

# ホリスティック企業レポート

ファベル カンパニー  
Faber Company

## 220A 東証スタンダード

新規上場会社紹介レポート  
2024年8月2日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター  
審査委員会審査済 20240801

**Web マーケティングのツールとコンサルティング、人材紹介サービスを提供  
大企業顧客の開拓とサービスのクロスセル、新たなツールの投入で成長を目指す**アナリスト:鎌田 良彦 +81(0)3-6858-3216  
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

## 【220A Faber Company 業種:情報・通信業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2022/9	1,996	-	310	-	311	-	208	-	86.7	575.0	0.0
2023/9	2,183	9.4	308	-0.6	309	-0.6	214	2.9	89.3	664.3	0.0
2024/9 予	2,260	3.5	309	0.3	281	-9.1	204	-4.7	83.2	-	0.0

- (注) 1. 連結ベース、純利益は親会社株主に帰属する当期純利益、2024/9期は会社予想  
2. 2024年2月21日付で1:1,500の株式分割を実施、1株当たり指標は遡って修正  
3. 2024/9期予想EPSは、公募株式数(320千株)を含めた予定期中平均株式数で算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 999円(2024年8月1日)	本店所在地 東京都港区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 3,000,000株	設立年月日 2005年10月24日	SBI証券
時価総額 2,997百万円	代表者 稲次 正樹	【監査人】
上場初値 1,190円(2024年7月31日)	従業員数 94人(2024年5月)	太陽有限責任監査法人
公募・売価格 1,000円	事業年度 10月1日~翌年9月30日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度終了後3か月以内	

## &gt; 事業内容

◆ Web マーケティングのツールとコンサルティング、人材サービスを提供  
Faber Company(以下、同社)グループは、同社と同社のシステム開発を行うベトナムの子会社 Faber Vietnam からなり、デジタルマーケティング領域において検索エンジンの検索結果による Web サイトへの集客増加、訪問顧客のうち商品やサービスの購入や資料請求等のコンバージョン増加等を支援するツール群の提供、及び Web マーケティングに関する人材紹介、人材教育、コンサルティング等のサービスを提供している。

23/9 期の売上高構成比は、デジタルマーケティング自動化ツールが 59.3%、デジタルマーケティングリソースが 35.0%、その他が 5.7%であった(図表 1)。その他は Web マーケティングの実践の場として買収したシルバーアクセサリーの輸入販売の EC 事業の売上高だが、円安による輸入品の採算悪化等により担当子会社のイーショップハイブを 24 年 2 月に清算した。

## 【図表 1】売上内訳

	22/9期		23/9期		24/9期第2四半期累計期間	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
デジタルマーケティング自動化ツール	1,236	61.9	1,294	59.3	682	59.1
デジタルマーケティングリソース	549	27.5	764	35.0	459	39.8
その他	209	10.5	124	5.7	12	1.0
合計	1,996	100.0	2,183	100.0	1,154	100.0

- (注) 端数処理の関係で合計と一致しない  
(出所) 届出目録見書に基づき証券リサーチセンター作成

### ◆ デジタルマーケティング自動化ツール

デジタルマーケティング自動化ツール群には、Web サイトへの顧客流入最大化を支援する「ミエルカ SEO」を始め、Web サイトの課題をヒートマップで見える化し、UI<sup>注1</sup>/UX<sup>注2</sup>の改善によりコンバージョンの最大化を支援する「ミエルカヒートマップ」、Google マップ等を用いた店舗集客を最大化する「ローカルミエルカ」等があり、何れのツールも SaaS<sup>注3</sup>形態でサービスを提供している。

(注1) User Interface の略。利用者と製品・サービスをつなぐ接点

(注2) User Experience の略。顧客体験

(注3) Software as a Service の略。ユーザーがインターネット等のネットワークを利用してソフトウェアやアプリケーションを利用するサービス形態

(注4) Search Engine Optimization の略。検索エンジン最適化を意味する

#### 1) ミエルカ SEO

ミエルカ SEO は、Google 検索、Yahoo!検索での検索結果の上位表示により Web サイトへの顧客流入増加を目指す SEO<sup>注4</sup>対策を支援するツールである。主な機能としては、①キーワード検索の検索意図や競合会社の流入キーワードの把握とそれに基づくキーワード戦略の立案、②顧客のニーズが大きいキーワードを活用した Web コンテンツの制作、③自社と競合会社のキーワード毎の検索順位把握や、Google が無料で提供する分析ツールの Google Analytics 4 や Google Search Console と連携した流入元やクリック数等のデータに基づく SEO 対策の効果の検証、④AI によるサイト改善施策と効果の予測提示、⑤対話型生成 AI サービスの ChatGPT と連携し、Web ページのタイトルや見出しを自動生成し、コンテンツ作成を支援すること等が挙げられる。

利用料金はスタンダードプランが月額 15 万円で、同社のカスタマーサクセスチームによる無料の支援が受けられる。ミエルカ SEO の売上高は、23/9 期のデジタルマーケティング自動化ツールの売上高の 60%強を占め、主力サービスとなっている。

#### 2) ミエルカヒートマップ

ミエルカヒートマップは、利用企業の Web サイトへの訪問者の行動を自動で可視化できるサービスである。サイト訪問者の Web サイト上での行動を追跡し、どこをクリックしたか、どのコンテンツを見たか、どこでサイトを離脱したか等の行動データを色の濃淡で可視化し、分析を通じた改善によりコンバージョンレートや UI/UX の改善を行うことができる(図表 2)。改善の効果もヒートマップ上で確認することができる。

利用料金は、Web サイト数や訪問ページビューにより、ツールのみの利用では無料、月額 9,800 円、同 19,800 円のプランがあり、カスタマーサクセスの提案を含むプランでは、同 49,800 円、同 99,800 円、同 149,800 円のプランがある。

【図表2】ミエルカヒートマップの機能



(出所)届出目論見書

### 3) ローカルミエルカ

ローカルミエルカは、小売業や飲食業等で多店舗展開している企業に対し、Google マップを中心とした Web 上での店舗情報の一元管理、キャンペーン情報の一元配信や、ブログや Instagram 等の SNS と連携した自動投稿、自社と競合会社のマップでの検索順位の計測、店舗情報が上位に掲載されるための適切な店舗情報の設定等を行うことができる、ローカルマーケティング<sup>注5</sup>のツールである。

(注 5) 店舗周辺の地域や、来店の可能性のあるインターネットユーザーに特化したマーケティング施策

#### ◆ デジタルマーケティングリソース

デジタルマーケティングリソースのサービスとしては、デジタルマーケティング人材を企業に提供する「ミエルカコネク」と、同社の社員がコンサルティングサービス提供するソリューションサービスがある。デジタルマーケティングリソースの売上高のうち、約 70%がミエルカコネク、約 30%がソリューションサービスとなっている。

#### 1) ミエルカコネク

ミエルカコネクは、同社に登録したフリーランスや副業としてデジタルマーケティング関連業務を行う人材を、Web マーケティング担当者やコンテンツライター等として企業に対して業務受託や人材派遣により提供するサービスである。約 1,600 名のデジタルマーケティング人材が登録している。

#### 2) ソリューションサービス

ソリューションサービスは、同社の社員が主に大企業顧客向けに、Web マーケティングの戦略立案から、SEO コンサルティング、コンバージョン改善コンサルティング等を提供している。

**◆ 顧客基盤**

同社は顧客基盤に関して、月額粗利別の契約社数を開示している。23年4月から24年3月までの四半期別の契約社数合計は、ほぼ横ばいで推移しているが、月額粗利が3万円未満の契約社数が減少しているのに対し、3万円以上30万円未満、及び30万円以上の契約社数が増加している(図表3)。これは、従来の中堅・中小企業の顧客拡大戦略から、売上高100億円以上の大企業の新規顧客開拓とクロスセル拡大に戦略転換を図った結果である。

**【図表3】月額粗利帯別の契約社数**

	23年 4-6月	7-9月	10-12月	24年 1-3月
合計	1,740	1,755	1,762	1,732
30万円以上	44	51	59	61
3万円以上30万円未満	738	746	749	757
3万円未満	958	958	954	914

(注) 契約社数は四半期平均

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

**> 特色・強み****◆ 低コストでの見込顧客獲得力**

同社の強みとしては低コストで見込顧客であるリードを獲得できている点が挙げられる。その背景には、①デジタルマーケティングに関するブログの「ミエルカマーケティングジャーナル」やYouTubeチャンネル「ミエルカチャンネル」等の情報発信による検索での上位表示、②展示会を通しての見込み顧客獲得、③専門知識を持つ同社の役員や従業員による書籍の執筆やイベントへの登壇による認知度の高さ等がある。

**◆ 顧客の課題に対応する幅広いツールと人的サービスの提供**

同社は顧客の課題を解決する「Solution as a Service」企業であるとの認識のもと、Webマーケティングを支援する幅広いツールを提供するとともに、Webマーケティング戦略の構築からマーケティング部門の人手不足に対して人材紹介で対応する等、幅広いツールと人的サービスの提供を行っている。

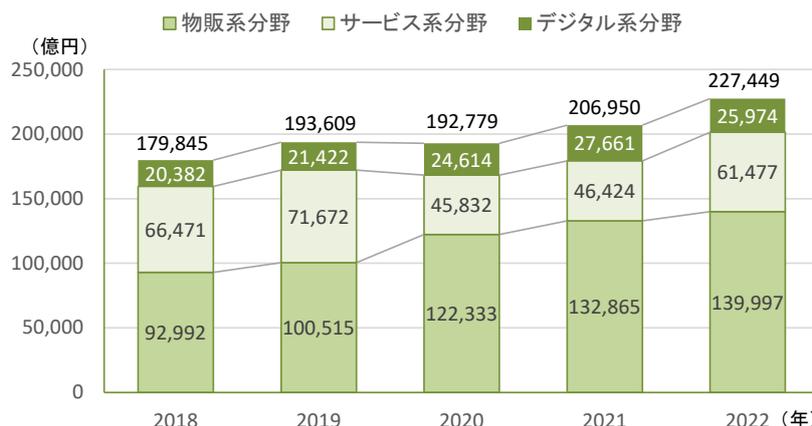
こうした顧客課題の把握と対応が新たなツールの開発にもつながっている。ツールのシステム開発についてはベトナム子会社を活用することで、低コストでの開発が可能となっている。

**> 事業環境****◆ 消費者向け電子商取引市場は、堅調に拡大**

経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によれば、消費者向けの電子商取引であるBtoC-EC市場規模は、22年には前年比9.9%増の22兆7,449億円となった。デジタル系分野はオンラインゲーム市場の減少で同

6.1%減の 2 兆 5,974 億円となったものの、サービス系分野が旅行サービスの回復等により同 32.4%増の 6 兆 1,477 億円と大幅に増加した。物販系分野は新型コロナウイルス感染症拡大期の巣ごもり需要が一巡し、実店舗回帰の動きが見られる中で過去 2 年に比べ伸び率は鈍化したものの、同 5.4%増の 13 兆 9,997 億円と堅調な伸びとなった(図表 4)。

【図表 4】BtoC-EC 市場



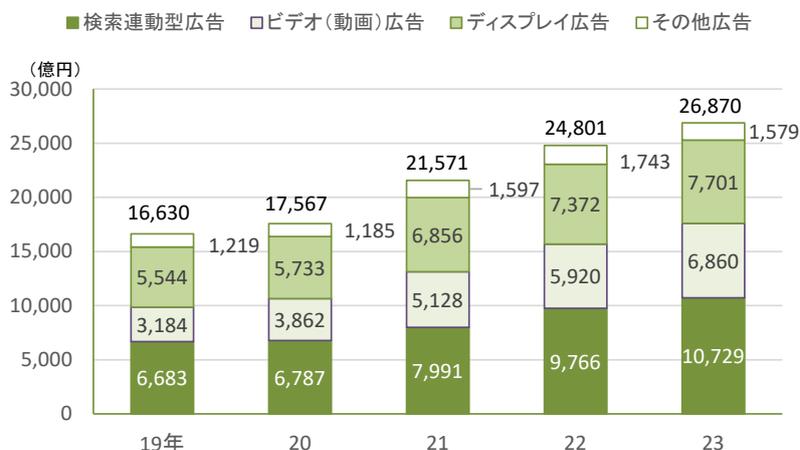
(出所) 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」を基に証券リサーチセンター作成

◆ 検索連動型広告はインターネット広告全体とほぼ同様に成長

Web マーケティングの広告領域であるインターネット広告市場を見ると、検索エンジンの検索結果に表示される検索連動型広告は、インターネット広告市場の約 40%を占め、インターネット広告市場全体とほぼ同様の成長を遂げている。

CARTA COMMUNICATIONS、電通、電通デジタル、セプテーニの「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によれば、検索エンジンの検索結果に表示される検索連動型広告は、23 年に前年比 9.9%増の 1 兆 729 億円となり、初めて 1 兆円を超えた。19 年の 6,683 億円から年率 12.6%で成長し、同期間のインターネット広告媒体費の年率成長率 12.7%とほぼ同程度の成長をしてきた(図表 5)。

【図表5】インターネット広告媒体費の広告種別内訳



(出所) CARTA COMMUNICATIONS、電通、電通デジタル、セブテーニ「日本の広告費インターネット広告媒体費 詳細分析」を基に証券リサーチセンター作成

◆ 競合

Web マーケティング分野でツールやコンサルティングを提供している会社は多いが、ミエルカ SEO と競合するツールとしては、CINC(4378 東証グロース)の Keywordmap や競合企業の流入キーワード分析に強い米国 Semrush Holdings 傘下の Semrush 等がある。

ミエルカヒートマップと競合するツールとしては、ユーザーローカル(3984 東証プライム)の User Insight 等がある。SEO コンサルティングの競合企業としては、Speec(4499 東証スタンダード)等がある。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社は 19/9 期以降の単体業績と 22/9 期以降の連結業績を開示している(図表6)。19/9 期の単体決算は、売上高 1,845 百万円、経常利益 432 百万円であった。これは 15 年 3 月にリリースしたミエルカ SEO の販売が中堅・中小企業向けに伸びたためである。

20/9 期及び 21/9 期は、新型コロナウイルス感染症の拡大による中堅・中小企業の業績悪化により、ミエルカ SEO の解約が増え、業績が低迷した。その後、売上高 100 億円以上の大企業の新規顧客開拓とクロスセル強化に戦略転換したことで、売上高は回復に転じている。Web マーケティング分野での人手不足により、関連人材の業務委託や派遣を行うミエルカコネクットの売上高が拡大したことも増収に寄与した。

【図表6】業績推移



(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 24年9月期会社計画

同社の24/9期計画は、売上高2,260百万円(前期比3.5%増)、営業利益309百万円(同0.3%増)、経常利益281百万円(同9.1%減)、親会社株主に帰属する当期純利益204百万円(同4.7%減)である(図表7)。24年1月までの実績値に、2月以降の予測値を合算した計画になっている。

【図表7】24年9月期会社計画

	23/9期		24/9期会社計画		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,183	100.0	2,260	100.0	3.5
デジタルマーケティング自動化ツール	1,294	59.3	1,375	60.8	6.3
デジタルマーケティングリソース	764	35.0	872	38.6	14.1
その他	124	5.7	13	0.6	-89.5
売上原価	707	32.4	708	31.3	0.1
売上総利益	1,476	67.6	1,551	68.6	5.1
販売費及び一般管理費	1,167	53.5	1,241	54.9	6.3
営業利益	308	14.1	309	13.7	0.3
営業外収支	1	-	-28	-	-
経常利益	309	14.2	281	12.4	-9.1
親会社株主に帰属する当期純利益	214	9.8	204	9.0	-4.7

(注)端数処理の関係で合計と一致しない

(出所)「東京証券取引所スタンダード市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

デジタルマーケティング自動化ツールでは、月額システム利用料及びサービス利用開始時の初期費用を売上高として計上している。売上高の予想ではプロダクト毎に取引社数に顧客販売単価を乗じて算出している。デジタ

ルマーケティング自動化ツールの売上高は、新規取引社数の増加を主因に1,375百万円(前期比6.3%増)を見込んでいる。

デジタルマーケティングリソースでは、ミエルカコネクトについてはサービス開始時の初期費用、及びサービス提供に応じた業務委託料を売上高として計上している。ソリューションサービスについては提供サービスに応じた契約額を計上している。デジタルマーケティングリソースの売上高は、新規取引社数の増加を主因に872百万円(前期比14.1%増)を見込んでいる。その他の売上高は、EC事業を行う子会社のイーショップハイブの清算終了に伴い、大幅に減少する計画である。

売上原価の主要項目は、デジタルマーケティング自動化ツールのシステム開発運用に関する労務費、サーバー等の運用経費、デジタルマーケティングリソースのミエルカコネクトの業務委託費である。売上原価は、708百万円(前期比0.1%増)、売上総利益は1,551百万円(同5.1%増)を見込んでいる。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主要項目は、販売、カスタマーサクセス、コンサルティング、管理部門の人件費、販売促進費、地代家賃である。人件費はカスタマーサクセスの人員拡充等により503百万円(前期比9.6%増)を見込んでいる。販売促進費は149百万円(同5.6%減)、地代家賃は91百万円(同1.0%増)を見込み、販管費は1,241百万円(同6.3%増)、営業利益は309百万円(同0.3%増)の計画である。

営業外収益は0百万円、営業外費用は上場関連費用として29百万円を見込み、経常利益は281百万円(前期比9.1%減)の計画である。特別損失は24/9期第2四半期累計期間に、子会社イーショップハイブの清算終了に伴う子会社清算損14百万円を計上している。親会社株主に帰属する当期純利益は204百万円(同4.7%減)の計画である。

#### ◆ 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、①売上高100億円以上の大企業顧客の更なる開拓とクロスセルの強化、②顧客のニーズに対応した新たなツールの投入を挙げている。

24年5月末の同社の人員94名の50%強が、カスタマーサクセスやコンサルタント、セールス、マーケティングの人員であり、これらの人的資源を大手顧客獲得にシフトさせている。また、上場時の親引け先であり、電通グループ(4324東証プライム)傘下でデジタルマーケティング事業を行うCARTA HOLDINGS(3688東証プライム)との資本業務提携による、新規顧客開拓にも期待している。

ミエルカ SEO の機能のうち、24年に投入した ChatGPT と連携して Web ページのタイトルや見出しを自動生成し、コンテンツの作成を支援する機能は、現在は基本料金内で提供しているが、顧客のニーズを見極めて本格展開する考えである。新たなツールの投入については、自社による開発に加え、M&Aによる獲得も視野に入れている。

## > 経営課題/リスク

### ◆ 人材の確保と育成

同社が今後、事業を拡大するためには、営業やカスタマーサクセス、コンサルタント、システム開発人員等の確保と育成が不可欠である。一方で、インターネット関連業界では人材採用競争が激しく、人材の流動性が高い。同社の人材の確保と育成が計画通りに進まない場合、同社の業績に影響を与える可能性がある。

### ◆ デジタルマーケティング市場の技術革新の速さ

デジタルマーケティング市場は、生成 AI の急速な普及と活用に見られるように、技術革新のスピードが速い。同社が新たな技術やサービスへの対応に遅れた場合、同社の競争力低下により、業績に影響を与える可能性がある。

### ◆ 配当政策

同社は株主に対する利益還元を重要な経営課題と認識しているが、現状は成長過程にあるとの認識から、内部留保の充実を図り、収益力強化や事業基盤整備の投資に充当して、一層の事業拡大を目指すことが、将来の安定的かつ継続的な利益還元になると考えている。このため、今後の配当実施の可能性及びその実施時期等は未定としている。

### ◆ 流通株式比率、流通株式時価総額について

同社のオーバーアロットメントを除く、新規上場時の流通株式比率は 36.1%、8月1日の終値に基づく流通株式時価総額は 10.8 億円と証券リサーチセンターでは試算している。同社が上場する東証スタンダード市場の上場維持基準を満たすには、流通株式比率が 25%以上、流通株式時価総額が 10 億円以上である必要がある。事業年度末の状況に基づいて上場維持基準の審査が行われるが、何らかの理由でこれらの基準を下回った場合、その後 1 年以内に上場維持基準に適合しない場合には、上場廃止基準に該当する点には留意が必要である。

【図表8】財務諸表

損益計算書	2022/9		2023/9		2024/9 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,996	100.0	2,183	100.0	1,154	100.0
売上原価	597	29.9	707	32.4	361	31.3
売上総利益	1,398	70.0	1,476	67.6	793	68.7
販売費及び一般管理費	1,087	54.5	1,167	53.5	601	52.1
営業利益	310	15.5	308	14.1	192	16.6
営業外収益	0	-	1	-	0	-
営業外費用	0	-	0	-	3	-
経常利益	311	15.6	309	14.2	189	16.4
税引前当期(四半期)純利益	311	15.6	309	14.2	174	15.1
親会社株主に帰属する当期(四半期)純利益	208	10.4	214	9.8	121	10.5

貸借対照表	2022/9		2023/9		2024/9 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	1,763	98.2	2,040	98.2	2,122	98.3
現金及び預金	1,563	87.1	1,808	87.0	1,880	87.1
売上債権	155	8.6	167	8.0	202	9.4
棚卸資産	16	0.9	24	1.2	-	-
固定資産	31	1.7	37	1.8	37	1.7
有形固定資産	3	0.2	3	0.1	3	0.1
無形固定資産	2	0.1	1	0.0	1	0.0
投資その他の資産	26	1.4	32	1.5	32	1.5
総資産	1,795	100.0	2,078	100.0	2,159	100.0
流動負債	415	23.1	483	23.2	443	20.5
買入債務	49	2.7	65	3.1	56	2.6
固定負債	0	0.0	-	-	-	-
純資産	1,379	76.8	1,594	76.7	1,716	79.5
自己資本	1,379	76.8	1,594	76.7	1,716	79.5

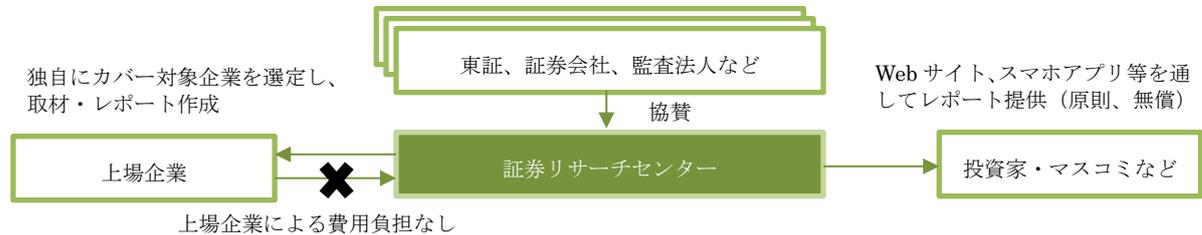
キャッシュ・フロー計算書	2022/9		2023/9		2024/9 2Q累計	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	184	253	75			
減価償却費	1	2	1			
投資キャッシュ・フロー	-1	-8	0			
財務キャッシュ・フロー	-	-	-3			
配当金の支払額	-	-	-			
現金及び現金同等物の増減額	186	245	71			
現金及び現金同等物の期末残高	1,563	1,808	1,880			

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

## 証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



### ■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス	日本証券業協会
公益社団法人日本証券アナリスト協会			

### ■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会
一般社団法人スチュワードシップ研究会	

### アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

### 免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない。投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。