

事業計画及び成長可能性に関する説明資料

ブロードマインド株式会社（東証グロース：7343）

当社の競争優位性

- ・ 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する**B to C金融コンサルティングのパイオニア
- ・ **確立されたビジネスモデル**
 - ・ 大手企業も含めた業務提携による継続・安定的な見込み客の獲得
 - ・ FPとしてのプロフェッショナルを育成する教育システム
- ・ **コンサルティングサービスのデジタル化**

潜在的な市場規模・成長可能性

- ・ 各商品の仲介市場は堅調に成長 ▶ **個別市場の成長取り込みにより高い成長性が期待**

成長戦略

- ・ **コンサルタントの量×質拡大による**新規相談受付体制の強化及び既存顧客との接点形成・提案強化による**顧客LTVの向上**
- ・ マーケティング及びサービス提供の**デジタル化**を推進
- ・ 当社グループの強み及び資産を活用した**新領域へのチャレンジ**

1. 会社概要
2. 事業概要
3. 当社の競争優位性
4. 市場規模及び成長性
5. 成長戦略
6. 当社グループの成長性を測る指標
7. 事業等のリスク

1. 会社概要

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
東京都渋谷区恵比寿南1-5-5 JR恵比寿ビル7F

グループ会社
MIRAI株式会社 株式会社イノセント

役員
代表取締役 伊藤 清



1965年8月生

1988年4月 日本電気株式会社入社
1989年1月 日新製糖株式会社入社
1996年9月 ソニー生命保険株式会社入社
2002年1月 当社設立

取締役	吉橋 正
取締役	大西 新吾
取締役	鵜沢 敬太
社外取締役	福森 久美
常勤監査役	小林 修介
社外監査役	座間 陽一郎
社外監査役	浅田 登志雄

資本金
5億8,506万円 (2023年3月末現在)

従業員数
243名 (2023年3月末現在 (連結/アルバイト従業員を除く))

2022年4月に経営理念体系を刷新し、新たにパーパス（存在意義）を設定。

パーパス（ブロードマインドの存在意義）

Unlock Finance with Honesty

金融の力を解き放つ

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）

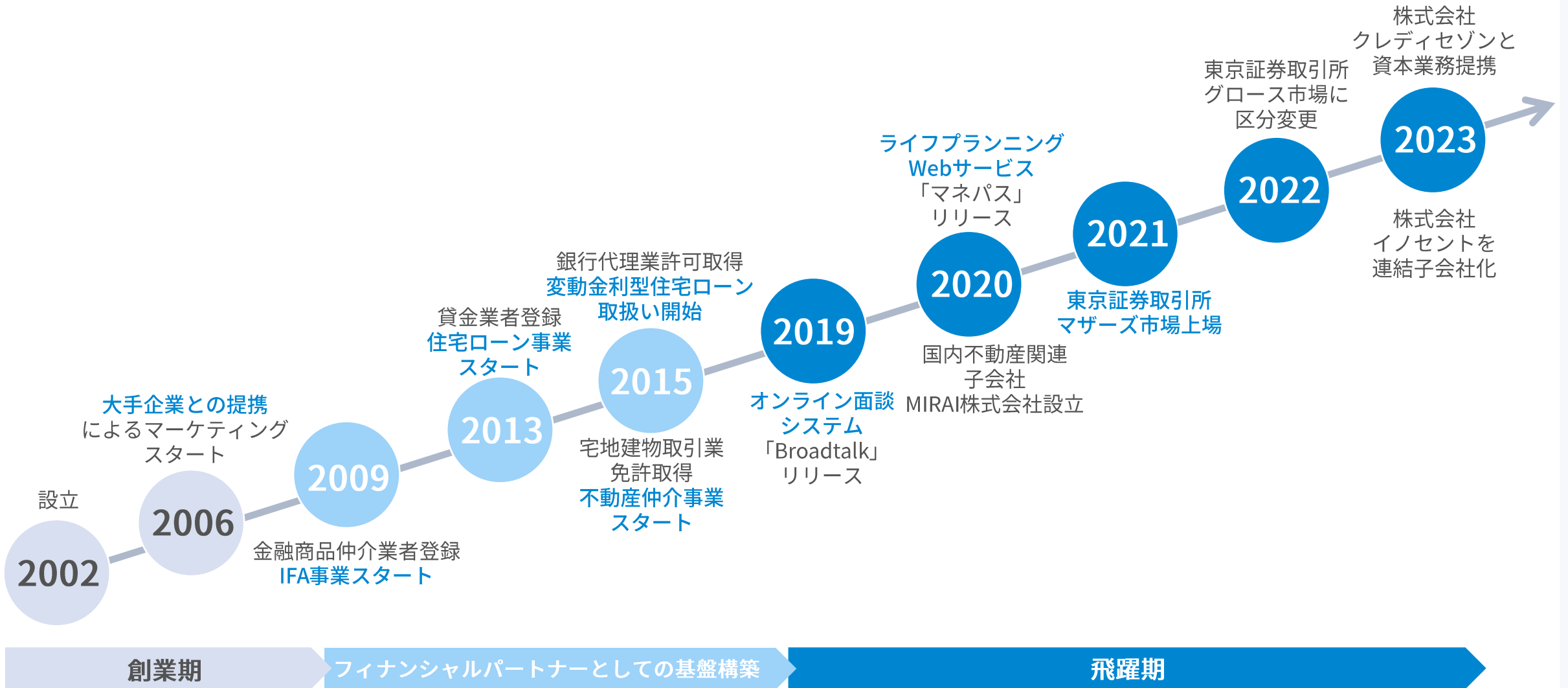
Finance for Every Future

金融に倫理を、人生に自由を

金融に倫理とは。
はじまりは「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。



2. 事業概要

事業モデル

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する。

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

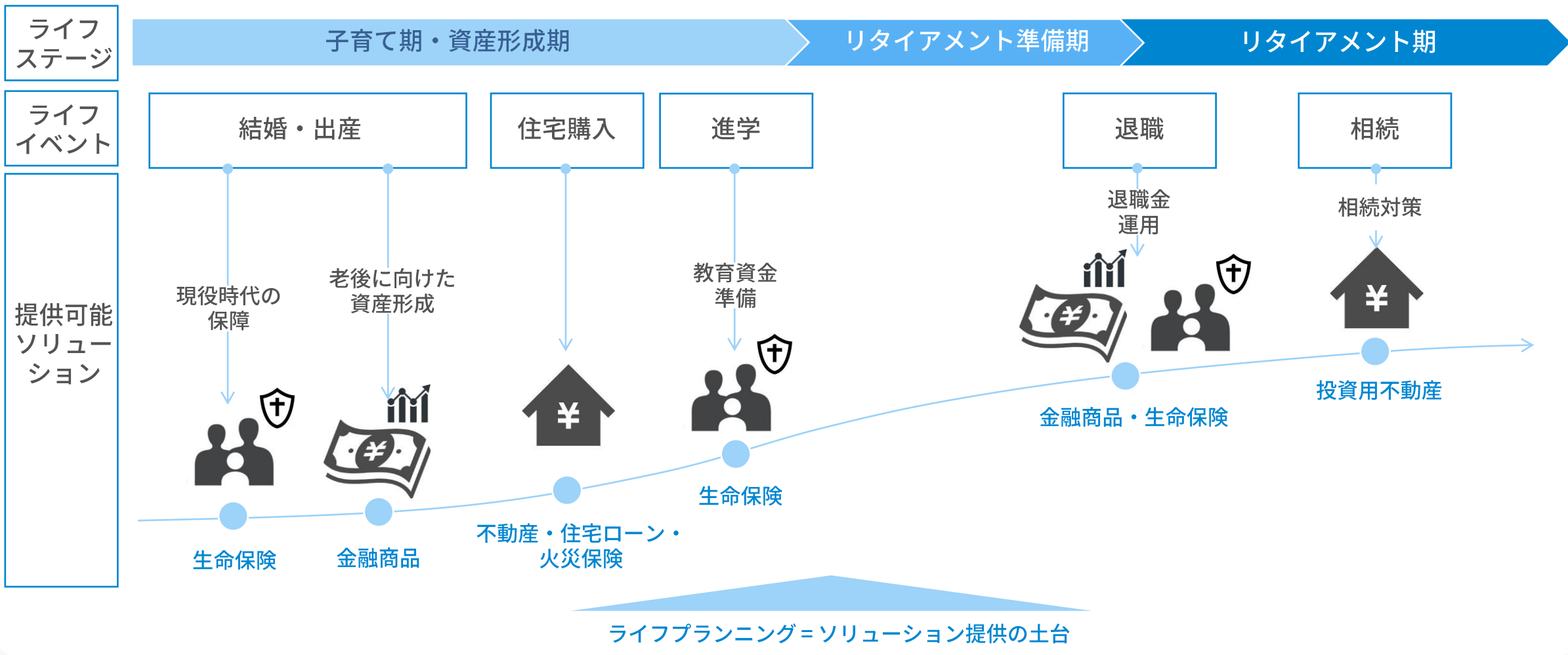
etc

ワンストップでご提供

国内約
60社の金融商品
及び不動産



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。



注：上記は一例であり、全ての顧客に対し同様のソリューション提供を前提に示したものではありません。

業務提携を軸とした集客により、20代から40代のファミリー層に需要のある生命保険契約を中心に顧客を獲得し、ライフステージに応じて他商品の販売を展開。

集客

- ・ 特定の商品に偏らず、広く『マネー相談』として集客
- ・ 継続・安定的にコンサルティングサービスの提供機会を確保

業務提携

- ・ テレマーケティング
- ・ 保険募集代理店資格を持つ提携先との共同募集
- ・ 見込客リストを購入し、当社架電によりアポイント化
- ・ その他の提携モデル
- ・ アポイント取得済のデータ購入
- ・ マネーセミナーによる集客

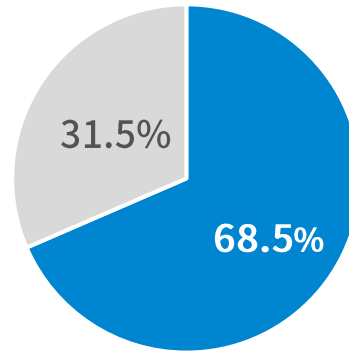
当社単独

- ・ Webマーケティングによる獲得
- ・ 既存顧客からの紹介

コンサルティング

- ・ ライフプランニングを土台としたコンサルティング
- ・ 保険加入を初めて検討する顧客も多く、**多くは生命保険契約を契機に顧客関係がスタート**（ライフステージに応じてその他商品の契約もあり）

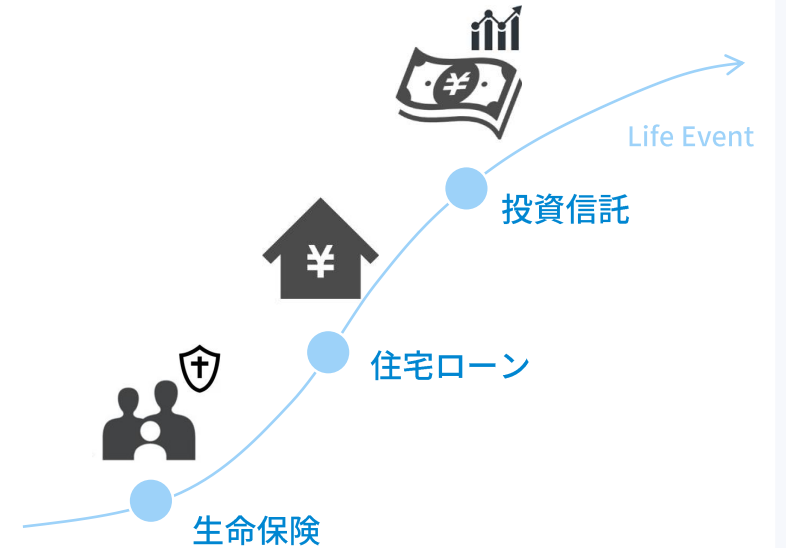
■ 商品別売上構成（2023年3月期）



■ 生命保険 ■ その他

アフターフォロー

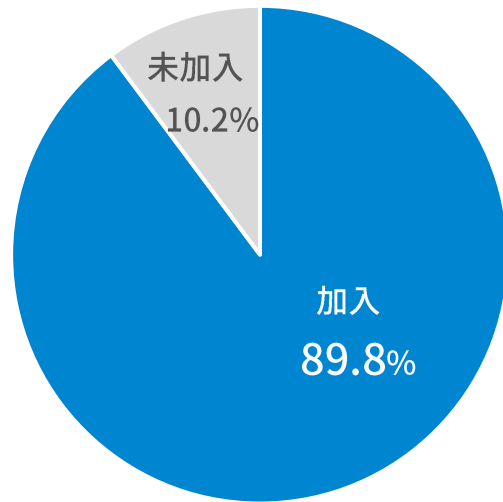
- ・ 継続的な顧客関係の中で資産形成・運用ニーズ、住宅ローンの借り換え、相続対策ニーズを取り込み、クロスセル・アップセルを実施



主要顧客：20代から40代のファミリー層

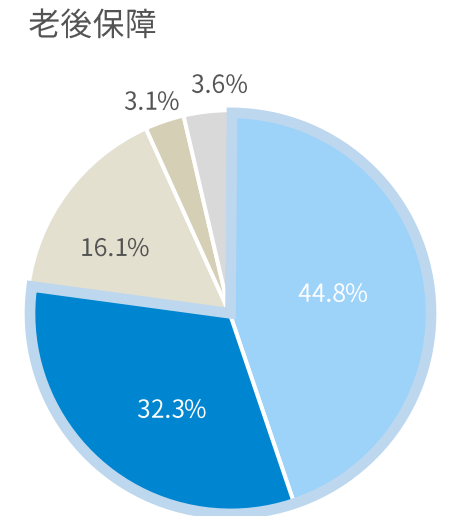
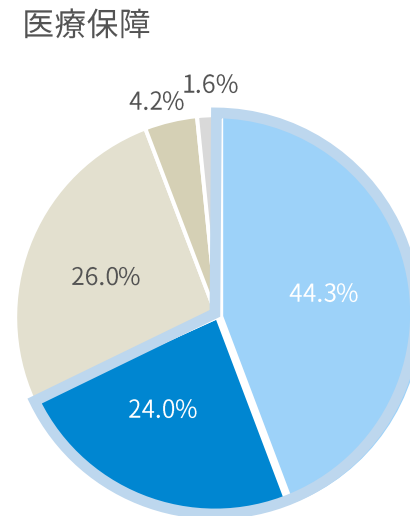
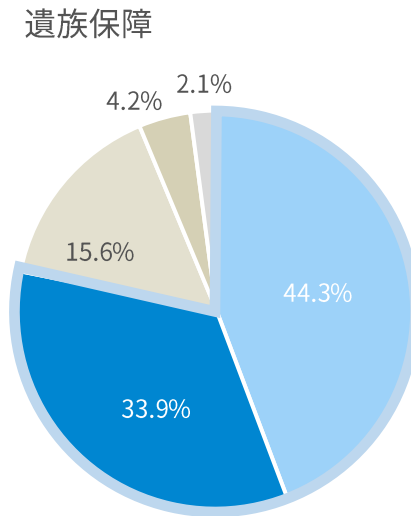
20代から40代のファミリー層の約9割が生命保険に加入している一方で、経済的な備えに不安を感じてる方は6割以上。加入保険に対して充足感を得ていない現状が推測され、当社グループのサービスの訴求余地が十分にあると考えられる。

■ 生命保険の世帯加入率（全生保）

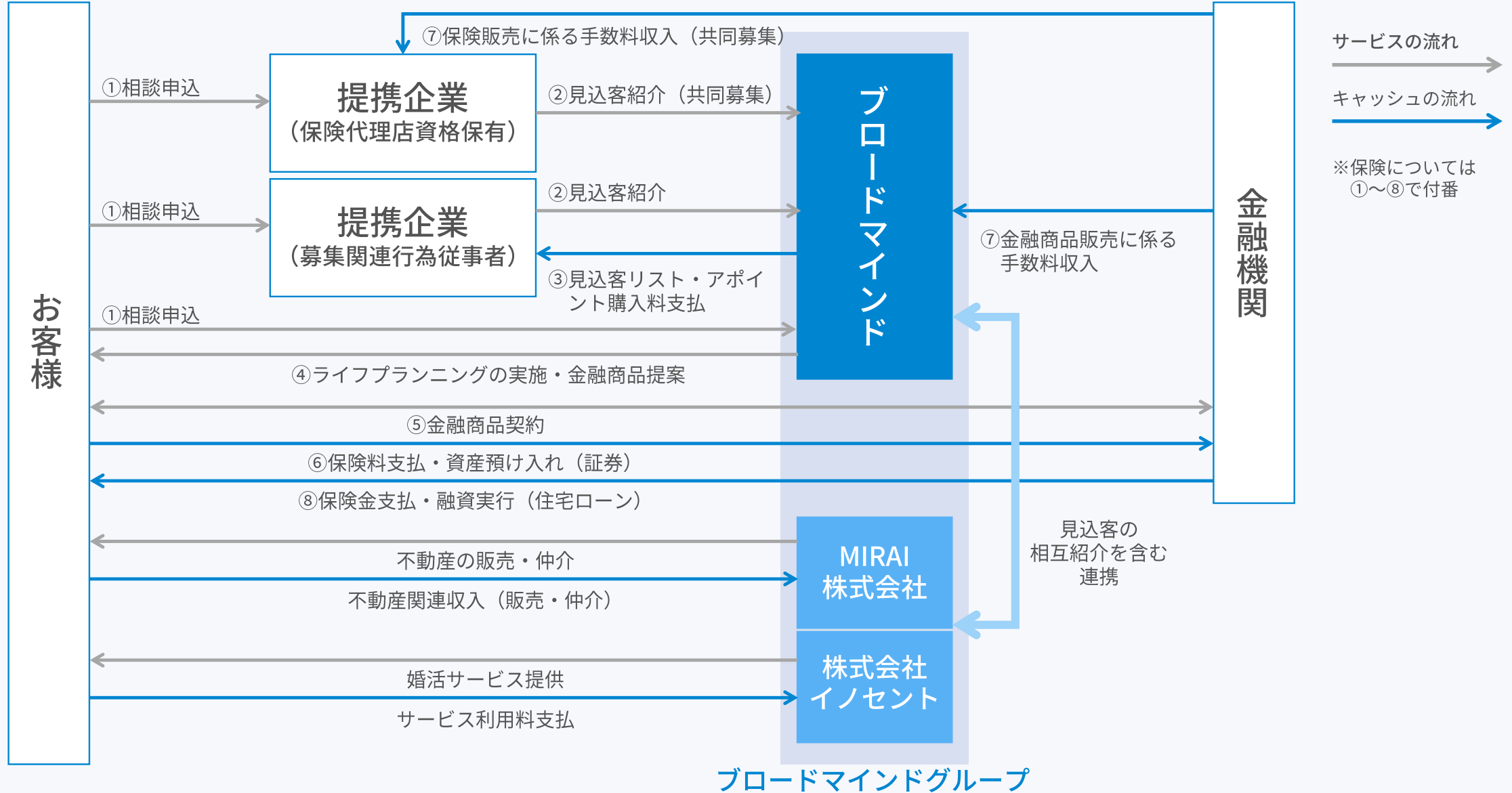


■ 経済的備えに対する不安感

■ 少し不安 ■ 非常に不安
■ 多分大丈夫 ■ 大丈夫 ■ 不明



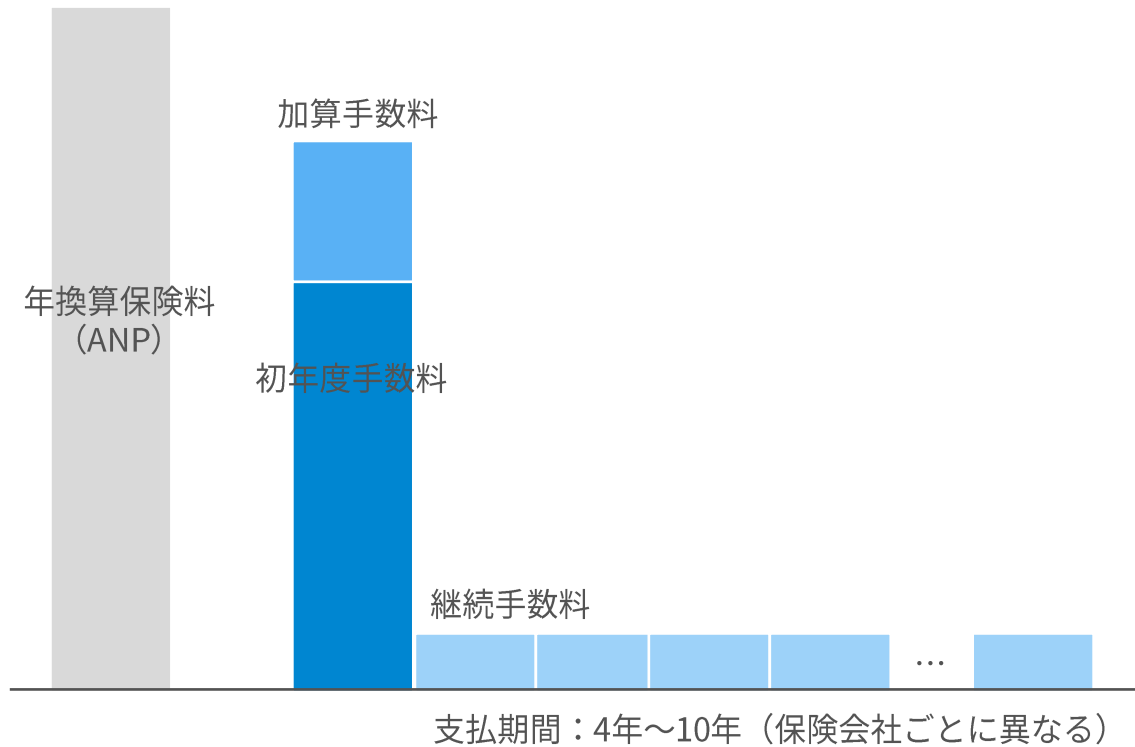
出典：生命保険文化センター／令和3年度「生命保険に関する全国実態調査」（令和3年12月発行）より当社推計（世帯類型別／夫婦と扶養子有（末子乳幼児）を参照）



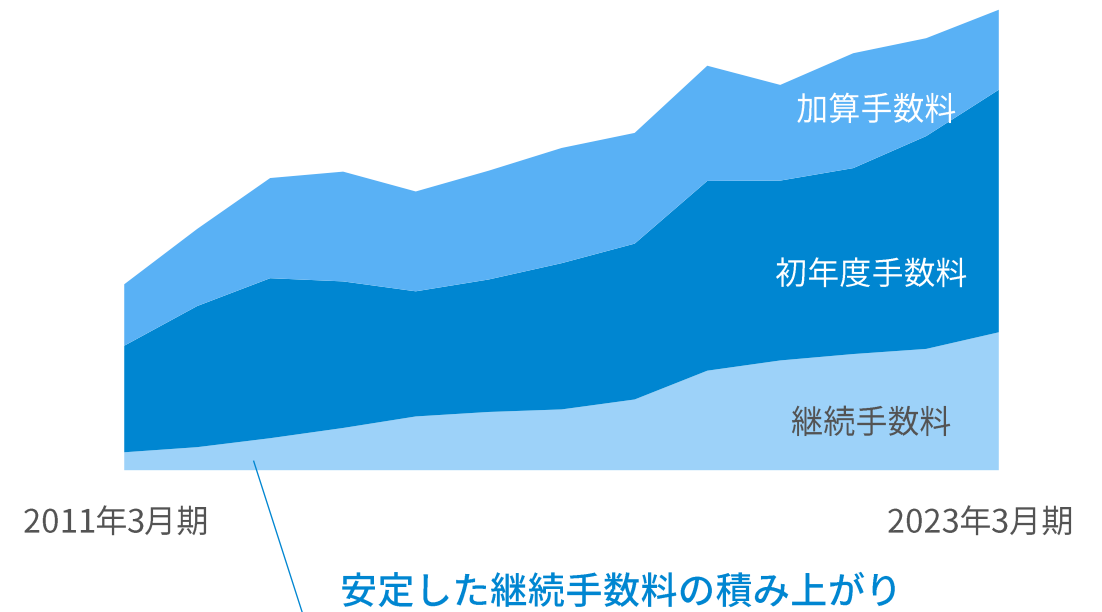
収益モデル

主力商品である生命保険契約に係る継続手数料（ストック収益）の積み上がりにより、安定した収益基盤を構築。

■ 生命保険の一般的な収益構造

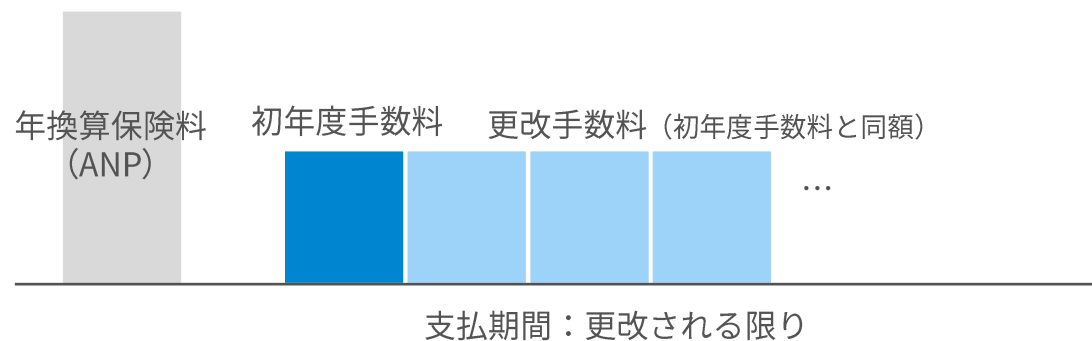


■ 生命保険取扱手数料推移



注：初年度手数料は契約日の属する月に、継続手数料は有効契約であることを条件に、毎年の契約応当日の属する月に発生。
加算手数料は保険会社が別途定める支給条件により支払われ、規定により毎月・四半期に1度・半期に1度・年に1度等に発生

■ 損害保険の一般的な収益構造



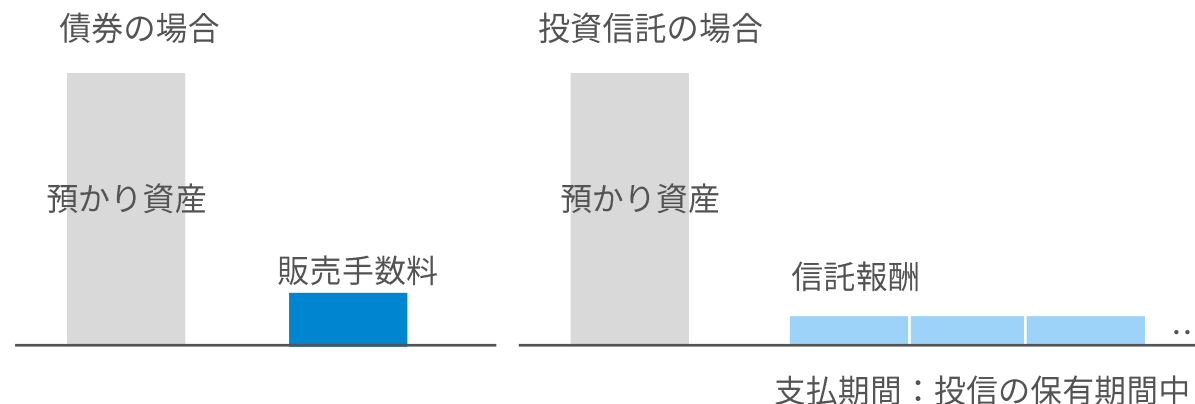
注：初年度手数料は契約日の属する月に、更改手数料は契約満期が到来し、更改日の属する月に発生

■ 住宅ローンの一般的な収益構造



注：手数料は融資実行日の属する月に発生

■ 証券の一般的な収益構造



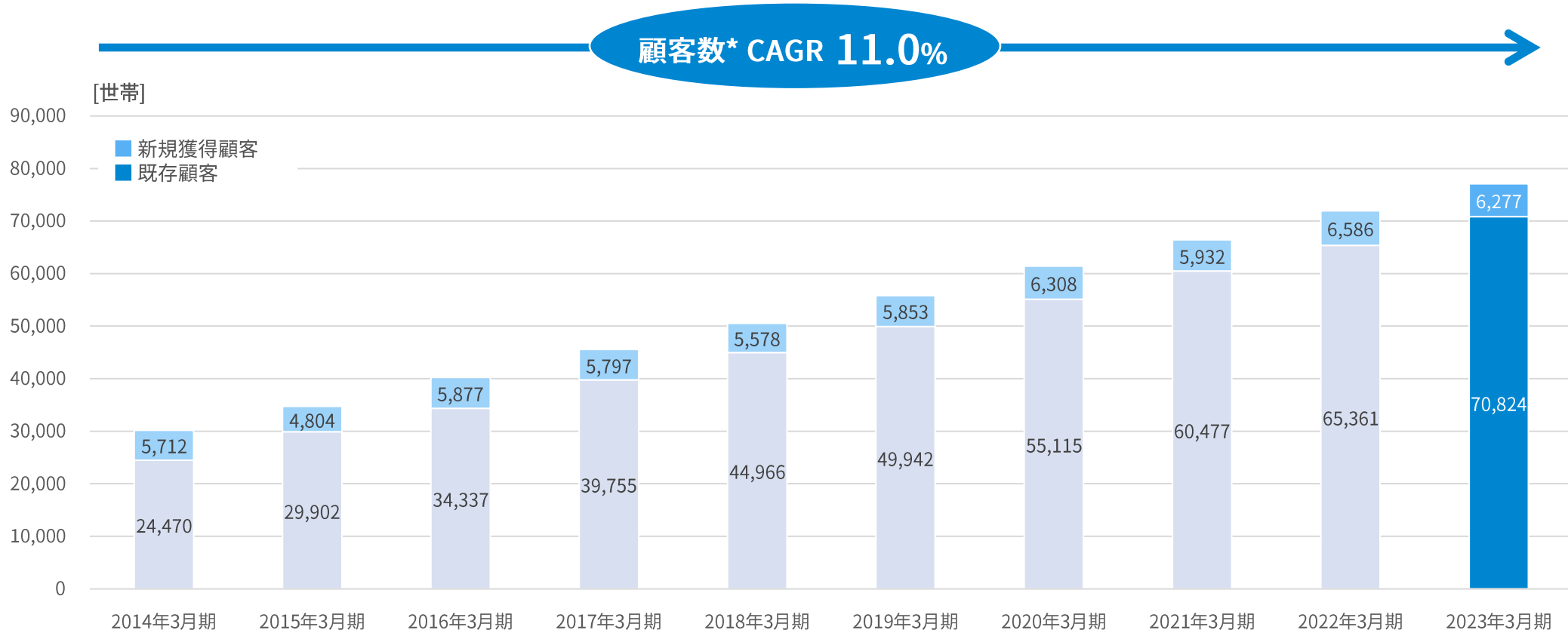
注：販売手数料は約定日の属する月に発生。信託報酬は約定日の属する月から投信の保有期間中毎月発生

■ 不動産の一般的な収益構造



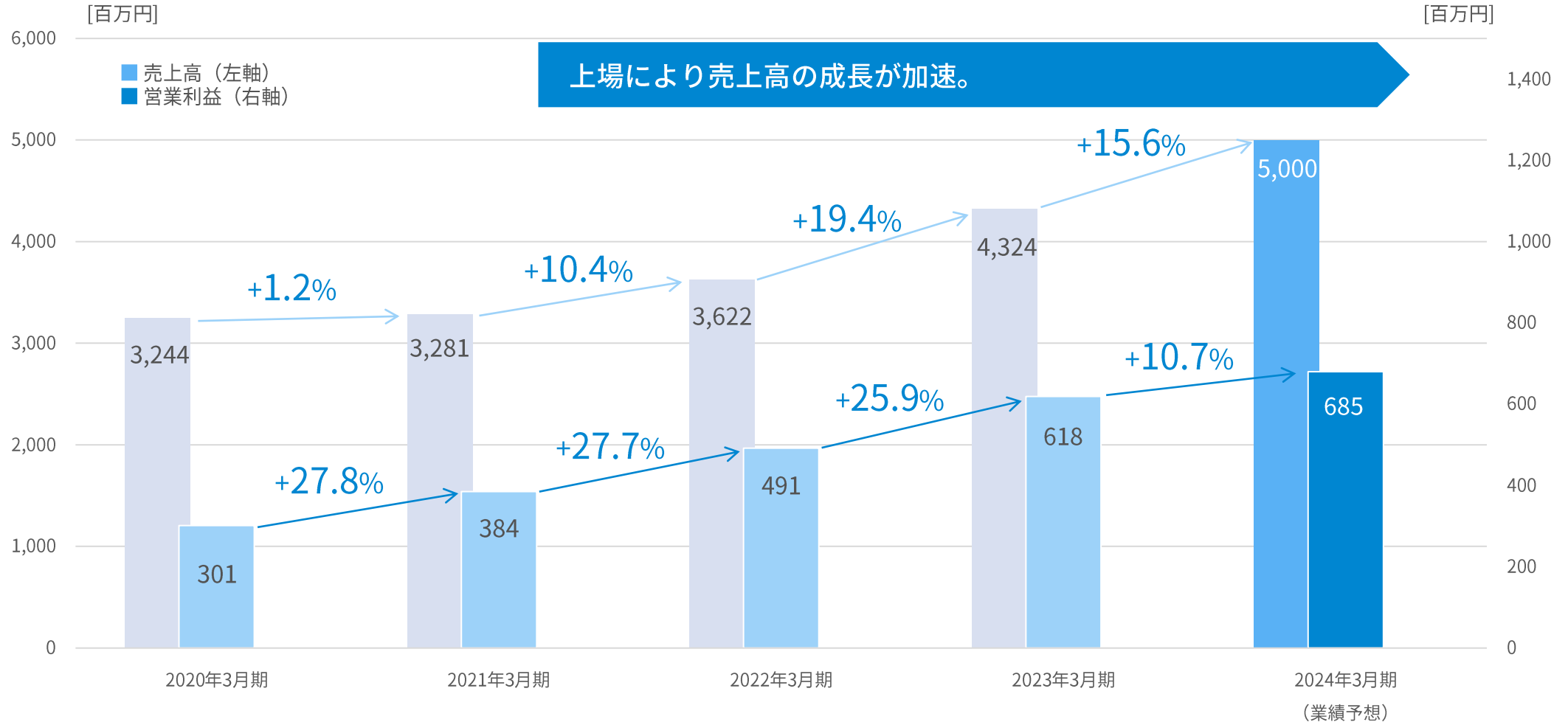
注：仲介手数料及び売却売上は物件引き渡し日の属する月に発生

安定した顧客獲得により、顧客数は高成長を継続。



注：新規獲得世帯数及び既存獲得世帯数の合計。1商品以上の有効契約がある世帯を計上。

売上高・営業利益ともに二桁成長を継続。



3. 当社の競争優位性

1. BtoC金融コンサルティングのパイオニア

一般的な方をメインターゲットとしながら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**

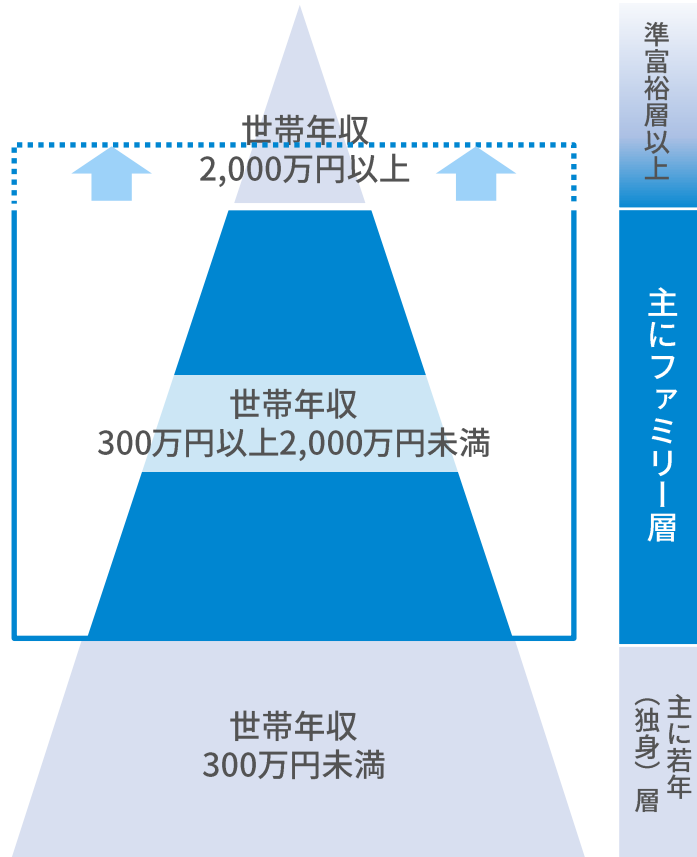
2. 確立されたビジネスモデル

- ・ 国内大手企業を含む企業との業務提携により、組織的なマーケティングを実施。**継続・安定的な見込み客の獲得が可能**
- ・ FPとしてのプロフェッショナルを育成する**教育システムを有し、FPとしての早期パフォーマンス向上を実現**
投資回収期を早めることで組織拡大と業績拡大を両立

3. デジタルサービスの企画・開発

「金融サービスを、より身近に」をテーマに、**コンサルタンティング体験を向上させるデジタルサービスを企画・開発**

包括的な相談に対応できるのは、一定以上の所得水準の顧客を相手とした一部の金融機関に限定されるのが現状。

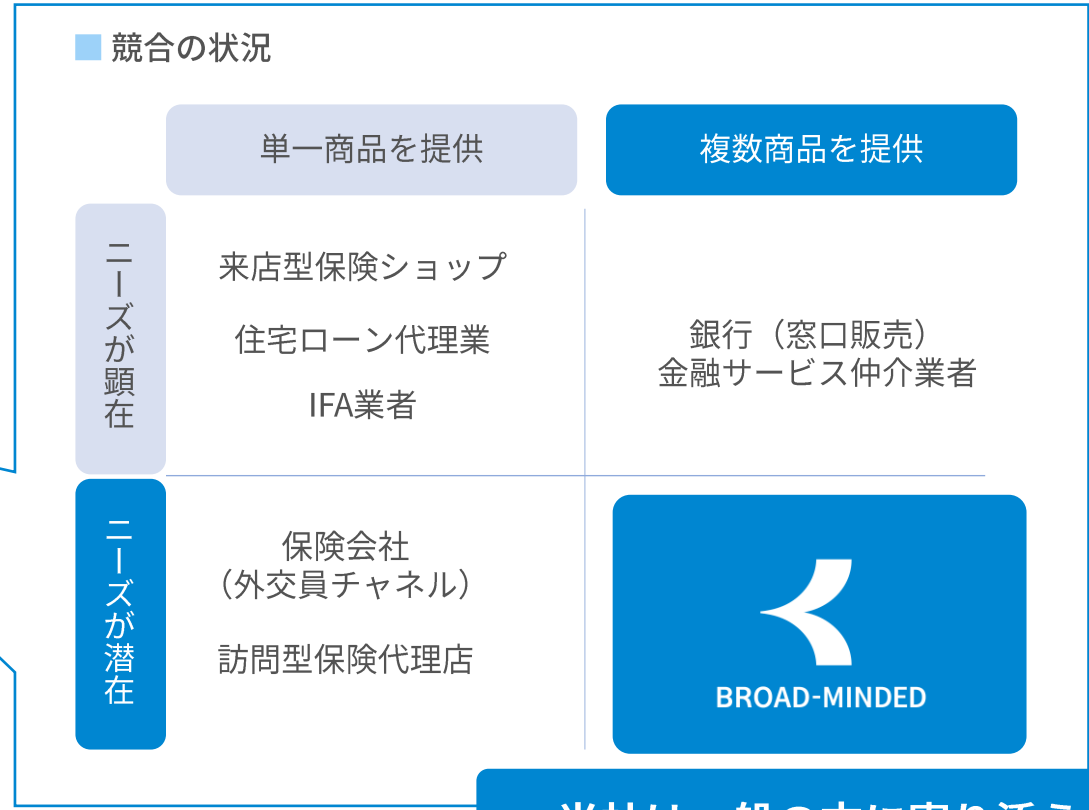
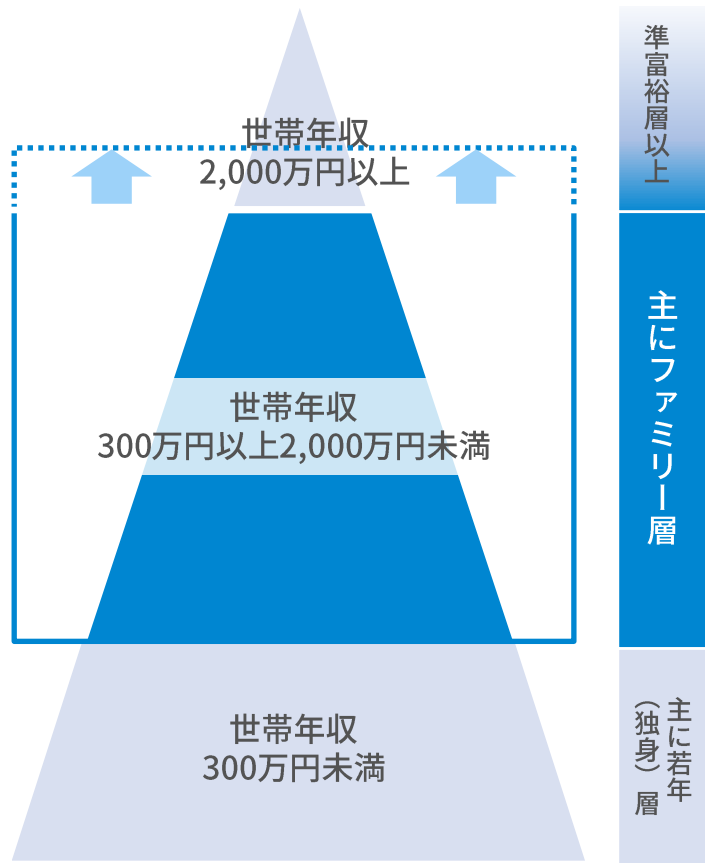


証券会社・メガバンク（ウェルスマネジメント領域）・プライベートバンクの主要顧客。資産運用・事業承継・相続対策等のテーマに対し、銀行・信託・証券・保険の各サービスを包括的に提供。

当社グループのメインターゲット

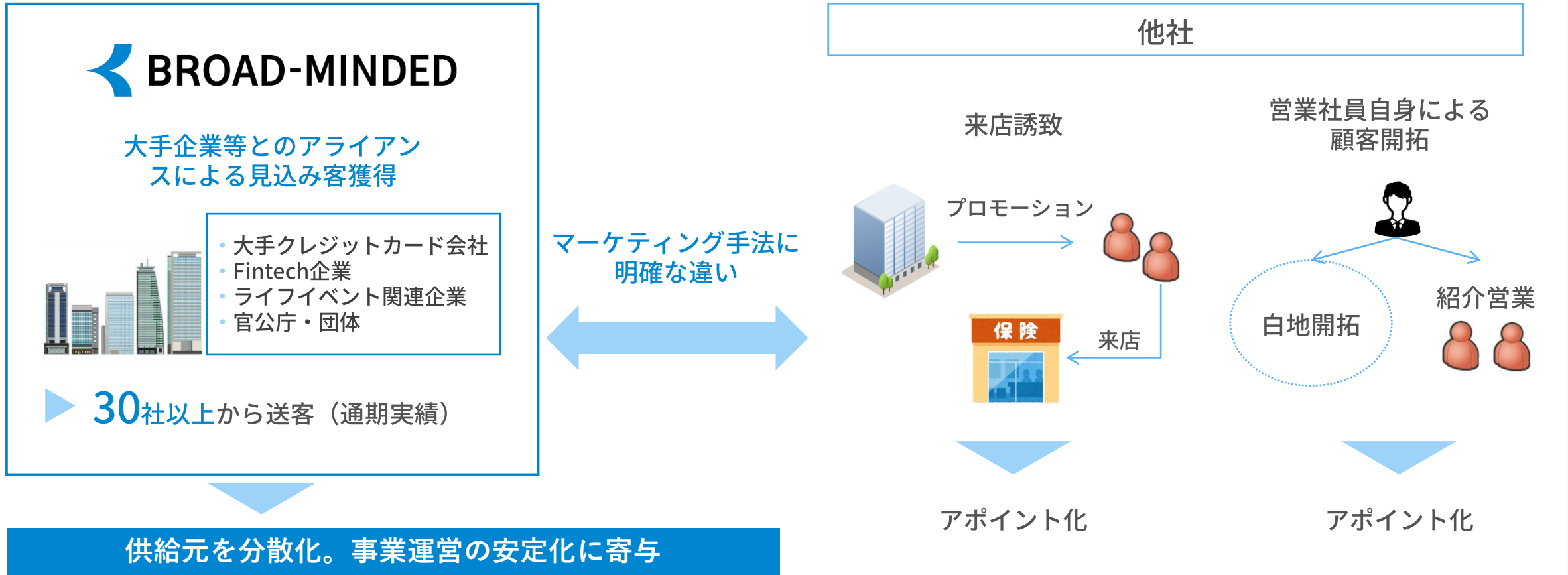
- ・ 保険・証券・住宅ローンの各専門仲介業者がメインプレイヤーとなっているものの家計相談・保障・住宅購入・資産形成等の一般の方ならではの相談に対し、包括的に応えることができる専門家が不足
- ・ 一部の準富裕層についても同様であり、証券会社・メガバンク・プライベートバンク等がカバーしない顧客に対してもターゲットを広げる

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。



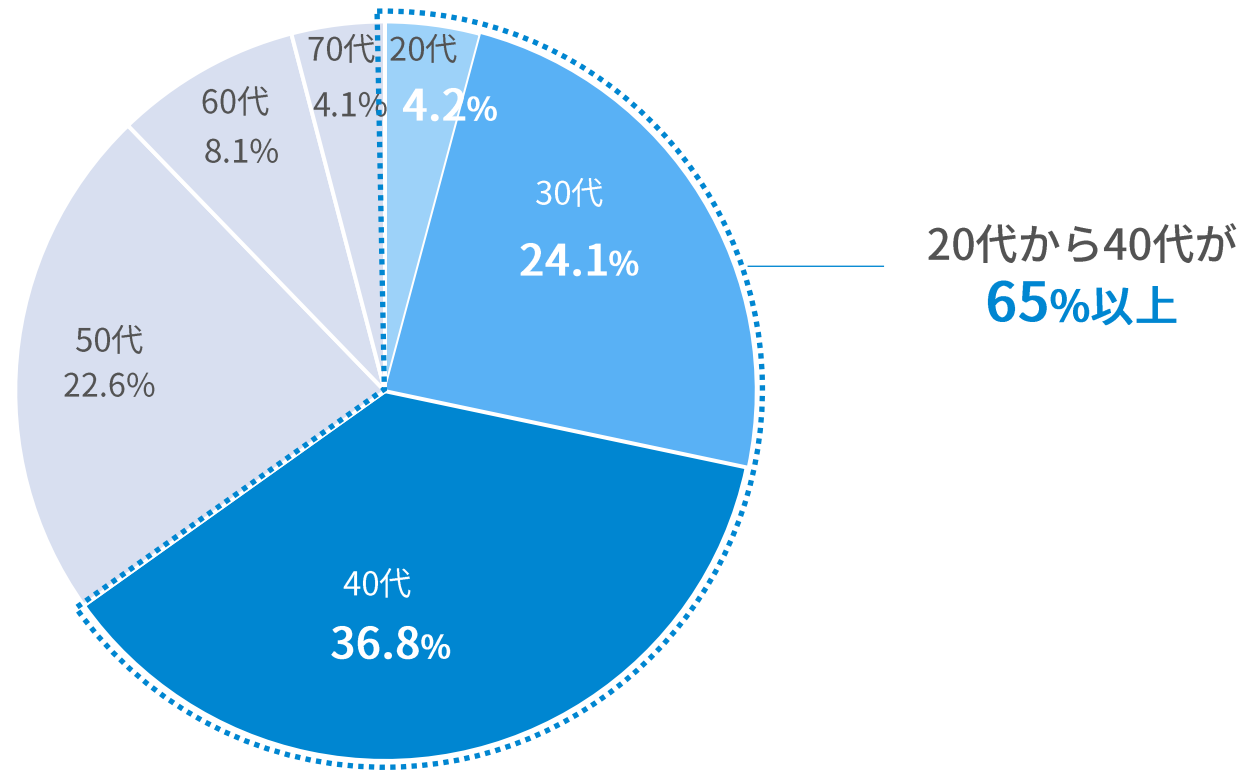
当社は一般の方に寄り添う『フィナンシャルパートナー』

国内大手クレジットカード会社等の提携先からの「マネー相談」を入口とした紹介が見込み客獲得の基盤。組織的なマーケティング（仕組み化）により、若手のコンサルタントでもコンサルティングに注力できる環境を整備。



ライフプランニングを土台に保険・証券・住宅ローン・不動産を複合的に訴求できると期待されることから、当社グループでは20代から40代のファミリー層を集客のメインターゲットとしている。

■ 当社グループ保有世帯の年代別構成

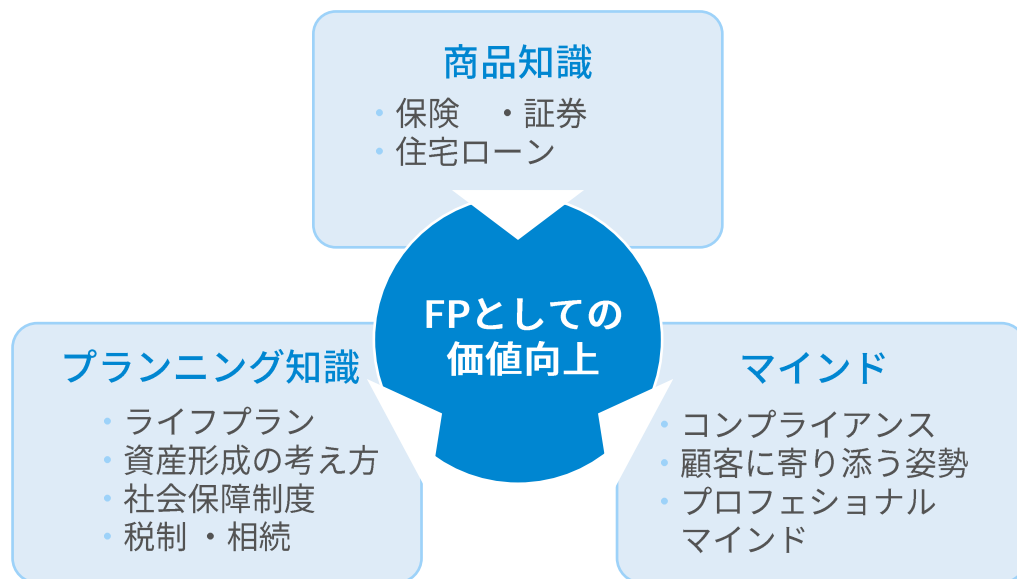


注：当社グループ保有個人顧客の世帯代表者年齢別に集計

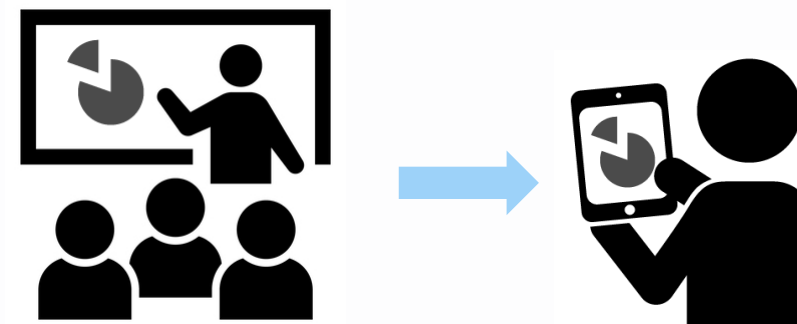
当社グループの育成方針は『優秀な新卒学生を採用・育成する』であり、業界内でも独自性を有している。

知識習得

特定の商品に偏ず、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



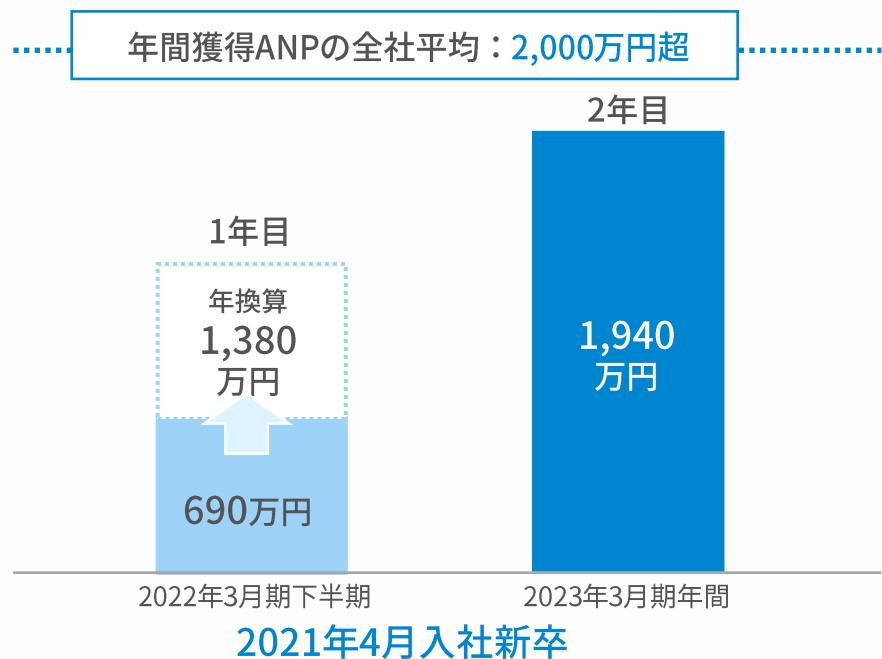
フォローアップ

充実した教育部門体制。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を目指す

速い成長スピード

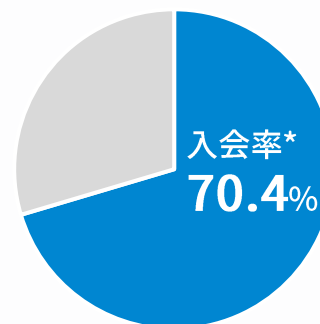
入社2年目コンサルタント（2021年4月入社）1名あたりの年間獲得ANP*は全社平均に近い水準



注：ANPとは年換算保険料を指します。コンサルタント1名あたりの年間獲得ANPIは、2022年4月～2023年3月の新契約獲得ANP実績をコンサルタント数で割った数値となります。なお、新卒コンサルタントは入社初年度の上半年は研修期間のため、営業活動は下半期からとなります（グラフ中水色）。

高いMDRT入会率

■ 当社グループのMDRT入会率（2023度）



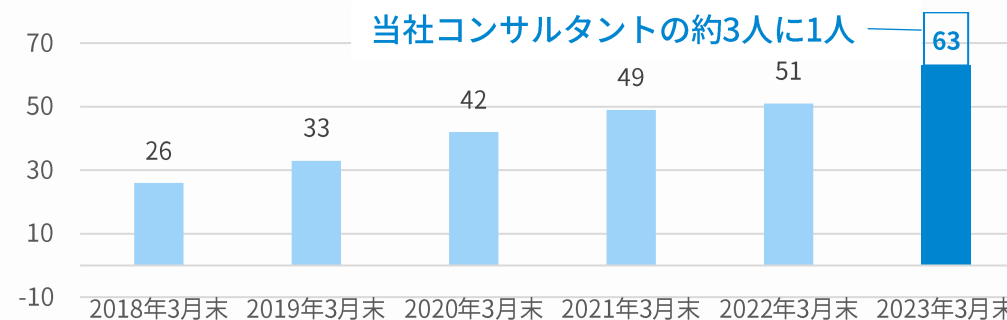
MDRT（Million Dollar Round Table）

世界中の生命保険と金融サービス専門家72,000人以上が所属する独立したグローバル組織として500社、70か国の会員が在籍。

注：生保営業部門に所属する入社2年目以上のコンサルタントを対象に集計

資産形成・運用の専門家（IFA）も増加

■ IFA登録者（証券外務員有資格者）数推移（2023年3月末時点）



注：“Independent Financial Advisor”の略称で、独立系ファイナンシャルアドバイザーと呼ばれる資産運用の専門家を指します。当社では、営業部門に所属するコンサルタントのうち、証券外務員資格を有し、日本証券業協会および所属金融機関に外務員登録された者を指します。

コロナ禍を契機に金融サービス領域においてもオンラインでのサービス提供が一般化。当社では独自に開発したデジタルプロダクトを活用し、対面相談に近い顧客体験を提供。

オンライン面談システム

ブロードトーク
broadtalk

全体の8割が
オンライン面談

私たちは人生をトータルにサポートする「フィナンシャルパートナー」です

国内・海外旅行 60万円
自動車購入 50万円
住宅取得・借り換え 40万円
セカンドライフ
相続 3,000万円・600万円・生活費(月給)

20万円 出産・教育
30万円 医療
介護

再描画 設定 録画 ダウンロード 情報表示 画面切替 資料 転送 共有メモ 画面共有 チャット 戻る 退出

金融商品に代表される説明型商材に対応できるシステム
B to C向けに最適化された設計

ライフプランニングWebサービス



収入の詳細

50歳	51歳	52歳
550万円	550万円	550万円
950万円	840万円	1,340万円
-92万円	9万円	-491万円
1,139万円	1,149万円	658万円
2件	1件	2件

支出

あなた	パートナー	子ども
44歳	37歳	12歳
収入 6,120,000	収入 2,000,000	収入 0
支出 2,450,000	支出 1,890,000	支出 1,600,000
年金 0	年金 120,000	年金 1,840,000
その他 8,240,000	その他 120,000	その他 120,000
収入合計 8,240,000	収入合計 1,960,000	収入合計 1,600,000
支出合計 7,890,000	支出合計 1,840,000	支出合計 1,600,000
収支差 350,000	収支差 120,000	収支差 0
貯蓄 13,010,000	貯蓄 0	貯蓄 0

生活費を変更する

あなたのお金を管理する

お客様とリアルタイムでプランを共有できるクラウドサービス。オンライン面談との親和性も◎

4. 市場規模及び成長可能性

依然として不透明なマクロ経済環境

新体制の下での金融政策決定会合（2023年4月）において、従来からの金融緩和策を当面継続する見通しを打ち出したことも勘案し、急激な金利・為替の変化は想定しづらく、緩やかに物価上昇が続く可能性がある。これにより、家計の不透明性は依然として高く、家計見直しを契機とした資産形成相談や保障設計に対するニーズは引き続き高いと想定。

政府による資産所得倍増計画の推進

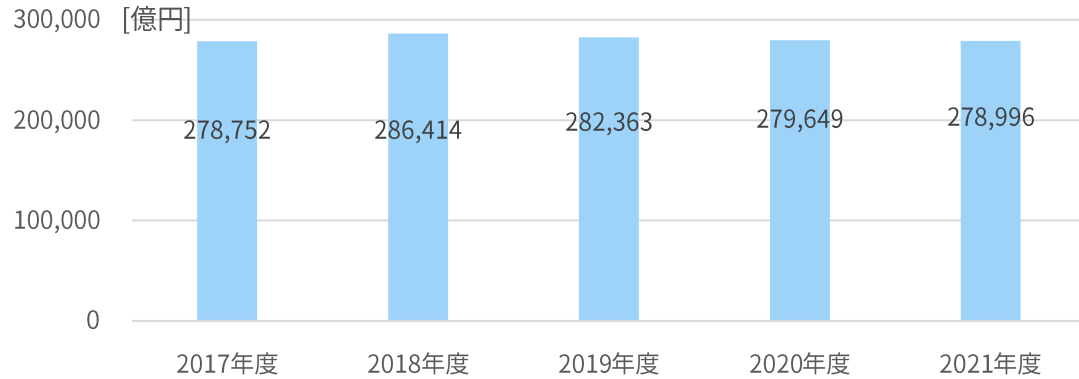
- 2024年からのNISA制度の拡充を受け、積立投資に対する興味関心が益々高まりを見せており、当社でもNISAに関する多くの相談を受けている。このほか、米国の長期金利は変動があるものの依然として一定の水準を維持しており、貯蓄性保険の魅力度も相対的に高い状態が続くと想定。以上より、顧客の資産形成に向けた商品選択肢は広く、資産形成商品に対するニーズは引き続き高いと想定。
- 2024年中に「金融経済教育推進機構」の設置が予定されており、国家戦略として金融教育を強化する方向。今後益々金融教育が注目される中で、当社サービスの「ブロっこり」の展開に対しては追い風となる可能性も。

足元の事業環境は良好であると認識

生命保険代理店業界

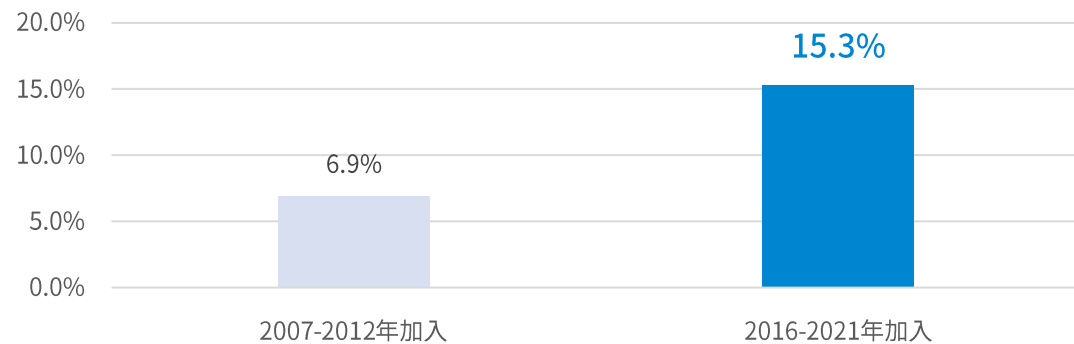
保険業界全体では成長が停滞しているものの、依然として巨大な市場

■ 個人保険の保有契約年換算保険料



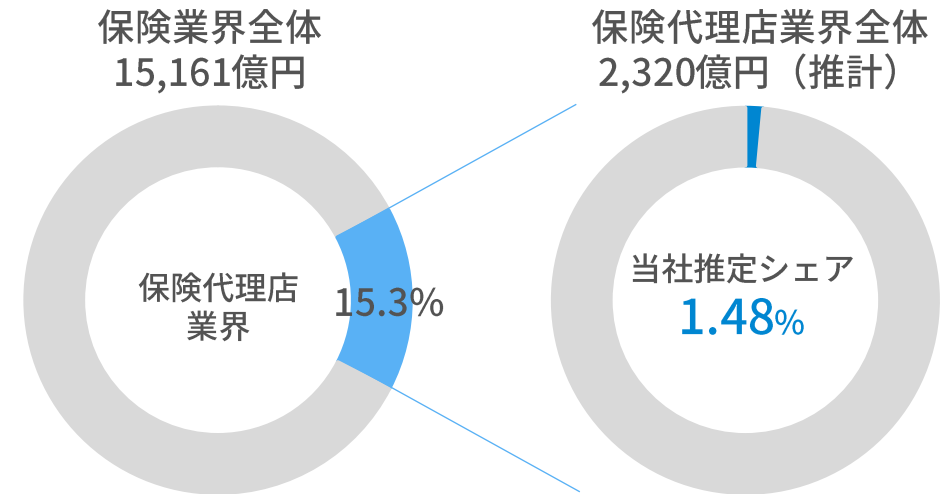
保険代理店からの加入率は10年前と比較し2倍以上

■ 保険代理店からの加入率



成長している保険代理店業界の中でもシェア拡大の余地が十分に残されている

■ 新契約年換算保険料の当社シェア推定

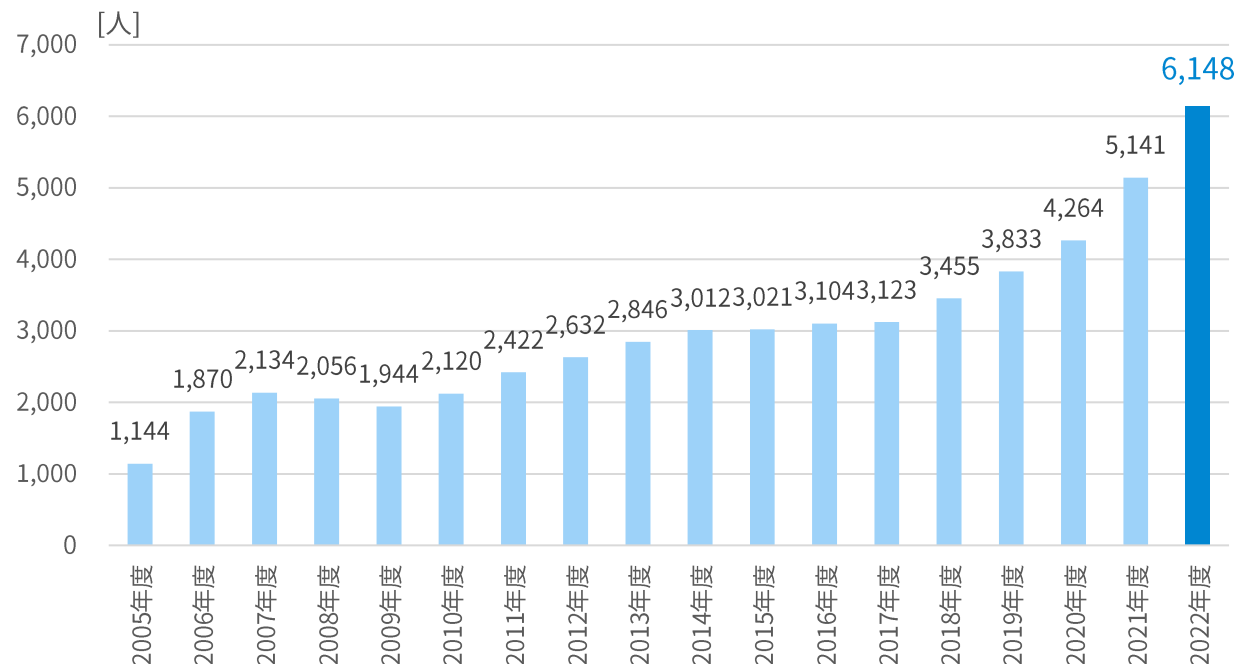


出典：新契約取扱高：生命保険協会／2017年度～2021年度版「生命保険の動向」より当社作成
 保険代理店からの加入率：生命保険文化センター／平成24年度・令和3年度「生命保険に関する全国実態調査」より当社作成

金融商品仲介業（IFA）業界

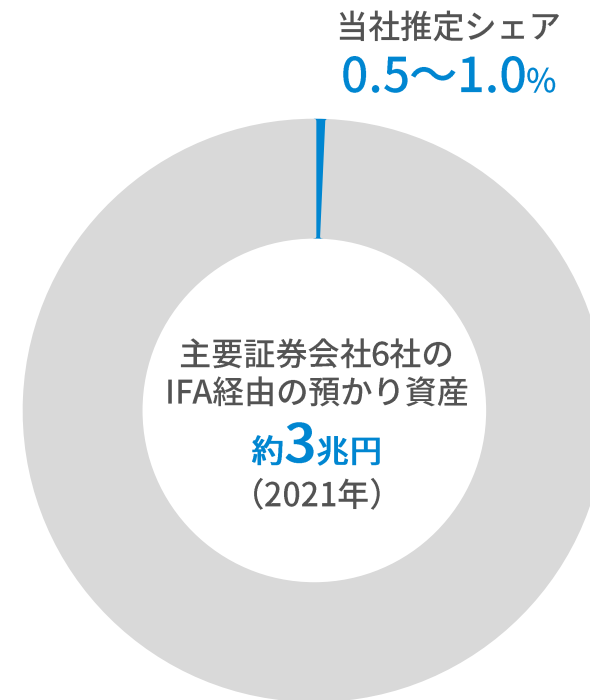
IFA数は制度開始以来堅調に増加。特に「老後2,000万円問題」が話題になった2019年度以降、増加ペースは加速。

■ 金融商品仲介業者の登録外務員（IFA）数



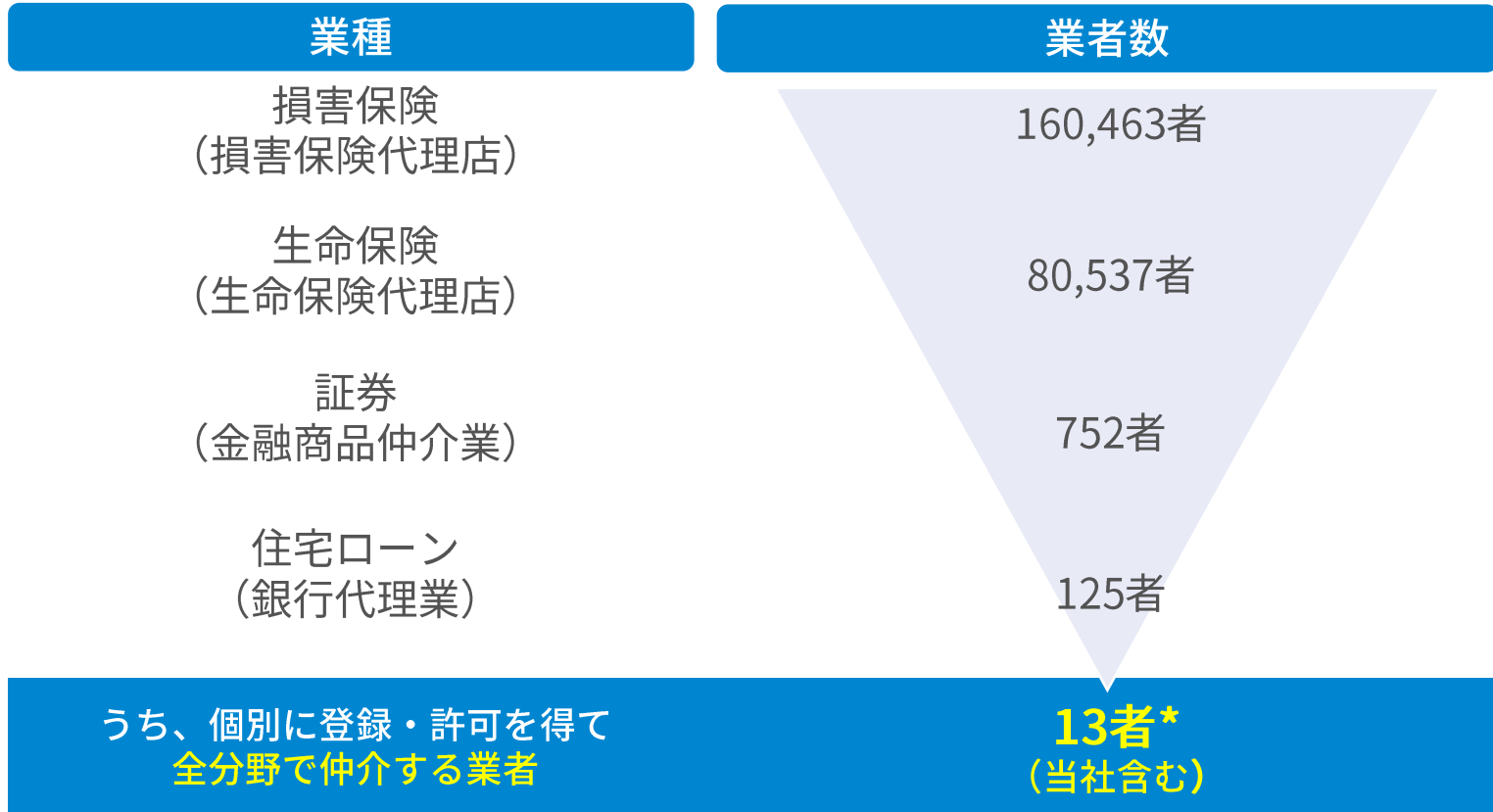
出典：日本証券業協会資料／金融商品仲介業者の登録外務員数（各年12月時点）

資産形成・運用におけるIFAの存在感が高まる中で当社のシェア拡大余地は十分残されている。



出典：日本経済新聞／2021年3月23日記事より、2021年1月末時点での預かり資産
主要6社：SBI証券・楽天証券・PWM日本証券・東海東京証券・あかつき証券・エース証券

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13者と希少（当社調べ／2023年3月末時点）。



保険代理店業や金融商品仲介業等の個別市場の成長性を取り込めるのはワンストップサービスを提供する当社ならではの成長可能性

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／2021年度代理店統計、一般社団法人生命保険協会／2022年版生命保険の動向より当社集計

5. 成長戦略

■ 長期的な姿

あるべき金融の姿を
社会実装する

人生における自由（選択の自由）を
手にする人を増やす

当社グループが考えるあるべき姿とは

- 人生設計をし、お金に向き合う
- 正しい金融知識を得る
- 金融商品を正しく活用する

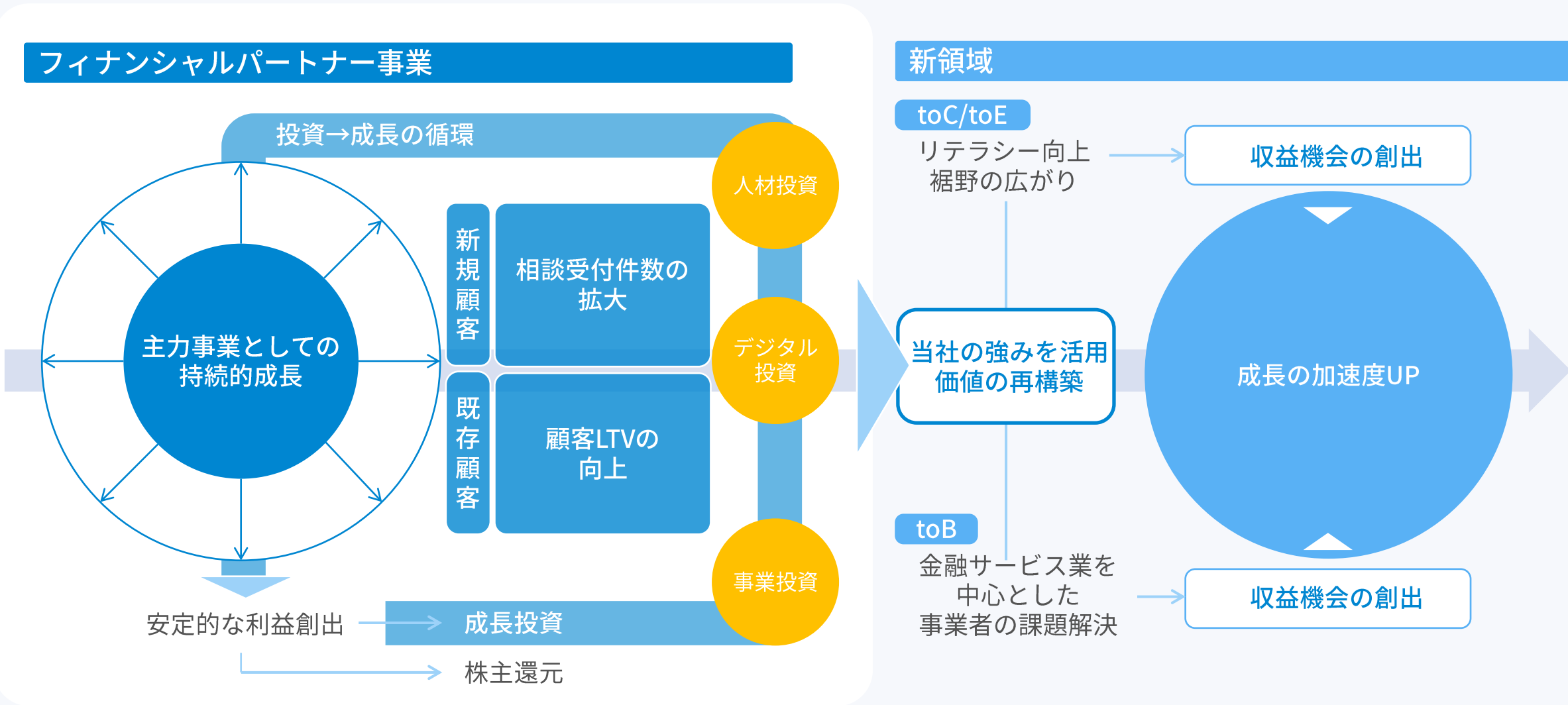
▶ 生活者の**金融リテラシー**が向上している状態
(金融サービス事業者との間の情報格差を緩和)



■ 中期的な姿（2025年3月期末時点を想定）

当社グループのサービス提供手法を多様化させ
より多くの方が適切な金融行動を取れるよう、リテラシー向上のための土台をつくる

主力事業の持続的成長と平行して当社の提供価値・強みを新領域へ展開。収益機会の創出を通じて成長の加速度をup。



事業

フィナンシャルパートナー事業

成長ドライバーである「コンサルタント数の増加」を軸とした新規相談受付件数の拡大、及び顧客LTVの向上に注力する。

新規相談受付件数の拡大

2025年3月期
目標：3万件
(2022年3月期比25%up)

- ・ コンサルタント数の増加 成長ドライバー
- ・ 当社サービスの認知度向上も視野に入れたチャネル開発

サービスのデジタル化を推進

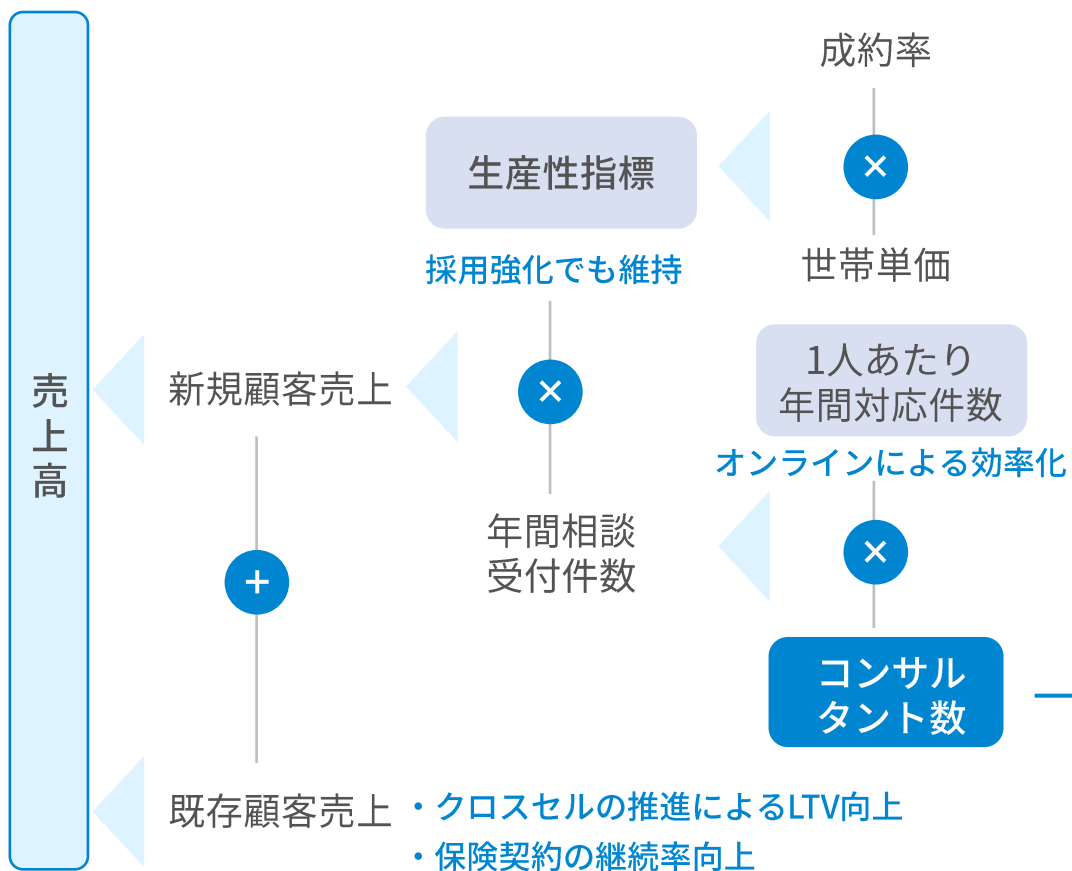
- ・ マーケティングのデジタル化
- ・ 「マネパス」の活用によるライフプランのデータ化
- ・ 教育プログラムのコンテンツ化

顧客LTVの向上

- ・ 顧客状況の可視化（データ化）
- ・ ソリューションの拡充
- ・ アフターフォロー体制の強化

主力事業であるフィナンシャルパートナー事業は、「コンサルタント数の純増」が最重要ドライバ。今期より採用を強化し、コンサルタントの純増ペースを加速させていく。

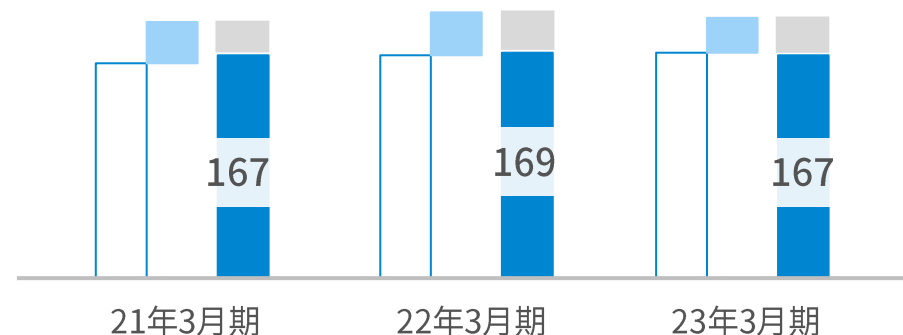
フィナンシャルパートナー事業の売上構造



コンサルタント数の推移

今期からの採用強化を見据えた関連機能（コールセンター・教育）の拡大・新規事業開発等の人材として異動を増加させた背景がある。

- コンサルタント：前期末人数
- 同採用人数（新卒・中途計）
- 同退職・異動者数
- 同当期末人数



戦略的な異動も行いつつ、主力事業をドライブさせるためにコンサルタントの純増ペースを上げる

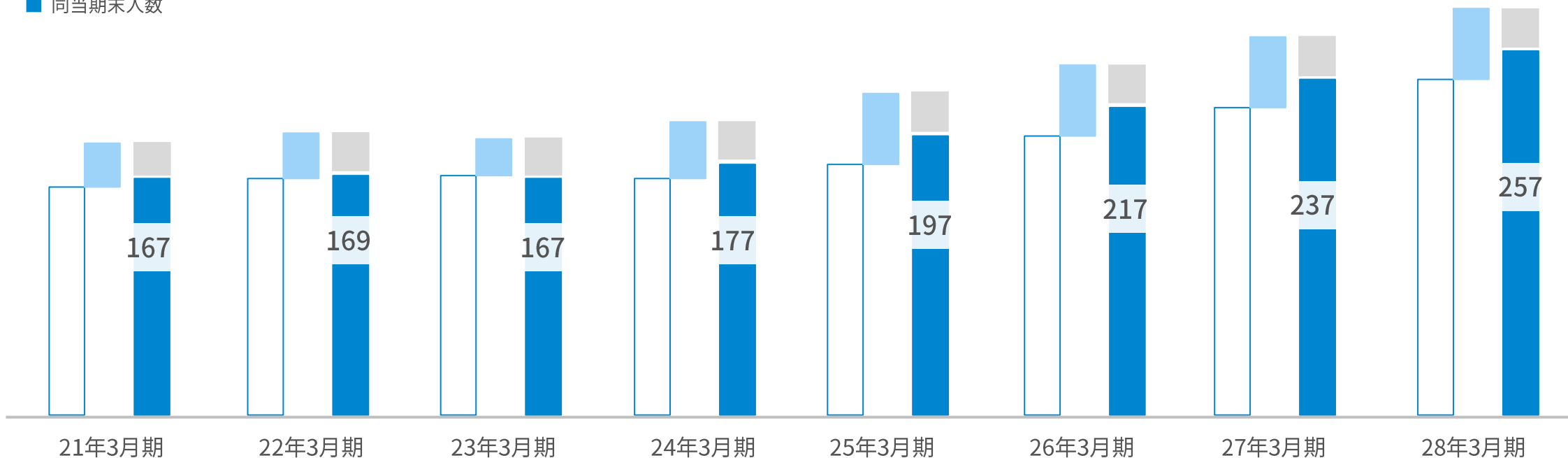
今期は30名以上の新卒を採用。中途入社と合わせて40名程度の採用を見据え、純増ペースを加速させる。

年間採用者数20-30名規模

40名強採用→10名純増

目指す姿：50名強採用→20名純増

- コンサルタント：前期末人数
- 同採用人数（新卒・中途計）
- 同退職・異動者数
- 同当期末人数



アポイントの収益性強化も目指し、当社単独での見込客開拓チャネルとしてWebマーケティングに注力

サービスブランドサイト「マネプロ」

あなたの未来を支えるパートナー

マネプロ

MONEYPRO

損害保険 住宅ローン 資産運用 法



保険を比べる情報サイト「ほけんスタート」

ほけんスタート

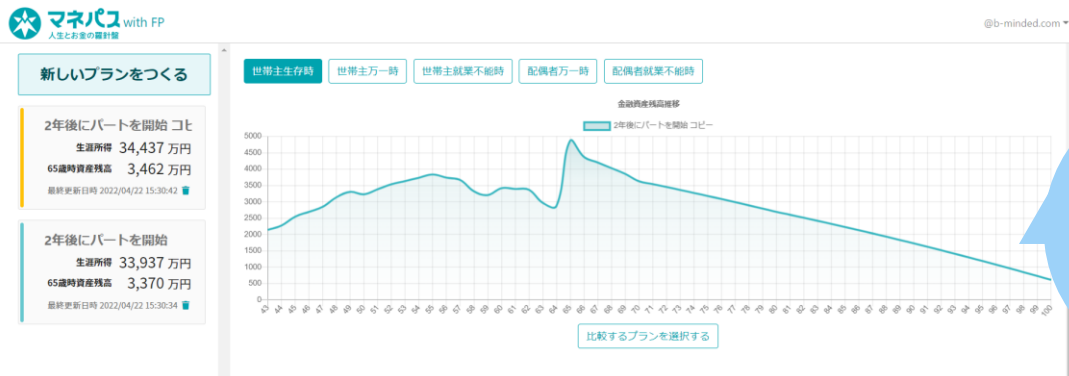


顧客収益性向上のほか、自社でのアポイント供給管理（安定的な相談受付環境の整備）にも寄与

足元の保有顧客数は7万世帯超。今後も増加し続ける顧客データの活用を主眼に、アフターフォロー体制を強化中。

ライフプランデータの蓄積と活用

当社企画開発ライフプランニングWebサービス「マネパス」を活用。2023年5月に利用者数1万人突破。



顧客状況を可視化

▶ 顧客にとって適切なタイミングでの顧客接点を形成（顧客データの質向上）

金融ソリューションの拡充

 MIRAI株式会社

不動産関連子会社にて不動産開発を実施

一定以上の金融資産をお持ちの方
向けの資産形成商品として
不動産活用を提案



※イメージ

アフターフォロー体制の強化

自社コールセンターの
ダイレクトセールス機能拡大

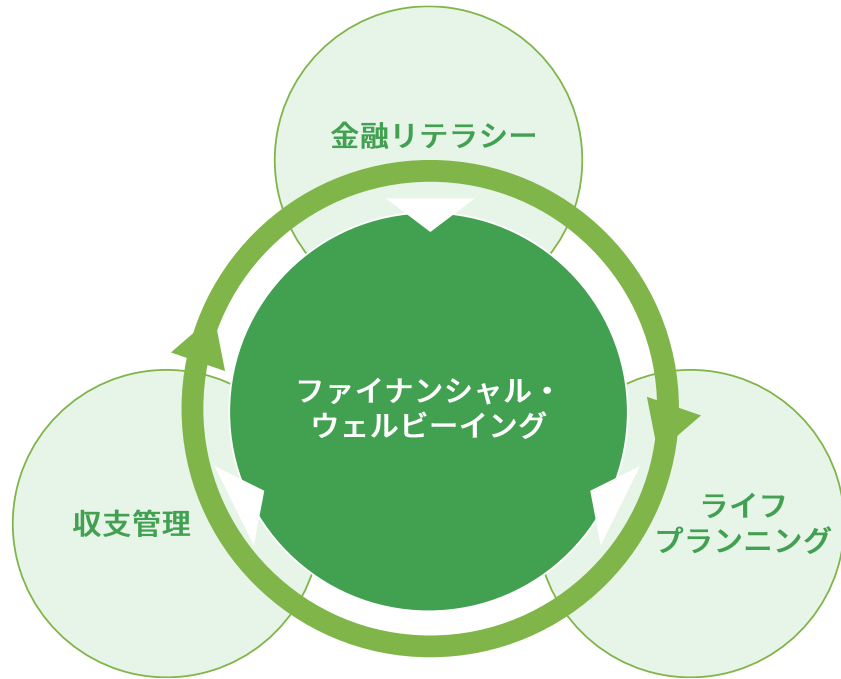


新領域への取組

企業従業員向けにファイナンシャル・ウェルビーイングの実現を支援する金融教育プログラム『ブロっこり』を提供。



動画コンテンツの提供を軸に、当社ファイナンシャルプランナーが伴走しながら「知識の定着」「金融行動に関する適切な習慣形成」を支援する学習サービス。



- 収支管理
- ライフプランニング
- 資産運用
- 確定拠出年金
- 住宅購入とローン
- 保険加入のポイント
- 税・年金・社会保障
- セカンドライフ

etc



ウェルビーイングとは、人が身体的・精神的・社会的に“満たされた状態”のことを指し、「幸福」と同義とされている概念です。その要素の1つである「ファイナンシャル・ウェルビーイング」とは、**現在・将来にわたる経済的な健全性と、人生を楽しむ選択肢が確保できる状態を指します。**

導入事例

2023年1月13日

各位

会社名 ブロードマインド株式会社
 代表者名 代表取締役社長 伊藤 清
 (コード番号: 7343 東証グロース)
 問合せ先 取締役 梶沢 敬太
 (TEL 03-6687-1318)

金融教育プログラム「ブロっこり」、SCSK 株式会社に提供開始

“ファイナンシャル・ウェルビーイング”の実現を支援

「金融の力を解き放つ」をパーパスに掲げ、保険・証券・住宅ローンと複数の金融商品を横断して1社で取り扱い、人々のライフプラン実現をサポートするブロードマインド株式会社（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長：伊藤 清 証券コード：7343 以下：当社）は、この度、SCSK 株式会社（本社：東京都江東区 代表取締役 執行役員 社長 最高執行責任者：富麻 陸昭 証券コード：9719 以下、SCSK）に対し、従業員のファイナンシャル・ウェルビーイング（=経済的な幸せ）の実現を支援する金融教育プログラム「ブロっこり」の提供を開始することをお知らせいたします。

SCSK は、自らが金融機能プレイヤーとして社会に新たな価値をもたらす「デジタル金融プロバイダー」を目指す中で、「ブロっこり」が従業員の金融リテラシーを一層高めるための一助となるものと考え、今回の提供に至りました。



2023年1月よりIT企業大手であるSCSK株式会社に提供を開始。

今後も健康経営を推進している企業等、
 従業員の生産性向上・エンゲージメント向上に注力している企業を中心に、
従業員の属性や企業ニーズに合わせたプログラムの開発・提供を進めていく

コンサルティングサービスの提供、及びコールセンター運営の知見を基に開発したデジタルプロダクトについて、各事業者のニーズに応じながら提供。

金融サービス事業者のオンライン化を支援



金融サービス事業者の**オンライン化・ライフプランニング**ベースの**コンサルティング品質の向上**について、各事業者のニーズに応じながら「broadtalk」「マネパスwith FP」の提供を通じて支援。

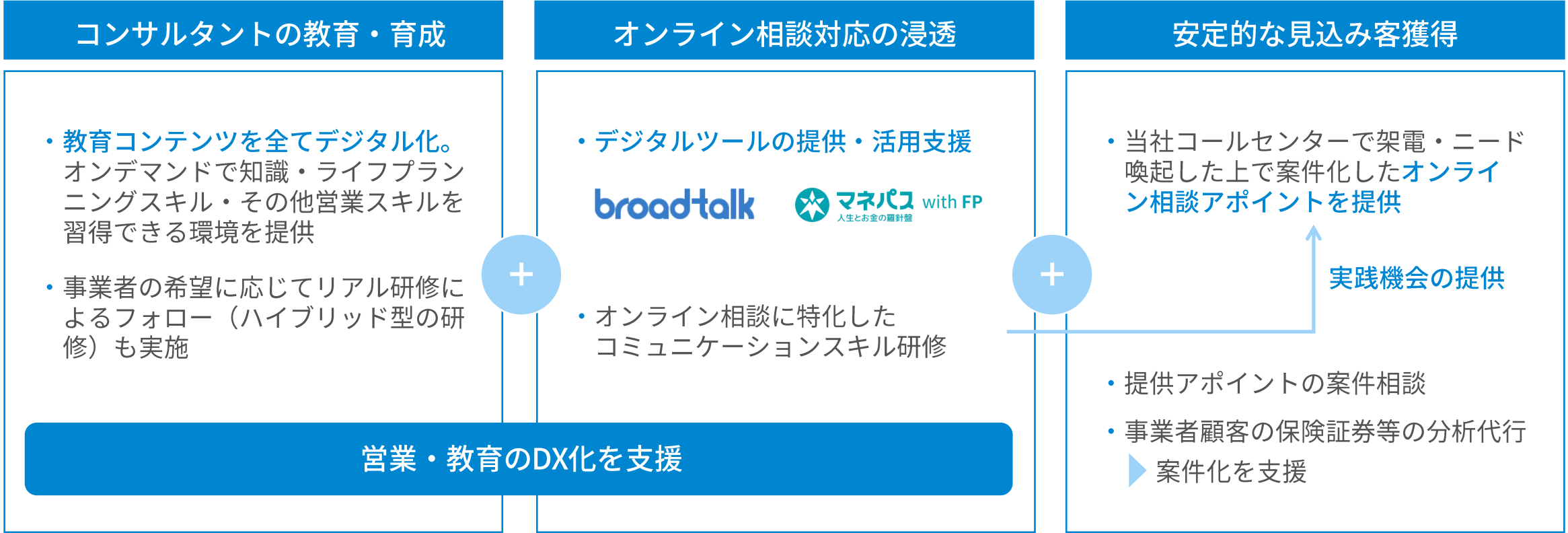
コールセンターシステムの開発・提供



10年以上のコールセンター運営の知見を基に開発。
ハイブリッドCTI*により「**通電率の向上**」「**通話コストの削減**」を実現。
 金融サービス事業者にとどまらず、コールセンター運営企業に広く展開予定。

CTI：Computer Telephony Integrationの略称で、電話とコンピューターを統合させたシステムを指します。

事業者のニーズに合わせ、サービスを組み合わせて提供。保険会社及び保険代理店への導入も開始。



事業者のニーズに合わせて組み合わせ

導入事例

■ FWD生命保険株式会社（2022年11月）

教育コンテンツ
+
マネパス

2022年11月22日

会社名	ブロードマインド株式会社
代表者名	代表取締役社長 伊藤 清 (コード番号: 7343 東証グロース)
問合せ先	取締役 鶴沢 敬太 (TEL 03-6687-1318)

FWD 生命保険株式会社の営業社員向けに金融教育プログラムの提供を開始

「金融の力を解き放つ」をテーマに掲げ、保険・証券・住宅ローンと複数の金融商品を横断して1社で取り扱い、人々のライフプラン実現をサポートするブロードマインド株式会社（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長：伊藤清 証券コード：7343 以下：当社）は、この度FWD生命保険株式会社（本社：東京都中央区 代表取締役社長兼CEO：山岸英樹 以下：FWD生命）に対し、金融教育プログラムを提供することをお知らせいたします。

■提供の背景

2021年12月に改正された「保険会社向けの総合的な監督指針」の中で、営業社員教育において「公的保険を補完する民間保険の趣旨に鑑みて、公的保険制度に関する適切な理解を確保するための十分な教育を行っているか」との視点が盛り込まれることとなりました。

従来の営業社員教育では、社員が商品特性を確実に理解し、お客様に適切に説明できるよう教育することに主眼が置かれていましたが、今般の改正により、保険商品提案に付随する公的制度や関連する金融情報も合わせて説明することが求められ、保険代理店等の仲介業者のみならず金融機関においても営業社員教育を見直し、公的制度等の基本知識の習得・募集時の説明の在り方等を模索する動きが広がっています。

■ 大手生命保険会社グループ代理店（2022年11月）

オンライン面談
ノウハウ
(コンテンツ提供
・案件相談)


2022年11月22日

会社名	ブロードマインド株式会社
代表者名	代表取締役社長 伊藤 清 (コード番号: 7343 東証グロース)
問合せ先	取締役 鶴沢 敬太 (TEL 03-6687-1318)

【営業DX支援】保険募集人・FP向けに「オンライン面談導入サポート」提供開始

保険・証券・住宅ローンと複数の金融商品を横断して1社で取り扱い、人々のライフプラン実現をサポートするブロードマインド株式会社（本社：東京都渋谷区 代表取締役社長：伊藤清 証券コード：7343 以下：当社）は、業界では異例の2017年からオンラインによる面談を開始し、現在では年間約4万件のオンライン面談を実施しております。新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに金融サービスにおいてもオンラインによる面談ニーズが続く状況を受け、「オンライン営業の生産性向上」「営業教育の高度化」「顧客接点の多様化によるライフタイム・バリュー（LTV）向上」「販売コンプライアンスの強化」を支援する「オンライン面談導入サポート（以下：本サービス）」として、大手生命保険会社グループの保険代理店への提供を開始したことをお知らせいたします。

なお、本サービスは今後も保険募集人・FP事業者様向けに提供してまいります。当社の掲げる「金融の力を解き放つ」というテーマの実現に向け、これを端緒に今後広く本サービスの提供を進めてまいります。



新サービス提供開始

営業DX支援
保険募集人・FP向け
オンライン面談導入サポート

成長戦略の進捗状況

	2023年3月期の取組	2024年3月期以降の取組
生産性の向上及び当社単独での見込み客獲得による収益基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・コンサルタント採用数の増加を見据え、教育部門の体制強化、及び効率化に向けた教育コンテンツを拡充（前期は約100本のコンテンツを作成し、新卒教育で利用）。 ・当社サービスを「マネプロ」としてブランド化。Webマーケティングの強化により、自社Webサイトから年間300件以上のアポイントを獲得。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「人（教育部門）」と「デジタル（教育コンテンツ）」を融合を深化。採用数拡大の中でも知識・スキルの高位平準化を図る。 ・広告投資を重ねながらWebマーケティングをさらに強化。
再販機会の創出による顧客LTVの向上	<ul style="list-style-type: none"> ・「マネパスwithFP」の開発・社内導入によりライフプランデータ10,000世帯分を蓄積。 ・自社コールセンターにてダイレクトセールスの機能を強化。契約データを関連付けながら、既存契約の見直しに関するコールを開始。前期は約4,000万円のANPを獲得。 	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客属性データ・ライフプランデータを融合したリストを作成の上、コールセンターを含む各営業部門での活用を開始。 ・ご契約後の顧客接点強化を目的に、契約保全を軸としたデジタルプロダクトの開発を検討。
人とデジタルの価値を組み合わせた金融サービスプラットフォームの構築	<ul style="list-style-type: none"> ・企業従業員向けにブロッコリの提供を開始。 ・営業DX支援サービス（金融サービス事業者向けの課題解決サービス）の提供を開始。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業ニーズに応じながらブロッコリ及び営業DX支援サービスを拡販。 ・個人向けスクール等「金融教育」の新たな提供形態を検討。 ・CTIソリューションの拡販。

フィナンシャルパートナー事業の収益基盤強化に注力する方針のもと、IPO時の調達資金充当状況は広報および広告宣伝活動・システム開発を中心に進捗。今期はコンサルタント組織の拡大を軸に人材への投資に注力。

具体的な取り組み	当初充当計画*	充当見通し			
		22.3期実績	23.3期実績	24.3期見通し	期間合計
広報及び広告宣伝活動 ▶ 当社単独での見込み客獲得強化によるアポイントの収益性向上	252百万円	41百万円	66百万円	90百万円	197百万円
システム及びテクノロジーへの投資 ▶ コンサルティングの品質及び生産性向上・顧客LTVの向上	245百万円	34百万円	73百万円	70百万円	177百万円
人材への投資 ▶ 各サービス・機能における専門人材の採用	40百万円	13百万円	31百万円	119百万円	163百万円

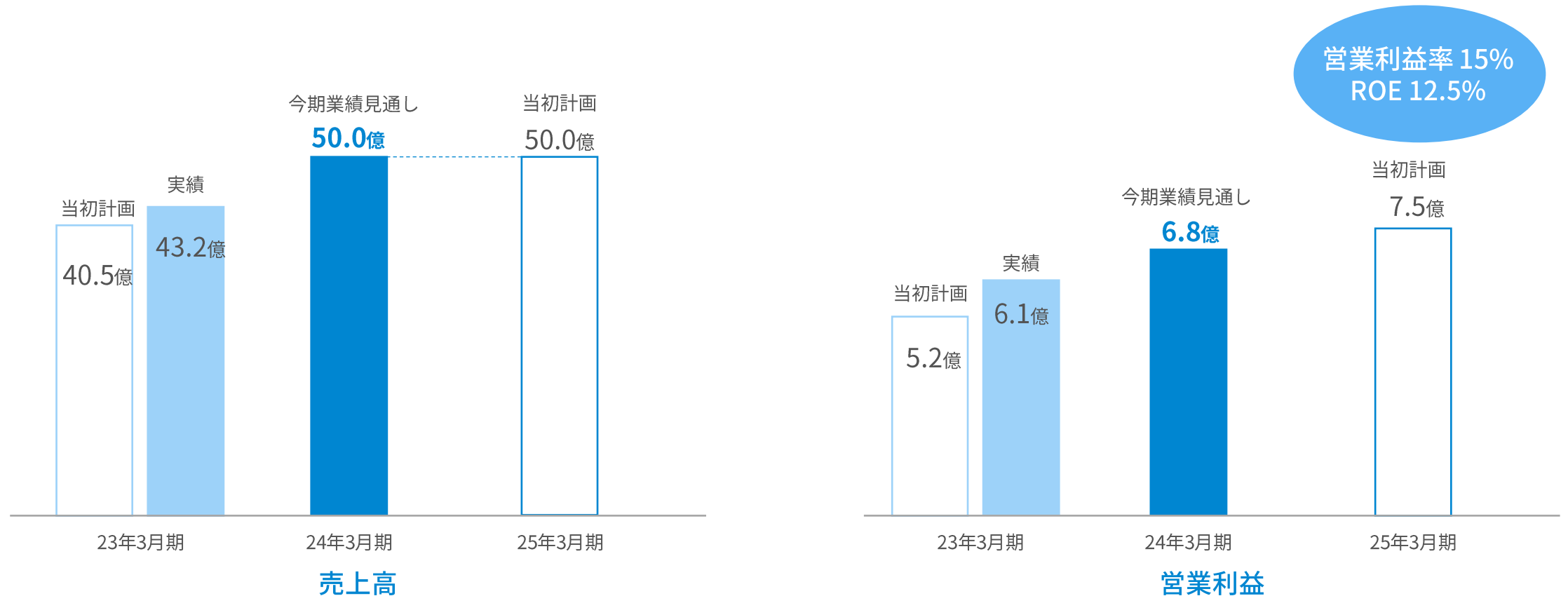
自社Webメディアの育成・広告効果歳で最大化に向けた投資

マネパス及び保全関連システム・コールセンター関連システムの開発・セキュリティ向上等に向けた投資

コンサルタント組織の拡大・資産運用・不動産関連サービス拡大に向けた人材の採用

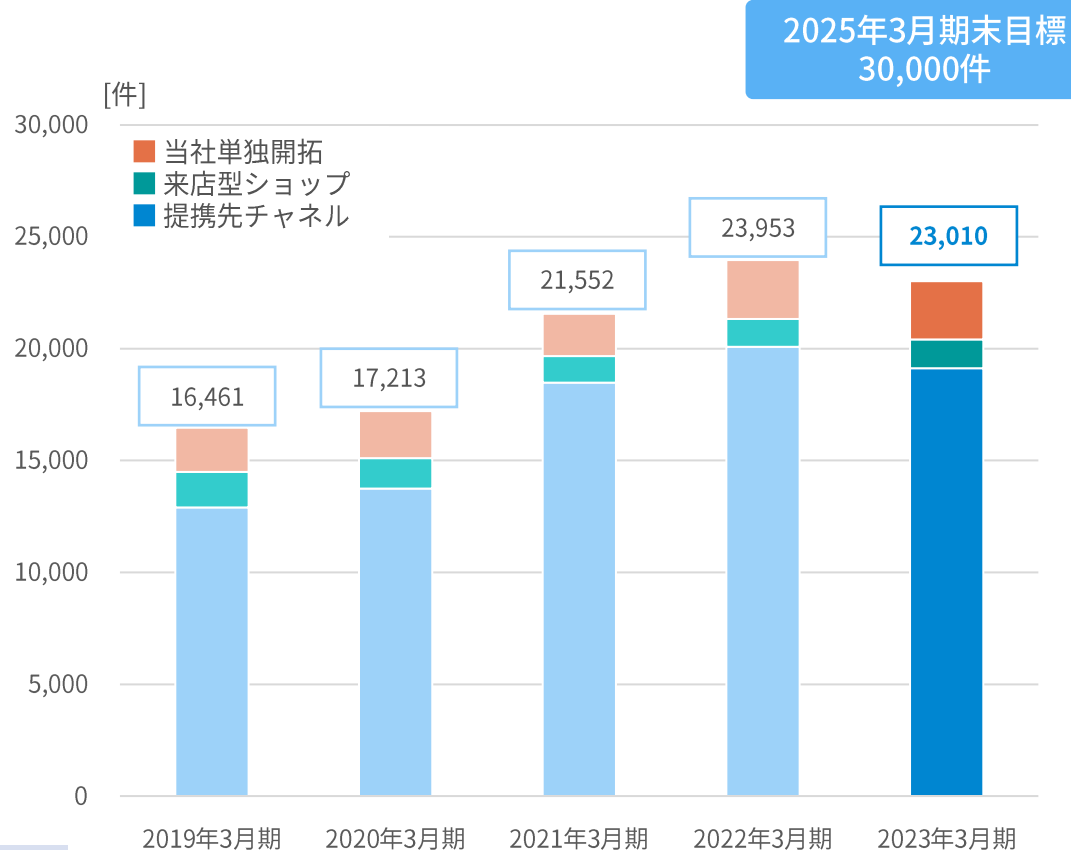
2022年5月に開示した中期経営計画に対して好調に進捗。今期の売上高予想は50億円であり、中期経営計画最終年度（2025年3月期）の売上高計画値を1年前倒しで達成する見通し。営業利益（営業利益率）・ROEも順調に進捗。

業績進捗



6. 当社グループの成長性を測る指標

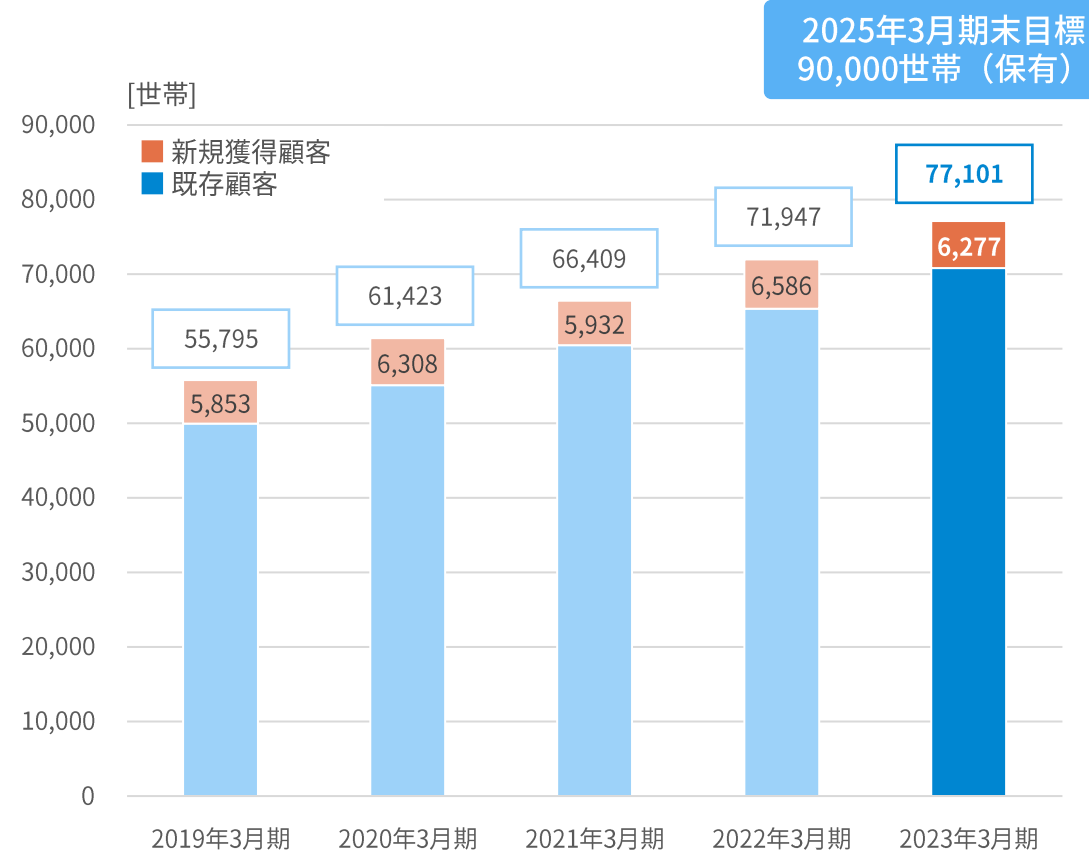
新規相談受付件数



開示主旨

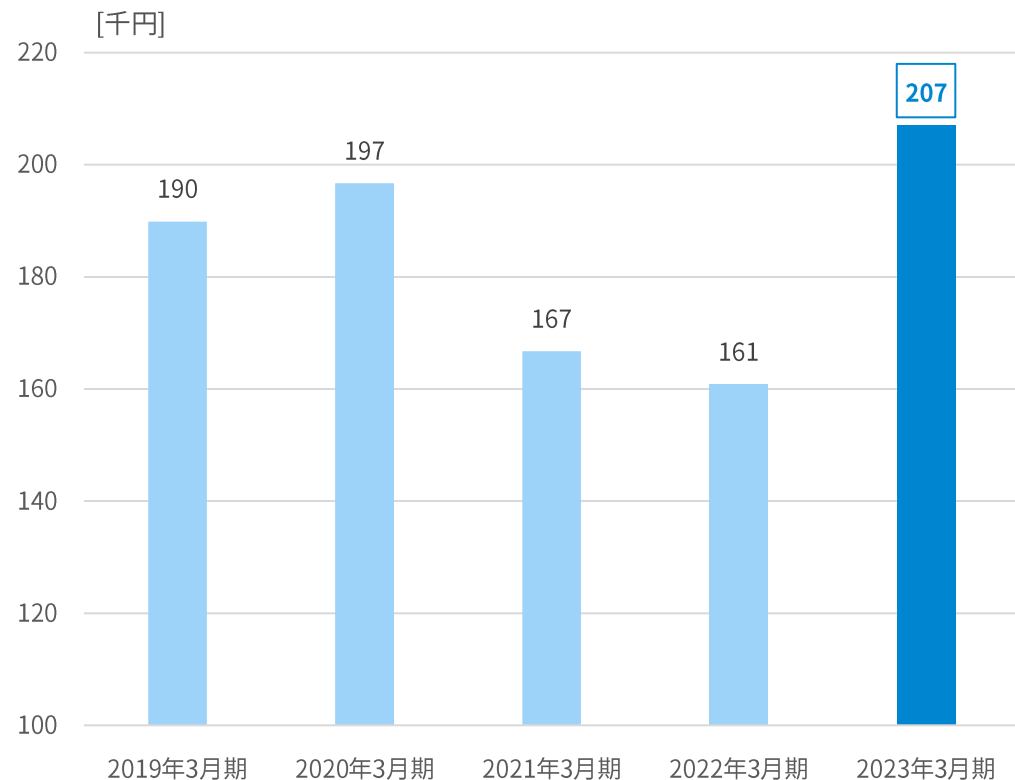
顧客獲得の源泉となる相談受付件数の拡大と、その中でもより収益性の高い当社単独獲得見込み数の拡大を図る

保有顧客数（新規獲得顧客と既存顧客の合計）



安定した新規顧客獲得によりLTV戦略のベースとなる顧客数の拡大を図る

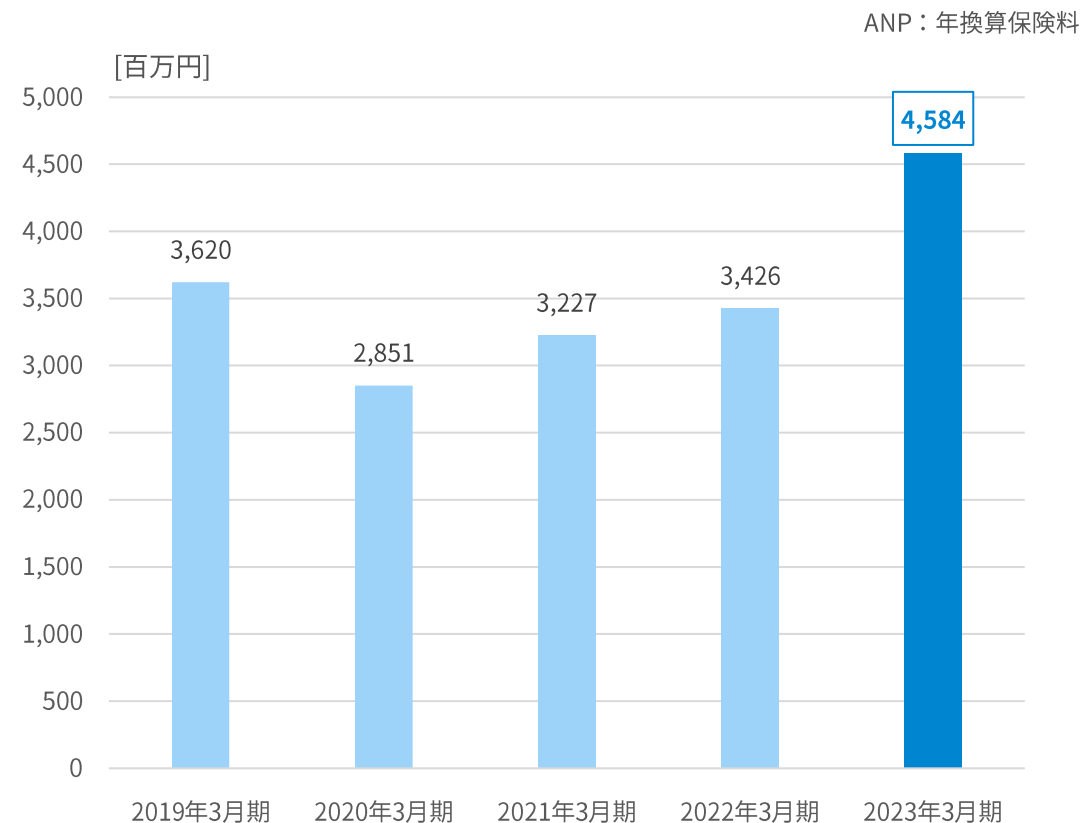
生産性指標（成約率×1成約あたりのANP*単価）



開示主旨

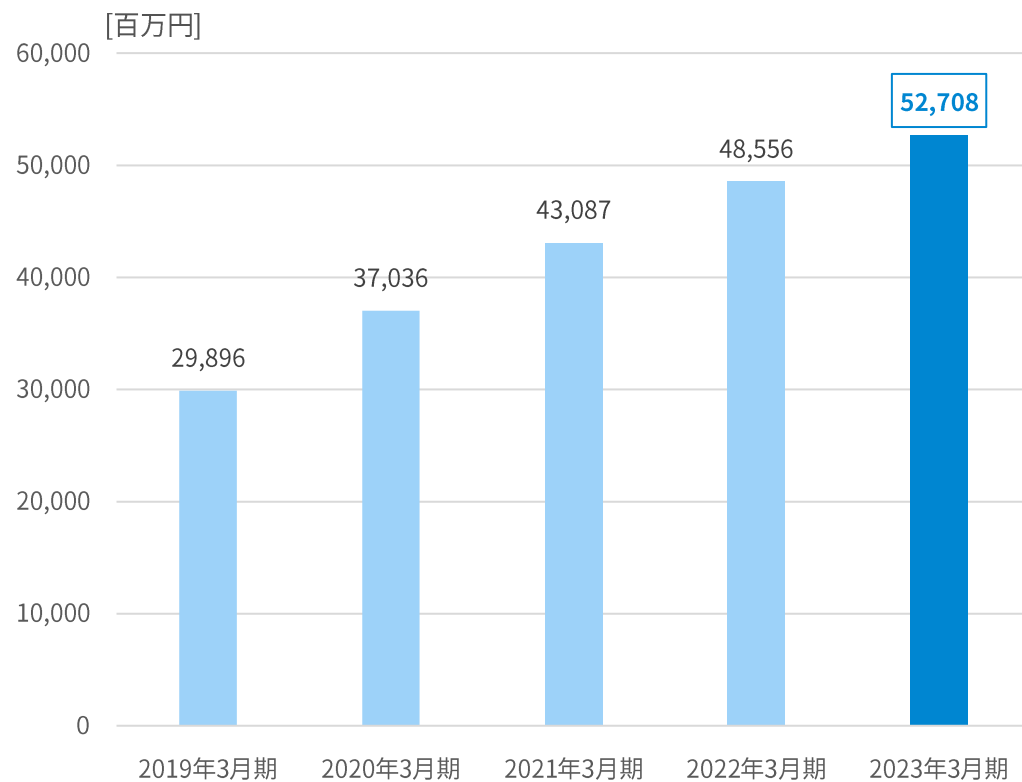
オンライン面談のノウハウ等を含め、教育育成へ応用。
コンサルティングの生産性を向上させる

新契約ANP*

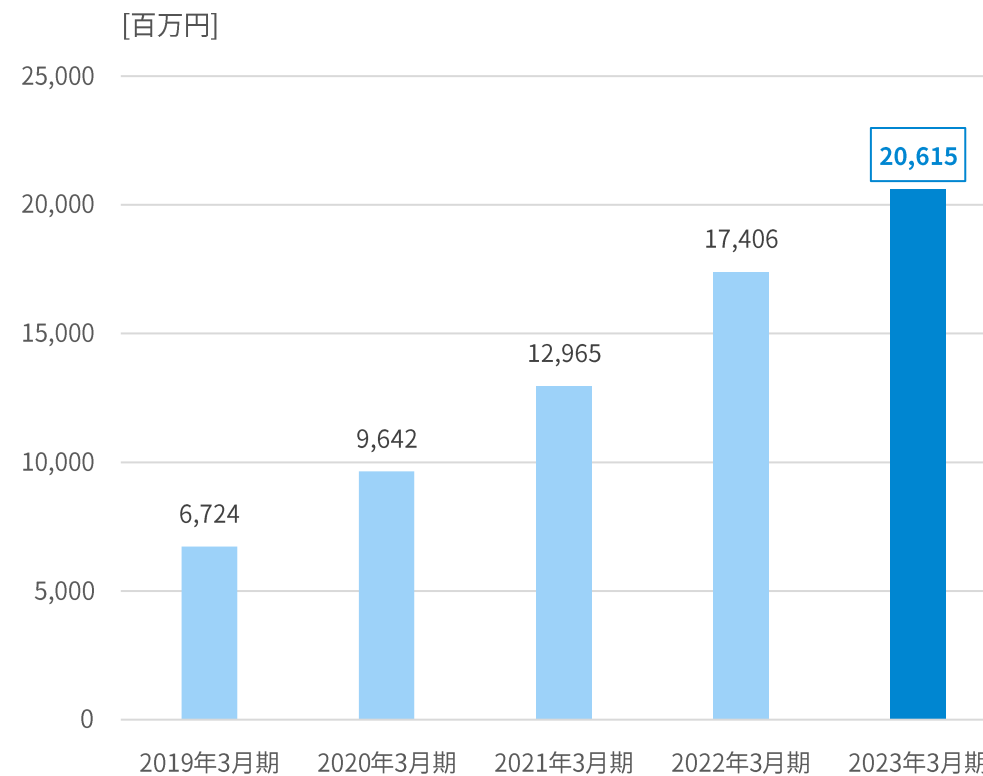


コンサルティングの生産性×見込み客獲得量を最大化させ
フィナンシャルパートナー事業の収益基盤を強化する

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



開示主旨

ライフプランにおけるニーズに沿った商品提案力を強化する

7. 事業等のリスク

成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識するリスク

内容

■ 保険会社との関係について

当社グループでは保険代理店業が業績の大部分を占めており、直近2期間（2022年3月期及び2023年3月期）について、生命保険契約に係る代理店手数料は当社グループの売上高のそれぞれ76.9%、68.5%を占めております。
今後、保険会社の営業政策の変更や財政悪化等の理由により、代理店手数料体系または手数料率に変更された場合、あるいは万が一保険会社が破綻した場合に代理店手数料収入が低減する可能性があります。

■ 競合について

当社グループでは保険、証券、住宅ローン、不動産の流通の一翼を担っており、乗合保険代理店、IFA法人、住宅ローン販売会社等の仲介業者を競合として認識しておりますが、今後当該仲介業者のサービス開発等が進むことにより、当社グループのサービスに対する支持が相対的に低下する可能性があります。
一方、金融テクノロジーが進化する過程の中で消費者の金融意識や行動が変容し、新たにFintech企業等が競合となる可能性があります。今後何等かの事由で当社グループのサービス品質の低下や、Fintech企業等に対して相対的に金融サービス業者としての価値が低下する可能性があります。

発生可能性の程度及び影響

当社取扱い保険会社の格付けは概ねA以上であり*1、保険会社の財政悪化に係る手数料体系または手数料率の変更の発生可能性は低いと考えられます。
また、2016年の態勢整備義務導入*2以降、保険会社各社は業務品質に関する評価を軸に手数料体系の変更を進めておりますが、その動きも一巡しております。
当該事項が万が一発生した場合、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。

現状の仲介業者の多くは縦割りの業態の下で単一商品を取り扱っております。当社グループのように業横断的なサービス提供を開始するにあたっては、多岐に渡る規制法等を遵守するようコンプライアンス体制を構築する必要があるなど相応の経営基盤が必要となると考えられるため、当社グループのような業態（現行の規制法の下での業横断的なサービス提供）が今後加速的に増えることに対する蓋然性は低いものと考えております（尚、2023年3月末時点で当社の他に12社存在しておりますが*3、いずれも主要顧客層や営業圏等の観点で現状において直接的な競合関係にはないものと考えております）。
また、銀行（窓口販売）は保険・証券・住宅ローンを提供しておりますが、保険及び証券についてはリタイアメント世代及びリタイアメント準備世代が主要顧客であると考えられ、資産形成段階にあるファミリー層が主要顧客である当社グループとは、現状において直接的な競合関係にはないものと考えております。
尚、2021年11月に創設された金融サービス仲介業に参画する企業の増加等により、Fintech企業を中心に業横断的なサービス提供が進む可能性があり、ソリューションの広範さの点で当社の競合が増える可能性があります。金融サービス仲介業者が取り扱える商品は、特に生命保険の領域で限定されております。
2023年3月末時点での金融サービス仲介業登録者数が6者であることもあり、以上の競合が直ちに当社グループの脅威となる可能性は低いと考えておりますが、何等かの事由により当社グループのサービスに対する支持が相対的に低下した場合、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。

対応策

生命保険以外の商品の提案力強化等により、多角化することで対応してまいります。
また、業務品質の向上及びコンプライアンス体制の強化に係る取組により、保険会社との関係性の維持向上に努めてまいります。

当社グループでは顧客に対するライフプランニングの実施を価値提供の源泉としており、顧客のライフプラン上の課題やライフイベントに応じて業横断的に金融サービスをワンストップで提供することで他社との差別化を図ってまいります。

内容

■ 人材の確保及び育成について

当社グループの事業は、コンサルティングセールスを通して良質な金融サービスをより多くの方に届けることが本質であり、価値提供にあたっては人材が大きな役割を果たします。そのため、優秀な人材の確保及び育成が重要であると考えております。また本紙記載の成長戦略の遂行にあたっては、一部専門的な知見を有する人材の確保も必要であると考えておりますが、何等かの事由で人材の確保及び育成が進まない可能性があります。

発生可能性の程度及び影響

採用市場の変化を捉えながら採用活動に取り組んでおり、過年度においても人員計画に大きな乖離は生じておりません。また、主にコンサルタントを中心とした育成についても、体系的なプログラムの導入及びデジタル化の推進をもとに効率的な育成を進めており、早期戦力化を実現しております。以上より、現時点では当該事項の発生可能性は低いと考えております。
専門的な知見を有する人材も含め、当該事項が万が一発生した場合、成長の実現に重要な影響を与える他、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。

対応策

今後も採用市場の変化を捉えながら採用手法の多様化を進めることで候補者との接点拡大を図ると同時に、育成機会の多様化・均等化を図ってまいります。

*1：株式会社日本格付研究所、株式会社格付投資情報センターのホームページより（2023年3月末現在）

*2：態勢整備義務：代理店に対し、意向把握義務対応及び比較推奨販売に係る情報提供義務対応が課されました

*3：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／2021年度代理店統計、一般社団法人生命保険協会／2022年版生命保険の動向より当社集計

その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照下さい。

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。

本資料の開示について

本資料のアップデートは、年次決算後の毎年6月末を目途に開示を行う予定です。
尚、P52～P54に記載する当社グループの成長性を測る指標に関しては、進捗状況の説明として、四半期決算説明資料上で数値を開示する予定です。

■ IR問い合わせ先

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

TEL : 03-6687-1318