



BROAD-MINDED

# 2026年3月期 決算説明資料

ブロードマインド株式会社(東証グロース：7343) | 2026年5月14日

# マネジメントメッセージ (振り返り)

- 26.03期は、売上5,289百万円（前期比△11.3%）、営業利益623百万円（前期比+35.3%）  
事業の選択と集中を進めた結果、前期比で減収増益、段階利益に関しては期初予想を上回る  
筋肉質な事業体制となり、営業利益率は7.7%から11.8%へ改善
  - ✓ 不動産開発案件で出口価格の引き下げによる早期売却を回避し、当初計画した利益水準を確保するために売却時期を翌期へ変更。ならびに2Qのマネプロショップ事業売却により、前期比減収
  - ✓ 一方で主力事業のオンライン営業組織による売上高は堅調に推移
  - ✓ 経費削減やマネプロショップ事業売却に伴い、同事業における人件費・賃料・のれん償却・顧客関連資産償却の減少により、人員増・本社移転による販管費増加を吸収
- 主力のオンライン営業組織による生命保険手数料は前期比10.1%増。マネプロショップ事業売却による減収をカバーし、フィナンシャルパートナー事業全体でも1.2%増収
  - ✓ 引き続き、資産形成商品の販売が好調
- IFA事業、預かり資産残高は前期比138億円（37.7%）増加
  - ✓ 市況の好影響を受け大きく増加し、ストック収益増に貢献

# マネジメントメッセージ (見通し)

- 27.03期は、売上5,096百万円（前期比△3.6%）、営業利益480百万円（前期比△23.0%）  
前期比で減収減益の予想

- ✓ 主力商品である一時払商品手数料の支払い変更の影響で新契約のボリュームは増加するものの減収予想。短期的には収益の後ろ倒しとなる一方で総受取手数料は増額となるため、中長期的に事業の安定化につながる
- ✓ 不動産開発案件も、出口価格の引き下げによる早期売却を回避し当初計画した利益水準を確保するために売り急がない方針へ。売却までは賃料収入を得ることで資産の収益性は維持

- 主力のオンライン営業組織においては、来期以降の新卒採用数の拡大とそれに伴う教育体制の再構築。教育と定着率向上に注力すると同時に、AI×データ基盤の新構築による生産性の向上を図る

- ✓ 新卒採用は引き続き好調であり、定着率向上に向けた施策を実施し、さらなるコンサルタント数増加に注力
- ✓ 新規相談顧客数の獲得も好調で集客に不安要素はなし
- ✓ 引き続き、資産形成商品の販売が好調で、新契約のボリュームは増加
- ✓ 今期は主力の一時払商品手数料変更の影響を受けざるを得ないが、来期以降の増収への準備期間と捉える

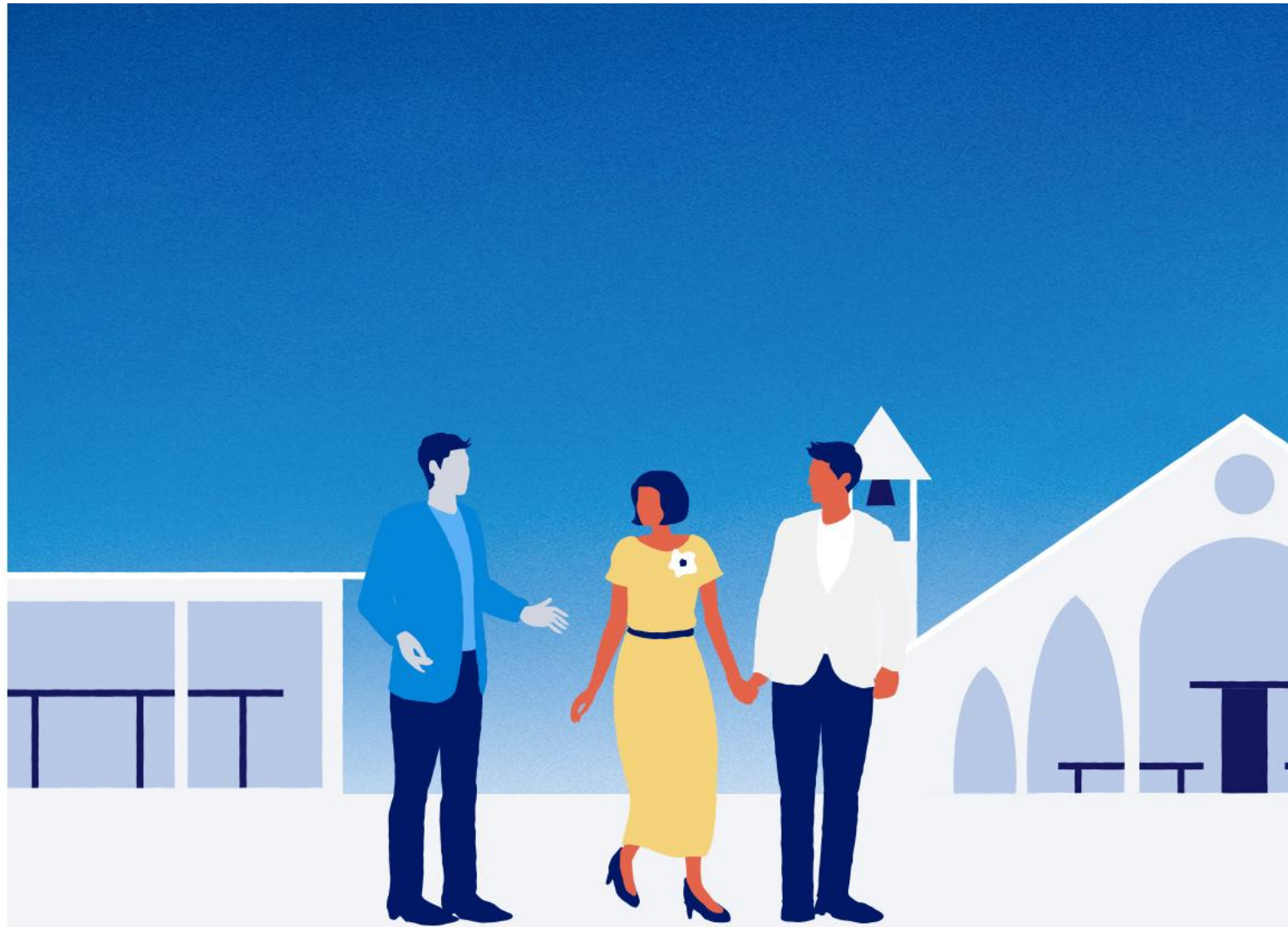
- 27.03期より配当方針を変更（期末配当に加えて、中間配当実施へ）

# Contents

- 01 26.03月期 業績ハイライト
- 02 27.03月期 業績予想・株主還元
- 03 成長戦略

Appendix

事業概要等  
KPIの状況



01 26.03期 業績ハイライト

# サマリー

マネプロショップ事業売却ならびに不動産開発案件の翌期への繰り越しにより減収となるも、経費削減により**段階利益は大幅増益**それに伴い、当初予想よりも**大幅増配**

## 売上高

**5,289** 百万円

前期比  $\Delta$  **11.3%**\*1

主力のオンライン営業組織  
による生保手数料売上  
前年同期比+10.1%

## 営業利益

**623** 百万円

前期比 **+35.3%**\*1

## 経常利益

**638** 百万円

前期比 **+28.4%**\*1

## 新規相談受付件数

**29,796** 世帯\*2

前期比 **+16.3%**

## 1株あたりの期末配当額

**69** 円

前期比 **+27**円

上場来  
5期連続  
増配

注1：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

注2：社外（他代理店）への供給分は含めず

# 連結損益計算書

業績ハイライト

販売用不動産物件の販売時期を適切な利益確保のため翌期以降へ変更したこと、マネプロショップ事業売却により減収となるも、**主力のオンライン営業組織による売上高の増収、および販管費の抑制により増益**

単位：百万円	25.03期*		26.03期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	5,963	100.0%	<b>5,289</b>	100.0%	<b>△11.3%</b>
売上原価	1,033	17.3%	<b>380</b>	7.2%	<b>△63.2%</b>
売上総利益	4,930	82.7%	<b>4,908</b>	92.8%	△0.4%
販売費及び一般管理費	4,469	74.9%	<b>4,284</b>	81.0%	<b>△4.1%</b>
営業利益	461	7.7%	<b>623</b>	11.8%	<b>+35.3%</b>
経常利益	497	8.3%	<b>638</b>	12.1%	+28.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	178	3.0%	<b>394</b>	7.5%	+120.7%

- ・当初第4四半期に予定していた販売用不動産物件について、**売却時期を翌期へ変更**。
- ・不動産開発に伴う仕入原価も同様
- ・マネプロショップ事業の売却

経費削減ならびに、マネプロショップ事業売却に伴う**人件費・賃料・のれん償却・顧客関連資産償却が減少**

注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

# セグメント別業績

不動産販売の占める影響の大きさから、今期よりフィナンシャルパートナー事業と不動産販売事業を別セグメントとして開示

単位：百万円		25.03期	26.03期	前期比
フィナンシャル パートナー事業	売上高	4,754	<b>4,810</b>	+1.2%
	セグメント利益	435	<b>600</b>	+37.9%
不動産販売事業*1	売上高	1,208	<b>478</b>	△ <b>60.4%</b>
	セグメント利益	43	<b>23</b>	△ <b>46.9%</b>

注1：不動産仲介（媒介）はフィナンシャルパートナー事業に含む  
賃料収入は不動産販売事業に含む

当初第4四半期に予定していた複数の販売用不動産物件について、**売却時期を翌期へ変更**  
▶ **出口価格の引き下げによる早期売却を回避し、当初計画した利益水準を確保**  
（経営資源の最適化および資産価値の最大化を優先）  
• **売却完了までは、継続して賃料収入を計上**

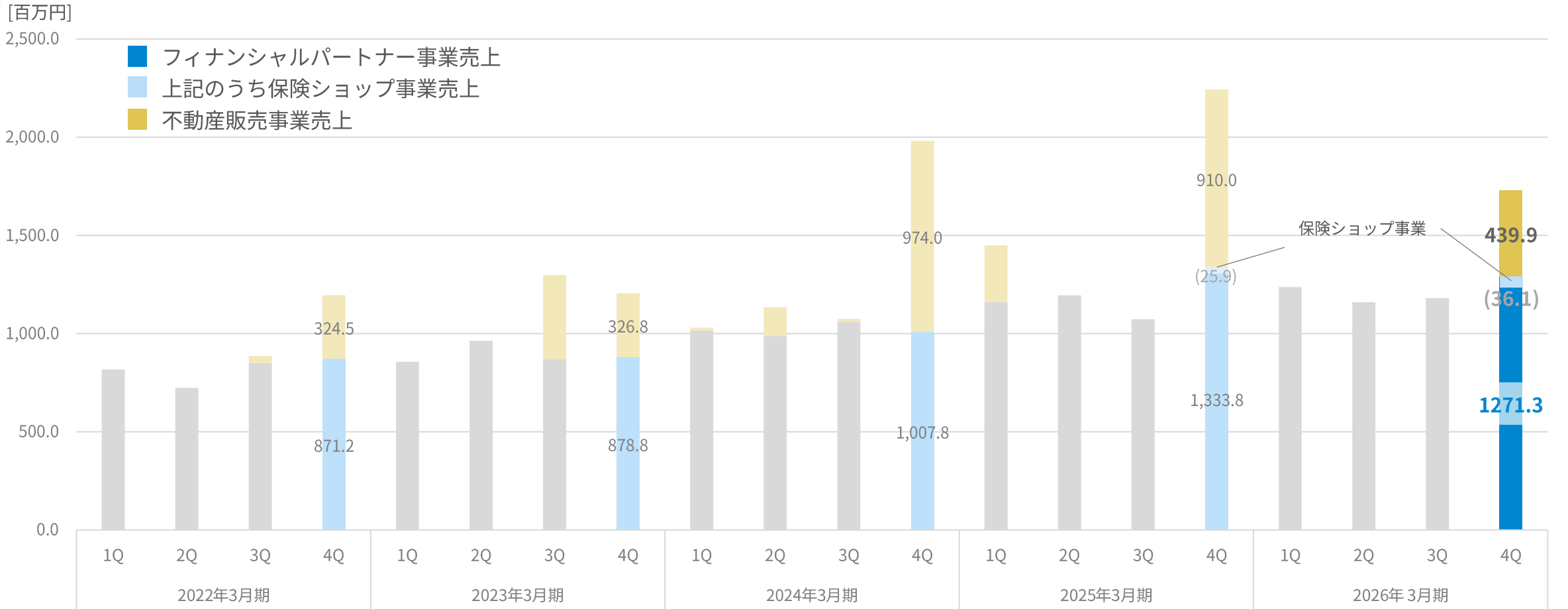
注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

01

# 【参考】四半期ごとの売上高推移

業績ハイライト

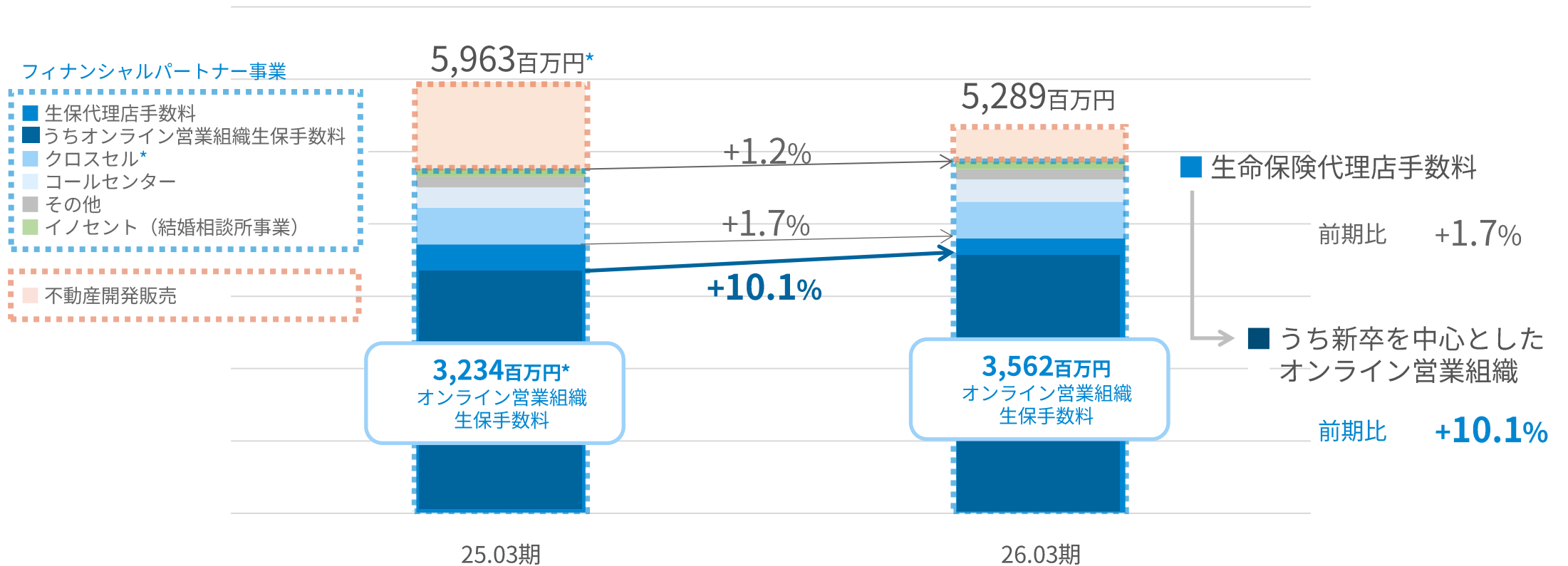
フィナンシャルパートナー事業、前期4Qに既存顧客に対するアプローチを特に強化し一巡したことから前年同期比で若干の減少



注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

# 【参考】売上高の構造

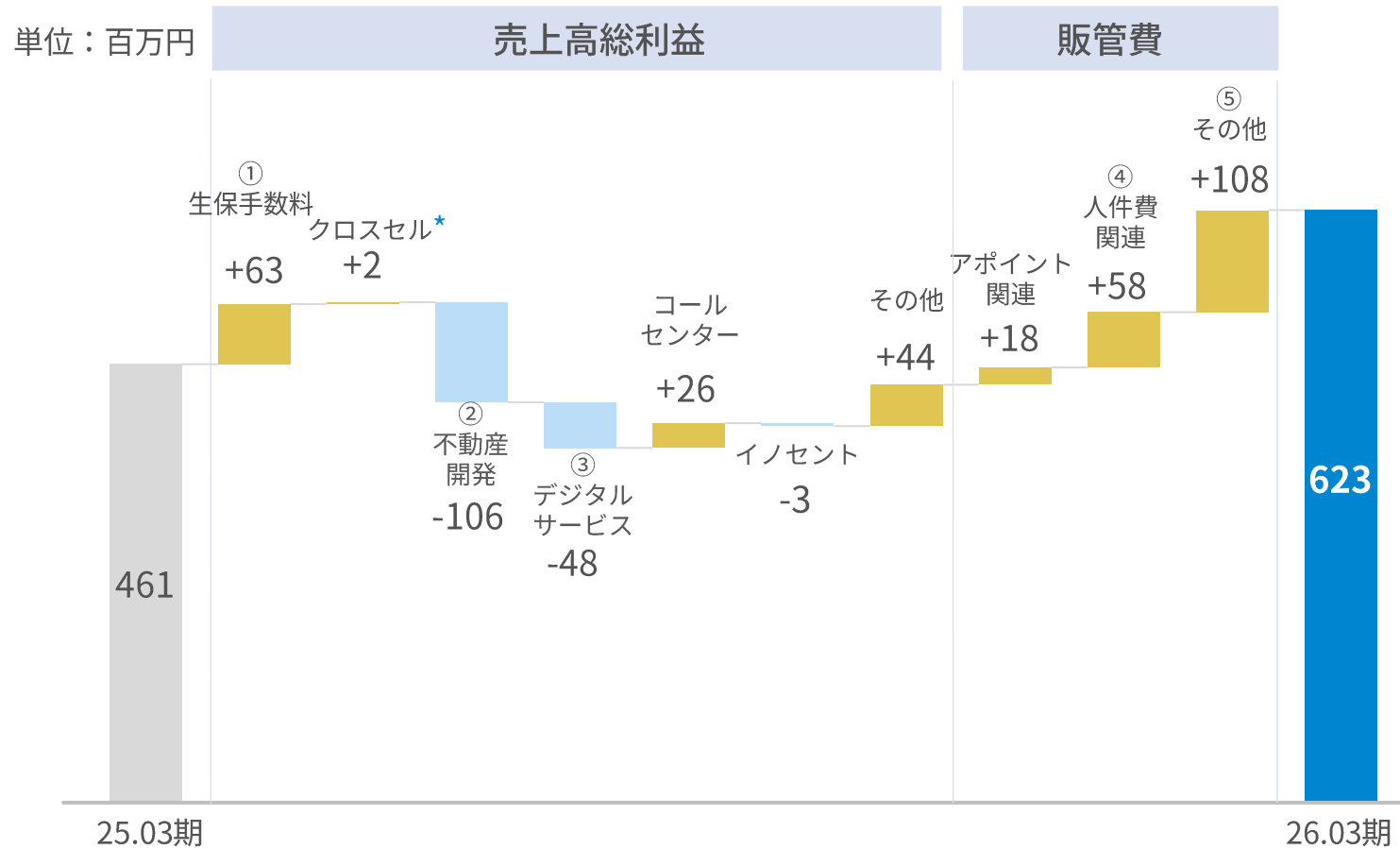
コンサルタント組織の拡大に伴い、不動産開発販売・結婚相談所事業を除く当社の主力のオンライン営業組織売上高は伸展。フィナンシャルパートナー事業としては前期比1.2%増となり、マネプロショップ事業売却に伴う減収をカバー



01

# 営業利益増減要因\*

業績ハイライト



## 売上高総利益関連

- ①引き続き変額保険・外貨建て保険（一時払保険）の販売が好調
- ②翌期に案件繰り越し
- ③前期、大型契約が継続していたため

## 販管費関連

- ④マネプロショップ事業売却に伴う人員減少
- ⑤前期の本社移転に伴う一時的な出費がなくなったこと、マネプロショップ売却に伴う各種費用・のれん償却等の減少

注： (+) 営業利益押し上げ要素 (-) 営業利益下押し要素

注： クロスセル： 損害保険・住宅ローン・金融商品・不動産仲介に係る売上

注： 今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

# 事業トピックス

26.3.31

「お金のEAP」  
「AND CALMO」  
ローンチ

お金のストレスを抱え込ませない



“お金版・健康経営モデル”として従業員の自律的な問題解決を支援する「お金のEAP」  
人的資本経営を支援するお金のプラットフォーム「AND CALMO」

26.4.10

初の出版



「お金より先に“生き方”の話をしてよう  
後悔しないためのライフプランニング」  
**Amazon売れ筋ランキングの6カテゴリで第1位獲得！**

26.4.15

日立保険サービスへ  
多層的金融教育支援を開始

株式会社 日立保険サービス

弊社独自開発のツール提供・教育・個別相談の連携対応を組み合わせた三層構造にて、金融教育支援の新たなモデルを実現  
(マネパス・ブロっこり・マネプロの連携)

「マネプロ」お客様  
インタビュー新規公開



当社コンサルタントによるライフプランニングを体験いただいたご契約者様のインタビュー動画を新規公開

↑画像クリックで再生できます

# 事業トピックス

日本における金融リテラシーの向上、ファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けた小・中学生／大学生／就職前学生向けにゲームイベントやセミナーを通じて**金融教育**を積極的に展開。**新卒社員向けの体系的な教育システムや金融教育プロダクト「ブロっこり」のノウハウ**が活きる



## 金融教育

### プロ野球ドラフト指名選手 向けマネーセミナー

### 大学連携による 大学生向け講義

### ローンチから18か月で小中高にて累計受講者4,000名突破

- ・日本癌治療学会併催イベント「がんちいきいきパーク！」
- ・不動産投資オーナー向け親子イベント
- ・メガバンク主催親子イベント
- ・「金融教育の未来を創る企業連合会」での活動

### 東都大学野球連盟

- ・ドラフト指名選手向け「金融教育セミナー」
- ・加盟22校の硬式野球部 2027年卒学生「キャリア支援勉強会」

- ・関西大学「ファイナンス特別プログラム」登壇
- ・中央大学「保険アナリストコース」登壇
- ・全国学生保険学ゼミナール (Risk and Insurance Seminar, RIS) 協賛



02 27.03月期 業績予想・株主還元

## 27.03期業績予想

外部環境の変化、およびグロース市場上場維持基準の達成を見据えた体制構築への先行投資を受け今期は屈伸、減収減益予想

単位：百万円	26.03期通期		27.03期通期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	5,289	100.0%	<b>5,096</b>	100.0%	△3.6%
売上原価	380	7.2%	<b>454</b>	8.9%	+19.6%
売上総利益	4,908	92.8%	<b>4,641</b>	91.1%	△5.4%
販売費及び一般管理費	4,284	81.0%	<b>4,160</b>	81.6%	△3.0%
営業利益	623	11.8%	<b>480</b>	9.4%	△23.0%
経常利益	638	12.1%	<b>491</b>	9.7%	△23.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	394	7.5%	<b>320</b>	6.3%	△18.7%
EPS*	69.06円		<b>55.87円</b>		△13.19円
ROE	9.9%		<b>8.0%</b>		△1.9pt

注：27.03期のEPSについて、期中平均の株式数の算出の際①新株予約権の権利行使が無い②自己株式数が27.03期と同一であると仮定しています

## 業績予想のポイント

### 外部環境変化への対応

収益後ろ倒し

一時払い生命保険の手数料体系が変更

資産価値最大化  
のため販売方針変更

不動産開発販売：保有物件のうち、1棟販売を予定

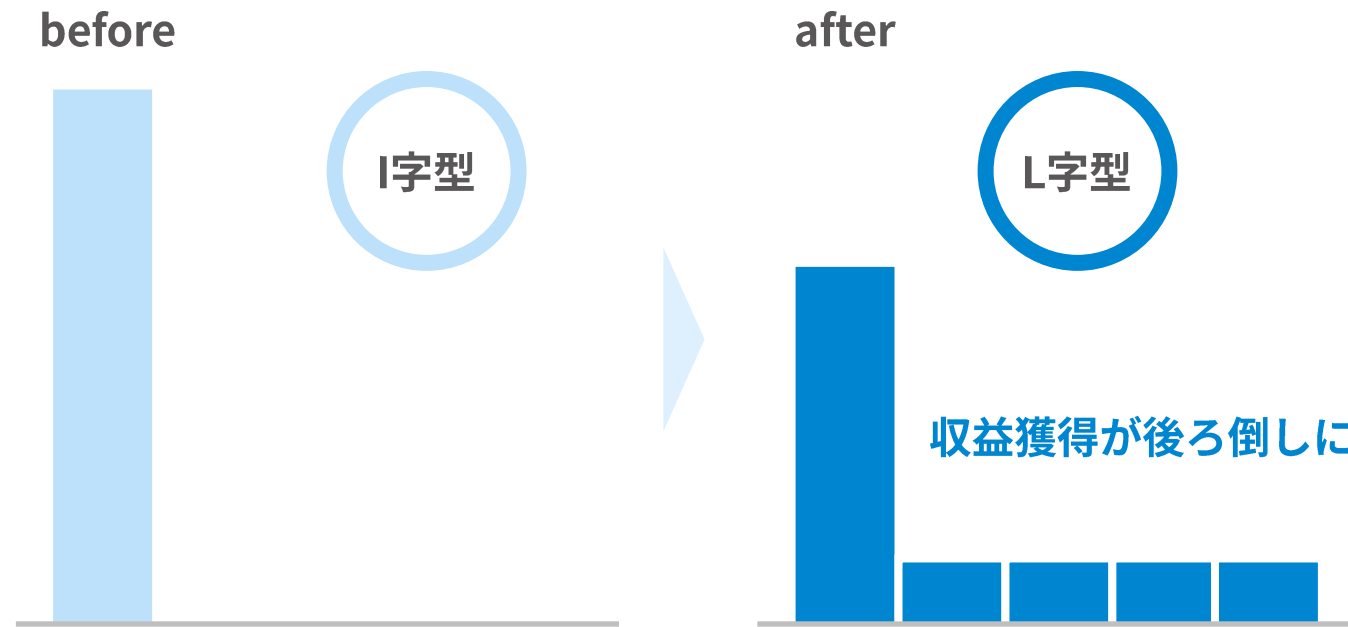
### 成長を見据えた体制構築

先行投資

27年3月期以降営業組織の拡大ペースを再加速。教育体制強化・AI投資を先行実施

# 事業環境の変化①手数料体系変更

今期より一時払い生命保険の手数料体系が変更。初年度手数料が抑制され、継続手数料が発生



× 短期的には収益が後ろ倒し  
(継続手数料発生は来期から発生)

▶ 今期減収影響 ▶ 最大約4億円

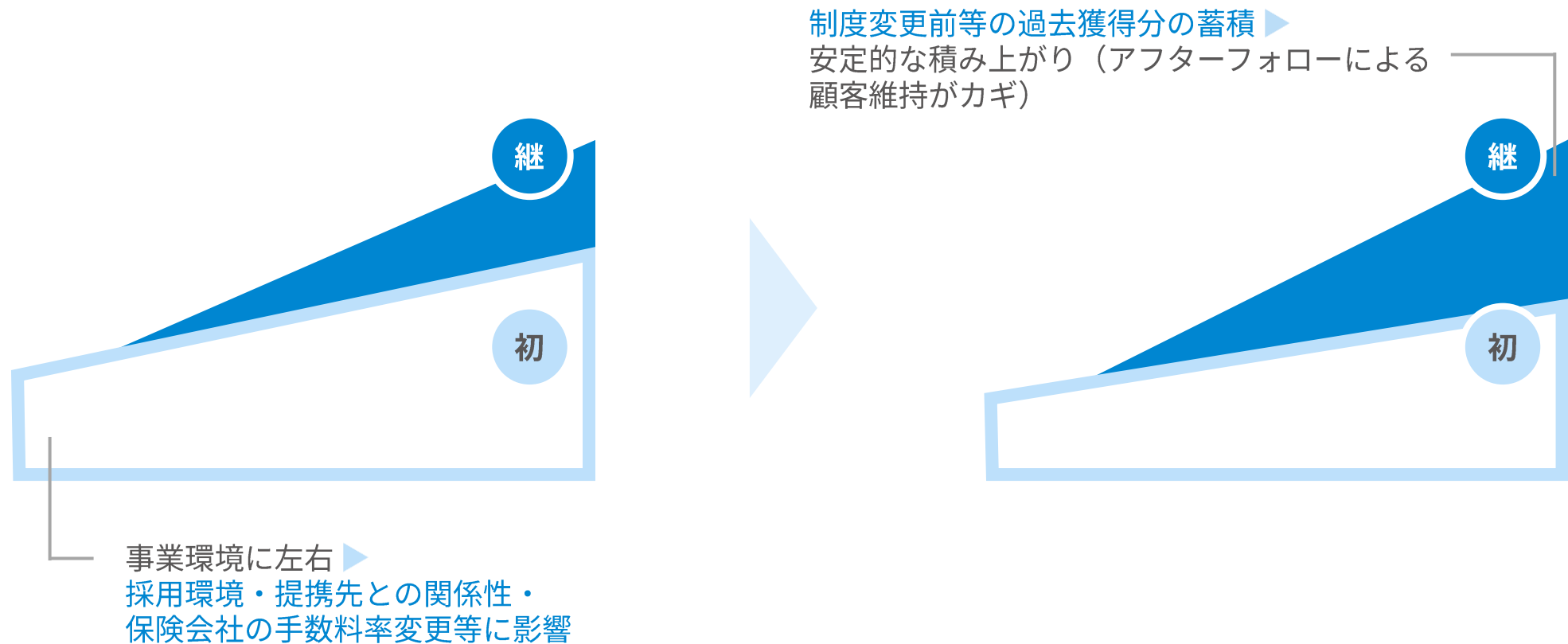
○ 総受取手数料は増額

※今後想定される手数料体系の変更 **みなし年払い制度**

月払で契約しても1年分(12か月分)の手数料が一括で支払われるもの(通常は月払契約の手数料は12か月分が毎月分割して支払われる)同業他社では採用しているところも多く、今後環境変化による大きなリスクとなり得るが、殆ど取り扱いのない当社の影響は非常に軽微

## 事業環境の変化①手数料体系変更

他方で外部環境に影響を受けにくい**継続手数料（ストック収益）**が積み上がることで、**中期的に事業の安定化へつながる**メリットも



## 事業環境の変化②不動産販売環境

建築資材価格や人件費の高騰が進む中で、当初計画した利益水準を確保するための**経営資源の最適化および資産価値の最大化を優先**。**グループ全体のキャッシュマネジメントを前提に**売り急ぐことはせず、今期は保有物件の中で**1棟の販売を計画**

### ■ 販売までの流れ



### ■ 物件の詳細

#### 完成済

RAMii中野坂上



RAMii北新宿



RAMii板橋大和町



#### 開発中

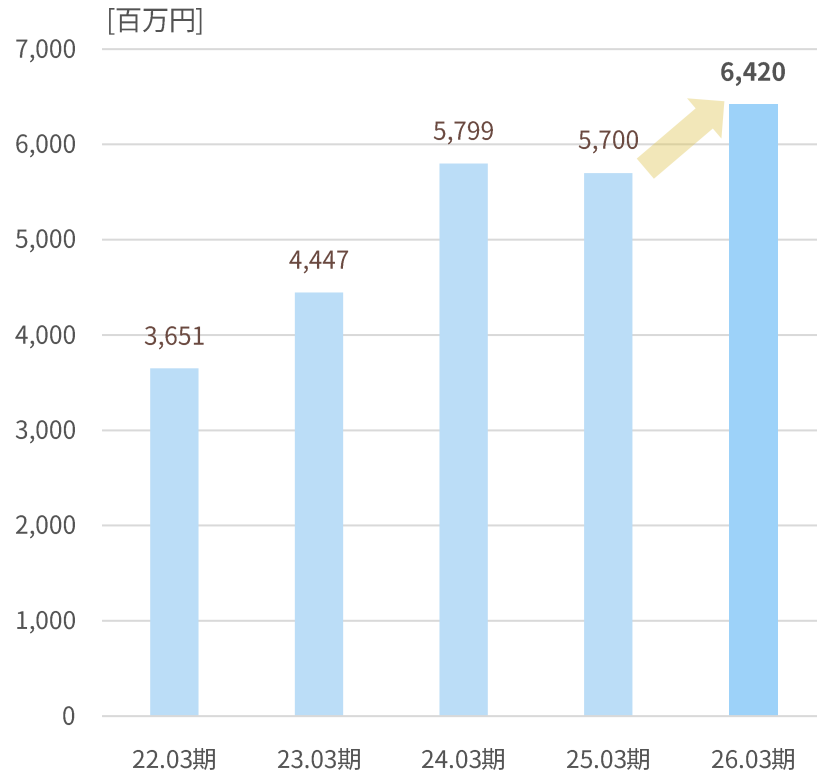
- RAMii白金 (2026年8月竣工予定)
- RAMii中落合 (2026年12月竣工予定)
- RAMii御嶽山 (2027年2月竣工予定)

# 成長を見据えた体制構築 - 前期までの振り返り -

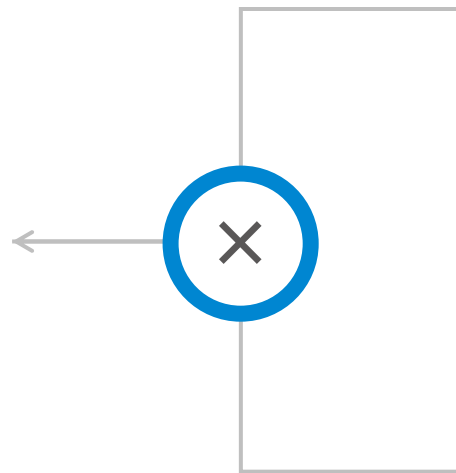
業績予想・株主還元

営業活動の総量を示す年間獲得ANP\*は堅調に増加してきた

■ 年間獲得ANP実績推移

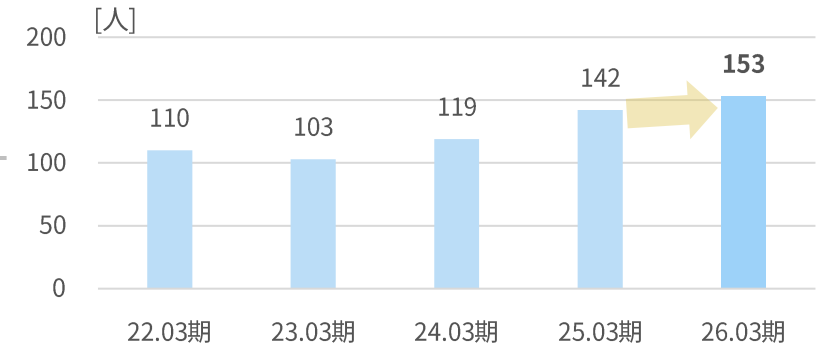


注：ANP…年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月=ANP60,000円

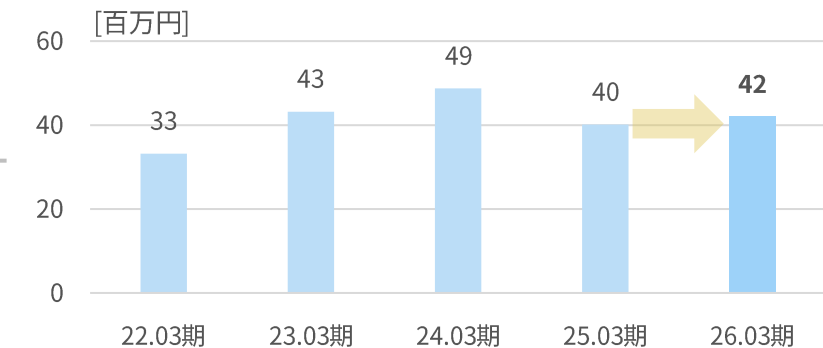


課題

コンサルタント数は伸びるも成長余地がある状態



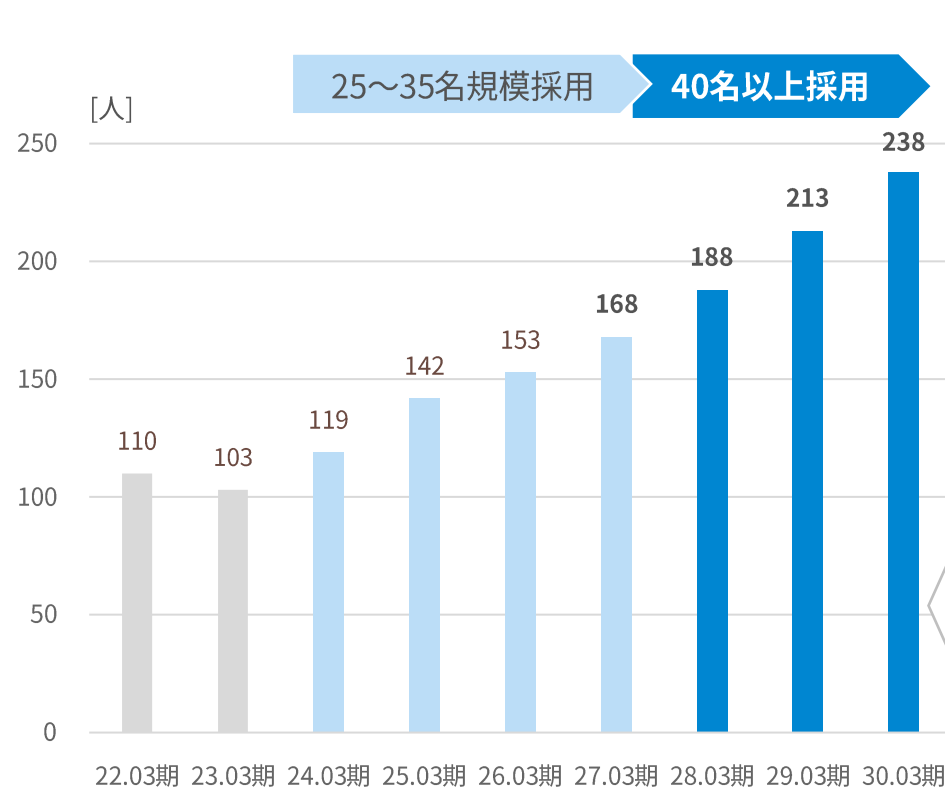
1人あたりの獲得ANPは安定



# 成長を見据えた体制構築 - コンサルタントの確実な純増に向けて -

27年3月期以降採用ペースを40名以上に拡大。採用後の確実な定着に向けて**今期はマネジメント・教育体制を先行強化**

■ オンライン営業組織のコンサルタント数見通し（期末時点）



24.03期～26.03期

## × 採用順調の一方で想定より定着しなかった背景

2023年4月入社新卒から採用増（従来の2倍水準）により、教育部門・営業マネジャーの負荷増から新卒1人あたりにかけるサポートが不足し、定着状況が悪化

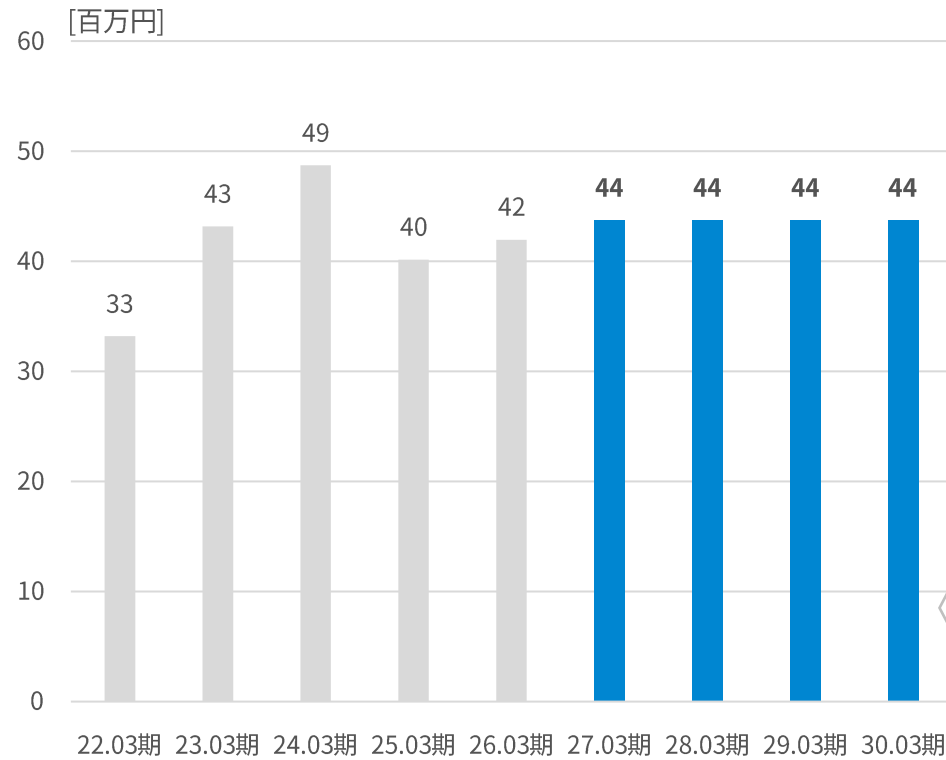
## ○ 今後定着させることができる理由

- ・ プレイングマネジャー化しつつあった現場マネジャーのミッションを「育成」にシフト。新卒のスキルアップ支援のほか、メンターとしての役割を増加させることで採用拡大期以前の定着状況に改善できる
- ・ 育成業務もAIが支援。これにより1on1等で密度の高いメンバーのケアを実現。

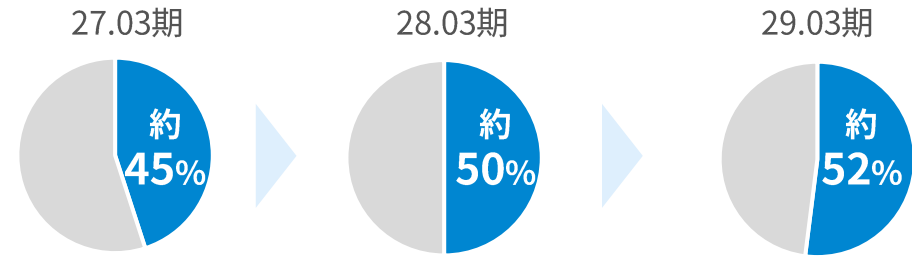
# 成長を見据えた体制構築 - コンサルタント1人あたりの生産性 -

新卒採用拡大フェーズにおいてもAI活用で1人あたりの獲得ANPの低下を抑制

■ コンサルタント1人あたりの獲得ANP推移見通し



■ オンライン営業組織における入社3年以下（育成対象）の割合



× 一般的に育成対象割合の増加に伴い全体の生産性は低下

## ○ AI活用により活動量増加・早期立ち上がりを実現

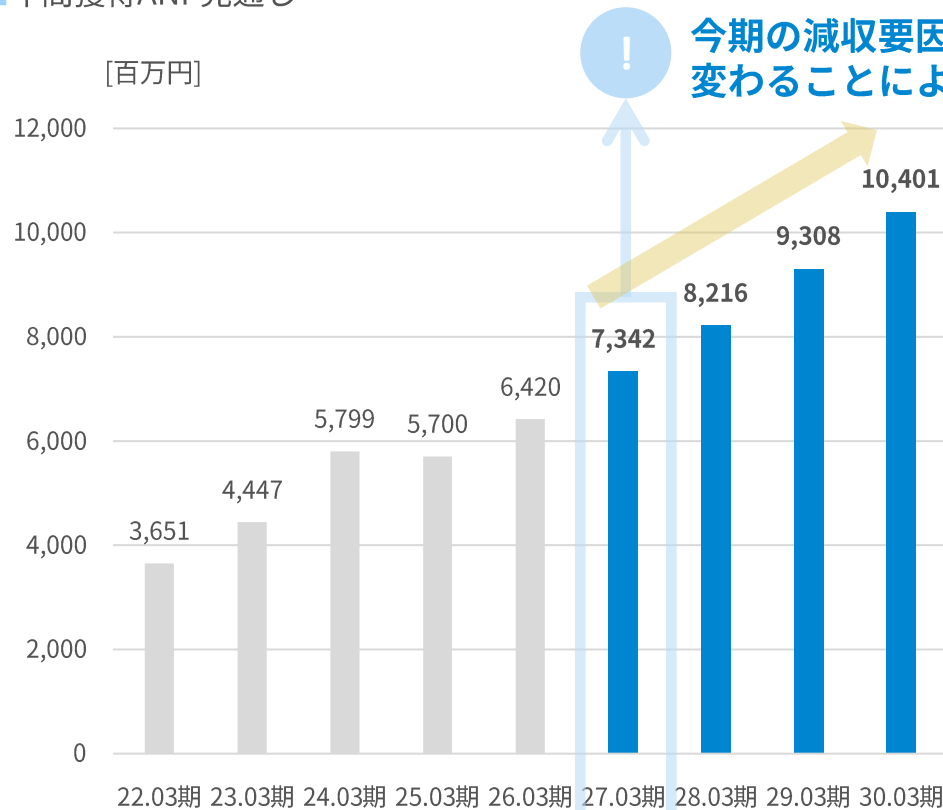
- ・ 初期ヒアリングAIツール ▶ 1Q中本番利用開始
- ・ ライフプランシミュレータ×AI ▶ 今期開発開始
- ・ AIロープレ／AI案件相談システム

先行投資

# フィナンシャルパートナー事業のビジネスモデルは今後も盤石

主にコンサルタント数純増における蓋然性の高さにより、年間獲得ANPは今後も順調に拡大する見通し

■ 年間獲得ANP見通し



仕組化されたビジネスモデルにより営業活動の総量は今後も順調に拡大

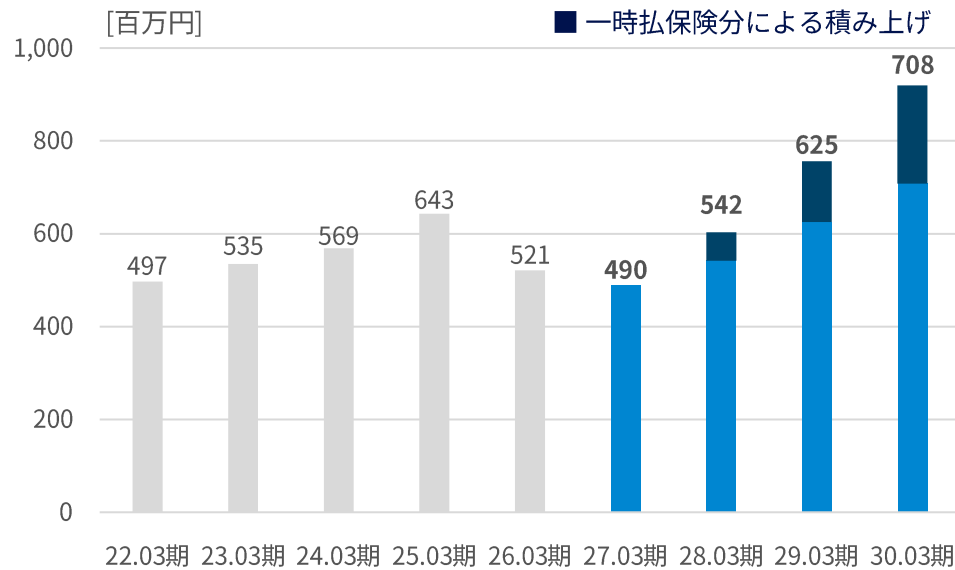
- ・ 提携モデルによる新規相談受付件数の安定的な伸び
- ・ コンサルタント純増数の蓋然性の高さ
- ・ AI活用も踏まえた1人あたりの生産性の高さ

# 2030年3月期 時価総額100億円までの道筋

堅調な新契約獲得に加え、**既存顧客からのストック収益の伸びが加速する見通し**

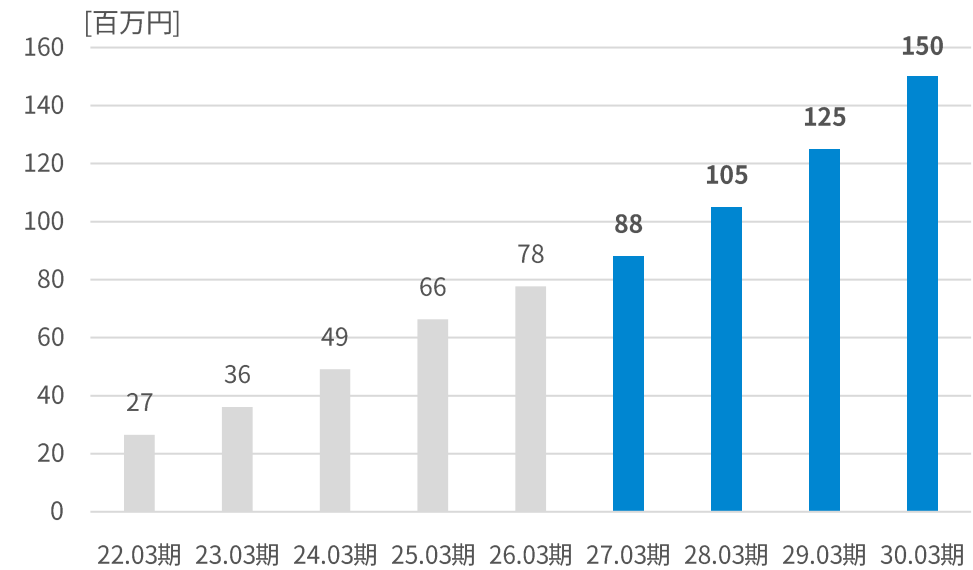
## 生保継続手数料

▶ 一時払手数料変更がプラスに影響



## 金融商品手数料／信託報酬

▶ IFA組織の体制強化、金融商品預かり資産残高に応じて増加  
 ※IFA組織は本収益のほか、販売手数料（フロー収益）も計上している

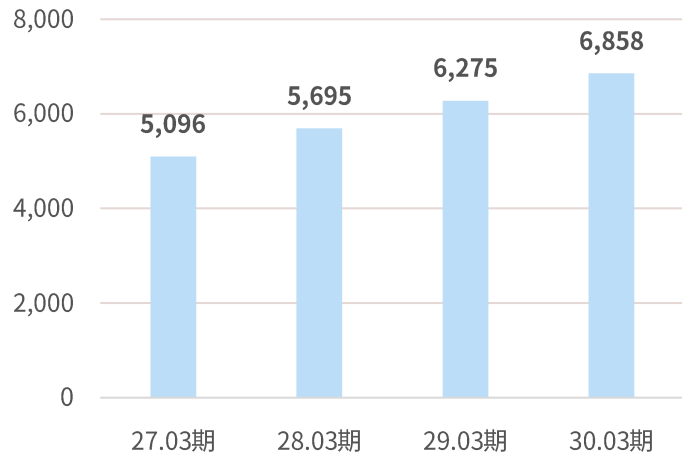


※一般的なSaaS（サブスクリプション）と比較し、**保険は解約率が低い（2年継続率：97.2%）** その中でも一時払保険は①保険料の支払いを終えていること ②契約者にとって中途解約のデメリットが大きいことから、**平準払保険よりも解約率は相当低い（2年継続率：99.1%）**

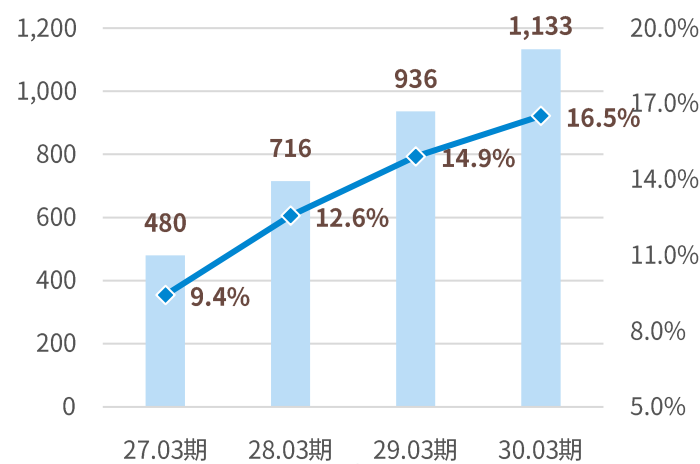
# 2030年3月期 時価総額100億円までの道筋

外部環境の変化を好機と捉え、主力のオンライン営業組織の拡大成長スピードをアップし、売上増、利益増、利益率アップを目指す

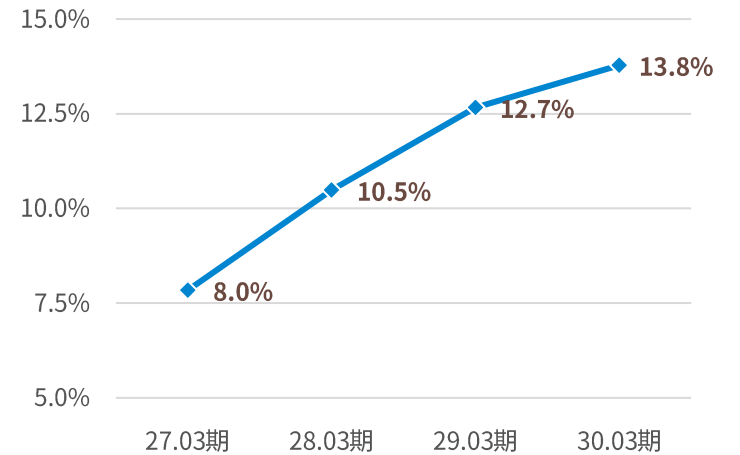
売上高



営業利益 / 営業利益率



ROE



- 新規相談受付件数の安定的な増加
- コンサルタントの確実な純増
  - ▶ 新契約獲得増加

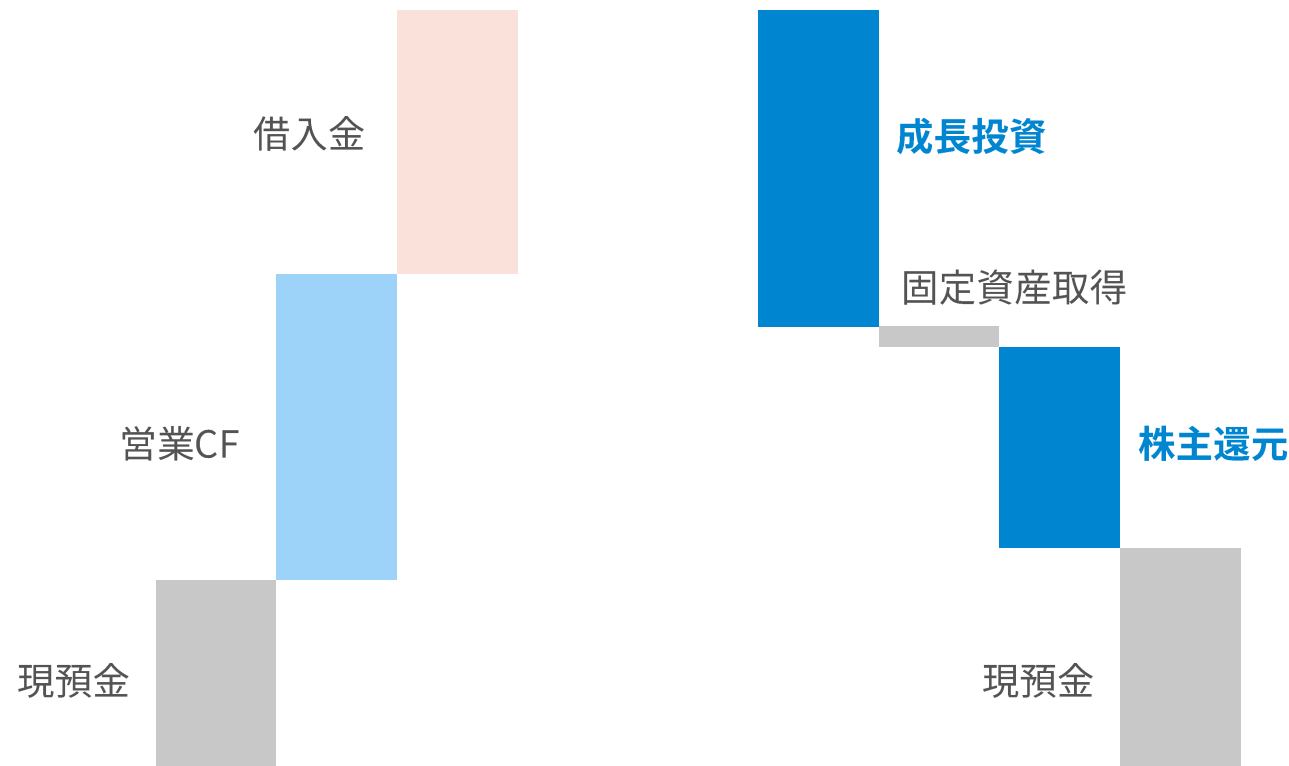
- ストック収益の増加
- 組織拡大=人件費増加も AI×データ基盤の整備・活用を軸とした生産性向上

- 利益増に伴い数値も増加

# 資本配分（アセットアロケーション）の考え方

財務健全性を確保したうえで、**成長投資（M&A・資本業務提携）**と**株主還元**を両立

■ 資本配分のイメージ



## 資本配分の考え方

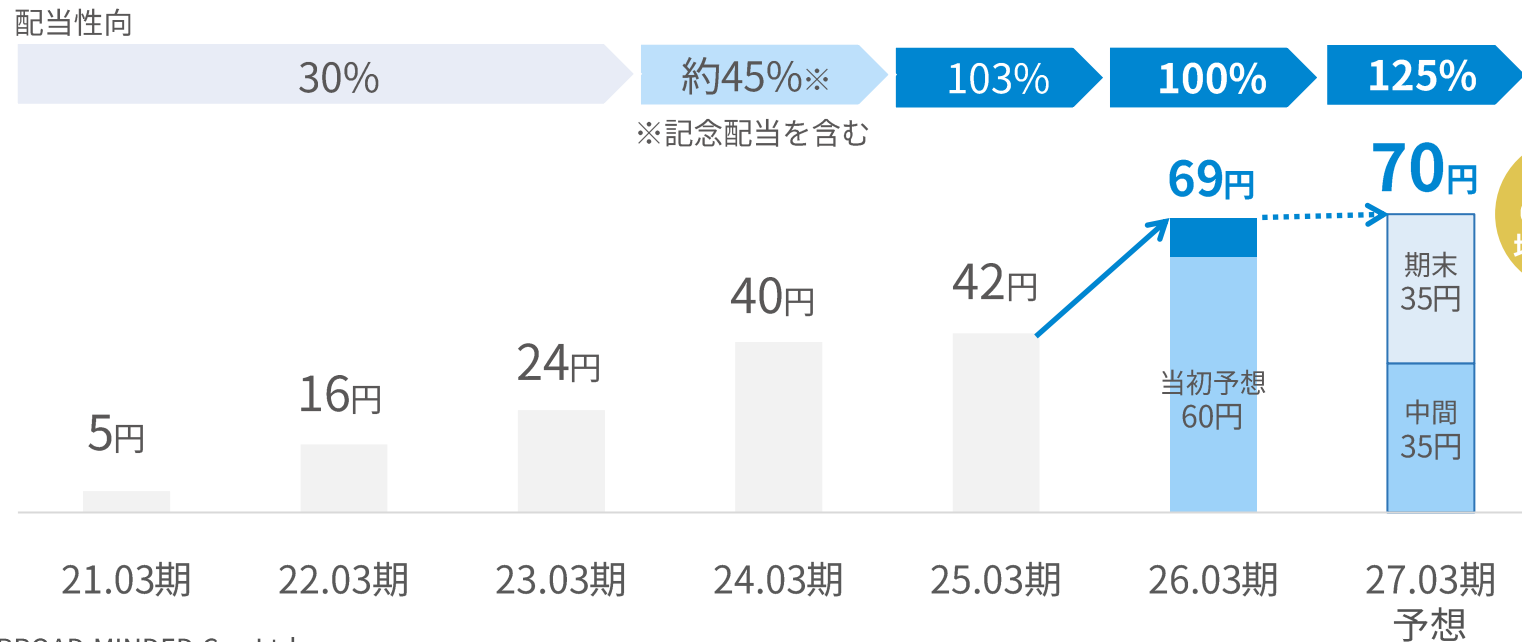
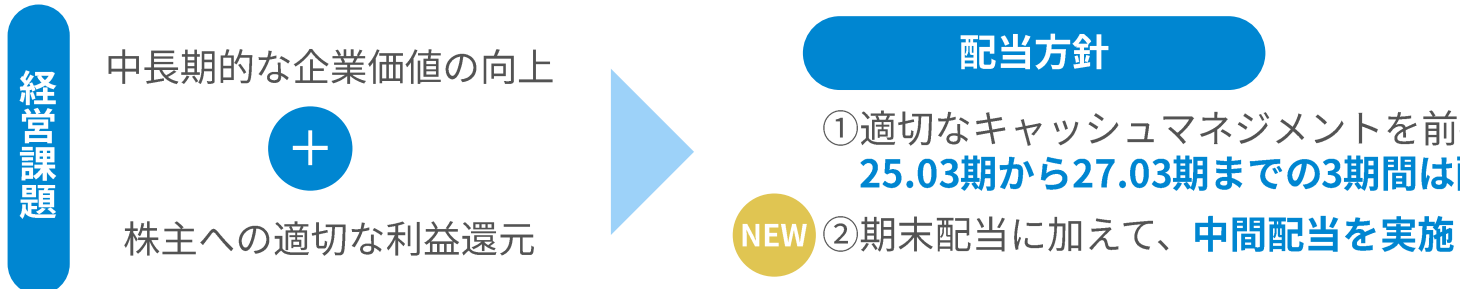
- 当社のビジネスモデルでは、無形資産中心であり、基本的にはB/S投資を必要としない  
▶ その時々々の経営テーマに応じて、P/L投資の規模・時期を弾力的に検討することが可能
- 最適資本構成も念頭に、成長投資の原資は負債も併せて活用
- 現預金は維持。最適資本構成も念頭に、健全な資本比率を維持

営業キャッシュフローを積極的に株主に還元していく

# 株主還元

業績予想・株主還元

財務健全性を確保したうえで、**成長投資（M&A・資本業務提携）と株主還元を両立**。27.03期の配当性向100%超過は、一時的な減益要因に左右されず、中長期的な企業価値向上を信じる投資家の皆様へのコミットメントを優先した結果



- 27.03期は減益予想ではあるが**減配はしない**方針
- 来期以降も**利益回復基調の中で**増配を目指す**

- <堅牢な財務体質>**
- 流動比率 323.9%
  - 自己資本 40.5億円
  - 自己資本比率 75.6%
  - 利益剰余金 29.7億円

# 株主還元

現状で大部分を占める個人投資家様への訴求の一環として、**株主優待制度「ブロードマインド・プレミアム優待倶楽部」を導入**  
**配当+優待利回りは足元で約6%強の水準\***  
 今期より、交換商品に「Amazonギフトカード」を追加

5,000種類以上の商品から交換できる 株主様へのプレミアム優待「選べる楽しみ」



**5,000種類以上の優待商品から  
ポイントと交換！**

株主優待ポイントに応じた商品への交換ができます

## 優待内容

期末時点での保有株式数に応じてポイントを進呈  
 「Amazonギフトカード」への交換も可能に

保有株式数	進呈ポイント数
400株～599株	4,000ポイント
600株～799株	6,000ポイント
800株～1,999株	15,000ポイント
2,000株以上	40,000ポイント

保有ポイントに応じて  
 約5,000種類の優待商品から交換可能  
 (1ポイント1円換算)

注：2026年5月8日時点での株価終値：1,210円、一株あたり配当金69円として試算

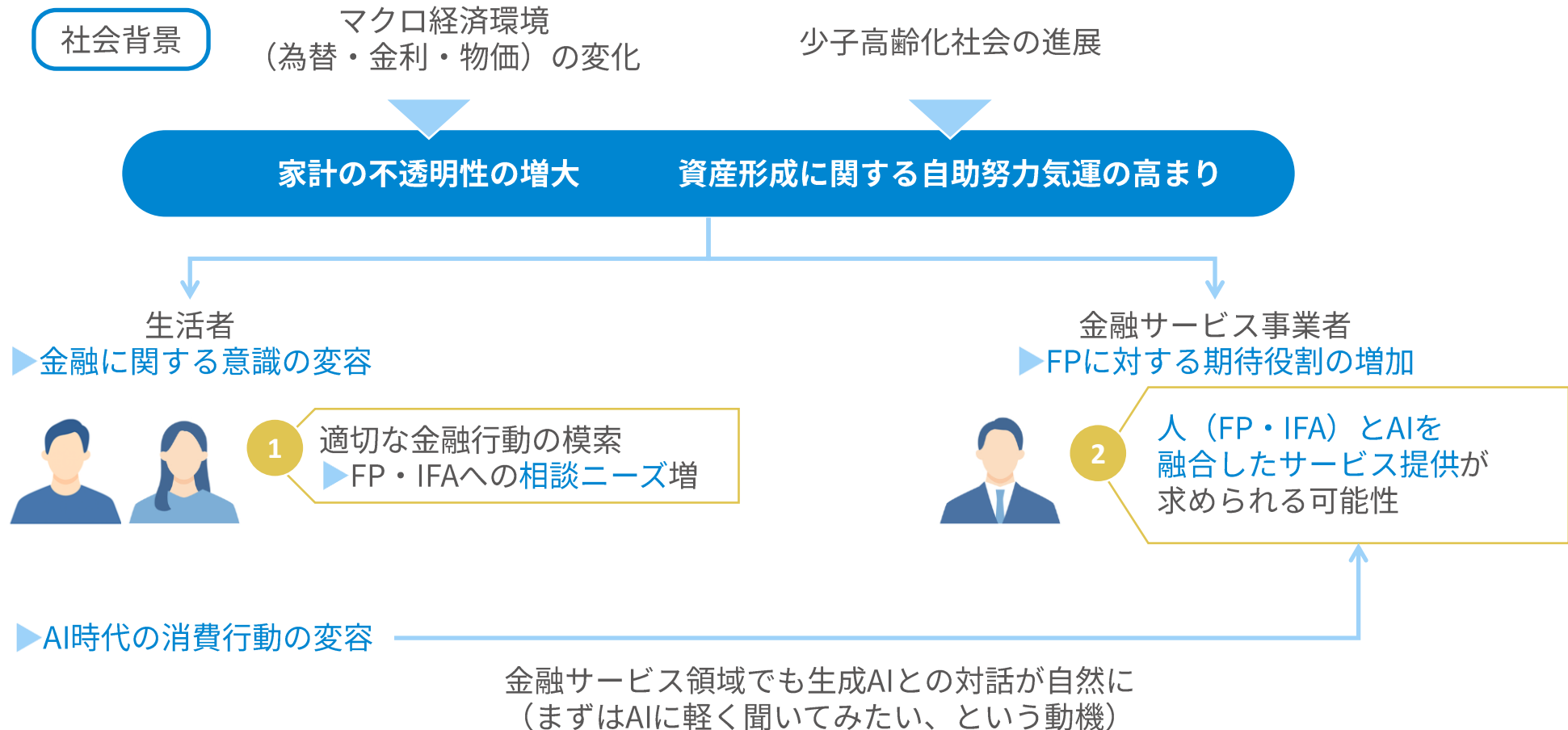
03

## 成長戰略



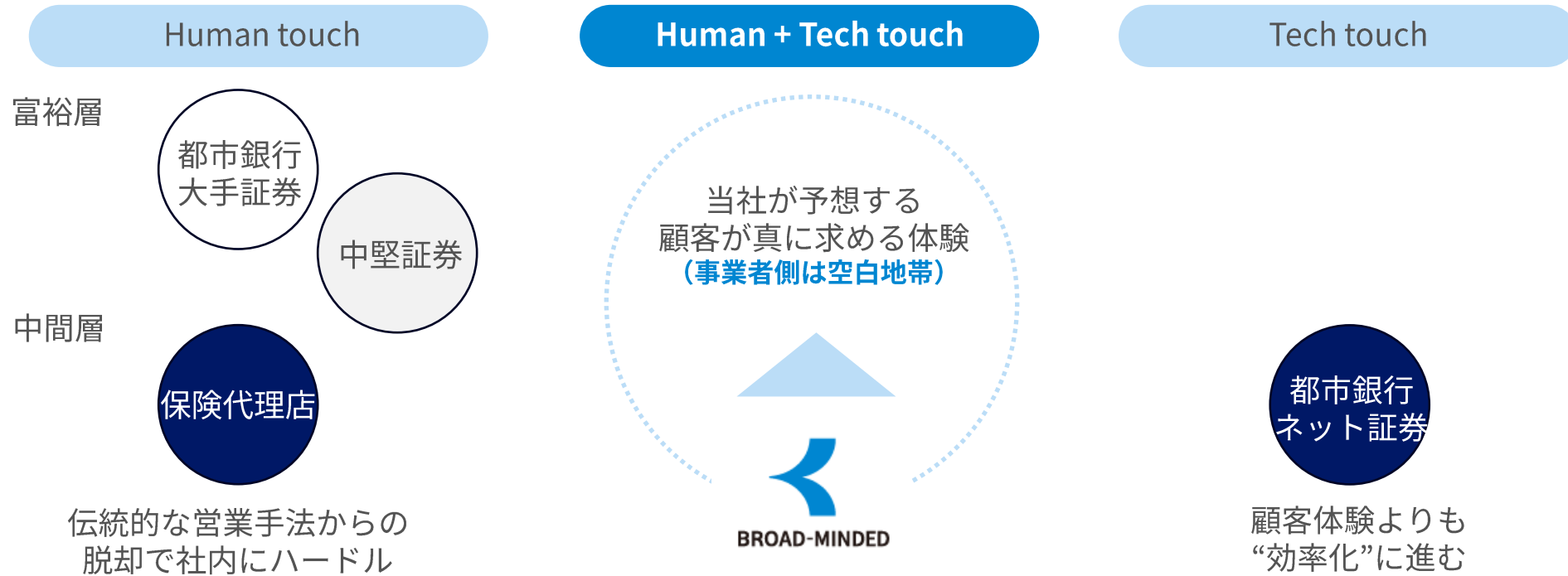
# パーソナルファイナンスを取り巻く概況

依然として高い資産形成気運の中でFP・IFAへの相談ニーズは増加するも、AI時代の中で価値提供の在り方は再定義されると予想



# AI時代の価値提供の在り方

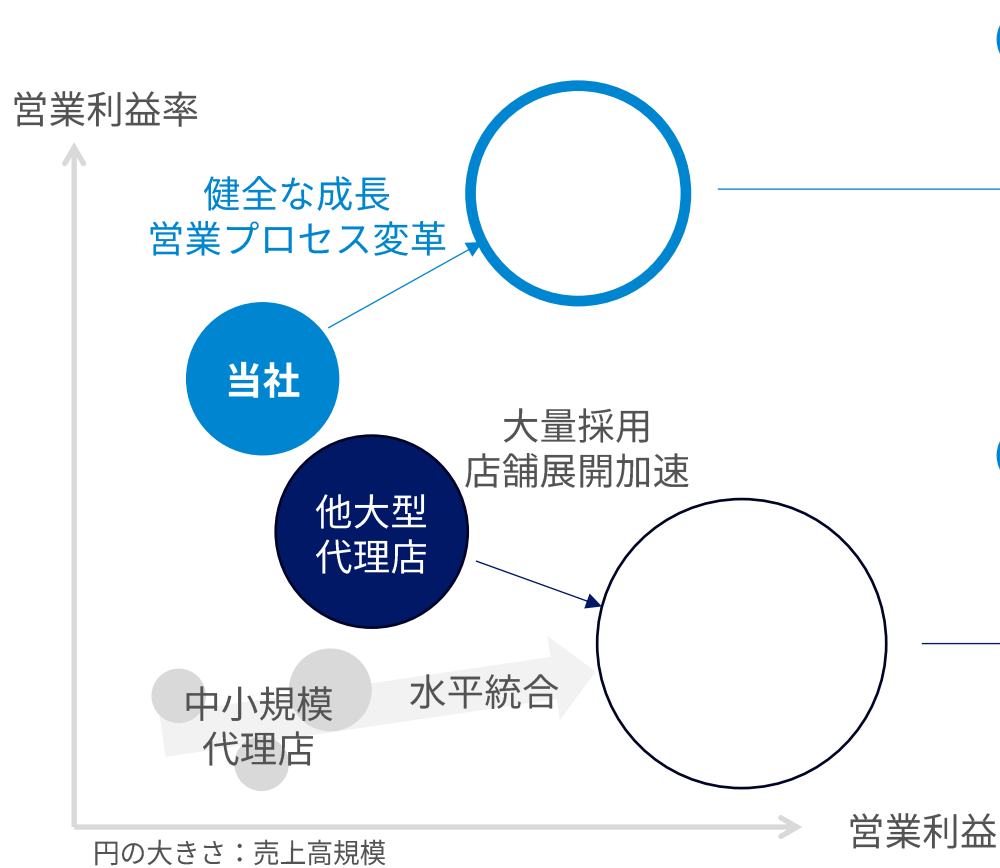
金融サービス領域での将来的な消費行動にフィットさせるため、AIを活用し営業プロセスを変革する



中間層の金融サービスが「AI／デジタル対応」と「従来型の人間による対応」の二極化になると予想。他方で生活者側は金融商品という特性から「利便性と信頼性」の両方を求め、サービス利用時に「AI／デジタルと人の組み合わせ」を望むと予測。  
**FP集団である当社だからこそ、AIと人の適切な分界点を定めたサービス=真に消費者に選ばれるサービス設計が可能。**

# 成長の方向性

規模拡大よりも利益率の向上を優先。そのための**内部変革（営業プロセスの変革）**をAI活用を軸に実現する



## なぜ当社ができるか

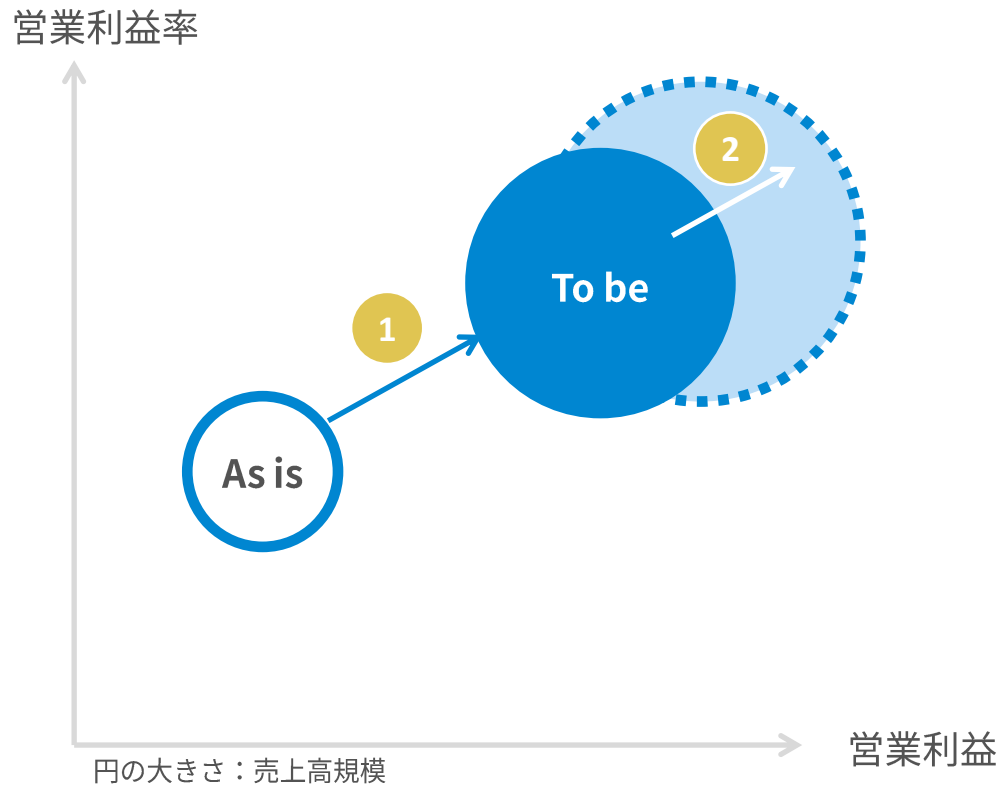
- 従来からの固定給制度で募集人管理・ガバナンス強化に掛かるコスト増影響は限定的
  - オンライン面談が浸透。セールスプロセスで獲得できるデータの量・多様性で同業他社をリード（AI活用の基盤）
  - デジタルプロダクト開発の組織能力がある
- ▶ 営業プロセス変革の素地

## 同業他社の動向

- 規制強化による体制整備コスト／ガバナンス強化コストの増加
  - 保険会社との関係性見直し
- ▶ 中小規模代理店の淘汰／大規模代理店による吸収合併  
吸収した側も事業構造に大きな変化は生じず  
利益率は下降トレンド

# 成長の方向性

健全な組織拡大と利益率向上の両立を図るため、**社内での営業プロセス・マーケティングプロセス・事務プロセスを徹底的に磨き込むことを優先**。営業プロセスは新たに仕組化がなされた後に外部へ提供



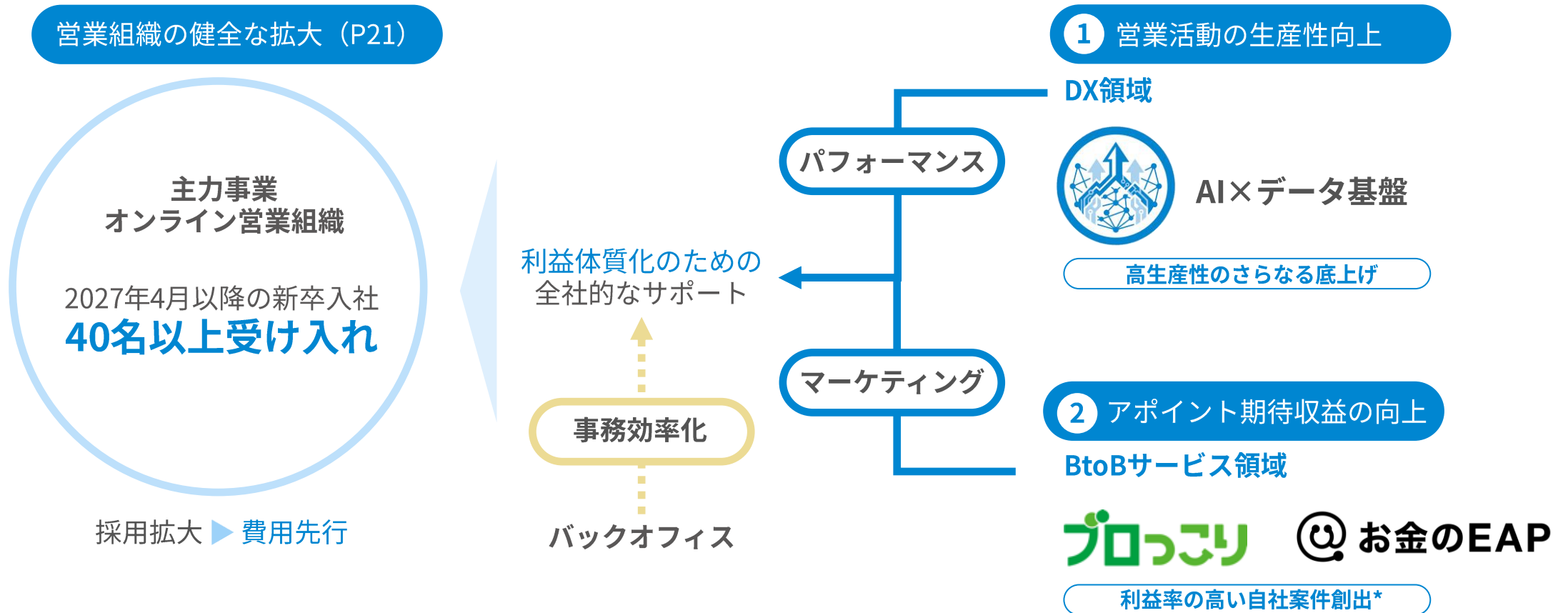
- 1
- ・オンライン営業組織の健全な拡大 ▶ 採用ペース拡大と定着
  - ・当社のコンサルティングエッセンスが体系化されたAIエージェント開発による営業プロセスの変革
  - ・事務プロセスにおいても生成AIを最大限活用
  - ・投資領域は①AI活用・開発 ②マーケティング領域 (M&A・マイナー出資も選択肢)

新たに仕組化された営業プロセス  
(AI×人が融合された営業プロセス)

- 2
- ・AIプロダクト (LLMモデル・AIエージェント) を金融機関 (銀行・保険会社)、代理店を中心とするサービス事業者を提供  
▶ 大手AIベンダーが入り込みにくい中堅規模の金融機関、事業者をターゲット

# コンサルティングサービスにおける戦略の全体像

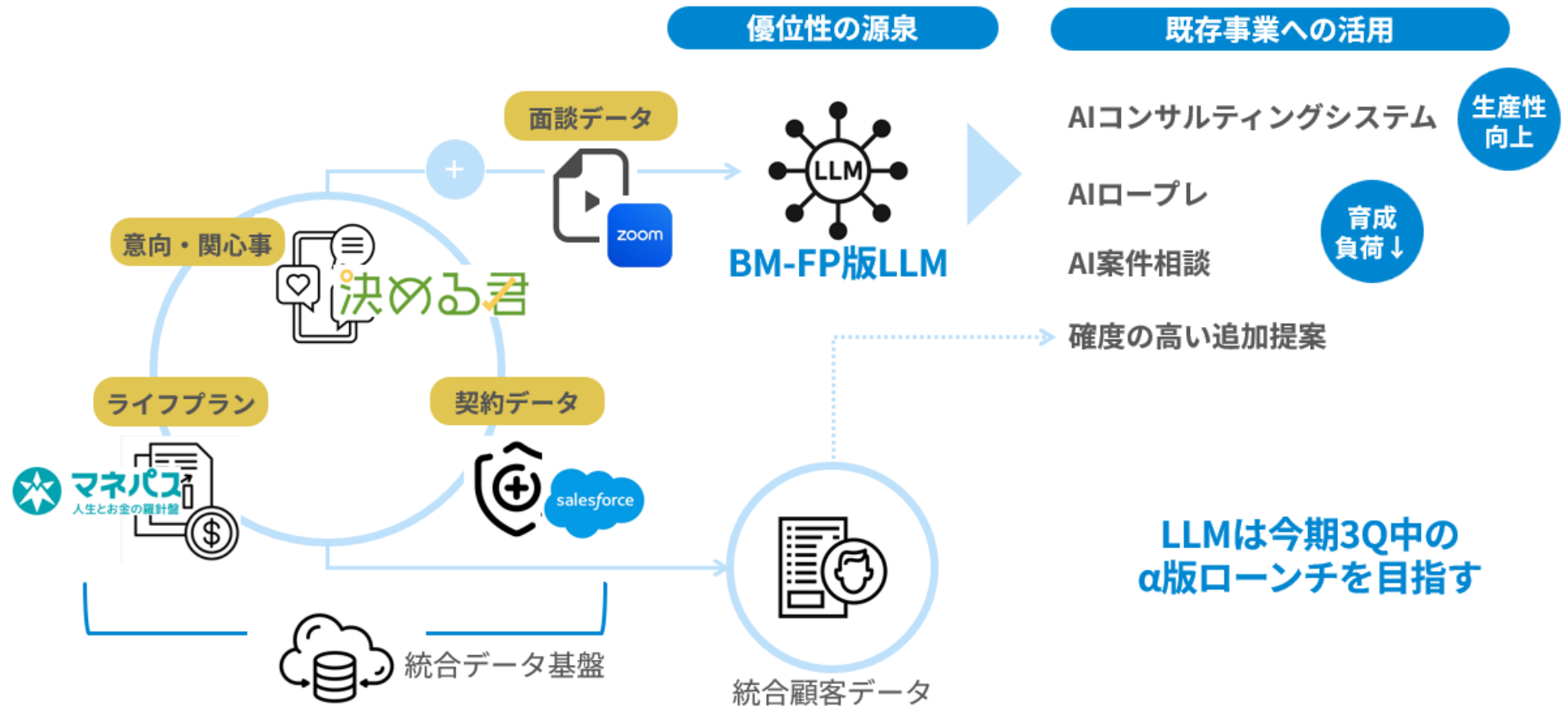
主力のオンライン営業組織において、組織拡大×生産性向上により売上高の最大化を見据え、既に仕組化された取組の深耕に加え、**BtoBサービス領域（金融教育・EAP）**ならびに**DX領域（AI×データ基盤）**側からのシナジー創出も図る



注：提携先からの送客については送客元と売上分配していますが、自社案件ではそれがなく100%当社売上となります。

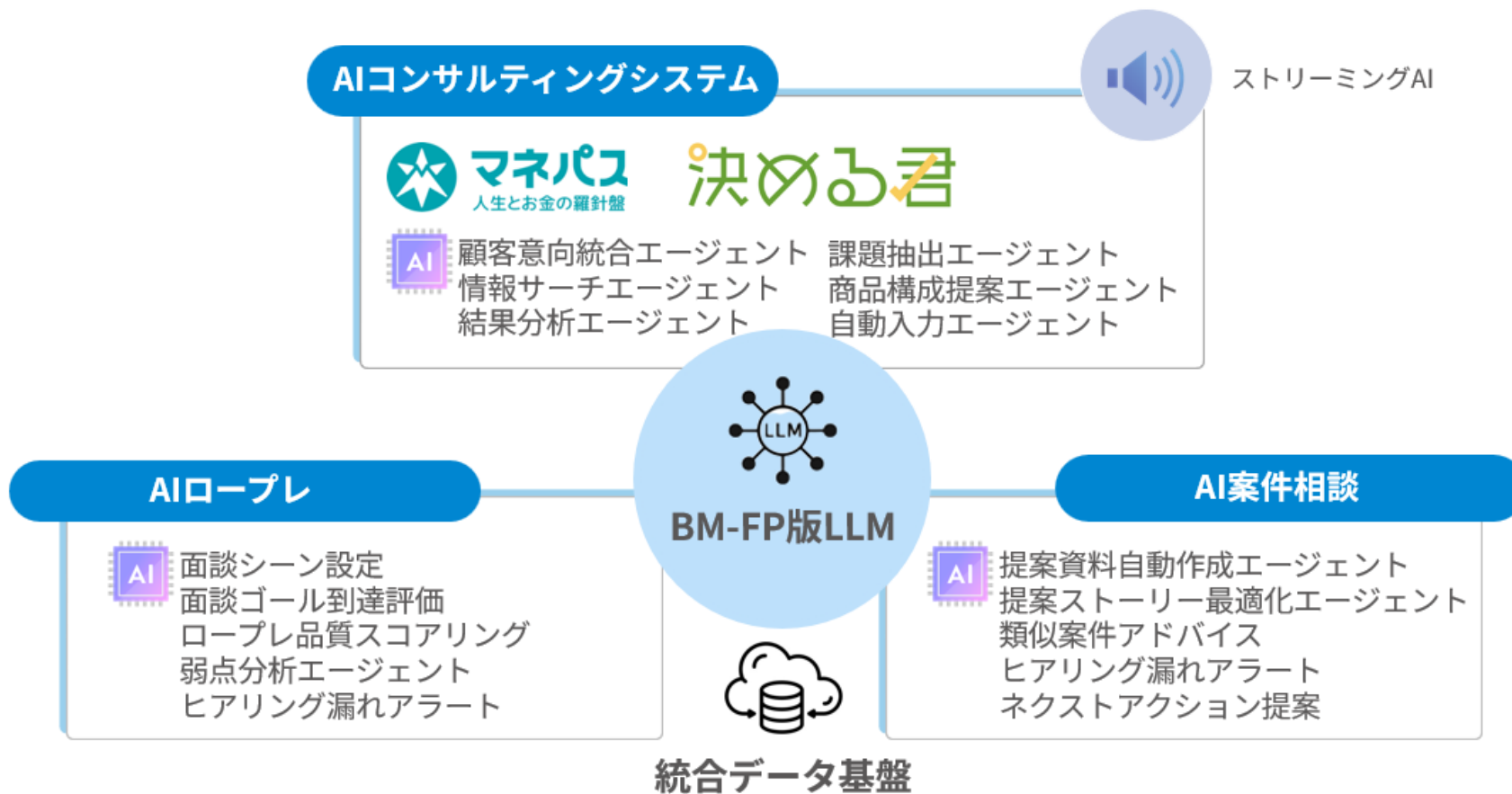
# DX領域における「AI×データ基盤」の全体像

当社の競争優位性の源泉である契約データや面談データを活用し、**FP業務特化型のLLM（大規模言語モデル）を独自開発**  
**データ基盤構築～マルチエージェントの開発へシフトチェンジ**。人とAIの役割・得意領域を明確に分けた最適な接続を設計し  
 既存事業への活用を進める



# 「AI×データ基盤」による3つのシステム

当社の競争優位性の源泉である契約データや面談データを活用し、**FP業務特化型のLLM（大規模言語モデル）を独自開発**  
**データ基盤構築～マルチエージェントの開発へシフトチェンジ**。人とAIの役割・得意領域を明確に分けた最適な接続を設計し  
 既存事業への活用を進める



# 「人事課題解決」を契機とした職域サービスの展開

従業員のお金に関する人事課題に対して、当社が「デジタルサービス×安価」で企業に提供し、人的資本経営をサポート  
企業は、従業員がお金と向き合う機会を提供

## 人事アジェンダ



- 制度設計
- 組織・配置
- 採用・育成
- 福利厚生
- ...

**金融教育**

資産形成  
(401K・職場つみたてNISA)

...

現在関心があるのは  
人的資本経営等への  
感度が高い企業  
長期的には関心が高まる領域

**プロッソリ**

複線的サービス展開

従業員リスク対策

不正リスク回避

軽

隠れ副業・カラ残業

重

横領・対顧客不正

既に課題が顕在化している領域  
これに答えるのが

**お金のEAP**

Appendix

# 事業概要



## 企業情報

社名	ブロードマインド株式会社
設立	2002年1月
本社所在地	東京都渋谷区桜丘町1-1 渋谷サクラステージSHIBUYAタワー33階
グループ会社	MIRAI株式会社／株式会社イノセント／Money With 株式会社
役員	代表取締役 伊藤 清 取締役 吉橋 正 取締役 大西 新吾 取締役 岡本 功治 社外取締役 福森 久美 社外取締役 高橋 直樹 常勤監査役 榊原 光 社外監査役 浅田 登志雄 社外監査役 座間 陽一郎
上場取引所	東京証券取引所グロース市場（証券コード：7343）
資本金	6億5,702万円（2026年3月末現在）
従業員数	312名（2026年3月末現在（連結／アルバイト従業員を除く））

## 創業時の思い

大手生命保険会社での経験を経て、金融業界における情報の非対称性を目の当たりにした一方で、自分自身の知識が増えたとしても、解決策として自社商品のみしか提供できない歯がゆさを感じました。金融商品の知識だけでなく社会保障などの周辺知識や、顧客自身の家計などに対する考え方を広く伝えることで日本人の金融リテラシーを向上させたい。そして、金融商品の本来の役割は

「お客様の望んだ人生の実現に近づけるための手段」だという考えを前提に、お金に関するあらゆるニーズに応えることのできる体制を構築することで、顧客一人ひとりの多様なライフプランを実現まで導きたい。

このような思いを実現するため、2002年1月にブロードマインドを設立しました。



代表取締役社長  
伊藤 清



### 社名とロゴの由来

ブロードマインドは、「自由闊達な、広い、偏見のない」を意味します。当社のロゴには、生活者と金融知識を分け合い一人ひとりの夢に寄り添い伴走することで、思い描くライフプランの実現の思いが込められています。

# 経営理念

パーパス（ブロードマインドの存在意義）

## 金融の力を解き放つ

Unlock Finance with Honesty

金融の力。  
それは、人間の未来を前進させるもの。  
保険、証券、不動産などを束ね、  
「あるべき姿の金融」を社会に実装する。  
そのために、わたしたちは存在しているのです。

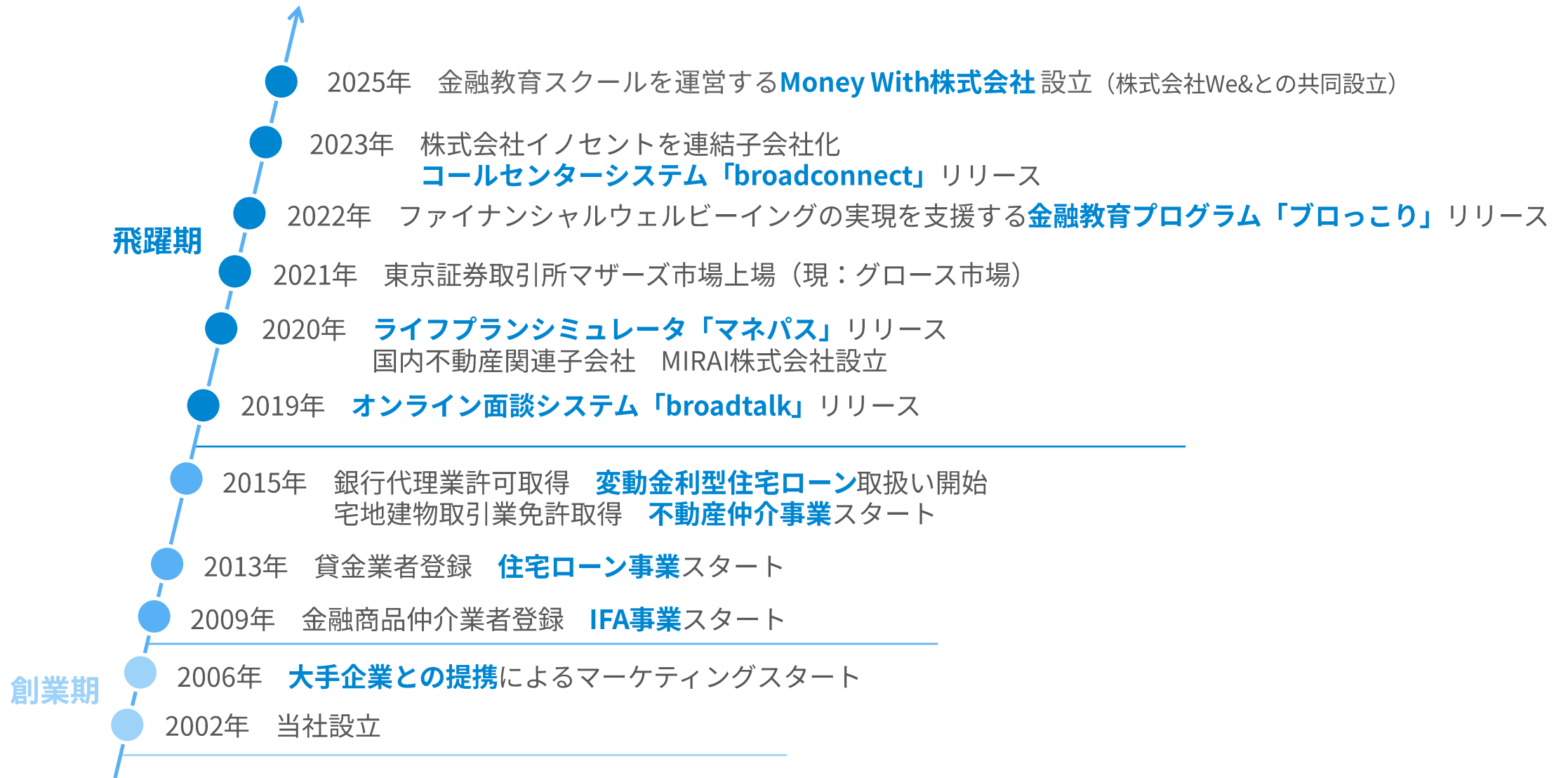
ミッション（ブロードマインドの使命）

## 金融に倫理を、人生に自由を

Finance for Every Future

金融に倫理とは。  
はじめは「誰のための金融か」を問い直すこと。  
そして、情報の非対称性を解消し、相手の価値観を重視した  
コンサルティングを行うこと。  
人生に自由とは。  
一人ひとりが自分らしい夢を描けること。  
そして、その夢に向かって日々の生活を楽しむこと。  
この使命の先は、誰もが未来に希望を抱ける社会につながっています。

# 沿革



# 当社が解決できる社会課題

現状の縦割り業態に起因する不便を解消し、お客様のニーズに真に応えるサービスを提供

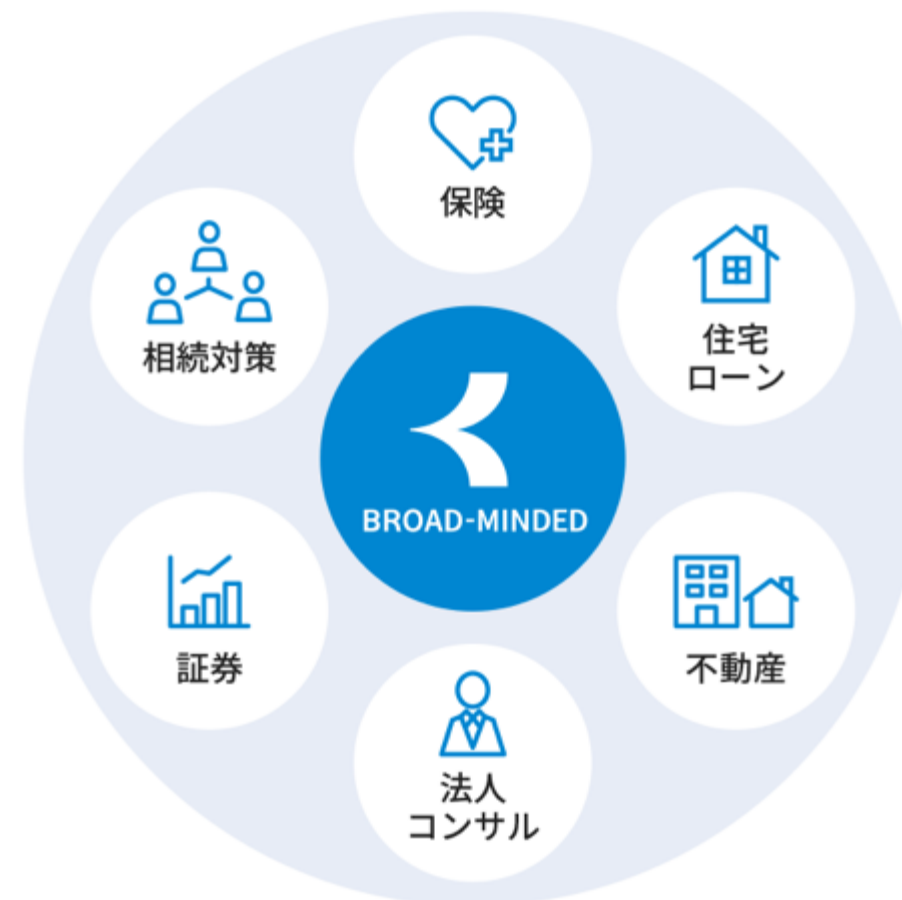
## お客様のニーズ

- 資産形成／運用
- 老後資金（年金）対策
- 家計相談
- 相続対策

etc

国内約60社の  
金融商品  
および不動産

←  
ワンストップでご提供



# 事業コンセプト

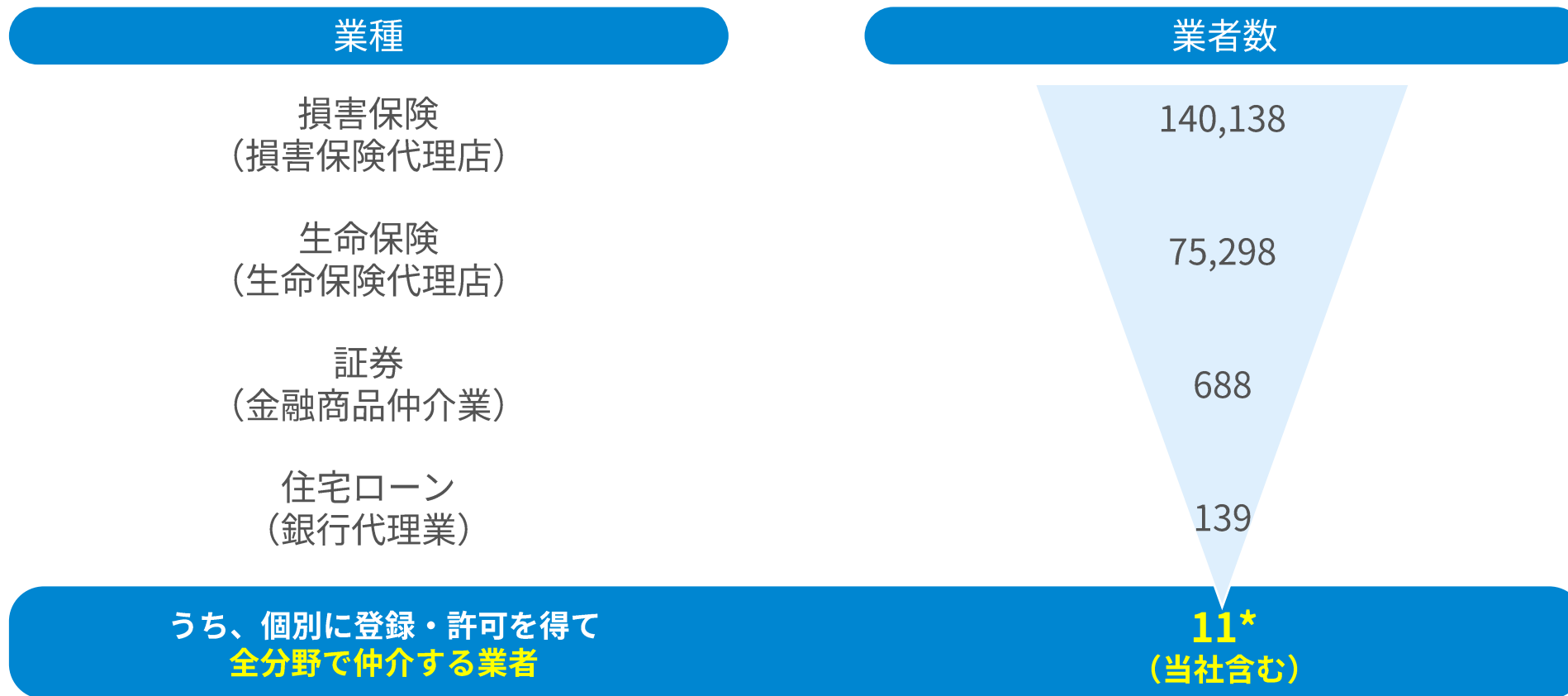
ライフプランニングを土台に顧客の潜在的な金融ニーズを掘り起こし、あらゆる年代・ライフステージに応じて金融ソリューションをワンストップで提供



ライフプランニング=ソリューション提供の土台

## ご参考 | 業態ごとの仲介事業者数

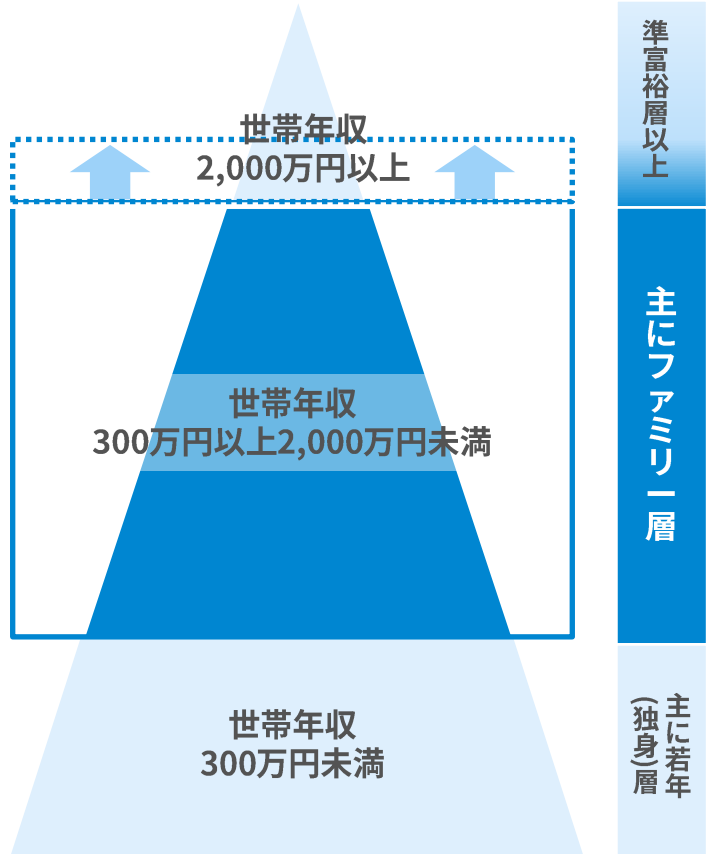
保険・証券・住宅ローンの全てで個別に登録・許可を得て仲介できる事業者は**国内で11者と希少**（当社調べ／2026年3月末時点）



出典：金融庁／銀行代理業者許認可一覧、金融庁／金融商品仲介業者登録一覧、一般社団法人日本損害保険協会／2024年度代理店統計、一般社団法人生命保険協会／2025年版生命保険の動向より当社集計

# BtoC金融コンサルティングのパイオニア

当社グループは一般の方をメインにワンストップサービスを提供する、独自のポジションを形成



## ■ 競合の状況

### 単一商品を提供

ニーズが顕在  
来店型保険ショップ  
住宅ローン代理業  
IFA業者

### 複数商品を提供

ニーズが顕在  
銀行（窓口販売）  
金融サービス仲介業者

### ニーズが潜在

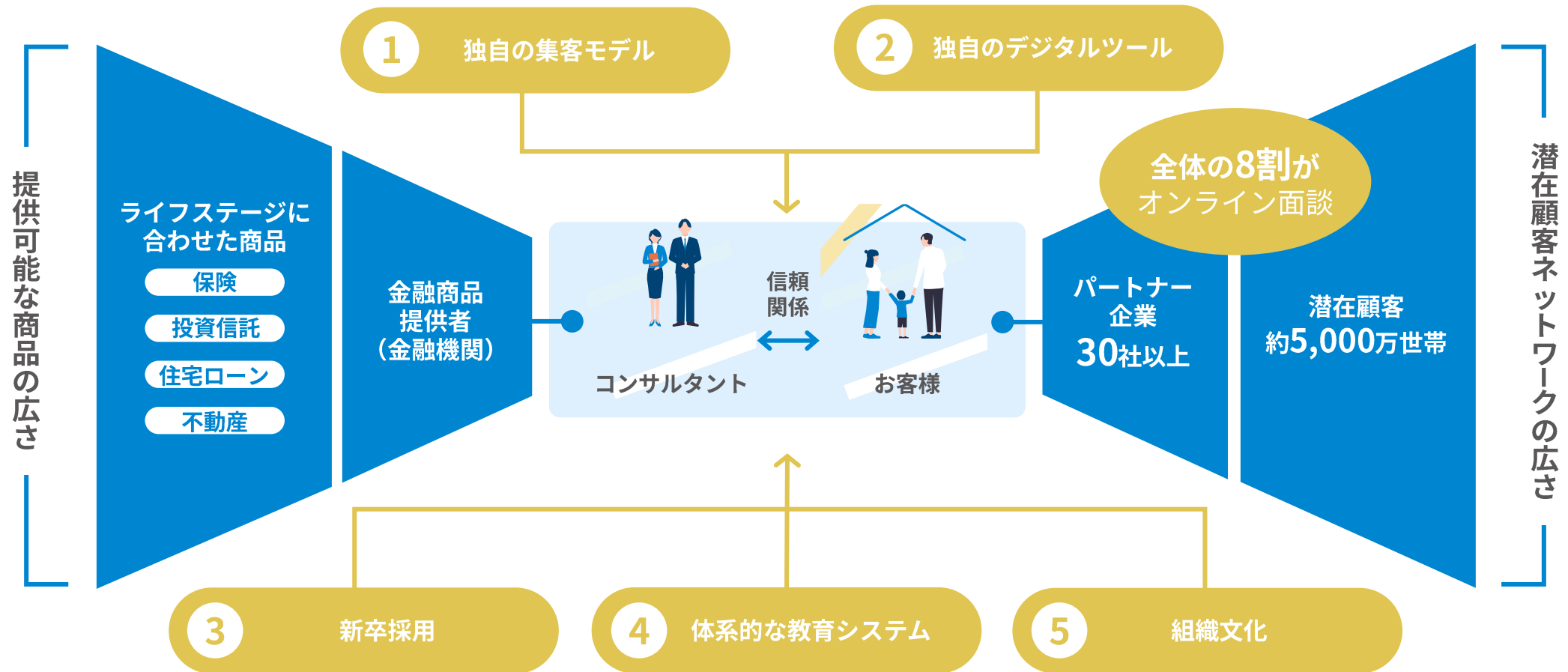
保険会社  
(外交員チャネル)  
訪問型保険代理店



当社は一般の方に寄り添う『フィナンシャルパートナー』

# 新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み - 当社の競争優位性 -

多数の潜在顧客と豊富な金融商品を「正しく繋ぐ」ための、**仕組化されたビジネスモデルと組織文化が競争力の源泉**



# 新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み - 当社の競争優位性 -

多数の潜在顧客と豊富な金融商品を「正しく繋ぐ」ための、**仕組化されたビジネスモデルと組織文化が競争力の源泉**

## 1 独自の集客モデル

業界慣行と異なり、見込み客の獲得にあたって**コンサルタントの人脈・経験を必要としない仕組み**を確立することで、若手コンサルタントでも**現場配属後すぐに成果が挙がる環境**を構築。



当社提携パートナー数

**30**社以上

大手カード会社  
フィンテック系企業  
ライフイベント関連事業会社  
官公庁・団体

年間20,000件以上の相談申込※1

全体の8割が  
オンライン面談

## 2 独自のデジタルツール

対面に近い面談環境の中で資産形成を中心としたニーズ喚起も確実に実施できる**独自開発**のデジタルツールにより、**営業・教育の時間効率も向上**

### ■ オンライン面談システム



### ■ ライフプランシミュレーター

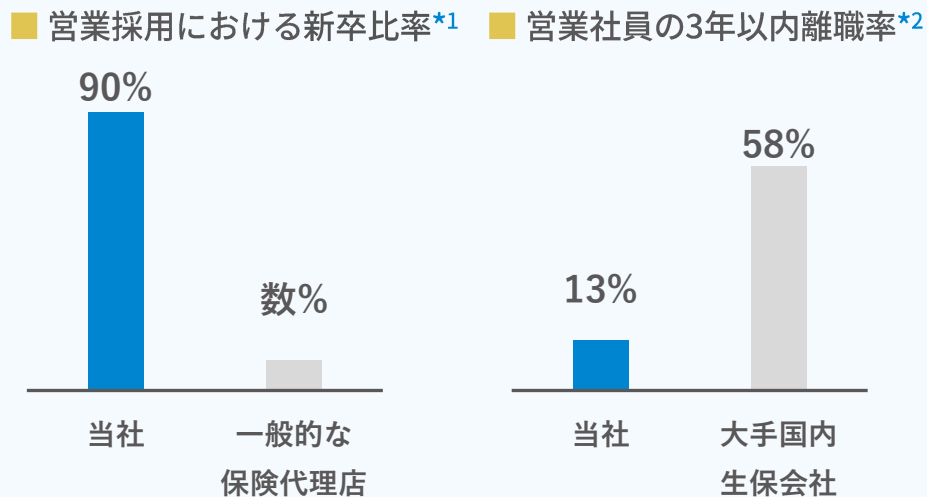


# 新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み -当社の競争優位性-

多数の潜在顧客と豊富な金融商品を「正しく繋ぐ」ための、**仕組化されたビジネスモデルと組織文化が競争力の源泉**

## 3 新卒採用

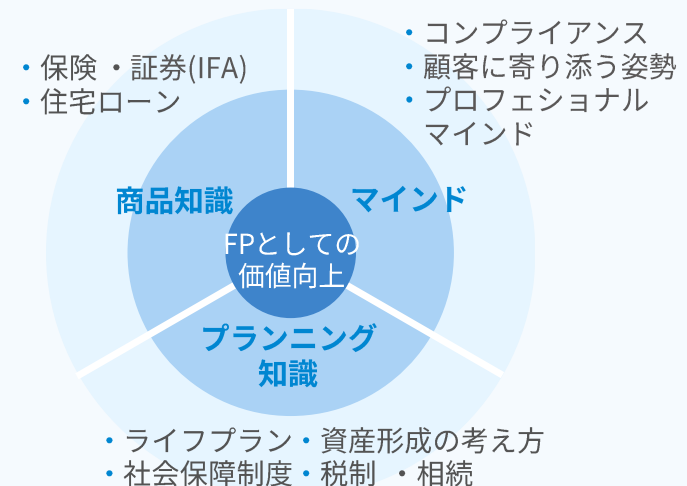
中途採用が中心の業界において**新卒を中心に採用**企業の成長と自身の成長をリンクさせる新卒が、当社によりフィットする



注1：当社：直近3年間のコンサルタント職採用における実績平均／一般的な保険代理店：業界最大の保険代理店 (https://fpp.jp/recruit/requirement/ratio/) (https://www.lifeplaza.co.jp/recruit/) のように、中途採用比率が100%近い代理店が多数存在。その他、大手保険代理店の採用HPでの募集状況から当社推定。  
 注2：当社：直近3年間の新卒コンサルタント採用社員の実績平均／大手国内生保：出典：日本経済新聞（2021.3.31）記事より国内生保8社の平均値 (https://www.nikkei.com/article/DGKKZO70499840Q1A330C2EE9000/)

## 4 体系的な教育システム

特定の商品に偏らず、顧客貢献に必要な内容を網羅教育プログラムを**デジタルコンテンツ化**  
**教育専任メンバー**は、個別案件の進め方に関するアドバイスを重点的に実施  
**「人」と「デジタル」を融合させた教育**により能力・業務品質の高位平準化を実現



# 新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み - 当社の競争優位性 -

多数の潜在顧客と豊富な金融商品を「正しく繋ぐ」ための、**仕組化されたビジネスモデルと組織文化が競争力の源泉**

## 5

### 組織文化

当社は一般的な保険代理店とは異なるアイデンティティ・文化・人的資産（人事ポリシー）を有している。企業理念の浸透に向けた取り組みも実施

従来の保険代理店		ブロードマインド	
保険代理店	アイデンティティ	金融サービス開発カンパニー	
最適な生命保険の提供	提供価値	顧客のライフプランの実現	
個人主義（各人が成果を追い求める）	組織文化	チーム・仲間主義（分かち合う文化）	
中途採用が中心		新卒採用が中心（給与制度ともフィット）	
フルコミッション制度（変動大きい）	人的資産	高い定着率（安心して働ける環境）	
「保険募集人」としてのキャリアを継続		固定給制度（変動小さい）	
		キャリアステップの視点（コンサルタントとしての成長 or サービス開発の道へ）	

Appendix

# KPIの状況



# 売上高と当社KPIの関係と競争優位性

主力事業のオンライン営業組織による売上高とKPIの関係は、一般的な同業他社と下記の違いがある



注：ANP…年換算保険料

注：初回契約時から1年超経過した顧客からの追加売上を計上

注：LTV…Lifetime Value (顧客生涯価値) の略称であり、顧客が企業にもたらす利益の総額を指す

# 当社の競争優位性について-業界慣行との違い-

これまでの業界慣行とは異なる、多数の潜在顧客と豊富な金融商品を「正しく繋ぐ」ための、**仕組化されたビジネスモデルと組織文化が競争力の源泉**

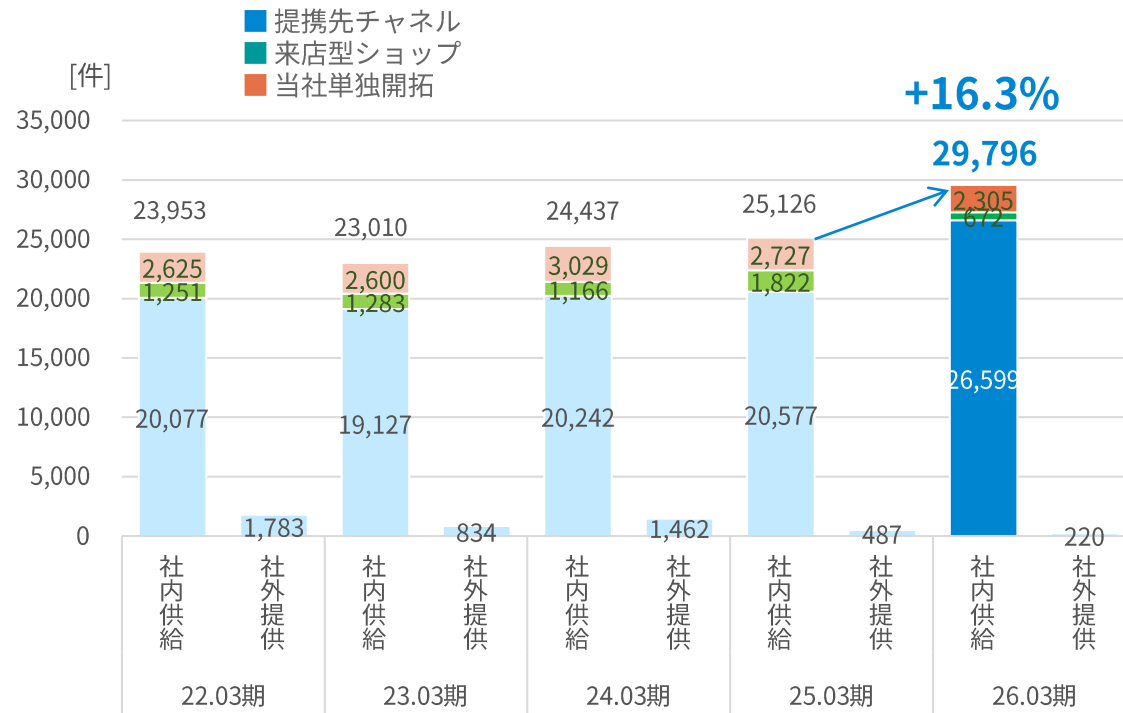
		業界慣行	当社モデル
新規	×		
	×		
単価	×		
	×		
生産性	×		
	×		
	×		
	×		

項目	業界慣行	当社モデル
1 独自の集客モデル	見込み客探しが営業活動の90%	パートナー企業から継続的な見込客の紹介があり集客数をコントロール、集客に困らない仕組みを確立し <b>営業活動へ専念</b> できる
2 ライフプランを土台に金融ソリューションをワンストップで提供	単品販売になりがち	<b>ライフプランニングを重点的に実施</b> 、国内約60社の金融機関が扱う保険・投信・債券・住宅ローン・不動産等の金融商品をライフステージに合わせて提案可能
3 全体の8割がオンライン面談	対面面談が主	いち早くオンライン面談の仕組みを構築。コンサルタントの物理的な移動がなく <b>1日当たりの対応可能面談数が増え</b> （7～8件/日）効率的な営業活動に。全国のお客様に対応
4 独自のデジタルツール	—	オンライン面談と相性のいいデジタルツールを独自開発し活用。これによりさらに効率的な営業活動が可能に。また、外部への販売もすることでサブスク収益も
5 新卒採用	中途採用が主	デジタルネイティブな新卒採用がメイン。 <b>固定給制度</b> により業界に多いフルコミッション（完全歩合）制度とは一線を画すゆえに、 <b>離職率も業界平均と比べて圧倒的に低い</b>
6 体系的な教育システム	—	<b>ライフプランを土台に</b> 幅広い金融商品を提案できるよう、新卒から育て上げる独自の <b>教育プログラムをデジタルコンテンツ化</b> 。教育専任メンバーは、個別案件の進め方に関するアドバイス等を重点的に実施。「人」と「デジタル」を融合させた教育により能力・業務品質の高位平準化の結果、 <b>業界平均の数倍の生産性</b> を実現

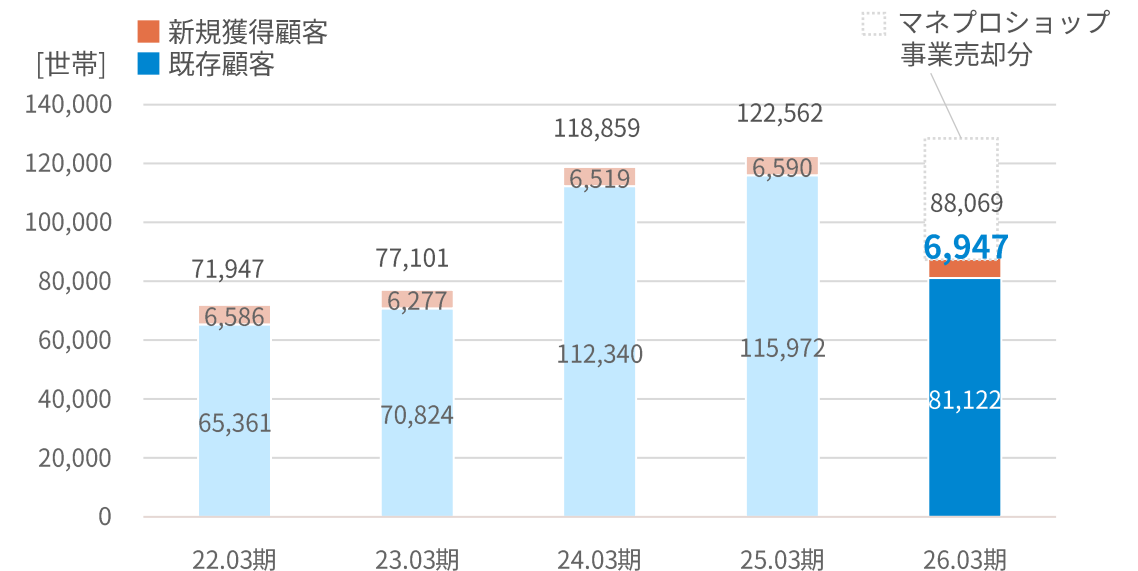
# KPIの状況

コンサルタント数の拡大局面にある中でアポイントの需給バランスは良好であり、**新規相談受付件数（社内供給分）は過去最高だった前期さらに上回る。新規顧客獲得数も6,947世帯と過去最高。**保有顧客数の減少はマネプロショップ事業売却によるもの（約39,000件）

## 新規相談受付件数



## 新規顧客獲得数・保有顧客数

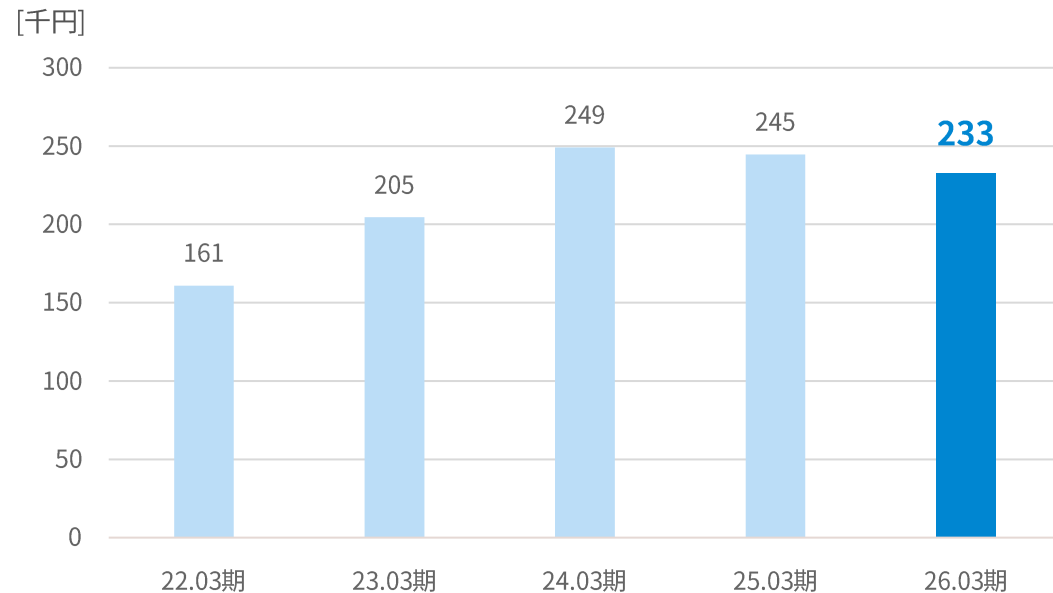


# KPIの状況

生産性指標は依然として高水準を維持。また、個人向けの貯蓄性商品の追販を中心に堅調に推移。前期4Qに既存顧客に対するアプローチを特に強化し一巡したことから個人顧客への追加契約は若干減少

## オンライン・訪問営業組織での生産性指標

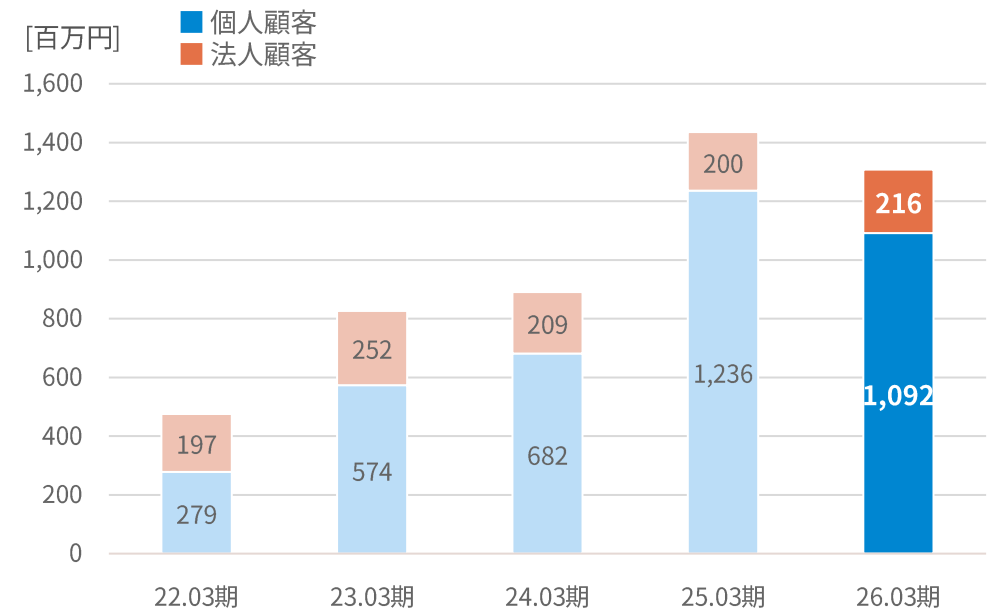
※成約率×1成約あたりのANP\*単価=1件の相談に対する保険料ベースでの売上の期待値に相当するもの



注：ANP…年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月=ANP60,000円

## 追加契約売上高\*

※お客さまのLTV（ライフタイム・バリュー） \*\*向上に向けた取り組みの成果を表す指標



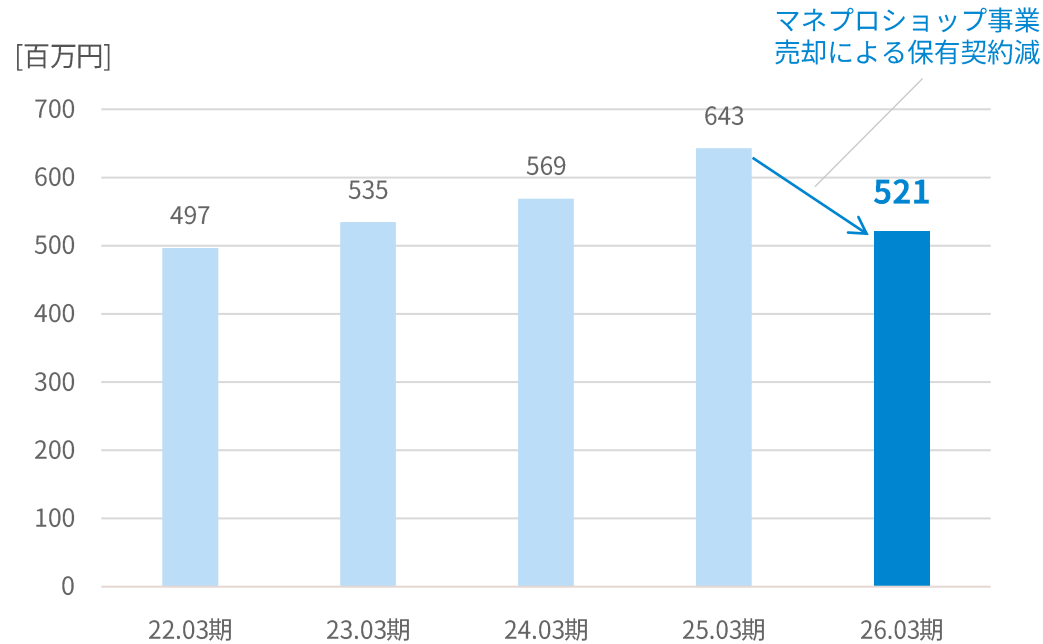
注：初回契約時から1年超経過した顧客からの追加売上を計上

注：LTV…Lifetime Value（顧客生涯価値）の略称であり、顧客が企業にもたらす利益の総額を指す 55

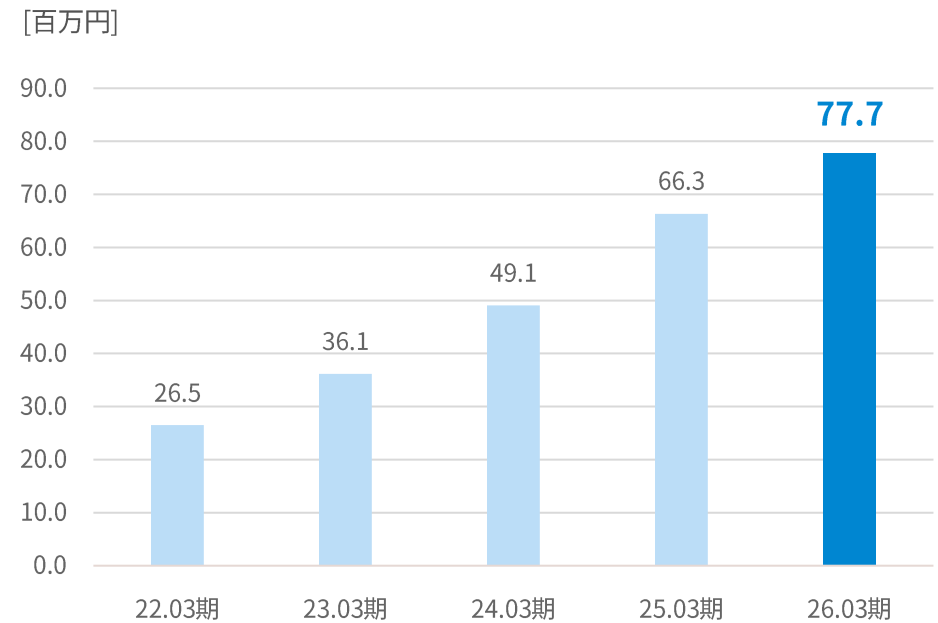
# KPIの状況

ストック収益となる売上が積み上がることで、中長期の事業の安定化につながる

## 生命保険継続手数料



## 金融商品手数料／信託報酬

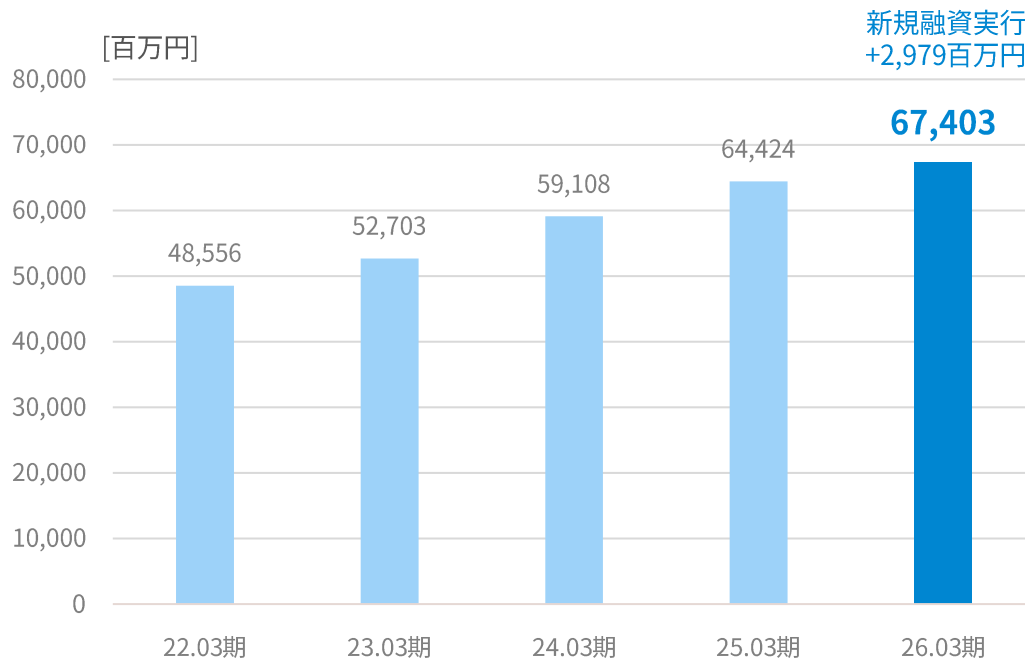


注： ANP…年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月=ANP60,000円

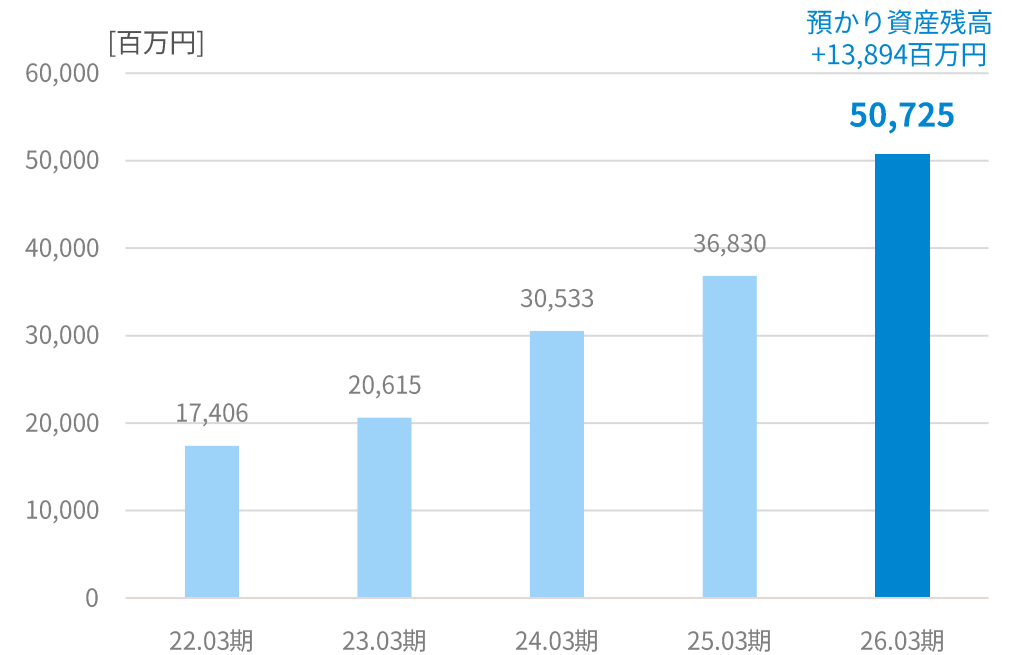
# KPIの状況

資産運用・投資に対する関心の高まり、市況の好調さを受け、当社が仲介する金融商品預かり資産残高は好調に推移  
**金融商品預かり資産残高が500億円に到達**

## 住宅ローン融資実行残高



## 当社が仲介する金融商品預かり資産残高



# 数字で見る”高位平準化”されたコンサルタント\*1のパフォーマンス

事業構造の変革により、健全な組織拡大とパフォーマンス向上の両立を目指す

平均生産性（新契約ANP\*2）

4,460万円

※保険代理店A社 1,117万円\*5、保険業界全体 222万円\*8  
共同募集前

成約ANP単価

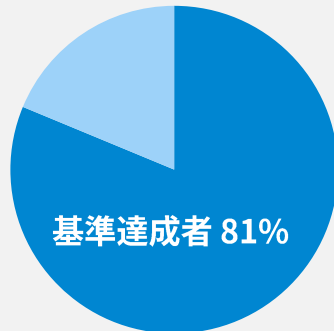
契約単価 32.2万円  
世帯単価 73.8万円

※個人契約をメインとした活動、共同募集前単価

FP資格\*3取得率

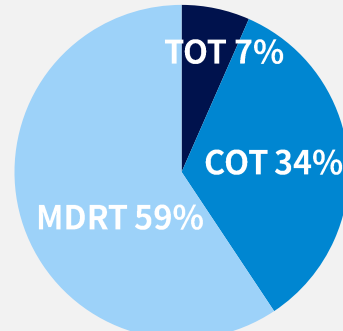
100%

MDRT基準\*4達成率



※保険代理店A社 43.2%\*6

左記MDRT基準達成者のうち  
TOT/COT\*5基準達成割合



※保険代理店A社 TOT 1%、COT 7%\*7

MDRTとは

1927年に発足したMillion Dollar Round Table (MDRT) は、卓越した生命保険・金融プロフェッショナルの組織です。世界中の生命保険および金融サービスの専門家が所属するグローバルな独立した組織として、700社以上、80カ国以上の会員が活躍しています。MDRT会員は、卓越した専門知識、厳格な倫理的行動、優れた顧客サービスを提供しています。また、生命保険および金融サービス事業における最高水準として世界中で認知されています。

※Court of the Table (COT) 会員基準はMDRTの3倍、Top of the Table (TOT) 会員基準はMDRTの6倍

注1：生保営業部門に所属する入社2年目以上（1年間通して営業活動する開始年次）のコンサルタントを対象に集計、ショップコンサルタントを除く、一時払は1/10でカウント（2025年度）  
注2：年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月＝ANP60,000円 注3：生保営業部門に所属する営業社員、ファイナンシャルプランニング技能士3級以上、AFP、CFPのいずれかを取得  
注4：2026年度(暦の2025年)基準実績 注5、6、7：保険代理店A社 2023年2月有価証券報告書、ホームページ、2023年4月リリースより 注8：生命保険協会2025年版生命保険動向より当社にて算出

将来

将来の人生を安心して  
楽しく過ごしていただきたい



当社の事業内容・競争優位性・成長戦略などを代表取締役社長伊藤 清が分かりやすくお伝えいたします。  
是非ご覧ください。

動画URL

<https://www.youtube.com/watch?v=yfQM2yeLOFo&t=78s>

書き起こし記事

<https://finance.logmi.jp/articles/381019>



## ディスクレマー

本資料は、作成時点において当社グループが入手可能な情報に基づいて作成されています。当社グループ以外に関する情報は公開情報等から引用したものであり、その完全性及び正確性について当社は何ら保証するものではありません。従って、将来の経営成績等の結果は、経済環境や金融サービス等に対する顧客ニーズ・競合状況等の変化により本資料に記載された将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

### ■ IR お問い合わせ先

Web : <https://www.b-minded.com/investor/>