



BROAD-MINDED

2026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) | 2026年2月13日

マネジメントメッセージ

- 26.03期3Qは、売上3,577百万円（前年同期比△3.7%）、営業利益435百万円（前年同期比+231.4%）
事業の選択と集中を進めた結果、前年同期比で減収増益、段階利益に関しては当初予想を上回るペースで進捗。筋肉質な事業体制となり、営業利益率は3.5%から12.2%へ改善
 - ✓ 前期1Qに発生した不動産開発案件（今期の不動産開発案件は4Qに集中する計画）、2Qのマネプロシヨップ事業売却により前年同期比減収
 - ✓ 一方で主力事業のオンライン営業組織による売上高は堅調に推移
 - ✓ 経費削減やマネプロシヨップ事業売却に伴い、同事業における人件費・賃料・のれん償却・顧客関連資産償却の減少により、人員増・本社移転による販管費増加を吸収
- 主力のオンライン営業組織による生命保険手数料は前期比11.5%増、マネプロシヨップ事業売却による減収をカバーし、フィナンシャルパートナー事業全体でも4.5%増収
 - ✓ 前期課題だった新卒コンサルタントに対する教育体制の拡充によって業績拡大に貢献、10月より25年新卒コンサルタントがデビューし、増収へ貢献
 - ✓ 引き続き、資産形成商品の販売が好調
- 金融サービス開発カンパニーとしての新領域展開
 - ✓ AIエージェントプロダクト開発、β版の社内利用が3Qよりスタート
 - ✓ 金融機関との協創によるプロダクト開発を予定。複数のアライアンスを推進中

Contents

- 01 26.03月期第3四半期 業績ハイライト
- 02 KPIの状況
- 03 成長戦略
- 04 26.03月期 業績予想・株主還元

Appendix

事業概要等

01 業績ハイライト



サマリー

段階利益は大幅増益。KPIも堅調に推移。

売上高

3,577 百万円

前年同期比 $\Delta 3.7\%^{*1}$

主力のオンライン営業組織
による生保手数料売上高
前年同期比+11.5%

営業利益

435 百万円

前年同期比 +231.4%^{*1}

経常利益

449 百万円

前年同期比 +185.6%^{*1}

新規相談受付件数

22,118 世帯^{*2}

前年同期比 +19.9%

オンライン・訪問営業組織での生産性指標

247 千円

前年同期比 +0.8%

注1：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

注2：社外（他代理店）への供給分は含めず

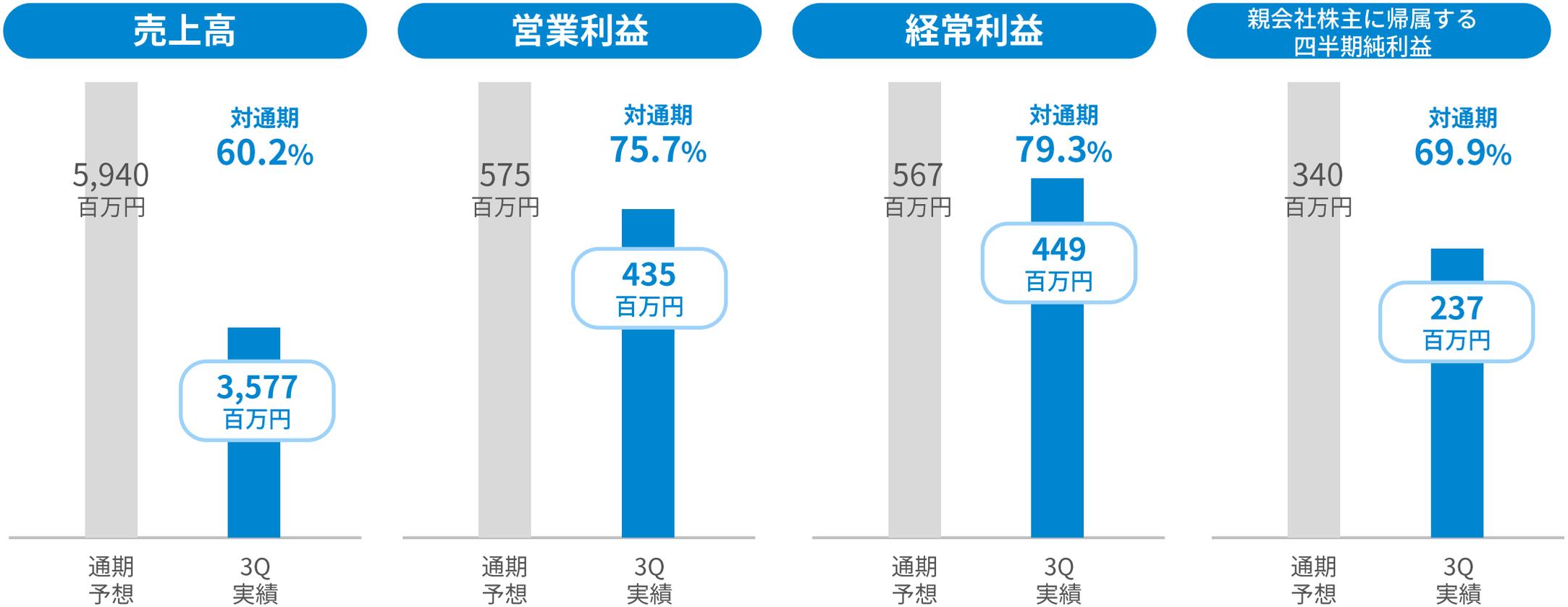
01

業績予想に対する進捗

業績
ハイライト

通期業績予想に対する進捗は堅調。

※新卒コンサルタントの稼働開始が下期であること、不動産開発販売が4Qに偏っていることから、下期偏重の計画となっています。



連結損益計算書

業績ハイライト

売上高は前期にあった不動産開発販売がなかったことと、マネプロショップ事業売却により減収となるも**2Q時点からの減収幅はさらに圧縮、主力のオンライン営業組織による売上高の増収および販管費の抑制により大幅増益。**

単位：百万円	25.03期第3四半期*		26.03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	3,716	100.0%	3,577	100.0%	△3.7%
売上原価	262	7.1%	4	0.1%	△98.4%
売上総利益	3,454	92.9%	3,573	99.9%	+3.5%
販売費及び一般管理費	3,322	89.4%	3,138	87.7%	△5.6%
営業利益	131	3.5%	435	12.2%	+231.4%
経常利益	157	4.2%	449	12.6%	+185.6%
親会社株主に帰属する四半期純利益	△6	-	237	6.6%	-

・前期は不動産開発販売が1Qで発生
 今期はすべて4Qに販売予定
 不動産開発に伴う仕入原価も同様
 ・マネプロショップ事業の売却

経費削減ならびに、マネプロショップ
 事業売却に伴う人件費・賃料・のれん
 償却・顧客関連資産償却が減少

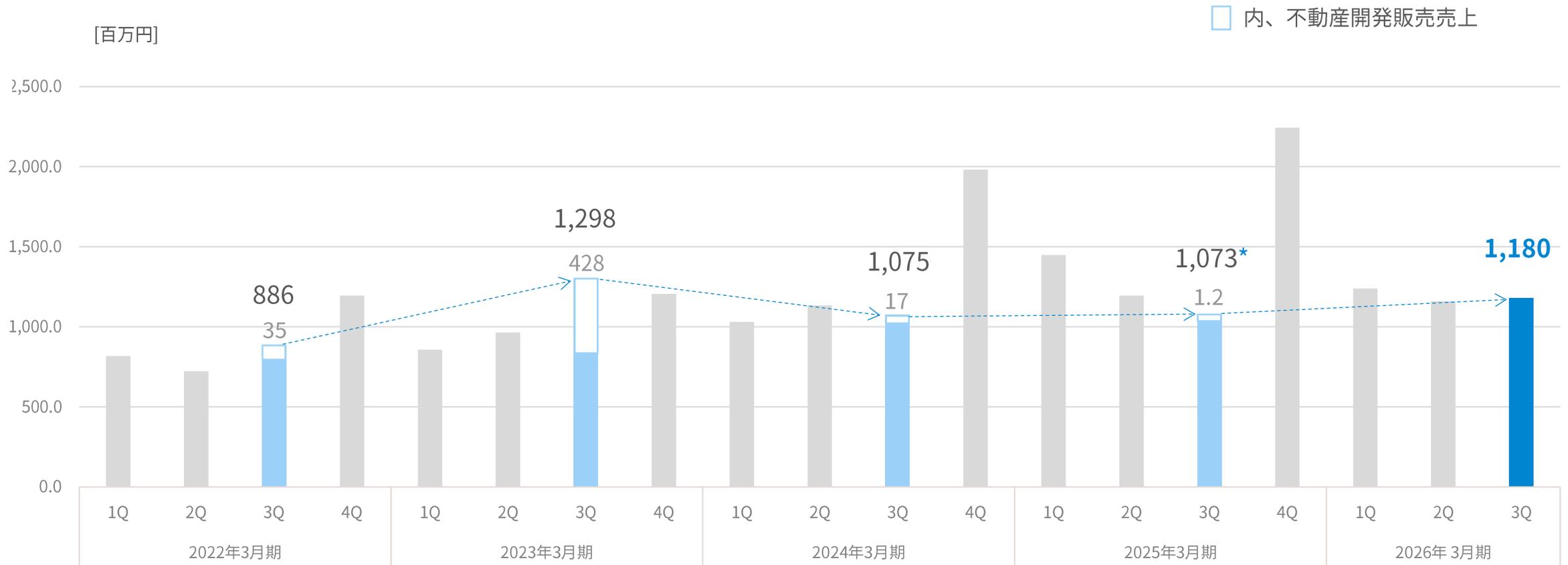
注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

01

【参考】四半期ごとの売上高推移

業績ハイライト

マネプロショップ事業売却分の減収を補うかたちで、3Qが前期比増となる。



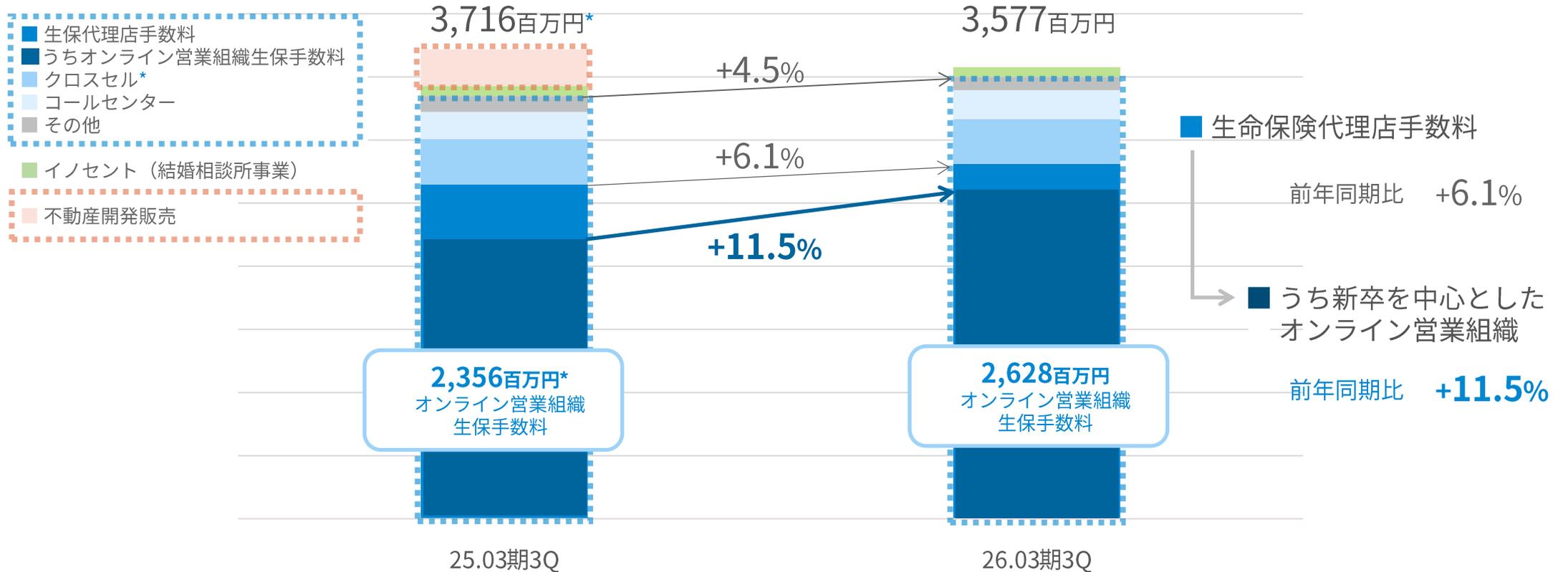
注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

01

【参考】売上高の構造

業績ハイライト

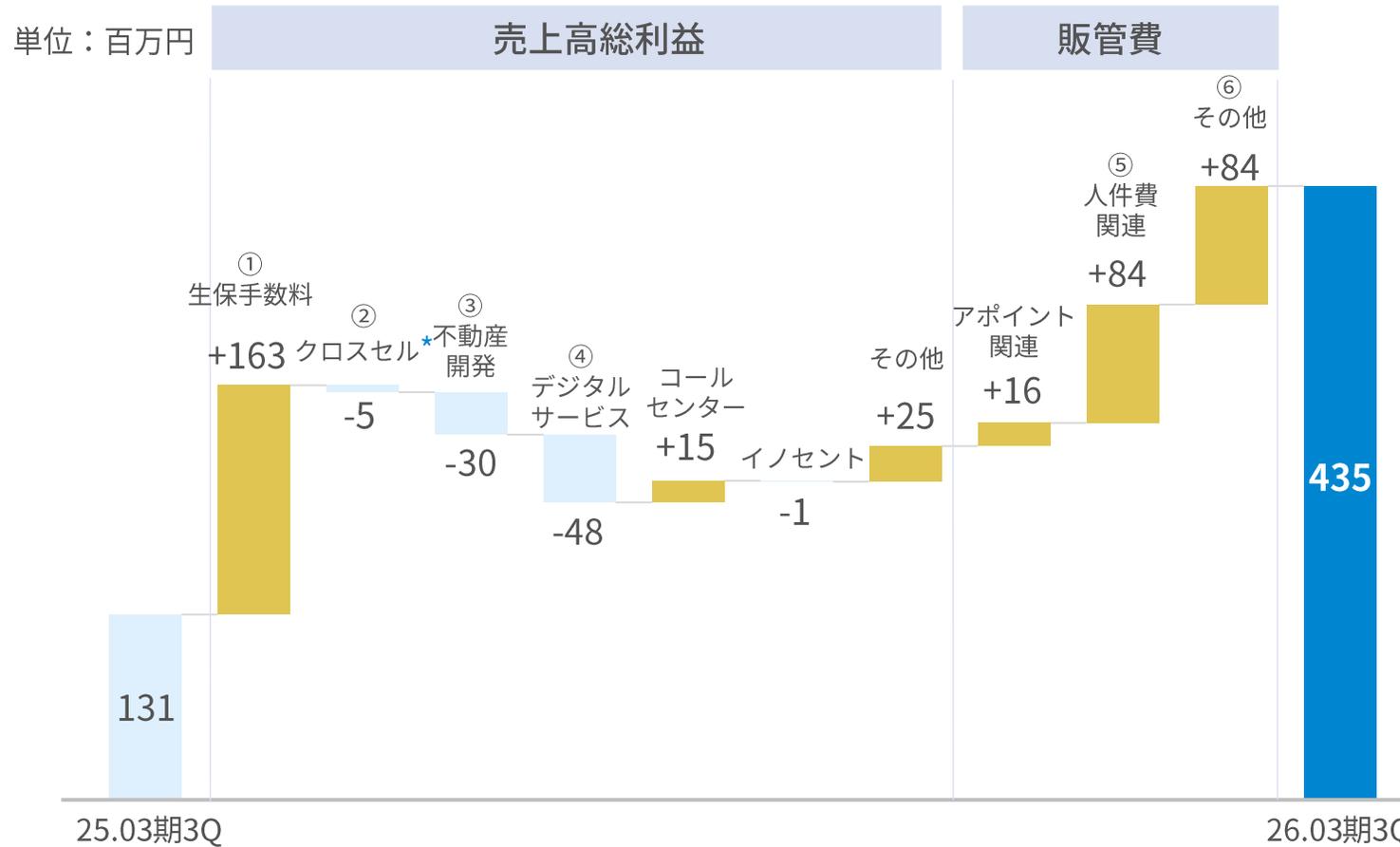
コンサルタント組織の拡大に伴い、不動産開発販売・結婚相談所事業を除く当社の主力のオンライン営業組織売上高は堅調に伸びており、ほぼ計画通り進捗。前期課題だった新卒コンサルタントの成長についても教育体制の拡充によって業績拡大に貢献。マネプロシヨップ事業売却に伴う減収をカバー。



01

営業利益増減要因*

業績ハイライト



売上高総利益関連

- ①引き続き変額保険・外貨建て保険（一時払い保険）の販売が好調
- ②金利上昇の影響で住宅ローン手数料が減少
- ③今期はすべて4Qに発生予定
- ④前期、大型契約が継続していたため

販管費関連

- ⑤マネプロショップ事業売却に伴う人員減少
- ⑥前期の本社移転に伴う一時的な出費がなくなったこと、マネプロショップ売却に伴う各種費用・のれん償却等の減少

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

注：今期から生損保手数料売上に係る会計方針を変更し、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

トピックス

AIエージェント
新プロダクト

決めろ君

面談初期のニード喚起をAI botが対応。3Qにβ版を社内リリースし、面談工数削減に向けた検証・ブラッシュアップを実施中。

Money With
卒業生を続々と輩出中



コースの新設とリニューアルによる入学間口の拡大

- ・マネーデザインコース
- ・FPキャリアコース
- ・FPプロフェッショナルコース【新設】

当社が仲介する金融商品
預かり資産残高が
500億円に到達



2025年7月に400億円に到達後、2026年1月に半年足らずで500億円に到達

「ブロードコネクト」
IT導入補助金2025
対象ツールに採択



アウトバウンド特化型CTIシステム「broad connect（ブロードコネクト）」が、IT導入補助金2025※（サービス等生産性向上IT導入支援事業）の通常枠対象ツールとして採択

トピックス

日本における金融リテラシーの向上、ファイナンシャル・ウェルビーイングの実現に向けた小・中学生／大学生／就職前学生向けにゲームイベントやセミナーを通じて**金融教育**を積極的に展開しています。**新卒社員向けの体系的な教育システムや金融教育プロダクト「ブロっこり」のノウハウ**が活かされています。

金融教育



プロ野球ドラフト指名選手 向けマネーセミナー

ローンチから15か月で小中高にて累計受講者3,000名突破

- 日本癌治療学会併催イベント「がんちいきいきパーク！」
- 不動産投資オーナー向け親子イベント
- メガバンク主催親子イベント
- 「金融教育の未来を創る企業連合会」での活動

大学連携による 大学生向け講義

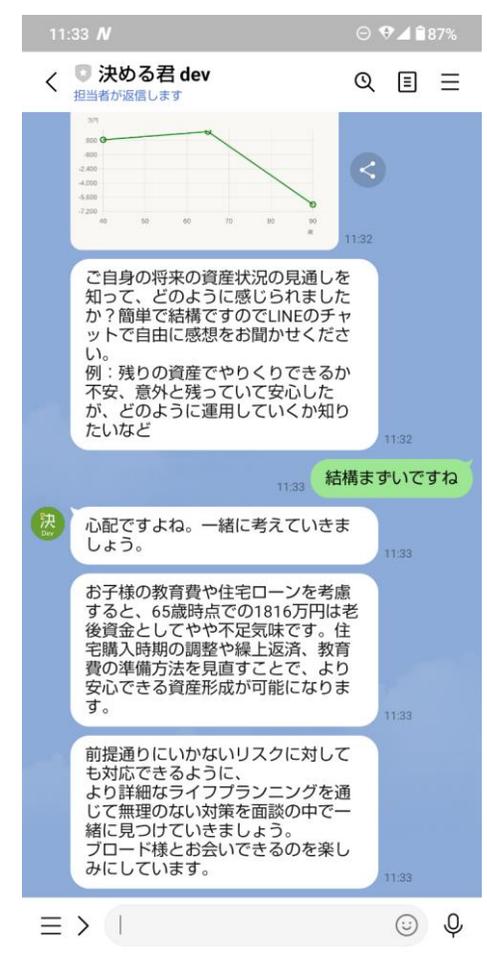
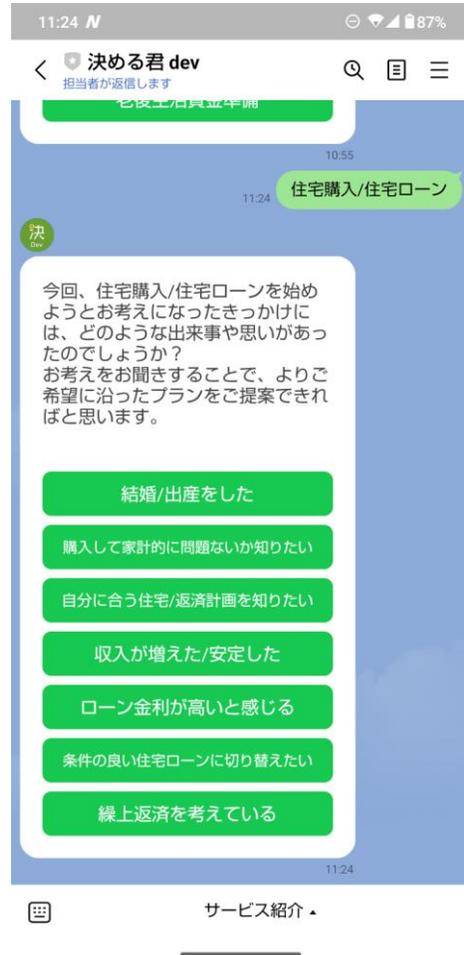
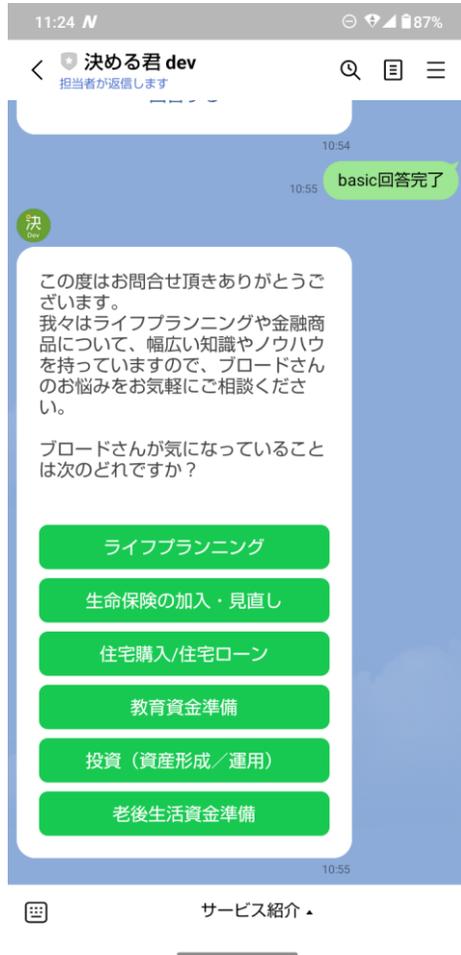
東都大学野球連盟

- ドラフト指名選手向け「金融教育セミナー」
- 加盟22校の硬式野球部 2027年卒学生「キャリア支援勉強会」

- 関西大学「ファイナンス特別プログラム」登壇
- 中央大学「保険アナリストコース」登壇
- 全国学生保険学ゼミナール (Risk and Insurance Seminar, RIS) 協賛

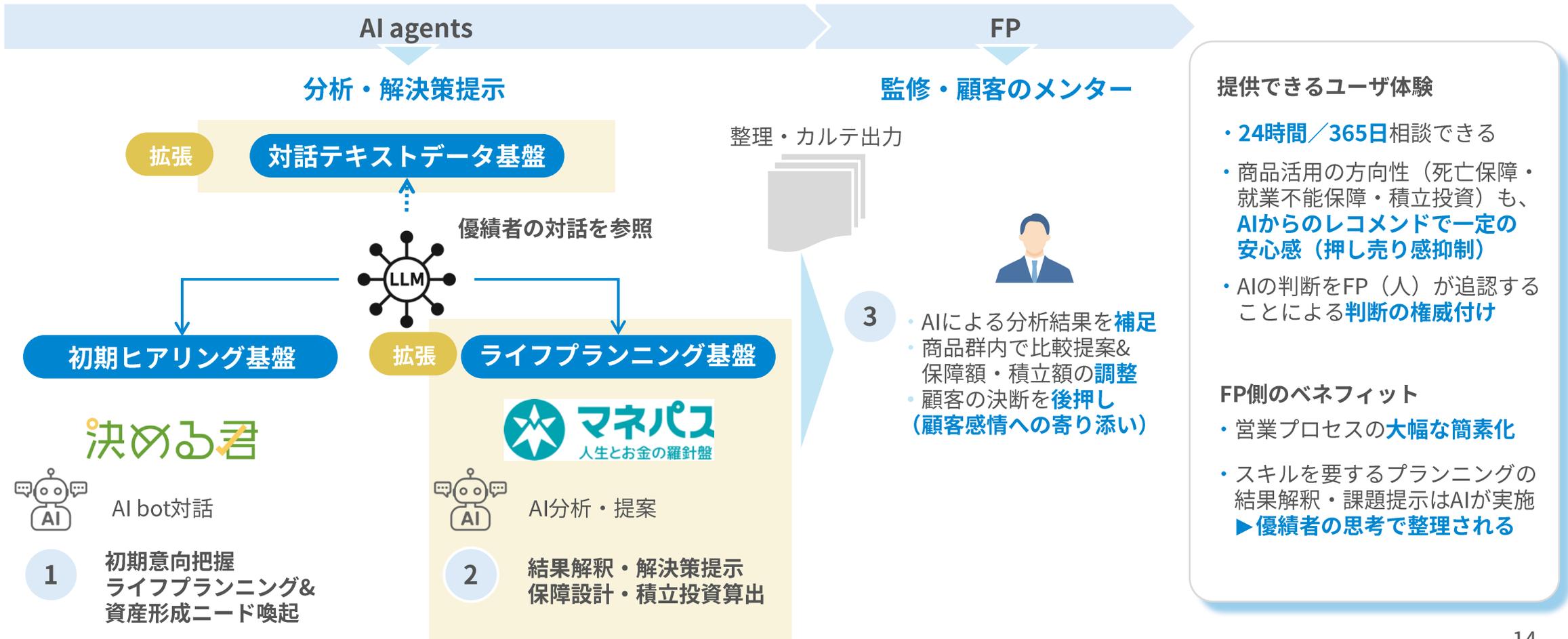
AIエージェントの開発について

顧客の関心ごとから対話を深掘り、FP相談への期待感を高める体験を提供。



AIエージェントの開発について

今後はAIエージェントの機能を拡張させる方向で開発投資を強化。人とAIの役割・得意領域を明確に分けた最適な接続を設計。

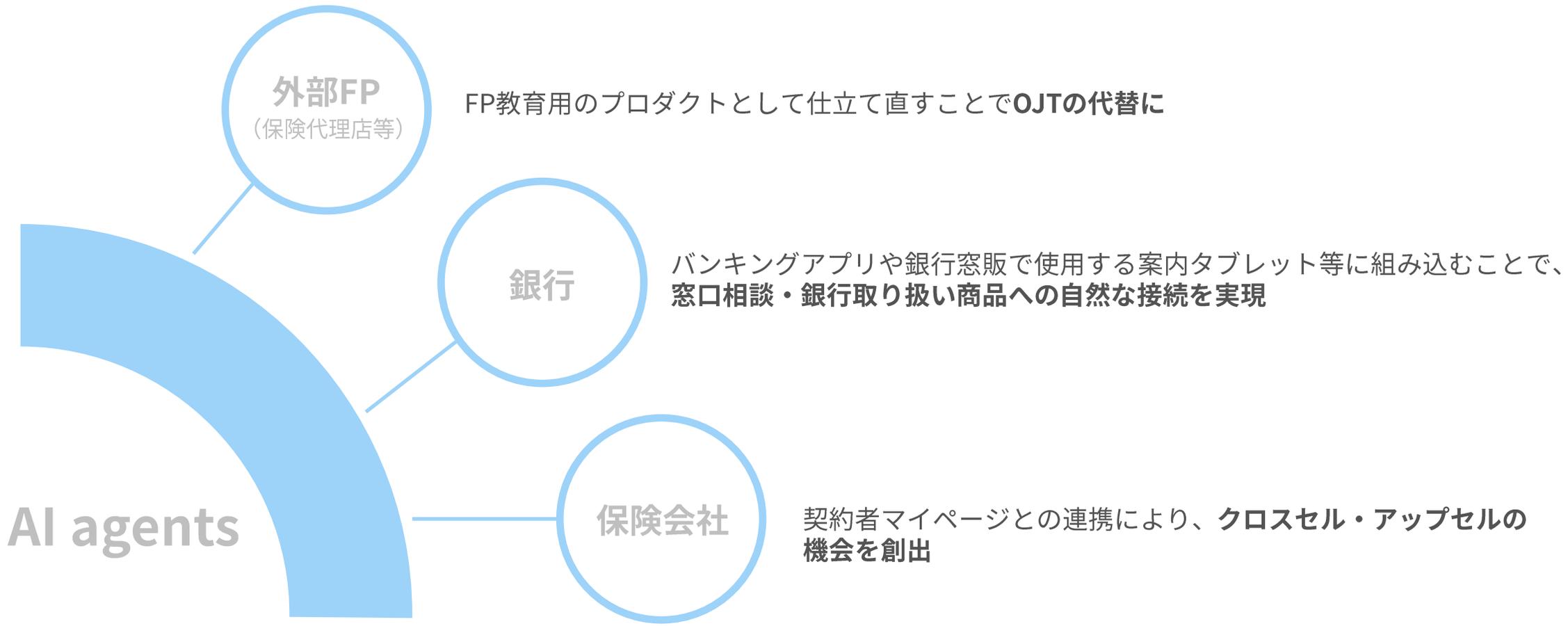


01

業績ハイライト

AIエージェントの開発について

拡張されたAIエージェントは外部のFP・金融機関の顧客に対しても新たな体験を提供できる可能性があり、**金融機関とのプロダクト協創に関するアライアンスも推進中。**



02 KPIの状況



02

売上高方程式と当社KPI

KPI

主力事業のオンライン営業組織による売上高方程式とKPIの関係



注： ANP…年換算保険料
 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
 注： LTV…Lifetime Value（顧客生涯価値）の略称であり、顧客が企業にもたらす利益の総額を指す

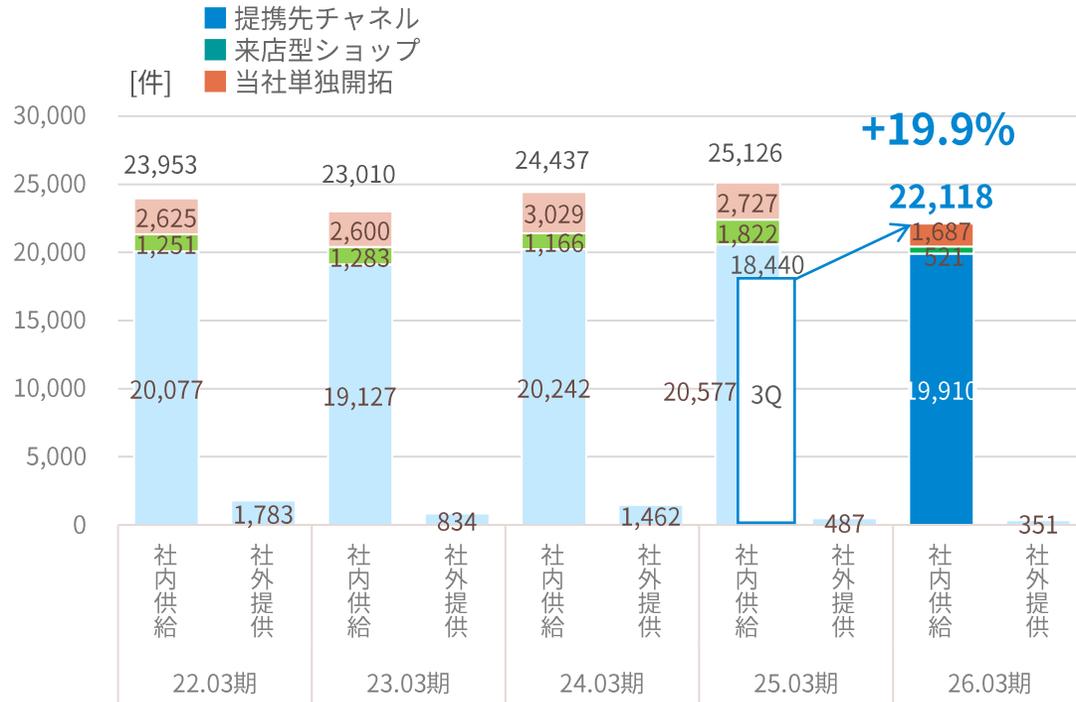
02

KPI

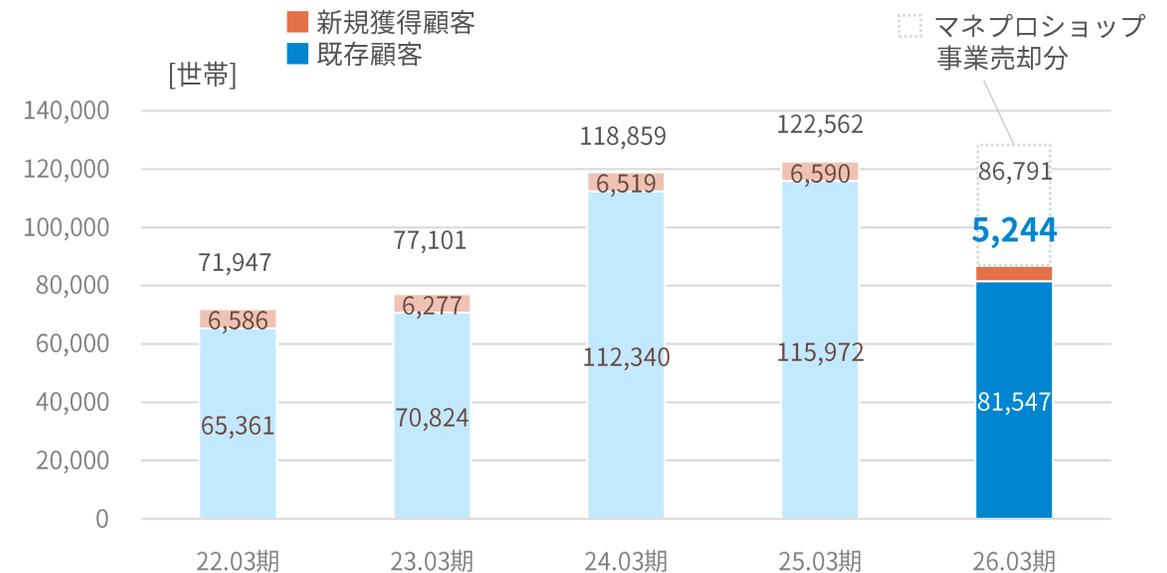
KPIの状況

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）は過去最高だった前期を上回るペースで推移。新規顧客獲得数も5,244世帯と過去最高ペースで推移。**保有顧客数の減少はマネプロショップ事業売却によるもの（約39,000件）

新規相談受付件数



新規顧客獲得数・保有顧客数



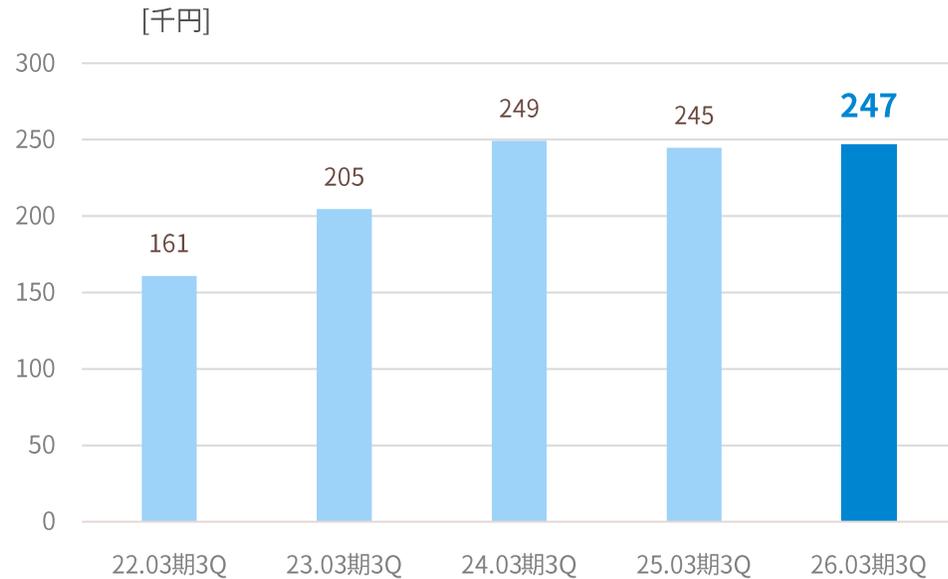
KPIの状況

前期採用した新卒コンサルタントが育成中の段階であるが教育体制の拡充により業績拡大に貢献、**200千円以上の高水準を維持しながら前年対比プラスで成長。**

オンライン・訪問営業組織での生産性指標

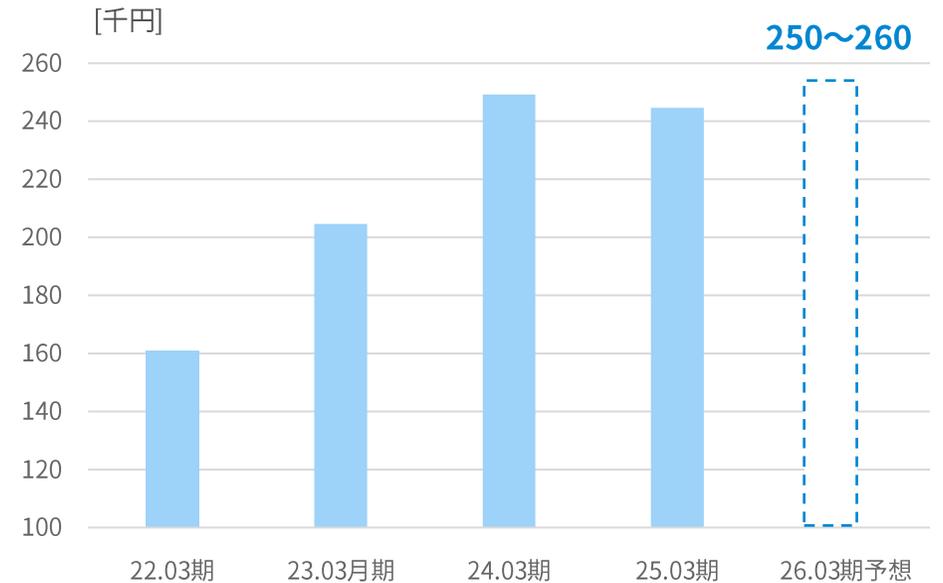
※成約率×1成約あたりのANP*単価=1件の相談に対する保険料ベースでの売上の期待値に相当するもの

■ 第3四半期比較



■ 通期比較 (予想)

※一般的に前年度採用したコンサルタントの生産性向上が発現する下期に指標が向上



注： ANP…年換算保険料

02

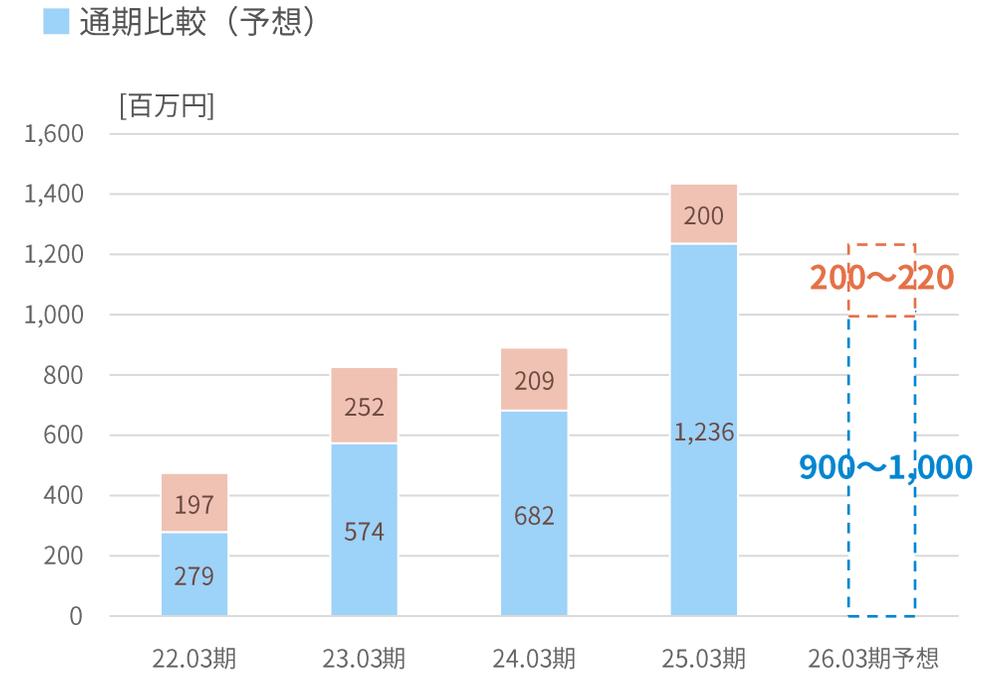
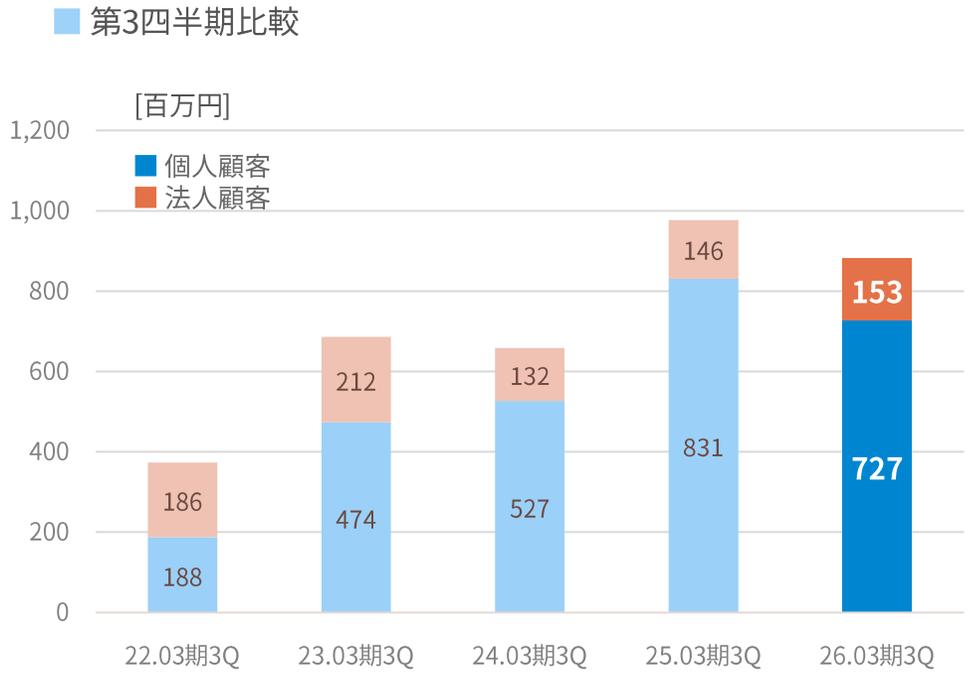
KPI

KPIの状況

個人向けの貯蓄性商品の追販を中心に堅調に推移。前期4Qに既存顧客に対するアプローチを特に強化し一巡したことから、通期予想は下記の見通し。

追加契約売上高*

※お客様のLTV（ライフタイム・バリュー）**向上に向けた取り組みの成果を表す指標



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
 注：LTV…Lifetime Value（顧客生涯価値）の略称であり、顧客が企業にもたらす利益の総額を指す

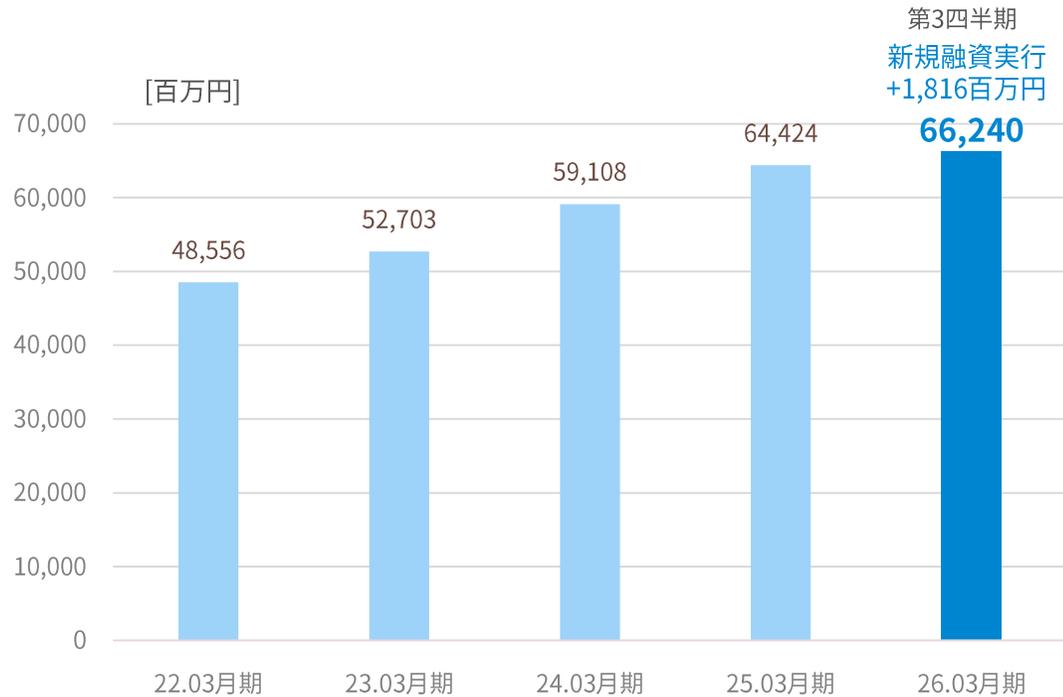
02

KPIの状況

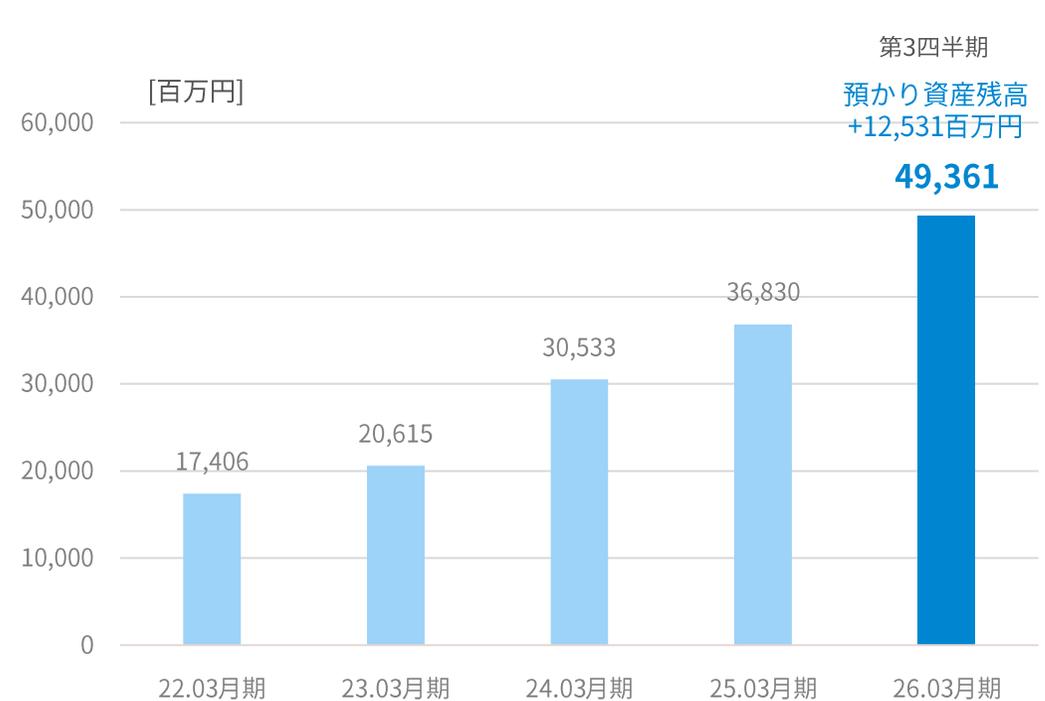
KPI

資産運用・投資に対する関心の高まりを受け、当社が仲介する金融商品預かり資産残高は好調に推移。
2026年1月には、金融商品預かり資産残高が500億円に到達。

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



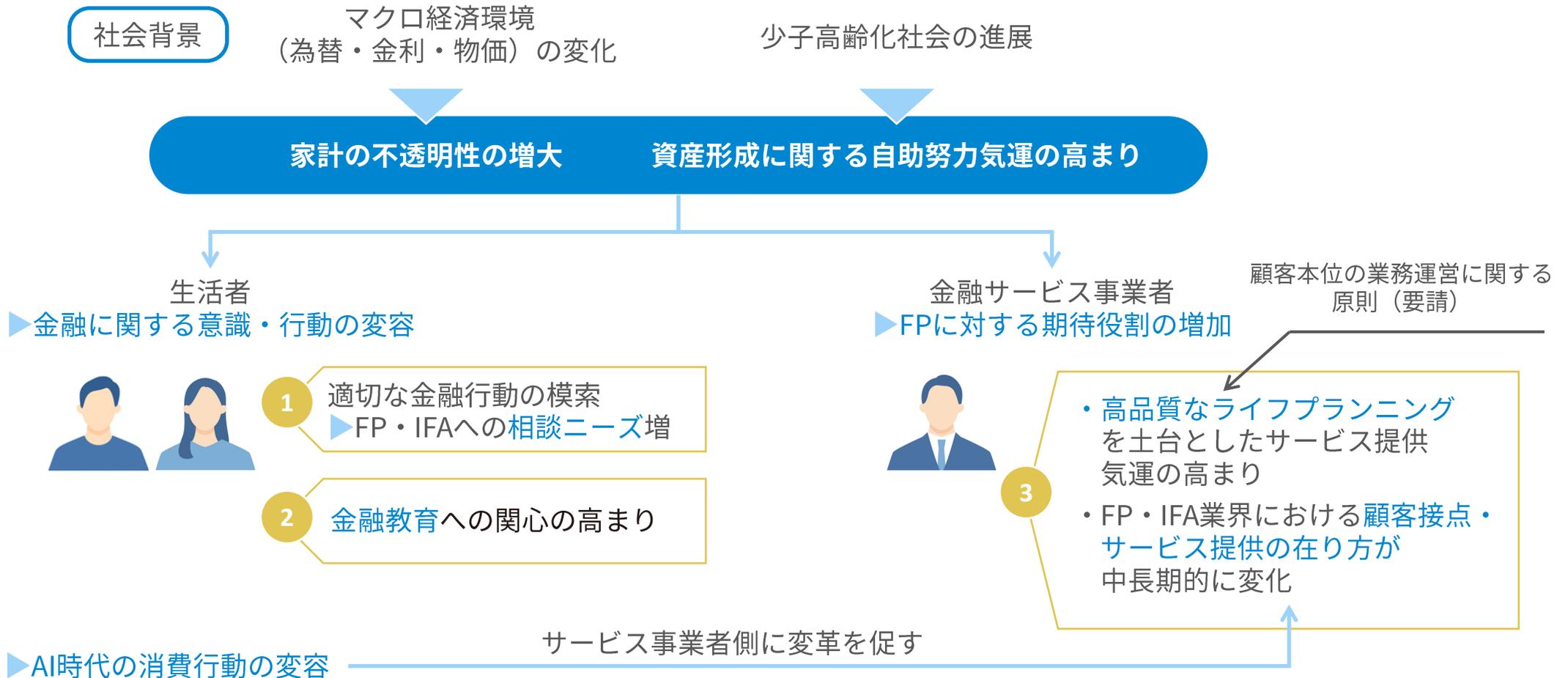


03

成長戰略

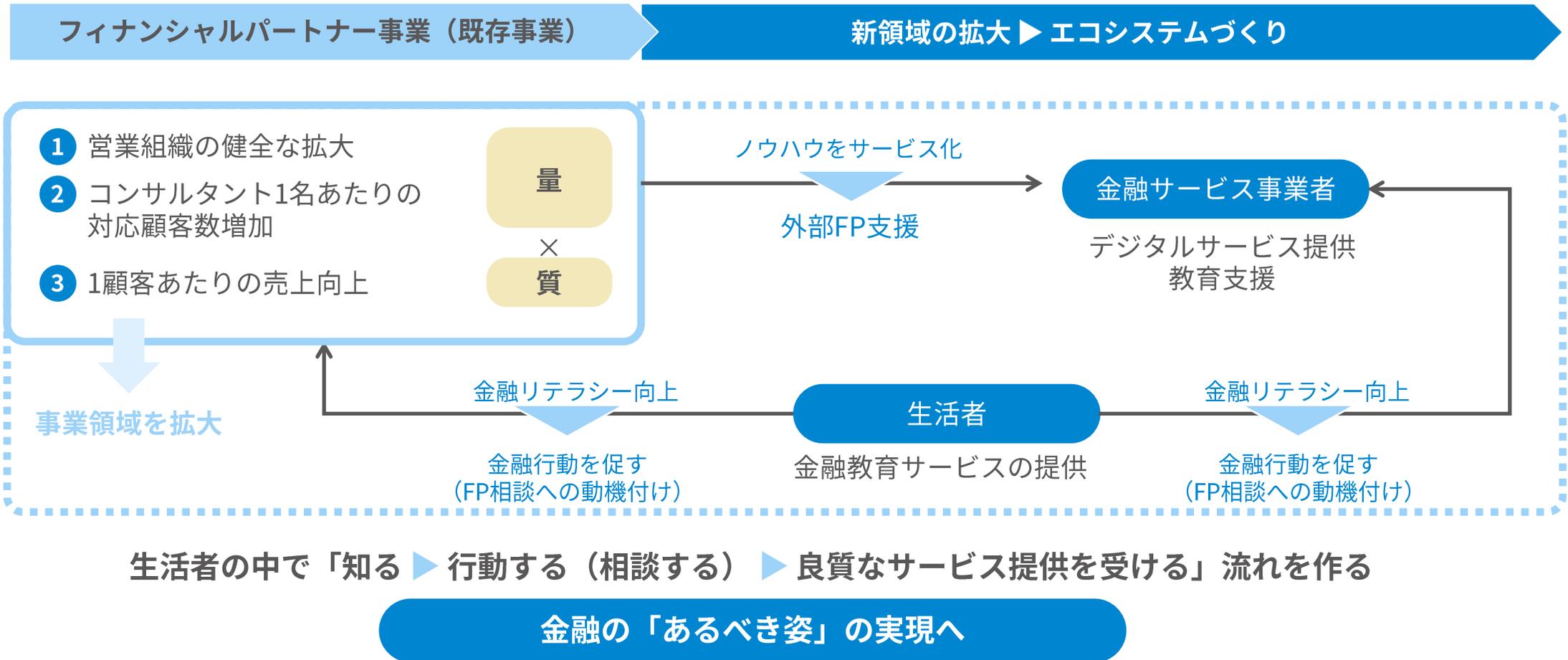
パーソナルファイナンスを取り巻く概況

生活者向けのコンサルティングサービス領域 (①) のみならず、**業界を取り巻く変化 (②③) も事業機会と捉える。**



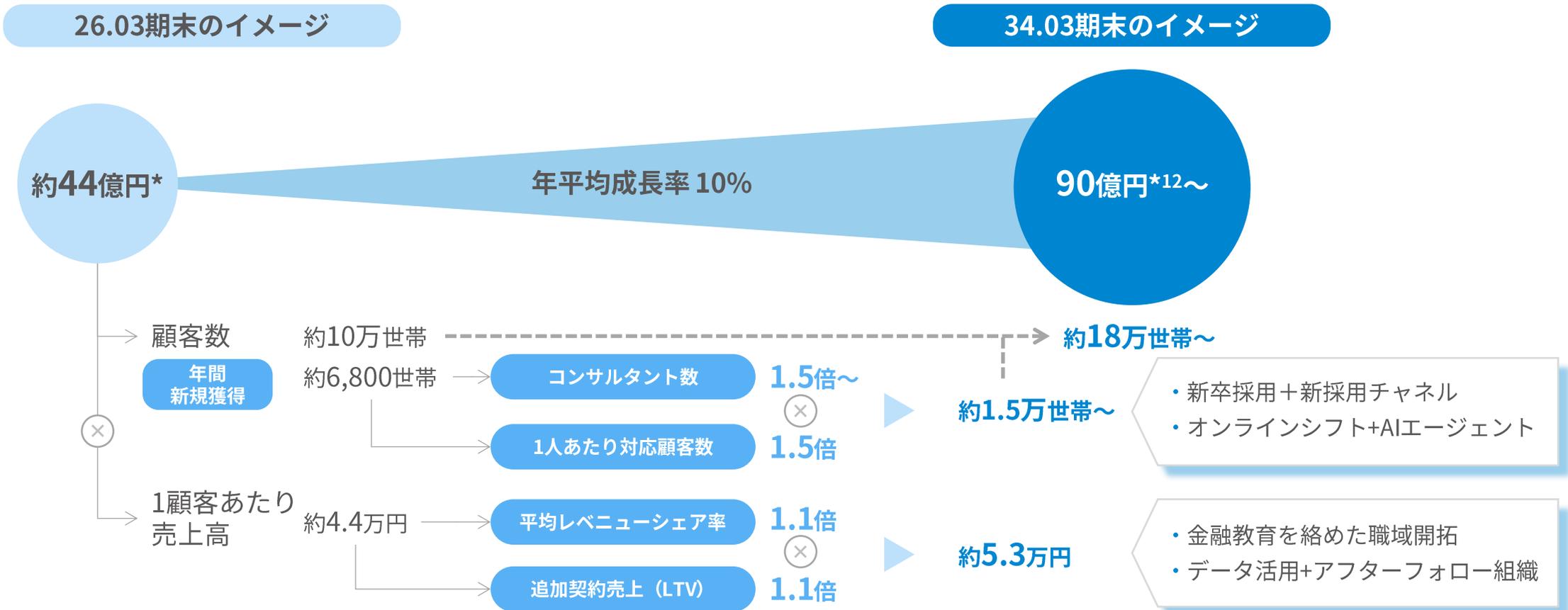
成長の方向性

コンサルティングサービス=当社コンサルタントと顧客の1対1の関係性に閉じずに、生活者・金融サービス事業者を含む **パーソナルファイナンス領域で新たなエコシステムを作る**ことを目指しながら、事業領域を拡大する。



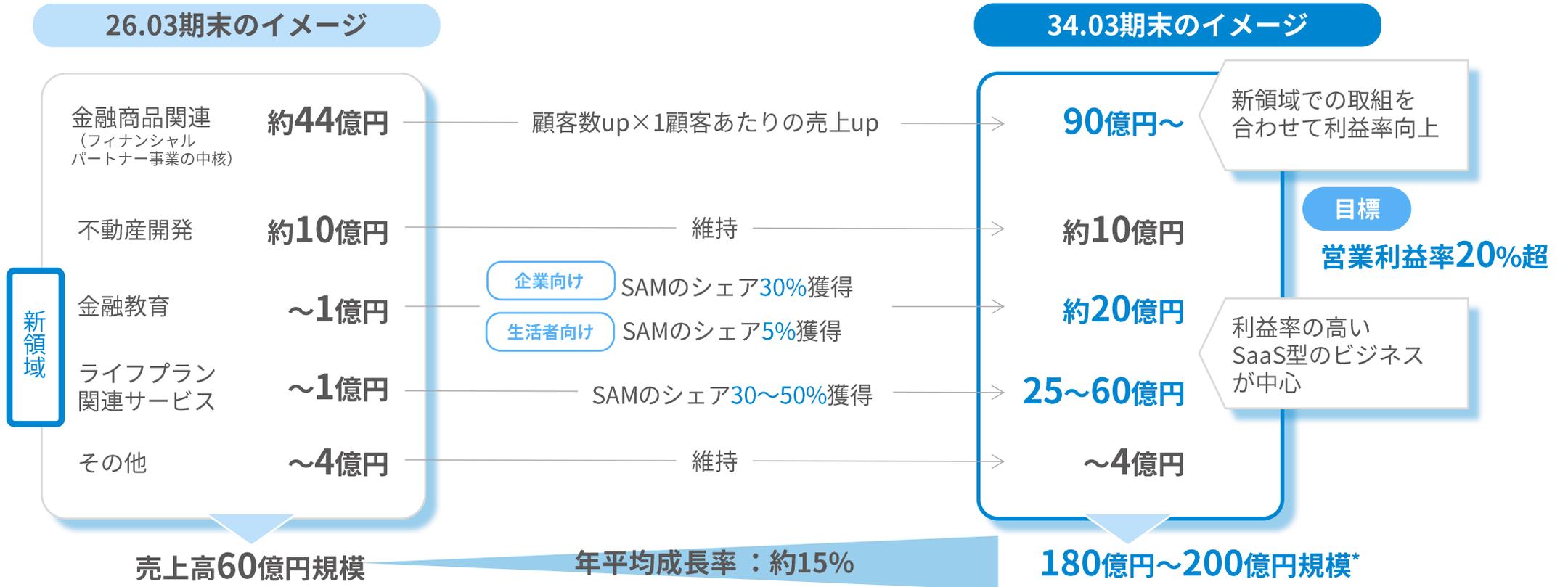
金融商品販売関連の売上高成長ロジック

34.03期において、フィナンシャルパートナー事業の中核である保険・証券等の金融商品販売関連の売上高は**対26.03期の2倍以上を目指す。**



業績拡大のイメージ

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、新領域を長期的なドライバーとしながら成長を目指す。



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。

業績目標

全体概要

事業成長の加速及び適切な資本政策によって、利益率・ROEの向上を実現を目指す。

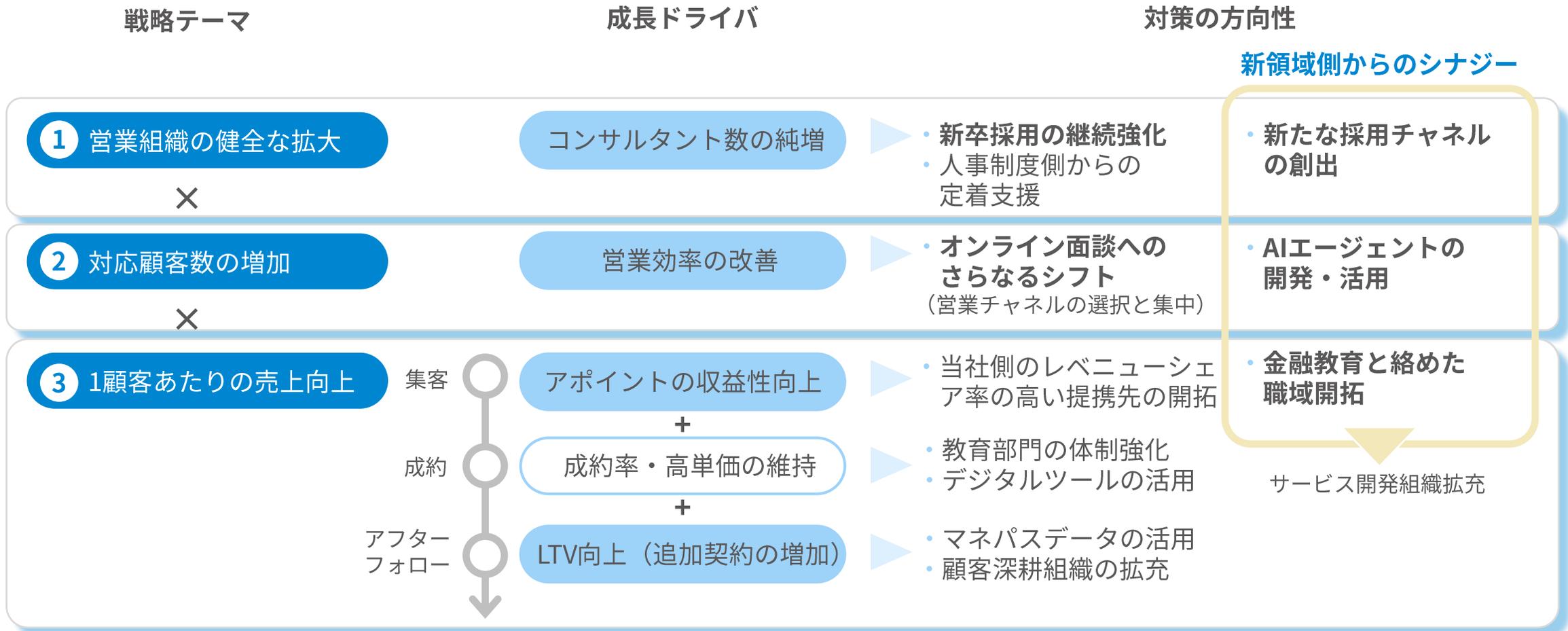
	26.03 (業績予想)	34.03 (目標*)
売上高 (年平均成長率)	59.4億円	180億円~200億円 (約15%~)
営業利益率	9.7%	20%超
EPS	59.6円	400~450円
ROE	8.6%	18~20%

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。

1. フィナンシャルパートナー事業

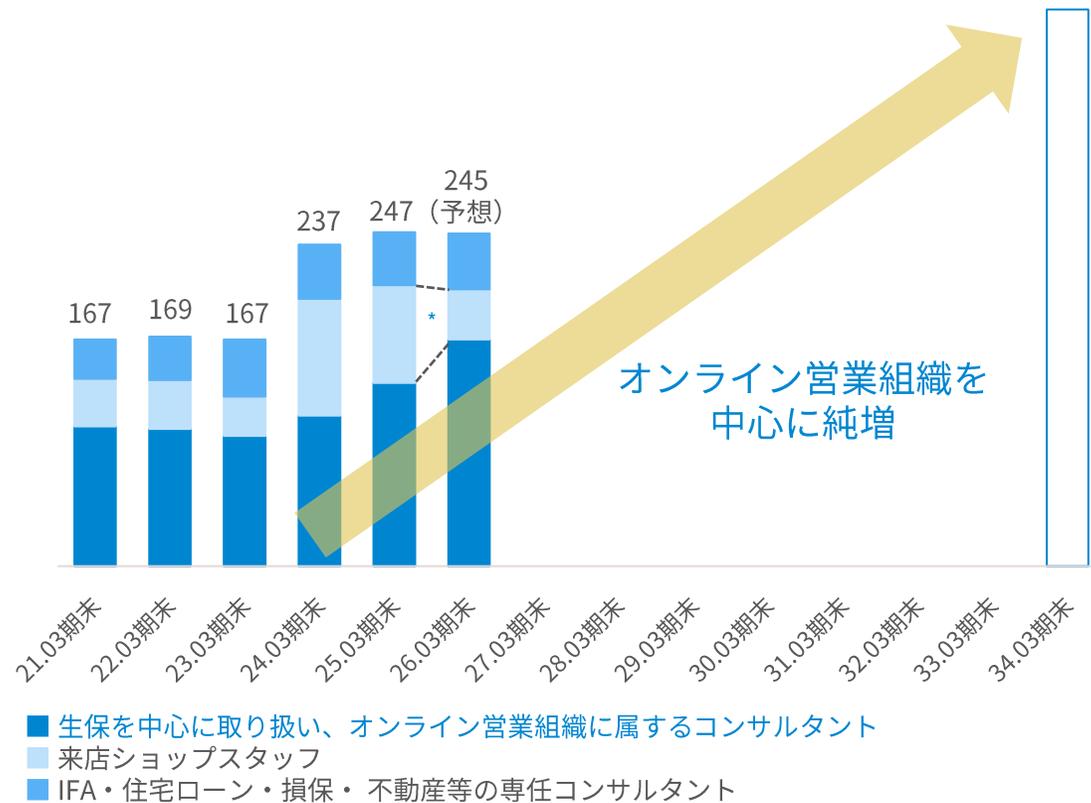
コンサルティングサービスにおける戦略の全体像

顧客獲得量×1顧客あたりの売上高の最大化を見据え、既に仕組化された取組の深耕に加え、**新領域（デジタルサービス・金融教育）側からのシナジー創出も図る。**



新卒採用コンサルタントの確実な純増

営業組織の中核となるオンライン営業組織において、教育体制と営業現場のマネジメント体制を確保しながら量と質のバランスを重視し、新卒採用を継続。



なぜ新卒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

注 来店型ショップスタッフの減少…2025年上期中のマネプロショップ事業部売却・転籍により減員する見通し

新たな採用チャネルの開発 - 金融教育スクール『Money With』 -

2025年1月に株式会社We&社との共同出資によりMoney With株式会社を設立し、4月末より開校。類似サービスにはない「FP養成」としての側面も併せ持つ。コースをリニューアルし、入校の間口を広げた。卒業生が続々と誕生。



money with

講義形式の動画視聴



講師との個別相談

マネーデザインコース

お金を初めて学ぶ方／家計改善や将来設計を始めたい方

- ・ デイリーワーク（収支管理）
- ・ チャット相談（質問し放題）
- ・ 固定授業&カスタマイズ授業

FPキャリアコース

FPとして転職・副業を目指す方

- ・ 金融知識・ライフプラン作成
- ・ FP2級資格取得サポート
- ・ 金融系就職・転職サポート

FPプロフェッショナルコース

金融系の会社にお勤めの方／FPとしてご活動中の方

- ・ ライフプラン作成・分析
- ・ 販売手法
- ・ 社会保障

卒業生の輩出

money with 卒業生インタビュー

Vol.1

保険選びで納得できなかった私が、4ヶ月で副業FPになるまで

30代・会社員 柏木さま



money with 卒業生インタビュー

Vol.3

自分に『武器』が欲しかった。独立に向け、不動産営業出身者が選んだ“FP”というスキル

20代・起業家 押田さま



money with 卒業生インタビュー

Vol.2

単価を上げたい代理店FPがライフプランニングで1,000万円契約を獲得するまで

30代・保険代理店勤務 和田さま



新たな採用チャネルの開発 - 金融教育スクール『Money With』 -

FPキャリアコースの卒業生に対して「柔軟な働き方」を訴求することで、採用市場でこれまでアプローチできなかった層を採用できる可能性を有している。



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キャリアコース

- 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

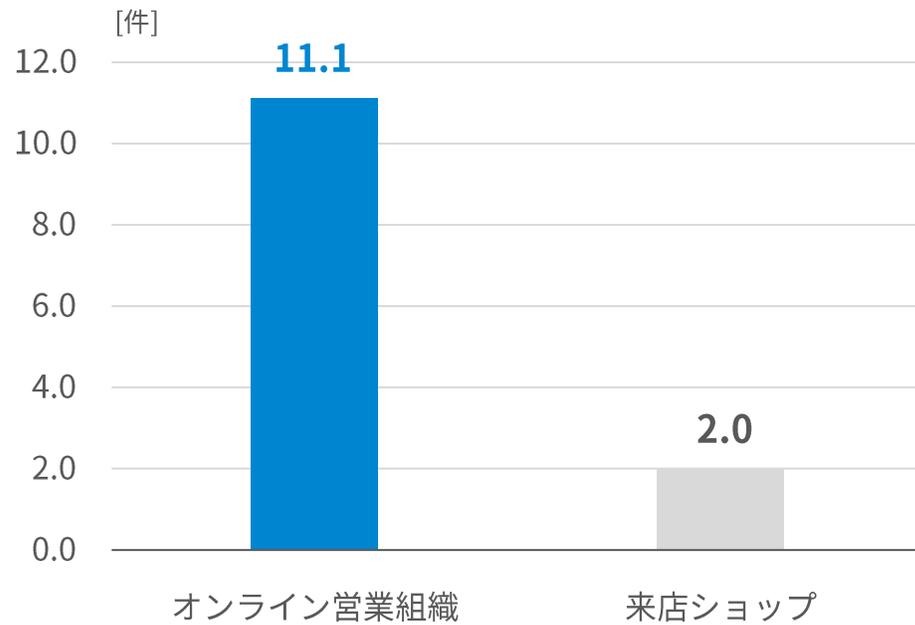
新たなスクール卒業生を中心とした
営業組織を組成

オンライン面談へのさらなるシフト

採用したコンサルタントは、高稼働が期待できるオンライン営業組織に振り向ける方向。一部継続運営する来店型ショップについてはオンラインとのハイブリッド対応で稼働率を高めていく。

対応顧客数は営業チャネル間で大きな差

■ コンサルタント1名あたりの月間新規対応件数（25.03期平均）



ショップ事業の効率化・選択と集中

- マネプロショップ事業の売却（25.07月完了）
一部の店舗スタッフ（新卒採用社員）はオンライン営業組織へ配置転換。その他、事業売却による固定費削減も実現。
- 継続店舗では自然来店×オンラインのハイブリッド対応
四国・山梨で展開する「保険ウェルネス」ではオンラインでのアポイント対応を実施。スタッフの稼働率を高める。

面談効率の向上に向けて - AIエージェントの開発 -

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。3Qにβ版をリリースし、社内利用開始中。

決めろ君



- 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 ▶ 対応件数の増加

目標 平均5回の面談→3-4回程度まで削減

- 若手FPにおける営業生産性の高位平準化

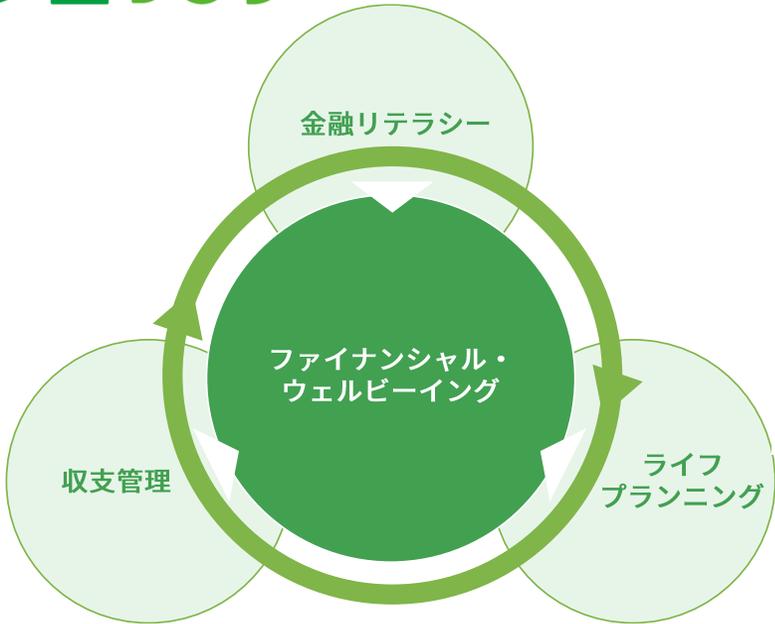
顧客体験の向上

- 生成AIが生活シーンに浸透していく流れの中で、
金融サービスに気軽にアクセスできるように
(特に今後増えるAIネイティブ世代)

アポイントの収益性向上 - ブロっこり（金融教育）を絡めた職域開拓 -

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。

ブロっこり



広範な動画コンテンツ



- 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

大手上場企業を中心に導入が進む



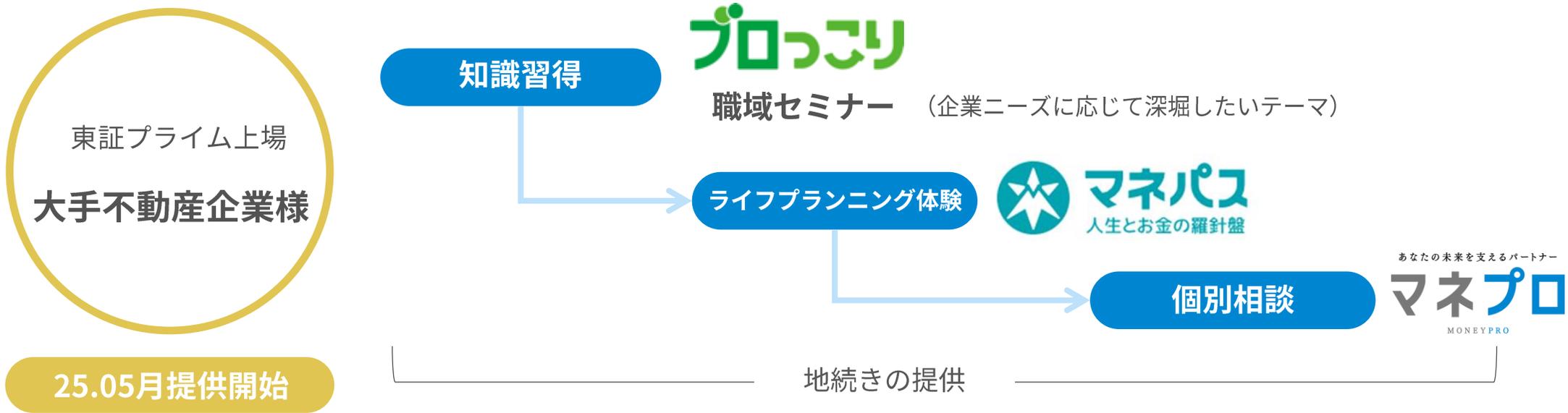
延べ導入社数 **18社**

▶ リピート導入も増加中

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。**

アポイントの収益性向上 - ブロccoli (金融教育) を絡めた職域開拓 -

上場企業に求められる、**人的資本経営**の中で**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 自社案件開拓の強化による、当社側のレベニューシェア率向上 (生命保険手数料の増収)

2. 新領域

各サービスの成長可能性 - 推定市場規模 -

企業向け金融教育サービス



- 採用力の強化・人的資本経営の取組強化の観点で企業の注目が高まる期待

優位性

FP相談へのシームレスな接続

生活者向け金融教育サービス



- 職金融教育に対する潜在需要の高さ
- FP資格取得に対する需要増加

FPとしての就業機会の提供

事業者向けFP関連サービス

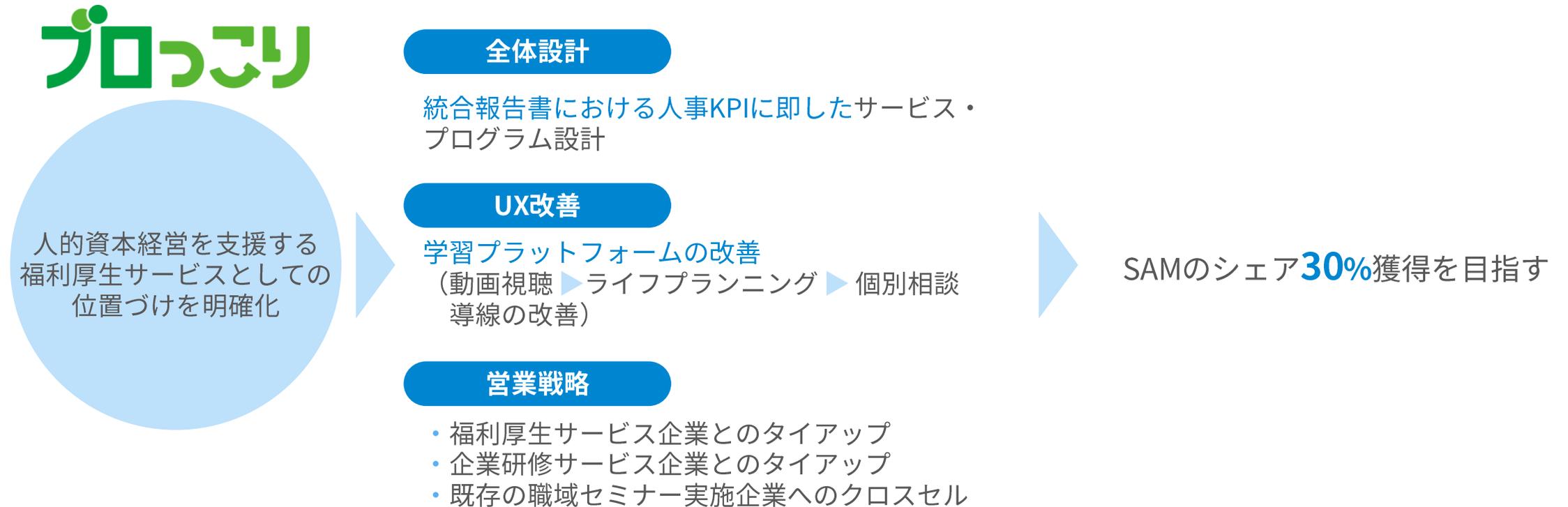


- サービスの土台としてライフプランニングを据える動きが加速
- 他方で募集人教育は永遠の課題

FPとしての知見
(募集人教育の提供)

金融教育サービスの成長戦略 - 1. 企業向けサービス -

金融機関や研修会社等による取組が進んでいるが、市場シェアを占める強力なプレイヤーは存在していない状態。
 当社では**人事課題を解決する、という明確なコンセプトの下**でシェア拡大を図っていく。



金融教育サービスの成長戦略 - 2. 生活者向けサービス -

金融教育スクール「Money With」では、親会社である**ブロードマインドのマーケティングリソースを活用し、FPキャリアコースの卒業生に対し就業及び実際のコンサルティングの機会を提供**。競合するFP資格取得スクールとの差別化を図ることでシェアの獲得を目指す。

スクール事業



FP
養成

- Webプロモーションの強化
- 企業とのアライアンスによる受講者紹介モデルの構築
- 卒業生を対象としたサブスクリプション型サービスの開発

基
礎

- Webプロモーションの強化



仕組化された
マーケティング

卒業後に当社雇用の場合
お客様紹介を保証
(実践機会の提供)

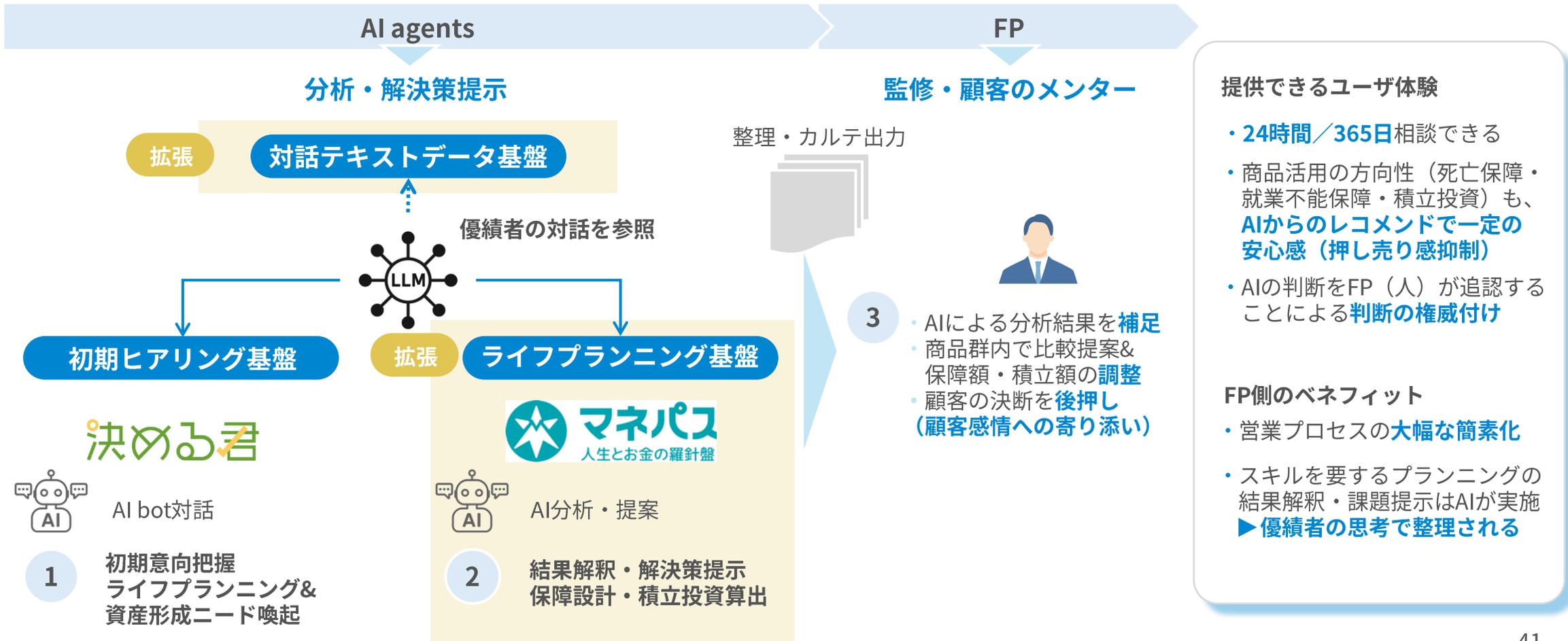
SAMのシェア**5%**獲得を目指す

03

ライフプランニング関連サービス

AIエージェントの開発について（再掲）

今後はAIエージェントの機能を拡張させる方向で開発投資を強化。人とAIの役割・得意領域を明確に分けた最適な接続を設計。

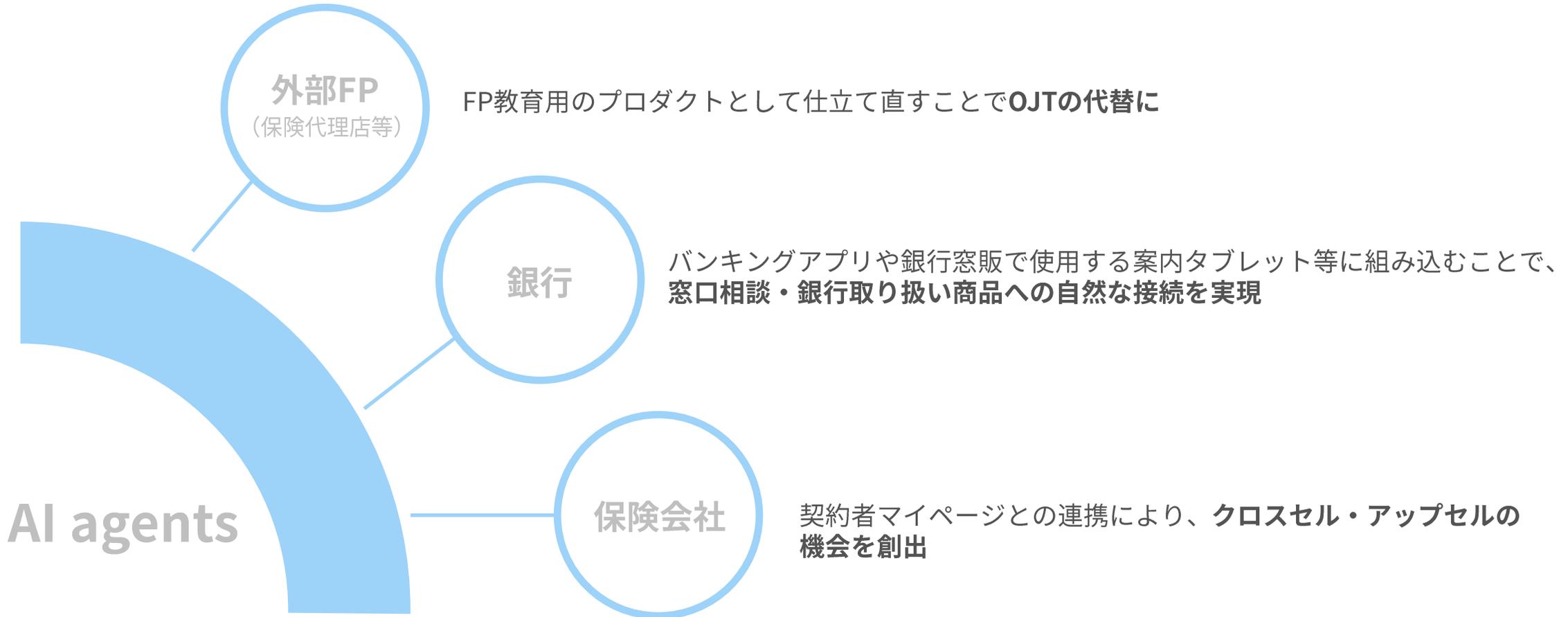


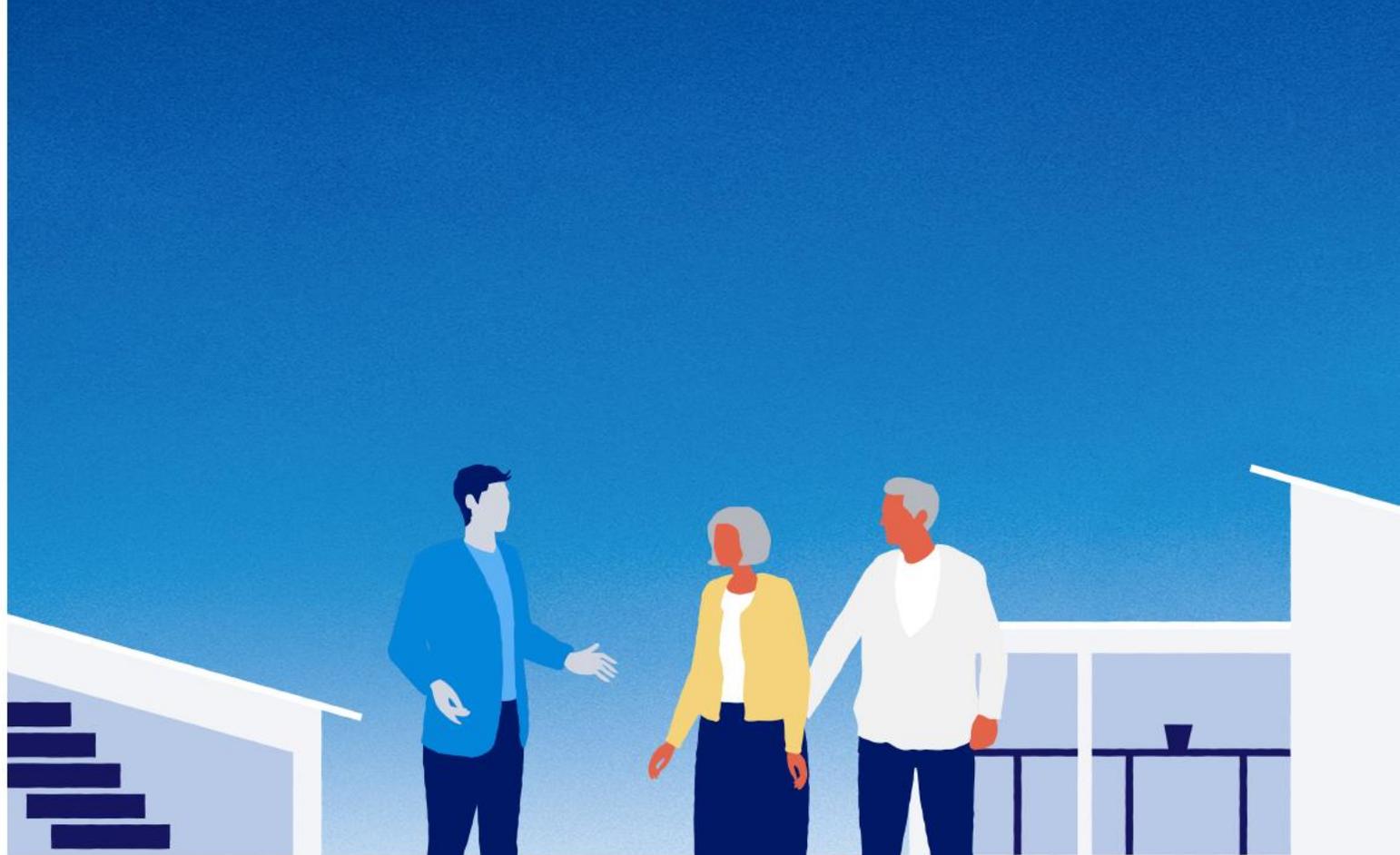
03

AIエージェントの開発について（再掲）

拡張されたAIエージェントは外部のFP・金融機関の顧客に対しても新たな体験を提供できる可能性があり、**金融機関とのプロダクト協創に関するアライアンスも推進中。**

ライフプランニング関連サービス





04

26.03月期 業績予想・株主還元

26.03期業績予想

業績予想・株主還元

マネプロシヨ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	5,963	100.0%	5,940	100.0%	△0.4%
売上原価	1,033	17.3%	937	15.8%	△9.3%
売上総利益	4,930	82.7%	5,003	84.2%	+1.5%
販売費及び一般管理費	4,469	74.9%	4,428	74.5%	△0.6%
営業利益	461	7.7%	575	9.7%	+24.7%
経常利益	497	8.3%	567	9.5%	+14.0%
税金等調整前当期純利益	229	3.8%	538	9.1%	+134.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	178	3.0%	340	5.7%	+90.3%
EPS*	31.85円		59.55円		+27.70円
ROE	4.6%		8.6%		+4.0pt

主力のオンライン営業組織は**11.0%増**

マネプロシヨップ事業売却を織り込む

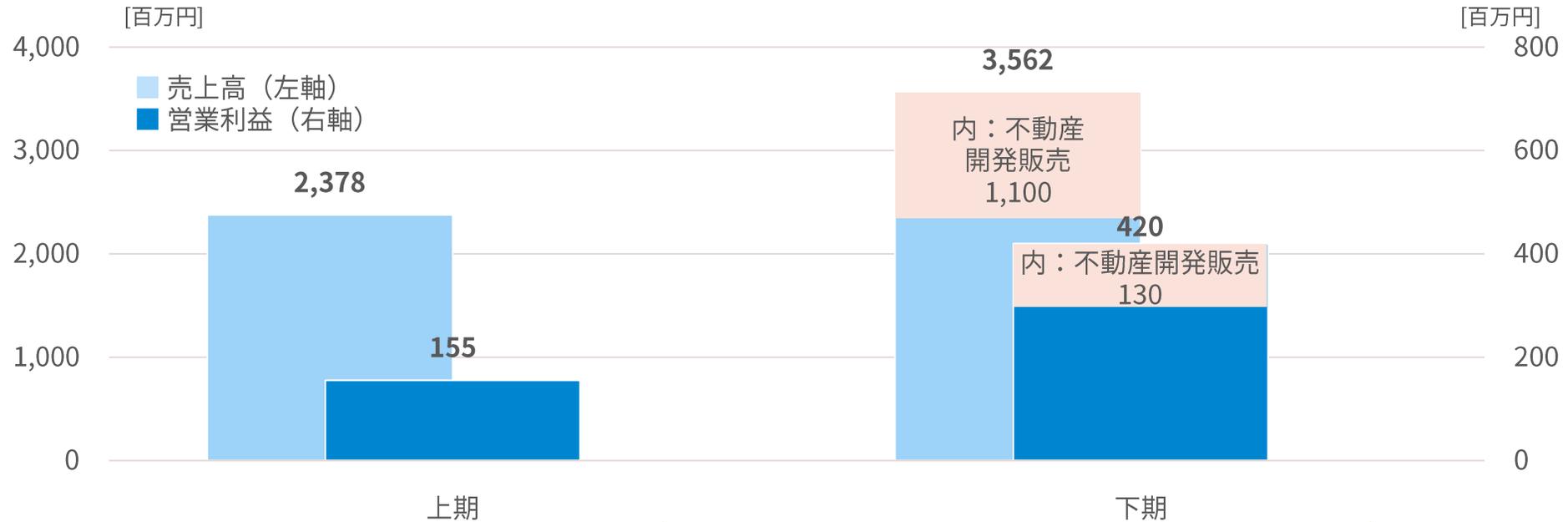
注：26.03期のEPSについて、期中平均の株式数の算出の際①新株予約権の権利行使が無い②自己株式数が26.03期3Qと同一であると仮定しています
 注：今期から会計方針の変更（生損保手数料売上）により、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

04

補足 | 半期ごとの業績予想

業績予想・株主還元

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
 ▶ 7月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

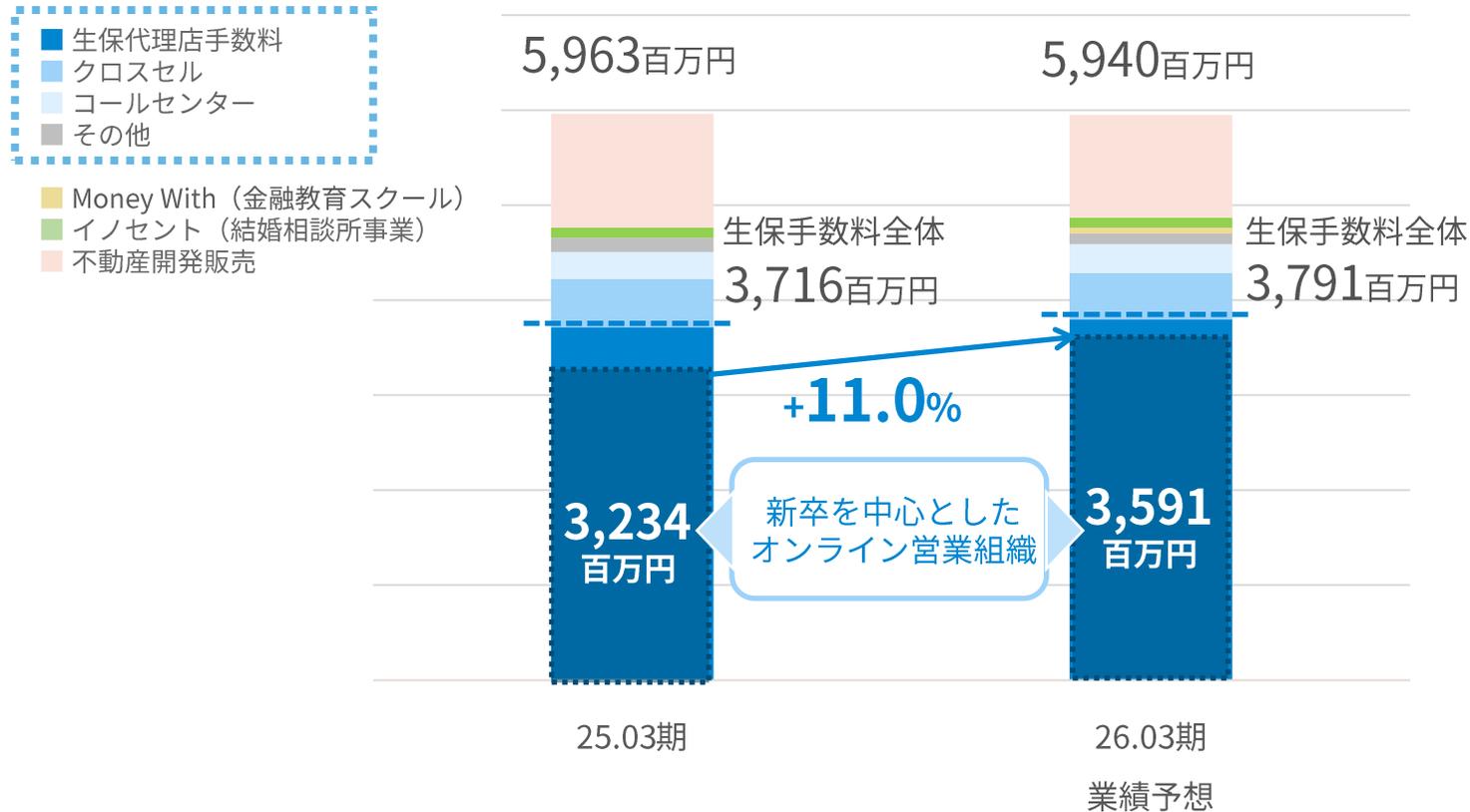
新卒稼働・成長により売上高は上期水準を維持
 営業利益はさらに伸展

04

業績予想・株主還元

【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%超成長する見通し。



■ 生命保険代理店手数料
前年同期比 +2.0%

■ うち新卒を中心としたオンライン営業組織
前年同期比 +11.0%

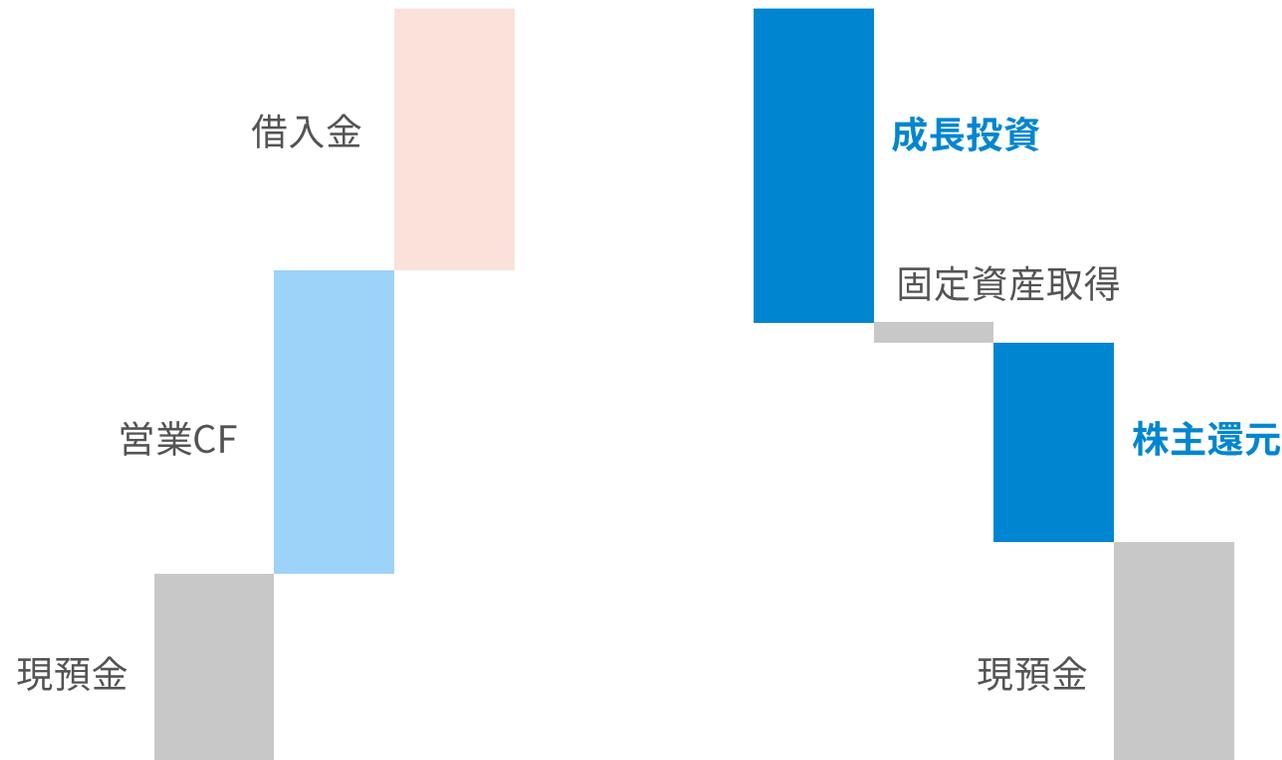
注：クロスセル：損害保険・住宅ローン・金融商品・不動産仲介に係る売上

注：今期から会計方針の変更（生損保手数料売上）により、前期実績についても遡及して適用しているため、前期公表の数値とは異なります。

資本配分（アセットアロケーション）の考え方

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**。

■ 資本配分のイメージ



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
▶ その時々々の経営テーマに応じて、P/L投資の規模・時期を弾力的に検討することが可能
- 最適資本構成も念頭に、成長投資の原資は負債も併せて活用
- 現金は維持。最適資本構成も念頭に、健全な資本比率を維持

営業キャッシュフローを積極的に株主に還元していく

株主還元

業績予想・株主還元

経営課題

中長期的な企業価値の向上

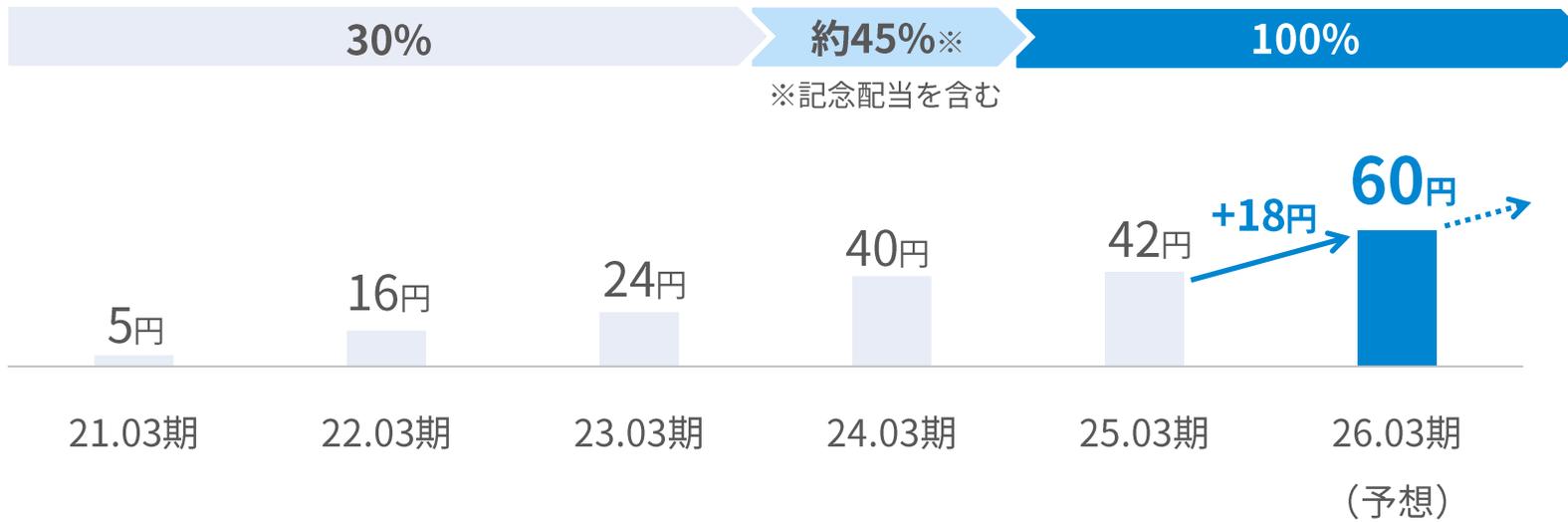


株主への適切な利益還元

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）



- 26.03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

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%強の水準*。

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」



**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

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)

注：2026年2月9日時点での株価終値：1,339円、一株あたり配当金60円として試算

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 榊原 光 社外監査役 浅田 登志雄 社外監査役 座間 陽一郎
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	6億5,513万円（2025年12月末現在）
従業員数	322名（2025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

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。

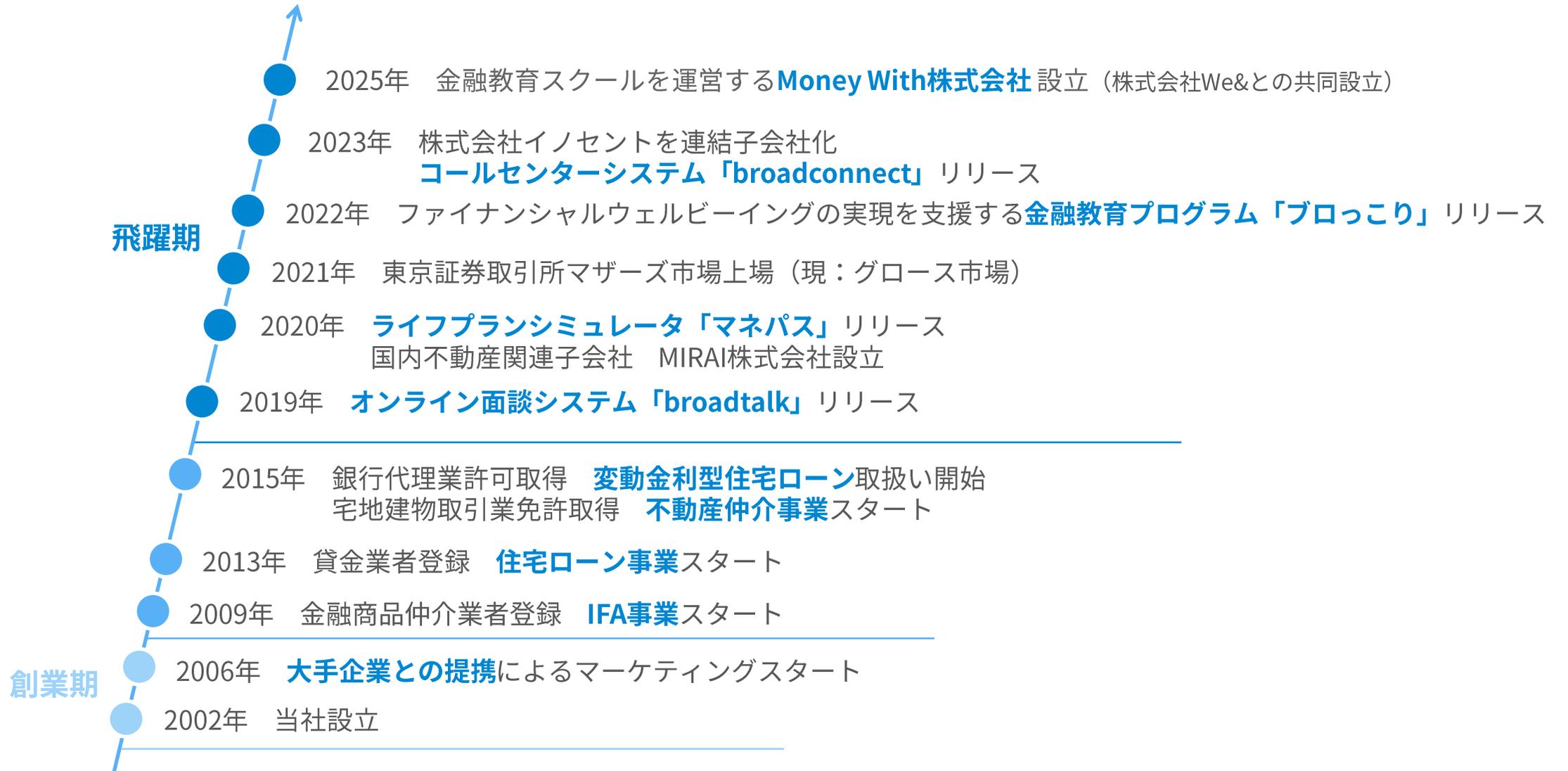
ミッション（ブロードマインドの使命）

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。

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。

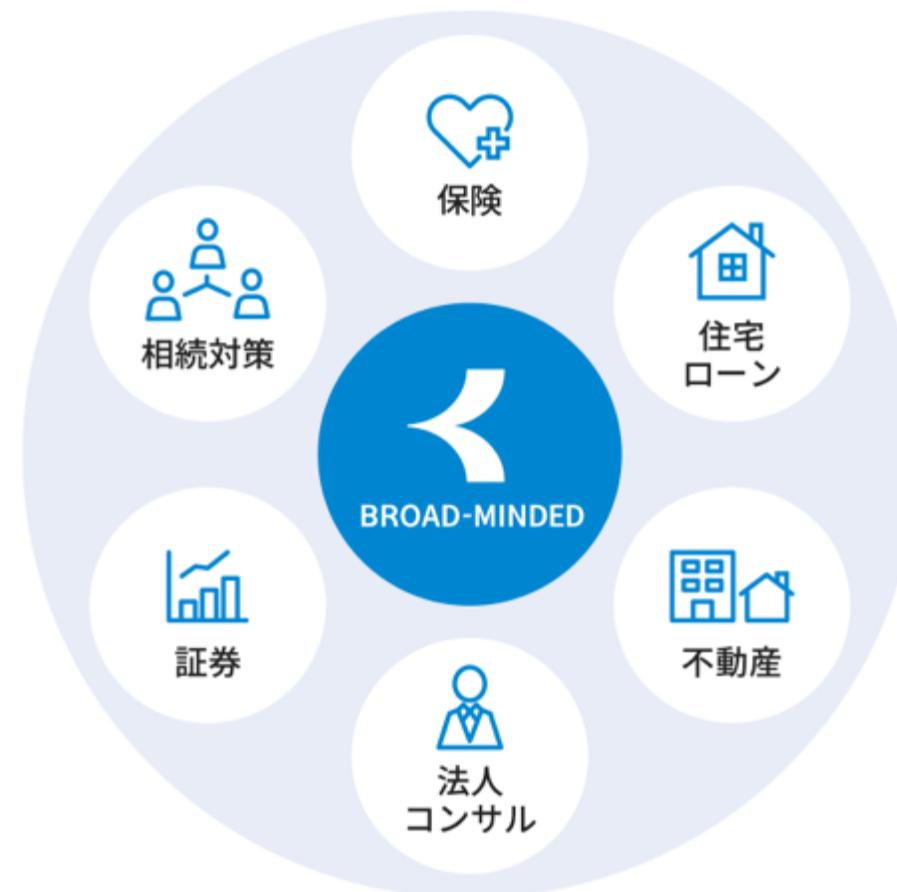
お客様のニーズ

- 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

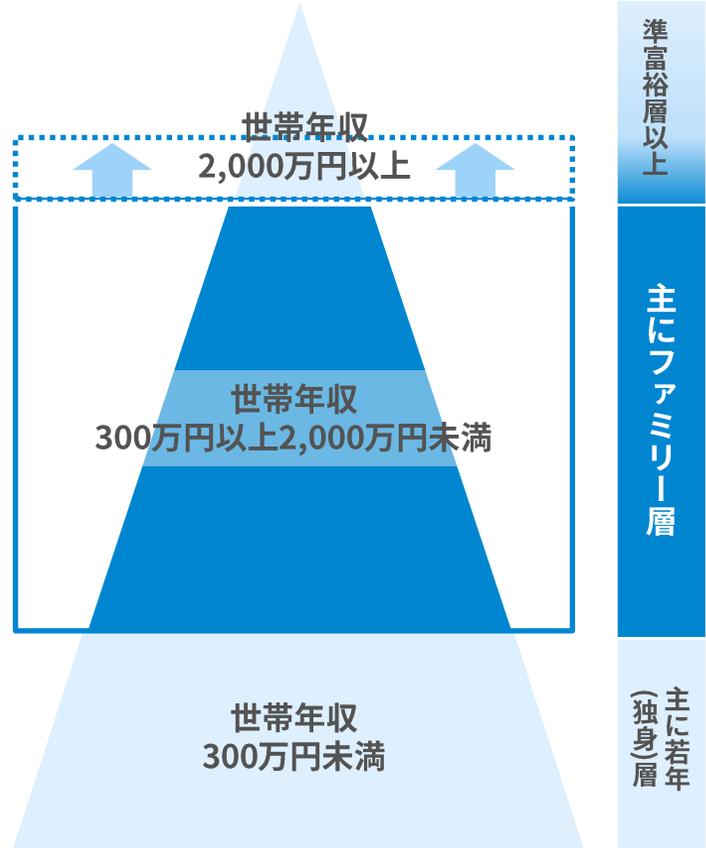
保険・証券・住宅ローンの全てで個別に登録・許可を得て仲介できる事業者は**国内で12者と希少**。
 (当社調べ/2025年9月末時点)



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/2024年度代理店統計、一般社団法人生命保険協会/2024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。



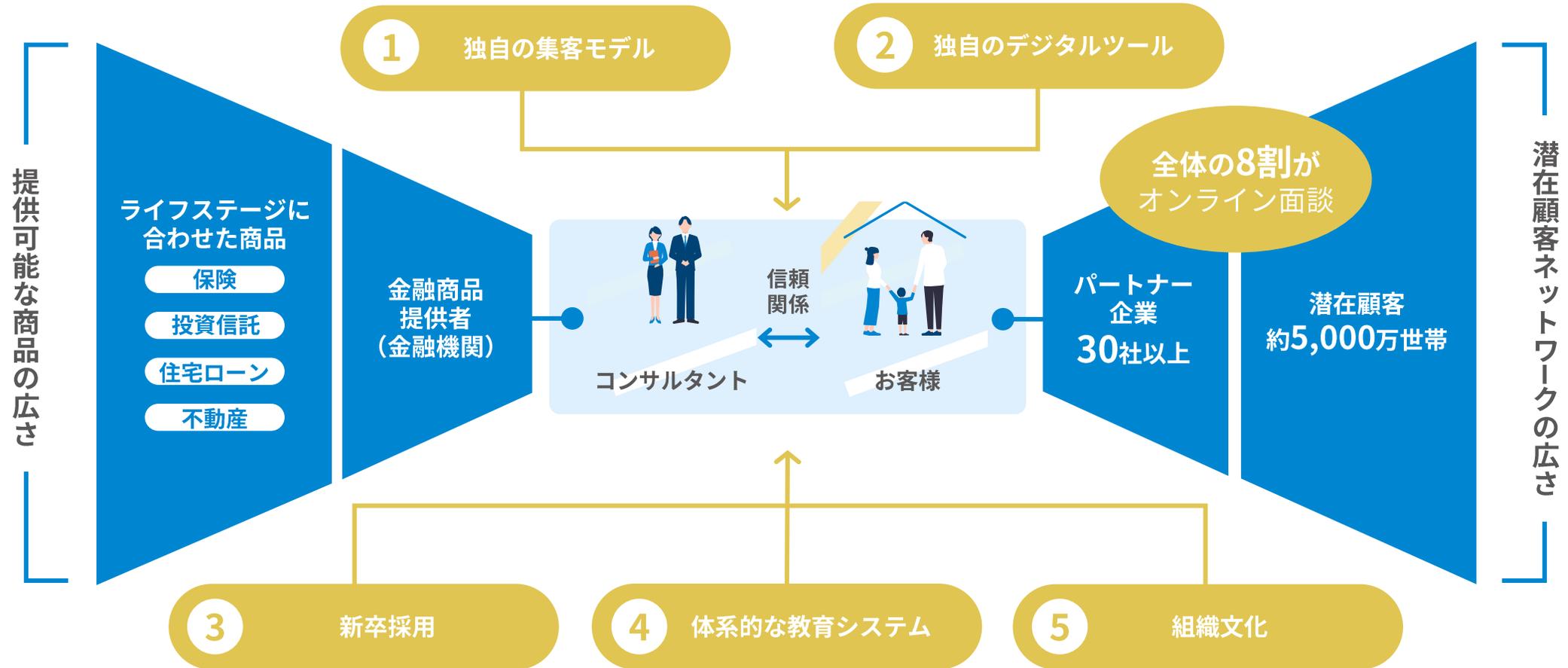
■ 競合の状況

	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』

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-

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と組織文化が競争力の源泉。**



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 -

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と組織文化が競争力の源泉。**

1 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**現場配属後すぐに成果が挙がる環境**を構築。



当社提携パートナー数

30社以上

大手カード会社
フィンテック系企業
ライフイベント関連事業会社
官公庁・団体

年間20,000件以上の相談申込※1

全体の8割が
オンライン面談

2 独自のデジタルツール

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**独自開発**のデジタルツールにより、**営業・教育の時間効率も向上**

■ オンライン面談システム



■ ライフプランシミュレーター

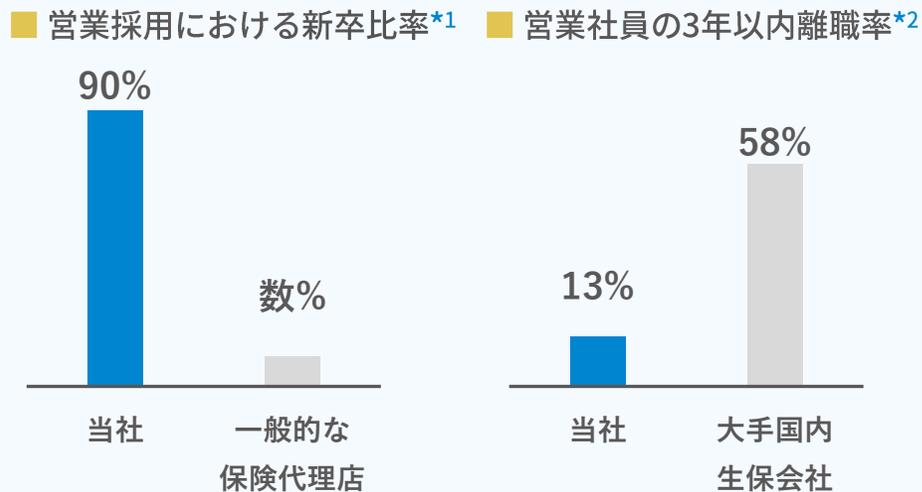


新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み -当社の競争優位性-

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と組織文化が競争力の源泉。**

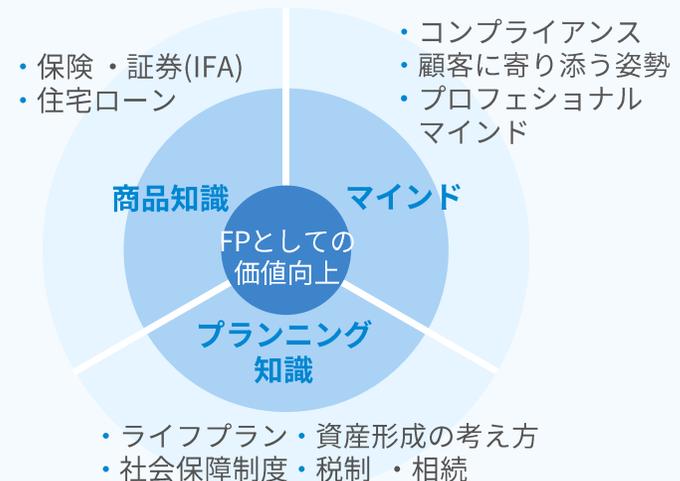
3 新卒採用

中途採用が中心の業界において**新卒を中心に採用**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



4 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**
教育専任メンバーは、個別案件の進め方に関するアドバイスを重点的に実施
「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実現



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/>)

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-

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と組織文化が競争力の源泉。**

5 組織文化

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。企業理念の浸透に向けた取り組みも実施

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		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）	
フルコミッション制度（変動大きい）	人的資産	固定給制度（変動小さい）	
「保険募集人」としてのキャリアを継続		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）	

数字で見る高位平準化されたコンサルタント*1のパフォーマンス

平均生産性（年間獲得新契約ANP*2）

4,836万円

※保険代理店A社 1,117万円*5、保険業界全体 214万円*8
共同募集前単価

成約ANP単価

契約単価

32.1万円

世帯単価

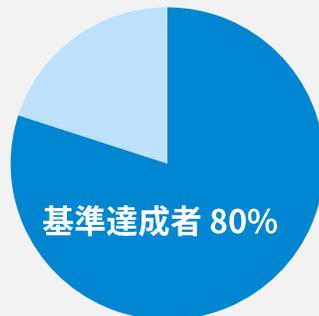
75.6万円

※個人契約をメインとした活動、共同募集前単価

FP資格*3取得率

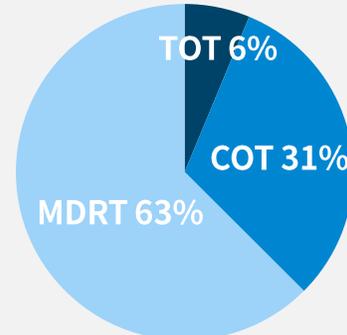
100%

MDRT基準*4達成率



※保険代理店A社 43.2%*6

左記MDRT基準達成者のうち
TOT/COT*基準達成割合



※保険代理店A社 TOT 1%、COT 7%*7

MDRTとは

1927年に発足したMillion Dollar Round Table (MDRT) は、卓越した生命保険・金融プロフェッショナルの組織です。世界中の生命保険および金融サービスの専門家が所属するグローバルな独立した組織として、700社以上、80カ国以上の会員が活躍しています。MDRT会員は、卓越した専門知識、厳格な倫理的行動、優れた顧客サービスを提供しています。また、生命保険および金融サービス事業における最高水準として世界中で認知されています。

※Court of the Table (COT) 会員基準はMDRTの3倍、Top of the Table (TOT) 会員基準はMDRTの6倍

注1：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、ショップコンサルタントを除く、一時払は1/10でカウント（2024年度）

注2：年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月＝ANP60,000円

注3：生保営業部門に所属する営業社員、ファイナンシャルプランニング技能士3級以上、AFP、CFPのいずれかを取得

注4：2025年度(暦の2024年)基準実績

注5、6、7：保険代理店A社 2023年2月有価証券報告書、ホームページ、2023年4月リリースより

注8：生命保険協会2024年版生命保険動向より当社にて算出

将来

将来の人生を安心して
楽しく過ごしていただきたい



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 お問い合わせ先

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