

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

マネジメントの父と呼ばれる、アメリカの経営学者。

世界中の企業人に多大な影響を与え、死後もなお多くの著書が経営のバイブルとして読み継がれている。

書籍「マネジメント エッセンシャル版」ほか

考えることの大切さ

労働は、いつの日か、完全にオートメーション化されるところまで機械によって行われるかもしれない。しかし、知識は、優れて人間的な資源である。知識は、本の中にあるもの、本の中にあるものは情報である。知識とはそれらの情報を仕事や成果に結びつける能力である。そして知識は、人間すなわちその頭脳と技能のうちにのみ存在する。

「創造する経営者」144頁

これまでマーケティング活動の概要、環境分析、STP分析、マーケティング・ミックスについて手法や考え方を整理してきました。今回は実行フェーズの思考についてフォーカスします。今回は考えることの大切さについてコメントします。

最近、「考えることが多いですか？ それとも悩むことが多いですか？」

突然の質問ですが、今回は考えるということについて焦点を当ててみます。悩むと考える。スタートは同じでしょうが、違いがあると私は思います。悩むことは、モノゴトを感情で捉えます。好きとか嫌いとか、メンツとか見栄がはびこります。モノゴト

を漠然と捉えてしまいます。そしてその場の気分で判断を決めてしまうかもしれません。

あるいは、同じことがぐるぐる頭の中をめぐり、解決しません。結果的に仕事が進まず、いつまでたっても変わりません。何かの判断を行わないから結果も出ません。行動に対して初めの一步を踏み出せないからです。従って悩むことを続けることは非生産的です。

一方、考えることは生産的です。ある程度悩んだ結果、事実を冷静に客観的に捉えてみます。できるだけ感情を省き、余計な複雑な状況を整理して本質を捉えていきます。ごちゃごちゃ頭を整理して選択できるようにします。



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。

はやしま さとし
早嶋 聡史 = 文

株式会社biz・ナビ&カンパニー 代表取締役社長。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)

結果、判断が行える状態になり、仕事がサクサク進むでしょう。初めは悩むことから考えることに切り替えるのに時間がかかるでしょうが、要領を得ると早く取りかかれるようになります。選択肢から選んで実際に実行してみることで、結果が出やすくなります。行動に移すことは、すなわち、望んでいる結果に対しての成功の確率が高まることを意味します。考えることは、モノゴトを単純化して、本質を捉え、実行に移すことによって成果を出す取り組みなのです。

近年、知的労働者の増加とともに考える事の重要性が増しています。マーケティングの仕事も派手な部分は全体の1割程度で、残りの9割は地道な分析や考える仕事メインです。たとえば、昔のアウトプットを物理的な成果とすると、現在のアウトプットは目に見えない成果が多くなっています。それはつまり考えた結果です。

昔は石をひとつひとつ組み上げて、時間当たり何個の石を組み上げる事ができるのか？といった仕事が多かった。したがって、仕事の成果＝f(原材料、技術)というような関数になり、時間当たりの成果がある程度予測できる仕事でした。

現在はどうでしょうか？ 全てにおいて当てはまるわけではありませんが、多くの仕事において頭の中で生み出す価値がより

重視されています。すなわち、仕事の成果＝f(知識、思考習慣)という関数で表現でき、時間をかけたからといって、また短時間だから成果が上がらない、というわけではなくまりました。

もはや情報は、知っているだけでは役に立ちません。もちろん知らないよりは重要ですが、ポイントはその情報をベースにどれだけ物事を考えるのか？という点がより価値を生み出します。事実、小学校から中学校、高校まで暗記した情報に価値はあるでしょうか。もし、忘れてしまっても、今ではグーグルで検索すると一瞬出てきます。そんな世の中では、その情報を使っているのか、どのような事と結びつけるのか、がより大切になってきます。まさに知識です。ドラッカー教授が言う「情報や仕事や成果に結び付ける能力」が重要なのです。

ちなみに、仕事の成果＝f(知識、思考習慣)の因数に思考力とせずに思考習慣とした理由は、考える力は常に考えるから得られるわけで、これを習慣化させる事が重要だからです。どんなことでも、そのことをずっと考え続けると、その人にしか分かっていない新たな価値を生み出すことができるのです。

ビジネスの根本は、相手が喜んでくれたら、それに相応する、或はそれ以上の対価を払うことです。そして、その前提に価値

を提供するためのコストが価値の対価として頂くコストよりも低ければビジネスとして成立します。

当たり前のことを人任せにしないで、実際に自院で試して上手くいく部分といかない部分に整理します。上手くいく部分は継続して、行かない部分は見直しをかけて更に上手くいくように考えます。考えることの素晴らしいポイントは、今日考えたことと、1カ月間考えたことは、後者の方がより洗練されているということです。

チェックポイント

●悩むと考えるを分けてみましょう。考えることは、悩んでいることを一度整理して、その中から本質的な部分を抜き出します。あとは、その内容を選択肢として整理して、最終的にはその中から選んでみることです。

みんなで話し合おう

●他のスタッフを交えて、①個人で悩んでいること、②歯科医院で悩んでいることを整理しましょう。それぞれ、結局どうしたいのか？を明確にした後に、何をすべきかを判断してみましょう。