2026年12月期第3四半期

決算説明資料

ZETA株式会社

2026年11月9日

証券コード：6031

ECインフラを創造する

エージェンティックコマース企業

ZETAは、国内有力ECサイトへの豊富な導入実績を持つ検索技術と、蓄積された膨大なUGCを強みに、
AIによる商品探索・比較・検討を支えるとともに、リテールメディア広告やAIコマースメディアへと
事業領域を拡大し、次世代のECインフラを創造します。

ZETA

Executive Summary

事業進捗

- オーガニックな売上高が前年同期比**39.1%増**、繰越売上の反動を除き事業は伸長
- 一部案件の計上が第4四半期にずれ込むも、**通期業績予想は据え置き**

新展望

- リテールメディア広告領域で生成AIに関する**新たな特許査定**、AI時代の事業機会が拡大
- **新たな中期経営計画**の開示に向けたIRテーマを設定

事業詳細

- 主力のZETA CXは**高単価案件へのシフトが進行**、新規案件の1件あたり規模が拡大
- リテールメディア広告が前年同期の**約2.7倍**、累計売上高はすでに前期通期の**約1.6倍**に
- 9月の広告売上高は**単月で過去最高**を更新、第4四半期以降もさらなる成長を見込む

売上高

YoY ▲11.5%　**1,102百万円**

進捗率 52.5%

営業利益

YoY ▲78.6%　**33百万円**

進捗率 6.7%

INDEX

01 事業戦略 5

02 2026年12月期 第3四半期 ハイライト 37

03 2026年12月期 第3四半期 KPIハイライト 50

04 TOPICS 57

05 Appendix 77

ZETA

事業戦略

Business Strategy



THE NEXT ERA OF COMMERCE

AI経由で商品と出会う、
エージェンティックコマースが広がる。

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

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



- 検索キーワードを入力
- 商品一覧から自分で探す
- レビューや口コミを確認
- 自分で比較・検討して購入

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

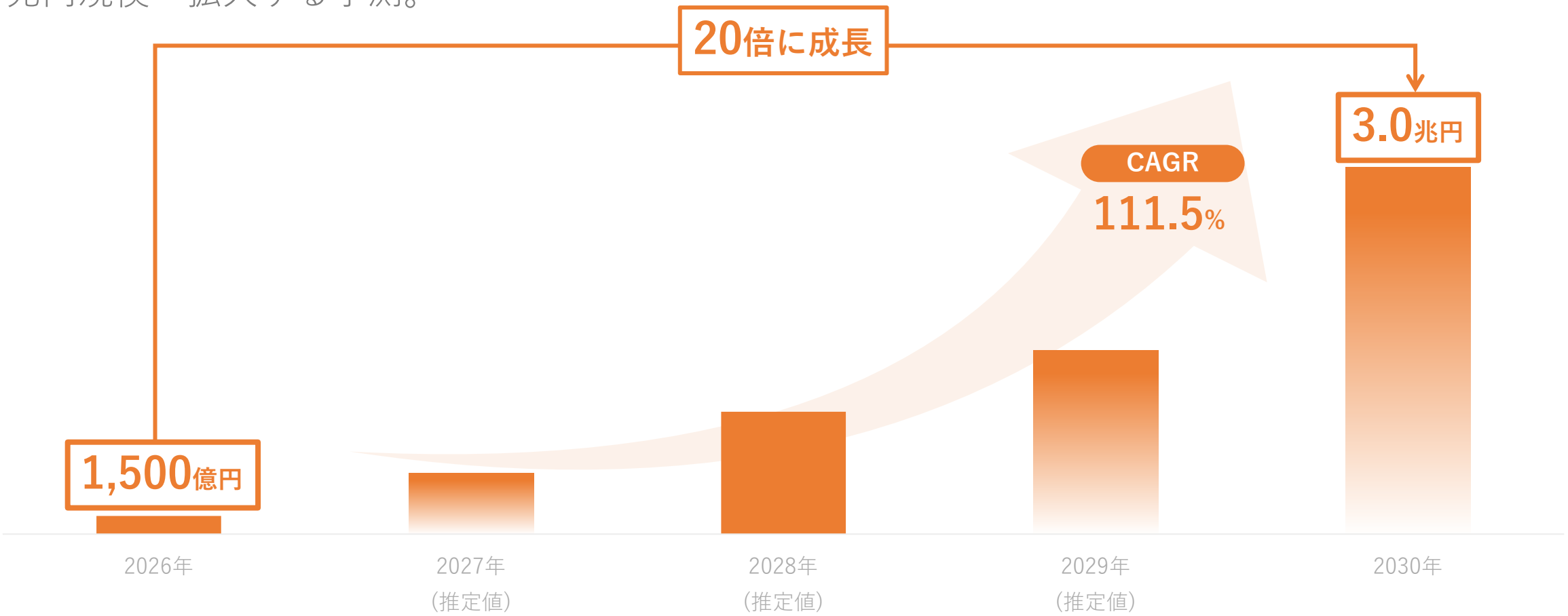
- 自然言語でAIに相談
  「敏感肌におすすめの保湿クリームは？」
- AIが条件に合わせて比較・検討
- AIが比較・整理し、最適な選択肢を提示
- ECへ送客



エージェンティックコマース

01 国内でもエージェンティックコマース市場が形成へ

海外で先行していたエージェンティックコマースについて、国内でも具体的な市場予測が示され始める。AIエージェント経由の国内BtoC EC取引額は、2026年度の1,500億円から2030年度には3兆円規模へ拡大する予測。



参考：https://netshop.impress.co.jp/n/2026/07/24/16456を基に当社作成。中間年は補完推定。

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)

非AI経由比



+42%

滞在時間

非AI経由比



+48%

ページ閲覧数

非AI経由比



+13%

エンゲージメント(回遊率)

非AI経由比



+12%

RPV(1訪問あたりの収益)

非AI経由比



+37%

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



69%

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は購買行動に浸透



商品比較にAIを活用 **62%**

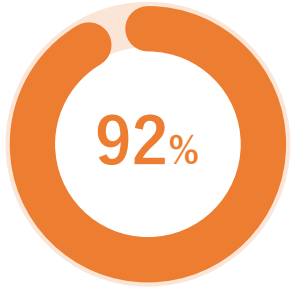


購入前の情報収集にAIを活用 **55%**



新しい商品の発見にAIを活用 **46%**

信頼性には課題 ⚠



AIはショッピングに役立つと感じている

52%
AIレコメンドを信用

66%
バイアスを感じる

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。

AIは最新の商品情報を全て持っているわけではなく、その都度ECサイトを検索する。
いわばAIが商品検索エージェントになるため、**ECサイトの検索性能が重要**に。

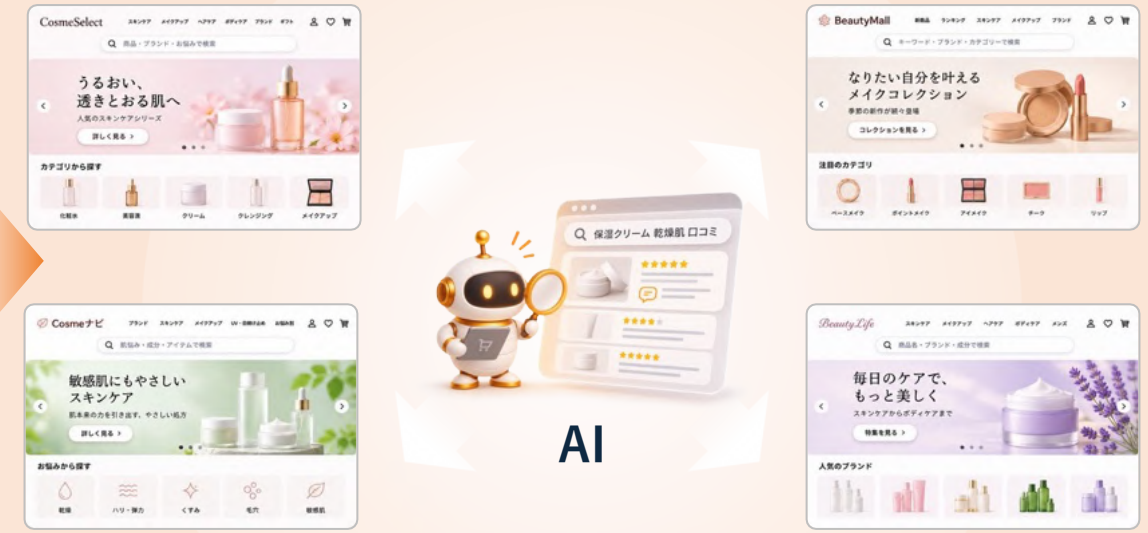
ユーザーがAIに相談



ユーザーが自然言語で
AIに相談・質問

エージェンティックサーチ

AIが複数のECサイトへ最適な商品を検索しに行く



AIが最適な商品を提案



複数ECサイトの製品を
AIが横断して提案

**AIが大量のサイト内検索を行うため、
従来以上にECの検索性能が重要に。**

AIが商品を検索・比較・検討する際に、
口コミ・レビュー・ハッシュタグなどの**UGCが商品理解と提案の精度を大きく左右**する。

検索情報

スペック・成分など



保湿クリーム

✓ 成分　✓ 商品名　✓ 在庫
✓ 価格　✓ ブランド　✓ 効能

×

UGC

AIがUGCを参照して回答を生成する



=

AIによる
精度の高い提案



**AIはUGCを参照して回答を生成するため、
今後UGCの価値は一層高まる見込み。**

01 リテールメディア広告の成長トレンド

ECサイトのメディア化により、そこに出稿される広告「リテールメディア広告」。
購買行動と最も親和性が高い広告として、今後の各ブランド企業の有力な出稿先に。

❶ 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

❷ ECのメディア化

レビュー・Q&A・ハッシュタグ
などのUGCが集まり、ECがメディア化



❸ 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

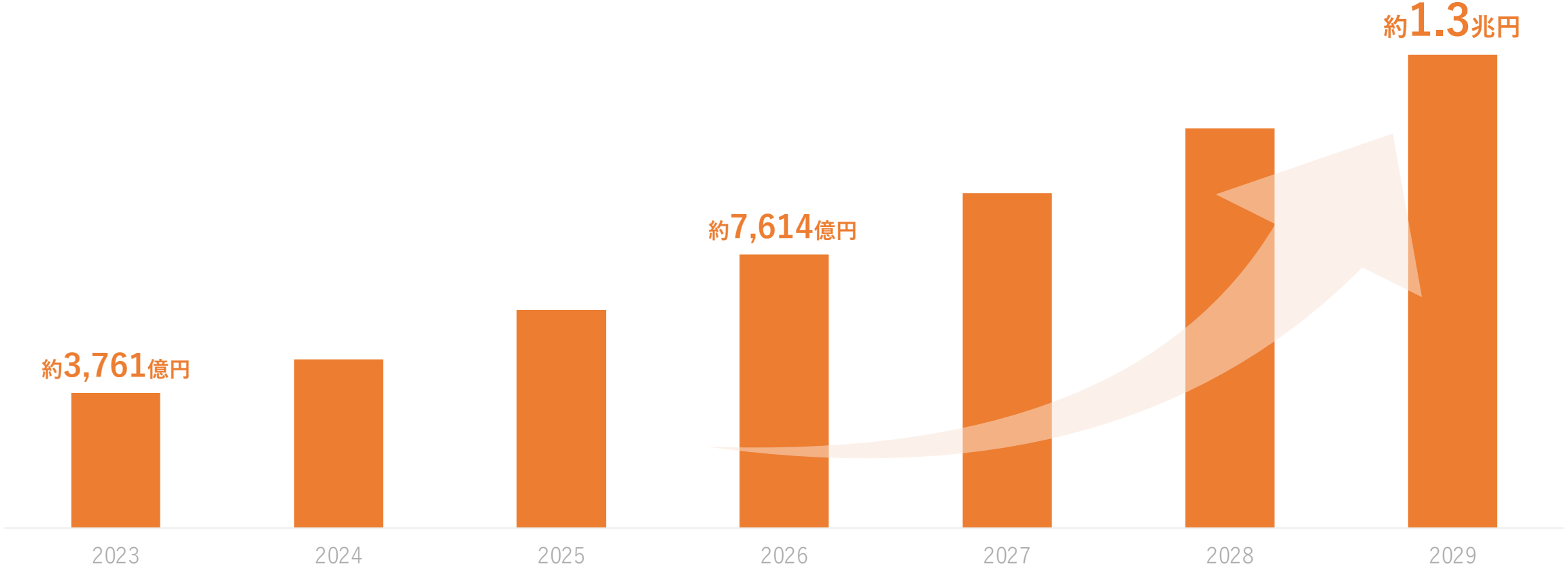
ブランド・メーカーが商品訴求の場として活用

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 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の流入と**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。**

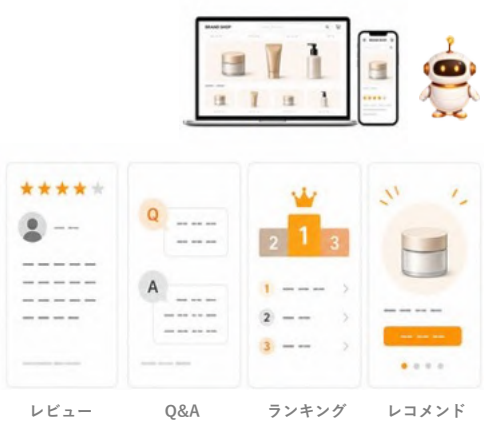
❶ 生成AI経由の流入増加

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。



❷ EC内体験・コンテンツの高度化

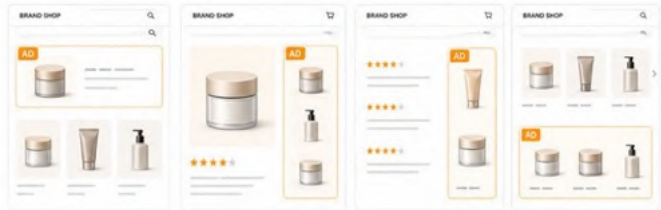
AIとデータ活用により、ユーザーが
より楽しめるコンテンツ・体験を提供



❸ 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

検索数増加　閲覧数増加　回遊時間増加　比較・検討増加　購買増加



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

高度な商品検索・提案技術

AIがECで「探す・見つける・選ぶ」を支える検索基盤

II UGC

国内最大の口コミメディアを目指す

レビュー・Q&AなどのUGCを主軸とし、AI・検索経由の流入を顧客ECへ送客する新たなコマースメディア

III ADVERTISING

リテールメディア広告の加速

購買意欲の高いユーザーに最適な広告接点を提供し、EC事業者の広告拡大とブランド成果向上を実現

ZETA CXシリーズ

高精度な検索、レコメンド、レビュー、
ハッシュタグなどのソリューションを提供
ECサイトのCX向上とデータ活用を支援

堅実な収益基盤



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

ZETA AD



Growth Area

AIコマースメディア

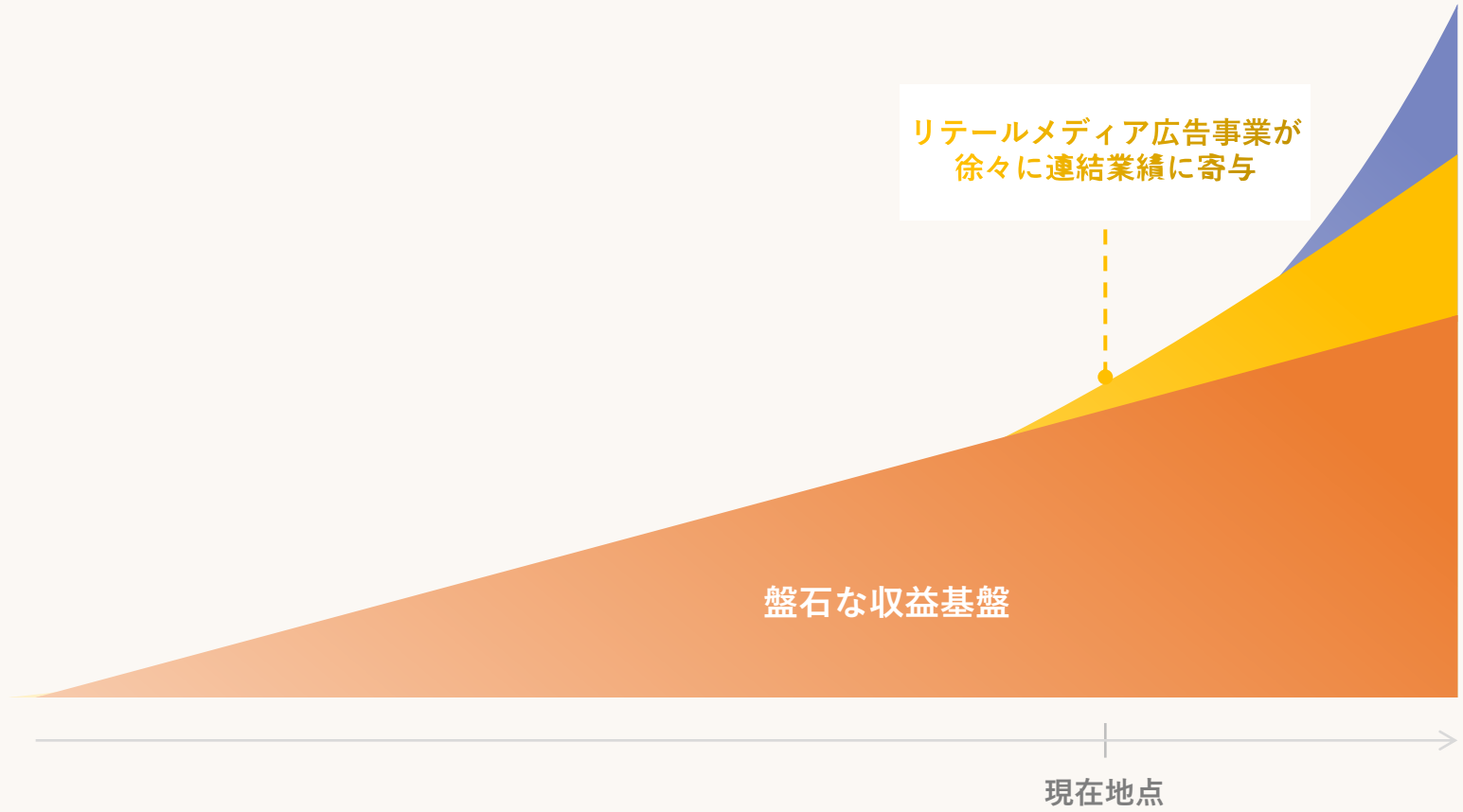
ZETA資産のUGCを活かし
国内最大の口コミメディアへ

ZETA HASHTAG

ZETA VOICE

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、エージェンティックコマース事業に展開。



次の柱

AIコマースメディア

国内有力ECから蓄積された
UGCを活用した新たなメディア

収益化が進行

リテールメディア広告事業

データを活かした広告配信で、新たな
収益の柱へ

成長継続

ZETA CXシリーズ

高いシェアと継続率を持つ安定したス
トック収益基盤

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 ENGAGE
ロイヤルティ
向上

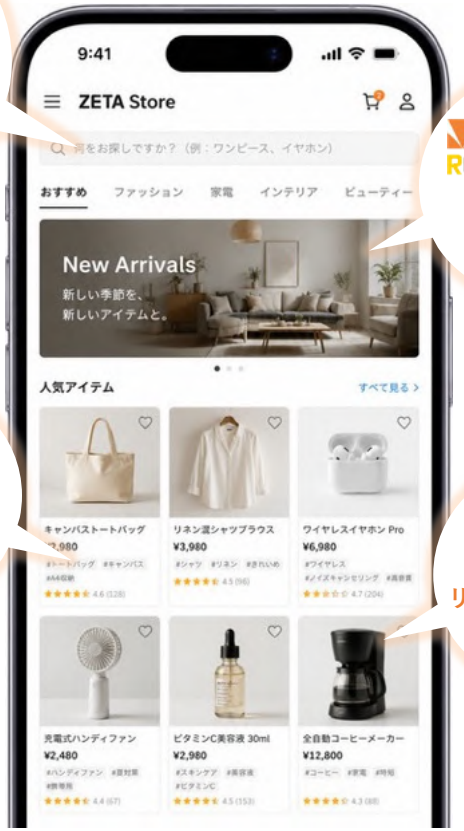
ZETA BASKET
EC
キュレーション



ZETA TALK
EC向け
AIチャット

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 RECOMMEND
AI
レコメンド

ZETA HASHTAG
ハッシュタグ
活用

ZETA AD
リテールメディア
広告

ZETA GEO
生成AI
検索最適化

ZETA LINK
生成AI
連携基盤

ZETA CX **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%以上に導入**。導入サイト数は**計250サイト**。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TOP100 ECの
約1/3サイトに採用

EC導入サイト数

250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℃ / DNP / ○|○| / ANA

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 検索とUGC、ZETAの強みが生む2つの成長事業

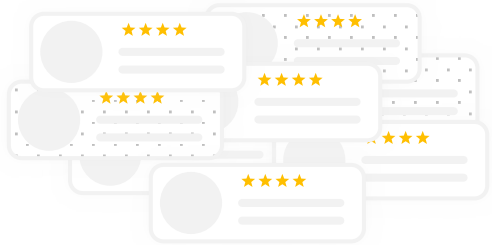
ZETA CXシリーズ

検索



ZETAの**検索技術**で
商品やコンテンツを
的確に表示

UGC



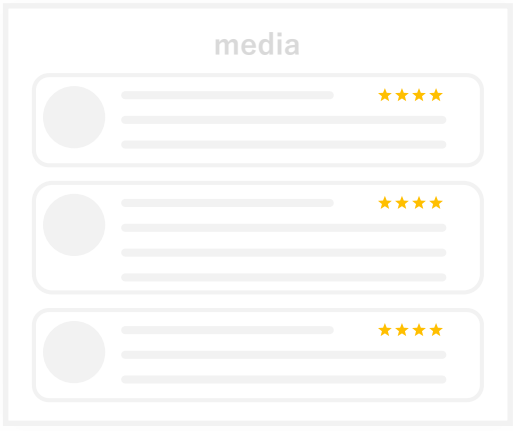
ZETA CX導入各社の
ECサイトに
UGCが散在

リテールメディア広告



- ✓ 検索技術を活用し
  最適な広告を配信
- ✓ 検索と連携して
  購買意欲の高い
  ユーザーにリーチ

AIコマースメディア



- ✓ 散在するUGCを集約し、
  口コミメディアへ
- ✓ AIからもユーザーからも
  参照されやすいメディアへ

01 エージェンティックサーチにおけるZETAの優位性

高速な検索処理性能を持つZETAの検索エンジンは エージェンティックサーチの課題であるハルシネーションの解決を実現。



エージェンティックサーチ（RAGからの進化）

ZETA

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

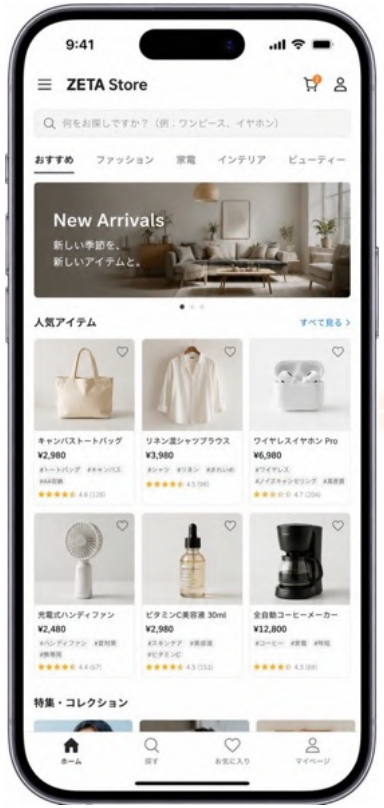
コンテキストを維持したEC送客

適切な商品検索・レコメンド

CX・LTV等の向上

01 エージェンティックコマース連携基盤の提供

ZETA LINKにより、生成AIをはじめとする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ティックコマース連携基盤。



Google OpenAI ANTHROP\C

UCP MCP ACP A2A AP2

個々のプロトコルに対応

ZETA LINK

生成AI
連携基盤

ZETA CXシリーズと連携

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 VOICE
レビュー・口コミ
Q&A

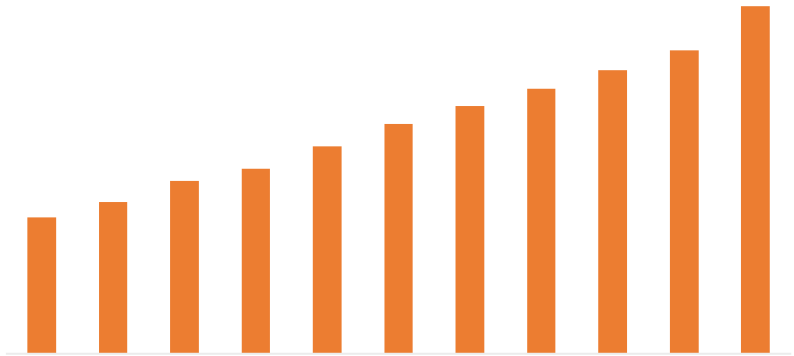


01 製品導入に伴う各種取り扱いデータの拡大

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※1がZETAの資産として継続的に蓄積される構造。

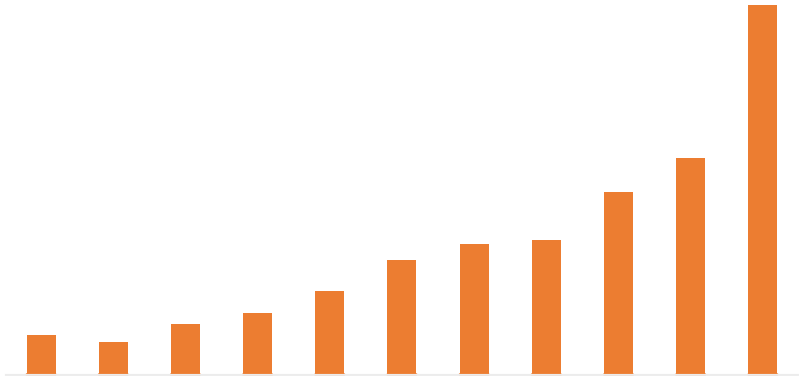
レビュー・口コミ・Q&A※2

1,800万件+



生成ハッシュタグ

13.9万件+



1. ECサイトが保有する検索・閲覧・購買等のデータ
2. 2026年12月期第3四半期時点、但し口コミ数に限り2026年10月時点

01 日本最大の口コミメディアへ

ZETA CXシリーズで蓄積した**国内有数の1,800万件超のUGC資産**を活用し、
AI時代の商品探索・比較・購買を支える**「AIコマースメディア」を展開**。

voice



「国内最大」の口コミメディアへ

ZETAの既存資産を基盤に展開

1,800万件超のUGC※1

250サイトの導入基盤

1. 2026年12月期第3四半期時点、但し口コミ数に限り2026年10月時点

01 日本最大規模を目指す、ZETA独自の事業基盤

ZETAは日本最大の口コミメディアの実現に必要な情報(UGC)を保有している。
UGCは拡大を続け、永続的なメディア価値の向上を狙う。



既存事業で蓄積した資産が、
そのままAIコマースメディアの競争力になる

1. 2026年12月期第3四半期時点、但し口コミ数に限り2026年10月時点

01 ZETAの見据えるAIコマースメディアの規模

国内の最大手主要口コミメディアは高い収益性を実現。
AIの普及により口コミの価値が高まることで企業価値は拡大。

国内大手を超える規模のメディアを目指す

@cosme	食べログ	価格.com
時価総額※1	時価総額※1	時価総額※1
約450億円	約7,400億円	約7,400億円
	売上収益※2	売上収益※2
	約400億円	約230億円



voice

1. 2026年11月6日時点の概算を掲載
2. 株式会社カカクコムの2026年3月期 決算説明資料参照

01 拡大を始めたZETAのリテールメディア広告事業

ECサイトの検索クエリをはじ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

★★★★½ 4.7 (256件のレビュー)



Q&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

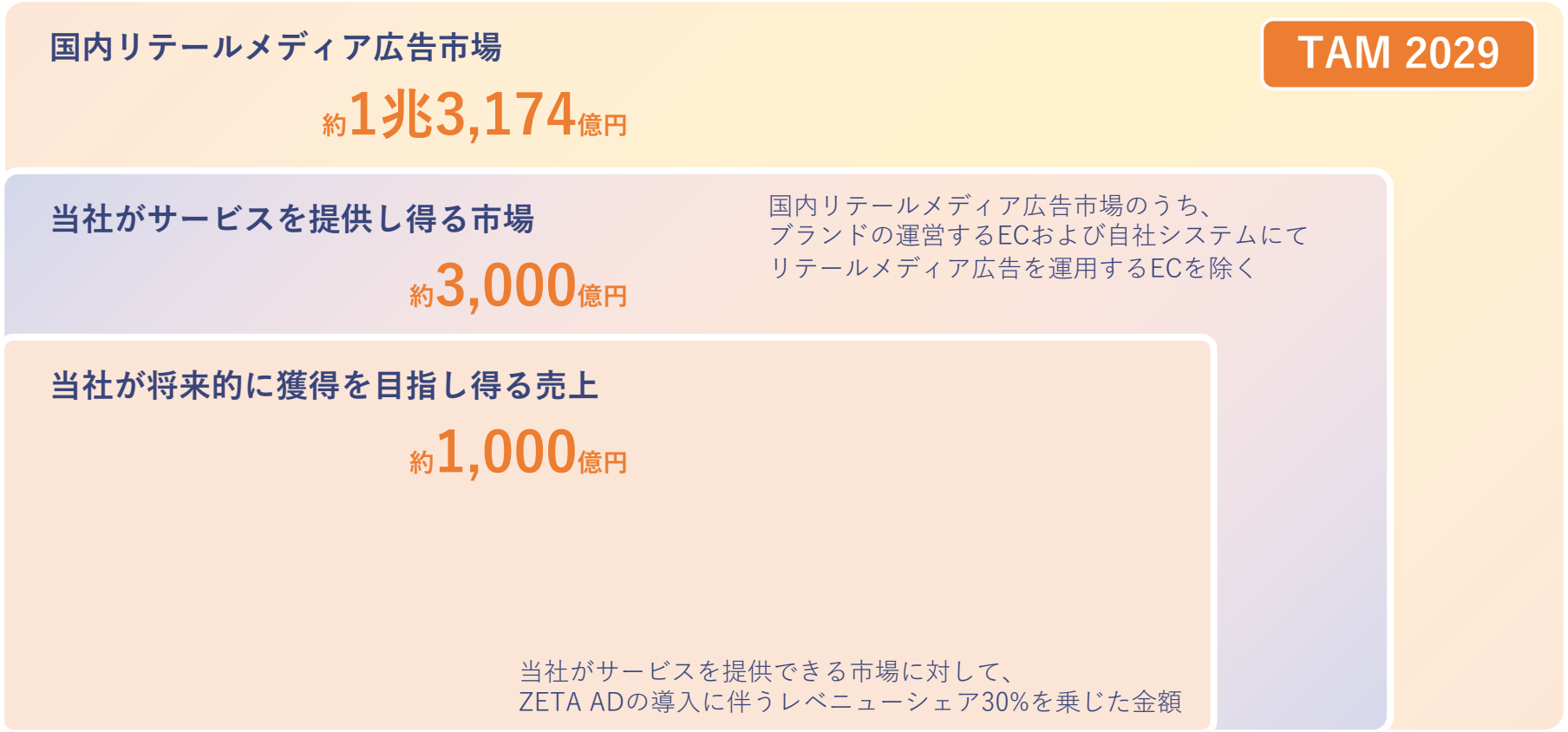
ハッシュタグ

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におけるTAM

急速に拡大するリテールメディア広告市場において、当社のサービスが提供可能と見込む市場の規模は3,000億円、うちレベニューシェア30%を乗じた獲得可能な売上を1,000億円と見込む。



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 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。

広告主
メーカー・ブランド

購買意欲の高い
ECユーザーへ直接訴求

広告効果の例

CTR向上	ROAS改善	購入率
2.4倍	1.4倍	2.5倍

広告出稿

効果レポート
フィードバック

ZETA AD
検索連動型広告配信エンジン

検索クエリ・1st Party Data
を活用し、最適な広告を配信

- ZETA SEARCH連携
- ハッシュタグ活用
- 1st Party Data活用
- 配信最適化

広告配信

広告売上シェア

ECサイト
運営事業者

ECサイト内広告により、
新たな販促収益を獲得



01 AI広告技術で特許査定を受領

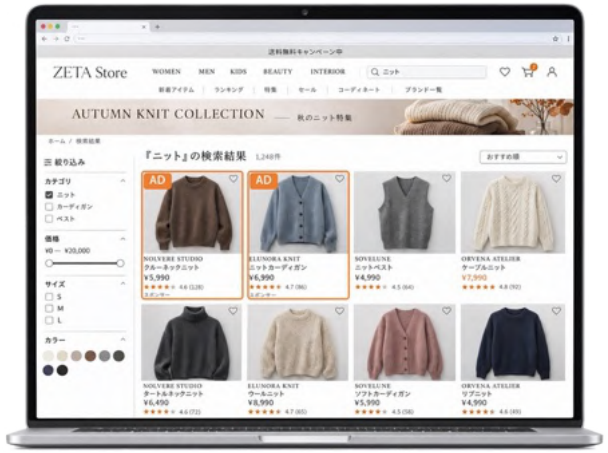
生成AIが会話内容に応じて、ECサイトの取扱商品から的確な商品を提案し、関連広告を広告と明示して表示する技術で**特許査定を受領**。ZETA ADに応用し、AIとの対話を新たな広告接点にする。



01 リテールメディア広告をAIとの会話へ展開

ZETA ADは、ECサイト内の検索広告で導入・売上ともに拡大。
AIとの会話の中に広告を表示する技術で**特許査定を受領**し、広告事業の成長機会をさらに広げる。

急激に拡大するECへの導入



ECサイト内で広告を配信

導入実績 約7倍に拡大

FY25/3QからFY26/3Qの間に
導入件数は14件から97件に拡大

特許査定の新たな技術



AIとの会話内に広告を配信

- 会話内容に連動した広告表示
- 取り扱い商品に限定した提案
- AIがわかりやすく広告商品を説明
- PR表示で広告と明示

リテールメディア広告・エージェンティックコマース事業の推進に向け、
電通出身の古谷宗章氏がCMOに就任。AIコマースメディア構想の実現を加速。





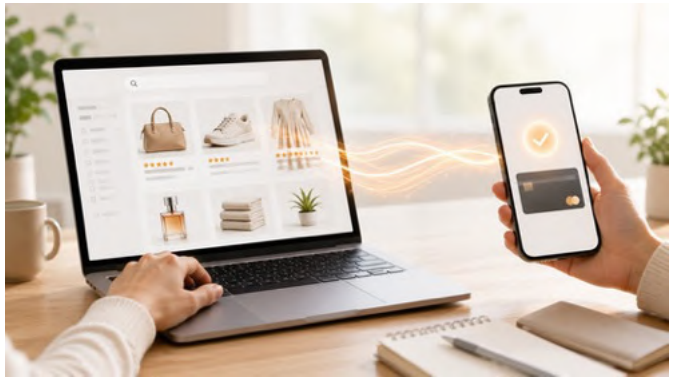
代表山﨑と新CMO古谷の対談動画を公開。リテールメディア広告事業の成長加速とデータ資産のマネタイズなど今後の事業戦略を解説

▶ https://zeta.inc/press-release/topics/cmo-furuya/2026/0729
▶ https://zeta.inc/ir-topics/fy2026-3q-8-7/2026/0820

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。
エージェンティックコマースに不可欠なエージェンティックサーチ対象領域を拡大。

Checkout.com

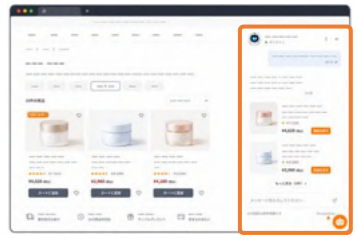
Checkout.comとの提携により、
AI時代のシームレスな
購買・決済体験の実現を推進



ZETA

**ZETA CXシリーズと連携。
各社との提携により
エージェンティックコマース事業を推進**

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

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 EC領域に特化した「バーティカルAI」

ZETAはEC・コマース領域に特化したバーティカルAIを展開。
政府も同領域を重点政策として推進しており、ZETAの事業戦略は国の方針と合致。

内閣府の方針

政府のAI戦略における
重要政策テーマとして位置付け

- □ バーティカルAI(業務特化型AI)を重点推進
- □ 官民データ連携・活用を強化
- □ エージェント型AIの進展を背景に
  各産業のAXを推進

ZETAの取り組み



EC・コマース領域に特化した
バーティカルAIを展開

蓄積したECデータと
AI技術を基盤に、
EC事業者の成長を支援

ZETA

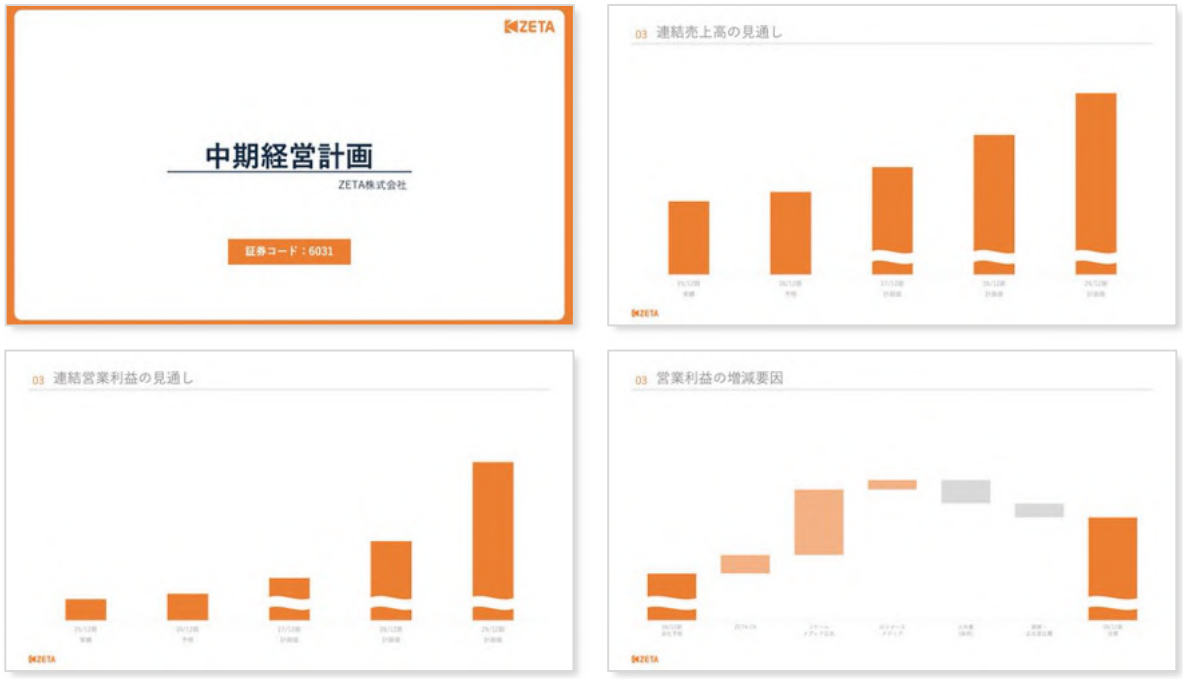
ZETAが先行

ZETAの事業戦略は
政府の提言する
国策に合致

参考：「バーティカルAI領域別戦略 中間とりまとめ」https://www8.cao.go.jp/cstp/ai/ai_hq/5kai/shiryo2_2.pdf

01 中期経営計画開示の予定について

新規事業の拡大、既存事業の拡大、市場区分変更などを見据え、
AIコマースメディアを中核とする**新たな中期経営計画の開示を予定**。



ECインフラを創造する
エージェンティックコマース企業
として企業価値の向上を図る
新たな中期経営計画を開示予定

※ 本スライド掲載の画像はイメージです。開示を予定している実際の中期経営計画とは異なることをご理解ください。

2026年12月期 第3四半期 ハイライト

FY2026 3Q Financial Highlights

02 2026年12月期第3四半期累計 業績ハイライト

(単位：百万円)	25/12期 3Q累計実績	26/12期 3Q累計実績	前年同期比	26/12期 通期予想	計画比
売上高	1,245	1,102	▲11.5%	2,100	52.5%
売上総利益	985	871	▲11.5%	1,727	50.5%
売上総利益率	79.1%	79.1%	-	82.2%	-
営業利益	155	33	▲78.6%	500	6.7%
営業利益率	12.5%	3.0%	-	23.8%	-
経常利益	139	▲1 ※1	-	472	-
当期純利益	77	▲3	-	305	-

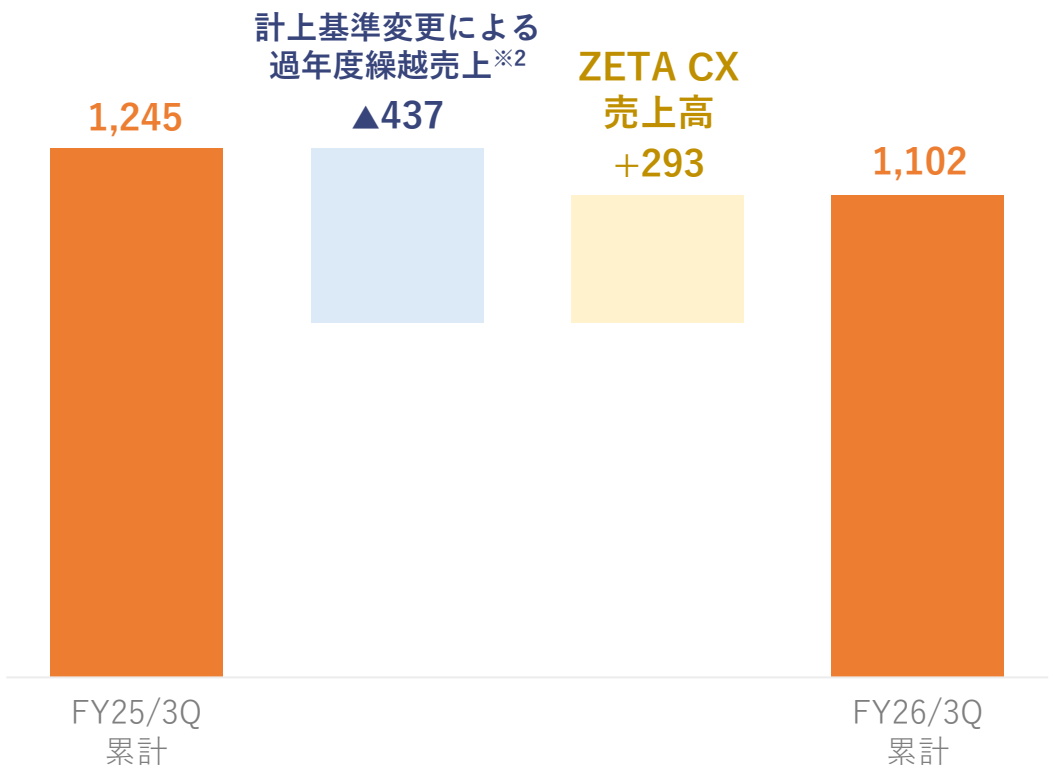
1. 経常利益には、東京証券取引所スタンダード市場への市場区分変更等に伴う一過性費用15百万円を含んでおります。

02 前年同期比の増減要因｜繰越売上の反動を除き事業は伸長

当第3四半期の累計売上高は、過年度繰越売上の計上額が前年同期から437百万円減少した影響により143百万円減となりました。一方、ZETA CX売上高は293百万円増加し、繰越売上の影響を除くオーガニックな売上高では39.1%増と事業は伸長しております。営業利益は、売上減少の影響を原価削減で一部吸収し、33百万円となりました。

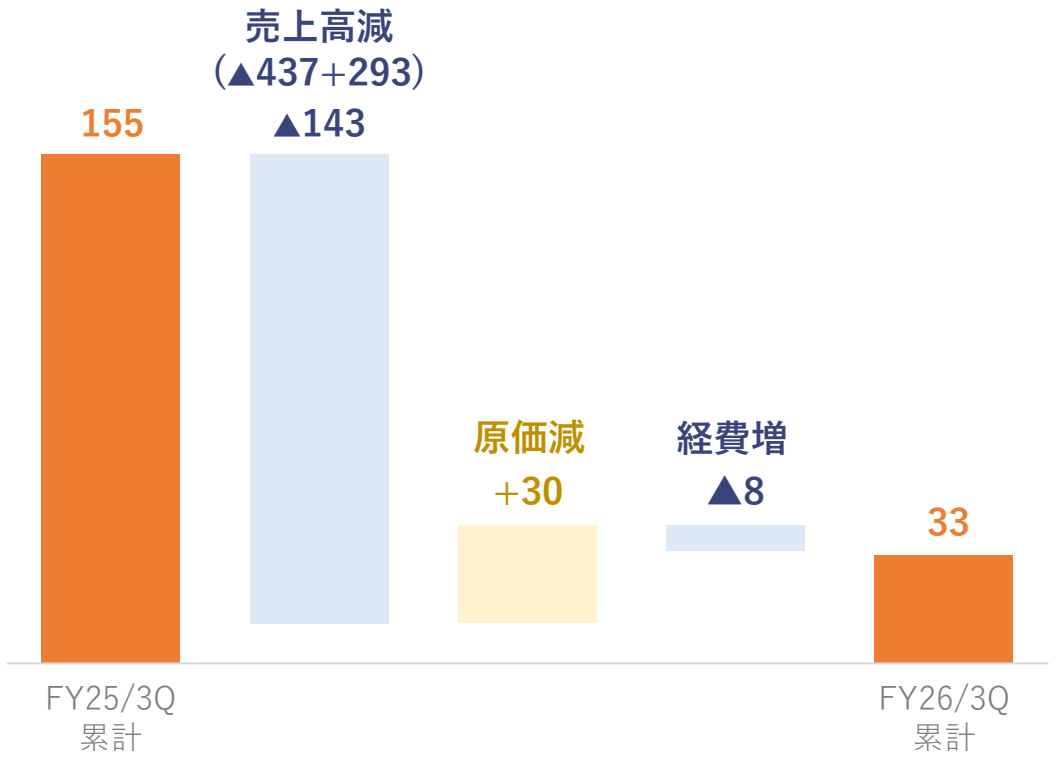
（単位：百万円）

売上高増減要因※1



売上高143百万円減少により営業利益が減少

営業利益増減要因※1



1. 端数処理の関係上、内訳の積み上げと合計値が一致しない箇所がございます。
2. 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Appendixに記載。

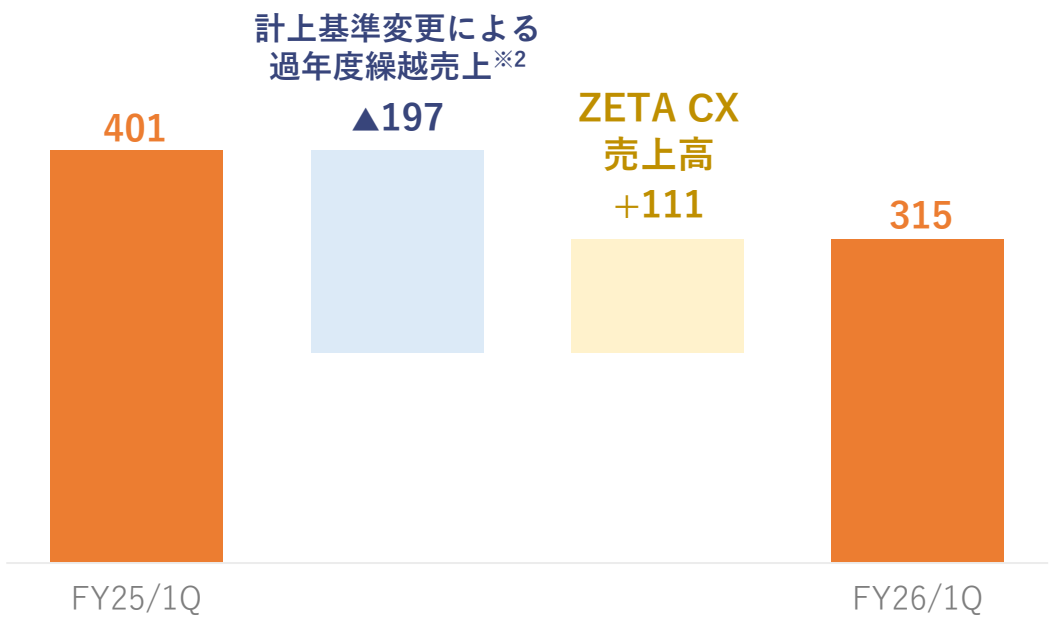
再掲

02 第1四半期の売上高及び営業利益の増減要因

第1四半期の売上高は、過年度繰越売上の計上額が前年同期から197百万円減少した一方、ZETA CX売上高が111百万円増加し、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。

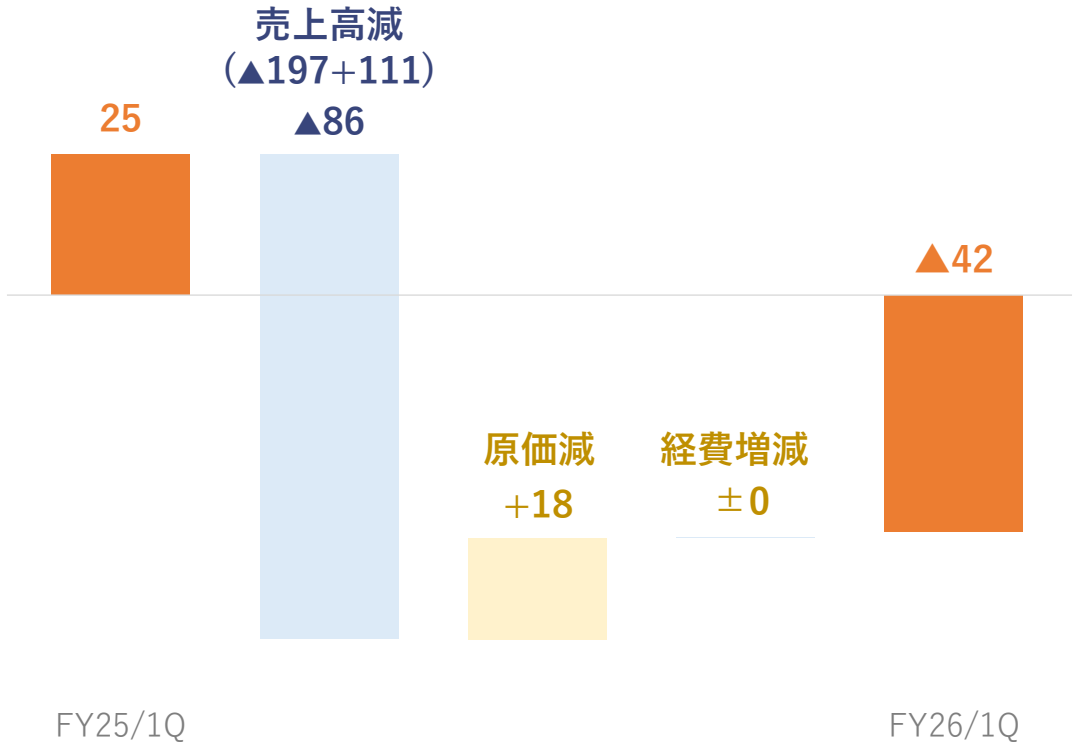
（単位：百万円）

売上高増減要因



売上高86百万円減少により営業利益が減少

営業利益増減要因



1. 端数処理の関係上、内訳の積み上げと合計値が一致しない箇所がございます。
2. 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Appendixに記載。

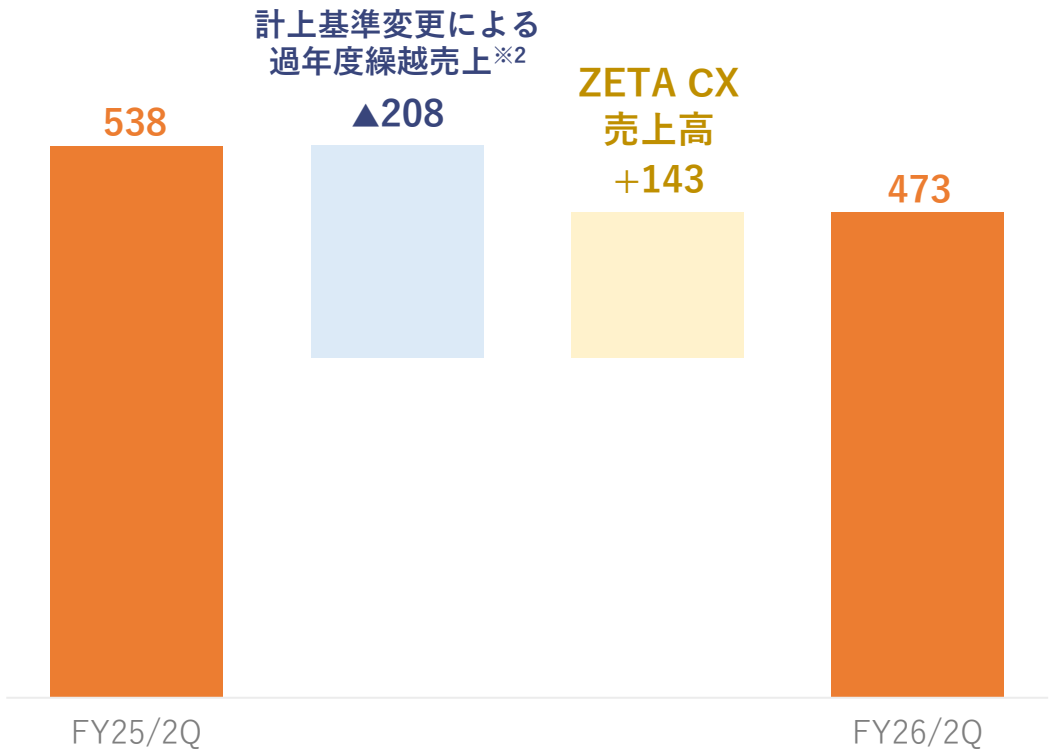
再掲

02 第2四半期の売上高及び営業利益の増減要因

第2四半期の売上高は473百万円となり、前年同期比12.1%減となりました。一方、主力のZETA CXは前年同期を上回って推移しており、繰越売上の影響を除いたオーガニックな売上高は前年同期比47.6%増と、事業成長は堅調に推移しています。

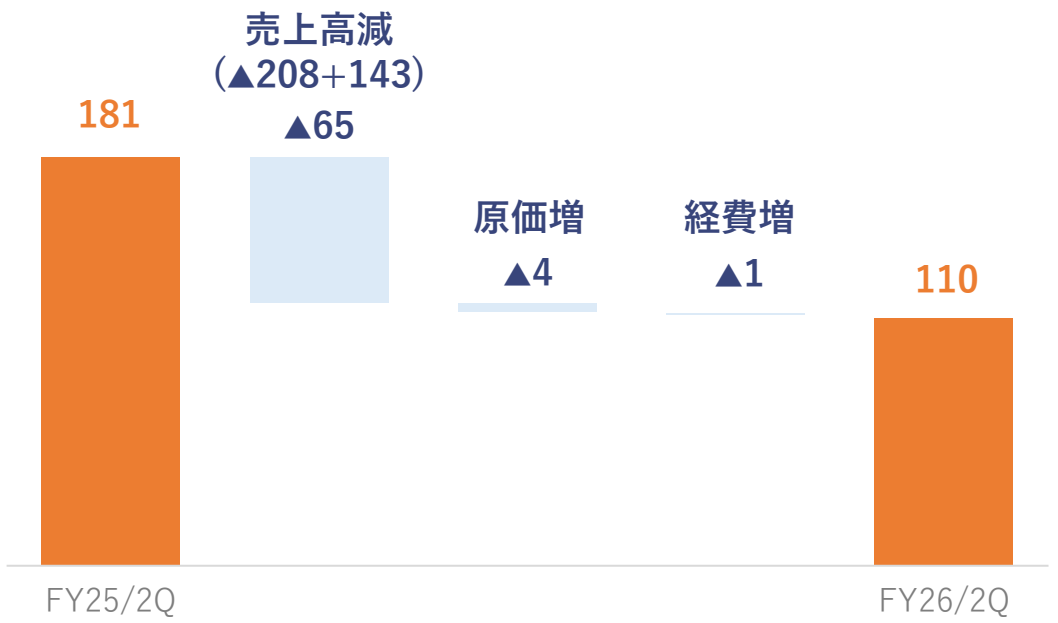
（単位：百万円）

売上高増減要因



売上高65百万円減少により営業利益が減少

営業利益増減要因



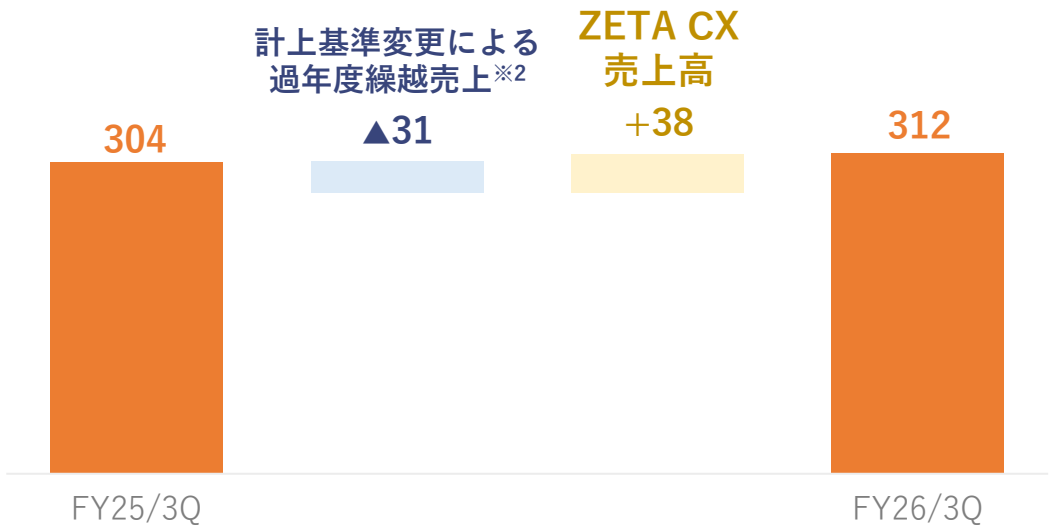
1. 端数処理の関係上、内訳の積み上げと合計値が一致しない箇所がございます。
2. 遡及訂正に伴う一時的な過年度の繰越売上高。過年度繰越売上高はAppendixに記載。

02 第3四半期の売上高及び営業利益の増減要因

当第3四半期の売上高は、過年度繰越売上の減少31百万円をZETA CXの38百万円増で吸収し、前年同期比2.5%増の312百万円となりました。売上原価の低減により売上総利益率は75.5%と前年同期から5.9ポイント改善し、営業損失は17百万円縮小しました。新規に売上計上した案件の1件あたり規模が拡大しており、高単価案件へのシフトが進んでいます。

（単位：百万円）

売上高増減要因



売上高7百万円増加により営業利益が増加

営業利益増減要因

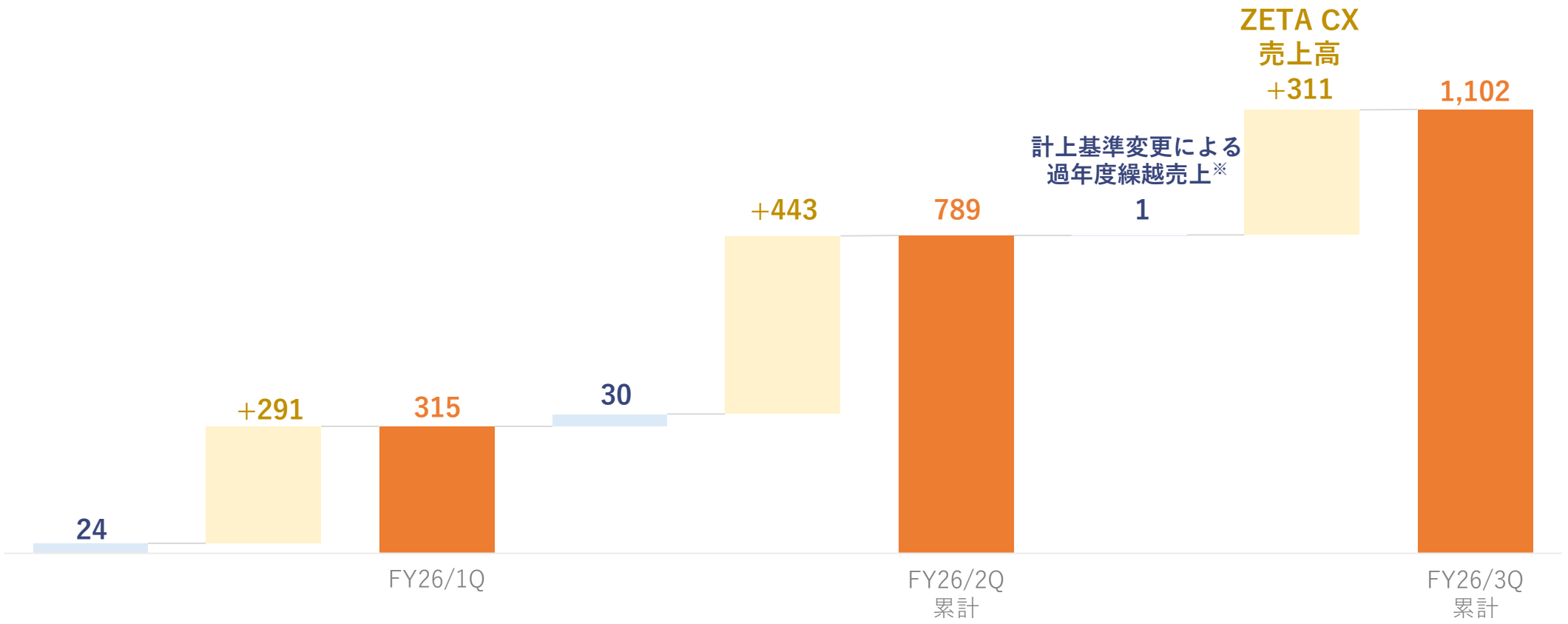


1. 端数処理の関係上、内訳の積み上げと合計値が一致しない箇所がございます。
2. 遡及訂正に伴う一時的な過年度の繰越売上高。過年度繰越売上高はAppendixに記載。

02 当期の四半期別内訳｜オーガニックな累計売上高は大幅増収

当第3四半期の累計売上高は1,102百万円となりました。前年同期比は会計上11.5%減となったものの、繰越売上を除いたオーガニックな売上高は前年同期比39.1%増と伸長しました。ZETA CX売上高は各四半期で着実に積み上がっております。

（単位：百万円）

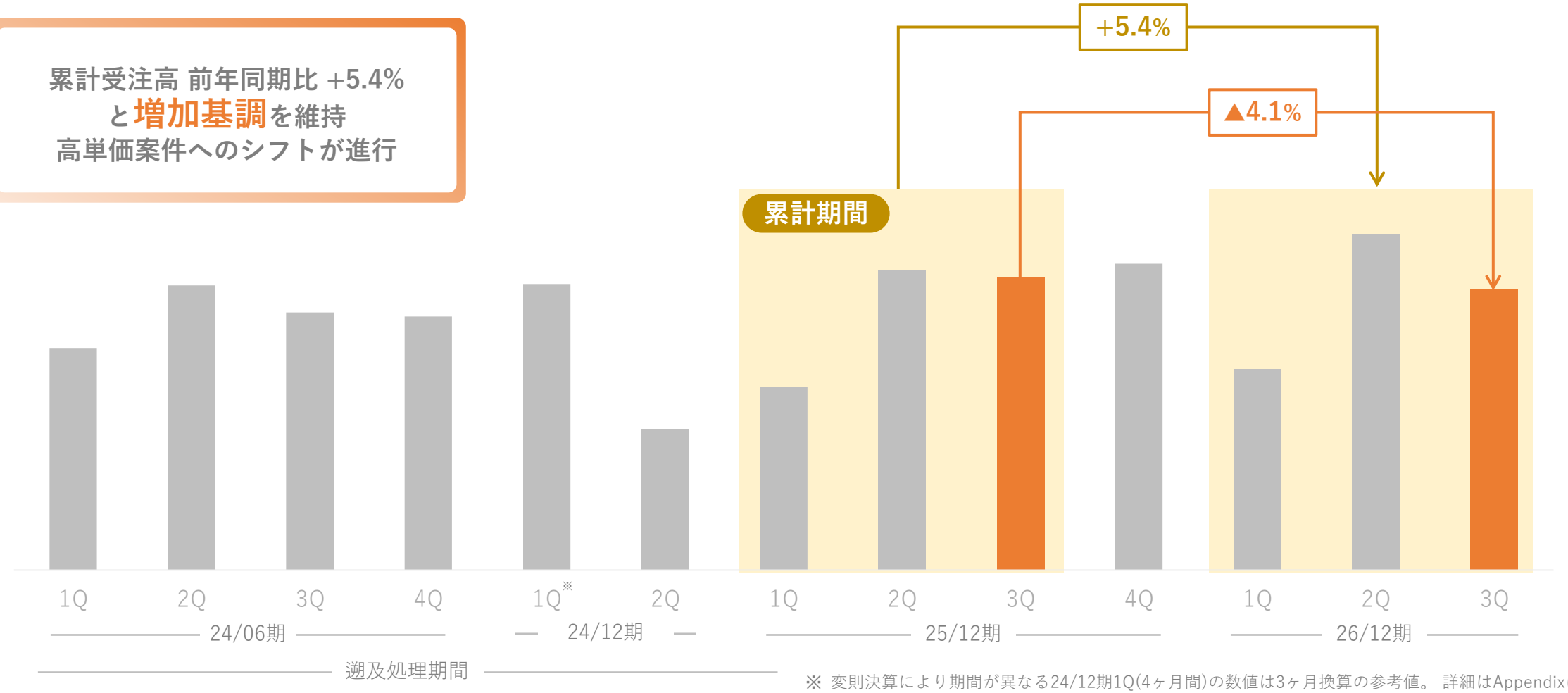


端数処理の関係上、内訳の積み上げと合計値が一致しない箇所がございます。
※遡及訂正に伴う一時的な過年度の繰越売上高。過年度繰越売上高はAppendixに記載。

02 成長の先行指標 | 受注高は増加基調を維持

当第3四半期累計の受注高は前年同期比5.4%増となり、増加基調を維持しております。四半期単体では前年同期比4.1%減となりました。前四半期が過去最高を更新した水準にあったことによるもので、当第3四半期の受注高も前期の四半期平均を上回っております。

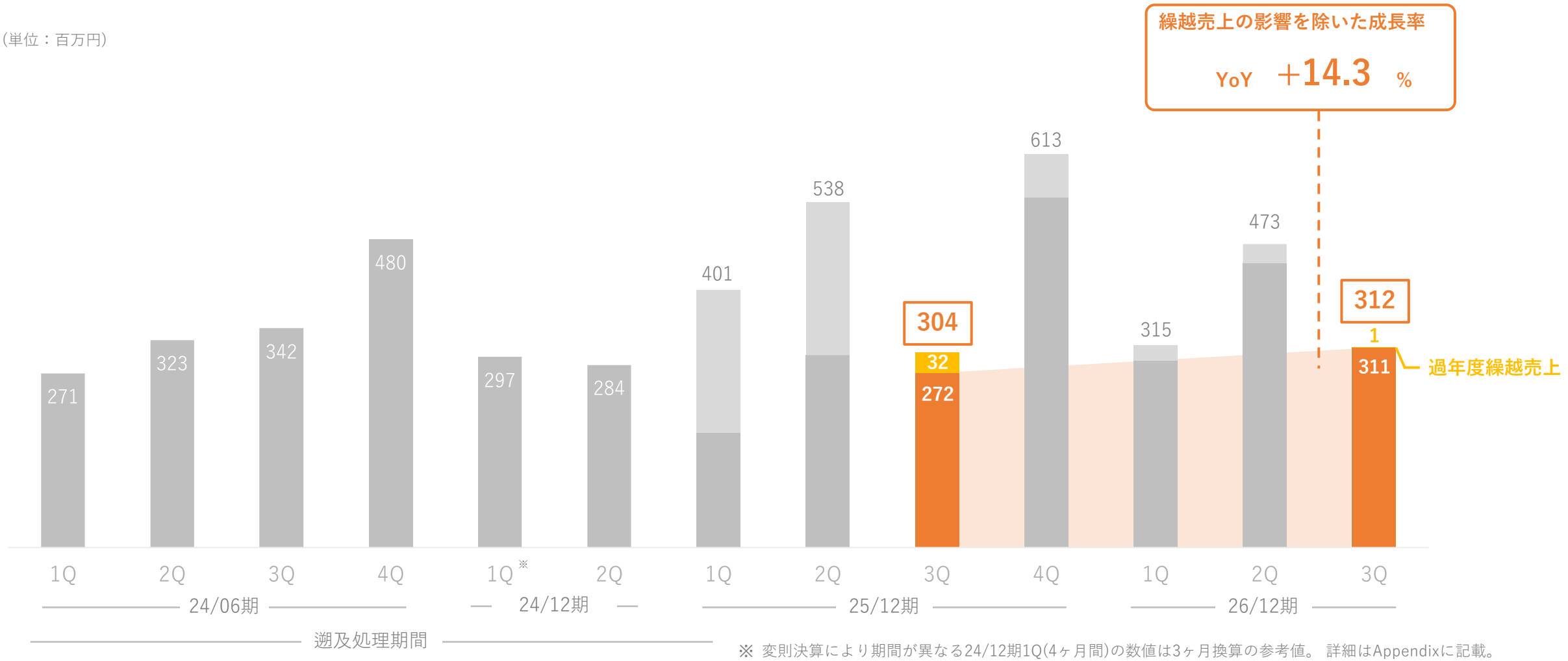
累計受注高 前年同期比 +5.4%
と増加基調を維持
高単価案件へのシフトが進行



※ 変則決算により期間が異なる24/12期1Q(4ヶ月間)の数値は3ヶ月換算の参考値。 詳細はAppendixに記載。

当第3四半期の売上高は312百万円となり、前年同期比2.5%増となりました。前年同期に計上された繰越売上の影響を除くオーガニックな売上高では、前年同期比14.3%増となりました。さらに累計期間では39.1%増となり、事業は着実に成長しております。

（単位：百万円）



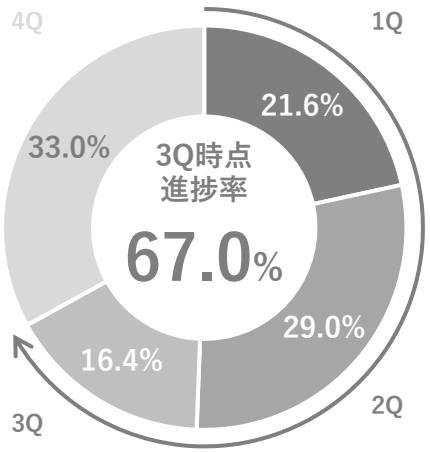
※ 変則決算により期間が異なる24/12期1Q(4ヶ月間)の数値は3ヶ月換算の参考値。 詳細はAppendixに記載。

02 通期業績予想に対する進捗率

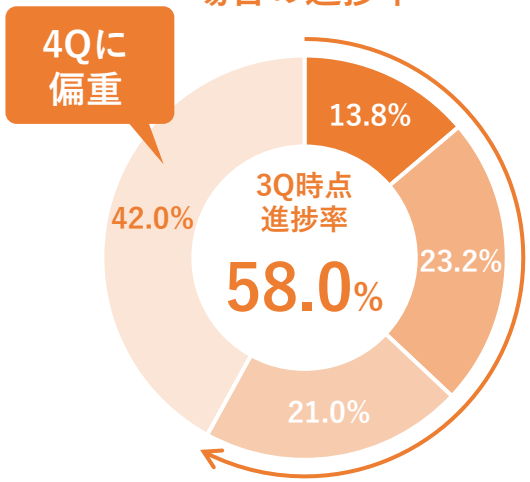
当第3四半期時点の繰越売上を除いた進捗率は51.6%となりました。第2四半期までの進捗率は前期とほぼ同水準でしたが、第3四半期に計上を見込んでいた一部案件が検収時期の関係で第4四半期にずれ込み、前年同期比6.4ポイントの差が生じました。当社の売上高は前期と同様に第4四半期に偏重する構造であり、同四半期の案件の検収が計画どおり完了することを前提に、通期業績予想は据え置いております。

25/12期(前期)

会計上の進捗率

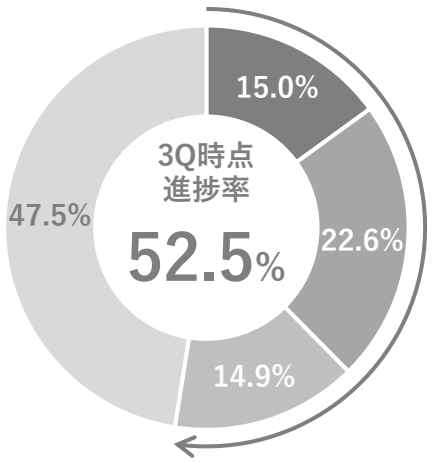


繰越売上を除いた場合の進捗率

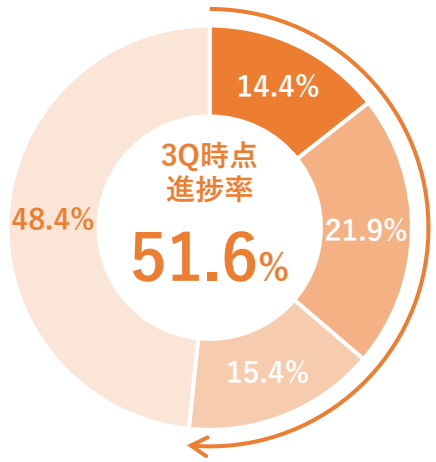


26/12期(当期)

会計上の進捗率



繰越売上を除いた場合の進捗率



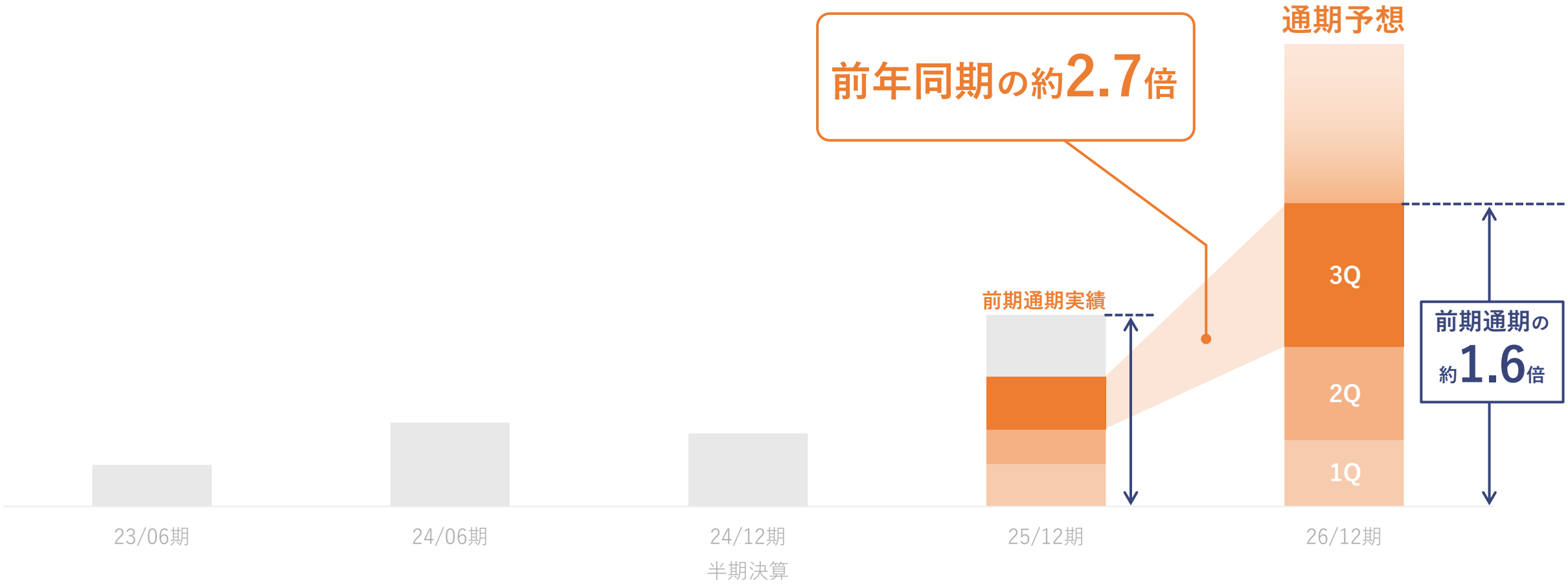
第3四半期のずれ込み：営業部門長の退任に伴う体制変更、およびセキュリティへの関心の高まりによる案件の長期化

第4四半期への偏重：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の期間を要する構造

通期業績予想：当初計画のまま推移しており、第4四半期の計上に向けて取り組む

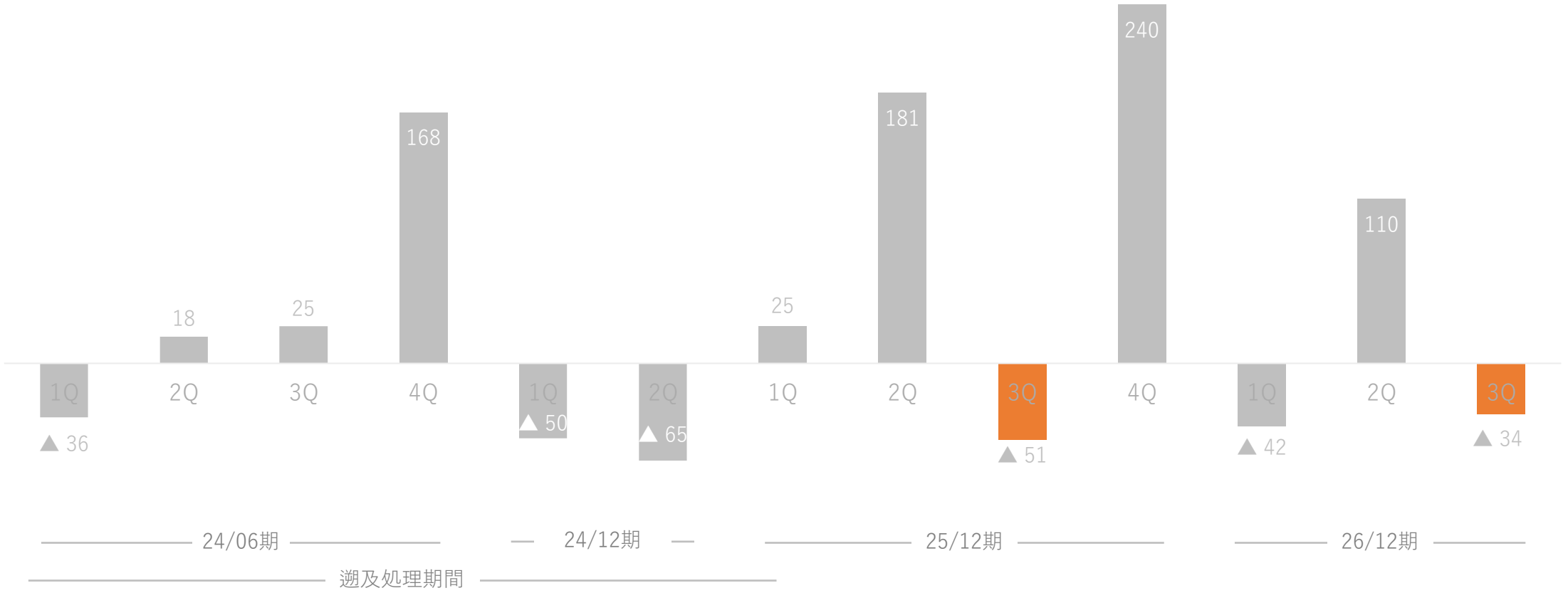
02 売上高拡大の要因 | リテールメディア広告の拡大

リテールメディア広告事業のZETA ADは、累計売上高が第3四半期時点で前期の通期実績の約1.6倍に達しました。第3四半期単体では前年同期の約2.7倍となり、さらに9月は単月で過去最高を更新しています。導入済み件数は前年同期の14件から97件へ拡大し、準備中案件の導入移行も進捗しており、旺盛な需要を背景に第4四半期以降もさらなる成長を見込んでいます。



当第3四半期の営業損失は34百万円となり、前年同期の51百万円から17百万円改善しました。売上原価の低減により売上総利益率が5.9ポイント改善したことが主因で、販管費は第3四半期累計で前年同期比1.1%増と安定的に推移しております。前期と同様に、売上高が第4四半期に偏重する一方、販管費は平準的に発生するため、利益も同四半期に偏重する構造となっております。

（単位：百万円）



02 貸借対照表

当第3四半期末の総資産は2,889百万円となり、現預金は前期末から180百万円増加して1,832百万円となりました。純資産は配当の実施および自己株式の取得による株主還元を主因に104百万円減少し、自己資本比率は28.1%となりました。安定したストック収益基盤を背景に財務レバレッジを活用して成長投資を推進しつつ、資本効率と投資余力のバランスを重視した財務運営を継続してまいります。

（百万円）	25/12期末	26/12期 3Q	前期末比
資産の部	2,984	2,889	▲95
現預金	1,652	1,832	+180
固定資産	780	710	▲70
のれん	3	2	▲1
顧客関連資産	442	385	▲57

	25/12期末	26/12期 3Q	前期末比
負債の部	2,063	2,073	+10
流動負債	838	807	▲31
固定負債	1,225	1,266	+41
純資産の部	920	816	▲104
株主資本	919	818	▲101
自己資本比率	30.7%	28.1%	-

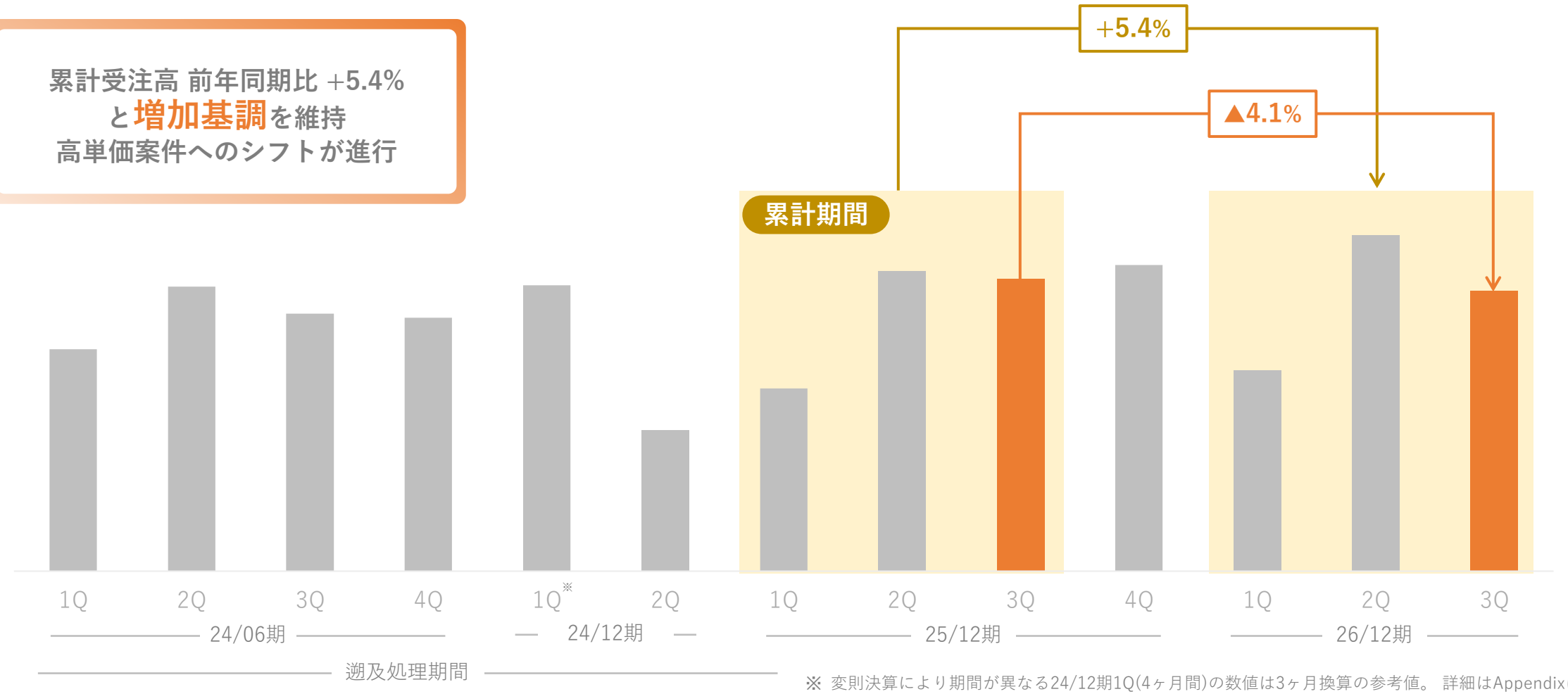
2026年12月期 第3四半期 KPIハイライト

FY2026 3Q KPI Highlights

03 成長の先行指標｜受注高は増加基調を維持

当第3四半期累計の受注高は前年同期比5.4%増となり、増加基調を維持しております。四半期単体では前年同期比4.1%減となりました。前四半期が過去最高を更新した水準にあったことによるもので、当第3四半期の受注高も前期の四半期平均を上回っております。

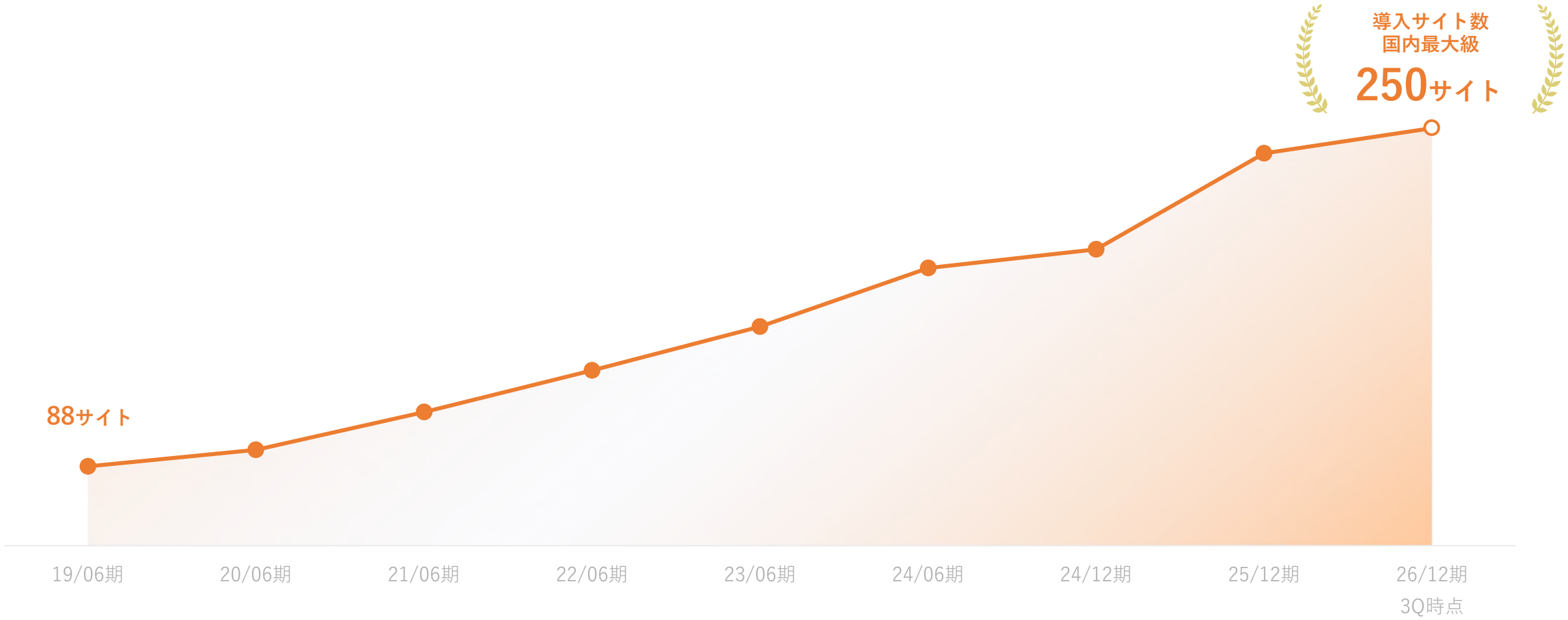
累計受注高 前年同期比 +5.4%
と増加基調を維持
高単価案件へのシフトが進行



※ 変則決算により期間が異なる24/12期1Q(4ヶ月間)の数値は3ヶ月換算の参考値。 詳細はAppendixに記載。

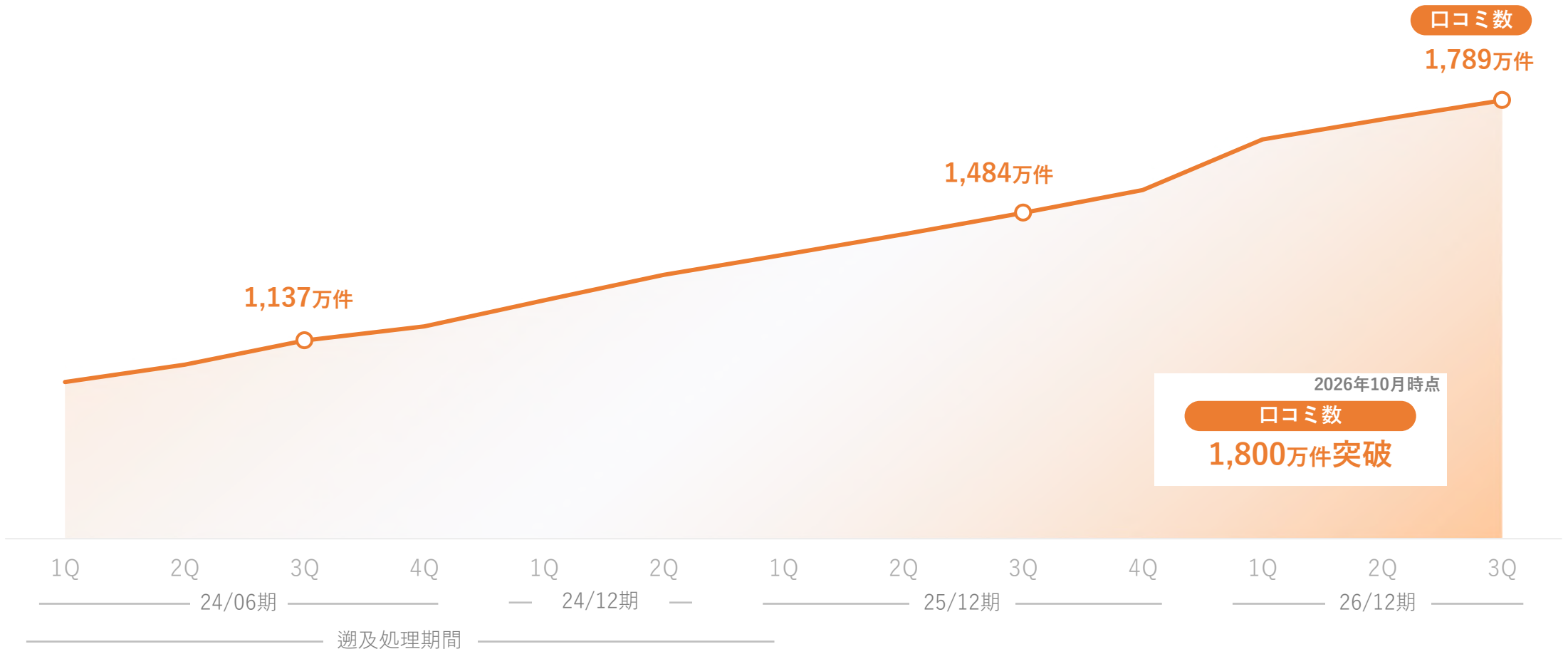
03 主力サービスZETA CXシリーズ導入サイト数推移

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と大手企業を中心とした新規導入が堅調に推移し、当第3四半期末で**250サイト**となりました。19/06期の88サイトから約2.8倍に拡大しています。1サイトあたりの採用製品数も増加しており、複数製品の組み合わせによる高単価化が進んでいます。



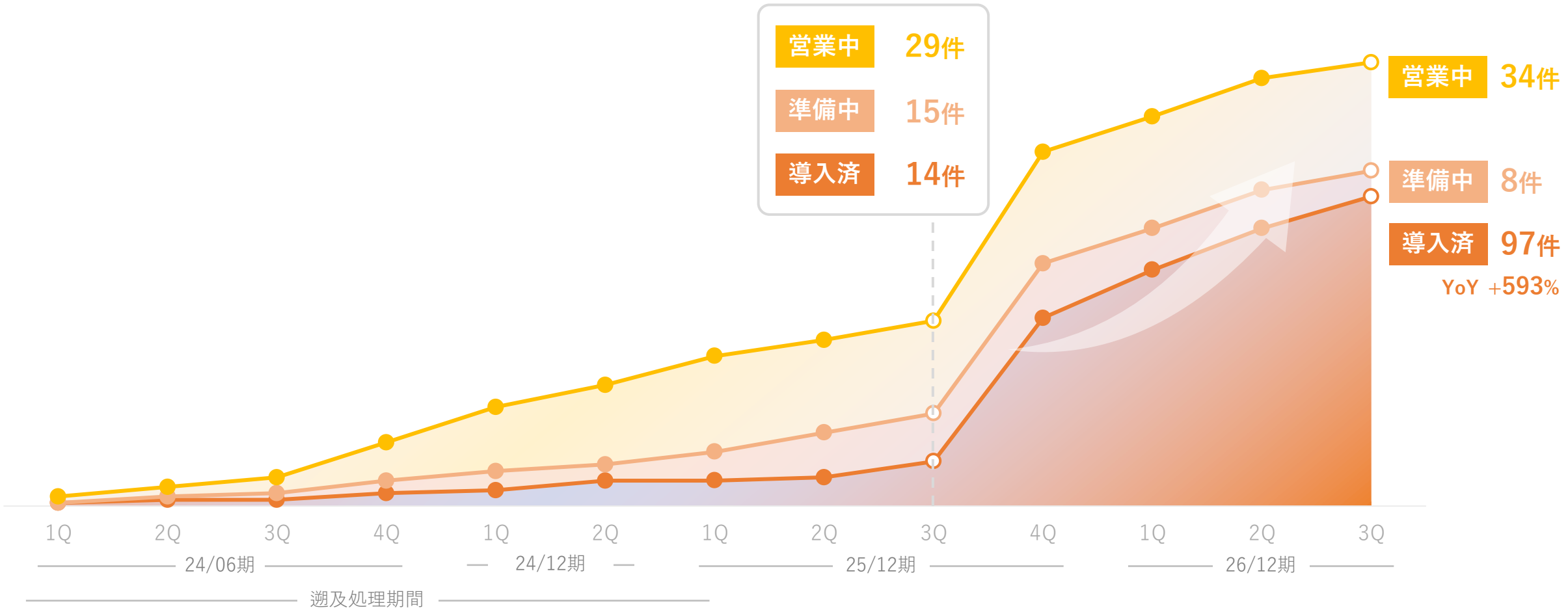
03 UGC数推移

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20.6%増**の**1,789万件**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起点となります。



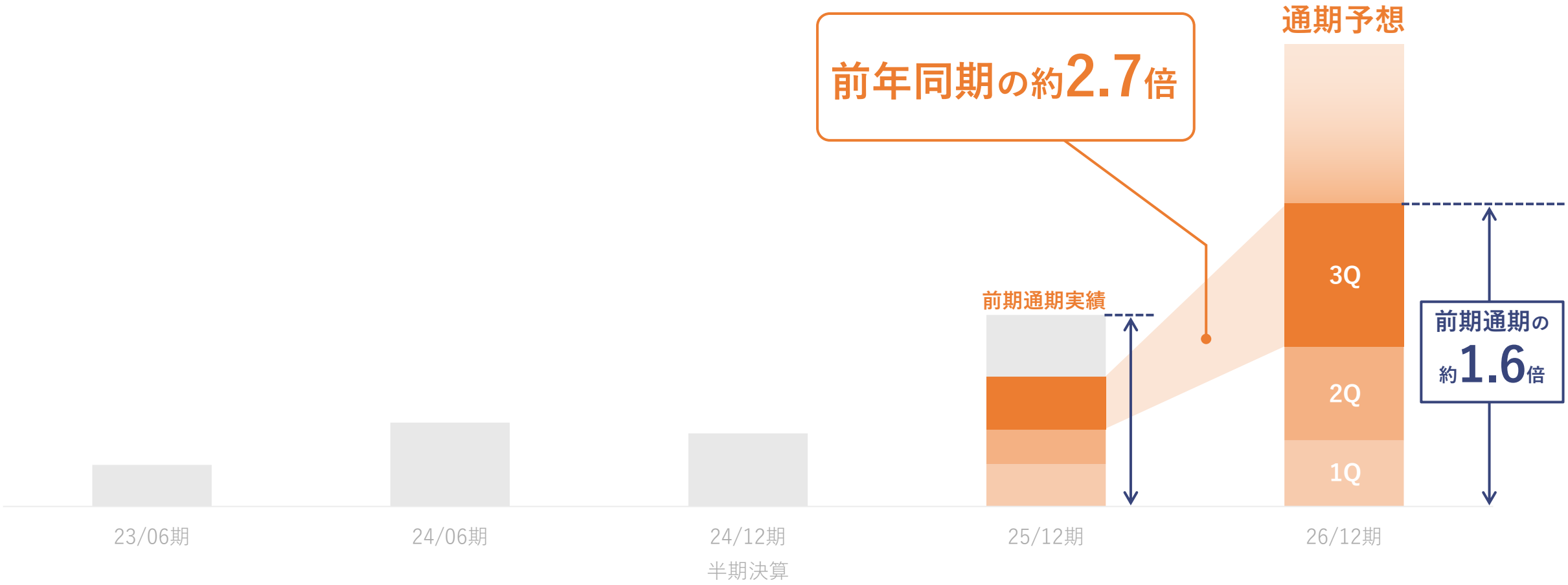
03 リテールメディア広告案件数推移

ZETA ADは、代理店営業の活発化を主因に導入済み件数が前年同期比593%増の97件と大きく伸長し、営業中の案件も34件と増加しております。導入済み案件はストック売上として業績に貢献し始めており、今後の案件拡大とともに売上高のさらなる伸長を見込んでおります。



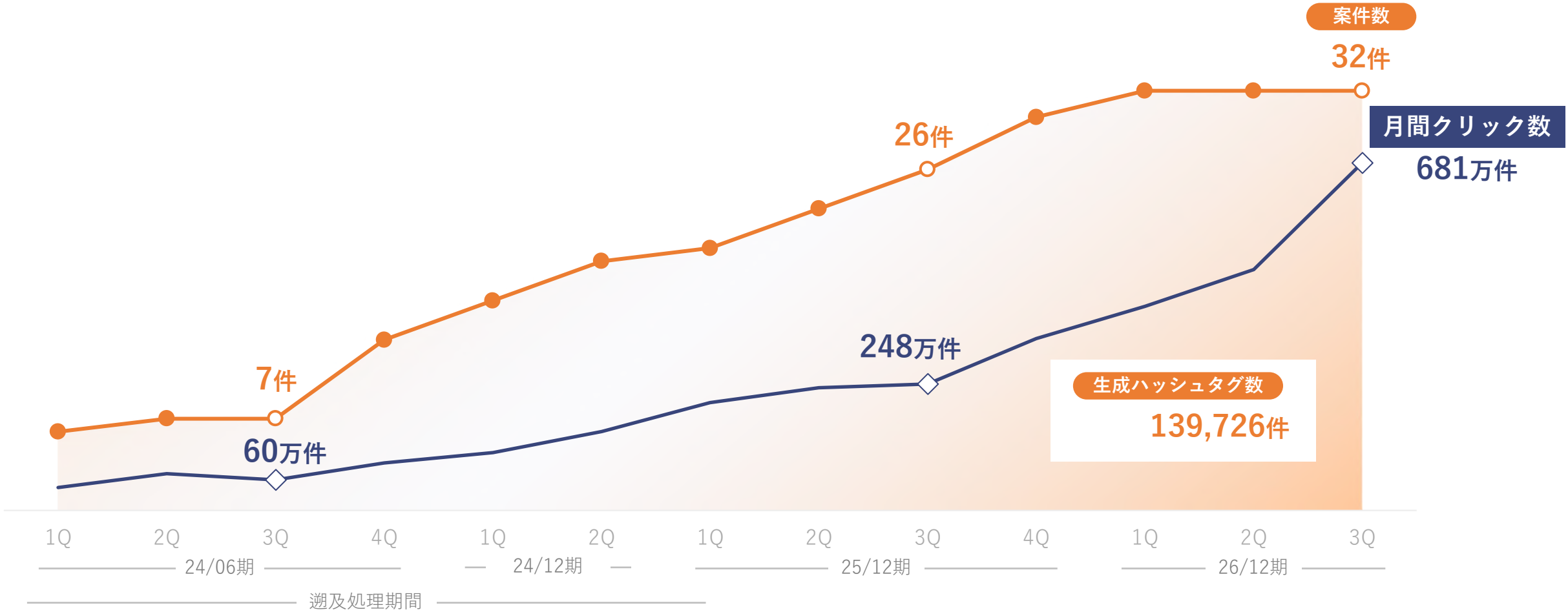
03 売上高拡大の要因｜リテールメディア広告の拡大

リテールメディア広告事業のZETA ADは、累計売上高が第3四半期時点で前期の通期実績の約1.6倍に達しました。第3四半期単体では前年同期の約2.7倍となり、さらに9月は単月で過去最高を更新しています。導入済み件数は前年同期の14件から97件へ拡大し、準備中案件の導入移行も進捗しており、旺盛な需要を背景に第4四半期以降もさらなる成長を見込んでいます。



03 ハッシュタグ数推移

ZETA HASHTAGは、導入案件数が32件を維持する中、生成ハッシュタグ数は139,726件、月間クリック数は681万件と大きく伸長しました。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。



TOPICS

Q3 Business Updates

再掲

04 AI広告技術で特許査定を受領

生成AIが会話内容に応じて、ECサイトの取扱商品から的確な商品を提案し、関連広告を広告と明示して表示する技術で**特許査定を受領**。ZETA ADに応用し、AIとの対話を新たな広告接点にする。



▶ https://zeta.inc/press-release/products/ai-ad-patent-decision-notice/2026/1104

04 レビュー・Q&A投稿数が1,800万件を突破

「ZETA VOICE」の導入サイトにおけるレビュー・Q&A投稿数は、2026年10月時点で累計1,800万件を突破。約3ヶ月で50万件増加したUGCデータを、検索・比較・レコメンド・デジタルシェルフに活用することで、AI時代のエージェンティックコマースにおける商品提案の納得感と信頼性向上を支援します。



▶ https://zeta.inc/press-release/products/zeta-voice-review-qa-post-breakthrough-18m/2026/1027

04 ITreview Grid Awardで2期連続「Leader」受賞

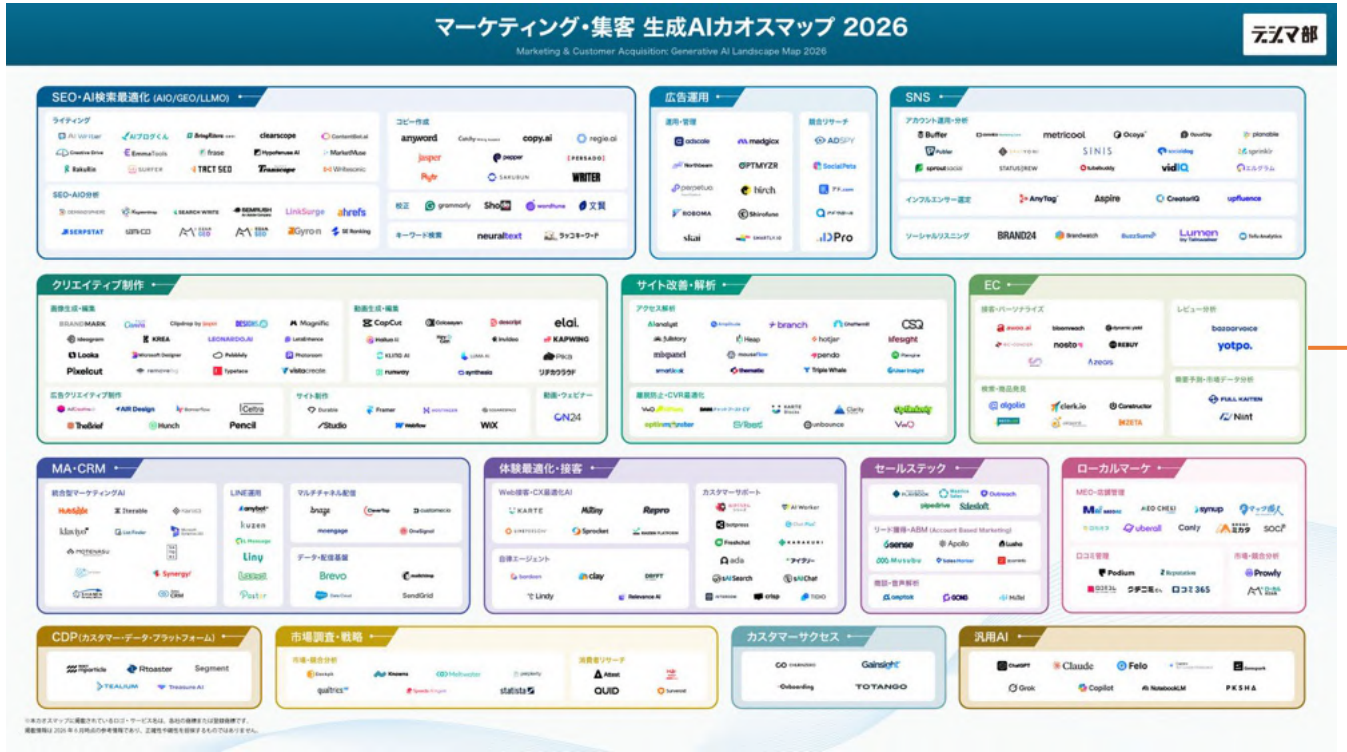
「ZETA SEARCH」は、「ITreview Grid Award 2026 Fall」サイト内検索ツール部門において、前回に続き2期連続で「Leader」を受賞しました。ユーザーレビューをもとに市場認知度・顧客満足度ともに優れた製品として評価され、検索精度・速度の高さに加え、専門エンジニアによるチューニングなど導入後の運用支援も支持されています。



▶ https://zeta.inc/press-release/media/itreview-grid-award-2026-fall/2026/1021

04 生成AIカオスマップ2026に掲載

「ZETA SEARCH」をはじめとする「ZETA CXシリーズ」が、株式会社シードの「マーケティング・集客 生成AIカオスマップ 2026」において、「EC」カテゴリ内の「検索・商品発見」領域に掲載されました。全14カテゴリ・283サービスの中で、AIを活用したサイト内検索・商品探索を支援するソリューションとして位置づけられています。





▶ https://zeta.inc/press-release/media/seedinc-marketing-chaosmap-2026/2026/0814

04「ZETA SEARCH」Salesforce Commerce Cloud対応

「ZETA SEARCH」は、Salesforce Commerce Cloud対応カートリッジの提供を開始しました。商品データ・検索条件・表示ロジックなどを各ECサイトの仕様に合わせて柔軟に連携でき、個別開発の負荷を抑えながら最適な検索体験を構築できます。同環境を利用するEC事業者への導入を後押しし、検索CX向上とCVR改善を支援します。

▶ https://zeta.inc/press-release/topics/salesforce-cartridge/2026/0812

04 Shopify公式アプリでデータ連携を強化

「ZETA SEARCH」公式アプリの機能強化により、Shopify上で管理される売上データや商品情報との連携性が向上。追加開発の負担を抑えながら検索結果の最適化や運用効率化を実現し、既存導入企業における検索精度向上と売上拡大を支援します。



▶ https://zeta.inc/press-release/topics/shopify-app-data-integration-junkudo/2026/0804

04 ITトレンド上半期ランキング2026で1位を獲得

「ZETA SEARCH」は、「ITトレンド上半期ランキング2026 エンタープライズサーチ(大規模)部門」において1位を獲得しました。
生成AI活用の拡大を背景に高まる情報検索ニーズに対し、高速・高精度な検索基盤が評価され、大規模企業から最多のお問い合わせを獲得しています。



▶ https://zeta.inc/press-release/media/it-trend-first-half-ranking-2026/2026/0715

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。



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

04 Checkout.comとの戦略的パートナーシップ

ZETAは、グローバル決済大手のCheckout.comと戦略的パートナーシップ契約を締結しました。Checkout.comの決済基盤と「ZETA CXシリーズ」の検索・UGC・AI連携機能を組み合わせ、生成AIを起点とする商品発見からECサイトへの送客、検索・比較、購入までの導線を高度化することで、エージェンティックコマース時代における新たな購買体験の創出とCX向上を推進します。

ZETA × Checkout.com

▶ https://zeta.inc/press-release/topics/checkout-com-zeta-business-development-alliance/2026/0610

04 エージェンティックコマース時代の「検索×UGC」

代表取締役社長の山﨑が登壇した「Digital Commerce Frontier 2026～AI×EC Day～」のセミナーレポートが公開されました。AIが商品を探し・比べるエージェンティックサーチ時代に向け、高速で複雑な条件に対応する「AI-Ready」な検索基盤と、AIの判断材料となるレビュー・Q&A・ハッシュタグなどUGCの重要性を解説しています。



▶ https://zeta.inc/press-release/media/digital-commerce-frontier-2026-ai-ec-day-seminar-report/2026/1014

04 「検索×AIチャット」でBtoB-ECを支援

代表取締役社長の山﨑がChannel Corporationと共同登壇した「Digital Commerce Frontier 2026～BtoB EC Day～」のセミナーレポートが公開されました。「ZETA SEARCH」と「チャネルトーク」を連携した「検索×AIチャット」を例に、BtoB-ECのリピート取引を支える顧客体験設計を解説しています。



▶ https://zeta.inc/press-release/media/digital-commerce-frontier-2026-seminar-report/2026/1006

再掲

04 CMO招聘｜リテールメディア広告事業拡大を牽引

リテールメディア広告・エージェンティックコマース事業の推進に向け、電通出身の古谷宗章氏が8月1日付でCMOに就任しました。8月20日には代表山﨑との対談動画を公開し、検索クエリや1,750万件超のレビュー・Q&Aなどのデータ資産を収益化する「AIコマースメディア構想」と、リテールメディア広告事業の成長戦略を解説しています。





代表山﨑と新CMO古谷の対談動画を公開。リテールメディア広告事業の成長加速とデータ資産のマネタイズなど今後の事業戦略を解説

▶ https://zeta.inc/press-release/topics/cmo-furuya/2026/0729
▶ https://zeta.inc/ir-topics/fy2026-3q-8-7/2026/0820

04 「ZETA IR」をApp Storeにて提供開始

株主・投資家向け公式アプリ「ZETA IR」をApp Storeで提供開始いたしました。プッシュ通知や「後で読む」機能により、IR情報へのタイムリーなアクセスを実現します。本アプリを通じて投資家との継続的なコミュニケーション基盤を強化します。









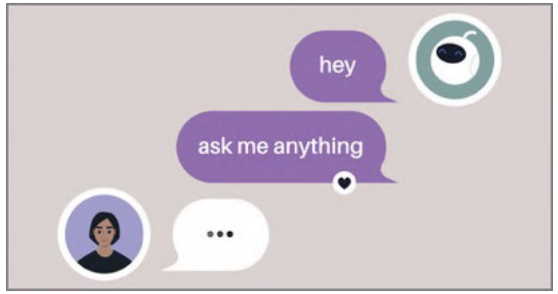


▶ https://zeta.inc/press-release/topics/official-corporate-application-zeta-ir/2026/0611



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



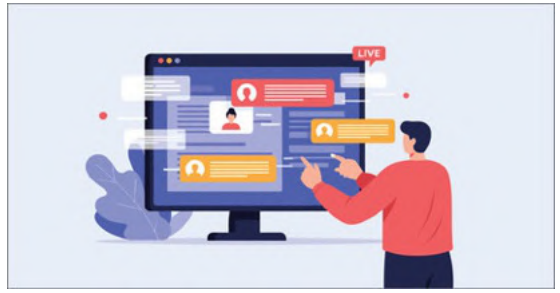
03 エージェンティックコマースにおける検索

2026年1月21日



04 チャットと融合する検索

2026年2月5日



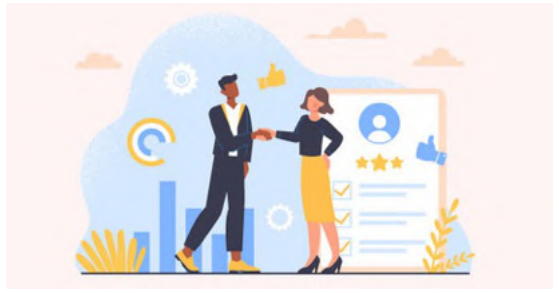
05 RAGとエージェンティックサーチ

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



08 エージェンティックコマース時代のEC戦略

2026年8月24日

IR動画

IRTV 2026.11.05



生成AI等における広告表示に関する技術で特許査定を受領 ～エージ...

Japan Stock Channel 2026.10.26



AI活用の焦点は「検索」へ、SHOPTALK FALL 2026で捉えた...

Japan Stock Channel 2026.10.23



『Shoptalk Fall 2026』で見えた米国コマース市場の最新動向とAI活...

IRTV 2026.10.02



スタンダード市場への変更の背景と1,750万件超のUGCを活用した...

1UP投資部屋 2026.09.14



1UP投資部屋KEN氏・Kabu Berryyama氏とAIコマース領域の成長...

stockvoice 2026.09.07



「東京マーケットワイド」に出演、四半期過去最高の受注高やスタン...

IR動画

IRTV 2026.09.02



リテールメディア広告事業の成長加速と自社口コミメディアの収益構...

【稼足銘柄】 2026.08.31



8月29日開催 WEB 櫻井英明 株式講演会＆企業IRセミナー

KabuBerry Channel 2026.07.01



ZETA(6031)IRセミナー

IRTV 2026.06.30



【まさに運命？】決済総額約50兆円のグローバル決済大手...

【稼足銘柄】 2026.05.30



5月30日開催 WEB 櫻井英明 株式講演会＆企業IRセミナー

IRTV 2026.05.08



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

IR動画

パンローリングチャンネル 2026.04.15



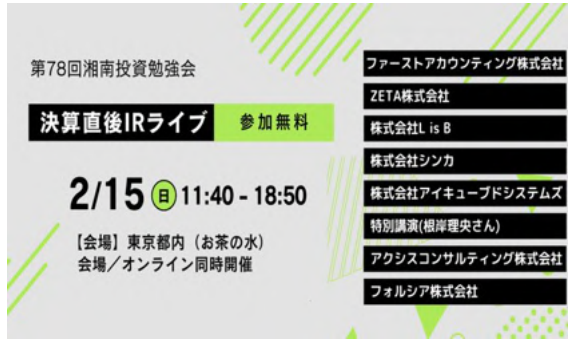
営業利益率21.3%！主力事業の年平均成長率55%！成長期に入った次...

IRTV 2026.03.13



【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...

湘南投資勉強会 2026.03.05



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

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

【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

stockvoice 2026.02.18



ZETA[6031]グロースIR

IR動画

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...

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...

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...

ブリッジサロン 2025.12.06



ZETA株式会社(6031)

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...

KabuBerry Channel 2025.09.02



ZETA(6031)IRセミナー

IR動画

Japan Stock Channel 2025.08.15



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

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

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 2024.07.31



【ZETA HASHTAG大躍進】『Googleハッシュタグ検索』で...

IRTV 2024.07.08



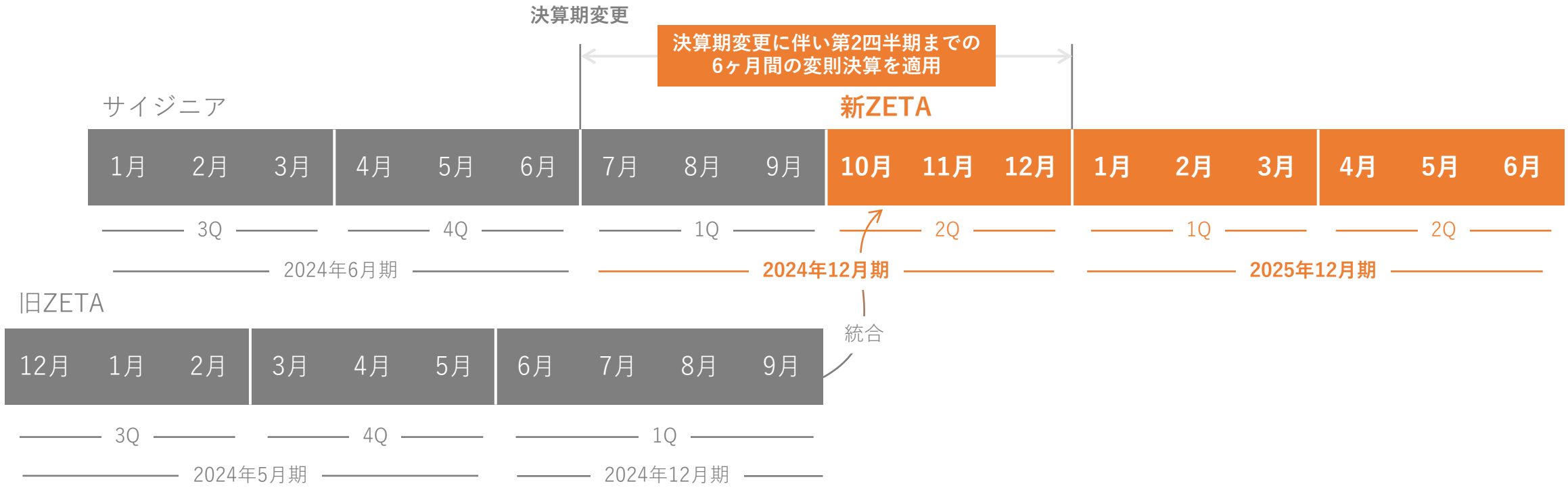
【ZETA AD特許取得！】検索×広告×ハッシュタグでシナジー上昇！

Appendix

Additional Information

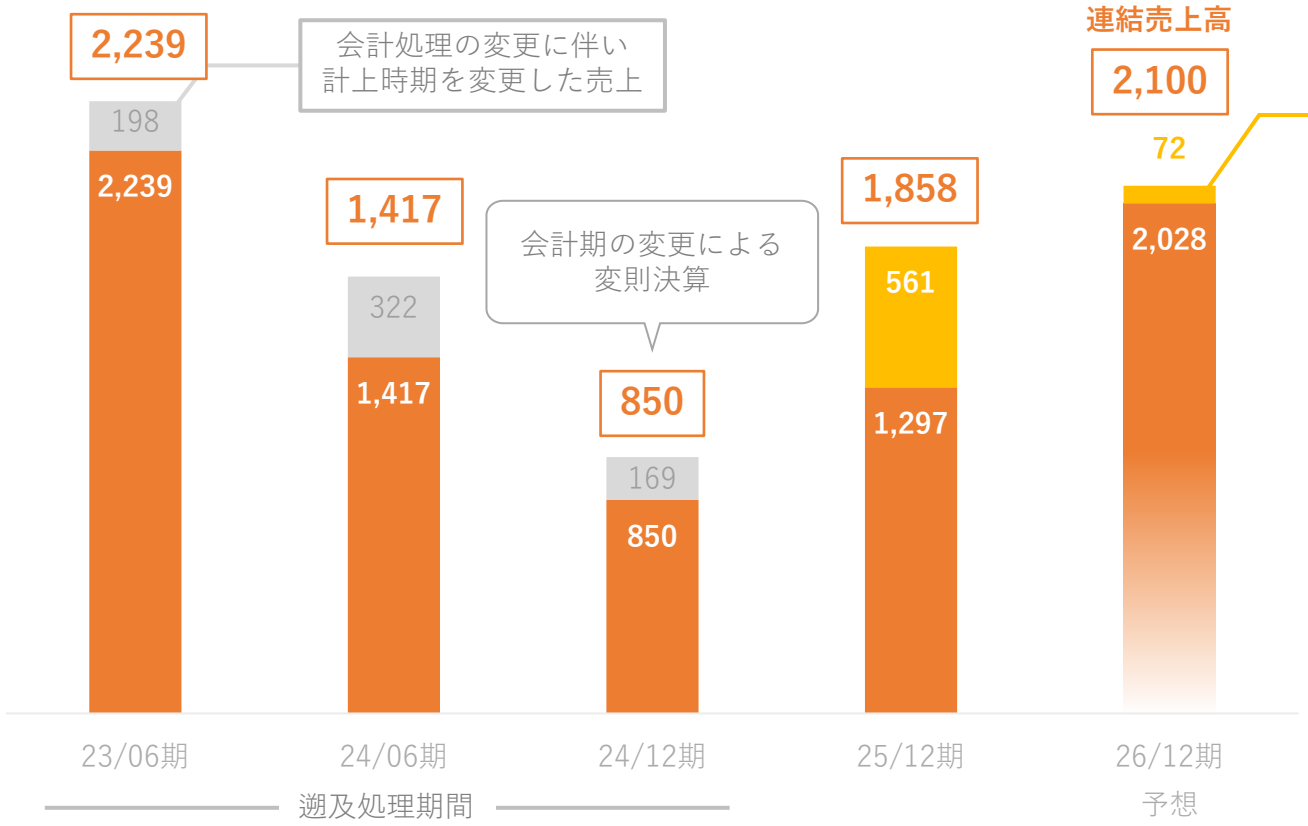
会計期の変更について

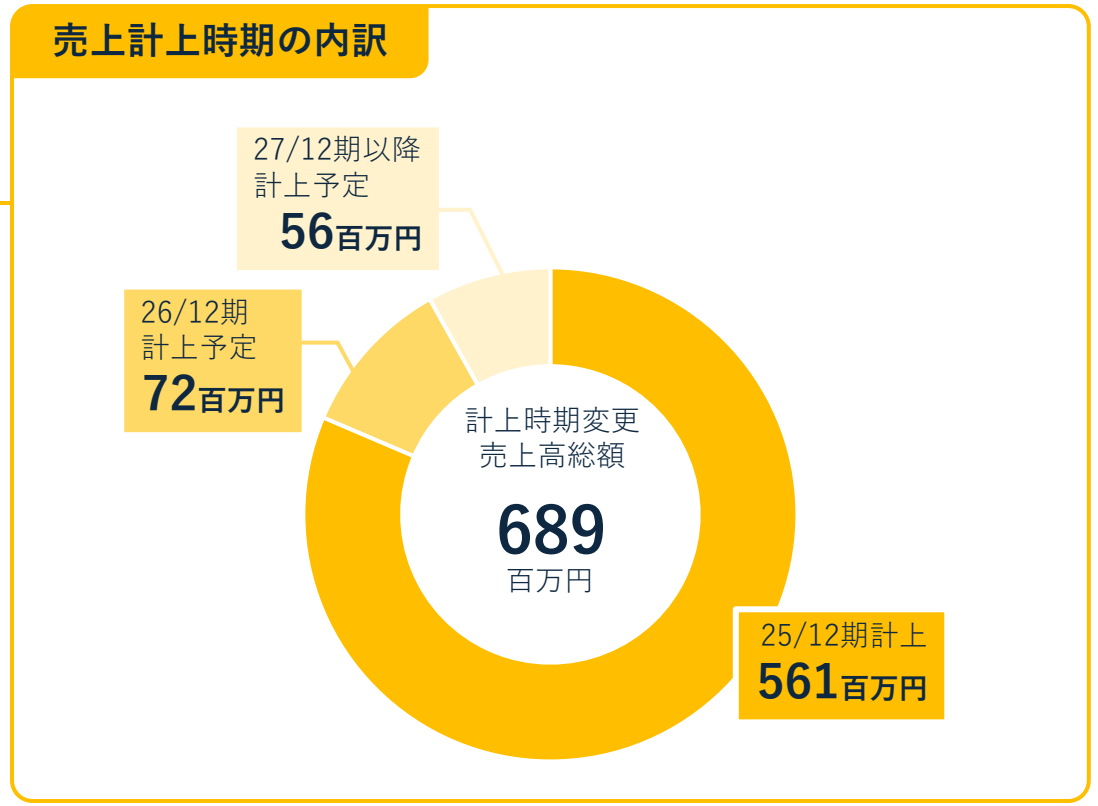
当社は、2024年6月24日付の開示のとおり、決算期を従来の6月期から12月期へ変更いたしました。6月期決算当時、当社の売上高は4月から6月に集中する傾向があり、同決算期においては第4四半期に業績が偏重しておりました。その結果、投資家の皆様より進行期の業績見通しが把握しづらいとのご意見が寄せられたため、決算期を12月期へ変更しております。



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処理を改め、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。





導入企業の成果事例

トドック(コープさっぽろ)

導入製品
ZETA SEARCH
ZETA RECOMMEND

複数条件を掛け合わせた
絞り込み項目で利便性向上



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

導入製品
ZETA SEARCH

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



受注単価
1.2 倍

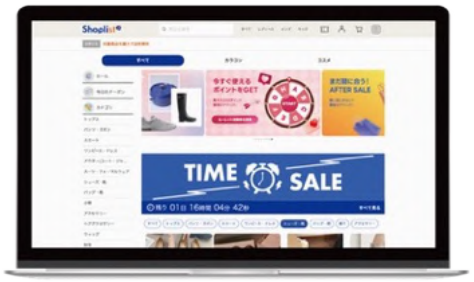
コールセンター問い合わせ数
40% 削減

※導入前後比較

Shoplist

導入製品
ZETA SEARCH
ZETA AD

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



検索利用率
2.4 倍

PR枠クリック後購入率
2.5 倍

オフモール(ハードオフ)

導入製品
ZETA HASHTAG

一点物の特徴を可視化し
思いがけない発見を創出



ハッシュタグページへの自然流入数
8 倍

※導入直後(2025年12月)と比較

商品閲覧数
2.3 倍

※ハッシュタグ非経由ユーザーと比較

導入先企業詳細

ZETA SEARCH



日本航空株式会社

JALMall

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

ZETA SEARCH

ZETA RECOMMEND



ANA X株式会社

ANA X

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/

導入先企業詳細



株式会社ユナイテッドアローズ

ZETA SEARCH
ZETA RECOMMEND
ZETA VOICE
ZETA HASHTAG

UNITED ARROWS LTD.

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



株式会社アルペン

ZETA SEARCH
ZETA RECOMMEND

AlpenGroup

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



三井不動産株式会社

ZETA SEARCH
ZETA RECOMMEND

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/



株式会社コメリ

ZETA SEARCH
ZETA RECOMMEND

KOMERI

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

and ST

CommerceZine

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



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://markezine.jp/article/detail/76614

V　レビュー・口コミ・Q&Aエンジン ZETA VOICE

導入実績

WEGO YOUR FAN　V

QVC　V

SBT GLOBAL CAR EXPORTER　S

BEAMS　S H

UNITED ARROWS LTD.　BAYCREW'S STORE　Shoplist　and ST　USAGI ONLINE　DAL PASSION & LOVE　4℃　KOMEHYO

洋服の青山　GRL　OIOI　ANA　JALMall　三井不動産 MITSUI FUDOSAN　Shaddy　HANDS

SHOP CHANNEL　kao　MASH GO GREEN STORE　SHISEIDO ONLINE STORE　総合美容専門メーカー SevenBeauty　BDS　BOOK・OFF　DNP

GEO オンラインストア　GOLF PARTNER　AlpenGroup　Japanet　YAMADA　XPRICE　Panasonic　サンプル百貨店

KOMERI　シモジマ　コーナン　ESCO　ミドリ安全.com　Biznet SOLUTIONS　ふるなび　au PAY ふるさと納税

コープCSネット　生活協同組合連合会 コープ北陸事業連合　つなぐ COOP SAPPORO　えがおつながる COOP ユーコース　コープ九州　pal*system　COOP TOHOKU　WATCH & JEWELRY 宝石広場 HOUSEKIHIROBA

業界別導入実績

アパレル

UNITED ARROWS LTD.
and ST
BEAMS
Shoplist
ベルーナ
OAL PASSION & LOVE
BAYCREW'S STORE
WEGO YOUR FAN
AOKI
洋服の青山
SANYO
EDWIN
USAGI ONLINE
RAGTAG
GRL
JUN
F.O.Online Store
4℃
NY ONLINE
宝石専門チャンネル GSTV

BtoB

ミドリ安全.com
PLUS
シモジマ
Biznet SOLUTIONS
NETSEA

業界別導入実績

化粧品 日用品 食品	SHISEIDO ONLINE STORE	kao	サンプル百貨店	QVC	Japanet
	KOMERI	コーナン	HANDS	つなぐ COOP SAPPORO	pal*system
	Asahi	ACTUS	Shaddy	MASH GO GREEN STORE	WakuLand わくわくランド
家電 スポーツ	YAMADA	Panasonic	Alpen Group	SOCCER SHOP KAMO	GOLF PARTNER
書籍 エンタメ 自動車	GEO オンラインストア	HMV&BOOKS — online —	BOOK・OFF	BDS	SBT GLOBAL CAR EXPORTER
百貨店 モール	OIOI	ANA X	JAL Mall	さあ、街から未来をかえよう 三井不動産 MITSUI FUDOSAN	DOKODEMO

業界別導入実績

公開日	企業名	サイト名	導入製品
2026年08月18日	株式会社QVCジャパン	QVC.jp	ZETA VOICE
2026年08月25日	株式会社ビームス	BEAMS公式オンラインショップ	ZETA HASHTAG
2026年09月01日	株式会社エスビーティー	SBT Japan	ZETA SEARCH
2026年09月29日	株式会社ウィゴー	WEGO ONLINE STORE	ZETA VOICE

会社概要

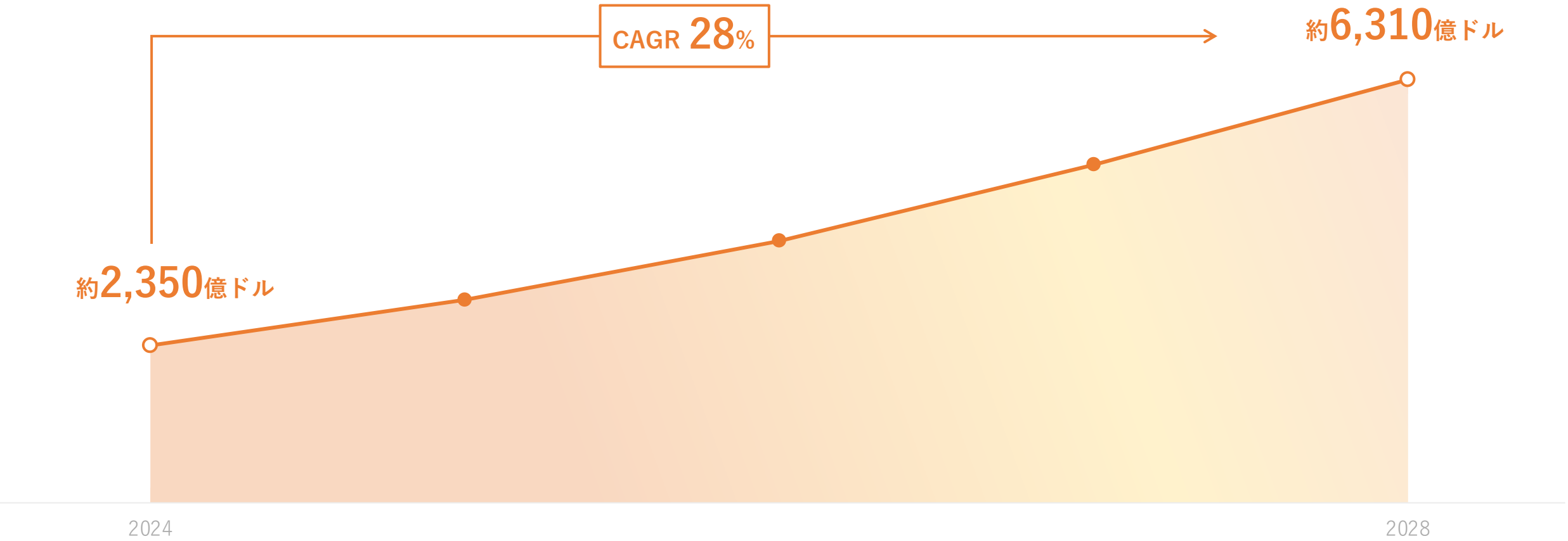
商号	ZETA株式会社(ZETA INC.)			
本社所在地	東京都世田谷区三軒茶屋2-11-22 サンタワーズセンタービル 17F			
代表者	山﨑 徳之			
設立年月日	2005年8月15日			
資本金	96,776千円			
子会社	LAMBDA株式会社、DELTA株式会社、サイジニア株式会社			
決算期	12月			
役員構成	代表取締役社長 CEO	山﨑 徳之	常勤監査役	内田 直康
	代表取締役上級副社長 CSO	吉井 伸一郎	監査役	猪木 俊宏
	取締役上級副社長 CFO	森川 和之	監査役	岡本 直也
	取締役上級副社長 CTO	出張 純也		
	社外取締役	伊藤 健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

MARKET DATA

参考市場データ



グローバルのAI支出はCAGR 28%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）

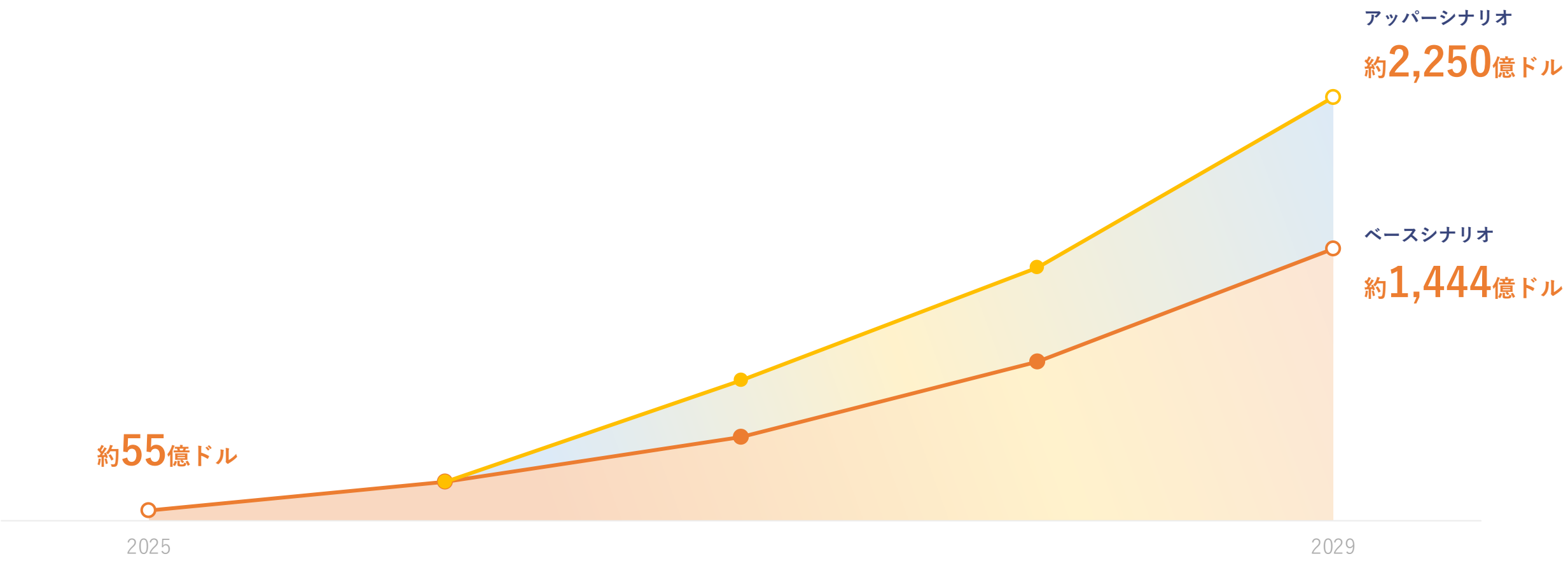
米国 1,444~2,250億ドル

グローバル 3~5兆ドル

2029年 2030年

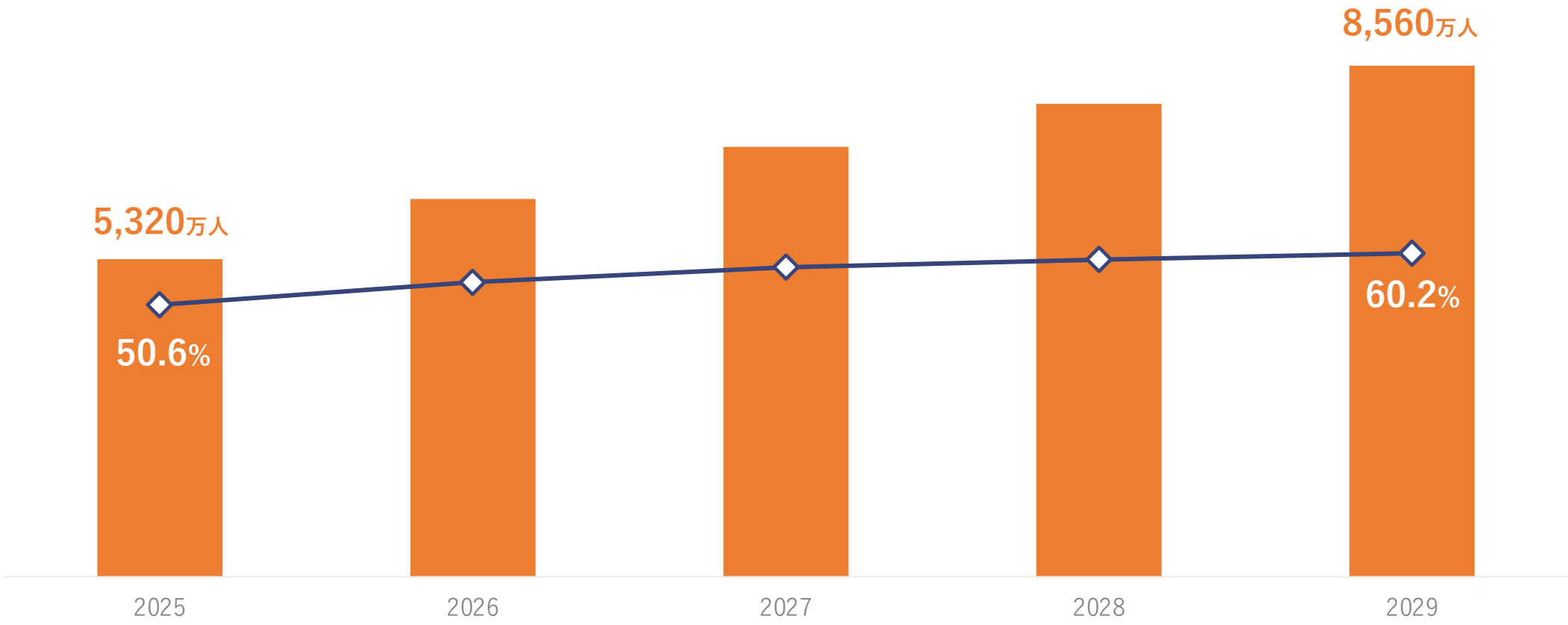
出典：EMARKETER「US AI Platform-Driven Retail Ecommerce Sales」（2025年12月）、McKinsey & Company / QuantumBlack「The agentic commerce opportunity」（2025年10月）、「The automation curve in agentic commerce」（2026年1月）を基に当社作成。

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。

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。

05 AIからECへの流入が急増

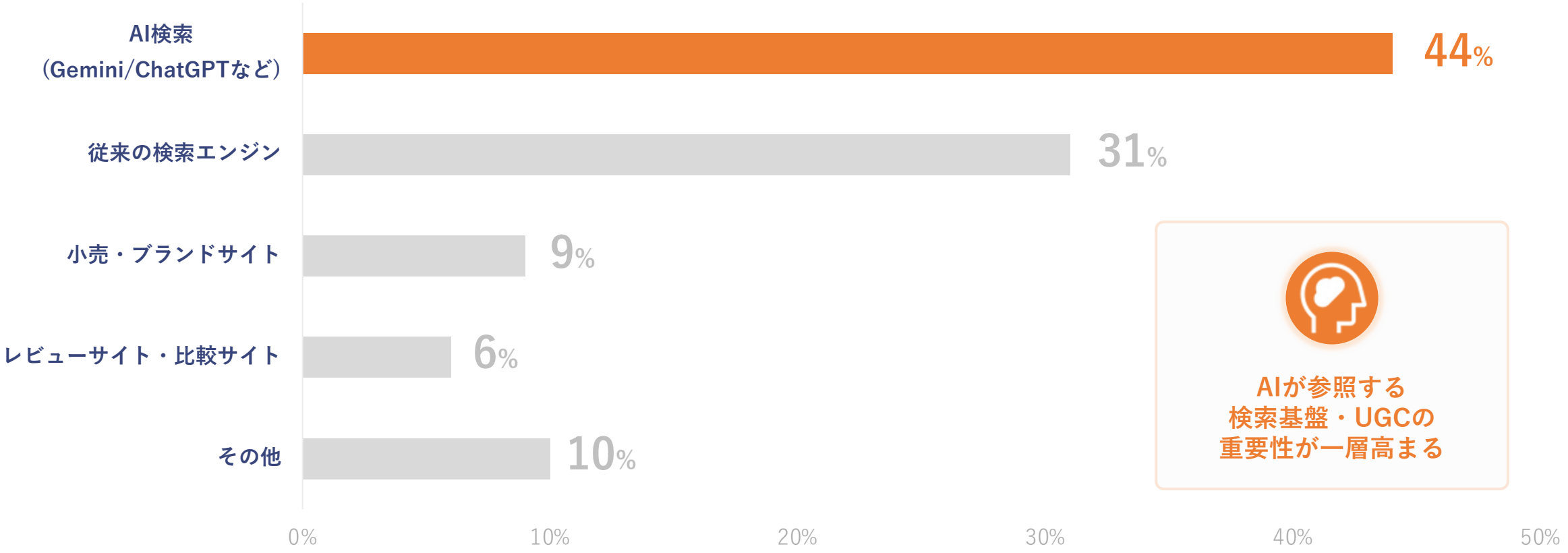
米国では生成AI経由のECサイトへの流入は短期間で急拡大。
AIはECへの新たな送客チャネルとして確立している。

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。

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。

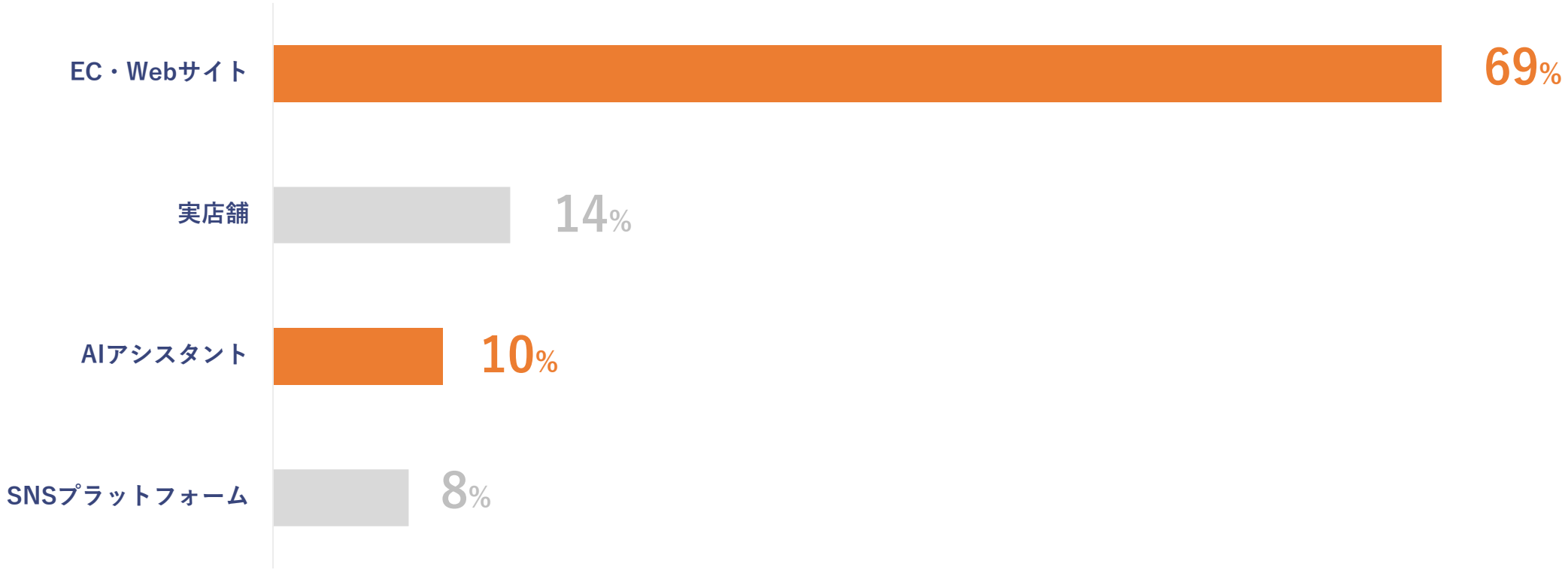


AIが参照する
検索基盤・UGCの
重要性が一層高まる

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。

05 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。

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。

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

2023

生成AIの急拡大

ChatGPTを契機に
消費者のAI利用が拡大

2024

Amazon Rufus

2024年2月、生成AI
ショッピングアシスタント「Rufus」
提供開始。

2025

購買・決済プロトコルの整備

(OpenAI)
Instant Checkoutと
ACPを発表。
(Google)
Agent Payments
Protocolを発表。

エージェンティックコマース拡大

McKinseyが2030年のグローバル収益機会を
3~5兆ドルと推計

2028

AI経由の購買が重要チャネル化

AIは検索・比較
用途から
購買実行へ拡大

2030

Agentic Commerce TAM拡大

3~5兆ドル規模
の市場へ

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。

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。

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ィネート提案
- 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。

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。

2025年9月	2025年11月	2026年1月	2026年1月	2026年3月
OpenAI	amazon	Google	Microsoft	shopify
Instant Checkout & ACP	**Rufus**	**UCP (Universal Commerce Protocol)**	**Copilot Checkout**	**Agentic Commerce Features**
ACP(Agentic Commerce Protocol)を発表	Amazon Rufus 商品探索・カート追加・価格確認まで、AIショッピング支援を拡張	AIエージェントとEC事業者を繋ぐ、共通プロトコルを公開	Copilot上での商品検索・比較から購入までの体験を強化	ChatGPT／Copilot／Google等への商品接続を拡張

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

お問い合わせ

IRに関するお問い合わせ



https://zeta.inc



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。