

BiZUP

BiZUP Accounting Office Management Report

11

vol.85 / 2020

10年間の平均成長率はプラス24%!

MANAGEMENT VISION グロースリンク税理士法人 鶴田 幸久

売上も顧客数も伸びし続けていた深いワケとは?



《事務所経営レポート》

キヨプロ税理士法人／清原 浩太郎

わずか5年で300社超の顧問先獲得と

自社テナントビルを実現した

驚きの戦略とは

《SPECIAL FEATURE》

佐藤信祐事務所 所長・公認会計士・税理士・博士(法学)／佐藤 信祐

加藤論文に見る

「取引相場のない株式の評価」の問題点

MANAGEMENT VISION

グロースリンク税理士法人
代表
鶴田 幸久



株式会社ビズアップ総研
代表取締役・税理士
吉岡 高広

10年間の平均成長率はプラス24%!

売上も顧客数も
伸ばし続けている秘訣と、
あえて社名を変更した
深いワケとは?

新規開業支援と事業承継支援を毎年各10件以上も実施するなど、

医科・歯科・介護にとりわけ強みを持つことで知られる

愛知・名古屋のグロースリンク税理士法人(今年、社名を税理士法人鶴田会計から変更)。

売上や顧客数のみならずスタッフ数も着実に増やし、

グループ内に行政書士事務所や社会保険労務士法人、

医療人材専門の人材紹介会社(株式会社MDbank)も設立するなど順風満帆だ。

その秘訣はどこにあるのだろうか。

代表の鶴田幸久先生に、じっくりとお話を伺った。



「いい会社」として
成長を続けるため、
組織としてブランディングの
必要性を痛感

吉岡高広(以下吉岡) まず気になるのが、社名の変更です。なぜ、定着してきた「鶴田会計」の名をあえて変えようと考えたのでしょうか。

鶴田先生(以下鶴田) 「鶴田会計」としていたのは、私自身が名前の入っていない会計事務所を見て「所長さんはどなただろう」と思ってしまうところがあったからなのです。お客様にとってもわかりやすいのではないかと考え、自分の名前を入れたというくらいの気持ちでした。しかし、何年も続けていく中で、違和感のほうが大きくなってきたのです。

吉岡 その違和感はどのようなものだったのでしょうか。

鶴田 もっとも大きいのは、弊社が掲げるミッションとのズレでしょうか。「幸せ」と「利益」を両立する『いい会社』を増やすを掲げ、弊社自身も『いい会社』を目指しています。では、「いい会社」の条件とは何かといえば、継続的に利益を生み出し続けるだけでなく、経営者と社員、お客様のそれぞれが幸せを感じられることだと思うのです。その目的に到達するのに、社名が代表の名前である必要はないですよね? むしろ、組織として社内外に向けたブランディングをしていくべきですから、実はずっと

「変えなければ」という考え方がありました。

吉岡 クレド主義を掲げていらっしゃる鶴田先生らしい思考ですね。「グロースリンク」という名前の由来は何でしょうか。

鶴田 「いい会社」に共通する特長のひとつに、「社員と会社が成長し続けるための仕組みが回っている」というのがあります。この仕組みの中には、先ほども申し上げましたが社員だけでなく経営者とお客様も当然存在しています。それぞれがリンクし合いながら成長、つまりグロースし続けていく仕組みをご提供する税理士法人でありたいとの思いを込めました。

社名変更とほぼ同時に オフィス移転も敢行! 名古屋の新名所に 物件が空いた 運命的なタイミング

吉岡 グロースリンクという社名が、ブランドイング戦略としても経営戦略としても重要なキーワードとなっているのがわかります。社名変更是ちょうど10期目終了という節目にふさわしいかたちになりましたね。

鶴田 そうですね。いろいろな面で、弊社が次のステップへ進むちょうどいいタイミングとなりました。社内では「引き寄せたね」とお互いに言い合っているのですが、そう感じさせるような事象がいくつも重なりました。

吉岡 組織全体のベクトルが一致したという感じが伝わってきますが、具体的にはどのような「重なり」があったのでしょうか。

鶴田 象徴的だったのは、やはりオフィスの移転です。前のオフィスも名古屋駅の近くでしたが、それほど大きなビルだったので、社員の増加に伴って増床を繰り返していました。とはいっても、空いているフロア数にも限界がありますので、物件を探していたのです。でも、名古屋駅界隈の物件は本当に空きが出なくて…。

吉岡 コロナ禍で少し状況は変わりつつありますが、やはり都心部のオフィス探しは大変とよく聞きます。

鶴田 はい。以前のオフィスが合計100坪だったので、もう少し広い物件を探していたのですが、まったく見つかりませんでした。ところが、「このまま物件が見つからないと、デスクが入らなくなってしまう」というタイミングで、予想もしていなかったグローバルゲートに空きが出たのです。しかも、大きめのテナントさんが退居されました。今は、顧問先の約3分の1を占めています。

吉岡 医業に強いことは有名ですが、歯科だけでひとつの課にしているのですね。

鶴田 歯科はこの数年で非常に伸びました。今は、顧問先の約3分の1を占めています。

吉岡 今はそうでもありませんが、少し前は歯科医院が軽視されていた傾向もあったように思います。

鶴田 そうですね。8~9年前に歯科を始めたときは、ほかの事務所の先生から「え、やるの?」みたいな目でよく見られました(笑)。ただ、愛知県は医療、とりわけ歯科に関してちょっと特殊な地域かもしれません。有力な歯学部を持つ大学があるほか、私

なったと思っています。

顧客歯科医院の 平均売上高は1億円以上! 「MASが伸びない」ほど 充実した月次が強み

吉岡 現在の体制について教えてください。

鶴田 社員数は現在70名(2020年9月10日時点)で、税務・財務・労務・リスクマネジメントの4チームに分かれています。8割強が税務・財務チームで、残りが労務およびリスクマネジメントチームです。税務チームはさらに医療・介護、歯科、一般企業、一般企業・相続の4つのカテゴリーに分けています。

吉岡 医業に強いことは有名ですが、歯科だけでひとつの課にしているのですね。

鶴田 歯科はこの数年で非常に伸びました。今は、顧問先の約3分の1を占めています。

吉岡 今はそうでもありませんが、少し前は歯科医院が軽視されていた傾向もあったように思います。

鶴田 そうですね。8~9年前に歯科を始めたときは、ほかの事務所の先生から「え、やるの?」みたいな目でよく見られました(笑)。ただ、愛知県は医療、とりわけ歯科に関してちょっと特殊な地域かもしれません。有力な歯学部を持つ大学があるほか、私

立高校で医学部進学に強くて全国的に有名なところがあり、メディカル系や富裕層の子弟が集まっているんですよ。しかも、ちょうど団塊の世代からの承継ラッシュが起こっていますし、ジュニアの人たちは「歯科は厳しい時代」と親世代や大学で聞かされているため、かなり経営への意識が高いのです。

吉岡 なるほど。当然、勉強熱心だから成功される方も多いでしょうね。

鶴田 そうなのです。弊社が開業支援した先生方も次々に成功されていまして、歯科業界で有名になった方が何人もいます。そういう先生方が、弊社のことを宣伝してくれているので、紹介でお客様が増えていくという好循環になっています。嬉しいのは、どの顧問先歯科医院も成功されていることで、年間平均売上高は1億円以上となっています。東京や関西で医療特化型の税理士法人にいて、弊社に中途入社した社員からは「まったく雰囲気が違う」と聞いていますし、愛知県には非常に良質なマーケットがあるといえるでしょうね。

吉岡 いくら良質なマーケットがあるにしても、ニーズに対応できなければ生かせないと私は思いますが、どのような取り組みをされているのでしょうか。

鶴田 お客様の売上が上がるよう頑張っていますし、結果が出るようなチームマネジメントもしていますが、それほど特別なことはしていません。もちろん、歯科に注力しているためノウハウが蓄積されている強みはある

と思いますが…。あえて申し上げれば、月次で収支予測まできっちりやっていることは評価されていると思います。逆にいって、MAS監査に近い内容まで月次の中でフォローしているので、MAS監査を付加していただけないという悩みもあります(笑)。

医療法人化の件数は 愛知県トップレベル 独自構築の歯科材料卸との パイプにも注目

吉岡 MAS監査に近い内容を月次でやっているというのは、顧客にとって大きなメリットだと思います。単価よりも満足度を上げることに注力されているということでしょうか。

鶴田 はい、顧問契約の満足度を上げることを注力した結果、単価が上がっています。この10年間の統計をとったところ、顧客数は115%増でしたが、平均成長率はプラス24%でした。

吉岡 数字としては、明らかに高付加価値路線ですね。

鶴田 1件のお客様の質を高めているうちに、労務や相続やリスクマネジメントといった周辺のサービスも結果的にご利用いただくようになる形でしょうか。売上が上がることで、自ずとそうしたニーズも増えていきますからね。また、先ほど申し上げたように売上高1億円以上のお客様が多いので、必然的に顧問料のベースが上がるというのもあります。

吉岡 法人成りに難色を示すドクターも多いと聞きますが…。

鶴田 確かに、「税理士顧問料がアップする」というネットの書き込みも目立ちます。しかし、弊社の経験から申し上げると、医療法人化することを勧章のように考えているドクターも多いですよ。「ウチもここまで来られた。先生ありがとうございます」とよく感謝されますが、愛知県内で1位、2位を争うくらいの医療法人化の件数を出しています。そういうマインドのドクターが紹介でつながっているということかもしれませんが、法人化に関してはかなり強い税理士法人ではないかと自負しています。

吉岡 そういった良好な関係を築けるほど、有効な経営支援をされているということですね。先ほどもおっしゃっていましたが、そうした既存顧客からの紹介が新規獲得のメインでしょうか。

鶴田 最近増えてはいますが、それだけというわけではありません。特徴的なところでは、歯科材料卸会社からの紹介もあります。このあたりだと、大手が3社くらいあるのですが、それぞれ親しくしています。ありがたいことに、新規の歯科医院からよく「3社に相談したらどこもグロースリンクを勧めてくれて、先輩のドクターに聞いてもやはり名前が出てきた」という話を聞くのですよ。

吉岡 歯科医院の内情をよくご存じの材料卸に着目され、しかもそこまで信頼を集めているのですね。ちなみに材料卸とのコミュニケーションはどう

グロースリンク税理士法人

◎本社
〒453-6119 愛知県名古屋市中村区平池町四丁目60番地の12 グローバルゲート19階
TEL:052-587-3036 / FAX:052-587-3037
URL:<https://www.tsurutax.com>

◎岡崎事務所
〒444-0842
愛知県岡崎市戸崎元町2-5 LaLa B棟 2F
TEL:0564-73-0101 / FAX:0564-73-0100

されているのですか。

鶴田 もともとは私が、材料卸の営業マンと個人的にやりとりしていたのです。その付き合いを徐々に深めて、営業マン向けに助成金のレクチャーをするといった時間をもらえるようになりました。今では何かあればすぐに声をかけてもらえるようになりました。

吉岡 鶴田先生が自ら切り拓いたルートですね!

鶴田 最初はそうでしたが、今はマネージャーが定期的に連絡を取り合って関係をキープしています。ちなみに、弊社で営業の役割を担っているのはマネージャーだけとなっています。

一人ひとりの能力を 引き出す給与体系 生産性向上の 取り組みにも余念なく

吉岡 経営トップがプレーヤーを兼ねていた状態から、フェーズが変わったという感じでしょうか。組織のブランディングが課題とおっしゃっていましたが、組織の基礎力向上に取り組んでいますように見受けられます。

鶴田 はい、意図的にそうしています。マネジメントをしっかりしないと結果的に一人ひとりのプレーヤーとしての業績も上がりませんからね。当然、マネージャーを任せる人材はプレーヤーとして優秀なわけですが、その能力をマネジメントに振り向かれるような施策を講じています。

吉岡 具体的にはどのような施策でしょうか。

鶴田 ひとつは給与体系です。弊社は等級制で、一定以上の等級になると歩合がつくのですが、マネージャーは個人ではなくチームの売上に紐づく形にしています。つまり、自分が頑張るのではなく、チームのメンバーを育てて適切に動かせないと給与が上がらない仕組みなのです。

吉岡 細かい点ですが、たとえば自分の売上を他のメンバーにつけてチームの売上を底上げさせるといったことはないですか。

鶴田 そうするとメンバーの給与が本当に上がってしまうので、どの売上を誰が担当したかチェックできる仕組みにしています。給与と直接関係はないですが、「品質管理室」という部署を通じてクロスチェックするなど、システムとして仕事の質を保てるようにしています。併せて生産性向上のためのクラウドサービスも導入し、日報もきっちりと入れることで、社員一人ひとりの定量的な評価を実現させています。

吉岡 給与と品質チェックという二面から、能力を引き上げる工夫をされているのですね。それ以前の、基本的なスキルを伸ばすところでの教育の特色などありますでしょうか。

鶴田 新入社員に対して、とりわけ新卒の場合はOJT、OFF-JT、研修と一緒にすることをしています。そのうえでさらに特色といえば、歯科の実務に取り組めるところでしょうか。ある程度

パターン化されているので、実務家としてステップアップするには向いていますよ。もちろん、必ず歯科チームに配属させるわけではありませんし、一人ひとりの志向や性格によっても効果は異なってくるので一概に良いとはいえないが、総じて成長速度が早いですね。弊社独自のノウハウや情報が蓄積されていることもあります、新卒3~4年目で新規開業支援を担当できるようになる社員も、決して珍しくありません。

コロナ禍のピンチを チャンスに変える! 夜の面談を減少させ 働き方改革も推進

吉岡 ひとつ気になるのは、業務負荷についてです。医科・歯科の業務は繁忙期が確定申告と重なったり、記帳が多くたりといった部分があると思いますが、業務負荷軽減の工夫などはされていますでしょうか。

鶴田 記帳に関しては、スキャナーを活用するなどかなり簡略化はしています。繁忙期に関しては、ある程度仕方がない部分もあります。そのあたりは、新入社員研修でしっかりと伝えてることもある、ネガティブに捉える雰囲気がないのは助かっています。むしろ、ドクターとの面談など、日々の対応で業務負荷を減らす工夫をしています。

吉岡 ドクターとの面談は時間が遅く

なりがちですが、そこを変えたということでしょうか。

鶴田 そうです。これも、オフィス移転をきっかけに変革しました。以前は22時を最終受付にしていたのですが、今は21時に完全終了するようにしました。ちなみにオフィスの電気も21時に消灯させています。そうやって物理的に抑制するシステムにしてしまいましたが、ドクターの皆さんには想像以上にすんなり受け入れていただけましたね。

吉岡 コロナ禍でウェブ面談が増えていますが、御社でもやはり多いでしょうか。

鶴田 はい。コロナ禍については「ピンチをチャンスに変えよう」ということを重ねて社員に伝えていまして、ご指摘のようにウェブ面談への移行もかなり進みました。これまで、22時までの対応といっても、お客様先へ訪問する場合は帰りの時間も必要ですから相当遅くなるケースもありました。そうした負担は確実に軽減できていると思います。また、フレックス出社も可能にするなど、働きやすい環境整備を実施しているところです。

吉岡 働きやすさという観点でいうと、IT化も必須となっていました。そのあたりはいかがでしょう。

鶴田 ものすごくITに強いとは言えないでありますが、クラウドサービスなど一通りのITインフラは整備しています。とりわけ、コミュニケーションツールとして必須にしているのがビジネスチャットです。これは社内だけでなく、



ほとんどのお客様とのやりとりもそうですね。歯科医院を含め、事業承継や新規開業する若手の経営者が多いので、すんなりと受け入れていただいているいます。

グループ内に 保険代理店を設立し 開業支援の アップセルにも役立てる

吉岡 若手の経営者が多いということですが、アップセル・クロスセルの提案方法などで従来との変更点はありますでしょうか。

鶴田 小出しの提案はしなくなっていますね。私はそれこそ、税務のサポートからスタートして、お客様の状況を見ながら給与計算や助成金申請のメニューを適宜ご提案していくス

タイルでしたが、今の弊社は、最初の段階ですべてのメニューをご提示してしまうのですよ。

吉岡 情報開示時代にふさわしい、非常に誠実な方法ですね。

鶴田 個的には、ずっとメニューを並べられると圧を感じて引いてしまうタイプなのですが(笑)。若手の経営者やドクターにとっては、全メニューを俯瞰したうえで選べるほうが良いのかもしれません。ですから、単価も計画的に上げるというよりは、先ほどの繰り返しになりますが、お客様の成長に応じてナチュラルに上がっているという感じなのです。

吉岡 税務以外で収益が上がっているのは、やはり給与計算や助成金申請でしょうか。

鶴田 そうですね。手堅いところではあります。ワンステップ上のレベルを

狙いたいところですが、そのためには労務部門の組織マネジメントのところが必要だと思っています。このあたりは、今後の課題ですね。あと収益を上げているメニューとしては、保険があります。

吉岡 保険はどのようにご提案されているのですか。

鶴田 クリニック開業支援の一環として提案することが多いですね。借入に対するリスクヘッジを入口として、建物を建てたら火災保険や損害保険

に加入していただく形です。以前は外部の保険代理店さんとパートナーシップを組んでいたのですが、試しに社内で取り組んでみたところ、非常にスピード感が増したので、グループ内に保険代理店を新設しました。やはり外部よりも深い情報共有ができるので適切な提案が可能となりますね。

吉岡 保険専任の担当が同じグループ内にいるのは、顧客にとっても安心感につながりそうです。

鶴田 そういう面は確かにあります

ね。開業支援の一環としてご提案をしていくので、最初は税務担当が話をするわけですが、保険専任の担当者が話をするとき説得力も違いますし、別のニーズを引き出すことにもつながります。もちろん、お客様の財政状況を見ながらですが、税務担当ができない大胆な提案がなされることもあります。良い相乗効果を生んでいます。

M&Aは当事者としての取り組みも 知見を積み上げて 業務拡充を目指す

吉岡 M&Aについてはいかがでしょうか。人口ボリュームの変化によって事業承継や世代交代が進んでいる時代背景もあり、ニーズ自体は増えていると感じます。

鶴田 おっしゃるとおり、件数はかなり増えています。歯科医院を含む医療・介護系もそうですが、一般企業も増加傾向にあります。お客様の中に上場企業があるのですが、上場したときにいろいろな方面から声がかかっていますね。デューデリジェンスのご依頼も相当多くなりました。

吉岡 そうなると、マッチングのニーズも高まっているのではないでしょうか。

これから大切なのは、社員一人ひとりの力の底上げです。
物理的に、お客様の数が増えればチーム数も増やすなければならなくなりますので、まずはマネージャーの育成が課題です。

鶴田 幸久 先生

●つるた・ゆきひさ／1975年、愛知県岡崎市生まれ。岡崎高校、名古屋市立大学卒。税理士、中小企業診断士、M&Aアドバイザー、医療経営コンサルタント。2006年に独立開業し、2012年に税理士法人鶴田会計を設立。2020年4月に社名をグロースリンク税理士法人に変更し、同5月に名古屋の新たなランドマークとして注目を集めるグローバルゲートへ移転。

鶴田 そうですね。廃業を考えている企業も増えていますので。よくあるのが、先ほども触れた歯科材料卸売会社さん経由の話です。勢いのある経営者の方を連れてこられて話を進めしていくのですが、正直なところ大変ではあります。案件の最中だけでなく終了後もトラブルが起きることがあるので。ただ、非常に面白いですし、今後の事業展開の広がりを考えるうえで、ある種の“武器”としてスキルを磨いておきたいというのが本音です。

吉岡 御社としてM&Aをしていく構想もおありますか。

鶴田 構想としては持っています。もちろん、まだそれほどの資本力は持っていないので、大きな展開はできませんが、会計事務所から一般的な事業会社まで、話があれば積極的にお聞きするようにしています。

吉岡 名古屋は地の利もあるので、距離的に離れた場所でも狙いやすいというのがありそうですね。

鶴田 新幹線でアクセスできる、というのはひとつポイントにしています。具体的には東京や横浜、浜松あたりでしょうか。浜松だと車でも行きやすいので。今やウェブ面談が普及しつつあるので、どこの場所でもビジネスはできるでしょうが、リアルでも行き来しやすい場所で探しています。

吉岡 M&Aの当事者としてトップ面談もされているんですね。すでにM&Aアドバイザーの資格をお持ちなのに積極的に動いていらっしゃるのは、経

験を積み上げようという思いがあるからでしょうか。

鶴田 それはもちろんあります。場数を踏むことは大切ですし、経験が少ないとM&Aエージェントにも足元を見られますからね(笑)。それに、財務コンサルティングの事業にもう少し厚みをもたせたいという思いもあります。今は恥ずかしながらひとり事業部状態で、公認会計士が奮闘してくれているのですが、M&Aだけでなく上場支援の引き合いも増えてきましたので。実は、今日も監査法人からの紹介で上場を希望する企業さんと面談したばかりなのです。

丸4年で売上高倍増! 2025年までに 10億円へ導く秘策とは

吉岡 M&Aに上場支援と、税理士法人の枠を超えてグロースリンクが大きく成長しようとされているのを感じます。今後の目標としてはいかがでしょうか。

鶴田 広く公にしているのは、「2025年に名古屋で入社したい会計事務所ナンバーワンになり、1,000社の黒字企業を支援します」というビジョンです。

これを達成するには、当然のことながらお客様の数も、売上も向上させなければなりません。そこで、具体的な売上高として目標に掲げているのは、2025年までに10億円というものです。これは、年平均成長率15%を達成すれば実現します。

吉岡 先ほど、10年間の平均成長率がプラス24%とおっしゃっていましたから、無理のないところなのですね。ちなみに直近の売上高推移はどういう感じでしょうか。

鶴田 2016年が約2億4,000万円、2017年が約3億1,000万円、2018年が約3億5,000万円、2019年が約4億1,000万円です。今年は約4億8,000万円となりました。

吉岡 伸び方が凄まじいですね! 丸4年で2億4,000万円伸ばしたということは、平均すると毎年6,000万円を上乗せしているということになります。今年はコロナ禍なので伸び率は下がっているようですが、ベースが高いことを考えれば驚異的です。

鶴田 でもご指摘のとおり、ベースが上がってきたのでここから伸ばすのは容易ではないと覚悟しています。これから大切なのは、社員一人ひとりの力の底上げです。物理的に、お客様の数が増えればチーム数も増やすなければならなくなりますので、まずはマネージャーの育成が課題です。これまで手探りでやってきましたが、やはりプレーヤーの育成とは別物なのですよね。

吉岡 給与体系による意識付けというお話は先ほどお聞きしましたが、そもそものマネジメント能力開発が必要ということでしょうか。

鶴田 そうです。以前は、「プレーヤーとして一人前」を前提条件として、他人のチェックができればマネージャーに抜擢しようと考えていました

たが、それでは足りないと気づきました。やはり、チームメンバーに対して実務指導と管理ができるかどうかが重要ですので、育成の仕組みをこの1～2年できっちりと構築したいと思っています。

税理士法人としての既定路線にこだわらず、上場も視野に入れた多角的な事業展開へ

吉岡 具体的には、どのような育成の仕組みを構想されているのですか。

鶴田 軸として考えているのは、組織体系の改革です。現在は、私の下に各チームのマネージャーがいるのですが、これだと経営者の育成はできてもマネージャーとしての能力を伸ばすのは難しいと思うのです。

吉岡 確かに、それだと鶴田先生がマネージャーを育成する体制です。

鶴田 もちろん、私だけでカバーできればいいのですが、今後お客様の数が増えてチーム数を拡充するとなると、現実的には困難です。そこで、私の直下にもう1階層増やして、各チームおよびマネージャーを統括するポジションを設置しようと考えています。

吉岡 なるほど、その統括のポジションはマネージャーを育成するとともに、経営者としてのスキルを鶴田先生から学ぶわけですね。マネジメント



スキルを深化させるエコシステムを、組織づくりで実現していくイメージでしょうか。

鶴田 そんなにカッコいいものになるかどうかはわかりませんが、理想としてはそんな感じです。統括ポジションを仮に「部長」という肩書きとするなら、部長職が務まる人材を全力で育てあげるのが私の個人的なミッションのひとつですね。3人育成できれば、少なくとも同じ人数のマネージャー候補を社員から引き上げることができます。そうやって組織に厚みが増していくれば、売上10億円という目標に届くのではないかと考えています。

吉岡 売上を伸ばす方法を考えると、つい顧客獲得もしくは単価向上に目がいきますが、組織力を強めることが重要であると改めて気づかせていただきました。ちなみに、長期的な目標としてはどのようなことをお考えでしょうか。

鶴田 社員に発信していることといえば、先ほども少しお話しましたが、

他の事業への展開を考えています。これは、何をしたいという具体的な構想ありきのものではありません。数字でいえば、2025年の目標としている10億円の倍である20億円に到達するため何をするべきかという感じです。そのためには、税務、労務、財務、リスクマネジメントといった既定路線だけでなく、自由な発想で事業を創出していく必要があるとも考えています。

吉岡 ある意味で、最初にお聞きしたミッションである『いい会社』を目指す」という原点に立ち返っているように思います。

鶴田 はい、そこはブレずに追求するポイントになるかと思います。その実現のプロセスを踏んでいく中で、一般的な事業の展開や上場が選択肢に入ってくるようになれば理想的ですね。そうなれば、一緒に働いてくれている社員たちやお客様にしっかりと“幸せ”と“利益”をリターンできると確信しています。