個人事業主・経営者のための

出版戦略ハンドブック

PUBLISHING STRATEGY HANDBOOK

FOR SOLE PROPRIETORS AND BUSINESS OWNERS

試し読み版

GOEN出版

経営者・個人事業主のための

出版戦略ハンドブック

PUBLISHING STRATEGY HANDBOOK

FOR SOLE PROPRIETORS AND BUSINESS OWNERS

GOEN出版

はじめに

小冊子を手に取っていただきありがとうございます。

ＧＯＥＮ出版の二木拓磨（ふたつぎたくま）と申します。

この「出版戦略ハンドブック」は、出版に興味を持った方が、出版をする前に知っておいた方がよい知識や考え方をまとめたものです。

私が１０００人以上の方から出版の相談を受けた経験を元に作っていますので、きっとあなたが出版に関して知りたいことが書かれていると思います。

私の元に相談に来る方の多くは、ベテランの経営者であるにも関わらず、

「出版は私にはまだ早いのかもしれませんが……」

と出版のことになると自信なさげになる方がほとんどでした。

あなたも出版はごく一部の成功した人ができるという印象をお持ちかもしれません。

しかし、時代は変わりました。

Ａｍａｚｏｎの電子出版や紙書籍のＰＯＤ出版といった、出版社を通さずに個人で出版できるサービスが出てきたのです。

これらの出版方法は「自己出版」や「セルフパブリッシング」と呼ばれています。

出版に関する知識がない人でも1人で出版できるため、Ａｍａｚｏｎには素人が出したであろう本が増えてきました。

「知り合いが出版したというから買ってみたら、とても読めたものではなかった」という経験をしたことがある方もいるかもしれません。

著者が出版費用を負担する「自費出版」の場合、原稿づくりに編集者が力を入れないため、そのようなことがよくあります。

文字が小さすぎたり、目次や章がなかったりといった本の基本的なつくり自体がおかしい場合、それは素人による「自己出版」かもしれません。

そのような本では、出版してもかえって信頼性を損なってしまいます。

信頼性が高まるのは「商業出版」による出版です。

ですが自費出版や自己出版でも、やり方しだいで書店に並ぶベストセラー書籍のように著者のブランドを高め、ビジネスにつながる本になります。

そこでこの小冊子では、出版前に知っておくべきポイントをまとめました。

私がプロデュースした書籍を例に話しているので、きっと出版がご自身のビジネスに役に立つことをイメージできると思います。

会社員や学生の方は、将来における起業の準備としてお読みいただければと思います。

あなたが本を出す目的は？

あなたが出版するとしたら、どんな本を出版するでしょうか。

どんな本を出版するにしても、絶対に外してはいけないポイントがあります。

それは、「自分が何者か」を伝えることです。

あるとき洲浜拓志さんという方が相談に訪れました。

様々な集客方法を試したものの、なかなか自分の求めるお客さんを集めることができないというのです。

「不動産の専門家というと、不動産投資の専門家だと思われてしまうんです……」

洲浜さんは「不動産鑑定士」という国家資格をお持ちで、弁護士や税理士から不動産の価値を鑑定する仕事を請け負っていました。

しかし本当にやりたいのは、コンサルティングサービス。

「本を出版したら自分の価値が伝わり、求めている顧客が集客できるのではないか」

と洲浜さんは考えたのです。

洲浜さんと本を作ることになった私は、洲浜さんに「**不動産ドクター**」という造語をプレゼントしました。

「不動産のトラブルが解決できる人」
という洲浜さんの立ち位置を決めたのです。
そしてこの造語を元に表紙のデザインを作成し、名刺に載せて
「来年、出版予定の本です」
といって名刺交換をしていってもらったのです。
「不動産の問題を解決する人なんですね！」
このような反応が得られたことで、表紙だけで何の説明もなしに「不動産ドクター」という言葉の持つ意味が伝わることがわかりました。
しかもそれだけではありません。
本を出す予定の人ということで、不動産オーナーの顧客リストを持っているビジネスパートナーとのコラボセミナーが決まったのです。
さらに奇跡は続き、大手テレビ局での番組出演まで果たしました。
自分の立ち位置を決め、本の表紙デザインに落とし込むこと。
それにより、あなたは出版をあたかも現実かのようにイメージできます。
現実かのようにイメージするのはあなただけではありません。
他人もあなたのことを著者だと認識し、あなたに理想のお客さんを連れてくるのです。

本の表紙でブランドが高まる

先程お話したように、本の表紙を名刺に載せて配るだけでも、あなたのブランド価値は高まります。

ですが、

「自分で電子書籍をつくったんですか？」

などと思われてしまっては、ブランドは十分にあがりません。

出版社からきちんと出版した本だと伝わる表紙デザインにしなければいけないのです。

そこで大切なのが、表紙に書かれている「タイトル」や「帯のキャッチコピー」です。

表紙に書かれたこれらのコピーを目にしたときに

「読んでみたい」

と感じられるかどうかで、あなたのブランド価値が高まるかどうかが決まるのです。

「本を出しているなんてすごいですね！」

と名刺交換の際に言われたとしたら、**人間関係をいきなり「著者」と「読者」の関係ではじめることができます。**

これこそ、単価の高いビジネスの基本である「専門家」と「生徒」の関係性です。

「実は、まだ本を書いている途中なんです」
と伝えたとしても、
「どんな内容の本なんですか？」
と話に花が咲くというメリットがあります。
しかも、あなたのビジネスにつながる話題で、です。
名刺に表紙デザインを載せるだけでもビジネスにつながるとしたら、**本をつくればさらに売上が上がるのは当然でしょう。**
Ａｍａｚｏｎで売るという手もありますし、プレゼントとして使うことで集客に役立てることもできます。
たとえ無料でプレゼントされた本だとしても、本の著者であるというイメージアップに加え、著者のストーリーや想いが伝わることで
「この人に頼んだら面白いことになりそうだ」
と右脳にも働きかけることができるからです。
本を作る上で一番大切なのは、「本の顔」である表紙デザイン。
あなたの理想のお客さんが「読みたい」と思うからこそ、出版があなたのビジネスにとって最強のマーケティングツールとなるのです。

出版戦略を考えよう

「どんな本を書いたらいいのか」

出版したいと思った時、多くの方はいきなり原稿を書こうとしてしまいます。

ですがビジネスにつながる本にするためには、その前に考えるべきことがあります。

それが出版戦略です。

出版戦略に必要なものは3つあります。

1つは、顧客動線です。

顧客動線は、お客様があなたを知るところから商品やサービスの購入を行うところまでの段階的な行動を、1段階ごとに促していく仕組みのことです。

顧客にどのように動いてもらいたいのかを決めることで、

「誰に本を読んでもらうのか」

「本を読んでもらった後、どう行動してほしいのか」

が見えてきます。

2つ目は、本の中身を方向付けるコンセプトです。

読者は誰で、どんなメリットを与える本なのか。

その上で、読者に対する「新しい提案」は何なのか。

コンセプトが定まることで原稿の内容が頭に浮かびやすくなります。

3つ目が、出版形態です。

おおまかにわけて、商業出版、自費出版、自己出版という3つの出版形態があります。

これまで私は商業出版の本づくりに100冊以上携わってきました。

商業出版では、1冊あたり300万円ほどを出版社が投資すると言われています。

そのため著者が望んだテーマやコンセプトで本が出せない場合があります。

「そのテーマのブームは去ったから、もう売れないよ」

などのように、企画の中身を見る前に断られてしまうことすらあるのです。

1996年をピークに書籍の売上は下がり続けており、商業出版のハードルは高まり続けています。

インターネットの普及により、著者自身のSNSでのフォロワー数を商業出版の条件として設ける出版社も増えてきました。

そこでこの小冊子では、商業出版以外の出版形態についても紹介しています。

顧客動線、コンセプト、出版形態。

この3つの出版戦略について、次ページより1つずつ見ていきましょう。

著者　二木　拓磨（ふたつぎ　たくま）

1981 年、神奈川県生まれ。東京理科大学卒業。東京工業大学大学院修士課程修了。一部上場企業のメーカーに就職し研究員となる。ドキュメンタリー番組「プロジェクト X」に感銘を受け「商品やサービスの背景にあるストーリーを伝える事業」を志す。居酒屋てっぺんやＩＴベンチャーで経験を積んだのち、ライターとして独立。東日本大震災をきっかけに出版関連の仕事を請け負うようになる。2013 年、拠点を島根にうつし、東京と島根を行き来しながらの商業出版コンサルティングを始める。2017 年に妻と 2 人で株式会社 COME TREES を設立。2020 年、GOEN 出版を立ち上げる。これまでの出版コンサルティング実績は 300 人を超える。

略歴

2010 年 ライターとして開業。販促物やインタビュー記事を手掛ける。
2011 年 出版関連事業の業務委託を始める。
2012 年 出版プロデュース会社で出版塾を立ち上げ、講師を 7 年務める。
2013 年 オンラインでの商業出版コンサルティングを提供開始。
2016 年 セミナー会社で出版セミナーを毎月開催し 1000 人以上が受講。
2017 年 妻と株式会社 COME TREES を設立し、取締役に就任。
2020 年 GOEN 出版を立ち上げる。

出版をお考えの方へ

GOEN 出版では、定期的に出版勉強会を開催しています。
まずはこちらから LINE 公式アカウントにご登録ください。
出版勉強会への招待状をお送りいたします。

LINE 公式アカウント

ID: @gpub

https://lin.ee/og7M6sO

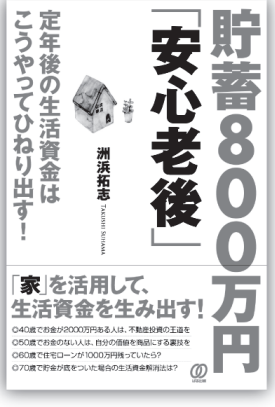
二木拓磨 プロデュース書籍

『見るだけで 9 割かなう！
魔法の宝地図』
望月 俊孝 著
KADOKAWA 刊

『痛みの 9 割がたちまち消える
10 秒関節リセット』
羽原 和則著
SB クリエイティブ 刊

『1 日 30 分からはじめる
はじめての eBay』
荒井 智代 著
自由国民社 刊

『自分ブランドで稼ぎなさい
Amazon 中国輸入の教科書』
根宜 正貴 著
セルバ出版 刊



『貯蓄 800 万円「安心老後」』
洲浜 拓志 著
ぱる出版 刊

『即決営業』
堀口 龍介 著
サンマーク出版 刊

出版戦略ハンドブック

発行日	2021 年 1 月 16 日　初版発行
著者	二木拓磨
編集協力	カラムーチョ伊地知 / 神田皐月
発行	GOEN 出版（株式会社 COME TREES）
	島根本社　〒690-0862　島根県松江市比津が丘 3-9-17
	東京支社　〒104-0061　東京都中央区銀座 1 丁目 3 番 3 号 G1 ビル 7 階
	MAIL: support@goen-publishing.com
	GOEN 出版: https://goen-publishing.com
	株式会社 COME TREES : https://cometrees.jp
印刷	千鳥印刷株式会社

本書の無断転載・複写は著作権法上での例外を除き禁じられています。インターネット、モバイル等の電子メディアにおける無断転載ならびに第三者によるスキャンやデジタル化もこれに準じます。

© GOEN 出版, 2021, Printed in Japan

ユニークな人の想いを咲かせる

GOEN出版