

第1回目

KKロングセラーズ

出版セミナー

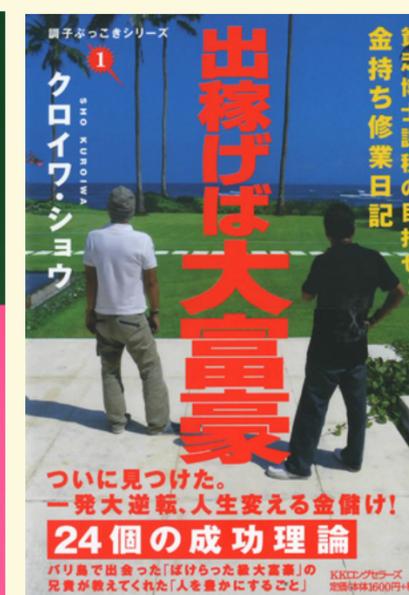
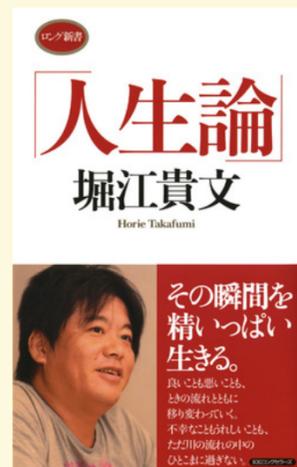
10月9日(土)

【公式】KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→



KKロングセラーズは

「面白くてタメになる本」をモットーに
新書・実用書・ビジネス書などを発行している
創業48年の出版社です。
代表作『禁煙セラピー』は累計185万部を突破、
セラピーシリーズも250万部を超える大ヒット
となっています



【主催】

■真船壮介（KKロングセラーズ常務取締役）

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、数々の大ベストセラー、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。

■堤 澄江 出版プロデューサー兼ライター

これまで担当した書籍は約200冊で累計150万部。インタビュー取材した芸能人・スポーツ選手・著名人は15,000人以上。企画から取材、執筆、校正まで担当してきた実績で、“出版界のカリスマ姉御”と呼ばれる。”

本セミナーでは、皆さんにわかりやすく文章術、構成案の立て方をお伝えし、著者デビューをしっかりと後押しさせていただきます。

自著に『ゴーストライターになって年1000万円稼ぐとっておきの方法』（ペンネームやすだあんな）がある。

本を出版したことで、テレビ番組からオファー多数。

主なテレビ出演に「ホンマでっか!?TV」「村上マヨネーズ」「ビーバップハイヒール」「ABChan-zoo」「ヨソで言わんとい亭」など。明石家さんま、マツコ・デラックス、ブラックマヨネーズ、ジャニーズ勢、ニューヨーク、見取り図、作家の筒井康隆氏らと共演。テレビ業界の裏側にも精通している。

■古川 創一（ふるかわそういち）

2003年4月にビジネス書専門の老舗の出版社に入社。

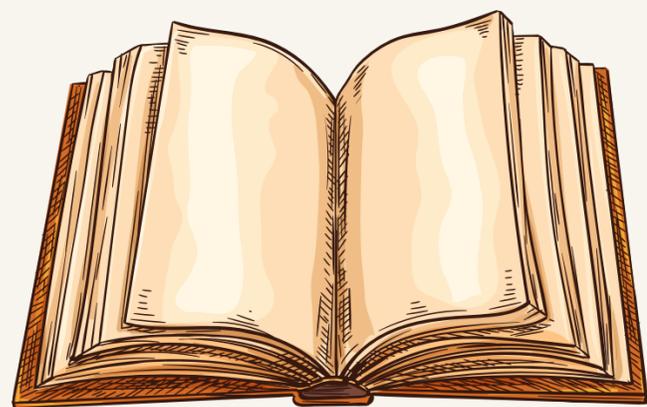
20冊連続初版止まりの不名誉な記録を作るも、独自の編集スタイルを編み出し、ヒットメーカーに。ビジネス書では異例の28万部超の書籍を担当するなど、数多くの大ヒット書籍の編集を担当。ビジネス書ユーザーに支持されている「一流、二流、三流」「鬼100則」などのシリーズを生み出すことにも成功。

累計150冊以上の書籍編集を経験し、業界平均で20%ほどと言われる重版率は50%超を記録。2020年12月末に合同会社古川書房を設立。新人著者発掘に意欲を見せる編集者として活躍中。

【本日のスケジュール】

- ・ 本のテーマのつくり方
- ・ 企画書のつくり方

企画趣旨/仮タイトル/プロフィール



自己紹介を しましょう

そして、どんな本を出したいと
思っているのか、教えてください。

※どんな本を出したいかの「どんな本」は
より具体的に、より完結にお願いします。

例)

- ・ プレゼンが上手になる話し方の本
- ・ 部下をやる気にさせるコーチングの本
- ・ 職場の人間関係が円滑になるための本
- ・ 3カ月で運命の人と出会うための本

お一人1分程度でお願いします。

3 つの重要ポイント

『誰に伝えるか』

『何を伝えるか』

『誰が伝えるか』

「誰に伝えるか」

…読者はどんな人？

「何を伝えるか」

…どんな内容？

「誰が伝えるのか」

…あなたはどのような人ですか？



「誰に伝えるか」

…人生に迷走しているすべての女性



抽象的な
答えが多い

「何を伝えるか」

…迷走している女性に勇気と元気をあげられるような本

「誰が伝えるのか」

…自宅で子供向けに書道教室を運営している

その本を出したら、
何ができますか？

本を出したあと、
何をしたいと思っていますか？

**より具体的に
短い言葉で表現
できるようにしましょう**

何のために本を出すのか設定しましょう

例 /

- ・ 本と同じテーマでセミナーを開催する
- ・ 企業研修を請け負う
- ・ 行政の仕事がしたい
- ・ 働くママ向けの支援団体をつくる
- ・ 社会的信頼を得たい
- ・ 会員を増やす
- ・ 思い出を残す
- ・ 著者になってテレビのコメンテーターになる
- ・ 夢の印税生活をおくる
- ・ 自分の可能性を知る

「何のために本を出すのか」

本を出したあとのゴールをイメージしながら

本のテーマを考えると、

「いま、書くべき本」

「いま、書ける本」

が明確になってきます

個人ワーク 3分

本を出した後

「何をしたいですか？」

ブレイクアウトルームをつくります

5分間、

3人～4人で共有して下さい

2名に発表していただきます

【プロフィールの大切さ】

何が書けるかを明確にするために必要なものは、
『プロフィール』となります。

【プロフ ィール】



「ご自身の棚卸し」

「棚卸し」の方法



1. 人生折れ線グラフをつくる
2. 人生折れ線グラフ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俯瞰して、
自分自身と向き合ってください**

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

ターニングポイントは
いいこと、悪いこと、
挫折、失敗もすべて
本のネタですから、
すべて洗い出すことが
重要です。



プロフィールは
プレゼン資料

プロフィールに必要なのは、
輝かしい経歴だけでなく
失敗や挫折も必要。

むしろ、それが絶対に必要なのです。

そこをどう乗り越えてきたのか、

どういう経緯で今があるのか、

それこそが著者としての魅力です。

それがあからこそ、著者として輝けるのです

ブレイクアウトルームをつくります

5分間、

**ご自身の、これまでの最大の挫折、失敗を
1つ話してください。**

**そして、そこから何を得たのか、
学んだのかをお話してください**

2人1組でお願いいたします

同じペアで
ブレイクアウトルーム

5分間



全員発表 1分間

インタビュースhimashiyō

お互いのプロフィールを見ました。
挫折や失敗を話し合いました。
その方のプロフィールやお話しから
本のテーマを見つけてください。
さきほどその方が発表したテーマとは
違うものを導き出してあげてください。

※わからない方には、最初にご自身でおっしゃった
本のテーマを教えてください。



①興味を持ったターニングポイント

②興味を持った理由。

③本のテーマ



ポイント)

相手に興味を持ちましょう



自分に興味を向けましょう



「自己愛」「自己肯定」ではありません
客観的に自分に興味を持つということです



自分自身を決めつけず、ご自身の可能性と
違う一面を探しましょう



ブレイクアウトルーム
一人5分間です

全員発表してください

プレゼンです。1分で、話してください。

- ①誰の本、
- ②興味を持ったターニングポイント
- ③本のテーマ（どんな本）

プロフィールを見ながら聞いてください



**同期同士でインタビュー
してみてもいいかがですか？**

【企画書の書き方】

なぜ企画書が大切なのか……？

・ 無料情報

「ウーバーイーツ」を運営するウーバージャパンが、
在留資格を持つ外国人の新たな配達員登録を停止した。（中略）
取材に対し「確認に莫大なリソースが必要で法令順守を確保できない」
と説明している

・ 有料情報

食事宅配サービス 「ウーバーイーツ」を運営するウーバージャパンが
「留学」の在留資格を持つ外国人の新たな配達員登録を停止した。
（中略）取材に対し「確認に莫大なリソース **（経営資源）**
が必要で法令順守を確保できない」と説明している

「企画書」は本の設計図

著者として

「どのようなテーマ」で

「誰に向けて」

「どんな内容」で書くのか、



「企画書」によって、出版社にアピールします。

① 「企画書」のテーマは、
「普遍的」でありながらも
「流行」をとらえているか？

「普遍」 + 「流行」 「世の中の状況」 = 提案したいテーマ

例) 「健康」 + 「コロナ過」 = 免疫力アップ

例) 「自然・科学」 + 「地球温暖化」 「ノーベル物理学賞受賞」 = 天気の不思議

② 「企画書」のテーマに合った著者なのか？

「書きたいテーマ」と「自分のプロフィール」に整合性はあるか？

ただ「合っている」「合っていない」ではなく、

「テーマ」に合わせて「プロフィール」を“いい意味で寄せていく”ことが大事。

例) 『節約主婦の今すぐ真似できる1000万円貯蓄』（くうちゃん著）

著者は看護師で主婦。プロフィールから「家事」「健康」をテーマに考えるのが普通だが、

「お金がたまらず教育費がピンチ」になったことで「時短節約」に目覚め、

インスタでの投稿から人気に火がつき、「節約家」としてテレビ、雑誌で活躍し、著者デビュー。



企画は一人の編集者だけが
決めるものではありません。

1枚の企画書を編集会議で、
編集者、販売（営業）、上層部などが
目を通して、出版化するべき内容なのか
何度か検討して決めていきます。

簡潔に
分かりやすく
書くことが大事
です！！！！！！



※どんなポジションの人間が読んでも「意図」が伝わり、
「納得」できて、「これは売れる！」と思ってもらえる
企画書が“通る企画書”の必須条件です。

【仮タイトル】

本の表1（カバー）にくるタイトルは、
「著者力」「内容」を読者に知らしめるもの。

ポイント)

- ① なんのための本なのかを明確にする
- ② 類書との違いが分かりやすいか
- ③ 多くの人に当てはまる、または読者層がわかるフレーズが入っているか
- ④ 再現性か共感、どちらかがある 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
- ⑤ 強調したい言葉は7~8字
- ⑥ 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 なぜ？24？と目がいくように
- ⑦ 言葉選びで全体が変わる

⑦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（グレードがあがったイメージ、上品）

⑧再生回数の多いYouTubeのサムネを参考にする

⑨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

最近は神レシピ、鬼法則など、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、

編集者がついたり営業からの打診だったりすることが多いです。

⑩キャッチコピーにも仕掛けを入れておく

※最初のうちは、売れているタイトルの
組み合わせで考えてみましょう。

例) 「●●は9割」 「～してはいけない」
「●●力」 「すごい●●」 「なぜ～のか」
「●●の魔法」 「●●の流儀」
「●●大全」 「●●図鑑」

強めの言葉も人気です。枕詞に

「超」「神」「鬼」など。

全員でワーク① 【このタイトルのよいところは？】

『13歳から分かる！
7つの習慣 自分を変えるレッスン』

13歳から分かる!

THE SEVEN HABITS OF HIGHLY EFFECTIVE PEOPLE

7つの習慣

自分を変えるレッスン

監修 「7つの習慣」編集部

イラスト 大西洋

テレビ、SNSで話題のビジネス書『7つの習慣』に超入門書が登場!!

ベストセラー 世界 / 4,000万部 突破!

ストーリーと授業形式で学ぶ 成功と幸せを手にする方法

完訳 7つの習慣 人格主義の回復 スティーブン・R・コヴィー

日本図書センター

挙手して
発表してください

13歳から分かる 7つの習慣 自分を変えるレッスン

良い理由① 13歳からわかる！

⇒ 読者ターゲットが明快、類書とは
ターゲットが異なる

良い理由② 7つの習慣

⇒ 本の中に「7つのポイント」
があるとタイトルから分かる

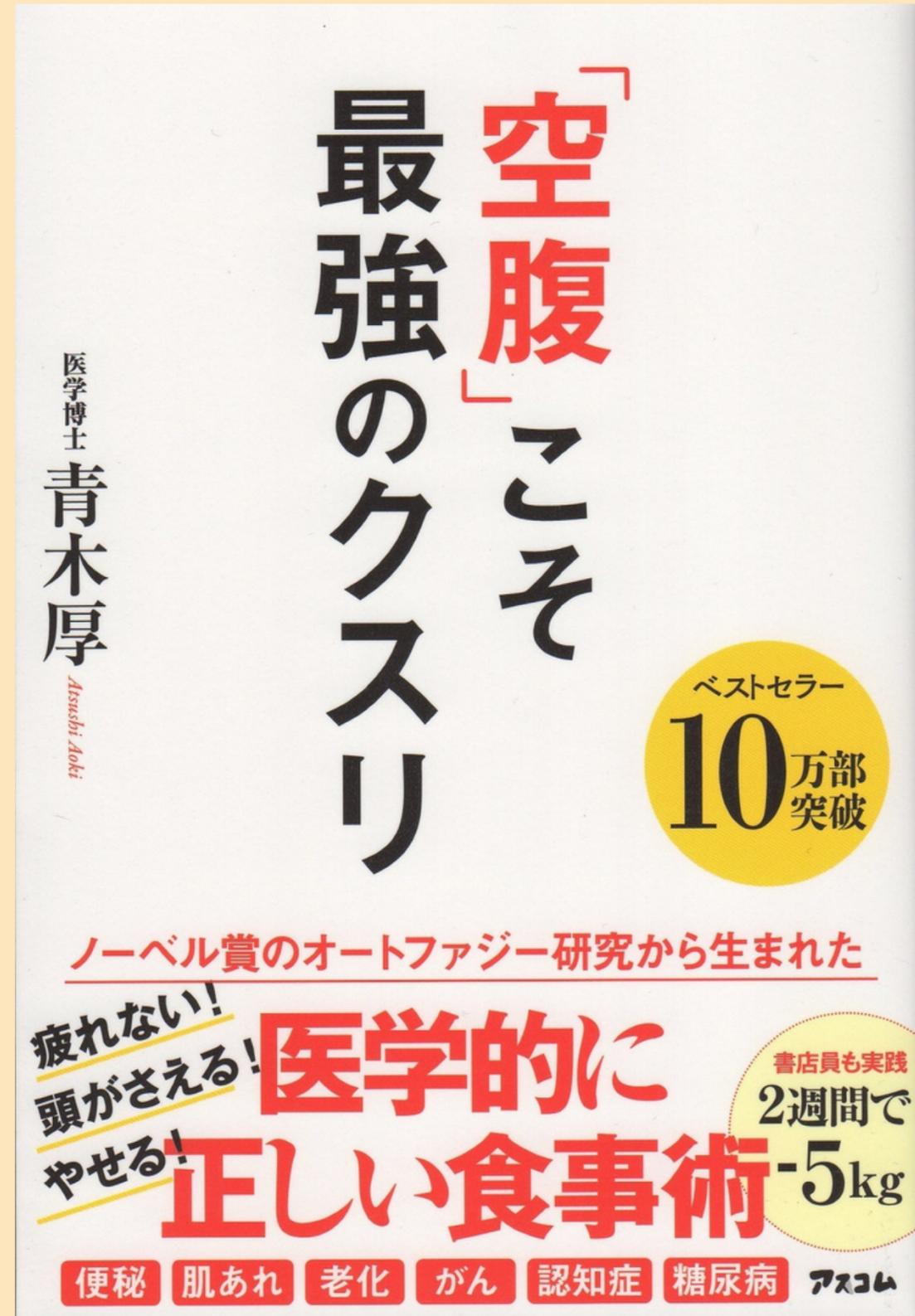
良い理由③ 自分を変えるレッスン

⇒ 「今の自分を変えたい！」「もっと成長したい！」と
悩んでいる読者にささるフレーズ



全員でワーク② 【このタイトルのよいところは？】

『「空腹」こそ最強のクスリ』



挙手して
発表してください

「空腹」こそ最強のクスリ

良い理由① 「空腹」こそ

⇒ この本の結論が書いてある

良い理由② 最強のクスリ

⇒ 強い言葉で言い切っているので効果が期待できる

良い理由③ クスリ

⇒ 健康が気になる層をすべて取り込めるフレーズ

良い理由④ 超簡単健康法！

⇒ タイトルではないですが、このキャッチコピーによって、「できるかも」と思わせている。



【プロフェーナル】

「著者力」はすべて、ここで評価される！

<プロフィール> 「著者力」はすべて、ここで評価される！

ポイント)

- ①履歴書ではないので、だらだら書きすぎない
- ②本のテーマを専門的に語れる（書ける）人物であると具体的にキャリアを書く
- ③「活動中」など抽象的な書き方ではなく、「●●で全国1位」
「受講者1000名」など、できるだけ具体的な数字を入れてアピール
- ④ストーリーがある（逆転劇、ヒーロー型）
逆転劇・・・ダメな状態からスターダムへ
ヒーロー型・・・世界を救う使命感を覚えた
いずれも「転機」を書く必要がある
- ⑤情熱があれば書く
- ⑥特別なオリジナルな肩書は下手をすると胡散臭さが増す

【売れている著者のプロフィール】

【「すぐやる人」と「やれない人」の習慣】

塚本亮（つかもとりょう）

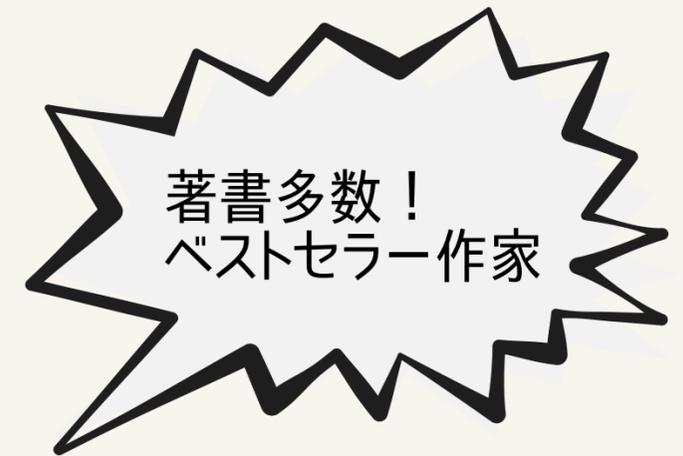
29万部

1984年、京都生まれ。同志社大学卒業後、ケンブリッジ大学大学院修士課程修了(専攻は心理学)。偏差値30台、退学寸前の問題児から一念発起して、同志社大学経済学部にて現役合格。その後ケンブリッジ大学で心理学を学び、帰国後、京都にてグローバルリーダー育成を専門とした「ジーエルアカデミア」を設立。心理学に基づいた指導法が注目され、国内外から指導依頼が殺到。学生から社会人までのべ150人以上の日本人をケンブリッジ大学、ロンドン大学をはじめとする海外のトップ大学・大学院に合格させている



【仕事が速い人は「これ」しかやらない】

石川和男（いしかわ・かずお）



建設会社役員・税理士・大学講師・時間管理コンサルタント・セミナー講師と5つの仕事を掛け持ちするスーパーサラリーマン。

1968年北海道生まれ。埼玉県在住。大学卒業後、建設会社に入社。

経理部なのに簿記の知識はゼロ。上司に叱られ怒鳴られててすごく。初めて管理職になったときも、「部下に仕事を任せられない」「優先順位がつけられない」「スケジュール管理ができない」と、ないない尽くしのダメ上司。

深夜11時まで残業をすることで何とか仕事を終わらせる日々が続く。

深夜残業ばかりしていた生産性の上がらない日々に嫌気がさし、**一念発起**。ビジネス書やセミナー受講によりタイムマネジメントのノウハウを取得、実践することで成果を下げずに残業を減らす仕事術を確立した。

自ら習得した「時間管理術」をベースに、建設会社では実践的時間効率術を追求。コンサルでは時間管理をアドバイスし、税理士業務では多くの経営者と仕事をし、セミナーでは「生産性向上」や「残業ゼロ」の講師をすることで、**仕事が速くなるための研究**を日々続けている。

「時間管理」や「勉強法」に関する書籍も多数執筆しており、誰もが働きやすくなるノウハウを分かりやすい言葉で伝える著書は、全国のビジネスパーソンに好評で発売数日で重版となっている。



【時短と成果が両立する仕事の「見える化」 「記録術」】

谷口 和信(たにくち かずのぶ)

1966年生まれ。1992年大学院修士課程修了後、大手建設会社設計部入社。
2005年頃、月間の残業時間が80時間を超えるのは当たり前の業界において、自身も
月間残業100時間超の長時間労働が続いたストレスが主要因となり軽度の鬱を発症。
しかし、**予定やタスク、行動結果などを記録、見える化**して振り返ることで仕事の高速化に成功。

年間900時間以上の残業時間を削減したが、社内外の人から担当プロジェクト以外の
ことでも相談を受けるなど信頼も厚く、それまで以上の成果を上げ続けている。

2011年以降、手帳やノートの使い方がThe21(PHP研究所)や日経ビジネスアソシエ(日経BP社)などの手帳術、ノート術特集に取り上げられる。

2017年には高橋書店主催の第21回手帳大賞商品企画部門において、1000通を超える応募の中から唯一の入賞を果たし優秀賞を受賞。

現在、予定やタスク、時間の記録・見える化の手法を始めとした仕事効率化や生産性向上を図る手法を通して人生の質を向上させ、「子供が憧れるカッコいい大人」を増やすことを目標にセミナーや勉強会を主催するなど積極的に活動している。

2万部



ブレイクアウトルームで
第1回を振り返り
してみましよう

【宿題】

- ・ どんな本ですか？(具体的に)
- ・ 本を出したらどうしたいですか？
- ・ 失敗、挫折を1つあげてください
- ・ 仮タイトルをつけてください
- ・ キャッチコピー（任意）

※誰の本、興味を持ったターニングポイント、本のテーマ

10月22日(金)17：00提出

【次回は】

- ・ 読者は何を得る？
- ・ 本のニーズは？
- ・ 本の構成
- ・ 目次のつくり方

【講座内容に変更がある場合がございます。予めご了承ください。】

**【公式】 KKロングセラーズ
LINEQRコードはこちら→**

