

経営者が商業出版で本を出すことの価値とは？

株式会社イエローズ 代表取締役 白根 智彦



1 商業出版とは何か

イエローズ・黄色い社長です。バーガー研究者として2冊の書籍を商業出版させていただいています。

商業出版とは、出版社が著者の作品に商業的な価値と可能性を見出し、その著作権を獲得して出版する形式です。この出版形式では、出版社が編集、デザイン、印刷、マーケティング、流通、プロモーションといった諸経費を負担し、著者は本のセールス数に応じて印税を受け取ります。

人気作家、著名人、時事的にタイムリーで収益が見込めるコンテンツは出版社側からのオファーにより企画を進めますが、通常は著者側からの持ち込みによることが多いのが現状です。

著者にとっては、リスクは少ない反面、作品内容、方向性、出版時期等に対して出版社側の意向を反映させることが要求されます。

2 商業出版の価値

SNS が一般化し始めた頃には、ブログや WEB が自分が何者かを表現する手段として急速に定着しました。その後電子書籍という「お手軽出版的な手段」も登場し、大義での出版は身近なものになっています。

ただ、本が売れない今の時代に、出版までに何段階ものハードルが高いセレクションをクリアして書籍を出したということは、経営者としても自らの事業が専門分野として、一定の評価や社会的信用があることの裏付けになります。

TV 番組に出演する場合、その人物を紹介するテロップに「〇〇大学□□学部教授△△学が専門」とあればその分野についての研究のオーソリティであると担保評価されます。

しかし学術分野でない場合、その分野に精通している根拠として今は絶対的に著書「〇〇」が重要になっていると感じています。

3 印税生活というユートピアは存在するか？

商業出版を達成すると、左うちわの生活が出来るか!?!と言ったら、全くそんなことはありません。

内密な契約事項ですが、私のレベルで印税の契約は5%程度。1,800円の書籍が1冊売れて90円、初版は4000部。書籍の相方の吉澤清太と折半すると計算上18万円。あくまでも余興ですが、出版に至る専門知識に到達するまでの30年間の研究と調査に費やした時間を仮に30,000時間(1万時間の法則による)と試算すると、時給に換算してわずか6円。

ベストセラー作家は印税の%も販売部数も桁が違いますが、一般性のない専門書の分野で1冊2冊出版したところで、夢を追える話ではないということはおわかりいただけると思います。逆に制作費用 調査や取材費等は持ち出し、ちなみに印税は初版分がまだ回収できていない状況です。

4 それでもなぜ商業出版を成し遂げたいのか？

これはもう金銭的な尺度では測りきれないものがあります。もし経営者に専門分野があるならば、研究した証として「書籍」という形に記録しておくべきです。その分野におけるシマを持津ことができ、それがレアな分野なら独占が出来ます。

仮にですが、大手出版社から生活知識本バラエティー本として出版していたら、もっと売れていたかもしれません。

けれども食文化系専門分野の出版社から専門書として出版することにこだわりました。その後の業界の中での信用度の獲得に繋がるからです。先日出演したTV番組の「ハンバーガーの歴史」のコーナーに呼んでいただけたのも、書籍による唯一の「文化と歴史の専門家」というエントリーがあったからです。世の中にインデックス登録できる「商業出版」に皆さんも挑戦してみませんか!?!。

