

ZETA株式会社 (6031)

コマースメディア解説



<https://zeta.inc/ir/stock-voice-festa-ir-seminar-tokyo-2025>

IR問合せ



<https://zeta.inc/contact/ir>

参加者アンケート



<https://forms.gle/YKL1VWoiZAsAALkp7>

02 3.5カ年の中期経営計画を更新、2027年12月期に17億円の営業利益計画

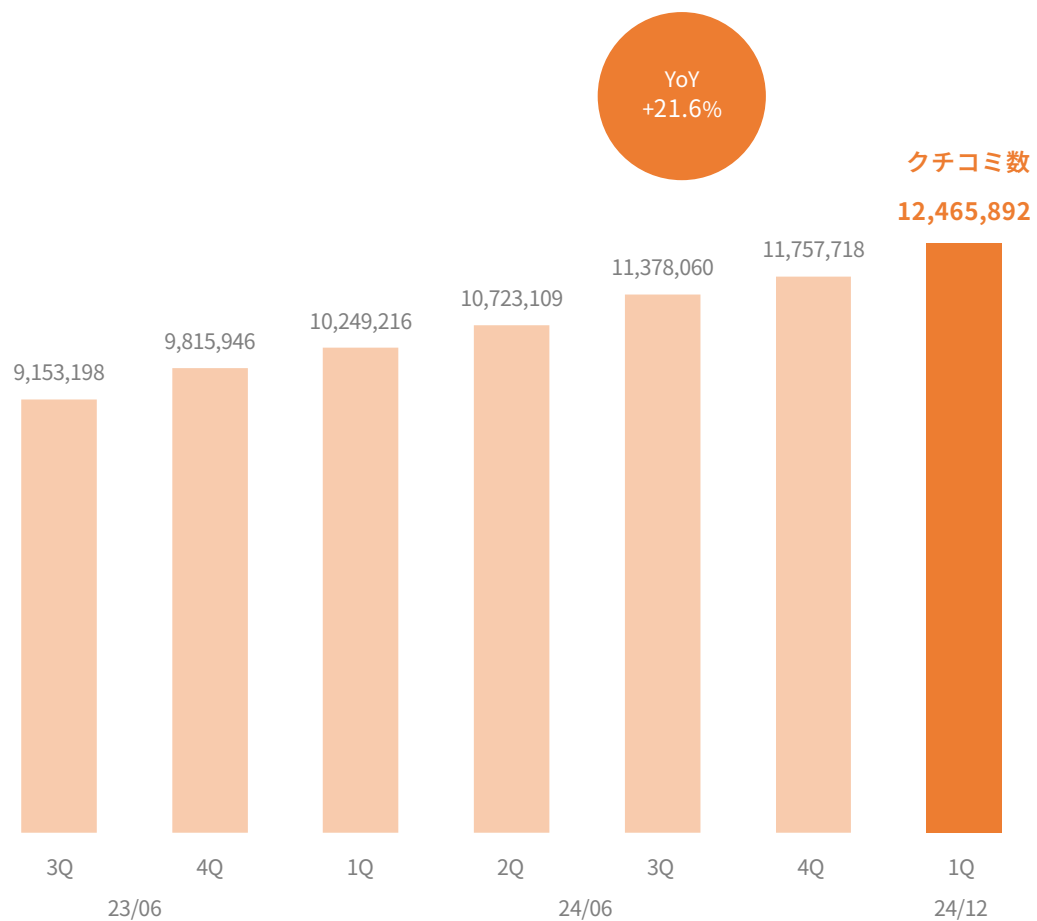
	2024/6期 実績	2024/12期※ 目標	2025/12期 目標	2026/12期 目標	2027/12期 目標
売上高	17.3	8.0	23.0	29.5	36.0 (億円)
営業利益	4.9	0.4	8.0	12.0	17.0
営業利益率	28.7%	5.4%	34.8%	40.7%	47.2%
純利益	3.1	0.3	5.0	7.5	11.0
配当性向	20%	特別配当	30%	30%	30%
配当額	0.6	0.7	1.5	2.2	3.3

※2024/12期は7～12月までの6ヵ月決算

02 中期目標における主要な指標の現在値

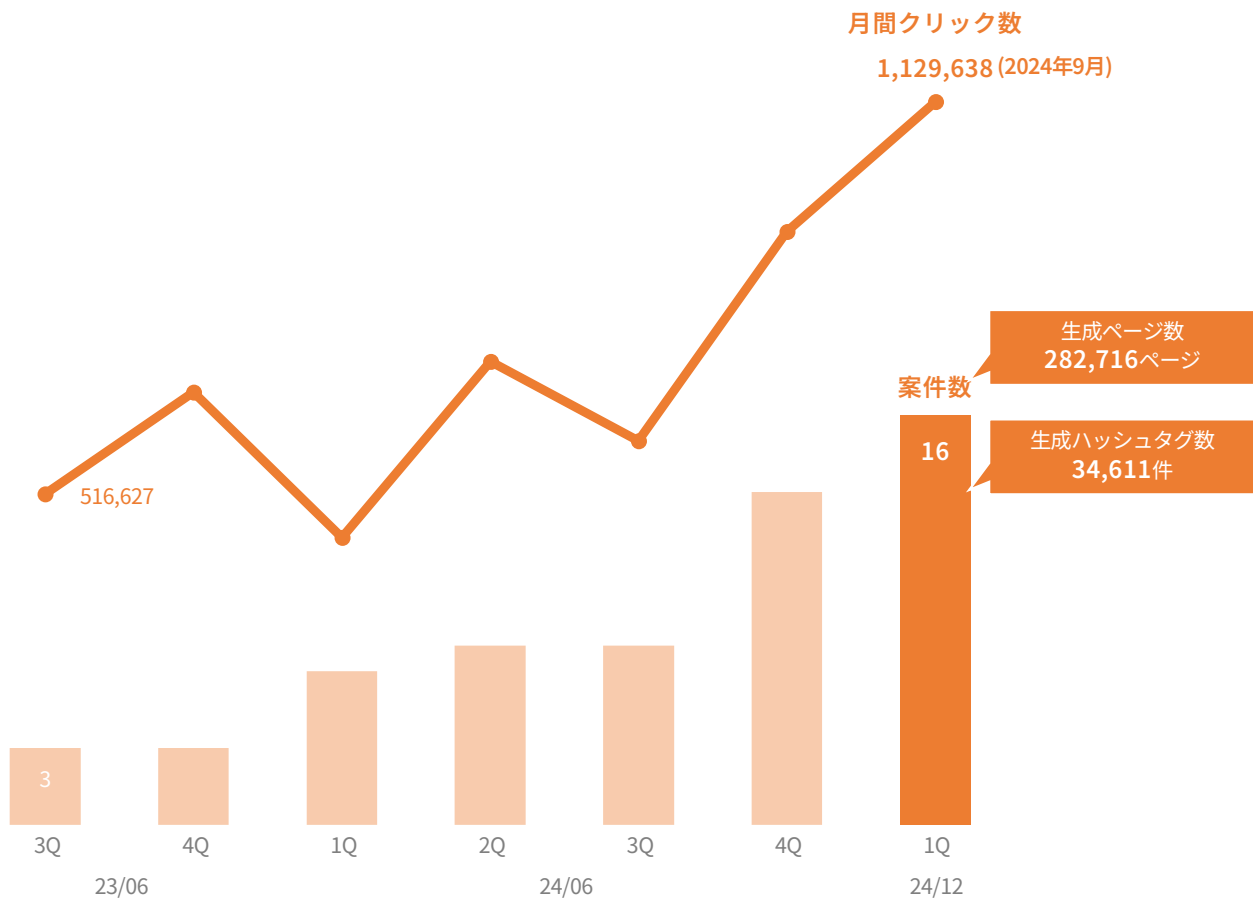
グループ売上総利益率	グループ営業利益率	配当性向	ZETA CX導入サイト数	ZETA CX新規顧客数
79.7% 前年同期比 +26.6ポイント	28.7% 前年同期比 +13.0ポイント	20% 前年同期比 +10.1ポイント	199 前年同期比 +31	25 前年同期比 +4
ZETA売上総利益率	ZETA営業利益率	ZETA営利CAGR	取り扱いUGC数	ZETA CX顧客平均単価
83.0% 前年同期比 +1.0ポイント	42.3% 前年同期比 +6.0ポイント	55% 2022/5期～2024/5期	1200万件 前年同期比 +255万	1198万円 前年同期比 +158万

01 UGC・クチコミ推移



・クチコミ数は前年同期比21.6%で堅調に推移

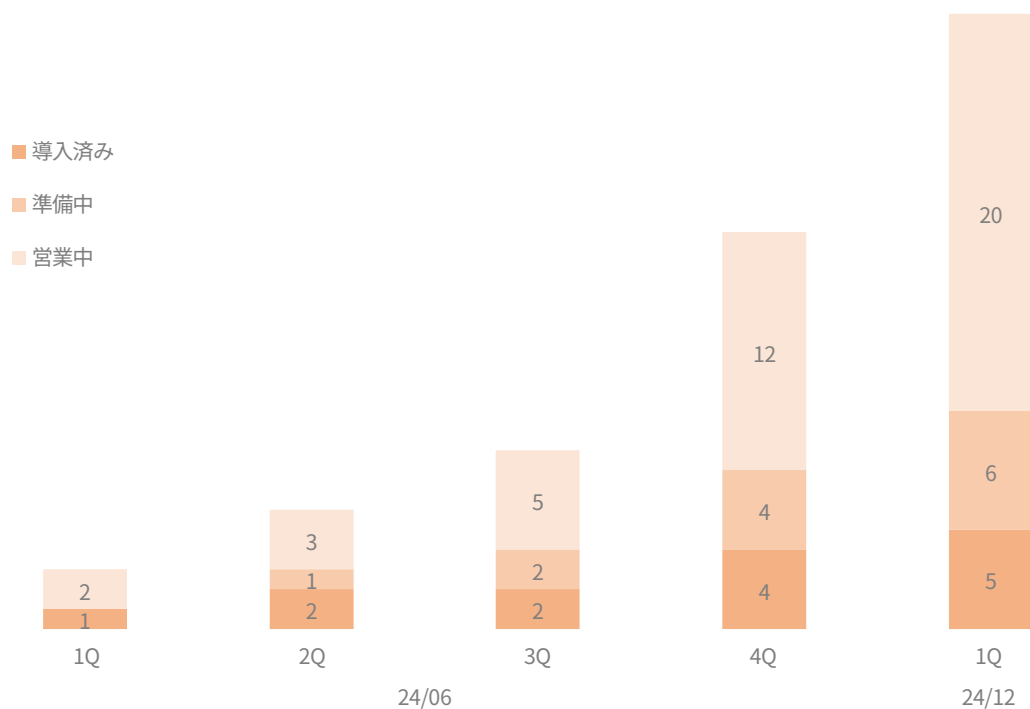
01 ハッシュタグ推移



- ZETA HASHTAGの成長が引き続き堅調
- 生成ハッシュタグ数と生成ページ数が増加し、エンゲージメントの向上を実現
- クリック数が顕著に増加し、ユーザとの接点を効果的に拡大

01 着実に拡大しているリテールメディア広告の案件数

ZETA ADの案件数の推移

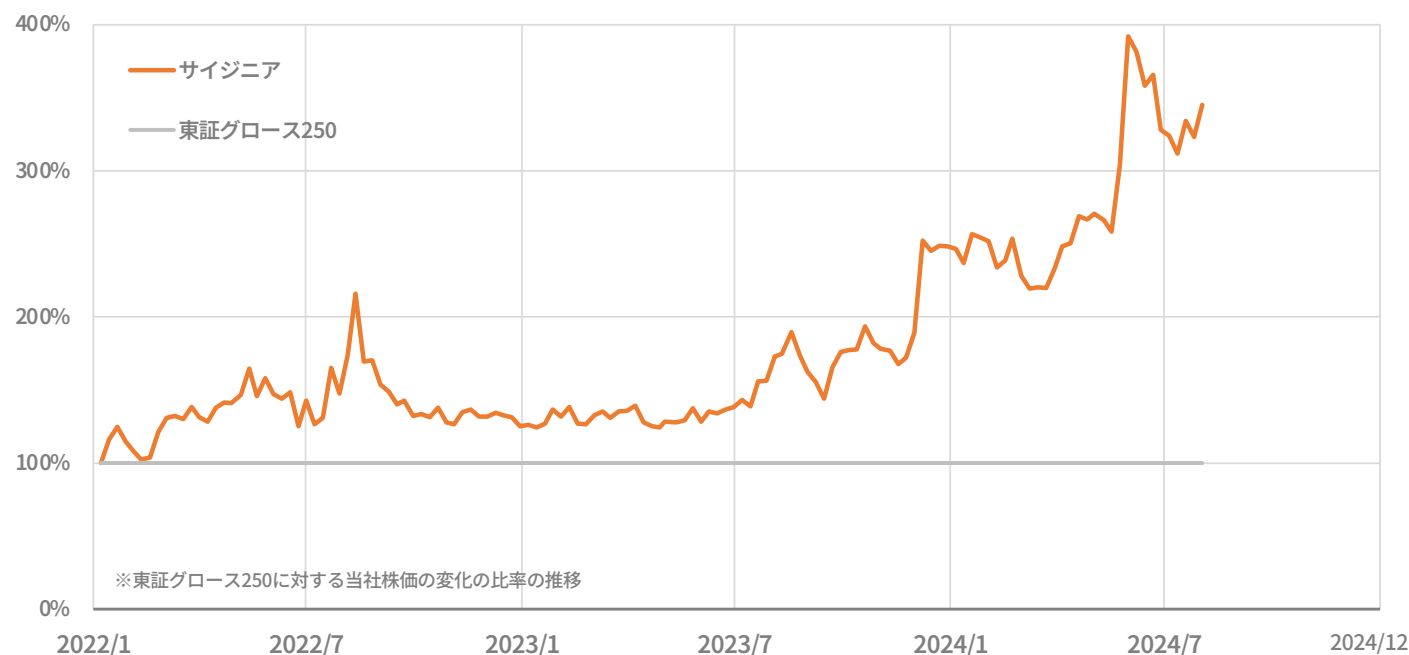


・導入済み、仕掛・準備中の案件数が堅調に増加

・リテールメディア広告への関心の高まりもあり新規問い合わせが増加

02 事業の高い成長性を背景に株主還元をさらに強化

東証グロース250の3倍以上のパフォーマンス



- 23/6期の1.25円(2024年9月1日分割前2.5円)から、24/6期は最終的に3円(2024年9月1日分割前6円)へと増配を発表
- 24/12期は特別配当も行い3.5円(2024年9月1日分割前7円)への増配を予定
- 2024年1月1日に普通株式1株につき2株の割合をもって分割を実行
- 2024年9月1日にさらに1:2の株式分割を実行
- 投資単位当たりの金額引き下げにより流動性向上と投資家層の拡大を狙う

2022/6期	2023/6期	2024/6期	2024/12期
---------	---------	---------	----------

1株当り
配当金

—

1.25円(2.5円)

3円(6円)

3.5円(7円)

※括弧内は、2024年1月1日の株式分割を反映し、2024年9月1日の株式分割は未反映の値

02 IRへの積極的な取り組み

IR Robotics社動画再生リスト

決算説明集
URL : <https://00m.in/dPadC>



IR TV
東証グロース 6031
サイジニア
決算速報
2024年6月期 第3四半期決算

製品/事業説明集
URL : <https://00m.in/NyVQj>



IR TV
東証グロース 6031
サイジニア
経営戦略
事業説明

Japan Stock Channel集
URL : <https://00m.in/WeVvG>



東証グロース6031 サイジニア 山崎 健之 第1/2
超巨大ブルーオーシャン
絶好調なZETAが大企業のECサイトに続々導入中!

検索集
URL : <https://00m.in/UBWVV>



IR TV
ZETA 特許取得!
検索×広告×ハッシュタグで
シナジー
サイジニア 山崎 健之 石原 大輔
新導入事例も公開!!

ハッシュタグ集
URL : <https://00m.in/WPCRp>



IR TV
ZETA HASHTAG 導入サイトが
「Google」ハッシュタグ検索で
上位表示
続出!!
サイジニア 山崎 健之
新たな野望「日本最大の買い物メディア」も初公開!!

リテールメディア広告集
URL : <https://00m.in/youElf>



東証グロース6031 サイジニア 山崎 健之 第2/2
リテールメディア広告
絶好調! ZETA AD
続々と稼働スタート!!

構造改革集
URL : <https://00m.in/esUCv>



IR TV
東証グロース 6031
サイジニア
IR ニュース
完全子会社の吸収合併並びに商号変更及び
定款の一部変更に関するお知らせ

IRTV interviews集
URL : <https://00m.in/KHnDA>



IR TV
良い検索=良い広告
次世代広告の
ビッグウェーブ
加速する株式還元とIR

ストックボイス社

5月30日生出演
東京マーケットワイド IRコーナー
URL : <https://youtu.be/wvsEuvsYec>



8月22日生出演
東京マーケットワイド IRコーナー
URL : <https://youtu.be/DE49Jod2GKE>



日興アイ・アール社

9月5日公開
ディスカ場
URL : <https://youtu.be/fs5Zk80Ayx4>



03 ZETA CXシリーズの2つのコンセプトと6つのキーワード

- “CX” - 消費者の幸福な購買体験の創出
- “コマースメディア” - UGCや広告の活用

“ハイエンド”ターゲット

“ストック”ビジネス

シリーズ製品間の
高い“シナジー”

“完全自社内製”による
高利益体質

“UGC”としてのクチコミ・
ハッシュタグ・キュレーション

検索連動型の
“リテールメディア広告”

03 ZETA CXシリーズのラインナップ

S EC商品検索・サイト内検索 ZETA SEARCH

ZETA CXシリーズの中核
圧倒的高性能でハイエンドのニーズを満たす
他のZETA CXシリーズ製品の基盤としての役割も担う



圧倒的な高速性



高精度な結果



運用サポート

V レビュー・Q&A ZETA VOICE

コマースメディアを盛り上げるUGCとしての役割
CX向上の重要な要素である透明性を提供
検索結果の向上にも寄与



多彩な表示機能



シンプルな投稿機能



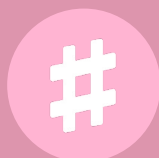
SEO対策

03 ZETA CXシリーズのラインナップ

特許
取得

H ハッシュタグ活用 ZETA HASHTAG

商品情報やクチコミからハッシュタグを生成
サイト内活性化だけでなく外部流入にも寄与する
コマースメディアとSNSをつなぐ橋渡しの役割も持つ



自動生成



流入増加



回遊アップ

B ECキュレーション ZETA BASKET

クチコミに続くUGCとなるキュレーションコンテンツ
消費者にコマースメディアに参加する楽しみを提供
クチコミやハッシュタグとの相性の良さも注目点



ARPUアップ



SEO向上



ロイヤリティ獲得

03 ZETA CXシリーズのラインナップ

R レコメンド ZETA RECOMMEND

商品ジャンルによっては高い効果を発揮するセレンディピティの提供
クチコミなどのUGCによって生まれる集合知の活用も



導入工数軽減



自由なモデリングカスタム



外部システム連携

A リテールメディア広告 ZETA AD

非常に大きな市場可能性のあるリテールメディア広告
特にZETA SEARCHと連携した検索連動型広告は高い効果が見込まれる
Strive for 17 and beyondのbeyondを担う次期主力製品



検索エンジン連携



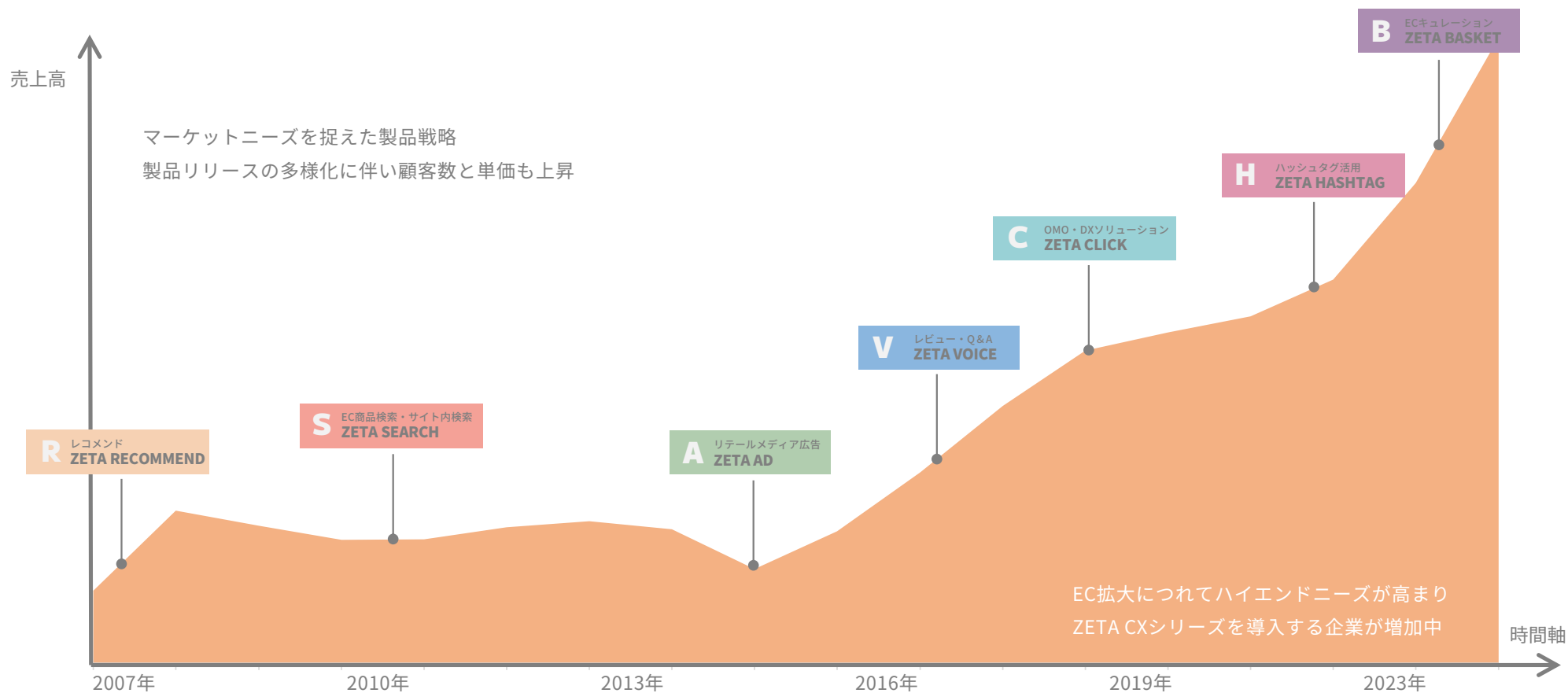
アドネットワーク接続



配信精度向上

特許
取得

03 既存サービスの成長

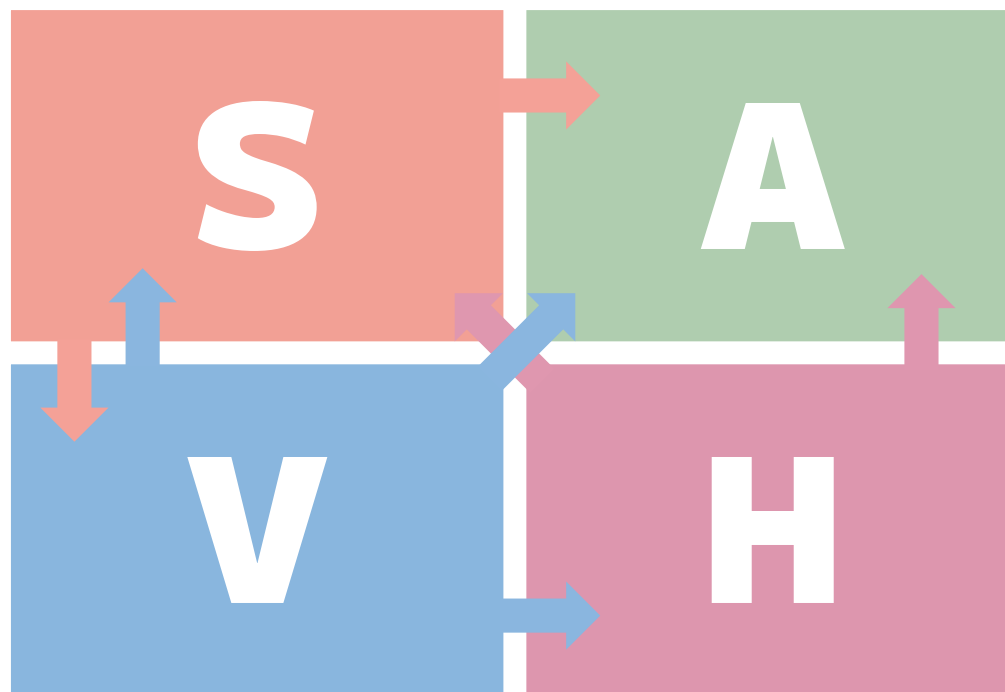


03 製品間シナジーとクロスセル戦略

ZETA CXシリーズの各製品は相互に補完関係を持つことで、導入効果の向上とクロスセルを生み出します

ZETA SEARCH

検索連動型広告に寄与
膨大なクチコミデータを検索可能に



ZETA AD

検索、クチコミ、ハッシュタグすべての
恩恵を活用してコマースメディアを盛り
上げる

ZETA VOICE

レビュースコアで検索結果の精度向上
ハッシュタグやリテールメディア広告
キーワードを生成する元データにも

ZETA HASHTAG

生成されたハッシュタグは検索の絞り込
み要素としても活用
リテールメディア広告のビッグキーワー
ド候補にも

03 競争優位性を重視する製品戦略

CXの向上に寄与するだけでなく、競争優位性を確立して参入障壁を築きやすい製品戦略が、高い成長性を維持する大きな要因です

高い処理性能

検索エンジンにおける事例

- ・同時検索クエリ処理 **1000qps**
(※qps - query per second)
- ・インデックス更新速度改善 **6倍**
(※他社からの乗り換え実績)

圧倒的な実績

EC売上高ランキングにおいて
上位30社の約30%(9社)に導入

出典：通販新聞 | 2023年10月5日号

特許の活用

ZETA HASHTAGやZETA ADなど
UGC・リテールメディア広告の領域で特許を取得

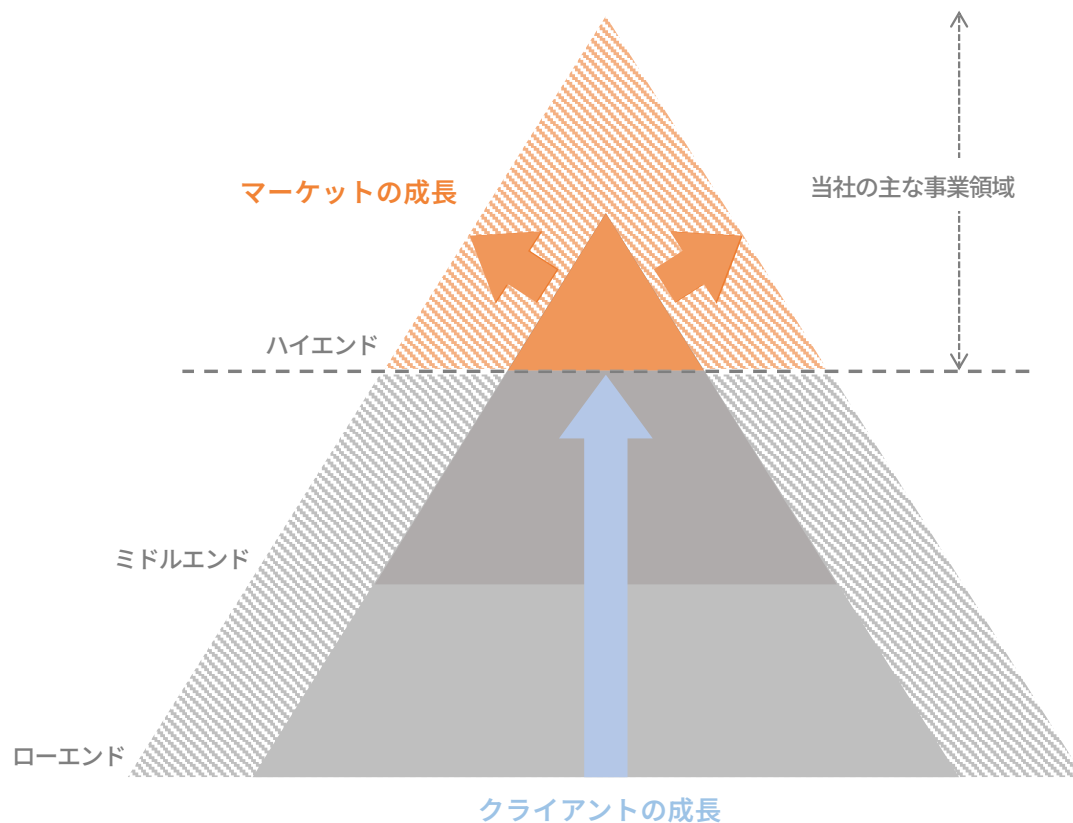
- ・特許第7203398号
- ・特許第7430302号
- ・特許第7492633号

完全自社内製

外部に依存しない**完全自社開発**
方針により高利益体質と自由な
製品戦略を実現

03 ハイエンドをターゲットとする市場戦略

“市場の成長”と“クライアントの成長”の双方のメリットを享受しやすい事業モデル



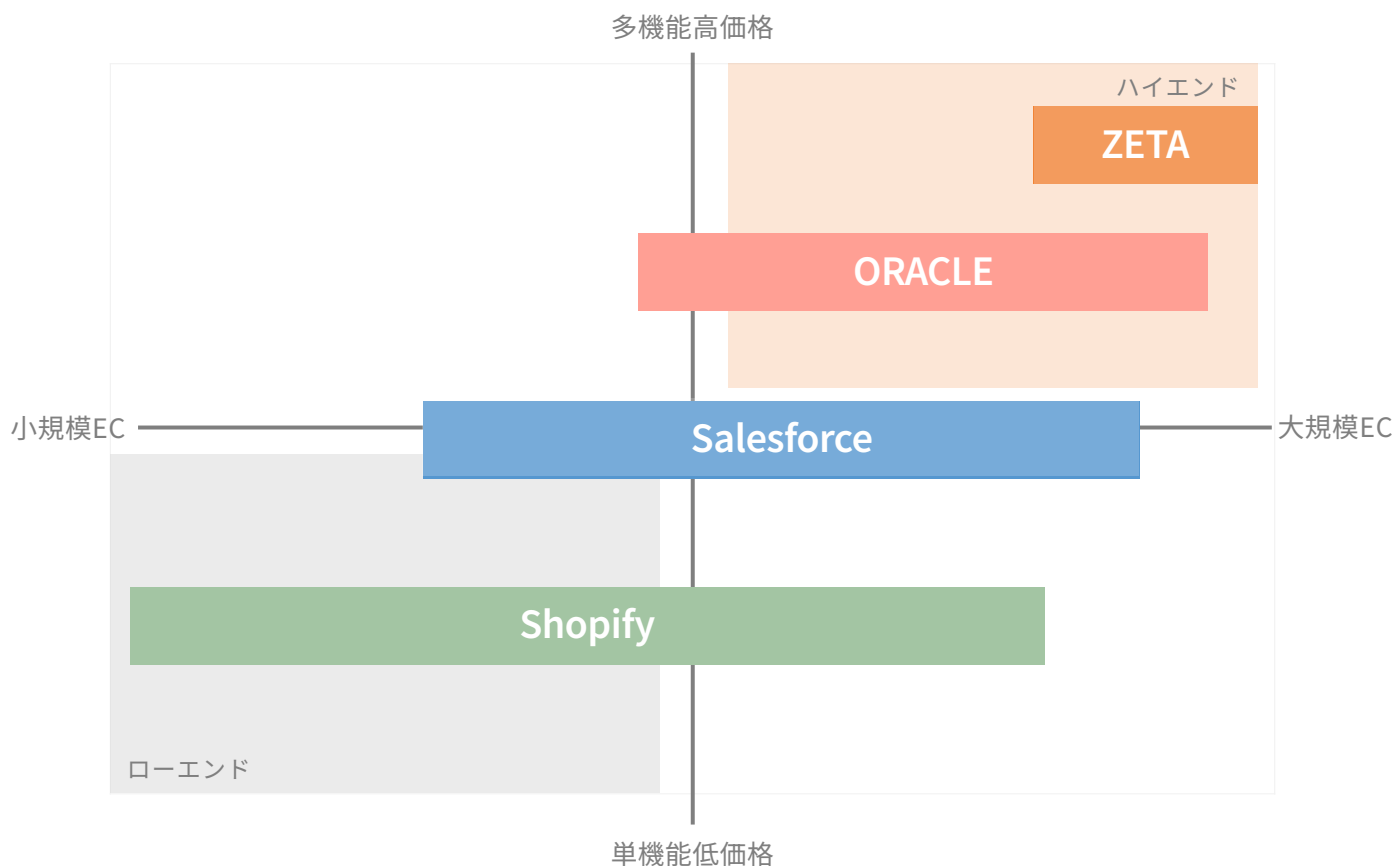
- ハイエンド市場にフォーカスすることで、クライアントの成長による乗り換えが発生しにくい（チャーンレートが低い）ビジネスモデル

- EC市場の成長によるセグメントの成長率はハイエンドが最も高くなるので、背景市場の成長の寄与を受けやすい

- コマースメディアとしての媒体価値はハイエンドほど高くなるためハッシュタグやリテールメディア広告の展開が有利になる

03 業界におけるZETAのポジショニング

CX市場ポジショニングマップ



- ソリューションプロバイダーは、ボリュームの大きいローエンド企業をターゲットとする販売戦略を選択することが多い
- 一方で、当社は、要求水準と技術的難易度は高いが、取引金額の大きいハイエンド企業をターゲットとしている
- これには、高利益率に加え、大手企業における事例からインバウンドで営業案件が拡大するメリットがある
- 将来的には、OracleやSAPなど、システムの基盤となりうる製品展開を目指す

03 コマースメディアを盛り上げるUGC

これからのECはコマースメディアへと進化していきます

コマースメディアの活性化にはUGCが不可欠です

クチコミ・Q&A・ハッシュタグ・キュレーションといったコンテンツの創出を支援していきます



コマースメディアにおけるUGCの主役となるコンテンツ

ショッピングの透明性の向上にも寄与



クチコミを双方向化したコンテンツがQ&A

消費者同士のトランザクションによってメディアが活性化

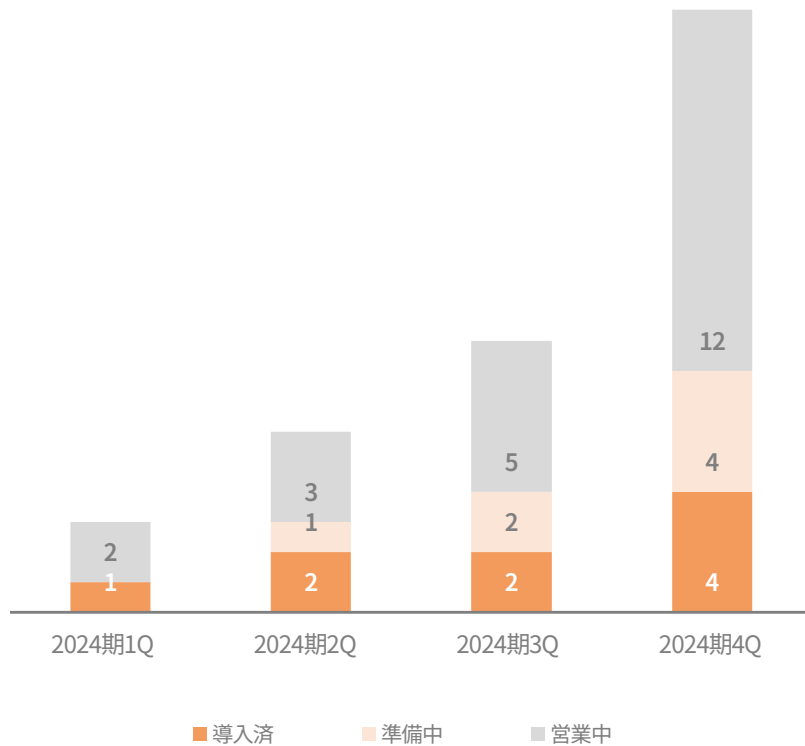


AIを活用し膨大なUGCからキーワードを抽出してハッシュタグを生成

SNSとの連携にも活用

03 着実に拡大しているリテールメディア広告の案件数

ZETA ADの案件数の推移



今後の展開領域

既存クライアントによるクロスセルが期待できる領域



03 ハイエンドターゲットによるリテールメディア広告の優位性

リテールメディア広告は掲載するECサイトの規模が大きいほどメディア価値が上がる
ハイエンドターゲットで検索エンジンやUGCソリューションを展開してきた強みがあるままリテールメディア広告の強みに

ハイエンドEC実績

ZETA CXシリーズのハイエンドターゲット戦略は、継続率の高さやマーケットの成長性の高さだけでなく、導入先のメディアパワーとUGCの活用も見据えた戦略

メディアパワー

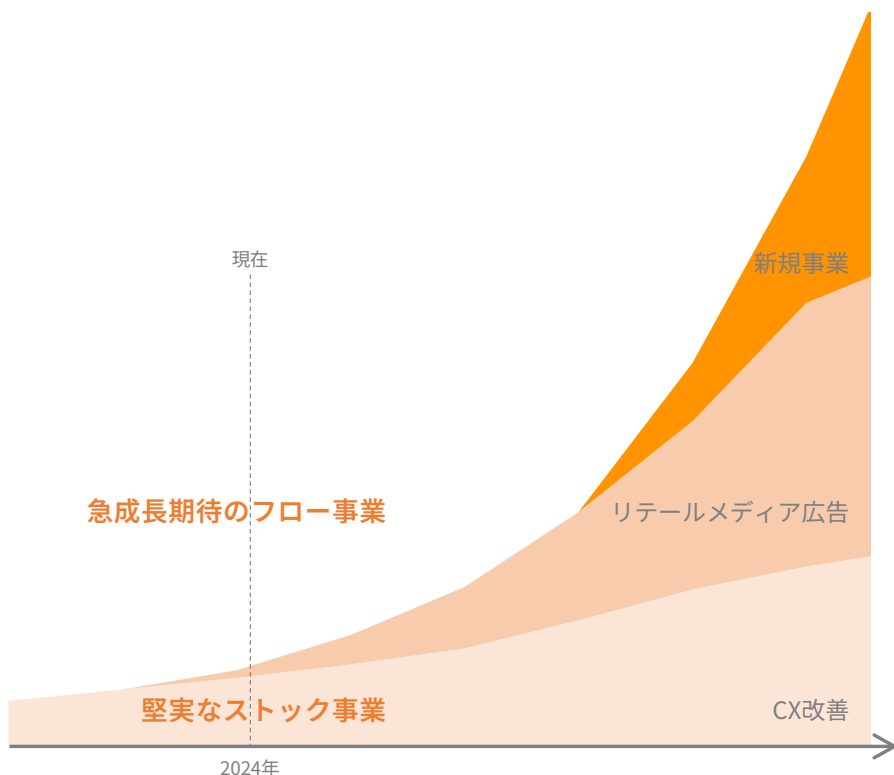
リテールメディア広告を掲載する広告主の立場でいうと、掲載先のECサイトは大きいほど広告掲載価値が向上する

UGC活用

クチコミ、ハッシュタグ、キュレーションといったUGCは、ECサイトの規模が大きいほど集合知としての価値が向上する
Googleなどの検索エンジンにインデックスされる可能性も高まる

03 次の成長エンジンとして期待されるリテールメディア広告

当社グループの事業ポートフォリオ



国内大手プレイヤーの動向

楽天グループのリテールメディア広告事業

2023年12月期
売上高
2,065
億円



2024年12月期
売上高計画値
未発表

出典：楽天グループ算説明資料
<https://corp.rakuten.co.jp/investors/documents/results/2023.html>

ZOZOのリテールメディア広告事業

2024年3月期
売上高
97.3
億円



2025年3月期
売上高計画値
115
億円

出典：ZOZO決算説明資料
<https://corp.zozo.com/ir-info/files/pdf/59206b6f6ef629c0b9e756a3a57e5c493deb0c9b.pdf>

03 国内でも注目されているリテールメディア広告

リテールメディア広告はオンラインとオフラインの大きく2種類に分類される

ECサイトやアプリなどで表示されるオンラインメディア



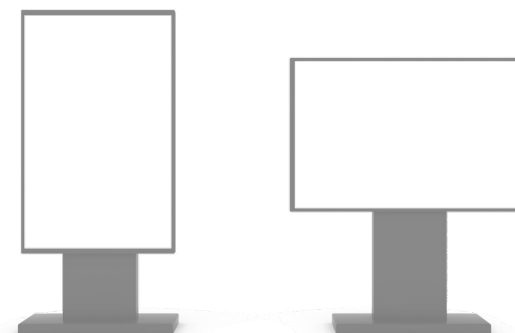
検索連動型広告



ディスプレイバナー広告

- データとして信頼性が高い1st Party Dataを活用して配信可能
- 広告配信から購入までが繋がっているため効果測定・精度の高いデータが得られる

リアルの店舗に設置されるデジタルサイネージ



デジタルサイネージ広告

- POPやチラシのデジタル版としての活用がメイン
- サイネージの小型化も進んでいるが陳列棚のジャンルやデータ連携部分などで課題も残る

03 1st Party Dataと検索クエリ

1st Party Dataは信頼性が高く、中でも検索クエリは買い物へのリアルタイムのニーズを含む強力なデータ

1st Party Dataのメリット



- 基本的に同意が前提で収集元も明確なためプライバシーセーフ
- 他者から購入する必要が無いため、費用対効果が高い
- フィードバックを含めた鮮度の高いデータを活用できる

検索条件は高精度なマーケティングデータ



商品カテゴリ

形状

カラー

価格範囲

人気順

キーワード

- 商品検索時は買うことに前のめりなタイミング
- 入力される条件はユーザーの最新のニーズ

03 検索連動型リテールメディア広告のコンバージョン効果

検索連動型リテールメディア広告はユーザーニーズに合わせて表示されるためコンバージョン効果が高い



03 大手企業を中心に拡大する導入実績



S R

Goldwin Online Store

S R



R



S



S



S



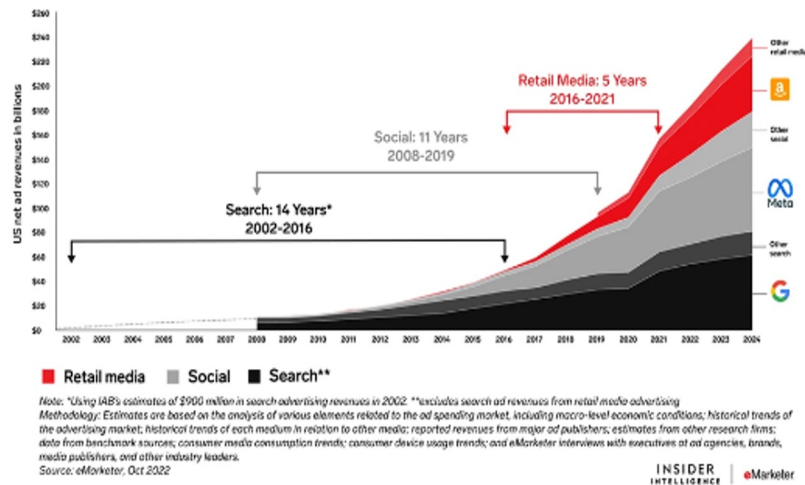
S EC商品検索・サイト内検索 ZETA SEARCH

R レコメンド ZETA RECOMMEND

04 急速に成長する米国のリテールメディア広告市場

米国市場においてリテールメディア広告は急速に存在感を増し、2028年にはテレビ広告の収入を上回ると予想されている

Years For Search, Social, and Retail Media Advertising Markets to Grow From \$1 Billion to Over \$30 Billion

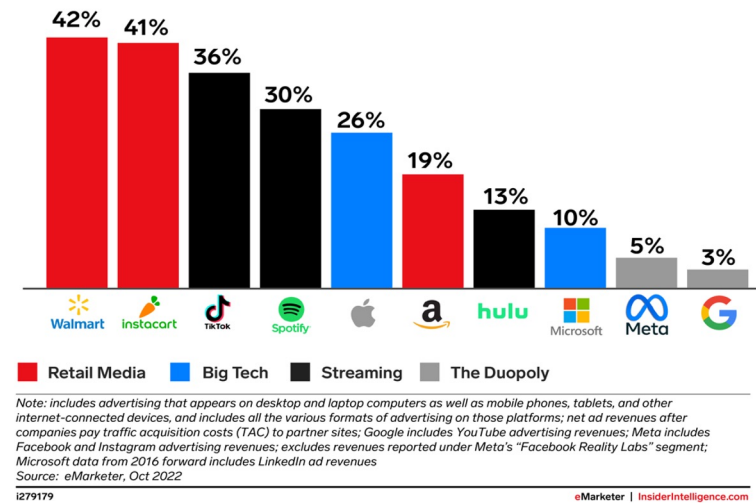


Googleを中心とする検索連動型広告が14年、FacebookやInstagramなどのソーシャル広告が11年かけて到達した市場規模にわずか5年で到達

出典：business leaders square wisdom

薄利の小売業界で高収益に湧くリテールメディアへ急拡大する市場と店舗内外へと多様化するチャンネルへ
<https://wisdom.nec.com/ja/series/orita/2023052601/index.html>

US Digital Ad Revenue Growth, by Company, 2023 % change



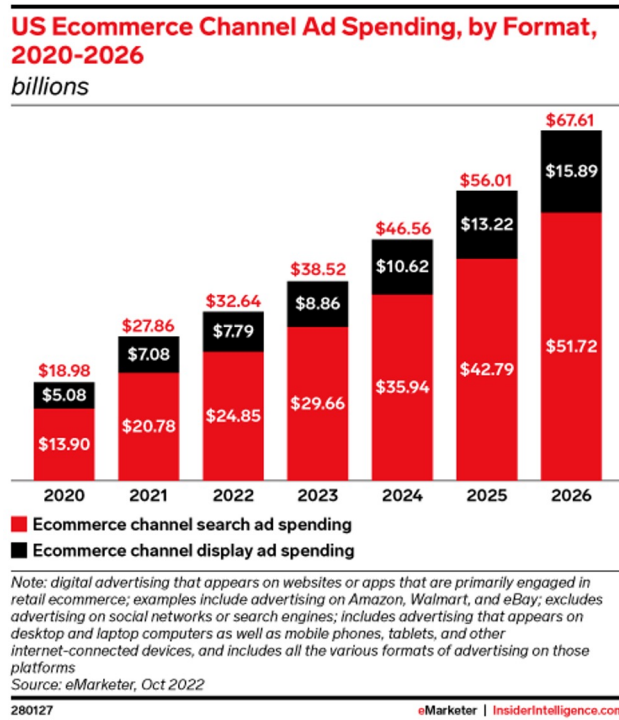
すでに大手のAmazonに続いて、WalmartとInstacartの成長が目覚ましい（それぞれ31億6,000万ドルと11億2,000万ドル）

出典：EMARKETER

5 must-see digital ad marketing charts for 2023
<https://www.emarketer.com/content/5-must-see-digital-ad-marketing-charts-2023>

04 米国のリテールメディア広告市場は検索連動型広告とディスプレイ広告が中心

日本では、リテールメディア=デジタルサイネージという見方もあるが、米国市場ではその大部分がECチャネルの広告



出典：EMARKETER

Retail media to sustain rapid growth across search and display in the US
<https://www.emarketer.com/content/retail-media-sustain-rapid-growth-across-search-display-us>

成功するリテールメディアとは

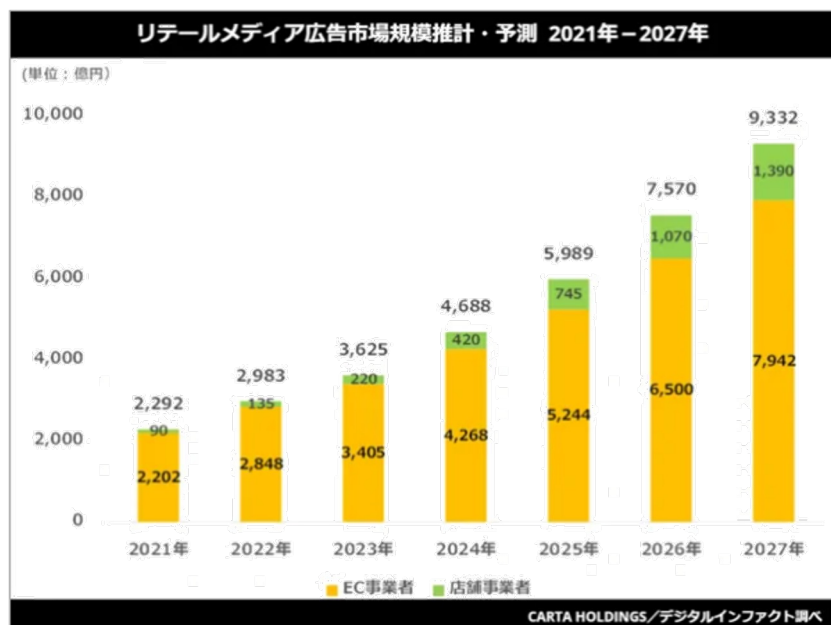
- 米国において2026年までにECチャネルの広告への支出は2020年の3倍以上でECチャネルの広告のほとんどが検索に費やされる
- WalmartのECサイトはリテールメディア広告の売上・利益が大きい
- リテールメディア広告を始める上では、データに基づく顧客理解ができることが大前提

出典：ダイヤモンド・チェーンストアオンライン

コツはデジタルサイネージから始めないこと！？成功するリテールメディアの手順とは
<https://diamond-rm.net/management/businessplan/462946/2/>

04 日本国内のリテールメディア広告市場の成長予測

米国に追隨する形で国内市場も急成長が見込まれている



日本国内のリテールメディア広告市場の拡大

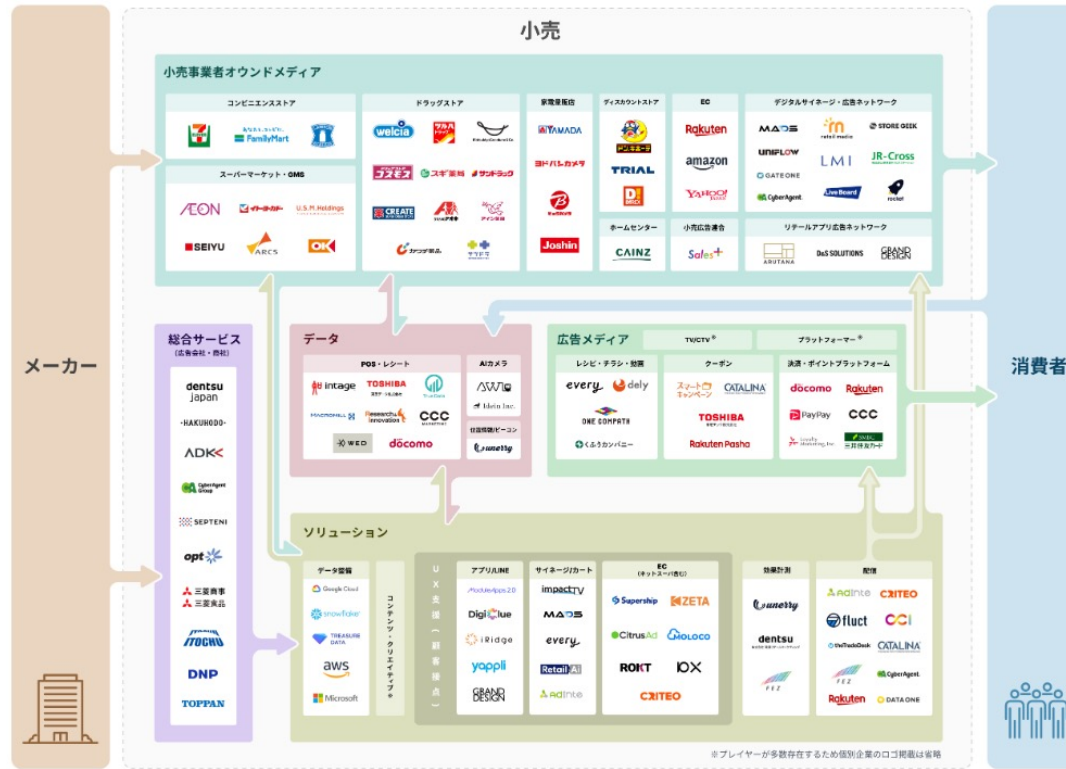
- サードパーティCookie規制を背景に、費用対効果の高いリテールメディア広告が伸長
- 2023年のリテールメディア広告市場の規模は3625億円に達し、前年比122%成長となる見通し

出典：株式会社シード・プランニング社プレスリリース

リテールメディア広告市場調査を実施、市場規模は2023年に3,625億円、2027年には約2.6倍の9,332億円と予測
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000016.000109717.html>

04 リテールメディアカオスマップ2024年版

米国での発展をきっかけに日本市場も急速に成長し2024年には4688億円、2027年には9332億円に達する見込み

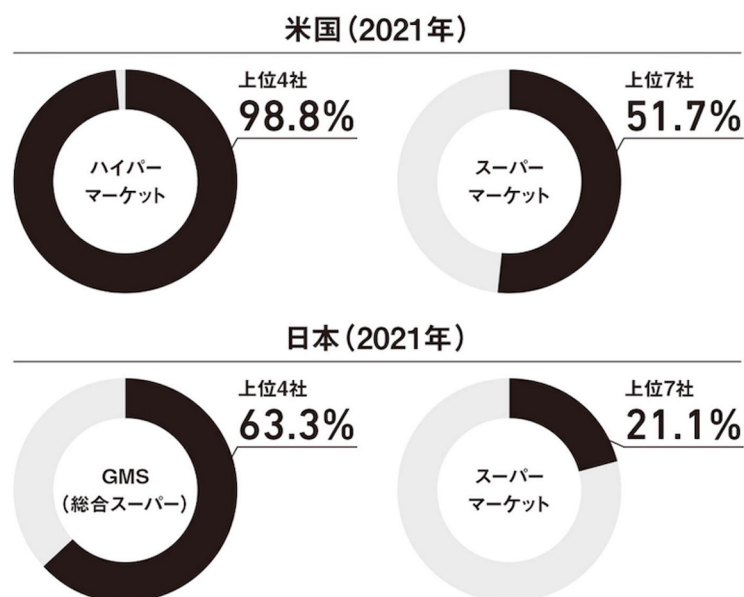


出典：株式会社unerry社プレスリリース

「リテールメディアカオスマップ2024年版」公開～業界関係者が分析した102社の主要プレイヤーを紹介～
<https://www.unerry.co.jp/news/retailmedia-chaosmap>

04 日米大手企業の市場占有率と国内のリテールメディア参入企業

CPG（食品・消費財製品）を扱う大手によって寡占されている米国市場と異なり、日本市場は複数のリテール企業に導入チャンス



日米では大手企業による市場占有率に大きな差がある

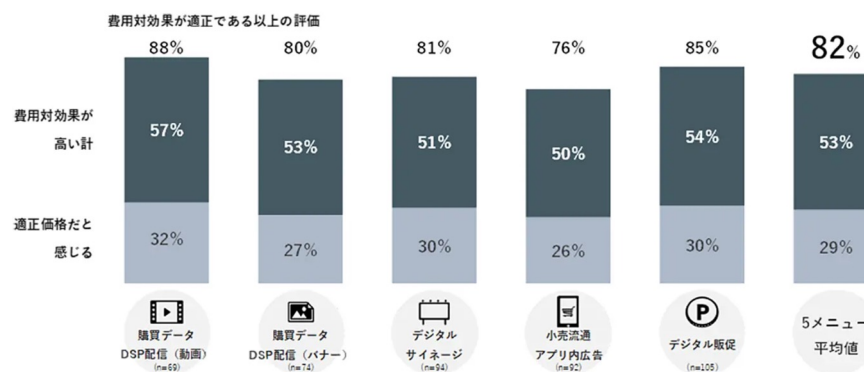
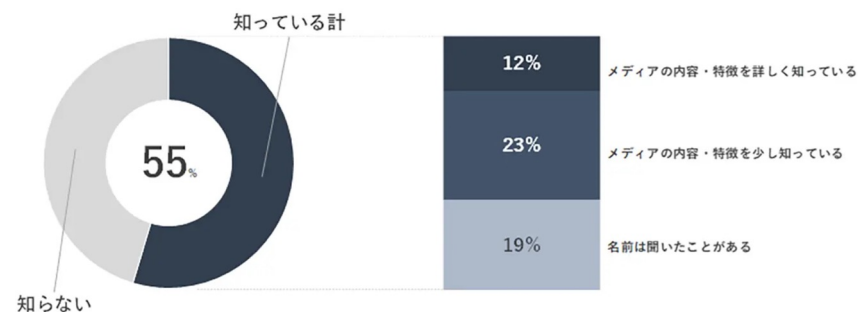
出典：書籍「小売り広告の新市場 リテールメディア」

リテールメディアに参入している国内企業

コンビニエンスストア	<ul style="list-style-type: none"> セブン-イレブン・ジャパン ファミリーマート
スーパーマーケット・ディスカウントストア	<ul style="list-style-type: none"> イオンリテール トライアルホールディングス ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス PPIH (ドン・キホーテ)
家電量販店・ホームセンター	<ul style="list-style-type: none"> カインズ ヤマダデンキ
ドラッグストア	<ul style="list-style-type: none"> サッポロドラッグストアー ツルハホールディングス キリン堂 マツキヨココカラ&カンパニー
EC	<ul style="list-style-type: none"> アマゾンジャパン 楽天グループ

04 国内メーカーによるリテールメディアの認知・評価

メーカー担当者の半数以上がリテールメディアを知っており、活用したことがある人の半数以上が費用対効果が高いと評価

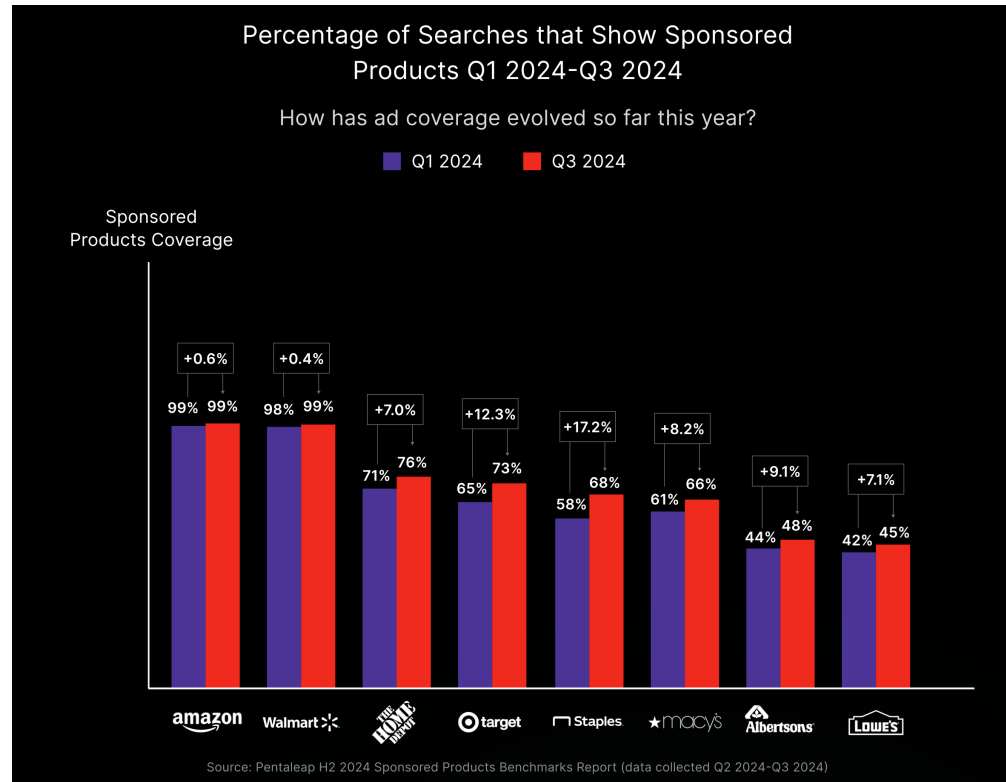


出典：MarkeZine

生活者の4割超がリテールメディアを視聴／運用における課題は「広告効果が不透明」など【博報堂調査】
<https://markezine.jp/article/detail/43274>

04 リテールメディア広告の普及とカバレッジ

Sponsored products growth increases 10% on average over the last quarter.



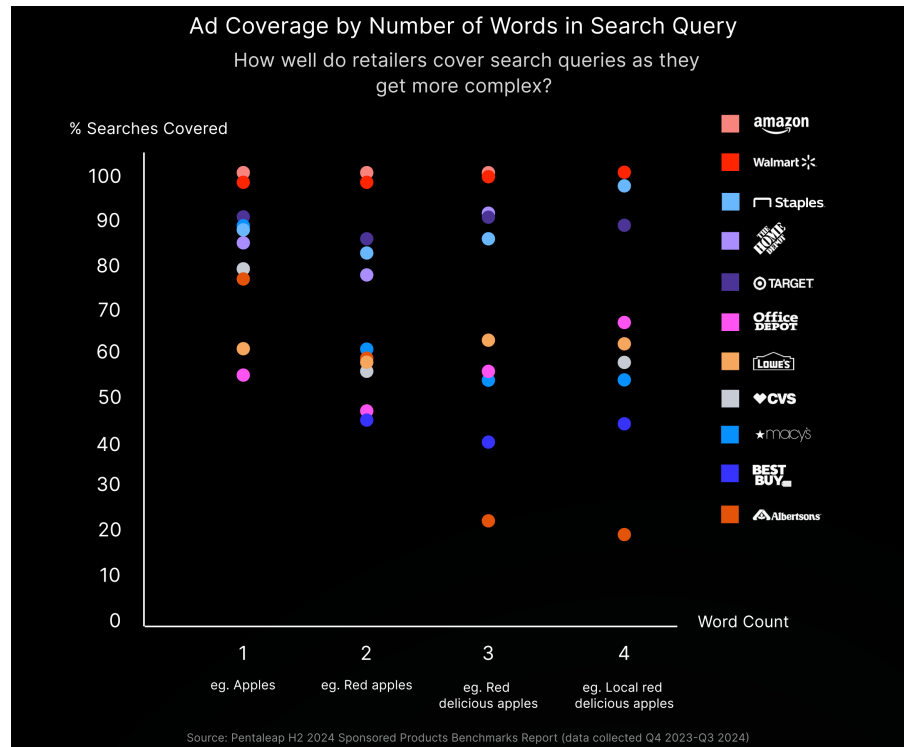
出典：Pentaleap × Colosseum Strategy

H2 2024 Sponsored Products Benchmarks Report

<https://lp.pentaleap.com/hubfs/Pentaleap/H2%202024%20Sponsored%20Products%20Benchmarks%20Report.pdf>

04 大手企業のリテールメディア広告の精度

Walmart , Amazon and Staples cover long-tail searches most effectively.
 Albertsons and Best Buy show room for improvement.

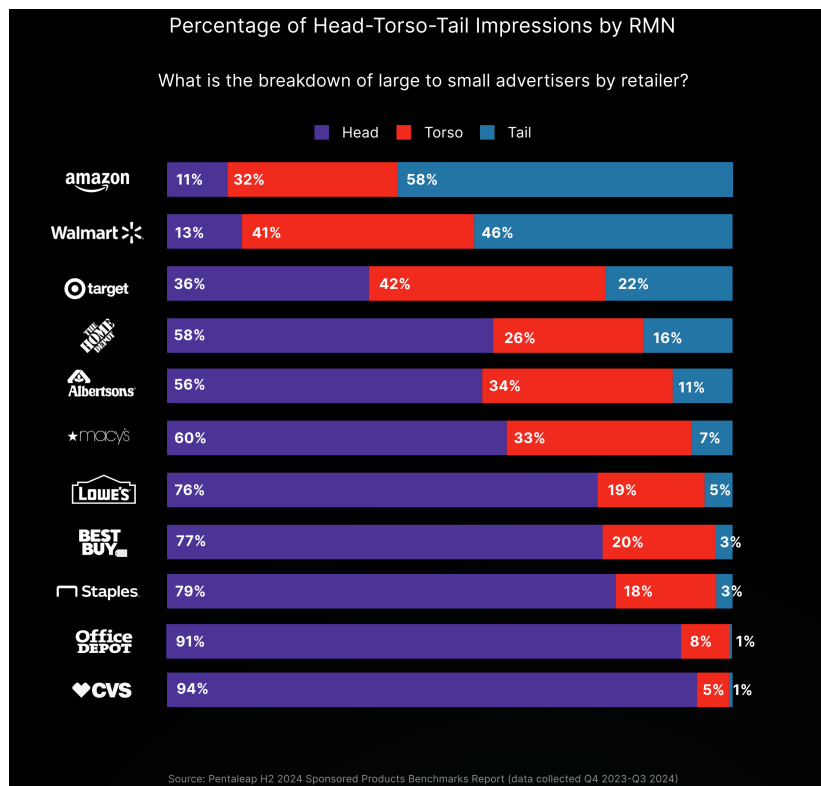


出典：Pentaleap × Colosseum Strategy

H2 2024 Sponsored Products Benchmarks Report
<https://lp.pentaleap.com/hubfs/Pentaleap/H2%202024%20Sponsored%20Products%20Benchmarks%20Report.pdf>

04 リテールメディアネットワークとブランド規模の関係性

The bigger the retail media network , the longer the tail.



出典：Pentaleap × Colosseum Strategy

H2 2024 Sponsored Products Benchmarks Report

<https://lp.pentaleap.com/hubfs/Pentaleap/H2%202024%20Sponsored%20Products%20Benchmarks%20Report.pdf>