



2025 年 12 月期
第3四半期 決算説明資料

証券コード：6031

2025 年 11 月 10 日

00 Table of contents

00 事業ポートフォリオと成長戦略

01 2025年12月期第3四半期業績・通期業績予想

02 参考資料

00 当社グループの事業ポートフォリオ

当社はEC等のコマースにおける顧客体験価値(CX)を向上させる取り組みをベースに、各種プロダクト・リテールメディア広告・コマースメディア事業によるポートフォリオを展開しています。各事業はデータの一元化とUX最適化を通じて、相互補完的に成長し、コマース領域全体の価値創出を実現

ZETA CXシリーズ

ECサイトの検索、レビュー・Q&Aなどの機能を統合し、顧客体験(CX)の向上を支える中核ソリューション群
ファーストパーティデータを活用し、CVRだけでなくLTVの向上に寄与

リテールメディア広告

ECサイト内のファーストパーティデータを活用し費用対効果の高い広告配信を実現
大手クライアントにおける案件が拡大
日本においても高い市場成長が期待される分野

AIコマースメディア

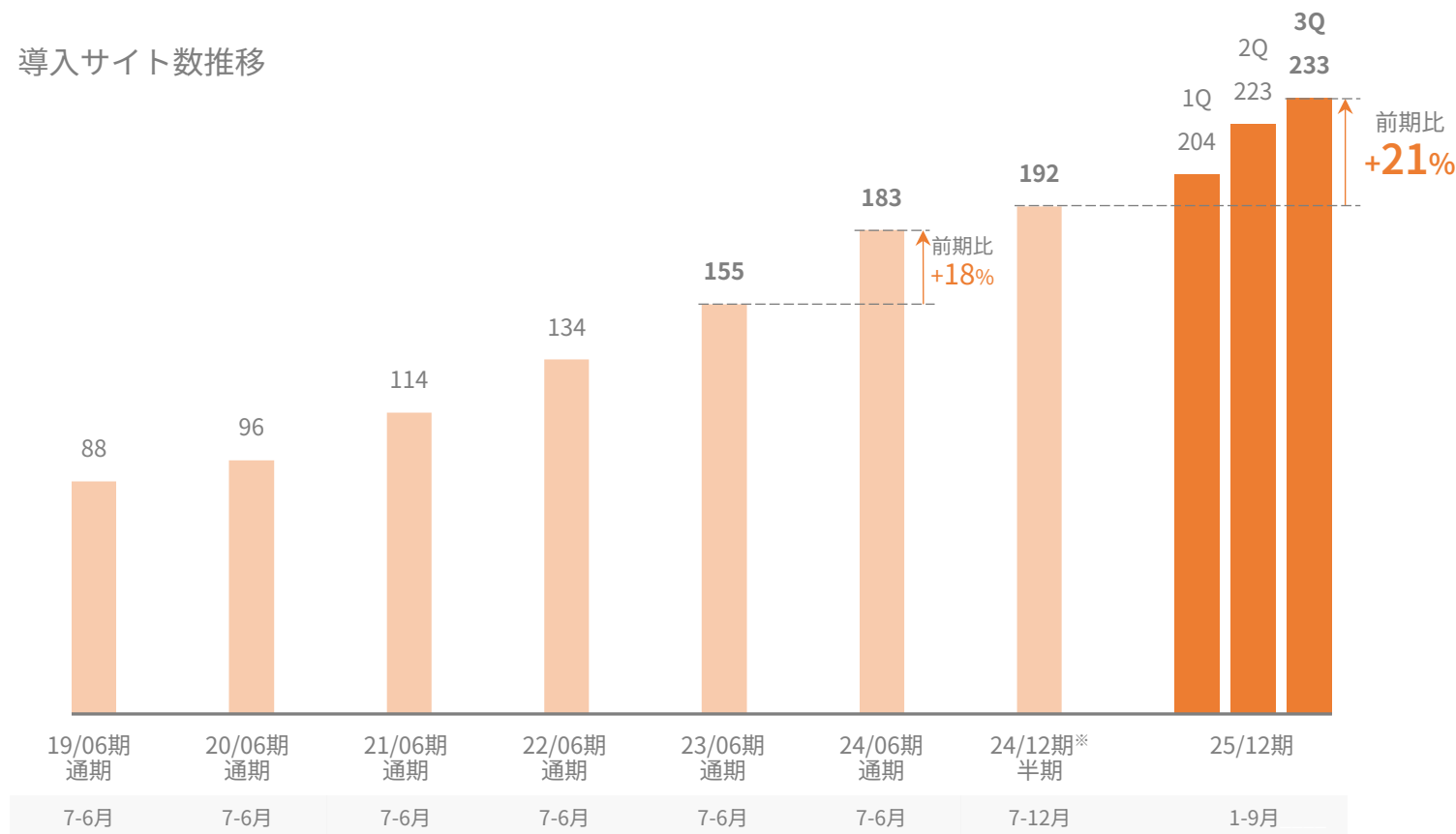
クライアントだけではなく自社としてもAIを活用したコマースメディアを展開予定
メディア収益の獲得と、クライアントへの送客を実現

00 ZETA CXシリーズ導入サイト数の推移

導入サイト数はYoYでの増加を継続
既存顧客におけるクロスセルと
新規導入の双方が成長を牽引



導入サイト数推移



- ZETA CXの導入サイトは年次で増加を継続し、安定した成長基調を維持
- 25年12月期 第3四半期末時点で前期末比+41サイト(+21%)の増加となり、前の1年を上回るペースで拡大
- 既存顧客におけるクロスセルが進み、1社あたりの採用製品数・取引額の増加など収益基盤が拡大
- 新規導入も堅調に推移しており、特に大手企業を中心に増加

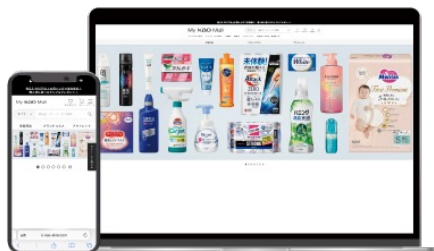
※ 24年12月期は半期決算

00 花王のCX強化事例 - 国内・グローバルでZETA CXシリーズを活用

『My Kao Mall』『Kao Global Site』両サイトで「ZETA CXシリーズ」を導入
検索・レコメンド・多言語対応などのCX強化



My Kao Mall (4製品導入) / Kao Global Site (検索導入)



ZETA SEARCH



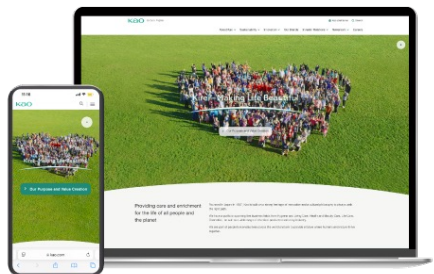
ZETA RECOMMEND



ZETA VOICE



ZETA HASHTAG



国内ECサイト複数製品導入による効果

検索そのものの利便性向上だけでなく、レビューやハッシュタグによる検索結果ページ情報の充実化で回遊性の向上、また嗜好に合う商品表示でクロスセルを促進

グローバルサイトの検索多言語化対応

英語・ドイツ語・フランス語など多言語に対応した検索機能の実装により利便性の向上、入力ミスや曖昧な検索ワードに対して適切な候補を表示することでUX向上を実現

00 生協で広がるZETA CXシリーズ導入

全国の生活協同組合で導入が進む「ZETA CXシリーズ」は
地域特性を活かした食品業界共通の検索として認知を拡大

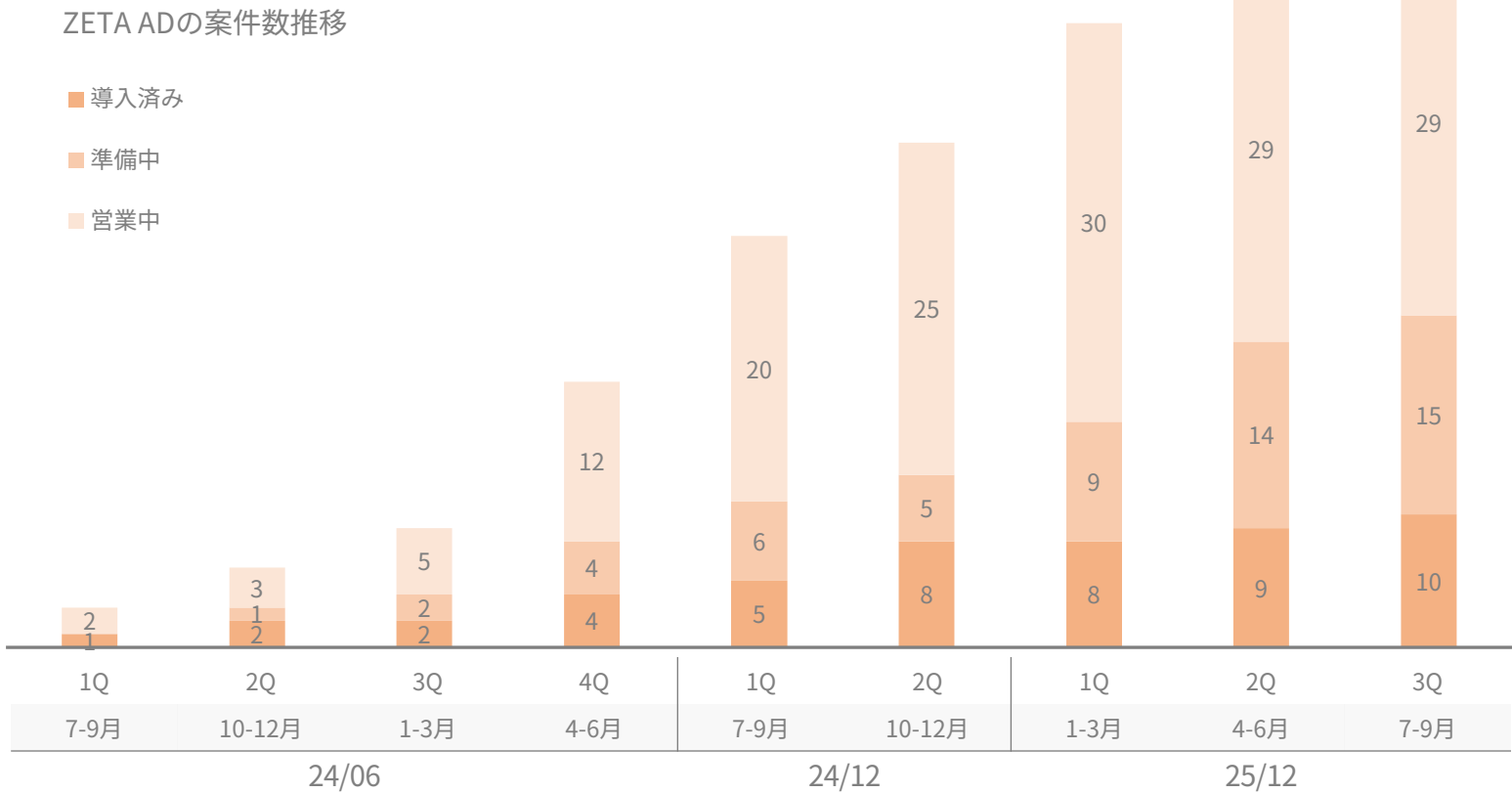


ZETA CXシリーズ導入後

- ・各社キーワード検索を中心に強化
- ・検索、レコメンド両方を導入している
コープさっぽろでは製品同士の相乗
効果で売上向上に大きく寄与
- ・ユーコープでは他社に導入済みの辞書
データを活用してキーワード強化

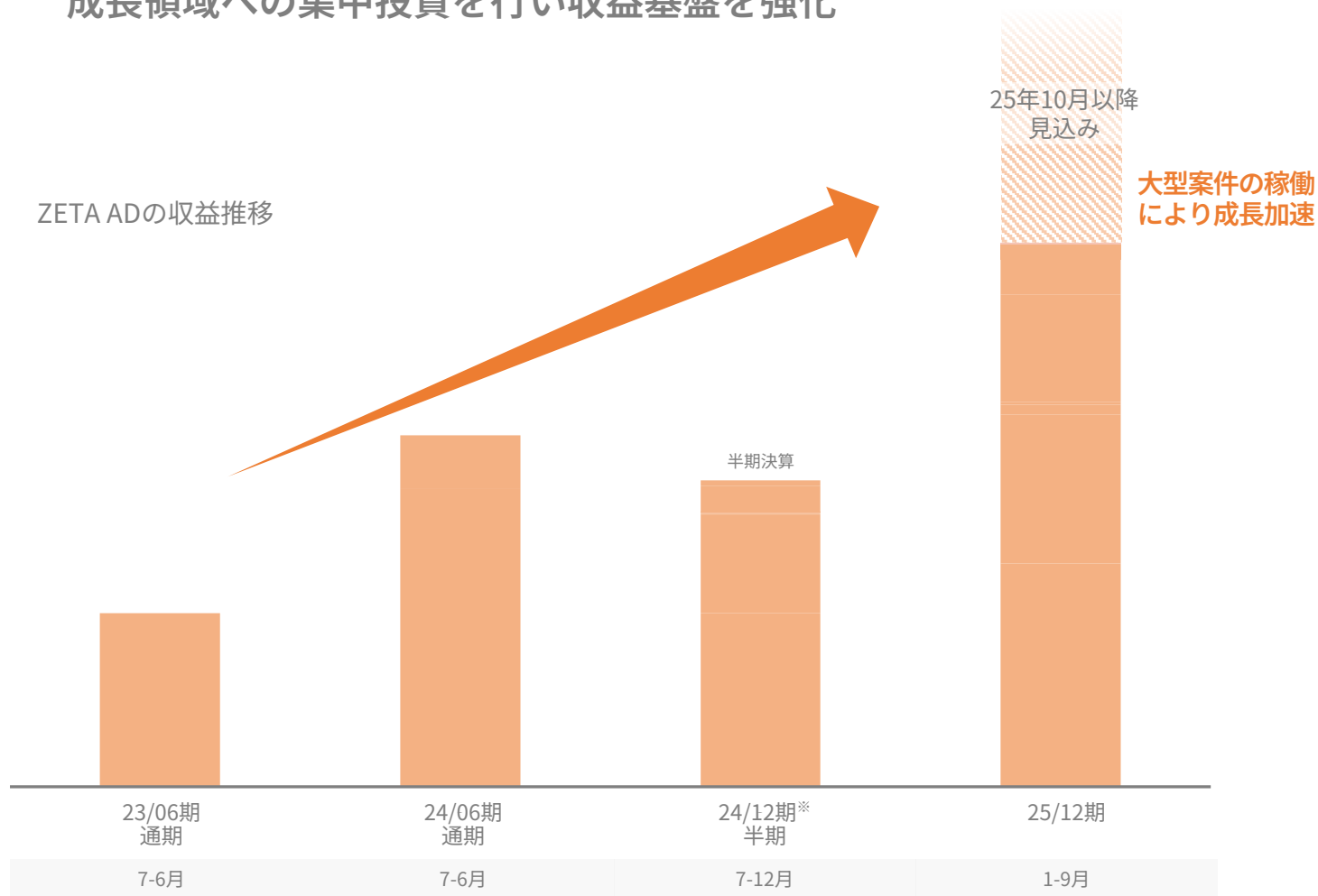
00 成長期に入ったリテールメディア広告

- ZETA ADの案件数は導入済み・準備中を含め着実に積み上がっている
- 成長領域としてリソース配分を強化
リソースの重点配置を進め、機能拡充と導入支援体制の強化を推進



00 リテールメディア広告がグループ収益に寄与し始める

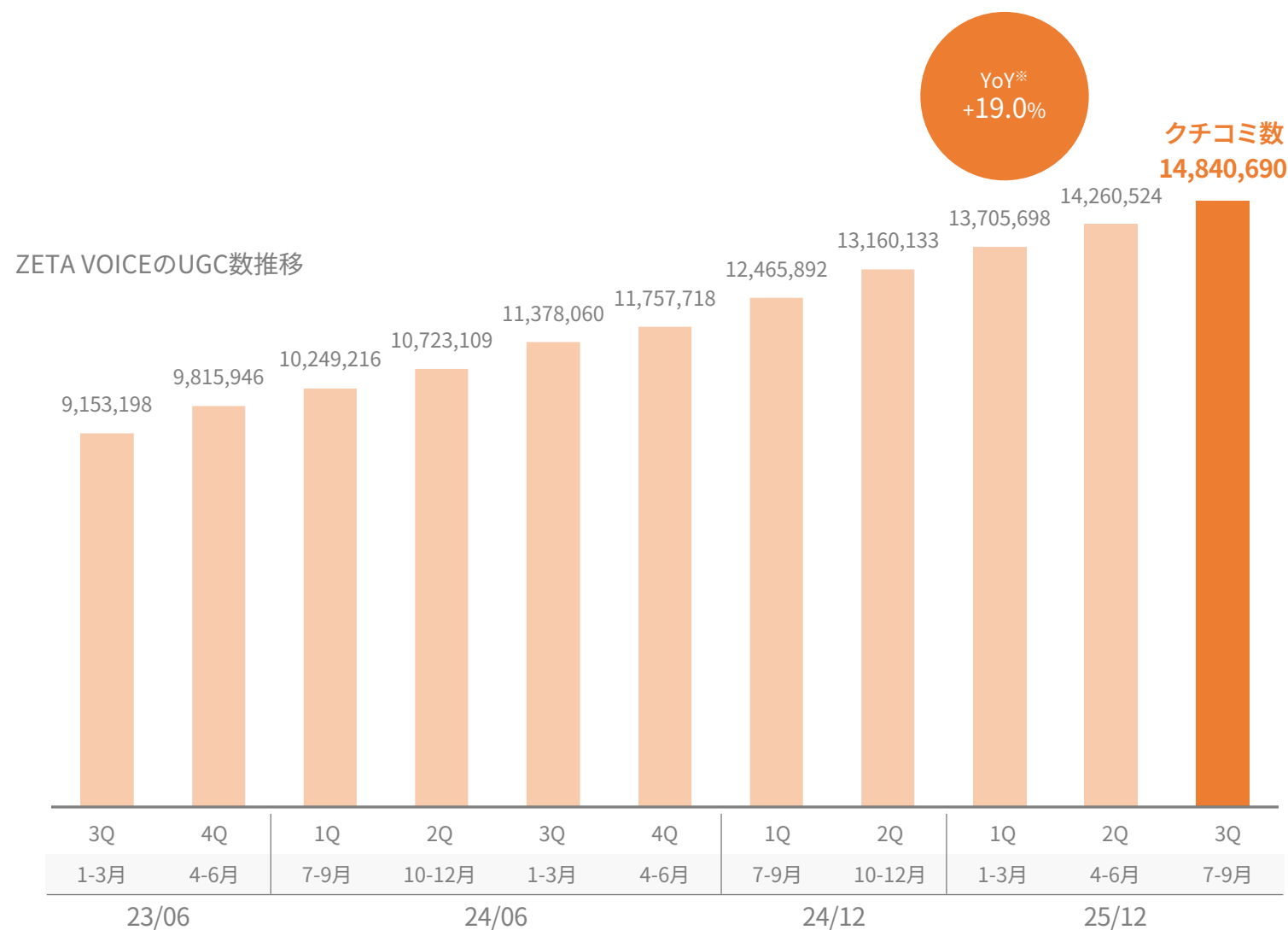
リテールメディア広告は期初の想定を上回る成長局面
成長領域への集中投資を行い収益基盤を強化



※ 24年12月期は半期決算

- 2025年夏以降に大型案件が本格稼働
- リテールメディア広告事業は、期初の想定を上回る成長局面
- 社内リソースを成長領域へ重点配分、中期的な収益拡大を見据えた基盤強化を進行中

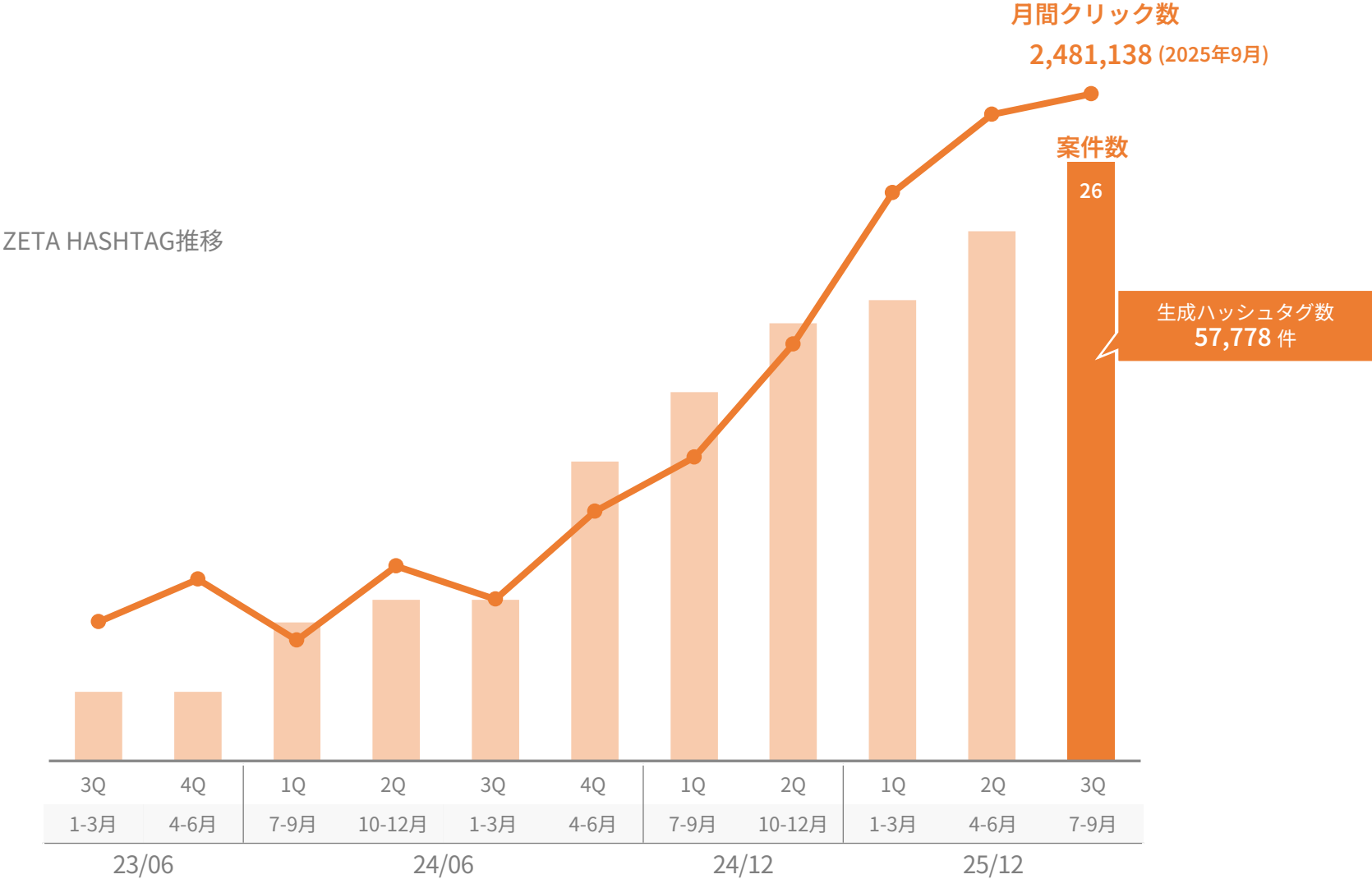
00 AIコマースメディア構想の基となるUGC推移



- クチコミ数は前年同時期比+19.0%で順調に推移
- 2025年11月時点では1500万件を突破
- 今後のAIコマースメディア事業の基盤となる見込み

※ 24年12月期は半期決算のため、前年同時期(24年12月期1Q)との比較

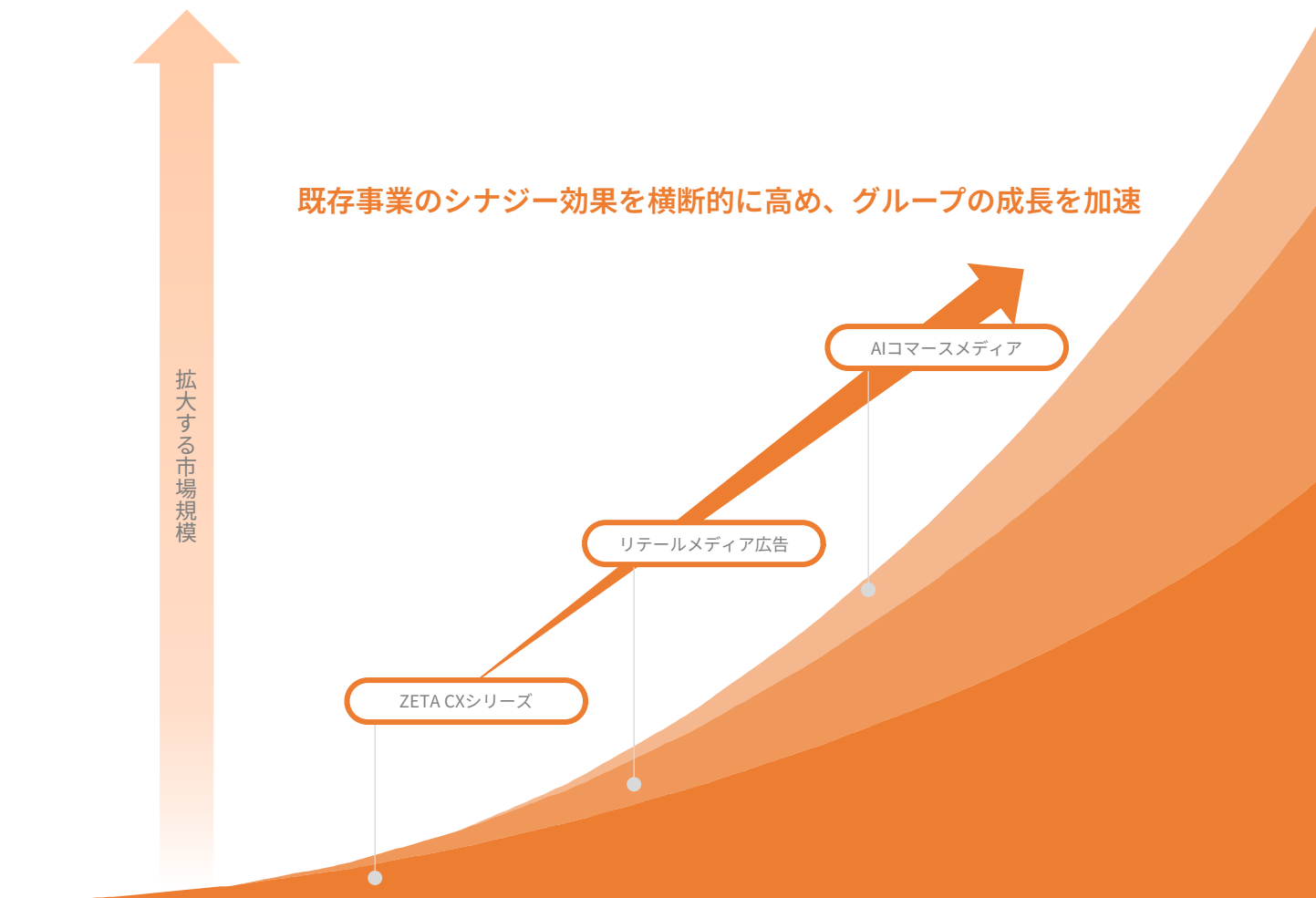
00 好調に推移するハッシュタグ



- ZETA HASHTAGの成長が引き続き堅調
- クリック数が増加し、ユーザー接点とエンゲージメントを効果的に拡大

00 AI活用で拡大する事業ポートフォリオ

各事業領域にAIを活用し、CX・広告・メディアを横断的に最適化
既存ポートフォリオ全体の付加価値の創出を加速



AIと当社事業ポートフォリオ

AIコマースメディア

主にZETA VOICEやZETA HASHTAGで得られたUGCを活用し、国内最大級のコマースメディアを展開予定。AI活用により、高いDAUや回遊率を目指し、メディア収益を得るだけでなくクライアントへの送客も行い、ポートフォリオ全体を引き上げる狙い

リテールメディア広告

ZETA CXシリーズ、特に検索エンジンで獲得したファーストパーティデータをベースに、ROAS(iROAS)の高い広告配信を実現。クッキー規制動向の大きな受け皿になる見込み

ZETA CXシリーズ

検索、レコメンド、レビュー・Q&A、ハッシュタグの活用においてAIが寄与。生成AIによる対話と、取得したファーストパーティデータの活用の両面でCXをさらに向上。またChatGPT等の外部の生成AIとの連携も進む見込み。GEO効果にも期待

01 Table of contents

00 事業ポートフォリオと成長戦略

01 2025年12月期第3四半期業績・通期業績予想

02 参考資料

01 エクゼクティブサマリ

1

受注ペースは高水準を継続、過去最高であった今期第2四半期に続き、第3四半期も歴代2位となる水準に。事業環境は引き続き好調

2

売上は季節要因等によりQoQでは減少したもののYoYでは成長。受注残の積み上がりにより、通期では従来の成長ペースを維持する見込み

3

受注残を売上に計上するスピードは引き続き改善に取り組み中。第2四半期同様に第3四半期も売上への計上がスライドしているものの、体制強化を進め売上計上の安定化を図る

4

AI活用を含む研究開発のリソース強化と人員拡充を推進し、持続的成長に向けた体制構築。中長期的な企業価値の向上の実現を狙う

01 受注は高水準を維持し、業績は計画線上で進行

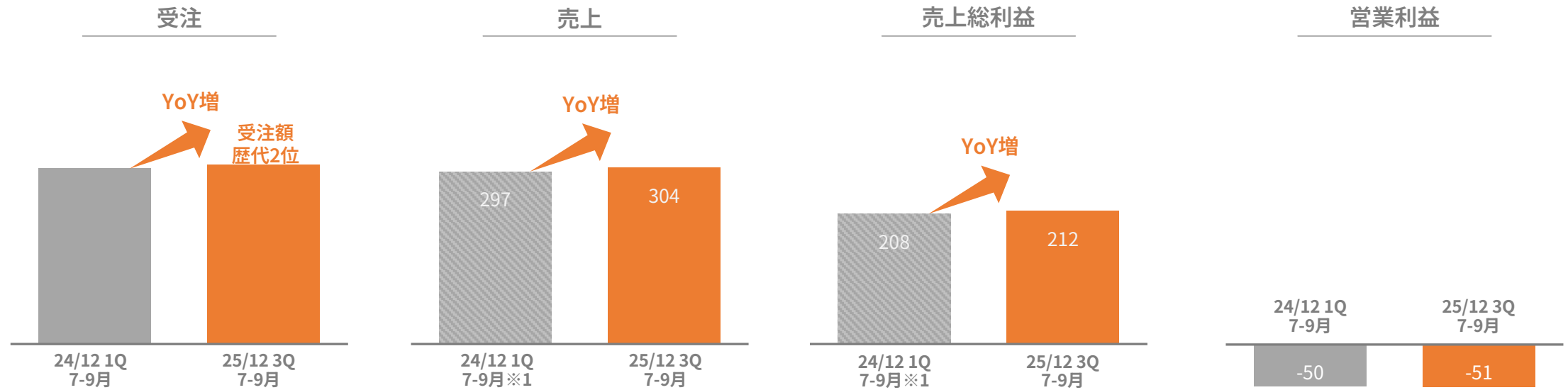
	(参考) 24/06期3Q ~24/12期1Q 実績※1 ※2 (A)	24/12期 通期実績※1	25/12期3Q 累計実績 (B)	前年同期比 % (B/A)	25/12期 通期計画	進捗率 %
						(百万円)
売上高	1219	681	1245	+2.1%	2100-2300	54-59%
売上総利益	921	483	985	+6.9%	1730-1930	51-57%
営業利益	143	-116	155	+8.7%	550-750	21-28%
経常利益	123	-132	139	+13.1%	550-750	19-25%
当期純利益	62	192	77	+25.4%	357-487	16-22%

- 売上の先行指標である受注が堅調に積み上がり、第4四半期以降の売上計上を下支えする構造を形成
- 第3四半期においては、季節要因により収益が一時的に悪化したものの、累計では前年同時期を上回る進捗
- 通期計画に対する進捗率は、売上で54～59%、営業利益で21～28%。一部案件の売上計上は第4四半期にスライドしているが、受注残の水準を踏まえ、通期計画に沿った進捗を見込む

※1 24年12月期は変則決算のため、1Qは旧ZETA 24年6月～9月の4ヶ月と旧サイジニア社24年7月～9月の3ヶ月と2QはZETA24年10月～12月の3ヶ月の短縮決算
※2 比較には、時期的に近い3四半期（2024年6月期3Q・4Qおよび2024年12月期1Q）を参考として記載。当該期間は決算期統一前後にあたるため、単純な会計期間比較ではなく参考値

01 受注・売上は前期比で増加、成長投資を進め中期的な収益性改善を見込む

受注・売上・粗利はいずれも前期比で増加し、事業基盤は堅調に拡大
成長領域への投資を進めながら、第4四半期以降の収益回復と中期的な改善を見込む



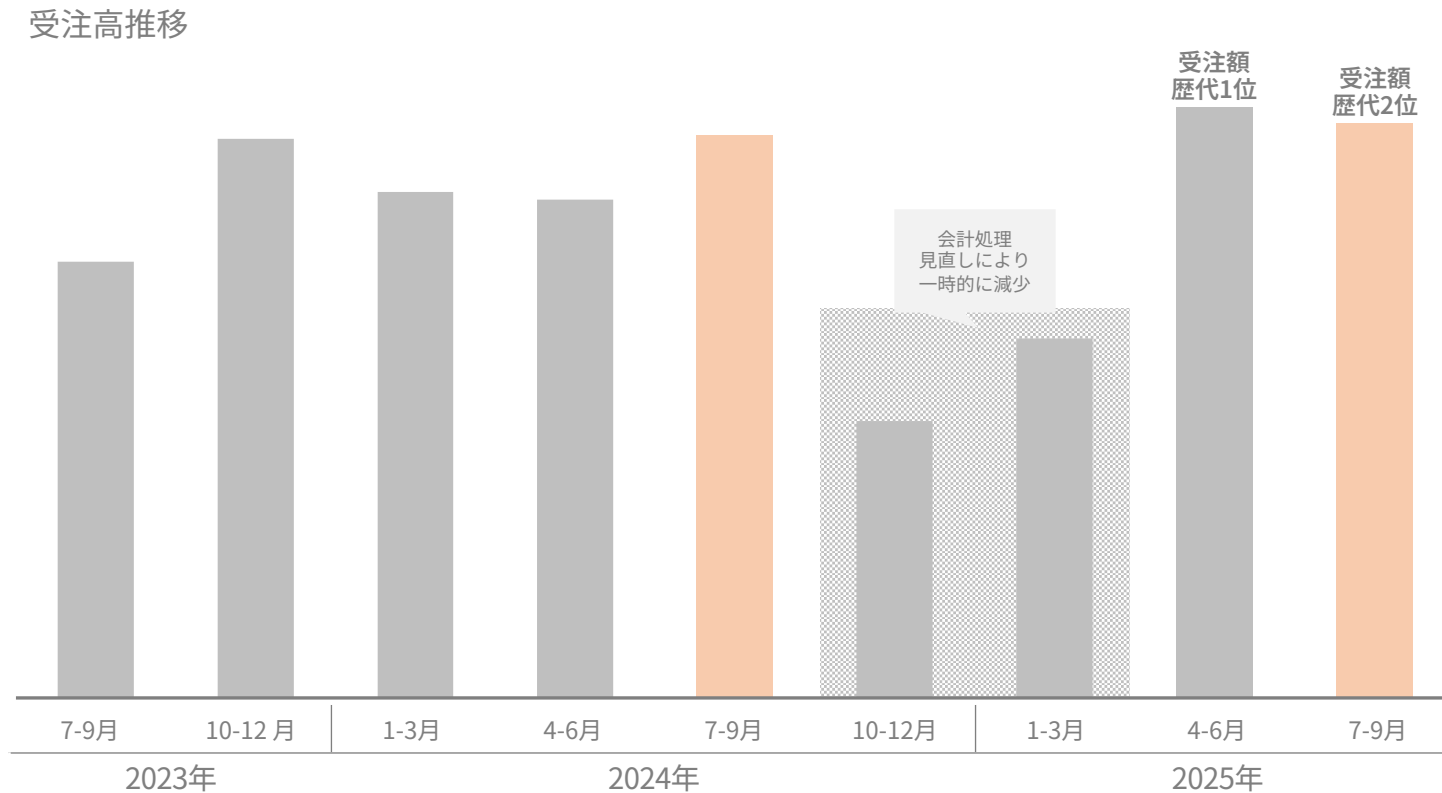
- 7-9月期において受注・売上は同時期比で過去最高を更新※2
- 受注残は高水準を維持しており、第4四半期以降の売上計上のベースとなる見込み
- 成長領域であるAIおよびリテールメディア広告に対してリソースを増加、増員及びトレーニングを推進し体制を強化
- 成長投資の効果は今期第4四半期及び来期以降に、収益として寄与し始める予想

※1 変則決算により期間が異なる24/12期1Q(4ヶ月)の売上は、3ヶ月換算の参考値

※2 広告事業(旧KANADE DSP)の売却に伴い、継続事業での比較

01 受注は引き続き好調であり、事業基盤は堅調に拡大

受注は引き続き高水準で推移
市場環境も良好で第4四半期に向けて堅調な受注基盤を維持



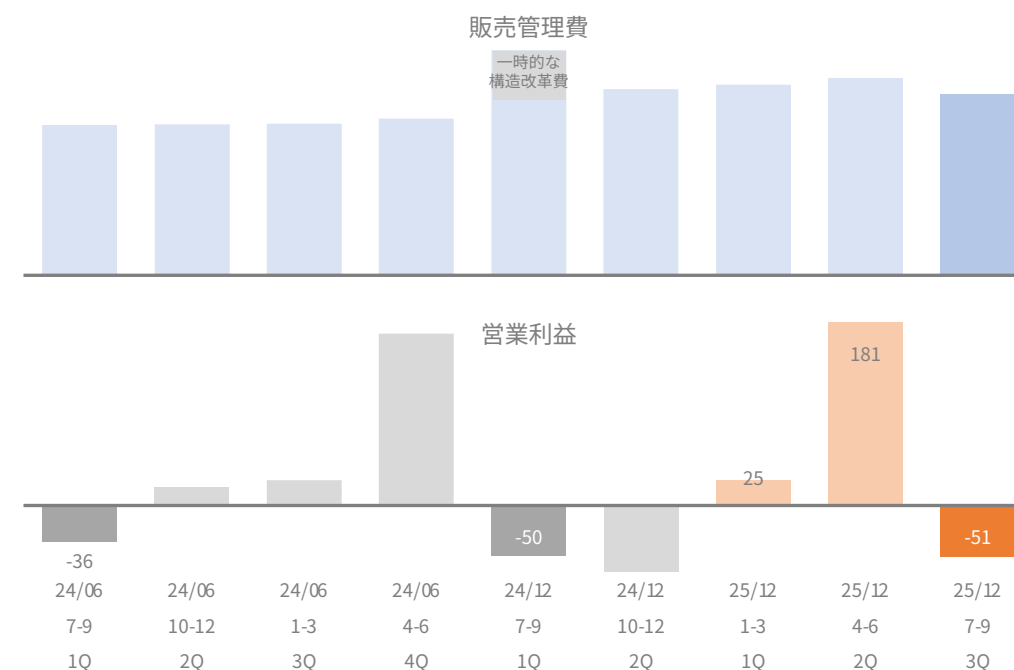
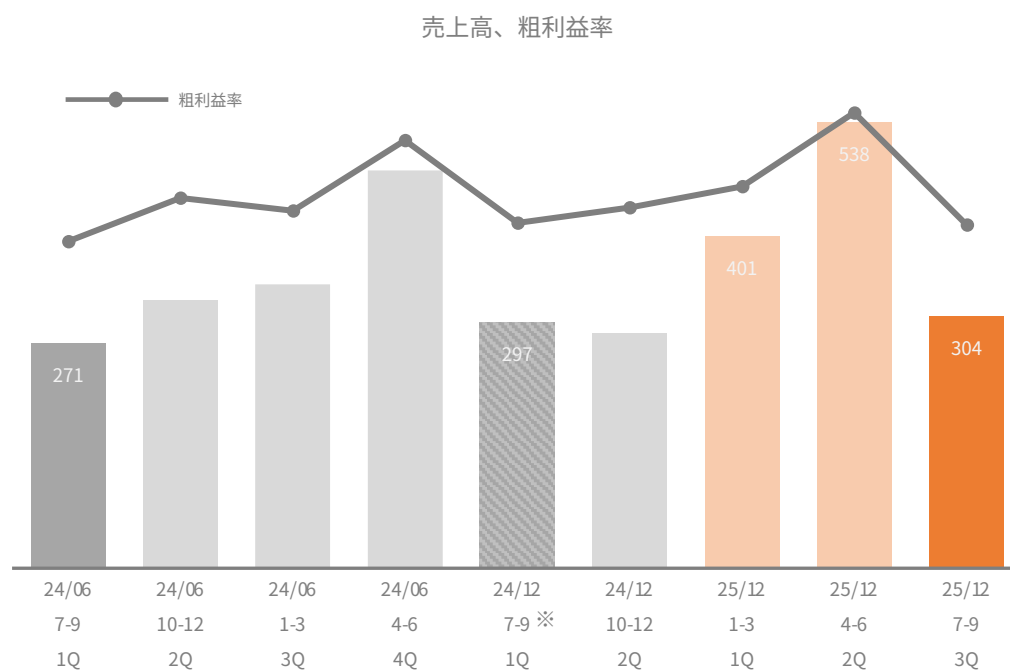
- 7-9月期における受注及び売上は過去最高を達成※1
- 過去に一時的な収益の減少が見られた2024年10-12月・2025年1-3月は会計処理変更の一時的な影響によるものであり、構造的な要因ではない
- 受注残は高水準を維持しており、第4四半期以降に向けた案件の蓄積が進んでいる

※ グラフの受注額は会計処理見直し後の基準

※1 リターゲティング広告事業(旧KANADE DSP)の売却に伴い、継続事業での比較

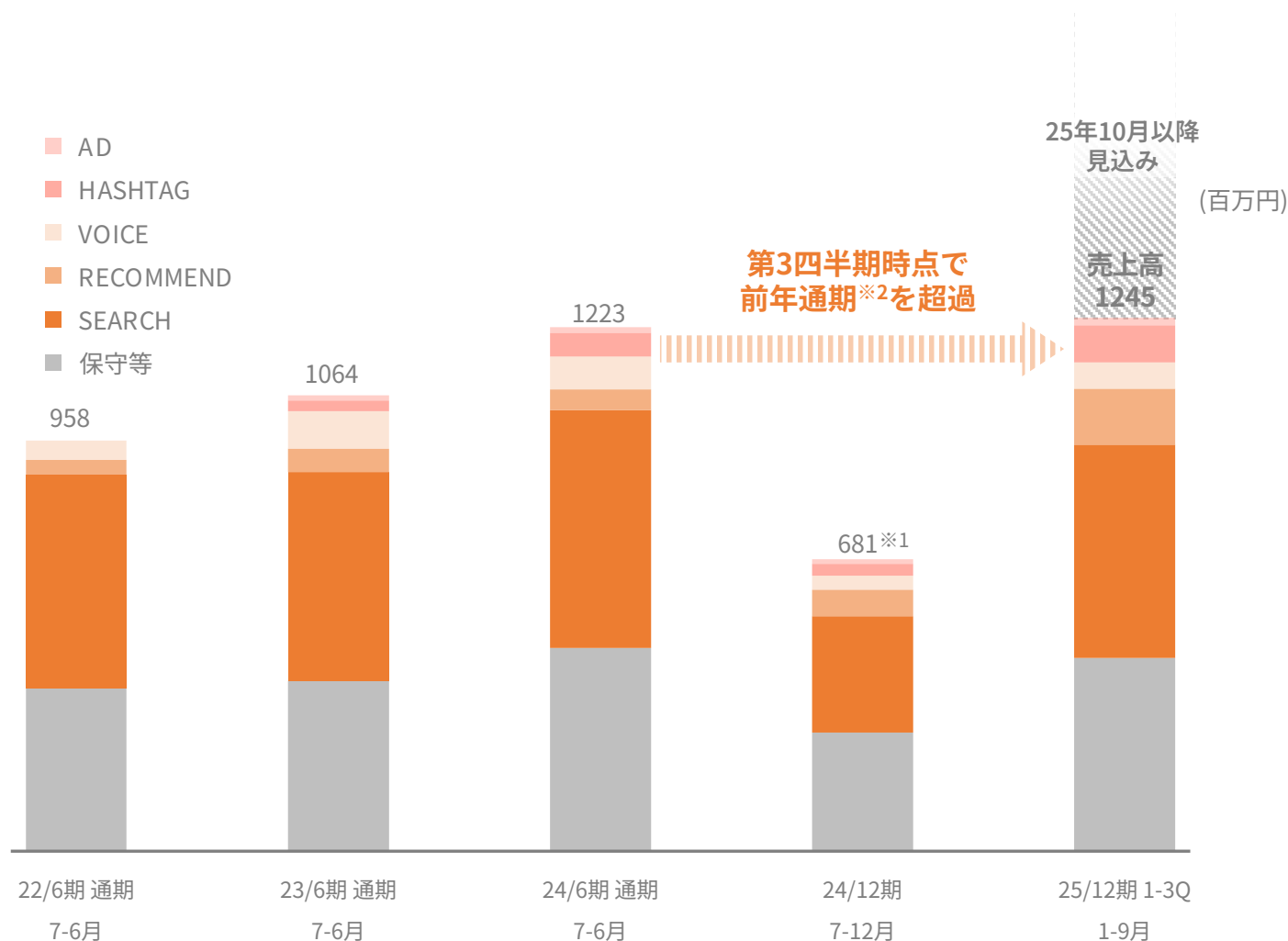
01 成長投資による一時的な減益も、第4四半期以降の回復と中期的な改善を見込む

- 成長領域であるAI・リテールメディア広告に対し、社内リソースの重点的な配分を実施
- 受注・売上は高水準で推移しており、粗利益率の低下は将来成長を見据えた先行投資等によるもの
- 増員に伴い新規人材の育成・トレーニングに期間を要しており、短期的には生産性向上に向けた体制整備が課題
- 第3四半期単体では一時的に収益が赤字となったが、通期では課題はあるものの想定範囲内の進捗



※ 変則決算により期間が異なる24/12期1Q(4ヶ月)の売上は、3ヶ月換算の参考値

01 ZETA CXシリーズ各製品の成長が継続、収益基盤を拡大



- 第3四半期累計の売上は、決算期変更前の通期(2024年6月期)実績をすでに超過
- ZETA SEARCHが事業基盤として引き続き安定成長を牽引
- ZETA HASHTAGの導入が拡大し、主要な成長ドライバーに
- ZETA VOICEとZETA HASHTAGの連携強化が進行し、UGCの価値向上に貢献
ZETA GEOにも期待
- リテールメディア広告のZETA ADも収益の柱として拡大基調

※1 2024年12月期は半期の変則決算

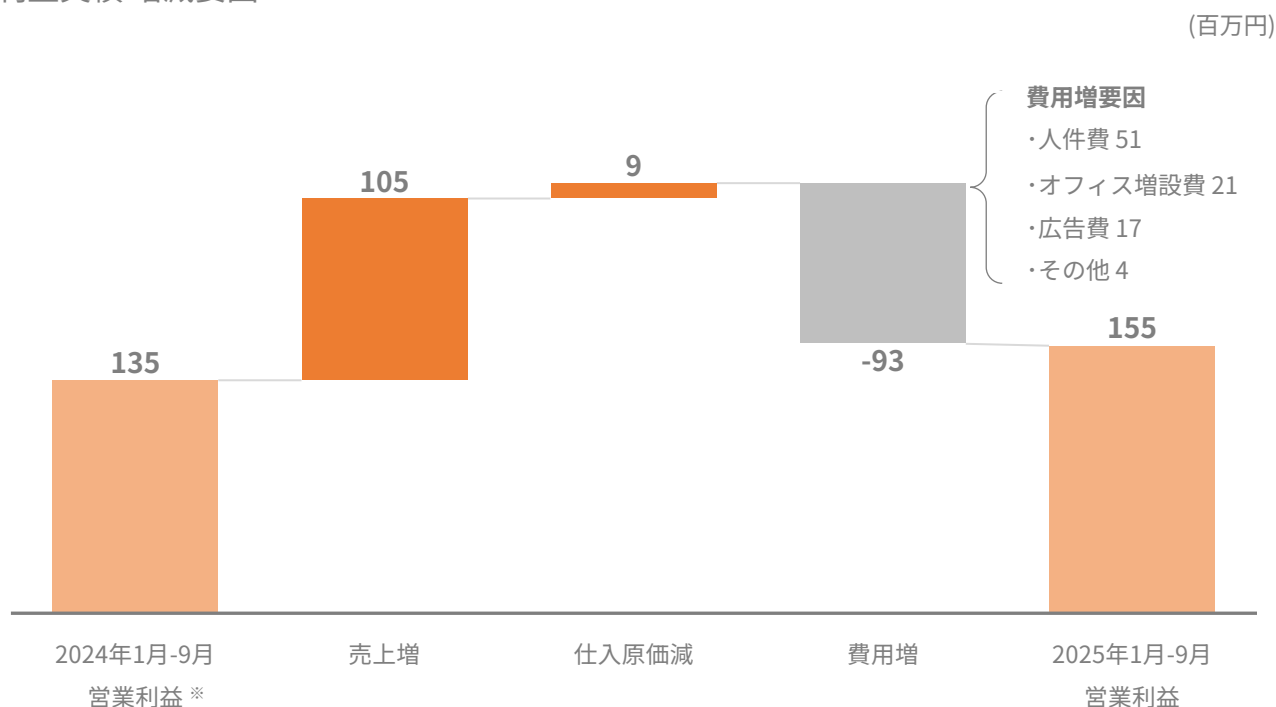
※2 前年通期は決算期変更前の24年6月期の12ヶ月の実績を指しています

01 成長領域に向けた研究開発投資と次世代サービス実現に向けた体制強化

AIやリテールメディア広告などの成長領域に向けた研究開発投資を強化
採用と開発の両面で基盤拡充を進め、次世代サービス創出を推進

- ・費用増の主な要因は事業成長及びAI等のR&Dのための増員・オフィス整備・広告費用といった成長投資であり、中期的な収益の増大を目的とした支出

営業利益実績 増減要因



※ 2024年1月-9月の数値は、会計期間外の参考値

01 第3四半期業績に影響した主なマイナス要因

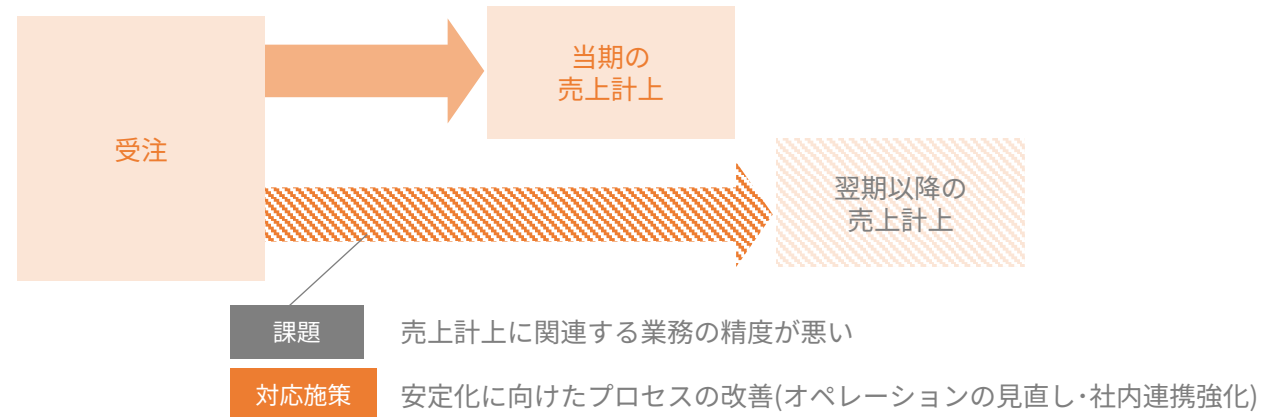
事業環境は引き続き堅調に推移しているものの、第3四半期は季節要因に加え売上計上の遅れと、成長投資に伴う費用増が重なり収益が圧迫された
売上計上の体制の強化を第4四半期以降の重点課題として対応中

	要因	概要	性質
1. 会計処理の見直し	会計処理の変更により、売上計上時期をより慎重に運用	計上基準の精緻化により、一部案件の売上計上が翌期以降へずれ込み	一時的 運用安定化により解消見込み
2. 決算月の統一	合併に伴い、旧ZETAと旧サイジニアの決算月を統一	証憑の回収・売上計上の期間が従来より短縮、一部案件で対応が遅延	一時的 体制整備により安定化見込み
3. 成長投資の拡大	AI・リテールメディア広告などの成長分野への投資を強化	研究開発投資を前倒しで実施	一時的 中期成長に向けた戦略的投資
4. 季節要因	1-3月期、7-9月期は例年売上が低下する傾向	季節的な売上変動により一時的な減少であり、通期では成長軌道	構造的 季節性による変動

01 会計処理見直しへの対応継続と運用課題への取り組み

会計処理見直し後の売上計上プロセスでは、依然として運用面に課題が残る
全社的な改善への取り組みを継続し、早期の安定化を目指す

- ✓ 会計処理見直しにより、売上計上運用における精度向上が課題
- ✓ 一部案件での売上計上遅れが発生する要因となっており、プロセスの標準化と確認体制の強化を進行
- ✓ 部門間での連携強化とモニタリングを継続し、再発防止と判断の統一を徹底
- ✓ 継続的な改善により、今期中の安定化と来期以降の恒常的な精度向上を目指す

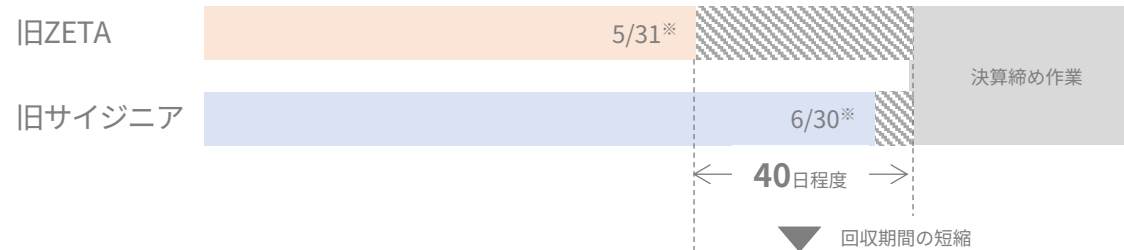


01 決算月統一に伴うオペレーション課題と対応強化

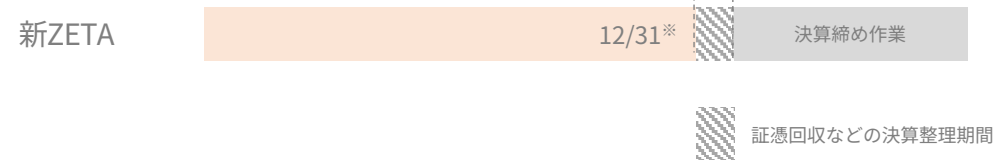
決算月の統一により、売上計上のための証憑の回収期間が短縮
売上計上のためのオペレーションの改善、体制強化を進めている

- ✓ 合併前は旧ZETAが5月決算、旧サイジニアが6月決算であり、決算締めに約40日の期間が存在していた
- ✓ 合併後、新ZETAは12月決算へ統一したことにより、売上証憑の確認・回収から計上までの期間が従来より短縮
- ✓ これに伴い、証憑回収のやり取りや確認業務に時間を要するケースが増加し、一部で計上の遅れが発生
- ✓ 現在は、回収プロセスの見直しおよび担当体制の強化を進め、今期中の安定的な運用定着を目指している

【合併前の体制】



【合併後の体制】



※本図は決算期統一の影響をわかりやすく示すため、便宜上、期末決算日を基準に表記しています(実際の決算は四半期ごとに実施)

01 売上計上の安定化に向けた対応と今後の見通し

売上計上の遅れは一時的。スライドした案件は第4四半期で順次計上を進め、通期計画の達成を見込む
オーガニックな売上減少は発生しておらず、オペレーション改善により安定化が進む

売上計上の現状と取り組み

- ✓ 会計処理見直しおよび決算月統一の影響により、一部案件で売上計上が第4四半期へスライド
- ✓ 第3四半期に計上予定であったおよそ1億円分の案件は、第4四半期で順次計上を見込む
- ✓ 受注残も一定水準を維持しており、今後の売上計上と利益回復を支える基盤となる見込み

季節性・構造要因

- ✓ 1-3月および7-9月に季節性があるが、売上変動は例年の範囲内
- ✓ 構造的な季節要因を除けば、受注・売上ともに通期で安定した推移を維持

今後の対応と見通し

- ✓ スライド案件は第4四半期で順次計上を進め、通期計画の達成を目指す
- ✓ 計上プロセスの改善と人員育成を進め、2026年12月期以降は期ズレを抑制できる体制へ移行
- ✓ 継続的なモニタリングを実施し、安定的な売上計上運用の定着を図る

01 重要KPIハイライト

売上総利益率

79.1 %

24/12 2Q累計※ 70.9%

YoY※ +8.2pt

営業利益率

12.5 %

24/12 2Q累計※ -17.1%

YoY※ +29.6pt

導入サイト数

233 サイト

24/12末時点 192サイト

YoY※ +41サイト

取り扱いUGC数

1484 万件

24/12末時点 1316万件

YoY※ +168万件

2025年11月現在
1500 万件 突破

※ 24/12 2Q累計及びYoYは24年12月末との比較

01 貸借対照表と損益計算書

貸借対照表

	24/12期 (2024年12月31日)	25/12期 (2025年9月30日)
流動資産	1,799	2,173 (百万円)
現預計	1,486	1,805
固定資産	943	869
のれん	3	3
顧客関連資産	519	462
資産合計	2,757	3,054
流動負債	712	823
固定負債	1,208	1,404
負債合計	1,921	2,227
純資産合計	835	827
負債純資産合計	2,757	3,054

損益計算書

	24/12期 通期 (2024年12月31日)	25/12期3Q累計 (2025年9月30日)
売上高	681	1245 (百万円)
売上総利益	483	985
販売費及び一般管理費	599	829
営業利益	-116	155
営業外収益/営業外費用	-15	-15
経常利益	-132	139
特別利益/特別損失	1	-11
税引前当期純利益	-130	128
法人税等	323	-50
当期純利益	192	77

※ 24/12期は半期の変則決算となります。実績比較参考値として掲載しています

01 既存連結子会社の商号変更とAI推進体制の強化

AIコマースメディア構想の本格推進に向け、LAMBDA社を中核にAI研究・開発体制を強化
AI分野の第一人者・清水亮氏を招聘し、生成AIを活用した新たなコマースメディア構築を加速する

■ 商号変更の概要と目的

当社連結子会社であるVOICE株式会社を事業目的をAIコマースメディア構想の推進へと拡大し、商号を「LAMBDA株式会社」へ変更
LAMBDAは、ZETAグループにおけるAI推進の中核会社として、生成AIを活用したコマースメディア開発およびAIコンサルティングを担う

■ AI推進体制の強化 — 清水亮氏の招聘

2025年11月1日付で、AI分野の第一人者である清水亮氏が、LAMBDA株式会社のEVP CAIO(Chief AI Officer)に就任
清水氏は、生成AI研究のパイオニアとして国内外で高く評価されており、LAMBDAの技術戦略およびAIコマースメディア構想の実行をリード
ZETAグループは、清水氏の知見を活かし、AI、CX、メディアの融合を加速し、生成AIを活用した新しい購買体験の提供を目指す

※ 本件は、2025年10月27日付適時開示「新規子会社の設立及び既存連結子会社の目的の拡大とそれに伴う商号変更のお知らせ」に基づく
※ AIコマースメディア構想は、中期経営計画に織り込んでおらず、研究・開発段階の取り組みです

01 子会社設立に関する開示事項

投資事業に特化し、デジタルマーケティング関連企業への成長投資を実施
グループの財務基盤を活かし、中長期的なリターンと事業シナジーを創出

(1) 会社名	DELTA株式会社	
(2) 代表者	代表取締役 山崎徳之	
(3) 本社所在地	東京都世田谷区三軒茶屋2-11-22	
(4) 資本金	5,000,000円	
(5) 出資比率	当社100%	
(6) 決算期	12月	
(7) 設立予定日	2025年12月1日	
(8) 主な事業内容	投資事業等	
(9) 上場会社と当該会社との関係	資本関係	当社100%出資の子会社となります
	人的関係	当社代表取締役の山崎徳之が代表取締役として兼務する予定です
	取引関係	新会社のため該当事項はありません

01 投資関連の取り組み フォルシア社

グループの中長期的な成長を見据え、投資事業領域を戦略的に強化
これまでZETA株式会社にて実施してきた戦略投資を、今後はDELTA株式会社が担う体制へ移行
投資事業を通じて、デジタルマーケティング領域における新たな成長機会を創出

フォルシア株式会社

(東証グロース:304A)

2025年11月現在で同社株式の約1%を保有

検索・レコメンドなど当社主力事業と親和性が高く、将来的な事業連携を視野に戦略的出資を実施

AI・検索技術に強みを持つ企業との関係強化により、ZETA CXシリーズの高度化や新規事業開発に活用可能な基盤を確立

保有株数 (2025年9月30日時点)

12,400 株

平均取得単価

2,137 円

01 ZETAグループの今後の展開と体制強化

グループの中長期的な成長を見据え、AIコマース時代の価値創出を推進



01 株主還元施策 株主優待制度の拡充

株主の皆様への感謝と長期保有の促進を目的として導入した株主優待制度について、さらなる拡充を決定
これまで、保有株式数1,000株(10単位)以上の株主様を対象に最大2,000円のデジタルギフトを進呈を実施
今回新たに保有株式数2,000株(20単位)以上の株主様を対象とし、上限4,000円分へと拡大
株主の皆様との中長期的な関係強化を図るとともに、当社株式および当社グループの事業の魅力を一層高める施策として拡充を実施

保有株式数	継続保有期間※	優待内容
1,000 株以上 2,000 株未満	半年未満	デジタルギフト 1,000 円分
	半年以上	デジタルギフト 2,000 円分
(新設) 2,000 株以上	半年未満	デジタルギフト 2,000 円分
	半年以上	デジタルギフト 4,000 円分

本制度の変更は、次回基準日(2025年12月末日)の株主優待制度から実施

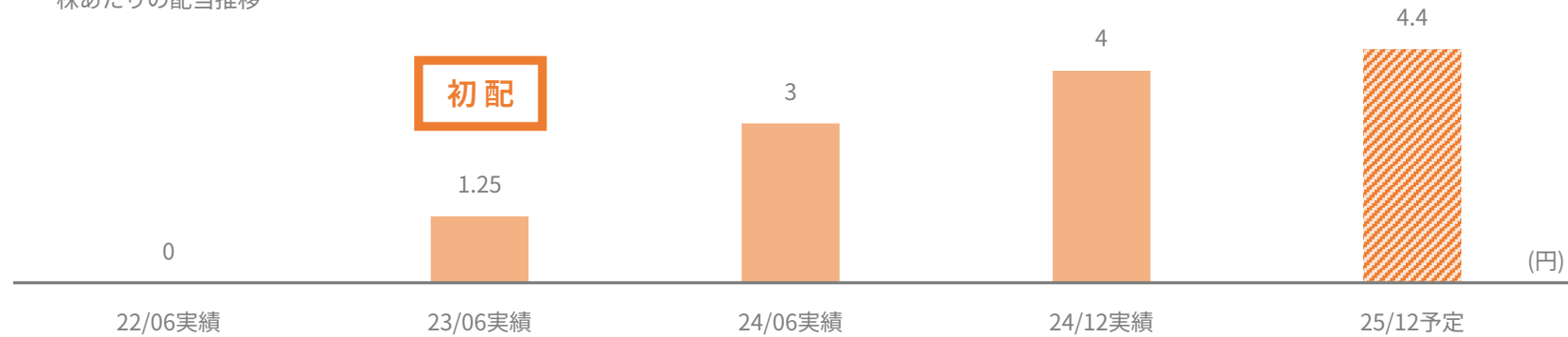
※ 継続保有期間とは、基準日(毎年6月末日と12月末日)において、当社株主名簿に同一株主番号で連続して保有が記載されていることが対象
※ 本件の詳細は、同日公表の適時開示資料「株主優待制度の拡充に関するお知らせ」をご参照ください

01 株主還元施策 期末配当予想(再掲)

2025年12月期 配当



一株あたりの配当推移



※ 記載の配当額は、1株→2株の株式分割(2023年12月31日、2024年9月1日実施)後の株数に換算した参考値

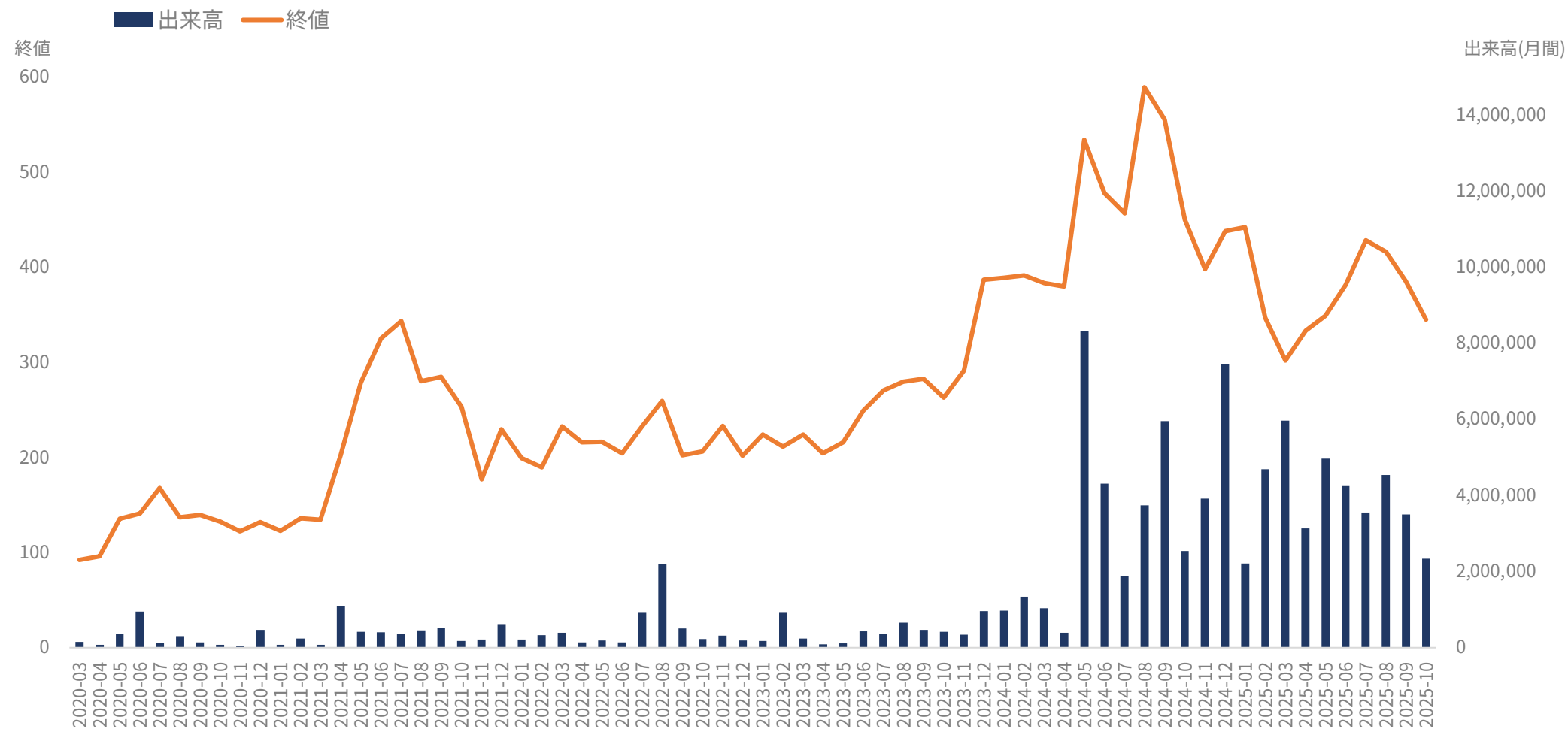
01 決算訂正による業績予想と実績の見え方についての補足

IR系情報サイトの業績予想・修正履歴								
決算期	修正日	-	修正方向	売上高	営業益	経常益	最終益	修正配当
2023.06	22/08/15	初		2,800	370	360	250	0
	23/06/26	修	↓ → ↑ ↓ ↑	2,430	370	365	215	1.25
	23/08/14	実	↓ ↓ ↓ ↓ →	2,239	182	178	108	1.25
	23/08/14			2,437	380	376	260	1.25
2024.06	23/08/14	初		1,800	470	455	270	1.88*
	23/12/20	修	→ → → → ↑	1,800	470	455	270	2*
	24/05/15	修	→ → → → ↑	1,800	470	455	270	2.25*
	24/05/29	修	→ → → → ↑	1,800	470	455	270	2.5*
	24/06/28	修	↓ ↑ ↑ ↑ →	1,760	518	502	280	2.5*
	24/07/31	修	↓ ↓ ↓ ↑ ↑	1,740	502	488	315	3*
	24/08/14	実	↓ ↓ ↓ ↓ →	1,417	176	162	84	3*
	24/08/14			1,739	498	484	312	3*
変	24/08/14	初		800	45	45	30	3.5*
変	24/11/27	修	↑ → → ↑ →	830	45	45	160	3.5*
変	24/12/18	修	→ → → ↑ ↑	830	45	45	409	4*
変	25/02/25	実	↓ ↓ ↓ ↓ →	681	-116	-132	192	4*

決算訂正前の値

決算訂正前の値

01 直近5年間の株価・出来高の推移



※株価は各月末日の終値、出来高は当月の合計出来高を使用

02 Table of contents

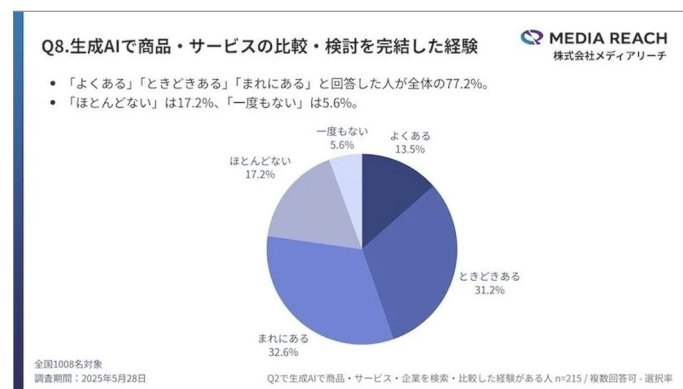
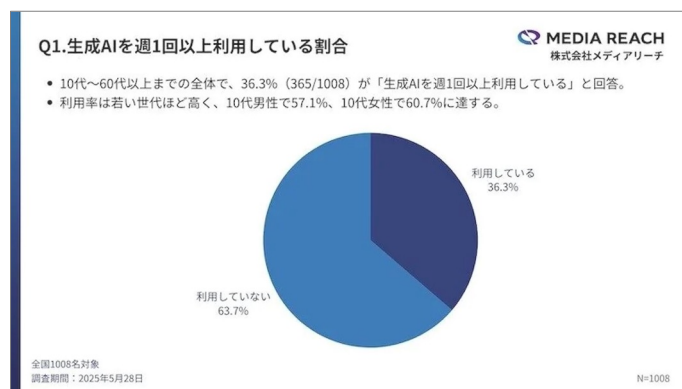
00 事業ポートフォリオと成長戦略

01 2025年12月期第3四半期業績・通期業績予想

02 参考資料

02 SEOからGEO(Generative Engine Optimization)

一般消費者にもChatGPTやGeminiなどの生成AIを活用した検索・購買行動が拡大、生成AIに選ばれるサイト構造が重要



GEOへの取り組みが必須

ゼロクリック時代では「信頼できる情報源」として引用・参照されることが、生成AIの回答案として採用されることが重要に

- 事実やデータに基づく信頼性の高い情報
- 情報を構造化(FAQ・Q&A)しAIが参照しやすい設計
- Googleの検索品質評価ガイドラインE-E-A-Tの強化
 - Experience
 - Expertise
 - Authoritativeness
 - Trustworthiness

生成AIを週1回以上利用

全体の36.2%が利用

男女別 **男性：43.8%**/女性：28.6%

年代別 **10代・20代の5割前後**が利用

生成AIで比較検討を完結

生成AIで検索したことがある人のうち、全体の**約7割**が生成AIだけで完結した経験有

出典：
ネットショップ担当者フォーラム記事 「AIで選ぶ」新しい検索行動が拡大、生成AI利用者の約3割が生成AIで「商品・サービス・企業」を検索・比較 (2025年6月4日公開) <https://netshop.impress.co.jp/node/14177>

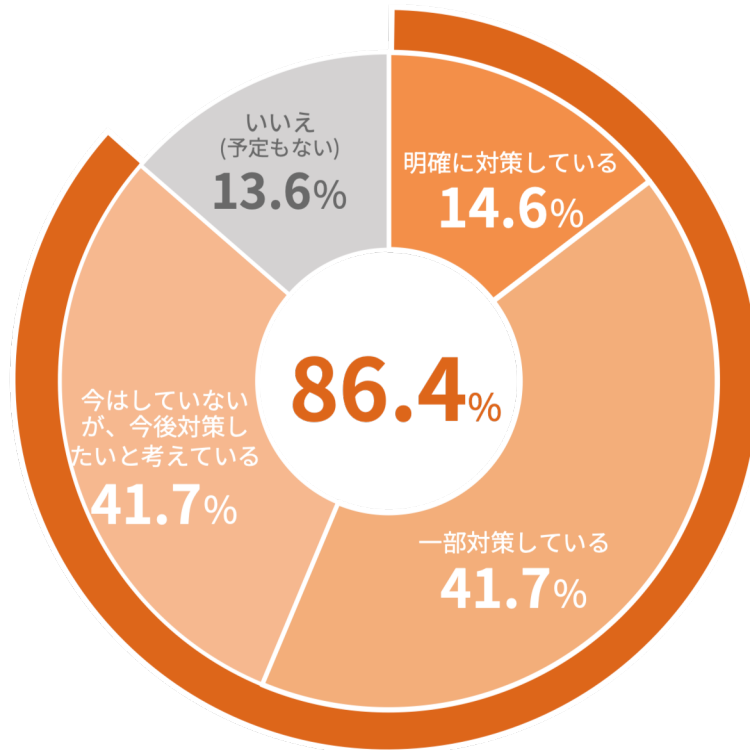
02 自社調査 – GEO(生成AIのSEO)アンケート調査結果

企業のマーケティング関連業務の担当者へGEOの認知・関心度に関する調査を2025年8月に実施(n=103)

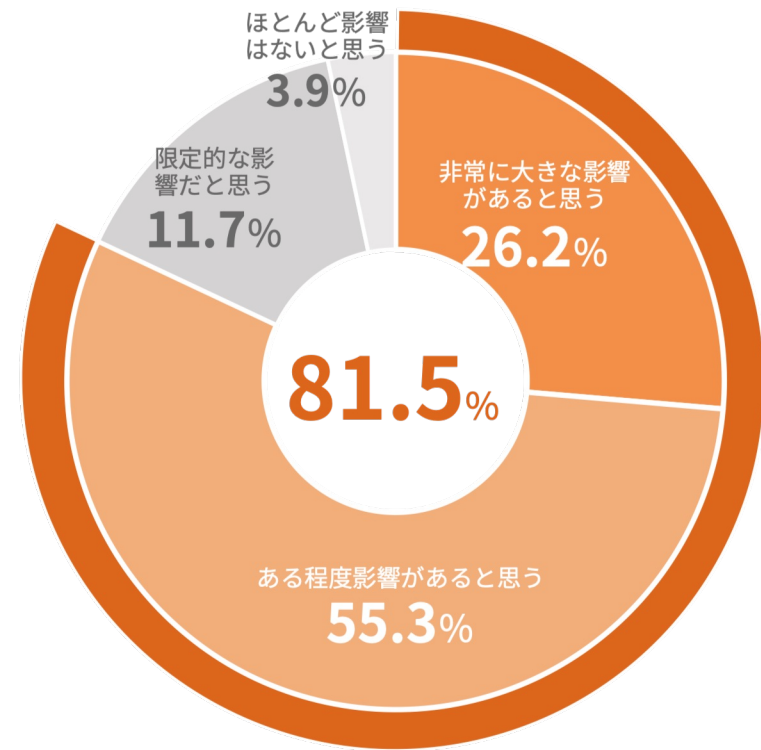
8割超が生成AI対策の必要性を感じている

8割超が自社の今後のブランディングへの影響を認知している

Q.生成AIによる検索を意識した対策を実施していますか？



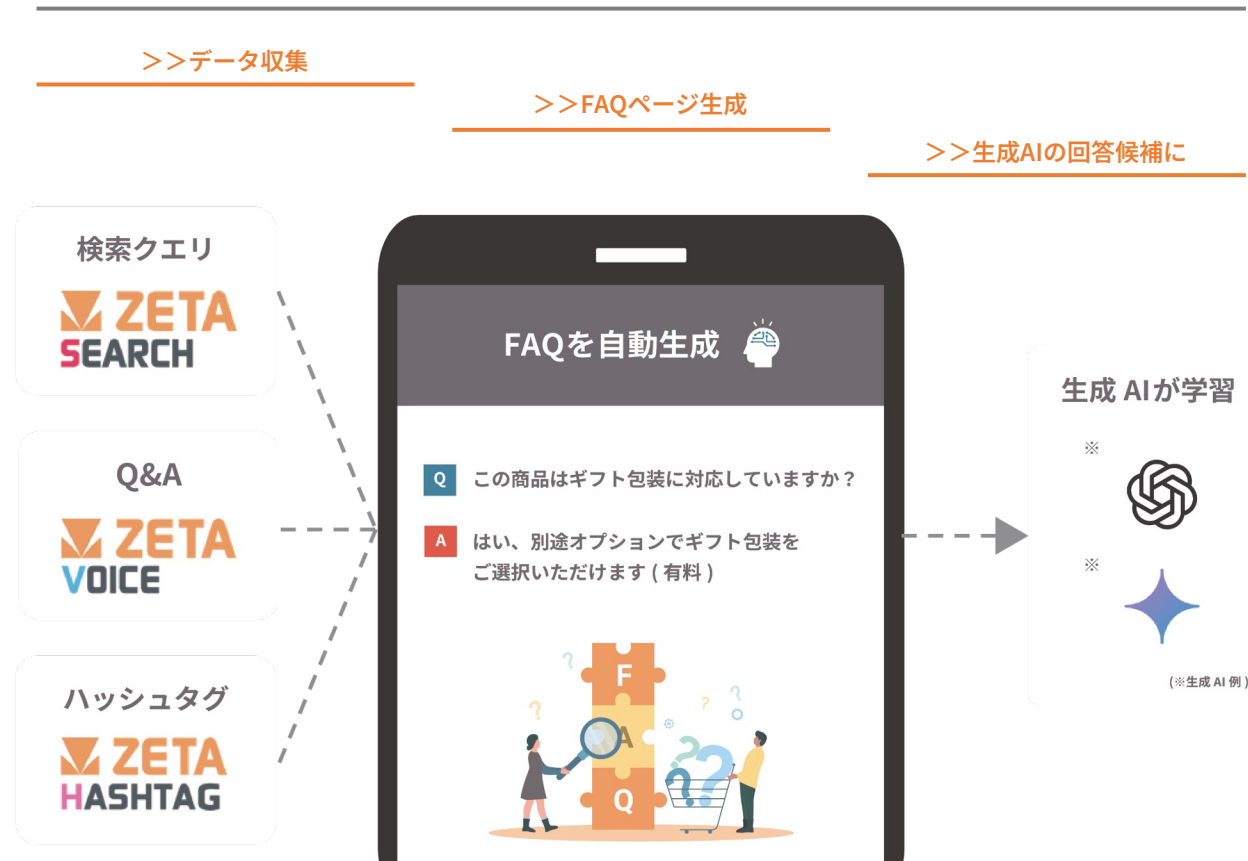
Q.生成AIによる検索が集客やブランド認知に与える影響



02 生成AI検索最適化サービス「ZETA GEO」リリース

生成AIに学習されやすい構造化されたLPを自動生成し、生成AI経由の流入数増加を実現するサービス

ZETA GEOの仕組み

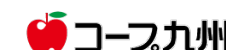
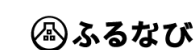


ZETA GEOの優位性

信頼性が高く構造化されたサイトは生成AIの検索結果に表示されるため、FAQなどのコンテンツは生成AIから引用されやすく、ゼロクリック時代における機会損失を防ぐ施策として注目されています

1. 「ZETA SEARCH」で頻度の高い検索ワードを抽出、それらのキーワードを「ZETA VOICE」のQ&A機能の「Q(質問)」候補としてリストを生成
2. 候補に対して「A(回答)」を作成し、Q&A一覧ページの作成・更新と、個々のQ&Aのページを自動生成
3. レビュー・Q&Aや検索キーワードから関連性の高いハッシュタグを自動生成して各Q&Aページへ自動付与、有用な情報を含む構造化されたLP生成によりGEO効果・ユーザ回遊率向上効果も期待

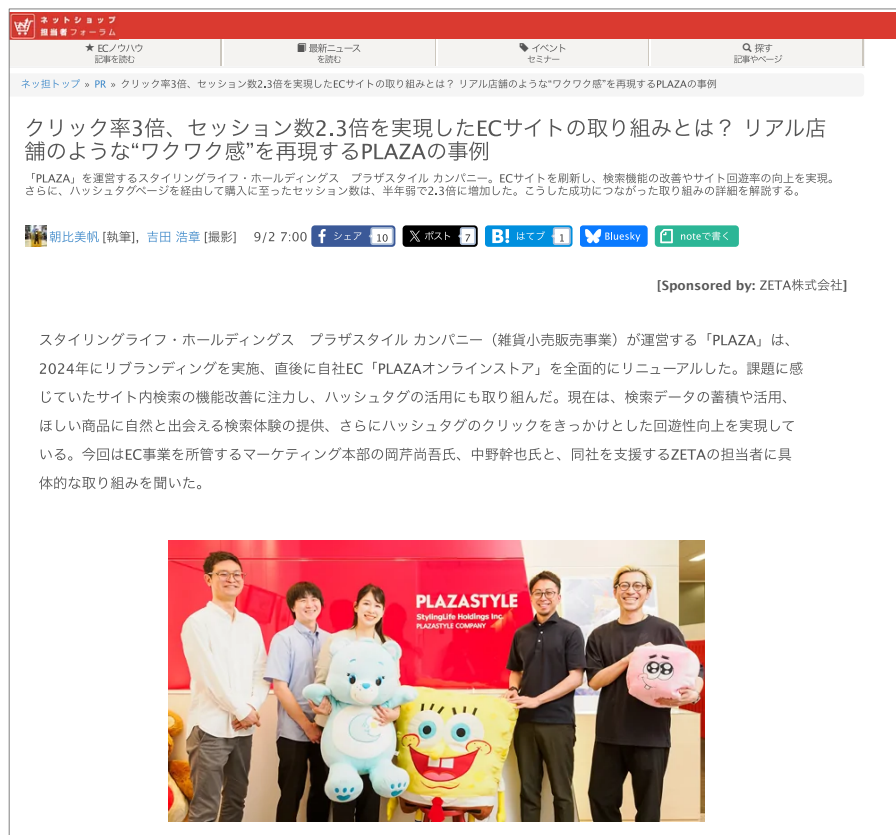
02 大手企業を中心に拡大する導入実績



02 クライアントインタビュー

ZETA SEARCHとZETA HASHTAGを導入、クリック率3倍、セッション数2.3倍を実現したPLAZAのECサイト施策

PLAZA



<https://netshop.impress.co.jp/node/14620>



S

EC商品検索・サイト内検索 ZETA SEARCH

H

ハッシュタグ活用 ZETA HASHTAG

ZETA SEARCH

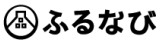
商品データや検索ワードの分析をもとに、ユーザーの「探しやすさ」を改善。カテゴリ・ブランド検索やトレンド反映を強化し、関連商品の提案精度が向上。これにより、検索経由のコンバージョン率が前年同月比で大幅に上昇。

ZETA HASHTAG

ハッシュタグ経由の回遊率は非利用ユーザーの約3倍。購入率も半年で2.3倍に増加。ブランドやテーマ別のタグから商品を横断的に発見できるようになり、“ふらっと立ち寄る”感覚をオンラインでも再現するUXを実現。

02 導入リリース一覧 (抜粋)

公開日	企業名	サイト名	導入製品
2025年01月14日	株式会社スタイリングライフ・ホールディングス プラザスタイル カンパニー	PLAZAオンラインストア	ZETA SEARCH
2025年01月21日	株式会社エスコ	ESCOオンラインショップ	ZETA SEARCH
2025年01月28日	株式会社スタイリングライフ・ホールディングス プラザスタイル カンパニー	PLAZAオンラインストア	ZETA HASHTAG
2025年02月04日	コーナン商事株式会社	コーナンリフォームeショップ	ZETA SEARCH
2025年02月13日	株式会社コメ兵	KOMEHYO ONLINE	ZETA HASHTAG
2025年03月04日	株式会社アインファーマシーズ	Francfranc(フランフラン)	ZETA VOICE
2025年03月18日	パナソニック株式会社	家電商品サイト	ZETA SEARCH
2025年03月25日	株式会社 QVCジャパン	QVC.jp	ZETA SEARCH
2025年04月01日	株式会社シモジマ	i-Order	ZETA SEARCH
2025年04月08日	株式会社シモジマ	シモジマオンラインショップ	ZETA SEARCH
2025年04月15日	花王株式会社	My Kao Mall	ZETA HASHTAG
2025年04月22日	株式会社アイモバイル	ふるなび	ZETA AD
2025年04月30日	花王株式会社	My Kao Mall	ZETA VOICE



02 導入リリース一覧 (抜粋)

公開日	企業名	サイト名	導入製品		
2025年05月13日	生活協同組合連合会コープ九州事業連合	eフレンズ九州	ZETA SEARCH		
2025年06月03日	ブックオフコーポレーション株式会社	ブックオフ公式オンラインストア	ZETA HASHTAG		
2025年06月17日	生活協同組合ユーコープ	eふれんず	ZETA SEARCH		
2025年07月01日	株式会社ウィゴー	WEGO ONLINE STORE	ZETA SEARCH		
2025年07月22日	花王株式会社	グローバルサイト	ZETA SEARCH		
2025年08月13日	株式会社ユナイテッドアローズ	ユナイテッドアローズ オンライン	ZETA RECOMMEND		
2025年08月19日	株式会社スマート・アイ	わくわくランド	ZETA SEARCH		
2025年09月16日	株式会社オールアバウトライフマーケティング	サンプル百貨店	ZETA VOICE		
2025年09月30日	ANAあきんど株式会社	ANAのふるさと納税	ZETA AD		

02 IRへの積極的な取り組み

IRTV | 動画再生リスト

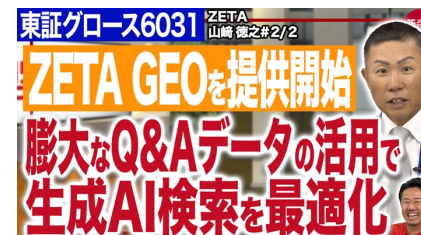
決算説明集



製品/事業説明集



Japan Stock Channel集



検索集



ハッシュタグ集



リテールメディア広告集



構造改革集



IRTV interviews集



おはリナ!

6月10日放送 (TOKYO MX)
知トク企業



1UP投資部屋

7月11日公開
銘柄勉強会



会社概要

商号	ZETA株式会社(ZETA INC)			
本社所在地	東京都世田谷区三軒茶屋2-11-22 サンタワーズセンタービル 17F			
代表者	山崎 徳之			
設立年月日	2005年8月15日			
資本金	96,776千円			
子会社	LAMBDA株式会社、DELTA株式会社、サイジニア株式会社			
決算期	12月			
役員構成	代表取締役社長 CEO	山崎 徳之	常勤監査役	内田 直康
	代表取締役上級副社長 CSO	吉井 伸一郎	監査役	吉澤 伸幸
	取締役上級副社長 CFO	森川 和之	監査役	浅海 直樹
	社外取締役	伊藤 健吾	監査役	柳瀬 典由
	社外取締役	渡辺 英治	監査役	猪木 俊宏
	社外取締役	松園 詩織		



IRに関するお問い合わせ



<https://zeta.inc>



ir@zeta.inc

Disclaimer

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。これらの記述は本資料の作成日時点で入手可能な情報に基づいて作成されており、将来の結果や業績を保証するものではありません。将来予想に関する記述には、既知及び未知のリスクや不確実性が内在しており、実際の業績、財務状況、または事業展開は、これらの記述で明示的または黙示的に示された予測と大きく異なる可能性があります。

そのような相違を生じさせる要因には、国内外の経済状況の変化、当社が事業を展開する業界の動向、法規制の変更、為替レートの変動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、本資料に記載されている当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報源から得たものであり、当社はその正確性や完全性を独自に検証しておらず、明示または黙示を問わず、これを保証するものではありません。