SaaS価格改定に対する不満調査

-- 解約の引き金は"金額"ではなく"伝え方"だった --

2026年2月

エグゼクティブサマリー

調査概要

SaaS価格改定に不満を持った法人利用者・個人事業主65名を対象にオンラインアンケートを実施し、不満の内容・程度および価格改定後の行動を分析した。

主な結果

不満理由の第1位は「値上げ理由・根拠の説明不足」（**46.2%**）であり、「値上げ幅が大きすぎた」（**38.5%**）を上回った。上位の不満理由のうち「説明不足」「通知方法が不適切」「タイミングが遅い/突然」の3つはいずれも**「伝え方」に起因する問題**であった。

金額不満は不満度が最も強い（高不満以上率**68.0%**）一方で、実解約率はわずか**8.0%**にとどまった。これに対し、伝え方の問題は不満度こそ相対的に穏やかだが、実解約率は**20.0〜37.5%**と金額不満の**2.5〜4.7倍**に達した。顧客の怒りの大きさと解約行動は必ずしも連動しない。

示唆

SaaS事業者が価格改定で顧客離反を防ぐために最も注力すべきは「値上げ幅」ではなく「伝え方」である。具体的には「説明の質」「通知チャネル」「告知タイミング」の3点を改善することが、解約リスクの低減に直結する。伝え方に起因する不満はクレームとして表面化しにくいために対策が遅れやすく、静かな解約を招く点にも注意が必要である。

出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

調査の前提情報

調査概要

項目	内容
調査名	SaaS価格改定に対する不満調査
実施日	2026年2月4日
有効回答数	65件
対象	SaaS価格改定に不満を持った経験のあるビジネスパーソン
手法	インターネットアンケート調査

本調査はSaaS価格改定に不満を持った人を対象としており、SaaS利用者全体の傾向を示すものではありません。

出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

調査項目一覧

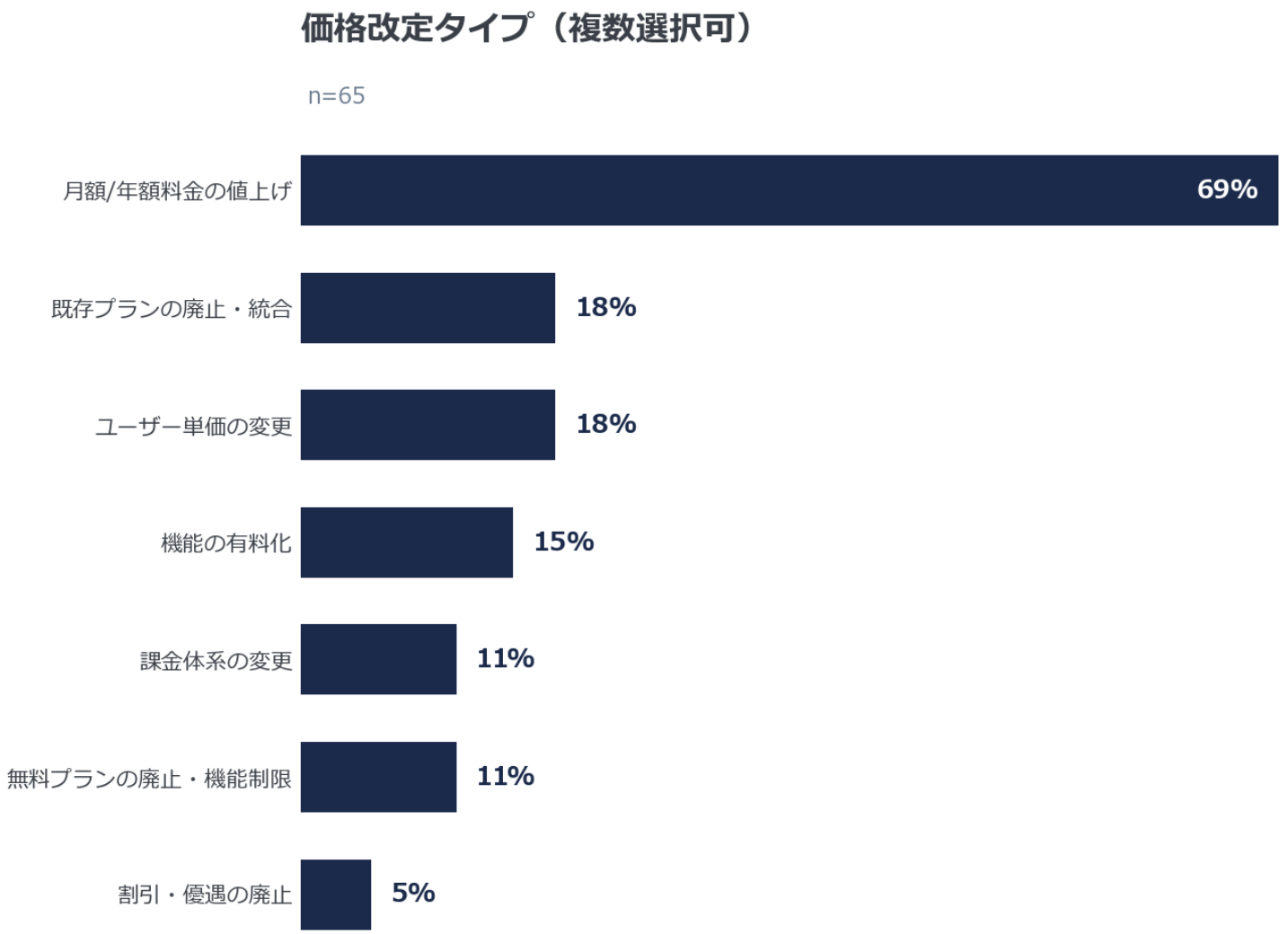
#	調査項目	内容
1	対象SaaSサービス名	価格改定に不満を感じたSaaSサービス
2	価格改定の時期	直近いつ頃の価格改定か
3	価格改定の内容	月額/年額値上げ、プラン変更、機能制限等
4	通知方法	メール、アプリ内、請求時等の通知手段
5	不満理由	説明不足、金額、タイミング等（複数選択可）
6	不満度	5段階（やや不満～非常に不満）
7	具体的エピソード	自由記述
8	価格改定後の行動	受け入れ、解約検討、実解約等

出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

調査結果

SaaS価格改定の7割は「月額/年額料金の値上げ」

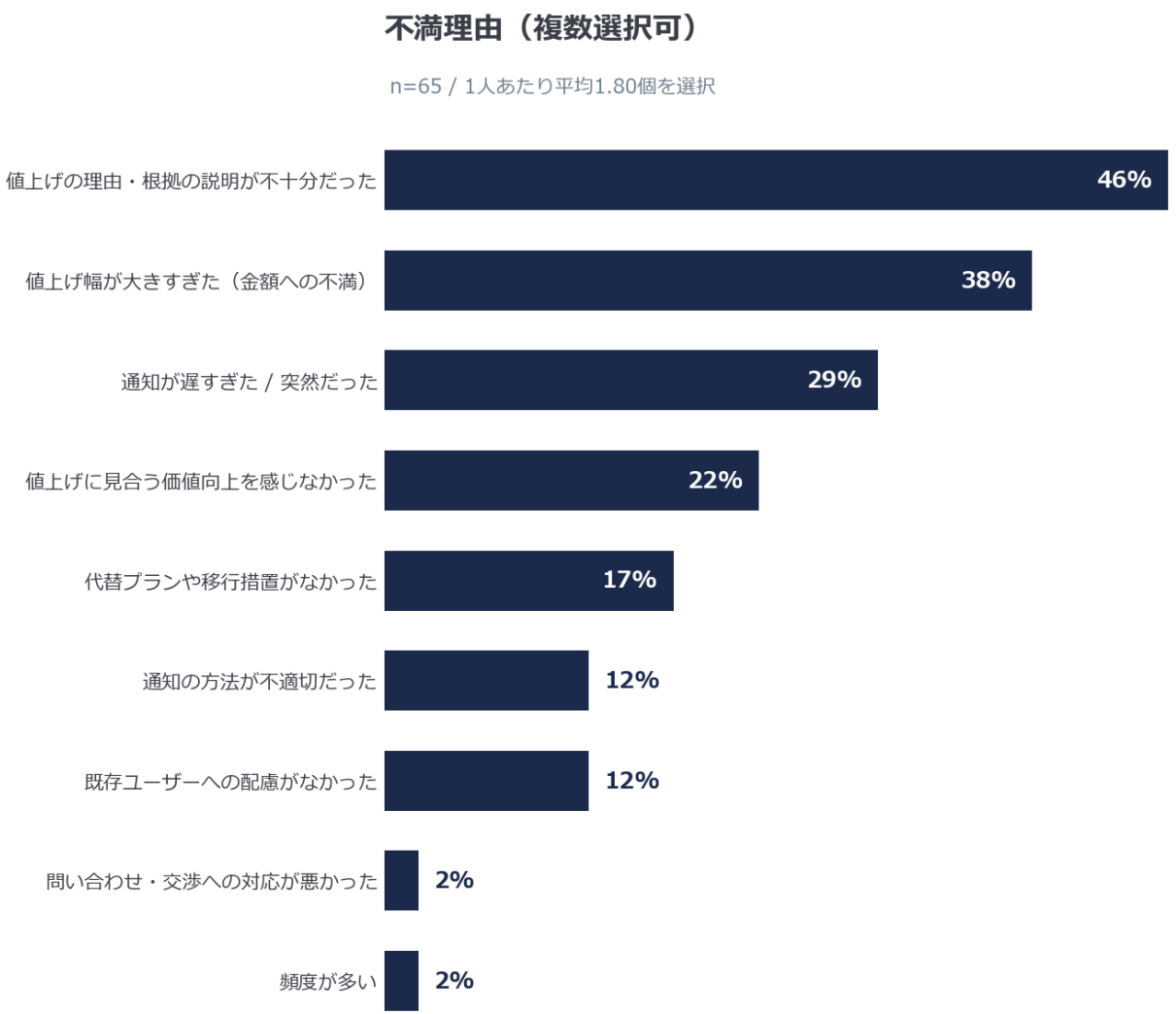
月額・年額料金の値上げが最多（70.8%）。次いでプラン変更、機能制限が続く



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

不満理由の第1位は「説明不足」-- 金額を上回る

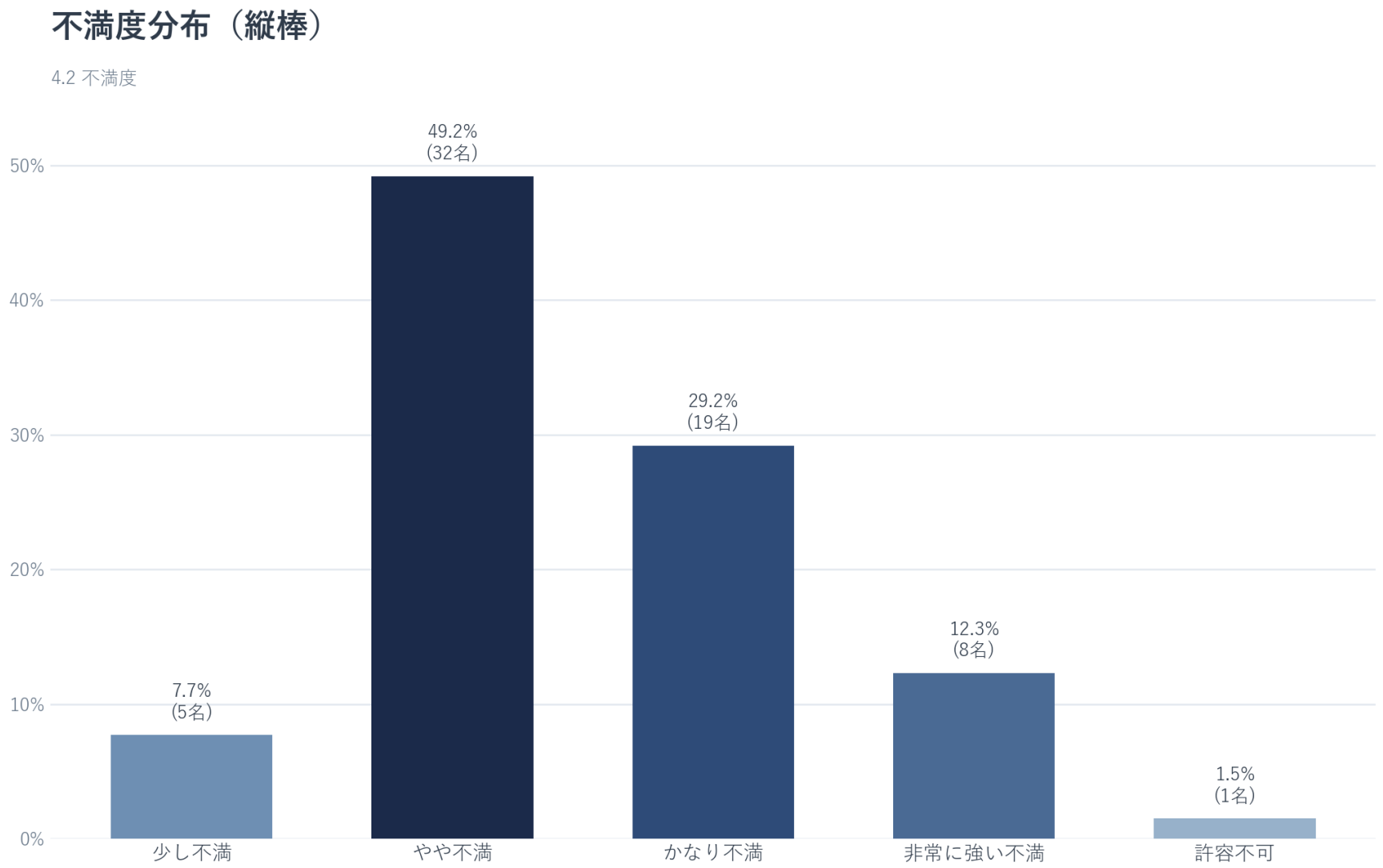
「説明が不十分」が46.2%で最多。金額への不満（38.5%）を上回った



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

43%が「かなり不満」以上 -- 強い不満が約半数を占める

「かなり不満」＋「非常に不満」が合計43%。値上げへの反応は二極化傾向

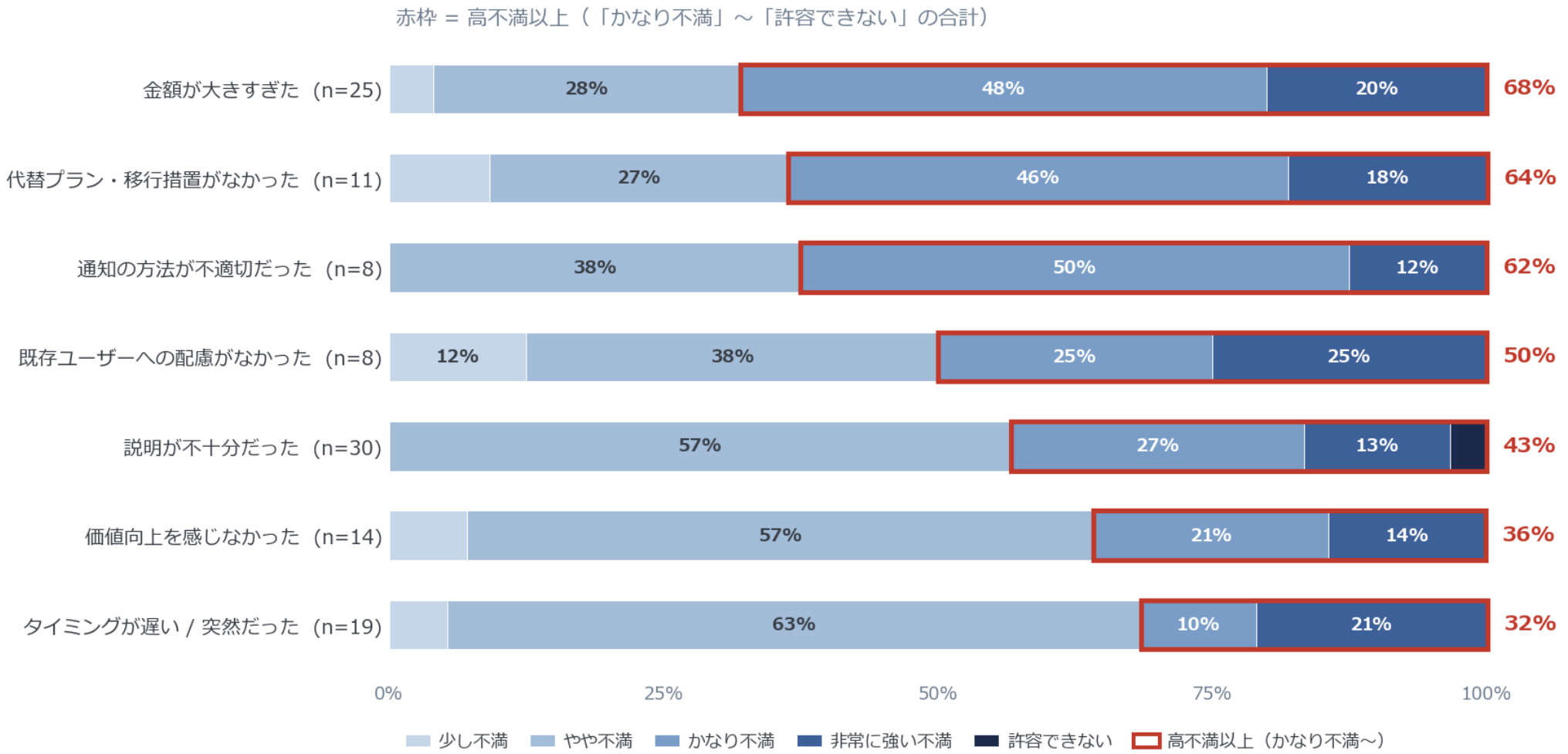


出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

金額不満は最も怒りが強い -- だが解約には至らない

金額不満の「高不満以上率」は68%と突出するが、実解約率は8%に留まる

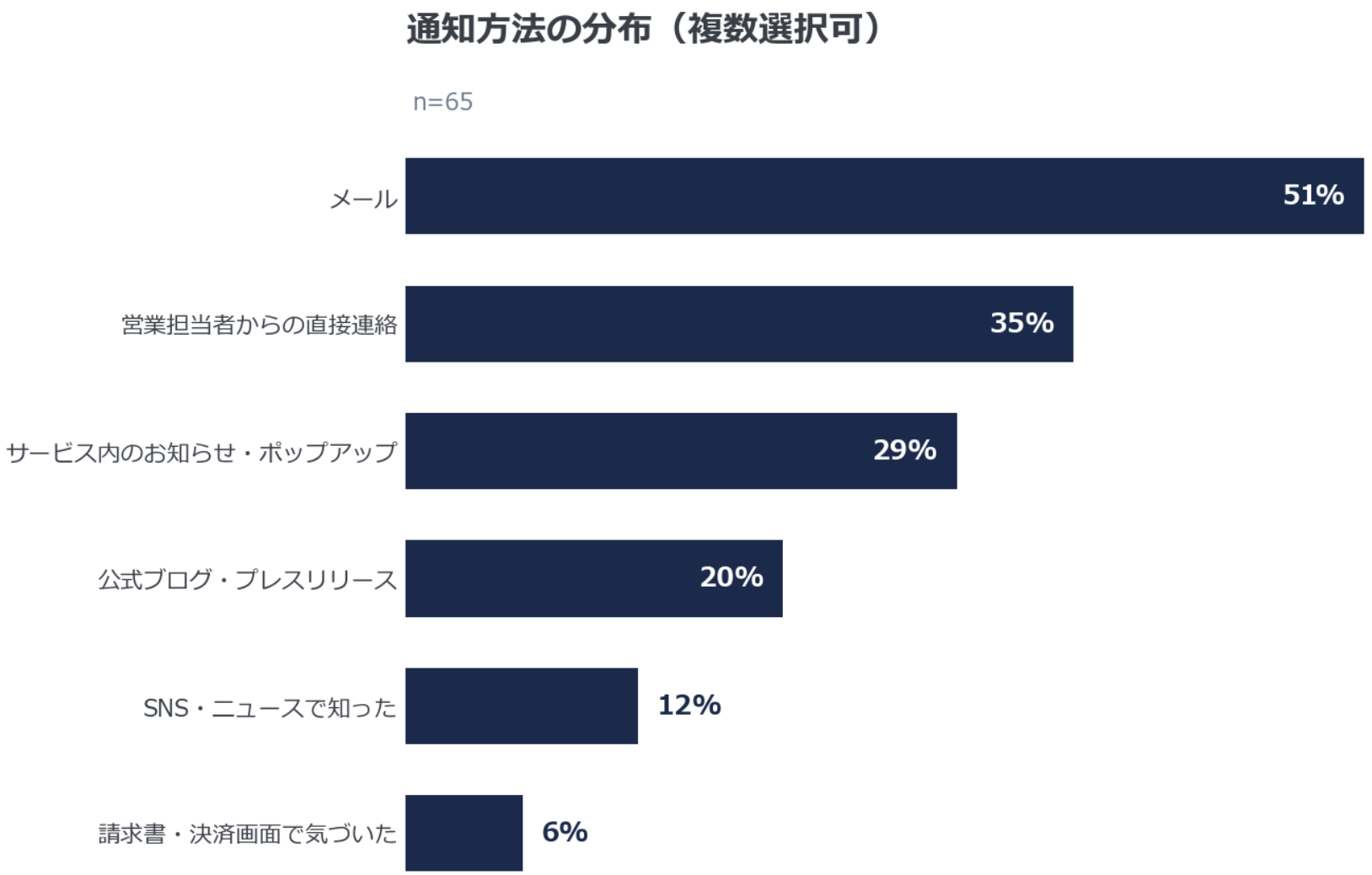
不満理由別の不満度分布



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

通知方法はメールが過半数、6%は請求時に初めて気づく

メール通知が最多（53.8%）。請求時に初めて気づいたケースも6.2%存在

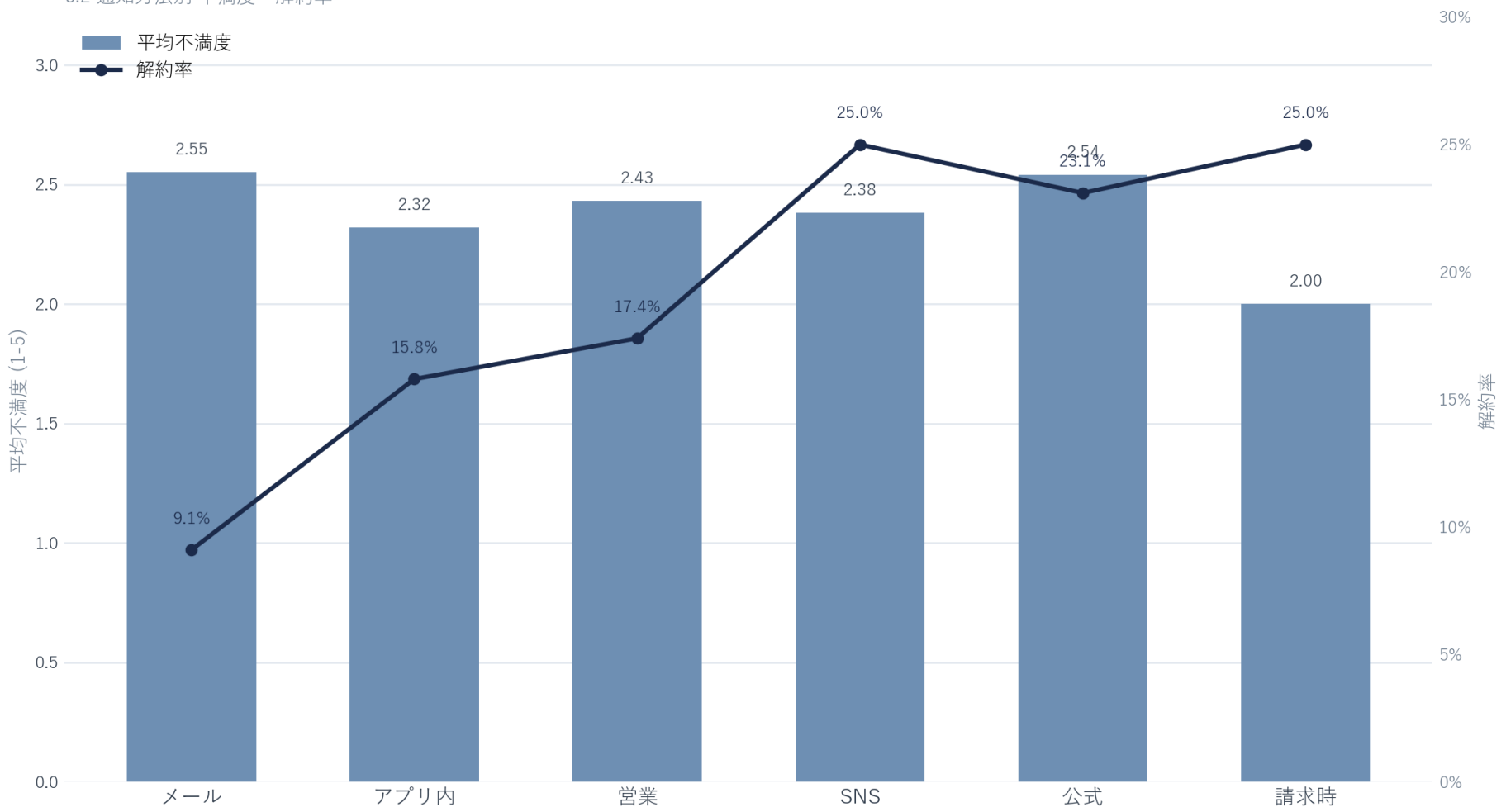


出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

請求時に気づいたケースは解約率が最も高い（25%）

通知方法が不適切なほど解約率が上昇。請求時発覚は25%が実解約

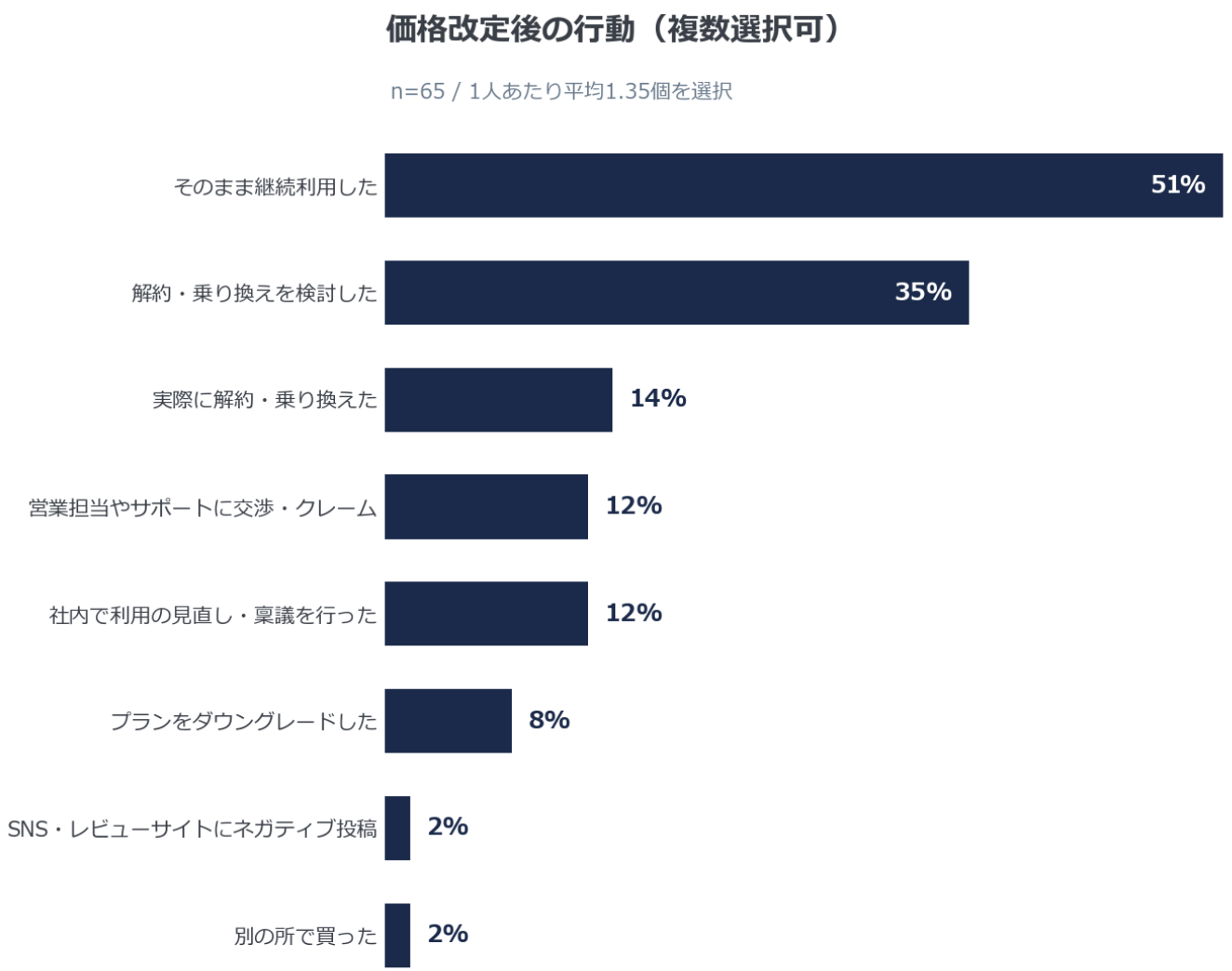
通知方法別の不満度・解約率（複合）



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

半数は受け入れるも、35%が解約を検討、14%が実際に解約

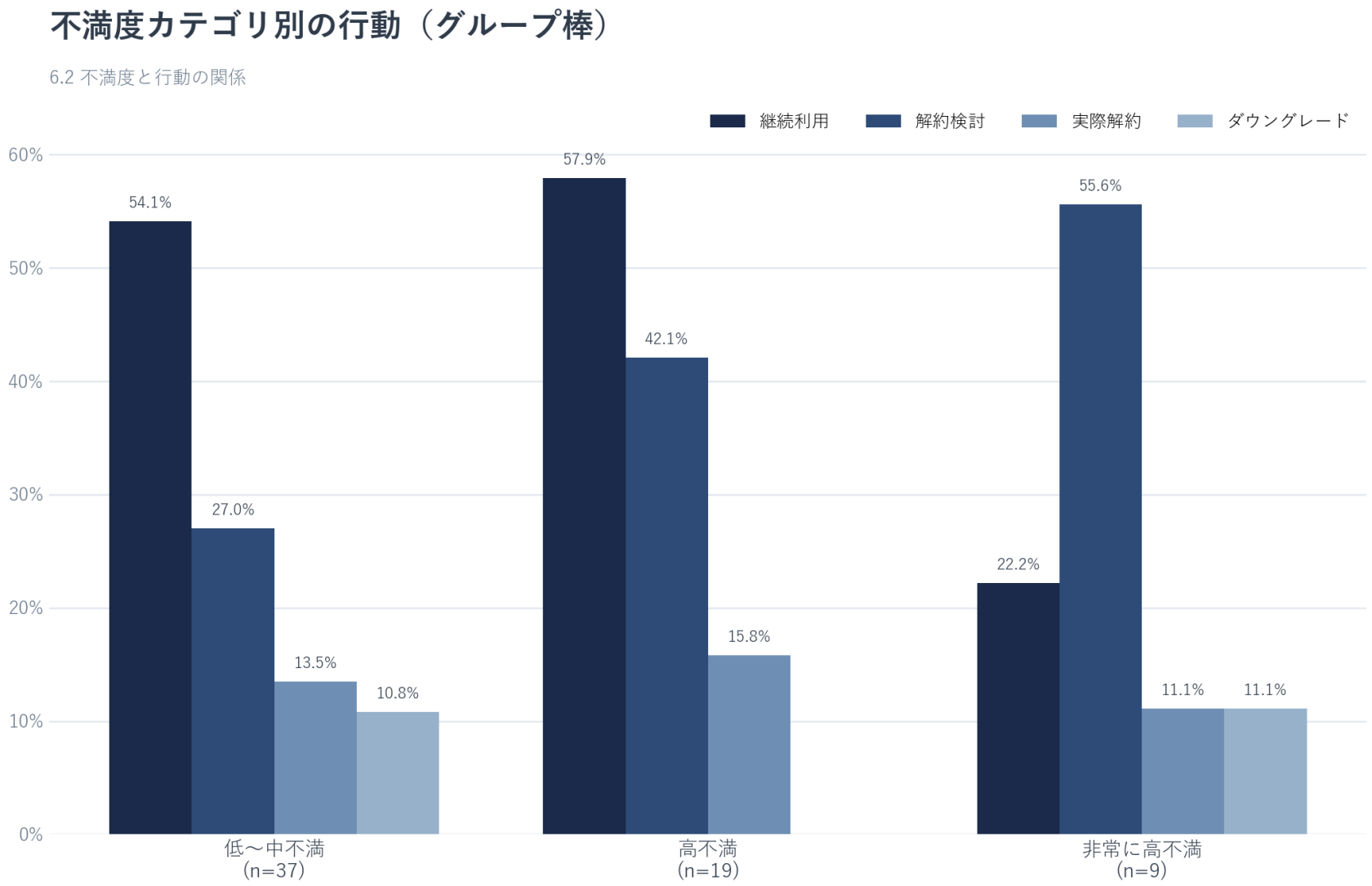
「仕方なく受け入れ」が最多だが、解約検討+実解約は合計約半数に達する



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

不満度が高いほど解約検討率は上昇する傾向

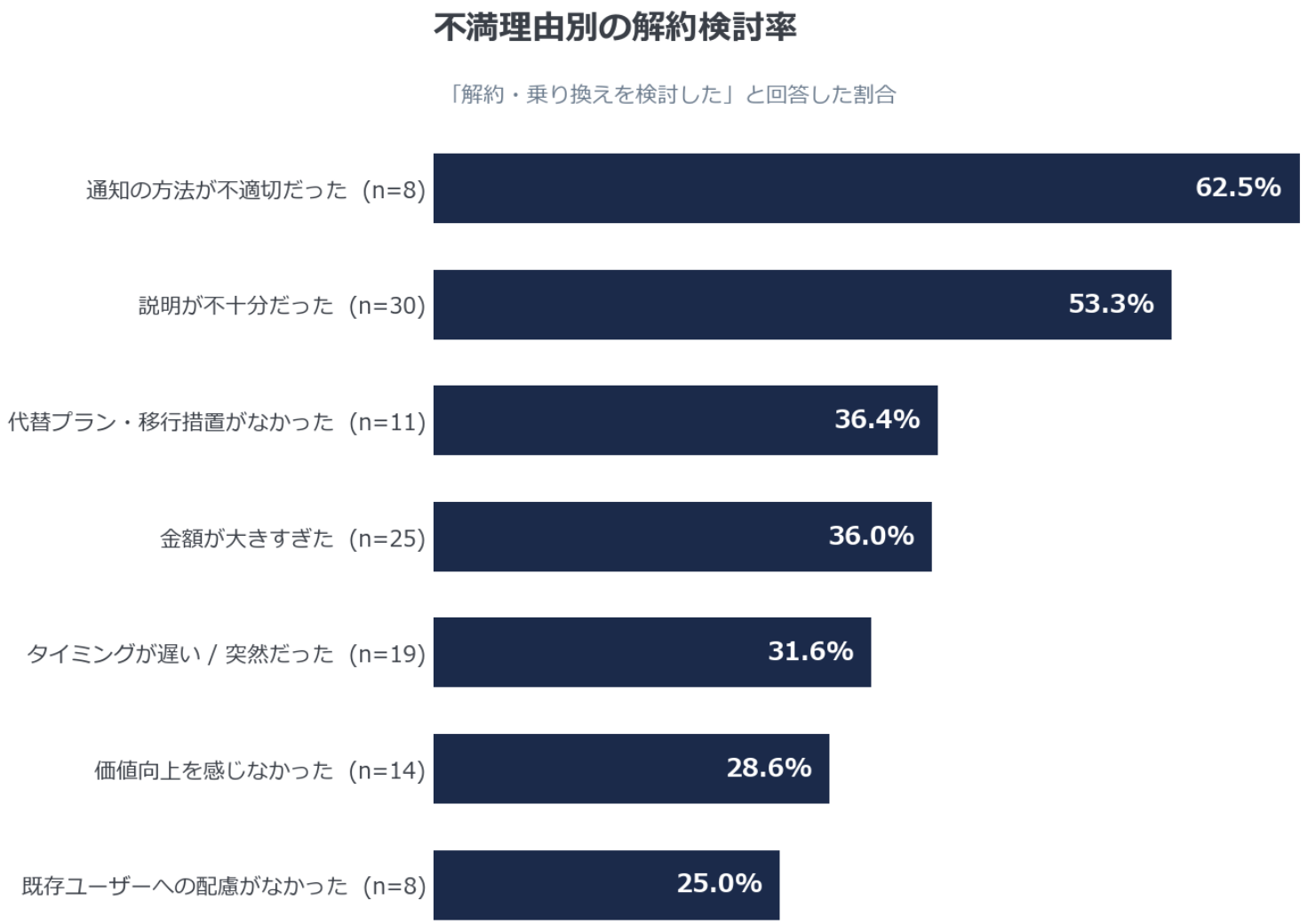
「非常に不満」層の解約検討率は他層を大きく上回る



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

解約検討率: 伝え方の問題が金額を大きく上回る

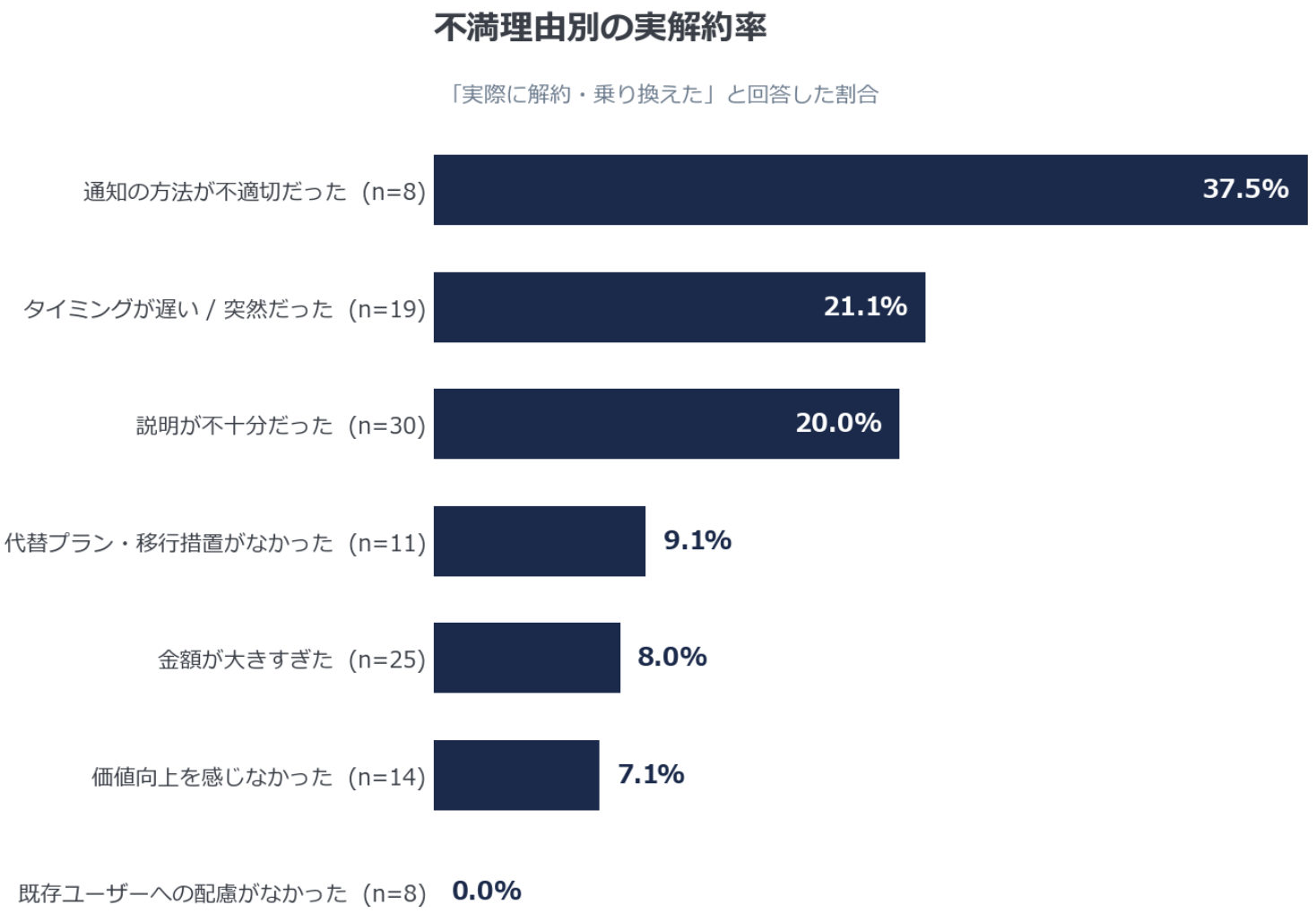
通知方法不適切の解約検討率62.5%は、金額不満36.0%の約1.7倍



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

実解約率: 通知方法不適切は金額不満の4.7倍

通知方法不適切37.5% vs 金額不満8.0%。伝え方の失敗は解約に直結



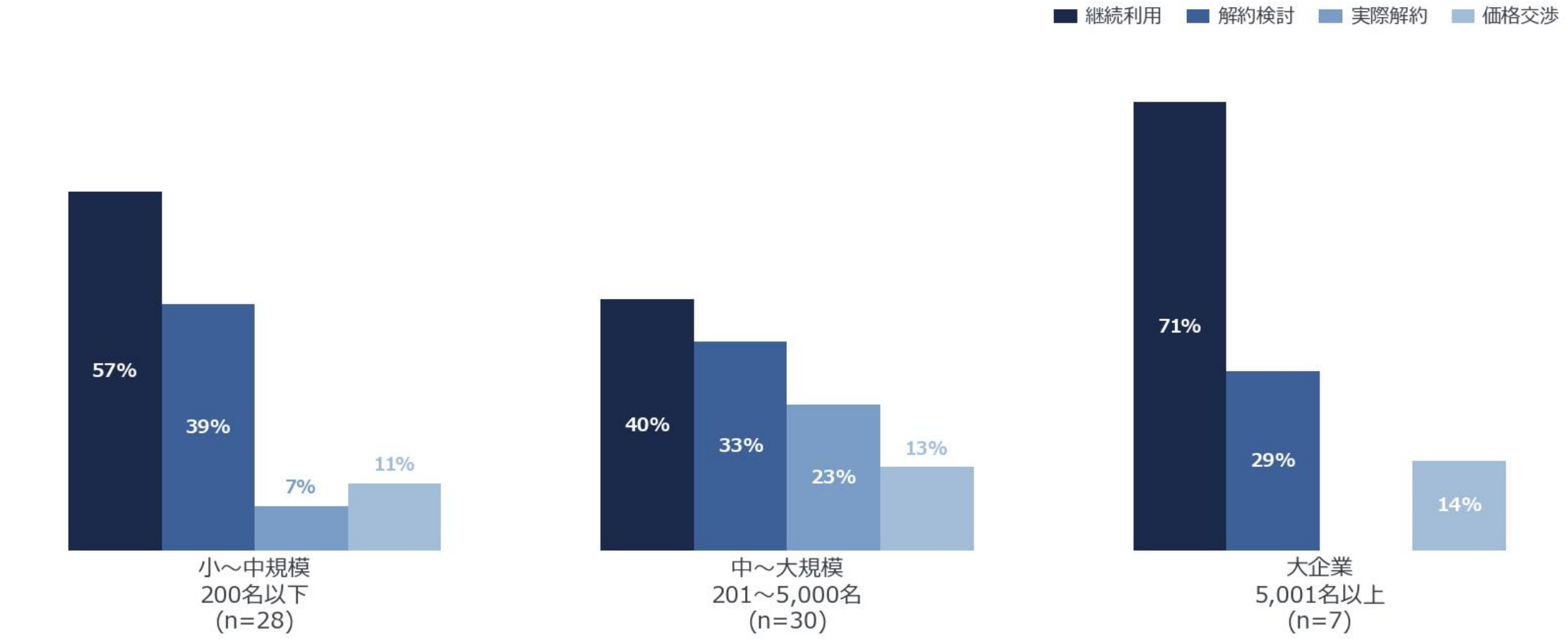
出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月 | ※ 通知方法不適切(n=8)はサンプル数が少ないため傾向値として参照

中～大規模企業(201-5,000名)で実際解約率が最高（23.3%）

従業員201-5,000名の中～大規模企業で解約率23.3%。代替手段の検討力が背景か

従業員規模×行動

中～大規模企業で実際解約率が最も高い（23.3%）

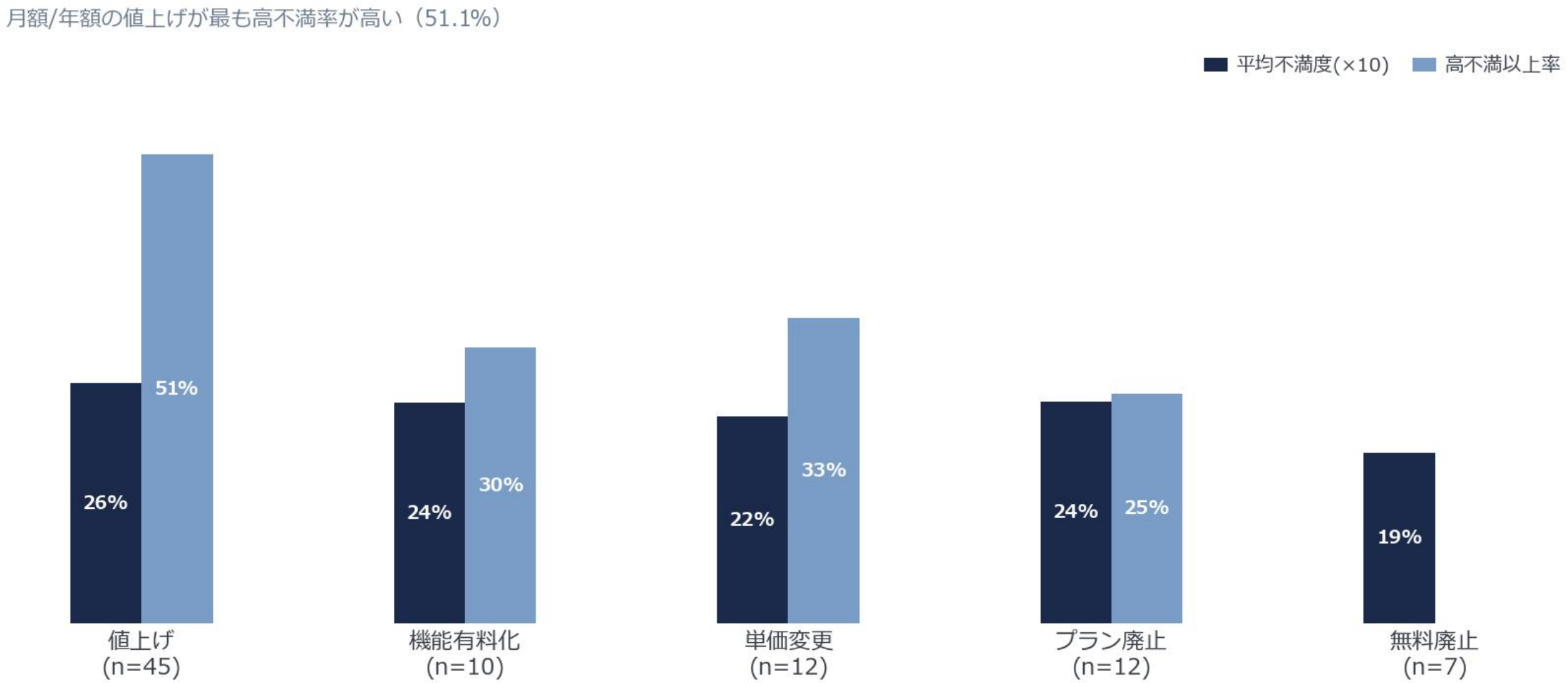


出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

月額/年額の値上げが最も高不満率が高い（51.1%）

月額・年額の値上げは高不満以上率51.1%で最多。直接的な負担増への反応

価格改定タイプ×不満度



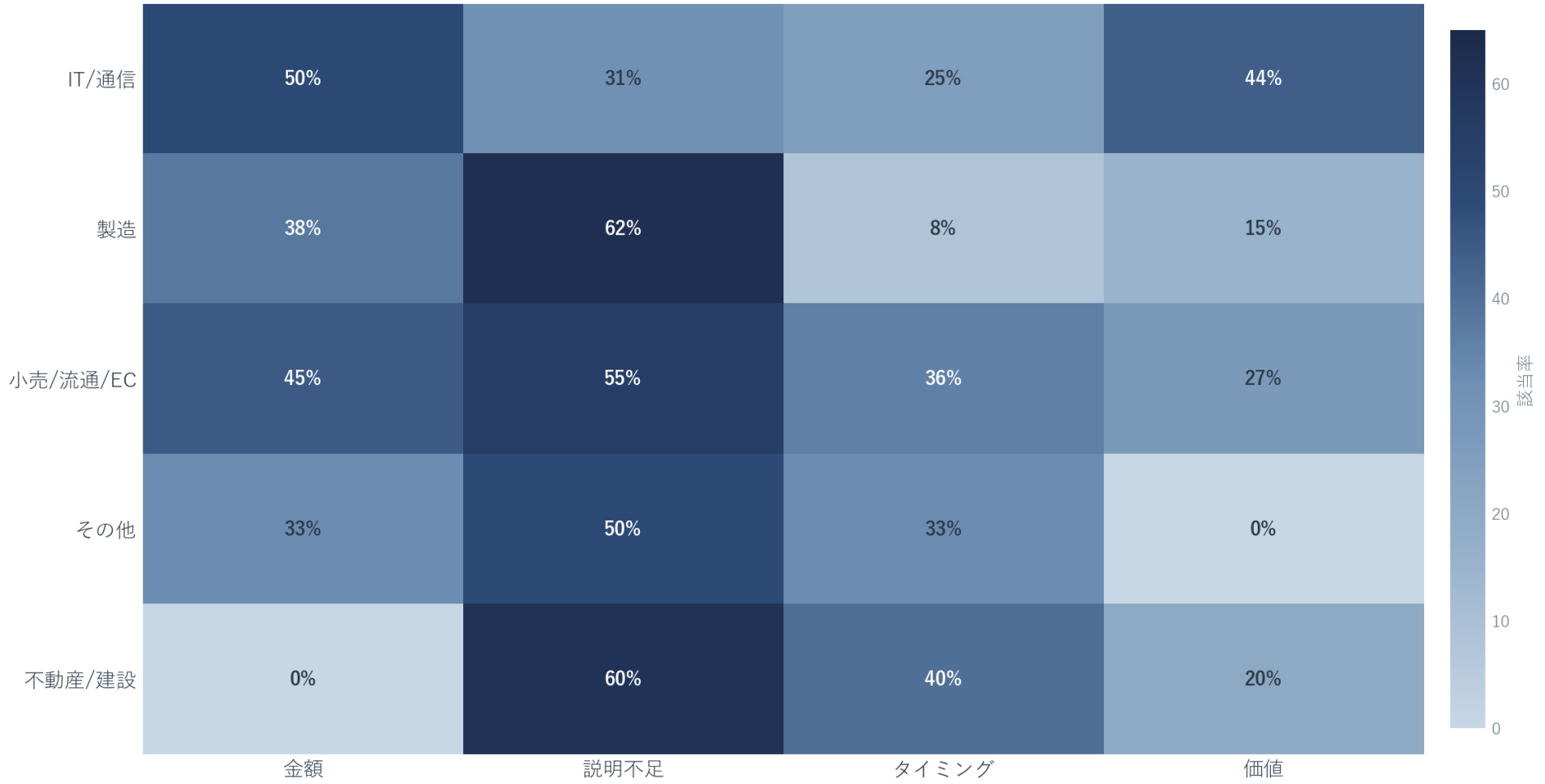
出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

製造業は「説明不足」、IT業界は「価値」への不満が顕著

業界ごとに不満の焦点が異なる。コミュニケーション戦略のカスタマイズが必要

業界 × 不満理由（ヒートマップ）

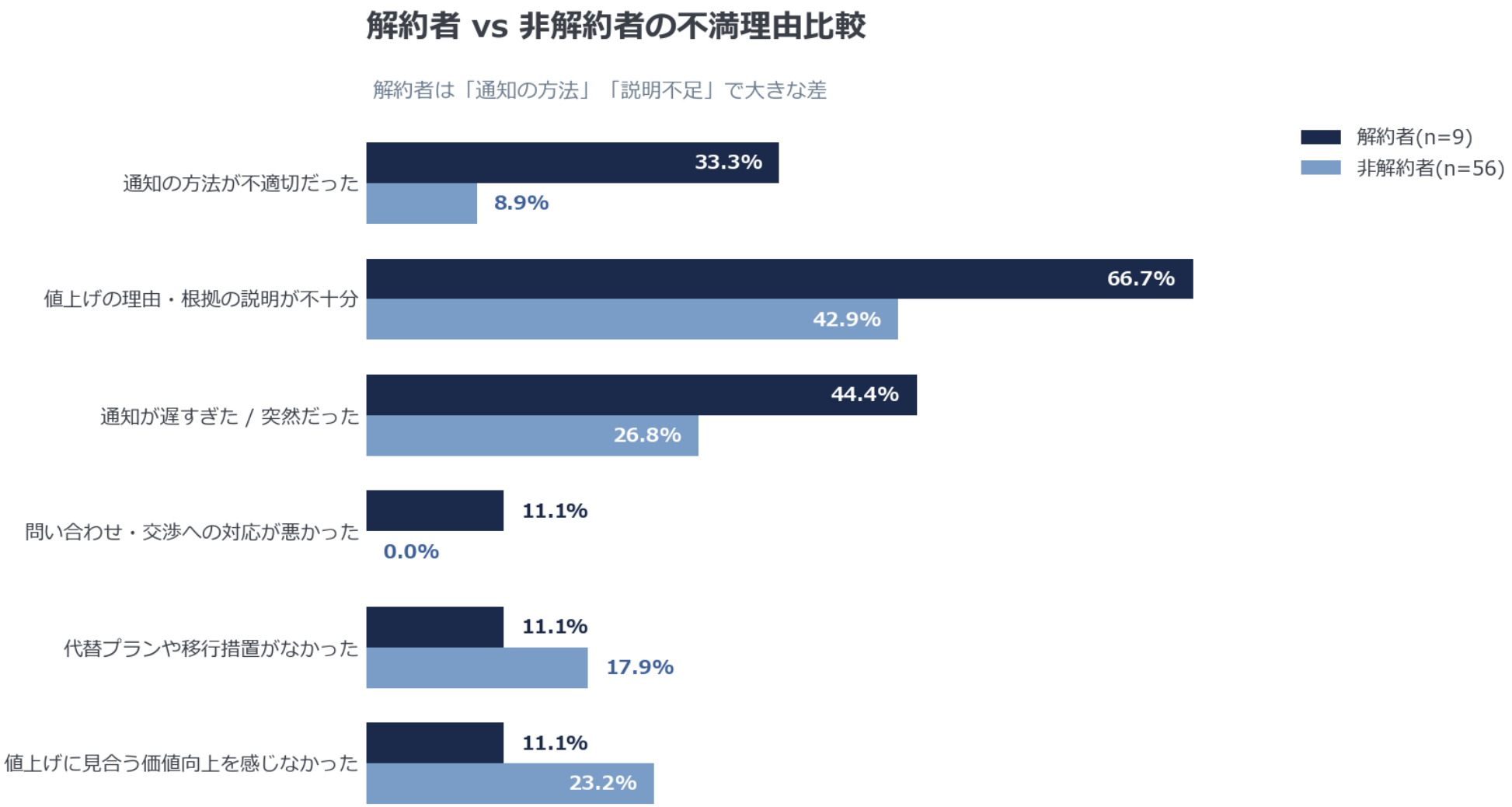
9.3 業界 × 不満理由



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

解約者は「通知方法」「説明不足」で非解約者と大差

解約者と非解約者の不満理由を比較。伝え方に関する項目で顕著な差



出所: SaaS価格改定に対する不満調査（n=65）, 2026年2月

プライシング支援サービスのご紹介

プライシング検討の全体像

バリュー/コスト/競合の3つの観点で検討することが重要

：主要アウトプット

前提整理

事業整理

- 企業・事業戦略
- 顧客・提供価値の整理
- プライシングの目的・方針の明確化

など

ビジネスモデル整理（自社）

市場分析

- 市場動向
- 競合状況

など

市場ニーズ整理　ビジネスモデル整理（競合）

3観点でのプライシング検討

バリューベースプライシング

- 事業の提供価値の定量化
- 想定される価格体系の整理
- 事業の提供価値に基づく価格検討

定量価値　価格体系仮説　上限価格

コストベースプライシング

- 製品やサービスのコストに基づく価格検討

コスト一覧　下限価格

競合ベースプライシング

- 競合に対するポジション（バリュープロポジション）定義
- 競合他社の価格調査

ポジショニング戦略　競合価格

統合プライシング

- 上限/下限/競合価格に基づく、競合への対抗戦略の決定
- 3つの観点で検討した適正な価格体系・金額の決定

料金表

プライシング実行

価格変更の実行

- 価格変更の実行計画策定・実施

価格変更WBS　リスク・課題対応表

プライシングの運用設計

「値付け」を継続改善する仕組み構築

- プライシング組織設計
- プライシング業務設計
- 業務実行に必要なプライシングツールの設計・構築

プライシング組織/業務定義　プライシングツール

Copyright © Nexaflow, Inc. All rights reserved.

Nexaflowのプライシング支援サービス

データや論理に基づく、戦略的な価格設定を可能にするご支援を提供

50件超の価格改定支援実績

SaaS・サブスクを中心に、多様な業界で価格改定に携わった専門家が在籍。

豊富な実績に基づく支援を提供します。

データに基づく意思決定

顧客の支払意思額や価格感度を科学的に測定。

「なんとなく」ではなく、データと論理に基づいた価格変更の意思決定を実現します。

調査から提案まで一気通貫

調査設計・アンケート作成・回答結果分析・価格提案まで、追加料金なしでワンストップ対応。

複数ベンダーへの発注は不要です。

50社以上の様々な企業・サービスの価格検討をご支援

ご支援実績の一部

SaaS事業者 ・IT サービス事業者	IPaaS / 業務効率化ツール / RPAツール / マニュアル作成・管理ツール / バックオフィス系 / 勤怠管理ツール / 経費精算ツール / 契約書レビュー・管理ツール / セキュリティ管理ツール
マーケティング系	CRMツール / MAツール / Web接客ツール
採用・人事系	人材評価ツール / 採用管理ツール（ATS）
BtoC サービス	トレーニングジム / マッチングアプリ / 健康系アプリ / アパレルサブスク / ペットフードサブスク / オンラインデモ
SIer	システムインテグレーション

Copyright © Nexaflow, Inc. All rights reserved.

4つの強みでプライシングをトータルにサポート

データに基づいた価格決定で売上向上を実現	・ 顧客の支払意思額や価格感度を科学的に測定*し、データに基づいた価格変更の意思決定を実現 ・ SaaS・サブスクリプションなど、様々な事業形態での価格提案が可能
経験豊富な価格の専門家が対応	・ 50以上のサービスの価格改定支援実績を持つ専門家が在籍 ・ 一般的な調査会社ではなかなか支援が難しい価格領域を、専門家が対応
一気通貫のサービス	・ 調査設計・アンケート作成*・回答結果分析*・価格提案まで、追加料金なしで一気通貫で対応
調査実施が困難な場合でも対応可能	・ 予算や納期、顧客関係などの理由から調査が困難な場合でも、別の手段によってデータ・論理に基づく価格検討が可能

*顧客向け調査が実施可能な場合のみ

Copyright © Nexaflow, Inc. All rights reserved.

サービスの流れ（一例）

調査設計～価格提案まで、一気通貫でご支援

1. 課題ヒアリング	2. 調査設計	3. 調査実施	4. シミュレーション	5. 価格提案
現在の価格設定と収益構造に関する課題を詳細にヒアリング	課題解決に必要な調査をデザインし、アンケートも作成	価格分析に必要な調査を実行	価格変更による収益・顧客数への影響をシミュレーション	分析結果から推奨される価格変更内容をご提案

Copyright © Nexaflow, Inc. All rights reserved.

お客様の状況に応じた最適な支援形式をご提案

プロジェクト形式

多数の支援実績を有するプロフェッショナルが、価格検討プロジェクトを組成し、価格検討・決定まで伴走します。価格検討において必要な情報を貴社から提供いただきつつ、価格検討で必要な作業は弊社にて実施し、貴社との議論もリードします。

アドバイザリー形式

価格検討のプロセスのレクチャー、及びテンプレートをご提供し、実際の価格検討で必要な分析やタスクは貴社におまかせする形式です。プロジェクト形式と比較するとライトめのご支援です。

研修・勉強会形式

プライシングの基礎的な考え方をお伝えします。教科書的な学習だけではなく、実務で活用できるような実践的なレクチャーも盛り込んだ「現場で使えるプライシング講座」です。

Copyright © Nexaflow, Inc. All rights reserved.

お問い合わせ

株式会社ネクサフロー
コンサルティング部門　ディレクター
有本 雅俊

Mail：m.arimoto@nexaflow.io
Tel　：090-7761-3931
Web：https://nexaflow.io