

〈連載〉

ビジネス的発想からの提言 (5)

―沖へ漕ぎ出し、未信者の心を開いて真理を伝えよう―

イエス・キリスト教会・家の教会伝道師
エリヤ会会員
元カネボウ薬品社長

三谷康人



ビジネスマンが用いるマーケティングの思考法は、伝道にも役立ちます。これからその考え方にもとづいた事例を紹介してみよう。

マーケティングによる

四つのステップのアプローチ

(一) 調査：市場全体の状況を調べ。例えば、エリヤ会の調査で分かったことは、三五〜四九歳で聖書を読んだことがある男性は二六%、女性は三八%。キリスト教に関心がある人は男女同じく八%。

(二) セグメント：市場を男女別、年代別、趣味別、職業別、信者未信者別等

(三) ターゲット：最も宣教しやすいターゲット層を決めて絞り込む。今回の事例は「自分の心の拠り所を探している未信者のビジネスマン」

(四) ポジショニング：強みを生かしてターゲット層のニーズを満たすこと。今回は「聖書」こそ未信者の

心の拠り所となる事を知らせる。

重要な一つのポイントは「聖書」への関心層が男女とも多い。然し、未だ「キリスト教」と言うこと敷居が高く心理的な抵抗がある事。未信者は「聖書」と「キリスト教」とを一体として考えていない人が多い。西洋の「聖書」は昔からある有名な本だから一度は読んでおこうと言う興味がある本だ。そこでよく分からないが読んでみた人が多い。そこに未信者のビジネスマン伝道の鍵があります。

未信者の心を開いてから、

真理を語る集会

先日、東京のあるクリスチャンが主催する月例会が持たれた。その時、主催者のU氏（神学校にも通った熱心なクリスチャン経営者）は事前にクリスチャン講師に次のことを要請しました。「聖書」の話はしても良

いが「キリスト教と言う宗教」の話は一切しないで下さい。集まる人々は取引先か友達の人達で、みんな未信者ですからキリスト教と言う宗教の話をしますと、彼等は心を閉ざして聞いてくれないばかりか、もう二度と月例会に来てくれません。（数年前から二ヶ月に一回程度開催）彼等は何か自分の心の拠り所を求めて来ますからと。当日の題名は「心の在り方で、仕事も人生も大きく変わる」で、その題に引かれて来たという人も居ました。

〈まず未信者の心を開く〉

その未信者のビジネスマン講演会は、三〇〇〇円会費でホテルでありました。最初に、コップ一杯のビールで乾杯し、弁当を食べながら、お互いの紹介と会話から始まりました。講演が始まる前には、出席者は安心して心を開き、講演の内容を吸い入るように耳を傾けて聞きました。（第一コリント九・一九〜二三、彼等のようになつて心理的な抵抗感を無くし心を開かせたことが成功の鍵）

〈真理の書「聖書」の紹介〉

人生に於いてピンチは最大のチャンスとなる話から始まり、具体的な自分の人生に於けるピンチを如何にして意識と行動を変え、喜びの人生へと変えていったかの具体的な話でした。そのキッカケとなったの

が「聖書」です。この本「聖書」は二〇〇〇年昔に書かれ、世界で最も多くの人に読まれ、その人たちの人生を変えた真理の本ですと紹介。「聖書」は未信者のビジネスマンの心に抵抗なしに吸い込まれていき、講演会が終わつてみると予想以上の感動を呼び、多くの人が講師の前に列をなしました。

〈「聖書」の学びへ招く〉

この様な講演会が終わる度に「氏は参加者全員に、「毎週自宅に「聖書」の学びをさせていただきますからご希望の方はおいで下さい」とメールで案内し、現在毎回四十名位の方が参加しているそうです。その中で更にキリスト教を求めたくなった人は教会へと導いているとの事でした。

〈多い未信者への伝道のポイント〉

一、刈り入れを待つ多くの未信者の人達が居る事。その人達の中で自分達の感覚に近い人達にターゲットを絞り込む。

二、その人達の深い真理、ニーズを知り、彼等の心を開かせて、最も受け入れやすい方法を考える。その時の重要な武器は「聖書」です。

三、それから、一つ一つステップを踏みつつキリストの救いへと導く。

(地区の教会が力を合わせ、VIPクラブ等と協力して展開しますと効果的です)