

**シート課金企業の 92%が不安、88%の企業が業務代行型への転換を志向
オプロ、調査レポート「AI が壊す、BtoB サブスクの 2 つの常識」を公開**

株式会社オプロ（本社：東京都中央区、代表取締役社長：里見一典、以下オプロ）は、BtoB サブスクビジネス実態調査 2026 として調査レポート「AI が壊す、BtoB サブスクの 2 つの常識」を公開いたしました。



生成 AI の普及により、「人がツールを使う」という前提が崩れつつあります。AI エージェントが業務を代替できるようになった結果、利用者数を基準としたシート課金モデルや、ソフトウェア提供を主眼としたサービスの在り方が問い直されています。こうした変化を端的に表す言葉として『SaaS is dead』という表現が業界で広がっています。

この構造変化が日本市場にどこまで浸透しているかを把握するため、BtoB サブスクリプション事業に携わる担当者・責任者 300 名を対象に「課金モデル」と「サービス提供価値」の 2 つの観点から調査を実施しました。

調査結果サマリー

調査から見てきた主な発見は、以下の 4 点です。

1. AI の影響は SaaS にとどまらず BtoB サブスク事業全体に共通する

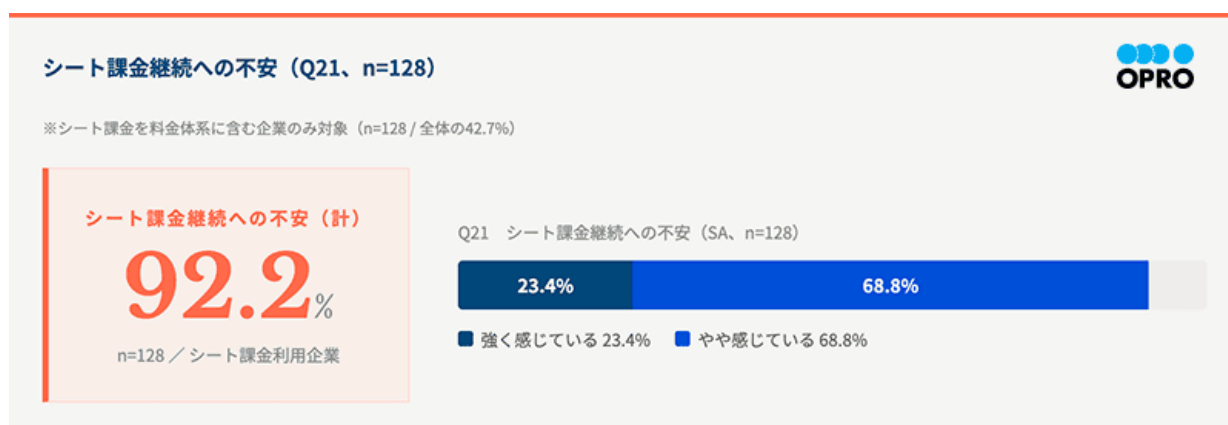
「AI 普及によって顧客の行動や要求にどのような変化があったか」を尋ねたところ、「既存顧客の

解約や契約の縮小が進んだ」と回答した割合は、IT サービス・SaaS では 22.0%であったのに対し、非 IT 業種では 25.8%と上回りました。また「今後 1~2 年で最も重要な課題」として「料金体系の見直し」を挙げた割合も、IT サービス・SaaS の 8.8%に対し非 IT 業種では 19.1%と倍以上の差がありました。AI に起因する解約圧力や料金設計への課題意識は、SaaS に限定されず BtoB サブスク事業全体に共通するテーマであることが示されています。



2. シート課金モデルへの強い不安

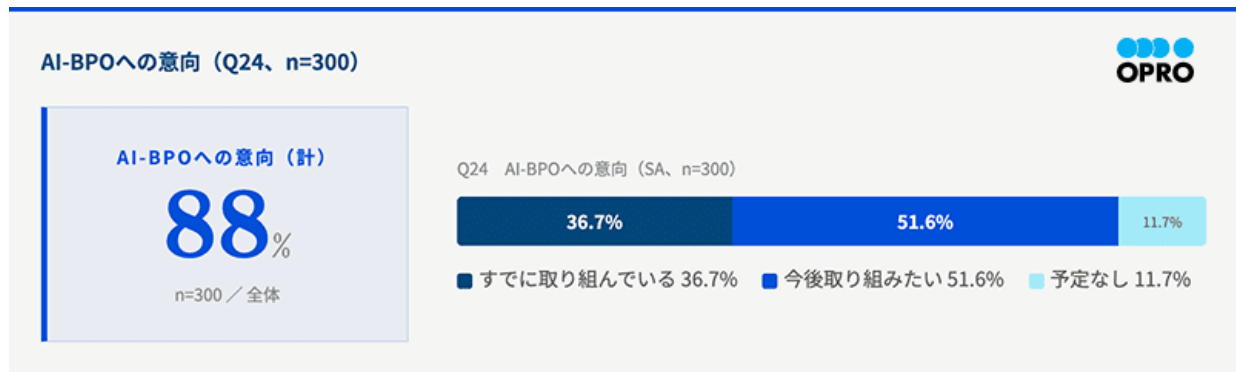
料金体系にシート課金（ユーザー数・席数・アカウント数に応じた課金）を採用していると回答した 128 社に対し、「その継続に不安を感じるか」を尋ねたところ、「強く感じている」23.4%、「やや感じている」68.8%と、合計 92.2%が不安を抱えていることが明らかになりました。AI の活用により少人数で同等の成果が出せる環境が広がる中、利用者数を前提とした課金モデルの持続性に対する懸念が、シート課金採用企業のほぼ全体に及んでいます。



3. 業務代行型 (AI-BPO) へのシフト

「今後、業務の代行や運用支援をサービスに加えていく意向があるか」を全回答者 300 名に尋ねたところ、「すでに取り組んでいて、さらに広げたい」が 36.7%、「まだ取り組んでいないが、今後取り組みたい」が 51.6%と、合わせて 88.3%がその意向を示しました。AI の普及によって業務の実行コストが下がる中、「ツールの提供」から「業務そのものを担う」方向への転換が、多くの企業で具

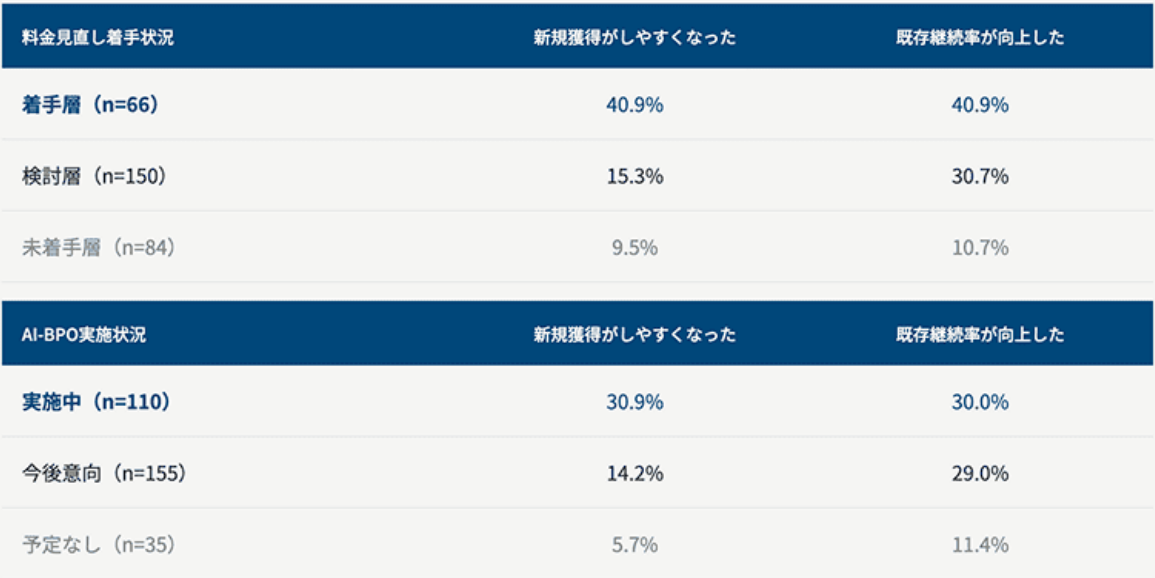
体的な選択肢として浮上していることがわかります。



4. 動いた企業と動けていない企業の差の顕在化

「AI普及によって自社事業で実際に起きていること」を尋ねたところ、すでに料金見直しに着手している企業（66社）では、「新規顧客の獲得がしやすくなった」「既存顧客の継続率が上がった・解約が減った」という回答がともに40.9%に達しました。一方、必要と感じながらも動けていない・必要と感じていない企業（計84社）では、それぞれ9.5%、10.7%にとどまりました。同様に、業務代行・運用支援にすでに取り組んでいる企業（110社）では新規獲得改善が30.9%、継続率向上が30.0%であったのに対し、取り組む予定がないと回答した企業（35社）では5.7%、11.4%と大きな差が見られました。「料金設計」と「提供価値」の両面で変革に踏み込んだ企業ほど、事業成果の改善を経験している傾向が確認されました。

成果指標の比較 (第3章 Q13×Q18 / 第4章 Q13×Q24)



料金見直し着手状況	新規獲得がしやすくなった	既存継続率が向上した
着手層 (n=66)	40.9%	40.9%
検討層 (n=150)	15.3%	30.7%
未着手層 (n=84)	9.5%	10.7%

AI-BPO実施状況	新規獲得がしやすくなった	既存継続率が向上した
実施中 (n=110)	30.9%	30.0%
今後意向 (n=155)	14.2%	29.0%
予定なし (n=35)	5.7%	11.4%

調査概要

項目	内容
調査主体	オプロ株式会社
調査実施期間	2026年4月24日～27日
調査委託先	楽天インサイト株式会社
調査手法	インターネット調査（オンラインパネル）
有効回答数	300名（ITサービス・SaaS 91名 / 非IT 209名）
調査対象	BtoB サブスクリプション事業の運営に携わる担当者・責任者。事業経験7年以上が48%、従業員1,000名以上が37%を占める
業種構成	製造・メーカー31%、ITサービス・SaaS30%、金融・保険9%、医療・ヘルスケア9%、流通・小売や建設・不動産等を含むその他21%

レポート構成

- 第1章 「SaaS is dead」はBtoBサブスクに何を問うか
- 第2章 AIが変える料金設計とサービス提供
- 第3章 料金設計見直しの壁と突破口
- 第4章 AI-BPO、業務代行型への転換
- 第5章 現在地から考える次の一手
- 付録 本レポート参照設問の単純集計

調査レポート「AIが壊す、BtoBサブスクの2つの常識」のダウンロード

本レポートは無料でダウンロードいただけます。

▶ レポートはこちら：<https://subsc.opro.net/sabiken/know-subsc/subscription-survey2026.html>

なお、本調査結果を掲載・利用される場合は、情報の出典元として「オプロ調べ（<https://subsc.opro.net/sabiken/know-subsc/subscription-survey2026.html>）」と明記をお願いいたします。

株式会社オプロについて

オプロは「make IT simple」のミッションのもと、お客様の新たなビジネスや価値の創出を支援します。「Less is More」を開発指針とし、データオプティマイズソリューション・セールスマネジメントソリューションを通して最適なサービスを提供しております。

・コーポレートサイト：<https://corp.opro.net/>

■ 本件に関するお問い合わせ先 ■

株式会社オプロ（東京都中央区京橋 2-14-1 兼松ビルディング 9F）

お問い合わせ先：<https://corp.opro.net/contact/media.html>（広報チーム）