

先生ポジションを築き、
売り込まずに高単価商品が
安定的に売れる状態をつくる

出版



ブランディング

メソッド

出版ブランディングプロデューサー

堀口寿人

まだSNSに振り回されていませんか？

頑張っている割に
うまく行かない理由は○○

はじめに

第1章：9割以上の専門家が無意識にハマる構造的な壁

こんな悩みを抱えてませんか？

このやり方をするとドツボにハマります

第2章：頑張ってもうまくいかない本当の理由

本当の原因は「専門家ブランド」

専門家ブランドが必要な理由

選ばれ続ける専門家の特徴

第3章：専門家ブランドを築く一番効率的な方法

専門家ブランドを築くには？

出版が持つ「距離を一気に縮める力」

もし専門家ブランドを築けたら？

それでも、多くの専門家が出版を後回しにする理由

第4章：電子書籍を出版すべき3つの理由

理由1：スピードが早いから

理由2：柔軟性が高い

理由3：マーケティングと相性がいい

第5章：出版してうまく行く人・行かない人の決定的な違い

出版した人の9割は失敗する

出版してもうまくいかない本当の原因

出版は手段と捉えるべし

第6章：出版を成功させる2つの設計図

なぜ、設計図は「2つ」必要なのか

【設計図1】マーケティング設計図

【設計図2】出版設計図

設計図を作る際の必ず押さえるべき注意点

第7章：設計図作成前に必要な準備

なぜ設計図作りで手が止まるのか

設計図の前に必要なのは「ロードマップ」

ロードマップがないとこうなります

第8章：お客様の事例

お茶の先生としてのポジションを確立&事業拡大

知名度向上から事業拡大

助産師×カメラマンという独自性を形に

実績ゼロから20件超の問い合わせ殺到

なぜ再現性のある出版支援ができるのか

おわりに

はじめに

少しだけ、想像してみてください。

もしあなたが、

- 無理に売り込まなくても相談が集まり、
- 価格ではなく「あなた自身」で選ばれ、
- 高単価の商品が自然に売れていくとしたら

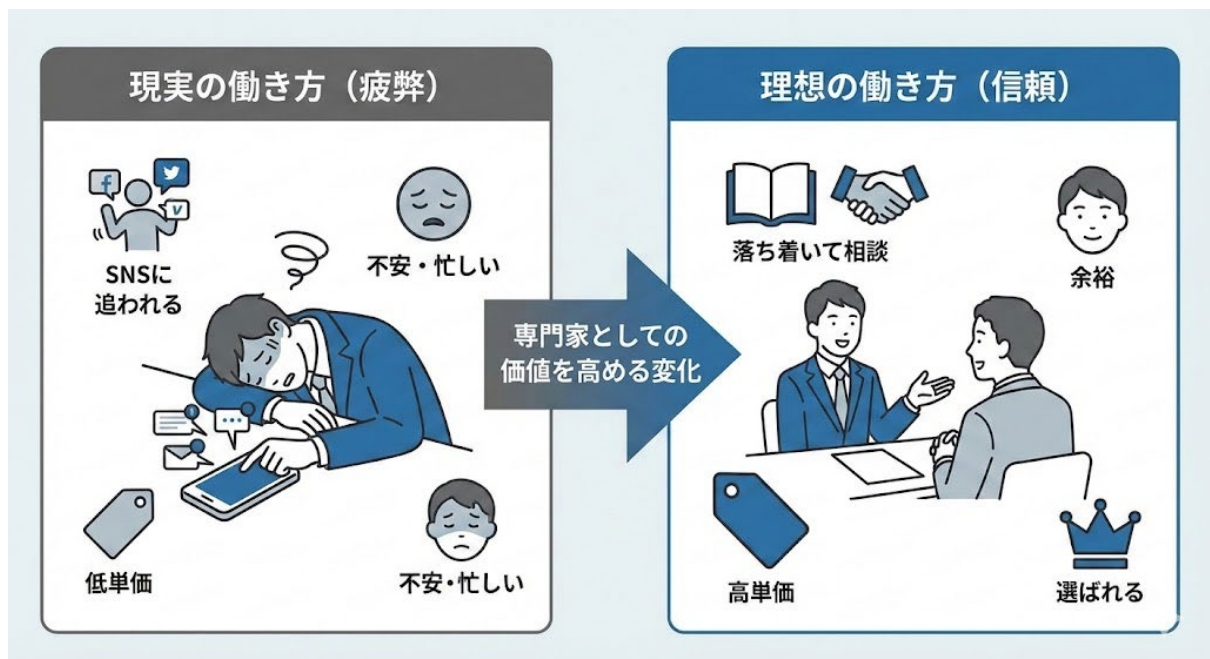
どんな仕事の仕方になるでしょうか？

きっと

- 集客に追われる不安もなく
- SNSに振り回されることもなく
- 毎日馬車馬のように日常業務に追われることもなく

もっと落ち着いて、本当に価値を届けたい仕事に集中できているはずです。

そして、そのような状態を実現していただくために、この本を書きました。



ただ、残念なことに多くの専門家が、この状態から遠く離れた働き方をしています。

そのほとんどが、

- 実力もある
- 真面目に努力もしている
- クライアントにも誠実に向き合っている

にも関わらずです。

なぜこんな矛盾が起きるのか？

もっと言うと、

なぜ、頑張ってるのに、いつまで断っても集客が不安定なままなのか？

なぜ、必死で努力してるのに単価を上げられないのか？

なぜ、朝から晩まで働いているのに一向に余裕ができないのか？

そこには、共通した前提のズレがあります。

そこで本書では、

- 9割の専門家が無意識にハマる構造的な壁
- その壁を生み出している根本要因
- あなたが絶対に身に付けるべき専門家ブランドの秘密
- 電子書籍があなたのビジネスを加速させる理由
- 出版してうまく行く人・行かない人の決定的な違い
- 出版を成功させる2つの設計図

こうした点を、順を追って整理していきます。

読み終えた頃には、

「自分は何を間違えていたのか」

「どこから立て直すべきなのか」

その判断が、はっきりできるようになっているはずですよ。

ではまず、多くの専門家が気づかないまま苦しんでいる 構造的な壁から見ていきましょう。

第1章：9割以上の専門家が無意識にハマる構造的な壁

こんな悩みを抱えてませんか？

あなたは今、こんな感覚を抱えていませんか。

- 以前と同じくらい、あるいは以前よりもずっと頑張っているのに、なぜか手応えがない。
- SNSを更新しても反応は薄く、フォロワーは思ったように増えない。
- 問い合わせが来たと思ったら、しばらく何もない期間が続く。
- 今月の売上は、なんとかなる。でも、来月はどうだろう。再来月は……と考え出すと、気づけば頭の中は不安でいっぱいになる。
- 毎日ストレスを感じながら仕事をして、「自分はまだまだだな」といつの間にか自己否定が口癖になっている。

本当は、好きなものを買ったり、行きたい場所に行ったり、もっと自由に生きてたくて独立したはずなのに。

「このまま、こんな状態で人生が終わるのかもしれない」

そんな考えが頭をよぎって、ゾッとした経験はありませんか。

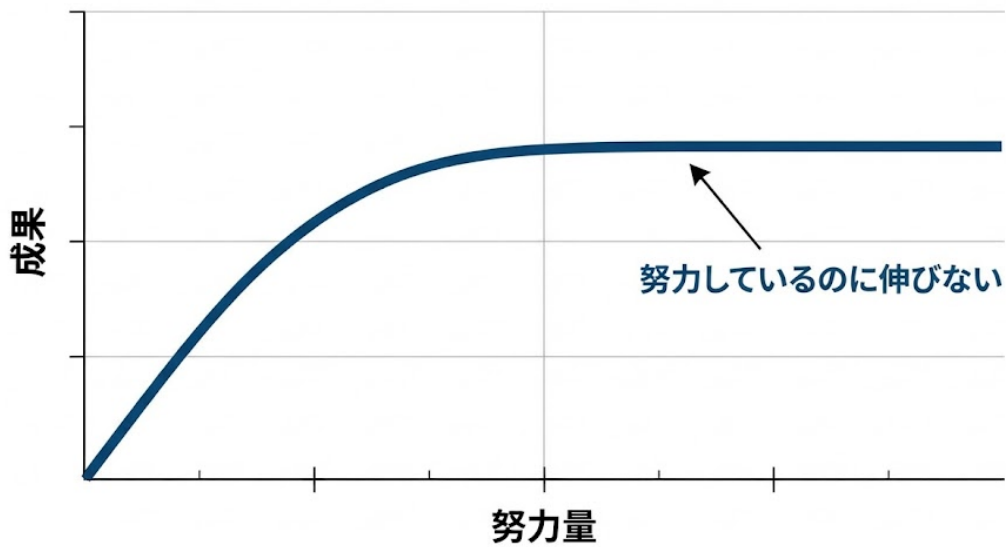
今、画面の向こうで胃がキリキリ鳴っている音が聞こえてきそうです。

ですが、ここではっきり言っておきます。この状態を体験しているのは、決してあなただけではありません。

実際、これは多くの専門家が一度は通る道です。

私自身も、この状態を嫌というほど経験してきました。

だからこそ、この苦しさがどれほどしんどいものか、よく分かります。



このやり方をするとドツボにハマります

では、こうした状況を抜け出すために、あなたはどんなことをしてきたでしょうか。

これも、本当によくある話ですが、

- とにかく必死で営業活動に走り回る
- 睡眠を削ってまでSNSに没頭する
- 効率のいい方法を求めて、流行りのノウハウを追い続ける

こうしたことに、心当たりはありませんか。

「今はとにかく動くしかない」

「止まったら終わりだ」

そう自分に言い聞かせながら、気力で前に進もうとする。

その姿勢自体は、決して悪いものではありません。

むしろ、行動力がある証拠です。胸を張っていいと思います。

ただ、ここで一つだけ、冷静に振り返ってみてください。

それらの行動を続けて、本当に状況は良くなったでしょうか？

一時的に成果が出たことはあっても、結局また同じ不安に戻ってきていないでしょうか。

SNSを頑張れば頑張るほど、成果が出ない自分に疲れていき、将来に希望が持てなくなっていく。

お金をかけて対策を打てば打つほど、資金が減っていき、次に試せる選択肢が狭まってくる。

最悪の場合、借金が増え、首が回らなくなり、事業をたたまざるを得なくなる人もいます。

ここまで来て、ようやく多くの専門家は気づき始めます。

「もしかして、自分の頑張り方は間違っているんじゃないか」と。

ですが、安心してください。

ここで大事なのは、あなたが間違っているわけではない、ということです。

では、なぜこれほど多くの専門家が、このような状態に陥ってしまうのでしょうか？

なぜ、頑張っても頑張っても、状況が根本的に変わらないのでしょうか？

そこには、多くの専門家が気づいていない

共通の原因があります。

次章では、この「うまくいかない本当の理由」について、もう一段深く掘り下げていきます。



第2章：頑張ってもうまくいかない本当の理由

第1章でお伝えしたように、多くの専門家は真面目に、必死に努力しています。

営業もしてきた。SNSも頑張ってきた。ノウハウも学び、試行錯誤も重ねてきた。

それでも、集客は安定せず、単価を上げれず、忙しさから抜け出せない。

この状態を生み出している本当の原因。

それは、あなたの努力不足でも、能力不足でもありません。

本当の原因は「専門家ブランド」

結論から言うと、多くの専門家がうまくいかない本当の原因は、専門家ブランドがないという点にあります。

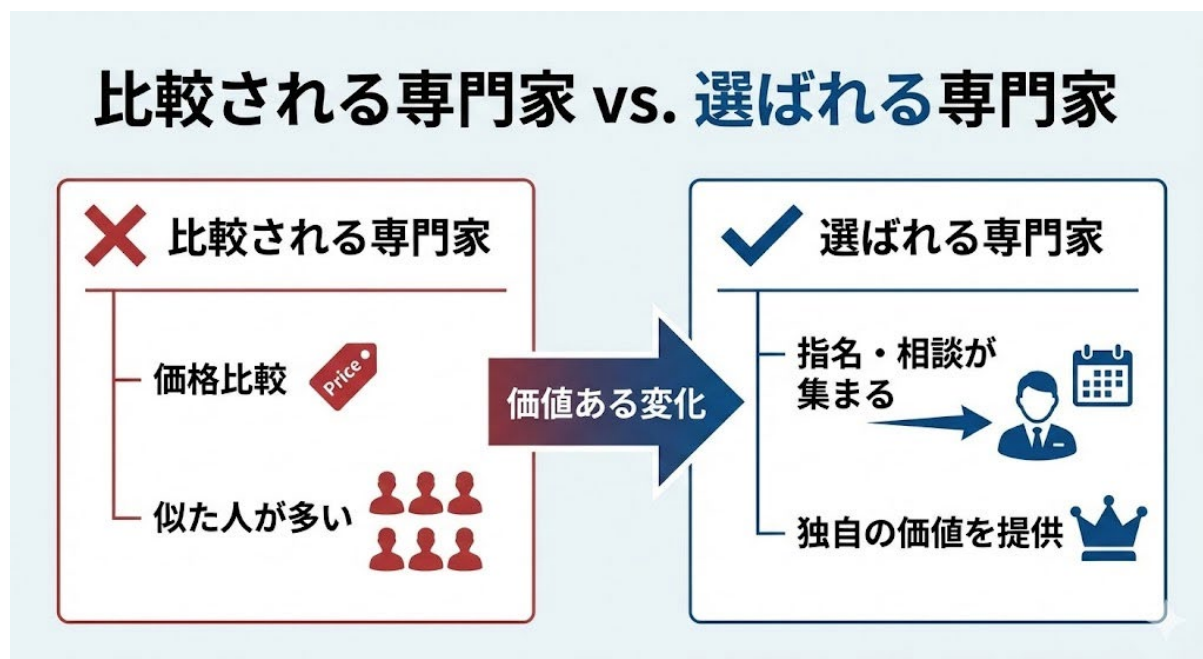
ここで言う専門家ブランドとは、ロゴや肩書き、SNSの世界観の話ではありません。

もっとシンプルな話です。

それは、「この分野のことなら、この人に相談したい」と、真っ先に思い浮かべてもらえる状態かどうかなんです。

この状態ができていないと、あなたは無意識のうちに「比較される立場」に置かれてしまうわけです。

専門家ブランドが必要な理由



専門家ブランドがない状態では、相手はこう考えます。

- 他にも似た人がいそう
- どこが違うのか分からない
- 価格や条件で比べるしかない

この前提に立たされると、どれだけ丁寧に説明しても、どれだけ実績を積んでも、「無条件で選んでもらえる」状況は作れません。

結果として、

- 集客は運任せになる
- 単価を上げる根拠が持てなくなる
- 数をこなす働き方から抜け出せない

という状態に陥ります。

特に今の時代、ますます情報過多になってきています。

アメリカのマーケティング会社アドディクティブの調査では

- TikTok：毎分16,000本以上の動画投稿

- Youtube : 毎分500時間以上の動画
- SNS上のコンテンツが飽和してきている

という報告もあります。

つまり、見込み客からすると、ますます何を選んでいいか分からない状況になってきているということです。



選ばれ続ける専門家の特徴

そんな中でも、不思議と選ばれ続けている専門家があります。

売り込んでいる様子はない。

発信量が特別多いわけでもない。

特別スキルや能力が高いからでもない。

それでも、

- 相談が自然と集まり
- 価格の話で揉めることもなく
- 落ち着いた働き方ができている

この違いは、ノウハウや才能の差ではないんですね。

見込み客から、

「どう見られているか」

「どう認識されているか」

つまり、専門家ブランドの強さの違いなんです。

ちなみに、専門家ブランドは、後から付いてくるものだと思ってませんか？

ただ、あなたはこれまで必死で頑張ってきて、それに見合うだけの専門家ブランドが身についてきたでしょうか？

そうです。

専門家ブランドは、頑張って、頑張って、頑張った末に身につくというより、意図的に戦略的に作っていくものなんです。

その順番を間違えると、ずっと苦しい状態から抜け出せなくなるので、気を付けてくださいね。

では、この専門家ブランドは、どうやって作っていけばいいのでしょうか？

次章では個人レベルでも、専門家ブランドを効率よく築いていく方法についてお話していきます。

第3章：専門家ブランドを築く一番効率的な方法

専門家ブランドを築くには？

あなたもきっと専門家ブランドを築く方法として、SNS発信、ブログ、YouTubeといった手段を思い浮かべるとと思います。

もちろん、これらが間違っているわけではありません。

実際、こうした発信を通じて専門家として認知される人もいます。

ただ、ここで一度、冷静に考えてみてください。

もしあなたが今から、SNS発信だけで専門家ブランドを築こうとしたら、どれくらいの時間と労力が必要でしょうか。

毎日投稿し、反応を気にし、アルゴリズムに振り回され、成果が出るかどうか分からない状態で走り続ける必要があります。

しかも、頑張ったからといって必ず評価されるわけではありません。

多くの場合、「続けられた人」だけがなんとなく残っていく世界です。

そもそも、専門家ブランドを一から築くのは簡単なことではありません。

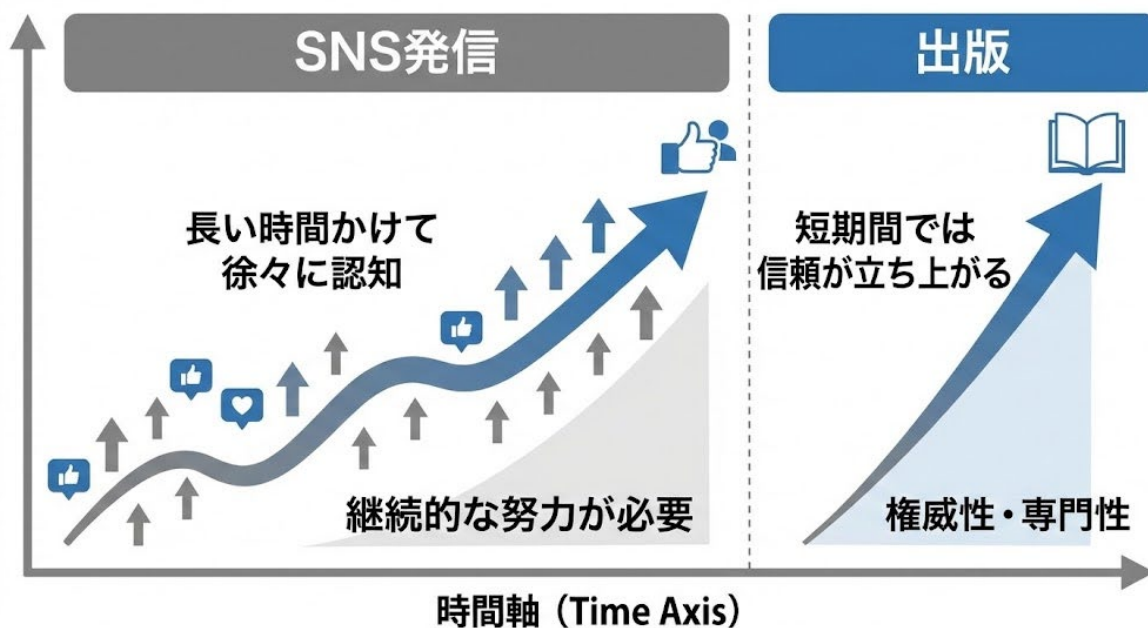
なぜなら、人の認識を変えるには、本来、かなりの時間がかかるからです。

昨日まで知らなかった人を、いきなり「この分野なら、この人しかいない！」と思うことはないですよね？

だからこそ多くの専門家は、発信を続けながらも、どこか手応えを感じられず、途中で疲れてしまうわけです。

ここで重要なのは、あなたに実力がないからでも、努力が足りないからでもない、という点です。

単純に、「専門家として認識されるまでには、本来“時間”がかかる」というだけなのです。



出版が持つ「距離を一気に縮める力」

でも、その距離をショートカットする方法があります。
それが、『出版』です。

あなたは本の著者と聞くとどんな人をイメージしますか？

きっと、

- その道の専門家
- 業界でも上のレベル
- 成功している人
- お金にも心にも余裕がある
- 人格も素晴らしい

のようなイメージを持たないでしょうか？

これは、あなただけではありません。

私自身、これまで多くのクライアントに「本を出している人に、どんな印象を持ちますか？」と質問してきましたが、例外なく返ってくるのは「すごい人」「専門家」という答えでした。

つまり、人は無意識のうちに、
「本を書いている人 = その分野の専門家」
として認識するというわけです。

ちなみに、起業家・自己出版スクールCEOのチャンドラー・ボルトはこう言っています。

「“権威 (authority) ”という言葉の語源は“著者 (author) ”である」

出版が、専門家ブランドを築くうえで極めて強力な手段である理由が、この一言に集約されています。

ただし、ここで一つ、絶対に勘違いしてはいけないことがあります。

それは、「出版は先生ポジションを自動的に作ってくれる魔法ではない」ということです。

むしろ、使い方を間違えると、専門性を高めるどころか、「よく分からない人」という印象を与え、ブランディングを損ねてしまうリスクすらあるんですね。

なぜそんなことが起きるのか？

その理由については、第6章で詳しくお話しします。

本を書く → 著者 → 専門家と認識される



もし専門家ブランドを築けたら？

ここで、少しだけ想像してみてください。

- もしあなたが、専門家ブランドを高めていき、自分から必死に売り込まなくても相手から選ばれる存在になったとしたら？
- これまでと同じ商品でも2倍、3倍の価格で受け入れられるようになったら？
- 単価が上がることで労働時間は減り、これまで行けなかった場所へ行けるようになり、やりたかったことに時間を使えるようになったら？
- そして、前向きで建設的な人たちに囲まれ、尊敬と感謝の中で仕事ができるようになったら？

そんな状態を築けたら、どうでしょうか。

専門家ブランドを築くことで、こういう状態にどんどん近づけていくことができるんですね。

そして、そのための手段として出版がメチャクチャ有効と言うことです。

それでも、多くの専門家が出版を後回しにする理由

とはいえ、ここでこんな声が聞こえてきそうです。

「出版って、そんな簡単にできるものじゃないですよ？」

「ハードルが高そうだし、リスクもありそう...」

確かに、その感覚は自然です。

商業出版は、出版社が費用を負担してくれる反面、著名人や実績のある人でなければ、なかなか実現できません。

出版社としても、コストをかける以上、売れる可能性の高い人を選ばざるを得ないからです。

一方、自費出版は、自分で費用を負担して本を出す方法ですが、一般に300~500万円のコストがかかります。

売れなければ、在庫を抱えるリスクもあります。

こうした事情から、多くの専門家が「出版は自分にはまだ早い」と感じてしまうわけです。

ですが、実は、ここにもう一つの選択肢があります。

それが、電子書籍出版です。

そして電子書籍出版は、実は、あなたのビジネスにめちゃくちゃインパクトを与える可能性があります。

その理由については、次章で整理していきましょう。

第4章：電子書籍を出版すべき3つの理由

いやいや電子書籍って言ったって出すの大変でしょ？

そもそも電子書籍出しても権威になるの？

そう思ったかもしれませんが、実は電子書籍こそ、専門家ブランドを戦略的に構築していくうえで、最も“扱いやすい媒体”なんです。その理由を今から3つお話しますね。

理由1：スピードが早いから

まず、電子書籍は他の出版に比べて、着手から出版までの期間がめちゃくちゃ短いんですね。

例えば、商業出版だと、少なくとも6カ月、長ければ1年以上出版までにかかります。と言うのは、商業出版は、出版社がお金を出すので、出版社からすると失敗できないわけですね。

そのために、出版社内部で、企画をじっくり審査する必要があるわけです。ほとんどここで没になりますが、

もしここで企画が通っても、次は企画をさらに編集者とブラッシュアップしていくのに時間がかかります。ここでも数か月かかります。

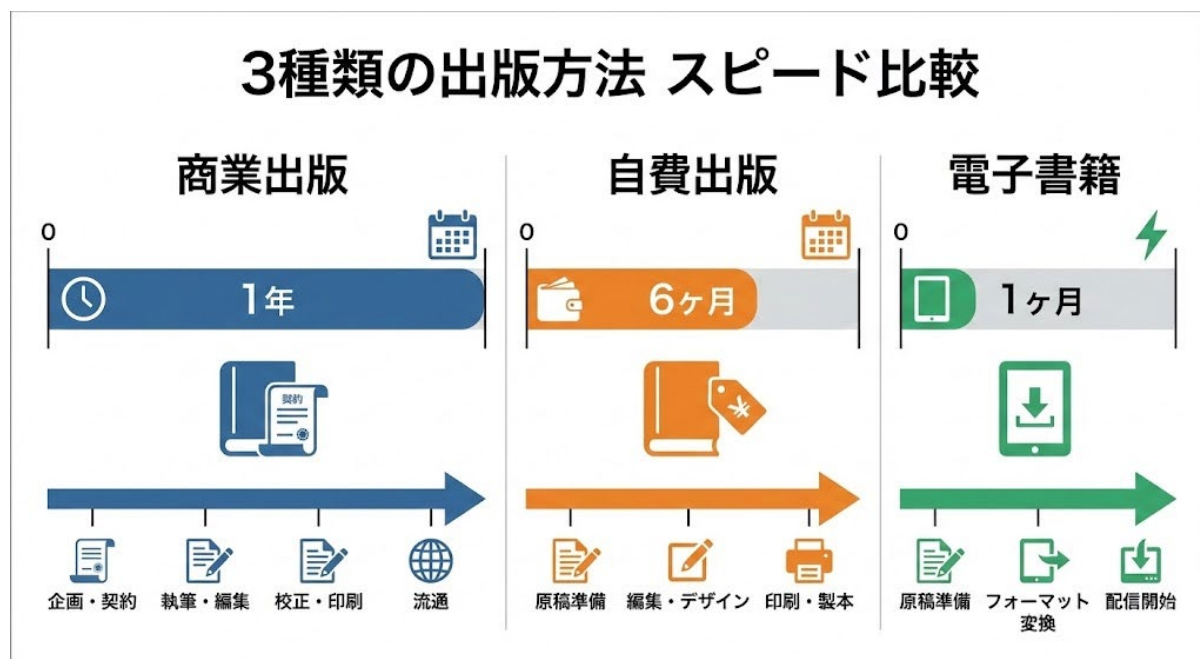
さらに、原稿執筆、編集などでも、厳密にチェックしていくことになります。繰り返しになりますが、出版社は本を商品として売るわけなので、高い品質を求めるわけです。

そうやっていくと、どうしても長い時間がかかってしまうんです。

自費出版も、自分でお金を出す分、商業出版ほど厳密な審査はないですが、紙の本特有の制作作業工程が多く、結果的に6か月くらいはかかることになります。

これに比べて、電子書籍はめちゃくちゃスピーディです。

今AIが発達して、かなり高品質な表紙を誰でも簡単に作れるようになりましたし、基本自分で全部作って出すことを前提に考えると、着手から2週間~1か月くらいで出版することができます。



理由2：柔軟性が高い

2つ目のポイントは、柔軟性が高いということです。

これは、一度出版しても修正・更新がリアルタイムでできるということです。

商業出版や一般的な自費出版は、一度世に出たら、内容を変えることはほぼできません。仮に修正するとしても、大きなコストと時間がかかります。

つまり、「一発勝負の出版」にならざるを得ないのです。

これは、ビジネスと非常に相性が悪い構造です。

なぜなら、ビジネスは常に変化するものだからです。

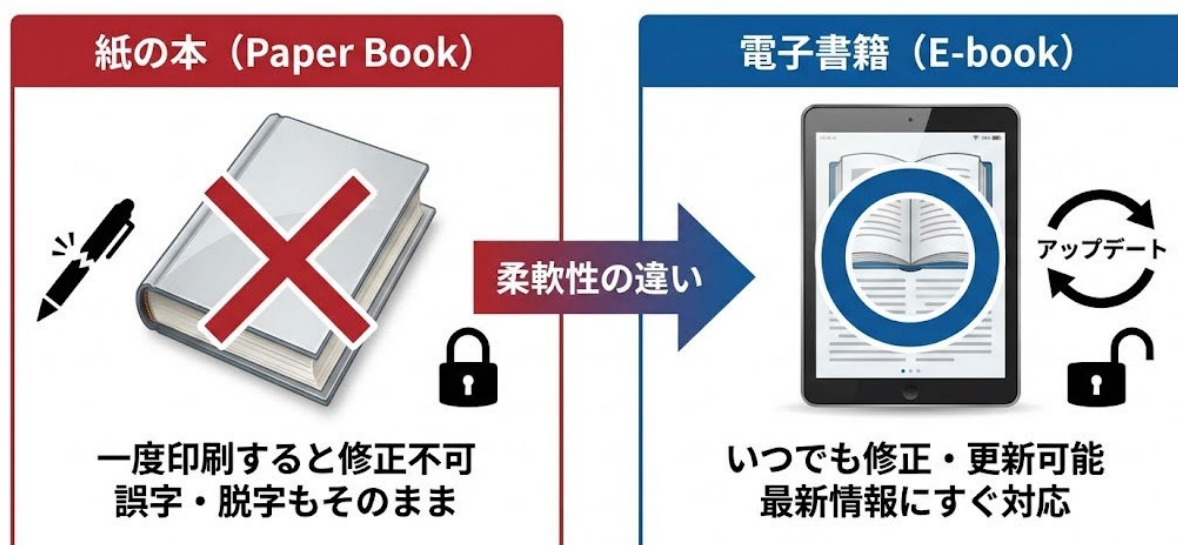
- 読者の悩み
- 市場の状況
- 自分自身の立ち位置

これらは、時間とともに必ず変わります。

だからこそ、状況に合わせて、内容を調整できないと、せっかく出しても無用の長物になってしまう可能性があるわけです。

電子書籍出版は、最初から「変化に合わせて進化させる」ことを前提に使える出版手法です。

修正可能性の比較：紙の本 vs. 電子書籍



理由3：マーケティングと相性がいい

結局本はただ出すだけだと意味がなくて、出した後、どう広げていくかも一緒に考えていく必要があるんですね。

商業出版では、どうしても「売れる本を作る」ことが最優先になります。

一般的な自費出版でも、「本を出した」という事実そのものがゴールになりがちです。

この構造では、出版とビジネスが切り離されてしまいます。

一方、電子書籍出版は、最初からビジネスの一部として組み込む前提で使うことができます。

例えば

- 「通常1500円が今だけ99円キャンペーン」をやる とか

- 表紙デザインを変えて購買率をテストする とか
- 状況に合わせて、原稿に最新情報を随時盛り込んでいく とか

そういった変更がリアルタイムでできるわけです。

電子書籍を起点としたマーケティング導線



ただし、ここで誤解してほしくないことがあります。

それは、「電子書籍でさえあれば、誰でも成果が出るわけではない」という点です。

電子書籍は、あくまで「手段」です。

使い方を間違えれば、商業出版や自費出版と同じように、ただ出しただけで終わります。

最悪の場合、ブランドを傷つけるリスクすらあります。

- では、電子書籍出版を「ビジネスを前に進める武器」として機能させる人
- 「出しただけで終わる人」との違いは、どこにあるのでしょうか。

その答えが、

次章のテーマです。

第5章：出版してうまく行く人・行かない人の決定的な違い

出版した人の9割は失敗する

ここまでで、電子書籍出版が専門家ブランドを築き、ビジネスに活かせる可能性を持っていることは理解いただけたと思います。

ただ、ここで一つ、避けて通れない事実があります。

それは、電子書籍を出版した人の多くが、期待した成果を得られていないという現実です。

実際に電子書籍を出版する人は増えてきています。

でも、その一方で、

- 本を出してもただ出しただけになる
- 全く権威性も高まらない
- 全く単価も上げられない
- 単に本を出す時間と労力のコストだけがかかっただけ

という声もよく聞くようになっていきます。

海外の出版レポートでも、自力で出版した人の9割は売れずに終わることが報告されています。

じゃあなぜこういうことが起きると思いますか？

なぜ、ほとんどの人が電子書籍を出版してもビジネスに活かさないのに、一方で電子書籍を出版してそれをビジネスに活かせる人がいるのでしょうか？

出版してもうまくいかない本当の原因

そう聞くと、たぶんあなたはこういう風に考えませんでしたか？

- 無名だから
- 文章力がないから

- 表紙がしょぼいから

そう考えなくなる気持ちはよく分かります。でも、実はそれは本質的な原因ではないんですね。

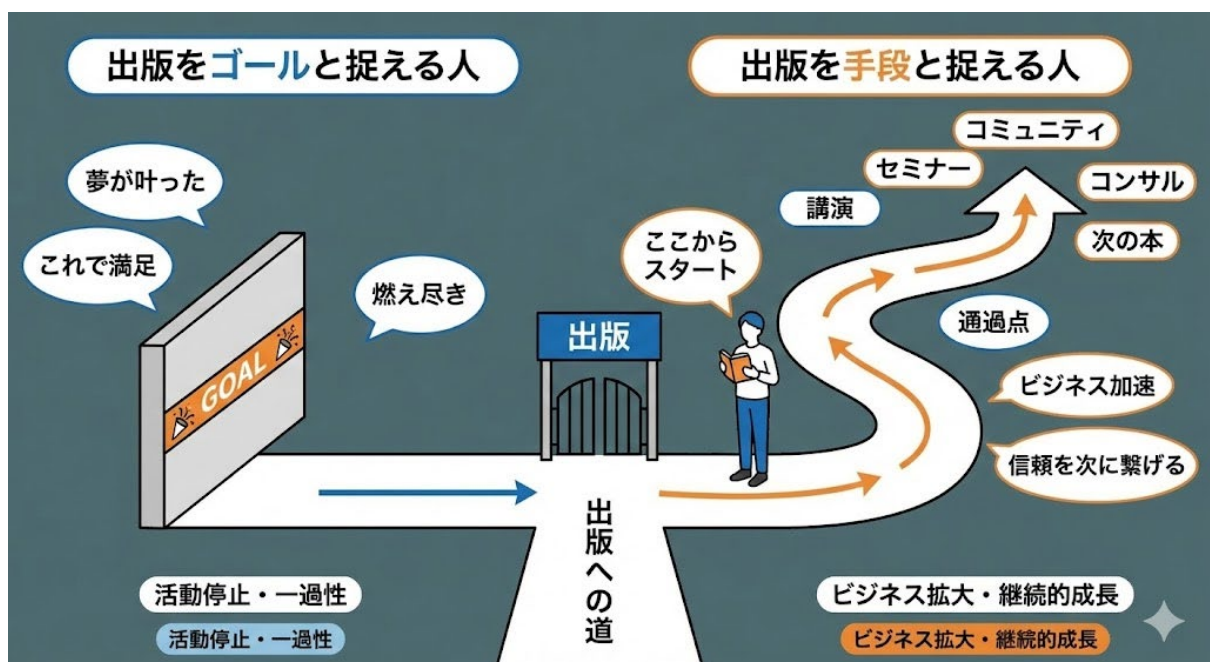
なぜなら、同じような条件でも結果を出している人が確実に存在するからです。

じゃ、電子書籍をビジネスに活かせる人、活かせない人を分ける決定的な要因は何かなんですが、

決定的な違いは、出版を「どう位置づけているか」この一点なんです。

- うまくいかない人は、無意識のうちに出版を「ゴール」として捉えています。
- 一方、うまくいく人は、出版を「手段」として捉えています。

この認識の違いが、結果にそのまま表れているのです。



出版は手段と捉えるべし

出版をゴールにしてしまうと、人はこう考え始めます。

- とにかく早く出したい

- まずは形にしたい
- 出せば何かが変わるはず

すると、

「誰に、どう見られたいのか」

「どんな先生ポジションを築きたいのか」

といった、本来いちばん重要な部分が後回しになります。

その結果、

- 読者の頭に何も残らない
- 専門性が伝わらない
- 印象に残らない

という状態が生まれます。

そして最終的に、「出版しても意味がなかった」となってしまうわけです。

逆に、うまくいく人は、最初に「全体」を決めています。

具体的には

- どんな専門家として認識されたいのか
- 誰の、どんな問題に向き合うのか
- 出版を、全体のどこに置くのか

と言ったことを最初に決めているんですね。

つまり、出版をビジネスに有効活用できる人は、「設計図を持っている」ということなんです。

じゃあ具体的にどんな設計図が必要なの？

そう思いますよね？

ですので、次章では電子書籍出版をビジネスに活かす人が必ず持っている2つの設計図について説明していきます。

第6章：出版を成功させる2つの設計図

第5章でお伝えしたとおり、電子書籍出版で成果を出せるかどうかは、才能や努力の問題ではありません。

決定的な違いは、「設計図があるかどうか」この一点です。

しかも設計図は2つ必要です。

なぜ、設計図は「2つ」必要なのか

あなたはきっと本を書きたいと思ったことがあると思います。

そのときに、おそらく

「どんな本を書けばいいか」

「どんな内容にすればいいか」

と考えませんでしたか？

この考えは、正しいです。ただ、これではまだ50点なんですね。

どういうことかと言うと、

出版をビジネスに活かすには、さらに

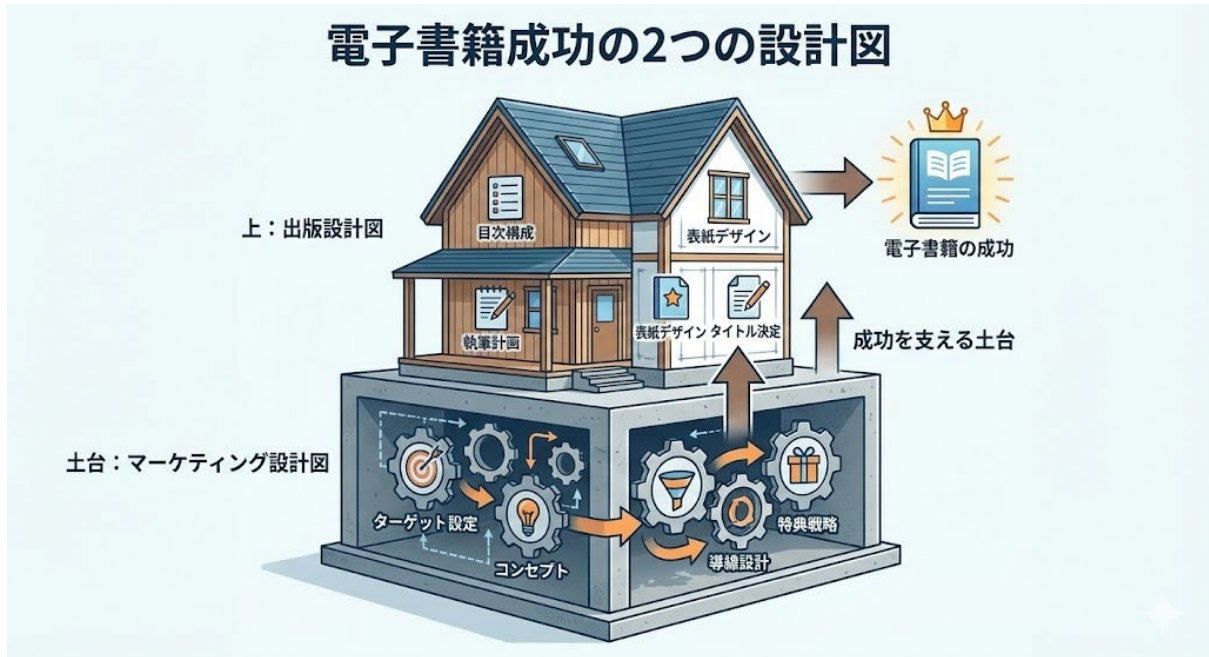
「この出版は、自分のビジネス全体の中で、どんな役割を果たすのか？」

ということを考える必要があるんです。

この2つをきちんと考えておかないと、「ただ出すだけで終わった」という状況に、ほぼ確実になってしまうわけです。

そんなわけで、2つの設計図を順番に見ていきましょう。

電子書籍成功の2つの設計図



【設計図1】 マーケティング設計図

1つ目の設計図は、出版をビジネス全体のどこの位置づけに置くのかを決めるためのものです。

具体的に言うと、出版は

- 集客のツールなのか
- 教育のツールなのか
- 成約率アップのツールなのか
- 名刺代わりに渡す営業ツールなのか
- 権威付けのツールなのか

など、どんな目的で出すかによって、ビジネスにおける位置づけが変わってくるわけです。

この位置づけが曖昧なままだと、出版はただのイベントになってしまいます。そしてイベントは、終わった瞬間に効果が消えます。打ち上げ花火のように。

出版で成果を出している人は、出版を単発の成果としてではなく、ビジネスの流れの中に組み込まれた一工程として捉えています。

この設計図がないと、出版後に「で、次は何をすればいいのか分からない」という状態に必ず陥ります。

【設計図2】 出版設計図

2つ目の設計図は、「出版設計図」です。これは、狙った読者層に対して、刺さるメッセージを届けるための設計図です。

多くの人は、出版というと「役に立つことを書こう」「ノウハウをたくさん詰め込もう」と考えがちですが、それだけでは専門家ブランドは形成されません。

重要なのは、読者が本を読み終えたあと、あなたをどんな存在として認識しているかです。

- 何の専門家なのか
- 誰のための人なのか
- なぜ他ではなくあなたに相談すべきなのか

この認識が、狙った読者層の頭の中で一貫したメッセージとして残っていなければ、出版は単なる情報提供で終わってしまいます。

出版設計図とは、情報をどう書くかを決めるものではなく、「この本を通じて、読者の認識をどう変えるのか」を先に定めるためのものなのです。

設計図を作る際の必ず押さえるべき注意点

よし分かった！

設計図は2つ必要なんですね！

そう思ってワクワクしたかもしれませんが、ごめんなさい。設計図に取り組む前に、あるあるの失敗が3つあるんですね。

1つ目が、2つの設計図を一度に考えようとすることです。

具体的には

- 出版の役割が決まっていないのに本の内容を考え始めたり、
- どう認識されたいかが曖昧なまま章立てを作り始めたり

ということをやりがちなんです。

この状態では、どれだけ時間をかけても設計は固まりません。

むしろ考えれば考えるほど迷いが増え、「これで本当にいいのだろうか」という不安だけが大きくなっていきます。

2つ目が、自分の主観で作ってしまうことです。

例えば、あなたが家の設計図を作ったとします。

そうすると、あなたが一級建築士でない限り、必ず必要な設計が漏れてしまうと思いませんか？

そもそも建築に詳しくないと、メチャクチャ大まかなイメージ図しか書けないはずです。

そういう設計図では、当然家は建ちません。

ですので、主観で設計図を作って、作ったつもりになるという状況は、絶対に避けてくださいね。

3つ目が、設計図を作る前にも、必ずやるべきことがあるということです。

それを飛ばしてしまうと、どれだけ立派な設計図を描いても、ほぼ確実に機能しません。次章では、なぜ設計の前に“ある準備”が必要なのか、その理由についてお話ししていきます。

第7章：設計図作成前に必要な準備

なるほど、よく分かりました！

設計図を作ればいいですね！

でもごめんなさい。

ここで一つ、あらかじめ知っておいてほしいことがあります。

それは、多くの人が「設計図を作ろう」とした瞬間に、必ずと言っていいほど手が止まる、という事実です。

やる気がないからでも、理解力が足りないからでもありません。むしろ、真剣に考えようとする人ほど、ここで迷い始めます。

なぜ設計図作りで手が止まるのか

なぜなら、設計図の内容は「あなたがどこを目指しているか」によって、まったく変わってくるからです。

少しイメージしてみてください。

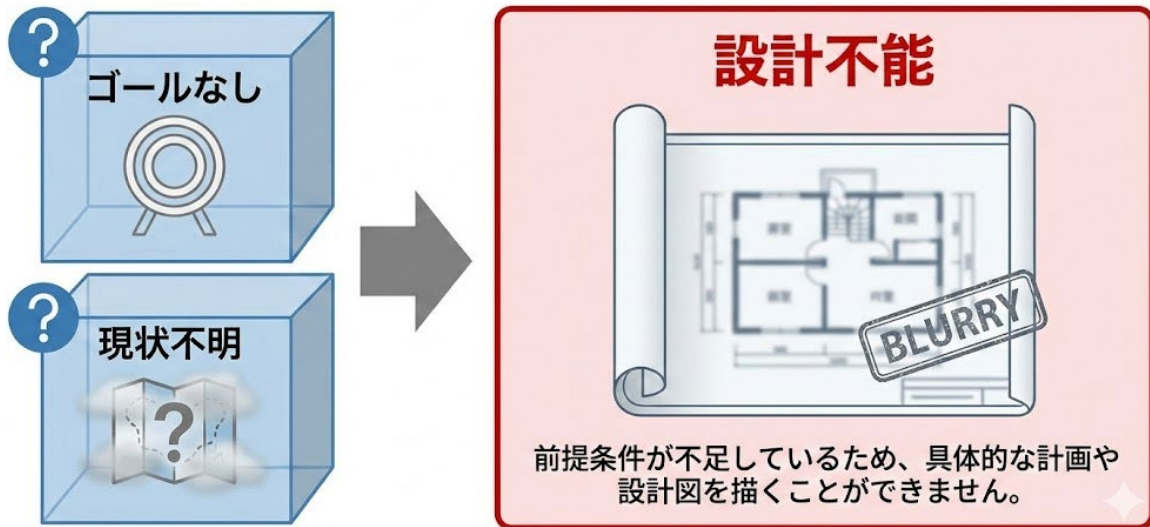
もしあなたが家を建てるとしたら、いきなりハウスメーカーと打ち合わせをして「一緒に設計図を作りましょう」と言われても、正直困りますよね？

なぜなら、あなたが

- どんなライフスタイルを望んでいるのか、
- どれくらいの予算で考えているのか、
- 土地の広さや住む場所はどこなのか、
- 将来どんな暮らしをしたいのか

こうした前提条件によって、設計図はまるで別物になるからです。将来像や現状が整理されていない状態では、そもそも設計そのものがないのです。

前提条件がないと設計できない



設計図の前に必要なのは「ロードマップ」

出版もまったく同じです。

いきなり設計図を作ろうとする前に、さらに前準備として、自分の現在地、目指すゴール、本のテーマ、自分が取るべきポジショニングなどを正確に把握する必要があります。

これを整理したものが、ロードマップです。

全体のロードマップがないまま設計図を描こうとすると、考えれば考えるほど迷いが増え、何が正解なのか分からなくなってしまいます。

ロードマップがないとこうなります

なぜこのタイミングでロードマップ作成会を提案しているかなんですが・・・

実は僕は、いくつもの個人事業を転々としてきた歴史があるんですね。

大学卒業して、すぐにご縁があって、水商売のスカウト事業を立ち上げました。

売上も順調に伸びていましたし、時間も自由で、20代半ばにして悠々自適な生活を手に入れましたが、漠然と満足ができずに廃業しました。

それからHP作成、家具デザイン、心理カウンセラー・・・など次々と個人事業を立ち上げては潰してを繰り返していきました。

セールスカやガッツはあったので、どの仕事でもそれなりに生活はできてきましたが、結局続かず、廃業を栗化してきました。

なぜ、僕がそういう不毛にも思えるようなサイクルを繰り返してきたのか？

当時の僕にはわかりませんでした、今の僕にはハッキリ分かります。

それは、「自分にどうなりたいたいの明確なロードマップがなかったから」なんですね。

きっと僕が明確なゴールを抱き続けていられたら、きっとそういう不毛なサイクルにハマらずに済んだと思います。

それで、これは私だけじゃなくて、今の時代色んな選択肢、誘惑が多すぎて、誰もが選択に迷いやすい時代にあると感じています。

でも、迷い、疑い、ブレがあると、どんなに実力がある人でも成果が出ないんですね。

いくら虫眼鏡をかざしても日光の焦点が合わないと、紙が燃えないのと同じです。

だからこそ、まずはあなたのロードマップを明確にすることが何より大事だと感じたわけです。

それでは、最後に、ロードマップを作って出版をビジネスに活かした事例を紹介します。



第8章：お客様の事例

お茶の先生としてのポジションを確立 & 事業拡大

西山さんは、もともと保険のセールスレディとして活躍されていましたが、お茶の先生としては、ほとんどブランディングされていない状態でした。

そんな中、「お茶の講師として本を出したい」というご相談を受け、弊社がサポートすることになりました。

単に本を出すのではなく、「どんな先生として認識されたいのか」を整理したうえで出版に取り組んだ結果、出版物はベストセラーを獲得。

その後、婦人公論や週刊女性といったメディアにも取り上げられました。国立国会図書館を始め、日本中の図書館に納本。現在では、複数社と顧問契約を結び、企業向け講師としても活動の幅を広げています。

テーブルスタイル茶道師範 西山千春 他1名
テーブルスタイル茶道が教えてくれた50代からでもシンデレラになれる10の法則

4.9★★★★★ (38)

ベストセラー1位 - カテゴリ フラワーアレンジメント



『テーブルスタイル
50代からでもシンデレラになれる10の法則』
《いつも余裕が《自己受容が大そんな生活が特に、50代で、女性にはぜひポイントを受け取ろうに、人生は永ぐこの本を読ん

テーブルスタイル
TEL.080-278
大分県大分市原
<https://www.a>





知名度向上から事業拡大

内田さんは、ストレッチ系のパーソナルジムを複数店舗経営されている経営者です。

「知名度を高めたい」という目的のもと、弊社が出版をサポートし、結果としてベストセラーを獲得しました。

出版を通じて専門性と信頼性が可視化されたことで、ビジネス全体の追い風となり、現在はさらにもう一店舗がオープンするなど、事業も好調に推移しています。

4.7★★★★☆ (4)
ベストセラー1位 - カテゴリ クライミング・ボルダリング
 ^表示を減らす

一生腰痛にならない
身体が手に入る
 フルカラー 図解でわかる

運命を
 変える

内田式
改善
腰痛
メソッド

読者限定
 特典動画
 つき

ストレッチ専門
 パーソナルトレーナー **内田 直希**

- 毎朝
 気持ちよく
 目覚める
- 仕事に
 100%
 集中する
- 家族や恋人
 との時間を
 楽しむ
- スポーツや
 趣味に
 打ち込める

リピート率99%
金メダリストも輩出!!

<p>ベストセラー</p> <p>一生腰痛にならない 身体が手に入る 選命を 変える</p> <p>2019年 12月 20日</p> <p>内田式 改善腰痛 メソッド</p> <p>著者 内田 直希</p> <p>Amazon 1位 楽天 1位 ebookjapan 1位 Kindle 1位</p> <p>リピート率99% 金メダリストも輩出!!</p> <p>図解でわかる！一生腰痛にならない身体が手に入る内田式腰痛改善メソッド ストレッチ専門パーソナルトレーナー 内田直希、ウェルビーイング出版</p> <p>4.7 ★★★★★ (4)</p> <p>Kindle版 (電子書籍)</p> <p>¥0 kindleunlimited</p> <p>Kindle Unlimited会員特典に含まれます 詳細はこちら</p>	<p>長生きの秘訣は 体幹 にありました</p> <p>その1分、やるかやらないかが人生を変える!</p> <p>著者 木場 克己</p> <p>Amazon 1位 楽天 1位 ebookjapan 1位 Kindle 1位</p> <p>長生きの秘訣は体幹にありました! (TJMOOK)</p> <p>木場 克己</p> <p>3.4 ★★★★★ (5)</p> <p>ムック本</p> <p>¥1,089</p> <p>33ポイント(3%)</p> <p>prime 翌日配送 無料配送 明日 6月20日にお届け 残り2点 (入荷予定あり)</p> <p>カートに入れる</p>	 <p>その他+1色/柄</p> <p>ピラティスリング 5点セット ミニバランスボール マジックサークル トレーニングチューブ ストレッチベルト 弾性エクササイ...</p> <p>4.0 ★★★★★ (2)</p> <p>¥2,980</p> <p>30ポイント(1%)</p> <p>無料配送 6月27日-7月6日にお届け</p>	 <p>その他+3色/柄</p> <p>Yyiingku マッサージボール ストレッチ ピーナッツ型 ヨガ フィットネスボール ツボマッサージ ツインボール 筋膜リリース...</p> <p>¥417</p> <p>4ポイント(1%)</p> <p>無料配送 6月30日-7月8日にお届け</p>
---	---	--	---

助産師×カメラマンという独自性を形に

助産師とカメラマンという二つの顔を持つ山口さんは、漠然と「出版に興味がある」という段階でご相談いただきました。

当初は出版の目的がはっきりしていなかったため、ロードマップを作成。その中でベストセラーを獲得し、専門家としての認知を高めることをゴールに設定しました。

その方針のもとで出版に取り組んだ結果、見事ベストセラーを取得。結果として、ご自身の活動を説明しやすくなり、ブランディングの軸が明確になりました。

山口 真紀 他1名
自由を生きる女性・縛られ続ける女性

5.0 ★★★★★ (9)

ベストセラー1位 - カテゴリ 図鑑・事典・年鑑



実績ゼロから20件超の問い合わせ殺到

裕理さんは、全くの未経験からスピリチュアル講師として起業されたばかりの方でした。

実績も知名度もない状態だったため、「とにかくブランディングをしたい」という理由で、弊社がサポートすることになりました。

ヒアリングを重ねながら、彼女自身の強みや独自性を言語化し、それを軸に出版をプロデュース。その結果、出版物はベストセラーを獲得しました。

出版翌月には面談が20件以上入り、起業当初は集客に苦労していた状況から一転し、現在(2025年10月時点)は「面談対応で時間が足りない」という状態になっています。

潜在意識スピリチュアルカウンセラー 裕理
【スピリチュアル×心理学】潜在意識にアクセスして自律神経の不調を改善する3つの方法

5.0 ★★★★★ (5)

ベストセラー1位 - カテゴリ アニメ&ゲーム音楽スコア



ベストセラー



【スピリチュアル×心理学】潜在意識にアクセスして自律神経の不調を改善する3つの方法

潜在意識スピリチュアルカウンセラー 裕理

5.0 ★★★★★ (5)

Kindle版

¥0 kindleunlimited

Kindle Unlimited会員特典に含まれます 詳細はこちら

すぐに購読可能

または、¥99で購入



思いどおりにぜんぶ叶えてくれる潜在意識の魔法

スピリチュアルLakiko

4.4 ★★★★★ (622)

Kindle版 (電子書籍)

¥0 kindleunlimited

Kindle Unlimited会員特典に含まれます 詳細はこちら

すぐに購読可能

または、¥1,386で購入

その他の形式: 単行本, Audible版



ペンデュラム 占い ダウジング フーチヒーリング スピリチュアル ゴールドメタルコーン 開運アイテム グッズ

5.0 ★★★★★ (2)

¥1,380

14ポイント(1%)

ダブルポイント

無料配送 8月27日-29日にお届け

残り6点 ご注文はお早めに

なぜ再現性のある出版支援ができるのか

最後に、弊社自身の事例についても触れておきます。弊社は、専門家・経営者が出版をきっかけに「選ばれる状態」を作るための出版プロデュース会社です。

単に本を出すだけの出版屋ではなく、出版をビジネス全体のロードマップの中に組み込み、成果につなげることを前提にサポートしています。

そのため、チームには、

- アンミカさんやフィフイさんの書籍も手がけた敏腕ライター
- 自治体や大手企業のデザインを20年以上担当してきたベテランデザイナー
- マーケティングの仕組み構築で年間1億円以上を売り上げた実績を持つ marketer

など、各分野のプロフェッショナルが揃っています。

その結果、クライアントの出版物は9割以上の確率でベストセラーを獲得し、レビュー平均は4.5以上を維持しています。

弊社自身も、出版プロデュースを自分自身の最初のクライアントとして検証し、1人目から60万円のプロデュースを成約。

さらに2025年8月から9月までの2ヶ月間では、成約率50%、平均単価687,500円、ROAS3125%という数字を記録しています。

これらの結果は、偶然ではなく、弊社自身もロードマップや設計図を作ってきたからこそ生まれたものです。

ここまで紹介してきた事例を見て、共通点があることに気づいたかもしれません。

それは、うまくいった人たちは、特別な才能があったわけでも、最初から恵まれた環境にいたわけでもないということです。

4.9 ★★★★★ (23)

ベストセラー1位 - カテゴリ 趣味・教養の資格・検定

違いを生んだのは、「出版の前に、自分自身のロードマップが整理されていたかどうか」。それだけです。

出版は、人生やビジネスを一変させる魔法ではありません。しかし、正しいロードマップの上に置かれたとき、流れを一気に変える“起点”になります。

逆に言えば、ロードマップが曖昧なまま出版をしても、同じ結果にはなりません。だからこそ、絶対にいきなり本を書き始めてはいけません。

スタートアップは1日で Kindle 電子書籍を 図解で分かる 出版しなさい



生成AIで
電子書籍を量産して
2倍速でビジネスを
立ち上げるテクニック

ベストセラーを連発する
著者が教える
SNS, プログ, メルマガ
一切不要

本を出して
売り上げを2倍にする
ロードマップ
作成サポート特典
つき!!

おわりに

この本を通じてお伝えしてきたのは、「出版すれば成功する」という話ではありません。

むしろその逆で、出版は順番を間違えると、努力が報われにくい手段でもあるということです。

だからこそ、設計図の前にロードマップが必要であり、そのロードマップがあるからこそ、出版が意味を持つようになります。

多くの専門家は、実力があるにもかかわらず、「今、何をすべきか」が曖昧なまま走り続けています。

その状態では、どれだけ頑張っても手応えを感じられず、やがて疲れてしまいます。これは能力の問題ではなく、順序が整理されていないことによる構造的な問題です。

逆に言えば、順序を守って、やるべきことを一つずつ着実にやっていけば必ず成果は出るということです。

8章でご紹介した、専門家たちのように。

とは言え、

「自分も同じように結果を出していけるのかな？」

と不安に思うかもしれません。

- 売れる本なんて自分に出せるの？
- 自分に高単価商品売っていくなんて無理じゃね？
- これまで自分に目立った実績なんてないし
- ベストセラーなんて取れないでしょ
- 目先の利益を稼ぐことに必死で、理想の未来なんて考えたこともないし・・・

このような疑問や不安が出てくるのは自然なことです。

そこで、あなたのそんな疑問や不安を払拭して、「自分にもできる実感」を得ていただける提案をご用意しました。

それが、出版ロードマップ作成会です。

無料なので安心して次ページの内容を確認してくださいね。



権威性を高めて高単価商品がバンバン売れる状態を作る

【無料】出版ロードマップ作成会 (120分)

出版ロードマップ作成会とは

「あなたが出版してブランディングして、高単価商品を安定して売れるようになるまでのロードマップを一緒に作りましょう」という内容になってます。

このロードマップ作成会では、あなた専用のロードマップを専門家が伴走しながら一緒に作っていきます。

具体的には、

- あなた自身が具体的にどんな状態に向けて進んでいきたいのか？
- 今どんな現状でどこでつまづいているのか？
- 今の問題をこじらせている最も本質的な原因は何か？
- その原因にどう対処したら理想の未来に最も最短で近づけるか？
- そのために出版をどのように活かせるか

などについて具体的に掘り下げていく場になります。

予約完了特典



さらにロードマップ作成会に予約していただくと、予約完了特典としてこれらもプレゼントします。

1. 10万円の集客費で100万円稼ぐ！3大出版マーケティングシステム
2. たった1冊の出版で売上を2倍にする5つの電子書籍活用戦術

なぜ無料なのか？

今回モニター募集という意味合いも込めて、無料とさせていただいております。その後は90分49800円で販売します。

ですので、もし作成会に参加されたら、感想をいただけたらと思っています。一定の声が集まりましたら、予告なく終了とさせていただきます。

申し込み方法

申し込み方法は簡単です。

- 1.下のQRコードまたはリンクをクリックして予約専用LINEに登録
- 2.日程を予約する



<https://lz2h11vc.autosns.app/addfriend/s/LSXEdt1cKG/@757gzrhb>

このロードマップ作成会の無料キャンペーンは期間限定となります。次回、このキャンペーンを開催する予定は今のところありません。

詳細はLINE内でご案内していますので、そちらからご確認お願いいたします。では、またロードマップ作成会で直接お会いできるのを楽しみにしています。