『本を出したい人の教科書――ベストセラーの秘密がここにある』刊行記念

出版プロデューサー・吉田浩氏インタビュー

31年間で1700冊を世に送り出した「出版界のジャイアン」が極意を語る

「熱い思いから生まれる本がベストセラーになる」

「天才工場」「企画のたまご屋さん」などを率い、出版プロデューサーのトップランナーとして活動する吉田浩氏が、『本を出したい人の教科書』を上梓した。「天才の日」と記念日に制定している10月31日（10がテン、31がサイ）を目前に、31年の活動歴、ヒット作を生み出すノウハウについて聞いた。

――吉田さんは出版業界に入って今年で三一年目を迎えます。今回上梓された『本を出したい人の教科書』（講談社）はその結晶ともいえる一冊ですが、ご自身のこれまでを振り返った感想を教えてください。

吉田　私はおよそ一〇年のサイクルで業種、業態を変えてきました。最初は「ライター」、次が「編集プロダクション」、今は「出版プロデュース」です。

一九八四年に童話作家としてデビューし、紙芝居や絵本など一〇〇冊ほど手掛けました。しかし、童話の世界は出版まで二年かかることもざらで、それだけで食べていくことは難しい。たまたま「週刊朝日」で連載記事をいきなり任せられ、あまりにも原稿料がよいことと、支払いが早いことにびっくりしたんです（笑）。そこからライターの道を歩むことになります。当時は「週刊文春」「週刊実話」「週刊大衆」「デイリースポーツ」「夕刊フジ」など数多くの雑誌や新聞で、多いときには毎週七本の連載を持っていました。

あるとき「ケイコとマナブ」から特集号をまるまる一冊制作する仕事を頼まれました。自分一人ではできないので、フリーのライターや編集者を見つけて紹介しました。自分は無報酬で、電話の領収書だけが毎月五万円もたまるような日々を送っていたら、それを見るに見かねた友達から、「会社を創ってきちんと管理費をもらったほうがいい」とアドバイスを受けたのです。そこで、一九九九年に設立したのが会社法人「天才工場」です。そこから編集プロダクションとしての仕事が始まりました。

しかし、編プロは赤字続きなんですね。だから生活のために、私の専門性とは異なる実用書を書いていました。『会社を辞める時刻表』『小さな会社は「人材の借り物競争」で勝て！』など、だいたい一〇〇冊ですね。すると周囲の人たちから「私も書いてみたい」とお願いされるようになりました。あまりにも依頼が多いので、二〇〇四年、本を出したい人に出版社を紹介するＮＰＯ法人「企画のたまご屋さん」を始めました。ネットで企画書を募集して、厳選したものを毎日、出版社に配信するという仕組みです。現在、毎年八〇〇本くらいの企画書が送られてきて、そのうち年間四〇～五〇冊は出版につながっています。つまり、出版企画のオークションなのですが、この仕組みは世界の出版史上いまだかつてなかったものです。

その後、私は、出版プロデューサーの仕事に本格的に取り組むようになりました。会社の経営者、芸能人を中心に、出版によってブランド力や会社の売り上げを高めることを目的とした本作りを始めたのですが、これがいま、とても順調ですね。

▲吉田氏がプロデュースした本の数々。『目は1分でよくなる！』や『ねこ背は治る！』などいずれも書店で見かけたことのある本ばかり。

――ここまでのお話だけでも十分過ぎるほどその情熱は伝わってくるのですが、「出版愛」という言葉を商標登録してしまうほどの熱い思いの源はどこにあるのでしょうか？

吉田　私は小さいときに心臓病を患って、一〇歳までほとんど運動ができず、体育の成績は「一」ばかりでコンプレックスだったんです。だから友達は「本」しかなかった。「本」が自分を助けてくれたんです。「本」に恩返しをしたいというのが情熱の源ですね。

また、一〇歳のときに心臓手術をしたことで死生観が変わりました。私より前に生まれ、同じ病気を患っていた人は、医療技術が未発達であったため亡くなることも多かった。「自分は命をもらった」という体験から、小学生のころから既に、「人生は一度きり、好きなことを仕事にして生きよう」と思ったのです。いまもハチャメチャなことばかりするので、作家の本田健さんに「出版界のジャイアン」と命名されてしまいました（笑）。

いまでも本心から、出版業界に恩返ししたいという気持ちで仕事に臨んでいます。

▼吉田浩（よしだ・ひろし）氏＝一九六〇年新潟県生まれ。出版プロデューサー、童話作家。法政大学文学部卒業。ナンセンス童話作家の寺村輝夫氏に師事。自ら執筆した童話、ビジネス書は約二〇〇冊。代表作は四五万部のベストセラー『日本村100人の仲間たち』。株式会社天才工場代表取締役、ＮＰＯ法人企画のたまご屋さん会長理事。

――吉田さんと、ほかのプロデューサーとの最大の違いは、ご自身が作家でもあるという点ですね。

吉田　私自身がビジネス書を一〇〇冊書いていますし、三一年間で一七〇〇冊の本作りをお手伝いしてきました。「こう書くと読者が興味を持つ」というツボが分かっています。

いま、出版プロデューサーを名乗る方がたくさん増えています。それは業界を活性化するという点ではとてもよいのですが、自分で一冊も本を書いたことのない方が多いようです。それは、一回も手術をしたことのない医者に身を任せるようなものです。最初の一冊目が自費出版まがいのものだったり、全く売れなかったら、それこそ命取りです。

ほかにも本作りの強みはたくさんあります。たとえば、本の「制作機能」を持っている出版プロデューサーは日本で私だけだと思います。私の経営している天才工場は元々編プロだったため、過去にライター、編集者、デザイナー、校正者など四五〇〇人のフリーランスと一緒に仕事をしています。たとえば、ライターさんだけでも一〇〇〇人が登録しています。その中で、著者に対して「聞き書き」してもらうのは、たった三％、三〇人のライターさんなのです。ですから、できあがった本のクオリティはダントツなんです。

――しかも、実績、実力、知名度ゼロの人ほど、実は本が出せるそうですね。

吉田　出版社の編集者は「ベストワン」「オンリーワン」の著者を探しています。そんな著者なら売れる本ができるのは当たり前、誰が作っても本は売れます。一方、私は全く無名の書き手をベストセラー作家にしています。例えば小池義孝さんの『ねこ背は治る！』は三年間で累計三七万五千部、今野清志さんの『目は1分でよくなる！』は八カ月で累計二六万部売れています。

私は二年前に「ジャイアン出版塾」を立ち上げました。そこでは敢えて、普通の人を毎年二〇人だけ集めて、実際に本が出せるかどうかを実証しています。例えば、受講者の中で最初に本を出した、たなかともさんの『99歳ちりつもばあちゃん』はシリーズ化しています。たなかさんはごく普通の主婦です。決して出来がよいわけではありません。むしろ、逆です。一番、作業は遅かった。しかし、彼女は与えられた課題を、毎月、必ずやってきました。自分のウリを探る「ＵＳＰ（ユニーク・セリング・プロポジション）作成シート」や、魅力的なプロフィル作りの手法「ヒーローズマーケティング」でも一〇〇個くらいのネタを書き出してくる。そうするとこっちも真剣に見ますよね。しかも、この方は京都にお住まいで、夫婦で毎月、都内まで通っていました。そんな二人は、共に私のアドバイスを疑わずにそのまま実行してくれました。普通の主婦と普通のサラリーマンですよ。ちなみに、ご主人も一年後に本を出されました。

つまり、「実績、実力、アイデア、知名度が全くなし」の人でも本が出せることが証明できたのです。「自分は書けない」と思っている人ほど素直に私の話を聞くので本が出せる。逆に、「自分は有能だ」と思って自分なりにワークシートの内容を改変してしまうと本は出せないということが分かりました。『本を出したい人の教科書』にもワークシートをたくさん掲載しています。これはどんどんコピーして利用してください（笑）。

――インターネットなどの発達で人と人とが直接的に会わなくても本が出せてしまうわけですが、吉田さんは「人との触れ合い」をとても大事にされています。

吉田　あらゆる創造的な仕事のベースは、「誰に会い、何を教えてもらったか？」ということですよね。特に、出版は芸術的なものですから、人と直接会って「感性の交換」がないと、人を感動させるものは生まれません。ネットを使って資料を集めて、ちゃちゃっと簡単に本を作る方がいらっしゃいますが、そういう本は「活字が貼り付いてない」と思います。最初の一ページを読んだ瞬間に分かります。

私は、「人との触れ合い」なしに本は書けないと思っています。

いま、私がやっている出版コンサルは、経営者の方からヒアリングし、マーケティングやセールスノウハウの最も上澄みの部分だけを抽出して作っています。つまり、私の仕事は、著者の「とっておきのいちばんよいところ」が聞けることなんです。

例えば、日本一のコンサルティング会社、元船井総研の原邦雄さんの本を一緒に作ったことがあります。『やる気と笑顔の繁盛店の「ほめシート」』は一万四千部売れているのですが、アルバイトを使って繁盛店を作るという本です。これが本当に面白い。繁盛店も実は、店員さんとお客さんの「触れ合い」なのです。お客さんのお酒のグラスが残り四分の一になったら「おかわりいかがですか？」と店員さんが声をかけます。すると、お客さんの二人に一人が追加オーダーをするんです。店員さんが受け持つテーブルが一〇卓とすると、一人で一日二万円ほど売り上げがアップする。これをアルバイトも含めて全従業員がやれば、簡単に年間でプラス二〇〇〇万円になります。

▼吉田浩著『本を出したい人の教科書――ベストセラーの秘密がここにある』4・10刊、四六判二五二頁・本体一四〇〇円・講談社

そういう具体例がいっぱい聞ける。経営者にとっておきの情報やノウハウを吸収して、次の著者にフィードバックできる。本作りは、常に「人と人との触れ合い」です。

――本作りのプロセスで著者は自分の長所を発見できてしまうメリットもあるようですね。

吉田　出版コンサルをやっていてつくづく思うことは、「だれでも自分のことがいちばん分からない」ということです。それは業界のＶＩＰやどんな有名人であろうと同じです。これはなぜかと言うと、日本人は、世界で唯一「減点教育」によって育てられているからです。小さいときから父母や先生や友人から「ここがダメだ」と言われ続けている。褒める教育が一切ないんですね。だから自分のよさが自分で分からないのです。

本を作るときにはいつも「お金・時間・専門性・ネットワーク・ライフワーク」を分析する「5つの輪」というワークシートを使っています。これを使うとほかの人との違いが見えてきます。例えば、お金の使い方。『本を出したい人の教科書』では、パチンコに一億円使った熊本在住の社長・吉角裕一朗さんの話を紹介しています。その金額に当社の編集スタッフ全員が驚くのですが、本人は当たり前という感じなのです。「だって、周りの経営者もみんな一億円くらい使っているよ」と。自分では全く気が付いていないのですが、これこそがその著者の特殊性・特異性なんですね。これをテーマに「満員電車に乗らない生き方」という企画を提案したら、約一〇社の出版社から引き合いがあり、学研から『まだ、都会で貧乏やってるの？』というタイトルで出版されました。

私は「お土産マーケティング」と呼んでいるのですが、誰でも人を喜ばせたり、楽しませたり、感動させたりする「お土産」が三〇個くらいあります。しかも、本人はそれが貴重な財産であることに全く気が付いていない。これを探すのが出版の醍醐味ですね。

――本書は本田健さんのプロデュースということですが、プロデュースされる側になったことで発見はありましたか？

吉田　自分の出版ノウハウを教える本を作るつもりは一ミリもなかったです。本田健さんとは一〇年来のお付き合いで、さまざまなことを学ばせていただいています。その本田健さんに勧められてこの本を作りました。出版して初めて、自分が著者に説明してきたことを客観視することができました。つまり、他人にはいつも教えていたのに、それを自分自身では実践していなかったんですね。

実際、この本を出したことで、新聞の「フジサンケイビジネスアイ」で上場企業の社長と対談する連載が決まりました。ワタミ創業者の渡邉美樹さんや、ＨＩＳ会長の澤田秀雄さんなどを、毎月インタビューしています。「本を出したらあなたのブランド力がアップしますよ」と、普段教えていることなのに自分ではやっていなかったんですね（笑）。

――最後に本を出してみたいと思っている読者へのメッセージをお願いします。

吉田　私がこの本で言いたかったのは、たった一つ。「誰でも本が書ける」ということです。本田健さんが本書の帯に寄せてくれた「あなたの中にもきっと1冊の本が眠っています。」の言葉通り、私は作家のポテンシャルを重要視しています。この洗練されたコピーのように、内に秘めたあなたの「熱い思い」から生まれる本がベストセラーになると信じています。これから本を書きたい方は、いつでもご相談ください。そんな熱い思いの人と出会いたいと心から願っています。

（了）

※天才工場HP［www.tensaikojo.com/］