

各位

バーチャレクス・ホールディングス株式会社
(東証グロース：6193)

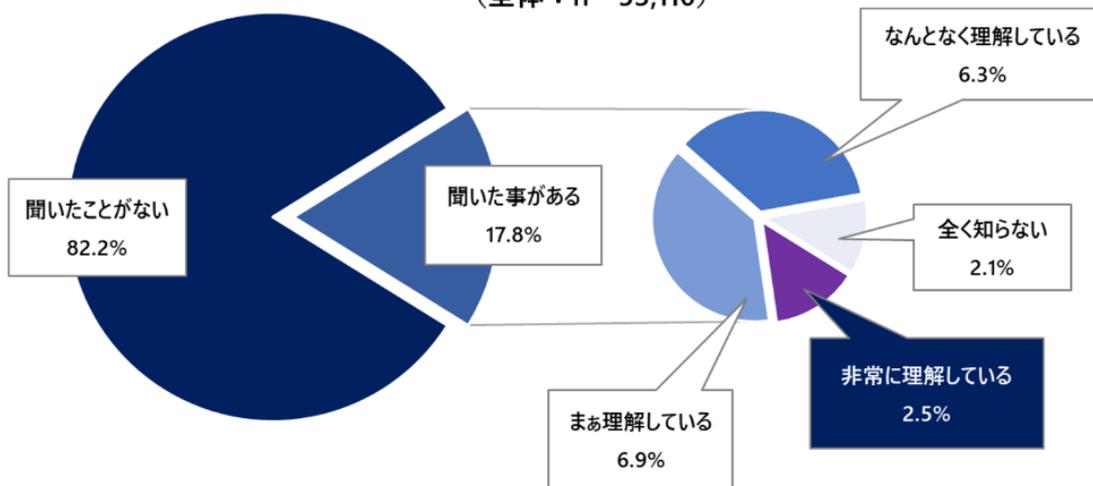
カスタマーサクセスに関する実態調査 2024年度版第一弾結果公開

バーチャレクスグループのバーチャレクス・コンサルティング株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：丸山勇人、以下、バーチャレクス）は、カスタマーサクセスに関する実態調査を実施しました。この調査は2019年から毎年行っており、今回で6回目となります。

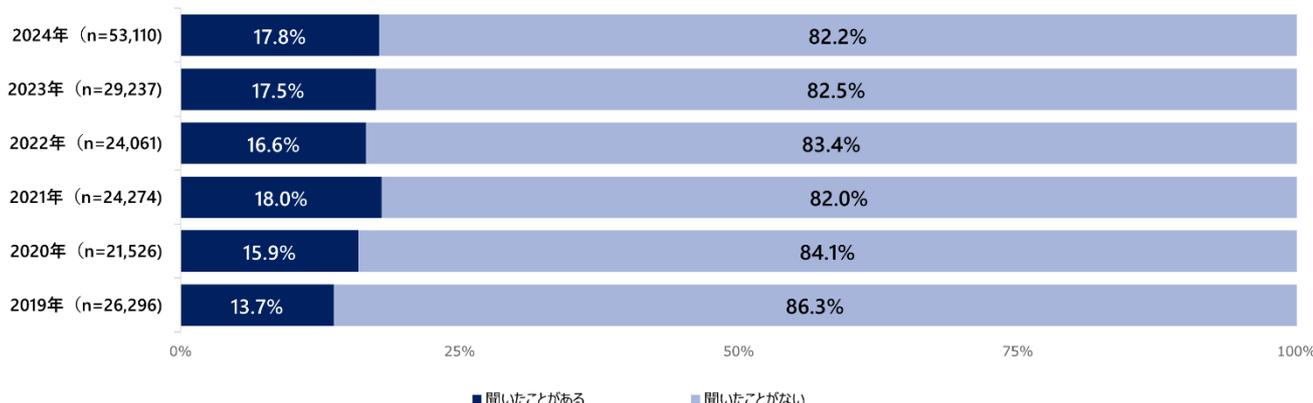
全国の20歳から65歳までの有職者53,110人を対象に、「カスタマーサクセスという言葉を知っていますか？」と尋ねたところ、「聞いたことがある」人は全体の17.8%、「聞いたことがない」と回答した人は6年連続8割を上回る82.2%という結果となりました。また「聞いた事がある」人の中で、カスタマーサクセスとは何かを理解している人の割合は2.5%という結果となりました。

[2024年] カスタマーサクセスに関する認知・理解状況

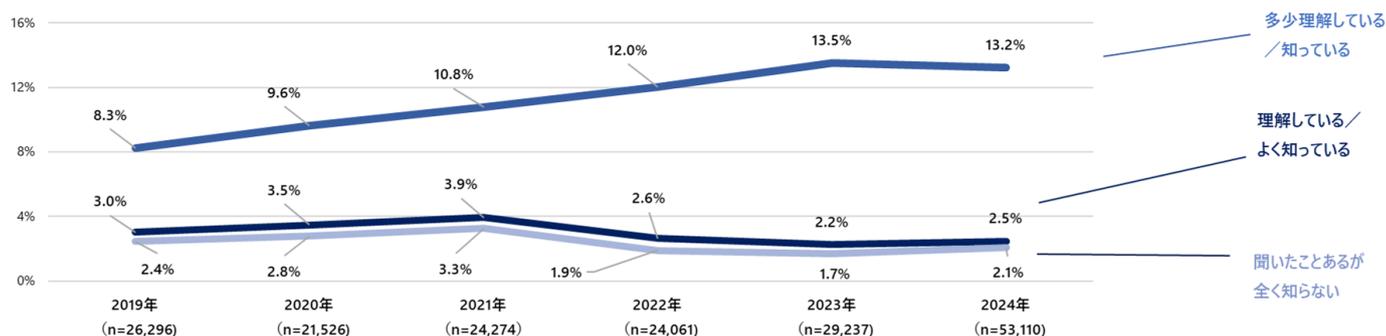
(全体：n=53,110)



[2019年-2024年] 「カスタマーサクセス」という言葉を知っていますか？ (経年比較)



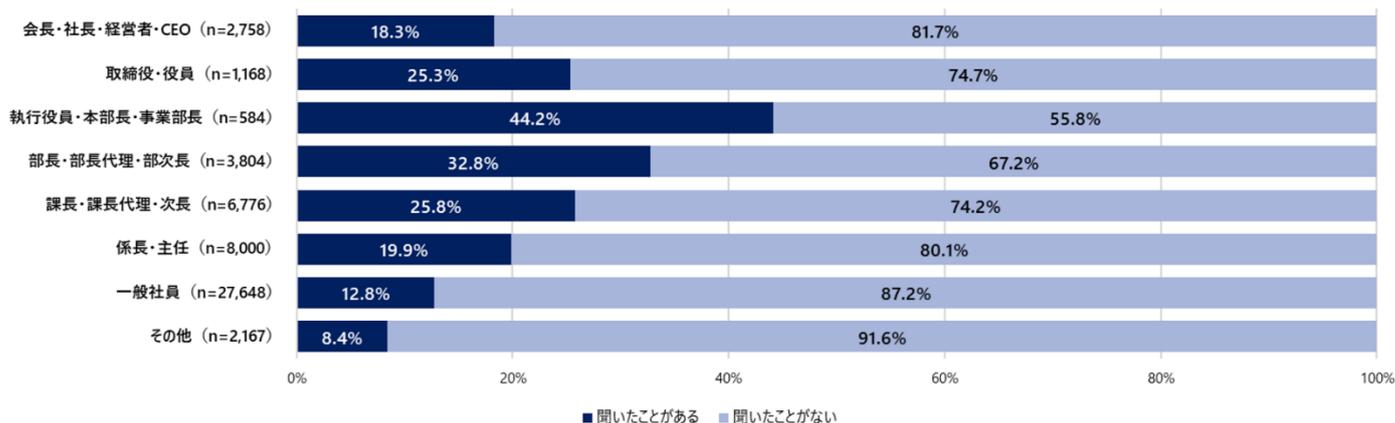
[2019年-2024年] カスタマーサクセス認知・理解状況（経年比較）



調査開始から6年が経過しながらも、「カスタマーサクセスという言葉すら聞いたことがない」人が毎年8割を占めており、いわゆる「認知度」においても2~3%が続いているというのが実態のようです。

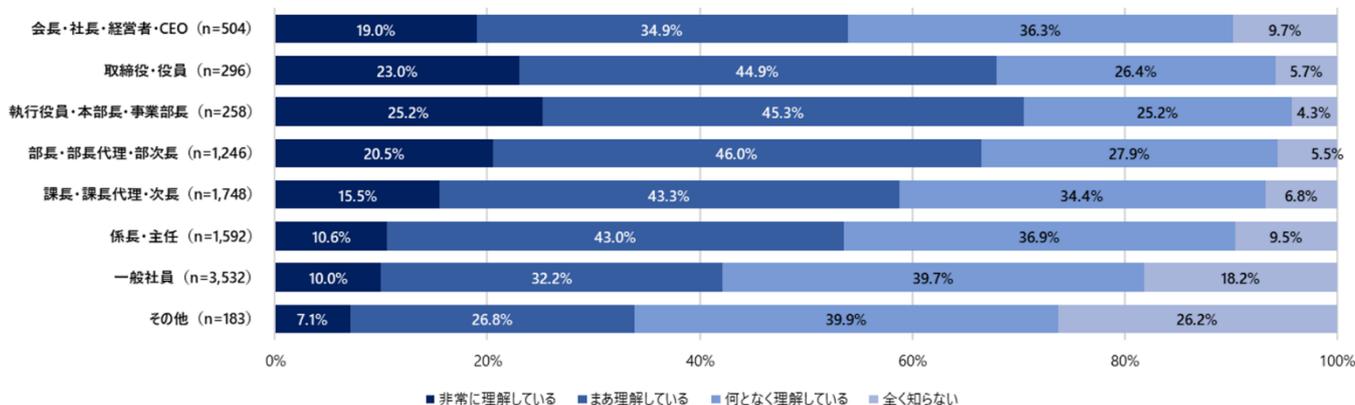
役職別でカスタマーサクセスに対する認知および理解を見てみると、**企業のトップ**を務める人たちの**8割以上**が「カスタマーサクセスという言葉聞いたことがない」という、昨年とほぼ同様の結果が示されました。

【2024年】「カスタマーサクセス」という言葉聞いたことがありますか？（役職別）



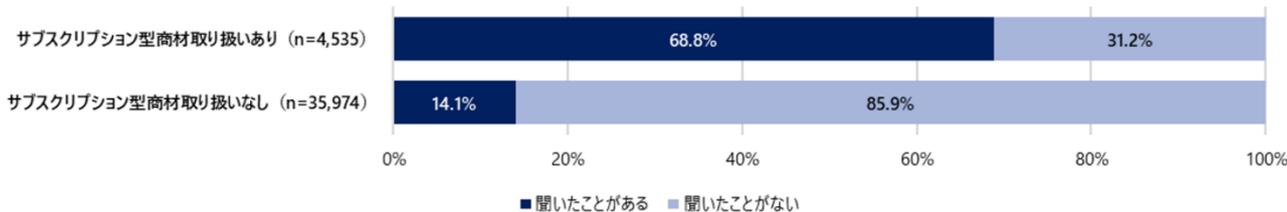
さらに、それぞれの層においてカスタマーサクセスへの理解を確認したところ、「非常に理解をしている」と答えた企業トップ層は昨年より微増で19.0%。対してカスタマーサクセスへの認知および理解が一番進んでいるのは、昨年同様事業の数字を背負う立場である「執行役員・本部長・事業部長」層という結果になりました。

[2024年]「カスタマーサクセス」がどういうものを理解していますか？（役職別）



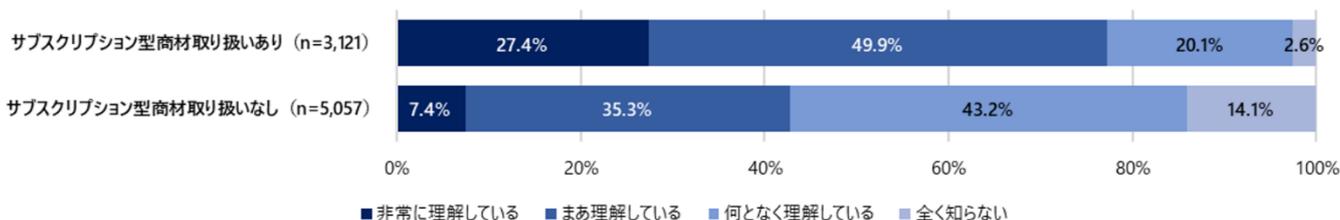
次に、カスタマーサクセスが必須とされている「サブスクリプション型」商材を自社で取り扱っているかどうか別でその認知・理解割合を見てみると、サブスクリプション型製品取り扱いがある人の7割近くの方は「カスタマーサクセスという言葉を知ったことがある」と回答。それに対しサブスクリプション型商材の取り扱いがない人では昨年とほぼ変わらず、わずか14.1%という結果となりました。

[2024年]「カスタマーサクセス」という言葉を知った事がありますか？
(サブスクリプション型商材取り扱い有無別)



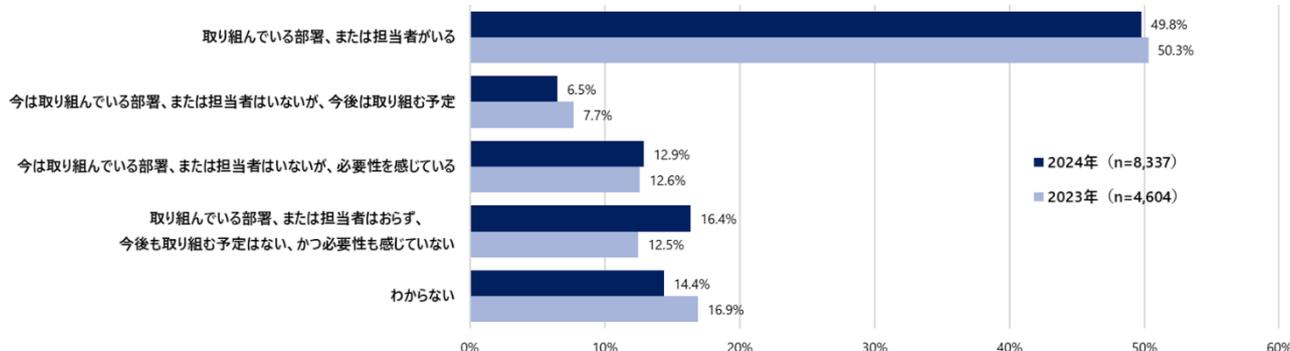
同属性でカスタマーサクセスという言葉を知っている人の中から「理解度」を確認してみると、サブスクリプション型商材の取り扱いがある人の中でカスタマーサクセスという言葉を知っていても、「非常に理解している」と答えた人は27.4%、半数近くの方は「まあ理解している」と回答しました。サブスクリプション型商材の取り扱いがない人に関してみると、「非常に理解している」と答えた人は1割にも満たない結果となりました。

[2024年]「カスタマーサクセス」がどのようなかを理解していますか？
(サブスクリプション型商材取り扱い有無別)



次に実際の取り組み状況を見ていきます。カスタマーサクセスという言葉を知っている8,337人に対して、「勤務先でカスタマーサクセスに取り組んでいる部署、または担当者がある／いるか」と尋ねたところ、部署がある／担当者がいると答えた人は49.8%、取り組みの予定がある人については6.5%と、いずれも昨年より微減となる結果となりました。「取り組みの必要性を感じていない」と答えた人は、昨年よりやや増加して16.4%となりました。

[2023年-2024年 勤務先でカスタマーサクセスに取り組んでいる部署、または担当者はいますか？(経年比較)]



この結果を回答者の**勤務先従業員規模別**に見てみると、「カスタマーサクセスに取り組んでいる部署、または担当者がある」と回答した割合について、全体的に昨年度からの減少傾向がみられる中、1,000人から3,000人未満規模の企業では昨年より1.1ポイント、5,000人から10,000人未満規模の企業では2.2ポイントともいずれも上昇という結果となりました。毎年各項目の割合的には大きく変化はありませんが、「取り組んでいる部署、または担当者はおらず、今後とも取り組む予定はない、かつ必要性も感じていない」と答えた人が全セグメントにおいて昨年より増加しているという結果になりました。

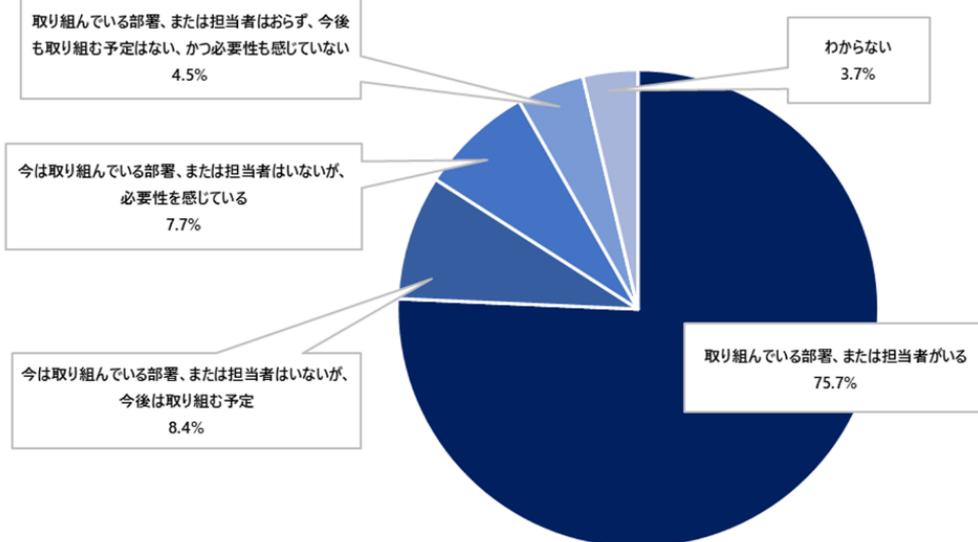
[2023年-2024年] 勤務先でカスタマーサクセスに取り組んでいる部署、または担当者はいますか？ (従業員数別/経年比較)

従業員規模	2024 (n)	2023 (n)	取り組んでいる部署、または担当者がある	今は取り組んでいる部署、または担当者がいないが、必要を感じている	今は取り組んでいる部署、または担当者がいないが、必要を感じていない	取り組んでいる部署、または担当者はおらず、今後とも取り組む予定はない、かつ必要性も感じていない	わからない
10人未満	2024 (n=599)	2023 (n=409)	34.7%	3.7%	14.5%	35.7%	11.4%
10人~99人	2024 (n=1,487)	2023 (n=803)	36.5%	6.7%	19.2%	24.2%	13.4%
100人~499人	2024 (n=1,845)	2023 (n=949)	49.5%	8.6%	13.2%	17.2%	11.5%
500人~999人	2024 (n=823)	2023 (n=440)	54.8%	8.3%	10.9%	12.3%	13.7%
1,000人~2,999人	2024 (n=977)	2023 (n=544)	55.5%	8.3%	11.9%	12.0%	12.4%
3,000人~4,999人	2024 (n=565)	2023 (n=300)	57.7%	5.5%	12.9%	8.5%	15.4%
5,000人~9,999人	2024 (n=565)	2023 (n=399)	58.8%	3.7%	10.8%	11.2%	15.6%
10,000人以上	2024 (n=1,382)	2023 (n=752)	59.0%	4.5%	8.2%	9.9%	18.4%

最後に**サブスクリプション型商材取り扱い有無別**でカスタマーサクセス取り組み状況を見てみると、「カスタマーサクセスの部署がある/担当者がある」というサブスクリプション型商材取り扱い企業は75.7%、さらには「今後取り組む予定」である人が9.0%、「必要性を感じている」と回答した人は6.5%という結果となり、サブスクリプション型ビジネスにおけるカスタマーサクセスの重要性は昨年から変わっていません。

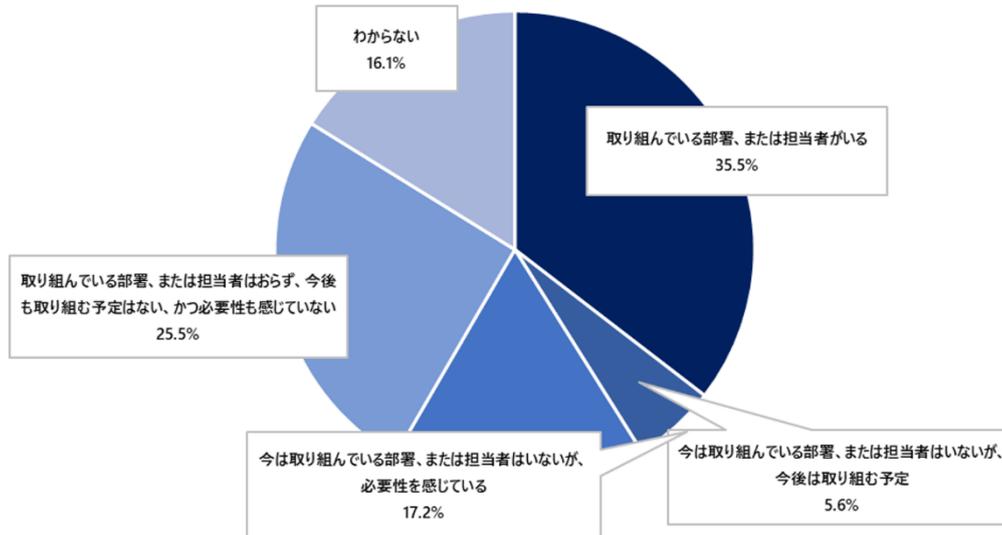
[2024年] カスタマーサクセス取り組み状況

(サブスクリプション型商材を取り扱っている企業 n=3,040)



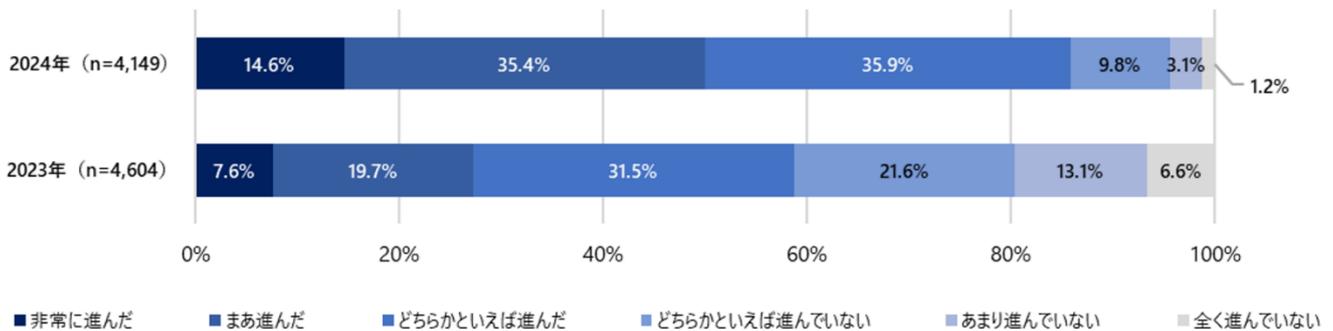
一方サブスクリプション型の商材を扱っていない企業においては、カスタマーサクセスの取り組みを行っていると答えたのは 35.5%で、昨年より 4.5 ポイント減少。「今後取り組む予定」の人も 1.9 ポイント減少の 5.6%、「必要性を感じている」人は昨年より 0.8 ポイント増の 17.2%でした。サブスクリプション型商材を扱ってなくとも、カスタマーサクセスに取り組んでいる企業は毎年一定数見られます。

[2024年] カスタマーサクセス取り組み状況
(サブスクリプション型商材を取り扱っていない企業 n=4,346)



また、カスタマーサクセスを社内で取り組んでいると答えた人に対して、直近 3 年間でその取り組みが進んだかどうかを聞いたところ、非常に進んだと答えた人が 14.6%、まあ進んだと答えた人が 35.4%、どちらかといえば進んだという人が 35.9%と、全体で約 86%の人がこの 3 年でカスタマーサクセスの取り組みが進んだと回答しており、昨年より 27 ポイント以上の上昇がみられます。カスタマーサクセスの認知や取り組んでいる企業が経年で増えてなくとも、取り組みを進めている企業の中では進化が見られることがわかる結果となりました。

[2023年-2024年] 直近三年間においてお勤め先で「カスタマーサクセス」への取り組みは進んだと思いますか (経年比較)



実際にカスタマーサクセスを継続的に行っている企業では、こういった取り組みが行われ、どのような効果が出ているのか、さらに本調査のデータを深掘り・分析し、今後数回にわたってその結果を発表してまいります。

参考：『カスタマーサクセスーサブスクリプション時代に求められる「顧客の成功」10の原則ー』

<https://www.virtualex.co.jp/corporate/customersuccess.html>

【調査実施概要】

「2024年カスタマーサクセスに関する調査」

- ・調査方法 : インターネットアンケート
- ・調査実施期間 : 2024年3月21日～2024年3月25日
- ・対象地域 : 全国
- ・対象者 : 20歳から65歳の有職者（契約社員、派遣社員、パート・アルバイト、個人事業主・フリーランス、専業主婦・主夫、家事手伝い、学生を除く）53,110人

■ バーチャレクス・コンサルティング株式会社について (<https://www.virtualex.co.jp>)

バーチャレクス・コンサルティングは創業来「企業と顧客の接点領域」にフォーカスしたビジネスを展開しており、「顧客の成功こそが自社成長の鍵である」というカスタマーサクセスの考え方にもとづき、「Succession with You」— 一度きりの成功の「Success」ではなく、連続する成功という意味の「Succession」を、「for You」ではなく、伴走するという意味で「with You」していくことを企業として掲げています。現在では顧客企業の CRM 領域の DX・デジタルシフトを、コンサルティング、テクノロジー、オペレーションのコアスキルを融合させ、ワンストップ伴走型でサービスを展開しています。

■ バーチャレクスグループについて (<https://www.vx-holdings.com>)

バーチャレクスグループは、各社約1,000名の従業員が一体となり、金融・保険、IT・情報通信、通販・インターネットサービス、教育、官公庁・自治体など、幅広い業界のクライアント様に対して、それぞれの専門知識を活かしたサービスを提供しております。2016年6月には東京証券取引所マザーズ市場（現：グロース市場）に上場しています。

■ 本リリースに関するお問い合わせについて

[専用フォーム](#)よりお問い合わせください