



2025年9月期 通期決算説明資料
(2025年11月13日)



INDEX

1. 事業概要

2. 通期決算概要

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



デジタルマーケティング
リソース※2

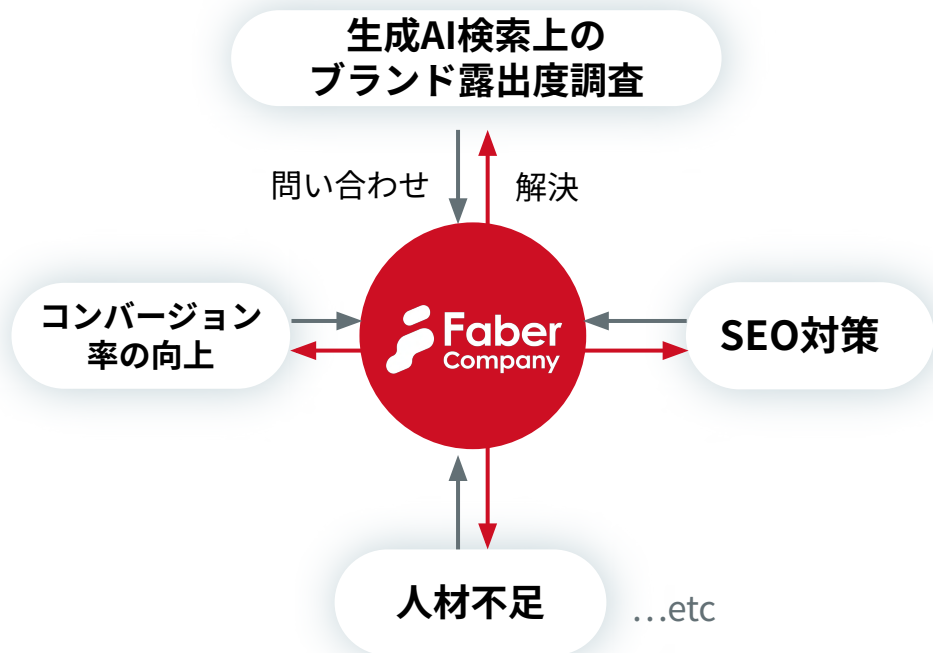


当社のビジネスモデル

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

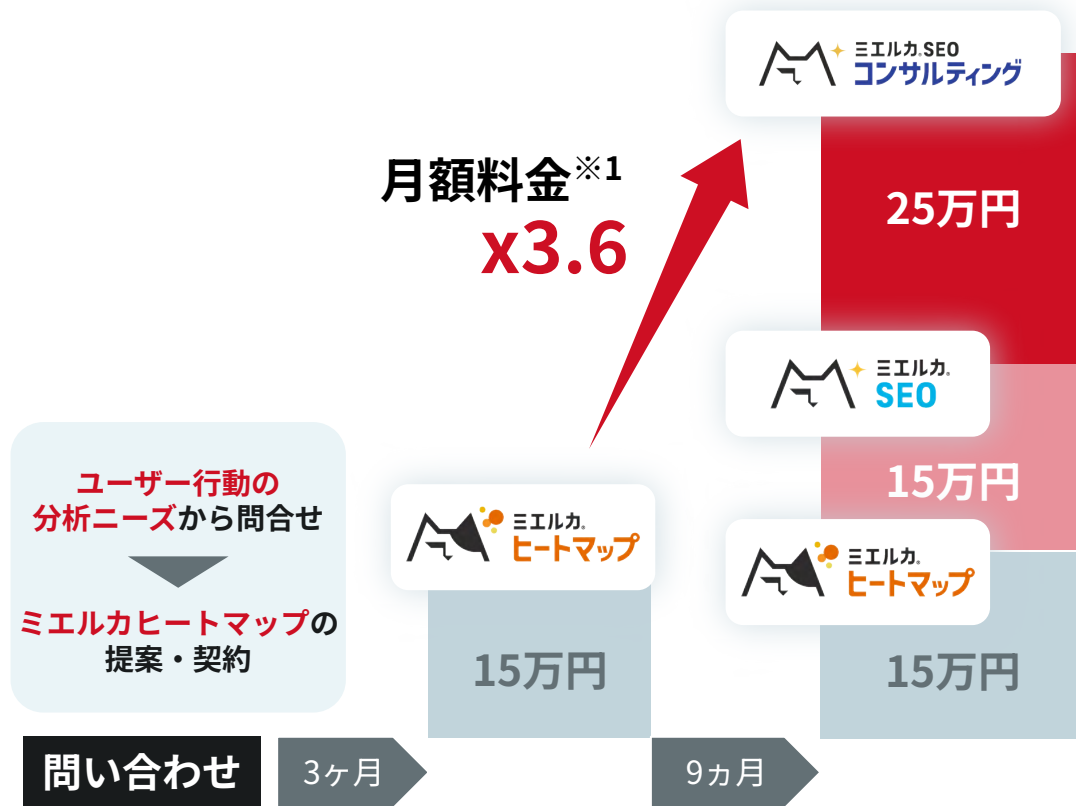
継続型売上比率
80%超※1



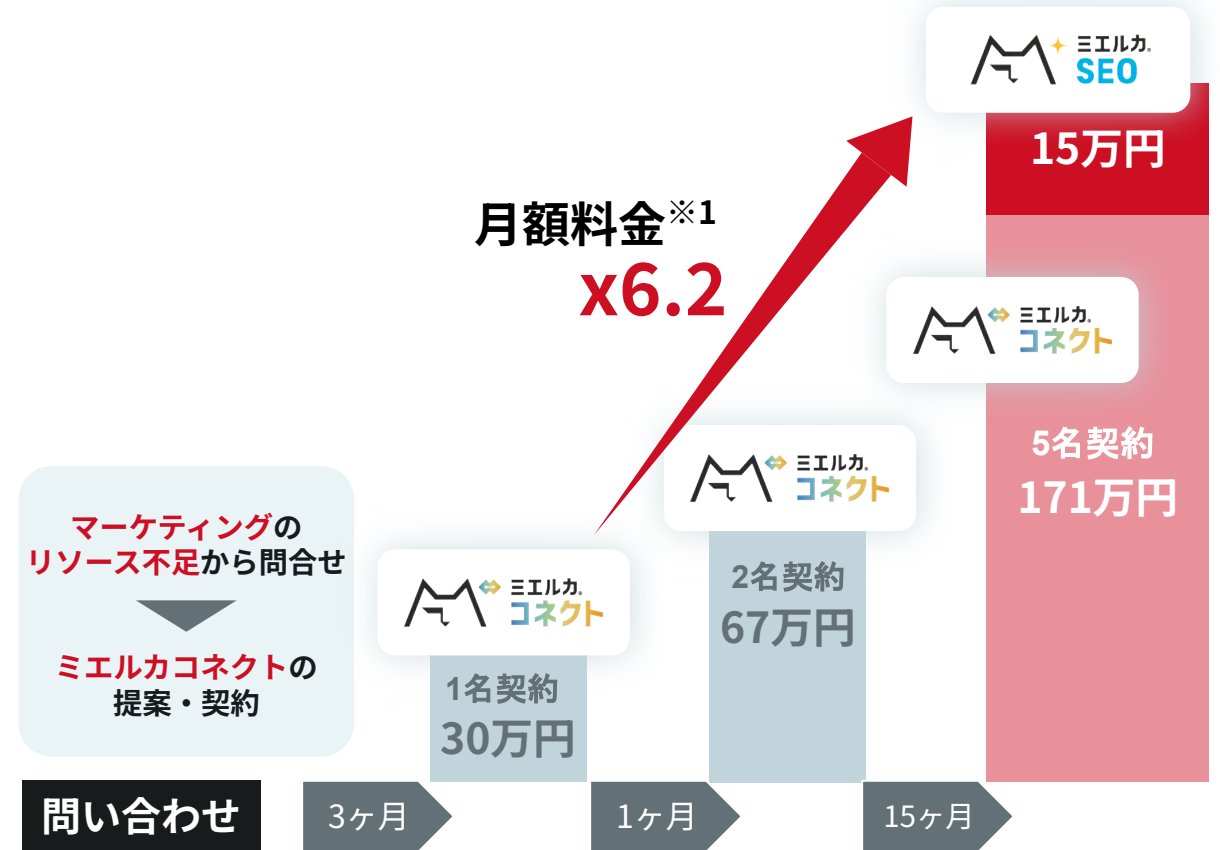
※1 継続型売上：対象月から1年遡って、合計6ヶ月以上売上が発生しているクライアントを対象月の継続取引顧客と定義し、当該クライアントへの売上を継続型売上と定義

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

FY23/9～

FY26/9～

SEO/CRO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

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

1 生成AIを活用した機能開発 (P.15)
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.19)
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%

項目	FY21/9実績	FY22/9実績	FY23/9実績	FY24/9実績	FY25/9実績
売上高 注力事業	1,499	1,787	2,059	2,304	2,560
売上高 非注力事業	312	209	124	13	376
営業利益 注力事業	265	251	289	332	376
営業利益 非注力事業	-	-	-	-	-

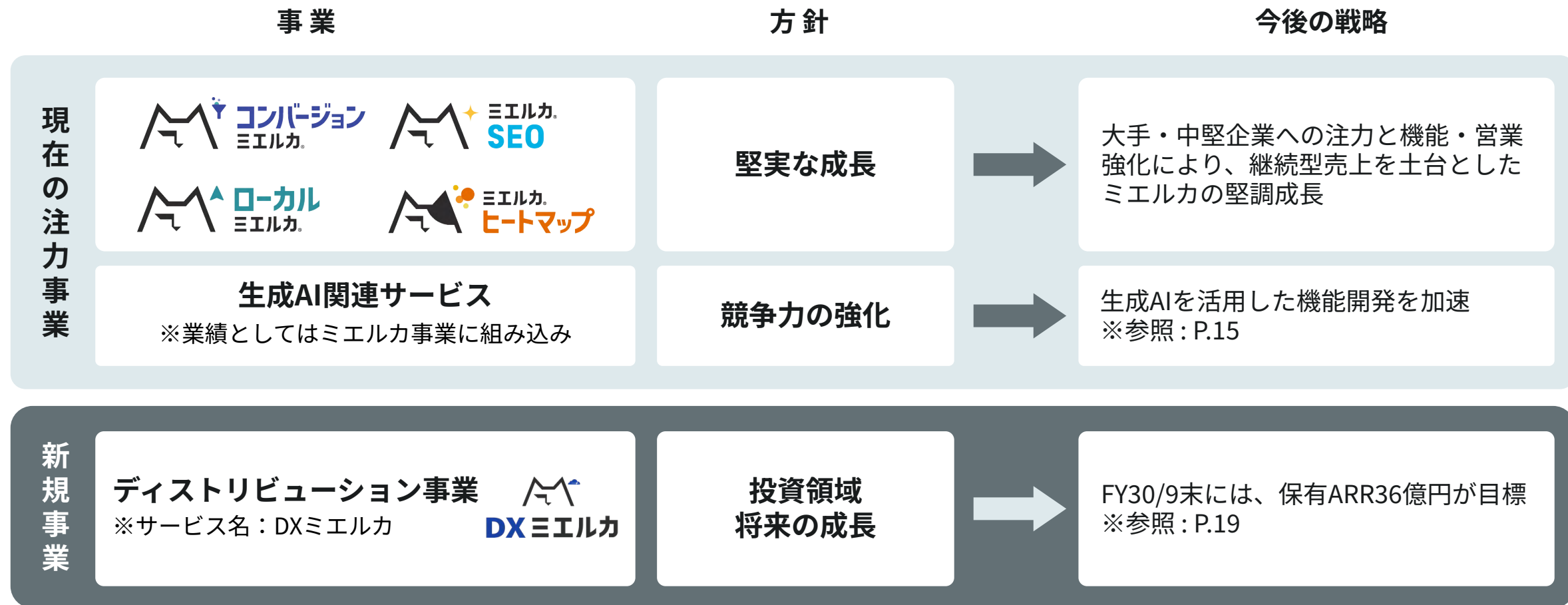
単位：百万円

■ 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

P.6
Copyright © FaberCompany, Inc.

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生成AI関連サービスや、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. 通期決算概要

FY25/9 通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の創出

売上高累計

2,560百万円

YoY **+10.5%**

業績予想比 **100.2%**

営業利益累計

376百万円

YoY **+12.4%**

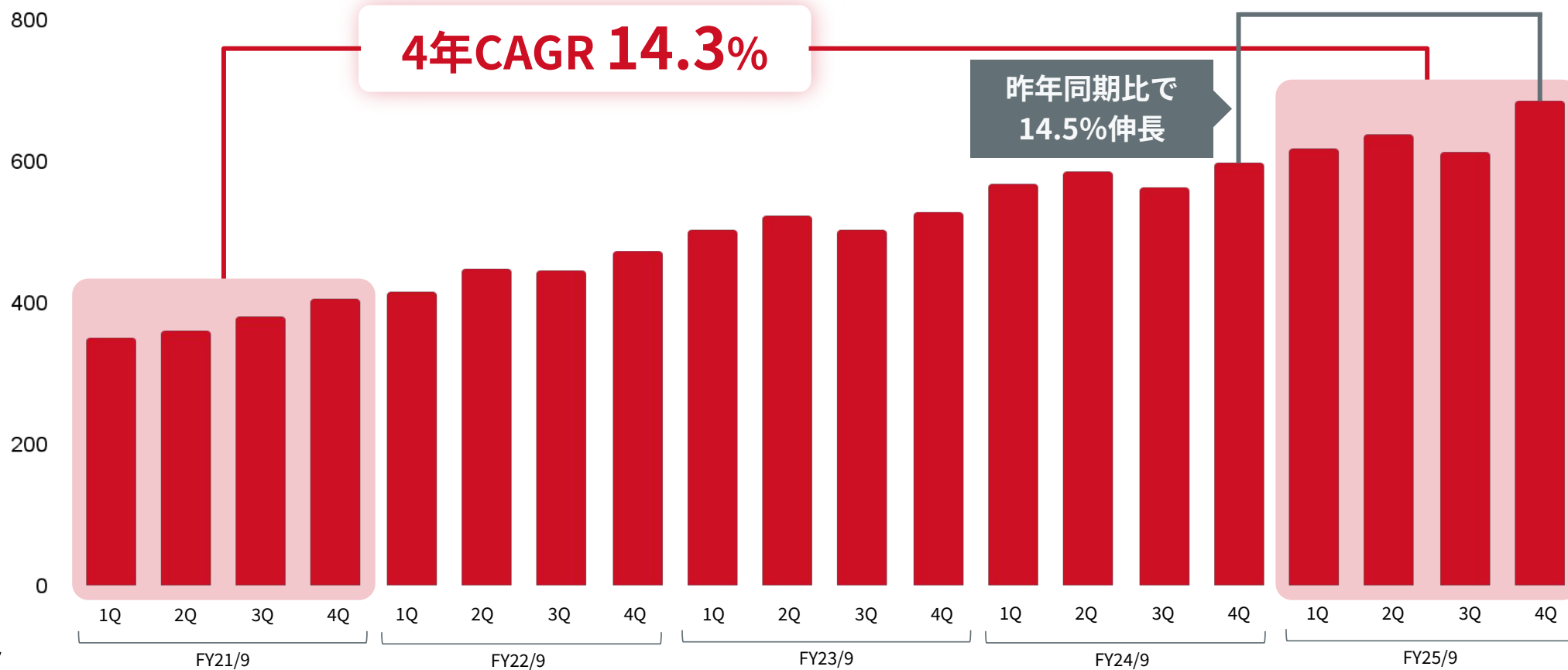
業績予想比 **100.0%**

- FY25/9は大手・中堅企業向けの取組が奏功し、売上高はYoY **+10.5%**の堅実な売上成長を達成。**四半期売上は、686百万円で過去最高を記録**。新規事業への先行投資を行いつつ、営業利益はYoY **+12.4%**で計画どおりの着地
- FY25/9は営業利益がYoY **+12.4%**（FY24/9における昨対営業利益成長率 **+8.3%**）。FY25/9は継続型売上を土台に新規事業へ投資しつつも、EPS及び昨対営業利益成長率が向上
- 新たに開始したディストリビューション事業は、約20社からの受注。順調に滑り出し

ミエルカ事業の四半期売上推移

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。市場トレンドに沿った機能開発と営業体制の強化を進めた結果、ミエルカ事業は継続型売上を背景に堅調に成長

ミエルカ事業の四半期売上推移（5期分）

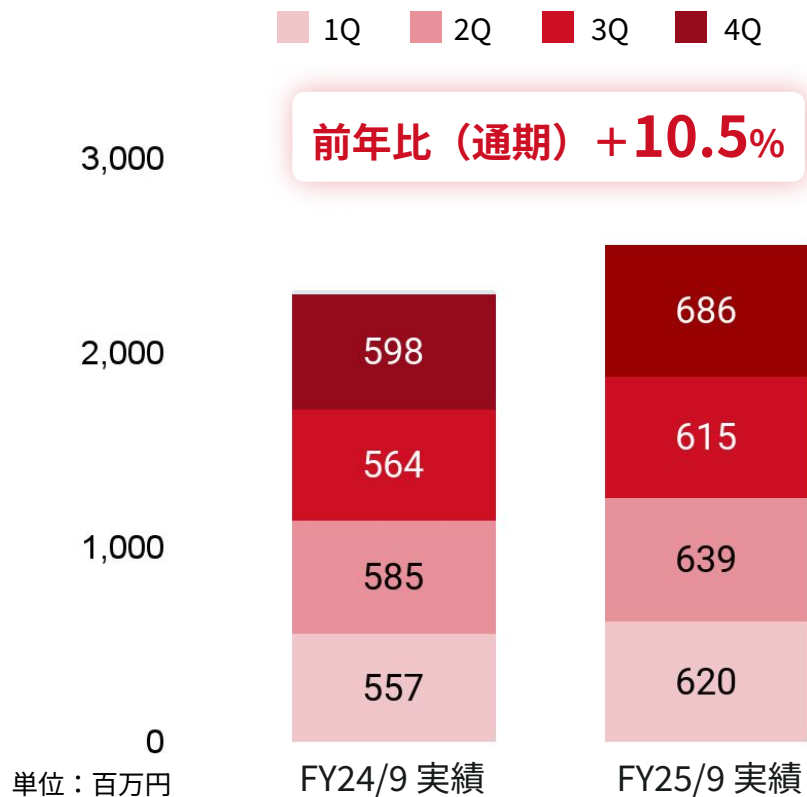


FY25/9 四半期連結業績（前年同期比）

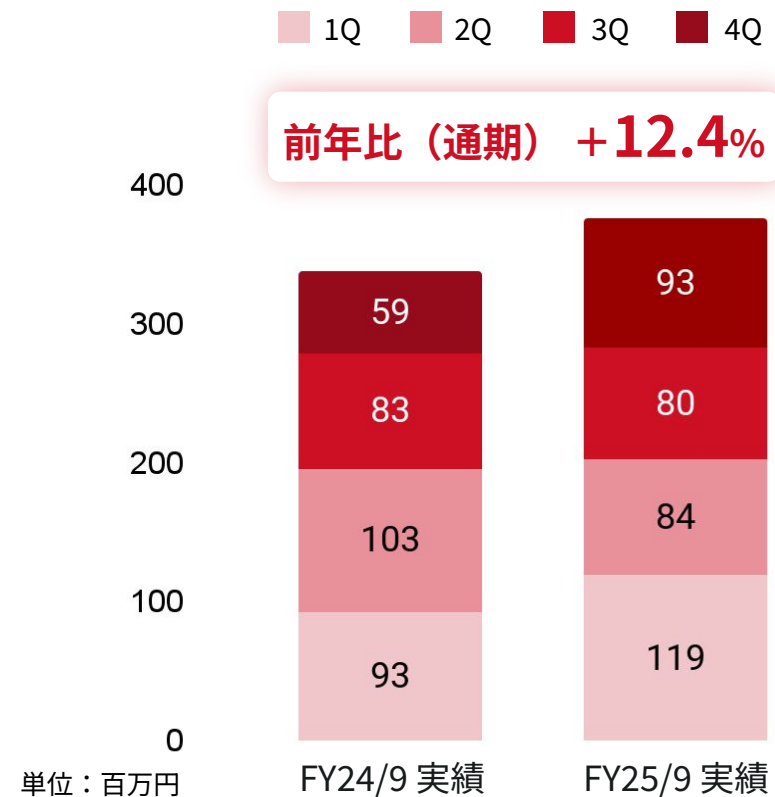
売上高は前年比+10.5%の成長を実現し、通期売上高は計画通りの着地。

営業利益はディストリビューション事業に投資しながらも、前年同期比+12.4%となり計画通りの着地

売上高 通期推移



営業利益 通期推移



KPI

営業・CSともに面談数が増加し、既存顧客からの粗利益は拡大傾向。重要視している月粗利益30万円以上・3～30万円レンジの契約も順調に増加

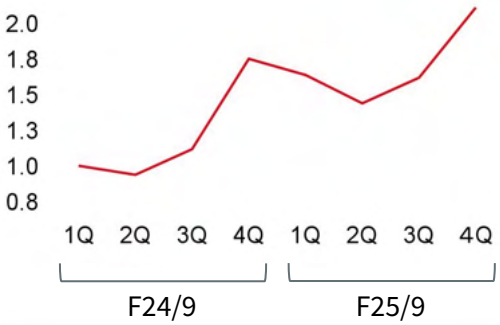
粗利益別 契約社数の推移

1社あたり月額粗利帯の契約社数（契約社数は四半期平均）

	FY 24/9	FY 25/9			
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
合計	1,713	1,714	1,710	1,695	1,668
月粗利益 30万円以上	65	74	84	86	93
月粗利益 3~30万円	781	794	807	817	824
月粗利益 3万円未満	867	846	819	792	751

営業及びCS活動における接点総数※2

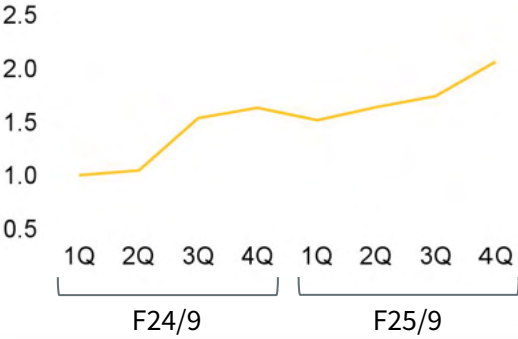
営業チーム 新規決裁者商談割合



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
- 決済者ロープレ、日次トーク スクリプト改善

CSチーム※1 既存顧客面談割合



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

※1 当社では、デジタルマーケティング施策成功に向けて、顧客に伴走しながらミエルカシリーズの使い方やサポートを支援するチーム

※2 FY24/9 の1Qを基準(1.0)とした数値

クロスセル戦略

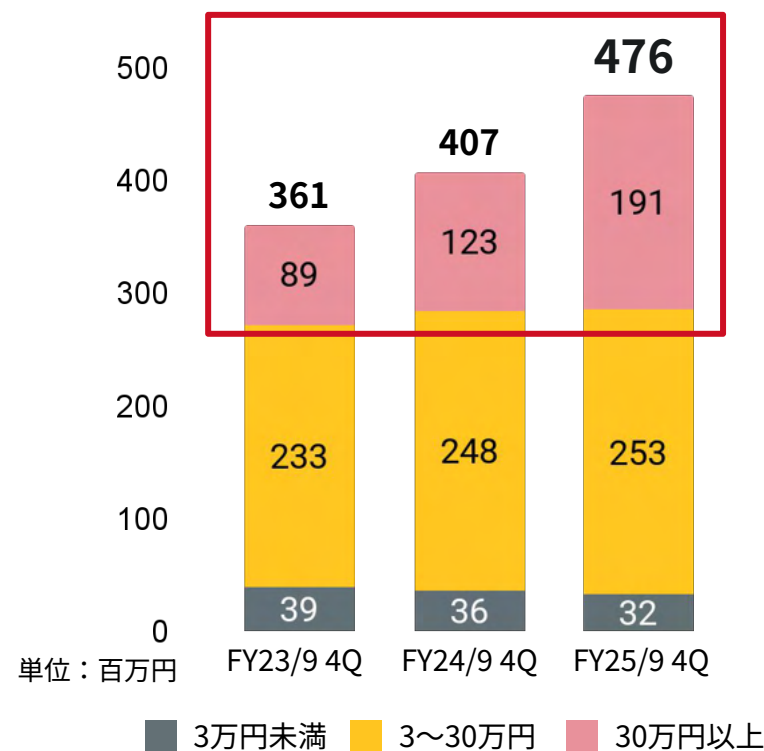
FY23/9より複数プロダクト導入の余地が高い大手・中堅企業にリソースを集中。特に月粗利益30万円以上の顧客が大きく伸長

契約社数（四半期平均）と粗利益

月粗利益水準別の契約社数
(各期における4Qの平均社数)

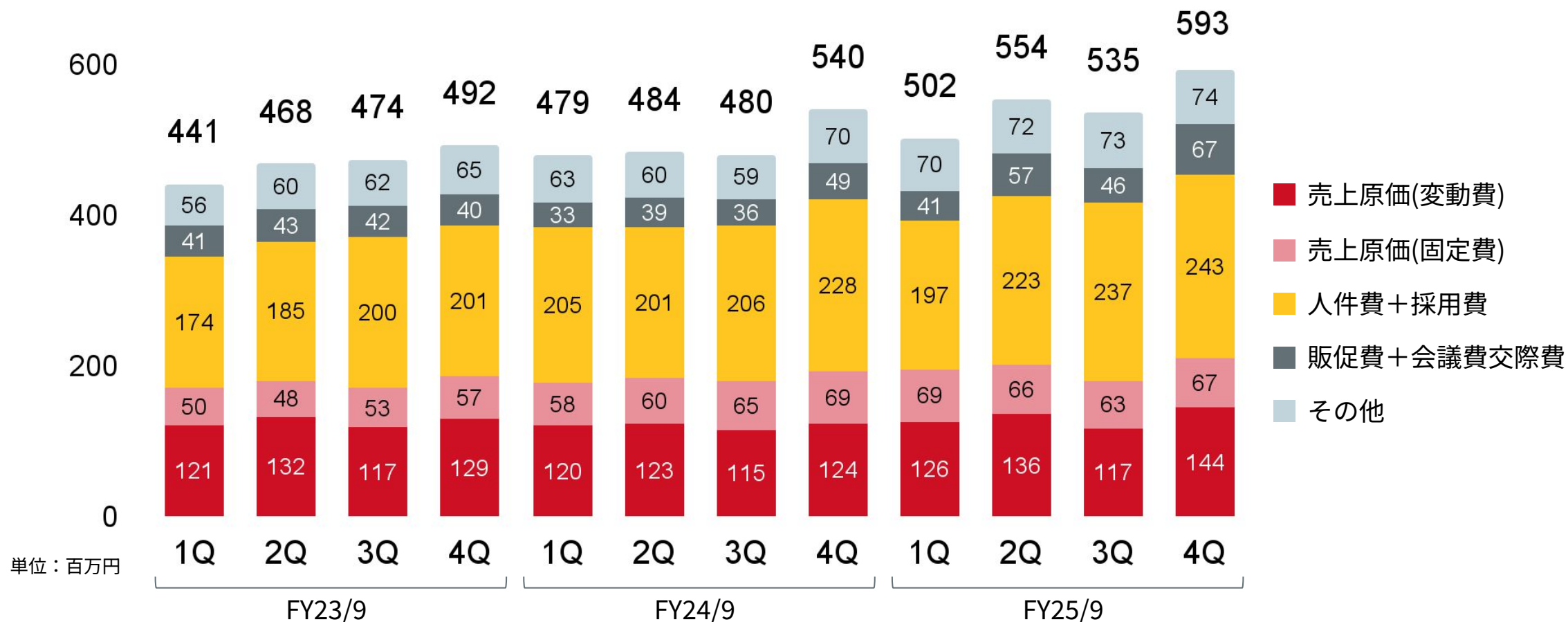
	FY 23/9	FY 24/9	FY 25/9
30万円以上	51	65	93
3~30万円	746	781	824
3万円未満	958	867	751

月粗利益水準別の粗利益



費用構造

販促費・人件費を中心に、来期以降の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関連サービスへの先行投資を拡大。4Qはリソース提供事業の売上増に伴う変動原価の増加

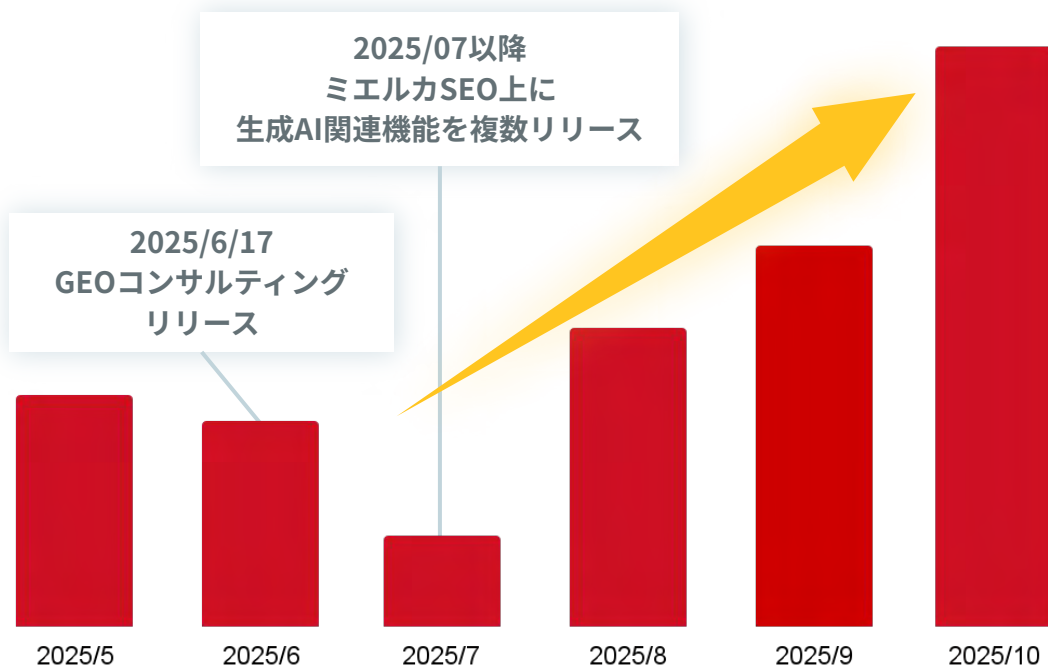


3. 生成AI関連事業

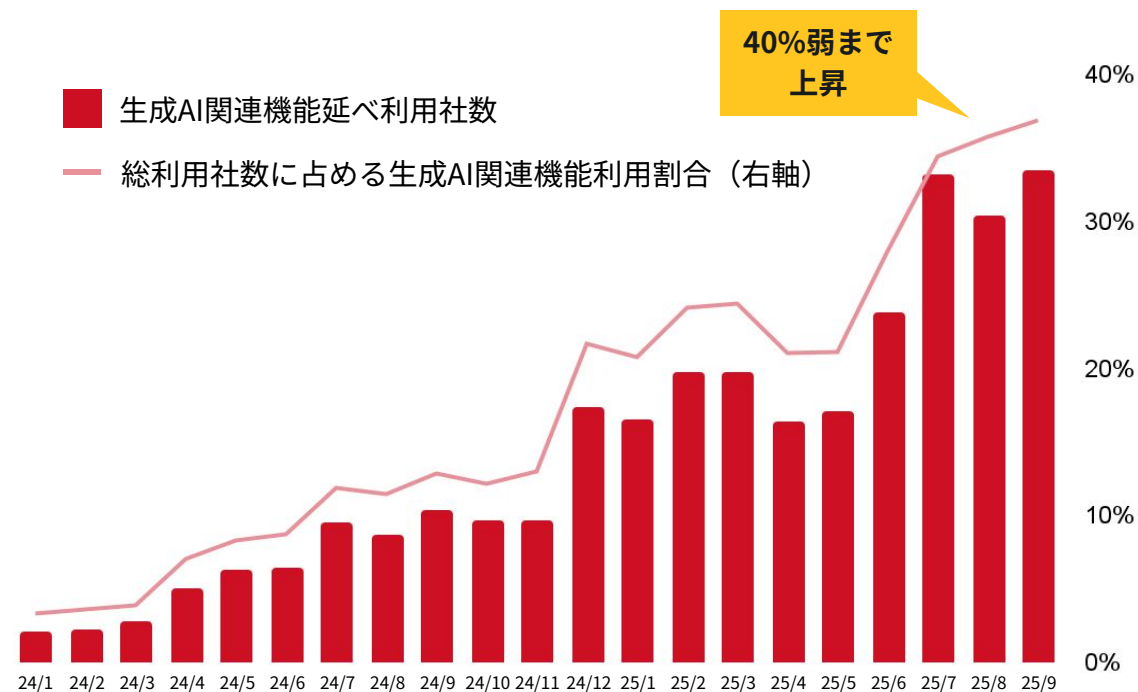
生成AI関連サービスへの問い合わせ・利用回数は増加

生成AI関連機能のトライアル申し込みや問い合わせが増加。ミエルカSEO機能のAIシフトも進展し、生成AI関連サービスの利用が拡大。中長期の成長に向けた基盤形成が進む

生成AI関連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

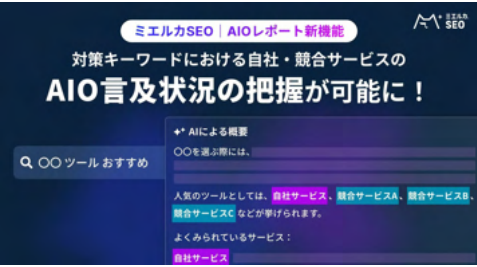
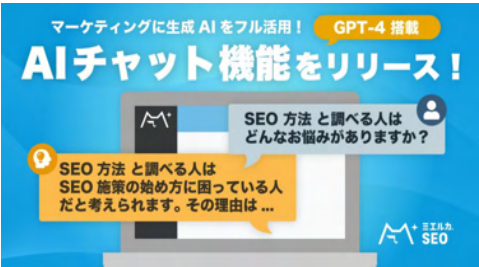
ありがとうございます！メディアのトピックとして「デジタルマーケティングにおける情報発信。主にSEOや生成AI、SNSなど」として承りました。次に、メディアのコンバージョンポイント（目標とする成果）は何でしょうか？例えば、問い合わせ獲得、資料ダウンロード、サービス申込み、メルマガ登録などがあります。



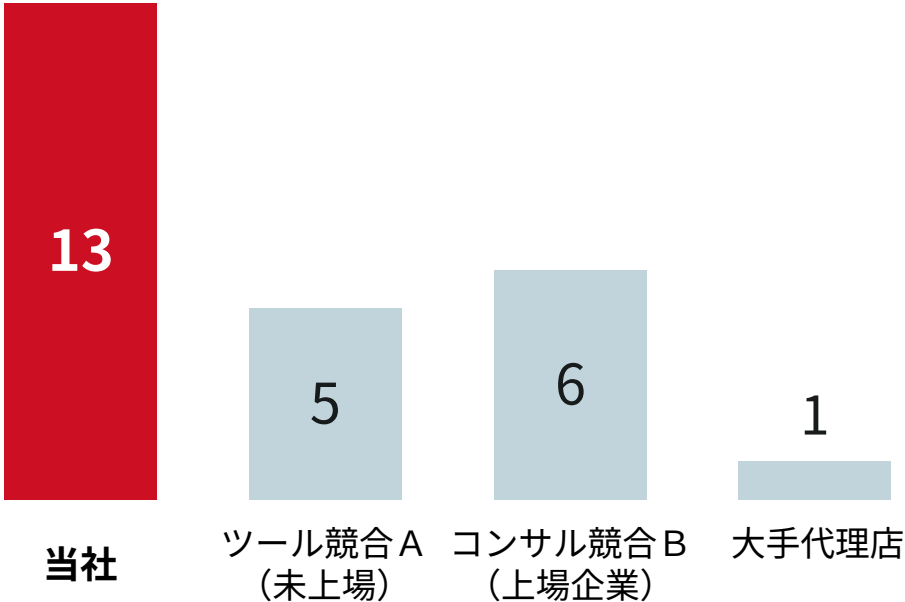
トップコンサルタントの技を再現する
AIエージェント（β版）

FY25/9 における生成AI活用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、競合よりも遥かに多い状況



生成AI活用機能のプレスリリース数 競合比較※1

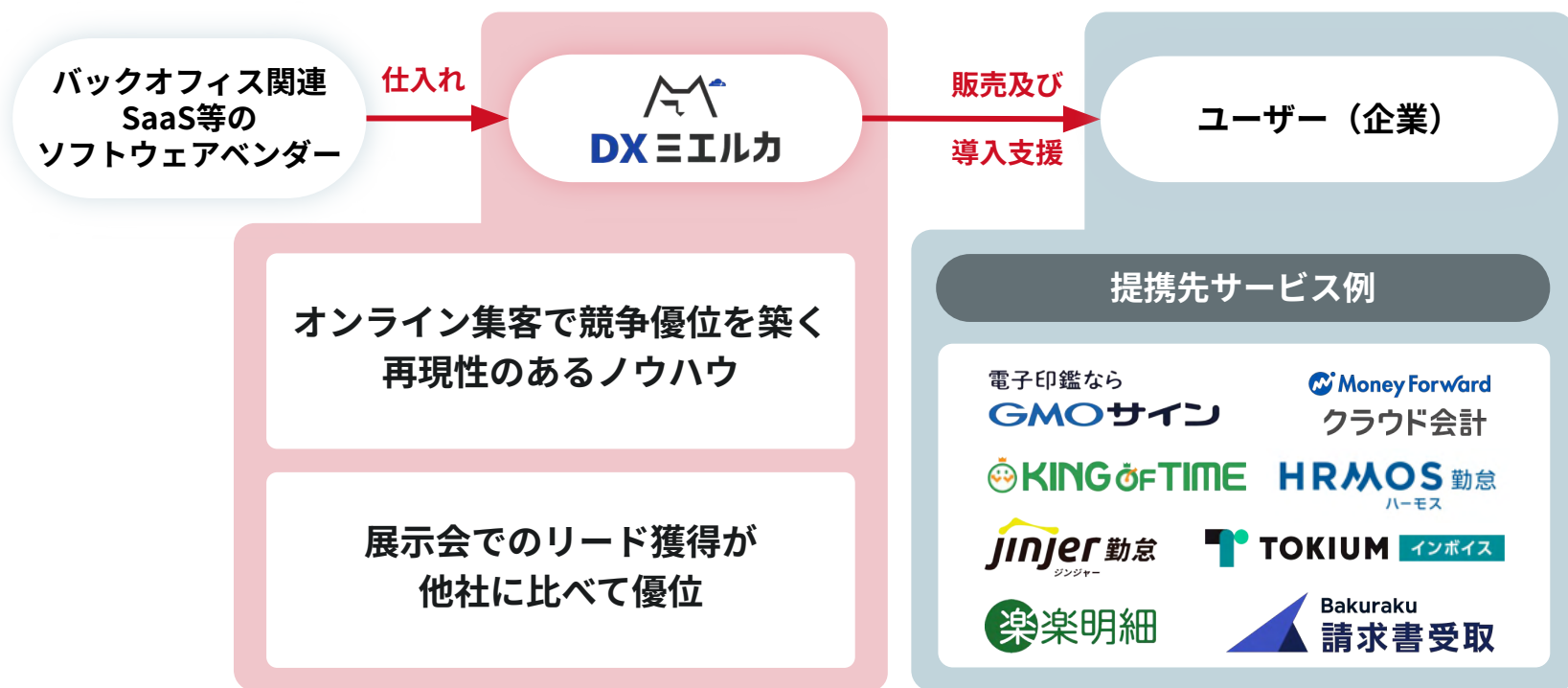


4. ディストリビューション事業

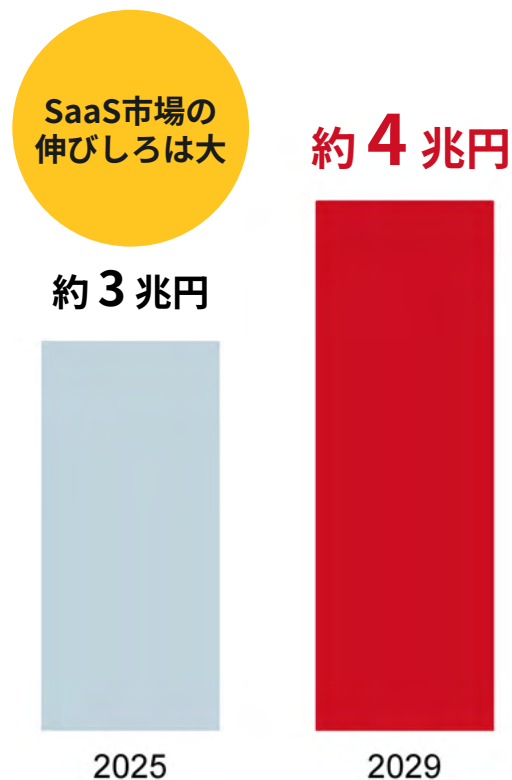
事業モデルと市場見通し

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。FY26/9以降は人的体制強化による本格投資フェーズへ

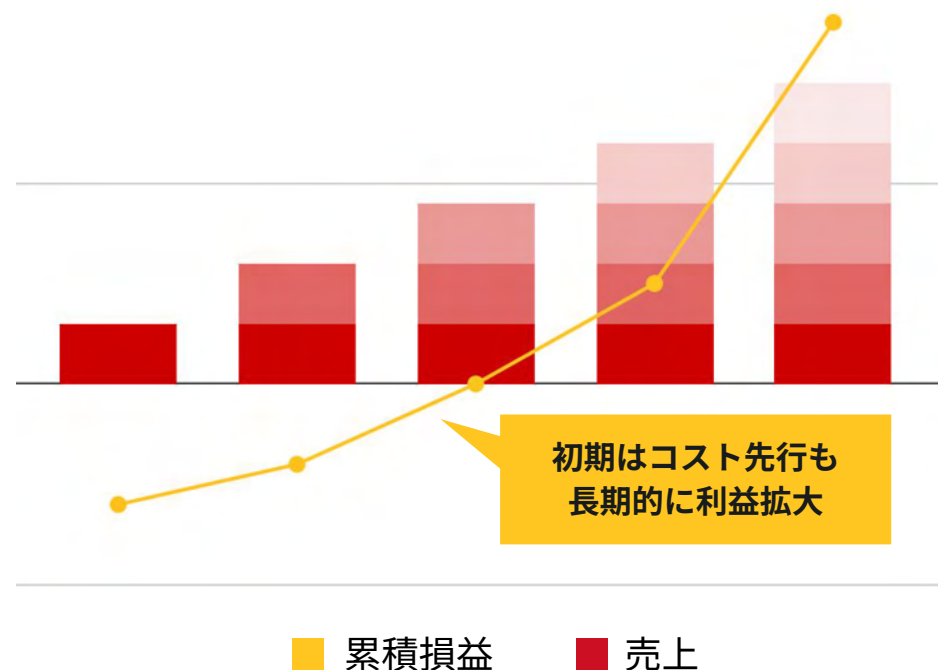
【FY25/9における実現内容】

- 事業開始後、約20社を受注し
翌期以降の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※1は2.1以上と
現時点でも一定の収益性を確保

【FY26/9以降の取り組み】

- 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

FY25/9 通期業績結果とFY26/9 業績予想

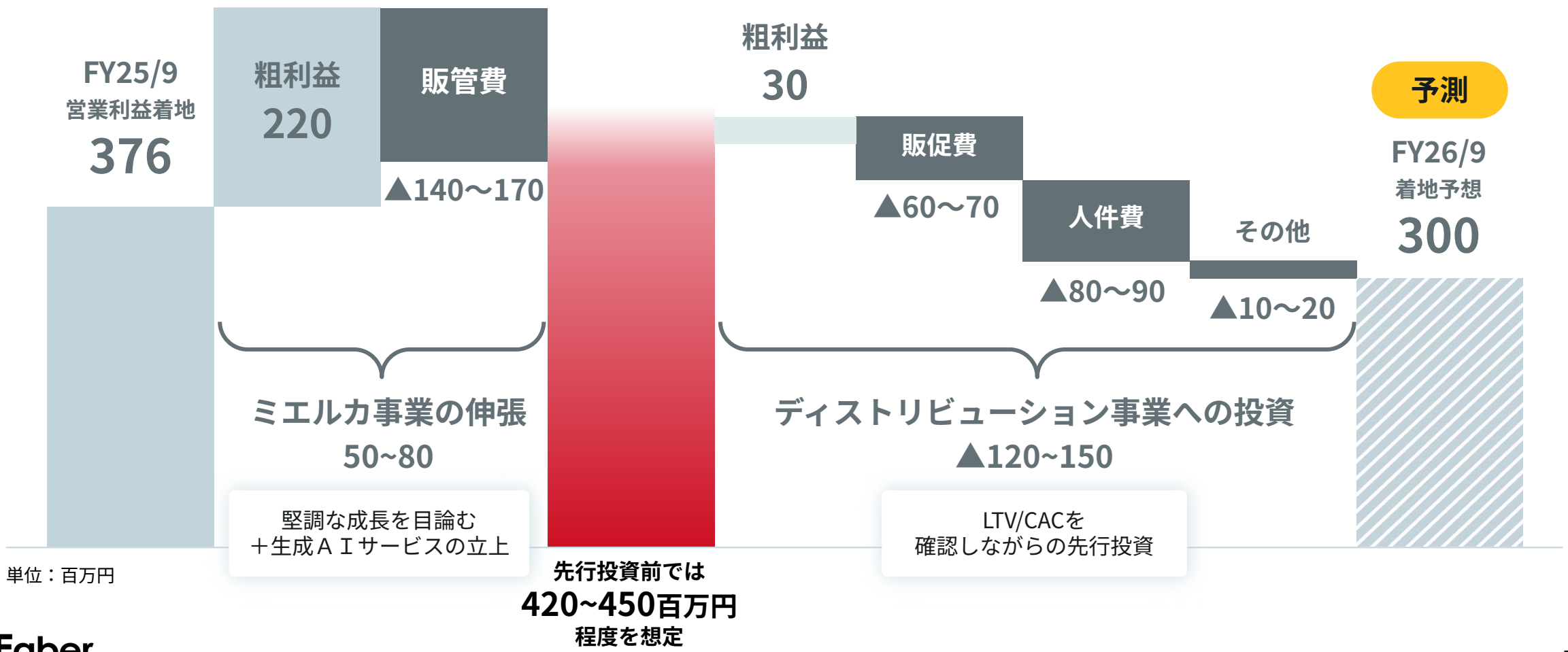
FY26/9はミエルカ事業において継続的な大手・中堅企業顧客への売上拡大と、ディストリビューション事業への更なる投資を織り込み、売上高2,817百万円（YoY+10.0%）、営業利益300百万円（YoY▲20.2%）を見込む

	FY24/9 通期実績	FY25/9 通期実績	FY26/9 業績予想	YoN
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 営業利益着地予想の詳細

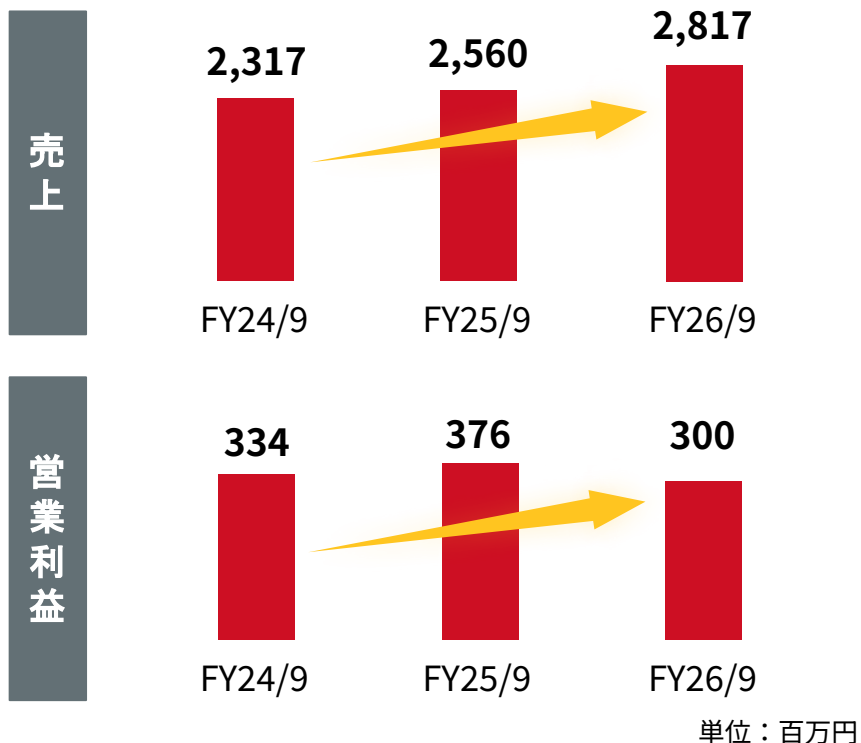
FY26/9はミエルカ事業の利益成長を志向しつつ、ディストリビューション事業への先行投資により通期営業利益3億円を目標とする。超過分は同事業へ再投資の予定



FY26/9 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 業績計画



FY26/9 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

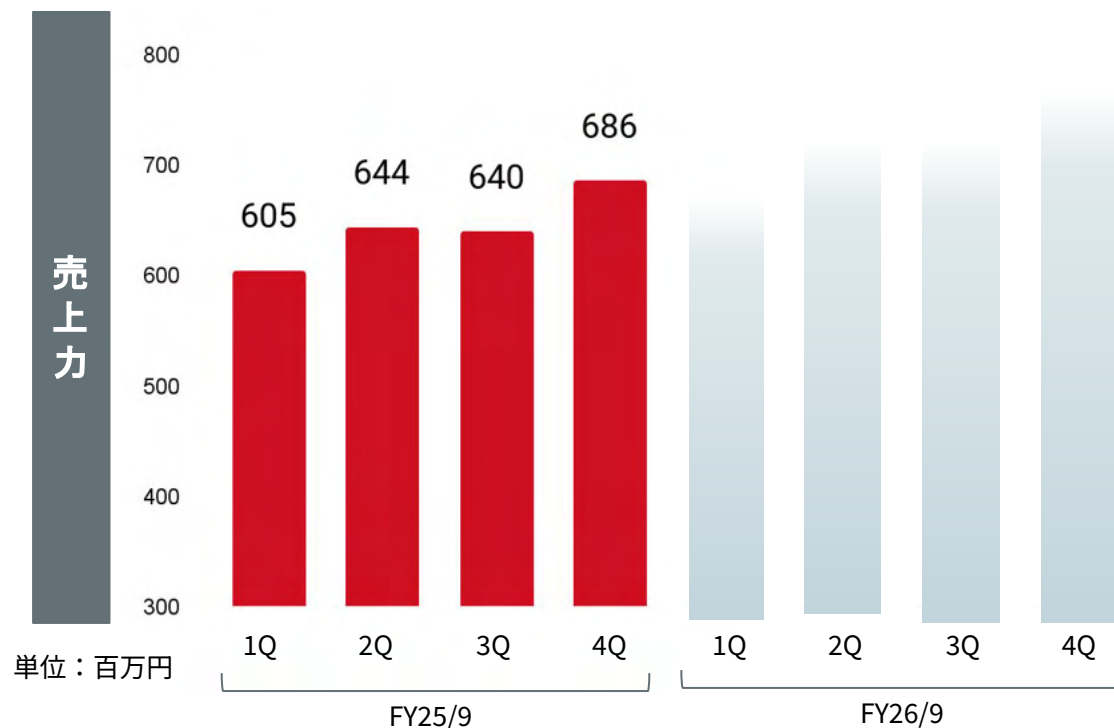
ディストリビューション事業への投下

- 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（2025年10月時点で6名）
- LTV/CACを確認しながらの資本投下

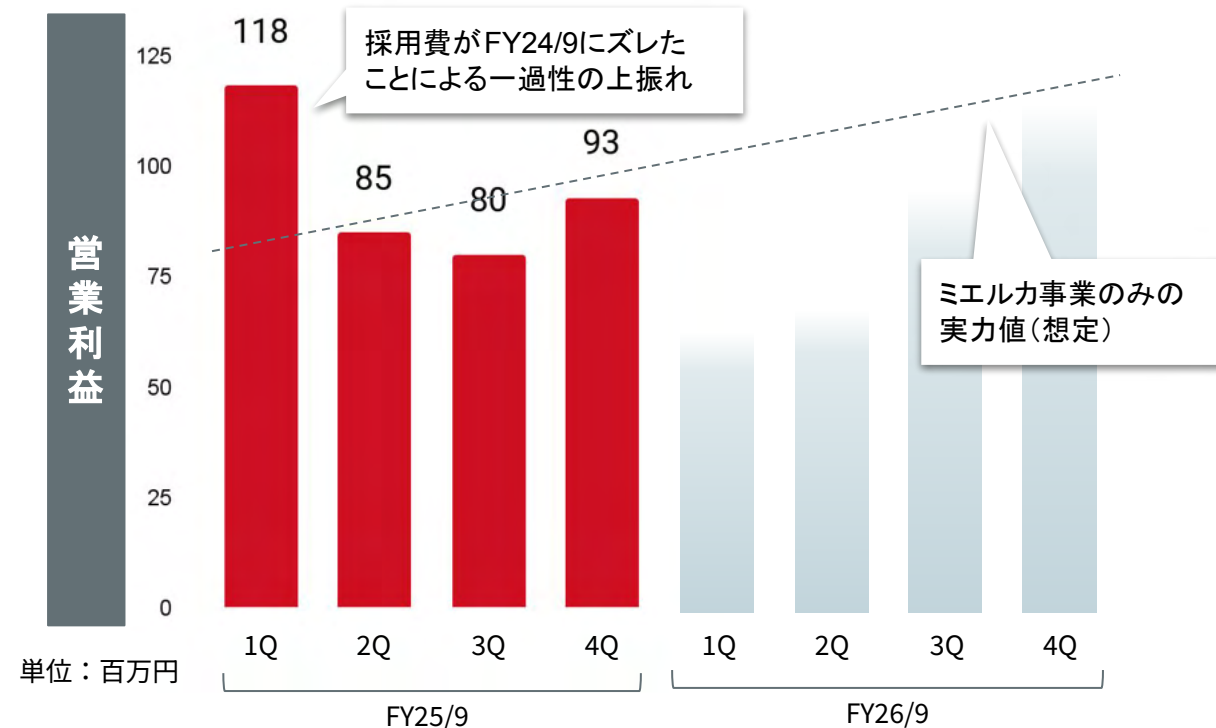
FY26/9 四半期見通し

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。1Q及び上期は昨対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目論む

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：2.88%（株価1,042円 *2025年11月12日終値）

ファイナンス戦略と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。公募増資および銀行借入れを通じて調達実施を予定。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、問合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



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 氏

- 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

市場における競争力の強化

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 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 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。AIの活用はもちろんのこと、今後は、AIによる検索最適化（GEO）という新たなユーザー接点への対応も求められます。各種AIも、インターネット等のデジタル空間上から情報の収集・学習を行っているため、インターネットユーザーの検索行動の変化とともに、AIに評価され、AIの情報源として採用されるための最適化が重要になると考えています。

※ GEO: Generative Engine Optimizationの造語

Q 新規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＆マーケティング能力を、巨大なバックオフィス/SFA関連SaaS市場に転用する新規事業（DXミエルカ）は、初期仮説の検証を終え、一定の成果を確認しております。今後は、同事業を中長期の成長ドライバーに位置づけ、人的体制および販促の強化を進め、本格的な先行投資をおこなう計画です。

Q 大手・中堅企業向けの営業活動の進捗状況を教えてください。

A 月粗利3～30万円、30万円の契約社数は継続的に増加しており、順調であると認識しています。

Q FY26/9の予想について教えてください。

A 大手・中堅企業顧客への売上拡大、および生成AI関連サービスの好調な立ち上がりにより、売上高の堅実な増加を見込んでおります。一方で、新規事業（DXミエルカ）への先行投資を強化する結果、計上ベースの営業利益は一時的に減少する見込みです。この投資は、中長期的な成長基盤の強化や、翌期以降の売上・利益成長の加速を目的としております。

Q&A

Q M&Aの方針を教えてください。

A 当社の顧客基盤に対して、直ちにクロスセル可能なサービスを有している企業、当社サービスを直ちにクロスセル可能な顧客基盤を有している企業、当社の強みであるセールス&マーケティング能力やコンサルティング能力の強化に結びつく、垂直型の統合が可能な企業を、現在優先的なスコープとしています。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への貢献が見込まれる企業を対象する方針です。

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、多様なチャネルを活用して採用活動を強化するとともに、当社が社会にどのように貢献しているのかを積極的に発信し、共感を得られるよう努めています。今後は採用チームの体制をさらに強化し、教育・研修制度の充実にも注力することで、全社的なレベルアップ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計画に加え、AI活用やM&Aに優位性のある人材を強化したいと考えています。

Q 株主還元について、FY26/9は記念配当がなくなるため、配当金は減少しますか？

A FY25/9は普通配当20円に記念配当10円を加え、実施いたしました。FY26/9は普通配当30円を予定しており、配当総額はFY25/9と同水準となります。今後も、企業成長と株主還元のバランスをとり、持続的な成長戦略を推進してまいります。

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

潜在顧客が探している事例を数多く掲載

🔍 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

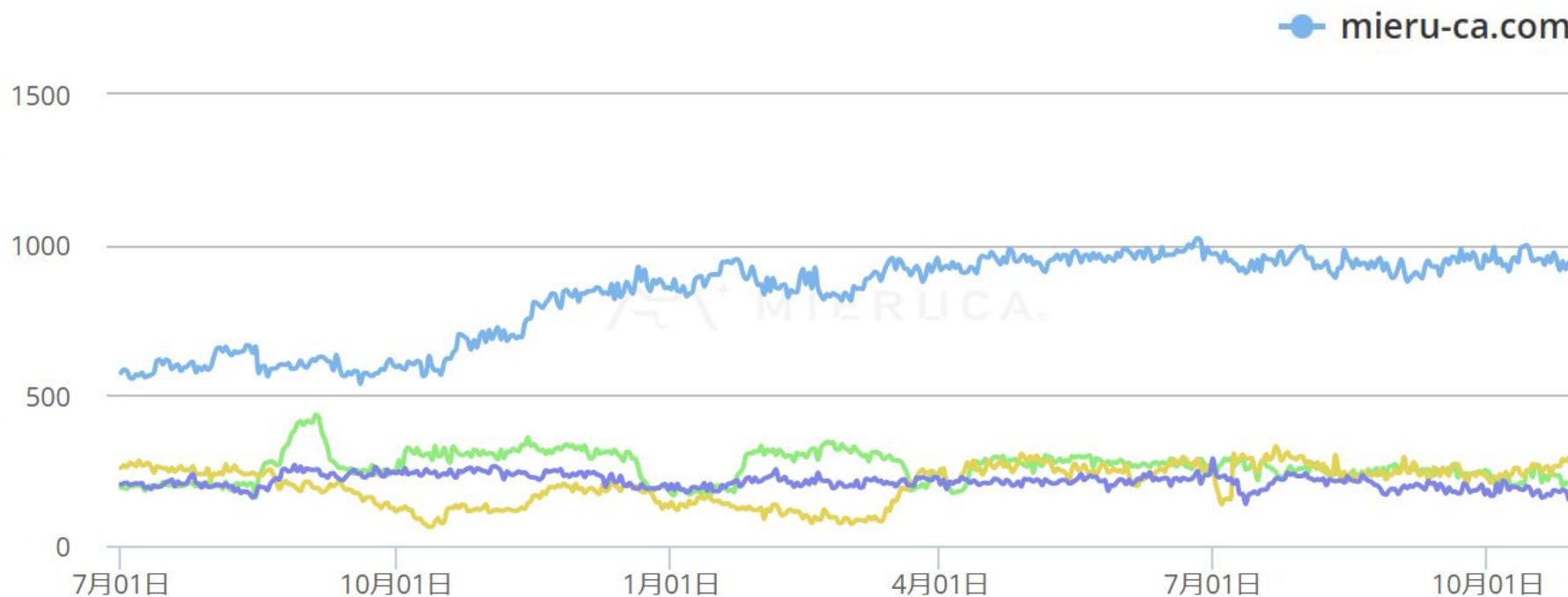


事例掲載
社数
159社
(2025年9月時点)

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：2024/7/01~2025/10/20

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

市場における競争力① リード獲得力-情報発信-

当社所属の著名人や、YouTube番組「ミエルカチャンネル」などの展開で業界内での高いプレゼンスを誇る海外遠征を通じた業界最先端の知見獲得と顧客へのシェアは他社にない取り組み

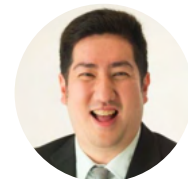
業界著名人の所属



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年に「海外SEO情報ブログ」を開設
- 2008年より当社に参画。
海外イベントでの登壇実績有り



Webアナリスト

小川 卓 執行役員

- リクルートHD等を経て起業
- 2015年より当社に参画。
アクセス解析のエキスパート
- アクセス解析関連書籍累計18冊出版



SEOスペシャリスト

辻 正浩 上席SEOコンサルタント

- 日本の検索流入の5%を占めるサイトを支援
- 2025年2月より当社グループイン
- 月間10億PV以上など大規模サイトの
SEOを得意とする

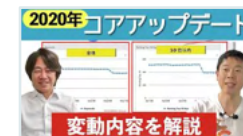
世界水準の集合知ネットワークを提供



2010年から合計90回（2024年以降は15回）の
海外遠征とイベント登壇実績
世界レベルの高度専門人材との
コネクションは当社独自の強み

ソーシャルメディア上での番組展開

YouTubeチャンネル



2020年
2月開設



動画投稿数
580本超
(2025年6月時点)



チャンネル
登録者数
14,000人超
(2025年6月時点)

X(Twitter)スペース運用



ミエルカ...
| | | ホスト



本田卓...
| | | 発言者



おおき/...
| | | 発言者



小丸広海 - ...
| | | 発言者

週1での
開催

最大参加人
数1,136名

業界著名人
が定期的に
参加

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プロダクト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

高い評価を得るプロダクトと幅広いラインナップ



ITreview 評価4.1※1

★★★★☆



現場が導入しやすい価格

プロダクト	サービス内容	価格
	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)
	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
	店舗向けマーケティング	9,800円/月～ サポート付
	CX・web接客ツール	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

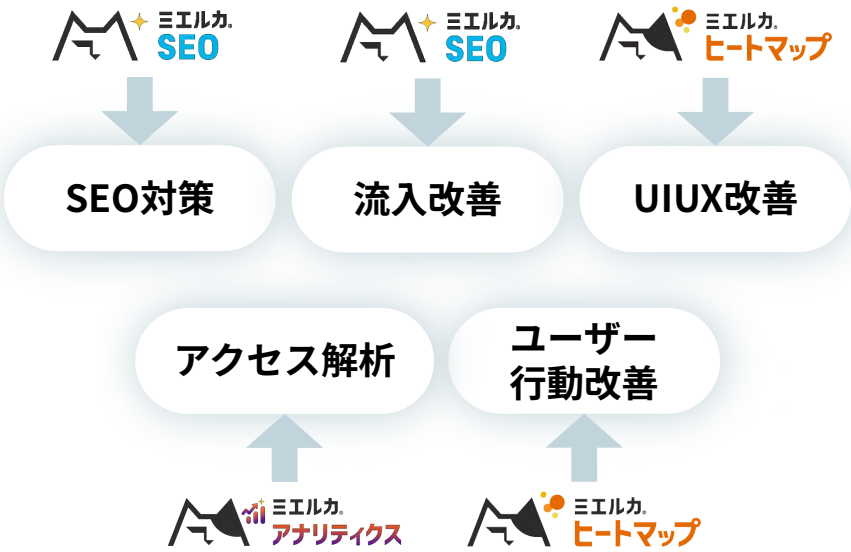
ピンポイント課題から来る潜在顧客のリードを広く獲得し、プロダクト力を通じて受注する体制を強みとする



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



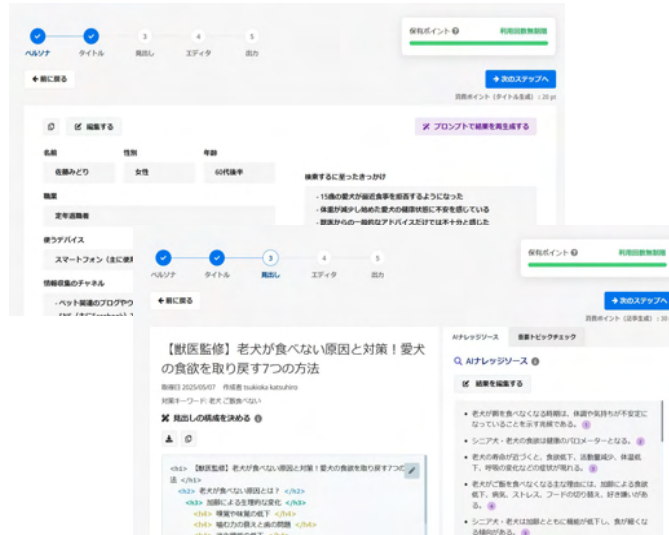
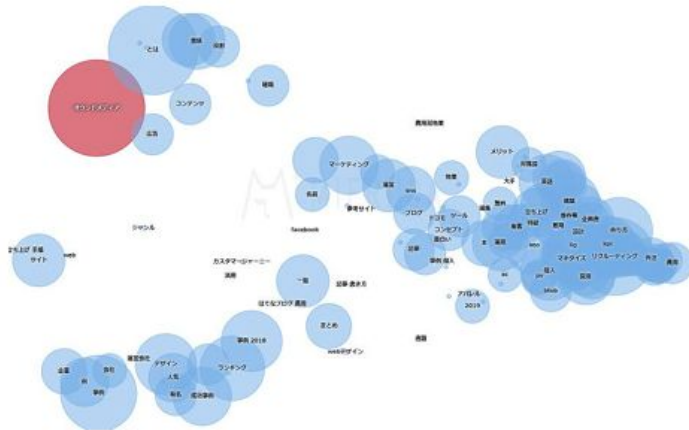
企業毎にデータを蓄積し最適化

サジェストインテンション

AIかんたん記事作成

コンテンツSEOスコア

ページの品質がわかる





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

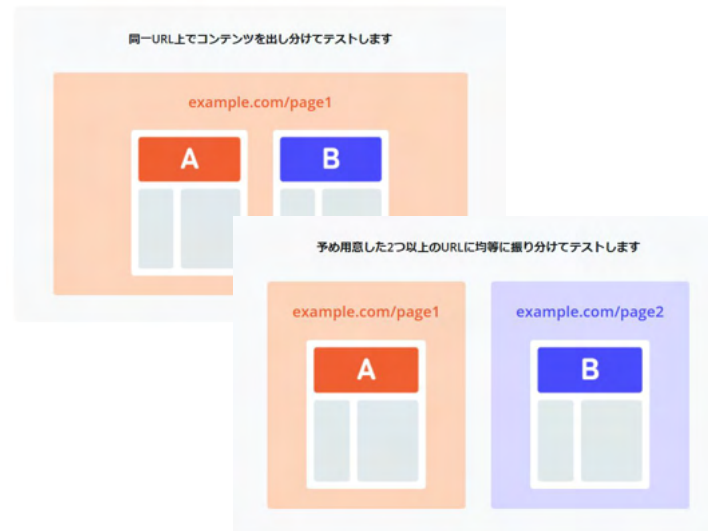
3種のヒートマップ

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

各社地図アプリ

Google マップ

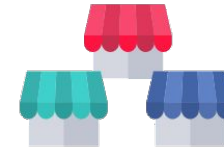
その他マップ



集客

一括管理

ローカルミエルカ



大規模チェーン
(数百店舗～)

- 地図上の検索順位モニタリング
- レビュー/モニタリングの分析
- SNS情報の自動連携配信
- 営業時間の一括管理

〈導入企業例〉

RENAISSANCE

やる気スイッチグループ

Dr.stretch

Ash

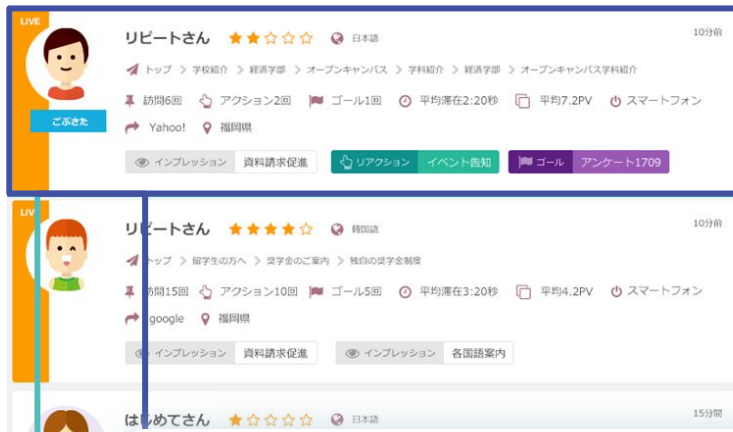
はせがわ
つながります。心と、いのちと、人。



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

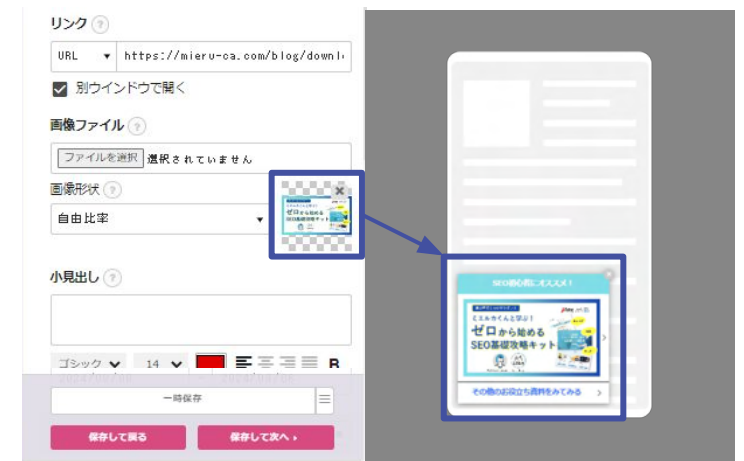
WEB接客ができる

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



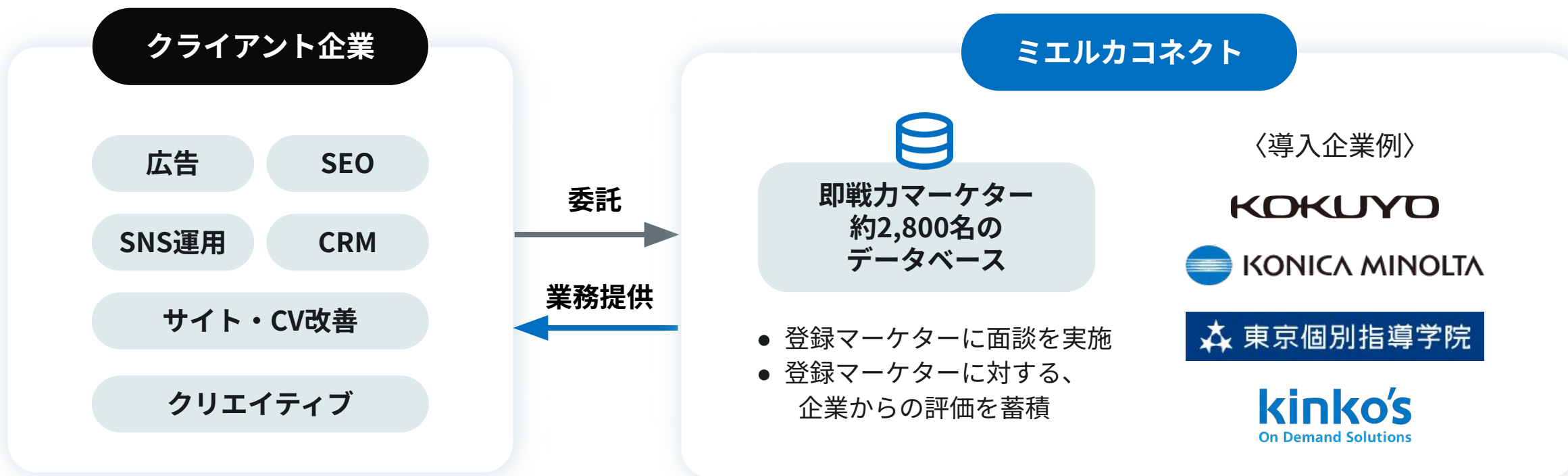
ノーコードで改善できる

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2,800名※¹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

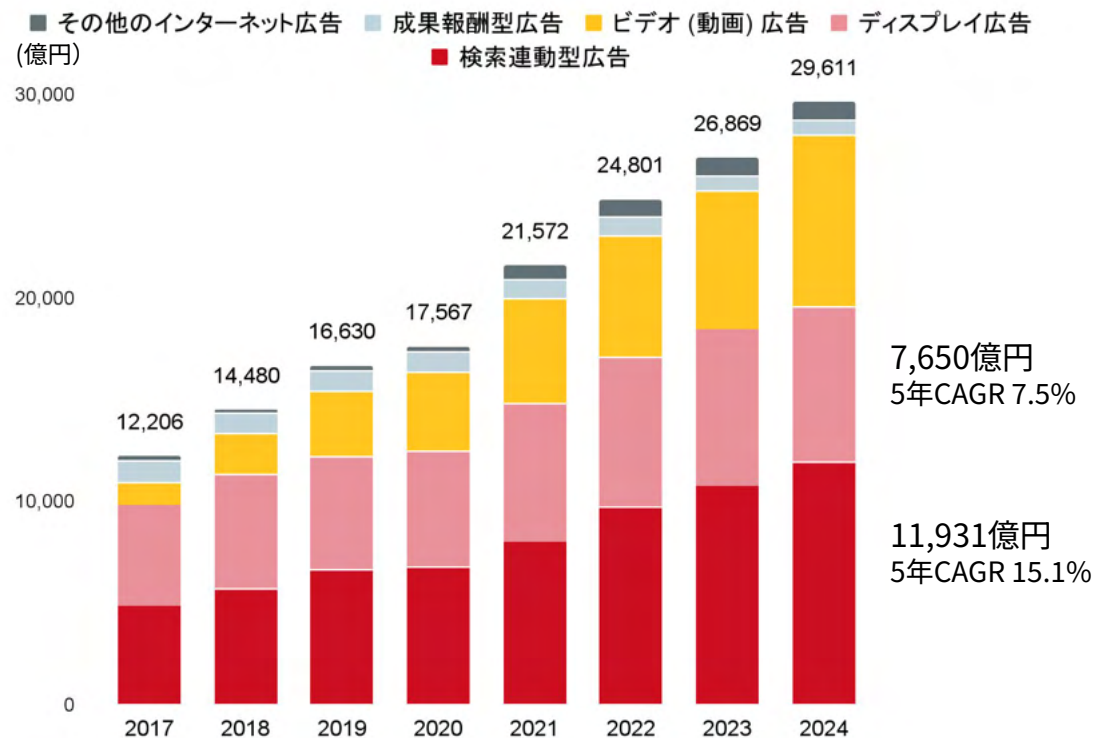
2. 市場規模/ターゲット

3. その他

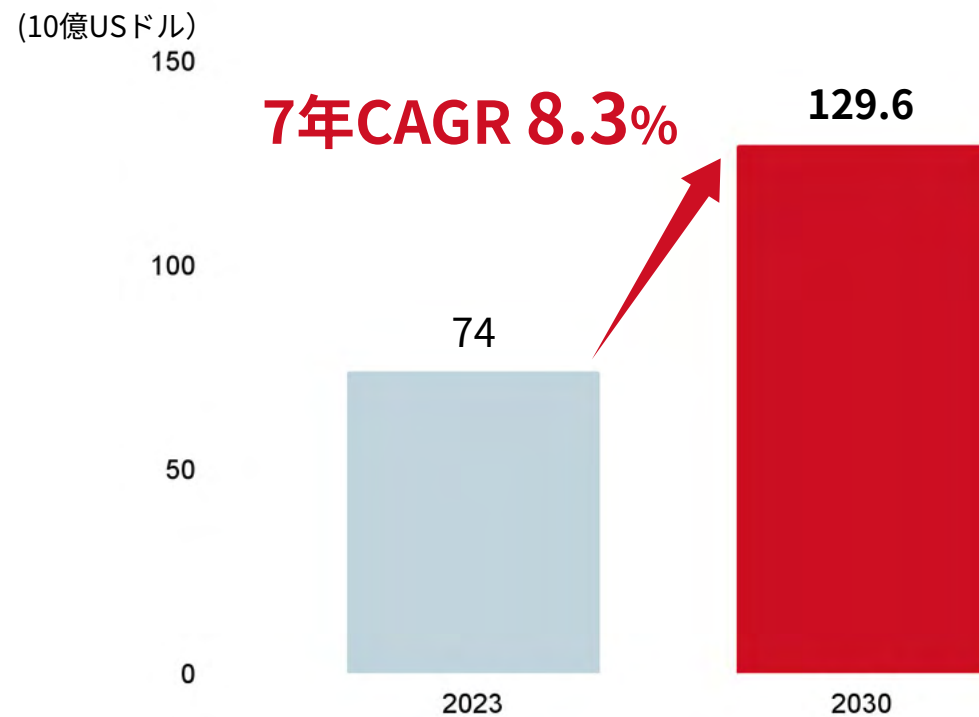
市場規模

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

30～40万円/月

※ 潜在単価

15万円/月

※ 大手・中堅企業
の顧客平均単価

大手・中堅企業における
ポテンシャル

約460～620億円^{※2}

13,000社

約230億円^{※1}

現在当社顧客数

700社

売上100億円以上

中小企業の
ポテンシャル

約2,600億円^{※3}

55.6万社

現在当社顧客数

1,000社

売上1億～100億円

4万円/月

※ 中小企業顧客
平均単価

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 CodeCamp

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 遠州鉄道株式会社

EC・通販

raoon COMMERCE FUJIFILM Value from Innovation

旅行・観光

たびらい 出雲テラス

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



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



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）



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



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



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



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

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）

ソフトブレーン、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（Chef 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

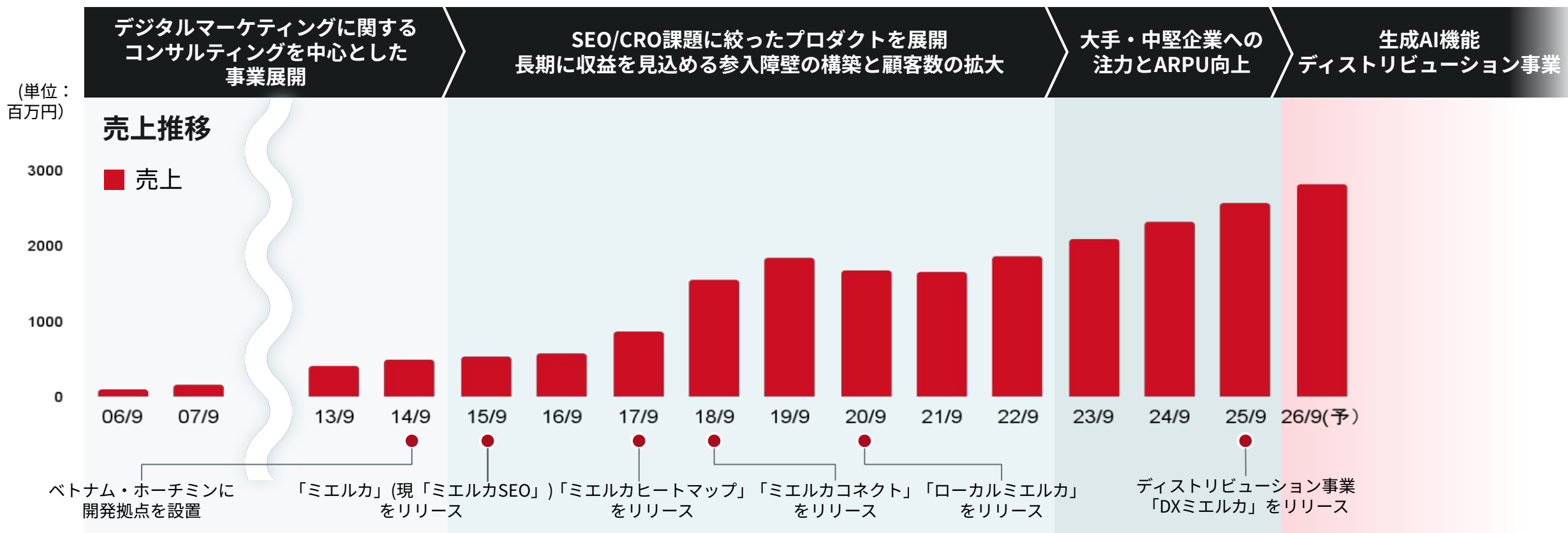
辻 正浩 株式会社so.la 代表取締役

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※¹CRO※² 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機能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



2005年 Faber Company創業

アパートの一室から1人でスタート

乳飲み子を抱え、1日3～4時間の睡眠以外はデジタルマーケティングの実践研究に明け暮れました



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」

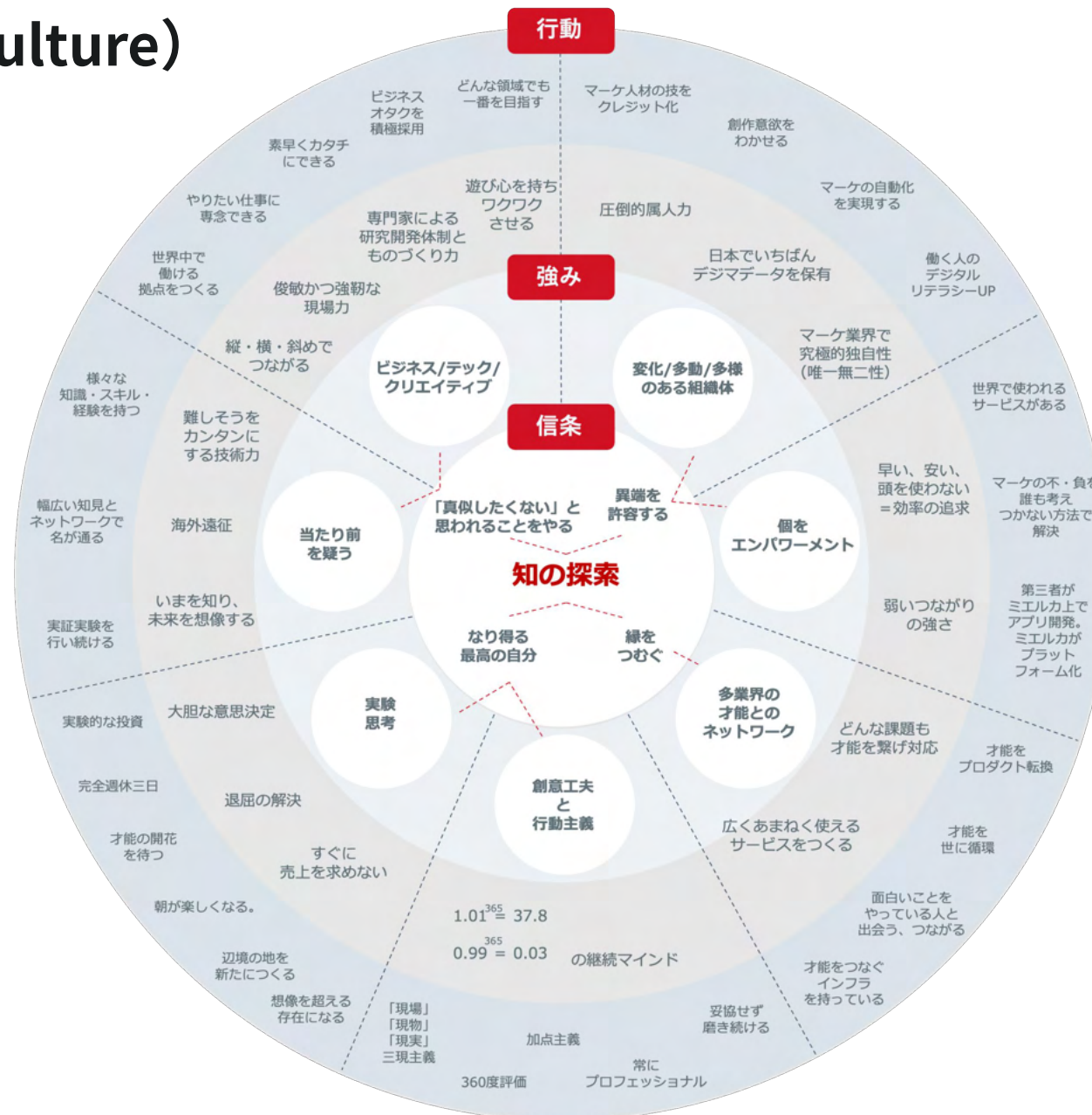
2028年9月末までにエンゲージメントアカウント数10万人の獲得を目指します。

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。

Faber CompanyのDNAマップ (Culture)

私たちの目指す世界観をDNAマップとして表現しています。

Faber Companyが現在持っているDNAと、未来持っていきたい・作っていききたいDNAをマップ化し、全スタッフがこの価値観を叶えるべく成長を目指します。



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合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