



事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社FPパートナー

2023年1月13日

私たちは常にお客さまサイドに立ち、
お客さまに寄り添いながら、
一生涯のマネープランを一緒に創ります。

未来に描く理想は、

「この国のすべての人の
ファイナンシャルリテラシーを向上すること」。

経済的豊かさと安心を叶える役割を担い、快適な金融商品選びを実現します。



株式会社FPパートナー

将来への長期間の視点で相談する

生命保険・損害保険の他に、

お金に関するファイナンシャルプラン全般を
相談できる。



将来のお金のこと、あなたと一緒に考える

MONEY DOCTOR

- 01** — 会社概要・事業概要
- 02** — 事業環境
- 03** — 2022年11月期 業績ハイライト
- 04** — 2022年11月期の取組及び2023年11月期計画
- 05** — 成長戦略
- 06** — appendix

01



会社概要・事業概要

会社名	株式会社FPパートナー
設立	2009年12月
代表者	代表取締役社長 黒木 勉
事業内容	保険代理業
所在地	〒112-0004 東京都文京区後楽 1丁目5番3号
従業員数	2,252名 (2022年11月末・パートタイマー社員を含む)
拠点数	132拠点 (2022年11月末)

役員

代表取締役社長

黒木 勉

取締役
兼 損保事業部長

安達 健二

専務取締役
兼 経営企画部長

田中 克幸

取締役

齋藤 巧

常務取締役
兼 営業本部長

伊東 伸一

取締役
兼 新規事業開発部長

桑原 隆

社外取締役

菅野 良三

監査役

太田 賢孝

社外取締役

緒方 延泰

社外監査役

黒須 篤夫

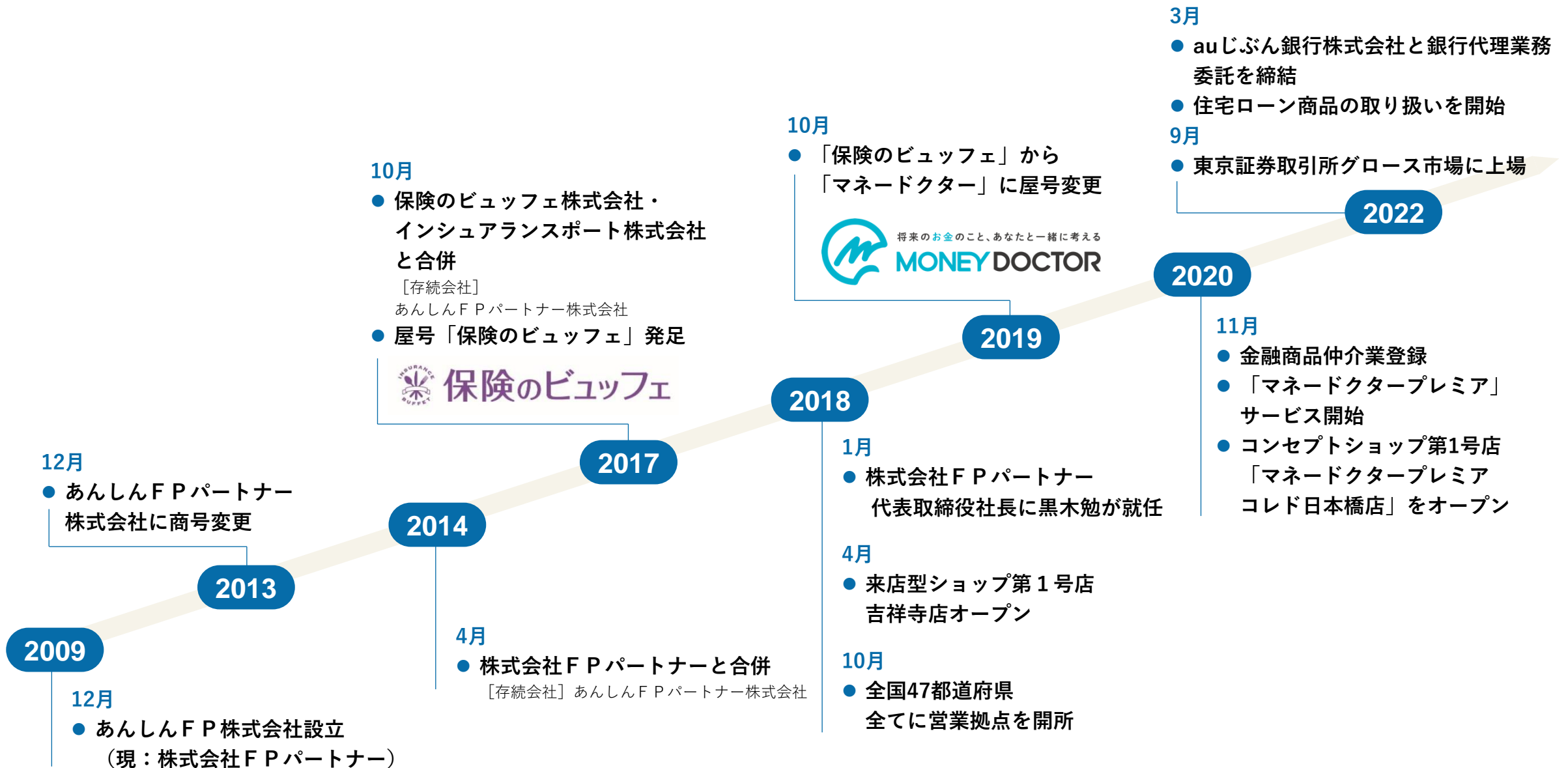
社外取締役

井阪 喜浩

社外監査役

中川 真紀子





提携企業を主とした集客により主に30代から40代の顧客に生命保険および損害保険を販売し、ライフプランニングに応じた投資信託の販売、ファイナンシャルプランニング無料相談サービスを全国規模で展開します。

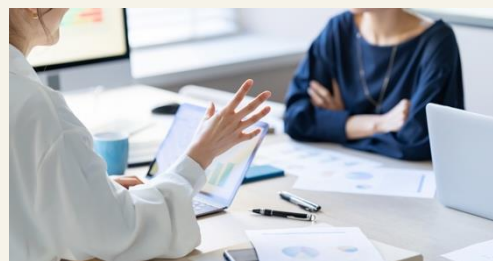
保険相談見込み客開拓



顧客開拓ルート

- 1 企業提携 保険代理店 事業会社
- 2 自社集客※ TVCM Web広告
- 3 営業社員による自己開拓
既存顧客及び1、2の顧客からの紹介等

訪問販売型FP相談 [保険募集]



保険販売の現状

- 保険契約件数 **119** 万件
- 顧客数 **50** 万件



(2022年11月末現在)

サービス体制は全国

私たちが扱う商品とは、お客さまと保険担当者との信頼関係
信頼関係とは顧客サイドに立ち、常に寄り添う相談相手であること

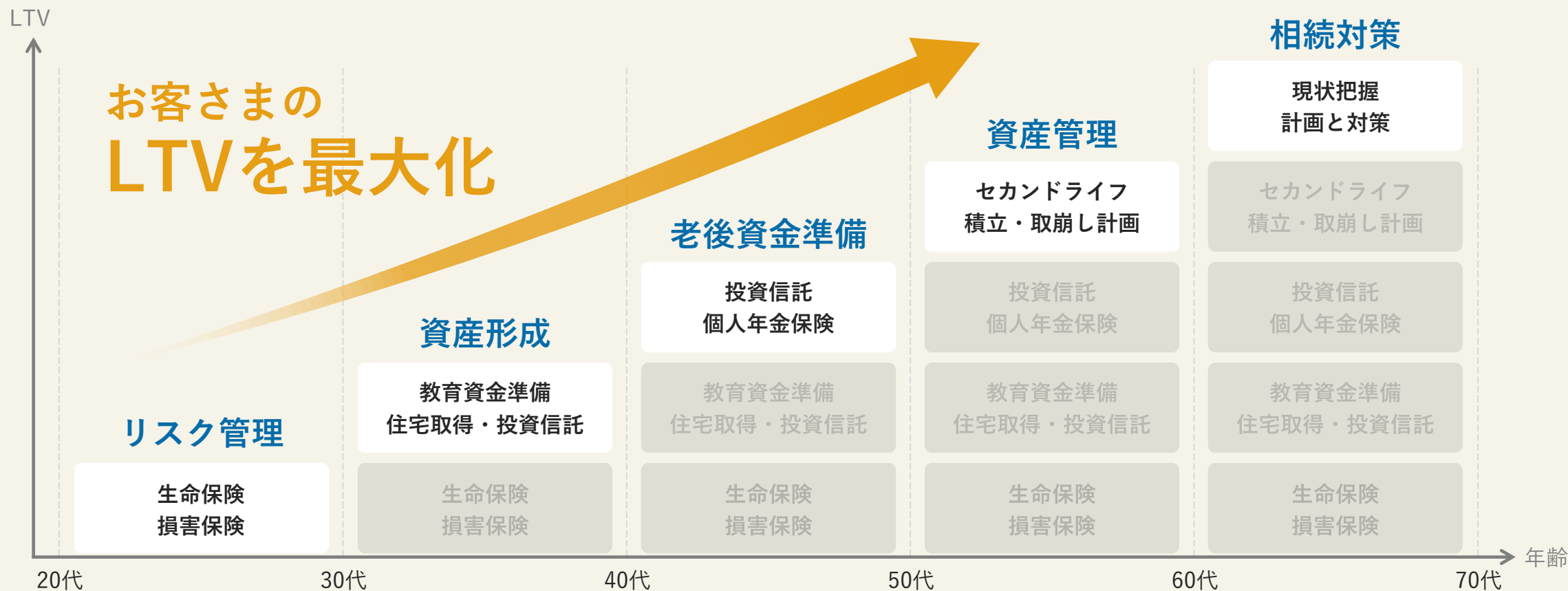
本来の顧客サービスに必要なこと

- 仕組み 全国地元採用・転勤なし
- 体制 お客さまの生活の変化をとらえて適時に対応
- サービスバリエーション
生損保販売、住宅ローン相談、相続対策、家計相談、資産形成（投資信託）※一部地域

※当社HP直接申込みや、Web広告経由の保険相談案件をいいます。

年代ごとに変化するお金の課題を全体最適化で解決できるファイナンシャルプランニングを提供します。

FPパートナーの全体最適ソリューション



※ LTV (ライフタイムバリュー) …「顧客生涯価値」。企業と顧客との取引の初めから終わりまでの期間 (顧客ライフサイクル) 内にどれだけ利益をもたらすのかを算出したもの。

保険相談案件は、提携企業（共同募集・買取）と自社集客ルートで獲得し、営業社員が募集を行います。
 「生命保険」は保険契約締結の媒介、「損害保険」は契約の締結もしくは保険契約締結の媒介を行います。

常にお客さまに寄り添う、親しみのある相談相手でありたい。



[ご紹介について] 当社のサービスに満足を受けたお客さまより、新たなお客さまを数多くご紹介いただいております。現在はその様なご紹介のお客さまからの契約獲得も全体の半数近くを占めております。



提携企業からの集客により、安定的に見込顧客を創出しています。

提携企業からの集客件数

125,703件
(89.8%)

会社集客件数

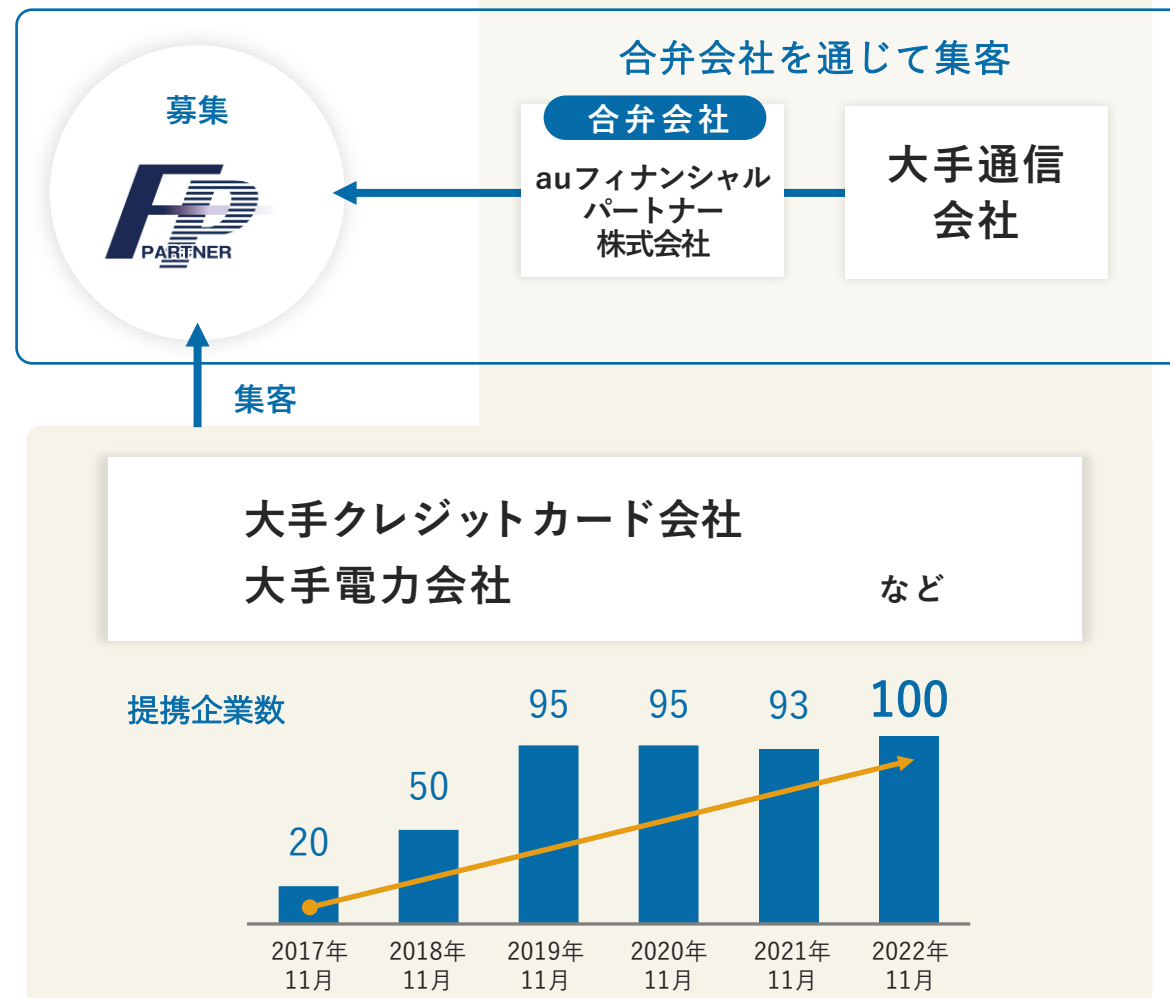
139,995件

自社集客からの集客件数

14,292件 (10.2%)

※ 提携企業数は2022年11月末現在の数値。 ※ 集客件数は2021年12月から2022年11月までの累計値。

提携企業



提携企業 集客から保険契約締結の流れ



1

提携企業による多様な集客方法

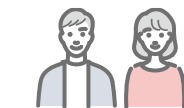
提携先企業からの送客例 ①

提携先企業のサービスサイト



FP相談申込フォームを設置

顧客



希望日時・相談内容などを入力

提携先企業からの送客例 ②

携帯ショップ



トスアップ

提携代理店
コールセンター

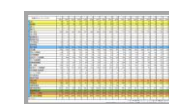


顧客のアポイント取得(意向把握等)

その他



マネーセミナーの開催



ライフプラン表の作成サービス提供

など、提携先企業に応じて多様な集客

2

顧客と営業社員を瞬時に自動マッチング



- 提携先入力フォームAPI連携
- アポイント連携用WEB入力フォーム提供
- アポイント情報の入力

顧客



営業社員



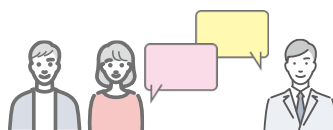
即時マッチング

- 指定日時に面談可能な営業社員をマッチング
- 同時に営業社員のカレンダーにも予定を自動入力

3

顧客との面談・契約

面談・ヒアリング



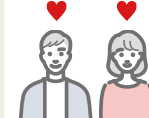
ライフプラン表の作成・提示



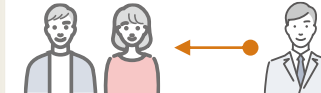
必要な保障等の提案



顧客の意向に沿った保険契約



アフターフォロー



顧客の望むライフプランを具体化

※ 画像の入力フォームは当社サービスサイトのものです。

顧客・提携先・当社社員が安心できる体制を構築しています。



顧客管理システム
VPN・MDM



自社システム
ISMS認証取得済



内部監査部による
全営業店監査



Webアンケートによる
お客さま評価の収集



ご意向・商談記録
永久保管
完全ペーパーレス



営業教育
新人研修



FPツールによる
情報提供

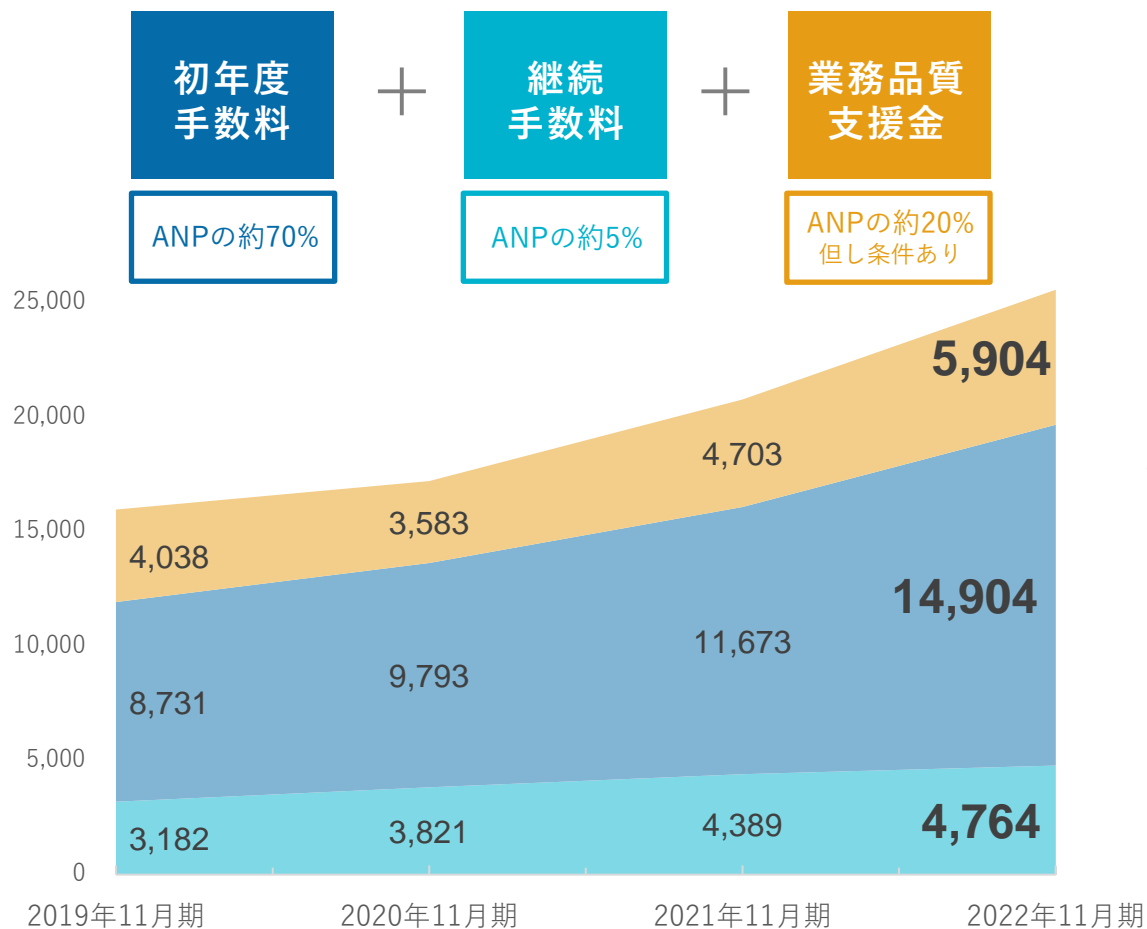


コンプライアンス
Webテストを毎月実施
全社員対象：受験率100%

※1：VPN … インターネット上に仮想の専用線を設定し、特定の人のみが利用できる専用ネットワークのこと。社内専用ネットワークにつき、セキュリティ上安全にデータのやり取りを行うことができます。当社は社員使用のPC、業務用スマートフォンの全台にVPNを適用しています。

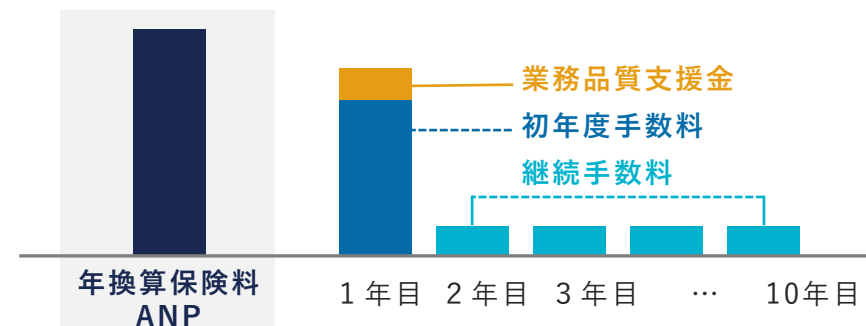
※2：MDM … モバイルデバイスを一元的に監視・管理するための仕組みをいいます。モバイル端末の紛失・盗難時の本社によるリモート制御、デバイス機能の一元的な管理が可能。万が一の通信機器類の紛失時でも情報流出リスクに対応します。

手数料収入の内訳と推移



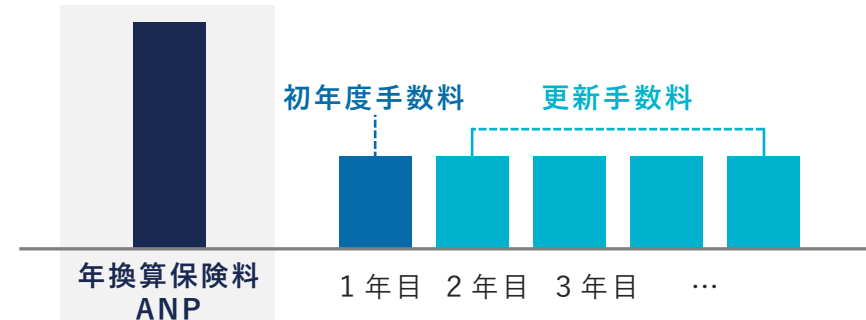
生命保険の場合

手数料の受取期間は5~10年と保険会社・商品毎に異なります。
一時払商品の場合、継続手数料は発生しません。



損害保険の場合

契約期間は基本的に1年で締結時か更新時毎に手数料を受け取ります。
一時払商品の場合、受け取りは1回で完了します。



※ 手数料率・業務品質支援金の各率は保険会社・商品によって異なります。

02



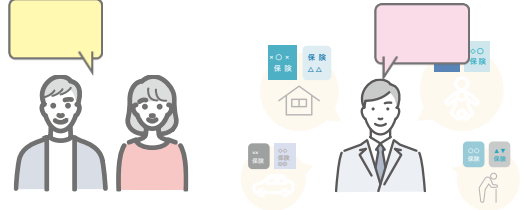
事業環境

お客さま

保険の種類が多く、内容も難しく、
選び方がわからない



当社社員がヒアリング 説明・提案



ご意向に合った 保険商品を契約



全33社取扱い

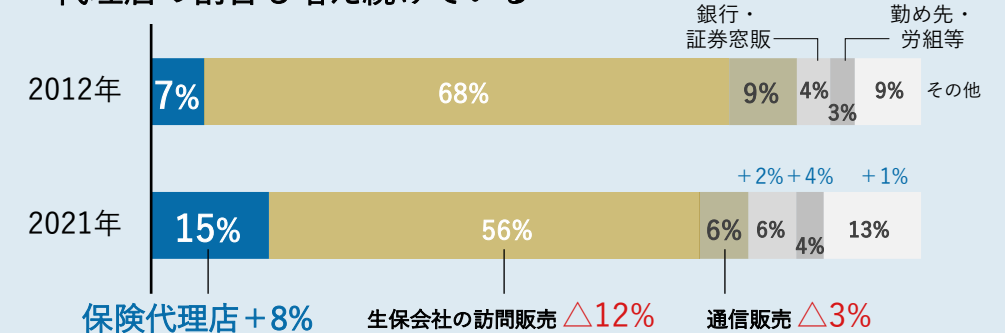
● 生命保険会社 [22社]



● 損害保険会社 [11社]

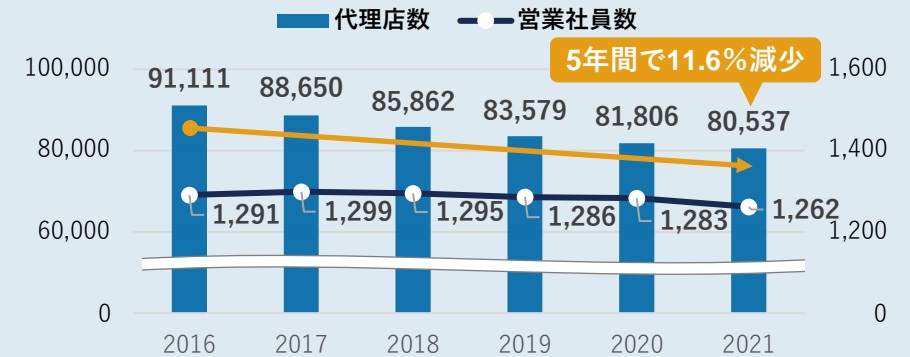


- 複数の商品を比較検討できる乗合代理店の重要性が増加し、代理店の割合も増え続けている



※ データ引用元：生命保険文化センター「2021（令和3）年度生命保険に関する全国実態調査」

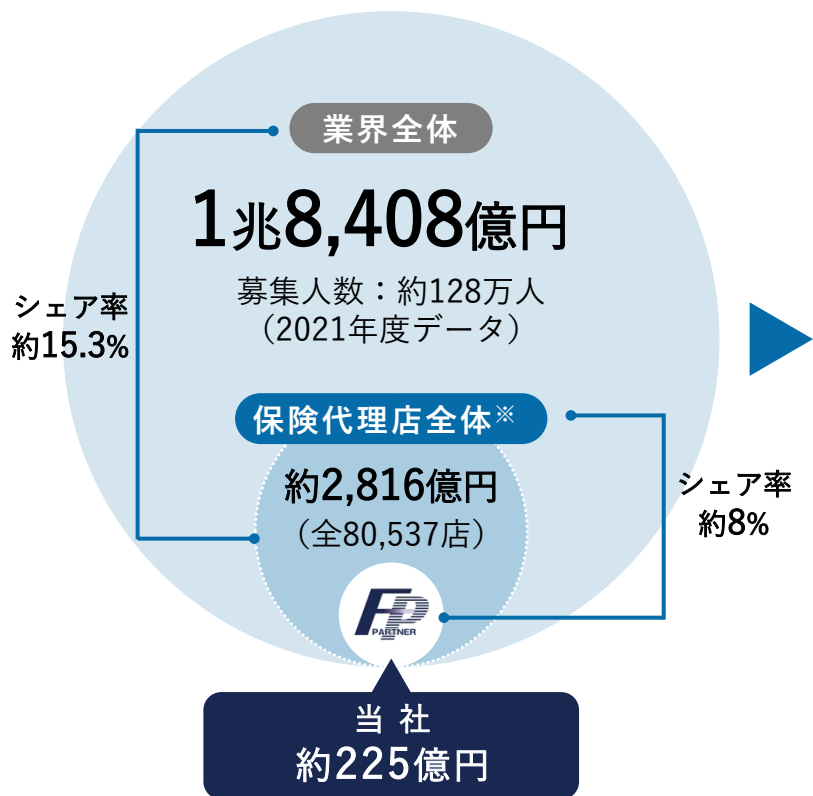
- 代理店数の減少により、募集人は所属先を選ぶ時代へ



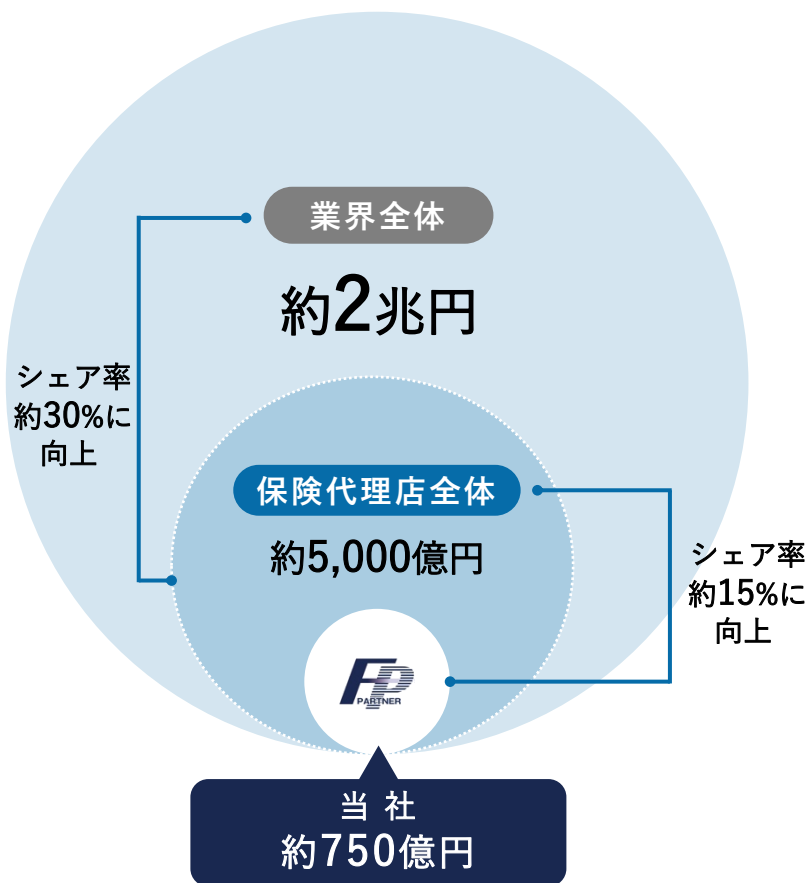
代理店数： 体制整備コストの増加、代理店後継者問題などを背景に減少傾向
登録募集人数： 登録募集人数に大きな変化は無く、大規模代理店への転職が活性化

※ データ引用元：(株)生命保険協会「2022年版生命保険の動向」年度は(株)生命保険協会の年度になります。
※ 登録募集人数：生命保険会社営業職員数、個人代理店数、代理店使用人数の合計

生命保険業界規模



[当社予想] 将来の生命保険業界



業界全体の成長が横ばいであったとしても、
当社の占有率は保険代理店全体の15%を見込む。

- 少子高齢化に伴い生命保険市場は均衡傾向にあると言われてますが、保有契約年換算保険料27兆8,996億円の巨大な市場であり、生命保険商品の機能性進化は速く、お客さまの契約内容見直し機会は増加しています。
- お客さまの細かいニーズに対応し、ご意向に合う保険商品を複数の商品から提案するという乗合保険代理店のビジネスモデルにおいては、均衡傾向の市場においても、大きな成長可能性があると考えます。

データ引用元 ①「2022年版生命保険の動向」(社)生命保険協会 ② 2021年度「生命保険に関する全国実態調査」(2021年12月発行)生命保険文化センター

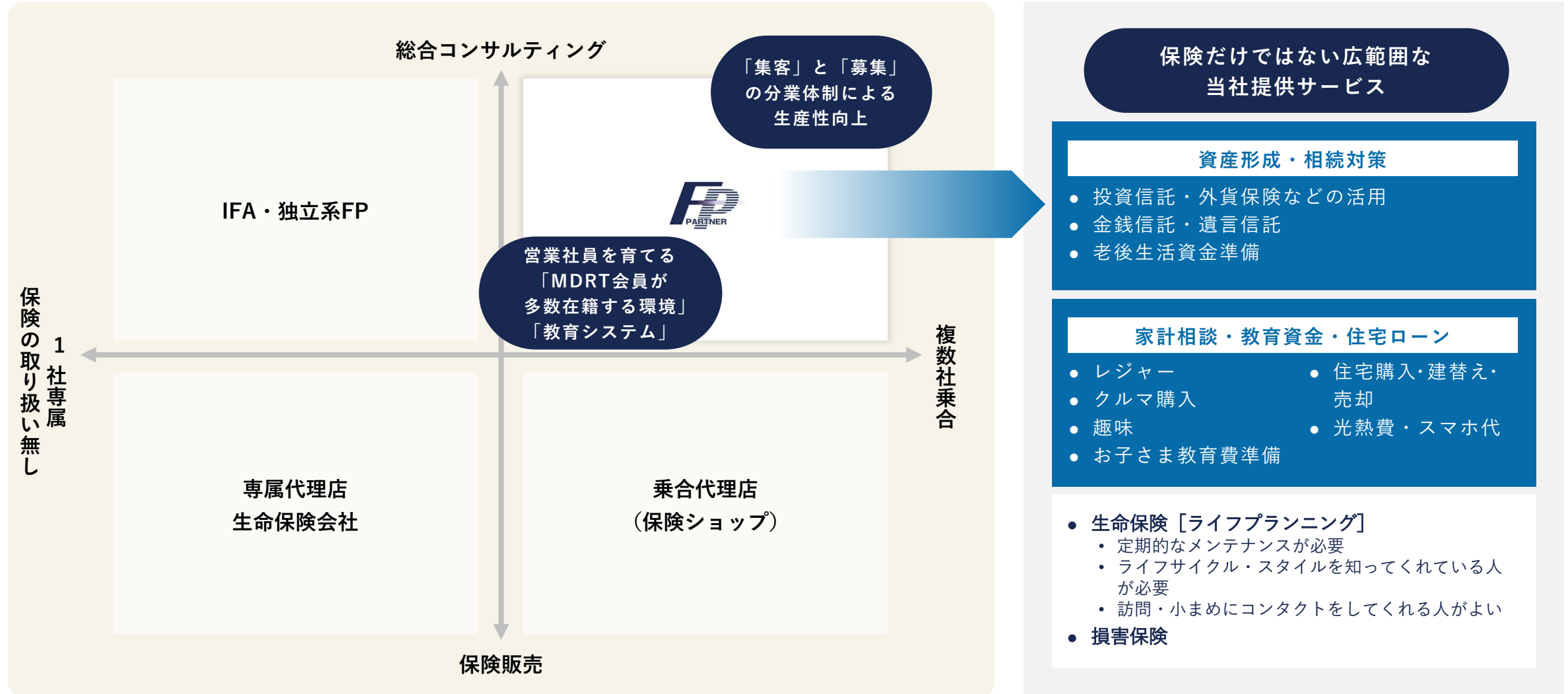
※1. ①②を元に当社による推計(2022年11月現在)

※グラフ内の数値は新契約年換算保険料ベースの金額です。

当社の強みと特長



保険の販売だけでなくお客様のニーズ対応した総合的なサービスを提供しています。



03



2022年11月期 業績ハイライト



設立

2009年



営業社員数

2,014名



売上高

25,605百万円



MDRT登録数

割合：30.5%

566名



売上高CAGR

過去5年CAGR

17.6%



拠点数

全国47都道府県

132カ所



営業利益

3,824百万円



提携企業数

100社

※数値は2022年11月末時点。

※MDRT登録数：2022年度MDRT日本会への登録会員数 割合：MDRT登録数（566名）÷2021年11月末在籍営業社員数（1,858名）

2022年11月期 経営成績の概況



経営成績

当事業年度の売上高は25,605百万円と前期比22.4%増の高い成長率を継続。

営業利益は3,824百万円（前期比120.4%増）、経常利益3,813百万円（同110.2%増）、当期純利益は2,366百万円（同93.2%増）となり、全てにおいて業績予想も上回る結果となった。

重要指標

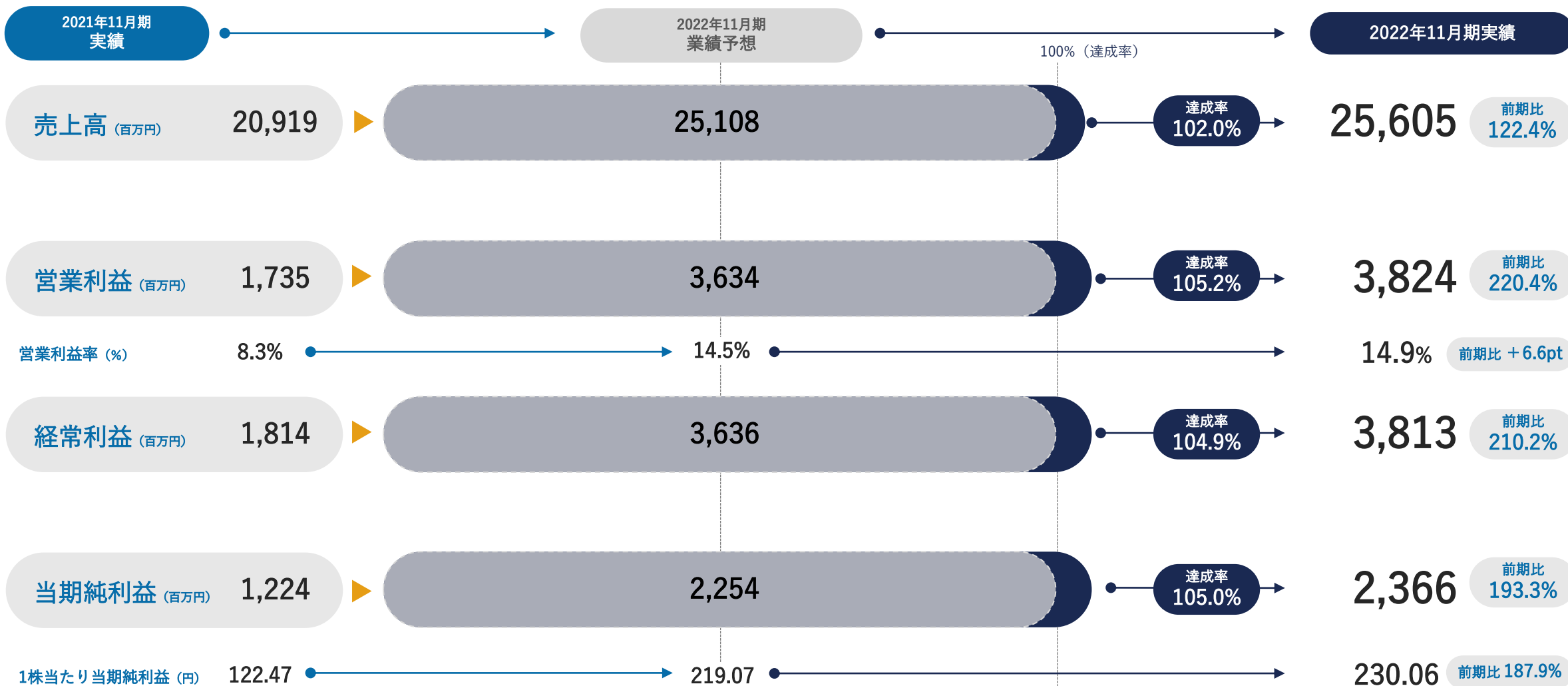
営業社員の採用は予定通り進み過去最高の516名の採用となった。一方で退職者数も増加したため純増としては前期比156名増に留まる。新契約数・新規顧客数はそれぞれ前期比20.4%増、35.3%増と順調に増加。保険契約見込顧客数についても新規提携先からの好調な送客を受けて前期比18.6%増の139,995件と増加した。

その他

前期より開始した契約譲受（廃業予定代理店等からの契約移管）の問い合わせが増加しており、2022年11月末時点で累計35,115件に到達。マネードクタープレミアム店舗を今期8店舗出店し、来店顧客数の増加及び出店地域での認知度の向上効果を発揮。

単位：百万円	2021年11月期	2022年11月期業績	
			前期比
売上高	20,919	25,605	+ 22.4%
営業利益	1,735	3,824	+ 120.4%
営業利益率 (%)	8.3	14.9	+ 6.6Pt
経常利益	1,814	3,813	+ 110.2%
当期純利益	1,224	2,366	+ 93.2%

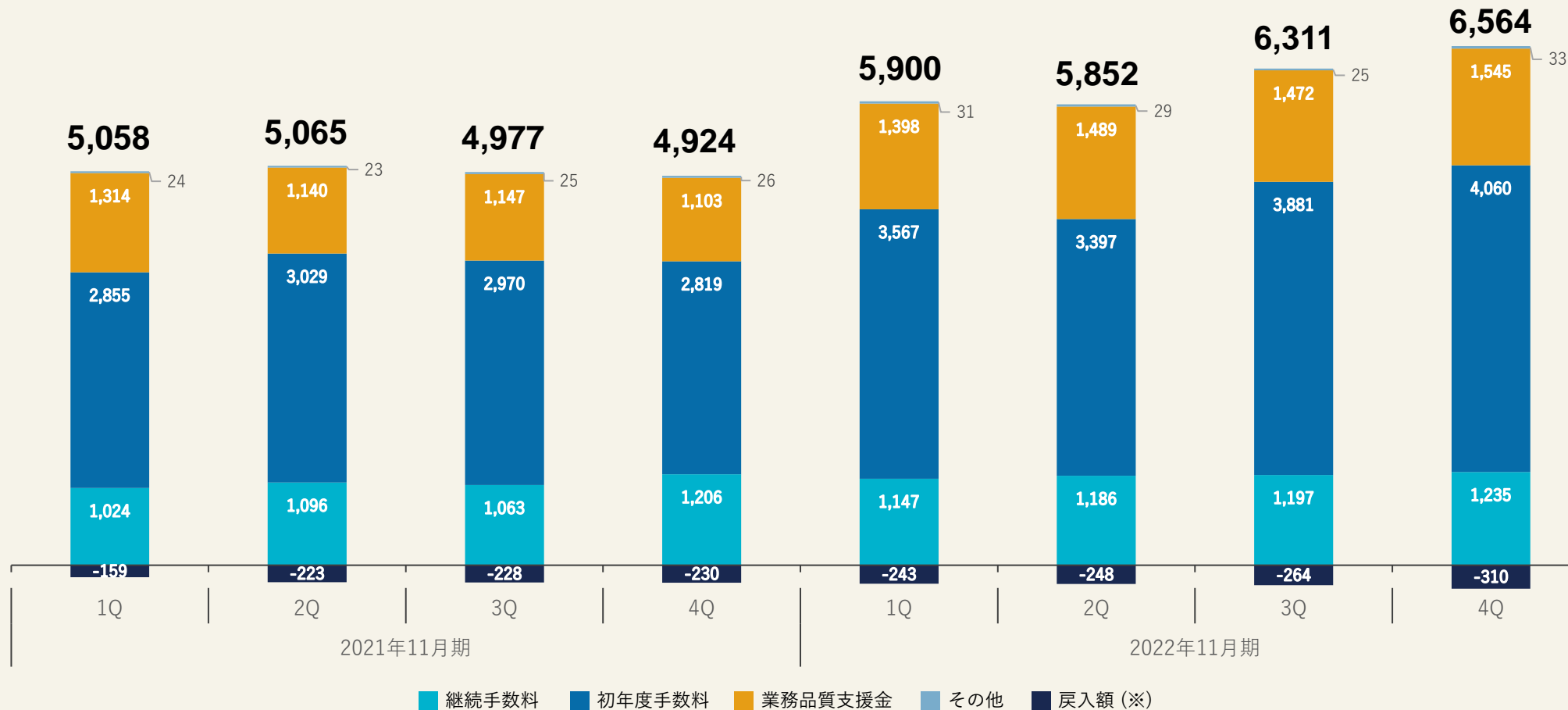
前期比、業績予想比



※ 2022年11月期実績の達成率は2022年11月期業績予想に対する数値です。

生命保険手数料

単位：百万円

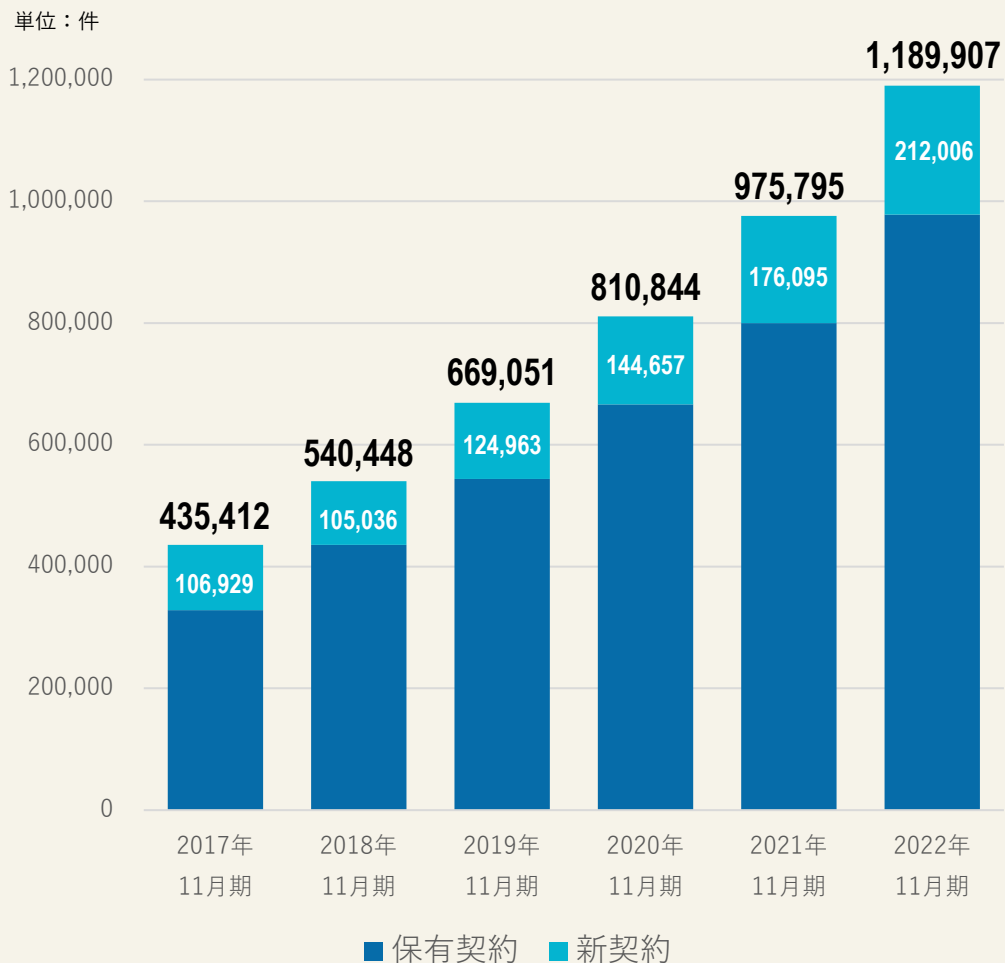


※ 戻入とは、保険会社からの手数料受領後、早期に解約・失効等で契約が消滅した際に、受領した手数料の一部ないしは全部を保険会社に返金することをいいます。

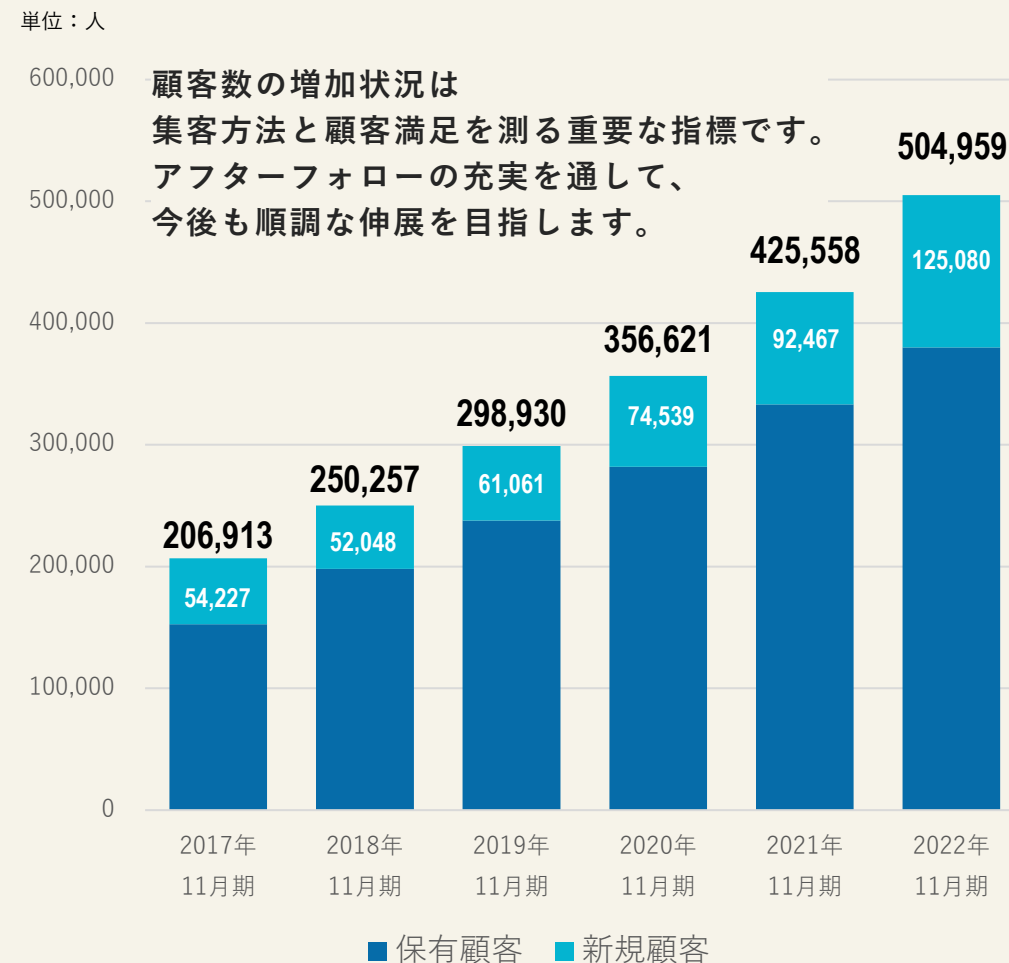
重要KPI推移（件数・顧客数）



件数（新契約・保有契約）



顧客数（新規・保有）



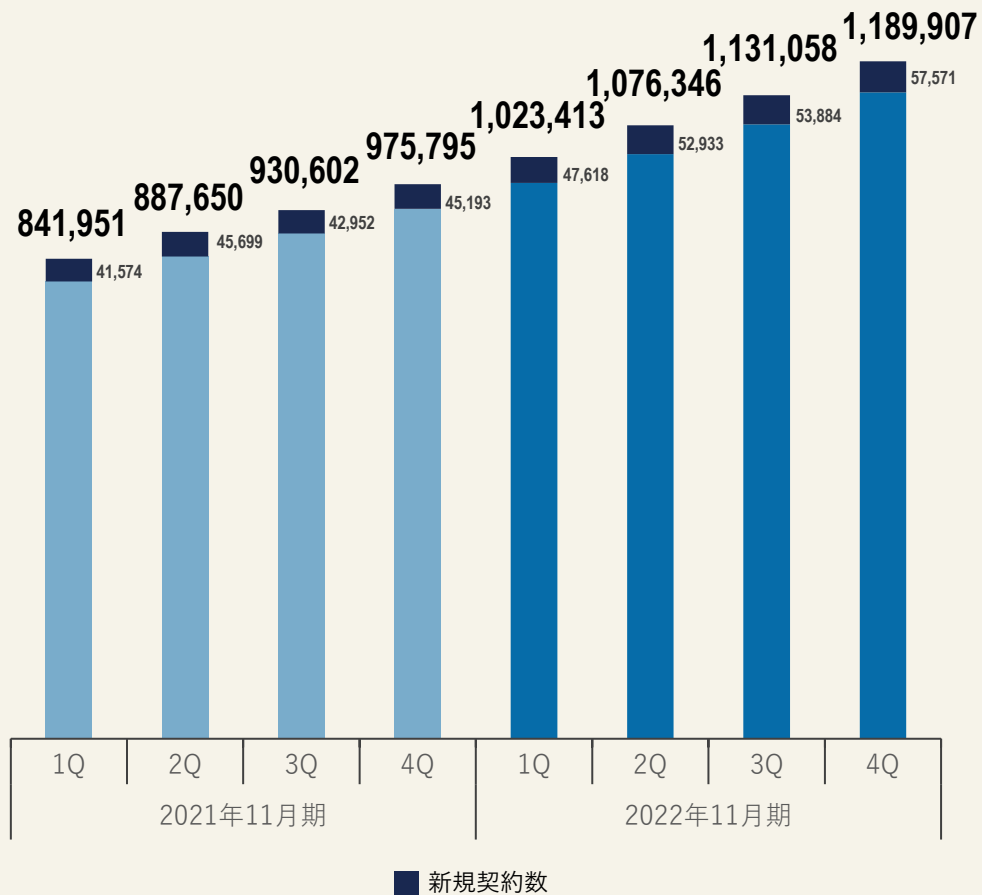
※ 数値は各期末の累計

重要KPI推移 (件数・顧客数) 四半期



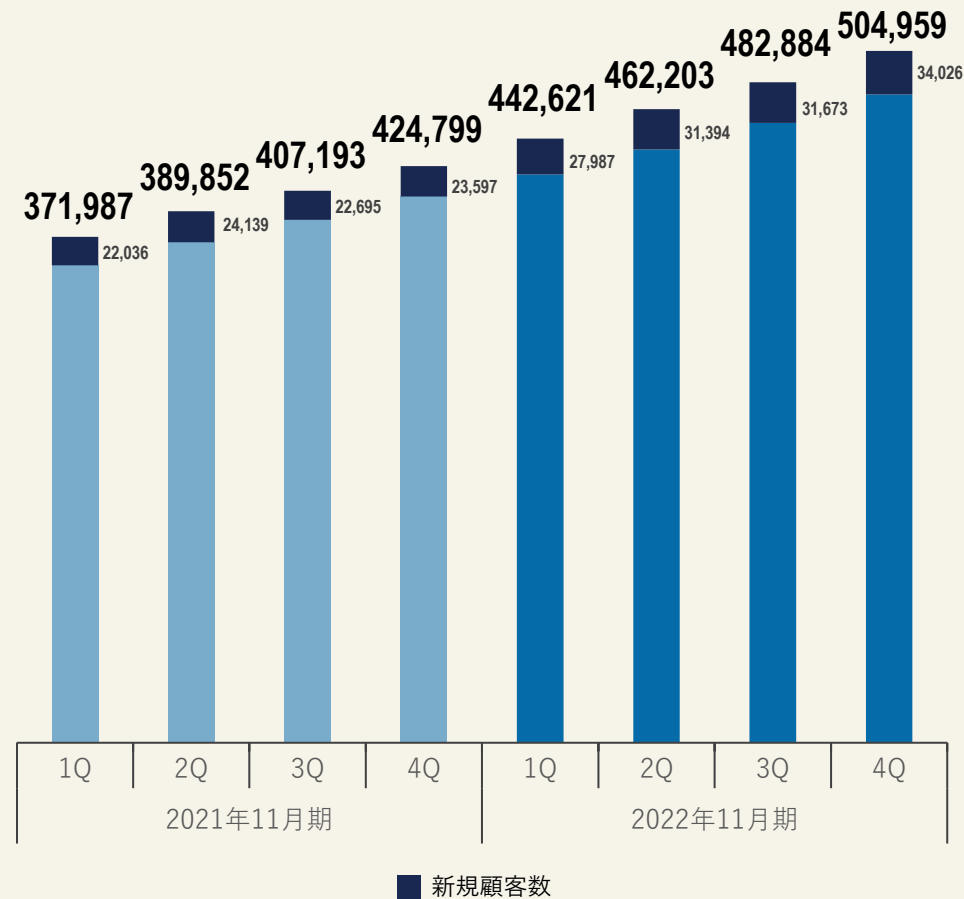
件数 (新契約・保有契約)

単位：件



顧客数 (新規・保有)

単位：人



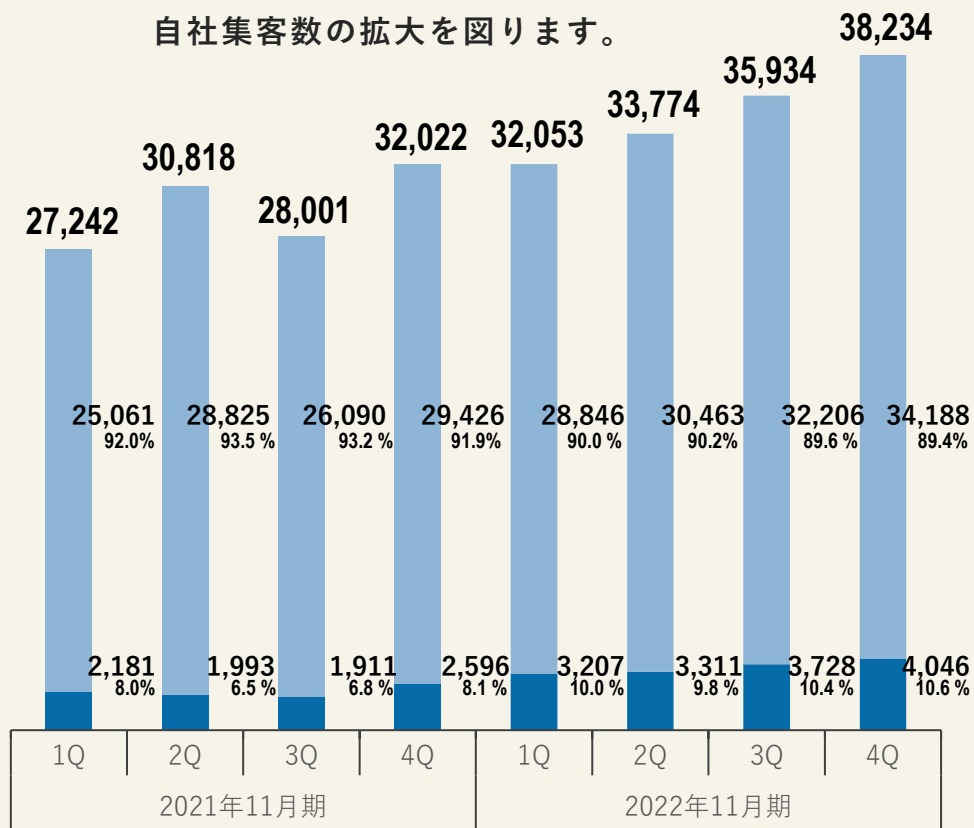
重要KPI推移（会社集客案件数・営業社員数） 四半期



会社集客案件数・自社集客案件数

単位：件

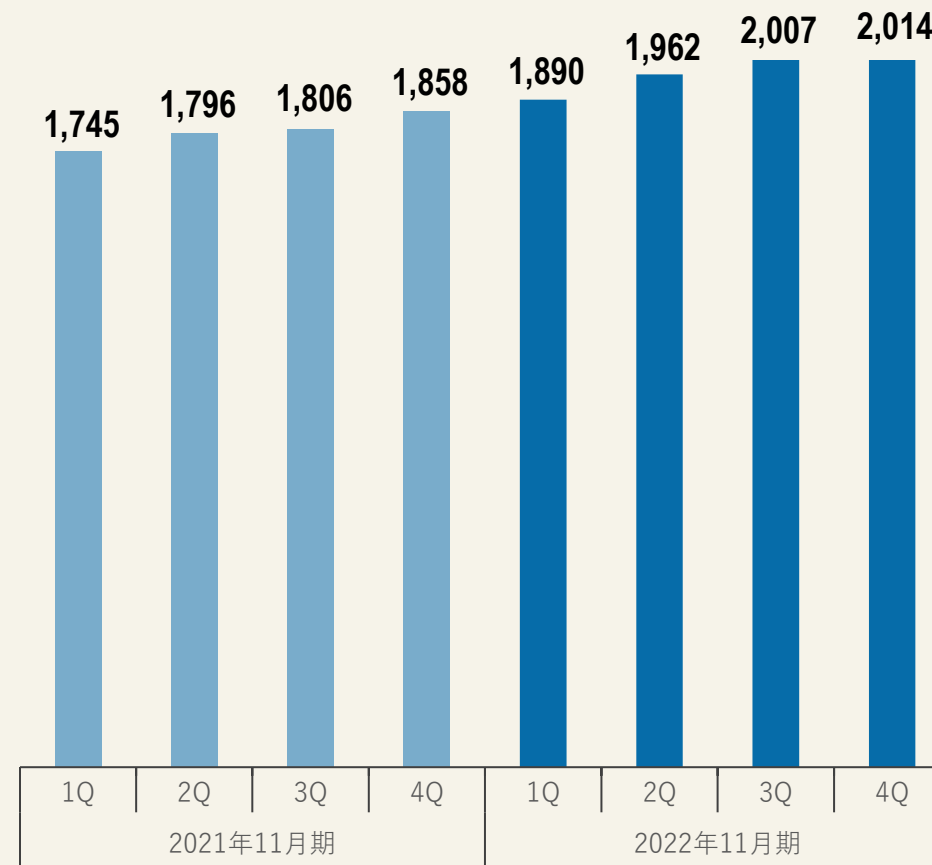
保険相談案件獲得状況は
当社の成長性計測の重要項目です。
自社集客数の拡大を図ります。



■ 提携企業集客案件数 ■ 自社集客案件数

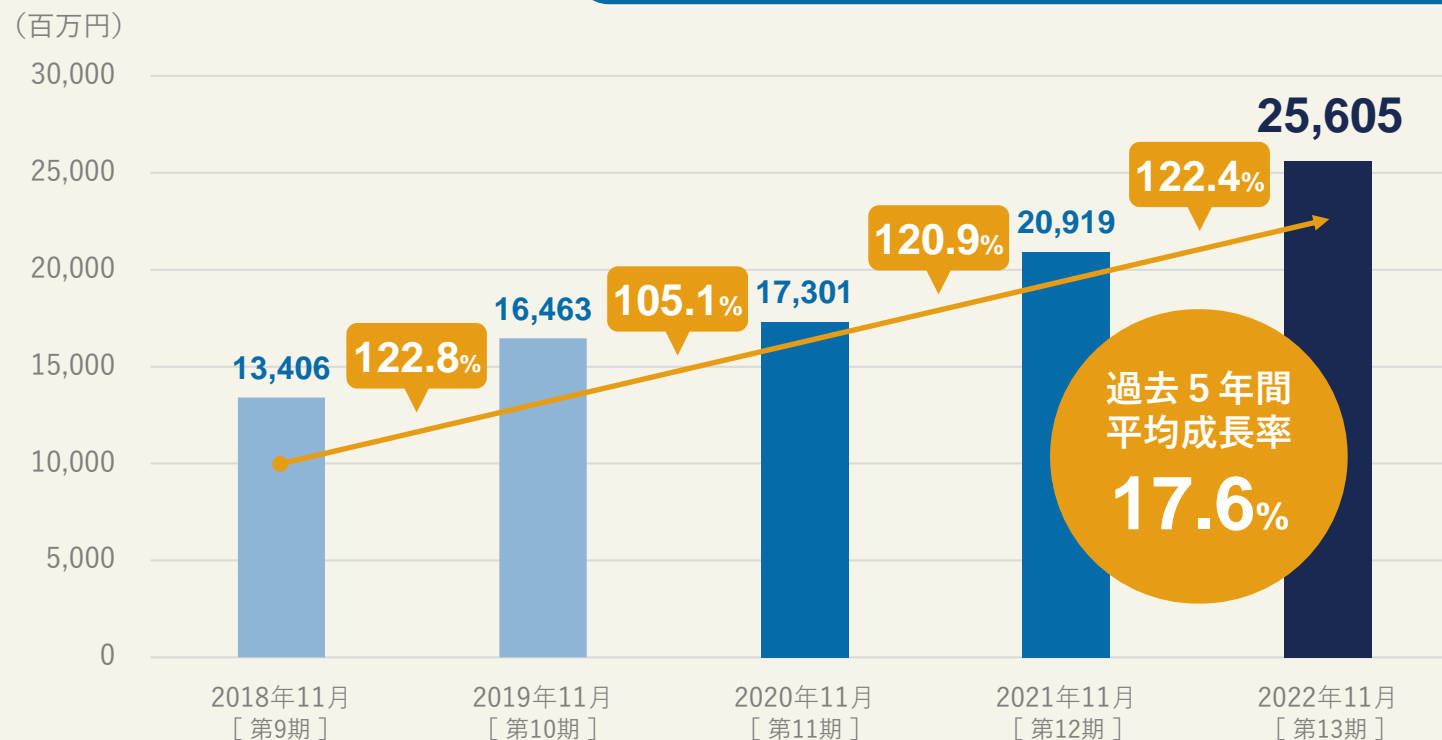
営業社員数

単位：人



※ 提携企業集客：提携先企業を通じた集客、自社集客：TVCM・WEB広告などによる集客

売上高推移



	2018年11月期 [第9期]	2019年11月期 [第10期]	2020年11月期 [第11期]	2021年11月期 [第12期]	2022年11月期 [第13期]
売上高	13,406	16,463	17,301	20,919	25,605
経常利益	-8	1,187	718	1,814	3,813
当期純利益	238	658	424	1,224	2,366

- 2018年11月期までは利益確保よりも事業成長への投資を積極的におこなってございました。主な投資先は保険相談案件獲得費用と支社新設・増床、営業社員増加による人件費に充当してございました。
- 2019年11月期からは事業成長を保ちつつ、利益を確保しております。
- 2021年11月期以降は新型コロナウイルス感染症による影響を受けながらも、「オンラインFP相談」の速やかな導入と活用、既契約者様への「丁寧なフォロー」により、売上高は順調に伸展しております。

04

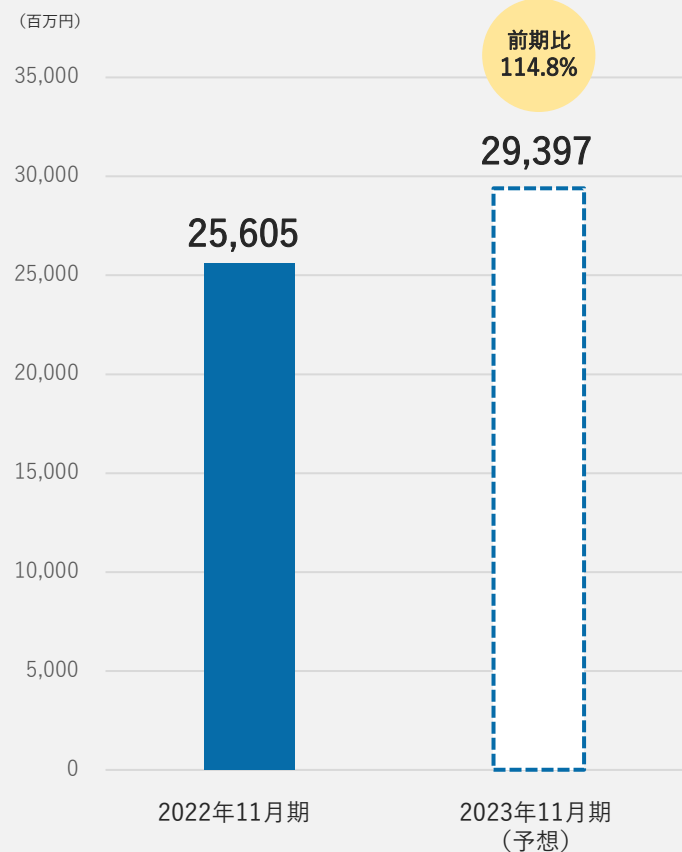


2022年11月期の取組及び2023年11月期計画

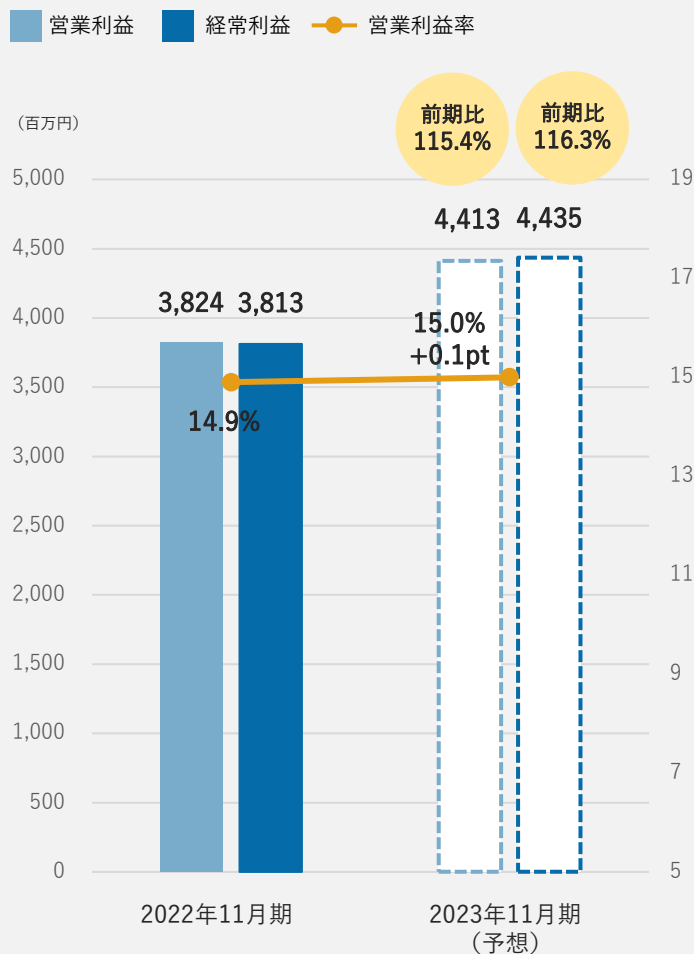
2023年11月期 業績予想



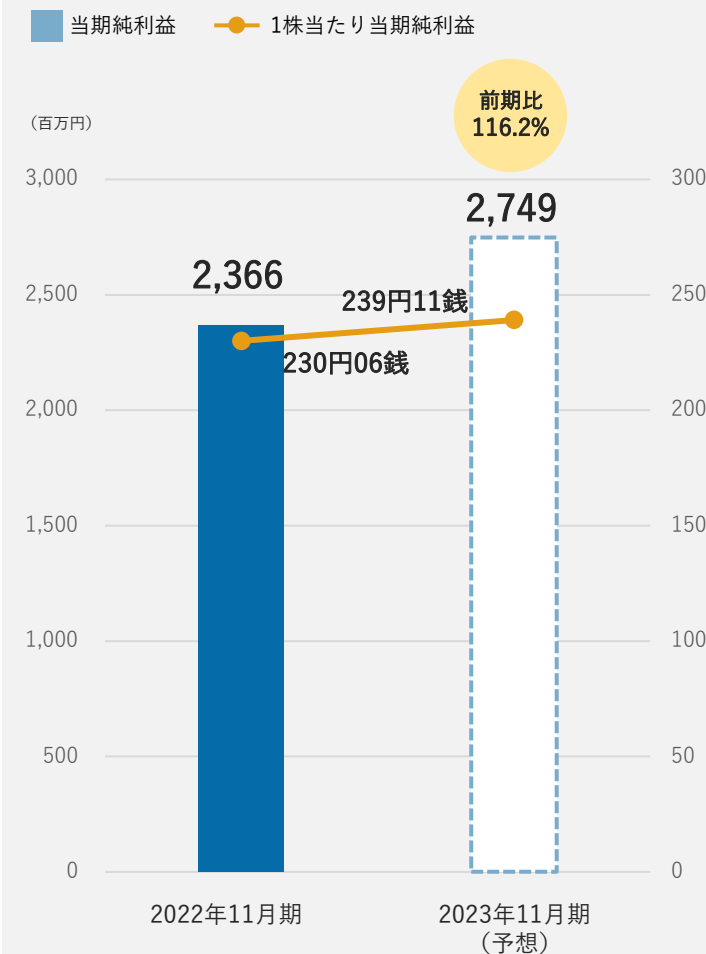
売上高



営業利益・経常利益・営業利益率



当期純利益・1株当たり当期純利益



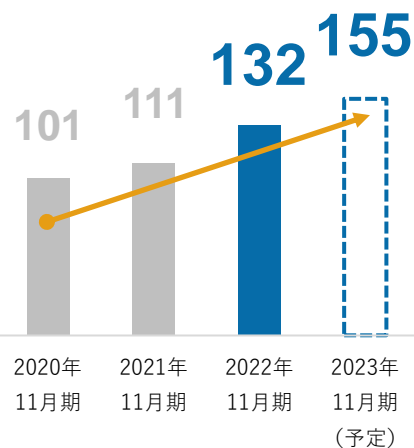
拠点数



積極的な拠点・人員の拡大により、営業体制を更に強化。

全国 **132** 拠点
120支社 + 12店舗

拠点数の推移



九州エリア
13 支社 **1** 店舗

中国エリア
6 支社

近畿エリア
17 支社 **1** 店舗

北陸・信越エリア
6 支社

四国エリア
4 支社

本社

関東エリア
40 支社 **8** 店舗

東海エリア
12 支社 **1** 店舗

東北エリア
15 支社 **1** 店舗

北海道エリア
6 支社

沖縄エリア
1 支社

※2022年11月末現在



MDRT

The Premier Association of Financial Professionals®

卓越した生命保険と金融サービスの専門家72,000名以上が所属する国際的組織で、
 会員は厳しい倫理基準を満たし、優れた顧客サービスが最高水準として認知されています。

入会基準

- 1. 取扱い収入保険料 約3,600万円（月払保険料換算で約300万円）
- 2. 販売手数料（初年度手数料） 約1,210万円（月収換算で約100万円）

当社のMDRT登録者数は生命保険業界の
 平均値を大きく上回り、
 専門性の高いサービスを提供できます。



該当率
30.5%

業界の該当率を
 大きく上回る



生命保険業界
 該当率

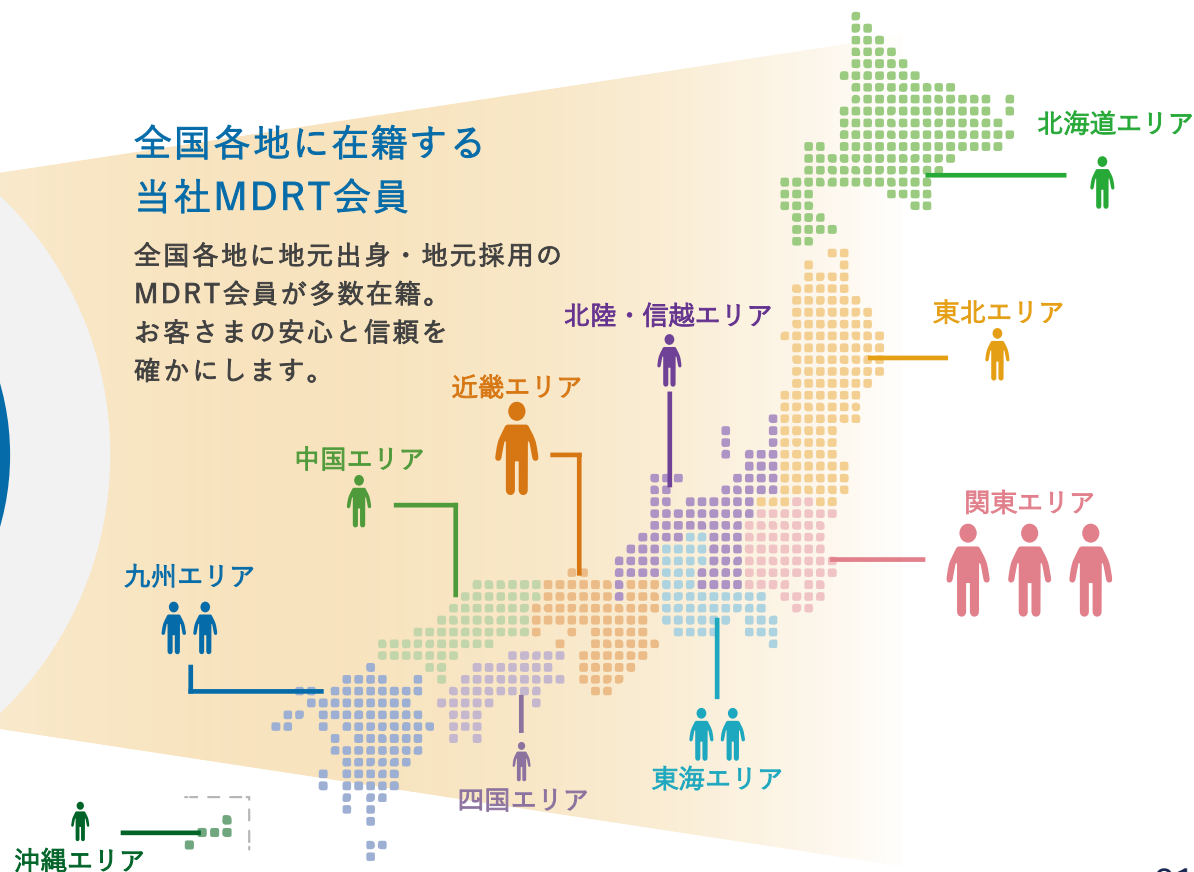
0.6%

MDRT日本会 会員登録者数 7,947名

生命保険募集人数 1,280,000名

全国各地に在籍する 当社MDRT会員

全国各地に地元出身・地元採用の
 MDRT会員が多数在籍。
 お客様の安心と信頼を
 確かにします。



契約譲受と営業社員採用



本業回帰、業種転換や廃業などにより、代理店数は減少しており、契約移管先や従業員の転職先として当社が選ばれています。

保険代理店



契約移管を希望



社数累計

45社

契約件数累計

35,115件

2021年2月～2022年11月末の累計

営業社員

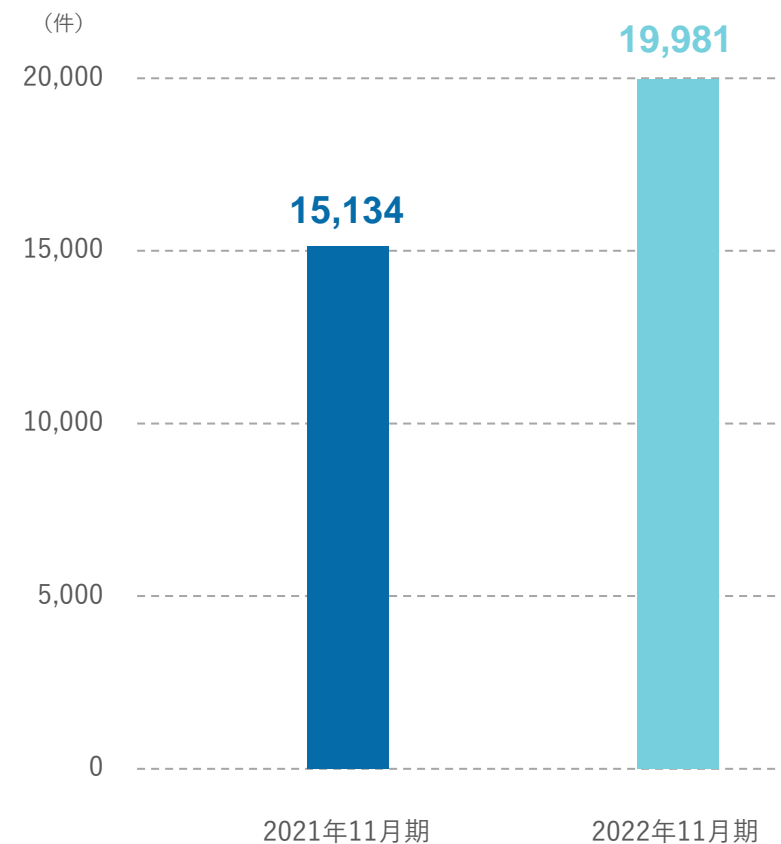


転職を希望

転職希望者に選ばれるポイント

- 整備された社内体制とシステム
- 会社の集客による見込顧客の安定供給
- MDRT入会実績が示す教育体制の充実

契約譲受数 推移



※ 社数は移管元保険代理店・保険会社数、契約件数は移管対象契約件数となります。

提供サービス：『マネードクター』



複数社の商品を取り扱う「乗合代理店」として、ファイナンシャルプランナー(FP)がお客さまに最適な商品を提案・販売いたします。

ご相談内容

保険の見直し

NISA/iDeCo

資産運用

教育ローン

住宅ローン

相続対策

など



取扱商品数

33

社分

生命保険・損害保険33社※の中から、お客さまの人生設計、家計バランスに合わせて、FPならではの視点から最適な保険商品をご提案します。

※2022年11月現在

マネードクターが選ばれる理由1

全国どこでも相談できる

全国
132拠点

ご指定の
場所

オン
ライン

※2022年11月末現在

マネードクターが選ばれる理由2

FPに無料で相談できる

FP在籍数
2,000名以上

マネードクターは全国2,000名のFPが「お金の専門家」として、保険はもちろん総合的なマネープランのご相談を何度でも無料で承ります。

マネードクターが選ばれる理由3

複数社の商品を比較検討できる

顧客満足度
91.0%

複数社の商品を取り扱っているため、お客さまの人生設計・家計バランスに合わせて、FPが最適な商品をご提案することが可能です。

※2022年11月末現在

マネードクターのブランド展開



マネードクターの顧客獲得および認知度の向上を目的に、TVCMやデジタルマーケティングを積極的に実施してまいりました。



※ 新規顧客とは当社での保険相談履歴がなく、TVCMに関連するWeb広告等経由および当社HP直接検索による保険相談お申込みのお客さまを言います。

※ 新規面談申込数とは、デジタルマーケティング（TVCM、Web広告等経由の相談申込数の合計）であり、会社獲得顧客数に含みます。



将来のお金のこと、あなたと一緒に考える

MONEY DOCTOR

PREMIER

ワンランク上の「お金の総合サービス」

『マネードクタープレミア』

ライフプラン作成、資産形成のアドバイス、老後資金や相続といった「お金の終活」など、お金に関するあらゆるお悩みの相談を無料で承ります。

「安心してお話しただけの上質な空間」をコンセプトに、シックなインテリアと柔らかい照明でリラックスできる空間を演出。全店完全個室のため、安心してご利用いただけます。

全国主要都市に9店舗店（2022年11月末時点）

- ・ コレド日本橋店
- ・ ララガーデン長町店
- ・ 東武池袋店
- ・ 名古屋ラシック店
- ・ 天王寺ミオ店
- ・ 福岡三越店
- ・ 浦和パルコ店
- ・ 町田東急ツインズ店
- ・ 錦糸町パルコ店



『お金の総合サービス』を展開する「マネードクタープレミアム」店舗の拡大効果



将来のお金のこと、あなたと一緒に考える

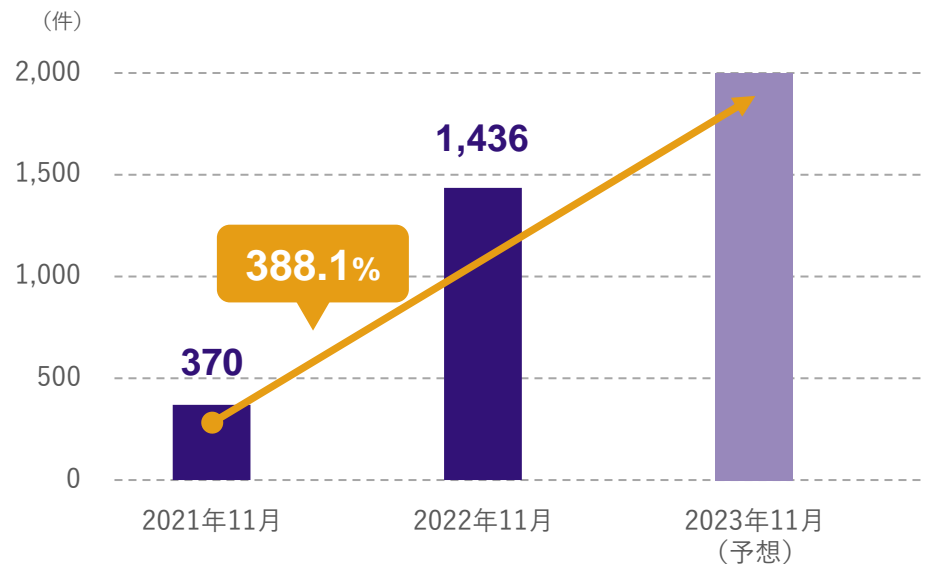
MONEY DOCTOR
PREMIER

全国主要都市へのターミナル商業施設と、基礎集客力のあるSCへの出店

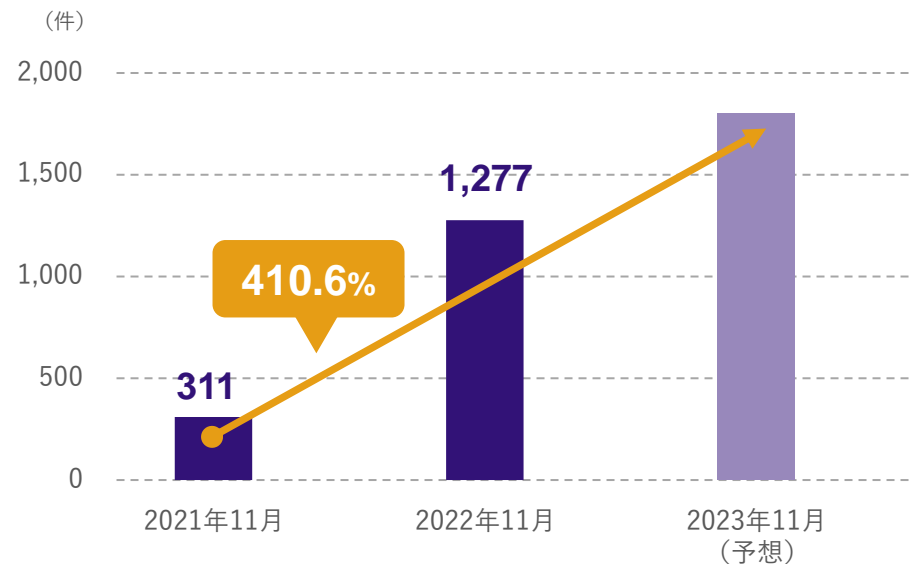
9店舗展開中

30店舗出店予定（2024年11月迄）

来店予約数 推移



オンライン相談申込数 推移



05



成長戦略

これまでの成長戦略を継続し、更なる業績の向上を目指します。

1

営業社員の強化
・高位平準化 ※

2

CDP
(Customer Data Platform)
の構築

3

顧客用
コミュニケーション
アプリの開発

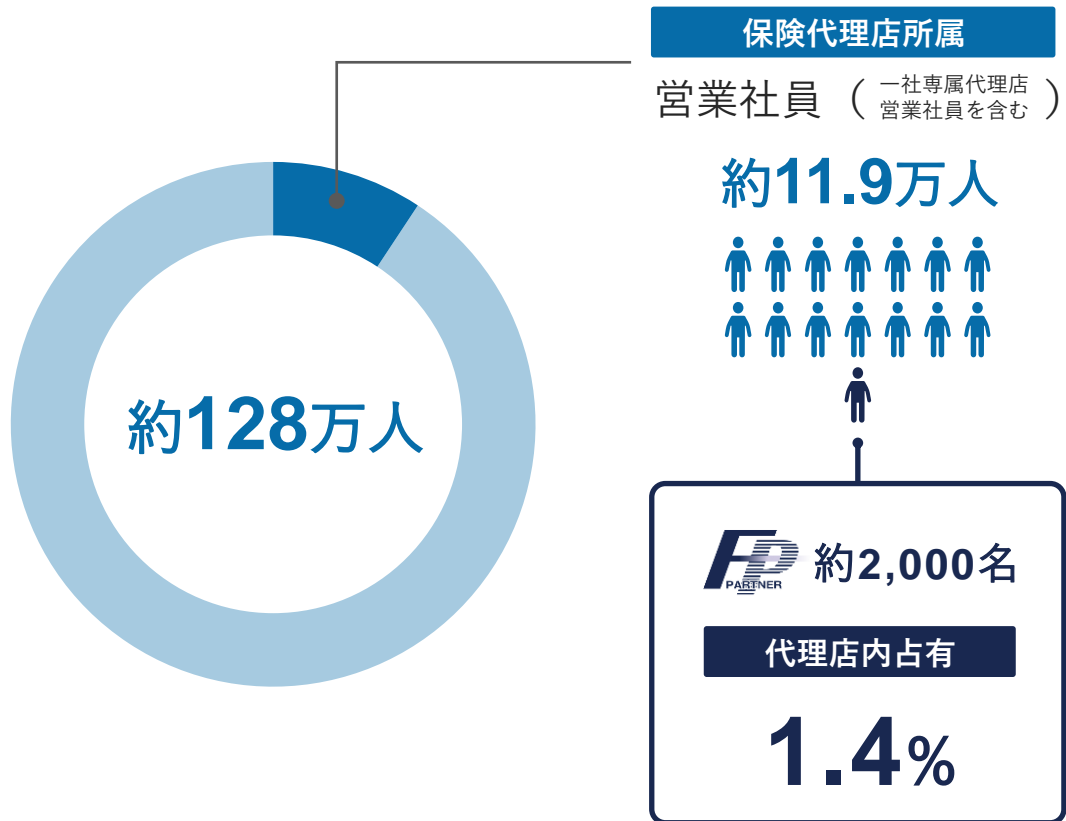
※ 当社における「高位平準化」とは全ての営業社員の知識・スキルレベルを引き上げることで、高いレベルである事を標準とすることです。

成長戦略① 営業社員の強化・高位平準化 採用



新入社員のリクルート状況は同業他社からの転職を主として、営業社員の入社が順調に推移しております。当社転職の動機は、規模の大きさ、事業の安定性、募集に関する体制整備によると考えています。募集代理店に所属する募集人は約128万人であり、当社営業社員増員の余地は十分にあると考えています。

生命保険募集人の構成（2022年3月末）



営業社員数



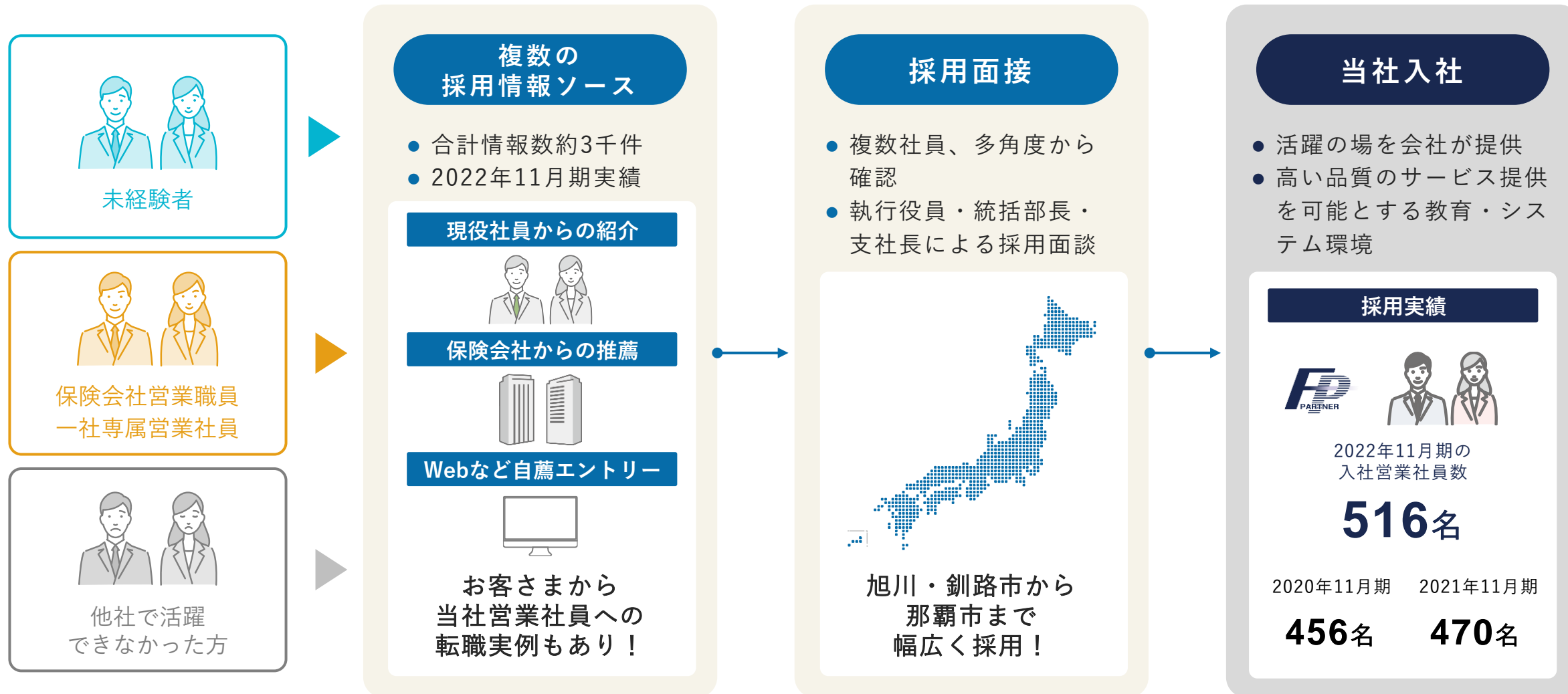
概要

営業社員の純増は2021年11月期から2022年11月期の間で156名と堅調に推移。第13期の新規入社者数は516名です。

今後の取組み

現体制を継続し、生産性の向上を図ります。

入社後に誰もがトップセールスを目指せる仕組みを構築しています。



競争ではなく全員で成功する方針が根付いています。

デジタル化した教育制度



営業支援部ポータルサイト

- マニュアル・データベースの充実
- 優績者ロープレ・データなどの見える化



マナーマイスター表彰

お客さま対応や姿勢など
好評価の多い社員を表彰



ロープレオリンピック

実践形式のロープレ大会で
競い、精度をより高める



深山 清輝 (熊本支社)
池田 美里 (埼玉西支社)
奥瀬 雄大 (千葉支社)



新FPツール『マネーカルテ』によるサービス提供を開始

2022年11月

機能

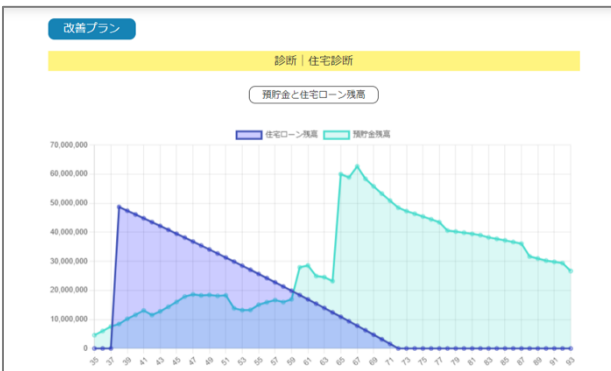
- 収支シミュレーション
- 教育・住宅・老後診断
- 必要貯蓄額計算
- 数字の見える化

保有データ

- 各金融機関の住宅ローン金利データ **毎月更新**
- クレジットカードデータ (国際ブランド・還元率・年会費・金利など)
- 各大学・高校の学費 ■ 各企業のモデル給与
- 地域別の地価・平均支出等 ■ 学歴・勤続年数等による給与・退職金データ など

キャッシュフロー表

西暦	2022年	2023年	2024年	2025年	2026年	2027年	2028年	2029年	2030年	2031年	2032年	2033年	2034年	2035年	2036年
収入	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49
支出	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46
剰余	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3



法改正、各種データのアップデートをタイムリーに対応!

- 膨大な保有データにより、お客さまと対話しながらリアルタイムにライフプランシュミレーションを作成
- 一度作成したキャッシュフロー表も後から自由に修正でき、よりお客さまのご要望に対応できるファイナンシャルプランニングを実現
- 貯蓄計画機能を搭載し、短期、中期、長期の貯蓄診断が可能

お客様の購買パターン、嗜好を推定し、ベストタイミングのサービス提供を実現いたします。

「顧客」から「個客」へ。

2024年11月末
までに順次機能実装

マーケティング成長戦略

1 CDP (Customer Data Platform) の確立

2 コミュニケーション改革

簡単で迅速に！お客様のアクセス利便性

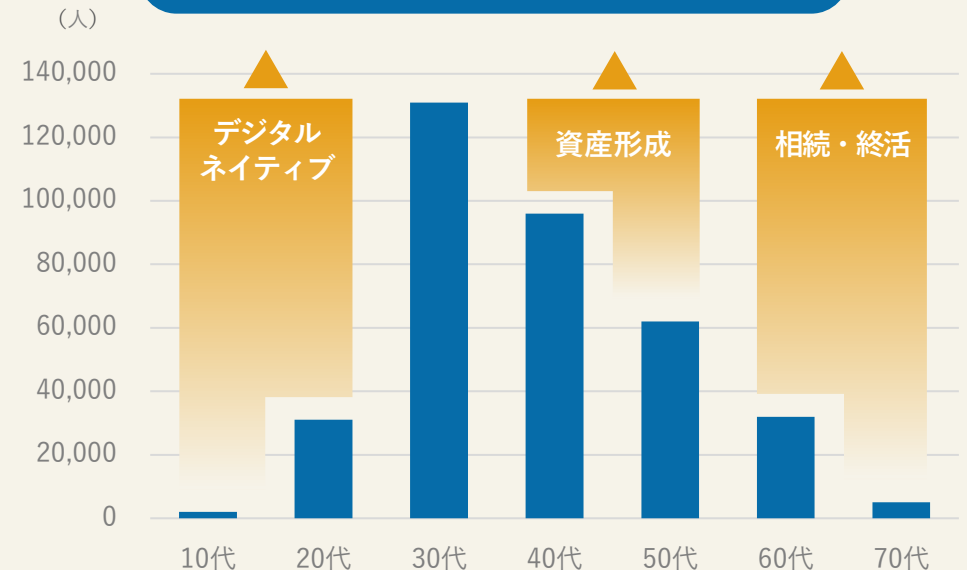
3 お客様と営業社員のベストマッチ

ご意向に合う専門分野の営業社員が担当

4 ビッグデータの蓄積・分析

サービス向上のため、より精緻な分析

2022年11月期 当社顧客の年齢層区分



保険販売だけでは顧客層に限りがある。

各年齢において必要とされるサービスの提供、顧客満足を高める体制への進歩が不可欠。

成長戦略② CDP顧客基盤の拡大 マーケティング



顧客のアフターフォローから再販機会を創出して、既存顧客へアプローチします。



「保険に入ったけど、アフターフォローがない」を「便利で満足するアフターフォロー」へ。

FPパートナーアプリ (仮称)

2023年8月末
ローンチ予定

開発の目的

既顧客の囲い込みと接点充足による顧客満足度の向上と新規相談の獲得

ファイナンシャルプランをいつでも手軽に手の中に！

お客様の利便性向上のためのシステム開発案

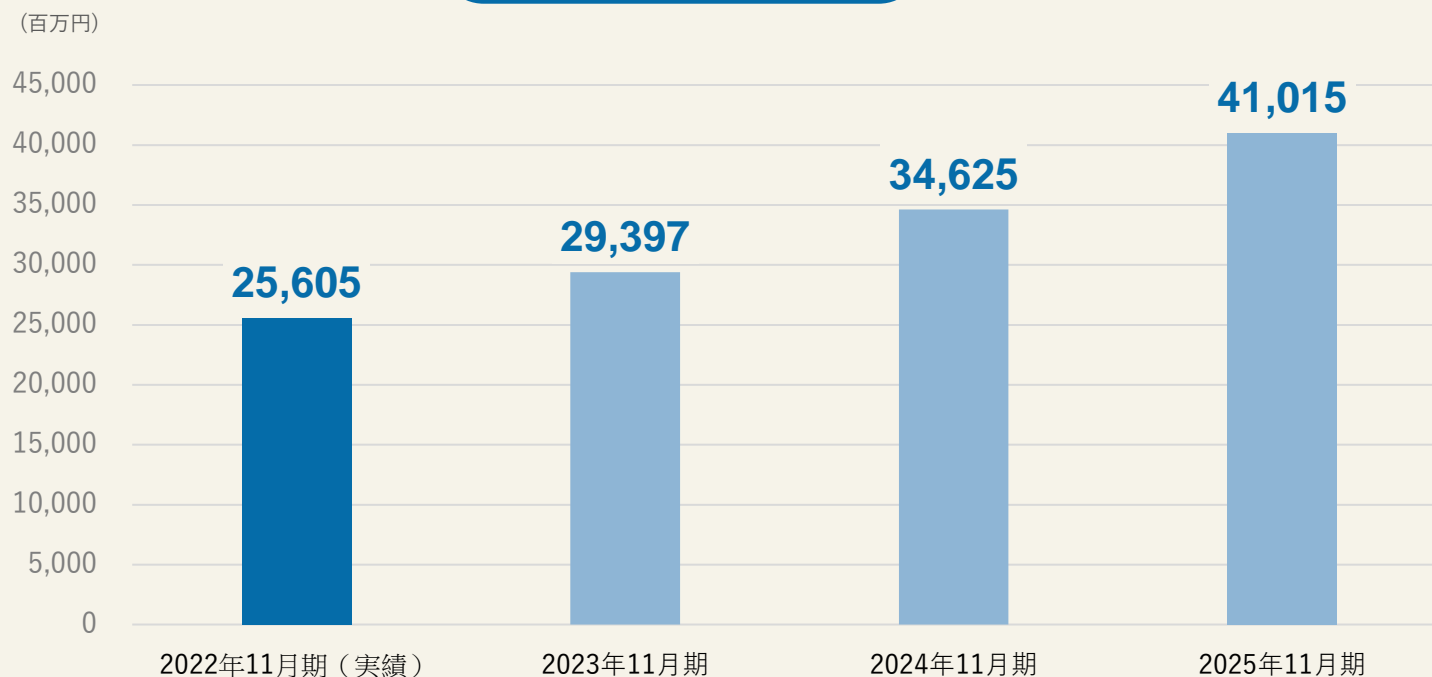
- 1 アプリからFP相談へエントリーいただけます。
- 2 ご加入されている保険契約の内容をご確認いただけます。
- 3 ファイナンシャルプランニングをご自身でシミュレーションいただけます。
- 4 FPセミナーページへのご案内、当社の公式LINE登録もご利用いただけます。



事業計画値 [2023年11月期 (第14期)～ 2025年11月期 (第16期)]



売上高計画値



見直し内容

2022年11月期に策定した拡大施策を継続しつつ、提携先からの集客と契約譲受を強化することで事業計画を上方修正。

同時にP.49(2023年11月期の新たな成長戦略)「3つの柱」を育てることで更なる成長の基盤を作る。

前年伸展率

対前年比	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
売上高	114.8%	117.8%	118.5%
売上総利益	117.0%	117.8%	119.3%
営業利益	115.7%	120.1%	120.4%
当期純利益	116.2%	120.1%	120.3%

(百万円)

	2022年11月期 [第13期] (実績)	2023年11月期 [第14期]	2024年11月期 [第15期]	2025年11月期 [第16期]
売上高	25,605	29,397	34,625	41,015
売上総利益	8,805	10,299	12,129	14,469
営業利益	3,813	4,413	5,302	6,384
当期純利益	2,366	2,749	3,301	3,971

事業計画値 [2023年11月期 (第14期)～ 2025年11月期 (第16期)]



人員拡大、顧客獲得数増大、契約譲受の拡大により、売上高の拡大を図ります。

事業拡大施策

単位：百万円

1 営業社員の採用数「年間500名」の達成
同時に社員の質の向上による更なる顧客満足の向上を目指す

継続



2 新規提携先の開拓・既存提携先の深耕による見込み顧客の安定供給
営業社員の増加に応じた見込み顧客数の確保と集客の質の向上を目指す

強化



3 契約譲受による見込み顧客市場と継続手数料収入の拡大
保険相談の行き先作りと同時に継続手数料増加を実現

継続

強化



4 CDP顧客フォロー体制確立による顧客コンタクト強化、新規相談案件の獲得
顧客利便性・営業生産性の向上

継続



5 コンプライアンス体制の強化
営業部門とのコミュニケーション強化し、苦情・不祥事故の撲滅、業務品質の向上による健全な成長を支援

継続



	実績	事業計画値 (ローリング・2023年11月期)		
	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期	2025年11月期
売上高	25,605	29,397	34,625	41,015
売上総利益	3,824	10,299	12,129	14,469
営業利益	3,813	4,413	5,302	6,384
当期純利益	2,366	2,749	3,301	3,971



	事業計画値 (2022年11月期)		
	2022年11月期	2023年11月期	2024年11月期
売上高	24,048	27,062	31,394
売上総利益	8,153	9,018	10,535
営業利益	3,328	3,557	4,041
当期純利益	2,008	2,121	2,354

上場時調達資金の経過について



(単位：千円)

NO	使途名称	期待効果	調達金額 (充当金額)	2023年11月期 使用予定額	2024年11月期 使用予定額
1	Customer Data Platform (CDP) の構築	①顧客アプローチの効率化 ②既存顧客へのニーズ掘り起し	199,800 (-)	106,400	93,400
2	顧客用コミュニケーションアプリの開発	①顧客フォローによる顧客サービス充実 ②ニーズ喚起による商談機会の創出	45,250 (-)	45,250	0
3	システムインフラの強化	当社システムセキュリティの強化	23,000 (-)	21,500	1,500
4	借入金返済	財務基盤の強化	700,000 (700,000)	-	-
5	マネードクタープレミアム店舗の出店	①広告宣伝効果 ②新規顧客の獲得 ③既契約者アフターフォロー対応	720,000 (-)	330,000	390,000
6	自社ビルの建替え	保有資産の有効活用	1,640,000 (-)	1,640,000	0
合計			3,328,050 (700,000)	2,143,150	484,900



今後の成長を支える
「3つの柱」を育てます。

更なる成長の加速へ、2023年11月期からは
「3つの柱」が今後の業績をけん引します。

2023年11月期の重点取組① 契約譲受の拡大



譲渡希望先の拡大

- 自社HPでの専用サイト立ち上げ
- DM、TELアポを通じた未取引先開拓
- M & A 仲介会社等の活用による大型案件の獲得

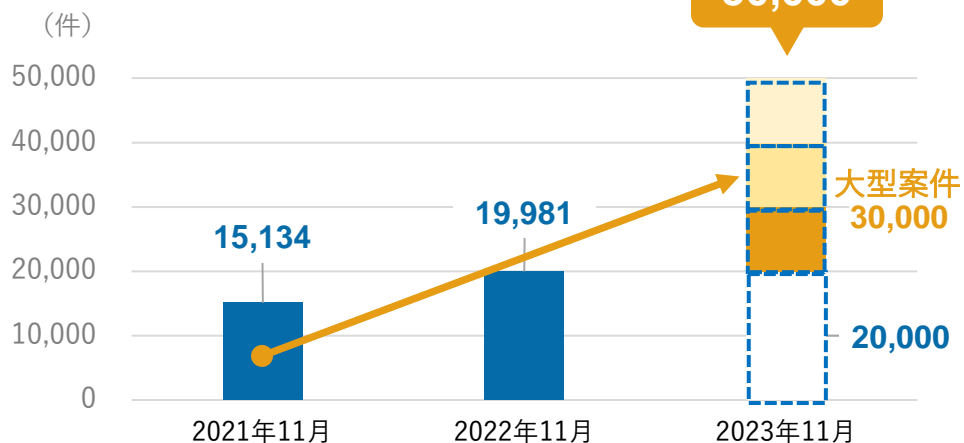
譲受後の追加契約拡大

- 移管後の顧客接点強化
- 譲受元代理店とのキックオフミーティング開催
- 本社からの引継顧客へのダイレクトコンタクト

契約譲受実績エリアの拡大

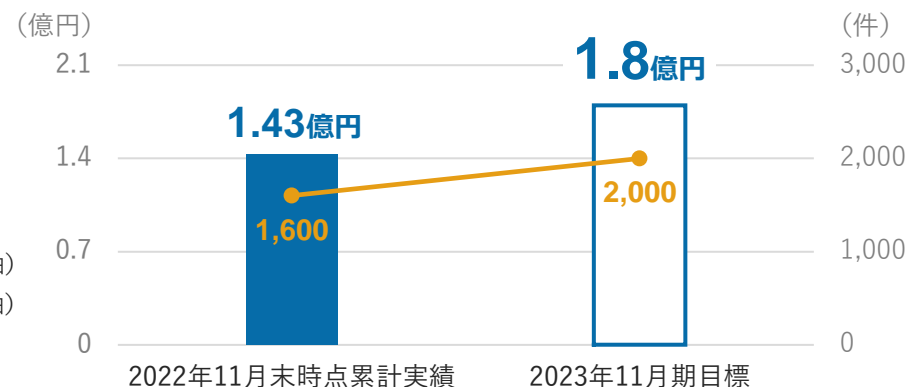


譲受契約移管件数



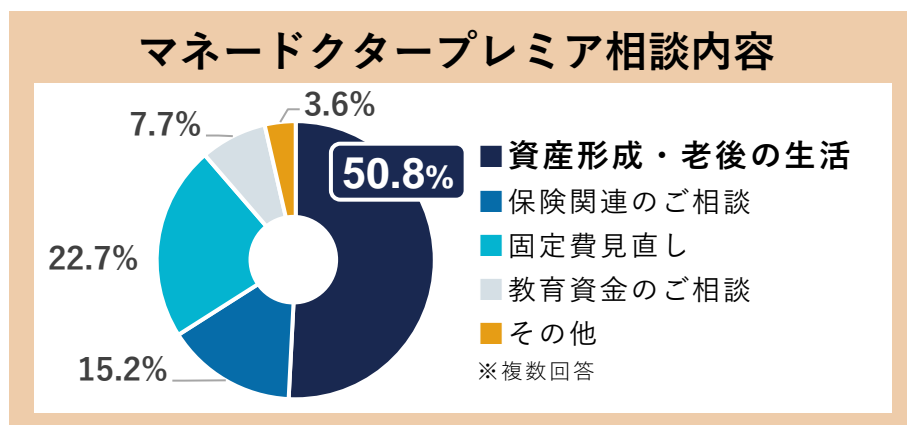
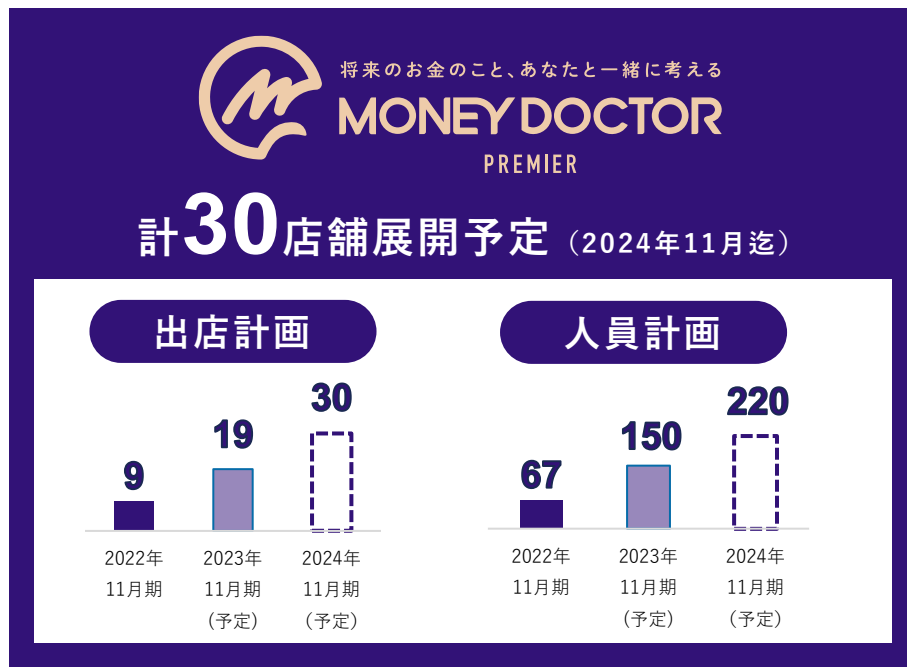
契約譲受マーケットからの追加契約

生命保険追加契約



損害保険更新+追加契約

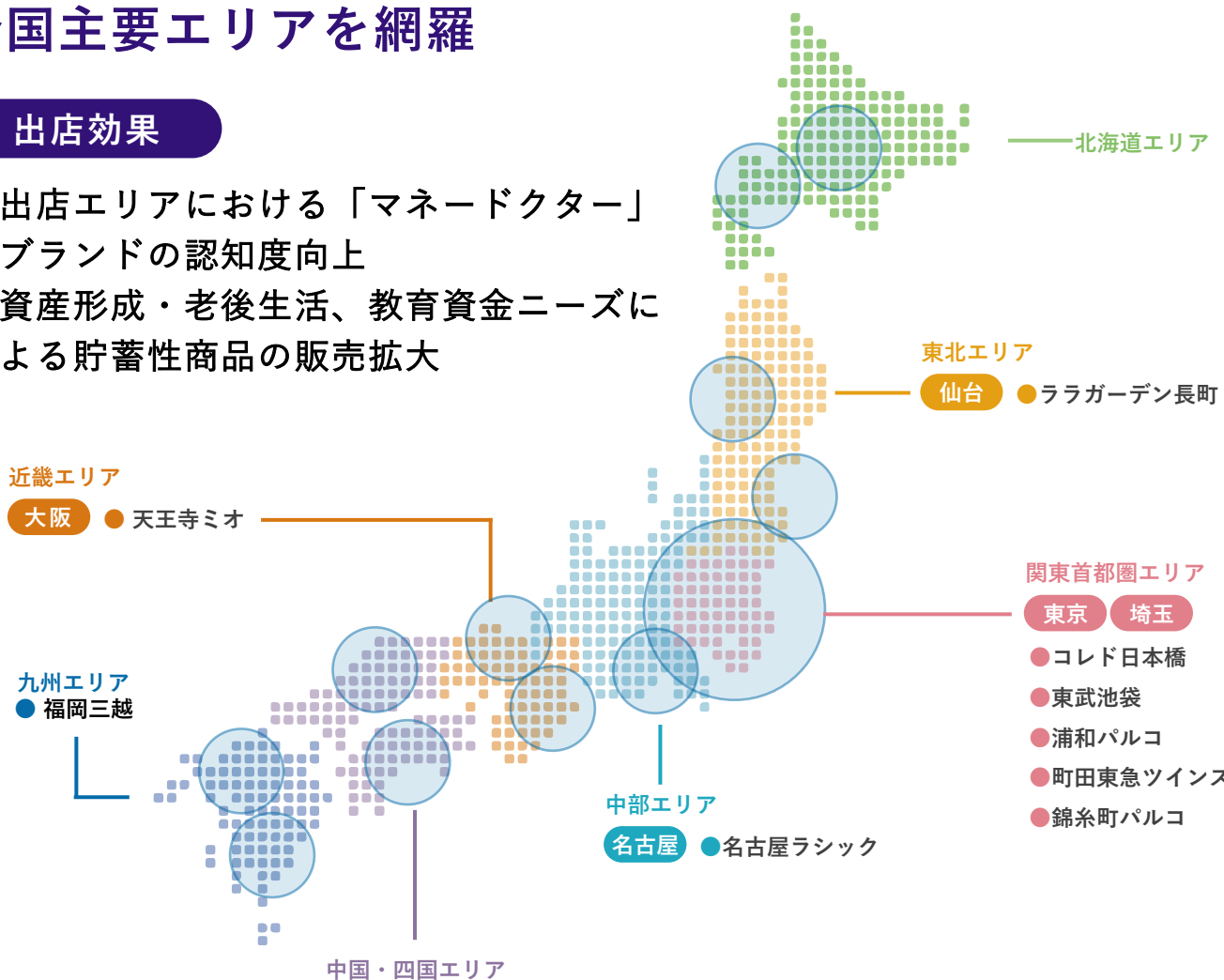




全国主要エリアを網羅

出店効果

- 出店エリアにおける「マネードクター」ブランドの認知度向上
- 資産形成・老後生活、教育資金ニーズによる貯蓄性商品の販売拡大



業績拡大に向けた新たな取り組み

既契約者世帯向けダイレクト施策によるクロスセル支援

- 既契約世帯に対する損保クロスセル率改善
- WEBプロモーションを活用したダイレクトアプローチ
- 自動車保険を主体としたプロモーション展開
- 毎年更新＝毎年新規扱の手数料で所得安定化

損保ダイレクトセンター(DC)の新設による非対面完結型営業の展開

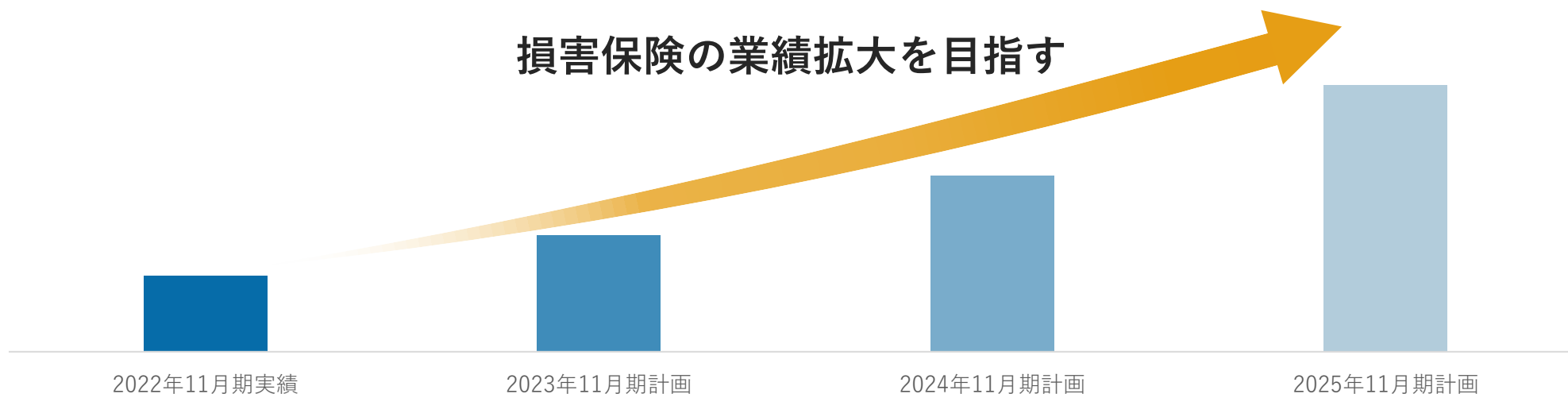
- 業務提携先からの損保相談案件の拡大
- DC専門メンバーによる電話完結による保険募集
- 資料請求日から同日内資料提供を目指すスピード対応

損保専任営業職の新設による損保契約譲受の展開

- 既契約更改を専門とする人材採用と教育
- 契約譲受での損保既契約の受け皿組織
- 損害保険分野クロスセルの推進機能

損害保険手数料売上高

損害保険の業績拡大を目指す





「金融」を中心とした総合企業へ。

ビッグデータの活用

- 創業以来積み上げてきたデータを活用。
 - 50万顧客
 - 保険契約119万件
 - 保有ANP1,409億円

※ 保有ANP：年換算保険料（分担後）
※ 数値は2022年11月時点のものです。
- 顧客の購買行動・嗜好等を分析し、最適なタイミングでソリューションを提示することで、生産性向上と顧客満足を同時に達成可能。

成長エンジンの更なる高出力化

- 人員の拡大
- 拠点数の拡大



- 教育環境の充実
- 提携マーケットの拡大
- FPコンサルティングツールの機能向上

より顧客に寄り添ったサービス提供を行うことのできる総合企業を目指します。

06

|

appendix

株式会社FPパートナーは、「子どもたちの未来を守りたい」という願いから、保険と親和性の高い活動内容の団体を通じて様々な支援を行って参りました。今後も会社として支援を拡大していきたいと考えております。

ジャパンハート

医療支援活動として 医療機器の購入費用を寄付

特定非営利活動法人ジャパンハートの活動に賛同し、東南アジア、特にカンボジアの小児がんを患う子どものための医療支援活動として、会社並びに黒木個人が医療機器の購入費用の寄付を行っています。



これまでの活動内容

2021年

輸液ポンプの購入
費用の寄付

2022年

電気メス、ポータブルエ
コー装置、エコー装置用
タブレットの購入費用の
寄付

ゴールドリボン

小児がんと闘う子どもたちへの 支援活動への寄付

特定非営利活動法人ゴールドリボン・ネットワークの「ゴールドリボン運動*」に賛同し、2022年10月には小児がんと闘う子どもたちへの支援活動への寄付を会社として行いました。

本年は、賛同した社員と当社がそれぞれ寄付を行う取り組みを実施し、1,881名が参加しました。

「国内外の小児がんを患う子どもたちを救いたい」という思いから、当活動を通して国内の子どもたち向けの支援も行っています。



認定NPO法人
ゴールドリボン・ネットワーク



※ゴールドリボン運動 小児がんの子どもたちとその家族を支援する活動。

ゴールボール



日本ゴールボール選手権大会に冠スポンサーとして特別協賛



2019年7月に「ともに成長していきたい」という当社代表である黒木の想いから一般社団法人 日本ゴールボール協会とオフィシャルパートナー契約を締結し、同年より冠スポンサーとして日本ゴールボール選手権大会に特別協賛しています。
体験会や健常者もエントリーできる「チャレンジゴールボール大会」への参加など、社員参加型として様々な形でゴールボールの普及に取り組んでいます。

※ゴールボールとは 視覚に障がいのある人を対象に考えられた球技で、パラリンピック競技種目の一つ。

セーブ・ザ・チルドレン

2022年7月にボランティア活動に参加

公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンが子どもたちの食の状況の改善を目的として経済的に困難な状況にある家庭を対象に実施した「夏休み 子どもの食 応援ボックス」（2022年7月）のボランティア活動に会社として参加し、代表の黒木と社員9名が千葉県船橋市の倉庫にて梱包作業を行いました。



©Save the Children

リスク内容

発生可能性と影響

対応策

保険会社との関係について

取引保険会社の営業政策の変更等の理由により代理店手数料率やその他の報酬体系が見直される可能性は否定できません。その他、取引保険会社の財政状態が悪化した場合、当該保険会社に係る当社の保有保険契約が失効・解約される可能性があります。

左記リスクの発生が一部の取引保険会社に限られる場合、影響は殆どないと考えておりますが、市場環境・法令等の変更により多数の保険会社が同時に代理店手数料体系を変更する事が有る場合、売上高及び営業利益等の事業計画に影響を与えるものと考えられます。

【顕在化する可能性：小、影響度：中】

法令等の変更に対しては、定期的な観測と情報収集を行っており、想定内の限り予防策の準備をすることでリスクの軽減を図っております。

人材の確保について

当社の事業は人材が重要であり、特に営業社員の確保は最も重要な経営課題のひとつであります。

営業社員数を人員計画通りの採用ができず確保が困難になる可能性や退職者の増加により維持する事ができない可能性があります。その場合、営業社員が不足し、財政状態及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。

【顕在化する可能性：中、影響度：大】

雇用情勢や市場環境の注視と併せて、従業員のエンゲージメント向上のための社内環境を整備する事でリスクの軽減を図っております。

競合及び保険業界の市場規模について

保険代理事業において有力な競合会社が複数存在しており、昨今は異業種からの新規参入も増加していることから競争が激化しております。加えて、人口減少等の影響により、保険業界全体の市場規模は縮小傾向にあります。

競争の激化等により顧客が減少した場合、当社の財政状態および経営成績に影響を及ぼす可能性があります。また、業界全体の縮小傾向が継続する場合、当社の財政状態及び経営成績に影響を与える可能性があります。

【顕在化する可能性：中、影響度：大】

当分野における経験やノウハウの蓄積及び顧客の一生にわたるファイナンシャルプランニングの提供による他社との差別化を行う事で優位性を確保できると認識しております。また、人口減少等の影響についても顧客の意向に基づいたコンサルティング営業を行う事で対応できると考えております。

- 本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。
- これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。
- また、本資料に含まれる当社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、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何ら検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。
- 重要な情報と考えられる経営指標として、「営業社員入社数」「新規契約件数」「新規顧客数」「保険契約見込顧客状況」は、当社の決算短信・四半期決算短信において、または各短信の補足説明資料等の形式で定期的に関示します。
- 当資料は「事業計画及び成長可能性に関する事項」の内容を含んでおります。
「事業計画及び成長可能性に関する事項」のアップデートは今後、本決算の発表時期(毎年1月)を目途として行う予定です。

