

2026年6月26日

各 位

会 社 名 フュージョン株式会社
代 表 者 名 代表取締役社長 佐々木 卓也
コード番号：3977 札証アンビシャス
問 合 せ 先 専務取締役 安田 真
(TEL. 011-271-8055)

顧客ロイヤルティに関するホワイトペーパーシリーズ公開のお知らせ

—「顧客ロイヤルティ大全（第1部）」を公開、全5部構成で順次展開—

当社は、顧客ロイヤルティに関する知見を体系化したホワイトペーパーシリーズ「顧客ロイヤルティ大全」の第1部「顧客ロイヤルティはなぜ誤解されるのか — 構造から捉え直す関係性の本質」を公開いたしました。

本シリーズは、当社がCRM支援・マーケティング実務を通じて蓄積してきた知見をもとに構成された、全5部からなる体系的なコンテンツです。顧客ロイヤルティを「企業と顧客の関係性」という視点から再定義し、概念整理から実務活用までを段階的に解説するとともに、当社の専門性および提供価値への理解促進を目的として発信しています。

近年、顧客獲得コストの上昇や市場競争の激化により、既存顧客との関係性の質が企業の成長と収益性に直結する重要なテーマとなっています。

こうした環境変化を背景に、顧客ロイヤルティを多面的に捉え直し、企業における戦略設計や施策実装への活用を支援します。



第1部では、顧客ロイヤルティを単なる指標や施策としてではなく、「関係性の状態」として整理し、以下の観点から解説しています。

- ・顧客ロイヤルティの概念および歴史の変遷
- ・「経済・行動・心理」の3側面からの構造理解
- ・NPS®(※)など代表的指標の有効性と限界
- ・実務上陥りやすい誤解の整理

本資料の詳細およびダウンロードは、以下よりご覧いただけます。

<https://www.fusion.co.jp/library/customer-loyalty-encyclopedia-1>

今後は以下のテーマにて、第2部以降を順次公開予定です。

第2部：心理ロイヤルティの可視化

第3部：経済ロイヤルティの可視化と心理との接続

第4部：顧客ロイヤルティに基づく戦略設計と施策モデル

第5部：顧客体験とコミュニケーション施策

(本シリーズの構成および各部のテーマは、今後変更となる可能性があります。)

当社は本シリーズの公開を通じ、顧客理解の高度化およびCRM戦略の進化に貢献するとともに、企業の持続的な成長を支援してまいります。

※ネット・プロモーター、ネット・プロモーター・システム、ネット・プロモーター・スコア、NPS、そして NPS 関連で使用されている顔文字は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc. の登録商標又はサービスマークです。

《顧客ロイヤルティ可視化サービスについて》

当社では、経済・行動・心理の3つの観点から顧客ロイヤルティを可視化し、CRM 施策への落とし込みを支援しています。詳細は以下をご参照ください。

関連サービス：ロイヤルティの「なぜ」がわかる！顧客ロイヤルティ可視化サービス

URL：<https://www.fusion.co.jp/service/customer-loyalty>

《本リリースについてのお問い合わせ先》

フュージョン株式会社 コーポレート統括部 総務・広報チーム

【対応時間】9：00～18：00（土日祝休）

URL：<https://www.fusion.co.jp/contact/>

以 上