

## EC支援のゼロスタート

### 山崎 徳之 社長

EC支援のゼロスタート（本社東京都、山崎徳之社長）は大手企業を中心にサイト内検索エンジン「ゼロゾーンサーチ」の導入を進め、業績を拡大している。今年1月にはイトーヨーカ堂のネットスーパーに検索エンジンを導入。大手企業への導入実績を武器にEC企業への提案を強化していく。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

## 負けた経験を糧に

06年の会社設立から現在までのような事業展開を行ってきたか。会社を設立した06年当時は、SNSといったソーシャルネットワークサービス（SNS）が始めた時で、ニュースサイトなどの情報発信のメディアやECサイトにもソーシャルサービスが普及すると主張されていた。そこで当社は法人向けにSNSエンジンの販売、一般消費者向けには自社のSNSサイトを提案していった。

06年の会社設立から現在までのような事業展開を行ってきたか。会社を設立した06年当時は、SNSといったソーシャルネットワークサービス（SNS）が始めた時で、ニュースサイトなどの情報発信のメディアやECサイトにもソーシャルサービスが普及すると主張されていた。そこで当社は法人向けにSNSエンジンの販売、一般消費者向けには自社のSNSサイトを提案していった。

06年の会社設立から現在までのような事業展開を行ってきたか。会社を設立した06年当時は、SNSといったソーシャルネットワークサービス（SNS）が始めた時で、ニュースサイトなどの情報発信のメディアやECサイトにもソーシャルサービスが普及すると主張されていた。そこで当社は法人向けにSNSエンジンの販売、一般消費者向けには自社のSNSサイトを提案していった。

06年の会社設立から現在までのような事業展開を行ってきたか。会社を設立した06年当時は、SNSといったソーシャルネットワークサービス（SNS）が始めた時で、ニュースサイトなどの情報発信のメディアやECサイトにもソーシャルサービスが普及すると主張されていた。そこで当社は法人向けにSNSエンジンの販売、一般消費者向けには自社のSNSサイトを提案していった。

06年の会社設立から現在までのような事業展開を行ってきたか。会社を設立した06年当時は、SNSといったソーシャルネットワークサービス（SNS）が始めた時で、ニュースサイトなどの情報発信のメディアやECサイトにもソーシャルサービスが普及すると主張されていた。そこで当社は法人向けにSNSエンジンの販売、一般消費者向けには自社のSNSサイトを提案していった。

## 「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。



山崎徳之社長は、青山学院大学卒業後、インターネットでデータホテルを構築してV.I.Pベンチャー株式会社ゼロスタート（現ゼロスタート）を設立、代表取締役就任（現任）。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

「検索」とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」と語る同社の山崎徳之社長に、ネット通販における検索エンジンの重要性やマーケティングツールとしての考え方について聞いた。

## 記者雑感

山崎社長の「検索とは購買意欲が高まる最高の瞬間だ」という言葉には、最も基本的な購買行動にヒントがあるのではないかと気が付かされた。小売業者が売りを訴えてきた山崎社長。今年1月に小売大手のイトーヨーカ堂への導入をきっかけに、「検索」の可能性をさらに追及していく。

## よい良いサービスの提供を

今後の事業展開について教えてください。

検索エンジンの機能強化を目的とした製品開発に取り組んでいます。今年に入って、レコメンドエンジン、検索エンジンに続く3つ目の製品として、効果測定エンジン「ゼロゾーンフィードバック」を開発しました。従来は、製品導入後の効果測定はECサイトで行っていましたが、効果測定エンジンの投入で、製品導入後の仮説・検証作業を当社が一貫して行うことができるようになります。

また、5月30日に、ビッグデータ検索エンジンを発売しました。ショッピングカートの販売も予定しており、EC企業により良いサービスを提案し、貢献できればと考えております。