

マーケティング編 第4週

事業計画書の作り方

■事業計画書

1. 事業計画書の位置付け

開業地の決定は、「機会と脅威の発見」とおして自分の強みをどう適応させ、弱みをどのようにして回避させて行くかという様々な検討の中で、「自分ならこうしよう」というアイデアに自らが期待を抱くことができ、成功イメージを描けるようなら意思決定をするべきだと前回述べました。

「診療圏の競合状況」を基にした来患予想計算は一見合理的な根拠があるかのように見えますが、これはあくまでも目安であって、開業地決定の決め手にはなりません。従ってこの数値が良いとか悪いとかによって楽観的になったり悲観的になったりする必要はないのです。

「どのような歯科医院を作り、どのような歯科医療サービスを提供すれば、ここでは患者が来てくれるのだろうか」

これが重要なポイントです。自分の目標が明確になっていて、前向きなイメージも描けているのに、「競合が激しいからここでは無理だ」と思って断念する人は、より競合の薄い所でしか開業できなくなります。

仮に当面そのような所があったとしても、その状態が維持されるのはほんの一瞬のような時間でしかないことを理解してください。ですから来患予想をシビアに見ることで堅実な開業地の決定をしようという考えは、あまり好きではありませんし、あえて言えば間違っていると思います。

シビアな来患予想は、開業地の意思決定をした後、事業計画を作成する段階で採り入れる手法です。やると決めたから

☆ヘリコプター発想
ヘリコプターに乗って垂直に上昇すると、今まで見えなかった足元が全体の中の一部としてどのような位置付けにあるのかということも、また立っていた足場の強みも弱みもよく見えてくる。そうすると再び地上に降りた時はまず身近な足元の整備から手を付けて行くようになる。古い言葉にもある「着眼大局着手小局」。