

個人投資家様向け説明会

ブロードマインドの成長戦略

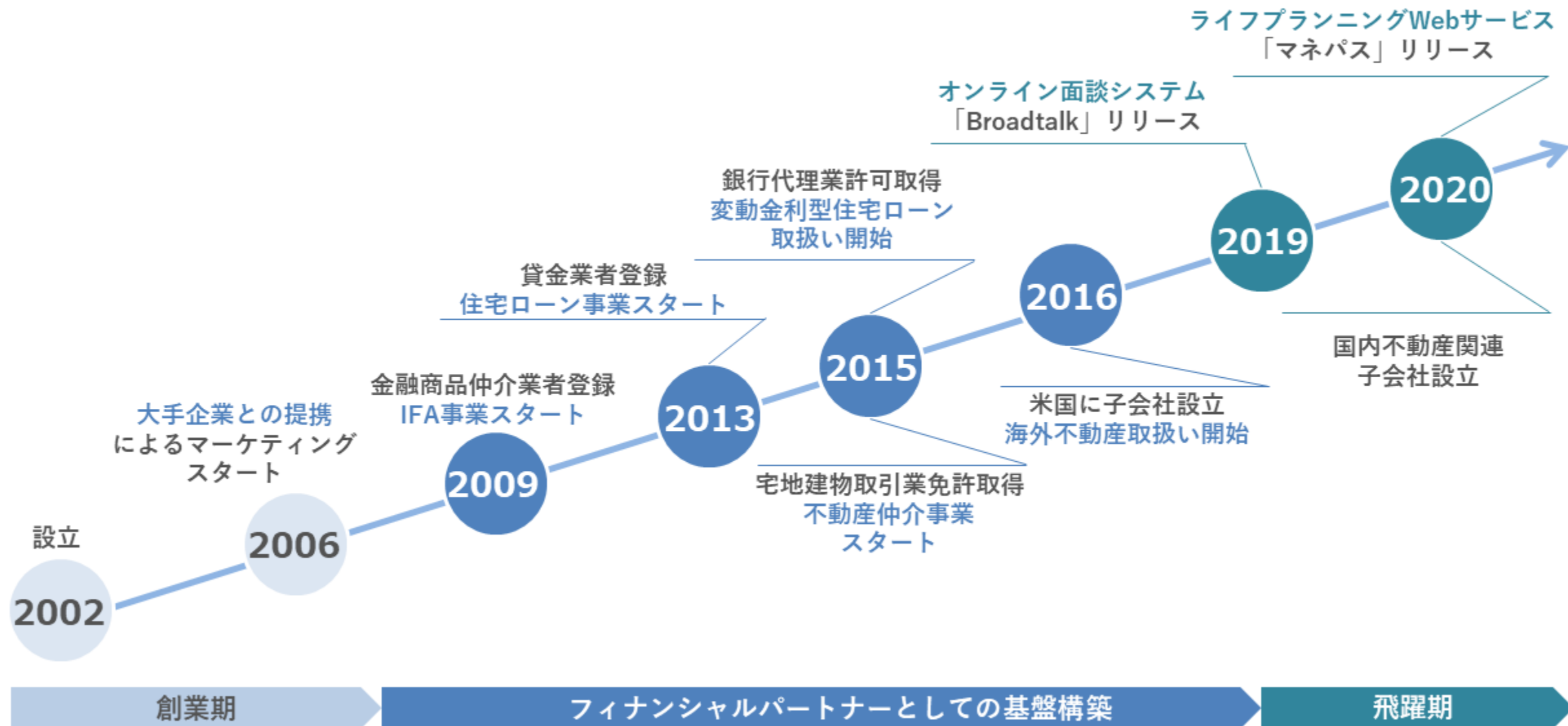
2021年12月11日

ブロードマインド株式会社
証券コード：7343

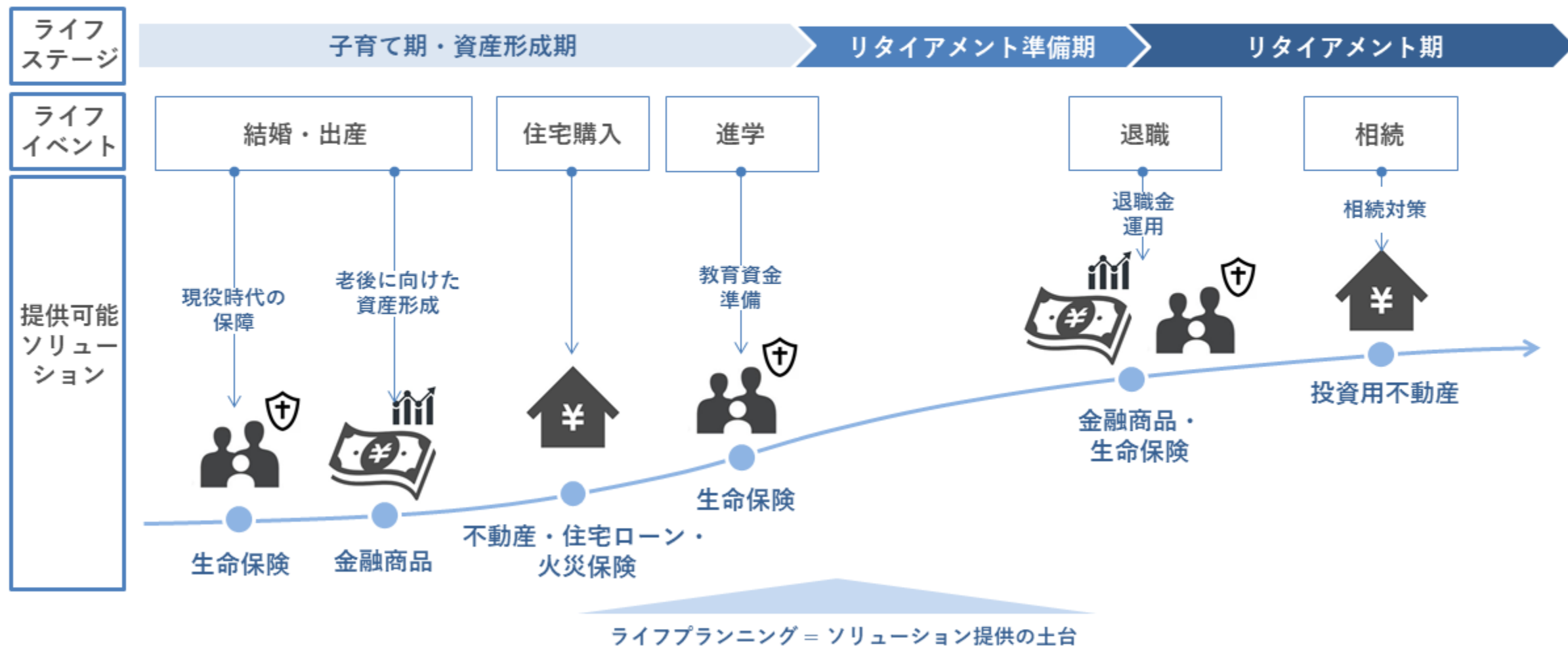
私たちは金融サービス業として革新を起こし続け 自分らしい未来を歩む人々が溢れる世界を創る

当社グループはお客様にとっての『フィナンシャルパートナー』として
ひとつの業態にとらわれずに金融サービスを開発し
真にお客様にとって最適なサービスを提供して参ります



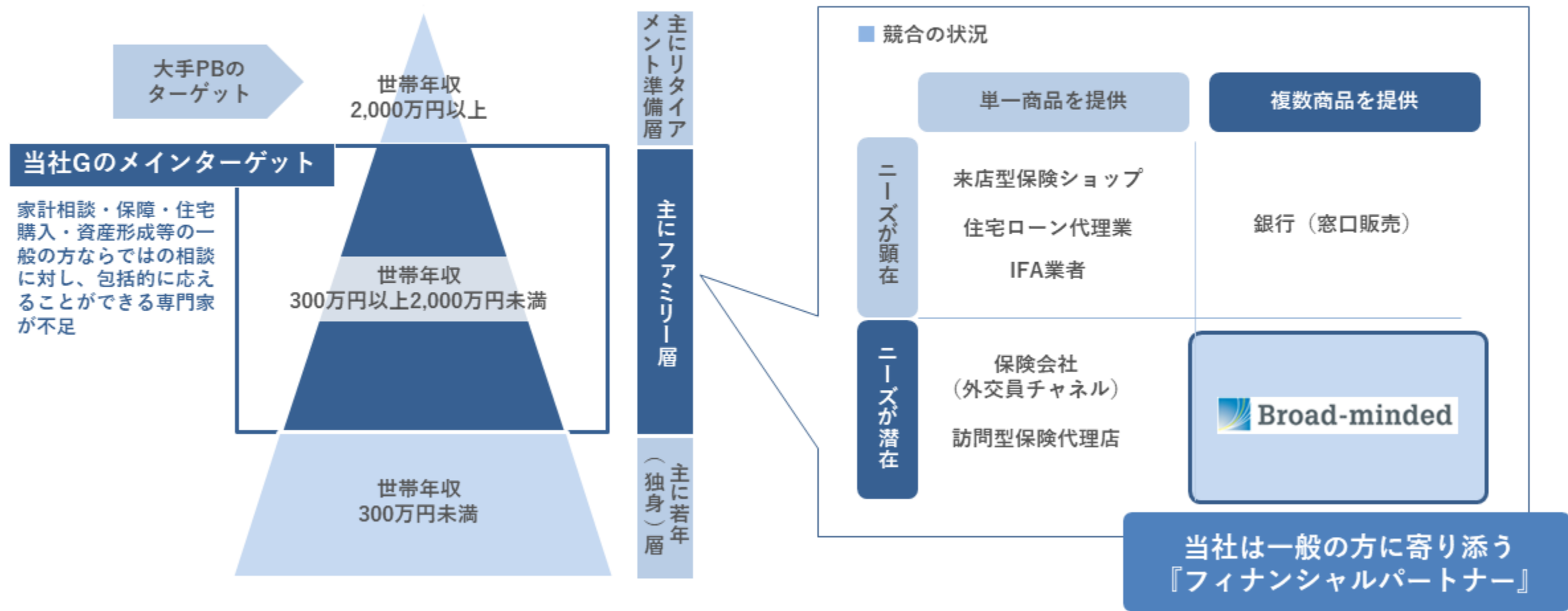


ライフプランニングを土台に顧客の潜在的な金融ニーズを掘り起こし、あらゆる年代・ライフステージに応じて金融ソリューションをワンストップで提供する『フィナンシャルパートナーサービス』を展開。

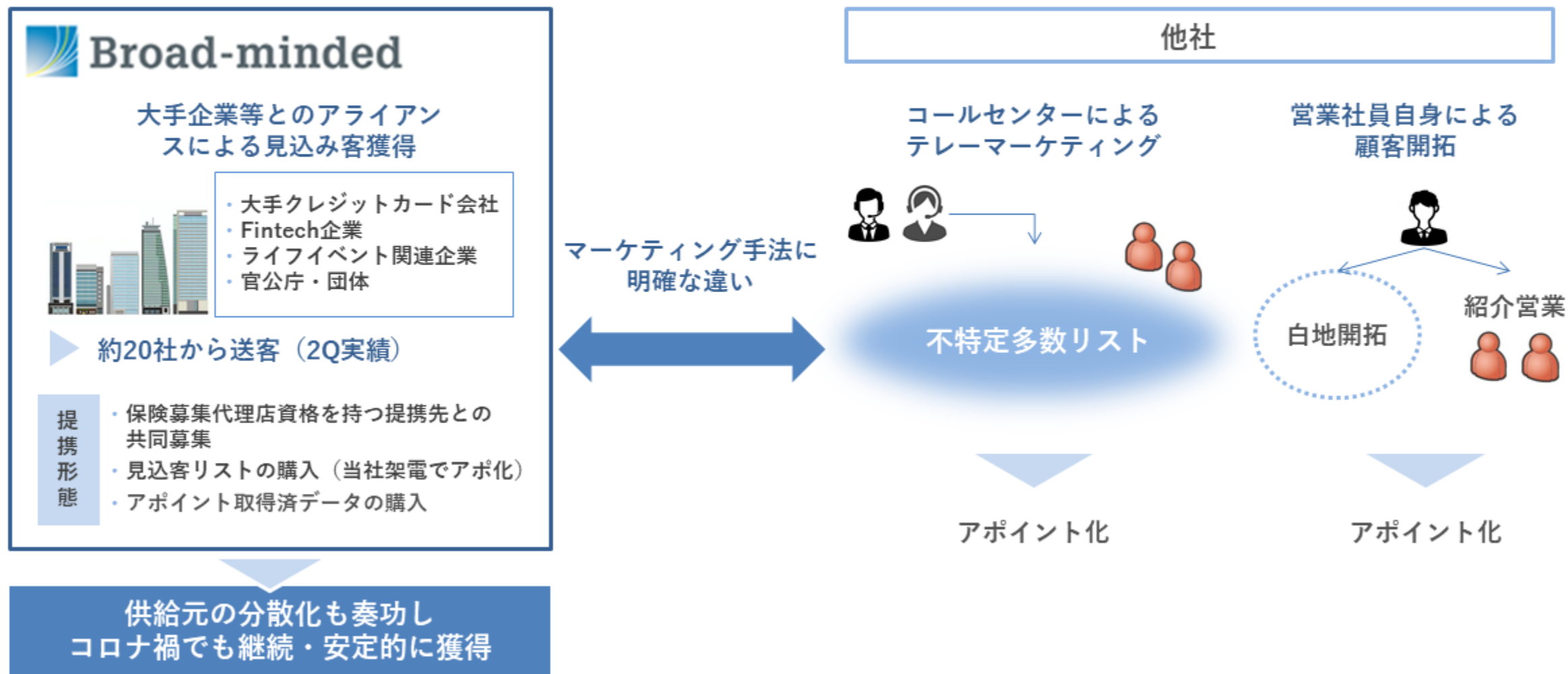


注：上記は一例であり、全ての顧客に対し同様のソリューション提供を前提に示したものではありません。

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。

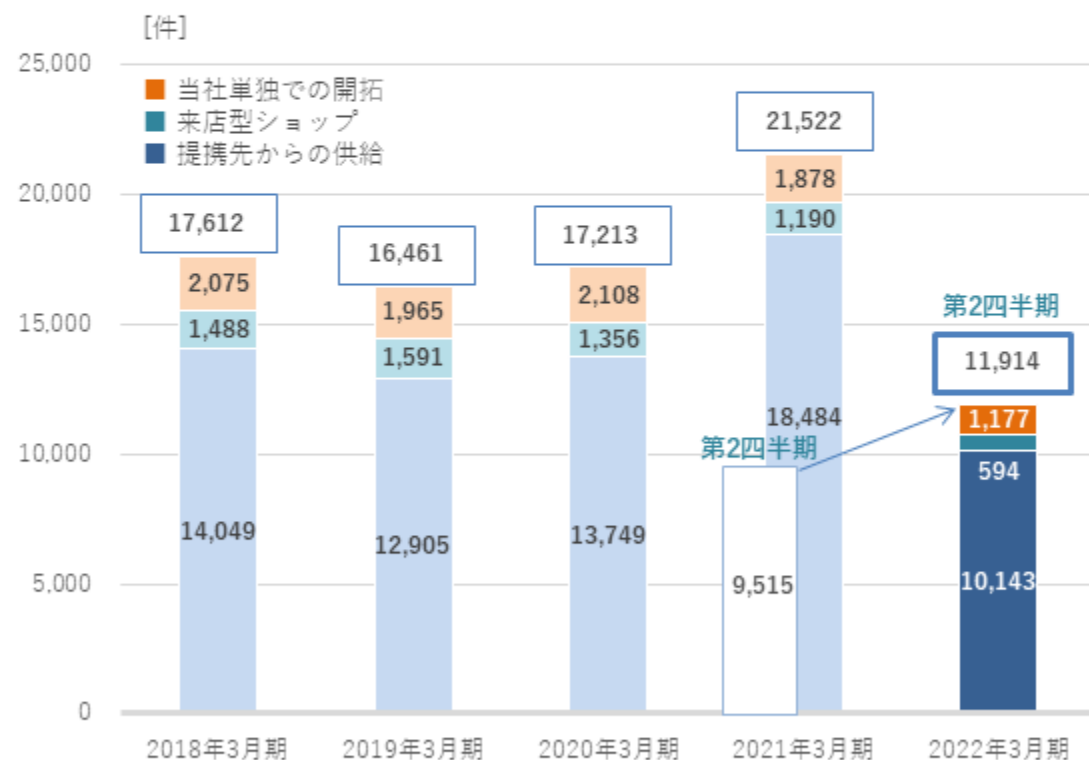


国内大手クレジットカード会社等の提携先からの「マネー相談」を入口とした紹介が見込み客獲得の基盤

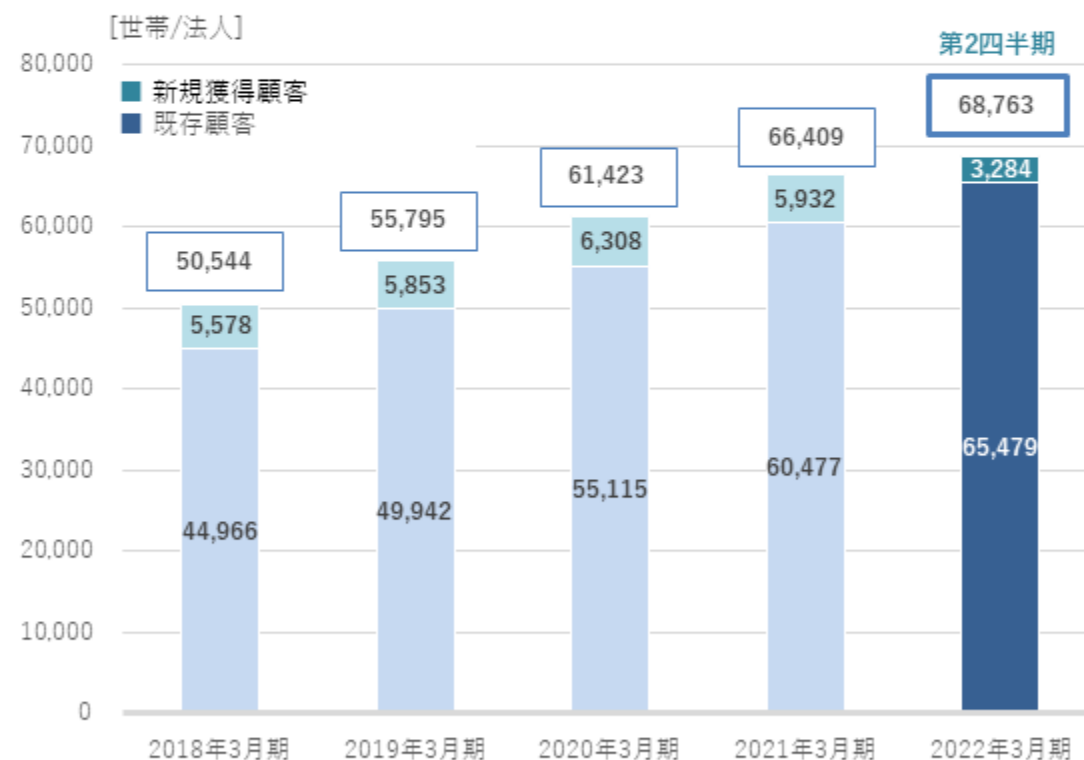


組織的なマーケティング（仕組化）により、新型コロナウイルスの影響下でも多くの相談が寄せられ、新規顧客獲得も堅調に推移。

■ 新規相談受付件数

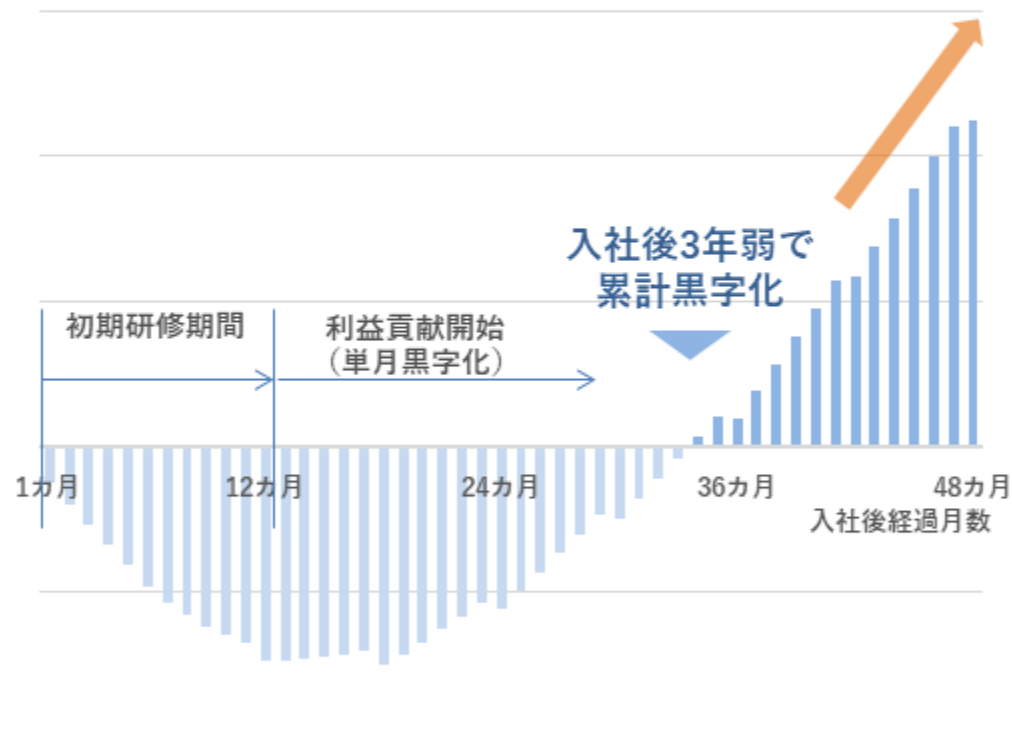


■ 保有顧客数（新規獲得顧客と既存顧客の合計）

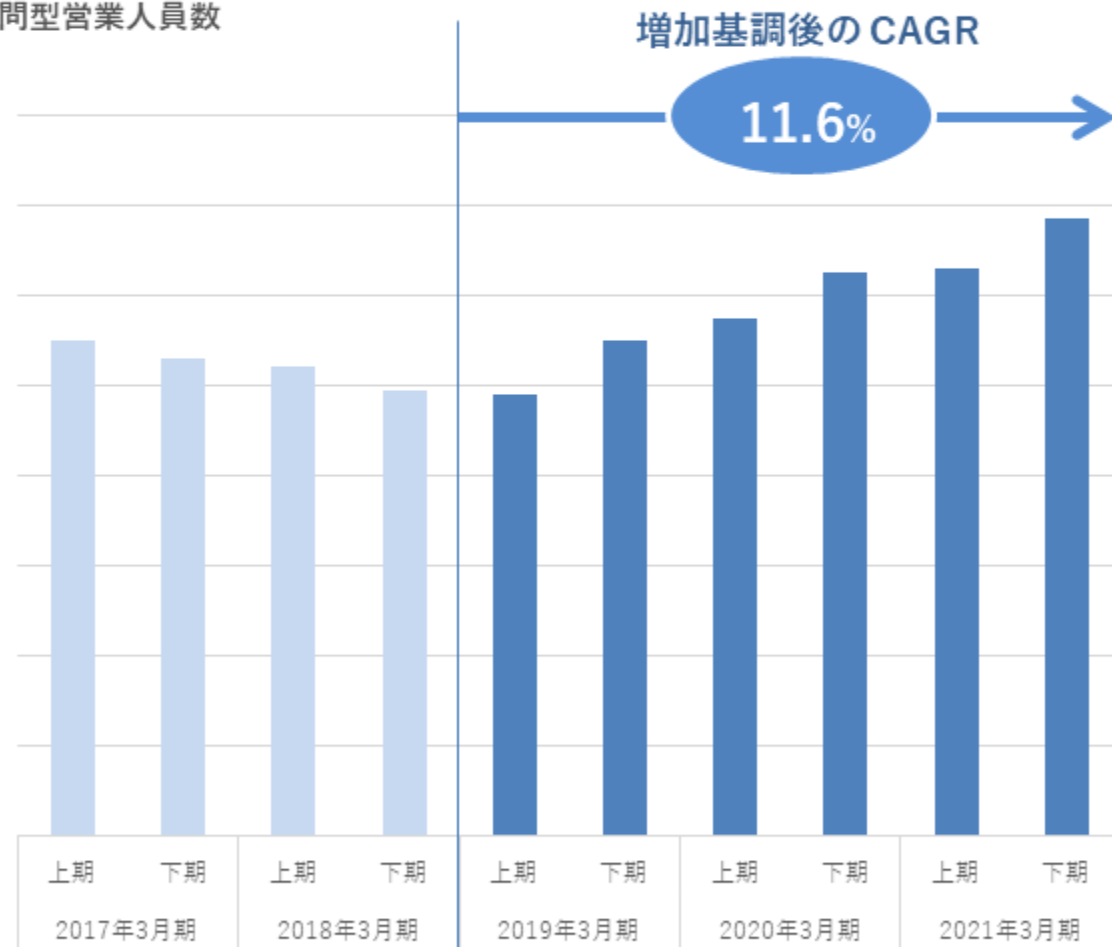


当社グループの育成方針は『優秀な新卒学生を採用・育成』する業界内でもユニークなもの。体系的な教育プログラムによりコンサルタントとしての早期パフォーマンス向上を実現し、人材投資の回収期を早めることで組織拡大と業績拡大を両立。

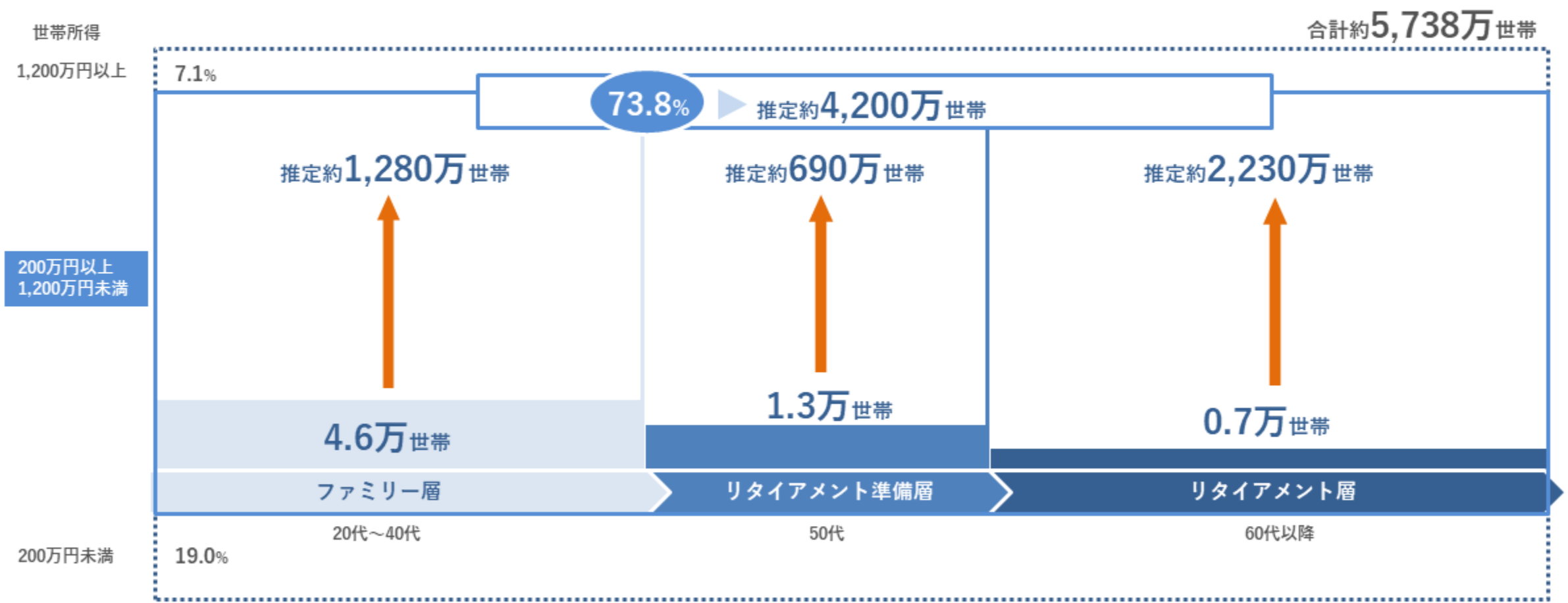
■ コンサルタント1名あたりの営業利益（累計）の推移



■ 訪問型営業人員数



当社グループのメインターゲットは一般的な所得水準の世帯であり、国内全世帯の7割以上を占めることからサービス提供余地は多く残されている。



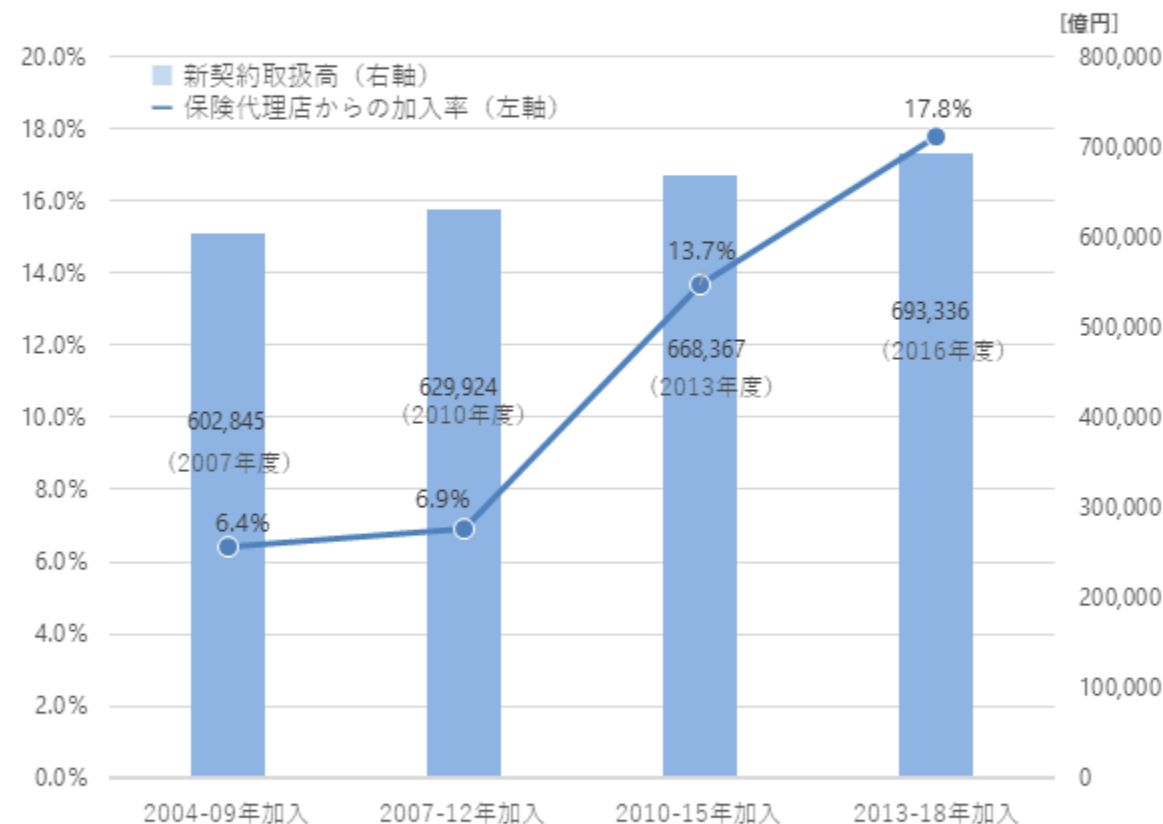
厚生労働省／国民生活基礎調査（2019年）所得の分布状況 及び総務省／住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（令和2年1月1日現在）より当社推計

当社グループ保有世帯数
（2021年3月末現在）

注：世帯年収から所得税及び住民税等を控除した金額。当社グループのメインターゲットである世帯所得200万円以上1,200万円未満は世帯年収ベースでは約300万円以上2,000万円未満となります。

金融商品流通における各仲介業者のプレzensの高まりを受け、**仲介市場は堅調に成長。**

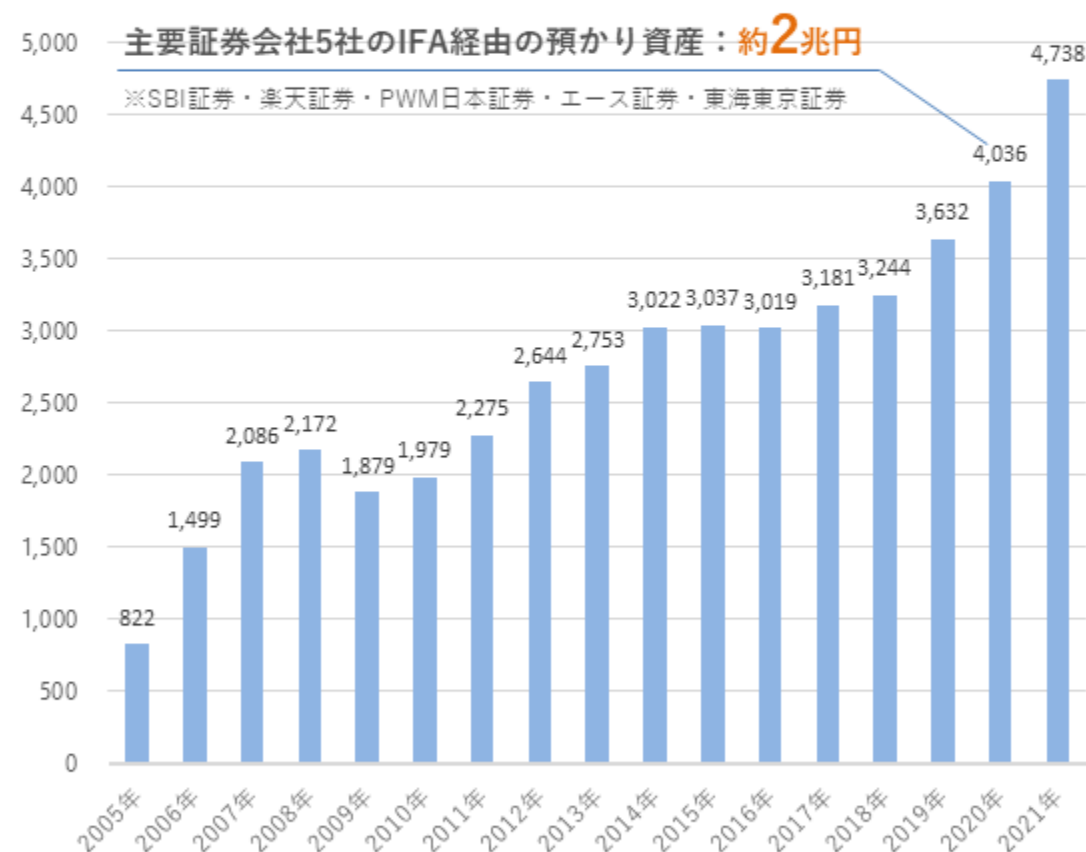
■全チャネルの新契約取扱高及び保険代理店からの加入率



新契約取扱高：生命保険協会／2012年度～2016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30年度「生命保険に関する全国実態調査」より当社作成

■金融商品仲介業者の登録外務員（IFA）数

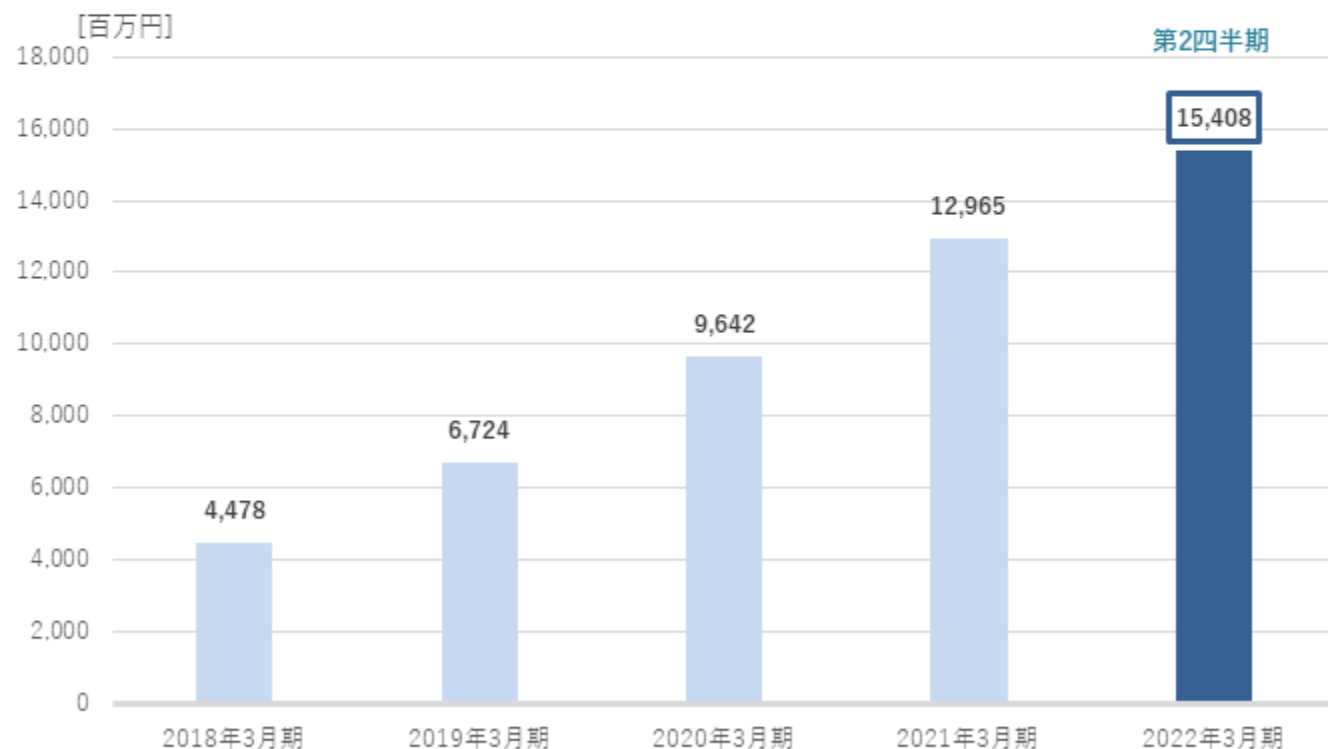


日本証券業協会資料／金融商品仲介業者の登録外務員数（各年6月時点）

日本経済新聞／2020年7月17日記事より、2020年5月末時点での預かり資産

好調な仲介市場を背景に、例えば金融商品仲介業においては当社グループでも高い資産形成ニーズを背景に、金融商品預かり資産残高は高い成長性を維持。

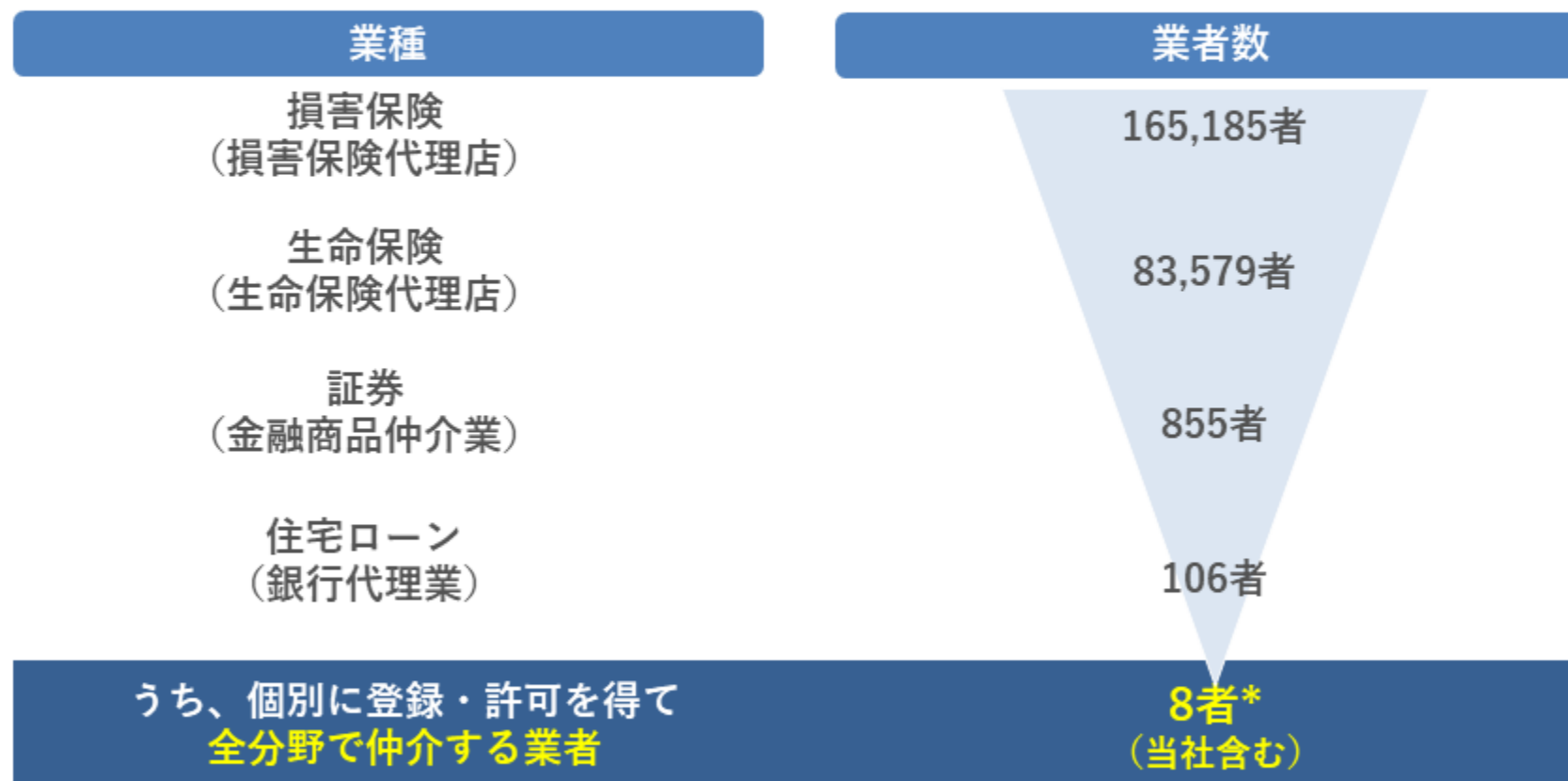
■ 当社グループにおける金融商品預かり資産残高



2018年3月期 - 2021年3月期

CAGR 42.5%

保険・証券・住宅ローンの全てをワンストップで提供できる仲介業者は国内で8者のみ（2021年9月末時点）。ワンストップサービスならではの価値提供の在り方を追求し、より高い成長の実現を目指す。



出典：生命保険：一般社団法人生命保険協会／生命保険の動向（2020年度版） 損害保険：一般社団法人損害保険協会／2020年度代理店統計
在） 銀行代理業：金融庁／銀行代理業者許可一覧（2021年6月30日現在）より当社集計

金融商品仲介業：金融庁／金融商品仲介業者登録一覧（2021年9月30日現在）

2021年11月より金融サービス仲介業制度が開始。金融サービス利用の間口拡大に対する期待は当社にとっては追い風であり、**直接的な競合ではなく相互で補完しあう「協業関係」を築けるものと認識。**



- 長年のワンストップサービスの提供に裏打ちされた、**各商品に対する高い専門性**
- デジタルネイティブ世代も含めた幅広い世代に対する**コンサルティングの知見**

補完
関係

大規模な集客チャネルとしての期待

当社との提携により課題解決力強化

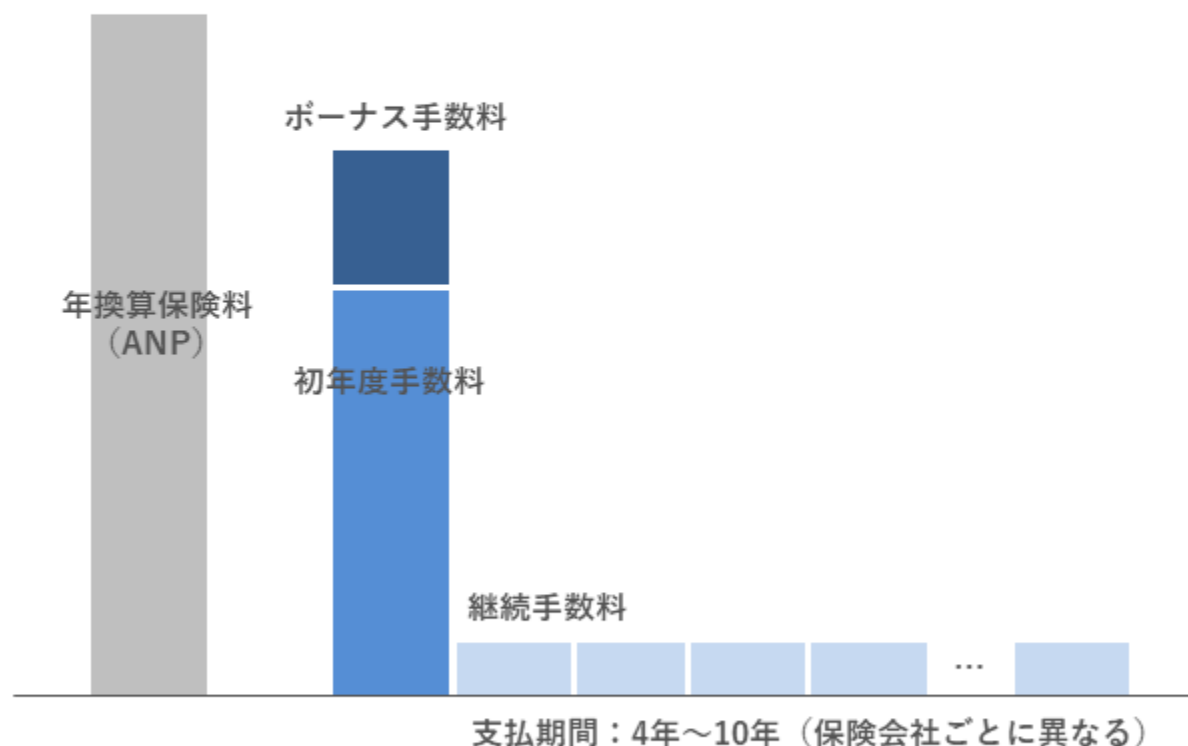
金融サービス仲介業者

- 独自技術により消費者における金融サービス利用の敷居を下げる
 - ▶ **金融サービス利用の間口拡大**
- 一方で取扱い商品・契約限度額は制限

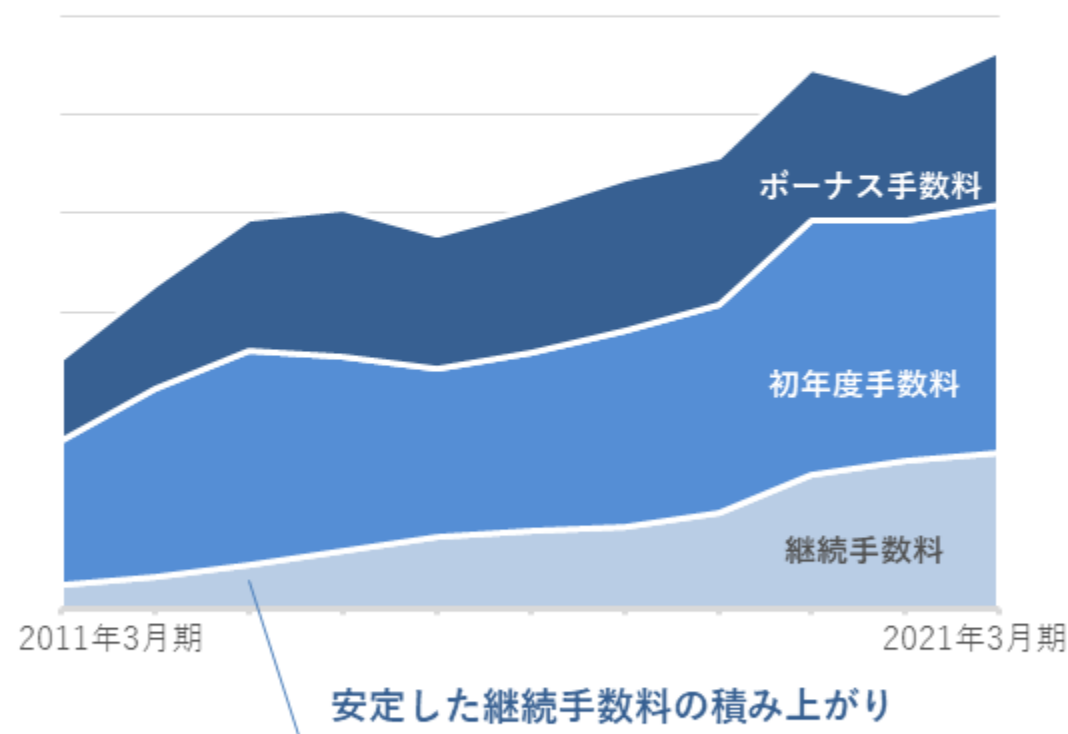
期待される集客力の一方で、出口（顧客の課題解決力）に課題？

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



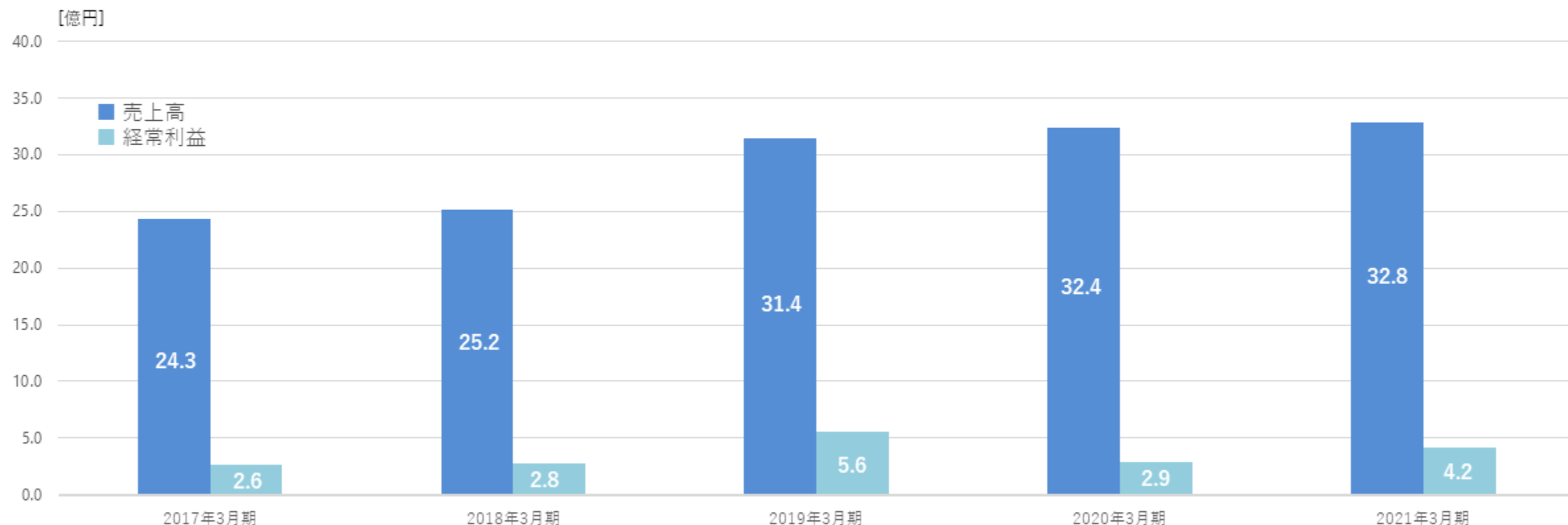
■ 生保取扱手数料推移



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。
ボーナス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

顧客数の安定的な増加により、売上高は堅調に推移。

■ 連結業績推移



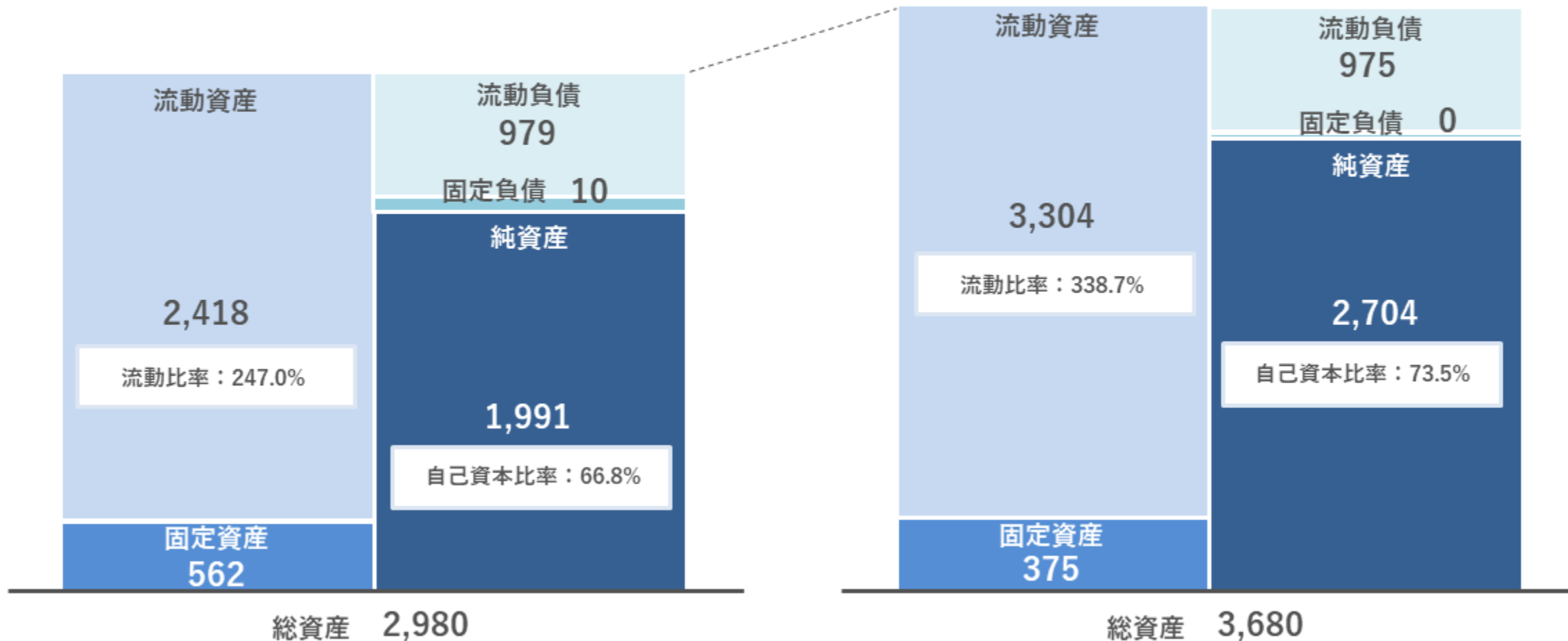
注：2017年3月期及び2018年3月期は当社単体（参考値）、太陽有限責任監査法人による監査承認を受けた2018年度以降は連結業績となります。

毎期安定した利益創出により、高い安全性を確保。

■ 2020年3月期

■ 2021年3月期

単位：百万円



①期初に採用した新卒が下期以降に戦力化すること ②顧客LTV向上の一環で、相続対策としての収益不動産販売を第4四半期に計画している等により当初より若干下期に偏重した計画となっているが、順調に進捗中。

	2022年3月期/通期			2022年3月期/第2四半期	
		対売上高比	前期比		進捗率
単位：百万円					
売上高	3,557	100.0%	+8.4%	1,540	43.3%
売上原価	280	7.9%	+97.9%	1	0.5%
売上総利益	3,277	92.1%	+4.4%	1,538	47.0%
販売費および一般管理費	2,885	81.1%	+4.7%	1,383	47.9%
営業利益	391	11.0%	+1.7%	155	39.8%
経常利益	396	11.2%	△6.4%	168	42.5%
当期純利益	267	7.5%	△5.5%	109	40.8%

1. 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

- ・ 既存顧客の顧客情報と優績者の面談内容等を紐づけ、コンサルティングにおける好事例としてナレッジ化提案支援及び人材育成等への活用を通してコンサルティングの生産性向上を図る
- ・ 広報及び広告宣伝活動等の強化により当社単独での見込み客獲得を強化。アポイントの収益性を改善

2. 再販機会の創出による顧客LTVの向上

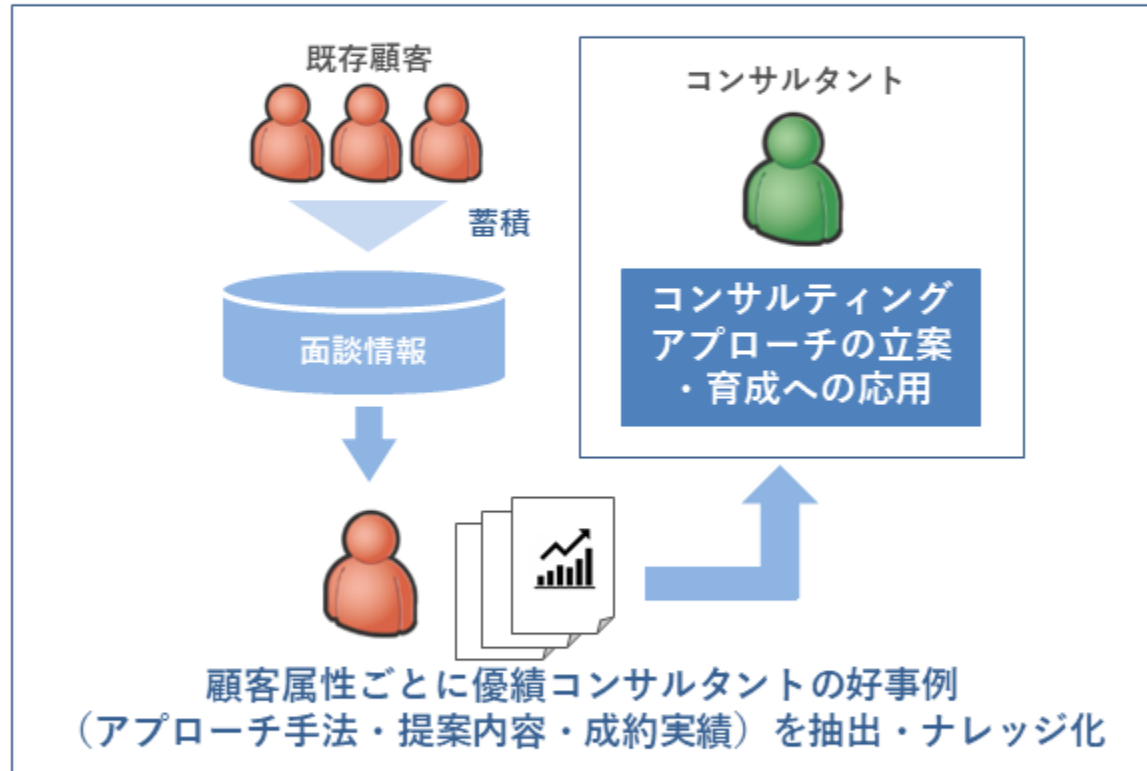
- ・ デジタルを活用し、当社グループのサービスへ常時アクセスできる環境を整備
- ・ ターゲットをファミリー層中心から全世代へと拡大。将来のリタイアメント準備層及びリタイアメント層の増加を見据え、既存顧客への提案力を強化

3. 人とデジタルの価値を組み合わせた金融プラットフォームの構築

既存事業で蓄積した当社グループの強み・資産を活用。マーケティング・教育等の各機能を組み合わせながら提供できるプラットフォームを構築。B to C (B to B to E) ・ B to Bの両面での展開を視野に新たな収益モデルの確立を目指す

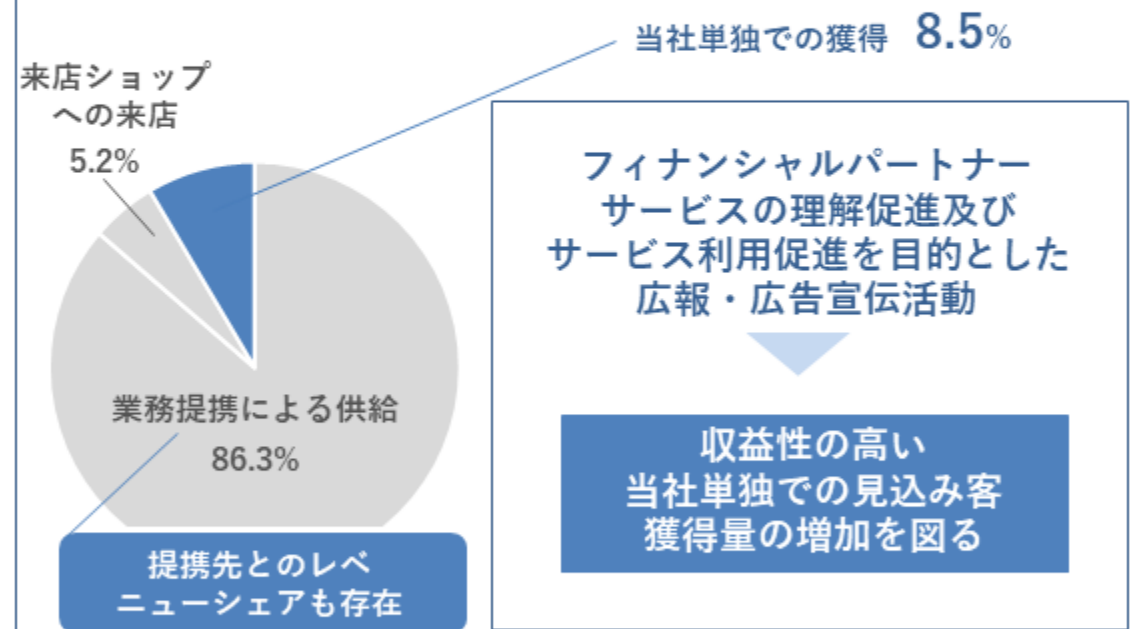
コンサルティング及びアポイントの両面の質的向上により収益基盤の強化を図る。

■コンサルティングプロセスのナレッジ化



■当社単独での見込み客獲得

見込み客獲得／チャネル別シェア（2021年3月期）



コンサルティングの品質向上

×

アポイントの収益性向上

Webメディア『ほけんスタート』を2021年8月にオープン。今後のコンテンツ拡充によりニーズ喚起を強化し、当社単独での見込み客獲得を推進。

サイトURL : <https://www.b-minded.com/hoken/>



医療費の自己負担割合とは？年齢別の割合と限度額についても徹底解説

医療保険

2021/06/29 公開 2021/07/23 更新

医療費の自己負担割合と自己負担限度額の違い

療養の給付があるといっても、大きな手術を受けたり長期入院したりすると、自己負担割合だけでも**高額な医療費**になってしまいます。

そこで、一カ月間(月初から月末)の医療費の自己負担額が一定の限度額を超えた場合に、その超えた全額分があとから支給される「**高額療養費制度**」があります。

高額療養費制度のイメージ図※2

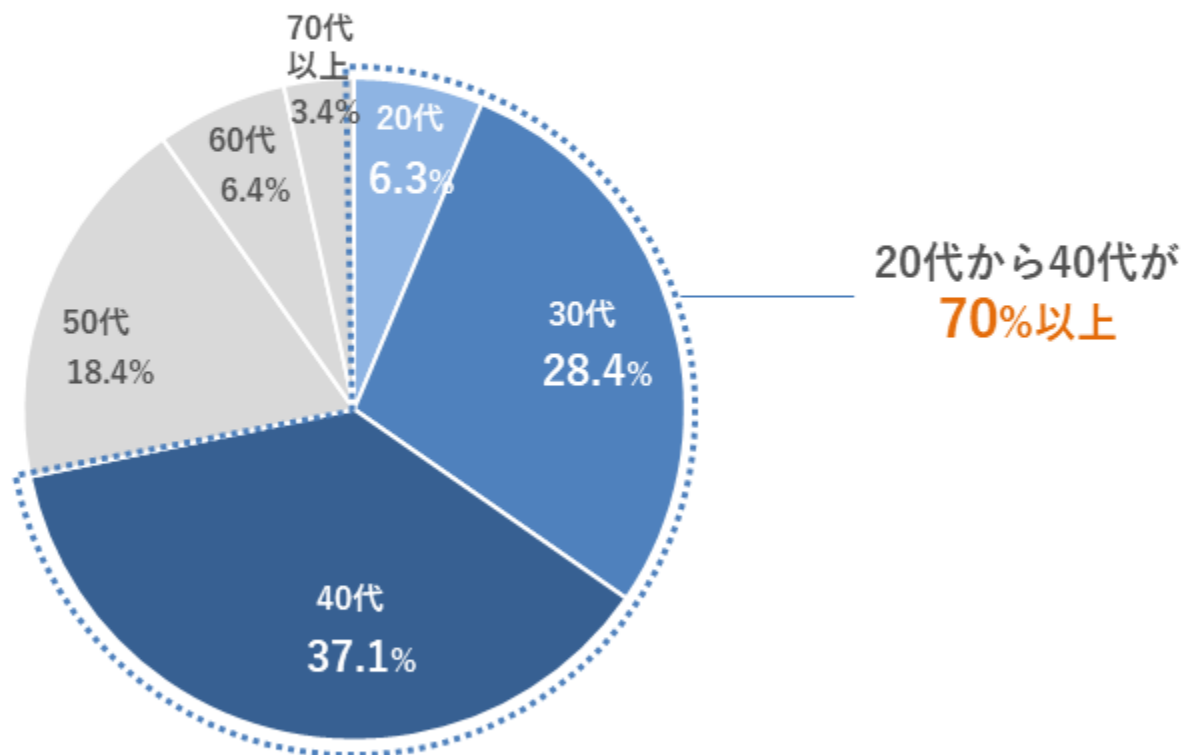


※2 協会けんぽ 高額な医療費を支払ったとき(高額療養費)

高額療養費制度による自己負担限度額には所得区分があり、さらに年齢が70歳未満か70歳以上かによっても金額が変わります。※3

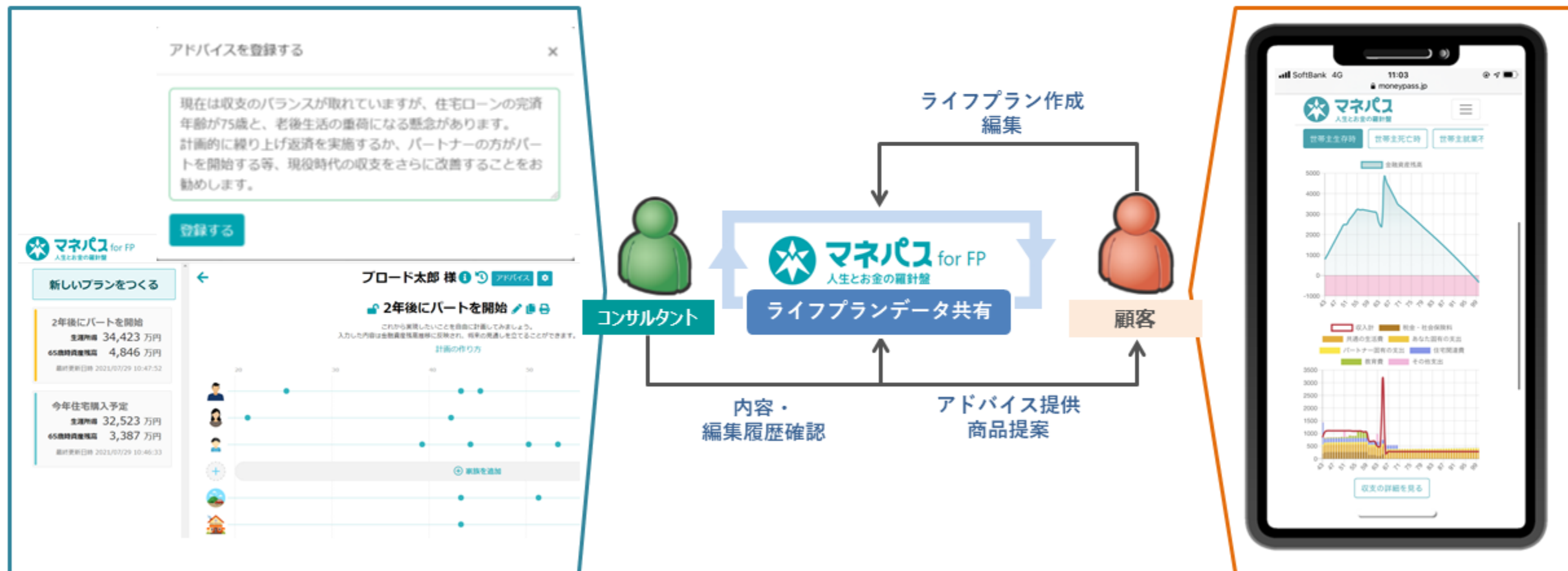
当社グループの主要顧客は20代～40代の比較的若いファミリー層であり、接点形成を強化することで長期的な顧客関係が期待できる。

■当社グループ保有世帯の年代別構成



当社グループ個人顧客における売上実績（2002年1月～2019年12月）より

ライフプランwebサービス「マネパス」を開発。ユーザと当社コンサルタントとの間でライフプランデータをオンライン上で共有することで、ライフプランニングを通じた顧客と当社サービスの新たな接点（顧客体験）の提供を目指す。



再販機会の創出による顧客LTVの向上

提案力の強化を目的に金融ソリューションの拡充にも注力。今期は資産形成・相続対策商品のメニューを新たに提供。

■ アルパカアシストの提供開始（2021年8月2日）

2021年8月2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 東証マザーズ)
問合せ先 取締役 鶴沢 敬太
 (TEL 03-6687-1318)

AI 技術と資産運用のプロが投資をサポート
「アルパカアシスト」本日より提供開始

～AlpacaJapan との協業による提供～

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、ライフプランニングをもとにした金融コンサルティングを行う「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、AlpacaJapan 株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役CEO:四元盛文、以下「Alpaca」)との協業により当社アドバイザーの知見とAlpacaのテクノロジーを融合した、新しい資産形成サービス「アルバカアシスト」(以下本サービス)を本日より提供開始いたします。

膨大な投資先がある中で、ひとつひとつ情報収集・分析を行い、魅力的な銘柄を見つけ出すことは容易ではなく、特に投資未経験の方にとっては株式投資へのハードルを高めている要素とも言えます。

一方で、新たに有望株になり得る銘柄を発掘し、自ら選択することは株式投資の醍醐味でもあります。

本サービス「アルパカアシスト」では、AI 予報や投資の専門家＝IFA®が徹底的に“アシスト”することで、お客様自身が投資行為そのものを楽しめる体験を提供いたします。

※IFA：“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も呼ばれる資産運用の専門家を指します

■ ファンドラップ「ON COMPASS+」の提供開始（2021年10月15日）

2021年10月15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 東証マザーズ)
問合せ先 取締役 鶴沢 敬太
 (TEL 03-6687-1318)

ソニー銀行とマネックス・アセットマネジメント
投資一任運用サービス「ON COMPASS+」の提供開始について

～ブロードマインドが初の銀行代理業者兼金融商品仲介業者として販売を開始～

ソニー銀行株式会社（代表取締役社長：南 啓二／本社：東京都千代田区／以下 ソニー銀行）とマネックス・アセットマネジメント株式会社（代表取締役社長：中村 茂友／本社：東京都港区／以下 マネックス・アセットマネジメント）は、お客さまの資産形成・資産運用ニーズの高まりにライフプランニングに基づいた金融コンサルティングで対応することを目的として、ゴールベースアプローチを採用した投資一任運用サービス「ON COMPASS+（オンコンパスプラス）」を10月15日より提供開始いたします。マネックス・アセットマネジメントが投資一任運用サービス「ON COMPASS+」の提供、インターネット銀行であるソニー銀行が資産管理口座上でお客さまの資産の管理を行い、ブロードマインド株式会社（代表取締役社長：伊藤 清／本社：東京都渋谷区／以下 ブロードマインド）のアドバイザー（IFA）が対面でのサービス案内や運用中のきめ細かなサポートを行います。IFAとは「Independent Financial Advisor」の略で、金融機関から独立し、中立的な立場から資産運用のアドバイスを行う専門家です。

■ 収益不動産販売



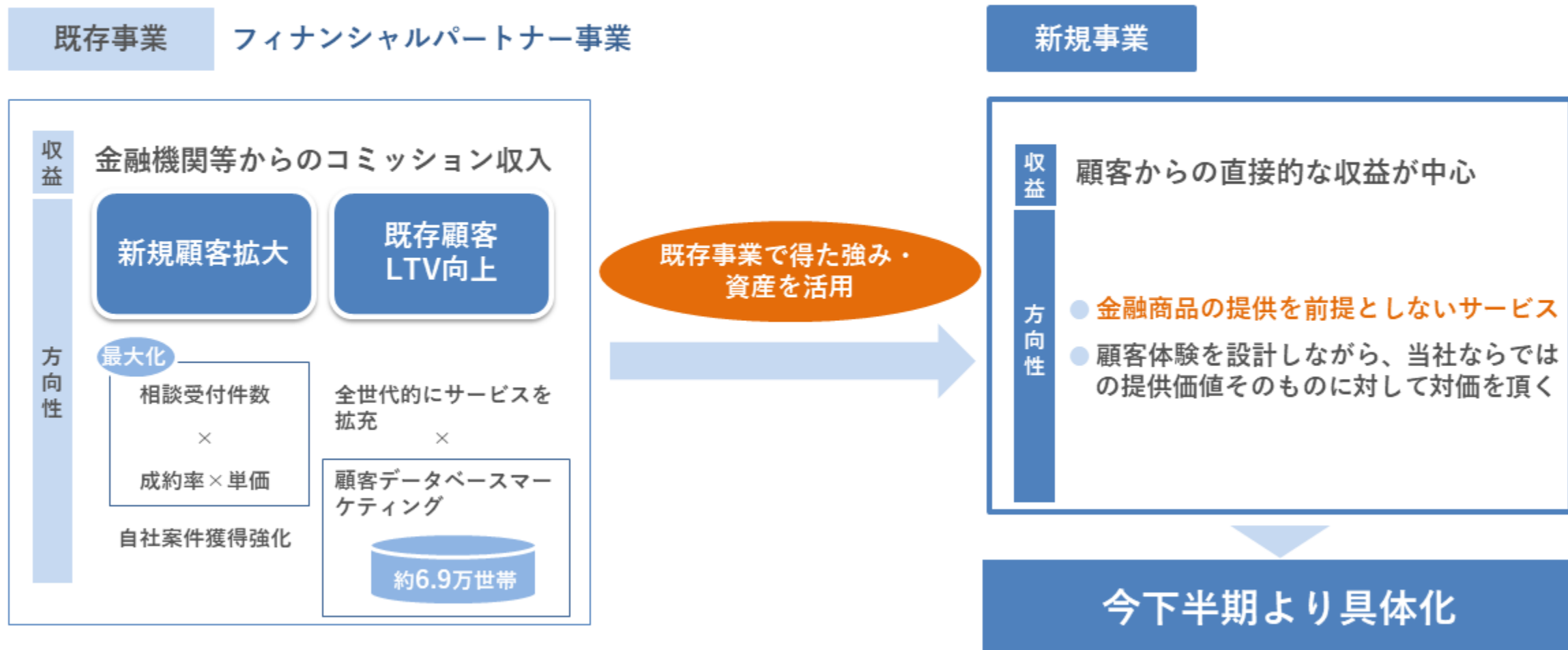
※イメージ

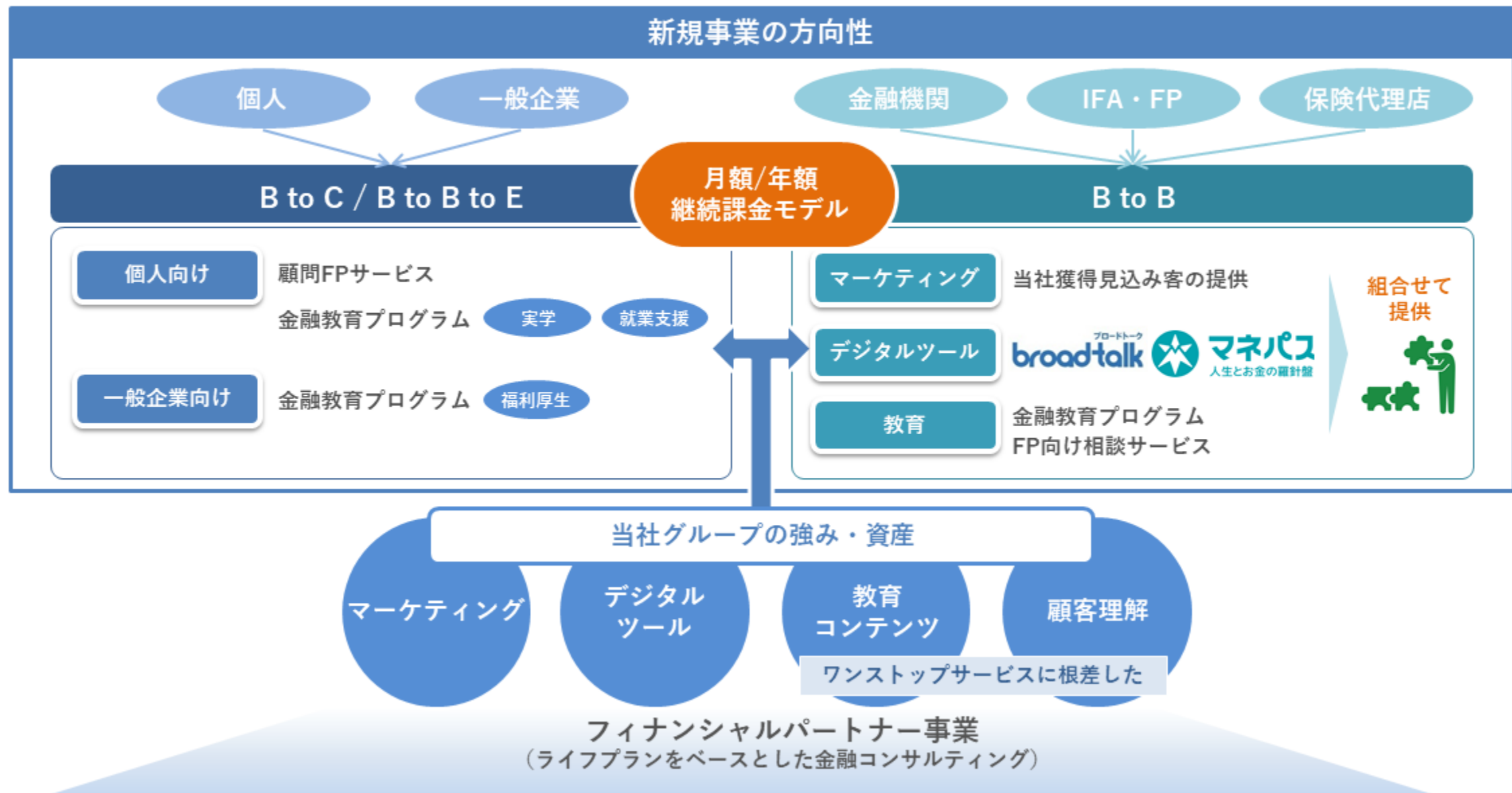
MIRAI株式会社

不動産関連子会社にて都内エリアを軸に**土地の仕入れから建設までワンストップで実施。**

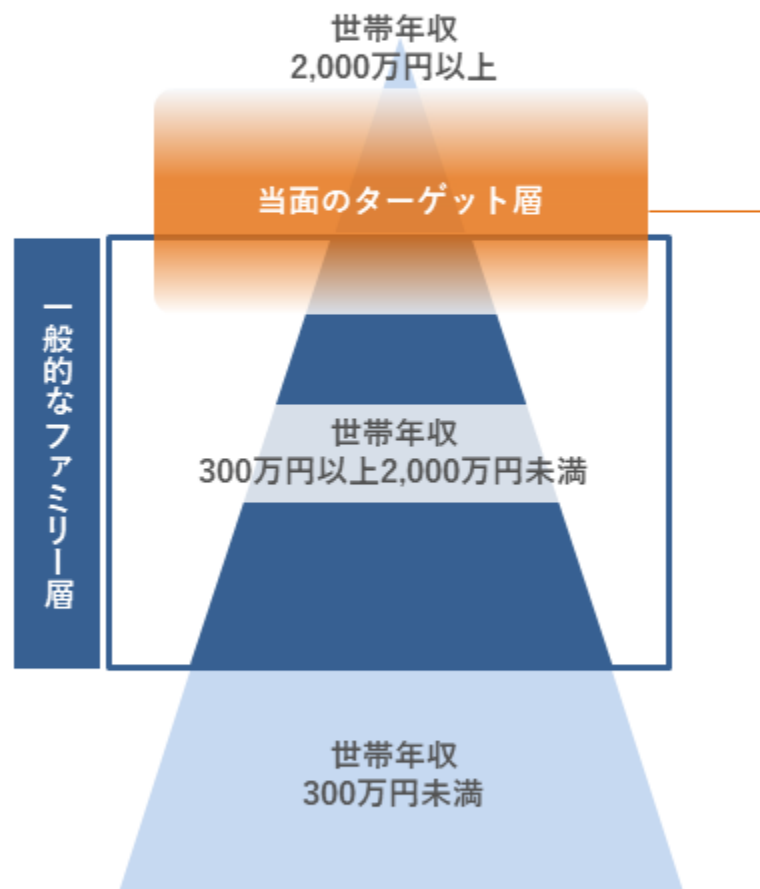
既存顧客を中心に、富裕層向けの相続対策商品・
資産運用商品として提案。

既存事業の継続的な成長に加え、新たにフィービジネスモデルを創出し、成長を加速





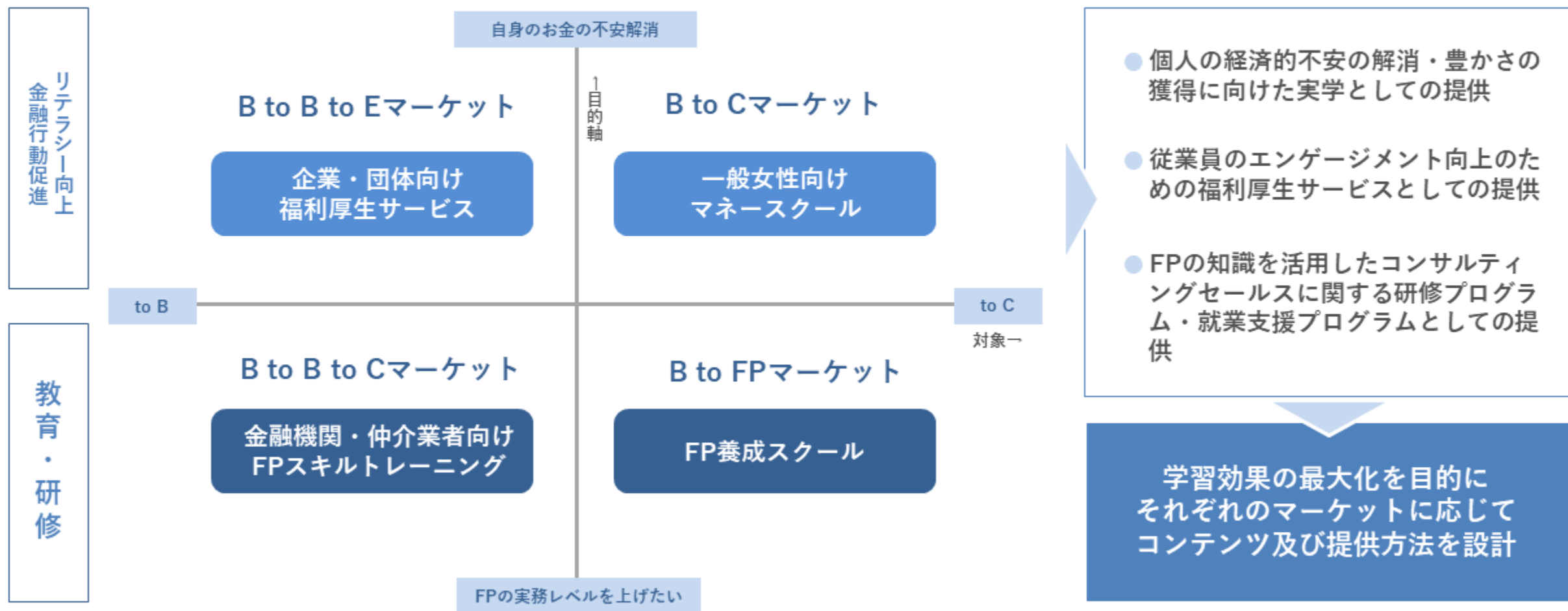
高度専門知識の提供に対して顧客から直接対価を得るモデルを模索



ライフスタイルや資産運用・管理の手法で多様な選択肢が取れる一方、潜在的に相続対策等の課題があるため、高度専門知識に対するニーズが高いと考えられる

対価を得るためのサービス設計上の要点・ノウハウを蓄積し
メインターゲットである一般的なファミリー層に対しても
展開を検討

パーソナルファイナンスに関する知識・情報・セールススキル等を網羅的にコンテンツ化。ワンストップサービスを手掛けてきた当社ならではの「金融教育プログラム」として提供することを検討。



■ フィナンシャルパートナー事業

■ 新規事業事業

既存事業の生産性向上

- ・ 相談受付数の拡大
- ・ 成約率・単価の向上
- ・ 自社メディアの育成等による
自社案件獲得の強化
- ・ 金融ソリューションの拡充

DXによる変革

- ・ デジタルツールの機能拡張
- ・ 顧客データの蓄積・データベース
の高機能化
- ・ 教育コンテンツ・プログラムの
デジタル化

新規事業の拡大

- ・ 個人/企業/同業（仲介業者）
向け継続課金モデルの開発・育成

クロスセルの強化

- ・ デジタルも活用した継続的な
接点形成
- ・ 追販も含めたデジタルマーケ
ティングの実施

▶ 新たな
収益機会

▶ 顧客LTV
最大化

新規顧客獲得の量×質の最大化

経年

ESGへの取り組み

「金融教育」をテーマに、持続可能な社会の形成に向けた取り組みを実施

子ども向けイベントの開催

小学校低学年の子を持つ親子を想定し、イベント内の仮想通貨を使い「消費」「投資」「貸借」などの金融行動や、「労働」を通して収入を得るなどの疑似体験をすることで、**お金に対する感覚や知識を身に付けながら、親子でお金について考える機会を提供している。**



2021年7月開催時の様子

大学向け金融教育支援

全国学生保険学ゼミナール（RIS*）へ協賛。**保険やリスクマネジメント・社会保障等の研究テーマに対して当社は事業家としてコメント・フィードバックすることで研究会の活性化に貢献すると共に、大学レベルでの金融教育を支援している。**

注：保険論関係のゼミの合同研究発表会で、関東・関西・九州の大学が参画。

中長期的な企業価値の向上

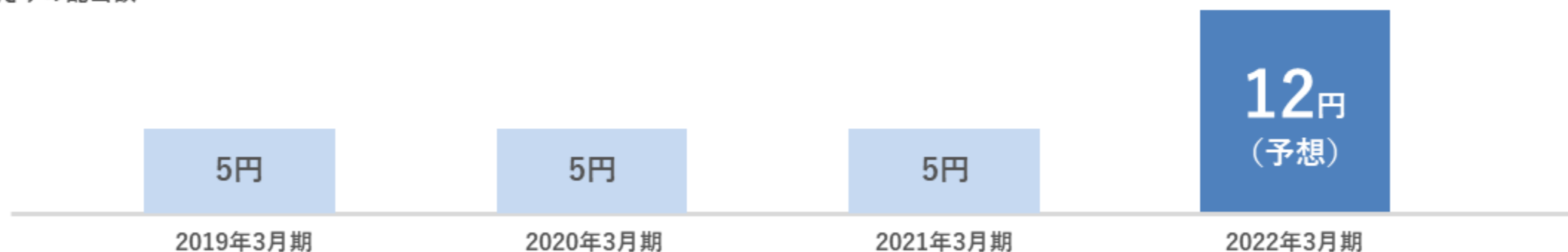
+

株主への適切な利益還元

将来の事業展開と経営体質改善のために必要な内部留保を確保しつつ

配当性向**30%**を目指し、安定的な配当を継続実施

■ 1株あたりの配当額



なお、今期は自己株式の取得も実施



Broad-minded