

一冊で終わらせない

Kindle出版をシリーズと継続的な収入につなげる方法

Kindle本を一冊出版した。

キャンペーンを行い、読者から感想も届いた。

ここまで進むと、

「次の本も出してみたい」

と思う方もいるのではないのでしょうか。

一方で、

「二冊目は何を書けばいいの？」

「一冊目と似た内容になりそう」

「まったく違うテーマを書いてもいいの？」

「シリーズにすると、何が変わるの？」

「本を増やせば、継続的に売れるようになるの？」

と迷うこともあります。

一冊目は、自分の経験や伝えたいことをもとに作れた。

しかし、二冊目になると、

「一冊目で、伝えたいことは書いてしまった」

「同じような本になりそう」

と、手が止まる方は少なくありません。

シリーズを作るときに大切なのは、無理に続編を作ることではありません。

一冊目を読んだ人が、

「次は、これを知りたい」

と思う内容を見つけることです。

一冊目で基本を理解する。

実際に行動すると、新しい悩みが出てくる。

その悩みを、二冊目で解決する。

さらに進んだ読者へ、三冊目を用意する。

このように、読者の現在地に合わせて本を増やしていきます。

今回は、一冊目を次の本へつなげ、Kindle出版を一度きりではなく、継続して読まれる活動へ変える考え方を紹介します。

一冊で解決できる悩みには限りがある

一冊の本に、すべての内容を入れることはできません。

たとえば、Kindle出版について書く場合でも、

- ・テーマの決め方
- ・読者の決め方
- ・タイトルの作り方
- ・構成の作り方
- ・原稿の書き方
- ・表紙の作り方
- ・KDPへの登録
- ・出版後の販売
- ・本から仕事へつなげる方法

など、多くの内容があります。

これらをすべて詳しく書こうとすると、一冊が長くなりすぎます。

初めて出版する読者にとっては、情報が多すぎて、

「結局、何から始めればいいのか？」

と迷うかもしれません。

一冊目では、最初の悩みを解決する。

行動したあとに出てくる悩みは、次の本で扱う。

一冊ごとの役割を分けることで、読者が必要な本を選びやすくなります。

一つの悩みを解決すると、次の悩みが生まれる

読者の悩みは、一つを解決したら終わりではありません。

たとえば、

「Kindle本を出版したい」

という悩みを解決し、一冊を出版できたとします。

すると、次に、

「どうすれば読んでもらえるの？」

「紙の本にもできるの？」

「本から仕事へつなげるには？」

「二冊目は何を書けばいいの？」

という疑問が生まれます。

家計管理の本なら、

「毎月の支出を把握できた」

あとに、

「教育費をどう準備するの？」

「老後資金はいくら必要なの？」

という悩みが出てくるかもしれません。

Canvaの本なら、

「基本操作ができるようになった」

あとに、

「もっと効率よく作りたい」

「デザインを見栄えよくしたい」

「テンプレートを使いこなしたい」

という悩みが生まれます。

読者が前へ進むほど、次に必要な情報が変わります。

その変化を本にすることで、無理にテーマをひねり出さなくても、二冊目、三冊目を考えられます。

シリーズは、同じ内容を繰り返すことではない

シリーズと聞くと、

「一冊目を少し詳しくした本を出す」

と考えるかもしれません。

しかし、同じ説明を繰り返すだけでは、読者が次の本を読む理由が生まれません。

一冊目と二冊目では、

- ・読者の現在地
- ・読者が困っていること
- ・本を読んだあとの変化

のどれかを変える必要があります。

たとえば、

一冊目

Canvaを初めて使う人が、基本操作を理解する。

二冊目

基本操作ができる人が、さらにスキルを高める。

三冊目

Canvaを使える人が、テンプレートを活用してデザインの幅を広げる。

テーマは同じCanvaでも、本の役割は違います。

同じテーマを書くことと、同じ内容を書くことは別です。

シリーズは、必ず順番に読ませなくてもいい

シリーズには、いくつかの形があります。

一冊目から順番に読み、少しずつ進むシリーズもあります。

一方で、読者が自分の悩みに合わせて必要な本を選ぶシリーズもあります。

たとえば、家計をテーマにしたシリーズなら、

- ・固定費を見直す本
- ・教育費を準備する本
- ・老後資金を考える本

という分け方ができます。

同じ読者が、それぞれの悩みに応じて本を選べます。

Kindle出版なら、

- ・原稿を書く本
- ・表紙を作る本
- ・紙の本を作る本
- ・発売キャンペーンを行う本

という作業別の分け方もできます。

シリーズだからといって、

「第1巻から読まなければ理解できない」

という形にする必要はありません。

読者が必要な本から読めるシリーズも作れます。

私自身も、同じテーマを段階ごとに分けている

私が出版しているCanvaの教科書シリーズも、同じテーマを読者の現在地に合わせて分けています。

一冊目は、

『Canva 超初心者のための教科書「独学 How to Canva」』

として、Canvaを初めて使う方へ向けた内容です。

二冊目の、

『Canva-turbo【キャンバ・ターボ】: 初心者～中級者のためのCanvaスキルアップテキスト』

では、基本を知った方が、さらにCanvaのスキルを高める内容を扱っています。

三冊目の、

『Canvaテンプレート活用術:テンプレートでデザインの可能性を広げよう』

では、テンプレートという具体的な活用方法を深掘りしています。

一冊目から三冊目まで、すべてCanvaがテーマです。

しかし、

- ・超初心者が始める
- ・初心者から中級者へ進む
- ・テンプレートを活用する

というように、それぞれの役割を変えています。

このように、同じテーマでも読者の成長や悩みの変化に合わせれば、内容を重ねすぎずにシリーズを作れます。

一冊目に入らなかった内容は、次の本になる

原稿を書いている途中で、

「この説明も入れたい」

「もっと具体例を増やしたい」

「この機能も詳しく説明したい」

と思うことがあります。

すべてを一冊へ入れると、本の中心がぼやけます。

読者にとっても、

「何についての本なのか」

がわかりにくくなります。

その場合は、今回の本に本当に必要かを考えてください。

今回の読者がゴールへ進むために必要なら、残します。

なくてもゴールへ進める内容なら、次の本の候補にします。

削った内容は無駄ではありません。

次の企画として使えます。

毎回違うテーマを書くと、毎回ゼロから届けることになる

自分に複数の経験がある場合は、

「次は、まったく違うテーマを書こう」

と思うこともあります。

もちろん、違うテーマの本を出版しても構いません。

ただし、読者が大きく変わる場合は、

- ・どこで告知するか
- ・誰へ届けるか
- ・どんな言葉で紹介するか
- ・どのサービスへつなげるか

を、もう一度考える必要があります。

一冊目がCanva。

二冊目が家計管理。

三冊目が旅行。

という並びでは、それぞれ読者が違います。

一方で、同じテーマや同じ読者へ向けて本を増やせば、一冊目の読者が二冊目にも興味を持つ可能性があります。

一冊目が役に立ったと感じてもらえれば、

「この著者の次の本も読んでみよう」

と思ってもらえるからです。

シリーズは、一冊目で生まれた信頼を次の本へつなぐ方法でもあります。

新刊を出すと、過去の本も紹介できる

一冊目の発売キャンペーンが終わると、告知するきっかけが少なくなります。

何度も同じ本だけを紹介すると、

「また同じ宣伝だ」

と思われるかもしれません。

しかし、二冊目を出版すると、

「初めての方は一冊目から」

「一冊目を読んだ方は、次にこちらを」

と、過去の本も自然に紹介できます。

三冊目を出版した場合も、

- ・基本から学びたい人
- ・さらに深めたい人
- ・特定の方法を知りたい人

と、読者に合う本を案内できます。

新刊は、新しい本だけを届けるものではありません。

過去の本を、もう一度知ってもらうきっかけにもなります。

本の数を増やすだけでは、継続収入にならない

本を三冊、五冊と増やせば、自動的に収入が増える。

そのように考えるかもしれません。

しかし、本同士がつながっていなければ、読者は次の本の存在に気づきません。

一冊目の読者が、二冊目を知らない。

二冊目から、一冊目へ戻れない。

どの本から読めばいいかわからない。

それぞれの本が別々に置かれているだけでは、シリーズとして読まれにくくなります。

必要なのは、

- ・同じ読者へ向ける
- ・一冊ごとの役割を変える
- ・次に読む本を案内する
- ・タイトルや表紙に共通点を作る
- ・新刊と既刊と一緒に紹介する

という仕組みです。

継続的に読まれる状態は、本の冊数だけではなく、本と本の間に道を作ることで生まれます。

ここまで読んで、次の本は見えていますか？

ここまで、

- ・一冊ですべてを伝える必要はない
- ・一つの悩みを解決すると、次の悩みが生まれる
- ・シリーズでは本ごとの役割を変える
- ・必ず順番に読ませる必要はない
- ・一冊目に入らなかった内容を次の本にできる
- ・同じテーマなら一冊目の読者を次へつなげやすい
- ・新刊を出すことで既刊も再び紹介できる

ということをお伝えしました。

しかし、実際に考えようとすると、

「読者の次の悩みがわからない」

「一冊目と二冊目の違いを作れない」

「何冊分まで考えればいいのか？」

「シリーズ名は必要？」

「タイトルや表紙は、どこまでそろえるの？」

「次の本がまだ完成していない場合はどうするの？」

と迷うと思います。

ここから先では、一冊目から三冊分のシリーズを作り、本と本をつなげる方法を紹介します。

ここから先で得られること

有料部分では、次の内容を紹介します。

- ・一冊目から次のテーマを見つける方法
- ・同じ読者の次の悩みを見つける質問
- ・初心者でも作りやすい3種類のシリーズ
- ・三冊分のシリーズを設計する方法
- ・内容が重ならない役割の分け方
- ・シリーズ名とタイトルの作り方
- ・表紙に統一感を出す方法
- ・既刊から新刊へ案内する文章
- ・新刊から既刊へ戻す方法
- ・次の本が未完成の場合の案内
- ・新刊発売時に既刊も届ける方法
- ・シリーズを特典やサービスへつなげる方法
- ・ChatGPTで次の本を考えるプロンプト

価格は500円です。

一冊目を出して終わるのではなく、次の本を待ってくれる読者を増やしたい。

出版するたびにゼロから読者を集めるのではなく、過去の本と新しい本と一緒に読んでもらいたい。

そのような方は、このまま続きをご覧ください。

ここから有料部分です

最初は三冊分だけ考える

シリーズを作るからといって、最初から十冊分を考える必要はありません。

まずは、三冊分だけ考えます。

1冊目

読者が最初に困っていることを解決する。

2冊目

一冊目を実践するときに、次に困ることを解決する。

3冊目

さらに活用する方法や、成果を広げる方法を伝える。

三冊目まで細かく決められなくても構いません。

まず、

- ・一冊目の役割
- ・二冊目の候補
- ・三冊目の方向性

まで考えます。

シリーズの作り方は3種類

シリーズには、主に3つの形があります。

1. 読者が順番に成長するシリーズ

一冊目から順番に読み、段階的に進むシリーズです。

例

1冊目
副業を始める準備。

2冊目
最初の商品を作る。

3冊目
商品を販売する。

読者が、

「準備する

↓

作る

↓

販売する」

という順番に進みます。

初心者向けのノウハウ本と相性のよい形です。

2. 一つの大きなテーマを分けるシリーズ

大きなテーマの中にある、複数の悩みを分けます。

例

家計改善というテーマなら、

1冊目

固定費を見直す。

2冊目

教育費を準備する。

3冊目

老後資金を考える。

同じ読者が、自分の悩みに合わせて必要な本を選びます。

順番に読む必要はありません。

3. 基本から活用へ広げるシリーズ

一冊目で基本を学び、次の本で活用方法や特定の機能を深掘りします。

例

1冊目

Canvaの基本操作。

2冊目

Canvaのスキルアップ。

3冊目

Canvaのテンプレート活用。

基本を身につけた読者が、さらに具体的な使い方へ進みます。

一つのツールや方法に、複数の活用方法がある場合に向いています。

どのシリーズが合うかを判断する

次の質問へ教えてください。

読者が順番に学ぶ必要があるか

「はい」なら、順番に成長するシリーズが向いています。

大きなテーマの中に、複数の悩みがあるか

「はい」なら、テーマを分けるシリーズが向いています。

基本を使った複数の活用方法があるか

「はい」なら、基本から活用へ広げるシリーズが向いています。

複数の形を組み合わせても構いません。

大切なのは、読者が、

「どの本を読めばよいか」

を判断できることです。

一冊目から次のテーマを見つける5つの場所

次の本を、何もないところから考える必要はありません。

一冊目の周りには、すでに材料があります。

1. 一冊目へ入れられなかった内容

原稿を書いている途中で、

「詳しく書くと長くなりすぎる」

と削った内容はありませんか？

その内容が、一冊分のテーマになる可能性があります。

たとえば、Canvaの基本を扱う本で、テンプレートの活用方法をすべて説明しようとする、本の中心から外れる場合があります。

その内容を別の本にすれば、より詳しく解説できます。

2. 読者から届いた質問

出版後に、

「この場合はどうすればいいですか？」

「この部分を、もっと詳しく知りたいです」

と聞かれた内容は、次の本の候補です。

同じ質問を複数の人から受ける場合は、多くの読者が同じ場所で止まっている可能性があります。

3. レビューや感想

レビューや感想には、

- ・役に立った部分
- ・もっと詳しく知りたかった部分
- ・実践して難しかった部分

が書かれていることがあります。

評価の数だけを見るのではなく、

「読者がどこへ反応したのか」

を確認してください。

4. 相談やサービスで聞かれたこと

本から無料相談やサービスへつなげると、読者の具体的な悩みがわかります。

第14回では、本から次の接点や仕事へつなげる方法を紹介しました。

※ここに第14回の記事リンクを挿入

相談の中で何度も聞かれる内容は、一冊の本としてまとめられる可能性があります。

5. 一冊目を実践したあとの悩み

一冊目を読んだ人が、実際に行動した場面を想像します。

例

Canvaの基本操作を覚えた。

そのあとに、

- ・デザインがうまく見えない
- ・作成に時間がかかる
- ・テンプレートを選べない
- ・自分らしくアレンジできない

という悩みが生まれます。

この一つひとつが、次の本の候補です。

読者の次の悩みを見つける質問

次の質問へ答えてください。

1. 一冊目を読み終えたあと、読者は何を始めますか？
2. 実際に行動すると、どこで止まりそうですか？
3. 一冊目では、どこまで解決しましたか？
4. 一冊目で解決できなかったことは何ですか？
5. 読者は次に、何ができるようになりたいですか？
6. 読者から、どんな質問を受けましたか？
7. 一冊目で、特に反応が大きかった内容は何か？

この回答から、二冊目のテーマ候補を作ります。

各本の役割を一文で決める

シリーズでは、似た内容が重なりやすくなります。

そこで、各本の役割を一文で決めます。

テンプレート

この本では、〇〇な読者が、〇〇できる状態を目指す。

例

1冊目

Canvaを初めて使う人が、基本操作を理解し、簡単なデザインを作れる状態を目指す。

2冊目

基本操作ができる人が、効率やデザイン力を高められる状態を目指す。

3冊目

Canvaを使っている人が、テンプレートを選び、自分の用途に合わせて活用できる状態を目指す。

それぞれのゴールが違えば、同じテーマでも内容を分けられます。

前作の説明を繰り返さない

シリーズの本を書くと、前作の説明が必要になることがあります。

しかし、毎回最初からすべてを説明すると、複数冊を読んでいる人は繰り返しに感じます。

前作の内容が必要な場合は、短く振り返ります。

例

Canvaの基本操作については、シリーズ一冊目で詳しく解説しました。

本書では、基本操作を理解していることを前提に、テンプレートの選び方とアレンジ方法を紹介します。

前作を読んでいない人にも、最低限の意味が伝わるようにします。

ただし、詳しい説明は前作へ案内します。

それぞれの本だけでも役立つようにする

シリーズだからといって、

「一冊目を読まなければ、二冊目がまったく理解できない」

状態にする必要はありません。

順番に読むシリーズであっても、その本だけで中心となる悩みを解決できる方が親切です。

前作でしか説明していない言葉を使う場合は、短い説明を加えます。

さらに詳しく知りたい人へ、前作を案内します。

三冊分のシリーズを設計する

次の項目を、一冊ずつ考えます。

シリーズ全体

中心となるテーマ：

共通する読者：

シリーズ全体で、読者ができるようになること：

1冊目

読者の現在地：

現在の悩み：

本で解決すること：

読後にできること：

次に生まれる悩み：

2冊目

読者の現在地：

現在の悩み：

本で解決すること：

読後にできること：

次に生まれる悩み：

3冊目

読者の現在地：

現在の悩み：

本で解決すること：

読後にできること：

次に案内する本やサービス：

三冊目のあとには、

- ・さらに専門的な本
- ・講座
- ・コミュニティ
- ・個別サポート

などへつなげることもできます。

シリーズ名は必ずしも必要ではない

シリーズを作るとき、

「シリーズ名を決めなければいけない」

と思うかもしれません。

シリーズ名がなくても、本同士をつなげることができます。

ただし、シリーズ名があると、

- ・何についての本が並んでいるか
- ・同じ著者の関連書籍であること
- ・読者が次の本を探しやすいこと

を伝えやすくなります。

シリーズ名をつける場合は、読者が内容を想像できる言葉を使います。

例

- ・AI時短Kindle出版シリーズ
- ・40代からの家計改善シリーズ
- ・初めてのCanva活用シリーズ
- ・小さな個人ブランドの教科書シリーズ

著者にしか意味がわからない名前よりも、テーマが伝わる名前にします。

タイトルに共通する言葉を入れる

タイトルの一部をそろえると、読者が同じシリーズだと気づきやすくなります。

例

1冊目

初めてでも迷わない Kindle出版の始め方

2冊目

初めてでも迷わない Kindle原稿の作り方

3冊目

初めてでも迷わない Kindle表紙の作り方

すべてのタイトルを同じ形にする必要はありません。

- ・「初めてでも迷わない」
- ・「〇〇の教科書」
- ・「40代からの」

など、共通する言葉を一つ入れるだけでも、つながりが見えます。

ただし、共通する言葉を増やしすぎて、タイトルが長くならないようにしてください。

タイトルの作り方は、第6回で紹介しています。

※ここに第6回の記事リンクを挿入

表紙は、完全に同じにしない

シリーズの表紙には、共通点を作ります。

ただし、色や画像まですべて同じにすると、本を見分けにくくなります。

そろえやすい部分は、次の通りです。

- ・タイトルの位置
- ・シリーズ名の位置
- ・使うフォント
- ・著者名の位置
- ・帯や図形の形
- ・イラストや写真の雰囲気
- ・基本となるレイアウト

そのうえで、

- ・メインカラー
- ・中心の画像
- ・最も大きく見せる言葉

を変えます。

並べると同じシリーズに見える。

一冊ずつ見ても違いがわかる。

この状態を目指します。

表紙の作り方は、第11回をご覧ください。

※ここに第11回の記事リンクを挿入

巻数をつけるか考える

シリーズには、

- ・第1巻
- ・第2巻
- ・第3巻

と巻数をつける方法があります。

順番に読む必要があるシリーズなら、巻数をつけるとわかりやすくなります。

一方で、どの本から読んでもよいシリーズでは、

「第3巻と書かれているから、一冊目から読まなければいけない」

と思われる可能性があります。

読者が順番に読む必要があるのか。

悩みに合わせて選べるのか。

シリーズの形に合わせて決めてください。

一冊目から次の本へ案内する

二冊目を出版したら、一冊目の巻末へ案内を追加します。

案内文の例

ここまでお読みいただき、ありがとうございました。

本書では、〇〇を始めるための基本を紹介しました。

実際に取り組む中で、

「〇〇をもっと詳しく知りたい」

「〇〇の具体的な方法を知りたい」

と感じた方へ、次の本を用意しています。

次作

『〇〇』

この本では、

- ・○○
- ・○○
- ・○○

を詳しく解説しています。

本書の内容を、さらに実践へつなげたい方は、あわせてご覧ください。

▼次の本はこちら

※商品ページのURLを挿入

KDPでは原稿を更新できるため、既刊へ新刊案内を追加できます。

原稿更新の方法は、第12回をご確認ください。

※ここに第12回の記事リンクを挿入

新刊から一冊目へも案内する

二冊目や三冊目から著者を知る読者もいます。

そのため、新刊から過去の本へも案内します。

例

本書では、Canvaのテンプレート活用方法を紹介しています。

Canvaを初めて使う方や、基本操作から確認したい方は、シリーズ一冊目からご覧ください。

このように、一冊目から新刊へ進む道だけでなく、新刊から既刊へ戻る道も作ります。

次の本が完成していない場合

次の本がまだ完成していなくても、

「次は○○について書く予定です」

と案内できます。

例

次回作では、

「CanvaでKindle表紙を作る方法」

をテーマに、デザインの考え方と具体的な制作手順を紹介する予定です。

出版のお知らせは、公式LINEからお届けします。

▼次回作のお知らせはこちら

※URLを挿入

この方法なら、次の本に関心がある読者と、出版前からつながれます。

ただし、完成していない段階で、具体的な発売日を約束しすぎないようにします。

新刊発売時に、既刊も一緒に紹介する

新刊を出版するときは、新刊だけを紹介する必要はありません。

一冊目をまだ読んでいない人へ

「初めての方は、こちらからお読みください」

一冊目を読んだ人へ

「前作の続きとして、今回はこちらを出版しました」

と分けて案内します。

第13回で紹介したキャンペーンを、シリーズへ活用する方法もあります。

たとえば、新刊発売に合わせて一冊目の無料キャンペーンや99円キャンペーンを行い、シリーズ全体を知ってもらう方法です。

キャンペーンの設定や応援のお願い方法は、第13回をご覧ください。

※ここに第13回の記事リンクを挿入

継続的に読まれる流れを作る

シリーズによって、次の流れを作れます。

1. どれか一冊から著者を知る

読者が、自分の悩みに合う本を見つけます。

2. ほかの本にも興味を持つ

一冊目が役に立つと、関連する本も読んでみたいと思います。

3. 新刊から既刊も読まれる

新しい本から著者を知った人が、過去の本へ戻ります。

4. 複数冊から信頼が深まる

一冊だけでなく、複数の本を読むことで、著者の考えや専門性が伝わります。

5. 必要な人が次の接点へ進む

特典、公式LINE、相談、講座、サポートなどへ進みます。

本の販売収入だけでなく、読者との継続的な関係まで含めて考えます。

継続収入を「何もしない収入」と考えない

本を一度出版すれば、その後は何もしなくても売れ続ける。

そのように考えると、実際との違いが生まれます。

出版後も、

- ・新刊を出す
- ・既刊を紹介する
- ・本の説明を見直す
- ・古くなった情報を修正する
- ・巻末の案内を更新する
- ・リンクが動いているか確認する

といった作業は必要です。

ただし、新しい本を出すたびに、過去の本をゼロから作り直す必要はありません。

一冊ずつ積み重ねることで、読者が著者を知る入口が増えます。

本ごとに特典やサービスを変える

第14回では、本から特典、公式LINE、相談、サービスへつなげる方法を紹介しました。

※ここに第14回の記事リンクを挿入

シリーズの本すべてに、同じ特典をつける必要はありません。

一冊目

初心者が最初に行動するためのチェックリスト。

二冊目

スキルアップに使うテンプレート。

三冊目

具体的な活用へ進むワークシート。

本ごとに読者の現在地が違うため、必要な特典も変わります。

ただし、案内する入口は、同じ公式LINEなどにまとめられます。

ChatGPTで次の本を考えるプロンプト

私は、出版済みのKindle本をもとに、次の本のテーマを考えています。

あなたは、Kindle出版の編集者として、同じ読者が次に読みたくなる本を提案してください。

【出版済みの本のタイトル】

〇〇

【想定読者】

〇〇

【読者が最初に抱えていた悩み】

〇〇

【本で解決したこと】

〇〇

【読後にできるようになること】

〇〇

【本へ入れられなかった内容】

〇〇

【読者から届いた質問】

〇〇

【感想やレビューで反応が大きかった内容】

〇〇

【相談でよく聞かれること】

〇〇

次の条件で、二冊目のテーマ候補を10案提案してください。

- ・一冊目と同じ読者、または一冊目から少し進んだ読者へ向ける
- ・一冊目の内容をそのまま繰り返さない
- ・一冊目を実践したあとに生まれる悩みを扱う
- ・一冊だけでも読者の悩みを解決できる
- ・一冊目との違いが明確である
- ・私が持っていない経験や実績を追加しない

各案について、

1. 想定する読者の現在地
2. 解決する悩み
3. 読後にできること
4. 一冊目との違い
5. シリーズとしてつながる理由

を説明してください。

最後に、最も自然につながる3案を選び、三冊シリーズとして並べてください。

シリーズ設計テンプレート

シリーズ全体

シリーズ名：

中心となるテーマ：

共通する読者：

シリーズ全体で目指す変化：

タイトルでそろえる言葉：

表紙でそろえる部分：

1冊目

仮タイトル：

読者の現在地：

解決する悩み：

読後にできること：

次に生まれる悩み：

案内する次の本：

2冊目

仮タイトル：

読者の現在地：

解決する悩み：

読後にできること：

次に生まれる悩み：

案内する次の本：

3冊目

仮タイトル：

読者の現在地:

解決する悩み:

読後にできること:

次に案内する本やサービス:

三冊を同時に作らなくてもいい

三冊分の方向性が決まっても、同時にすべてを書こうとしないでください。

まず、次に出す一冊だけを作ります。

1. 一冊目の反応を確認する

質問、感想、レビュー、相談内容を確認します。

2. 二冊目の役割を決める

誰の、どの悩みを解決する本かを一文にします。

3. タイトルと構成を作る

第6回と第7回の内容を使います。

※ここに第6回・第7回の記事リンクを挿入

4. 原稿を完成させる

第9回で紹介した方法を使います。

※ここに第9回の記事リンクを挿入

5. 発売時に一冊目とつなげる

巻末、告知、キャンペーンで相互に案内します。

三冊目は、二冊目を出版したあとに調整しても構いません。

読者の反応を見ながら、シリーズを育てます。

すべての本を同じシリーズにしなくてもいい

著者として複数のテーマを持っている場合もあります。

- ・Kindle出版
- ・Canva
- ・家計管理
- ・副業
- ・エッセイ

すべてを同じシリーズに入れる必要はありません。

テーマや読者が大きく違う場合は、別のシリーズとして考えます。

同じ著者が書いていても、読者にはわかりやすく分けて見せます。

シリーズ化するか判断する質問

次の質問に多く「はい」と答えられるなら、シリーズとしてつなげやすい本です。

- ☐ 同じ読者、または少し進んだ読者が興味を持つか
- ☐ 一冊目の次の悩みを扱っているか
- ☐ 前作と本の役割が違うか
- ☐ 複数冊を読むことで、読者がさらに進めるか
- ☐ タイトルや表紙に共通点を作れるか
- ☐ 一冊目から自然に案内できるか
- ☐ 著者の活動やサービスとつながっているか

読者や目的が大きく違う場合は、無理に同じシリーズへ入れなくて構いません。

シリーズを作ったあとに確認すること

- ☐ シリーズ全体のテーマが伝わる
- ☐ 各本で解決する悩みが違う
- ☐ 読者がどの本を選べばよいかわかる
- ☐ タイトルに共通点がある
- ☐ 表紙を並べるとシリーズに見える
- ☐ 一冊目から次の本へ案内している
- ☐ 新刊から既刊へも案内している
- ☐ 次の本が未完成なら、告知を受け取る入口がある

- 巻末のリンクが正しい
- 本と特典やサービスが自然につながっている

すべてを最初から完璧に作る必要はありません。

まず、一冊目と二冊目をつないでください。

シリーズが読まれない場合

シリーズを作っても、次の本へ進んでもらえないことがあります。

その場合は、次の点を確認します。

次の本の存在を知られているか

巻末や商品説明、告知で案内しているか。

読む順番がわかるか

どの本から始めればよいかが伝わっているか。

内容の違いがわかるか

タイトルや説明が似すぎていないか。

次の本を読む理由があるか

一冊目の次に、どんな悩みを解決できるかが伝わっているか。

一冊目の満足度に問題がないか

内容、表紙、説明、読者設定を見直す必要がないか。

冊数を増やす前に、読者がどこで止まっているかを確認してください。

シリーズ内の関連記事

シリーズ全体の読者と企画を決めたい方

第5回

「読者に選ばれるKindle企画の作り方」

※ここに第5回の記事リンクを挿入

共通するタイトルを作りたい方

第6回

「初心者でも作れる、読まれるKindleタイトルの基本」

※ここに第6回の記事リンクを挿入

次の本の構成を作りたい方

第7回

「Kindle本の構成・目次の作り方」

※ここに第7回の記事リンクを挿入

次の原稿を完成させたい方

第9回

「Kindle原稿を最速で完成させる」

※ここに第9回の記事リンクを挿入

表紙に統一感を出したい方

第11回

「小さく表示されても選ばれるKindle表紙の作り方」

※ここに第11回の記事リンクを挿入

新刊と既刊を一緒に届けたい方

第13回

「こっそり出版から始める、Kindle発売キャンペーンの作り方」

※ここに第13回の記事リンクを挿入

シリーズから仕事へつなげたい方

第14回

「Kindle本から仕事につなげる導線の作り方」

※ここに第14回の記事リンクを挿入

今日やること

この記事を読み終えたら、次の3つだけを考えてください。

1. 一冊目を読んだ人が、次に困ること

一つだけ書き出します。

2. その悩みを解決する二冊目の仮タイトル

完成したタイトルでなくても構いません。

3. 一冊目と二冊目の役割の違い

それぞれの本が、読者をどこまで進めるのかを一文で書きます。

最初から三冊すべてを完成させる必要はありません。

まず、二冊目の役割を決めてください。

最後に

Kindle出版は、一冊を出したところで終わりではありません。

一冊目を読んだ人が、

「次は、これを知りたい」

と感じる。

その疑問へ答える二冊目を作る。

二冊目を実践した人が、さらに次の課題へ進む。

その課題へ答える三冊目を作る。

この流れが、シリーズになります。

シリーズとは、タイトルへ番号をつけることだけではありません。

同じ読者の成長や、同じテーマの複数の悩みを、複数の本で支えることです。

一冊目で出会う。

二冊目で理解を深める。

三冊目で活用や成果を広げる。

または、読者が自分の悩みに合わせて、必要な本を選ぶ。

どちらの形でも構いません。

大切なのは、

読者が本と本の間を移動できること

です。

最初から十冊の計画を作る必要はありません。

まず、一冊目を読んだ人が次に何へ困るのかを考えてください。

その悩みへ答える一冊が、あなたのシリーズ二冊目です。

一冊ずつ、読者の次の悩みへ答える。

その積み重ねが、出版を一度きりの活動ではなく、継続して読者へ価値を届ける仕組みへ変えていきます。

このシリーズを通して、Kindle出版の企画から執筆、出版、キャンペーン、導線づくり、そしてシリーズ化まで、一冊の本を読者へ届け続けるための考え方をお伝えしてきました。

ここで紹介した内容が、あなたの「出してみたい」を「出せた」に変え、その先の「続けられた」につながれば嬉しく思います。

完璧な準備が整う日を待つよりも、まずは一冊を届けること。

そして、読者の声を受け取りながら、次の一冊へつなげていくこと。

その積み重ねが、あなた自身の経験や想いを必要としている誰かの力になります。

ここまでお読みいただき、本当にありがとうございました。

あなたのKindle出版が、これからも読者との新しい出会いにつながっていくことを願っています。