

# 応援される会社は いかにしてつくられるのか?

最近、顧客による熱を帯びた「ブランド愛顧行動」が顕著になっている。お気に入りのブランドや商品について SNS（交流サイト）で積極的に発信するだけでなく、終売した商品を復刻させてしまうなど、“応援”パワーは計り知れない。では、どうすれば、そんな「応援される会社」になれるのか？ 自社のコア（熱烈）なファンを育てるための、顧客との真の向き合い方を探る。

## 競争は「戦争型」から「恋愛型」へ

慶應義塾大学名誉教授 嶋口充輝

企業の競争環境は、二〇〇〇（平成12）年頃を境に大きな変化が生じています。市場シェアをベースにした「戦争型の競争」から、顧客満足型の「恋愛型の競争」へのシフトです。

一九七〇年代、八〇年代までは競争に勝つことが、即成長でした。ライバルと競争していれば、全体のパイがどんどん増えていた時代でしたから、伸びることができた。しかし、九〇年代辺りから、そうした旺盛な成長は難しくなりました。

それに代わって台頭してきたのが「恋愛型の競争」です。企業が永続するには、顧客に対して一過性の取引ではなく、長期的な固定顧客づくりをして、関係性をしっかり結び、共に成長していくことが大切です。肝心の“恋人”に愛されなければ、市場の勝者にはなりません。

しかし、パートナーに近い“恋人的顧客”を探し出し、その顧客から強く愛されて、結果的に仲の良い夫婦になるような絆（関係