



KKロングセラーズ主催
出版プレセミナー



【公式】KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→



このセミナーは、
『本を出したい』と強く、
熱い思いをお持ちの方々に向けた
「本のテーマ」のつくり方と「企画書」
の書き方をお伝えする

2時間です。

KKロングセラーズは創業48年の出版社です。

新書・実用書・ビジネス書などを発行

『禁煙セラピー』は累計185万部を突破

【主催者紹介】



■真船壮介（KKロングセラーズ常務取締役）
創業48年出版社 KKロングセラーズの三代目。
中央大学を卒業後、老舗書店で修業。
そののちKKロングセラーズに入社。

『読むだけでやめられる 禁煙セラピー』（アレン・カー著）を仕掛け、
現在185万部を突破。編集した『出稼げば大富豪』は映画化されるなど、
数々のベストセラー、話題作を世に送り出している。
その他、タレント、スポーツ選手など、人物にこだわった本が得意である。

■富田志乃（KKロングセラーズ書籍部部長）

出版業界に携わり30年。

大手出版社の営業として、「仕掛け販売の女王」と呼ばれ、数々のヒット作品を生み出してきた。

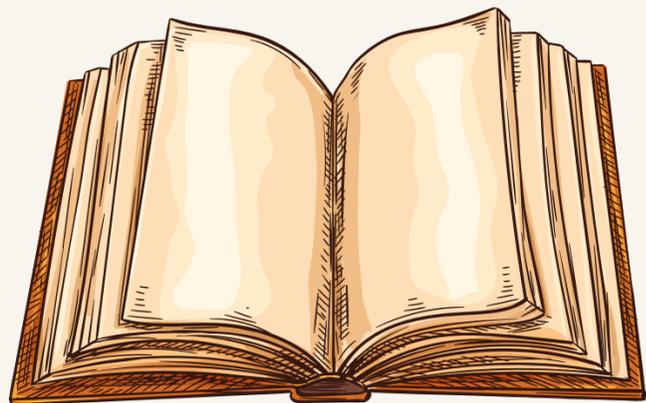
現職では編集責任者として「著者に寄り添う」をモットーに多数の本づくりをおこなっており、指名の絶えない編集者の一人。大手有名企業のセミナーの企画や、新規事業のプロデュースなど、出版を越えたビジネスも手掛けている。



本を出すとあなたの人生の
何が変わると思われますか？

どんな変化があると思えますか？

どんないいことが起こると思えますか？



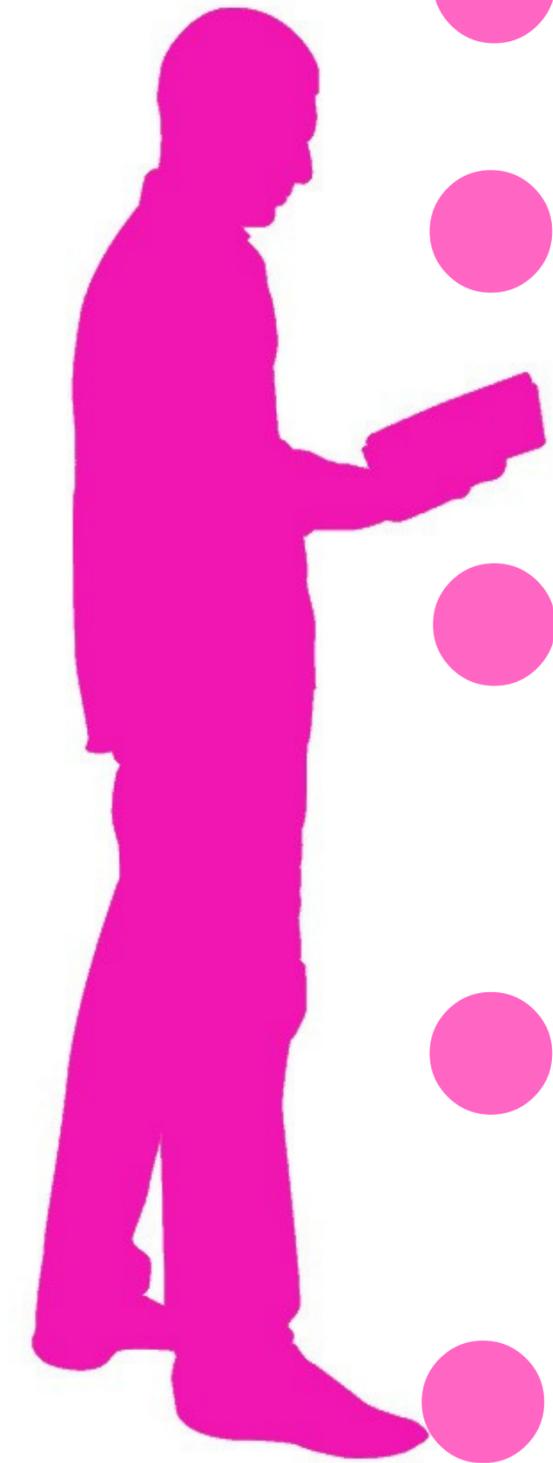
- 自身のフラックが立った！
- 本のテーマと同じセミナーができる！

- 企業の決定権を持つ層への
信頼度が上がった

- 企業・商工会議所などからの仕事依頼

- 故郷に錦！

妄想でもOKです！



3分間、考えてみましよう

ブレイクアウトルームをつくります

5分間、

みなさんで共有しましょう

本の3つのポイント

何が書いてあるのか

誰が書いたのか

誰が読むのか





「誰が読むのか」はとても
大切ですが、まずは

「何が書いてあるのか」

「誰が書いたのか」を

明確にしていきましょう

「何が書いてあるのか」 = 「本のテーマ」

「誰が書いたのか」 = 「著者である あなた」



『プロフィール』には、

この2つが詰まっています

【プロフェーショナル】



「ご自身の棚卸し」

「棚卸し」の方法



1. 年表をつくる
2. 年表からターニングポイントを
ピックアップ

すべてが必要な情報です！すべてのターニングポイントを拾い出しましょう！

3. それがなぜターニングポイントだったのか、
そのターニングポイントから何を得たのか、
人生にどんな影響を与えかを阿川佐和子さんに
なりきって、自分をインタビューする



「阿川佐和子」さんになりきる理由：
ターニングポイントを俯瞰し、客観的に見ながら、
深掘りするため。

* 田原総一郎さんでも可

そして出来上がった 【プロフィール】には

- 1) あなたの本のテーマ、
コンテンツが詰まっています
- 2) その本のテーマとあなたの
整合性がはかれます

●プロフィール

現在、進学塾で英語の講師をしています。

私が教えた生徒の〇%は

早稲田大学、慶応大学に合格しています。

本のテーマ

① 「早慶に受かる受験英語の本」

(→読者：偏差値高めの受験生)

●プロフィール

現在、進学塾で英語の講師をしています。

実は高校1年までは英語は赤点続き。

ところが海外ドラマにはまり英語の面白さを知り、
そこから猛勉強をして早稲田大学に進学し、
現職に至ります。

生徒の〇%は早慶に合格しています。

本のテーマ ① 「早慶に受かる受験英語の本」

本のテーマ ② 「偏差値35からはじめる受験英語の本」

(→読者：偏差値低め～普通の受験生)

●プロフィール

現在、進学塾で英語の講師をしています。

実は高校1年までは英語は赤点続きだったのですが、

海外ドラマにはまって英語の面白さを知り、

そこから猛勉強。とにかく詰め込まないといけなかったので、

英単語や熟語を日本語に置き換えて歌にして覚えました。

その勉強法で英語の成績があがりましたので、

現職でも授業に取り入れています。

そうしたところ生徒の0%が早慶に合格しています。

●本のテーマ

① 「早慶に受かる受験英語の本」

●本のテーマ

② 「偏差値35からはじめる受験英語の本」

●本のテーマ

③ 「歌って覚える英語の本」

(→読者：受験生、英語を勉強したい一般の人)

プロフィールを詳しく書いて
いくことで、1つの出来事でも
本のテーマは広がり、
読者も広がります。

「著者のプロフィール」と

「本のテーマ」が

合致していることに、お気づきになりませんか？

著者と本のテーマとの

『整合性』

ターニングポイントを

1つあげてください *一番印象的なもの

なぜそれが

ターニングポイント

だと思おうのでしょうか？

3分間でお考えください

ブレイクアウトルームで
5分間、
みなさんで共有しましょう

あなたのターニングポイント

① **誰**に伝えたいですか？

② **何を**伝えたいですか？

何を伝えられますか？

3分間考えてみましょう

★ 「誰に伝えるかの」「誰」は
身近な家族、友人、同僚などを
設定してみましよう

ブレイクアウトルームで
共有してみましよう

各グループ**お一人代表**して
発表してください！

**【公式】 KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→**



企画書の書き方 解説

**【公式】 KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→**



KKロングセラーズ

企画書はプレゼンテーション資料

わかりやすく、アピール！

**伝わる文章の基本は
結論が先で説明があと**

PREP法（プレツプ法）

P = POINT（結論）

R = Reason（理由）

E = Example（事例 具体例）

P = POINT（結論を繰り返す）

* ビジネス書、実用書は本文もPREP法を意識！

タイトル

とは、本のテーマをさします。

タイトルは、一度決めたら二度と変えられないということではなく、原稿が揃い、編集作業が終わった段階で、著者と編集者で話し合い、改めてタイトルを決定いたします。

もちろん、最初のタイトルがそのまま生かされることもあります。みなさんが仮題をつける際は、できるだけわかりやすく、あまり凝ったタイトルにしない方がよいのかなと思います。

たとえば

「誰にでも伝わる話し方の本」 「簡単にお金がたまるちょっとしたコツ」など、テーマと方向性が分かるような仮タイトルをつけておくとよいと思います。

タイトルをつけるときのポイント

- 1、 何のための本なのかを明確にする
- 2、 簡潔である（短い、パッと見てわかる）
 - *13字以上はわかりにくいと言われてています
- 3、 強調したい言葉は7～8字
- 4、 数字を入れる（テーマによります）
 - *奇数を入れる
 - *25とか30ではなくあえて24など中途半な数字を入れる。なぜ24なの？と目がいくように

5、言葉選びで全体が変わる

A仕事のルール（若いビジネスマン向け、簡単、カジュアル）

B仕事の鉄則（堅い 真面目 ）

C仕事の流儀（グレードが上がったイメージ、上品）

6、再生回数の多いYouTubeのサムネを参考にする。

7、少し前まではタイトルに「魔法」をつけるのが人気でしたが

最近では神レシピ、鬼百則など、神や鬼をつけるのが流行っています。

〇〇図鑑 〇〇大全 も同様です。1冊売れると、それと似たテーマ、

タイトルが増えます。これは著者がつけるというより、

編集者がつけたり、営業からの打診だったりすることが多いです。

サブタイトル

タイトルをさらに詳しく、わかりやすくするためのものです。

例/KKロングセラーズ/刊

「読むだけで絶対やめられる」 (サブ)

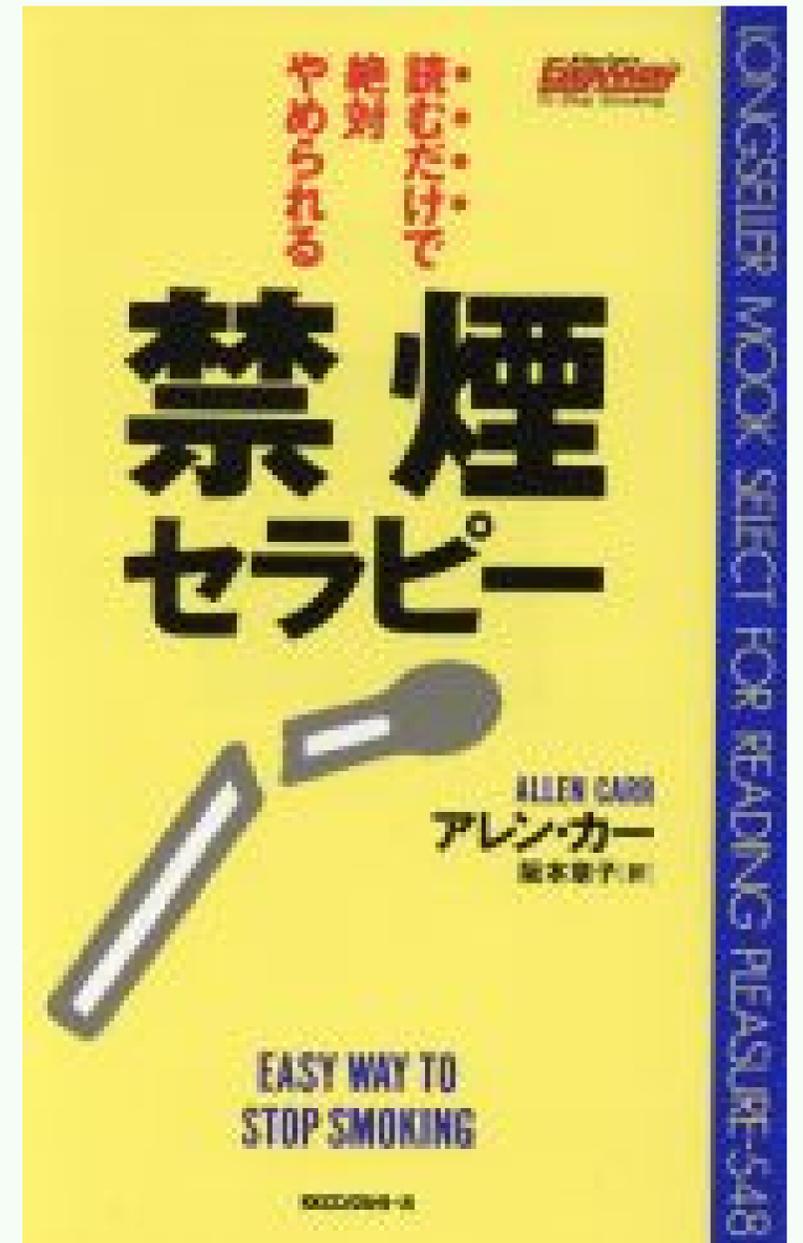
『禁煙セラピー』 (タイトル)

* タイトルの上についているサブタイトルは「肩サブ」と呼びます。

例/幻冬舎/刊

『お金2.0』 (タイトル)

「新しい経済のルールと生き方」 (サブ)



著者略歴

ご自身のキャリアや体験、実績などを書いていただきます。

あまり煽り過ぎる内容でもいけませんが、

「この程度のものは略歴にならないだろう」と

ご自身で判断し、せっかくのアピールポイントを明記なさらない方が意外と多いのです。ひとまず、なんでも羅列してみましましょう。

どの略歴に、編集者が興味を持つかわかりません。

編集者は、その方の実績そのものよりも、

人生のストーリーを重要視する場合も多いです。

また失敗から生まれたノウハウは、誰にでもできる、

つまり読者層が広いという見方もできるため、

成功実績ばかりを並べるよりも効果的な場合があります。

編集者は意外と

著者の人生のストーリーを見ている！



キラークワード

挫折や失敗談

いまは〇〇だけど、**ここに至るまでには〇〇だった。**
だから私ができるのだから、誰でもできますよという具合です。

- ・いま、英語の講師をしているが、
実は学生時代は英語の偏差値が低かった。
- ・いまは人材育成の講師をしているが、
サラリーマン時代、パワハラで降格した経験がある。

著者と本のテーマとの整合性

営業ではかなりの実績をお持ちの方で、著者略歴にも

〇〇年 課長昇格（同期の中では一番早い）

〇〇年、〇〇の売り上げ全国1位で表彰される

などと書かれていました。

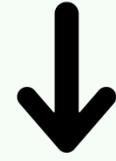
スゴイ営業の方だなと思ったのですが、

本のテーマは「プロジェクト（組織）をまわす方法」というものでした。

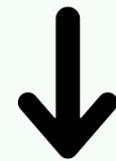
*こちらは、せっかく営業としての実績があるのに

営業をテーマにした企画ではないので不採用となりました。

「プロジェクト（組織）を回す方法」



- ・ 同期の中で一番早く課長になった
- ・ 課長としてどう組織をまとめたか
- ・ 具体的な回し方、方法
- ・ どんな成果を出したのか



プロフィールをカスタマイズ

企画意図・趣旨

ここで書くポイント

1. なぜ、いまその本を出す必要があるのか？
世の中が必要としているか
2. なぜ、その本を出すのか
3. その本を読んだ読者にどうなって欲しいのか、
どうなっていると想定されるのか
4. 何を伝えたいのか（何が書いてあるのか）
5. なぜ、自分が著者であるのかの説明

「再現性」

読者が「再現」できる内容である必要がある！

どんなに素晴らしい経験やノウハウでも、
その人だからできるんだと思われてしまっっては、
企画は採用されません

著者の知識や体験のみを綴るだけでは、読者は再現できません。

目的や目標などが読後、読者が達成できるための

明確な方法論、解決策、具体例

が必要です。

例文 ポイントと比較してみてください。

- 1) 2) 最近、肥満が世界で深刻な問題になっています。
また肥満によるコロナ重篤化リスクも1.8倍とされています。
ところが、コロナ禍によるストレスや生活スタイルが変わったことで、
(1. なぜ、いまその本を出す必要があるのか？世の中が必要としているか 2. なぜ、その本を出すのか)
- 2) 飲酒やジャンクフードの摂取が増えた人が多いとされています。
(2. なぜ、その本を出すのか)
- 4) そこで、苦しい運動は不要。つらい食事制限も不要。
(4.何を伝えたいのか (何が書いてあるのか))

4) 家で1日3分、肩甲骨を回すだけダイエット！

(4. 何を伝えたいのか (何が書いてあるのか))

3) 仕事や家事の合間、左右それぞれ3分まわすだけで代謝が上がり、ラクして簡単にダイエット効果があります。

また肩こり首こりなどの改善も見込めます。

(3. その本を読んだ読者にどうなって欲しいのか、 どうなっていると想定されるのか)

2) 運動といっても、非常事態宣言下、スポーツジムにも

通いにくく、散歩といっても、なかなか続かない人が多いと思います。

そんな方に、家でラクして痩せられる方法をお伝えしたいのです。

(2. なぜ、その本を出すのか)

5) これまで2000人の体を整えてきた美ボディの伝道師が

簡単に痩せられる方法をお伝えします。

(5. なぜ、自分が著者であるのかの説明)

読者対象

どんな人があなたの本を求めているのでしょうか？

例/ 「話し方」をテーマに決めます。

どんな人に向けた「話し方」の本ですか？

- 自分のことをうまく言葉で表現できない人？（コミュニケーション）
- プレゼンや会議でなぜか提案が採用されないことで困っている
ビジネスパーソン？
- 部下が気持ちよく動いてくれたらいいなと思っているリーダー？

★同じ「話し方」がテーマでも読者対象によって内容は変わります。

ペルソナ

あなたの本を必要としている「読者対象」は具体的にどんな人でしょうか。

さきほどの本のテーマの「誰に伝えたいですか」のところ、身近な方を具体的に教えてくださいとお伝えしましたが、それをもっと細かい項目にそって設定されたものがペルソナとなります。

・ペルソナ

名前/日本太郎 年齢/42歳 性別/男性 職業/中堅商社の営業

住まい/都内の分譲マンション在住 家族構成/妻（専業主婦）、長女（12歳）、長男（7歳）

＊現在、テレワークと通勤の半々 趣味は釣り ただしコロナ禍で行けず、最近は釣りのYouTubeにハマっている。5年以内に、できれば独立して食品雑貨を扱う会社を興したいと思っているが妻からは大反対されている。

項目 名前 年齢 性別 職業 住まい 家族構成 趣味 現在の状況

読者層 ターゲット

読者対象、ペルソナで設定された読者は、世の中にどのくらいいると思いますか？

記入例 30代～50代 （メインは40代前後）

記入例 20代～50代男女 （メインは30代～40代女性）

*企画趣旨のところの肩甲骨まわりダイエット

世代 性別 を明記してください

類似書

あなたが本にしたいテーマと同じ内容が書かれた本。
こんな本にしたいというものを、最低3冊はピックアップしましょう。
これは、1つに企画書を見た編集者がその企画をイメージしやすい
ためでもあります。
なるほど、このジャンルはいま売れているよね。
なるほど、この傾向の本はこれからくるかもしれないね。
などと思わせるための、つまり「時流にあった企画である」ということ
のアピールにもなります。

類似書の探し方

まずは、売れている本である必要があります。
ではどこを見ればよいのでしょうか？

Amazonで似たテーマの本を探し、
ジャンルとランキングをチェック！

その後、リアル書店に行ってみましょう。
出したい本の類似本はどこにありますか？
その売り場も確認してみましょう。

「奥付」を確認。なお、奥付は、
本文の一番最後のページに記載されている本と、
カバーに記載されている本があります(禁煙セラピーはカバー)

奥付で注目して欲しいのは、発行年月日と刷り数です。

そこに1刷りとクレジットされているものは初版のみ
2刷り以上は重版がかかった本となります。

ただし、気を付けないといけないのは、重版はかかっている
けれども初版本が積まれている可能性もあります。
そこで、日付の確認をしてください。

Allen Carr's
Easyway[®]
(International) Ltd

読むだけで絶対やめられる
禁煙セラピー

ムックセレクト—548

定価(本体900円+税)

検印廃止

平成8年6月1日 初版発行

平成24年12月25日 226版発行

著者—アレン・カー

訳者—阪本章子

発行者—真船美保子

印刷所—大日本印刷

製本所—大日本印刷

発行所

KKONGセラース

東京都新宿区高田馬場2-1-2

振替・00120-7-145737

TEL.(03)3204-5161

類似書との相違点

上記であげた本を、徹底的に読み込みましょう。
類似本 **3冊** とあなたの本との相違点を分析してください。

そして、その本と違うポイントこそが、
あなたの本の「**オリジナル性**」となります。
ここをきちんと明確にされていると、
企画書はぐっと採用されやすくなります。

ご自身の

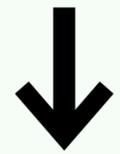
「強み」

「オリジナル性」

を明確にすることは

とても大切です

自己分析は難しい



**類似本との違いを見つけることで
あなたの「オリジナル性」が
明確になるのです！**

この本が売れるために著者ご自身ができること

最近の傾向として、著者は本を書くだけ、出すだけではありません。ご自身で、本を売するために「何ができるか」を考えてください。

「自分も売ります」という前向きな姿勢を企画書に入れると、ぐっと編集者の気持ちは前のめりになります！

そのためには、本を出す前に、ご自身の**ファンづくり**が大切です。SNSでフォロワーを集める、ブログを書くことなど、本を出して露出するのではなく、本を出す前から、どんどんご自身を露出させてください。

**【公式】KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→**

