



プレゼントコンテンツ

2か月で、6キロ減量に
成功した **マーケティング的**
ダイエット手法👍

そろ屋合同会社 代表 内田正彦

マーケティングノウハウを活用して、無駄な
ぜい肉をそぎ落とした2か月の記録

2か月で6キロ減量に成功した マーケターのダイエット手法

■目次

はじめに：なぜ、マーケティング思考が役立つのか？

前編：マーケターのダイエット手法を導き出した3C分析

1. 顧客 (customer)
2. 自社 (company)
3. 競合 (competitor)

後編：マーケターのダイエット手法3つのステップ

1. 記録する
2. 検証する
3. 改善する

あとがき：後日談

このコンテンツの著作権は、そろ屋合同会社に帰属します。個人的な利用を目的として印字や保存等する場合、その他著作権法により認められる場合を除き、コンテンツを当社、原作者またはその他の権利者の許諾を得ることなく、複製、公衆送信、改変、切除、お客様のウェブサイトへの転載等する行為は著作権法により禁止されていますので、事前に当社にご連絡の上、許諾を得ていただくようお願いいたします。なお、肖像、第三者の著作物・商標等が含まれている場合、当社が不適切と判断する場合等、ご利用をお断りする場合があります。



はじめに | なぜ、マーケティング思考がダイエットに役立つのか？



マーケティングとは何か？

ピーター・F・ドラッカーは「マーケティングの理想は、販売を不要にすることである。」ととてもシンプルに、表現しました。日本を代表する marketer 神田昌典氏は「自分の商品がほしい人に手を上げてもらうこと。」とっています。



色々な切り口がありますが、当社では具体的に行動へと落とし込むため、「**必要な価値を必要としている人に適切に届け、必要な行動を起こしてもらうこと**」と定義しています。

このマーケティングの考え方を自分自身がダイエットするために活用するとすれば、、、

- **必要な価値 = ダイエット手法**
- **必要としている人 = 自分自身**
- **必要な行動 = ダイエットする**

と置き換えられます。

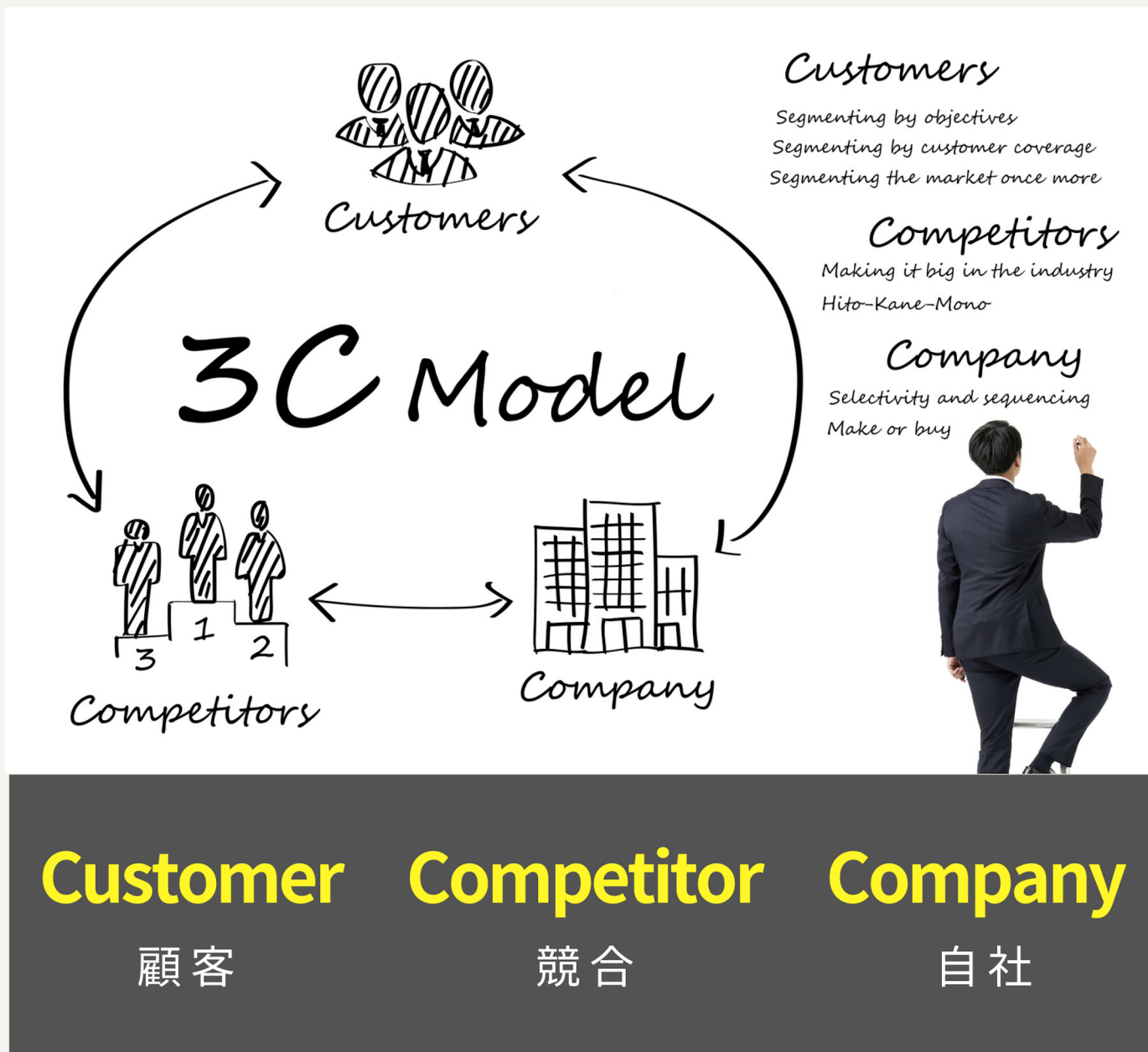
マーケターの大きな責務は、費用効果的にターゲットユーザーに対して価値提供すること。

世の中を見渡せば、ダイエット手法は数え切れないほど存在します。お金も時間も有り余っていれば、手当たり次第、試してもいいでしょう。

でも、現実はどうもいかない。限られた時間とお金と労力で、最大化するにはどうするべきかを考えるわけです。



マーケティングには、その責務を果たすためのフレームワークがあります。それが、3C分析。



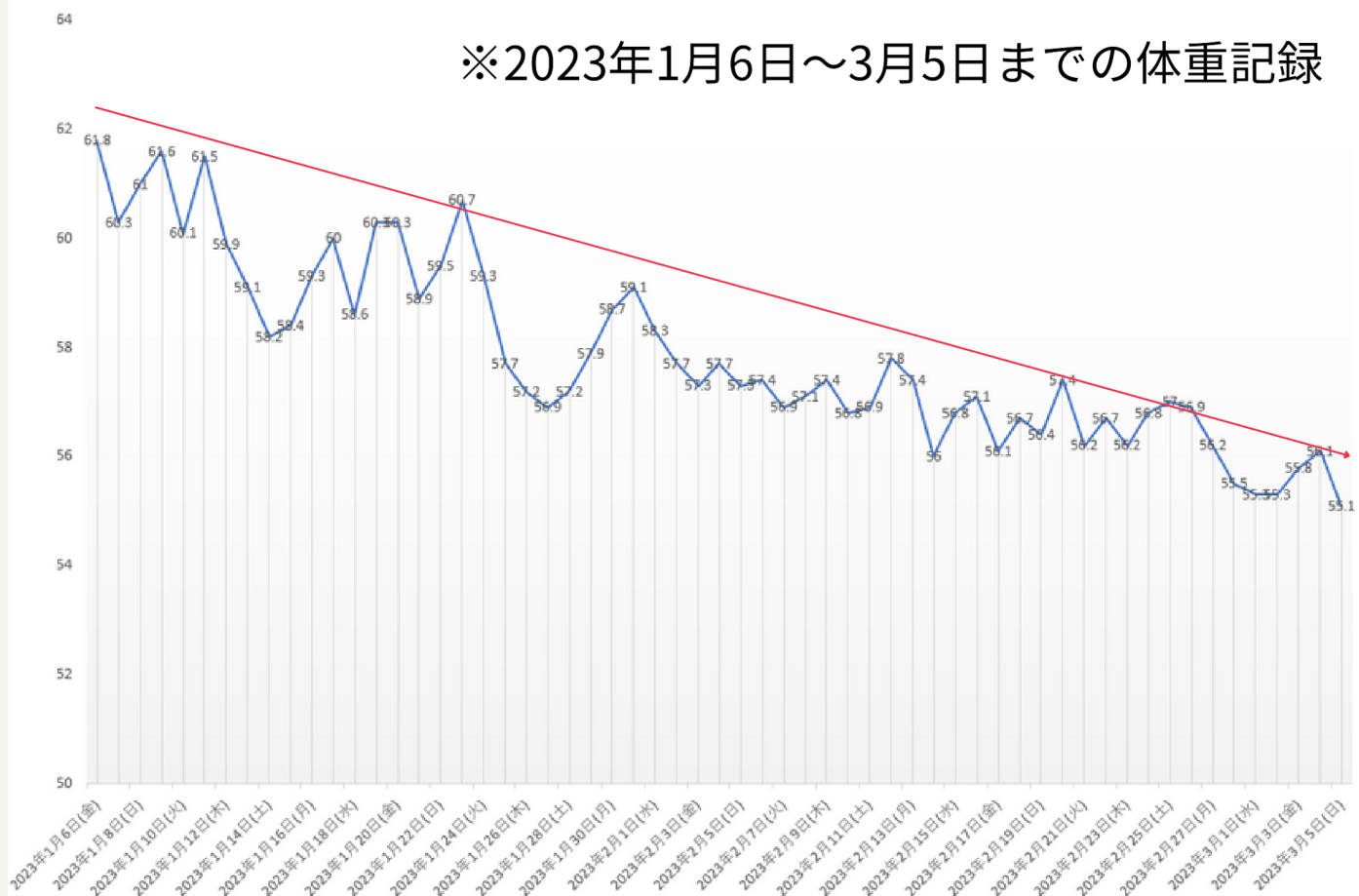
3Cとは、上記の頭文字を取ったものです。

私はこの3C分析をして、実践することで、3か月で6キ口の減量に成功しました。

次ページのグラフをご覧ください。



※2023年1月6日～3月5日までの体重記録



こちらが私自身の実際の体重記録です。2023年1月6日時点で61.8キロでしたが3月5日に55.1キロまで▲6.7キロ減量しました。

本書でお伝えする「マーケターのダイエット手法、3つのステップ」はそのまま真似するだけで減量が可能だろうと思います。さらにここでは、ビジネスにも活用できる考え方として、解説したいと思いますので、ダイエットに興味がない方もぜひ最後までご覧ください。



マーケターのダイエット手法 を導き出した3C分析

ダイエットは個人によって異なる課題や目標を抱えるパーソナルなプロセスですが、マーケティングのフレームワークである「3C分析」を導入すれば、普遍的なダイエット戦略が可能となります。

以下では、「顧客」「自社」「競合」という3つの要素を下記のように置き換えて考えていきます。

1**顧客 (customer)**

=自分自身

2**自社 (company)**

=現状分析&自分が知っている知識

3**競合 (competitor)**

=自分が知らない知識

ひとつずつ、解説しますね。



1. 顧客 (customer) = 自分自身

マーケティングでもっとも重要なのは「顧客理解」です。ダイエットにおいては「顧客」が自分自身となりますので、まずは、自分自身の体型や健康状態、目標などを客観的に把握しなくてはなりません。

そのために必要なのは第一に「記録すること」。

それと「ベネフィットを明確にすること」。

A:記録すること

まずは、自分自身の体重を毎日、計測します。さらに、おすすめしたいのは、日々の食事や運動の内容、睡眠時間などのデータを記録することです。

これにより、日々の体重変化だけでなく、何を食べたら体重が増加するのか、どういう運動を続けたときに、減少傾向が見られるのか、などの情報を可視化することができます。後ほどお伝えしますが、記録すれば、新しいアイデアや情報を取り入れたときに分析・検証ができるんです。特に食べたものを記録すると、効果抜群。





もともと私は、15分単位で何をしたのか行動記録をつけていました。この話をすると「え〜！よくそんな面倒なことできるね〜」みたいな顔で見られるのですが(笑) でも、それをしないことによる損失があまりに大きいので、どれだけ面倒でもやめられません。本書の趣旨ではないので、詳しくは書きませんが、記録することで自分が無意識に行っていることや、行動を可視化して客観的に見ることが出来ます。すると、目標に対してマイナスの行動が後ろめたくなってきて、プラスの行動を選択するようになっていくんですね。

よく知られたダイエット法でも、体重と食事を記録する「レコーディングダイエット」というのがありますが、まさにこの仕組みを活用したアイデアでしょう。



B:ベネフィットを明確にすること

マーケティングにおいて「顧客が何を望んでいるか」、もっと正確に言えば「顧客はその商品サービスを通して、**どういう未来を実現したいのか**」を明確にすることが欠かせません。専門用語では、ベネフィット（便益）といいます。

ベネフィットには、苦痛を避けるか、快樂を得るか、2つのパターンがあります。ダイエットをしたい場合、痩せたいからするので、一見、ニーズは明確です。しかしそれでは、あまりに一般的すぎて、自分ごととして考えにくい。



私は函館で約7年半暮らしていました。寒さのせい、それともストレスが多かったのか、夜中に甘いものを食べながら、ワインを飲むのが習慣になってしまって、函館に住んでから10キロ増えてしまったんです。

筋トレは毎日していましたが、週1-2回程度、ランニングもしていたのですが、まったく効果なし。少しずつ体重は増えていきました。

でもあるとき、喪服を着ることになって、愕然としました。ズボンがパツパツで、ワイシャツのボタンを上までしめると、首を絞められるくらい圧迫されます。決め手となったのは、買い物先の全身鏡で、自分の姿を久々に見たときのこと。私は白いロングティーズシャツを愛用しているのですが、白のシャツって、体型を露骨に表現するんですね。頭の中にあっただかつての自分とはかけ離れていて、ひどくショックを受けました。

「これはさすがにダサすぎる……」と、減量を決意したわけです。

**白のロンTを着ても恥ずかしくない、
かつての自分の体型を取り戻そう。
ついでに、健康も見直して、
仕事のパフォーマンスを上げてやろう。**

そう考えました。これが、私が実現したい未来＝ベネフィットです。



ベネフィットが明確になると、ダイエットのアプローチはどんな種類のものが良いかも見えてきます。

私は別に、筋肉ムキムキのマッジョマンになりたいわけではありません。仕事に多くの時間を割きたかったので、ジムに通うのは時間もお金ももったいない。かといって、サプリメントや薬に頼るのは抵抗がありました。また、いつまでに●キロ痩せると、期間を決めた方が良いといいますが、そうした数値目標も必要としません。

むしろ、中長期的に健康を維持しながら、適正体重にする方が良いと考えました。以前、ファスティング（短期間の断食）といって、4日間、何も食べずにいたことがあります。それで4キロ落とすことができましたが、1週間ですぐに元に戻ってしまった経験があるのです。



減量の方針は、

- ✔ 日常に習慣として取り入れることができ、継続できること。
- ✔ ダイエットのために仕事の出力を犠牲にすることがないこと。
- ✔ 同時に健康や仕事のパフォーマンスを高めてくれる方法が理想。

結果、白のロンTが似合えばいい。

上記の方針を元に、ダイエットすることにしたのでした。



2. 自社 (company)

＝現状分析&自分が知っている知識

「自社」を、自分自身の現状と、自身が持つダイエット知識におきかえます。マーケティングにおいては、自社の強みや弱みを分析することが重要ですが、ダイエットにおいては、自身の知識や経験から、目標達成＝白のロンTが似合うようになるために足りない情報を見極める必要があるでしょう。

そこで必要なのが「検証すること」。

記録することによって、日々の体重の増減と、食事や運動との関係が見えてきました。そこから、まずは自身の持つダイエット知識やアプローチの効果を検証します。

私は、オートファジーという知識を人から聞いて知っていました。オートファジーは人体に備わった細胞内の浄化・リサイクルシステムです。意図的にこのシステムを働かせるには、8時間以内に1日の食事を済ませて、残り16時間は絶食すればいい。無理やりタンパク質が供給されない状態を作ることによって、細胞内の不要なタンパク質の分解を促し、不要なものや老廃物が減って血流が改善します。すると、全身の細胞や組織に酸素や栄養素が届きやすくなり、さまざまな器官の働きが活発化するらしいんですね。





ただ、ダイエットに必ずしも効果があるとは限りません。相性もあるという話です。私は経験から、1日1食の習慣が自分には合っていることを知っていました。20代はレストランで働いていて、食事は「まかない」で食べるときだけ。朝8時に家を出て、遅いときは夜中の2時に帰宅する生活を5年ほど送っていました。意図せずオートファジー状態だったわけです。

その後、生活環境が変わり、1日2～3食にすると、体調を崩しやすく、年に何度も風邪をひくようになったので、余計なものを食べ過ぎているんだと思っていたのです。

そこで改めて、日々体重を計り、食べたものを記録して検証すると、面白いことがわかってきました。



1日2食にして、食べ過ぎた翌日は、午前中から眠たくて、パフォーマンスが下がることを発見したのです。さらに、丸一日、食べない日を作って検証してみると、驚いたことに脳はさえわたり、仕事をこなすスピードが明らかに上がりました。なぜ、わかるかって？

体重や運動、睡眠の記録だけでなく、15分単位で、自分が何をしていたか行動記録をつけていたからです。一つのタスクをこなすスピードが速くなっているのがわかりました。そして体重も、少しずつですが減少傾向がみられるようになりました。

1日1食にして、オートファジーを取り入れることは、仕事にも健康にも良い影響を与えることがわかったわけです。



3. 競合 (competitor) =自分が知らない知識

「競合」は、自身が知らない他のダイエット知識やアプローチに置き換えます。マーケティングにおいては、競合他社の動向や市場トレンドを把握することが重要ですが、ダイエットにおいては、新たなアイデアや知識を調べることにあたります。

そこで必要となるのが、「改善すること」。

当然ですが、自分自身の現状と、自身が知る範囲の知識だけでは、限界があります。新たな情報を仕入れてきたり、自分が何となく行っていることに根拠を見つけたりしておかないと、成長発展はありません。マーケティングと同様に、自社の業務ばかりに気を取られていたら、市場やトレンドを見失い、競合に追い越されてしまいます。

そこで、自分のニーズに沿った知識を調べ、新たなアプローチや方法を導入しました。

結論からいうと、私が入り入れたのは、次ページの4つ。



1

ごぼうを食べて
便秘改善する

2

食べる順番を
食物繊維→たんぱく質→炭水化物にする

3

腰回りを効率的に
スリムにするエクササイズを導入

4

運動後は糖質が少なく、
良質なたんぱく質を摂取する

1. ごぼうを食べて便秘改善する

恥ずかしい話ですが、私はどちらかというとい便秘気味で、昔は1週間便秘がないことさえありました。腸内環境も良くなかったと思います。オートファジーをしても、便秘がスムーズでなければ、老廃物をうまく処理できません。

調べていただくとわかりますが、便秘がないことは様々な病気のリスクも同時に抱えることになります。改善するにはどうすればいいか？ 薬には頼りたくなかったので、普段の食事からできることを取り入れました。





そこで出会ったのが、運命の食材「ごぼう」。ごぼうには、イヌリンという食物繊維が含まれていて、善玉菌のエサとなるだけでなく、便の水分量を増やし、柔らかくする効果が期待できます。ごぼうは野菜の中でもトップクラスで優秀な食物繊維が含まれてるんです。

さらに、これは、思いもよらぬ話でしたが、ごぼうをたくさん食べていたおかげで、花粉症の症状が軽くなったのでした。なぜかという、ごぼうに含まれるフラクトオリゴ糖が腸の善玉菌（酪酸菌）を活発にすることで、アレルギーによる細胞の炎症を抑えるからだそうです。



お陰様で、便通は良くなり、つらい花粉症も少しマシになったのでした。

もしかしたら「さすがに、ごぼうばかり食べてられないでしょ？」と思われたかもしれませんね。半分正解で、半分はそうでもありません。ごぼうは「きんぴら」「たたきごぼう」「アーグロドルチェ（甘酢で炊いたもの）」など日持ちのする料理レパートリーが豊富で作り置きが可能なのと、ごぼうを食べない日は「ごぼう茶」という手もあるからです。

2. 食べる順番を食物繊維➡たんぱく質➡炭水化物にする

ご存じの方にとっては当たり前の話ですが、一番最初に食べるものは野菜などの食物繊維がベスト。なぜなら、タンパク質や炭水化物をいきなり食べると血糖値が上がりやすく、結果として、脂肪をため込むからです。血糖値が急激に上昇すると、身体はインスリンを大量に分泌して血糖値を下げようとするのですが、その際に脂肪の合成を促して、余った血糖は脂肪として蓄えられるんだそうです。

先に食物繊維を食べておけば、血糖値の上昇を抑える働きがあるので、脂肪のため込みを防げるんですね。この順番を守るだけでも、太りにくい身体づくりが可能になるのだと思われま





3. 腰回りを効率的にスリムにするエクササイズ

私が理想としたのは、白のロンTを着ても恥ずかしくない体型を取り戻すことでした。となると、お腹周りの脂肪をどうにかしないといけません。調べていたら、“腹斜筋”を鍛えると良いことがわかりました。さらに、ただ腹筋をするよりも、もっと効率よく腹斜筋を鍛えるエクササイズがあることを知ります。それからは、昔ながらの腕立て伏せや、腹筋トレーニングではなく、Youtubeで動画を見ながら、腹斜筋を効率的に鍛えるエクササイズに切り替えたのでした。



4. 運動後はタンパク質を摂取する

運動して疲弊した筋肉を修復させるときには、タンパク質が消費されます。しかし、たんぱく質というのは、人が自ら生成できない栄養素のひとつで、外部から取り入れてこないといけません。

私は以前、4日間の断食をしたことがありました。そのとき、髪はパサつき、肌が乾燥して「あれ？」と思ったのですが、それもそのはず。タンパク質は蓄積したものがなくなれば皮膚や爪、髪の毛から生命維持のために消費します。

筋トレをしたあとにプロテイン（＝タンパク質）を摂取するのはそのためで、傷ついた筋肉を修復するためにタンパク質を補給すると効果的に筋肉を補強することができるんですね。

また、たんぱく質は糖質や脂質よりも脂肪になりにくく、満腹感を感じやすいため、たんぱく質が豊富な食べ物はダイエット向きといわれています。

私は、色々と調べてテストした結果、砂糖不使用のギリシアヨーグルトを運動後に食べるようにしました。（ちなみに、お気に入りには「パルテノ」。）



このように、自分が知らない情報源を、健康雑誌や書籍、Youtube、インターネット上から取り入れて、検証、改善を繰り返すことで、ダイエット戦略に幅を持たせ、成果を向上させることができます。

その結果が、冒頭にもご紹介した実際の体重記録データ。



2か月で6キロの減量に成功しました。



マーケターのダイエット手法 3つのステップ

ここまでは私自身の事例を含めて、理論を解説してきました。次に、お読みいただいているあなたが"すぐにでもできる"3つのステップをまとめましょう。こうしたマーケターの視点を取り入れることで、ダイエットの効果を最大化することができるはずです。

**STEP
1**

記録する

すべての始まりは、記録すること。最低でも、体重、食べたものは記録しましょう。

マーケティングにおいて、データの収集と分析が大事なように、ダイエットを成功させるためには、自分の食事や運動の状況を正確に記録することが欠かせません。これらの記録が検証や改善のための材料となります。



STEP 2

検証する

データを収集したら、次はそれを客観的に検証します。

WEBマーケティングでは、LTV（顧客生涯価値）やCPA（顧客獲得単価）といった数値を指標にマーケティングキャンペーンの効果を測定し、戦略の評価を行います。同様に、ダイエットでもデータを分析し、自身の進捗や問題点を見極める必要があります。

それまで1日3食であれば、1日2食の習慣を1週間続けるだけでも効果があるでしょう。そうしたことを数字で把握します。



STEP
3

改善する

検証した結果を踏まえて、新たな情報を仕入れ、改善策を繰り返すことが最終的なステップです。

マーケターは、キャンペーンの成果を向上させるために仮説➡検証➡改善を繰り返します。同じように、食べる順番を変えたり、たんぱく質を積極的にとったらどうなるかなど、検証を繰り返し、効果的な改善策を実践していけば、ほぼ間違いなく、ダイエットは成功するでしょう。



あしがき | 後日談

「マーケターのダイエット手法」はいかがでしたでしょうか？
本書では、私が実際に、2か月で6キロ減量した手法をお伝えしましたが、現在はそこからさらに3キロ減量（合算すると半年で9キロ減量）し、20代のころの体重とほぼ同じ程度まで戻すことができました。ただ、20代のころと比べると、同じ体重でも脂肪率が3-4%高いんですね。なので今は、体重を落とすことより、筋肉をつけるトレーニングをしながら脂肪率を下げる改善をしているところです。

それと、本書では詳しく書きませんでしたでしたが、減量法を実践していく中で「どんなものを食べるかによって、仕事の出力も変わる」ということがわかったので、食生活がかなり変化しました。



現在は、週2回（月曜、木曜）何も食べません。正確には、エクササイズ後のギリシアヨーグルトは食べますが、あとは水とコーヒーだけです。また、炭水化物を摂るのは、週1-2度。アルコールの量も1年前の半分ほどに減りました。

仕事のパフォーマンスを下げる習慣だったり、不摂生による健康リスクを考えると、自然と食生活と行動が変わってきます。でもおかげ様で、身体はすこぶる好調。風邪もひきません。12時間ぶっ通しで仕事をしてほぼ疲れを感じないです。それもやはり、本書でお伝えした3つのステップを繰り返して、自分なりにパーソナライズされた最適な習慣を構築してきた賜物でしょう。

まだまだ拙い私の経験ですが、あなたのお役に立てたらとてもうれしいです。



少しでもご案内

当社では「WEB制作」「マーケティング」「コンサル」スキルを一石三鳥で学べる【勝てるホームページ作成講座】を人数限定で開講しています。講座では、年収1千万を軽く目指せるノウハウを完全公開しており、非常に費用対効果の高い内容だと思いますので、ご興味あればお問い合わせください。

同業には秘密にしたいノウハウ公開

勝てるホームページの 作り方講座受付中

Webデザイン

マーケティング

集客ノウハウ

WEB制作

SEO

戦略的WEBクリエイター会社
ZOROYA.LLC

【限定】WEB制作講座 →



必要としている人に
必要な価値を正しく届けるマーケティングで
日本を強くする



勝てるホームページ作成会社

ZOROYA.LLC

<https://zoroya.co.jp>



著者：内田 正彦 勝てるホームページ作成会社ぞろ屋 代表

東京都出身、大阪芸術大学文芸学科卒。
デザイナーやプログラマーでは実現できないマーケターならではの戦略的WEB制作が得意中の得意。会社員時代は、関西の高級イタリア料理店で、バーテンダー、ソムリエ、料理人、店長職など現場から経営まで幅広い経験を積み、その後、セールス、マーケティング部門で実績を重ねる。ココナラWebサイト制作ランキングで数十回1位獲得。ふるさと納税サイトのLP制作では34万件中最高7位獲得。makuake企画販売で約2万点中1位、達成率10,000%超のLP制作など実績多数。



ぞろ屋 合同 会社

2か月で6キロ減量に成功したマーケター的ダイエット手法 30