

ブロードマインドグループ

2025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

Contents

- 01 25.03月期 業績ハイライト
- 02 KPIの状況
- 03 26.03月期 業績予想・株主還元
- 04 26.03月期 ビジネスピックアップ -新領域を中心に-

Appendix

- 事業概要等

経営者として本日お伝えしたいこと

- 25.03期は**前年同期比で増収減益**。当初の**業績予想から減収減益**となりました。
 - ・ 教育体制に一部課題があり、過年度採用した新卒の育成に遅れ
 - ・ マネプロシヨップ事業の不調
- 26.03期は**前年同期比で減収増益を予定**。主力事業が着実に回復し、**営業利益率は9.7%（前期比+1.1pt）に改善する見込み**です。
 - ・ 教育体制の拡充で課題に対処。25新卒も好スタートが切れる見込み
 - ・ マネプロシヨップ事業を売却予定
- 今期も配当性向100%を目指し、**期末配当は60円（18円増配）予定**。自社株買いも合わせて実施することで積極的な株主還元を実施してまいります。

Executive Summary

25.03期業績／前年対比

営業組織の拡大を軸に**増収を実現するも**、投資回収のスピードが遅れ**減益で着地**。

売上高 : **6,021**百万円

前年同期比 **+15.3%**



増収要因

- 営業組織の拡大
 - ・ 前期に続き新卒採用を強化。オンライン営業組織が拡大
 - ・ マネプロショップ（旧セブン保険ショップ）が本格稼働

営業利益 : **519**百万円

前年同期比 **△27.9%**



減益要因

- 業容拡大を見据えた職場環境の整備（本社オフィスの移転）
- マネプロショップの事業環境は想定以上に厳しい状況であり、初年度は赤字に
- 子会社の収益性が悪化
 - ・ MIRAI株式会社 ▶ 建材価格の高騰等による不動産開発案件の収益性悪化
 - ・ 株式会社イノセント ▶ 新規入会者数の苦戦による収益性悪化

Executive Summary

25.03期業績／業績予想との比較

当初業績予想に対して**売上で約1.5億円、営業利益で3.0億円ビハインドする形で着地。**

単位：百万円	25.03期 実績	業績予想		
		期初	実績差異	達成率
売上高	6,021	6,170	△148	97.6%
営業利益	519	820	△300	63.4%

25.03月下方修正

修正予想	実績差異	達成率
5,850	+171	102.9%
400	+119	129.8%

当初予想からの乖離要因

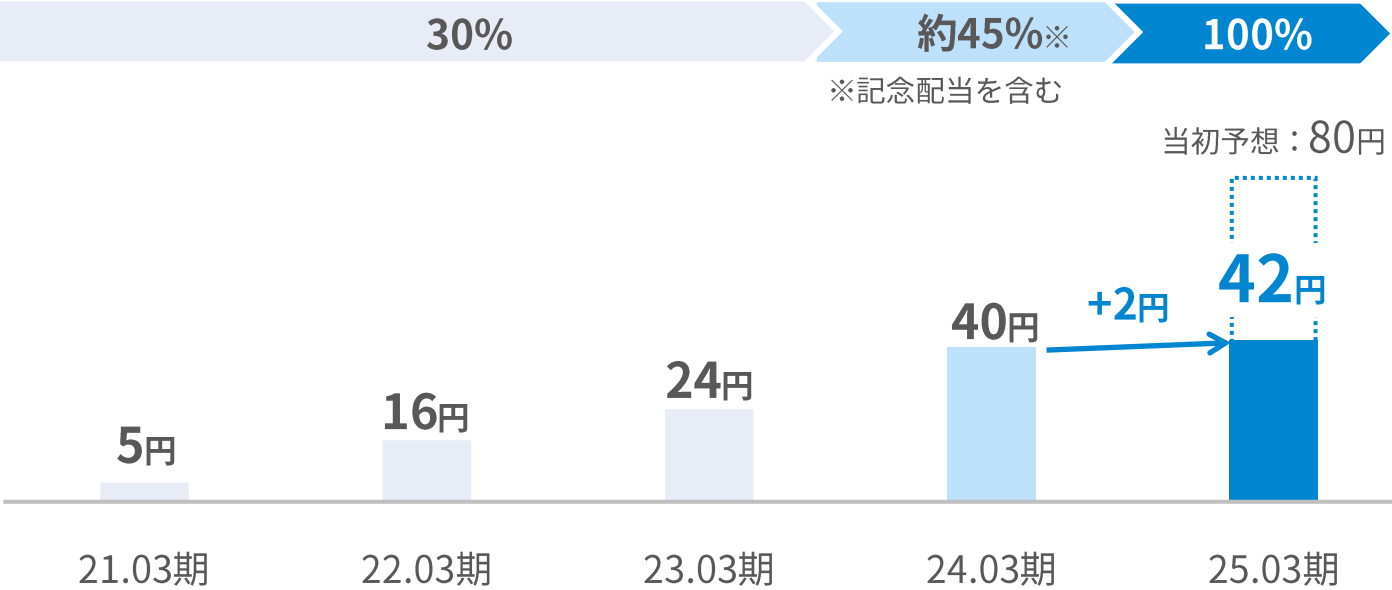
- **生保販売環境の変化**
 - ・一時払保険の販売好調の一方で**加算手数料が弱含む**
 - ・円安基調が続いたことにより**外貨建保険の解約が進む**
- **マネプロショップの運営**
 - ・新規来店者数が伸び悩んだほか、保有契約から見込んでいた継続手数料が計画を下回り、黒字化には至らず
- **新卒育成のスピード感**
 - ・過去採用した新卒コンサルタントは着実に成長しているものの、当初計画で描いた成長曲線に対しては乖離が生じる
- **子会社の事業環境悪化**

Executive Summary

25.03期末配当

期末配当は1株あたり42円。当初予想（1株あたり80円）には届かず。

配当方針（連結配当性向）



- 各段階利益が当初業績予想に届かなかった中で、オフィス移転・マネプロシヨップ事業の売却に関する特別損失も計上し、最終利益は業績予想から大きく乖離。
- 足元のキャッシュの状況も勘案し、配当性向100%を目安に前期から増配することを決定。

Executive Summary

26.03期業績予想

上半期をボトムに業績が回復し、主力事業の利益回復が見通せている。マネプロショップを売却予定であり、**減収増益予想**。

売上高

5,940百万円

前年同期比 Δ **1.4%**

主力のオンライン営業組織は**8.6%増**

営業利益

575百万円

前年同期比 **+10.7%**

営業利益率 **9.7%** (対前期**+1.1Pt**)

- 主力事業の成長を支える新卒コンサルタントの育成は体制を強化。前期4Qから過年度に採用した新卒コンサルタントの成長スピードが増している状況。
- 1Q中にマネプロショップ事業を売却予定

改めて**オンライン営業組織に投資を集中**させることで
主力事業を利益体質化

株主還元

- 引き続き配当性向100%を目指し、**期末配当は60円（18円増配）を予定**。
- 当社として足元の株価は割安と考えており、自社株買いを実施（総額5,000万円）

01 業績ハイライト



連結損益計算書

営業組織の拡大を背景に**15%以上の増収を実現**。他方でオフィス移転、マネプロショップの事業譲受といった投資を行った中で回収には至らず、**営業利益は減益となったほか特別損失も計上**。

単位：百万円	24.03期*		25.03期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	5,221	100.0%	6,021	100.0%	+15.3%
売上原価	884	16.9%	1,033	17.2%	+16.9%
売上総利益	4,337	83.1%	4,988	82.8%	+15.0%
販売費及び一般管理費	3,616	69.3%	4,469	74.2%	+23.6%
営業利益	720	13.8%	519	8.6%	△27.9%
経常利益	753	14.4%	555	9.2%	△26.2%
税金等調整前当期純利益	679	13.0%	287	4.8%	△57.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	446	8.6%	231	3.8%	△48.1%

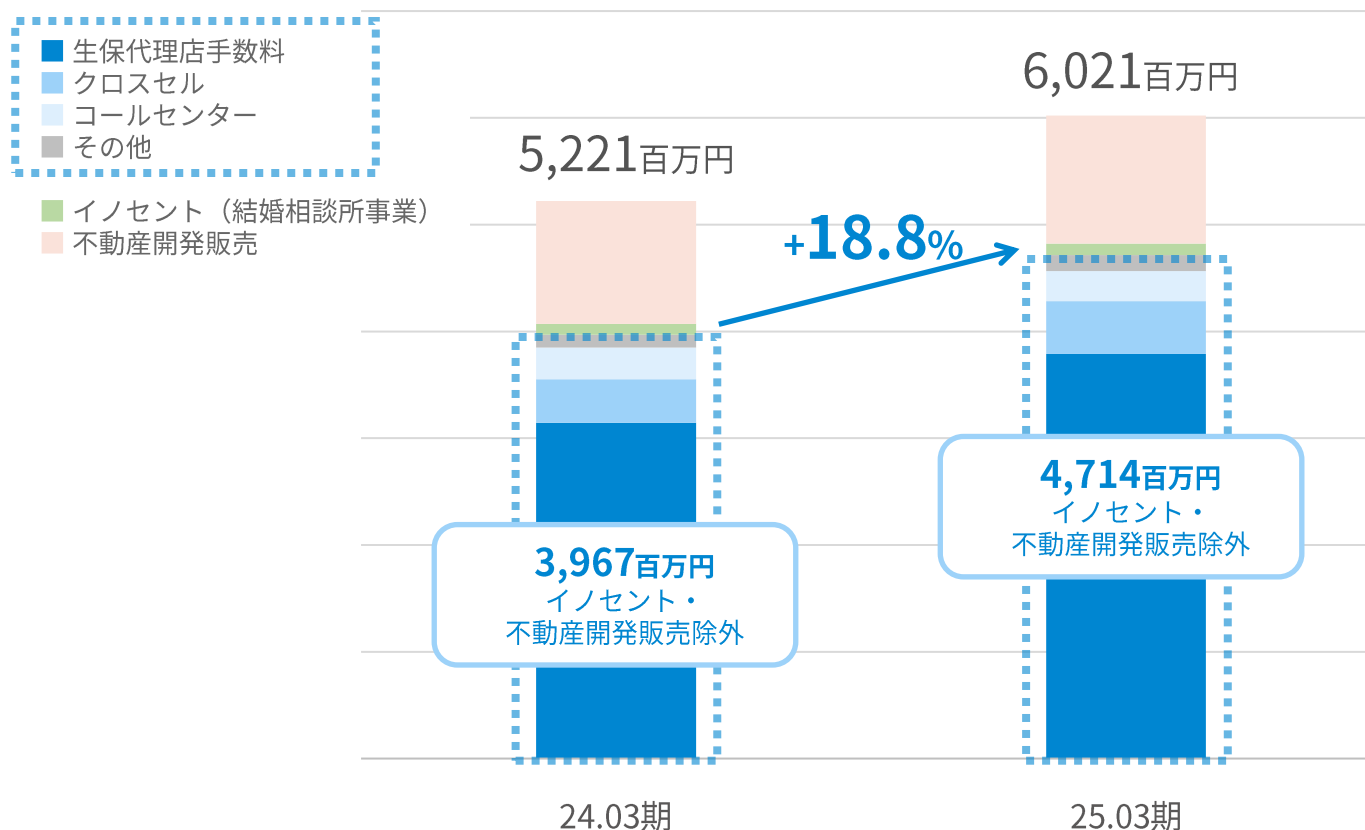
- ・組織拡大による人件費増加
- ・本社オフィス移転に関する費用発生

- ・本社オフィス移転に関する特別損失
- ・マネプロショップ売却に関する特別損失

注：24.03期に行われた株式会社セブン・フィナンシャルサービスからの来店型保険ショップ事業の譲受について、譲受に係る会計処理を暫定的に行っていましたが、当連結会計年度において取得原価の配分が確定しましたため、暫定的な会計処理の確定による見直し後の金額を用いています。

【参考】売上高の構造

主力事業は18.8%伸展。特に、貯蓄性保険の販売好調を背景に生命保険代理店手数料、資産形成ニーズの高まりを背景にIFA領域を中心としたクロスセルが共に20%以上成長したことが寄与。



生命保険代理店手数料

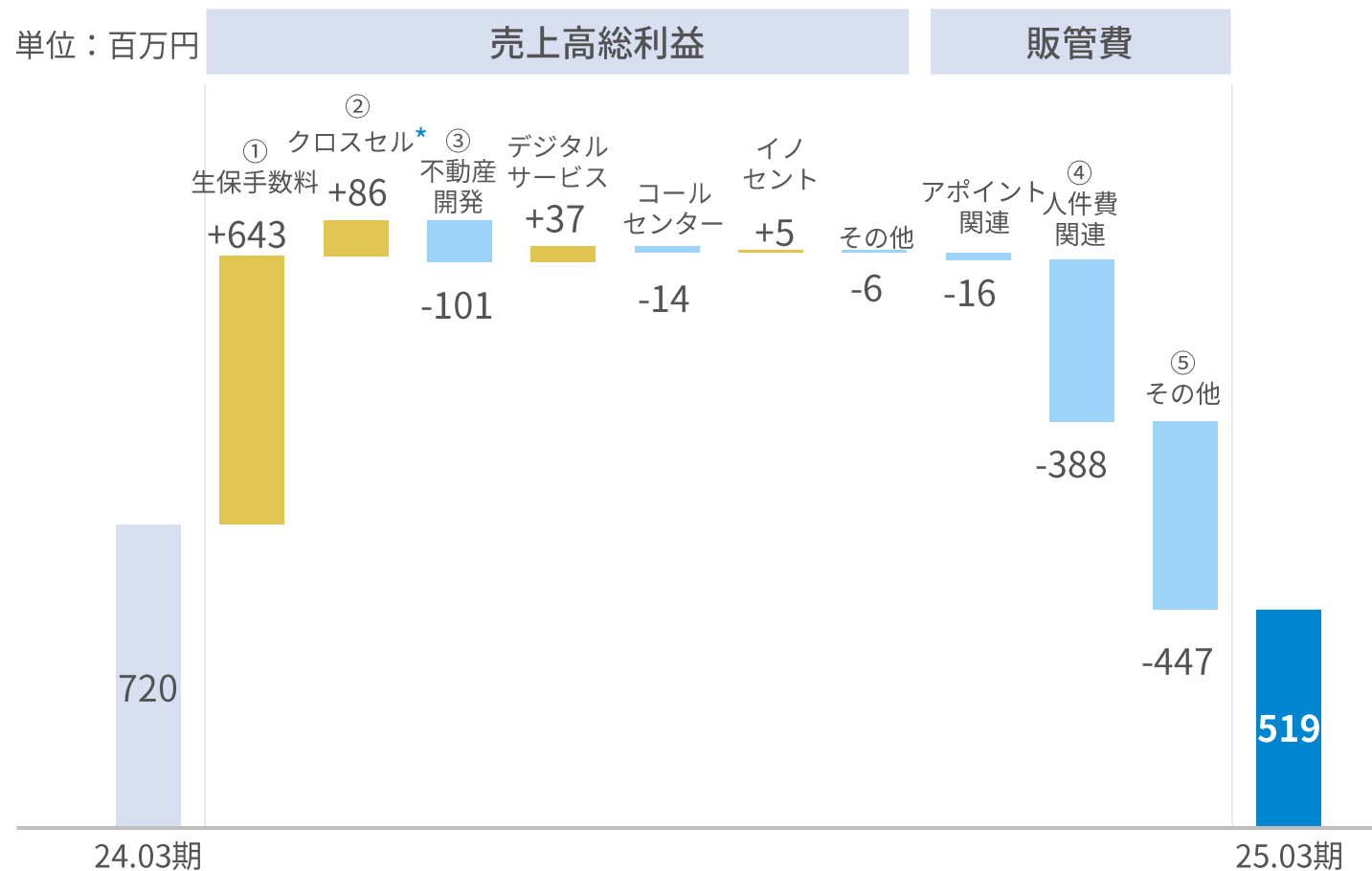
前年同期比 **+20.5%**

クロスセル*

前年同期比 **+21.2%**

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

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
- 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
- ③不動産開発は建材価格の高騰等で収益性が悪化

販管費関連

- ④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。マネプロショップスタッフの人件費も増加要因
- ⑤本社オフィス移転に係る費用発生マネプロショップの固定費（家賃等）・のれん償却費用も計上

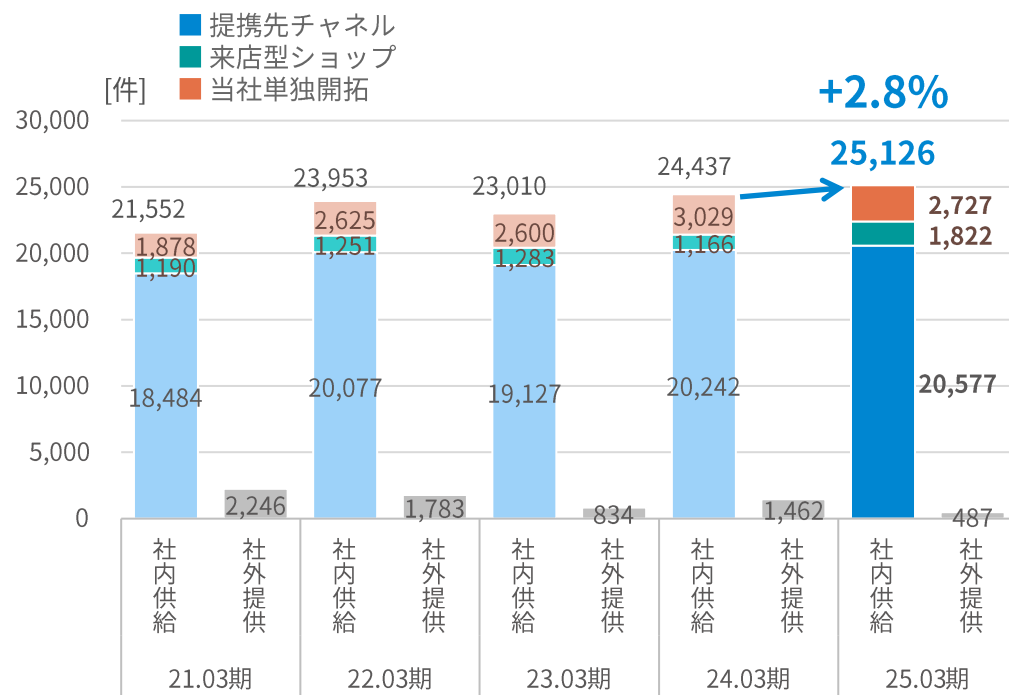
02 KPIの状況



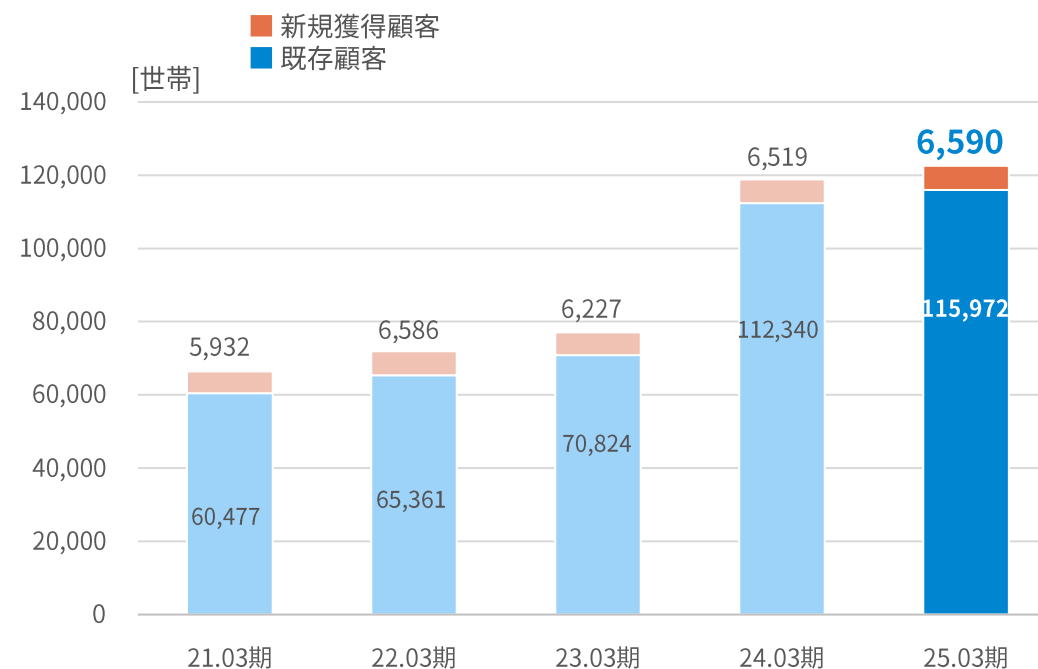
KPIの状況

3Q以降、既存顧客へのアプローチによる再販強化に営業リソースを集中したが、**新規相談受付件数（社内供給分）**
新規顧客獲得数ともに過去最高を記録。

新規相談受付件数



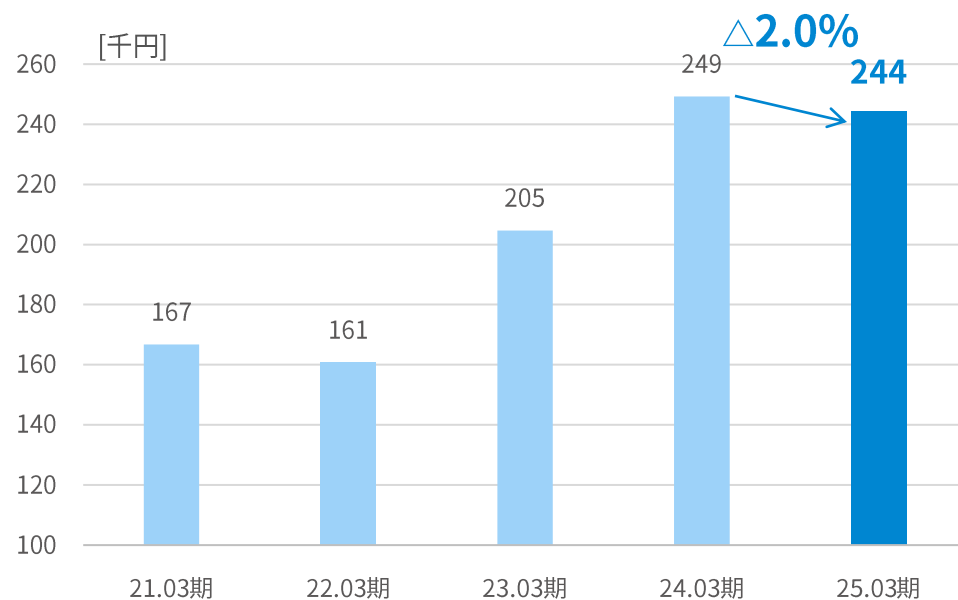
新規顧客獲得数・保有顧客数



KPIの状況

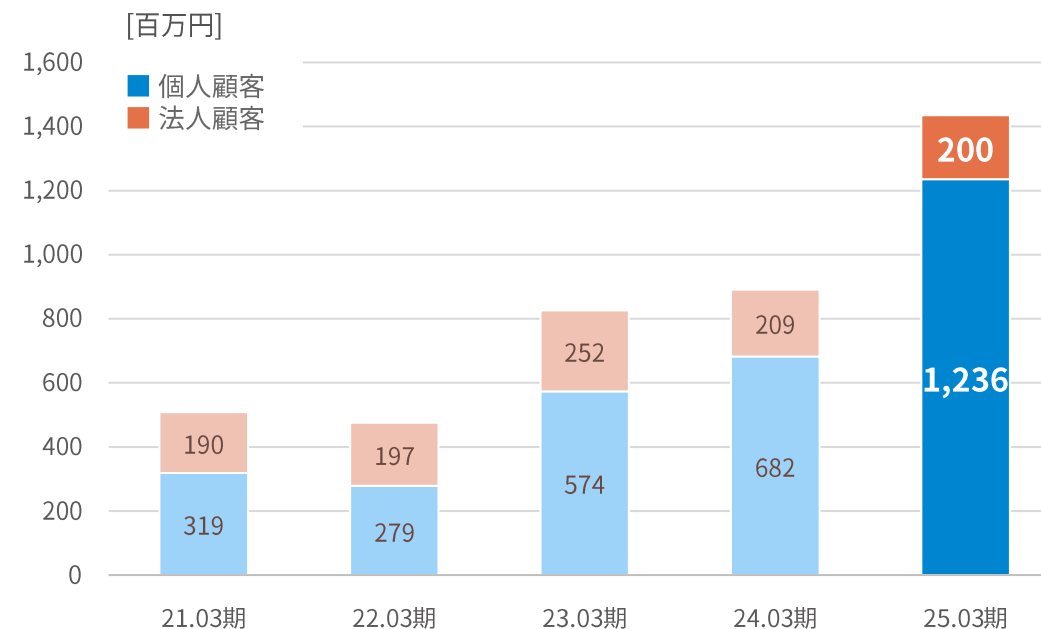
生産性指標は依然として高水準を維持。また**既存顧客に対する再販アプローチを強化したことが奏功し個人顧客からの追加契約売上高が大幅に伸展。**

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）



注：ANP…年換算保険料

追加契約売上高*

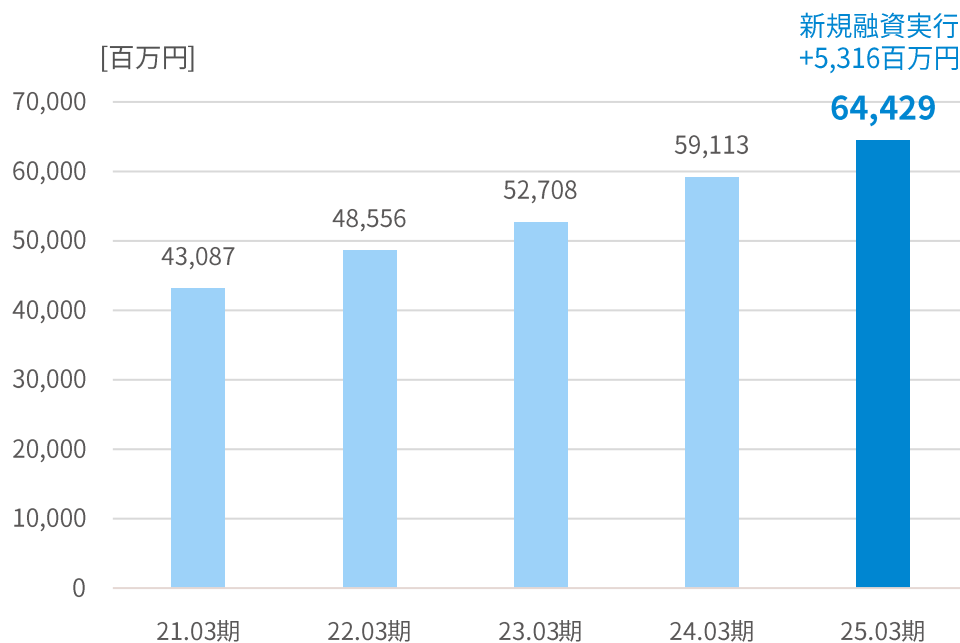


注：初回契約時から1年超経過した顧客からの追加売上を計上

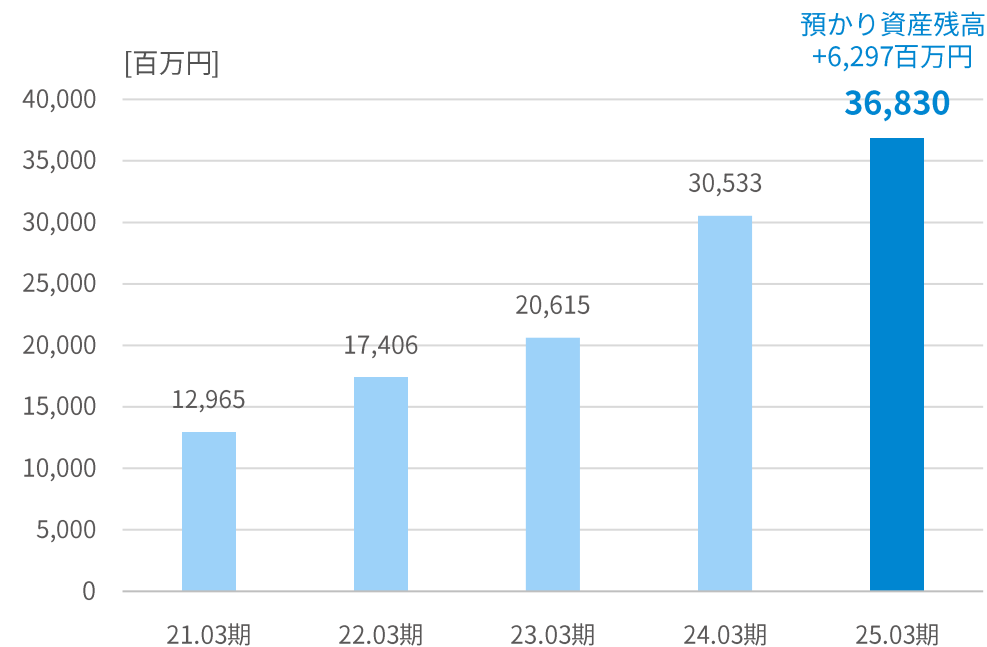
KPIの状況

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は好調に推移。住宅ローンについても金利上昇局面にある中で堅調。

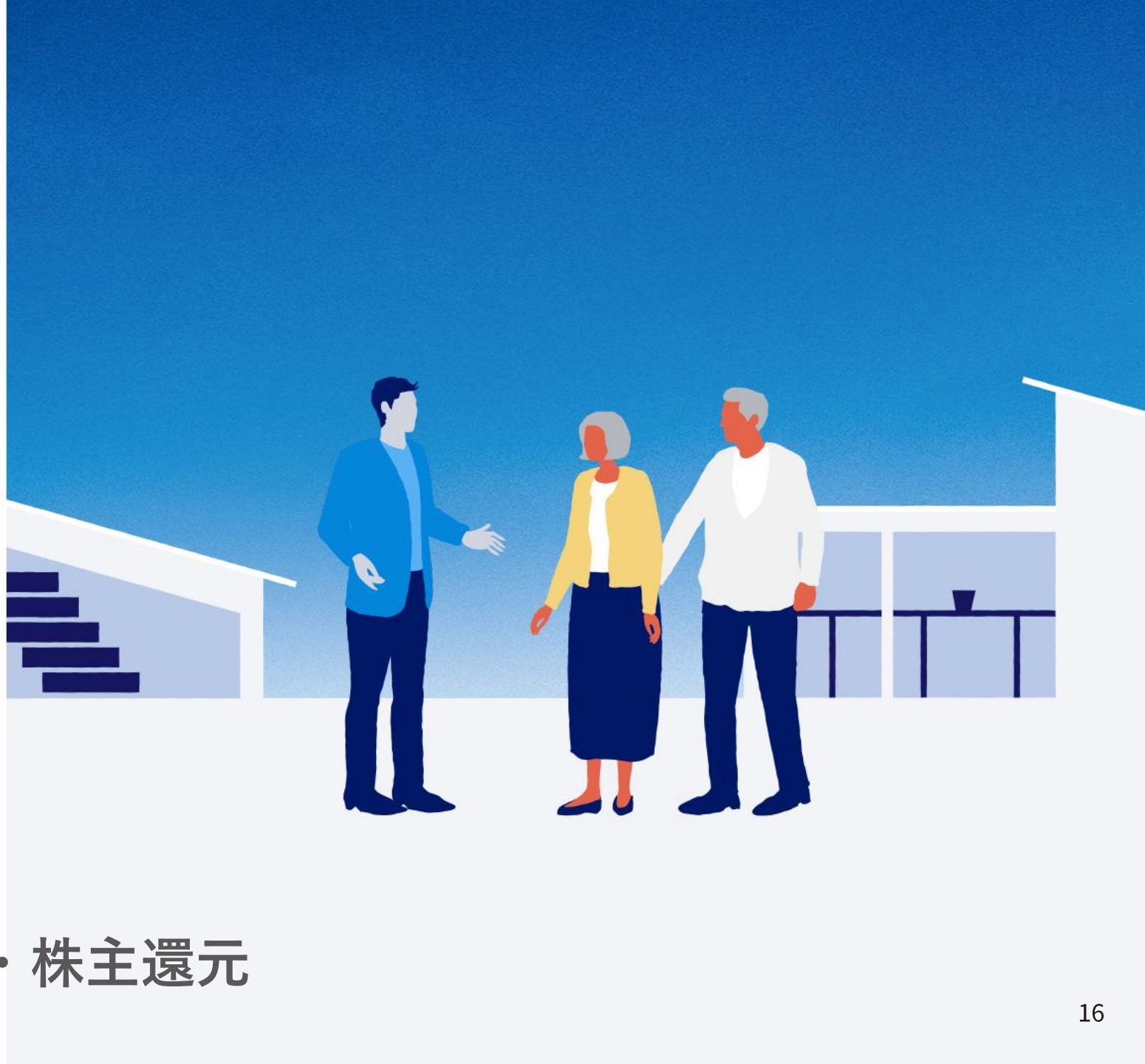
住宅ローン融資実行残高



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 26.03月期 業績予想・株主還元

事業計画の前提となる考え方

外部環境

生保販売



- 為替・金利の動向は不透明感があるも貯蓄性保険の販売は環境は依然良好
- 解約に伴う戻入は一巡

IFA領域



- 株式市場の混乱は今後も一定生じると予想されるも積立投資を軸とした資産形成ニーズは依然として高い

不動産開発



- 個別プロジェクトの収益性を見極めながら実施する必要

内部環境

オンライン営業組織

- 教育体制の拡充（教育部門と営業部門のシームレスな連携）により、採用拡大期でも期待される成長軌道に乗り始める

生産性の高い営業チャンネルにリソース（人的・マーケティング）を振り分け

来店型ショップ

- 収益性の改善は困難であり、マネプロショップ事業を売却予定

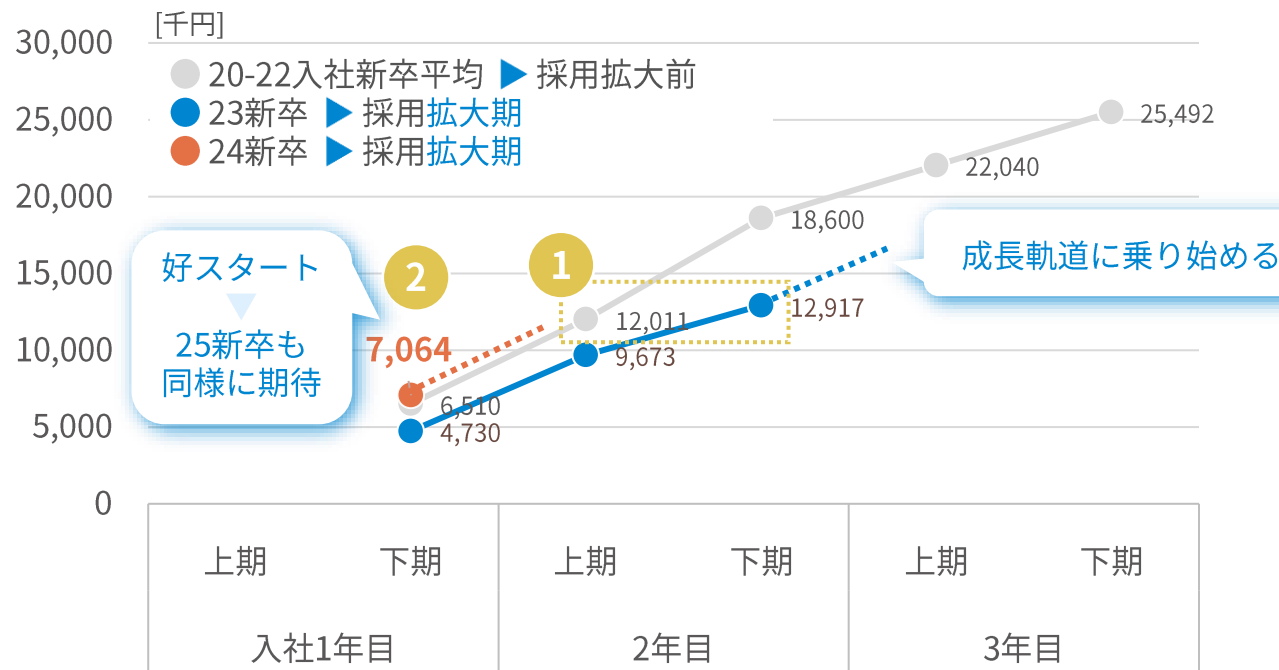
**「勝てる領域」にリソースを集中
生保販売領域を中心に利益率が改善するものとして
計画を策定**

事業環境の整理

新卒コンサルタントの成長

新卒採用拡大期において一時的に成長スピードが屈伸したが、**教育体制の拡充によって当初期待していた成長曲線をたどるものと予測。**

■ 入社後半期ごとの獲得ANP



1 採用拡大1期目の23年4月入社新卒のパフォーマンスは採用拡大期前と比較し約半年遅れるも、足元では着実に成長

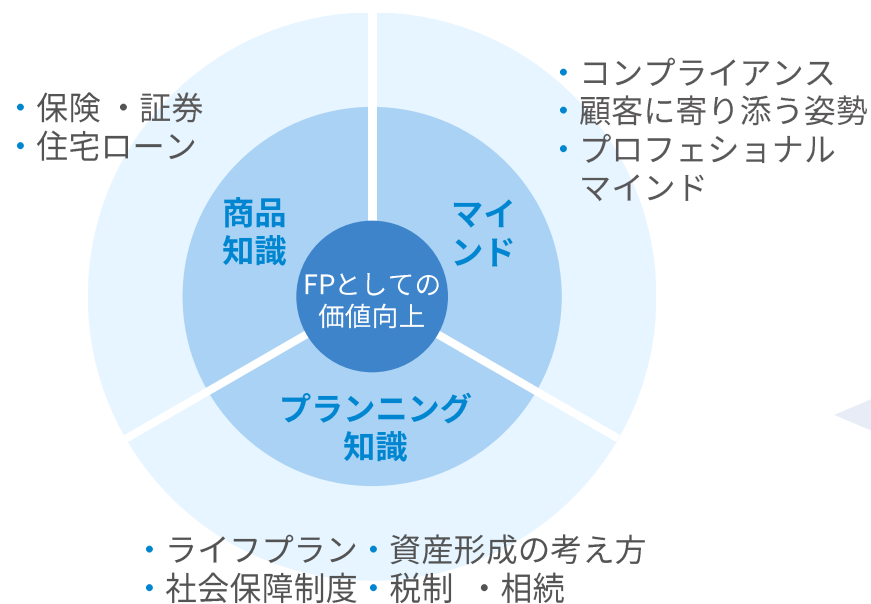
2 教育体制を拡充した24年4月入社新卒は前期4Qに大きく成長し、採用拡大期前と変わらないスタートを切れている

25年4月入社新卒も3Qの稼働後、同様のパフォーマンスが期待できる。

【参考】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-

1 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

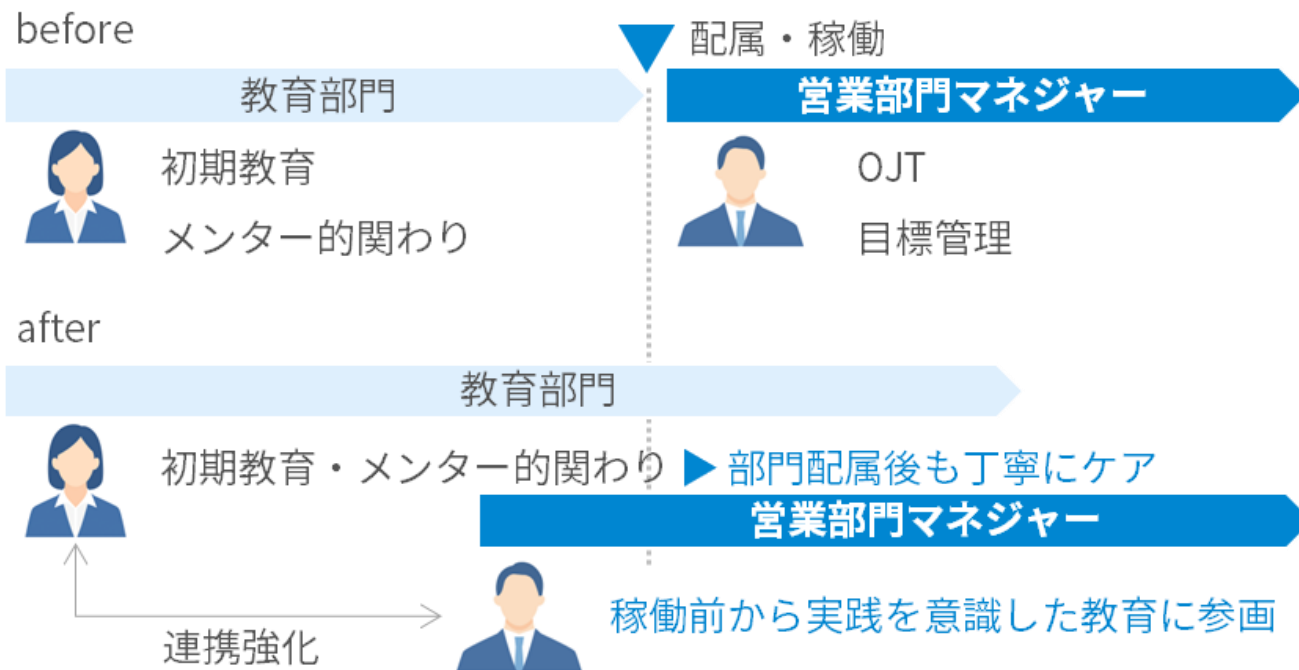
- 充実した教育体制

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

【参考】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-

これまでと同水準の生産性実現に向け、教育体制を見直し。



教育部門と現場の連携をシームレスに

【参考】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-

2 組織的なマーケティング

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**現場配属後にすぐに成果が挙がる環境**を構築。**今期もアポイントの需給バランスは良好な見通し。**

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



【参考】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-

3 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



ブロードトークの特徴

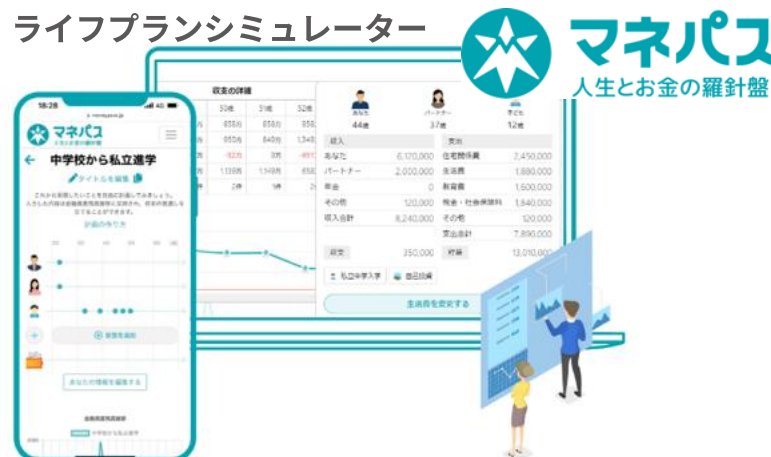
- ・ BtoCセールスに特化したオンライン面談システム
- ・ モニタリング機能も搭載し、教育の効率化も実現

全体の8割が
オンライン面談

- ・ 対面に近い面談環境の中で資産形成を中心としたニード喚起も確実に実施できる
- ・ **営業・教育の時間効率も向上**



ライフプランシミュレーター



マネパスの特徴

- ・ 保険設計と運用設計を同時に可能
- ・ Webアプリでオンライン面談との親和性も◎

事業環境の整理

内部環境

事業の選択と集中を進める初年度として、マネプロショップ事業を上期中に売却予定。

あなたの未来を支えるパートナー

マネプロ

MONEYPRO



- 当社の主力チャネルは提携ビジネスを基盤としたオンライン営業組織であり、ショップ事業の成長の要点である新規来店者の増加に向けた積極的な広告投資は行えない状況。
- 今後も厳しい事業環境になると判断し、**上期中を目途**に来店型保険ショップ運営の大手である株式会社アイリックコーポレーションに売却する方向で基本合意を締結。

これまで店舗運営に投下していたリソースを
改めてオンライン営業組織に振り向ける

26.03期業績予想

マネプロショップ事業の売却を業績予想に織り込んでいるが、**採用拡大期の新卒が順調に成長する見通しであること**を背景に、**売上高は前期に近い水準を維持**。他方で売上原価（不動産開発関連）の減少、人員増加の中でも販管費を維持することで**営業利益は回復へ**。

単位：百万円	25.03期通期		26.03期通期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	6,021	100.0%	5,940	100.0%	△1.4%
売上原価	1,033	17.2%	937	15.8%	△9.3%
売上総利益	4,988	82.8%	5,003	84.2%	+0.3%
販売費及び一般管理費	4,469	74.2%	4,428	74.5%	△0.9%
営業利益	519	8.6%	575	9.7%	+10.7%
経常利益	555	9.2%	567	9.5%	+2.0%
税金等調整前当期純利益	287	4.8%	538	9.1%	+87.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	231	3.8%	340	5.7%	+46.8%
EPS*	41.30円		59.42円		+18.12円
ROE	5.9%		8.5%		+2.6pt

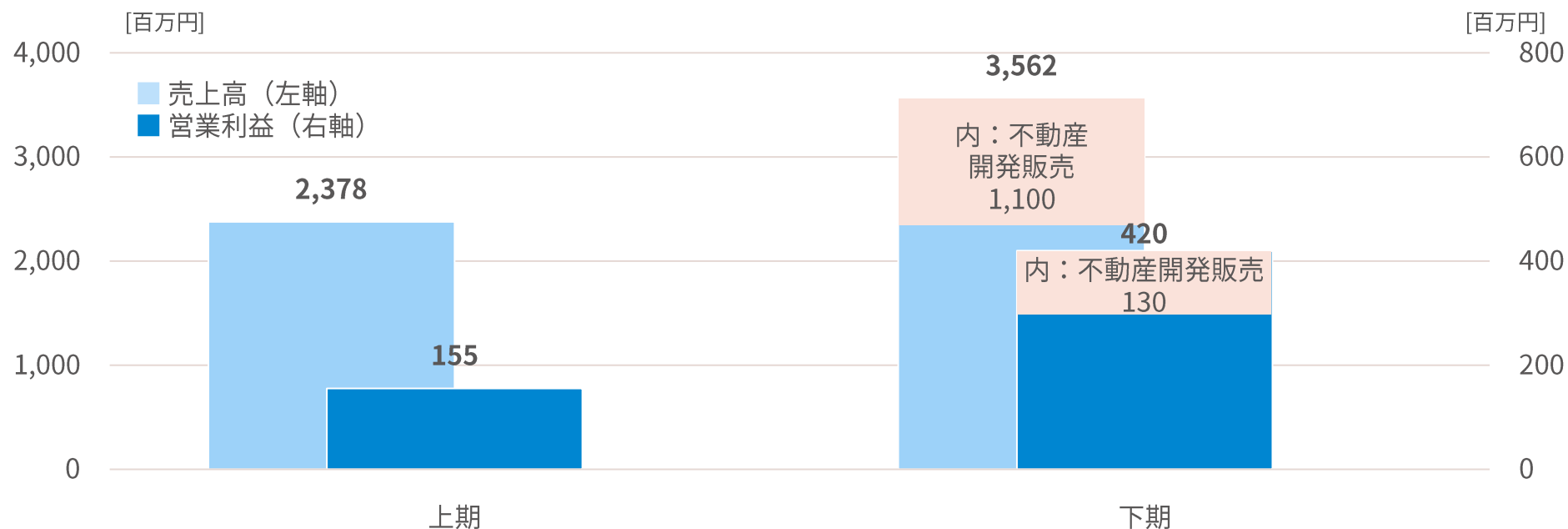
主力のオンライン営業組織は8.6%増

マネプロショップ事業売却を織り込む

注：26.03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25.03期と同一であると仮定しています

補足 | 半期ごとの業績予想

マネプロショップ事業の売却、および4月入社新卒の稼働・成長により、**上期をボトムに営業利益は回復する見込み。**

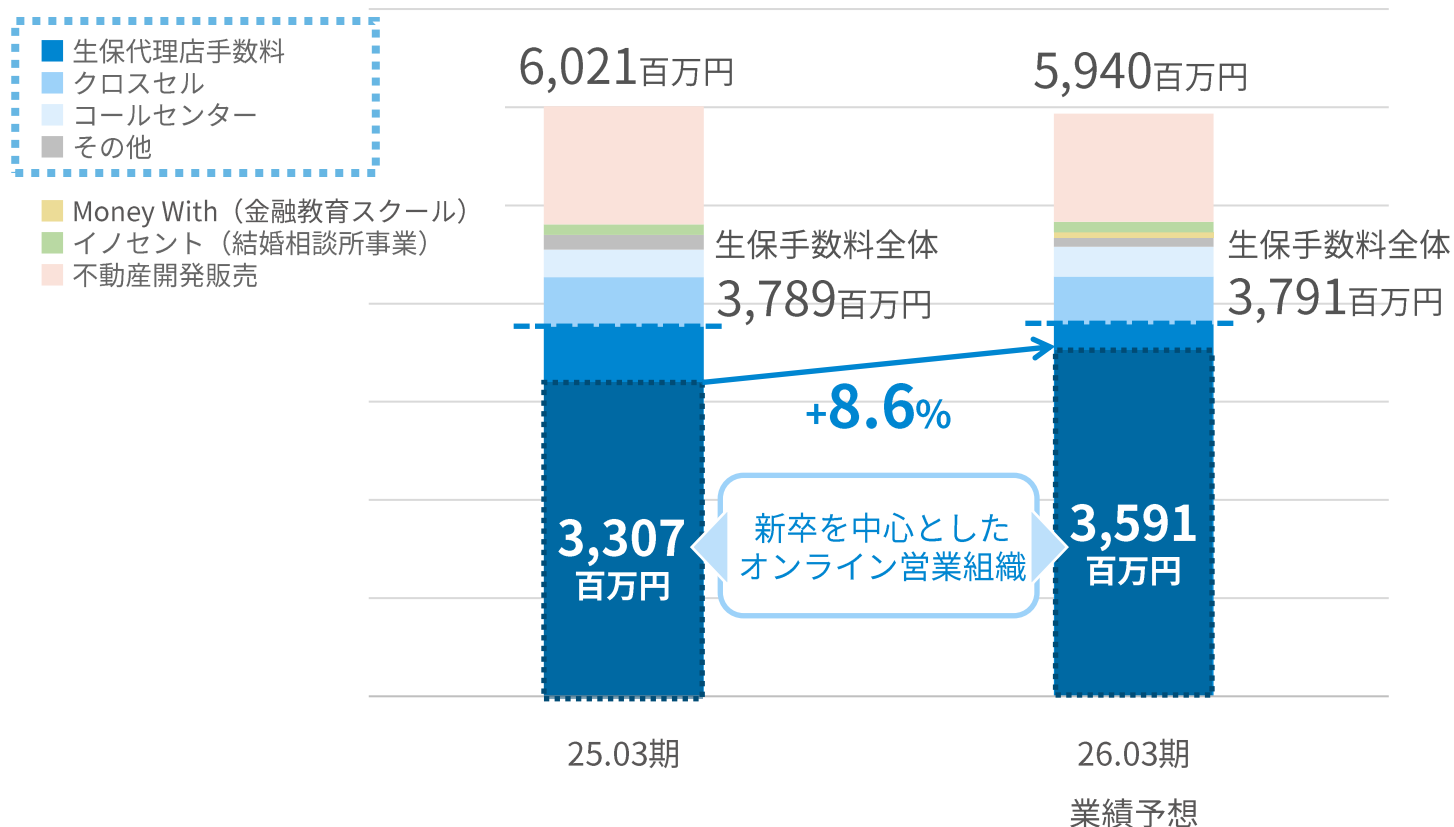


4月入社新卒費用先行
上期途中までマネプロショップ保有
▶ 上期中にショップ事業売却。これにより
売上高が減少するも、利益回復開始

新卒稼働・成長により売上高は上期水準を維持
営業利益はさらに伸展

【参考】売上高の構造（26.03期）

マネプロショップの売却（減収要素）がある中でも生保手数料は減少せず。**主力である新卒を中心としたオンライン営業組織での売上高は10%近く成長する見通し。**



■ 生命保険代理店手数料
前年同期比 **+0.1%**

■ うち新卒を中心とした
オンライン営業組織
前年同期比 **+8.6%**

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。

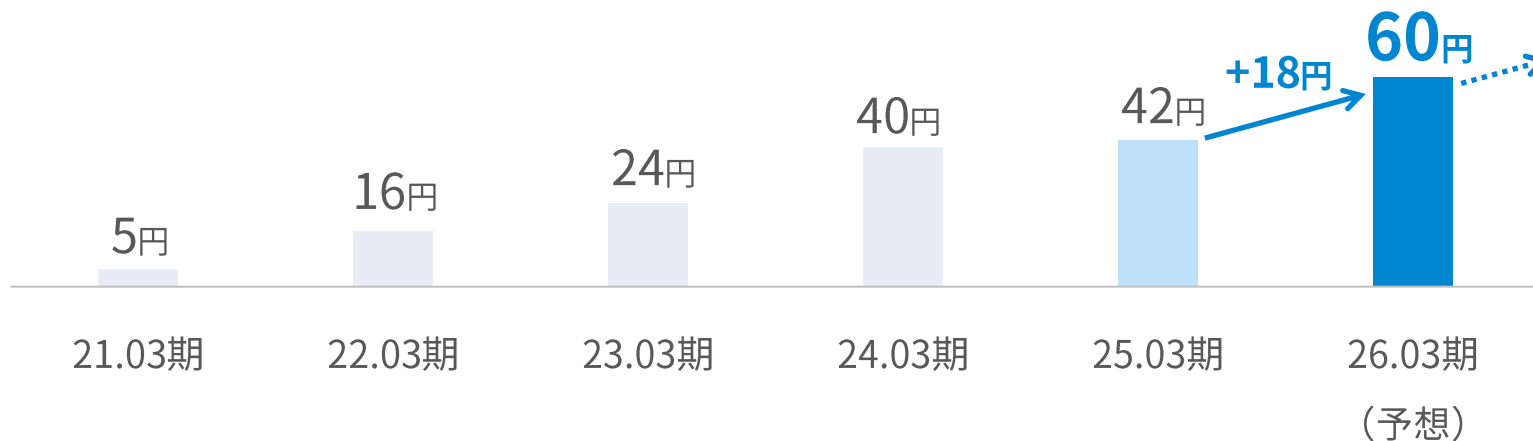
配当方針（連結配当性向）

30%

約45%※

※記念配当を含む

100%



- 今期も配当性向100%を目指す姿勢は堅持
- 来期以降も利益回復基調の中で増配を目指す

当社としては足下の株価は割安と考えており、自社株買いを実施（総額5,000万円）

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5%の水準***。

Premium

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」

 BROAD-MINDED

ブロードマインド・プレミアム優待倶楽部

**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

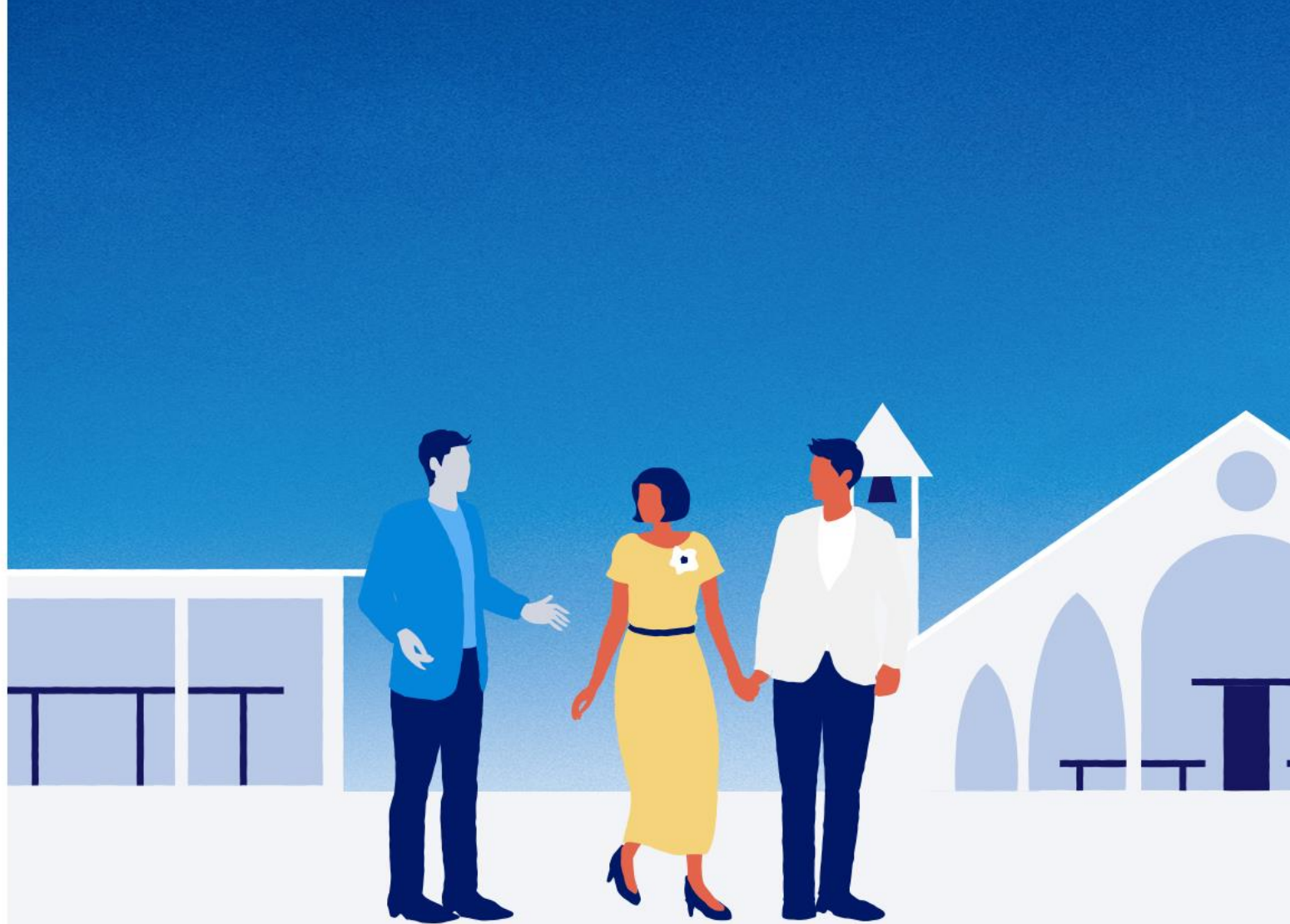
注：2025年5月8日時点での株価終値：1,008円、一株あたり配当金42円として試算

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

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)



ビジネストピック - 新領域を中心に -

営業プロセスにおける生成AIの活用

成約の成否を決める**面談初期段階でのヒアリング・ニード喚起のプロセス**を、生成AIが代替するプロダクトを開発中。

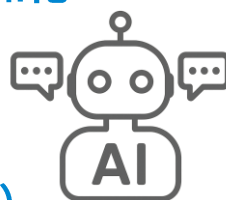
3Q中でのローンチ
(社内利用開始)
を目指す



- 広範な情報提供
- 顧客の想いに寄り添うヒアリング
- 潜在ニーズの引き出し
- 丁寧な顧客同意の積み重ね

当社のコンサルティングエッセンス・
対話の質感を形式知化

AIが代替
(AIエージェント化)



営業効率の向上

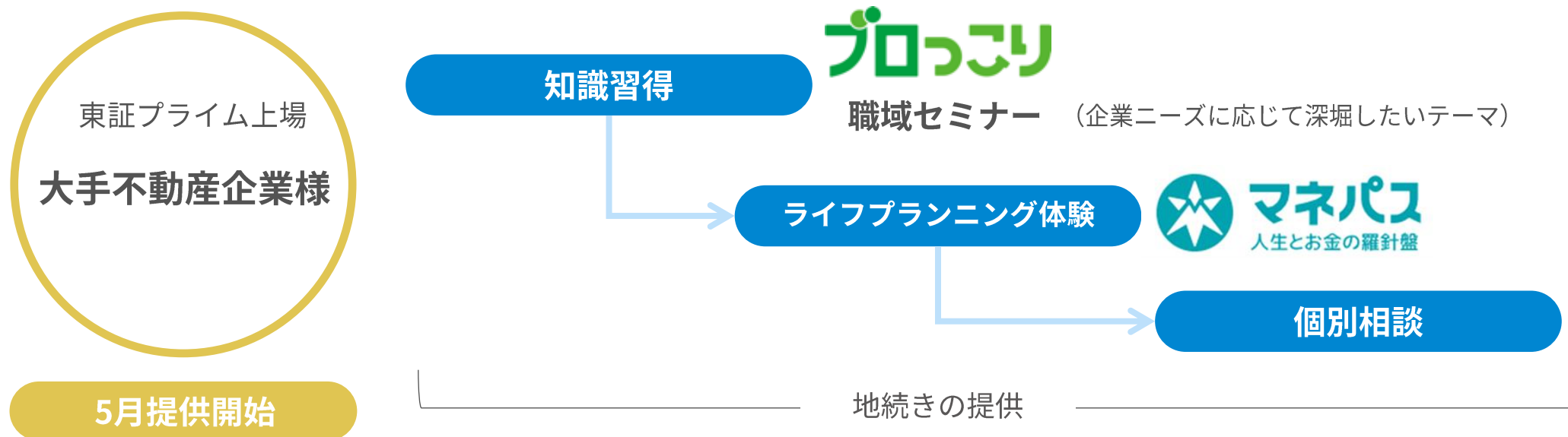
- ヒアリング過程をAIに代替させることによる
面談回数の削減 ▶ 面談対応件数の増加
- 若手FPにおける営業生産性の高位平準化

顧客体験の向上

- 生成AIが生活シーンに浸透していく流れので、
24時間365日いつでも金融サービスに気軽に
アクセスできるように（自社メディアへの組
み込みによる集客）

金融教育プログラム「プロっこり」を基盤とした福利厚生サービス

前期は大手・上場企業を中心に「プロっこり」の導入が拡大。上場企業に求められる**サステナビリティに関する取組を各社拡充する動きがある中で**、従業員のファイナンシャル・ウェルビーイング向上を目的に、「**金融教育**」から**一歩踏み込んだ取り組みを検討している企業も存在。**



企業側から見れば



福利厚生サービスとして、より従業員から支持されるように

当社側から見れば



自社案件（レベニューシェアされない案件）開拓の強化による生命保険手数料の増収

金融教育スクール「MoneyWith」の開校

1月にWe&社との合併の形でMoney With株式会社を設立。4月末より本格開校予定。類似サービスにはない、**「副業支援（FP養成）」としての側面も併せ持つ。**



FP養成コース

コンサルティングの基礎スキルを習得

- ・ヒアリング
- ・ロープレ
- ・社会保障制度（一歩踏み込む）



基礎コース

ライフプランニングを自力でできることが目標

- ・ライフプランニング
- ・家計管理
- ・社会保障
- ・資産運用
- ・保険
- ・不動産
- ・相続／介護

ブロっこのり
コンテンツを活用

講義形式の動画視聴



講師との個別相談

金融教育スクール「MoneyWith」の開校

FP養成コースは**新たなコンサルタント採用チャネルとして**、BMグループの営業組織拡大に向けて今後戦略的に重要な意味合いを持つ（スクール事業として収益を最大化するだけではない）



新卒採用

- 時間をかけた細やかな教育により**一定の経験を踏んだコンサルタントの生産性は非常に高い**
- 一方で
 - ①新卒採用が売手市場である中で
 - ②教育・マネジメントコストを相当かけている中で
 コンサルタントの大量採用は非常に困難
 - ▶組織拡大スピードに一定の制限

来店型ショップ

- 店舗を構えることを前提としており、**固定費が重たい事業構造**
- 組織拡大＝店舗数増加となるため、出店地域の人口動態・商業施設の来店ポテンシャル等の見極めが必要
 - ▶拡大路線を取り続けることは難しく常に店舗の整理淘汰が行われる

FP養成コース

- パーソナルファイナンスに対する関心の高まりを受け、FP相談に対するニーズも高まっている
- 労務面を中心に柔軟な働き方を認める
 - ▶採用市場でこれまでアプローチできていなかった層を採用できる可能性
- ”スクール”という体裁を取ることで一定の教育コストをFP側で負担

新たなスクール卒業生を中心とした営業組織を組成

それぞれの戦略的な意味合い - 基幹事業へのシナジーも期待 -

基幹事業へのシナジー

成長ドライバ

● コンサルタントの純増

課題

新卒を軸にした
場合の純増ペース
に制限

新卒採用以外の
新たな採用チャネル

● 1人あたり営業生産性向上

課題

稼働率向上
教育品質の維持

・ 面談回数の削減
・ スキルレベルが
バラつくプロセス
を支援

● 自社開拓案件の強化 (レベニューシェアされない 案件数の増加)

課題

見込み客の
質と量のバランス

個別相談への地続き
のサービス提供



営業領域での
AIエージェント



新たな収益源として

金融教育スクールとしての拡大
(受講料収入)

代理店の最重要課題である「教育負荷
軽減」を実現するツールとしての訴求
▶ 外部販売

プロっころを基盤として職域サービス
を福利厚生サービスとして統合。
人的資本経営への感度の高い大手企業
を中心に展開。

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	社外取締役	福森 久美
	取締役	吉橋 正	社外取締役	高橋 直樹
	取締役	大西 新吾	常勤監査役	小林 修介
	取締役	岡本 功治	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	6億4,819万円（2025年3月末現在）			
従業員数	349名（2025年3月末現在（連結／アルバイト従業員を除く））			

創業時の想い

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。

このような想いを実現するため、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。

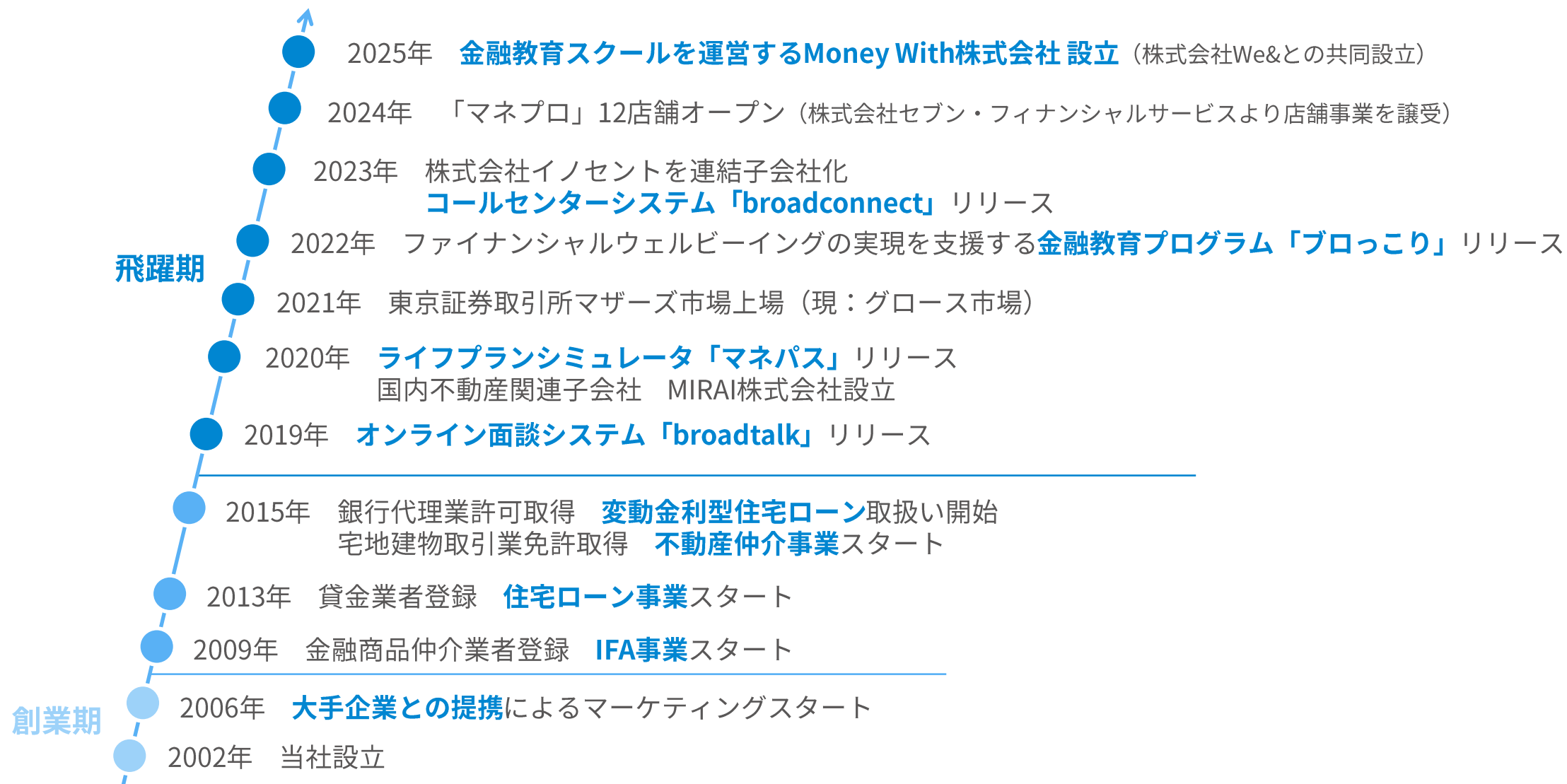
人生に自由とは。

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。

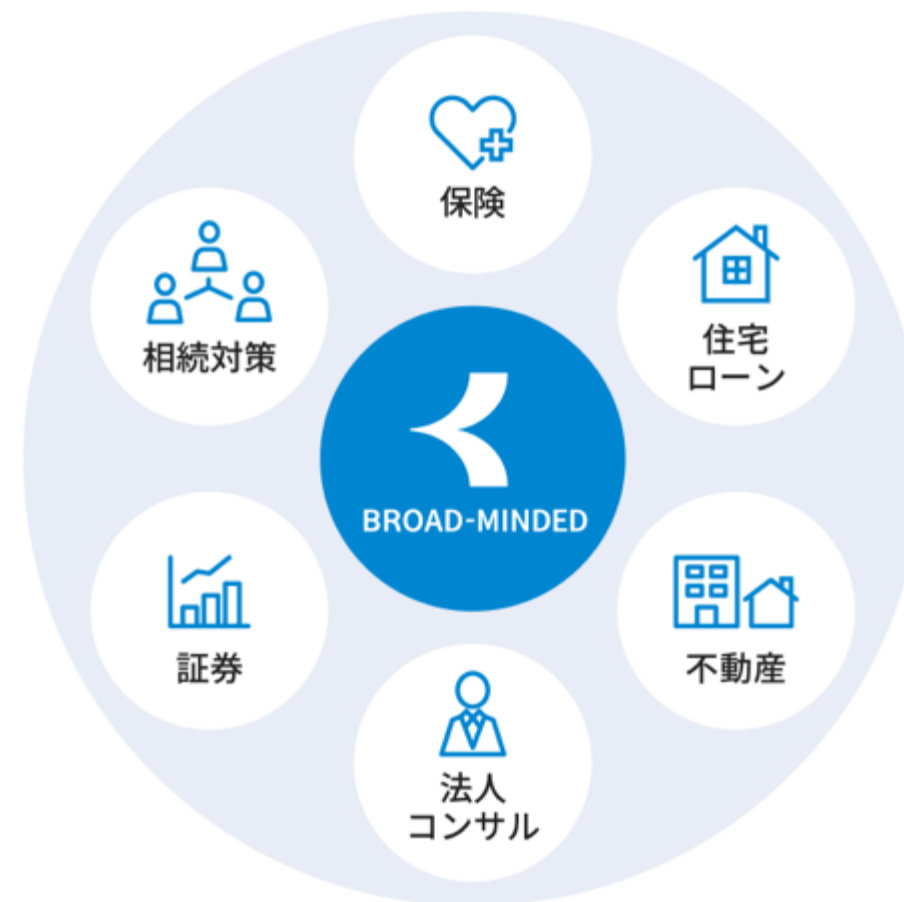
お客様のニーズ

- 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

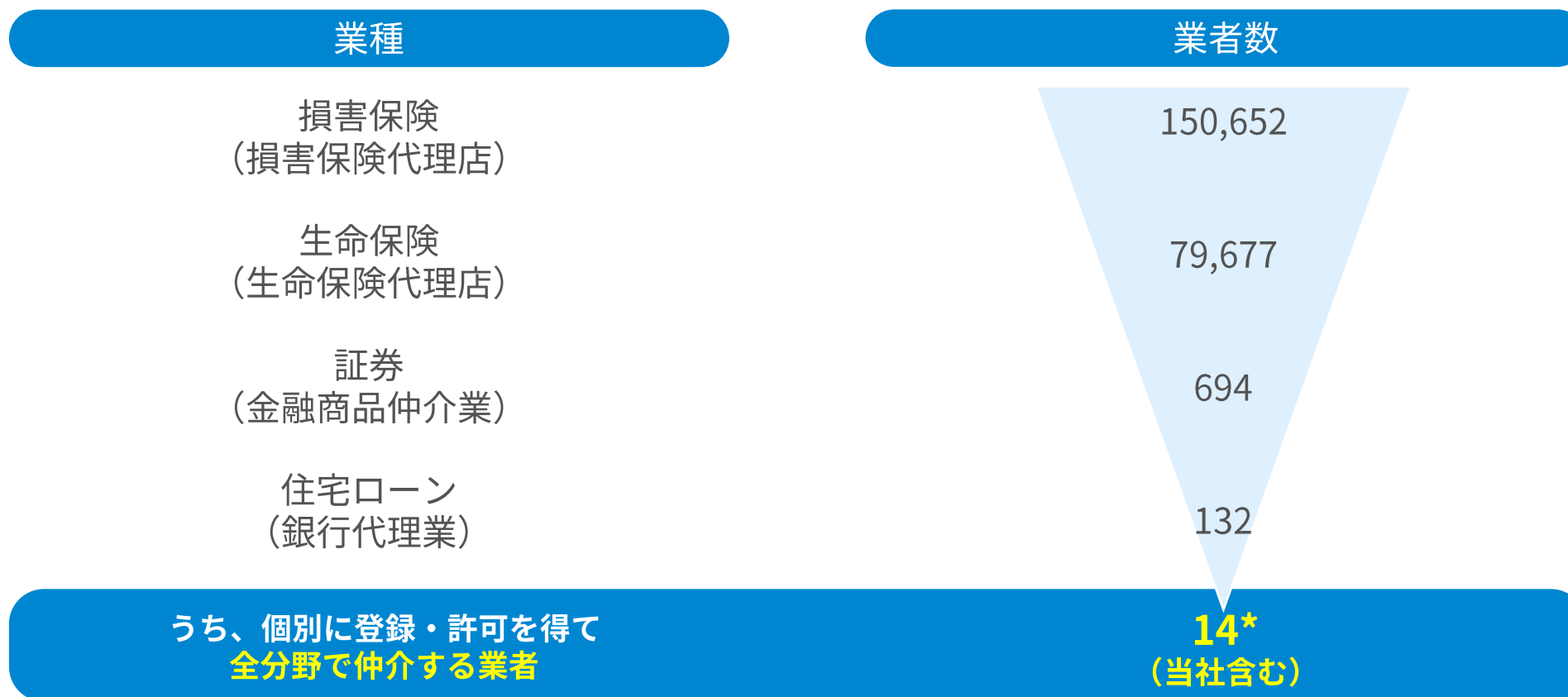
ライフプランニングを土台に顧客の潜在的な金融ニーズを掘り起こし、あらゆる年代・ライフステージに応じて金融ソリューションをワンストップで提供。



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

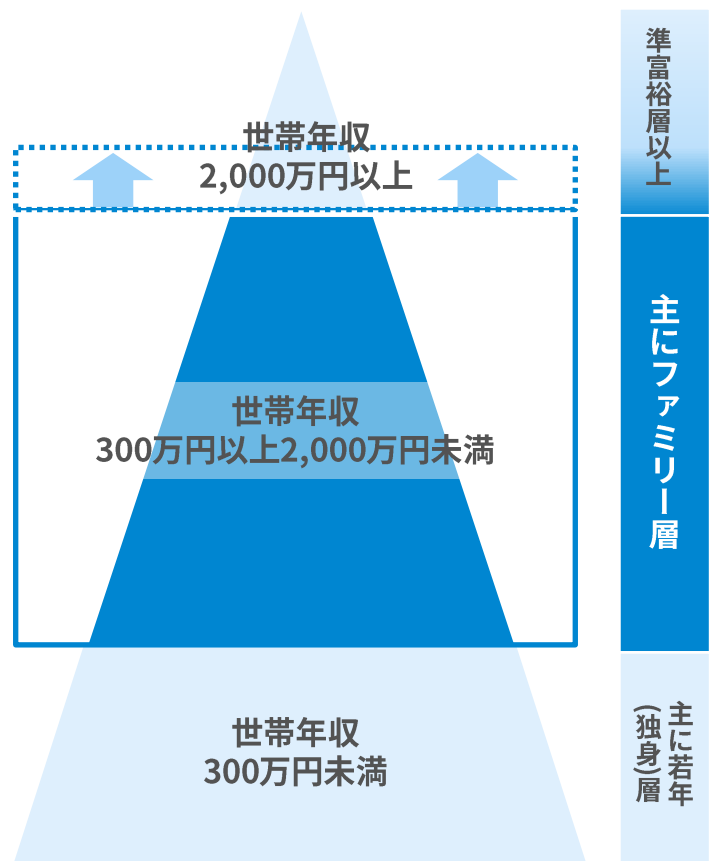
保険・証券・住宅ローンの全てで個別に登録・許可を得て仲介できる事業者は**国内で14者と希少**。
(当社調べ／2025年3月末時点)



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／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	 BROAD-MINDED

当社は一般の方に寄り添う
『フィナンシャルパートナー』

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

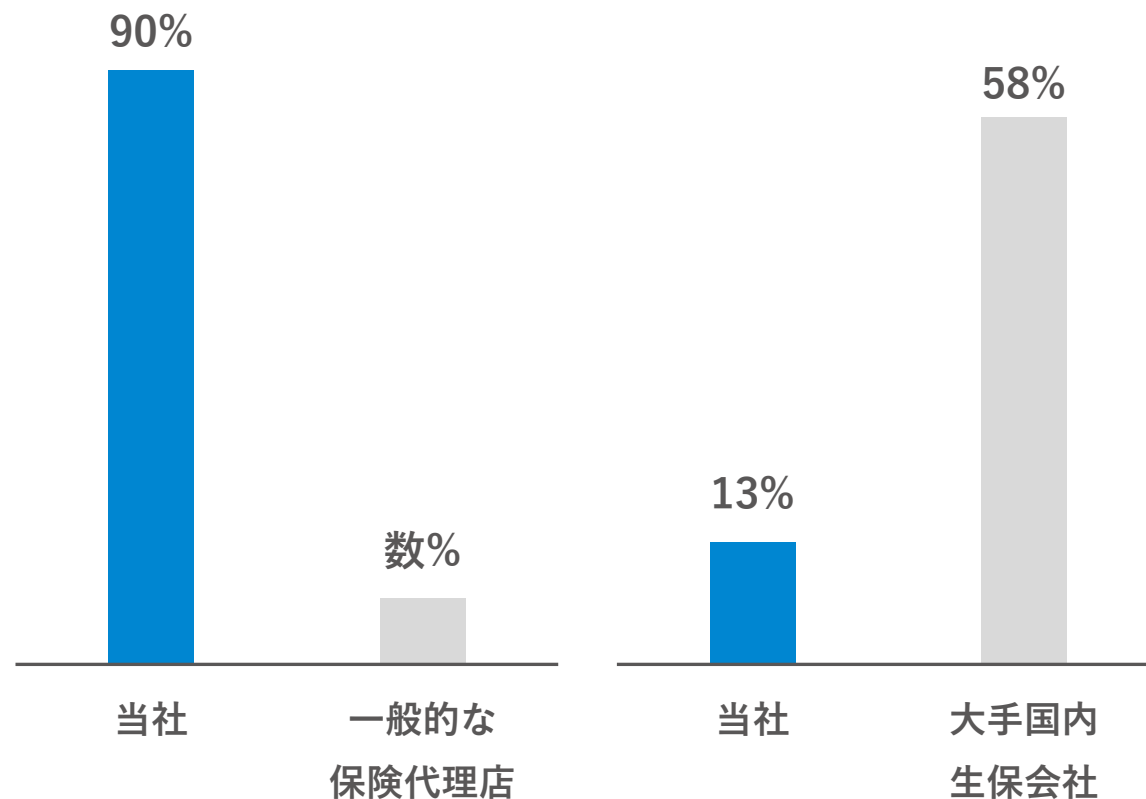
当社は一般的な保険代理店とは異なるアイデンティティ・文化・人的資産（人事ポリシー）を有している。

従来の保険代理店		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	人的資産	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）		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）	

独自の企業文化でコンサルタントの高い定着率を実現

■ 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のミスマッチ防止

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/>）



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>

ディスクレーマー

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問合わせ先

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