

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ssenシャル版」ほか

しないことを決める

いかなる企業も、多くの知識において同時に卓越することはできない。

『創造する経営者』

何を捨てるかを決めること

『実践する経営者』

これまで、歯科医院を運営する上でとても重要な概念、5つの質問と未来を作るについてコメントしました。その後、where, now, how & planというタイトルで戦略そのものの具体的な考え方について整理しました。

今回は、何をするか？ 何をしないか？
について考えていきます。



世の中の事象の多くはパレートの法則に当てはまります。いわゆる2対8の法則です。経済活動において、全体の数値の大部分は、全体を構成するうちの一部の要素が生み出しているという経験則です。

例えば、成果や結果の8割は、それらを構成する要素や要因の2割に基づくというものです。主要な顧客の2割によって会社全体の売上のおよそ8割が確保されるということは企業でよく観察される事象です。例えば、院内で起きている課題が10個あつ

たとします。その時、上位の2個から3個の課題を徹底的に追求することによって、全体の8割が改善するかも知れません。このように2対8の法則は実に様々な箇所で見察することができるでしょう。

目の前にある全てに手を出すのではなく、自分がすべきことにフォーカスする。あれやこれやと手を出すことは、経営資源であるヒト、モノ、カネ、ジカンを拡散することにつながります。従って、実際に投入した経営資源よりも期待した結果が発揮しにくいことでしょう。

全てに手を出す前に、まずはすべきことを一覧にして整理することが大切です。そして、「何を捨てるかを決める」とは、事前に考えた複数のオプションから選択することです。いきなり1つのことを実施するのではなく、複数の戦略オプションを考えて、そのあとで「しないことを決める」ことが大切なのです。つまり闇雲に手を動か

さない。事前に整理して常に意思決定しながら実施事項を決めていく。そういう意味では歯科医院経営でも常に意思決定の連続だと思っています。



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・大学院経営学修士課程修了 (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)

意

思決定する場合、突き詰めて考えていくと、二者択一に迫られることがあるでしょう。例えば、投資を「するか」「しない」か、採用を「行う」か「行わない」か、などです。その場合、意思決定を行う方法に5つの考え方があるので紹介します。

① 筋道を立てて決める

筋道を立てて決める場合は、意思決定に関連する情報や思考、感情などを頭の中だけで考えないで、紙などに書き、目に見えて判断できるように整理します。このように論理的に整理する過程で、脳が全てのデータを俯瞰的に見渡すことでしょうか。後は、脳が何かを閃き意思決定が行われます。

② 点数をつける

選択肢を評価する項目を考え、評価テーブルなどを用いて、それぞれの選択肢に点数をつけて意思決定する方法です。意思決定は最も評価が高い点数を選択します。選択肢から何を選択するのか？ どのような評価軸が妥当か？ 評価軸が複数ある場合は、どのように重みづけをするのか？ などを整理して実際に評価をしていきます。

③ 直感に頼る

ハーバードビジネススクールの研究データに「企業の管理職や経営者は成功要因の8割を直感や第六感に従ったおかげだと考えている」と、読んだことがあります。脳の研究者でも、直感を超論理と定義し、脳

は超論理を用いて巨大なデータバンク（これまでの経験や学習などによる蓄積）と、これからの行動を瞬間的に結びつけると考えている人もいます。迷ったら直感に頼るという方法もありかも知れません。

④ 考えを熟成させる

時間をかけて意思決定する方法です。脳をリラックスした状態にし、判断するための全てのデータを統合するために休息时间を作ります。リラックスした時に脳が働く感覚を経験したことがあると思います。このリラックス時の超意識を働かせて意思決定を行うのです。

⑤ コインを投げる

結局、色々考えて決着が付かない場合、どちらの選択肢も同様に大切だと考える事ができます。となれば、コインを投げて決めてしまえばいいのです。コインを投げて決める時の感情として、こっちがいいな、というような感情があれば、それは超意識の中で論理的決定を下しているのかもしれない。コインの結果、がっかりしたり、ほっとしたり、つまるところ、その気持ちに本心に正しい選択なのです。

よく自動販売機で炭酸飲料を買う際、「コーラ」か「スプライト」か？ という二者択一を行います。この場合は、2つのボタンを同時に押します。結果出てきた炭酸飲料に喜びを感じる場合と、しまった！

と感ずる場合があります。これも超意識の中ですでに超論理的な意思決定をしていた証拠でしょう。

歯科医院の経営においても重要なことは、自院の特性を考えた上で、全てを実施しないで、自院が行うべきこと、しないことを明らかにすることです。

チェックポイント

● 多忙だと感じたり、忙しいと感じたり、何かに追われていませんか？ そんな場合は、取り組んでいる行動を整理して、「本当にすべてを行う必要があるのか？」と整理してみてください。

みんなで話し合おう

● 歯科医院の業務を全て書き出して、箇条書きにして整理して下さい。そして、全ての業務を本当に行う必要があるのか？ と確認してみましょう。中には、しなくても良いことがあり、その事によって大切な経営資源を浪費しているかも知れません。