秒速でダウンロードされるデザインに進化

ダサ表紙撲滅宣言

Kindle REVOLUTION 表紙革命

Produced BY AYU

『選ばれる表紙』徹底解剖

後藤あゆみ

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

はじめに

このたびは、

「Kindle REVOLUTION 表紙革命」～『選ばれる表紙』徹底解剖～

をダウンロードしてくださりありがとうございます！

著者の後藤あゆみと申します。

「Kindle 出版がライフワーク」をモットーに、フリーランスクリエイターとして表紙装丁デザイン・Kindle セルフ出版コンサル・制作代行・企画から販促まで伴走サポートなどの活動をしています。サポート 1261 件更新中(2025 年 9 月現在)。そのうち **600 件以上が表紙デザインの仕事**です。

おかげさまで、途切れずご依頼をいただき、たくさんの著者様がランキング 1 位やベストセラーを獲得されています。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

このコンテンツでは、電子書籍の表紙デザインを本業としているわたしが常に意識している「ダウンロードされるデザインの要素」をギュッと濃縮して解説します。

Kindle 本がなかなか読まれない……その致命的な原因は「表紙」にある可能性が高いです。「自力で表紙を作るのは無理！」という方も、ちょっと待って。外注デザイナーにお金を払う前に、最低限のチェック項目を知っておけば、ムダな出費が防げますよ。

もっと読まれる Kindle 本にするために、このマニュアルを参考にしてあなたの表紙をテコ入れしてみてください。挑戦していただいたあなたの本の表紙は誰から見てもすっかり生まれ変わっていますよ。

あなたのチャレンジを応援しています！

後藤あゆみ

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

＝目次＝

はじめに ……2

1. 表紙は「選ばれる本」への第一歩 ……6

■ 見つけてもらえる条件とは……7

■ デザインを考える前に、まずは下準備……8

2. 選ばれる表紙の 8 大ポイント……9

1)タイトルの見せ方 ……9

2)サブタイトルの見せ方……10

3)キャッチコピーの使い方……10

4)フォントの選び方 ……11

5)カラーの使い方 ……12

6)画像(イラスト・写真)の選び方……13

7)著者名と肩書き ……14

8）全体レイアウト……14

3. おすすめのデザインツール……15

1）Canva ……15

2）ChatGPT ……17

3）Nano banana ……19

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

4. KDP 表紙の基本ルール 21

5. 垢抜けた表紙にするための基本鉄板ルール 22

＜デザインの４つの基本＞ 22

① 近接・・・関係のあるものは近くにまとめる 23

② 整列・・・要素を揃えて配置する 24

③ 反復・・・同じ要素やスタイルを繰り返す 25

④ コントラスト・・・要素に違いをつける 26

＜帯をつける＞ 27

＜余白を埋める＞ 29

6. 表紙テコ入れビフォー＆アフター 31

おわりに 33

著者プロフィール 36

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

1. 表紙は「選ばれる本」への第一歩

あなたの本を読者に読んでもらうには、キンドルストアに並んだ大量の電子書籍の中から「**見つけてもらうこと**」が最大の課題です。

電子書籍の表紙は**スマホの小さい画面で存在感をアピールしなければ**見つけてもらえません。たとえ見つけてもらえたとしても、読者はほぼ直感であなたの本を読むか読まないかを決めています。

厳しいことをいいますが、秒で目に止まり「この本は私に必要だ！」と思わせる魅力がなければ、残念ながら日の目をみることはありません。

では、どんな表紙が秒で目に止まり、魅力的に見えるのでしょうか？

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

■ 見つけてもらえる条件とは

・インパクトがあって目立つ

・小さい面積でも字が読める

・類書と差別化できている

これらの最低条件をクリアした上で、「自分のための本だ」と思ってもらえないと「読むに値する本」として選んでもらえないのです。

どんなに内容が良くても、読者の目に留まらない表紙は選ばれるチャンスを逃しています。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

■ デザインを考える前に、まずは下準備

・Kindle ストアをリサーチする

・ターゲット読者の頭の中を想像する

（1）Kindle ストアをリサーチする

・同じカテゴリーにどんな本があるか

・同じカテゴリーの売れ筋

・電子書籍全体の売れ筋

・あなたが好きな表紙の傾向

・パッとみて目を引くデザイン　などを調べます。

（2）ターゲット読者の頭の中を想像する

あなたの本はどんな人に手に取って欲しいですか？

どんな人があなたの本を必要としているでしょうか？

読者の立場になって、その人が好みそうな(反応がとれそうな)デザインを考えることが鉄則です。

次の章からは、目にとまる表紙の具体的なポイントを解説します。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

2. 選ばれる表紙の 8 大ポイント

1)タイトルの見せ方

2)サブタイトルの見せ方

3)キャッチコピーの使い方

4)フォントの選び方

5)カラーの使い方

6)画像(イラスト・写真)の選び方

7)著者名と肩書き

8）全体レイアウト

1)タイトルの見せ方

タイトルと表紙デザインの連携は必須です。

タイトルは最大の SEO 対策になりますので、**検索キーワード**を意識すると売れ行きに直結する施策となります。**読者が必要としている情報が書いてある**と明確にわかる本は売れます。**長すぎず 9～13 文字が理想。タイトルが正しく読める配置に、一番大きく目立たせること。**

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

2)サブタイトルの見せ方

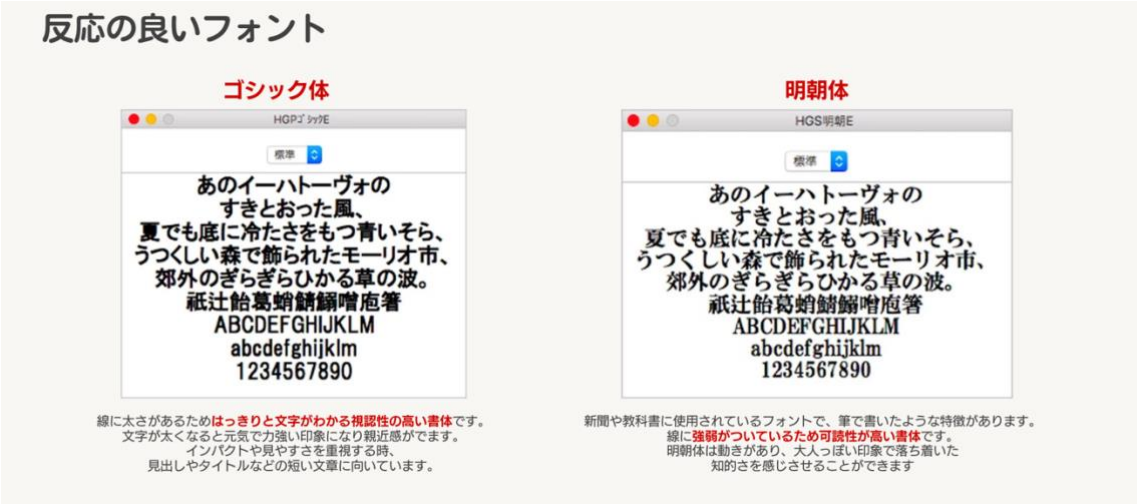
サブタイトルは**タイトルの補足・具体化・SEO 強化に有効**です。キンドルストアに表示される文字数はタイトル＋サブタイトル＋レーベルを含めると日本語(全角)で 100 文字程度まで入ります。ただ、**文字数が多いと文字が小さくなってしまいサムネイルで読めませんので気をつけてください。**

3)キャッチコピーの使い方

キャッチコピーは短くインパクトを。表紙デザインのパーツとして取り入れることも可能です。例えば、吹き出しや丸い枠・エンブレムなど表紙のワンポイントに使えます。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

4)フォントの選び方



フォントは見やすさ優先。フォントには性格があり、著者のキャラや書籍内容に合ったイメージの書体を選ぶとデザインセンスが発揮できます。

ゴシック体：力強く親近感、見出し向き。

明朝体：知的で大人っぽい、可読性が高い。

人気の POP 体や手書き文字は雰囲気を表現しやすいのですが、パッとみて読みにくいフォントは使わない方が無難です。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

5)カラーの使い方

カラーには人間の潜在意識に基づいたイメージがあります。

本の内容や著者のイメージにあったカラーを選びましょう。

例）赤＝情熱、青＝信頼、緑＝癒し、ピンク＝愛情、ゴールド＝高級感など

表紙の中で使うカラーは、大きく分類して 3 種類あります。

●**ベースカラー**：背景色

●**メインカラー**：タイトル・サブタイトルなど

●**ポイント(アクセント)カラー**：とくに目立たせたい部分

王道は全体で 3 色使い、多くても 4 色くらいを使うとまとまりやすくなります。**写真やイラストなどの挿入画像に使われている色を取り上げる**と表紙全体に統一感が出ます。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

6)画像(イラスト・写真)の選び方

<表紙に使用できる画像>

・著作権フリーの素材サイトからダウンロードしたもの

・自作（完全にオリジナル作品であること）

・AI 生成画像（商用利用可能のツールを使用）

<反応が高い画像の特徴>

・人物の顔（特にカメラ目線）

・料理の写真

・ラフなゆるい印象の手書き風イラスト

※著作権フリーの素材サイトからダウンロードしたものは、キンドル本以外にも、ブログのアイキャッチ画像や広告バナーなどに使われていることがあり、**どこかでバッティングします**。気になる方は使用前にリサーチしてください。

※ご自身の作品を表紙に使用できますが、**「撮影禁止」とされている神社仏閣や商業施設や他人が写り込んでいる写真は使用しないでください。**

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

※AI 生成画像を使用する場合、すでに WEB 上で発表された著作物と似ていたり(類似性)その著作物に基づいて創作したと認められると(依拠性)著作権侵害にあたります。

7)著者名と肩書き

表紙に著者名は必須ではありませんが、「どんな人が書いた本なのか」がわかるように肩書きと著者名を入れましょう。著者名＋肩書きで信頼性がアップします。

8）全体レイアウト

文字サイズや配置を工夫し、視線誘導の法則（Z・F・N）を意識します。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

3. おすすめのデザインツール

1）Canva

2）ChatGPT

3）Nano banana

1）Canva

https://www.canva.com/

Canva は、誰でも簡単にデザインを作れるオンラインツールです。

<特徴>

・無料で使える（有料プランもあり）

・テンプレートが豊富（SNS 投稿、プレゼン資料など）

・ドラッグ＆ドロップ操作で簡単編集

・写真・イラスト・フォントが多数用意されている

・PC・スマホ両方で利用可

・AI 生成や加工が簡単にできる

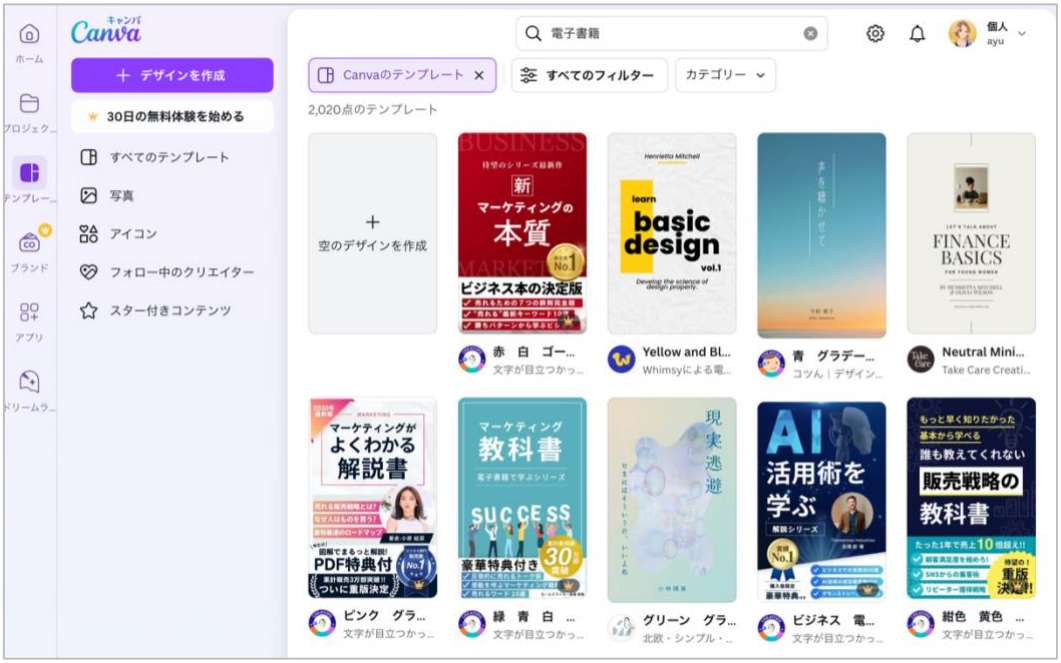
Canva は直感的に作業ができるテンプレートがたくさん揃っています。たしか

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

に便利なのですが、Kindle ストアに自分と同じような表紙が並ぶことは十分にありえます。実際、人気のテンプレートは本のジャンルに関係なく使われています。差別化のために「色・フォント・挿絵・レイアウト」の必ず調整をしてください。

<アレンジ例>

背景の色を変える／帯を追加／パーツを入れ替える／フォントを明朝からゴシックに変更など。



※Canva の無料版では使用できるツールが制限されます。2025 年に Pro(有料版)の値段が下がりお得になりました。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

2）ChatGPT

https://chatgpt.com/

ChatGPT で、「1 枚の電子書籍の表紙を完成させるのはまだ無理だ」とわたしは考えています。ですが、ダウンロードされる表紙作成のコツとして、タイトル、サブタイトル、キャッチコピーの存在はかなり重要です。そこで ChatGPT の出番です。

＜ChatGPT の活用の仕方＞

・ターゲット層に刺さるタイトルやコピーを提案してもらう。

・Amazon のカテゴリや SEO を意識したキャッチコピーも生成できる。

・外注デザイナーに依頼する前に、ラフ案の希望を考えてもらえる。

（ChatGPT が本文内容や著者プロフィールを要約し、表紙の世界観をテキストで提案してくれる）

・作りたい画像（背景など）のイメージを写真からプロンプト化できる。

・挿絵としていろんなタッチのイラストが生成できる。

・背景画像を生成できる（写真からイラストに変換することも可能）。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

AI イラストは「どんな言葉で指示するか」で仕上がりが大きく変わります。

たとえば、同じ「猫のイラスト」でも、

左「watercolor style, cute, soft pastel colors」

（水彩画風、かわいい、柔らかいパステルカラー）

右「realistic, high detail, cinematic lighting」

（リアルで細部までこだわった映画のような照明）

と書くだけで、まったく違う世界観になります。

※プロンプトについては特典で詳しく解説しています。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

3）Nano banana

https://note.com/google_gemini/n/n1afcbf4d5275

Nano banana は Google が開発した画像生成 AI です。日本語のテキストプロンプト（指示文）を使って画像を編集したり、複数の画像を組み合わせて新しい画像を生成したりできます。直感的なシンプルな操作で驚くほど精密な画像を生成してくれます。

＜Nano banana の特徴＞

・高精度な編集

テキストで「この猫に帽子をかぶせて」「背景を高級レストランに変更」といった指示を出すだけで、非常に自然で物語性のある画像が生成されます。

・高い再現性

画像内のキャラクターや要素の一貫性を保ったまま編集できるため、AI マンガ制作などにも応用できます。

・複数画像合成（Multi-image fusion）

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

複数の画像の特徴を読み取って合成し、新しい画像を自動生成できます。

・フィギュア化

アップロードした画像から、リアルな 3D フィギュア風の画像を生成する機能も注目されています。

1 枚のスナップ写真からこんな雑誌の表紙が 1 発で作れました！

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

4. KDP 表紙の基本ルール

・ファイル形式：JPG／TIFF

・推奨サイズ：1,600×2,560px

72dpi 以上、最低解像度は 300PPI

・容量：50MB 未満、

・色調：RGB カラー

・背景が白い場合は薄グレーの枠線を追加

・表紙はいつでもリニューアル可能

＜法律やルールを守りましょう＞

ブランドロゴ(SNS のアイコンなど)を使いたいときはブランド公式サイトで公開されているロゴデータを使うこと（使用には申請が必要な場合があります）

他人の本の表紙デザインをマネしすぎない（著作権侵害に当たる）

商標権に抵触しない（商品名やマークなどを勝手に使わない）

悪質な場合はキンドルアカウントが停止されるので注意してください。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

5. 垢抜けた表紙にするための基本鉄板ルール

表紙デザインを垢抜けたデザインに見せるには、鉄板のデザインルールがあります。これを意識するだけで格段に完成度が上がります。

ぜひ、覚えて活用してください。

■デザインの４つの基本を覚える

■帯をつける

■余白を埋める

<デザインの４つの基本>

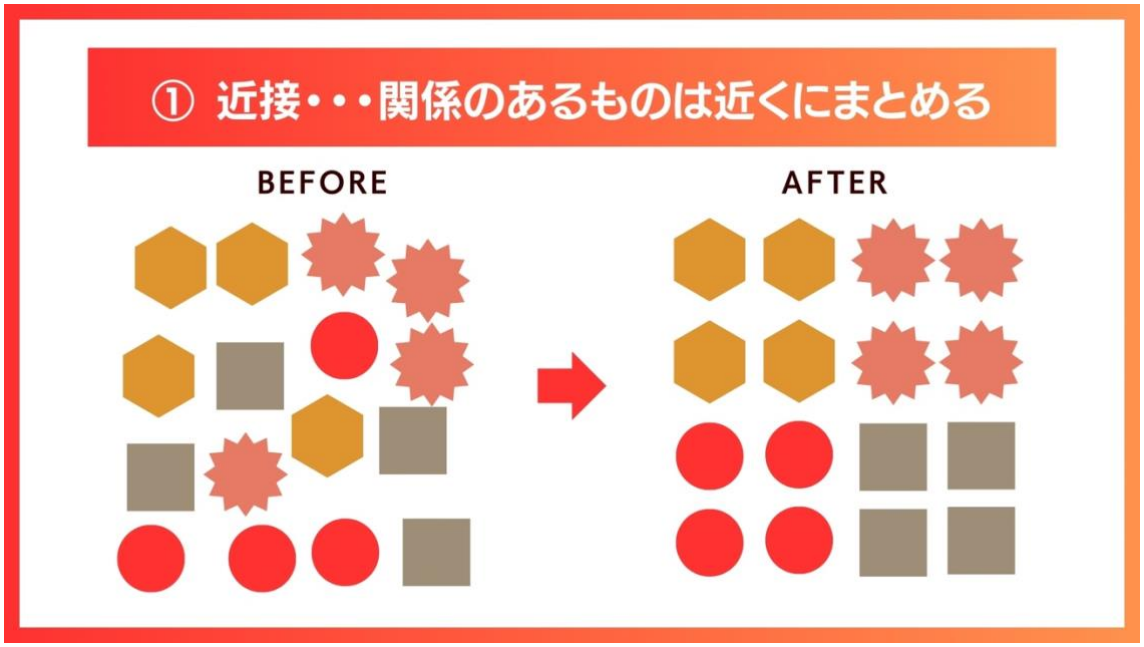
①近接　関係のあるものは近くにまとめる。

②整列　要素を揃えて配置する。

③反復　同じ要素やスタイルを繰り返す。

④コントラスト　要素に違いをつける。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.



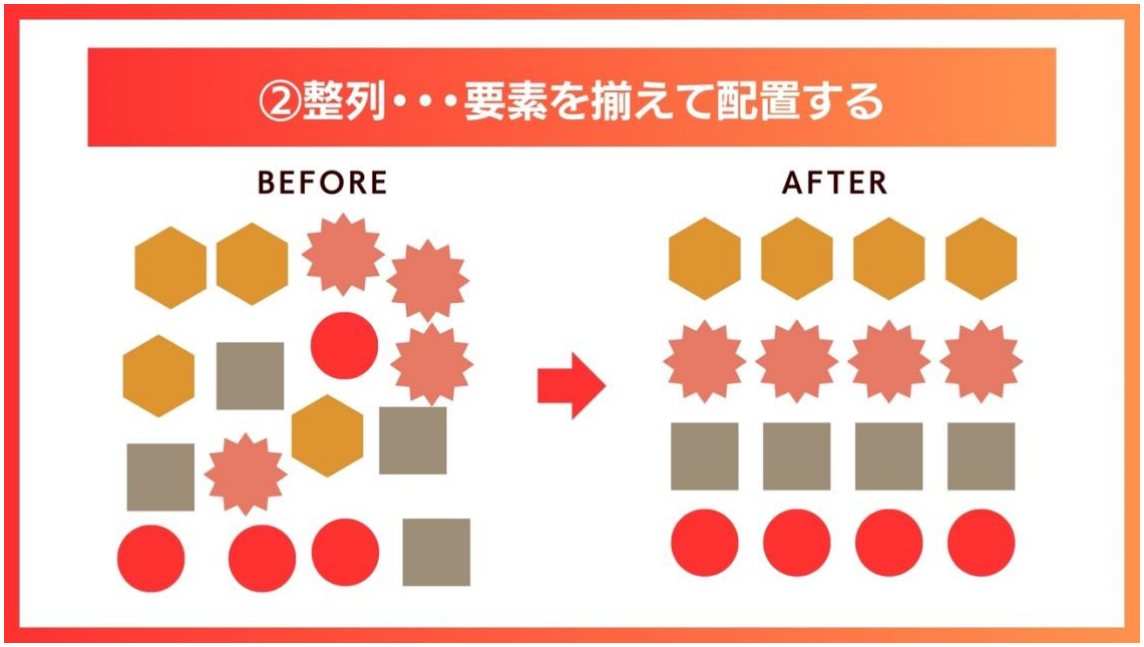
① 近接・・・関係のあるものは近くにまとめる

関連する要素を近づけることで「まとまり」が生まれ、情報が見やすくなります。

例）タイトルとサブタイトルは近づける。

　　要点を書き出し箇条書きでまとめるなど

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

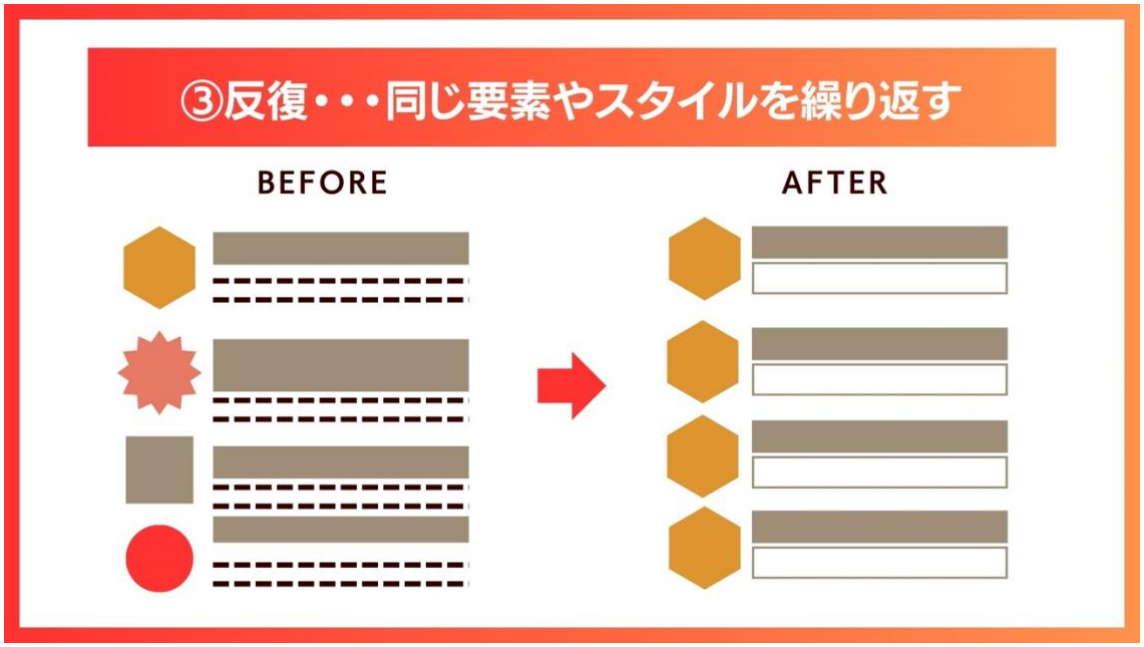


② 整列・・・要素を揃えて配置する

左揃え、中央揃えなどを意識して並べると、デザインに一体感が出ます。

例）文字や画像をバラバラに置かず、きれいにラインを揃える

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

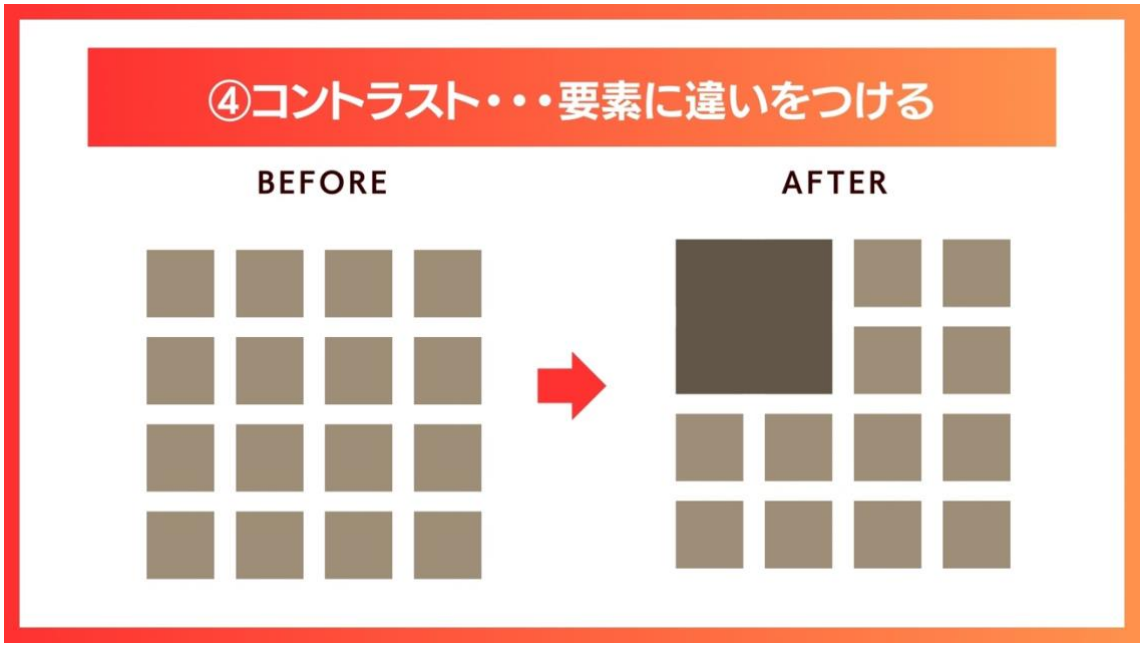


③ 反復・・・同じ要素やスタイルを繰り返す

図形やアイコンなどを繰り返して統一感を出します。

例）見出しの頭に同じマークをつける　枠を同じサイズでまとめる

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.



④ コントラスト・・・要素に違いをつける

強弱・大小をつけることで目立たせたい重要な部分がはっきりします。

例）大きい文字と小さい文字／黒と白／太字と細字を組み合わせる

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

＜帯をつける＞

帯（おび）とは、本のカバーの外側に巻かれている細長い紙のことです。

電子書籍は WEB データなので、実際には帯をつけることはできませんが、帯がついているように見せることはできます。

帯にはキャッチコピーや推薦文、実績、著者コメントなどを大きく載せることができ、読者の目を引きつける「広告」の役割を果たします。Kindle ストアで手に取ってもらうきっかけになる重要な要素です。

また、タイトルやイラストだけでは伝わりにくい内容や魅力を補足します。ターゲット読者に「自分に関係ある本だ」と思わせる工夫を入れることができるスペースです。

同じジャンルの本が並ぶページで、帯の色やデザインによって目立たせることができるので差別化できる大きなポイントです。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

＜余白を埋める＞

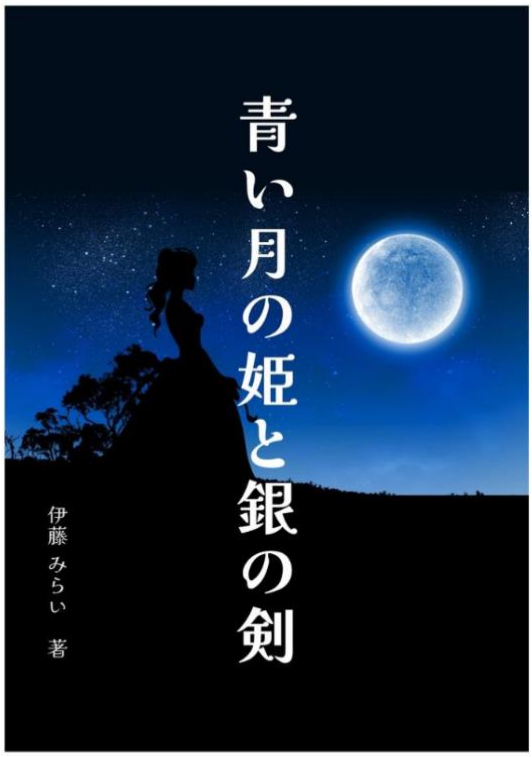
電子書籍の表紙デザインにおける**余白**は、単に「何もない空間」ではありません。読者に与える印象を大きく左右する**積極的なデザインの一部だとわたしは考えています。**

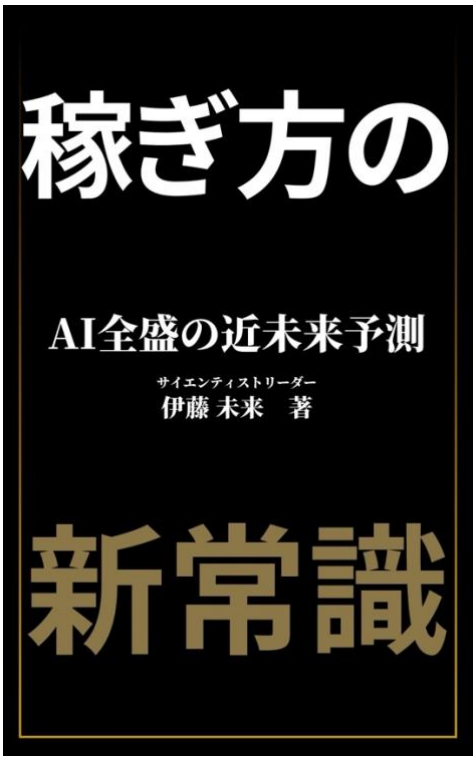
とはいえ、余白の作り方は意外に難しく、余白が多過ぎれば物足りない感じがしますし、余白がなければ情報を詰め込みすぎで混乱します。適度な余白を作ることは感覚的なものですので、分量を間違えると途端にダサ表紙になってしまいます。見極めが大事！

見極めるポイントは、デザインを遠目に離してみることです。表紙作成の作業をしている時はパソコンの画面に張り付いていると思いますが、近視眼的にみると気がつかないことでも、少し目を離してみると全体がよく見通せます。

余白が多ければ、イラストを追加したりフォントを大きくしたりして埋め、詰め込みすぎと感じたら、テキストのボリュームを落としたりイラストを削除したりして調整してください。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.





Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

6. 表紙テコ入れビフォー＆アフター

Canva で制作した表紙デザインをテコ入れしたビフォー＆アフターです。

Canva は操作画面の URL を共有できますので、同じ画面を見ながら共同作業で修正ができます。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

おわりに

表紙は「本が売れる・売れない」を左右する最大の要因です。

法則を知り、心理学・デザインの基本を押さえれば、あなたのキンドル本の表紙は生まれ変わり読者に選ばれる本に成長します。

電子書籍の表紙デザインは**デザインロジック（論理）の理解があれば誰でもできます**。しかし、わたしはロジックと同じくらい**感覚・直感が大事**だと言うことを実感しています。

感覚・直感＝センス

わたしにはデザインセンスがない・・・とコンプレックスを持っている人はたくさんいます。でもそれはあなたの深い思い込み。

「センスがある」と聞くと、生まれ持った才能のように思われがちです。

けれども実際には、**リサーチ・場数（経験値）・発想の工夫**の積み重ねで

いくらでも磨かれていくものだとわたしは考えています。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

■リサーチ

たとえば、少年野球で上手な子を見ていると、憧れのプロ野球選手のバッティングフォームや守備位置の取り方をよく観察しています。

プロ野球選手と同じルーティンを自分もマネしてみる。

良い動きを見抜いて取り入れるリサーチ力。これが「センスの第一歩」です。

■場数をふむ（経験値）

センスは頭で理解しただけでは身につきません。

素振りを毎日 100 回続ける子は、最初は形だけかもしれません。でも、一度でもバットの芯でボールを当てたら、その感覚が自分のものとなり成功確率がどんどん高まっていきます。つまり、センス＝経験値の蓄積なのです。

■発想の工夫で個性が出る

センスを磨く子は、ただ練習を繰り返すだけでなく「自分なりの工夫」をします。バットの握り方を少しゆるくしてみるとか、立ち位置をかえてみるとか。

この「工夫の試行錯誤」が、自分だけのスタイルを作り上げていきます。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

センスとは、自分なりの工夫を重ねた結果に生まれるオリジナルの発想なのです。いくら練習しても、試合の場数を踏まなければその力を使うことはできません。つまり、机上の空論ではセンスは育たないのです。

「このイラストはイメージに合わないな・・・」と直感が働くのは、練習と経験から来る感覚の集大成だとわたしは考えています。直感はたんなるひらめきではなく、積み重ねてきた経験が裏打ちする「見極め力」なのです。

デザインも同じです。

リサーチ → 経験を積む → 自分らしい発想 → 実践を繰り返す。

このサイクルを続けると、あなたの「センス」はぐんぐん育ち輝きはじめます。

表紙は一度作って終わりではなく、反応が悪ければいつでも何度でもリニューアルできます。このマニュアルがあなたのキンドル出版のマネタイズのお役に立ちましたら幸いです。

後藤あゆみ

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

著者プロフィール

著者：後藤あゆみ

電子書籍やペーパーバックの表紙デザインをメインに、個人・起業家・法人向けの出版サポート、出版コンサルを承っています。サポート件数 1260 件更新中(2025.9 月現在)

お客様の電子書籍が、Kindle 売れ筋ランキング 1 位・ベストセラー獲得続出！表紙デザインだけでなく企画から執筆サポート、編集校正、SEO 対策、販売促進まで、Kindle 出版に関わるすべてを著作者様といっしょに作業し（出版代行可）、高品質で読まれる Kindle 本を作っています。

＜経歴＞

ファッション系専門学校のデザイン学科を卒業後、大手アパレルメーカーでフランスブランドのファッションデザイナーとコーディネーターを兼務。顧客ニーズの捉え方などデザインとマーケティングの基礎を培う。結婚・出産を機に退職し、その後はフリーデザイナーとしてブライダルドレスやファッション雑貨のデザインを手掛ける。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

2014 年 WEB ライターで副業をスタート。WEB ライティングを学び、2016 年よりコピーライティング塾でライティング添削および画像制作講師としてネットビジネス初心者のサポートに従事。ビジネス系情報教材のマニュアル作成とローンチのノウハウを身につける。同時期に女性向 WEB 情報サイトで記事の編集・校閲を担当し、新人 WEB ライター育成チームにて添削指導を行う。

2018 年個人事業主として開業。時給 1050 円のパートタイム契約社員をしながら副業で Kindle 出版サポートをスタート。2021 年 3 月に電子書籍の表紙デザインや Kindle 出版プロデュースで独立。限定人数の出版プロデューサー養成講座・起業家のためのビジネス出版コンサルが大人気。2024 年 11 月セルフ出版ブランド BIZZ PUBLISHING 始動。

大阪市在住。

3 人の野球少年＋夫の 5 人家族

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

▼お問い合わせ先

https://ebook01.net/p/r/gI95jWpn

▼メルマガ【あゆ式】Kindle 出版

https://ebook01.net/p/r/rVewdWOW

▼ココナラ（プラチナランク）

https://coconala.com/users/1048921

▼ランサーズ（認定ランサー）

https://www.lancers.jp/profile/goyumi

▼X

https://x.com/bizpub_ayu

▼公式ブログ

https://kigyoudamashii.net/

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

▼note

https://note.com/ayu_biz_pub

Kindle 出版に関するお困りごとやご相談があれば、いつでもお伺いします。

info@bizz-publishing.com

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.

「Kindle REVOLUTION 表紙革命」

～『選ばれる表紙』徹底解剖～

■著者：後藤あゆみ

■発行年月日:2025 年 9 月　発行

禁止事項：本レポートの著作権は全て後藤あゆみに帰属します。本レポートの全部または一部を無断で複製・転載・配信・送信したり、ホームページ上に転載したりすることを禁止します。本書の内容を無断で改ざん・改変などを行うことは禁止します。有償・無償にかかわらず、本書を第三者に譲渡することはできません。

連絡先：info@kigyoudamashii.net

©2025 Ayumi Goto

※本書は執筆サポートに ChatGPT を使用しています。

Copyright © 2025 Ayumi Goto All rights reserved.