

11月4日の第6回講義でのゲスト講師で「闇の中の社会学」『漂白される社会』担当編集者ダイヤモンド社・村田さんの話を聞いて印象に残ったことを交えながら「編集者に求められること」として考えたことを書いてください【休んだ場合はムラタ日記の感想】(200字以上)

やはり編集者と作家の関係が書籍を作るという目的意識のもとに成り立っていて、その上で編集者は人間関係にも配慮する感情労働も必要であるということが、村田さんの話を聞いて私が編集者に求められることだと考えました。どんなものづくりに置いても実際現場で作っている人とそれをマネジメントあるいはコントロールする人の関係性が重要であると思いますが、とりわけ本は作家がその執筆者として前景に押し出されているので編集者の努力が見えにくくなりがちです。それでも、一冊の本の誕生とその後を見守る乳母のような編集者は、産みの親である作家を最大限フォローしてよりよい本を作るよう志すべきだと思い、就職で編集者志望の私にとっても大変勉強になりました。

(後者について筆記します)

記事を読み、編集者として求められるものとはかく、頭の中を真っ白にすることだと思った。これは別の授業での受け入りだが、文章を編集するにあたって、様々な知識を最初から持ち得ているのは勿論重要であるが、それ以上に、編集を行う際は、それまで何も知らなかったかのように、物事を整理して行くべきであり、下手にリアリティと知識を持ち得てしまえば、独断に陥る虞がある。そういった点で、編集を行う際は、序文が長々と説明的な文章を述べるより、頭の中を空白にして客観的事実を先行させなければ、読者は文章に食いつかない。

「最近の出版業界はいい製品を出しても売れない」とおっしゃっていた。つまり、どんなに面白い本があろう昔のように売れないということだ。なぜ本が売れなくなったのだろうか。諸説あると思う。私は、「本を読む暇がなくなったから」だと思う。「暇」は文字通り何もない時間帯のことではない。スマホ、パソコンなど、ネットが普及すればするほど、そちらにのめりこむ時間が多くなってしまい、ますます本を読む時間はなくなってきた。ネットにはまる時間が多くなるから本を読まなくなるのも出版業界が厳しくなる理由の1つだが、ネットのコンテンツが面白いのも本を読まなくなる理由の1つだと思う。例えば、掲示板のまとめ。有名なのは2chのまとめスレなどだ。そこにある浮気スレ、修羅場スレ、質問ある？スレ。下手な文庫作品よりはよっぽど面白い。社会は確実に変わってきている。暇だから本でも読むか、とはいかなくなってきた。出版業界に求められることも変わってきているだろう。出版社もどんどんつぶれてきていて、これから生き残る出版社や編集者はよほど面白い作品を出せるか、隙間を突くことができる人だろう。

売り物になるということは求められていることに応えるということと重なる。何が求められるかといえば「必要な情報」であり今不必要なものは(少なくともその時には)売れないだろう。ムラタさんのコラムを読んでいて感じたのは、「今」にコミットした素材を的確に扱っているということである。新鮮なうちに捌いてしまう。「今」にそぐわないものは寝かせておく。同様に、価値が不変な事象も、適当なタイミングで放出していく。どちらも求められていることで、すぐに

提示しなければいけない事柄とどんなときにも扱っていける素材を、「今」を見極めて仕上げていく。この感度とタイミングの妙が編集者に求められているのかと感じた。

私の身近には「編集者」という立場の人間が存在しなかったので、村田さんの話をお聞きして考えた内容のみになるが、編集者にはリアルタイムでの「現状」を俯瞰し、広い視野を持ってその時代を生きる人々のニーズに応えるという仕事が課されていると考えた。もちろん著者のサポート、ひとつの作品にまつわるさまざまな雑務を編集者はこなさなければならないわけだが、そのなかでもとくに「企画・立案」の段階において求められる能力は、編集者ならではのものなのではないだろうか。

残念ながら授業を欠席してしまいお話を直接伺うことは出来なかったが、コラムをいくつか読んでいくと、文章がある種の広告になっているなということに気が付いた。文章中に出てくる書籍あるいはその導入となるものが広告されている。しかし、一般の宣伝広告のように見た瞬間に広告効果がある（普通は視覚イメージとキャッチコピーで一言で訴えるから）とは言えない。一見してはただの文章、文字の集まりに過ぎないからだ。ではこのコラムはどうだろう。もちろん読んでいて書籍のことなどが気になる。だが、それだけではなくそもそも文章自体が面白いのだ。レトリックを駆使する、クスッとするような表現などが散りばめられている。つまり、売り物になる文章とは中身はもちろんのこと外面も重要だと言うことだ。

日頃から「なんとなく」を徹底的に排した上でお仕事を進めているのだろうか、と感じました。「企画は直感的なひらめきを具現化したもの」という短絡なイメージを持っていましたが、その過程には緻密なリーズニングが必要なのだと認識を新たにしています。恐らくその視座はご自身の言動にも常に向けられているのではないのでしょうか。「営業職的な肌感覚を持ち合わせている」とのお話もありましたが、言い換えればそれは、自分の立ち位置と成すべき役割を客観視し続けている所以なのだと思います。

今回のダイヤモンド社編集者の村田さんの話で特に印象に残ったのは企画の話です。編集者は、本の内容だけではなく、なぜこの人にこの話題なのか、今なぜこれを書くのか、誰に向けているのかなどを考え、社会に求められる本を常につくっていかなくてはならないということがわかりました。村田さんの話を聞き私が編集者に大事だと思ったのは、もちろん話にも出てきたように作家を思いやる気持ちなどもありますが、社会を客観的に見つめる力、そしてそれを作る本につなげていく力です。今の社会に、そして未来の社会に対して死角となっているところをクローズアップした新しい本、それが編集者が目指すべき本なのだと思います。

先週は休んでしまったので、編集者の村田さんの日記を読んで「売り物になる文章を作る上で編集者に求められること」について考えてみた。村田さんの日記を読むと、最初のうちは経験や人脈がないのでとにかく行動してみようという様子が伝わってきた。会食に同行させてもらったり、面白い研究をしている大学教授にメールを出すなど、人と会うことを全く厭わずに行動していた。また、今まで触れてこなかった分野の話を知ったときも、すぐに適応し興味を持つことができるということも分かった。このことから売り物になる文章を作る上で編集者に求められるこ

と」は、知らないことにたいして何でも興味を持ち、ある分野の専門家と呼ばれる人たちの話を引き出す能力であると思った。

村田さんの話を聞き、特に印象に残ったことが二点ある。一つは、編集者の仕事の多さについてである。編集者の仕事と聞いて私が真っ先に思い浮かべたのは、何か面白そうな企画を立案し、それに沿って書き手に執筆してもらい、出来上がったものに意見を加え、また加筆修正を依頼する…というような一連の流れだった。しかし、その後にも、刊行前のPR、オンラインを活用した販促、イベントの実施、書店店頭への営業活動に至るまで、様々な仕事をこなす必要があるということを知り、非常に驚いたと同時に、編集者には営業マンとしての側面も必要なのだと感じた。

もう一つは、書き手と編集者の関係についてである。編集者自らが特に企画案を立案したりせず、ただ書き手の発想に任せてばかりいるのでは、良い本は作れないし、書き手もストレスが溜まってしまい、両者に悪影響が出てしまうというのはまさにそうだなと納得がいった。編集者は多角的にアンテナを張っておき、あらゆる事象に対して敏感であるべきなのだと感じた。

以上の二点を踏まえ、編集者というのは、企画から本に関しての営業に至るまであらゆる段階で書き手にとって良いパートナーであるべきであり、且つ自らも単に縁の下の力持ちに留まるのではなく、あらゆる物事に対して関心を抱いておくことが重要なのではないかと感じた。そうであってこそ「書き手にとって理想の編集者」になることができるのだろう。

村田さんがおっしゃっていた、「普段会えないような方と対等にお話ができる」という言葉が印象に残っています。銀行員である伯父もまた、全く同じことを言っていたからです。編集者であっても銀行員であっても、自分にはないものを持った人と関わることは刺激的であり、仕事の魅力と感じるのだなと思いました。しかし銀行員と違い、編集者はより幅広いジャンルの知識が求められます。著者に意見できるほど、となるとかなり厳しい世界だと感じました。

まず、質疑応答の際に仰られていたように、編集者は人当たりがいいことが大切だと思った。ライター、作家、カメラマン、そして取材対象など、編集者は多くの人と知り合い、自らの意志を伝えて「動いてもらう」ことをしなければならない。だからこそ、第一印象であったり、相手をうまくたてるところだったり、期限をすぎてもあがってこない原稿を波風たてずに催促する能力が求められると思った。

そして、開沼先生がおっしゃられていたように、いくら人当たりがよく、豊富な人脈にめぐまれていても、まずは企画をたてる力がないことには、仕事が成り立たない。「なにかやりませんか」とクリエイターに持ち寄っても、その「なにか」を考えるのが編集者の仕事である以上、取材対象の選定はもちろん、テーマ設定やアウトプットの方法（コラムなのか、対談形式にするのか、評論をのせてもらうのか。写真なのかイラストなのか。など）含めて提示できなければならないと思った。そのため、常にアンテナを広く張っておきつつ、獲得した情報をいかに「加工して」出すかを考えておく必要があると思った。

欠席してしまったため、コラムを読んで思ったことを書かせていただきます。編集者に求められ

ることは、「読者が思わず、ふっと笑ってしまうような文」をつくることなのではないかと思いました。真面目なことを書いていても、最後の一文を読むとなんだか、ふふっとわらえてくる、日常生活に密接した事柄もあいまに入ってきて、読者をあきさせない、この方のコラムにはそのような特徴を感じました。また、そのふふっと笑えてしまうような一文は、嫌味には感じられない、しかし多少毒の入ったものでもあったので、その微妙なニュアンスこそが大事なのかなと思いました。

まずお話を聞く前に、編集者というお仕事についてはっきりとイメージすることができないというのが正直な印象でした。お話を聞いて、出版社によっても大手かそうでないかで仕事も変わってくることを知りました。自分が残したいと思う作品を作ることができるわけではなく、また、必ずしも好きな作品の編集を担当することができるわけでもない、もちろんですが精神的においても肉体的においても大変なお仕事ではなのではないかと感じました。

編集者という仕事は単に技術や能力があるだけでは務まらないということを強く感じさせられた。他者との繋がりの中でこそ成立する仕事でもあるから、まず自分以上に他者を大切にする精神を持たねばならない。それと同時に来るべき未来の姿を読み取っていく能力が必要である。様々に変化していく時代のニーズに合わせて、一歩先で本当に必要になるものは何かということを読み解いていく能力があってこそ、画期的な編集の未来を切り開いていくことができるのだと思った。

本という繊細な売りを扱っている以上、編集者は広汎な知識と適格な判断能力を持たなければならず、また会議でのプレゼンテーション能力も求められる基準が高い、シビアな職業だと思った。

また実務だけでなく、編集者の仕事の終着点には人一人の人間関係が待っている。

全ての職にも、この人一人の関係は存在すると思うが、編集者の場合は、顧客でもあり仕事仲間でもある作家に対して、その作家の性格などに合わせてバランスの良い関係性を築き上げていく。

そこにはやはり人を見る力があるからこそであり、村田さんのバランスのいい話し方や身振り手振りからそういったものが感じられた。

話を聞いていて、編集者は「書籍業界のキュレーター」であると思った。企画を立て、コーディネートし、本を作品としてもビジネスとしても考えなければいけない複雑な面を持った仕事である。そのような中で編集者に求められることは、本の書き手や出版社の間に立ってうまく両者を仲介することではないかと思う。私の思っていた編集者という仕事は、出版社の意図やメ切と書き手の意志やスタイルに板挟みにされる、主体性のあまりない中間管理職的な苦労人のイメージの仕事であった。しかしお話を聞いて、自分の考えを持った上でどこで折り合いをつけるか、またどこをこだわるべきかしっかりと考えなければいけない仕事であると感じた。そのためにはうまく書き手のモチベーションを維持するような（言い方は悪いが）操作をする必要があり、そのためには編集者は主体として動かなければならないのだ。

編集のことを何も知らなかった時には、本は著者として名前の載っている人が好きなタイミングに好きな物事を書いているのだと思っていました。大学に入ってようやくそうでないことを知り、また今回村田さんのお話を伺って、編集者の方こそ出版には欠かせない存在なのだとの認識を一層強めました。

個人的には、企画書の書き方のお話が一番印象に残っています。今世の中で求められている(もしくは売れる)内容・タイトルは何なのかという点について考えていらっしゃるのはもちろんのこと、「なぜ今このテーマをこの人が語るべきなのか」まで突き詰めて考えなければならないことには驚きました。更に同じテーマの市場規模も把握しておく等、常に社会や人々の動向についてアンテナを張っていないといけないことを深く理解しました。

開沼先生とお話ししていた優秀な編集者や、現在の出版業界についてのお話も面白く聞いていました。

要は情報収集力と、著者との調整力こそが編集者に求められることなのではないかと思いました。

感想のようになってしまいましたが、どの業界に進むにしても必要な能力であるように感じたため、社会人になった際には今回伺った村田さんのお話を参考にさせて頂きたいと思います。

私が先日の村田さんの話を聞いて特に印象に残ったことは「本のアイデアを出すときに、ただ書き手に投げるのではなく、『こういうのもありますよ』と編集のほうからアイデアや方向性を提示してあげることが重要」という趣旨の発言だ。これを聞いて私は「編集者に求められること」として一番に挙げられるのは、「今はこういう時期だからこういう書き手でこういう本をつくりたい」というアイデアを出せる企画力とそれを書き手の方にうまく伝え理解してもらうコミュニケーション能力なのではないかと感じた。

「売り物になる文章を作る上で編集者に求められること」は、「読者により近い感性を持つこと」であると考えます。村田さんのコラムを拝見し、良い意味で緩い文章であるゆえに、要点が頭に入りやすかったです。売り物になる文章にするためには、一般的な論から出発し、斬新な物の見方を展開することが重要であると思いますが、その出発点とゴールまでの道筋をしっかりと組み立てるために必要な能力が一般的な感性ではないでしょうか。

「編集者に必要なことは知識ではない」。お話を聞く中で最も感動したのは、この言葉だった。編集者、それこそ出版業界など、ものすごい倍率を勝ち抜きほんの一握りが手にできる職業だという印象がある。読んだことがない本などありません！とか、アルバイトでずっと編集作業していました！とか、知識がある人たちが仕事をしていると思っていた(お堅いイメージもありました……)。しかし、実際に大事な部分はもっと別で、どうしたらその業界をよくすることができるのか考えること、そして作家の気持ちになっていかに相手に寄り添えるかというものだった。誰もができそうで、できない、そんな人と人とのつながりを大切にする職業なのだとの感銘を受けた。

出版社を目指しているとはいえ、知らないことが多く、全てのことが新鮮に感じました。特に、

書籍化する企画提出の話は、プレゼン力や需要を考える辺りなど、能力が求められ、大学で見られる教育体勢につながる部分だと感じました。だからこそ、編集者は能力が求められています。著者に全てを丸投げし、何か書いてください、ではダメでしょう。市場で何が求められていて、しっかりと読者を手にすることができる内容、テーマを設定し、それに応えられる著者に依頼する。そのためにはアンテナを高く伸ばしておくことも重要ですし、一般教養も必要になるでしょう。当たり前で街で生きているような常識人がこれからの市場の移り変わりに対応できる編集者になれるのではないか、と思います。

前回の講義に出席できず、直接話を伺ってないのが非常に残念なのですが、コラムを読んで感じたのは、編集者は常に多方面にアンテナを張っているということです。今、社会の風潮はどうなっていて社会が求めているものは何であるかという点を念頭に置き、身近なことから話題のネタまで幅広くキャッチしようとするストライクゾーンの大きさが編集者には求められているのだと思った。また、文章力が求められるのはライターイメージがありますが、編集者にも端的で伝わりやすい文章を書く力が求められていると考えました。

村田さんのお話では編集者は基本的に何の能力もない、とおっしゃっていましたが、聞いているとある意味では共に内容を考え、ある意味では誰よりも第三者の目線で文章を見つめなくてはならない難しい仕事だな、と感じました。また、編集者の仕事は座っている仕事ばかりだと思っていましたが、意外にも外に出て営業のような仕事もするのだとお聞きしてあらゆるコミュニケーション能力が求められるのだと思いました。場合によってはその本の作者よりも高い発想力で、上手に立たなくてはならない局面もあるのではないかと思います。

「編集者に求められること」は、村田さんも仰っていたように、コミュニケーション能力だと感じた。書いてくれる人の性格と能力を見極める力と、その方向に持っていく力。こういう言葉で表現するのは少し憚られるが、いわゆる「人間力」というやつかもしれない。自分で書くわけではないのだから、よいものを作るにはよいものを書いてもらうしかない。いかによいものを書こうと思わせることができるか、またそういう環境を作ることができるかというところが編集者の技量なのだと感じた。

私は前回欠席してしまったので、村田さんのコラムを読んで考えたことについて書きます。編集者に求められることとして、私は“いかにわかりやすい言葉にするか”が一番大切だと思います。本によってターゲットの読者層も異なりますし、“売り物になる文章”にするためのプロとしての独自の戦略もあるのですが、どんな場合であっても、著者が伝えたい内容を正しく伝えるためにはわかりやすい言葉で表現することが必須だと思うからです。私自身は書店で本を選ぶ際、その内容で選ぶというよりは、タイトルやデザインが気になったものを手に取ってページを捲ってみて、その活字の印象(難解な言葉ばかりではないか、ひとつひとつの文が読みにくくないか)で決めることが多いです。実際に村田さんのコラムは、タイトルも簡潔でありながら興味をそそるものであり、内容自体も読みやすかったです。

当該のコラムに『ポイントを明確にして、イメージを分かりやすく伝えることが一番大切だと

分かっているものの、その「分かりやすく伝える」ことが実に厄介である』とズバリそのまま書かれているように、これが最も重要だと思います。加えて言うなら「誰に向けて」分かりやすく伝えるかを意識することだと思います。このコラムはかなりユーモラスに書かれていますが、これはエンタメ目的でコラムを閲覧する人向けに書かれたものであり、真剣に編集部の内情を知りたい人向けに書かれたものならばこういう書かれ方はしていないでしょう。伝える相手に相応しいかたちが意識されていることがわかります。

ある小説家が「本は編集者の作品」と書いていた。前回の講義では、その意味をより考えさせられた。執筆こそ作者・ライターが行うが、その執筆者のモチベーション管理や宣伝の打ち方、装丁の発注など、編集者個人の裁量で行われている部分が予想以上に多かった。本の内容如何よりも、編集者の腕によって「本」としての成功は決まるように思われた。執筆者への気遣いからはじまり、徹底的にその本のために尽くすことが編集者には求められているのだと感じた。

初回の記事を読んだ。ここから、とにかく人と会うことが編集者に必要だと分かる。先輩編集者は、目を付けた人にすぐにアポを取った。また村田さんも、会食があると聞けば、同席していた。

東洋経済オンラインで書かれた、記者のメリットについての記事を思い出した。その記事によると、記者になるメリットは、記者という名刺を使ってあらゆる人に会えることだった。普通の社会人では、会ってもらえない人でも、記者と言えば可能性がぐっと上がる。まずは合うことだろう。

編集者には、幅広い人間関係のネットワークを構築していくことが求められるのではないかと思った。お話を伺うまで、私のなかの編集者のイメージは、著者が書きやすい環境を整え、時には叱咤激励も行う「著者のサポート役」だった。しかし、村田さんのお話を伺い、私のイメージは編集者の一側面にすぎず、著者を自分で探すこと、また出来上がった本の営業という、すなわち本を製作することの前後の仕事も編集者が行うのだということを知った。それは、編集者自身が日頃から様々な分野の人と出会い、信頼関係を作っていることが成功の鍵となるのではないだろうか。(261字)

この「出尽くした感」がある市場のさらなる開拓において、特に有効なのが商品や宣伝を消費者のイメージに合わせるのではなく、消費者のイメージそのものを変えることだと思った。このことから、編集者に求められるのは、単純な例で言えば電子書籍という形態の変化など、読者の持つ「書籍」のイメージを変えることで新たなニーズを掘り起こすことだと思った。しかし一方で、単純に変わったことをすればいいというわけではなく、消費者の嗜好も考慮しなければいけないと言うのは重要であると思った。

まずは、講義が始まる前の最初の印象としては、少し強面で体育会系っぽい感じで、仕事ができる人オーラに満ち満ちていたのが個人的には少し威圧されていたのだが、講義が始まってみると話し方自体はとてもフランクで親しみやすい感じの話し方だと感じた。このことから考えたのは、一流の人は、なめられない、けど、懐も深いみたい、な印象を佇まいのレベルで自然に相手に与えることができるのかなということだった。編集者というのは初対面で人に与えるイメージ

がとても重要だと思うので、初対面の時点でその人が持っているオーラとかで勝負がついている部分もあるのではないかと感じた。

話の内容で印象に残ったのは人脈の重要性だった。村田さんと開沼さんが出会ったきっかけも、共通の知人を介してとのことだった。村田さんは開沼さんの本が面白いと感じて、開沼さんと知り合いの友人に連絡を取ってもらったとのことだったが、普段から豊かな人脈のネットワークに囲まれていないとこういことはできないと思う。また、献本の際にも開沼さんのネットワークがとても役に立ったというお話もあったが、これも同様に豊かな人脈のネットワークのなせる業である。では、単純に人脈構築に勤しめば良いのかということそれは違うと思う。例えば村田さんが、持ち込みの企画を見るときに、今まで何も成し遂げることがない人には興味がないとおっしゃっていたが、ビジネスの世界の人間関係では、この人は仕事ができる人で、この人と付き合いしていると何かメリットがあるかもしれないということをお互いが思っていないと実りある関係には発展して行かないのではないかと感じる。従って、まずは自分の仕事を良くすることを目指して、その過程で自然に人脈がついてくるというのが理想なのではないかと感じた。

一通りコラムを読んで、無理にカタカナ文字を使わずに口語体を織り交ぜカラダにスッと入ってくるような文章だなと感じた。目的はより多くの人に目を通してもらい読んでもらう事なので万人が受け入れやすい文章を書き、そこに個人のユーモアなどを加えて個性を出すのが、売りものになる文章を作る上で編集者に求められることだと思った。

また見出しで読み手の興味をひかせるという事もとても重要だと感じた。あるキーワード(単語)を見出しに入れることによってそこから読み手の想像を膨らまして文章に移るという技だ。実際に村田さんのコラムの見出しには必ず何かしらの単語、固有名詞が入っている。

前回講義を欠席してしまったが、編集者にとって大事なことは、常に広い視野を持つことだと思う。資料として提示されたコラムは、一見するとただの日記であるが、実はそういった日々の何気ないことに注意を払うことが大切なのではないか。日常には意識しないと見過ごしてしまう疑問や問題点が隠されていると私は思う。そういった点に敏感になり、読者が普段気になっていること、あるいは無意識に引っかかっていることに切り込めることが、編集者に求められる能力だと考える。