

Peter F. Drucker

ドラッカーが教える
歯科実践マーケティング戦略



このコーナーでは、ピーター・ドラッカーの言葉を用いて、**歯医者さんの経営について考えていきます。**

本連載は、早嶋 聡史の書籍「ドラッカーが教える実践マーケティング戦略」を歯科医院向けに再編集しています。



■ピーター・ドラッカー

経営者の多くがその著をバイブルとし、経営の手法を学んでいる。去年大流行し、現在でも売れ続けている「もしドラ」の影響によって、経営者のみならず、多くの人が注目している経営コンサルタント。書籍「マネジメント エッセンシャル版」ほか

未来をつくる

自ら未来をつくることにはリスクをとまなう。しかし、自ら未来をつくるうとしないことのほうがリスクは大きい。成功するとはかぎらない。だが、自ら未来をつくるうとせずに成功することはない。

『明日を支配するもの』

前

回は、歯科医院を運営する上でとても重要な概念である5つの質問を取り上げました。我々のミッションは何か？我々の顧客は誰か？顧客にとっての価値は何か？我々にとつての成果は何か？我々の計画は何か？です。

今回は、未来をつくと題して、その意味について考えていきます。



はじめてコンサルティングを行うとき、必ず経営者に対して次の質問をします。「どうしてこの仕事を始めたのですか？」と。

自ら開業した方もいれば、医院に勤めながら院長というポストに就いた方もいます。どのような背景から経営者になったにせよ、「自分がどうしたいか？」「自分がどのようにになりたいか？」「そして医院をどのようにしたいのか？」と未来について考えている経営者と漠然と経営している方では、全てにおいて取り組み方が異なります。

ある企業再生の仕事に関わった時の話です。やはり同じ質問を経営者に投げかけました。「どうして、屋根に関わる仕事を始めたのですか？」その企業は地方で屋根やトタンを地元の建設業に卸す製造メーカーでした。バブルを境に急激に経営状況が悪化、再生の道を選択することになりました。

経営者は、「何故？ 今頃そんな質問をするのか？」「そんなことより早く再生について議論したい」という感じでした。しかし、真剣に質問をしたせいか、次のようなことを話し始めます。「元々は人の役に立つような仕事でした。屋根は、雨やお天道様から生活を守る基本で屋根の仕事を通じて世の中の役に立つのではないか？」と。

その想いをベースに仕事を始めました。当時はバブル絶頂期。キャッシュフローが効率よく回ります。すると地元の地銀や信金の勧めで、当時はやっていた駐車場ビジ

ネスに乗り出します。また、ある時はカラオケに投資をしたりと、その企業は多角化経営に乗り出したのです。



Peter F. Drucker ドラッカーが教える 歯科実践マーケティング戦略



このコーナーでは、ピーター・ドラッカーの言葉を用いて、
歯医者さんの経営について考えていきます。

本連載は、早嶋 聡史の書籍「ドラッカーが教える実践マーケティング戦略」
を歯科医院向けに再編集しています。

■早嶋 聡史 = 文

株式会社ビズ・ナビ & カンパニーマーケティング担当
取締役。オーストラリア・ボンド大学・大学院経営学
士課程修了 (MBA) 中堅企業のマーケティング戦略立
案コンサルティングが主な業務。大手企業のセミナー
活動や、中小企業に特化した M&A も手掛ける。



書籍
ドラッカーが教える
実践マーケティング戦略
(総合法令出版社)



書籍
頭のモヤモヤを
スッキリさせる
思考術
(総合法令出版社)

存在理由や経営理念に相当します。
に對する考えはミッションと呼び、企業
の
ましよう。経営の世界では、この何故？
何故始めたのか？ 再び整理して考えて見
ます。歯科医院でも同様です。今の歯科医院を

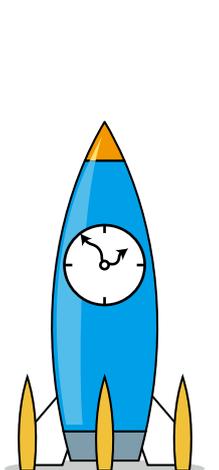
将来に不安を覚えてしまうのです。
す。そして頼りとする軸や目標が無い場合、
るときに、頼りとする軸が見えなくなりま
う。しかし、何かあった時や、変革を要す
る流れに乗って上手くいくこともあるでしよ
う。そして、どうしたい？」という方
向性を明確に持つ必要があります。時には
「マーケティングでも、まずは「何のため
からだ、とお話されていました。

元々、心や安全を確保する想いを抱き起
業した会社でしたが、いつしかその想
業とは別の方向に動き、自分たちがフォー
カスすべきポイントからずれてしまつた
のです。本業での収支はトントン、本業
でないビジネスで損金を出してしまつた。
しかし、金融機関や出資してくれた知り
合いのことを考えると、それらのビジネ
スを畳むことも出来ずに、ずるずると本
業の足を引っ張っていたのです。
経営者は何故、自分のビジネスが傾いて
いて、何故、今の状況になつてゐるのか、
分かつていたけれども行動に移せなかつた
のは、自分の目標がいまいになつてゐた
からだ、とお話されていました。

何も考えずに淡々と経営をするのではな
方法を考え、日々実践していくのです。
す。そして、そのギャップを埋めるための
の経営状況を把握し、ギャップを見出し
ます。そして、強いミッションがあれば、
耐え忍ぶことができます。知人の歯医者さ
んは、自分のミッションを「歯科医院を通
じて地元・地域の健康サポーターになる」
と決めています。

自分がどうしたいか？ 例えば、タイム
マシンがあつたら、5年後の歯科医院、10
年後の歯科医院を見に行つて下さい。その
時、スタッフとの関係や患者さんの様子を
観察してみして下さい。そして歯科医院の地
元との関わりや院長の普段の生活もじっく
り観察します。そう、どうなりたいか？
とは自分の将来を見てきたかのように考え
ることです。

従つて、ただ単に虫歯の治療をこなして
いくのではなく、予防医学を積極的に取り
入れ、口腔を中心に地元・地域の患者さん
が健康に過ごせるようにサポーターとして
手伝つてゐるのです。地元の小学校の校医
になり、定期的に生徒の虫歯指導、予防の
大切さなどの普及活動を行なつてゐます。
経営は常に順風満帆とは限りません。時
には上手くいかないで傾くことだつてあり
ます。その時に、強いミッションがあれば、
耐え忍ぶことができます。知人の歯医者さ
んは、自分のミッションを「歯科医院を通
じて地元・地域の健康サポーターになる」
と決めています。



●ドラえもんと一緒に10年後の歯科
医院に行きました。さて、その時
の様子はどのようになつていま
すか？ 自院の将来の姿をスタッ
フと一緒に話し合いましょう！

みんなで話し合おう

●過去の延長で経営を行うのではな
く、ミッションと将来のありたい
姿を明らかにしておきましょう。

チェックポイント

く、自分で将来を切り開く。ドラッカー教
授が言う「自ら未来をつくらう」としないこ
とのほうがリスクは大きい」の意味が良く
理解できると思います。将来をただ待つて
何もせずに身を任せることもできますが、
自分たちで事業を行っているのであれば、
「未来自体をつくり出す」こともできるの
ではないでしょうか？ 目標を持つて行動
をする。とても大切な考え方なのです。