



**推薦** 早稲田大学ビジネススクール  
准教授 **入山章栄氏**

本書の目的は **2つ**

1. ブスの幸せな **結婚**

2. ブスの経済的な **自立**

## ブスの 税理士 田村麻美 著 マーケティング戦略

定価：本体 1,500 円 + 税  
ISBN：978-4-86651-095-8

判型：四六判並製 320ページ  
発行：文響社

### 内容

税理士である著者の爆笑半生記と、まじめなマーケティング理論&行動提案が組み合わさった、画期的な1冊。見た目コンプレックスがあっても大丈夫。戦略さえ練れば、幸せな結婚とビジネスでの成功を目指せます！

- 性欲をエネルギーに変えて、自分の「商品力」を高める
- ブスにとっての肩書きの重要性
- 転職は逃げではなく、「市場を変える」戦略
- リーン・スタートアップ!の精神で、「とりあえず告白」「とりあえず付き合う」

### 目次

#### 第1章 自分を商品と考える

【行動提案】「見た目」の客観的査定  
【マーケティング戦略】プロダクト解析

#### 第2章 性欲をエネルギーに変えて商品力を高める

【行動提案】本能を認める／エロ予習する  
【マーケティング戦略】セグメンテーション

#### 第3章 神童からただのブスへ

【行動提案】一芸を身につける／武器を増やし総合点を上げる  
【マーケティング戦略】3C分析

#### 第4章 ブスが処女を捨てるとき

【行動提案】「最低限」の見た目レベルアップ／告白／処女を早く捨てる

#### 第5章 100回の合コンで学ぶ

【行動提案】自己紹介のテンプレを準備／ほめ会話を続ける／自己PR禁止論を唱和／さわれる店を選ぶ  
【マーケティング戦略】市場調査

#### 第6章 ブスにとっての肩書きの重要性

【行動提案】国家資格を取る／肩書きを増やす  
【マーケティング戦略】ブルーオーシャン戦略

#### 第7章 ブス自身も顧客であった

【行動提案】行き詰ったら期間限定の現実逃避／SNSで自己表現を磨く  
【マーケティング戦略】市場を変える／自分のなかにいる「顧客」を見つめる

#### 第8章 ブスの結婚

【行動提案】「とりあえず」付き合う、「とりあえず」同棲  
【マーケティング戦略】4Pをつなげる

#### 第9章 ブスの起業

【行動提案】行動するために自分を追い込む  
【マーケティング戦略】エリアマーケティングとニッチ戦略

#### 第10章 ブスの成功すごろくと美人の経年劣化



写真満載



図表満載

3C分析	中学	高校(入学当初)	高校(商品改良後)
顧客 Customer	中学の先生親	高校の先生親	高校の友だち
競合 Competitor	田舎の同級生	埼玉県中の神童 ← 同じ学力 →	埼玉県中の神童
自社 Company	田村麻美	田村麻美	一芸を極めた田村麻美
評価	神童	ただのブス	おもしろいブス

戦略満載

第5章 100回の合コンで学ぶ

合コンは店頭である。商品は店に出してこそ、真価がわかる。こういう顧客には、こういう話題がウケる。または全然ウケない。相手が喜ぶ、商品の質を高めることができた。何より、自分が狙う「顧客」がはっきりしたのだ。

合コンに来る男性は大きく分けて2種類ある。次ページの図表を見ればし。はじめは私も、Aという華やかな市場にあって、NG神童に果敢に乗り込んで行っていた。しかし、腹をこらそううちに自分と商品の顧客が市場Aにはいないことがわかった。しかも、ブスのくせになんて、自分として、Aにいる人たちは興味を持ってなかった。

一方で、B市場における「田村麻美」という商品は、業界とウケが、いいわけです。「おもしろい」(笑)話はずり「わりと高価目なんだね」という高評価なのだ。この市場の良縁がなぜできなかったか、それは、「1」にも「2」にも当てはまらなかった。しかし、やみくもに数をこなすだけでは、

第5章 100回の合コンで学ぶ

ブスの作業15  
合コンでPDCAをまわす

多くの人が、合コンを「彼氏候補との出会い」のためのもと考えているが、それは違う。もちろん出会いも目的のひとつだが、それ以外に大切な要素がいくつかあるのだ。合コンの目的は、大きく次の6つである。

1. 市場調査
2. セックス
3. 彼氏候補との出会い
4. コミュニケーションの練習
5. 飲み会として楽しむ
6. 次回の合コン前準備と知り合う

ブスにとって、いちばん大事なのは、1の市場調査である。

田村という商品

最初はこちらのNG神童を狙っていたが、市場調査を繰り返して気づいた。ブスでも「おもしろい」(笑)話で「アタリ」になる。ただ「アタリ」の多い=コンプレックスの多いが、それは、弊害めんどくさい。

他人に対して興味する層の中で、ブスでも「おもしろい」(笑)話で「アタリ」になる。ただ「アタリ」の多い=コンプレックスの多いが、それは、弊害めんどくさい。

NG

A

- ・営業職
- ・業界臭がする
- ・自分に自信がある
- ・モテる人
- ・話す
- ・自分語りをする
- ・コミュニケーション能力が高い
- ・IT系
- ・飲み会に慣れている
- ・フェイスブックの友だちの数が多い
- ・早口

OK

B

- ・童貞
- ・営業職ではない
- ・合コンに慣れていない
- ・地方出身者
- ・高学歴
- ・金融感覚が鋭い
- ・地味
- ・友だちが少ない
- ・美人や派手な女に対して興味する
- ・口下手
- ・ゆっくり話す
- ・誠実

著者の田村はこんな人



撮影：桑島智輝

税理士・34歳・やさしい夫とかわいい娘もいて、いま早稲田大学の大学院にも通っていて、もうすぐMBAもとれちゃうかもしれない、**満たされたブス。**

東京都足立区でいちばん気さくな税理士。立教大学経済学部卒業後、同大学院で経済学研究科博士課程前期課程修了。現在、早稲田大学ビジネススクールに在学中。夫と娘の3人家族。「ブス」という事実に向き合い、逃げず、あきらめず、腐らず、戦略的に努力してきた経験から、「がんばるブスたちが輝く日本をつくりたい」という骨太のライフワークを實踐中。本書は、ブスが「幸せな結婚&ビジネスでの成功」をかなえるための戦略論を、具体的に記した処女作。  
<http://tamuramami.com/>

株式会社 文響社

〒105-0001 東京都港区虎ノ門2-2-5 共同通信会館9F

電話 03-5575-5050 広報担当：石川文枝 [ishikawa.f@bunkyoisha.com](mailto:ishikawa.f@bunkyoisha.com)

お問い合わせ