

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 東証グロース)
問合せ先 財務経理部長 石井 満
 (TEL 03-5459-3092)

Q：コンサルタントの教育スピードに遅れが生じているが、パートナー会社からの送客が他社に流れているなどの影響は発生していないか？

A：送客が他社に流れているなどの影響はなく、アポイントの需給バランスは今後も特に問題ないものと認識しています。

提携先からご評価頂いているポイントとしては生産性の高さが挙げられます。確かに採用拡大期での新卒の一部に成長スピードの若干の遅れが見られましたが、それでも単価を中心に他代理店よりも高い水準を維持していると考えています。

また、このような生産性の高さだけでなく、「自社の大切な顧客を紹介できるか」という観点で、募集や事務オペレーションの品質、コンプライアンス意識の高さなどの観点からも評価頂いている点も、今後も当社に積極的に送客頂ける背景となっていると考えています。

Q：26年3月期以降、採用方針の変更を考えているか？今後も新卒採用数40名を維持した中で高い生産性を維持できるか？

A：採用については引き続き新卒を軸に展開していきますが、今期以降はトップラインの成長もそうですが「利益率の改善」を最重要課題に据えています。稼働後の高い生産性を確保できるような教育体制が確保できる、という前提が崩れないよう、その中で採用数については精査していきたいと考えております。

<マネプロショップ関連>

Q：マネプロショップの売却を除いた場合の、コンサルティング事業のオーガニックな売上高成長率を教えてください。

A：生命保険手数料での比較が分かりやすいと思いますのでそちらでお答えいたしますが、前期の実績と今期の業績予想のそれぞれからマネプロショップの影響を除いた場合、生保手数料は8%近く伸展する見込みです。

Q：マネプロショップ売却により、固定費（家賃・人件費等）の削減効果を教えてください。

A：上期中での売却が実現できた場合、販管費の削減効果は約2.9億円程度を見込んでいます。

Q：現在、売却についての具体的な内容については交渉中とのことですが、特別損失はこれ以上発生しないという理解でよろしいでしょうか。

A：特別損失の可能性については現在精査中であり、買主様側との間で事業譲渡に関する具体的な内容を詰める中で計上の必要性が予見される場合は、今後のIRでご説明します。

Q：四国を中心に来店ショップを運営していると思いますが、そちらも売却する予定はありますか。

A：マネプロショップとは別に、「保険ウェルネス」のブランドで四国で10店舗、山梨で1店舗展開していますが、こちらについては現時点で売却の予定はございません。

ただ、利益率の観点ではオンラインを中心とした営業チャネルよりも低いのは事実ですので、店舗への自然来店とオンラインを上手く組み合わせながら、店舗スタッフの稼働率向上に向けた取り組みを行うことで、利益率の向上を目指しております。

<新領域関連>

Q：プロੱくり（金融教育プログラム）について、人的資本経営の開示が義務化され、大企業であればあるほどこの分野への投資が増えるのではないかと感じています。すでに、日清食品やSCSKといった大企業グルー

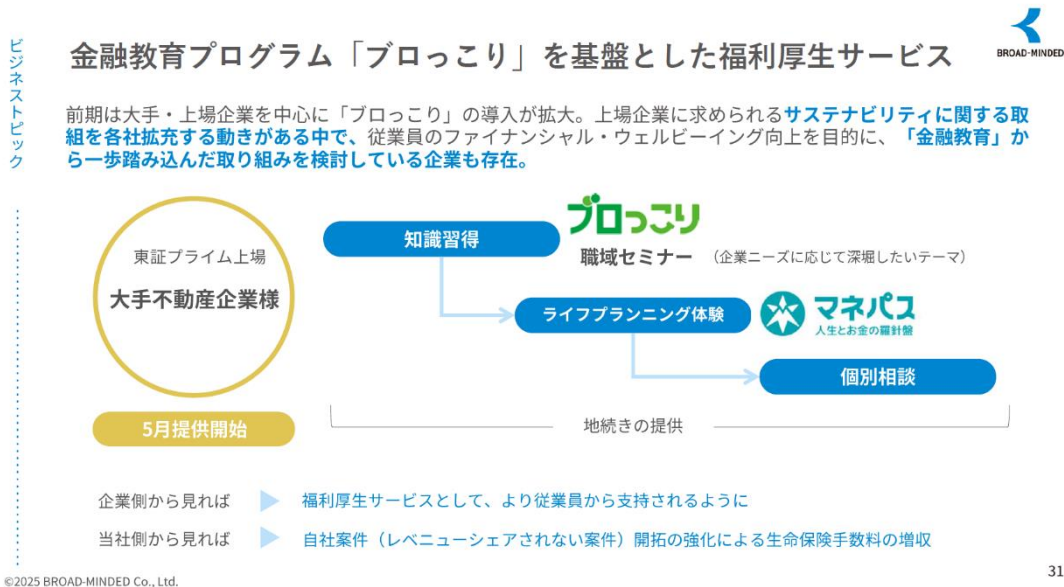
プへの導入実績がありますが他引き合いは多数あるのでしょうか。

A：直近ではプライム上場不動産会社様と、スタンダード上場のグループ会社である IT 企業様の 2 社、導入が決定し、5 月から提供開始いたします。

いずれも当社のサービスサイトへの自然流入から受注に至ったものであり、大手企業様を中心に、人的資本経営の文脈の中でファイナンシャル・ウェルビーイングに対する関心の高さを実感しています。

ブロっこりは 2022 年 8 月にリリースいたしましたが、年を追うごとに問い合わせが増えています。

今後も各企業のニーズを細かく拾いながら福利厚生サービスとしての機能拡充に取り組みつつ、拡販を進めていく予定です。



31

Q：生成 AI が普及していくことによる事業への機会と脅威を教えてください。生成 AI の活用により、コンサルタントの生産性が上がるのか？また、ライフプランニングが AI で代替される可能性はありうるのか？

A：生命保険や IFA 領域のいずれも、法規制の観点から人が募集に携わる必要があります。

その前提に立った上で事業への機会についての認識ですが、生成 AI が普及することで、生活者が金融サービスに対して「より気軽に」接点を設けることができると考えています。つまり、生成 AI の領域と人が対応する領域を上手く接続することで、金融サービスが面で広がっていくスピードが増してくるのでは、ということが期待できるかと思います。

生成 AI の技術進化は目覚ましく、例えばコンサルティングプロセスの中で「情報整理」「情報提供」「顧客課題の抽出」については、かなりの品質で AI が代替できるものと思います。その点では、伝統的な金融サービス事業者以外のプレイヤーが AI を武器にコンサルティングサービスに参入してくる可能性がある、というのが脅威の 1 つかと考えています。

一方で、コンサルティングサービスの本質や生産性を高めるポイントは、「顧客に寄り添い、金融行動や対策を行う動機付けを行う」や「ストーリーを持って説明する」といった、感情面への寄り添いなども含めた情報の整理・提供の精度以外の部分に多く存在しています。

この部分こそ、当社の生産性が高いポイントであり、現時点では既存の生成 AI で実装しきれない部分だと思っていますので、こちらを当社が開発する AI エージェントに実装することで事業機会へと変えていきたいと考えています。

当社が開発中の AI エージェントは保険業界で検討が進んでいる「事務の効率化」を目的としたものではなく、顧客に対するヒアリングやニード喚起といった、営業プロセスの本質的な部分を AI が代替する、というチャ

レンジングなもので、営業生産性の向上を目的としたものです。

将来的にはライフプランニングのプロセスそのものを AI が代替する、というところまで拡張したいと考えております。

Q：デジタルプロダクトの開発について、マネパスやブロードトーク、現在開発中の AI エージェントについては現状では外部に委託されているようです。自社で開発部隊を抱えている企業は非常に強いと思うのですが、内製化する意向はあるのでしょうか。

A：開発のスピード感、という観点からエンジニアやデザイナーを自社で抱えることのメリットは大きいと考えており、開発組織を内製化するという選択肢も十分に考えられると認識しています。

内製化の是非や、

①どのようなタイミングで内製化に切り替えていくか、については短期・中長期の利益創出のバランスを見極めることと、

②どのように開発組織を作っていくか、例えば採用なのか M&A 等で組織ごと調達するのかなどについては慎重に検討していきたいと考えています。

Q：4月からスタートした Money With について、約1か月半たった現時点での手ごたえなどがありましたら教えてください。

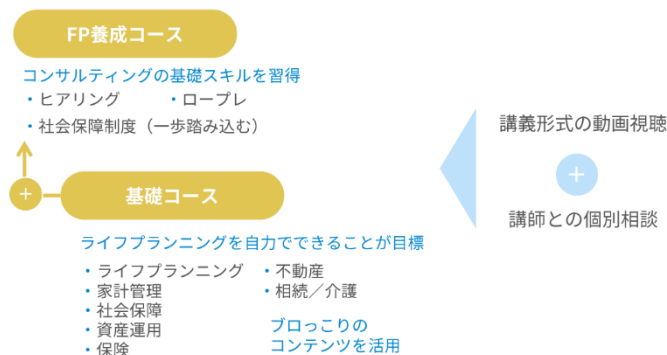
A：4月末にコーポレートサイトおよびサービスページがリリースされました。少しずつではありますが反響が増えている状況であり、実際に「副業として FP を目指したい」という応募者の方も複数おり、手応えを感じています。

現在は Web マーケティングを軸とした集客施策に注力しており、さらなる認知向上・反響獲得に向けて取り組んでいます。

金融教育スクール「MoneyWith」の開校



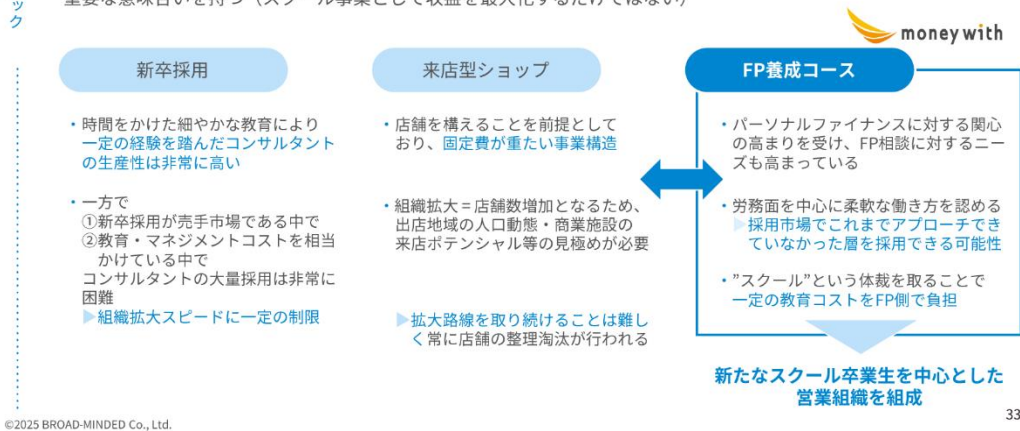
1月にWe&社との合併の形でMoney With株式会社を設立。4月末より本格開校予定。類似サービスにはない、「副業支援（FP養成）」としての側面も併せ持つ。



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）



33

<事業関連その他>

Q：昨年は渋谷にオフィスを移転され、賃料も大幅に上がったようですが、移転後の効果についてはどのようなお考えでしょうか。費用増に見合うだけの効果は出ているのでしょうか。

A：定量的な効果については現段階で具体的にお示しできるものではありませんが、新卒採用活動の中で優秀な学生に対する魅了付け、という点で一定の効果を実感しています。

Q：今期、為替変動が円高に推移しているが、足元の事業への影響を教えてください。また、金融商品の販売状況はどのように変化していますか？

A：為替や金利の動向は、特に一時払い保険の販売環境に影響を与えます。販売時に円高であるほど、また米国10年債の金利が高いほど、貯蓄性商品としての魅力が増すことになります。為替と米国金利は一般的にトレードオフの関係にあります。足元では前期と比べて円高水準にあり、かつ金利も高止まりとなっていますので、前期に続き一時払い保険の販売は好調に推移するものと予測しています。

一方で為替の不透明感から、外貨建ての平準払い保険についてはお客様から選ばれにくく、販売は前期同様、落ち着いたものになると考えています。その代わりに、積立商品については変額保険が伸びていくと考えています。

金融商品全般を俯瞰しますと、生命保険分野では一時払い保険と変額保険の販売が好調に推移し、IFA分野では資産形成ニーズの高まりを受け、引き続き債権・投信を中心に堅調に伸びていくと予想しています。

Q：不動産販売について、建築費・資材価格高騰の影響についてどのように見えていますか？

A：建築費・資材価格の高騰については引き続き続くものと見ており、過年度のような利益率を確保することは難しいと考えております。

他方で粗利率ベースで10%程度の利益率は見通せている状況であることと、準富裕層以上の顧客から、資産形成ソリューションとして一定のニーズがあることから、今後も物件の収益性を見極めながら仕入れ販売を継続していく方向です。

【中期経営計画関連】

Q：中計の重点施策の一つに掲げる既存顧客への追加販売は好調に推移しているのでしょうか？

A：KPI の状況でもご説明しましたとおり、個人のお客様を中心に好調に推移していますが、特に販売環境が良好な一時払い保険の拡販が押し上げた構図です。

一時払い保険については、金利・為替の観点から今期も販売環境としては追い風だと認識していますが、一方でアプローチ先の既存顧客リストについては、前期時点で一定程度消化しております。

従いまして、前期のような加速度的な伸びが今期も実現できるかどうかは精査が必要ですが、コールセンター・営業部門が一体となった組織的な取り組みとしては今期も継続していきたいと思います。

Q：25 年 3 月期が当初計画よりも下ぶれたことで、中期経営計画で掲げた 27 年 3 月期営業利益 12.8 億円とのギャップが広がったかと思います。そもそも中計の成長ストーリーに変更ありますか？中計目標を引き下げ、後ろ倒し、取り下げを考えていますか？

A：生保手数料を中心に当所計画の成長スピードを取り戻していきますが、27 年 3 月期の当初計画の達成は現時点では非常に厳しいと認識しており、再来期以降になるかもしれません。

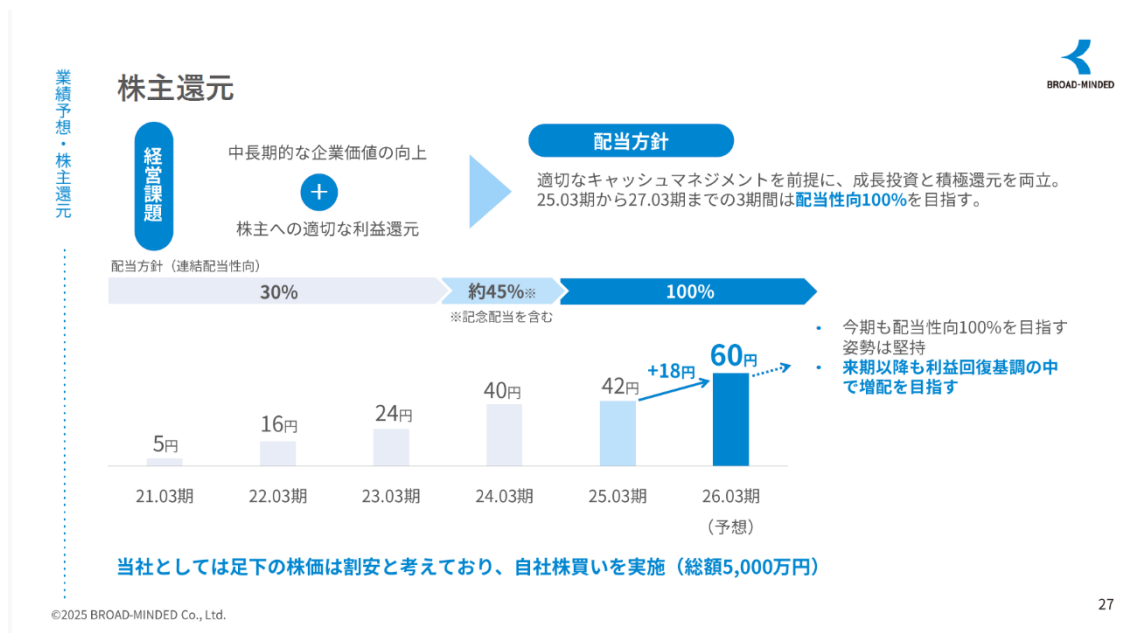
そうした中で、中計のストーリー変更などについては現時点では申し上げられませんが、今後の IR でお伝えしていきたいと考えておりますので、そちらをお待ちいただければと思います。

【株主還元関連】

Q：25 年 3 月期については配当性向 100%を超える配当であり、また今回自己株式取得を予定していますが、財務健全性・手元流動性に問題はありますか？

A：当社の事業はバランスシートを大きく使うものではなく、投資の多くは人材採用など、P/L に対して行われるものです。

また足元のキャッシュの状況から、100%を超える配当と自社株買いは財務健全性・手元流動性に大きな影響を与えるものではないと考えております。



Q：昨年発表された中計で配当性向 100%を目指すのは 27 年 3 月期まで、ということだったと思いますが、翌期以降の配当方針はどのようなものになりますか？

A：28 年 3 月期以降の配当性向については、現時点で 100%を目指す姿勢をお約束できるものではありませんが、配当方針について変更が生じるようなことがあれば、今後の IR の中でお伝えしていきたいと考えております。しかしながら、今期以降、事業全体の利益率向上に向けて様々な施策を展開する中で、確実な利益成長を遂げ、それに応じた増配はしっかりと目指していきたいと考えております。

【その他】

Q：外貨建て一時払い保険に関してです。生命保険会社から手数料の支払われ方に変更がありましたか。（販売時のみの支払いから複数年度にわたるものになりましたか。）

A：現状ではそのような案内は特にございません。
しかしながら、2～3 年のうちには L 字型になるものと考えております。

Q：2030 年時点で、時価総額 100 億円未満はグロース市場廃止となるが対応策はありますか。

A：昨年 1 度 100 億円を超えた実績がございます。このまま順調にいけばその問題はクリアできると考えております。なお先ほどご説明した新領域についてうまくいけば、間違いなくクリアできると考えております。