

まったく新しい出版形式

カスタ

マイズ出版

成功のチャンス をつかむ



出版することで
ビジネスが急加速!

最新ブックローンチ
手法も掲載!

ブランディング& 売上アップ

につながります!

TVのCMでも話題! 誰でも5万円から著者になれる!
ビジネスで成功したいなら書籍を出版しよう!

山本智也
Tomoya Yamamoto



はじめに

本書を手にとって頂きありがとうございます。
山本智也と申します。本書では、私が提供しているカスタマイズ出版について解説します。

カスタマイズ出版は従来の出版形式とは違い、著者があらゆることを自分の好きなように設定できる**自由度の高い出版**です。世の中には、商業出版、自費出版、企業出版などいろいろな出版形式がありますが、それらとはまったく異なります。

この**カスタマイズ出版**を利用することにより、書籍を様々なビジネスシーンで活用することが可能になります。

この「カスタマイズ」というのは自由度が高い



ということを意味しています。書く内容はもちろん、ページ数、本の構成、フォントサイズ、書籍自体の判型、印刷部数といったあらゆることにおいて、著者が自分で選んでカスタマイズした出版をすることができるのです。

書籍以外のことについても自由にカスタマイズすることができます。完成した書籍を取次を通して流通させて全国の書店に並べられますし、インターネット限定で販売することも可能です。また、書籍を有料で販売せずに希望者に無料で配布し、パンフレットのような形で利用することも可能です。

どのような形で書籍を使いたいかというところまで、著者の要望によって自由に決めることができるのです。

本書の中にて紹介しますが、現在一番おすすめの形として**ブックローンチ**という手法があります。**カスタマイズ出版**にて作った書籍をマーケティングで活用する際に、とても効果的なやり方です。

簡単に説明すると、完成した書籍をマーケティング的に活用することによって求人や採用につながったり、書籍のテーマに関連したコミュニティを作ったり、著者が書籍とは別で販売している商品の売上を上げたりと、書籍を販売したり配布するだけではなく、**書籍を受け取った方と接点を持ちながら、ほかのビジネスを展開する**というものです。

私はすでにこのブックローンチという手法を活用し、いろいろな事業展開を行っているのですが、例えばある書籍を使って数億円以上の売上を記録



することができました。

ブックローンチの仕組みや実例については、第3章にて詳しく解説しているので、後ほどゆっくりと読んで頂ければと思います。

このカスタマイズ出版を広げていき、書籍を有効活用してビジネスを飛躍的に発展させる方を増やしていきたいと私は考えています。

ご興味のある方はこのページにあるLINEから登録をして、最新の情報を取得してみてください。

山本智也

**実際に行われた
ブックローンチ事例集を
無料で公開しています！**

登録はこちらのQRコードから→



CONTENTS

はじめに.....2

第1章

カスタマイズ出版とは？

カスタマイズ出版の仕組み..... 10

商業出版とカスタマイズ出版の違い..... 22

自費出版および企業出版と
カスタマイズ出版との違い..... 38



第2章

カスタマイズ出版の 活用方法

どのように書籍を活用するか？ 50

カスタマイズ出版における
書籍の展開方法 60

これからの時代の書籍の活用方法 66

著者が自著で実際に行った
テスト事例 74

第3章

カスタマイズ出版の 具体的な活用例

最も効果的な カスタマイズ出版の活用方法	90
ブックローンチとは?	95
ブックローンチ事例紹介.....	103
おわりに	118



第1章

カスタマイズ出版とは？





カスタマイズ出版の仕組み

カスタマイズ出版とは、既存の出版形式とは違い、**著者であるあなたが自分の本を自分の好きなように制作し、自由にアレンジして使うことができる新しい出版スタイル**です。

この章では、カスタマイズ出版とはそもそもどういったものか、ほかの出版形式との比較も行いながら紹介していきたいと思います。

カスタマイズ出版の最大の特徴

まず最初に、カスタマイズ出版の特徴として一番アピールしたいことは、**自分の書きたい内容を**

自由に書くことができるということです。

著者なのだから、書籍の内容について好きなように書くのは当たり前ではないか？ と思われたかもしれません。

実は、既存の出版形式では著者が自分の好きなように書いた本を出すことはそうそう簡単なことではないのです。後に改めて説明しますが、一般的に書籍を出版社から商業出版でリリースする場合、書く内容が制限されることがあります。これは大手出版社から中小や零細の出版社まで、ほとんどの場合に当てはまります。

それに対して、カスタマイズ出版では自分の好きな内容の本を、自分が好きなように書くことが可能です。ただし、法令に違反した内容や、公序良俗に反した内容はさすがにNGですが、そうし

たことがない限り、ほぼどんな内容の本でも出版することができます。

例えば書籍の内容について、万人受けするようなことを書きたいと思えば自由に書いて頂いて構いません。

逆に、ものすごくマニアックな内容の本に仕上げ、マス向けではなくある特定の絞ったターゲットに向けて内容を作り込むことも可能です。

ほかにも、あなたが何か展開したいサービスや商品がある場合、カスタマイズ出版にて制作した書籍を読んだ人が、そのサービスや商品が欲しくなるような流れに持っていくことも可能です。いわゆるセールスレターのように書籍を作ることも可能ということです。

QRコードを本文内に掲載すると販売色が強くなってしまいますので、商業出版では敬遠されがちなのですが、これもカスタマイズ出版では好きなように掲載して頂いて構いません。極端な話、全部のページにQRコードを載せたい！ ということでしたらそれも可能です。

QRコードを掲載することでどういうメリットがあるかという点、掲載したQRコードから読者のリストを取得できるような仕組みを構築し、書籍購入者のデータを集めることができます。

このような仕組みを作ることは、大手出版社からの出版ではほぼ許可されないのですが、カスタマイズ出版では制限を設けていないので可能です。

書籍の内容だけではなく、形式も自由です。文章中心の書籍にしたければ伝えたい内容について

原稿を書き上げればいいですし、画像やイラストをメインにして、補足の文章を組み合わせたといった構成の書籍にしたければそれも可能です。

写真集を作りたいのであれば、それに合わせた体裁や用紙を選んで作ることもできます。

〈本文内にQRコードを配置した例〉

もちろん、書籍を作るためのコストは必要ではありませんが、出版すること
で先が自動的に伸びる「ドル箱」のようにお金を生み出すキャッシュシ
ェンを作れたとしたら、理想的な思いませんか？

本書では、あなたがこれまでに聞いたことがないような出版マーケティング
事例をご紹介しますので、読み進めて頂ければ、そのすこぶりに驚く
ことかと思えます。

書籍という形式上、掲載している情報は執筆時のものなので、下記のQR
コードから登録頂いた方には、不定期ではありますが、本書を活用した最新
マーケティング事例をお届けさせていただきますので是非ご登録ください。

この書籍を執筆しているタイミングでも、30冊以上の制作を行っ
て参ります。常に出版を活用したマーケティング事例を掲載して
おり、それらを順次ご紹介いたしますので、楽しみに待っていてください！

山本智也



LINE登録はこちらから
もしくは下記のURLからアクセスしてください。
<https://gaichu-book.com/re/>

クラウドソーシングをうまく自分のビジ
ネスに活用して頂きたい。さらに本書の読者層目上
で、優秀なワーカーさんを共有できるような
プラットフォームを作っていたらと夢見て
います。

優秀なクラウド人材は「自分だけでなく皆で
共有する」。そうした志を持つ方は、私（山
本）のクラウドワークのアカウント（TID...
id:0001111）に申請を行ってください
！まずは、私が抱えている優秀なクラウド
ワーカーさんを共有させて頂きます！
再発注を活用することによって、普通のビ
ジネスを加速させていくことができます！

LINE登録は
こちらから



チャットワーク
アカウントは
こちらから申請

tomo1117

体裁やデザインも自由に選べる

体裁と呼ばれる、書籍自体のサイズも選ぶことができます。

一般的なビジネス書の場合によく使われている四六判や、ムック本と呼ばれている少し大きめのサイズ、A5やB5サイズでの書籍を作ることも可能です。また文庫や新書のようなコンパクトなサイズの本を作ることも、もちろん可能です。

書籍本文のデザインについてですが、使用するフォント（文字）の大きさを自由に設定することができるので、思い切ってサイズを大きくするということができます。

フォントサイズを大きくした書籍を作ったこと

がすでにあるのですが、その書籍には「なぜこの書籍のフォントサイズを大きくしているのか」ということについて記載しました。

その書籍の最初の方に「普段書籍を読み慣れていない方にも親しんで読んで頂けるようにフォントサイズを大きくしています」という文章を入れたので、「なぜこの書籍は文字のサイズがこんなに大きいのだろう」と思った読者の方はこの一文で納得したかと思います。

読者対象の方が高齢者の場合は、小さい文字だと読みづらいので、フォントサイズを大きくした方が喜ばれることがあります。

先ほどの例のように、「老眼で小さい字が見えづらいという方のためにフォントサイズを大きくしています」というように記載しておく読者へ

の印象がよくなるかと思えます。そうした一文を入れたい、ということも含めていろいろな選択が可能なのです。

書籍本文のデザインのうち、文字の組み方については、縦書きにもできますし、横書きも可能です。変わった形として、カレンダーやメモ帳のような、縦にめくっていくような形で書籍を作りたいのであれば、それに合わせて作ることもできます。

〈カスタマイズ出版 最大の特徴〉

**内容やサイズなど
自分が好きなように
作ることができる！**



このように、内容や形式を自由にカスタマイズして出版できるということはつまり、あなたの目的、あなたの考え、あなたの主張をそのまま書籍の形に落とし込み、読者にアピールすることが可能ということです。

書籍完成後の使い方も選択可能

完成した書籍をどのようにして提供するか、といったことについても自由に設定ができます。

いろいろな展開が可能なのですが、例えば次のようなことが可能です。

- ・書店展開を行い、webでも販売をする
- ・書店にて展開せず、web限定で販売をする
- ・そもそも販売はせずに無料で配布だけ行う

- **書籍の販売は行うが、それとは別に内容を簡
簡化した無料配布版も作る**
- **紙での印刷は行わず、電子書籍として作る**

書籍の中身と同様、流通や提供の方法も自由に設定することが可能です。

このように、カスタマイズ出版では自分が希望する内容や使い方を決めた上で書籍を制作することが可能です。

一般的な商業出版を行っている出版社に対して、今までの例のように「こうした内容で作りたい、巻末にはQRコードを掲載して、完成したらこういう経路で流通させたい」と自分の希望に基づいた話を持って行ったとしても、出版社が対応してあなた好みの書籍を作ることはほぼないかと思えます。

ですが、私が提供しているカスタマイズ出版は、そうした著者の希望に合わせた制作が可能です。

なぜならば、私は書籍の魅力を最大限に利用し、書籍を通じた新しいビジネスの創出につながるような形での出版を提供することを目的にしているからです。これが、私がカスタマイズ出版の普及活動を行っている一番の理由です。

カスタマイズ出版について、なんとなくイメージはつかめたでしょうか。次の項目では、既存の商業出版、自費出版、企業出版とカスタマイズ出版との違いを比較することによって、カスタマイズ出版の特徴をさらに分かりやすく解説していきたいと思います。

〈カスタマイズ出版の特徴〉

▶書籍作りについて◀

- ・自分が好きな内容で書籍を作れる
- ・書籍のサイズを自由に設定できる
- ・フォントサイズなどデザインも自由に決められる



**文章中心の書籍はもちろん、
写真集や絵本なども制作可能です！**

▶書籍の使い方について◀

- ・書店での有料販売
- ・amazon など通販やネット書店で有料販売
- ・ウェブ上だけで限定販売
- ・無料で配布する
- ・kindle など電子書籍として作る



**これらの選択肢から自由にセレクトして
決めることができます！**



商業出版と カスタマイズ出版の違い

出版形式の中で、一番浸透しているのがこの商業出版かと思います。みなさんが書店や売店で手にするほぼすべての本が、商業出版と呼ばれる出版社が市場に出している本です。

この商業出版では、出版社側が原稿を書いてもらいたいと考えた著名な方に原稿執筆を依頼し、最終的に出版社が書籍の形として発行・発売する形が一般的です。

イレギュラーなパターンとして、著者側が出版企画書を作り、出版社に持ち込みプレゼンを行う

ことで商業出版につながることもあります。基本的には出版社が原稿を書いてもらいたいと思っている方にアプローチをして出版に至ることが多いと言えます。

芸能人やスポーツ選手などが著者となって書籍をリリースし、何十万部も売れたので多額の印税を手にした、という話を聞いたことがあるかもしれません。これは商業出版の成功モデルの一つです。

商業出版は売れる本を作ることが目的なので、旬な話題に関連した内容にしたり、著名な芸能人やスポーツ選手など知名度が高い人物を著者として書籍を作る傾向が高いと言えます。

また、ある程度の部数売ることができないと出版社の売上が立たず利益にならないので、著者

が自由に書きたい内容を書くことよりも、このような本を作ってくださいと出版社側から指示を受けることがあります。

これは著者の知名度が高くてもあるケースです。著者が書きたいと希望した内容があったとしても、出版社側や編集の方でこういう内容の方が売れる、と判断した場合は最終的に出版社側の意向に合わせる人が多いです。

原稿料や印刷、流通に関する出版コストですが、商業出版では著者ではなく出版社が負担します。

原稿料に関しては、出版社と著者との契約によるので必ずしも決まった形があるわけではありません。

例えば印税方式では、印刷部数と定価をかけた数字の10%を著者が印税として受け取る、とい

う契約がよくあるケースです。

もし1500円の書籍を1万冊印刷したとしたら、 $1500円 \times 1万冊 \times 10\% = 150万円$ となるので150万円の印税報酬を著者が受け取るということになります。ただし書籍がなかなか売れない今の時代に、1万部売るということは、非常にハードルが高いとされています。

このように、商業出版では出版社が書籍の売上から利益を出す必要があるので、売れそうな内容であることが必要条件の一つであり、売れないと判断された内容の書籍はそもそも作られることはないと言っていいでしょう。

一方でカスタマイズ出版では、商業出版のように本自体を売ることだけが目的ではないので、内

容については著者が自由に決めることができます。

商業出版において一番重要視される、その書籍が売れるかという点だけで内容を判断されることなく、実際にあなたが書きたい内容の本を作ることができるのです。

商業出版では内容について出版社から制限がかかるのと同様、例えばQRコードの掲載についても著者が好きなようにすることが難しいです。

出版社はあくまでも書籍自体を独立した商品として販売したいので、その中にQRコードを配置し、そこから読者が別のサービスに誘導されることを非常に嫌がります。

QRコードを掲載したり、別のサービスや商品、講座などを書籍内で宣伝すると、そちらの売り込み色が強い本に見られやすく、出版社としてはイ

イメージ的にこうした宣伝の掲載を避ける傾向にあります。

ですので商業出版では、書籍内で著者のSNSアカウントを紹介したり、そのリンクのみのQRコードを掲載する程度のことが多いのですが、カスタマイズ出版では商品やサービス宣伝用のQRコードなどを自由に掲載することが可能です。具体的な例は第2章にて紹介しています。

〈商業出版の特徴〉

一番の目的→書籍自体が売れること

- ・“書籍自体が売れる”ためにタイトルや中身を作る
- ・書籍内に他の商品やサービスにつながるQRコードや広告は基本的に入れない
- ・書籍が商品なので、書籍を無料で配布することはほぼない



書籍の流通は取次を通して行われる

出版業界の方でなくとも、「取次」という単語を聞いたことがある方もいるかもしれません。

商業出版ではほとんどの場合、取次という中間業者を通して、街中にある書店に書籍を流通させています。

雑誌を例にあげてみましょう。雑誌の場合は雑誌コードというものがあり、これを取得していないと雑誌を発行して書店に流通させることができません。

ある出版社が月刊誌のコードを一つ持っていたとすると、月に1冊、雑誌を取次経由で書店の本棚に並べることができます。雑誌コードを1つ所持していると、本誌のほかに増刊という形で本誌

と同じような雑誌を発売することができます。1つのコードで月に2誌分出版することが可能ということです。このコードがなければ雑誌は書店やコンビニの本棚に並べてもらえません。出版社ではない会社が印刷物を作り、これを雑誌として流通させたいと考えても無理なのです。

では、雑誌コードを取得すればいいのではと考えても、まずは取次と交渉して口座を開く必要があります。この口座を開くのもすぐにできるわけではないですし、雑誌コードの取得はハードルが高くなります。

詳しい解説は省きますが、ムックや文庫本、一般的な書籍も雑誌と同様、市場に流通させるためにムックコードやISBNが必要です。出版社が内容についての判断や決定について著者よりも優位

的なポジションであるのは、このコードやISBNを持っていることも理由の1つでしょう。コードやISBNを所持しているのは、ある種の既得権益だからです。

このように、雑誌や書籍の発行と流通において、出版社は最終判断をする側として大きな力を持っているのです。もしあなたが誰かの紹介で出版社に企画を持ち込んだとしても、出版社側が「この本は売れない」と判断したら、取次を通して書店に配本されることは望めません。

商業出版において、出版社は売れると見込んだ書籍しか出さないのです。あなたが「自分の持ち込んだ企画は一定数のマニアがいるからきっと売れるはずだ」と考えていても、出版社が売れないと判断したら出版することはできないのです。

雑誌や書籍には流行がある

書店やコンビニに並んでいる雑誌や書籍には、流行になっている事柄を取り上げているという傾向があります。

例えば、一時期メディアで盛んに取り上げられていたK-POP（韓国のポップミュージック）があります。

大手の出版社が、K-POP関連は売れると判断してK-POP関連の雑誌や書籍を販売すると、競合するほかの出版社がそれを真似して類似の雑誌や書籍を出し、さらに中小の出版社も似たようなものを出します。やがて市場にK-POP関連の書籍があふれ返り、市場の隅々まで広がったところで流行は陳腐化し、ブームが終わります。

繰り返しますが、商業出版の出版社は「売れる本」「売れると見込んだ本」しか出しません。あなたがマニアックな読者層をターゲットにしたり、自分自身のブランディングや自分が持っている商品やサービスをアピールするために書籍を出版しようと思っているのなら、間違いなく一般的な出版社は相手にしてくれないでしょう。

テレビやラジオといった大手メディアが取り上げて、誰もが知っているような流行りの事柄を取り上げた書籍などでなければ、出版社は興味を示してくれません。

毎日多くの出版物がコンビニや書店に搬入され、限られた本棚を奪い合っているなかで、マニアックな読者層を狙った本や、世間的に認知度が低い新しいテーマや視点を扱った本は、大手に限らず中小の出版社にとって「売れていない本」であり

「売れそうにない本」と判断されるのです。

あなたがいくら企画の可能性を力説したところで、出版社の営業担当や編集者の頭にあるのは、「この企画を書籍にして売れるのか？」「この内容は現在流行りのテーマなのか？」ということなのです。

あなたが売れっ子の作家でしたら話は違いますが、そうではなくこれから書籍を出したいという方でしたら、商業出版で自分の書籍を出す、ということはそもそも狭き門に向かっていくという行為です。どれほど斬新で刺激的な企画だったとしても、流行りのテーマでなければ出版社は話も聞いてくれないでしょう。

商業出版において、書籍を作って販売するための基準は、出版社側や編集者ではなく、社会とい

う市場にある、と言ってもいいかもしれません。ですので、まだ世間で認知されていない新しい流行やテーマなどにはどうしても否定的な判断がなされてしまうのです。

商業出版とカスタマイズ出版との比較をまとめると、商業出版では1冊でも多く書籍を売るといふ目的があり、その目的を達成できるような「売れる本」を作ります。

一方のカスタマイズ出版では、あなたが伝えたいことを伝え、あなたの思いをそのまま形にできる、そのような書籍を作ることがそもそもの目的です。カスタマイズ出版はこのような目的のもとに書籍を作るので、商業出版のように様々な制限のかかった形ではなく、完全にあなたの好きなようにカスタマイズして本を出版をすることができ

るのです。

また、著者が自著を買い取るケースについても触れておきましょう。

商業出版では、著者が自分の書籍を大量に欲しいと思った場合、例えば定価の80%といった金額で購入する必要があります。

書籍ができあがったときに、見本分として数冊～数十冊程度は出版社からもらうことはできますが、それ以上の分が欲しい場合には自分でお金を出して買わなければいけません。

これは「著者買い」と言われており、例えば定価1500円の書籍でしたらその80%の1200円を出して自分の著書を購入することになります。

カスタマイズ出版では、できあがった書籍は著者のものなので、そもそも買い取る必要はまった

くなく、自由に使うことができます。

書籍を最初に印刷する分を初刷りと言います。商業出版では、書店からの注文などから判断してこの初刷りの冊数を出版社が決定します。増刷についても同様で、著者が増刷をして欲しいと思っても、出版社が印刷所に発注をしないと増刷はできません。

カスタマイズ出版では著者が初刷りや増刷を決めることができます。使う用途に応じて初刷りはこのくらいの冊数、残りが少なくなってきたから増刷する、といった指示を出すことができます。

このように、多くの点で、商業出版とカスタマイズ出版には違いがあります。

〈商業出版とカスタマイズ出版の違い〉

	商業出版	カスタマイズ出版
目的	本自体が売れること	著者の目的に合わせてさまざま
書籍について	売れるためにタイトルやデザイン、中身を作る	著者の目的に合わせて作る 例) ・とにかく自分の書きたいことを入れたい ・自分の売っている商品やサービスを紹介したい
価格	損益分岐点や類似書籍を考慮して決定	著者が自分で決定
部数	赤字にならないように、書店からの注文を参考にして決定	著者が自分で決定
著者買い	定価の80%といったように出版社のルールに従う	著者買い自体が不要 在庫を自由に使うことができる



自費出版および企業出版と カスタマイズ出版との違い

自費出版と呼ばれる出版形式があります。商業出版では、書籍を作って発行・発売する最終判断は出版社が行うことはすでに説明しました。つまり、著者がどんなに書籍を出したくても出版社がNOと言えば作ることはできません。

商業出版で自分の書籍を出したいと考え、いろいろな出版社に企画書を持ち込んでみたが、どうしても出版に至らなかったという場合、著者側が制作や印刷コストを負担することで、自分の書籍を世に出すことができるようになります。これが自費出版です。

自分でコストを払うことによって出版社から出す書籍を作り著者になるという、書籍を出版する権利をお金で買うビジネスモデルとっていいかもしれません。

同じような出版形式として企業出版というものもあります。

これは、企業が自社のサービスを紹介したり、自社のメッセージをまとめるなど、ブランディングを目的として書籍を作るケースです。

先ほどの自費出版は個人が出版社に依頼することがほとんどであり、こちらの企業出版は主に法人が行うというところが違いますが、出版形式としてはほぼ同様のものだと考えて頂いて結構です。

この自費出版および企業出版では、書店流通を

行う場合と行わない場合がありますが、実際に書店に書籍を並べて売れるかどうかと考えると、ほとんどのケースでヒットすることはありません。

商業出版のように著名な方が自費出版を行うというケースであれば売れる可能性はあると思いますが、世間的に有名ではない著者がリリースした書籍はほかの本に埋もれてしまいます。

自費出版はどんな出版社も行っているわけではなく、自費出版を受け付けている出版社はそれを専門に行っている場合がほとんどです。

というのも、そうした自費出版を受け付けている出版社は、書籍自体を売ることよりも、書籍を出したいと思う著者からの制作費を収益としているからです。

こうした自費出版の出版社は、書店に自社の出

出版物を並べる書棚を一応確保していますが、それは出版したというエビデンスを得るためであり、書籍を販売して利益を得るのが目的ではありません。コストを負担してでも書籍を出したいという方に対して、書店で実際に書籍を並べたところを見せるために書棚を確保しているのです。

先に、自費出版の場合はほとんど売れないと書きましたが、イレギュラーな事例として、自費出版で出したまったく無名の著者の書籍が、ある一定部数売れることもあります。

これは、著者自身がSNS戦略を練り、各種広告戦略などを展開し、広報活動を行ったことによって書籍が売れた、というように何かしらアクションを起こした結果です。

つまり、書籍を自費出版や企業出版のような形

で作ったとしても、著者側が何もしなければ書籍がある程度売れるということはほぼ起こり得ないと言っていいでしょう。

商業出版とこの自費出版および企業出版とを比較してみると、後者の2つの形式はあなたの意向に沿った本を作ることができます。書籍の中に書く内容については、商業出版に比べれば遥かに自由度が高いものを作成することが可能です。

自費出版において、出版社側が本の内容に好意的な反応を示してくれるかもしれませんが、出版社側にとって著者はお金を払ってくれるお客様なので、それはきっとセールストークかと思います。

カスタマイズ出版の印刷は低コスト

自費出版および企業出版における印刷部数に関してですが、これは著者および企業側が支払う金額によります。出版社が設定したプランの内訳によって、500冊、1000冊、2000冊といった印刷部数になることが多いです。追加で書籍を印刷して欲しいという場合も著者側が印刷コストを負担しますが、1000冊や2000冊、また3000冊というようにまとまった部数でしか受け付けてくれないことが多いです。

この印刷に関しても、カスタマイズ出版と自費出版および企業出版を比較しますが、いろいろと比較する中で、この印刷部分が一番大きな違いと言えます。

というのも、カスタマイズ出版はできあがった書籍をマーケティングの要素として使うということを重視して作っているため、書籍の印刷コストを安くしたいという思いがあり、限りなく原価に近い費用で提供しているからです。

書籍の印刷原価は印刷する部数やページ数によって大きく異なりますが、コスト感として1冊あたり約200円ほどで印刷ができることが多いです。

著者の方には、1冊あたり200円ほどの金額で手に入れた書籍をマーケティングで活用して頂きたいと私は考えています。こうした使い方をして頂くことこそが、このカスタマイズ出版の目的だからです。

商業出版において著者買いというものがあると

紹介しましたが、自費出版および企業出版の場合でも、大量に書籍が必要な場合は定価の80%程度の金額で購入することが多いようです。

例えば企業出版で作った書籍をプロモーションのために大量に配布しようとしたとき、比較的大きな金額がかかってきてしまいます。

仮に1冊1500円の本を80%の1200円で仕入れるとします。この場合、原価を気にせずに無料で配布することができるでしょうか？

おそらく、ほとんどの方がNOだと思います。あなたがセミナーを行うとして、セミナー参加者に向けて書籍をプレゼントしますというオファーを出した場合、もし100人の参加があったとしたら $100冊 \times 1200円 = 12万円$ の原価がかかることになります。

こんなに高い原価がかかるのであれば、セミナ

ー参加者全員に書籍のプレゼントをするというオファーをすることはほとんどの方が難しいのではないのでしょうか。

カスタマイズ出版において1冊約200円という金額で本を仕入れることができたなら、同じように100人のセミナー参加者に書籍を配ったとしても、 $100冊 \times 200円 = 2万円$ という原価しかかかりません。

このようにカスタマイズ出版で作った書籍は安く仕入れができるため、いろいろな活用方法を展開することができます。

自費出版、企業出版のように自分の書きたい内容で書籍を作ったはいいものの、実際に書籍を手に取り、読んでくれる方の人数が制限されてしま

うのは本末転倒ではないでしょうか。

原価がかかる、または書籍の在庫数の問題で一般に周知させることができなければ、何のために書籍を作ったのでしょうか？ 単にブランディングだけを目的に作ったのであれば、非常にもったいない結果になっていると思いませんか？

自費出版および企業出版のデメリット

- ・制作や印刷、流通に関するコストを著者が負担（比較的高め）
- ・書籍自体が売れるかどうかは未知数
- ・著者自身が書籍のPRをする必要がある場合も
- ・追加で増刷したい場合、コストが高つく
- ・在庫を自由に使うことができない（著者買いをする必要がある）
- ・無料配布する場合は出版社から許可をもらう必要がある場合が多い



こうした問題を解決するため、私はいろいろな方面に交渉を行い、既存の出版形式とは違った**新しい出版形式としてのカスタマイズ出版**を構築することができ、この**カスタマイズ出版を多くの人に活用して頂きたい**と考えるに至ったのです。

次の章では、カスタマイズ出版で作った書籍の活用方法について説明していきます。

第2章

カスタマイズ出版の 活用方法





どのように書籍を活用するか？

第1章にて、カスタマイズ出版はどのようなものかをお分かり頂けたかと思います。この章ではもう少し踏み込んで、カスタマイズ出版で作った本をどのように活用するか？ を説明していきたいと思います。

まず最初に、いろいろな使い方の例をあげてみましょう。

ブランディング

書籍を作成する一番の目的としてあげられるのが、このブランディングではないでしょうか。お

そらく自費出版、企業出版を考えている方のほとんどが、このブランディングのためではないかと思います。

今現在、情報媒体としての書籍は売れない時代と言われていますが、それでも実際に本を書いた著者という方は、一般の方からは一目置かれる存在になるものです。「本を出しました」と聞くと、書籍を出せるなんてすごい！ と思ってくれる人が多いでしょう。

書店の数は減少する一方であり、情報ツールとしての本の部数も減っているからこそ、逆に書籍を出版したという事実は注目されると私は確信しています。誰もが簡単にネットで情報収集ができる時代において、書籍という形になった物を現実の市場に送り出した著者は、ほかの人と差別化で

きる存在になります。いまだに書籍というものには、ある種のステータスを含めた魅力があります。

ですので、あなたが展開しているビジネスのジャンルにおいて、何かの専門性に特化した権威性を持ちたいということであれば、書籍を作成して自分のポジションを確立するという事は非常に重要な手段となります。

もちろん、自費出版、企業出版のような形でカスタマイズ出版でも著者としてのポジションを取することは可能です。出版形式にかかわらず、ブランディングのために書籍を作成するというのは非常に理にかなった理論です。

求人や採用目的

カスタマイズ出版では本に書く内容を自由に設定できるので、採用を目的として書籍を活用することも可能です。

どのようにして書籍を採用につなげるかというと、あなたが今行っているサービスや商品を書籍内で紹介したり、またその商品開発を行うにあたってのストーリー、あなたが会社を運営していくためのビジョンなどを詳しく書くことによって、あなたの考えに共感をしてくれる仲間を集めることができます。

あなたのビジョン等に共感をしてくれた仲間を集めることで書籍を利用した採用マーケティングが可能となります。web媒体や紙媒体でまったく

ゼロから求人を行うよりも、あなたの思想を理解した人を採用した方が、より優秀な人材を確保できると思いませんか？ そのような形でカスタマイズ出版を利用することも可能です。

社員の士気アップ

カスタマイズ出版では、書籍を必ず書店に流通させる必要はありません。ですので、社員向けの書籍というものを作ることも可能です。

大手の会社であれば何千人規模という採用を行っているところもありますが、実際に社員に向けた本を社内で作成して配布し、本の感想文を提出させるといった施策を取っている企業もあります。

社訓やスローガン、沿革を写真などを入れてパ

ンプレットのような形でまとめている会社は多々ありますが、実際にそうした情報を体系立てた文章として執筆し、読み物として置いているケースはほとんどないかと思います。

社員に対して、社訓を暗記させて読み上げさせることはよくあるかもしれませんが、実際にどういう思いでそれらの社訓ができあがっているのか、深く理解させるところまで徹底している会社はほとんどないでしょう。

そこでそうした社訓や沿革をまとめた書籍を作り、社員に配って読ませることにより社員の士気をアップさせ、日々の業務の効率化を目指すということも、カスタマイズ出版の活用方法としてあげられます。

リスト取りをするため

カスタマイズ出版では書籍内にQRコードなどの導線を自由に入れることができるため、読者のリスト収集の仕組みを自然に入れることが可能です。

例えば本文内にクイズを掲載し、その答えをQRコードを読み取った先に掲載することでサイトに誘導するといった仕組みや、プログラムなどのデモ環境を用意してそれを見ってもらうためにQRコードでURLを読み取ってもらう、といったように、いろいろな仕掛けで読者に自然な流れでQRコードを読み取らせることができます。

また、そのQRコードを読み取った後、こちらで特典として設定した情報や動画を見るために、

「LINE登録が必要です」または「メールアドレスの登録が必要です」といった導線を作ることによって、書籍を読んだ読者の中からリスト取りをすることができます。この獲得した見込み客のリストに対して、あなたの販売しているサービスや商品をアナウンスすることで売上アップにつなげることができます。

カスタマイズ出版では制作した書籍を様々な目的で活用することができますが、その中でもこのように、リスト取りを目的としてカスタマイズ出版を活用している方が非常に多いというのが現状です。

商業出版などの一般的な書籍では、もちろんこのようなリスト取りに特化した本を作ることはかなり難しいでしょう。

売上アップ

カスタマイズ出版の活用方法の中でも特に有効な使い方として、売上アップの起爆剤になるような書籍を作成することがあげられます。

簡単に言うと、その本を手に取り、読んでくれた人が、本の中で紹介したサービスや商品が欲しくなってしまうような流れを組み込んだ書籍を作るということです。

つまり、書籍を配布すれば配布するほど、販売すれば販売するほど、自分たちが販売したい商品の売上につながるのです。

先ほども書きましたが、カスタマイズ出版を利用することで見込み客のリスト取りを行い、その獲得した見込み客に向けてサービスや商品のアナ

ونسをし売上を上げる。これがカスタマイズ出版の使い方として一番効果がある活用方法だと私は考えています。

具体的な売上アップ事例などについては第3章にて紹介しますが、まずはここまでの項目で、カスタマイズ出版がいろいろなことに活用できるということをご理解頂けたかと思います。

〈カスタマイズ出版の活用例〉

- ・ **ブランディング**→出版することで著者や企業のブランディングになる
- ・ **求人や採用目的**→著者や企業のビジョンやストーリーなどをまとめて伝えることができる
- ・ **社員の士気アップ**→従業員に対して伝えたいこと、覚えて欲しいことなどを書籍にまとめて渡すことができる
- ・ **リスト取りをするため**→書籍を主に無料で配布し、テーマに興味がある人のリストを取得することができる
- ・ **売上アップ**→著者が作っている商品や提供しているサービスを紹介し、それらの販売につなげることができる





カスタマイズ出版における 書籍の展開方法

カスタマイズ出版では、書籍が完成した以降の展開方法も様々な選択肢から選ぶことができます。

1. 商業出版のように書籍を書店に並べて有料で販売することも可能です。もちろんamazon等に登録をして、ネット上で購入できるようにすることもできます。
2. ダイレクト出版のような形で、web上だけで購入できるようにして、書店やamazonに流通させないというような形の販売形式も

可能です。

3. この3番目に紹介するのが、私がカスタマイズ出版で一番活用している展開方法なのですが、書籍を無料配布する目的で制作するというやり方です。有料で販売している本をそのまま無料配布する形です。書籍として書店に流通している本を無料で配布するということです。

最後に紹介している、有料書籍を無料で配布するというのを初めて聞いた方は、そんなことやっていないのか？ と思うことでしょう。

確かに、商業出版を行っている一般的な出版社が、書店またはamazonにて有料で販売している書籍を、無料で配布するということは通常ありえ

ないことだと思えます。ありえない、と思うほどインパクトがあるので意味があるのです。もちろん、無料で配布して終わりではなく、その後きちんとした計画があるからこそ、このやり方を行っています。

私の場合は、このカスタマイズ出版を利用し、「通常、有料で売られている本を無料でプレゼントします！」というような謳い文句で書籍を配布し、見込み客を集めています。同じようなパターンとして、有料で販売している書籍の廉価版を作り、廉価版を無料配布することもあります。

このようにカスタマイズ出版を利用すれば、従来の出版はもちろん、これまでにできなかった書籍を使ったマーケティングが実現できるということを理解して頂けるかと思えます。

カスタマイズ出版ではあなた好みのやり方で書籍を作成することができる、というのは何度もお伝えしています。もちろん自分はこれを伝えたい、という気持ちも大事ではありますが、最終的にあなたが展開しているビジネスの利益を最大化するために活用する場合におさえて頂きたいことがあります。

それは、書籍が完成して、いろいろな形で配布などの展開を行い、最終的にどのような商品やサービスにつなげるか、どういった使い方が効果的かを最初の段階で計画し、そこから逆算して書籍の内容を構成するということです。

できあがった本を配ってみて、やっぱりこういう内容にした方がよかった、この商品を紹介するのを忘れていた、という事態になってしまったら、

せっかく書籍を作った意味がありません。

カスタマイズ出版にて書籍を作ることを選んだら、最初の段階で、最終ゴールを設定し、そこまでの設計図を作ってから書籍の作成をスタートすることを強くおすすめします。

私はこのカスタマイズ出版を活用して、いろいろな展開を行ってきました。中には失敗もありましたが、試行錯誤を繰り返した中で、これは非常に効果が高い、ほかのビジネスと組み合わせると非常に効果的だ、という活用方法をいくつか発見することができました。

その効果的な活用方法についてお話しする前に、次の項目では書籍の活用方法について一度考えてみたいと思います。

カスタマイズ出版で大事なこと それは ...

**最初の段階で設計図を作っておくこと
目的から逆算して最初に仕組みを構築する**

○効果的に活用できている例

目的	→ (逆算)	仕組み
自分が販売している商品やサービスの販売につなげたい	→	商品やサービスのアピールを盛り込む
自分のビジネスのためのリスト取りをしたい	→	テーマに興味を持ってもらえるような入門的な内容にする
経営者など、特定のジャンルの人とつながりたい	→	そのジャンルの人が興味を持つような内容にする (例：業務外注化のやり方)

×活用しきれていない例

書籍を作った後の目的を決めないまま書籍を作ってしまう

例：自分が販売している商品やサービスの説明を入れられなかった

書きたい内容だけをまとめてしまい、ビジネスにつなげられなかった



これからの時代の書籍の 活用方法

書籍が売れないと言われていています。内容が正確かどうかはさておき、現在はインターネットを使っているいろいろな情報を集めることができます。つまり、書籍の価値というものが、今までとこれからは大きく変わってくることは間違いありません。書籍のみで情報を伝えるのではなく、これからは書籍をどのように活用するか？ を考える必要があります。

第1章でもお話をしましたが、商業出版、自費出版、企業出版ではできることが限られています。せっかく書籍を作っても、読んでくれる人が少な

ければまったく意味がありません。書籍を作ったのであれば、一人でも多くの人に読んでもらいたいと思うのは当たり前だと思います。

作った書籍をより多くの人々の目に触れさせ、読んでもらうためには、何かしらのアクションを起こす必要があります。

そのための施策として、注目されているのが kindleなどで読める電子書籍としての配布です。私は、この電子書籍としての配布自体については否定はしていませんが、実際に印刷をした形の書籍ではないという点で、一般的な出版に比べると格が落ちると考えています。

言い方はあまりよくありませんが、電子書籍はまるでなんちゃって出版や疑似出版のようで、書籍を出版した、というリアリティに欠けると感じ

ています。

実際に、あなたも読者の立場として想像して頂きたいのですが、手元に印刷物があるのとないのとでは全然印象が違うと思いませんか？

スマホやパソコンで手軽に読むことのできる電子書籍は、かさばらないので保管するにはとても便利です。ただ、電子書籍の形体だと、ブランディングとしてはまったく活用できないとは言いませんが、やはり印刷した書籍の方が価値がある、そう感じる人が多いのではないかと思うのです。

電子書籍を否定しているわけではなく、電子版の書籍を作るのであれば、同じ内容で印刷した書籍も作ってしまった方がいいというのが私の考えです。

ブランディング目的はもう古い

現在でもブランディングのために書籍を作るという方がたくさんいますが、今からの時代はブランディングのためだけの出版はもう遅れています。ブランディングにプラスしてマーケティングに使える出版を行うということが、今後のビジネスモデルとして主流になるでしょう。

それを実現することができるのがこのカスタマイズ出版ということになります。

商業出版は出版社がコストを負担してくれるので、お金をかけずに出版ができるという点では非常に魅力的です。ただ、昔と比べて本が売れなくなってきているので、一般の方が書籍の企画を考えて出版社に持ち込んだとしてもなかなか採用し

てもらえません。もし仮に採用されたとしても、それはレアケースであり、書籍に書く内容は制限されるでしょう。著者が書きたいと思っていた内容で作ることができなかった、という話は非常によく聞きます。

次にお話しする状況について、**あなたが著者だと想像して**読んでみてください。

頑張って書籍の企画書を作って、ツテがある出版社に持ち込み、どうにか企画が通り書籍を作ることになりました。

しかし、執筆や制作の途中で、出版社側や編集担当から、こういう内容にして欲しい、これは入れないで欲しい、というように指示されてしまい、最終的にあなたが当初考えていた内容とは違うも

のになってしまいました。

書店やamazonにて販売されるようになったものの、思うように売れません。書籍が売れるような施策を行うため、広告費を出してほしいと出版社の方から依頼されてしまう始末です。

結果、広告費を負担したら、最初の印税報酬もなくなってしまいました。それどころか、広告費の方が多くなってしまってなんと赤字に。ブランディングのための本はできたけれども、思っていたものとはいろいろな意味で違った出版になってしまった……。

これは私が都合よく考えたストーリーではなく、実際によく耳にする話です。

出版社も売れる本を作らないといけないため、最近ではインフルエンサーなど知名度が高い人に

アプローチをして商業出版での書籍執筆依頼を行っています。自分自身で書籍の紹介ができるインフルエンサーの方が出版社にとっては扱いやすいからです。

このように最近では多くのフォロワーを持つインフルエンサーの方が出版するケースが非常に多いのですが、大きな落とし穴があります。

前述したように、書籍を出すところまではよかったとしても、結局のところは宣伝広告費として新聞広告などの露出広告の費用が必要になるので、書籍を作る労力やコストと書籍発売の効果を比較すると、最終的に割に合わなかった、となってしまうのです。

このようなケースが多発している状況で、「書籍を出版することを、本当の意味で活用できてい

る人はいるだろうか？」と私は強く思いました。

「著者もよし、出版社もよし、読者もよし。三方よし。今ある出版形式では、このような理想的な結果を得ることはできないのではないか？」

という結論に至り、私はそれだったら自分で構築してみようと考え、本書にて紹介している、既存の出版形式とはまったく違った形のカスタマイズ出版を編み出したのです。

次の項目では、私がカスタマイズ出版を構築するまでの過程のエピソードと、その過程で行ってきた施策について紹介したいと思います。



著者が自著で実際に行った テスト事例

2022年、私は「業務外注化の教科書」という書籍を出版し、この自著を取次を使った流通網にのせ、書店の棚に並べて販売することができました。ここでは、この書籍についてのエピソードをお話ししたいと思います。

そもそも、この「業務外注化の教科書」という書籍に関しては、いわゆる商業出版をしようと思っていて、いろいろな出版社に企画を持ち込んで交渉しました。出版企画書だけでなく、どのような本を作りたいかというプレゼン資料を準備し、

知り合いに出版社の担当者を紹介してもらって、
万全の状態です書籍の出版に向けて行動したのです。

ですが、実際に話を持って行ってみると、この
「業務外注化の教科書」という書籍は、対象となる
読者のパイが小さ過ぎるため、売上が期待でき
ないという理由から、どの出版社からも出版はで
きませんという判断を下されてしまったのです。



本書の著者が
2022年に上梓した
「業務外注化の教科書」

どうしても自分で出版したいと思った私は、自費出版を受け付けている会社に話を聞きに行ったのですが、提示される条件が自分自身が出版をしたいと思えるものではありませんでした。そこで私は出版を諦めるのではなく、どうにか自分自身で自由のきく出版ができないかと考えてさらに行動を起こしたのです。

その結果、色々と周りのツテをたどりながら検討を重ね、理想的な形で出版することができたのです。この理想的な形というのは、実際に書店に自分の書いた書籍を並べるということです。

商業出版の形ではどうしても取り扱ってもらえなかった私自身の書籍を、書店におけるような形に持っていくことができたのです。

ランキング施策も行う

ただ、私は自著が書店に並ぶだけでは満足しませんでした。さらにいろいろな方法をリサーチしアクションを起こした結果、以下の5つの書店で私の書籍がランキング1位を獲得したのです。

- ・三省堂書店池袋本店
- ・八重洲ブックセンター本店
- ・ブックファースト新宿店
- ・紀伊國屋書店新宿本店
- ・ジュンク堂書店池袋本店

このランキング1位を獲得した手法に関しては、本書とは別の機会にてお話しをさせて頂きたいと思います。

5つの書店でランキング1位を獲得



三省堂書店池袋本店



八重洲ブックセンター本店



ブックファースト新宿店



紀伊國屋書店新宿本店



ジュンク堂書店池袋本店



三省堂書店池袋本店



ジュンク堂書店池袋本店



ブックファースト新宿店



紀伊國屋書店新宿本店



八重洲ブックセンター本店

さらに、このランキング1位を獲得した5つの書店では、専用のコーナーを作ってもらい、目立つところに書籍を並べてもらうこともできました。結果的に、この書籍はバカ売れとまでは行かなかったのですが、棚の中で埋もれている状態では絶対に売れなかったであろう部数まで販売することができました。

また、このようにランキング1位や特設コーナーの写真を撮ることによって、「書店で面展開が行われるような注目されている書籍」といったエビデンスを獲得することもできたのです。

出版を試みるにあたって、書籍のマーケティングというのはいろいろとできることがあるのですが、まだ全然実行されていないことが多い、ということを私は感じました。

ですので、せっかくだから自著を使って、いろいろなマーケティングをテストしてみようと考えて実行しました。ここでは、そうしたマーケティングの例をみなさんと共有したいと思います。

書籍内に作った仕掛け

私の自著である「業務外注化の教科書」は、先ほどもお伝えした通り書店にて販売されています。また、リアル書店以外ではamazonやそれ以外のネット書店からも普通に購入できるようになっています。

そしてさらに、この書籍を無料でプレゼントするwebページを作りました。カスタマイズ出版の展開方法として紹介しましたが、有料で販売され

ている書籍を無料でプレゼントするという施策を、私は自分の書籍で行ったのです。

普通に考えてみて、有料で売られている本が無料でもらえるというのはすごくインパクトのあることだと思いませんか？ これは、私が自分の書籍を自由に展開できる権利を持っているために行うことができます。商業出版でこうした施策を行おう



教養
経済
書評
この画像を表示

副業で年収1億円!業務外注化の教科書 ①

単行本 - 2022/5/17

山本智也 (著)

4.0 ☆☆☆☆ - 23個の評価

[すべての形式と版を表示](#)

Kindle版 (電子書籍)
¥1,320 税込
獲得ポイント: 13pt

単行本
¥1,300 税抜
¥1,430 税込
獲得ポイント: 14pt prime

¥724 より 27 中古品
¥1,430 より 11 新品
¥3,290 より 2 コレクター商品

本のまとめ買いキャンペーン 5-9月 最大5% | 10月以上 最大10% 30日間 [変更やキャンセル](#)

クラウドソーシングの登場やテレワークの浸透などから、ビジネスはWEBだけでやり取りが完結できる時代となりました。また、動画編集やライティングなどを学び、クラウドソーシングサービスに登録し、副業や1人起業をしている人も増えてきています。つまり、ビジネスをする側から見ると、社員を雇用するのではなく、クラウドソーシングサービスを利用し、外注した人員でチーム組成することで人件費を削減することができるようになったのです。

著者が今までの経験から蓄積した「業務外注化」のテクニックやノウハウを本書にまとめました。外注を使いこなして年高10億円、副業で年収1億円を目指しましょう。

- 第1章 業務を効率化する
 - 第2章 どのような業務を依頼できるのか?
 - 第3章 クラウドソーシング活用例
 - 第4章 クラウドソーシング活用テクニック
 - 第5章 外注化をよりスムーズに成めるクラウドディレクター
 - 第6章 ビジネス事例、全部見せます
- へもっと少なくて読む

自分で作った書籍を流通させ、全国の書店のほか amazon でも購入することが可能に

としても、出版社は売り物を無料で配らないでくれ、と嫌がるでしょうし、何よりも著者は無料配布用の書籍を定価の80%で購入する必要があるのです、非常に高いコストがかかってしまいます。

また書籍の中には、私の公式LINE登録用のQRコードと、チャットワークの申請IDを載せました。実際に書籍を読んだ方から直接連絡が来るような

それが「外注を利用した業務委託型の会社」です。

実際に、私は社員1人ながらクラウドソーシングをうまく活用したことで「年商10億円超え」の会社組織を作り上げることができました。

本書ではその詳細を余すことなくご紹介しています。

また、本書をお読みいただいた皆様として、月100万円～1000万円の売上を達成するビジネス実践事例①や、「クラウドソーシングを使いこなすための無料相談」、関係やテキストだけでは伝わりにくい部分を補足する「クラウドソーシングの具体的な事例の解説動画」なども用意しています。

また「番外編」の部分で掲載している「クラウドソーシングを利用して、1円もかけずに、1億円以上稼ぐことができるビジネスを作り上げる方法」も見えます。

いずれの特典も、LINEに登録して頂いた方だけにお届けします、ですので、まずは次ページのQRコードからLINE登録は必ず行ってください。

クラウドソーシングをうまく自分のビジネスに活用して頂き、さらに本書の読者様同士で、優秀なワーカーさんを共有できるようなプラットフォームを作っていたらと夢んでいます。

優秀なクラウド人材は「自分だけでなく皆で共有する」という志を持つ方は、私「山本」のチャットワークのアカウント（ID:tomom117）に申請を行ってください。

いまず、私が抱えている優秀なクラウドワーカーさんを共有させていきます。

外注化を活用することによって、皆様のビジネスを加速させていくことができます。

LINE 登録は
こちらから



チャットワーク
アカウントは
こちらから申請

tomo1117

書籍内にチャットワークのIDとLINEの登録用QRコードを掲載し、読者から著者に直接コンタクトすることができる仕組みを構築

仕組みを書籍の中に組み込んだのです。

実際に、書籍を購入した人がQRコードを通して登録したり、チャットワークへの申請が来たりしています。書籍の購入者と接点を持つことができるようになってきているのです。

著者と読者が直接コンタクトを取ることができるというのは、両方にとって世界が広がる素晴らしいことだと思っています。

書籍を無料で受け取る際には、名前・メールアドレス・住所・電話番号などを入力する必要がありますので、個人情報の取得もできています。この獲得した個人情報に向けて私が提供しているサービスの案内も行っています。

こうした様々な施策を含めて全体としてみると、

書籍の制作時に必要な費用を十分に超える売上が出ています。書籍を有料で販売するのと並行して無料配布も行い、別のサービスや商品の売上で大きな利益を生むことができるようになったのです。

私としても、そもそもこの「業務外注化の教科書」という書籍は、これ自体の販売で利益を獲得するために作ったわけではなく、この書籍を通じて優秀な経営者の仲間たち、またビジネスマインドの高い仲間たちを集めるためのコミュニケーションツールとして作ろうと思っていました。

実際にこの書籍を通じて出会った人とビジネス協業契約を結んだり、一緒にビジネスパートナーとして新しい事業を始めたりしています。

この書籍を購入または受け取った方に向けて、

業務外注化の動画講座を販売しているのですが、こちらに関しても「業務外注化の教科書」という書籍を読んでさらに深く勉強したいという方が自動的に申し込むマーケティングファネルを構築することができます。マネタイズをしながらコミュニティを助成することができるという一石三鳥ぐらいの役割を担っている書籍でもあるのです。

書店やamazonで有料販売、という商業出版と同じことを行いながら、同時に無料で書籍を配布することによって見込み客を獲得し、その獲得した見込み客に対して動画講座の販売を行いながらマネタイズを狙っているのです。

さらに、この書籍の実際の読者と接点を持つことによって新しいコミュニティを作るなど実現で

きなかったことを達成することができています。

これはあくまでもカスタマイズ出版で実現できることの一例にすぎません。カスタマイズという名前の通り、それぞれの人が目指すそれぞれのゴール、様々な目的に合わせてカスタマイズ可能だからこそ、活用法も広がっていきます。

次の章では、一番有効な活用方法と、実際に行ってきた具体例を紹介したいと思います。

第3章

カスタマイズ出版の 具体的な活用例





最も効果的な カスタマイズ出版の活用方法

本書ではここまで、カスタマイズ出版とはどういうものか、またどのような活用方法があるかを紹介してきました。

それらをふまえて、この第3章では私が考える、現在**最も効果的なカスタマイズ出版の活用方法**について解説したいと思います。

カスタマイズ出版の特徴としてまずあげられるのは、自分が決めた内容で書籍を作ることができるということです。これまでご説明した通り、中身はもちろん提供方法も自由に決めることができ

ます。書籍を通して別のサービスや商品を売るという書籍は、一般的な書籍、いわゆる商業出版ではとても嫌がられます。商業出版を行っている一般的な出版社の一番の目的は書籍自体の売上であり、そこから波及するであろう様々な効果や、著者が得られる利益には無関心、それどころか、無視されているのが現状です。

もちろん、カスタマイズ出版でも売上を狙うための本を作ることはウェルカムです。とにかくあなたに都合のいい内容の本に仕上げたいのであれば、ご希望通りに作ることができます。

しかし、せっかくカスタマイズ出版にて書籍を制作するのであれば、それを通して別のビジネスを展開し、大きな利益を得た方がいいと思いませんか？ その目的を達成するために、一番おすす

めの手法を紹介していきます。

まず、第2章で取り上げた「業務外注化の教科書」を例としましょう。前提として、業務の外注化の方法を学ぶための書籍としてこの書籍があります。この書籍には業務外注化のやり方が書いてはありますが、テキストベースなので、どうしても分かりにくいことがあります。パソコンを使った操作などは、スクリーンショットを掲載しても、実際に動くところは印刷物なので表現できません。

そこで、そのような実際の操作方法などを解説した動画を、いわゆるバックエンドと言われる商品である「業務外注化動画講座」として販売することができるのです。

この業務外注化動画講座は、あらかじめ収録し

た約10時間ほどの映像を見ることができる動画パッケージです。この動画講座を見てもらえれば、どのようにして外注化していけばいいのか、またクラウドソーシングサービスでどのように外注を集めることができるか、といったことを映像で分かりやすく学ぶことができます。

確かに書籍には同じ内容が書いてあるのですが、動画で学んだ方が身に付くと考える方は多くいます。書籍の内容とリンクする動画講座をバックエンドとして置くことによって、興味のある読者は比較的高い確率でこのバックエンドを購入するのです。

「業務外注化の教科書」の場合、無料で本を配布するというマーケティングを行っていますが、この無料配布の際に取得した見込み客のリストに

向かって自動的にこの動画講座のアナウンスを行 うシステムを組んでいます。

書籍を無料で配布するので、当たり前ですが書籍の原価や配送コストは必要になります。また、広告を使って本の無料プレゼント企画を行ったりする場合もそのコストがかかります。

これらのコストをバックエンド商品の売上が上回れば利益が出るということですが、現時点では十分な利益を獲得することができています。

このような「無料で書籍を配布してバックエンドの販売などほかのビジネスにつなげる」ということを私はブックローンチと名付け、業務外注化の教科書以外の書籍についても、仕組みをアレンジしながら展開しています。



ブックローンチとは？

すでに項目で紹介したように、ブックローンチとは、書籍を使ったマーケティング戦略を実行するものを指します。書籍を無料配布することで、見込み客を獲得しながらビジネスを行う手法のことです。

この書籍を制作している時点で、このブックローンチのような事業を行っている出版社は私の知る限りありません。

なぜかという、有料で売っている本を無料で配るとするのは出版社にとっては何の価値もないどころか、むしろマイナスを生じさせることにな

るからです。

出版社にとって書籍は商品なので、それを無計画に無料で配布していたら、赤字を垂れ流すだけになってしまうからです。

ただし、無料で書籍を配布した後に売上が上がる仕組みが完成していたとしたら、また有料で本を売るよりも高い利益率を記録することができるのだとしたら、どちらの方がいいでしょうか。

もちろん書籍が有料でたくさん売れるに越したことはないでしょう。しかしいくら書籍を売ったところで、書籍を購入した方のリストが手に入らないのであれば、書籍の売上は一過性のものとなってしまいます。

そこで、今回私が取っているようなブックロー

ンチの戦略をあらかじめ設計しておけば、書籍を配布する時点でリストが取得できますし、このリストを使ってマーケティングにつなげることができます。つまりリストマーケティングということを取り入れてビジネスを展開することで、非常にライフタイムバリューが高いビジネスモデルを構築することができるのです。

ブックローンチでリストマーケティング

通常であれば、書籍は1500円や2000円といった定価で販売するしかできませんが、私の場合は、その書籍を無料配布することで見込み客を集めています。

例えば、web上で書籍の配布ページを制作して、そこにアクセスを流します。また、展示会などリ

アルの現場でも書籍の配布キャンペーンを行うことで見込み客のリストを集めることができます。

このようにして獲得した見込み客に対し、リストマーケティングを仕掛けるというのが私が行っているブックローンチのビジネス戦略です。

リストマーケティングを行うにあたって勉強すべきこととしては、**ダイレクトレスポンスマーケティング**、いわゆるDRMと呼ばれているものです。

DRMとは、マーケティング手法の1つです。簡単に言うと、飛び込み営業などのこちらから働きかけるプッシュ型ではなく、商品やサービスに興味を示した、レスポンスがあった顧客をターゲットとして展開するやり方です。DRMは、効率的に優良顧客を獲得することができる、とても魅力

的なマーケティング手法です。このDRMについては、webなどでいろいろな情報が出ているので、興味のある方はぜひ調べてみてください。

さて、リストマーケティングの基本は、お客様と直接連絡を取ることです。この連絡を取る手段というのはメールやLINEなのですが、直接やり取りすることによってコミュニケーションの質を高めていきます。

そしてお客様と師弟関係のような一定の信頼関係が生まれた段階で、あなたが提供したい商品のアナウンスをすれば、その商品が自動的に売れていくようになります。

私が行っているブックローンチ手法では、書籍を配布する時点で名前やメールアドレス等の個人

情報が取れているだけではなく、実際に書籍を郵送する際に取得している住所情報があるので、住所情報宛にダイレクトメールを送るということも可能です。

さらに電話番号も取得できているため、その電話番号向けにショートメールを送ったり、直接電話をかけアプローチをしたりすることも可能です。

このように取得した個人情報に対して、必要な情報を提供していくことによりお客様との関係値をより深く、濃くしていくことができます。

お客様は、著者のことを書籍を無料提供してくれた人という位置付けで評価してくれますし、実際に書籍に書かれている内容に共感してもらえれば、書籍を読むことによってファン化が進むこともよくあるケースです。

書籍を配布する販管費などのコストはもちろんかかりますが、その販管費を回収するビジネスモデルさえ作ることができれば、見込み客を獲得するにはこのブックローンチより効率的なビジネスモデルはないと私は考えています。

ブックローンチで売上最大化を目指せ

まとめると、ブックローンチは獲得した見込み客に対して、コンサルティングやあなたが売りたい商品などをアナウンスすることで、より多くの売上を獲得していくというビジネスモデルと行うことができます。

書籍の制作費、印刷費、書籍の配布単価といったコストはもちろん必要ですが、そういったコストを原価として計算し、それを上回る売上を立て

ることで利益を獲得することができるのです。

書籍を配布することで獲得した見込み客リストには、何度もアプローチが可能なので、ライフタイムバリューを考えると非常に高い投資回収率になることもしばしばあります。

今までに実施した書籍のプレゼント配布キャンペーンからの売上を見てみると、例えば1万冊の本を無料配布して約2億円の売上を獲得した案件もあります。

このように書籍を作って無料でプレゼントすることで見込み客を集め、そこにマネタイズを行っていくというのが、最新のブックローンチを活用したリストマーケティング戦略です。



ブックローンチ事例紹介

それではここから、実際にブックローンチを実行してみた事例についてお話をしたいと思います。

今回はこのブックローンチでどのようなビジネスが成り立っているのかということを理解してもらうためにいくつかビジネスモデルの説明をします。具体的な収益がどれくらい発生しているかというのはコンプライアンスの問題で言えないものも多数あるので割愛させていただきます。

●ケース1 賃貸併用住宅

賃貸併用住宅という物件を販売している不動産会社があり、その商品を売るためのマーケティング

グ策のためにブックローンチを採用して頂きました。賃貸併用住宅というのは簡単に言うと、1つの物件において、自分が住む住居部分と、賃貸住宅や店舗として貸し出す部分がそれぞれあるというものです。

例えばこの賃貸併用住宅を導入することによって、住宅ローンなどで支払う金額と、賃貸住宅として貸し出すことによって入ってくる家賃が相殺できてプラスマイナス0円になれば、実質0円でマイホームを持つことができる、というロジックです。

このロジックを利用して、マイホームを0円で建てる方法という内容の**書籍を作り、無料で配布をして見込み客を集めます**。そしてマイホームを0円で建てられる理由を説明し、**営業担当者が賃**

貸併用住宅のメリットを伝え、賃貸併用住宅の契約を取りに行くという流れです。

このように書籍を無料配布することでリード情報（見込み客の情報）を集め、営業担当者がクロージング（契約）するという流れで大きな利益を獲得することができるようになりました。

●ケース2 ドバイ不動産

ドバイ不動産を販売している方にブックローンチの仕組みを提案し、採用して頂きました。

ドバイにいち早く移住して不動産販売を行い、すでに実績を積み上げてきた方と協業し、その方のお話をまとめてドバイ不動産本を作りました。

このドバイ不動産について書かれた書籍を無料で配布するだけではなく、実際にどのようなドバ

イ不動産があるのかというセミナーも行って頂きました。

この書籍を受け取ってくれた方に向けてドバイ不動産の案内を行い、多数のドバイ不動産の契約を実現させることができたとのことです。

このドバイ不動産の例で言うと、まずドバイ不動産の本というものの自体が一般の書籍市場にほとんどないということ、またドバイ不動産の専門家というポジションがそもそも存在しないという状況がありました。

ですので、このドバイ不動産の書籍を作ることにより、その**著者がドバイ不動産業界において有名な専門家、という称号を手にすることができるという利点**を得られたのです。

この称号がどのように今後のビジネスに生かさ

れるかということ、ドバイ不動産を買いたいと考え、誰から物件を案内されて購入するかということを考えた方がいたときに、このようなエビデンスのある方からの紹介であれば大丈夫だ、という信用を得られるという効果があります。

このようにジャンルによっては、書籍を作っ
てリリースするだけでも高い優位性を勝ち取る
ことができます。それがブックローンチの大きな
特徴です。

商業出版として考えたときに、ドバイ不
動産の書籍は売れるジャンルではありません
が、この場合はドバイ不動産の物件が
実際に売れることによる高い報酬が手
に入るため、書籍を無料で配布しても
採算が取れるどころかさらに大きな利
益を手に入れられるのです。

●ケース3 相続

相続についてのコンサルタントを行っている行政書士・司法書士の方と一緒に組んでブックローンチを行いました。

あらかじめリサーチしたところ、相続の専門家というポジショニングはあまり確立されていないようでした。相続相談をしたいとき、誰に依頼すればいいのか？ この人に依頼をすればいい、という明確な方はいない、というのが現状でした。

そこで著者の方を「**相続専門の行政書士・司法書士**」とするブランディングをかねて相続の専門本を制作しました。また「**相続デザイナー**」という肩書きを作り、**相続の第一人者、専門家としての地位を確立**させました。このケースでは書店で

も実際に販売して施策も行ったことにより、**実際に著書が書店で売られている、また書店では書籍が棚展開されて特集されてランキング1位も獲得した有名な著者の方**、というエビデンスを作ることができたのです。

このように、書店でも注目されている相続の専門家の方の本を無料でもらえる、ということで集まった人に本を無料配布してから相続相談につなげるという導線を作り、相続に関して多数の契約を取ることができたとの報告を頂いています。

●ケース4 相続不動産

パッと見ると相続の例と同じように見えるかもしれませんが、これはもっとニッチなジャンルでの専門家としての地位を築いたブックローンチの

成功事例です。

相続不動産のみを扱っている不動産業者の方とパートナーシップを組み、ブックローンチを行いました。

まず業界についてリサーチしたところ、実際に相続を受けた不動産または相続対象の不動産をどのように処分、または活用したらいいのかということを相談できる窓口がほとんどないことがわかりました。実際に相続不動産を専門としている業者があまり見当たらないため、このカテゴリでの専門家枠を取りに行くということをこのブックローンチの目的としました。

例えば実際に親御さんがなくなって引き継いだ相続物件があるとします。この相続物件をどのように処分すればいいのか？ また活用すればいい

のか？ という悩みに対して、相続不動産の専門家ということで相談ができる窓口を作りました。

●ケース5 資産運用

「はじめての資産運用」という書籍を作り、資産運用について興味のある人を集めるためのブックローンチを実施しました。

資産運用に興味がある、どうやって運用すればいいかという悩みのある人を集め、この方々向けに資産運用のコンシェルジュサービスを行いました。

このコンシェルジュサービスではユーザーへのヒアリングを行いどのような投資商品があるのかをアドバイスします。

●ケース6 集客

あらゆる集客についての内容をまとめた書籍を配布するブックローンチを行いました。

この集客についての書籍を無料で配布した後、どのようなビジネスモデルを展開していったかを説明しましょう。

まず書籍を受け取った人に対して無料のオンラインサロンへの入会を促します。この集客についての書籍を手にする方は何かしらの事業を行っている方がほとんどなので、この書籍を配布することで様々な分野で事業を行っている経営者や担当者を集めることができました。

集客はビジネスを行うにあたって永遠の課題であり、解決すべき課題です。集客について書籍

では様々なことが解説されていますが、それだけでは十分でなく、集客に関しては常に最新の情報が必要です。

この集客の最新情報をお伝えしている場が著者が運営しているオンラインサロンです。オンラインサロンでは月額5500円で集客についての講座を毎月受け取ることができます。

集客方法というのは常に新しいものが求められるので、常にアップデートが必要です。オンラインサロンでは新しい集客の手法を提供しているので、優れたサービスを提供し続けているということで多くの方が長期的なユーザーとなっています。継続的なサブスクリプションとしては解約率がとても低いと聞いています。

アイデア次第でいろいろな展開が可能

このように書籍を無料配布することで見込み客を集め、ビジネスにつなげていくということが実現可能だということをご理解頂けたかと思います。

せっかく作った書籍であれば、一人でも多くの人に見てもらいたいですよね？

そして制作した書籍を読んでもらい、自分のお客様になってもらったり、自分のファンを獲得できたりするのなら、カスタマイズ出版を活用してみたいと思いませんか？

書店に並べてもまったく売れない書籍を作るくらいであれば、書籍を無料で配布し、自分の書籍を読んでもくれる読者や仲間、お客様を一人でも多

く増やした方が理にかなっていると私は考えています。

実際に書籍がたくさん売れることではなく、書籍を読んでくれたファンの人とのコミュニケーションの方が重要だと確信しているので、私はこのブックローンチという手法をさらに広めていきたいと考えています。

ネット上においての有名人、YouTuberという職業の人たちは、一般的に芸能人や著名人のような知名度はありませんが、チャンネル登録者という固定ファンがいて、そこが見込み客となっています。

インフルエンサーとして動画内で商品やサービスを紹介したり、企業からの案件を獲得すること

によってテレビに出ている芸能人を上回るほどの収益を得ています。

同じような考え方で、書籍を日本全国の書店の書棚に並べることをしなくても、作った書籍をピンポイントで見込み客に届けて読んでもらえるというブックローンチのような出版スキームがあれば、あなたがそのカテゴリーで唯一の著名人、特定のジャンルの専門家になることが可能なのです。

おわりに

いかがでしたでしょうか。カスタマイズ出版を利用することでいろいろなマーケティング戦略を展開できることがお分かり頂けたかと思います。

単純に書籍を制作するだけではなく、この書籍を利用したビジネスを行えば、さらに視野が広がり、利益を得るチャンスに出会うことができます。

また第3章では、カスタマイズ出版の活用法の中でも、書籍を無料配布をするマーケティング、いわゆるブックローンチというものがいろいろと活用できる例を紹介しました。

つまり、自分好みの書籍を作るだけでもいいのですが、さらに踏み込んで、書籍をどのように活



用するかがキモなのです。

このブックローンチは著者や企業のブランディングはもちろん、売上につながる出版を行うことができるということで、非常に注目を集め、問い合わせも多く頂いています。

実際に私が今までに作った書籍、現在制作を進めている書籍についても、無料で配布するために作成しているものが増えていきます。

書籍を作る必要性とは？

なぜ書籍を作る必要があるのか、作りたいのかということ一度考えてみてください。

自分が著者となった書籍が書店に並んでいること。もちろん、これはあなたにとってすごく嬉しいことかもしれません。

ただ、書籍が書店に並んでいるだけではあなたの自己満足に過ぎず、実際に書店で本が売れなければまったく出版した意味をなさないのです。少なくともブランディングというところでは意味があるという程度かと思います。

書店で本が売られている、そんな本の著者である……。それだけがあなたに残るエビデンスとなるのです。

本当にそれでいいのでしょうか？

カスタマイズ出版を採用することで、ちゃんと書籍をマーケティング的に活用できた方がいいと思いませんか？ もちろん、あなたがもともと考えていたブランディングにもこの書籍は使えます。

あなたが書きたい内容で書籍を作り、あなたが



案内をしたいサービスや目的のために書籍を活用する。そちらの方がよっぽど価値があると思いませんか？

仮に今回第3章でお伝えしたブックローンチという本を無料で配る戦略を取れば、見込み客を簡単に集めることができるようになります。

本書ではあまり書きませんでした。ブックローンチでは、広告展開をした際にも広告審査が通りやすかったり、安い単価で見込み客を集めることができるというメリットもあります。専門用語で言うと、安いCPA（顧客獲得単価）で見込み客のリスト獲得ができるということです。

リストの価値をご存じの方はよく分かると思いますが、名前とメールアドレス以外に住所と電話番号まで取得ができるというのは非常にメリット

が高いです。

一人でも多くの方に書籍を手にとってもらい、あなたのことを知ってもらってください。そうすることによって今までアプローチのできなかったファンの方々に対しての接点を持つことができるようになったり、書籍を出版することでブランディングが行われ、あなたの信頼感が高まり、通常よりも高い成約率を記録できるようになるでしょう。

単に何も考えずに出版をするぐらいであれば、きちんと本を有効活用できる手法を検討し、いろいろなバリエーション展開ができるマーケティングが可能な、このカスタマイズ出版で書籍を作る方がよりよいということがご理解頂けたのではな



いでしょうか。

カスタマイズ出版のためのフォロー体制

今回このカスタマイズ出版を実現するため、どのような形でもあなたの好きなように出版が実現できる、フレキシブルに対応できる出版社を私の方で用意しています。

その出版社を使えば、あなたが有料で書籍を売りながら同じものを無料配布することももちろんできますし、ビジネス書の体裁ではなく絵本や写真集の体裁で印刷物を作ることも可能です。

印刷部数も自由に設定することができますし、予算に応じた出版も可能です。もし自身での書籍の執筆が面倒ということであれば、ライターを用

意することも可能です。

ここまでお話をしてきたように、**カスタマイズ出版を使えば、あなたにとって一番理想的な形での出版をすることができる、またビジネスにつながる、売上につながる本質的な出版ができる**ということをご理解頂けたかと思います。

これまでの出版社であれば書籍の売上＝会社の売上だったものを、この書籍を配布することによって副次的に生まれるビジネスでの売上を狙ったりすることこそ、書籍を有効活用しているという風に言えるのではないのでしょうか。



あなたに合った仕組みをご提案

本書にてあげたカスタマイズ出版の活用方法だけがすべてではありません。書籍を無料配布するブックローンチという仕組みがフィットする場合だけでなく、もしかしたらweb上だけで限定で販売する方が効果的なケースもあるでしょう。

バリエーション豊富な展開ができるカスタマイズ出版だからこそ、あなたに合った一番いいマーケティング手法を私をご提案できればと考えています。

多くの方にこのカスタマイズ出版の活用法を知ってもらうために、この書籍は書店にて販売されますが、それと同時に無料配布も行っています。

この本もブックローンチの中の一つと言えます。この本の目的はカスタマイズ出版というものを多くの方に知ってもらうことであり、本書はこのカスタマイズ出版というモデルを利用したいという方を集めるために作った書籍なのです。

この書籍を読んでみてカスタマイズ出版に少しでも興味を持って頂けたのであれば、この本は役割を果たしているということです。

このように書籍を使って見込み客を集め、自分が紹介したいサービスを案内できるということ、私は実際に本書を作ることであなたにお伝えしたかったのです。

このカスタマイズ出版について興味をお持ちの方は次のQRコードを読み取ってご連絡ください。



あなたのビジネスモデルを教えてください、カスタマイズ出版においてどのような書籍を作り、どのようなマーケティングプランを実施していけばいいのかということについてのアドバイスもさせて頂ければ幸いです。

あなたのお問い合わせを心からお待ちしております。

山本智也

**実際に行われた
ブックローンチ事例集を
無料で公開しています！**
登録はこちらの QR コードから→



山本智也 (やまもとともや)

1983年兵庫県生まれ、近畿大学卒業。小さい頃から経営者である父親の影響を強く受け、小学生からビジネスを始める。高校時代には独学でプログラミングを学習。大学時代はネットショップの運営や、広告代理業、ホームページ作成代行のサービスを始め、月収100万円超に。大学卒業後、独立を視野に入れながら人材派遣会社に入社、副業が給料の5倍になり、わずか3ヶ月で退社、23歳で会社設立を果たす。2020年には、「ハndsピナー」、壁にくっつくスマホケース「WAYLLY」などを手掛けたケースオクロック社を売却。現在は年商10億円超となりグループ10社をまとめる。著書に「業務外注化の教科書」がある。

カスタマイズ出版で成功のチャンスをつかむ

2023年9月30日 初版発行

著者／山本智也

編集・制作／株式会社ビーパブリッシング

印刷所／株式会社クリード

発行／株式会社ナビゲートプランニング

〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1-2-3 渋谷フクラス17F

©Tomoya Yamamoto 2023 Printed in Japan

ISBN 978-4-910837-23-9

※乱丁、落丁本はお取り替えいたしますので、お手数ですが上記までご連絡ください。

※本書の内容の一部または全部を無断で複製、転載することを禁じます。