

経営企画部門

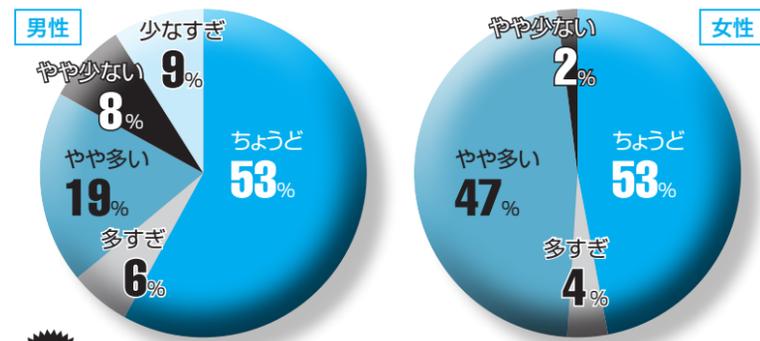
部門別マネジメント◎経営企画部門

病院経営分析のためのExcelスキル ● 第6回

プレゼンのキーワードは情報の連続としての「連想」

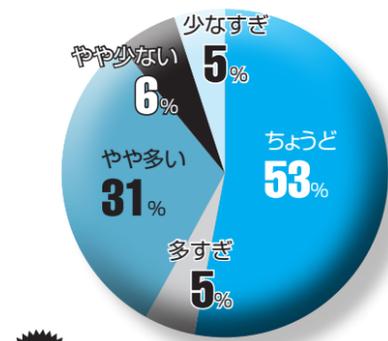
ゴールデンルールズ・コンサルティング株式会社代表
芦田弘毅

図3 給食の分量に関する評価②(性別)



着眼 なかでも、女性で分量を多めとする評価の割合が高い。

図2 給食の分量に関する評価①(全体)



着眼 分量を多めとする評価の割合が目立つ。

表1 給食の分量に関する評価③(性別・年代別)

性別	年代	ちょうど	多すぎ	やや多い	やや少ない	少なすぎ
男性	20歳	0%	0%	0%	100%	0%
	30歳	50%	0%	0%	25%	25%
	40歳	43%	14%	29%	0%	14%
	50歳	25%	0%	25%	0%	50%
	60歳	62%	5%	20%	5%	10%
	70歳	60%	5%	20%	5%	10%
女性	30歳	67%	0%	33%	0%	0%
	40歳	60%	0%	40%	0%	0%
	50歳	25%	0%	50%	0%	25%
	60歳	50%	0%	50%	0%	0%
	70歳	50%	6%	44%	0%	0%
80歳	33%	11%	56%	0%	0%	

着眼 女性のなかでも、50歳以上の中高年齢層で分量を多めとする評価が目立つ。

表2 給食の分量に関するフリーコメント

年代	性別	分量についてのコメント
70歳	男性	分量が少ないのは、おかずだけが少ない。
80歳	女性	分量について、おかずはちょうどよいが、主食は半分がいい。
50歳	女性	分量について、おかゆの量がやや多いと思いますが全部食べています。主食はおかずが固かったかな。お肉が大きいし。
60歳	女性	朝ご飯はやや多い。朝ご飯以外はちょうどよい。
60歳	男性	ご飯がやや多かった。
60歳	男性	お粥が多い。味が薄い。
70歳	女性	ご飯がやや多い。
80歳	男性	ご飯がやや多い。
80歳	女性	ご飯が多い。
60歳	女性	ご飯が多い、おかずが少ない。
30歳	女性	ご飯が多い、おかずはちょうどいい。
70歳	男性	果物を多くしてほしい。
60歳	男性	お粥が少ない。
70歳	女性	主食のご飯・パンは半量で十分(私の場合は、おかずの分量が多いので)。
60歳	女性	ご飯がやや多い。

着眼 分量が多いのはおかずではなくご飯のようだ。

トを用いた分析を見てみましょう。この調査・分析で一貫して取り組んでいるのは、給食の評価を上げるためのヒントを得ることとその実証です。どの病院でもアンケートなどの給食調査はしています。しかし個人の嗜好によるところが大きく、具体的な改善立案への活用や、他人に納得させる形への落とし込みが、なかなかできないようです。

シンプルに見える調査シート(アンケートフォーム、図1)でも、実は分析・実証工程を意識している。くつかの工夫は施しています。ここでは、年齢・性別・質問項目の相関性を見ていきます。最初に述べた読み手の思考回路に沿ったコメントも付記しました。

DATA
ゴールデンルールズ・コンサルティング株式会社
 東京都渋谷区渋谷2-7-14
 中村ビル5F
 TEL: 03-6427-6382
 E-mail: info@g-rules.co.jp
 URL: http://g-rules.co.jp/

ピポット集計項目の選択を変えるだけで、図2、図3、表1までの結果分析から、現場にヒアリングを行うと、「ご飯の「小盛り」設定も可能ということがわかりました。ここで、病棟の看護助手の協力も仰ぎ、「小盛り選択可能」についての周知徹底が解決策として

この連載に限らず、私は「お仏壇には魂が必要」であるように、「分析にもメッセージが必要」と訴えてきました。そして、そのメッセージを他人に伝えるために、さまざまな補足・補強を施すことが分析の本質であり、その流れに則って個人のスキル・エネルギーで分析を続けるための効果的・効率的な手法をいくつか紹介してきたつもりです。

■キーワードは「連想」

最終回では原点に戻って、私が考える「分析の本質」について、言及したいと思います。

「キーワードは「連想」」
 さよなら三角またきて四角
 四角は豆腐、豆腐は白い、
 白いはウサギ、ウサギは跳ねる、
 跳ねるはカエル、カエルは青い、
 青いはオバケ、オバケは消える、
 消えるは電気、電気は光る、
 光るはオヤジのハゲ頭

このような言葉遊びを子どもの頃にしていました。実はここに、人間の思考の本質があるように思います。キーワードは「連想」(情報の接続)です。皆さんが他人にプレゼンテーションをする本質と

■ピポットは何ぞや

最終回では原点に戻って、私が考える「分析の本質」について、言及したいと思います。

は、自分の思考を相手にエクスポートする(移植する)ところにあります。ただ事実だけを提示するのではなく、「なぜそこに至るのか」の思考プロセスまで伝わってこそ、相手にとって「腹に落ちる」説明になります。

図1 給食調査シート(アンケートフォーム)

ご年代(歳代) 10以下・20・30・40・50・60・70・80以上
 性別 男・女 欄所 3・4・5・6・7・8 欄 / 北・南 病棟

1. 本日の給食を100点満点で採点していただき、採点になりませうか?
 点

2. 分量はいかがだったでしょうか?
 ちょうどいい ・ 大変多い ・ やや多い ・ 少ない ・ やや少ない

3. 食事の温度はいかがでしたか?
 適温 ・ 熱過ぎる ・ 冷めていた

4. 料理の見た目はいかがでしょうか?
 よかった ・ 普通 ・ よくなかった

「分量が多い」という結論にとどめず、そこからの「連想」で要因まで掘り下げることで、読み手の納得感が変わってくるのです。

「給食調査とドリルダウン」
 給食のアンケート調査の、ピポット