

技術同人誌を書いたあなたへ

著者のしあわせなミライ

mochikoAsTech 著

2019-04-14 版 mochikoAsTech 発行

はじめに

2019年4月 mochikoAsTech

こんにちは、あるいははじめまして。「技術同人誌を書いたあなたへ」の筆者、mochikoAsTechです。

本著はnoteで公開した技術同人誌のハッピーエンドは「出版社の編集者に見初められて商業出版！」だけとは限らないという話という記事を加筆修正したものです。同人誌と商業出版での利益率の違いの話や、出版社に契約条件を確認したら思いがけない反応が返ってきた話など、noteで大っぴらに書くのははばかられた内容を追記しています。

2018年4月、技術書典4で「DNSをはじめよう」という技術同人誌を出した筆者は、想定をはるかに超えた反響の渦にあつという間に飲み込まれてしまいました。出版社の編集者さんから届くメールやDMには、今まで小説の中でしか見たことがなかった「印税」や「初版部数」という言葉があり、会って話をすれば「取次」や「編プロ」といった聞き慣れない単語が飛び交います。

商業出版は筆者にとって未知の世界だったため、初版部数を提示されてもそれが多いのか少ないのかもわからず、最終的に全体像を把握して自分がどうしたいのか決断するまでには多くの時間と労力を必要としました。正直、あれよあれよという間に渦に飲み込まれたので、ゴボゴボしながら必死にたどり着くべき陸地を探して泳いだ…という印象しかありません。

技術同人誌が大きな盛り上がりを見せる中、今後同じように渦に飲まれたエンジニアには、もっと軽やかに泳いで自分なりの答えを楽しく見つけて欲しい、という気持ちから本著を書きました。

「この本、うちから出しませんか？」と声をかけられてどう返事をするか迷ったそのときに、本著がよい決断の一助となれば幸いです。

想定する読者層

本著は、こんな人に向けて書かれています。

-
- 技術同人誌の著者
 - 技術同人誌を書いたら出版社からお声がかかるかも！と期待している人
 - 技術同人誌を商業出版するか否か迷っている人
 - どこの出版社さんから商業出版すべきか悩んでいる人
 - 同人誌と商業出版のどちらの方が儲かるのか知りたい人

免責事項

本著に記載されている内容は筆者の所属する組織の公式見解ではありません。

また本著はできるだけ正確を期すように努めましたが、筆者が内容を保証するものではありません。よって本著の記載内容に基づいて読者が行った行為、及び読者が被った損害について筆者は何ら責任を負うものではありません。

不正確あるいは誤認と思われる箇所がありましたら、必要に応じて適宜改訂を行いますので GitHub の Issue や Pull request で筆者までお知らせいただけますと幸いです。

<https://github.com/mochikoAsTech/happyFutureOfTechBooks>

目次

はじめに	3
想定する読者層	3
免責事項	4
第1章 技術書典で王子様との出会い	7
1.1 「技術書典」という技術同人誌のイベント	8
1.2 技術同人誌を書いたらたくさん買ってもらえた	9
1.3 技術同人誌がたくさん売れるはどうなるか?	11
1.4 「出版社に見初められて商業出版」のメリットは?	12
第2章 思い描いていた商業出版のメリットとその実態	15
2.1 商業出版すると見た目がよくなる?	16
2.1.1 表紙のデザインが格段によくなる?	16
2.1.2 紙質や印刷品質が上がる?	18
2.1.3 組版に凝ったりフルカラーにできる?	18
2.2 商業出版するとたくさんの人に買ってもらえる?	18
2.2.1 部数がぐっと増える?	19
2.2.2 Kindle なら著者が自分で電子書籍を出せる	19
2.2.3 ISBN がないと Amazon で紙の書籍は販売できない	21
2.2.4 PEAKS は商業出版ではない?	22
2.2.5 「たくさん買ってもらえること」は幸せか?	25
2.3 商業出版なら印税でたくさんお金がもらえる?	25
2.3.1 同人誌を商業化すると値段は上がって利益率は下がる	25
2.3.2 同人誌と商業出版どちらが儲かるか計算してみた	26
2.3.3 部数が劇的に増えれば入ってくる金額も増える	28
2.4 プロの編集者に編集や校正をしてもらえる?	28
2.4.1 「編集」の度合いは出版社と編集者次第	29
2.4.2 原稿を管理する「すごい仕組み」がある?	29

目次

2.4.3 同人誌の原稿をそのまま出しても「商業出版」か？	29
2.5 「本を出版した！」という名誉が得られる？	30
第3章 商業出版で著者は何を失うのか？	33
3.1 商業出版した本は「自分だけのもの」ではなくなる	34
3.2 元となる同人誌も自分の好きにはできなくなる	34
3.3 出版社との契約は内容をよく読んで交渉しよう	35
3.4 商業出版も同人誌も選択肢でしかない	36
あとがき	37
PDF版のダウンロード	37
Special Thanks:	37
レビュアー	38
参考文献・ウェブサイト	38
著者紹介	39

第1章

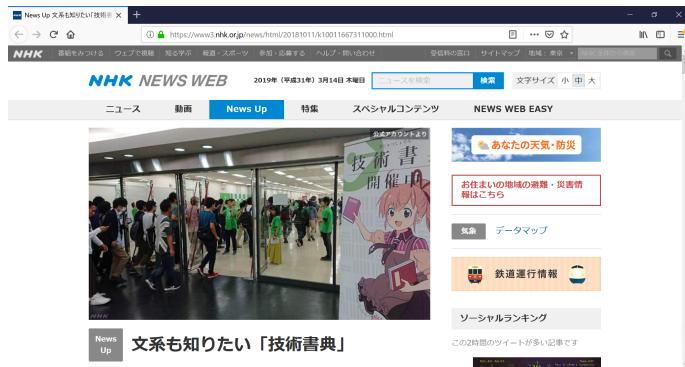
技術書典で王子様との出会い

食べかけの技術書をくわえて技術書典の角を曲がったら王子様とぶつかった。

1.1 「技術書典」という技術同人誌のイベント

技術書典^{*1}という技術同人誌のイベントがあります。

たくさんの技術者が、だれに頼まれた訳でもないのに、好きな技術を早口でぎゅぎゅっと詰め込んだ自作の「技術書」（いわゆる同人誌）をもって集まる、技術書の「お祭り」のようなイベントです。（図 1.1^{*2}）



▲図 1.1 文系も知りたい「技術書典」 | NHK ニュース

本当にだれに頼まれた訳でもないのに、おおよそ500 ものサークルが集まって、うち95.4% が新刊を携えており、それを10,000 人以上が買いに来て、たった1 日で7,500 万円分の技術書が流通^{*3}するという恐ろしいイベントです。（図 1.2^{*4}）

*1 <https://techbookfest.org/>

*2 <https://www3.nhk.or.jp/news/html/20181011/k10011667311000.html> より引用

*3 しかも1日といっても11時～17時のたった6時間です。

*4 <https://hikakujo.com/life/9184600004650> より引用

1.2 技術同人誌を書いたらたくさん買ってもらえた



▲図 1.2 1 日に 7,500 万円分の技術書が流通する「技術書典」の仕組みと挑戦

2018 年は春（技術書典 4^{*5}）と秋（技術書典 5^{*6}）の 2 回開催されたのですが、その 2 日間だけで参加者は 10 万冊を超える技術書を手にしているとのことです。途方もない数字ですね。本を頒布^{*7}する側も、本を手に入れる側も、本当にだれに頼まれた訳でもないのにただやりたくてやっている、という愛すべきイベントです。

1.2 技術同人誌を書いたらたくさん買ってもらえた

筆者^{*8}は 2018 年 4 月の技術書典 4 で、はじめての技術同人誌となる「DNS をはじめよう」を書き、そして同年 10 月の技術書典 5 では続編となる「AWS をはじめよう」を書きました。

技術書典の開催時間は 11 時～17 時の 6 時間です。10 分に 1 冊売れたとして 1 時間に 6 冊、6 時間に 36 冊ですね。「同人誌 部数」で検索^{*9}すると「最初はコピー本で 20～30 部くらいから始めてみよう」「初参加で 100 冊完売したら相当すごい！」など実体験に基づいたアドバイスがたくさん出てきます。100 冊が多いか少ないかピンと来なかつたら「何分に 1 冊卖れたら完売になるか」を考えてみましょう。たとえば「技術書典に 100 冊持ち込んだ場合、3 分半ごとに 1 冊買ってもらわないと完売に

^{*5} <https://techbookfest.org/event/tbf04>

^{*6} <https://techbookfest.org/event/tbf05>

^{*7} 技術書典では「儲けではなく技術を広めたり楽しんだりすることが目的」という思いから「販売」「売る」という言葉ではなく「頒布」という言葉で表されることが多いです。ちなみに広辞苑 第七版によると、頒布は「広くゆきわたるように分かちくばること」だそうです。

^{*8} <https://twitter.com/mochikoAsTech>

^{*9} <https://www.google.com/search?q=%E5%90%8C%E4%BA%BA%E8%AA%8C+%E9%83%A8%E6%95%80>

第1章 技術書典で王子様との出会い

ならない」と言われると「100冊ってかなり大変なんだ…」ということがつたわるかと思います。

そんな中、筆者は技術書典4に「DNSをはじめよう」という本を400冊持ち込んで2時間で完売しました。(図1.3^{*10})



▲図1.3 初めて書いた DNS 本が初参加の技術書典4で750冊売れた話

半年後の技術書典5では続編の「AWSをはじめよう」を加えて2,200冊以上を持ち込んで、2,000冊以上を売り切りました。(図1.4^{*11})

^{*10} <https://mochikoastech.hatenablog.com/entry/2018/04/26/012240>

^{*11} <https://note.mu/mochikoastech/n/n3fe11ea0a282>

1.3 技術同人誌がたくさん売れるはどうなるか？



技術書典当日の話も面白いのですが、本著では「それによって何が起きたか」にスポットを当ててお話ししたいのでこちらの顛末は前述のブログや note にてご覧ください。

1.3 技術同人誌がたくさん売れるはどうなるか？

技術同人誌がこんなにたくさん買ってもらえると、一体何が起きるのかというと…出版社さんから「商業出版しませんか？」とお声がかかります。筆者もそういう話はあちこちで聞いていたので、初めて参加した技術書典 4 の翌朝はちょっとワクテカしていました。（図 1.5^{*12}）

^{*12} <https://twitter.com/mochikoAsTech/status/988214238383489025>



mochiko@ 「AWSをはじめよう」をBOOTHで発売中♡
@mochikoAsTech

ところで #技術書典 で本たくさん売ると出版社さんからお声がかかったり、転職のお説がいっぱいくるらしいよ、というおとぎ話を聞いてたのですが、750冊売っても何ひとつイベント発生していない平和な朝ですw
い...いいもん、自分で原稿持ち込むもん、泣いてないよ！！！

♡ 190 9:33 - 2018年4月23日

101人がこの話題について話しています >

▲図 1.5 技術書典 4 の明朝、ワクテカしている筆者の様子

この数日後、本を読んだり評判を聞いたあちこちの出版社から実際にお声がかかります。ですが筆者の中で「イベントで出版社に見初められて商業出版」というのは「舞踏会で王子様に見初められて結婚」と同じくらいのところに位置する夢物語だったので、ワクテカしつつも実際は商業出版に対して真剣な覚悟があったわけではありません。いざあちこちの王子様から契約書片手に求婚いただくと「お、おう…ほんとにきた…」と戸惑ってしまいました。

「出版社からのお声がけだよ？ 最高じゃない。何を迷うことがあるの？」と思われるかも知れませんが、たとえみんなが羨む王子様と結婚できても、自分自身が「王子様と結婚したい♡」と思っていなければ、残念ながらそこに幸せはありません。

「みんなにすごいって思われるし羨ましがられるから」というふわふわ綿菓子みたいな理由で結婚したら、魔法が解けたときに手の中のザラメを見て「なんで私この人と結婚したんだっけ…？」と後悔してしまうかも知れませんし、何よりそれは求婚してくれた王子様に対しても失礼というものです。

1.4 「出版社に見初められて商業出版」のメリットは？

にわかに現実味を帯びてきた「商業出版」を前に、筆者は「有難いことだけど、私は本当に出版社さんから商業出版したいんだろうか?」「同人誌じゃなくて商業で出すことのメリットってなんだろう?」と考え始めました。

先に書いてしまうと、最終的に筆者は「今は商業出版しない」という結論を出したのですが、これは絶対的な正解がある話でもないので、正直胃を痛めながら数ヶ月間

1.4 「出版社に見初められて商業出版」のメリットは？

ウンウンとものすごく悩みました。(図 1.6^{*13})

mochiko@ 「AWSをはじめよう」をBOOTHで発売中♡
@mochikoAsTech

ところでなんとなく言うタイミングを逃してたんだけど、最終的に #DNSをはじめよう はいま時点では商業出版をしないことになりました。未来永劫絶対しない！という話ではなく、「いい本を書く」以外のコストが高すぎるので「いま」じゃないかな、という判断です。

♡ 8 9:06 - 2018年9月10日

♂ mochiko@ 「AWSをはじめよう」をBOOTHで発売中♡さんの他の
ツイートを見る >

▲図 1.6 商業出版をしないと決めた様子の筆者

商業誌にはいいところがたくさんあります。筆者も色んな出版社から出されている技術書を読んで知識を得てここまで歩んできました。折に触れて読み返す技術書ももちろんあります。

ですので、本著は決して「商業出版なんてしない方がいいよ」と勧める本ではありません。これから技術同人誌を書こうとしている人がいつか同じ問題に直面したときに、あるいは今まさに商業出版するか否か悩んでいる人が「自分の答え」にたどりつく判断材料を求めているときに読んでもらえれば、という気持ちから同人誌と商業出版の差異をまとめたものです。

筆者がふんわり想像していた商業出版のメリットと、それに対してあれこれ調べて知った実際の様子が、技術書を書いている誰かのお役に立てば幸いです。

なお何を持ってして「商業」「同人」と呼ぶのか？は人に寄ると思いますので、本著では「商業出版」を出版社が版元となって本を出版することと定義して話を進めます。

^{*13} <https://twitter.com/mochikoAsTech/status/1038941846985043968>

第2章

思い描いていた商業出版のメリッ トとその実態

筆者がふんわり想像していた商業出版のメリットと、それに対してひとつひとつ調べて知った実態を比較していきましょう。

2.1 商業出版すると見た目がよくなる？

まずは商業出版すると表紙がプロのデザインで良いものになるし、紙もやはり同人誌とは違って高品質になるのでは？ という点から確認していきましょう。

2.1.1 表紙のデザインが格段によくなる？

筆者の場合、そもそも「DNSをはじめよう」や「AWSをはじめよう」の表紙と挿絵は、友人に紹介してもらったプロのデザイナーさんにお願いしていました。(図2.1)



▲図2.1 「DNSをはじめよう」と「AWSをはじめよう」の表紙

デザインとイラストの区別もついておらず、深く考えずに「可愛い花柄にしてもらおうかな」などと思っていた筆者に向かって、デザイナーさんは「中身をつたえる手段として表紙があるので、mochikoさんが書くのはどんな特徴を持った誰向けの本なのか詳しく教えてください」という先制パンチをくらわし、デザインというもの役割を説明してくれました。

その結果、筆者もデザイナーさんもたくさんの労力を使ったものの、中身の特徴や誰向けの本なのかが一目でつたわるこの表紙が生まれ、それによって実際多くの人の手に取ってもらえたので、商業出版をせずとも既にデザインそのものには十分満足し

2.1 商業出版すると見た目がよくなる？

ていました。(図 2.2^{*1})



▲図 2.2 表紙の出来に感謝する筆者

こうした経験をした後で改めて商業出版の本をじっくり眺めてみると、色々な工夫や想いが込められていることを感じられました。その一方でフリー素材の写真やイラストに文字を載せただけで、これはどんな意図で何をつたえようとしてこの表紙にしたのだろう？と思ってしまう表紙もありました。

という訳で「同人誌を商業出版すれば表紙のデザインが必ずよくなる」ということではなく、同人誌であっても商業出版であっても依頼の仕方や、デザイナーさんと意思疎通がどの程度できるかによって表紙の善し悪しは大きく変わるものだな、というのが筆者の結論でした。

^{*1} <https://twitter.com/mochikoAsTech/status/1038941846985043968>

2.1.2 紙質や印刷品質が上がる？

「DNS をはじめよう」と「AWS をはじめよう」は、印刷する部数が多かったことで大量部数向きで印刷がきれいなオフセット印刷が選択できたため、同人誌であっても表紙・本文ともに印刷品質はまったく問題ありませんでした。技術書典の当日、箱を開けて印刷された本と対面したときは、思っていたよりもずっと「ちゃんとした本」で筆者もデザイナーさんも驚いたくらいでした。買ってくださった方からも「すごくちゃんとした本だ」「お店で売ってる本みたい」という感想が多かったです。

ちなみに出版社さん^{*2}によっては「少部数向きで印刷のクオリティは若干下がるオンデマンド印刷」でプリントオンデマンド（注文が入ってから刷る）を採用されています。その場合は商業出版にしたことでもしろ同人誌のときよりも印刷のクオリティが下がるという逆転現象が起きます。

2.1.3 組版に凝ったりフルカラーにできる？

表紙だけでなく本文もフルカラーにしたり、組版と呼ばれる「文字や図などを配置して紙面を作っていく」部分にすごく凝りたい！ という場合、個人でやるにはお金も技術も時間も必要になります。そうした場合は「餅は餅屋」で出版社さんから商業出版すれば組版の工数は著者の持ち出しではなくなり、出版社さんの力を大いに使ってメリットがあるんだな、というのが本文の見た目に関して筆者がたどり着いた答えです。

筆者の場合は Re:VIEW^{*3}の自動組版で出力したのち、目次や章ごとの表紙など凝りたいページだけデザイナーさんに InDesign で作ってもらう、という組み合わせで組版も満足いくクオリティになっていたため、そのメリットも該当しませんでした。

2.2 商業出版するとたくさんの人に買ってもらえる？

出版社から出せば全国の書店で本がばばーんと平積みされて、すごくたくさんの人に買ってもらえるのでは？ という華々しいイメージはありませんか？ 筆者にはありました。それは果たして本当なのでしょうか？

^{*2} たとえばインプレス R&D もプリントオンデマンドです。 <https://nextpublishing.jp/about>

^{*3} Re:VIEW（リビュー）は簡単なマークアップを付与したテキストの原稿を書くと、コマンド 1 つで書籍として組版された PDF や EPUB が生まれてくる夢のようなツール。本著も Re:VIEW とデザイナーさんのパワーで生まれています。詳しく知りたい方は「技術書をかこう！～はじめての Re:VIEW～ 改訂版」という書籍がおすすめです。 <https://techbooster.booth.pm/items/586727>

2.2.1 部数がぐっと増える？

折角なので色々な出版社さんでお話を伺いましたが、最近の技術書の初版はおよそ1,000冊～3,000冊。そしてその初版ですら売り切らずに返本されてくることがままあるそうです。この数字を見ると、既に必ずしも「商業出版すれば必ずたくさんの人に買ってもらえる」という状況ではなさそうです。ちなみに前述のプリントオンデマンドの場合は「注文が入ったら1冊刷って送る」という形なので、現実の書店に並ぶことはほぼなく初版という概念すらありません。

一方で技術書典5での「DNSをはじめよう」と「AWSをはじめよう」の頒布数は2,000冊以上でした。イベント後もBOOTHなど^{*4}で引き続きご購入いただけているので、有難いことに累計販売数は既に計5,000冊を超えてます。ですので「商業出版すれば部数がぐっと増える」は筆者の場合は当てはまりませんでした。

確かに六本木のあおい書店や渋谷のブックファースト、新宿のジュンク堂もなくなってしまいました。近年は本屋さんといえば閉店とか出版不況のような言葉が飛び交うニュースしか目にしません。本屋さん大好きなのにつらい…とはいえた筆者自身も技術書はリアル書店よりAmazonで買うことが多いです。

2.2.2 Kindleなら著者が自分で電子書籍を出せる

前述のとおり読者に本を手渡ししたいなら技術書典があります。紙の書籍をネットで通販したいならBOOTHの倉庫サービス^{*5}があります。そしてAmazonにもKDP(Kindleダイレクトパブリッシング)^{*6}といって、著者が自分で電子書籍を出せるサービスがあります。筆者も自著をこのKDPで出しているので、Amazonで「DNSをはじめよう」(図2.3^{*7})と「AWSをはじめよう」(図2.4^{*8})のKindle版を買うことができます。

^{*4} BOOTHはpixivが運営している同人誌の通販及びダウンロード販売サイトです。技術書典で頒布されている同人誌の多くはBOOTHでも購入できますので、気になる方は「技術書典」のタグで検索してみることをお勧めします。<https://booth.pm/ja/search/技術書典>

^{*5} https://booth.pm/warehouse_guide

^{*6} <https://kdp.amazon.co.jp/>

^{*7} <https://www.amazon.co.jp/dp/B07K1MHDB6>

^{*8} <https://www.amazon.co.jp/dp/B07K1FP44W>

第2章 思い描いていた商業出版のメリットとその実態



▲図 2.3 Amazon.co.jp : DNS をはじめよう ~基礎からトラブルシューティングまで~ Kindle ストア



▲図 2.4 Amazon.co.jp : AWS をはじめよう ~AWS による環境構築を 1 から 10 まで~ Kindle ストア

当時は BOOTH と note でのみ買えるようにしてお「別に Kindle は出さなくてもいいかな」と思っていました。ですが思い切って Kindle でも「DNS をはじめよう」と「AWS をはじめよう」を出してみたところ、毎月コンスタントに 150 冊程度が売れる、という驚きの結果になりました。どうやら同じ電子書籍でも BOOTH や note で買う層と Kindle で買う層はまた別のようです。

こうした事実を積み重ねていくと、「たくさん」をどの辺りと定義するのか? にもよりますが、「大ヒットして重版に重版をかさねとうとう 10 万部!」みたいな話だけ

2.2 商業出版するとたくさんの人に買ってもらえる？

をたくさんとするのでなければもはや「商業出版でなければたくさんの人の手に渡らない」という状況ではなさそう、というのが筆者なりの考えです。

ですが「同人誌だと会社の経費で買えない」「学校の図書館に置いてもらうには商業出版された本じゃないとだめ」「出版社から出したら中国語や英語に翻訳されて海外でも販売された」というような話も聞きます。達人出版会 高橋さんのこのツイート（図 2.5^{*9}）にあるように、現時点では遠くへ届けたいなら商業出版が最善なのかも知れません。

masayoshi takahashi @takahashim · 2018年5月1日
「早く行きたいなら一人で行け、遠くへ行きたいならみんなで行け」という言葉を真似るなら、早く届けたいなら一人で電子なり同人誌なりWebなりで出した方がよいだろうし、遠くへ届けたいなら出版社と紙で出した方がよいと思っています

masayoshi takahashi
@takahashim

とはいえる同じ「書籍」でも、2,000部程度も刷られなくなってしまうなら、果たしてどのくらい遠くに届くのか、という疑念も出てくるわけで

♡ 9 12:33 - 2018年5月1日

masayoshi takahashiさんの他のツイートを見る >

▲図 2.5 「早く行きたいなら一人で行け、遠くへ行きたいならみんなで行け」

2.2.3 ISBNがないとAmazonで紙の書籍は販売できない

先ほど「Kindleなら著者が自分で出せる」という話をしましたが、同じ Amazon でも紙の書籍を売りたい場合は ISBN^{*10} や JAN^{*11}がないとそもそも販売ができません。（図 2.6^{*12}）

*9 <https://twitter.com/takahashim/status/990973262229221376>

*10 書籍の流通業務で使われる国際的な番号。本の裏表紙を見ると「ISBN」から始まる 13 桁の数字が書いてあるはずです。

*11 本の裏表紙にある 2 セットのバーコードと番号のこと。日本国内での書籍流通で使われます。

*12 これは 2018 年 7 月に筆者が「DNS をはじめよう」を Amazon で売ってみるべく「大口出品サービス」に申し込んで、あれこれ試した結果、ようやく「Amazon では ISBN、JAN のない同人誌は売れない」と学んだ実体験に基づく知見です。 <https://sellercentral.amazon.co.jp/gp/help/external/G200317520> より引用

カテゴリーごとの製品コード適用条件の概要

Amazonでは、ほとんどの商品カテゴリーに出品する際、メーカーの発行する標準製品コードを求められます。商品カテゴリーごとの要件、例外、免除事項については、下表を参照してください。

注：メーカーまたはブランド所有者は、Amazonブランド登録を申請する資格があります。ブランド登録の申請が許可される
と、クローバルカタログID（GCID）が商品に割り当てられ、JANや他の製品コードに代わるIDとして使用できます。
[Amazonブランド登録の申請方法について詳しくは、こちらをご覧ください。](#)

商品カテゴリ	製品コード	メモ、例外、免除事項
本	必要	ISBN、EAN、またはJANがすべての書籍に必須です。古書のようにISBN、JANのない書籍を出品する場合やISBN、JANが重複する書籍／旧雑誌、および 新規品登録ルール の定める出品者限定商品の場合は、免除を申請することができます。なお ISBN、JANのない同人誌の登録は、 規約 により禁止されているため、申請できません。

▲図 2.6 ISBN、JAN のない同人誌は Amazon では売れない

ですので ISBN や JAN の取得を出版社さんへお任せできて、その結果Amazon で紙の書籍を売れる、というのは商業出版の大きなメリットだなと思います。世の中には「ISBN が付与された同人誌」を頒布されているサークルさん^{*13}もいらっしゃるそうなので、個人でも頑張れば ISBN は取得できると思うのですが、お金と労力が大変そうなので筆者は見送っています。

2.2.4 PEAKS は商業出版ではない？

Twitter でこんなツイート（図 2.7^{*14}）を見かけたことはありますか？

*13 <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%9A%97%E9%BB%92%E9%80%9A%E4%BF%A1%E5%9B%A3>

*14 https://twitter.com/d_date/status/985704366244941824

2.2 商業出版するとたくさんの人に買ってもらえる？

Daiki Matsudate
@d_date

メンバーよと目次見て即ポチでした。iOSと比較すると面白いかもね～
あと349人で執筆開始！ 「Androidテスト全書」執筆プロジェクト！ peaks.cc/android_testing #peaks_cc #技術書クラウドファンディング

♡ 8 11:20 - 2018年4月16日



Androidテストのスペシャリストが集結！入門～応用まで網羅するバイブル執筆プロジェクト！

Android テスト全書

白山 文彦 @fushiroyama
外山 純生 @sumio_tym
平田 敏之 @tarappo
菊池 紘 @kikuchi
堀江 亮介 @Horie1024

それなりにいいが本になる。技術書クラウドファンディング PEAKS

白山 文彦, 外山 純生, 平田 敏之, 菊池 紘, 堀江 亮介 - Androidテス...
Androidテストのスペシャリストが最前線の知見を元に執筆！なぜ
テストを書くのか、に始まり、テスト入門から実務レベルで使える
peaks.cc

Daiki Matsudateさんの他のツイートを見る >

▲図 2.7 「あと〇〇人で執筆開始！」という PEAKS の応援ツイート

PEAKS とは技術書のクラウドファンディングサービスです。「こんな技術書を執筆します。欲しいですか？」と先に欲しい人を募り、購入者が目標数に達してプロジェクトが成立すれば本が作られ、完成したらさらに一般販売も行わる、という仕組みです。今までの「本が生まれてたくさんの人に購入される」という順番とは逆で「たくさんの人が購入すると本が生まれる」ということですね。

PEAKS の本には基本的に前述の ISBN はなく版元も著者自身なので、本著での「出版社が版元となって本を出版すること」という定義で捉えた場合、「PEAKS は商業出版ではない」という区分になります。(図 2.8^{*15})

*15 https://peaks.cc/books/architecture_patterns

第2章 思い描いていた商業出版のメリットとその実態



▲図 2.8 Android アプリ設計パターン入門 - PEAKS

ですがきちんと編集者がついてくださった上で PEAKS に販売業務を委託^{*16}していると考えると、もはや「商業出版とはなんだ…その区分に意味はあるのか…」という気持ちになってきます。どの本も評判がよいですし、PEAKS から本を出されている松館さん^{*17}のライトニングトークを聞いた際に、すごく楽しそうに執筆されている様子がうかがえてよい仕組みだなと思ったのでした。(図 2.9^{*18})

A screenshot of a Twitter post from Daiki Matsudate (@d_date). The tweet reads: "普通の出版社はコミュニケーションとるだけでもコストかかる一方、PEAKSは仕組みが素晴らしいだけではない。中の人ガエンジニアなのでエンジニアのお悩みや、やりたいことの方向性が一致しやすいので、話が早い。Slackで日々活発にコミュニケーションが行われている。". The post has 7 likes and was made on June 9, 2018. Below the tweet, there is a link to see more of Daiki Matsudate's tweets.

▲図 2.9 PEAKS で本を出されている松館さんのツイート

*¹⁶ 正確には PEAKS を運営している ROLLCAKE という会社に販売業務を委託。

*¹⁷ https://twitter.com/d_date

*¹⁸ https://twitter.com/d_date/status/1005398389914103808

2.2.5 「たくさん買ってもらえること」は幸せか？

そしてそもそもその話に立ち返ると、単純に「本をたくさん買ってもらえること」が幸せとは限りません。「上級者にしか分からぬようなニッチで濃い内容の本を書きたい」という場合は、商業化する際に「たくさん買ってもらえるように初心者や中級者にも受け入れられる内容にしましょう」という流れとぶつかって、むしろ苦しさを生んでしまうかも知れません。「万人受けする売れ筋のポップミュージックじゃなくて、俺はロックがやりたかったんだ！ こうした方が売れるよ、とかうるせえんだよ！」みたいなケースですね。

色々とお話ししてきましたが、まとめると「商業出版すれば必ずたくさん的人に買ってもらえる」わけでも、「商業出版でなければたくさんの人の手に渡らない」わけでもなく、結局のところ部数が伸びるかどうかは本の中身やそれをつたえようとするつたえ方次第なんだな、というのが筆者としての結論です。

2.3 商業出版なら印税でたくさんお金がもらえる？

本といえば印税！ 想像力が貧困なので筆者もそう思っていました。商業出版をすれば印税でたくさんお金が入ってくる、というイメージは本物なのでしょうか？

2.3.1 同人誌を商業化すると値段は上がって利益率は下がる

同人誌として出していた本が後に商業出版されると、大抵の場合、本の値段は上がりますが著者が手にする1冊あたりの利益率は下がります。同人誌の場合は「40ページの本が300円」のような値付けでも頒布できますが、商業出版の場合は一冊の単価が低いと利益が出せなくなってしまうため「値段を上げるために加筆してページ数を増やしてください」という依頼をされることも多いようです。

そして技術書の商業出版の場合、印税は紙の本なら5%～15%程度、電子書籍でも5%～30%程度のようです。但し電子書籍の場合、30%といっても「Amazonなど配信プラットフォームの取り分を引いた後の入金額」の30%なので、単純計算すると実質10%程度では、と思います。

その辺りの話が詳しく知りたい方は有山さん^{*19}の「本当はおそろしい商業出版！？」という同人誌がお勧めです。ただしあくまで著者側の視点で書かれた本ですので、出版社さんにはまた別の言い分があるんだろうな、という気持ちも忘れずに読みたい一冊です。（図2.10^{*20}）

*19 https://twitter.com/keiji_ariyama

*20 <https://bookwalker.jp/dea8b77689-0a5b-4bd5-a0ba-c4c73636bc8b/>

第2章 思い描いていた商業出版のメリットとその実態



▲図 2.10 本当はおそろしい商業出版！?

一方で同人誌の場合、筆者の取り分は BOOTH なら 96.4%、Amazon の KDP なら 35%~70% です。ただし印刷代やデザイン代などの経費はすべて自分持ちですし、一生懸命書いた挙げ句、在庫を抱えて爆死するリスクもあります。

2.3.2 同人誌と商業出版どちらが儲かるか計算してみた

結局のところ同人誌と商業出版、どちらが儲かるのか？は発行部数に左右されるので一概には言えません。具体的な数字を見た方が納得感があると思うので例を挙げてみましょう。

たとえば人月単価 80 万円のエンジニアが 1 ヶ月かけて 152 ページの技術書を執筆したとします。その技術書を同人誌の場合は 1500 円で、商業出版の場合は 2500 円で売ったと仮定して、どちらの方が筆者の収益率^{*21}が高いのか計算してみました。(図 2.11)

*21 この一冊に工数や印刷代を投資して何冊売れたらどれくらいの収益率か？という IRR（内部収益率）を出してみました。エクセルの IRR 関数に支払い（印刷代や工数などマイナスの値）と収益（本の売上などプラスの値）を入れるだけなので簡単です。

2.3 商業出版なら印税でたくさんお金がもらえる？

	同人誌小ロット	同人誌中ロット	商業出版初版のみ	商業出版増刷あり
執筆工数	-800000	-800000	-800000	-800000
印刷代	-89,730	-246,960	0	0
サークル参加費	-7,000	-7,000	0	0
著者の利益	300000	1500000	400000	1000000
著者の収益率	-32%	14%	-21%	8%
印税率	-	-	8%	8%
ページ数	152	152	152	152
発行部数	200	1000	2000	5000
価格	1500	1500	2500	2500

▲図 2.11 筆者の収益率を計算してみた

左 2 つが同人誌、右 2 つが商業出版です。同人誌の場合は印刷代^{*22}がかかりますが、商業出版の場合はかかりません。発行部数は左から順に同人誌が 200 部と 1,000 部、商業出版が 2,000 部と 5,000 部となっています。印税は 8% として、それぞれ「1 ヶ月間で完売したら」という仮定で著者の利益を算出しています。なお著者が払わなくてはいけない税金は考慮していません。

「著者の収益率」という行を見ると、同人誌は 200 部だと内部収益率は-44% ですが、1,000 部になると 22% とプラスに転じています。それに対して商業出版は初版の 2,000 部が売れても-29% です。初版を売り切るだけでなく、増刷して 5,000 部までいくとようやく 12% とプラスになります。

この調子で部数が伸びてゆけば商業出版の収益率も段々よくなっていますが、仮に同じ 10,000 部を同人誌と商業出版でそれぞれ売り切った場合、たとえ印刷代がかかったとしても収益率は同人誌の方が高いまます。また増刷のタイミングで誤りの訂正や内容のアップデートが入る場合は、そこでまた執筆工数がかかることも考えなくてはいけません。

ですがこれは出版社が暴利を貪っているという話ではまったくなく、商業出版では著者以外に編集者、編集プロダクション、監修、校正者、デザイナー、組版オペレータ、印刷所、取次^{*23}、書店など一冊の本で食わせていかなければいけないステークホルダーが多いので「たくさん売れてもみんなで分配するとそんなもんだよね」ということなのだと思います。

筆者の場合、「DNS をはじめよう」や「AWS をはじめよう」は初心者向けのインフラ入門本だったため、初心者層が買いややすい価格で出せて、かつ次の本の印刷代も捻出できるという点で同人誌の方に利がありました。

^{*22} 印刷代は日光企画のオフセット印刷 PP 貼りの早割セット B5 判から算出しています。 <http://nikko-pc.com/offset/pp/hayaFCB5.html>

^{*23} 出版社と書店の間をつなぐ流通業者。

2.3.3 部数が劇的に増えれば入ってくる金額も増える

前述の通り、たとえ印税が8%だったとしても、元々同人誌で出したときの頒布数が200部程度であれば商業出版で初版2,000部が完売すると収益率や手元に入ってくる金額は上がります。「仕事ではじめる機械学習」のように、技術書典で出した本がオンラインで商業出版され、当初は電子版しか出す予定がなかったが売れ行きがよくて紙の本も出しヒット作に！という夢のある話もあります。（図2.12²⁴）



▲図2.12 『仕事ではじめる機械学習』著者座談会

こうした大きなヒットを見ると、やはり商業出版が本気になると部数の規模感が違うんだな！という気持ちになります。

ただし同人誌だろうが商業出版だろうが、「本を書く」という行為自体は著者の稼働時間を考えるとあまり割に合いません。筆者が遅筆なだけかも知れませんが、時給換算すると直視したくない数字が出てきます。ですのでただ儲けるためだけに技術書を書くくらいなら普通にエンジニアとして会社で働いた方が効率が良いと思います。商業、同人を問わず、採算度外視してでも誰かの役に立つことを願って技術書を書いたり出したりしてくださっている皆さんには本当に頭が下がります。

2.4 プロの編集者に編集や校正をしてもらえる？

「商業出版する」ということはイコール「編集者さんがついてくれて構成や内容に大きく直しが入り、本の品質がぐっと上がる」のだと思っていました。本当にそうなのでしょうか？

²⁴ <http://blog.team-ai.com/ai-people-vol7-1-machine-learning-for-business/> より引用

2.4.1 「編集」の度合いは出版社と編集者次第

実際のところ「編集」をどの程度するのかは、出版社や担当になった編集者さんにによって大きく異なるようです。

周囲で商業出版を経験された方に聞いても「編集者さんもそんなに技術に詳しいわけじゃないからほぼ同人誌の原稿のままだった。てにをはのチェックくらいであとは自由にやらせてもらった」というケースもあれば、「技術監修も付けてがっつり編集してもらった。ページも倍以上に増えたし構成もぐっと変わった」というケースもあるようなので、そこは著者がどうしたいか？をつたえた上で出版社側と折り合いがつけば、ということなのだと思います。

それにそもそも「編集」という言葉が何を指すのか？は人によるので、まず著者と編集者さんの間で認識合わせが必要です。これについてはラムダノートの鹿野さんが書かれた「編集というサービスの内容（技術書編）^{*25}」という記事が大変分かりやすいです。

2.4.2 原稿を管理する「すごい仕組み」がある？

日々たくさんの本を生み出している出版社には、原稿のバージョンを管理したり、効率的に校正をするためのすごいツールがあるのでは？と筆者は思っていました。ですが周囲の商業出版を経験された方に伺うと「特に原稿のバージョン管理はしていない、ということだったのでこちらから提案してGitHubを使わせてもらった」「途中まではGitHubを使っていましたが、組版された後は紙に印刷したものに赤入れされて戻ってきたので、そこから先はバージョン管理できなかった」という話の方が多いようでした。

技術同人誌では比較的よく見る、Re:VIEW や CircleCI を用いた「原稿を書いて GitHub にプッシュすれば組版された PDF が自動生成される」というやり方は、思っていたよりかなり先進的なのかも知れません。

2.4.3 同人誌の原稿をそのまま出しても「商業出版」か？

筆者は「商業出版する」ということはイコール「編集をがっつりする」ことだと思っていたので、「編集はほとんど入らず、ほぼ同人誌の原稿のままで出版する」という出版社が存在することはかなり驚きでした。なぜなら著者から見たときに「編集」こそが商業出版が持つ最大の魅力だと思っていたからです。

筆者が「著者と編集者の関係」について考えていたとき、思い浮かんだのはあきみち

^{*25} <http://note.golden-lucky.net/2017/06/blog-post.html>

さんの「プロフェッショナル IPv6」にまつわる鹿野さんとの話でした。(図 2.13^{*26})



▲図 2.13 ラムダノート社で「プロフェッショナル IPv6」を執筆した理由

とてもよい文章なので詳細はぜひこちらのエントリを直接お読みいただきたいのですが、筆者は「DNS をはじめよう」を商業出版するか否か悩んでいた時期にこれを読んで、技術の面でも編集の面でも「この人と一緒に作りたい」と思えるような編集者さんに出逢えたら商業出版すればいいんだという気持ちに至りました。

残念ですが筆者には「すごく売れたそうですね。うちから出しませんか?」というお誘いはあれど、「読みました! とても良い本なのでこういう部分を補強してうちから出しませんか?」というお誘いは殆どありませんでした。やはり王子様から突然求婚されるとしても「きみってみんなから人気らしいね。結婚してあげようか?」みたいなプロポーズよりは「きみのこういうところが好きなんだ。一緒に幸せな家庭を築こう」と言われたいものですね。いつかはそんな技術書が書けるように精進していくうと思います。

2.5 「本を出版した!」という名誉が得られる?

ここまで、筆者が想像していた商業出版のメリットと、それに対してあれこれ調べて知った実態をおつたえしてきましたが、色々調べるうちに「あれ? 想像してたのと違うな」ということの方が多く、筆者は商業出版のメリットがよく分からなくなってしまいました。

そこで出版社の編集者さんや、商業出版を経験された著者さん、色々な方に率直に「商業出版のメリットってなんですか?」と質問をしてみたのですが、結局突き詰め

^{*26} <http://www.geekpage.jp/blog/?id=2018-8-9-3>

2.5 「本を出版した！」という名誉が得られる？

ると商業出版をして著者が得られるメリットは「本を出版した」という名誉なのだと思います。

- 自分の名前が書かれた本が書店で平積みされる
- Amazon に著者ページができる
- 家族や親や親戚が喜ぶ
- 転職するときに名刺代わりになる
- 本を出すくらいすごい人だと思われる

など言い方は様々でしたが要は名誉です。分からぬ、とは言いません。むしろすごくよく分かります。同僚に「今度、本出すんだ」と言わされたら絶対に「すごいね！」となりますし、名誉に対する欲求があるのは健全なことだと思います。この名誉には自分一人だけで出した同人誌ではなく、出版社という第三者が価値を認めて本を出版するに至ったという点が作用しているので、誰にもわかりやすい第三者の保証が欲しいときにはとても良いメリットだと思います。

でもその名誉のために商業出版を選択したとき、著者はいったい何を失うのでしょうか？

第3章

商業出版で著者は何を失うのか？

名誉は欲しい。けれど名誉を手にした代わりに著者は何を失うのでしょうか？ 対価を確認せずに魔法少女になる契約を結んではいけません。

3.1 商業出版した本は「自分だけのもの」ではなくなる

技術同人誌は「自分だけのもの」です。ですが商業出版した本は「自分だけのもの」ではなくなります。(図 3.1^{*1})

wakame@毎日猫がいる
@vakame

商業出版、かっこいい気がするし憧れる気がするけど、実際契約してみるとその本の権利は自分の手を離れ、自由に公開できず、もちろんアップデートもできず、一生懸命書いたまるでコードの如き資産のコントロール権限を失うものであることが大半なのは頭の片隅に置いておいてほしい。

371 16:20 - 2018年5月21日

217人がこの話題について話しています >

▲図 3.1 商業出版についてのわかめさんのツイート

たとえば Twitter で『DNS をはじめよう』を読みました！ 面白かったので社内で勉強会したいんですけど、僕が買った PDF を 10 人の新卒同期に共有してもいいですか？」と聞かれたとしましょう。

同人誌であれば可否は著者の自分が判断すればいいので「いいですよ。初心者の皆さんのお役に立てるなら嬉しいです！ 同期のみなさんに『面白かったら続編を買って』って伝えてくださいね」で済みます。逆に許可したくなれば「ごめんなさい。個々に買ってください」で済みます。

ですが商業出版の場合は、たとえ著者がいいと思っても出版社さんの同意を得なければ勝手に許可は出せません。なぜならもうその本は「自分だけのもの」ではないからです。

3.2 元となる同人誌も自分の好きにはできなくなる

商業出版することで、元となる同人誌のコントロールを失うケースもあります。たとえば「商業化されたら元となる同人誌の頒布はやめてください」と言われたり、「○

*1 <https://twitter.com/vvakame/status/998463448177631232>

3.3 出版社との契約は内容をよく読んで交渉しよう

○をはじめよう、というタイトルは今後同人誌では使わないようにしてください」と言わざることもあります。

あるいは出版から1年が経ち、対象となる技術の新しいバージョンがリリースされたことによって本の内容が相対的に古くなり、正確さを欠くようになってしまったので、あれこれ手直ししたり書き加えたりして出したい、と思ったとしましょう。その場合も改訂版を出すか否かは出版社と話し合った上で決まります。たとえば初版がまだまだ売れ残っていて、かつ版改訂をしてもそんなに売れる見込みがない…となれば出版社さんからお断りされるかも知れません。

「商業で改訂版を出せないなら、個人的に同人誌で改訂版を出そう！」と思っても、「版権」つまり「その本を出版する権利」が出版社にある間は、当然のことながらたとえ著者でも勝手に改訂版を出すことはできません。どうしても出したいなら出版社との契約が切れるまで待つか、契約をすぐに解除して版権を著者に戻す請求をしましょうか…という面倒な話になります。

そんな風にならないためにも、出版社さんと契約を結ぶときは契約内容をよく読んで交渉しましょう。これは本当に大事なことです。

3.3 出版社との契約は内容をよく読んで交渉しよう

契約書はお互い最大限自分に有利になるように書いて、そこから擦り合わせていく（または相手が全然読まなくて素晴らしい自分に有利な内容であっさり通る）ものなので、そこに悪意はなく、双方よく読んだ上の交渉が当たり前です。

ですからいくら編集者さんがいい人でも「本なんか出すの初めてだからどきどきする。よく分からぬけど編集者さんから渡されたこの書類に黙ってサインすればいいんだね！」みたいな軽い気持ちで契約を結んではいけません。

「既存の同人誌は今後も頒布しつづけたい」と思ったら交渉すべきですし、「印税低くない？」と思ったら算定の理由を確認すべきです。それから「似たような内容で今後別の本を同人誌で出してもいいよね？」と思ったらそれも確認しましょう。

「契約とか法的なこと難しい…よく分からぬし交渉苦手…」というエンジニア諸氏は、せめて担当の編集者さんに「絶対に譲れないところと譲れるところ」をちゃんと伝えた上で、自分の意向に即した内容になっているのか契約書の内容を説明してもらいましょう。

ごく稀に「契約前に条件の話をすること」について嫌な顔をする編集者さんもおられます。実際に筆者も、契約条件を伺ったところ「契約より先にそういうことを聞かれるなんて正直がっかりした」という趣旨のお返事をもらって「契約って結ぶ前に条件を確認するのが当たり前じゃないの？ 契約した後に条件聞いてどうするの？ え、ちょっと何言ってるのかわからない…」という気持ちになったことがあります。そういう編集者さんに遭遇してしまった場合は、早めにわかってよかったと思って契約を

結ぶのをやめましょう。まともな編集者さんなら後から揉めるよりも最初に希望を出してもらった方がずっといいと思っているはずです。

どれもごくごく当たり前のことです、はじめてのときには勝手が分からず失敗してしまうものです。「商業出版」という言葉について浮かれて、後々揉めごとの種になるようなミスを犯さないようにしたいものですね。

3.4 商業出版も同人誌も選択肢でしかない

結婚することと独身でいつづけること、どちらかがあらゆる人にとって絶対のハッピーエンドという訳ではないのと同じで、編集者さんに見初められて商業出版することも同人誌で出し続けることも、どちらも「選択肢」でしかありません。

ゼクシィの「結婚しなくとも幸せになれるこの時代に、私は、あなたと結婚したいのです」というキャッチコピーのような気持ちになれたら商業出版をすればいいし、そうでなければ同人誌で出し続けていいんだな、という当たり前のsuchな事実に至るまで筆者はちょっと時間がかからってしまいました。

ですので技術同人誌を書いたあなたには、きちんと判断材料を手にした上で納得のいく道を選んでほしい、という気持ちで本著を書きました。

今まで「欲しいと言ってくれるたくさんの人に技術書を届ける」ためには商業出版以外の道はほぼありませんでした。ですが現在は技術書典や BOOTH があることで、既存では成しえなかったスピードで技術書を書いて、商業出版に劣らぬ規模でたくさんの人に届けることもできます。

筆者の場合は自分で原稿を書いて、周囲のエンジニアにレビューをしてもらい、デザイナーさんの力を借りて同人誌にするのがちょうどいいサイズとスピード感だったので、今はこのままで走ろうと思っています。

同人誌でも商業出版でもどんな形態でも技術書は尊い！ みんなが建ててくれた知の高速道路をたくさん走り抜けたい！ どなた様もぜひ何年もかけて会得した技術を技術書にしたためて技術書典にお持ちください。誰が買わなくても私が買います。

あとがき

本著は note で公開した技術同人誌のハッピーエンドは「出版社の編集者に見初められて商業出版！」だけとは限らないという話という記事を加筆修正したものです。

元記事の公開にあたっては、技術書典を運営するひつじさん、わかめさん、そして達人出版会の高橋さんにたくさんの指摘をいただきました。自分では気づかなかった誤りや不足を教えていただいたことで、同人誌と商業出版のどちらにも偏らず、あくまで判断材料を提供するフラットな立ち位置に近づけることができました。ありがとうございました。

数ある技術書の中から「技術同人誌を書いたあなたへ」を手に取ってくださったあなたに感謝します。

2019年4月
mochikoAsTech

PDF版のダウンロード

本著をお買い上げいただいた方は、下記の URL から PDF 版を無料でダウンロードできます。

- ダウンロード URL : <https://mochikoastech.booth.pm/items/1284844>
- パスワード : HappyTechBooks0414

Special Thanks:

- ひつじ @mhidaka
- わかめ @vakame
- 高橋征義 @takahashim

レビュアー

- Takeshi Matsuba

参考文献・ウェブサイト

著者紹介

mochiko / @mochikoAsTech

無職。元 Web 制作会社のシステムエンジニア。モバイルサイトのエンジニア、SIer とソーシャルゲームの広報を経て、2013 年よりサーバホスティングサービスの構築と運用を担当したのち、再び Web アプリケーションエンジニアとしてシステム開発に従事。「分からぬ気持ち」に寄り添える技術者になれるように日々奮闘中。技術書典 4,5 で頒布した「DNS をはじめよう」と「AWS をはじめよう」は累計販売数 5,000 冊を突破。

- <https://twitter.com/mochikoAsTech>
- <https://mochikoastech.booth.pm/>

Hikaru Wakamatsu

表紙デザインを担当。

Shinya Nagashio

挿絵デザインを担当。

技術同人誌を書いたあなたへ 著者のしあわせなミライ

2019年4月14日 技術書典6版 v1.0.0

著 者 mochikoAsTech

デザイン Hikaru Wakamatsu / Shinya Nagashio

発行所 mochikoAsTech

印刷所 日光企画

(C) 2019 mochikoAsTech