている。再販制度がないため、大手書店ほど値下げができない中小書店はベストセラーを出すメリットが薄い。そのため、独自の目利きで売りたい本を探して発信する書店が増加。コロナ前はイベントも盛んだった。パーンズ&ノーブルなどの大手と小さな書店の2極化。カフェなどを併設している書店も増加。

アメリカの書店売上推移



ギャラクシーブックストア

出典：statista

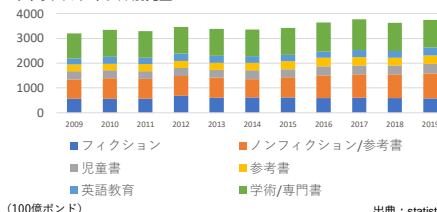
13

世界の出版業界

◆イギリス
出版業界の売上は上昇。紙の本の売上は落ちているものの、電子書籍の使用率が高い。本の値引き販売が盛んなため、独自の目利きをする独立系書店が増加。児童書が伸長。フィクションよりノンフィクションや実用書が売れる。

◆中国
電子書籍も成長しているが、近年大型書店が増加。国として読書を重要視。書店への支援や賃料下げなどを行う。本→カフェ→雑貨→サービスと扱うものを増やす流れがあり、「書店4.0」と言われている。

イギリスのジャンル別売上



ウォーターストーン



読書館

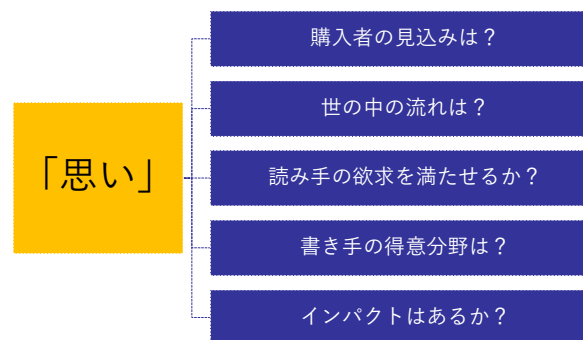
出典：statista

14

3

アート思考的 企画の立て方

企画は思いとマーケティングの掛け合わせ



16

読者の思いを想像する

ターゲット (誰に向けるか?)				
受け手の気持ちは?	読む前		読後	

17

何を感じますか？



18

やってみよう1

一番苦手な人を思い浮かべてみよう

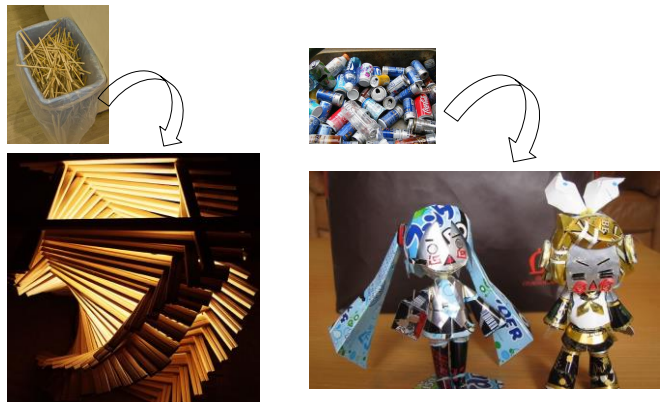
19

やってみよう2

- 1、なぜ自分はその人が苦手なんだろう？
- 2、なぜその性格が作られたんだろう？
- 3、その人をテーマにした物語や企画を考える

20

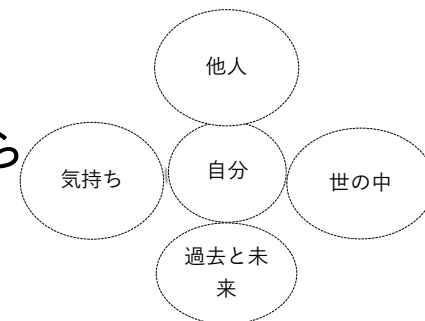
どんなものからでも何かを生み出せる



21

まとめ

アイデアは
観察と対話から
生まれる！



22

4

思いを 引き出すために

書き手の思いを引き出す

書けること

言いたいこと

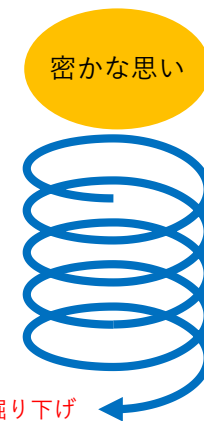
密かな思い

過去の実績

書いてほしい
こと

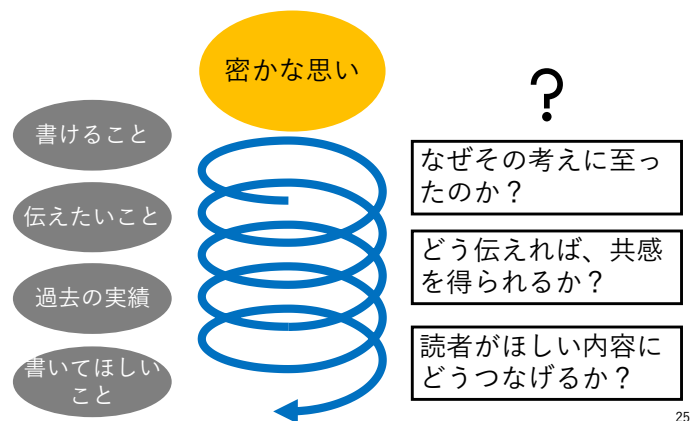
- ・ 話に耳を傾ける
- ・ 文章から伝わってくるもの
- ・ 頻繁に出てくる言葉 など

掘り下げ



24

書くことはあとから決まることもある



完全な整理整頓はしない

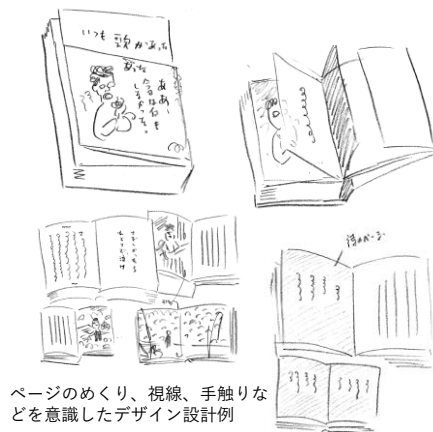


- ・人の気持ちは理路整然ではない
- ・混沌としたものは、整理せずおいておく
- ・多少のノイズが入ったほうが人を引きつける

26

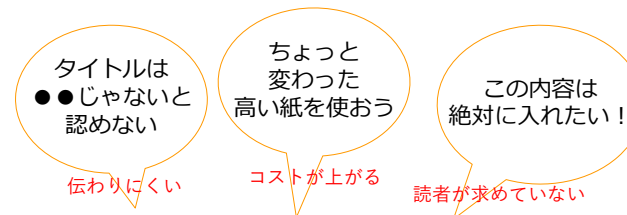
人を引きつけるストーリーを考える

- ・表紙 (世界観)
- ・見返し (世界観)
- ・章立て (流れ)
- ・まえがき (つかみ)
- ・書体 (印象)
- ・造本 (世界観)
- ・資材 (所有欲)
- ・PR文 (つかみ)
- ・本との出会い (きっかけ)



ページのめくり、視線、手触りなどを意識したデザイン設計例

「こだわり」と商業性



思いが強くなるほどに、こだわりが強くなりがち

【チェックポイント】

- ・必然性があるか？
- ・刺さるか？
- ・「(販売につながる)濃い体験」になるか？

28

5

今後の出版の流れ

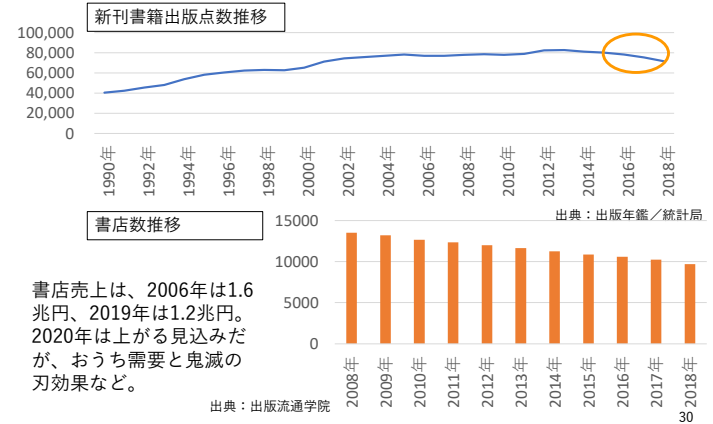
本が書店に置かれない……！

- ・ 注文FAXはスルー
- ・ ダンボールのまま返品
- ・ 発売1か月経っても書店の奥に
- ・ 広告を出さないと注文が来ない
- ・ 実績がないと置かれにくい

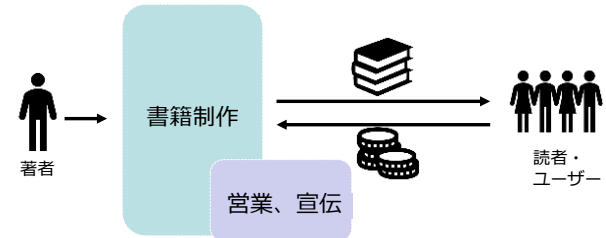


企画が良くても売れない

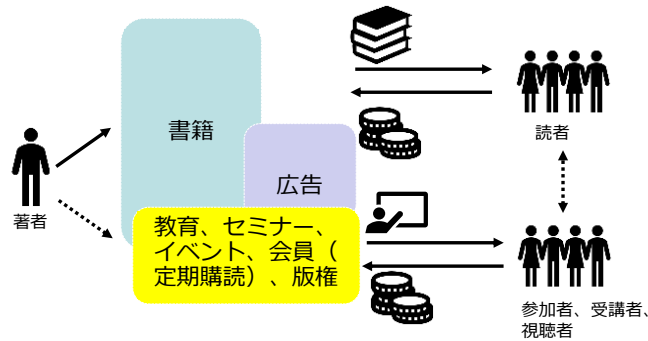
出版点数と書店の状況



昔ながらの出版ビジネス

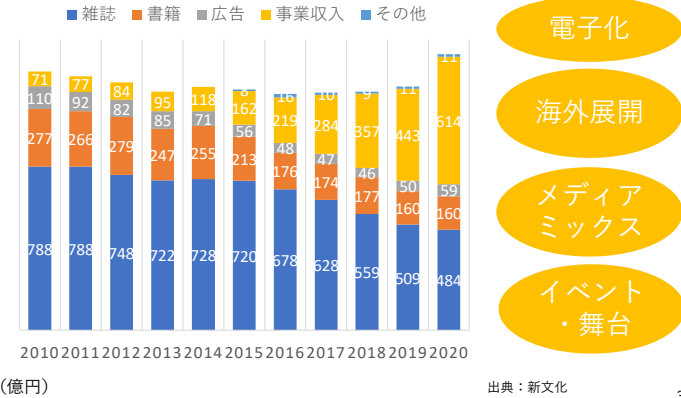


現代の出版ビジネス



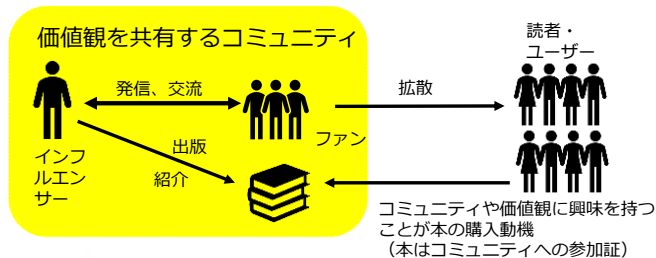
33

事例（講談社）



34

事例（NewsPicks）



NewsPicks Bookほか、コミュニティビジネスを軸とした出版社

35

その他の事例

◆ダイヤモンド社

冊数ノルマなし。売上ノルマあり。営業は売れ行きのデータを綿密に検討。販促に人を割く。売れっ子よりも処女作を重視。二匹目のドジョウNG。営業も編集もSNS展開。

◆文響社

2008年創業。予算はなし、冊数目標もなし。どっこもやらない企画を出す。紙から製本まで何度も見本を出して徹底的にこだわる。1冊に時間をかける。数字分析+行動。

◆サンクチュアリ出版

月に1冊刊行、社員20人。発売前1年前から徹底プロモーション活動。初版1万6000部。平均4万部。年間イベント200回。広報部と営業部主体で読者を集めた飲み会実施。年会費1万2000円の会員ビジネスも。12冊プレゼント+1万2000円分のセミナー参加権。

◆サンマーク出版

全国9カ所に営業担当。※現地採用の嘱託 本社は社員40人中編集は15人。営業もほとんど同数。病院のお見舞いに持っていける本がベストセラーとなる。洗練しすぎない田舎で売れるもの。タイトルとデザインはぎりぎりまで粘る。ヒットしたらデザイナーにも謝礼金（●万部で100万円、など）。

36

インディーズ、個人出版の増加

- ・ 売場の広がり
- ・ ひとり～少人数で可能
- ・ ネットでコミュニティを作りやすい
- ・ 自宅でPC1台で可能
- ・ 電子であれば在庫ゼロ
- ・ 趣味嗜好の多様化
- ・ ダブルキャリアとして



同人活動

地方発

ZINE
(個人雑誌)

ひとり出版

37

これからの出版のあり方

- ・ 大手とインディーズの2極化が進む
- ・ 出版以外のことと並行して行う
- ・ 「儲け主体」ではないあり方も

【これから出版で生き残るには】

- 仕組みを知ること
- 何を作り、どこで知ってもらい、どう売るか？
- **大切なのは「個人の思い」と「行動力」**



38

5

これからの本づくり

出版ビジネスの収支

制作費（原稿料、デザイン、印刷費ほか）
30～40%

流通（取次、書店、ネット書店）
25～50%

出版社経費（人件費、倉庫代、配送代、賃料、在庫廃却ほか）
20～30%

利益？

1500円、2000部の本→約200万円
1200円、7000部の本→約560万円
1200円、10万部の本→約7800万円

大部分の本は儲からない。専門書だとさらにキツイ

↓

- ・ 制作費を下げる
- ・ 部数を増やす、ヒットを出す
- ・ シリーズで売る

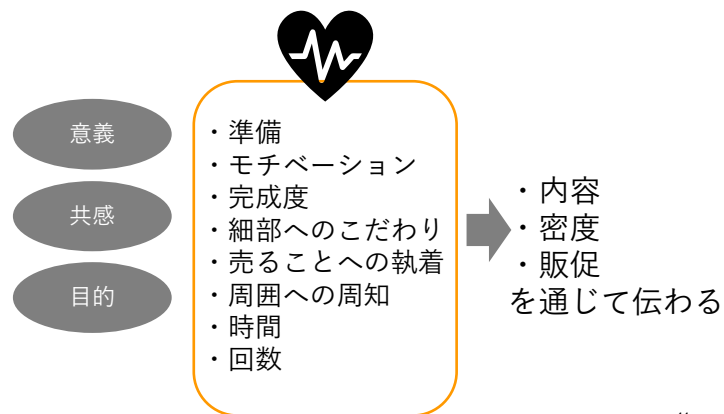
↓

- ・ 複合ビジネスで稼ぐ（版権、イベント、セミナー）
- ・ デジタルでも売る

少人数でやるには熱量が必要

40

熱量を伝えるには



41

手間がかかることが熱になる

出版の数年前より、舞台となる土地に新人漫画家に住んでもらった

感度の高いお客さんを取り込むため、全国的美容院に手紙付きで本を送った

発売前から毎日ツイッターでつぶやく。さらに手書きポップを書いて、共感するお店に置いて回る

休日に著者と一っしょに同人誌を売りに行く

42

熱が伝わった本の例

「小説を読むだけで音楽が学べる」がコンセプトのライトノベルシリーズ。インターネットを中心に、10代~30代のアマチュアミュージシャンやクリエイター層、クリエイター予備軍の若者がターゲット。現在、『作曲少女』『作曲少女2』『作曲少女Q』の4冊を刊行中。

- 著者 仰木日向
- まんが・イラスト まつだひかり
- ヤマハミュージックエンタテインメントホールディングス刊

ポイント

- ・キャラクター小説としても楽しめる斬新な作曲理論を紹介
- ・作曲、耳コピ、DAWの解説コラムを掲載
- ・楽譜や専門用語、難しい話は一切なし
- ・イラストや4コマまんがは、webアニメで話題となった人気イラストレーター、まつだひかり氏



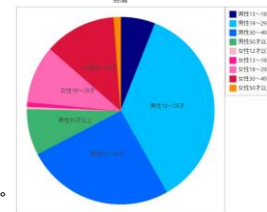
シリーズの目的

『作曲少女』は、当初小説形式の音楽技法書として企画したが、下記2点に比重を置いたことで、他の音楽技法書や小説にはない特徴が生まれた。

- 読むだけで、音楽の仕組みから曲作りの方法までわかる
- 創作や自己表現での悩みや具体例を、物語を通じて追体験できる

本書の登場人物は、それぞれが違う意見や悩みを持ち、それをストレートにぶつけ合う。時に衝突が軋轢が生まれるが、その先に自ら答えを見つけ出し、他者と理解しあう過程が丁寧に描かれる。

「自分と向き合うこと」と「他者との対話」をテーマに据えたことで、「何かを表現したい」「作ってみたい」「好きなものを見つけたい」「自分を好きになりたい」といった、形の見えにくい悩みを抱える現代の若者に対し、とくに「刺さる」内容となった。発刊後は、インターネットを中心に「自分はこう思う」「過去、自分はこんな悩みを持っていた」といった感想とともに拡散し、専門的な音楽の技法書としてはヒット。



44

いただいた感想の例

「作曲に挑戦してみたくまりました！」
「創作全般についてのヒントがたくさんありました」
「入門書や初心者向けのサイトなんて見てもサッパリ。でもこの本はそうじゃない」
「絶対に一步踏み出す気になれます」
「【作曲を教える本】としてはまったく型破りな内容に度肝を抜かれた」
「音楽理論をあまり必要とせず作曲について学べた」
「泣きました」
「努力と夢中は違うというのは、本当にそうだな〜と目からウロコでした」
「一気に読めたけど、読み終わるのがもったいない」
「好きなものはもっと突き詰めていいんだと勇気を貰いました」
「物語に登場するいろはちゃんと珠ちゃんがかわいい」
「曲を作る流れがよくわかった」

45

なんのために本を作るか？

問題提起や
課題解決を
したい

意義のある
本を
作りたい

尊敬する
著者と
仕事がしたい

とにかく
売れる
本が作りたい

作業自体が
楽しい

複合ビジネス
を仕掛けたい

編集者によって動機はさまざま

46

ベストセラーを目指さない生き方

半径5メートルの世界を変える

47