いしたにまさき
境 祐司
宮崎綾子

Amazon Kindle ダイレクト出版

アマゾン キンドル

完全ガイド

無料ではじめる電子書籍セルフパブリッシング

「個人出版」はじめませんか？

規約や権利が正しく わかる ＋ Kindleファイルを 作れる ＋ Webプロモーションで 売れる

小説もエッセイもマンガも写真集も
全部無料で出版できる！ スマホで読める！

インプレスジャパン

著者プロフィール

いしたに まさき
Webサービス・ネット・ガジェットを紹介する考古学的レビューブログ「みたいもん!」管理人。2002年メディア芸術祭特別賞、第5回WebクリエーションアウォードWeb人ユニット賞受賞。著書に『あたらしい書斎』(インプレスジャパン)、『マキコミの技術』(共著:インプレスジャパン)、『楽しいみんなの写真』(共著:ビー・エヌ・エヌ新社)、『日本の若者は不幸じゃない』(共著:ソフトバンククリエイティブ)、『カラー版 机も頭もすっきり! デジタル化情報整理術』(共著:洋泉社)、『ネットで成功しているのは<やめない人たち>である』(技術評論社)、『ツイッター140文字が世界を変える』(共著:マイナビ)、『クチコミの技術』(共著:日経BP)など多数。株式会社フロッギー役員、内閣広報室・IT広報アドバイザーも務める。

みたいもん!
http://mitaimon.cocolog-nifty.com/

境 祐司(さかい ゆうじ)
インストラクショナル・デザイナー。学校、企業の講座プラン、教育マネジメント、講演、書籍執筆など。執筆した書籍は50冊ほど。最新刊は『EPUB3 スタンダード・デザインガイド』(マイナビ)、『ウェブレイアウトの教科書 PC・スマートフォン・タブレット時代の標準デザイン』(MdN)、『Webデザイン基礎 改訂3版』(技術評論社)。

Facebook:https://www.facebook.com/eBookStrategy
Twitter:@commonstyle

宮崎綾子(みやざき あやこ)
1973年7月4日生まれ。編集者。ひとり編プロ「アマルゴン」を運営。PC・インターネット関連の技術書籍の編集・制作を中心に、雑誌、企業PR、カルチャーの紙媒体・WEB、電子書籍などの企画・制作・編集に携わっている。近編著に『EPUB3 スタンダード・デザインガイド』(マイナビ)、『iTunes Uと大学教育』(BNN新社)、『ねこてそ』(ぴあ)など。

Twitter:@sdfg158
http://amargon.net/

まえがき

この本は、すでにいくつもヒット作が登場しているKindleダイレクト・パブリッシング（KDP）について、「書く」「作る」「売る」というすべてを網羅した本です。これから本を書きたいという人や、Webでプロモーションをしたいという人にとって役に立つ本になったと自負しています。また、わかりやすいとは言えないAmazonとの契約についても、しっかり解説しています。

Amazonが、日本でKindleストアと同時にKDPをスタートしたことは、大きな効果が出ているように思います。KDPに参加している「本が大好きで仕方がない人たち」が、同時にKindle本の読者にもなっているからです。まだはじまったばかりとはいえ、KDPはすでに「お金が回る場所」になってきています。ブロガーとして、そして紙の本の著者として、何かこれまでと違うアウトプット先が必要なことを少し前から感じていましたが、やっとそれが登場したのです。

この本では、2013年4月にリリースされたばかりのKDPで漫画を作るためのツールも紹介もすることができました。日本の出版において、漫画は大きなポジションを占めています。今後、KDPでも漫画はどんどん増えていくでしょう。

最後に。KDPは専用端末がなくても、スマートフォンさえあれば、誰でも読むことができます。つまり、もうだれでも読める状況になっています。そう、あとは私たちが本の中身を作っていくだけなのです。

著者を代表して　いしたにまさき

目次

はじめに 003

Part1 「知る」編 007

1-1 Kindleを取り巻く世界を知る 008
1-2 著者がやるべきことを知る 016
1-3 著作権のルールを知る 027
1-4 Amazonとの契約内容を知る 039
1-5 KDPで出版する準備をする 045

Part2 「作る」編 055

2-1 本の作り方を知る 056
2-2 原稿執筆のプランを立てる 066
2-3 本に必要な素材を用意する 077
2-4 Kindleファイルを作る流れを確認する 088
2-5 テキストファイルに見出しを設定する 094
2-6 EPUBファイルを書き出す 100
2-7 Kindleプレビューツールで変換する 108
2-8 Amazonにアップロードする 120
2-9 販売における権利や価格を設定する 131
2-10 固定レイアウトで漫画や写真集を作る 136

Part3 「売る」編 155
3-1 Webプロモーションの流れを理解する 156
3-2 魅力的な表紙画像を作成する 163
3-3 本にとって最適な価格を設定する 169
3-4 Webプロモーションの準備をする 176
3-5 TwitterやFacebookでプロモーションする 183
3-6 ブログ記事の話題をトラッキングする 189
3-7 レポートを確認して発売後もメンテナンスする 195

付録 203
KDPでAmazonアカウントを使用可能にする 204
TIN（米国納税者番号）を取得する 206
W-8BENフォームを郵送する 212

特別インタビュー① 藤井太洋氏 214
特別インタビュー② 萩原弦一郎氏 222
特別インタビュー③ 佐々木大輔氏 230

索引 237

本書の前提

本書は、2012年4月現在の情報をもとにAmazon Kindleサービスおよび Kindleダイレクト・パブリッシングについて解説しています。本書の発行後にサービスや手順などが変更されることがあります。あらかじめご了承ください。

本書では、インターネットに常時接続されている環境を前提に手順を解説しています。画面はMac OS X 10.8 Mountain Lionで再現していますが、Windowsでもすべてのソフトを同様に操作することができます。

Amazon、Kindle、Kindle Fire、およびアマゾンはAmazon.com, Inc.またはその関連会社の商標です。そのほか、本書に記載されている会社名や製品名、サービス名は、一般に各開発メーカーおよびサービス提供元の登録商標または商標です。

1

「知る」編

1-1　Kindleを取り巻く世界を知る
1-2　著者がやるべきことを知る
1-3　著作権のルールを知る
1-4　Amazonとの契約内容を知る
1-5　KDPで出版する準備をする

> 1-1

Kindleを取り巻く世界を知る

宮崎綾子

Kindleは「本を読みはじめるスイッチ」

「Kindle」（キンドル）とは、Amazonが運営する電子書籍のサービスそのものと、その電子書籍を読むための端末の両方を指す言葉です。英語では、Kindleは「点火する」という意味を表し、「本に火をつけるとは「焚書」（book burning）か？」と物騒に聞こえる人もいるかもしれません。英語圏の人なら、誰でも一瞬はbook burningのジョークが込められていると感じるようです。Kindleの名前の由来を知るデザイナーによれば、「本に火をつける＝読みはじめる」といった程度の意味合いで使うことが提案されていたようです。

そのほかいくつかの理由もあるようですが、Kindleは古語では「Candle」（ろうそく）を意味する言葉に由来しているそうで、本を読みはじめるスイッチを入れることに、しゃれっ気を絡めて「Kindle」という名が付けられたのでしょう。

KDPは個人出版にとって1つの夢の形

Kindleという少し未来的な電子書籍のサービスがアメリカでスタートしたのが2007年。そして、Amazonでは電子書籍の販売が順調に伸びていきました。その成長の立役者ともなったのが、出版社が発行したものではない、個人出版のプラットフォーム**「Kindle ダイレクト・パブリッシング」（Kindle Direct Publishing）**なのです。2007年末に米国でベータ版としてスタートしたもので、データさえ作成すれば、特

に厳しい審査を受けたり登録料を支払ったりすることなく、プロの作家や出版社が発行した本と同列に、Amazonで個人の著作を販売できるという画期的なサービスです。本書では、このサービスの頭文字を取って**「KDP」**と表記します。また、紙の本に対して、Kindleで読める電子書籍のことを出版社が発行しているものも含めて**「Kindle本」**、その中でも特に個人出版のものを**「KDP本」**と呼びます。

「何か本を出版してみたかった」「今までたくさんの作品を書いたが、自分にとっては傑作でも、どの出版社にも受け入れられなかった未出版物がある」というアマチュアやプロが、世界有数の書籍プラットフォームであるAmazonで作品を出版でき、多くの人に目に触れるチャンスを得られるのは、1つの夢の形です。

日本では、Kindleが2012年10月24日に発売されると同時に、KDPもスタートしました。予告なくいきなりスタートしたKDPですが、すでに多くの猛者が自作の本を販売しています。参加資格などは一切問われず、Amazonアカウントさえあればスタートできる手軽さも大きな魅力です。

Kindle本はどの端末で読めるのか?

本書では「KDPで本を書く・売る」ということについて解説していきます。まずは、KDPで出した本がどんな端末で読めるのかを確認しておきましょう。2013年4月現在、Amazonは「Kindle」という名前の付いた電子書籍用の専用端末をいくつか発売しています。Kindle本は、「Kindle Paperwhite」というモノクロの端末、そして「Kindle Fire」というカラーのタブレット端末、そしてKindleアプ

リをインストールしたiPhoneやiPadなどのiOS端末やAndroidでも購入・閲覧ができます。それぞれの特徴をまとめておきましょう。

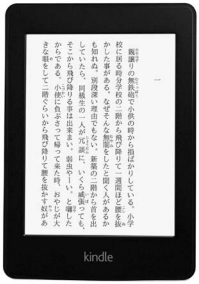
Kindle Paperwhiteが代表機種

いわゆる「Kindle」と呼ばれるもののうちの代表機種は「Kindle Paperwhite」で、紙の本のような滑らかな文字表示が可能な「E Ink」（イーインク）というディスプレイを使用しています。このE Inkは電気的にインクの白と黒を塗り替えることで画面に文字を表示しますが、その粒が細かく（212ppi）、画面の書き換え時以外は電力を使用しないため、約2カ月という長期間充電なしで使えることが特徴です。端末もコンパクトで軽いので、持ち歩く端末として優れています。

日本で最初のKindle端末となるKindle Paperwhiteは、漫画が読みやすいように、画面の切り替え速度やコントラスト、明るさの向上が図られています。Kindle Paperwhiteには、無線LANが使用できるWi-Fiモデルと、外出先でも携帯電話網を使ってインターネット通信が可能な3G＋Wi-Fiモデルがあります。

一方、**「Kindle Fire HD」**や**「Kindle Fire」**は、鮮やかなカラー液晶を搭載したタブレット端末です。「iPadなどのタブレットのAmazon版」と考えるとわかりやすいでしょう。OSのベースにはAndroidが使用されていますが、一般のAndroidタブレットとは異なり、Google Playストアは利用できず、Kindle専用のストアから本や音楽、アプリといったコンテンツの購入やダウンロードを行います。また、2013年4月現在、Kindle Fireシリーズには3G通信は搭

載されていないので、無線 LAN が利用できないところではインターネットに接続することができません。



Kindle Paperwhite

E Ink ディスプレイ（高解像度、高コントラスト、Paperwhite ディスプレイ）、Wi-Fi（もしくは、無料 3G ＋ Wi-Fi）、ライト内蔵、2 点マルチタッチ

7,980 円（Wi-Fi 版・内蔵メモリ 2GB）
12,980 円（3G＋Wi-Fi 版・内蔵メモリ 2GB）

Kindle Fire HD

7 インチ HD ディスプレイ（1,280 × 800 ピクセル）または 8.9 インチフル HD ディスプレイ（1,920 × 1,200 ピクセル）、ドルビーオーディオ、デュアルバンド、Wi-Fi、10 点マルチタッチ

15,800 円（7 インチ・内蔵メモリ 16GB）
19,800 円（7 インチ・内蔵メモリ 32GB）
24,800 円（8.9 インチ・内蔵メモリ 16GB）
29,800 円（8.9 インチ・内蔵メモリ 32GB）

Kindle Fire

7 インチ LCD ディスプレイ（1,024 × 600 ピクセル）、Wi-Fi、2 点マルチタッチ

12,800 円（内蔵メモリ 8GB）

iPhoneやAndroidなどのスマートフォンでも読める

意外と見落とされがちですが、Kindle 本は iPhone や Android といったスマートフォンでも読むことができます。iPhone などの iOS なら「App Store」、Android なら「Google Play ストア」から専用の Kindle アプリ（無料）をダウンロードします。**「専用端末を持っていなくても、スマートフォンで読める」**というのは、その分読者が広がることを意味するので、大きなメリットです。

Kindle アプリは、iOS（iPhone、iPod touch、iPad、iPad mini）版、Android 版があり、無料でダウンロードして読めるようになっている。ただし、iOS 版では Kindle 本をアプリ内で購入することはできず、Web ブラウザから Kindle ストアにアクセスして購入する必要がある。左は iPhone 用 Kindle アプリのダウンロード画面。

Kindle本は独自のフォーマットで作られている

Kindle 本のデータは独自の「mobi」というフォーマットで作られており、現在も進化中です。今のところ、日本語の縦書き表示に最も適した開発がされているのは Kindle Paperwhite であると言えます。進化中ゆえに、iOS の Kindle アプリと Android の Kindle アプリでは、表示内容に若干の差が出たり、対応が少し遅れたりする可能性もあります。

Kindle 本の作り手となる人が、確認用として **1 台持っておくとしたら、Kindle Paperwhite がおすすめ**です。

Kindle本は「Kindleストア」で販売される

Kindle 本を読める環境がわかったら、次は Kindle 本が売られる場所についても押さえておきましょう。Amazon の中で Kindle 本が買えるコーナー、それが**「Kindle ストア」**です。日本の Kindle ストアがオープンした時点で 5 万冊の品ぞろえがあり、紙の書籍でヒットしている新作や名作、また、Kindle ストア限定で販売されている作品もあり、続々と取扱冊数が増えています。

Kindle ストアは、購入方法が独特です。通常の Amazon での買い物でも採用されている「1-Click」を必ず使う仕組みになっていて、「1-Click で今すぐ買う」ボタンをクリックすると、すぐに購入が完了します。購入時には所持している端末のどれで読むのかを選択できるようになっていますが、Kindle と iPhone のように複数の端末を持っている場合でも、**1 回購入すればどの端末からも読める**、大変便利なシステムになっています。さらに、インターネットを通じて「どこまで読んだか」を端末間で共有することも可能です。

本書で扱っていく KDP で出版した本も、Kindle ストアに並べられます。そして、Kindle 本も紙の本もほぼ同等の扱いになります。人気作家の本と同じように自分の本が並び、同列に勝負することになる。ここが、良くも悪くも KDP の大きな特徴です。

Kindle ストアは、インターネット上のストアですが、パソコンのブラウザから購入する以外に、スマートフォンのブラウザや Kindle 端末からストアにアクセスすることもできます。ここでは、パソコンのブラウザから Kindle 本を購入する方法を紹介しましょう。

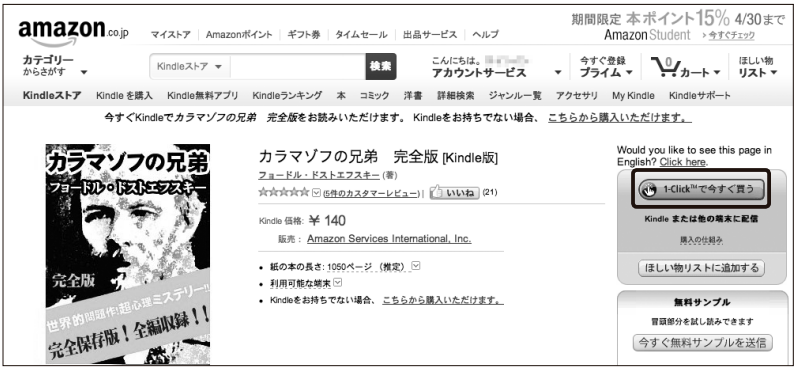
1 「Kindleストア」を表示する

Amazon のトップページ左上の「カテゴリーからさがす」→「Kindle」→「Kindle 本」をクリックする。「Kindle 本」のコーナートップページでは、さまざまなジャンルの Kindle 本が表示される。左側の「ブラウズ」から、ジャンル別のトップページへ移動できる。

2 ランキングを確認する

「Kindle ランキング」ページには、有料トップ 100、無料トップ 100 が常時更新され、表紙とタイトルが並ぶ。このランキングは、何となく訪れるユーザーに対して、重要な露出面となる。

3 1-Clickで購入する



「1-Click で今すぐ買う」ボタンをクリックすると、購入完了画面に進み、すぐに決済完了となり、データが登録済みの Kindle 端末、またはモバイル端末に送信される。

✓ この節のまとめ

- Kindle とは、Amazon が運営する電子書籍サービス全体を指す
- KDP は Kindle ストアで本を販売できる個人出版のプラットフォーム
- Kindle 本は、Kindle の専用端末や iOS、Android 端末で閲覧できる

> 1-2

著者がやるべきことを知る

いしたにまさき

売り上げの35%〜70%が著者の収入になる

Kindle 本を読める端末と購入方法を確認したところで、いよいよ個人出版について見ていきましょう。Amazon が提供する個人出版サービスが、KDP（Kindle ダイレクト・パブリッシング）です。KDP は、**すぐに、誰でも本を販売できる**というのが特徴で、これまでの電子書籍のプラットフォームにはなかった強みです。

例えば、「honto」や「紀伊國屋書店 Kinoppy」といった大手の電子書店では、個人での出版はできません。楽天の「kobo」は個人出版が可能ですが、2013 年 4 月現在は受付を停止しています。一方、ブクログの「パブー」や「BCCKS」といった、日本生まれの電子書籍を作成・販売できるプラットフォームもありますが、取り扱いが電子書籍のみで流通規模が小さいため、「売る」ことを主眼に考えた場合には Amazon の方が有利と言えます。特に、**Amazon はすでにアカウントを持っているユーザーが多い**ことが最大の強みです。本を 1 冊買うために、新しくアカウントを登録するというのはユーザーにとってはハードルが高いからです。以下に、KDP の概要をまとめます。

- **個人が自由に出版できる**
- **Kindle本は、自分で作成し、登録・管理・販売する**
- **規約の範囲内であればアダルトジャンルもOK**
- **販売設定価格は99円〜20,000円まで（キャンペーンなど特別な形**

以外無料販売はできない）

- **登録手数料や管理料などは不要**
- **売り上げの35％～70％をロイヤリティ（印税）として得られる**
- **テクニカルなサポートは期待できない**

上記のうち、最も気になるであろうお金の面について、もう少し触れておきます。電子書籍に限らず、何かのプラットフォームを運営するには「課金システムの利用料金」や「データサーバーの管理費」などが当然かかります。「SEO」（検索エンジン対策）も必要です。ユーザーにとって使いやすい課金システム、そしてセキュリティも信頼性も高い販売サイトを自分で運営することは、一般のユーザーにはまず不可能でしょう。これらが完備されたAmazonのシステムを無料で利用させてもらう代わりに、Amazonに売り上げの一部を支払うことになります。

得られるロイヤリティが35％と70％では大きく違いますが、いくつかの条件さえクリアすれば、誰でもロイヤリティ70％で販売できます。逆に言えば30％の手数料はかかりますが、**電子書籍における世界で最も大きなマーケットに参加できる**、ここがKDPのメリットです。

また、Amazonのテクニカルサポートには過大な期待をしない方が無難でしょう。インターネットのサービスらしく、ノウハウはユーザー同士の情報交換や試行錯誤が基本です。Kindle本のデータの作り方については、Part2「作る」編で詳しく触れていきます。

自分1人だけで全部できる

「誰でもすぐに著者になれる」。KDP のすごさを端的に記すと、これに尽きます。しかも、それにかかわるのは基本的に自分 1 人だけで、全部できてしまうのです。最初にちょっとした手続きは必要ですが、著者としての資格や文章のうまさ、構成の素晴らしさといったものは一切問われません。「本を出してみたいな」と思ったら、ファイルを用意して Amazon に申請すれば、すぐにあなたの本が Kindle ストアに並びます。書店で売られている紙の本と同じように掲載されて、Amazon で販売できるのです。

紙の本との「ガチンコ」勝負

Kindle ストアと KDP がはじまって私が一番ショックを受けたのは、出版社が売っている紙の本も、個人が出版している KDP 本も区別なく並んでいることでした。私自身、どこかで「紙の本の方が偉い」という気持ちが残っていたのかもしれません。逆に言えば、KDP では、書店や Amazon でこれまで売られてきたような**紙の本とガチンコの勝負をしなければならない**のです。

もちろん、普通の出版社からは出ないようなテーマの本も出せるというところにダイレクト出版の価値もあるのですが、本のテーマがニッチだとしても、相手は百戦錬磨の著者と編者が出してくるバリューの高い（ように見える）本なのです。

優秀な著者というのは、同時に企画力もある人のことです。何かを書こうと思ってこの本を手に取られた方であれば、説明不要かもしれませんね。そうした人たちと勝負をするわけですから、こちらもそれ

なりの企画を立てる必要があります。といっても、何もミリオンセラーを狙うわけではありません。ここでいう企画とは、KDP の著者であるあなたのことを知らない人にも伝わる本、理解できる本にするということです。それが第一歩です。

ベストセラー作家もKDPに参戦している

すでにベストセラー作家の人が KDP に取り組む動きも出てきています。その代表が、動きの早さでも有名な勝間和代さんです。勝間さんの KDP 本は「勝間和代の 1 コインキンドル文庫」というシリーズ名で出版されており、この 1 コインは 500 円ではなくて、なんと 100 円です。「勝間さんの著書 × ワンテーマ」というわかりやすさと 100 円の相乗効果で発売早々 Kindle ストアの上位にどんどんランクインしているのは、さすがと言うしかありません。すでに十分な実績のある著者ですら、このスピード感で動いているというのが現状なのです。

column〈特別寄稿〉KDPの潜在力

私はこれまで、紙の書籍の限界、すなわち

- 固定費をある程度回収するために 7 ～ 10 万字を作る
- 旬を過ぎたら店頭から消える
- 古本が出回りはじめると、著者に印税が残らない
- 校正や訂正が難しい
- カラー印刷が高価である

などについて、いつも疑問を持っていました。

KDP はこれらの問題点を一気に解決する潜在力があります。まだまだ小さな市場ですが、このテクノロジーは破壊的です。

ぜひ、紙とは違う分野のメディアとして、書籍でもないかもしれないとすら思っているのですが、活用ください。（勝間和代）

勝間和代の1コインキンドル文庫
http://www.katsumaweb.com/1coin

過去の「蓄積」を本にしよう

では、具体的に何をすればいいのでしょうか？ 例えば、タイミングが重要な内容であれば、一番望ましい出版時期を考える必要があります。また、あまりにもニッチ過ぎるテーマを選ぶと当然読者も減り、本の価値の総量を下げてしまうことにもなります。ただ、本の企画のプロではない人が、あまり企画の段階で悩み過ぎるのもおすすめできません。最終的に本の価値を決めるのは文章そのもので、それを読んでくれる読者の人たちだからです。

そこで私がおすすめしたいのは、何かしらか**これまでの「蓄積」を本にする**方法です。自分に全く経験がないようなことを、いきなり本にするのは難しいものです。ここでは、「すでにインターネット上である程度の文章を書いている人」と「これまでにまとまった文章を書いたことがない人」それぞれについて考えてみます。

すでに文章を書いている人は有利

ブログが普及しはじめてから日本ではおよそ 10 年がたち、今や多くの人たちが日々インターネットで文章を書いています。ブログを中心に、Twitter やそのほかの SNS など、何らかの形で書き残しているものはありませんか？ そうした蓄積がある人は、**過去 3 年分くらいの自分の文章を見直してみましょう**。

過去に自分が書いた文章というのは意外と忘れてしまうもので、1 年くらい経過すると見直す機会もなくなってきます。日々書き散らかしているものでも、まとめて見直すことで普段気付かないことに気付くこともあります。

例えば、記事の偏りから自分がある一定のジャンルに興味を持っていることに気付いたり、昔書いた記事とその後に書いた記事に通底しているテーマを発見できたりすることもあります。これは、過去にたくさんの文章を書いていればいるほど発見もしやすく有利です。

仕事で作った資料や誰かとのチャットなども、自分を振り返るためのテキストとして役立ちます。私も、人とチャットをしていて何かに引っかかったり、「おや？」と感じたりしたものは、オンライン上にノートを保存できる「Evernote」（http://evernote.com/）というサービスに保存するようにしています。すでに何かしらの文章がある人は、これから本を作るためのヒントをたくさん持っていると言えます。

Evernote
http://evernote.com/intl/jp/

文章以外でも必ず何か蓄積したものがある

一方、「これまでにまとまった文章を書いたことがない」という人もいるでしょう。ブログのセミナーなどを行うと、「私は文章なんて書けません」ということをよく言われます。でも、極端なことを言え

ば、**全く文章を書かない人なんていません**。友人へのメールでも何でもいいですから、見直すものがないかを探してみましょう。この本を手に取られたくらいですから、きっと何かがあるはずです。

例えば、写真を撮るのが好きな人であれば、**過去の写真を見直すのもおすすめ**です。写真から自分が気付いてなかったテーマや興味を発見することもあります。発見してしまえば、こっちのものです。

過去に書いた下書きとなるような文章がなくても、あとはそのテーマに関連する本を読んだりインターネットで調べたりしていくことで、文章の「食料」といえるような材料を集めていけばいいのです。長い文章を書くためには、いろいろなものを読んだり見たりすることがとても大事です。直接テーマに関係ないような資料を見るのも、実は効果があります。書いていて「どうも煮詰まったな」と思ったときにテーマと全然関係のない文章、小説や漫画を読むことで、文章を書くスイッチが入ることもよくあります。

自分が楽しめない本は他人も読んでくれない

繰り返しますが、これまで生きてきた蓄積が何もない人なんていません。しかし、自分で過去の蓄積を自覚していないのは、よくあることです。

ゼロから新しいことを考えようとすると、いろいろと調べていくうちに、ほかの誰かが書いていることやありふれている企画に引っ張られてしまうケースがよくあります。ただ、誰かのまねをしただけで、自分が楽しんで読めないような本を他人が読んでくれるわけがありません。

まずは、自分が自分の文章の読者になること。そのためにも、過去をきちんと振り返っておくことが大切です。**これまでの人生の中で蓄積してきたものをベースとして企画を考える**こと。これは鉄板です。

「書く」ことだけではなく「売る」ことも著者の仕事

出版社が存在しないKDPでは、全部自分でやる必要があります。当たり前ですが、特に重要なのが「書く」ことと「売る」ことの2つです。「書く」ことと「売る」ことは、それぞれさらに2つに分けることができます。

「書く」ことは、まずはとにかく**「原稿を書く」**ということ、そして、その原稿を**「編集する」**ことの2つに分けられます。テーマと大枠を決めたら、とにかく書いてください。「どうせ後で編集するんだ」という気持ちで気楽に書いていきます。どんなに事前に熟考しても、実際に書き出してみないとわからないことはたくさんあります。ここでは、最初に「とにかく書く」ことと、「後から編集する」という2つのステップがあることを押さえておいてください。

「売る」ことは、**「自分で売る」**ことと**「ほかの誰かに売ってもらう」**ことに分けられます。紙の本では、本を売るのは基本的に出版社や書店の仕事です。紙の本は、書店できちんと商品としての体裁や力を持てるように出版社がバックアップしてくれます。しかし、「KDP本を売るのはAmazonの仕事」とはなりません。そこがダイレクト出版の面白いところでもありますが、自分以外に味方は基本的にいないのです。だから、売るのも著者の仕事です。「売る」ことについてはPart3「売る」編で詳しく解説しますが、Amazonには「Amazonア

ソシエイト」という優れた紹介の仕組みがあり、自分以外の誰かが本を紹介して売ってくれることもあります。

ただし、何もしなくても勝手に売ってくれるということはありません。紹介してもらえるだけの元ネタであったり、紹介時の引用に耐えうるものを用意したりすることで、知らない誰かがあなたの味方になってくれるのです。

著者のホームとなるブログを持とう

これから本を出そうという人は、最初は武器も味方もなく、裸一貫の状態です。そのため、作者であるあなたや本に関する情報を出す場所が必要です。

「ソーシャルメディア全盛なんだから、Twitter や Facebook でいいのでは？」という人もいるかもしれません。しかし、仮にあなたがすでに Twitter や Facebook である一定数にリーチできる環境を持っていたとしても、それだけでは足りません。有名作家であろうが無名の新人であろうが、味方にすることができるのが「時間」です。単純に、情報を出してからの時間が長いほど、その情報を見てくれる人も増えていきます。ソーシャルメディアだけでは発信した情報は時間とともに流れていってしまうので、情報を流す起点となる**ホームとしてのブログ**が必要なのです。

ビジネス書や技術書のような実用書なら普段通りのブログで問題ありませんが、小説のようなジャンルの本は少し難しいかもしれません。これから KDP で小説を書こうという人なら、作家ブログとしてやっていくのがいいでしょう。例えば、プロの小説家である深町秋生さん