

キンドル出版モニター様専用
表紙デザイン・内容紹介・Kindle SEO 解説

Copyright © 2021 後藤あゆみ All rights reserved.

=目次=

(1) 電子書籍のタイトルと表紙デザインの考え方.....	3
1 : 人目を引く表紙を意識する	3
2 : 読者はタイトルと表紙で期待して購入する.....	5
3 : 電子書籍の流行をチェックする.....	7
(2) 販売ページの内容紹介.....	10
1 : 内容紹介の書き方.....	11
2 : PREP 法・PASONA の法則とは.....	12
(3) SEO 要素のあるキーワード.....	14
1 : 電子書籍のキーワード選定	16
2 : 電子書籍のタイトルの決め方.....	18
3 : 検索キーワードの設定	20

（1）電子書籍のタイトルと表紙デザインの考え方

売れる電子書籍にするために、

わたしが気をつけている表紙デザインのコツをお伝えします。

1：人目を引く表紙を意識する

電子書籍の表紙デザインは、Amazon の検索結果や商品詳細ページに縮小されたサムネイル画像で表示されます。

電子書籍の表紙を作成する際は、原寸大※と小さなサムネイルのどちらでも見栄えが良く、目立たせることが重要です。

原寸大※とは、電子書籍をパソコンやスマホのデバイスで見たときに表示される大きさと考えてください。

電子書籍の表紙は本の顔です。

『人は見た目が 100 パーセント』というドラマが話題になりましたね。

人のファッションや身なり、表情などの見た目は、その人の印象や信用度をあげる大切な要素です。

それは電子書籍も同じ。

電子書籍の表紙が、読者を引き寄せ、販売ページに書かれた内容紹介に誘導し購入ボタンを押してもらおうという導線に導いてくれます。

2：読者はタイトルと表紙で期待して購入する

電子書籍の表紙デザインは、デザインテクニックだけでなくコピーライティングの要素が必要です。

売れる電子書籍は『パッと見てどんな本なのかがわかる』という傾向があります。

タイトルや表紙で、その電子書籍がどんな内容なのか、自分が求めていることが書かれているのか、読者が電子書籍の内容をイメージできることが購入につながる最大のポイントです。

あなたの電子書籍のタイトルと表紙デザインが読者の心に刺さるものでなければ、電子書籍の内容説明を読むまでに至らず、離脱されるでしょう。

つまり、貴重な見込み読者を逃してしまうのです。

これは、WEB サイトや YouTube でも同じことが言えます。

読者がつい視聴したくなるような、タイトルやアイキャッチ画像（サムネイル）をアップしていないとほとんどクリックされません。

そして、クリックされたとしても、読者の期待に沿っていない内容が出てきたらすぐに閉じられてしまいます。

だからこそ、電子書籍の内容を正確に表現した「タイトルと表紙デザイン」が重要なのです。

3 : 電子書籍の流行をチェックする

ファッションに流行があるように、食べ物や生活用品、書籍デザインなど、あらゆるものに流行があります。

「流行を追いかけるタイプじゃない」という人も、実は、知らず識らずのうちに流行を追っていることがあるんですよ。

どういうことかというと、その昔、『バナナダイエット』が流行りましたね。

ダイエットに興味がない人も「バナナダイエット」という言葉は聞いたことがあったと思います。

そして、スーパーでバナナを見かけたら、バナナが好きではなくても目で追っていませんでしたか？

世の中で流行っていることは、自然と情報として頭に入ってくるので、無意識のうちに反応してしまうのです。

書籍デザインにおいては、その時に流行っている色やモチーフを取り入れると人の深層心理をつかんで興味付けをすることができます。

色には人間の潜在意識に基づいたイメージがあります。目に飛び込んできた色は、わたしたちの脳に情報としてダイレクトに入ってくるため、その色を見た瞬間に何らかの感情がわき起こるのです。

<色彩心理の例>

- **赤**：情熱、行動力、活動的、エネルギー、生命力、積極的、炎、興奮、
- **オレンジ**：社交的、開放的、温かい、健康、陽気、自信、賑やか
- **黄色**：明るい、楽しい、幸せ、好奇心旺盛、愉快、危険、注意
- **グリーン**：癒し、安全、協調性、自然、リラックス、新鮮、常識的
- **ブルー**：誠実、爽やか、清涼感、信頼、集中力、冷静、浄化、寂しい

●**ネイビー**：真面目、クール、高級、堅苦しい、誠実、哲学的、堅実

●**パープル**：品格、芸術的、個性的、高貴、感性、幻想的、不満

●**ピンク**：愛情、可愛い、女性、甘い、恋愛、優しい、ロマンティック

●**白**：純粹、清潔、誠実、完璧、透明、正義感、未来

●**ゴールド**：高級、華やか、光、豪華、派手、高貴、お金、学び、知恵、繁栄

あなたの書籍の内容は、どんなイメージをもたらせているでしょう？どんな風に、読者に感じて欲しいのかを想像して、使用する色目を決めてくださいね。

小さなサムネイル画像の中には、あなたの電子書籍の全てが散りばめられています。読者の心をつかんで離さない「インパクトのある表紙」を意識してデザインしてくださいね。

(2) 販売ページの内容紹介

販売ページの内容紹介とはココのことです。



WEBライティング基本のき：人に伝わる日本語の書き方 3つのコツで精読される記事を書く

Kindle版

後藤あゆみ (著) | 形式: Kindle版

★★★★★ 1件の評価

その他の形式およびオプションを表示する

Kindle版 (電子書籍)

Kindle Unlimited

Kindle Unlimited 会員は、このタイトルを追加料金なし (WU) で読めます。
¥1,000 Kindle 版
標準ポイント: 100pt

在宅ワークに挑戦する人がどんどん増えています。特に、ライティング業は初めての在宅ワークに人気のある仕事ですが、文章は、読むと書くでは大違い！

ましてや、紙媒体とWEB媒体では、読者に読まれる文章の性質がまったく異なります。

新聞や雑誌で読むような記事も、在宅ワーク初心者あなたが書いても、インターネットでは読んでもらえません。

そこで、本書では、あなたが書いた記事を最後まで読んでもらえる「読読率の高いコンテンツ」にするためのWEB専用のライティングテクニックを解説します。

読読率を高めるためには
+WEBライティングの基本的な考え方
+投稿時の使い方
+見出しの使い方
の3つのポイントを知ることで、

この3つのポイントを理解できたら、あなたの記事を読んでいる読者は、最後の文章までしっかりと読んでくれるようになります。

つまり、人に伝わる文章の書き方が、しっかりマスターできるというわけです。

本書で解説したWEBライティングの3つのコツは、ブログ、WEBサイト、メールマガジン、電子書籍など、どんなジャンルにも使える基本中の基本！

読み読みでもスッと頭に入り、WEBライティングのコツが理解しやすいように、実用的な例文を豊富に解説しています。

豊富な例文を読むだけで知識が増え、短期間のうちにWEBライティングのスキルが飛躍にアップしますよ。

ぜひ、一冊身につけてWEBライティングのスキルを本書で手に入れてくださいな。
・もっと少なくて読む

本の長さ

106ページ

言語

日本語

発行日

2021/1/1

ファイルサイズ

2407 KB

Page Flip

有効

Word Wise

有効にされていません

Kindleストアで読みたい電子書籍を探している人は、本の内容紹介（説明文）を必ず読みます。

Kindleストアで気になる表紙をクリックしたら、まず、内容紹介を読んでその先の続きを読もうかどうか決めます。

電子書籍の内容紹介が読者の第一印象になるんですね。

そのため、内容をしっかり説明してある電子書籍は読者の興味をかきたて、購入まで誘導することができます。

1 : 内容紹介の書き方

内容紹介は 4000 文字まで入力できますが、4000 文字を MAX で使う必要はありません。売れている電子書籍をリサーチしてみると、書籍のまえがきを転載している人や目次を表示させている人もいます。

わたしは、この内容紹介（説明文）は「電子書籍の広告ページ（セールスレター）」と考えて、文章を作成しています。

マーケティングを意識したセールスレター（広告文）には、お決まりの型があります。「PREP 法」や「PASONA の法則」と言うものです。

2 : PREP 法・PASONA の法則とは

型通りに文章を書き進めると、最後まで精読され購入意欲を高めるセールスレターがかけると言うライティングの法則です。

●PREP 法

PREP 法は、「結論（Point）」→「理由（Reason）」→「具体例（Example）」→「結論（Point）」という流れで文章を書き進めます。

Point : 結論（最初に結論を述べる）

Reason : 理由（「なぜなら」という理由を説明する）

Example : 具体例（「例えば」と具体的な例で説明する）

Point : 結論→（「つまり」と最後にもう一度結論を言う）

頭文字を取って「PREP 法」といいます。

● PASONA の法則

PASONA の法則は、「Problem（問題提起）」「Agitation（問題強調）」→
「Solution（解決策の提案）」→「Narrow down（緊急性）」→「Action（行動を促す）」という流れで文章を書き進めます。

Problem : 問題提起

Agitation : 問題を強調してあおる

Solution : 解決策を提示し証拠を見せる

Narrow down : 緊急性・限定性で追い込む

Action : 行動を促す

頭文字を取って「PASONA の法則」といいます。

(3) SEO 要素のあるキーワード

電子書籍をたくさん売るためには**検索表示の上位を狙う**ことです。検索順位で1位・2位・3位を取れると、売れる量が俄然アップします。

月に1万円以上のロイヤリティを稼ぐ電子書籍と売れていない電子書籍の違いは、KindleストアのSEOに大きく影響されます。

「KindleストアのSEO」といっても、これといって決まった定義があるわけではありません。

ここからお伝えする内容は、わたしがこれまでに販売してきた電子書籍や、表紙デザインを請け負った出版者さんの書籍を見て実感したことです。

ブログを運営している人ならGoogleのSEO対策がいかに重要であるかはすでにご存知ですね。「KindleストアのSEO」は「GoogleのSEO」ととても似ていると、わたしは考えています。

<キンドルストアの3つのSEO対策>

- 1 : 電子書籍のキーワード選定
- 2 : 電子書籍のタイトルの決め方
- 3 : 検索キーワードの設定

1 : 電子書籍のキーワード選定

ここでいう、電子書籍のキーワードとは、「書籍のタイトルに使用する言葉」のことです。

わたしが出版した「WEBライティング基本のき/人に伝わる日本語の書き方～3つのコツで精読される記事を書く～」を例に挙げて説明します。

- **メインタイトル** : WEBライティング基本のき
- **サブタイトル** : 人に伝わる日本語の書き方
- **キャッチコピー** : 3つのコツで精読される記事を書く

<メインタイトル・サブタイトル・キャッチコピーに使用したキーワード>

- ・ **メインキーワード** : WEBライティング
- ・ **サブキーワード** : 基本・日本語・書き方・3つ・コツ

電子書籍のタイトルには、ブログで言うところの「**複合キーワード**」を決めることが重要です。

メインキーワードが WEB ライティングと決まっているなら、サブキーワード（複合キーワード）はアマゾンキンドルストアで検索されているキーワードを探して使います。

アマゾンでどんなタイトルの本が検索されているのかを知るのは簡単！

ここを見てください。



このサジェストは、アマゾンからの提案なので過去に検索されたことがあるキーワードが並んでいます。

と言うことは、ここに表示されたキーワードを使用すると「検索に引っかかりやすい」ということです。

メインキーワードをサジェストにかけてサブキーワード（複合キーワード）を探し出し、あなたの電子書籍の内容と合うキーワードを見つけてくださいね。

2 : 電子書籍のタイトルの決め方

電子書籍をたくさん売るためにはタイトルがとても重要です。では、売れる電子書籍のタイトルのつけ方を見ていきましょう。

<電子書籍の内容とタイトルは一致していること>

誇大広告のようなタイトルをつけて読者の気を引いても、実際に書かれている本文がタイトルとあっていなかったり、内容がショボかったりすれば「詐欺本」と呼ばれて最悪のレビューがついてしまいます。

読者はまず、表紙の中のタイトルを見ます。タイトルの内容を期待して購入してくれた読者さんをダマすような事にならないようにしてくださいね。

<本を読んだ後の「ベネフィット」を盛り込むこと>

※ベネフィットとは、マーケティング用語の1つで、商品やサービスを購入することで得られる「よい効果」のことをいいます。

「この本を読むと、こんなことがわかりますよ」

「この本を読むと、こう言う結果が出ますよ」

「この本を読むと、こんな悩みが解決しますよ」

本を読んだ後の読者が、明るい未来を想像できるタイトルをつけましょう。

<売れ筋本をマネする>

キンドルストアをリサーチしてみるとわかりますが、売れている本はタイトルのパターンがとても似ています。

- ～～のやり方
- ～～術
- ～～の方法

これらの言葉は、売れているキンドル本の典型的なパターンです。まるパクリはダメですが、あなたの電子書籍にあった内容に置き換えて使うには問題ありません。オリジナル感が出る言葉を選んでタイトルを決めて下さいね。

3 : 検索キーワードの設定

ここで言う「検索キーワード」とは、あなたが電子書籍を出版した時に設定したココの部分です。

キーワード	本を説明する最大7つの検索キーワードを入力します。 キーワードの選択方法
キーワード (オプション)	
<input type="text" value="WEBライティング"/>	<input type="text" value="文章力"/>
<input type="text" value="初心者"/>	<input type="text" value="ライター"/>
<input type="text" value="ブログ"/>	<input type="text" value="副業"/>
<input type="text" value="在宅ワーク"/>	

本の詳細で「本を説明する最大7つの検索キーワードを入力します。」に入力するキーワードを変更します。

電子書籍のタイトルに含まれないキーワードは、人間の目に見えるものではありませんが、アマゾンのAIには見えています。

タイトルに入れられなかったキーワードは、「本を説明する最大7つの検索キーワード」に入れます。

電子書籍の売れ行きは、検索結果にかなり影響されますので、検索でヒットしやすいように検索キーワードは最大7つ入力してくださいね。