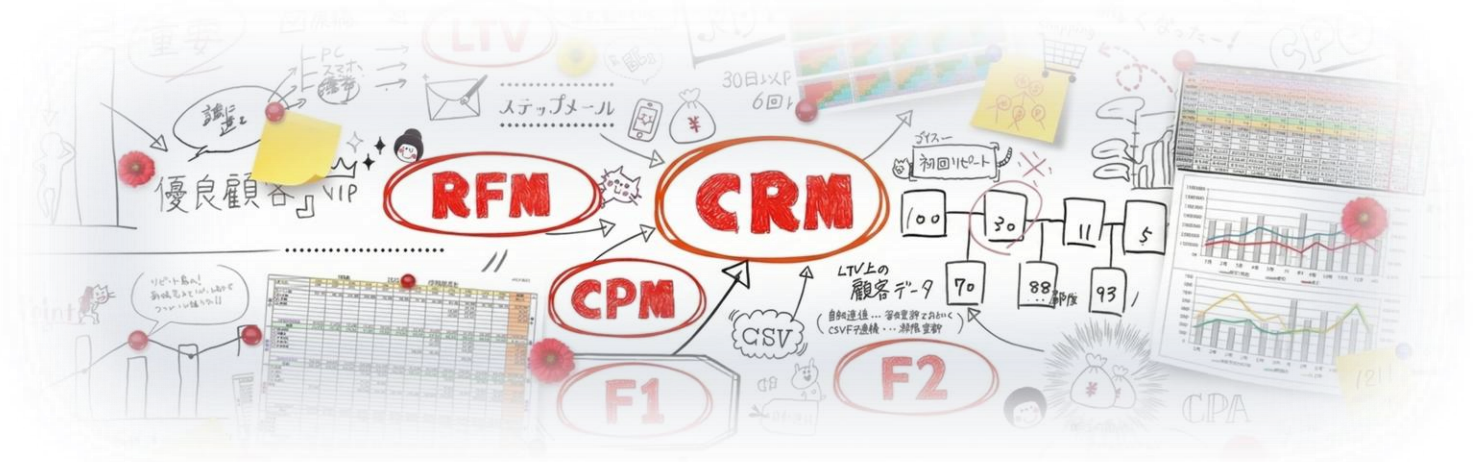
LTV-X

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

株式会社LTV-X（証券コード：655A） | 2026年11月５日



目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

1　会社概要

Purpose（パーパス） & Mission（ミッション）

Purpose

世の中の課題をクラウドで
解決する

Mission

100のSaaSを世の中に提供する
～LTV-100構想～

© LTV-X Inc.

会社概要

■会社名	：	株式会社LTV-X（LTV-X Inc. ）
■設立	：	2010年9月1日
■代表取締役	：	野口　学夫
■所在地	：	東京都港区芝5-13-18 いちご三田ビル2階
■従業員数	：	11名（2026年6月末現在）
■URL	：	https://ltv-x.jp/

© LTV-X Inc.

マネジメント体制

経験豊富な経営陣



代表取締役社長

野口　学夫

コンサルティング会社、投資会社での実務を経て独立。2008年よりJスタイルにて経営に携わり、2013年にはLTV-Innovationを設立して取締役に就任。2015年に当社取締役に就任後、2019年6月より代表取締役。



取締役

柴田　喬英

タメニー（旧：パートナーエージェント）、インティメート・マージャー、各々でIPOを経験。2020年に当社へ参画。執行役員として事業推進を担い、2022年12月より現職。



取締役

日野　勝彦

ぐるなびで、IPOを経験。その後、国際協力データサービス等を経て2020年に当社へ参画。シニアマネージャーとして実績を積み、2022年12月より現職。

社外取締役

西島 一博

大広で執行役員として営業部門を牽引。博報堂コンタクト＆ロジスティクス（旧：D&Iパートナーズ）の代表取締役を務め、同社相談役を経て、2024年より現職。

取締役（監査等委員）

髙田 知孝

JIMOSやサイバードの取締役を歴任、管理業務に長年従事後、当社の監査役等を経て、2024年より現職。

社外取締役（監査等委員）

柿尾 正之

日本通信販売協会（JADMA）へ入局し、理事を歴任。その後、ディーエムエスや新日本製薬の取締役を務めるなど、通販業界の発展と企業経営に尽力。2024年より現職。

社外取締役（監査等委員）

後藤 高志

弁護士。森・濱田松本法律事務所を経て、潮見坂綜合法律事務所に参画。その後同事務所パートナーに就任。現在はバリュエンスホールディングス等の社外役員も務め、2024年より現職。

© LTV-X Inc.

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

2　業績ハイライト

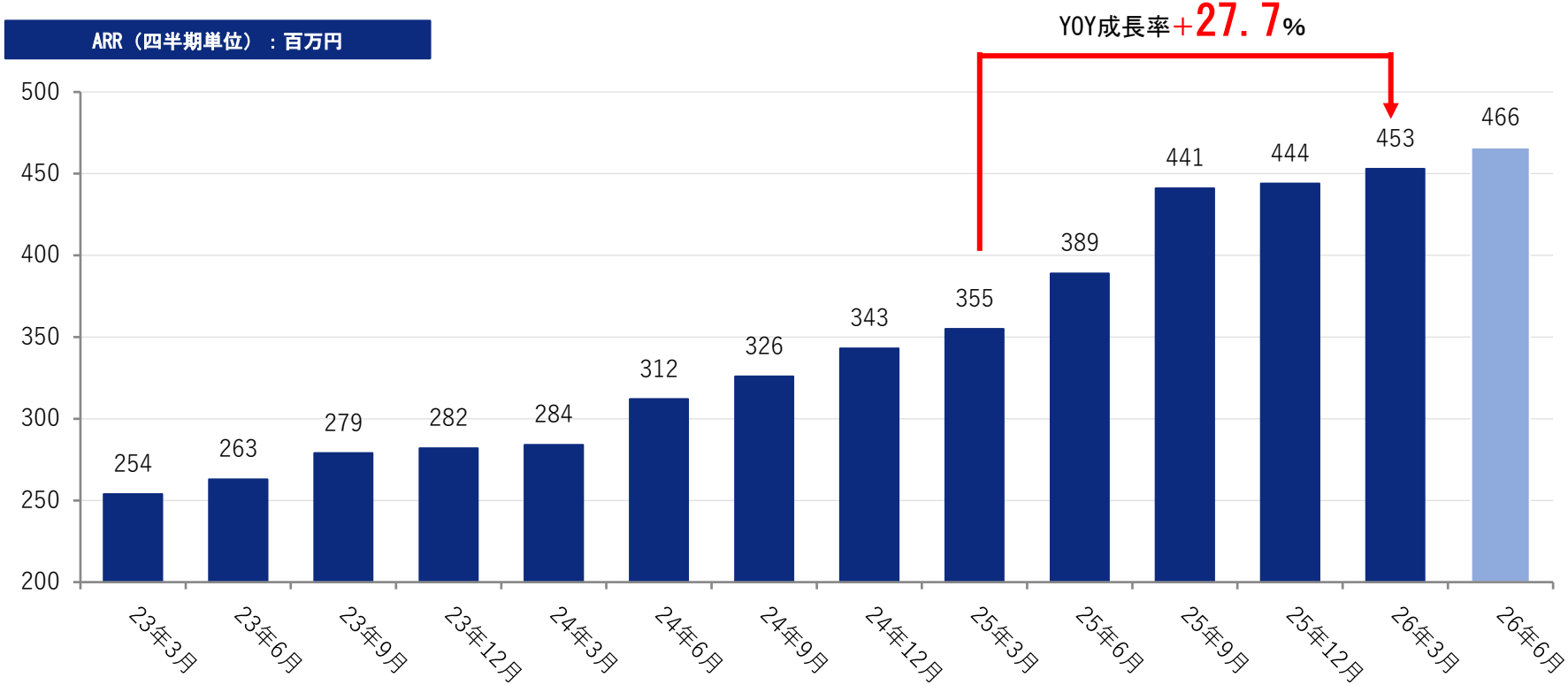
業績ハイライト

（百万円）	2025年3月期（実績）	2026年3月期（実績）	増減額	増減率
売上高	352	444	+92	+26.3%
営業利益 （営業利益率）	80 (23.0%)	146 (33.0%)	+65	+81.1%
経常利益 （営業利益率）	81 (23.0%)	147 (33.1%)	+66	+81.6%
当期純利益 （当期純利益率）	54 (15.5%)	97 (21.9%)	+42	+78.5%

© LTV-X Inc.

重要指標①：ARR（年間経常収益：四半期単位）

●成長性と安定性の重要指標であるARRは、YoY成長率＋27.7%、且つ売上全体の 9 割を占めています。
ストック収入は安定して積みあがり、事業の成長と安定の基盤となっております。



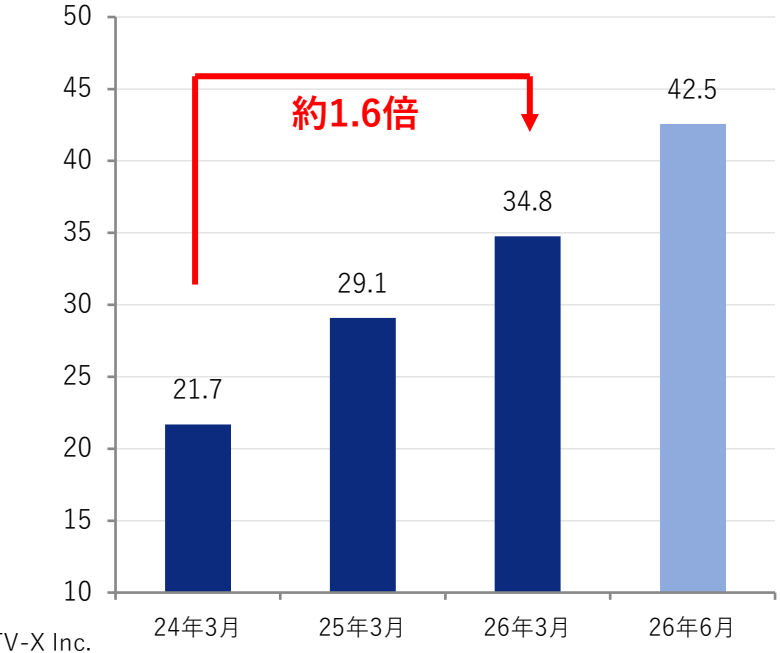
© LTV-X Inc.

重要指標②：一人当たりARR/営業利益

●生産性の重要指標である一人当たりARRは34.8百万円。2年前比較で約1.6倍に拡大。
●生産性の重要指標である一人当たり営業利益は773千円。2年前と比較して約2.3倍に拡大しています。
～生産性を高めながら、利益性の高い組織運営を実施～

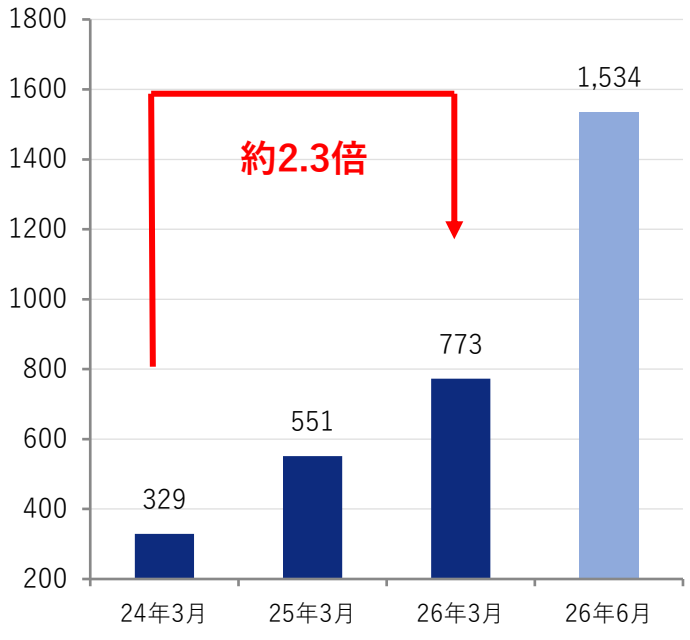
一人当たり(ARR)/年：百万円

※ 期末時点の直近3カ月平均の1人当たり売上高（ARR）。



一人当たり営業利益/月：千円

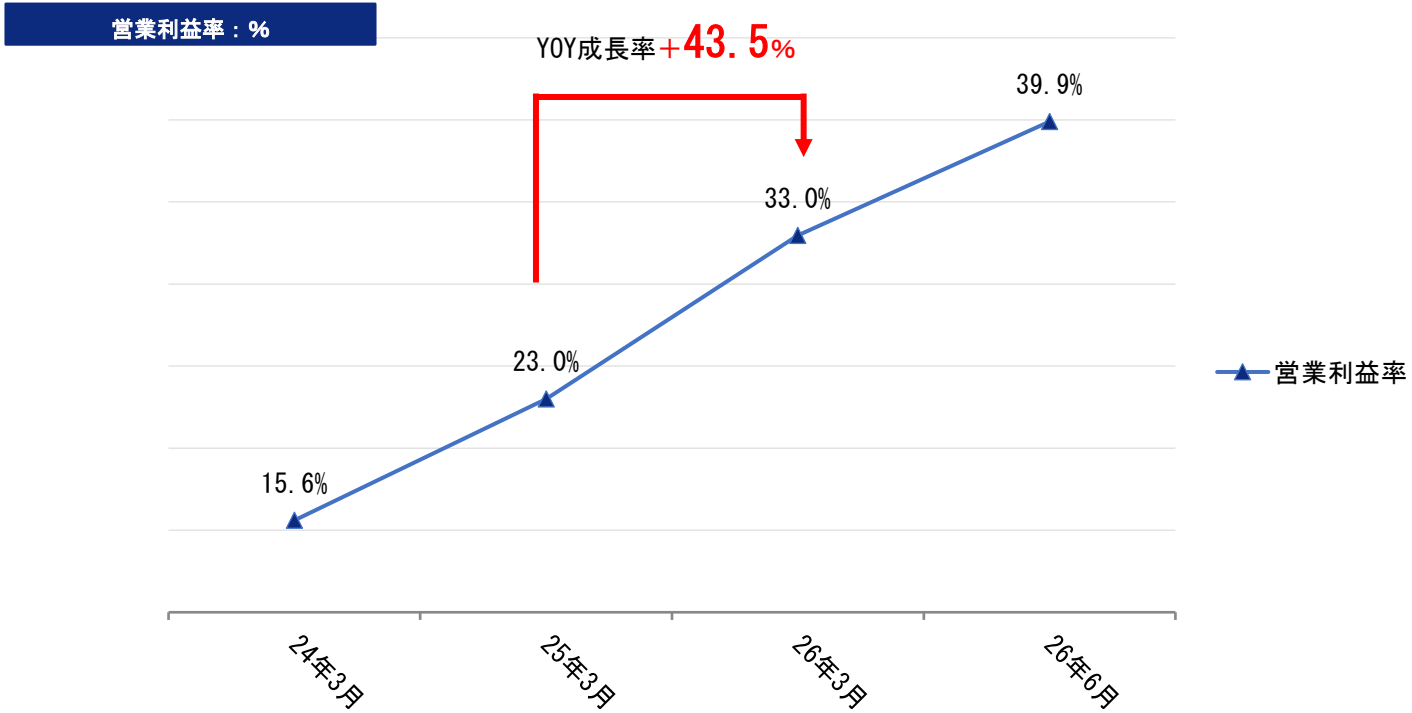
※期末時点の直近3カ月平均の1人当たり営業利益。



© LTV-X Inc.

重要指標③：営業利益率

●収益性の重要指標である**営業利益率は33.0%。YoY成長率＋43.5%**に拡大しています。
生産性の高い運営を実施する事で利益率の高い組織を実現しています。

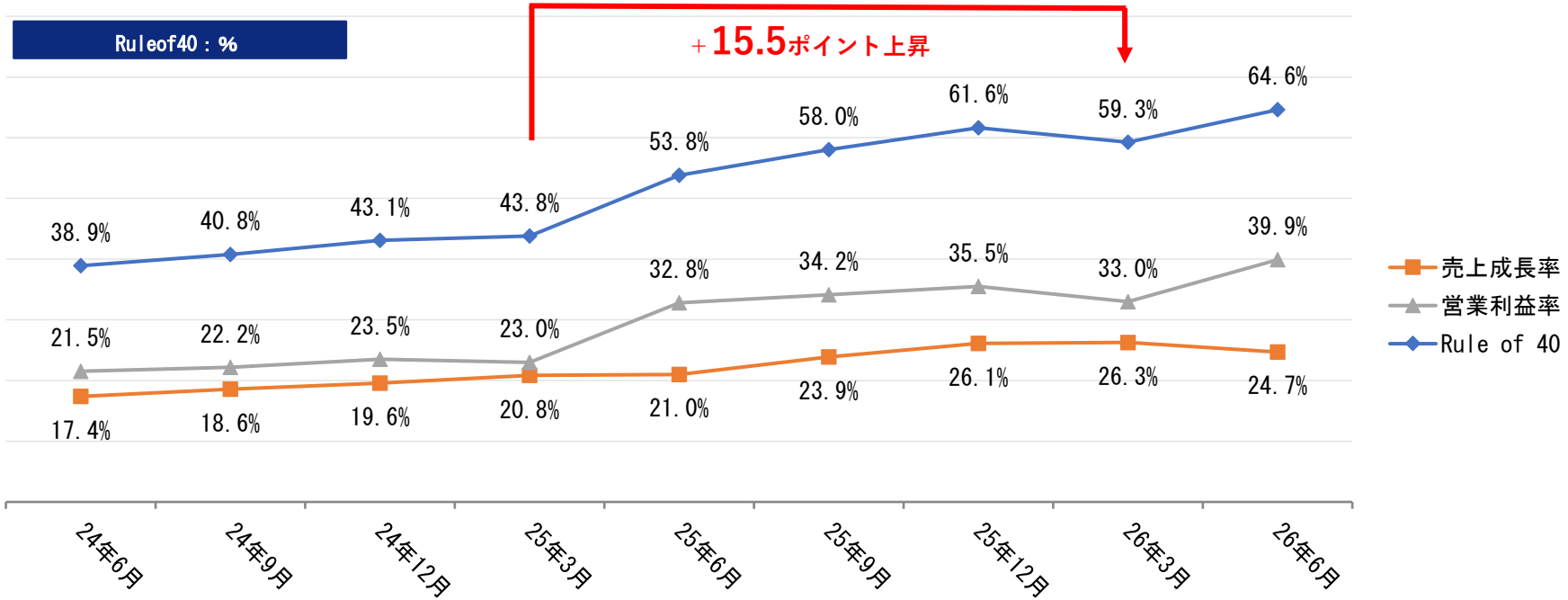


© LTV-X Inc.

重要指標④：Rule of 40（売上成長率＋営業利益率）

●健全性を示す重要指標である Rule of 40 は **59.3%**。 YoYで**＋15.5ポイント**拡大しています
2025年3月期からRule of 40の基準を突破し、2026年3月期から50%を超え、直近では**59.3%**となっています。

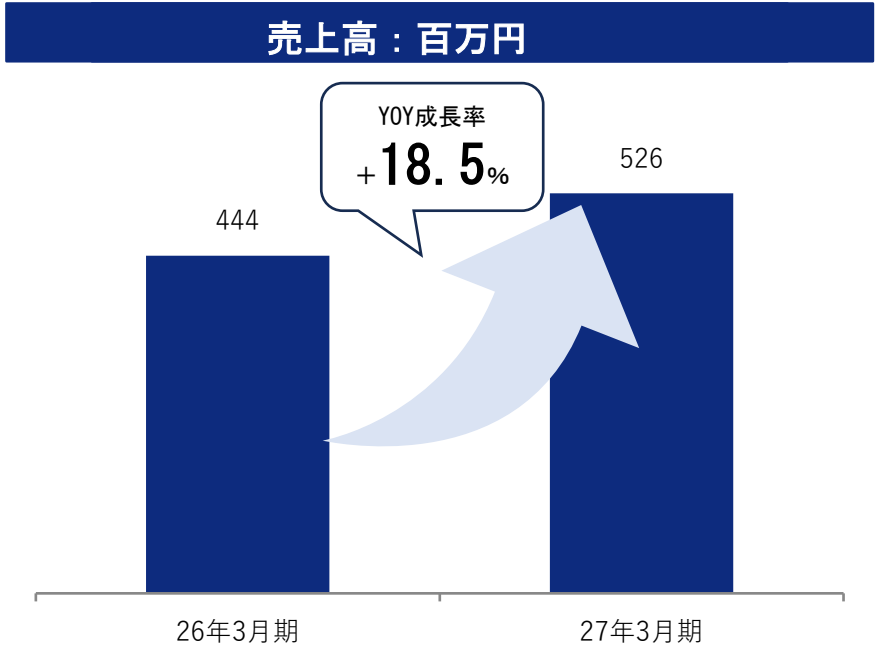
※ 成長と収益性のバランスを示す指標であるRule of 40（売上成長率と営業利益率の合計で40%を目指すという指標）
売上成長率は前年同四半期比で算出。

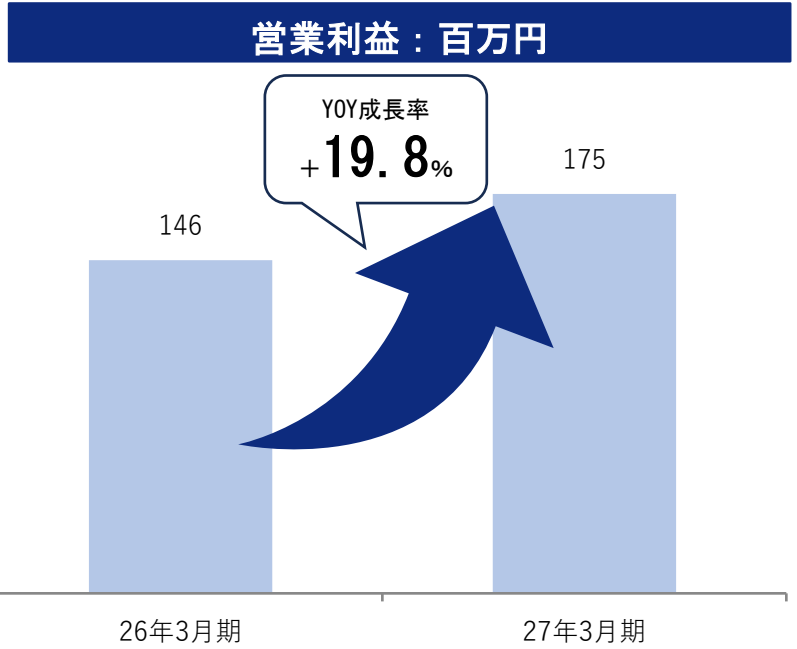


© LTV-X Inc.

2027年3月期業績見通し

●2027年3月期の業績の見通しは、引き続き増収増益を計画。
●売上高は+18.5%、営業利益は+19.8%と堅調な成長を見込む。





© LTV-X Inc.

2027年3月期業績見通し

●売上高は526百万円、営業利益は175百万円、営業利益率は33.3%を予定。

（百万円）	2026年3月期（実績）	2027年3月期（見通し）	増減額	増減率
売上高	444	526	+82	+18.5%
営業利益 （営業利益率）	146 (33.0%)	175 (33.3%)	+29	+19.8%
経常利益 （営業利益率）	147 (33.1%)	176 (33.4%)	+28	+19.6%
当期純利益 （当期純利益率）	97 (21.9%)	118 (22.5%)	+21	+21.7%

© LTV-X Inc.

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

3　事業概要

事業概要

LTV-Labシリーズ（CRM・MA）

※LTV-Lab	EC・通販向けCRMシステム。顧客管理・情報配信・分析が一気通貫で行えるサービス。
LTV-Lab PLUS+	高度な分析機能を搭載し、大企業での分析から運用までをサポートするCRMシステム。
LTV-Lab Omni+	実店舗とEC向けCRMシステム。データを統合し、そのデータに対して様々な情報配信ができるサービス。
LTV-Lab BtoB+	BtoB通販向けCRMシステム。BtoB取引をDX化するサービス。
LTV-Lab 定期+	定期購入/単品リピート通販向けCRMシステム。
LTV-Lab Gift+	ギフト購入向けCRMシステム。
Right-Time	不動産・ハウスメーカー・カーディーラー・BtoB商材等、高額商品の販売を対象としたMAシステム。
※LTV-DB	ノーコードCRMシステム。資料請求やアンケート・問い合わせフォームと自動連携し、CRMが可能。
※LTV-Salon	実店舗の顧客管理から集客・リピーター対策をトータルサポート。
わくわく店舗	整体院 / 治療院 / 整骨院 / 鍼灸院の医院顧客管理に特化したクラウド型CRMシステム。

ふるさとLab

※ふるさと-Lab －ふるさと納税を化学する－	自治体のふるさと納税事業において、既存寄付者のリピート施策サービス

LTV-Zaiko

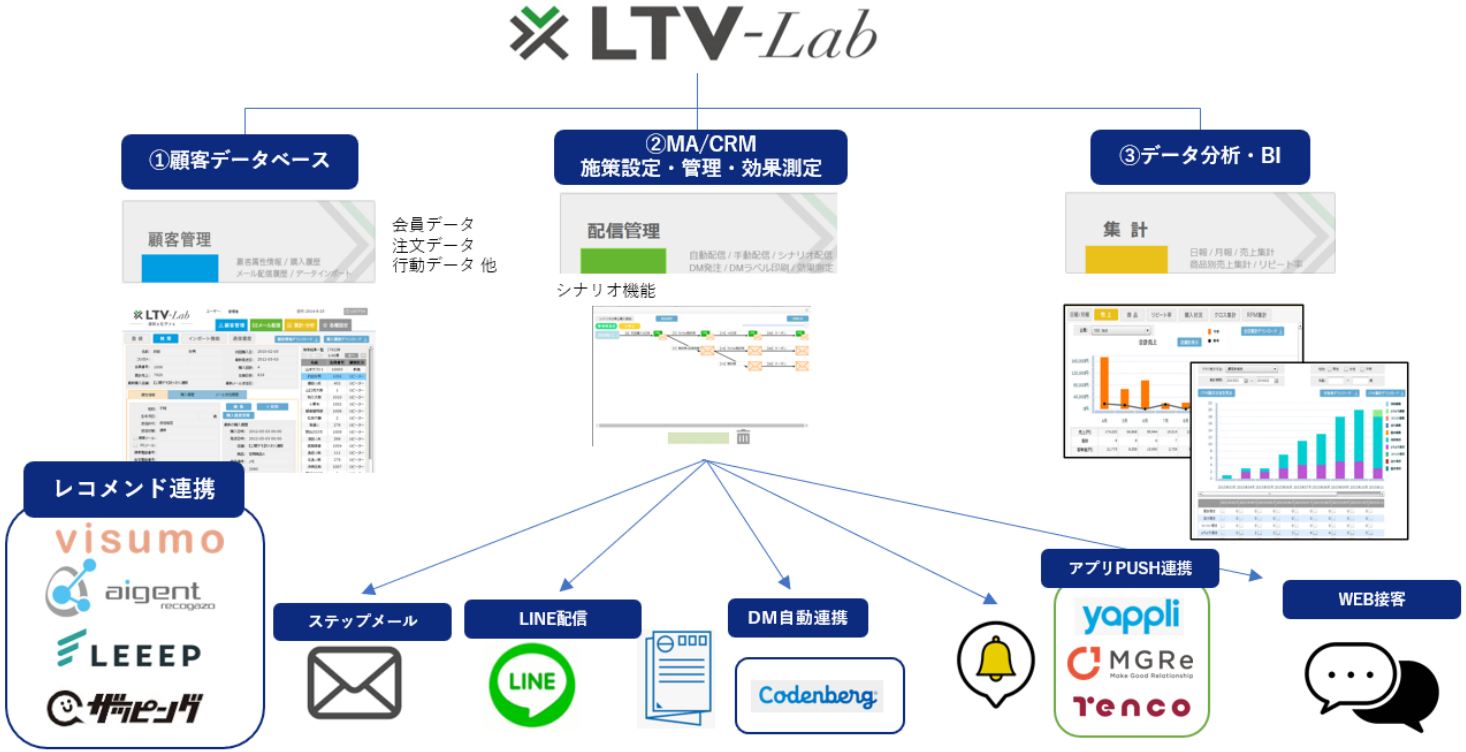
※LTV-Zaiko サステナブルな世界を	在庫分析、需要予測システム。保有在庫状況や過去販売実績をもとに、発注・販促が可能に。

※主要なプロダクトのみ記載

© LTV-X Inc.

LTV-Labシリーズ（CRM/MA 機能概要）

●LTV-Labは、様々なECシステムと連動して顧客にメール配信/ステップメール配信できるCRMシステムです。顧客の購入商品や金額、購入期間などから顧客をセグメントして、最適な顧客にメール配信やステップメール配信（無制限）できます。



© LTV-X Inc.

LTV-Labシリーズ（連携パートナー紹介）

LTV-X

公式カート連携

futureshop / リピスト XROSS / Bcart / ecforce / W2 Unified / W2 Repeat / W2 Repeat Food / aiship / EC CUBE / COLOR ME / サブスクストア / shopify / Eストアーショップサーブ / EBISUMART / MakeShop / CRAFT CART / BBF / スマレジEC / F.A.C.E

受注システム連携（モール型）

NEXT ENGINE / LOGILESS / CROSS POINT / CROSS MALL / 頑張れ♪店長!

POSシステム連携

スマレジ

問い合わせデータ連携

Re:lation

アンケートデータ連携

※LTV-DB

広告データ連携

Google Analytics / ADEBiS / WebAntenna

※LTV-Lab

データを統合・一元化

© LTV-X Inc.

事例

コスト削減とリピート売上UPを同時に実現化！



コロナ禍からのV字回復！！リピート売上昨年対比103%、リピート顧客数昨年対比142%達成！費用対効果（ROAS）1,480%！！

多種の販売チャネルの統合CRMを実現化！



LTV-Lab×CROSS MALL（クロスモール）、ロジザードと自動連携を行うことで、多種の販売チャネルを統合したCRMを実現！！

© LTV-X Inc.

LTV-Labシリーズの変遷

企業規模やドメインによって、
様々なシリーズを展開しています



© LTV-X Inc.

ふるさとLabの概要

●ふるさとLabは、ふるさと納税や地域情報（観光・移住）のPRに関するお困りごとを解消するために、デジタルツールを活用した効果的な情報発信支援を行います。地域特性に合わせた最適なふるさと納税の設定が可能になり、寄付額の増加のみならず地域情報配信の支援も行うことで、地域経済全体の活性化に寄与します。

LTV-X

ふるさと-Lab

－ふるさと納税を化学する－

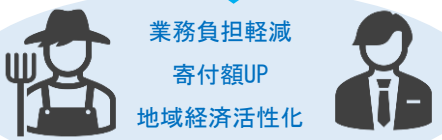
LTV-X

- ✓ CRMによるふるさと納税者の情報管理支援
- ✓ MAツールによる情報発信支援
- ✓ 取り組み成果の見える化

1. 「ふるさと納税のPR」や「地域情報発信」に関する課題を当社に共有頂きます。

地域課題の共有

2. 地域の特性に合わせた最適なPR方法を、自治体関係部門と一緒に考えます。
リピート対策と地域情報配信施策を行い、
将来的な返礼品提供事業者の活性化を図ります。



地場企業・自治体職員

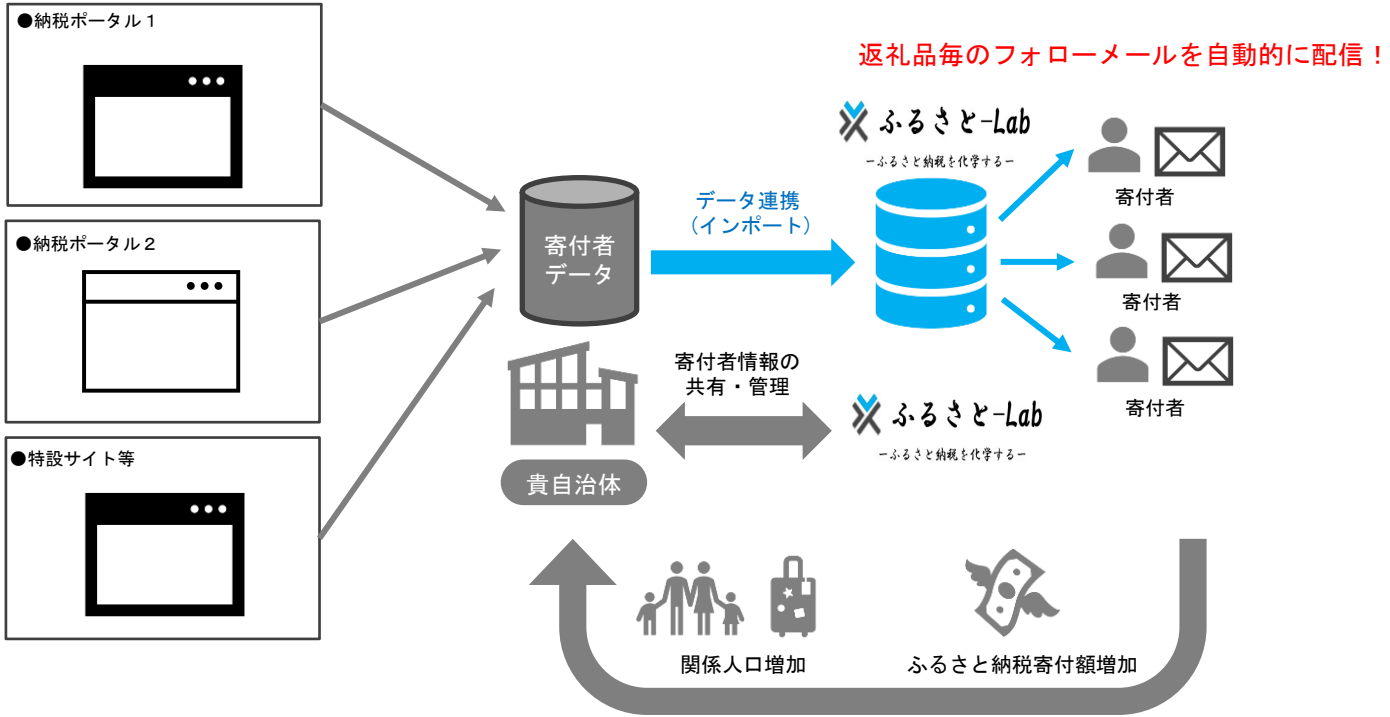
自治体

- ✓ 現状における課題の共有
- ✓ ふるさと納税の寄付者情報の提供

© LTV-X Inc.

ふるさとLabの概要

●CRMを用いてふるさと納税寄付者の情報を収集・分析することで、寄付者一人ひとりに合わせた最適な情報配信（ふるさと納税・観光情報・地域内イベントなど）の仕組みづくりを構築します。



© LTV-X Inc.

事例

タウンプロモーション強化！



ふるさと-Lab導入3年目。
有田町のタウンプロモーション強化！
ふるさと納税の費用対効果55倍以上！

出戻り寄付＆新規寄付者の獲得！



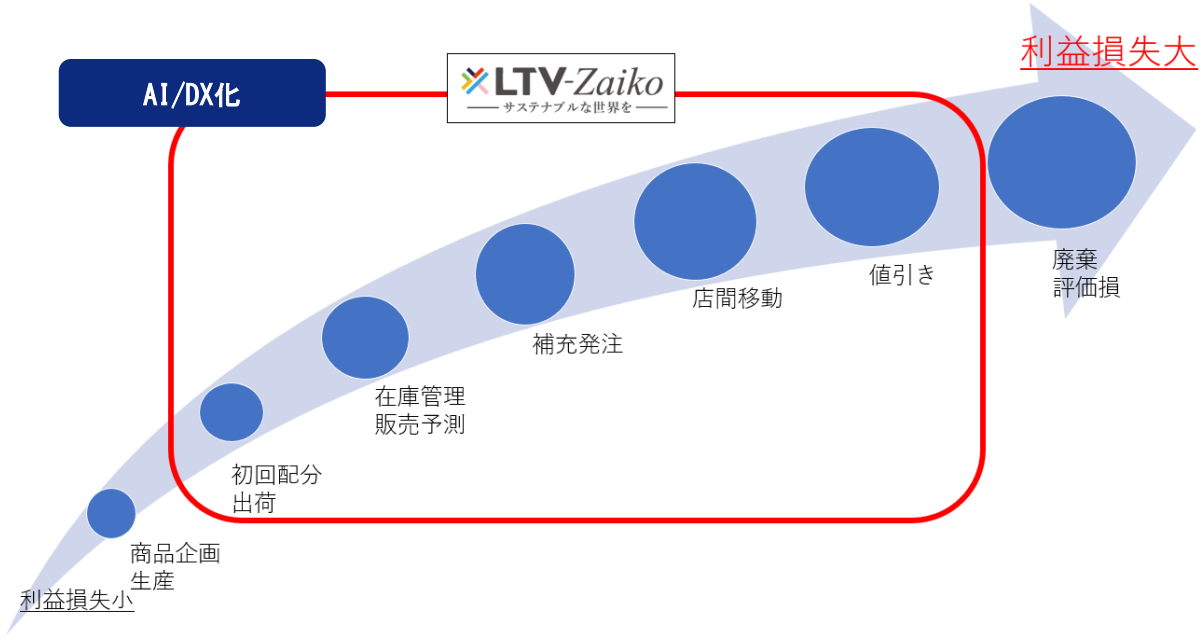
ふるさと -Lab 導入で
出戻り寄附 & 新規寄附者の
リピート転換に成功！
費用対効果は 280 倍以上！

© LTV-X Inc.

LTV-Zaikoの概要

～廃棄商品をなくしサステナブルな世の中に～

サステナブルをテーマに経営改善ができる在庫コントロールシステムです。
販売状況をAIが分析し、需要予測から発注量、店舗移動数・最適価格を提示する
小リソースで運営可能な在庫コントロールシステムです。



提供機能

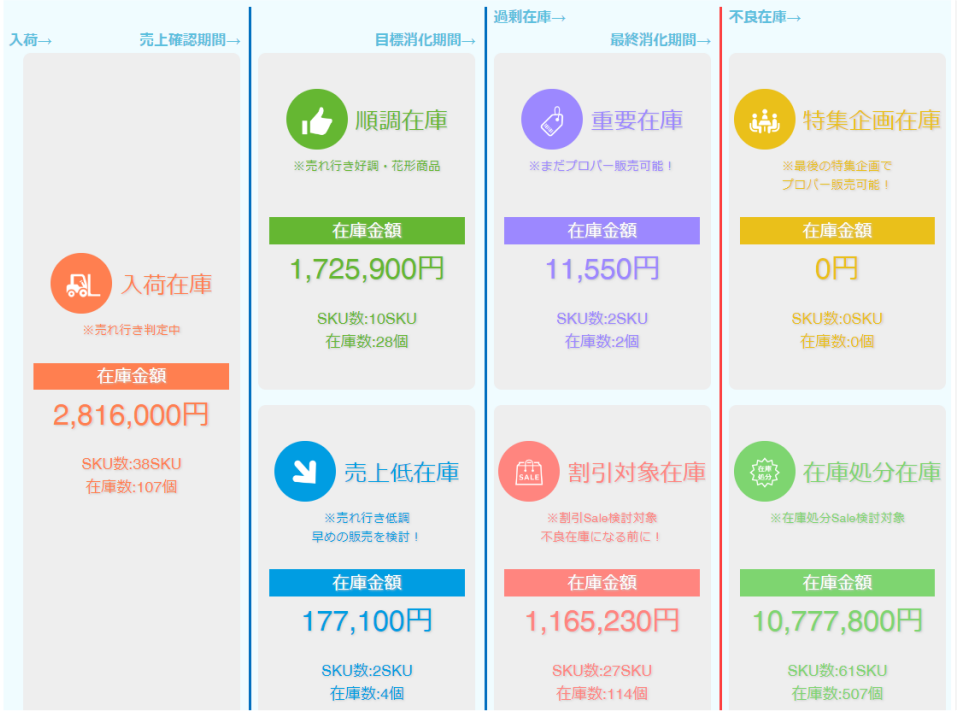
- 在庫分析・マッピング機能
- AI需要予測機能
- 補充発注アラート機能
- 店間移動推奨機能
- 売価変更推奨機能
- EC販売強化機能

© LTV-X Inc.

LTV-Zaikoの機能概要（一例）

●LTV-Zaikoの在庫分析・マッピング機能では、全商品を7ステージにわけて分析・可視化することができます。
在庫状態（売れ行き商品・過剰在庫・不良在庫 等々）が一目で確認できる機能です。

在庫分析・マッピング機能



© LTV-X Inc.

ITreview Grid Award 2026 Springに選出



●LTV-Labは、アイティクラウド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：黒野 源太）運営の IT 製品レビュープラットフォーム「ITreview （アイティレビュー）」において、**「ITreview Grid Award 2026 Spring」**

CRM ツール部門、MA ツール部門で**「Leader」**に選出されました。

LTV-Lab 受賞カテゴリー
CRM ツール：https://www.itreview.jp/categories/crm
MA ツール：https://www.itreview.jp/categories/ma

※ITreview Grid とユーザーの高満足度の称号である Leader とは
ビジネス向けIT製品・クラウドサービスのレビュープラットフォーム「ITreview（アイティレビュー）」では、集まったリアルユーザーのレビューをもとに、顧客満足度や市場での製品認知度が把握できる独自の四象限マップ「ITreview Grid」を展開しています。
4月に発表された「ITreview Grid Award 2026 Spring」では、ITreviewに集まった約15.7万件のレビューをもとに、顧客満足度と認知度の双方が優れた製品を「Leader」として表彰、バッジが発行されています。ITreviewのLeaderは、多くの利用者から支持を得ている証であり、名誉ある称号です。
なお、大企業や中堅企業、中小企業といった各企業規模のユーザーから高評価だった場合にも、大企業部門のLeader、中小企業部門のLeaderなどと称号が与えられています。さらに、3年間連続でLeaderを取得している製品には「3年連続Leader」、5年間連続の製品には「5年連続Leader」のバッジが発行されております。絶え間なくユーザーレビューを収集しユーザーの声に耳を傾けつつ、評価され続けた製品が受賞しております。

アワードの詳細は下記専用ページもご参照ください。
URL：https://www.itreview.jp/award/2026_spring.html

© LTV-X Inc.

「Best Software in Japan 2025 Rookie of the Year」TOP４ に選出

LTV-X

LTV-Lab



●LTV-Labは、アイティクラウド株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長 兼 CEO：黒野 源太）運営の IT 製品レビュープラットフォーム「ITreview （アイティレビュー）」において、**「Best Software in Japan 2025」の Rookie of the Year** において **TOP4** に選出されましたことをお知らせいたします。

※Rookie of the Year とは 2025 年版ランキングでは、期待の新星である 2023 年以降に新たにリリースされた製品・サービスを対象とした「Rookie of the Year」部門を新設。

【Rookie of the Year 評価方法】
2024 年 4 月～2025 年 3 月の 1 年間、ITreview でリアルユーザーのレビューを 10 件以上獲得し、2023 年 4 月以降にリリースされた製品の内、ユーザーから高い評価を受けた製品・サービスを選出しています。

Rookie of the Year -Best Software in Japan 2025-
URL：https://www.itreview.jp/lp/rookie/2025.html

※「ITreview」について
ITreview とは、法人向け IT 製品・クラウドサービスのリアルユーザーが集まるレビューサイトです。製品検討者においてはユーザーにより投稿されたレビューや製品情報の閲覧ができ、ビジネスの現場で受け入れられている顧客満足度の高い製品を確認できます。また、製品ユーザーにおいては、自身が活用する製品評価をレビューとして投稿でき、自身の IT 活用にまつわるナレッジをシェアできます。情報共有、セールス、マーケティング、会計、IT インフラ、セキュリティ、開発などといった約 13,000 製品とそれらに関するレビューを約 13.4 万件掲載しています。
https://www.itreview.jp/

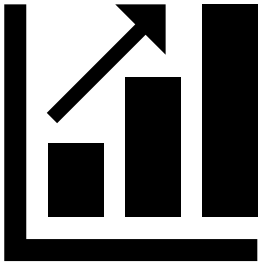
© LTV-X Inc.

収益モデル

●当社の売上は、ストック収入とスポット収入の大きく分けて2つのモデルとなります。

ストック収入モデル

・月額利用料　等

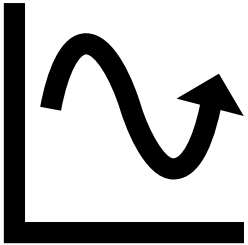


※売上全体の90%以上を占める

＋

スポット収入モデル

・初期費用
・カスタマイズ開発費用　等



※売上全体の約10%を占める
※季節性はなく、顧客の要望や開発要件に基づき、売上高と計上時期が変動するモデルです。

© LTV-X Inc.

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

4　競争優位性

5つの競争優位性

1

ビジネスモデル：独自ビジネスモデルによる生産性の高さ

他SaaS企業にはない、独自のビジネスモデルを実施。外部開発パートナーによる実装、多数の販売パートナーとの連携を組み合わせることで、効率的な組織運営を実現し一人当たり売上高を高めます。

2

プロダクト戦略：SaaSとスクラッチの開発の二刀流戦略

SaaSの汎用性とスクラッチ開発の独自性の両方のメリットを生かした製品戦略を実施。

3

価格戦略：ビジネスモデル実現により低単価での提供を可能にする

ビジネスモデルを実現化することで、SMB企業を対象に安価なクラウドシステムの提供が可能になりました。
多くのSMB企業に利用いただくことにより、パーパスの実現化を目指します。

4

カスタマーサクセスチームによる成果型支援

知見豊富なカスタマーサクセスが、単なるツール導入に留まらず、クライアントが自走して結果を出すための伴走型コンサルティングを提供。

5

現場の声を起点としたプロダクト開発の好循環

支援を通じて蓄積された顧客要望やノウハウを、スピーディーに新機能や新サービスへ反映させる
独自の開発サイクルを確立。

© LTV-X Inc.

競争優位性１：独自ビジネスモデル

■独自ビジネスモデル



【特徴】

①SaaSのコスト要因である「開発コスト」「営業コスト」をパートナーを活用することで低コストでの運営を実現。
当社は企画・運用（CS）に集中することで、複数プロダクトを同時並行に開発・展開し、低コストで
マルチプロダクト戦略を実現させることが可能になりました。

②①の実現によりCS（カスタマーサクセス）へ注力できる環境を整えました。これにより、顧客の声を素早くプロダクト開発へ反映できるSaaSとしての強みを確立し、継続率の向上とチャーンレートの低減を実現いたしました。

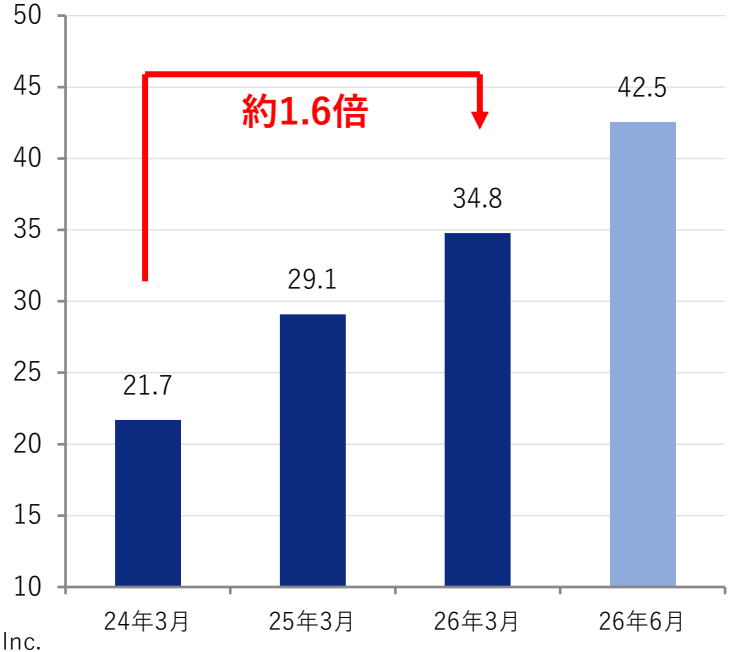
© LTV-X Inc.

競争優位性１：独自ビジネスモデルによる生産性向上の推移

クラウドサービスの新機能開発から提供までをスピーディーに実現する点であります。カスタマーサクセスが要件定義を行い、外部開発パートナーによる実装、および多数の販売パートナーとの連携を組み合わせることで、効率的な事業推進体制を構築
一人当たりのARRは、2年前と比較して、**約1.6倍**、一人当たりの営業利益は、2年前と比較して、**約2.3倍**となっております。

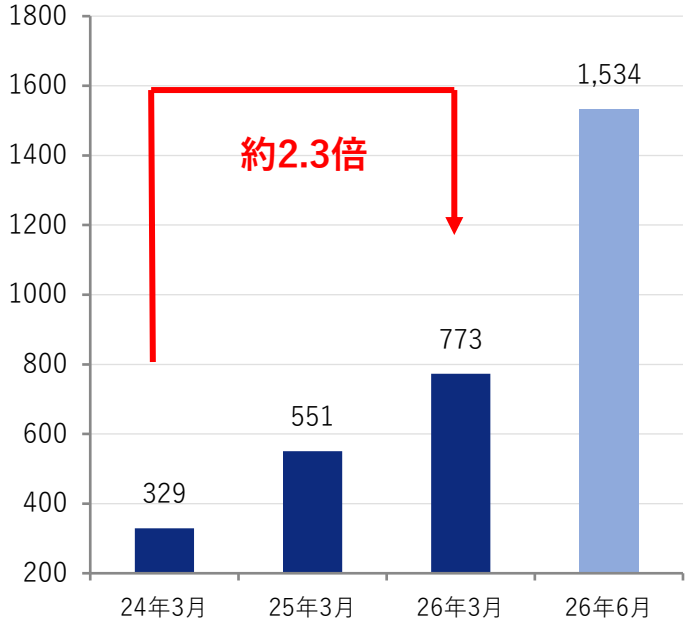
一人当たり(ARR)/年：百万円

※ 期末時点の直近3カ月平均の1人当たり売上高（ARR）。



一人当たり営業利益/月：千円

※期末時点の直近3カ月平均の1人当たり営業利益。



© LTV-X Inc.

競争優位性２：プロダクト戦略

■SaaS型とスクラッチ開発型の両方のメリットを提供

（SaaS型・スクラッチ開発型・LTV-Xシリーズ　の比較表）

	SaaS型	スクラッチ開発型	LTV-Xシリーズ
導入	○ （低い）	× （高い）	○ （低い）
コスト	○ （比較的安価）	× （高価）	◎ （安価）
カスタマイズ	△ （低い）	○ （高い）	○ （SaaS＋カスタマイズ）

【特徴】
SaaS型では要望は満たせない、スクラッチ型では費用増大になる、という企業課題を解決。

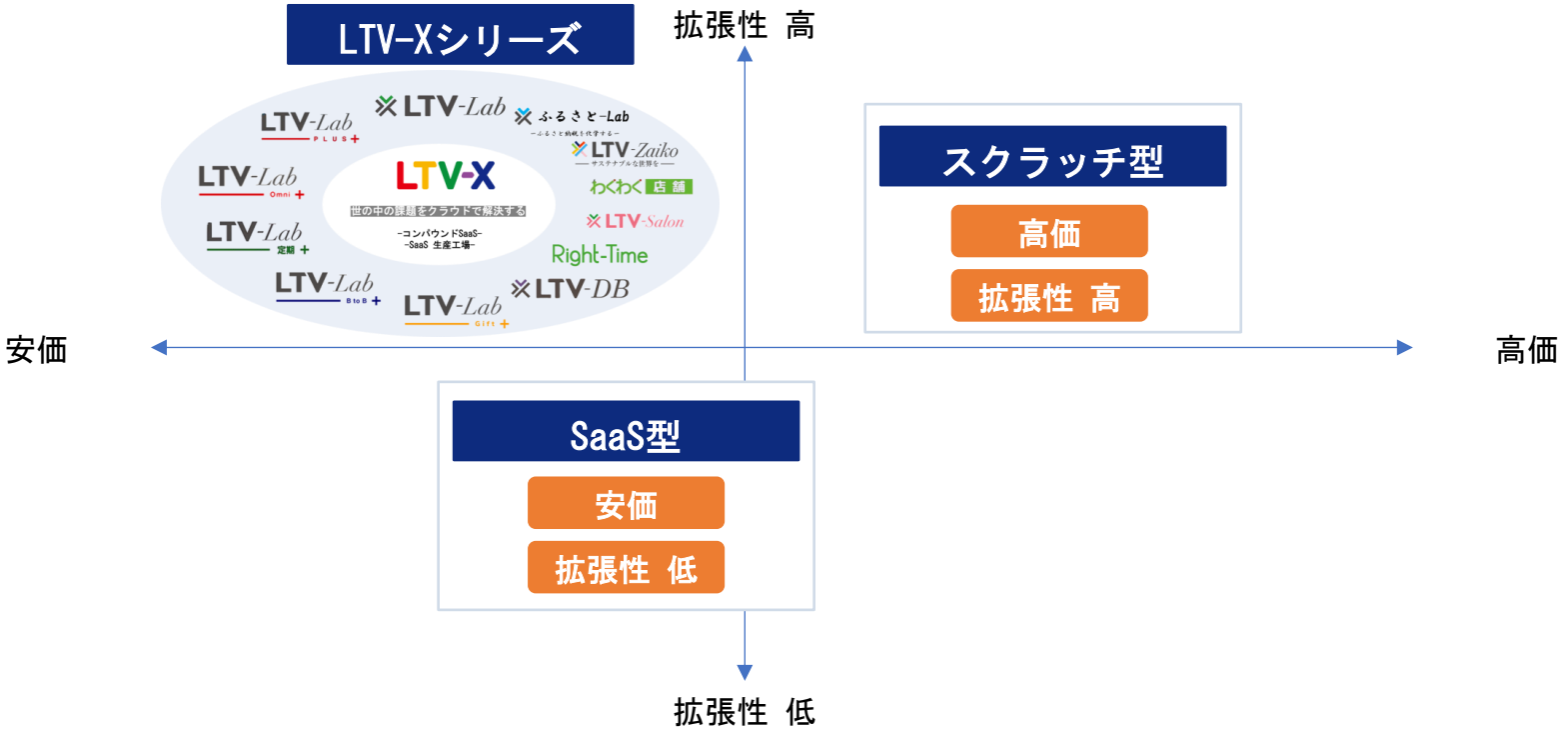
汎用的な部分はSaaS型で月額費用、そこに各企業の要望部分の開発を加えることで、
SaaSでもない、スクラッチでもない、新たなアジャイルシステムの提供により、利用継続率の最大化を実現いたしました。

© LTV-X Inc.

競争優位性３：価格戦略

■「低価格×高拡張性」でアーリーステージからの伴走を実現

「低価格×高拡張性」を強みに導入ハードルを下げ、アーリーステージからのCRM実践を支援。
企業の成長に合わせた柔軟な拡張機能で長期的伴走を実現し、顧客の成長とともに自社LTVの最大化を図ります。



© LTV-X Inc.

競争優位性４：カスタマーサクセスチームによる成果型支援

専門知識を持つCSチーム



各分野の運用・分析手法に精通したカスタマーサクセス担当者が、クライアントをチームでサポートします。

個別コンサルティング



クライアント企業毎の状況・課題に合わせた運用提案を定期的に実施し、継続的に伴走支援します。

PDCAを回し続ける状態へ



クライアントとともに「ツール導入」から「PDCAを回し続け結果を出す」状態へと変化していきます。



LTV向上という共通認識へ

コンサルティングの過程で、当社とクライアント企業の間に「LTV向上」という共通目標認識が醸成され、長期的なパートナーシップを実現します。

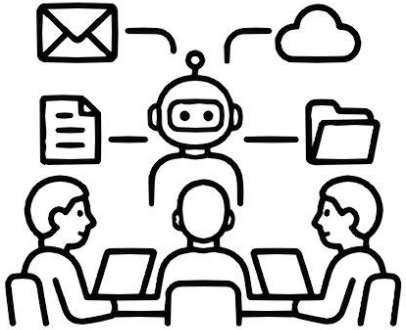


ノウハウの継続的な蓄積

多様なクライアントからの要望やコンサルティング実績が蓄積され、サービス品質の継続的な向上とともに横展開が可能な状態になります。

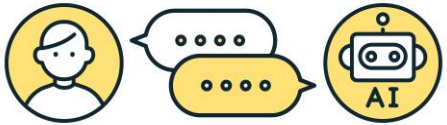
© LTV-X Inc.

競争優位性４：カスタマーサクセスチームによる成果型支援



当社のカスタマーサクセスチームが業務効率化が高く生産性が高い、圧倒的に業務の短縮化を図れている理由の一つに自社開発したAI活用があります。

社内データ（仕様書・機能説明等）や過去問い合わせデータをAIに読込・学習させ、お客様からの問い合わせを入力すると、社内データを瞬時に検索し表示して、メールの回答まで自動生成することができます。



新サービス

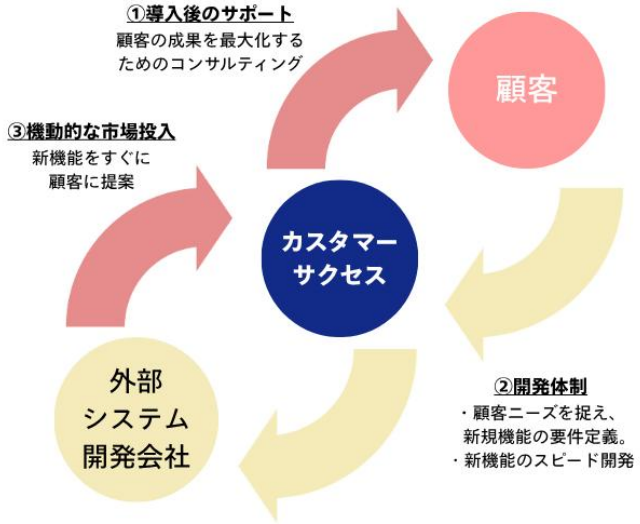
●AI-Lab for works（仮称・販売時期未定）

社内データや問い合わせデータをAIに読込・学習させ、チャットにお客様からの問い合わせを入力するだけで、社内データを瞬時に検索し表示して、メールの回答まで自動生成が可能となるサービス

© LTV-X Inc.

競争優位性５：現場の声を起点とした好循環且つ効率的なプロダクト開発

カスタマーサクセスチームが要望やノウハウを元にサービス・新機能のクラウドサービスを提案することにより、
新しい価値をクライアントに提供することが可能となる好循環且つ効率的な仕組みを構築。



1

導入後のサポート

顧客の成果を最大化するためのコンサルティングとともに顧客ニーズの把握とノウハウ蓄積

2

開発体制

顧客ニーズを捉えた新規機能の要件定義をもとに外部の開発パートナーが迅速に機能開発、実装します。

3

機動的な市場投入

新機能・サービスを要件定義から提供までのリードタイムを最小化し、最短で提案します。

新しい価値の提供

コア業務への集中とスピードを両立した開発体制を構築し、迅速な機能提供がクライアント満足度を高め、結果新たな要望を生む「好循環」が生まれます。

© LTV-X Inc.

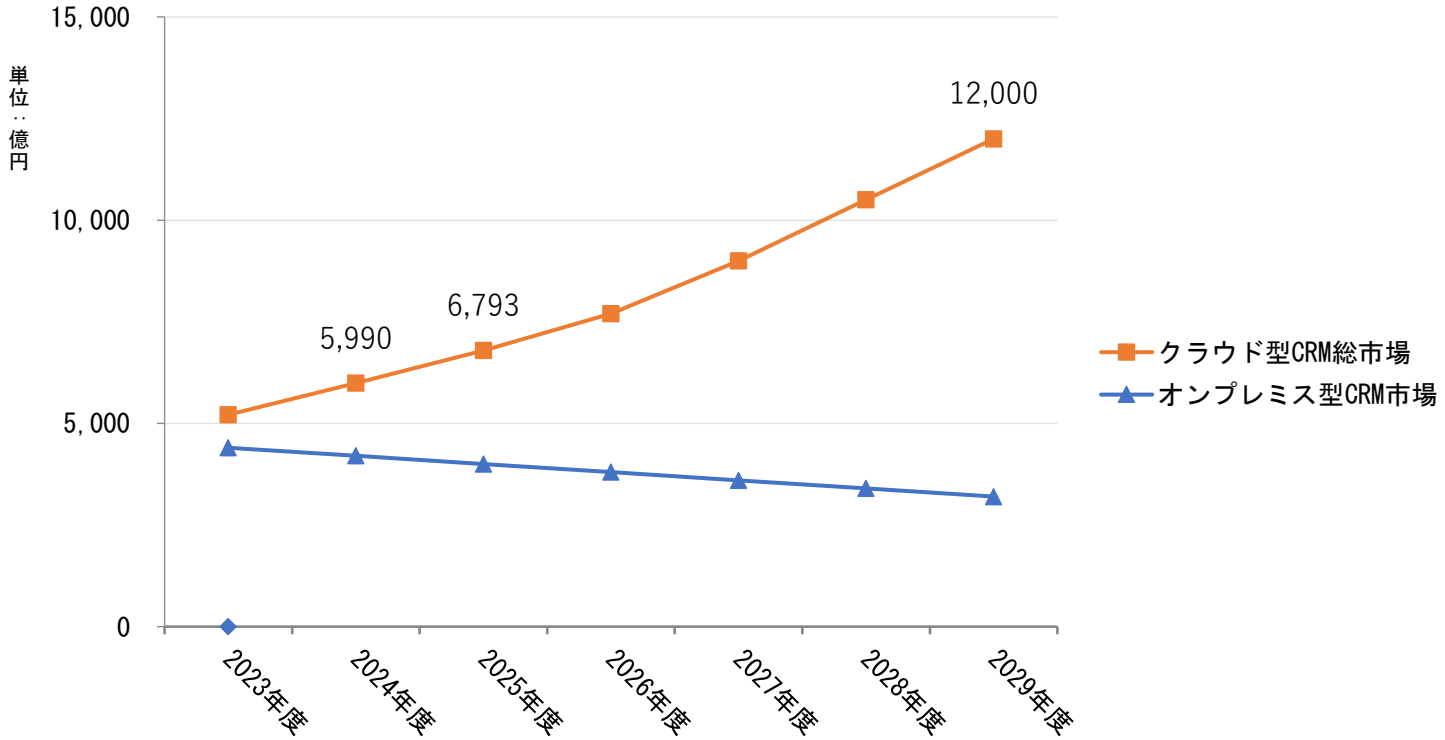
目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

5 市場環境

市場規模（プロダクト別）の推移：①クラウド型CRM

LTV-Labシリーズが属するクラウド型ＣＲＭ市場の市場規模は2024年度に前年比114.9%の**5,990億円**。2025年度は前年比113.4%の**6,793億円**となる見込み、2029年度には**1.2兆円超**の市場予測

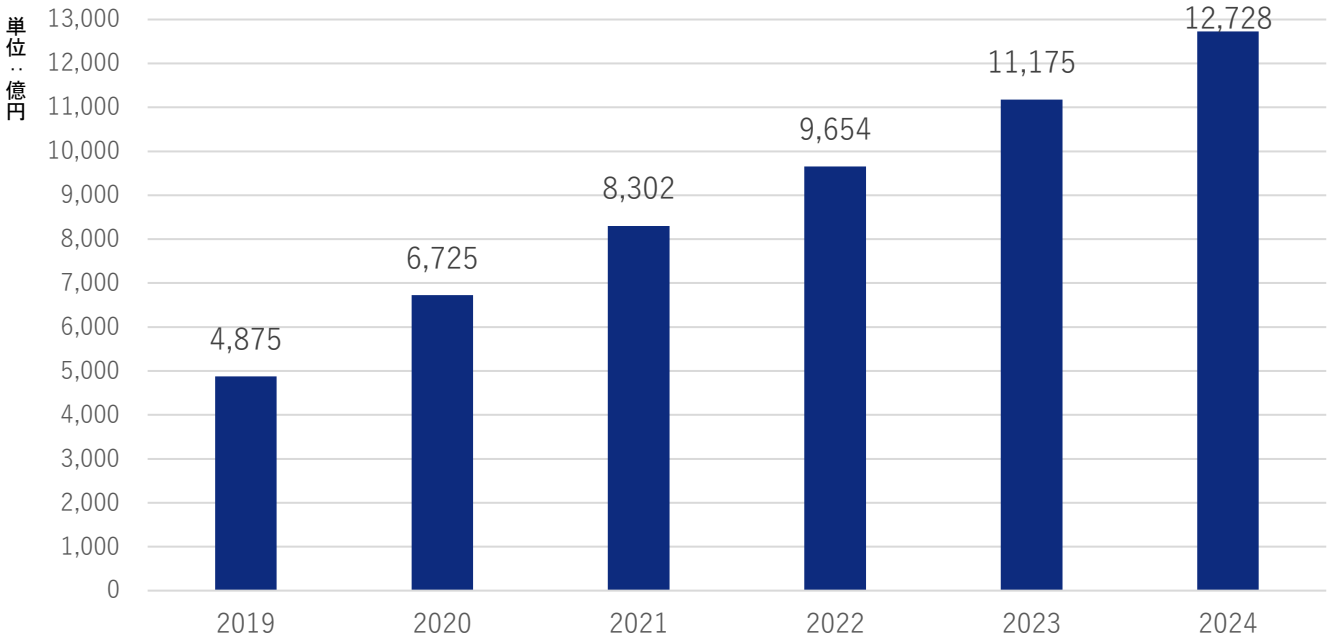


出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所　マーテック市場の現状と展望 2025年度版クラウド型CRM市場編 （第9版）https://mic-r.co.jp/mr/03620/）

© LTV-X Inc.

市場規模（プロダクト別）の推移：②ふるさと納税

「ふるさとＬａｂ」が属するふるさと納税の市場規模は2019年度には4,875億円でしたが、2024年度にはその市場規模は**１兆2,727億円**にまで成長しました。今後の取り組みは、新規獲得を目指しながら、同時に既存顧客をロイヤル化（リピーター化・固定化）することに重点を置く施策へシフトしていくことがますます見込まれます。

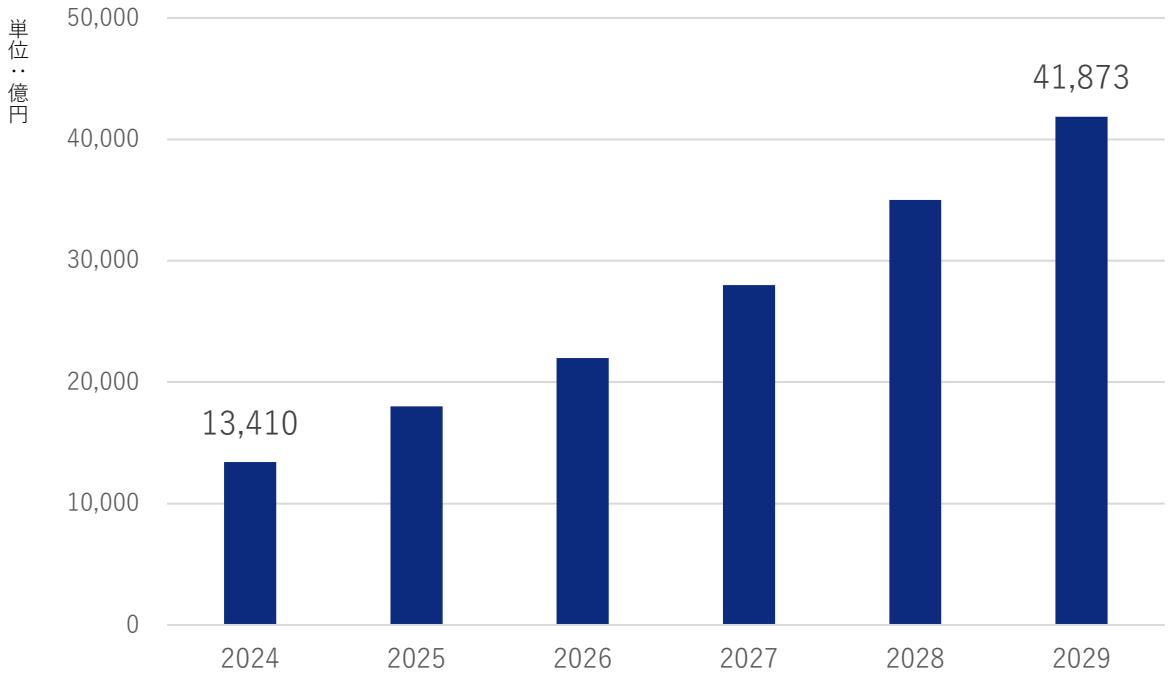


出典：総務省による『ふるさと納税に関する現況調査結果（令和７年度実施）

© LTV-X Inc.

市場規模（プロダクト別）の推移：③国内AIシステム（展開市場）

2024年の国内AIシステム市場は、前年比56.5%増の**1兆3,412億円**（支出額ベース）となり、同市場の2024年～2029年の年間平均成長率（CAGR：Compound Annual Growth Rate）は25.6%で推移し、2029年の市場規模は2024年比で3.1倍の**4兆1,873億円**になると予測されています。



出典：IDC「2024年国内AIシステム市場予測を発表」

© LTV-X Inc.

対象とする市場規模全体の総和

2024年時点で、クラウド型CRM市場0.6兆円、ふるさと納税市場1.2兆円、国内AIシステム市場1.3兆円で今後もさらに市場拡大が予想され、当社はより多くのSaaSサービスを展開し、既存および新市場への投入をしていきます。

合計
3.1兆円

国内AIシステム市場：1.3兆円※1

ふるさと納税市場：1.2兆円※2

クラウド型CRM市場：0.6兆円※3

※1:IDC「2024年国内AIシステム市場予測を発表」
※2:総務省による『ふるさと納税に関する現況調査結果（令和７年度実施）
※3:デロイト トーマツ ミック経済研究所　マーテック市場の現状と展望 2025年度版クラウド型CRM市場編（第9版）https://mic-r.co.jp/mr/03620/）

© LTV-X Inc.

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. **成長戦略**
7. リスク情報

6 成長戦略

成長戦略の3つのフェーズ

フェーズ 1

LTV-100（SaaSの量産によるデータ構造化）

現場のデータを整理・構造化するため100種類のSaaSを連動させる「コンパウンドSaaS」を目指し、企業の様々な課題を解決。

フェーズ 2

AIによる最適化（AIエージェンティックAPI構想）

SaaSに蓄積された膨大な構造化データをAIへ集約し、ツールを横断し業種や企業規模等、最適化された「LTV最大化モデル」を生成します。当社はSaaSを通じて収益化（マネタイズ）とデータ蓄積を同時に実現します。

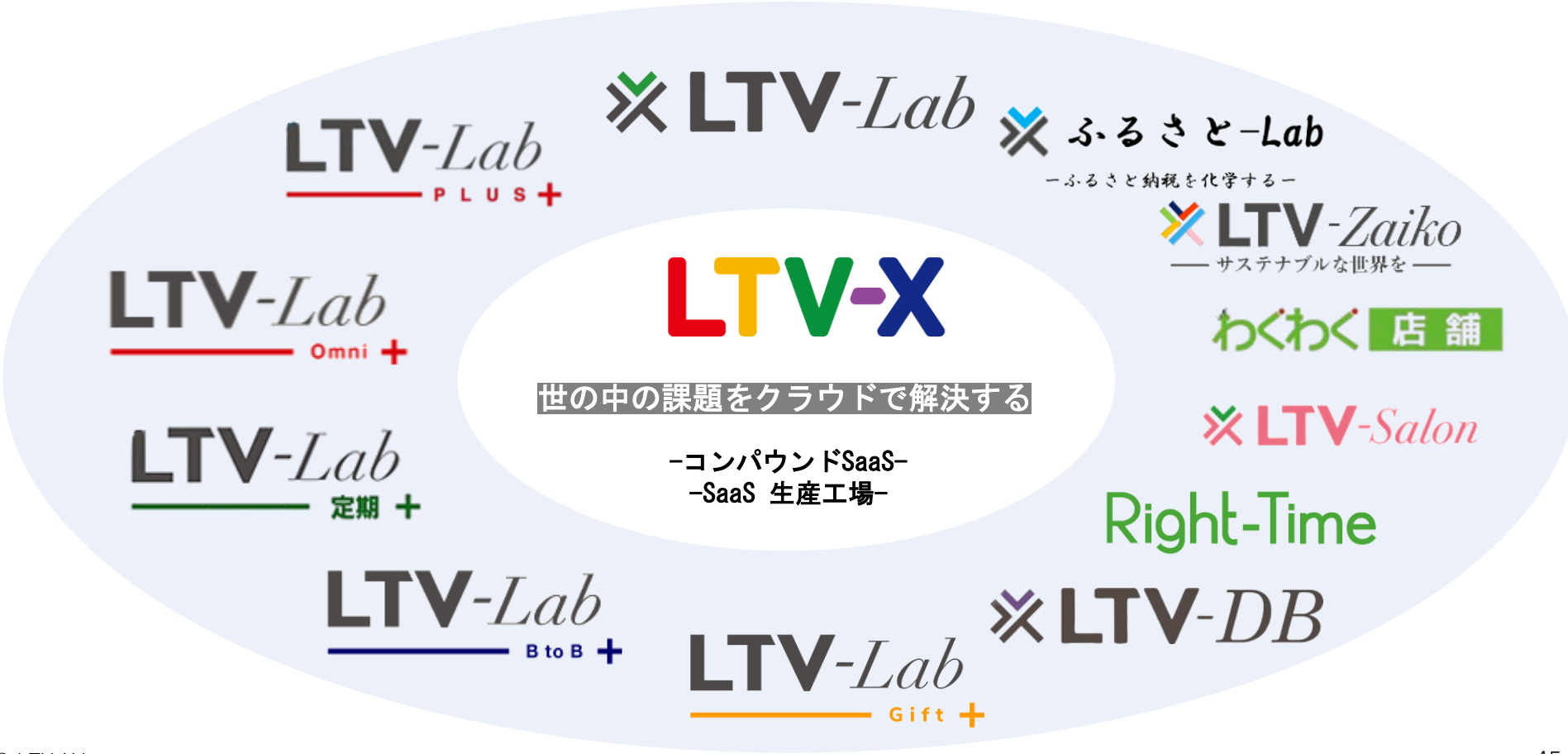
フェーズ 3

次世代AIマーケティング＆ビジネスイノベーション（多角的分析と新ビジネス創出）

各SaaSに蓄積されたデータと外部データを集約したビッグデータを活用し、AIで高度に分析。自社だけでは見えなかった市場の全体像や業界の標準、潜在ニーズを解明し、新ビジネス創出や競争力強化を圧倒的な精度とスピードで実現します。

© LTV-X Inc.

フェーズ１ ：LTV-100SaaS構想



© LTV-X Inc.

今後の成長戦略（フェーズ１）

フェーズ１ : LTV-100SaaS
（SaaSの量産によるデータ構造化）



●現場のデータを整理・構造化するため100種類のSaaSを連動させる「コンパウンドSaaS」を目指し、企業の様々な課題を解決していきます。
●フェーズ２に向けた強力な基盤創りのフェーズ。

1. LTV-Labの共通基盤を活かし、さらに周辺業務をカバーするSaaSを量産しマネタイズ化。幅広い業務領域を網羅し、各企業の重要資産である1stPartyDataを蓄積する。

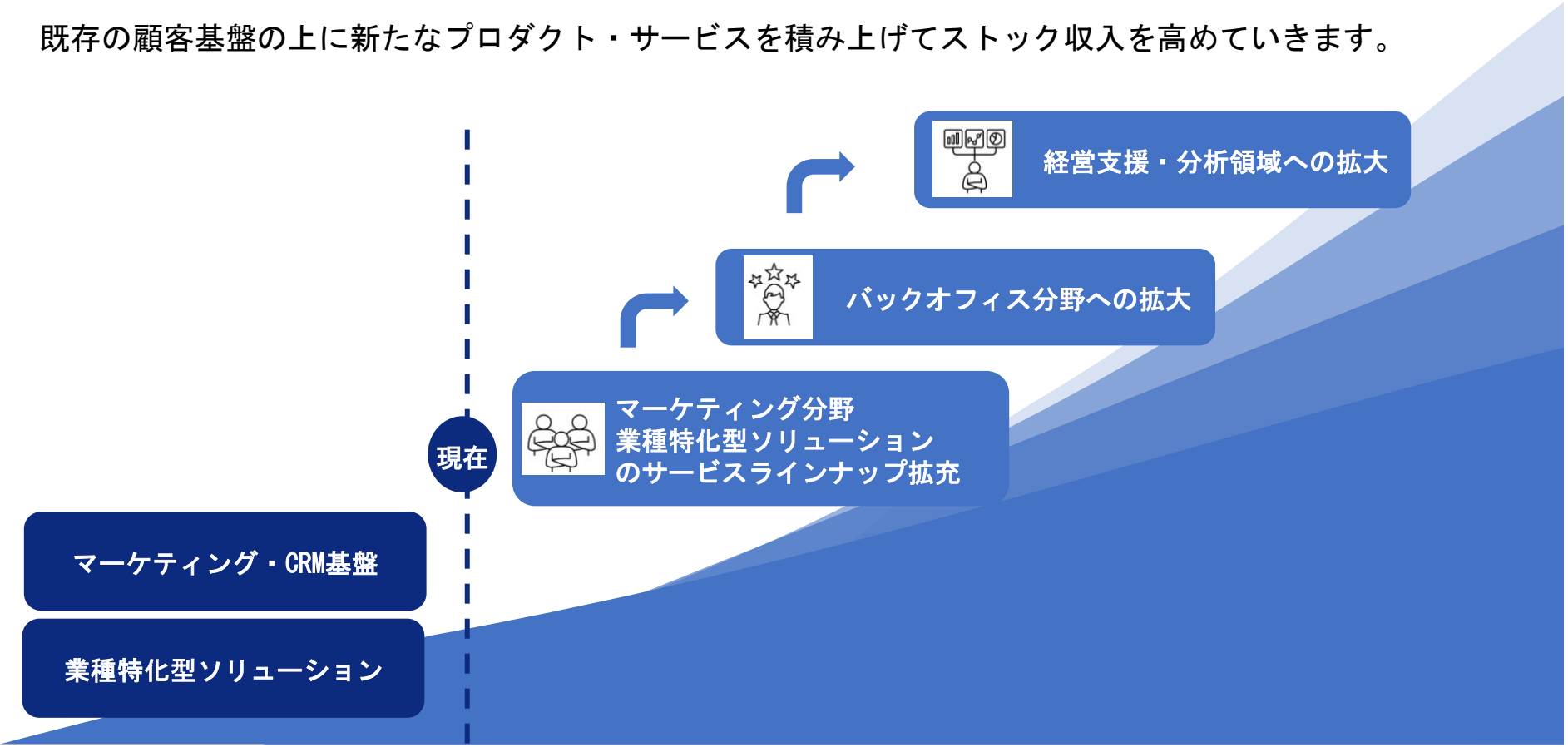
2. 蓄積された1stPartyDataを、フェーズ２であるAIと連携させることにより、各企業が汎用的且つセキュアに自社データを連携・活用できる基盤を構築する。

3. 蓄積した構造化データを武器に、新市場・業界へ進出。既存の枠組みを超え、市場シェアを狙う。

© LTV-X Inc.

今後の成長戦略（フェーズ１）

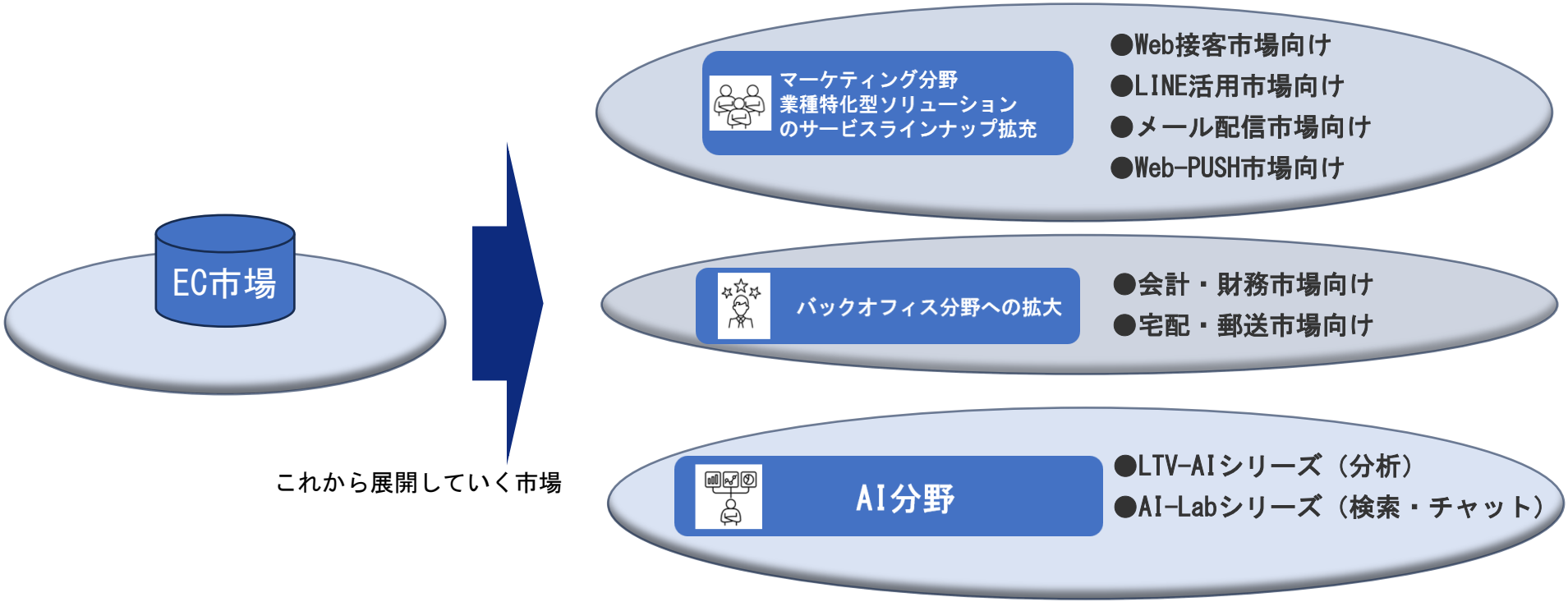
既存の顧客基盤の上に新たなプロダクト・サービスを積み上げてストック収入を高めていきます。



© LTV-X Inc.

今後の成長戦略（フェーズ１）

現在はEC市場が中心ですが、今後は、EC市場でのノウハウを活かして、
他市場向けに展開し、事業規模の拡大を図ります。
具体的には、下記の市場で Horizontal/Vertical-SaaS の新シリーズ・プロダクト化を予定しています。



© LTV-X Inc.

成長戦略の3つのフェーズ

フェーズ 1

LTV-100（SaaSの量産によるデータ構造化）

現場のデータを整理・構造化するため100種類のSaaSを連動させる「コンパウンドSaaS」を目指し、企業の様々な課題を解決。

フェーズ 2

AIによる最適化（AIエージェンティックAPI構想）

SaaSに蓄積された膨大な構造化データをAIへ集約し、ツールを横断し業種や企業規模等、最適化された「LTV最大化モデル」を生成します。当社はSaaSを通じて収益化（マネタイズ）とデータ蓄積を同時に実現します。

フェーズ 3

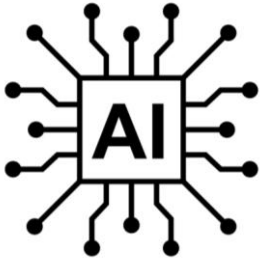
次世代AIマーケティング＆ビジネスイノベーション（多角的分析と新ビジネス創出）

各SaaSに蓄積されたデータと外部データを集約したビッグデータを活用し、AIで高度に分析。自社だけでは見えなかった市場の全体像や業界の標準、潜在ニーズを解明し、新ビジネス創出や競争力強化を圧倒的な精度とスピードで実現します。

© LTV-X Inc.

今後の成長戦略（フェーズ２）

フェーズ2：AIによる最適化
（AIエージェンティックAPI構想）



●当社はフェーズ１でLTV-100SaaS、SaaSの量産によるデータ構造化を実施し、SaaSを通じて収益化（マネタイズ）とデータ蓄積を同時に実現していきます。フェーズ１で実現した安定した収益でフェーズ２、AIによる最適化（AIエージェンティックAPI構想）の実現を目指します。
●現在フェーズ２に向けて、ログデータの取得・統合基盤の開発を進めており、データ活用の前提となる基盤整備に取り組み中。

1. 各サービス利用から得られる顧客行動データ等を、安全に且つ匿名化処理のうえで収集・蓄積する仕組みの整備
2. データをAIに学習させることにより、業種・業態・企業規模ごとに最適化されたLTV最大化モデルを自動的に生成
3. 生成されたモデルを再度各サービスにフィードバックし、クロスセル・アップセル、離脱防止など顧客企業の成長に直結する提案を自動化

© LTV-X Inc.

成長戦略の3つのフェーズ

フェーズ 1

LTV-100（SaaSの量産によるデータ構造化）

現場のデータを整理・構造化するため100種類のSaaSを連動させる「コンパウンドSaaS」を目指し、企業の様々な課題を解決。

フェーズ 2

AIによる最適化（AIエージェンティックAPI構想）

SaaSに蓄積された膨大な構造化データをAIへ集約し、ツールを横断し業種や企業規模等、最適化された「LTV最大化モデル」を生成します。当社はSaaSを通じて収益化（マネタイズ）とデータ蓄積を同時に実現します。

フェーズ 3

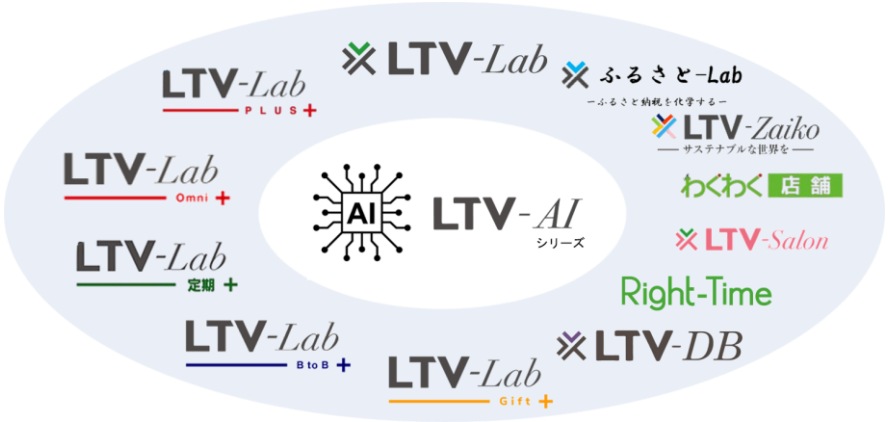
次世代AIマーケティング＆ビジネスイノベーション（多角的分析と新ビジネス創出）

各SaaSに蓄積されたデータと外部データを集約したビッグデータを活用し、AIで高度に分析。自社だけでは見えなかった市場の全体像や業界の標準、潜在ニーズを解明し、新ビジネス創出や競争力強化を圧倒的な精度とスピードで実現します。

© LTV-X Inc.

フェーズ3：次世代AIマーケティング＆ビジネスイノベーション

フェーズ3：次世代AIマーケティング＆ビジネスイノベーション



＋

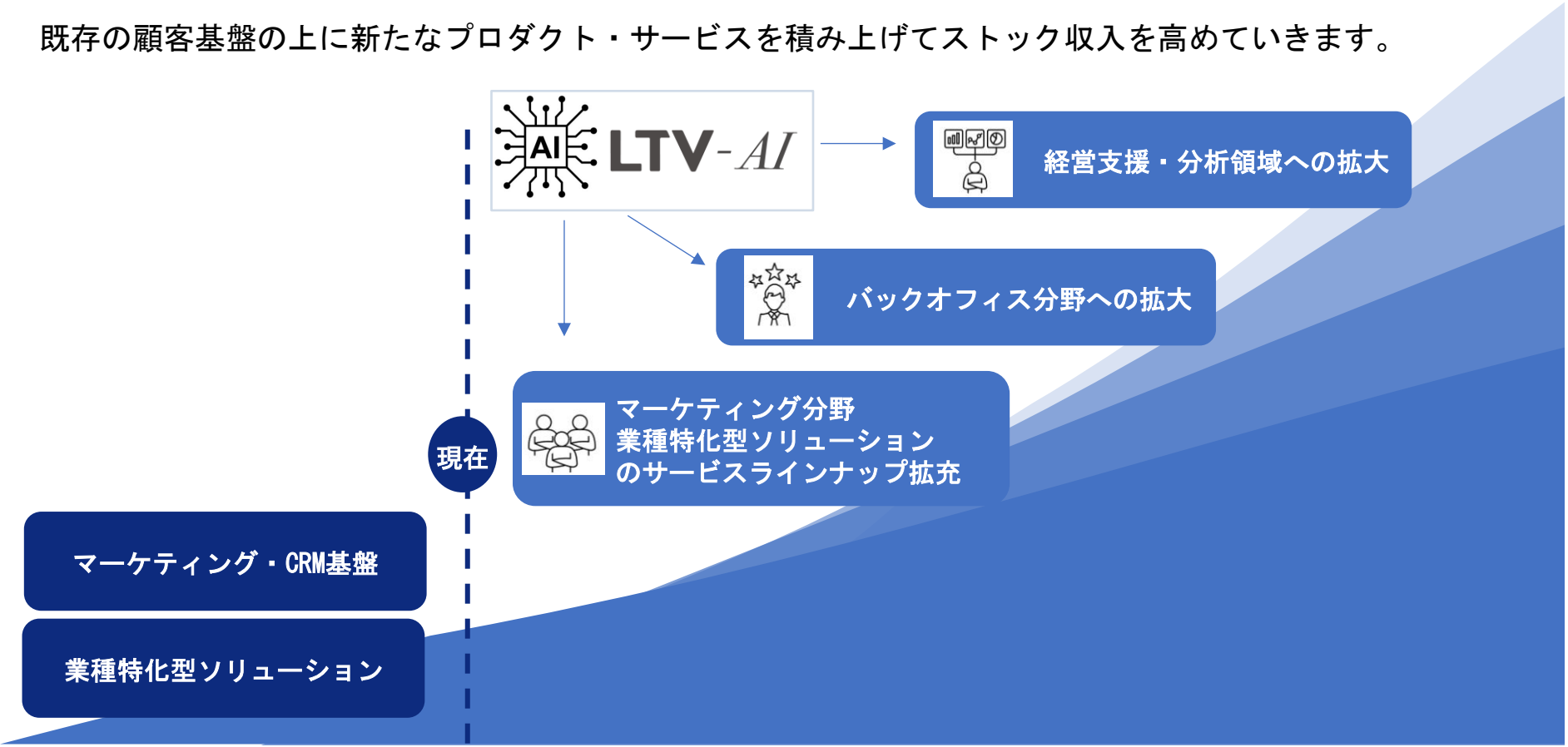


各SaaSに蓄積されたデータと外部データを集約したビッグデータを活用し、AIで高度に分析。自社だけでは見えなかった市場の全体像や業界の標準、潜在ニーズを解明し、新ビジネス創出や競争力強化を圧倒的な精度とスピードで実現します。

© LTV-X Inc.

今後の成長戦略（フェーズ１～３）

既存の顧客基盤の上に新たなプロダクト・サービスを積み上げてストック収入を高めていきます。



© LTV-X Inc.

目次

1. 会社概要
2. 業績ハイライト
3. 事業概要
4. 競争優位性
5. 市場環境
6. 成長戦略
7. リスク情報

7　リスク情報

事業遂行上の主要なリスク

本記載は、有価証券届出書の「事業等のリスク」に記載の内容のうち、主なリスクを要約したものです。
その他のリスクについては、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。

主要なリスクと対応策	発生可能性	影響度
【リスク】当社のサービスはインターネット経由で提供されており、サービス基盤は社内外のネットワークやシステムに依存しております。例えば自然災害や事故等により、電力供給の停止等の予測不可能な様々な要因により、ネットワークやシステムが停止した場合には、サービスを提供することが不可能となる場合があります。 **【対応方針】** 当社では、前述のような様々な状況下でも安定的にサービスを提供するため、サーバー設備の増強やバックアップ体制を整備しております。	中	大
【リスク】当社がサービスを提供するインターネット業界においては、新技術の開発及びそれに基づく新サービスの導入が頻繁に行われ、変化の激しい業界となっております。 **【対応方針】**当社は、技術革新や新しいトレンドには柔軟に対応していく必要があると考えているため、役職員が主体的に最新の技術動向や環境変化についての情報収集を支援する体制を整えているほか、優秀な人材の獲得及びリスキリング支援といった社員教育の拡充にも取り組んでおります。	中	中
【リスク】当社の売上高は、主力サービスである「ＬＴＶ－Ｌａｂシリーズ」に依存したものとなっております。2026年３月期においては全体の売上高の70%を超えております。当該リスクが顕在化する可能性の程度や時期を正確に予測することはできませんが、市場環境等の変化により「ＬＴＶ－Ｌａｂシリーズ」の売上高が著しく減少した場合、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。 **【対応方針】**主力サービスの安定供給を図るとともに、継続的に新たなシステム開発を行うことで、提供プロダクト・サービスの多角化を図り、ストック収益の拡大、特定のサービスに依存しないビジネスモデルの構築を推進し、リスクを分散することに注力してまいります。	低	大
【リスク】当社は、ジャストウェア株式会社への外注依存度が高い状態にあり、2026年３月期においては開発全体の84.4%を占めております。ジャストウェア株式会社の業績悪化・契約解除等、他の理由で契約が終了又は不利な変更があった場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。 **【対応方針】**当社サービスの開発・保守等を行うジャストウェア株式会社には、システム構築に関するノウハウが蓄積されており、現状は開発効率およびコスト面において継続的な取引が最適であると判断しております。また、ジャストウェア株式会社と適切な業務委託契約を締結し、業務委託料をレベニューシェアとすることで、当社サービスの拡大が同社の売上拡大にも寄与できる体制となっており、相互に成長期待が持てる体制及び関係性を構築しております。一方で、ソースコードは当社が管理しており、他開発会社への変更は可能であります。必要に応じて、外注開発先をマルチ化して、リスクの軽減を図ってまいります。	低	大

© LTV-X Inc.

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。

© LTV-X Inc.