

連載 ビジネス的発想からの提言(11)

ドラッカーの

三つの質問から、

「教会のあり方」を学ぼう。



イエス・キリスト教会・家の教会伝道師
エリヤ会会員 元カネホー薬品社長

Mitani
Yasui
三谷 康人

今年のブーム本は「もし高校野

球の女子マネージャーがドラッカーの「マネジメント」を読んだら」で、七月末に百万部を突破、それに伴って、ドラッカーの「マネジメント」も四〇万部を超えて伸びている。この本は女子マネージャーの「みなみ」が「マネジメント」を指導書にして、弱かった野球部を地区優勝に導く感動の物語だ。この本の「野球部」を「教会」に置き換えて読んでみると、参考になることが多い。ドラッカーはこの本で、いかなる事業(教会も含めて)も、最初に次の三つの質問が充分検討されていないことが、挫折や失敗の最大の原因であると言っている。

1. What is our MISSION?
- 私たちの使命は何ですか?
2. Who is our CUSTOMER?
- 私たちの顧客は誰ですか?

3. What does the customer consider VALUE?

その顧客にとって価値あるものとは何ですか?

この質問を教会に当てはめて考えてみよう。

一、教会の「使命」とは何か?

教会の「使命」とは? と聞かれた時、エペソ四章十二節「聖徒たちを整えて奉仕のわざをさせよ」と言う話が多い。そこから、良い信徒(礼拝を守り、十分の一献金をし、奉仕を良くする人)を育てることが、教会の使命と思われるのではないだろうか。もう一つの考えはマルコ十六章十五節「全世界に出て行って、全ての造られたものに福音を宣べ伝えよ」の大宣教命令である。この大宣教命令を使命と

考え、実行している教会では実際に救われる人が増え、成長している。神の前で今度、教会の「使命」(宣教)を心を開いて聞き、教会として共有し実行するならば、道は必ず開けてくる。

二、教会の「顧客」とは誰だろうか?

教会の「顧客」は誰か? と問うてみると、牧師(教会)の立場からすると「顧客」は「信徒」(%)である。果たして本当にそうだろうか。教会の使命が宣教だとすれば、顧客は、教会の外にいる九九%の「未信者」ではないだろうか。誰が顧客であるかをしっかりと考え、明確にすることで教会の取るべき対応策は全く変わってしまう。ドラッカーは顧客には二種類あると語っている。品物を買う時、まず問屋や小売業者を買ってもらい、それを消費者に売ってもらおう。前者を「サポーター顧客」と、そして本当に品物を購入する消費者を「主顧客」と考えている。「サポーター顧客」を満足させないと「主顧客」を満足させる品物は届かない。これを教会に当てはめてみると、「サポーター顧客」は「信徒」に相当し、「主顧客」は「未信者」と考えことができる。このことは、エペソ四章十三節「聖徒……ついに、キリストの満

ちみちた徳の高さにまで至るためである」につながる。

「サポーター顧客」(信徒)が地の塩、世の光にまで、育てられた時に、「主顧客」(未信者)への伝道が自発的に喜んで出来るのではないだろうか。

三、顧客にとって「価値」あるものは何だろうか?

九九%の「未信者」の多くは、激動する社会の中で、愛を求め、希望を探し、苦しみから逃れたいと願う平安を求めている。このような人たちに、生きる希望、愛、喜び、平安等が与えることができるキリストの福音を、牧師たちだけでなく信徒たちが主体となって伝えることのできる最大のチャンスが来ている。今こそ、愛を持って内向きから外向きに変わる時ではないだろうか。

ドラッカーの三つの質問は教会が宣教を第一とした「使命」を再確認し、霊性を高めて、そして「未信者」(顧客)への伝道を最優先して、行動すべき時が来ていることを教え、チャレンジしてくれている。

(注)ドラッカーはアメリカの教会成長を長年指導し、ビルハイベルス、リック・ウォーレン等は親友