

グッドウイン 梅津明美社長に聞く

21年目、原点回帰で進む

グッドウインは2017年度(17年12月期)、売上(手数料収入)70億円と過去最高を更新した。今年度は、「売上目標80億円、社員数800人」を掲げてスタートしたが、上半期で40億円を超え好調を堅持しており、社員数も8月時点で791人と目標達成に近い。また、昨年11月には日本FP協会の認定教育機関となり、FPへの継続教育も開始した。同年12月には「お客様本位の業務運営方針」も策定して公表し、社員一人一人の意識も一段と高まっている。梅津明美社長に、創業21年目となる今年度の状況や最新のトピック、今後の計画などを聞いた。



梅津社長

——創業20年の節目を経た感想を。

梅津 昨年は、3月から5月のテレビCMで認知度向上を図り、9月に20周年記念大会・祝賀会を成功裏に開催することができた。また、11月に日本FP協会の認定教育機関として認められたことは光栄だ。今年度は、次の20年に向けた第一歩のテーマとして「原点回

帰」を掲げ、「基本に立ち返って、基本に忠実に、丁寧に謙虚に仕事をする」こととしている。3月17日～4月1日の間で、山手線1編成の全てにグッドウインの広告を掲載するというラッピング広告を行い、さらなる認知度拡大を図った。全国各地で開催しているセミナーの頻度も高まっている。

——最大のトピックは。

梅津 日本FP協会の認定教育機関になったことが大きい。ファイナンシャル・プランナーは、法令や社会制度、経済環境、金融商品が日々変化

事務所移転で社員のモチベーションアップ



「ければならない」という一つの思いを軸にしている。

——セミナーも拡大しているということだが。

梅津 多くの消費者に保険や金融関連の情報を提供するためにセミナーに注力している。マネー、子育て、教育資金、新入社員、相続対策、退職金の運用など多彩なテーマのセミナーを、ホテルなどの施設、本会議室や全国の拠点などで、年400回ペースで開催している。セミナー参加者は、毎回平均20人、大きな会場でのコラボセミナーの場合は、100人規模になることもある。セミナー受講後に個別相談を

する中、顧客に対して常に最新のサービスが提供できるように、継続的に知識や技能の維持・向上に努めなければならない。CFP・AFP認定者には、「継続教育規程」を定め、継続教育と

FP協会認定教育にも注力

資格更新を義務付けている。

——継続教育単位として認められる事例は。

梅津 同協会が他団体

が該当する。当社は、賛助会員であり、すでに開催実績もある。また、通信教育という形で社内外へ継続教育を提供している。代理店で認定教育機関となつているのは当社のみで、これにより、教育に関する業界内でのリーダーシップを発揮していきたい。

——組織面の変更などは。

梅津 15年に全社員を「雇用」化したときに、営業戦略室を設けたが、今年1月からは同室を経営統括部に位置付けた。マーケット開拓、営業社員の行き先づくり、既存マーケットの生産性の向上などを担当する部署で、組織変更したことで社員の活躍機会が拡大している。また、今年8

月1日に「社長室」も設置した。社長の意思や経営方針を速やかに社内浸透・徹底させる役割を担う他、リーディングカンパニーに相応しい組織体制作りと人材育成を推進して行く。

——新宿住友ビルへの移転効果も大きいということだが。

梅津 社員のモチベーションがアップしているのと同時に、採用についても明らかに効果が出ています。昨年12月に内勤社員を数人募集したところ、約400人の応募があった。移転前と比べて反響の大きさに驚いており、見えない広告宣伝効果になっていると思う。営業社員についても、順調に応募があり、18年度目標をクリアし、19年度の「社員900人売上90億」、20年度の「社員1000人、売上100億」の目標達成も見えてきている。

——今年度のキーワードを。

梅津 キーワードは「原点回帰」。各種の施策を着実に遂行していきたい。山手線のラッピング広告掲載に当たり、お客様さまに伝わるように「あなたの『ライフプラン』をデザインする」というコミュニケーションメッセージを新たに制定した。昨年のテレビCMに続き、当社の認知が徐々に進んできたが、さらに浸透させていきたい。

——その他には。

梅津 「お客様本位の業務運営に関する方針」を策定したことで、さらに会社の基盤が強固になった。営業部門、管理部門、経営等、さまざまな立場から「グッドウインの保険コンサルティングは、いついかなるときも、お客様のためにな