

ホリスティック企業レポート ブロードマインド 7343 東証グロース

アップデート・レポート
2024年7月5日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20240702

ブロードマインド(7343 東証グロース)

発行日: 2024/7/5

世帯年収 300~2,000 万円の所得層向けに包括的な金融サービスを提供
25年3月期は主力の生命保険代理店業が牽引して増収増益となる会社計画

> 要旨

◆ 会社概要

ブロードマインド(以下、同社)は、主に20歳代~40歳代の世帯年収300万円以上2,000万円未満の一般の所得層向けに、生命保険を中心に金融コンサルティングサービスを提供している。

◆ 24年3月期決算

24/3期決算は、売上高5,221百万円(前期比20.8%増)、営業利益722百万円(同16.7%増)となった。同社は23年11月、24年2月の2度にわたって会社計画を上方修正したが、2月に修正した水準には未達となった。ただし、年換算保険料が高い貯蓄性保険の販売増加によって主力の生命保険代理業が前期並みの増収を維持したところに、不動産販売業の大幅増収が貢献し、好調を維持した。

◆ 25年3月期業績予想

25/3期業績について、同社は、売上高6,170百万円(前期比18.2%増)、営業利益820百万円(同13.5%増)を計画している。
証券リサーチセンター(以下、当センター)では、25/3期業績について、売上高6,159百万円(前期比18.0%増)、営業利益829百万円(同14.9%増)と会社計画とほぼ同水準を予想した。コンサルタントの増加や良好な販売環境に、前期の店舗移管により引き継いだ契約による貢献が加わる生命保険代理店業が牽引する展開を予想した。

◆ 今後の注目点

当センターでは、26/3期は前期比15.0%増収、27/3期は同9.0%増収となり、売上高営業利益率は26/3期15.8%、27/3期16.7%と上昇していくと予想した。
同社は27/3期に売上高8,000百万円、営業利益1,280百万円を目標とする中期経営計画を掲げている。中期経営計画の要諦はコンサルタントの増強であり、その採用と育成に注力していく方針は変わらない。当センターでは、引き続き、採用計画及び人員の戦力化の進捗に注目したい。

【7343 ブロードマインド 業種: 保険業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2023/3	4,324	19.4	618	25.9	651	26.9	535	63.4	100.8	663.5	24.0
2024/3	5,221	20.8	722	16.7	755	15.8	447	-16.5	82.9	699.2	40.0
2025/3 CE	6,170	18.2	820	13.5	825	9.3	460	2.9	82.4	-	80.0
2025/3 E	6,159	18.0	829	14.9	832	10.2	464	3.9	83.1	744.2	80.0
2026/3 E	7,086	15.0	1,116	34.6	1,119	34.5	719	55.0	128.8	793.1	80.0
2027/3 E	7,726	9.0	1,287	15.3	1,290	15.3	829	15.3	148.5	861.7	80.0

(注) 1. CE: 会社予想、E: 証券リサーチセンター予想

2. 2022/3期より「収益認識に関する会計基準」を適用。2022/3期の前期比は2021/3期の「収益認識に関する会計基準」適用前の金額との比較

アップデート・レポート

2/24

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト: 藤野敬太

+81 (0) 3-6812-2521

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

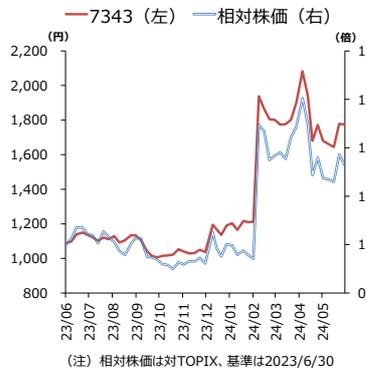
	2024/6/28
株価 (円)	1,775
発行済株式数 (株)	5,746,616
時価総額 (百万円)	10,200

	前期実績	今期予想	来期予想
PER (倍)	21.4	21.4	13.8
PBR (倍)	2.5	2.4	2.2
配当利回り (%)	2.3	4.5	4.5

【株価パフォーマンス】

	1か月	3か月	12か月
リターン (%)	5.7	-1.4	63.1
対TOPIX (%)	4.3	-2.9	32.9

【株価チャート】



> 事業内容

◆ 20代～40代の一般の所得層へ包括的な金融サービスを提供

ブロードマインド(以下、同社)は、20歳代～40歳代の世帯年収300万円以上2,000万円未満の一般の所得層をターゲットとして、金融サービスを提供している。ソニー生命出身の現代表取締役社長である伊藤清氏が、顧客の幅広い需要に対応するため、02年1月に複数の生命保険会社の商品を扱える乗合保険代理店として設立した。その後、保険に加えて、金融商品、住宅ローン、不動産仲介も扱うようになり、包括的に金融関連のサービスを提供できる体制を構築している。

◆ 商品・サービス別には生命保険代理業による売上が中心

同社の事業セグメントは、フィナンシャルパートナー事業の単一セグメントだが、同社の売上高は、提供する商品・サービス別に6つの事業に分類される(図表1)。取引の有無や規模により売上高の変動の大きい不動産販売業の影響を受けるものの、全体の売上高の6割程度が生命保険代理業によるものとなっている。

【図表1】商品・サービス別売上高

(単位:百万円)

	連結売上高															
	21/3期				22/3期				23/3期				24/3期			
	前期比		売上構成比		前期比		売上構成比		前期比		売上構成比					
生命保険代理業	2,744	2,784	2,961	3,145	7.4%	1.4%	6.4%	6.2%	83.6%	76.9%	68.5%	60.2%				
損害保険代理業	169	174	217	165	-1.8%	2.7%	24.9%	-24.0%	5.2%	4.8%	5.0%	3.2%				
金融商品仲介業	35	57	103	159	-31.8%	62.7%	79.3%	54.3%	1.1%	1.6%	2.4%	3.1%				
住宅ローン代理業	37	29	18	36	-15.5%	-19.6%	-39.0%	99.5%	1.1%	0.8%	0.4%	0.7%				
不動産販売業	179	431	784	1,194	-45.0%	140.3%	81.6%	52.3%	5.5%	11.9%	18.1%	22.9%				
その他	115	144	239	520	22.4%	25.5%	65.8%	117.3%	3.5%	4.0%	5.6%	9.9%				
合計	3,281	3,622	4,324	5,221	1.2%	10.4%	19.4%	20.8%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%				

(注) 22/3期より「収益認識に関する会計基準」を適用。22/3期の前期比は21/3期の適用前の金額との比較
(出所) 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

> ビジネスモデル

◆ ターゲットとする顧客セグメントと事業コンセプト

世帯年収と家族構成で見ると、同社がターゲットとしているのは、20歳代～40歳代の世帯年収が300万円以上2,000万円未満の一般の所得層である。

富裕層や、世帯年収が2,000万円を超える主にリタイアメント準備層向けには、大手金融機関のウェルスマネジメント部門やプライベートバンクのような、金融関連のサービスを包括的に提供する事業者が存在している。同社はこの領域を主戦場とはしていない。

一方、大手金融機関のウェルスマネジメント部門やプライベートバンクも、その人件費の高さから、ある一定以上の額の資産を保有する層

を対象にしないと収支が合わない。そのため、同社が対象とする一般の所得層を顧客対象とはしておらず、市場を住み分ける形で、同社とは競合関係にはなっていない。

なお、若い独身者が中心の世帯年収 300 万円未満の層については、同社のサービスに対するニーズが小さいことから、同社はそもそもターゲットとしていない。

同社がターゲットとしている 20 歳代～40 歳代の世帯年収が 300 万円以上 2,000 万円未満の一般の所得層向けに提供されているサービスに目を向けてみると、保険なら保険だけ、証券なら証券だけといったように、金融業態ごとに各社が個別の金融商品を提供しているのが実情である。この層を対象に包括的に金融関連サービスを提供できる会社はほとんどないというのが、同社の見立てである。

これらより、一般の所得層を対象に、富裕層向けのウェルスマネジメントサービスのような包括的に金融関連サービスを提供することが同社の事業コンセプトとなった。そして、それを可能にする仕組みを構築していることが、同社の競争力の源泉となっている。

◆ **顧客のライフステージに応じた金融ソリューション**

同社が主要顧客層としている 20 歳代～40 歳代の一般の所得層には、そのライフステージに応じたライフイベントがあり、それぞれに資産や金融に関するニーズが存在している (図表 2)。同社は、複数の商品・サービスを持つことで、ワンストップで包括的に顧客のニーズに応えることを最大の特徴としている。

【 図表 2 】 **ライフステージに応じたニーズと対応ソリューション**

ライフステージ	主なライフイベント	生活者のニーズ	ブロードマインドが提供するソリューション
子育て・資産形成期	結婚・出産	現役時代の不測時の生活の保障	生命保険
	—	老後に向けた資産形成	金融商品
	住宅購入	新居の取得 不測時への備え	不動産 住宅ローン
	進学	教育資金の準備	生命保険
リタイアメント準備期	退職	退職金の運用	金融商品
リタイアメント期	相続	相続対策	投資用不動産

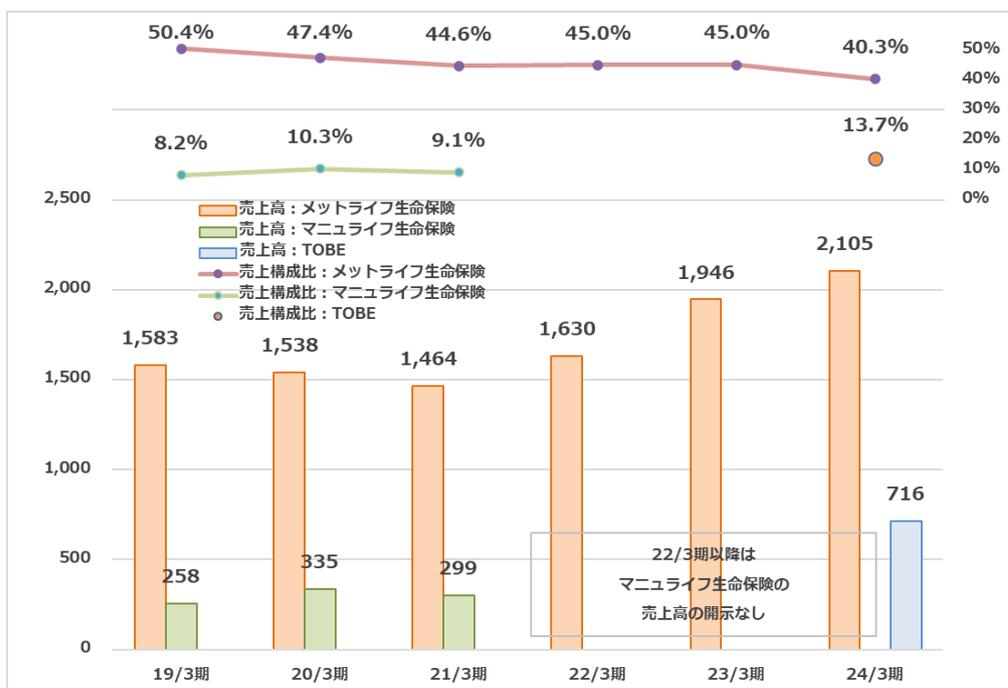
(出所) 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

同社は乗合保険代理店として事業を展開してきた経緯から、保険の取り扱いが豊富である。24 年 3 月末時点で、生命保険会社 31 社、損害保険会社 17 社の商品の取り扱いがある。中でも、メットライフ生命

保険(東京都千代田区)の商品の取り扱いが多く、24/3期においては同社の売上高の40.3%を占めている(図表3)。

【図表3】売上高上位企業の売上高の推移

(単位:百万円)



(出所) 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

複数の商品・サービスをワンストップで提供するため、同社は、生命保険(生命保険代理店)や損害保険(損害保険代理店)だけでなく、証券(金融商品仲介業)、住宅ローン(銀行代理業)の販売資格に係る登録または認可を取得している。個別に見ると、同様の登録または認可を取得している事業者は多く存在しているが、上記の4つの分野すべての登録または認可を取得しているのは24年3月末時点で同社を含めて14者のみであり、この点も他社に対する優位性のひとつとなっている。

◆ 仕組み(1): 他社との業務提携を通じた見込み客の獲得

一般の所得層の領域で同社が事業を展開できるのは、同社が構築してきたいくつもの仕組みによるところが大きい。

ひとつ目の仕組みとしては、他社との業務提携により見込み客を獲得する体制が挙げられる。業務提携先は、クレディセゾン(8253 東証プライム)のようなクレジットカード会社やタメニー(6181 東証グロース)のような婚活サービスをはじめとするライフイベントに關す

るサービスを提供する事業会社、フィンテック企業といった個人向けに事業を行う企業である。24/3 期においては、30 社以上からの送客があった。

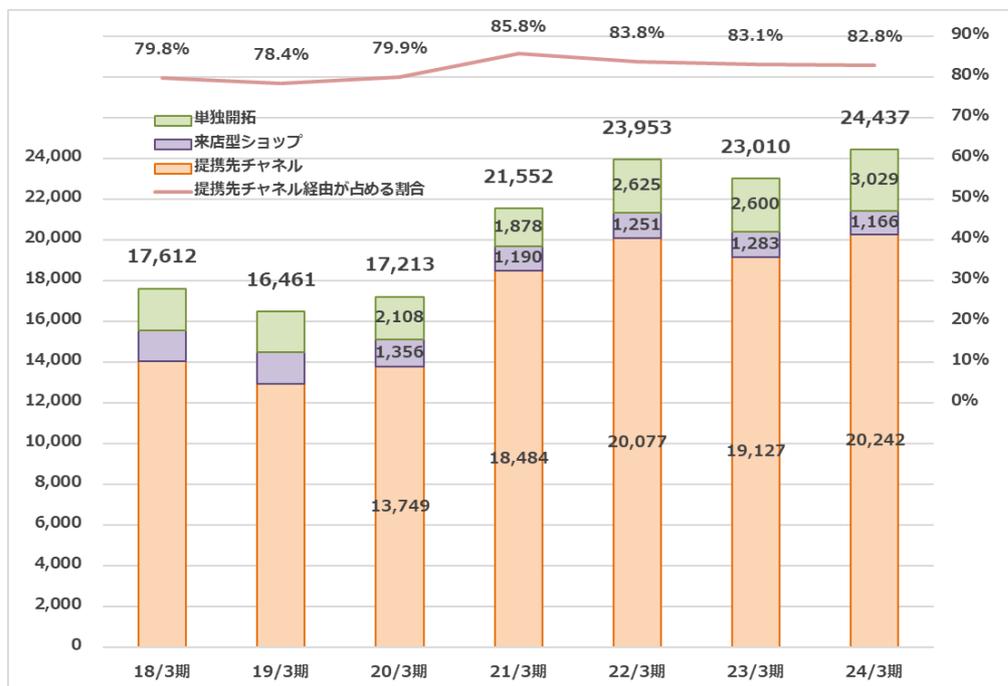
業務提携の形態としては、主に (1) 保険募集代理店資格を持つ提携先との共同募集、(2) 提携先から見込み客リストを購入して同社が架電するテレマーケティング、(3) アポイント取得済みのデータ購入の 3 種類があるが、共同募集によるものが大半である。他には、提携先とのマネーセミナー開催による集客活動等も行われている。これらを通じて、同社のコンサルタントによる対面営業の機会獲得につながっている。21/3 期以降、新規相談受付件数の 8 割超を、これらの業務提携チャンネルによって獲得している (図表 4)。

同社の見込み客獲得については、上記の業務提携のほか、来店型ショップ、同社主催によるセミナー開催や既存顧客からの紹介による単独開拓がある。

なお、来店型ショップについては、愛媛地盤の大手チェーンストアのフジ (8278 東証プライム) のグループ会社であるフジ・カードサービス (愛媛県松山市) との共同募集型来店ショップ (店舗ブランドは「フジ保険ショップ」) の 10 店舗や、24 年 2 月にセブン&アイ・ホールディングス (3382 東証プライム) 傘下のセブン・フィナンシャルサービスから「セブン保険ショップ」事業を譲受し、新たに「マネプロ」の店舗ブランドでの展開を開始した 12 店舗等、24/3 期末時点で 23 店舗ある。

【 図表 4 】 チャンネル別新規相談受付件数の推移

(単位:件)



(出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 仕組み (2) : コンサルティングに集中できるコンサルタント

集客手段の中心を他社との業務提携としているため、顧客と直接の接点を持つ同社のコンサルタントは、顧客のライフプランに基づいたコンサルティングや提案活動に集中することができる。このことには、以下のメリットがある。

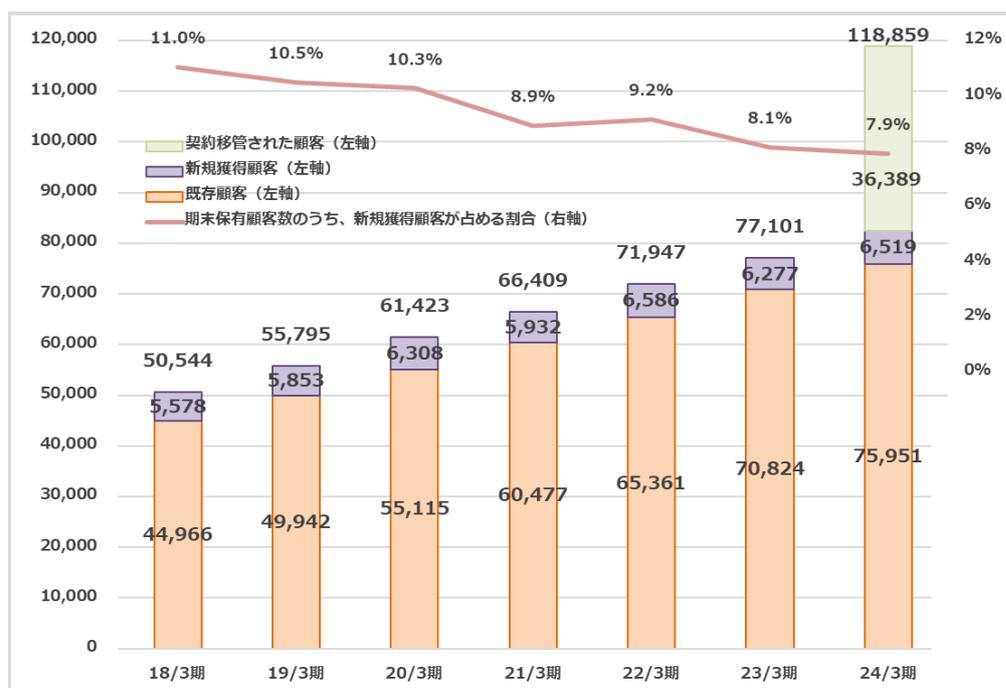
- (1) コンサルタントにとっては、新規顧客の開拓業務から解放されるため、新規開拓に費やす時間をコンサルティングに振り向けることができる。また、集客時点で顧客のニーズがある程度顕在化していることから、適切なコンサルティングが容易になる。結果として成約率が上がり、コンサルタントは成功経験を積みやすくなり、コンサルタントの成長スピードが速くなるという好循環を描くことができる。
- (2) 経験豊富なコンサルタントが多いことは、顧客にとってはより良い提案を受ける可能性が高くなるので、高い顧客満足度につながりやすくなる。

これらの結果、顧客世帯数は順調に増加している。24/3期には新規に6,519世帯の顧客を獲得し、セブン保険ショップから契約移管された「マネプロ」の36,389世帯の顧客を加え、期末の保有顧客数は118,859

世帯になった(図表5)。また、期末の保有顧客数に含まれる新規獲得顧客の数を、期中の新規相談受付件数で割って算出される新規契約率は、新型コロナウイルス禍前の30%台ほどではないものの、21/3期以降は26~27%台の範囲で推移している(図表6)。

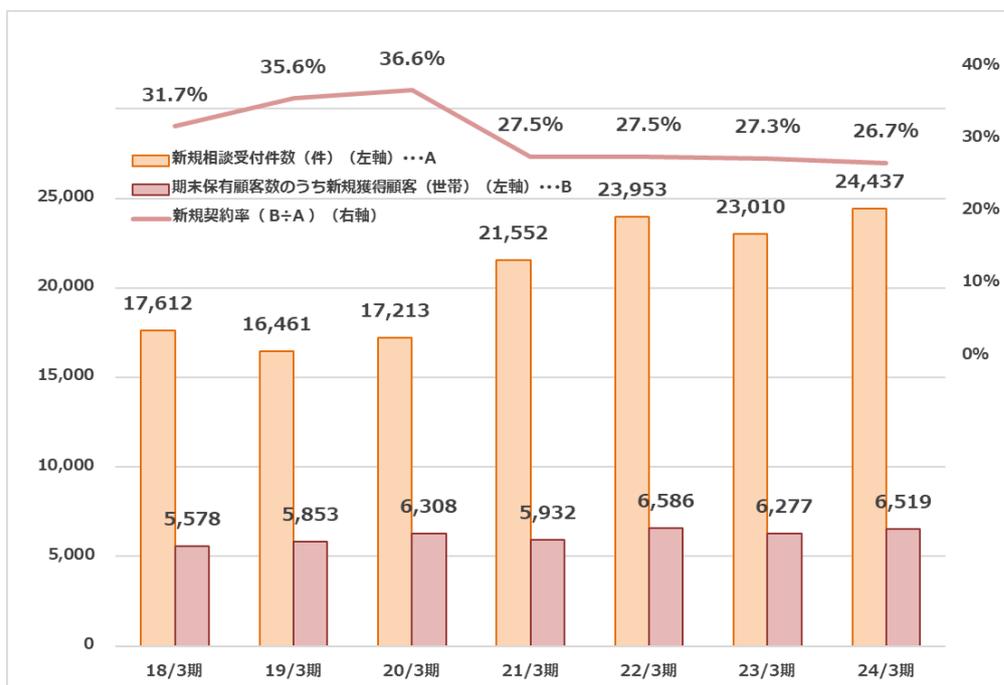
【図表5】期末保有顧客数の推移

(単位:世帯)



(出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

【 図表 6 】 新規契約率の推移



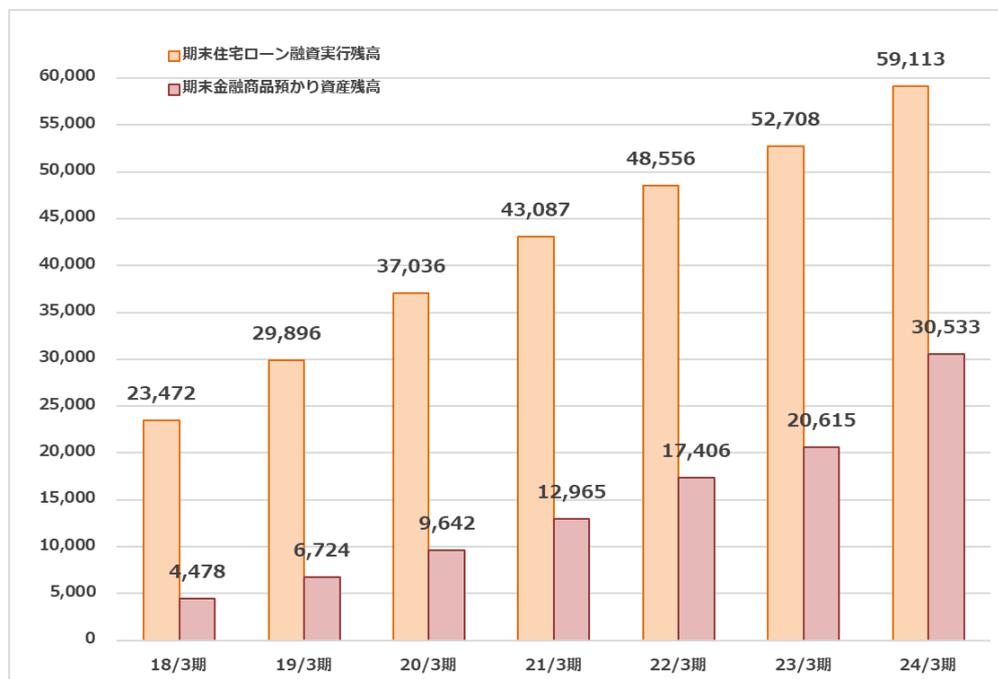
(出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 仕組み (3) : アフターフォローの充実による収益機会の拡大

顧客との契約は、保障期間が長期にわたって継続する生命保険契約が中心であるため、継続的に顧客にコンタクトする機会が生じる。同社は、アフターフォローとして、ライフプランニングを通じて把握した顧客のライフステージに応じて、コンサルタントが生命保険以外の金融サービスの提案も行っている。主だったものとしては、住宅ローン融資や投資信託等の金融商品である(図表 7)。アフターフォローを続けていくことで、複数の金融サービスのクロスセルにつなげ、収益機会を広げていくことになる。

【 図表 7 】 生命保険以外の商品・サービスの動向

(単位:百万円)



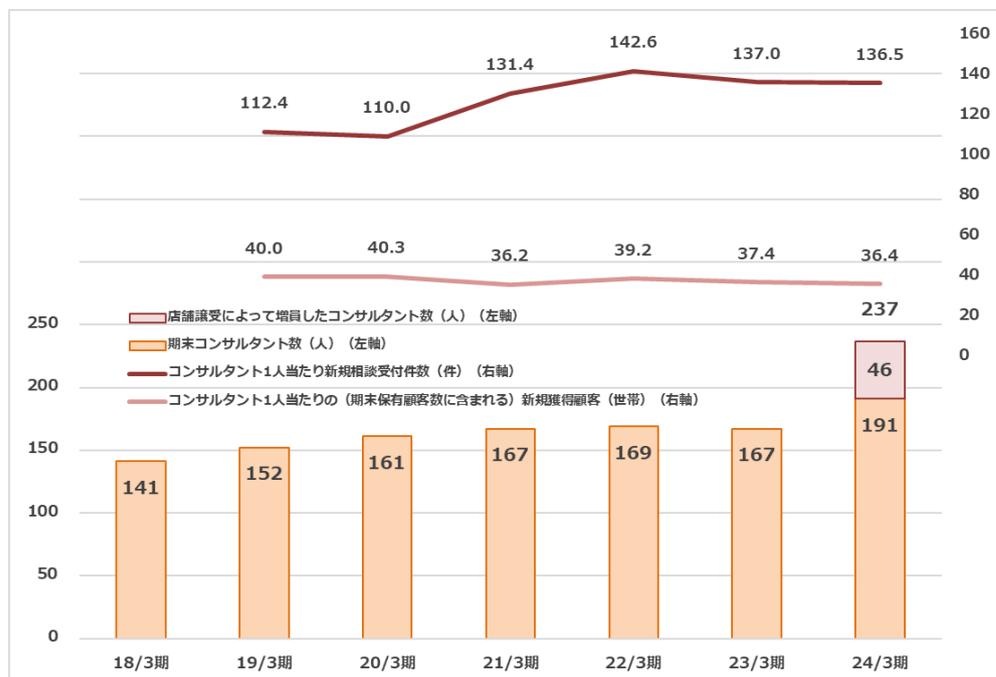
(出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 仕組み(4): コンサルタントチーム

コンサルティングとアフターフォローを行うのは同社のコンサルタントであり、このコンサルタントの稼働状況が収益を決定すると言っても過言ではない。

24/3 期末時点でコンサルタントは、セブン保険ショップの事業譲受による増員 46 人を含め 237 人在籍している(図表 8)。このほとんどが正社員であり、また、保険業界にありがちな営業成績によって給与が増減する業績連動給ではなく、固定給をベースとした給与体系を採っている。

【 図表 8 】 コンサルタントの人数の推移



(注) 24/3 期のコンサルタント 1 人当たりの数値は、店舗譲受による増員 46 人を除いて算出 (出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

業績連動給をベースとした、少数の好成績なコンサルタントが牽引するチームでは、(1) 属人的な能力に依存して業績が安定しない、(2) 目先の契約獲得を追いかける傾向が強くなり顧客のライフプランに沿った長期的な視点でのコンサルティングが難しい、(3) チーム内でノウハウの共有が進まないといった問題があると同社は考えている。さらに、人数が多い一般の所得層を対象としている同社にとっては、コンサルタントチームの規模拡大が成長のために何よりも必要なことになる。

そこで同社が採ったのは、固定給をベースとした給与体系のもとでのチーム構築である。こうすることで、以下の効果が得られ、コンサルタントチームの拡大につながっていくとしている。

- (1) 目先の短期業績の追求よりも長期視点で顧客に接するという考え方をチーム内に浸透しやすくなる
- (2) チームでのノウハウの共有が進んでチーム全体の質の底上げにつながりやすくなる
- (3) 昇給の仕方等から長く働くことへのインセンティブが働きやすく離職率が低くなる

こうした固定給をベースとした給与体系は、同社の競争優位性の大きな源泉となっている。

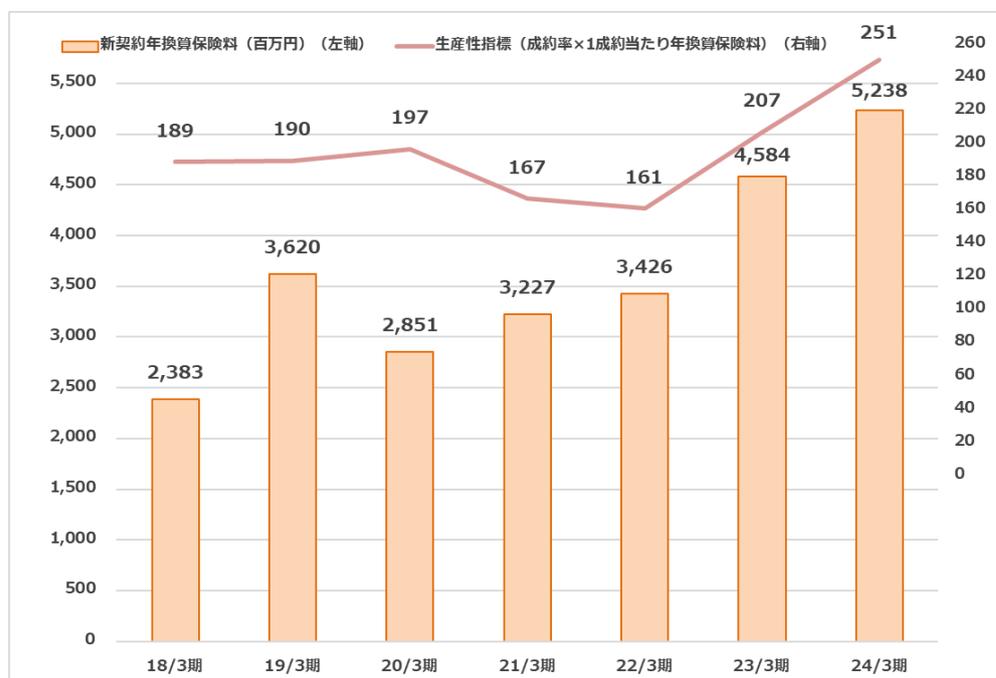
また、採用は新卒を中心に行っているが、独自の教育システムによって、コンサルタントの質のばらつきを少なくしつつ、入社後3年弱で累計黒字化できるとしている。同時に、コンサルタントの定着率を上げる効果ももたらしめている。実際、同社の新卒入社3年以内の退職率は金融業の平均に比べて相当低く抑えられている。

注) 年換算保険料

保険料の支払い方には毎月支払う「月払い」のほかに、「年払い」や契約時一括支払いの「一時払い」等、様々な方法がある。こうした支払い方法の違いを調整し、すべての契約の保険料が契約期間中に平均して支払われるものと仮定して算出された保険料が、年換算保険料である。別の言い方をすると、年換算保険料は、生命保険会社が保有する保険契約から得ている1年当たりの保険料収入を示している。

同社では、成約率と新契約1成約当たり年換算保険料^注を掛け合わせた数値を、生産性指標として重視している(図表9)。23/3期、24/3期の生産性指標が2期連続で大きく上昇しているのは、成約率は横ばいであったものの、新契約1成約当たり年換算保険料が大幅に上昇したためである。新契約1成約当たり年換算保険料はよく売れた商品の種類により変動するが、23/3期、24/3期は、米国債金利の上昇を背景として、年換算保険料が高い貯蓄性保険の販売が増えたことが貢献した。

【図表9】生産性指標の推移



(注) 生産性指標=成約率×新契約1成約当たり年換算保険料
(出所) 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 仕組み (5) : IT を活用した業務効率化と提案力向上

コンサルタントの稼働効率を上げつつ、提案力を向上していくために、同社は IT を積極的に活用している。金融商品のような顧客への説明を必要とする商談に適したオンライン商談システム「Broadtalk (ブロードトーク)」や、ライフプランニング機能と複数の金融商品の同時設計機能をウェブ上で利用できる「マネパス」を開発、利用している。

◆ 収益構造

同社の収益は、生命保険をはじめとした金融商品・サービスの取引によって発生する手数料収入が中心である (図表 10)。

【 図表 10 】 取扱商品・サービスごとの収益の内容

取扱商品・サービス	フロー型収益	ストック型収益	利益
生命保険	初年度手数料 ボーナス手数料	継続手数料 (4年~10年)	収益 ≒ 売上総利益
損害保険	初年度手数料	更改手数料 (更改される限り)	同上
債券	販売手数料	—	同上
投資信託	—	信託報酬	同上
住宅ローン	手数料	—	同上
不動産仲介	仲介手数料	—	同上
不動産販売	売却額	—	売上総利益

(出所) 事業計画及び成長可能性に関する説明資料より証券リサーチセンター作成

生命保険を例にとると、契約成立時に生命保険会社から初年度手数料及びボーナス手数料 (フロー型収益) が得られるほか、契約後 4~10 年にわたって継続手数料 (ストック型収益) が得られる。

ストック型収益は、生命保険だけでなく、損害保険、投資信託でも得られる。ストック型収益が存在することで、同社の収益の安定性が確保されている。

手数料収入はほぼそのまま売上総利益となる。一方、同社のサービスのうち、唯一支払原価が発生する不動産販売については、不動産の売却額と仕入原価の差が売上総利益となる。不動産販売については、日本国内の不動産は、20 年 10 月に設立した連結子会社 MIRAI が取り扱っている。また、Broad-minded America Properties, Inc. 及び Broad-minded Texas, LLC の 2 社の連結子会社が米国不動産を扱っていたが、2 社とも 22 年 9 月に清算された。

> 強み・弱みの評価

◆ SWOT 分析

同社の内部資源(強み、弱み)、および外部環境(機会、脅威)は、図表 11 のようにまとめられる。

【 図表 11 】 SWOT 分析

<p>強み (Strengths)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・20歳代～40歳代の一般の所得層を主なターゲットとするポジショニング ・保険から不動産まで複数領域の商品・サービスをワンストップで提供できる体制 <ul style="list-style-type: none"> - 生命保険、損害保険、証券、住宅ローンの販売資格に係る登録または認可の取得 ・安定的な見込み客の確保に資する業務提携先との強い関係 ・顧客への提案やアフターフォローを行う、質のばらつきの少ないコンサルタントチーム <ul style="list-style-type: none"> - コンサルタントが原則正社員であること - コンサルタントを育成する独自の教育プログラムと離職率を低く抑える仕組み ・強固な財務基盤
<p>弱み (Weaknesses)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・世間一般におけるパーソナルファイナンスのサービスに対する認知度の低さ ・不動産関連事業の売上高の多寡によって利益がぶれやすい状況
<p>機会 (Opportunities)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・国内世帯の7割超という対象市場の大きさ ・20歳代～40歳代の一般の所得層における将来不安の高まり ・乗合保険代理店やIFAの市場の拡大余地 ・ライフプランニングをベースとしたサービスの普及・浸透 <ul style="list-style-type: none"> - 政策面での追い風(「顧客本位の業務運営に関する原則」での取り扱い等) ・会員組織を持つ企業のマーケティングニーズの高まり ・サービスのデジタル化を通じた成長余地 ・利益率改善の余地 ・新領域の開拓(金融教育分野等) ・上場による知名度、信用度、従業員のモチベーションの向上
<p>脅威 (Threats)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・保険業界全体の市場規模の伸び悩み ・保険会社によって保険手数料率等の取引条件が変更される可能性 ・税務当局による保険商品の税務取り扱いの見直しが発生する可能性 ・乗合保険代理店の業界で競争が更に激化する可能性 ・保険業界における不祥事の発生の可能性 ・何かしらの事情で企業としてのレピュテーションが損なわれる可能性 ・必要な人材(特にコンサルタント)がそろわない可能性 <ul style="list-style-type: none"> - 計画通りに進まない採用活動 - 想定を超えて上昇する離職率 ・新領域への展開が思ったような成果をあげない可能性

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 仕組みの起点となるコンサルタントチームが知的資本の源泉

同社の競争力を知的資本の観点で分析した結果を図表 12 に示した。

同社の知的資本の源泉は、組織資本のプロセスに分類される「コンサルタントチーム」である。

同社は 20 歳代～40 歳代の一般の所得層のファミリーを対象としており、この層を対象としても利益が出るように、業務プロセスの各所に同社独自の工夫が施されている。それぞれに共通しているのは、最終顧客との接点を持つコンサルタントチームを起点に考えられているという点である。

仕組みのひとつである業務提携による集客は、その開始が 06 年と早く、以降、集客とコンサルティングの分業が進み、分業の体制で業務を進めるノウハウが蓄積されていった。

ノウハウの蓄積は成約件数の拡大につながり、コンサルタントの成功経験の蓄積、ひいてはコンサルタントチームの質の向上につながるといふ好循環を描くようになっていった。

【 図表 12 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI			
		項目	数値 (前回)	数値 (今回)	
関係資本	顧客	・最終顧客 (最終契約者)	・生命保険の期末保有顧客数 77,101世帯 既存70,824世帯、新規6,277世帯	118,859世帯 既存75,951世帯、新規6,519世帯、 契約移管36,389世帯	
		・住宅ローン融資実行残高	52,708百万円	59,113百万円	
		・金融資産預かり資産残高	20,615百万円	30,533百万円	
	・直接顧客 (売上先)	・売上高上位の顧客	メットライフ生命保険 (全売上高の45.0%)	メットライフ生命保険 (全売上高の40.3%) TOBE (同13.7%)	
	ブランド	・ブロードマインドの知名度	・特になし	特になし	-----
	ネットワーク	・取り扱う商品・サービスに関わる契約締結先	・代理店業務の契約先の生命保険会社	30社	31社
			・代理店業務の契約先の損害保険会社	16社	17社
			・金融商品仲介業の契約締結先の証券会社	6社	5社
			・住宅ローン代理業の契約締結先	1社	-----
			・銀行代理業の契約締結先	1社	2社
・大株主との関係資本業務提携先	・資本業務提携先	クレディセゾン (18.68%保有)	クレディセゾン (17.92%保有)		
組織資本	・集客の仕組み	・送客実績のある業務提携先	30社以上	-----	
		・新規相談受付数	23,010件	24,437件	
		・新規相談受付数に占める業務提携経由の割合	83.1% (前回は数値非開示だったため「8割強」と記載)	82.8%	
		・コンサルタントの人数	167人	237人 (店舗譲受による増員46人を除くと191人)	
	・コンサルタントチーム	・コンサルタント1人当たりの 新規相談受付件数	137.0件	136.5件 (店舗譲受による増員を除いて算出)	
		・コンサルタント1人当たりの 期末保有顧客数 (新規獲得顧客)	37.4件	36.4件 (店舗事業譲受による顧客数増と増員を除いて算出)	
		・生産性指標	207	251	
		・拠点	・事務所	本社事務所1カ所 (東京) 支社事務所4カ所 (大阪、名古屋、福岡、金沢)	-----
	・コールセンター		2カ所	-----	
	・営業店舗		11店	23店 フングラン10店 ラザウォーク1店 マネプロ12店	
	・開発体制	・サービス開発部門の人数	開示なし	-----	
	知的財産 ノウハウ	・ノウハウの蓄積	・他企業との業務提携による集客の経験	06年11月の開始より16年経過	06年11月の開始より17年経過
			・生命保険の期末保有顧客数	77,101世帯	118,859世帯
			・過去5年の新規相談受付件数累計	102,189件 (19/3期~23/3期)	110,165件 (20/3期~24/3期)
			・創業者の保険業界での経験年数	96年9月のソニー生命入社より26年経過	96年9月のソニー生命入社より27年経過
人的資本	従業員	・創業以来の年数	02年1月の会社設立より21年経過	02年1月の会社設立より22年経過	
		・従業員数	連続243人 単体236人	連続331人 単体318人	
		・平均年齢	36.7歳 (単体)	39.0歳 (単体)	
		・平均勤続年数	6.4年 (単体)	5.4年 (単体)	
		・平均年間給与	615万円 (単体)	578万円 (単体)	

(注) 1. KPI の数値は特に記載がない場合、前回は 23/3 期または 23/3 期末、今回は 24/3 期または 24/3 期末のものとする

2. 前回と変更しないものは-----と表示

(出所) 有価証券報告書、決算説明会資料、ウェブサイト、会社ヒアリングより証券リサーチセンター作成

> 決算概要**◆ 24年3月期は上方修正後の会社計画は下回ったものの、主力の生命保険代理業の増収と不動産販売の貢献により増収増益**

24/3期は、売上高 5,221 百万円（前期比 20.8%増）、営業利益 722 百万円（同 16.7%増）、経常利益 755 百万円（同 15.8%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 447 百万円（同 16.5%減）となった。

期初に公表された会社計画に対する達成率は、売上高 104.4%、営業利益 105.4%、経常利益 109.4%、親会社株主に帰属する当期純利益 97.2%であった。

なお、第2四半期決算公表時と第3四半期決算公表時に、同社は2度、業績予想を上方修正した。2度目の上方修正後の会社計画に対する達成率は、売上高 98.5%、営業利益 96.3%、経常利益 100.0%、親会社株主に帰属する当期純利益 95.1%であり、売上高、利益とも及ばなかった。

商品・サービス別では、主力の生命保険代理業が前期比 6.2%増収となり、前期並みの増収率を維持した。期末の保有顧客数に含まれる新規獲得世帯数が前期末比 3.9%増となったほか、セブン保険ショップ事業譲受による 36,389 世帯の保険契約の増分があった。既存の保有契約の増加に加え、米国債金利の上昇を背景とした年換算保険料が高い貯蓄性保険の販売が増加し、同社が重視する ANP（生産性指標＝成約率×1成約当たり年換算保険料）が大幅に上昇し、増収につながった。また、不動産販売の案件があり、不動産販売業の売上高が前期比 52.3%増となり、全体の増収に貢献した。

売上総利益率は前期比 3.6%ポイント低下の 83.1%となった。物件の仕入原価が発生するために相対的に売上総利益率が低い不動産販売業の売上構成比が 22.9%と同 4.8%ポイント上昇したことが要因である。販売費及び一般管理費（以下、販管費）は、人件費の上昇等により同 15.5%増となったが、増収率を下回ったため、売上高販管費率は同 3.2%ポイント低下の 69.2%となった。これらの結果、売上高営業利益率は同 0.5%ポイント低下の 13.8%となった。

なお、営業利益及び経常利益が増益なのに、親会社株主に帰属する当期純利益が減益となったのは、前期に特別利益として計上されていた海外不動産子会社に関する関係会社清算益 114 百万円がなくなったことと、当期に資本業務提携先の株式の投資有価証券評価損 73 百万円を特別損失として計上したためである。

> 最近の変化

◆ 事業譲受による保険ショップ「マネプロ」の展開の開始

24年1月19日に同社は、セブン・フィナンシャルサービスとの間でセブン保険ショップ事業の譲渡契約を締結した。これにより、セブン保険ショップの首都圏の12店舗(東京6店舗、神奈川3店舗、千葉2店舗、埼玉1店舗)を譲受し、24年3月1日から「マネプロ」の店舗ブランドにより、保険ショップの運営を開始した。

事業譲受に先立ち、セブン保険ショップの赤羽店(東京都北区)を21年10月から共同運営してきた。共同運営の前と後で、1契約者当たりの手数料単価が約1.6倍に上がったという結果から、生産性向上に手応えを得ての事業譲受であったと言える。

今後は、譲受した店舗が持つ保険契約及びコンサルタントの活用、生産性向上により業績貢献につなげていくとともに、「マネプロ」という店舗ブランドを育成していくことで、マーケティング面での効果も得ていく方針としている。

> 今後の業績見通し

◆ 25年3月期会社計画

25/3期会社計画は、売上高6,170百万円(前期比18.2%増)、営業利益820百万円(同13.5%増)、経常利益825百万円(同9.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益460百万円(同2.9%増)である(図表13)。

商品・サービス別売上高の計画の開示はないが、同社の収益の6割強を占める生命保険代理業に関しては、コンサルタントの増員、育成をもとに増収を計画している。25/3期は新卒を中心に40人規模でコンサルタントが入社し、研修を経て10月に稼働を開始する予定としている。また、外貨建て終身保険や変額保険を中心とした資産形成商品の拡販が進み、ANP単価がさらに上昇することを同社は想定している。

また、アフターフォロー体制の強化を通じて、生命保険以外の金融商品・サービスからの手数料の増加も想定しているようである。一方、不動産販売業における開発・販売は現状維持の方針であるため、販売額は前期より若干減少する見通しである。

売上総利益率は、前期比3.3%ポイント上昇の86.4%を計画している。仕入原価が発生するために相対的に売上総利益率が低い不動産販売の売上構成比の低下を見込んでいることが主な要因である。また、当期は人員増による人件費の増加のほか、東京本社及び大阪支社の移転による費用増があり、販管費は同24.7%増、売上高販管費率は同3.9%

ポイント上昇の73.1%を計画している。これらより、25/3期の売上高営業利益率は同0.5%ポイント低下の13.3%と同社は予想している。

なお、営業利益と経常利益の増益率に比べて親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が低いのは、オフィス移転に伴い、一定の特別損失が発生することを見込んでいるためである。

25/3期の1株当たり配当は、24/3期の40.0円より40.0円増額の80.0円(期末のみ)を計画している。なお、24/3期の40.0円のうちの14.0円は中期経営計画の早期達成の記念配当であり、大幅増配と言える。配当性向は97.1%を見込んでいる(24/3期は48.2%)。

【図表13】ブロードマインドの25年3月期の連結業績計画

(単位:百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用前		「収益認識に関する会計基準」 適用後					27/3期中計
	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期会社計画		
	実績	実績	実績	実績	実績	前期比		
売上高	3,244	3,281	3,622	4,324	5,221	6,170	18.2%	8,000
生命保険代理業	2,554	2,744	2,784	2,961	3,145	-	-	-
売上構成比	78.7%	83.6%	76.9%	68.5%	60.2%	-	-	-
損害保険代理業	172	169	174	217	165	-	-	-
売上構成比	5.3%	5.2%	4.8%	5.0%	3.2%	-	-	-
金融商品仲介業	51	35	57	103	159	-	-	-
売上構成比	1.6%	1.1%	1.6%	2.4%	3.1%	-	-	-
住宅ローン代理業	44	37	29	18	36	-	-	-
売上構成比	1.4%	1.1%	0.8%	0.4%	0.7%	-	-	-
不動産販売業	326	179	431	784	1,194	-	-	-
売上構成比	10.1%	5.5%	11.9%	18.1%	22.9%	-	-	-
その他	94	115	144	239	520	-	-	-
売上構成比	2.9%	3.5%	4.0%	5.5%	10.0%	-	-	-
売上総利益	2,969	3,140	3,346	3,748	4,337	5,330	22.9%	-
売上総利益率	91.5%	95.7%	92.4%	86.7%	83.1%	86.4%	-	-
販売費及び一般管理費	2,668	2,755	2,855	3,129	3,615	4,510	24.7%	-
売上高販管費率	82.2%	84.0%	78.8%	72.4%	69.2%	73.1%	-	-
営業利益	301	384	491	618	722	820	13.5%	1,280
売上高営業利益率	9.3%	11.7%	13.6%	14.3%	13.8%	13.3%	-	16.0%
経常利益	290	423	513	651	755	825	9.3%	-
売上高経常利益率	9.0%	12.9%	14.2%	15.1%	14.5%	13.4%	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	177	282	327	535	447	460	2.9%	-
売上高当期純利益率	5.5%	8.6%	9.0%	12.4%	8.6%	7.5%	-	-

(注) 22/3期より「収益認識に関する会計基準」を適用

(出所) 有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 証券リサーチセンターの業績予想：25年3月期

証券リサーチセンター(以下、当センター)では、24/3期の業績を踏まえ、25/3期以降の業績予想を見直すとともに、27/3期の業績予想を

新たに策定した。

同社の 25/3 期業績について、売上高 6,159 百万円 (前期比 18.0%増)、営業利益 829 百万円 (同 14.9%増)、経常利益 832 百万円 (同 10.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益 464 百万円 (同 3.9%増) と、会社計画に沿った水準を予想した (図表 14)。

当センターでは、業績予想を策定する上で、次の点に留意した。

- (1) 主力の生命保険代理店業の売上高は、期末保有顧客数と 1 保有顧客当たり収益を予想して算出した。

期末保有顧客数のうち新規獲得顧客は、新規相談受付件数を前期比 1,700 件増の 26,137 件とした上で、前期より若干低めの成約率を適用した。期末保有顧客数のうちの既存顧客は、前期末の保有顧客数に、前期よりやや高めの解約率を適用し、同 40,887 件増の 116,838 件とした。大幅増になっているのは、前期末の契約移管顧客 36,389 件の多くが既存顧客になるためである。

これらより期末保有顧客数は前期末比 4.0%増の 123,634 件とした。一方、1 顧客当たり収益は前期より 467 円低い 38,900 円とした結果、生命保険代理店業の売上高は前期比 27.6%増と予想した。

- (2) 金融商品仲介業では期末金融商品預かり資産残高を前期末比 39.3%増として前期比 38.9%増収に、住宅ローン代理店業では期末住宅ローン融資実行残高を前期末比 12.7%増として前期比 17.5%増収とした。
- (3) 不動産販売業は、24/3 期末の在庫と、25/3 期会社計画の原価をもとに、前期比 5.0%減収と予想した。
- (4) 売上総利益率は、会社計画と同じ前期比 3.3%ポイント上昇の 86.4%とした。不動産販売の減少に伴う仕入原価減少を織り込んだ。
- (5) 販管費は人員増による人件費の増加とオフィス移転に伴う費用増を考慮して前期比 24.2%増とし、売上高販管費率は同 3.7%ポイント上昇の 72.9%と予想した (会社計画は 73.1%)。期末のコンサルタントは前期末比 33 人増の 270 人とした。

- (6) これらの結果、25/3 期の売上高営業利益率は、前期比 0.3%ポイント低下の 13.5%と予想した(会社計画は 13.3%)。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想：26年3月期以降

26/3 期以降の業績について、26/3 期は前期比 15.0%、27/3 期は同 9.0%の増収を予想した。主力の生命保険代理店業は 26/3 期が同 20.1%増収、27/3 期が同 9.8%増収を予想した。金融商品仲介業は 26/3 期同 28.2%増収、27/3 期同 36.7%増収、住宅ローン代理店業は 26/3 期同 13.3%増収、27/3 期同 11.8%増収と予想した。業績への影響が大きい不動産販売業については、現状維持として 26/3 期、27/3 期とも前期と同額と予想した。

原価が発生する不動産販売業の売上構成比低下を踏まえ、売上総利益率は 26/3 期 88.1%、27/3 期 89.1%へ上昇していくものとした。販管費は 26/3 期が前期比 14.2%増、27/3 期が同 9.1%増とし、売上高販管費率 26/3 期 72.4%、27/3 期 72.5%とした。コンサルタントは、26/3 期末は前期末比 35 人増の 305 人、27/3 期末は同 35 人増の 340 人とした。

これらの結果、売上高営業利益率は 26/3 期 15.8%、27/3 期 16.7%へ上昇していくものと予想した。

【 図表 14 】証券リサーチセンターの連結業績予想

(損益計算書)

(単位:百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用前					「収益認識に関する会計基準」 適用後						
	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期CE	25/3期E (今回)	25/3期E (前回)	26/3期E (今回)	26/3期E (前回)	27/3期E	
	前期比	前期比	前期比	前期比	前期比							
損益計算書												
売上高	3,244	3,281	3,622	4,324	5,221	6,170	6,159	5,476	7,086	6,001	7,726	
前期比	3.3%	1.2%	10.4%	19.4%	20.8%	18.2%	18.0%	9.8%	15.0%	9.6%	9.0%	
事業別												
生命保険代理業	2,554	2,744	2,784	2,961	3,145	-	4,014	3,409	4,822	3,658	5,294	
前期比	-4.6%	7.4%	1.4%	6.4%	6.2%	-	27.6%	6.8%	20.1%	7.3%	9.8%	
構成比	78.7%	83.6%	76.9%	68.5%	60.2%	-	65.2%	62.3%	68.1%	61.0%	68.5%	
損害保険代理業	172	169	174	217	165	-	200	260	241	285	264	
前期比	8.5%	-1.8%	2.7%	24.9%	-24.0%	-	21.4%	8.9%	20.1%	9.4%	9.8%	
構成比	5.3%	5.2%	4.8%	5.0%	3.2%	-	3.3%	4.8%	3.4%	4.8%	3.4%	
金融商品仲介業	51	35	57	103	159	-	221	141	283	163	387	
前期比	-9.0%	-31.8%	62.7%	79.3%	54.3%	-	38.9%	16.5%	28.2%	15.6%	36.7%	
構成比	1.6%	1.1%	1.6%	2.4%	3.1%	-	3.6%	2.6%	4.0%	2.7%	5.0%	
住宅ローン代理業	44	37	29	18	36	-	42	23	48	25	54	
前期比	3.5%	-15.5%	-19.6%	-39.0%	99.5%	-	17.5%	12.8%	13.3%	11.3%	11.8%	
構成比	1.4%	1.1%	0.8%	0.4%	0.7%	-	0.7%	0.4%	0.7%	0.4%	0.7%	
不動産販売業	326	179	431	784	1,194	-	1,135	1,351	1,135	1,554	1,135	
前期比	160.5%	-45.0%	140.3%	81.6%	52.3%	-	-5.0%	17.6%	0.0%	15.0%	0.0%	
構成比	10.1%	5.5%	11.9%	18.1%	22.9%	-	18.4%	24.7%	16.0%	25.9%	14.7%	
その他	94	115	144	239	520	-	545	289	555	314	590	
前期比	21.7%	22.4%	25.5%	65.8%	117.3%	-	4.8%	9.4%	1.8%	8.6%	6.3%	
構成比	2.9%	3.5%	4.0%	5.5%	10.0%	-	8.9%	5.3%	7.8%	5.2%	7.6%	
主要KPI												
生命保険 新規相談受付件数(件)	17,213	21,552	23,953	23,010	24,437	-	26,137	30,730	29,217	34,290	35,297	
生命保険 保有顧客数(世帯)	61,423	66,409	71,947	77,101	118,859	-	123,634	90,520	129,376	98,538	136,860	
既存顧客	55,115	60,477	65,361	70,824	75,951	-	116,838	82,069	121,780	89,108	127,435	
新規獲得顧客	6,308	5,932	6,586	6,277	6,519	-	6,796	8,451	7,596	9,430	9,424	
契約移管顧客	-	-	-	-	36,389	-	0	-	0	-	0	
1顧客当たり収益(円)	43,425	43,071	40,059	39,818	39,367	-	38,900	39,000	38,000	38,500	39,500	
(生命保険代理業の売上高を、既存顧客の期中平均と新規獲得顧客の合計で割って算出)												
住宅ローン 融資実行残高(百万円)	37,036	43,087	48,556	52,708	59,113	-	66,613	62,708	75,113	68,608	84,613	
金融商品 預かり資産残高(百万円)	9,642	12,965	17,406	20,615	30,533	-	42,533	28,215	54,533	32,615	74,533	
売上総利益	2,969	3,140	3,346	3,748	4,337	5,330	5,319	4,476	6,246	4,851	6,886	
前期比	-4.3%	5.8%	6.6%	12.0%	15.7%	22.9%	22.6%	8.2%	17.4%	8.4%	10.2%	
売上総利益率	91.5%	95.7%	92.4%	86.7%	83.1%	86.4%	86.4%	81.7%	88.1%	80.8%	89.1%	
販売費及び一般管理費	2,668	2,755	2,855	3,129	3,615	4,510	4,489	3,704	5,129	3,986	5,598	
前期比	3.6%	3.3%	3.6%	9.6%	15.5%	24.7%	24.2%	7.7%	14.2%	7.6%	9.1%	
売上高販管費率	82.2%	84.0%	78.8%	72.4%	69.2%	73.1%	72.9%	67.6%	72.4%	66.4%	72.5%	
営業利益	301	384	491	618	722	820	829	771	1,116	864	1,287	
前期比	-42.7%	27.8%	27.7%	25.9%	16.7%	13.5%	14.9%	10.7%	34.6%	12.0%	15.3%	
売上高営業利益率	9.3%	11.7%	13.6%	14.3%	13.8%	13.3%	13.5%	14.1%	15.8%	14.4%	16.7%	
経常利益	290	423	513	651	755	825	832	773	1,119	866	1,290	
前期比	-47.9%	45.8%	21.2%	26.9%	15.8%	9.3%	10.2%	10.6%	34.5%	12.0%	15.3%	
売上高経常利益率	9.0%	12.9%	14.2%	15.1%	14.5%	13.4%	13.5%	14.1%	15.8%	14.4%	16.7%	
親会社株主に帰属する当期純利益	177	282	327	535	447	460	464	516	719	578	829	
前期比	-55.7%	58.9%	15.8%	63.4%	-16.5%	2.9%	3.9%	10.6%	55.0%	12.0%	15.3%	
売上高当期純利益率	5.5%	8.6%	9.0%	12.4%	8.6%	7.5%	7.5%	9.4%	10.2%	9.6%	10.7%	

(注) 1. CE : 会社予想 E : 証券リサーチセンター予想

2. 22/3期より「収益認識に関する会計基準」を適用。22/3期の前期比は21/3期の適用前の金額との比較(出所) 有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

【 図表 15 】証券リサーチセンターの連結業績予想 (貸借対照表/キャッシュ・フロー計算書) (単位:百万円)

	「収益認識に関する会計基準」 適用前					「収益認識に関する会計基準」 適用後					
	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期CE (今回)	25/3期E (今回)	25/3期E (前回)	26/3期E (今回)	26/3期E (前回)	27/3期E
	貸借対照表										
現金及び預金	1,365	2,287	2,513	2,812	1,985	-	2,059	3,343	2,372	3,702	2,769
売掛金	443	315	282	192	207	-	246	246	283	270	309
契約資産(22/3期以降)	-	-	382	411	428	-	505	520	581	570	633
販売用不動産	151	126	260	-	-	-	0	0	0	0	0
仕掛販売用不動産	-	-	88	560	873	-	851	711	851	780	851
その他	55	51	49	87	124	-	124	87	124	87	124
流動資産	2,418	3,304	3,577	4,064	3,618	-	3,786	4,909	4,212	5,410	4,687
有形固定資産	74	65	62	67	150	-	287	74	268	75	251
無形固定資産	20	21	30	63	533	-	557	76	570	82	579
投資その他の資産	466	289	393	432	722	-	722	432	722	432	722
固定資産	562	375	486	562	1,406	-	1,567	582	1,561	590	1,553
資産合計	2,980	3,680	4,064	4,626	5,025	-	5,353	5,491	5,774	6,000	6,240
買掛金	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
未払金	154	166	148	223	196	-	234	284	269	312	293
契約負債(22/3期以降)	-	-	204	195	203	-	240	246	276	270	301
未払法人税等	19	109	137	171	127	-	141	198	219	222	253
短期借入金	435	298	50	-	-	-	0	0	0	0	0
1年内返済予定の長期借入金	18	3	-	-	1	-	0	0	0	0	0
その他	338	390	407	472	530	-	530	472	530	472	530
流動負債	979	975	948	1,062	1,059	-	1,146	1,201	1,296	1,276	1,378
長期借入金	3	-	-	4	2	-	2	4	0	0	0
その他	0	0	2	7	51	-	51	7	51	7	51
固定負債	10	0	2	11	53	-	53	11	51	7	51
純資産合計 (自己資本)	1,991	2,704	3,113	3,552	3,912	-	4,153	4,277	4,426	4,716	4,809
1,991	2,703	3,112	3,544	3,902	-	4,143	4,270	4,416	4,709	4,799	
キャッシュ・フロー計算書											
税金等調整前当期純利益	284	423	508	758	681	-	722	773	1,119	866	1,290
減価償却費	11	18	17	20	28	-	32	16	54	17	57
のれん償却費	17	-	-	-	6	-	6	2	6	2	6
売上債権の増減額(ーは増加)	-130	125	-350	62	-30	-	-115	-68	-113	-73	-78
棚卸資産の増減額(ーは増加)	231	22	-220	-212	-312	-	22	-63	0	-68	0
仕入債務の増減額(ーは減少)	-	-	-	-	-	-	37	21	36	23	24
未払金の増減額(ーは減少)	-22	13	-21	75	-26	-	37	25	35	27	24
法人税等の支払額	-197	-54	-163	-219	-279	-	-243	-238	-321	-264	-427
その他	-39	143	255	-57	105	-	0	0	0	0	0
営業活動によるキャッシュ・フロー	156	692	26	427	170	-	498	469	816	531	898
有形固定資産の取得による支出	-50	-11	-1	-20	-30	-	-160	-15	-15	-15	-15
無形固定資産の取得による支出	-13	-10	-12	-27	-32	-	-40	-13	-40	-13	-40
投資有価証券の取得・償還による収支	-20	7	-82	31	17	-	0	0	0	0	0
短期貸付金の増減額(ーは増加)	-132	-	415	-	-1	-	0	0	0	0	0
長期貸付金の貸付・回収による収支	-112	0	115	-	-	-	0	0	0	0	0
その他	-7	-124	117	0	-857	-	0	0	0	0	0
投資活動によるキャッシュ・フロー	-336	-138	551	-17	-904	-	-200	-28	-55	-28	-55
短期借入金の増減額(ーは減少)	217	-139	-258	-50	-	-	0	0	0	0	0
長期借入金の増減額(ーは減少)	-24	-18	-3	-	-1	-	-1	0	-2	-4	0
社債の償還による支出	-12	-12	-6	-	-	-	0	0	0	0	0
株式の発行による収入	-	442	125	22	81	-	0	0	0	0	0
自己株式の取得による支出	-	-	-87	0	-44	-	0	0	0	0	0
配当金の支払額	-22	-22	-25	-84	-128	-	-223	-128	-446	-139	-446
その他	-	-4	-8	-	-	-	0	0	0	0	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	157	245	-264	-112	-92	-	-224	-128	-448	-144	-446
換算差額	0	1	32	0	-	-	0	0	0	0	0
現金及び現金同等物の増減額(ーは減少)	-23	801	346	298	-826	-	73	313	313	359	396
現金及び現金同等物の期首残高	1,389	1,365	2,167	2,513	2,812	-	1,985	3,030	2,059	3,343	2,372
現金及び現金同等物の期末残高	1,365	2,167	2,513	2,812	1,985	-	2,059	3,343	2,372	3,702	2,769

(注) 1. CE : 会社予想 E : 証券リサーチセンター予想
 2. 22/3 期より「収益認識に関する会計基準」を適用
 (出所) 有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点**◆ 保険業法の改正及び保険会社の代理店政策の変更の可能性**

同社の売上高の大半は、生命保険の販売による生命保険会社からの手数料収入によるものである。同社自身が生命保険募集人及び損害保険代理店として登録しており、保険業法をはじめとした法的規制を受けている。従って、保険業法等の法制度が改正された場合、同社の事業展開や業績に影響が及ぶ可能性がある。

また、生命保険会社の代理店政策の変更により、手数料収入が増減する可能性もある。実際に、19/3 期には保険会社の手数料率の変更があり、大幅増収のひとつの要因となった。同社はメットライフ生命保険からの手数料収入が全体の売上高の 4 割程度を占めているため、特にメットライフ生命保険の動向にも注意しておきたい。

◆ コンサルタントの採用が進まない可能性

同社の増収には、顧客への提案及びアフターフォローをするコンサルタントの増員が欠かせない。現在は採用面では特に問題はないが、今後何かしらの事情でコンサルタントの採用が滞った場合、想定する成長ができない可能性がある。

◆ 上場維持基準を満たす流通株式の条件について

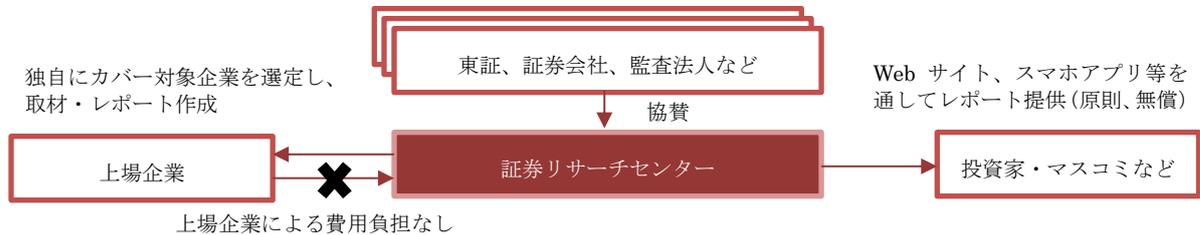
同社が東京証券取引所グロース市場の上場維持基準を満たすためには、流通株式数 1,000 単位以上、流通株式時価総額 5 億円以上、流通株式比率 25%以上を維持しなくてはならない。

23 年 3 月末時点で、流通株式比率は 20.9%であり、上場維持基準を満たしていなかった。23 年 7 月以降に権利行使可能となる従業員向け新株予約権の権利行使の推奨を行ったことと、一部の非流通株式保有者による株式売却の協力を得たことにより、24 年 3 月末時点の流通株式比率は 32.5%となり、上場維持基準に適合した。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC 京都監査法人	いちよし証券株式会社	J トラストグローバル証券株式会社	
監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人	監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社
株式会社プロネクサス	日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならないため、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。