

# Management Club Report

Nov.2004/Vol.23

## Monthly Opinion 歯科医療サービスの品質評価

### サービス・マネジメント

サービス・マネジメントという言葉がいつから使われるようになったのかは定かではありませんが、スカンジナビア航空でヤン・カールソンによる大規模な組織改革が行われた1983年頃から頻繁に使われるようになったと言われているし、またハーバード大学のビジネススクールに「サービス・マネジメント」という講座が新設されたのも1983年だですので、ほぼ20年くらい前に北欧や北米で誕生した概念であると言えるでしょう。

そのような流れから、欧米の大学における経営学の中には「サービス・マネジメント」あるいは「サービス・マーケティング」という科目が設けられているようですが、日本ではほとんど見かけません。マーケティング論の中で取り上げられてはいるのですが、独立した科目としては、主だった経営学部の中では見られません。多摩大学に経営戦略、マーケティング戦略、マーケティングリサーチなどに混ざってサービス・マネジメントが独立した科目として存在するのが唯一なのかもしれません。

従ってビジネス界においても「サービスをマネジメントする」という考え方はなかなか定着してこないというのが日本の実態ではないでしょうか。多摩大学経営情報学部教授の近藤隆雄先生の著書などを読むと、その理由を「経済的な財としてのサービスが軽視されてきたことと、対人関係を含む仕事で日本の伝統的な精神主義が強調されてきたため、わが国では、サービスはもっぱらサービス提供者の『態度や姿勢』の問題と考えられてきた」ためであると書かれています。

### ニュー・チェンジ・リーダーによるコア・サービス・マネジメント

起業して5年、私たちはこれまで歯科医院におけるサービス・マネジメントのあり方を研究し、実態を観察するなかで「患者の視点からこのようにあってほしい」という提言を行い、改善を促してきました。かつて医療界はサービス・マネジメントとは最も縁遠い業界であったのですが、その中で、自分自身の価値観に基づいて、独自の歯科医療サービスをきちんとマネジメントする歯科医院が登場してくるようになりました。このような歯科医院の経営者を、新しい価値への転換をリードするという意味で、ニュー・チェンジ・リーダーと呼ぶことにしました。

このような歯科医院が登場して来たということは、歯科界においてはまさにエポックメイキングな出来事です。これまでの歯科医院は「行列のできるラー