

仕事ができる！

# 業界図鑑

vol.69

電子書籍の市場も年々拡大！

# 出版に関する仕事

取材・文／伊藤敬太郎 イラスト／桔川 伸

本好き、マンガ好きの高校生にとっては  
憧れの業界。ITとの融合にも要注目！

本やマンガが好きで高校生のなかには、将来の仕事として書籍や雑誌、コミックなどの出版に関わる仕事に興味がある人も多いはず。最近では、紙の雑誌などは廃刊が続いている一方、出版社がWebメディアや電子書籍に進出するケースが増加。そんななか、出版に関わる仕事はどのように変化しているのだろうか。

## 紙の出版

## 電子出版



印刷された本は、通常、流通業者である出版取次会社を経て全国の書店などに届けられる。インターネットの通販サイトのなかには出版取次を経ずに出版社から直接本を仕入れるところもある。

書店

### 出版社営業

自社の書籍や雑誌の売上げを伸ばす役割を担う。書店を回り、自社の本を店頭においてもらうよう働きかける書店営業と、企業などに自社の雑誌への広告掲載を働きかける広告営業がある。



### 出版社

書籍や雑誌などを企画・制作する会社。幅広い分野を扱う大手の総合出版社もあれば、特定の分野を専門とする専門出版社もある。編集部門が本の企画・制作に関わる業務を担当し、営業部門は本の販売や広告に関わる業務を担当。最近では、紙の出版だけでなく、雑誌から移行したWebメディアの運営や電子出版にも取り組むのが一般的となっている。

### Webメディア

ファッション、健康などそれぞれの専門分野に関する情報を発信する。雑誌のWeb版として出版社が運営するWebメディアも多い。



### 電子書籍サイト

スマホや電子書籍リーダー、タブレット、パソコンなどで読む電子書籍の配信サービスを行うサイト。電子コミックを専門とするサイトもあれば、幅広いジャンルの電子書籍を扱うサイトもある。自社で出版する電子書籍を配信するサービスを運営する出版社も増加。また、書店が電子書籍サイトと連携したり、直接運営に取り組んだりするケースも増えている。

### 電子書籍サイト営業

自社サイトで配信する書籍やコミックなどのコンテンツの仕入れ、コンテンツを活用した広告の企画・提案、オリジナルコンテンツの書籍化・映画化・商品化の提案・交渉などを担当する仕事。

### Webマーケティング

データを基に市場の動向を分析し、より多くの人に見てもらうための新たなサービスやメディアミックス、広告展開などを企画・提案する仕事。

### Webデザイナー

電子書籍を販売するWebサイト、アプリ画面のデザインや、サイト上で個々の作品に読者を誘導するバナー画像の制作などを担当する。

### Webエンジニア

配信サービスの決済システム、会員情報の管理システム、電子書籍を読むためのビューアなどの開発・保守を担当。プログラミング技術が必須。

### 印刷会社

書籍などの内容はデータで印刷会社に納品され、データから刷版（ページの内容を転写した印刷用のアルミの板）を作る製版という工程を経て、印刷機で印刷される。製本は専門で行う会社もあるが、印刷会社の製本部門が行うことも多い。

紙の本の出版ルート  
書籍・雑誌の印刷・製本を依頼

## ますます進むクロスメディア！

クロスメディアとは、コンテンツを書籍、アニメ、映画、ゲーム、グッズなどに多角的に展開すること。原作の著作権など作品の権利をもつ会社が、それを活かし、他社と協力しながら事業領域を拡大することで相乗効果が生まれ、ファン層の拡大やお互いの利益拡大を生み出す。なかでもコミック作品はアニメやゲームなどより多角的な展開が可能のため、クロスメディアが盛んになっている。



### クロスメディア／ライツ担当

作品の著作権などに関わる仕事。自社の作品の権利を他者の侵害から守るために適切に管理する部門、権利を活かしたクロスメディア事業を手掛ける部門などがある。知的財産権や契約に関する法律知識に加え、他業界の会社を巻き込む提案力や交渉力が必要。クロスメディア担当の交渉相手は映画会社、ゲーム会社、メーカー、海外企業など多岐にわたる。

海外企業

ゲーム会社

食品メーカー

玩具メーカー

映画会社

アニメ会社

広告会社

イベント会社

## コンテンツ制作に関わる仕事



### 編集者

出版社や電子書籍サイト運営会社で、書籍やコミック、雑誌の特集記事などの企画・制作・編集を行う。著者・ライターとのやりとり、グラフィックデザイナーやイラストレーターへの依頼、制作の進行管理などを幅広く担当する。有望な新人著者を発掘するのも大切な役割。

### 著者

自分の名前でも本を出版する小説家、マンガ家、実用書の作家など。組織に属さないフリーランスが中心。自ら企画を出版社に提案するケースもあれば、出版社から提案された企画に沿って執筆するケースもある。印税契約を結んでいる場合は、作品の売上げ部数が収入に直結する。



### グラフィックデザイナー

書籍・雑誌・コミックの表紙や中身のデザインを行う。色彩やレイアウトに関する専門知識・センスに加え、Adobe Photoshop®、Adobe Illustrator® など画像加工ソフトの技術が求められる。タイトルの見せ方や表紙のデザインは本の売上げを左右するので、効果的に見せる工夫が必須。

### イラストレーター

書籍や雑誌に掲載するイラストを執筆する。独自のタッチや表現を作り上げることが、売れっ子となる条件。フリーランスが中心。

### カメラマン

編集者から依頼を受けて、雑誌や書籍に掲載する写真を撮影する。フリーランスが中心。著者として自分の写真集を出版するカメラマンも。

### ライター

編集者から依頼を受けて、雑誌の記事や書籍などの取材・執筆を行う。グルメ、旅行など得意分野をもつことが大切。フリーランスが多い。

## 最新の業界事情

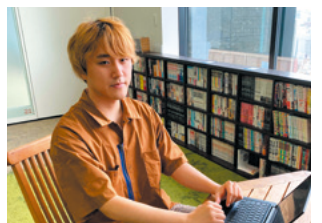
### 電子書籍市場を牽引するのはコミック

2020年の紙＋電子出版の市場規模は、前年比4.8%増の1兆6168億円（公益社団法人全国出版協会・出版科学研究所調べ）。紙と電子の比較では、紙が全体の75.7%で、電子が24.3%。雑誌の廃刊が続くなど出版不況が叫ばれているが、まだまだ紙の書籍のニーズも高いといえそう。電子書籍市場を牽引しているのは前年比31.9%増の電子コミックだ。スマホで手軽に読めて、コンテンツや配信サービスも充実してきたことで若者を中心にニーズが伸びている。

## 職種 PICK UP!!

### WEBマンガ編集者

コミックスマート株式会社  
『GANMA!』編集部  
さるがく なおひる  
猿楽直央さん（25歳）



東京都・佼成学園高校、早稲田大学人間科学部卒業。新卒でデジタルマーケティング事業を中心に手掛けるセブチグループに入社し、グループ会社であるコミックスマート株式会社に所属される。入社以来、『GANMA!』（https://ganma.jp/）編集部で編集者を務める。

## マンガ作りはマンガ家と編集者の共同作業

「GANMA!」はオリジナルマンガ220作品以上を掲載しているマンガアプリ。猿楽さんはそのうち10本の連載作品を担当する。

「作品はすべて隔週連載です。2週間の内訳は、まずマンガ家さんから3〜4日でラフスケッチとセリフが入ったネームが上がり、打ち合わせをして修正点を検討します。その後、編集長のチェックを経て5〜7日程度で作画をしてもらい、アップするという流れです」

マンガ家との打ち合わせの際、大切にしているのは読者に興味をもたせてもらうための工夫だ。

「次の話を読んでもらうための工夫と同時に、作品のファンを作るために、例えば、読者がスクリーンショットしたくなるようなコマをどう作るかといったことは常に考えます」

マンガ家に対して「データや理論に基づいて根拠のある提案をするにはインプットが不可欠だ」という。そのため、多くのマンガ作品に触れると同時に、脚本や映像に関する専門書なども読み、日々勉強を重ねている。同時に作家との人間的

### 猿楽さんの「一日」

9時半ごろから仕事を始め、午前中は連載作品のアップロードやネームのチェック、校正などを行う。午後は担当作家やデビッド前のマンガ家との打ち合わせ。1日に5〜6人とやりとりすること。終業は18時半ごろ。

### この職業に就くには

特に出身学部や学科などは問われない。WEBマンガの編集者を目指すならWebやITに関する基本は身につけておいたほうがベター。それ以上に大切なのはマンガが好きであること。数多くの作品に触れ、マンガの面白さを幅広く理解すると編集者としての引き出しが増す。猿楽さんはあだち充作品など歴史ある作品も学生時代から愛読していたという。