



---

# Leadsia料金体系ガイド2026 - 価格設計思想と投資対効果分析 | Leadsia Inc.

2026-03-06

Leadsia Inc.

カテゴリー：導入検討・比較

AI営業電話サービスの料金ページで「お問い合わせください」と書かれていて、げんなりした経験はありませんか。

Leadsiaは、すべての料金プランをサイト上で公開しています。

本記事では、各プランの内容に加えて、なぜこの価格設定なのかという設計思想まで含めて解説します。

## 料金プラン一覧

Solo - 月額29,800円（税別）

同時発信1〜3回線。少人数の営業チーム、または「まず試してみたい」企業向け。

Rise - 同時発信1〜3回線

Soloの上位プラン。より多くの機能と架電量に対応。

Prime - 同時発信1〜5回線

中規模の営業チーム向け。営業部門の主力ツールとしての運用に対応。

Apex - 同時発信1〜10回線

大規模な営業活動を行う企業向け。複数のターゲットセグメントを同時にカバー。

ASK - 10回線〜（カスタム）

10回線以上の大規模運用。個別にご相談ください。

なぜ「月額29,800円～」なのか

設計思想①：営業マン1日分の人件費以下

営業マン1人の年間コストは約750～800万円。月に換算すると約63～67万円。1日あたり約3～3.5万円です。

ALICEの月額29,800円は、営業マン1日分の人件費よりも安い。つまり、1ヶ月分のAIコストが、人間1日分のコストで賄える計算です。

この価格設定は偶然ではありません。中小企業の営業マネージャーが、部門予算の範囲内で、経営層の承認なしに導入を判断できる金額を意識しています。

数百万円のソリューションは稟議が必要です。数万円なら、部門予算で即決できる。この「意思決定の速度」が、AI営業の効果を最大化します。

設計思想②：BPOの1/10以下

「BPO vs AI自動化」で詳しく比較しましたが、コールセンター1席の外注費は月額20～50万円。5席なら月100～250万円です。

ALICE月額29,800円～は、BPO1席の6分の1～17分の1。5席との比較なら30分の1～80分の1。

この価格差は、「人件費」を「テクノロジーコスト」に置き換えることで実現しています。AIは給与が発生せず、社会保険料もなく、退職もしない。24時間稼働しても残業代はかからない。この構造的なコスト優位性を、価格に反映しています。

設計思想③：料金の透明性は信頼の証

「料金は問い合わせてください」 - これは、企業の検討プロセスに不要な摩擦を生みます。

社内で比較表を作る段階で、料金が不明なサービスは候補から落ちます。上司に「これいくら？」と聞かれて「問い合わせないとわかりません」と答える - これだけで検討のモメンタムが失われます。

Leadsiaが料金を公開しているのは、「透明性」そのものが差別化要因だと考えているからです。自社のプロダクトに自信があれば、料金を隠す理由はありません。

この姿勢は、ALICEの頭脳であるClaudeの設計思想とも通じます。Anthropicは2万語超のClaudeの「憲法」を

全文公開しています。自社の設計に自信がある企業は、情報を隠さない。

## 競合との料金比較の視点

AI営業電話サービスの料金を比較する際は、月額費用だけでなく以下の隠れコストも確認してください。

初期費用。「月額はやいが、初期費用で数十万円」というサービスがあります。Leadsiaの初期費用はサイトでご確認ください。

スクリプト作成費。手動でスクリプトを作成するサービスでは、作成代行費が別途かかる場合があります。ALICEは自動生成のため不要。

音声録音費。録音音声再生型のサービスでは、録音費用（声優手配、スタジオ費用等）が別途発生します。ALICEはリアルタイム音声合成のため不要。

スクリプト変更費。変更のたびに追加料金がかかるサービスもあります。ALICEはABテストで自動改善するため不要。

最低契約期間。長期の契約縛りがあるサービスでは、効果が出なかった場合の撤退コストが高くなります。

従量課金の上振れ。架電件数に応じた従量課金がある場合、成功するほどコストが上がるという構造になります。

これらの総所有コスト（TCO）で比較してください。月額費用だけでは見えないコストが、年間で数百万円の差になることがあります。

## どのプランを選ぶべきか

「まず試したい」 → Solo

月額29,800円で同時1〜3回線。「AI営業電話がうちの業界で通用するか」を検証するのに最適。効果が確認できたらRise・Primeに上げる。

「部門の主カツールにしたい」 → Prime

同時1〜5回線で、営業部門の日常的なアポイント獲得を担うレベル。中規模の営業チーム（5〜15名）でALICEが架電し、全員が商談に集中する体制を構築。

「全社展開・大量架電」 → Apex / ASK

同時10回線以上。複数のターゲットセグメントを同時にカバーし、営業組織全体をAIファーストに転換。

## 投資回収のシミュレーション

Solo（月額29,800円）の場合

月間のアポイント獲得数が5件増加すると仮定。

成約率10%なら月0.5件の成約増。

1件の平均受注額が50万円なら、月25万円の売上増。

月額29,800円に対して、月25万円のリターン。投資回収率は約840%。初月で回収。

もちろん業界・商材・ターゲットにより変動しますが、月額3万円未満の投資に対して、1件でも成約が増えれば十分にペイする水準です。

まとめ：「料金」ではなく「投資対効果」で判断する

AI営業ツールの選定で最も危険なのは、「月額費用が安いからこれにしよう」という判断です。

月額が安くても、スクリプト作成に毎回数万円かかる。録音に数週間かかる。改善は手動で、ABテストは自分でやる - トータルのコスト（TCO）と時間を考えると、「安いツール」が最も高くつくケースは珍しくありません。

Leadsialは、月額29,800円〜の価格に、スクリプト自動生成、ABテスト自動改善、24時間対応、ゼロタッチ運用 - すべてを含んでいます。追加の隠れコストはありません。

料金を見るのではなく、投資対効果を見てください。そのための情報を、すべて公開しています。

## 関連記事

- Leadsiaとは | AI営業インテリジェンスで日本のB2 B営業を変える
- ALICE導入3分ガイド
- BPO vs AI自動化 | コスト・品質・効率性を徹底比較検証
- 営業コスト完全分解 | AI導入で年間いくら削減できるか
- セールステックSaaSの選び方 | 失敗しない5つのポイント

Leadsiaは、AI営業インテリジェンス「ALICE」、AI音声インテリジェンス「SOPHIA」、AI業務インテリジェンス「LYDIA」を通じて、日本のB2B企業の営業DXを支援するセールステックSaaS企業です。各AIエージェントの頭脳にはAnthropicのClaudeを採用し、Constitutional AI（憲法AI）に裏打ちされた安全性と会話品質を両立した営業自動化を実現しています。

詳しくは[Leadsia公式サイト]をご覧ください。