

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年度版第三弾結果公開**

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。第一弾（\*1）および第二弾（\*2）に引き続き、第三弾の結果を取りまとめました。

**■第二弾調査結果ハイライト**

対象：全国の20歳から65歳の有職者53,110人中、カスタマーサクセスを「自身が担当している／社内に取り組んでいる部署、または担当者がおり、自身もかかわっている」と答えた724人

- カスタマーサクセス取り組みについて**61.0%の人が「効果を感じている」と回答**、過去3年と比較して**増加傾向**
- **担当者人数別でのカスタマーサクセスの効果体感度合いは、担当人数が多いほど大きい傾向**、担当者**11人～15人の層では82.8%が「効果を感じている」**
- **サブスクリプション型商材取り扱いがあると答えた511人中で66.7%、取り扱いがないと答えた196人では47.4%がカスタマーサクセスの効果を感じており、いずれも昨年より増加傾向**
- **自社でカスタマーサクセスに取り組んでいる企業の経営層（経営者／役員職以上）の71.1%が「直近一年でカスタマーサクセスの必要性を感じるようになった」と回答**

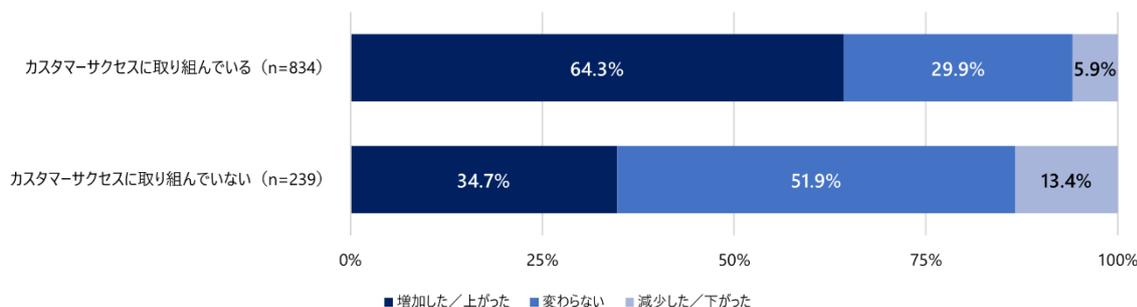
**■第三弾調査結果概要**

対象：全国の20歳から65歳の有職者53,110人中、カスタマーサクセスを「**自社で取り組んでいる**」と答えた834人、および、「**取り組んでいない**」と答えた239人

第二弾までの結果を受けて、今回はカスタマーサクセス活動が企業成果に結びつき、成果につなげるための要素のヒントについて分析していきます。

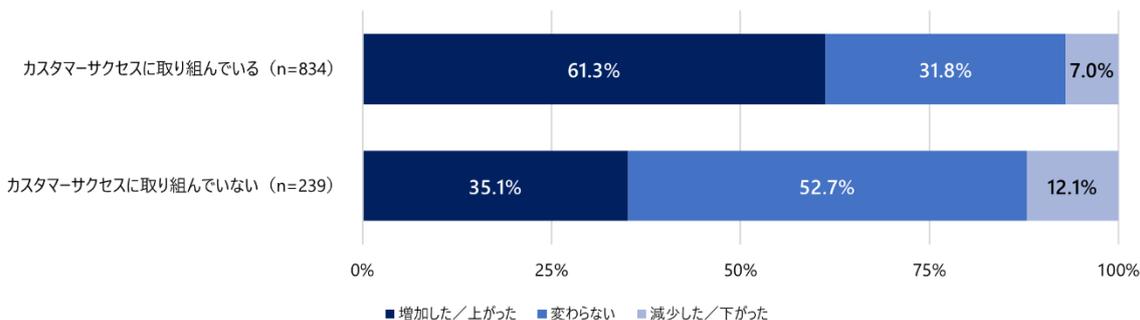
**カスタマーサクセスの取り組みは企業の数字にも直結：取り組み企業 VS 取り組んでいない企業**

カスタマーサクセスに取り組んでいる、取り組んでいないそれぞれの層に対し、**直近一年の新規顧客数および新規売上の推移**について尋ねてみると、**カスタマーサクセスに取り組んでいる層はいずれも「増加した／上がった」と回答した人が6割を上回りました**。反対に取り組んでいない層の約半数は、新規顧客数も新規売上数も「変わらない」という結果になりました。

**[2024年] 直近一年間の新規顧客数推移**

(図1：[2024年] 直近一年間の新規顧客数推移)

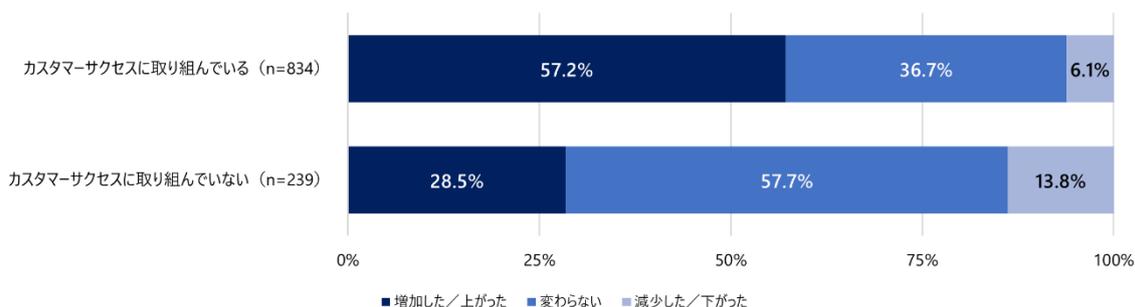
[2024年] 直近一年間の新規売上推移



(図2：[2024年] 直近一年間の新規売上推移)

継続売上についても、去年と同様にカスタマーサクセスに取り組む層のうち57.2%が「増加した/上がった」と回答しました。

[2024年] 直近一年間の継続売上推移

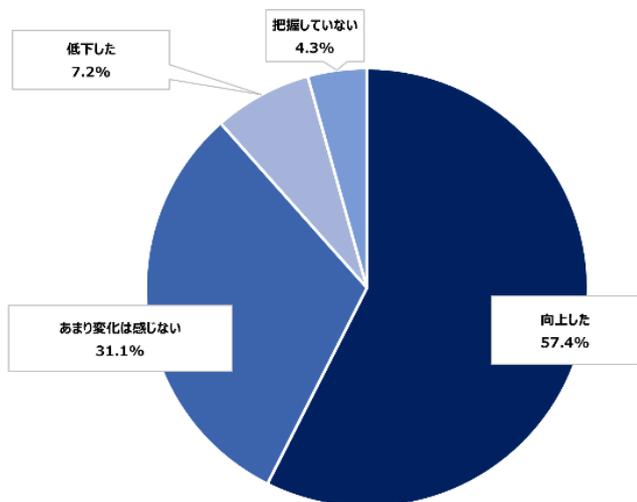


(図3：[2024年] 直近一年間の継続売上推移)

### カスタマーサクセス取り組みを始めてから半数以上の企業が業況向上：取り組み企業

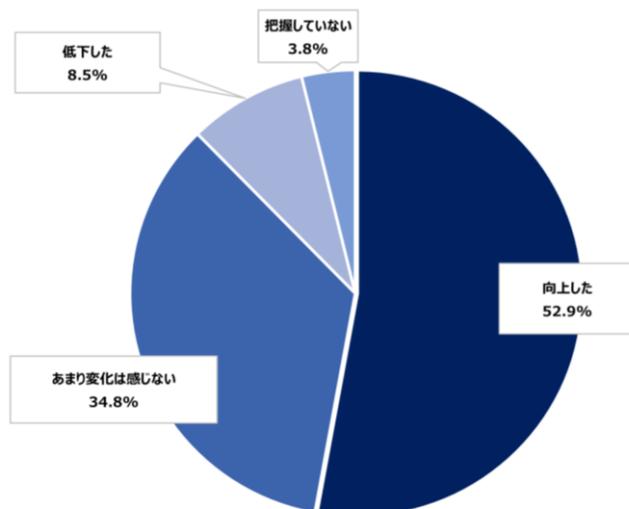
次に、カスタマーサクセスの取り組みを自社内で行っている層に対して「カスタマーサクセスに取り組む前と後」での売上高および利益率の変化を聞いたところ、売上高については57.4%、利益率については52.9%の人が「向上した」と回答しており、カスタマーサクセスの取り組み効果が事業の業況に表れていることが示される結果となりました。

[2024年] カスタマーサクセスに取り組む前と後での売上高変化  
(n=834, カスタマーサクセス取り組み企業)



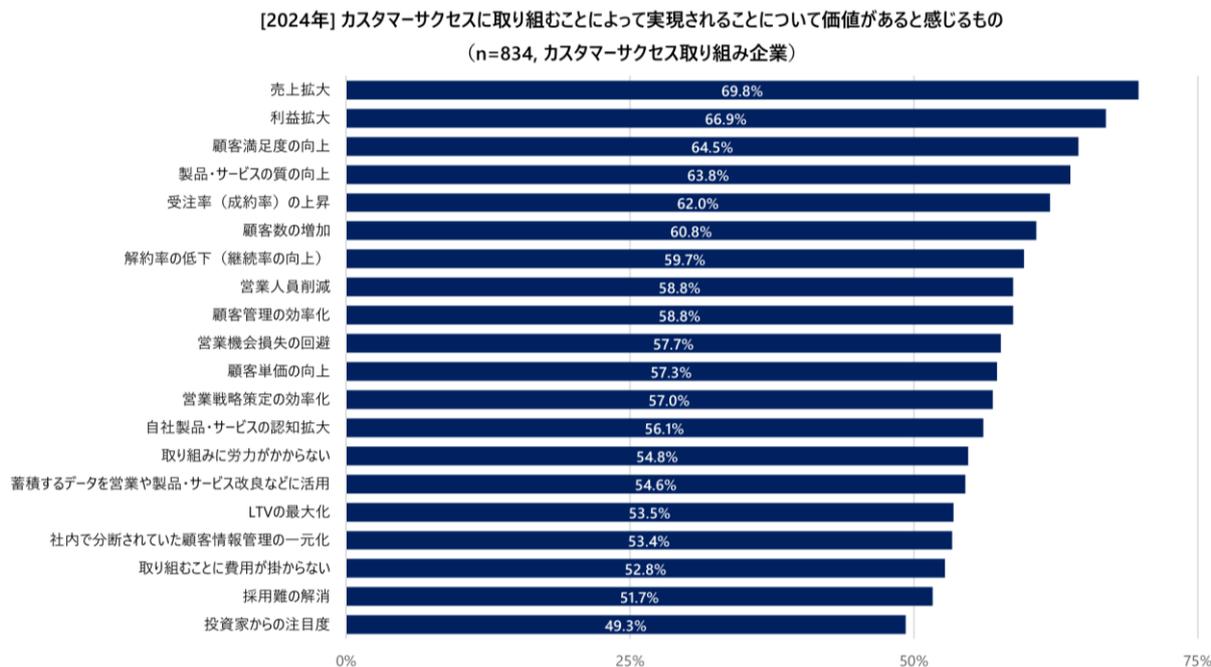
(図4：[2024年] カスタマーサクセスに取り組む前と後での売上高変化)

[2024年] カスタマーサクセスに取り組む前と後での利益率変化  
(n=834, カスタマーサクセス取り組み企業)



(図5：[2024年] カスタマーサクセスに取り組む前と後での利益率変化)

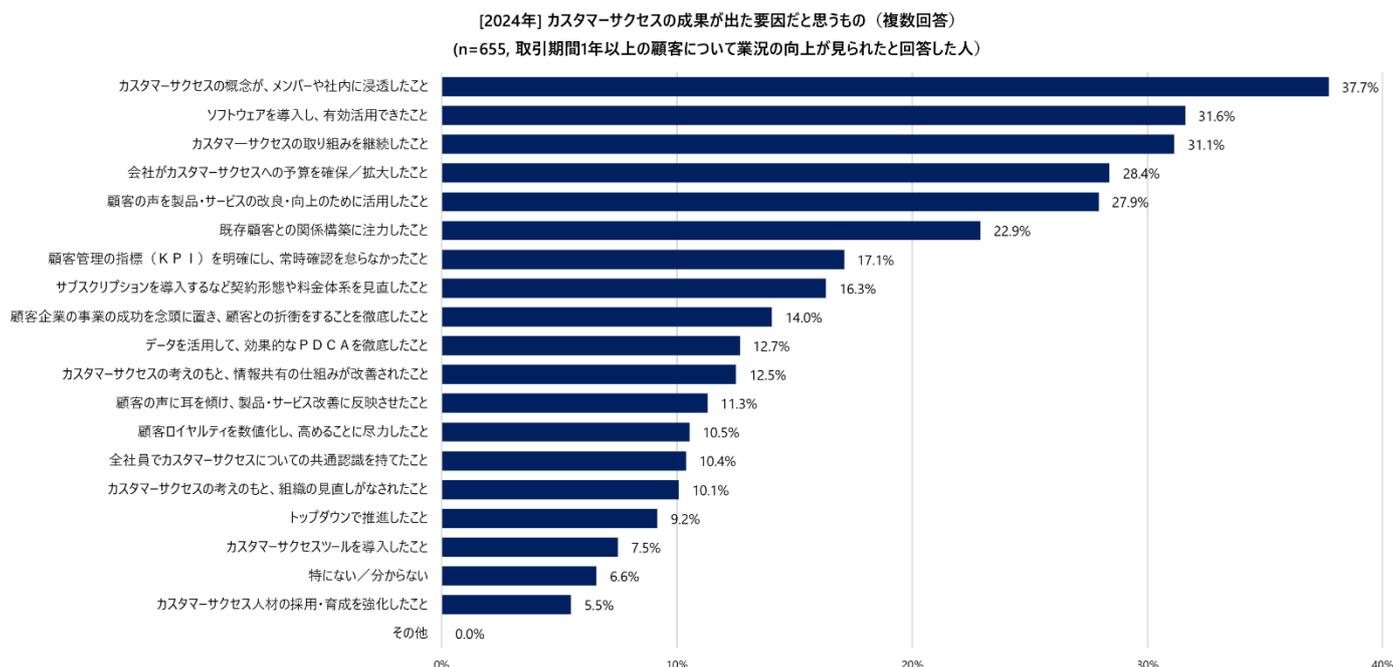
ちなみに、同じ層に対して「**カスタマーサクセスに取り組むことによって実現されることについて価値があると感じるもの**」が何かを聞いてみたところ、最も多かったのは「**売上拡大**」で69.8%、次いで「**利益拡大**」が66.9%という結果となっており、カスタマーサクセスの取り組みによる成果が期待値と見合う結果を出せている企業が多いことがわかります。



(図6：[2024年] カスタマーサクセスに取り組むことによって実現されることについて価値があると感じるもの)

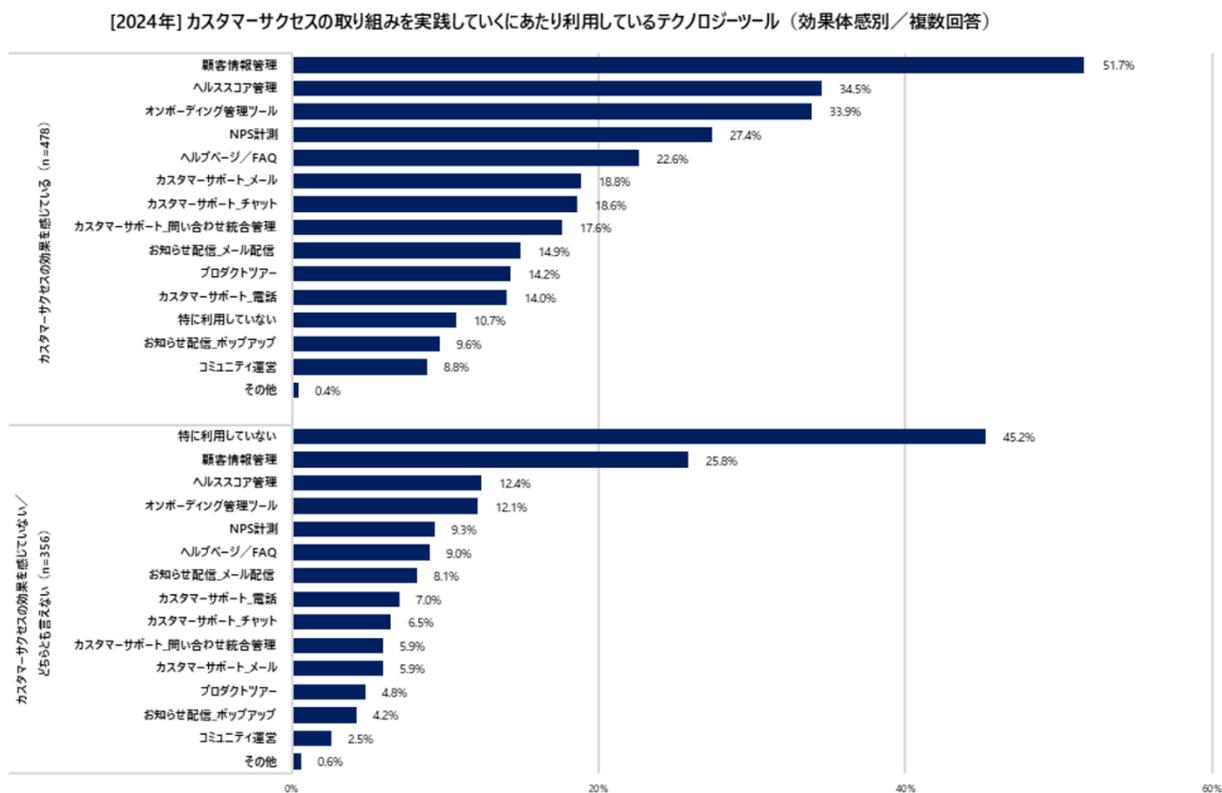
### 取り組み効果を得るためには「基本原則」が必須：業況向上企業

次に、カスタマーサクセスの取り組みを自社内で行っている人の中で、「取引期間一年以上の顧客について業況の向上が見られた」と回答した655人に対し、**カスタマーサクセスの効果が得られた要因**は何かと聞いたところ、37.7%の人が回答した「**カスタマーサクセスの概念が、メンバーや社内に浸透したこと**」が一番多く、やはりそのコンセプトをしっかりと共有したうえで全社での取り組みが重要になってくるということがわかります。次いで多かったのは「**ソフトウェアを導入し、有効活用できたこと**」が31.6%という結果となっており、属人的な仕組みではなくテクノロジーをうまく活用することが、取り組みを成功に導くカギであるということを示しています。



(図7：[2024年] カスタマーサクセスの成果が出た要因だと思うもの)

カスタマーサクセスに取り組む人の課題として必ず挙がってくる課題のひとつが「どのツールを選べばよいかわからない」ということ。自身がカスタマーサクセス取り組みを行っている中で効果を感じている人の9割は何かしらのツールを活用しているのに対し、効果を感じていない／どちらとも言えないと答えた人のうち45.2%は「特に利用していない」と回答。ここでもテクノロジーツールがいかにかスタマーサクセスの効果に影響を与えるかがわかる結果となりました。効果を体感している人の半数以上が利用しているのが「顧客情報管理」ツール（51.7%）、そして「ヘルススコア管理」ツール（34.5%）、「オンボーディング管理」ツール（33.9%）が続きました。適切なツールの選定と活用がカスタマーサクセス取り組みの成果に大きな影響を与えることがわかります。



(図8：[2024年] カスタマーサクセスの取り組みを実践していくにあたり利用しているテクノロジーツール)

今回の調査結果から、カスタマーサクセスの取り組みが企業の売上や利益に大きく寄与していることが明らかになりました。特に、その取り組みを成功に導くためには、社内にその概念がしっかりと浸透していることが重要であり、全社員が一丸となって取り組むことが成果に直結します。さらに、ヘルススコア管理などの業務設計や運用の質を高めるためには、適切なツールの選定と導入が必要です。これにより、データドリブンな意思決定が可能となり、取り組み効果を最大限に引き出すことができます。

カスタマーサクセスの取り組みを通じて売上や利益を向上させるためには、業務設計の精緻化や社内でのコンセプト共有が不可欠です。しかし、これらを効果的に実現するためには、社内リソースだけでは限界がある場合も少なくありません。そのため、外部の専門家と連携し、業務プロセスの最適化や適切なツール選定を行うことが、成功への近道となるでしょう。

バーチャレクスでは、カスタマーサクセスに関するコンサルティングサービスを提供しており、貴社のニーズに合わせた最適なソリューションをご提案しております。カスタマーサクセスの強化をお考えの企業様はぜひ一度ご相談ください。

バーチャレクスではカスタマーサクセスに取り組むにあたってのお悩み・課題をお持ちの企業様向けに、カスタマーサクセス導入や運用をサポートする様々なサービスを提供しています。

- ワークショップ（経営者様向け／社員様向け等、カスタマーサクセスについての理解促進をサポート）
- コンサルティングサービス（ショット／スポット型でのレビューや戦略立案等）

- テクノロジーサービス（ツールやデータプラットフォームの導入／構築や利活用支援）
- オペレーションサービス（カスタマーサクセスプロセス伴走支援）

また下記サービスを無料でご提供しています。

- [カスタマーサクセスビギナー向け入門ガイド](#)

#### 参考メディア：

[10の原則や用語集などカスタマーサクセスのいろはがわかるサイト「カスタマーサクセス for Succession」](#)  
[『カスタマーサクセス—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—』](#)

(\*1) [2024年カスタマーサクセスに関する実態調査第一弾](#)

(\*2) [2024年カスタマーサクセスに関する実態調査第二弾](#)

#### 【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 (<http://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 (<http://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。

#### ■ 本件に関するお問い合わせ

[専用フォーム](#)よりお問い合わせください