

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日本市場動向&実態調査 2025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、この度「カスタマーサクセス日本市場動向&実態調査」を実施し、2025年版の調査結果第一弾をまとめました。本調査は2019年から毎年実施しており、今回で7回目となります。

本調査の目的と対象

カスタマーサクセスは、企業が持続的に成長し、顧客との関係を深化させるために不可欠な戦略として注目されています。特に SaaS 企業を中心に広まりつつあるこの概念は、近年では BtoB・BtoC を問わず多くの業界で取り入れられるようになりました。しかし、日本におけるカスタマーサクセスの「本当の浸透度」とはどのようなものなのでしょうか？ また、「カスタマーサクセスを導入している企業」と「まだ取り組んでいない企業」では、何が異なり、どのような課題があるのでしょうか？

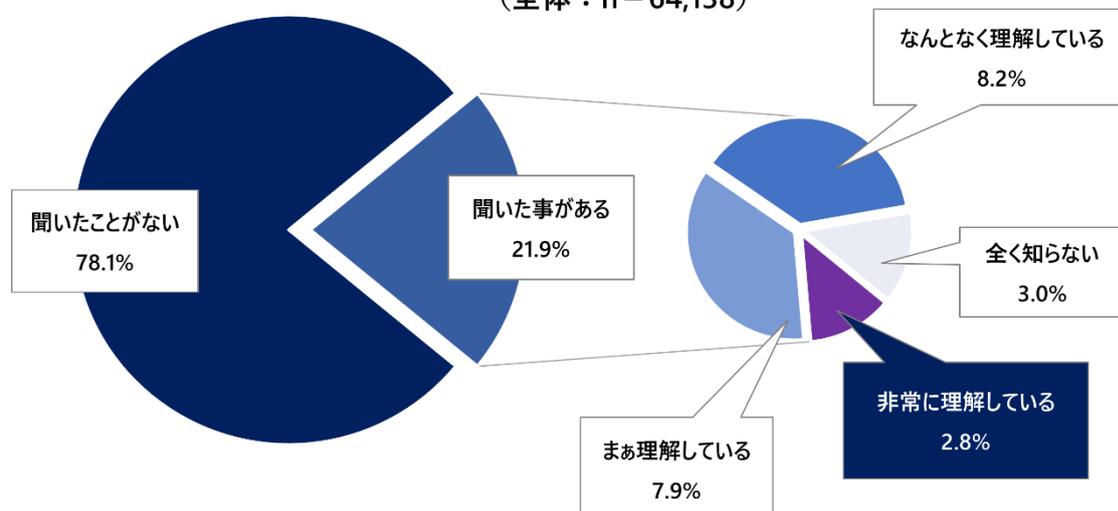
本調査は業種・企業規模を問わず、幅広い企業に勤務する人を対象に実施し、そのデータをもとに日本市場全体におけるカスタマーサクセスの認知／理解度・導入状況・課題・成果等を多角的に分析しています。カスタマーサクセスに取り組んでいる企業だけでなく、まだ取り組んでいない企業の意識や課題にも着目し、「カスタマーサクセス導入率」だけでなく、「成果と業績への影響」「未導入企業の課題や導入障壁」までを総合的に分析します。

カスタマーサクセス認知・理解状況

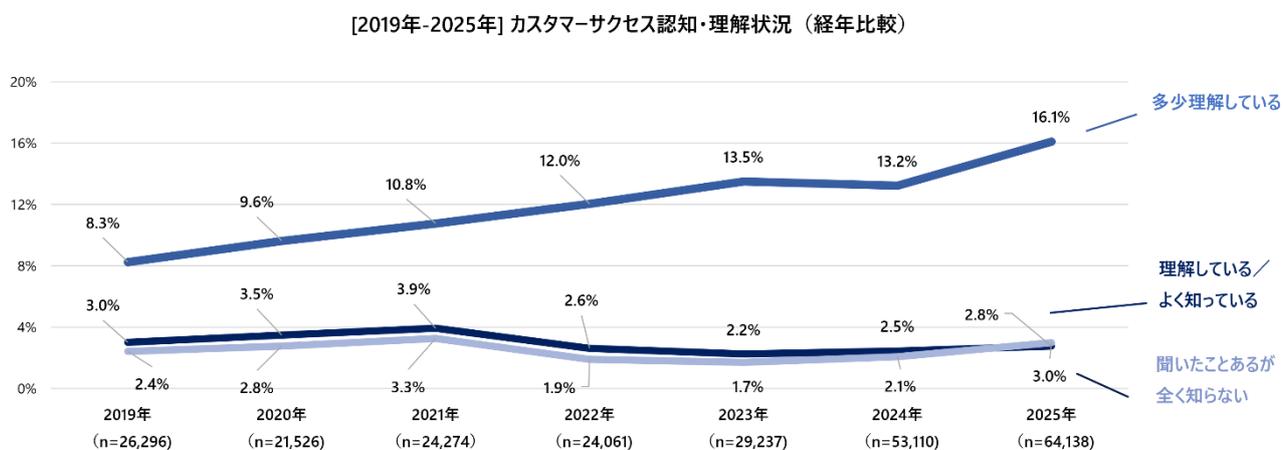
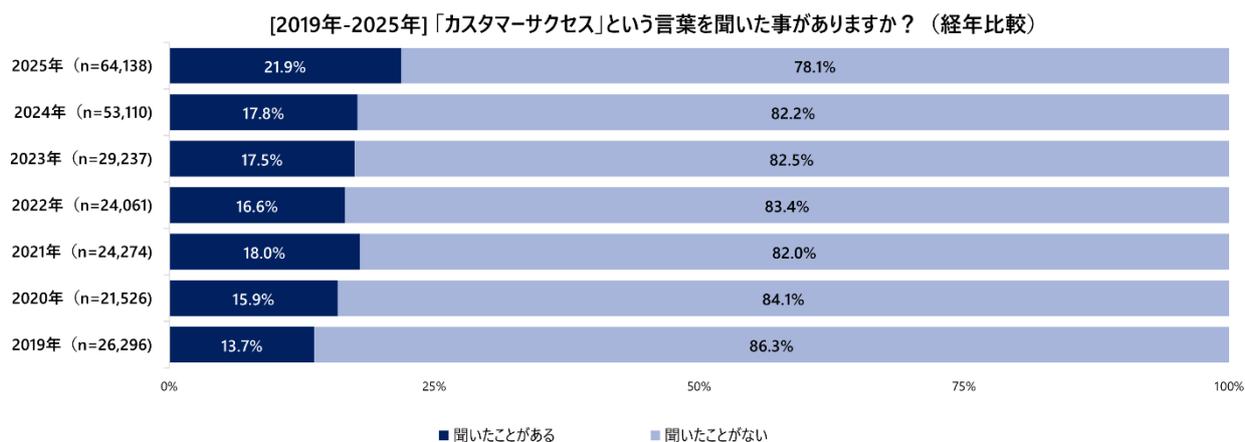
今回は全国の20歳から65歳までの有職者64,138人を対象に行った調査データをもとに、国内カスタマーサクセス市場全体の概況と現在地を確認していきます。まず、「カスタマーサクセスという言葉を知っていますか？」と尋ねたところ、「聞いたことがある」人は全体の21.9%、「聞いたことがない」と回答した人は78.1%という結果となりました。

[2025年] カスタマーサクセスに関する認知・理解状況

(全体：n=64,138)

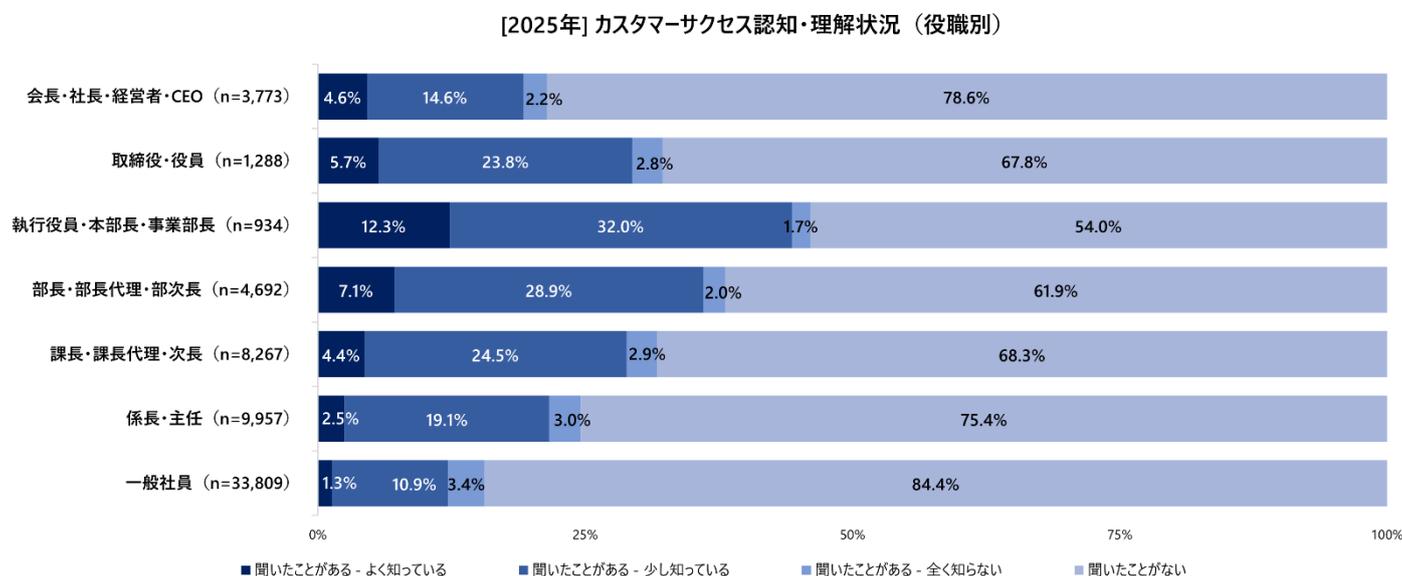


また「聞いた事がある」人の中で、**カスタマーサクセスとは何かを理解している人の割合は全体の 2.8%**（昨年から+0.3ポイント増）にとどまるという結果となりました。



2019年からの推移を見ると、「カスタマーサクセスという言葉を見たことがある」という人の割合は徐々に増加しているものの、まだまだその言葉自体が知られていないことが浮き彫りとなる結果となりました。また「カスタマーサクセスの意味を理解している」人の割合についてもかなり少ない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**78.6%**が「カスタマーサクセスという言葉を見たことがない」という結果となりました。



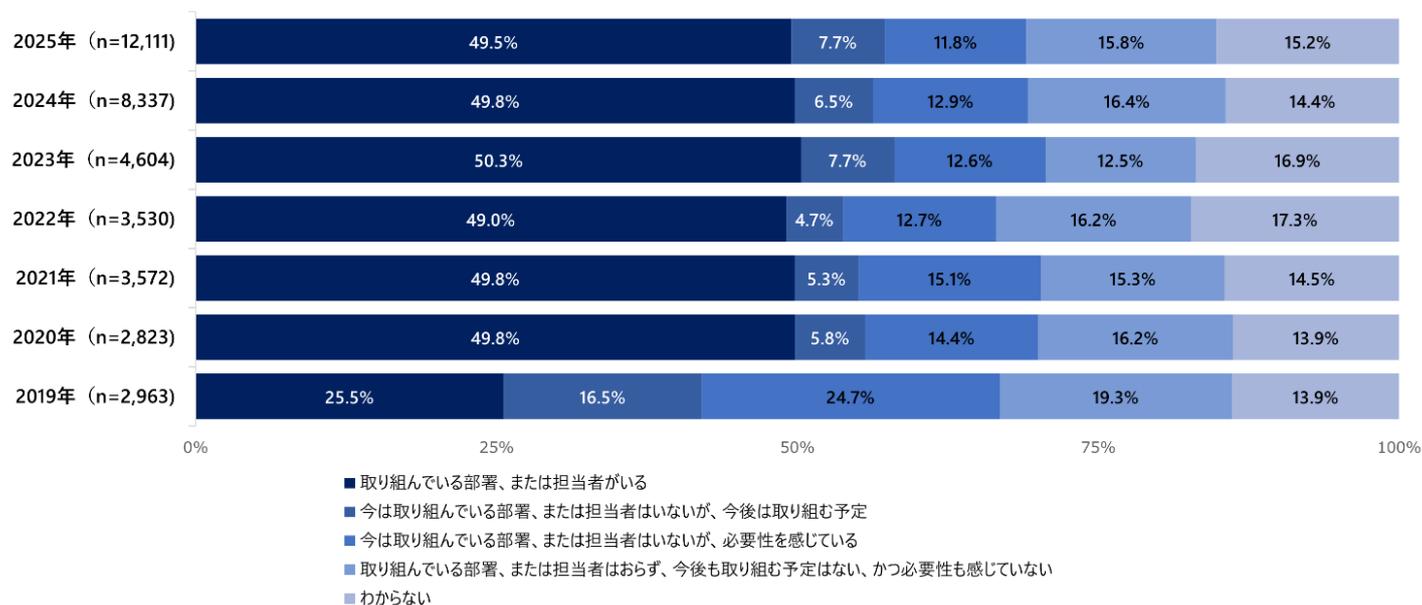
トップ層において顧客サクセスを理解していると答えた人はわずか 4.6%、理解度が一番高かったのは執行役員・本部長・事業部長層で 12.3%でした。顧客サクセスの導入・運用は現場と経営の両面からの理解と推進が必要ですが、まだトップ層の認知や現場スタッフへの浸透が十分とはいえない状況のようです。事業戦略に組み込みたい中間管理職層が中心となり、経営層へのプレゼンやスタッフへの浸透を図るケースが増えていくかもしれません。

その他の<顧客サクセス認知・理解状況>データおよび分析は以下よりご覧いただけます
[サブスクリプション型商材の取り扱い有無別](#)

顧客サクセス導入・取り組み状況

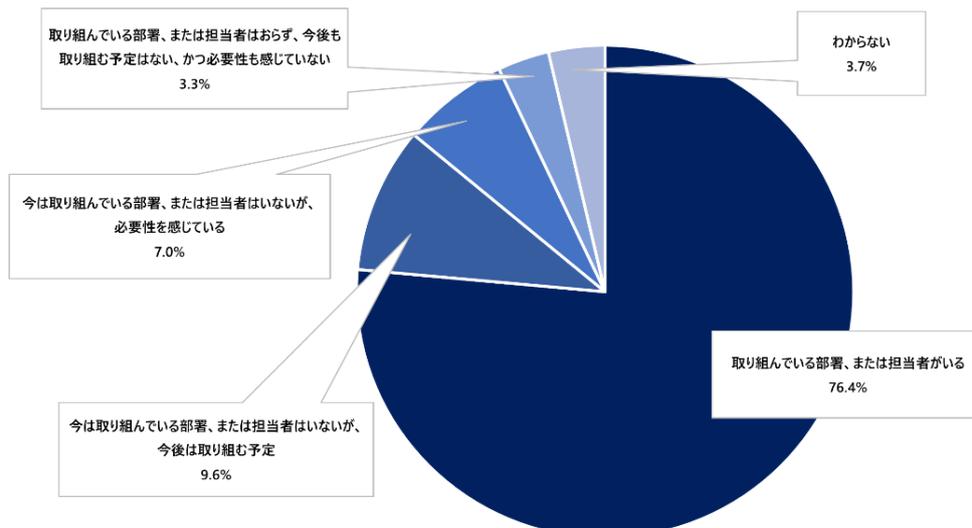
次に実際の取り組み状況を見ていきます。顧客サクセスという言葉を知っている12,111人に対して、「勤務先で顧客サクセスに取り組んでいるか」と尋ねたところ、「取り組んでいる部署、または担当者がある」と答えた人は 49.5%と昨年より 0.3 ポイント減、取り組みの予定がある人については 7.7%と昨年より 1.2 ポイント増という結果となりました。15.2%の人は「取り組む予定もない、かつ必要性を感じていない」と回答しています。

[2019年-2025年] 顧客サクセス導入・取り組み状況（経年比較）



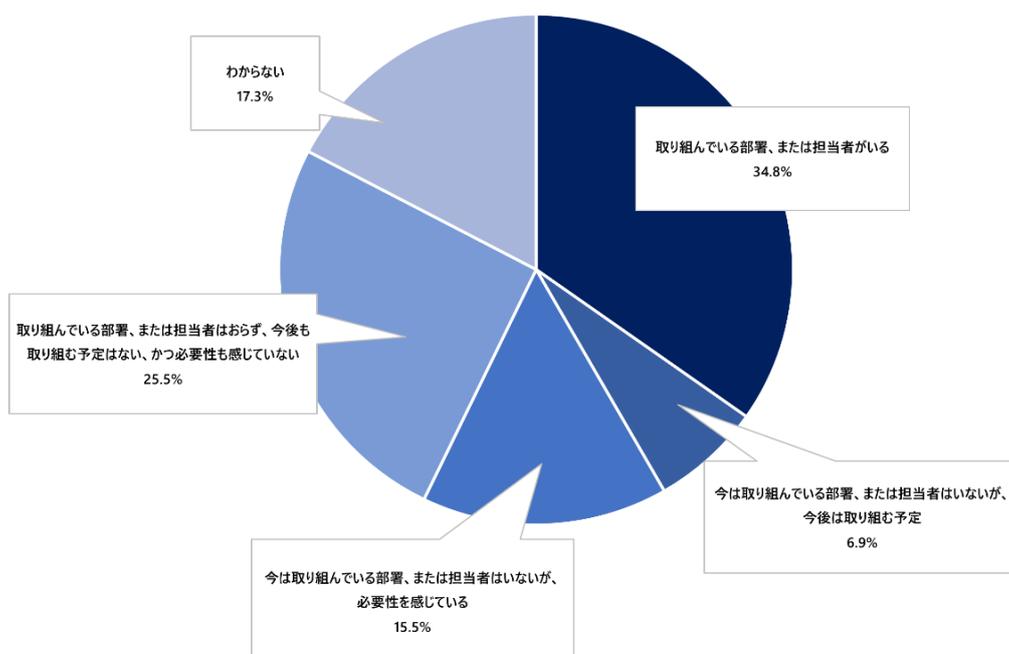
さらにサブスクリプション型商材取り扱い有無別で見ると、顧客サクセスに取り組んでいるサブスク商材取り扱い企業は 76.4%、さらには「今後取り組む予定」である人が 9.6%、「必要性を感じている」と回答した人は 7.0%と、サブスクビジネスにおける顧客サクセスの重要性が強調される結果となりました。

[2025年] カスタマーサクセス導入・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=4,389)



一方サブスク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**34.8%**で、「**必要性を感じない**」「**わからない**」層が相対的に**多い**ことがわかります。顧客との継続契約が前提でないビジネスでは、解約率や継続率といった指標が経営課題として顕在化しにくく、カスタマーサクセスを導入する動機がやや薄くなりがちと推察されます。しかし、今後取り組む予定、必要性を感じている層を含めると、カスタマーサクセスの重要性を認識している人が半数以上いるということは、製品販売やサービス提供形態が“非サブスク”であっても、リピート購入や顧客満足度向上、アップセル／クロスセルなどを重視する企業にとってカスタマーサクセス的な取り組みが重要、と考えられていることを示唆するのではないのでしょうか。

[2025年] カスタマーサクセス導入・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=6,227)

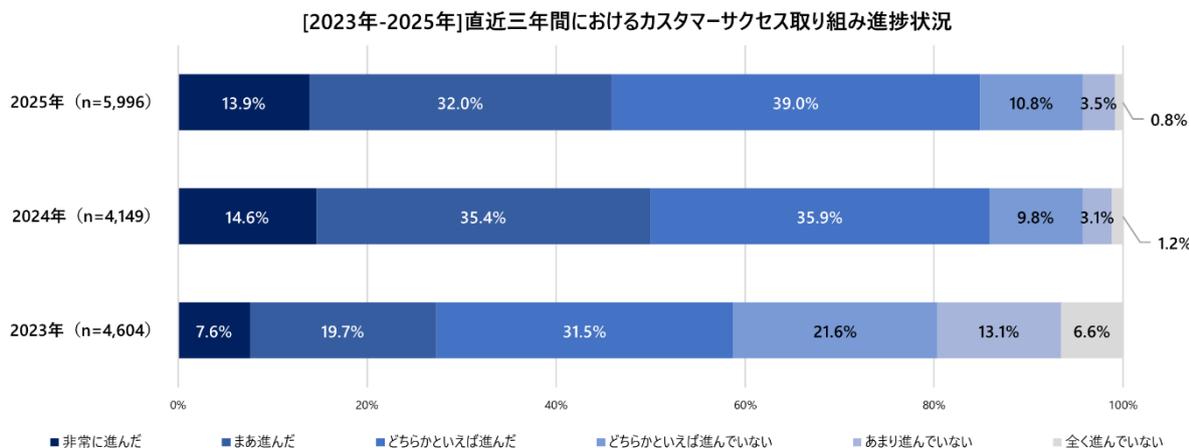


その他の<カスタマーサクセス導入・取り組み状況>データおよび分析は以下よりご覧いただけます

- ・業種別
- ・従業員規模別

直近三年間におけるカスタマーサクセス取り組み進捗状況

次のグラフは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**を聞き、結果を2023年から2025年までの経年で示したものです。2025年は**非常に進んだ**と答えた人が**13.9%**、**まあ進んだ**と答えた人が**32.0%**、**どちらかといえば進んだ**という人が**39.0%**と、**全体で84.9%**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しています。昨年は微減。2023年から2024年にかけて大きく進捗が見られていたのは、DX推進やサブスクリプション拡大など、カスタマーサクセスを導入する外部環境の後押しがあったのかもしれません。それと比べると2024年から2025年にかけては緩やかな動きであるものの、2024年の急伸が一時的なブームではなく、ある程度定着していることがうかがえます。2025年のデータでは約4割が「どちらかといえば進んだ」と回答しており、企業の多くが「大きな成功体験」までは得られていないものの、着実に前進していると言えるのではないのでしょうか。今後は、この層がどのように「まあ進んだ」や「非常に進んだ」レベルに上がっていきけるかが、カスタマーサクセス全体の成熟度を左右することになるでしょう。



その他の<直近三年間におけるカスタマーサクセス取り組み進捗状況>データおよび分析は以下よりご覧いただけます

- ・業種別
- ・従業員規模別
- ・サブスクリプション型商材取り扱い有無別

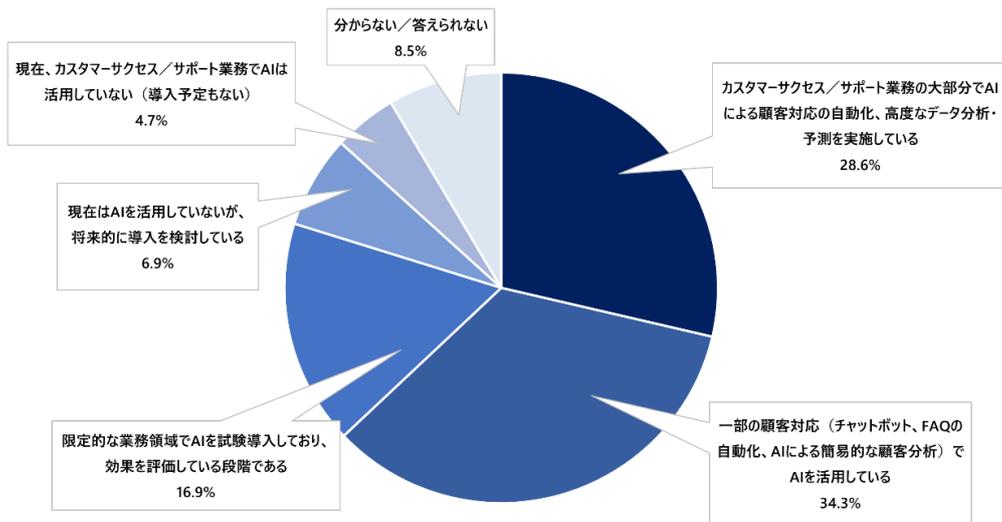
顧客対応領域におけるAIの活用状況

近年AI技術が急速に進化し、企業のあらゆる業務領域に大きな影響を与えています。特に、顧客対応やデータ分析を担うカスタマーサクセスの現場では、AIの導入によって業務効率の向上や顧客満足度の強化が期待され、競争力向上の鍵となっています。こうした背景を受け、「AIとカスタマーサクセスの関係性」を探るため、カスタマーサクセス/カスタマーサポートなどの「顧客対応領域」におけるAIの活用状況についての調査を行いました。

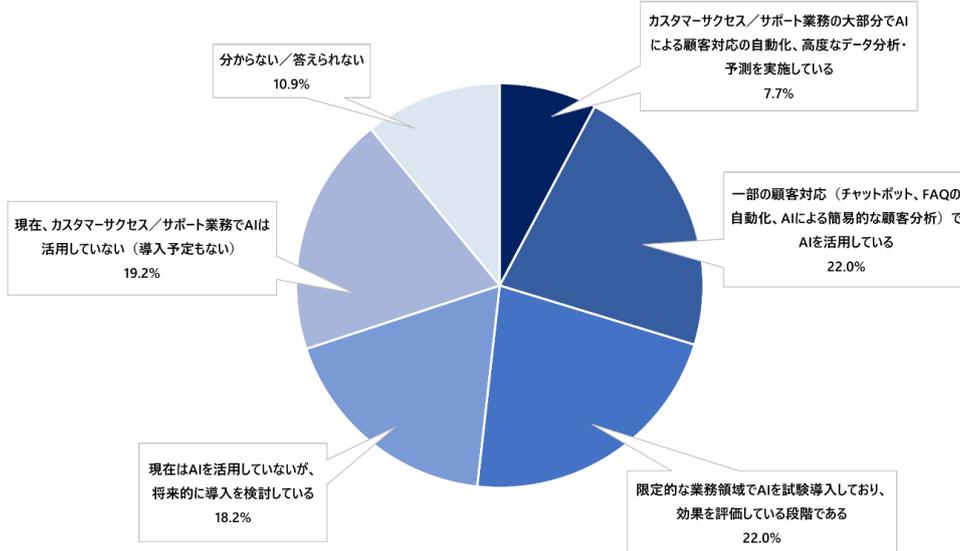
カスタマーサクセスを導入している企業、未導入企業それぞれに「顧客対応領域」においてAIをどの程度活用しているのかを聞いたところ、**カスタマーサクセス導入企業では約8割がAIを何らかの形で導入・活用しており、そのうち約3割は「大部分でAIを活用」と、未導入企業の7.7%を大きく上回ります。**これは、顧客との長期的な関係構築を重視するカスタマーサクセス導入企業ほど、高度なデータ分析や自動化ツールへの投資を積極的に行っていると推察されます。また、**カスタマーサクセス導入企業のうち「AI活用・導入予定なし」と答えた人はわずか4.7%にすぎない一方で、カスタマーサクセス未導入企業では19.2%と約4倍に上り、温度差が目立つ結果となりました。**カス

タマーサクセスを重視する企業ほど AI の必要性を感じやすく、早期導入を検討・実行していると言えます。

[2025年] 顧客対応領域におけるAIの活用状況（カスタマーサクセス導入企業、n=5,337）



[2025年] 顧客対応領域におけるAIの活用状況（カスタマーサクセス未導入企業、n=2,291）



カスタマーサクセスでは顧客の継続利用や解約防止が収益に直結するため、AIを活用したデータ分析や自動化による効率化が導入の大きな動機となると考えられます。その結果、”大部分の業務をAI化”といった高度活用に踏み込む企業が増加しやすいのでしょう。一方で、カスタマーサクセスをまだ導入していない企業でも、AI導入に前向きな層が一定数います。これらの企業が部分的・試験的にAIを導入して効果を実感すれば、カスタマーサクセスの考え方にも興味を持つ可能性があります。逆に、**カスタマーサクセス未導入かつAIにも消極的な層は、今後の市場競争で後れを取るリスク**があるかもしれません。AI導入は単なる業務効率化にとどまらず、顧客データに基づく個別最適化のサポートやプロアクティブな提案を可能にするため、カスタマーサクセス戦略と強い相乗効果を生み出します。今後は、**カスタマーサクセスとAI導入の両輪が企業競争力を左右する重要な要因**となると考えられます。

その他の<顧客対応領域におけるAIの活用状況>データおよび分析は以下よりご覧いただけます

- ・ [カスタマーサクセス導入企業 業種別](#)
- ・ [カスタマーサクセス導入企業 サブスクリプション型商材取り扱い有無別](#)

認知・理解は停滞中、しかし AI 導入がカスタマーサクセスを後押ししか？

今回の分析の結果、世の中全体におけるカスタマーサクセスの認知や理解は、調査を開始した 2019 年からほぼ横ばいであり、依然として十分に浸透していないことが明らかとなりました。その一方で、カスタマーサクセスを導入している企業では、顧客対応の自動化やデータ分析といった先進的な AI 活用が積極的に進められており、特にサブスクリプション型商材を取り扱う企業では、顧客との継続的な関係構築が重視されるため、AI 導入の取り組みが一層加速している様子がうかがえます。さらに、経営層においても、カスタマーサクセスに対する認知や理解が不十分であることが確認され、これが企業全体の戦略的な取り組みの浸透に影響を与えている可能性があります。こうした状況は、**カスタマーサクセスと AI の融合が企業の成長戦略や顧客維持において極めて重要な要素**であることを示唆しており、今後は社会全体の認識向上とともに、経営層の理解促進が求められると考えられます。

なお、今回の調査で得られたデータは膨大であるため、本調査の分析結果は複数回にわたって公開していきます。各回では、カスタマーサクセスの導入状況や成果、成功要因、今後の展望などをテーマごとに掘り下げ、日本企業におけるカスタマーサクセスの実態と動向を詳しく分析します。

【調査実施概要】

「2025 年カスタマーサクセス日本市場動向&実態調査」

- ・ 調査方法 : インターネットアンケート
- ・ 調査実施期間 : 2025 年 2 月 21 日～2025 年 2 月 26 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）64,138 人

※2019 年～2024 年の調査結果は[こちら](#)よりご覧いただけます。

<参考>

バーチャレクス社翻訳カスタマーサクセス担当者のためのバイブル

[『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—』](#)

カスタマーサクセスの法則や用語を紹介

[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で顧客接点の未来を創る by VirtualeX Consulting

(すべて生成 AI で制作したコンセプトムービー)



■ [バーチャレクス・コンサルティング株式会社](#)について

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

バーチャレクスグループは、各企業約 1,000 名以上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。

<株主・投資家情報に関するお知らせ>

IR メール自動配信サービスを導入しておりますので、適時開示情報やプレスリリースのメール配信をご希望される方は、[こちらのフォーム](#)よりご登録ください。

■ 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