

“カスタマーサクセス” 81.7%の企業トップ層が「聞いたことない」

正しく理解している人はわずか 2.2%と過去最低、
非サブスク企業における重要性は増加

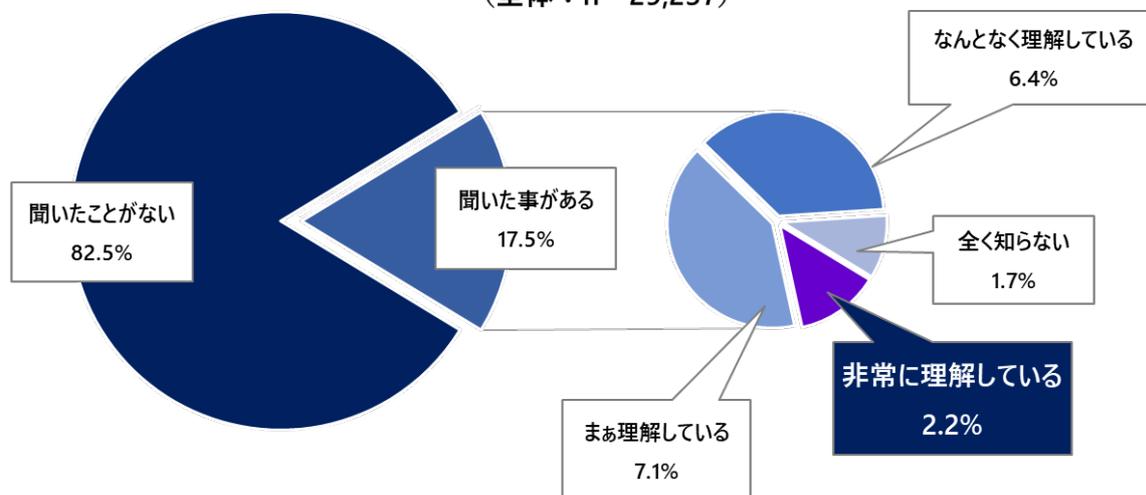
～カスタマーサクセス実態調査、2023年版第一弾結果～

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5回目となります。

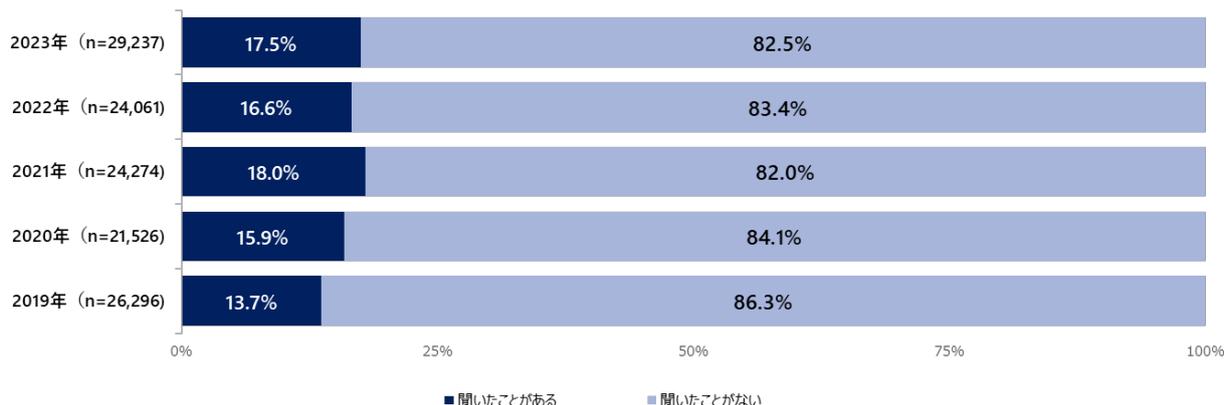
全国の20歳から65歳までの有職者29,237人を対象に、「カスタマーサクセスという言葉を知っていますか？」と尋ねたところ、「聞いたことがある」人は全体の17.5%、「聞いたことがない」と回答した人は5年連続8割を上回る結果となりました。また「聞いた事がある」人の中で、カスタマーサクセスとは何かを理解している人の割合は、今回の対象者全体のわずか2.2%で、過去5年で最も低い理解率という結果となりました。

[2023年] カスタマーサクセスに関する認知・理解状況

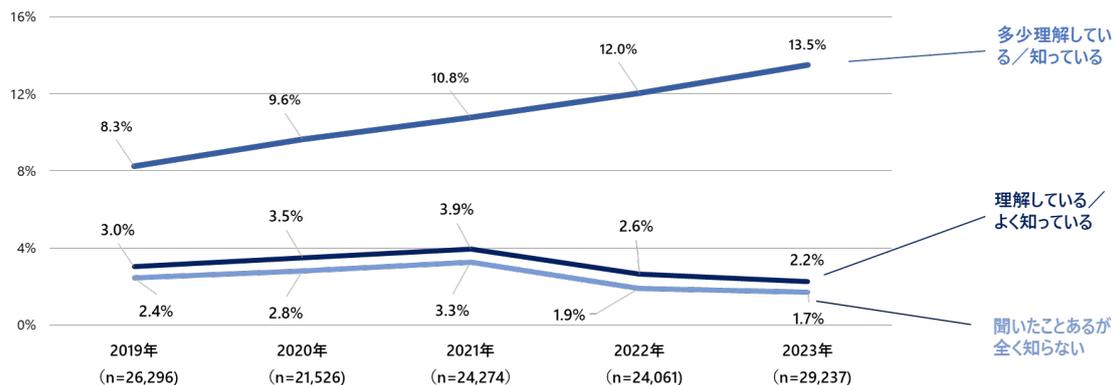
(全体：n=29,237)



[2019年-2023年] 「カスタマーサクセス」という言葉を聞いた事がありますか？ (経年比較)



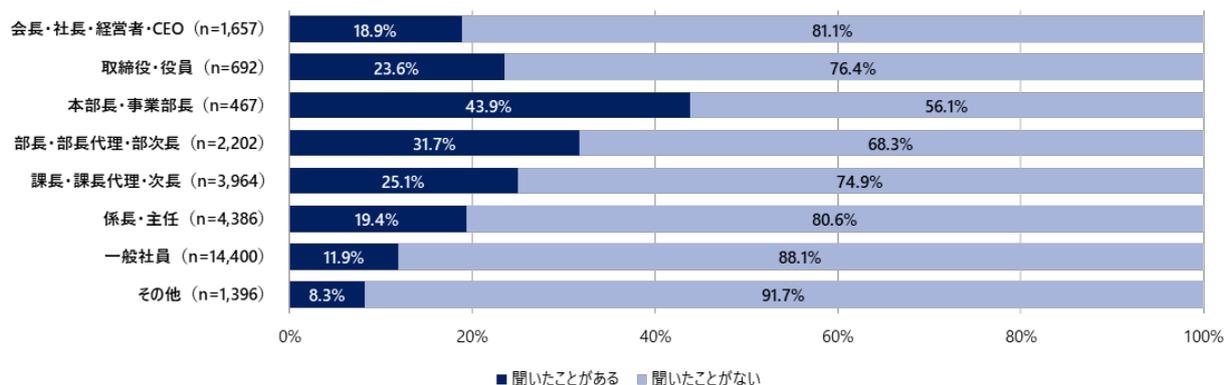
[2019年-2023年] カスタマーサクセス認知・理解状況（経年比較）



「カスタマーサクセス元年」と囁かれていた 2018 年から 5 年が経過しながらも、理解どころか「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 80%以上を占めているこの現状、その認知・理解についてどういう傾向があるのか、いくつかの切り口で見えていきます。

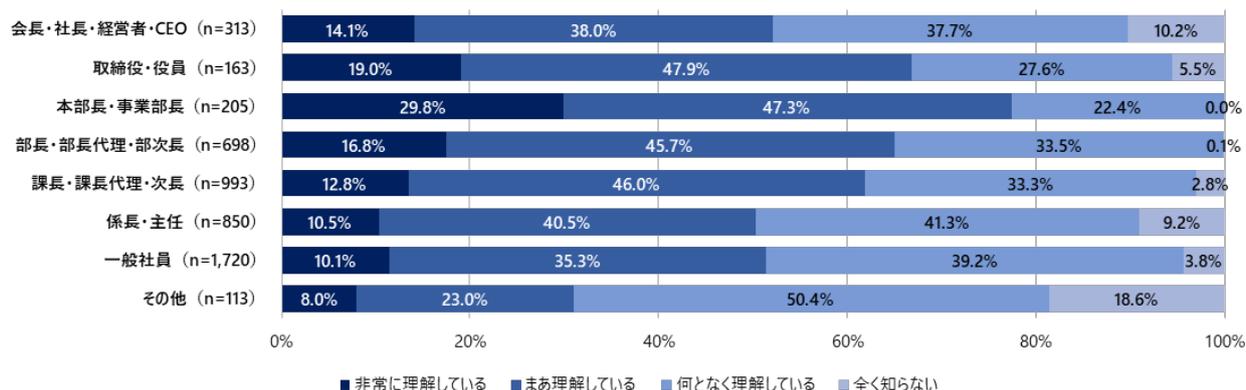
まず、役職別でカスタマーサクセスに対する認知および理解を見てみると、企業のトップを務める人たちの実に 81.1%が「カスタマーサクセスという言葉を見たことがない」という衝撃の結果が示されました。

[2023年]「カスタマーサクセス」という言葉を見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わずか 14.1%。カスタマーサクセスの 10 原則に含まれる「カスタマーサクセスはトップダウンかつ全社レベルで取り組む」への道のりが非常に遠いことがわかる結果となりました。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事業の数字を背負う立場である「本部長・事業部長」層であることがわかります。

[2023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）



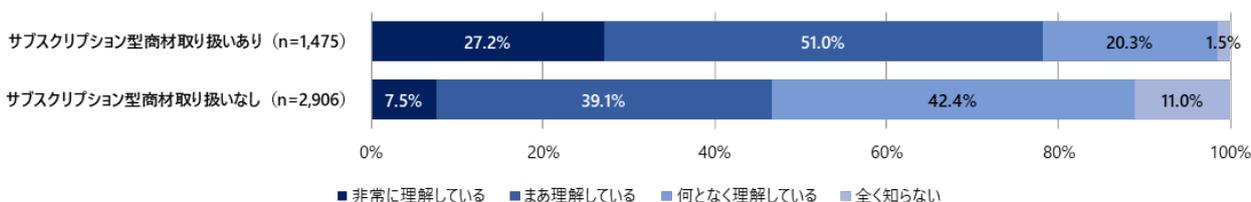
次に、カスタマーサクセスの概念と相性が高い「サブスクリプション型」商材を自社で取り扱っているかどうか別でその認知・理解割合を見てみると、取り扱いがある人の中に66.4%の人は「カスタマーサクセスという言葉を知っている」と回答。それに対しサブスクリプション型商材の取り扱いがない人ではわずか14.8%という結果になりました。

[2023年]「カスタマーサクセス」という言葉を聞いた事がありますか？
(サブスクリプション型商材取り扱い有無別)



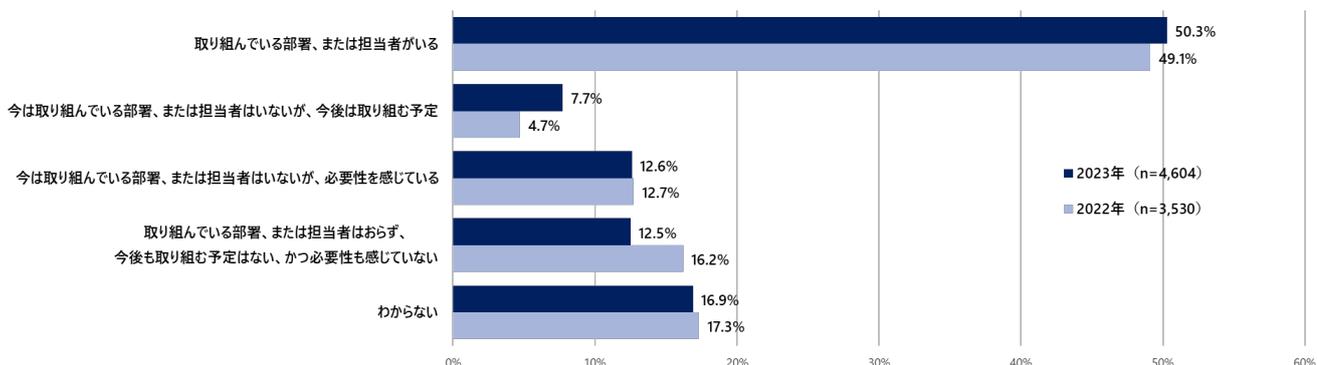
しかしその中から「理解度」を見てみると、サブスクリプション型商材の取り扱いがある人の中でカスタマーサクセスという言葉を知っていても、「非常に理解している」と答えた人はわずか3割弱であるという結果となりました。

[2023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？
(サブスクリプション型商材取り扱い有無別)



では次に、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4,604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／担当者がある**と答えた人は**50.3%**と、昨年からわずかな伸びであるものの、過去5年で初めて半数を超える結果となりました。また**取り組みの予定がある人**については昨年より増加、「**取り組みの必要性を感じていない**」と答えた人は、昨年より減少しました。

[2022年-2023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、「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、10人未満規模の企業では昨年より3.6ポイント上昇し40.3%、これは2019年初回調査時の7.9%から大きく増加しており、少人数規模でもカスタマーサクセスの取り組みに注力している企業がこの5年で大幅に増えたことがよくわかります。その他10人～99人規模、100人～499人規模、3,000人～4,999人規模でもそれぞれ昨年より取り組んでいる企業が増えています。

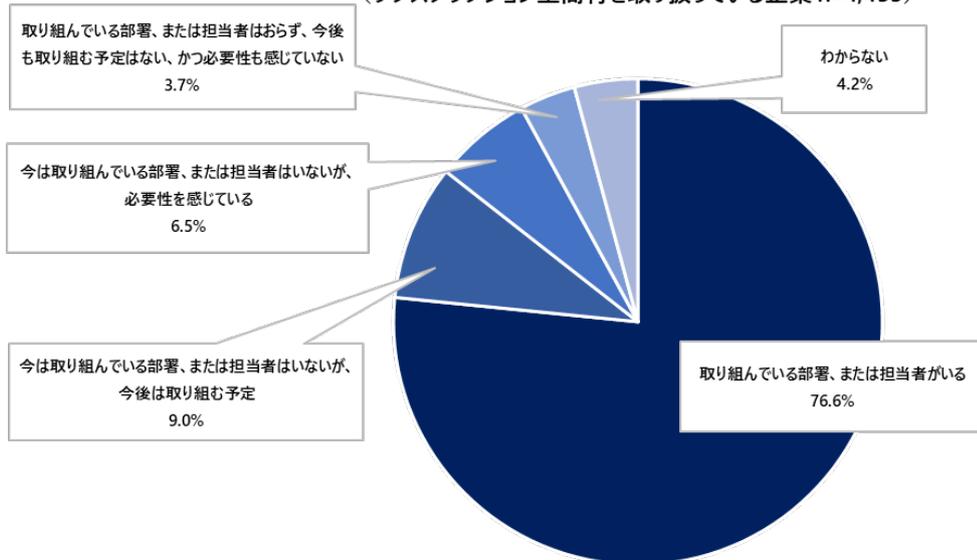
[2022年-2023年] 勤務先でカスタマーサクセスに取り組んでいる部署、または担当者はいますか？（従業員数別／経年比較）

従業員数	年	取り組んでいる部署、または担当者がいる	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	今後は取り組む予定	わからない
10人未満	2023 (n=409)	40.3%	6.6%	13.7%	25.4%	13.9%
	2022 (n=420)	36.7%	2.6%	10.7%	36.7%	13.3%
10人～99人	2023 (n=803)	38.9%	8.6%	18.8%	19.2%	14.6%
	2022 (n=624)	38.8%	5.3%	18.9%	22.0%	15.1%
100人～499人	2023 (n=949)	49.7%	10.0%	13.5%	12.5%	14.2%
	2022 (n=692)	45.4%	7.2%	15.8%	16.6%	15.0%
500人～999人	2023 (n=440)	53.6%	9.8%	9.8%	10.5%	16.4%
	2022 (n=297)	54.9%	7.4%	13.5%	11.4%	12.8%
1,000人～2,999人	2023 (n=544)	54.4%	11.5%	15.7%	10.1%	23.6%
	2022 (n=407)	52.8%	4.2%	11.5%	12.3%	19.2%
3,000人～4,999人	2023 (n=300)	61.3%	7.7%	11.0%	4.7%	15.3%
	2022 (n=216)	59.3%	3.2%	6.5%	10.2%	20.8%
5,000人～9,999人	2023 (n=339)	56.6%	5.0%	8.0%	10.3%	20.1%
	2022 (n=231)	62.3%	4.3%	9.1%	8.2%	16.0%
10,000人以上	2023 (n=752)	60.1%	4.3%	9.3%	7.7%	18.6%
	2022 (n=565)	63.7%	2.1%	9.0%	6.9%	18.2%

- 取り組んでいる部署、または担当者がいる
- 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
- 今後は取り組む予定
- わからない

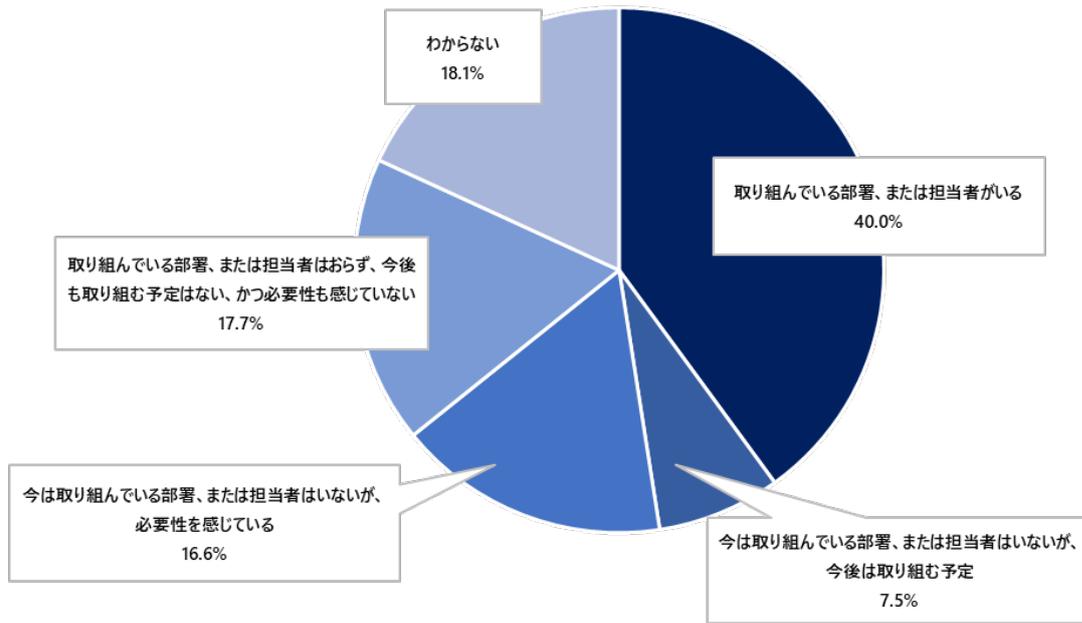
最後にサブスクリプション型商材取り扱い有無別でカスタマーサクセス取り組み状況を見てみると、サブスクリプション型商材取り扱い企業では 78.6%の人が「カスタマーサクセスの部署がある／担当がいる」と回答しました。さらには「今後取り組む予定」である人が 9.0%、「必要を感じている」と回答した人は 6.5%と、サブスクリプション型ビジネスにおいてはカスタマーサクセスが非常に重要であるということが、改めて明確となりました。

[2023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=1,453)



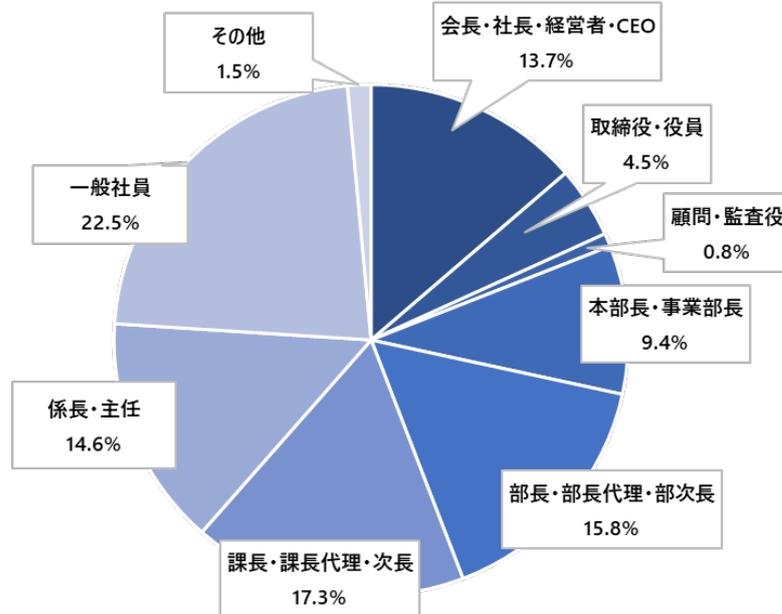
サブスクリプション型の商材を扱っていない企業においても 40.0%の人がカスタマーサクセスの取り組みを行っている」と回答、「今後取り組む予定」の人は 7.5%、「必要を感じている」16.6%と、サブスクリプション型商材を扱ってなくとも、半数以上の企業においてカスタマーサクセスが重要であると捉えているということがよくわかる結果となりました。

[2023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=2,585)



なお、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のうち、回答者自身が「**カスタマーサクセスを担当している／取り組みに関わっている**」という人の役職内訳を見てみると、**13.7%の企業トップの人たちが自らカスタマーサクセスに取り組んでいる**ことがわかりました。全体でも決裁権を持つ役職者の人でカスタマーサクセスに関わっている人は多く、これは昨年と同様の傾向となる結果でした。カスタマーサクセスを重要であると理解している経営層は、自らがその取り組みに注力していることがわかります。

[2023年] 社内カスタマーサクセス取り組みについて
 自身が担当している／関わっていると回答した人の役職内訳 (n=4,604)



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 —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—』

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

【調査実施概要】

「2023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 : 2022年3月17日～2022年3月22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）29,237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、東京、佐賀、アメリカ、バンコクと3ヶ国6企業、約900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