



# Faber Company

2026年9月期 第1四半期決算説明資料  
(2026年2月12日)



# INDEX

## 1. 事業概要

---

## 2. 第1四半期決算概要

---

## 3. 生成AI関連事業

---

## 4. ディストリビューション事業

---

## 5. FY26/9 見通し及び財務戦略

---

## 6. Appendix（会社説明）

# 事業概要

デジタルマーケティングに関する顧客の様々な課題をワンストップで解決

## デジタルマーケティングに関わる顧客の課題

アクセス数を伸ばしたいが何をすれば良いか分からない

具体的な効果（ROI）が見えない／出せない

マーケティングを担当する人手が足りない

生成AIを活用し、マーケティングの業務効率化を図りたい



デジタルマーケティングのツールからリソースまで幅広く提供

生成AIを活用したデジタルマーケティング自動化ツール※1

 SEO / AI検索対策ツール

 AI検索対策サービス

 UI/UX改善

 Web接客 / LTV最大化

 大規模店舗向けマーケティングツール

デジタルマーケティングリソース※2

 人材支援

 SEOコンサルティング

 GEOコンサルティング

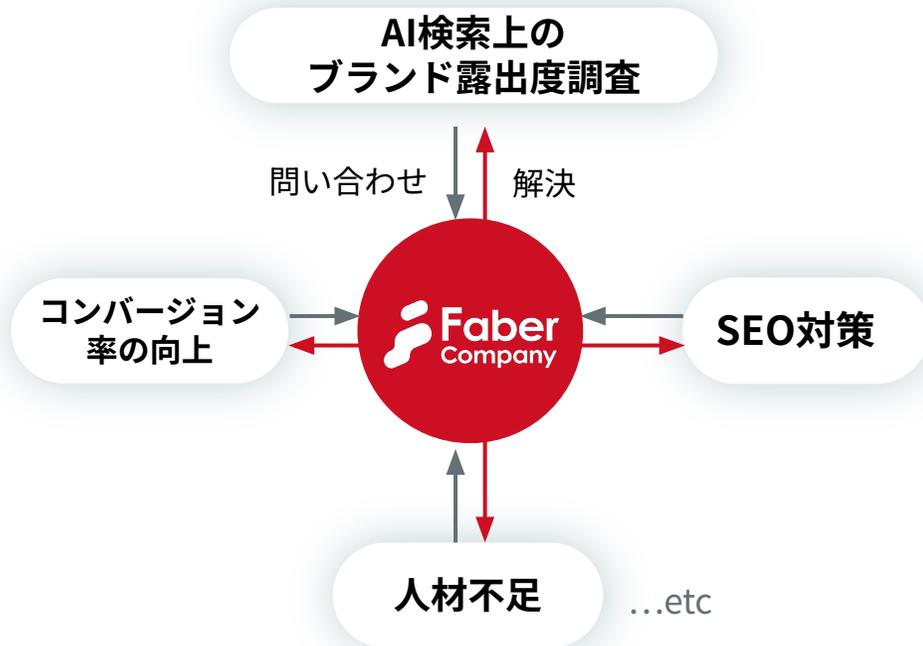
 CROコンサルティングソリューション

# 当社のビジネスモデル

問合せのきっかけとなる顧客のピンポイント課題に対応するラインナップを揃え最初の需要を捉える  
その後、顧客に対してTOP商談を通してクロスセルに取り組むことで売上を安定化するとともに拡大

## 現場のピンポイント課題

現場が導入しやすい価格で  
幅広いマーケティングツールを提供

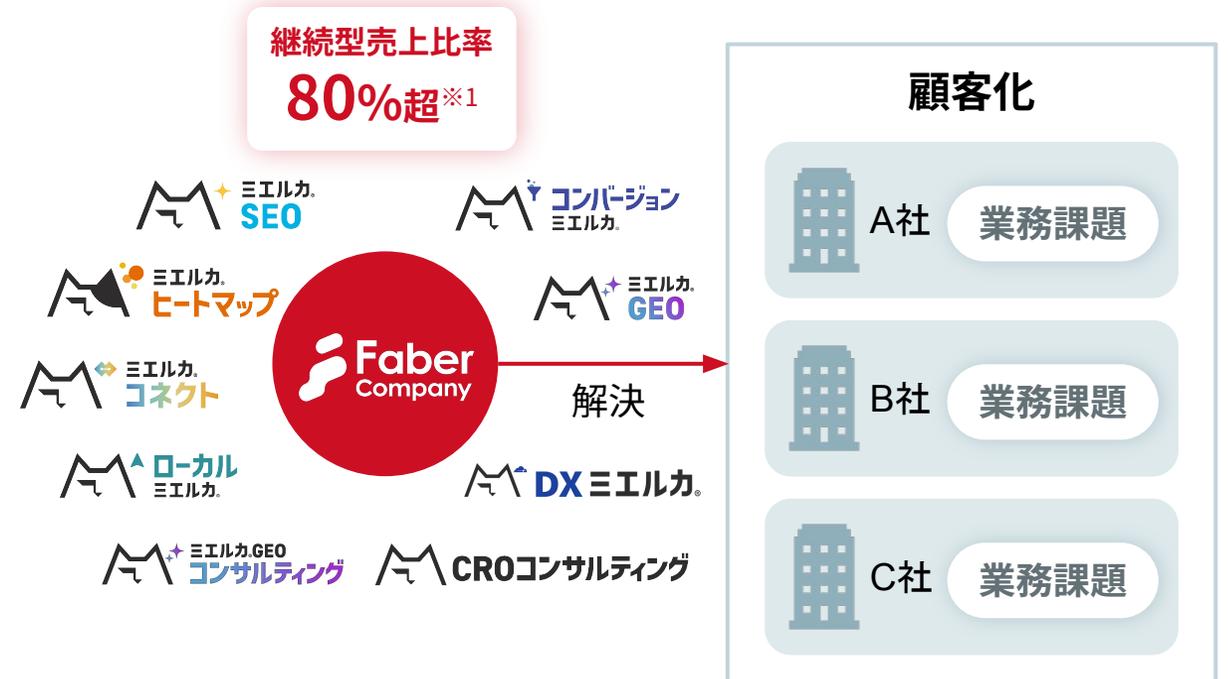


深い商談で  
ニーズ把握



## 顧客にクロスセル

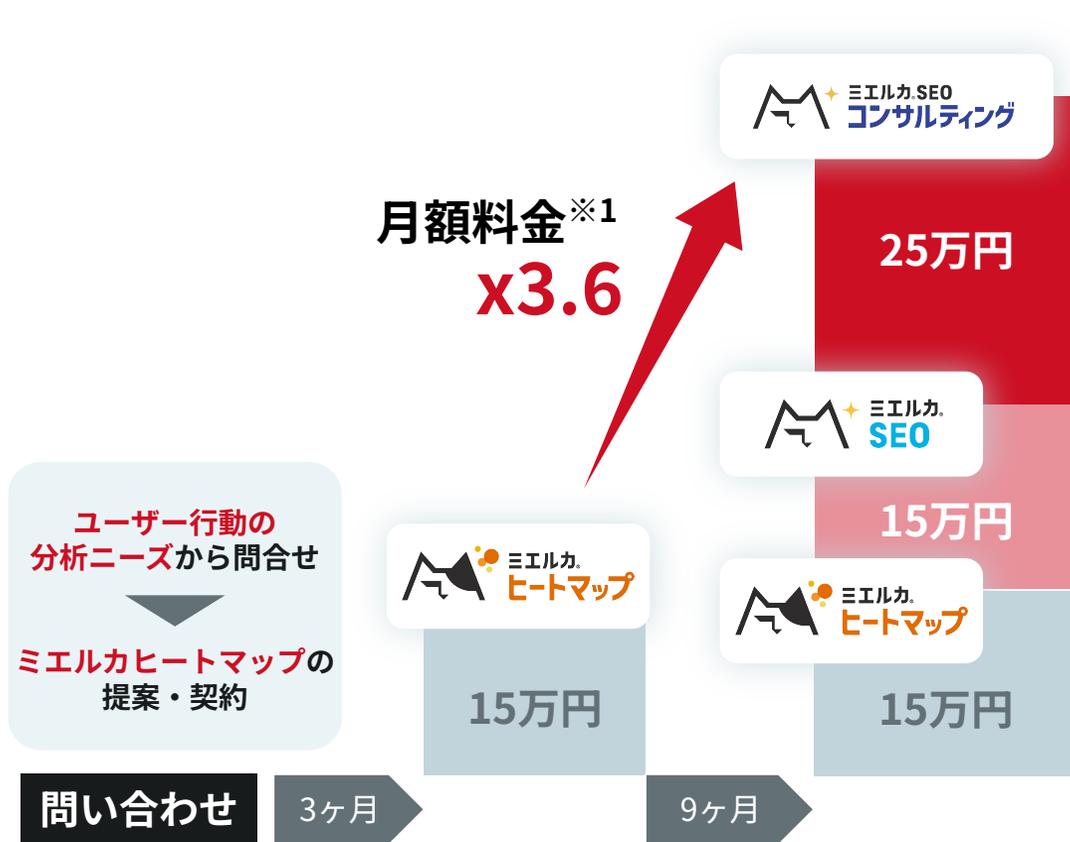
業務課題を特定し様々なソリューションを提案  
クロスセルで売上を拡大



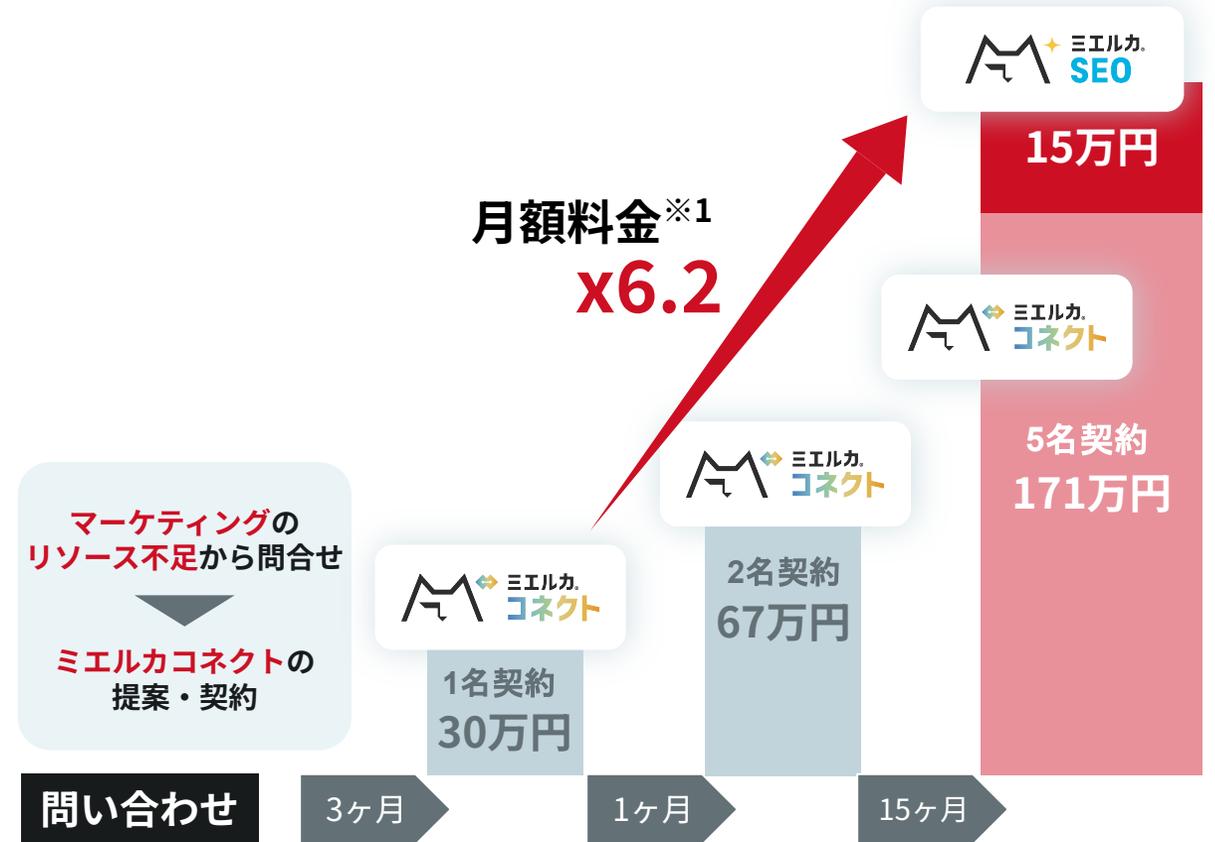
※1 継続型売上：対象月から1年遡って、合計6ヶ月以上売上が発生しているクライアントを対象月の継続取引顧客と定義し、当該クライアントへの売上を継続型売上と定義

# ビジネスモデルの展開事例（抜粋）

## 大手化粧品顧客の例



## 大手フィットネス運営顧客の例



# 業績推移及び成長戦略

競争力のあるミエルカ事業に注力し、利益貢献度の高い大手・中堅企業顧客にリソースを投下。加えて新規事業やM&Aを通じ、更なる成長に取り組む

## 成長戦略の変遷

～FY22/9

SEO<sup>※1</sup>/CRO<sup>※2</sup>課題にフォーカスし  
強い参入障壁を持つビジネスを確立

FY23/9～

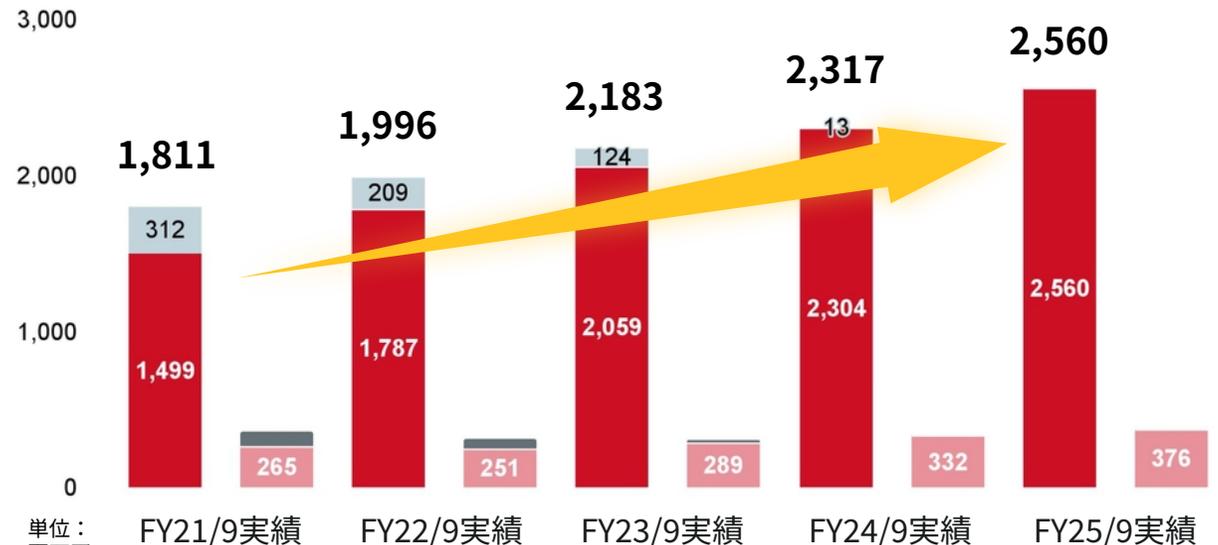
- 1 参入障壁を持つ領域における成長の加速**  
予算の大きな大手顧客へのリソース投下
- 2 非注力事業からの撤退**  
メディア事業、EC事業からの撤退が完了
- 3 M&Aによるクロスセル商材の追加**  
クロスセルによる大手顧客の深掘りとARPU向上

FY26/9～

- 1 生成AIを活用した機能開発 (P.16)**  
大手顧客企業のニーズにフィットした機能開発
- 2 リード獲得力を活かした新規事業 (P.22)**  
ディストリビューション事業への投資

注力事業売上

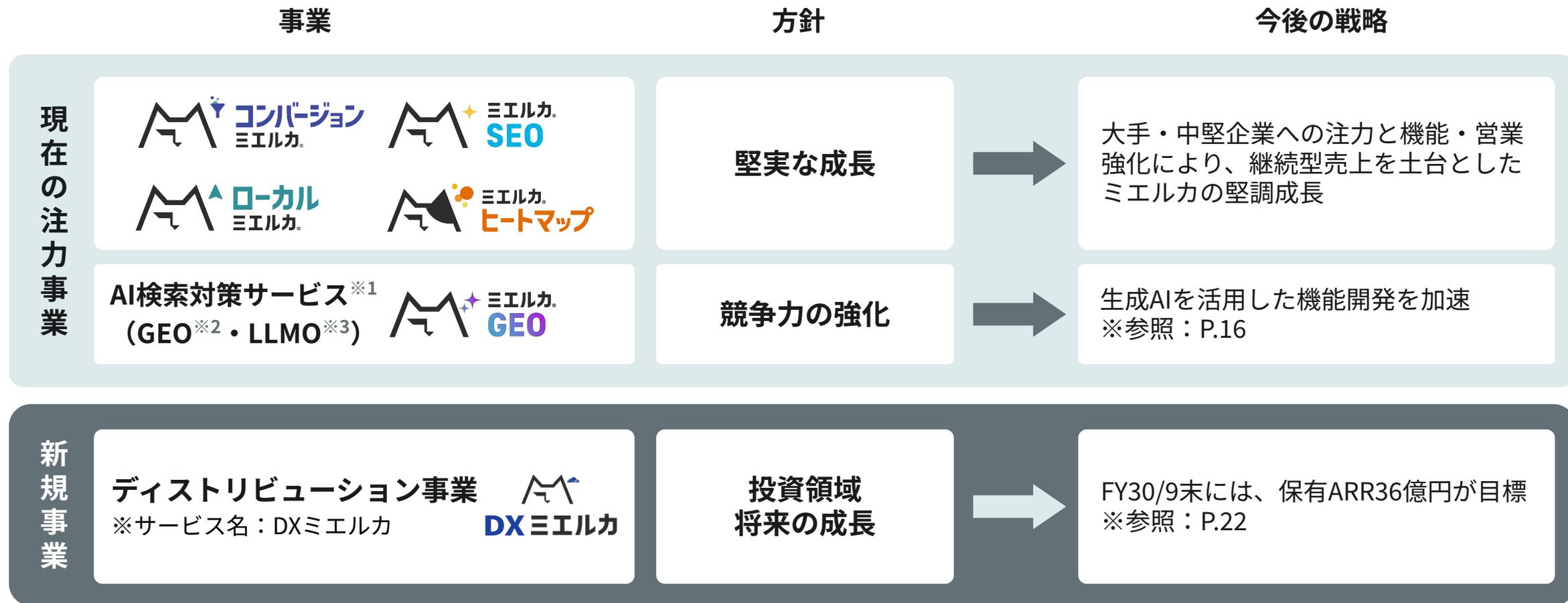
4年CAGR 14.3%



■ 売上高 注力事業 ■ 売上高 非注力事業 ■ 営業利益 注力事業 ■ 営業利益 非注力事業

# FY26/9以降の成長戦略サマリー

ミエルカ事業の安定的な成長に加え、需要拡大が見込まれるAI検索対策サービスや、ストック性が高く高収益なディストリビューション事業の拡大に取り組む方針



## 2. 第1四半期決算概要

# FY26/9 第1四半期 連結決算サマリー

事業方針：大手・中堅企業顧客の深掘りを通じた成長と新規事業への投資

売上高累計

**660**百万円

YoY **+6.4%**

業績予想比 **25.8%**

営業利益累計

**73**百万円

YoY **▲38.2%**

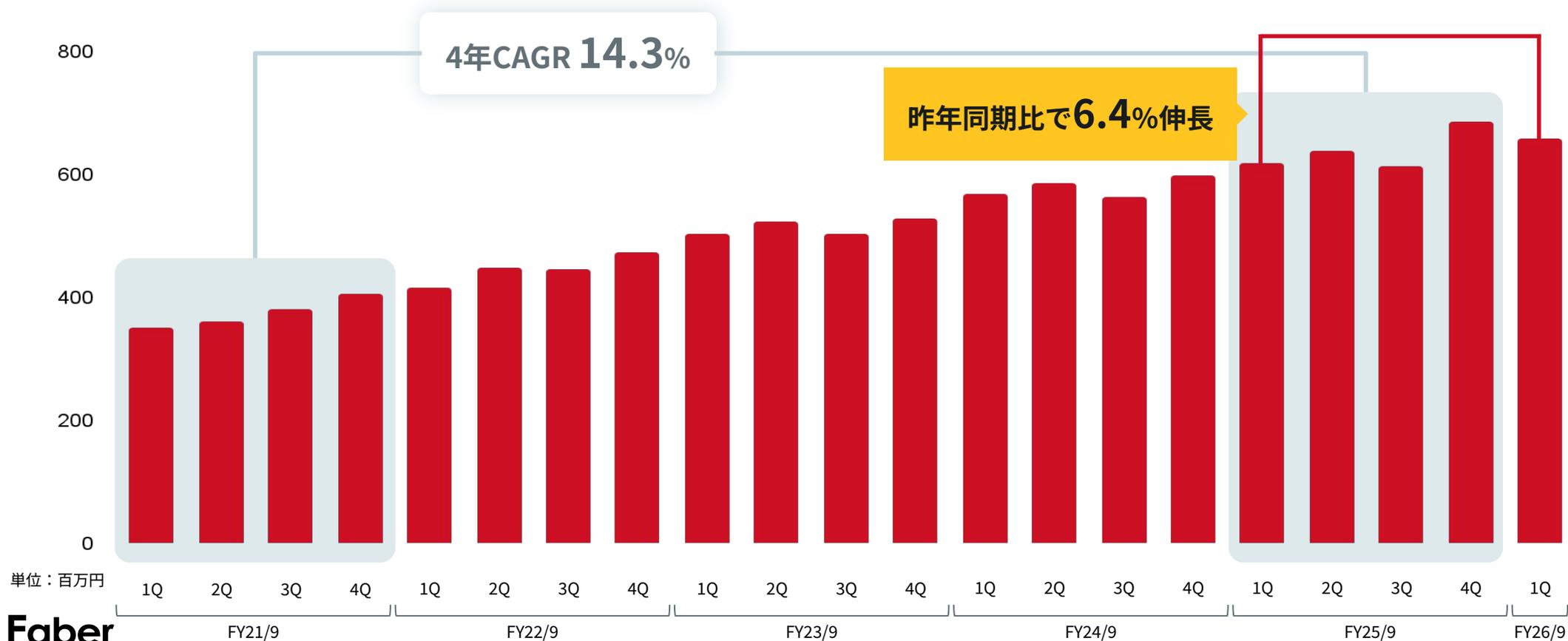
業績予想比 **24.3%**

- ミエルカ事業については大手・中堅企業向けの取り組みが奏功し、売上高・利益共に堅調に推移。営業利益は112百万円で着地し、先行投資前見込である420~450百万円に対して計画通りの進捗
- 新たに開始したディストリビューション事業は、1Q終了時点で、契約社数が36社に増加（QoQ +17社）し、保有ARR<sup>\*1</sup>は34百万円（QoQ +88%）。保有ARR36億円に向けて順調に進捗
- 全体では売上高 660百万円（YoY +6.4%）、営業利益 73百万円（YoY ▲38.2%）となり、計画通りの着地（四半期の見通しについてはP.28参照）

# 連結四半期売上推移

ミエルカ事業においてFY25/9 4Qにフロー性の高いソリューション売上が多く計上されていた部分が剥落  
期初計画の水準通りであり、月売上4万円以上の顧客層は着実に拡大している認識

## 連結四半期売上推移



# FY26/9 連結四半期業績（前年同期比）

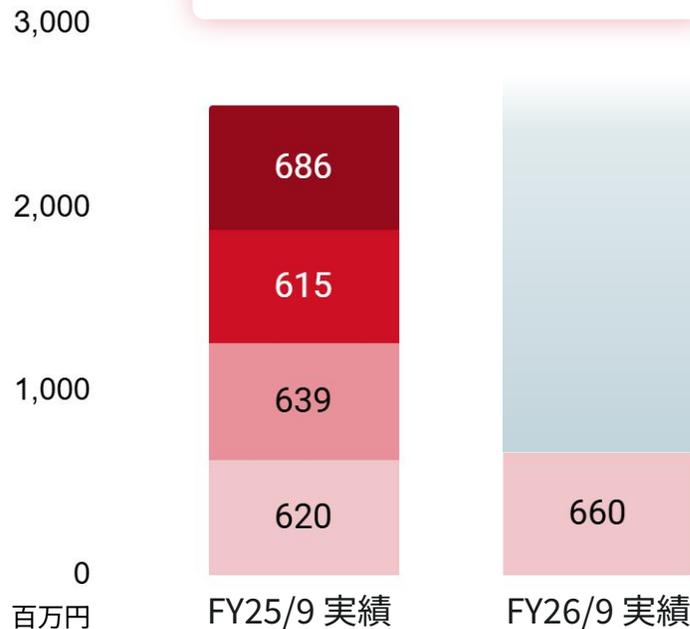
FY26/9 1Q連結売上高は前年同期比+6.4%の成長を実現

営業利益はディストリビューション事業への投資のため前年同期比▲38.2%となるも、計画通りの着地

## 売上高 通期推移

■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

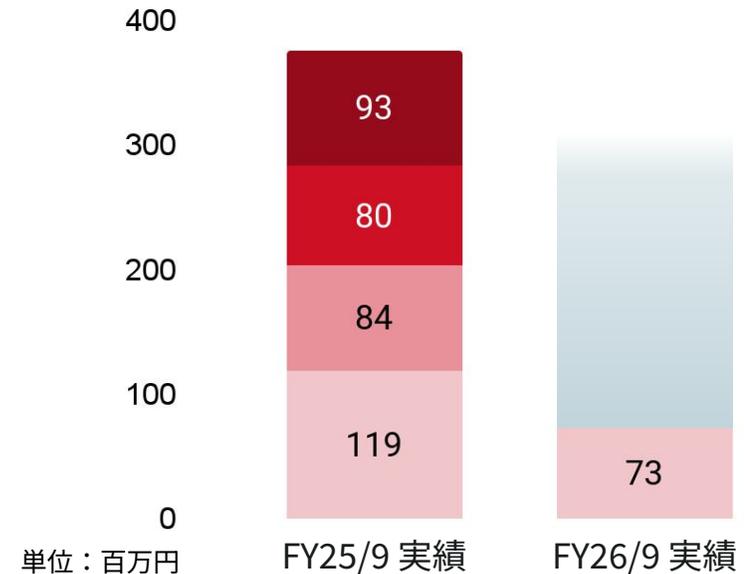
前期比 +6.4%



## 営業利益 通期推移

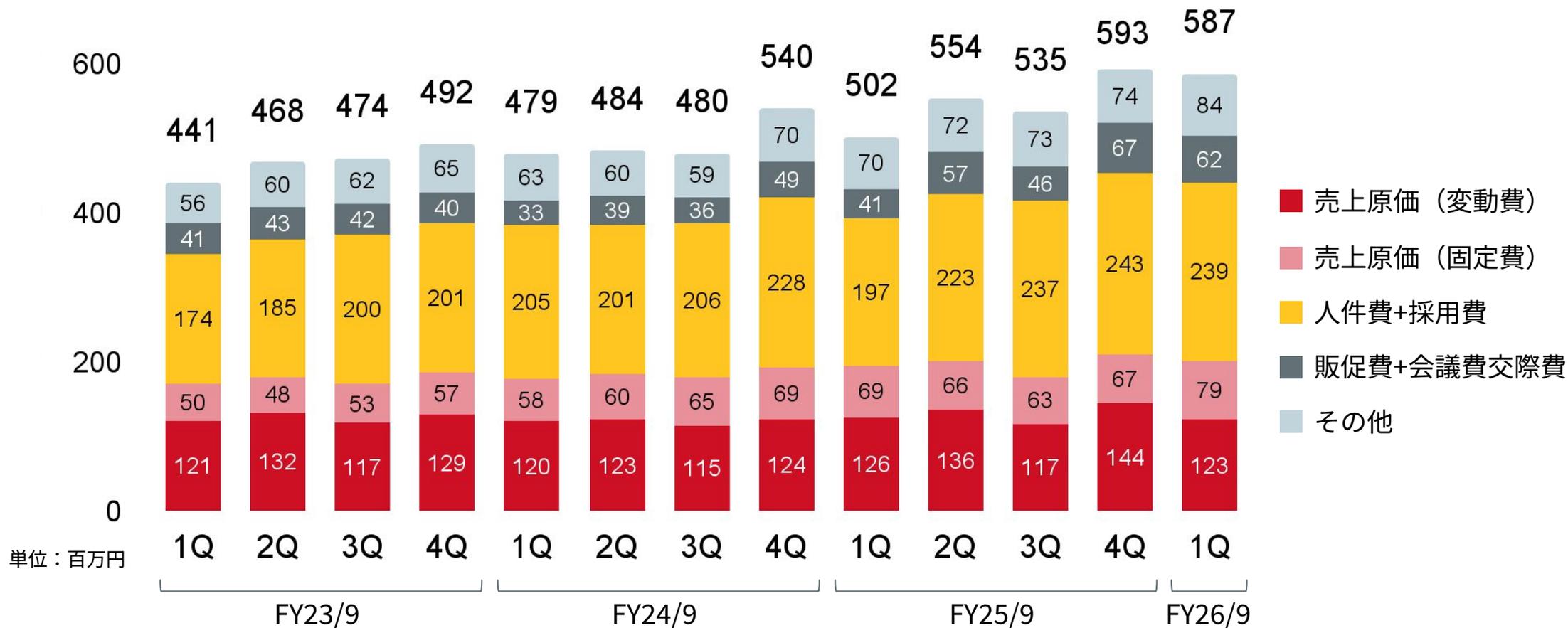
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q

前期比 ▲38.2%



# 連結費用構造

販促費・人件費を中心に、成長ドライバーになるディストリビューション事業と生成AI関連事業の先行投資を拡大



# ミエルカ事業 KPI

営業・CSともに面談数が増加傾向であり、既存顧客からの売上は拡大傾向。複数商材の顧客展開を最重要視し、月売上40万円以上及び4~40万円の合計契約社数も順調に増加

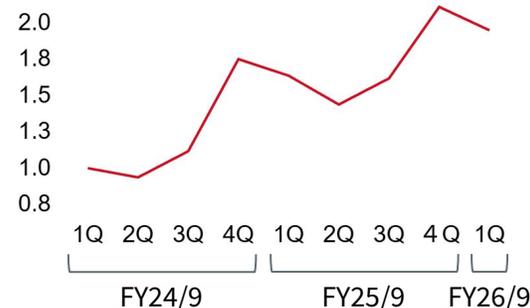
## 売上別 契約社数の推移<sup>※2</sup>

1社あたり月売上帯の契約社数（契約社数は四半期平均）

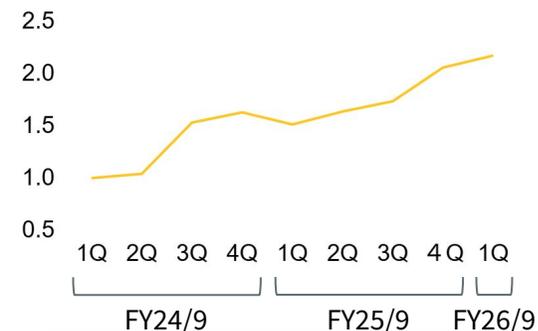
	FY25/9				FY26/9
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
①+②の合計社数	872	897	910	924	934
①月売上40万円以上	102	115	110	119	111
②月売上4~40万円	770	782	800	805	823
月売上4万円未満	841	813	786	744	699
参考) 全体合計	1,713	1,710	1,696	1,668	1,633

## 営業及びCS活動における接点総数<sup>※3</sup>

### 営業チーム 新規決裁者商談割合



### CSチーム<sup>※1</sup> 既存顧客面談割合



#### 着手中領域

- 過去失注客への掘り起こし/ 広告投資による問合せ増
- 決裁者ロープレ、日次トークスクリプト改善

#### 着手中領域

- 既存客への商談力強化を継続（アカウント営業体制）
- CS人員の採用とKPI管理による接点数の増大

# ミエルカ事業 クロスセル戦略

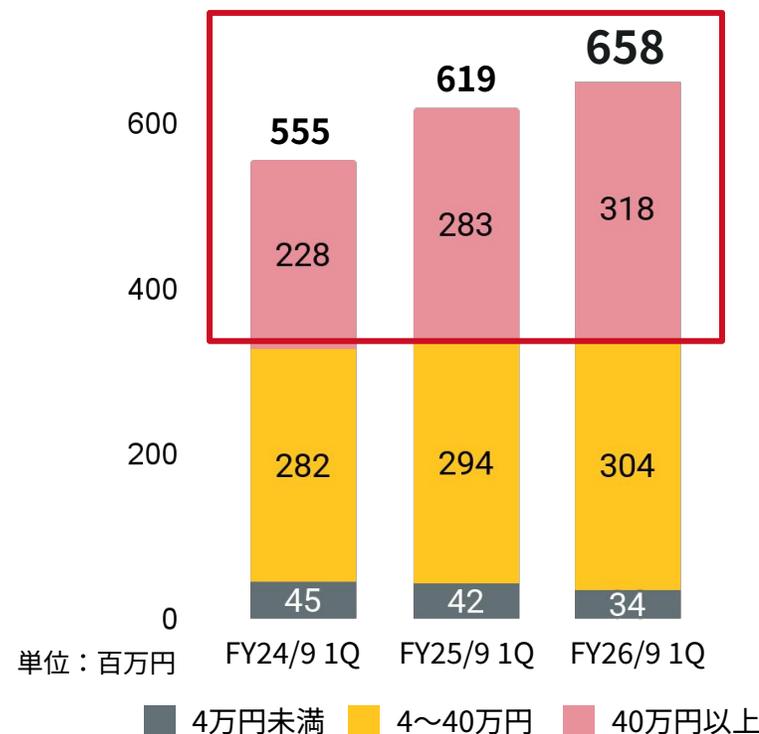
FY23/9より複数プロダクト導入の余地が高い大手・中堅企業にリソースを集中。特に月売上40万円以上の顧客からの売上額が大きく伸長

## 契約社数（四半期平均）と月売上水準別の内訳

月売上水準別の契約社数  
(各期における1Qの平均社数)

	FY24/9	FY25/9	FY26/9
40万以上	80	102	111
4~40万	724	770	823
4万未満	954	841	699

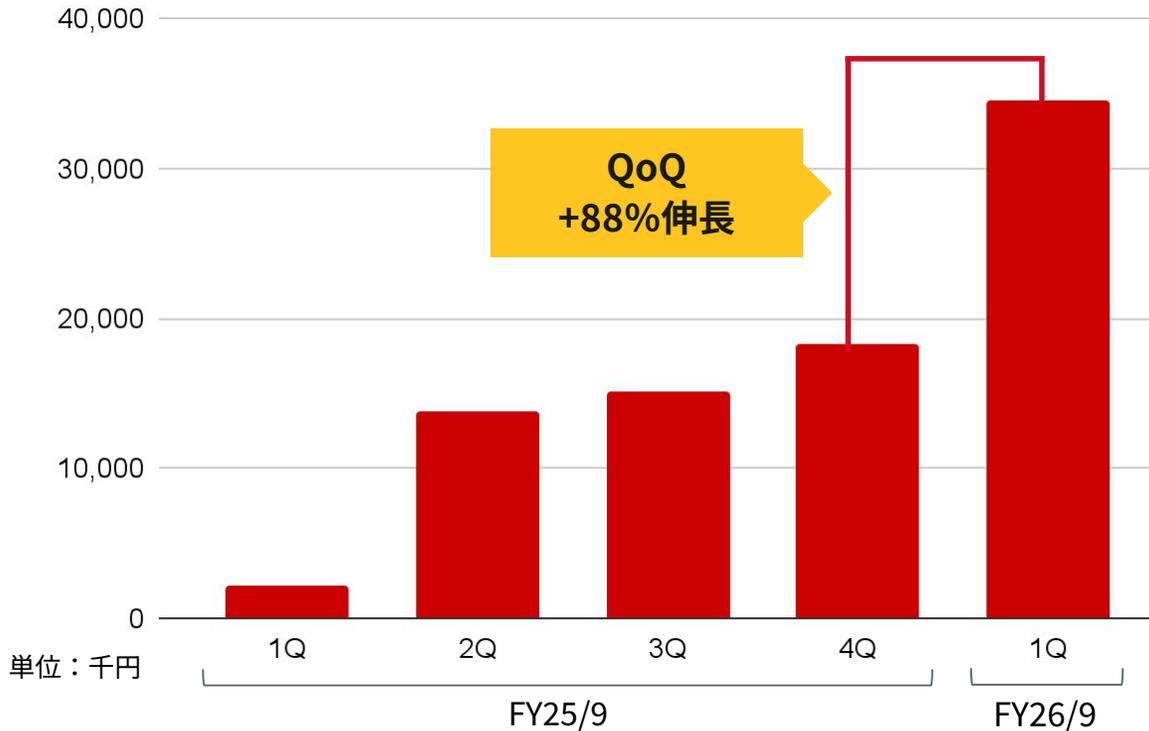
月売上水準別の売上 ※1



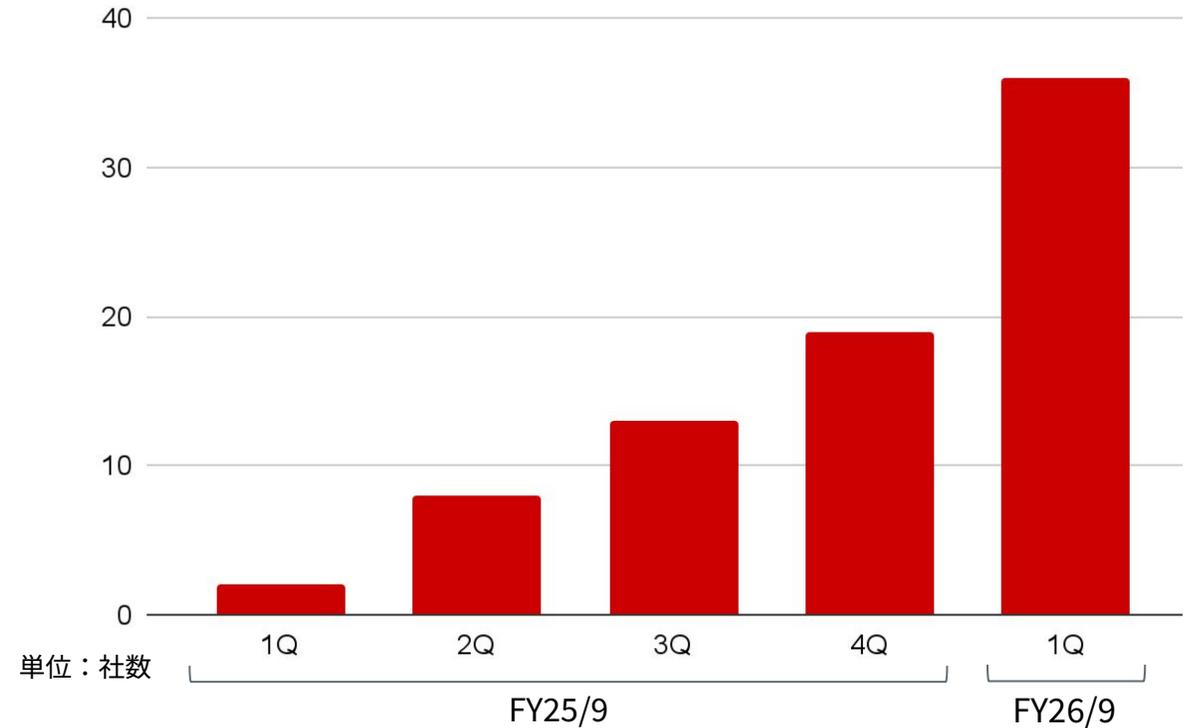
# ディストリビューション事業 保有ARR及び契約社数推移

ディストリビューション事業における、FY26/9 1Q終了時点の保有ARR<sup>※1</sup>は、QoQで88%増  
保有ARR増は、FY25/9通期発表の計画通りであり、本事業への投資を継続し、ストック収益の拡大に努める(P.22)

### Q末月<sup>※2</sup>の保有ARRの推移



### Q末月の契約社数

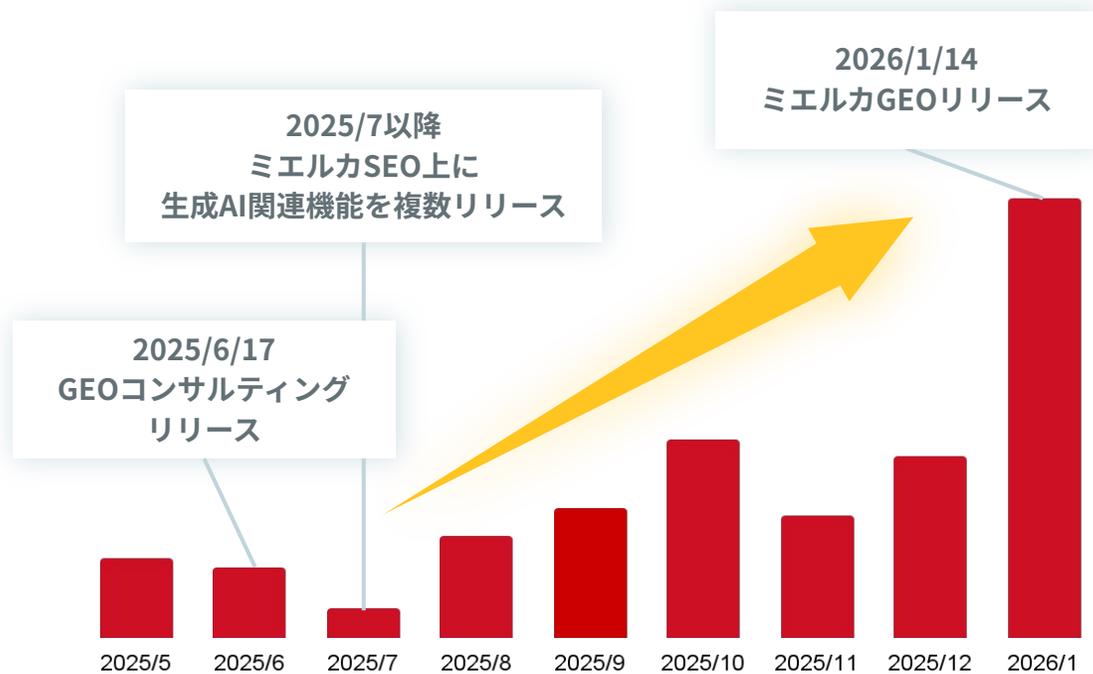


# 3. 生成AI関連事業

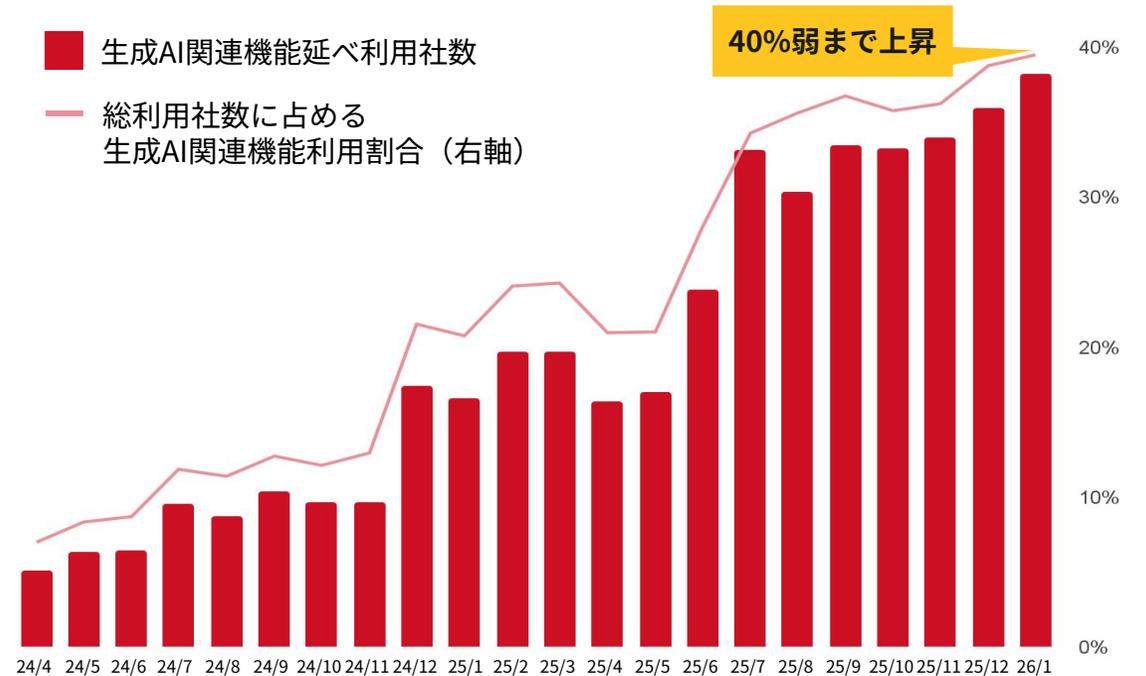
# AI検索対策サービス（GEO・LLMO）への問い合わせが増加

AI検索対策サービスへの問い合わせが増加。ミエルカツール群のAIシフトも進展し、生成AI関連機能の利用社数が拡大。中長期の成長に向けた基盤形成が進む

## AI検索対策サービスへの問い合わせ推移※1



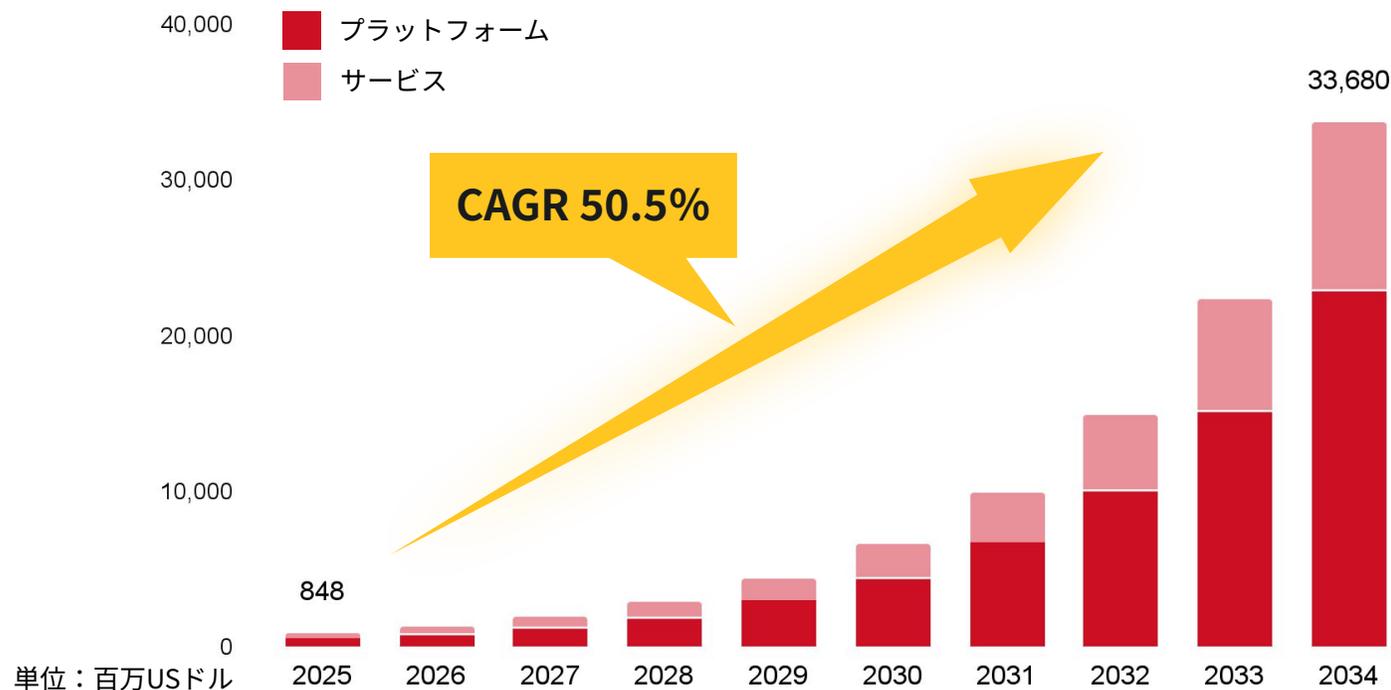
## 生成AI関連機能の延べ利用社数と利用割合※2



# 生成AI検索市場の市場規模予測及びCAGR

CAGR50.5%と急成長する生成AI検索市場へ本格参入。20年超の検索エンジンマーケティングの知見を活かした生成AI検索対策ツール「ミエルカGEO」等の展開により、中長期的な収益基盤の形成と持続的成長を目指す

## 世界の生成AI検索市場の見通し※1



# AI検索対策サービス「ミエルカGEO」をリリース

AI検索における引用状況を可視化し、最適化する「ミエルカGEO」を2026年1月14日に正式リリース。ツールの広域な普及によってデータを蓄積し、高付加価値なAI検索コンサルティング提供とLTVの最大化を図る

## ミエルカGEOの仕組み

### AIOレポート機能

AI Overviewsでの  
ブランド言及を可視化



### AI検索流入レポート機能

AI検索からの  
流入を可視化



### LLMモニタリング

ChatGPT・Gemini上での  
言及率・引用率



対象： ChatGPT

Gemini

AI Overviews

## 今後の展開

分析データ

ミエルカ  
GEO

5万円~/月

AI検索フレンドリーな  
コンテンツ作成

500万円~/年

AI検索コンサルティング

ミエルカ.GEO  
コンサルティング

60万円/月

まずは分析ツールを普及させ、  
データ駆動型コンサルや  
ソリューションへ展開

# 生成AIを活用した機能・サービス開発への優先的リソース配分

## マーケティングで横断的に使える生成AI関連機能

企業毎の課題に応じてマーケティング業務を最適に自動化する生成AIを活用したサービスを展開



企業毎にデータを蓄積し最適化  
ミアエルカAIエージェント構想

デジタルマーケティング課題を質問すると、蓄積したデータを活用しコンサルタントの一手を再現  
※施策はファイル形式でダウンロード可能



ミアエルカくん

次に、メディアのトピックや扱っている内容について教えてください。

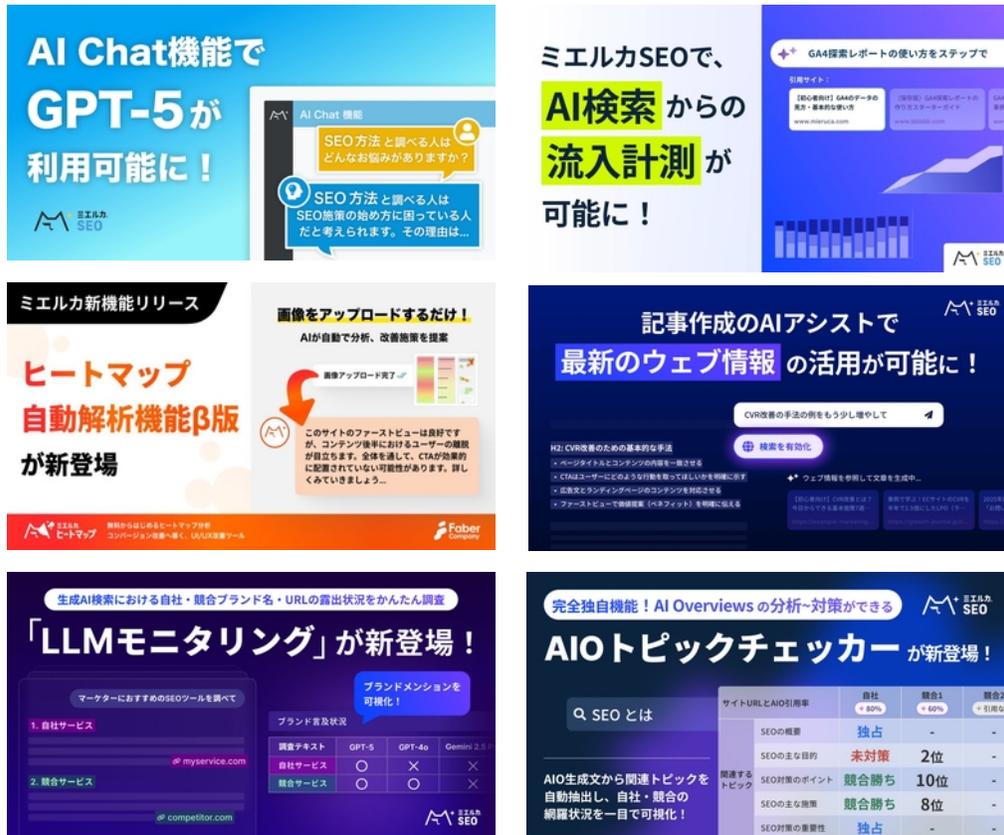
デジタルマーケティングにおける情報発信。主にSEOや生成AI、SNSなど

ありがとうございます！メディアのトピックとして「デジタルマーケティングにおける情報発信。主にSEOや生成AI、SNSなど」として承りました。次に、メディアのコンバージョンポイント（目標とする成果）は何でしょうか？例えば、問い合わせ獲得、資料ダウンロード、サービス申込み、メルマガ登録などがあります。

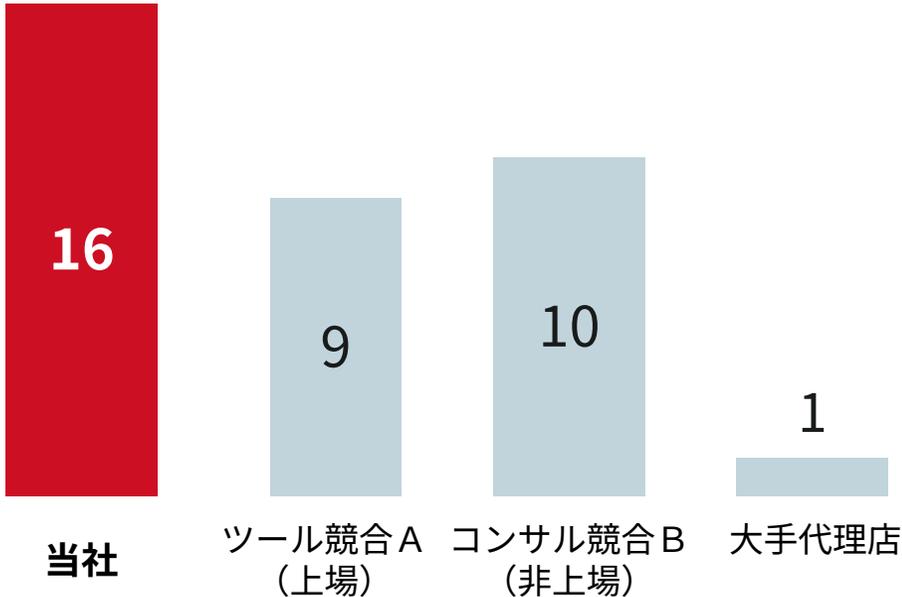
トップコンサルタントの技を再現する  
AIエージェント（β版）

# 生成AI関連機能のリリース実績

FY25/9 2Qより生成AIを活用した新機能の開発を加速させ、約20程度の機能追加が完了  
機能追加に合わせて発信しているプレスリリースについても、競合よりも多い状況



## 生成AI関連機能のプレスリリース数 競合比較※1

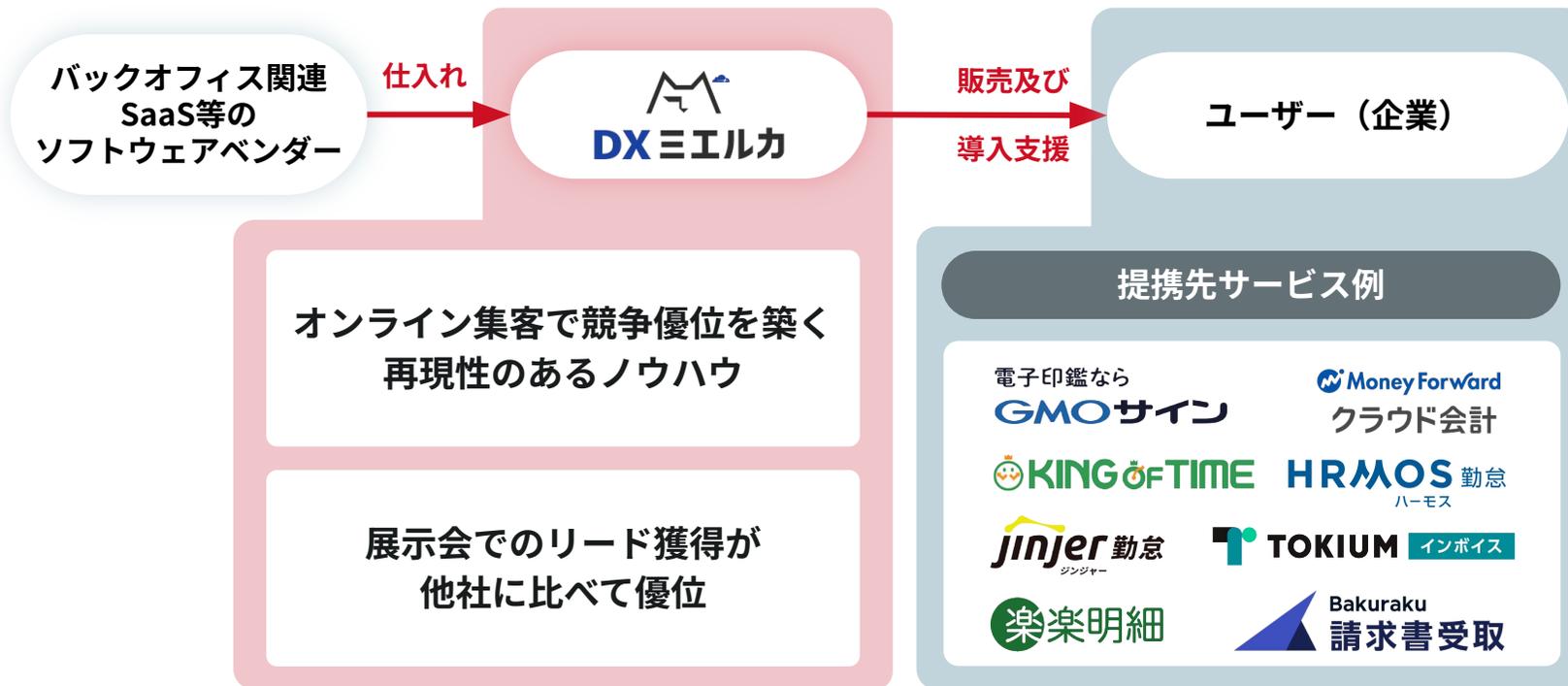


# 4. ディストリビューション事業

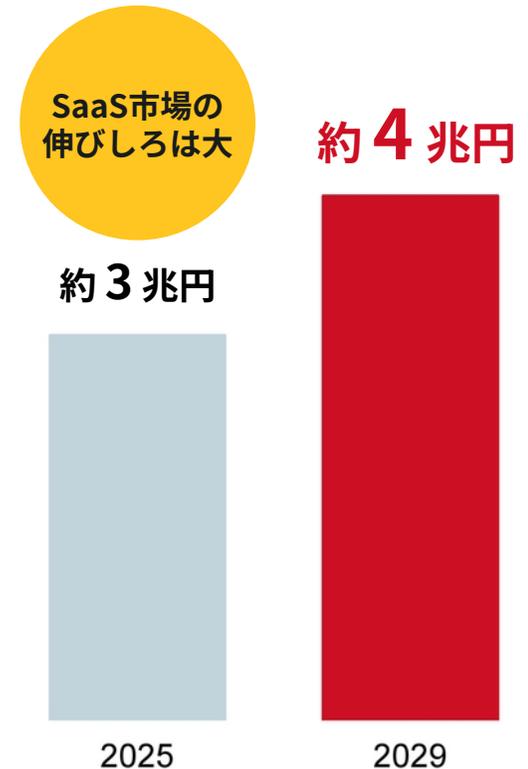
# 事業モデルと市場見通し

当社の強みであるオンライン集客・展示会によるリード獲得力を梃子とし、最適なツール選定に悩む企業へバックオフィス/SFA関連SaaS等の販売・導入支援を展開。市場の拡大余地が大きく成長期待の高い領域

## ディストリビューション事業



## 国内SaaS市場見通し※1



※その他、数十のサービス群と提携済

※1 富士キメラ総研 「ソフトウェアビジネス新市場 2025年版」より

# 仮説検証が完了し、本格的な投資フェーズへ

事業立ち上げ初期の一定成果を確認。導入時に費用が先行する一方、長期でストック収益を積み上げるビジネスモデル。今期は人的体制強化による本格投資フェーズへ

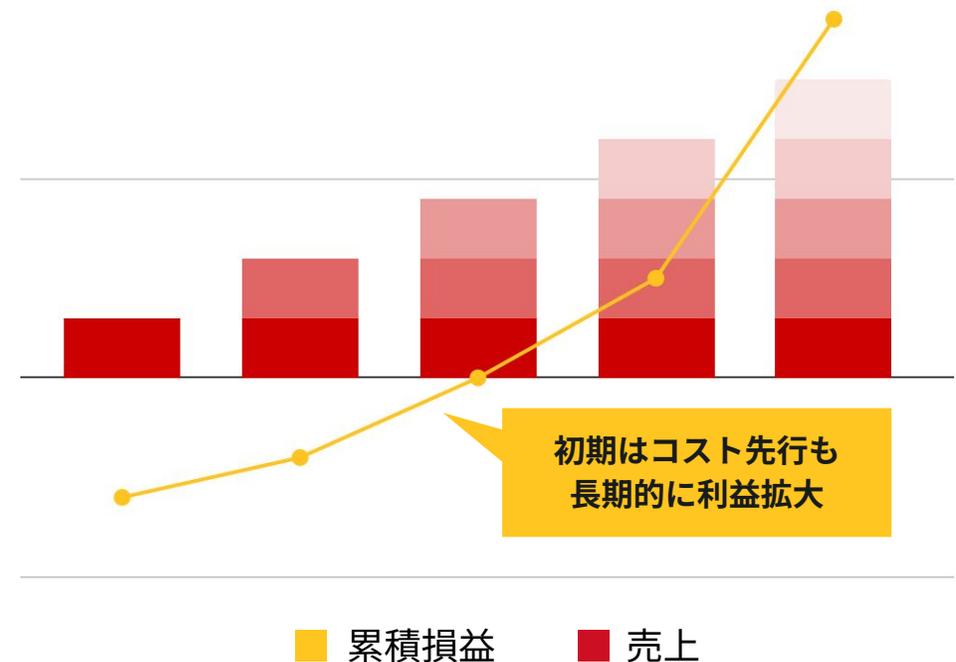
## 【FY26/9 1Qにおける実績】

- 事業開始後、36社を受注（QoQで17社増）  
ストック収益拡大の基盤を構築
- 初回取引時点におけるLTV/CAC<sup>\*1</sup>は2.1以上と  
現時点でも一定の収益性を確保

## 【FY26/9における取り組み】

- 営業人員の追加投入による成長の加速
- 既存顧客へのアップセルを推進し、  
顧客あたりLTVの一段の向上を図る
- 展示会リードに加え、オンライン集客を本格化することで  
CACを低減して収益性のさらなる改善を目指す

## 事業収益イメージ



## ディストリビューション事業の中期ゴール

当社の強みであるリード獲得力を梃子に、FY30/9末に保有ARR36億円を目標とする。前倒しで計画を達成するよう投資を実施し、中長期の収益成長を実現へ

目標数字 (FY30/9末)

保有ARR **36億円**

※ 保有ARR：当社経由で契約されているサービスのARR

# 5. FY26/9 見通し及び財務戦略

## FY26/9 連結業績予想

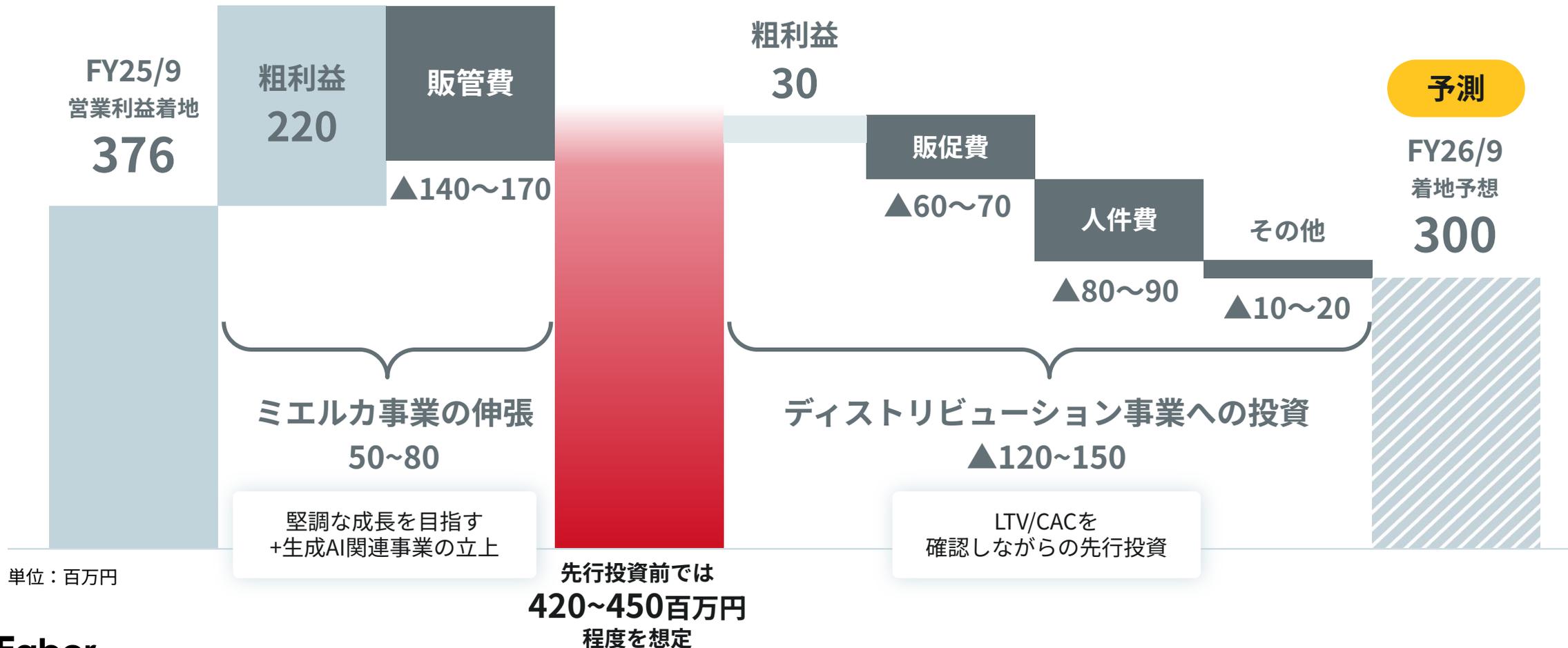
FY26/9はミエルカ事業において継続的な大手・中堅企業顧客への売上拡大と、ディストリビューション事業への更なる投資を織り込み、売上高2,817百万円（YoY +10.0%）、営業利益300百万円（YoY ▲20.2%）を見込む

	FY24/9 通期実績	FY25/9 通期実績	FY26/9 業績予想	YoY
売上高	2,317	2,560	2,817	+10.0%
売上総利益	1,584	1,774	1,991	+12.2%
利益率	68.4%	69.3%	70.7%	
営業利益	334	376	300	▲20.2%
利益率	14.4%	14.7%	10.6%	
当期純利益	219	263	210	▲20.2%
利益率	9.5%	10.3%	7.5%	
EPS (円)	89.34	96.96	77.21	
配当金	0円	普通配20円+ 記念配当10円	普通配当30円	

単位：百万円

# FY26/9 連結営業利益着地予想の詳細

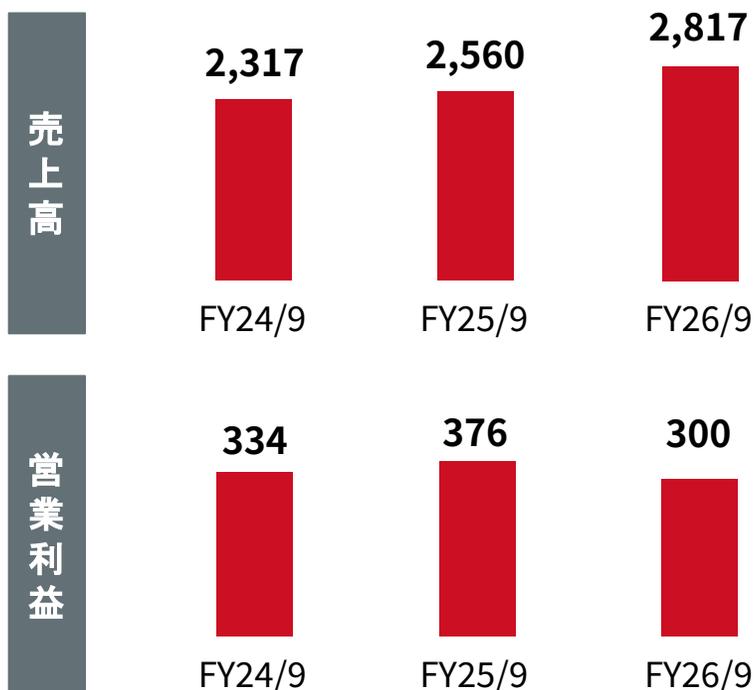
FY26/9はミエルカ事業の利益成長を志向しつつ、ディストリビューション事業への先行投資により通期営業利益3億円を目標とする。超過分は同事業へ再投資の予定



# FY26/9 連結業績計画

ミエルカ事業においては大手・中堅企業顧客へのクロスセルとパートナー拡大を通じた売上拡大を継続  
利益成長分についてはディストリビューション事業の中長期的な成長に向けた先行投資に投下予定

## FY26/9 連結業績計画



単位：百万円

## FY26/9 連結業績見込みの前提

大手・中堅企業に絞った顧客数拡大

- S&M活動における大手・中堅企業のリード数の維持、拡大
- 決裁権者へのセールス比率（TOP商談）の継続的な取り組み増加

ARPUの向上

- クロスセル可能な商材を投入しARPUを向上
- クロスセル商材は市場開拓余地（白地）の大きさを重視

採用・育成関連

- 連結で20名程度の営業人員の純増
- コンサルティングチームの提案力向上
- 既存深耕チーム、資本業務提携先チーム立ち上げ

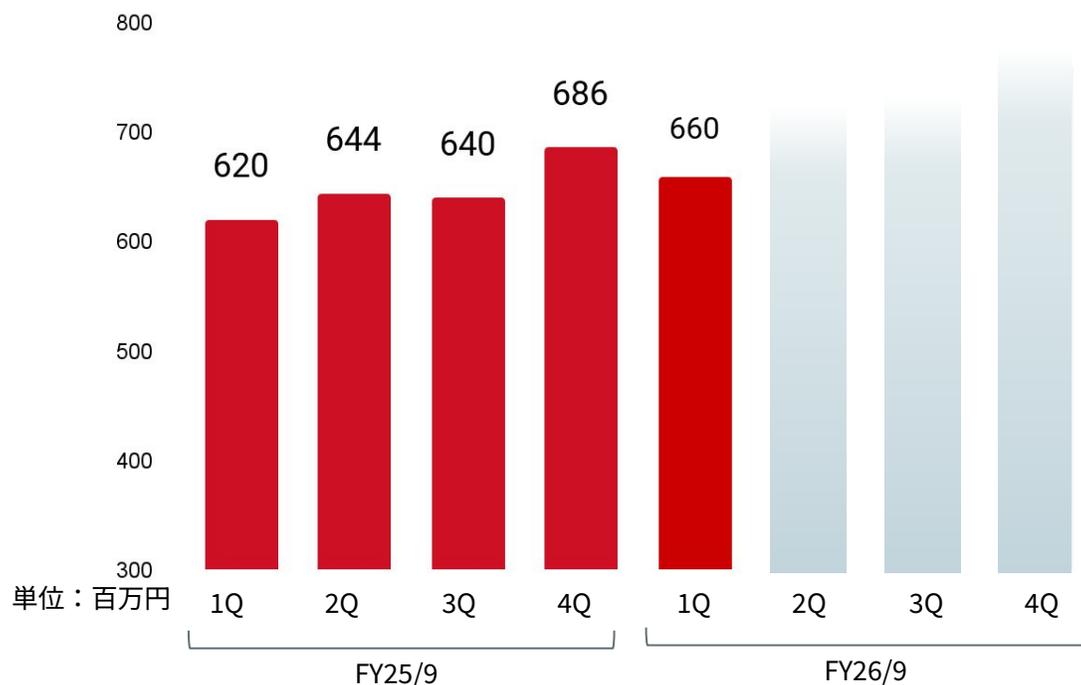
ディストリビューション事業への投下

- ディストリビューション事業の拡販、拠点立ち上げ
- 早期に15名体制へ（2026年1月時点で8名）
- LTV/CACを確認しながらの資本投下

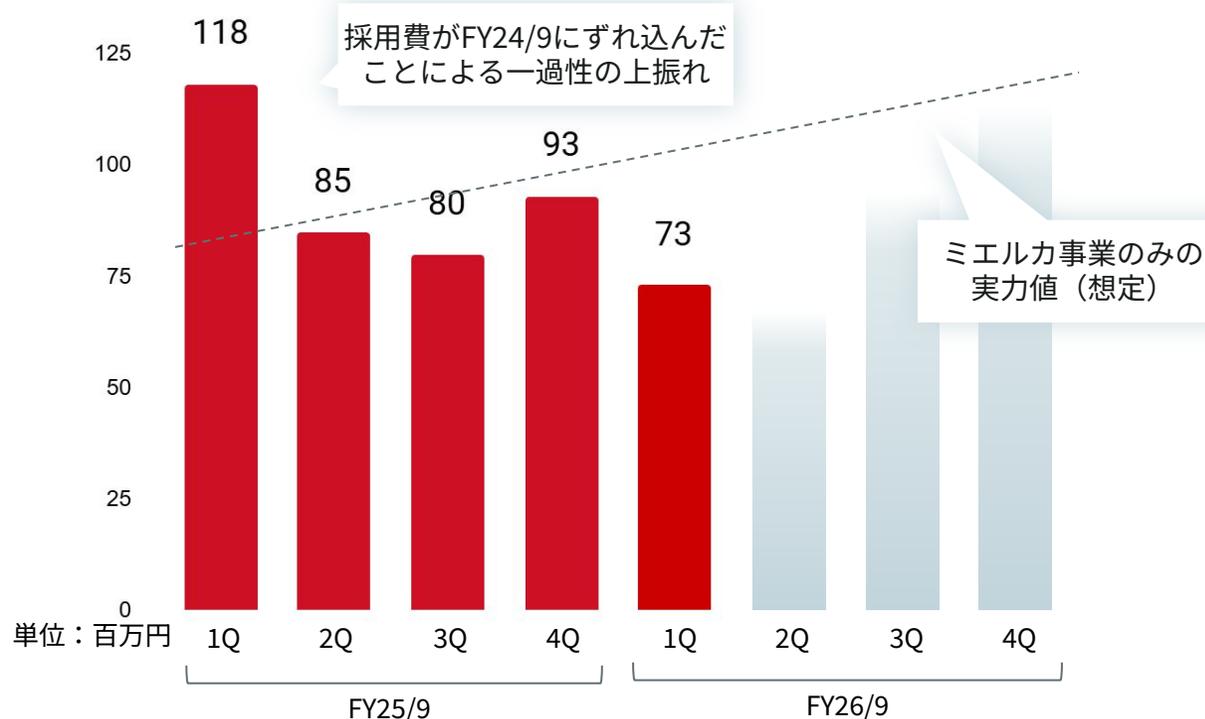
# FY26/9 連結四半期見通し

FY26/9は中長期的な成長基盤の強化を目的に、ディストリビューション事業の成長投資に向けた費用（採用、広告宣伝及び一過性の移転費用）を計画通り投下。上期は前年同期比で大きく減益となる見込み。四半期毎に売上を積み上げつつ、売上のトップラインの持続的な上昇トレンドを図る

## 売上高



## 営業利益



# 財務戦略と還元方針

向こう3年程度を想定したケースとして必要現預金は定常資金として月商2ヶ月分＝5億円程度を保有のうえ、成長投資とM&Aに積極的に取り組んでいく方針。また、FY25/9より配当性向20%を目安とし、M&A等による大きな財務状況の変化が無い限りは累進配当を想定



## FY26/9 株主還元

成長投資と株主還元のバランスを重視し、持続的な成長戦略を推進する方針。FY25/9の初配においては、普通配当20円に加え、記念配当10円としたが、FY26/9の期末配当では、1株あたり普通配当30円を予定

### FY26/9 期末配当予想

**1株当たり配当金：30円**

**※ 配当利回り：2.98%（株価1,006円 \*2026年2月9日終値）**

# M&Aの考え方

業容拡大にまつわるM&Aの資金元として、まずはネットキャッシュを活用。中期的にはDEレシオ0.5~1倍程度を水準とすることを目指し、ROICの拡大を図る。合理的なEBITDA倍率でM&Aを実施。EPSの向上につながる黒字企業を買収し、非連続な成長を目指す

## デジタルマーケティング領域

1

### シナジーとシェア最大化

当社既存客に対してクロスセル可能なSaaS製品か、当社製品の導入が見込める顧客基盤を有する企業をターゲットとする。  
また、同業者のM&Aを通じてシェア最大化を狙う。

2

### 参入障壁の強化

10年超にわたりファインダビリティスコアが高い企業や、業界における教科書ポジションや権威ブランド企業のM&Aを通じて、問い合わせ獲得シェアの最大化と単価アップを狙う。

3

### プロダクトの獲得

当社のリード獲得力を活かしたPMIが可能な、強力なプロダクトと参入障壁を備える企業を選定し、新しい領域への拡大を目指す。

# FY25/9 M&A実績

株式会社so.laのグループ入りに伴い、辻正浩氏は当社の上席SEOコンサルタントとして活動を開始  
情報発信や技術指導を通じ、付加価値の高い提案力の強化とSEOサービス全体の向上に寄与

## 業界著名人の所属強化

## 市場における競争力の強化



Google ダイヤモンド  
プロダクトエキスパート

### 鈴木 謙一 執行役員

- 2007年の黎明期より、「海外SEO情報ブログ」を開設し、現在も継続
- 2008年より当社に参画  
海外イベントでの登壇実績多数



Webアナリスト

### 小川 卓 執行役員

- リクルート、サイバーエージェント、アマゾンジャパンでウェブアナリストを経験
- アクセス解析のエキスパート。  
全国で700回以上の登壇、18冊以上の著書あり



2025年2月  
グループイン

上席SEOコンサルタント  
株式会社so.la 代表取締役

### 辻 正浩

- 株式会社アイレップでSEOディレクターとして業務を行なった後、2011年に独立
- 日本の検索流入の約5%を支援し、月間10億PV超の大規模サイトのSEOに強みを持つ

YouTubeやメディアを通じた  
情報配信力の強化

提案力強化に伴う  
LTVの向上

問い合わせ率の向上

当社人材に対する技術指導

# Q&A

**Q** 生成AIの進化と普及は、事業活動にどのような影響があると考えていますか？

**A** 生成AIの進化と普及は、当社の事業活動に追い風であると考えています。企業の生成AIへの取り組みは、関心段階から利活用の段階へと進んでおり、当社のAI検索対策サービス「ミエルカGEO」への問い合わせも好調に推移しています。また、各種生成AIはインターネットをはじめとするデジタル空間上から情報を収集・学習していることから、ユーザーの検索行動の変化に対応し、AIに評価され、情報源として採用されるための最適化が、今後ますます重要になると認識しています。

**Q** ミエルカ事業のKPIを、1社あたりの月粗利から月売上に変更した理由を教えてください。

**A** ソリューション系のサービスのクロスセルが進んでおり、粗利額でのフォローから売上でのフォローに変更したことに伴うものです。1社あたり売上が高い企業が当社業績への寄与が大きい点は変わりません。

**Q** 当第1四半期の営業利益が、前年同期比に対して減益となった理由を教えてください。

**A** 新規事業であるディストリビューション事業に対し、採用費を含む人件費や販促費を中心とした先行投資を実施していることが主な要因です。いずれも計画に基づいた投資であり、進捗は想定通りとなっています。

**Q** ディストリビューション事業の進捗状況と見通しを教えてください。

**A** 当社の強みであるセールス及びマーケティング能力を、巨大なバックオフィス/SFA関連SaaS市場へ転用するディストリビューション事業については、初期仮説の検証を終え、FY26/9よりミエルカ事業とは別セグメントとして開示しています。同事業は中期的な成長ドライバーと位置づけており、今後は採用および販促の強化を進め、本格的な体制整備と成長投資を行ってまいります。

# Q&A

**Q** M&Aの方針を教えてください。

**A** 当社が属するデジタルマーケティング市場において、シナジー創出やシェア拡大を期待が見込める企業、ならびに参入障壁や競争優位性の強化につながる企業を優先的な対象としています。あわせて、当社の強みを転用可能な異業種についても探索を行っています。黒字企業の取得を基本方針とし、当社グループの営業キャッシュフロー増加への貢献が見込まれる企業を対象としています。

**Q** 採用の進捗状況を教えてください。

**A** 新卒・中途採用ともに、計画通りに進捗しています。採用市場の変化に対しては、採用プロセスのスピードアップ、エージェントネットワークの拡張などを通じて対応しています。中期的には、人事評価制度やフォロー体制、教育研修の継続的なアップデート、積極的な情報発信等を通じ、選ばれる会社を目指してまいります。

**Q** 今後の採用計画と、強化したい職種を教えてください。

**A** 「セールス&マーケティング」「コンサルタント」「エンジニア」の各部門をバランス良く増員していく方針です。あわせて、AIに強みを持つ人材や、M&A・PMIの経験を有する人材の採用・強化にも注力していきます。

# 6. Appendix (会社説明)

# Appendix

## 1. 競争優位性

---

## 2. 市場規模/ターゲット

---

## 3. その他

---

# 市場における競争力① リード獲得力 -SEO-

アルゴリズムへの知見と、1,700社超の施策データに支えられ、SEO由来のリード獲得力は競合他社比で優位

SEO

ヒートマップ

多くの問い合わせにつながる  
キーワードで  
他社よりも検索上位に位置

## 潜在顧客が探している事例を数多く掲載

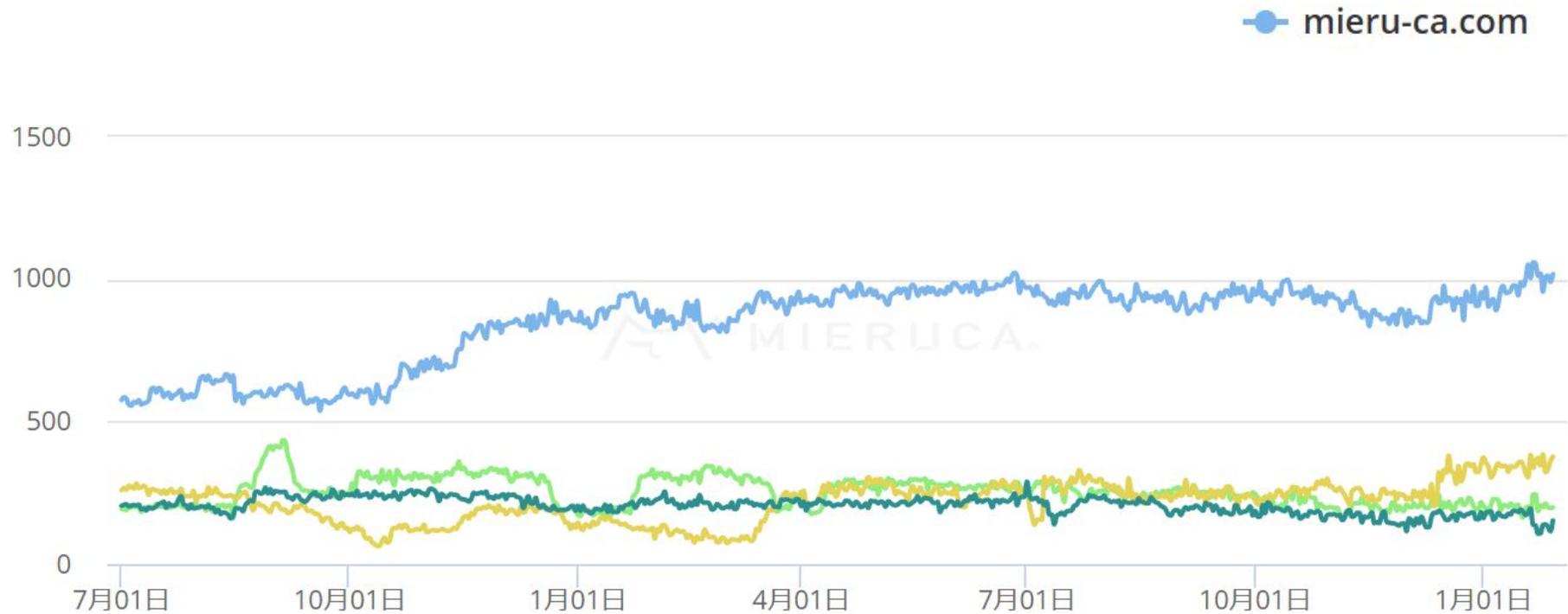


事例掲載  
社数  
159社  
(2026年1月時点)

潜在顧客が当社メディアにアクセスした際、  
同業種の成功事例が後押しとなり問い合わせ増に繋がっている

# ファインダビリティ・スコア

検索エンジンでの発見性を示す指標が競合他社を超える水準を継続中。市場でのプレゼンス強化と顧客獲得効率の向上を実現



期間：2024/7/01~2026/1/31

# 市場における競争力① リード獲得力 -展示会-

展示会におけるリード獲得単価は業界平均の1/8程度※1

経験の蓄積に伴うオペレーションエクセレンスにより低いコストで大量のリード獲得が出来ている状況

2024年2月開催  
DX総合EXPO 2024 春 東京



2025年1月開催  
マーケティング・セールス World 2025 東京【春】



祭の雰囲気醸成

バディ制度

タイムマネジメント

※1 展示会主催者や出展社へのヒアリングを通じて確認

※2 2024年2月開催「DX総合EXPO 2024 春 東京」出展社ダッシュボードより

※3 2025年1月開催「マーケティング・セールス World 2025 東京【春】」出展社ダッシュボードより



# 市場における競争力② プロダクト力

使いやすく、かつ現場が導入しやすい価格の製品を幅広く取り揃えることで、リードから受注に繋げる体制を構築

## 高い評価を得る製品と幅広いラインナップ



## 現場が導入しやすい価格

製品	サービス内容	価格
MIELCA Heatmap	ヒートマップ・ユーザー行動分析	5万円/月～ (無料プランにサポート付)
MIELCA SEO	SEO・コンテンツマーケティングツール	15万円/月～ サポート付
MIELCA Local	店舗向けマーケティング	9,800円/月～ サポート付
MIELCA Conversion	CX・web接客ツール	5万円/月～ サポート付
MIELCA GEO	AI検索対策・分析ツール	5万円/月～ サポート付

参考

大手SEOコンサルティング 80～100万円/月～  
大手CX・web接客ツール 顧客単価 97万/月～

## 市場における競争力② プロダクト力

早期から海外でのオフショア開発や大学との共同研究を行い、プロダクトの価格と性能を両立

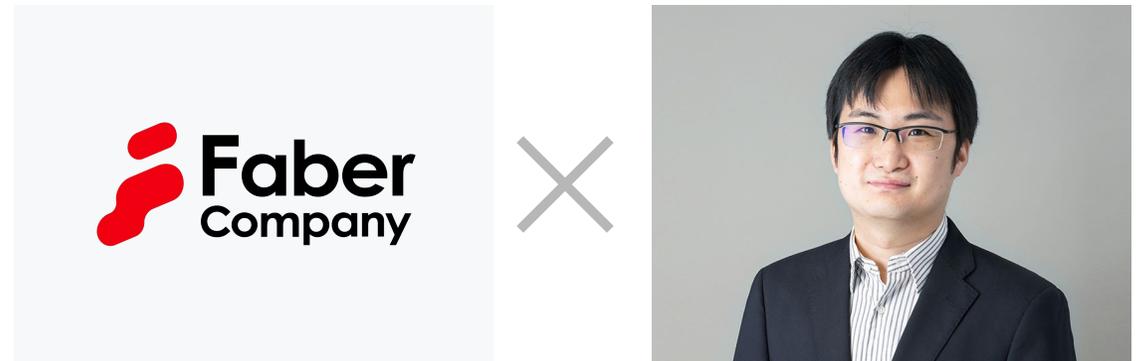
コストメリットを活かした、ベトナムでの開発



ベトナム国ホーチミン市にオフショア開発拠点を保有

人件費以外のコストも含め、  
国内と比べ遥かに安価な開発体制

10年以上にわたる大学との共同研究

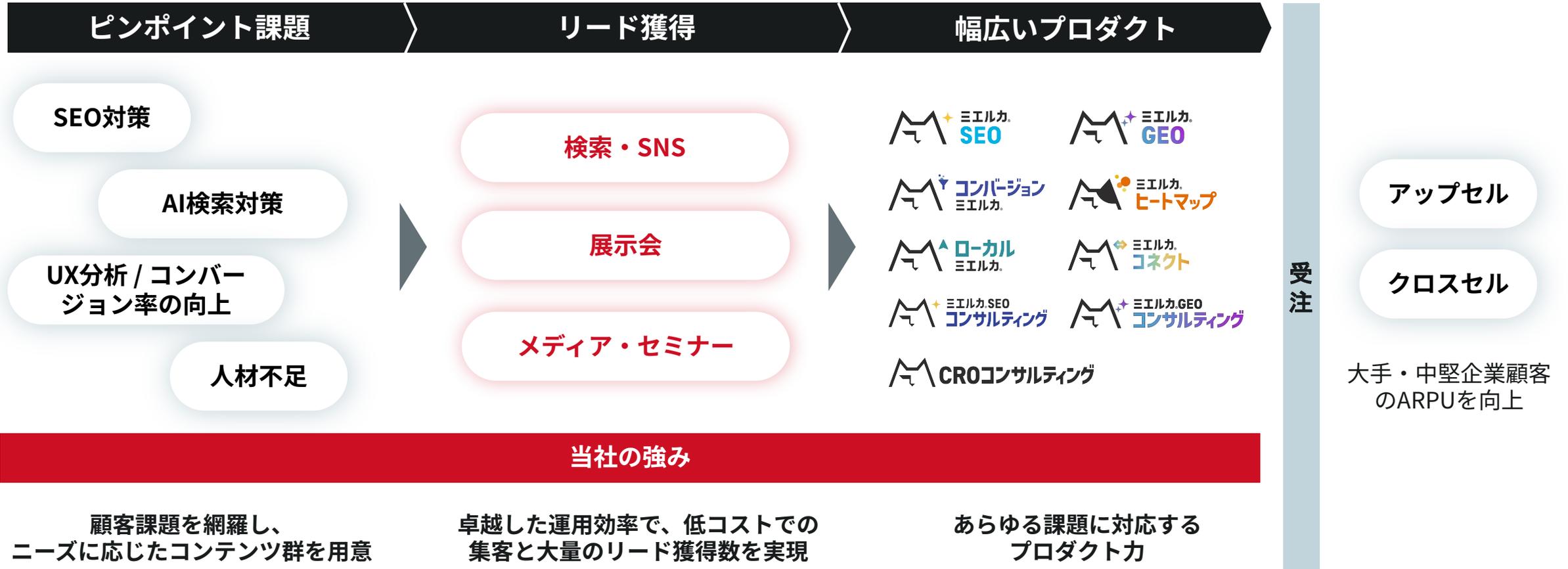


筑波大学ビジネスサイエンス系  
准教授 共同研究者 吉田光男

自然言語処理・人工知能技術に  
精通した教授との共同研究を2014年から開始、  
10年以上にわたって継続

# リード獲得力×プロダクト力による展開

ピンポイント課題から来る潜在顧客のリードを広く獲得し、プロダクト力を通じて受注する体制を強みとする



# 生成AIを活用したサービス群を展開

企業毎の課題に応じてマーケティング業務を最適に自動化する生成AIを活用したサービスを展開し、業界のリーディングカンパニーを目指す

## 現在のミエルカプロダクト群



施策毎の個別最適

## ミエルカプロダクトの未来



企業毎にデータを蓄積し最適化



# AI検索対策をミエルカするソフトウェア Gemini・ChatGPTで自社ブランドが引用されているかを調査

## AIOレポート機能

AI Overviewsでの  
ブランド言及を可視化

ページ別・AI検索流入状況

キーワード: [検索] 表示数: [設定] 1/10ページ

ランディングページ	流入元	セッション数	流入ユーザー数	キーワード
<input type="checkbox"/> /tag/owned-media-financial/	Fole	2264	1845	0
<input type="checkbox"/> /tag/seo-measures/	ChatGPT	2082	2904	2
<input type="checkbox"/> /tag/seo-measures/	Gemini	2758	356	3
<input type="checkbox"/> /tag/charge-ssl/	Perplexity	1828	584	0
<input type="checkbox"/> /tag/google-tag-manager/	Perplexity	1183	465	1
<input type="checkbox"/> /tag/ssl/	Perplexity	3526	418	2
<input type="checkbox"/> /tag/ssl-of-gemini/	Claude	1183	465	4
<input type="checkbox"/> /tag/map/seo/automatic-analysis/	ChatGPT	3526	418	0
<input type="checkbox"/> /tag/twitter_campaign/	Perplexity	1183	465	2
<input type="checkbox"/> /tag/seo/ssl/	Claude	1267	435	1

## AI検索流入レポート機能

AI検索からの流入を可視化



## LLMモニタリング

ChatGPT・Gemini上での  
言及率・引用率

20250831\_103045 AI検索状況

検索キーワード: [検索] 検索範囲: [設定] 検索条件: [設定]

検索対象: [設定]

検索対象URL	ChatGPT	Gemini	Perplexity	Microsoft Copilot	Claude	Fole	Perplexity	Google AI Pass	Microsoft AI Pass	Google AI Pass	Rate
www.faber.com	○	○	×	×	○	×	○	○	×	○	
google.com	○	○	×	×	×	×	○	○	×	○	
youtube.com	○	○	×	×	×	×	○	○	×	○	





# ユーザー行動を可視化し、サイト訪問者の満足度を高める 生成AIを活用したコンテンツ・UX改善ソフトウェア

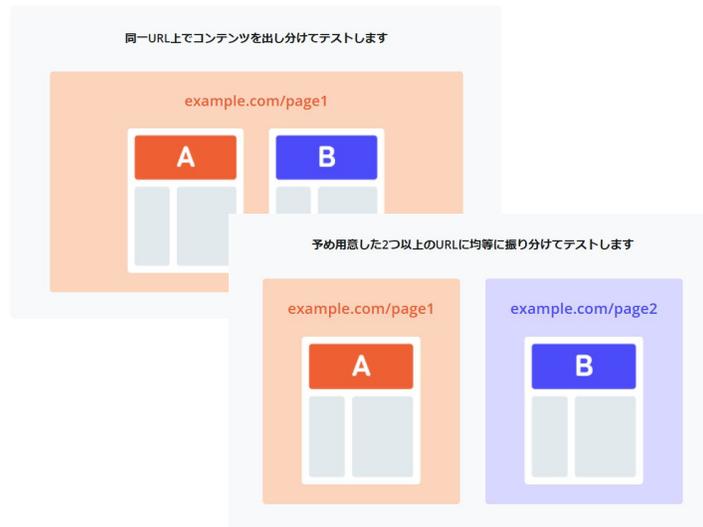
3種のヒートマップ

ユーザー行動がわかる



A/Bテスト

勝ちパターンがわかる



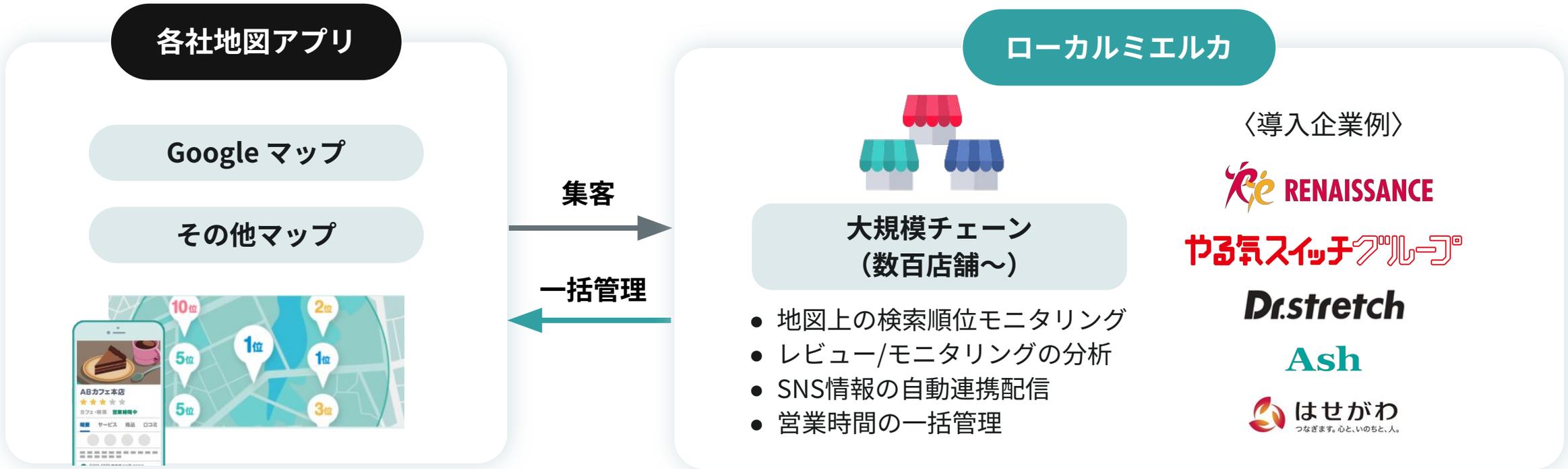
AIによる自動データ解析

AIが改善を提案





# Googleビジネスプロフィールや各種地図アプリ上からの流入を最大化 大手・中堅チェーン事業者向けの、店舗情報一括管理ソフトウェア





# ノーコードでWebサイトをパーソナライズし、コンバージョンを最大化 Web接客/LTV最大化ソフトウェア

来訪ユーザーがわかる

サイト来訪ユーザーの  
アクションがわかる



ユーザーのアクセス情報・行動履歴

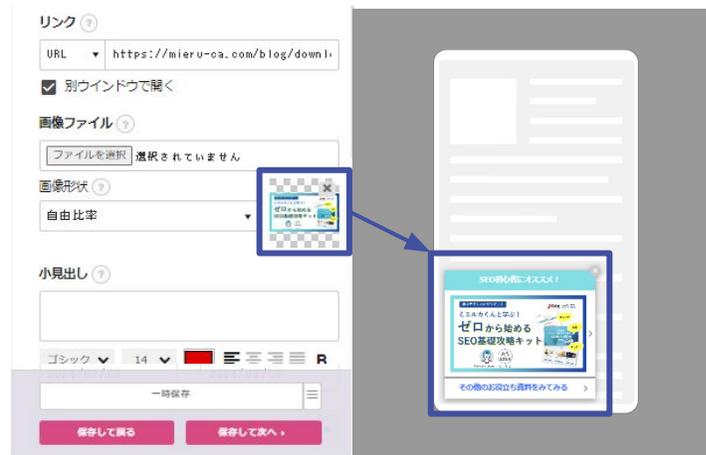
WEB接客ができる

来訪ユーザーに合わせた  
シナリオでポップアップを出せる



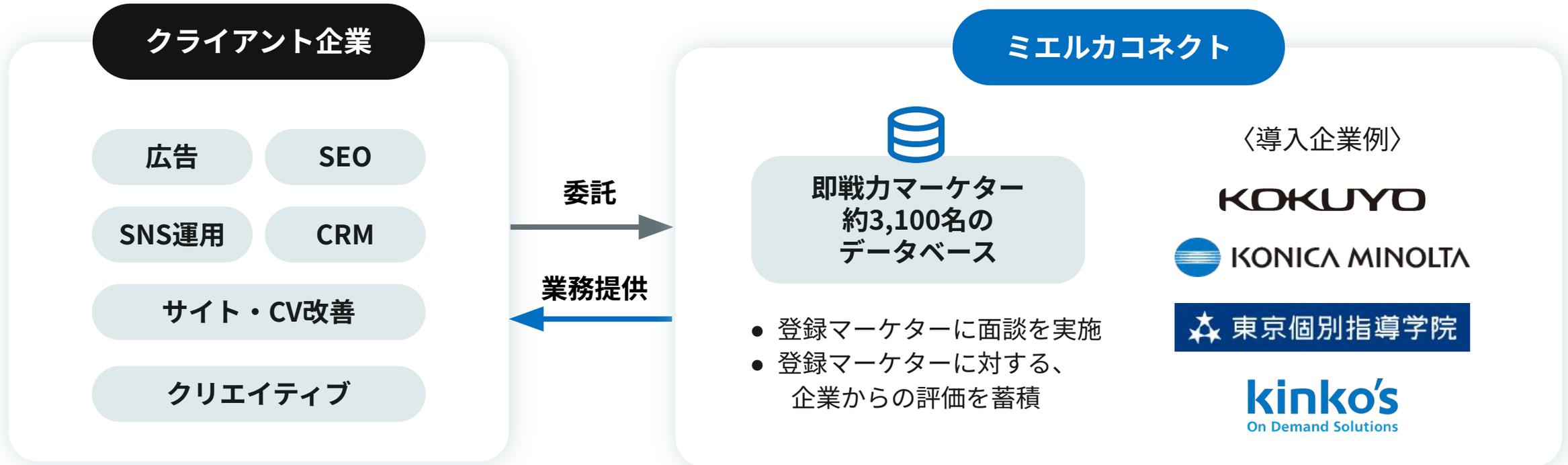
ノーコードで改善できる

非エンジニアでもサイト改善可能な  
テンプレート・ノーコード機能を標準装備





# 約3,100名<sup>※1</sup>のデジタルマーケティング人材が登録する 即戦力マーケティング人材を企業に提供するサービス



# Appendix

1. 競争優位性

---

2. 市場規模/ターゲット

---

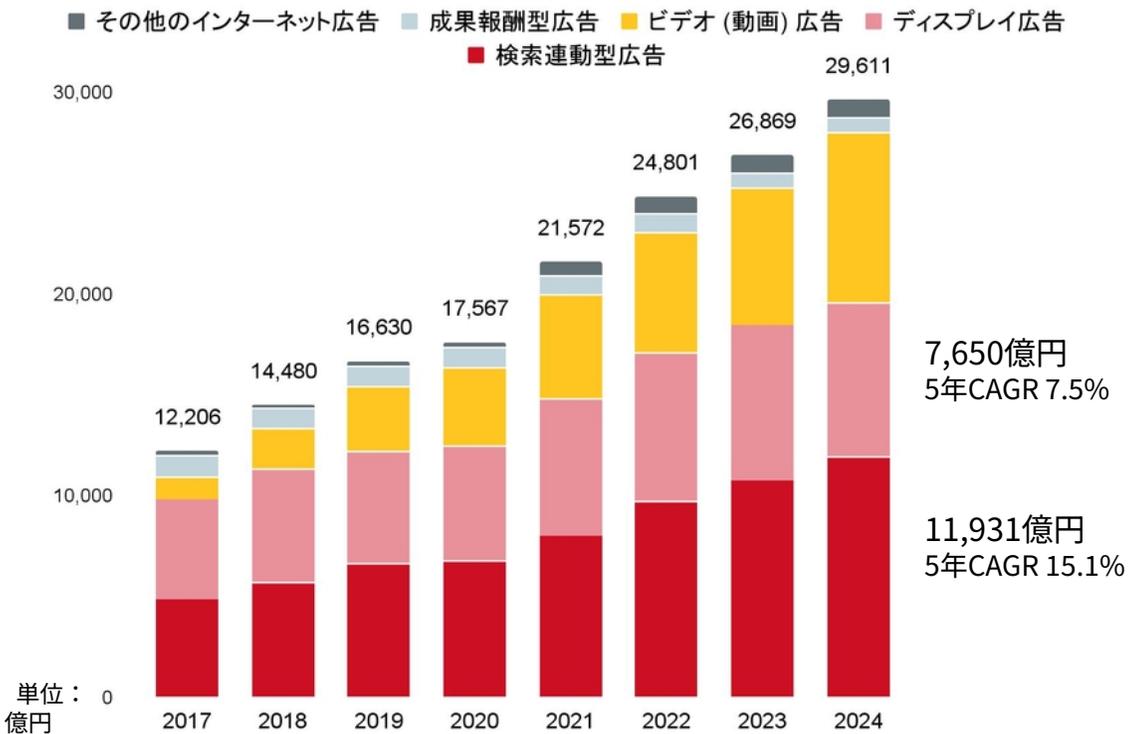
3. その他

---

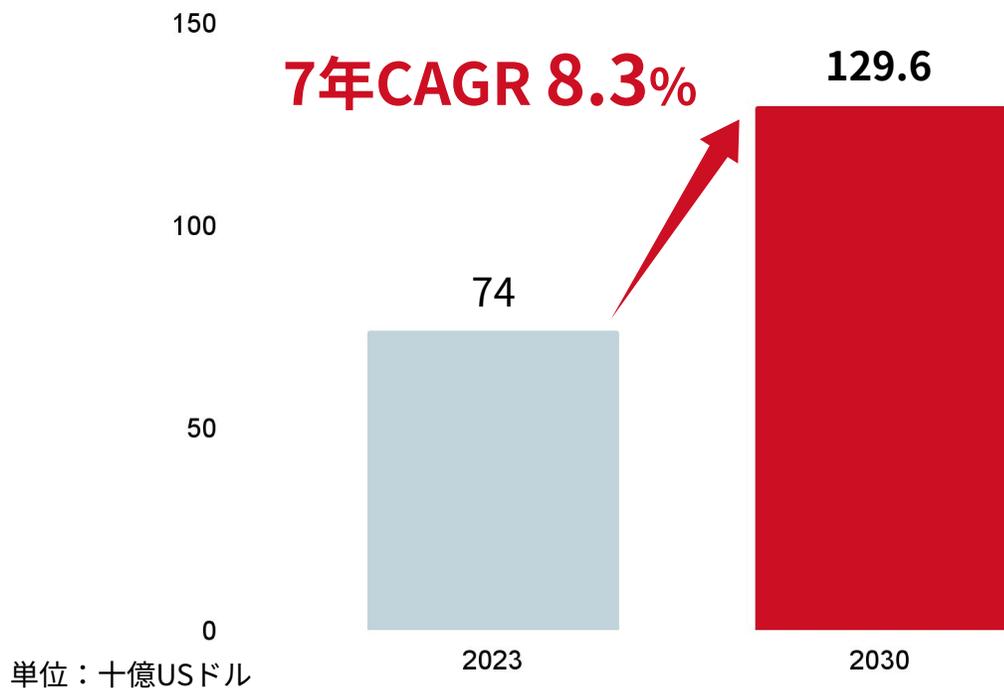
# 市場規模

SEO関連に特定した国内の市場規模調査は無いが、同様の目的での支出に関するインターネット広告市場は成長継続。世界においては8%程度のCAGRでの成長が期待される成長市場

インターネット広告媒体費の広告種別構成比※1



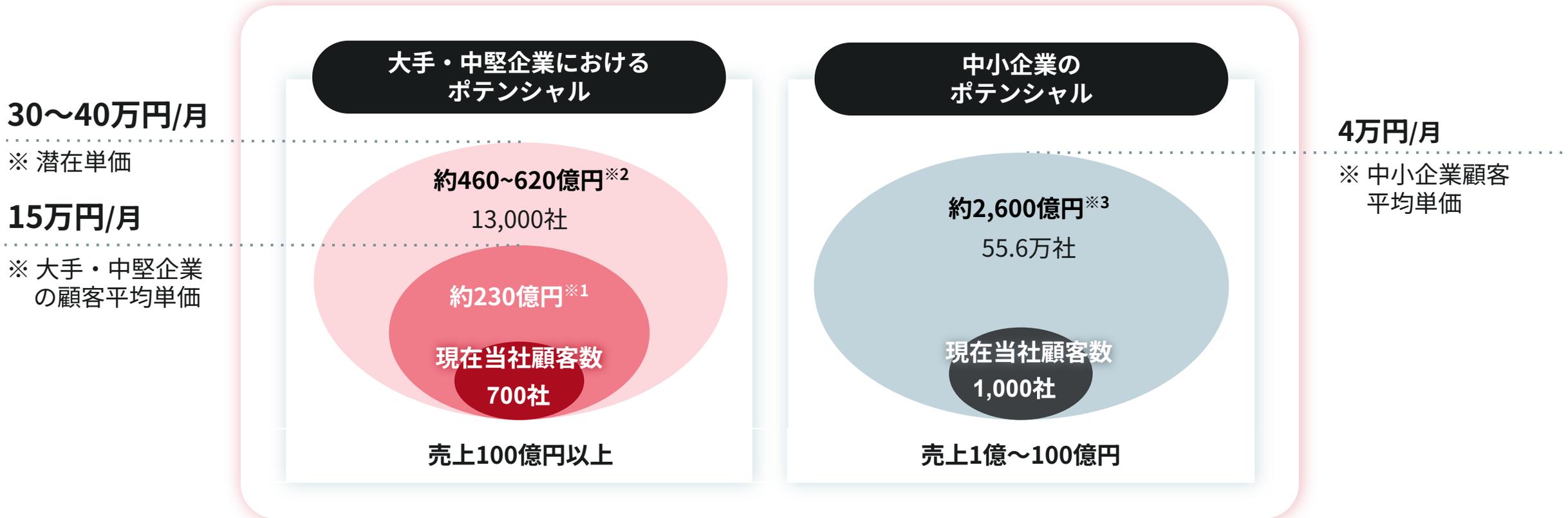
世界SEO市場見通し※2



# 市場規模（参考）

現在注力している大手・中堅企業群におけるSAMは約460億～620億円の認識

## 将来的な市場規模



参照) 経済産業省 令和3年経済センサスより売上100億円以上の企業及び売上1億~100億円未満の企業の内デジタルマーケティングを必要としない約20% (農林漁業/鉱業採石業砂利採取業/建設業/電気・ガス・熱供給・水道業/複合サービス事業/公務) を除く合計企業数としてそれぞれ 1.3万社/55.6万社 (合計56.9万社) を使用。単価について、現状の単価は当社実績値を用い、売上100億円以上の企業の潜在単価については株式会社リンクアンドパートナーズ『SEO対策の課題に関する調査』より加重平均して算出

「※1 顧客数13,000社×平均単価15万円、※2 顧客数13,000社×平均単価30万~40万円、※3 顧客数55.6万社×平均単価4万円」によって算出した年間売上高

# お客様一覧（抜粋）

大手企業を中心に、BtoBやBtoCなど幅広い業種業態の導入実績

## 人材・労務

BIZREACH パーソルキャリア

## 専門サービス

グロービス経営大学院 グロービス経営大学院  
ベリーベスト法律事務所

## 有店舗ビジネス

Dr.stretch BLUE BOTTLE COFFEE

## 金融・保険・会計

弥生 SMBC日興証券

## 小売・卸売

ABC-MART AlpenGroup

## メディア

メディアラボ KODANSHA

## メーカー

KaO KOKUYO

## 建築・不動産

STARMICA SQUEEZE

## EC・通販

raoon FUJIFILM  
COMMERCE Value from Innovation

## 旅行・観光

たびらい びゅう  
トラベル

## SaaS

Chatwork SPIRAL

## 教育

東京個別指導学院 やる気スイッチグループ

# Appendix

1. 競争優位性

---

2. 市場規模/ターゲット/収益性

---

3. その他

---

# 経営メンバー（取締役/社外取締役/監査等委員）



全社事業推進の統括、内部統制

## 稲次 正樹 代表取締役

株式会社大広、株式会社サイバーエージェント、株式会社セプテーニを経て、2011年当社入社、取締役。2018年より代表取締役



創業者、事業開発の推進

## 古澤 暢央 代表取締役執行役員Founder

株式会社光通信を経て2005年当社設立、代表取締役。  
当社設立前からデジタルマーケティングの研究・実践を開始



## 石坂 茂 社外取締役

株式会社IBJ（東証プライム）代表取締役社長。日本最大級の結婚相談所ネットワークを基軸に、ライフデザイン領域の事業を展開。2022年12月、当社社外取締役



## 中川 隆 社外取締役

富士銀行での業務を経てSBIホールディングス株式会社へと転身。SBIグループのビジネス領域が広がるとともに、最終的にはSBIホールディングス代表取締役副社長に就任し、グループ全体の成長に貢献。2024年12月、当社社外取締役



## 本橋 信之 社外取締役（監査等委員・常勤）

株式会社ADKホールディングスにて一貫して管理系業務を担当し同社の経営戦略局長、グループ事業本部長、財務経理本部長、常勤監査役等を歴任。2020年1月、当社監査役（常勤）。2022年12月、当社社外取締役監査等委員（常勤）



## 根本 鮎子 社外取締役（監査等委員）

2007年、クリフォードチャンス法律事務所入所。2023年、アクアシス法律事務所マネージングパートナー（現任）。2020年、株式会社Cure App社外監査役（現任）。2023年、株式会社メディセオ社外監査役（現任）、2022年1月、当社監査役。2022年12月、当社社外取締役監査等委員



## 高橋 龍徳 社外取締役（監査等委員）

1991年、有限責任監査法人トーマツ入所。2013年、ジオリーブグループ株式会社社外監査役（現任）。2020年3月、株式会社コシルポート社外取締役（現任）。2020年10月、株式会社日比谷総合コンサルティング設立代表取締役（現任）。2025年6月、当社社外取締役監査等委員

# 経営メンバー（執行役員/連結子会社 代表取締役）



## 副島 啓一 執行役員（ミエルカ事業部）

東京大学工学部システム創成学科卒業後はベンチャー畑に進み、事業開発・事業売却を経験。2014年、当社子会社代表取締役。2016年、当社入社、取締役。現在はミエルカ事業部管掌執行役員



## 月岡 克博 執行役員（ミエルカ事業部IMCグループ）

ソフトブレン、シナジーマーケティングを経て、2014年に当社入社。2016年にマーケティングおよび広報領域を統括するIMC部門を立上げ。2021年10月より当社執行役員



## 村尾 佳祐 執行役員（ミエルカ事業部）

帝京第三高校、帝京大学と進学。プロサッカー選手を目指すも、道半ばで挫折。2020年4月、当社に新卒入社。以降、セールス&マーケティング活動に従事し、2024年12月より当社執行役員CRO（最高収益責任者）



## 小川 卓 執行役員（CAO）

ウェブアナリストとして株式会社リクルート、株式会社サイバーエージェント、アマゾンジャパン合同会社を経て独立。2015年、当社CAO（Chief Analytics Officer）。2020年当社入社、取締役。アクセス解析領域で18冊の出版実績あり



## 山田 明裕 執行役員（プロフェッショナル事業部）

株式会社フルキャストを経て、2004年より個人事業主としてアフィリエイトメディア事業を開始し、2008年法人化。2012年当社入社、取締役。現在はプロフェッショナル事業部管掌執行役員



## 安藤 弘哲 執行役員（コーポレート本部）

中央大学商学部在学中に公認会計士試験合格。大手監査法人を経て、2021年12月に当社入社。バックオフィス体制の強化を図り、2022年10月より執行役員コーポレート本部長



## 鈴木 謙一 執行役員（Search Advocate）

「海外SEO情報ブログ」の運営者。ITトレーナーや情報システム管理者等を経て独立。2011年当社入社、取締役。海外カンファレンスでの登壇実績多数



### 連結子会社

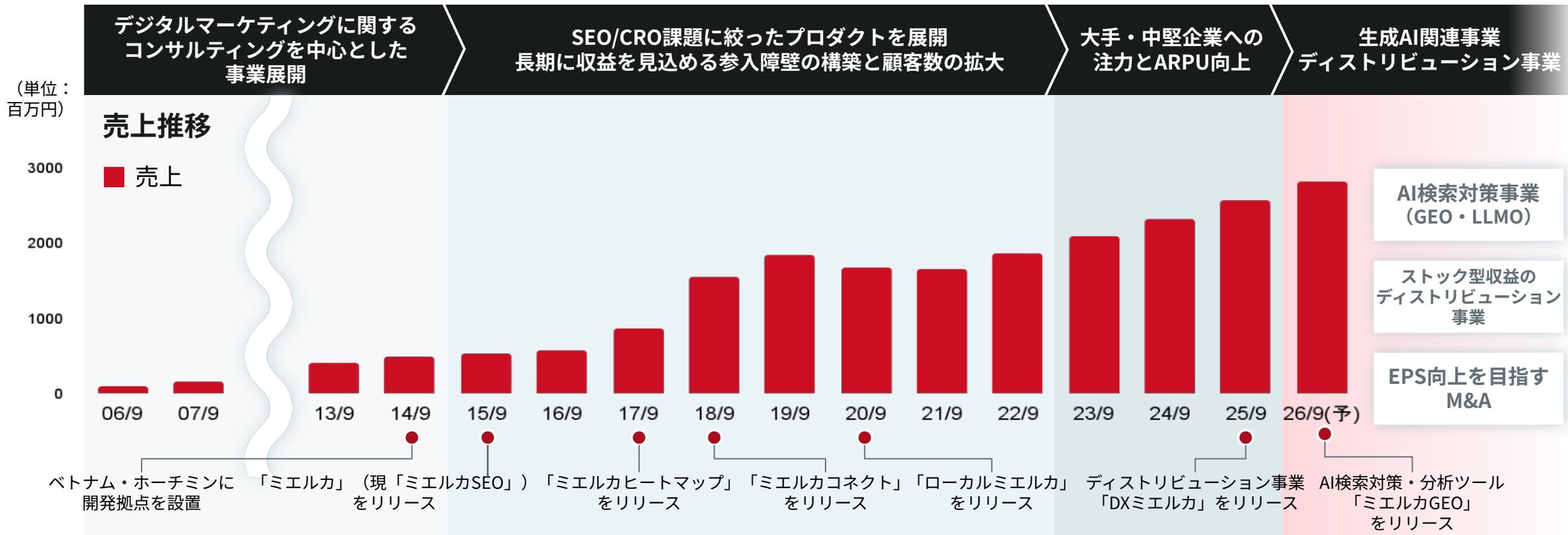
## 辻 正浩 株式会社so.la 代表取締役

営業・制作を経てSEO専門家に。株式会社アイレップでSEOディレクターとして業務を行なった後、株式会社so.la代表として大規模サイトのSEO支援に注力。Web人特別賞受賞

# 沿革

デジタルマーケティングの草創期より事業を展開。2014年よりSEO/CRO領域に狙いを定め、ツールやリソース提供を行うサービスを充実

FY26/9より、生成AI関連事業の拡充やディストリビューション事業を通じて業容の拡大を目指す



# Faber Companyの存在意義と展望

存在意義

## PURPOSE

### 辺境の知から、“マーケティングゼロ”を実現する

面白いコト・モノ・オリジナリティはいつだって辺境から生まれてきました。

私たちは世間から気付かれなかった知、発想や才能＝“辺境の知”に目を向けることで、「無理に不要なものを売る」という発想をこの世から減らしたいと考えます。

最終的に、売り手と買い手の境界線をなくす＝“マーケティングゼロ”を実現し、知の探索者を世に増やすことがFaber Companyの役割です。

展望

## VISION

### 第1フェーズ「マーケターのライフラインになる」

2028年9月末までにエンゲージメントアカウント数10万人の獲得を目指します。

国内マーケティング従事者約40万人のうち、25%＝10万人とエンゲージメント（支持してくれる関係性）を高める事でマーケターのライフラインとなり、展望第2フェーズに繋がります。

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向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、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に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。

本資料に関するお問い合わせは下記にお願いいたします。



〒105-6923 東京都港区虎ノ門4丁目1-1 神谷町トラストタワー 23F 受付

☎ 03-5545-5230 (平日 9:30~18:30)

✉ [ir@fabercompany.co.jp](mailto:ir@fabercompany.co.jp)