



BROAD-MINDED

長期ビジョンと 企業価値向上に向けた ロードマップ

無形資産を仕組み化し、高成長・高い資本効率・
積極還元・財務健全性を「AND」で実現します

ブロードマインド株式会社
伊藤 清

ブロードマインド株式会社
東証グロース:7343

Contents

- 01 企業価値向上に向けたロードマップ
- 02 競争力の源泉
- 03 事業戦略（売上高成長のロジック・数値）
- Appendix 会社概要



Finance
for every future

01

企業価値向上に向けたロードマップ

投資家の皆さまへ

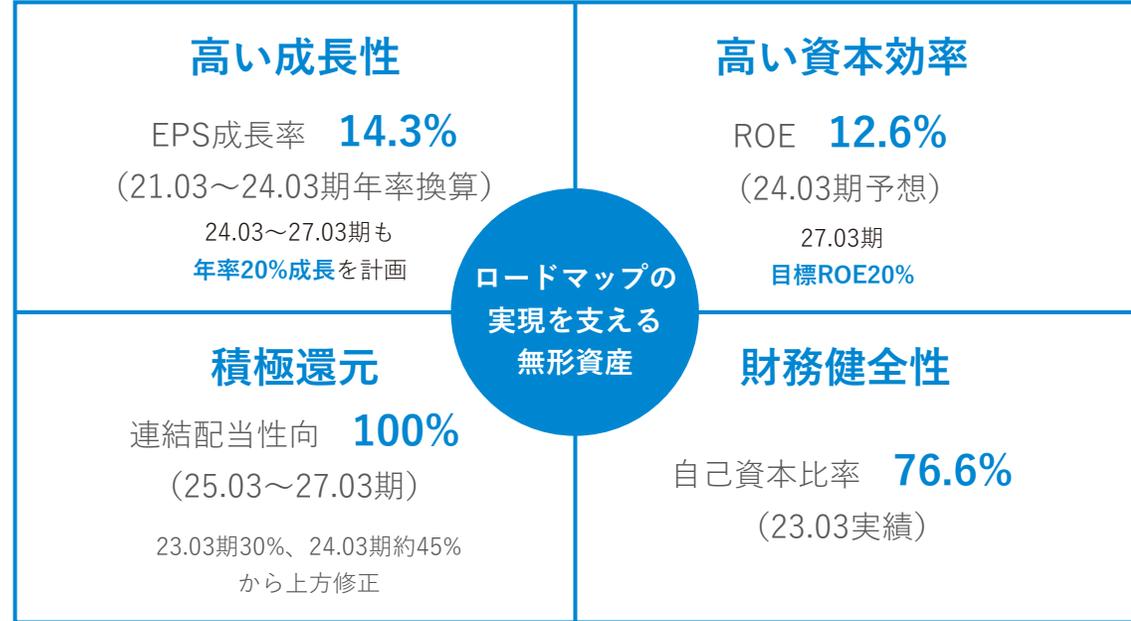
企業価値向上に向けたロードマップ

当社は、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「フィナンシャルパートナー」として、お客様のライフステージに合わせた最適な金融ソリューションを提供しています。

一人ひとりがお金と健全に向き合い、正しい知識の下で適切な金融行動を取る。このように、当社のサービスを通じて金融と人とを正しく繋ぐような、金融サービスの本来的な「あるべき姿」の実現を目指します。

今回策定した新中期経営計画では、25.03期から27.03期において、連結配当性向100%を目安とした配当政策に変更。高成長、高い資本効率、積極還元、財務健全性を「AND」で実現してまいります。

投資のご検討をよろしく申し上げます。



代表取締役社長 **伊藤 清**

経歴

大学卒業後、ソフトウェアエンジニア、スポーツインストラクターを経てソニー生命に転職し、最年少で同社のエグゼクティブライフプランナーに就任。2002年1月に当社を創業し、現職。

パーパス・ミッションをトコトン追求し続けます

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。

無形資産が当社の強み

企業価値向上に向けたロードマップ

01 高い生産性

営業社員当たり
獲得保険料 **2,745万円**

同業他社比
約**2.5倍**

幅広い金融商品を扱うことで、
高い生産性を実現

02 質の高い教育システム

MDRT会員 **70.4%**

同業他社比
約**1.7倍**

成績優秀エージェントの世界
指標であるMDRTの入会率は
トップクラス

03 IFA登録比率

IFA登録比率 **約60%**

同業他社比
約**1.9倍**

独立の資産運用アドバイザー

04 新卒採用が中心

新卒採用比率 **約90%**

業界平均
数%
※当社推定

中途採用が中心の業界において、
新卒を中心に採用

05 働きやすい環境

新卒採用者の
3年離職率 **13.0%**

保険募集人
80~90%
※当社推定

離職率が非常に高い業界において、
働きやすい環境を実現

06 強固なアライアンス

提携先企業 **30社以上**

国内大手クレジット会社等の提携先からの
見込み客獲得基盤

07 業界初のサービス

累計ユーザー数 **1.5万人**

ライフプランシミュレーター「マネパス」を
開発・提供

08 高い顧客満足度

当社のお客様のうち **96.3%**

のお客様が経済的な不安や課題が減った・解消した
と回答

09 社会的インパクト

金融リテラシーの
欠如による損失 **年間10.5兆円**
※当社推定

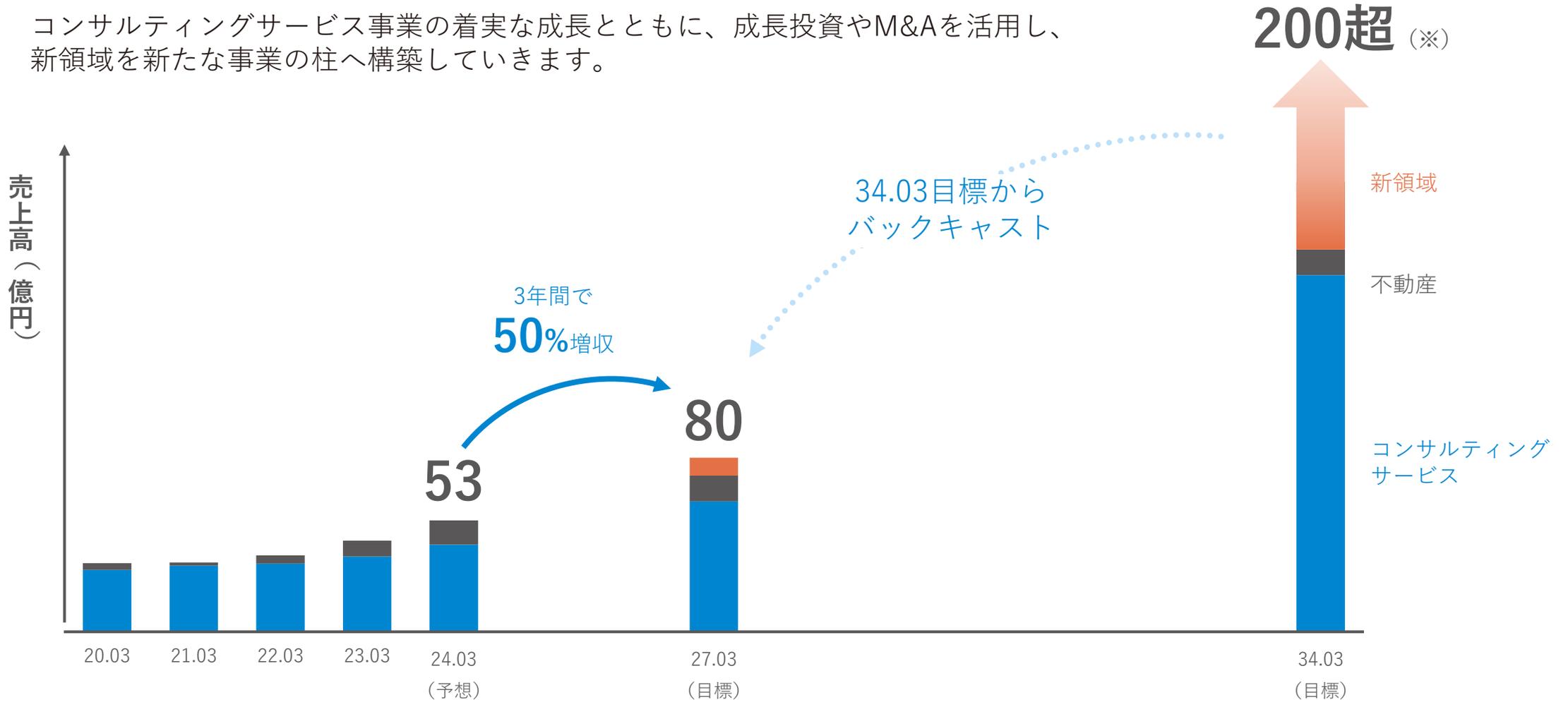
日本人のファイナンシャルウェルビーイングの
実現を目指します

01

企業価値向上に向けたロードマップ

目指す姿の実現に向けて成長を加速

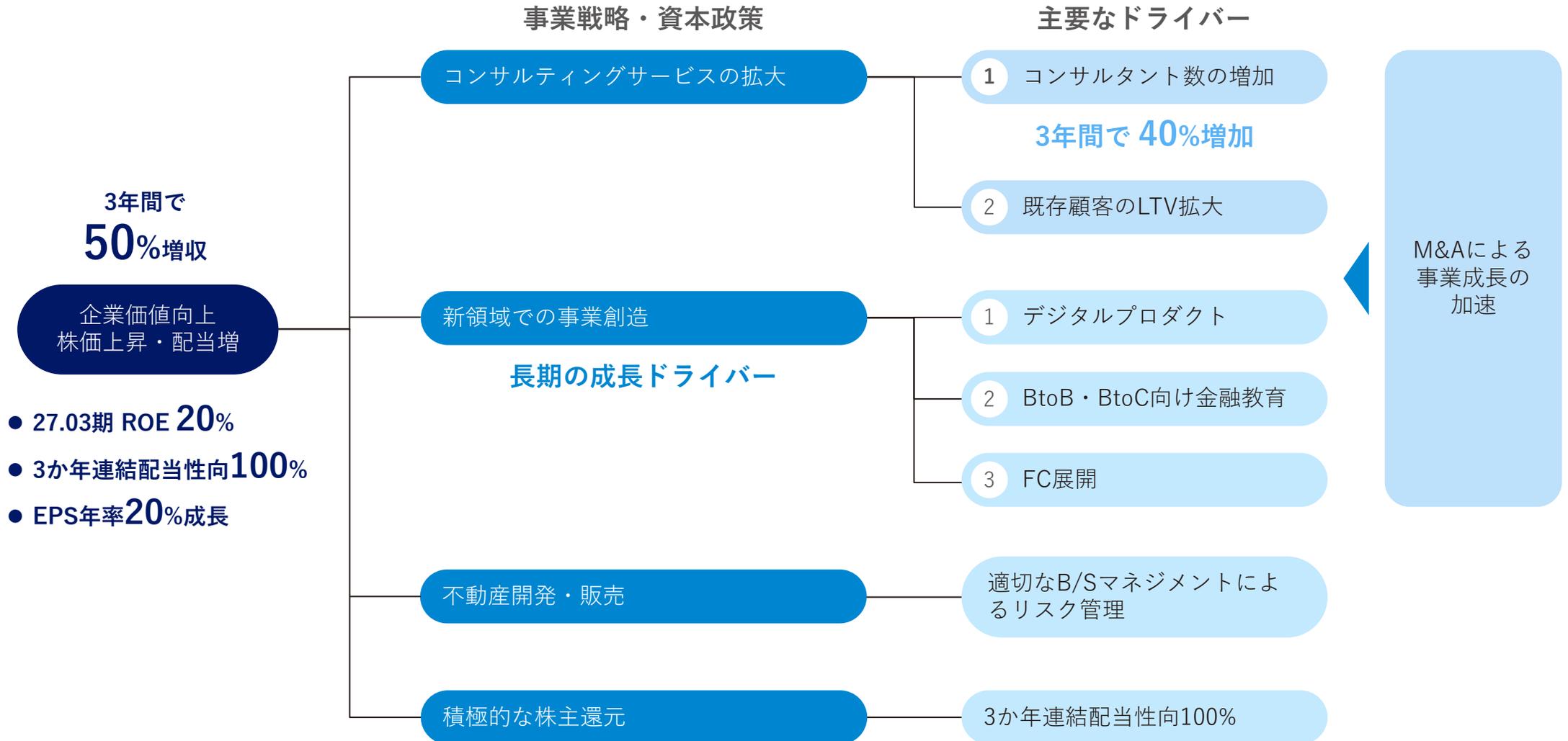
コンサルティングサービス事業の着実な成長とともに、成長投資やM&Aを活用し、新領域を新たな事業の柱へ構築していきます。



※注：当数値は主力事業であるフィナンシャルパートナー事業の成長を土台とした今後の経営の指針を示したものです。新領域については、既に開始しているデジタルサービスの提供に係る売上を柱としながら、新サービスの開発・提供を織り込んでおりますが、今後の事業環境の変化等により、上記数値は変動する可能性があります。

事業成長と積極的な株主還元で企業価値向上を実現

企業価値向上に向けたロードマップ



高い数値目標にチャレンジ

事業成長の加速、コンサルタント生産性の向上、適切な資本政策によって、利益率・ROEの向上を実現します。

	24.03 (予想)	27.03 (目標)	34.03 (目標※)
売上高 (CAGR)	53億円	80億円 (15.0%)	200億円超 (15.0%)
営業利益率	14.2%	16%	20%超
EPS (CAGR)	87.3円	150円 (20%)	530円 (20%)
ROE	12.6%	20%	25~30%

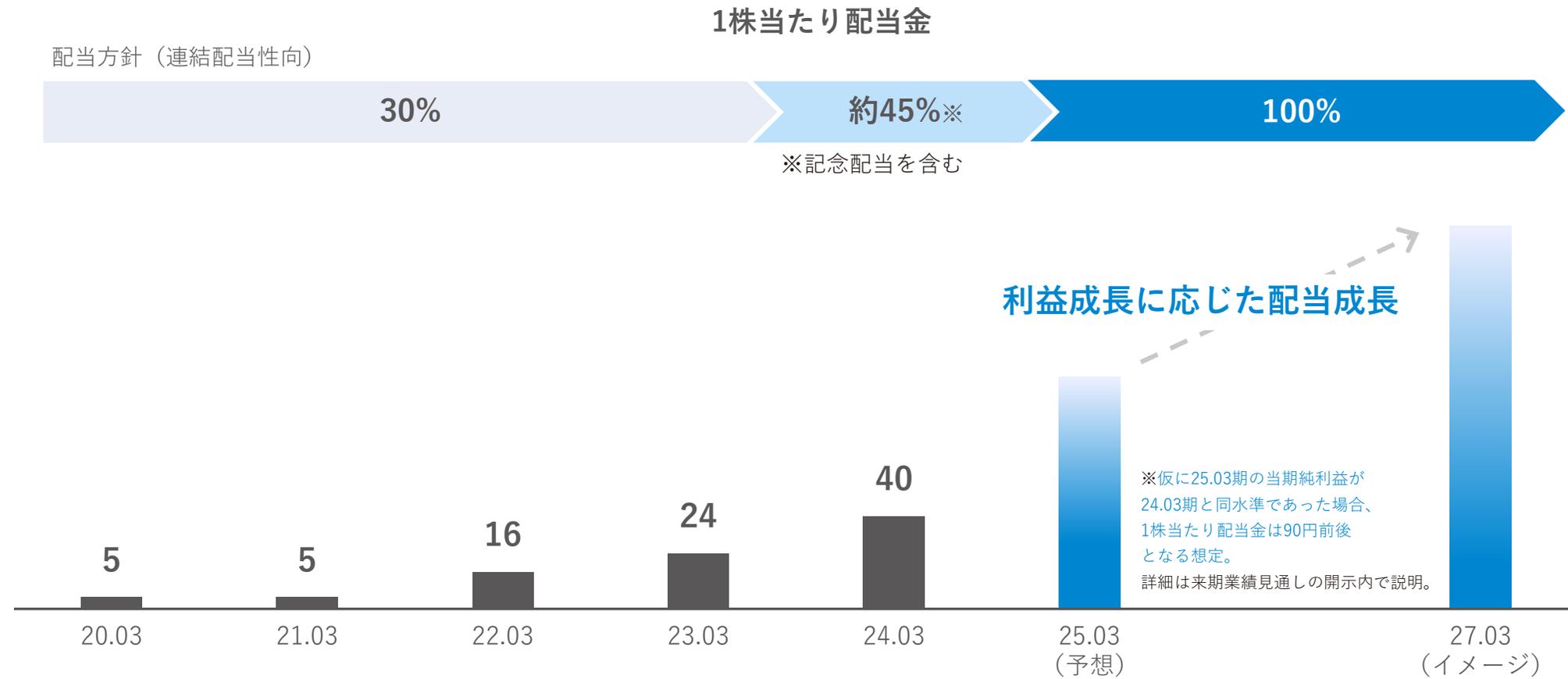
※注：当数値は主力事業であるフィナンシャルパートナー事業の成長を土台とした今後の経営の指針を示したものです。新領域については、既に開始しているデジタルサービスの提供に係る売上を柱としながら、新サービスの開発・提供を織り込んでおりますが、今後の事業環境の変化等により、上記数値は変動する可能性があります。

01

企業価値向上に向けたロードマップ

連結配当性向100%に変更

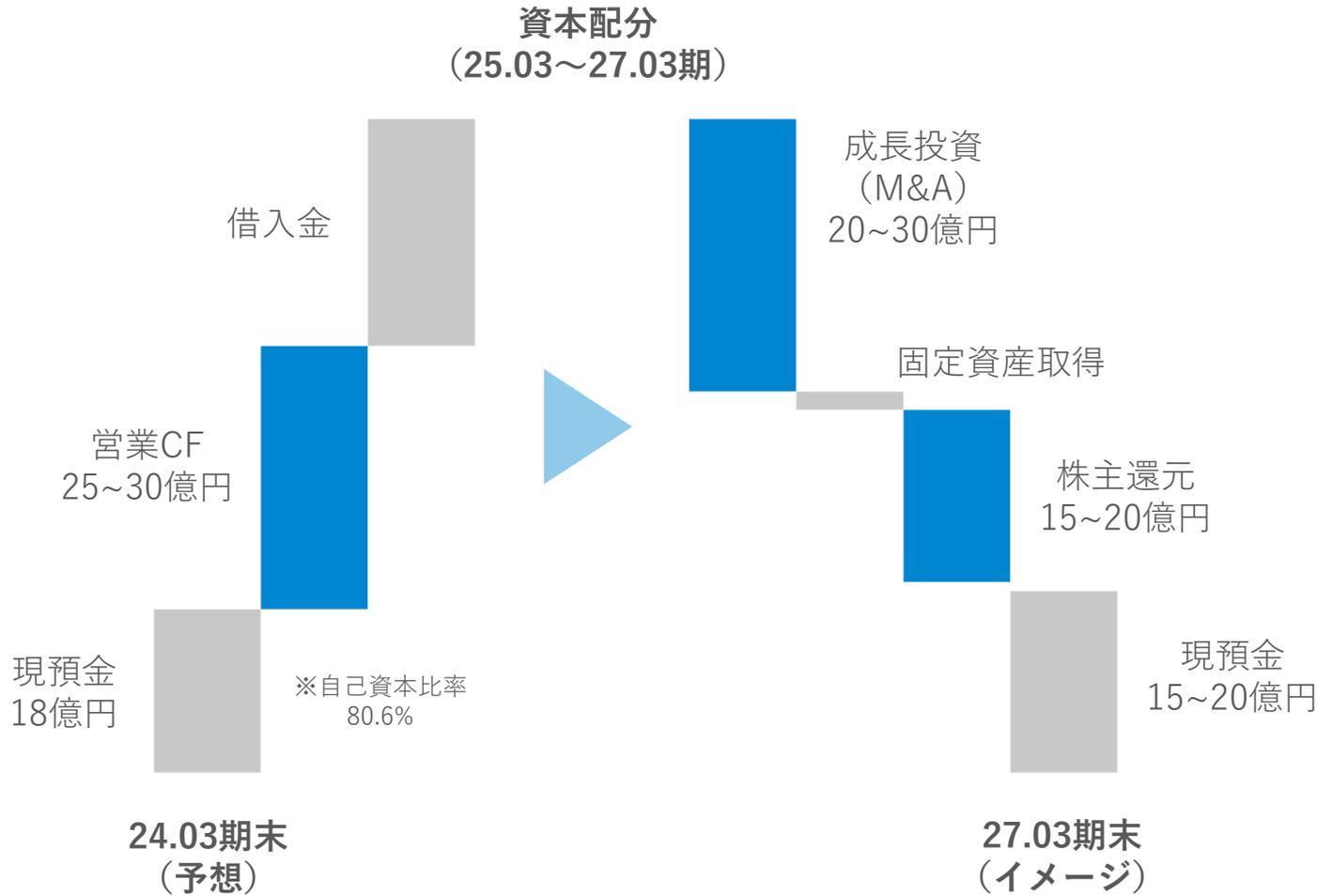
配当政策を連結配当性向 23.03期30%、24.03期は記念配当も含め約45%としていますが、25.03期からの3か年は連結配当性向100%に変更しました。成長投資に必要な資金は現在の現預金及び借入れを中心として創出します。



01

企業価値向上に向けたロードマップ

財務健全性を確保したうえで、成長投資と株主還元を両立



資本配分の考え方

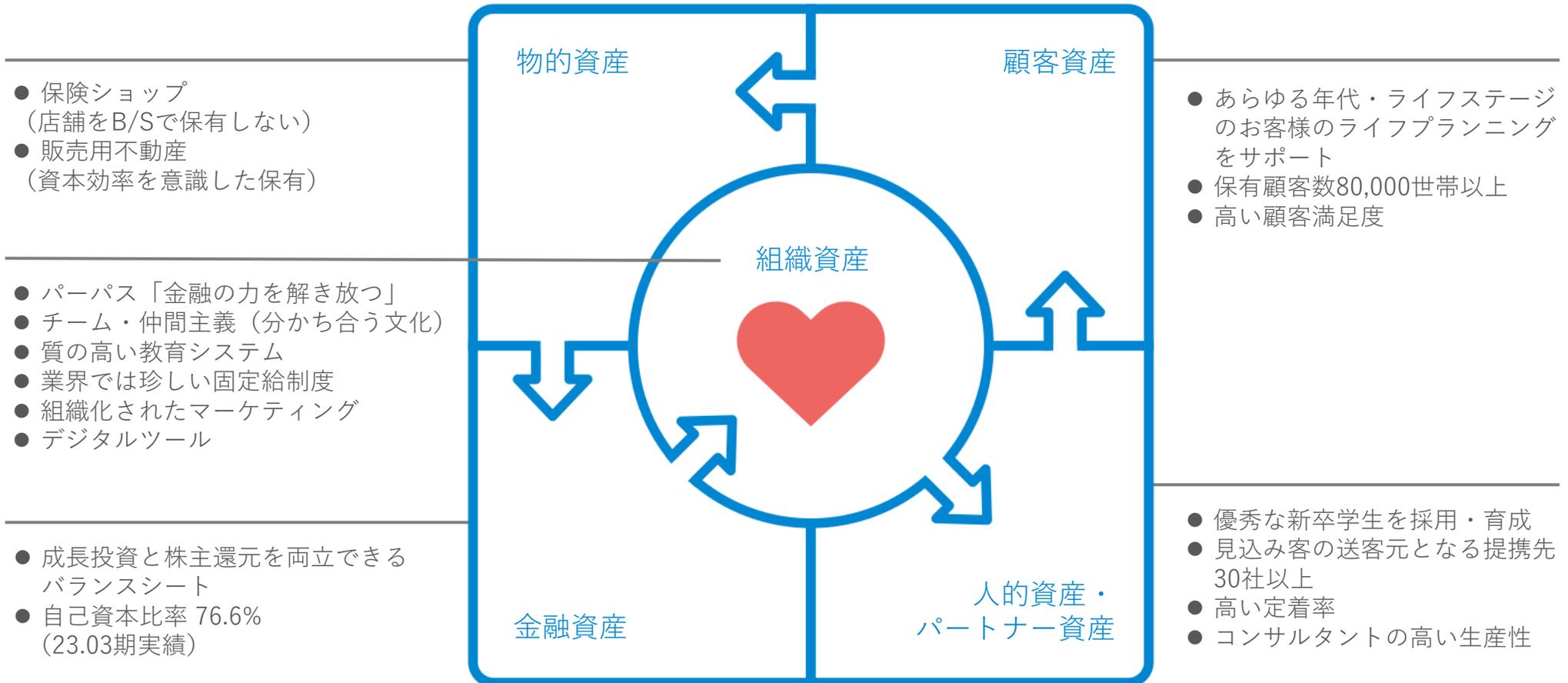
- 当社のビジネスモデルでは、無形資産中心であり、基本的にはB/S投資を必要としない。
- 現預金は **15~20億円** を維持。最適資本構成も念頭に、仮に20~30億円の借入れを行った場合でも自己資本比率 **50%以上を維持する見通し**。
- 財務健全性が保たれていることから、連結配当性向100%を目安とした配当を実施。

01

企業価値向上に向けたロードマップ

価値創造の源泉の無形資産を強化

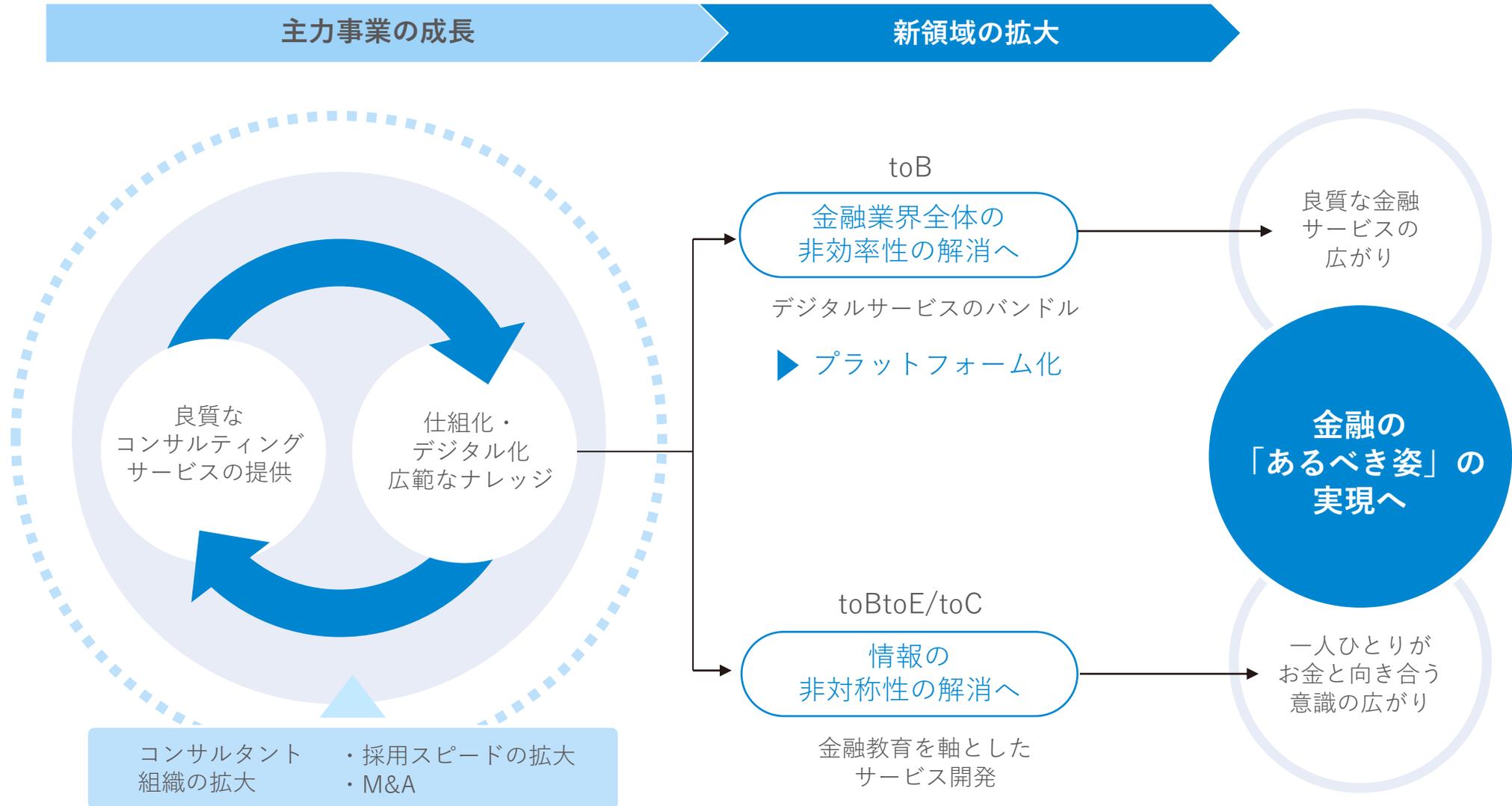
無形資産への投資は費用に計上されるものの、予想営業利益率14.2%（※）の高水準を実現しています ※24.03期予想



01

無形資産を仕組み化することで、新領域を開拓

企業価値向上に向けたロードマップ





Finance
for every future

02

競争力の源泉

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

新卒採用比率

90%



当社

数%



業界平均

※保険募集人／当社推定

3年以内の離職率

80~90%



業界平均

※保険募集人／当社推定

13%



当社

新卒採用を中心とする理由

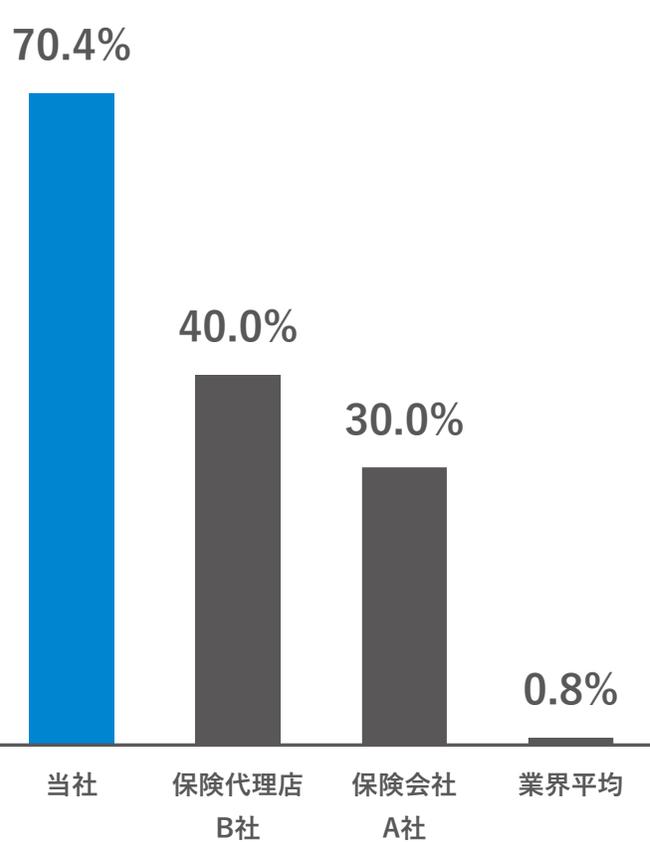
- 組織的なマーケティングと体系的な教育
- 企業の成長と自身の成長をリンクさせる新卒が、当社によりフィットする

離職率が低い理由

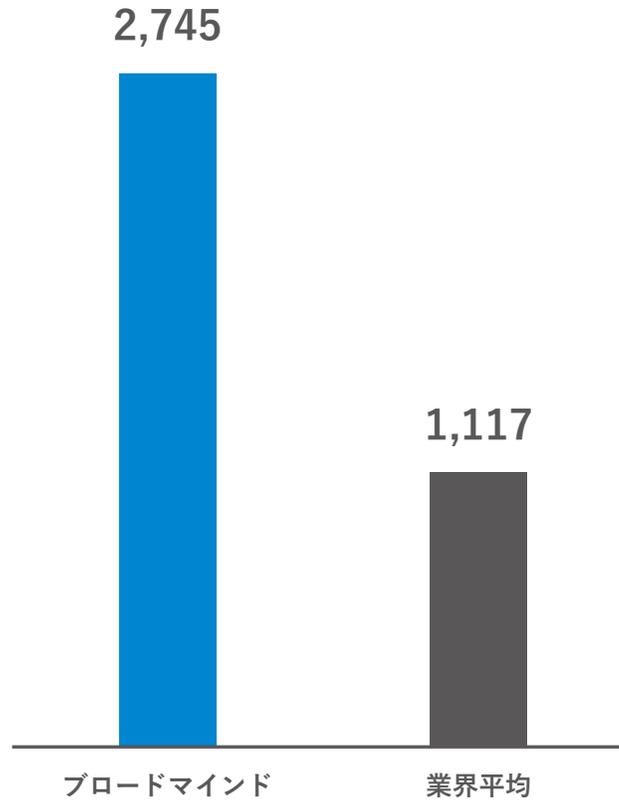
- 固定給制度
- 組織カルチャー（チーム・仲間主義（分かち合う文化））

質の高いコンサルティング、幅広い金融商品の提供、デジタルツールの活用、高いLTVで高い生産性を実現

営業社員に占める
MDRT会員比率



営業社員当たりの年間獲得保険料
(万円)

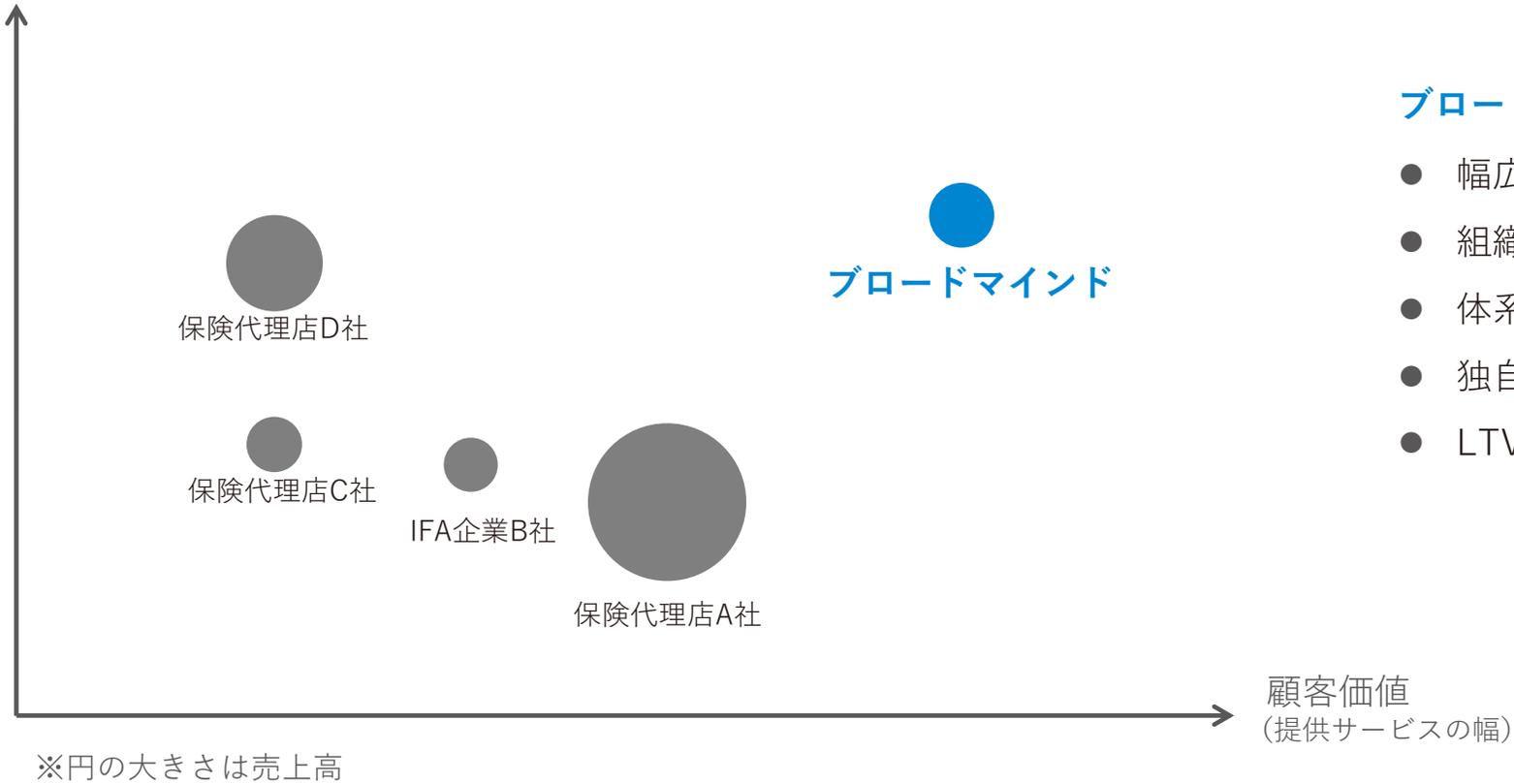


徹底された「仕組み化」が背景に

- 組織化されたマーケティング
- 広範かつ体系化された教育プログラム
- 高い生産性を支えるデジタルツール

同業他社と比較して、圧倒的な差別化を実現

コンサルタントの生産性
(営業社員あたり年間獲得保険料)

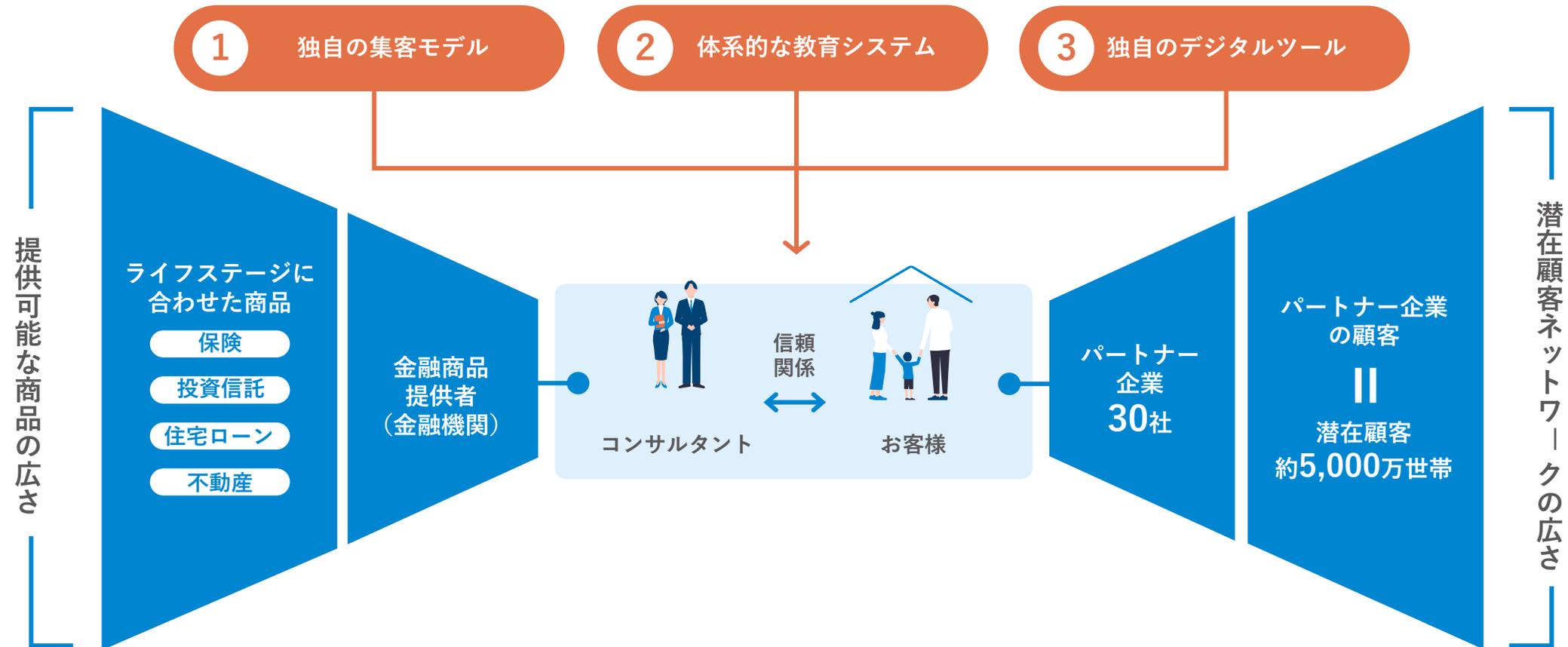


ブロードマインドのユニークネス

- 幅広い金融商品
- 組織化されたマーケティング
- 体系的な教育システム
- 独自のデジタルツール
- LTVの向上

仕組みがお客様からの高い満足度につながっています

独自の集客モデル、体系的な教育システム、独自のデジタルツールによってお客様一人ひとりのライフプランニングを実現しています。



仕組み化を支える独自の集客モデル

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しています。

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



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

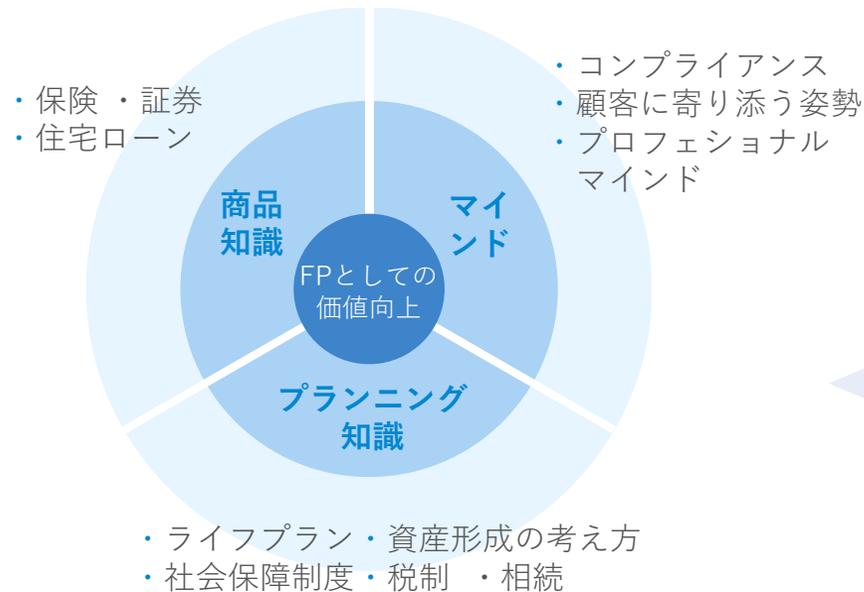


仕組み化を支える体系的な教育システム

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ます。

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

仕組み化を支えるデジタルツール

デジタルツールを活用することで、コンサルタントの生産性向上、LTVの向上お客様の満足度向上につなげています。



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



業界初のライフシミュレーションツール「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

利用者は15,000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。

新入社員の教育、育成スピード向上にも貢献する デジタルツール「ブロードトーク」

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。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。

コンサルタントの時間生産性が劇的に向上。

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」

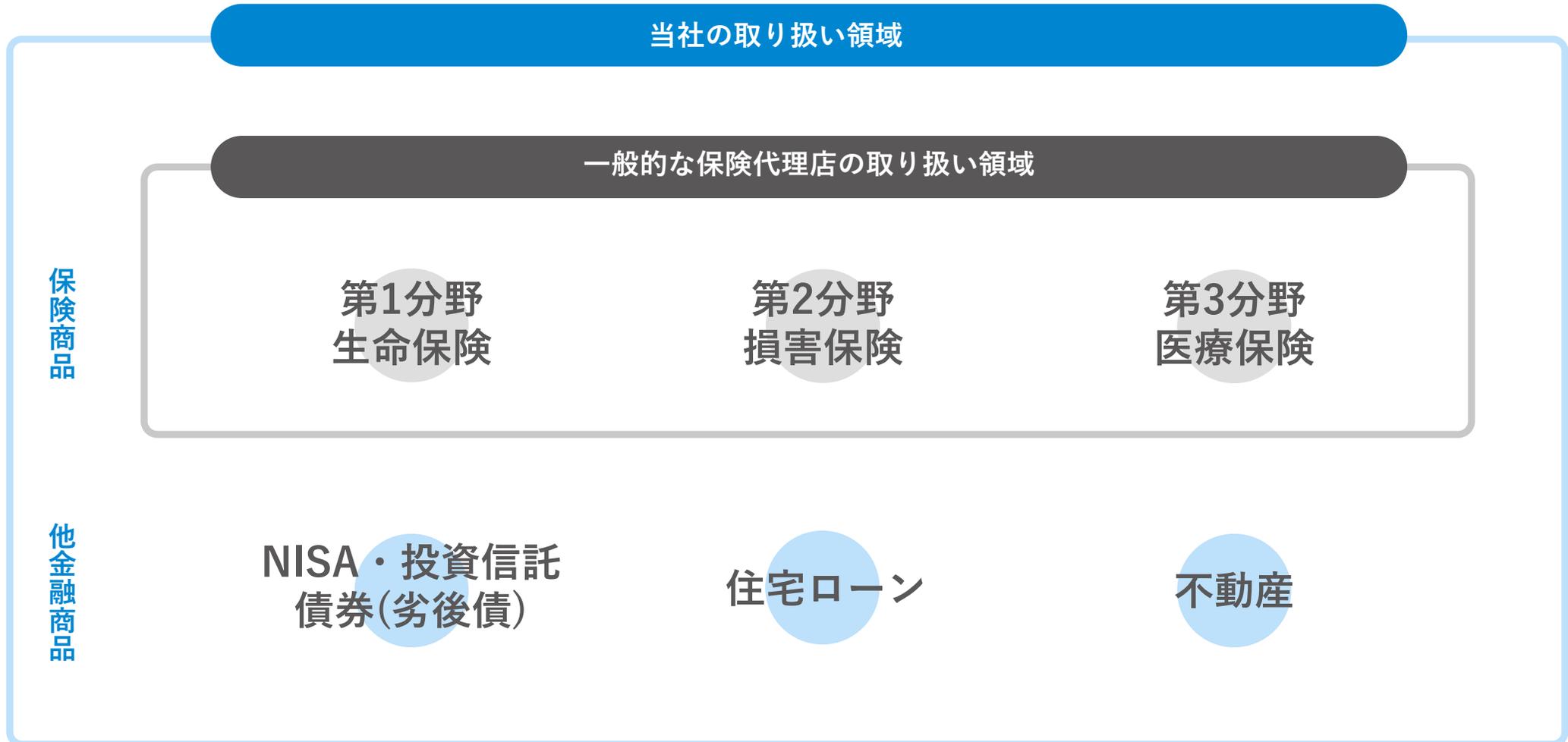


FP Omusubiの特徴

- 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。

仕組み化を支える幅広い金融商品の提供



企業理念の浸透 ～高い生産性、高い定着率、仕組み化の促進に向けて～

企業理念の浸透に向け、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、生産性向上に繋がっています。

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

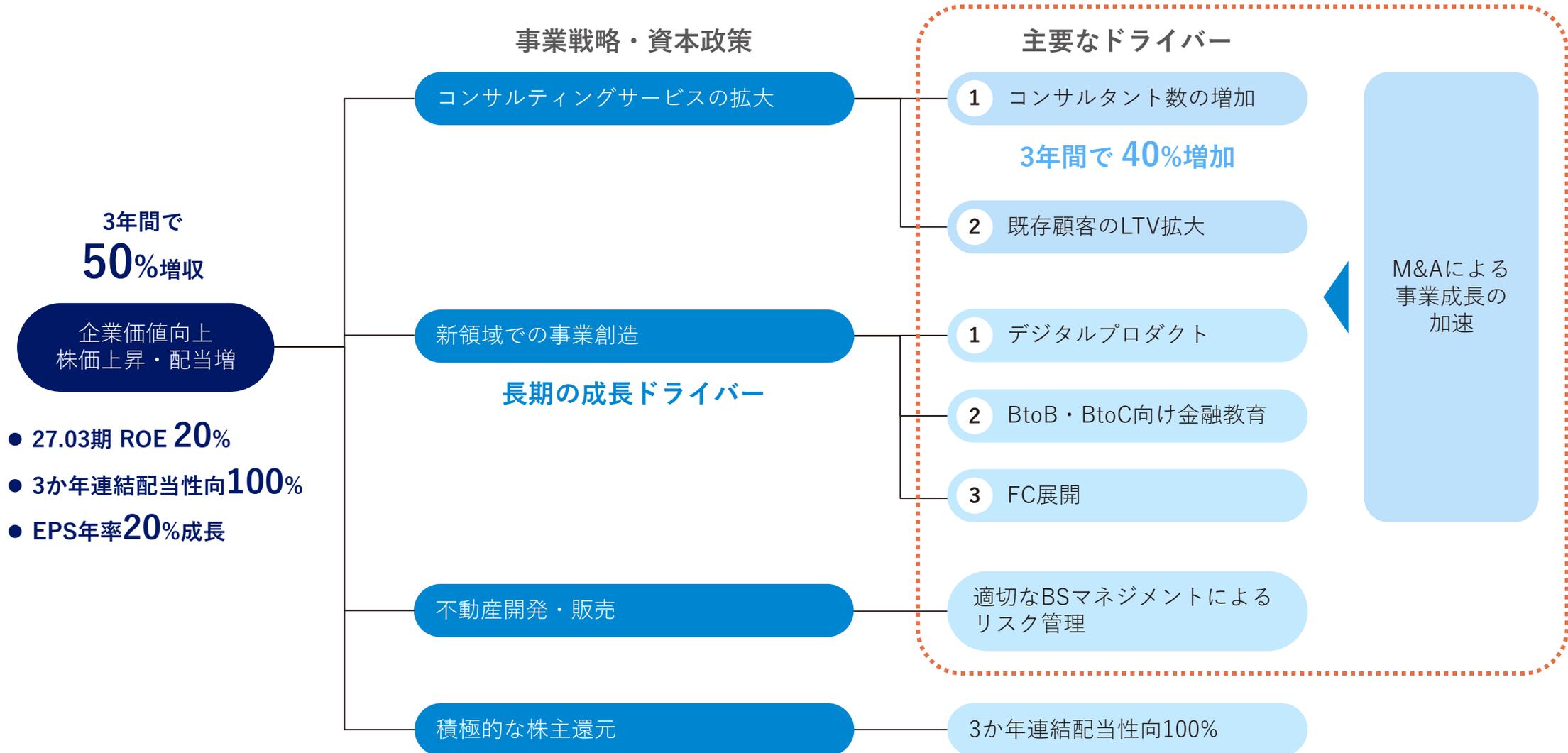


Finance
for every future

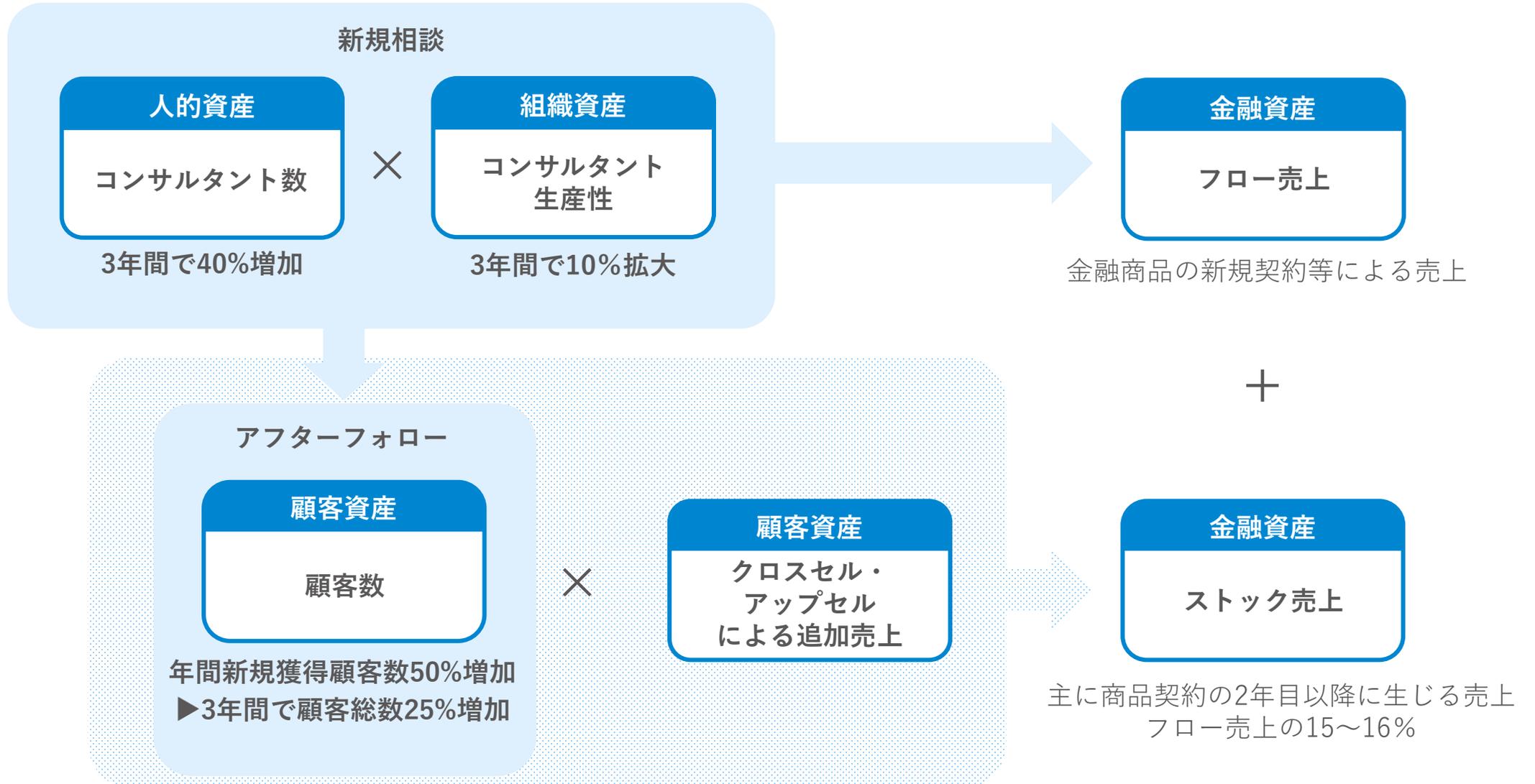
03

事業戦略（売上高成長の数字・ロジック）

事業成長と積極的な株主還元で企業価値向上を実現 (再掲)

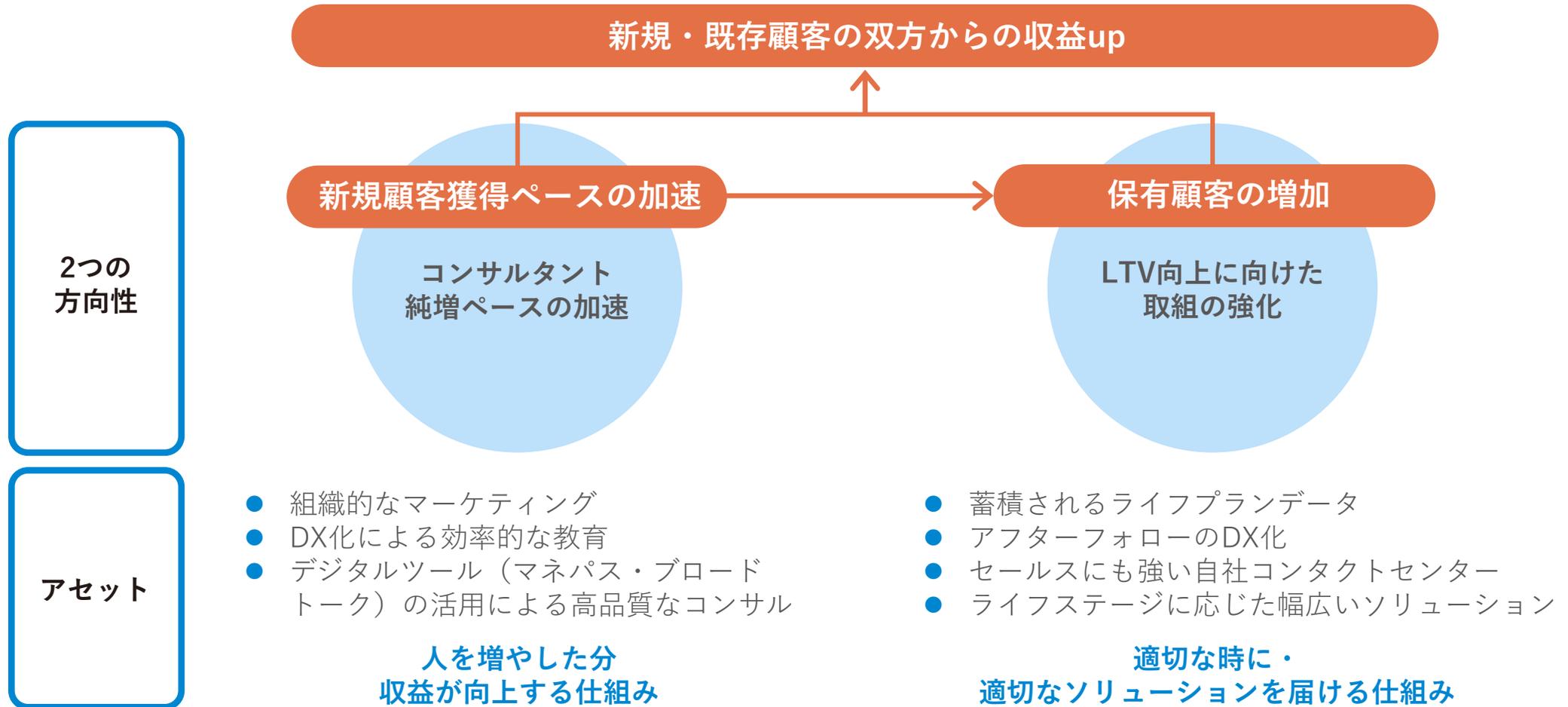


無形資産の向上が売上高成長につながっています



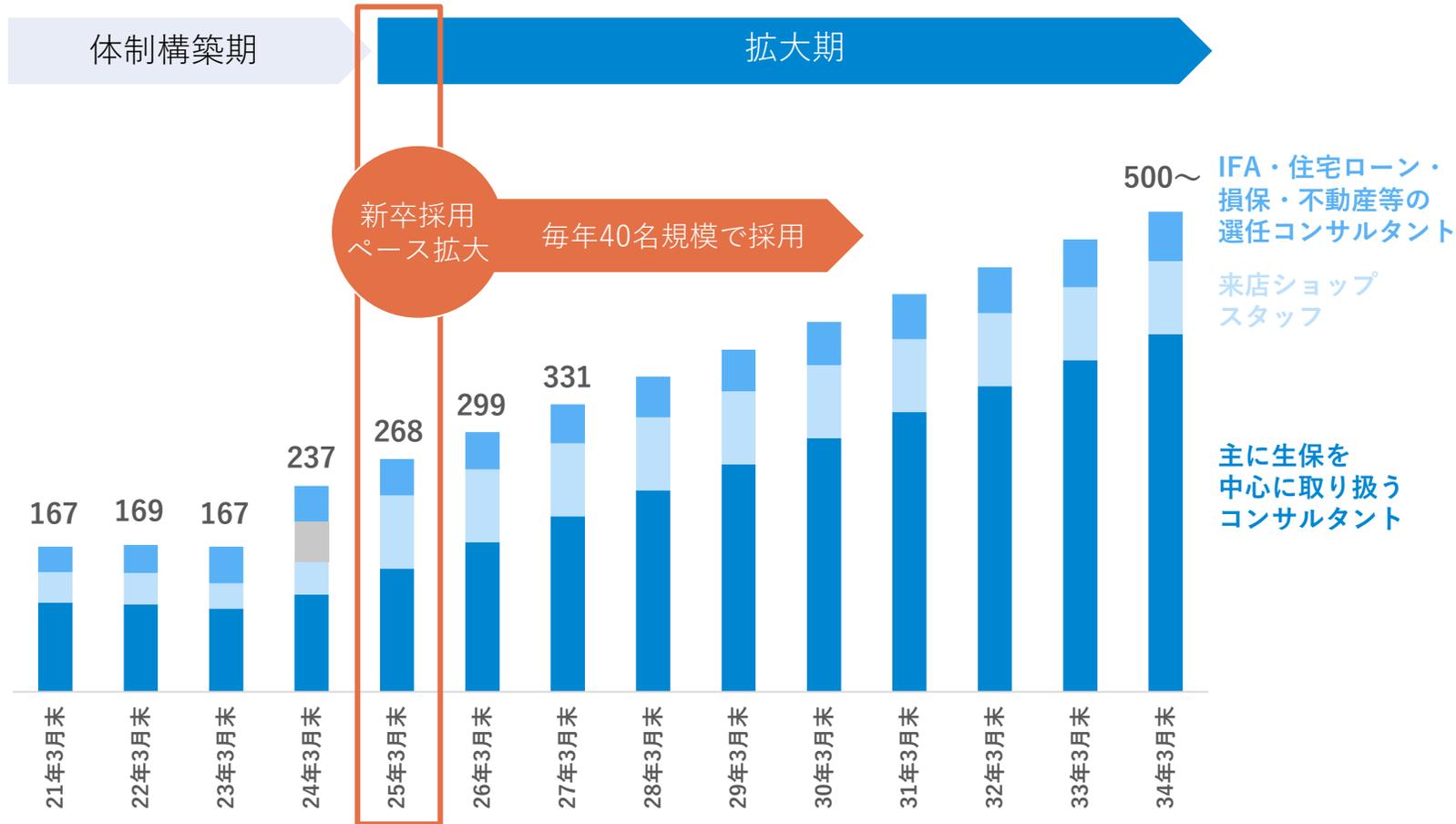
コンサルタント数の増加と既存顧客のLTV向上で成長

当社の強みである「仕組み化」を武器に、新規顧客からの収益upと既存顧客のLTV向上の両立を図ります。



1 | コンサルタントの純増ペースを加速

2024年3月期以降、毎年30名程度の純増ペースでコンサルタント組織を拡大。中計期間中に500名突破を目指します。



※24年3月末時点は見込み数値 ■はセブン保険ショップの事業譲受による増員

なぜ採用がうまくできるのか

- 自己成長への期待感
- 事業に対する魅力（一般的な金融サービス事業者とは異なる）
- 選考プロセスで人事担当以外の従業員も深く関わる

2 | 人×デジタル×データによるLTV向上

人×デジタル×データでお客様にとって適切な時に、適切なソリューションを提供します。

データの蓄積と活用

ライフプランニングWebサービス「マネパス」を活用。
2024年3月現在、利用者数1.5万人突破。



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

アフターフォロー体制の強化

自社コンタクトセンターの
ダイレクトセールス機能拡大



顧客接点の多様化

スマホアプリ「FP Omusubi」

お客様にとってFPがより身近に



アフターフォローの専門組織を設置。機能拡大へ

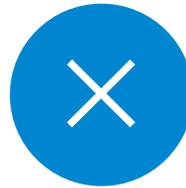
金融リテラシー×ライフプランで情報の非対称性を解消

金融リテラシー×ライフプランで、1人でも多くの方が人生で最良な選択ができるように

コンシューマ向けライフプランシミュレーター



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



他社とのサービス共創も視野に、BtoC / BtoBtoE向けの
複合的なサービスプラットフォームの開発も目指す

デジタルツールを同業他社に提供し、金融業界の非効率性を解消

当社のデジタルサービスを融合し、金融業界の3つの非効率性を解消。業界全体を通じて、良質な金融サービスへのアクセシビリティ向上を目指します。

営業プロセスの効率化

オンライン化への対応

オンライン面談システム

broadtalk

スマホ連動型コールシステム

broadconnect

ニードセールスの効率化

良質なライフプランニングサービスの浸透

FP向けライフプランシミュレーター

 **マネパス** with FP
人生とお金の羅針盤

事業者向け金融教育サービス

アフターフォローの効率化

顧客接点強化から提案機会の創出へ

お客様とFPの
コミュニケーションアプリ

FP Omusubi

ソリューションを統合、プラットフォーム化し
当社が創出した見込み客の提供と合わせ外部のFPに広く提供
フランチャイズビジネスとして展開



事業者のニーズに応じた個別提供も実施

B/Sを適切にマネジメントしながら、不動産ソリューションを提供

主に一定以上の金融資産をお持ちの方を対象に、資産形成・運用のための金融ソリューションとして提供しています。

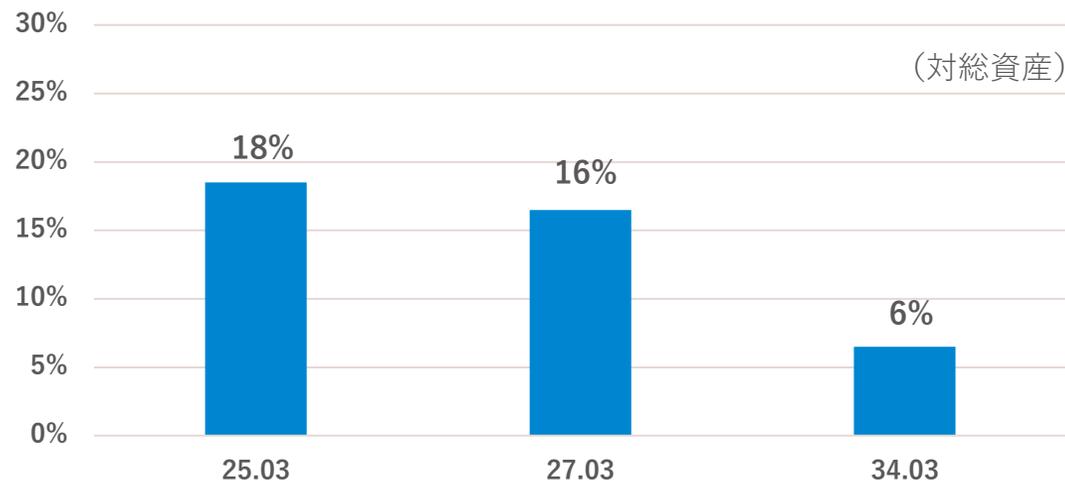


※イメージ

顧客ニーズに応じて開発・販売

在庫リスクを持たないソリューションとして提供

B/Sにおける不動産（固定資産）の
構成比率見通し



M&Aを活用し、事業成長をスピードアップ

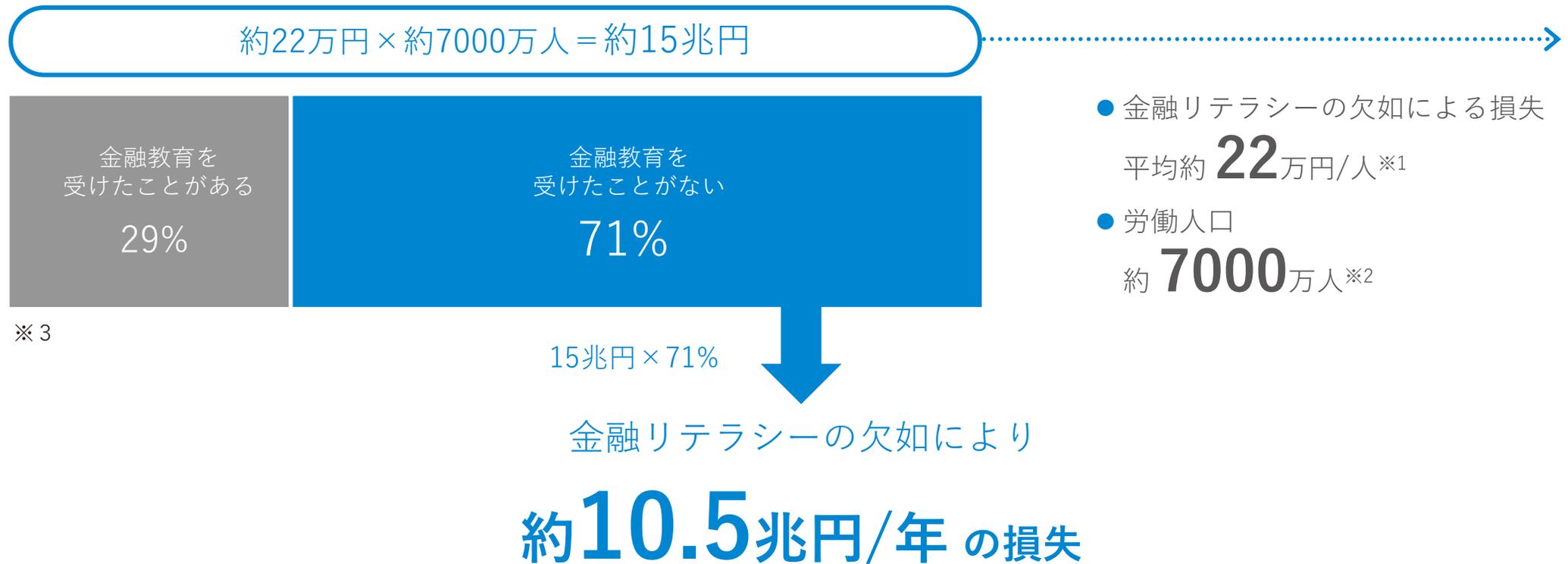
成長投資の一つとして、M&Aを実施します。

対象領域	狙い	過去事例
ライフイベント関連事業者	<ul style="list-style-type: none"> ● ファイナンシャルニーズの高い顧客との接点強化 ● 自社でのマーケット創造による利益率の向上 	株式会社イノセント (結婚相談所)
来店型保険ショップ	<ul style="list-style-type: none"> ● 広域での接点強化 ● マネプロブランドの浸透 ● 当社の強みである「仕組み」の転用による店舗事業の生産性向上 	セブン保険ショップ

M&Aによる成長投資については、借入れにより機動的に対応

日本人ひとりひとりの金融リテラシーの向上を目指します

米国の調査結果を日本に適用すると、金融リテラシー欠如による経済的損失は10.5兆円にのぼると考えられます。日本人一人ひとりの金融リテラシーの向上を目指します。

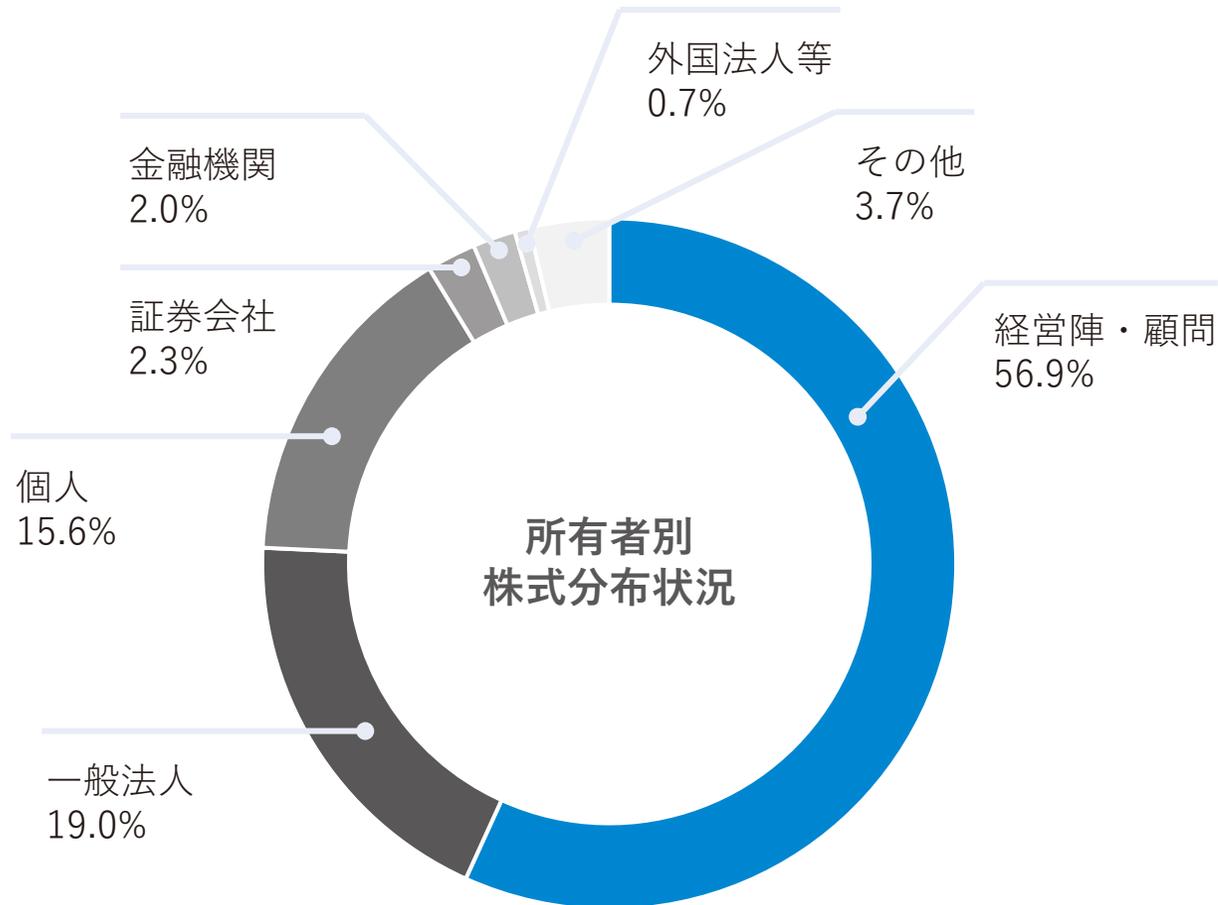


※1 National Financial Educators Council “Financial Illiteracy Cost”より日本円に換算して算出（日本円換算は2024年2月20日時点）

※2 総務省統計局「労働力調査（基本集計）2023年（令和5年）12月分結果」による ※3 フィデリティ投信「フィデリティ・ビジネスパーソン1万人アンケート2023」による

流動性向上に向けて施策を展開

株主構成 (2023年9月末時点)



流動性向上に向けた施策

経営株主

- 最適株主構成の見直し

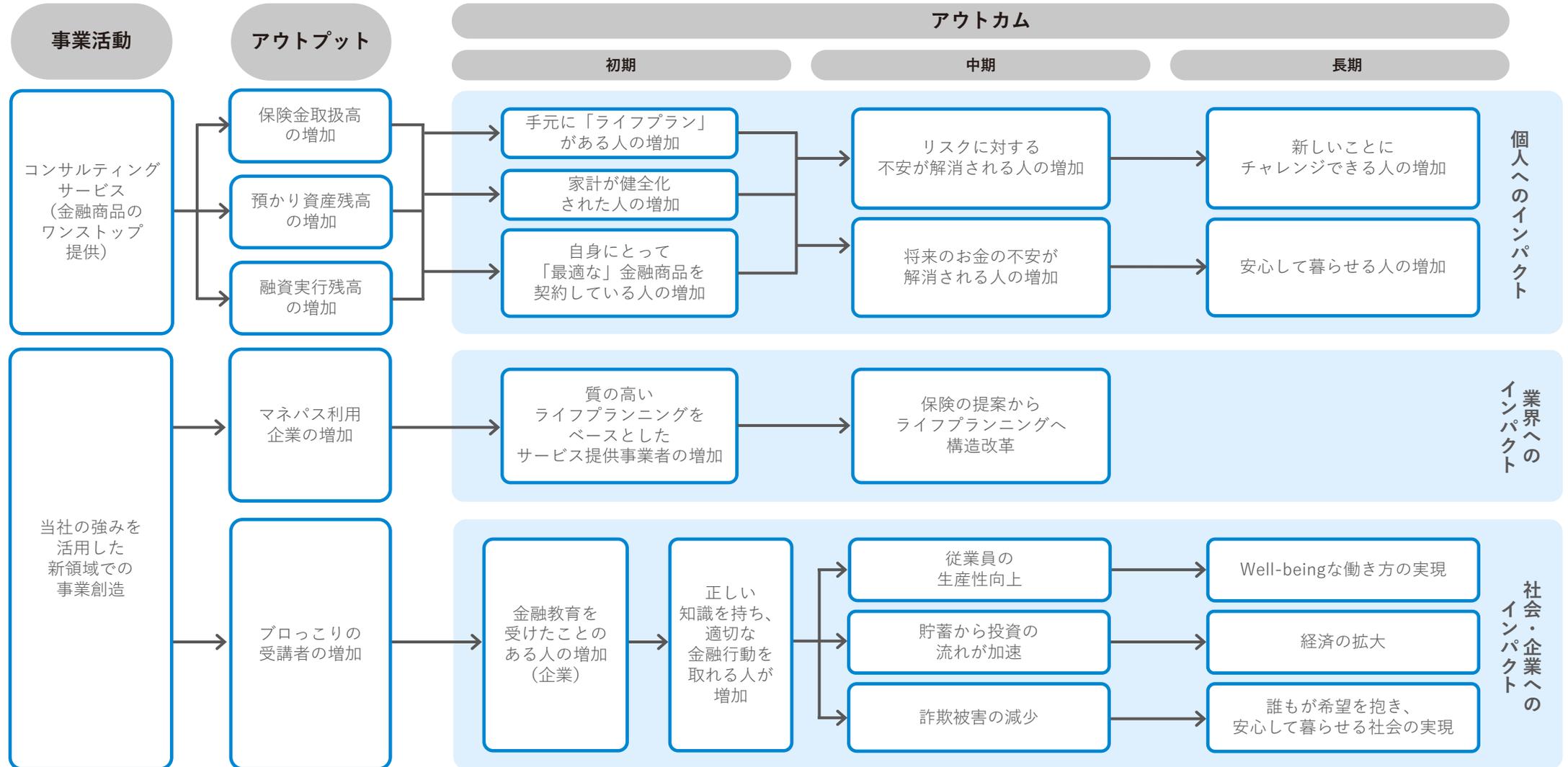
個人投資家・機関投資家

- 個人投資家向け説明会の開催
- 機関投資家との対話の強化

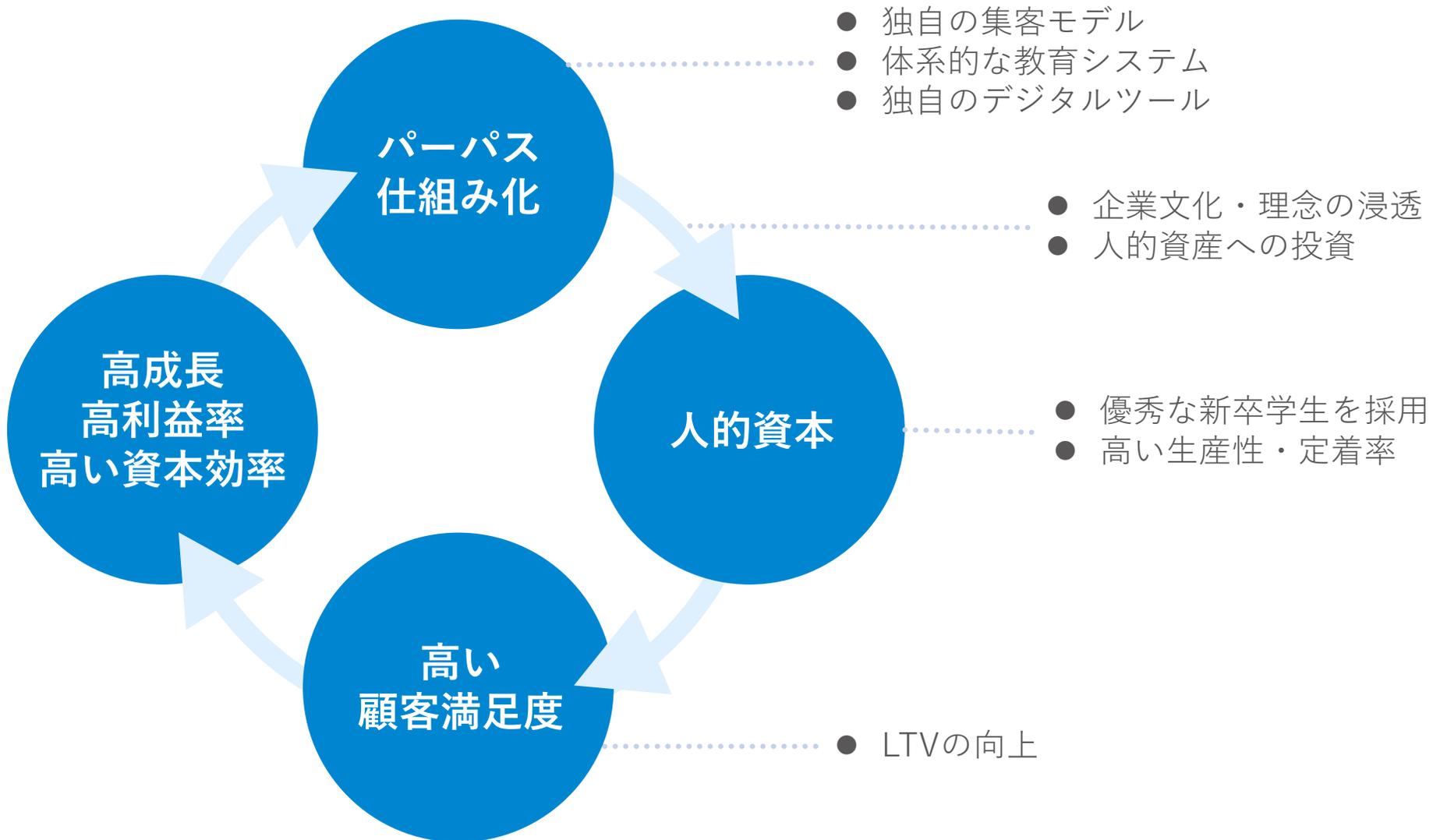
その他検討事項

- 株式分割

当社が目指すインパクト



終わりに | 企業価値創造の道すじ





当社を創業した私の思い

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。



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。

当社の経営陣



代表取締役社長
伊藤 清

ソニー生命では最年少で同社のエグゼクティブライフプランナーに就任。2002年1月に「日本人の金融リテラシーを高めたい」との想いのもと当社を創業し、現職。



取締役
吉橋 正

ソニー生命を経て2003年に当社取締役就任。金融だけでなく不動産領域での深い知見を活かし、当社グループの不動産ビジネスをリード。MIRAI株式会社代表取締役を兼任。



取締役
大西 新吾

株式会社電通を経て2006年に当社入社。2008年に取締役就任。前職の経験に基づき、「保険マーケティングの仕組み化」を実現。現マーケティング本部長。



取締役
鵜沢 敬太

大手損害保険会社、ベンチャー経営を経て2008年に当社入社。2020年に取締役就任。ビジネスストラテジー本部長としてコーポレート業務を統括。



取締役
岡本 功治

2007年に当社入社以降、一貫してコンサルティング業務に従事。2023年の取締役就任後はファイナンシャルコンサルティング本部長として営業部門を統括。

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

非常勤監査役
座間 陽一郎

非常勤監査役
浅田 登志雄

私たちが大切にしていること

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

離脱を見据えた大量採用（優秀でないと離脱が進む）

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

組織カルチャー

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）

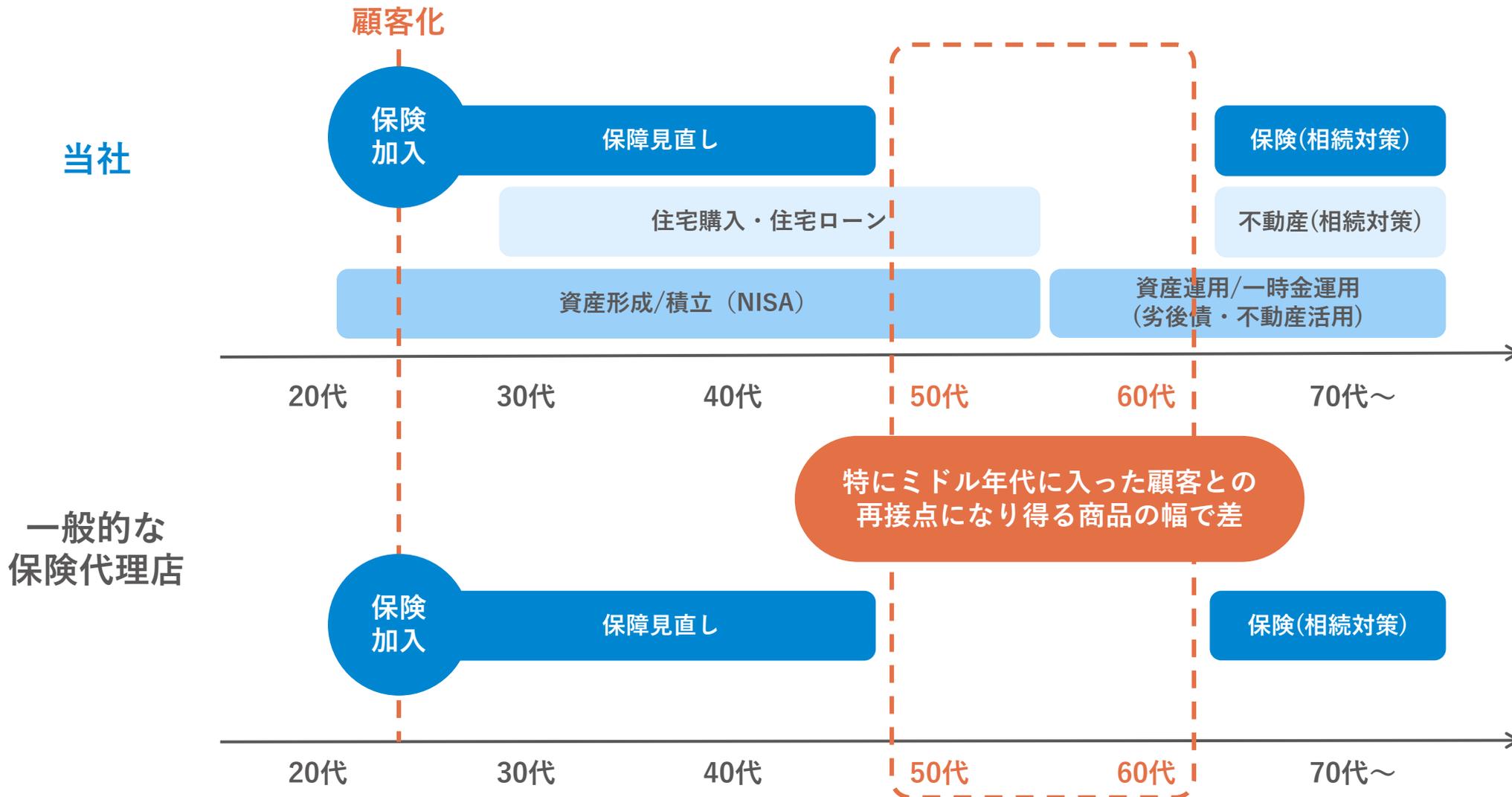
新卒採用が中心（給与制度ともフィット）

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）

ライフステージの変化に応じたサービス提供が可能



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します。

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します。



ライフプランニング=ソリューション提供の土台

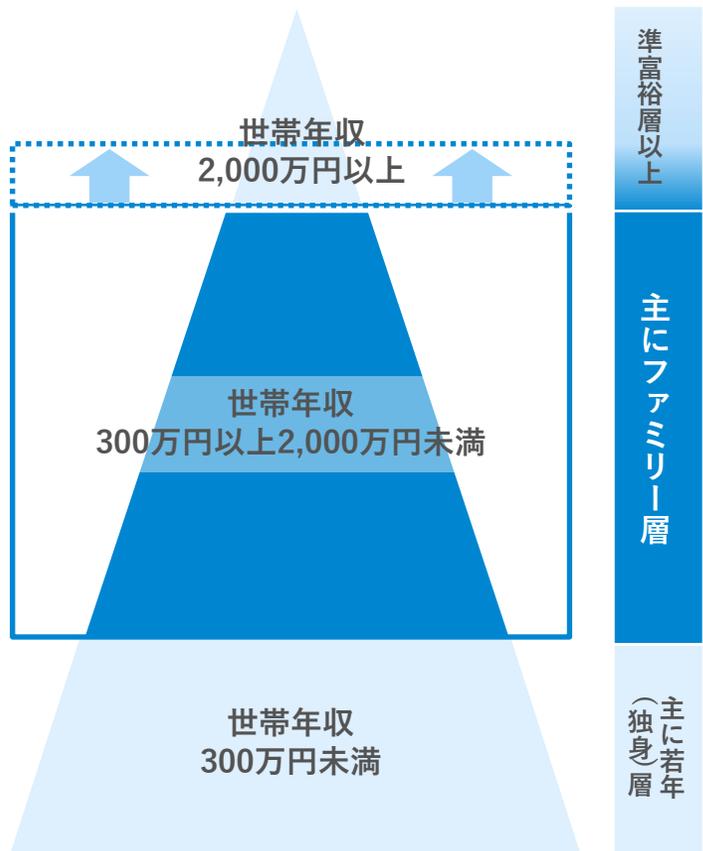
ご参考 | 業態ごとの仲介事業者数

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**です。
(当社調べ/2023年12月末時点)



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しています。



■ 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』

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	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	鵜沢 敬太	社外監査役	座間 陽一郎
	取締役	岡本 功治	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	5億9,658万円（2023年12月末現在）			
従業員数	289名（2023年12月末現在（連結／アルバイト従業員を除く））			