



報道関係者各位
プレスリリース

2025年4月24日
株式会社エル・ティー・エス

プロダクト企画開発を伴走するコンサルティングサービスを本格開始
～自社プロダクト企画開発を成功へと導く「Product Climb」～

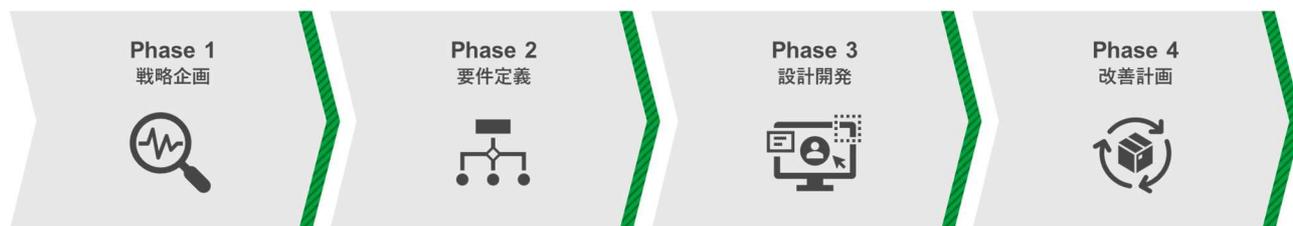
株式会社エル・ティー・エス（本社：東京都港区、代表取締役社長：樺島 弘明／以下、LTS）は、デジタルプロダクトの企画開発に課題を抱える企業に対し、プロダクト企画開発を単なる「モノづくり」として捉えず、「ビジネス企画（事業計画）」や「サービス企画（コトづくり）」という一段階高い視座を持ちプロダクト企画開発をご支援するコンサルティングサービスとして「Product Climb」の提供を開始しました。



Product Climb サービス紹介ページ：<https://lt-s.jp/service/articles/17149>

■サービス本格開始の背景

LTSは戦略からIT基盤構築まで幅広いサービスを提供していますが、昨今は企業が提供するプロダクトに対する企画支援やプロダクトマネジメント支援といった領域でのニーズが拡大しています。複数の業界・ビジネスモデルにおけるプロダクト企画開発支援の実績が充実してきたため、本格的に本領域のサービス提供を開始することを決めました。



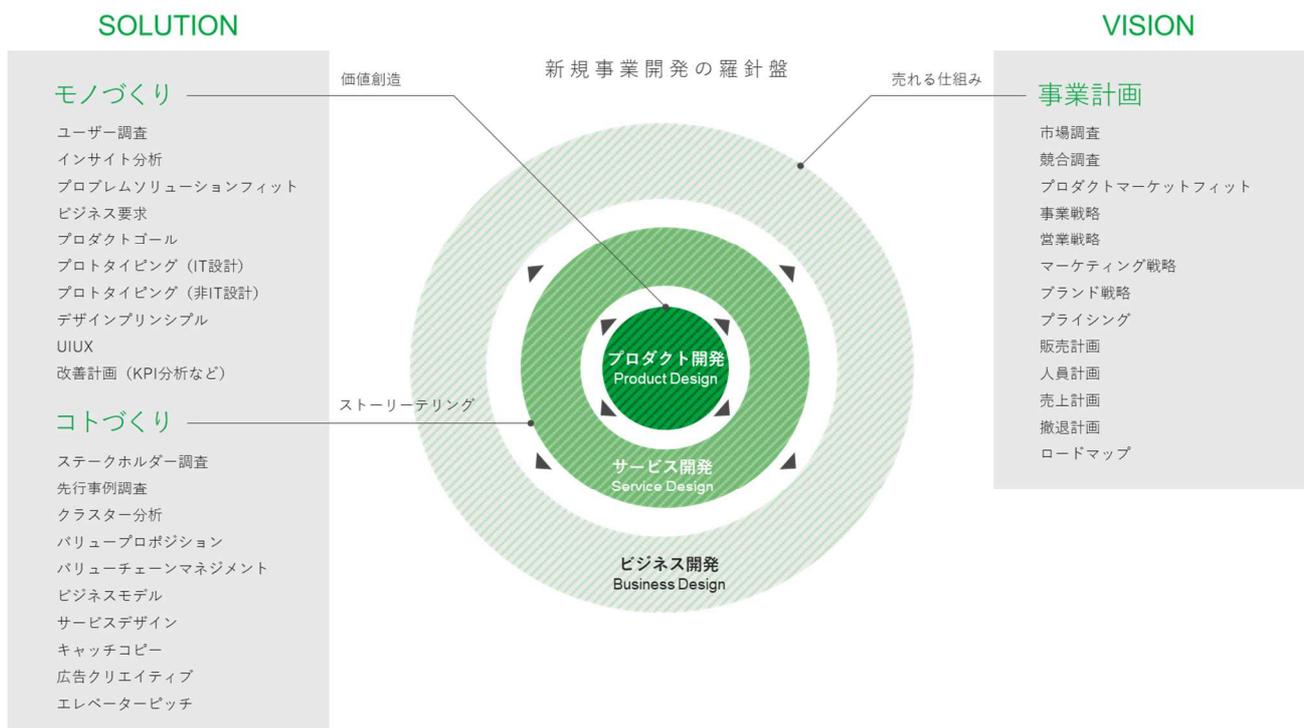
LTS のプロダクト開発支援実績（一部抜粋）

■ デジタルプロダクト開発の課題

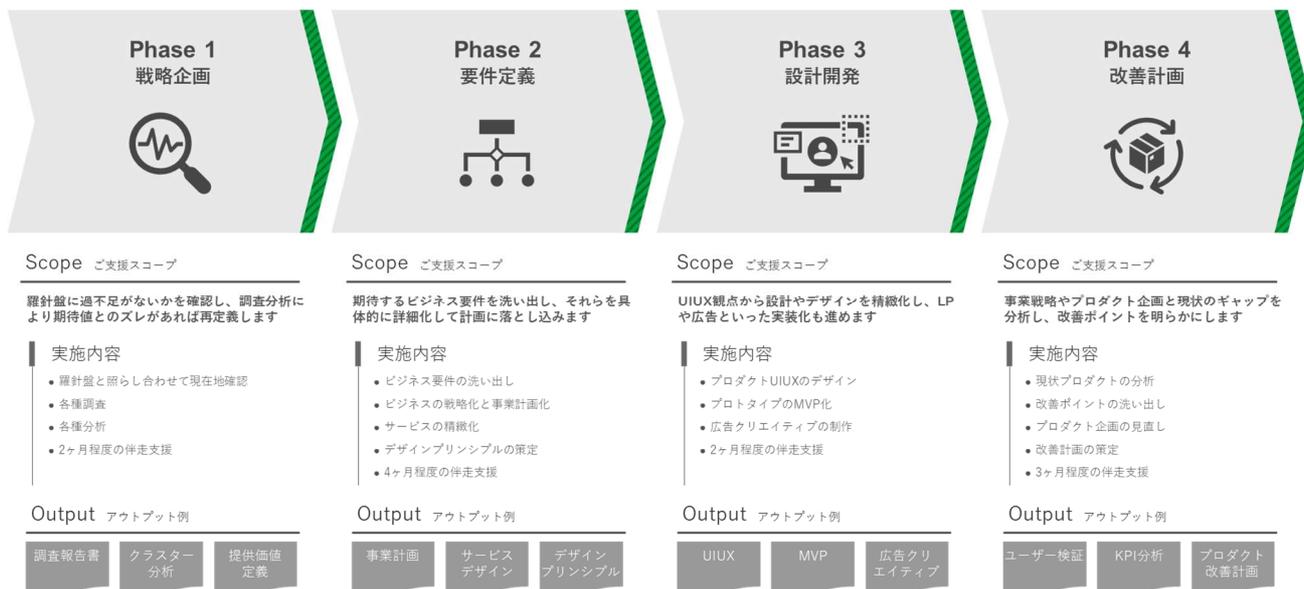
デジタルテクノロジーが急速に発展し、消費者のニーズが細分化・多様化する中で、顧客起点かつ素早くデジタルプロダクトを開発するニーズが高まっています。一方でデジタルプロダクトを開発する企業側においては、事業を推進できる適切な人材やノウハウが不足しており、やり方がわからない、自分たちで作って見たが失敗してしまった、効果がでない等の課題を抱えているのが現状です。

■ Product Climb について

「Product Climb」ではプロダクト企画開発を単なる「モノづくり」として捉えず、「ビジネス企画（事業計画）」や「サービス企画（コトづくり）」という一段階高い視座からプロダクト企画開発を捉えなおすことをサービスのコンセプトとしています。プロダクト企画開発における戦略企画・要件定義・設計開発・改善計画といった一連のプロセスを通して、お客様ご自身に「サービス企画」や「ビジネス企画」といった高い視座を同時に持っていただくことこそが、事業を成功に導くための羅針盤になると考えています。



お客様のプロダクト企画開発の状況に応じて、以下のアプローチから必要なお支援を組み合わせでご提供します。



■ サービスの特徴

1. エンドユーザーの本質的な課題・ニーズの深掘り

「プロダクトの提供価値は本当にエンドユーザーのニーズを叶えているのか？」そして「プロダクトが解決しようとしている課題はエンドユーザーに本当に望まれているのか？」を確認します。このようなプロダクト設計の根幹に関わる疑問に対して、開発の早い段階で明確な答えをもつことが重要です。

2. 企画の可視化

事業戦略をプロダクトに落とし込んでいくプロセスは、抽象的なものを徐々に具体的にしていく工程です。その上で重要なことは、要件定義をしてから設計図を作り可視化するのではなく、企画段階から少しずつ可視化していくことです。当初考えていたプロダクトの方針が様々なステークホルダーとの会話の中でずれていかなないように、企画段階の抽象的なフェーズから可視化を行い、抽象から具体へのプロセスをブレなく進めることが重要になります。

3. ビジネスアナリシス^{※1}手法による業務分析

toB プロダクトの場合、特に業務フローの分析は不可欠です。なぜなら、プロダクトはすべての業務プロセスをカバーできる訳ではなく、運用のプロセスも含めたソリューションを提案することがそのプロダクトの提供価値となるからです。ビジネスアナリシス手法を活用し、お客様の業務プロセスをプロダクトでカバーするサービス領域と運用でカバーするサービス領域に分解することで、トータルでお客様の課題解決提案ができるプロダクトの設計をすることが重要になります。

4. アジャイル開発手法の実践

道のりが長く、突然の変化への対応が求められるプロダクト企画開発のプロセスにおいて、その変化への対応力が高いアジャイルの手法は有効です。例えば、UI/UX の検討は従来型の開発プロセスでは要件定義後に行われることが多いですが、アジャイル的な考え方では、プロダクト企画の早期段階から、イメージしているプロダクトの提供価値を可視化し、実際に今作ろうとしているプロダクトにその提供価値が反映していきます。

5. 定性・定量分析からの改善計画の立案

プロダクト開発は作ったら終わりではありません。リリース後も KPI 分析や VOC、営業活動を通してのフィードバックなど定性情報、定量情報を組み合わせ、あらゆる角度から PMF（プロダクトマーケットフィット）^{※2}を確認していくことが重要になります。

■注釈

※1 ビジネスアナリシス：企業の課題やニーズを特定し、解決策を立案する手法

※2 PMF（プロダクトマーケットフィット）：自社の商品やサービスが顧客の課題を解決し、市場で受け入れられている状態

【株式会社エル・ティー・エスについて】

東京証券取引所 プライム市場（証券コード：6560） URL：<https://lt-s.jp/>

株式会社エル・ティー・エスは、デジタル時代のベストパートナーを目指し、お客様の変革実行能力を高めるためのコンサルティングを主軸としたプロフェッショナルサービスと、IT 業界の企業や人材をつなぎ新しいビジネス機会を創出するプラットフォーム事業を運営しています。

【本プレスリリースに関するお問い合わせ先】

株式会社エル・ティー・エス 広報担当 E-Mail：info@lt-s.jp