SEO TOKYO maker

WHITE PAPER 2026

海外の一次情報で検証する

SEOは本当に終わったのか

Google決算、Rand Fishkin、BrightEdge、Ahrefs、Semrush決算、Adobeの買収から読み解く

「SEOかLLMOか」ではなく「SEOもLLMOも」。
憶測ではなく、データでAI検索時代の戦略を考える

5 PRIMARY SOURCES

01 Google / Alphabet 決算
検索クエリは過去最高

02 Rand Fishkin × Datos
Google検索は今も圧倒的な規模

03 BrightEdge・Ahrefs
AIからの流入は、まだ数%規模

04 Semrush 決算
AI製品は急成長、中心はSEO

05 Adobe の買収
GEOは「SEOと並ぶ」成長チャネル

アドマノ株式会社 | 東京SEOメーカー

この資料でわかること

「SEOは終わった」は本当か。憶測ではなく、海外の一次情報とデータで検証します。

こんなお悩みはありませんか？

- 「SEOは終わった」という話を聞いて不安
- LLMOやAIOに予算を移すべきか迷っている
- 社内で、SEOを続ける根拠を説明したい
- 海外のデータを、正しく読み解きたい

01 5つの一次情報で検証

Google決算、Rand Fishkin、BrightEdge・Ahrefs、Semrush決算、Adobeの買収

02 数字の正しい読み方

推計の前提や、数字が大きく変わる理由、見落としやすい変化も整理

03 これからの戦略

「SEOかLLMOか」ではなく「SEOもLLMOも」。土台から積み上げる考え方

対象：AI検索時代のマーケティング戦略を検討している経営者・マーケティング責任者／SEOの予算や方針を社内で説明する必要があるWeb担当者

© ADMANO inc. All Right Reserved.

「SEOは終わった」は本当か：5つの一次情報で検証する

最近、「SEOは終わった」「これからはLLMOだけでいい」という話をよく聞きます。本当にそうでしょうか。

- 「SEOは終わった」
- 「これからはLLMOだけでいい」
- 「SEOよりAIO・LLMOの方が大事」
- 「AI検索の時代だからGoogle対策は不要」

その話の根拠となる一次情報まで、確認できていますか？ この資料で検証する5つの情報源

01
Google（Alphabet）の決算
SECへの提出資料・CEO発言

02
Rand Fishkin × Datos
実際のユーザー行動データ

03
BrightEdge・Ahrefs
サイトへの流入の実データ

04
Semrushの決算
SEOツール企業の収益構成

05
AdobeによるSemrush買収
約19億ドルの投資判断

日本でよく言われている話と、海外の実データには大きな差がある

© ADMANO inc. All Right Reserved.

CONCLUSION 先に結論：Google検索とSEOの規模は、今も圧倒的

利用規模、ウェブサイトへの送客、マーケティングツール企業の収益構成。3つのデータで見ると、SEOとGoogle検索の規模は依然として圧倒的です。

1 利用規模

約210倍

Google検索 ÷ ChatGPTの検索的な利用（2025年の推計）

推計方法で数字は大きく変わる（8ページ）

2 送客

約2%

AI検索からのリファラル流入（BrightEdge・2026年10月）

Googleは約86%。差は約39倍

3 収益構成

約8%

SemrushのARRに占めるAI製品（2025年末）

AI製品は前年の約9.5倍に急成長

現時点の実態 **AIO・LLMOは、SEOに代わる完成された巨大市場ではない**

SEOやデジタルマーケティングの上に新しく加わり、急速に成長している市場と捉えるのが正確です。

出典：Search Engine Land「Google is still 210x bigger than ChatGPT in search」／BrightEdge「AI Market Pulse」（2026年10月データ）／Semrush「Fourth Quarter and Full Year 2025 Financial Results」（Business Wire）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠1　Google決算：検索クエリは過去最高

最も硬い一次情報は、Google（親会社Alphabet）が投資家と米国証券取引委員会（SEC）に向けて公表する決算資料です。

“Search had a strong quarter with AI experiences driving usage, queries at an all time high, and 19% revenue growth.”

AI体験が利用を牽引し、クエリ数は過去最高、検索の収益は19%成長

2026年第1四半期（2026年4月29日発表）　Sundar Pichai CEO

“Our popular AI features are driving Search query growth.”

人気のAI機能が、検索クエリの成長を牽引している

2026年第2四半期（2026年7月22日・SEC提出資料）
Sundar Pichai CEO

“Our AI investments are driving increased usage and overall query growth, including commercial queries.”

AIへの投資が、利用と、商用クエリを含むクエリ全体の成長を牽引。前年比の伸び率は過去5年で最高

2026年第3四半期（2026年10月28日発表）　Sundar Pichai CEO

Googleの公式発表

「AIが検索を殺した」ではなく「AIが検索を成長させている」

AI Modeの月間利用者は10億人を突破（Q2）。AI Modeの質問は従来の検索の約3倍の長さで、5回に1回は音声・画像・文書を使います（Q3）。SEOの母数である検索市場そのものが、今も拡大しています。

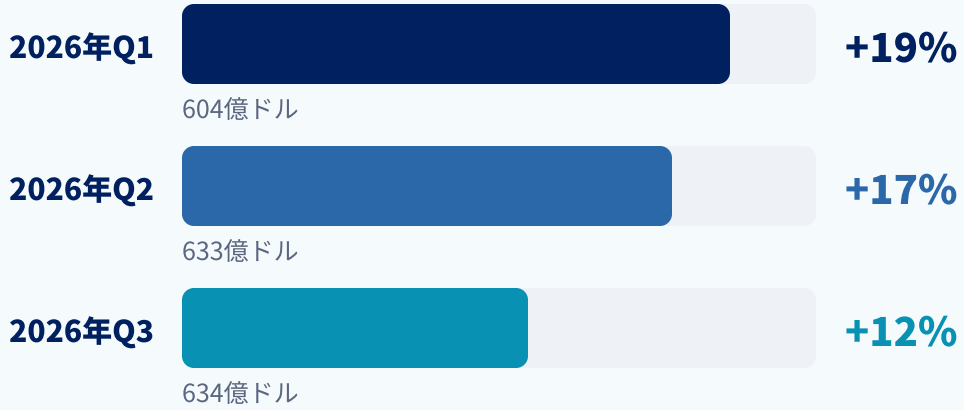
出典：Google公式ブログ「Alphabet earnings call, Q1 2026」／Alphabet Form 8-K Exhibit 99.1（2026年第2四半期・SEC提出）／Google公式ブログ「Q2 2026 earnings call: Remarks from our CEO」（2026年7月22日）／Google公式ブログ「Q3 2026 earnings call: Remarks from our CEO」（2026年10月28日）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠1の補足：検索の売上は過去最高水準。ただし伸び率には注意

検索の利用は伸びています。一方で、AI Modeの収益化など、Google自身にとっても検索は変化の途中にあります。

Google Search & other の売上（前年同期比）



規模 **検索は、Googleの最大の事業であり続けている**

2026年第3四半期の検索関連の売上は約634億ドル。Alphabet全体の売上1,276億ドルの約半分を占めます。

注意点 **売上の伸び率は、19%→17%→12%と鈍化**

Googleは為替の影響や、AI Modeの収益化がまだ低いことを要因に挙げています。

読み方の注意　「クエリ数は過去最高」「伸び率は5年で最高」はGoogle自身の説明で、クエリの絶対数は公表されていません。それでも、SECに提出される決算資料での発言であり、最も信頼性の高い一次情報の一つです。

出典：Alphabet「First Quarter 2026 Results」（2026年4月29日）／Alphabet Form 8-K Exhibit 99.1（2026年第2四半期・SEC提出）／Alphabet「2026 Q3 Earnings Transcript」（決算説明会の書き起こし）／Marketing Dive「Google's AI overhaul of search hits snags as ad revenue growth cools」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠2　Rand Fishkin × Datos：Google検索は今も伸びている

SparkToroとDatosは、数百万台規模の端末の行動データから、検索の実態を継続的に調査しています。

5兆回超
Googleの年間検索数（2024年・Google発表）

約140億回
1日あたりの検索数

+21.64%
Google検索数の伸び（2024年・前年比）

Rand Fishkinとは

海外SEO業界で最も影響力のある人物の一人

Rand Fishkin（ランド・フィシュキン）氏は、SEOツール企業Mozの創業者で、現在はSparkToroのCEO。クリックストリーム分析企業Datos（ダトス）のデータで、実際のユーザー行動を調査しています。

Fishkin氏の評価

成熟した製品で、1年に21.64%の成長は驚異的

Fishkin氏は、2024年のGoogle検索の伸びをこう評価。AI Overviewsの導入時期とも重なり、AIが検索の利用を増やしているというGoogleの説明とも一致しています。

データの範囲　伸び率は、Datosのパネル（主に米国のパソコンでのブラウザ利用）をもとにした分析です。スマートフォンのアプリでの検索は含みません。

出典：SparkToro「Google Search Grew 20%+ in 2024; receives ~373X more searches than ChatGPT」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

「210倍」をどう読むか：推計によって数字は大きく変わる

Google検索とChatGPTの比較は、推計の前提で結果が大きく変わります。数字だけを切り取らず、何を比べているかを確認することが大切です。

発表時期	推計した人・企業	Google ÷ ChatGPT	前提
2025年3月	Rand Fishkin（SparkToro）	**約373倍**	ChatGPTの検索的な利用は1日最大3,750万件
2025年10月	Rand Fishkin（SparkToro）	**約210倍**	検索的なプロンプトは1日約6,600万件
2026年2月	Ahrefs（Patrick Stox氏）	**約8.3倍**	従来Googleで検索された内容に限ると、ChatGPTはGoogleの約12%
2026年11月	OpenAI（自社の説明）	**約5倍**	検索的なクエリはGoogleの約5分の1と主張（根拠データは非公表）

読み方 **「何を検索とみなすか」で、数字は数十倍も変わる**

ChatGPTの利用のうち、どこまでを「検索に近い」と数えるかで推計は大きく異なります。4ページの「約210倍」は、2025年時点のFishkin氏の推計です。

それでも **ただし、サイトへの送客ではGoogleが約190倍**

Ahrefsは、ChatGPTの検索量をGoogleの約12%と推計する一方で、ウェブサイトに送っている流入はGoogleがChatGPTの約190倍だと分析しています。

出典：SparkToro「Google Search Grew 20%+ in 2024; receives ~373X more searches than ChatGPT」／Search Engine Land「Google is still 210x bigger than ChatGPT in search」／Ahrefs「ChatGPT Has 12% of Google's Search Volume but Google Sends 190x More Traffic」／Search Engine Roundtable「OpenAI Says ChatGPT Is At 20% Of Google Search Volume」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

AIツールを使い始めても、人はGoogle検索をやめていない

AIツールの利用は約5倍に増えました。それでも、従来型の検索エンジンの利用はほとんど減っていません。

8%→38%

米国でAIツールを使う人の割合（2023年→2025年）

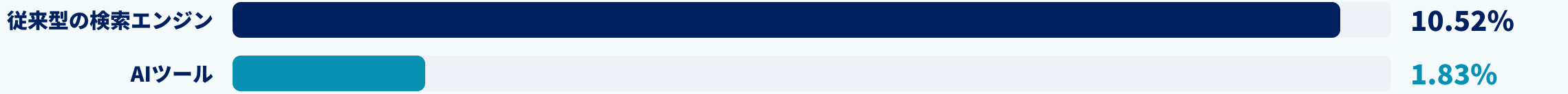
95%

毎月、従来型の検索エンジンを使う米国の人の割合

Semrushのデータ

ChatGPTを使い始めた人は、Google検索の回数も増え、数か月後も以前より多いまま

パソコンでのWebサイト訪問全体に占める割合（米国・Datos）



2026年第2四半期。2025年第4四半期は、検索エンジン約10%、AIツール0.77%でした。また、米国のパソコン検索に占めるGoogleのシェアは94.3%（2026年3月）。AIツールは伸びていますが、情報を探す入口としては依然として検索エンジンが圧倒的です。

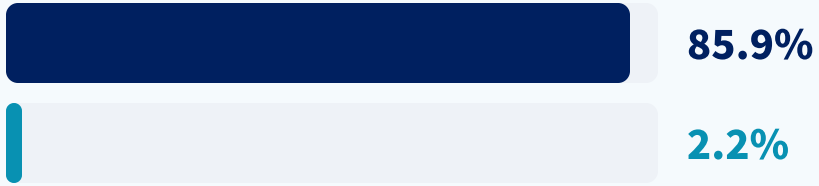
出典：SparkToro「20% of Americans use AI tools 10X+/month … traditional search hasn't dipped」／Search Engine Land「AI tool adoption jumps to 38%, but 95% still rely on search engines」／Datos「State of Search Q1 2026」（2026年4月27日）／eMarketer「Google is keeping more search traffic in its own ecosystem」（Datos Q2 2026）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠3　BrightEdge：AI検索からの流入は約2%。Googleは約86%

エンタープライズSEOの大手BrightEdgeは、企業サイトへの実際の流入データを毎月公開しています。

検索からのリファラル流入に占める割合（2026年10月）



AI検索は2か月連続で2%台。そのうち96.0%はChatGPTからの流入です。2025年1〜8月の分析では1%未満でした。

成長　**AI検索は、確実に伸びている**

1%未満（2025年1〜8月）から約2%へ。BrightEdgeは、AI検索を「これまでで最も速く伸びているチャネル」と表現しています。

規模の差　**それでも、Googleは約39倍**

フォーチュン100企業を含むサイトの実データでは、流入でもコンバージョンでも、オーガニック検索が主役です。

数字の読み方　BrightEdgeは2026年7月、アクセス解析ツール側のAI流入の計測方法の変更に合わせて過去データを修正しています。そのため、過去の発表と最新の数字は単純に比較できない点に注意が必要です。

出典：BrightEdge「AI Market Pulse」（2026年10月データ）／BrightEdge「AI Accounts for Less Than 1% Search, Organic Traffic Continues to Dominate」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

Ahrefsの実データ：最も多くの人をサイトへ送っているのはGoogle

SEOツールのAhrefsは、自社の無料Web解析ツールのデータから、AIと検索の流入を比較するダッシュボードを公開しています。

サイトへのトラフィックに占める割合（2026年10月）



Ahrefsの無料Web解析ツールを導入した約11万サイトの実データ。毎月更新されるダッシュボードです。

Google ÷ AIアシスタント合計

約54倍

ChatGPTを含むAIアシスタント全体を合わせても、Googleの約54分の1

数字の更新　このダッシュボードは毎月更新されます。この資料では、確認できた最新の2026年10月の数字を使っています。AIの割合は少しずつ伸びていますが、Googleとの差は依然として大きいままです。

出典：Ahrefs「AI vs Search Traffic Analysis」（chatgpt-vs-google.com）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠4　Semrushの決算：「SEOは終わった」と言われた年に18%成長

次は、企業がお金を払っている市場の規模です。参考にするのは、Semrushの2025年通期決算です。

4億4,360万ドル
2025年通期の売上（前年比+18%）

4億7,140万ドル
年間経常収益ARR（前年比+15%）

+31%
年1万ドル以上払う顧客

+74%超
年5万ドル以上払う大口顧客

なぜ決算を見るのか

企業が実際にお金を払っている市場を見る

Semrushは、SEOを中核とするデジタルマーケティングのツール企業で、米国のNASDAQに上場していました（2026年4月にAdobeが買収）。決算は、市場の実態を映す一次情報です。

注目点

大口顧客ほど、投資を増やしている

年5万ドル以上を払う顧客は74%以上増えました。企業はSEO・デジタルマーケティングへの投資を減らすどころか、増やしています。

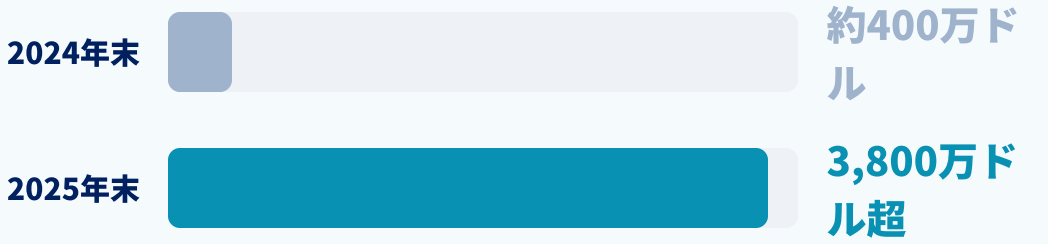
出典：Semrush「Fourth Quarter and Full Year 2025 Financial Results」（Business Wire）／Semrush公式サイト 同リリース

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SemrushのAI製品は約9.5倍に急成長。それでもARRの約8%

では、AI製品はどうでしょうか。Semrushは、AI製品のARRを決算で開示しています。

AI製品のARR（年間経常収益）



会社全体のARRに占める割合（2025年末）



成長 **LLMO市場が本物であることは間違いない**

1年で約9.5倍という成長は驚異的です。AI検索への対応ニーズは、確実に生まれています。

構成 **ただし、売上の中心は今もSEO**

AI製品は全体の約8%。Semrushでは、既存のSEO・デジタルマーケティング関連の事業が売上の大部分を占めています。

出典：Semrush「Fourth Quarter and Full Year 2025 Financial Results」（Business Wire）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

証拠5　Adobeの買収：GEOは「SEOと並ぶ」新しい成長チャネル

最後の証拠は、AdobeによるSemrushの買収です。規制当局の審査や株主の承認を経て、2026年4月に買収が完了しました。

約19億ドル

買収額（全額現金）

日本円で約2,900億円（1ドル＝153円で換算）

12ドル

1株あたりの買収価格

発表前日の終値6.89ドルの約2倍

2025年11月19日　発表

2026年4月28日　買収完了

Adobe デジタルエクスペリエンス事業 プレジデント Anil Chakravarthy氏

“With Semrush, we're unlocking GEO for marketers as a new growth channel **alongside their SEO** *.”*

Semrushによって、GEOを、SEOと並ぶ新しい成長チャネルとしてマーケターに開放する

読み取れること

SEOの代わりではなく、SEOと並べる

AdobeはLLMO専業ではなく、SEOを中核とする企業を買いました。買収後の決算（2026年6月）では、SemrushのARRは約4億8,000万ドル。2025年末の4億7,140万ドルから伸びています。

出典：TechCrunch「Adobe to buy Semrush for $1.9 billion」／Adobe「Adobe Completes Semrush Acquisition」（2026年4月28日）／Adobe Form 8-K Exhibit 99.1（2026会計年度第2四半期・SEC提出）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

見落としてはいけない変化：SEOの「成果の出方」は変わった

公平に見るために、SEOにとって厳しいデータも確認しておきます。検索の規模は大きいままですが、クリックの集まり方は変わっています。

68.01%

クリックなしで終わるGoogle検索（米国・2026年1〜4月）

20%超

AI Overviewsが表示される検索の割合

表示されるとクリック率は約6割低下

+12%

Google検索の売上の伸び（2026年Q3）

Q1の+19%から鈍化

これからのSEO　「順位が上がれば流入が増える」だけでは測れない

検索の利用は増えても、検索結果の中で答えが完結する場面が増えています。順位やクリックに加え、AIでの露出や指名検索、問い合わせまで含めて評価する必要があります。

対応　だからこそ、AIO・LLMOを「上に積む」

AI OverviewsやAI Modeに引用される情報を持つことが、新しい接点になります。その土台にあるのは、Googleに見つけられ、理解されるためのSEOです。

出典：SparkToro「In 2026, Less than One Third of Google Searches Still Send a Click」／Alphabet「2026 Q3 Earnings Transcript」（決算説明会の書き起こし）／Marketing Dive「Google's AI overhaul of search hits snags as ad revenue growth cools」

© ADMANO inc. All Right Reserved.

結論：「SEOかLLMOか」ではなく「SEOもLLMOも」

AI検索は間違いなく急成長しています。しかし、だからといってSEOが終わったわけではありません。

LLMO・AIO・GEO

コンテンツの専門性・独自データ・信頼

SEO（Googleに見つけられ、理解される土台）

1. **Google決算：検索クエリは過去最高**
2. **Fishkin × Datos：Google検索は今も圧倒的な規模**
3. **BrightEdge・Ahrefs：AIからの流入はまだ小さい**
4. **Semrush決算：AI製品は急成長、中心は既存事業**
5. **Adobe：GEOは「SEOと並ぶ」成長チャネル**

Googleの公式ガイド　Googleは2026年に公開した「生成AI検索の最適化ガイド」で、生成AI検索向けの最適化も**「SEO であることに変わりはありません」**　と明言。llms.txtのようなAI専用ファイルや、AI向けの書き換えは不要としています。

まずはSEOでしっかり土台をつくり、その上にLLMO・AIO・GEOを積み上げる

出典：Google検索セントラル「生成AI検索の最適化ガイド」（最終更新2026年10月30日）

© ADMANO inc. All Right Reserved.

AI検索時代に、企業が今取り組むべき5つのこと

海外の一次情報から見えてきたのは、SEOを捨てる戦略ではなく、SEOを土台に広げていく戦略です。

検索で見つけられ、理解される土台を整える	クロール、インデックス、内部リンク、構造化データなど、テクニカルSEOを継続的に点検する
テーマ全体で頼られる情報源になる	単一のキーワードではなく、周辺領域まで含めて専門的に答えるコンテンツを積み上げる
独自データと一次情報を持つ	自社の調査、事例、実績の数字など、AIにも引用されやすい情報を発信する
第三者から認識される	業界メディアや専門家からの言及、被リンク、口コミなど、外部からの評価を高める
成果の測り方を見直す	順位やクリックに加え、AIでの露出、指名検索、問い合わせまで含めて評価する

東京SEOメーカーの視点　「SEOは終わった」という風潮に惑わされず、データで判断することが大切です。私たちは、SEOという土台の上にAIO・LLMO・GEOを積み上げることが、AI検索時代の最も確実な戦略だと考えています。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

一次情報・参考文献

01 Alphabet「First Quarter 2026 Results」（2026年4月29日）
https://s206.q4cdn.com/479360582/files/doc_financials/2026/q1/2026q1-alphabet-earnings-release.pdf

02 Google公式ブログ「Alphabet earnings call, Q1 2026」
https://blog.google/company-news/inside-google/message-ceo/alphabet-earnings-q1-2026/

03 Alphabet Form 8-K Exhibit 99.1（2026年第2四半期・SEC提出）
https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0001652044/000165204426000066/googexhibit991q22026.htm

04 Google公式ブログ「Q2 2026 earnings call: Remarks from our CEO」（2026年7月22日）
https://blog.google/company-news/inside-google/message-ceo/alphabet-earnings-q2-2026/

05 Google公式ブログ「Q3 2026 earnings call: Remarks from our CEO」（2026年10月28日）
https://blog.google/company-news/inside-google/message-ceo/alphabet-earnings-q3-2026/

06 Alphabet「2026 Q3 Earnings Transcript」（決算説明会の書き起こし）
https://s206.q4cdn.com/479360582/files/doc_events/2026/Oct/28/2026_Q3_Earnings_Transcript.pdf

07 Marketing Dive「Google's AI overhaul of search hits snags as ad revenue growth cools」
https://www.marketingdive.com/news/googles-ai-overhaul-of-search-hits-snags-as-ad-revenue-growth-cools/

08 Google検索セントラル「生成AI検索の最適化ガイド」（最終更新2026年10月30日）
https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/ai-optimization-guide?hl=ja

09 SparkToro「Google Search Grew 20%+ in 2024; receives ~373X more searches than ChatGPT」
https://sparktoro.com/blog/new-research-google-search-grew-20-in-2024-receives-373x-more-searches-than-chatgpt/

10 Search Engine Land「Google is still 210x bigger than ChatGPT in search」
https://searchengineland.com/google-210x-bigger-chatgpt-search-462604

11 Ahrefs「ChatGPT Has 12% of Google's Search Volume but Google Sends 190x More Traffic」
https://ahrefs.com/blog/chatgpt-has-12-percent-of-googles-search-volume/

12 Search Engine Roundtable「OpenAI Says ChatGPT Is At 20% Of Google Search Volume」
https://www.seroundtable.com/chatgpt-20-percent-google-search-volume-42451.html

13 SparkToro「20% of Americans use AI tools 10X+/month … traditional search hasn't dipped」
https://sparktoro.com/blog/new-research-20-of-americans-use-ai-tools-10x-month-but-growth-is-slowing-and-traditional-search-hasnt-dipped/

14 Search Engine Land「AI tool adoption jumps to 38%, but 95% still rely on search engines」
https://searchengineland.com/ai-tool-adoption-surges-search-stays-strong-461235

15 PPC Land「Traditional search holds steady while query language evolves」（Datos Q4 2025）
https://ppc.land/traditional-search-holds-steady-while-query-language-evolves/

16 Datos「State of Search Q1 2026」（2026年4月27日）
https://datos.live/report/state-of-search-q1-2026/

17 eMarketer「Google is keeping more search traffic in its own ecosystem」（Datos Q2 2026）
https://www.emarketer.com/content/google-keeping-more-search-traffic-its-own-ecosystem

18 SparkToro「Search Happens Everywhere: An Analysis of 41 Websites」
https://sparktoro.com/blog/new-research-search-happens-everywhere-an-analysis-of-41-websites-with-significant-search-activi

19 BrightEdge「AI Market Pulse」（2026年10月データ）
https://help.brightedge.com/brightedge-ai-pulse

20 BrightEdge「AI Accounts for Less Than 1% Search, Organic Traffic Continues to Dominate」
https://www.brightedge.com/news/press-releases/brightedge-data-finds-ai-accounts-less-1-search-organic-traffic-continues

21 Ahrefs「AI vs Search Traffic Analysis」（chatgpt-vs-google.com）
https://chatgpt-vs-google.com/

22 Semrush「Fourth Quarter and Full Year 2025 Financial Results」（Business Wire）
https://www.businesswire.com/news/home/20260302904076/en/Semrush-Announces-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2025-Financ

23 Semrush公式サイト 同リリース
https://www.semrush.com/news/448771-semrush-announces-fourth-quarter-and-full-year-2025-financial-results/

24 TechCrunch「Adobe to buy Semrush for $1.9 billion」
https://techcrunch.com/2025/11/19/adobe-to-buy-semrush-for-1-9-billion

25 Adobe「Adobe Completes Semrush Acquisition」（2026年4月28日）
https://news.adobe.com/news/2026/04/adobe-completes-semrush-acquisition

26 Adobe Form 8-K Exhibit 99.1（2026会計年度第2四半期・SEC提出）
https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/0000796343/000079634326000109/adbeex991q226.htm

27 SparkToro「In 2026, Less than One Third of Google Searches Still Send a Click」
https://sparktoro.com/blog/in-2026-less-than-one-third-of-google-searches-still-send-a-click/

参照日：2026年11月。英文の発言は原文を掲載し、日本語は当社による訳です。DatosとSearch Engine LandはSemrushのグループ企業（2026年4月以降はAdobe傘下）であり、各推計は調査会社の手法によって数字が異なります。Ahrefsのダッシュボードは毎月更新されます。円換算は1ドル＝153円で計算しています。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

弊社のご紹介

SEO・AIO/LLMO専門のデジタルマーケティングカンパニー

東京SEOメーカー

https://www.switchitmaker2.com/

2,000社+
支援実績 ／ 創業15年

YouTube
会員登録 30,000人

7冊
SEO関連書籍出版





確かな戦略コンサルで企業収益を最大化

- 15年で2,000社以上のクライアント様のWEB集客を支援。20人の少数精鋭ながら大手企業、上場企業の支援多数。
- 検索エンジンのアルゴリズムを長年研究し「独自ノウハウ」を蓄積。
- Google検索【SEOコンサルティング】【SEO東京】【海外SEO】【格安SEO】【格安LLMO】など多数のワードで長年にわたり検索順位上位獲得。600以上のSEO関連ワードで1ページ目以内にランクイン。

© ADMANO inc. All Right Reserved.

実績　取引先一例

国内企業様 取引先一例

株式会社芝浦電子
サンポール
丸田靡製麺
MDI株式会社 HEAT EXCHANGE SYSTEM SOLUTION
EMC技術の明日をひらく DENKENSEIKI
株式会社建設技術研究所
富士ロジテック
高千穂交易株式会社 TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.
銀座 英國屋
Packaging Solution OIZURU
上野黒門 安井商店 SINCE 1928

グローバル企業様 取引先一例

OMRON
KIKUSUI
FUJIOH
RS
ISF NET
EUROPEAN FLAGPOLE SunPole
CROWN RECORDS MANAGEMENT
BRAND CLOUD USA

© ADMANO inc. All Right Reserved.

SEO TOKYO maker

SEO専門会社として15年、2,000社以上を支援

SEOもLLMOも、データにもとづく戦略を

東京SEOメーカーにご相談ください

- 「SEOは終わった」と聞いて方針に迷っている
- SEOとLLMO・AIOの予算配分を考えたい
- AI検索での露出と、検索流入の両方を伸ばしたい
- データにもとづくSEO戦略を立てたい

SEOコンサルティング・AIO／LLMO・GEO対策・コンテンツSEO・テクニカルSEO

https://www.switchitmaker2.com/

アドマノ株式会社