

第8章

明日KDPアカウントが 突然BAN されないために



簡単に作り直しはできません

この章で扱う Amazon / KDP の利用規約、コンテンツガイドライン、レビュー規約、商標ガイドライン、KDP セレクトの条件、そして日本国内の法律や行政の運用は、今後変更される可能性があります。

ここで紹介する内容は、私が Kindle 作家として気をつけている考え方と、執筆時点での注意点です。

実際に出版、販売、広告表現、外部導線の設計を行う前には、必ず KDP 公式ヘルプ、Amazon の最新ポリシー、各省庁の公式情報を確認してください。

不安な場合は、専門家に相談してください。

この章で覚えてほしいのは、規約文言の暗記ではありません。

読者を誤認させない。

他人の権利を侵害しない。

プラットフォームを欺かない。

この姿勢を持ち続けることです。

前章では、誠実にカテゴリー登録をすることの重要性についてお伝えしました。

この章では、同じくらい大切な「明日、突然、KDP のアカウントが停止されないために知っておくべきこと(いわゆる BAN)」をお伝えします。

先にこれだけ言わせてください。

アカウント停止になったら、また作り直せばいいじゃん、だって本の原本は手元にあるんだから——そう思った方、少し立ち止まってほしいです。

Amazon の KDP は、一度アカウント停止になったら、二度と出版できない可能性があります。

KDP の利用規約には明確にこう書かれています。

「当社が申請者のアカウントの利用を終了させた場合、当該申請者は、新たなアカウントを開設することはできません」

新しいアカウントを作ろうとしても、Amazon は登録情報、支払い情報、住所、その他の関連情報をもとに、同一人物または関連アカウントかどうかを判断する場合があります(具体的な判定基準は公開されていません)。

法人名義に変えても関連性を検知された、という話が実際に共有されています。

つまり、簡単に「やり直し」できるものではないのです。

これまで積み上げてきた本、レビュー、既読ページ、読者との接点が、一気に失われる可能性があります。

だからこそ、怖がるためではなく、長く続けるために、最初から守るべき線を知っておく必要があります。

悪気なくやってしまいがちな危険行為

少し視点を変えてお伝えしたいことがあります。

銀行の融資審査を思い浮かべてください。

融資を申し込む時、審査されるのは「今いくら持っているか」だけではありません。

「この人はこれまでのお金の管理をどうしてきたか」という「信用スコア」が問われます。

過去の借り入れの返済履歴、クレジットカードの利用状況——これらが積み重なって、「この人は信頼できる取引相手か」という評価につながる。

Kindle でも、日々の運用が長期的な信頼につながると考えておく方が安全です。

評価の仕組みは公開されていませんが、読者体験を損なわず、規約を守る運用を積み重ねることにデメリットはありません。

あなたの KDP アカウントは、今この瞬間も「信用の積み立て」をしています。

あるいは「信用の切り崩し」をしているかもしれない。

アカウントを守ることは、目に見えないビジネス資産を守ることです。

もう一つ。

Amazon は利用規約違反が疑われる場合、事前警告なしに本の削除、ロイヤリティの保留、またはアカウント停止を行う権利を持っています。

これは KDP 利用規約に明記されています。

「まだ注意が来ていないから大丈夫」ではなく、「知った今から変える」が正解です。

アカウント停止は、注意しすぎるくらいでちょうど良いのです。

他にもあります。

ここから先は、悪気なくやってしまいがちな危険行為を、1つずつ見ていきましょう。



【危険①】KDP 管理画面のスクリーンショットを SNS に投稿する

これ、貼り付けている人、多いんですよね……。

Brain や note や X に、自身の印税の実績や管理画面の画像をそのまま何の加工もせずに貼り付けている方がいます。

「今月〇万円達成！」とスクリーンショットをドーン。

その気持ち、すごくわかります。

頑張ってきた結果を誰かに見せたいという気持ちは、本当によく分かる。

でも、KDP 利用規約の第 7 項「機密保持」では、販売データなどが Amazon の機密情報に含まれると定められています。

SNS への公開が一律に禁止されているとは明記されていませんが、KDP 管理画面や販売レポートの数値をそのまま公開する行為には、規約上のリスクがあります。

規約は変更される可能性があるため、公開前には必ず最新の KDP 利用規約を確認してください。

安全な表現としては、以下のような形が推奨されます。

「サラリーマンの平均月収くらい稼げています」

「一万円札〇枚分くらいになりました」

「印税が月〇万円台に届きました」

具体的な管理画面の数値画像を伴わない表現であれば、リスクを大幅に軽減できる可能性があります。

KDP 管理画面や販売レポートのスクリーンショットを、そのまま公開するのは避けた方が安全です。

また、管理画面のスクリーンショットではなく、自作の表やグラフにした場合でも、販売データそのものの公開には規約上のリスクが残る可能性があります。

実績を示す場合は、個別タイトルの注文数、KENP、ロイヤリティ明細、管理画面の UI が分かる形は避けてください。

実績を示したい気持ちは分かる。

でも、アカウントを失ってから悔やんでも遅い。

守りながら PR に活用するのが正解です。

【危険②】ベストセラーバッジのスクリーンショットを表紙・販売資料に使う

「ベストセラー1 位獲得！」という実績を発信すること自体は問題ではありません。

ただ、Amazon が提供する「こちらで提供中 Amazon バッジの使用に関するガイドライン」には以下のような記載があります。

「別段の承認がない限り、本の画像には Amazon のロゴやその他の商標、または Amazon のロゴやその他の商標のバリエーション、変更、または紛らわしいほど類似したものを含めないでください。これには、Amazon、プライム、Kindle、または Amazon Smile デザインという用語を含む単語やロゴのほか、『Amazon おすすめ』、『プレミアムチョイス』、『ベストセラー』、『トップセラー』などのその他の Amazon バッジが含まれますが、これらに限定されません」

そして、

「本ガイドラインに反してバッジを使用した場合、バッジの使用に関するライセンスは自動的に終了するものとします」

つまり、問題になりうるのは以下のようなケースです。

問題になりやすい行為: Amazon の公式バッジ画像そのものを、何も加工せずに表紙に入れたり、Brain や note のサムネイルなど Amazon 外の販売資料に使用すること。

「このページで販売中」的な Amazon のロゴを自分の LP や宣伝資料に無断で使用する

問題になりにくい行為: 「Amazon のベストセラー1 位を取りました」と文章で SNS に投稿すること。

取得した事実を言葉で語ること。

ベストセラー画面のスクリーンショットを SNS に投稿すること自体を明確に禁止する規定はありませんが、Amazon の商標や公式バッジ画像を、Amazon の承認なしに表紙や販売素材として使用することはガイドライン違反となる可能性があります。

「やってしまっていた」という方は、表紙や宣伝資料から Amazon のロゴやバッジ画像を取り除くことから始めてください。

Amazon規約に関するガイド



問題になりやすい行為 (NG)



- Amazonの公式バッジ画像そのものを、何も加工せずに表紙に入れたり、BrainやnoteのサムネイルなどAmazon外の販売資料に使用すること。



- 「このページで販売中」的なAmazonのロゴを自分のLPや宣伝資料に無断で使用する。



問題になりにくい行為 (OK)

Goal



問題になりにくい行為 (OK)

- 「Amazonのベストセラー1位を取りました」と文章でSNSに投稿すること。
- 取得した事実を言葉で語ること。

【危険③】相互レビュー・家族・友人へのレビュー依頼

第7章でも触れましたが、この章でも詳しくお伝えします。それだけ重要だからです。

Amazon コミュニティガイドラインの「禁止事項」には以下のような記載があります。

「レビューには、購入者の正直な意見が反映されている必要があります。

そのため、報酬と引き換えにしたレビューの作成、編集、削除は禁じられています」

「自社の製品やサービスに関するコンテンツの投稿を他の人に依頼する場合は、中立的な内容にしてください。たとえば、肯定的な評価やレビューを残すように依頼したり、影響を与えようとしたりしないでください」

Amazon はレビューの信頼性を独自の基準で評価しており、関係者によるレビューは削除または制限される場合があります(具体的な検知方法は公開されていません)。

本を初めて出版した直後って、ちょっと不安ですね。

レビューがゼロの状態、Amazon に本が並んでいる。

誰かに読んでもらいたい。

評価してもらいたい。

「面白かったです」という声が欲しい。

そんな時に、ふと頭をよぎるんです。

「家族に頼もうか……」

その気持ち、めちゃくちゃ分かります。

全然おかしくない。

実は私も、一回だけ家族に「ちょっと読んでみて」とお願いして、レビューを書いてもらったことがある。

家族や友人、同じコミュニティ内の関係者によるレビューは、客観性を疑われやすい領域です。

同じ住所、端末、IP、購入履歴、SNS 上の関係性など、どの要素が判断材料になるかは公開されていません。

だからこそ、仕組みを推測するより、関係性のある人にレビューを頼む運用は避けた方が安全です。

(私は後から家族に頼んで、そのレビューを削除してもらいました)

Kindle 出版コミュニティでは、相互レビューが当たり前のように行われています。

でも、物販の世界では相互レビューによる BAN 報告が相次いでいます。

物販は NG で、Kindle 出版は OK——そんなロジックが成り立つとは考えにくいです。

X で「レビューしました！」と投稿している方も、気になっています。

X や SNS 上の発信と、Amazon 上の著者活動が結びついて見える可能性はあります。

Kindle 作家が X でレビューしましたと投稿する際、その方は大抵、自身のアカウントで別日に Kindle 本の出版告知をして、その告知には Amazon の著書ページのリンクも含まれているでしょう。

具体的な検知方法は公開されていません。

だからこそ、「疑われるような状態を作らない」という発想で運用する方が安全です。

Kindle 出版のコミュニティで、仲間同士で応援し合う文化そのものを否定したいわけではありません。

初めて本を出した直後の不安も分かります。

ただ、レビューは読者の自由な感想であることが前提です。

「私が書くから、あなたも書いてね」という交換条件になった瞬間に、レビューは読者の自由な感想ではなくなります。

目先のレビュー数のために、育ててきたアカウントをリスクにさらすのは、あまりにももったいないです。

安易な相互レビューには頼らず、本の内容と読者導線を整え、自然なレビューを待つ。

これが、長く活動するための安全な戦略です。

【危険④】複数の KDP アカウントを所有する

「自分には関係ない」と思いましたか？

それがですね、実は意外にあり得るらしいのです。

まず、KDP 利用規約には明確に以下の通り記載されています。

「Amazon 及び KDP は、既存のアカウントに関連付けられているものと同じメールアドレスまたは別のメールアドレスを使用して 2 つ目のアカウントを作成することを禁止するポリシーを定めています」

「申請者は、一度に 1 つのアカウントのみを保持することができます」

しかし、意図せず複数アカウント状態になってしまうケースは、実は珍しくありません。

典型的なパターン

ケース①: 昔作ったアカウントを忘れて新規作成

数年前に「試しに」KDP に登録した。当時は何も出版せず放置。今回改めて Kindle 出版を始めようと、別のメールアドレスで新規登録してしまう—これ、あるみたいです。

ケース②: プライベート用とビジネス用でアカウントを分けた

プライベート用の Amazon アカウントと、副業用の Amazon アカウントを分けている。それぞれで KDP に登録してしまった。規約上、これは NG です。

ケース③: 法人化の際に新規作成

個人事業主として KDP アカウントを持っていた。法人化したので、法人名義で新しく KDP アカウントを作成してしまった。個人アカウントと調整せずに作ると、規約違反になる可能性があります。

ケース④: 海外アカウントとの混同

amazon.co.jp と amazon.com は別物だと思って、それぞれで KDP アカウントを作成してしまった。

このような場合、本人に悪意がなくても、規約上は「複数アカウント保持」と判断される可能性があります。

あと、複数のペンネームを使うためにアカウントを分ける必要はありません。

KDP では、1 つのアカウント内で複数のペンネームを設定して出版することができます。

よって別々のアカウントを作る必要は一切ありません。

【危険⑤】KDP セレクト登録中に他のプラットフォームでも配信する

KDP セレクトに登録すると、Kindle Unlimited への参加や KDP セレクトボーナスなどの特典が受けられますが、その代わりに「デジタル版を Amazon の独占販売とする」という義務が発生します。

KDP セレクト利用規約には以下のように明記されています。

「KDP セレクトに本を登録した場合、登録期間中はその本のデジタル版を Amazon の独占販売としていただく必要があります」

例えば、KDP セレクトに登録しながら、同じ本を note、BOOTH や他の電子書籍サービスでも販売していた場合、これは独占販売要件の違反です。

「ちゃんと確認していなかった」

「note の有料記事として先に公開していたのを忘れていた」

というケースが実際に起きています。

KDP セレクトに登録する前に、その本のデジタルコンテンツが他のどこかで公開・販売されていないかを必ず確認してください。

違反が発覚した場合、まずはその本を Amazon の独占販売にしよう求めるメールが届きます。

KDP セレクトの独占条件、登録期間、無料キャンペーンなどの仕様は変更される可能性があります。

登録前には、必ず KDP 管理画面と公式ヘルプの最新条件を確認してください。

5 日以内に対処すれば KDP セレクトへの登録を継続できますが、繰り返し違反すると KDP セレクトの特典がすべて停止される可能性があります。

私は過去の X の投稿と書籍の中で使用していた写真が同じだったことがあり、その際は「コンテンツの重複」として、Amazon 社から指摘をもらったことがあります。

具体的にどのように検知されるかは公開されていません。

ただ、同じ本文や画像が他の場所に出ていれば、機械的な照合や手動確認の対象になる可能性はあります。

「バレるかどうか」ではなく、最初から独占販売の条件を守る。

この考え方で運用する方が安全です。

【危険⑥】著作権を持たないコンテンツをアップロードする

KDP の著作権ガイドラインには以下のように記載されています。

「出版者が Amazon にアップロードして販売するすべてのコンテンツの出版に関して必要な権利を保有していることが必要条件とされています。出版に関して必要な権利をお持ちでないコンテンツをアップロードした場合、またはアップロードしようとした場合は、本が却下または削除される、アカウントが停止される、またはロイヤリティが失われる可能性があります」

具体的に注意すべきケースとしては以下があります。

他の Kindle 本や既存の書籍から文章を使う場合は、注意が必要です。

適法な引用として認められるケースもありますが、出典を示していない、引用部分が長すぎる、自分の本文より引用が主になっている、本文上の必要性が薄い、という場合は危険です。

「参考にした」「少し言い回しを変えた」だけでは安全とは限りません。

他の Kindle 本や既存の書籍から文章を引用・転載する: 文章には著作権があります。「参考にした」「言い回しを変えた」だけでは、類似性が高ければ著作権侵害になりうる。

ウェブから画像を無断でダウンロードして表紙や挿絵に使う:「フリー素材」と書いてあっても、商用利用可能かどうかを確認していないケース。KDP コンテンツガイドラインには「web から無料で入手できる、著作権で保護されているコンテンツは、その著作権所有者から Amazon に提出される場合を除き、お取り扱いできません」と明記されています。

有名人の写真を表紙に使う:パブリシティ権や肖像権の問題があります。

歌詞や詩を本の中に引用する: 詩や歌詞は著作権で強く保護されており、一節でも無断使用は違反になりえます。

他のサイトで先に公開した原稿を使う: 自分が書いたものでも、プラットフォームによってはコンテンツの利用許諾が移転している場合があります。規約を確認してから出版することが重要です。

具体的に注意すべきケースとしては以下があります



【危険⑦】他の本と酷似した表紙・タイトルを使う

KDP のコンテンツ品質ガイドには以下のような記載があります。

「他の本のレイアウト、配色、フォント画像と非常に似ているために誤解を与える表紙は使用できません」

「意図的に誤解を招くメタデータが含まれており、これにより読者の読書体験を損なう恐れがある」という理由で BAN された事例が実際に報告されています。

人気書籍の表紙デザインを「参考」にし過ぎて、見た目がほぼ同じになってしまうケース。

タイトルも似せて「読者が混同するように誘導している」と判断されるケース。

画像生成 AI やデザインツールで表紙を作る際は、既存の人気本との類似性に十分注意してください。

「参考にした」と「模倣した」の境界線は思っているより細いです。

【危険⑧】本の内容とメタデータ(タイトル・説明文)に大きな乖離がある

KDP のコンテンツ品質ガイドには以下のように記載されています。

「KDP は、読者に快適な読書体験を提供することを目指しており、誤解を与えるコンテンツ、本の内容を正確に表していないコンテンツの本への組み込みの防止に取り組んでいます」

「タイトルに誇大表現が含まれているのに内容が薄い」

「本の説明文には詳しい内容が書いてあるのに、実際の本には数ページしかない」

「シリーズの第 1 巻と銘打っているのに続刊がない」

—こういったケースが問題になりえます。

特に内容が著しく薄い本(テキストが数ページしかないものなど)はガイドライン違反の対象になりえます。

読者を失望させると、低評価レビューや返品、読了率の低下などにつながる可能性があります。

長く出版を続けるなら、1 冊ごとの読者体験を軽く見ない方が安全です。

【危険⑨】本の中で内容を過度に使い回す

KDP の品質ガイドには以下のように明記されています。

「Amazon の規定では、最適な読書体験を提供するために、複数の本の中で同じコンテンツを過度に再利用することは禁じられています。ここで言う『過度』とは、購入体験や読書体験を損なうほど何度もコンテンツが繰り返されていることを指します。」

改訂版を出す際に旧版の内容をほぼそのまま使い回したり、テーマが似た本を量産する際に同じ章を複数の本に流用したりすることは、このガイドラインに抵触する可能性があります。

「ちょっと表現を変えたから別の本」と判断するのはリスクがあります。

コンテンツの実質的な独自性を確保することが重要です。

【危険⑩】本の中に不適切な目的のリンクを挿入する

KDP の Kindle コンテンツの品質ガイドには、本の中に含めてはいけないリンクとして以下が明記されています。

「悪意を意図したリンク(例: ウイルスへの感染、フィッシング詐欺、またはこれに類似するもの)」

「顧客情報の入力を要求する web フォームへのリンク(例: メールアドレス、住所など)」

「違法、有害、不正、不快なコンテンツへのリンク」

ここで重要な補足があります。

メール登録フォームそのものが完全に禁止されているわけではありません。

読者を欺く目的や不正な収集と判断された場合にガイドライン違反となる可能性がある、というのが正確な解釈です。

実際、多くの著者が「読者プレゼント」「メルマガ登録」などのリンクを本の中に入れていきます。

本件について、賢いやり方があります。

本文から直接メールアドレス入力フォームへ飛ばすのは、避けた方が安全です。

読者特典やメルマガを案内する場合は、一度クッションページを挟みましょう。

ただし、これは規約をすり抜けるためではありません。

読者に、誰が運営しているページなのか。

何を受け取れるのか。

個人情報を何に使うのか。

登録は任意なのか。

解除方法はあるのか。

これらを、きちんと説明するためです。

“フォームに誘導するためのリンク”ではなく、“本の理解を補うページへのリンク”として成立しているかを確認してください。

クッションページには、運営者情報、プライバシーポリシー、登録後に届く内容、解除方法などを明記しておくで安心です。

本の中から直接フォームに飛ばすよりも、
一度クッションページ（自分のブログやLP）を挟む
ステップを踏む方が、リスクが低く、かつ効果的



【危険⑪】Amazon ロゴ・商標を勝手に使用する

Amazon の商標ガイドラインには、こんな記載があります。

「Amazon (Amazon.co.jp) 及びそれらのロゴは Amazon.com, Inc. またはその関連会社の商標です」

「別途締結されたライセンス契約の条件に従い許諾された範囲内で Amazon 商標を使用してください」

「Amazon が貴社または第三者の商品、サービス、プログラム、キャンペーン等をスポンサー・後援もしくは推奨しているような誤認を生む態様で Amazon 商標を使用できません」

要するに、Amazon のロゴや商標は、ガイドラインに従った限定的な使用しか認められていないということです。勝手に使ってははいけません。

どんなケースが問題になるのか

例えば、note や Brain のタイトルに「Amazon 認定」「Amazon おすすめ」と書く。

これは避けるべきです。

Amazon が推奨しているかのような誤認を生むからです。

あとは、Brain や LP のヘッダー画像に Amazon のロゴを勝手に入れる。

自分の本の表紙にベストセラーバッジの画像を貼り付ける。

「Amazon で販売中！」という文言をロゴ付きで作る——これらも避けるべきです。

じゃあ何ならいいのか？

文章で事実を伝えるのは問題ありません。

「Amazon で販売しています」

「Kindle で読めます」

——これは事実を述べているだけなので OK です。

自分の本の Amazon リンクを貼るのも、もちろん大丈夫。

Amazon が公式に提供しているアフィリエイトバナーを規定通りに使うのも問題なしです。

要するに、Amazon のロゴや商標を勝手にデザイン素材として使わなければいいんです。

「Amazon で売ってます」と文章で伝えることと、Amazon のロゴを勝手に使うことは全く違います。

前者は問題なし、後者は規約違反。

この境界線を間違えないでください。

ここで一つ注意。

X やブログで Amazon アソシエイト(アフィリエイト)をやっている方は、そこで許可されているロゴの使用ルールと、KDP のルールを混同しないでください。

アソシエイトで OK だからといって、自分の Kindle 本の表紙や販売資料にロゴを入れていいわけではありません。

場所が違えば、ルールも変わる。

この感覚を忘れると、ある日突然メール一通ですべてが終わる可能性があります。

もう一つ、知っておいてほしいことがあります。

Amazon の画像解析 AI の精度は、恐ろしいほど進化しています。

自社の商標との類似性を一瞬で検知して、自動的にフラグを立てます。

Amazon は機械学習、自動化、人による確認などを組み合わせてガイドラインを運用している可能性があります。

だから、「これくらいなら見つからないだろう」という前提で動くのは危険です。

バレるかどうかではなく、最初から説明できる運用にしておきましょう。

一点の曇りもない誠実なメタデータ(画像・テキスト)を積み上げていく。

それが、長く印税を稼ぎ続けるための、安全な選択だと思います。

知らなかったでは、済まされない

知らなかったでは済まされないリスクがあります。

でも、必要以上に怖がる必要はありません。

大事なのは、読者を誤認させないこと。

他人の権利を侵害しないこと。

プラットフォームを欺かないこと。

誠実に、シンプルに、ルールの中で長く積み上げていく。

それが、Kindle 出版で生き残るための王道です。

「知らなかった」では、
済まされない。

誠実に、シンプルに。
ルールの中で最大限に
稼ごう。



追記: 他国のガイドライン違反で検索表示に影響が出た話

つい先日、私自身が実際に受け取った生々しい実体験を追記します。

幸い半日で着地できましたけど、ちょっと緊張しましたね…。

突然、Amazon からメールが届いた

5 月のある日、KDP から 1 通のメールが届きました。

件名を見た瞬間、ピリッとしました。

メール本文は Amazon の規約上そのままは載せられないので、要約すると以下のような内容です。

- ＞ 審査の結果、以下の本に他国のコンテンツガイドラインに違反するコンテンツが含まれていることが判明しました。
- ＞ したがって、以下の本は日本でのみ販売できます。
- ＞ 上記の本は現在販売中で、本の詳細ページは対応するリンクで確認できます。
- ＞ ただし、コンテンツの内容により、お客様の本は一般的な商品検索では表示されません。

該当書籍はこちらです。



<https://www.amazon.co.jp/dp/B0GX34S63N>

「日本でのみ販売できます」と「一般的な商品検索では表示されません」。

この2行を読んだ瞬間、「うわ、これあかんやつや」と思いました。

でも、多分ここかな？って推察はすぐできた

「審査の結果、以下の本に他国のコンテンツガイドラインに」って書いてるけど、それ、絶対アメリカさんやろ。

としたら…

ある大手 AI 企業をめぐる、米国の政治的・社会的な議論を取り上げたくだりかな…と。

私、この本にこんな要素を盛り込んでしまっていたのですよね。

現職政治家の発言の引用。

政府機関や軍事関連の具体的な記述。

センシティブな安全保障・監視に関するキーワード。

司法判断に対する強い形容詞付きの引用。

企業内部文書に近い情報。

そして、出典が曖昧な数値。

って、日本ではバリバリお昼のニュースで流れたんですけどね！

だから、書いている時点では完全に油断していました。

公式ヘルプを確認しながら、AI にも論点整理を手伝ってもらった

なので、メールを受け取ってすぐ、以下のように Claude に聞いてみました。

> KDP のどのガイドラインに違反した可能性があるか、最新の規約を元に調べてください。

> 「お客様の本は一般的な商品検索では表示されません。」この内容がとても気になります。

> どう対処すれば良いか十二分に検索・検討した上で対処方法を提示してください。

Claude はその場で KDP の公式ガイドラインを実際に検索しながら、「最有力候補」と「次点」を提示してくれました。

最有力候補は「不快なコンテンツ (Offensive content)」という条項。

公式規約の原文を、Claude が引用してくれました。

要約や意識ではなく、KDP 公式の規約文そのものです。

＞ Amazon は、ヘイトスピーチと判断するコンテンツ、テロを擁護するコンテンツ、わいせつと判断するコンテンツ、児童ポルノを含むコンテンツ、または Amazon が不適切または不快であると判断するコンテンツを含め、特定のコンテンツを販売しません。

ポイントは、最後の「Amazon が不適切または不快であると判断するコンテンツ」というフレーズ。

これ、いわゆる包括的な裁量条項です。

「ヘイトスピーチ」「テロ擁護」「わいせつ」「児童ポルノ」みたいに具体的に列挙された項目だけでなく、「Amazon が不適切または不快と判断したものは何でも対象になる」という、ものすごく広い裁量が Amazon 側にある条項。

米国市場では、現職の政府関係者の発言や、軍事関連の論争的記述が、この条項で抑制されるケースが報告されている——とも Claude が教えてくれました。

つまり私の場合、「自分は事実を書いただけ」と思っている、米国側の感覚で「不快」「センシティブ」と判定されれば、それが規約違反として処理される、ということです。

次点として「プライバシー権・パブリシティ権の侵害」も挙がっていました。

こちらの規約原文も、Claude がそのまま引いてくれました。

＞ 著者、出版者、販売パートナーは、ご自身のコンテンツが法律に違反していないこと、また著作権、商標、ブランド、プライバシー、パブリシティ権、その他の権利を侵害していないことを必ず確認してください。

現職政治家の発言に対する第三者の批判的フレーミングの組み合わせが、名誉毀損リスクとして判定されるケースがあるそうです。

私の本では、これをやってしまっていたのかも、ということでした。

「日本のニュースで普通に流れていた話題」と「US 本社の Amazon の規約の扱い」の温度差にもっと敏感になるべきだったな、と反省しました。

Claude のような AI に確認してもらうのは有効です。

ただし、AI の回答だけで判断しないでください。

AI が示した公式ページや条文は、自分でも必ず開いて確認する。

規約違反に関わる判断では、AI はあくまで一次チェックです。

今回の対応は、比較的軽い対応で済んだ

これは Amazon が公式に処分階層を公開している、という話ではありません。

あくまで私のケースでは、販売停止やアカウント停止ではなく、検索表示に制限がかかったように見える状態でした。

その意味では、比較的軽い対応で済んだと私は捉えています。

「販売中」のまま、URL からは飛べて、著者ページからも辿れる。

でも、Amazon 内の通常検索で「Claude」と打っても、私のこの本は出てこない。

とはいえ、これはマジで困る。

Amazon 内の検索アルゴリズムの入り口から、自分の本がスポッと外される、という意味だからです。

既刊からの導線や、メルマガ・SNS からの直接 URL 流入は生きるんですけど、Amazon オーガニックの流入はゼロに近くなる。

速攻で修正、即 UP——シークレットモードで検索したら戻ってきた

幸いにもこの日はリモートワークだったので速攻で対応しました。

方針はシンプル。

事実の骨格は残しつつ、引用と論争的な表現を全部抜く。

具体的にやった修正は、こんな感じです。

現職政治家の発言の直接引用は、削除。

「米国防総省」「米軍」のような具体的な機関名は、「アメリカ政府機関」に抽象化。

センシティブな安全保障・監視に関するキーワードは、より一般的な表現に書き換え。

司法関係者の強い形容詞付き発言の引用は、削除。

大手 AI 企業 CEO の社内文書からの引用は、節ごと削除。

(これがおそらく最大リスクだったのかも？)

出典が曖昧な数値は、すべて削除。

修正版を、KDP ダッシュボードから即アップロードしました。

通常の下稿変更だと数十分で「販売中」のみに戻ることが多いんですけど、今回はガイドライン違反通知の直後だったので、人による内容確認も走った可能性が高いかも。

それから数時間で無事、販売中のステータスに戻りました。

シークレットモード(ログイン状態の影響を受けない、他人の視点に近いブラウザ)で検索してみたら、ちゃんと検索で出てきました。

一件落着です。

今回の最大の学び——日本の感覚と、Amazon の規約感覚は違う

Amazon は US の会社である、という当たり前の事実。

日本の KDP で出版していても、適用されるガイドラインは「他国のもの」も含まれます。

日本のメディアで普通に取り上げられている話題でも、米国市場の規約感覚では同じように扱われるとは限らない。

特にセンシティブだと感じたのは、次の領域です。

政治、軍事、国際情勢、現職政治家の発言、司法判断、企業役員の社内文書、出典が曖昧な数値。

私には、日本で普通にニュースとして扱われる内容でも、グローバルプラットフォーム上ではより慎重に扱われる領域があるのだと感じました。

私は完全に「日本のニュースで普通に流れてるし、大丈夫やろ」と気が緩んでいました。

(本編で「知らなかったでは、済まされない」と書いた当の本人が、これです。お恥ずかしい)

時事的な話題に触れる時は慎重に

Kindle 本を書いていると、最先端のニュースや時事的な話題を取り上げる場面は、ジャンルを問わず出てきます。

ビジネス書でも、エッセイでも、ノウハウ本でも、「最近こんなニュースがありました」「〇〇という出来事を覚えていますか」と、世の中で話題になっていることに触れる場面はありますよね。

私も、本を書く時には、つい「ニュースで普通に流れていること」をそのまま盛り込みがちです。

でも、今後は Claude に「最新の Amazon の規約に照らして規約違反になりそうな内容が含まれていないか確認してください」というチェック項目を追加しておく方が良いかも、と思いました。

少しでも皆さんの Kindle 出版の参考になれば幸いです。

追記:KDP 規約以外にも、執筆時に気をつけたい 4 つの規制領域

他国のガイドライン違反の話を書いている、もう一つ、必ずお伝えしておくべきことに気づきました。

日本の出版市場で活動する以上、絶対に避けて通れない、そして意外と見落とされがちな「言葉の地雷」。

KDP の規約以外にも、日本には「触れたら違反になる可能性のある法的な領域」が存在します。

読まれる本を作ることも大事ですけど、そもそもアカウントが消されたり、販売停止になったり、最悪は罰則を受けたら、すべて吹き飛びますよね。

ここは執筆の参考というより「書く前に頭に入れておきたい大前提」として、4 つの規制領域をざっくり整理しておきます。

ここから先は、法律の専門解説ではありません。

Kindle 作家として、強い表現を書く前に立ち止まるための注意リストです。

法律や行政の運用は変わるため、実際に販売ページや広告導線を作る前には、必ず公式情報か専門家に確認してください。

先に一つだけ、お断り

私は弁護士でもなく、各規制の専門家でもありません。

あくまで「Kindle 作家として、自分の本を書くときに気をつけてきた範囲」での共有です。

グレーかどうか不安な表現が出てきた時は、消費者庁・厚生労働省などの公式情報を確認するか、専門家に相談いただくのが一番です。

書いている途中の一次チェックとしては、Claude に「この表現、景表法／薬機法／特商法／ステマ規制に触れる可能性がありますか？」と聞いて違和感を拾ってもらうのも有効です。

ただし、AI の回答はあくまで一次的な補助線。

販売導線・商品の中身・広告の文脈によって判断が変わる領域なので、最終判断は公式情報か専門家に委ねるのが安全です。

景表法(景品表示法)

正式名称は「不当景品類及び不当表示防止法」、消費者庁が管轄しています。

要は「消費者を誤認させるような表示」をしてはいけませんよ、という法律です。

改正景品表示法により、故意に優良誤認表示・有利誤認表示を行う行為は、100 万円以下の罰金の対象になり得る直罰規定が設けられています。

施行時期や運用の詳細は、必ず消費者庁の最新情報を確認してください。

「気をつけよう」という呼びかけ温度ではなく、「触れたら直接的に罰則の対象になり得る」という前提で言葉を選ぶ必要があります。

例えば、こんな表現は景表法に触れる可能性があります。

「絶対に稼げる」「100%成功する」のような断定的な表現。

「業界 No.1」「日本一」「最安値」のような、根拠のない優位性表現。

「2 倍速で稼げる」「短期間で月収 100 万円」のような、実証データなしの効果表示。

「ベストセラー」「Amazon ランキング 1 位」の取り扱いは、Kindle 作家として特に注意したいポイントです。

獲得した実績そのものは事実なので、使うこと自体はできます。

でも「獲得しました」と「現在も 1 位です」は意味がまったく違うので、表現を混ぜないこと。

薬機法(医薬品医療機器等法)

正式名称は「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関する法律」。

昔は「薬事法」と呼ばれていた法律です。

ざっくり言うと「医薬品・医療機器ではないものに、医療的な効果や効能を謳ってはダメ」という法律で、健康・美容ジャンルで本を書くなら、特に気をつけたい領域。

例えば、こんな表現は薬機法上、問題になりやすいです。

食品・サプリ系:「これを飲むと血圧が下がる」「〇〇が治る」「免疫力が上がる」など、医療効果に踏み込む表現。

化粧品系:化粧品で標ぼうできる効能の範囲は、厚労省の告示で 56 項目に限定されています。

「乾燥による小ジワを目立たなくする」など、表現できる範囲が決められています。

「シミが消える」「シワが取れる」はかなり危険、「肌を整える」までなら範囲内、というレベル感。

ダイエット系:「これで〇kg 痩せる」「短期間でリバウンドなし」なども要注意。

健康器具系:「肩こりが治る」「腰痛が消える」などの医療効果は謳えません。

「アンチエイジング」「若返り」みたいな表現も、文脈次第で薬機法に触れる可能性があります。

ここで一つ、誤解しがちなポイントがあります。

「個人の感想として書けば安全」は、必ずしも正解ではありません。

「個人の感想ですが、このサプリを飲んで血圧が下がりました」のように、感想の顔をしていても、読者には効能効果の表示として伝わる場合は、薬機法上の問題になり得ます。

個人の感想ベースで書く時も、「医療効果・治療効果に見える表現は使わない」というラインは保ったほうが安全だと、私は理解しています。

薬機法は、商品カテゴリ、販売文脈、広告表現、読者への伝わり方によって判断が変わります。

健康、美容、ダイエット、サプリ、医療的なテーマを扱う場合は、公式情報や専門家確認を前提にしてください。

特商法(特定商取引法)

正式名称は「特定商取引に関する法律」。

通信販売やインターネット販売など、消費者トラブルが起こりやすい取引について、事業者に表記義務を課している法律です。

ここで、線引きをはっきりさせておきたいのが「どこからが、私たち著者の表記責任になるか」。

Kindle 本を Amazon 上で販売する場合と、自分の LP やメルマガから自前決済で商品を販売する場合では、著者側に求められる表示や責任が変わります。

特に、自分の LP、自前決済、メルマガ経由の有料商品販売、無料オファーから有料商品への導線を作る場合は、特商法表記が必要になる可能性があります。

ここは販売形態によって変わるため、公式情報や専門家の確認を前提にしてください。

この線引きは、重要です。

「Kindle で売っているから、自分は特商法ノータッチで OK」と認識したまま自前 LP に移行すると、一気に表記なしの違反状態になり得ます。

表記が必要な項目は、販売事業者名、所在地、電話番号、代表者、価格、支払方法、引渡時期、返品特約、など。

個人事業主でも、原則として本名・住所・電話番号などの表示が求められます。

「確実に連絡が取れる」などの一定の要件を満たせば、プラットフォーム提供の事業者情報や、バーチャルオフィスの住所・電話番号での表示でも要件を満たす可能性があります。

ただし、販売形態や連絡体制によって判断が変わるため、公式情報や専門家に確認してください。

ステマ規制

2023 年 10 月から施行された、ステルスマーケティングを禁止する規制です。

正式には景表法の運用基準改正なので、景表法の延長線上の話。

ざっくり言うと「事業者が広告であることを隠して宣伝してはいけません」という規制です。

例えば、こんなケースはステマ規制に触れる可能性があります。

アフィリエイトリンクを貼るとき、「PR」「広告」表記なしで自然に紹介する。

無償提供を受けた商品を SNS で「自分で買って良かった」風に紹介する。

依頼を受けて投稿する場合に、「広告」「PR」表記を出さない。

「PR」「広告」表記をすれば、何でも OK、というわけではありません。

PR 表記は「広告であることを隠さない」ための条件であって、誇大表示・虚偽表示・薬機法違反・Amazon 規約違反まで免罪するものではない、ということ。

「PR 表記すれば、その上は自由に書ける」という誤解は、避けましょう。

広告であることを明示することと、表示内容が正確であることは別問題です。

PR 表記は免罪符ではありません。

以上、4 つの規制領域をざっくり整理しました。

書きながら、自分でも「あ、これ意識せずに使っていた表現あったかも」と思いました。

「絶対」「100%」「No.1」「最速」「最強」「治る」「痩せる」「PR 表記なし」—これらは、気を抜くと使ってしまう可能性があります。

迷ったら、書く前に「一拍置く」。

強い言葉を書いたら「これ、本当に断定で言い切っていいか」と、自分に一度問い直す。

AI は違和感を拾う一次チェックには使えますが、最終判断のツールではありません。

グレーゾーンを感じたら、公式情報か専門家に確認する。

頭の片隅に入れておいていただければ幸いです。

追記: KDP アカウント防衛チェックリスト

出版前、販売ページ作成前、SNS 告知前に、以下を確認してください。

- ・KDP 管理画面や販売レポートのスクリーンショットを、そのまま SNS に出していないか。
- ・販売データの詳細が分かる表やグラフを、安易に公開していないか。
- ・Amazon ロゴ、公式バッジ、ベストセラーバッジ画像を、表紙や販売資料に使っていないか。
- ・家族、友人、作家仲間にレビューを依頼していないか。
- ・複数の KDP アカウントを作っていないか。
- ・KDP セレクト登録中の本を、note、BOOTH、他の電子書籍サービスなどで販売していないか。
- ・表紙、挿絵、引用文、歌詞、写真などについて、必要な権利を確認しているか。
- ・既存本と酷似した表紙やタイトルになっていないか。
- ・タイトル、説明文、本文の内容が一致しているか。
- ・複数本で本文を使い回しすぎではないか。
- ・本の中のリンク先が、安全で、読者を欺かない設計になっているか。
- ・登録フォームや読者特典ページに、運営者情報、利用目的、解除方法などの説明があるか。
- ・景表法、薬機法、特商法、ステマ規制に触れそうな強い表現を使っていないか。
- ・AI にチェックさせた場合でも、公式情報や専門家確認をすっ飛ばしていないか。
- ・迷った時に「バレるかどうか」ではなく「説明できるか」で判断しているか。

このチェックリストを習慣にすれば、KDP アカウントは、長く積み上げられる資産になります。