

佐賀県支部

医療機関（歯科医院）のマーケティング戦略の実際と提言

歯科医院業界は、厳しい経済環境にある。今やコンビニエンスストアの数よりも多いと言われる歯科医院は、一部のドクターでさえ、ワーキングプアになると言われるほどである。一方でこの環境下でも、積極果敢にさまざまな施策を繰り出し、好業績を上げている医院も存在している。経営の2極化が進んでいる歯科医師業界において、佐賀県内の実態を調査するとともに、経営パフォーマンスを向上させるための提言をまとめた。以下、概略である。

第1章では、歯科医院を取り巻く経済的な外部環境について調査した。厳しいと言われる業界の外部的な実態を、さまざまなデータを見て把握した。

第2章では、歯科医院の経営に立ちはだかる経営障壁を調査した。具体的には、医療訴訟問題と経営の2極化現象について報告している。

第3章では、実態調査をアンケートと訪問によるヒアリング手法により実施した。アンケート調査では、意図するほどのサンプルが収集できなかった。この原因については報告書内で仮説立てをしているが、今後の大きな課題ということにもなろう。ヒアリング調査に関しては、佐賀県内外の歯科医院に協力いただいた。ヒアリングによって、今回の調査に関する仮説などの裏付けが、大きく進展したと言える。

第4章では、これらの調査を踏まえて、歯科医院の今後の経営パフォーマンス向上のため、コンサルタントとしての視点から提言している。医療施設の中でも、歯科医院の業界は、企業経営に近い感覚と施策が必要であると考えている。現に、経営に対して企業経営的感覚と手法を取り入れている歯科医院は、パフォーマンスが高い傾向が浮き彫りとなった。医療という枠を超えた経営感覚が必要である。具体的には、数字の羅列だけではない経営計画書の策定とPDCA、スタッフの人材育成や教育プランの策定と実行、規制内でのマーケティング戦略施策の立案と実行などがあげられる。報告書では、この点に関してまとめ、提言している。

中小企業診断士として、今後歯科医院も含めた医療業界への関与は避けられないと考える。守られた医療業界も、今や胡座をかいた経営では成り立たない時代である。すなわち、患者を顧客と想定した、経営感覚と手法の導入が避けられない。特に歯科医院は、2極化と淘汰の時代を生き残るためにも、マーケティング戦略の立案と市場投下が求められている。そこに、プロの経営コンサルタントとしての知識やスキルの需要が存在している。佐賀県内外においても、歯科医院業界における我々中小企業診断士の、経営価値創造支援が求められており、期待されているのである。