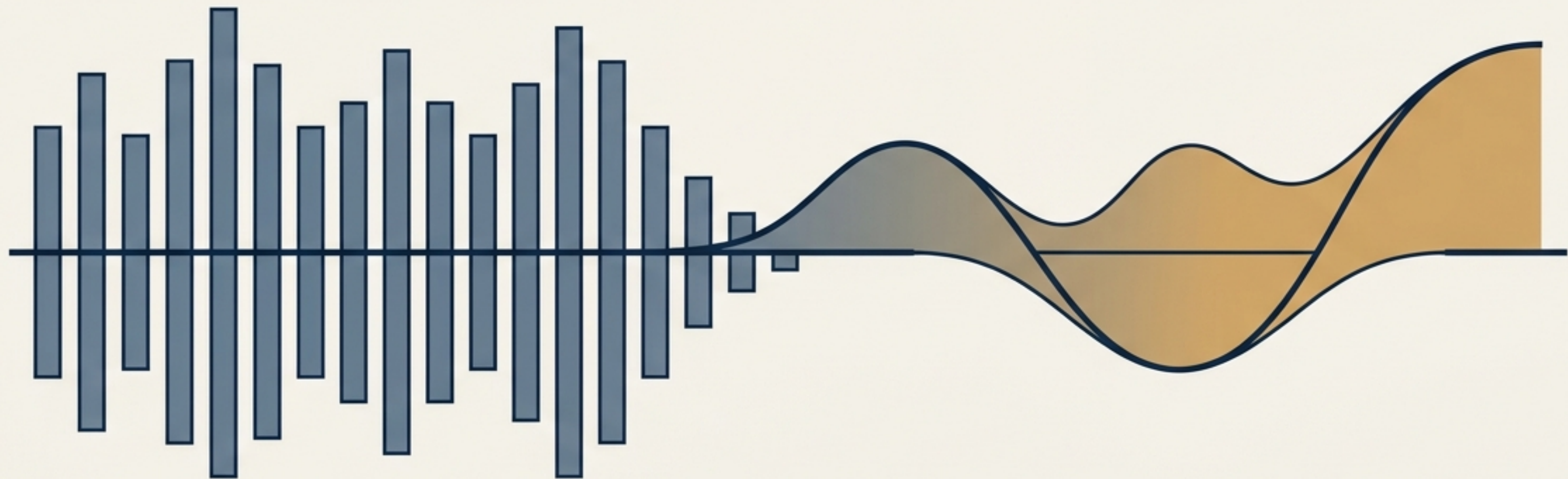
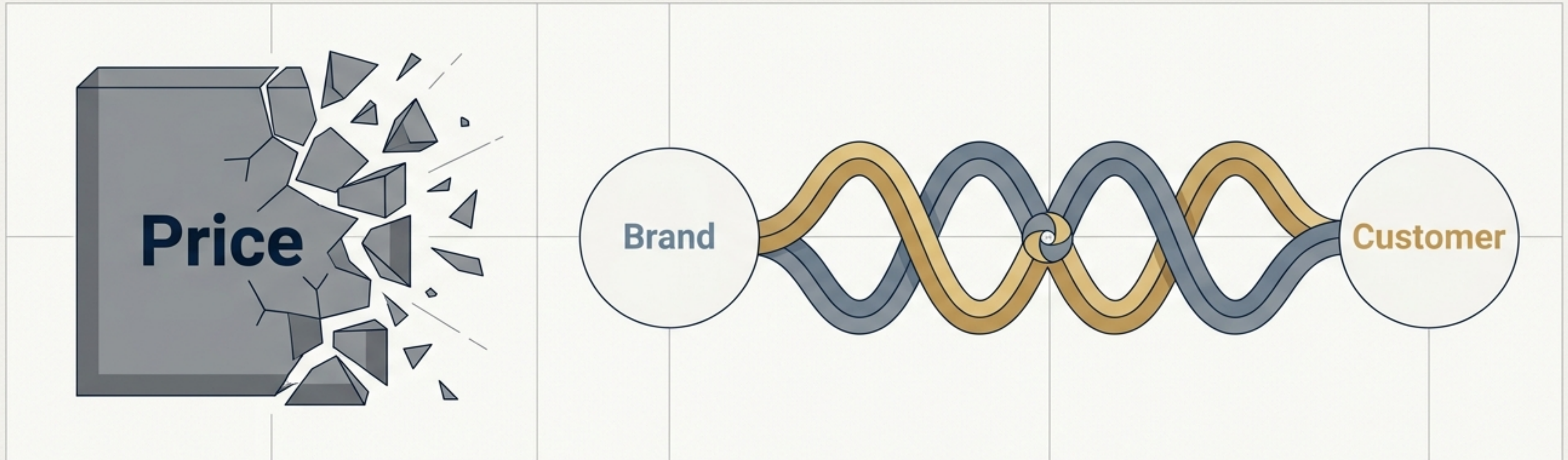


2026 Pricing Vision: 「公平」から「最適」へ

AIパーソナライズド・プライシングが実現するLTVの最大化と顧客体験



価格は「一律の数字」から、顧客一人ひとりの価値に寄り添う「対話」へ進化する。

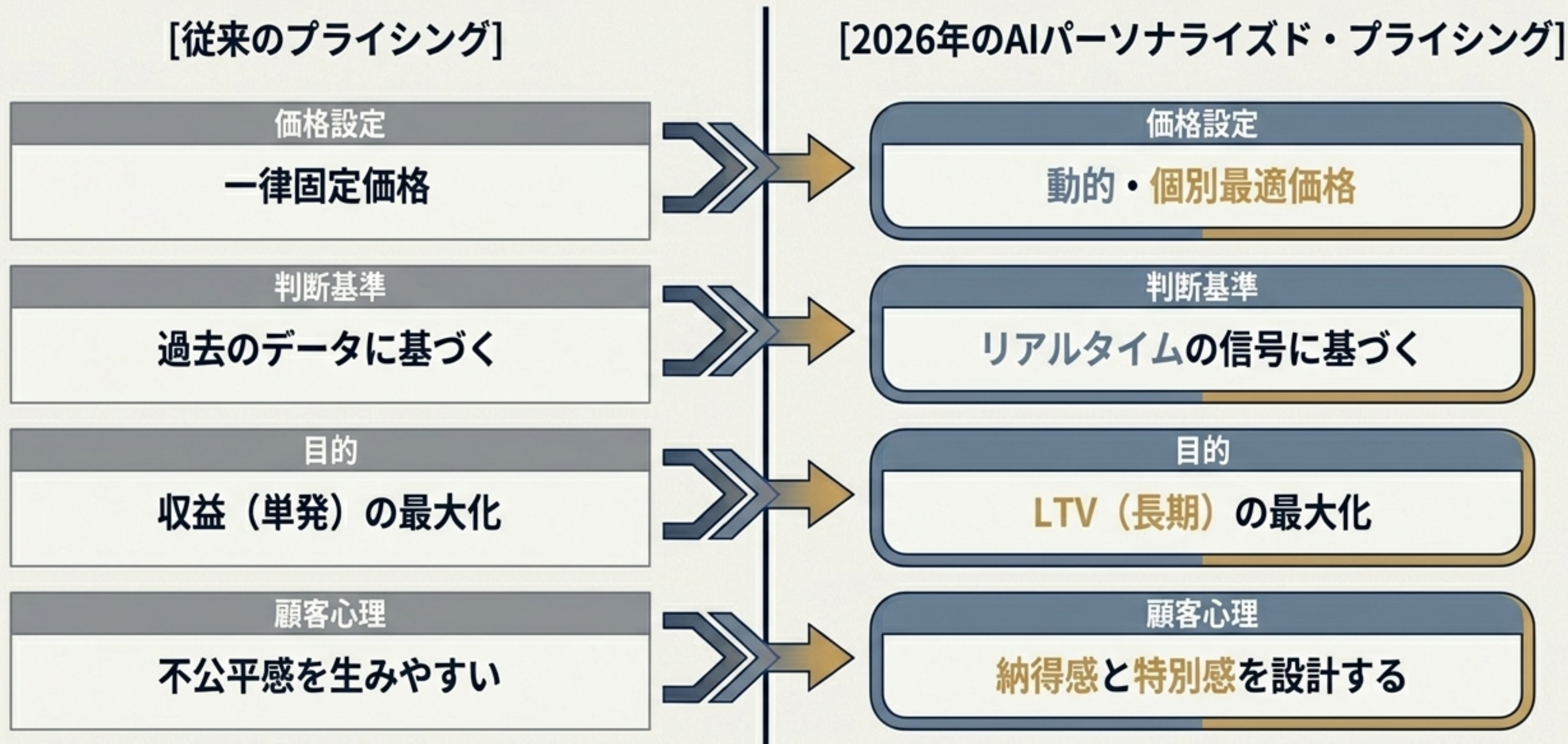


2026年、プライシングの固定概念は終焉を迎える。

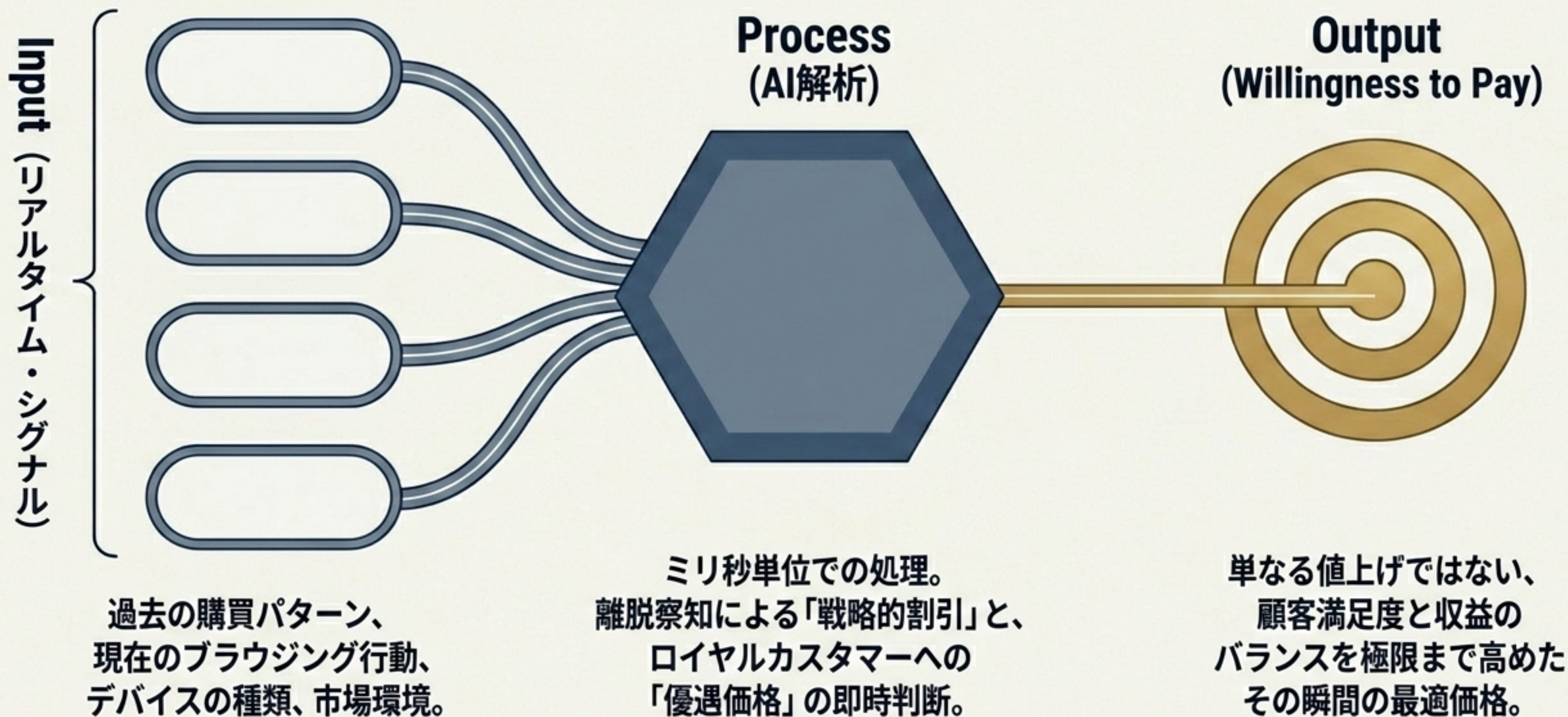
単なる収益最大化のツールではなく、顧客に「自分だけの特別な価値」を感じさせる高度なロイヤリティ戦略への昇華。

AIが購買履歴、コンテキスト、将来のLTV（顧客生涯価値）をリアルタイムで予測し、最も納得感のある価格を導き出す。

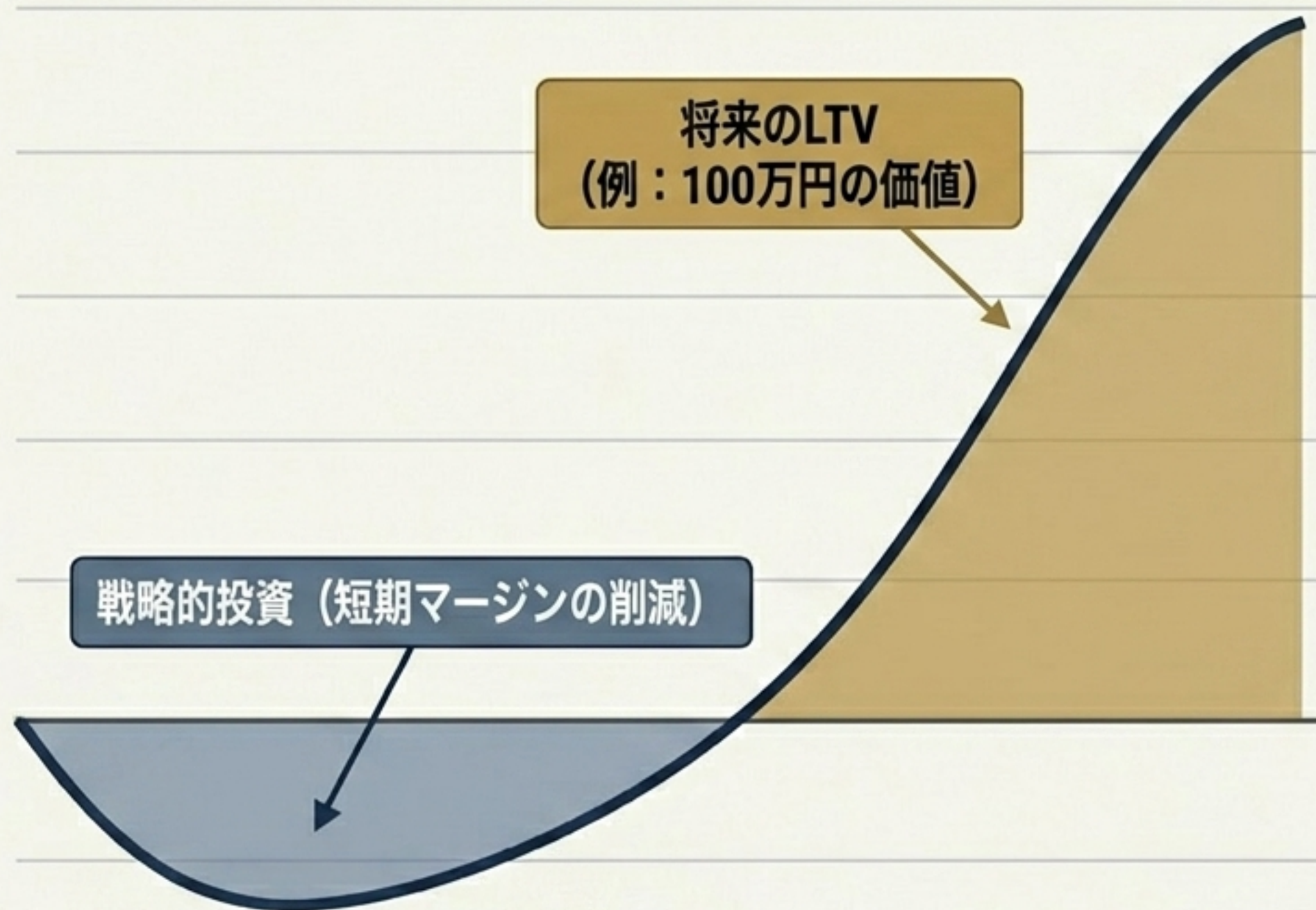
プライシングのパラダイムは、「企業主導の単発収益」から「顧客主導のLTV」へ完全に移行する。



AIが膨大なリアルタイム・シグナルを統合し、ミリ秒単位で「支払意欲 (WTP)」を算出する。



短期的なマージンを削って未来のロイヤリティを「買う」、LTVベースの投資型プライシング。

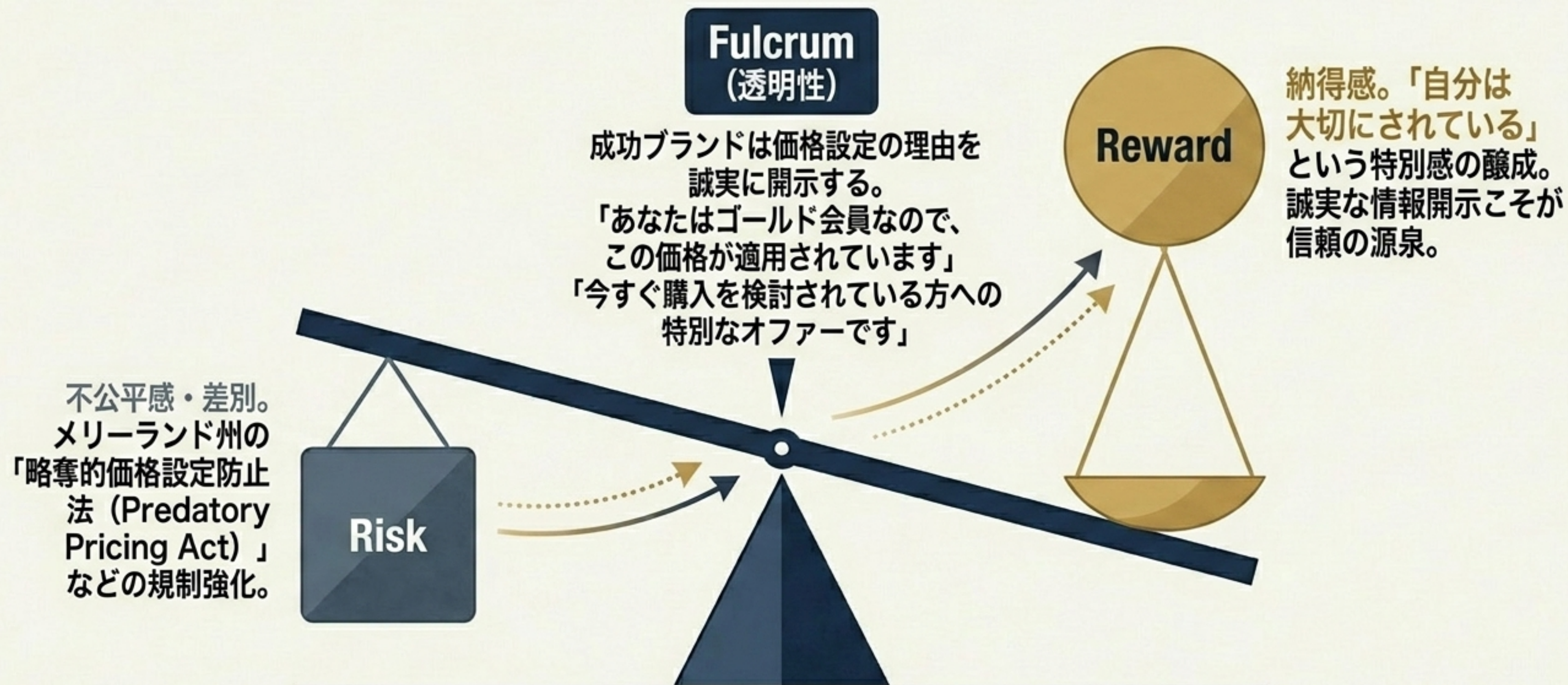


将来のLTVが高いと予測される顧客に対し、競合他社への流出を防ぐため、現在の購入において魅力的な価格を意図的に提示する。

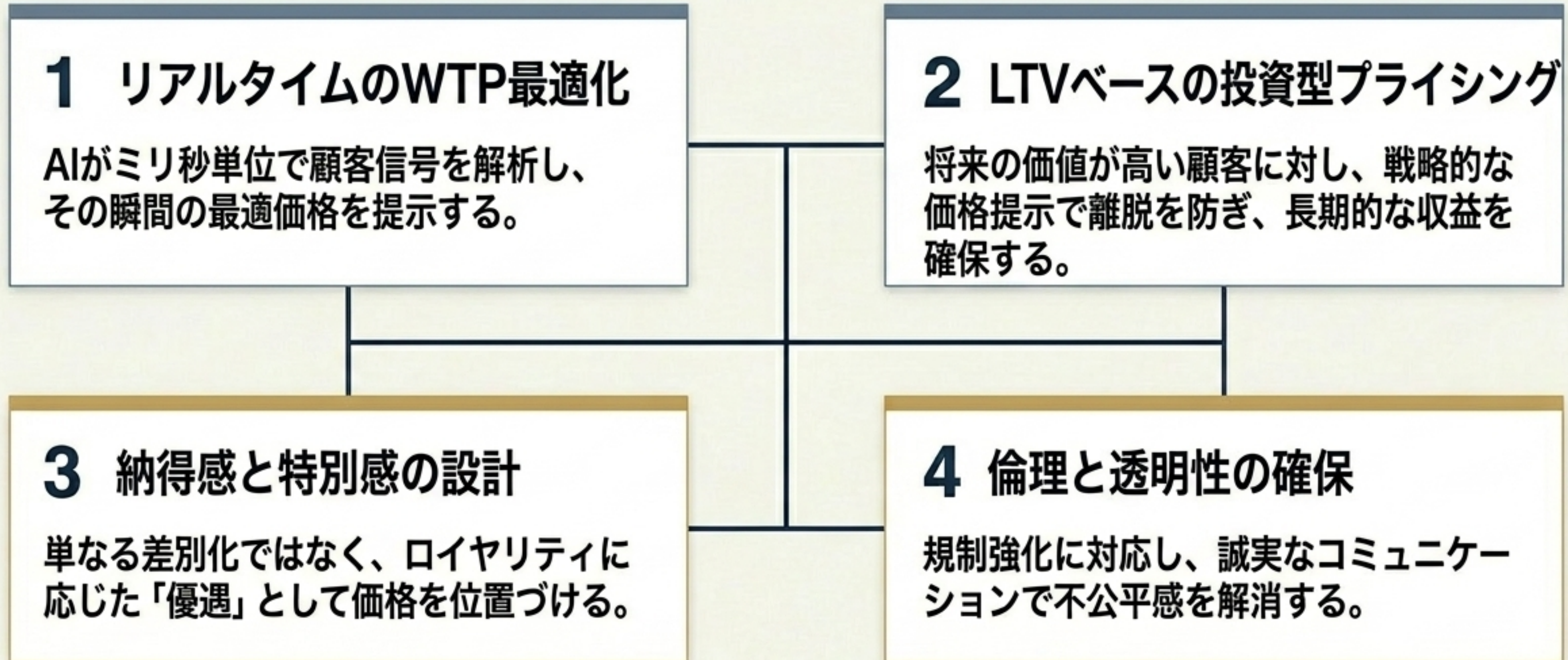
「最も価値のある顧客」を確実に囲い込むことで、短期的な赤字は継続的な購買によって十分に回収される。

LTVを結果として待つのではなく、価格を通じて「自ら創りに行く」経営戦略。

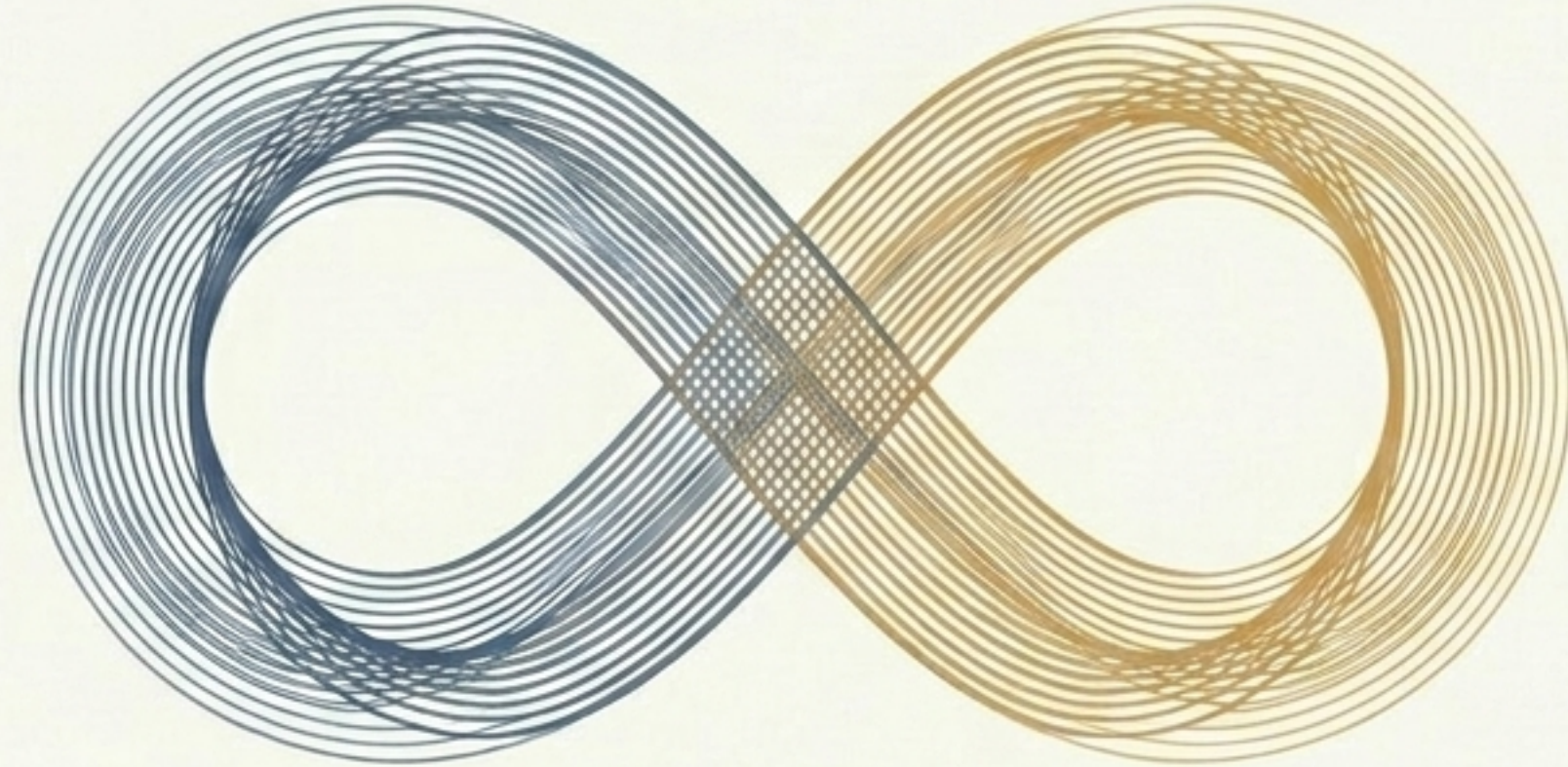
法的規制と「不公平感」のリスクは、誠実な情報開示によって「特別感」へと変換される。



AIパーソナライズド・プライシングを成立させる4つの戦略的アクション。



顧客の心に寄り添うプライシングこそが、 AI時代のLTV最大化における究極の答えである。



2026年において、価格はもはや単なる数字ではない。

ブランドが顧客の価値をどう評価し、どう寄り添おうとしているかを示す「対話」そのものである。

AIの予測精度、未来への投資、そして透明性を持った信頼構築。
この一連のプロセスが、価格を顧客を惹きつけ、繋ぎ止めるための「最強の体験」へと昇華させる。