BROAD-MINDED

2027年3月期第2四半期（中間期）　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11月13日

マネジメントメッセージ　（振り返り）

BROAD-MINDED

全体

- **27.03期2Qは、売上2,403百万円（前年同期比+0.2%）、営業利益313百万円（前年同期比+12.2%）**
  前年同期比で増収増益

  - ✓ 前期マネプロショップ売却と今期からの保険会社による一時払生命保険の手数料体系変更があったが、フィナンシャルパートナー事業の減収を最小限にとどめることができた
  - ✓ 教育体制を再構築し、過年度に採用した新卒社員の成長が着実に図られた
  - ✓ 全社的な経費削減やマネプロショップ事業売却に伴う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、販管費を抑制

フィナンシャルパートナー事業

- **一時払生命保険の手数料体系変更により、主力のオンライン営業組織による生命保険手数料は前年同期比2.7%減収したものの、影響を最小限に抑制**

  - ✓ 引き続き、資産形成商品の販売ならびに各種クロスセル販売は好調。減収は社内計画では織り込み済であり、年度進捗は順調。営業利益年度進捗は65.3%

- **2026年6月に業務提携した株式会社オーネットからの送客と収益化が好調**

  - ✓ 想定していた2倍以上の送客、かつ早期収益化を実現、今後の成果に期待

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

マネジメントメッセージ　（見通し）

BROAD-MINDED

全体

- **27.03期3Qは、1Qの上振れ分が寄与し、累計期間としては前年同期比で増収増益の予想**

  - ✓ 主力商品である一時払生命保険の手数料体系の変更が段階的に進むため、2Qに引き続き3Qも影響が大きくなる見込み（社内計画内で織り込み済）
  - ✓ 一方で、短期的には収益の後ろ倒しとなる一方で総受取手数料は増額となるため、中長期的に事業の安定化につながる（次年度手数料の発生は来期から）

フィナンシャルパートナー事業

- **主力のオンライン営業組織においては、今期新卒社員に対する教育体制の見直しを行い、早期デビューによる早期貢献を見込む**

  - ✓ 新規相談顧客数の獲得も高水準を維持（前述オーネット経由含む）で集客に不安要素はなし
  - ✓ 引き続き、資産形成商品の販売が好調
  - ✓ 生成AI活用による事務面における業務効率化を実現→時間削減から面談数の増加へ向けた取り組み強化
  - ✓ FPの生産性向上と業務効率化を目的としたAIエージェントシステムの開発等を引き続き進めている

その他

- **株主優待の拡充と基準日の変更を発表（3月末基準から1月末基準へ）**　**→詳細はP41**

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

Contents

01 27.03月期第2四半期（中間期）　業績ハイライト

02 成長戦略

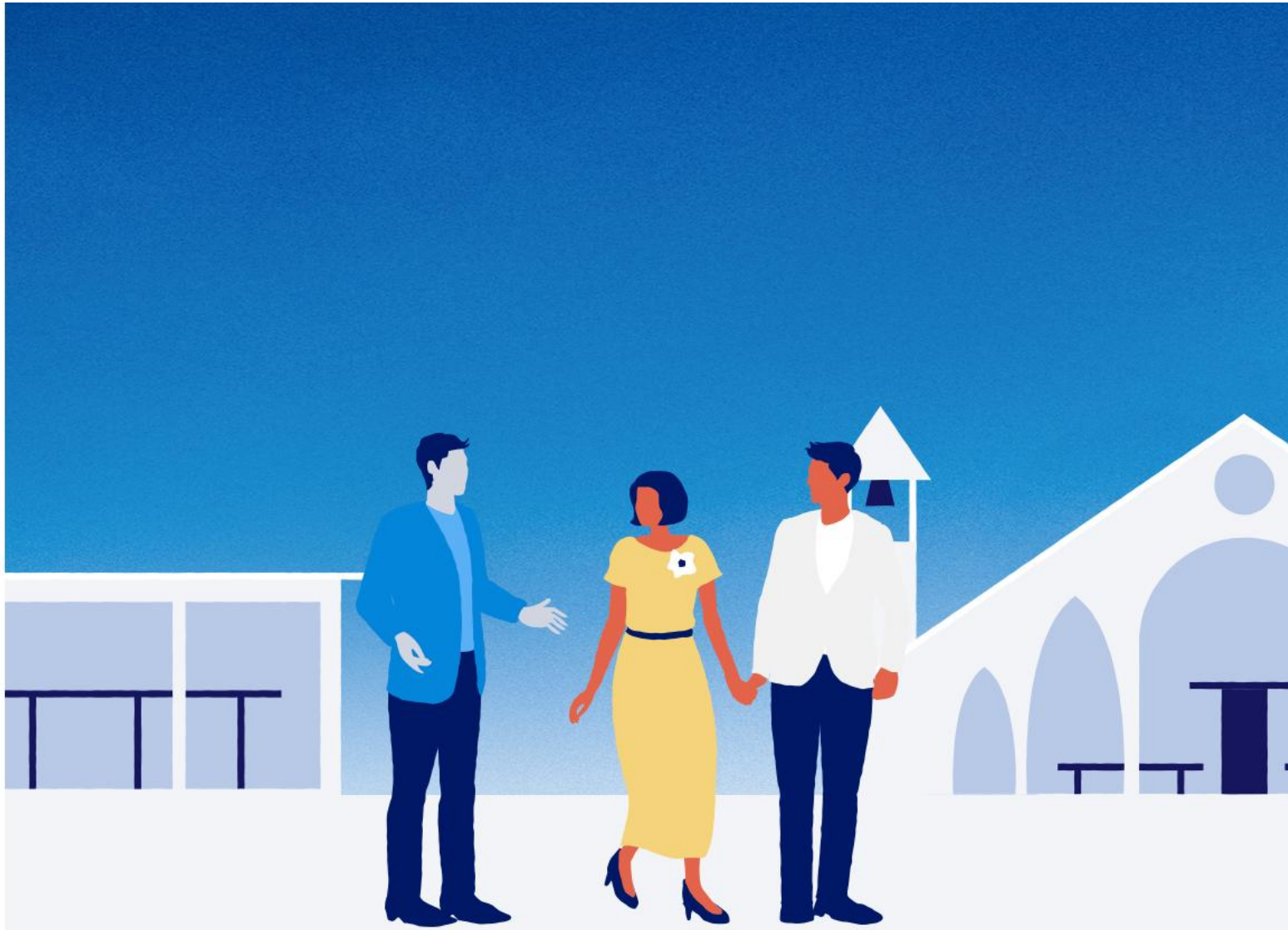
03 27.03月期　業績予想・株主還元

Appendix

事業概要等

KPIの状況

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.



01 27.03期第2四半期（中間期）　業績ハイライト

サマリー

マネプロショップ事業売却ならびに一時払生命保険手数料の手数料体系変更により減収となるも、**主力のオンライン営業組織による売上高が想定より伸展したこと、不動産販売実績があったこと、および販管費の抑制により増益**

売上高

2,403 百万円

前年同期比 **+0.2**%

主力のオンライン営業組織による生保手数料売上
前年同期比▲2.7%

営業利益

313 百万円

前年同期比 **+12.2**%

経常利益

317 百万円

前年同期比 **+9.7**%

新規相談受付件数

13,870 世帯*

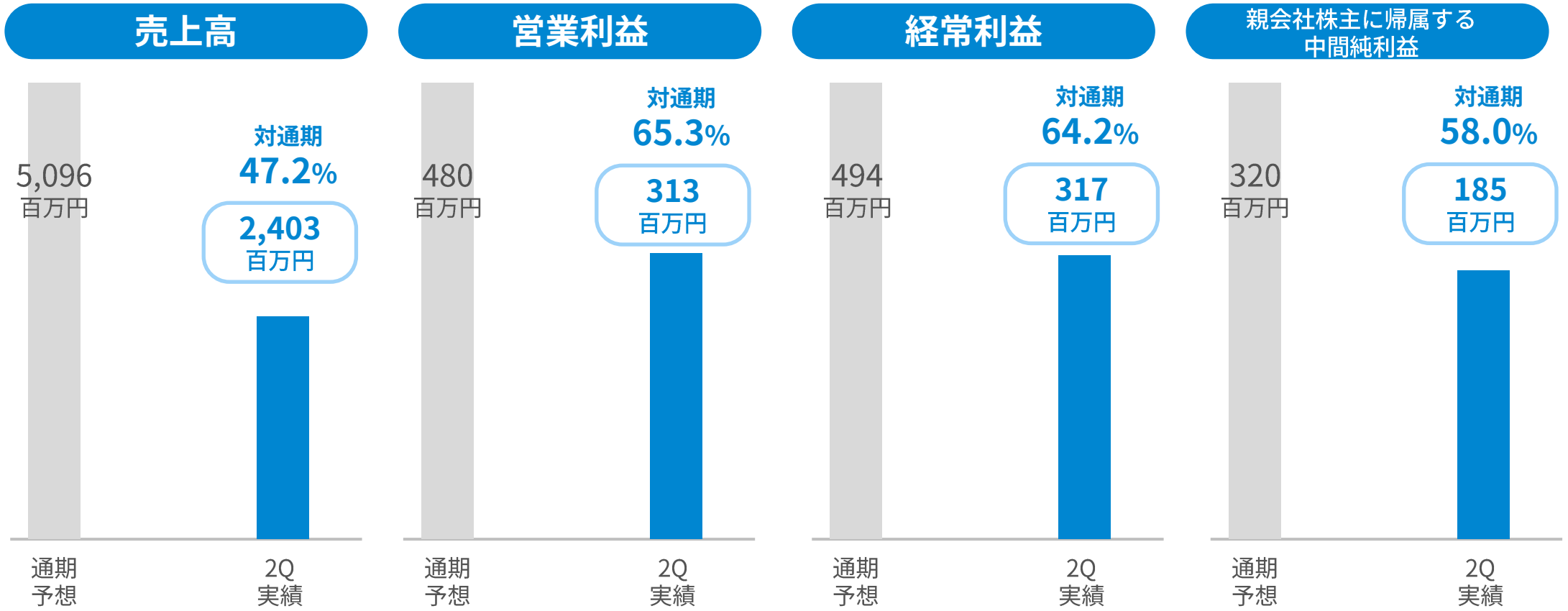
前年同期比 **△4.5**%

注：社外（他代理店）への供給分は含めず

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

業績予想に対する進捗

通期業績予想に対する進捗は順調



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

連結損益計算書

マネプロショップ事業売却ならびに一時払生命保険手数料の手数料体系変更により減収となるも、**主力のオンライン営業組織による売上高が想定より伸展したこと、不動産販売実績があったこと、および販管費の抑制により増益**

単位：百万円	26.03期第2四半期		27.03期第2四半期		
		対売上高比		対売上高比	対前年同期比
売上高	2,397	100.0%	**2,403**	100.0%	**+0.2%**
売上原価	4	0.2%	**36**	1.5%	**+798.0%**
売上総利益	2,393	99.8%	**2,366**	98.5%	△1.1%
販売費及び一般管理費	2,113	88.2%	**2,052**	85.4%	**△2.9%**
営業利益	279	11.7%	**313**	13.1%	**+12.2%**
経常利益	289	12.1%	**317**	13.2%	+9.7%
親会社株主に帰属する中間純利益	157	6.6%	**185**	7.7%	+18.2%

- （開発ではなく）物件仕入れ販売による不動産販売売上計上（1Q）
- 不動産販売に伴う仕入原価も同様

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

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

セグメント別業績

不動産販売の占める影響の大きさから、フィナンシャルパートナー事業と不動産販売事業を別セグメントとして開示

単位：百万円

		26.03期 第2四半期	27.03期 第2四半期	前年同期比
フィナンシャル パートナー事業	売上高	2,384	**2,333**	△2.1%
	セグメント利益	300	**308**	+2.8%
不動産販売事業*1	売上高	13	**69**	**+410.3%**
	セグメント利益	△20	**4**	-

- 一時払保険の手数料体系変更及びマネプロショップ事業売却による減収

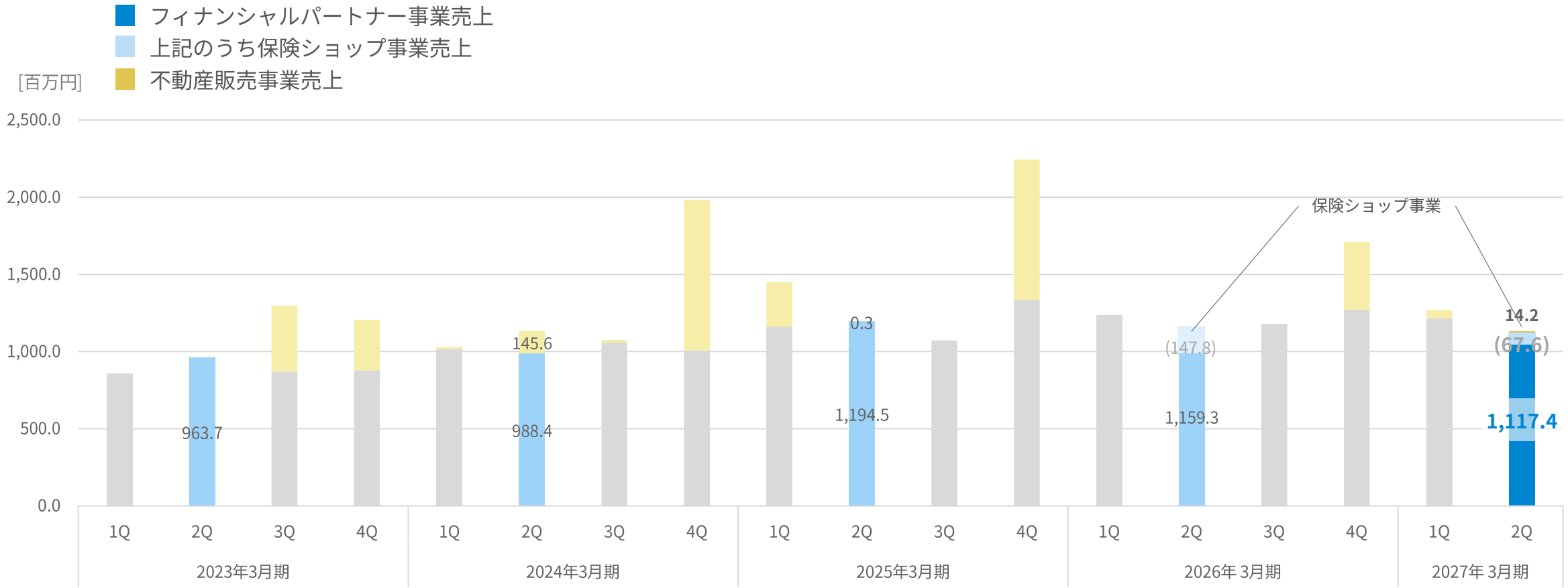
- （開発ではなく）物件仕入れ販売による不動産売上計上
- 前期完成済み物件3棟、今期完成済み物件1棟からの賃料収入を計上

注1：不動産仲介（媒介）はフィナンシャルパートナー事業に含む
賃料収入は不動産販売事業に含む

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

【参考】四半期ごとの売上高推移

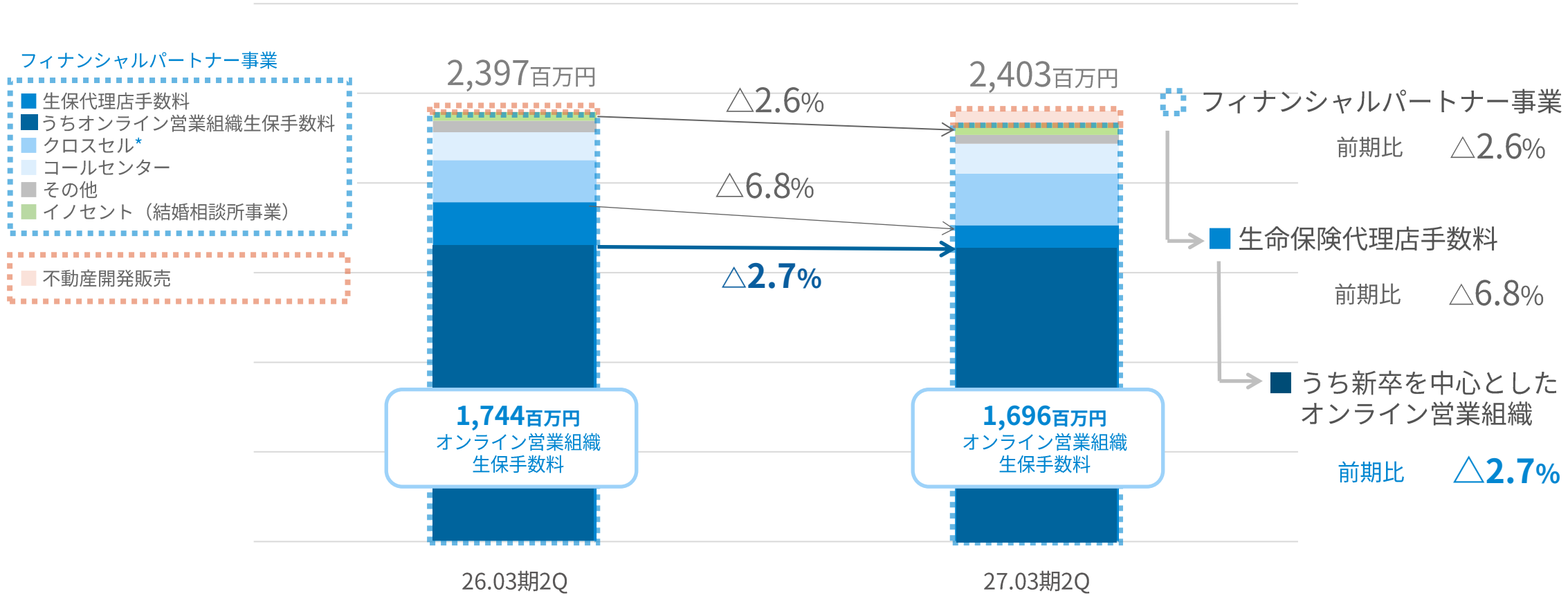
主力のオンライン営業組織の想定以上の実績と不動産販売により、マネプロショップ事業の売却による減収分をカバー



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

【参考】売上高の構造

一部保険会社による一時払生命保険の手数料体系変更があり、当社の主力のオンライン営業組織売上高は微減。くフィナンシャルパートナー事業は前期比△2.6%となり、ほぼ前期に近い水準で着地

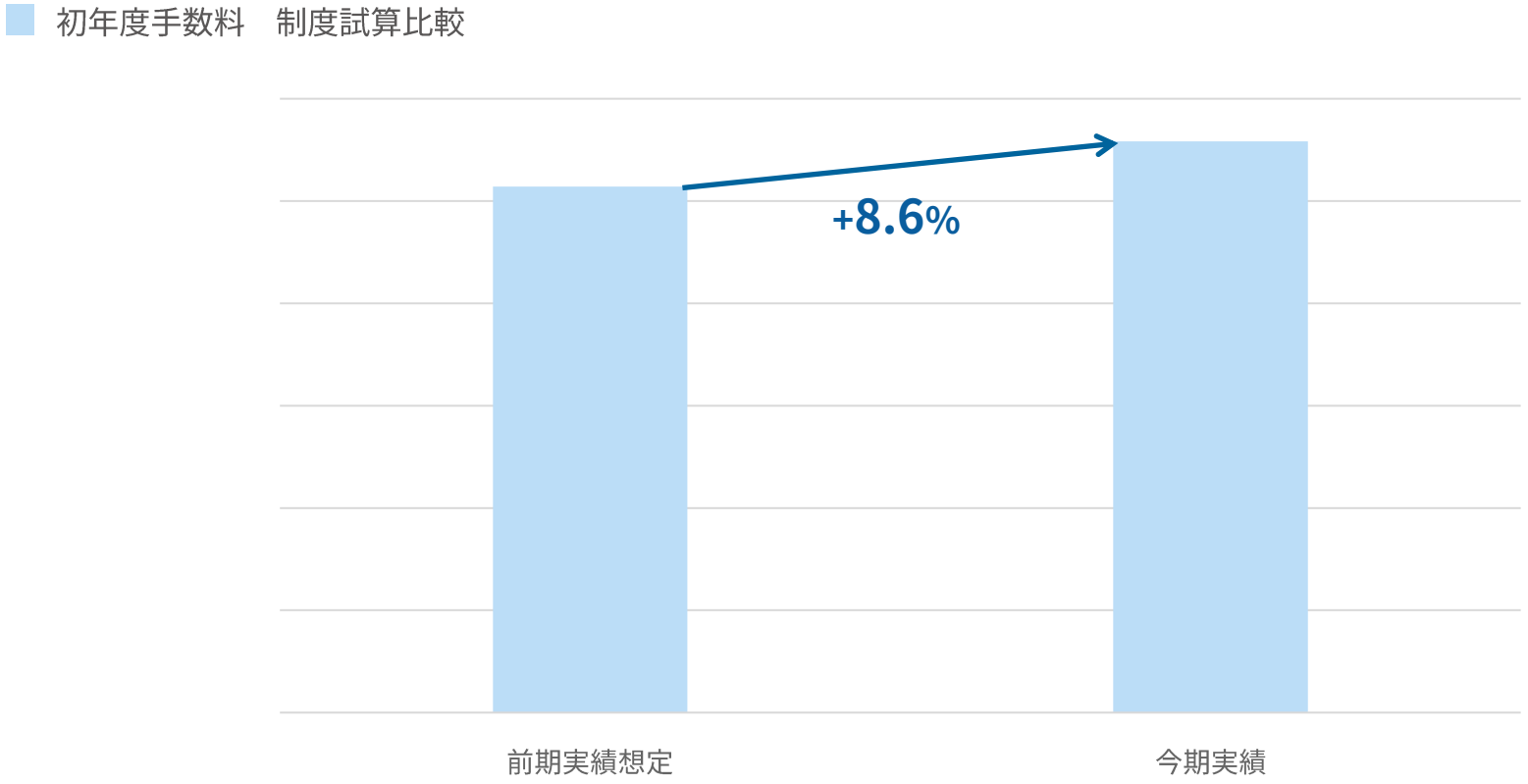


注： クロスセル：損害保険・住宅ローン・金融商品・不動産仲介に係る売上

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

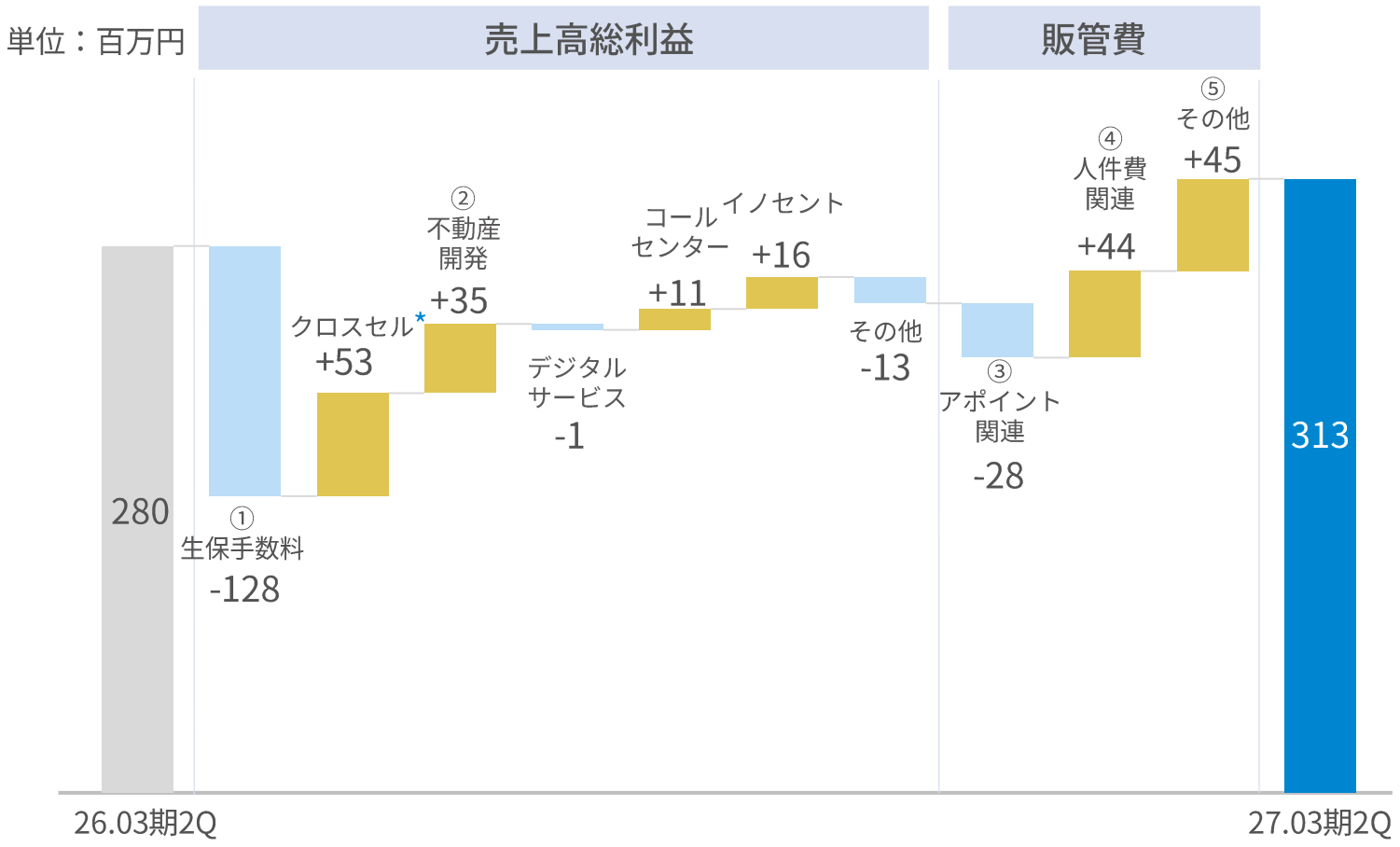
【参考】一時払生命保険の手数料体系変更の影響について

初年度手数料について、前期実績を今期の制度（初年度手数料が抑制され、継続手数料が発生）に適用した場合の今期実績との比較では、**8.6%伸長**していることがわかる



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

営業利益増減要因*



注：（+）営業利益押上げ要素　（-）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マネプロショップ売却ならびに、一時払生命保険の手数料体系変更が大きく影響
②（開発ではなく）物件仕入れ販売、完成済み物件からの賃料収入を計上

販管費関連

③オーネット送客費用（送客件数増）の増加
④マネプロショップ事業売却に伴う人員減少
⑤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、全社経費削減による減少

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

事業トピックス

26.9.15

株主優待拡充と基準日の変更

BROAD-MINDED
ブロードマインド・プレミアム優待倶楽部

株式保有数基準を4段階から7段階へ、一部進呈ポイントを拡充
基準日を3月末から1月末へ変更　→詳細はP41

26.10.20

シェアードリサーチによるアナリストレポート公開開始

Shared Research

シェアードリサーチ社によるアナリストレポートを新規公開
英語版も11月末に公開予定　→レポートはこちらから

「マネプロ」お客様インタビュー公開



↑画像クリックで再生できます

当社コンサルタントによるライフプランニングを体験いただいたご契約者様のインタビュー動画を公開

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

事業トピックス

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。**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**が活きる

金融教育



ローンチから2年弱で小中高にて累計受講者5,000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

プロ野球ドラフト指名選手向けマネーセミナー

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」

大学・専門学校連携による大学生・専門学生向け講義

- 全国学生保険学ゼミナール（Risk and Insurance Seminar, RIS）協賛
- 千葉商科大学「働くことの解像度を高めるキャリア対話」登壇
- 同志社女子大学「金融教育講義」登壇
- 東京ビジネス・アカデミー「金融共創フォーラム」開催
- 関西大学「ファイナンス特別プログラム」参画

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.



02 成長戦略

パーソナルファイナンスを取り巻く概況

依然として高い資産形成気運の中でFP・IFAへの相談ニーズは増加するも、**AI時代の中で価値提供の在り方は再定義されると予想**

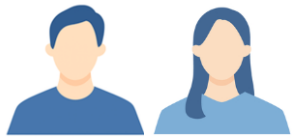
社会背景

マクロ経済環境
（為替・金利・物価）の変化

少子高齢化社会の進展

家計の不透明性の増大　**資産形成に関する自助努力気運の高まり**

生活者
▶金融に関する意識の変容



1 適切な金融行動の模索
▶FP・IFAへの相談ニーズ増

金融サービス事業者
▶FPに対する期待役割の増加



2 人（FP・IFA）とAIを
融合したサービス提供が
求められる可能性

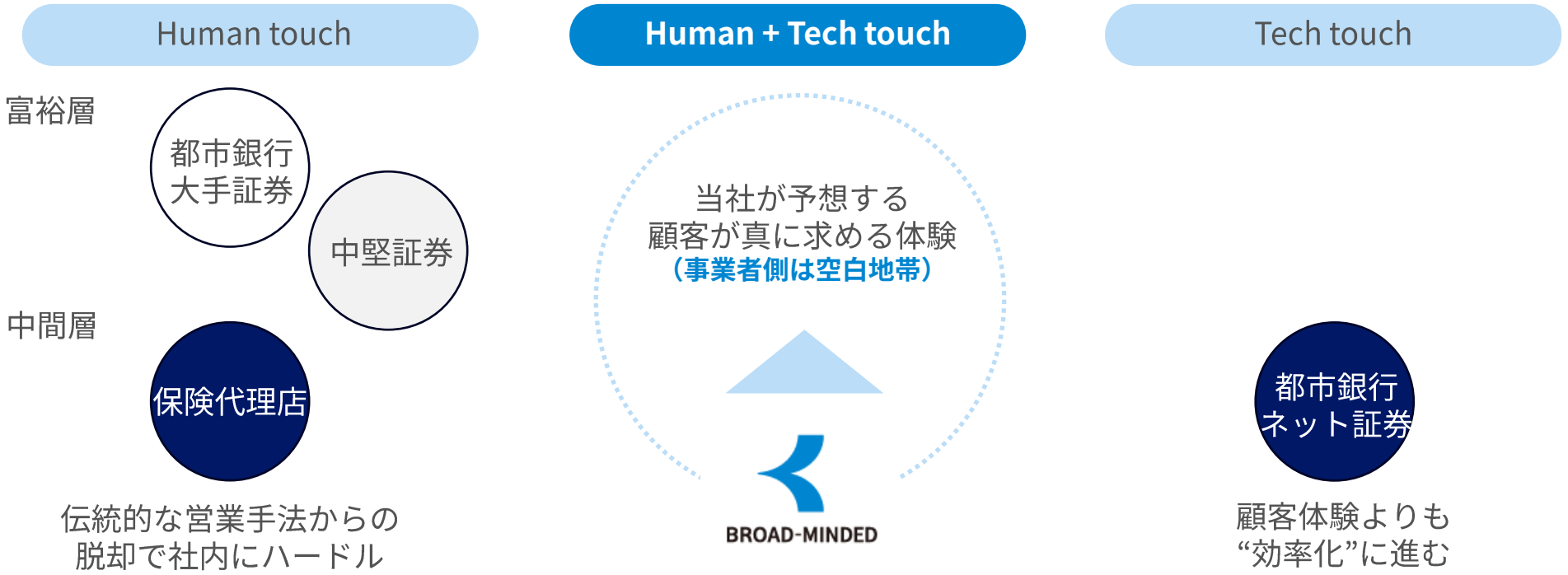
▶AI時代の消費行動の変容

金融サービス領域でも生成AIとの対話が自然に
（まずはAIに軽く聞いてみたい、という動機）

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

AI時代の価値提供の在り方

金融サービス領域での将来的な消費行動にフィットさせるため、 AIを活用し営業プロセスを変革する

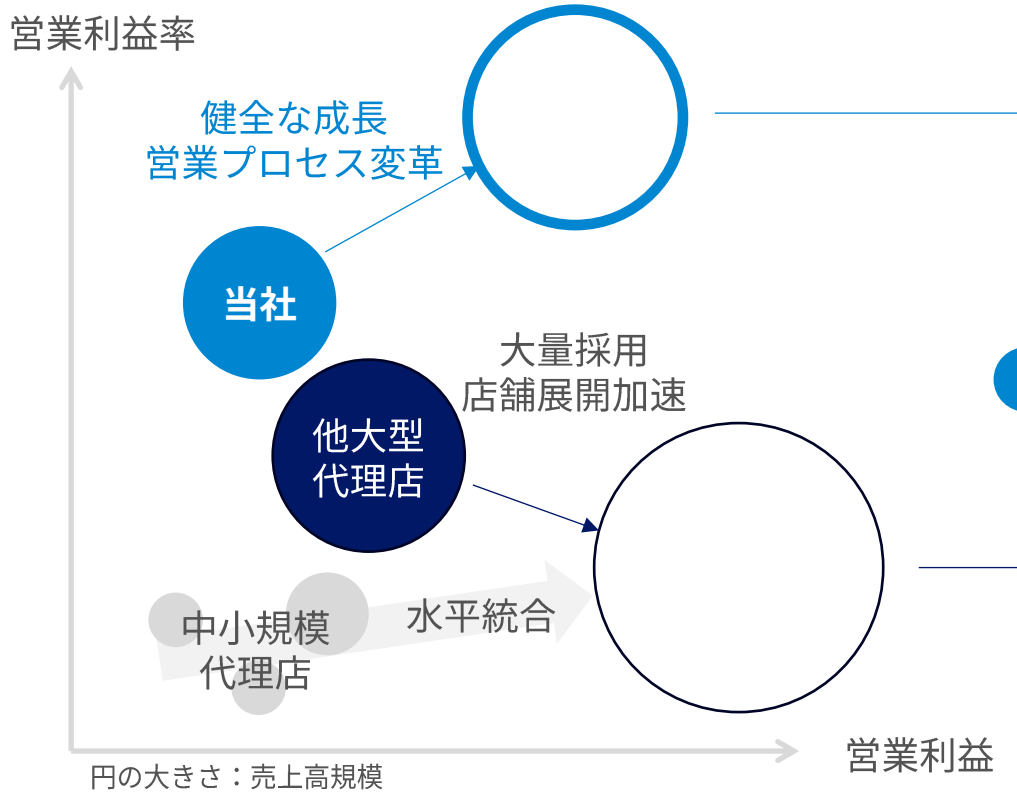


中間層の金融サービスが「AI／デジタル対応」と「従来型の人間による対応」の二極化になると予想。他方で生活者側は
金融商品という特性から「利便性と信頼性」の両方を求め、サービス利用時に「AI／デジタルと人の組み合わせ」を望むと予測。
FP集団である当社だからこそ、AIと人の適切な分界点を定めたサービス=真に消費者に選ばれるサービス設計が可能。

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

成長の方向性

規模拡大よりも利益率の向上を優先。そのための**内部変革（営業プロセスの変革）をAI活用を軸に実現する**



なぜ当社ができるか

- 従来からの固定給制度で募集人管理・ガバナンス強化に掛かるコスト増影響は限定的
- オンライン面談が浸透。セールスプロセスで獲得できるデータの量・多様性で同業他社をリード（AI活用の基盤）
- デジタルプロダクト開発の組織能力がある
  ▶営業プロセス変革の素地

同業他社の動向

- 規制強化による体制整備コスト／ガバナンス強化コストの増加
- 保険会社との関係性見直し
  ▶中小規模代理店の淘汰／大規模代理店による吸収合併
  吸収した側も事業構造に大きな変化は生じず
  利益率は下降トレンド

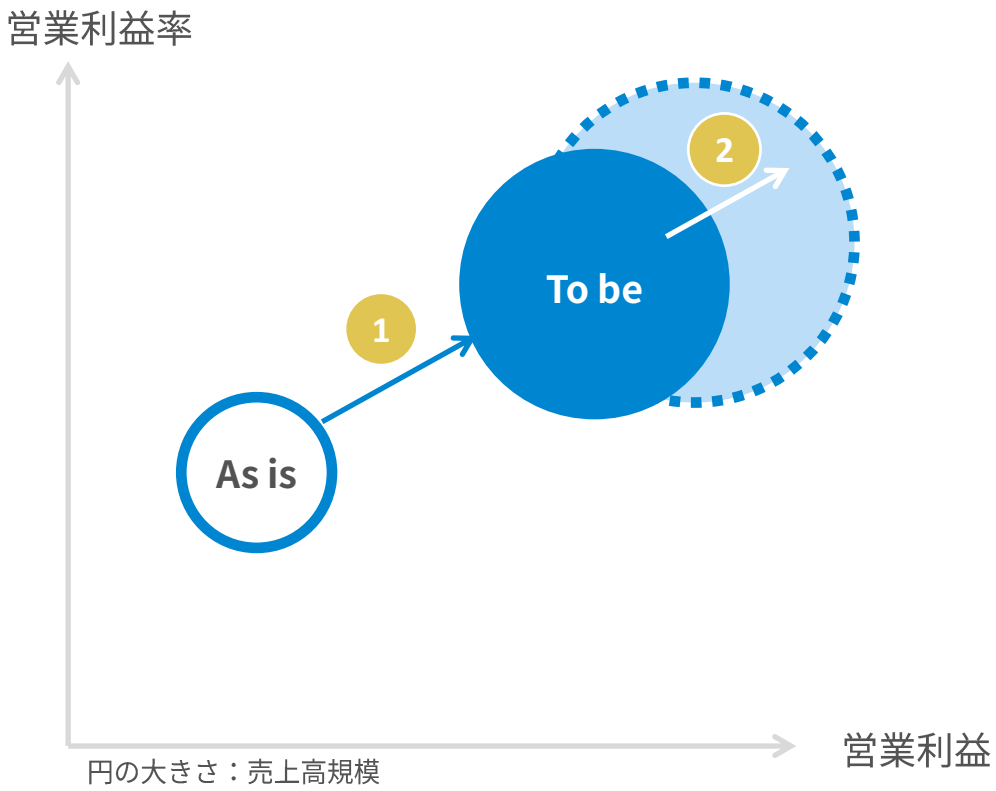
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

02

成長戦略

成長の方向性

健全な組織拡大と利益率向上の両立を図るため、**社内での営業プロセス・マーケティングプロセス・事務プロセスを徹底的に磨き込むことを優先。**営業プロセスは新たに仕組化がなされた後に外部へ提供



1

- オンライン営業組織の健全な拡大 ▶ 採用ペース拡大と定着
- 当社のコンサルティングエッセンスが体系化されたAIエージェント開発による営業プロセスの変革
- 事務プロセスにおいても生成AIを最大限活用
- 投資領域は①AI活用・開発　②マーケティング領域（M&A・マイナー出資も選択肢）

新たに仕組化された営業プロセス
（AI×人が融合された営業プロセス）

2

- AIプロダクト（LLMモデル・AIエージェント）を金融機関（銀行・保険会社）、代理店を中心とするサービス事業者に提供
  ▶ 大手AIベンダーが入り込みにくい中堅規模の金融機関、事業者をターゲット

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

02 成長戦略

コンサルティングサービスにおける戦略の全体像

主力のオンライン営業組織において、組織拡大×生産性向上により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、**BtoBサービス領域（金融教育・EAP）ならびにDX領域（AI×データ基盤）側からのシナジー創出も図る**

1 営業組織の健全な拡大

主力事業
オンライン営業組織

2027年4月以降の新卒入社
40名以上受け入れ

採用拡大 ▶ 費用先行

利益体質化のための
全社的なサポート

事務効率化

バックオフィス

2 営業活動の生産性向上

パフォーマンス

マーケティング

DX領域

AI×データ基盤

高生産性のさらなる底上げ

3 アポイント期待収益の向上

BtoBサービス領域

プロっこり　お金のEAP

利益率の高い自社案件創出*

注：提携先からの送客については送客元と売上分配していますが、自社案件ではそれがなく100%当社売上となります。

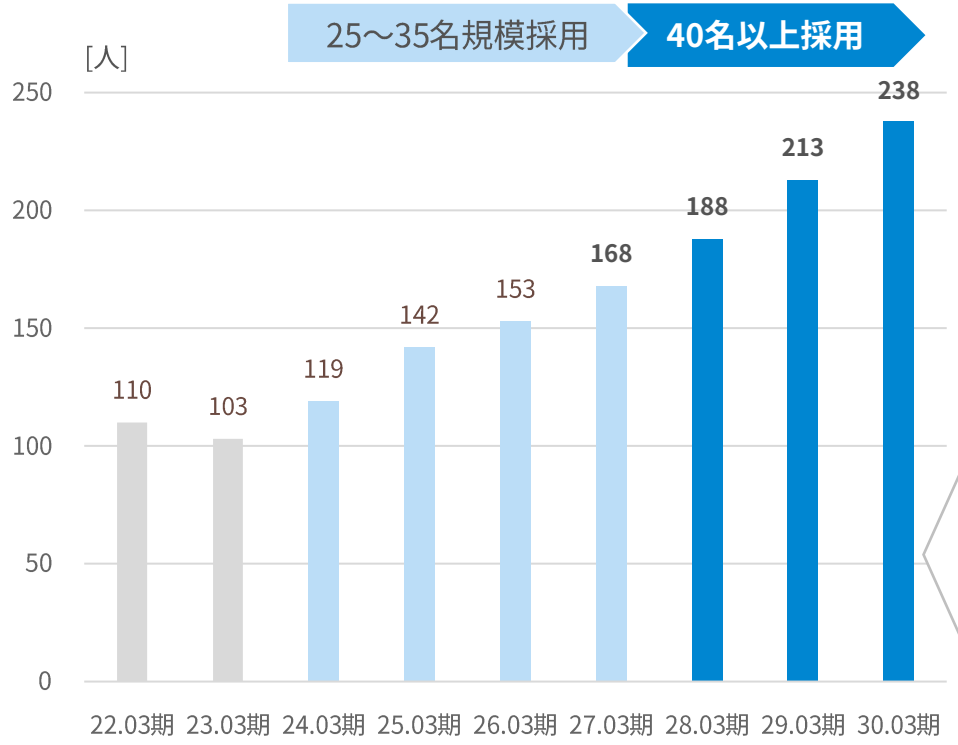
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

02 成長戦略

採用ペースの加速と定着に向けた体制構築 -コンサルタントの確実な純増に向けて-

27年3月期以降採用ペースを40名以上に拡大。採用後の確実な定着に向けて**今期はマネジメント・教育体制を先行強化**

■オンライン営業組織のコンサルタント数見通し（期末時点）



24.03期～26.03期

✕ 採用順調の一方で想定より定着しなかった背景

2023年4月入社新卒から採用増（従来の2倍水準）により、教育部門・営業マネジャーの負荷増から新卒1人あたりにかけるサポートが不足し、定着状況が悪化

○ 今後定着させることができる理由

- プレイングマネジャー化しつつあった現場マネジャーのミッションを「育成」にシフト。新卒のスキルアップ支援のほか、メンターとしての役割を増加させることで採用拡大期以前の定着状況に改善できる
- 育成業務もAIが支援。これにより1on1等で密度の高いメンバーのケアを実現。

注：2025年6月公表の「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」におけるコンサルタント数目標と異なりますが、経営方針として、生保を中心に取り扱うオンライン営業組織の拡大にフォーカスする方向に転換したこと（前回開示時は全営業部門）、.オンライン営業組織の拡大ペースについて、育成コストとのバランスを見極めながら再度精査したためです

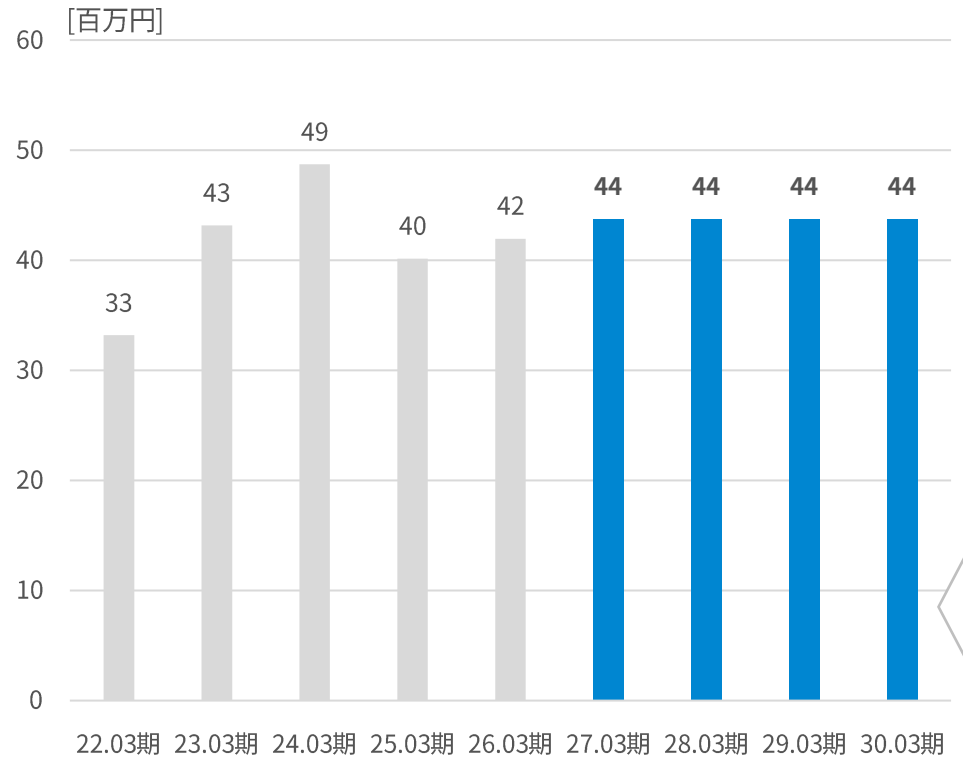
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

02 成長戦略

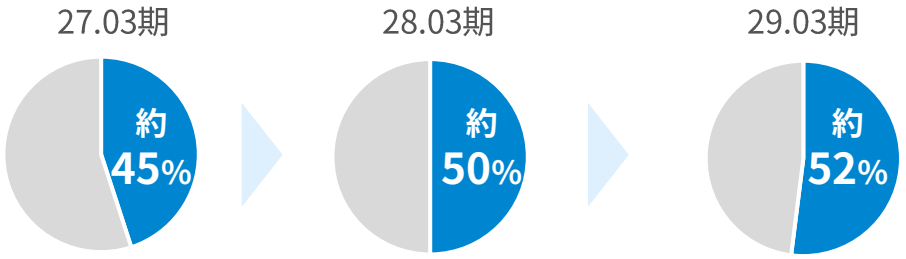
組織拡大とパフォーマンスの両立 - コンサルタント1人あたりの生産性 -

新卒採用拡大フェーズにおいても**AI活用で1人あたりの獲得ANPの低下を抑制**

■コンサルタント1人あたりの獲得ANP推移見通し



■オンライン営業組織における入社3年以下（育成対象）の割合



× 一般的に育成対象割合の増加に伴い全体の生産性は低下

○ AI活用により活動量増加・早期立ち上がりを実現

- 初期ヒアリングAIツール ▶ 1Q中本番利用開始
- ライフプランシミュレータ×AI
- AIロープレ／AI案件相談システム

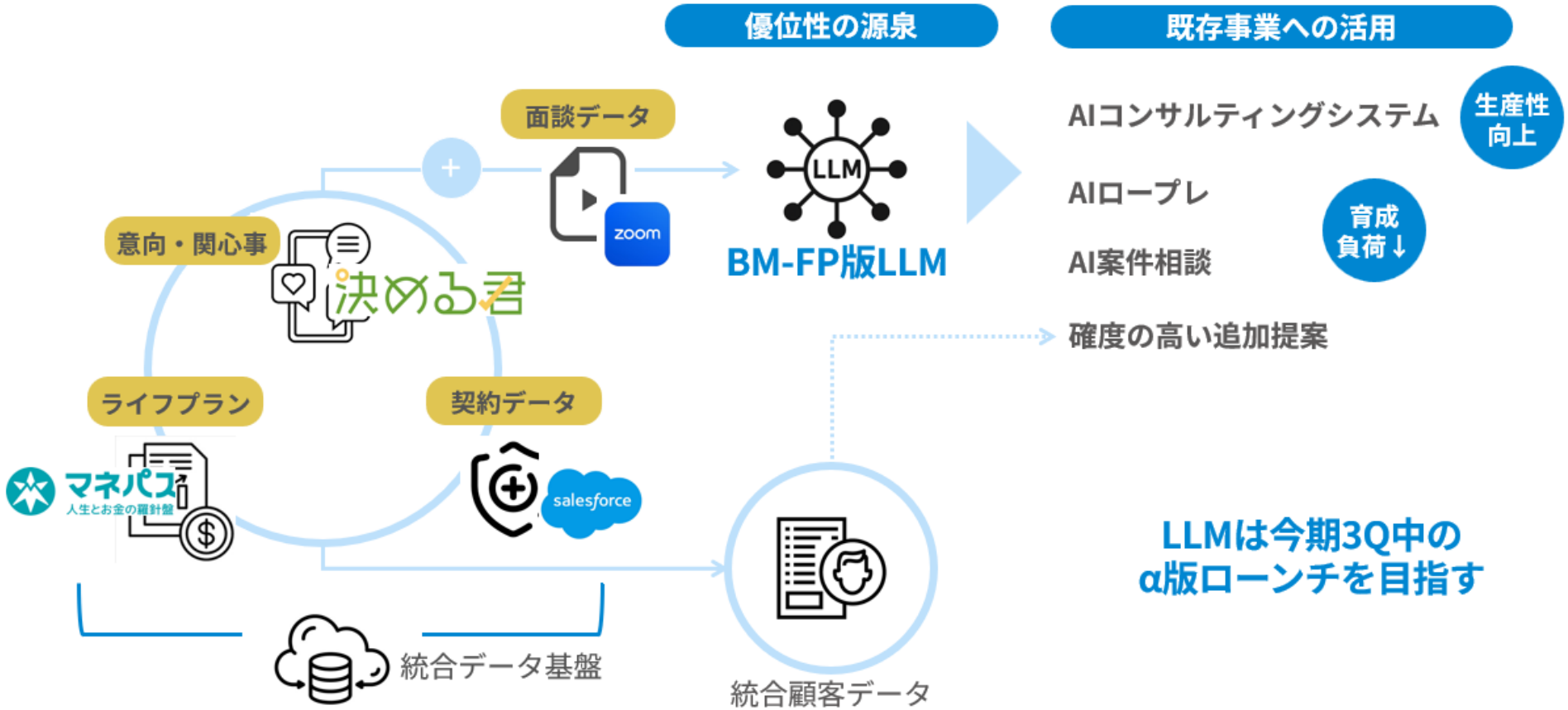
▶ 今期開発開始

先行投資

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

DX領域における「AI×データ基盤」の全体像

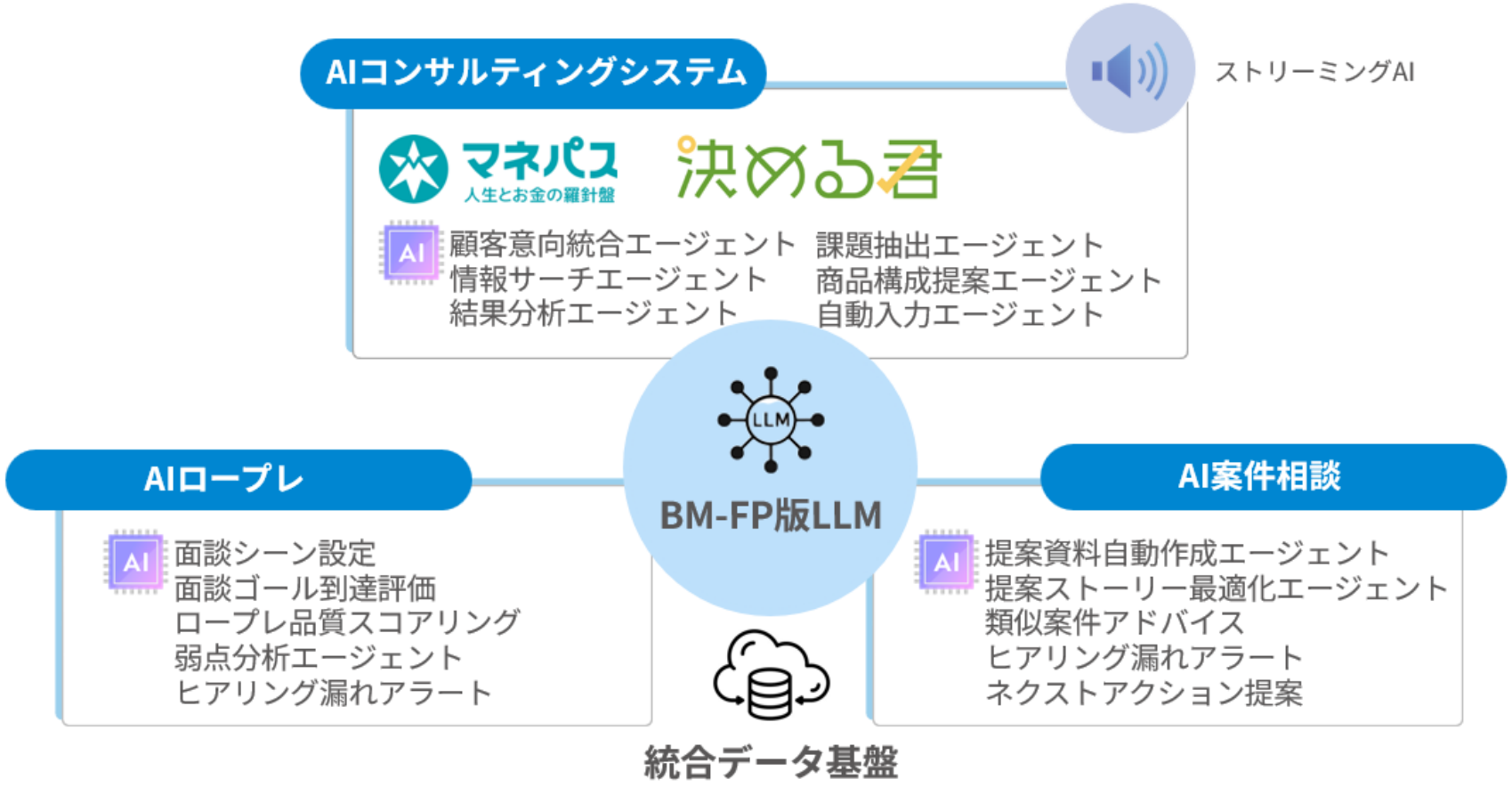
当社の競争優位性の源泉である契約データや面談データを活用し、**FP業務特化型のLLM（大規模言語モデル）を独自開発**
データ基盤構築～マルチエージェントの開発へシフトチェンジ。人とAIの役割・得意領域を明確に分けた最適な接続を設計し
既存事業への活用を進める



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

「AI×データ基盤」による3つのシステム

当社の競争優位性の源泉である契約データや面談データを活用し、**FP業務特化型のLLM（大規模言語モデル）を独自開発**
データ基盤構築～マルチエージェントの開発へシフトチェンジ。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し
既存事業への活用を進める



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

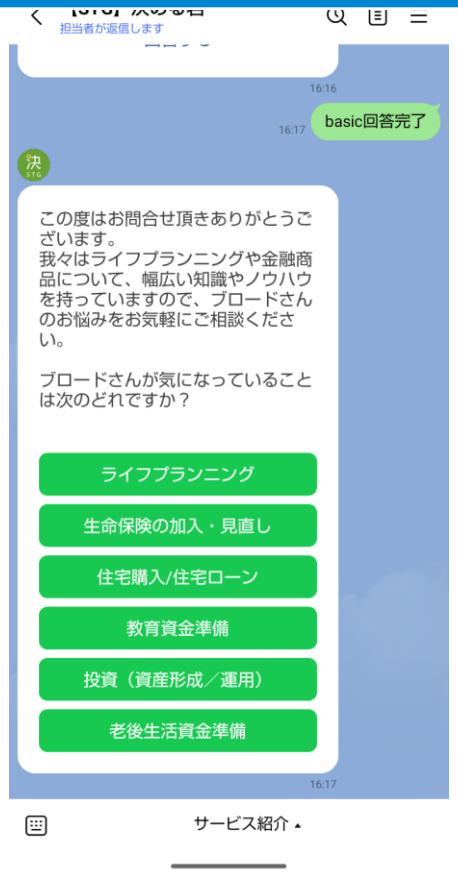
BROAD-MINDED

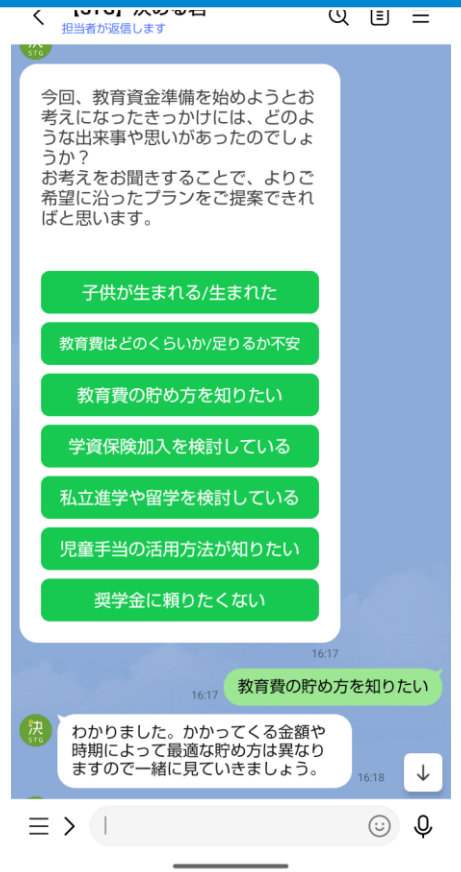
02 成長戦略

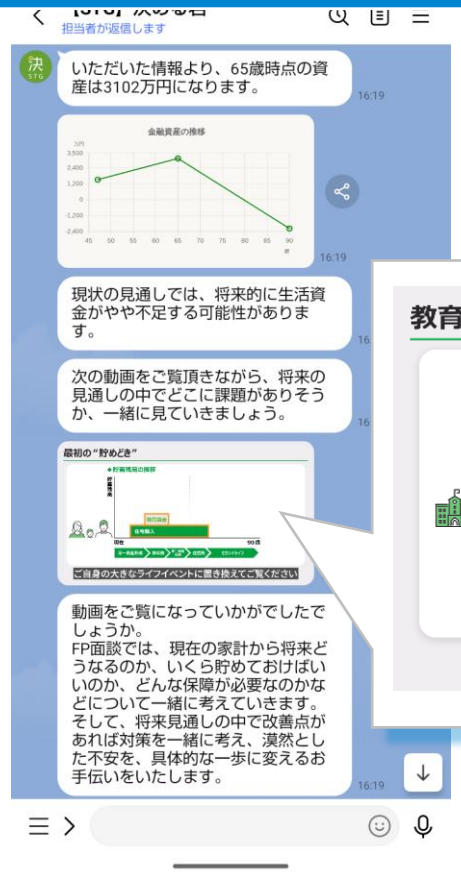
初期ヒアリングツールは本番利用をスタート

AIコンサルティングシステムのモジュールの1つであるヒアリングツールの利用をスタート。面談前のナーチャリング効果（面談に対する期待感の醸成・ライフプランニングへの関心の引き出し）を検証し、プロダクトの磨き込みを継続しながら「面談工数の削減」を目指す

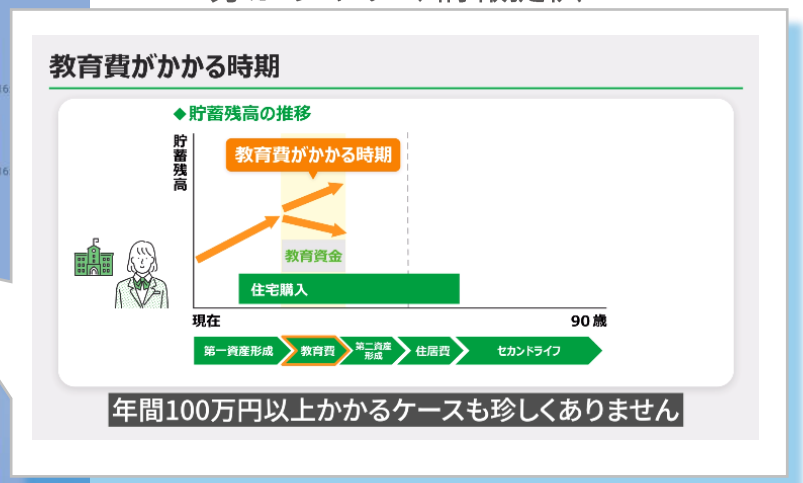
初期的な意向の把握 → **AIとの対話で深堀り** → **ライフプランニングへの関心引き出し** → **FPとの面談へ**







埋め込み動画で
分かりやすく情報提供

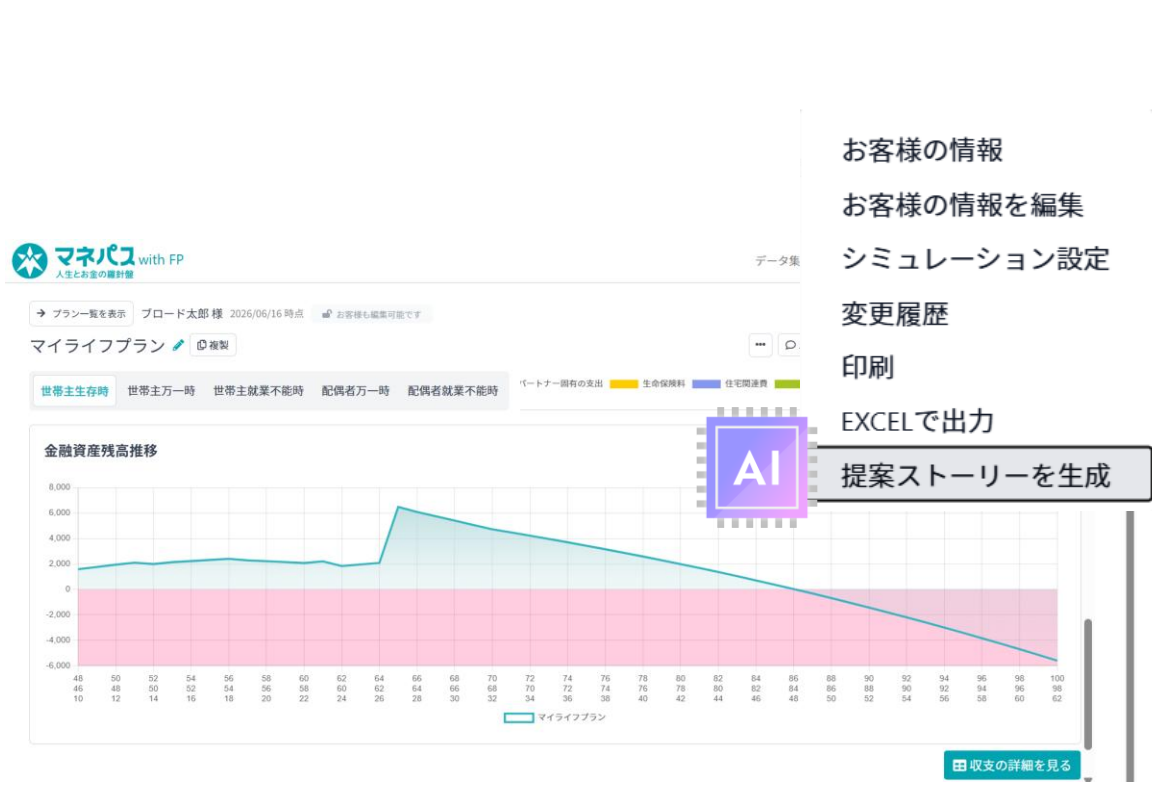


©2026 BROAD-

02 成長戦略

ライフプランシミュレータ×AIの開発にも着手

AIコンサルティングシステムの機能の1つとして、ライフプランデータの分析・課題抽出 ▶ 提案ストーリーの作成 ▶資料化までを自動化するエージェントの試作版（α版）を開発中





注：画面は開発中のイメージです

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

「えらべるお金の福利厚生」をコンセプトとした職域サービスの展開

BROAD-MINDED

「福利厚生」は近年、従業員が企業に対し拡充を期待するテーマの一つ。その中で**「お金に関する福利厚生」は従業員から特に期待されているメニューである一方で、**現在は「補助制度」「401K」「財形」など限定的。**資産形成に向けた自助努力を支援する制度は充実していないのが現状**



人事アジェンダ

制度設計

組織・配置

採用・育成

福利厚生

従業員に選ばれる福利厚生を模索

レジャー・エンタメ

健康・学び

・・・

お金の福利厚生

従業員から特に求められるメニュー

一般的なメニュー

- 財形貯蓄制度
- 401K制度
- 手当・補助金等
- 持株会制度

企業負担も一部存在（できる企業／できない企業に分かれる）

自助努力を支援したいが

必ずしも充実していない

支援するのが

お金のEAP

ブロっこり

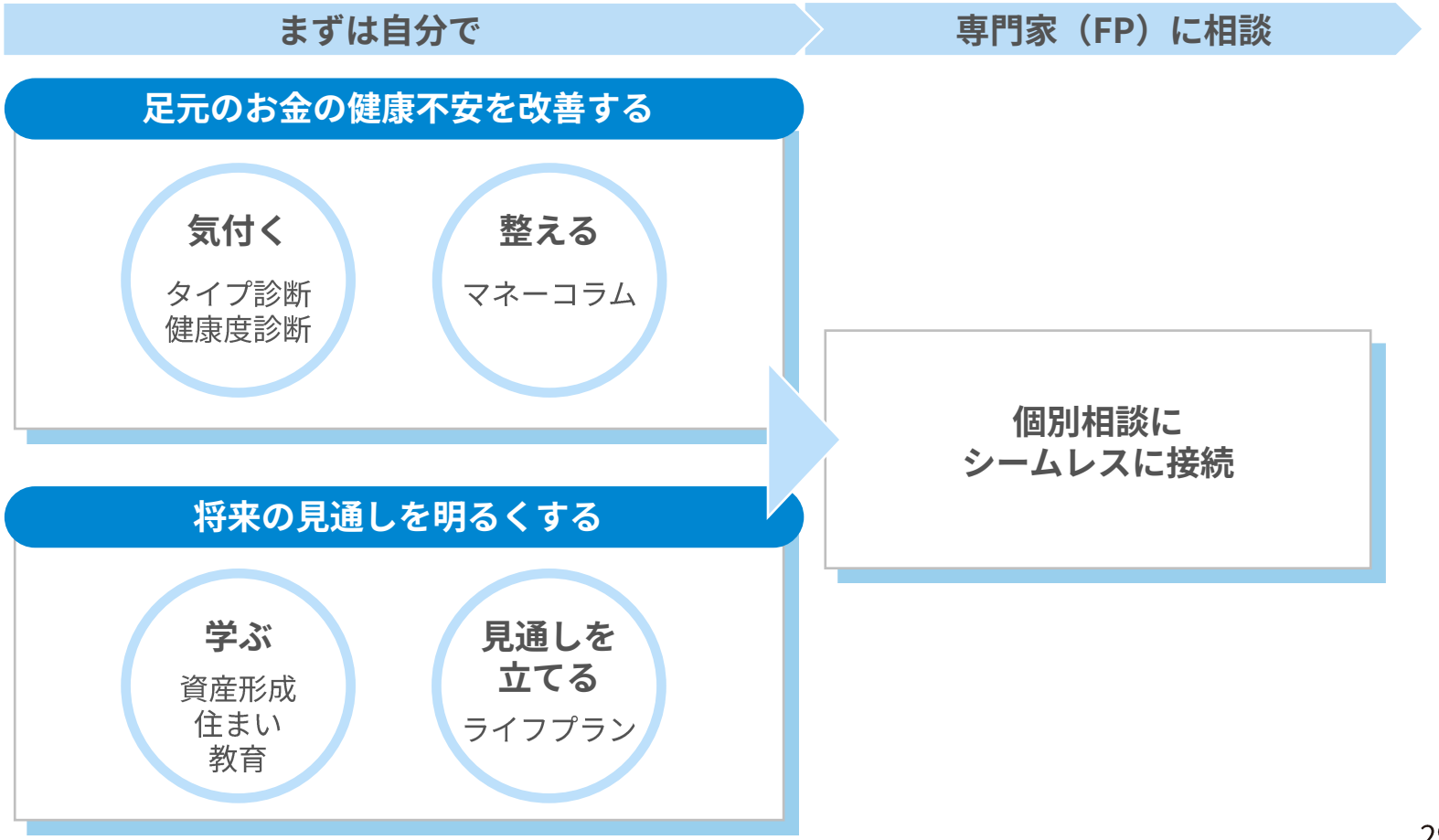
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

「えらべるお金の福利厚生」をコンセプトとした職域サービスの展開

「お金のEAP」「ブロっこり」はお金に関する自律的な学びや改善を促すプラットフォーム。**個別相談への地続きなサービスを提供できる点が類似の金融教育関連サービスには無い優位性**

@ お金のEAP

ブロっこり



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

02 成長戦略

「お金の福利厚生サービス」をコンセプトとした職域サービスの展開

BROAD-MINDED

個別相談への直接的な誘導で存在する**心理的ハードル（いきなり人には相談しづらい）を緩和**するため、デジタルコンテンツによるナーチャリングを実施。**人事テーマにフィットさせながら職域マーケットを効果的に開拓する点が戦略的な意味合いとなる**

従業員のお金に関する福利厚生サービス



BROAD-MINDED

体験をデジタルサービスで提供

従業員がお金に向き合う機会を提供

タイプ診断



動画での学び



チャット相談

関心引き出し ▶ 自分事化

個別相談

戦略的な意味合い

利益率の高い自社案件の創出へ

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.



03 27.03月期　業績予想・株主還元

27.03期業績予想

外部環境の変化、およびグロース市場上場維持基準の達成を見据えた体制構築への先行投資を受け今期は屈伸、減収減益予想

単位：百万円	26.03期通期	対売上高比	27.03期通期	対売上高比	対前年同期比
売上高	5,289	100.0%	**5,096**	100.0%	△3.6%
売上原価	380	7.2%	**454**	8.9%	+19.6%
売上総利益	4,908	92.8%	**4,641**	91.1%	△5.4%
販売費及び一般管理費	4,284	81.0%	**4,160**	81.6%	△3.0%
営業利益	623	11.8%	**480**	9.4%	△23.0%
経常利益	638	12.1%	**491**	9.7%	△23.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	394	7.5%	**320**	6.3%	△18.7%
EPS*	69.06円		**55.87円**		△13.19円
ROE	9.9%		**8.0%**		△1.9pt

注：27.03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27.03期と同一であると仮定しています

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

業績予想のポイント

外部環境変化への対応

収益後ろ倒し

一時払い生命保険の手数料体系が変更

資産価値最大化のため販売方針変更

不動産開発販売：保有物件のうち、1棟販売を予定

成長を見据えた体制構築

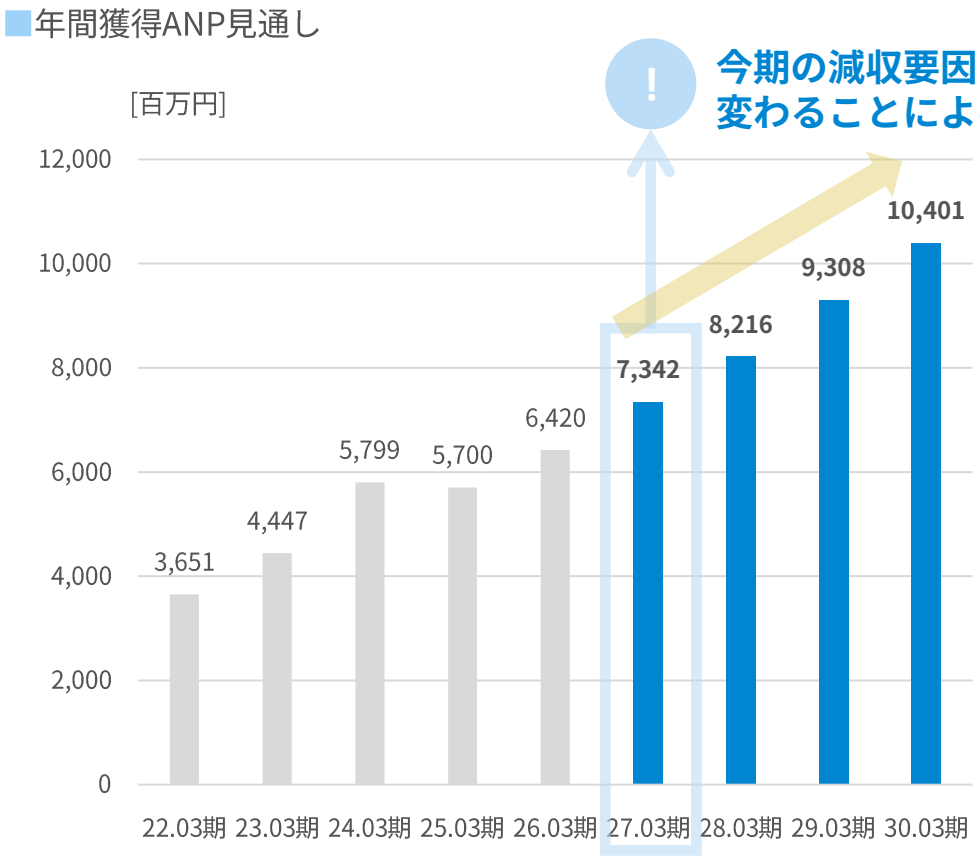
先行投資

27年3月期以降営業組織の拡大ペースを再加速。教育体制強化・AI投資を先行実施

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

フィナンシャルパートナー事業のビジネスモデルは今後も盤石

主にコンサルタント数純増における蓋然性の高さにより、**年間獲得ANPは今後も順調に拡大する見通し**



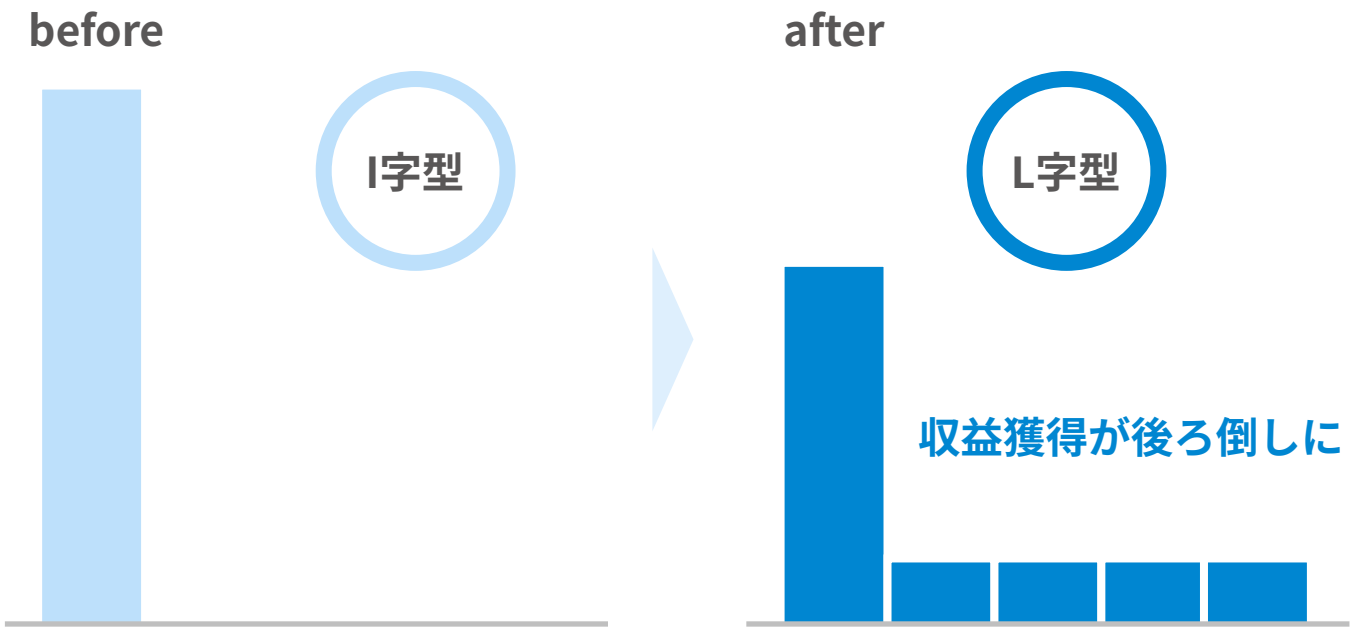
仕組化されたビジネスモデルにより営業活動の総量は今後も順調に拡大

- 提携モデルによる新規相談受付件数の安定的な伸び
- ×
- コンサルタント純増数の蓋然性の高さ
- ×
- AI活用も踏まえた1人あたりの生産性の高さ

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

事業環境の変化①手数料体系変更

今期より**一時払い生命保険**の手数料体系が変更。**初年度手数料が抑制され、継続手数料が発生**



× 短期的には収益が後ろ倒し
（継続手数料発生は来期から発生）

今期減収影響 最大約**4**億円

○ 総受取手数料は増額

※今後想定される手数料体系の変更　みなし年払い制度

月払で契約しても1年分（12か月分）の手数料が一括で支払われるもの（通常は月払契約の手数料は12か月分が毎月分割して支払われる）
同業他社では採用しているところも多く、今後環境変化による大きなリスクとなり得るが、殆ど取り扱いのない当社の影響は非常に軽微

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

事業環境の変化①手数料体系変更

他方で外部環境に影響を受けにくい**継続手数料（ストック収益）が積み上がることで、中期的に事業の安定化へつながる**メリットも



事業環境に左右 ▶
採用環境・提携先との関係性・
保険会社の手数料率変更等に影響

制度変更前等の過去獲得分の蓄積 ▶
安定的な積み上がり（アフターフォローによる
顧客維持がカギ）

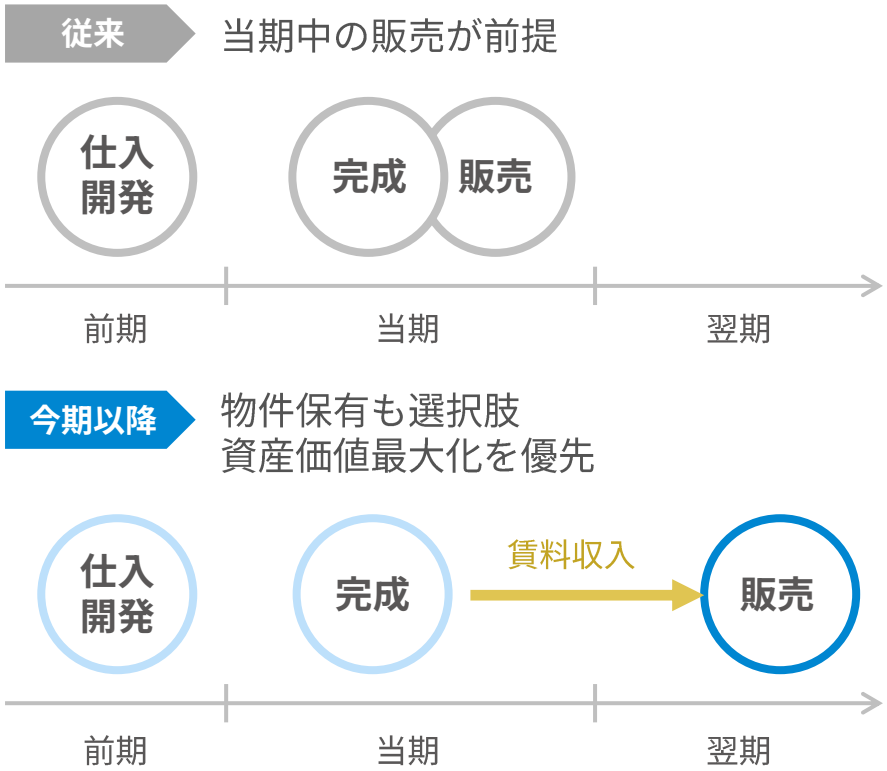


©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

事業環境の変化②不動産販売環境

建築資材価格や人件費の高騰が進む中で、当初計画した利益水準を確保するための**経営資源の最適化および資産価値の最大化を優先。グループ全体のキャッシュマネジメントを前提に**売り急ぐことはせず、今期は保有物件の中で**1棟の販売を計画**

■販売までの流れ



■物件の詳細

完成済（賃料収入）

RAMIi中野坂上



RAMIi北新宿



RAMIi板橋大和町



NEW セレス白金



開発中

- RAMIi中落合 (2026年12月竣工予定)
- RAMIi御嶽山 (2027年2月竣工予定)

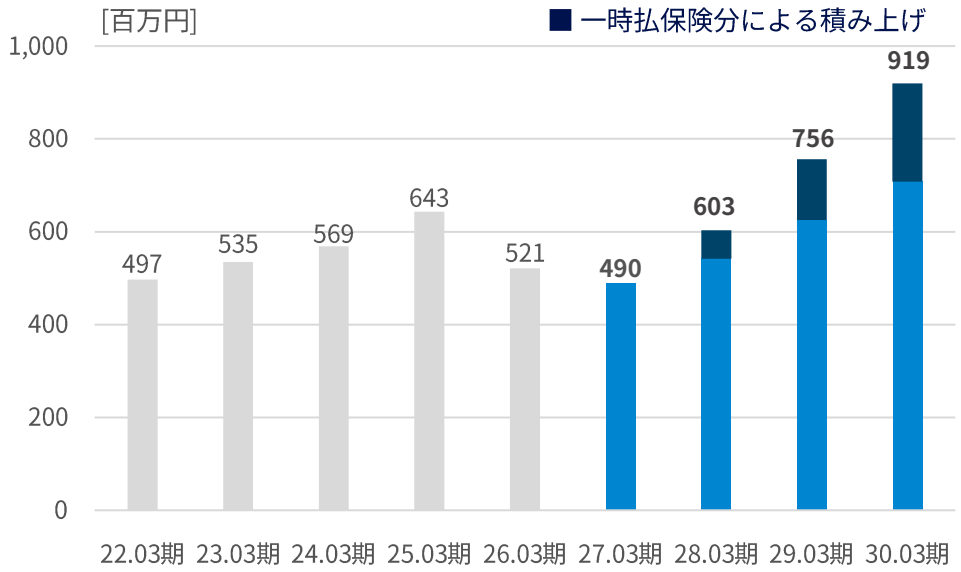
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

ストック収益の拡大イメージ

堅調な新契約獲得に加え、**既存顧客からのストック収益の伸びが加速する見通し**

生保継続手数料

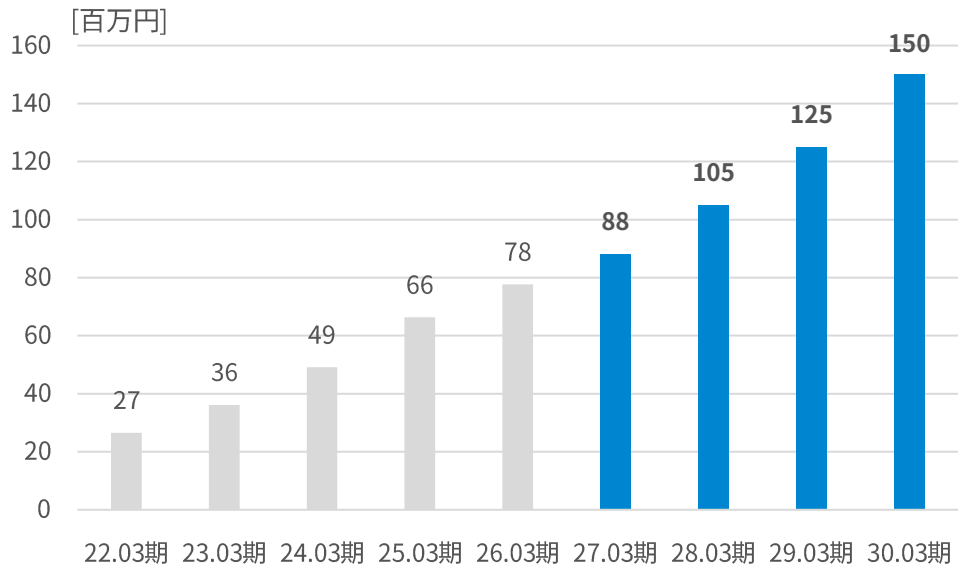
▶ 一時払手数料変更がプラスに影響



金融商品手数料／信託報酬

▶ IFA組織の体制強化、金融商品預かり資産残高に応じて増加

※IFA組織は本収益のほか、販売手数料（フロー収益）も計上している



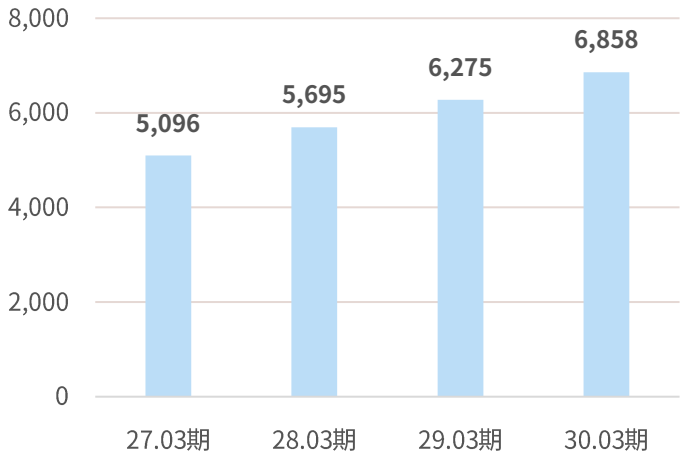
※一般的なSaaS（サブスクリプション）と比較し、**保険は解約率が低い（2年継続率：97.2%）**その中でも一時払保険は①保険料の支払いを終えていること　②契約者にとって中途解約のデメリットが大きいことから、**平準払保険よりも解約率は相当低い（2年継続率：99.1%）**

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

2030年3月期　時価総額100億円までの道筋

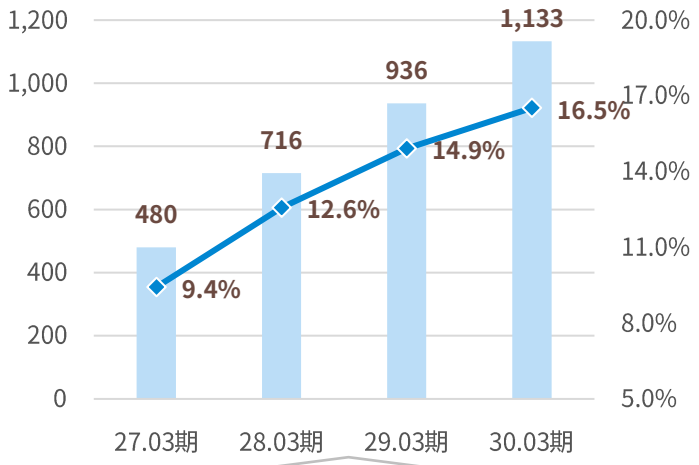
外部環境の変化を好機と捉え、主力のオンライン営業組織の拡大成長スピードをアップし、売上増、利益増、利益率アップを目指す

売上高



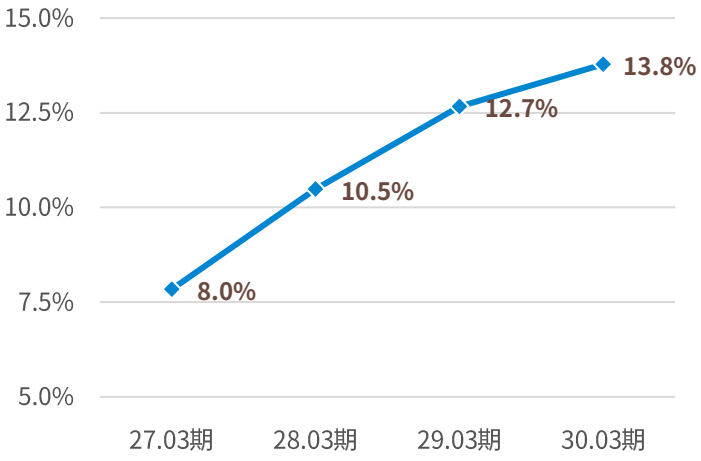
- 新規相談受付件数の安定的な増加
- コンサルタントの確実な純増
  - ▶新契約獲得増加

営業利益／営業利益率



- ストック収益の増加
- 組織拡大=人件費増加も
  AI×データ基盤の整備・活用を
  軸とした生産性向上

ROE



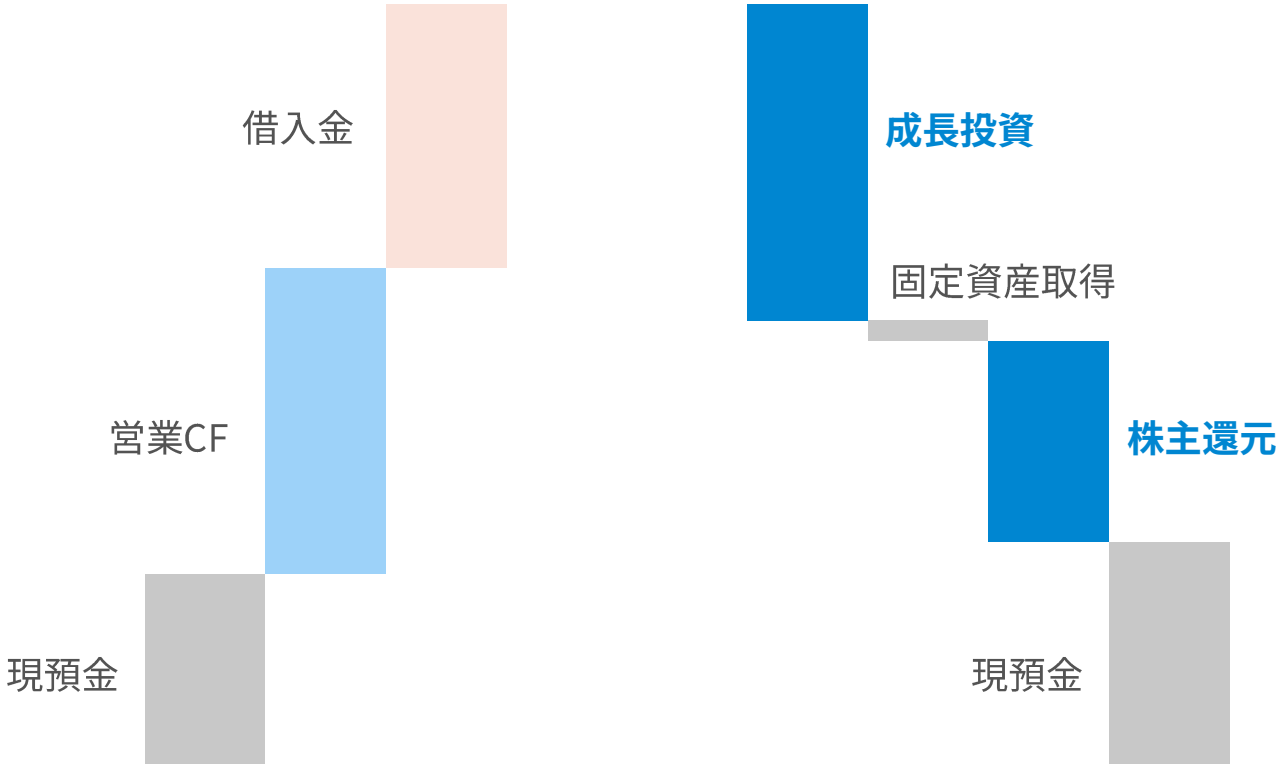
- 利益増に伴い数値も増加

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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（M&A・資本業務提携）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
- 現預金は維持。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
積極的に株主還元に充てていく

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

株主還元

財務健全性を確保したうえで、**成長投資（M&A・資本業務提携）と株主還元を両立。**27.03期の配当性向100%超過は、一時的な減益要因に左右されず、中長期的な企業価値向上を信じる投資家の皆様へのコミットメントを優先した結果

経営課題

中長期的な企業価値の向上

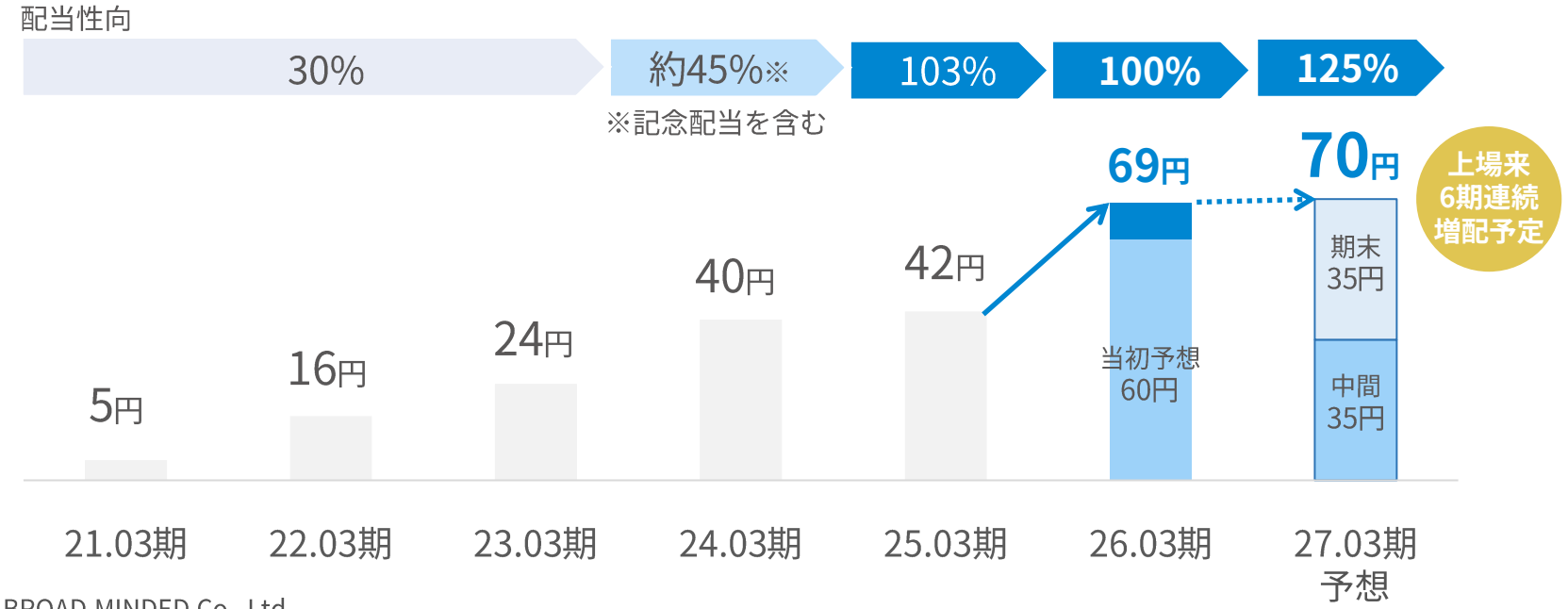
＋

株主への適切な利益還元

配当方針

①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。

NEW ②今期より、期末配当に加えて**中間配当を実施**



- 27.03期は減益予想ではあるが**減配はしない**方針
- **来期以降も**利益回復基調の中で**増配を目指す**

＜堅牢な財務体質＞

- 流動比率　257.6%
- 自己資本　37.7億円
- 自己資本比率　69.2%
- 利益剰余金　27.6億円

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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**
総合利回り（配当＋優待利回り）は足元で約7%強の水準*
前期より、交換商品に**「Amazonギフトカード」を追加**



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
「Amazonギフトカード」への交換も可能に

保有株式数	進呈ポイント数	基準日
400株～599株	4,000ポイント	
600株～799株	6,000ポイント	
800株～999株	15,000ポイント	
NEW 1,000株～1,499株	20,000ポイント	NEW 1月末日
NEW 1,500株～1,999株	35,000ポイント	
2,000株～2,999株	40,000ポイント	
NEW 3,000株以上	50,000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11月10日時点での株価終値：1,292円、一株あたり配当金70円として試算

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

株主還元

2021年の上場後から**6期連続増配（予想）**、安定的かつ継続的に配当を実施

■上場来の配当実績と利回りの推移

*株主優待導入　　**中間配当導入 株主優待拡充

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期*	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期**（予想）
1株当たり配当	5円	16円	24円	40円	42円	69円	**70円**
配当利回り	0.36%	2.17%	2.26%	2.22%	4.04%	5.88%	**5.42%**
100株総合利回り※	0.36%	2.17%	2.26%	2.22%	4.04%	5.88%	**5.42%**
400株総合利回り※	0.36%	2.17%	3.20%	2.78%	5.00%	6.73%	**6.19%**
800株総合利回り※	0.36%	2.17%	4.02%	3.26%	5.84%	7.47%	**6.87%**
1,000株総合利回り※※	0.36%	2.17%	4.02%	3.26%	5.84%	7.47%	**6.97%**
1,500株総合利回り※※	0.36%	2.17%	4.02%	3.26%	5.84%	7.47%	**7.22%**
2,000株総合利回り※	0.36%	2.17%	4.14%	3.33%	5.96%	7.58%	**6.97%**
3,000株総合利回り※※	0.36%	2.17%	3.51%	2.96%	5.32%	7.01%	**6.71%**

注：※総合利回り＝配当利回り＋優待利回り、優待利回りは、1ポイント＝1円換算、各期末時点の株価で計算
注：※※1,000株、1,500株、3,000株については、2027年1月末基準の株主優待から実施
注：**2026年11月10日時点での株価終値：1,292円として試算

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.



Appendix

事業概要

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
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　髙橋 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　櫛引 健
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	6億6,237万円（2026年9月末現在）
従業員数	310名（2026年9月末現在（連結／アルバイト従業員を除く））

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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

BROAD-MINDED

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。

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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。

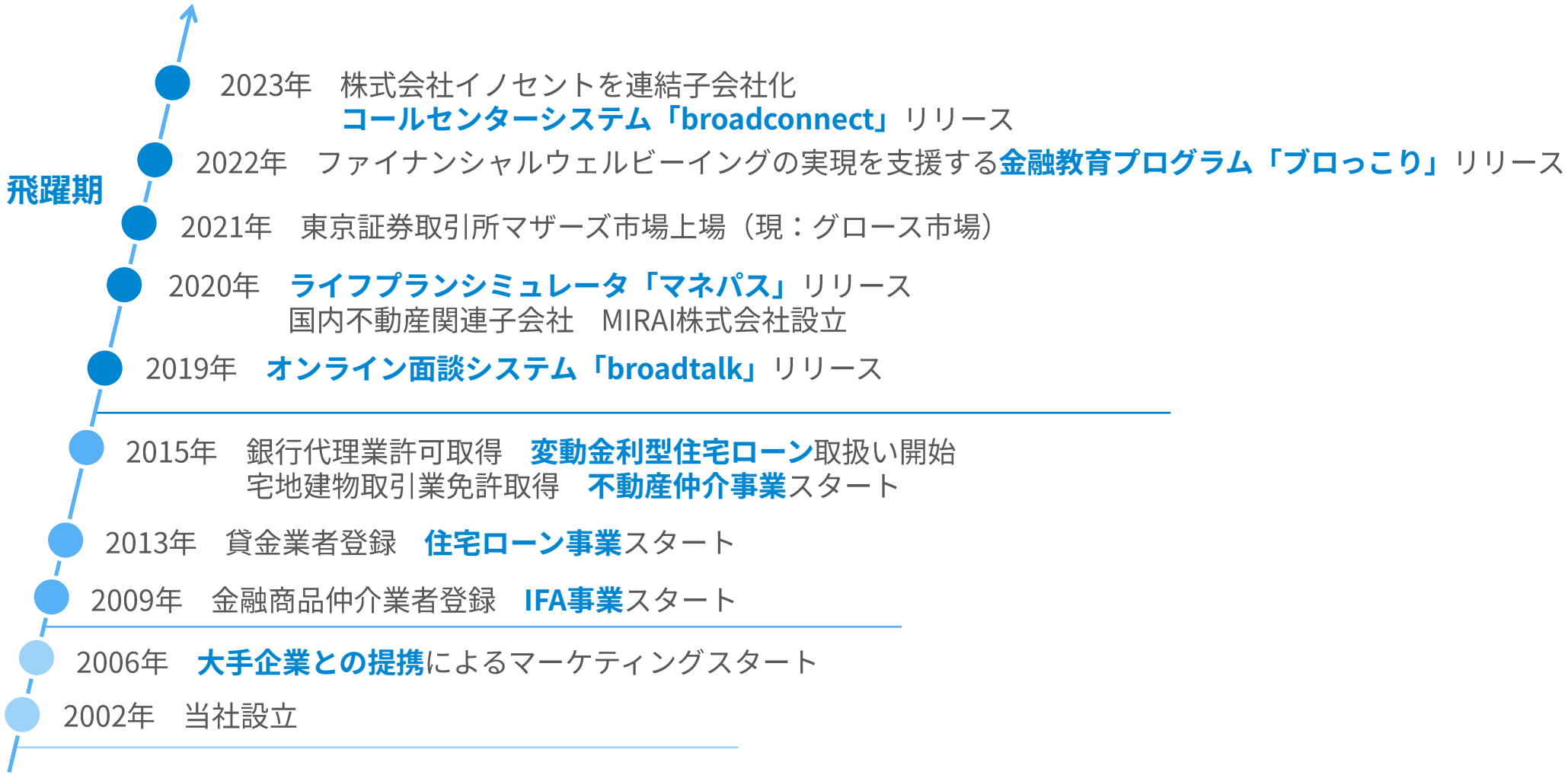
ミッション（ブロードマインドの使命）

金融に倫理を、人生に自由を
Finance for Every Future

金融に倫理とは。
はじまりは「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。

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

沿革



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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11者と希少**（当社調べ／2026年3月末時点）

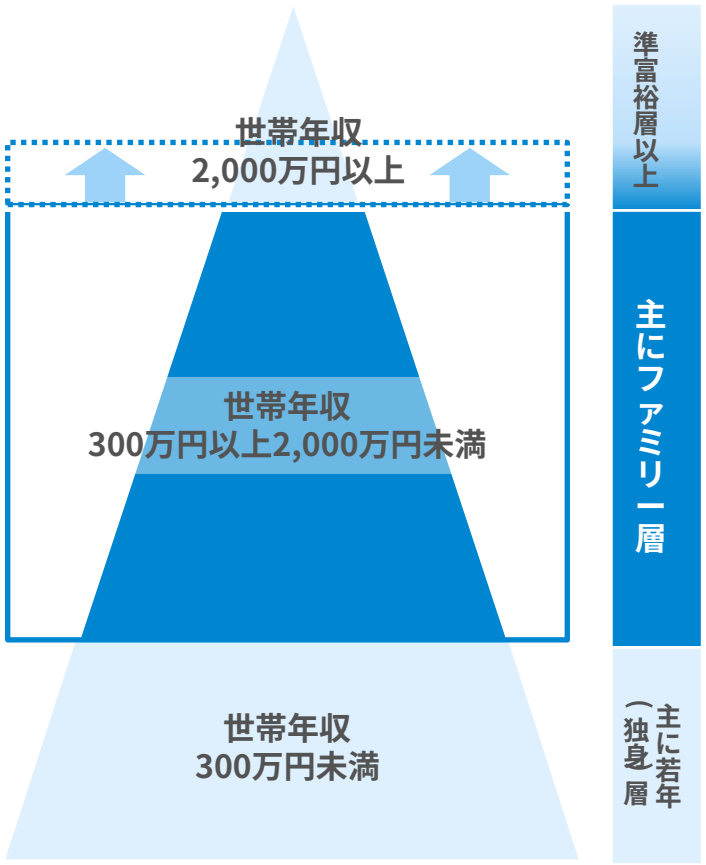
業種	業者数
損害保険 （損害保険代理店）	140,138
生命保険 （生命保険代理店）	75,298
証券 （金融商品仲介業）	688
住宅ローン （銀行代理業）	139
うち、個別に登録・許可を得て 全分野で仲介する業者	**11* （当社含む）**

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／2025年版生命保険の動向より当社集計

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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

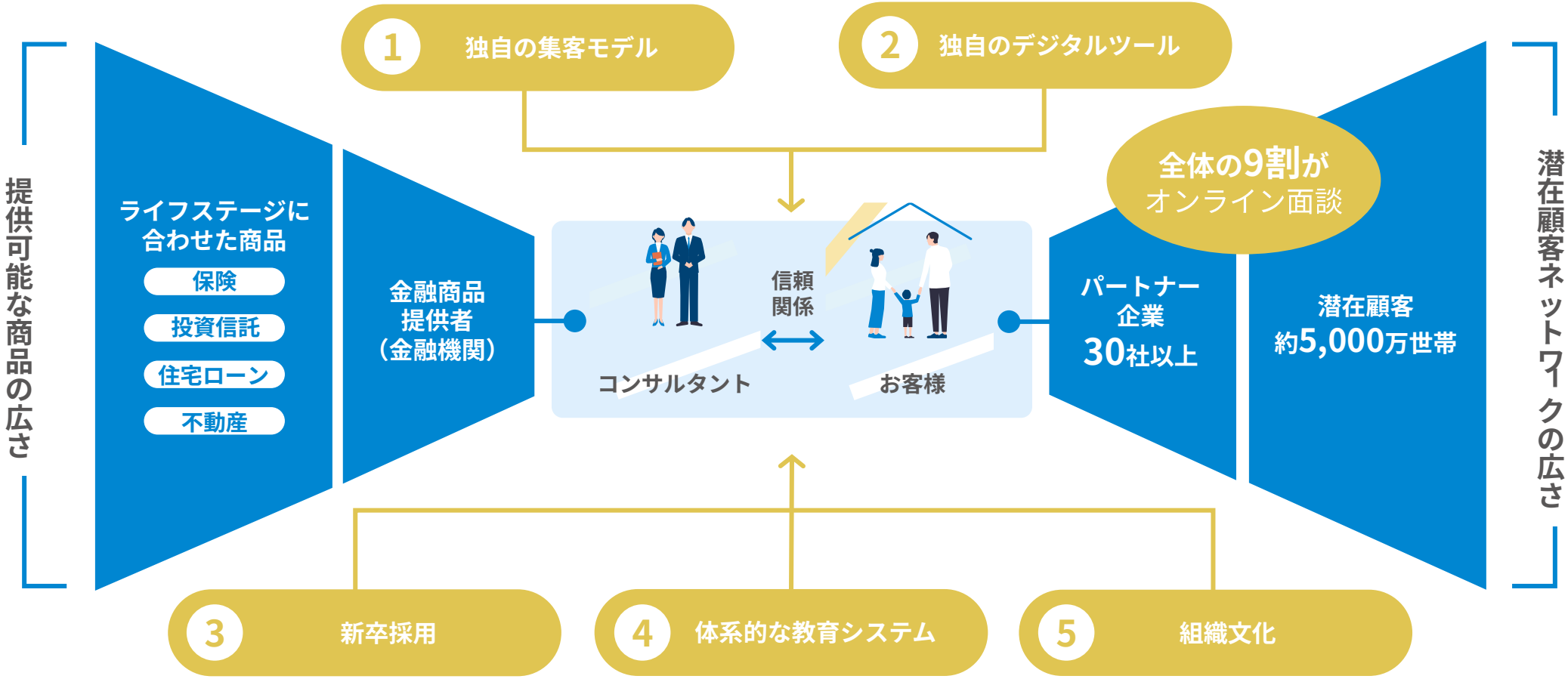
	単一商品を提供	複数商品を提供
ニーズが顕在	来店型保険ショップ 住宅ローン代理業 IFA業者	銀行（窓口販売） 金融サービス仲介業者
ニーズが潜在	保険会社 （外交員チャネル） 訪問型保険代理店	BROAD-MINDED

当社は一般の方に寄り添う『フィナンシャルパートナー』

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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**



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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。

CREDIT SAISON
Money Forward
Financial Service
O-net

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

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**

全体の9割が
オンライン面談

■オンライン面談システム

broadtalk



■ライフプランシミュレーター

マネパス
人生とお金の羅針盤



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

注1：2021年3月期～2025年3月期実績（お申込み受付ベース）より

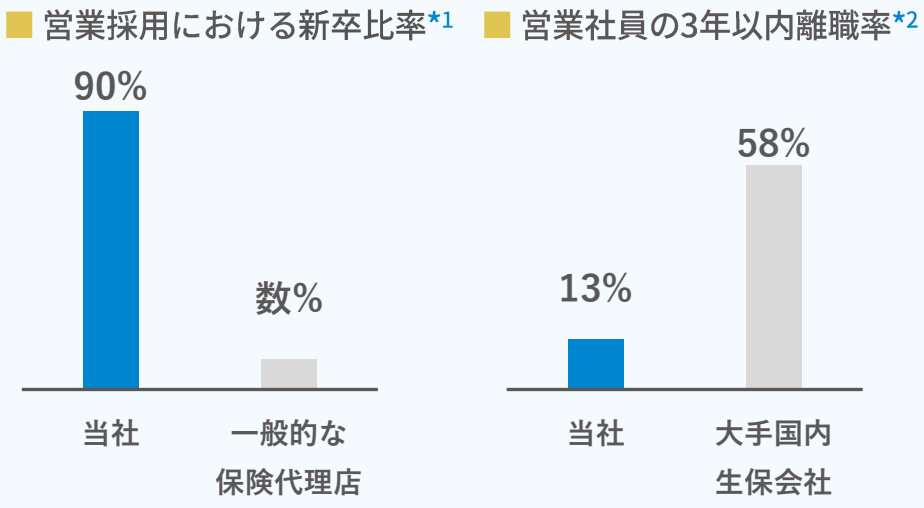
新卒の高いパフォーマンスを支える仕組み -当社の競争優位性-

BROAD-MINDED

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**

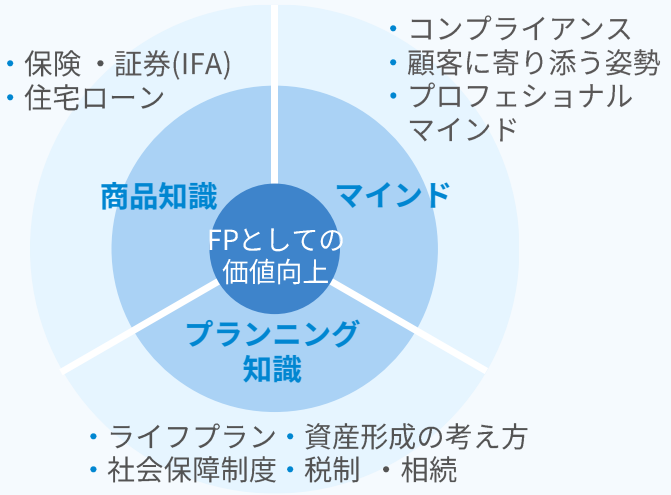
3 新卒採用

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/）

©2C

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	人的資産	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）		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）

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

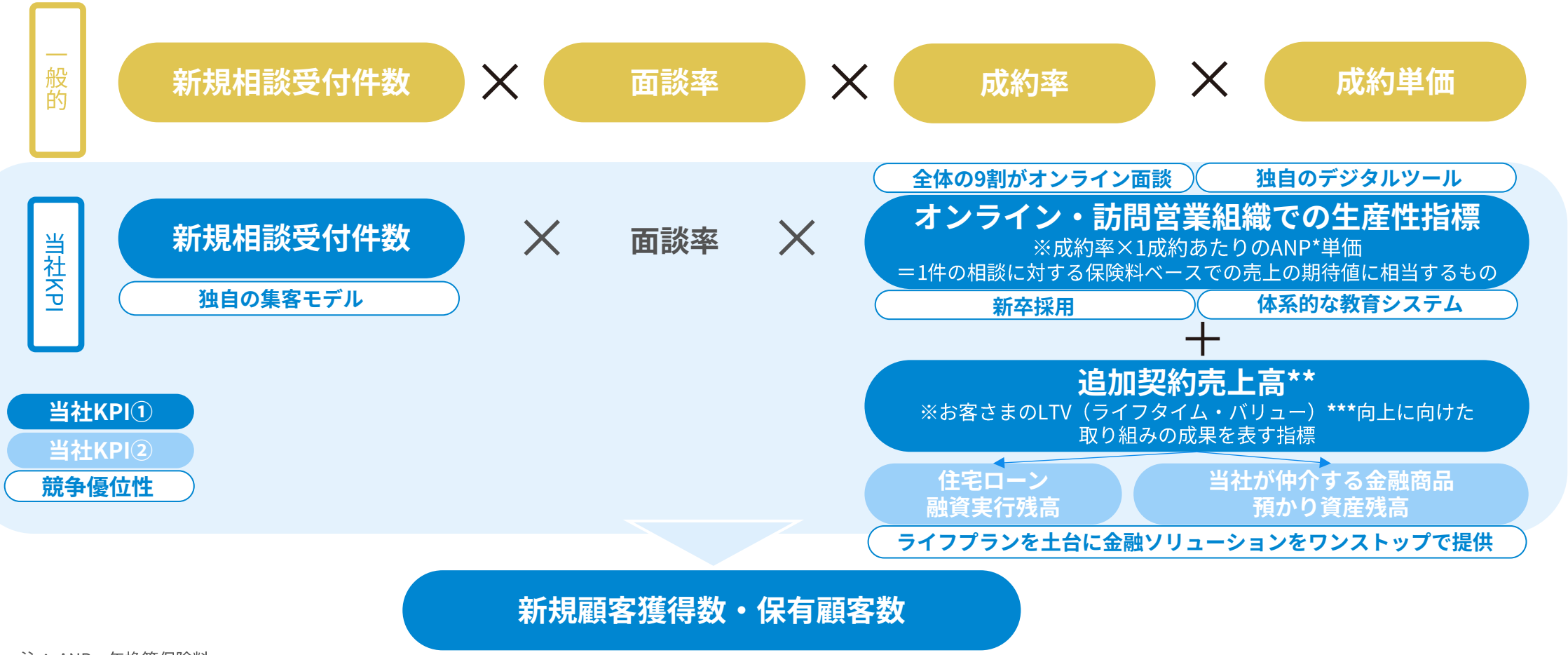


Appendix

KPIの状況

売上高と当社KPIの関係と競争優位性

主力事業のオンライン営業組織による売上高とKPIの関係は、一般的な同業他社と下記の違いがある



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

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

KPI

当社の競争優位性について-業界慣行との違い-

これまでの業界慣行とは異なる、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**

新規 × 単価 × 生産性

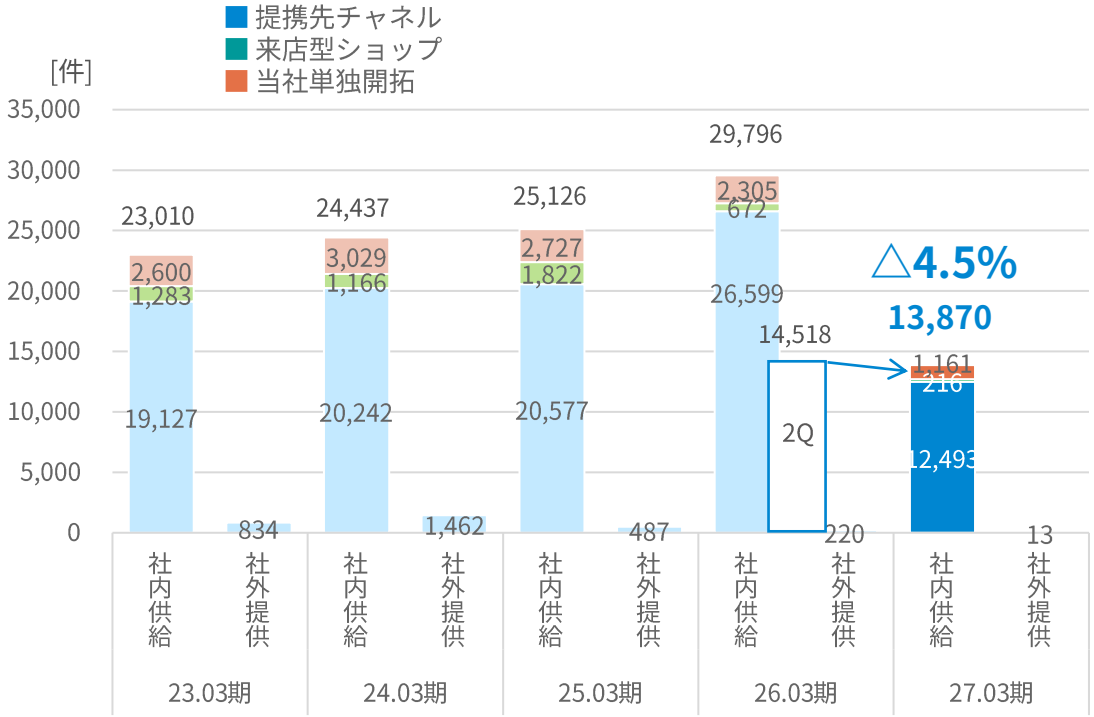
	業界慣行	当社モデル
1 独自の集客モデル	見込み客探しが営業活動の90%	パートナー企業から継続的な見込客の紹介があり集客数をコントロール、集客に困らない仕組みを確立し**営業活動へ専念**できる
2 ライフプランを土台に金融ソリューションをワンストップで提供	単品販売になりがち	**ライフプランニングを重点的に実施**、国内約60社の金融機関が扱う保険・投信・債券・住宅ローン・不動産等の金融商品をライフステージに合わせて提案可能
3 全体の9割がオンライン面談	対面面談が主	いち早くオンライン面談の仕組みを構築。コンサルタントの物理的な移動がなく**1日当たりの対応可能面談数が増え**（7～8件/日）効率的な営業活動に。全国のお客様に対応
4 独自のデジタルツール	ー	オンライン面談と相性のいいデジタルツールを独自開発し活用。これによりさらに効率的な営業活動が可能に。また、外部への販売もすることでサブスク収益も
5 新卒採用	中途採用が主	デジタルネイティブな新卒採用がメイン。**固定給制度**により業界に多いフルコミッション（完全歩合）制度とは一線を画すゆえに、**離職率も業界平均と比べて圧倒的に低い**
6 体系的な教育システム	ー	**ライフプランを土台に**幅広い金融商品を提案できるよう、新卒から育て上げる独自の**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の結果、**業界平均の数倍の生産性**を実現

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

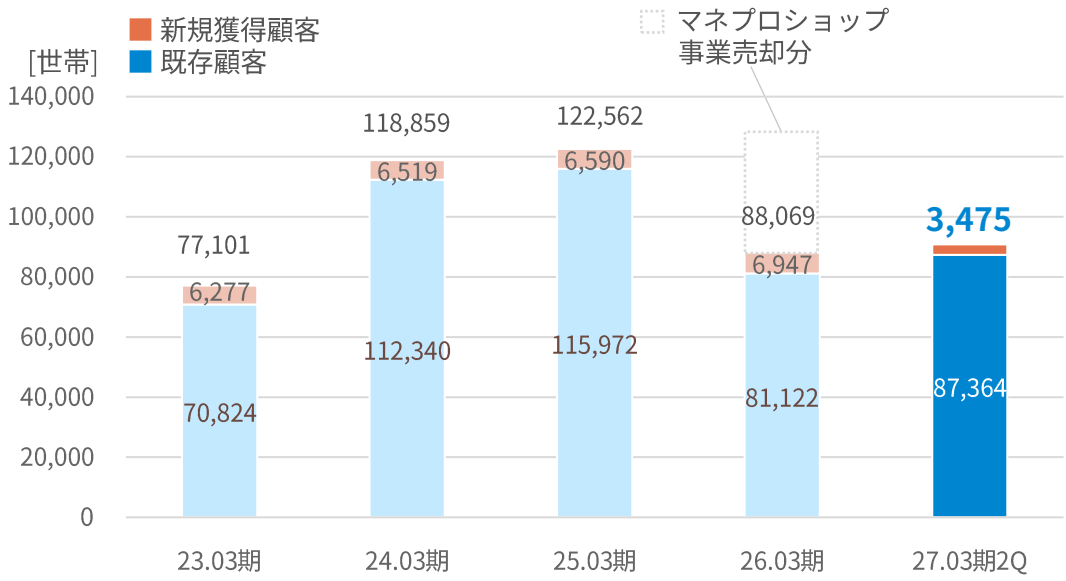
KPIの状況

新規相談受付件数（社内供給分）は、前期2Qに売却したマネプロショップ分の減少、提携先の精査による減少はあったものの、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引き続き良好。**新規顧客獲得数もマネプロショップ売却後でも前期とほぼ同等をキープ。**

新規相談受付件数



新規顧客獲得数・保有顧客数



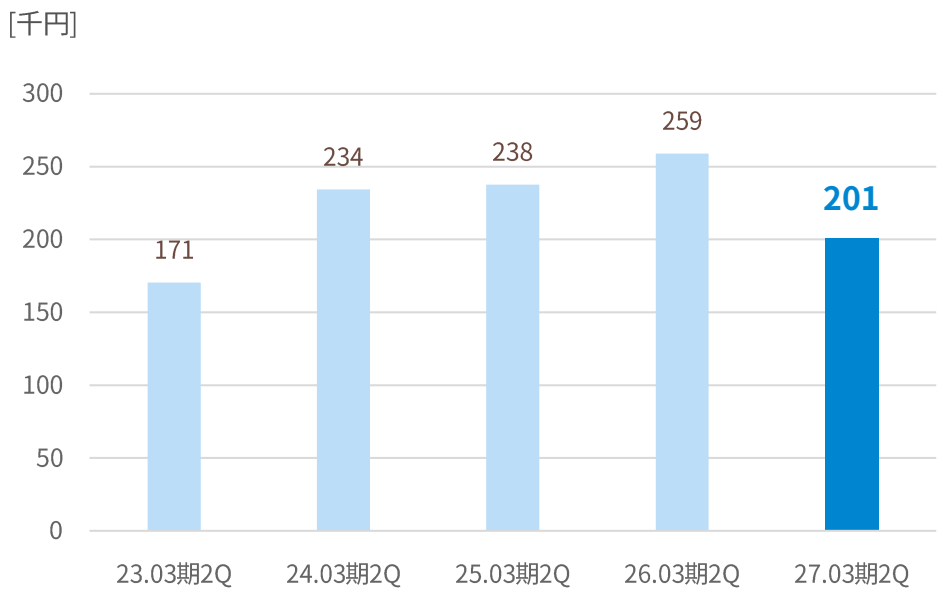
©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

KPIの状況

生産性指標は依然として高水準を維持。また個人向けの貯蓄性商品の追販を中心に、LTV向上に向けた追加契約売上高についても引き続き堅調に推移。

オンライン・訪問営業組織での生産性指標

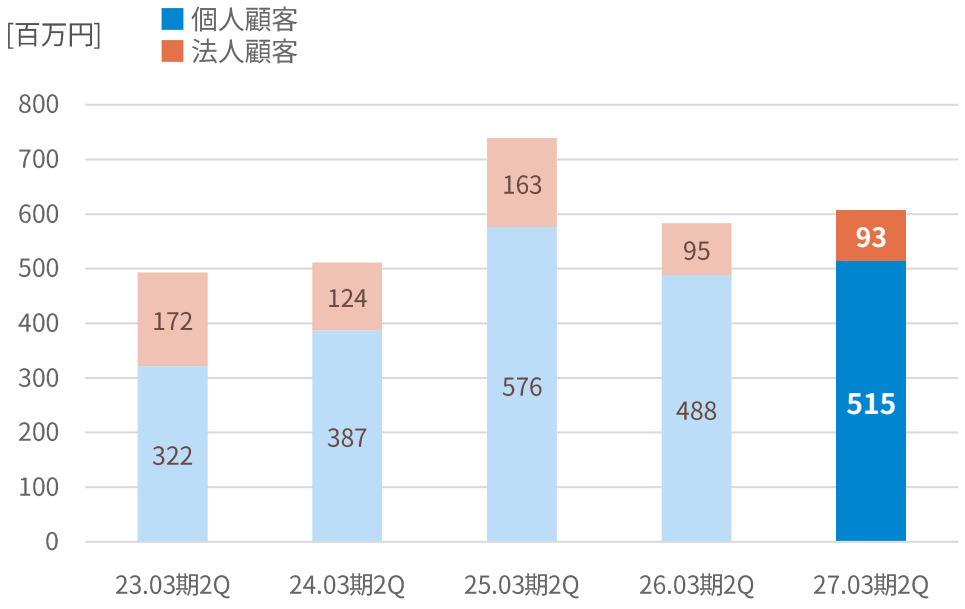
※成約率×1成約あたりのANP*単価＝1件の相談に対する保険料ベースでの売上の期待値に相当するもの



注： ANP…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

追加契約売上高*

※お客さまの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

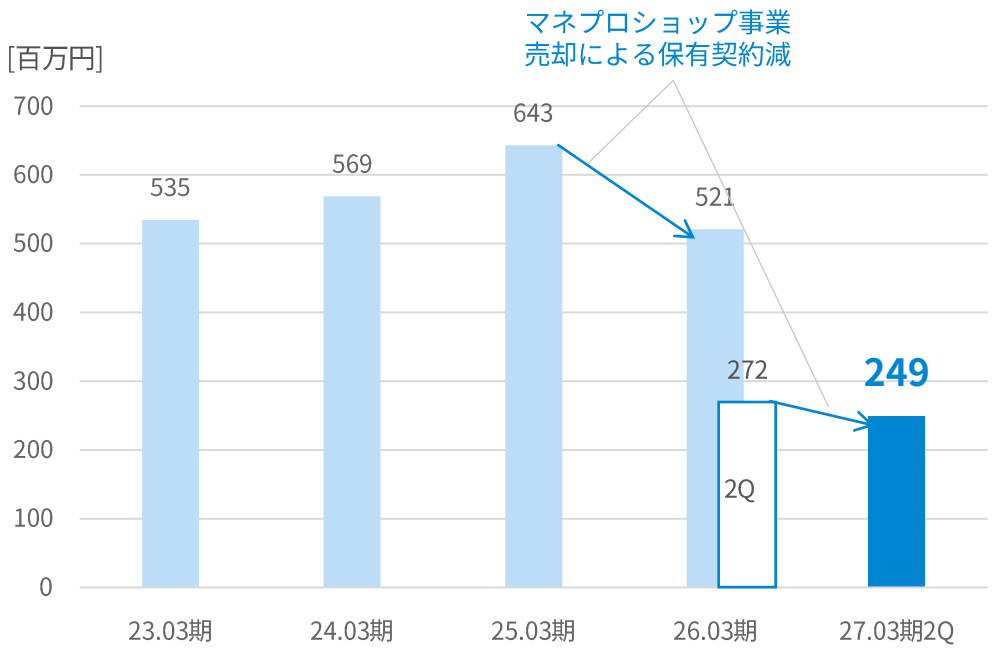
注：LTV…Lifetime Value（顧客生涯価値）の略称であり、顧客が企業にもたらす利益の総額を指す

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

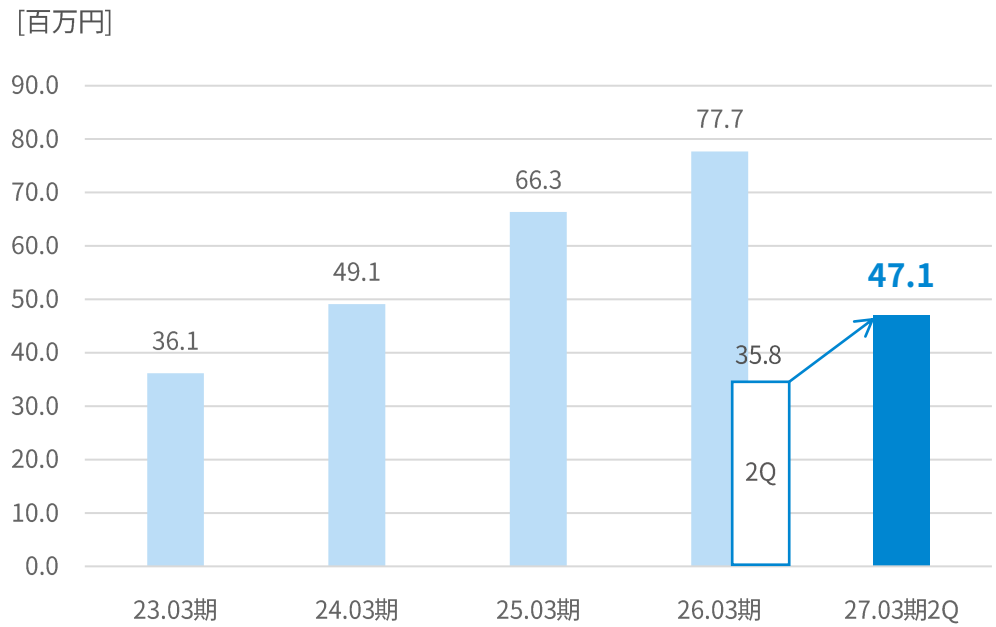
KPIの状況

ストック収益となる売上が積み上がることで、中長期の事業の安定化につながる

生命保険継続手数料



金融商品手数料／信託報酬



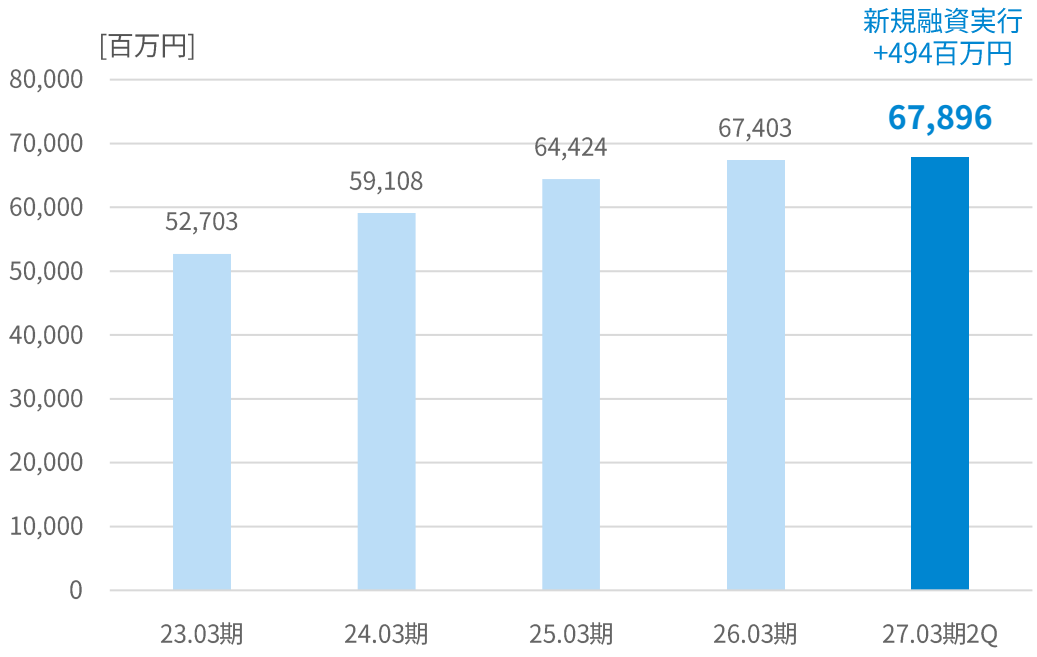
注： ANP…年換算保険料のこと、月払5,000円の保険料→5,000円×12か月＝ANP60,000円

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

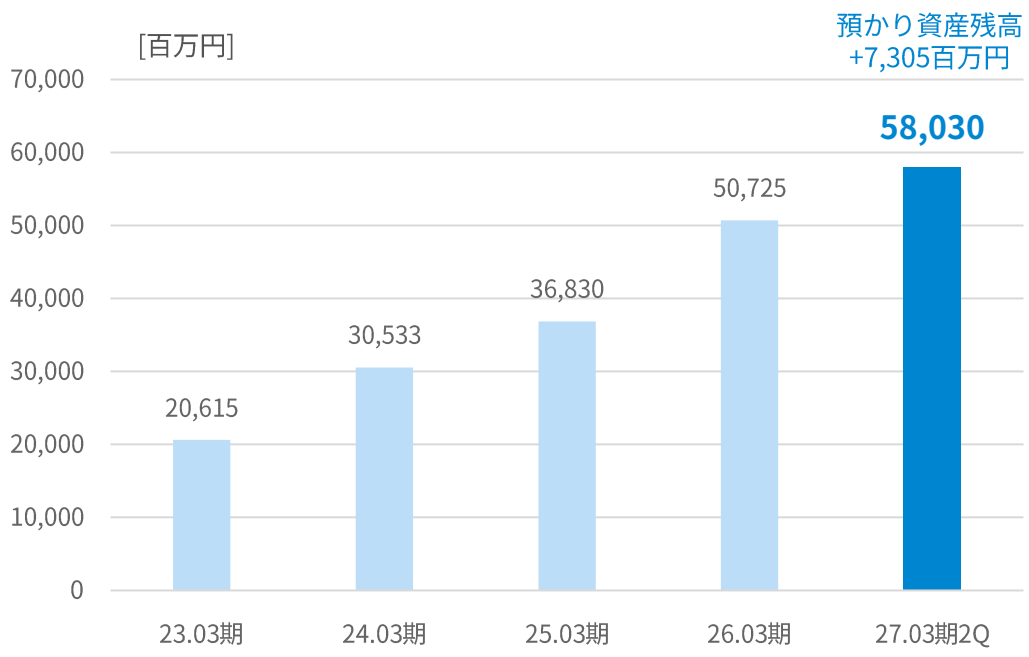
KPIの状況

資産運用・投資に対する関心の高まり、市況の好調さを受け、当社が仲介する金融商品預かり資産残高は好調に推移
金融商品預かり資産残高が580億円に到達

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



©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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

事業構造の変革により、健全な組織拡大とパフォーマンス向上の両立を目指す

平均生産性（新契約ANP*2）

4,460万円

※保険代理店A社　1,117万円*5、保険業界全体　222万円*8
共同募集前

成約ANP単価

契約単価 **32.2万円**

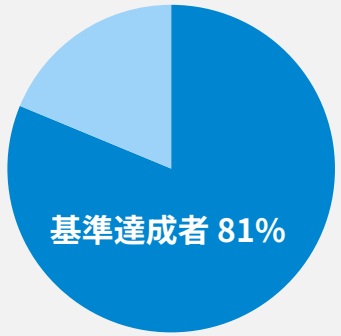
世帯単価 **73.8万円**

※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

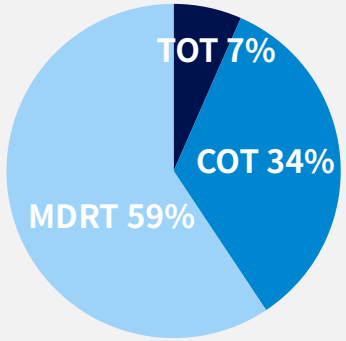
100%

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（2025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4：2026年度(暦の2025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2025年版生命保険動向より当社にて算出



当社の事業内容・競争優位性・成長戦略などを代表取締社長
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

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.

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 お問合わせ先

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

©2026 BROAD-MINDED Co., Ltd.