



自費出版 のこつ

自費出版とらの巻！
自費出版を楽しもう！



 自費出版の本

自費出版 のこつ

自費出版とらの巻！



S.Endo

高尾山の花名さがし隊

目次

1章 企画がよければ本は売れる・・・7

1. 出版の目的はなにか
2. どういう本を作りたいか
3. ターゲットを明確にする
4. どういうメンバーで作るか
5. オンリーワンを狙え
6. リスクを予測し、慌てず対応を

コラム 1

2章 デザインが良ければ本は売れる・・・21

7. 本のタイトルで売りが決まる
8. 表紙を品よく目立つデザインに
9. 本全体のデザインも品よく
10. ポスター、案内状もキャッチコピー風に

コラム 2

3章 コストの安い本を・・・31

11. 自分でできることは自分で
12. 補助金を活用しよう
13. 地元の出版社に依頼がいい
14. いろいろな人の応援を

コラム 3

4章 おもしろく間違いのない本を・・・41

15. おもしろいことはすぐメモ
16. ネタをメモから文章に
17. 目次と大まかなレイアウトを
18. イラストで親しみ易さを
18. 自分で間違いを徹底的にさがす
20. 多くの人にチェックしてもらう

コラム 4

5章 広報はあらゆる方法で・・・55

21. 仲間のクチコミが一番の広報だ
22. ミニコミ、マスコミに売り込もう
23. へたな鉄砲数打ちや当たる

コラム 5

はじめに

「あなたの本を出版しませんか！」という広告をよく見かける。世は自費出版ブームである。幾つかの自費出版をみたことがあるが、作ったけれど売れ残っているようだ。どう見ても売れそうもない本もある。

自費出版のやり方を書いた本もいろいろ出ているが、業界関係者が書いた本ばかりで、自費出版の著者が書いたものを見たことがない。そこで私の経験した事例で「ペイする自費出版」のコツをまとめてみることにした。

現役のころ、マイコンクラブで活用事例の本、仕事関係で統計解析の本の原稿を分担して書いたことと、香港に駐在している時に撮影した写真集を友人にあげるために出版したことはあるが、自分の本を流通経路で販売したことはなかった。リタイア後、パソコンを知っている人がいないため町会の仕事を手伝った時に、町の印刷屋さんをお願いして町会の広報紙を立ち上げた。その時のやりとりの中で出版や印刷のコツを習得した。イラストレーターとフォトショップのプロ用ソフト2つを使えばよさそうだということ、最近ワード、エクセルなどでもPDFで印刷原稿が作成できることを学んだ。

趣味で高尾山の花の写真を書いていたが、花の名前が分からずに苦勞した経験から、ガイド仲間と2人で『高尾山の花名さがし』という、花の名が調べやすい小図鑑を出版した。出版に際し、企画取材、編集、校正、広報、販売など、考えられることはできるだけ自分たちでやることにした。出版2ヵ月で1500部を完売し増刷、増刷版もなくなり、3年目で増補改訂版を出版した。

高尾山の本第2弾として、前書の経験を生かし、『高尾山おもしろ百科』を出版、好評販売中である。高尾山の本2冊は電子書籍としても販売。香港の写真集は無料で電子版をダウンロードできるように公開している。

そこで高尾山の本2冊と香港の写真集を自費出版しそのときに学んだコツをまとめてみることにした。この本は、読者が全国に散らばっているロングテールの本なので、紙の本としては販売しにくい。POD(プリントオンデマンド)として出版することにした。これから自費出版したいと考えている人が低コストでいい本を出版するきっかけになれば幸いである。

2014年6月23日

遠藤 進

私の出版した本です！



『高尾山の花名さがし』の初版は2ヵ月で完売。増刷版もなくなり、増補改訂版を出版。

『高尾山おもしろ百科』は発売から1年。新聞、TVなどで紹介され、ペイするメドがあった。

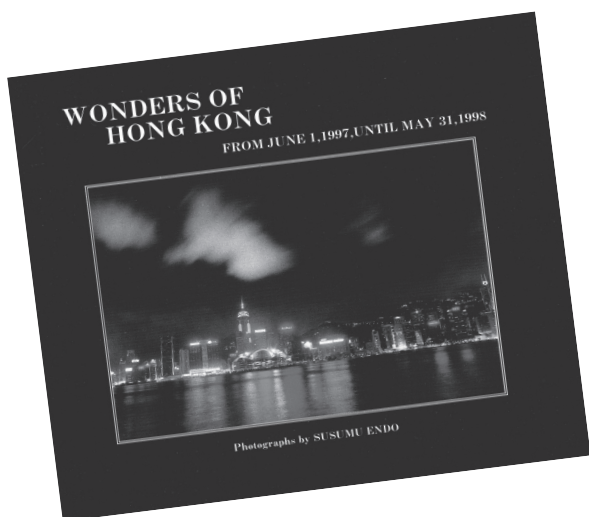
1 章

企画が良ければ 本は売れる



目的にあった本になっ ているか？

友人、知人にあげるために作った本は売れない。下記の本は友人にあげるために作った私の本です。



1 出版の目的はなにか

A. 書店で不特定多数に販売したい

市場で第三者に買ってもらうためには間違いがあってはならない。お金を出して買ってもらうためには内容も一定のレベルが必要である。出版しても売れなければペイしないリスクあり。

私の『高尾山の花名さがし』『高尾山おもしろ百科』はこのケースである。

B. 本を友人、知人にあげたい

友人、知人にあげる場合、かかった費用は自分で負担する。自分史、写真集、詩集、句集、画集などが考えられる。内容もそんなに高度な内容でなくてもよい。多少の間違いがあってもあまり問題にならない。費用はすべて自己負担である。

私の香港の写真集『WONDERS OF HONG KONG』はこのケース。

C. 不特定少数の人に読んでもらいたい

自分の作品、経験、ノウハウを世の人のために残したい。ペイする可能性は低いので、費用を抑えるためには電子ブックが最適。

この本『ペイする自費出版』はこのケースに当てはまる。

ユーザーの意見は 聞くな！

ユーザーの意見を反映すると市販品と似たものになるので注意が必要。ユーザーは形になって初めて良さが分かる。

2 どういう本を作りたいか

どういう考え方、コンセプトで出版したかを『高尾山の花名さがし』を例に紹介したい。

高尾山で花の写真を写して、名前を調べようとしても、春、夏、秋の分類か、色別分類がされていて、探すのが難しい。また、ハイキングに持って行ってザックの中から出すのが面倒な大きさの本ばかりである。

そこで撮りためてホームページに載せてあった写真を月別に分類、ポケットに入る小図鑑にまとめ、高尾山のガイド仲間と出版することにした。出版のコンセプトは下記の2つ。

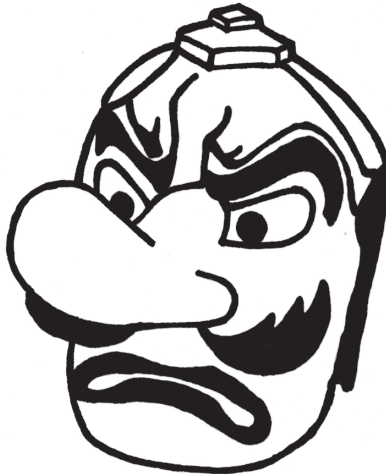
1. ポケットに入る高尾山の花の小図鑑
2. 花の名が調べやすい月別分類

考え方を初めの段階ではっきりしておかないと、途中で他の人の意見に引っ張られることが多い。特に2人以上の共著の場合ほうまうまういかなくなると論争になり、分裂の可能性があるので気をつける必要がある。

我々の場合は合宿し話し合いをし、しっかりと文書に残した。大まかな表紙、本文など、何度も試作版を作成して1つずつ確認した。

万人向きのものは ない！

女性はかわいいのが好き、男性はかっこいいのが好き！『高尾山おもしろ百科』では赤い天狗を表紙にいれてみた！



3 ターゲットを明確にする

ターゲットにする読者の年齢、女性か男性か、住んでいる地域などを想定する。それによってどういう本を作るか検討することが必要となる。『高尾山の花名さがし』の場合は、子育てを終わった50～60代女性で、高尾山へハイキングに来るリピーターを考えた。リピーターの中には花に詳しく、自然保護に積極的なオピニオンリーダーもいる。

住んでいる地域は主に八王子を含む多摩地区を想定したが、都心からのリピーターの女性も考えた。この年代の女性は総じて花が好きであると事前調査で分かった。

企画は本の内容を決めるだけではない。企画時点で、デザイン、編集、校正、モニターテスト、広報、販売などの全ての工程にわたって検討する必要がある。各工程でのリスクや問題点などへの十分な対策が成功につながる。特にアマがプロ市場に入るには、考えられるあらゆる弱点、強みを調べ、対応することが大事である。十分な検討をしたうえで、「下手な鉄砲数打ちゃ当たる」と「駄目でもともと」の精神で活動を展開したい。

異質の組み合わせ がいい！

写真のうまい人、イラストのうまい人、花に詳しい人、写真をいっぱい写しているなどとのコラボが有効。

4 どういうメンバーで作るか

著者は1人か2人か、それとももっと多
いか。どういうメンバーに手伝ってもら
うか。『高尾山の花名さがし』の場合
は花のホームページを作っている人が私
ともう1人いたので、私の写真だけ
では足りないことと、私たちのように
花の名を覚えるのに苦労しなくても
よいようにと、2人の共著で作ること
にした。

メンバーが固まったらどのくらいの
期間を編集期間に当てるのか、分担を
どうするかも大事となる。企画から
出版までの期間は、余裕をもって、
2年位かけたほうがよい。企画と
取材に1年、編集、広報の準備など
に1年かけるのが私のパターンであ
る。リタイアしているので十分に時
間があり、余裕をもって出版に取
り組める。最初の出版には3年
位かけた方がよいかもしれない。

出版の時期は本の内容によって違
うと思うが、花の本の場合は春が
一番ではないかと思う。私の場合
は市の補助金を受けていたので、
期末まで余裕をもってシーズンの
終わる11月に出版した。

世の中の本とは 違う本を！

市販されている本と同じでは出版する意味がない。世の中にはないスキマ本を作ることだ！

5 オンリーワンを狙え

有名な専門家の出している本を超えるには、専門家が経験した以上の年数がかかる。それは無理だが、世の中になく特徴ある本を出すことはできる。つまりナンバーワンでなく、オンリーワンを狙うのだ。部分的に専門家の本を超えることは可能。大手出版社では手間がかかりできないことをやってみよう。

『高尾山の花名さがし』の場合は、高尾山の花の本では初めての特徴を3種類加えた。

- ①全ての花に花名の由来の分かる漢字名を載せた。ワープロソフトになく文字も作成。
- ②外国人でも使えるように学名を入れ、スイスに住んでいるドイツの友人に喜ばれた。
- ③1行で花の特徴を説明してある。

デザインもセンスが良ければ超えることができる。今回は特に目立つ表紙、中表紙などは品よく目立つデザインを心がけ、これが大きく販売に貢献した。

アマだからこそできることはいっぱいある。ミニコミ紙、新聞、テレビは、アマだから報道してくれる。

問題が分かれば 失敗は防げる！

文の間違い、売上不足、写真の質が悪いなど、先人の失敗はいっぱいある。普通にやれば、素人が失敗するのは当たりまえ。

6 リスクを予測し、慌てず対応を

いい本を出版しても、花名の間違いがあつたり、ポカミス、誤変換などが発生する可能性がある。売れなくて費用の回収ができず、結果として失敗する可能性がある。

大手の出版社から市販されている本でも正誤表のペラが入っていたりする。

『高尾山の花名さがし』の場合は、花名、学名などに間違いがあれば小図鑑として致命的。問題が発生しないように編集段階でどういう校正をするかを十分に検討し、トラブルを事前に防止する態勢を考える必要がある。

補助金に応募してもプレゼンテーションで不合格になる可能性もある。相手があることなので、企画書作成、面接、プレゼンテーションなどの準備で、相手が何を求めているかを考えておくことが大事である。

補助金は万が一受けられない場合のコスト対策を考えておくことが大事である。

上記以外の問題も含めて、予測されるケースをリストアップし、チャートで徹底的に解析、予防策を講じ、万が一発生した場合の事前検討を十分にした方がいい。

コラム 1

参考文献を載せる必要があるか？

インターネットがこれだけ普及しているいま、簡単にパソコンで調べられる。ある人が、「読者から間違いを指摘されたときのために、参考文献を載せている」と言っていた。あとがきのお礼も、責任があるので載せないでほしいという話もあった。

私の場合は、参考にしたのはインターネットが多く、あえて全てを載せてはない。それに私の参考にした本のほとんどが、八王子図書館の地元関係のコーナーにあるので、参考文献は載せないことにした。その代わりに友人、絵の先生のコメントを依頼し載せることにした。

〈 イラスト礼賛 〉

遠藤進さんは何でも自分でやってしまう人らしい。絵はやったことがないが、イラストを描きたい、といって教室に来た。まったくのシロウトだった。絵がうまくなる秘訣はたくさん描くことだ。この本にはイラストがなんと108話全部についている。ゼロから始めて108枚も描き上げたのだ。この数はキク。成程シロウトっぽいもある。遠藤さんは何でもやってしまうのだ。

フランス芸術家協会会友 山田 卓

2章

デザインが
良ければ本は
売れる



自費出版の本

タイトルは楽しく色 も目立つように！

名もない素人の著者の本は、目立たなければ、触ってもらえない。
品よく目立つことが成功のヒケツ！

7 本のタイトルで売りが決まる

タイトルを変えたらベストセラーになった本もあるらしい。『高尾山の花名さがし』もキャッチコピー風のタイトルにした。第2弾でも多くのアイデアの中から、『高尾山おもしろ百科』というタイトルを選択。アイデアの中から一部を紹介。どれがいいと思いますか。

高尾山の花	高尾山まるごと百科
高尾山の野花	おもしろ高尾山
ハイキング高尾山	高尾山大辞典
花の高尾山	高尾山小事典
野の花高尾山	高尾山おもしろ話
花の高尾山	高尾山おもしろ大全
高尾山の花図鑑	こぼれ話高尾山
高尾山花一覧	高尾山こぼれ話
高尾・陣馬の花	雑学高尾山
●高尾山の花名さがし	●高尾山おもしろ百科

「花名」は、正式には「はなな」、または「かめい」と読むらしい。あえてゴロの良い「はなめい」と読むことにした。

案が多いほどいいアイデアが出る可能性がある。案を思いついたら忘れないうちにすぐメモすることになっている（私はiPhoneに）。

いいデザインは 誰でも分かる！

世に出ている本と並べてみれば、どちらがいいデザインかは、素人でもすぐ分かる。高尾山の2冊の本はトップレベルと思っているが！

8 表紙を品よく目立つデザインに

本屋に並んだ時に手に取ってもらえないと販売につながらない。2冊ともにタイトルをマゼンタ100%に統一し、イメージが同じになるように表紙の上部に配置した。字体も同じHG創英ポップに、ワンポイントに高尾山の象徴であるスマレのイラストを右上に入れた。ワンポイントは本に間が抜けた感じをなくし、シリーズの本ということも分かるように配慮。『高尾山おもしろ百科』の場合は赤で目立つ天狗のイラストを右下に配置した。

さらに、本のコンセプトであるポケットサイズをタイトルの左下に入れて強調した。日本語と英文のキャップフレーズも抜かりなく挿入。『高尾山の花名さがし』の場合は主な花の写真を9枚、『高尾山おもしろ百科』は大きなイラストを配置した。イラストと写真の違いはあるが、シリーズとしてのイメージを保ちながら特徴のある表紙デザインになっている。マゼンタ、シアン、グリーンなどの目立つ色を使い、品よく目立つようにしている。

好きな本は 開けばすぐ分かる！

表紙がいいデザインでも、開いてみたら写真が汚かったり、本文のデザイン、レイアウトが悪いと購入にはつながらない。

9 本全体のデザインも品よく

表紙を見て手にとった人は、開いてみてごちゃごちゃ安っぽいと思うとすぐ戻す。『高尾山の花名さがし』は、春、夏、秋の最初のページに季節の花のイラストを載せたり、ところどころにコラムを入れたりしている。各ページのレイアウトもすっきりさせて品よくした。『高尾山おもしろ百科』は白黒なので、写真でなくイラストを使用した。

著者の紹介は特に入れず、『高尾山の花名さがし』には漫画風の似顔絵イラストとした。これが直接販売する時に笑いを誘い、好評である。『高尾山おもしろ百科』の場合はスケッチ風の似顔絵にした。こちらも漫画風には及ばないが、好評である

高尾山の本は、八王子市内では平積み、面陳での販売が多い。八王子以外では棚差しという普通の陳列方式なので、薄い本の場合は目につきにくい。だから背表紙も目立つデザインにした。対策としてタイトルが目立つように白抜きのマゼンタにした。

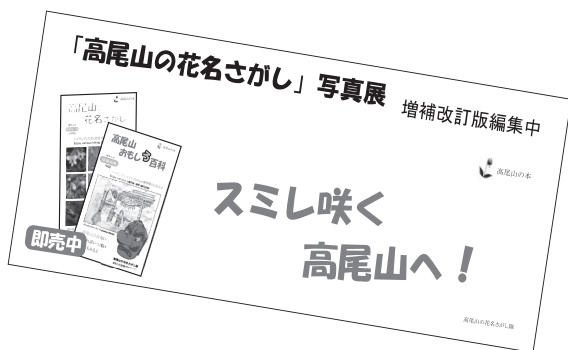
また、読者からの要望もありメモ帳をいれ、本を厚くすることにした。

目につかないと 本は売れない！

いい本を出版しても、表紙、ポスター、案内状など、全てがキャッチコピー風で目立たないと売れない。全てのデザインを統一して広報することが大事である。

10 ポスター、案内状もキャッチコピー風に

ポスター、案内状、名刺、ニュースリリースなども、本のタイトルと同じ色、同じフォントを使用し、イメージを定着させる。写真展のタイトルは、「花の高尾山へようこそ！」や「スマレ咲く高尾山へ！」などで、マゼンタで文字のフォントも統一してイメージを同じにした。



毎年開催の写真展の大ポスター
で高さ1 m、横2 m

コラム 2

イラストの描き方

私は絵心がないので、写真の上にトレーシングペーパーを乗せ、写真の輪郭を描いてスケッチ風のイラストを描いた。表紙の天狗の場合はそれを元に切り絵にした。



3章

コストの 安い本を



自費出版の本

自分でできないことは 人にきく！

自分でできない場合はあらゆるコネを使ってできる人を探す。それでもだめなら本やインターネットで調べる。

11 自分でできることは自分で

自費出版で安くするには、自分でできることは自分でやって、低コストに抑えるしかない。どうしてもできないのは、大型の機械が必要な印刷と製本ではないかと思う。少量の印刷、製本は自分でもできないことはないが、流通経路で販売するには無理ではないかと思う。一方、企画から販売まで全てを依頼すると手間がかかるのでコスト高になってしまう。特に『高尾山の花名さがし』のように多量の写真がある場合はなおさらだ。

自費出版をしたいリタイア組には時間が十分あるので、実力に応じて、企画、編集、広報などを自分でやれば、全部出版社に依頼した場合よりも低コストで出版が可能である。費用は著者もちなので、売れない場合のリスクが出版社にはないし、著者は低コストで出版できるため、Win-Winの方法といえる。

私の場合はAdobeのイラストレーター、フォトショップなどの専門性の高いソフトを持っていたので、本格的な完成原稿を作ることができ、そのまま出版社に渡して印刷することができた。

審査員の 心をつかめ！

審査員は「公益性」と「ボランティア」という言葉に弱い！ 公のためにやっていることを徹底PR！ 嘘を言わなければいくらオーバーでもいい！

12 補助金を活用しよう

いろいろな団体で補助金を交付している。任意団体でも公募している補助金があるので挑戦してみてもいいだろう。我々も市の補助金を受けることができた。応募には、書面、面接、プレゼンなどの審査がある。審査では公益性があるかどうかポイントなので、重点的にこの点をPRした方がいい。政治的団体、宗教団体、金持ちの団体の場合は審査で合格しない印象がある。

発表ではPRするポイントを数項目にしぼり、重点的に訴えた方がいい。プレゼン画面では1画面に4～5項目を載せ、読み上げるのではなく、補足説明をする方がいい。大事なことを先に説明し、時間が来たらいつでも終われるようにしておきたい。

嘘をいってはいけませんが、オーバーに説明するのがコツである。事前に質問を予測し、返事を考えておく。そのためには前年度にプレゼンテーションを見ておいたり、議事録を見ておこう。出版関係の補助金では、申請はただの自費出版でないかとの審査員のコメントが議事録で多く出てくる。

地元ならすぐ会って 相談できる！

I Tの時代でも会うのが一番。メールは事務処理だけにした方がいい。地元ではいいかげんなことはできない。

13 地元の出版社に依頼がいい

いろいろな出版社に相見積もりを依頼し、できるだけコストの安いところに出版を依頼するのが出版費用を抑えるコツである。

しかし、少しくらい高くとも地元の出版社に依頼した方が、データのやりとりや販売する時などにも便利である。この時代、メールで情報交換、データの受け渡しができるが、直接会って話せる地元の出版社の方が年寄りの私には良いようだ。また、話をしている間にいろいろな情報交換ができて役立った。特に、地元の歴史、観光などに詳しいので参考になった。イラストレーター、フォトショップの使い方、文章の書き方などもその場で教えてくれるので大いに助かった。

特に地元の出版社の場合は、地域の書店と直接取引をしているので、情報がつかみやすく、ポスター貼りの依頼や展示方法の変更のお願いなどができるので便利である。初期にはミニコミ紙、フリーペーパー、マスコミ、テレビなどへの売り込みもしてくれ、出版には話題作りをしていただいた。

世の中にはいろいろな 特技の人が！

リタイアした人にはいろいろな特技、
職種をもった人がいっぱい。喜んで手
伝ってくれる。コンセプトをしっかり
もっていればかきまわされることもな
い。

14 いろいろな人の応援を

リタイアしてみると、世の中にはいろいろな知識、技術を持っている人がいっぱい。写真の好きな人の集まり、図書館の調べ学習、高尾山のガイドなどに参加してみて実感した。職種もいろいろな人がいて情報も集まる。出版社のOBや現役の人にも出会い、編集や出版の方法を教えていただいた。

ガイドの皆さんには、花のことや高尾山の歴史など面白い話を聞くことができた。学校の先生だった人には花の学名と文書の校正で手助けしていただいた。イラストの上手い人の数人には、花のイラスト、似顔絵などを描いていただき、表紙、本文などに配置して親しみやすい本に仕上げることができた。

町会で広報紙を立ち上げた時に印刷屋さんの女性に教えてもらったことが、出版時に役立った。出版社からは編集やレイアウトの仕方を教えていただいた。またイラストレーターの使い方や編集方法を教えていただいた。油絵の教室では場違いのイラストの指導をしていただいた。

コラム 3

価格の決め方

本の価格は出版社が決めるのかと思ったら、著者がいくらに決めてもいいのだという。そこで私の場合は、税込みで1000円になるように952円にした（消費税5%の時）。

952円に消費税を加えると999.6円になる。1000円または999円で売っているようである。1000円にすると売りやすいという理由で価格を決めた。

直接販売する場合はポストカードを2枚あげることにした。これも好評である。

4章

おもしろく 間違いのない本を



どこでもメモできる ように！

逃がした魚は大きい！ 夢の中でいいアイデアがあっても、すぐ忘れてしまう。アイデアは風呂の中とかトイレの中で出るとか！ iPhoneがメモに有効！

15 おもしろいことはすぐメモを

町の中で普段は何となく通り過ぎてしまうところにも、知りたいことをはっきりさせておけばネタは見つかる。町の中のポスター、チラシ、フリーペーパーなどには、表紙のデザインや本文の参考になりそうなネタが結構ある。頭で考えるより、あちこち歩いている時に偶然おもしろいネタが見つかることが多い。

特にデザインの参考になる場合が多い。参考になりそうなものがあると私はもらってくるか、iPhoneで写真を写しておくようにしている。人と話していてアイデアが浮かぶことも良くある。そういう場合は忘れないうちにiPhoneでメモしておく。

夢は起きて暫くすると忘れてしまう。アイデア、ネタを思いついても忘れやすい。すぐメモしておこう。私はいつもiPhoneをポケットに入れておくか、近くに置いておくので、アイデア、ネタを思いついたらすぐ入力する。

ベッド、トイレ、風呂の中でアイデアが浮かぶとよく言われている。

キーワードをつなげば 文になる！

文を校正する場合、各ページごとに完結するようにした方がいい。他のページに影響しないので校正がやりやすい！

16 ネットをメモから文章に

メモしておいたネタをインターネットで詳しく調べよう。ただし、インターネットは間違いが多く、いろいろな方法で未確認情報を確認情報にしておくことが大事である。最終的には本で確認した方がよい。本はインターネットと違って信用できる。私のテーマの高尾山関係の本は八王子図書館にあるので調べやすい。図書館では調べるのを手伝ってくれる司書もいるので、分からないときは相談でき、ありがたい。

年号、標高、登山人口などの数字は間違えやすく、みっともないので色々な方法で確認しておいた方がいい。

メモから文章にする際、私がやっている方法を紹介しよう。『高尾山おもしろ百科』は約150字くらいの文章で、Twitterに書き込む文章とほぼ同じで比較的短い。

高尾山ビヤ-ガーデンの話題で集めたキーワードは下記の項目。「東京で一番標高が高い」「ケーブル駅の近く」「バイキング料理」「都心の夜景見える」「ケーブルタ方混む」。ここからキーワードが入った文章を作る。

目次を作って 考えをまとめよう！

目次とページのサンプルを作り、おおよその本の内容とレイアウトを作ろう！

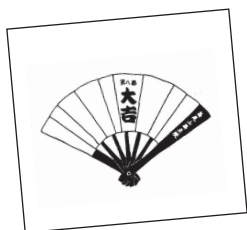
17 目次と大まかなレイアウトを

『高尾山の花名さがし』を例にして説明する。300以上の高尾山関係のお話から、話題性のありそうな108の項目を選んだ。集めたお話の見出しを考え、順序をあいうえお順にならべて決める。次に、表紙、中表紙、まえがき、目次、本文、索引、奥付、裏表紙などの順序を決める。

本文はサンプルを作り、サンプルを元にテンプレートにし、お話のタイトル、イラスト、ページなどのレイアウトを決める。各ページはテンプレートでマニュアル化し、ページ毎に完結するようにした方が、次のページに影響を与えないので編集しやすい。

主なお話は本の最初にイラストだけを集め、イラスト目次とした。お話の後に番外編として、高尾山のハイキングで役立つような知識、話題、イラストなどを紹介。イラストの上5行程度で大まかなことが分かるようにした。右側に詳しい説明を載せた。イラストは最初はパソコンで描くことを考えたが、白黒でもあり味のある手描きにすることにした。

文字よりイラスト が分かりやすい！



18 イラストで親しみ易さを

『高尾山の花名さがし』は写真が多いので、親しみやすいように、春、夏、秋の最初に季節の花のイラストを入れたり、空きスペースにイラスト入りのコラムを載せたりして、ページに親しみ易さと変化を与えた。

コラムとして載せたお話が好評だった。同じような話題を多く集め、高尾山の本第2弾として『高尾山おもしろ百科』に発展させた。この本も文字ばかりでは硬い感じなので、イラストをお話ごとに入れてあり好評である。

表紙と裏表紙に真っ赤な天狗のイラストを入れたら目立っていて人気だった。空きスペースには高尾山の天狗のイラストを入れたり、天狗のイラストをまとめて載せたのも大好評だった。

『高尾山の花名さがし』では、著者2人の漫画風のイラストを使ったところ、直接販売時に笑いを誘って役立った。『高尾山おもしろ百科』では、スケッチ風のイラストを入れたが、こちらも話題づくりに役立っている。『高尾山おもしろ百科』では、カバーに『高尾山の花名さがし』の表紙の写真と著者のイラストを入れた。

チェックに やり過ぎはない！

繰り返し見直した結果、1ヶ月で試作本の字が擦り切れて見えなくなった。ページもバラバラになるまでチェックした。おかげで出版後に読者からの間違い指摘はなかった。

19 自分で間違いを徹底的にさがす

間違いのペラを挟んである本をよく見かける。プロが出版している本でさえ間違える。花の本を多く持っているが、間違いのない本を見たことがない。アマの我々が作れば間違いがあるのは当たり前、というわけにはいかない。『高尾山の花名さがし』の場合は、最初の試作版の本で約500の間違いがあり、驚いた。

誤変換、ポカミスによる漢字の間違いや文章の誤りが多かった。

『高尾山の花名さがし』はわたしの最初の出版でもあり、漢字の間違いに加え、花名の間違い、索引の間違いなど、多岐にわたった。他の人にチェックしてもらう前に自分で徹底的にチェックし、みつともない間違いを少なくしなければならないと実感した。

画面でのチェックに加え、時間をおいてチェックしたり、プリントしてみたり、実際に製本したもので確認した。手作りで製本したものに比べ、出版社に依頼して製本したものでも数回チェックした。辛口の家族のチェックも有効である。

著者のチェックだけでは 限界あり！

自分以外の多くの人にチェックしてもらうことが効果的だが、最後はプロに確認してもらった方がいい。素人は間違っていて覚えている場合もあるので注意する必要がある。

20 多くの人にチェックしてもらおう

自分でいくらチェックしてもどうしても分からない場合がある。『高尾山の花名さがし』では、花に詳しい約20名のガイド仲間、写真仲間などに見てもらった。花名だけでなく、高尾山にはないのではとか、園芸種ではないかななどの問題を多く指摘していただいた。また、『高尾山おもしろ百科』では、漢字の間違い、文書や歴史の年号の間違いが多かった。

詳しい人以外に、一般の人にもモニターテストをお願いしたが、絵を描く白紙とメモをとる罫線入りページを交互に載せてほしいというアイデアが提案された。非常にいい案だったので早速メモ欄を追加。発売後に大好評だった。ただ要望は、市場出ている本と同じようにしてほしいというものが多いので気をつける必要がある。特徴のないものになるので注意したい。

ある程度完成した後に専門家にチェックをお願いした方が、費用はかかるが効果はあった。アマはいろいろ指摘してくれるが、いくら見てもらっても心配である。

コラム 4

文章の作りかた

文章を書いたことのない私の場合、ネタごとにiPhoneにメモしている。次にメモを1行程度の短文にしておく。ある程度短文がたまったところで、大事なことを前にして並べかえる。『高尾山おもしろ百科』の場合は約150文字程度なので、少し長めの200文字程度までにまとめる。最終的に文章を完成する時は後ろからカットしてまとめよう。

5章

広報は あらゆる方法で



口コミは 爆発的効果あり！

高尾山のガイド、高尾山の花の写真、図書館の調べ学習等の仲間の口コミが効果的だった。ミニコミ、マスコミに波及し、2ヶ月で初版1500部が完売する結果となった

21 仲間のクチコミが一番の広報だ

いまは本屋に行く人も少ない。駅の近くの本屋で売っているよといっても、車で移動している人が多く、駅には行かないという。新聞もとっていない家がある。地元ではクチコミでのPRが有効である。

『高尾山の花名さがし』の出版の時に応援してくれた人たちと写真展を開催し、仲間の花の写真を展示した。普通は約300人の入場者だが、この時にはクチコミで600人以上の人が入場した。クチコミの効果を実感。入場者には、本を紹介した品よく目立つチラシを配った。仲間の友人にはポストカードをプレゼント。翌年にはポストカードのコピーを入場者全員に配り、大好評だった。入場者の半数が本を購入したいとの返事だった。

インターネットを使ったクチコミも積極的に実施。Twitterでささやいたり、本と同じホームページに誘導したり、多くのブログ、ホームページとも相互リンクしてITを使ったクチコミも有効だった。高尾山の本格的ホームページでも紹介してもらえた。

テレビ、大新聞より ミニコミ紙！

初期は口コミが有効だが、ミニコミ紙が広報には有効である。大新聞を見ない人でも、ミニコミ紙はすみずみまでよく見る。マスコミにも波及する効果あり。

22 ミニコミ、マスコミに売り込もう

ミニコミ、マスコミは報道するネタを探している。駄目でもととの考えでどんどん売り込もう。売り込みはニュースリリース、写真展開催のイベント紹介、行事開催案内などがあるが、目立つ写真、キャッチコピーなどが目につくように送りこむ。うそでなければオーバーでいい。犬が人を噛んでもニュースにならないが、人が犬を噛めばニュースになるという。アマが出版するからニュース記事になる。読者プレゼントOKとしたら記事にしてくれたミニコミ紙もあった。

投稿からテレビで紹介され、それがきっかけで雑誌に掲載されたことも。テレビに出る場合は、顔、名前でなく、本の表紙を売り込むことにしている。写真展の場合は大きく目立つビラを作り、PRすることにしてる。

一度マスコミやテレビなどで紹介されると情報がどんどん伝播し、知らないところから紹介したいとの依頼が多くなる。写真を使わせてくれとの依頼も多い。

鉄砲は効果的な ところにうつ！

金のかからない効果的な手をうつことが大事。高尾山の本は高尾山口駅の売店で販売した方がいいという人がいるが、売れるだろうか？

23 へたな鉄砲数打ちや当たる

PRとして考えられることは何でもやった。
以下にリストアップしてみた。

- ・ 公共施設、各種団体への寄贈
 - ・ 直接販売した人にポストカードをあげる
 - ・ 本のタイトルと同じホームページを作る
 - ・ 高尾山ハイキング中に名刺を配る
 - ・ ガイド時にポストカードをプレゼント
 - ・ 写真展の時に会場前に大看板出す
 - ・ 地域の祭りで直接販売
 - ・ Twitterでホームページに誘導
 - ・ 友人、知人、団体への情報提供
 - ・ ホームページでの紹介依頼
 - ・ ホームページのリンク依頼
 - ・ ニュースリリース発行
 - ・ ミニコミ紙のプレゼント欄へ
 - ・ 公共施設に写真展のポスター貼り
 - ・ マスコミの行事欄掲載
 - ・ 市の広報に写真展案内掲示
- * 以上のような活動で、NHKをはじめ、
テレビ各局、新聞各紙、業界紙、ミニコ
ミ紙などに出演。取材で紹介！

コラム 5

ゲラを見せてもらおう

雑誌社、マスコミなどで取材があったらできるだけゲラを見せてもらい、だめ元で要望を出して本のPRをしてもらおう。見出しに高尾山、自費出版などのキーワードを入れてもらえたことがある。

ある雑誌のタイトル

before

大手メーカーを定年退職後、
63歳で登山ボランティアガイドデビュー

after

大手メーカーを定年退職後、
63歳から高尾山ガイド&自費出版デビュー

自費出版のこつまとめ

1. おもしろいネタを
2. タイトルをキャッチコピー風に
3. 表紙は品よく目立つように
4. 自分でできることは自分で
5. 間違いさがしは大勢で
6. だめでもともと徹底売り込み

あとがき

高尾山の2冊の本を出版するにあたっては、多くの動植物、歴史、写真、編集、イラスト、デザイン、パソコンなどに詳しい方々、揺籃社のスタッフのご支援、ご指導をいただきました。それに人ではありませんがパソコン、iPhoneのおかげです。

多くの人の協力を得ながら出版に成功したノウハウをこの本にまとめました。これから自費出版を考えている人のために少しでも役だってくれればと思います。

自費出版のこつ
2014年7月24日発行

著者 遠藤進

製作 揺籃社

東京都八王子市追分10-4-101

Tel 042-620-2615

<http://www.simizukobo.com/>

© 本内容は著作権法第17条により無断で複製、複写を禁じます

乱丁・落丁本はお取替えします

「高尾山の花名さがし」写真展 増補改訂版編集中



即売中

すみし咲く
高尾山へ！

高尾山の本

高尾山の花名さがし

WONDERS OF HONG KONG

FROM JUNE 1, 1997, UNTIL MAY 31, 1998



Photographs by SUMU ENDO

高尾山の花名さがし



Photograph by Sumuru Endo



自費出版の本