



BROAD-MINDED

ブロードマインドグループ

2025年3月期第3四半期決算説明資料

ブロードマインド株式会社

東証グロース:7343

Contents

01

25.03月期第3四半期 業績ハイライト

02

KPIの状況

03

業績予想に対する進捗・株主還元

Appendix

● 事業概要等

Executive Summary

第3四半期業績

売上高 : **3,764**百万円 (前年同期比+16.2%)



- 今期採用した新卒コンサルタント30名強が稼働を開始。また、3Qも引き続き一時払保険を中心とした貯蓄性商品の販売も好調であることも受け、生命保険手数料が13.3%増収。
- 資産形成ニーズの高まりを受け、金融商品仲介手数料も引き続き好調であり、クロスセル売上も17.8%増収。

▶ **コンサルティングサービス関連の売上高が前年同期比13.8%成長（中期経営計画で見据えている売上高成長に対し概ねオントラックで進捗）。**

営業利益 : **192**百万円 (前年同期比△54.1%)



- 組織拡大による人件費増加のほか、本社オフィス移転に係る販管費（主に大型の消耗品費）が2Qに多く発生。

Executive Summary

業績予想に対する進捗

- ①生命保険販売のポートフォリオが当初想定と異なり、加算手数料が弱含んでいる点 ②マネプロショップ（旧セブン・保険ショップ／2024年2月に事業譲受）の売上高および各段階利益が想定よりも軟調に推移している点 ③2Qおよび3Qに予定していた不動産開発案件が4Qにずれ込んだ等の影響もあり、業績予想に対しては売上高・各段階利益ともビハインドしている状況。
 - 他方でKPIである**新規相談受付・顧客獲得状況・生産性指標は引き続き堅調であり、事業基盤については問題なし。**
 - 追加施策として、営業効率の高い既契約者向けの再販アプローチを強化。**営業部門およびコールセンター部門のリソースを充当しながら組織的に実施。
- ▶ 厳しい状況ではあるが、**追加施策の成果が出始めていることもあり、通期業績予想は変更なし。**

株主還元

- 通期業績予想の据え置きに伴い、期末配当予想についても1株あたり80円から変更なし。

01 業績ハイライト



サマリー

売上高は引き続き過去最高ペースで推移。主要KPIである新規相談受付件数も堅調に推移しているほか、生産性指標も高水準を維持し、トップラインの成長を支えている。営業利益以下の段階利益はオフィス移転等の影響を背景に減益。

売上高

3,764 百万円

前年同期比 **+16.2%**

第3四半期
累計
過去最高

営業利益

192 百万円

前年同期比 **△54.1%**

経常利益

218 百万円

前年同期比 **△50.0%**

新規相談受付件数

18,440 世帯*

前年同期比 **+3.2%**

オンライン・訪問営業組織での生産性指標

240 千円

前年同期比 **△4.4%**

注：社外（他代理店）への供給分は含めず

連結損益計算書

引き続き資産形成商品の販売が好調であることを背景に生保手数料の増収が寄与したほか、クロスセル売上（損保手数料や金融商品仲介手数料、住宅ローン）も二桁増収。予定していた不動産開発・販売が4Qにずれ込むも**15%以上の増収を実現**。

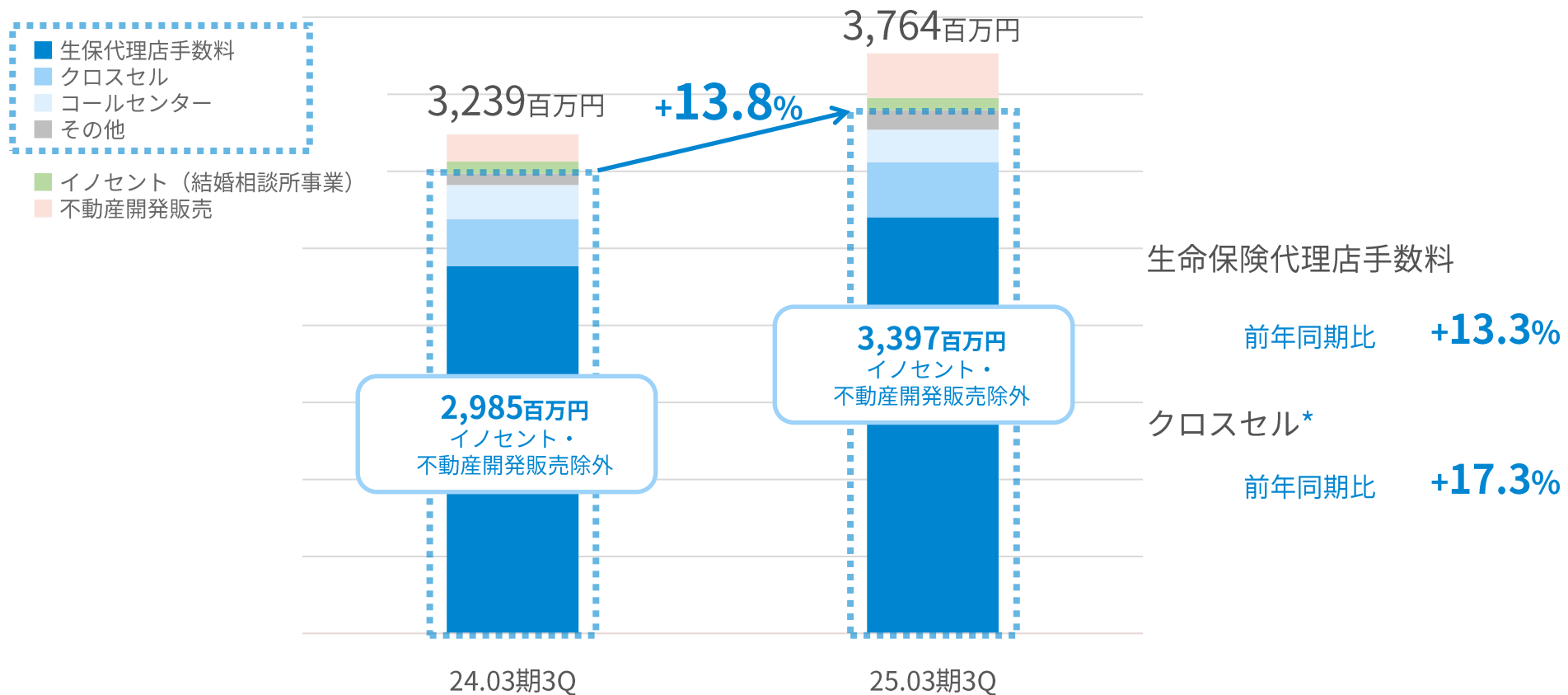
単位：百万円	24.03期第3四半期		25.03期第3四半期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	3,239	100.0%	3,764	100.0%	+16.2%
売上原価	138	4.3%	262	7.0%	+89.3%
売上総利益	3,101	95.7%	3,502	93.0%	+12.9%
販売費及び一般管理費	2,682	82.8%	3,309	87.9%	+23.4%
営業利益	418	12.9%	192	5.1%	△54.1%
経常利益	437	13.5%	218	5.8%	△50.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	279	8.6%	49	1.3%	△82.4%

- ・組織拡大による人件費増加
- ・本社オフィス移転に関する費用発生（大型の消耗品費は2Qで一巡）

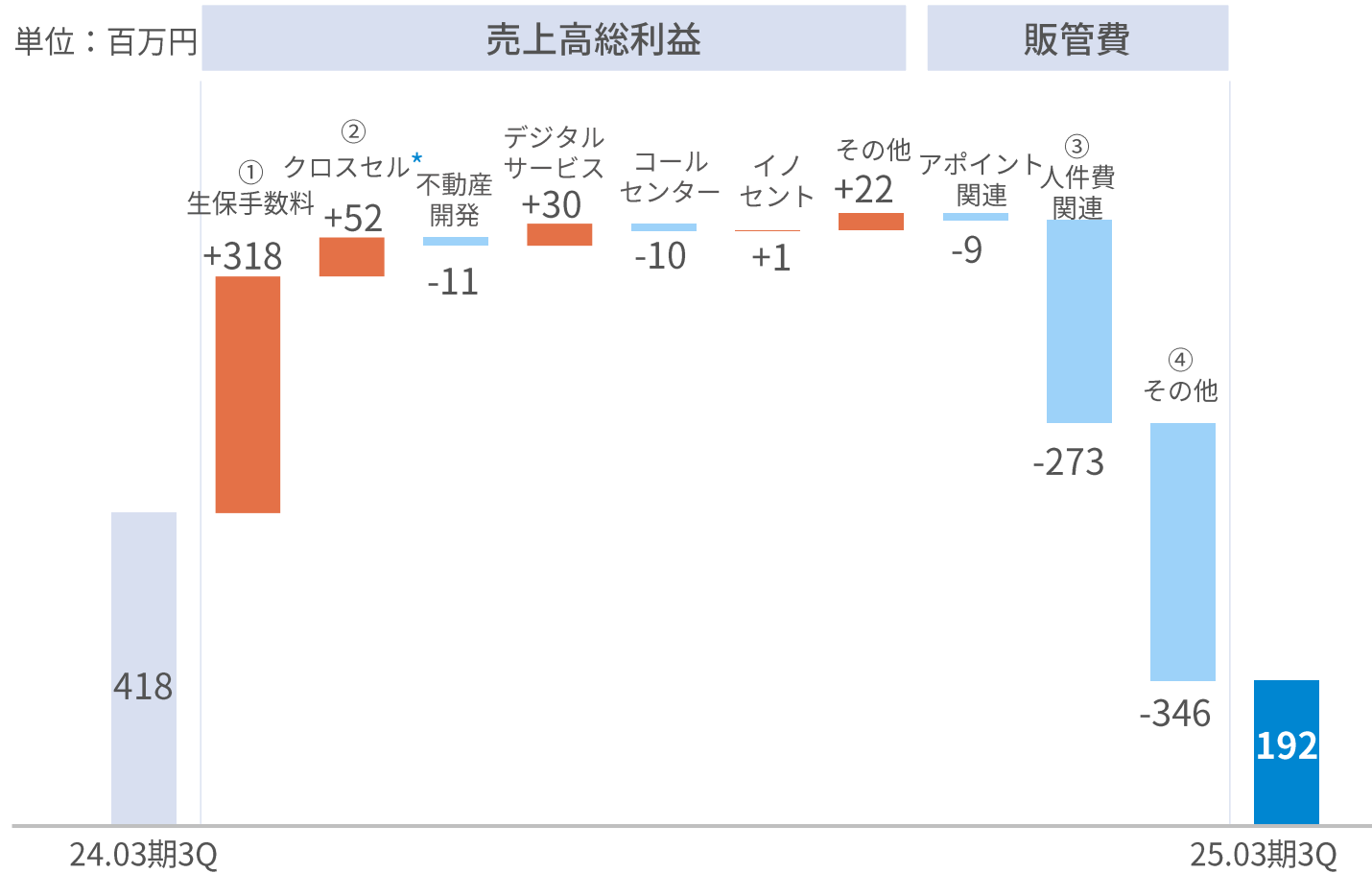
本社オフィス移転に関する特別損失が発生

【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売上高も**二桁成長を維持**。当社グループの主力事業についても、**中期経営計画で見据えている売上高成長に対し概ねオントラックで進捗**。



営業利益増減要因*



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

売上高総利益関連

- ①引き続き一時払いを中心とした外貨建保険のほか、変額保険の販売が好調
4月入社新卒コンサルタントが稼働開始
- ②預かり資産増加等による金融商品手数料の増加のほか、損保、住宅ローンも堅調

販管費関連

- ③前期に続き、新卒を中心としたコンサルタント組織を拡大
- ④本社オフィス移転に係る費用発生
旧セブン保険ショップののれん償却費用も計上



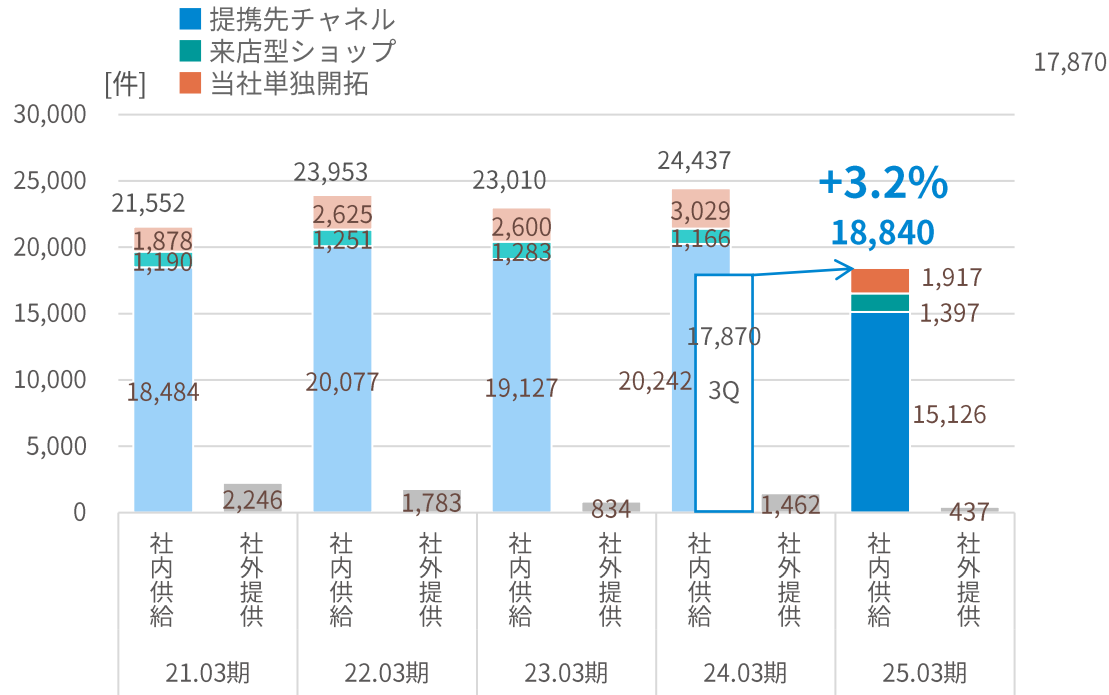
02

KPIの状況

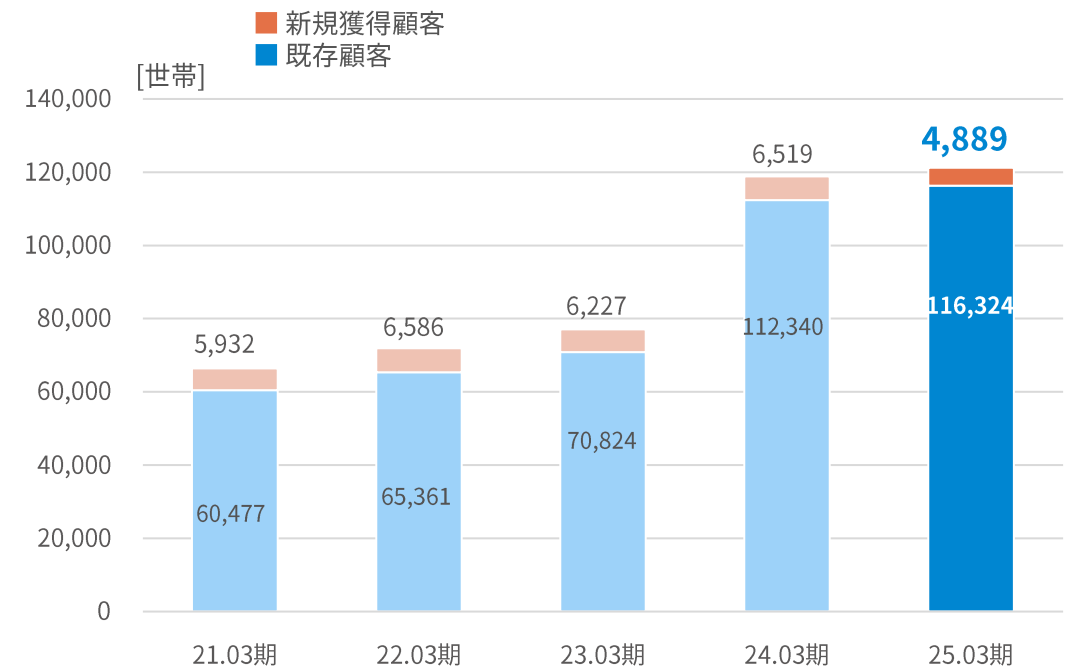
KPIの状況

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）・新規顧客獲得数共に過去最高ペースで推移。**

新規相談受付件数



新規顧客獲得数・保有顧客数

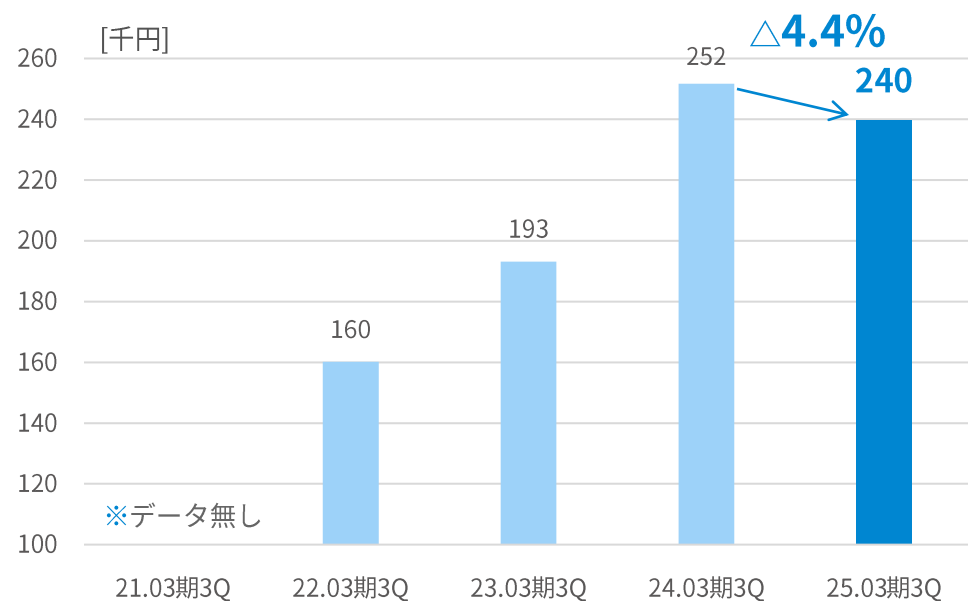


KPIの状況

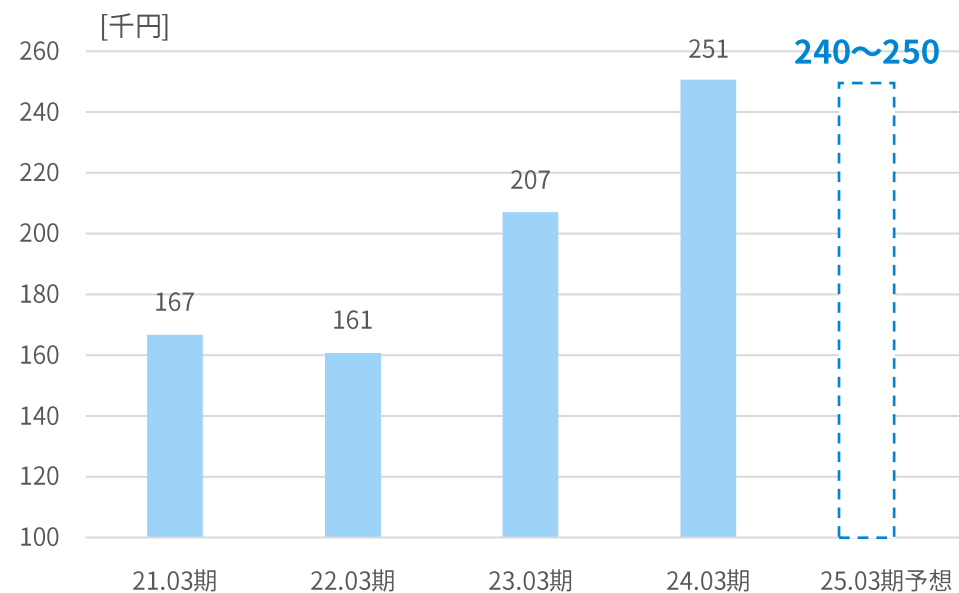
前年同期比は若干マイナスとなるも、30名強の新卒コンサルタントの稼働が開始した中で**200千円以上の高水準を維持しながら堅調に推移**。

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）

■ 第3四半期比較



■ 通期比較（予想）



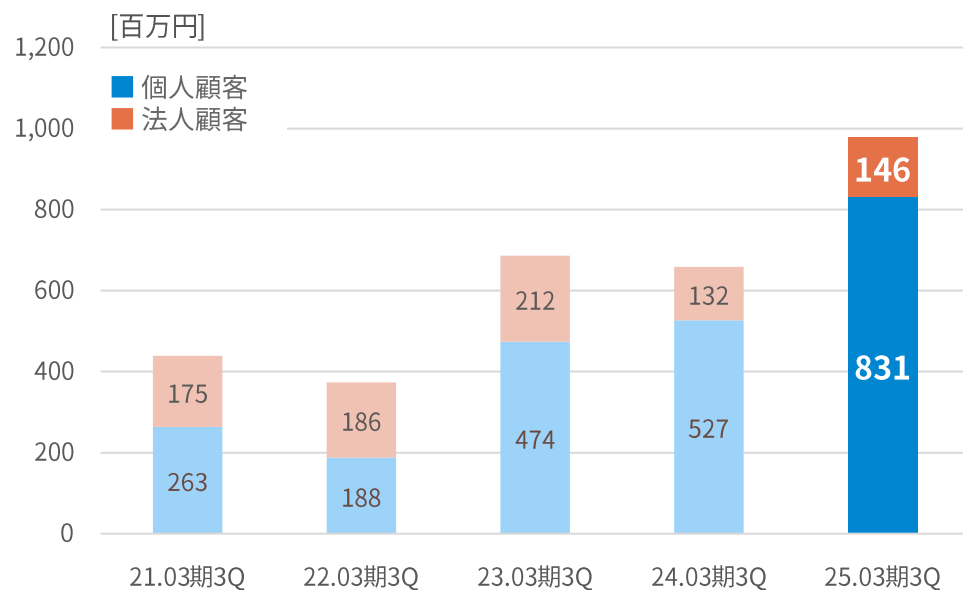
注：ANP…年換算保険料

KPIの状況

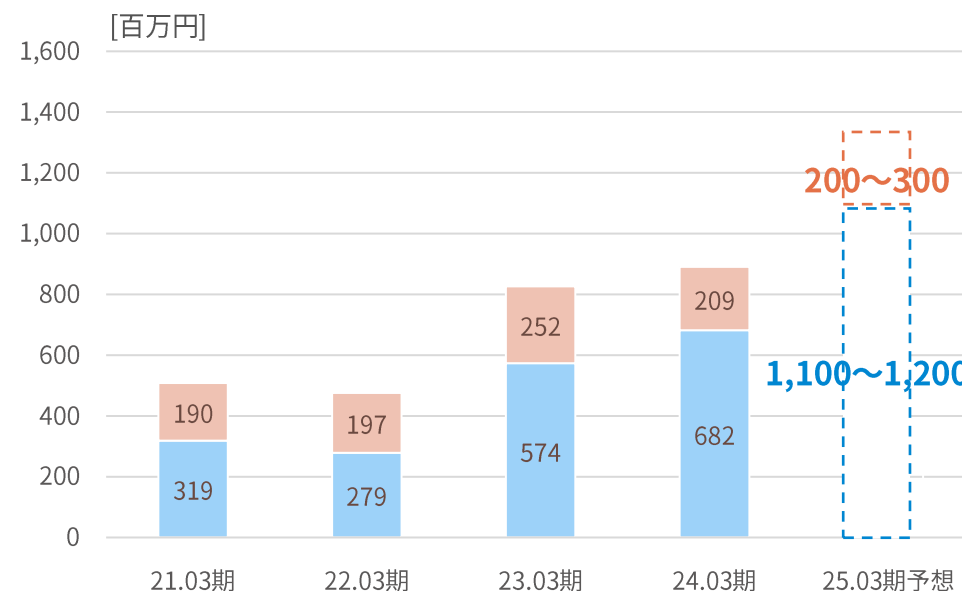
個人向けの貯蓄性商品の追販が引き続き好調であり、3Q時点で過去最高に。業績予想に対するキャッチアップに向けた追加施策として注力している領域であり、4Qも伸展が見込まれる。

追加契約売上高*

■ 第3四半期比較



■ 通期比較 (予想)

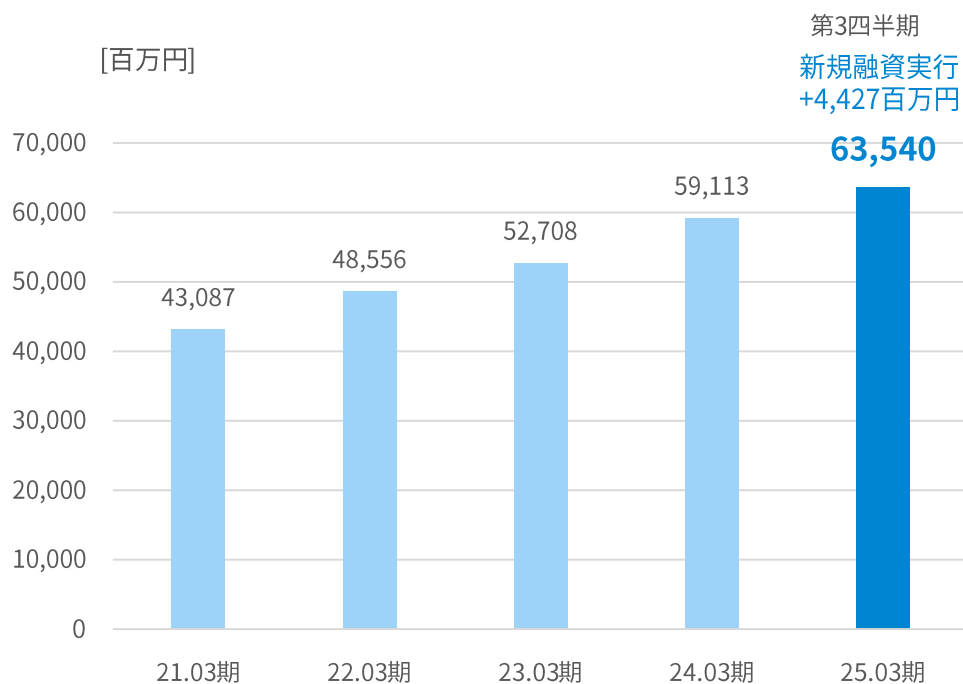


注：初回契約時から1年超経過した顧客からの追加売上を計上

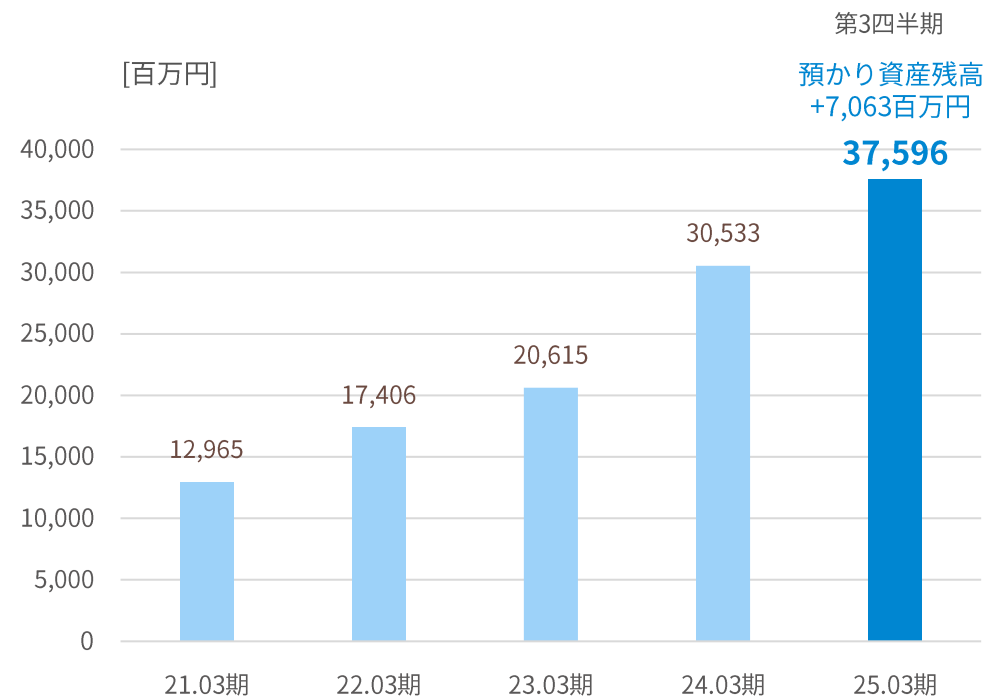
KPIの状況

資産運用・投資に対する関心は引き続き高く、当社が仲介する金融商品預かり資産残高の伸びは前期に近い水準。住宅ローンについても金利上昇局面にある中で堅調。融資実行残高が600億円を突破。

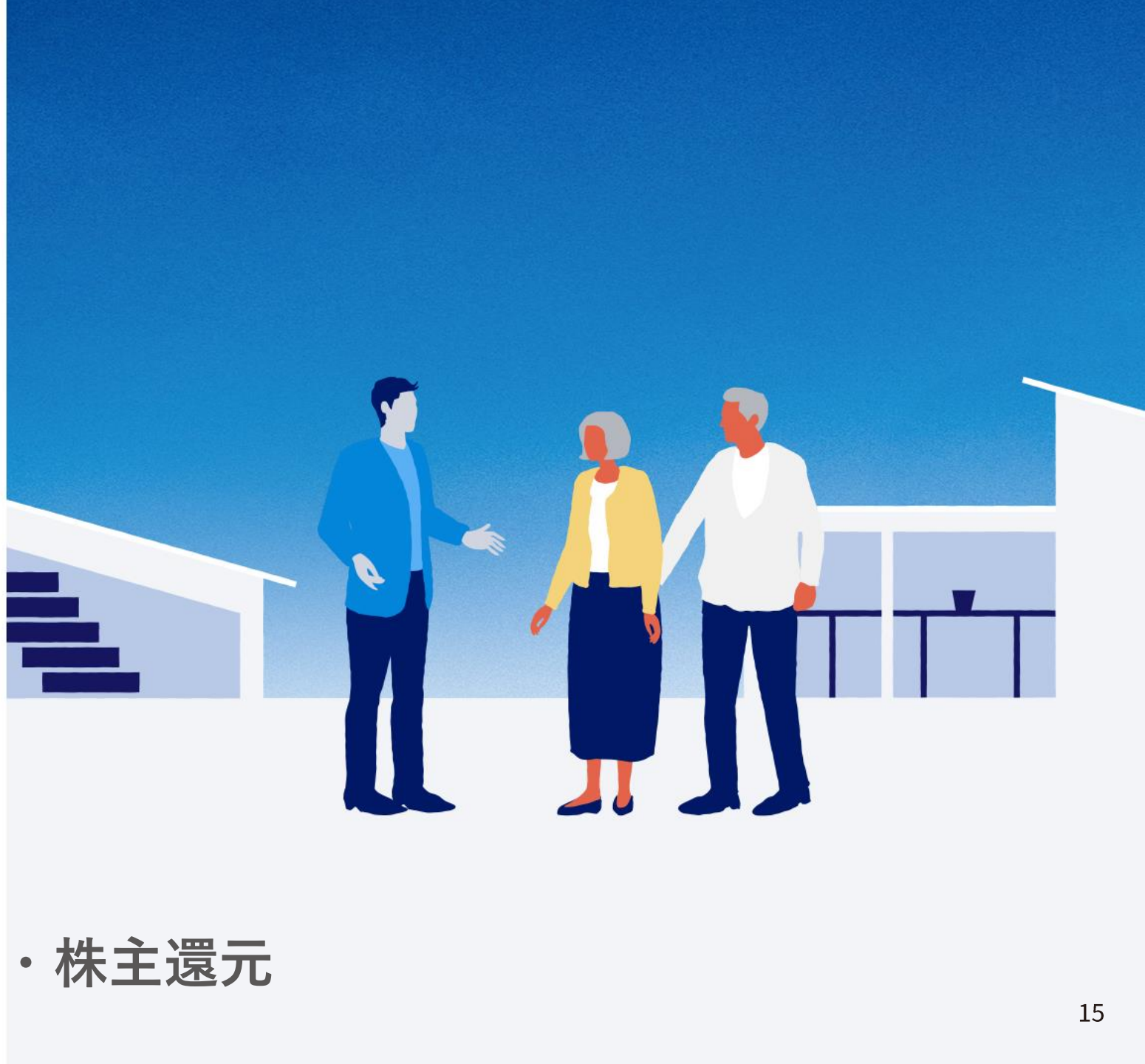
住宅ローン融資実行残高



当社が仲介する金融商品預かり資産残高*



注：一般的には顧客数に応じて増加するが、投資対象の証券を時価評価で計上しているため、市場の影響を受ける

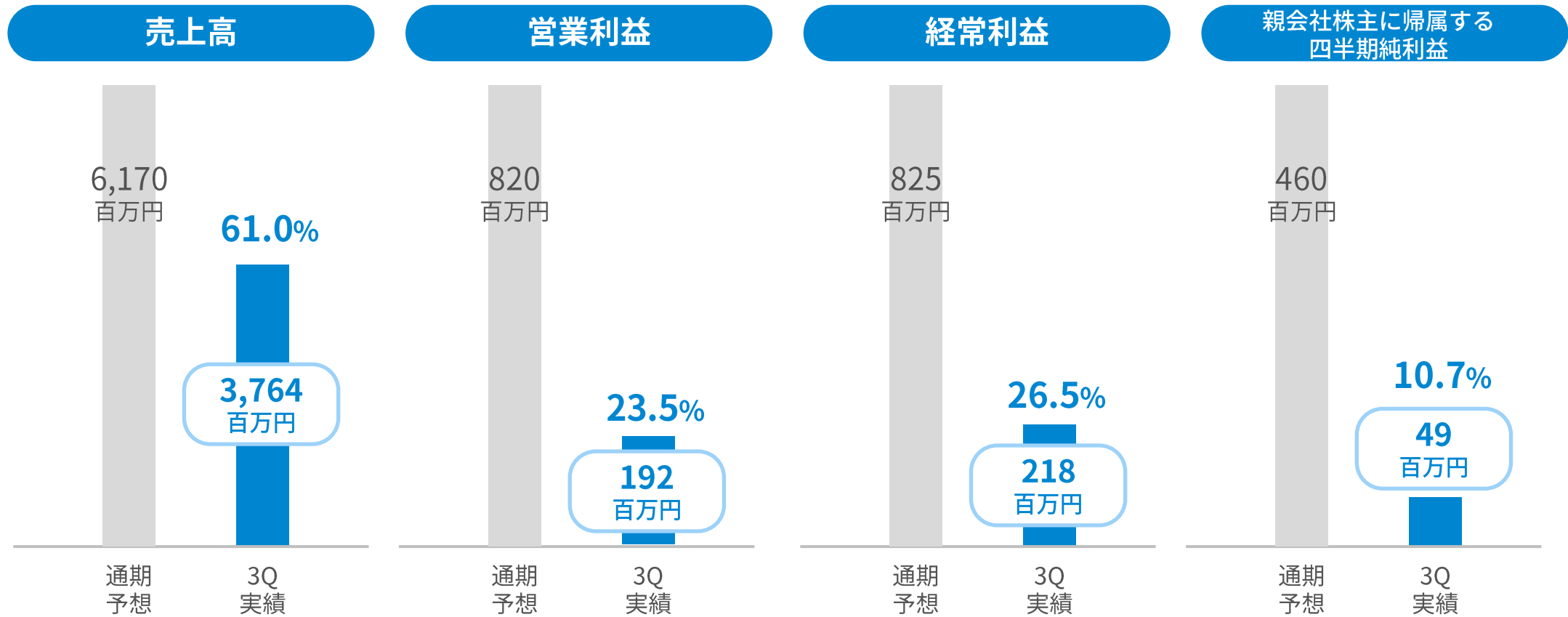


03

業績予想に対する進捗・株主還元

業績予想に対する進捗

各段階利益が業績予想に対して大きくビハインドしている状況。

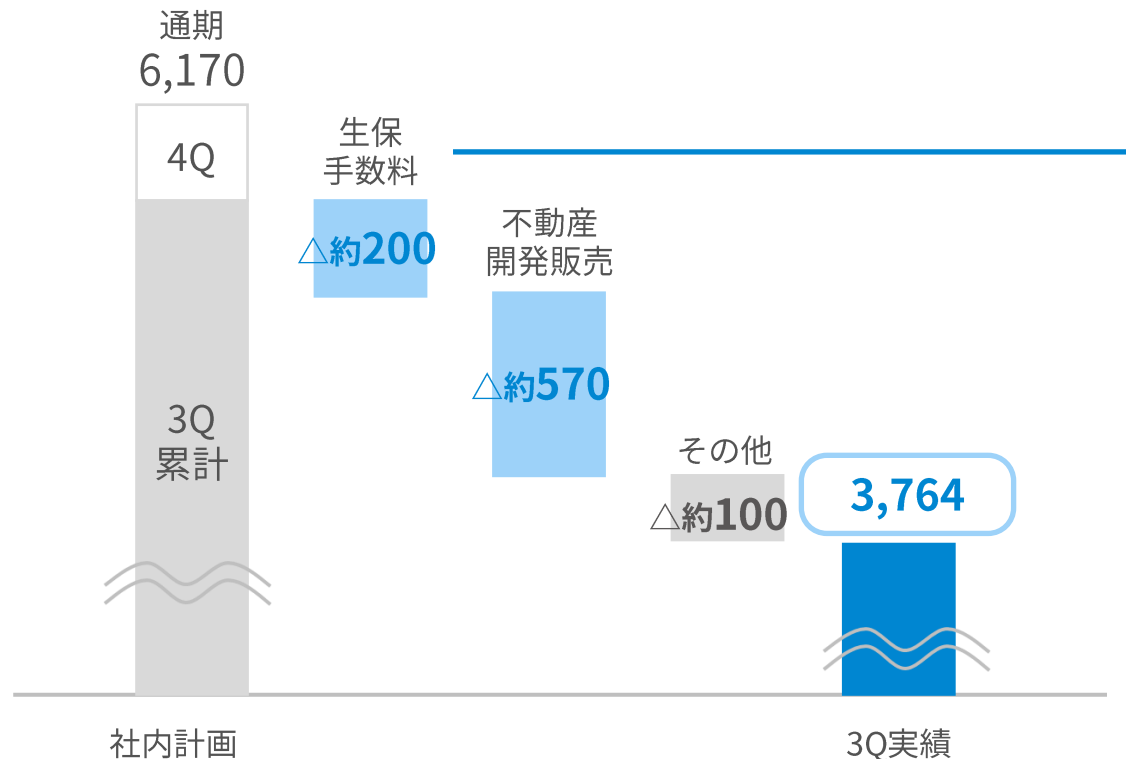


主な業績予想との乖離要因

生保手数料については、外部環境の変化：円安および米国債（10年債）金利の高止まりを背景に、生命保険の販売環境が期初想定からやや異なる様相を呈している。マネプロショップ（旧セブン保険ショップ／2024年2月に事業譲受）の運営も軟調。

売上高

単位：百万円



解約に伴う戻入増加

円安により保険料負担が増加。外貨建保険の解約が進む

▶ 影響：△約200百万円

加算手数料軟調

米国債金利の高止まりにより一時払保険の販売が好調。他方で業務品質に連動した加算手数料が弱含む（一時払保険は基本的に加算手数料が生じない）

▶ 影響：△約100百万円

マネプロショップ軟調

成約率・単価は堅調な一方で新規来店者数が軟調。加えて事業譲受時に移管された契約からの継続手数料が当初想定よりも少ない状況が続く

▶ 影響：△約80百万円

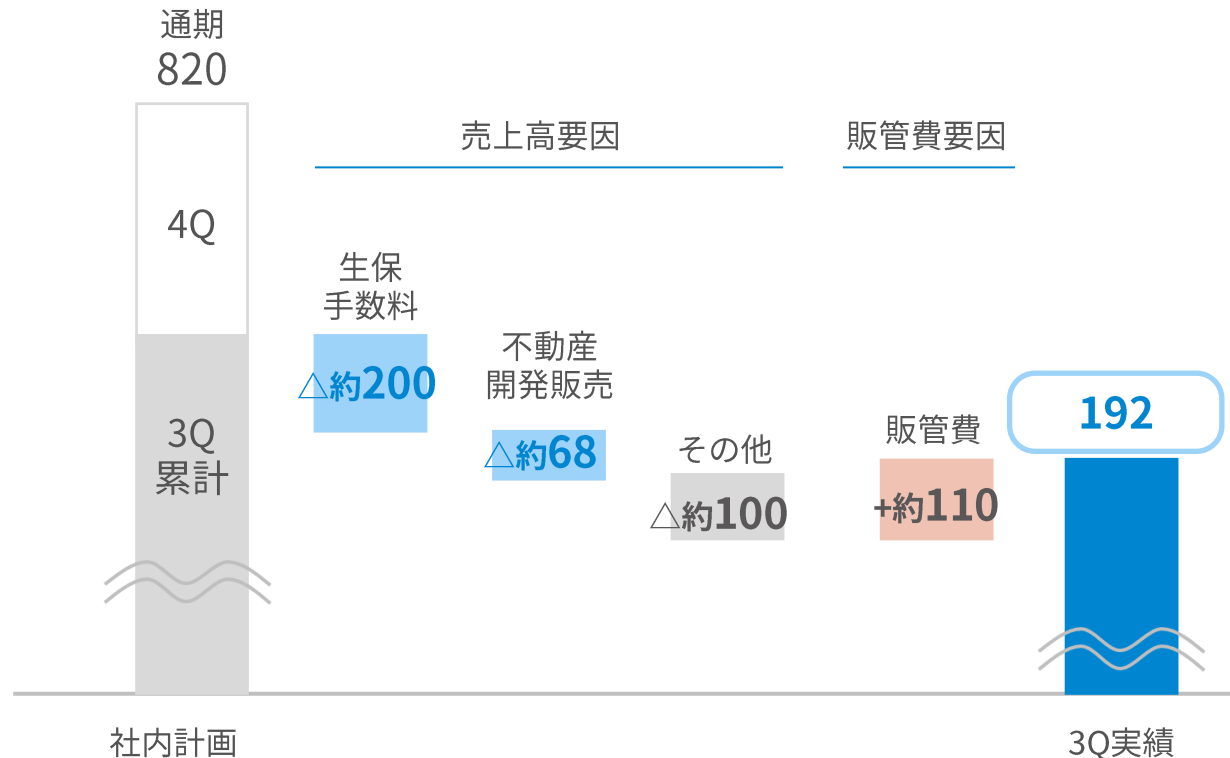
不動産開発販売の期ずれ 2Q・3Qに予定していた2案件が4Qにずれ込む

主な業績予想との乖離要因

生命保険を含む金融商品の販売については原価が生じないビジネスであり、売上高のビハインド分がそのまま営業利益に影響。不動産開発販売のずれ込みの影響は営業利益ベースでは圧縮されるものの、乖離要因として一定影響。

営業利益

単位：百万円



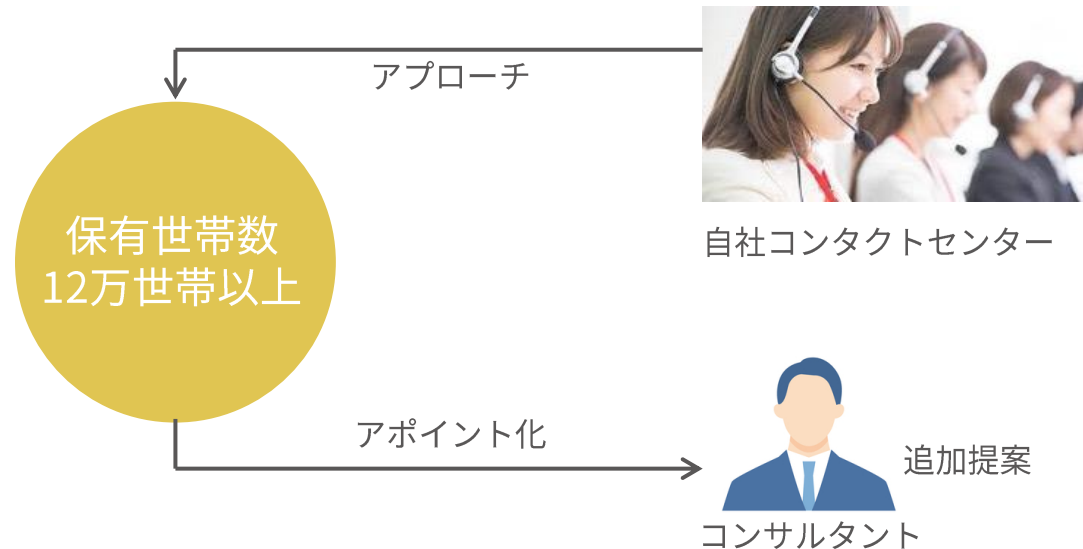
- 生保手数料・その他の売上高のビハインド分はそのまま営業利益に影響
- 不動産開発販売は原価が生じるビジネスであり、4Qにずれ込んだ分は原価が発生していない
▶ 営業利益への影響は△約68百万円

乖離要因を中心とした今後の見通し

今期4Qの見通し

- 不動産開発販売： 4Qにずれ込んだ2案件について、**1件は2025年2月の引き渡しが決定期。1件は売買契約が完了し、3月中の引き渡しが決定期。**なお、4Qに予定した1件についても3月中の引き渡しが決定期しており、通期の業績においては影響なし。
- 生保手数料： 外貨建て保険の解約は一巡。平準払いの生命保険契約のシェアは漸増するも、3Qまでの加算手数料の乖離影響をカバーするには至らない見通し。

追加施策として、営業効率の高い既契約者向けの再販アプローチを強化。営業部門およびコールセンター部門のリソースを充当しながら組織的に実施することでキャッチアップを進めている段階。

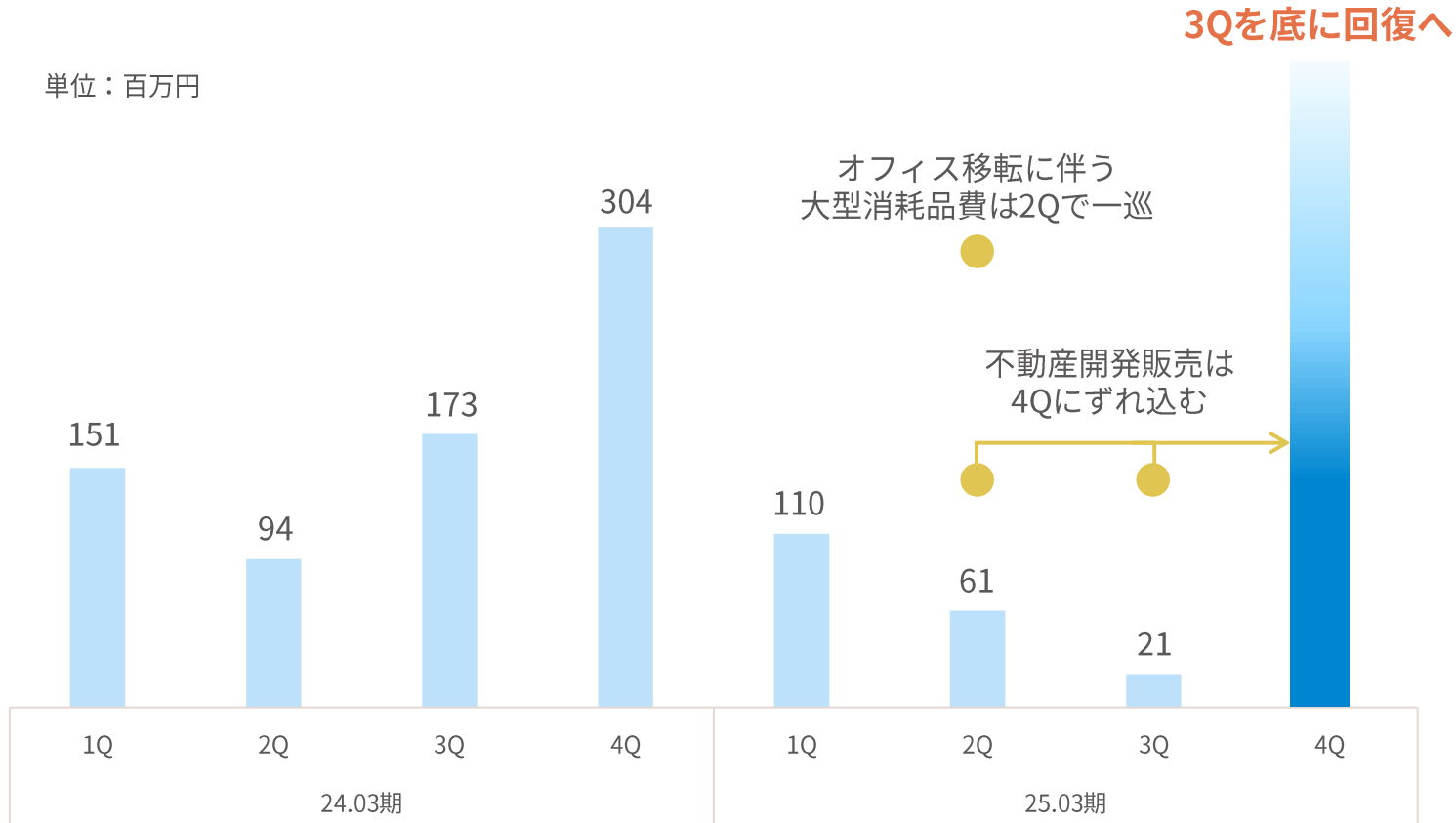


高単価な貯蓄性保険を中心に
少ない面談回数で成約

乖離要因を中心とした今後の見通し

今期営業利益推移見通し

単位：百万円



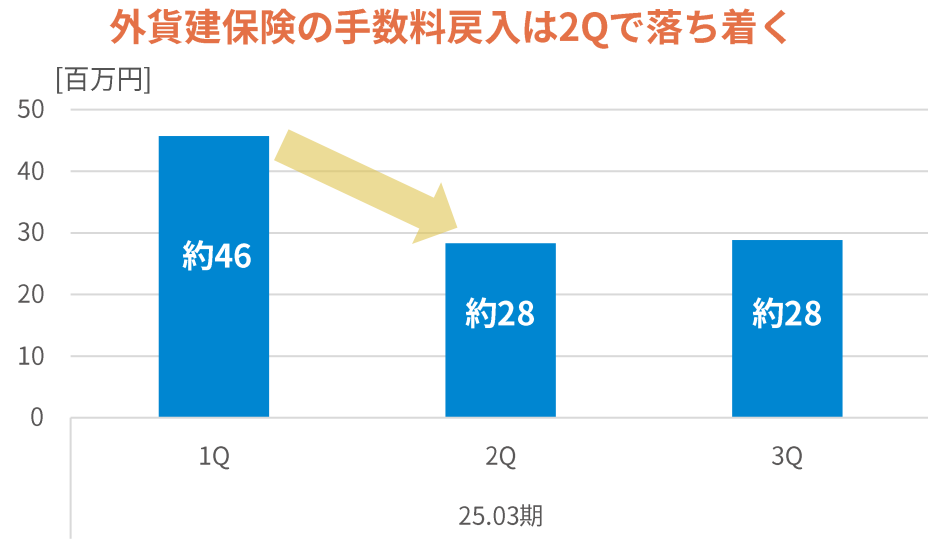
回復要因

- 3Qに稼働を開始した新卒コンサルタントの戦力化に伴う**生産性の向上**
- **利益率の高い**既契約者向けの再販アプローチの強化

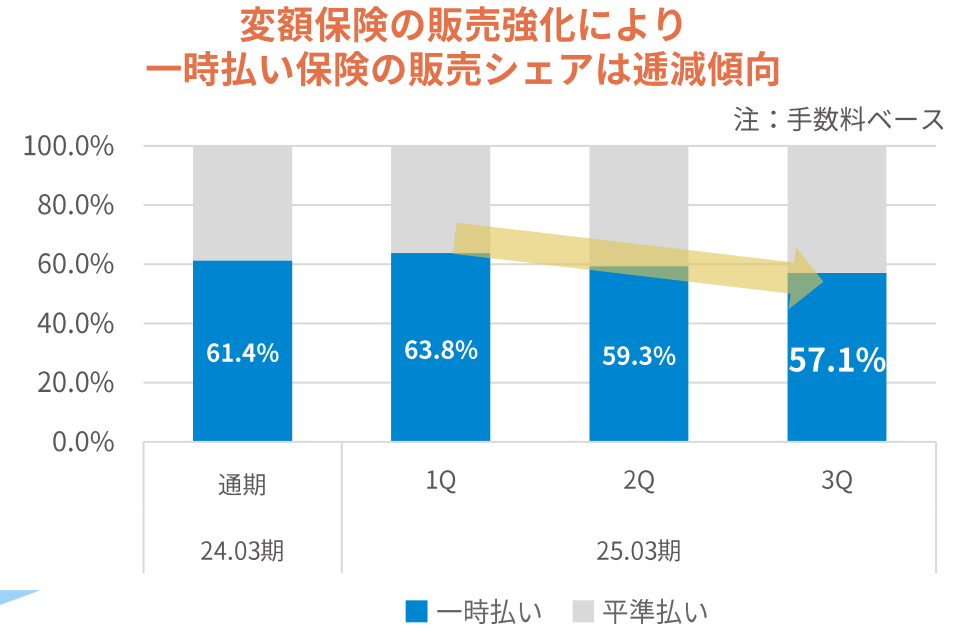
乖離要因を中心とした今後の見通し

来期の見通し

- 外貨建保険の解約に伴う戻入額推移



- 生保全体に占める一時払保険の販売シェア動向



**マクロ経済環境の動向は注意を要するものの
今期生じていた生保手数料の下押し要因は一定緩和されるものと予測**

乖離要因を中心とした今後の見通し

- マネプロショップの状況

新規来店者数

来店型保険ショップ業界全体で新規来店者数が伸び悩む中で、マネプロショップも苦戦。**新規来店者の状況については、来期も大きく様相は変わらないものと予想。**

一方でショップスタッフの稼働を最大化させるため、オンライン営業組織向けに限定していたアポイントをマネプロショップにも提供を開始する方向。来店とオンラインのハイブリット対応により、営業効率の向上を図る。

世帯契約単価

教育プログラムの提供を軸としたトレーニングにより、**一時払保険を中心とした高単価な貯蓄性保険の販売が伸びている。**新規来店者数が軟調な中で生産性の高さが支えている状況。

今後はライフプランニングのスキルアップを土台とした変額保険の販売強化に取り組む方向。

**事業譲受時に見据えていた利益成長に沿うよう
来期はショップ事業を利益体質に転換する初年度と据える方向**

株主還元

経営課題

中長期的な企業価値の向上

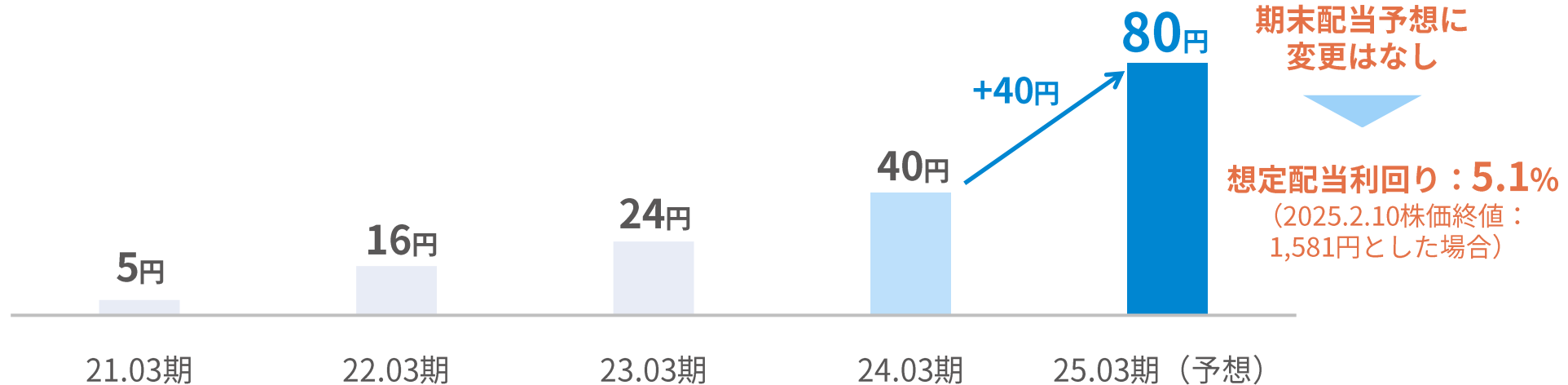


株主への適切な利益還元

配当方針

適切なキャッシュマネジメントを前提に、成長投資と積極還元を両立。
25.03期から27.03期までの3期間は**配当性向100%**を目指す。

配当方針（連結配当性向）



Appendix



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 小林 修介 社外監査役 座間 陽一郎 社外監査役 浅田 登志雄
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	6億3,620万円（2024年12月末現在）
従業員数	360名（2024年12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

2022年4月に理念体系をリニューアル。

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。

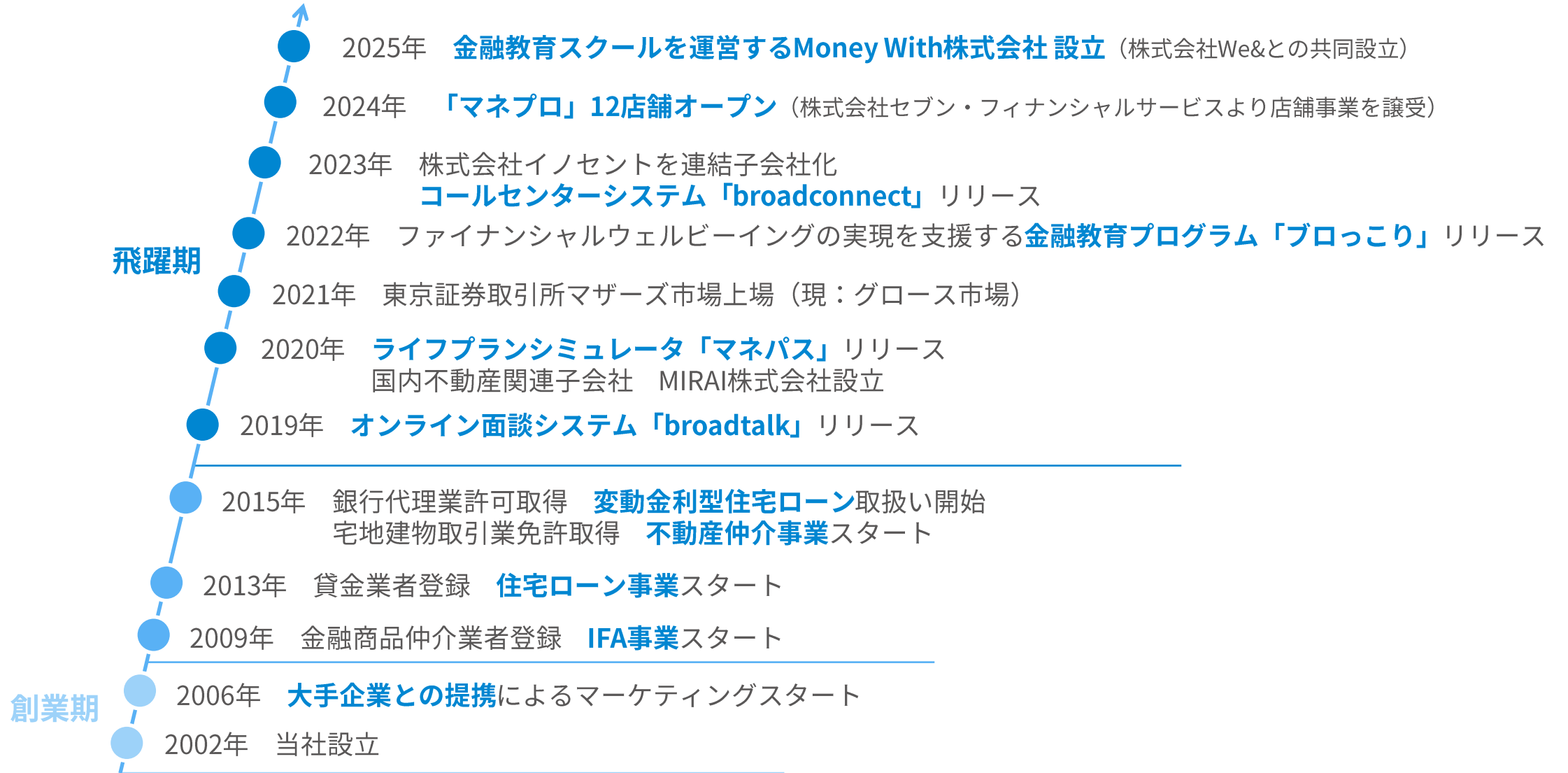
ミッション（ブロードマインドの使命）

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めること。
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。

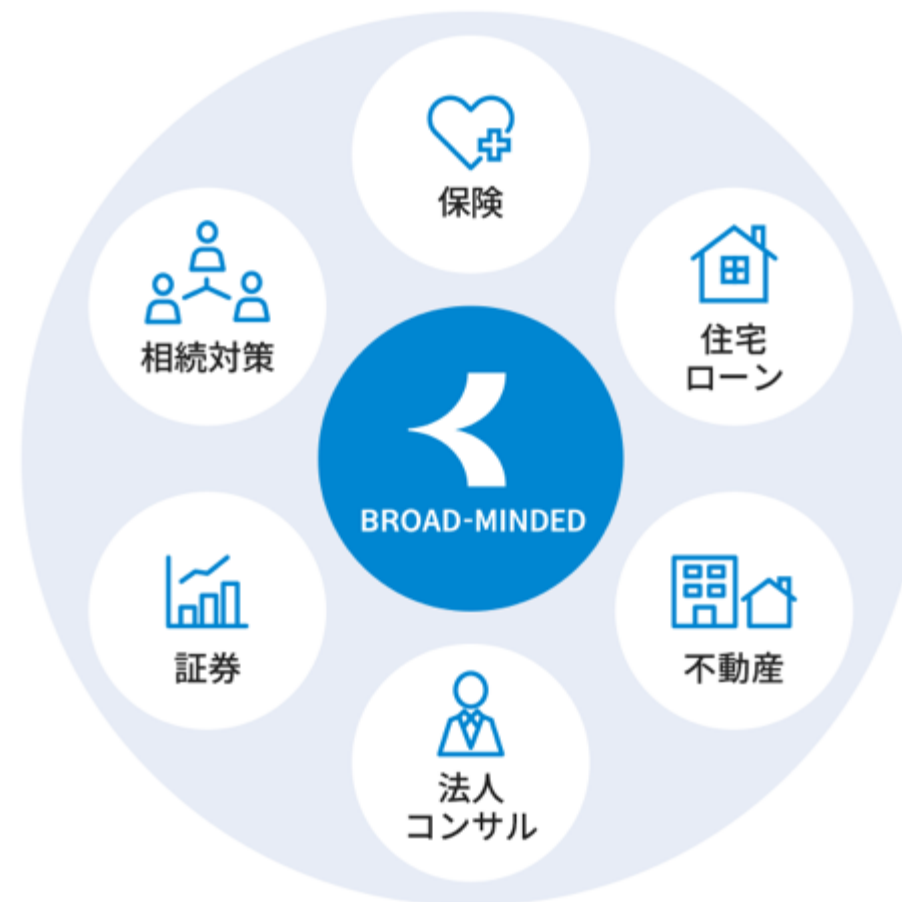
お客様のニーズ

- 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

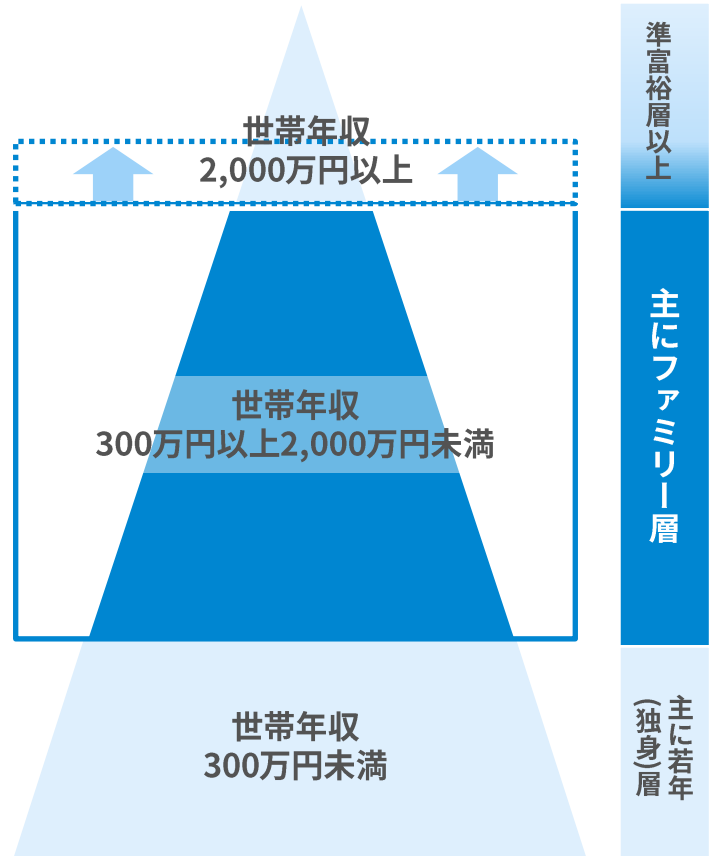
保険・証券・住宅ローンの全てで個別に登録・許可を得て仲介できる事業者は**国内で14者と希少**。(当社調べ/2024年12月末時点)



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/2023年度代理店統計、一般社団法人生命保険協会/2023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

複数商品を提供

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

銀行（窓口販売）
金融サービス仲介業者

ニーズが潜在

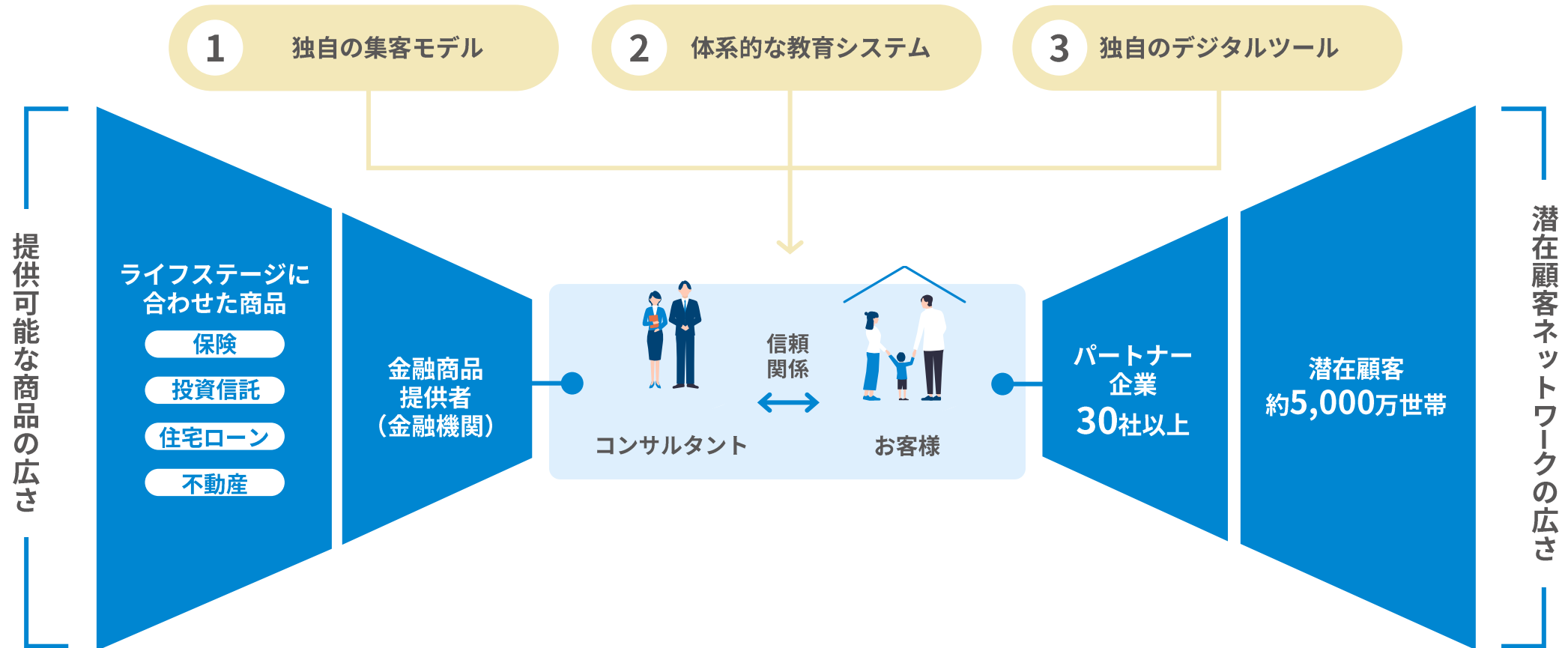
保険会社
（外交員チャネル）
訪問型保険代理店



当社は一般の方に寄り添う
『フィナンシャルパートナー』

競争力の源泉

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が競争力の源泉。**



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コンサルティングに注力できる環境を構築。

ブロードマインド

マーケティングを仕組み化することで、
安定的な事業成長が可能

当社提携パートナー数
30社以上

従来の保険代理店

営業社員自身による顧客獲得が必要であり、
属人化されたマーケティング

来客誘致
営業社員自身による
顧客開拓
▼
アポイント化

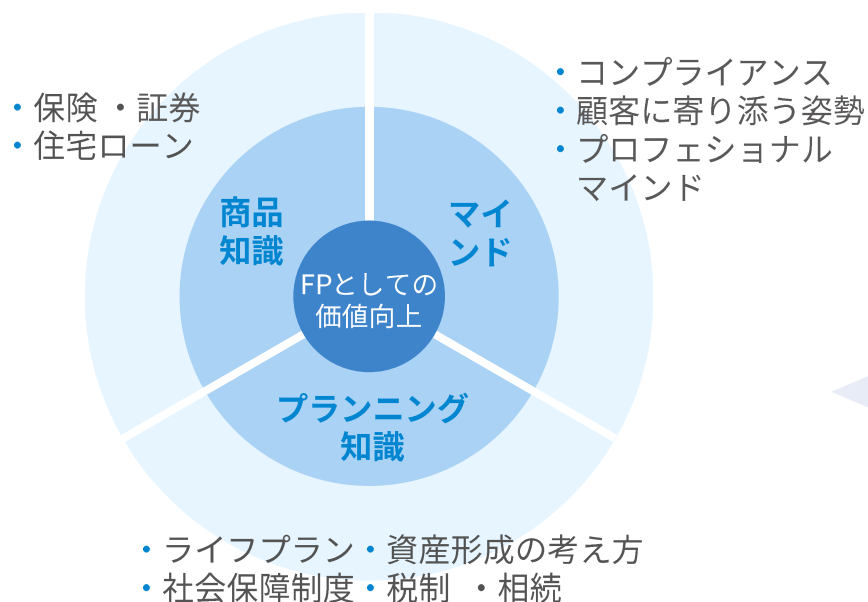


体系的な教育システム

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

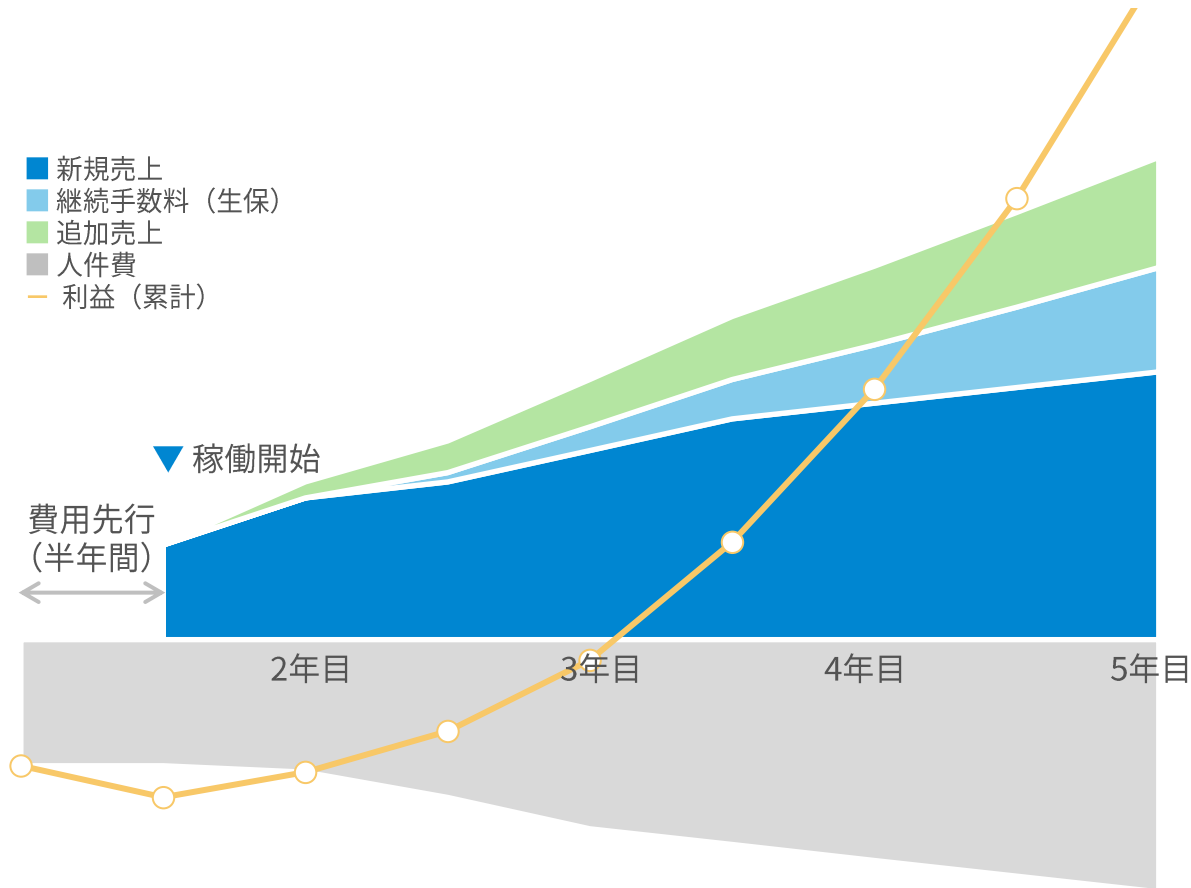
フォローアップ

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

コンサルタントの利益貢献 - 当社ならではの無形資産の活用 -



顧客資産	<p>継続手数料・追加売上： 保有世帯数の積み上がりにより増加 ▶利益貢献のスピードを加速させる要因</p>
組織資産	<p>新規売上： 組織的なマーケティング×教育×カルチャー（教え合う文化）により持続的に成長</p>
人的資産	<p>人件費： 固定給制度が基本であり、成果に対する連動は緩やか</p>

生産性を高める独自のデジタルツール



オンライン面談システム



金融商品や不動産などの説明型商材のセールに最適



ライフプランシミュレーター



それぞれのライフプランに合わせた最適な金融ソリューションを提供



アフターフォローサービス



お客様とFPのコミュニケーションアプリ



新入社員の育成スピード向上にも貢献する「ブロードトーク」

ブロードトーク
broadtalk

全体の8割が
オンライン面談

ブロードトークの特徴

- BtoCセールスに特化したオンライン面談システム
- モニタリング機能も搭載。教育の効率化・コンプライアンスの強化に寄与

コロナ禍を契機に社内展開。
対面に近い相談環境を整備し、コンサルタントの
時間生産性が劇的に向上。

高品質なライフプランニングで潜在ニーズを喚起する「マネパス」



マネパスの特徴

- 保険設計と運用設計を同時に可能
- ライフプランデータはお客様とFPで共有

利用者（エンドユーザ）は30,000名を突破。 金融機関・金融サービス事業者向けに導入実績。引き合い多数であり、今後も外販を推進。

顧客LTVの向上を見据え接点をデジタル化 お客様とのコミュニケーションアプリ「FP Omusubi」

FP Omusubi



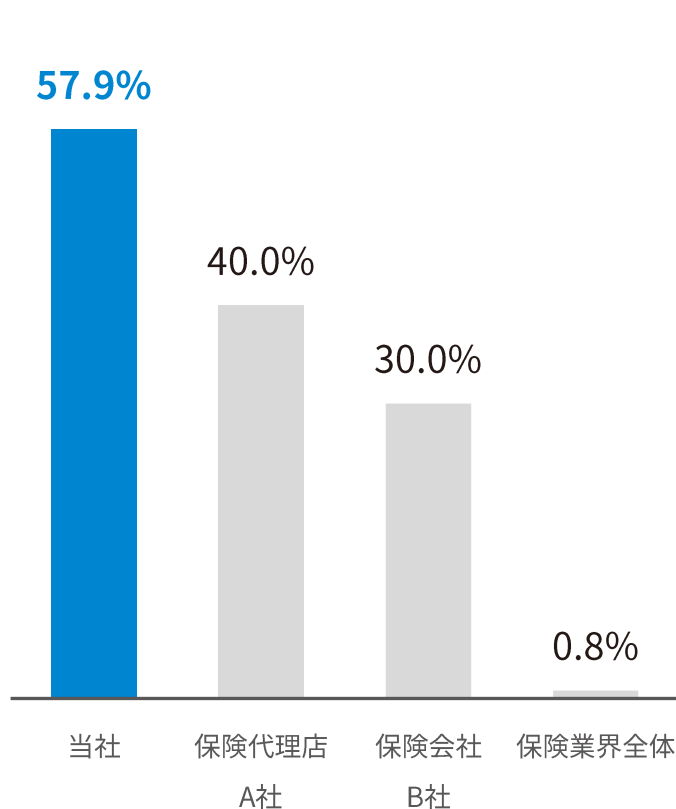
FP Omusubiの特徴

- 各種お手続きを効率化。当社からのご案内もスムーズに

顧客LTV向上のための機能も今後拡充予定。
お客様のご契約内容やライフプランに合わせた情報提供も積極化。

「仕組化」がコンサルタントの高い生産性に繋がっている

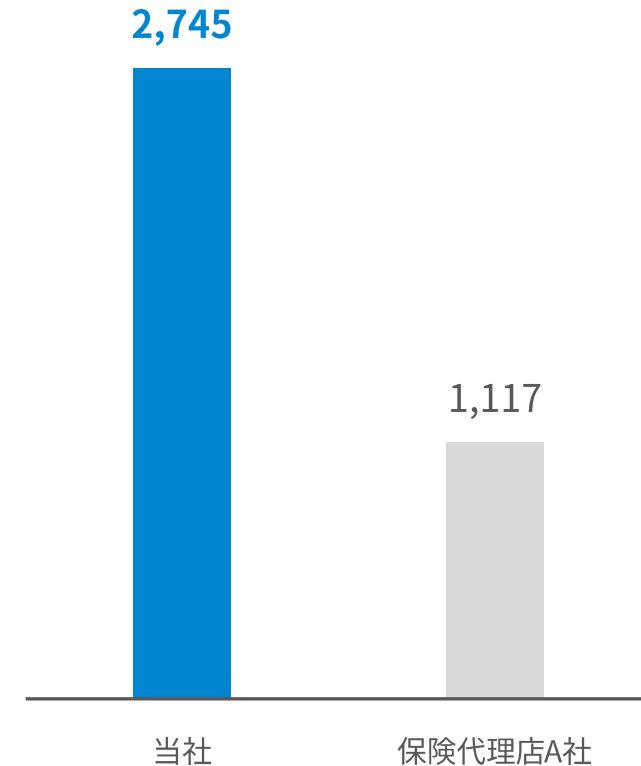
■ 営業社員に占めるMDRTの入会率※1



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。

■ 営業社員の年間獲得保険料 (単位：千円) ※2



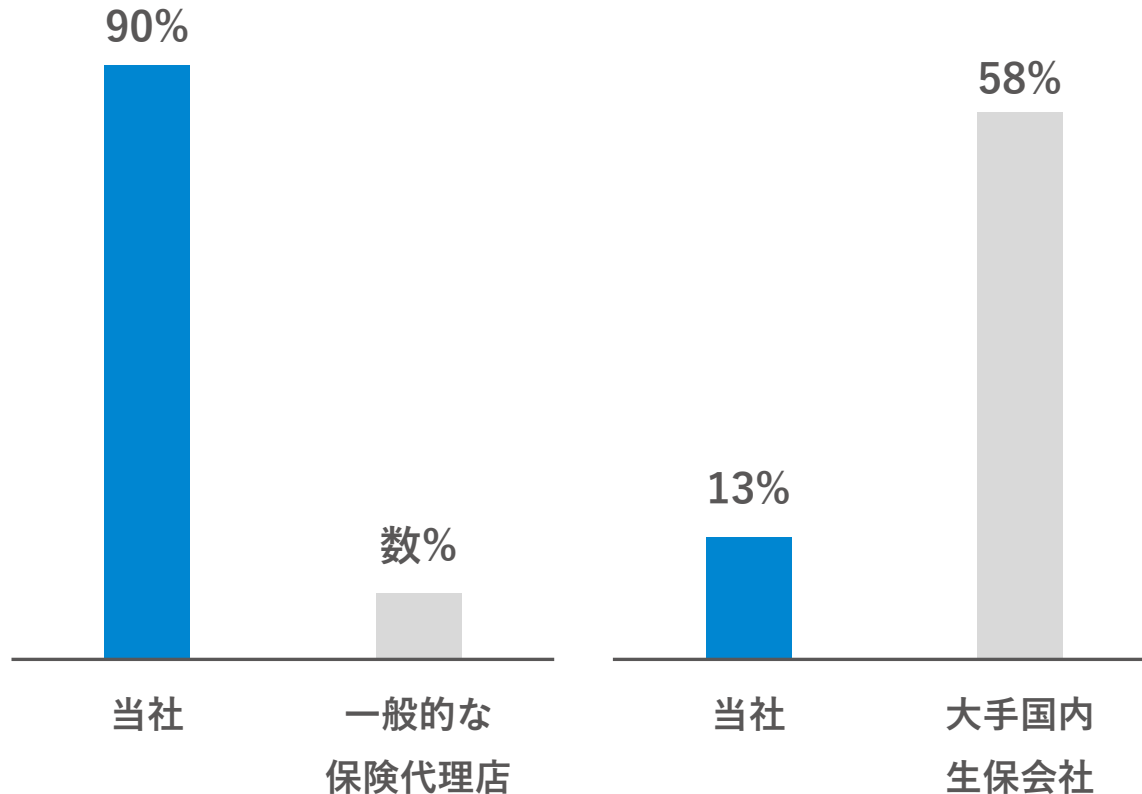
注1：当社：生保営業部門に所属する入社2年目以上（1年間通して営業活動する開始年次）のコンサルタントを対象に集計（2024年度）
 保険代理店A社：2023年度の公表資料から当社算出。保険会社B社：HP上で公表されている2023年度営業社員数並びにMDRT会員数から当社算出
 業界平均：MDRT日本会HPで公表されている2023年度MDRT会員数及び保険募集人数（出典：生命保険協会／生命保険の動向（2023年版））から当社算出

注2：当社：2023年度の新契約獲得保険料及び営業社員数より算出
 保険代理店A社：2022年度の公表資料より、年間獲得保険料及び営業社員数から当社算出

優秀な新卒の学生を採用・育成し、 チームで学び合う・教え合うことで高い定着率を実現

■ 営業採用における新卒比率※1

■ 営業社員の3年以内離職率※2



新卒採用を中心とする理由

- ・ 組織的なマーケティングと体系的な教育
- ・ 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

離職率が低い理由

- ・ 固定給制度
- ・ 組織カルチャー（チーム・仲間主義（分かち合う文化））
- ・ 採用プロセスに当社従業員も深く関わることで mismatches 防止

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：業界最大手の保険代理店（<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/>）

経営理念の浸透・組織文化も競争力の源泉の1つ

企業理念の浸透に向けた取組も実施。成果だけでなく、バリューの実践・行動にフォーカスして表彰。従業員のエンゲージメント向上に繋げている。

Broad-minded Consulting Award

- 営業成績と業務品質の双方に優れる営業社員を表彰

Broad-minded Award

- 高い成果に加えて、姿勢や行動にフォーカスし、個人・チーム・組織を表彰
- バリューを最も体現する社員を表彰する”Values Award“を全役職員からの他薦によって表彰



表彰を受け、
涙する社員の様子



個人だけでなく、
チームやプロジェクトを表彰

経営理念の浸透・組織文化も競争力の源泉の1つ

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。

従来の保険代理店

保険代理店

最適な生命保険の提供

個人主義（各人が成果を追い求める）

中途採用が中心

フルコミッション制度（変動大きい）

「保険募集人」としてのキャリアを継続

アイデンティティ

提供価値

組織文化

人的資産

ブロードマインド

金融サービス開発カンパニー

顧客のライフプランの実現

チーム・仲間主義（分かち合う文化）

新卒採用が中心（給与制度ともフィット）

高い定着率（安心して働ける環境）

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）

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問い合わせ先

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