

2026年12月期第1四半期  
**決算説明資料**

---

ZETA株式会社  
2026年5月11日

証券コード：6031

# Executive Summary

## 事業概況

- 「コマース×AI」のエージェントティックコマース市場が欧米で先行して急進。
- エージェントティックAI事業に注力**、AI関連ソリューションをリリース。 ▶ 詳細P23-25
- リテールメディア広告の**導入企業数は前年同期比825%増**。 ▶ 詳細P63
- 口コミ・Q&A数や生成ハッシュタグ数などのZETA CXシリーズ関連KPIは堅調に推移。

## 業績概況

- 過年度繰越売上が計上された反動により前年同期比では減収減益。
- 売上・各利益とも概ね**期初計画通り**推移。
- 受注高は期初計画を上回り**推移。

売上高

**315** 百万円

営業利益

**▲42** 百万円

INDEX

01	事業概要	4
02	2026年12月期 第1四半期 ハイライト	51
03	2026年12月期 第1四半期 KPIハイライト	57
04	TOPICS	64
05	Appendix	76

# 事業戦略

Business Strategy

THE NEXT ERA OF COMMERCE

# AI経由で商品と出会う、 エージェントックコマースが始まる。

Agentic Commerce is reshaping how people discover and buy — and ZETA is built for it.

# 01 AIの劇的な進化と普及

**生成AI**は社会・産業・生活のあらゆる場面に浸透。  
情報取得・判断・提案のあり方を変える、新たな社会基盤へ。



# 01 AIの波はECにも波及

**生成AIの普及**は、ECにおける商品探索・比較・検討にも波及。購買行動の入り口が変わり、ECサイトに求められる役割も拡大。

乾燥肌におすすめの保湿クリームを教えてください。

AI



★★★★☆  
¥4,980



★★★★☆  
¥2,750



★★★★☆  
¥3,300



AIが情報探索の起点となり、ECサイトへ送客。  
ECにおけるAI活用領域は、今後さらに拡大の見通し。

# 01 EC領域にも広がるAI活用

ECにおけるAI活用は、流入・マーケティング・オペレーションの3つが主なカテゴリー。  
AIが集客・CX向上・業務効率化を促進する。

## ECサイト外

### ① 集客

AI検索からECへ送客



AI  
アシスタント

エージェンティックコマース

## ECサイト内

### ② マーケティング

パーソナライズにより  
購買体験とCVRを向上



データ



パーソナライズ  
広告

リテールメディア広告

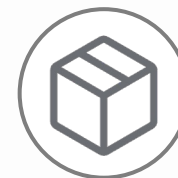
流入

### ③ オペレーション

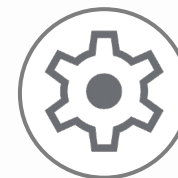
在庫管理・配送・返品などの  
業務を効率化



配達管理



在庫管理



返品・交換

周辺領域

AIが購買の入り口となり、商品探索・比較・検討をする新しい購買体験。ユーザーはAIに相談しながら最適な商品やECサイトにたどり着く。

これまで

## ユーザーが検索する時代

自分で探して、比較・検討する



購買の入り口がAIへシフト

これから

## AIに相談する時代

AIが商品探索・比較・検討を支援

- 
- 自然言語でAIに相談  
「敏感肌におすすめの保湿クリームは？」
  - AIが条件に合わせて比較・検討
  - AIが比較・整理し、最適な選択肢を提示
  - ECへ送客

エージェントティックコマース

# 01 エージェントティックサーチの仕組み

エージェントティックコマースの中核「**エージェントティックサーチ**」。AIが商品情報・UGC<sup>※1</sup>を参照することで**ハルシネーション<sup>※2</sup>**を抑制し、信頼性の高い提案を実現。



1. User Generated Contentの略。レビュー・口コミ・Q&A・投稿画像など、ユーザーがECサイト上で投稿・生成するコンテンツの総称。
2. 生成AIが、参照情報の不足や誤認識等により、事実と異なる情報や存在しない内容を生成してしまう現象。
3. 生成AIがECサイトの商品情報・在庫・価格・UGC等を参照・連携するための共通仕様。UCP、MCP、A2A、ACP、AP2などの規格整備が進んでおり、AIに正しく参照されるデータ基盤の重要性が高まっている。
4. 生成AIが外部データを検索・参照して回答する仕組み。エージェントティックサーチは、AIエージェントが検索・比較・提案・EC送客まで担うRAGを発展させた概念。

# 01 リテールメディア広告が注目される背景

ECサイトのメディア化により、そこに投稿される広告「リテールメディア広告」。購買に最も近い広告として、企業の有力な出稿先に。

## ① 広告環境の変化

Cookie規制等により、  
企業は新たな広告接点を模索



3rd Party Cookie  
規制の強化



リターゲティング広告の  
制約



出稿先の  
多様化が必要に

## ② ECのメディア化

レビュー・Q&A・ランキング・レコメンド  
などのUGCが集まり、ECがメディア化



## ③ 広告需要の発生

購買意欲の高いユーザーにリーチできる  
広告接点として、企業の出稿ニーズが拡大



購買意欲の高いユーザーに  
直接アプローチ



ブランド・メーカーが  
商品訴求の場として活用



EC事業者の広告収益機会が拡大



ECがメディア化し、購買に最も近い広告接点が生まれることで、  
リテールメディア広告は今後さらに成長が期待される領域に。



# 01 AIでさらに進化するリテールメディア

生成AIの普及により、リテールメディアへ流入と**EC内のユーザーアクティビティがさらに拡大**。  
AIによるCXの高度化が、**広告価値をさらに押し上げる**。

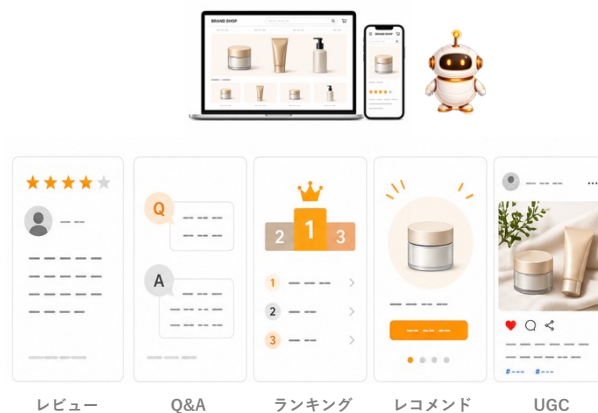
## ① 生成AI経由の流入増加

AI検索・AIチャットを通じて、ECサイトへの新たな流入が拡大。



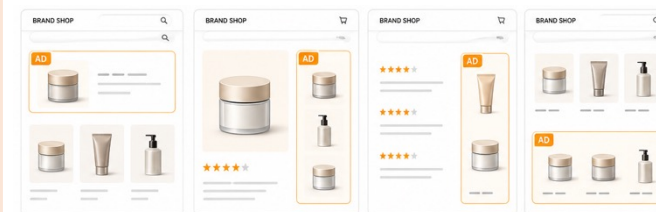
## ② EC内体験・コンテンツの高度化

AIとデータ活用により、ユーザーがより楽しめるコンテンツ・体験を提供



## ③ アクティビティ増加と広告価値拡大

流入増加と体験向上により、EC内のアクティビティが活性化し、メディア価値向上



●..... AIがリテールメディアの流入とアクティビティを加速し、**広告価値を最大化する**。..... ●



WHY ZETA

# AI時代のコマースを支えるZETAの優位性

ZETA has built the core assets required for AI-driven commerce: search technology, UGC data, and AI-ready integration.

I  
SEARCH

## 高度な検索・レコメンド技術

AIがECで「探す・見つける・選ぶ」を支える検索基盤

II  
DATA

## 豊富な1st Party DataとUGC

AIに参照される信頼性の高い情報基盤として、消費者のリアルな声と行動データを蓄積

III  
AI READY

## AI連携・対応の先行優位性

AIに正しく理解・参照される連携基盤を先行して整備



**01 Core Engine**  
**ZETA CXシリーズ**  
検索・レビュー・レコメンド等で  
ECの顧客体験を最適化



**02 Growth Area**  
**リテールメディア広告**  
EC内の広告を最適化し、事業者の  
収益化とブランドの販促を支援



**03 Growth Area**  
**エージェントックコマース**  
AIとECデータの連携により、  
新しい購買体験を実現



..... 検索・UGC・ECデータを基盤に、**CX向上と収益機会拡大**を実現 .....

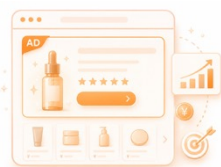


# 01 検索の強みを活かし、新たな成長領域へ

EC商品検索で培った検索エンジンの競争優位性を活かし、リテールメディア広告やエージェントックコマースなどの新たな市場を開拓。

## リテールメディア 広告

検索意図・購買データを  
広告収益へ



ZETAのコアエンジン



ZETA SEARCHをコアとする  
ZETA CXシリーズはストックで  
ZETAの収益に貢献



## エージェントック コマース

AIが参照する  
検索・UGC・商品データ基盤へ



..... 検索の強みを起点に、ECの体験価値・広告価値・AI連携価値を拡張 .....



# 01 CX向上のための豊富な製品ラインナップ

検索エンジンを中心とし、口コミ・Q&Aやレコメンド、ハッシュタグなどCX向上のための各種機能を実現する製品ラインナップを提供。

**ZETA CLICK**  
OMO・DX  
ソリューション

**ZETA TALK**  
EC向け  
AIチャット

**ZETA ENGAGEMENT**  
ロイヤリティ  
向上

**ZETA BASKET**  
EC  
キュレーション

**ZETA VOICE**  
レビュー・口コミ  
Q&A

**ZETA SEARCH**  
ECサイト内  
検索エンジン

**ZETA HASHTAG**  
ハッシュタグ  
活用

**ZETA RECOMMEND**  
AI  
レコメンド

**ZETA GEO**  
生成AI  
検索最適化

**ZETA LINK**  
生成AI  
連携基盤

**ZETA AD**  
リテールメディア  
広告



ZETA CXシリーズでECサイトのCX向上を支援



## 01 実績に基づく商品検索の競争優位性

ZETA CXシリーズの検索エンジンは**国内TOP100 ECのうち30%以上・計238サイト**に導入。  
国内トップシェアに裏付けられた検索性能と、豊富なUGCデータの活用により事業拡大。

## 国内EC市場で高いプレゼンスを確立

国内TOP100 ECの導入率

30%+

国内TOP100ECの  
約1/3サイトに採用

EC導入サイト数

238サイト

大手総合ECから専門ECサイトまで  
幅広い業種・業態で採用

## 多様な業種・業態の有力ECに導入

Asahi

  
UNITED ARROWS LTD.

Panasonic

 YAMADA

 BEAMS

Kao

SHISEIDO  
ONLINE STORE
 さあ、街から未来をかえよう  
三井不動産  
MITSUI FUDOSAN

4°C

DNP

OIOI

ANAX

## 豊富な実績が生むZETAの強み



## 高い検索品質

多様なサイト運営で培ったノウハウにより、  
高精度な検索・レコメンドを実現



## 圧倒的なノウハウ蓄積

豊富な導入実績から得られる知見をもとに、  
検索体験を継続的に改善



## 強固な顧客基盤

大手ECを中心とした導入実績の拡大

当社の検索エンジンはGoogleとのA/Bテストにおいても同等  
程度のパフォーマンスを発揮

# 01 製品導入に伴う各種取り扱いデータの拡大

数多くのECサイト導入を通じて、検索クエリ、口コミ・Q&A、ハッシュタグなどが積み上がり、これらの1st Party Data<sup>※1</sup>がZETAの資産として継続的に蓄積される構造。



レビュー・口コミ・Q&amp;A

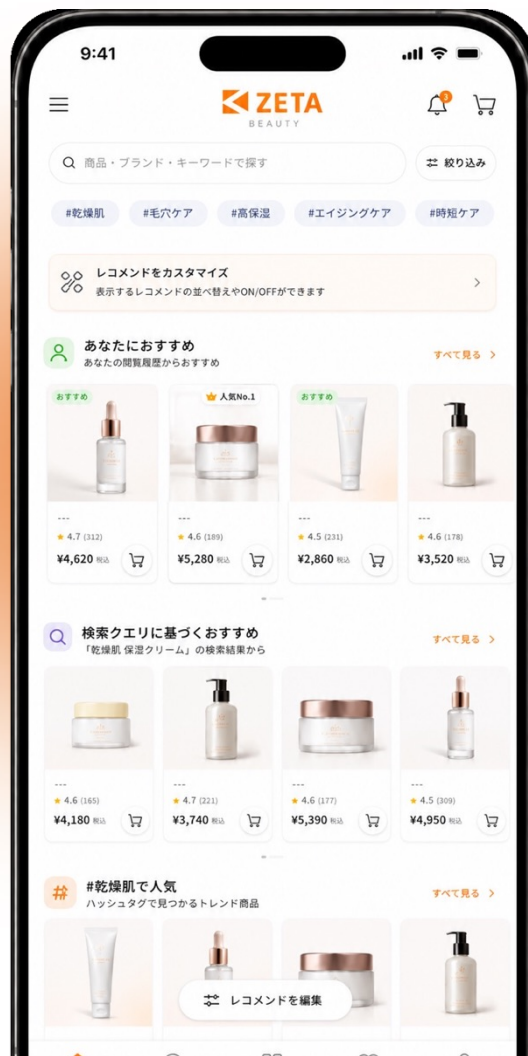
**1,700万件+**

生成ハッシュタグ

**6.4万件+**

## 01 (新機能) マルチアングルレコメンドのリリース

蓄積された1st Party DataやAIレコメンド技術を活かし、「発見」や「トレンド」を重視したマルチアングル表示を提供、CXを高めるデジタルセルフ機能を実現。



## ZETAの「マルチアングルレコメンド」の特徴



## サイト滞在時間向上

多様なレコメンドの表示により実店舗のように購買体験を楽しんでもらうことで、ユーザーCXが向上し、サイトの滞在時間増加に貢献。



## 「ZETA CXシリーズ連携」

1st Party Dataを活用し、EC検索エンジン、口コミ、Q&Aエンジンなどと連携して、バリエーション豊かなレコメンドを実現。



## AI活用による高度なレコメンドを実現

ユーザーに最適なレコメンドを行うことで、CVR・AOV・LTVの向上に寄与。



## 口コミ・Q&amp;Aの表示

新たな比較体験とともに、理解を深めるデジタルセルフを実現。商品発見の幅をさらに拡張。

## 01 成長を見込むリテールメディア広告事業

ECサイトの検索クエリを始めとする消費者の購買プロセスの最終段階に近いデータを活かし、国内でも成長が見込まれるリテールメディア広告を展開するためのシステムを提供。



## 検索クエリ

ユーザーの検索意図を把握し、関連性の高い広告を表示

化粧水

保湿

敏感肌



## 閲覧履歴

閲覧した商品・カテゴリから興味関心を分析



## レビュー・口コミ

実際の利用者の声や評価を活用し、信頼性の高い広告表現を実現

★★★★★ 4.7 (256件のレビュー)



## Q&amp;A

ユーザーの疑問や悩みを把握し、最適な訴求内容に反映

Q.敏感肌でも使えますか?

A.はい、低刺激処方です敏感肌の方に...



## 購買履歴

過去の購買商品から好みやニーズを予測



## ハッシュタグ

生成・人気ハッシュタグからトレンドやニーズを抽出

#敏感肌向け

#保湿ケア

#乾燥対策

## 01 リテールメディア広告事業におけるZETAの役割

ECサイトにおける検索クエリと1st Party Dataを活用した検索連動型広告を提供し、**EC事業者のメディア収益拡大とROIの高いブランドの広告配信**を実現。



# 01 AI時代に求められるエージェンティックサーチ

エージェンティックコマースの重要な課題であるハルシネーションの解消のためには、高度かつ高速な検索処理性能を持つエージェンティックサーチの提供が不可欠。



エージェンティック  
サーチ  
(従来のRAGを発展  
させた概念)



## 膨大な検索クエリ

AIの商品探索・比較を支える  
検索基盤



## 高速な検索処理実績

大規模ECの高負荷な検索にも  
対応



## 大量の口コミ・Q&A

利用者評価を参照し、  
AIの正確な商品理解を支援



## 多様なAI規格への準拠

乱立するAI接続規格に対応し、  
ECデータとの連携を推進

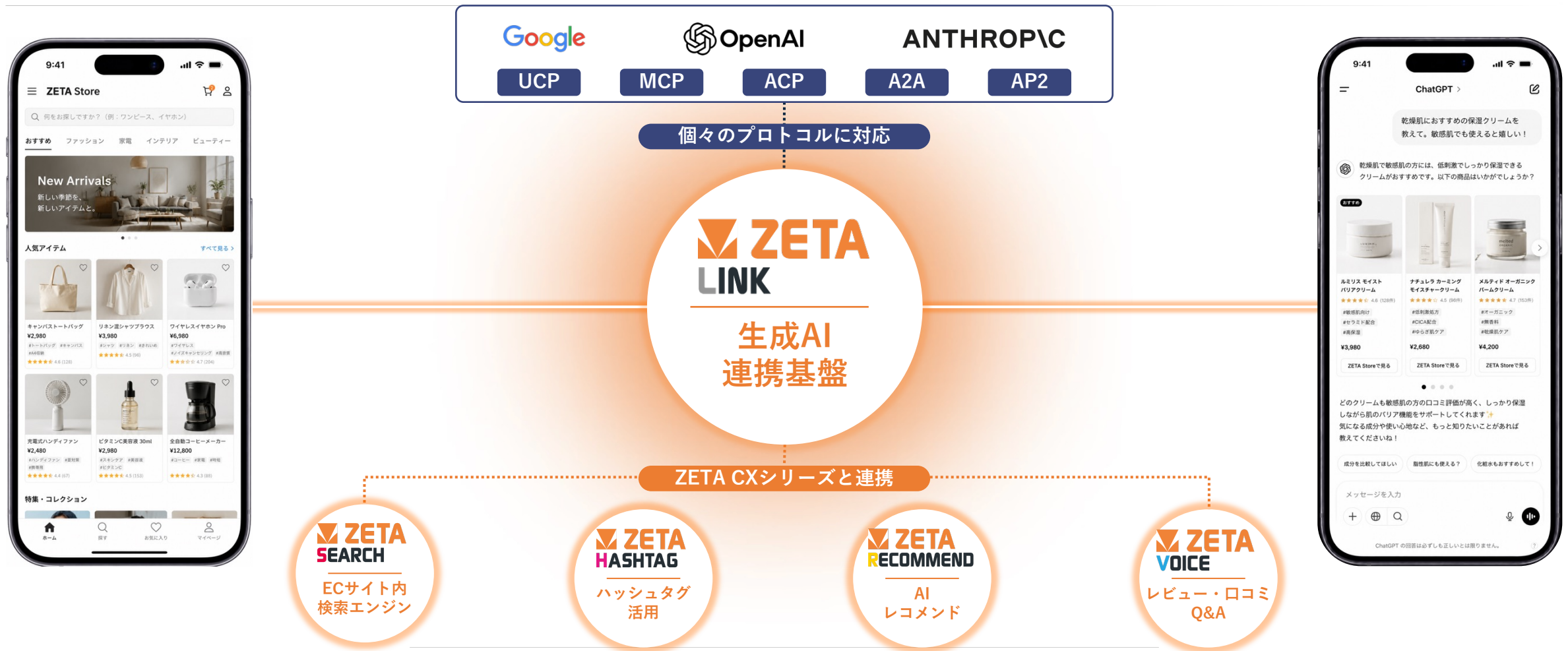
コンテキストを維持したEC送客

適切な商品検索・レコメンド

CX・LTV等の向上

# 01 エージェントックコマース連携基盤の提供

ZETA LINKにより、生成AIを始めとするAIエージェントから、ECサイトにおける商品情報や口コミ・Q&A、ハッシュタグの取得を容易にするエージェントックコマース連携基盤。



# 01 エージェントックコマーへの先行取り組み

Apps in ChatGPT対応をはじめとして、エージェントックコマーへの取り組みを先行。  
ZETAは「AI×EC」領域におけるリーディングカンパニーへ。



@ZETA CX

乾燥肌におすすめの保湿美容液を教えてください。

## ZETA CXシリーズが Apps in ChatGPTに対応

EC事業者各社の提供するChatGPTアプリを通じて、商品検索・レコメンド・口コミ・Q&Aを呼び出し、正確な商品情報を表示

## マルチアングルレコメンド対応

デジタルセルフ体験をChatGPT画面上で実現し、商品探索から意思決定までを一体化した、より直感的で満足度の高い購買体験を提供。



## EC向けAIチャット ZETA TALK

ECで求められる商品探索や比較の複雑化に対応し、検索と会話を一体化



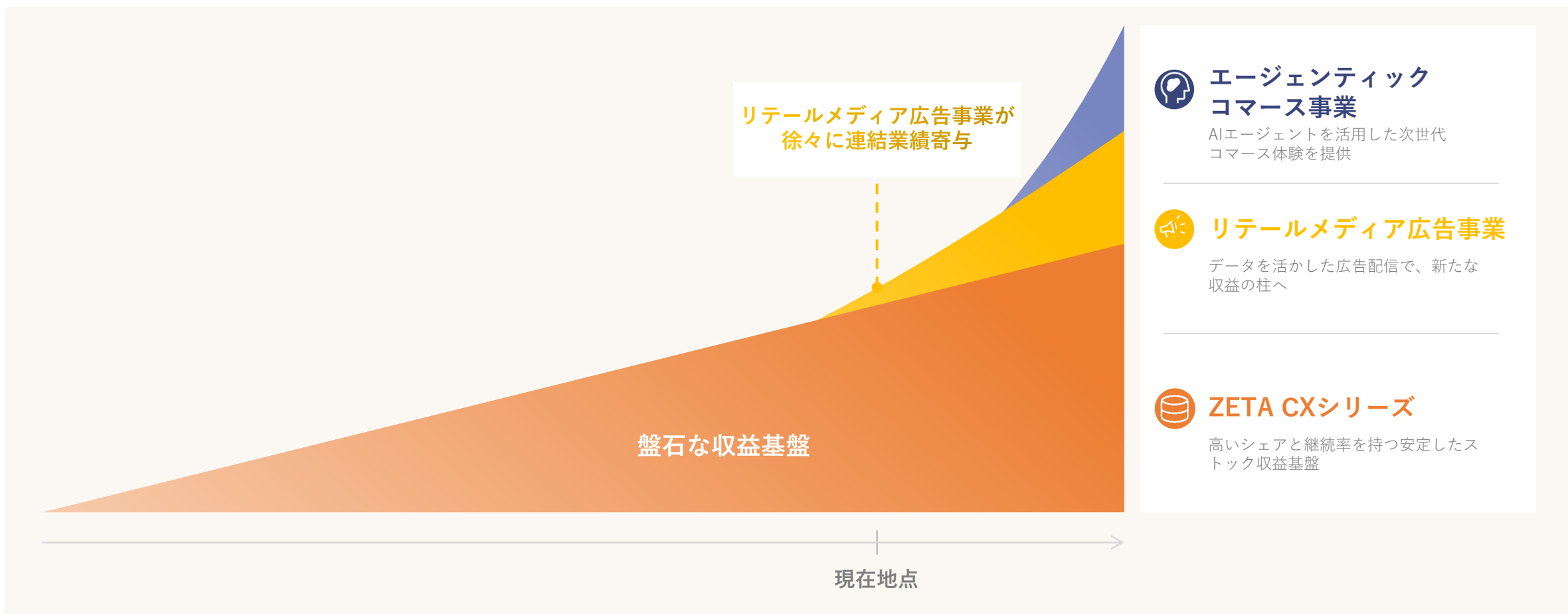
## 生成AI連携基盤 ZETA LINK

エージェントックサーチの仕組みを通じて、AIチャットとZETA製品群をシームレスに連携する生成AI接続基盤。



# 01 ZETA CXシリーズ収益基盤の上で新事業を展開

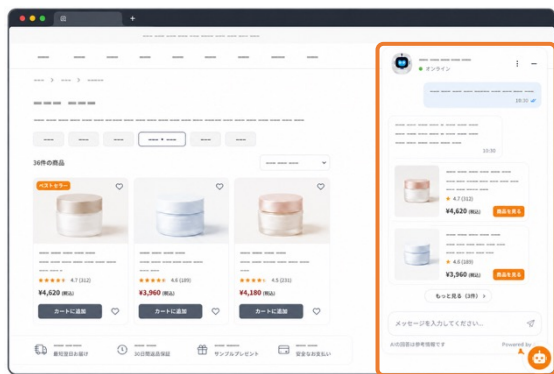
ZETA CXシリーズは国内において圧倒的なシェアを持つ**安定したストック収益基盤**。  
豊富なデータと技術を活かし、リテールメディア広告、エージェントイックコマース事業に展開。



# 01 事業提携によるエージェント検索事業拡大

ZETAはチャネルトーク、LIVEX AIおよびネオジャパンとの事業提携を開始。  
エージェント検索に不可欠なエージェント検索対象領域を拡大。

## チャネルトーク



ECサイト上にAIエージェントを実装  
ユーザーの会話対応によりCXの向上に貢献



**ZETA CXシリーズと連携。**  
**回答の精度向上**  
**ハルシネーションの解消を実現。**

## LIVEX.AI

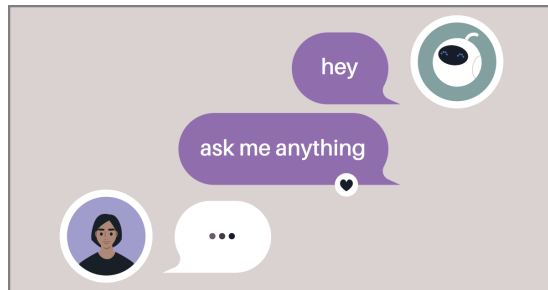


店頭サイネージ上のAIが商品提案  
自然言語による対話で来店の体験価値を向上

**NEOJAPAN**  
国内初再販パートナー



**01** AIコマースメディア構想  
2025年10月29日



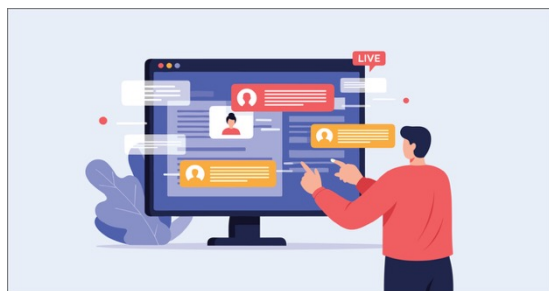
**02** AIチャットと検索  
2025年11月11日



**03** エージェントックコマース  
における検索  
2026年1月21日



**04** チャットと融合する検索  
2026年2月5日



**05** RAGとエージェントック  
サーチ  
2026年2月27日



**06** SHOPTALKにみるエージェン  
ティックコマース事情  
2026年4月17日



**07** AI活用による  
レコメンドの進化  
2026年4月30日



stockvoice

2026.02.18



ZETA[6031]グロースIR



【稼足銘柄】

2026.02.28



2月28日開催 WEB 櫻井英明 株式講演会&企業IRセミナー



マネックスオンデマンド

2026.03.04



ZETA株式会社 個人投資家向けオンライン説明会



IRTV

2026.03.13



【AIの大波はプラスか?】2025年12月期決算過去最高益を達成し...



パンローリングチャンネル

2026.04.15



営業利益率21.3%! 主力事業の年平均成長率55%! 成長期に入った次...



IRTV

2026.05.08



【EC業界の転換点】AIは"夢"から"実用"へ! SHOPTALK SPRING...



IRTV

2025.10.27



【SHOPTALK参加レポ】AI同士が会話する時代！検索市場拡大が追...



ブリッジサロン

2025.12.06

投資家向けIRセミナー  
Bridge Salon

KDDIホール/ライブ配信  
2025.12.06(Sat)

Bridge Live Seminar	(6183) 株式会社ベルシステム24ホールディングス 安藤 洋 IR室 エグゼクティブマネージャー	13:55~14:40
13:00~13:45	(6031) ZETA株式会社 山崎 徳之 代表取締役社長	14:45~15:30
IUP投資部 藤 KEN 氏	(3608) 株式会社TSIホールディングス 下地 毅 代表取締役社長 CEO	15:35~16:20

ZETA株式会社(6031)



IRTV

2025.12.19



【AI×EC拡大】キーワード検索から会話型検索へ！ZETA社の技術優...



1UP 投資部屋

2026.01.23



【銘柄勉強会】生成AIに追い風で検索エンジン需要増加！目標時価総...



stockvoice

2026.02.14



【企業IR】生成AI時代の検索体験とリテールメディア【ZETA】資産...



湘南投資勉強会

2026.03.05

第78回湘南投資勉強会

決算直後IRライブ 参加無料

2/15(日) 11:40 - 18:50

【会場】東京都内（お茶の水）  
会場/オンライン同時開催

- ファーストアカウンティング株式会社
- ZETA株式会社
- 株式会社Li is B
- 株式会社シンカ
- 株式会社アイキューブドシステムズ
- 特別講演(根岸理央さん)
- アクシスコンサルティング株式会社
- フォルシア株式会社

ZETA株式会社(証券コード：6031)  
代表取締役社長山崎徳之様/2026...





アパレル



and ST



Shoplist

ベルーナ



BAYCREW'S STORE



AOKI'

洋服の青山

USAGI ONLINE



G R L

RAGTAG



F.O.Online Store



4°C



BtoB



アズワン株式会社

PLUS



化粧品  
日用品  
食品



家電  
スポーツ



書籍  
エンタメ  
自動車



百貨店  
モール



## and ST

ECzine ニュース 記事 連載 特集 イベント 書籍 用語集 ログイン 新規会員登録

ECホットボックス (AD)

### 圧倒的レビュー数をどう活かす？生成AI時代のEC戦略を「and ST」が語る

ECzine編集部(著) / 関口 達朗(写) 2026/04/21 07:00

レビュー ファッション/アパレル

流通総額462億円（2026年2月末時点）を誇るECプラットフォーム「and ST」を展開するアンドエスティ。同社はレビューをECの「大前提」と位置づけ、レビュー・口コミ・Q&Aエンジンの「ZETA VOICE」を通じて膨大なユーザーの声を収集しています。ポイント付与施策に加えて、レビュー打診回数最大化や、生成AIによるレビュー要約など、最先端の取り組みを推進。顧客満足度とLTV向上を両立させる同社の戦略について、株式会社アンドエスティとZETA株式会社の担当者にインタビューしました。

## 国内屈指のレビュー保有数を誇る「and ST」の、エージェンティックコマースを見据えた生成AI時代のEC戦略

レビュー・口コミ・Q&Aを基盤としたUGCデータの蓄積・活用により、ユーザーの「意思決定プロセス」を最適化。多様な評価軸やユーザーのリアルな声を可視化し、信頼性の高い購買判断を支援。

さらに、生成AIを活用したレビュー要約・構造化により、情報取得効率を向上させ、比較・検討の高度化を実現し、UGCを「閲覧情報」から「購買を促進するデータ資産」へ進化させ、CVR向上およびCX向上に貢献。

- ・レビューは購買判断を支える「ECの基盤」として不可欠な存在へ進化
- ・投稿促進や導線設計により、UGCを継続的に蓄積する仕組みを構築
- ・レビューはユーザーだけでなくAIの情報源としても機能し、次世代ECへの対応を加速



<https://eczine.jp/article/detail/17678>

V レビュー・口コミ・Q&Aエンジン ZETA VOICE

公開日	企業名	サイト名	導入製品
2026年01月13日	株式会社ドラフト	AUEN	ZETA RECOMMEND
2026年01月20日 2026年03月03日	アートデコ株式会社	GRL	ZETA SEARCH ZETA HASHTAG
2026年02月03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
2026年03月10日	株式会社ハードオフコーポレーション	オフモール	ZETA HASHTAG
2026年04月07日	株式会社GSTV	GSTV	ZETA SEARCH ZETA HASHTAG
2026年04月14日	アサヒグループ食品株式会社	アマノフーズ	ZETA RECOMMEND
2026年04月28日	株式会社SynaBiz	NETSEA	ZETA RECOMMEND



MARKET DATA

# 拡大するエージェンティックコマース市場

Market data shows that AI-driven commerce and retail media are becoming new growth opportunities for EC platforms and technology providers.

Revenue Growth



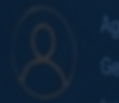
Sponsored



上質な香りで  
自分らしさを演出

¥6,200

Search Trend



Age 25-34  
Gender Female  
Interest Fashion / Beauty



1st Party Data

- Search Data
- Purchase Data
- Browsing Data

Sponsored

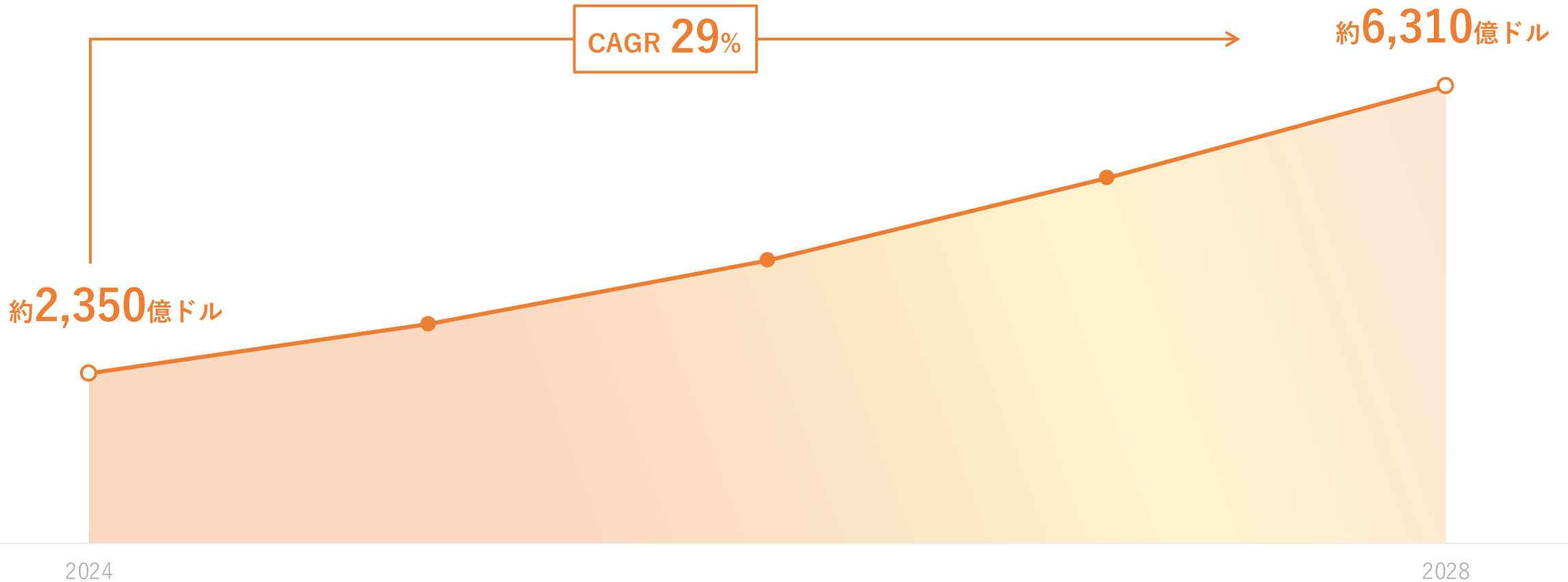


上質なレザーバッグ  
デイリーからビジネスまで

¥12,800

# 01 AI関連の投資見通し

グローバルのAI支出はCAGR 29%で拡大し、2028年には6,310億ドルに達する見通し。  
小売業界はAI投資のトップ3に入る。



出典：IDC「IDC's Worldwide AI and Generative AI Spending Industry Outlook」（2024年8月）を基に当社作成。中間年は補完推定。

AI起点のEC売上はすでに立ち上がり始めており、AIエージェントの関与領域が購買全体へ広がることで、収益機会はさらに拡大すると見込まれる。



## AIエージェントが関与するコマース領域の収益機会

AIエージェントが、商品探索・比較・提案・配送・返品まで関与する購買全体の収益機会



## AIプラットフォーム起点のEC売上

ChatGPTやGeminiなどのAIプラットフォーム内での購入など。  
(エージェントティックコマースの一部)

米国

1,444~2,250億ドル

グローバル

3~5兆ドル

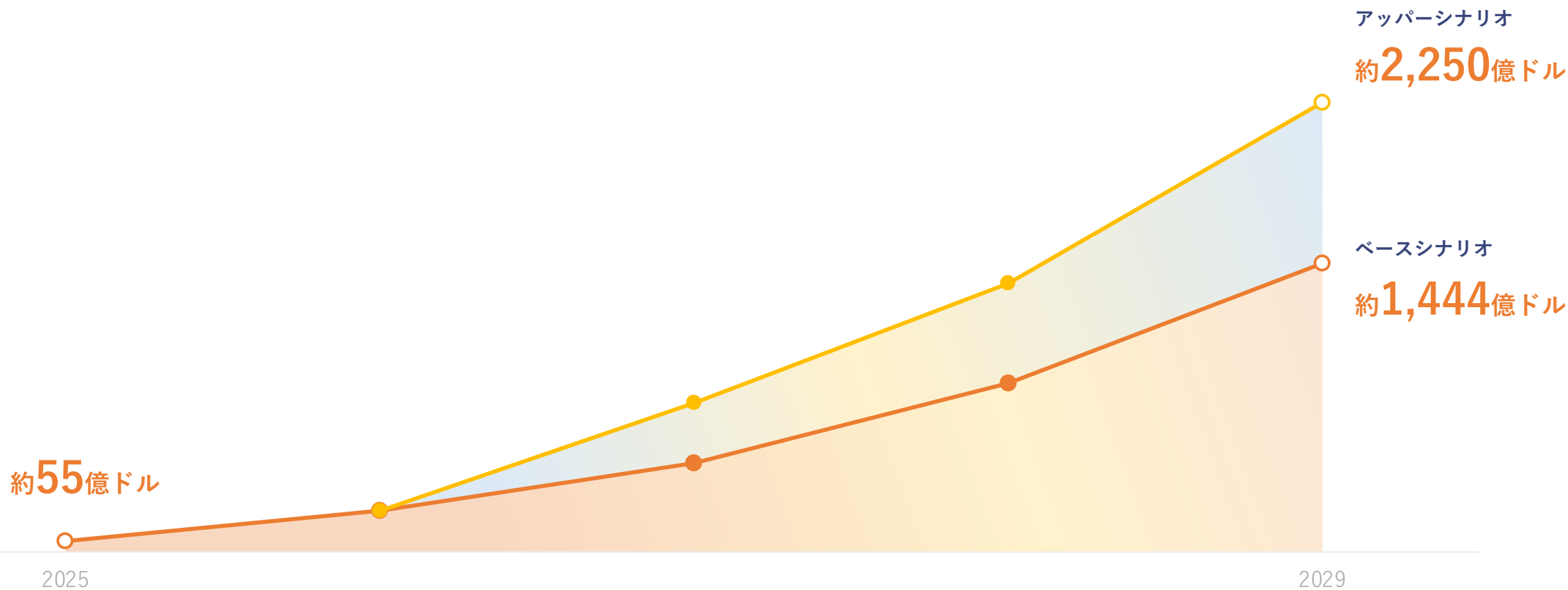
2029年

2030年

出典：EMARKETER「US AI Platform-Driven Retail Ecommerce Sales」(2025年12月)、McKinsey & Company / QuantumBlack「The agentic commerce opportunity」(2025年10月)、「The automation curve in agentic commerce」(2026年1月)を基に当社作成。

# 01 米国AIプラットフォーム起点ECの市場見通し

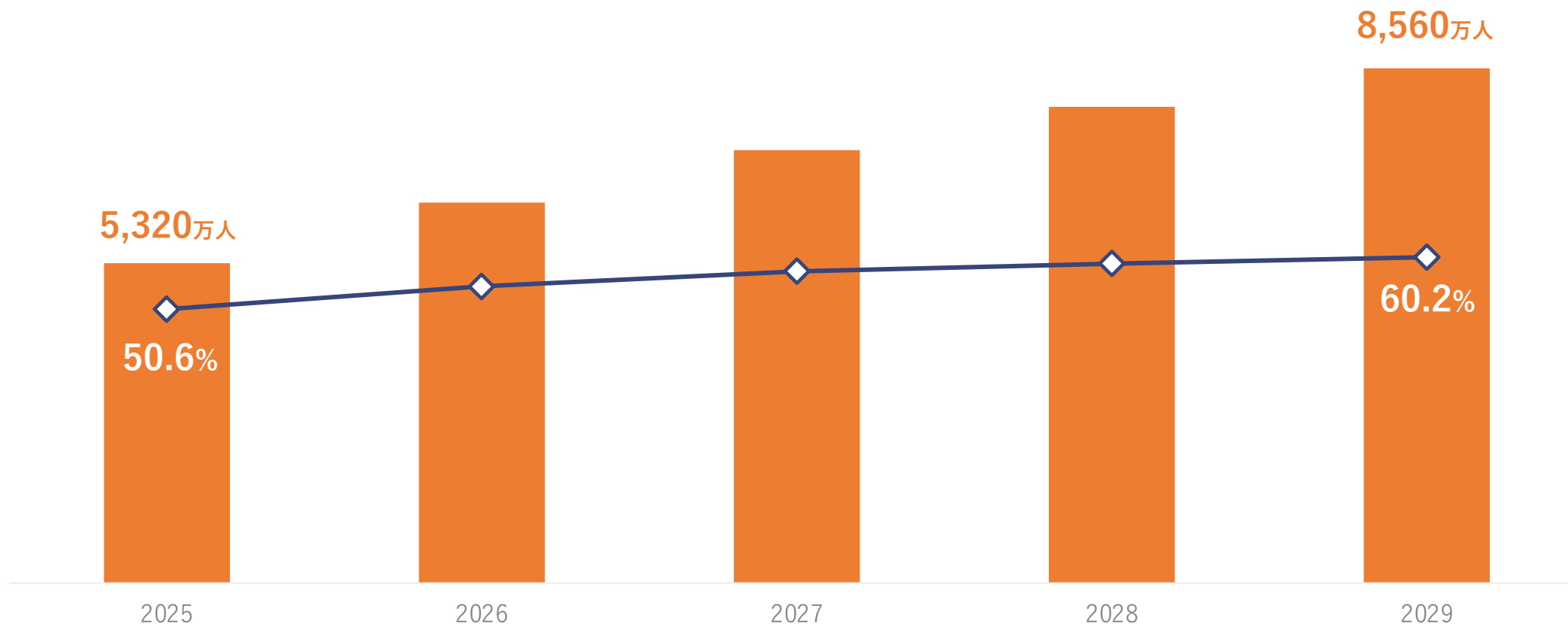
米国のChatGPTやGeminiなどのAIプラットフォームを起点とするEC売上は、2029年までに**約25~40倍**の約1,444~2,250億ドル規模に拡大の見通し。



出典：EMARKETER「US AI Platform-Driven Retail Ecommerce Sales」（2025年12月）を基に当社作成。中間年は補完推定。

# 01 エージェントティックコマース利用者の見通し

米国では2029年までに、AIショッピング関連消費者は8,560万人、AI利用者の60.2%に拡大する見通し。



出典：EMARKETER「AI-assisted digital shoppers in the US, 2025-2029」（2025年12月）を基に当社作成。

# 01 AIからECへの流入が急増

米国では生成AI経由のECサイトへの流入は短期間で急拡大。  
AIはECへの新たな送客チャネルとして確立している。

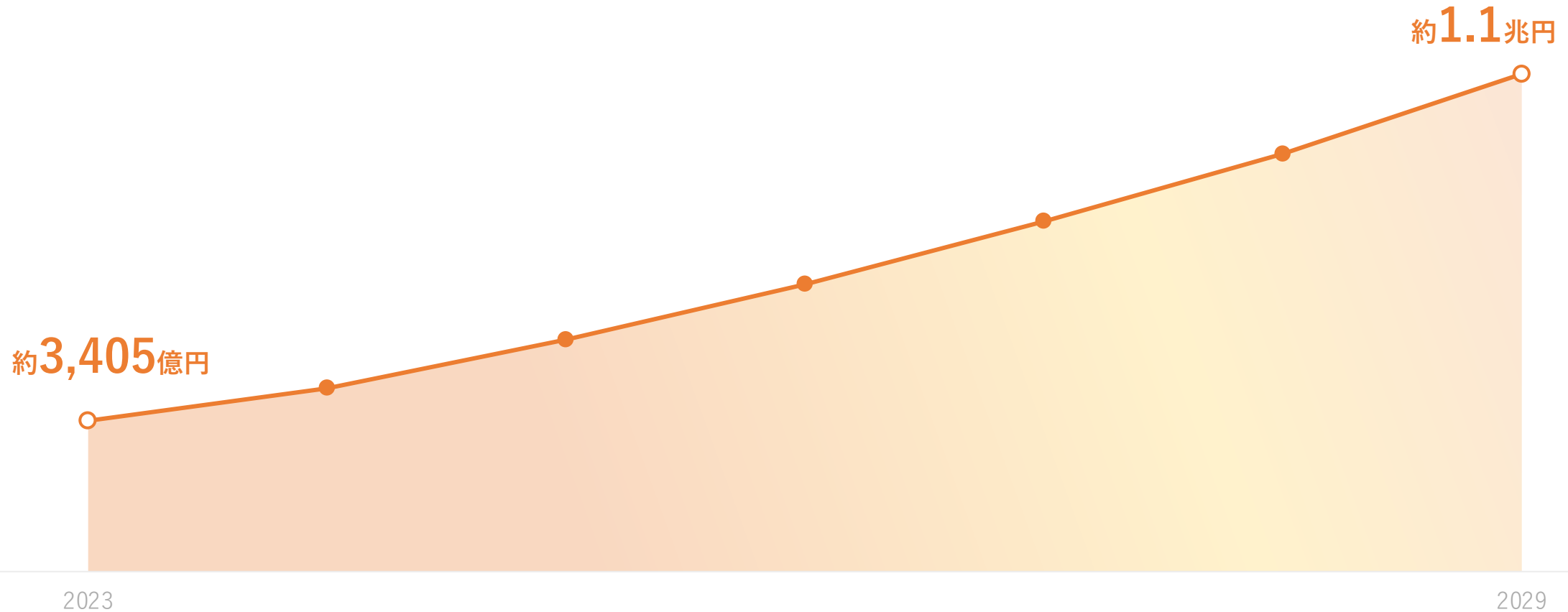
2024年ホリデー期間を100とした指数比較



出典：Adobe「Holiday Shopping Season Drove a Record \$257.8 Billion Online and Rising 6.8% YoY」(2026年1月)、Adobe Holiday Shopping Report 2025を基に当社作成。

# 01 国内リテールメディア広告市場の見通し

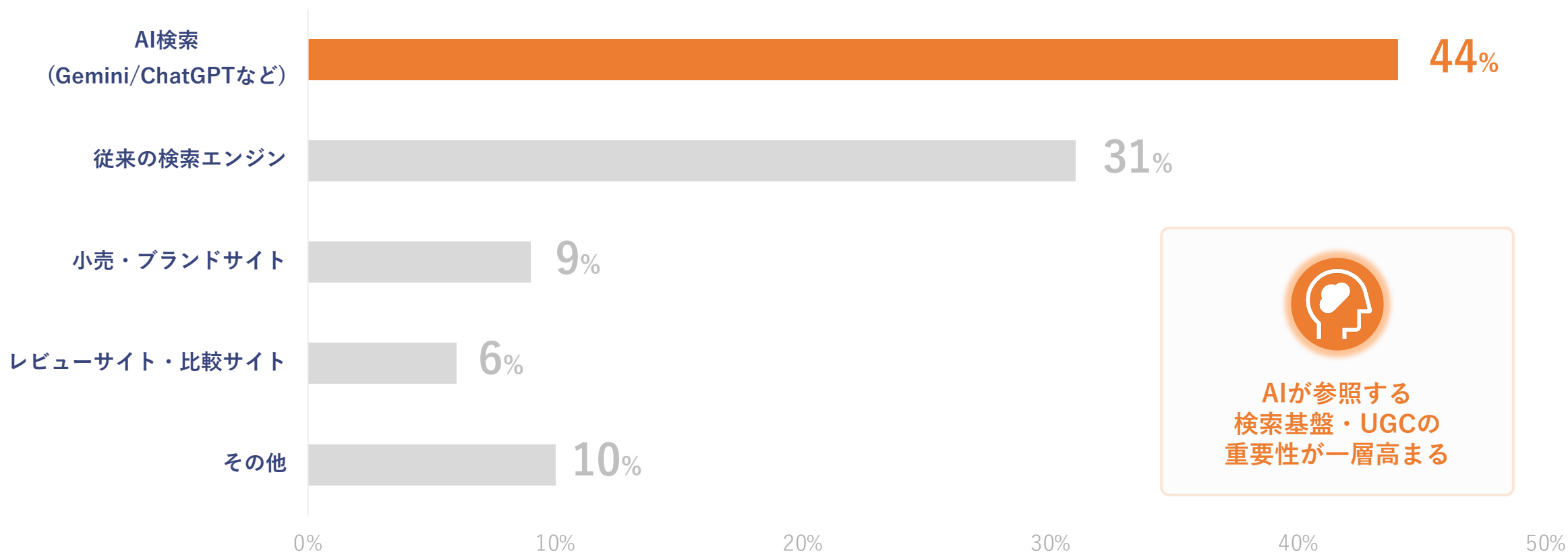
国内リテールメディア広告市場はEC事業者の収益化ニーズを背景に拡大が見込まれる。検索エンジンを基盤に持つプレイヤーにとって、**リテールメディア広告は成長機会**となる。



出典：CARTA HOLDINGS／デジタルインファクト「リテールメディア広告市場調査」（2026年1月）を基に当社作成。

# 01 AI検索が購買情報収集の新たな入り口へ

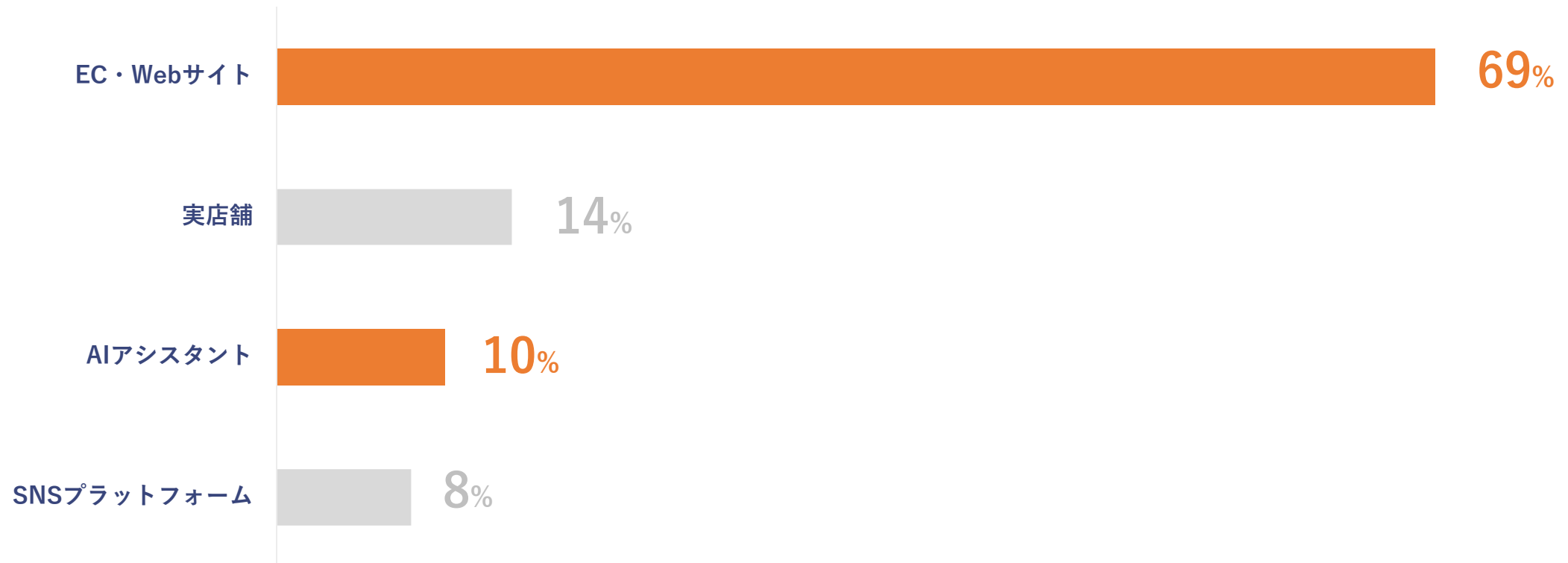
AI検索利用者の間では、購買前情報収集における主要情報源として従来検索を上回る



出典：McKinsey & Company 「New front door to the internet: Winning in the age of AI search」 (2025年10月)、McKinsey AI Discovery Survey (2025年8月、n=1,927) を基に当社作成。

# 01 消費者のAI推奨後の購買チャネル

AIが商品提案・推奨の入り口となる一方、購入は引き続きEC・Webサイトが中心。  
今後は**AIからECへの導線の整備**が重要となる。



出典：EMARKETER and Publicis Commerce 「LLM Usage and Trust in the Shopping Journey」（2026年3月）を基に当社作成。

# 01 AI経由のEC流入は高いパフォーマンスを実現

AIは単なる情報収集手段にとどまらず、  
**購買確度の高い送客チャネル**として機能し始めている。

## CVR（コンバージョン率）



## 滞在時間



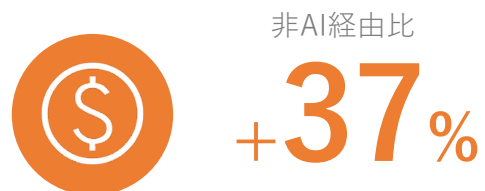
## ページ閲覧数



## エンゲージメント（回遊率）



## RPV（1訪問あたりの収益）



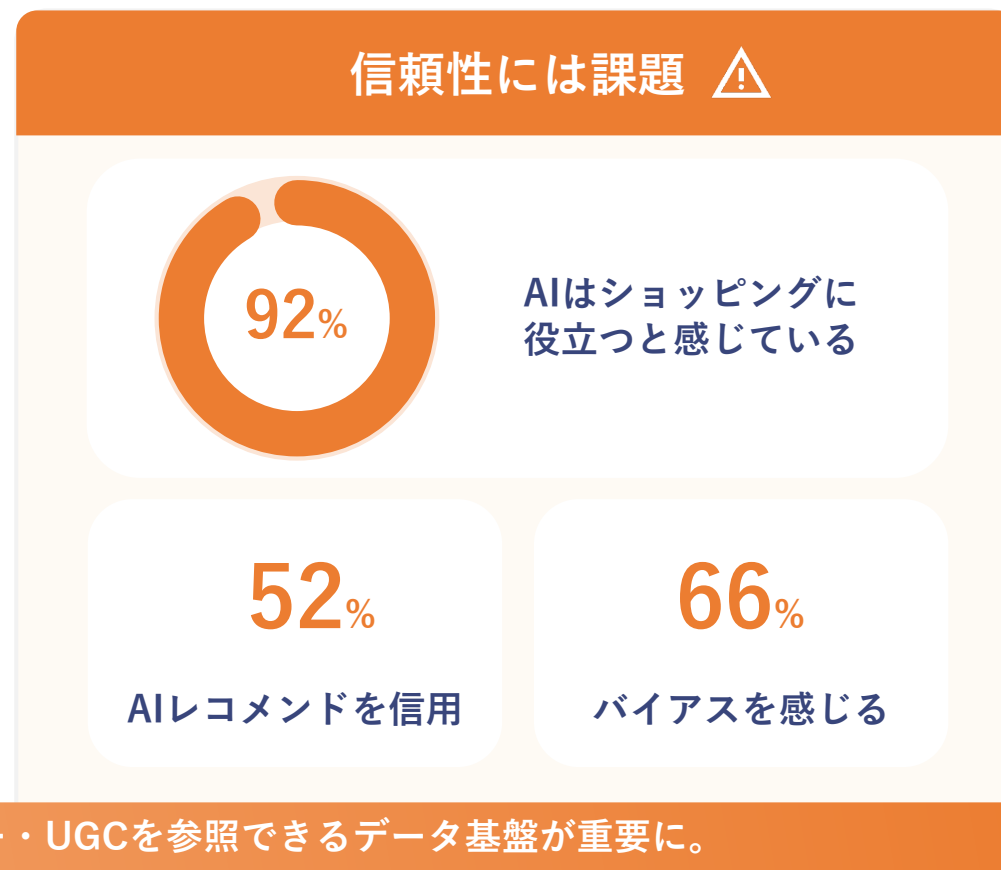
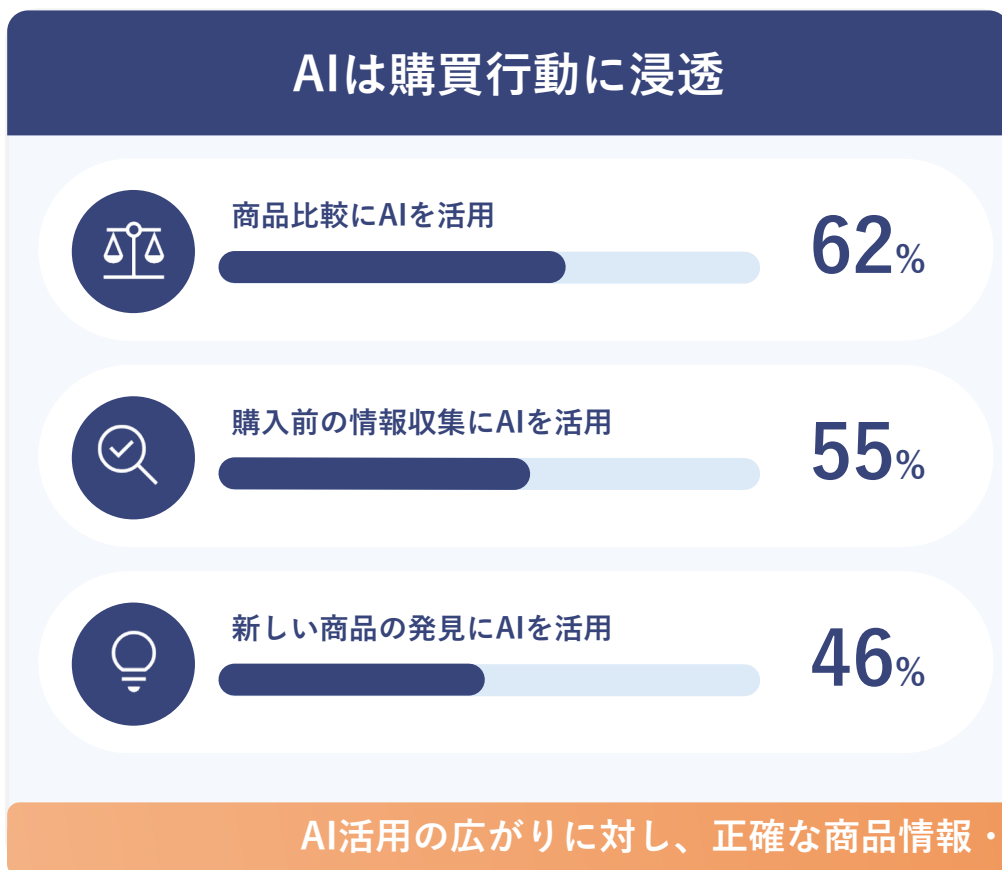
## 返品意向の低さ

AIアシスタントの助けを借りて購入した商品は、  
返品をしづらくなったと回答した割合



出典：Digital Commerce 360「Ecommerce Trends: AI's key conversion metric is improving」（2026年4月）、Adobe Digital Insights分析を基に当社作成。

多くの消費者が**購買にAIを活用**。  
今後、AIの**レコメンドに対する信頼向上が課題**。



AI活用の広がりに対し、正確な商品情報・レビュー・UGCを参照できるデータ基盤が重要に。

出典：McKinsey ConsumerWise Global Sentiment Survey (2026年2月、n=4,008)、EMARKETER and Publicis Commerce「LLM Usage and Trust in the Shopping Journey」(2026年3月)を基に当社作成。

# 01 エージェントティックコマースのフェーズ

2025年以降、プロトコル（AIとECの接続）の整備が進み、エージェントティックコマースは**商用実用フェーズ**へ。



出典：OpenAI「Instant Checkout and the Agentic Commerce Protocol」（2025年9月）、EMARKETER Forecast（2025年12月）、McKinsey & Company「The agentic commerce opportunity」（2025年10月）を基に当社作成。

大手ECプラットフォームでは、AIショッピングアシスタントの利用が急増。

## Amazon Ads

FY2025 通期 広告売上  
※Amazon Advertising  
Services売上

686 億ドル

## Amazon Rufus

FY2026 1Q参照

エンゲージメント

約 400%増

YoY

月間  
アクティブ  
ユーザー数

+ 115%

YoY

出典：Amazon 2025年通期決算関連資料、Amazon Q1 2026 earnings commentary、Reuters、MarketWatch等を基に当社作成。

# 01 購買接点を持つ海外プレイヤーの広告収益化

EC・小売・配送・移動などの購買に近い1st Party Dataを持つ事業者が広告事業を急速に拡大。



## Amazon Ads

※Amazon Advertising Services売上

**686** 億ドル

FY2025 通期広告収益



## Walmart Connect

※グローバル広告事業全体

**64** 億ドル

FY2026 通期広告収益



## Instacart Ads

**10** 億ドル+

2025年 通期広告関連収益



## Uber Advertising

**20** 億ドル+

年換算広告収益

出典：Marketplace Pulse、AdExchanger、Instacart 2025 Shareholder Letter、Uber Q4 2025 Earnings Callを基に当社作成。

# 01 国内プレイヤーの動向

国内においても主要ECプレイヤーがAI接客・商品提案を実装。購買体験のAI化は立ち上がり段階へ。

## LINEヤフー

Yahoo!ショッピング

### AI商品提案

- Yahoo!ショッピング AI エージェント提供開始
- AIエージェントによる流通総額向上方針を発表

## Rakuten

楽天市場

### AIコンシェルジュ

- 「Rakuten AI」を楽天市場アプリに搭載
- 「AI活用」による流通総額向上施策を公表

## ZOZO

ZOZOTOWN

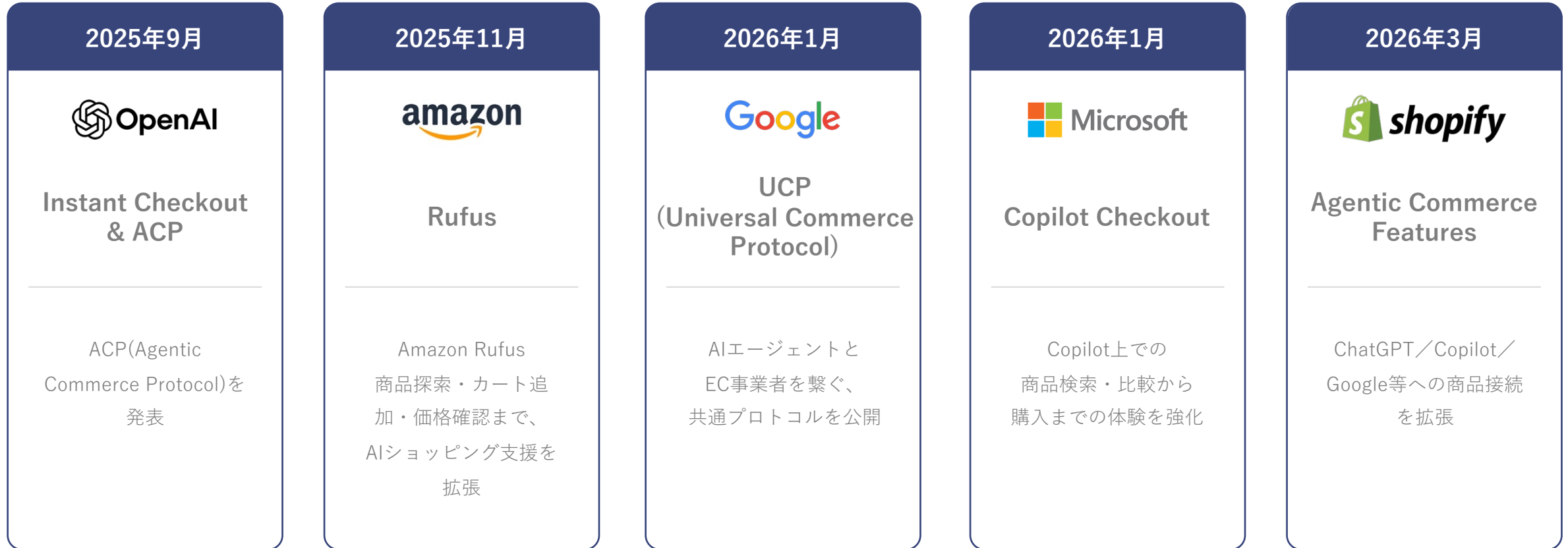
### AI商品探索・コーデ提案

- 診断・閲覧履歴に基づくコーデネート提案
- 対話型AIで服選びを支援

出典：LINEヤフー、楽天グループ、ZOZOの各社公表資料を基に当社作成。

# 01 主要プラットフォームでAIコマース実装が加速

2025年以降、世界の主要プラットフォームがAIコマースに関する新機能・プロトコルを続々と発表。商用実用化フェーズへ移行している。



出典：Amazon、OpenAI、Google、Microsoft、Shopifyの各社公表資料を基に当社作成。

# 2026年12月期 第1四半期 ハイライト

FY2026 1Q Overview

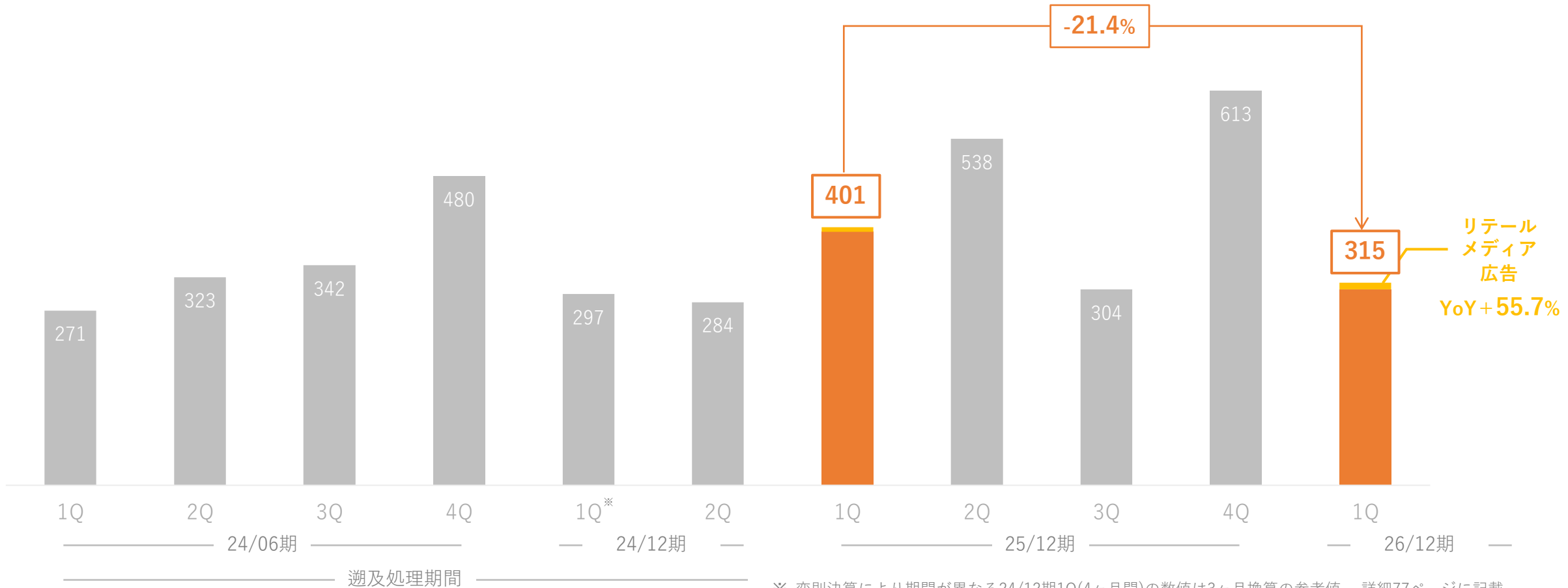
## 02 2026年12月期第1四半期 業績ハイライト

(単位：百万円)	25/12期 1Q実績	26/12期 1Q実績	前年同期比	26/12期 通期予想	計画比
売上高	401	315	-21.4%	2,100	15%
売上総利益	303	235	-22.3%	1,727	13%
売上総利益率	75.5%	74.6%	-	82.2%	-
営業利益	25	-42	-	500	-
営業利益率	6.4%	-	-	23.8%	-
経常利益	21	-47	-	472	-
当期純利益	-11	-31	-	305	-

## 02 四半期間の売上高推移

当第1四半期の売上高は前年同期比21.4%減の315百万円となりました。前年同期に売上高の計上基準変更による過年度繰越売上が加算されたことにより、一時的に売上高の水準が増加した影響により減収となった一方、当第1四半期の**受注は期初計画を上回って推移**しており需要環境は引き続き堅調です。

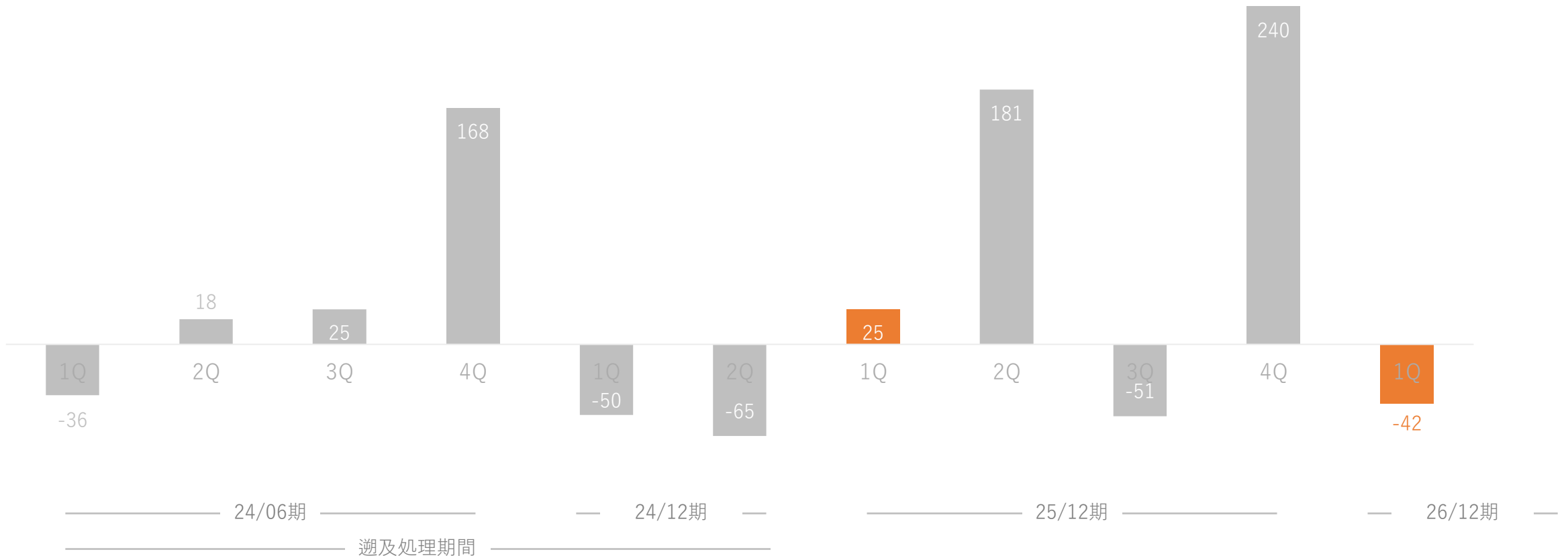
(単位：百万円)



## 02 四半期間の営業利益推移

当第1四半期の営業利益は概ね期初計画通りに推移し、▲42百万円となりました。例年第1四半期は売上が低調な傾向にあり、今期についても同様に推移しました。

(単位：百万円)

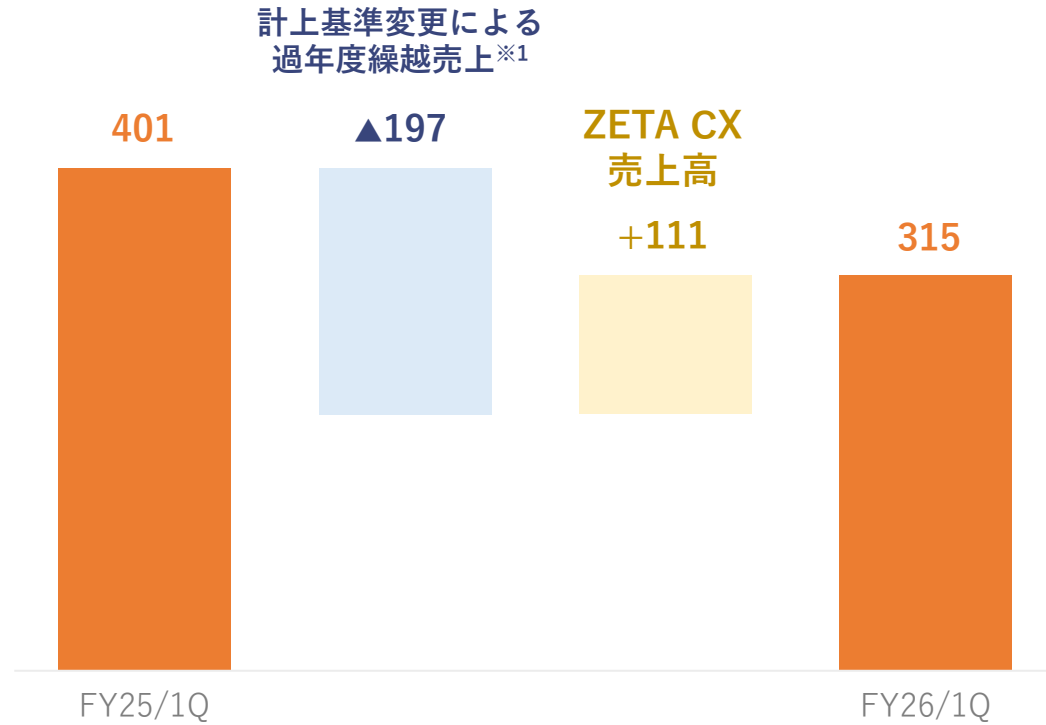


## 02 売上高及び営業利益の増減要因

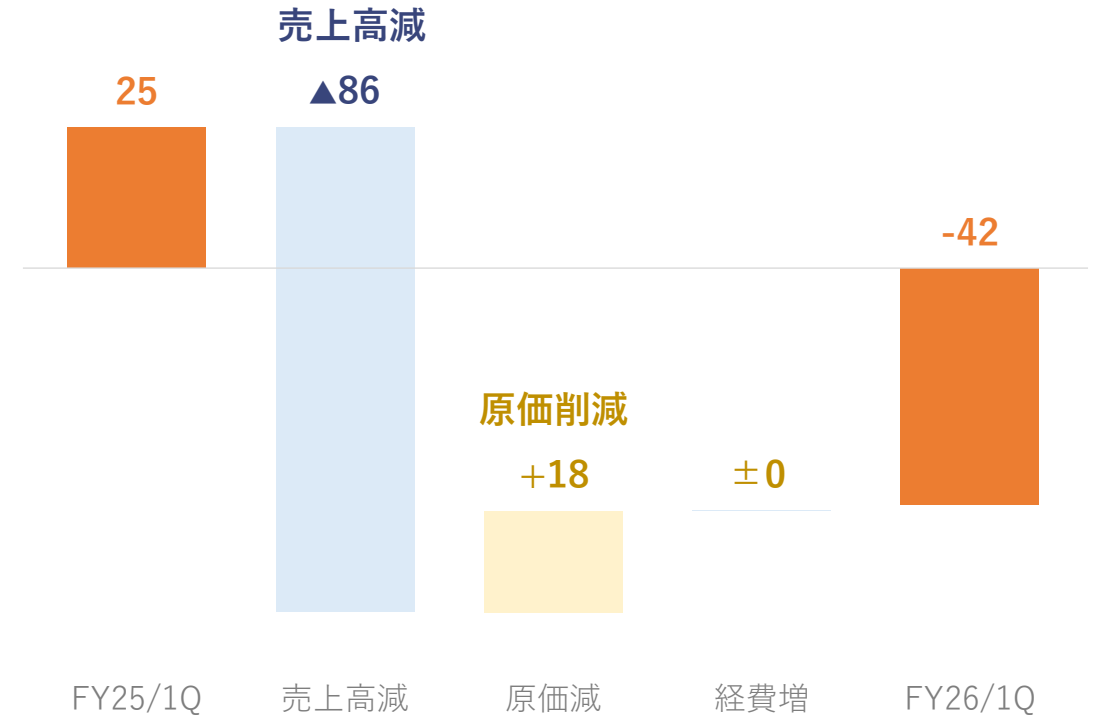
当第1四半期の売上高は前年同期に、計上基準変更に伴い一過性の過年度繰越売上197百万円が計上<sup>※1</sup>された反動をZETA CX売上高111百万円増が一部相殺し、86百万円減の315百万円となりました。営業利益は売上減少の影響により▲42百万円となりました。

(単位：百万円)

### 売上高増減要因



### 営業利益増減要因



1. 遡及訂正に伴う一時的な過年度の繰越売上高。過年度繰越売上高は78ページに記載

## 02 貸借対照表

当社は財務レバレッジを活用し、適切な事業投資を通じて成長を図る方針のもと、自己資本比率は29.3%となりました。ZETA CXシリーズによる安定したストック収益基盤を背景に、資本効率と投資余力のバランスを重視した財務運営を進めてまいります。

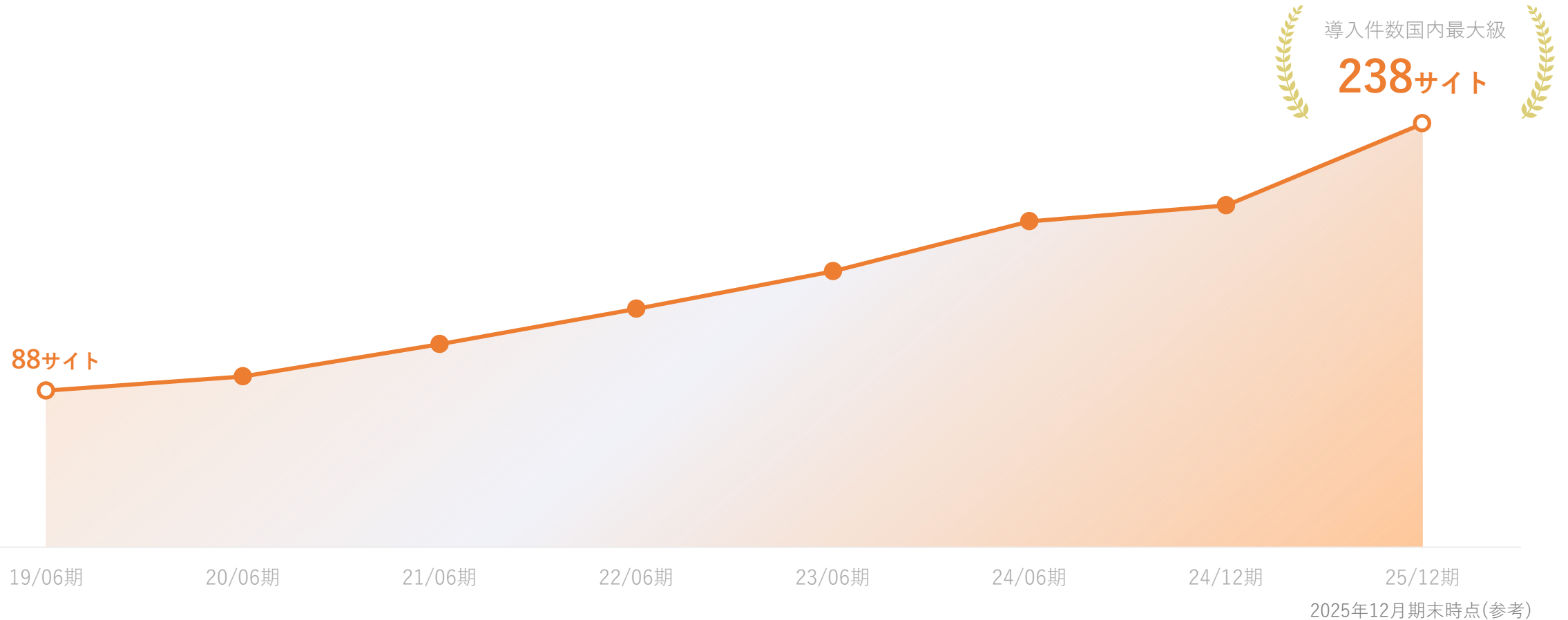
(百万円)	25/12期末	26/12期 1Q	前期末比		25/12期末	26/12期 1Q	前期末比
<b>資産の部</b>	2,984	2,692	-292	<b>負債の部</b>	2,063	1,897	-166
現預金	1,652	1,571	-81	流動負債	838	763	-75
固定資産	780	771	-9	固定負債	1,225	1,134	-91
のれん	3	2	-1	<b>純資産の部</b>	920	794	-126
顧客関連資産	442	423	-19	株主資本	919	797	-122
				<b>自己資本比率</b>	30.7%	29.3%	-

# 2026年12月期 第1四半期 主要KPIハイライト

FY2026 Overview

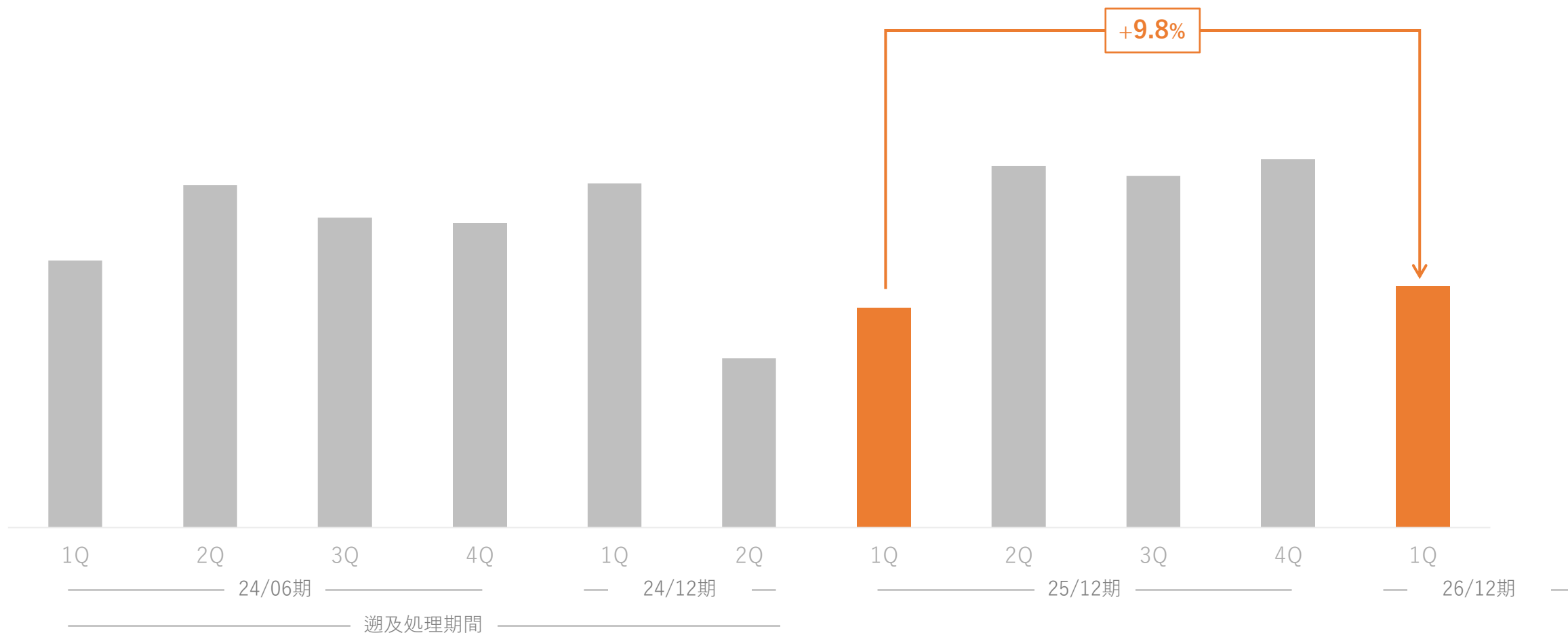
### 03 主力サービスZETA CXシリーズ導入サイト数推移

ZETA CXシリーズの導入サイト数は、既存顧客へのクロスセルおよび大手企業を中心とした新規導入が堅調に推移した結果、2025年12月期末時点で**前年同期比24%、46サイト増の238サイト**となりました。導入社数の拡大に加え、1社あたりの採用製品数・取引額も増加しており、安定的な成長基盤を維持しています。



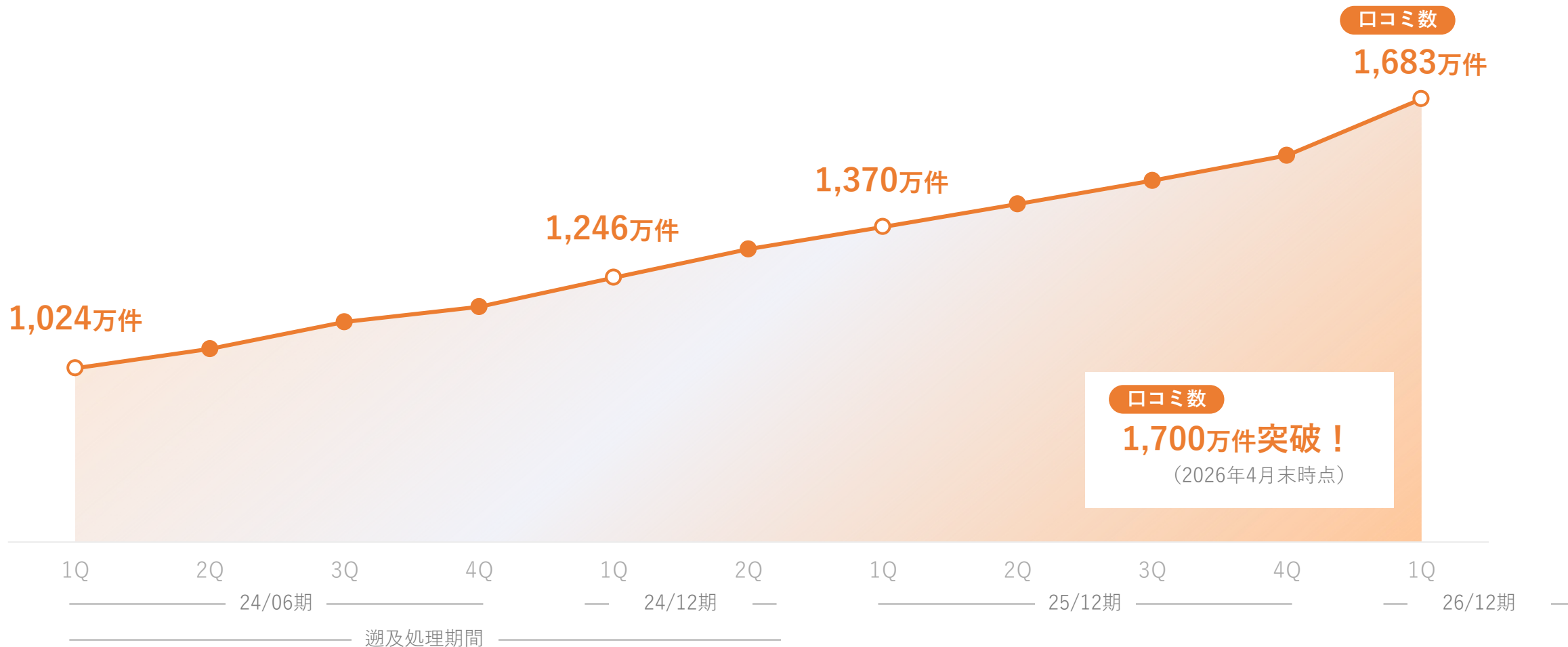
### 03 受注高推移

当第1四半期の受注高は、中東情勢不安に伴う一部案件の受注先送りがあったものの、既存顧客からの追加受注および新規案件の獲得が堅調に推移し、**前年同期比9.8%増**となりました。なお、売上計上基準の見直しにより、受注から売上計上までに一定期間を要するため、当社では受注高を今後の売上成長を示す重要KPIとして位置付けています。



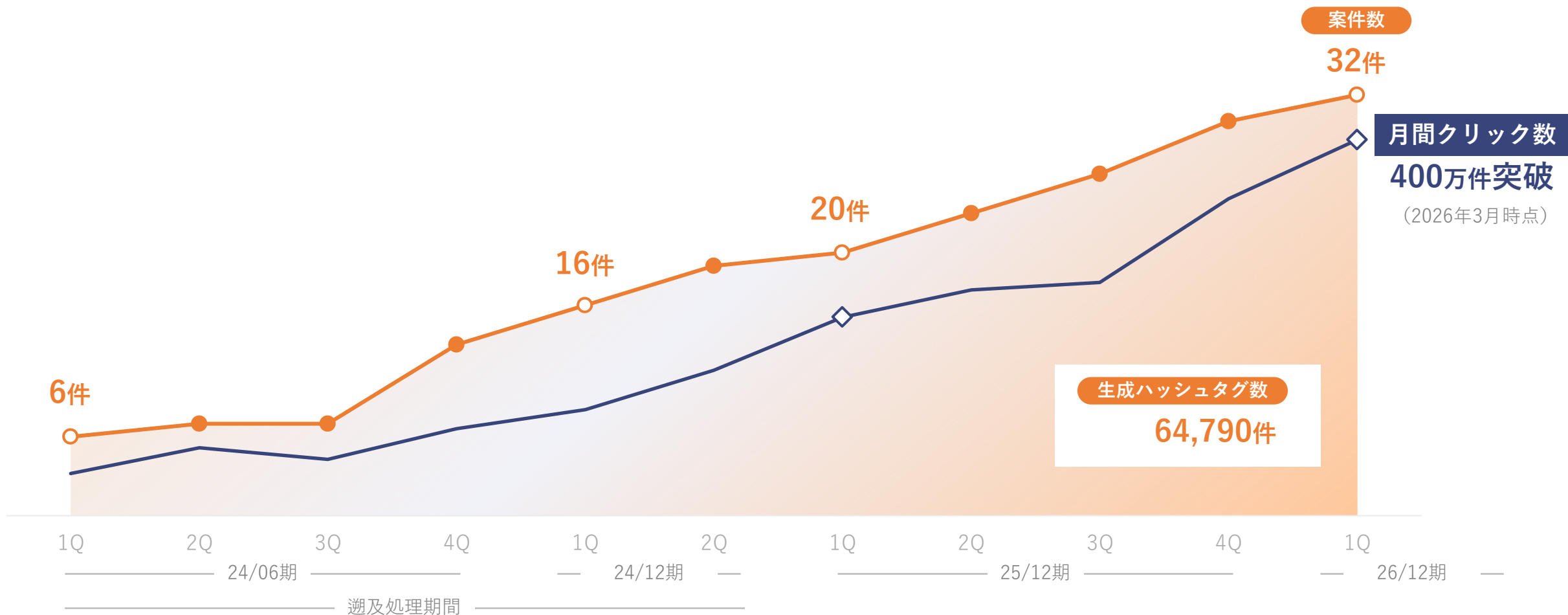
### 03 UGC数推移

ZETA VOICEのUGC数は、レビュー・Q&A等の蓄積が順調に進んだ結果、**前年同期比22.8%増の1,683万件**となりました。UGCは、購買判断を後押しするだけでなく、AIが商品特性や利用者評価を理解するための重要なデータ基盤であり、今後のAIコマースメディア構想の基盤となります。



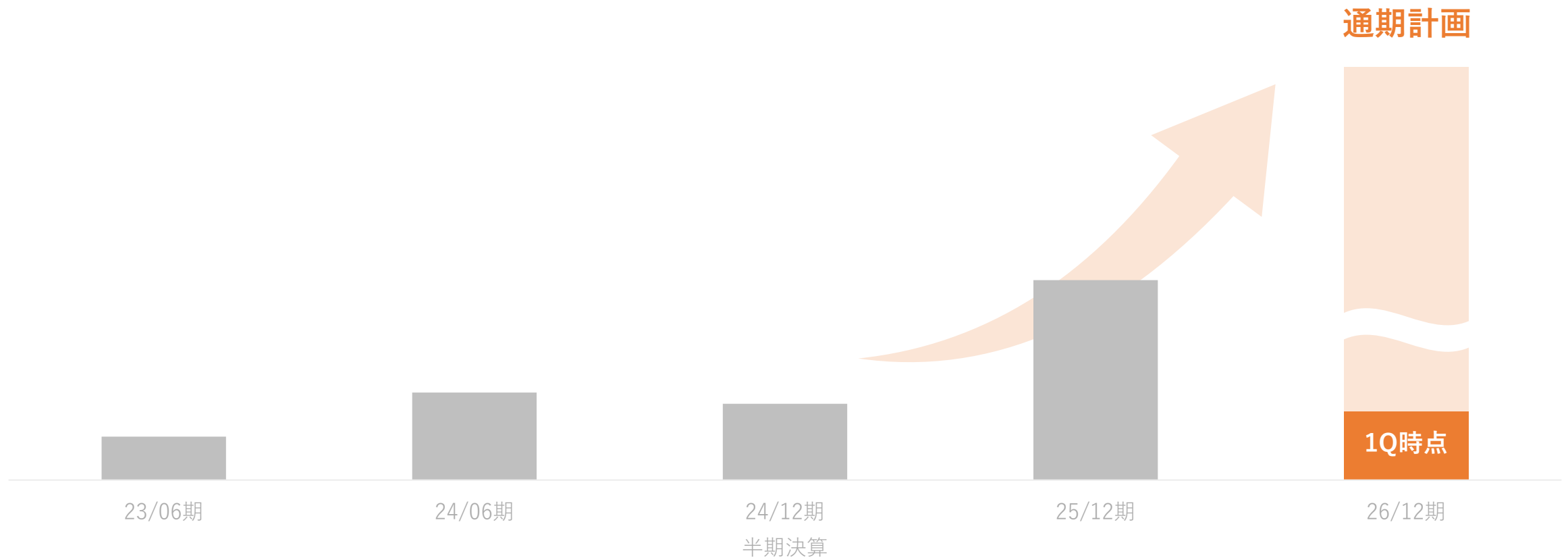
### 03 ハッシュタグ数推移

ZETA HASHTAGは、導入案件数が32件まで拡大し、生成ハッシュタグ数・クリック数ともに堅調に推移しました。商品情報やレビューから抽出したハッシュタグにより、ユーザーの回遊性・商品発見性を高め、ECサイト内の接点拡大とエンゲージメント向上に貢献しています。



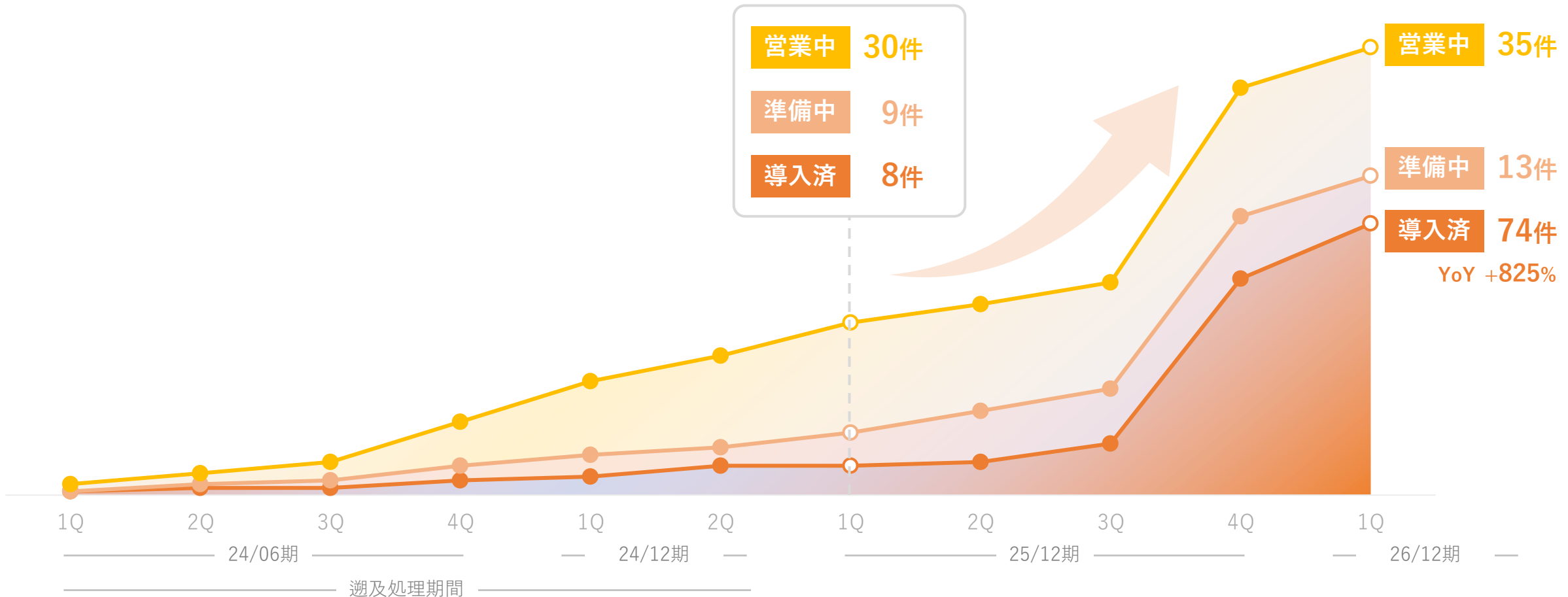
### 03 リテールメディア広告事業売上高推移

リテールメディア広告事業のZETA ADは、2025年夏以降の大型案件稼働を背景に、**期初想定を上回る成長局面へ移行**しています。今後はリテールメディア広告を成長領域として、社内リソースの重点配分や機能拡充を進め、中期的な収益基盤の強化を図ります。



### 03 リテールメディア広告案件数推移

ZETA ADの案件数は、代理店経由の新規案件追加に加え、導入済み・準備中案件が着実に積み上がった結果、成長フェーズへ移行しています。今後はリテールメディア広告を成長領域と位置付け、リソース配分の強化と機能拡充、導入支援体制の整備を進めます。



# TOPICS

Q1 Business Updates

## 04 「ZETA LINK for AI」 の提供を開始

ZETAは商品検索エンジン「ZETA SEARCH」や口コミ・Q&Aエンジン「ZETA VOICE」と、生成AIサービス・AIチャットを接続する生成AI連携基盤「ZETA LINK for AI」の提供を開始しました。エージェント検索によりECサイト内の商品情報・在庫・価格・UGCをAIが参照できる環境を構築し、高精度な商品提案や根拠ある接客を通じて、AI時代の購買体験向上を支援します。

**新サービスの提供スタート！**

**AIチャットとの接続を容易にする生成AI連携基盤**

**ZETA LINK for AI**

ECデータと生成AIの接続を容易にし  
エージェント検索を加速する  
生成AI連携基盤です。

The diagram illustrates the ZETA LINK for AI ecosystem. It features a central white box with the ZETA LINK for AI logo. To the right, a large triangle is divided into three sections: 'chatbot' at the top, 'AIチャット' in the middle, and 'RAG' at the bottom. Below the triangle, there are two boxes: 'ZETA SEARCH' on the left and 'ZETA VOICE' on the right. The background shows a hand holding a tablet displaying data charts.

(※生成AI例)

▶ <https://zeta.inc/press-release/products/zeta-link-start-of-provision/2026/0217>

## 04 「ZETA ENGAGEMENT」に関する特許査定を受領

レビュー投稿やお気に入り登録などのユーザー行動が他ユーザーの反応・購買に与える影響をスコア化する技術について、特許査定を受領しました。UGCを起点にユーザーの貢献実感を高め、継続利用・購買促進・LTV最大化につなげるロイヤルティ施策を強化します。

顧客ロイヤルティの  
定量化と活用技術  
特許を取得

ロイヤルティ向上エンジン  
**ZETA**  
ENGAGEMENT

Online Shopping

あなたのレビューから  
新しいタグが作られました！

300 point GET!  
ポイント履歴を確認する

あなたのレビュー

ショルダーバッグ  
¥3,500 (税込)

#春アイテムに関する商品

▶ <https://zeta.inc/press-release/products/ze-patent-decision-notice/2026/0330>

## 04 OpenAI 「Apps in ChatGPT」 に対応

OpenAIが「Apps in ChatGPT」を発表した2025年10月以降、当社に対応を進め2026年4月に発表。これによりChatGPTからEC事業者アプリを通じて、直接ZETA CXシリーズの商品検索・レコメンド・口コミ・Q&Aの呼び出しが可能になります。

**OpenAI 「Apps in ChatGPT」 に対応！**

ChatGPT から直接 「ZETA CX シリーズ」 の商品検索・レコメンド・クチコミ・Q&A 等が参照可能に！

- ZETA SEARCH
- ZETA HASHTAG
- ZETA AD
- ZETA VOICE
- ZETA RECOMMEND
- ZETA LINK
- ZETA GEO
- ZETA ENGAGEMENT
- ZETA BASKET

▶ <https://zeta.inc/press-release/products/zeta-cx-series-chatgpt-compatible/2026/0409>

## 04 「ZETA RECOMMEND」 マルチアングル表示対応

「ZETA RECOMMEND」は、商品データ・ハッシュタグ・行動履歴などを活用し、複数軸の商品提案を実現するマルチアングル表示に対応しました。パーソナライズ、人気商品、トレンド、キュレーションなど多様なレコメンドを実店舗の陳列棚のように提示することで、発見性の高い購買体験を提供し、CX向上・サイト内エンゲージメント強化・LTV最大化を支援します。

- AIでレコメンド軸を自動生成 -

### 「マルチアングルレコメンド」に対応！

「ZETA RECOMMEND」の拡張機能



文脈 (コンテキスト) に合わせて、  
複数のレコメンド軸で商品を提案し、  
ECの購買体験を高度化！



▶ <https://zeta.inc/press-release/products/zeta-recommend-support-multi-angle-recommendation-display/2026/0415>

## 04 「ZETA RECOMMEND」がChatGPTアプリに対応

「ZETA RECOMMEND」のChatGPTアプリ対応により、AIとの対話を起点とした商品提案が可能となりました。検索・レコメンド・ハッシュタグ・UGCを組み合わせ、ユーザーの目的や関心に応じたデジタルシェルフを生成することで、AI時代のECに求められる購買支援機能を強化します。

The graphic features the ZETA RECOMMEND logo (an orange triangle above the text 'ZETA RECOMMEND') and the ChatGPT logo (a white square with a black knot) separated by a large black 'X'. Below this, the text reads 'マルチアングルレコメンドが ChatGPT アプリに対応' (Multi-angle recommendations compatible with ChatGPT app) and '- AIが最適商品を提案、ChatGPTアプリ内で実店舗体験を提供 -' (AI proposes optimal products, providing real-store experience within the ChatGPT app).

The smartphone screen shows the ChatGPT app interface. At the top, it says 'ChatGPT' and '@ZETA RECOMMEND 資生堂でおすすめの化粧品教えて' (Shiseido recommended cosmetics, please teach me). Below, under 'あなたへのおすすめ' (Recommendations for you), there are three categories of product cards: '敏感肌向け' (For sensitive skin) with four items, '日焼け止め・UV対策' (Sunscreen/UV protection) with four items, and '混合肌向け' (For combination skin) with four items. The bottom of the screen shows a 'Message' input field and various icons.

▶ <https://zeta.inc/press-release/products/zeta-recommend-multi-angle-display-chatgpt-compatible/2026/0422>

## 04 「ZETA RECOMMEND」がUGC表示に対応

「ZETA RECOMMEND」のマルチアングルレコメンドは、商品データ・ハッシュタグ・行動履歴などに加え、口コミ・Q&Aを活用した表示に対応しました。実際の購入者による評価や使用感、購入前の疑問に対する回答をデジタルセルフ上に表示することで、ユーザーは商品発見と商品理解を一体的に進めることが可能となり、納得感のある比較検討体験とCX向上を支援します。

**ZETA RECOMMEND** × **UPDATE**

従来のレコメンド表示  
商品データ 人気 トレンド ハッシュタグ パーソナライズ

新たに追加 /  
クチコミ Q&A

**マルチアングルレコメンドが  
クチコミ・Q&A表示に対応**

- レビューや評価、Q&AなどのUGCをもとにした商品提案が可能に -

ZETA SHOP

# 大人カジュアル特集

クチコミで高評価

▶ <https://zeta.inc/press-release/products/zeta-recommend-multi-angle-review-display/2026/0430>

## 04 Shopifyパートナープログラムに参加

ZETAは、Shopifyパートナープログラムに参加し、Shopify App Storeで「ZETA SEARCH」の提供を開始しました。Shopifyを利用するEC事業者に向けて、商品検索・サイト内検索の高度化をよりスピーディーに提供することで、CX改善と売上最大化を支援します。今後はUGC活用やデータ連携の強化も進め、Shopify導入企業の成長を後押しします。



▶ <https://zeta.inc/press-release/topics/shopify-partnerprogram-join/2025/1201>

## 04 ZETAとチャネルトークが業務提携

ZETAは、Channel Corporationと生成AI領域における業務提携に合意し、「ZETA CXシリーズ」とAI顧客コミュニケーションツール「チャネルトーク」のサービス連携を開始しました。「ZETA SEARCH」や「ZETA VOICE」が持つ商品検索・口コミ・Q&AデータをAIチャットと連携することで、ユーザーのニーズに寄り添った接客を実現し、CVR改善・LTV最大化・CS業務効率化を支援します。



▶ <https://zeta.inc/press-release/topics/channel-corporation-zeta-business-development-alliance/2026/0210>

## 04 ネオジャパン・LIVEX AIとの業務提携

ZETAは、ネオジャパンおよびLIVEX AIと業務提携契約を締結しました。LIVEX AIが提供するAIエージェント「LiveX AI」と「ZETA CXシリーズ」を連携し、ECサイト内に加えて実店舗におけるAI接客・商品検索・口コミ参照・広告表示を可能にすることで、ECと店舗を横断した新たなリテールメディア展開とCX向上を推進します。



NEOJAPAN



▶ <https://zeta.inc/press-release/topics/zeta-neo-japan-livex-ai-inc-business-development-alliance/2026/0324>

## 04 スタンダード市場への市場区分変更について

当社は現在、東京証券取引所グロース市場に上場しておりますが、中期的な成長と企業価値向上を目指すため、スタンダード市場への区分変更に向けた準備を開始することを取締役会で決議しました。なお、当社試算では、試算時においてスタンダード市場の形式基準を充足していることを確認しております。今後、東京証券取引所の所定手続に従い申請を進めます。

	スタンダード市場 上場基準	当社	充足状況
株主数	400名 以上	3,271名 <sup>※1</sup>	○
流通株式数	2,000単位 以上	117,169単位 <sup>※1</sup>	○
流通株式時価総額	1,000百万円 以上	約3,440百万円 <sup>※2</sup>	○
流通株式比率	25% 以上	45.5% <sup>※2</sup>	○
純資産	正	794百万円	○

1. 2025年12月末時点で100株以上保有する株主を対象に集計
2. 簡易的に2025年12月30日終値を参照

▶ <https://zeta.inc/ir-topics/fy2026-1q-8-16/2026/0331>

IRTV

2024.07.08



【ZETA AD特許取得！】検索×広告×ハッシュタグでシナジー上昇！



IRTV

2024.07.31



【ZETA HASHTAG大躍進】『Googleハッシュタグ検索』で...



IRTV

2024.12.24



【出来高は追い風！】合併を経て構造改革で成長に取り組むZETAの...



IRTV

2025.06.09

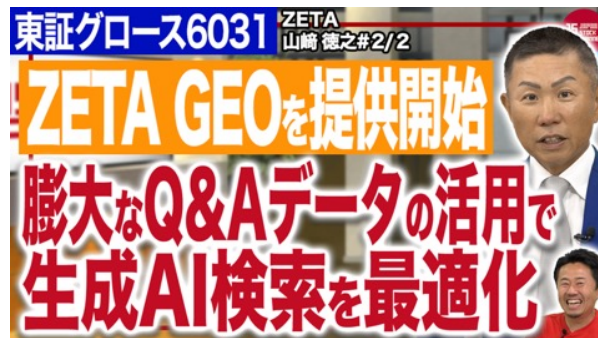


【新サービスZETA GEO】ZETAが語る『データ×生成AI×EC』の未来



Japan Stock Channel

2025.08.15



生成AI時代に“選ばれる”ECの作り方。山崎社長が語る『ZETA GEO...』



KabuBerry Channel

2025.09.02



ZETA(6031)IRセミナー

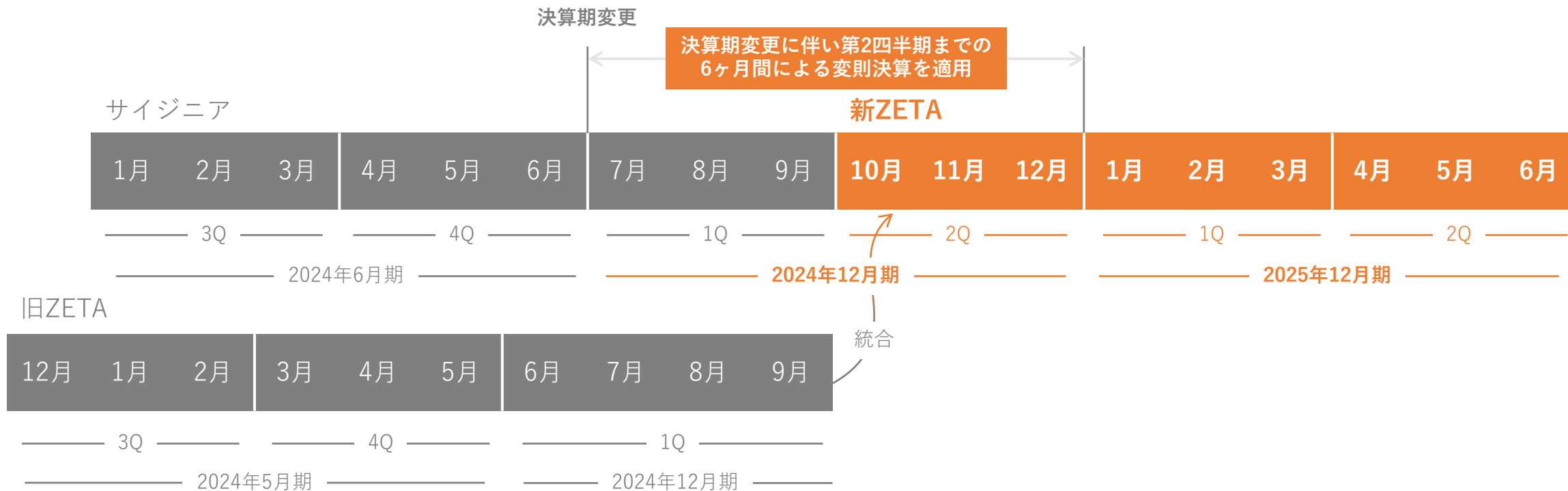


# Appendix

Additional Information

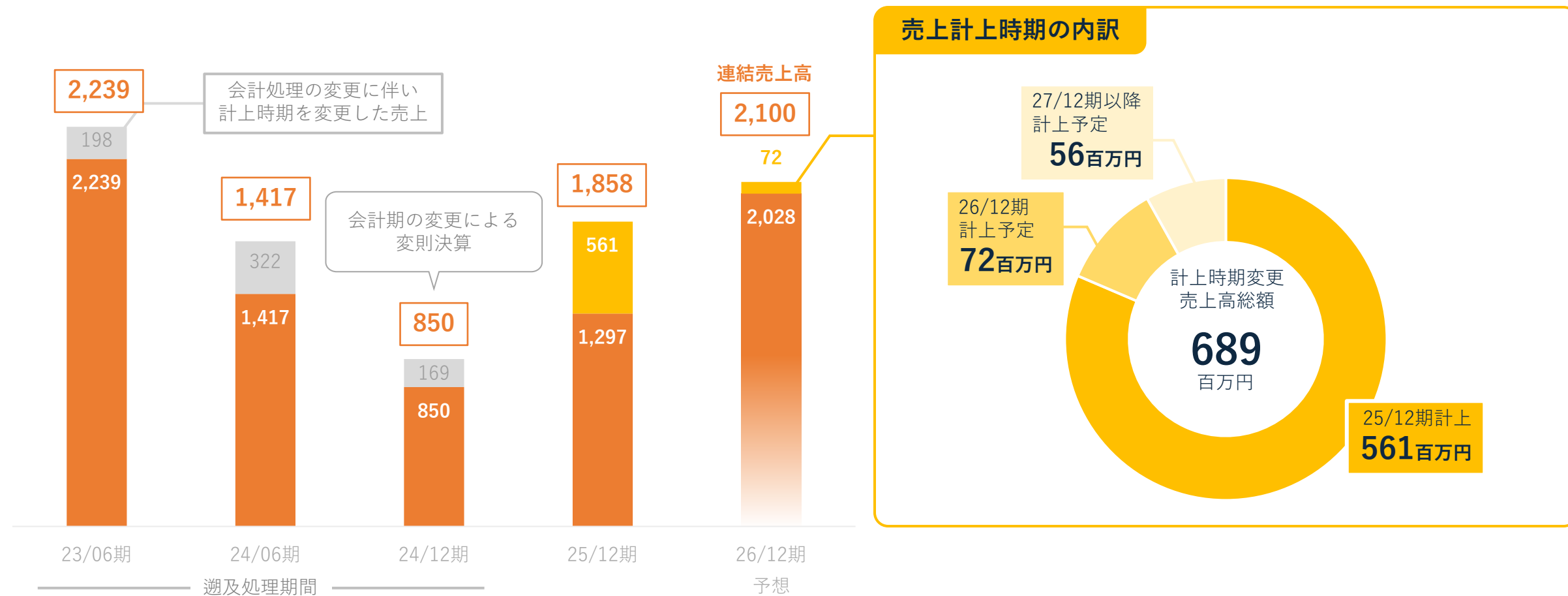
## 05 | 参考 会計期の変更について

当社は、2024年6月24日付の開示のとおり、決算期を従来の6月期から12月期へ変更いたしました。当社の売上高は4月から6月に集中する傾向があり、従来の6月期決算では第4四半期に業績が偏重しておりました。その結果、投資家の皆様より進行期の業績見通しが把握しづらいとご意見が寄せられたため、決算期を12月期へ変更しております。



## 05 | 参考 売上計上時期の変更について

当社は2025年1月末の監査対応を契機として、一部ライセンス取引の収益認識方法を見直しました。長期入金サイト取引については従来处理を改め、2024年12月期決算より見直し後の処理を反映するとともに、2023年6月期および2024年6月期に遡及処理を実施しております。



## トドック

複数条件を掛け合わせた絞り込み項目で利便性向上

導入製品

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND



検索結果供給量 (売上)

2.4 倍

※前年比/2024年9月時点



レコメンド経由供給量 (売上)

2.3 倍

※導入前と比較 / 2024年9月時点

## Biznet SOLUTIONS

おすすめ商品の上位表示 / 法人ならではの検索ニーズに対応

導入製品

ZETA SEARCH



受注単価

1.2 倍



コールセンター問い合わせ数

40% 削減

※導入前後比較

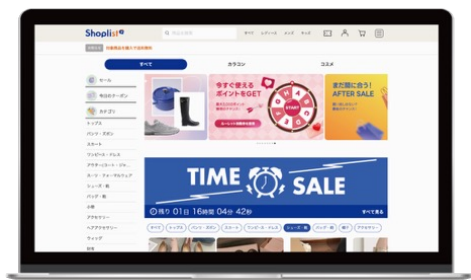
## Shoptist

検索利用率向上に加えて検索サーバ台数を40台から3台に圧縮

導入製品

ZETA SEARCH

ZETA AD



検索利用率

2.4 倍



PR枠クリック後購入率

2.5 倍

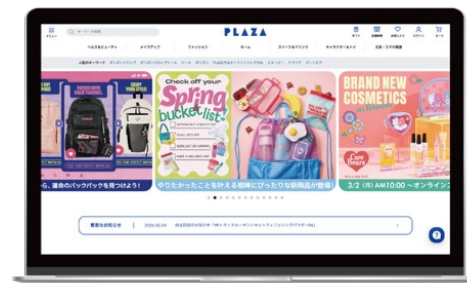
## PLAZAオンラインストア

「検索×ハッシュタグ」のシナジーで実店舗のワクワク感を創出

導入製品

ZETA SEARCH

ZETA HASHTAG



クリック率

3.0 倍



セッション数

2.3 倍

※導入直後(2024年12月)と比較

ZETA SEARCH



日本航空株式会社

JALiMall



<https://ec.jal.co.jp/shop/default.aspx>

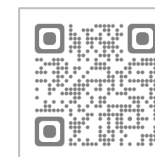
ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND



ANA X株式会社

ANAX



<https://anamall.ana.co.jp/shop/default.aspx>

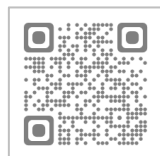
ZETA SEARCH

ZETA HASHTAG



資生堂ジャパン株式会社

SHISEIDO  
ONLINE STORE

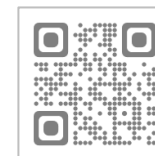


<https://www.shiseido.co.jp/sw/onlinestore/>

ZETA SEARCH

パナソニック株式会社

Panasonic



<https://panasonic.jp/>



株式会社ユニテッド  
アローズ



UNITED ARROWS LTD.



<https://store.united-arrows.co.jp/>

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND

ZETA VOICE

ZETA HASHTAG



株式会社アルペン

Alpen Group



<https://store.alpen-group.jp/>

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND



三井不動産株式会社



さあ、街から未来をかえよう

三井不動産  
MITSUI FUDOSAN



<https://mitsui-shopping-park.com/lalaport/>

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND



株式会社コメリ

KOMERI



<https://www.komeri.com/shop/default.aspx>

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND

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	猪木 俊宏
	取締役上級副社長 CFO	森川 和之	監査役	岡本 直也
	取締役上級副社長 CTO	出張 純也		
	社外取締役	伊藤 健吾		
	社外取締役	渡辺 英治		
	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](mailto:ir@zeta.inc)

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。