**第１章　「自分の本」をつくって**

**みたいけれど…**

長年、教員生活を送ってきた私もいよいよ来年で退職だ…

楽しかったこと、辛かったこと。生徒と一緒に泣いたこと、大笑いしたこと。

父兄と大ゲンカしたこと、生徒たちから思いがけず感謝状をもらったこと…教員として三十八年間。 長いようで、短かったなぁ。

この 良き思い出を、自分史にまとめてみたい！

僕の夢は小説家になることだった…

学生時代から小説や随筆を書くことが大好きで、段ボール箱の中に、古い原稿がいっぱい詰まっている。この中から、一つの作品だけでも、ぜひ「本」にしてみたい！いつかは「自分の本」をつくってみたい。

誰もが、心のなかで夢みています。

でも、叶わぬ夢と諦めている人が多いようです。

本をつくるための費用は、十万円～三十万円。時には百万円の本も…。決して、安い費用とはいえません。

しかし、

「大きな費用がかかるから、本づくりを諦めている人が多い…」とも、私は思えないのです。

いつかは「自分の本」をつくってみたい！ という夢を実現する人が少ない理由として、

具体的な本のつくり方がわからない。

誰に？　 どこに？ 　相談してよいものかわからない。

お金のことよりも、いざ本をつくろうとしたときに、「相談できる人、声をかける会社がわからない」といったことが大きな障害となっているように思えるのです。

**■印刷会社の広告を見てもサッパリわからない**

書き溜めた原稿を本にしようと思い「どんな会社に本づくりをお願いするか？」を考えたとき、頭に浮かんでくるのが「印刷会社」「広告代理店」「出版社」です。

このなかで、一般の人が一番 声をかけやすいのは「印刷会社」だと思います。

では、印刷会社のタウンページ広告や、インターネット広告を見てみましょう。

ご覧になって、いかがでしたか？

本づくりを夢みているあなたが、どの印刷会社に問い合わせや、相談をしてよいのか分かりますか？

おそらく、分かりにくかったと思います。

「チラシ／パンフレット／ダイレクトメール／ポスター／パッケージ／冊子／伝票／シールなどの印刷や企画は×××印刷株式会社へ　何でも印刷いたします」

と、総合印刷をうたっている広告が一番多いと思います。

次に多いのが、

「プリンティングイメージをよりクリエイティブに…　×××印刷です」

このような意味不明のイメージ広告です。

このような抽象的な広告から、

「どの印刷会社が本づくりを得意としているのか？」

「良い相談相手になってくれるのか？」を判断するのは無理でしょう。

病院の広告に例えると、「×××総合病院」と書いているだけで、

脳神経外科／胃腸科／循環器科／整形外科／眼科などの専門診療科目の表示をあいまいにしているようなものです。

これまで印刷業界は自社の専門性をアピールする習慣がほとんどありませんでした。