

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

5つの質問

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？ 我々にとっての成果は何か？
我々の計画は何か？

『経営者に贈る5つの質問』

前

回は、歯科医院の経営の大きな方向性を見いだすための考え方であるクロスSWOT分析の考え方を見てきました。今回は、歯科医院を運営する上でとても重要な概念、「5つの質問」を取り上げてみたいと思います。



歯科医院を運営することは、企業経営者が会社を営むことと広い意味で同じです。では、「経営とは一体何なのか？」「経営者とは何をする人なのか？」と聞かれたとき、経営者は一体どんな答えを出すのでしょうか？

「こうすれば、もっと患者さんが増える！」「どうやったらコストを抑えて利益が出るようになるだろうか？」「ドクターとして医療サービスを提供しながら、一方で増患、売上、利益の追求のことも考えることでしょうか。しかし、ドラッカーは考えました。利益

は、経営における目的ではなく、単なる制約条件である。歯科医院としての組織が存続し、新たな活動をはじめ、必要な費用を支払うための利益は確保しないといけません。しかしそれは、目的ではなくて絶対的必要条件です。

組織を存続させるためには必要な資金を得なければなりません。しかし、その利益のみを目標として追求してしまえば、数字に追われた日々が始まってしまいます。

私が属しているドラッカー学会員の経営者の言葉です。非常に印象的でした。

「もし、利益を追求することが仕事になれば、それは無意味でつまらないことです。単に上がって下がってを繰り返すだけだからです。」過去は多くの失敗を繰り返しておられました。しかしドラッカーの「5つの質問」について真摯に対応することをはじめ、ひたすら考え続けたことで得た境地でしょう。今では、不可能なことへの挑戦



も社長のみならず、社員が丸となって取り組む組織が出来上がっています。

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)

経

営のセミナーではノウハウや実践の
仕方に注目が集まり、より良い成
果をあげるための優れた手法が注目され
ます。しかし、ドラッカーは企業の経営、
そして非営利組織の経営においてまず問
うべき「5つの質問」として提示したの
です。

5つの質問

1 「我々のミッションは何か？」

経営者が事業を行う上ではじめに考えるこ
と、そして継続的に問い直す質問です。そ
もそも何のために事業を行っているのか？
という想いを形にすることが大切です。そ
して、経営者の強い想いを組織で共有する
ために、これを可視化することも重要です。

従業員数名の施工会社があります。その会
社の社長は毎朝、とにかく従業員に対して、
「現場から戻るときは、どんなことがあつ
ても来た時よりも綺麗にして帰れ」と言っ
ています。そして社長が現場に居る時は必
ず実行しています。従業員も必ず現場を離
れる場合は掃除を怠りません。長い間、こ
のことが組織にしみ込み、丁寧な仕事とし
て認められリピートの仕事に結びついてい
ます。

常に、自分が何故、数あまたある仕事の中
で歯科医師を選択して、そして医院の経営

を行っているのか？ そのことを自分の中
で絶えず考えて整理していきましょう。そ
して、ミッションは過去にあるものではな
く、将来的にどうしていきたいのか？ こ
れを徹底的に議論することが大切です。

2 「我々の顧客は誰か？」

日頃から患者と表現している言葉を、改め
て定義してみましょう。すると自分たちの
事業ドメインが明らかになってきます。ド
メインが明確になれば、経営は更に行いや
すくなります。

3 「患者にとっての価値は何か？」

患者は何を求めて来院するのか？ 医療従
事者として、経営者として明確に認識して
おかなければならないことです。このこと
を考えるなかで、どのような視点で患者を
捉えるのか？ 明確になるでしょう。これ
を考えるためには、世の中の変化に敏感に
なる必要があります。そして、当然、患者
に耳を傾けるようになるでしょう。

4 「我々にとっての成果は何か？」

何のために歯科医院を運営し、どこまで実
現したいのか。目標を明確にもてれば、何
に集中し、何を切り捨てれば良いか明らか
になります。ドラッカーは、この決断が事
業を伸ばすとも言っています。

5 「我々の計画は何か？」

ビジョンを実現するためにどのような計画

で、どのようなスケジュールで実現するの
か、具体的にすることは何なのか。これを明
確することによって、事業が行いやすくな
ります。

簡単な質問ですが、とても奥が深く真剣に
考えて答えるためのプロセスは実に苦しい
時間になることでしょう。しかし、このこ
とに答える中で、歯科医院の経営をどのよ
うに実現していくのか？ 悩みが整理さ
れ、針が確定していくことでしょう。

チェックポイント

● 定期的に、5つの質問を自分の言
葉で整理する。

みんなで話し合おう

● 5つの質問の初めの問い、「我々
のミッションは何か？」について、
院長、ドクター、スタッフ皆で議
論して、共有していきましょう。

