

出版不況打開へ新団体

編集プロコ結束自ら取材・発行も

出版社から委託を受けるなどして書籍や雑誌制作にかかわる編集プロダクション業界に昨年、新団体が設立された。編集や校正・デザインなどを手がける法人、個人が参加。技術や知識を共有し、団体としても仕事を受けるなど新たなビジネスにもつなげたい考えだ。出版社の倒産が増える中、生き残りを図ろうという狙いがある。(坂田達郎)

個人会員が半数以上

新団体は「全国メディア制作連盟」(メプロ)。東京に事務局を置き、北海道から九州まで約30の法人、個人が参加する。正会員はキャリア10年以上の法人、準会員には同5年以上の法人か、10年以上の個人がなることができる。半数以上は個人会員だ。

Media Times

メディアタイムズ

理事長に就いたのは、編集校正プロダクション「ぶれす」(東京都新宿区)会長の中嶋丈夫さん。一昨年から、電話やダイレクトメールで参加を呼びかけ、設立にこぎ着けた。「編集プロダクションはこれまで、それぞれが出版社の方を向き、横のつながりが弱かった」。すでに会員の間では、法人会員が個人のデザイナーに仕事を依頼するなど連携が始まっている。

今月にはメプロのホームページを作る。3月ごろからは、デザインや企画、電子書籍など各分野の専門家を招いたセミナーを開き、映像を記

編集プロダクション

「白書出版産業」などによると、出版社や企業から委託を受け、出版物の企画・制作、執筆など様々な業務を行う会社や個人のごとで、全国に1千とも2千とも言われる。出版社が直接経営するもののほか、独立系、フリーランスなどがある。業界には出版社に勤務したことがある人が多い。

録して会員に配ることも計画している。「会員は全国にいて、一斉に集まるのは難しい。セミナーの様子を見てもいい、それぞれのスキルアップに役立てられるようにしたい」と中嶋さん。

メプロとして仕事を請け負い、その分野が得意な会員に割り振る。メプロとして取材から発行までを行い、自ら出版物を出していく。そんなビジネスモデルも描く。

地方の会員には、それぞれの地元で出版活動をしている

会社も多い。札幌市の「垂瑛西社」は北海道の歴史を紹介する書籍などを出版する。和田田美社長は「全国の会員の活動を知ること視野を広げられる」と期待する。電子出版にも興味を持ち、「産業革命みたいなもの。印刷代をかけるより活用方法は広がるかもしれない」と話す。

出版社8割外注経験

大手出版社などが加盟する日本書籍出版協会は2009年10月〜10年1月、書齋の出版企画などについて調査し、会員の約半数にあたる232社から有効回答を得た。

編集作業



「出版企画は主にどこから提案されるか」を尋ねると、「編集プロダクション等」が14.7%(複数回答)。編集プロコからの持ち込み企画を出版するかを尋ねると「よく」「時々」出版するが計約40%と話す。

「出版年鑑」(出版ニュース社)から

年度	出版社数
2000	4391
01	4424
02	4361
03	4311
04	4260
05	4229
06	4107
07	4055
08	3979
09	3902

出版点数を増やすためにどうするか。「音楽に例えれば、以前は音楽全般を一冊で扱っていたのが、今はジャズやレゲエ、演歌などに細分化されて出版される。話題性のある人の本が各社から出版

ある出版社は8割近く、校正を外注したことがあるのは7割を超えた。

外注の理由は複数回答で「期日を短縮」(66.3%)、「専門性が高い」(39.8%)、「費用を安く抑える」(34.8%)の順だった。

出版指標年報によると、書籍と雑誌の取次経由の推定販売額は09年、約1兆9355億円。21年ぶりに2兆円を割った。96年の約

出版社だけで追いつかず、編集プロコが厳しい条件の下請け仕事を強いられる背景にもなっている。

「白書出版産業」(日本出版学会編)の編集委員長を務めた杏林大総合政策学部の木下修・客員教授(出版流通論)は「高い専門性を持つプロダクションは出版社に入り込み、欠かせない存在として活躍する。一方、下請けだったり、雇用の調整弁のようになっていたりしているところもあり、差は大きい」と指摘している。